



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2017년 8월

교육학석사(상업정보교육)학위논문

SNS 이용동기가 학습몰입, 학습만족도 및 학습성과에 관한 연구

-전남지역 상업계 고등학교를 중심으로-

조선대학교 교육대학원

상업정보교육전공

이 은 정

SNS 이용동기가 학습몰입과, 학습만족도 및 학습성과에 관한 연구

-전남지역상업계 고등학교를 중심으로-

A Study on Learning Outcomes, Flows and Satisfaction Using
SNS of High School Students

- Focus on the Commercial High School in Cheonnam Local -

2017년 8월

조선대학교 교육대학원

상업정보교육전공

이 은 정

SNS 이용동기가 학습몰입, 만족도 및 학습성과에 관한 연구

-전남지역상업계 고등학교를 중심으로-

지도교수 이 제 흥

이 논문을 교육학석사(상업정보교육) 학위 청구논문으로 제출함

2017년 8월

조선대학교 교육대학원

상업정보교육전공

이 은 정

이은정의 교육학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장 조선대학교 교수 김 문 태 인

심사위원 조선대학교 교수 이 제 흥 인

심사위원 조선대학교 교수 송 윤 아 인

2017년 6월

조선대학교 교육대학원

목 차

ABSTRACT	1
제1장 서 론	5
제1절 연구의 배경	5
제2절 연구필요성	6
제3절 연구목적 및 범위	8
제2장 이론적 연구	11
제1절 SNS 개념 및 특징	11
1. 개념 및 특징	11
2. SNS 분류	13
3. SNS 이용 및 구조적 특성	14
4. SNS 교육적 활용사례	17
5. SNS 이용동기	19

제2절 SNS 사용의도	23
1. 학습효능감	23
2. 학습가치	24
3. 학습분위기	24
4. 학습동기	25
5. 정보추구	28
6. 자기표현	28
7. 커뮤니케이션	29
제3절 SNS의 몰입도	30
제4절 SNS의 만족도 및 학습성과	33
제3장 연구가설 및 연구모형 수립	35
제1절 연구모형의 설정	35
1. 연구모형	35
2. 연구가설 설정	38

3. 설문지 구성	43
제2절 자료수집 및 분석방법	46
1. 표본선정 및 자료수집	46
2. 분석방법	47
제4장 실증분석	50
제1절 일반적 특성 분석	50
1. SNS 일반적 특성	50
2. SNS 교육적 특성	51
제2절 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석	52
1. 요인분석	52
2. SNS 요인분석	54
제2절 연구분석 및 가설검증	58
1. SNS 사용의도와 학습몰입	58

2. SNS 사용의도와 학습만족도	60
3. SNS 학습몰입과 학습만족도	62
4. 학습성과	63
제5장 결론 및 시사점	67
참 고 문 헌	70

<표 차례>

<표 1> SNS 사용의도 및 학습의도	44
<표 2> 일반적 특성	50
<표 3> SNS 교육적 특성	52
<표 4> 요인추출방법	53
<표 5> 선행변수 및 결과변수	53
<표 6> SNS 사용의도 요인분석	55
<표-7> 요인추출방법	56
<표 8> 요인분석	57
<표 9> SNS 사용의도와 학습몰입	59
<표 10> SNS 사용의도와 학습만족도	62
<표 11> SNS 학습몰입과 학습만족도	63
<표 12> 학습성과	64
<표 13> 실증분석 요약	68

<그림 차례>

[그림 1] 연구모형	37
-------------------	----

ABSTRACT

A Study on Learning Outcomes, Flows and Satisfaction Using SNS of High School Students

—Focus on the Commercial High School in Cheonnam Local—

Lee, Eun-jung

Advisor : Prof. Je-hong Lee Ph.D.

Major in Business Information Education

Graduate School of Education, Chosun
University

SNS means online service that creates and strengthens social relations through free communication, information sharing, and network expansion among users. As the spread of smart devices becomes common, the number of people using SNS is increasing rapidly, and the number of SNS to be used is also increasing.

The biggest advantage of SNS is that anyone can produce content and deliver content to many people at high speed. For example, when a disaster such as an earthquake or landslide occurs, people in the field can directly shoot images and transmit them through the SNS. In addition, SNS is a catalyst for democratization by inducing citizen participation in politics.

However, the advantages of SNS may cause social problems. As uncertain

information spreads easily, it can cause social confusion. In addition, malicious slander and abuse of others based on anonymity may cause other social problems.

As with many studies related to web-based practice, such as the medium usability of SNS, the learning effect, and the educational utilization intention in terms of the teacher and the therapist in relation to how SNS will affect education as a new educational environment, An empirical analysis of the field studies that applied SNS to the class is also needed in the school education field in the high school class. However, there is not much research on the satisfaction of SNS and educational achievement in high school, and it is difficult to secure the theoretical validity of analyzing human relations, establishing path, and establishing model in carrying out empirical study on SNS educational application.

In order to improve learning outcomes based on the Web, students use social networking services (SNS), which is a service that enables students to strengthen existing relationships or create new relationships based on the Web. The SNS service is classified into a service that classifies people into a certain type, a service that provides a means to communicate with friends, and a service that has a system that recommends something based on the trust relationship of users.

With the increasing use of SNS using smartphones, mobile communication companies are responding positively to providing related applications. Mobile phone handset makers are also launching SNS function on their hand sets. World-wide social networks include Facebook, Instagram, and Twitter. There are SNS specialized in regional and country-specific issues such as My Space and Linked In in North America, Wei Bo in China, and Korea's Cacao Story.

The use of SNS has a great influence on the education of high school students, and provides students with an environment in which they can become aware of learning situations and expand their meaningful experiences. As a performance measure for SNS-based instruction, there are motivations for young learners to show their willingness to participate or to re-participate in the future SNS-based study. This means that learning through SNS is a meaningful lesson for learners and that learning has been successful.

In particular, the reason why SNS is necessary for the measurement of educational performance is that it can apply new education system and media, and it is a very important factor in learning orientation related to learning realism, learning commitment, learning satisfaction and learning outcome.

SNS has various functions besides the bulletin board function, and it has a feature to help the lively interaction of the learners. SNS opens a new educational horizon about the possibilities of various knowledge structures by promoting information sharing, participation and cooperation between instructors, learners and learners. The reason why SNS can play a meaningful educational tool in the aspect of knowledge construction can be found in the characteristics of new communication and interaction.

It is expected that the SNS will enable the close communication and active interaction among the users, and the SNS will be applied to the cooperative learning, so that the possibility of cooperative learning between the instructor, the collaborator, the learners and the team members will be enhanced. In addition, cooperative learning using SNS is educationally effective because SNS is utilized in mobile environment, so that interactivity is increased and immediate performance and mobility are added. In order to effectively introduce the SNS, which has potential as an educational tool, into the

educational field, research on the educational use of SNS needs to be activated.

It is necessary to examine the experience of friendship in the eyes of teenagers as the use of SNS is increasing and the use of SNS is increasing as a communication channel for forming and maintaining friendship. It is necessary to examine the experience of friendship in the eyes of teenagers as the use of SNS is increasing and the use of SNS is increasing as a communication channel for forming and maintaining friendship.

The purpose of this study is to measure the positive effects such as learning attitude, learning commitment, learning satisfaction and learning outcome by using SNS in specific subject and class contents by introducing SNS into vocational high school in field education.

The purpose of this study is to present the background, necessity and purpose of the study in Chapter 1, and the second part of the theoretical study is related to the memorial concept of SNS and SNS learning, Learning environment, learning motivation, information seeking, self-expression, and communication, as well as studying SNS learning outcomes by examining eye learning commitment and learning satisfaction. In Chapter 3, research hypotheses and research models are established, and in Chapter 4, empirical analysis is conducted through SPSS 23 to derive conclusions. For the verification, we first derive the results of the study through basic regression analysis, factor analysis, reliability analysis and multiple regression analysis. In Chapter 5, we will examine the impact of SNS on vocational high school students as a conclusion area, and plan ways to educate them effectively.

제1장 서론

제1절 연구의 배경

웹 환경은 정보검색, 다운로드 등 사용자에게 수동적인 태도를 요구하는 웹 1.0에서 정보의 생산자이자 소비자, 확산자 등 사용에 대한 능동적 태도를 요구하는 웹 2.0으로 진화하였다. 이러한 웹 2.0 시대의 기능적 속성을 대변해 주는 것이 SNS라고 할 수 있다(이상수·강정찬·오범영·이유나, 2011; 유병민·박혜진·차승봉, 2013).

SNS는 사용자 간의 자유로운 의사소통과 정보 공유, 그리고 인맥 확대 등을 통해 사회적 관계를 생성하고 강화시켜주는 온라인 서비스를 의미한다. 스마트 기기의 보급이 일반화되면서 SNS를 사용하는 사람이 급증하고 있고, 사용하는 SNS의 수량도 많아지고 있다.

SNS의 가장 큰 장점은 누구나 콘텐츠를 생산할 수 있고, 빠른 속도로 많은 사람에게 콘텐츠를 전달할 수 있다는 점이다. 일례로, 지진이나 산사태와 같은 재난 상황이 발생하였을 때 현장에 있는 사람들이 직접 영상을 촬영하여 SNS를 통해 전달할 수 있다. 또한, SNS가 시민의 정치 참여를 유발하여 민주화를 요구하는 기폭제가 되기도 한다.

그러나 이러한 SNS의 장점이 오히려 사회 문제를 유발할 수도 있다. 불확실한 정보가 쉽게 확산됨에 따라 사회적 혼란을 유발할 수 있다. 또한, 익명성을 바탕으로 한 타인에 대한 악의적 비방이나 욕설 등은 또 다른 사회 문제를 일으키기도 한다.¹⁾

SNS가 새로운 교육환경의 교육매체로서 교육에 어떠한 영향을 미칠 것인가와 관련하여 SNS의 매체적 유용성, 학습효과, 교수자와 학습자 측면에서의 교육적 활용의

1) <http://100.daum.net/encyclopedia/view/24XXXXX66217>

도 등 웹 기반 학습과 관련 된 많은 연구들처럼 SNS를 수업에 적용하여 활용한 현장 연구들에 대한 실증적 분석이 학교교육 현장(한국교육학술정보원, 2012)에서도 고등학교 수업에서도 필요하다. 그러나 아직까지 고등학교에서 SNS의 만족도와 교육성과 관련 연구가 많지 않을 뿐만 아니라 SNS의 교육적 활용에 대한 실증연구를 수행하는데 있어서 변인간의 인간관계 분석과 경로를 설정 그리고 모델수립에 대한 이론적 타당성을 확보하기 어렵다. 따라서 SNS에 대한 실증연구, 웹기반 학습의 선행연구들을 SNS 선행연구를 검토하여, 이를 분석하여 다양한 변인과 모델 수립에 대한 이론적이며 실증적 타당성을 확보해야 할 필요성이 있다.

이에 SNS를 이용하는 실업계 고등학생들이 SNS에 대한 학습효과와 만족도 그리고 학습성과에 이르는 일련의 과정을 실증분석을 하는데 중요한 역할을 하는 것이 SNS를 연구하는 배경이라고 할 수 있다.

제2절 연구필요성

웹 기반 학습과 관련된 많은 연구에서 학습효과를 측정할 수 있는 다양한 요소들 가운데 가장 기본적이고, 대표적으로 활용할 수 있는 지표는 학습만족도(Phillips, 1997; Wachtel, 1998, Tan, Hall and Boyce, 2003). 학습지속의향(Martinez and Monday, 1998; Martinez, 2003.; Levy, 2007) 등이 있는데 이러한 학습만족도와 학습지속의향을 향상시키고 예측할 수 있는 중요한 변인으로 학습실재감과 학습몰입이 있다(김유진·박주호, 2012).

웹을 기반으로 하여 학습성과를 높이기 위해서는 웹을 기반으로 하여 학생들이 기존의 인간관계를 강화시키거나 새로운 관계를 만들 수 있는 서비스인 SNS를 활용한다. SNS 서비스는 사람들을 일정한 유형으로 분류하는 서비스, 친구들과 연락을 주고받을 수 있는 수단을 제공하는 서비스, 사용자들의 신뢰 관계를 기반으로

무언가를 추천하는 시스템을 갖춘 서비스 등으로 분류된다.²⁾

초기의 소셜 네트워크는 일반화된 온라인 커뮤니티 형태로, 사람들을 모아놓고 대화방에서 대화를 하거나 개인정보, 작성 글들을 개인 홈페이지에 올릴 수 있는 도구를 제공하는 등 특정 주제에 관심을 가진 집단이나 그룹이 폐쇄적인 서비스를 공유하는 것이었다. 이후 개인이 중심이 되어 자신의 관심사와 개성을 공유하며 수천만 명의 고유한 서비스 사용자를 모을 수 있는 SNS들이 제공되면서 비즈니스와 각종 정보공유를 위한 생산적 용도로 활용되고 있다.

SNS는 이외에도 전자우편이나 인스턴트 메신저 서비스를 통해 사용자들끼리 서로 연락할 수 있는 수단을 제공한다. SNS를 이용하면 개인의 정보를 공유하고 의사소통을 도와주는 1인 미디어, 1인 커뮤니티가 가능하다. 스마트폰 보급이 본격화되면서 언제 어디서나 SNS에 접속할 수 있게 되자 SNS는 급속히 성장하게 되었고 사용자가 급증했다.

스마트폰을 이용한 SNS 사용이 늘어나면서 이동통신사들도 관련 애플리케이션을 공급하는 등 적극적으로 대응하고 있으며 휴대전화 단말기 제조사들도 단말기에 SNS 기능을 탑재해 출시하고 있다. 세계적으로 사용되는 SNS로는 페이스북, 인스타그램, 트위터 등이 있다. 북미의 마이스페이스와 링크드인, 중국의 웨이보, 한국의 카카오토크 등 지역이나 나라마다 특화된 SNS도 있다.

이와 같은 SNS는 다양한 형태로 이용되고 있으며 새로운 패러다임을 형성하고 있다.³⁾ 이러한 패러다임은 어떻게 바뀌었느냐? 이는 크게 '소통 방식의 변화'와 '디바이스의 변화'를 들 수 있다. 현재 유행하는 SNS는 '공유하는 마이크로 블로그'의 개념이 크다. 그리고 글을 공유함으로써 방문하지 않고도 내 홈에서 친구의 글을 볼 수 있고 장문의 메시지보다는 현재의 상태를 단문으로 기록하는 형태로 바뀌었다. 그리고 글 보다는 사진이나 영상 등의 멀티미디어를 활용하는 빈도가 더 커졌다고 할 수 있다.

2) <http://100.daum.net/encyclopedia/view/b12s2252n10>

3) <http://cafe.daum.net/kyok7345/L8yh/724?>

기존의 SNS는 주로 데스크탑 컴퓨터에서 작성되었으나 최근에서는 SNS들은 주로 모바일 환경, 즉 스마트폰에서 작성되고 있다. 상시적으로 휴대가 가능한 휴대폰은 청소년 학생들이 SNS를 활용하기 위해 매우 유용한 수단이 되었다.

이와 같은 SNS활용이 고등학생의 교육에 많은 영향을 미치고 있으며, 학생들에게 학습상황을 자각하고 유의미한 경험의 폭을 확장해줄 수 있는 효과적인 매체로 제반 환경을 제공하고 있다. SNS 활용 수업에 대한 성과 척도로서 청소년 학습자들이 향후 SNS 활용 학업에 지속적으로 참여의지를 보이거나 재참여 하고자 하는 동기가 있다는 것은 SNS 활용 수업이 학습자들에게 의미있는 수업이며, 학습이 성공적이었 다는 것을 내포하고 있다.

특히, SNS가 교육성과 측정에 필요한 이유는 새로운 교육시스템, 매체 등을 적용할 수 있으며, 학습실재감과 학습몰입, 학습만족도 및 학습성과 등과 관련하여 학습지향에 매우 중요한 요인이기 때문이다(강명희·김지심·정지윤, 2008.; 김지심·강명희, 2010; 김유진·박주호, 2012).

제3절 연구목적 및 범위

새로운 웹 미디어로서 SNS는 사용자들 간에 정보를 공유하고 커뮤니케이션을 할 수 있는 공간을 제공한다는 점에서 기존 블로그, 카페 등과 유사하지만, 인간의 사회적, 감정적 측면을 고려한 관계형성 및 상호작용을 강조한다는 점에서 차별화된다. 특히 SNS는 모바일 환경과 접목되면서 실시간성, 즉시성, 이동성이라는 추가적인 장점까지 취할 수 있게 되었다. 대표적인 모바일 기기인 스마트폰의 보급률 또한 폭발적으로 증가함에 따라 SNS의 사용자수는 더욱 증가하게 되었고, 사용자들의 사용 시간 또한 증가하고 있다(황홍섭, 2014).

이러한 SNS는 게시판 기능 이외에 다양한 기능들을 보유하며 특히 학습자들의 활

발한 상호작용을 돕는 특징을 가지고 있다. SNS는 교수자와 학습자, 학습자간에 정보공유, 참여, 협력을 촉진함으로써 다양한 지식구성의 가능성에 관한 새로운 교육적 지평을 열고 있다. 지식구성의 측면에서 SNS가 교육적으로 의미있는 도구로서의 역할을 할 수 있는 이유는 새로운 의사소통과 상호작용의 특징에서 찾아볼 수 있다. SNS가 사용자간 긴밀한 의사소통 및 활발한 상호작용을 가능하게 한다는 점에 주목하며 SNS를 협동학습에 적용함으로써 교수자와 학습자, 학습자간, 팀원간 협동학습의 성공 가능성이 높아질 것으로 예측된다. 또한 SNS를 활용한 협동학습은 SNS가 모바일 환경에서 활용됨으로써 상호작용성이 증대될 뿐만 아니라 즉시성과 이동성까지 더하여 지기 때문에 교육적으로 매우 효과적이다. 이와 같이 교육적 도구로서 잠재력을 가지고 있는 SNS를 교육현장에 효과적으로 도입하기 위 SNS의 교육적 활용에 대한 연구가 활성화되어 할 필요가 있다(임걸·강민석·신성욱, 2012).

특히, 한국인터넷진흥원(2013)에 의하면 청소년의 경우 SNS 이용이 증가하고 있는데 청소년의 75%가 거의 매일 정보교류 및 즐거움 등 친구관계를 목적으로 SNS를 이용하고 있는 것으로 나타났다(이창호 외, 2012). 청소년기가 시작되면서 친구관계는 신뢰, 친밀감을 바탕으로 대등하고 평등한 입장에서 서로를 좋아하고 즐거움을 느끼며 성숙한 상호작용을 경험한다.

청소년의 SNS 미디어에서 친구관계에 관한 이창호 외(2012)의 연구에서 SNS 이용시간과 또래집단규범 간의 상관관계를 살펴본 결과 SNS를 자주 이용할수록, 그리고 SNS 친구수가 많을수록 또래집단의 정치, 사회적 관심도, 지식, 참여도 모두 더 높게 인식하는 경향을 보이고 있다. 이는 결국 SNS를 자주 이용하고 SNS 안에서 형성된 네트워크가 클수록 친구들에 의해 게시된 정치, 사회적 정보에 자주 노출되어 그들의 정치, 사회적 관심, 지식, 참여적 수준을 높게 인지하는 경향이 있다고 할 수 있다.

청소년의 SNS 이용이 증가하고 있고 더불어 친구관계 형성 및 유지를 위한 커뮤니케이션 채널로 SNS의 이용 또한 늘고 있는 시점에서 청소년의 눈에서의 친구관계 경험이 어떠한지 살펴볼 필요가 있다(이희복·김대환·최지윤·신명희, 2014).

본 연구는 SNS를 현장교육에 실업계 고등학교에 도입하여 특정교과 및 수업내용에서 SNS가 활용됨으로써 상호작용이 증진되며 그로 인해 나타나는 학습태도, 학습몰입, 학습만족도와 학습성과 등의 긍정적 효과를 측정함으로써 SNS의 효과를 규명하고자 한다.

본 연구는 제1장의 서론에서 연구의 배경, 필요성과 목적을 제시하고 제2장에서는 이론적 연구에서 SNS의 기법개념과 SNS 학습에 관련된 내용으로서 선행연구로서 SNS의 사용의도인 학습효능감, 학습가치, 학업분위기, 학습동기, 정보추구 그리고 자기표현, 커뮤니케이션을 중심으로 연구검토 함과 아울러 SNS 학습몰입과 학습만족도를 검토하여 SNS 학습성과를 연구하고자 한다. 제3장에서는 연구가설 및 연구모형을 수립함과 동시에 제4장에서는 본 연구에서 찾고자 하는 결론을 도출하기 위한 실증분석을 SPSS 23 통해 검증하고자 한다. 검증을 위해, 먼저 기초통계분석과 요인 및 신뢰성 분석과 동시에 다중회귀분석을 통해 연구의 결과를 도출하고자 한다. 제5장에서는 결론분야로서 SNS가 실업계 고등학생들에게 미치는 영향을 검토하고, 이를 통해 효율적 교육할 수 있는 방안을 마련하고자 한다.

제2장 이론적 연구

제1절 SNS 개념 및 특징

1. 개념 및 특징

SNS는 관심이나 활동을 공유하는 사람들 사이의 사회적 관계망이나 사회적 관계를 구축해주고 보여주는 온라인 서비스 또는 플랫폼이라고 정의할 수 있다. 이론적인 관점에서는 특정 시스템 내의 자신의 신상 정보를 공개하고 그들이 관계를 맺고 있는 다른 이용자들의 목록을 제시해 주는 웹 기반의 서비스라고 정의할 수 있다 (Boyd et al., 2007). SNS는 기본적으로 온라인상에서 기존 인맥을 강화하거나 새로운 인맥을 창출하여 정보를 공유하는 특성을 가지고 있지만 사회적 위치로 인해 억눌린 개인의 표현 욕구를 표출하기 위한 통로로도 사용되고 있다. 또한 이를 활용하여 온라인상에서 특정 관심사를 가진 커뮤니티 사이트를 운영하여 같은 주제에 관심을 갖는 집단이 생겨나 이와 관련된 자신의 정보와 지식을 공유하기도 한다. 현재는 친목 도모를 넘어 마케팅으로 활용하기 위해 많은 기업들이 SNS로 진출하거나 진출을 모색하는 경향을 보이고 있다. 대표적인 SNS 사례로는 Facebook, Twitter, Cyworld 등을 들 수 있다.

