

# SNS 이용자의 폐쇄형 SNS로의 전환의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

## An Empirical Study of SNS Users' Switching Intention Toward Closed SNS

박 현 선 (Hyunsun Park) 경북대학교 경상대학 경영학부 박사과정, 제1저자  
김 상 현 (Sanghyun Kim) 경북대학교 경상대학 경영학부 교수, 교신저자

### 요 약

SNS는 소통의 매체이자 공유와 인맥관리를 위한 도구로서의 긍정적인 측면을 제공한다. 그러나 최근 들어 페이스북, 트위터와 같은 개방형 SNS에서 불특정 다수와의 소통에 대한 피로감과 사생활 노출에 대한 불안감 증가와 같은 부정적인 측면들이 나타나고 있다. 이로 인해 SNS 이용자들은 서비스 이용중단을 결정하거나 특정 지인들과 그룹을 형성하여 소통하는 폐쇄형 SNS로 서비스 전환을 결정한다. 하지만 개방형 SNS가 약한 연결 관계 속에서도 지속적으로 새로운 관계를 확산시키고 다양한 정보와 콘텐츠를 공유할 수 있는 환경을 제공하며 다양한 경제 및 사회적 가치를 창출한다는 점에서 SNS 이용자들이 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS로 이동하는 요인에 대해 살펴보는 것은 중요한 의미를 가질 것이라 판단된다. 이를 위해 본 연구에서는 인간의 이주를 설명하는 유용한 프레임워크로 알려진 Push-Pull-Mooring 모형을 근거로 SNS 전환의도에 영향을 미치는 요인을 도출하고 실증분석을 수행하였다. 분석 결과, 개방형 SNS의 부정적 요인으로 제안한 푸쉬 효과의 약한 연결성과 프라이버시 우려, 폐쇄형 SNS의 긍정적 요인으로 제안한 풀 효과의 즐거움, 소속감이 폐쇄형 SNS으로의 전환의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, SNS 이용자의 상황적 요인으로 제안한 무어링 효과 중 SNS 피로감은 푸쉬 효과와 SNS 전환의도 간의 관계를, 그리고 사용자저항은 풀 효과와 SNS 전환의도 간의 관계를 강화시키는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 개방형 SNS와 폐쇄형 SNS가 시장에서 함께 성장할 수 있는 정책을 제안하고 이용자들의 인식 전환을 유도하는 계기가 될 수 있을 것으로 기대한다.

**키워드 :** 폐쇄형 소셜 네트워크 서비스, 개방형 소셜 네트워크 서비스, 전환의도, Push-Pull-Mooring 모형

## I. 서 론

급속한 모바일 기기의 기술발전과 지속적인 시장 성장은 이를 기반으로 하는 다양한 서비스들이 끊임없이 시장에 등장하는데 결정적인 기

여를 하였다. 특히, 그 중에서도 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service: SNS)는 사람들 간의 소통 채널이자 관계 형성을 지원하는 서비스로서 주목 받으며 큰 인기를 끌고 있다. SNS는 오프라인의 인맥 관계를 온라인상으로 옮겨 지

속적인 관계유지를 돕거나 서로 모르는 사람들과 온라인에서 새로운 사회적 관계를 형성하고 이 관계를 바탕으로 자신과 연결된 다른 이들의 연결 관계를 넘나들면서 활동하는 웹 기반의 서비스를 말한다(Boyd and Ellison, 2007). SNS 이용자들은 해당 서비스를 통해 공통의 관심사를 가진 사람들과 소통하면서 자신의 감정, 경험, 지식, 정보 그리고 콘텐츠를 쉽게 공유할 수 있다(Hsieh *et al.*, 2012). 최근에는 스마트폰, 태블릿 PC와 같은 모바일 기기가 빠르게 확산되면서 SNS를 통해 다양한 활동들을 시간과 장소에 제약 받지 않고 이용할 수 있는 환경을 제공해주면서 SNS 이용자 수는 꾸준히 증가하고 있는 추세이다. ‘2013년 인터넷이용실태조사’에 따르면, 만 6세 이상 인터넷 이용자의 41.3%가 최근 1주일 이내 SNS를 이용한 적이 있는 이용자이며 이들은 주로 페이스북(facebook)과 같은 프로필 기반 서비스를 이용하고 있는 것으로 나타났다. SNS 이용자 10명 중 9명은 ‘스마트폰’을 통해 SNS를 이용하고 있는 것으로 나타나 대부분이 모바일 SNS 이용자인 것으로 나타났다(한국인터넷진흥원, 2013). 또한, 2012년 대비 2013년 SNS 이용률은 동기간 이메일이나 클라우드 서비스 이용률보다도 증가 폭이 매우 큰 것으로 나타났다.

하지만 SNS의 증가 추세의 꾸준한 지속과 함께 SNS 이용으로 인해 야기되는 부정적인 측면에 대한 우려의 목소리도 증가하고 있으며 이로 인해 야기되는 SNS 스트레스와 피로감에 관한 연구도 진행된 바 있다(김명수, 이동주, 2012; 박경자 등, 2014; 임명서, 2013). 이들 연구에서는 SNS에 대한 피로감과 스트레스가 이용중단과 같은 행동으로도 이어질 수 있음을 설명하고 있다. 최근에는 공개된 프로필을 기반으로 하는 페이스북, 트위터(twitter)와 같은 개방형 SNS 이용자들이 피로감과 스트레스를 더 많이 느끼며 이로 인해 폐쇄형 SNS가 점차 인기를 끌며 성장하고 있다는 점도 주목 받고 있다. 불특정 다수에게 이야기하는 것에 익숙하지 않은 개방형 SNS 이용자들은 피로감과 스트레스를 그렇지 않은 사람들

에 비해 더 쉽게 느낄 수 있다. 또한, 개인정보의 유출, 악성코드의 유포, 사생활 침해 등도 개방형 SNS의 부정적인 측면으로 지적된다. 이러한 문제점은 SNS 이용자들이 개방형 SNS 사용을 꺼리거나 이용 중단을 결정하고 폐쇄형 SNS로의 전환을 유발하는 요인으로 작용하기도 한다. 여기서 폐쇄형 SNS란 모르는 사람들과 소통하는 것에 불편함과 피로함을 호소하는 이들을 위해 특정 지인들과 그룹을 형성해 소통할 수 있는 기반을 제공하는 서비스를 말한다(장성희, 김승인, 2013; 한국방송통신전파진흥원, 2014). 폐쇄형 SNS 이용자들은 미리 소통할 지인의 범위를 제한할 수 있기 때문에 깊은 인간관계를 지향할 수 있고 개방형 SNS에서 우려하는 개인정보의 유출이나 사생활 침해와 같은 문제점을 방지할 수 있다. 현재 폐쇄형 SNS 이용자는 개방형 SNS 이용자 수를 추월했으며 꾸준히 그 이용자 수가 증가하고 있는 것으로 나타났다(연합뉴스, 2014).

따라서 본 연구에서는 개방형 SNS 이용자들이 폐쇄형 SNS로의 전환을 결정하게 되는 요인을 도출하고 이에 대한 이해를 도모하고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 인간의 이주 이론을 설명하는데 유용한 이론적 틀로 알려진 Push-Pull-Mooring (PPM) 모형에 근거하여 연구모형을 설계하고 실증 분석을 수행하고자 한다(Bansal *et al.*, 2005; Hsieh *et al.*, 2012). PPM 모형은 인간이 기존 거주지에서 새로운 곳으로 이주하는데 영향을 미치는 요인을 푸쉬 효과(Push Effect), 풀 효과(Pull Effect) 그리고 무어링 효과(Mooring Effect) 세 가지 범주로 구분하고 이들 간의 상호작용을 통해 이주여부가 결정됨을 설명하고 있다. 특정 시스템이나 서비스에 대한 연구에서 서비스 전환을 살펴보는 선행연구들은 서비스 전환이 인간의 거주지 이주와 유사한 이동의 개념이라는 점에서 PPM 모형을 서비스 전환을 설명하는데 유용한 이론적 기반이 됨을 설명하였다(Chang *et al.*, 2014; Hsieh *et al.*, 2012; Hou *et al.*, 2011; Zengyan *et al.*, 2009; 양창규 등, 2014; 조현 등, 2013). 이에 본 연구에서도 기존에 사용하던 개방형 SNS에 대해

부정적으로 인식하는 요인, 전환 대상으로 고려하는 폐쇄형 SNS에 대해 긍정적으로 인식하는 요인 그리고 SNS 이용자의 상황에 대한 세 가지 요인들을 각 범주로 구분하여 제시하고 실증분석을 통해 이를 검증하고자 한다. 본 연구의 결과는 개방형 SNS 및 폐쇄형 SNS의 서비스 제공자 및 관련 부처에 SNS 이용자들의 개방형 SNS에 대한 부정적 감정과 폐쇄형 SNS에 대한 긍정적 감정에 대한 요인을 파악하고 설명할 수 있는 유용한 근거를 제공할 수 있을 것으로 판단된다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 소셜 네트워크 서비스

SNS는 개인들이 서비스 시스템 내에 자신의 프로필을 타인에게 공개로 설정하여 콘텐츠와 정보를 공유하고 연결관계를 형성하며 유지하는 활동을 하는 웹 기반 서비스를 말한다(Boyd and Ellison, 2007). SNS는 개개인이 맺고 있는 연결관계를 기반으로 하며 개인의 선택에 따라 정보와 소통의 내용과 범위가 결정된다. SNS를 통해 평소에 만날 수 없었거나 전문적인 지식을 소유하고 있는 사람들을 검색할 수 있고 자신의 의견을 상대방에게 전달하거나 대화를 나눌 수 있다. 또한 오프라인 상에서 맺어진 관계를 온라인 상에서 지속적으로 유지할 수 있으며 콘텐츠를 공유하거나 배포할 수 있고 자신의 최근 상황이나 기분, 감정 등을 표현하고 자신만의 개성을 표현할 수 있는 기능 등이 제공된다(Hsieh *et al.*, 2012; 박경자, 2014; 이호영 등, 2013). 최근에는 개인화 및 즉시성을 갖춘 모바일 기기의 확산으로 모바일 SNS가 활성화되면서 SNS 시장은 지속적인 시장 성장을 하고 있다.

하지만 SNS가 주는 많은 이점의 그 이면에는 지나치게 넘쳐나는 많은 정보와 끊임없이 사회적 관계를 유지하고 관리해야 하는 것에 대해 피로감을 느끼는 사람들이 늘어나고 있는 부정적인 측면도 존재한다. 뿐만 아니라, SNS 이용자

중에는 계정을 등록해 놓고도 적극적으로 활용하고 있지 않는 사람들도 있으며 사생활 침해와 개인정보유출, 원하지 않는 연결의 부담, 평판에 대한 걱정, 가벼운 관계에 대한 회의감 등과 같은 부정적인 측면도 나타나고 있다(박경자 등, 2014).

