

## 소셜러닝을 적용한 직업교육 성과분석 사례연구

이수경\*, 박연정\*\*

### 요약

소셜러닝은 소셜미디어의 단순한 교육적 활용에서 나아가, '학습자의 참여가 증진되고 동료학습자간의 의사소통과 의견 공유가 주된 학습 활동으로 부각되며, 학습자와 교수자간의 활발한 상호작용에 의하여 학습의 내용이 적응적으로 제공되는 학습'이다. 본 연구에서는 소셜미디어의 특징과 소셜러닝에 대한 개념 이해를 바탕으로, 소셜러닝 교육과정을 기획, 설계, 개발하고, 실제 직업교육 현장에 적용한 후 그 성과를 분석하였다. 302명이 입과하여 138명이 수료를 한 '유통혁신을 위한 POP 및 품목별 진열 기법'을 다룬 소셜러닝 시범운영은 시간흐름에 따른 콘텐츠 제시방식, 진행형 콘텐츠와 학습자간 활발한 상호작용을 지원하는 플랫폼 개발, 소형 스마트 기기에 의한 효과적 직무교육 지원체계가, 핵심적 특징으로 적용되었다. 본 연구에서는 학습관리시스템에 남겨진 로그데이터를 통한 학습행태 분석, 온라인 활동과 과제로 구성된 평가결과 및 수료율 분석, 설문조사를 통한 학습자 특성 및 만족도 분석이 실시되었다. 종합적 분석에 의하여 소셜러닝의 개선사항과 향후 발전방향을 제언하였다.

키워드 : 소셜미디어, 소셜러닝, 플랫폼, 스마트 기기, 직업현장 교육

## Case Study on Application of Social Learning in Workforce Education

Sookyoung Lee\*, Yeonjeong Park\*\*

### Abstract

Social learning is a form to support learners' active engagement and participation in learning with other learners and instructors by using social media. The concept of social learning should be considered beyond the simple use of social media for learning or education. This study aims to apply the understanding of social learning based on the theoretical background of social theories of learning in designing and developing a program for workforce education. As a pilot test, the newly developed social learning program was implemented to 302 employees with the title of 'Innovative Display Strategy for POP'. 138 employees successfully completed the social learning course that focuses on delivering contents in time-line based platform, supporting interactions among students, and working effectively through small smart devices in their workplace. The results were derived from three kinds of data-source: learner's log data, their final evaluation score, and the survey to measure the satisfaction about social learning. Finally the implications for social learning were discussed in terms of the program revision and directions for future application.

Keywords : social media, social learning, platform, smart device, workforce education

### 1. 서론

※ Corresponding Author: Yeonjeong Park

Received : May 28, 2015

Revised : August 19, 2015

Accepted : August 24, 2015

\* Korea Research Institute for Vocational Education and Training

\*\* Ewha Education Research Institute(EERI), Ewha Womans University,

Tel: +82-2-3277-3297, Fax: +82-2-3277-3257

최근 정보 통신기술 및 스마트 기기의 발달과 보급을 통해 소셜미디어 및 SNS(Social Networking Service)의 활용이 사회 전반적으로

email: [ypark78@ewha.ac.kr](mailto:ypark78@ewha.ac.kr)

■ 본 연구는 한국직업능력개발원에서 수행한 '스마트 러닝 2차 시범운영사업'의 일부를 수정·보완한 것으로 고용노동부의 지원으로 연구되었음

확산되고 그 영향력이 점차 커지고 있다. 학습에도 이러한 소셜미디어를 활용한 형태가 ‘소셜러닝’이라는 이름으로 회자되고, 교육 관련자들의 관심을 받고 있는데, ‘소셜미디어 활용 교육’으로 일컬어지기도 하고[1], 네트워크를 통해 학습자간의 지식 및 정보 공유가 일어나서 개인의 인지와 행동 변화를 일으키는 학습 패러다임[2]으로 정의되기도 한다. 이러한 소셜러닝에 관한 기존 연구들은 최근 SNS의 활용법이나 소셜미디어가 교육에 활용된 환경에서 학습자와 교수자가 어떠한 경험을 하였는지를 기술하는 연구가 주를 이루는 반면, 소셜러닝의 개념이 반영되어 실제 교육과정으로 구현·운영되고 그 성과가 분석된 연구들은 찾기가 어려운 형편이다.

본 연구에서는 소셜미디어의 특징과 소셜미디어의 교육적 활용 사례, 학습의 사회적 측면을 강조한 이론들에 기반하여 소셜러닝의 개념을 조작적으로 정의 내리고, 실제 소셜러닝 교육과정을 기획, 설계, 개발, 직업교육 현장에 적용한 후 그 성과를 분석하고자 하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 소셜미디어의 정의와 특징

소셜미디어는 Chris Shipley가 "The Blogon 2004" 컨퍼런스에서 블로그, 위키, 소셜 네트워크, 그리고 관련된 기술을 새로운 형태의 "참여적 매체(participatory media)"로 보고 이에 관한 논의를 하기 위해 처음 사용하였다[3]. 이후 지금 현재도 매일 매일 새로운 형태의 소셜미디어가 지속적으로 만들어지고 있다. 일반적으로 소셜미디어는 정보가 소비자를 위해 소비자에 의해서 만들어지고 쓰여지는 매체로, 웹 기반 기술이 이러한 경향성을 촉진 시켜왔다고 할 수 있다. 즉, 웹이 위기 중심의 웹(web 1.0)에서 쓸 수 있는 형태의 웹(web 2.0)으로 진화해가면서, 콘텐츠의 재생산과 공유가 가능하게 되고, 누구나 콘텐츠의 제공자와 소비자가 됨에 따라 소셜미디어는 단순한 첨단 도구나 기술을 넘어서서, 참여와 공유의 사회 문화로 인식되고 있다[4, 5]

커뮤니케이션 채널 관점에서, 소셜미디어는 ‘세 명 이상의 사람들을 대상으로 설계된 인터넷 기반의 기술’로 전화 및 이메일과 같은 일대일

네로캐스트(narrowcast), 이메일 뉴스레터와 같은 일대소규모 집단의 니치 캐스트(niche-cast), 대규모 온라인 잡지나 라디오 쇼와 같은 일대다 브로드캐스트(broadcast)와도 구분된다[6]. 다대다 커뮤니케이션을 지원하는 이러한 소셜미디어는 개별 사용자가 저작 도구를 활용하여 정보를 생산하고, 소비하는 주체가 되도록 하는 것에서 나아가, SNS를 통해 타인과의 관계 형성과 정보의 확산을 역동적으로 촉진시키는 특성이 있다. 이 과정에서 개인은 단순히 타인을 관찰하고 모방하는 것에서 나아가 그들과 함께 상호작용적으로 학습을 하고, 새로운 아이디어를 창출, 공유하며, 그 과정을 기록·문서화하기도 하고, 실시간·비실시간 상호작용이 이루어지기도 한다.