Smith(2007)는 SNS 소프트웨어의 특성을 7가지로 나누었다. 시스템 내에서 자기 정체성을 확인하기 위한 방법으로서의 정체성, 온라인에 자신을 알리기 위한 방법으로서의 존재감, 시스템상의 두 사용자 간의 관계를 설명하기 위한 방법으로서의 관계, 시스템을 통해 다른 사람들과 소통하기 위한 방법으로서의 대화, 관심 분야에 대한 커뮤니티 형성을 위한 방법으로서의 단체, 시스템 내의 다른 사람들의 상태를 알기 위한 방법으로서의 평판, 사용자들에게 의미 있는 것들을 공유하기 위한 방법으로서의 공유

이다(홍일유·강동원·조희형, 2014).

소셜 미디어(Social Media)란 사용자의 의견, 경험, 관점 등이 Blog, SNS, Instant Message Board, Wiki, Micro Blog, UCC(User Created Contents), Podcasts 등을 통해 공유되는 콘텐츠로서 텍스트, 이미지, 오디오, 비디오 등의 다양한 형태를 가진다. 일반적으로 사용자와 사용자 간 또는 사용자와 정보를 연결하고 상호 작용할 수 있는 서비스를 제공하는 웹기반의 플랫폼을 소셜 미디어의 범주에 포함시킬 수 있다(박민기, 2012). 소셜 미디어는 웹 2.0이 가지는 포괄적인 기술적 특성과 함께 참여(Participation), 개방(Openness), 대화(Conversation), 커뮤니티(Community), 연결(Connectedness)의 다섯 가지 특성을 갖고 있다.

소셜 미디어 중 SNS는 사람사이의 의사소통을 증진 시켜주는 것으로 광의의 의미에서 볼 때 전화, 편지, 컴퓨터를 활용한 이메일 등도 SNS의 하나라고 볼 수 있다. 그러나 협의의 SNS는 1인의 미디어 및 커뮤니티를 중심으로 하는 인적 네트워크 형성 서비스로 사용자 사이에서 이루어지는 의사소통 및 정보 공유, 인맥 확대 등을 통해 상호간 유대적인 관계를 형성시켜주는 온라인 기반의 플랫폼 또는 웹사이트이다.

SNS는 개인의 생각과 의견, 경험 등을 공유하기 위해 쌍방향 커뮤니케이션을 의미한다. SNS도 소셜 미디어와 마찬가지로 참여, 개방, 대화, 커뮤니티, 연결 등 5가지 네트워크 기반 키워드들의 복합체로 관심 있는 모든 사람들의 참여와 피드백을 촉진하여 미디어와 이용자 개념의 경계가 없어지고, 피드백, 코멘트, 정보공유를 촉진함으로써 콘텐츠 접근과 사용에 대한 장벽을 공개하며, 쌍방향성의 대화를 중요시하며 친근함도 유도한다(황성원, 2010). 또한 SNS는 웹 2.0시대의 주요한 산물로 여겨지고 있다. 웹 2.0은 월드와이드웹(world wide web) 환경에서 사용자 중심의 의사소통을 강조하며, 수동적인 정보의 소비자가 아닌 생산 활동을 병행하는 프로슈머(prosumer)로서의 사용자 정의를 바탕으로 하는 용어이다. 웹 2.0의 특징을 지향하고 있는 예들은 블로그, 위키, 유튜브 등도 있는데, 이들은 사용자들 간의 상호작용에 기반을 둔 웹사이트 운영을 한다는 점에서 SNS의 범주로서 공통적인 특징을 지니고 있

다. 따라서 광의의 의미로 이해할 때 웹 2.0의 특징과 경향을 지닌 웹사이트들은 SNS의 영역에 포함시킬 수 있다. 또한 스마트폰 등 스마트 미디어의 대중화 시대에 따라 SNS가 스마트 미디어를 기반으로 쉽게 연동되므로 SNS에 대한 관심과 활용은 점차 고조되는 일로에 있다. SNS는 환경과 활용주체에 따라 매우 다양한 형태로 활용되고 있음이 지속적으로 보고되고 있다(임걸·강민석·신성욱, 2012).

SNS는 시간(신속성·지속성), 대상(다수성·다양성), 비용(경제성), 관계(친근성·신뢰성) 면에서 장점을 가지고 있다. 또한 사용시간 측면에서 SNS는 이미 이메일을 앞질렀다고 한다. SNS는 우리가 현실세계에서 다른 사람들과의 관계를 형성하듯이 가상공간에서 사람과 사람간의 사회적 관계형성을 위해 스스로 참여적 활동을 할 수 있도록 한다. 다시 말해 SNS는 오프라인상의 사회적 관계개념을 온라인 공간으로 가져와 개인의 일상 및 관심사를 공유, 소통시켜 인맥구축 및 네트워크 형성을 지원하는 서비스라고 말할 수 있다(원옥연, 2009; 차승봉, 2011; 진현승, 2012).

2. SNS 분류

최근 새롭고 다양한 종류의 SNS들이 수없이 등장하고 있다. 예를 들어 C4LPT(Centre for Learning & Performance Technologies)가 2007년부터 해마다 전세계 교육 전문가들의 참여를 바탕으로 발표하는 웹 도구 100위까지의 순위(Top 100 Tools for Learning 2014)에는 새롭고 다양한 SNS가 포함되어 있다(황홍섭, 2014).

이와 같이 새로운 SNS가 지속적으로 등장함에 따라 새로운 기능이 추가되면서 SNS를 분류하는 기준이나 관점도 시기에 따라 다양하게 분류할 수 있다. 한국 인터넷 진흥원은 SNS의 분류에 대해 2009년에는 카페·클럽·인터넷 동호회(다음 카페, 네이버 클럽 등), 블로그(다음 블로그, 네이버 블로그, 티스토리 등)·미니홈피(싸이월드 미니홈피, 세이클럽 미니홈피 등), 인스턴트 메신저(네이트온, MSN, 버디버디 등), 인맥관리 서비스(페이스북, 마이스페이스, 링크나우 등), 가상현실 서비스 블로

그(세컨드라이프, 싸이월드 미니라이프 등)의 5가지 종류의 서비스로 SNS를 구분하였으며(한국인터넷진흥원, 2009), 2011년 실태조사 결과를 통해서는 커뮤니티, 미니홈피, 프로필 기반 서비스, 마이크로 블로그 등 4가지 영역으로 SNS의 분류를 조정하기도 하였다(한국인터넷진흥원, 2012). 최민재·양승찬(2009)은 SNS의 유형을 블로그와 네트워킹의 커뮤니케이션 모델, 네이버 지식iN과 아고라 같은 협업모델, 판도라TV와 엠군, 아프리카, 벅스뮤직과 같은 콘텐츠 공유모델, 누리엔 같은 엔터테인먼트 모델로 분류하였으며, 국가정보화기획단의 한·미·일 SNS 서비스 비교 분석(2009) 보고서에서는 카페·클럽·동호회, 블로그·미니홈피, 인스턴트메신저, 가상현실 서비스 등으로 분류하였다. 또한 정미현·김재현(2011)은 국가정보화기획단의 한·미·일 SNS 서비스 비교 분석(2009) 보고서에서 제시한 서비스 형태에 따른 분류에 사진과 동영상 커뮤니티에 대한 분류를 추가하고 각 예시들을 보완 및 수정하여 재정리한 바 있다.

그 외에도 SNS는 다음 카페, 네이버 카페, 구글 플러스 등의 온라인 커뮤니티, 다음 또는 네이버 등의 블로그, 싸이월드 등의 미니홈피, 페이스 북과 트위터 등의 마이크로 블로그, wikipedia, UCC 등의 지식 공유 서비스 사이트, 인스타그램, 패스, 푸딩투 등의 사진 공유 서비스, 포스퀘어, 저스팟 등의 위치 기반 서비스, 카톡, 카카오 스토리, 밴드, 마이피플, 라인, 네이트온 등의 인맥관리 서비스 등으로 분류할 수 있다. 한편 최근에는 많은 SNS들이 페이스북과 같은 주요한 SNS에서 제공하는 기능 또는 사용자들이 선호하는 기능들을 공통적으로 제공하고 있어 SNS의 분류는 크게 의미가 없는 방향으로 흘러가고 있다.

3. SNS 이용 및 구조적 특성

SNS는 인터넷이나 온라인상에서 개인이력을 기반으로 사람과 사람을 연결하고 정보공유, 인맥관리, 자기표현 등을 통해 사람들 간의 관계 형성을 지원해 주고 공통의 관심사를 공유할 수 있는 기반을 제공하는 서비스이다. SNS는 오프라인과 온라인의

인맥을 더욱 강화하도록 지원하고, 사람들이 새로운 사회적 관계를 맺을 수 있도록 지원을 하며, 사람들 간의 소통을 위해 다양한 서비스를 제공한다(Kwon et al., 2014). 한국정보화진흥원 2014년 국가정보화백서에 의하면, 2014년 7월 현재, 스마트폰 가입자 수는 3,935만여 명으로 전체 이동전화 가입자의 70.3%를 차지하는 것으로 나타났다(장성희·노미진, 2016). 모바일 인터넷 이용 목적으로 자료 및 정보 습득이 가장 많았고, SNS, 메신저, 이메일 이용 등의 커뮤니케이션 활동 및 여가활동 목적으로 나타났다(한국정보화진흥원, 2014a). 한국인터넷진흥원 2013년 모바일 인터넷이용실태조사에 의하면, 모바일인터넷 이용자 10명 중 5명이 SNS를 이용하며, 개인적 관심사를 공유하기 위해, 취미/여가활동을 위해, 일상생활에 대한 기록을 위해서 모바일 SNS를 이용하는 것으로 나타났다(한국인터넷진흥원, 2013).

SNS 이용에 관한 연구들은 이용자들의 SNS 이용 동기가 무엇이며(Chang and Zhu, 2011; Smock et al., 2011), 이용행동에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구를 수행하였다(Ellison et al., 2007). Chang and Zhu(2011)는 정보, 오락, 사회, 규범 등의 SNS 이용 동기요인들이 SNS 이용에 영향을 미치는지에 대해 검증하였다. Smock et al.(2011)은 SNS를 이용하는 동기요인으로 오락성, 정보공유, 일탈, 새로운 트렌드, 동료애, 소셜 상호작용 등을 제안하였다. Ellison et al.(2007)은 사회적 자본의 형성 및 유지가 페이스북 이용과 관련이 있다고 하였다.

SNS의 구조적인 특성은 네트워크 이론에 기반을 두고 있는데, 네트워크는 ‘관계망’으로 표현할 수 있다. 소셜 네트워크는 웹상에서 개인 또는 집단이 하나의 노드(node)가 되어 각 노드 간의 상호의존적인 관계에 따라 만들어지는 사회적 관계구조를 말한다. 즉 소셜 네트워크는 사람과 사람사이에 연결된 사회적 연결망이라고 할 수 있다(윤종훈·김용민, 2013). SNS는 사람들이 연결되어 있는 관계망으로, 행위자의 선택과 그 선택이 주는 제약을 담고 있는 구체적인 공간이라고 할 수 있다. 소셜네트워킹이 바로 이러한 관계를 만드는 행위이며, 사람들간의 관계형성을 목적으로 하는 SNS는 소셜네트워킹을 보다 손쉽게 할 수 있도록 돕는 도구이다(서수석·이종호, 2011). 네트워크에 관한 여러 선행연구에서 네트워크를 구성하고 있는 구성원들 간에 관계성을

기술하고, 네트워크 내의 구성원들에게 미치는 구조의 효과를 파악하기 위해 네트워크 크기, 강도, 밀도, 중심성, 구조적 공백, 계층 등과 같은 다양한 변수를 활용하여 연구를 진행하였다. Cheon et al.(2015)은 SNS의 구조적 특성과 정보공유 감소에 관한 연구에서 SNS의 구조적 특성을 응집성, 밀도, 다중성, 복잡성 등으로 분류하여 연구하였다. 따라서 본 연구에서는 Cheon et al.(2015)의 연구에서 제안한 SNS의 구조적 특성을 밀도, 응집성, 다중성, 복잡성 등 4가지로 분류하였다.

구조적 특성에 관한 연구들을 살펴보면, 장용선·김재구(2006)는 사회적 자본의 지각이 지식활동에 미치는 영향을 금융기관을 중심으로 연구하였다. 연구결과, 네트워크 이용의 다중성이 비전공유 및 신뢰에 유의한 영향을 미치지만, 지식획득 및 지식공유에는 유의한 영향을 미치지 않는다고 하였다. 이현정(2007)은 온라인 브랜드 커뮤니티의 구조적 특성에 영향을 미치는 선행요인과 구조적 특성이 태도 및 행동의도에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 구조적 특성에는 커뮤니티의 지각된 크기, 지각된 운영기간, 가입 커뮤니티 수, 커뮤니티의 이용동기, 상호작용 빈도 등을 설정하여 연구하였다. 최지은·이두희(2013)는 네트워크의 구조적 특성으로 밀도와 중심성에 대해 연구하였다. 밀도는 네트워크 구성원 간의 연계가 맺어지는 정도를 말하며, 구성원 서로간의 연계가 높은 네트워크일수록 밀도가 높음을 의미한다. 밀도가 사회적 자본을 형성하는데 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

SNS에 관한 연구에서도 네트워크의 구조적 특성을 중요하게 연구하였다. 서수석·이종호(2011)는 소셜네트워크의 구조적 특성이 소셜커머스 사이트의 신뢰, 만족 및 구매의도에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 분석결과, 구조적 특성은 소셜커머스 사이트의 신뢰에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 만족에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 천명환(2011)은 소셜네트워크의 구조적 특성으로 밀도와 중심성이 소셜 쇼핑의도와 갖는 관계를 분석하였다. 연구결과, 밀도와 중심성이 높으면 구매의도가 높은 것으로 나타났다. 박득희 외(2015)는 SNS 네트워크의 구조적 특성이 소셜 쇼핑 행동의도에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 구조적 특성으로는 밀도와 중심성으로 설정하여 구조적 특성과 정보신뢰가 정보만족 및 관광 상품의 구매의도와 의 관계를 연구

하였다. 연구결과, 밀도와 정보신뢰는 정보만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정보만족도 구매의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

4. SNS 교육적 활용사례

SNS를 교육적으로 활용한 사례에 관한 선행연구는 다양하게 분류할 수 있으나, 크게 SNS의 교육적 도구로서의 가능성을 언급한 연구, SNS별 교육관련 요소와 관련성에 관한 연구, SNS를 활용한 다양한 학문 영역별 활용방안에 관한 연구, SNS를 활용한 교육적 효과를 검증한 연구 등으로 나누어 볼 수 있다(황홍섭, 2014).

SNS의 교육적 도구로서의 가능성을 언급한 연구로는 임걸(2010), Ryan, Magro & Sharp(2011), Garcia, Annansingh & Elbeltagi(2011), 정미현·김재현(2011), Davies(2012), 정미현·남상엽·김재현(2012)의 연구를 들 수 있다. 예를 들어 Davies(2012)는 페이스북을 문해능력 향상을 위한 도구로서, Ryan, Magro & Sharp(2011)는 페이스북을 학습자들의 교육적, 문화적 적응을 위한 도구로서 그 역할을 밝혔다. Garcia, Annansingh & Elbeltagi(2011)는 SNS는 지식관리도구로서 고등교육에서 지식을 습득, 저장, 공유, 확산시킴으로써 혁신이나 창의성, 생산성을 제고시킬 수 있음을 역설하였다. 정미현·김재현(2011)은 트위터와 프레지 두 가지 SNS를 학습 보조도구로 선택하여 학습을 진행한 후 학습자 만족도를 조사한 결과 학습만족도가 매우 높아 학습보조도구로서의 활용가능성을 확인하였다.

SNS별 교육관련 요소와 관련성 연구는 가장 활발하게 연구된 분야이며 초기 연구에서는 트위터와 페이스북에 대한 연구가 주류를 이루고 있다. 대표적으로 Ellison, Steinfield & Lampe(2007), Ebner et al. (2010), 김경연 외(2010), 윤승욱(2011), Junco, Heiberger & Loken(2011), 이정민·윤나라(2012), 김효숙(2012), 이정민·오성은(2013)의 연구를 들 수 있다. 예를 들어 트위터에 관한 연구로 Ebner et al.(2010)의 연구는 고등교육에서 비공식적인 학습(Informal Learning)을 통한 트위터의 효과에 대해서 교육적 가치를 검증하였다. 그리고 이정민·윤나라(2012)는 트위터를 활용한 토

론학습에서 고려해야 할 지침을 얻고자, 과제가치, 트위터 효능감, 사회적 실재감이 학습만족도에 미치는 영향과 사회적 실재감의 매개효과를 분석한 결과, 과제가치, 트위터 효능감, 사회적 실재감은 학습만족도에 유의미한 영향을 미치는 요인으로 확인되었으며, 사회적 실재감은 과제가치와 트위터 효능감이 학습만족도를 예측하는 데 있어 매개역할을 하는 것으로 나타났다. 페이스북에 대한 연구로, Ellison, Steinfield & Lampe (2007)는 페이스북을 교육현장에 활용하였는데, 대학생들은 오프라인에서 만난 동료들과의 관계를 유지하기 위해 페이스북을 사용하며, 동료들을 대하는 긍정적인 태도가 신장되었다는 결과를 발표했다. 한편 이정민·오성은(2013)은 페이스북을 활용한 협력학습에서 학습자들이 인식한 학습실재감이 학습성과를 예측하는지 검증하여, 페이스북 기반 협력학습 환경에서 학습성과를 높이기 위한 실재감 전략을 제시하고자 하였다. 연구결과, 인지실재감은 학습성과를 유의미하게 예측하는 것으로 나타났다. SNS를 활용한 다양한 영역별 활용방안에 관한 연구로는 김상경·임결(2010), 권순범·남동수·이태욱(2011), 임결·강민석·신성욱(2012), 정미현·김영록·김재현(2014)의 연구를 들 수 있다. 예를 들어 정미현·김영록·김재현(2014)은 효과적인 SNS의 교육적 활용 방안을 제안하고자 SNS의 사용률이 높은 대학생들을 대상으로 구체적인 SNS의 교육적 활용 방법에 대한 의견과 그 이유에 대해 조사하였다. 교육 주체별 SNS의 교육적 활용 방법을 가시화 하고자 교수자 영역과 학습자 영역, 공통 영역으로 범주화 하였다. 그 결과 공통 영역에는 의견 교류 및 토론, 정보 공유, 학습내용에 대한 질의응답, 설문조사, 친밀감 형성, 상담 등이 포함되었으며, 교수자 영역에는 공지사항 전달, 수업자료제공, 실시간 평가(퀴즈), 출석 체크, 과제평가 및 피드백 등이 포함되었고, 학습자 영역에는 과제활동(그룹별/개인별), 공유자료를 이용한 예습 및 복습, 동영상을 이용한 자율학습, 과제에 대한 동료평가 및 피드백, 강의 평가 등이 포함되었음을 밝히고 있다.

SNS를 활용한 교육관련 변인들 간의 효과를 검증한 연구로는 차승봉(2011), 박민기(2012), 진현승(2012), 이종연(2012), 유병민·박혜진·차승봉(2013), 박혜진(2013)의 연구를 들 수 있다. 예를 들어 유병민·박혜진·차승봉(2013)은 SNS를 활용한 대학수업의 학습효과와 관련된 영향변인들을 도출하고, 변인들 간의 관계성에 대한 최적의 모델을

수립하고자 하였다. 박혜진(2013)은 SNS의 교육적 활용을 위해 실제 페이스북을 활용한 대학 수업에서 매체 연구의 핵심 키워드인 학습실재감, 학습몰입, 학습만족도, 학습지속의향 간의 관계를 규명하고, 새로운 학습매체의 활용을 위한 시사점을 얻고자 하였다. 이종연(2012)은 대학에서 SNS를 활용하여 학습 커뮤니케이션을 사례 연구하였다. 그는 학생들에게 SNS를 사용하여 팀 프로젝트를 수행하도록 한 후, 학생들의 반응을 중심으로 그 성과를 분석해본 결과, 페이스북은 프로젝트 학습에서 교수자와의 상호작용과 팀원들간 협력을 활성화시키고, 친밀감과 긍정적인 태도를 형성시킬 수 있으며, 프로젝트 관리측면에 많은 도움을 준다는 사실을 확인하였다.

상술한 바와 같이 SNS를 활용한 교육적 활용사례는 다양한 관점과 영역에서 최근 활발히 이루어지고는 있으나 SNS 활용연구의 확장을 위해서는 선행연구에 대한 재고가 요구된다. 기존의 선행연구들은 주요 몇몇 SNS에 한정된 활용에 집중되어 있어서 다양한 SNS가 가진 다양한 기능과 목적에 대한 충분한 이해가 선행되지 않은 측면이 있다. 또한 교육현장에 직접 적용되어 경험적 데이터를 수집한 경우도 많지 않으며, 더욱이 모바일 플랫폼과 접목되어 활용된 사례를 분석한 경우는 많지 않다. 본 연구에서는 모바일과 컴퓨터에서 동시에 SNS를 활용할 수 있도록 하였다. 그렇게 함으로써 신속하고 편리하게 상호작용을 하게 함으로써 협동학습을 증진시킬 수 있도록 함으로써 SNS가 사회과 시민성 함양에 바람직한가를 교육현장에 활용하여 교육적 효과를 검증하고자 한다.

5. SNS 이용동기

2012년 현재의 SNS는 ‘페이스북’과 ‘트위터’의 사례를 보면 관계 맺기 서비스가 가장 중요한 기능을 수행하기는 하지만 과거처럼 디지털화된 사적인 공간의 창출만이 아니라 정치적 여론 형성과 마케팅 영역에서 중요한 영향력을 행사하는 네트워크 공간으로 평가받고 있다(이원태·차미영·양해륜, 2011). 그리고 ‘싸이월드’의 사례에서 볼 수 있는 것처럼 초기 SNS 이용자는 새로운 SNS로 이용 플랫폼을 바꾸고 있다.

이러한 변화는 SNS 중에서 웹2.0이라는 패러다임을 기초로 한 오픈 플랫폼을 성공적으로 도입하고 스마트 디바이스 환경에 대한 적응 여부에 따라 개별 SNS의 명암이 갈린다는 것을 보여준다. 이러한 점에서 SNS의 이용과 관련된 연구에서는 항상 이용 동기에 주목할 필요가 있다(김위근·최민재, 2012).