SNS는 네트워크의 폐쇄성의 강도에 따라 크게 개방형과 폐쇄형으로 구분된다(이호영 등, 2013; 장성희, 김승인, 2013). 개방형 SNS란 오프라인에서 맺어지지 않은 인맥관계까지도 확장시킬 수 있는 서비스로서 불특정 다수가 지인의 SNS나 검색을 통해 다른 사람의 SNS에 쉽게 접근할 수 있는 이점을 가지고 있다. 하지만 개방형 SNS는 사생활 노출에 대한 불안감과 불특정 다수와의 관계에서 오는 피로감 유발 및 신뢰감 상실이라는 부정적인 측면도 존재한다(장성희, 김승인, 2013). 개방형 SNS의 부정적인 측면은 이용자의 서비스 이용 중단이나 다른 서비스로의 이동을 유발시키는 요인으로도 작용하는데 이로 인해 최근 인기를 끌기 시작한 형태가 폐쇄형 SNS이다(한국방송통신전파진흥원, 2014). 폐쇄형 SNS란 오프라인의 사회적 관계를 근거로 한 제한된 인맥을 기반으로 형성된 커뮤니케이션 서비스를 말한다. 국내의 카카오톡, 네이버 밴드 등이 대표적인 폐쇄형 SNS로 알려져 있으며 폐쇄형 SNS에 대한 대중의 관심은 꾸준히 증가하고 있다(연합뉴스, 2014). 개방형 SNS와 달리 폐쇄형 SNS는 미리 지인의 범위를 제한하여 어느 정도의 사생활 노출을 방지할 수 있고 약한 관계(weak tie)가 아닌 긴밀하고 강한 관계(strong tie)를 형성할 수 있다. 일부 개방형 SNS들도 프로필 비공개나 친구 그룹 설정과 같은 폐쇄형 SNS에서 제공하고 있는 일부 폐쇄적 특성의 기능을 제공하고 있으나 개방형 SNS들이 많은 사람들과의 경계 없는 온라인 소통공간을 전면에 내세우고 있는 반면 폐쇄형 SNS들은 폐쇄적인 네트워크 서비스 기능을 전면에 내세우고 있다는 점에서 두 서비스 형태는 차별성을 가진다(한국방송통신전파진흥원, 2014). 즉, 개방형 SNS는 다양한 사회적 배경의 사람들과 정보

를 공유하고 소통하려는 이용 목적을 가지는 특징을 가지고 있고 폐쇄형 SNS는 가까운 지인들과의 일상 소통 수단으로 이용되는 특징을 가지고 있다(이호영 등, 2013).

SNS 이용자들이 증가하면서 이에 대한 연구도 다양하게 수행되고 있다. 수행된 기존 연구들의 주제를 살펴보면, 주로 Davis *et al.*(1989)의 기술수용모형(Technology Acceptance Model: TAM)이나 DeLone and Mclean(2003)의 정보시스템성공모형(Information Systems Success Model) 등을 근거로 수행된 연구들이 대부분이며 SNS의 이용목적, SNS를 통한 개인의 행동, SNS 지속사용의도 초점을 두고 있다(Gao and Bai, 2014; Zhou and Li, 2014; 강미선, 2013; 이정민, 2014; 조현 등, 2013). 이정민 등(2014)은 SNS 이용자들의 감성적 측면과 사회적 측면 그리고 SNS의 기능적 측면에 관한 변수들을 제시하고 이용자들의 수용 후 행위를 측정하고자 지속적 이용의도와 추천의도를 살펴보는 연구를 진행하였다. 이들의 연구에서 긍정적 감정과 부정적 감정은 플로우와 사용자만족을 통해 지속적 이용의도와 추천의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 연구자들은 SNS 제공 업체들이 플로우와 사용자 만족이 이용자들의 지속적 이용의도 형성에 중요한 역할을 수행함을 인지해야 한다고 강조하였다. 강미선 등(2013)의 연구에서는 스마트폰 보급이 확산됨에 따라 모바일을 통해 SNS를 사용하는 사람들이 증가하고 있음을 설명하고 이에 따른 스마트폰 중독 및 업무수행 저해와 같은 부정적인 문제들에 초점을 두고 연구를 수행하였다. 이들은 모바일 SNS 기능 특성 중에서 전문가 검색, 커뮤니케이션, 콘텐츠 공유, 정체성이 인지적 몰입에 유의한 영향을 미치고 스마트폰 중독과 업무 수행 저하에도 유의한 영향을 미침을 확인하였다. Gao and Bai(2014)는 정보시스템성공모형과 네트워크 외부성, 플로우 이론을 바탕으로 모바일 SNS의 지속사용의도에 영향을 미치는 요인을 살펴보았다. 이들의 연구에서 플로우, 지각된 유용성, 만족은 SNS 지속사

용의도의 결정요인인 것으로 나타났다. 또한, 네트워크 규모와 지각된 상보성이 플로우에, 시스템 품질이 만족에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. Zhou and Li(2014)는 고정 사용자와 지속적인 사용을 촉진하는 요인들이 모바일 SNS 성공에 중요함을 강조하고 사회적 영향과 프라이버시우려가 지속사용의도에 유의한 영향을 미침을 확인하였다.

본 연구에서 살펴보는 SNS의 전환행동과 관련한 선행연구를 살펴보면, 기존의 블로그와 같은 서비스에서 페이스북, 트위터와 같은 사회적 관계망을 바탕으로 하는 SNS로의 전환의지를 살펴보는 연구들이 수행된 바 있다. Hsieh *et al.*(2012)은 블로거들이 온라인 서비스 대체물로서 SNS로 전환하는 것에 영향을 미치는 요인을 도출하는 연구를 진행하였다. 이들의 연구에서 SNS가 가진 즐거움이나 상대적 유용성, 블로그의 약한 연결성과 쓰기 불안감이 전환의도에 긍정적인 영향을 미치고 전환비용과 과거 경험은 전환의도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Wu *et al.*(2014)은 단계적 접근 분석을 통해 SNS의 서비스품질과 전환비용이 만족과 전환장벽을 통해 SNS 이용자들의 서비스 전환의도에 간접적인 영향을 미침을 확인하였다. 또한, 동료 압력과 편의성이 SNS 플랫폼 전환의 가장 큰 결정요인인 반면 모바일 능력과 실시간 접근성이 모바일 SNS로의 전환의 가장 큰 결정요인임을 설명하였다. 조현 등(2013)은 SNS 이용자들을 대상으로 한 실증분석에서 현재 사용하고 있는 SNS에서 다른 SNS로의 전환의도에 영향을 미치는 요인으로 만족, 지인 영향, 설치비용임을 확인하였다. 이들의 연구에서는 지인 영향이 SNS 전환의도에 가장 큰 영향을 미치고 있음을 확인하고 SNS 제공자 입장에서 신규 시장에 진출할 때 초기 가입자수를 빠르게 확보하는 전략을 수행하는 것이 중요함을 강조하였다.

이처럼 SNS를 대상으로 수행된 기존 연구들은 현재 사용하고 있는 블로그나 SNS에서 다른 SNS로의 전환을 살펴보고는 있으나 개방형 SNS

와 폐쇄형 SNS가 각각 전면에 내세우고 있는 특성을 중심으로 SNS 사용자들의 전환의지를 살펴보는 연구는 거의 이루어지지 않고 있다. 앞서 설명한 개방형 SNS에 대해 이용자들이 부정적으로 인식하는 측면과 폐쇄형 SNS에 대해 인식하는 긍정적인 측면은 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS으로의 전환을 결정하는데 영향을 미칠 수 있을 것이며 이에 대해 살펴보는 것은 의미가 있을 것으로 판단된다. 또한 이용자의 피로감과 SNS 전환에 대한 거부감도 주로 사용하는 SNS를 개방형에서 폐쇄형으로 전환하는데 유의한 영향을 미칠 것으로 판단된다.

## 2.2 Push-Pull-Mooring 모형

어떤 시기에 두 개의 장소 간 개인의 이동을 의미하는 이주(migration)의 개념을 설명하는 연구의 주요한 패러다임인 Push-Pull-Mooring(PPM) 모형은 인간의 문화 지리학적인 이동뿐만 아니라 소비자의 온·오프라인 서비스 전환행동(Switching Behavior)의 결정 요인을 설명하는데 있어서도 유용한 이론적 틀을 제공하는 것으로 알려져 있다(Chang *et al.*, 2014; Hsieh *et al.*, 2012; Zengyan *et al.*, 2009; 강성민, 엄기현, 2010; 조현 등, 2013).

PPM 모형은 Ravenstein이 이주 이론을 설명하기 위해 1980년대에 발표한 ‘Law of Migration’에서의 Push-Pull 패러다임을 바탕으로 한다(Bansal *et al.*, 2005; Ravenstein, 1885, 1889; 조현 등, 2013). Push-Pull 패러다임은 이주의 결정요인을 푸쉬 효과(Push Effect)와 풀 효과(Pull Effect) 두 범주로 구분하여 본래의 거주지에 대해 밀어내는 요인(Push)과 새로운 목적지에 대해 끌어당기는 요인(Pull) 간의 상호작용의 결과물로 이주를 고려하게 됨을 설명한다(Hsieh *et al.*, 2012; 강성민, 엄기현, 2010). 여기서 푸쉬 요인은 인간이 원래의 지역에서 다른 곳으로 떠나도록 밀어내는 부정적인 요인(밀침효과)을 나타내며 풀 요인은 인간을 새로운 목적지로 유인하는 긍정적인 요인(당김효과)을 의미한다(Bansal *et al.*, 2005; Bogue,

1977; 강성민과 엄기현, 2010). 즉, 본래의 거주지에서 실업, 자연재해, 고용이나 결혼 기회의 부족, 정치·종교·인종적 박해, 자연자원의 감소 등의 부정적인 요인을 지각하거나 새로운 목적지에서 본래의 거주지보다 더 나은 고용, 교육, 환경 및 생활 조건 기회를 지각한다면 이들 요인들 간의 상호작용을 통해 사람들은 거주지의 이동 여부를 결정하게 된다(Bogue, 1977). 그러나 Push-Pull 패러다임에서 제시하는 두 요인들 간의 상호작용만으로는 인간의 이주 문제를 설명하기에 충분하지 않다는 점이 지적되면서 인간의 이주를 더 효과적으로 설명하기 위해 축적된 연구 결과를 바탕으로 무어링 효과(Mooring Effect)가 추가로 적용되었다(Bansal *et al.*, 2005; Hsieh *et al.*, 2012; Moon, 1995). 이주와 관련된 초기 연구에서 ‘끼어든 저해물(intervening obstacles)’로 설명된 바 있는 무어링 효과 또는 계류효과는 인간의 이주 결정을 촉진하여 이주를 쉽게 진행시키거나 반대로 이주를 방해하는 모든 상황적 요인들을 의미한다. 즉, 개인이 처한 상황이나 생활방식, 환경, 문화, 사회적 영향, 개인의 심리적 요인 등과 관련 있는 변수로서 PPM 모형에서 푸쉬 요인과 풀 요인에 대한 보충 효과 작용을 하는 요인이라 볼 수 있다(Moon, 1995; 조현 등, 2013). 따라서 이주와 PPM 모형에 관한 연구들은 이동 결정하는데 있어 사람들을 떠나도록 만드는 원래의 거주지에 대한 부정적 요인(Push)과 새로운 목적지로 이주자들을 끌어들이는 긍정적 요인(Pull) 그리고 이주의 결정을 쉽게 내리게 하거나 방해하는 개인의 상황적 요인들이 적절하게 고려되어야만 인간의 이주 행동을 정확하게 예측할 수 있다고 설명한다(Moon, 1995; Zengyan *et al.*, 2009).

