

소셜미디어 중독과 지속사용 의도에 관한 연구

이상호*

경성대학교 디지털미디어학부 교수/ 디자인&문화콘텐츠연구소*

The Relation of Addiction and Sustainable Use of Social Media Service

Sang-Ho Lee*

School of Digital Media, Design & Culture Contents Research Center, Kyung Sung University*

요약 본 연구는 페이스북과 같은 소셜미디어의 중독과 지속사용 의도에 관한 연구를 통해 디지털 정책의 대안을 제시하고자 한 연구이다. 이를 위해 연구자는 소셜미디어 사용자가 인식하는 중독 증상에 대해 선행과 후행의 변인을 찾아보고, 서비스 지속 이용에 대한 방안 및 중독의 예방을 위한 함의를 얻고자 하였다. 연구결과 1) 개인의 혁신성은 서비스 만족, 중독, 지속사용의도에 영향을 미치고, 2) 서비스 만족이 중독과 지속사용의도에 영향을 미치며, 3) 서비스 중독 인식이 지속사용 의도에 부정적인 영향을 미쳤다. 이 점은 이용자의 중독인지가 서비스의 지속 성장에 장애가 됨을 설명하는 결과였다. 본 연구의 정책적 제안은 다음 두 가지로 요약된다. 1) 서비스 제공사업자는 이용자가 중독적인 사용행태를 보일 때 이용자가 중독으로 인해 서비스로부터 이탈하지 않도록 주의를 기울여야 한다. 2) 정부는 서비스 중독의 예방을 위해 이용자가 중독으로 인한 불편함을 인지할 때 대처할 수 있는 치유시설, 서비스 등을 제공해야 할 것으로 기대된다.

주제어 : 소셜미디어, 페이스북, 중독, 지속사용, SNS

Abstract This study deals with the digital policy proposal through the study about the relation of the sustainable use and the addiction to social media such as facebook. Researcher tried to figure out the antecedents and consequence factors about the service addiction recognized by the social media users and to obtain the measures for the sustainable use of service and the implications for the prevention of addiction. Research results showed that 1) the individual innovation had an effect on the service satisfaction, the addiction, and the sustainable use, 2) the service satisfaction influenced on the addiction and the sustainable use, 3) the perceived service addiction had a reverse effect on the sustainable use. This is described that user's addiction recognition is the obstacle of sustainable growth in service. The proposed policy of this research is summarized as the following two. 1) When the users act the addictive using behavior, service provider has to pay attention to user's withdrawal from the service because of their addiction. 2) The government should offer healing facilities, service etc. for the addicted users and the prevention of the service addiction when they recognized their discomfort.

Key Words : Social Media, Facebook, Addiction, Sustainable Use, SNS

* 이 논문은 2013년도 경성대학교 학술연구비지원에 의하여 연구되었음

Received 8 December 2013, Revised 8 January 2014

Accepted 20 January 2014

Corresponding Author: Sang-Ho Lee (Kyung Sung University)

Email: leeshow@empas.com

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. 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.

1. 서론

본고는 페이스북과 같은 소셜미디어 이용자가 서비스를 지속 이용하는데 있어서 중독에 이르는 원인을 파악하고, 서비스 만족도와 중독증상이 서비스 지속사용의도에 어떤 영향을 미치는지 통계적 검증 후 실무적 함의를 논의하고자 하였다.

스마트폰의 보급이후 스마트폰 중독을 경계하는 목소리가 나오고 있으나 스마트폰 중독의 상당부분은 페이스북이나 트위터와 같은 소셜미디어와 관련되었다고 할 수 있을 정도로 양자간 연관성이 깊다. 한국정보화진흥원의 스마트폰중독연구[14]와 인터넷중독연구[15]에 나타난 중독의 척도에서 언급된 ‘가상 대인관계 지향’의 개념은 ‘가상의 환경에서 타인과의 관계를 유지하기 위해 노력하는 정도’인데 이는 시공의 제약이 없는 연결 단말인 스마트폰으로 SNS를 이용할 때 더욱 중증으로 발전한다. 그러나 SNS를 많이 이용한다고 다수의 이용자들이 잠재적인 중독위험군이라고 단정하기는 어렵다.