### 2.2 소셜미디어의 교육적 활용

소셜미디어는 몇 가지 형태로 분류 가능하다. 1)Facebook이나 Linkedin과 같은 소셜 네트워크, 2)Web2.0 도구에 의해 지원되는 태깅 콘텐츠, 3)소셜 북마킹, 4)비디오/동영상 공유, 5)Skype나 국내의 경우 카카오톡과 같은 실시간/비실시간 커뮤니케이션, 6)Wiki와 같이 여러 사람이 협력하여 공동의 산출물을 만들어 내는 도구, 7)블로그, 8) iTunes와 같이 음원을 공유할 수 있는 팟캐스팅, 9)뉴스 등의 정보를 바로 제공받을 수 있는 RSS Feeds, 10)Twitter와 같은 마이크로블로깅 등이 있다.

소셜 미디어의 가장 초기 형태로 블로그는 교육 분야에 가장 활발히 활용되어 왔다. 블로그를 통해서 학습자는 자신의 경험과 지식을 표상하고, 성찰하는 도구가 될 수 있기 때문이다[7]. 기존 가상 캠퍼스 내에 존재하던 토론 게시판을 대체하는 형태로 교육현장에서 유용하게 활용되었는데, 이러한 블로그는 학생들의 쓰기 기술을 향상시키고, 학업에 대한 소유권을 가지게 하며, 학습 분위기를 조성하는 이점이 있다고 평가된다[8]. 한편 교육외적 부문에서 블로그는 공개된 다이어리나 일기로서 개인의 의견을 자신의 지인들이나 온라인 독자들과 소통하기 위한 독특한 사회적 활동으로 인식되기도 한다[9]. Kerawalla, Minocha, Kirkup, and Conole는[10] 블로깅 활동에 영향을 주는 6가지 요인을 도출하였는데, 1)청중에 대한 의식, 2)커뮤니티에 대한 의식, 3)블로그에 들어오는 코멘트의 유용성

과 요구, 4) 블로그 내용의 제시 방식, 5) 기술적 요인, 6) 교육적 맥락과 연관이 있다고 하였다. 이처럼 블로그를 통한 학습과 교육적 기능은 꾸준히 블로그가 ‘자발적’으로 만들어지고 유지되는 이유에 해당하기도 하고, 교수설계자 및 현장의 교사들은 이러한 점을 교수학습에 효과적으로 활용할 수 있다.

Facebook은 소셜미디어의 특성을 가장 충실히 보여주는 개인 프로파일 기반의 SNS이다. Boyd와 Ellison[11]은 Facebook을 통해 학습자는 참여적 해석, 창조적 구성, 호혜적 교섭, 공진화적 협력을 하게 되고 네트워크의 일원으로서의 개인을 인식한다고 하였다. 즉, Facebook 사용자는 다양한 출처로부터 얻게 되는 정보의 질을 비판적으로 평가하고, 글쓰기, 링크, 사진/동영상 업로드 기능을 통해, 정보의 검색과, 적절한 정보의 선별, 재조합, 게시 및 공유를 하는 창조적 과정을 거친다. 또한, 좋아요 및 댓글 기능을 통해 자신과 다른 관점을 가진 사람이나 커뮤니티의 규범을 존중하고, 서로의 의견차를 인정하고 협상하는 능력을 배우게 된다. 나아가, 그룹 활동을 통해 공동의 목표를 인식하고 맡은 바 책임을 수행, 다른 사람의 지식을 인정하고 서로의 지식을 비교하여 논의를 확장할 수 있다. 마지막으로, 네트워크의 한 일원으로서 다른 사람들과 상호작용하고, 기술 및 도구를 효과적으로 사용하는 능력을 기를 수 있다. 이러한 Facebook의 특성에 기반하여 교수학습 상황에 적용하는 사례가 등장하고 있는데, 그 예로 김은영, 김정현, 최예술[12]은 협동학습에 Facebook을 활용한 성찰활동이 학습몰입과 학업적 자기효능감, 학업성취를 향상시키는 효과가 있다고 보고하였다.

Twitter는 잘 알려진 바와 같이 140자 이내의 메시지를 팔로어(follower)들에게 보내고, 자신이 받은 메시지를 재전달하거나, 댓글을 쓰거나, 쪽지를 보내는 등 팔로잉 관계를 기반으로 독특한 의사소통과 강력한 메시지 전파력으로 최근 사회적으로 큰 이슈를 만들어왔다. Twitter와 같은 마이크로 블로그는 학습자들이 손쉽게 정보를 획득, 공유하고, 즉각적인 피드백을 가능하게 하며, 나아가, 글을 요약적으로 쓰는 훈련의 일환으로 긍정적인 측면이 논의되고 있다. 임걸[1]은 대학 블랜드드 학습환경에서 트위터를 활용하여

학습자와 교수자가 서로 팔로잉 관계를 맺고, 교수자는 수업내용의 공지, 질의응답, 정서적 활동 등을 수행한 후, 학습자들의 소셜미디어 참여 형태를 분석하였다. 그 결과, 몇몇 학생을 제외하고 대체적으로 소비자형에 가까운 참여 형태를 보였는데, 이들이 보다 적극적인 참여를 하는 프로슈머 형으로 촉진시키기 위한 전략의 개발과 함께, 촉진자, 학습 관리자, 정보 제공자, 평가자로서 교수자의 역할 증대가 필요하다고 하였다.

지금까지 논의한 다양한 소셜미디어 및 SNS의 활용은 스마트폰의 확산으로 보다 증폭되었다. 심혜영과 임걸[13]에 따르면, 우리나라 대학(원)생 253명을 대상으로 실시한 설문 조사결과, 대부분의 학생들이 스마트 기기를 활용하여 접속을 하며, 하루 1-3회, 1회 평균 30분 미만 접속한다고 보고하였다. 학생들이 SNS를 이용하는 주 동기요인은 자아적, 상호작용적, 오락적, 정보추구적 측면으로 분류가능한데, 이 중 상호작용적 동기가 가장 높게 나타나서, SNS를 교육에 활용하고자 할 때 학습자의 상호작용 요구를 충족할 수 있는 콘텐츠 개발전략이 필요하다고 제안하였다.

