

## 코로나19 사회적거리두기의 예방행동의도와 위험지각, 심각성 인식이 사회적 유대감에 미치는 영향: 구조방정식 모형을 통한 소셜미디어 이용강도 및 이용동기 매개효과 검증

이진혁<sup>1</sup> · 박성복<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>한양대학교 신문방송학과 박사수료

<sup>2</sup>한양대학교 ERICA캠퍼스 정보사회미디어학과 교수

### Effects of COVID-19 Social Distancing Behavior on Social Bonding: Mediating Effects Analyzed by Structural Equation Model

Jin-Hyuk Lee<sup>1</sup> · SungBok Park<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Ph.D., Candidate, Department of Journalism and Mass Communication, Hanyang University

<sup>2</sup>Professor, Department of Media & Social Informatics, Hanyang University, ERICA, Korea

#### [요약]

이 연구는 코로나19 사회적 거리두기의 예방행동의도와 위험지각, 심각성 인식, 소셜미디어(이용동기, 이용강도), 사회적 유대감에 간의 영향 관계를 구조방정식으로 분석하였다. 연구결과, 사회적 거리두기의 행동의도, 위험지각은 소셜미디어 이용강도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 행동의도, 심각성 인식 변수는 소셜미디어 이용동기에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위험지각과 이용 동기 변수는 사회적 유대감에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 행동의도, 심각성 인식만이 사회적 유대감으로 가는 경로의 간접효과가 유의한 것으로 나타났다. 특히 코로나19에 대한 심각성 인식이 높을 수록 사회적 유대감도 높아진다는 점은 위기 상황에서의 공동체 의식 강화 전략과 효과적인 위험 커뮤니케이션의 중요성을 시사한다.

#### [Abstract]

This study analyzed the relationships between the preventive behavioral intention of COVID-19 social distancing, risk perception, severity perception, social media use (motivation, intensity), and social bonding, using a structural equation model. The results indicate that the behavioral intention for social distancing and risk perception have a significant positive influence on the intensity of social media use. Although behavioral intention and severity perception had a positive effect on the motivation to use social media, risk perception and motivation to use social media had a negative effect on social bonding. Behavioral intention and severity perception had indirect effects on the path to social bonding. The higher severity perception of COVID-19, the higher the social bonding, suggesting the importance of strategies to strengthen community consciousness and effective risk communication in crisis situations.

**색인어** : 사회적거리두기, 행동의도, 위험지각, 심각성인식, 사회적 유대감

**Keyword** : Social Distancing, Behavioral Intention, Risk Perception, Severity Perception, Social Bonding

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2024.25.9.2491>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 02 July 2024; Revised 08 August 2024

Accepted 13 August 2024

\*Corresponding Author; SungBok Park

Tel: [REDACTED]

E-mail: octobernine@hanyang.ac.kr

## 1. 서론

우리는 앞으로 팬데믹 질병에 의한 전 지구적인 사회적 격리 상황을 언제 어디서든 마주치게 될 수도 있다. 또한 팬데믹 감염의 확산 그 이전과 이후의 일상이 크게 달라질 수도 있다. 우리는 지난 코로나19를 통해 이러한 예상이 틀리지 않다는 것을 경험했다.

2020년 3월 22일 코로나19 확산에 따라 우리 정부는 15일 간의 강도 높은 사회적 거리두기 대책을 발표하였다. 사회적 거리두기 강화 기간 동안 감염 위험이 높은 종교시설을 비롯한 일부 시설과 업종의 운영을 제한하는 조치를 함께 실시하였으며, 이를 시작으로 코로나19 감염병의 팬데믹(pandemic) 현상으로 인해 사회적거리두기 수칙은 2020년 3월 22일부터 2022년 4월 18일까지 2년 1개월간의 시행되었다[1]. 사회적 거리두기는 감염병에 대한 적극적인 예방행동이다. 세계보건기구(WHO)의 권고에 따라 기침이나 재채기 등 비말 감염의 경우에 가장 효과적이라고 알려지면서 코로나19 감염병 사태 극복을 위하여 우리 정부는 10대 행동수칙을 만들어 시행하였다.

세계보건기구(WHO)에서는 사회적으로 연결되어 있지만 물리적으로만 거리를 두는 것을 강조하는 의미로 사회적 거리두기라는 표현 대신 물리적 거리두기(physical distancing)라는 표현을 권장하였다. 이는 사회적거리두기가 물리적 거리두기에 기반을 두고 있고 이로 인해 사람들 간의 사회적유대감에 부정적인 변화가 나타날 수 있는가에 대한 근본적인 의문이다. 흥미로운 점은 학계를 비롯해, 정부 또한 사회적 거리두기의 예방행동으로 발생할 수 있는 부작용으로 사람들 간의 사회적유대감 약화와 소셜미디어의 과도한 몰입을 경계하고 있으며, 감염병을 위험인식 등의 변수로 접근하여 분석하고 있지만[12],[31],[32],[34] 이 연구의 주제인 코로나19에 대한 사회적 거리두기의 예방행동으로 인한 사회적 유대감의 변화를 실증적으로 분석한 연구는 거의 찾아볼 수 없는 실정이다. 다시 말해, 코로나19, 사회적 거리두기로 인해 발생할 수 있는 사람들 간의 사회적 유대감 약화에 대한 막연한 경계 심만이 있을 뿐, 실질적으로 사회적유대감에 어떠한 영향이 나타나는지에 대한 명확한 과학적 근거를 기반으로 하고 있지는 않다. 이러한 문제의식을 바탕으로 이 연구에서는 코로나19 감염병에 대한 예방 행동의도와, 위험지각, 심각성인식, 소셜미디어의 이용강도, 이용동기, 사회적 유대감 간의 영향관계는 어떠한가에 대한 실질적인 분석을 하고자 하였다.

예방 행동의도는 사람들이 위험의 확산을 방지하기 위해 취하는 행동의 의도를 의미하며, 이는 코로나19 같은 감염병 상황 속에서의 사회적 거리두기 지침을 준수하는 정도와 관련이 있다[2]. 위험 지각은 개인적 위험지각과 사회적 위험지각으로 구분되며[3], 감염병 확산의 위험과 관련이 있다. 심각성 인식은 이러한 질병의 심각성에 대한 개인의 평가를 의미한다[4]. 사회적 유대감은 개인이 사회 내에서 느끼는 연결감이나 소속감을 나타낸다[5]. 코로나19 상황에서 사회적 거

리두기와 같은 예방 행동은 사회적 유대감에 부정적인 영향을 미칠 수 있으나, 공동체 보호라는 긍정적인 상호작용을 통해 달라질 수도 있다[6]. 소셜 미디어의 이용 강도와 이용 동기는 이러한 관계에 중요한 역할을 할 것이다. 소셜 미디어의 사용이 증가함에 따라 사람들은 정보를 공유하고, 지원을 얻으며, 이는 사회적 네트워크와 소속감을 통해 주어지는 혜택을 의미하며, 이에 대한 높은 인식은 공동체 의식과 집합적인 힘을 반영하고 공동의 목표를 추구하는 경향을 높일 것으로 예상된다[7]. 이용 동기는 소셜 미디어를 사용하는 개인의 목적을 반영하며, 정보 탐색, 사회적 상호작용 또는 오락 등이 될 수 있다[8].

한편, Laumann[9]은 사회적 거리감을 개인이 느끼는 주관적인 사회적 거리로 정의했다. 이는 특정 대상에 대한 개인적인 태도와 관련이 있으며, 이 거리감이 사회적 관계 형성에 긍정적인 영향을 미친다는 것이 다수의 연구에서 보고되었다. 그러나 Walther[10]는 소셜미디어의 이용이 증가함에 따라 비대면 커뮤니케이션의 비중이 커지면서 비언어적 소통이 약화될 수 있다고 지적했으며, 이는 사회적 결속 형성에 물리적 근접성이 중요하다는 다른 사회학자들의 주장과 연결된다[11].

이 같은 사회적 거리두기가 갖는 특성과 소셜미디어 그리고 위험지각, 심각성인식 변수로 인해 사람들 간의 사회적 유대감이 실제로 약화 될 수 있는지, 그리고 동시에 소셜미디어 이용과 동기에도 직·간접적인 영향을 미칠 수 있는지에 대한 의문을 시사하고 있다. 이 지점이 본 연구의 문제의식의 출발점이라 할 수 있다. 문제는 코로나19를 주제로 한 선행연구[12]가 코로나19 감염병을 위험지각 등의 변수로 접근하여 분석하고 있지만, 코로나19의 사회적 거리두기가 마무리된 시점에서 정부가 2년 1개월간 시행한 사회적 거리두기의 예방행동으로 인한 사회적 유대감의 변화를 실증적으로 분석한 연구는 거의 찾아볼 수 없는 실정이다. 이러한 선행연구의 틈을 고려하여, 코로나19 사회적 거리두기에 대한 예방행동의도와 감염병에 대한 위험지각, 심각성인식 변수 간의 영향관계에서 사회적유대감이 약화될 것인지. 그리고 소셜미디어의 이용강도와 이용동기 변수가 외생변수와 내생변수 간의 관계에서 어떠한 매개효과가 나타나는지에 대한 분석을 하고자 하였다.

이상의 논의를 토대로 본 연구가 설정한 목적은 다음과 같다. 첫째, 코로나19 감염병에 대한 예방행동의도, 위험지각, 심각성 인식에 대한 변수가 사회적유대감에 부정적 영향을 끼친다는 것이 막연한 추측에 기반을 두고 있는지 혹은 실제 그 영향이 검증되는지 실질적으로 분석해 보고자 한다. 둘째, 정부의 사회적거리두기 행동수칙에 따른 예방행동의도, 코로나19에 대한 위험지각, 심각성인식이 소셜미디어 이용강도, 그리고 이용동기에 직·간접적으로 어떠한 영향을 미치는지, 셋째, 코로나19에 대한 예방행동의도, 위험지각, 심각성 인식 변수와 사회적 유대감 간의 관계에서 소셜미디어의 이용강도와 동기가 어떠한 매개효과가 있는지에 대한 유의미한 결과를 도출하고자 한다. 이 연구를 토대로 코로나19의 팬데믹으로 인해 발생한 사람들 간의 사회적 유대감 형성의 변화와 차이를 과학적

으로 도출하고, 향후 감염병으로 인한 사회적거리두기 예방수칙 시행에 있어 소셜미디어의 활용과 사회적 유대감 형성에 대한 의미 있는 시사점을 우리 사회에 제공하고자 하였다.