이른바 3대 중독인 마약, 도박, 알콜 등은 중독으로 인한 사회적 손실이 막대하고 중독에 관한 인식이 분명한데 반해 게임, 인터넷 등은 여전히 논란이 있는 실정이다. 최근 진행된 신의진 국회의원의 ‘게임중독법’ 2013년 입법이 중단된 것이 단적인 사례인 것이다.

서비스의 중독에 대해 논란이 있는 것은 서비스의 이용 대상과 중독의 수준을 어느 범위에 한정하는가에 따라 산업계에 미치는 영향이 크기 때문이다. 실제 정상적인 사회활동을 하고 있는 성인의 경우 스스로 사용량을 통제하는 등 인터넷, 게임, 스마트폰 등의 중독에 빠지는 경우는 적다고 할 수 있으나, 나이 어린 유아, 청소년 등의 경우 사회활동과 무관하며 즐거움에 탐닉하여 심각한 중독 증상을 보이는 경우가 있다. 그러므로 연구자는 서비스의 중독을 모든 이용자를 대상으로 하여 정의내리기보다 중독 대상군이 어떤 특징이 있는지 파악하고, 중독의 원인과 중독 이후의 이용행태를 조사하여 중독을 예방하거나 서비스의 활성화에 도움이 되도록 해야 할 것이라고 보았다.

따라서 본고의 연구주제는 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 개인의 혁신성이 서비스 만족, 중독, 지속사용 의도에 어떤 영향을 주는 지 확인하고 논의한다. 둘째, 서비스 만족이 중독과 지속사용의도에 어떤 영향을 주는

지 확인하고 논의한다. 셋째, 서비스 중독은 지속사용 의도에 어떤 영향을 주는 지 확인하고 논의한다.

2. 이론적 고찰 및 연구모형

2.1 이론적 고찰

개인의 혁신적 성향(innovativeness)은 새로운 상품이나 서비스를 타인보다 빨리 사용하고 이를 주위에 전파하거나 의견을 전하는 것을 즐기는 특성을 의미한다. Rogers [16] [17]는 이를 새로운 경험과 자극에 개방적인 성향이라고 하였고, Agarwal and Prasad [2]는 새로운 정보기술을 사용하고자 하는 개인의 의지라고 정의하였다.

Lin et al.[12]은 TRAM(Technology Readiness and Acceptance Model) 모형의 제안을 통해 혁신성을 포함한 기술준비도가 기술의 수용에 영향을 미친다고 하였고, Lee [9]는 혁신성이 만족과 사용의도에 영향을 주는 것으로 보았다.

서비스 이용에 대한 중독은 신체적 중독(intoxication)이 아닌 정신적 중독(addiction), 즉 의존증에 가까운 개념이며 [3], Goldberg [6]와 Young [19]의 중독개념을 참고하고, Griffiths [7]의 미디어를 포함한 개념을 참조하였다. 최근의 연구로는 한국정보화진흥원의 인터넷 및 스마트폰 중독척도와 Lee [10]의 소셜미디어 중독 척도인 KSAI척도를 참고하여 본고의 중독요인측정 항목으로 활용하였다.

한편 중독의 원인으로 지목되는 영향요인 중 몰입(flow)이 만족과 구전에 영향을 미치는 연구도 보고되었는데 [11], 직접적으로 중독에 후행하는 지속사용 의도와 관련된 선행연구는 발견되지 않았다. 그러나 서비스 수용후 행동연구에 따르면 즐거움, 신뢰, 만족 등의 요인으로 인해 지속사용이나 충성도에 영향을 주는 것으로 보고되고 있으며, 수용이후 중독의 인식이 과도한 이용에 있는 것으로 볼 때 만족의 후행변인, 지속사용의 선행변인으로 보아도 될 것으로 판단하였다 [4] [5] [8] [13].