SNS의 진화는 이용자의 이용동기에도 영향을 미치며, 개별 SNS의 차별적인 진화는 이용자에게 SNS별로 차별적인 태도를 갖게 한다. SNS가 진화하고 이용자가 늘어나면서 개별 이용동기의 중요성이 변화하고 있다. 실제로 SNS로 분류되는 서비스에 대한 이용동기는 정체성 표현, 지인과 관계 맺기, 정보추구, 사회적 상호작용, 유행성, 현실도피, 오락추구, 여가선용 등으로 다양하다(김유정, 2011). 그동안 SNS의 연구는 이용동기에 따라 SNS의 실제 이용이 달라지고, 시간이 지남에 따라 시장에서의 특정 SNS 지위가 변화함에 따라 이용동기가 달라진다는 것을 보여주고 있다. 예를 들어, ‘싸이월드’의 경우 지인과의 교류가 가장 중요한 이용동기로 부각되고(이장영·박용미·이은실, 2006; Kim & Yun, 2007), 자기표현수단의 이용동기가 주목 받으면서 어떤 사람이 ‘싸이월드’를 활발하게 활용하는 지가 분석됐다(손영란·박은아, 2010; Jung, Youn & McClung, 2007). 지인과의 교류나 자기표현은 능동적 이용동기로 ‘싸이월드’라는 초기 SNS가 확산되면서 가장 주목받았던 이용동기다. 하지만 이장영·박용미·이은실(2006)의 대학생 집단을 대상으로 한 연구결과를 보면 두 번째로 많은 이용동기가 ‘남들이 다 하니까’(19.9%)였다. 즉 유행적인 요소가 ‘싸이월드’의 주된 이용동기로 지적된 것이다. 반면에 ‘같은 관심사를 가진 사람들과 정보 공유를 위해’라는 응답은 1.2%로 매우 저조했다.

또한 ‘싸이월드’와 ‘트위터’에 대한 이용동기를 비교한 최근 연구인 최영·박성현(2011)의 연구를 살펴보면, ‘싸이월드’ 이용자는 가장 높은 이용동기가 ‘추억공유’로 나타났고, 여타 모든 이용동기가 ‘트위터’보다 낮은 점수를 보였다. 특히 ‘싸이월드의 대표적 이용동기로 분류되던 정체성 표현을 포함해, 유행성, 기분전환·여가, 사회 상호작용, 자긍심 표출 등의 이용동기도 차이를 보였다. 특히 정보추구 이용동기는 상당한 격차를 보였다. 이러한 연구결과를 종합해 보면 ‘싸이월드’는 지인과의 교류와 자기표현

을 위해 주로 이용되는 것으로 확인됐다. 특히 ‘싸이월드’의 매출액이 주로 배경 음악과 미니 홈페이지 구매를 위한 도토리 판매에서 나온 것을 보면 자기표현 수단으로 주로 사용됐다는 것을 알 수 있다(황지혜, 2011. 9. 16). 하지만 ‘싸이월드’가 독점적인 지위에 있었기 때문에, 유행에 뒤쳐지지 않기 위해 수동적으로 사용하고 있는 사람도 상당수 있었고, 정보공유 및 정보추구를 위한 서비스가 제공되지 못하면서 이용자의 욕구를 충족시켜 주지 못해 이용자들이 이탈을 했다고 볼 수 있다.

국내에서 이용자가 가장 많은 ‘싸이월드’와 비교되는 SNS는 ‘페이스북’이다. ‘페이스북’은 개방적인 네트워크 특성에 대한 주목이 기존 SNS와 가장 중요한 차이로 지적되고 있다(김준호·은혜정, 2011). 따라서 ‘페이스북’의 이용동기는 ‘싸이월드’와 같은 폐쇄적 SNS의 이용동기에서는 찾아볼 수 없는 개인정보탐색, 미디어공유, 사회적 이벤트 알기 등이 중요한 이용동기로 제시되고 있다(Boyd & Ellison, 2007; Hargittai, 2007; Nyland & Near, 2007). 물론 ‘페이스북’도 다른 SNS와 마찬가지로 오래된 친구와 연락하기 위해, 현재 친구와 연락하기 위해, 새로운 친구 사귀기 위해 등 지인과의 관계 맺기가 가장 중요한 이용동기로 제시된다(Lenhart & Madden, 2007; Raacke & Bonds-Raacke, 2008). 또한 자신의 사생활과 정치적 식견, 취미나 관심사 등과 같은 자신의 표출을 통한 자아정체성을 찾기 위한 이용동기도 중요하게 나타난다(Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). 성인을 대상으로 한 김유정(2011)의 연구에서는 정체성 표현이 가장 중요한 동기로 추출됐고, 사회적 상호작용, 유용성(편의성), 친구와의 교류, 친구정보검색, 여가선용 등이 ‘페이스북’에 대한 이용동기로 추출됐다. 이호규(2011)의 연구에서는 심층 인터뷰를 통해 ‘페이스북’ 이용자들이 정체성 표현 이용동기와 호감이 있는 사람들과 일상생활, 믿음, 가치관 등을 공유하고자하는 이용동기가 있음을 보여주고 있다.

초기에는 마이크로 블로그로 분류됐던 ‘트위터’는 유명인이 적극적으로 활용하면서 최근 국내에서 가장 주목받는 SNS로 성장했다. ‘트위터’는 ‘페이스북’과 같이 오픈 네트워크를 지향하지만 단문 중심의 문자전송이 핵심적인 서비스다. ‘트위터’의 이용동기에 대한 연구결과를 살펴보면, Johnson & Yang(2009)의 연구에서는 첫째 요인

으로 사회적 동기, 둘째 요인으로 정보적 동기가 제시되고 있다. 사회적 동기에는 여러 사람과 동시에 커뮤니케이션을 하기 위해, 가족과 친구와 관계를 맺기 위해, 자신의 자유로운 표현을 위해, 오락을 위해, 재미를 위해, 휴식을 위해 등과 같은 기존 SNS에서 나타났던 항목이 포함됐고, 정보적 동기에서는 정보획득, 대화참여, 새로운 사람을 만나기 위해 등과 같은 항목이 포함됐다. 심홍진·황유선(2010)의 연구에서는 정보 교환을 통해 사회적 이슈에 참여, 상호 작용을 바탕으로 팔로워 그룹 형성, 편리한 소통기능, 정보전달의 용이성, 휴식 및 오락, 사적기록공간, 140자 글쓰기 유용성 등 7가지 요인이 제시되고 있다. 우공선·강재원(2011)의 연구에서는 타인과의 커뮤니케이션, 즉시성, 관계형성, 단문성, 정보성, 유명인에 대한 접근성 등의 ‘트위터’의 이용충족에 대한 요인이 제시되고 있다. ‘트위터’는 같은 오픈 플랫폼을 지향하는 ‘페이스북’보다도 정보추구와 관련된 이용동기가 다양한 형태로 제시되고, 모바일 디바이스 활용에서 나타나는 즉시성, 편리성 등의 요인이 부각되고 있다. 이수영·내가영(2010)의 연구에서는 ‘트위터’와 ‘미투데이(Me2day.net)’이용자를 대상으로 한 이용동기를 분석하고 있는데, 공통적으로 상호작용, 관계맺기, 정보추구, 외국에 대한 접근, 유명인에 대한 접근, 오프라인의 확장, 편리한 이용, 시간활용, 단문성 등이 도출됐다. 이처럼 ‘트위터’와 ‘미투데이’같은 마이크로 블로그형 SNS에서는 유명인에 대한 접근성이 이용동기로 제시되면서 정보추구와 더불어 미디어적 기능을 수행하는 특성이 설명되고 있다.

이상의 논의에서 유추할 수 있는 바와 같이, SNS의 미디어적 기능에 대한 이해를 위해서는 SNS로 구성되는 네트워크의 성격 및 유통되는 뉴스 콘텐츠의 성격과 더불어, ‘페이스북’, ‘트위터’, ‘싸이월드’, ‘미투데이’ 등과 같은 개별SNS의 이용동기, 실제 이용, 메시지 인식 등에 대한 차이를 확인할 수 있는 연구가 필요하다. SNS의 연구에서 이용동기가 중요한 것은 현실적으로 SNS의 종류가 다양하다는데 있다. 다양한 SNS는 저마다의 특성과 장점을 가지고 있어 SNS 이용자가 복수의 SNS를 이용하게끔 만들고 있다. 따라서 SNS의 이용동기에 따라 SNS의 이용이 차별적으로 일어나게 될 것이다. 또한 SNS 이용동기는 SNS 메시지의 특성에 대한 인식에도 영향을 미칠 것으로 보인다. SNS 메시지의 특성은 주로 게재되는 SNS에 따라 다르다. 복수

SNS 이용자의 경우 개별 SNS의 선택이 SNS 이용동기에 따라 다르기 때문에, SNS 이용동기에 따른 SNS 메시지의 특성에 대한 인식이 다르게 될 것이다. 단일 SNS 이용자도 어떤 이용동기를 가지고 SNS를 이용하느냐에 따라 SNS 메시지의 특성에 대한 인식에 차이가 있을 것이다. 이렇게 SNS의 이용동기, SNS의 실제이용, SNS 메시지의 특성 인식은 유기적으로 연관이 있기 때문에, SNS의 이용에 대한 전반적인 이해를 높이기 위해서는 이들의 관계를 살펴봐야만 한다.

제2절 SNS 사용의도

1. 학습효능감

학업적 자기효능감은 개인이 결과를 얻는데 필요한 행동을 성공적으로 수행할 수 있는 기술에 대한 신념으로(Bandura, 1977; 1985), 자신이 의도한 수준의 학습이나 수행을 해내는 능력에 대한 개인의 신뢰로 정의할 수 있다(Artino & Stephens, 2009; 이숙정, 2011). 학업적 자기효능감의 측정방법으로는 연구자에 따라 다차원 또는 단일차원으로 구성되는데 전자는 과제난이도선호, 자기조절효능감, 자신감 등의 하위요인으로 구성하고 후자는 복수의 측정변수를 가지고 하나의 차원으로 구성하게 된다. 두 가지 측정방법 모두 관련 연구자들에 의해 신뢰성 및 타당성이 검증되고 있다. 학습몰입은 보상이 없어도 재미와 즐거움을 느끼면서 학습에 완전히 빠져있는 상태로서 학습몰입은 학생들이 자신들의 진로나 적성 때문에 진정으로 학업에 대한 몰입이 어렵게 되는 상황에서 학업적·사회적 적응을 유용하게 하기 위해 등장한 개념이다(Csikszentmihalyi & LeFevre, 1989). 학습과 관련한 과제 및 활동에 완전히 집중하여 자신의 잠재적 능력을 최대한 발휘하는 최상의 집중 상태로 정의되는(이숙정, 2011) 학습몰입은 학업에 대한 열망과 호기심을 불러일으키고 새롭고 어려운 과제에 대한 도전과 성취동기를 유발하는 원동력이 된다. 이러한 관점에서 학습에의 강한 몰

입을 이끌어내는 구성개념들의 발견이 중시되는 가운데, 학습동기, 학업적 자기효능감 등의 심리적 요인과 영향관계에 있음이 밝혀지고 있다(최규환·여호근·정호균, 2014).

2. 학습가치

학습에 대한 가치는 학습 내용, 과제나 활동의 중요성, 현재 또는 미래의 학습이나 진로에 유용하다고 인식하고 부여되는 가치 수준으로 정리될 수 있다(Hulleman et al., 2008; Hulleman & Harackiewicz, 2009). 기존 연구에서 이러한 학습과제 가치의 다중성(multi-dimensionality)은 학습자들에게 부여되는 과제의 다양한 측면에 대하여 학습자들이 학습에 접근하는 방법이나 결과에 영향을 미치는 것으로 보고되었다(김은지, 2015). 선행 연구 결과를 보면, 학습자들이 부여하는 학습과제나 활동의 유용성이나 중요성은 인지전략의 사용, 자기조절, 수행성과 등과 밀접한 관련을 갖으며, 학습내용이나 과제가 자신의 목표와 관련성이 있거나 유용하게 활용될 수 있다고 지각하면 해당 학습 과제나 활동에 대해 더 관심을 가지고 몰두하려는 경향이 있는 것으로 나타났다(Malka & Covington, 2005; Pintrich & De Groot, 1990; Shechter et al., 2011). 즉, 학습 과제나 활동 등에 대한 유용가치와 달성가치는 학습에 대한 흥미뿐 아니라 학습 참여 행동을 예측하고, 나아가 수행 향상에도 영향을 미치는 것으로 보고되었다(Greene et al., 2004; Hulleman & Harackiewicz, 2009; Malka & Covington, 2005; Wigfield & Eccles, 1992).

또한 학습 내용이나 과제 등의 가치를 인식하고 학습 활동에 참여하는 것이 학습 과정이나 결과에 대한 만족도를 긍정적으로 예측하는 변인으로 제시되기도 하였다(Taylor & Todd, 1995; Venkatesh, 2000). 따라서 학습자들이 인지하는 학습 내용 및 활동의 가치는 학습자들의 몰입과 긍정적인 상관관계가 있으며, 학습 가치를 인지하는 학습자일수록 학습에의 몰입과 만족도가 높아질 것으로 예상할 수 있다.

3. 학습분위기

교수자와 학습자가 구성하는 학습상황의 중요성이 주목을 받고 있다(Carini et al., 2006; Kahu, 2013; Steele & Fullagar, 2009). 구체적으로 교수자가 학습자들의 의견 제시에 열린 자세를 유지하고 학습자들에게 선택권을 제공하며 수업을 진행하는 것은 긍정적인 수업분위기를 형성하여 학습자들의 적극적인 참여를 촉진시키는 것으로 보고되었다(Reeve et al., 2004). 즉, 학습자들이 학습분위기를 자율적으로 인지할수록 학습과정이나 활동에 보다 적극적으로 참여하게 되어 학습몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며(김은지, 2015), 교수자가 수업에서 지원적 분위기를 형성하는 것이 수업만족을 유의하게 예측하는 것으로 보고되었다(Reys et al., 2012; Steele & Fullagar, 2009). 또한, 최근에는 학습자 중심의 지식구성이 중요시 되는 대학 학습 환경에서 교수자와 동료 학습자들과의 상호작용이 학습몰입에 영향을 미치는 또 하나의 관련 변인으로 주목을 받고 있다(Fredricks, Blumenfeld, & Paris, 2004; Hay et al., 2004).

4. 학습동기

학생들의 학습에 대한 흥미를 높이고 학습참여를 지속적으로 촉진시키기 위하여 1980년대부터 자기결정성 이론에 입각한 학습동기에 관한 연구가 학습예측모델의 대표적 연구영역으로 자리매김하고 있다(Vallerand & Blssonnette, 1992; Vallerand et al., 1992; Ryan & Deci, 2000; Komarraju et al., 2009). 자기결정성 학습동기는 동기유형을 연속선 위에 놓고 학습을 하기로 결정하는 데 개인의 의지가 얼마나 반영되어 있는가 하는 자기결정성에 따라 개입도가 낮은 순서부터 무동기, 외재적 동기(외적조절동기, 부과조절동기, 확인조절동기, 통합조절동기), 그리고 내재적동기로 유형화하고 있다(Ryan & Deci, 2000). 내재적 동기는 보상이나 강요가 아닌 순수한 내적 욕구에 의해 행동하려는 경향을 말하며 학습자체가 흥미롭고 즐겁만한 것으로 인식하고 만족, 즐거움, 행복, 몰입, 달성감, 능력 등에 영향을 받으며 외재적

동기는 명백한 외적 보상보다 처벌 등에 의해 행동하려는 경향으로 학습자체와는 관련 없이 어떤 목표를 달성하거나 보상 등을 받기 위하여 경쟁, 평가, 인정 등의 요인에 영향을 받는다(Ryan & Connell, 1989; Vallerand & Blssonnette, 1992; Ryan & Deci, 2000; 한영숙·현성용·이종구·조현철, 2007). 외재적동기를 구체적으로 살펴보면 먼저 외적조절동기는 보상이나 다른 사람에 의한 압력 등 외부로부터 발생하는 것으로 자기결정성이 전혀 포함되지 않은 타율적 행동이다(최규환·여호근·정호균, 2014). 부과 조절동기는 자신이나 타인의 인정을 추구하고 죄책감이나 근심 또는 자기 비난을 회피하기 위하여 행동하는 것을 의미하고 있으며, 확인 조절동기는 학습을 함으로써 얻게 되는 편익으로 인해 개인적 중요성이나 개인이 설정한 목표를 달성하기 위해 동기화된 행동을 말하고 있다(Deci, Vallerand, Pelletier & Ryan, 1991; Pelletier, Fortier, Vallerand, Tuson & Briere, 1995). 교육적인 측면에서 보면 외재적 동기보다는 내재적 동기가 학습효과 및 성취도 차원에서 보다 중시되지만 고학년으로 갈수록 학습에 대한 흥미 등 내재적동기가 감소되기 쉬우므로 외재적 동기를 적절히 구사하여 학습동기를 지속적으로 유도하는 등 내재적 동기와 외재적동기 모두 중요한 요인으로 인식해야 함을 강조하고 있다(Ryan & Deci, 2000).

한편, 통합조절동기는 외재적동기의 한 유형으로 제시되고 있지만 완전한 자기결정성에 기반을 두고 있기 때문에 내재적동기와 매우 비슷한 개념으로 받아들여지고 있다. 그리고 무동기는 지각된 무기력 상태에서부터 발생하는 신념으로 행동하는 관련이 없음을 제시하고 있지만 이미 대학의 수업에 참여하고 있는 이상 외재적동기의 어느 한 유형에 속한다고 볼 수 있기 때문에 학습동기를 외적조절동기, 부과조절동기, 확인 조절동기, 내재적동기의 네 가지 유형으로 구분하는 것이 타당하다 할 수 있다(Ryan & Connell, 1989; Mullan, Markland & Ingledew, 1997).

이러닝과 관련 학습동기가 학습 환경에서 학습의 효과를 높일 수 있는 요소가 된다고 본 Keller(1992)는 학습자들의 동기를 유발시키고 그 동기를 유지시킬 수 있는 교수설계가 필요하다고 주장하였으며, 이에 대하여 Moore and Kearsley(1996)는 학습 내용이 실생활과 연결된 것으로 실제 일상생활 속에서 사용할 수 있는 기회가 제공될

때 학습자들의 동기를 높일 수 있다고 하였다. Muehleisen(1997)은 학생들이 인터넷을 통해 일상생활의 유용성이라는 실용적인 면을 기대할 수 있고 미래에 가지게 될 직업에 대한 기술 습득도 얻을 수 있다는 면에서 동기가 향상 된다고 하였다. Warschauer(1996)는 면 대 면으로 커뮤니케이션을 하는 집단과 컴퓨터를 매개로 커뮤니케이션을 하는 한 집단의 학습참여도를 조사해 보았다. 그 결과 면 대 면으로 학습을 할 때 낮은 참여도를 보였던 학습자들이 컴퓨터를 매개로 하였을 때 더 높은 참여도를 보임으로 컴퓨터를 매개로 한 학습의 경우에 학습자들 간에 유사한 참여도를 보인 것으로 나타났다. 이것은 내향적 성격을 지닌 학습자들이 외향적 성격을 가진 학습자들보다 면 대 면의 커뮤니케이션에 대해 심리적 부담을 느낄 수 있으므로 컴퓨터를 매개로 한 상황에서 보다 편안하게 인식하여 자신의 의견을 더 잘 표현할 수 있을 것(배진한, 1995)이라고 지적했던 점을 반영하는 결과이다. 이러닝에서의 학생들의 태도를 알아보기 위한 연구로 Nelsy(2003)는 이러닝과 전통적인 환경의 수업에서의 학생들의 태도를 비교 연구하였다. 이 연구는 제2언어로서 미네소타대학교에서 스페인어 수업을 수강하는 대학생들을 대상으로 하였다. 그 결과 전통적인 수업 방식과 이러닝 방식간에 각 측면에서 유의미한 차이를 보이지는 않았다. 그러나 학생들의 즉각적인 정보와 피드백 그리고 자신의 학습에 대해 통제하고 자신의 방식으로 학습할 수 있는 능력을 키울 수 있다는 것에 대해 이러닝에 대한 장점을 학생들 스스로 인식한다는 연구결과를 보고하였다. 이 연구결과는 학습자들에게 두드러진 동기 유발을 이끌지는 못했지만 학습자의 자기주도적 학습의 가능성에 대해 긍정적으로 인식할 수 있게 해 준 것으로 보인다.

Cornell and Martin(1997)은 이러닝을 수강하고 있는 학습자가 학습동기에서 교육 체제 내적인 요인들을 통해 동기를 높일 수 있는 방법에 대한 조언으로는 짜임새 있는 코스의 조직, 학습 안내서 제공, 실제 생활과 관련된 내용, 즉각적이고 적절한 피드백 제공, 철저한 복습 기회 제공이 필요하고 적절한 과제로 도전감을 북돋워주고 개인 기록을 서로 교환하게 하고 공개 토의를 실시하는 것 등이 있다고 하였다. 최옥(1999)은 이러닝에서 학습자의 동기화 여부를 판단할 수 있는 기준을 학습자의 강한 의지, 각종

과제의 조기 완성 및 제출, 기타 이러닝 과목의 이수 여부 등이며 이러한 기준에 입각하여 비동기화의 우려가 있는 학습자에게 적절한 학습지원을 해야 한다고 주장하였다.

5. 정보추구

카이에(Kaye, 2005)가 블로그 이용자 3,747명을 대상으로 블로그 이용 동기를 살펴본 연구가 있다. 이 연구결과 미국 블로거들의 주이용 동기는 정보추구와 미디어 체크(information seeking and media check), 편리(convenience), 개인적 성취(personal fulfillment), 정치적 감시(political surveillance), 사회적 감시(social surveillance), 그리고 의사표현과 연대(expression and affiliation)로 총 6가지 요인이었다. 예를 들어 정보추구와 미디어 체크(information seeking and media check)는 블로그 이용자가 미디어의 정확성을 체크하고자 다른 사람과의 토론수단으로 또는 중요한 이슈에 대한 자신의 태도를 결정하기 위해서 블로그를 이용하는 것을 의미하며, 정치적 감시(political surveillance)는 정치인의 자질을 평가하고자 편견 없는 시각을 얻으려고, 쟁점에 대한 정치인의 견해를 알기 위해서 블로그를 이용하는 것을 가리킨다(박노일·남은하, 2008).

6. 자기표현

Pew(2006)의 연구는 사람들은 자신을 창의적으로 표현하기 위해서, 자신의 경험을 정리하고 타인들과 공유하기 위해서, 친인척과 연락하기 위해서, 실질적인 지식이나 기술을 타인과 공유하기 위해서, 사람들을 행동하도록 자극하기 위해서, 사람들을 즐겁게 하기 위해서, 자신에게 중요한 정보나 자료를 보관하기 위해서, 다른 사람들에게 영향을 미치기 위해서, 새로운 사람과 만나기 위해서 블로그를 이용하는 것으로 나타났다. 이 중에서 자신을 창조적으로 표현하고 자신의 경험을 타인들과 공유하고픈 동기가 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 조사되었다(박노일·남은하, 2008).