## II. 이론적 논의

### 2-1 사회적 거리두기/예방행동의도

2019년 12월, 중국은 신종 바이러스 발생을 보고했다. 이 바이러스는 “급성 중증 호흡기 증후군 연관성 코로나바이러스2”로 알려지며 COVID-19 코로나바이러스로 불리게 되었다[13]. 세계보건기구(WHO)는 2020년 3월 이 바이러스의 팬데믹을 선포하고 사회적 거리두기의 중요성을 강조했다[14]. 한국 정부는 상업, 교육, 경제 시설에 대한 제한 조치를 시행했으며[15], 팬데믹 이후 유통 및 서비스업계에 큰 변화가 생겼다. 비대면 서비스 확대와 온라인 쇼핑의 급증이 특징적이었다[16]. 코로나19 사회적 거리두기는 개인과 사회의 예방 행동, 책임의식, 전염병에 대한 민감도에 따른 개인 위생과 관련한 행동수칙으로, 이는 코로나 시대의 시민의식을 반영한다[2]. 아젠의 계획된 행동이론(TPB)은 태도, 주관적 규범, 지각된 행동 통제감, 행위 의도, 행동을 포함하여 인간의 행동을 분류한다[17]. 이 이론은 질병에 대한 지각된 취약성, 심각성, 이점, 장애물에 대한 신념에 따라 건강 보호 행동을 예측한다. 선행연구[2]는 코로나19 사회적 거리두기에 대한 행동수칙을 TPB 측정법을 바탕으로 분석했으며, 이를 확장하여 정부의 10대 행동수칙을 바탕으로 사회적 거리두기에 대한 예방행동의도를 분석하고자 했다. 이어 사회적 거리두기 행동수칙에 대해 사회적 거리감과 사회적 유대감 이론을 바탕으로 예방행동의도 간의 관계를 살펴보고자 했다[18]. 해외 연구에서는 사회적 거리감을 주관적인 사회적 거리로 개념화하고, 이는 개인적인 태도에 따라 달라진다고 보고한다[9]. 사회적 거리가 가까울수록 타인에 대한 평가가 관대해지며, 정보의 설득력이 높아진다는 결과도 나타났다[19]. 미국 사회학자 Simmel[20]은 사회적 거리를 개인이나 집단 사이 친밀감의 정도로 설명했고, Bogardus[21]는 사회적 거리감을 개인의 주관적인 멀고 가까움으로 해석했다. 그러나 대부분의 연구는 심리적, 물리적 거리감을 명확히 구분하지 않았고, 국내 연구도 주로 외국인, 난민, 탈북민 등에 대한 심리적 거리감에 집중해왔다[22]. 코로나19 사회적 거리두기와 관련해 사회적 유대감의 직·간접적 변화를 분석하는 연구는 거의 없으며, 코로나19로 인한 사회적 유대감의 변화와 한국 고유의 문화 현상에 대한 실증적 분석이 필요한 상황이다.

### 2-2 위험지각

위험지각은 개인들이 위험에 대해 다르게 생각하는 관점에서 시작한다. 위험은 기술과학적 관점뿐만 아니라 주관적 인식의 대상으로 여겨지며, 사람의 위험 판단과 무관하게 수용

될 수 있다[23]. 커뮤니케이션의 필요성이 증가하며, 위험은 심리적, 사회문화적 맥락에서 변화하는 위협으로 인식된다[23]. 위험지각은 의사결정과정과 위험 커뮤니케이션 전략을 이해하는 데 중요하다[24]. 한편, 신뢰와 신뢰성은 위험 관련 커뮤니케이션에서 핵심적이며, 공공기관은 대중의 신뢰를 구축하는데 중요하다[25]. Lupton[26]은 위험을 사회적, 문화적, 개인적 맥락에서 이해되어야 한다고 주장했고, Renn[27]은 위험지각이 개인과 사회 간 상호작용에서 형성된다고 하였다. Tyle과 Cook[28]은 개인적 위험인식과 사회적 위험지각을 구분하며, Sjöberg[3]는 개인적 위험지각이 예방행동에 직접적 영향을 미치지만 사회적 위험지각은 그렇지 않을 수 있다고 주장했다. Bauer[29]와 Taylor[30]는 위험지각을 위험에 대한 인지와 수용 방식으로 정의했다. Dryhurst[31] 등의 연구에서 코로나19에 대한 위험지각을 조사하여 지역 및 국가별로 위험인식과 대응이 다를 수 있음을 밝혔다. 공공의료 준수와 관련한 연구[12], 코로나19 관련 미디어의 영향력[32], 스트레스와 위험평가의 관계[33], 개인 특성과 건강상태에 따른 위험지각의 차이[34] 등이 연구되었다. 국내 연구에서도 위험지각이 사람들의 인식, 미디어 반응, 상호작용에 따라 달라진다고 주장한 Kim[6]의 연구가 있으며, Liu와 Jun[2]은 위험지각이 미디어 노출과 관련이 있고 예방행동 및 마스크 미디어 보도와 연관됨을 밝혔다. Schwing[35]에 따르면 위험지각은 다양한 정보에 의해 영향을 받는다고 정의한다. 특히, 잘못된 위험 커뮤니케이션은 신뢰를 무너뜨리고 사회 갈등을 증가시킬 수 있다[6]. 또한 코로나19 감염병의 위험지각을 개인의 불안 지각[37], 인지적 및 정서적 위험지각으로 구분[38], 정치 불안정, 질병, 재해 등으로 인한 위험지각의 다양화[39] 등을 다루고 있다. 그러나 코로나19에 대한 위험지각 변수의 하위요인을 개인적, 사회적 지각정도로 설정하여 사회적 유대감 간의 관계를 직접적으로 연구한 사례는 거의 없다. 이 연구에서는 코로나19의 위험지각의 변수를 측정하기 위해 Jun[40]의 연구 및 기타 선행연구[41]의 측정 문항을 코로나19 감염병에 맞게 조정하여 이의 영향 관계를 분석하고자 한다.

### 2-3 심각성 인식

건강신념모델(HBM)은 개인의 신념과 건강행동 사이의 관련성을 설명하기 위해 개발되었다[4]. 이 모델은 지각된 위협, 행동평가, 행동계기로 구성된다[42]. 본 연구는 건강신념모델의 지각된 위협을 바탕으로 코로나19에 대한 심각성 인식을 분석한 선행연구를 바탕으로 코로나19와 사회적 유대감의 관계를 분석하고자 한다[42]. 지각된 위협은 지각된 민감성(perceived susceptibility), 지각된 심각성(perceived severity)으로 구성되며, 개인의 건강행동에 중요한 역할을 한다[43]. 지각된 민감성은 질병에 걸릴 위험의 주관적 지각이며, 심각성은 질병의 심각한 결과에 대한 인식을 의미한다[4]. 선행연구[44]에서도 건강신념모델 구성요소에서 지각된 민

감성, 심각성이 건강행동 예측에 중요한 역할을 한다고 강조하였다. 특히 개인은 사회적 수준에서 노출된 위험을 더 심각하게 받아들인다고 보고 되고 있다[45]. 그렇다면 이 연구의 주제인 코로나19와 같이 특정위험에 대한 심각성 인식은 개인적 수준에 따라 달라질 가능성이 있으며, 부정적으로 원하지 않는 사건이 발생할 가능성에 대한 평가와 밀접한 관련성이 있는 것으로 예상된다[3]. 이에 본 연구에서는 건강신념모델의 지각된 심각성을 바탕으로 코로나19 감염병에 대한 개인들의 심각성 인식을 분석하고자 한다.

## 2-4 소셜미디어 이용강도/이용동기

웹2.0 시대의 도래와 함께 등장한 소셜미디어는 개인의 의견 개진이나 경험을 공유하고 타인과의 관계를 확장하는 개방화된 온라인 플랫폼으로 발전했다[46]. 이는 개인 간의 연결망을 통해 정보가 생성되고 공유되는 네트워크로, 사용자의 상호작용과 관계를 통해 콘텐츠가 생성되고 확산된다[47]. 소셜미디어와 소셜네트워크 서비스(SNS)는 다른 개념으로 연구되고 있으며, 소셜미디어는 블로그, 소셜네트워크사이트, 메시지 보드, 팟캐스트 등 다양한 형태로 정의할 수 있으며, 소셜미디어는 또한 실용적, 사회적 활동에 활용되고, 유희적인 기능을 수행한다[48]. 소셜미디어와 SNS의 이용과정에서 나타나는 이용동기는 정보추구, 자공심표출, 추억공유, 사회적 상호작용 등 다양한 요인을 포함한다[49]. 이용강도는 사람들이 서비스를 얼마나 자주 사용하고 어떤 목적으로 이용하는지 측정하는데 중점을 두고 있다[8]. 이 연구는 코로나19 감염병으로 인한 사회적 거리두기 상황에서 소셜미디어와 SNS의 이용강도, 이용동기가 사회적 유대감 간의 관계에서 어떠한 매개효과가 있는지 분석하고자 한다.

## 2-5 사회적 유대감

사회적 유대감은 개인이 소속된 단체나 사회에서의 연결성을 느낄 때 충족되는 욕구로, 타인에 대한 관심과 배려를 포함한다[5]. 이는 개인과 타인 간의 관계 형성과 소속감에 중점을 둔다[50]. 사회학자들은 사회적 유대감의 발전에 물리적 근접성의 영향을 강조하며, 심리적으로는 타인과의 사회적 지지가 중요하다고 주장한다[11]. 소규모 집단이나 사회적 집단 내에서의 활동, 애정, 내재화된 규범이 사회적 유대감에 영향을 미친다고 보고 있다[7]. 국내 연구에서는 사회적 유대감을 가족관계, 접촉 빈도, 거주 근접성, 상호 부조 등의 객관적인 면과 가치관, 상호의존성, 질적 개념으로 연구하고 있다[51]. 이는 사회적 유대감이 개인의 사회적 관계 형성에 중요한 역할을 하며, 이타행동에 영향을 미칠 수 있음을 시사한다[52]. 한국에서는 선후배 문화, 기업 간 협업, 대학생 문화 등에서 소속감과 결속력이 강조된다[53]. 한편, Walther[10]는 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(CMC) 환경에서 상호작용의 빈도와 다양성이 사회적 유대감을 강화할 수 있지만, 비대면 커뮤니케이션은 비언어적 소통의 약화를 가져올 수 있다고 주

장한다. 이렇듯 선행연구들은 사회적 유대감과 결속력에 대한 변인관계를 심리적인 부분과 물리적인 부분을 혼용하여 분석하고 있을 뿐 실증적으로 감염병 팬데믹 상황에서의 사회적 거리두기로 인해 사람들 간의 사회적 유대감에 어떠한 영향이 있는지와 이러한 영향관계에서 소셜미디어의 직·간접적인 역할에 대한 과학적인 분석을 하고 있지는 않다. 이에 따라, 본 연구는 코로나19 감염병 상황에서 사회적 거리두기 예방 행동의도가 사람들 간의 사회적 유대감에 미치는 영향과 소셜미디어 이용강도 및 이용동기의 역할을 분석할 필요가 있다고 제안한다. 이를 통해 코로나19 감염병이 개인과 사회에 어떠한 변화를 가져오는지에 대한 사회 현상을 밝히고, ‘사회적 유대감’이라는 잠재변인을 설정하여 그 직·간접적 영향을 살펴보고자 한다.

