

Original Article

<https://doi.org/10.12985/ksaa.2018.26.4.076>
ISSN 1225-9705(print) ISSN 2466-1791(online)

승무원 준비생의 3세대 SNS 사용동기가 몰입과 진로준비행동에 미치는 영향 연구 : 개인적 특성 조절변수 추가

고민환*

The effect of motivation of using instagram on flow of instagram and
career preparation behavior of job seekers for cabin crew:

inclusion of personal characteristic as a moderator

Min Hwan, Ko*

ABSTRACT

Despite the growing use of SNS and the increasing number of recruitment related to SNS, little research has been conducted between career preparation activities and relationship with SNS. Therefore, this study investigates the relationships among purpose of using instagram, flow of instagram and career preparation behavior using structural equation model, and by investigating the adjustment effect of the personal characteristic among them. To this end an online survey was conducted for students who want to be cabin crew. The results of this study show that motivation of using instagram had a positive and significant effect on flow of instagram, which in turn positively influenced career preparation behavior. Furthermore, it could be confirmed that there was a adjustment moderating effect on personal characteristic between purpose of using instagram and flow of using instagram. The results of this study suggest that the likelihood of recruitment for being cabin crew can be achieved by identifying mutual relationships among motivation of using instagram, flow of instagram, career preparation behavior, and personal characteristics.

Key Words : Motivation of using instagram(인스타그램 사용동기), SNS, Flow of instagram(인스타그램 몰입), Career preparation behavior(진로준비행동), Personal characteristics(개인적 특성)

I. 서 론

2017년 3월 현대차의 공개 채용설명회가 열렸던 장소에는 약 70명의 구직자가 참석하여 해당 기업에 대한 관심을 보여주었다. 이날 채용설명회는 SNS를 통하여 실시간 중계되었고, 이 방송은 전국 10만여 명의 취업준비생들에게 공유되었다. 현대차 인재채용팀장은 “채용 시즌마다 25개 대학을 순회하고 3,000여 명의 취업준비생을

Received : 10. Aug. 2018. Revised : 09. Nov. 2018.
Accepted : 23. Dec. 2018

* 경희대학교 관광학과 박사과정

연락처 E-mail : komini00@gmail.com

연락처 주소 : 서울 강남구 개포로 623, 1144호

만나며, 항상 공간적인 한계를 느껴왔다. 하지만 이번 SNS 채용설명회를 통하여 시공간을 뛰어넘는 채용 설명회가 된 것 같다.”고 밝혔다[1]. 또한, 18년 4월, 국내 항공사 중에는 최초로 Air Seoul의 SNS 공개 채용설명회가 실시되었다. 약 6개월 전 연세대학교에서 열렸던 한국항공협회 주관의 전국 항공사 취업설명회에서 Air Seoul은 약 30명의 학생을 대상으로 채용설명회를 진행하였지만, 이번 SNS 공개 채용설명회는 약 1만여 명의 취업준비생들이 실시간, 그리고 그 이후에도 Air Seoul 관련 정보를 SNS를 통해 함께 공유할 수 있었다[2, 3]. 2018년 3월 에미레이즈 항공은 공식 인스타그램을 통해서 한국 면접 채용소식을 전했고[67], AIR ASIA는 1세대 SNS인 네이버TV를 활용한 공개 오디션으로 채용을 진행한 경우처럼 SNS를 활용한 채용관련 활동은 활발히 이루어지고 있다[68].

대다수의 취업준비생은 ‘편하다’라는 이유에서 SNS 채용설명회를 선호하고 있다. 국내 한 취업 포털의 SNS 채용설명회의 설문조사 결과 약 80%의 인원이 “SNS 채용설명회를 선호한다.”고 답했고, 그 이유로 “시공간 제한 없이 참석이 가능해서(64.5%), 나중에 다시 들을 수 있어서(18.4%), 궁금한 점을 즉각 물어보고 답변을 받을 수 있어서(12.5%)” 순으로 답하였다[4]. 이와 같은 SNS의 유용성에도 불구하고 다른 한편으로는 SNS에 대하여 SNS 특유의 피로감[66], 타인과의 교류가 귀찮음[67], 너무 많은 정보와 댓글에 대한 압박[68] 등으로 SNS 사용을 줄이는 이용자 역시 증가하고 있다[69]. 이처럼 장단점을 가지고 있는 SNS를 활용한 구직활동이 취업 현장에서는 활발히 진행되고 있음에도 불구하고 학계에서 SNS와 구직활동과 관련된 연구는 시대의 요구를 따르지 못하고 있다. 즉, SNS와 구직활동과 관련된 연구는 거의 전무할뿐더러, 기존에 실시된 대다수의 SNS 관련 연구는 2세대 SNS인 페이스북과 관련된 연구에 집중하고 있고, 3세대 SNS인 인스타그램과 관련된 연구는 활발히 진행되고 있지 않는 것이 현실이다[5]. 이처럼 취업 현장에서는 SNS를 활용한 여러 구직활동 프로그램을 진행하고 있음에도 불구하고 학계에서 SNS와 구직활동과 관련된 연구는 시

대의 요구를 따르고 있지 못하다. 실제로 각 대학에서 사용하는 SNS의 용도는 마케팅의 도구로써 학교 홍보 목적으로만 SNS를 사용하고 있거나[70], 페이스북과 블로그와 같은 기존의 1, 2세대 SNS만 사용하고 있다[71]. 또한, 대다수의 SNS 관련 연구는 2세대 SNS인 페이스북과 관련된 연구에 집중되어 있고, 3세대 SNS인 인스타그램과 관련된 연구는 거의 진행되고 있지 않은 실정이다[5]. 학술연구정보(RISS)서비스에서 SNS와 관련된 연구를 확인해보면 SNS 키워드 검색시 SNS(15,444건), 페이스북(4,669건), 인스타그램(397건)으로 3세대 SNS인 인스타그램은 사용된 지 8년이 지났음에도 여전히 그에 관한 연구는 현저히 미흡한 것을 확인할 수 있다[6]. “2017 소셜미디어 이용행태 및 광고 접촉 태도 분석 보고서”의 분석에 의하면 국내 인터넷 사용자 전체 인원 중 약 68.7%가 인스타그램을 사용한다고 밝혔다. 지난해 대비 페이스북과 카카오톡과 같은 모든 SNS의 가입률이 하락하였지만, 오히려 인스타그램은 유일하게 가입률이 12.9% 증가하는 수치를 보여주고 있지만, 그와 관련된 연구는 턱없이 부족 한 상황이다[7].

한편, 취업을 위해 자기이해, 진학, 취업과 관련된 모든 행동을 의미하는 진로준비행동[8]은 최근 들어 새로운 방향으로 연구를 진행하고 있다. 개인의 성격에 따라 진로준비행동이 달라질 수 있다는 연구가 수행되었으며[9], 그 외에도 개인성격과 진로준비행동과의 관계에 관한 연구가 많아지고 있다. 또한, 이들 연구에서는 개인의 성격요인이 진로준비행동과 유의한 관련이 있다고 밝히고 있다[10, 11].