2.2 연구모형 및 가설

연구자는 Lin et al. [12]의 모형에서 확인한 혁신성과 만족, 사용의도 변인을 참조하고, 한국정보화진흥원의 중독척도 [14] [15]와 Lee [10]가 제시한 소셜미디어 척도에

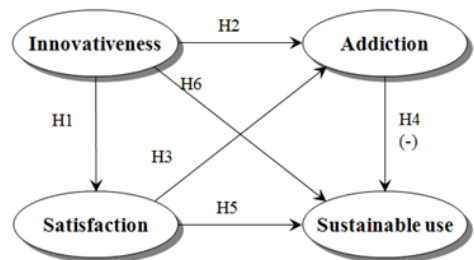
<Table 1> Breakdown of respondents

Demographic categories	Range	Frequency	Percentage
Age	Under 30	189	41.3
	30-34	70	15.3
	35-39	30	6.6
	40-44	55	12.0
	45+	114	24.9
Gender	Male	253	55.2
	Female	205	44.8
Address	Seoul/Capital area (Korea)	273	59.6
	Busan/ Other area (Korea)	185	40.4
Occupation	Professional	36	7.9
	Office worker	173	37.8
	Technician	33	7.2
	Sales person	9	2.0
	Self-employed	27	5.9
	Others	180	39.3
Income (Mil. KRW)	Under 35	140	30.6
	35-49	119	26.0
	50-79	126	27.5
	80+	73	16.0
Friends in Facebook	Under 200	343	74.9
	200+	115	25.1

서 시간적내성, 생활장애, 금단불안 등 3가지 중요척도를 활용하여 중독을 측정하는 설문을 구성하였다. 기존 연구에서 제시된 중독의 척도에서 ‘서비스 중단시도’는 제외하였는데, 이는 본 연구에서 지속사용 의도를 종속변인으로 구성하였기에 적합하지 않은 것으로 판단하여 제외하였다.

따라서 연구자는 개인의 혁신성과 소셜미디어 사용의 만족도, 중독의 인지, 지속사용 의도 등 4개의 주요변인을 중심으로 다음과 같이 가설을 제시하고자 한다.

- H1. 개인의 혁신성은 소셜미디어 이용 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 개인의 혁신성은 소셜미디어 중독 인식에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3. 소셜미디어 이용 만족은 중독 인식에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4. 중독 인식은 소셜미디어 지속이용 의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H5. 소셜미디어 이용 만족은 지속이용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6. 개인의 혁신성은 소셜미디어 지속이용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.



[Fig. 1] Research Model

가설검증을 위한 각 변인의 설문은 다음과 같다. 개인의 혁신성은 새로운 소셜미디어의 사용에 적극적인지 확인하였으며, 만족과 지속 사용은 선행연구의 설문을 참조하여 각 요인별 3개씩 작성했다. 중독의 인지는 KSAI 지수 10개 항목에서 중단시도 항목을 제외한 6개 항목(시간적 내성, 생활 장애, 금단 불안 등)을 선정하여 설문을 작성하였다[10].

6개 항목의 질문은 (1) 페이스북사용을 하거나, 글 남기기를 생각하는데 상당한 시간을 보낸다, (2) 페이스북으로 인해 본업, 학업, 가정에 소홀한 적이 있는가, (3) 중요한 업무 중에도 페이스북의 업데이트 글을 떠올린다, (4) 페이스북을 이용할 수 없을 때 초조, 불안, 짜증을 느낀다,

(Table 2) Results of reliability and validity analysis

Variables of proposed model		Standardized item loading	T-Value	CR	AVE	Cronbach's Alpha
Innovativeness	Innovativeness← inn1	0.837	- a)	0.790	0.557	0.829
	Innovativeness← inn2	0.769	16.625			
	Innovativeness← inn 3	0.761	16.477			
Satisfaction	Satisfaction ← satisfaction1	0.909	-	0.898	0.746	0.898
	Satisfaction ← satisfaction2	0.839	24.011			
	Satisfaction ← satisfaction3	0.841	24.145			
Addiction	Addiction ← Addiction1	0.597	13.081	0.857	0.505	0.861
	Addiction ← Addiction2	0.657	14.659			
	Addiction ← Addiction3	0.776	18.061			
	Addiction ← Addiction4	0.823	-			
	Addiction ← Addiction5	0.823	19.435			
	Addiction ← Addiction6	0.613	13.502			
Sustainable Use	Sustainable Use ←sus-use1	0.885	32.188	0.801	0.573	0.936
	Sustainable Use ←sus-use 2	0.956	-			
	Sustainable Use ←sus-use 3	0.897	33.513			