## III. 연구가설

사회적 거리감은 개인이 느끼는 주관적인 사회적 거리로, 사회적 거리가 가까울수록 타인에 대한 평가와 사회적 관계 형성에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 발표했다[9]. 이에 따라, 사회적 거리두기의 예방 행동의도가 사회적 관계를 형성하고 확장하는데 중요한 역할을 하는 소셜미디어의 이용에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정할 수 있다[46]. 또한, 위험 지각은 개인의 주관적 인지를 통해 형성되는 태도로 정의되며[36], 심각성 인식은 개인이 직면한 위험에 대해 얼마나 민감하게 인식하고, 얼마나 심각하게 여기는지에 따라 달라진다[4]. 이러한 변수들은 개인의 의사결정과 행동에 큰 영향을 미칠 것이다[54]. 또한, Kim[6]은 위험지각이 미디어 반응과 상호작용을 통해 형성되며 예방 행동에 영향을 준다고 밝혔다. 따라서 위험을 느끼는 개인들은 소셜미디어를 더 활용하며, 코로나19와 같은 위험에 대한 심각성 인식이 높은 사람들은 정보를 얻기 위해 소셜미디어 사용을 증가시킬 것으로 가정된다. 이러한 선행 연구를 바탕으로, 예방 행동의도, 위험 지각, 심각성 인식이 소셜미디어를 통한 사회적 유대감 형성에 미치는 영향에 대한 가설을 설정하였다.

- H1. 코로나19 감염병에 대한 예방행동도는 소셜미디어 이용강도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.
- H2. 코로나19 감염병에 대한 위험지각은 소셜미디어 이용강도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.
- H3. 코로나19 감염병에 대한 심각성 인식은 소셜미디어 이용강도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

코로나19와 같은 감염병에 대한 예방 행동의도, 위험지각, 심각성 인식은 건강행동 예측의 중요 요소로, 개인의 위험 인식과 심각성 여부에 따라 달라진다[44]. 개인은 사회적 수준에서 노출된 위험을 개인적 수준보다 더 심각하게 인식한다[45]. 소셜미디어는 정보 소통의 커뮤니케이션 채널로, 위험 관련 정보 공유와 의견 교환을 통해 위험지각과 예방행동 의도가

형성되거나 변화한다[8]. 이에 따라, 위험지각과 심각성 인식이 높을수록, 예방행동 의도가 적극적일수록 소셜미디어 이용동기에 긍정적인 영향을 미친다는 가설을 설정하였다.

- H4. 코로나19 감염병에 대한 예방행동의도는 소셜미디어 이용동기에 정(+ )적 영향을 미칠 것이다.
- H5. 코로나19 감염병에 대한 위험지각은 소셜미디어 이용동기에 정(+ )적 영향을 미칠 것이다.
- H6. 코로나19 감염병에 대한 심각성 인식은 소셜미디어 이용동기에 정(+ )적 영향을 미칠 것이다.

사회적 거리두기에 관한 선행연구[9]는 개인이 느끼는 사회적 거리감이 사회적 유대감 형성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 결과를 제시하였다. 따라서 코로나19 예방을 위한 사회적 거리두기 행동을 실천하는 행동의도는 개인과 타인 간의 물리적인 거리를 확대시키는 효과를 불러와 사회적 유대감에 부정적인 영향을 미칠 것으로 예측할 수 있다. 또한, 위험지각에 관한 연구[2],[6]에서는 위험지각이 사람들의 행동을 크게 영향을 미친다는 사실을 확인하였는데 따라서 코로나19에 대한 개인적, 사회적 위험지각이 높을수록 사회적 거리두기를 엄격히 지키려는 행동이 증가하며, 이는 또한 개인과 타인 사이의 사회적 유대감에 부정적인 영향을 미칠 것으로 볼 수 있다. 선행연구들은 위험에 대한 심각성 인식이 개인의 행동을 크게 조절한다는 사실을 확인해 왔다. 코로나19에 대한 심각성 인식이 높을수록 예방행동의도가 강화되고, 이는 사회적 유대감에 부적(-)인 영향을 미칠 것으로 예측할 수 있다. 이에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H7. 코로나19 감염병에 대한 예방행동의도는 사회적 유대감에 부(-)적 영향을 미칠 것이다.
- H8. 코로나19 감염병에 대한 위험지각은 사회적 유대감에 부(-)적 영향을 미칠 것이다.
- H9. 코로나19 감염병에 대한 심각성 인식은 사회적 유대감에 부(-)적 영향을 미칠 것이다.

소셜미디어의 이용강도와 이용동기는 개인의 상호작용과 네트워크 구성에 중요한 요인으로 작용한다[8]. 개인이 소셜미디어를 얼마나 자주 사용하고 어떤 목적으로 사용하는지는 그들의 네트워크와 상호작용 방식을 결정짓는다[49]. 사회적 유대감은 개인이 타인과의 관계에서 연결성을 느끼는 욕구로, 가족, 친구, 동료와의 친밀한 관계와 같이 개인이 속한 집단이나 사회와의 상호작용을 통해 형성된다[5]. 이는 사회적 네트워크와 소속감을 통해 주어지는 혜택을 의미하며, 이에 대한 높은 인식은 공동체 의식과 집합적인 힘을 반영하고 공동의 목표를 추구하는 경향을 높인다[7]. 그러나, 소셜미디어의 이용이 증가함에 따라 비대면 커뮤니케이션의 비중이 커지면서 면대면 커뮤니케이션에서 나타나는 비언어적 소통이 약화되고, 이는 개인 간의 사회적 유대감 형성에 부정적 영향을 미칠 수 있다[10]. 따라서, 소셜미디어의 높은 이용강도와 이용

동기가 비대면 커뮤니케이션의 비중을 높이고, 이는 곧 사회적 유대감 형성에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 가설을 다음과 같이 설정하였다.

- H10. 소셜미디어 이용강도는 사회적 유대감에 부(-)적 영향을 미칠 것이다.
- H11. 소셜미디어 이용동기는 사회적 유대감에 부(-)적 영향을 미칠 것이다.

이상과 같은 가설설정 근거를 바탕으로, 코로나19에 대한 예방 행동의도, 위험지각, 심각성 인식, 그리고 사회적 유대감 사이의 관계에 있어서, 소셜미디어의 이용강도와 이용동기는 간접적인 매개효과를 발휘할 것으로 예상된다. 사회적 거리감과 유대감에 대한 Laumann[9], Lee와 Lee[18], Liu와 Jun[2]의 연구, Weinstein[44], Champion[55]의 건강신념모델 관련 연구, Boyd와 Ellison[8]과 Choi와 Park[49]의 SNS 이용 관련 연구, 그리고 Deci 등[5], Lee 등[11], 그리고 Snyder[56]의 사회적 유대감 연구를 토대로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H12. 코로나19 감염병에 대한 예방행동의도와 사회적 유대감 간의 관계에서 소셜미디어 이용강도, 이용동기는 간접효과가 있을 것이다.
- H13. 코로나19 감염병에 대한 위험지각과 사회적 유대감 간의 관계에서 소셜미디어 이용강도, 이용동기는 간접효과가 있을 것이다.
- H14. 코로나19 감염병에 대한 심각성인식과 사회적 유대감 간의 관계에서 소셜미디어 이용강도, 이용동기는 간접효과가 있을 것이다.

#### IV. 연구방법

이 연구에서는 코로나19에 대한 사회적거리두기(예방행동 의도), 위험지각, 심각성인식이 사회적 유대감 그리고 소셜미디어 이용강도와 이용동기에 미치는 영향과 예방행동의도, 위험지각, 심각성인식 변수와 사회적 유대감 변수 간의 관계에서 소셜미디어 이용강도와 이용동기 변수의 매개효과를 직·간접적으로 분석하기 위해 구조방정식 모형을 활용하였다.

구조방정식 모형은 다수의 내생변수와 외생변수 간의 상호관계를 동시에 파악할 수 있으며, 회귀분석에 비해 구체적으로 상호관계의 검토가 가능하다. 또한 요인분석과 경로분석이 결합된 형태로 측정 모형과 구조 모형을 통해 여러 잠재변수들 간에 존재하는 인과관계를 분석한다[57]. 본 연구는 정부의 코로나19 극복을 위해 시행한 사회적 거리두기의 10대 행동수칙을 기준으로 물리적 거리두기와 부합하는 행동의도 관측변인 7개를 설정하였고, 2023년 6월 27일~6월 28일(2일간) 온라인 서베이 전문업체인 ㈜마크로밀엠브레인을 통해 전국 10대~60대 남녀를 대상으로 설문을 실시하였다. 특히

코로나19 사회적 거리두기 기간에 대한 충분한 설명과 함께 소셜미디어(넷플릭스, 유튜브 등)와 SNS(카카오톡, 트위터, 페이스북 등)를 이용하는 응답자만을 설문조사 대상으로 하였다. 이 과정을 통해 총 210명의 유효한 설문지를 회수하였다. 수집한 데이터를 IBM SPSS Statistics 26.0을 통해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 다음으로 IBM SPSS AMOS 26.0버전을 사용하여 단일차원의 확인적 요인분석을 통해 모형을 구축하고, 적합도를 검증하여 통계적으로 유의한 계수를 도출하였다. 이러한 계수를 바탕으로 변수들 간의 영향력을 분석하였으며, 잠재변수인 예방행동의도, 위험지각, 심각성인식, 소셜미디어 이용강도, 이용동기와 사회적 유대감 간의 직·간접적인 영향관계를 구조방정식 모델(SEM)으로 분석을 실시하였다.

#### 4-1 예방행동(행동의도)

코로나19의 사회적 거리두기 행동수칙에 따른 행동의도는 개인과 사회의 책임의식, 감염병에 대한 민감도, 개인위생과 관련한 정부의 거리두기 행동수칙을 적극적, 합리적으로 수용하는 코로나 시대에 동참하는 시민의식이다[2]. 행동의도는 Ajzen[17]의 TPB측정법을 바탕으로 타깃, 행동, 상황, 시간을 고려한 구체적 행동 지침 문장을 제시한 선행연구[2]의 연구를 확장하여 정부의 사회적 거리두기의 10대수칙의 기준으로 물리적 거리두기와 부합하는 관측변인 ‘사람간 2미터 거리두기’, ‘두팔 간격’, ‘마스크 착용하기’, ‘모임 장소 방문자제’ 등 7개 문항을 포함하였다.