동기와 몰입에 관한 연구는 과거부터 많이 이루어지고 있다[12, 13]. 하지만 이들 연구의 대부분은 조직몰입과 관련된 연구이다. 최근 수행된 동기와 몰입에 관한 연구로[14]는 관계형성과 즐거움의 SNS 사용동기는 SNS 몰입에 유의한 영향을 준다고 밝혔고, 몰입은 진로준비행동을 촉진하는 요인이며, 동기부여와 경력목표수립과 같은 행동이 진로준비행동을 촉진하는 데 필요하다고 밝혔다[15]. 또 다른 선행연구에선 온라인 구직 커뮤니티에 감정적 몰입이 높을수록 진로준비행동에 긍정적 영향을 끼친다는 것을 규명하였다[16].

따라서 본 연구에서는 활발히 연구되고 있는 동기, 몰입, 진로준비행동 그리고 개인적 성격과 관련된 선행연구를 바탕으로 지금까지 연구가 진행되지 않았던 제 3세대 SNS를 사용한 진로준비행동과의 영향관계를 확인하고자 한다. 동기, 몰입, 진로준비행동에 추가적으로 조절변수로 개인성격 요인을 추가함으로써 3세대 SNS인 인스타그램의 사용이 결과적으로 진로준비행동에 어떠한 영향을 미치는지를 검정하고자 한다. 이러한 연구결과는 인스타그램 사용동기, 인스타그램 몰입, 진로준비행동간의 영향관계를 밝힘으로써 학술적 시사점을 제공하고, 객실승무원을 양성하는 학교나 사설기관, 승무원 준비생 개개인에게 도움이 될 수 있는 실무적 시사점을 제시하고자 한다.

II. 본 론

1.1 1, 2, 3세대 SNS

SNS는 개방된 플랫폼을 바탕으로 사용자간 특정 정보를 실시간으로 공유 및 전달하는 기능이 있다. 이러한 SNS의 기본적인 특징을 바탕으로 사용자들은 다양한 정보 및 자신의 개인적인 의견 또는 일상에 대한 관심사를 표현한다. 글, 그림, 사진, 동영상과 같은 다양한 콘텐츠로 제작하여 공유 또는 확산시킴으로써 타인의 참여와 피드백을 통하여 상호 교류한다[17]. SNS는 기존의 오프라인상 인간관계를 온라인상에서 실현하여 시공간을 초월한 네트워크를 가능하게 만들고, 이를 통하여 구성원들은 SNS를 이용해 지인들과의 관계를 유지하고, 타인들과의 적절한 관계를 형성하며, 자신들의 인적 네트워크를 확장해 나가고 있다[18, 19].

SNS 1세대인 싸이월드, 다음카페, 블로그와 같은 오프라인 인맥을 바탕으로 하는 네트워크 플랫폼은 인적 네트워크 강화라는 강력한 이용동기로 초기 소비자들의 마음을 사로잡았다[17, 36, 64]. 불특정 다수와의 소통과 다양한 콘텐츠를 사용해 네트워크를 강화한 2세대 SNS인 페

이스북은 전 세계에서 가장 잘 알려진 SNS로, 2004년 만들어져 하루 평균 10억명의 실사용자를 보유하고, 대부분의 사용자들이 스마트폰을 통해 페이스북을 사용하고 있다[5]. 하지만 페이스북은 프라이버시 침해, 부정적 메시지의 빠른 확산, 타인의 시선에 대한 피로감으로 사용을 원하지 않는 이용자층도 많아지고 있다[6]. 이런 시대적 흐름에서 단순히 사진을 올리고, 필터를 제공하며, 공통 관심사가 있는 사람들과 사진을 공유하는 3세대 SNS인 인스타그램이 시장 점유율을 늘려가고 있는데[6], 인스타그램은 하루 평균 5억명이 사용하고 있다[20]. 특히, [65]에 따르면 페이스북은 여전히 젊은층 사이에서 인기를 얻고 있지만, 10대들 사이에서의 사용은 줄어들고 있는 추세라고 밝혔다.

1.1.1 SNS와 인스타그램 사용동기

선행연구에 따르면 사람들은 관계형성을 위하여 SNS를 사용한다고 밝혔다. 관계형성은 SNS를 사용하여 이용자들 사이의 관계를 유지하는 것을 의미한다. 인간이 의도적으로 자신이 원하는 정보를 인식한 뒤 이에 합당한 정보를 획득하고자 노력하는 것을 정보탐색이라고 하였는데, 이런 정보탐색은 SNS를 사용하는 주요 동기로 작용할 수 있다[21]. 또, 다른 연구에서는 정보탐색, 유희성, 커뮤니케이션을 SNS의 주요 동기요인이라고 하였다[22]. [17]은 1세대 SNS의 사용동기를 지인과의 교류와 자기표현이라고 밝혔고, 2세대 SNS인 페이스북의 사용동기로 인적 관계를 확대하기 위한 친구와의 연락, 새로운 친구 사귀기, 소속감 등이라 밝혔다. 그리고 3세대 SNS인 인스타그램은 이미지 공유라는 방법으로 공통의 관심사를 공유하기 위함이라고 밝혔다. [23]은 인스타그램의 사용동기를 관찰과 지식, 지식 저장, 멋진, 창조성의 네 가지로 구분 지었다. 본 연구에서는 인스타그램 사용동기를 선행연구[17]에서 제시한 측정항목을 바탕으로 세 가지를 사용하였다.

1.1.2 몰입

몰입은 자신의 시간과 에너지를 사용해서 내가 믿는 것 또는 자신이 정한 바를 하고자 하는 강한 결정이나 신념을 의미한다[24]. 조직에서의 몰입은 공통의 목표를 향해 해당 조직원이 자신의 신념을 바탕으로 조직을 위하여 헌신하고 노력하며, 계속해서 조직의 내부에 속해 있으려고 하는 태도를 말한다[9, 10]. 또한, 커뮤니티로의 몰입은 커뮤니티의 회원이 개인의 가치관과 커뮤니티의 목적 및 존재감에 유사점을 느껴 해당 커뮤니티에 참여하고, 남기를 희망하고 타 커뮤니티로 이탈하지 않으려고 노력하는 것을 의미한다[25]. 초기 몰입에 관한 연구들은 3가지로 대인 관계, 조직 행동, 관계 마케팅으로 나뉘었다. 이후, 2000년대 이후 인터넷 환경 아래서 몰입에 관한 연구들은 기업과 고객과의 관계에 관한 연구로 발전하기 시작하였다[26]. 선행연구에 따르면[27] SNS 이용 동기, 몰입, 여가 만족 간의 영향에 관한 연구에서 SNS의 이용 동기를 사회교류, 기분전환, 자기표현, 관계형성으로 구분한 후 몰입과의 영향관계를 분석하였다. 그 결과 자기표현과 사회교류가 몰입에 직·간접적으로 영향을 미치고, 기분전환은 간접적인 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 또 다른 연구에서는[14] 몰입에 영향을 주는 SNS의 이용 동기 4가지(관계형성, 사회교류, 유희성, 자기표현)중 관계형성, 사회교류, 유희성의 세 가지 동기는 SNS의 몰입에 정(+)의 영향을 준다는 연구결과를 제시하였다. 따라서 본 연구에서는 선행연구 [14, 27]를 바탕으로 인스타그램의 사용동기는 인스타그램의 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하였다.