이주라는 개념이 하나의 지리적 장소에서 새로운 장소로의 이동이라는 측면에서 서비스 이용자의 서비스 전환은 서비스에 대한 고객의 이동이라고 볼 수 있다(Chang *et al.*, 2014; 양창규 등, 2014). 이런 점에서 PPM 모형은 인간의 이주 문제를 살펴보는 분야뿐만 아니라 마케팅이나 경영정보 분야에서도 개인의 서비스 및 서비스

제공자에 대한 전환행동을 설명하는데 유용한 이론적 틀로 인식되고 있다. PPM을 바탕으로 온 라인 서비스 이용 전환에 대한 선행연구를 살펴 보면, Hsieh *et al.*(2012)은 블로그와 페이스북 간의 전환행동을 설명하는 연구에서 푸쉬 요인(약한 연결성, 쓰기 불안감), 풀 요인(즐거움, 상대적 유용성, 상대적 용이성), 무어링 요인(전환비용, 과거 경험)을 제안하였다. 이들 연구에서 상대적 용이성을 제외한 나머지 변수들은 온라인 서비스 전환의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다며 전환의도는 실제 전환행동에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Zengyan *et al.*(2009)의 연구에서도 SNS 이용자들의 전환행동을 살펴보고 있는데 푸쉬 요인으로 불만족(기술품질 불만족, 정보품질 불만족, 커뮤니티 지원 불만족, 구성원 정책 불만족), 풀 요인으로 매력성(대안 매력성, 지인영향), 무어링 요인으로 전환비용(설치비용, 유지 비용)을 제안하였다. 연구 결과, 불만족과 매력성은 전환의도에 유의한 영향을 미치지만 전환비용은 전환의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

Chang *et al.*(2014)은 SNS 전환의도에 영향을 미치는 변수로서 푸쉬 요인(후회, 불만족), 풀 요인(대안의 매력성), 무어링 요인(전환비용)을 제시하였으며, 푸쉬와 풀 요인은 전환의도에 긍정적인 영향을, 무어링 요인은 전환의도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 무어링 요인이 푸쉬 요인과 전환의도 간의 관계를 약화시키는 조절변수, 풀 요인은 푸쉬 요인과 전환의도 간의 관계를 강화시키는 조절변수로서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조현 등(2013)은 SNS 이용자들을 대상으로 온라인 서비스 전환행위를 설명하기 위해 푸쉬 요인으로 만족도, 충성심, 시스템 품질, 정보품질, 서비스 품질, 풀 요인으로 지인영향, 무어링 요인으로 지속 비용, 설치비용, 매물 비용을 제시하였다. 이들의 연구에서는 만족, 지인영향, 설치비용이 전환의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

박은경 등(2014)은 PPM 모형을 소셜 네트워크

게임(Social Network Game)에 적용한 연구를 진행하였다. 이들의 연구에서는 푸쉬 요인(다양성 욕구, 불만족), 풀 요인(소속감, 대안 매력도), 무어링 요인(즐거움, 브랜드 가치)을 제안하였으며 소속감과 대안 게임의 매력도가 전환의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Hou *et al.*(2011)의 연구에서도 PPM 모형을 MMORPG(Massively Multiplayer Online Role-Playing Game)에 적용하여 연구를 수행한 바 있는데 이들 연구에서는 푸쉬 요인(적은 즐거움, 적은 만족, 불충분한 참여자에 대한 인식), 풀 요인(대안의 매력성), 무어링 요인(낮은 전환비용, 약한 사회적 관계, 높은 다양성 욕구, 성공적인 이전 전환 경험)을 전환의도의 독립변수로 제시하였다. 연구 결과, 적은 즐거움, 낮은 전환비용, 대안의 매력성은 전환의도에 긍정적인 영향을 미치고 높은 다양성 욕구와 성공적인 이전 전환 경험은 전환의도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이와 같이 PPM 모형을 바탕으로 하는 선행연구들은 기존 서비스에 대한 불만족, 후회, 시스템품질, 정보품질, 서비스품질, 다양성 욕구, 약한 연결성 등이 기존 서비스에 대한 부정적인 요소로서 새로운 서비스로 이동하게 만드는 요인(push effect)이라 보았으며 전환행동에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 반대로 즐거움, 상대적 유용성, 대안의 매력성, 동료영향, 소속감 등은 사람들을 새로운 서비스로 끌어들이게 하는 새로운 서비스의 긍정적인 요소(pull effect)로 보았으며 전환행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 전환비용(설치비용, 유지비용, 매물비용), 과거의 경험, 즐거움, 브랜드 가치, 약한 사회적 관계, 높은 다양성 욕구 등은 개인의 상황과 관련된 무어링 요인(mooring effect)과 관련된 변수로 확인되었다. 따라서 본 연구에서는 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS로의 이용자의 전환행동을 설명하기 위해 PPM 모형을 연구의 기본적인 이론적 틀로 제시하고 선행연구를 바탕으로 각 요인에 대한 변수를 도출하여 그 관계를 실증분석을 통해 확인하고자 한다.

### III. 연구모형 및 가설설정

#### 3.1 연구모형

본 연구는 SNS 이용자들이 주로 사용하는 SNS를 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS로 전환을 결정하는 것에 대한 영향요인을 도출하여 그 관계를 살펴보고자 한다. 이를 위해 서비스 전환의 결정요인을 설명하는데 유용한 이론적 틀로 알려진 PPM 모형을 바탕으로 <그림 1>과 같은 연구모형을 도출하였다(Bansal *et al.*, 2005; Hsieh *et al.*, 2012; 양창규 등, 2014; 조현 등, 2013).

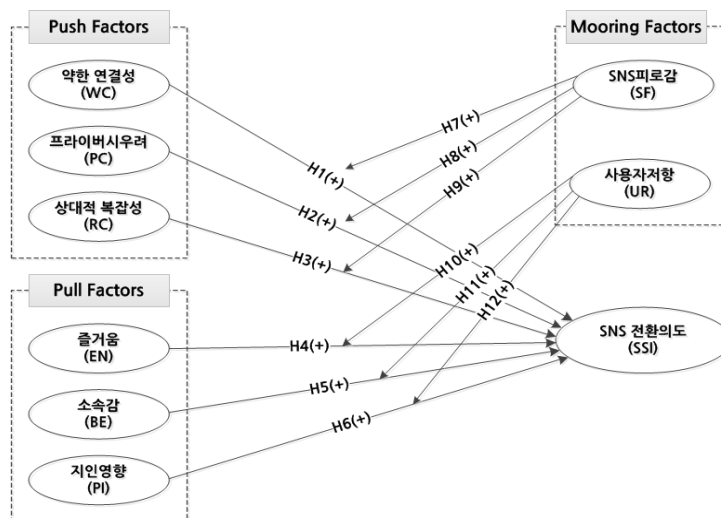
먼저 PPM 모형과 선행연구들을 바탕으로 본 연구에서는 푸쉬 효과, 즉 현재 사용하고 있는 SNS에 대한 부정적인 요소로 약한 연결성, 프라이버시우려, 상대적 복잡성을 제안하였고, 풀 효과인 새로운 SNS에 대한 긍정적인 요소로는 즐거움, 소속감, 지인 영향을 제안하였다. SNS 이용자의 상황적 요소인 무어링 효과로는 SNS 피로감과 사용자 저항을 도출하였다. 본 연구에서는 무어링 요인을 푸쉬와 풀 요인과 SNS 전환의도 간의 관계에서 조절변수로 제안한다. 최근 들

어 특정 지인들과 그룹을 형성해 소통하려는 폐쇄형 SNS가 인기를 끌고 있는 가장 큰 이유 중 하나로 언급되는 것이 기존 개방형 SNS에 대한 피로도가 증가하고 있다는 점이다. 따라서 개방형 SNS에 대한 피로감은 폐쇄형 SNS에 대한 부정적인 요소로 인해 개방형 SNS로의 전환을 결정하는데 있어 그 관계를 강화시킬 것으로 판단된다. 사용자 저항은 현재 사용하고 있는 개방형 SNS에 대한 거부감이나 비판적인 생각으로 이러한 요소가 폐쇄형 SNS의 긍정적인 측면인 풀 요인과 SNS 전환의도 간의 관계를 더 강화시킬 것으로 판단하였다. 따라서 이렇게 도출된 연구모형을 실증적으로 분석해보고자 한다.

#### 3.2 가설설정

##### 3.2.1 푸쉬 효과(Push Factors)

푸쉬 효과는 원래의 거주지에서 사람들이 새로운 거주지로 이동하게 만드는 원래 거주지에 대한 부정적인 요소를 말한다(Bansal *et al.*, 2005; Hou *et al.*, 2011; Moon, 1995). 즉, 본 연구에서는 SNS 이용자들을 폐쇄형 SNS로 전환하게 하는



WC: Weak Connection, PC: Privacy Concern, RC: Relative Complexity, EN: Enjoyment, BE: Belongingness, PI: Peer Influence, SF: SNS Fatigue, UR: User Resistance, SSI: SNS Switching Intention.

<그림 1> 연구모형 및 가설설정

기존에 사용 중인 개방형 SNS에 대해 느끼는 부정적인 요인으로 볼 수 있다.

이에 본 연구에서는 세 가지 변수를 제시하였는데 그 첫 번째 변수인 약한 연결성(weak connection)은 개방형 SNS가 폐쇄형 SNS보다 사회적 관계를 지속적으로 형성하고 유지하는 것에 더 약한 특성을 가진다고 인지하는 정도를 의미한다(Hsieh *et al.*, 2012; 조성은, 한은영, 2013). 페이스북, 트위터와 같은 SNS는 다양한 공동체와 넓은 인간관계를 추구하므로 약한 연결(weak tie)이나 일시적 연결(temporal tie) 관계의 특징을 가진다. 가족, 직장, 친한 친구들과의 관계로 형성되는 강한 연결(strong tie)에 비해 약한 연결은 연결거리나 강도에 있어 그들보다 떨어져 있는 사람들과 형성되는 관계를 의미하며 실제로 해당 사람들과 모르는 사이일 수도 있는 관계를 나타낸다. 불특정 다수의 사람들과 관계를 맺고 그 관계를 지속적으로 유지하는 과정에서 부담감을 느끼는 이용자들은 개방형 SNS를 이용하는 것에 부정적인 인식을 가질 수 있다. 뿐만 아니라 현재 이용 중인 개방형 SNS가 폐쇄형 SNS에 비해 사회적 관계를 형성하고 유지하는데 효과가 적다고 느낀다면 이용자는 SNS의 전환을 고려할 수 있을 것이다. Hsieh *et al.*(2012)의 연구에서도 약한 연결성은 현재 사용하고 있는 서비스에 대한 푸쉬 요인으로 제안되었으며 SNS 전환행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

두 번째로 제시한 프라이버시우려(privacy concern)는 개방형 SNS가 폐쇄형 SNS보다 사생활이나 개인정보의 침해문제에 더 취약할 수 있다고 인지하는 정도를 의미한다(Zhou and Li, 2014). 프라이버시우려는 SNS 이용자행동에 유의한 영향을 미치는 선행요인으로서 SNS 이용자가 프라이버시에 대한 우려를 높게 인식한다면 서비스의 이용 중단을 고려하고 프라이버시우려에 대해 인식하는 정도가 낮다면 서비스를 지속적으로 사용하는 것으로 나타났다(Zhou and Li, 2014; 박경자 등, 2014). 개방형 SNS 이용자들은 사생활

노출에 대한 불안감을 부정적으로 인식하는 측면이 있으며 폐쇄형 SNS는 지인의 범위를 제한하고 있으므로 어느 정도의 사생활 노출을 방지하는 특성을 가지고 있다. 따라서 개방형 SNS에서의 프라이버시 위험에 대해 높게 지각하는 이용자들이일수록 폐쇄적 네트워크 서비스를 내세우고 있는 폐쇄형 SNS로의 전환에 더 긍정적인 행동의지를 가질 것이라 볼 수 있다.

마지막으로 상대적 복잡성(relative complexity)은 개방형 SNS가 폐쇄형 SNS보다 사용법이 이해하기 어렵거나 쉽지 않다고 인지하는 정도를 의미하는 것으로 일반적으로 기술혁신 수용의 결정요인 중 하나로 알려져 있으며 혁신 채택을 결정하는데 중요한 판단 기준이 된다(Chun *et al.*, 2012). 최근 등장한 폐쇄형 SNS는 기존의 개방형 SNS에 대해 불편함이나 스트레스를 호소하는 이들을 겨냥하여 등장한 특화형 SNS로서 개방형 SNS의 스트레스 요인을 해소시킬 수 있는 부분이나 취약한 부분을 대폭 강화하였다는 점을 특징으로 한다(한국방송통신전파진흥원, 2014). 이용자들이 특정 시스템을 사용하면서 유사한 다른 시스템이나 서비스에 비해 복잡하다고 인지한다면 이는 해당 시스템에 대한 부정적인 측면으로 간주되고 피로감이나 스트레스를 유발시킬 수 있으며 사람들은 이로 인해 상대적으로 이해하기 쉽고 사용하기 쉬운 서비스로 전환하는 경향이 있다(Choi *et al.*, 2011).