7. 커뮤니케이션

SNS는 인터넷상에서 정해진 시스템 내에서 공통의 관심사를 지니고 있는 사용자들 간의 사회적 관계를 형성한다(정연수·이승엽·정대율, 2015). 그리고 이러한 인적 네트워크를 바탕으로 정보의 탐색, 콘텐츠 공유, 인적 관리 등의 상호작용을 지원하는 커뮤니티 서비스라고 정의할 수 있다. 정유진·배국진(2011)은 SNS를 인터넷상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인맥을 형성하여 폭넓은 인적네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스로 미니홈피, 블로그, 마이크로 블로그, 커뮤니티(카페.클럽)등을 포함한다고 하였다. 또한 이런 공통의 관심사를 지니고 있는 사용자들이 인터넷 상에서 관계를 형성하는 것을 지원하고 형성된 관계를 바탕으로 인맥관리, 정보 공유, 콘텐츠 공유 등 다양한 활동을 할 수 있도록 지원하는 서비스를 SNS로 정의하고 있다. Boyd and Ellison(2007)은 SNS를 인터넷을 기반으로 정해진 시스템 내에서 공동체를 구성하고, 자신의 인적네트워크를 공개하며, 타인의 네트워크를 탐색하고, 네트워크를 통해 일어나는 개인 간 상호작용을 지원하는 서비스로 정의하고 있다.

Boyd and Ellison(2007)은 소셜 네트워크 서비스의 핵심적 특성으로 콘텐츠의 생산, 개인 프로파일의 생성, 관계, 커뮤니케이션으로 제시하고 있다. Pereira et al.(2010)은 소셜소프트웨어의 특징을 7가지로 구분하였다. SNS는 소셜소프트웨어에 포함되므로 Pereira et al.(2010)의 소셜소프트웨어의 특성을 SNS에 접목시킬 수 있다. 즉, SNS에 대한 특성을 속성별로 실재감(Presence), 관계(Relationships), 정체성(Identity), 평판(Reputation), 그룹(Groups), 공유(Sharing), 대화(Conversations) 등으로 구분가능하다.

초기 인터넷매체에 관한 이용에 관한 연구로 James et al.(1995)은 인터넷을 이용하는 주요 이용동기로서 정보추구동기를 주장했다. 이후로 정보추구뿐만 아니라, 개인적 즐거움, 도피, 사회화, 경제성, 유희, 욕구, 충동적, 정보탐색 등으로 구체적이고 세부적으로 연구되어 제시되고 있다. 또 다른 연구에서는 SNS를 정보탐색, 유희성,

커뮤니케이션으로 크게 세 가지로 구분하고 있다. 정보탐색에는 정치적 감시, 미디어 및 이슈체크, 정보의 추구, 미디어 검토, 실제적 지식, 기술의 공유, 자료의 보관, 도구적 욕구, 환경의 감시 등이 있으며, 유희적 동기에는 개인적 성취, 도피, 휴식, 기쁨, 개인적 의사결정, 습관, 재미, 자기표현, 커뮤니케이션 동기에는 다양한 시간, 관계자간의 접촉, 관계 관리와 도피, 정보의 공유, 정보의 저장, 감정 표현, 연대, 개인적 성취, 의견의 표현, 사회적 작용관계, 자아 추구적 동기 등이 있다(Lenhart, 2006; 박노일·남은하, 2008).

제3절 SNS의 몰입도

학습몰입은 학습자들의 학업성취와 학습동기, 태도 등에 긍정적인 영향을 미치며, 내재적인 보상 기저로써 자기 강화가 되어 지속적인 학습이 가능하도록 해주는 중요한 변인으로 연구되고 있다(박혜진, 2008; 김아연·탁하얀·이재희, 2010). 또한 웹기반 학습에서 미디어와 상호작용을 통해 학습에 최적 경험과 주의집중을 높일 수 있도록 해준다(박혜진, 2008). SNS는 웹기반 학습보다 학습몰입을 높일 수 있는 기능적 특성들을 가지고 있다. 수업과 관련된 정보들을 실시간, 즉시적으로 제공해주고, 다양한 콘텐츠를 직접 제작하고 공유하는 등 학습자의 참여도를 향상시킬 수 있다(유병민·박혜진·차승봉, 2013).

또한 다양한 정보들을 검색할 수 있고, 스마트폰이나 아이패드 등을 활용하여 언제 어디서나 학습 참여가 가능하다. 특히, 학습 구성원들과 의사소통의 향상은 그들로 하여금 지속적으로 학습과정에 노출되게 하는 등 학습몰입을 높이고 협력하여 목표를 달성할 수 있는 환경을 제공해 준다(박혜진, 2013). SNS의 기능적 특성, 그 중에서도 멀티미디어의 제작과 공유, 의사소통 기능은 학습자들에게 SNS에 몰입을 하게 해주고, 정보에 대한 알림 기능은 수시로 학습에 대한 정보를 탐독하도록 해준다.

따라서 SNS 활용 수업에서 학습몰입이 매우 중요한 변인으로써 영향을 미친다고

할 수 있다. 이러한 학습몰입은 학습자의 학습과정에 대한 흥미를 향상시키고, 주의 집중과 노력을 통해, 명확한 목표를 가질 수 있도록 해주며, 그 결과 학습에 대한 최적의 경험을 제공함으로써 학습만족도가 향상된다고 하였다(이은주, 2001; 조일현·임규연, 2002; Shin, 2006). 또한 학습지속의향에 영향(Cabrera, Casraneda, Nora, & Hengstler, 1992; Tinto, 1975, 1987)을 미치는 중요한 변인으로 학습목표에 대한 몰입은 학습에 대한 지속적인 참여 또는 재참여 의지에 영향을 미치는 것으로 나타났다.(Cabrera, Nora, & Casraneda, 1993).

학습몰입이란 학습목표를 성취하고자 학습자가 자신을 둘러싼 학습과정과 활동 등과 지속적으로 상호작용하는 심리적 과정으로 정의된다(Carini, Kuh, & Klein, 2006; Newmann, Wehlage & Lamborn, 1992). 지금까지 제시된 다양한 학습몰입의 정의는 공통적으로 학습자의 인지적, 행동적, 정의적 측면 등 다차원을 포함하며, 학습자가 수업 관련 활동에 능동적으로 주의집중하거나 몰두하게 되는 과정과 상태로 요약될 수 있다(Coates, 2005; Handelsman et al., 2005; Schreiner & Louis, 2006). 최근 다양한 활동에 적극적으로 참여하고 집중하는 몰입이 효과적인 학습 수행 뿐 아니라 대학생활에 대한 만족을 예측한다는 관점이 주목을 받으면서 학습자의 학습몰입에 긍정적 또는 부정적 영향을 주는 학습자 관련 변인, 학습 과정이나 맥락적 상황과 관련된 요인들에 대한 관심이 더욱 증가하고 있다.

학습몰입에 관한 기존의 연구는 크게 심리적 선행 요인 관련 연구, 환경적 영향 변인 관련 연구, 그리고 몰입의 결과에 대한 연구 등으로 나누어 볼 수 있다. 먼저 심리적 요인에 관한 연구들은 주로 흥미와 학습동기, 자기존중감 및 자기주도적 학습 능력과의 관계 등에 초점을 두고 수행되었다(이은주, 2001; 이지혜, 2009; Carini, Kuh, & Klein, 2006). 학습몰입과 관련된 환경적 영향 변인을 다룬 연구로는 학습활동 및 과제의 특성, 교수자와의 상호관계 및 수업방식 등을 다룬 연구가 최근 증가하고 있으나(이숙정, 2011; Steele, & Fullagar, 2009), 학습자 개인 변인에 초점을 둔 연구에 비해 아직 활발한 편은 아니다. 이외 몰입의 결과와 관련된 연구들은 주로 학업성취 예측에 중요한 선행요인으로서 몰입에 초점을 두고 학습시간 단축, 만족, 과제 수행 완료 등에 대한 것이 대부분이다(김영희·김영수, 2006; Carini, Kuh, & Klein, 2006; Csikszentmihalyi, Rathunde, & Whaleden, 1993;

Handelsman et al., 2005). 그러나 대부분의 선행연구들이 학습몰입과 학습자의 심리적 요인과 환경적 요인과의 관계를 단편적으로 살펴봄으로써 학습자의 내·외적 요인들 간의 구조적 관계를 파악하거나 통합적으로 이해할 수 있는 틀을 제시하지 못했다는 한계를 드러내기도 하였다. 학습몰입은 개인적 변인들과 환경적 변인들과 복합적으로 상호작용하므로(Nakamura & Csikszentmihalyi, 2002) 학습자요인과 학습 상황의 메커니즘을 이해하기 위해서는 관련 변인과의 구조적인 관계를 살펴볼 필요가 있다. 이에 본 연구에서는 학습자의 내적 요인과 외적 요인을 통합적으로 살펴보며, 그 구조적 관계에 관해 탐색하고자 한다.

몰입은 Flow, Engagement, Commitment, Immersion, Absorption, Presence 등의 다양한 개념으로 정의된다. 심지어 관여(Involvement)와 유사한 개념으로 전제하는 연구도 있다(Brown and Cairns, 2004).

Trevino and Webster(1992)는 몰입(Flow)을 “사용자가 어떤 미디어와의 상호작용을 즐겁고 탐색적인 것으로 인식하는 것으로 하이퍼미디어 환경에서 상호작용에 대한 통제감을 인지하며 주목하게 되고 상호작용으로 부터의 인지적 즐거움을 발견한다”고 했다.

Hoffman and Novak(1996)은 사회심리학적 개념이었던 몰입(Flow)의 개념을 처음으로 웹에 적용시켰는데, 이들은 이용자가 인터넷을 이용하면서 주관적으로 최적의 경험을 하게 될 경우 얻어지는 것을 웹에서의 몰입으로 정의하였다. 정보기술 분야에서는 컴퓨터와의 상호작용 속에서 발생하는 즐거움으로 정의하고 있다(Woszczynski et al., 2002).

Agarwal and Karahanna(2000)는 인지적 몰입(Cognitive Absorption)이라는 개념을 사용하여 소프트웨어에 관하여 깊이 관여한 상태라고 정의하였다. Tellegen and Atkinson(1974)은 몰입(Absorption)은 자신의 관심사에 주의를 기울이도록 이끄는 성향(Disposition)이나 특성(Trait)으로 정의했다. 인지적 몰입은 몰입(Absorption)과 플로우(Flow), 인지적 관여 등의 연구에 기반을 두고 있다. 인지적 몰입은 하위차원으로 시간 일탈(Temporal Disassociation), 주의집중(Focused Immersion), 흥미(Heightened Enjoy), 통제(Control), 호기심(Curiosity) 등 5개의 차원이 있다

(Agarwal and Karahanna, 2000).

제4절 SNS의 만족도 및 학습성과

학습만족도는 학습자들의 교육 또는 학습에 대한 요구의 충족 여부 등 학습자의 반응에 대한 평가척도이자 학습의 ‘즉각적인 결과(Astin, 1993)’로써 성취도와 함께 학습효과를 측정하는 주요한 변인 중에 하나이다(유평준, 2003; Willging & Johnson, 2004; Johnson, Hornuk, & Salas, 2008). SNS 활용 수업이 효과가 있다는 것은 학습자들이 학습에 있어서 만족감을 나타내거나 자신의 학습에 가치가 있다고 느낄 때라고 할 수 있다. 또한 학습만족도는 교육 목표 달성 여부를 명확하게 보여줄 수 있는 지표로서 학습만족도 결과를 향후 프로그램 개선 및 반영에 도움을 줄 수 있다(김지심, 2009). 즉, 학습 만족도를 높여 줄 수 있는 전략들을 제시하여 교육의 전반적인 질을 효과적으로 높일 수 있다(Merriam & Merriam, 2001). 따라서 SNS 활용수업에서 학습자들의 만족도 여부는 수업 운영이 성공적으로 이루어졌는가와 학습자들의 요구사항들이 잘 반영되었는가를 평가할 수 있는 매우 중요한 변인이라고 할 수 있다. 이러한 학습만족도는 학습자가 교육결과에 대해 만족할 때, 학습을 지속하려는 경향을 보인다는 연구들이 있다(Martinez & Monday, 1998; Levy, 2007; Müller, 2008).

학업성취도는 학습환경 속에서 주어진 학습목표를 어느 정도 달성하였는가를 측정하는 개념으로서, 학생 개인별 학업성취를 객관적으로 평가하고 이를 바탕으로 보다 효과적인 학습목표 달성과 수업방법의 개선 등을 실현할 수 있다는 점에서 많은 선행연구에서 학습예측모델에 반영하여 분석하고 있다(Pintrich & De Groot, 1990; Korarraju et al., 2009). 학업성취도는 학습자가 교육과 학습을 통해 나타난 결과로 학생의 변화와 성장 수준, 지식을 습득한 결과라 할 수 있다(Astin, 1991).

학업성취도 연구에서는 이를 측정하는 방법론적 측면에 관심을 보여 왔는데 여기에는 크게 2가지 방법이 제시되어 왔다. 실제적으로 학생들의 교과 성적인 GPA(grade

point average)를 그대로 계량화하여 이용하는 방법과 지식습득이나 성취감, 달성감 등의 변수로 추상적인 요인을 도출하는 방법 등이 있는데 두 방법 모두 관련 연구자들에게 지지를 받고 있다(Zimmerman et al., 1992). 본 연구에서는 두 방법 중 전국의 관광 관련 대학생을 조사대상으로 하고 있어 성적 입수의 어려운 점을 감안하여 학업 성취도에 대한 지각의 정도로서 측정하였다. 학습참여도는 학습동기와 관련되어 있으며 선행연구를 통해 살펴보면 다음과 같다. Visser and Keller(1990)는 원격교육에서 높은 중도 탈락율을 방지하기 위한 방안으로 동기유발 전략 메시지를 제공하여 그 효과를 검증하였다. 실험결과 동기메시지를 받은 두 집단의 수료율은 통제 집단의 수료율보다 유의미하게 높았으나, 동기메시지의 종류에 따른 차이는 나타나지 않았다. 또한 임규연(1999)은 웹기반 온라인 토론에서 학습 참여도에 영향을 미치는 요인에 대해 연구한 결과, 성적 및 외적 보상을 위해 학습하고자하는 외적 동기가 높은 학습자들은 매우 높은 학습참여도를 보여 주었음을 보고하고 있다.

학습동기의 교육적 의미를 제시하기 위해 많은 연구들에서 학습동기 유발 변인과 다양한 학습 결과 및 행동 간의 관계가 연구되었다. 일반적으로 학습동기는 학업성취에 깊은 관련을 보이는 것으로 인식되어 왔다. 예컨대 학교 공부를 하는데 있어 내적동기를 보고한 학생들이 개념적 학습과 기억면에서 더 나았으며, 시험을 보기 위해 교재를 학습한 학생보다 일상생활에 사용하기 위해 교재를 학습한 학생들이 학습에 대해 더 많은 내적 동기를 보고 하였으며, 더욱 개념적 이해가 빨랐다. 그리고 학교 공부에 대해 더 자기 결정적인 학생들은 그렇지 않은 학생들보다 학교에 더 남아있는 경향이 있었다(Benware and Deci, 1984). Harris and Desimone(1994)의 연구에서도 학습 동기가 교육의 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과가 제시되고 있다. 즉 학습동기가 높을수록 교육을 통한 학습량이 많아져 교육의 유효성이 높아진다는 것이다. Wang(2003)은 학습자 인터페이스 학습커뮤니티, 콘텐츠, 개인화가 이러닝 학습자의 만족에 미치는 영향을 연구하였다.

조현철(2000)은 연구결과, 고등학생들은 학습에 대해 내적 동기보다는 외적으로 규제된 상태를 크게 유지하였고, 공부를 출세나 돈벌이라는 외적 목적에 따라 한다고 대답

한 학생들은 꼭 높은 학업성취를 보이지는 않았으나, 공부를 해야 할 필요를 주입한 상태로 내면화한 학생의 경우 높은 학업성취를 보여 정(+)의 상관관계를 보였다.

이은주(2001)의 연구 결과는 자율적 외재적 동기 및 내재적 동기와 같은 자기 결정감이 높은 동기가 몰입과 정적인 관련성이 있음을 보여 준다. 반면에 자기결정감이 낮은 동기로 동기화 될수록 몰입을 적게 경험하는 것으로 보인다. 김종숙(2007)의 연구에서는 학업 성취에 미치는 영향을 알아보기 위해 학습 동기를 매개 변인으로 설정하고 학습성과를 자기효능감, 내적동기, 시간적 편리성으로 설정하여 측정한 결과 학습동기가 학습성과에 직접적으로 영향을 미치는 결과를 나타냈다. 김인재·이연정(2008)의 웹기반 원격 교육의 학업성취에 미치는 영향에서는 웹기반 원격교육 하에서 학업성취는 학업동기가 매개함으로써 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다(유병민·박혜진·차승봉, 2013).

제3장 연구가설 및 연구모형 수립

제1절 연구모형의 설정

1. 연구모형

SNS가 지속적으로 등장함에 따라 새로운 기능이 추가되면서 SNS를 분류하는 기준이나 관점도 시기에 따라 다양하게 분류할 수 있다(Hwang Hong-Seop, 2014). SNS는 다음 카페, 네이버 카페, 구글 플로스 등의 온라인 커뮤니티, 다음 또는 네이버 블로그 등의 미니홈피, 페이스 북과 트위터 등의 마이크로 블로그, wikipedia, UCC 등의 지식공유 서비스 사이트, 인스타그램, 패스, 푸딩투 등의 사진공유 서비스

포스퀘어, 저스팟 등의 위치기반 서비스, 카톡, 카카오토리, 밴드, 마이피플, 라인, 네이트 온 등의 인맥관리 서비스 등으로 구분되고 있다(한국인터넷진흥원, 2009).

이용자는 소셜네트워크서비스의 이용목적에 따라 이용동기가 달라진다. 최근에는 취업이나 주변인들과의 관계를 위한 평판관리가 목적인 이용자는 평판관리를 위한 SNS 활동을 하게 된다. Wilson(2011)은 평판을 인지하고 평판에 영향을 주는 나쁜 요소를 제거하고 좋은 평판을 유지하고 향상시키기 위해 지속적인 관심이 필요하다고 했다. 평판을 인지할수록 소셜네트워크를 이용하여 좋은 평판을 얻기 위해 지속적인 몰입을 일으킬 수 있다는 것으로 해석 할 수 있다. SNS를 통해 실시간으로 정보의 확산이 가능해지면서 사람들이 평판에 더욱 신경을 쓸 수밖에 없게 되었다. 이에 61%에 달하는 이용자들이 평판을 모니터링하기 위해 자주 SNS를 방문하고 평판관리를 위한 많은 활동들이 SNS 상에서 일어나고 있다(Madden and Smith, 2010).

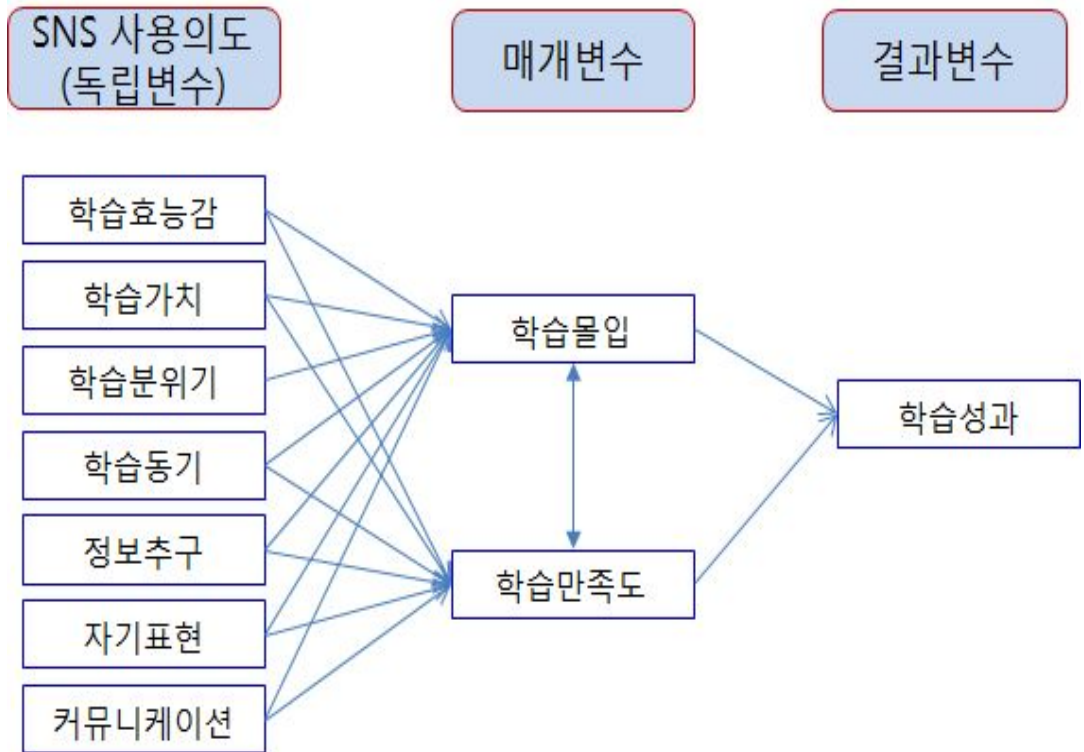
이와 같은 SNS가 구분됨에 따라 사용하는 이용자들은 다양한 목적으로 SNS를 이용하고 있다. 세대별 이용의 차이점과 사용목적에 따라 SNS를 이용하는 방법이 달라 연구하는 방향이 각기 다르게 분석하고 있다. 따라서 본 연구는 SNS가 교육적 차원에서 활용성을 검증하기 연구의 모형을 수립하였다. 특히, 실업계 고등학생들의 교육적 사용 의도와 학습몰입, 학습만족도 그리고 학습성과의 결과를 얻기 위해 기존의 선행연구를 참조로 하여 모형을 수립하였다.