#### 4-2 위험지각

위험지각은 하위요인을 개인적 위험지각과 사회적 위험지각으로 나눠 설정한 선행연구[40],[41]를 바탕으로 하여 개인적 위험지각은 ‘코로나19는 나에게 중요한 문제이다’, ‘나는 코로나19로부터 받을 피해가 걱정된다’, ‘나는 코로나19에 의해 피해를 받을 것이다’, ‘나는 개인적으로 코로나19에 대해 느끼는 위험이 크다’라는 4개의 문항으로 측정하고자 하였다. 사회적 위험지각은 ‘코로나19는 우리 사회에서 중요한 문제이다’, ‘공중은 코로나19로부터 받을 피해가 걱정된다’, ‘공중은 코로나19에 의해 피해를 받을 것이다’, ‘공중은 코로나19에 대해 느끼는 위험이 크다’라는 4개 항목으로 측정하였다.

#### 4-3 심각성 인식

심각성 인식은 조류인플루엔자에 대해 공중이 얼마나 심각하게 지각하는지의 정도로 분석한 Rimal 등[58]의 연구를 바탕으로 측정도구를 개발한 Kim[42]의 연구방법을 확장하여 코로나19에 대한 심각성 인식 변수를 분석하였다. 구체적으로 ‘코로나19는 누군가가 죽을 수도 있는 심각한 위협이다’, ‘누군가 코로나19에 노출되면 큰 피해를 입을 확률이 높다’, ‘코로나19 심각한 질병 중 하나이다’, ‘코로나19는 그 어

떤 질병보다 치명적이다’라는 4개 항목으로 측정하고자 하였다. 행동의도, 위험지각, 심각성인식의 측정 문항은 모두 7점 리커트 척도로 측정하였다.

#### 4-4 소셜미디어 이용강도/이용동기

소셜미디어 이용강도는 SNS가 이용자의 삶에 얼마나 깊게 관여하고 있는지를 확인하기 위하여 페이스북에 몰입하고 있는 정도를 측정한 Boyd와 Ellison[8]이 개발한 척도와 선행연구[47]를 본 연구에 맞게 조정하여 사용하고자 하였다. 구체적으로 코로나19 사회적 거리두기를 사전에 설명하여, ‘소셜미디어는 나의 일상 활동의 일부이었다’, ‘나는 내가 소셜미디어를 이용한다는 것을 자랑스럽게 이야기했다’, ‘소셜미디어는 나의 일상생활의 일부가 되었다’, ‘소셜미디어에 일정 시간 동안 로그인 안 되어있으면 연락이 끊어진 느낌이 들었다’, ‘나는 소셜미디어 커뮤니티의 구성원이 된 듯한 느낌이 들었다’, ‘나는 소셜미디어가 더 이상 서비스되지 않는다면 실망할 것 같다고 생각했다’와 같이 6개 항목으로 측정하였다.

소셜미디어 이용동기와 관련해서는 기존 선행연구[47],[49]의 측정도구를 바탕으로 분석하고자 하였다. 구체적으로 10개의 문항을 ‘나에게 필요한 정보를 얻을 수 있어 이용한다’, ‘새로운 사람을 만나고 사귄 수 있어 이용한다’, ‘전문적인 지식을 가진 사람을 찾을 수 있어 소셜미디어를 이용한다’, ‘유명인들과 쉽게 교류할 수 있어 이용한다’ 등으로 소셜미디어 이용동기를 측정하였으며, 각각의 항목에 5점 리커트 척도를 사용하였다(1= 전혀 그렇지 않다, 5= 매우 그렇다). 전체 항목은 합산하여 평균으로 사용했으며, 지수화된 점수가 높을수록 응답자가 소셜미디어 활동에 몰입했고, 소셜미디어(SNS) 이용강도가 높다는 것을 의미한다.

#### 4-5 사회적 유대감

이 연구에서는 사회적거리두기의 예방 행동의도, 위험지각 심각성인식 변수가 사회적유대감에 미치는 영향을 파악하고 소셜미디어의 이용강도와 이용동기가 어떠한 매개효과가 있는지 밝혀내기 위해 잠재변수를 설정하였다. 외생 관측변수는 정부의 사회적거리두기의 10대 행동수칙을 바탕으로 물리적 거리두기와 부합하는 7가지의 관측변수를 구성하고 5점 Likert척도로 측정하고자 하였다. 내생 관측변수는 사회적 유대감을 측정하기 위하여 Lee와 Robbins[50]가 개발한 사회적 유대감 척도(Social Connectedness Scale-Revised: SCS-R)를 활용하여 분석한 연구[52]를 토대로 본 연구에 맞게 총 20개 문항의 사회적 유대감의 측정 항목을 6점 리커트 척도로 측정하였다. 본 연구는 예방 행동의도, 위험지각, 심각성인식 변수가 사회적 유대감 변수에 어떠한 영향을 미치며, 사회적 유대감 간의 관계에서 소셜미디어의 이용강도와 이용동기 변수의 매개효과를 파악하는 것이기 때문에 컴퓨터를 기반으로 하는 소셜미디어를 사용하지 않는 사람은 제외하였다.

V. 분석 및 검증결과

5-1 자료수집 및 분석방법

본 연구의 분석은 SPSS 26.0과 AMOS 26.0 통계 프로그램을 사용하여 결과분석을 시행했다. 구체적 분석방법은 다음과 같다.

일반적인 인구통계학적 특성의 확인을 위해 기술통계분석을 실시하였으며, 본 연구에서 사용하는 측정도구의 신뢰도 검증을 위하여 예방 행동의도(이하\_행동의도), 위험지각, 심각성인식, 이용강도, 이용동기, 사회적 유대감 척도의 Cronbach's  $\alpha$ 를 산출하였으며, 평균, 표준편차, 왜도, 첨도를 산출하였다. 각 변인들 간의 관계를 확인하기 위해서는 행동의도, 위험지각, 심각성인식, 이용강도, 이용동기, 사회적 유대감 간의 Pearson 상관분석을 실시하였다. 구조방정식(SEM)을 이용하여 연구모형의 타당성과 변인 사이의 영향력을 검증하였으며, 행동의도와 위험지각, 심각성인식이 이용강도와 이용동기, 사회적 유대감으로 향하는 경로와 이용강도와 이용동기가 사회적 유대감으로 향하는 경로에 대한 직접효과, 간접효과, 총 효과의 유의성 검증을 위해 Shrout와 Bolger[59]가 제안한 부트스트랩(Bootstrap)을 실시하였다.

1) 조사대상자 특성

본 연구에서의 설문 응답자의 조사대상자 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 표 1과 같다. 성별의 경우 남

표 1. 조사대상자 특성

Table 1. Characteristics of participants

(N=210)			
Item		Frequency(n)	%
Gender	Male	105	50.0
	Female	105	50.0
Age	10's	35	16.7
	20's	35	16.7
	30's	35	16.7
	40's	35	16.7
	50's	35	16.7
	60's	35	16.7

표 2. 측정도구의 기술 통계치 및 신뢰성 검증

Table 2. Descriptive statistics and reliability verification

(N=210)							
Item	Number of questions	M	SD	Skewness	Kurtosis	Cronbach's $\alpha$	
Preventive behavioral intention	7	5.77	0.98	-1.20	1.31	0.886	
Risk Perception	Personal risk perception	4	4.77	1.59	-0.64	-0.45	0.927
	Social risk perception	4	4.80	1.55	-0.67	-0.42	0.945
	Total	8	4.79	1.45	-0.77	-0.12	0.944
Severity Perception	4	5.07	1.57	-1.09	0.47	0.949	
Use Intensity	6	2.95	0.94	-0.07	-0.45	0.905	
Use Motivation	10	3.11	0.77	-0.39	0.24	0.894	
Social bonding	20	3.59	1.09	-0.41	-0.40		

자와 여자 각각 105명(50.0%)이었고, 연령은 10대부터 60대의 범위이며 각 집단은 35명(16.7%)으로 조사되었다.

2) 신뢰성 검증

연구모형을 검증하기 위한 측정도구가 적합한지 확인하기 위해 신뢰성 분석을 실시하였다(표 2). 신뢰성이란 동일한 개념을 반복 측정하였을 때 그 결과가 일관성 있게 나오는 정도를 의미한다. 본 연구에서 측정 변수들의 신뢰성은 Cronbach's Alpha 계수를 활용하여 검증하였으며, 임계치를 0.7로 정하였고 계수의 값이 0.7 이상일 경우에 해당 변수의 신뢰성에 문제가 없다고 판단하였다[60]. 분석 결과, 추출된 성분의 내적일관성(Internal Validity)을 검증하고자 신뢰성 분석을 실시하였고, 분석결과 모든 측정 변수들의 Cronbach's Alpha 값은 0.7 이상으로 나타나 신뢰성이 확보되었다. 주요 변인의 기술통계를 살펴보면, 행동의도의 평균은 5.77(SD=0.98)이었고, 위험지각은 4.79(SD=1.45), 하위요인인 개인적 위험지각은 4.77(SD=1.59), 사회적 위험지각은 4.80(SD=1.55)으로 나타났다.

또한, 심각성 인식의 평균은 5.07(SD=1.57), 이용강도는 2.95(SD=0.94)점, 이용동기는 3.11(SD=0.77), 사회적 유대감은 3.59(SD=1.09)점으로 나타났다.

3) 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis)

확인적 요인분석에 앞서 본 연구의 목적이 구조방정식 모형을 검증하고 추정하는 것에 더 의미가 있다고 판단하여 측정 변인이 3개 이상일 때 각각의 잠재변인의 요인분석이 적절하게 나온다는 Yu[61]의 연구를 바탕으로 지표의 대표성, 모형의 적합도, 추정의 안정성과 정확성을 고려한 문항 묶음 방식을 사용하여 측정변인을 설정하였다. 문항묶음을 이용하면 근사 적합도지수(RMSEA, CFI 등)의 측면에서 모형적합도가 좋아진다는 선행연구[62]를 바탕으로, 구조방정식 연구모형을 설명한 Lee와 Kim[63]의 연구를 참고하여 다양한 문항 묶음을 시도해본 결과, 단일요인인 행동의도, 이용강도, 이용동기, 사회적 유대감을 문항 꾸러미로 제작하여 잠재변인을 측정하였고 나머지 변인인 위험지각과 심각성 인식은 기존 선행 연구의 하위요인을 측정변인으로 설정하여 검증을 진행하였다.