Summary of model fit indices : $X^2=326.051$, $df=84$, $p=0.000$, $X^2/df=3.882$, $GFI=0.911$, $NFI=0.929$, $RFI=0.911$, $IFI=0.946$, $TLI=0.932$, $CFI=0.946$, $PNFI=0.743$, $PCFI=0.757$, $RMSEA=0.079$

*) $P < 0.001$, a) fixed to 1

(5) 타인의 글에 대해 필요이상의 흥분을 한 적이 있다, (6) 개인적인 스트레스를 잊기 위해 이용한다 등이다.

상기와 같은 연구모형과 가설을 검증하기 위해 연구자는 2013년 1월부터 3월 사이에 온라인과 조사전문업체의 설문을 통해 465개의 응답을 확보하였다. 또한 기초통계 데이터분석과 구조방정식 분석은 SPSS 18.0, AMOS 18.0을 사용하였다.

3. 연구결과

3.1 표본의 특징

연구를 위한 샘플의 특징은 아래 표와 같다. 연구자는 서울과 부산을 중심으로 모집한 465명의 응답자 중에서 부실한 응답 7개를 제외하고 458명을 분석에 활용하였다. 응답자는 남성 253명(55.2%), 여성 205명(44.8%)로 평균 연령 34.9세로 서울과 수도권, 부산과 경남권에 거주하는 것으로 나타났다. 또한 응답자들은 모두 페이스북 계정을 보유하고 있으며, 친구수는 100명 미만이 119명(47.8%), 100명~200명이 124명(27.1%), 200명 이상의 친구를 둔 응답자가 115명(25.1%)로 조사되었다.

또한 직업은 사무직이 173명(37.8%), 학생 등이 180명(39.3%)로 다수였고, 연간 소득은 50백만원을 중심으로 35백만~79백만원 사이가 64.1%로 분포되었다.

3.2 모형검증을 위한 측정모형의 평가

연구자는 개인적 혁신성, 만족, 중독과 지속사용의도에 관한 이론적 측정모형의 검증을 위해 확인적 요인분석을 하였다. 이를 위해 구조방정식 모형의 적합도를 평가하였다. 또한 각 요소별의 개념에 대한 단일차원성과 신뢰도를 평가하여 요인의 계량들이 통계적으로 유의하다면 수렴타당도가 있다고 평가할 수 있다 [1][9][10][11][18]. 이와 같이 모형 적합도를 평가하기 위하여 미국 심리학회에서 권장하는 적합도 정보인 X^2 값, X^2 값에 대한 p 값, GFI, CFI, NFI, RFI, IFI, TLI, PNFI, PCFI, RMSEA 등을 이용하였다[1][9][10][11][18].

<Table 2>에서 확인한 바와 같이 측정모형에 대한 확인적 요인분석 결과는 $X^2=326.051$, $df=84$, $p=0.000$, $X^2/df=3.882$ 로 나타나 X^2 를 자유도로 나눈 값이 4.0을 초과하지 않아 양호하였으며, $GFI=0.911$, $NFI=0.929$, $RFI=0.911$, $IFI=0.946$, $TLI=0.932$, $CFI=0.946$, $PNFI=0.743$, $PCFI=0.757$, $RMSEA=0.079$ 등으로 나타났다. 지표에서 IFI, TLI, CFI, RFI 등이 모두 0.9보다 크고, 특히 모형의 설명력을 나타내는 GFI, NFI 등도 0.9보다 커서 측정모형이 타당한 것으로 판단되고, 간명적합지수인 PNFI, PCFI 등이 0.5보다 크고, RMSEA가 0.08보다 적어, 전체적으로 좋은 적합도를 보였다. 또한 표준화 경로 계수들은 모두 통계적으로 유의한 t 값을 가지는 것으로

<Table 3> The square root of AVE and factor correlation coefficients

Variables of proposed model	1	2	3	4
1. Innovativeness	0.746*			
2. Satisfaction	0.601	0.864*		
3. Addiction	0.399	0.397	0.711*	
4. Sustainable Use	0.527	0.703	0.145	0.757*

* Values in asterisk and bold type along the diagonal indicate the square root of the AVE. These values should exceed off-diagonal correlations for discriminant validity.