SNS의 교육적 효과를 연구한 선행연구로 Ryan, Magro and Sharp(2011), Garcia, Annansingh and Elbeltagi(2011), Davies(2012), 정미현·김재현(2012)와 임걸(2010)의 연구와 SNS의 지식관리 도구로서 고등교육에서 지식을 습득, 저장, 공유, 확산시킴으로서 혁신이나 창의성, 생산성 제공에 관하여 연구한 Garoia, Annansingh and Elbeltagi(2011)의 연구를 참조하였다. 또한 트위터에 관한 연구로 Ebner et al. (2010)은 고등교육에서 비공식적인 학습(Informal Learning)을 통한 트위터의 효과에 대해 교육적 가치를 입증하였으며, 이정민·윤나라(2010)는 트위터를 활용한 토론학습에서 고려해야 할 지침을 얻고자 과제가치, 트위터 효능감, 사회적 실재감이 학습만족도에 미치는 영향과 사회적 실재감의 매개효과를 연구한 결과를 고려하였다. 연구결과

과제가치, 트위터 효능감, 사회적 실재감은 학습만족도에 유의미한 영향을 미치는 요인으로 확인되었으며, 사회적 실재감은 과제가치와 트위터 효능이 학습만족도를 예측하는 매개역할을 하는 연구를 참조하였다.

아울러 Wimmer, et al.(2000)이 제시한 미디어연구 발전모델을 4단계 중 2영역에 해당하는 미디어 이용 형태와 이용자에 관한 것으로 산업적 접근, 수용자, 내용, 교육 도구로서의 이용, 민주주의 도구로서의 이용, 저널리즘 도구로서의 이용, 웹사이트 평가 등에 대한 요인들을 참조하였다.

[그림 1] 연구모형



또한 본 연구는 정미현·김영록·김재현(2014)의 효과적 SNS의 교육적 활용방안과 SNS의 사용률이 높은 대학생들을 대상으로 구체적인 SNS 교육적 활용방법에 대한 의견을 검토하여 본 연구의 모델을 수립하였다. 특히 이들의 연구에서 교육주체별 SNS의 교육적 활용방법을 가시화하고자 교수자 영역과 학습자 영역, 공동영역을 범주화하였다. 그 결과 공동영역에는 의견 교류 및 토론, 정보공유, 학습내용에 대한 질의응답, 설문조사, 친밀감 형성, 상담 등이 포함되었다.

2. 연구가설 설정

1) 사용의도

Wang and Fesenmaier(2004)의 연구에서 는 온라인 SNS에서 활동을 유발하는 이용동기로 정보획득의 기능적 동기, 즐거움을 얻고자 하는 유희적 동기, 자기표현을 하는 심리적 동기, 사회적 관계를 통한 사회적 동기로 나누었으며, Henning-Thurau et al.(2004)은 다른 사람에게 도움을 주기 위한 이타적 동기, 자아표현의 수단, 사회 관계적 동기, 경제적 동기, 문제해결을 위한 동기 등을 온라인에서 커뮤니케이션 활동을 하게 하는 요인들로 구분 하였다.

Leary(1996)는 타인을 대상으로 자신을 표현함으로써 타인으로 하여금 자신의 긍정적인 사회적 인상을 형성하게 하고, 부정적인 인상에 대한 인식률을 최소화하기 위한 행위를 평판관리로 정의하고 있다.

Coley(2006)는 페이스북을 이용하는 학생들은 재미와 오락을 위해 그룹을 만들고 SNS의 활동이 스스로에게 즐거움을 느끼게 하는 것을 지각하며 사용하고 있다고 주장 하였다. 또한 공통의 관심을 가진 그룹을 생성함으로써 공동체와 연결을 하는 것이 페이스북을 이용하는 주된 동기라고 주장하였다.

본 연구에서는 이러한 선행연구들을 바탕으로 하여, SNS에서의 이용동기를 정보추구 동기, 자기공유동기, 자기표현동기, 유희추구동기, 커뮤니케이션 동기로 분류하고,

각 특성이 평판도 인식(평판인지)에 영향을 줄 것이라 가정하였다.

학습몰입은 높은 학업성취에 도달할 수 있도록 해주며, 학습몰입이 높을수록 학업성취도도 높게 나타나고 있다(김효근·서은숙·서현주, 2008; 박성익·김연경, 2006; 석임복, 2008). 이지혜(2010)는 고등학생들을 대상으로 한 연구에서 학습몰입과 학업성취도와는 긍정적인 영향관계가 있음을 제시하고 있으며, 김종운·김효은(2012)은 학습몰입과 학업성취도 간에 유의한 상관관계를 보고하고 있다. 이숙정(2011)은 학습몰입이 높은 학습자일수록 학업성취도가 높다고 하면서 학습몰입은 학업적 자기효능감과 학업성취도 사이를 매개하는 주요 변수임을 보여주고 있다.

2) 몰입

Agarwal and Karahanna(2000)은 인지적 몰입이 즐거움과 개인의 혁신성으로부터 영향을 받는다고 했다. 고동완 외(2013)는 소셜미디어 이용동기인 관계형성, 자기표현, 기분환, 사회교류 등이 몰입과 만족에 미치는 영향을 검증한 결과, 자기표현과 사회교류가 직간접적인 영향을 기분전환 동기가 간접적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한, 이소희 외(2012)는 카카오톡을 중심으로 모바일 메신저의 이용동기, 상호작용, 사용자 몰입간의 관계를 검증하였다. 모바일 메신저의 이용동기를 기능적 동기, 사회적 동기, 유희적 동기로 구분하여 검증한 결과 이용동기와 상호작용, 몰입 간에 유의한 영향관계가 있음이 밝혀졌다. 노영(2015)은 SNS의 이용동기 요인을 자기표현, 관계형성, 사회교류, 정보성, 유희성 등으로 구분하고 몰입과의 관계를 검증한 결과, 자기표현과 정보성을 제외한 관계형성, 사회교류, 유희성 등의 요인이 몰입에 유의한 영향을 미친 것으로 나타났다. Venkatesh and Davis(2000)는 자신이 속한 준거집단 내에서 자신의 이미지를 향상시키고 유지하기위해 노력한다고 했다. 이와 더불어 Pfeffer(1982)의 저서 조직과 조직이론에서는 준거집단 내에서 정보기술이 유용하다고 판단되는 경우, 이를 사용함으로써 얻어지는 유용성과 자신의 이미지 상승효과를 고려함으로 해서 정보기술을 사용하게 된다고 하였다. SNS 상에서는 여러 사람들의 참여를 통해 여론이

생성되고 빠른 시간 내에 퍼져나간다. 이것을 통해 SNS 상에서의 활동성이 활발해짐에 따라 정보의 확산 또한 활발해 짐을 알 수 있다. 다시 말하자면, 장기간에 걸쳐 축적되어져오던 평판은 온라인상의 정보를 통해 쉽게 구축될 수 있게 되며 그를 통해 SNS의 이용이 활발해 진다는 것을 알 수 있다.

김보연 외(2006)는 MP3 플레이어에 대한 기술수용 연구에서 몰입이 MP3 이용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 도출했고, 김진화·변현수(2004)의 연구에서는 가상커뮤니티의 이용에 있어 몰입의 영향이 강하게 나타났다. Zhang et al.(2006)는 대학교의 웹사이트를 대상으로 인지적 몰입의 선행변수로 지각된 감정적 특성을 제안하였고, 김유정(2005)의 연구에서는 미디어 이용자들이 미디어 이용을 통해 자신의 심리적 욕구를 충족해 줄 것을 기대하며 미디어를 이용으로부터 욕구를 충족하게 된다고 하였다.

SNS가 점차 자아표현과 홍보의 도구로서 활용됨에 따라 자기표현에 대하여 다른 사람들의 반응을 의식하게 되었고, 대부분의 회사가 채용 시, 지원자의 소셜네트워크를 통한 평판조사가 빈번히 행해짐에 따라 개인의 평판까지 의식하며 관리해야 하는 필요성이 생겼다. 장기간에 걸쳐 축적되어져오던 평판은 인터넷을 통해 빠른 속도로 확산되며, 실시간으로 이루어지고 그 결과 사용자의 활발한 활동으로 이어지게 된다.

본 연구에서는 이러한 선행연구들을 바탕으로 하여, SNS에서의 이용동기가 몰입에 영향을 줄 것이라 가정하였다.

H1 : SNS 사용의도가 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1: SNS 학습효능감이 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2: SNS 학습가치가 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3: SNS 학습분위기가 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4: SNS 학습동기가 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-5: SNS 정보추구가 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-6: SNS 자기표현이 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-7: SNS 커뮤니케이션이 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 학습성과

학습동기의 교육적 의미를 제시하기 위해 많은 연구들에서 학습동기 유발요인과 다양한 학습결과 및 행동간의 관계가 연구되었다. 일반적으로 학습동기는 학업성취에 깊은 관련을 보이는 것으로 인식되어 왔다. Gottfried(1990)는 수학 및 읽기등과 같이 구체적인 과목에 대한 학습동기를 초등저학년, 초등고학년, 고등학교 학생을 대상으로 측정한 결과, 내적동기와 성취간에 유의한 상관관계가 있음을 발견한 바 있다.

Noe(1996)는 교육의 성과에 학습동기가 직접적으로 영향을 미친다고 주장하면서 이를 하나의 모델로 정리하여 제시하였다. Noe의 모델에 의하면 경력이나 직무에 대한 태도, 자기유능감, 통제위치 등이 학습동기에 영향을 미치며, 이러한 학습동기와 교육자체에 대한 반응이 참가자의 학습성과에 직접적인 영향을 미친다는 것이다.

김용래(1993)는 동기는 개인의 행동수준이나 정도를 결정하는 요인으로서 행동목표를 분명하게 하고 유발된 행동을 일정 방향으로 계속 이끌어가는 동인이라고 보았으며, 학습과 관련해서는 학습동기를 학습자들의 제반학습 활동을 촉진시켜주는 동시에 학습의욕을 환기시켜주는 동인이라고 정의하였다. 특히 학습동기는 학습자의 제반 학습활동을 촉진시켜주는 활력소가 되고 특정학습을 선택할 수 있게 유도하며 학습목표를 명확하게 하는 역할을 한다.

학습동기 유발 영향요인 연구와 관련 나이, 성별, 학습동기, 성격, 문화적 배경, 학습기간, 학습 환경 등의 다양한 변수에 대한 연구가 이루어지고 있다(이주영, 2005).

이러닝은 오프라인 수업과는 달리 교수자나 튜터가 과정을 운영하면서 학습자와 직·간접적으로 만나는 기회가 주어지므로 학습자의 학습동기를 효과적으로 유발·유지하기 위해서는 교수자나 튜터가 학습자와 직·간접적인 상호작용을 통해 구사할 수 있는 학습동기 유발전략을 실행하여야 한다.

학습동기 설계 및 동기전략 수립차원에서 지금까지 제시된 여러 모형 중 가장 대표

적인 모형으로 ARCS 모형을 들 수 있다. ARCS 모형은 동기설계 전략을 위한 모형 중 가장 널리 알려져 있는 모델로 동기유발전략 설계 시 고려해야 할 요소로서 학습에 대한 주의집중, 적절성, 자신감, 만족감의 네 가지 요소를 제시하고 있다. ARCS 전략은 사회의 여러 부분 즉, 초·중등학교, 대학교, 기업, 관공서, 사회단체 등에서 사용되어 왔으며 많은 동기 관련 변인들을 통합한 모형으로서 동기유발 전략의 토대로서 가장 타당한 모형으로 인식되고 있다(Means et al. 1997). Keller(1992)는 수업에서 체계적인 동기전략의 필요성을 주장하면서 ARCS 전략을 통하여 학습자의 동기를 유발할 수 있다고 주장하고 있다.

ARCS 전략의 유효성은 여러 학자들에 의해 검증되고 있다. Song(1998)은 컴퓨터수업에서 ARCS 기반의 동기전략을 제공받은 학습자 집단이 제공받지 못한 학습자 집단보다 높은 학업성취도를 보였다고 주장하였다. Means et al.(1997)은 동기유발 하위변인 중 관련성 요인의 제공이 학습자들의 동기와 학업성취도 향상에 영향을 주었다고 분석하면서 학습동기 지수가 학업성취도 변량의 50% 정도를 설명한다고 보고하여 ARCS 모형의 적용이 학업성취의 향상으로 이어질 수 있음을 시사하였다.

H2 : SNS 사용의도가 학습만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H2-1: SNS 학습효능감이 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H3-2: SNS 학습가치가 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H4-3: SNS 학습분위기가 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H5-4: SNS 학습동기가 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H6-5: SNS 정보추구가 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H7-6: SNS 자기표현이 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H8-7: SNS 커뮤니케이션이 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

4) 학습몰입과 학업성취도

학습전이에 가장 큰 영향을 미치는 요인 중의 하나가 학습이며 이들 두 요인간에는 정비례적인 관계가 성립되어 학습량 및 학습성도가 크면 학습전이가 많이 발생한다 (Noe, 1986). 또한 학습관련 다양한 요인들로서 학습몰입은 직·간접적으로 학습전이와 연결되고 대부분의 선행연구에서 학습몰입은 학습전이에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(임효창·이인석·박경규, 2004; 김효근·서은숙·서현주, 2008; 주영주·김소나, 2008; 주영주·김소나·박수영·김은경, 2009; 강여진, 2011). 학습을 통하여 습득한 성취가 높을수록 학습전이 효과는 크게 나타나며(신강현·오인수, 2004; 김효근·서은숙·서현주, 2008; 주영주·김소나·박수영·김은경, 2009), 주영주·김소나·김은경·박수영(2008)은 기업 사이버교육생들을 대상으로 한 연구에서 학업성취도는 학습전이에 긍정적인 영향관계가 있음을 제시하고 있다.

H3 : SNS 학습몰입이 학습만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H4 : SNS 학습몰입이 학습성도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H5 : SNS 학습만족도가 학습성도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

3. 설문지 구성

본 연구는 설문지 조사법을 이용하여 연구를 분석하였기 때문에 선행연구를 검토하여 설문지를 작성하였다. 이를 설문지 항목을 통해 선행변수, 매개변수, 결과변수를 나누어 정리하여 코딩작업을 하였다. 설문변수의 조정된 요인으로 SNS 사용의도인 선행변수로 학습효능감, 학습가치, 학습분위기, 학습동기, 정보추구, 자기표현 그리고 커뮤니케이션 7개 요인으로 구분하고 있으며, 매개변수로는 학습몰입, 학습만족도와 결과변수인 학습성도로 설문지를 구성하였다

<표 1> SNS 사용의도 및 학습의도

SNS 사용변수	설문내용	문항유형
SNS 일반적 현황	학년	선택형
	SNS 이용경험	
	SNS 친구 수	
	SNS 이용빈도	
	1일 SNS 이용 시간	
	성적	
	SNS 이용 매체(다중응답)	
	SNS 이용 이유(다중응답)	
	학교 교육적 차원에서 SNS 이용 횟수	
	SNS 사용의 중독성 여부	
	SNS 사용의 효능성	
	심리적 속성	
	SNS 사용의 통제성	
학습효능감	수업관련정보를 얻기 위해 친구들과 SNS를 이용한다 SNS 활용으로 친구들과 관계가 좋아졌다 학교수업을 보완하기 위해 SNS를 이용한다 즐거움을 얻기 위해 SNS를 이용한다 습관적으로 SNS를 이용한다 SNS 활용이 학업을 보다 효율적으로 수행할 수 있다	리커트 5점척도
	수업에 대한 정보탐색을 위해 SNS를 이용한다 SNS 활용으로 친구들에게 나의 평가가 긍정적으로 상승하였다 SNS 활용으로 나의 가치상승의 기대정도도 높아졌다 SNS를 지속적으로 사용할 것이다 SNS 활용이 학교학습가치를 높인다	
학습가치	여가시간을 즐기기 위해 SNS를 이용한다 시간을 보내기 위해 SNS를 이용한다	
학습분위기		

	<p>SNS 사용으로 유행과 시기에 뒤처지지 않는다</p> <p>학교에서 공부 잘하는 친구가 가까워지기 위해 SNS를 한다</p> <p>SNS 활용으로 친구들과 재미있는 대화로 수업분위기가 좋다</p>
학습동기	<p>선생님과 상담을 위해 SNS를 이용한다</p> <p>방문자의 댓글을 보는 것이 즐겁기 때문에 SNS를 이용한다</p> <p>나의 지식이나 정보를 공유하기 위해 SNS를 활용한다</p> <p>SNS 활용으로 성적이 좋아졌다</p> <p>SNS 활용으로 선생님의 말씀에 대해 이해력이 좋아졌다</p>
정보추구	<p>정보 및 콘텐츠를 찾아보기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>일상생활에 유용한 정보를 제공하기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>친구들과 정보 및 콘텐츠를 공유하기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>정보를 수집하고 보관하기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>SNS를 주변 친구에게 추천할 생각이 있다</p> <p>시사문제나 사회적 뉴스 정보를 알기위해 SNS를 한다</p>
자기표현	<p>인기를 확인하기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>친구들에게 관심 있는 뉴스를 전달하기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>자신을 표현하기 위해서 SNS를 이용한다</p> <p>친구들에게 내 의견을 전달하기 위해 SNS를 이용한다</p>
커뮤니케이션	<p>친구들과 취미를 공유하기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>친구 및 지인들과 재미있게 이야기하기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>다른 친구들과 소통하고 관계를 맺기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>친구들에게 알리기 위해 SNS를 이용한다</p> <p>친구들과 친목도모를 위해 SNS를 이용한다</p>
학습몰입	<p>SNS 활용으로 학습태도가 좋아졌다</p> <p>SNS 사용으로 관심있는 분야를 보면 몰입하는 편이다</p> <p>SNS 사용시에 자신을 통제하기 힘들다</p> <p>SNS 사용 후 수업집중도가 높아졌다</p>
학습만족도	<p>SNS 활용으로 학교생활에 대해 대체적으로 만족한다</p> <p>SNS 활용으로 학습만족도가 높아졌다</p>

	SNS 활용으로 취업관련 정보를 얻는다 SNS 소통을 통한 만족도가 높아졌다	
학습성과	SNS 활용으로 학업성적이 향상되었다 SNS 활용으로 고민문제가 해결된 적이 있다 SNS 활용은 학업에 유용하다	

제2절 자료수집 및 분석방법

1. 표본선정 및 자료수집

1) 표본선정

SNS는 사람사이의 의사소통을 증진시켜 주는 것으로서 1인의 미디어 및 커뮤니티를 중심으로 하는 인적 네트워크 형성 서비스로 사용자 사이에서 이루어지는 의사소통 및 정보공유, 인맥 확대 등을 통해 상호간 유대적인 관계를 형성시켜 주는 온라인 기반의 플랫폼으로서 누구나 사용하고 있다.

특히, 현대의 젊은이들은 컴퓨터 및 휴대폰을 이용한 SNS 사용이 일반화되고 있으며, 젊은 학생들은 중독성향을 보이고 있다. 이에 SNS 사용의도가 학습몰입도, 학습만족도 그리고 학습성과를 분석하기 연구를 진행하고 있다.

요즘은 초등학생, 중학생, 고등학생 그리고 대학생에 이르는 과정에서 SNS를 대부분 사용하고 있으며, 이에 본 연구는 실업계 여자고등학교에 다니는 학생들을 중심으로 SNS가 학업성과의 결론을 얻기 위해 표본을 선정하였다.

본 연구는 설문지 조사법을 이용하여 연구를 분석하였기 때문에 선행연구를 검토하여 설문지를 작성하였다. 이를 설문지 항목을 통해 선행변수, 매개변수, 결과변수를 나누어 정리하여 코딩작업을 하였다.

설문지는 전남 목포지역의 목포여자상업고등학교를 대상으로 설문조사를 실시하였는데, 이의 설문지는 직접 학생들에게 배포하여 설문지를 배포하고 수거하였다. 설문지 구성은 기본적 항목인 인구통계학적 내용은 명목척도, 서열척도와 SNS 사용의도와 학습몰입도, 학습만족도 그리고 학습성과 요인 들은 리커트 5점 척도를 1='전혀 그렇지 않다', 5='매우 그렇다'로 구분하였다.

2) 자료수집 및 분석방법

작성된 설문은 목포여자상업고등학교를 대상으로 직접 수거하였으며, 설문지 배포는 2016년 9월부터 2017년 1월까지 고등학교를 대상으로 설문을 실시하였다. 총 500부 배포하여 300부를 수거였다. 설문지 수거 후 불성실한 답변을 한 설문지를 제거하고 최종 분석대상 설문지는 272부로 분석하였다.

조사에서 수집된 설문자료는 데이터 코딩(data coding)을 먼저 한 후, SPSS 23.00 통계프로그램을 활용하여, 설문 항목에 대한 요인분석, 타당성분석, 신뢰도 분석을 하였으며, 가설검증을 위해 회귀분석을 실시하였다. 설문응답자의 일반적인 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였고, 변수들의 타당성을 검정하기 위하여 주성분분석을 적용하여 요인분석을 진행하였다. 신뢰도에 대하여 보편적으로 사용하는 알파계수(Cronbach Alpha)의 값으로 신뢰성을 검정했다. 가설검정을 위하여 회귀분석을 실시하였다.

2. 분석방법

본 연구는 SNS의 교육적 도구로서 가능성을 언급한 연구들을 활용하였다. 특히, Ryan, Magro and Sharp(2011), Garcia, Annansingh and Elbeltagi(2011), Davies(2012), 정미현·김재현(2012)와 임걸(2010)의 SNS 교육, 문화적 효과에 대한 내용을 정리하여 설문지를 작성하였다. 또한 설문지 구성은 정미현·김영록·김재현(2014)

의 효과적인 SNS 교육적 활용방안을, 차승봉(2011), 박민기(2012) 등의 SNS 활용 교육관련 변인들 간의 효과를 활용하였으며, Ellison, Steinfield and Lampe(2007)의 페이스북을 교육현장에 접목하는 연구를 활용하였다.

이의 선행연구를 기본으로 하여 설문지를 작성하였다. 작성된 설문지는 목포여자상업고등학생들이 SNS 사용함에 있어서 교육효과에 대해 어떻게 인지하고 있는가에 대해 작성하였으며, 개인 일반적 특성은 명목척도로 문화의 가치지향성 항목은 Likert 5점 척도로 하여 작성하였다.

수거된 설문지에 대한 분석방법은 요인분석, 신뢰성 분석, 회귀분석 그리고 구조방정식에 의한 회귀분석을 하고자 한다.

첫째, 요인분석은 주성분분석을 이용하였으며 고유값 1.0을 기준으로 요인으로 추출한다. 특히, 측정항목의 타당성을 평가할 수 있다. 이러한 요인분석을 통하여 얻어지는 요인점수를 이용하여 회귀분석, 판별분석 및 군집분석 등에 적용할 수 있다.