### 2.3 소셜러닝의 개념적 틀

이상의 연구들은 상업적 형태로 존재하는 기존의 소셜미디어를 교수학습에 활용한 경우로, 소셜미디어가 가지고 있는 교육적 잠재성을 확인할 수 있으나, 소셜러닝에 대한 개념적인 정의나 이론적 배경에 대한 공감대 형성은 미흡한 상태이다. 그 동안 소셜러닝의 이론적 배경으로는, Bandura의 사회 학습 이론, 사회적 구성주의(social constructivism) 이론, 협동 학습이론 등이 주로 언급되어 왔다. 관련하여, Park[14]은 학습에서의 사회적 측면을 강조하고 있는 세 가지 이론으로 Bandura[15]의 사회 학습 이론, Vygotsky[16]의 사회문화 이론에 뿌리를 둔 Leontev와 Engeström의 활동 이론, Lave와 Wenger[17]의 상황 학습 이론을 꼽고, 이에 기반하여 사회적 몰입 학습이라는 이름으로 개념화 하였다. 즉, 1)점진적인 몰입과 적극적 참여 분위기 조성, 2)풍부한 사회-문화적 맥락 정보 제시, 3)자기주도성 및 학습에 대한 책임감 부여, 4)적절한 실시간·비실시간 의사소통도구의 활용을 중요한 개념들로 정리하였다. Bingham과

Conner[6]는 ‘다른 사람으로부터, 다른 사람과 함께 하는 학습’이 곧 ‘소셜러닝’이라고 정의내린 바 있다. 이들은 최근 발달 된 소셜미디어에 대한 이해가 중요하다고 하면서, Bandura의 사회 학습 이론은 과거 사회적으로 활용할 수 있는 도구가 많지 않았을 때 ‘다른 사람을 관찰, 모방함으로써 사회적으로 적절한 행동을 하도록 하는 학습’이었으나, 최근의 소셜미디어가 주는 다양한 가치들은 관찰과 모방 그 이상을 가능하게 하기 때문에, ‘새로운 소셜러닝(new social learning)’이라고 지칭해야 한다고도 주장하였다. 본 연구에서는 앞서 살펴본 소셜미디어의 독특한 속성과 효용성을 참고하고, 동시에 학습의 사회적 속성을 강조하고 있는 이론들의 주요 개념을 적용하여, ‘학습자의 참여가 현격히 증진되고 동료학습자간의 의사소통과 의견 공유가 주된 학습 활동으로 부각되며, 학습자와 교수자의 활발한 상호작용에 의하여 학습의 내용이 적응적으로 제공되는 학습’ 형태로 정의 내리고자 한다.

### 3. 연구 방법

#### 3.1 연구 배경

A사\*의 ‘유통혁신을 위한 POP 및 품목별 진열기법’ 과정에 대한 요구분석에 기반하여 본 과정을 앞서 정의 내린 소셜러닝 형태로 개발, 시범 운영하기로 하였다. 즉, 이러닝으로 불리우는 기존의 온라인 원격훈련 교육과는 1)학습자의 참여도, 2)스마트 기기의 활용, 3)학습 내용이 적응적으로 제공된다는 측면에서 차별화되도록 하였다.

#### 3.2 교육과정 개요

본 연구에 활용된 교육과정은 유통산업 관련 업무 종사자로, 온라인 교육의 사각지대에 놓여 있던 마트의 인스��어 기법(POP, 진열기법)에 대한 내용을 담고 있다. 여기서 POP(Point of Purchase)는 구매시점이라는 의미로, POP광고는 매장을 찾아온 손님에게 즉석에서 호소하는 광고를 의미한다. 매장에서 흔히 사용하는 POP와 전단지를 효과적으로 사용할 수 있는 방법, 다양

한 진열기법의 장·단점 및 특색을 알아보고 실제 현장에 적용가능 한 방법들을 살펴봄으로써, 과학적인 진열기법과 획기적인 매출 증대를 이끌어낼 수 있는 방안을 모색해나가는 과정으로서 실제업무에 적용한다면 소비자와 매장(판매자) 모두 시너지를 낼 수 있는 내용이다.

#### 3.3 교육과정 특징

본 사례연구의 주요 목표는 앞서 기술한 직무 교육과정에 소셜러닝의 개념을 접목하는 것이었다. 이를 위하여, 사전학습 8차시는 내용전문가에 의해서 집필과 감수가 진행되었고, 평가는 소셜활동과 과제로 구성하였으며, 학습 과제는 스마트폰기기의 특성을 고려한 멀티미디어 요소를 활용하여 제출하도록 하였다. 또한 소셜활동을 통해 학습자의 자발적인 참여를 유도하고, 현장 업무 노하우 및 지식을 멀티미디어 요소(사진, 영상, 링크 리스)를 기반으로 제작하여 타 학습자와 실시간으로 공유할 수 있도록 하였다. 무엇보다도 사전 학습에 해당하는 완성형 콘텐츠 8차시를 제외하면 나머지 차시들은 학습내용이 진행형으로 제공된다는 점에 기존의 교육과정과 다르다. 즉, 학습과 관련된 자료를 매 주차별로 제시하였고, 학습자의 적극적인 소셜활동을 유도하기 위한 이벤트가 실시되었다.

#### 3.4 교육과정 운영

개발된 과정은 2013년 11월 4일부터 11월 30일까지 한 달간 302명이 입과하여 138명이 수료(수료율: 45.6%)하였다. 시범과정의 수료 기준은 진도율 100%, 총점 60점 이상으로 소셜활동 30%, 과제 70%가 반영되었다. 소셜활동은 과락에 영향을 주지 않지만, 과제는 60점 과락을 적용하였다. 하지만 소셜활동(의견, 댓글, 토의, 질문) 건당 10점을 부여다. 과제는 총 9개 유형을 제시하여 학습자가 선택하여 제출하도록 하였으며, 과제 2개 이상 제출가능하며, 합산점수를 반영하여 최대 100점까지 취득 가능하도록 하였다.

교·강사 및 운영자들은 학습자들이 소셜활동에 적극 참여하도록 학습 독려활동을 수행하였다. 학습자간 소셜활동이 활성화될 수 있도록 흥미유발을 위한 정보제공, 의견제시를 하였다. 또한 본 과정의 운영 취지를 안내하고, 스마트 기기를 활용한 학습을 안내하는 전화, 소셜학습환

\* 스마트러닝 시범사업에 참여한 원격훈련 교육기관

형의 이용방법, 수료기준, APP설치 방법을 안내하는 학습 매뉴얼을 훈련 대상자들에게 발송하였다.

### 3.5 소셜러닝 플랫폼

소셜러닝 환경에서 학습자는 지식의 생산자이자 소비자이기 때문에 지식 프로슈머로 불리우는 데, 이들에 의한 소셜러닝이 제대로 이루어지도록 하기 위하여 (그림 1)과 (그림 2)와 같이 소셜러닝에 적합한 플랫폼을 개발하였다. 이 플랫폼은 정형화된 이러닝 학습형태가 아닌 비정형화된 학습을 지원하고, 타임라인(Timeline)을 적용한 인터페이스가 제공된다. 또한 의견게시, 토의활동, 질문게시, 퀴즈, 설문, 모임활동과 같은 소셜 학습도구를 제공하도록 하였다.

(그림 1) 소셜러닝 학습현황 대시보드



(Figure 1) Social Learning Dashboard

(그림 2) 소셜러닝 학습창의 구조



(Figure 2) Social Learning Platform

무엇보다, 소셜러닝을 위한 학습 플랫폼은 RMS(Resource Management System)의 개발을 통해 학습자의 학습활동 정도를 정량적으로 측정하고 계량화할 수 있는 특징이 있다. 또한 소셜러닝을 위한 어플리케이션(App)을 개발하여, 학습자가 스마트 기기에서 본 소셜러닝 과정에 접속 할 수 있도록 하고 있다.