H₁ : 인스타그램 사용동기는 인스타그램 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1.1.3 개인적 특성

개인적 특성과 관련한 여러 연구 중 가장 주목을 받는 이론은 성격 5 요인이다[29, 30]. 대부분의 사람은 기본적으로 외향성, 친화성, 양심성, 개방성, 신경성과 같은 개인적 특성을 가지

고 있다[28, 29, 30]. [28]에 따르면 외향성은 타인과 어울리며 남의 관심을 끌고자 하는 특성을 갖고, 친화성은 조직 안에서 남과 조화롭게 어울리며 편안한 관계를 유지하는 특성을 말한다. 또한, 양심성은 규정과 규칙을 잘 따르려는 특성이고, 개방성은 다양성 또는 변화를 잘 받아들이는 특성을 의미한다. 마지막으로 신경성은 정서적인 불안정 또는 주변 환경 민감성, 피로도에 대한 특성을 의미한다. 선행연구에서는 [31] 대학생의 5가지 성격 요인이 진로준비행동에 미치는 영향관계에 관한 연구를 통하여 개인의 성격유형이 진로준비행동에 중요한 역할을 한다는 사실을 밝혔다. 또한, [32]의 선행연구에서 재취업구직자의 성격 5 요인과 진로준비행동 간의 관계에 관한 연구에서 개방성, 친화성, 성실성, 외향성은 진로준비행동에 큰 영향을 미치고 있음을 밝혔다. 다섯 가지 요인 중 본 연구에서는 개방성, 친화성, 성실성의 세 가지 요인을 사용하였는데, 이는 특히 위 세 가지 요인이 진로준비행동에 큰 유의한 영향을 미친다는 선행연구, 신경성은 진로준비행동에 유의미한 영향을 미치지 않는다는 다수의 선행연구를 바탕으로 연구 가설을 설정하였다[32, 33, 34, 36].

1.1.4 진로준비행동

진로준비행동이란 자신의 진로를 합리적으로 선택하기 위하여 행동하는 행위와 진로를 정한 이후 결정된 사항들을 실천하기 위한 행동을 의미한다[35]. 이는 단순히 심리적인 측면이 아니라 실질적이며 구체적인 행위를 동반하는 것을 말한다. 진로준비행동은 크게 세 가지로 나누어진다. 첫째, 정보 수집활동으로 개인의 성격과 같은 자신의 정보뿐만 아니라 직업의 미래, 구직 방법, 작업 실태 파악 등 해당 직업에 대한 정보가 필요하다. 둘째, 해당 직업에 취업을 위하여 자격증이나 교재와 같은 도구를 갖추는 것이 필요하다. 셋째, 구체적인 직업목표 설정과 이를 위한 노력이다. 구직에 필요한 도구나 방법을 갖추고 시간과 노력을 투자하는 활동이 이루어질 때 이를 진로준비행동이라 한다[35]. 진로준비행

동은 구직행동과 비교했을 때 더 장기적이고 포괄적인 개념으로 접근해야 한다. 구직행동이 자신이 원하는 직업에 대한 개인적인 정보와 주변 환경에 대한 정보를 모아 구체적으로 직업을 찾거나 일자리를 구하는 것을 의미하지만, 진로준비행동은 구직행동을 모두 포함한 더 큰 범위의 직업을 찾기 위한 과정을 의미한다[36, 37].

[38]은 대학생들의 전공분야 몰입도가 높을수록 취업률이 높을 가능성이 있다며 몰입과 진로준비행동간의 영향관계에 대해 밝혔고, [39]는 대학생들이 자신의 진로 방향과 목적을 확실하게 진로 결정몰입을 풍부하게 할수록 진로준비행동을 강화할 수 있다고 주장하였다. 하지만 [40]은 대학생의 진로준비행동과 관련있는 변인들간의 관계에 관한 연구에서 진로 결정 몰입이 진로준비행동에 영향을 미치지 않는다고 제시하여, [39]의 연구와 차이를 보인다. [41]은 기업의 페이스북 페이지의 커뮤니케이션이 구직자의 구직의도에 미치는 영향력에 관한 연구를 진행한 결과, 페이스북에 접속한 횟수와 페이스북 친구의 숫자가 구직의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 것을 밝혔다. [42]는 초등학생을 대상으로 하여 SNS와 진로교육에 관한 연구를 진행한 결과, 수업시간 내 SNS 활용으로 학생들의 진로교육 인식제고에 도움을 줄 수 있다고 밝혔다. 따라서 본 연구에서는 선행연구 [38, 39, 41]를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H₂ : 인스타그램 몰입은 진로준비행동에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.1 연구모형 설정

본 연구에서는 3세대 SNS인 인스타그램을 사용하는 승무원 준비생을 대상으로 그들의 인스타그램 사용동기와 인스타그램 몰입 그리고 진로준비행동간의 관계를 파악하고자 한다. 또한, 개인적 특성의 조절효과를 검증함으로써 승무원 준비생의 진로준비행동에 도움이 되는 전략을 제시하고자 한다. 따라서 본 연구에서는 선행연구[17, 30, 43, 44]를 바탕으로 연구 모형을 설정하였다.

2.2 조작적 정의 및 측정항목 도출

본 연구의 인스타그램 사용동기는 “승무원 준비생이 인스타그램을 사용하고자 하는 정도”로 정의하고자 하며, 선행연구 [17, 43]를 토대로 3개의 측정항목을 도출하였다. 인스타그램 몰입은 “승무원 준비생이 자신의 시간과 에너지를 사용해 인스타그램을 하고자 하는 정도”로 정의하고자 하며, 선행연구 [24, 25]를 토대로 3개의 측정항목을 도출하였다. 진로준비행동은 “자신의 진로를 정하기 위한 행동과 그에 따른 행동”으로 정의하고자 하며, 진로준비행동을 측정하기 위해 선행연구 [39, 42]를 토대로 3개 항목을 도출하였다.

한편 1차 도출한 설문문항은 관광분야 전문가(교수 1명, 박사 1명)에 의뢰하여 내용타당성을 검토받았고, Pre-test 차원에서 관광학과 대학원생 3명에게 문항의 어감과 의미에 대한 재검토를 받았다. 개인적 특성 항목을 포함해 최종 25개 문항을 도출하였다.

2.3 자료수집 및 분석 방법

설문조사 방식은 2018년 5월 14일부터 28일까지 온라인을 통해 이루어졌다. 승무원 준비생들의 온라인 커뮤니티 모임인 ‘미소짓는승무원’과 인스타그램에서 #항공과 #승무원 #예비승무원 #예승이 #항공운항과 #항공서비스학과와 같은 해시태그를 사용하는 인원을 대상으로 설문조사를 시행하였다. 설문조사는 자기기입 방식으로 시행되었고 설문조사 결과 총 341부를 거두었으며, 이 중에서 불성실하게 응답하거나 일정한 패턴으로 응답한 9부를 제거한 후 최종 332부를 분석에 이용하였다. 설문조사를 통하여 수집한 자료는 다음과 같은 방법을 통하여 분석하였다. 첫째, 확인적 요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 하여 구성개념의 타당성을 파악하였다. 구체적으로는 요인적재값(λ : Factor loading), 유의성(C.R.: Critical

Ratio), 개념신뢰도(CR: Construct Reliability), 평균분산추출(AVE: Average Variance Extracted)를 토대로 집중타당성(Convergent Validity)을 확인하였고, 상관관계분석을 통하여 판별타당성(Discriminant Validity)을 확인하였다. 둘째, 구조방정식모델링분석(Structure Equation Model)을 하여 이론적 모델에 대한 인과관계분석을 통하여 가설을 검증하였다. 추가적으로 조절효과를 위한 다집단 비교구조방정식(Multi group structure equation model) 통하여 최종적으로 연구가설 모형을 검증하였다.