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{ik}F_{ik} + U_i$$

여기서 F_j : 공통요인

U_i : 변수 x_i 에만 관계된 요인

A_{ij} : k 개의 요인을 결합하기 위해 사용되는 계수

둘째, 요인의 신뢰성 분석을 위해 가장 보편적인 방법인 크론바하 알파(Cronbach's Alpha) 계수로 구성하는 변수들로 신뢰도를 검증한다. 일반적으로 설문지 분석에서 신뢰도 계수가 0.60 이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 인정하고 있다.

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_{\frac{2}{i}}}{\sigma_{\frac{2}{t}}} \right]$$

여기서 k = 항목 수, $\sigma_{\frac{2}{i}}$ = 각 항목의 분산, $\sigma_{\frac{2}{t}}$ = 총분산

셋째, 회귀분석은 변수들 중 하나를 종속변수로 하고 나머지를 독립변수로 하여 이들 변수들이 서로 상관관계를 가질 때 독립변수가 변화하는 정도에 따라 그 결과 종속

변수가 어떻게 변화하는가를 규명하는 통계기법이다.

$$Y_i = \alpha + \beta X_i + \epsilon_i$$

여기서 Y_i : 종속변수

X_i : 독립변수

α : 절편 또는 상수항

β : 기울기

ϵ_i : 오차항 또는 잔차

다음은 단순회귀모형의 추정식이다.

$$\alpha = \bar{Y} - \beta \bar{X}$$

$$\beta = \frac{\sum X_i Y_i - n \bar{X} \bar{Y}}{\sum X_i^2 - n \bar{X}^2}$$

여기서, X : 독립변수의 값

Y : 종속변수의 값

n : 표본의 수

\bar{X} : X 의 평균값

\bar{Y} : Y 의 평균값

제4장 실증분석

제1절 일반적 특성 분석

1. SNS 일반적 특성

목포여자상업고등학교 학생들을 대상으로 표본을 설정하여 SNS 사용관련 질의를 하였다. 이의 빈도분석에서 학년별 참여율을 보면 3학년이 107명(39.3%), 1학년 94명(34.6%), 그리고 2학년 71명(26.1%)이 응답하였다. 표본 대상 중 SNS 이용경험 여부를 묻는 질문에 이용경험이 있다는 응답이 269명(98.9%) 대부분 차지하였으며, 학생들의 성격을 묻는 응답에 내향적 성격 137명(50.4%), 외향적 성격 135명(49.6%)으로 거의 비슷한 응답률을 보이고 있다. 또한 SNS 친구수를 보면 50명 이상이 237명(87.1%)으로 가장 많았으며, SNS 이용빈도는 매일 이용하다는 응답자가 238명(87.5%) 대부분 차지하였다. SNS이용시간을 보면, 5시간 이상이 62명(22.8%)으로 가장 많이 응답하였으며, 1-2시간과 2-3시간 사용한 다음에 응답한 응답자는 각각 46명(16.9%)이며, 3-4시간은 45명(16.5%)가 응답하였다.

<표 2> 일반적 특성

내용		빈도	비율
학년	1학년	94	34.6
	2학년	71	26.1
	3학년	107	39.3
SNS 이용경험	예	269	98.9
	아니오	3	1.1
심리적 특성	내향성 성격	137	50.4
	외향적 성격	135	49.6
SNS 친구수	5명 이하	6	2.2

	5-15명	3	1.1
	15-20명	4	1.5
	20-30명	11	4.0
	30-50명	11	4.0
	50명 이상	237	87.1
SNS 이용빈도	매일	238	87.5
	2일에 한번	10	3.7
	3일에 한번	7	2.6
	4일에 한번	1	.4
	일주일에 한번	16	5.9
SNS이용시간(1일)	1시간 미만	43	15.8
	1-2시간	46	16.9
	2-3시간	46	16.9
	3-4시간	45	16.5
	4-5시간	30	11.0
	5시간 이상	62	22.8
Total		272	100.0

2. SNS 교육적 특성

본 연구에서 교육적 차원의 특징을 분석하며, 학교교육차원에서 SNS 이용횟수에 대한 응답을 보면, 교육차원에서 2-5회 이용하였다는 응답이 가장 많은 92명(33.9%)로 가장 높게 나타났으나 반면 SNS를 사용하지 않음에 응답한 응답자도 91명(33.5%)이 응답하였다. 그 다음으로 학교에서 교육적 차원 SNS 활용 횟수가 1회 실시하였다가 59명(21.7%)이 응답하였다. 또한 SNS 중독성 여부를 묻는 질문에 스스로 중독성 있음에 응답한 응답자가 144명(52.9%), 중독성이 없음에 응답한 응답자가 128명(47.1%)이 응답하였다. 학생들이 SNS 사용의 효능성에 대한 질문에 대체적으로 긍정적이다에 응답한 학생이 254명(93.4%)가 응답하였으며, SNS 사용 통제성을 묻는 질문에 대체적으로 스스로 통제한다고 응답한 학생이 247명(90.8%)가 대부분 응답하였다.

<표 3> SNS 교육적 특성

내용		빈도	비율
학교교육 차원에서 SNS 이용횟수	없음	91	33.5
	1회	59	21.7
	2-5회	92	33.8
	5-7회	14	5.1
	7-10회	6	2.2
	10회 이상	10	3.7
SNS 사용 중독성 여부	중독성 있음	144	52.9
	중독성 없음	128	47.1
SNS 사용의 효능성	긍정적	254	93.4
	부정적	18	6.6
SNS 사용 통제성	스스로 통제	247	90.8
	스스로 통제 불능	25	9.2
Total		272	100.0

제2절 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

1. 요인분석

1) 요인추출 방법: 주성분분석(Kaiser 정규화가 있는 베리맥스)

요인분석에서 다항목 중 공통성 값이 0.5보다 크지만 다른 변수들과 공통성격을 갖지 못하는 총 5개의 항목을 제외하였다. 그 결과 KMO 값이 0.919로 양호함으로써 변수 쌍들이 상관관계가 타 변수에 의해 잘 설명되는 것으로 판단된다. 그리고 요인분석의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치는 근사 카이제곱 값이 8011.164로 귀무가설이 유의수준 0.000에서 기각됨으로써 요인분석 사용이 적합한 것으로 알 수 있다. 그 결과 측정항목의 속성들은 학습효능감, 학습가치, 학습분위기, 학습동기, 정보추구, 자기표현 그리고 커뮤니케이션 등의 7가지 요인으로 나타나고 있음을 알 수

있다.

<표 4> 요인추출방법

KMO와 Bartlett의 검정		
표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.		.919
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	8011.164
	자유도	861
	유의확률	.000

2) 변수조정

본 연구는 설문 문항을 작성하여 회수한 결과, 요인분석을 통하여 요인에 적합하지 않은 문항은 제거한 후 연구에 적절한 변수들을 분석에 활용하였다. 설문변수의 조정된 요인으로 SNS 사용의도인 선행변수로 학습효능감(5문항), 학습가치(5문항), 학습분위기(5문항), 학습동기(4문항), 정보추구(4문항), 자기표현(4문항) 그리고 커뮤니케이션(3문항) 7개로 구분하였으며, 매개변수인 학습몰입(5문항), 학습만족도(5문항)와 결과변수인 학습성과(3문항)로 구성하였다<Table 2 참조>.

<표 5> 선행변수 및 결과변수

요인	변수	변수 수	Cronbach's Alpha
SNS 사용의도 (선행변수)	학습효능감	5	0.93
	학습가치	5	0.91
	학습분위기	5	0.89
	학습동기	4	0.88
	정보추구	4	0.83

	자기표현	4	0.78
	커뮤니케이션	3	0.80
매개변수	학습몰입	4	0.90
	학습만족도	4	0.85
결과변수	학습성과	3	0.89

2. SNS 요인분석

1) SNS 사용의도 요인분석

본 연구에서는 요인분석(타당성)을 통하여 각 항목의 요인항목에 유의하지 않는 변수들을 제거한 결과 SNS 사용의도 외부상황변수인 학습효능감(5문항), 학습가치(5문항), 학습분위기(5문항), 학습동기(4문항), 정보추구(4문항), 자기표현(4문항) 그리고 커뮤니케이션(3문항) 등으로 요인을 추출하였다. 이와 같은 문항으로 변수를 조작한 뒤, SNS 사용이 고등학교 학생들의 학습몰입에 관한 실증분석을 하였다. 즉, 본 연구에서는 요인분석을 통하여 각 항목의 요인항목에 유의하지 않은 변수들을 제거한 결과계수로 실업계 고등학생의 SNS 사용의도가 학습몰입에 미치는 영향을 실증분석을 하였다.

본 연구에서는 가장 보편적인 방법인 크론바하 알파(Cronbach's Alpha) 계수로 각 요인들을 구성하는 변수들의 신뢰도를 검증했다. 신뢰도는 측정하고자 하는 현상을 일관성 있게 측정하는 능력이라고 할 수 있으며, 이는 측정도구를 동일한 현상을 반복적으로 적용하여 동일한 결과를 얻게 되는 정도를 의미한다. 신뢰성을 검증하기 위해서는 크론바하 알파(Cronbach's Alpha) 계수를 이용하여 검증을 하게 되는데, 일반적으로 설문지 분석에서 신뢰도 계수가 0.60 이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 인정하고 있다. 또한 요인(타당성)분석을 통하여 불필요한 요인을 제거한 분석을 위한 요인을 추출해 냈다. 그리고 Eigenvalues 값이 1.000 이하인 항목을 제외하여 분석하였다.

<표 6> SNS 사용의도 요인분석

요인	변수	성분						
		1	2	3	4	5	6	7
학습효능감	LE 1	.862	-.069	.212	.134	.099	.019	.145
	LE 2	.832	-.091	.269	.069	.082	.096	.094
	LE 3	.819	-.050	.282	.164	.127	.024	.035
	LE 4	.778	.017	.208	.216	.094	.027	-.021
	LE 5	.722	.071	.252	.327	-.035	.145	.135
학습가치	LV 1	-.014	.835	.048	.144	.039	.141	.084
	LV 2	-.057	.812	.024	.165	.153	.013	-.077
	LV 3	-.090	.795	.111	-.012	.067	.257	.021
	LV 4	.027	.683	.139	.189	.123	.051	.089
	LV 5	.019	.679	.055	-.021	.270	.134	.346
학습분위기	LA 1	.285	.114	.803	.183	.062	.124	.033
	LA 1	.203	.100	.726	.114	.047	.201	.000
	LA 1	.195	.032	.708	.177	.208	.049	.034
	LA 1	.299	.111	.697	.081	.173	-.010	.163
	LA 1	.332	.096	.678	.209	.244	.085	.030
학습동기	LM 1	.251	.179	.182	.664	.284	-.031	.120
	LM 2	.453	.102	.264	.643	.124	.152	.139
	LM 3	.314	.087	.300	.642	.144	.126	.210
	LM 4	.465	.081	.273	.615	.072	.121	.215
정보추구	IP 1	.080	.188	.172	.128	.824	.077	.075
	IP 2	-.020	.170	.059	.157	.741	-.023	.026
	IP 3	.181	.203	.247	.012	.703	-.026	.028
	IP 4	.225	.045	.165	.309	.662	.162	.016
자기표현	SE 1	.005	.182	.140	-.014	.098	.821	-.040
	SE 2	.233	.074	.170	.066	-.009	.636	.314
	SE 3	.069	.281	.155	.178	.135	.548	.183
	SE 4	.115	.376	.203	.184	-.192	.501	.345

커뮤니케이션	Communication1	.158	.283	.230	.255	.034	.262	.649
	Communication2	.219	.166	.183	.357	.065	.170	.639
	Communication3	.164	.206	.063	.145	.067	.031	.507
Initial Eigenvalues		14.722	5.313	2.447	1.728	1.338	1.298	1.112
Cumulative %		35.053	47.703	53.529	57.645	60.829	63.919	66.567
Variance %		35.053	12.650	5.826	4.115	3.185	3.089	2.648
*추출 방법: 주성분 분석.								
*회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스								
*a. 9 반복계산에서 요인회전이 수렴됨								

2) 매개변수 및 결과변수 요인분석

매개변수 및 결과변수 요인분석 결과 KMO 값이 0.899로 양호함으로써 변수 쌍들이 상관관계가 타 변수에 의해 잘 설명되는 것으로 판단된다. 그리고 요인분석의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치는 근사 카이제곱 값이 2649.8864로 귀무가설이 유의수준 0.000에서 기각됨으로써 요인분석 사용이 적합한 것으로 알 수 있다. 그 결과 측정항목의 속성들인 학습몰입, 학습만족도 그리고 학습성과 등의 3가지 요인으로 구분되고 있다.

<표-7> 요인추출방법

KMO와 Bartlett의 검정		
표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.		.899
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	2649.886
	자유도	136
	유의확률	.000

본 연구의 매개변수는 SNS 학습몰입도(4문항)와 SNS 학습만족도(4문항)와 결과변

수는 학습성과(3문항) 등으로 요인을 추출하였다. 이와 같은 문항으로 변수를 조작한 뒤, SNS 사용 몰입도와 학습만족도가 실업계 고등학교 학생들의 학습성과에 관한 실증분석을 하였다. 즉, 본 연구에서는 요인분석을 통하여 각 항목의 요인항목에 유의하지 않은 변수들을 제거한 결과계수로 실업계 고등학생의 SNS 사용에 관한 학습성과에 관한 실증분석을 하였다.

<표 8> 요인분석

요인	변수	성분			Cronbach's Alpha
		1	2	3	
학습몰입	LF(Learning Flow) 1	.827	.031	.185	0.95
	LF(Learning Flow) 2	.790	.250	.017	
	LF(Learning Flow) 3	.769	.065	.178	
	LF(Learning Flow) 4	.726	.187	.113	
학습만족도	LS(Learning Satisfaction) 1	.231	.835	.128	0.87
	LS(Learning Satisfaction) 2	.129	.805	.158	
	LS(Learning Satisfaction) 3	.193	.621	.330	
	LS(Learning Satisfaction) 4	.299	.580	.105	
학습성과	LO(Learning Outcome) 1	.098	.074	.746	0.89
	LO(Learning Outcome) 1	.199	.254	.636	
	LO(Learning Outcome) 1	.291	.145	.620	
Initial Eigenvalues		7.570	1.887	1.152	
Cumulative %		44.532	55.633	62.409	
Variance %		44.532	11.101	6.776	
* 추출 방법: 주성분 분석.					
* 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.					
* a. 6 반복계산에서 요인회전이 수렴					

제2절 연구분석 및 가설검증

1. SNS 사용의도와 학습몰입

상업계 고등학생의 SNS 이용동기가 학습태도, 학습성과 및 학습만족도에 관한 연구를 위한 실증분석에서 SNS 사용의도의 7개 요인이 학습몰입에 미치는 실증분석을 실시한다. 즉, SNS 사용의도의 요인은 학습효능감(5문항), 학습가치(5문항), 학습분위기(5문항), 학습동기(4문항), 정보추구(4문항), 자기표현(4문항) 그리고 커뮤니케이션(3문항) 등으로 구분하였으며, 이들 요인이 고등학교 학생들의 SNS 학습몰입에 미치는 영향을 분석하였다.

본 실증분석은 다중회귀분석을 이용하였으며, 독립변수들 간의 다중 공선성 여부를 판단하기 위해 VIF(Varinace Inflation Factor)를 이용, VIF값이 10보다 작으면 다중공선성은 없다고 볼 수 있다. 본 분석에서는 전체적으로 VIF 값이 10보다 작게 나타난다. 그러나 VIF 값이 3 이상일 경우 표준화된 회귀계수의 표준오차가 3배 이상으로 커져 다중공선성으로 인한 회귀계수의 해석상의 문제가 발생할 수도 있다.

실업계 고등학교 학생들의 SNS 사용의도가 학습몰입에 미치는 영향을 분석한 계수를 보면 R^2 이 0.399로 39%가 표본회귀선에 적합하고, F값이 25.090으로 설명력이 있다고 할 수 있으며, Durbin-Watson 값이 2.017로 유의하며, 모든 요인들의 분석결과 유의성은 있으며, 베타값과 t값에 따라 가설 검증을 보면 다음과 같다.

첫째, 가설 H1-1인 “SNS 학습효능감이 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.006으로 $p < 0.001$ 에서 유의하며 VIF가 1.736이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

둘째, 가설 H1-2인 “SNS 학습가치가 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.548로 $p < 0.1$ 에서 유의하지 않으며, VIF가 2.227이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 기각되었다.

셋째, 가설 H1-3인 “SNS 학습분위기가 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의

분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.330로 $p < 0.1$ 에서 유의하지 않으며, VIF가 2.220이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 기각되었다.

넷째, 가설 H1-4인 “SNS 학습동기가 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.056으로 $p < 0.01$ 에서 유의하며 VIF가 2.112이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

다섯째, 가설 H1-5인 “SNS 정보추구가 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.003으로 $p < 0.005$ 에서 유의하며 VIF가 1.335이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

여섯째, 가설 H1-6인 “SNS 자기표현이 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.005으로 $p < 0.005$ 에서 유의하며 VIF가 1.844이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

일곱째, 가설 H1-7인 “SNS 커뮤니케이션이 학습몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.000으로 $p < 0.001$ 에서 유의하며 VIF가 1.830이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

본 연구의 분석에 따라 연구가설이 채택된 요인들인 학습효능감, 학습동기, 정보추구, 자기표현 그리고 커뮤니케이션 요인이 실업계 고등학교 학생들의 SNS 사용의도에 따른 학습몰입에 선형관계에 있다고 할 수 있다. 하지만 학습가치와 학습분위기는 가설이 기각되어 선형관계에 없다고 할 수 있다.

<표 9> SNS 사용의도와 학습몰입

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
	B	표준오차	베타			공차	VIF
(상수)	.613	.217		2.823	.005		
학습효능감	.167	.061	.173	2.754	.006	.576	1.736
학습가치	.041	.069	.043	.601	.548	.449	2.227

학습분위기	.062	.064	.069	.976	.330	.451	2.220
학습동기	.121	.063	.133	1.919	.056	.474	2.112
정보추구	.156	.051	.168	3.043	.003	.749	1.335
자기표현	.169	.060	.182	2.810	.005	.542	1.844
커뮤니케이션	.307	.059	.334	5.175	.000	.546	1.830
* a. 종속변수: 학습몰입 * b. 예측자: (상수), 학습효능감, 학습가치, 학습분위기, 학습동기, 정보추구, 자기표현, 커뮤니케이션 * R ² : 0.399, 수정 R ² : 0.384 F값: 25.090 유의확률: 0.000, Durbin-Watson: 2.017							

* p<0.001, **p<0.01, ***p<0.1에서 유의함

2. SNS 사용의도와 학습만족도

상업계 고등학생의 SNS 이용동기가 학습태도, 학습성과 및 학습만족도에 관한 연구를 위한 실증분석에서 SNS 사용의도의 7개 요인이 학습만족도에 미치는 실증분석을 실시한다. 즉, SNS 사용의도의 요인은 학습효능감(5문항), 학습가치(5문항), 학습분위기(5문항), 학습동기(4문항), 정보추구(4문항), 자기표현(4문항) 그리고 커뮤니케이션(3문항) 등으로 구분하였으며, 이들 요인이 상업계 여자 고등학교 학생들의 SNS 학습만족도에 미치는 영향을 분석하였다.

본 실증분석은 다중회귀분석을 이용하였으며, 독립변수들 간의 다중 공선성 여부를 판단하기 위해 VIF(Varinace Inflation Factor)를 이용, VIF값이 10보다 작으면 다중공선성은 없다고 볼 수 있다. 본 분석에서는 전체적으로 VIF 값이 10보다 작게 나타난다. 그러나 VIF 값이 3 이상일 경우 표준화된 회귀계수의 표준오차가 3배 이상으로 커져 다중공선성으로 인한 회귀계수의 해석상의 문제가 발생할 수도 있다.

상업계 고등학교 학생들의 SNS 사용의도가 학습만족도에 미치는 영향을 분석한 계수를 보면 R²이 0.371로 37%가 표본회귀선에 적합하고, F값이 22.241으로 설명력이

있다고 할 수 있으며, Durbin-Watson 값이 1.978로 유의하며, 모든 요인들의 분석결과 유의성은 있으며, 베타값과 t값에 따라 가설 검증을 보면 다음과 같다.

첫째, 가설 H2-1인 “SNS 학습효능감이 학습만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.024로 $p < 0.05$ 에서 유의하며 VIF가 1.736이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

둘째, 가설 H2-2인 “SNS 학습가치가 학습만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.091로 $p < 0.1$ 에서 유의하며, VIF가 2.227이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

셋째, 가설 H2-3인 “SNS 학습분위기가 학습만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.000로 $p < 0.001$ 에서 유의하며, VIF가 2.220이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

넷째, 가설 H2-4인 “SNS 학습동기가 학습만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.979로 $p < 0.1$ 에서 유의하지 않으며, VIF가 2.112이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 기각되었다.

다섯째, 가설 H2-5인 “SNS 정보추구가 학습만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.003으로 $p < 0.05$ 에서 유의하며 VIF가 1.335이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

여섯째, 가설 H2-6인 “SNS 자기표현이 학습만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.011로 $p < 0.01$ 에서 유의하며 VIF가 1.844이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

일곱째, 가설 H2-7인 “SNS 커뮤니케이션이 학습만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.000으로 $p < 0.001$ 에서 유의하며 VIF가 1.830이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

본 연구의 분석에 따라 연구가설이 채택된 요인들인 학습효능감, 학습가치, 학습분위기, 정보추구, 자기표현 그리고 커뮤니케이션 요인이 실업계 고등학교 학생들의 SNS 사용의도에 따른 학습몰입에 선형관계에 있다고 할 수 있다. 하지만 학습동기는 가설

이 기각되어 선형관계에 없다고 할 수 있다.

<표 10> SNS 사용의도와 학습만족도

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
	B	표준오차	베타			공차	VIF
(상수)	.358	.242		1.477	.141		
학습효능감	.154	.068	.146	2.277	.024	.576	1.736
학습가치	.129	.076	.123	1.695	.091	.449	2.227
학습분위기	.320	.071	.327	4.498	.000	.451	2.220
학습동기	.002	.070	.002	.027	.979	.474	2.112
정보추구	.159	.057	.156	2.774	.006	.749	1.335
자기표현	.200	.067	.197	2.970	.003	.542	1.844
커뮤니케이션	.171	.066	.170	2.576	.011	.546	1.830

* a. 종속변수: 학습만족도
 * b. 예측자: (상수), 학습효능감, 학습가치, 학습분위기, 학습동기, 정보추구, 자기표현, 커뮤니케이션
 * R²: 0.371, 수정 R²: 0.354 F값: 22.241 유의확률: 0.000, Durbin-Watson: 1.978

* p<0.001, **p<0.01, ***p<0.1에서 유의함

3. SNS 학습몰입과 학습만족도

본 연구 분석에서는 실업계 여자고등학생들의 SNS 몰입이 학습만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 분석은 회귀분석을 이용하였으며, 독립변수들 간의 다중 공선성 여부를 판단하기 위해 VIF(Varinace Inflation Factor)를 이용, VIF값이 10보다 작으면 다중공선성은 없다고 볼 수 있다. 본 분석에서는 전체적으로 VIF 값이 10보다 작게 나

타난다. 그러나 VIF 값이 3 이상일 경우 표준화된 회귀계수의 표준오차가 3배 이상으로 커져 다중공선성으로 인한 회귀계수의 해석상의 문제가 발생할 수도 있다.