다양한 멀티미디어 요소(사진, 동영상, 음성 등)로 현업의 사례와 노하우를 적극 공유할 수 있으며, 스마트 기기에서 사전학습, 소셜활동, 과제 제출 등이 모두 PC와 동기화할 수 있도록 설계, 개발되었다. 이러한 소셜러닝 플랫폼과 어플리케이션에서 퀴즈와 소모임을 지원하는 학습도구는 촉박한 개발 일정으로 다소 지연되었었다. 즉, 교육과정은 2013년 11월 4일에, 소셜러닝 App은 11월 11일에 오픈 되었으며, 학습 도구는 11월 18일에 지원을 시작하였다.

### 3.6 소셜러닝 메시지 설계와 운영

소셜활동 플랫폼을 통해 운영된 본 개발 과정의 사전학습 8차시는 미리 학습의 내용이 확정되어 과정이 오픈되기 전에 메시지 설계가 이루어지도록 하였다. (그림 3)과 같이 매 차시는 학습 내용이 요약적으로 제공되고, 학습 보조 노트 및 음성이 지원되며, 가독성이 향상된 텍스트와 그래픽 이미지가 제시되도록 설계하였다.

(그림 3) 사전학습 콘텐츠 화면



(Figure 3) Contents for Pre-instruction

반면, 나머지 차시는 소셜활동을 통한 진행형 콘텐츠가 제공되었다. 우선, 학습자간 지식 공유 및 의견 교류 활동을 수행하고, 학습자 스스로 학습 내용관련 퀴즈(선다형, 단답형, 진위형)를 만들고, 다른 학습자가 출제한 문제를 풀어보도록 하는 학습 활동을 수행하도록 하였다. 또한, 학습자간 토의 및 토론 활동을 수행하여, 학습자

간 커뮤니티를 형성하고, 별도의 모임이 이루어지도록 설계하였다.

스마트러닝 과정의 운영은 학습자에게 새로운 형태에 해당하는 소셜러닝에 대한 학습 가이드를 제시하는데 중점을 두었다. 운영자는 학습 매뉴얼 및 과제 제출에 대한 매뉴얼을 제공하였고, 교·강사 및 튜터는 보충 학습 자료 및 토론주제를 올리고, 과제 첨삭 활동을 수행하였다.

### 3.7 데이터 수집 및 분석

본 연구에서는 세 가지 출처를 통해서 데이터가 수집되었다. 첫째, 앞서 언급한 RMS에 저장된 학습자의 학습 로그인 기록 및 소셜활동 정보를 추출하여 분석 가능한 형태로 변환하였다. 둘째, 준비된 설문지를 배포하여 본 과정을 수강한 학습자에 대한 인적 사항 및 소셜미디어에 대한 사전 경험, 본 과정에 대한 만족도 등을 조사하였다. 셋째, 교육과정의 수료율에 대해서 요구되는 학업성취도 평가 정보와 수료여부에 대한 정보가 취합되었다. 수집된 데이터 셋을 바탕으로 기술 통계분석이 주로 시행되었다. 본 연구의 목적은 개발된 교육과정 대한 학습자의 반응과 학습 행태 파악, 학업성취 및 수료율을 통해 소셜러닝 과정의 성과 파악에 있기 때문에, 추출된 변인간의 인과 관계 분석 및 그룹간 차이를 검증하는 추론 통계는 본 원고에 포함하지 않았다.

## 4. 연구 결과

### 4.1 학습자 특성분석

본 과정에 참여한 학습자는 유통산업 관련 업무 종사자로 매장 및 마트의 진열과 기획을 담당하는 실무자였다. 또한 지역 특산품 등 로컬 매장 운영 기획 업무 종사자들도 포함되어 있었다. 이들은 현장근로자가 63%로 기존 이러닝(PC)환경에서는 교육과정의 접근이 용이하지 않았었다. 학습대상자 중 온라인을 통한 소셜활동 경험이 있는 학습자는 전체 학습자 302명중 79명(26%)으로 나타났으며, 트위터나 페이스북과 같은 SNS를 매일 이용하여 소셜 환경에 친숙한 학습자는 18명(5.9%)에 불과하였다. 학습자들은 페이스북이나 트위터와 같은 소셜 네트워크 서비스(SNA)에 대해서는 전체의 51.3%가 모른다

고 응답하였고, 오직 26%만이 이용 경험이 있다고 응답하였다.

본 과정 입과자는 116명(38%)이 B사의 중앙부서 소속이었고, 125명(41.3%)이 B사 소속 현장근로자들이었으며, 유통센터 직원 등으로 구성되었다. 성별은 남자 72.5%, 여자 27.5%로 남자가 높은 비중을 차지하고 있고, 학습자의 연령대는 30대의 비중이 가장 높았으며 그 다음으로 40대와 20대 50대 순으로 나타났다.

### 4.2 학습행태 분석

학습행태 분석은 학습자가 소셜러닝에 얼마나 참여하였는가에 중점을 두었다. 주차별 소셜학습 활동의 변화, 학습활동별 참여율, 기기별 학습활동 참여율, 멀티미디어 요소 활용도, 이전 소셜활동 경험에 따른 학습 성과, 소셜활동 상위 10명의 학습 결과, 학습의 지속적 효과를 살펴보았다.

#### 4.2.1 주차별 소셜 학습활동의 변화

시간의 흐름에 따른 소셜활동의 관찰은 주단위와 일단위로 나누어 진행되었다. 소셜활동 건수는 1주차에서 4주차로 갈수록 증대되었다. 소셜활동은 댓글을 제외한 의견제시와 질문, 토의 활동을 포함하는데, 하루 평균 그 활동 건수가 19에서 72회까지 증대되었다. 초반에는 주로 학습 방법에 대한 문의관련 의사소통이 주를 이루다가 점차 직무와 관련된 메시지가 공유되고, 후반으로 갈수록 운영자의 역할과 개입은 감소되면서 학습자간의 친밀감과 유대감, 결속력이 증진됨을 관찰할 수 있었다. 그러나, 소셜활동의 강제성으로 인한 무의미한 활동이나, 형성된 커뮤니티에서 소외된 학습자가 발견되기도 하였다.

(그림 4)는 일자별 소셜활동의 변화를 보여주고 있다. 전반적으로 댓글 활동이 지배적이며, 이는 다른 질문이나 토론, 의견 게시의 증가 폭과 현격한 차이를 보여주고 있다. 한 달 내 일자별 패턴을 관찰하기는 무리가 있으나, 소셜활동이 전반적으로 월요일에 (11월 11일, 18일, 25일) 급격히 증가하고, 상대적으로 주말에 저조함을 알 수 있다.