3.1 인구통계학적 특성

<Table 1> 에서 보는 바와 같이, 성별은 여자가 66.3%로 남자의 33.7%에 비해 높은 것을 알 수 있다. 학력은 4년제 대학(69.6%), 고등학교(16.3%), 2년제 대학(12.0%), 대학원 이상(2.1%)의 순으로 나타났다. 하루 인스타그램 사용시간은 30분 미만이 30%, 30분 이상 1시간 미만이 26.8%, 1시간 이상 2시간 미만이 25.3%, 2시간 이상 3시간 미만이 10.8%, 3시간 이상은 6.9%로

나타났다. 인스타그램에서 주로 방문하는 대상은 전·현직 승무원이 41%, 동성 친구 33.7%, 관심사가 15.4%, 이성 친구 9.9%로 전·현직 승무원의 인스타그램 방문이 주를 이루었다.

3.2 확인적 요인분석 결과

확인적 요인분석 결과 CMIN /df는 1.877(기준: ≤ 2), GFI는 .975(기준: $\geq .9$), NFI는 .954(기준: $\geq .9$), TLI는 .961(기준: $\geq .9$), CFI는 .977(기준: $\geq .9$), RMSEA는 .051(기준: $\leq .08$)를 보였다. 특히 엄격한 수준의 연구에서는 RMSEA를(기준: $\leq .05$)로 제시하기도 하지만, 본 연구에서는 수용할 만한 기준치인 RMSEA(기준: $\leq .08$)를 토대로 할 경우, 기준치에 충족하는 것으로 나타나 연구모형은 적합한 것으로 나타났다[54, 63, 66]. AVE(Average variance extracted)는 .845~.930(기준: $\geq .5$)으로 적합했고, CR은 각각 .951~.975로 잠재변수들의 신뢰도 값은 비교적 높은 것으로 확인되었고, 요인적재값은 .457~.840(기준: $\geq .5$)으로 모두 기준치에 근접하거나 충족하는 것으로 나타나 집중타당성은 확보되었다[51].

Table 1. Respondents' demographic characteristics

구분		명	%	구분		명	%
성별	남성	112	33.7	교육수준	고등학교	54	16.3
	여성	220	66.3		2년제 대학	40	12
인스타그램 사용시간 (하루)	60분 미만	100	30.1		4년제 대학	231	69.6
	1 시간 ~ 2 시간	89	26.8		대학원	7	2.1
	2 시간 ~ 3 시간	84	25.3	주로 방문하는 인스타그램	관심있는 주제	51	15.4
	3 시간 ~ 4 시간	36	10.8		동성친구	112	33.7
	4시간 이상	23	6.9		이성친구	33	9.9
					객실승무원	136	41.0

Table 2. Result of confirmatory factor analysis of instagram's flow, motivation and career preparation behavior

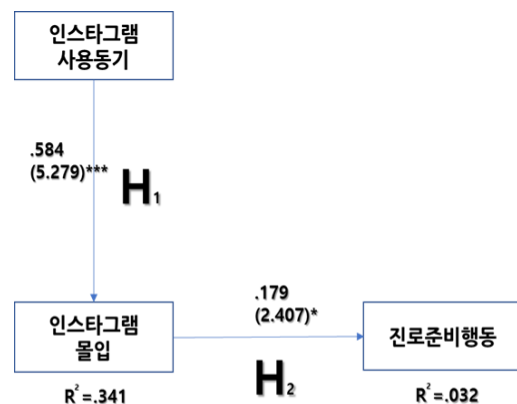
요인	측정 변수	y	C.R.	AVE	CR
동기	함께 준비하는 다른 지망생들을 찾아볼 수 있다.	.673		.930	.975
	동일한 관심사를 갖고 있는 사람을 만날 수 있다.	.805	10.906		
	주변 사람들이 어떤 토픽에 관심을 갖고 있는지 알 수 있다.	.741	10.679		
몰입	인스타그램으로 사람들과 맺는 관계와 교감이 중요하다고 생각한다.	.457		.845	.939
	인스타그램으로 친구와 서로의 생각과 관심사를 공유하고 싶다.	.619	4.852		
	인스타그램 사용으로 나는 도움을 받기에 계속 이용을 해야 할 것 같다.	.814	5.549		
진로 준비 행동	나는 최근 객실승무원과 관련된 교육기관이나 교육훈련 프로그램에 대한 정보를 검색해 본 적이 있다.	.810		.922	.971
	나는 최근 객실승무원과 관련된 책이나 팸플렛 등을 구입하거나 읽어본 적이 있다.	.840	10.812		
	나는 최근 객실승무원 또는 항공사와 관련된 여러가지 정보(준비법, 보수, 전망 등)를 수집한 적이 있거나 또는 비슷한 계획을 세우고 있다.	.557	9.356		
CMIN=39.415, df=21, CMIN/df=1.877, GFI=.975, CFI=.977, NFI=.954, NNFI(TLI)=.961, RMSEA=.051					
주: CR: Construct Validity, C.R.:Critical Ratio, AVE: Average Variance Extracted					

판별타당성은 AVE 값이 두 변수간 상관관계의 제곱값보다 클 경우 충족된다[51]. <TABLE 3>에서 보는데와 같이 AVE 값은 해당 변수 간 상관관계 제곱값보다 모두 높게 나타나 판별타당성은 충족되었다. 예를 들어, 인스타그램 사용동기와 인스타그램 몰입의 상관관계가 가장 높게 나타났는데(.578), 이 두 변수의 상관관계의 제곱값(.334)은 각각의 AVE 값(.930, .845)보다 작은 것으로 나타나 판별타당성은 확보되었다.

Table 3. Correlation matrix and discriminative validity.

	동기	몰입	진로준비	AVE
동기	1			.930
몰입	.578 (.334)	1		.845
진로준비	.215 (.046)	.157 (.024)	1	.922

주 : 괄호안의 값은 상관관계 제곱값



CMIN=43.562, df=22, CMIN/df=1.980, GFI=.973, CFI=.974, NFI=.949, NNFI(TLI)=.957, RMSEA=.054
 ***p<.001 *p<.05, 표준화계수(t 값), 실선은 유의한 경로

Fig 1. Results of structural model

3.4 구조방정식 모형의 경로 분석

<FIGURE 1> 에서 보는 바와 같이, 구조모형의 적합도는 $CMIN/df=1.980$ (기준: ≤ 3), $CFI=.974$ (기준: $\geq .9$), $TLI(NNFI)=.957$ ($\geq .9$), GFI 는 $.973$ (기준: $\geq .9$) $RMSEA=.054$ ($\leq .08$)를 보였다. 특히 엄격한 수준의 연구에서는 $RMSEA$ 를(기준 $\leq .05$)로 잡기도 하지만 본 연구에서는 수용할 만한 수준의 기준치인 $RMSEA$ (기준 $\leq .08$)로 제시하여서, 모두 기준치에 근접하거나 충족하는 것으로 연구 모형은 적합한 것으로 나타났다[51]

구조모형을 통한 가설의 검증결과 인스타그램 사용동기는 인스타그램 몰입에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나($r_{\text{인스타그램 사용동기} \rightarrow \text{인스타그램 몰입}}=.584$, $t=5.279$, $p<.001$) H_1 은 지지되었다. 또한, 인스타그램 몰입은 진로준비행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되어($r_{\text{인스타그램 몰입} \rightarrow \text{진로준비행동}}=.179$, $t=2.407$, $p<.05$) H_2 는 지지되었다. 앞서 연구되었던 선행연구[39, 53, 54]에서 검증된 몰입과 진로준비행동간의 관계를 바탕으로 본 가설 검증에서는 구체적 정보 공유가 목적이 아닌 이미지를 공유하는 매체인 인스타그램을 통해서도[6] 승무원 준비생들에게 객실승무원의 구직준비행동에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있었다. 이 가설은 지금까지 연구된 바 없으며 본 연구를 시작하게된 목적과도 일치한다. 또한, 종속변수와 독립변수와의 관계를 나타내는 설명력은 인스타그램 몰입은 $R^2=.341$, 진로준비행동은 $R^2=.032$ 로 각각 나타났다.

