한국컴퓨터정보학회 동계학술대회 논문집 제27권 제1호 (2019. 1)

청소년 SNS 이용동기에 미치는 영향 연구

이새봄[O], 문재영[*]
[O]경희대학교 빅데이터연구센터
[*]동서대학교 글로벌경영학부
e-mail: spring@khu.ac.kr[O], jaymoon@gdsu.dongseo.ac.kr[*]

An Study for Effects of Adolescents on SNS' Usage Motivation

Sae-Bom Lee[O], Jae-Young Moon[*]
[O]BigData Research Center, Kyung Hee University
[*]Division of Global Business Administration, Dongseol University

● 요 약 ●

본 연구는 청소년들의 SNS 이용동기와 이용실태를 알아보고자 하였다. 연구를 위해 부산에 살고 있는 고등학생들을 대상으로 조사를 실시하였으며, 사회적 동기, 유희적 동기, 기능적 동기, 심리적 동기, 정보공유, 탈출욕구, 교우실현, 전문적 혜택 등에 대한 설문문항을 토대로 설문조사를 진행하였다. 설문 결과, 대부분의 학생들이 페이스북을 사용하고 있었으며, 그 다음으로 인스타그램을 많이 이용하는 것으로 나타났다. 그리고 청소년들은 기능적 동기와 유희적 동기와 교유관계 유지를 위한 동기 때문에 SNS를 이용하고 있는 것으로 나타났다. 현재 청소년들이 SNS를 활발히 활용하고 있고 왜 이용하고 있는지에 대한 동기를 파악하여 청소년들의 심리상태를 점검해 볼 수 있다는 차원에서 연구의 의의가 있다고 볼 수 있다.

키워드: 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service), 청소년(Adolescents), 이용동기(Usage Motivation)

I. Introduction

소셜 네트워크 서비스는 친구, 선후배, 동료 등 지인들과의 관계망을 구축해 주고 이들의 정보관리를 도와주는 서비스를 말한다. 즉 인터넷 상에서 다른 사람들과 친구 또는 사회적 관계를 맺는 서비스로 사용자가 다른 사용자와 의사소통하고 정보를 공유하는 온라인 서비스를 통틀어 말한다. Boyd and Ellison (2007)은 온라인상에 자신만의 개인 정보를 갖추고, 일정 부분 공개를 통해 개인 또는 다수의 SNS 이용자들과 관계형성을 이루며, 이러한 과정들을 통해 발생하는 상호작용을 추구하는 서비스라고 정의하였다.

청소년의 스마트폰 사용에 있어서 가장 많이 사용하는 기능이 SNS 기능이다. 한국청소년상담원(2000)의 청소년 pc 사용 실태 설문결과는 이러한 소셜 네트워크의 서비스의 목적을 지지하고 있다. 청소년은 컴퓨터의 사용가치 중 '인간관계 확대'라는 측면에는 62%가 대체로 혹은 매우 그렇다에 답을 했다. 이는 청소년들이 인터넷 이용에 있어 대인관계의 욕구가 내재되어 주위사람들로부터 인정이나 친밀감 수용 등의 사회적 지지를 얻기 위해 인터넷을 사용한다고 볼 수 있을 것이다. 이는 스마트폰 하루 사용시간과도 관련이 있는데 스마트폰을 사용하는 시간 내내 손에서 스마트폰을 놓지 않고 카카오톡 등 SNS를 하는 요즘 10대의 모습을 그대로 반영한다고 볼 수 있다. 스마트폰사용자 증가에 따라 SNS 이용자가 증가하고 있다. 스마트폰을 사용하는 이유로 SNS를 사용하기 위함을 최우선으로 꼽았으며 이용정도 역시 SNS가 가장 높았다(신영미, 2012)는 선행 연구가 증명하고 있다.

SNS가 가지는 특징이란 매우 다면적인 성질을 가지고 있다. 청소년들 간의 정보 교류는 물론, 정서적인 지지와 유희적인 기능 등 SNS를 이용하는 동기는 매우 다양하기 때문이다. 현재 우리 사회 청소년들이 친구들과의 관계를 유지하고 형성하는데 매우 유용한 기능을 발휘하는 것으로 보이는 SNS는 여러 가지 동기에 의해 활용이 될 수 있는 매체이다. 청소년들의 소셜 네트워크의 확산이 최근 1-2년 사이에 급증하고 청소년의 소셜 네트워크 사용에 대한 긍정적, 부정적 양면성 있음에도 불구하고, 청소년들의 소셜 네트워크 이용동기에 따른 영향에 대한 연구는 미비하다. 따라서 청소년들의 SNS 이용 실태와 이용동기에 대한 연구가 필요하다. 이에 따라 본 연구는 청소년들의 SNS 이용현황을 파악하고, SNS의 이용 동기를 조사하고자 한다.