확인되었다.

상기 표에서 확인한 신뢰도와 타당도 분석은 다음과 같다. 표 상단의 CR 즉 개념신뢰도가 모두 0.7 이상을 상회하고 있어 수용가능하고, 신뢰도의 측정 지표로 사용된 평균분산 추출 값(AVE)이 모두 0.5이상으로 당 지표가 설명할 수 있는 분산의 크기가 수용가능한 수준이므로 측정값에 대한 신뢰도는 무리가 없는 것으로 나타났다. 마지막으로 Cronbach's Alpha 값이 모두 0.8 이상의 높은 수준으로 확인되어 개별 변인들이 설명하는 요인 신뢰도를 추가로 확인할 수 있었다.

또한 연구자는 연구모형에 적용된 요인들의 판별타당도를 확인하기 위해 <Table 3>와 같이 분석하였다. 표에서 상관계수(correlation)와 평균분산분석(AVE)의 근을 비교하여 대각선의 AVE근이 상관계수를 모두 초과하는 것을 확인하였다. 이 분석은 AVE가 상관계수의 제곱인 SMC를 모두 초과하는 것과 동일한 분석이므로 타당한 분석방법이라 할 수 있다[10][11]. 따라서, 모든 구성개념 간의 신뢰도인 단일차원성과 수렴타당도가 확보된 것으로 확인되었다.

3.3 구조모형의 평가

다음 단계로 구조모형의 적합도를 검증한 결과

<Table 4>와 같이 $X^2=326.051$, $df=84$, $p=0.000$, $X^2/df=3.882$ 등으로 나타나 X^2/df 값이 4.0이하로 모형의 검증에 무리가 없는 것으로 확인되었고, 적합도 지수들은 $GFI=0.911$, $NFI=0.929$, $RFI=0.911$, $IFI=0.946$, $TLI=0.932$, $CFI=0.946$, $PNFI=0.743$, $PCFI=0.757$, $RMSEA=0.079$ 등으로 나타나 IFI, TLI, CFI, RFI 등이 모두 0.9보다 크고, 모형의 설명력을 나타내는 GFI, NFI 등도 0.9보다 커서 타당했으며, 간명적합지수인 PNFI, PCFI 등이 0.5보다 크고, RMSEA가 0.08보다 적어, 전체적으로 좋은 적합도를 보였다. 이 결과는 앞의 측정모형의 평가와 동일하게 전반적인 적합도 평가지수에는 문제가 없는 것으로 판명되었다.

각 가설별로 검증한 결과는 표에 나타나 있다. 가설 H1을 검증한 결과 t값이 11.708로, 개인의 혁신성향은 서비스 만족에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 가설 H1이 채택되었다. 가설 H2를 검증한 결과 t값이 3.718로 개인의 혁신성향이 중독에도 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H2가 채택되었다. 또한, 가설 H3을 검증한 결과 t값이 3.766으로 서비스에 대한 만족도가 중독 증상에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 가설 H3이 채택되었다.