3.5 조절분석 효과와 가설 검정

[72]는 두 변인 간의 인과관계의 크기가 제 3의 변수로 인해 그 크기나 특성들이 달라지는 경우 해당 변수를 두 변수 간의 관계를 조절하는 조절변수(Moderating variable, Moderator)라 한다. 조절효과를 분석하는 여러 가지 방법중 널리 사용되고 있는 방법은 회귀방법과 구조모형을 이용한 방법이다. 회귀분석에서의 조절효과는 독립변인과 조절변인을 먼저 투입한 이후 상호작용(독립변인과 조절변인의 곱한 값)변인을

투입한다. 첫 번째 단계에서 R^2 과 두 번째 단계에서의 R^2 간 차이는 상호작용 변인으로 설명될 수 있는 종속변인의 변량값인데, 여기에서 차이가 발생하고, 그 차이가 통계적으로 유의한 값일 경우 조절 효과가 의미한다고 볼 수 있다. 구조모형 분석에서는 흔히 집단간 비교 분석을 사용한다. 잠재요인간의 관계에서 조절변수의 효과를 확인하기 위하여 두 번의 구조모형 분석이 실시되어야 한다. 하나는 잠재요인간 관계를 자유로 설정한 기본모형이고, 또 다른 하나는 제약모형으로써 이는 잠재요인간 관계의 크기가 동일하다는 조건을 설정한 모형이다. 조절효과를 검증하기 위해선 기본모형이 제약모형보다 더 우수하게 나타나야 한다[72].

Table 4. Model fitness difference verification

조절 변수	CMIN	df	CMIN/df	GFI	CFI	NFI	TLI	RMSEA
기본모형	39.415	21	1.877	.975	.977	.954	.961	.051
개방성	70.707	46	1.537	.988	.970	.922	.954	.040
성실성	69.786	46	1.517	.986	.972	.924	.956	.040
친화성	65.645	46	1.427	.990	.976	.927	.963	.036

본 연구에서는 구조방정식 모형에 조절변수를 변수로 넣지 않는 대신 집단별로 조절변수의 데이터를 나누어 동시에 한 개의 모형으로 분석을 실시하였다[73]. 본 연구는 조절변수마다 표본집단이 단일 모형에 적용이 되는 모형임으로 개별 모수 차이검증으로 판별을 실시하였다. 조절변수 측정을 위해 연구표본을 친화성, 개방성, 성실성으로 집단화 하였다. 각각의 친화성, 개방성, 성실성의 조절변수를 각각의 높고 낮음의

두 집단으로 구분을 나누었다. 구조모형의 적합도는 <TABLE 4>와 같이 각 집단으로 나누었을 때 각 모형별 적합지수는 기본 모형과 비교할 때 비교적 이상적인 수치로 도출되어 해당 모형은 바람직한 모형으로 판명되었다. 조절효과의 분석결과를 확인한 결과, 첫째, 추정모수들 간의 각각 개방성, 성실성, 친화성의 조절효과를 보기 위해 각각의 개인적 성격의 점수의 중앙값(평균)을 기준으로 두 집단, 즉 개방성이 낮은 집단과 높은 집단으로 구분하였다.

<FIGURE 2>에서 보는바와 같이 인스타그램 사용동기 → 인스타그램 몰입(가설 H₁) 경로에서는 L개방성, L성실성, L친화성 집단의 z 검증통계량이 3.887, 3.807, 4.425 > 3.30 으로 유의수준 0.1%에서 조절효과가 존재하였고, 마찬가지로 H개방성, H성실성, H친화성 집단의 z 검증통계량은 4.327, 4.604, 3.659 > 3.30 으로 유의수준 0.1%에서 조절효과가 존재하였다. 따라서, 개방성의 경우 인스타그램 사용동기와 인스타그램 몰입의 경로에서 영향력의 차이를 보이고 있으며, 높은 개방성 집단의 경우 낮은 개방성 집단보다 사용동기가 몰입에 미치는 영향력이 상대적으로 크다고 잠정적인 결론을 내릴 수 있다.

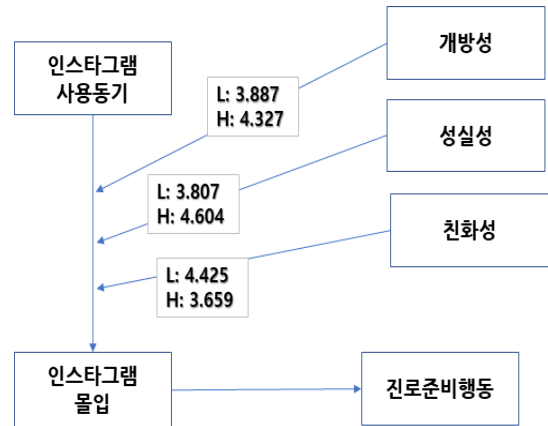


Fig 2. Results of Moderating analysis.

또한, 성실성의 경우 인스타그램 사용동기와 인스타그램 몰입의 경로에서 영향력의 차이를 보이고 있으며, 높은 성실성 집단의 경우 낮은 성실성 집단보다 사용동기가 몰입에 미치는 영향력이 상대적으로 크다고 잠정적인 결론을 내릴 수 있다. 그리고 친화성의 경우 인스타그램 사용동기와 인스타그램 몰입의 경로에서 영향력의 차이를 보이고 있으며, 높은 친화성 집단의 경우 낮은 친화성 집단보다 사용동기가 몰입에 미치는 영향력이 상대적으로 작다고 잠정적인 결론을 내릴 수 있다.