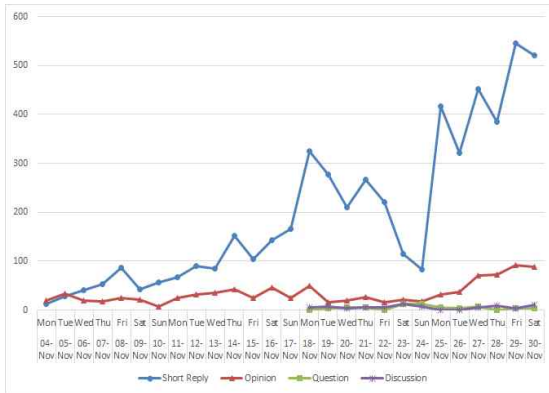
#### 4.2.2 학습활동별 참여

본 과정의 주요 학습 활동은 사전학습, 소셜활동, 과제로 구성된다. <표 1>에서 확인할 수 있듯이, 강의형식으로 진행된 총 8차시의 사전 학

습에 대해서 전체 학습자 302명중 263명(87%)이 참여하였다. 하지만, 의견, 토의, 질문, 댓글 활동을 통해 파악한 소셜러닝 활동은 각각 44%, 9.9%, 9.9%, 60.9%로 저조한 참여율을 보였다.

이러한 저조한 소셜활동 참여의 원인을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 직무특성상 학습자의 60%이상이 유통센터/마트 현장근로자로서 학습시기와 연말대비 업무성수가 겹쳐 학습 참여율을 낮았다. 둘째, 소셜 학습창에 대한 UI/UX 적인 문제가 있을 수 있다. 정형화된 이러닝 학습형태에 익숙하며 소셜에 대한 경험치가 적은 학습자들로서는 낮은 학습 환경에 적응하기 쉽지 않았을 것이다.

(그림 4) 일자별 소셜활동 변화



(Figure 4) Changes of Daily Social Activity

<표 1> 학습활동별 참여인원, 참여율, 활동건수 비교 (n=302명)

Learning Activity	No of Participants	Participation (%)	Participation (Frequency)	
Pre-Instruction Contents (8 Units)	263	87	1,833	
Social Activity	Board	133	44	939
	Discussion	30	9.9	74
	Q&A	30	9.9	65
	Short Reply	184	60.9	5621
Task	141	46.6	309	

<Table 1> Participation of Learning Activity

학습 초기에는 기존 이러닝 과정처럼 강의수강 후 평가를 응시하는 학습 진행 방식에 따라

강의 회차 목록 페이지를 문의하거나, 모듈 개념으로 제공되는 사전학습(콘텐츠)에 대해 인지하지 못하는 경우가 발생하기도 하였다. 셋째로는 시스템 환경 측면때문이다. 소셜학습창의 경우 크롬브라우저에 최적화되어 있으나 B사 내부망에서는 IE 브라우저를 100% 사용하고 있으며, 크롬설치와 실행에 제약이 있었던 점이 초기 진입을 방해하는 가장 큰 요인이 되었다.

4.2.3 기기별 학습활동 참여율

소셜러닝은 학습자의 참여와 현장업무지식 공유에 그 의의가 있고, 스마트기기를 통해서 이러한 소셜러닝이 보다 활성화되고 있는 추세이다. 그러나 본 시범과정에서는 스마트 기기로 학습한 학습자가 전체의 17.8%(54명/302명)에 불과하여 이러한 추세를 확인하기는 어려웠다.

의견게시, 토의활동, 질문, 댓글달기, 과제제출과 같은 소셜러닝의 세부 활동들에서도 <표 2>와 같이 학습자들은 대부분 PC를 활용하였음을 알 수 있다. 특히 토의활동과 질문은 100% PC를 통해 이루어졌고, 미미하게나마 스마트 기기를 통해서 의견 게시(12%)와 댓글 입력(8%)이 이루어졌음을 확인할 수 있었다.

<표 2> 기기에 따른 소셜활동 비교 (n=302명)

Category of Device		Opinion	Discussion	Q&A	Short Reply	Task Submission
PC	Activity	826	74	65	5181	277
	Ratio of Activity	88%	100%	100%	92%	90%
	Participants	122	30	30	181	125
	Ratio of Participants	92%	100%	100%	98%	89%
Smart Device	Activity	113	0	0	440	32
	Ratio of Activity	12%	0%	0%	8%	10%
	Participants	27	0	0	46	18
	Ratio of Participants	20%	0%	0%	25%	13%
Total	Activity	939	74	65	5621	309
	Participants	133	30	30	184	141

<Table 2> Comparison of Social Activity Using PC and Smart Device

4.2.4 소셜활동의 방법

본 과정의 소셜활동과 관련하여 어떠한 멀티미디어 요소(동영상, 링크, 문서, 사진, 텍스트)가 주로 활용되었는지를 조사해본 결과, <표 3>과



같이, 사진(이미지)이 PC와 스마트 기기를 통해 총 534건이 등록되었고, 그 다음으로 텍스트(507건), 링크공유(23건), 문서공유(20건)의 순으로 나타났다. 사진학습(완성형 콘텐츠)을 진행한 후, POP 활용 사례와 효과적 진열기법의 사례(타매장)를 촬영하여 공유하고 조언을 구하면서 학습자간 자발적 참여가 이루어졌는데, 학습자가 사진을 찍어서 올린 자료들은 대부분 현장 (마트 및 매장)에 적용한 사례들로 그 결과물들을 확인할 수 있어서, 학습의 효과와 현업 적용도를 정량적으로 분석할 수 있는 기회를 주었다.

<표 3> 등록매체별 소셜러닝 참여 (n=302명)

Type of Contents	Type of Device	Opinion	Q&A	Discussion	Total
Video	PC	1		1	2
Link	PC	21		2	23
Document	PC	19		1	20
Picture	PC	420	2	19	534
	Smart Device	93			
Text	PC	364	63	51	507
	Smart Device	20			
Total		939	65	74	1065

<Table 3> Comparison of Social Activity Using PC and Smart Device

4.2.5 소셜경험치에 따른 학습성과

소셜 경험치가 전무한 학습자들의 참여패턴을 살펴본 결과, 의견이나 토의 등과 관련된 학습도구를 적극적으로 활용하기보다는 다른 학습자의 소셜 활동에 호응하는(댓글, 좋아요) 정도의 소극적인 활동이 주를 이룸을 확인할 수 있었다. 따라서 소셜 경험치가 전무한 학습자들도 낮은 학습 환경에 적응하고 적극적인 참여를 할 수 있는 동기부여 장치가 필요함을 알 수 있다.

소셜 경험치에 따른 수료율을 비교했을 때 전체 수료율 46% 중 절반 가까운 21%의 학습자가 소셜 이용경험이 있는 것으로 나타나, 소셜 환경에 대한 친밀도가 소셜활동 참여에 중요한 영향을 미침을 시사하고 있다. 소셜활동에 익숙치 않은 학습자의 경우 수료기준에 소셜활동 가중치가 30%부여됨으로써 사전학습이나 과제제출을 포기하는 경향도 있었다. 소셜활동 없이 사전학습만 진행한 학습자는 75명이었다. 따라서 소셜러닝의 경우 학습자에게 학습방법에 대한 보다 세밀한 안내가 필요하다. 수료평가를 위한 소셜

학습의 경우 소셜러닝 인터페이스를 고수하는 것보다 친숙한 기존 이러닝 인터페이스를 커스터마이징하여 적용하는 것도 고려해볼 만 하다.