따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 푸쉬 요인으로 제안한 약한 연결성, 프라이버시우려, 상대적 복잡성 등의 변수들이 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS로 전환하는데 유의한 영향을 미칠 것이라 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설 1: 약한 연결성은 SNS 전환의도에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2: 프라이버시우려는 SNS 전환의도에 정  
(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3: 상대적 복잡성은 SNS 전환의도에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.



### 3.2.2 풀 효과(Pull Factors)

풀 효과는 새로운 거주지로 사람들을 이끌게 하는 긍정적인 요소로서 본 연구에서는 SNS 이용자들이 폐쇄형 SNS로 전환하게 만드는 폐쇄형 SNS가 가지고 있는 긍정적이고 매력적인 요인이라 할 수 있다(Bansal *et al.*, 2005; Hou *et al.*, 2011; Moon, 1995).

첫 번째 변수인 즐거움(enjoyment)은 폐쇄형 SNS를 통해 제한된 인원의 구성원들과 소통하고 정보 및 콘텐츠를 공유하는 것에 대해서 재미와 흥미를 인지하는 정도를 의미한다(Davis *et al.*, 1989; Hsieh *et al.*, 2012). 특정 시스템이나 서비스에 대해 더 많은 즐거움을 느낄수록 사람들을 해당 시스템을 적극적으로 수용하려는 태도를 취하며 그 시스템이 쾌락적인 시스템일수록 더 긍정적인 자세를 취하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 또한, PPM을 바탕으로 한 연구에서도 즐거움은 SNS 재방문 및 전환의도에 유의한 영향을 미치는 선행요인인 것으로 나타났다(Hsieh *et al.*, 2012; 양창규 등, 2014). 폐쇄형 SNS의 경우 미리 정한 제한된 사람들과 소통이 이루어진다. 따라서 SNS 이용자들은 개방형 SNS에서 관계를 맺은 사람들보다 더 친밀한 소통을 할 수 있으며 이를 통해 재미와 흥미를 더 많이 느낄 수 있을 것으로 판단된다.

소속감(belongingness)은 폐쇄형 SNS를 통해 미리 정해진 오프라인의 지인들과 소통하고 콘텐츠와 정보를 공유함으로써 특정 집단에 함께 소속되어 있다고 인지하는 정도를 의미한다(박은경 등, 2014). 일반적으로 사람들은 특정 집단에 소속되려는 기본적 욕구가 내재되어 있어 집단 구성원의 한 사람으로서 인정받고 이를 통해 행복감을 느끼려 한다. 폐쇄형 SNS는 개방형 SNS와 다르게 일상생활에서 알고 지내는 미리 정해진 주위의 지인들로 구성된 집단을 바탕으로 한다. 즉, 폐쇄형 SNS는 강한 연결을 바탕으로 하며 주변인들과 더 친밀한 관계를 지속적으로 유지하고 그들의 집단에 소속되어 자신의 가치를 인정받으려는 감정을 가지는 SNS 이용자일수록 개

방형 SNS보다 폐쇄형 SNS에 더 매력을 느끼게 될 것이며 이러한 긍정적인 매력은 전환의도에 유의한 영향을 미칠 것이다(조성은, 한은영, 2013).

마지막으로 지인영향(peer influence)은 주변의 친한 친구, 동료들이 주로 폐쇄형 SNS를 통해 소통하고 정보와 콘텐츠를 공유하고 있거나 나에게 사용을 권유하는 것에 대해 인지하는 정도를 의미한다(Zengyan *et al.*, 2009; Zhou and Li, 2014; 조현 등, 2013). 기본적으로 SNS는 오프라인에서 맺어진 지인들과의 관계를 온라인상으로 확대시켜 관계를 유지하거나 새로운 인맥을 만들기 위해 사용하므로 지인의 영향을 많이 받는 온라인 서비스로 인식되고 있다. 이러한 맥락에서 기존 연구에서도 지인영향은 블로그와 같은 온라인 서비스에서 SNS로의 전환에 영향을 미치는 선행요인인 것으로 확인된 바 있다(Wu *et al.*, 2014; 조현 등, 2013). 주변의 지인들이 폐쇄형 SNS로의 초대를 유도하거나 페이스북, 트위터와는 다른 카카오톡, 네이버 밴드 등과 같은 새로운 서비스에 대해 알려주고 함께 하길 권유한다면 SNS 이용자의 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS로의 전환확률은 높아질 것이다.

따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 풀 요인으로 제안한 즐거움, 소속감, 지인영향 등의 세 가지 변수를 제안하고 이들 변수들이 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS로 전환하는데 유의한 영향을 미칠 것이라 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4: 즐거움은 SNS 전환의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5: 소속감은 SNS 전환의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 지인영향은 SNS 전환의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.3 무어링 효과(Mooring Factors)

무어링 효과는 SNS 이용자의 상황적 요소로서 서비스 전환을 쉽게 진행시키거나 반대로 방

해하는 모든 상황적 요인들을 의미한다. 무어링 효과로 제시한 첫 번째 변수인 SNS 피로감(SNS fatigue)은 개방형 SNS를 사용함에 따라 과도한 불편함과 스트레스를 느끼고 이로 인해 발생하는 디지털 피로감에 대해 인지하는 정도를 의미한다(김명수, 이동주, 2012; 임명서, 2013). SNS는 콘텐츠와 정보의 공유, 관계의 형성과 유지와 같은 편익도 제공해주는 반면 이를 위해 이용자가 느끼는 부담감 혹은 과부하 등도 나타나는 것으로 알려져 있으며 트위터의 경우 SNS 피로감을 호소하는 이용자들로 인해 성장이 부진한 것으로 나타났다(김희연, 오주현, 2012). SNS는 타인과의 지속적인 관계 유지를 위해 꾸준히 관리해야 한다는 점이 이용자의 피로감을 유발시키는 요인 중 하나로 지적된다(김희연, 오주현, 2012; 이현지, 정동훈, 2013; 조성은, 한은영, 2013). 폐쇄형 SNS도 타인과의 관계 유지에 지속적인 관심을 가져야 하지만 개방형 SNS는 관리 대상의 범위가 더 광범위하고 정보의 흐름도 매우 복잡하며 그 양도 엄청난 속도로 증가하고 있어 이용자들은 피로감을 더 강하게 느낀다. 최근에는 개방형 SNS에서 사생활 노출과 같은 문제들이 빈번하게 발생하면서 그로 인한 피로감과 스트레스를 호소하는 경우도 나타나고 있으며 개방형 SNS 이용 자체를 중단하거나 폐쇄형 SNS으로의 전환을 고려하는 이용자들도 증가하고 있다(한국방송통신전파진흥원, 2014). 기존연구에서도 특정 시스템이나 서비스에 대한 스트레스나 피로감이 높아질수록 이용자의 지속적인 이용의지는 낮아지며 이용 중단으로도 이어지는 것으로 나타났다(김명수, 이동주, 2012; 이현지, 정동훈, 2013). 따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 개방형 SNS에서 느끼는 피로감이 푸쉬 효과와 SNS 전환의도 간의 관계에 영향을 미칠 것이라 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 7: SNS 피로감은 약한 연결성과 SNS 전환의도 간의 관계를 강화시킬 것이다.

가설 8: SNS 피로감은 프라이버시우려와 SNS 전환의도 간의 관계를 강화시킬 것이다.

가설 9: SNS 피로감은 상대적 복잡성과 SNS 전환의도 간의 관계를 강화시킬 것이다.

사용자저항(user resistance)은 지속적으로 개방형 SNS를 사용하는 것에 대해 거부감을 느끼거나 개방형 SNS에서 발생하는 부정적인 변화에 의해 느끼는 위협감에 대한 인식하는 정도를 의미한다(Ram, 1987; 윤승욱, 2013; 최새술, 유재홍, 2012). 개방형 SNS가 기존의 오프라인 관계를 지속적으로 유지하고 넓은 인맥을 형성하며 다양한 정보를 공유하는데 중요한 역할을 하고 있으나 SNS가 확산되고 최근 몇 년 간 개인정보 유출이나 사생활 침해, 허위정보의 유통, 피로감 증가 등으로 인한 문제들이 나타나면서 SNS 사용에 대한 불안감이나 저항감이 점차 높아지고 있다. 이로 인해 페이스북과 같은 개방형 SNS 이용 정도는 감소되고 있는 추세이며 개방형 SNS 이용자들은 폐쇄형 SNS를 통해 사생활을 보호받고 강한 연결 관계를 유지하고 강화시키려 하는 것으로 나타났다. 기존 연구에서도 개인이 특정 시스템을 채택한 이후 자신이 가지고 있던 기존 신념이나 태도에 크게 반하는 변화에 노출되는 상황이 발생하면 이를 수용하기보다는 회피함으로써 자신의 신념과 태도를 유지하려는 경향을 나타내며 사용자 저항이 특정 시스템의 이용의사에 중요한 영향을 미치는 요인인 것으로 나타났다(최새술, 유재홍, 2012). 따라서 본 연구에서는 개방형 SNS에 대해 나타난 이용자들의 저항이 풀 효과와 전환의도 간의 관계에 영향을 미칠 것이라 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 10: 사용자저항은 즐거움과 SNS 전환의도 간의 관계를 강화시킬 것이다.

가설 11: 사용자저항은 소속감과 SNS 전환의도 간의 관계를 강화시킬 것이다.

가설 12: 사용자저항은 지인영향과 SNS 전환의도 간의 관계를 강화시킬 것이다.

## IV. 연구방법 및 실증분석

### 4.1 자료수집 및 표본특성

본 연구에서 푸쉬 효과와 풀 효과의 총 6개 변수가 개방형 SNS를 주로 이용하는 SNS 이용자의 폐쇄형 SNS로의 전환의도에 어떤 영향을 미치는지를 검증하기 위해 SNS 이용자들 중 주로 개방형 SNS를 사용하고 있는 이용자들 중 폐쇄형 SNS로의 전환경험이 있는 이용자들을 자료 수집의 대상으로 정하였다. 자료 수집은 총 4주간 현장 및 방문 설문 방식을 통해 진행되었으며 이러한 진행 방식을 통해 자료의 정확성을 높이고자 하였다. 총 1,000부의 설문지를 대구, 부산, 광주 및 서울/경기 지역의 대학교 및 공공 장소에서 무작위로 선정한 참여자들을 대상으로 실시하였으며, 이 중 총 307부(회수율 30.7%)의 설문을 회수 하였다. 하지만 응답이 불완전한 설문지 및 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS으로 전환한 경험이 없는 응답 총 32부를 제외한 285부를 분석에 사용하였다. 다음의 <표 1>은 설문 참여자들의 특성에 대해 요약하고 있다.