문항꾸러미 제작 방법은 먼저 해당 변인의 각각의 문항에 대해 탐색적 요인분석을 시행하고 문항의 요인부하량을 확인하여 크기에 따라 순서를 정했다. 그리고 가장 낮은 요인부하량을 가진 문항과 높은 요인부하량을 가진 문항을 짝지어 3개의 평균 요인부하량이 비슷한 문항꾸러미를 제작하였다.

탐색적 요인분석을 통해 추출된 측정 변수들에 대해 AMOS를 이용하여 확인적 요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였다. 아직 이론적으로 체계화 또는 정립되지 않은 연구에서 연구의 방향을 파악하고자 탐색적인 목적으로 수행하는 탐색적 요인분석과는 다르게, 확인적 요인분석을 이론적 배경하에서 변수 간의 관계를 미리 설정해 놓고 요인분석을 수행하는 방법이다[60]. 초기 연구모형에 대해 확인적 요인분석을 실시한 결과 적합도 지수가 전반적으로 기준치에 도달하였으며, 결과는 표 3과 같이 나타났다

**표 3. 확인적 요인분석의 적합도(Model Fit)**  
**Table 3. Model Fit of confirmatory factor analysis**

Fit index		Research model	Value	Threshold criteria
Absolute fit index	Model overall fit	$\chi^2(p)$	200.448 (.000)	$p \geq .01$ (Sensitive to sample size)
		$\chi^2/df$	1.670	$0 \leq \chi^2/df \leq 2.0\sim3.0$
		RMSEA	.057	$\leq 0.05\sim0.08$
		RMR	.050	$\leq 0.05\sim0.08$
	Model explanatory power	GFI	.903	$\geq 0.9$
		AGFI	.861	$\geq 0.8\sim0.9$
Incremental fit index	PGFI	.633	$\geq 0.5\sim0.6$	
	NFI	.944	$\geq 0.9$	
	CFI	.977	$\geq 0.9$	
	IFI	.977	$\geq 0.9$	

**표 4. 확인적 요인분석의 신뢰도 분석**  
**Table 4. Reliability analysis of confirmatory factor analysis**

Factor	Measurement Item	Unnormalized path coefficient	Normalized path coefficient	SE	C.R (t값)	CR	AVE
Preventive behavioral intention	Group1	1	0.857				
	Group2	0.973	0.862	0.063	15.352***	0.852	0.658
	Group3	1.012	0.862	0.066	15.337***		
Risk Perception	Personal risk perception	1	0.857				
	Social risk perception	0.94	0.829	0.074	12.662***	0.668	0.502
Severity Perception	Group1	1	0.906				
	Group2	0.975	0.941	0.042	23.458***	0.871	0.629
	Group3	1.063	0.927	0.047	22.488***		
	Group4	0.916	0.861	0.049	18.587***		
Use Intensity	Group1	1	0.871				
	Group2	1.036	0.943	0.053	19.481***	0.919	0.791
	Group3	0.987	0.859	0.059	16.737***		
Use Motivation	Group1	1	0.872				
	Group2	1.018	0.871	0.062	16.390***	0.926	0.807
	3	0.983	0.855	0.062	15.908***		
Social bonding	Group1	1	0.925				
	Group2	0.944	0.919	0.041	23.061***	0.935	0.828
	Group3	1.030	0.941	0.042	24.558***		

\*\*\*p<.001

다. 연구모형의 적합도 지수는  $\chi^2 = 200.448(p = .000)$ ,  $\chi^2/df = 1.670$ , RMSEA = .057, RMR = .050, GFI = .903, AGFI = .861, PGFI = .633, NFI = .944, CFI = .977, IFI = .977로 측정되어 PGFI 적합도에서만 기준치를 충족하지 못하였다. 단, 이를 제외한 모든 지수들이 만족스러운 수준으로 나타남으로써 전반적으로 연구모형이 적합하다고 판단하였다[64].

**4) 확인적 요인분석의 신뢰성 검증**

연구모형의 모든 적합도는 양호하였으며, 신뢰도 분석을 실시한 결과는 표 4와 같다.

표준화 경로계수가 0.5 이하로 나타난 문항은 없었으며, 모든 요인의 개념신뢰성(CR : Construct Reliability) 0.7 수준이었으며, 추출된 분산추출지수(AVE : Average Variance Extracted)가 0.5 이상의 수준을 만족하였으므로 본 연구의 측정 모형은 개념신뢰도가 적합한 것으로 판단하였다[65].

**5) 확인적 요인분석의 타당성 검증**

확인적 요인분석의 판별타당성을 살펴보기 위해 Pearson의 상관분석을 실시하였다(표 5). 판별타당성 결과를 살펴

**표 5. 확인적 요인분석의 판별타당성**  
**Table 5. Discriminant validity of confirmatory factor analysis**

	1	2	3	4	5	6
1. Preventive behavioral intention	.658					
2. Risk Perception	.196	.502				
3. Severity Perception	.303	.404	.629			
4. Use Intensity	.123	.223	.143	.791		
5. Use Motivation	.186	.174	.232	.421	.807	
6. Social bonding	.181	.190	.133	.195	.288	.828

Note. diagonal: AVE, Below the diagonal: squared value of the correlation coefficient



면, 각 변인 간의 상관행렬에서 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타난 변인은 이용강도와 이용동기로 .649이었으며, 결정계수는 .421(.649×.649)로 나타났다. 각 변인 간에 분산추출지수(AVE) 값이 이용강도와 이용동기의 결정계수 (.421) 보다 모두 높아 판별타당도를 확보했다[65].

5-2 가설검증

1) 연구가설의 검증

각 가설의 채택 여부 및 경로분석 결과는 표 6, 그림 1과 같다. 경로분석 결과, 행동의도( $\beta=.329$ ,  $p<.001$ ), 위험지각( $\beta=.344$ ,  $p<.01$ )이 이용강도에 정적(+) 영향을 미친다는 가설 1과 가설 2는 채택되었고, 심각성 인식이 이용강도에 정적(+) 영향을 미친다는 가설 3은 기각되었다. 행동의도( $\beta=.330$ ,  $p<.001$ ), 심각성 인식( $\beta=.275$ ,  $p<.01$ )이 이용동기에 정적(+) 영향을 미친다는 가설 4와 가설 6은 채택되었고, 위험지각이 이용동기에 정적(+) 영향을 미친다는 가설 5는 기각되었다. 다음으로 위험지각( $\beta=-.334$ ,  $p<.01$ ), 이용동기( $\beta=-.495$ ,  $p<.001$ )가 사회적 유대감에 부적(-) 영향을 미친다는 가설 8, 가설 11은 채택되었고, 행동의도와 심각성 인식, 이용강도가 사회적 유대감에 부적(-) 영향을 미친다는 가설 7, 가설 9, 가설 10은 기각되었다.

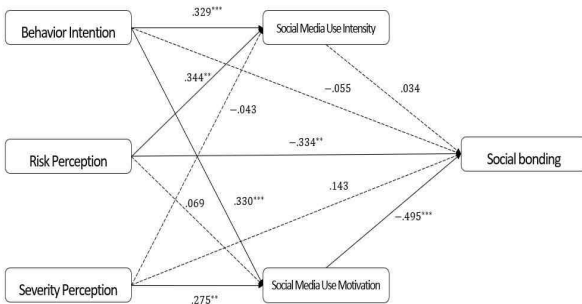


그림 1. 구조방정식 모형 분석 결과  
Fig. 1. Structural equation model analysis results

2) 효과분해

본 연구에서 가설적 모형의 매개효과를 살펴보기 위해 변수 간 직접효과, 간접효과, 총 효과를 확인하였고, 본 연구에서 분석한 결과는 표 7과 같다. 가설 12 행동의도( $\beta=-.153$ ,  $p<.05$ ), 가설 14 심각성 인식( $\beta=-.137$ ,  $p<.05$ )만이 사회적 유대감으로 가는 경로의 간접효과가 유의한 것으로 나타났다. 이는 코로나19에 대한 사회적거리두기의 행동의도와 심각성 인식이 소셜미디어의 이용동기, 이용강도를 매개로 사회적 유대감에 미치는 영향이 통계적으로 유의미한 것으로 분석된 것이다. 매개변수(이용강도, 이용동기)에 가장 큰 영향을 미친 변수는 위험지각, 행동의도, 심각성인식 순으로 볼 수 있다.

표 7. 효과 분해  
Table 7. Effect decomposition

Path	Direct effect	Indirect effect	Total effect
Behavioral intention → Use Intensity	.329**	-	.329**
Risk Perception → Use Intensity	.344*	-	.344*
Severity Perception → Use Intensity	-.043	-	-.043
Behavioral intention → Use Motivation	.330*	-	.330*
Risk Perception → Use Motivation	.069	-	.069
Severity Perception → Use Motivation	.275*	-	.275*
Behavioral intention → Social bonding	-.055	-.153*	-.207
Risk Perception → Social bonding	-.334*	-.022	-.357*
Severity Perception → Social bonding	.143	-.137*	.006
Use Intensity → Social bonding	.034	-	.034
Use Motivation → Social bonding	-.495**	-	-.495**

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

표 6. 경로분석에 따른 인과관계 측정

Table 6. Causal relationship measurement based on path analysis

Path	Unnormalized path coefficient	Normalized path coefficient	SE	C.R(t)	p	Results
Behavioral intention → Use Intensity	.278	.329	.082	3.397***	<.001	Adopted
Risk Perception → Use Intensity	.225	.344	.080	2.801**	.005	Adopted
Severity Perception → Use Intensity	-.025	-.043	.059	-.419	.675	Rejected
Behavioral intention → Use Motivation	.230	.330	.067	3.420***	<.001	Adopted
Risk Perception → Use Motivation	.037	.069	.065	.572	.567	Rejected
Severity Perception → Use Motivation	.129	.275	.048	2.661**	.008	Adopted
Behavioral intention → Social bonding	-.056	-.055	.097	-.573	.566	Rejected
Risk Perception → Social bonding	-.263	-.334	.098	-2.692**	.007	Adopted
Severity Perception → Social bonding	.099	.143	.072	1.365	.172	Rejected
Use Intensity → Social bonding	.040	.034	.124	.327	.744	Rejected
Use Motivation → Social bonding	-.725	-.495	.158	-4.585***	<.001	Adopted

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

## VI. 결 론

### 6-1 연구요약 및 논의

이 연구는 코로나19의 사회적거리두기의 예방행동의도와 위험지각, 심각성인식이 사회적 유대감에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고, 이들 간의 관계에서 소셜미디어의 이용동기, 이용강도의 매개효과를 실증적으로 규명하는데 그 목적이 있다. 가설검증 결과를 중심으로 연구 결과를 요약하고 논의 하던 다음과 같다.