4.2.6 소셜활동 상위학습자의 학습성취도

본 과정은 소셜활동을 지수화 시켜서 점수가 높은 학습자가 (그림 5)와 같이 매일 학습창에 노출될 수 있도록 하였다. 소셜 지수는 평가점수로 반영되지는 않으나 <표 4>와 같이 활동 별 포인트를 부과하여 산출하였다.

(그림 5) 소셜학습창에 나타난 상위활동 학습자



(Figure 5) High-level Participants Captured in Social Learning Screen

이렇게 소셜활동이 활발한 상위 10명의 학습 활동 결과를 보면 앞서 분석한 바와 동일하게 사전 소셜미디어 경험이 영향을 미친 것을 알 수 있다.

<표 4> 소셜활동 상위 10명

Course No	Course Completion	Task Submission n(%)	Previous Experience of social media	Index of social activity (Point)	Sum of opinion, Discussion, and short reply	Days of Login
1	Y	100	Y	567	867	23
2	Y	100	N	542	800	20
3	Y	100	N	234	354	16
4	Y	100	Y	225	341	17
5	Y	100	Y	203	324	19
6	Y	100	Y	154	234	9
7	Y	100	NA	145	190	11
8	Y	100	Y	121	162	13
9	Y	100	Y	120	155	13
10	Y	100	NA	108	85	7

<Table 4> Top10 Participants in Social Activity

4.3 수료 및 평가결과

본 과정은 302명이 입학하여 138명이 수료를 하여 45.6%의 낮은 수료율을 나타냈다. 이 과정의 수료 기준은 진도 100% 필수와 소셜활동이 30%, 과제가 70%로 구성된 평가점수에서 60점



이상을 받아야 한다. 소셜활동은 과락을 적용하지 않았고, 과제는 60점 과락을 적용하였다. 소셜활동(의견, 댓글, 토의, 질문)은 건당 10점을 부여하여 전체 평가에 반영하였다. 본 과정의 낮은 수료율 주요 원인은 두 가지 유형의 미수료자들에 기인한다. 첫 번째 미수료 유형은 과제 미제출로 62명(37.8%)이 여기에 해당된다. 두 번째 미수료 유형은 8차시에 걸친 사전학습의 진도 부족에 해당하는데, 102명(62.2%)이 해당된다. 본 시범과정의 경우, 기존의 이러닝 학습장과 달리 소셜학습장을 통해 학습이 이루어지다 보니 수료기준의 필수항목인 과제 제출방법과 사전학습의 진행방법에 대해서 인지하지 못하는 경우가 있었다. 따라서 본 과정의 운영을 통해, 소셜활동외에 평가항목(강의, 시험, 과제)에 대해서는 Timeline을 적용한 소셜러닝 학습장과 같은 인터페이스 보다 기존의 이러닝 학습장과 같은 직관적 UI가 보다 효과적임을 시사하였다.

본 시범 운영 스마트러닝 과정의 평가는 소셜활동과 과제로 구성되었다. 과제는 총 9개 유형을 출제하여 2개 이상 제출이 가능하였다. 제출한 과제점수의 합산 결과를 반영하여 100점이 상한점수가 되도록 하였다. 과제를 2개 이상 제출한 인원은 56명으로 제출인원(총 140명)의 40%로 적지 않은 학습자가 2개 이상의 과제를 제출하였다. 이는 과제 출제의 유형을 다양화하고, 학습자에게 선택권을 부여하여 자발적인 학습을 유도한 결과라고 할 수 있다.

#### 4.4 학습 만족도 및 요구사항

소셜러닝을 통한 교육에 대한 만족도를 사후 설문조사를 통해 확인하였다. 전체 학습자 302명 중 147명이 설문조사에 응답하여, 48.6%의 응답률을 보였다. 조사 결과, 본 시범과정과 같은 소셜 학습이 현장의 문제 해결에 도움이 되었는지와 관련 ‘매우 그렇다’가 27명(18.37%), ‘그렇다’라고 응답한 학습자가 61명(41.5%), ‘보통이다’가 49명(33.33%)으로, 본 과정에 대한 높은 만족도를 나타내었다. 또한 이번과 같이 소셜활동이 접목된 과정의 학습 기회가 주어지면 적극적으로 참여할 의향이 있는지 관련하여서도 ‘매우 그렇다’ 30명(20.41%), ‘그렇다’ 61명(41.50%), ‘보통이다’ 44명(29.93%)으로 나타나 소셜 학습에 대한 긍정적인 견해를 드러내었다.

한편, 학습자의 70%가 본 과정을 직장에서 학습한 것으로 나타났는데, 이는 본 과정이 학습자들의 현업 문제 해결과 밀접하게 관련되어 있는 것으로 생각된다. 그러나 소셜 학습과 관련하여 가장 어려운 점으로 접속 방법(33%)을 꼽고 있어서, 브라우저 문제로 초기학습 진입 장벽이 높았던 것을 알 수 있었다. 과제 및 사전학습수행 방법이나 학습방법 안내 부족 항목에 대해서도 15.65% 응답한 것으로 볼 때 소셜 학습 방법에 대한 밀착안내가 필요함을 시사하고 있다.

소셜 학습장의 UI/UX가 불편하다고는 의견이 있었던 데 반해, 학습에 가장 도움이 되었던 항목으로 사전학습(57.82%)과 소셜활동(26.53%)을 꼽고 있었다. 또한, 기존 이러닝 과정과 비교하여 소셜러닝 과정이 가지는 가장 큰 장점으로 학습자들 간의 생각을 공유하고 (35.37%), 현장의 우수사례 전파가 용이하다는 점(34.69%)에 있어 좋다는 의견이 다수를 차지하고 있어서, 소셜학습장의 UI/UX 측면만 개선한다면 학습효과의 파급력은 이러닝 과정보다 클 것으로 판단된다.

소셜러닝의 학습 대상자 중 소셜활동에 활발하게 참여한 학습자는 전체의 20%로, 소셜 학습에 대한 학습 참여율이 저조한 것으로 나타났다. 하지만, 소셜활동에 참여를 하지 않은 학습자의 학습 만족도를 조사한 결과, 소셜활동을 보는 것만으로도 학습 효과가 있었다고 응답한 학습자가 57%(매우 그렇다: 16%, 그렇다 41%), 현장에 있는 다양한 문제 해결에 도움이 되었다고 응답한 학습자가 61%(매우 그렇다: 15%, 그렇다: 46%)로 나타났다. 나아가, 소셜활동 미참여자들은 향후 이와 같은 형태의 소셜러닝 유형의 재 학습에 대해서도 긍정적으로 응답한 학습자가 62%(매우 그렇다: 18%, 그렇다: 44%)였다. 이는, 소셜러닝이 반드시 적극적인 참여(의견게시, 질문, 토의활동, 댓글달기)에 의해서만 이루어지는 것이 아닌, 타인의 소셜활동을 관찰함으로써도 가능하다는 점을 간접적으로 보여주고 있다. 비록 본 과정에서 소셜활동의 참여율이 저조하고 소셜활동 방식이 익숙하지 않지만, 실상 소셜러닝이 기존 이러닝 보다 학습 효과 및 현업적용도 측면에서 도움이 되었음을 알 수 있다. 소셜러닝에 대하여 학습자들은 다음과 같은 긍정적인 의견을 기술하였다.