우선 설문에 참여한 응답자의 성별을 보면 여자가 67.02%, 남자 32.98%로 나타났으며 연령은 20~29세 32.98%, 30~39세 30.53%, 40~49세 21.05%, 50세 이상 15.44%의 순으로 나타났다. 직업은 학생이 29.12%로 가장 높았으며, 그 다음으로 영업 및 판매직(21.05%), 자영업(14.39%) 순으로 나타났다. 다음으로 설문에 참여한 응답자들의 SNS 이용기간은 1~2년(31.23%), 3년 이상(30.18%), 2~3년(22.81%), 1년 미만(15.79%) 순으로 나타났다. SNS 이용목적은 커뮤니케이션이 81.40%로 가장 높았으며, 그 다음으로 콘텐츠 공유(72.63%), 자기표현(52.28%), 관계형성 및 유지(39.65%), 전문가 검색(35.44%), 기타(13.33%) 순으로 나타났다. SNS를 주로 사용하는 전자기기로는 스마트폰이 44.91%로 가장 높았으며 노트북/넷북(23.16%), PC(17.89%), 태블릿PC(14.04%)의 비율로 나타났다. 마지막으로 1일 평균 SNS 계정 접속 빈도는 3회

<표 1> 응답자의 일반적 특성 및 SNS 이용 특성

분류		빈도 (명)	응답비율 (%)
성별	남자	94	32.98%
	여자	191	67.02%
연령	20~29세	94	32.98%
	30~39세	87	30.53%
	40~49세	60	21.05%
	50세 이상	44	15.44%
직업	학생	83	29.12%
	사무 및 교육직	29	10.18%
	자영업	41	14.39%
	전문기술/엔지니어직	38	13.33%
	영업 및 판매직	60	21.05%
SNS 이용기간	기타	34	11.93%
	1년 미만	45	15.79%
	1~2년 미만	89	31.23%
	2~3년 미만	65	22.81%
SNS 이용목적 (복수응답)	3년 이상	86	30.18%
	전문가검색	101	35.44%
	콘텐츠공유	207	72.63%
	커뮤니케이션	232	81.40%
	관계형성 및 유지	113	39.65%
SNS 주 이용기기	자기표현	149	52.28%
	기타	38	13.33%
	PC	51	17.89%
	노트북/넷북	66	23.16%
SNS 계정 접속 빈도 (1일 평균)	스마트폰	128	44.91%
	태블릿PC	40	14.04%
	3회 미만	106	37.19%
	3회~5회 미만	73	25.61%
합계	5회~7회 미만	72	25.26%
	7회 이상	34	11.93%
	합계	285	100.0%

미만(37.19%), 3회~5회(25.61%), 5회~7회(25.26%), 7회 이상(11.93%) 순으로 나타났다.

### 4.2 측정변수

연구모형에서 제안한 잠재변수를 측정하기 위한 항목은 총 3가지 단계를 거쳐 개발 하였다.

먼저 기존연구 조사를 통해 각 잠재변수와 관련된 항목을 채택한 후 본 연구에 적합하게 수정 및 보완을 하였다. 예를 들면, 푸쉬 효과에서 약한 연결성의 3개 항목은 Hsieh *et al.*(2012)의 연구에서, 프라이버시우려와 상대적 복잡성의 각 측정항목은 Chun *et al.*(2012), Wu *et al.*(2014), Zhou and Li(2014) 등의 연구에서 채택하였다. 또한, 풀 효과의 3개 변수는 Hsieh *et al.*(2012), Wu *et al.*(2014), Zhou and Li(2014), 조현 등(2013) 등의 연구로부터, 조절변수로 제안한 무어링 효과의 SNS 피로감과 사용자저항은 김명수와 이동주(2012), 최새술과 유재홍(2012) 등의 연구에서, 마지막으로 SNS 전환의도는 Zengyan *et al.*(2009)와 Wu *et al.*(2014)의 연구를 바탕으로 개발하였다. 채택 및 수정한 모든 항목들은 이렇게 도출된 모든 항목들은 (1)강한 부정에서부터 (7)강한 긍정에 걸친 7점 리커트(seven-point Likert scale)의 항목을 사용하였다.

이렇게 개발된 모든 항목들은 대학의 관련 분야 연구자를 대상으로 내용타당성(content validity) 검정을 실시하여 각 항목의 정확성 및 어법 등을 재검토 하였다. 내용타당성 검증 후 사전조사를 통해 통계적으로 각 측정항목의 신뢰성 및 타당성 검정을 통해 최종 항목을 개발하였다. <표 2>는 각 연구변수의 조작적 정의와 관련된 연구에 대해 요약하고 있다.

### 4.3 측정모형검정

본 연구에서 수집된 자료 분석은 AMOS19.0을 사용하여 측정모형에 대한 검증을 실시하였다. 측정모형 검증은 크게 두 가지로 우선 연구모형에서 제안한 각 잠재변수의 신뢰성 검증과 각 측정항목이 측정하고자 하는 잠재변수를 제대로 측정하는지를 검증하는 타당성(집중타당성 및 판별타당성) 검증을 실시하였다. 우선 신뢰성

<표 2> 연구변수의 조작적 정의 및 관련연구

연구변수	조작적정의	관련연구
약한 연결성	개방형 SNS가 폐쇄형 SNS보다 사회적 관계를 지속적으로 형성하고 유지하는 것에 더 약한 특성을 가진다고 인지하는 정도	Hsieh <i>et al.</i> (2012)
프라이버시우려	개방형 SNS가 폐쇄형 SNS보다 사생활이나 개인정보의 침해문제에 더 취약할 수 있다고 인지하는 정도	Zhou and Li(2014)
상대적 복잡성	개방형 SNS가 폐쇄형 SNS보다 사용법이 이해하기 어렵거나 쉽지 않다고 인지하는 정도	Chun <i>et al.</i> (2012)
즐거움	폐쇄형 SNS를 통해 제한된 인원의 구성원들과 소통하고 정보 및 콘텐츠를 공유하는 것에 대해서 재미와 흥미를 인지하는 정도	Hsieh <i>et al.</i> (2012)
소속감	폐쇄형 SNS를 통해 미리 정해진 오프라인의 지인들과 소통하고 콘텐츠와 정보를 공유함으로써 특정 집단에 함께 소속되어 있다고 인지하는 정도	박은경 등(2014)
지인영향	주변의 친한 친구, 동료들이 주로 폐쇄형 SNS를 통해 소통하고 정보와 콘텐츠를 공유하고 있거나 나에게 사용을 권유하는 것에 대해 인지하는 정도	Zhou and Li(2014)
SNS 피로감	개방형 SNS를 사용함에 따라 과도한 불편함과 스트레스를 느끼고 이로 인해 발생하는 디지털 피로감에 대해 인지하는 정도	김명수, 이동주(2012)
사용자저항	지속적으로 개방형 SNS를 사용하는 것에 대해 거부감을 느끼거나 개방형 SNS에서 발생하는 부정적인 변화에 의해 느끼는 위협감에 대한 인식하는 정도	최새술, 유재홍(2012)
SNS 전환의도	현재 주로 사용하고 있는 SNS를 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS로 이동하여 이용하고자 하는 행동의지	Chang <i>et al.</i> (2014) Zengyan <i>et al.</i> (2009)

검증은 Cronbach's Alpha 계수값과 평균분산추출(Average Variance Extracted: AVE)값 검증을 통해 판단하였다. 개인대상 연구에서 Alpha 값은 0.7 이상(Gefen et al., 2003) 그리고 AVE 값은 0.5 이상이어야(Carmines and Zeller, 1979) 측정모형의 신뢰성이 확보되었다고 할 수 있다. 분석 결과 연구 모형에 포함된 모든 구성개념의 Alpha 값은 0.738-0.953으로 기준값이 0.7을 상회하는 것으로 나타났다. 또한 AVE값 역시 0.624-0.771로 기준값 0.5 이상으로 나타나 측정모형의 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

타당성 검증 중 집중타당성(convergent validity)은 요인분석의 요인값(factor loading)으로 판단하였으며, 판별타당성(discriminant validity)은 각 구성개념의 AVE 제곱근값과 상관계수를 비교하여 검증하였다. 구성개념을 측정하는 모든 요인값은 0.7 이상이어야 하며, AVE 제곱근 값은 구성개념의 상관계수값 보다 커야 타당성이 확보되었다고 할 수 있다(Fornell and Larcker, 1981). 요인분석 결과 모든 측정항목의 요인값은 0.7 이상으로 나타나 집중타당성은 확보 되었으며, 각 구성개념의 AVE 제곱근 값 역시 종과 횡의 상관계수값 보다 높아 판별타당성 역시 문제가 없는 것으로 나타났다. <표 3>은 측정모형의 신뢰성 및 집중타당성 분석 결과에 대해 요약하고 있으며, <표 4>는 판별타당성 검증 결과를 보여준다.

<표 3> 측정변수의 신뢰성 및 집중타당성 분석결과

변수	항목	요인값	t-값	Cronbach's Alpha	AVE
약한 연결성	WC1	0.742	-	0.822	0.624
	WC2	0.758	20.375		
	WC3	0.865	17.345		
프라이버시우려	PC1	0.806	-	0.748	0.659
	PC2	0.840	15.745		
	PC3	0.788	17.075		
상대적 복잡성	RC1	0.850	-	0.812	0.726
	RC2	0.827	17.745		
	RC3	0.878	15.775		
즐거움	ENJ1	0.859	-	0.953	0.771
	ENJ2	0.865	17.105		
	ENJ3	0.910	12.325		
소속감	BE1	0.840	-	0.849	0.689
	BE2	0.762	11.615		
	BE3	0.883	13.895		
지인영향	PI1	0.825	-	0.844	0.667
	PI2	0.869	20.445		
	PI3	0.752	16.305		
SNS 피로감	FAT1	0.897	-	0.793	0.722
	FAT2	0.866	16.655		
	FAT3	0.779	14.075		
	FAT4	0.852	17.845		
사용자 저항	UR1	0.795	-	0.738	0.679
	UR2	0.882	16.755		
	UR3	0.784	18.085		
	UR4	0.831	15.675		
SNS 전환의도	SI1	0.791	-	0.875	0.659
	SI2	0.774	19.495		
	SI3	0.877	17.105		
	SI4	0.801	16.595		

주) - : 분석 시 '1'로 고정.

<표 4> 잠재변수의 판별타당성 분석 결과

변수	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 약한 연결성	<b>0.790</b>								
2. 프라이버시우려	0.266	<b>0.812</b>							
3. 상대적 복잡성	0.185	0.315	<b>0.852</b>						
4. 즐거움	0.275	0.297	0.283	<b>0.878</b>					
5. 소속감	0.214	0.370	0.194	0.312	<b>0.830</b>				
6. 지인영향	0.377	0.409	0.275	0.294	0.388	<b>0.817</b>			
7. SNS 피로감	0.345	0.289	0.328	0.282	0.184	0.382	<b>0.850</b>		
8. 사용자 저항	0.423	0.412	0.307	0.198	0.202	0.344	0.208	<b>0.824</b>	
9. SNS 전환의도	0.381	0.314	0.211	0.377	0.424	0.203	0.285	0.297	<b>0.812</b>

주) 진하게 표시된 대각선 값은 AVE의 제곱근.

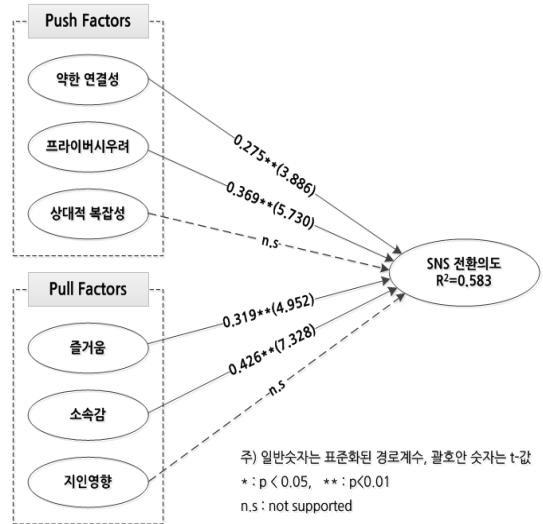
### 4.4 구조모형 분석

연구모형의 구성요소에 대한 측정모형 검증 후 최종 수집된 자료(n = 285)로 본 연구에서 제안한 12개의 가설을 검증하였다. 가설 검증은 연구모형의 직접효과(direct effect) 검증과 조절효과 검증 2단계를 거쳐 이루어졌다. 우선 제안된 가설 중 조절효과와 관련된 가설을 제외한 6개 가설 1~가설 6)은 AMOS19.0에서 구조방정식 분석을 통해 직접효과 분석을 실시하였다. 분석결과를 살펴보면, 먼저 푸쉬 효과로 제시한 3개의 변수 중 약한 연결성은 경로계수 0.275(p < 0.01), 프라이버시우려는 경로계수 0.369(p < 0.01)로 SNS 전환의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1과 가설 2는 채택되었다. 그러나 상대적 복잡성은 경로계수 0.063으로 SNS 전환의도에 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타나 가설 3은 기각되었다.