Table 5. Result of research theory

구분	가설	결과
H ₁	인스타그램 사용동기는 인스타그램 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H _{1-a}	인스타그램 사용동기와 인스타그램 몰입의 관계에서 개방성은 조절역할을 할 것이다.	Y
H _{1-b}	인스타그램 사용동기와 인스타그램 몰입의 관계에서 성실성은 조절역할을 할 것이다.	Y
H _{1-c}	인스타그램 사용동기와 인스타그램 몰입의 관계에서 친화성은 조절역할을 할 것이다.	Y
H ₂	인스타그램 몰입은 진로준비행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H _{2-a}	인스타그램 몰입과 진로준비행동의 관계에서 개방성은 조절역할을 할 것이다.	N
H _{2-b}	인스타그램 몰입과 진로준비행동의 관계에서 성실성은 조절역할을 할 것이다.	N
H _{2-c}	인스타그램 몰입과 진로준비행동의 관계에서 친화성은 조절역할을 할 것이다.	N

III. 결 론

우리나라 전체 만 3세 이상 인구 중 88.5%는 모바일 인터넷을 이용하고 있다. 그리고 만 6세 이상 인터넷 이용자의 68.2%는 SNS를 사용하며, 이는 전세계 최고 수준이다[52, 62]. 또한, 취업 현장에서는 인스타그램이나 페이스북을 사용한 온라인 채용설명회를 실시하는 등 SNS의 활용도가 커지고 있지만, 학계에서는 이와 관련된 연구는 미흡한 실정이다. 취업준비생들의 취업에 도움이 되고, SNS가 일상이 되어버린 시대의 흐름에 맞추기 위하여 SNS의 사용과 진로준비행동에 대한 깊이 있는 연구가 필요하다고 생각한다. 이에 본 연구에서는 3세대 SNS인 인스타그램의 사용동기와 몰입, 그리고 진로준비행동과의 상호연관 관계를 개분석하는 데 목적을 두고 있다. 본 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 학술적 시사점을 제시하고자 한다. 첫째, SNS의 몰입과 진로준비행동에 관한 기존선행연구[16, 43]를 확대하였다는 측면에서 학술적 시사점을 발견할 수 있다. 기존의 SNS 몰입 및 진로준비행동과 관련한 연구에서는 1세대 SNS인 온라인 커뮤니티의 몰입과 진로준비행동에 관련한 연구였지만, 본 연구에서는 이미지를 바탕으로 특정 분야에 대한 정보공유를 통하여 공통 관심사를 공유하는 데 중점을 둔 3세대 SNS인 인스타그램을 활용하여 진로준비행동과의 관계를 규명하였다. 따라서 본 연구는 인스타그램과 진로준비행동간의 영향관계를 규명한 새로운 학술적 시도라고 판단된다. 이러한 연구결과는 SNS를 활용하여 승무원 취업과 관련된 후속연구를 위한 선행연구로서 기여할 것으로 기대된다. 둘째, 몰입과 진로준비행동에 관한 기존연구의 후속연구로서의 학문적 의미가 있다. [40]은 대학생의 진로결정수준 단계에서 진로결정 몰입은 진로준비행동에 영향을 미치지 않는다고 밝혔지만, 본 연구를 통하여 몰입과 진로준비행동 간의 긍정적인 영향관계를 밝혔던 그 밖의 선행연구[39, 53, 54]를 적극적으로 뒷받침할 수 있는 학문적 의미를 지니고 있다. 셋째, 기존 개인적 특성과 관련한 선행연구[55, 56, 57]는 주로 직장인을 대상

으로 하는 연구가 대부분이었지만, 본 연구에서는 승무원 준비생을 대상으로 연구를 진행하였다. 또한, 기존의 선행연구를 통하여 변수 사이의 영향관계를 검증함으로써 승무원 준비생의 취업 및 진로지도를 위한 연구 영역의 확대에 다가섰다는 학문적 의의를 찾을 수 있다. 넷째, 인스타그램 사용동기와 몰입의 관계에서 개방성이 높은 사람일수록 몰입의 수준이 높았는데 이는 빠르게 발전하고, 계속해서 새로운 방식으로 변해가는 SNS가 가지고 있는 특성상 본인이 잘 알지 못하는 것도 적극적으로 받아들이고자 하는 개방성을 갖춘 준비생일수록 몰입을 더 잘하게 된다는 해석이 가능하다. 다섯째, 인스타그램 사용동기와 몰입의 관계에서 친화성이 낮을수록 몰입의 수준이 더 높아지는 결과를 검증하였다. 이는 타인에게 더 친화적인 사람일수록 SNS 보다는 실제 대면 접촉을 통해 타인과의 관계를 유지시켜 나가려고 한다는 결과로 해석이 가능하다. 여섯째, 지금까지의 대다수 승무원과 관련된 선행연구는 감정노동, 직무만족, 스트레스 관리, 이미지, 교육 훈련과 관련된 내용에 집중되었다[58, 59, 60, 61]. 하지만 본 연구를 통하여 승무원 준비생들에게 중요시될 수 있는 구직준비행동에 관한 연구를 진행함으로써, 해당 연구결과를 바탕으로 승무원 준비생과 승무원 취업 관련 종사자들에게 실질적으로 도움이 되는 자료가 될 수 있을 것이다.

또한, 다음과 같은 실무적 시사점 역시 본 연구를 통해 확인할 수 있다. 첫째, 본 연구결과 인스타그램 사용동기가 인스타그램 몰입 그리고 진로준비행동에 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 고려할 때 승무원 준비생들에게 동기부여를 할 수 있는 다양한 취업 관련 정보를 인스타그램을 통하여 제공함으로써 승무원 준비생들의 몰입을 자극하는 노력이 필요할 것이다. 예를 들면, 인스타그램을 통하여 승무원 준비생들에게 도움이 되는 영어공부 관련 이미지나 현직 승무원의 모습이 담긴 사진을 제공한다면 승무원 준비생들의 몰입을 고취하고 결과적으로 승무원 준비생들의 진로준비행동을 유도하는 데 도움이 될 것이다. 둘째, 개인적 특성요인이

인스타그램 사용동기와 몰입의 관계에서 조절효과를 한다는 분석결과를 통하여 승무원 준비생 지도 시 준비생의 개인성격 유형을 파악할 수 있는 검사를 실시하여 사전에 준비생의 성격유형을 파악하고, 이에 맞는 차별화된 지도가 더욱 효과적일 것이라는 시사점을 제시할 수 있다. 셋째, 인스타그램의 운영을 직업적 측면에서 접근할 수 있는 방향성을 제시하였다. 인스타그램 몰입과 진로준비행동 간의 관계가 검증되었으므로 취업 컨설턴트나 조직에서 승무원 준비생들의 취업을 돕는 취업전문 인스타그램의 운영에 관심을 가져볼 수 있다. 이는 승무원 관련 학과나 승무원 전문양성기관에서 승무원 준비생들의 진로준비행동을 도움이 되는 방안으로 활용될 수 있을 것이다.

이러한 다양한 시사점에도 불구하고 본 연구는 응답자의 대부분이 특정 승무원 준비 온라인 커뮤니티의 회원이기에 설문 결과 승무원 준비생 대부분 의견을 대변하기 힘들다는 한계점을 가지고 있다. 또한, 본 연구의 설문조사는 온라인으로 이루어졌기 때문에 설문의 응답이 성실히 이루어졌느냐는 의구심을 가질 수 있다. 이런 한계점을 보완하기 위하여 추후 연구에서는 응답자의 전체적인 표본 수를 확대하는 과정을 거쳐 일반화된 결과를 도출할 수 있을 것으로 생각한다. 또한, '인스타그램의 사용동기와 몰입간의 관계는 긍정적인 영향관계에 있을 것이다'라는 예측을 쉽게 할 수 있기에, 하위변수와의 영향관계를 분석하는 것 역시 그 학문적 시사점을 찾을 수 있다. 하지만 본 연구의 차별성은 인스타그램의 몰입과 진로준비행동간의 영향관계를 확인하는 것이기에 연구자의 의도에 맞춰 본 연구를 진행하였다. 추후 연구에선 하위변수와의 영향관계를 연구함으로써, 인스타그램 사용동기와 몰입, 진로준비행동의 또 다른 관계에 대한 연구 결과를 얻을 수 있을 것이라 확신한다. 또한, 앞으로 지식추구, 관계형성, 간접경험과 같은 다양한 인스타그램의 사용동기에 따라 달라지는 진로준비행동과의 관계 그리고 각각의 개인성격 5요인에 따라 달라지는 진로준비행동에 관한 연구도 승무원 준비생과 관련업 종사자들에게 의미 있는 시사점을 제공할 것이다.