II. Preliminaries

1. Related works

1.1 SNS

최선미(2009: 15)는 SNS의 특성을 정체성, 존재감, 관계, 대화, 평판, 공유, 그룹으로 나누었으며, 설진아(2009: 20)은 소셜미디어와 대중매체를 구별하는 특성을 접근성, 유용성, 최신성, 영속성으로 구분하였고, 백미정(2010: 15)은 SNS를 분석하여 관계 지향형 소셜네트워크와 정보 생산형 소셜 네트워크로 분류하였다.

1.2 이용동기

이용동기는 다양한 매체의 이용 행태를 설명하는 적절한 선행변수가 될 수 있다. 인터넷과 함께 다양한 미디어의 이용 이용동기의 연구 결과를 살펴보면 인터넷과 같이 기존 미디어에서 새롭게 생겨난 미디어의 이용동기도 전통적인 매체의 이용동기와 큰 차이가 나타나지 않는다는 결과가 많았다(Flanaginand Metzger, 2000). 뉴미디어에도 기존 매체의 이용동기가 거의 비슷하고 그 외에 뉴미디어의 특징이 기존 매체의 이용동기에 더해진다는 것이다. 온라인 소셜 네트워크의 효시라 할 수 있는 Hageland Armstrong(1997)의 온라인 커뮤니티에 대한 연구에서는 소비자들이 온라인 커뮤니티를 이용하는 동기에는 관심(interest), 환상(fantasy), 관계(relationship)과 같은 사회적 이용동기와 제품과 서비스 구매 및 판매 촉진과 거래와 관련된 정보적 동기가 있다고 제안했다. 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 이용동기는 Wang and Fesenmaier(2004)가 제시한 프레임에 의해 정리해 볼 수 있다. 이들 연구에 의하면 온라인 소셜 네트워크의 이용동기는 정보를 얻고자 하는 등의 기능적 이용동기, 오락과 즐거움을 얻고자 하는 유희적 이용동기, 자기표현을 가능하게 하는 심리적 이용동기 그리고 관계를 맺고자 하는 사회적 이용동기로 나누어 볼 수 있다.

본 연구에서는 이상과 같은 소셜 네트워크 서비스의 이용동기에 관한 선행 연구들 중 Wang and Fesenmaier가 제시한 기능적 이용동기, 유희적 이용동기, 심리적 이용동기, 사회적 이용동기로 소셜 네트워크 서비스의 이용동기를 채택하였다.

III. The Proposed Scheme

1. Method

청소년의 SNS이용동기와 행태를 파악하기 위해서 부산의 고등학생을 대상으로 조사하였으며 주로 17세와 18세 학생들이 대상이 되었다. 19세는 고등학교 3학년이기 때문에 설문대상에서 제외되었다. 80명의 파일럿 테스트로 진행하였다. SmartPls 3.0을 통해 구조방정식 모형으로 분석을 실시하였다.

2. Research Model

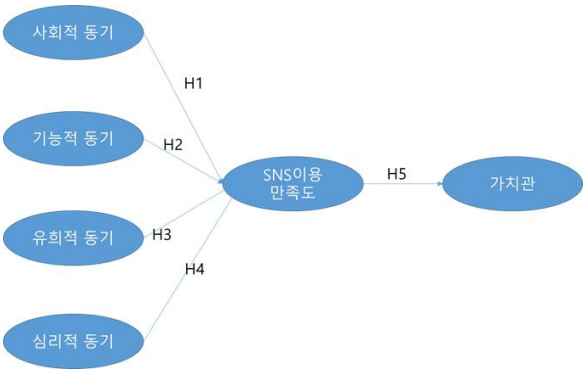

Fig. 1. Research Model

IV. Conclusions

청소년들이 SNS를 이용하는 동기에는 사회적 동기와 유희적 동기, 심리적 동기가 유효한 것으로 나타났으며, 기능적 동기는 통계적으로 유의하지 않아 기각되었다. 그리고 SNS 만족도가 가치관에 미치는 영향도 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

REFERENCES

[1] D. M. Boyd, and N. B. Ellison, “Social network sites: Definition, history, and scholarship”. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 13, pp.210-230, 2007

[2] A. J. Flanagin, and M. J. Metzger, “Perceptions of internet information credibility.” Journalism and mass communication quarterly, Vol. 77, No. 3, pp.515-540, 2000

[3] J., Hagel, A.G.Armstrong, and Net Gain. Expanding Markets Through Virtual Communities, Boston: HBS Press.. 1997

[4] Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2004). “Modeling Participation in an Online Travel Community”. Journal of Travel Research, Vol. 42, p.261.

[5] Boyd, D. M., & Ellison, N. B.(2007). “Social network sites: Definition, history, and scholarship”. Journal of Computer-Mediated Communication, 13, pp.210-230.