첫째, 코로나19 사회적 거리두기의 예방행동의도와 위험지각 변수는 소셜미디어 이용강도에 정적(+ )인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1, 2는 채택되었다. 특히 위험지각, 행동의도 순으로 소셜미디어 이용강도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 코로나19에 대한 위험지각이 가장 소셜미디어 이용을 높이는데 영향을 주는 변수로 해석할 수 있으며, 코로나19 감염병 상황속에서 사회적거리두기의 행동의도와 위험지각 변수 모두 소셜미디어 이용강도를 높인다는 것을 말해준다. 코로나19에 대한 예방행동의도와 위험지각 변수가 소셜미디어 이용강도에 긍정적인 영향을 미치는 결과는 이전 연구들과 일관성을 보인다. 예를 들어, Liu와 Jun[2]의 연구에서는 위험지각이 주로 미디어 노출과 관련이 있으며, 이는 개인적인 예방행동과 사회적 위험지각과 관련이 있다고 제시한 바 있다. 이 연구는 현재의 연구 결과와 일치하며, 위험지각이 미디어 이용, 특히 소셜미디어 이용에 영향을 미치는 것을 확인시켜 준다. 또한, Boyd와 Ellison[8]과 Choi와 Park[49]의 연구는 소셜미디어가 개인과 개인들 간의 사회적 네트워크에 기반하는 커뮤니케이션 채널이며, 다양한 이용동기를 가지고 있음을 보여주었다. 이를 통해, 예방행동의도가 소셜미디어 이용강도를 높이는 것이 가능함을 이해할 수 있다. 반면에 코로나19에 대한 심각성인식이 이용강도에 정적(+ )인 영향을 미칠 것이라는 가설 3은 기각되었다. 심각성인식은 유의미하진 않지만 반대로 부적(- )영향을 미치는 것으로 나타났다(-.043). 심각성 인식은 코로나19에 대한 개인의 인식에 기반하여 높아질 수 있으며, 이는 질병의 치명성, 죽음 등에 대한 두려움을 표현하는 요소이다. 이러한 심각성 인식이 높아질수록, 사람들은 그들의 행동을 수정하려고 노력하며, 이러한 노력은 종종 소셜미디어 사용을 줄이는 형태로 나타날 수 있다. 즉, 코로나19의 심각성을 인식하는 사람들은 대체로 정보의 품질과 정확성에 더 큰 중요성을 둘 수 있으며, 이는 신뢰성이 검증되지 않은 소셜미디어 정보에 대한 의존도를 줄일 수 있다. 따라서, 심각성 인식이 높은 사람들이 소셜미디어 이용강도를 줄일 가능성이 있으며, 이는 심각성 인식 변수가 소셜미디어 이용강도에 유의한 영향을 미치지 못한 이유로 볼 수 있다.

둘째, 코로나19 사회적 거리두기의 예방행동의도와 심각성 인식이 소셜미디어 이용동기에 정적(+ )인 영향을 미칠 것이라는 가설 4, 가설 6은 채택되었지만, 위험지각이 이용동기

에 정적(+ )인 영향을 미칠 것이라는 가설 5는 기각되었다. 이는 코로나19 사회적거리두기 행동의도와 감염병에 대한 심각성 인식이 소셜미디어 이용동기를 높인다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 기존 연구와 그 맥을 같이 하는데 예를 들어, Boyd와 Ellison[8] 및 Choi와 Park[49]의 연구들은 소셜미디어가 개인과 개인들 간의 사회적 네트워크에 기반하는 커뮤니케이션 채널이며, 다양한 이용동기를 가지고 있으며, 개인들의 예방행동의도나 질병의 심각성 인식이 높을수록, 그들은 사회적 교류를 위해 더 많은 정보를 찾고, 더 빈번하게 소셜미디어를 이용할 가능성이 높다고 하였다. 반면, 위험지각 변수는 사람들 간의 소통, 교류 등을 측정하는 소셜미디어 이용동기 변수에 유의미한 영향(.069)을 미치지 않는 것으로 나타났다. 위험지각이 높아질수록, 사람들은 소셜미디어를 통해 정보를 찾거나 공유하는 것에 대한 동기를 느낄 수 있지만, 이는 필연적으로 이용동기를 증가시키는 것은 아니다. 이는 사람들이 위험을 인식할 때 더욱 신중해지고, 신뢰할 수 있는 정보 출처에 의존하려는 경향이 있기 때문일 수 있다. 따라서, 사람들은 코로나19에 대한 위험지각이 높아질 때, 국가 기관이나 공신력 있는 뉴스 매체와 같은 신뢰도 높은 출처로부터 정보를 얻으려는 경향이 있을 수 있으며, 이런 이유로 위험지각이 이용동기에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 보인다.

셋째, 코로나19에 대한 위험지각은 사회적 유대감에 부적(- ) 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 8은 채택되었다. 코로나19에 대한 위험지각이 사회적 유대감에 부정적인 영향(-.334)을 미치는 이유는 사람들이 감염 위험을 최소화하기 위해 사회적 거리를 유지하려는 경향 때문인 것으로 보인다. 위험지각이 높아짐에 따라 개인은 자신과 다른 사람들과의 직접적인 상호작용을 줄이려 할 수 있으며, 이는 소셜미디어를 통한 사회적 유대감의 감소를 초래할 수 있다. 또한, 높은 위험지각은 개인이 건강에 대한 걱정을 늘리고, 그 결과로 개인은 보다 안전하거나 건강에 해가 없는 활동의 시간을 더 할애하게 될 수 있으며, 이는 사회적 상호작용을 줄이고 따라서 사회적 유대감을 감소시킬 수 있다. 따라서, 코로나19에 대한 위험지각이 높을수록 사회적 유대감은 감소하는 것으로 보인다. 반면에 행동의도(-.055)는 유의하지 않아 가설 7은 기각되었으나, 사회적 유대감에 부적(- )인 영향이 있는 것으로 나타났다, 가설 9의 심각성 인식(.143)은 기각되었으나 사회적 유대감에 정적(+ )인 영향이 있는 것으로 나타났다. 예방행동의도는 개인이 코로나19를 방지하기 위해 취하는 행동의 의욕을 나타내는 것이며, 심각성 인식은 개인이 질병의 심각성을 인지하는 정도를 나타낸다. 이런 요소들은 개인의 행동을 유도하거나 코로나19에 대한 인식을 높이는 데 기여할 수 있지만, 그것들이 직접적으로 사회적 유대감, 즉 개인이 사회와 어떻게 연결되어 있는지에 대한 감각을 바꾸는 주요 요인은 아니다. 따라서 예방행동의도와 심각성 인식이 사회적 유대감에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다.

넷째, 소셜미디어 이용동기는 사회적유대감에 부적(- ) 영향(-.495)을 미치는 것으로 나타나 가설 11은 채택되었다.

Boyd와 Ellison[8]과 Choi와 Park[49] 등의 연구에서는 소셜미디어를 이용하는 동기에는 다양한 이유가 있다고 보고했다. 이런 동기 중 일부는 개인의 자아 표현, 정보 탐색, 그리고 다른 사람들과의 상호작용 등을 포함하는데, 이런 동기들은 사회적 유대감을 반드시 강화하지는 않는다. 소셜미디어 이용은 때때로 사회적 연결을 약화시키고 분리를 촉진하는 데 기여할 수 있으며, 이는 소셜미디어 이용이 과도하게 되거나, 이용자가 비대면의 디지털 상호작용에 과도하게 의존하게 되는 경우 더욱 그러하다. 또한, Deci 등[5], Lee 등[11], 그리고 Snyder[56]의 연구에서는 사회적 유대감이 상호작용, 공동체 참여, 동질성 인식 등에 의해 형성되며, 이는 사회적 지지를 통한 심리적 안정감에 크게 기여한다고 강조하였다. 따라서, 이러한 사회적 유대감을 형성하고 강화하는 요소들이 소셜미디어 이용동기에서 결여되거나, 혹은 소셜미디어 이용동기가 이러한 요소들을 약화시키는 방향으로 작용하면, 사회적 유대감에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 해석이 가능하다. 반면 소셜미디어 이용강도는 사회적 유대감에 유의한 영향(.034)을 미치지 못하여 가설 10은 기각되었다. 이러한 결과는 이용강도가 높다는 것은 빈번하게 소셜미디어를 사용한다는 것을 의미하지만, 그것이 반드시 실질적인 사회적 유대감의 형성으로 이어지지 않는다는 것을 시사한다. 예를 들어, 사람들이 소셜미디어를 주로 뉴스를 읽거나, 취미 활동 정보를 찾는 등 개인적인 이유로 사용한다면, 이는 다른 사람들과의 사회적 유대감을 높이는 데에 크게 기여하지 않을 수 있다. 또한 소셜미디어 이용강도와 사회적 유대감 간의 관계는 개인의 성향이나 상황에 따라 다르게 작용할 수 있다. 즉, 어떤 사람들은 소셜미디어를 통해 많은 사람들과 교류하고, 적극적으로 정보를 공유하며, 이를 통해 사회적 유대감을 높이는 반면, 다른 사람들은 소셜미디어 사용을 주로 수동적으로 정보를 수집하거나, 개인적인 관심사를 위주로 활용하는 등 사회적 유대감 형성에 크게 기여하지 않는 방식으로 이용할 수 있다. 이러한 이유로 이용강도는 사회적 유대감에 영향을 미치지 못한 것으로 보인다.

다섯째, 코로나19에 대한 예방행동의도와 심각성인식, 이용강도와 사회적 유대감 간의 관계에서 소셜미디어 이용동기, 이용강도는 매개효과가 있을 것이라는 가설 12, 가설 14 만이 간접효과가 나타났다. 본 연구에서는 매개효과를 살펴보기 위해 변수 간의 직접효과, 간접효과, 총 효과를 확인하였다. 가설 12 행동의도(-.153), 가설 14 심각성인식(-.137) 변수만이 사회적 유대감으로 가는 경로의 간접효과가 유의한 것으로 나타났다. 이는 코로나19 사회적거리두기의 행동의도와 감염병에 대한 심각성 인식이 소셜미디어의 이용 변수를 경유하여 사회적 유대감을 오히려 낮추는 변수라는 것을 의미하는 중요한 함의를 가진다. 소셜미디어에 가장 큰 영향을 미치는 변수는 위험지각, 행동의도, 심각성 인식 순으로 나타났다.