Reference

- [1] Gong, T. Y., "The recruiting session was also held in the SNS era .Video chatting and talk show", Korea Economic Newspaper, 2017.
- [2] Korea Civil Aviation Association,
<http://www.airtransport.or.kr/en/index.html>
- [3] Air Seoul Official U tube Channel.
<https://www.youtube.com/watch?v=2aMi4iWA6M4&t=4979s>
- [4] Daily newspaper, "Transfer from College Campus to SNS",
http://www.imaeil.com/sub_news/sub_news_view.php?news_id=16637&yy=2018
- [5] Yang, C. C., Brown, B. B., "Motives for using Facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents' social adjustment to college", Journal of youth and adolescence, 42(3), 2013, pp.403-416.
- [6] Shin, H. S., Kim, K. R., "The differences in motivation and usage according to morphological evolution of SNS", Journal of Digital Convergence, 15(6), 2017, pp. 155 - 164.
- [7] IT World, "Report of SNS Usage on 2017",
<http://www.itworld.co.kr/news/105506Ph>. D. Thesis, Seoul University, S. Korea, DEC 1997.
- [9] Mowday R., Steers R. and Porter L. "Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover" Academic Press, New York.
- [10] Kim, S. B., Kim, J. H., Lee, K. J., "The effects of the cabin crew's employee value proposition, job satisfaction, organizational commitment, and customer orientation : Focusing on A airline" The Journal of Korea Tourism Research Association, 29(12), 2015, pp. 119-132.
- [11] Mowday R., Steers R. and Porter L. "The measure of organizational commitment" Journal of Vocational Behavior, 14(2), 1979, pp. 224-227.

- [12] Kim, S. M., "Public Service Motivation and Intrinsic Rewards: An Exploratory Study", Korean Public Administration Quarterly, 15(4), 2003, Korean Association of Governmental Studies, 771-790.
- [13] Crewson, P. E., "Public-service motivation : Building empirical evidence of incidence and effect", Journal of Public Administration Research and Theory, 7(4), 1997, pp.499-518.
- [14] Noh, Y., "A study on SNS usage motivations affecting flow - Focus on Facebook users", The Journal of Global E-business Association, 16(1), 2015, Global E-business Association, pp.287-304.
- [15] Gu, E. J., "The mediating effect of job-search self-efficacy and employment commitment on the relationship between happiness and job search behavior" Ma. D. Thesis, KeiMyung University, S. Korea, July 2013.
- [16] Park, K. H., "Effect on job search behavior and the efficacy and resilience of hair beauty professional online recruitment community involvement" Ma. D. Thesis, SeoKyeong University, S. Korea, Dec 2014.
- [17] Shin, H. S., Kim, K. R., "The Differences in Motivation and Usage according to Morphological evolution of SNS", Journal of Digital Convergence, 15(6), 2017, pp. 155 - 164.
- [18] Kim, S. S., Tony, D. A., "Moderating Effect of Characteristics of Message and SNS on the Relationship between the Direction of WOM and Consumer Attitude", Journal of Digital Convergence, 14(6), 2016, pp.177-186.
- [19] Boyd, D. M., Ellison, N. B., "Social network sites: definition, history, and scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 2007, pp. 210-230.
- [20] Instagram, <http://instagram.com>
- [21] Wilson, T. D., "Models in information behavior research", Journal of Documentation, 55(3), 1999, pp.249-270.
- [22] Lenhart, A., "Bloggers: A portrait of the Internet's New Storytellers", Pew Internet & American Life Project, 2006, pp.7-20.
- [23] Sheldon, P., Bryant, K., "Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age", Computers in Human Behavior, 58, 2016, Elsevier, pp.89-97.
- [24] Cambridge dictionary.
- [25] Shore, L. M., Wayne, S. J., "Commitment and Employee Behavior: Comparison of Affective Commitment and Continuance Commitment with Perceived Organizational Support", Journal of Applied Psychology, 78(5), 1993, pp. 774-780.
- [26] Rusbult, C. E., "Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment Model", Journal of Experimental Social Psychology, 16(2), 1980, pp. 172-186.
- [27] Ko, D. W., Park, Y. S., Lee, H. A. R., "Influences of the social media use motivation on the flow and leisure satisfaction - Focusing on the use of Facebook with college students." Journal of Korea Academic Society of Tourism Management, 28(4), 2013, The Korea Academic Society of Tourism Management, pp. 137-156.
- [28] La Freniere P. J., "Emotional development: A bio social perspective" Sigma Press, Seoul, 2005, pp. 78-102.
- [29] Kim, M. J., Bonn, M., Lee, C. K., Hahn, S. S., "Effects of personality traits on visitors attending an exposition : the moderating role of anxiety attachment moderating role of anxiety attachment" Asia Pacific Journal of Tourism Research, 23(5), 2018, pp.502 - 519.
- [30] Jeon, M. R., Kim, B.W., "The Mediation effect of career decision-making self-efficacy on the relation between the big five personality factors and career preparation behaviors in college students", The Korean Journal of

- Counseling and Psychotherapy, 28(4), 2015, pp.41 - 57.
- [31] Park, S. S., "Effects of personality factors on career behavior", Management Information Systems Review, 37(2), 2018, Daehan Academy of Management Information Systems, pp.397-432.
- [32] Lee, S. H., Choi, C. H., Shin, S. S., "The Influence of unemployed persons' demographics and big five personality factors on job-searching efficacy and career preparation behavior", Journal of Human Understanding and Counseling, 33(1), 2011, SeoKang University Student Center, pp.85-102.
- [33] Barrick, M. R., Stewart, G. L., Piotrowski, M., "Personality and job performance: Test of the mediating effects of motivation among sales representatives", Journal of Applied Psychology, 87(1), 2002, American Psychological Association, pp.43-51.
- [34] Hoyer, G. V., Hooft, E. A. J., Lievens, F., "Networking as a job search behavior: A social network perspective" Journal of Occupational and Organizational Psychology, 82(3), 2009, pp.661-682.
- [35] Kim, B. H., "Career decision level and career preparation behavior of the college students", The Journal of Korean Psychological Association, 9(1), 1997, pp. 311-333.
- [36] Lee, J. K., "Employment preparation behavior of the college students: Focused on the psychological differences", Korean Journal of Counseling, 19(1), 2004, pp.993-1016.
- [37] Bae, Y. K., "Effect of the career assistance program plus (CAP+) on career preparation behaviors and employ ability of young job seekers" Ma. D. Thesis, Sook myung Women's University, S. Korea, DEC 2017.
- [38] Lee, H. R., Kim, S. M., Cheun, M. S., Choi, S. K., "A structural analysis of career stress, career barriers, career development, and career preparation behavior of undergraduate students", The Journal of Career Education Research, 21(4), 2008, Career Education Research, pp.59-80.
- [39] Ryu, J. S., Lee, J. H., Lee, J. S., "An analysis of the structural relationship among family resilience, self-determination and commitment to career choice", Journal of Korean Home Economics Education Association, 23(4), 2011, Korea Home Economics Education Association, pp.19-34.
- [40] Hwang, J. Y., Park, J. H., "A structural analysis of relations among the variables related to career preparation behavior for college student", The Journal of Vocational Education Research, 34(5), 2015, Vocational Education Research, pp.73-101.
- [41] Lee, J. E., Cha, H. W., "The relationship among corporate Facebook employment fan page, social capital and job search intention: application and expansion of the theory of planned behavior", Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 58(5), 2014, Korean Society Journalism & Communication Studies, pp. 36-69.
- [42] Song, K. J., Ma, D. S., "A Study on the career path education using visual thinking and SNS", Journal of the Korean association of information Education, 22(3), 2018, Korean Association of Information Education, pp.275-284.
- [43] Ko, M. H., Yoon, B. K., "The effects of commitment to an airline cabin crew online community on job-seeking efficacy and job-seeking behavior", The journal of Korea Tourism Research Association, 31(8), 2017, Korea Tourism Research Association. pp.137-151.
- [44] Jang, J. Y., Shin, H. C., Lee, J. Y., "The effect of commitment toward college major on the quality of employment among college graduates", Korean Journal of Industrial and