풀 효과로 제시한 3개의 변수 중에서는 즐거움은 경로계수 0.319(p < 0.01), 소속감은 경로계수 0.426(p < 0.01)으로 SNS 전환의도에 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설 4와 가설 5는 채택되었다. 그러나 지인영향은 경로계수 0.073으로 SNS 전환의도에 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타나 가설 6은 기각되었다.

직접효과의 각 경로계수 외에 내생변수의 설명력 정도를 알려주는 결정계수 R<sup>2</sup>값을 살펴보면 SNS 전환의도의 R<sup>2</sup>값은 0.583으로 나타났다. 이는 곧 SNS 전환의도 내생변수가 가지고 있는 정보의 58.3%는 푸쉬 효과와 풀 효과의 6개 외생변수 중 상대적 복잡성과 지인영향을 제외한 나머지 4개 변수의 변동으로 설명할 수 있다는 것을 의미한다. 다음의 <그림 2>는 연구모형의 직접효과에 대한 분석 결과에 대해 보여 주고 있다.

다음으로 무어링 효과로 제안한 2개의 조절변수와 관련된 총 6개의 가설은 Carter and Russell (2003)이 제안한 조절된 다중회귀(Moderated Mul-



<그림 2> 직접효과 경로계수 분석결과

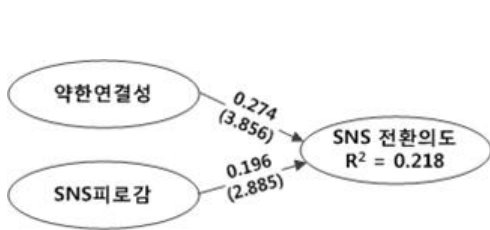
iple Regression: MMR) 방법에 따라 검증 하였다. MMR에서는 내생변수(혹은 영향을 받는 변수)에 영향을 주는 변수(선행변수 혹은 영향을 주는 변수)를 외생변수와 조절변수로 분석 했을 때 R<sup>2</sup>(R<sub>a</sub><sup>2</sup>)값과 선행변수를 외생변수, 조절변수 그리고 외생변수와 조절변수를 곱한 상호작용변수로 했을 때 R<sup>2</sup>(R<sub>m</sub><sup>2</sup>)값의 비교를 통해 조절변수의 영향을 결정한다. 이 두 경의 R<sup>2</sup>값의 차이(ΔR<sup>2</sup>), 표본수(N), 그리고 선행변수 수(degree of freedom: df)를 고려하여 아래 수식에 따라 F-값 통계로 조절효과의 유의성을 결정한다.

$$F_{(df_m - df_a, N - df_m - 1)} = \frac{\Delta R^2(N - df_m - 1)}{(1 - R_m^2)(df_m - df_a)}$$

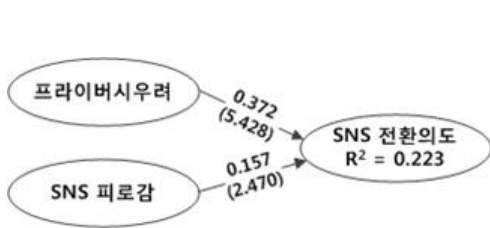
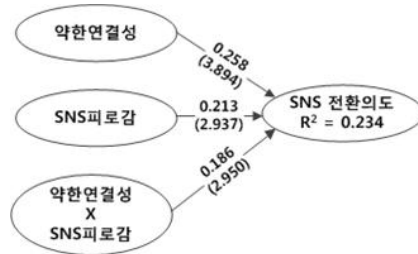
예를 들면, H7(약한 연결성 → SNS 전환의도 사이에서 SNS 피로감의 조절효과)를 검증하기 위해 우선 선행변수를 약한 연결성과 SNS 피로감으로 하였을 때 R<sub>a</sub><sup>2</sup>값, 0.218를 구한 후 선행변수를 약한 연결성, SNS 피로감 그리고 두 변수의 곱한 상호작용변수로 하였을 때 R<sub>m</sub><sup>2</sup> 값, 0.234를 구하였다. 표본의 수는 285이며, dfa는 2(약한 연

결성과 SNS 피로감), dfm은 3(약한 연결성, SNS 피로감, 약한 연결성 X SNS 피로감)이다. 이에 F-값은 5.869로 유의수준 0.05에서 가설 7은 채택

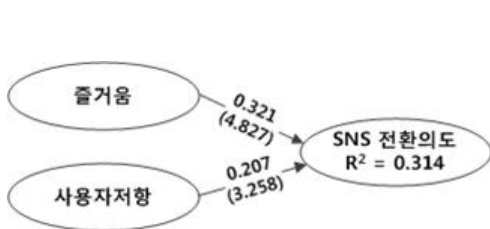
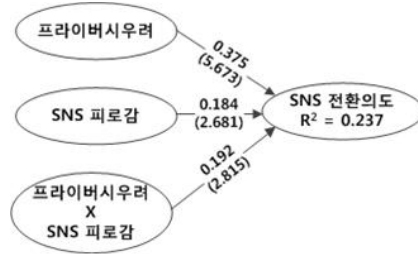
되었다. <그림 3a>, <그림 3b>, <그림 3c>, <그림 3d>는 MMR 접근방법에서 조절효과 검증에 대해 채택된 가설 7, 8, 10, 11에 대해 묘사하고 있다.



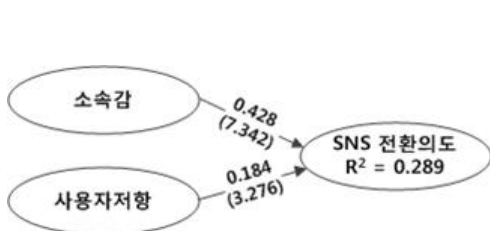
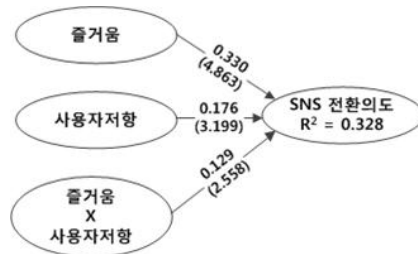
(a) MMR을 사용한 조절효과(가설 7)



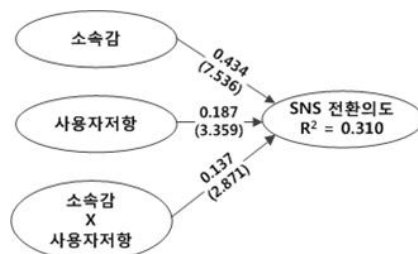
(b) MMR을 사용한 조절효과(가설 8)



(c) MMR을 사용한 조절효과(가설 10)



(d) MMR을 사용한 조절효과(가설 11)



<그림 3> MMR을 사용한 조절효과

〈표 5〉 가설검증 결과요약

가설	경로	표준화된 경로계수	t-값	차이	F-값	결과
푸쉬 요인						
가설 1	약한 연결성 → SNS 전환의도	0.275**	3.886	-	-	채택
가설 2	프라이버시우려 → SNS 전환의도	0.369**	5.730	-	-	채택
가설 3	상대적 복잡성 → SNS 전환의도	0.063	0.095	-	-	기각
풀 요인						
가설 4	즐거움 → SNS 전환의도	0.319**	4.952	-	-	채택
가설 5	소속감 → SNS 전환의도	0.426**	7.328	-	-	채택
가설 6	지인영향 → SNS 전환의도	0.073	0.836	-	-	기각
SNS 피로감의 조절효과 검증( $R^2$ 차이를 통한 F-값 검증)						
가설 7	약한 연결성 → SNS 전환의도 ↑ SNS 피로감	-	-	0.016	5.869*	채택
가설 8	프라이버시우려 → SNS 전환의도 ↑ SNS 피로감	-	-	0.014	4.788*	채택
가설 9	상대적 복잡성 → SNS 전환의도 ↑ SNS 피로감	-	-	0	0	기각
사용자저항의 조절효과 검증( $R^2$ 차이를 통한 F-값 검증)						
가설 10	즐거움 → SNS 전환의도 ↑ 사용자저항	-	-	0.014	5.854*	채택
가설 11	소속감 → SNS 전환의도 ↑ 사용자저항	-	-	0.021	8.552**	채택
가설 12	지인영향 → SNS 전환의도 ↑ 사용자저항	-	-	0	0	기각

주) \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ .

조절효과와 관련된 나머지 가설 역시 동일한 방법으로 분석 하였다. SNS 피로감 조절효과와 가설 8은  $R_a^2$  값은 각각 0.223 그리고 값은 0.237로 F-값은 4.788로 유의수준 0.05에서 채택 되었다. 하지만 가설 9와 관련된  $R_a^2$  값과  $R_m^2$  값은 0.286으로 동일하여 가설 9는 기각되었다. 또한 사용자저항 조절변수와 관련된 가설 10, 가설 11, 가설 12에

대한 분석 결과 가설 10과 가설 11에 대한  $R_a^2$  값은 각각 0.314, 0.289이며,  $R_m^2$  값은 각각 0.328와 0.310으로 F-값 5.854과 8.552로 유의수준 0.05와 0.01에서 지지되었다. 하지만 지인영향과 SNS 전환의도의 관계에서 사용자저항의 효과를 검증하는 가설 12는 기각 되었다. <표 5>는 본 연구에서 제안하는 모든 가설검증 결과에 대해 보여 주고 있다.



## V. 결 론

### 5.1 연구결과요약 및 시사점

SNS는 사람들 간의 소통의 매체이자 공유 및 인맥관리를 위한 도구로 활용되면서 사회에 긍정적인 영향을 미치고 사회자본을 향상시킨다. 하지만 SNS의 지속적인 시장 성장과 함께 개인 정보의 유출, 사생활 침해, 인맥 관리에서 야기되는 피로감과 스트레스 등의 부정적인 측면들도 나타나면서 이로 인한 서비스 이용중단이나 서비스 전환에 대한 관리의 필요성과 중요성이 강조되고 있다. 특히, 최근에는 특정 지인들과 그룹을 형성해 소통하는 폐쇄형 SNS가 인기를 끌기 시작하면서 폐쇄형 SNS만을 이용하거나 개방형 SNS와 폐쇄형 SNS를 병행하여 이용하는 사람들이 점차 증가하고 있어 SNS 이용과 사회관계에 따른 관심도 증가하고 있다. 하지만 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS으로의 서비스 전환에 대한 인식이나 이에 대한 연구는 아직은 미미한 실정이다.

이에 본 연구는 SNS 이용자들을 대상으로 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS로의 서비스 전환에 영향을 주는 요인들에 대한 실증 연구를 수행하여 개방형 SNS에 대해 부정적으로 인식하는 요인들과 폐쇄형 SNS에 대해 긍정적으로 인식하는 요인들에 대한 이해를 돕고 서비스 전환에 대한 인식과 관심의 중요성을 강조하고자 하였다. 또한, SNS 이용자들의 피로감과 스트레스 그리고 서비스 이용에 대한 부정적인 감정에서 유발되는 저항적 태도에 대한 인식을 고취하고 이에 대한 이해를 높이고자 하였다.

연구의 목적을 달성하기 위해 본 연구에서는 인간의 이주 현상을 설명하는데 유용한 이론적 모형으로 적용하고 있는 PPM 모형과 선행연구를 근거로 모형의 각 항목에 해당하는 세부 요인을 제안하였다. 먼저 개방형 SNS에 대해 느끼는 부정적 요소인 푸쉬 효과로는 약한 연결성, 프라이버시우려, 상대적 복잡성의 3가지 변수를

제안하였으며 폐쇄형 SNS에 대해 느끼는 긍정적 요소인 풀 효과로는 즐거움, 소속감, 지인영향의 3가지 변수를 제안하였다. 마지막으로 SNS 이용자의 상황적 요소인 무어링 효과로는 SNS 피로감과 사용자저항을 제안하였다. 먼저 제안한 변수들 중 푸쉬 효과와 풀 효과가 SNS 전환의도에 어떤 영향을 주는지에 대해 검증하였으며 무어링 효과 중 SNS 피로감이 푸쉬 효과와 전환의도 간의 관계에 미치는 조절효과와 사용자저항이 풀 효과와 전환의도 간의 관계에 미치는 조절효과에 대해 검증하였다.