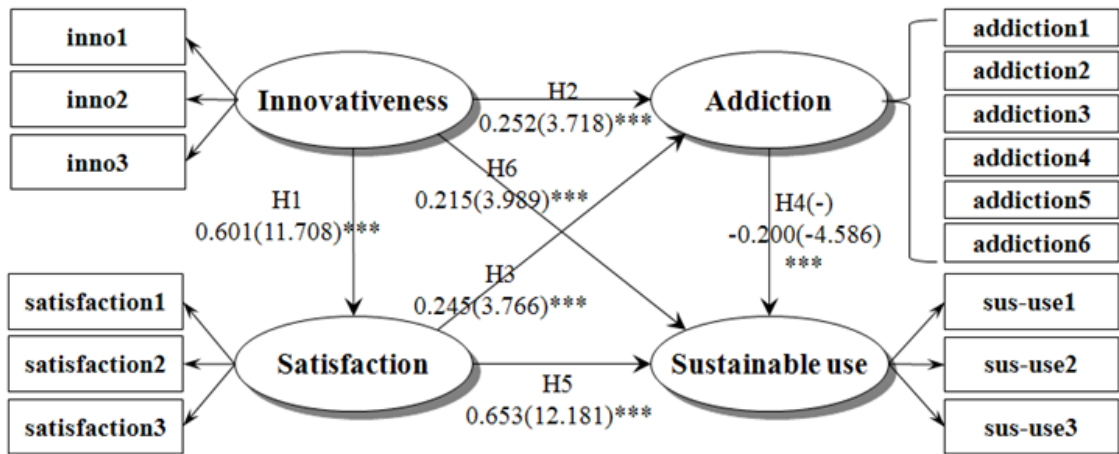
이어 가설 H4를 검증한 결과 t값이 -4.586로, 서비스

<Table 4> Results of Model estimated by AMOS

Path of proposed model		Standardized item loading	T-Value	Results
Satisfaction ← Innovativeness	H1	0.601 ***	11.708	Support
Addiction ← Innovativeness	H2	0.252 ***	3.718	Support
Addiction ← Satisfaction	H3	0.245 ***	3.766	Support
Sustainable Use ← Addiction	H4	-0.200 ***	- 4.586	Support
Sustainable Use ← Satisfaction	H5	0.653 ***	12.181	Support
Sustainable Use ← Innovativeness	H6	0.215 ***	3.989	Support

Summary of model fit indices : $X^2=326.051$, $df=84$, $p=0.000$, $X^2/df=3.882$, $GFI=0.911$, $NFI=0.929$, $RFI=0.911$, $IFI=0.946$, $TLI=0.932$, $CFI=0.946$, $PNFI=0.743$, $PCFI=0.757$, $RMSEA=0.079$

*) $p < 0.1$, **) $p < 0.05$, ***) $p < 0.001$



[Fig. 2] AMOS test of proposed model

중독증상은 서비스 지속사용 의도에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 가설 H4가 채택되었다. 가설 H5를 검증한 결과 t값이 12.181로 서비스에 대한 만족이 서비스 지속사용 의도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H5가 채택되었다. 또한, 가설 H6을 검증한 결과 t값이 3.989로 개인의 혁신성향이 서비스 지속사용 의도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 가설 H6이 채택되었다.

상기와 같은 결과를 연구주제와 함께 설명하면 다음과 같다. 첫째, 개인의 혁신성이 H1 서비스 만족, H2 중독, H6 지속사용의도에 모두 정의 영향을 주는 것으로 확인하였다. 둘째, 서비스 만족이 H3 중독과 H5 지속사용 의도에 모두 정의 영향을 주는 것으로 확인하였다. 셋째, H4를 통해 서비스 중독이 지속사용 의도에 부의 영향을 주는 것으로 확인하였다.

이와 같은 결과는 개인이 혁신적인 성향이 있는 경우 서비스에 대한 만족도 높고 지속사용에 대한 의향도 높아 이들의 충성도가 긍정적으로 작용할 수 있을 것이나, 이들이 서비스를 중독적으로 사용할 수 있는 여지도 동시에 있는 것으로 나타나 만족과 중독의 사이에서 사용의 정도를 조절해야 할 필요성이 있다는 점이 논의점이라고 할 수 있다.

그리고 서비스의 만족여부가 중독과 지속사용에 모두 긍정적인 요인으로 작용하는 것으로 나타나 만족도를 높이는 것이 소셜미디어에서도 역시 중요하게 다뤄질 수 있을 것으로 판단할 수 있었다. 그러나 서비스에 대한 중