- 전국의 전문가들과 같이 고민을 해결하는 과정이 너무 좋았습니다
- 책으로나 강의로는 절대 못 배움
- 다른 사람들의 생각을 나눌 수 있어서 좋았다. 다른 지점의 사례도 보고 토론도 하고 전반적으로 좋은 시간이었다.
- 마트 일을 하면서 모르고 있었던 점이라고 해야 할까요. 그런 부분이 많이 개선되었다고 생각합니다. 많은 분들 댓글을 읽으면서 저에게는 많은 도움이 되었구요. 다음에 시간한다면 개인적으로 강의를 듣고 싶습니다. 좋은 말씀들 감사합니다^^
- 형식적으로 하는 시험이 없어서 좋은 점도 있지만, 과제를 올리면서 실질적으로 배운 점이 너무 많아요. 현재까지 진행했던 사이버 교육 중 제일 많이 배우고 좋았습니다. 앞으로 계속 진행하여야 할 사이버 교육이라고 생각합니다.
- 본 과정 중 제가 가장 많은 도움이 되었던 부분은 소셜 학습 과정입니다.
- 직접 시장조사를 가서 보고 느낀 점 등을 의견을 통해 개진하고 서로 의견을 주고받고 하는 과정에서 내가 몰랐던 부분을 조금씩 알아가고 그리고 알고는 있었지만 기억에서 지워진 부분도 다시 학습이 되어 정말 좋았습니다. 앞으로도 이런 교육이 지속적으로 이루어진다면 좋을 것 같습니다.

콘텐츠의 현장성, 소셜활동을 통한 전문가 및 타 학습자와의 상호작용, 시험보다는 과제 수행을 통한 학습, 색다른 학습 방법을 지원해준 소셜학습 시스템에 대해서 긍정적으로 응답하였다. 그러나 소셜활동에 익숙하지 않은 학습자들이 과정을 따라오기에 어려운 점이 있었고, 일부 점수를 받기 위한 억지 참여, 익스플로러에서 소셜학습창이 제대로 구현되지 않는 등의 시스템 측면의 문제들에 대해서는 단점으로 지적되었다.

본 시범 운영 과정은 기존의 이러닝을 통해 동일한 학습 내용이 운영되었을 때 지적되었던 요구사항이 본 과정을 통해 어느 정도 반영되었다는 측면에서 의의가 있다. 이러닝 학습자들은 현장에 적용될 수 있는 현장 적용형 콘텐츠는 좋지만 다른 매장에서 어떻게 적용하였으며, 어떤 효과가 있었는지 생동감 있고 시의 적절한 사례가 공유되길 요구하였었다. 본 시범 운영과정을 통해 구현된 소셜러닝은 학습자들의 현업에서의 수행을 지원하는 도구로서 사용되었으며, 적시성과 현장의 생동감 있는 사례가 공유되어

다른 매장의 우수 사례를 자신의 매장에서도 따라 적용해 볼 수 있는 사례 확산의 도구로서도 활용되었다. 서로 다른 매장에 근무하는 학습자들은 의견 공유, 토의 활동, 매장의 우수한 적용 사례(사진)의 게시를 통해 적극적으로 참여하기도 하였지만, 타 학습자들의 소셜활동 그 자체가 하나의 훌륭한 콘텐츠가 되어 보는 것만으로 유의미한 학습이 이루어졌다는 측면에서 의의가 있다.

한편 학습자들이 본 과정과 관련하여 제시한 개선 요구사항을 세 가지로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 국내에서 가장 보편적으로 사용되고 있는 인터넷 익스플로러에서 본 학습이 원활히 이루어지지 않아, 브라우저간의 호환성 문제에 대한 개선이 가장 시급하게 나타났다. 특히, 브라우저의 문제로, 운영 초기 학습 진입에 장벽요인이 되었고, 과제 제출에도 부정적인 영향을 끼쳤다. 둘째, 과제를 포함한 모든 소셜활동 내용이 시간을 기준으로 나열식으로 배열되어 있어서 학습자들은 불편을 드러내었다. 따라서 소셜활동에 대한 검색, 스크랩, 정렬 방법 등의 기능 개선이 필요하다. 셋째, 과정 종료 후에도 소셜공간을 유지했으면 하는 학습자들의 의견이 있어서, 이에 대한 방안 모색이 필요하다.

## 5. 논의 및 결론

### 5.1 시범과정 운영성과

본 연구는 소셜활동의 개념을 적용한 교육과정을 개발하고, 실제 현장의 학습자들에게 적용한 결과를 다루고 있다. 이 과정의 개발과 운영을 통해 얻은 성과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 진행형 콘텐츠는 완성형 콘텐츠인 사전 학습을 기본으로 하여, 교강사나 운영자가 주차별 학습자의 수준과 특성에 맞게 학습자료를 제공하였다. 새로운 학습주제를 제시하였고, 학습자간의 상호의견 교류를 유도하며, 학습자의 활동내역(의견, 토론, 질의, 댓글)에 따라 이슈화되는 최근 기사나 사례를 제시하였다. 이러한 소셜활동에 대해서 적극적인 참여자 외에 소셜활동 미참여자들까지도 본 시범 과정에 대한 높은 만족도를 나타내었다.

둘째, 소셜기능과 이러닝이 결합되어 새로운

학습 패러다임을 구현하였다. 진도체크와 평가기준을 목표로 한 학습 콘텐츠의 ‘진달’ 중심의 전형적인 학습이 아닌 소셜활동에 기반한 ‘자발적’ 참여형 학습형태를 지향하였다. 본 과정의 소셜활동을 통해 학습자는 생동감 있는 현장의 업무지식을 서로 공유해가면서 유의미한 학습을 경험하였다. 이에 따라 학습자간 친밀감과 결속력이 강화됨을 확인할 수 있었다.

셋째, 현장 근로자의 업무를 지원해주는 도구로서 본 과정이 활용되었다. 전국의 B사 매장 현장 근로자의 직무 노하우와 우수사례가 공유·전파되어, 학습자들은 타 학습자의 사례를 자신의 업무에 즉각적으로 적용해볼 수 있었다. 따라서 현업 적용도가 높고 생동감 있는 교육훈련이 이루어졌다.

## 5.2 소셜러닝의 발전방향

본 연구를 통해 진행된 시범과정의 운영상 문제점 및 개선 방안을 통한 소셜러닝의 발전 방향을 논의 하면 다음과 같다.