결과적으로 코로나19에 대한 사회적 거리두기의 위험지각과 행동의도 변수가 심각성 인식 변수보다 소셜미디어 이용강도에 더 큰 영향을 주고, 코로나19에 대한 심각성 인식이

높을수록 오히려 소셜미디어의 이용강도를 낮추는 결과가 나타났다. 행동의도와 심각성 인식은 소셜미디어 이용동기를 높이는 것으로 나타났다. 반면, 위험지각 변수는 이용동기에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이어 코로나19에 대한 위험지각과 소셜미디어 이용동기가 높은 사람일수록 사회적 유대감은 낮아지는 것을 확인할 수 있었다. 특히 코로나19 사회적 거리두기 행동수칙이 물리적 거리두기를 기반으로 하고 있어 사회적 유대감을 낮출 것이라는 막연한 추측은 부적(-)으로 나타나 유의미(-.055)하지 않았으며, 오히려 위험지각 변수가 사회적 유대감을 낮추고(-.334), 소셜미디어의 이용동기 또한 유대감을 낮추는데 주요한 영향(-.495)을 미치는 것으로 나타났다. 이어 심각성 인식은 감염병에 대한 죽음 등의 심각한 인식을 측정하는 변수로서 오히려 사람들이 코로나19를 심각하게 생각하면 할수록 사회적 유대감은 오히려 높아지는 반대의 현상이 나타났으며(.143), 행동의도(-.153), 심각성 인식(-.137)만이 소셜미디어 이용동기, 이용강도의 매개변수를 경유하여 사회적 유대감이 낮아지는 유의한 영향이 있는 것을 확인하였다. 이 같은 결과는 코로나19에 대한 위험 지각이 높아지고, 감염병에 대한 사회적거리두기 실천 행동의도가 높을수록, 소셜미디어의 영향력은 커지고 그에 따른 사회적 유대감은 낮아지지만, 감염병에 대한 심각성 인식이 높을수록 사회적 유대감은 높아지고, 소셜미디어의 이용은 반대로 사회적 유대감을 낮출 수 있다는 것을 밝혀낸 것이다. 이는 코로나19와 같은 감염병이라는 비대면 사회적 재난 상황 속에서 소셜미디어의 적절한 활용의 필요성과 사회적 결속 등의 문제를 과학적으로 검증했다는 점에서 중요한 함의를 가진다.

## 6-2 연구의 한계 및 제언

이 연구는 코로나19 감염병이라는 전 인류가 겪은 사회적 재난 상황에서 소셜미디어의 활용과 그에 따른 사회적 유대감에 어떠한 변화가 있었는지를 설문조사를 통해 분석하였다. 이 연구는 이론적 논의에 기술한 기존 코로나19에 대한 연구를 확장하는데 기여할 것으로 본다. 또한, 물리적 거리두기를 기반으로 한 사회적 거리두기의 행동수칙이 사회적 유대감을 낮출 것이라는 막연한 추측이 유의미하지 않다는 것을 과학적으로 규명하였으며, 심각성 인식 변수가 오히려 사회적 유대감을 높이는 주요 변수이며, 소셜미디어의 영향력이 높아질수록 사회적 유대감은 반대로 낮아진다는 것을 밝혀냈다. 이는 감염병 상황 속에서 격리된 사람들의 과도한 소셜미디어 사용을 경계해야 한다는 탐색적 연구로도 기여할 것으로 기대된다. 그러나 본 연구는 코로나19가 창궐하고 유행하던 기간의 사회적 거리두기를 단계별로 세분화하여 분석하고, 가족의 유무 등의 조사 대상자의 특성을 더 세밀하게 하지 못한 측면에서 볼 때, 코로나19 사회적 거리두기의 영향과 소셜미디어의 관계를 일반화하는데 한계가 있다. 그러나 코로나19 사회적 거리두기 시행 전체 기간을 대상으로 사회적 유대감

간의 상관관계를 분석하는데 본 연구의 주된 목적이 있었기에 향후, 질적 방법론을 통해 코로나19 경험자들을 인터뷰하고, 이 연구에서 도출된 결과를 양적 방법론으로 비교 연구를 수행한다면, 실질적이고 발전된 연구 결과를 도출할 수 있을 것으로 기대된다. 또한, 이 연구는 감염병에 대한 사회과학적 연구의 한 부분으로, 건강과 의료 분야와의 다학제적인 실증 연구를 추진하지 못한 점이 아쉬움으로 남는다. 본 연구에서 발견된 결과 중 하나인 감염병에 대한 심각성 인식이 높을수록 사회적 유대감은 오히려 강화되고 소셜미디어의 이용이 사회적 유대감을 낮출 수 있다는 결과를 바탕으로, 국가 간의 비교 연구를 수행한다면 한국 사회의 사회적 유대감의 특성을 보다 명확하게 증명할 수 있을 것으로 보인다. 이와 더불어, 본 연구는 공중보건학, 심리학, 사회학, 미디어 커뮤니케이션 등 다양한 분야에 걸쳐 시사점을 제공한다. 이는 감염병 대응 정책에서 사회적 유대감의 중요성, 위기 상황에서의 소셜미디어 사용과 정신 건강 관계, 디지털 시대의 사회적 관계 형성 메커니즘 등을 포함한다.

또한, 본 연구 결과는 정부가 사회적 재난 상황에서 균형 잡힌 소셜미디어 사용 지침과 사회적 거리두기 정책 수립시 사회적 유대감 유지 방안을 마련하는데 기여할 수 있을 것이며, 향후 코로나19 같은 감염병 상황에서의 소셜미디어 영향력에 대한 장기적, 비교문화적 연구의 기반을 제공할 것으로 기대된다.

## 참고문헌

- [1] Korea Disease Control and Prevention Agency. Social Distancing Measures Lifted after about 2 Years and 1 Month. It Is Even More Important to Follow Daily Quarantine Rules to Prevent Infection in Daily Life, such as Hand Washing, Ventilation, and Disinfection [Internet]. Available: <https://ncov.kdca.go.kr>.
- [2] S. S. Liu and S. W. Jun, "Differences of COVID-19 Perceptions between Korea and China," *Journal of Political Communication*, No. 65, pp. 149-174, June 2022. <http://dx.doi.org/10.35731/kpca.2022..65.004>
- [3] L. Sjöberg, "The Different Dynamics of Personal and General Risk," *Risk Management*, Vol. 5, pp. 19-34, July 2003. <https://doi.org/10.1057/palgrave.rm.8240154>
- [4] K. Glanz, B. K. Rimer, and K. Viswanath, *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice*, 4th ed. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2008.
- [5] R. M. Ryan and E. L. Deci, "Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being," *American Psychologist*, Vol. 55, No. 1, pp. 68-78, January 2000. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.55.1.68>
- [6] Y. U. Kim, *Risk, Crisis & Communication*, Seoul: Ewha Womans University Press, 2008.
- [7] L. Festinger, S. Schachter, and K. W. Back, *Social Pressures in Informal Groups: A Study of Human Factors in Housing*, Stanford, CA: Stanford University Press, 1950.
- [8] D. M. Boyd and N. B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, No. 1, pp. 210-230, October 2007. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- [9] E. O. Laumann, "Subjective Social Distance and Urban Occupational Stratification," *American Journal of Sociology*, Vol. 71, No. 1, pp. 26-36, July 1965. <https://doi.org/10.1086/223990>
- [10] J. B. Walther, "Relational Aspects of Computer-Mediated Communication: Experimental Observations over Time," *Organization Science*, Vol. 6, No. 2, pp. 186-203, March-April 1995. <https://doi.org/10.1287/orsc.6.2.186>
- [11] R. M. Lee, M. Draper, and S. Lee, "Social Connectedness, Dysfunctional Interpersonal Behaviors, and Psychological Distress: Testing a Mediator Model," *Journal of Counseling Psychology*, Vol. 48, No. 3, pp. 310-318, 2001. <https://doi.org/10.1037//0022-0167.48.3.310>
- [12] C. A. Harper, L. P. Satchell, D. Fido, and R. D. Latzman, "Functional Fear Predicts Public Health Compliance in the COVID-19 Pandemic," *International Journal of Mental Health and Addiction*, Vol. 19, No. 5, pp. 1875-1888, October 2021. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00281-5>
- [13] World Health Organization. WHO-Convened Global Study of Origins of SARS-CoV-2: China Part [Internet]. Available: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/origins-of-the-virus>.
- [14] World Health Organization. Coronavirus Disease (COVID-19) [Internet]. Available: [https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1).
- [15] Korea Disease Control and Prevention Agency. COVID-19 Social Distancing Rules of Conduct [Internet]. Available: <https://www.kdca.go.kr/search/searchN.es?mid=a20101000000>.
- [16] Y. J. Jang, Online Distribution Trends and Challenges in the Food and Restaurant Industry, National Assembly Research Service, Seoul, NARS Current Issue Analysis No. 165, October 2020.
- [17] I. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2, pp. 179-211, December 1991. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- [18] S. Y. Lee and K. Lee, "Social Distance Attitudes of Nursing Students towards Adults with Mental Disorders," *Journal of Korean Academy of Psychiatric and Mental*