독적 사용을 인식하는 경우 서비스 지속사용 의향에 부의 영향을 미치는 점은 매우 흥미로운 결과이다. 이는 서비스가 만족스럽다 할지라도 사용자가 과도하게 중독된다고 스스로 인지하는 경우 이용의 중단을 시도하게 된다는 것을 의미한다. 연구자가 검증한 중독의 요인들을 다시 살펴보면, (1) 시간적 내성(페이스북사용을 하거나, 글 남기기를 생각하는데 상당한 시간을 보냄) (2) (3) 생활 장애(페이스북으로 인해 본업, 학업, 가정에 소홀함. 중요한 업무 중에도 페이스북의 업데이트 글을 떠올림), (4) (5) (6) 중독에 의한 금단 불안 (페이스북을 이용할 수 없을 때 초조, 불안, 짜증을 느낌. 타인의 글에 대해 필요 이상의 흥분을 함. 개인적인 스트레스를 잊기 위해 이용함) 등이다. 이와 같은 중독의 증상을 인식하는 것이 서비스의 이탈에 중요한 요인이 된다는 점은 본 연구의 발견이라고 할 수 있다. 상기와 같이 중독의 요인들이 전후의 요인들과 어떠한 관계로 인식적 경로 설명이 가능한지 정리한 결과는 본고의 학술적 공헌점이라고 할 수 있다. 모형의 검증 결과는 [Fig. 2]와 같이 도식화 하였다.

4. 결론과 함의

본고의 연구는 페이스북과 같은 소셜미디어의 이용에 있어 사용자가 인식하는 중독 증상에 대해 선행과 후행의 변인을 찾아보고, 서비스 지속 이용에 대한 방안 및 중독의 예방을 위한 함의를 얻는데 목적이 있었다. 본고

의 연구문제를 다시 정리하면 다음과 같은데, 첫째, 개인의 혁신성이 서비스 만족, 중독, 지속사용의도에 미치는 영향, 둘째, 서비스 만족이 중독과 지속사용의도에 미치는 영향, 셋째, 서비스 중독 인식이 지속사용 의도에 미치는 영향 등이었다. 연구결과 첫째와 둘째 주제는 정(+)의 관계로 나타나 이용자의 혁신성이 서비스의 활성화에 적극 나서며 만족과 중독, 지속 사용에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었으며, 서비스 만족 역시 중독과 지속 사용 의도에 모두 긍정적 영향을 미치고 있었다. 그러나 셋째 주제인 서비스 중독 인지가 지속사용 의도에는 부(-)의 영향을 미쳤는데, 이 점은 이용자의 중독인지가 서비스의 지속 성장에 장애가 됨을 설명하는 결과였다.

상기의 연구 결과는 두 가지 측면의 함의로 정리될 수 있다. 첫째, 서비스 제공사업자는 가급적 이용자가 만족하고 중독적인 사용행태를 보일 때 수익이 증가하고 관련 사업모델이 개발될 수 있을 것이라 생각하지만, 이용자가 중독의 문제점(생활장애, 금단 불안 등)을 인지하게 되는 순간 사업의 지속성장에 문제가 생길 수 있다는 점을 주지하여야 한다는 점이다. 즉, 이용자의 충성도와 중독의 경계를 설정하고, 이용자가 서비스로부터 이탈하지 않도록 주의를 기울여야 하는 것이다. 둘째, 서비스 중독의 예방을 위해 정책당국은 서비스 이용자가 어떤 시점에 중독으로 인한 불편함을 인지하게 되는지 주시하고 있어야 하며, 중독을 인지하는 이용자가 대처할 수 있는 여러 정책적 장치를 준비해둬야 할 것으로 판단된다. 예컨대, 중독으로 인한 심적, 육체적 고통을 치유 또는 회피할 수 있는 시설, 서비스 등이 제공되어야 하며, 이러한 대안들을 사전에 이용자에게 충분히 공지하여야 할 것이다. 특히 전술한 바와 같이 사회적 활동의 일환으로 소셜 미디어를 사용하는 성인보다 심심풀이나 스트레스 해소를 위해 사용하는 청소년의 경우 세심한 주의가 필요할 것이라고 본다.

본고는 상기와 같은 결과를 토대로 소셜미디어 이외의 미디어 서비스에서 이용자가 불편함을 토로하는 중독 증상이 발생하였을 경우 신속히 대응할 수 있는 시스템을 갖추도록 제언하고 있으며, 이를 통해 소셜미디어는 물론이고 연관 서비스의 활성화에도 기여할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

중독에 관련된 연구는 지나친 서비스의 사용으로 인

한 중독을 예방하고, 중독으로 지친 이용자들을 보호한다는 측면에서 지속 연구되어야 하는 주제이며, 본고의 한계점인 샘플의 제약, 모형의 단순성 등을 극복할 수 있는 후학의 연구가 계속되길 기대한다.