첫째, 학습자들은 진행형 콘텐츠나 소셜활동을 포함한 새로운 학습 방법에 대해 낯설어 하였고, 새로운 학습 환경에 적응하는데 시간이 걸렸다. 정형화된 학습에 익숙한 학습자들에게 소셜학습의 방법과 기능을 설명하는데 어려움이 있었다. 학습 매뉴얼이나 이용 방법에 대한 안내에도 불구하고 습관화된 기존 이러닝 학습 형태로 접근하려는 경향을 보였다. 본 교육과정을 개발·운영한 A사는 소셜 학습과 같은 새로운 형태의 학습에 학습자들이 적응하고 학습에 충분히 몰입하기에 운영 기간이 짧은 제약점이 있다고 지적하고 있다. 따라서 학습자의 상호작용과 진행형 콘텐츠에 의존한 학습의 경우는 충분한 과정 운영 기간을 가지는 것을 고려해볼 필요가 있다.

둘째, 소셜활동에 주도적 참여자와 소극적 참여자로 양극화 되어, 소극적 학습자의 경우 학습에 소외감을 느낄 수 있는 문제가 있다. 본 시범 운영 과정에서는 학습자들의 소셜활동의 편차를 확인할 수 있었는데, 소극적 참여자의 소셜활동을 독려할 수 있는 방안의 마련이 필요하다.

셋째, 본 과정에서 소셜활동이 수료 기준에 반영이 되었는데, 이러한 강제성으로 인하여, 무의미한 소셜활동이 학습의 방해 요인으로 나타나기도 하였다. 학습의 초반부인 2-3주차에서는 타

학습자들에게 유용한 내용의 의견과 댓글이 주를 이루었는데, 4주차 학습 종료에 가까울수록 수료를 위한 의미 없는 활동이 나타남을 확인할 수 있었다. 따라서, 수료기준과 분리된 소셜활동의 자율성 보장이 필요함을 시사하고 있다.

넷째, 브라우저의 호환성 문제가 있었다. 학습자의 거의 대부분이 IE를 선호하였으며, B사 내부망에서는 초기에 운영서비스에 최적화된 크롬 설치에 제약이 있어, 학습자들은 학습 창으로의 접속부터 어려움이 있었다. 또한 소셜러닝과정의 학습창은 기존의 이러닝 학습창과 다른 형태를 띠고 있는데, 학습 활동에 대한 빠른 인지가 어려워져서, 이로 인한 사전학습의 진도부족(62.2%)과 과제 미제출(37.8%)이 발생하였다. 따라서 학습 활동의 분류와 검색 기능, 사전학습 및 과제에 대한 공지 강화 등 소셜학습창의 UI 관련 개선이 요구되고 있다.

## References

- [1] Keol Lim, "Research on the Participation Types and Strategies for Facilitating Learning based on the Analyses of Social Media Contents", The Korea Contents Association Vol. 11, No. 6, pp. 495-509, March, 2011
- [2] Inhee Kim, Hyeon Cheol Kim, "The Social learning Effects on Web-Based Peer Review," The Journal of Korean Association of Computer Education, Vol. 15, No. 2, pp. 19-28, March, 2012
- [3] N. Kaareste, "Social Media, Viral Marketing and Crowdsourcing", Retrieved from [http://beta.wikiversity.org/wiki/Social\\_Media,\\_Viral\\_Marketing\\_and\\_Crowdsourcing](http://beta.wikiversity.org/wiki/Social_Media,_Viral_Marketing_and_Crowdsourcing)
- [4] Sungho Kwon, Sungmi Kim, "Reconceptualizing Digital Literacy in the Social Media Era: Based on 'Convergence' and 'Participatory Culture' of Jenkins", Vol. 1, No. 1, pp. 65-82, December, 2011
- [5] Hyo-Sook Kim, "A Study on the Possibility of Development of Social Media Literacies Using Facebook", Vol. 6, No. 2, pp. 20-38, 2012

[6] T. Bingham, & M. Conner, "The New Social Learning: A Guide to Transforming Organizations through Social Media" (Chan Lee, Trans.). Credu, Seoul, 2010

[7] S. K. Wang, & H. Y. Hsua, "Reflections on Using Blogs to Expand In-Class Discussion", TechTrends, Vol. 52, No. 3, pp. 81-85. 2008

[8] C. W. Chamitski, & F. A. Harvey, "Weblogs(Blogs): Powerful New Focus for More Effective and Efficient Research on Learning and Teaching", In M. Orey, V. J. McClendon, & R. M. Branch (Eds.), "Educational Media and Technology Yearbook", Vol. 32, pp. 48-57, Libraries Unlimited, Englewood, CO, 2007

[9] B. A. Nardi, D. J. Schiano, & M. Gumbrecht, "Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 million People Read Your Diary?" Paper presented at the Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, 2004

[10] L. Kerawalla, S. Minocha, G. Kirkup, & G. Conole, "An Empirically Grounded Framework to Guide Blogging in Higher Education". Journal of Computer Assisted Learning, Vol. 25, No. 1, pp. 31-42, 2009

[11] D. M., Boyd, & N. B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 13 No. 1, Article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue11/boyd.ellison.html>, 2007

[12] Eun-Young Kim, Jung-Hyun Kim, Yea-Sol Choi, "Effects of Reflective Activity on Learning Flow, Academic Self-efficacy, and Academic Achievement toward the Use of Social Network Services (SNSs) on Cooperative Learning", Vol. 23, No. 4, pp. 665-686, November, 2011

[13] Hye-Young Shim, Keol Lim, "Research on the Effect of Different Motivations on the Participation in SNSs", Journal of Digital Contents Society Vol. 12 No.3 pp. 383-390, Sep. 2011

[14] Y. Park, "Instructional Design Implications for Non

-native English Speaking Graduate Students: Perceptions on Intercultural Communicative Competence and Instructional Design Strategies for Socially Engaged Learning", Virginia Tech University, 2010

[15] A. Bandura, "Social Learning Theory", General Learning Press, New York, 1977

[16] L. S. Vygotsky, "Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes". Harvard University Press, London, 1978

[17] J. Lave, & E. C. Wenger, "Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation", Cambridge University Press, New York, 1991



### 이수경

1994년: (미)Virginia Tech Univ, M.A. (Curriculum and Instruction)

1996년: (미)Virginia Tech Univ., Ph.D. (Instructional Technology)

1997년: 서울대학교 부속연구소 특별연구원  
1997년~현재: 한국직업능력개발원 선임연구위원  
관심분야: e-Learning, HRD, 교수-학습방법, 성인학습



### 박연정

2002년: 이화여자대학교 대학원 (교육공학 석사)

2010년: Virginia Tech Univ., Ph.D. (Curriculum and Instruction)

2002년~2005년: (주) 크레듀  
2010년 : Virginia Tech Univ., Post-Doc  
2011년~2013년: 삼성SDS, 책임 컨설턴트  
2013년~현재 : 이화여자대학교, 연구교수  
관심분야: HRD, 모바일 러닝, 교수설계, 학습 분석학