실업계 고등학생의 SNS 학습몰입이 학습만족도에 미치는 영향의 계수를 보면, R^2 이 0.440으로 48%가 표본회귀선에 적합하고, F값이 11.190으로 설명력이 있다고 할 수 있으며, Durbin-Watson 값이 1.954로 유의하며, 모든 요인들의 분석결과 유의성은 있으나 베타값과 t값에 따라 가설 검증을 보면 다음과 같다.

가설 H3의 "SNS 학습몰입이 학습만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다" 가설의 분석결과와는 유의성이 0.001로 $p < 0.001$ 에서 유의하기 때문에 가설은 채택된다. 본 연구의 분석에 따라 연구가설이 채택된 요인은 학습만족도에 선형관계에 있다고 할 수 있다.

<표 11> SNS 학습몰입과 학습만족도

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
	B	표준오차	베타			공차	VIF
(상수)	2.709	.167		16.199	.000		
학습만족도	.196	.059	.200	3.345	.001	1.000	1.000
* a. 종속변수: 학습만족도 * b. 예측자: (상수), 학습몰입 * R^2 : 0.440, 수정 R^2 : 0.436 F값: 11.190 유의확률: 0.000, Durbin-Watson: 1.954							

* $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.1$ 에서 유의함

4. 학습성과

상업계 고등학생의 SNS 이용동기가 학습태도, 학습성과 및 학습만족도에 관한 연구

를 위한 실증분석에서 SNS 학습몰입과 학습만족도가 학습성과에 미치는 영향을 실증 분석으로 실시한다. 즉, SNS 학습몰입도(4문항), 학습만족도(4문항) 그리고 결과변수인 학습성과(3)으로 구분하였으며, 이들 학습몰입도와 학습만족도가 실업계 여자고등학교 학생들의 SNS 학습성과에 미치는 영향을 분석하였다.

본 실증분석은 다중회귀분석을 이용하였으며, 독립변수들 간의 다중 공선성 여부를 판단하기 위해 VIF(Varinace Inflation Factor)를 이용, VIF값이 10보다 작으면 다중공선성은 없다고 볼 수 있다. 본 분석에서는 전체적으로 VIF 값이 10보다 작게 나타난다. 그러나 VIF 값이 3 이상일 경우 표준화된 회귀계수의 표준오차가 3배 이상으로 커져 다중공선성으로 인한 회귀계수의 해석상의 문제가 발생할 수도 있다.

실업계 고등학교 학생들의 SNS 학습몰입도와 학습만족도가 학습성과에 미치는 영향을 분석한 계수를 보면 R^2 이 0.575로 57%가 표본회귀선에 적합하고, F값이 184.247로 설명력이 있다고 할 수 있으며, Durbin-Watson 값이 1.939로 유의하며, 모든 요인들의 분석결과 유의성은 있으며, 베타값과 t값에 따라 가설 검증을 보면 다음과 같다.

첫째, 가설 H4인 “SNS 학습몰입이 학습성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.000으로 $p < 0.001$ 에서 유의하며 VIF가 .590이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

둘째, 가설 H5인 “SNS 학습만족도가 학습성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”의 분석결과 가설 검증을 보면 유의성이 0.000으로 $p < 0.001$ 에서 유의하며, VIF가 2.227이므로 다중공선성이 존재하지 않는다. 따라서 가설은 채택되었다.

따라서 각각의 연구가설이 채택된 요인들은 SNS 학습몰입과 학습만족도가 학습성과 미치는 관계는 선형관계에 있다고 할 수 있다.

<표 12> 학습성과

모형	비표준화 계수	표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량
----	---------	--------	---	------	---------

	B	표준오차	베타			공차	VIF
(상수)	.298	.112		2.667	.008		
학습몰입	.513	.064	.513	8.042	.000	.386	2.590
학습성과	.282	.062	.289	4.530	.000	.386	2.590
a. 종속변수: 학습성과 b. 예측자: (상수), 학습몰입, 학습만족도 * R^2 : 0.575, 수정 R^2 : 0.575 F값: 184.247, 유의확률: 0.000 Durbin-Watson: 1.939							

* $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.1$ 에서 유의함

제5장 결론 및 시사점

의사소통 도구로서 스마트 폰, 스마트 패드, 스마트 TV와 같은 스마트 미디어는 사용자와 상호작용이 가능하며, 시간적·공간적 제약을 제거시킬 뿐만 아니라 다양한 융합 콘텐츠를 제공함으로써 새로운 커뮤니케이션의 매체로 등장하게 되었다.

특히, 다양한 SNS의 플랫폼 등장으로 젊은 학생들은 이를 적극적으로 활용하고 있다. 스마트 교육의 활성화로 이러닝이 주목받을 뿐만 아니라 학생들은 수시로 정보를 제공받을 수 있는 환경하에서 교육을 받고 있다. SNS는 개인간 상호작용을 통해 이루어지는 학습으로 교수자와 학습자, 학습자간의 상호작용을 통해 집단지성을 도출하는 특징을 가지고 있다.

이와 같은 SNS는 트위터, 페이스북, 유튜브, 카톡, 카카오토티, 밴드, 라인, 마이피플 등 다양하고 새로운 SNS 등장으로 교육전반에 걸쳐 지식전달과 학생들 상호간 인간관계의 형성에 중요한 역할을 하고 있다.

특히, 스마트 폰 등 스마트 미디어의 대중화 시대에 따라 SNS가 스마트 미디어를 기반으로 쉽게 연동되므로 SNS에 대한 관심과 활용은 점차 고조되는 있는 경향이 있다.

학교에서 특정교과 및 수업내용에서 SNS가 활용됨으로써 상호작용이 증진되고 그로 인해 나타나는 학습태도, 학습만족도, 학습성과 등의 긍정적 변화를 측정하고 있다(Hwang Hong-Seop, 2014).

본 연구 응답자인 목포여자상업고등학교 학생들의 일반적 특징을 보면, 표본 대상 중 SNS 이용경험 여부를 묻는 질문에 이용경험이 있다는 응답이 269명(98.9%) 대부분 차지하였으며, SNS 친구수를 보면 50명 이상이 237명(87.1%)으로 가장 많았으며, SNS 이용빈도는 매일 이용하다는 응답자가 238명(87.5%) 대부분 차지하였다. SNS이용시간을 보면, 5시간 이상이 62명(22.8%)으로 가장 많이 응답하였으며, 1-2

시간과 2-3시간 사용한다에 응답한 응답자는 각각 46명(16.9%)이며, 3-4시간은 45명(16.5%)가 응답하였다.

학교교육차원에서 SNS 이용횟수에 대한 응답을 보면, 교육차원에서 2-5회 이용하였다는 응답이 가장 많은 92명(33.9%)로 가장 높게 나타났으나 반면 SNS를 사용하지 않음에 응답한 응답자도 91명(33.5%)이 응답하였다. 또한 SNS 중독성 여부를 묻는 질문에 스스로 중독성 있음에 응답한 응답자가 144명(52.9%), 중독성이 없음에 응답한 응답자가 128명(47.1%)이 응답하였다. 학생들이 SNS 사용의 효능성에 대한 질문에 대체적으로 긍정적이다에 응답한 학생이 254명(93.4%)가 응답하였으며, SNS 사용 통제성을 묻는 질문에 대체적으로 스스로 통제한다고 응답한 학생이 247명(90.8%)가 대부분 응답하였다.

본 연구의 실증분석을 요약하면, 첫째, SNS 사용의도와 몰입도 분석에서는 가설 요인들 중, 학습효능감, 학습동기, 정보추구, 자기표현, 그리고 커뮤니케이션은 SNS 몰입도에 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 반면 학습가치와 학습분위기 요인에 있어서는 몰입도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 아직까지 실업계 고등학생들은 SNS가 학습가치에 중요하게 고려하지 않고 있으며, 또한 대체적으로 휴대폰을 이용한 SNS는 학습분위기에 좋지 않기 때문에 몰입도에 부정적인 영향을 미치고 있다. 이는 학생들이 커뮤니케이션의 수단으로 자기표현에 사용하는 미디어로 간주하고 있기 때문이다.

둘째, SNS 사용의도와 교육만족도 분석에서는 학습효능감, 학습가치, 학습분위기, 정보추구, 자기표현 그리고 커뮤니케이션 요인에는 긍정적 영향을 미치고 있는 반면 학습동기 요인은 부정적인 요인을 미치고 있다. 이는 대체적으로 SNS 사용의도는 대체적으로 교육만족도에 영향을 미치고 있다. 이는 학생들이 학업시에 알지못하는 사항이 발생하면 대체적으로 SNS를 통해 문제를 해결하는 경향이 나타나기 때문이다. 반면 실업계 고등학생들은 SNS 사용을 커뮤니케이션과 정보추구, 자기표현 등에 자주 활용하지만, SNS를 사용하여 학습동기를 가지는 유인도구로 활용하지 않는다는 것이다.

셋째, SNS 학습몰입은 고등학교 학생들이 학습만족도에 영향을 미치는 것으로 나

타났다. 학생들은 항상 휴대하는 휴대폰을 사용하지만, SNS를 학습에 활용하는 경향이 많으며, 이를 통해 학습만족도가 높다는 것이다.

넷째, 학습몰입과 학습성과 그리고 학습만족도와 학습성과의 실증분석은 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 SNS의 학습몰입에 집중할수록 학습성과가 높으며, 아울러 학습만족도가 좋을수록 학습성과가 높음을 알 수 있다.

이의 분석을 통해서 실업계 고등학생 SNS 사용이 학습몰입과 학습만족도 그리고 학습성과에 대체적으로 긍정적으로 나타났다. 이는 현대 사회에서 SNS 미디어는 필수불가결한 것으로 등장하였기 때문이다.

<표 13> 실증분석 요약

내용	가설	분석결과
SNS 사용 의도와 학습몰입	H1-1: SNS 학습효능감이 학습몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다	채택
	H1-2: SNS 학습가치가 학습몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다	기각
	H1-3: SNS 학습분위기가 학습몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다	기각
	H1-4: SNS 학습동기가 학습몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다	채택
	H1-5: SNS 정보추구가 학습몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다	채택
	H1-6: SNS 자기표현이 학습몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다	채택
	H1-7: SNS 커뮤니케이션이 학습몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다	채택
SNS 사용 의도와 학습만족도	H2-1: SNS 학습효능감이 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다	채택
	H3-2: SNS 학습가치가 만족도에 정(+의 영향을 미칠 것이다	채택

	H4-3: SNS 학습분위기가 만족도에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다}	채택
	H5-4: SNS 학습동기가 만족도에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다}	기각
	H6-5: SNS 정보추구가 만족도에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다}	채택
	H7-6: SNS 자기표현이 만족도에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다}	채택
	H8-7: SNS 커뮤니케이션이 만족도에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다}	채택
SNS 학습 만족도	H3: SNS 학습몰입이 학습만족도에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다}	채택
SNS 학습 성과	H4: SNS 학습몰입이 학습성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다}	채택
	H5: SNS 학습만족도가 학습성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다}	채택

SNS는 대부분 사회적 목적으로 이용되고 있으며, 대부분 오프라인에서 대인관계를 계속 유지 및 관리하는 목적으로 사용하고 있다. 그러나 La Barber, La Paglia and Valsavoia(2009)는 자아도취에 빠진 사람들이 SNS에 중독될 가능성이 높음, 소심한 성격의 내성적인 사람이나 수줍음을 많이 타는 학생들이 많은 시간을 SNS 이용에 활용하는 것으로 나타나기도 한다는 것이다(박웅기, 2013).

특히, 새로움을 창조하고, 시류를 가감 없이 수용할 가능성이 높은 젊은 청소년이 무차별적인 SNS 활용은 중독의 가능성이 매우 높기 때문에 SNS를 교육적 차원에서 적극적으로 활용해야할 필요성이 있다.

참 고 문 헌

[국문문헌]

- 강명희·김지심·정지윤, "웹기반 문제중심학습에서 학습결과를 예측하는 요인 규명," 『교육과학연구』, 39(1), 2008, pp.107-134.
- 강여진, "이러닝교육의 학습전이 영향변수간의 구조적 관계분석: 경찰공무원의 인식을 중심으로," 『한국행정학보』, 45(2), 2001, pp.319-349.
- 권순범·남동수·이태욱, "초등학생의 창의·인성 발달을 위한 SNS의 교육적 활용방안," 한국컴퓨터교육학회 동계 학술발표논문지, 15(1), 2011, pp.21-26.
- 김경연·고유정·심현애·정수정·임결, "기관내 무료 스마트폰 기반 마이크로블로그 학습활동이 사회적 실재감에 미치는 영향," 한국교육학연구, 16(3), 2010, pp.205-224.
- 김상경·임결, "ESL 학습자의 문화이해 및 의사소통능력 향상을 위한 마이크로 블로그 학습활동 사례연구," 한국멀티미디어언어교육학회 논문지, 12(3), 2010, pp.155-174.
- 김아연·탁하얀·이채희, "성인용 학습몰입척도 개발 및 타당화," 교육심리연구, 24(1), 2010, pp.39-59.
- 김아연·탁하얀·이채희(2011), "성인용 학습몰입 척도 개발 및 타당화," 교육심리연구, 24(1). 2011, pp.35-59.
- 김영희·김영수, "온라인 영어 쓰기 학습에서 학습자 개인차 변인, 몰입, 학습전략, 성취, 만족도의 관계 규명," 교육정보미디어연구, 12(4), 2006, pp.239-314.
- 김용래, "정의적 특성과 그 선행변인들이 학업 성취에 미치는 영향," 『홍익대학교 교육연구소 교육연구논총』, 9, 1993.
- 김위근·최민재, "소셜네트워크서비스의 이용동기가 실제 이용과 메시지 특성 인식

- 에 미치는 영향- ‘페이스북’, ‘트위터’, ‘싸이월드’, ‘미투데이’의 비교를 중심으로”, 한국언론정보학보, 60, 2012, pp.150-171.
- 김유정, “소셜 네트워크 서비스에 대한 이용과 충족 연구: 페이스북 이용을 중심으로,” 「미디어, 젠더&문화」, 20, 2011, pp.71-105.
- 김유정, “사이버 커뮤니티 참여와 이용에 대한 이용과 충족 욕구,” 한국언론학회보, 49(3), 2005, pp.291-317.
- 김유진·박주호, “사이버대학생의 학습 실재감, 학습몰입 및 학업성취도 간의 관계,” 아시아교육연구, 13(3), 2012, pp.143-170.
- 김은지, “대학 수업에서 학습 몰입과 만족에 영향을 미치는 학습자 내·외적 요인 간의 구조적 관계 탐색“, 아시아교육연구, 16(3), 2015, pp.107-129.
- 김은지, “대학 수업에서 학습 몰입과 만족에 영향을 미치는 학습자 내 · 외적 요인 간의 구조적 관계 탐색“, 아시아교육연구, 16(3), 2015, pp.107-129.
- 김종숙, “이러닝 학습성과의 영향 변인 탐색과 인과분석의 교육정책적 함의”, 「열린 교육연구」, 15(3), 2007.
- 김중운·김효은, “초등학생의 자기효능감, 스트레스와 학습몰입 및 학업성취도 의 관계,” 학습자 중심 교과교육연구, 12(1), 2012, pp.97-118.
- 김준호·은혜정, “인맥 연결형 네트워크 유형에 대한 사례 분석: 싸이월드와 페이스북을 중심으로,” 「사이버커뮤니케이션학보」, 28(4), 2011, pp.5-47.
- 김지심, “기업이러닝에서 실재감과 학습효과의 구조적 관계 규명,” 박사학위논문, 이화여자대학교, 2009.
- 김지심·강명희, “기업이러닝에서 학습자가 인식한 교수실재감과 학습실재감, 학습효과의 구조적 관계규명,” 아시아교육연구, 11(2), 2010, pp.29-56.
- 김효근·서은숙·서현주, “개인의 직무몰입과 콘텐츠의 업무 연관성이 e-러닝 학습성과의 전이에 미치는 영향에 관한 실증연구,” 금융지식연구, 6(1), 2008, pp.27-53.
- 김효숙, “페이스북을 활용한 소셜 미디어 리터러시의 개발 가능성에 관한 연구,” 학

- 습과학연구. 6(2). 2012, pp.20-38.
- 노영, “몰입(flow)에 영향을 미치는 SNS 이용 동기요인에 관한 연구,” e-비즈니스 연구, 16(1), 2015, pp.287-304.
- 박노일·남은하, “블로그 이용동기가 저널리즘 역할인식과 활동에 미치는 영향”, 한국언론학보, 52(1), 2008, pp.334-358.
- 박득희·정희진·이계희, “SNS 네트워크의 구조적 특성이 소셜 쇼핑 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구,” 호텔관광연구, 17(5), 2015, pp.276-293.
- 박민기, “소셜미디어를 활용한 대학수업에서 상호의존성, 동료간 친밀성, 지각된 유용성이 학습자의 학습태도 및 학습만족도에 미치는 영향,” 건국대학교 대학원 교육공학과 석사학위논문, 2012.
- 박성익·김연경, “온라인 학습에서 학습몰입요인, 몰입수준, 학업성취간의 관련성 탐구,” 열린교육연구, 14(1), 2006, pp.93-115.
- 박혜진, “SNS 활용 대학수업에서 학습실재감, 학습몰입, 학습만족도, 학습지속의향간의 구조 관계 분석,” 박사학위논문. 건국대학교, 2013.
- 배진한, “컴퓨터 매개 커뮤니케이션이 대인커뮤니케이션 채널 및 정보이용에 미치는 영향”, 서울대학교 박사학위논문 1995.
- 서수석·이중호, “소셜네트워크의 구조와 관계가 소셜커머스 사이트의 구매의도에 미치는 영향,” e-비즈니스연구, 12(3), 2011, pp.105-125.
- 석임복, “학습 몰입의 성격 분석 연구: 학습동기, 학업성취도 및 Csikszentmihalyi의 몰입 모델 중심으로,” 교육공학연구, 24(1), 2008, pp.187-212.
- 손영란·박은아, “자기 노출 및 대인관계 성향에 따른 인터넷 커뮤니티 활동의 차이: 싸이월드 미니 홈페이지를 중심으로,” 「미디어, 젠더 & 문화」, 15, 2010, pp.155-194.
- 신강현·오인수, “학습과 전이동기에 대한 훈련 전/중 변인의 역할: 사전훈련 동기, 강사자질, 업무관련 유용성을 중심으로,” 한국심리학회지: 산업 및 조직, 17(2), 2004, pp.223-242.