ACKNOWLEDGMENTS

This research was supported by Kyungsoong University Research Grants in 2013.

REFERENCES

- [1] J. C. Anderson, and Gerbing, D. W., Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach, *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No.3, pp. 411-423, 1988.
- [2] R. Agarwal, & Prasad, J. A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology. *Information Systems Research*, Vol. 9, No. 2, pp. 204-215, 1998.
- [3] American Psychiatric Association, DSM-IV-TR, American Psychiatric Pub Incorporated, 2000.
- [4] A. Bhattacharjee, and Premkumar, G. Understanding Changes in Belief and Attitude toward Information Technology Usage: A Theoretical Model and Longitudinal Test, *MIS Quarterly*, Vol. 28, No.2, pp. 229-254, 2004.
- [5] D. Cyr, Modeling Web Site Design Across Cultures: Relationships to Trust, Satisfaction, and E-Loyalty, *Journal of Management Information Systems*, Vol. 24, No. 4, pp. 47-72, 2008.
- [6] I. Goldberg, Internet Addiction. Electronic Message Posted to Research Discussion List, <http://www.cmhc.com>. 1996.
- [7] M. Griffiths, Behavioral addictions: and issue for everybody?, *The Journal of Workplace Learning*, Vol. 8, No. 3, pp. 12-25, 1996.
- [8] T. T. Kim, Kim, W. G. and Kim, H. B. The effects of perceived justice on recovery satisfaction, trust,

word-of-mouth, and revisit intention in upscale hotels, *Tourism Management*, Vol. 30, pp. 51-62, 2009.

- [9] S.H. Lee, Factors Influencing the Pre and Post Acceptance Behavior of QR code User, *Journal of Korea Contents Association*, Vol. 11, No. 12, pp. 136-144, 2011.
- [10] S.H. Lee, A Study on the Policy Implication on the Addiction of Social Media Service User : Focusing on the Proposal of Korean SNS Addiction Index (KSAD), *Journal of Digital Policy & Management*, Vol. 11, No. 1, pp. 255-265, 2013.
- [11] S.H. Lee, Effect of SNS User's Emotional Perception and Flow on Word of Mouth: Focusing on the Facebook User Group, *Journal of Marketing Management Research*, Vol.18, No.2, pp.1-23, 2013.
- [12] C. H. Lin, H. Y. Shih and P. J. Sher, Integrating Technology Readiness into Technology Acceptance: The TRAM Model, *Psychology & Marketing*, Vol. 24, No. 7, pp. 641-657, 2007.
- [13] C. Liu, and Amett, K. P. Exploring the Factors Associated with Web Site Success in the Context of Electronic Commerce, *Information and Management*, Vol. 38, pp. 23-33, 2000.
- [14] National Information Society Agency(NIA), Development of Korean Smartphone Addiction Proneness Scale For Youth and Adults, 2011.
- [15] National Information Society Agency(NIA), Third Standardization of Korean Internet Addiction Proneness Scale, 2011.
- [16] E. M. Rogers, *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: Free Press. 1986.
- [17] E. M. Rogers, *Diffusion of Innovation*(4th ed.). NY Free Press. 2003.
- [18] M. Y. Um, and T. W. Kim, A Comparative Study on Players' Satisfaction, Trust toward Game Publishers, and Roles of Community in Korean and Japanese Online Game markets, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol. 16, No. 1, pp. 103-125, 2006.
- [19] K. S. Young, *Psychology of computer use:*

addictive use of the Internet, a case that breaks the stereotype. Psychological Reports, Vol. 79, pp. 899-902, 1996.

이 상 호 (Sang-Ho Lee)



- 2003년 8월 : Aalto University (경영학석사)
- 2008년 8월 : 서울과학종합대학원 (경영학박사)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 경성대학교 디지털미디어학부 교수, 디자인&문화콘텐츠연구소 소장

· 관심분야 : 디지털콘텐츠, 디지털미디어, 디지털정책, 소셜미디어

· E-Mail : leeshow@empas.com