본 연구의 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, PPM 모형에서 푸쉬 효과로 제안한 세 개의 변수 중 두 개의 변수, 약한 연결성과 프라이버시우려는 SNS 전환의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 모르는 사람들과 이야기하는 것보다 주변의 지인들과 소통하는 것에 더 익숙한 SNS 이용자들의 경우 페이스북이나 트위터와 같은 개방형 SNS가 가진 약한 사회적 연결 관계에 대해 부정적으로 인식하고 있음을 알 수 있다. 폐쇄형 SNS의 경우 SNS를 통해 새롭고 많은 사회적 인간관계를 만드는 도구가 아니라 기존의 지인들과 소통하는 도구로서 활용되는 경향이 있다(장성희, 김승인, 2013). 따라서 약한 연결 관계보다 가족, 친구, 동료와 같은 주변의 지인들과의 강한 연결 관계를 중시하거나 이를 편하게 느끼는 사람들은 개방형 SNS보다는 폐쇄형 SNS를 이용하고 관리하는 것에 더 집중하려 할 것이다. 페이스북과 트위터와 같은 SNS들이 개방성을 띠게 된 이유는 다양한 정보와 콘텐츠를 많은 사람들과 쉽게 공유하려는 점이 큰 몫을 하였다. 하지만 정보와 콘텐츠를 공유하기 위해 이용자들은 자기를 노출시켜야 한다. SNS는 개인의 신상정보 공개를 기반으로 웹 기반의 서비스를 제공하는 형태를 취하고 있다(Boyd and Ellison, 2008). 따라서 프로필을 통해 자신을 자연스럽게 노출시키는 환경은 사생활이나 개인정보가 침해될 수도 있다는 불안감

을 야기시킬 수도 있다. 그러므로 SNS 이용자들은 노출에 대한 불안감에서 해방되면서도 공유와 소통이라는 SNS의 긍정적인 기능을 활용하기 위해 폐쇄형 SNS로의 전환을 결정하게 될 것이다. 개방형 SNS를 이용하는 경우에도 신상정보를 볼 수 있는 대상을 지인으로 국한하여 제한적으로 작성함으로써 사생활 노출이나 프라이버시 우려에 대한 부정적인 감정을 나타내기도 한다(조성은, 한은영, 2013). 즉, 제한적으로 작성된 프로필은 지인들에게는 ‘내가 누구인지’를 확인할 수 있는 정보가 될 수 있지만 전혀 낯선 이들에게는 내가 어떤 사람인지 알기에는 부족한 정보인 것이다. 또한, 프라이버시에 대한 우려가 클수록 SNS 사용에 대해 갈등하는 심리적 부조화에 영향을 미쳐 SNS 사용중단의도로 이어질 수 있으므로 프라이버시 우려는 SNS 관리에 있어 중요한 역할을 하는 것을 알 수 있다(박경자 등, 2014).

하지만, 상대적 복잡성은 SNS 전환의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 SNS 이용자들이 트위터와 페이스북과 같은 개방형 SNS를 카카오톡이나 네이버 밴드와 같은 폐쇄형 SNS와 비교할 때 사용법이나 이해의 정도가 더 어렵다고는 느끼지 않고 있음을 의미한다. SNS는 짧은 메시지, 사진, 동영상과 같은 콘텐츠를 공유하고 관계를 유지할 수 있는 기본적인 형태의 플랫폼을 제공하고 있다. 또한 본 연구의 응답자들은 1년 이상의 SNS 이용 경험을 가지고 있다. 응답자들의 경우 SNS 사용경험을 통해 기본적으로 SNS가 제공하는 유사한 서비스에 익숙해져 있을 것으로 판단된다. 따라서 개방형 SNS의 기능이나 사용법을 어렵다고 인식하지는 않는 것으로 생각된다. 뿐만 아니라 폐쇄형 SNS와 비교해서도 개방형 SNS의 사용법을 이해하는데 어려움을 느끼지는 않는 것으로 생각된다. 즉, SNS 이용자들이 개방형 SNS를 소극적으로 이용하게 되거나 개방형 SNS보다 폐쇄형 SNS를 주로 이용하고 서비스 전환을 고려

하게 되는 원인은 사회적 연결 관계에 대한 인식이나 사생활 침해에 대한 염려가 주된 이유라 할 수 있으며 SNS 사용의 복잡성은 서비스 전환에 별다른 영향을 미치지 않는 것으로 판단된다(조성은, 한은영, 2013).

둘째, PPM 모형에서 풀 효과로 제안한 세 개의 변수 중 두 개의 변수, 즐거움과 소속감은 SNS 전환의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 폐쇄형 SNS는 미리 제한한 특정 지인들과 그룹을 형성하여 소통하기 때문에 사생활이 어느 정도 보장되므로 자신의 감정이나 상태를 더 자유롭게 표현하고 공유할 수 있다. 또한 친한 지인들과의 소통을 통해 스트레스를 해소할 수 있으므로 개방형 SNS보다 더 큰 즐거움과 흥미를 느낄 수 있다. 따라서 개방형 SNS보다 폐쇄형 SNS에서 소통하는 것이 재미있는 SNS 이용자들은 폐쇄형 SNS로 서비스를 전환하고자 하는 것을 알 수 있다. 뿐만 아니라 폐쇄형 SNS는 오프라인의 강한 연결 관계를 바탕으로 그룹을 형성하고 그 공간에서 소통이 이루어지는데 자신이 해당 그룹에 소속된다면 집단에 소속되려는 기본적 욕구가 충족됨을 인지하게 된다. 이를 통해 SNS 이용자는 그룹의 구성원으로서 인정받았다는 기쁨과 행복감을 느끼고 더 적극적으로 폐쇄형 SNS에 참여하게 될 것이다(Chang *et al.*, 2014).

하지만 풀 요인으로 제안한 지인영향은 SNS 전환의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 폐쇄형 SNS의 대표적인 서비스인 네이버 밴드는 모임에 참여하기 위해서는 지인으로부터 초대를 받아야 가입이 가능하며, 카카오톡 그룹 역시 카카오톡 채팅방을 통해 초대를 받고 그룹 활동이 가능하다. 그러나 본 연구의 응답자들의 경우 지인들이 자신을 그룹에 초대하거나 자신이 다른 사람을 그룹에 초대하는 기능을 이용하는 것을 지인영향으로는 인식하지 못하고 있는 것으로 판단된다. 국내의 SNS 이용자들의 경우 폐쇄형 SNS를 이용하고 있는 비중이 높긴

하지만 트위터, 페이스북과 같은 개방형 SNS를 이용하면서 동시에 카카오토티와 같은 폐쇄적인 SNS를 병행해서 사용하는 경향이 높은 것으로 알려져 있다(이호영 등, 2013). 폐쇄형 SNS가 친분이 있는 지인들과의 폐쇄적인 소통에 강점을 두고 있으나 개방형 SNS의 경우에도 지인들과 소통하는 공간을 제공한다. 특히, 지금 교류가 있는 지인들 이외에 옛 지인들과의 연결망을 찾는 데 있어서는 개방형 SNS가 더 유용할 수 있으므로 응답자들은 SNS 유형 전환에 지인들의 영향을 크게 인식하고 있지 않은 것으로 판단된다.

셋째, PPM 모형에서 무어링 효과로 제안한 두 개의 변수 중 SNS 피로감은 푸쉬 효과의 약한 연결성과 SNS 전환의도 그리고 프라이버시 우려와 SNS 전환의도 간의 관계를 더욱 강화시키는 요인인 것으로 나타났다. 이는 개방형 SNS에서 자신의 감정이나 상태를 불특정 다수와 공개적으로 공유해야 하는 것에 대한 피로도가 증가하거나 개방형 SNS를 이용하는 과정에서 느끼는 사생활 노출, 개인정보 유출의 우려로 인한 스트레스가 증가할수록 폐쇄형 서비스로 전환하려는 의지가 강해짐을 의미한다. 두 번째로 제안한 사용자저항은 풀 효과의 즐거움과 SNS 전환의도 그리고 소속감과 SNS 전환의도 간의 관계를 더욱 강화시키는 요인인 것으로 나타났다. 즉, 개방형 SNS나 서비스 제공자에 대한 불신이 강해져 개방형 SNS를 처음 수용할 때 가졌던 자신의 기존 신념이나 태도가 변화한다면 SNS 이용자는 서비스 이용을 회피하거나 전환을 시도하려 할 것이다. 또는 새로운 서비스가 현재 자신이 이용하고 있는 서비스보다 자신에게 재미와 흥미, 소속의 행복감을 제공한다고 인식한다면 이는 현재 서비스에 저항하려는 태도와 결부하여 서비스 전환을 야기함을 의미한다.

## 5.2 연구의 시사점

본 연구는 최근 폐쇄형 SNS 시장이 빠르게 성

장하면서 국내 SNS의 주 이용 서비스로 자리잡아감에 따라 개방형 SNS와 폐쇄형 SNS가 함께 성장할 수 있는 시사점을 제시하고자 하였다. 우선 SNS에 대한 기존 연구들이 SNS 사용의지나 지속적 이용에 영향을 미치는 요인들을 SNS 이용자의 개인적 특성, 상황 요인적 특성, SNS 기능에 중점을 두고 접근하고 있는 것과 다르게 본 연구는 SNS 이용자의 서비스 전환의도를 살펴보고자 하였다. 기존에 수행된 SNS 전환의도에 관한 연구들은 블로그나 이메일 등의 온라인 서비스에서 페이스북, 트위터와 같은 사회적 인맥관계를 바탕으로 하는 SNS로의 전환행동에 대해 살펴보고 있는 연구가 대부분이다.

하지만 본 연구는 개방형 SNS 이용이 감소하고 폐쇄형 SNS 이용자 규모가 증가하고 있는 현 상황에 초점을 두고 개방형 SNS 이용자들의 폐쇄형 SNS로의 전환에 대한 연구의 틀을 마련하였다. 다시 말해, 본 연구에서는 SNS 유형을 서비스가 전면적으로 내세우고 있는 특징에 따라 개방형과 폐쇄형 SNS로 구분하고 주로 이용하는 서비스를 개방형에서 폐쇄형으로 전환하게 되는데 영향을 미치는 선행요인을 제시하여 실증적으로 검증함으로써 SNS 유형에 따른 개인의 전환행동에 대한 연구모형을 제시하였다는 점에서 그 의미가 있다. 뿐만 아니라, SNS 이용자의 서비스 유형 전환을 설명하기 위해 인간이주 이론 분야에서 가장 지배적인 페러다임으로 알려져 있는 PPM 모형을 본 연구의 이론적 틀로 제안하여 개방형 SNS의 부정적인 측면, 폐쇄형 SNS의 긍정적인 측면, SNS 이용자의 상황적 요인과의 인과관계를 이론화하여 증명했다는 점에서도 시사점이 있다. 특히, 기존의 PPM 모형을 적용한 대부분의 연구들이 선행연구에서 사용된 독립변수들을 다시 살펴보고 있는 것과 다르게 본 연구는 SNS 피로감, 프라이버시우려, 사용자저항 등과 같은 최근 관심이 부각되고 있는 SNS 현상을 독립변수로 제안함으로써 PPM과 관련된 기존 연구에서 실증적으로 연구되지

않은 일부 요인을 이론화하여 증명했다는 점에서 그 의의가 크다고 할 수 있다.