- Health Nursing*, Vol. 25, No. 4, pp. 356-366, December 2016. <https://doi.org/10.12934/jkpmhn.2016.25.4.356>
- [19] M. Zhao and J. Xie, "Effects of Social and Temporal Distance on Consumers' Responses to Peer Recommendations," *Journal of Marketing Research*, Vol. 48, No. 3, pp. 486-496, June 2011. <https://doi.org/10.1509/jmkr.48.3.486>
- [20] G. Simmel, *Essays on Sociology, Philosophy & Aesthetics*, New York, NY: Harper and Row, 1965.
- [21] E. S. Bogardus, "A Social Distance Scale," *Sociology & Social Research*, Vol. 17, pp. 265-271, 1933.
- [22] S. Kang, E.-M. Kim, and Y.-M. Sohn, "The Effects of Self-power Program for North Korean Female Refugees in Hanawon on Emotion, Social Support and Communication," *Journal of the Korea Society for Wellness*, Vol. 11, No. 1, pp. 137-149, February 2016. <https://doi.org/10.21097/ksw.2016.02.11.1.137>
- [23] M. Douglas, *Risk Acceptability according to the Social Sciences*, New York, NY: Russell Sage Foundation.
- [24] P. Slovic, B. Fischhoff, and S. Lichtenstein, "Why Study Risk Perception?" *Risk Analysis*, Vol. 2, No. 2, pp. 83-93, June 1982. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.1982.tb01369.x>
- [25] O. Renn and D. Levine, Credibility and Trust in Risk Communication, in *Communicating Risks to the Public: International Perspectives*, Dordrecht, Netherlands: Springer, ch. 9, pp. 175-217, 1991. [https://doi.org/10.1007/978-94-009-1952-5\\_10](https://doi.org/10.1007/978-94-009-1952-5_10)
- [26] D. Lupton, *Risk*, 2nd ed. Abingdon, UK: Routledge, 2013.
- [27] O. Renn, *Risk Governance: Coping with Uncertainty in a Complex World*, London, UK: Routledge, 2008. <https://doi.org/10.4324/9781849772440>
- [28] T. R. Tyler and F. L. Cook, "The Mass Media and Judgments of Risk: Distinguishing Impact on Personal and Societal Level Judgments," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 47, No. 4, pp. 693-708, 1984. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.47.4.693>
- [29] R. A. Bauer, "Consumer Behavior as Risk Taking," in *Proceedings of the 43rd National Conference of the American Marketing Association*, Chicago: IL, pp. 389-398, June 1960.
- [30] J. W. Taylor, "The Role of Risk in Consumer Behavior: A Comprehensive and Operational Theory of Risk Taking in Consumer Behavior," *Journal of Marketing*, Vol. 38, No. 2, pp. 54-60, April 1974. <https://doi.org/10.1177/002224297403800211>
- [31] S. Dryhurst, C. R. Schneider, J. Kerr, A. L. J. Freeman, G. Recchia, A. M. van der Bles, ... and S. van der Linden, "Risk Perceptions of COVID-19 around the World," *Journal of Risk Research*, Vol. 23, No. 7-8, pp. 994-1006, 2020. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193>
- [32] M. S. Islam, T. Sarkar, S. H. Khan, A.-H. M. Kamal, S. M. M. Hasan, A. Kabir, ... and H. Seale, "COVID-19-Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis," *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, Vol. 103, No. 4, pp. 1621-1629, October 2020. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0812>
- [33] S. Folkman, Stress: Appraisal and Coping, in *Encyclopedia of Behavioral Medicine*, New York, NY: Springer, pp. 1913-1915, 2013. [https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1005-9\\_215](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1005-9_215)
- [34] G. Mertens, L. Gerritsen, S. Duijndam, E. Salemink, and I. M. Engelhard, "Fear of the Coronavirus (COVID-19): Predictors in an Online Study Conducted in March 2020," *Journal of Anxiety Disorders*, Vol. 74, 102258, August 2020. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102258>
- [35] R. C. Schwing and W. A. Albers, *Societal Risk Assessment: How Safe is Safe Enough?* New York, NY: Springer, 1980. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-0445-4>
- [36] S. M. Cunningham, The Major Dimensions of Perceived Risk, in *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, Boston, MA: Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University, ch. 3, pp. 82-108, 1967.
- [37] M.-Y. Cha and J.-H. Yang, "A Study on the Effect of COVID-19 Risk Perception on Organizational Commitment and Turnover Intention: Focusing on Domestic Airline Flight Attendants," *Journal of Tourism and Leisure Research*, Vol. 34, No. 1, pp. 429-447, January 2022. <https://doi.org/10.31336/JTLR.2022.1.34.1.429>
- [38] S. Y. Bae and P.-J. Chang, "The Effect of Coronavirus Disease-19 (COVID-19) Risk Perception on Behavioural Intention towards 'Untact' Tourism in South Korea during the First Wave of the Pandemic (March 2020)," *Current Issues in Tourism*, Vol. 24, No. 7, pp. 1017-1035, 2021. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>
- [39] M.-S. Oh and M.-Y. Oh, "The Influences of Risk Communication and Risk Perception of the Nuclear Accident in Japan on the Risk Perception of Destination, Its Image, and Intention to Visit," *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 27, No. 2, pp. 5-23, April 2013.
- [40] J.-W. Jun, "Media Cultivation and Cultural Difference Effects Affecting Risk Perception of COVID-19," *Journal of Communication Research*, Vol. 58, No. 2, pp. 66-91,

- May 2021. <http://doi.org/10.22174/jcr.2021.58.2.66>
- [41] T. A. Morton and J. M. Duck, "Communication and Health Beliefs: Mass and Interpersonal Influences on Perceptions of Risk to Self and Others," *Communication Research*, Vol. 28, No. 5, pp. 602-626, October 2001. <https://doi.org/10.1177/009365001028005002>
- [42] T. H. Kim, "An Exploratory Study on the Perceived Susceptibility and Severity of University Students about COVID-19," *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, Vol. 22, No. 12, pp. 299-307, December 2021. <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2021.22.12.299>
- [43] I. M. Rosenstock, "Historical Origins of the Health Belief Model," *Health Education Monographs*, Vol. 2, No. 4, pp. 328-335, December 1974. <https://doi.org/10.1177/109019817400200403>
- [44] N. D. Weinstein, "Testing Four Competing Theories of Health-Protective Behavior," *Health Psychology*, Vol. 12, No. 4, pp. 324-333, 1993. <https://doi.org/10.1037//0278-6133.12.4.324>
- [45] M. Y. Lee and J. S. Lee, "The Effects of Message Frame and Involvement on Optimistic Bias," *Korean Journal of Communication & Information*, Vol. 48, No. 4, pp. 191-210, November 2009.
- [46] B. R. Lindsay, Social Media and Disasters: Current Uses, Future Options, and Policy Consideration, Congressional Research Service, Washington, DC, CRS Report for Congress No. 7-5700, September 2011.
- [47] C. H. Lee and N. W. Jung, "The Impact of Social Media use and Motive on Social Capital: Comparison of Open/Closed Social Media," *Korean Journal of Communication & Information*, Vol. 65, No. 1, pp. 5-26, February 2014.
- [48] Y. A. Lee and K. S. Ha, "A Study on The Influence of Social Media Experience and Influencer on Consumer Satisfaction and Purchase Intention," *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, Vol. 15, No. 2, pp. 171-181, April 2020. <http://doi.org/10.16972/apjbve.15.2.202004.171>
- [49] Y. Choi and S. H. Park, "The Effects of Social Media usage on Social Capital," *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, Vol. 25, No. 2, pp. 241-276, March 2011.
- [50] R. M. Lee and S. B. Robbins, "Measuring Belongingness: The Social Connectedness and the Social Assurance Scales," *Journal of Counseling Psychology*, Vol. 42, No. 2, pp. 232-241, 1995. <https://doi.org/10.1037//0022-0167.42.2.232>
- [51] G. J. Kim and O. W. Kim, "Corporate Social Responsibility from the Viewpoint of Stakeholder," *Korean Business Education Review*, Vol. 27, No. 1, pp. 171-190, February 2012.
- [52] S. Lee, "The Effect of Sense of Social Connectedness and Autonomy on College Adjustment and Subjective Well-Being among University Students: Testing a Mediation Effect of Interpersonal Problems," *The Korean Journal of School Psychology*, Vol. 6, No. 2, pp. 229-248, August 2009. <http://dx.doi.org/10.16983/kjsp.2009.6.2.229>
- [53] H. R. Kim, "A Study on Developmental Factors Influencing College Adjustment-focused on Autonomy, Social Connectedness, and Career Self-Efficacy," *Journal of School Social Work*, Vol. 24, pp. 85-105, April 2013.
- [54] Rural Industries Research and Development Corporation. Risk & Risk Perception: A Literature Review [Internet]. Available: <https://agrifutures.com.au/wp-content/uploads/publications/04-043.pdf>.
- [55] V. L. Champion, "Instrument Development for Health Belief Model Constructs," *Advances in Nursing Science* Vol. 6, No. 3, pp. 73-85, April 1984. <https://doi.org/10.1097/00012272-198404000-00011>
- [56] G. H. Snyder, "Alliances, Balance, and Stability," *International Organization*, Vol. 45, No. 1, pp. 121-142, 1991. <https://doi.org/10.1017/s0020818300001417>
- [57] S.-M. Yim, D.-J. Kim, and S.-I. Lee, "A Study on the Effect of Characteristics of Side-Street Commercial Area in Seoul on Survival Rates of Ordinary Restaurants," *Journal of the Korea Real Estate Analysts Association*, Vol. 26, No. 3, pp. 45-62, September 2020. <http://dx.doi.org/10.19172/KREA.A.26.3.3>
- [58] R. N. Rimal, K. Böse, J. Brown, G. Mkandawire, and L. Folda, "Extending the Purview of the Risk Perception Attitude Framework: Findings from HIV/AIDS Prevention Research in Malawi," *Health Communication*, Vol. 24, No. 3, pp. 210-218, 2009. <https://doi.org/10.1080/10410230902804109>
- [59] P. E. Shrout and N. Bolger, "Mediation in Experimental and Nonexperimental Studies: New Procedures and Recommendations," *Psychological Methods*, Vol. 7, No. 4, pp. 422-445, 2002. <https://doi.org/10.1037//1082-989x.7.4.422>
- [60] G. S. Kim, "System Management and Structural Equation Model Analysis," in *Proceedings of the 26th Fall Academic Seminar of Korean Society of Leisure, Recreation & Park*, Seoul, pp. 10-27, December 2010.
- [61] J. P. Yu, "The Criticisms and Considerations of Structural Equation Modeling," *Journal of Product Research*, Vol.

34, No. 4, pp. 83-93, August 2016. <https://doi.org/10.36345/KACST.2016.34.4.009>

- [62] D. L. Bandalos and S. J. Finney, Item Parceling Issues in Structural Equation Modeling, in *New Developments and Techniques in Structural Equation Modeling*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, ch. 10, pp. 269-296, 2001. <https://doi.org/10.4324/9781410601858-15>
- [63] J. Lee and S.-Y. Kim, "Item Parceling: Understanding and Applying the Principles," *Korean Journal of Psychology: General*, Vol. 35, No. 2, pp. 327-353, June 2016. <http://dx.doi.org/10.22257/kjp.2016.06.35.2.327>
- [64] A. J. Tomarken and N. G. Waller, "Potential Problems with "Well Fitting" Models," *Journal of Abnormal Psychology*, Vol. 112, No. 4, pp. 578-598, 2003. <https://doi.org/10.1037/0021-843x.112.4.578>
- [65] C. Fornell and D. F. Larcker, "Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics," *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, No. 3, pp. 382-388, August 1981. <https://doi.org/10.1177/002224378101800313>



**이진혁(Jin-Hyuk Lee)**

2015년 : 한양사이버대학교 대학원 (석사, 미디어 MBA)  
2018년 : 한양대학교 일반대학원 신문방송학과 (박사수료, 신문방송학)

※ 관심분야 : 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(CMC), 디지털플랫폼(Digital Platform), 소셜인포매틱스(Social informatics), 공공정책(Public policy) 등



**박성복(SungBok Park)**

1996년 : 한양대학교 신문방송학과 (방송학 석사)  
1998년 : Indiana State University, (Communications 석사)  
2005년 : Temple University, (미디어 & 커뮤니케이션 박사)

2010년~2018년 : 한양대학교 신문방송학과 교수  
2019년~현재 : 한양대학교 ERICA캠퍼스 정보사회미디어학과 교수

※ 관심분야 : 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(CMC), Virtual human interaction, Digital media psychology 등