- 심홍진·황유선, “마이크로 블로깅(micro-blogging) 이용동기에 관한 연구: 트위터(twitter)를 중심으로,” 「한국방송학보」, 24(2), 2010, pp.192-232.
- 우공선·강재원, “이동형 SNS(Social Network Service)의 이용충족, 의존, 그리고 문제적 이용: 트위터(Twitter)를 중심으로,” 「사이버커뮤니케이션학보」, 28(4), 2011, pp.89-125.
- 유병민·박혜진·차승봉, “SNS 활용 대학수업의 학습효과 관련 변인 간의 구조적 관계 모델,” 교육과학연구, 44(3), 2013, pp.133-159.
- 유평준, “원격교육에서 운영의 중요성과 교수자, 운영자, 학습자의 역할에 대한 논의,” 한국원격교육학회, 3(1), 2003, pp.161-178.
- 윤승욱, “트위터 이용 동기가 이용자의 정서적 유대감, 공동의 공간감, 정보의 신뢰성, 정서적 친밀감에 미치는 영향에 대한 연구,” 정치커뮤니케이션연구, 22, 2011, pp.131-170.
- 윤종훈·김용민, 「SNS 시대의 e-비즈니스」, 서울:학현사, 2013.
- 이수영·내가영, “마이크로 블로그 이용자의 능동성에 관한 탐색적 연구: 트위터와 미투데이 이용자의 생산적 활동을 중심으로,” 「방송통신연구」, 겨울호, 2010, pp.171~200.
- 이숙정, “초등학생의 학업성취에 영향을 미치는 교사-학생 관계와 학급풍토 및 학습몰입의 경로 분석,” 초등교육연구, 23(4), 2010, pp.207-227.
- 이숙정, “대학생의 학습몰입과 자기효능감이 대학생활 적응과 학업성취에 미치는 영향,” 교육심리연구, 25(2), 2011, pp.235-253.
- 이원태·차미영·양해륜, “소셜 미디어 유력자의 네트워크 특성: 한국의 트위터 공동체를 중심으로,” 「언론정보연구」, 48권2호, 2011, pp.44-79.
- 이은주, “몰입에 대한 학습동기와 인지 전략의 관계,” 교육심리연구, 15(3), 2001, pp.199-216.
- 이장영·박용미·이은실, “개인 웹페이지를 매개로 한 친교 행위에 영향을 미치는 요인: ‘싸이월드’ 대학생 이용자의 ‘일촌관계’ 분석을 중심으로,” 「정보와사회」,

- 9, 2006, pp.1~33.
- 이정민·오성은, “페이스북 기반 협력학습 성과를 예측하는 학습실재감 요인 규명,” 정보교육학회 논문지. 17(3). 2013, pp.305-316.
- 이정민·윤나라, “트위터(Twitter)를 활용한 토론 학습에서 과제가치, 트위터효능감과 사회적 실재감이 학습만족도에 미치는 영향,” 정보교육학회 논문지, 16(1), 2012, pp.51-60.
- 이종연, “대학에서 SNS를 활용한 학습 커뮤니케이션을 사례연구,” 사회과학연구, 25(1). 2012, pp.93-123.
- 이지혜, “대학생의 학습동기적 요인과 학습몰입과의 구조적 관계 분석,” 한국교육, 36(3), 2009, pp.5-26.
- 이지혜, “자기결정성 학습동기, 메타인지, 자기주도적 학습능력 및 학습몰입과 학업 성취 간의 구조적 관계,” 교육학연구, 48(2), 2010, pp.67-92.
- 이현정, “온라인 브랜드 커뮤니티의 구조적 특성과 효과에 관한 연구,” 고려대학교 박사학위논문, 2007.
- 이호규, “페이스북의 정체성에 대한 탐색적 시론: 커뮤니케이션 상황에 대한 인식과 커뮤니케이션 양식을 중심으로,” 『사이버커뮤니케이션학보』, 28(4), 2011, pp.129-170.
- 임걸, “스마트폰 기반 사회네트워크 서비스 활용 수업 사례연구: 의사소통 내용 및 도구적 특성 분석을 중심으로,” 교육방법연구, 22(4). 2010, pp.91-114.
- 임걸·강민석·신성욱, “SNS 활용 요소 개발 및 IPA 방법에 의한 SNS의 교육적 활용 우선순위 규명,” 교육공학연구, 28(4), 2012, pp.925-952.
- 임걸·강민석·신성욱, “SNS 활용 요소 개발 및 IPA 방법에 의한 SNS의 교육적 활용 우선순위 규명,” 교육공학연구, 28(4), 2012, pp.925-952.
- 임규연, “웹기반 온라인 토론에서 학습자의 참여도, 성취도, 만족도에 영향을 미치는 요인”, 이화여자대학교 석사학위논문, 1999.
- 임효창·이인석·박경규, “기업 내 e-learning의 반응, 학습성과 및 전이성과간 관계:

- 교육참가자의 개인특성 및 조직환경의 조절효과를 중심으로,” 인력관리연구, 28(3), 2004, pp.1-32.
- 장성희, “서비스 특성과 개인적 특성이 위치 기반광고의 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 성별의 조절효과를 중심으로,” 한국산학기술학회논문지, 16(11) 2015, pp.7310-7320.
- 장성희·노미진, “GSCM 실행과 환경적 성과에 관한 실증연구: 규제압력의 조절효과 관점에서,” 인터넷전자상거래연구, 15(3), 2015, 19-40.
- 장용선·김재구, “사회적 자본의 지각이 지식활동에 미치는 영향에 관한 연구: 금융기관을 중심으로,” 인사관리연구, 30(1), 2006, pp.59-91.
- 정미현·김영록·김재현, “SNS의 교육적 활용 방법에 대한 대학생들의 인식 분석, 인터넷정보학회논문지,” 15(5), 2014, pp.33-41.
- 정미현·김재현, “보조 학습도구로서의 SNS 도구의 종류별 특징 분석,” 2012년 한국인터넷정보학회 하계 학술발표대회 논문집. 13(1). 2012, pp.165-166.
- 정미현·남상엽·김재현, “교육적 활용을 위한 SNS 도구의 종류별 특징 분석,” 한국인터넷정보학회 학술발표대회 논문집. 2012, pp.165-166.
- 정연수·이승엽·정대율, “SNS의 이용동기가 활동성에 미치는 영향-평판인지와 몰입의 매개효과”, 인터넷전자상거래연구, 15(4), 2015, pp.265-283.
- 정유진·배국진, “소셜네트워킹서비스(SNS)의 동향과 전망 2011,” 한국과학기술정보연구원 Emerging Issue Report 20, 2011.
- 조일현·임규연, “GBS 설계 모델을 적용한 기업 e-Learning 학습 환경에서 학습 성과에 영향을 미치는 요인,” 교육공학연구, 18(4), 2001, pp.79-110.
- 조현철, “자기결정적 학습동기의 학습결과 및 학습활동에 대한 관련”, 「교육학연구」, 38(1), 2000.
- 주영주·김소나·김은경·박수영, “기업 사이버교육생의 학업적 자기효능감, 자기조절학습능력, 온라인과제가치가 학업성취도와 학습전이에 미치는 영향,” 지식경영연구, 9(4), 2008, pp.1-16.

- 주영주·김소나·박수영·김은경, “기업 사이버교육에서 학습자의 만족도, 학업 성취도 및 학습전이 간의 관계 규명,” 교육정보미디어연구, 15(1), 2009, pp.23-43.
- 천명환, “소셜네트워크 연결밀도와 중심성에 따른 소셜쇼핑 구매의도의 차이: 온라인 커뮤니티와 SNS를 중심으로,” 경영정보연구, 30(3), 2011, pp.153-167.
- 최규환·여호근·정호균, “관광전공 대학생들의 학습동기와 학업적 자기효능감이 학습 몰입, 학업성취도 및 학습이전에 미치는 영향”, 관광레저연구, 26(8), 2014, pp.451-469.
- 최민재·양승찬, 「소셜미디어와 저널리즘」, 서울: 한국언론재단, 2009.
- 최영·박성현, “소셜 미디어 이용동기가 사회 자본에 미치는 영향,” 한국방송학보», 25(2), 2011, pp.241-276.
- 최영균·김주란·이기훈, “스마트폰 애플리케이션 광고의 수용의도 예측을 통한 수익성 분석 연구.” 서울: 한국방송광고공사, 2010.
- 최옥, “효과적인 웹 기반 수업을 위한 실용적인 교수 중점설계전략”, 「교육공학연구」, 15(3), 1999.
- 최지은·이두희, “SNS(Social Network Service)의 네트워크 특성이 사용자의 사회 자본(Social Capital)에 미치는 영향,” 경영학연구, 42(3), 2013, pp. 719-741.
- 하병환·조현숙·김영문, “이러닝의 학습동기 및 학업성과 영향요인에 관한 연구”, 인터넷전자상거래연구, 9(3), 2009, pp.69-92.
- 한국교육학술정보원, 「스마트교육수업시나리오(2) 초등학교 수업사례」, 서울: 한국교육학술정보원, 2012.
- 한국인터넷진흥원, 「2009년 인터넷이용 실태조사」, 2009.
- 한국인터넷진흥원, 「2011년 인터넷이용 실태조사」, 2012.
- 한국인터넷진흥원, 「2013년 인터넷이용실태조사」, 2013.
- 한영숙·현성용·이종구·조현철, “학습기술과 학습동기 및 자기효능감과 학업성취간의

관계,” 한국심리학회지, 4(2), 2007, pp.153-172.

홍일유·강동원·조휘형, “사회적 및 개인적 선행요인들이 SNS 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구-국내 대학생들의 페이스북 이용을 중심으로-”, 정보화정책, 21(1), 2014, pp.57-76.

황홍섭, “SNS를 활용한 대학 사회과 수업에서 협동학습이 학습자의 학습 성과, 학습태도 및 학습만족도에 미치는 영향”, 사회과교육, 53(4), 2014, pp. 125-144.

[외국문헌]

Agarwal, R. and Karahanna, E., “Time Flies When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs About Information Technology Usage,” *MIS Quarterly*, Vol.24, No. 4, 2000, pp.665-694.

Artino, A. R. & J. M. Stephens, “Academic motivation and self-regulation: A comparative analysis of undergraduate and graduate students learning online,” *Internet and Higher Education*, 12(3&4), 2009, pp.146-151.

Astin, A., *Assessment for Excellence: The Philosophy and Practice of Assessment and Evaluation in Higher Education*, NY: MacMillan, 1991.

Astin, A. W., *What matters in college: Four critical years revisited*, San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1993.

Bandura, A., "Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change," *Psychological Review*, 84(2), 1977, pp.191-215.

Bandura, A., "Human agency in social cognitive theory," *American Psychologists*, 44(9), 1985, pp.1175-1184.

Benware, C. and Deci, E. L. "Quality of learning with an active versus passive motivational set", *American Educational Research*, Vol.21, 1984, pp.755-765.

- Boyd, D. M. and Ellison, N. B., "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.11, 2007, pp.210-30.
- Brown, E. and Cairns, P. A., "Grounded Investigation of Game Immersion," ACM Conference on Human Factors in Computing, *ACM Press*, 2004, pp.1297-1300.
- Cabrera, A. F., Nora, A., & Casraneda, M. B., "College persistence: Structural equation modeling test of an integrated of student retention," *The Journal of Higher Education*, 64, 1993, 387-409.
- Cabrera, A., Casraneda, M., Nora, A., & Hengstler, D. (1992). The convergence between two theories of college persistence. *Journal of Higher Education*, 63(2), 143-164.
- Carini, R. M., Kuh, G. D., & Klein, S. P., "Student engagement and student learning: Testing the linkage," *Research in Higher Education*, 47(1), 2006, pp.1-32.
- Chang, Y. P. and Zhu, D. H., "Understanding Social Networking Sites Adoption in China: A Comparison of Pre-adoption and Post-adoption," *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, No. 5, 2011, pp.1840-1848.
- Cheon, Y. J., Choi, S. K., Kim, J. W., and Kwak, K. T., "Antecedents of Relational Inertia and Information Sharing in SNS Usage: The Moderating Role of Structural Autonomy," *Technological Forecasting & Social Change*, Vol. 95, 2015, pp.32-47.
- Coates, H., "The value of student engagement for higher education quality assurance," *Quality in Higher Education*, 11(1), 2005, pp.25-36.
- Csikszentmihalyi, M. & J. LeFevre, "Optimal experience in work and leisure," *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 1989, 815-822.

- Davies, J.(2012). Facework on Facebook as a New Literacy Practice. *Computers & Education*. 59(1). pp.19–29.
- Deci, E. L. & R. M. Ryan (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Deci, E. L., R. J. Vallerand, L. G. Pelletier & R. M. Ryan (1991). Motivation and Education: The Self-Determination Perspective. *Educational Psychologist*, 26(3&4), 325–346.
- Ebner, M., Lienhardt, C., Rohs, M. & Meyer I.(2010). Microblogs in Higher Education – A Chance to Facilitate Informal and Processoriented Learning?. *Computers & Education*. 55. pp.92–100.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., and Lampe, C., “The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 2007, pp.1143–1168.
- Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students’use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4).
- Fortier, M. S., R. J. Vallerand & F. Guay (1995). Academic motivation and school performance: Toward a structural model. *Contemporary Educational Psychology*, 20(3), 257–274.
- Fredricks, J. A., Blumenfeld, P. C., & Paris, A. H. (2004). School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. *Review of Educational Research*, 74(1), 59–109.

- Garcia, E., Annansingh, F. & Elbeltagi, I.(2011). Management Perception of Introducing Social Networking Sites as a Knowledge Management Tool in Higher Education: A Case Study. *Multicultural Education & Technology Journal*. 5. pp.258–273.
- Gottfried, A. E. "Academic intrinsic motivation in elementary and junior high school students", *Journal of Educational Psychology*, Vol. 77, 1990, pp.631–645.
- Greene, B. A., Miller, R. B., Crowson, H. M., Duke, B. L., & Akey, K. L. (2004). Predicting high school students' cognitive engagement and achievement: Contributions of classroom perceptions and motivation. *Contemporary Educational Psychology*, 29(4), 462–482.
- Handelsman, M. M., Briggs, W. L., Sullivan, N., & Towler, A. (2005). A measure of college student course engagement. *Journal of Educational Research*, 98(3), 184–191.
- Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1)
- Hoffman, D. L. and Novak, T. P., "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations," *Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 3, 1996, pp. 50–68.
- Hulleman, C. S., Durik, A. M., Schweigert, S., & Harackiewicz, J. M. (2008). Task values, achievement goals, and interest: An Integrative analysis. *Journal of Educational Psychology*, 100, 398–416.
- Hulleman, C. S., Godes, O., Hendricks, B. L., & Harackiewicz, J. M. (2010). Enhancing interest and performance with a utility value intervention. *Journal of Educational Psychology*, 102(4), 880–898.

- Husman, J., Derryberryb, W. P., Crowsonc, H. M., & Lomaxd, M. (2004). Instrumentality, task value, and intrinsic motivation: Making sense of their independent interdependence. *Contemporary Educational Psychology*, 29(1), 63–76.
- James, M. L., Wotring, C. E., and Forrest, E. J., “An Exploratory Study of the Perceived Benefits of Electronic Bulletin Board Use and Their Impact on Other Communication Activities,” *Journal of Broadcasting &*
- Johnson, P. R., & Yang, S. U. (2009). Uses and gratifications of Twitter: An examination of user motives and satisfaction of Twitter use. Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston, MA.
- Johnson, R. D., Hornuk, S. & Salas, E. (2008). An empirical examination of factors contributing to the creation of successful e-learning environments. *International Journal of Human-Computer Studies*, 66, 356–369.
- Junco, R., Heiberger, G. & Loken, E(2011). The Effect of Twitter on College Student Engagement and Grades. *Journal of Computer Assisted Learning*. 27. pp.119–132.
- Jung, T., Youn, H., & McClung, S. (2007). Motivations and self-presentation strategies on Korean based “Cyworld” weblog format personal homepages. *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 24~31.
- Kahu, E. (2013). Framing student engagement in higher education. *Studies in Higher Education*, 38(5), 758–773
- Kaye B. K., “It’s a Blog, Blog, Blog, Blog World,” *Atlantic Journal of Communication*, Vol. 13, No. 2, 2005, pp. 73–95.
- Keller, J. M. "Enhancing the motivation to learn.: Origins and applications of

- the ARCS model", Reports from the Institute of Education, Tohoku Gakuin University, Vol. 11, 1992, pp.45-67.
- Kim, K.-H., & Yun, H. (2007). Cying for me, Cying for us: Relational dialectics in a Korean social network site. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1)
- Komarraju, M., S. J. Karau & R. R. Schmeck (2009). Role of the Big Five personality traits in predicting college students' academic motivation and achievement. *Learning and Individual Differences*, 19(1), 47-52.
- Kuh, G., Kinze, J., Shuh, L., & Whitt, E. (2005). *Student success in college: Creating conditions that matter*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Kwon, S. J., Park, E., and Kim, K. J., "What Drives Successful Social Networking Services? A Comparative Analysis of User Acceptance Facebook and Twitter," *The Social Science Journal*, Vol. 51, No. 4, 2014, pp. 534-544.
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. *Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer Supported Cooperative Work*, 167~170
- Leary, M. R., *Self-Presentation: Impression Management Behavior*, West View Press, Madison, WI, 1996.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007. 4. 18). *Teen, privacy, & online social networks*. Pew Internet & American Life Project
- Lenhart, A., *Bloggers: A Portrait of the Internet's New Storytellers*, Pew Internet & American Life Project, 2006.
- Levy, Y. (2007). Comparing dropouts and persistence in e-learning courses. *Computers & Education*, 48(2), 185-204.

- Madden, M. and Smith, A, Reputation Management and Social Media. PewInternet Report, 2010.
- Malka, A., & Covington, M. V. (2005). Perceiving school performance as instrumental to future goal attainment: Effects on graded performance. *Contemporary Educational Psychology*, 30(1), 60-80.
- Martinez, M. (2003). High attrition rates in e-Learning: Challenges, predictors, and solutions. *The E-Learning Developers' Journal*, 1-8.
- Martinez, P., & Monday, F. (1998). 9000 voices: Student persistence and dropout in further education. FEDA Report. 2(7). London, UK: Further Education Development Agency.
- Means, T. B. Jonassen, D. H. and Dwyer, F. M. "Enhancing relevance: Embedded ARCS strategies on purpose", *Educational Technology Research and Development*, Vol. 45, No.1, 1997, pp.5-18.
- Merriam, S. & Merrima, S. B. (2001). The new update on adult learning theory. San Francisco: *The E-Learning Developers' Journal*, 1-8.
- Moore, M. G. and Kearsley, G. *Distance education: A system view*, Wadsworth Publishing Company, 1996.
- Mullan, E., D. Markland & D. K. Ingledeew (1997). A graded conceptualisation of self-determination in the regulation of exercise behaviour: Development of a measure using confirmatory factor analytic procedures. *Personality and Individual Differences*, 23(5), 745-752.
- Nelsy, E. S. A Comparison of Student Outcomes and Attitudes in Technology-Enhanced vs Traditional Second-Semester Spanish Language Courses, Doctoral Dissertation, The University of Minnesota, 2003.
- Newmann, F. M., Wehlage, G. G., & Lamborn, S. D. (1992). The significance and sources of student engagement. In F. M. Newman (Ed.), *Student*

- engagement and achievement in American secondary schools (pp. 11-39).
 New York: Teachers College Press.
- Noe, R. A. "Trainees' attributes and attitudes: Neglected influences on training effectiveness", *Academy of Management Review*, Vol. 11, No.4, 1996, pp.736-749.
- Nyland, R., & Near, C. (2007). Jesus is my friend: Religiosity as a mediating factors in internet social networking use. Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Reno, NV.
- Pelletier, L. G., M. S. Fortier, R. J. Vallerand, K. M. Tuson & N. M. Briere (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The Sport Motivation Scale (SMS). *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 17, 35-53.
- Pereira, R., Cecilia C., and Silva, S. R., "A Discussion on Social Software Concept Building Blocks and Challenges," *International Journal for Infonomics*, 3(4), 2010, pp. 382-391.
- Pfeffer, J., *Organizations and Organization Theory*, Pitman, Marchfield, MA, 1982.
- Phillips, J. (1997). *Return on investment: In training and performance improvement programs*. Houston, Texas: Gulf Publishing Company.
- Pintrich, P. R. & De Groot, E. (1990). Motivational and self-regulated learning components of classroom academic performance. *Journal of Educational Psychology*, 82(1), 33-40.
- Pintrich, P. R. & E. V. De Groot (1990). Motivational and self-regulated learning components of classroom academic performance. *Journal of Educational Psychology*, 82(1), 33-40.

- Pintrich, P. R. & Schrauben, B. (1992). Students' motivational beliefs and their cognitive engagement in classroom academic tasks. In D. Schunk & I. Meece (Eds.), *Student perceptions in the classroom: Causes and consequences*, 149–183. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reeve, J., Jang, H., Carrell, D., Jeon, S., & Barch, J. (2004). Enhancing students' engagement by increasing teachers' autonomy support. *Motivation & Emotion*, 28(2), 147–169.
- Ryan, R. M. & E. L. Deci (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67.
- Ryan, R. M. & J. P. Connell (1989). Perceived locus of causality and internalization: Examining reasons for acting in two domains. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(5), 749–761.
- Ryan, S. D., Magro, M. J. & Sharp, J. H. (2011). Exploring Educational and Cultural Adaptation through Social Networking Sites. *Journal of Information Technology Education*, 10. pp.1–16.
- Ryu, K. & Han, H. (2011). “Predicting Tourists’ Intention to Try Local Cuisine Using a Modified Theory of Reasoned Action: The Case of New Orleans.” *Journal of Travel & Marketing*, 27(5): 491–506.
- Schreiner, L. & Louis, M. (2006). Measuring engaged learning in college students: Beyond the borders of NSSE. Paper presented at the annual meeting of the Association for the Study of Higher Education, Anaheim, CA.
- Shechter, O., Durik, A., Yamamoto, J., & Harackiewicz, J. M. (2011). The role of utility value in achievement behavior: The importance of culture. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 37(3), 303–317.

- Smith, G. (2007). "Social Software Building Blocks." <http://nform.ca/publications>.
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C. and Wohn, D. Y., "Facebook as a Toolkit: A Uses and Gratification Approach to Unbundling Feature Use," *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, No. 6, 2011, pp.2322–2329.
- Steele, J. P. & Fullagar, C. J. (2009). Facilitators and outcomes of student engagement in a college setting. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 143(1), 5–27.
- Tan, J. A., Hall, R. J., & Boyce, C. (2003). The role of employee reactions in predicting training effectiveness. *Human Resource Development Quarterly*, 14(4), 397–411.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176.
- Tellegen, A. and Atkinson, G., "Openness to Absorbing and Self-Altering Experiences ("Absorption"), a Trait Related to Hypnotic Susceptibility," *Journal of Abnormal Psychology*, Vol. 83, No. 3, 1974, pp. 268–277.
- Tinto, V. (1975). Dropout from higher education: A theoretical synthesis of recent research. *Review of Education Research*, 45(1), 89–125.
- Tinto, V. (1987). *Leaving college: Rethinking the cause and cures of student attrition*. Chicago: University of Chicago Press.
- Trevino, L. K. and Webster, J., "Flow in Computer-Mediated Communication: Electronic Mail and Voice Mail Evaluation and Impacts," *Communication Research*, Vol. 19, No. 5, 1992, pp. 539–573.
- Vallerand, R. J., & Bissonnette, R. (1992). Intrinsic, extrinsic, and amotivational styles as predictors of behavior: A prospective study.

- Journal of Personality, 60, 599–620.
- Vallerand, R. J., L. G. Pelletier, M. R. Blais, N. M. Briere, C. Senecal & E. F. Vallieres (1992). The academic motivation scale: A measure of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education. *Educational and Psychological Measurement*, 52(4), 1003–1017.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information Systems, Research*, 11(4), 342–365.
- Venkatesh, V. and F. Davis, “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies,” *Management Science*, Vol. 46, No. 2, 2000 pp. 186–204.
- Visser, J. and Keller, J. M. "The clinical use of motivational messages: An inquiry into the validity messages: An inquiry into the validity of the ARCS model of motivational design", *Instructional Science*, Vol. 19, 1990, pp.467–500.
- Wachtel, H. K. (1998). Student evaluation of college teaching effectiveness: A brief review. *Assessment and Evaluation in Higher Education*, 23(2), 91–211.
- Wang, M., & Holcombe, R.. (2010). Adolescents’ perceptions of school environment, engagement, and academic achievement in middle school. *American Educational Research Journal*, 47(3), 633–62.
- Wang, Y. and D. Fesenmaier(2004), “Towards Understanding Member’s General
- Wang, Y. S. "Assessment of learner satisfaction with asynchronous electronic learning systems", *Information and Management*, Vol. 41, 2003, pp.75–86.

- Wigfield, A., & Eccles, J. S. (1992). The development of achievement task values: A theoretical analysis. *Developmental Review*, 12, 265–310.
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R.(2000), *Mass Media Research: An Introduction*, Belmont, CA: Wadsworth
- Zimmerman, B. J. (1985). The development of “intrinsic” motivation: A social learning analysis. *Annals of Child Development*, 2, 117–160.
- Zimmerman, B. J. (2001). Theories of self-regulated learning and academic achievement: An overview and analysis. In B. J. Zimmerman & D. H. Schunk (Eds.), *Self-regulated learning and academic achievement: Theoretical perspectives* (2nd ed., pp. 1-37). Mahwah, NJ: Erlbaum.

[인터넷 자료]

<http://100.daum.net/encyclopedia/view/b12s2252n10>

<http://cafe.daum.net/kyok7345/L8yh/724?>

<http://100.daum.net/encyclopedia/view/24XXXXX66217>