- Organization Psychology, 20(4), 2007, Korean Psychology Association, pp.415-435.
- [45] Lee, S. M., Choi, D. S., Moon, B. J., "A Study on the Difference of Job Seeking Efficacy and Effects on Job-Seeking Activities According to the Propensity of College Students Who Joined Job-Search Community", The Journal of Employment and Career, 7(3), 2017, Korean Employment Career Association, pp.83-107.
- [46] Shin, G. J., "The effects of commitment to online job community on job-seeking efficacy" Ma. D. Thesis, Kyonggi University, S. Korea, DEC 2008.
- [47] Kim, M. H., Lee, J. K., "A structural relationship among self-perceived occupational basic competencies, career decision level, job searching efficacy, and career preparation behavior of junior college students", The Journal of Career Education Research, 30(3), 2017, The Korean Society for the Study of Career Education, pp.111-128.
- [48] Kang, M. S., "A study on the effect of on-line community characteristics on commitment and performance - Focus on the economic performance of community" Ph. D. Thesis, Seoul University, S. Korea, DEC 2002.
- [49] Lim, J. H., Park, J. G., "Effects of the members of public organizations on their organizational flow", The Journal of Korean Politic Research, 18(1), 2018, The Kyongin Society for Public Administration, pp.79-93.
- [50] Kim, J. S., Song, H. J., Lee, C. K., "Effects of corporate social responsibility and internal marketing on organizational commitment and turnover intentions", International Journal of Hospitality Management, 55, 2016, Elsevier, pp.25-32.
- [51] Lee, C. K. "Tourism research & statistical analysis", Daewangsa, 2016, pp.231-280.
- [52] KISA "Korea internet white paper 2017", www.kisa.or.kr, 2017, pp.18-19.
- [53] Kim, S. M., Lee, H. R., "A structural analysis of anticipated self-efficacy, career outcome expectancies, commitment to career choice, career exploration behavior of undergraduate students", The Journal of Career Education Research, 21(3), 2008, Career Educational Research Association, pp.27-48.
- [54] Song, J. M., Yoo, D. H., "A study on the relationship among satisfaction with major, learning immersion, and career preparation behavior of university students majoring in physical education according to positive psychological capital", The Journal of the Korean Society of Sports Science, 27(2), 2018, Korean Society of Sports Science, pp.209-222.
- [55] Kim, J. H., "A study on market segmentation of wine consumers based on personality traits: Two-step cluster analysis" The journal of tourism & leisure research, 26(7), 2014, The Korea Academic Society of Tourism and Leisure, pp.467-484.
- [56] Bae, H. S., Seo, M. S., "The moderating effects of big 5 in the relation emotional labor and job stress of airline employees" The Journal of Tourism & Leisure research, 24(8), 2014, The Korea Academic Society of Tourism and Leisure, pp.143-161.
- [57] Lee, B. Y., "A study on the relationship of personality type and job performance of employees' on travel industry", The Journal of Tourism & Leisure research, 27(2), 2015, The Korea Academic Society of Tourism and Leisure, pp.387-406.
- [58] Seo, W. M., Jang, J. H., "A study on the influence of personality 5 factors on organizational commitment and service capability in crew member", The Journal of Tourism & Leisure Research, 30(3), 2018, The Korea Academic Society of Tourism and Leisure, pp.125-141.

- [59] Yoo, J. S., "The effects of organizational competency of flight attendants on organizational commitment", *Journal of Product Research*, 35(1), 2017, Product Research Association, pp.171-180.
- [60] Lee, J. H., "The Effect of family-work conflict and family-work balance on job stress and turnover intention", *The Journal of Korea Academic Society of Tourism Management*, 32(4), 2017, Korea Academic Society of Tourism Management, pp.151-173.
- [61] Han, G. H., Lee, S. K., "The effects of airlines' organizational culture on job satisfaction and organizational commitment of flight attendants", *The Journal of Tourism Research*, 32(6), 2018, Korea Tourism Research Association, pp.47-61.
- [62] Seo, E. J., Park, J. W., "The Effect of Social Media Use Intensity on Reliance of EWOM and Acceptance of EWOM", *Journal of the Korean Society for Aviation and Aeronautics*, 25(3), The Korean Society for Aviation and Aeronautics, pp.1-8.
- [63] Kim, G. I., Lee, S. M., "The Effects of Symptoms from Emotional Airline Labors on Their Job related Stress, Service Delivery Level and Customer Oriented Work Activities", *Journal of the Korean Society for Aviation and Aeronautics*, 25(4), The Korean Society for Aviation and Aeronautics, pp.76-82.
- [64] "Use status and main issue of SNS at domestic." *Internet & Security Focus*, pp. 56-76, 2014.
- [65] Duncan, F.(2016). "So long social media : The kids are opting out of the online public sphere. The conversation. Retrieved from <http://theconversation.com/so-long-social-media-the-kids-are-opting-out-of-the-online-public-square-53274>.
- [66] Lee, H. J., Jung, D. H., "College Twitter Users' source credibility, attitude, relationship intention, and tweet credibility on twitter account owner", *Journal of cyber communication*, 30(2), The Cyber communication, pp.265-308.
- [67] www.lgeri.com
- [68] Park, K. J., Yoo, I., Kim, J. J., "A Study on the Negative Emotion of Using Social Networking Services and Its Discontinuance Intention", *Journal of Korea knowledge management society*, 15(2), Korea knowledge management society, pp.89-106.
- [69] Soojheana, E. F., 2015, *Psychology of facebook*, Bookworld, Seoul,
- [70] https://www.instagram.com/hanyang_univ/
- [71] <https://www.khu.ac.kr/kor/main/index.do>
- [72] Cho, C. K. "SPSS&AMOS analysis", *Chungnam*, 2015, pp.259-280.
- [73] Kim, K. Y., Lee, D. S., Seol, J. S., Lee, B. K., 2009, *Analysis of determinants and Moderator effects od user age and experience for Voip acceptance*, *Information process study research*, 16(6), pp.945-960.