실무적으로는 개방형 SNS 기업과 폐쇄형 SNS 기업의 꾸준한 시장 성장을 위해 실질적으로 어떤 노력과 실제적인 변화가 필요한지에 대한 정보를 제공하였다. 먼저 본 연구의 실증분석 결과에 의하면 개방형 SNS 기업은 서비스 이용자들이 폐쇄형 서비스로 전환하게 되는 이유가 사생활 침해와 약한 연결 관계임을 알 수 있다. 즉, 개방형 SNS 기업들은 이용자들의 두 가지 부정적인 요인의 부작용을 최소화할 노력이 필요하다. 이를 위해 많은 사람들과의 소통 그리고 정보 및 콘텐츠를 공유하고자 하는 개방형 SNS의 이점을 부각시킴과 동시에 약한 연결성에 대해 피로감과 부담감을 느끼는 일부 SNS 이용자들을 위해 기술적인 관점에서 미리 정한 특정 지인들과 공간을 형성하여 소통할 수 있는 기능이나 환경을 제공할 수 있어야 할 것이다. 특히, 개방형 SNS들이 프라이버시 우려에 대한 프로필 설정 기능을 제공하고는 있으나 개인정보 공개설정 및 범위 설정에 대해 잘 모르고 있거나 어려움을 호소하는 이용자들이 있을 수 있으므로 적극적으로 해당 기능을 홍보하려는 노력이 필요할 것이다. 만일 이용자들이 정보주체자로서 자신의 정보를 스스로 통제할 수 있고 원하지 않는 사람과의 연결까지도 통제할 수 있다고 인지한다면 개방형 SNS에 대한 부정적인 감정요인을 최소화시킬 수 있을 것이고 이를 통해 서비스 전환과 이탈 또한 예방할 수 있을 것이다. 특히, SNS 이용자들이 인지하는 피로감이나 스트레스도 대부분 부정적 요인에 의해 야기되므로 이를 최소화하는 방안을 강구하려는 노력이 중요할 것이다.

폐쇄형 SNS의 경우 그룹을 형성하고 빠른 정보 공유 및 소통이 가능하다는 점에서 중요한 의미를 가진다. 그러나 SNS가 빠르게 확산되고 성장할 수 있었던 가장 큰 요인은 사회적 네트워크가 가진 가치 때문이다. 약한 연결 관계를 통해 사람들 간의 새로운 관계가 확산되고 다양

한 정보가 공유되며 신뢰가 형성되고 이를 바탕으로 사회적 가치가 창출되는 것이다. 그런데 SNS 연결망이 오프라인 관계 유지의 채널로만 활용된다면 SNS를 통해 얻을 수 있었던 사회 및 경제적 가치는 감소하거나 더디게 증가할 수 밖에 없다. 따라서 개방형 SNS에서 폐쇄형 SNS로 전환하려는 이용자들의 이용 행태를 바탕으로 정부와 서비스 제공자들이 앞장서서 개방형 SNS와 폐쇄형 SNS가 함께 활용될 수 있는 정책적 지원을 강구할 필요가 있다. 예를 들어, 모르는 사람들과 소통하고 정보와 콘텐츠를 공유하는 것에 부담감을 느끼는 이용자들에게 정부와 관련 기업 및 유관기관들이 공유와 집단지성에 대한 긍정적인 측면과 경제적 효과를 적극적으로 인식시키는 활동들을 주도한다면 이용자들의 인식 전환의 계기가 될 수 있을 것이다.

### 5.3 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구에서는 PPM 모형을 바탕으로 서비스 전환에 영향을 미치는 요인으로 개방형 SNS의 부정적 요인, 폐쇄형 SNS의 긍정적 요인 그리고 이용자의 상황적 요인을 제안하였다. 향후 연구에서는 본 연구에서 제안한 세부 요인들 이외에 전환행동에 영향을 미치는 요인들을 다른 관점에서 제안하여 SNS 유형 전환에 대한 이론화와 실증연구가 더 필요할 것으로 판단된다. 또한, 본 연구에서는 무어링 효과로 제안한 SNS 피로감과 사용자저항을 조절변수로 제안하였는데 향후 연구에서는 SNS 피로감과 사용자저항이 SNS 전환의도에 직접적으로 미치는 영향과 SNS 피로감이 풀 효과와 전환의도 간의 관계에, 그리고 사용자저항이 푸쉬 효과와 전환의도 간의 관계에 어떠한 조절변수로 작용을 하는지에 대한 연구도 수행되어야 할 것이다. 본 연구에서는 연령이나 개방형 SNS와 폐쇄형 SNS의 서비스 병행 이용 여부 등에 따른 차이에 대한 분석이 이루어지지 않았다. 연령에 따라 정보공유에 치중하

여 SNS를 사용하는 것인지 오프라인 인맥관계 유지를 위한 보조수단으로 주로 사용하는 것인지, SNS의 주된 이용목적에 차이가 있을 것이라 판단된다. 또한, 다양한 사람들과 정보공유를 위한 경우라면 개방형 SNS를 선호할 수 있을 것이고 오프라인 인맥관계 유지를 위한 보조수단으로 사용하는 경우라면 폐쇄형 SNS를 더 선호할 수 있을 것이다. 따라서 이에 대한 후속 연구도 필요할 것으로 판단된다.

## 참 고 문 헌

- 강미선, 최정일, 김용희, 연지영, “Mobile Social Network Service 기능별 속성이 업무수행 저하에 미치는 영향”, 경영학연구, 제42권, 제4호, 2013, pp. 1051-1071.
- 강성민, 엄기현, “온라인 음악서비스 산업에서 전환비용의 선행요인 및 전환비용이 고객충성도에 미치는 영향”, 제20권, 제2호, 2010, pp. 157-180.
- 김명수, 이동주, “소셜 네트워크 서비스 이용에 있어서의 디지털 피로감과 플로우의 역할”, e-비즈니스연구, 제13권, 제1호, 2012, pp. 67-87.
- 김희연, 오주현, “국내외 SNS의 현황과 사회적 의미”, 정보통신정책연구원, 제24권, 제12호, 2012, pp. 19-42.
- 박경자, 유 일, 이윤희, “소셜 네트워크 서비스(SNS) 사용의 부정적 감정과 사용중단의도에 관한 연구”, 지식경영연구, 제15권, 제2호, 2014, pp. 89-106.
- 박선화, 김광용, “소셜 네트워크 서비스에서 지속 사용의도 및 관계채널 확장에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 한국IT서비스학회지, 제11권, 제2호, 2012, pp. 319-337.
- 박은경, 김용희, 최정일, 김사승, “Social Network Game 이용자의 전환의도에 관한 연구: 카카오톡 플랫폼 기반 게임을 중심으로”, 서비스경영학회지, 제15권, 제1호, 2014, pp. 23-42.
- 양창규, 이충권, 황운초, “SNS 이용자의 재방문의도와 전환의도에 영향을 미치는 선행요인에 관한 연구”, 한국전자거래학회지, 제19권, 제2호, 2014, pp. 125-142.
- 연합뉴스, <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2014/06/18/0200000000AKR20140618185600017.HTML?from=search>, 2014.
- 윤승욱, “소셜 네트워크 서비스(SNS) 혁신저항에 관한 연구”, 언론과학연구, 제13권, 제3호, 2013, pp. 331-360.
- 이정민, 김병수, 조 현, “SNS 사용자의 후 채택 행위에 관한 이해”, Telecommunications Review, 제24권, 제1호, 2014, pp. 121-136.
- 이현지, 정동훈, “트위터와 페이스북의 이용중단의도에 관한 연구”, 한국언론학보, 제57권, 제4호, 2013, pp. 269-293.
- 이호영, 조성은, 한은영, 고흥석, 배영, “총괄보고서: 소셜플랫폼이 한국에 가져온 사회문화적 변화”, 정보통신정책연구원 기본연구, 2013, pp. 33-45.
- 임명서, “소셜 네트워크 스트레스가 소비자의 대처행동에 미치는 영향”, 인적자원관리연구, 제20권, 제4호, 2013, pp. 111-136.
- 장성희, 김승인, “폐쇄형 소셜 네트워크 서비스 애플리케이션 사용성 평가 연구: ‘네이버 밴드(Naver Band)와 카카오그룹(KaKao Group)’을 중심으로”, 디지털디자인학연구, 제14권, 제1호, 2013, pp. 378-386.
- 조성은, 한은영, “SNS의 이용과 개인의 사회관계 변화 분석: SNS 연결 관계를 통한 신뢰 사회 구현에 대한 전망”, 정보통신정책연구원 기본연구, 2013, pp. 9-27.
- 조 현, 박상선, 이강배, “사이버 이주: 온라인 서비스 전환에 관한 실증 연구”, Telecommunications Review, 제23권, 제4호, 2013, pp. 472-486.
- 최세술, 유재홍, “스마트폰 채택 및 지속사용에 있어 사용자 저항과 사회적 영향력의 역할에 대한 탐색연구”, Journal of Information Tech-

- nology Application and Management, 제19권, 제4호, 2012, pp. 41-59.
- 최현석, 김택겸, 조윤곤, “A Study on The Effects of Technostress on Flow and Continuous Use of SmartPhone”, 한국정보기술학회논문지, 제9권, 제8호, 2011, pp. 175-184.
- 한국방송통신전파진흥원, 폐쇄형 SNS의 부상과 전망, 트렌드포커스, 2014.
- 한국인터넷진흥원, 2013년 인터넷이용실태조사, 2013.
- Bansal, H. S., S. F. Taylor, and Y. S. James, “Migrating” to New Service Providers: Toward a Unifying Framework of Consumers’ Switching Behaviors”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.33, No.1, 2005, pp. 96-115.
- Bogue, D. J., A Migrant’s-Eye View of the Costs and Benefits of Migration to a Metropolis Internal Migration: A Comparative Perspective: NY: Academic Press, 1977, pp. 167-182.
- Boyd, D. M. and N. B. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.1, 2007, pp. 210-230.
- Carmines, E. G. and R. A. Zeller, Reliability and Validity Assessment, Newbury Park, CA: Sage Publications, 1979.
- Carte, T. A. and C. J. Russell, “In Pursuit of Moderation: Nine Common Errors and Their solutions,” *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3, 2003, pp. 479-501.
- Chang, I. C., C. C. Liu, and K. Chen, “The Push, Pull and Mooring Effects in Virtual Migration for Social Networking Sites”, *Information Systems Journal*, Vol.24, No.4, 2014, pp. 323-346.
- Cheng, Z., Y. Yang, and J. Lim, “Cyber, Migration: An Empirical Investigation on Factors that Affect Users’ Switch Intentions in Social Networking Sites”, 42nd Hawaii International conference on System Sciences, 2009, pp. 1-11.
- Chun, H., H. Lee, and D. Kim, “The Integrated Model of Smartphone Adoption: Hedonic and Utilitarian Value Perceptions of Smartphones among Korean College Students”, Vol.15, No.9, 2012, pp. 473-479.
- Davis, F. D., R. P. Bagozzi, and P. P. Warshaw, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models”, *Management Science*, Vol.35, No.8, 1989, pp. 982-1003.
- DeLone, W. H. and E. R. McLean, “The DeLone and McLean Model of Information System: A Ten-Year Update”, *Journal of Management Information Systems*, Vol.19, No.4, 2003, pp. 3-30.
- Fornell, C. and D. F. Larcker, “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error”, *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1, 1981, pp. 39-50.
- Gao, L. and X. Bai, “An Empirical Study on continuance Intention of Mobile Social Networking Services”, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol.26, No.2, 2014, pp. 168-189.
- Gefen, D., E. Karahanna, and D. Straub, “Inexperience and Experience with Online Stores: The Importance of TAM and Trust”, *IEEE Transactions on Engineering Management*, Vol.50, No. 3, 2003, pp. 307-321.
- Hou, A. C. Y., C. C. Chern, H. G. Chen, and Y. C. Chen, “ ‘Migrating to a New Virtual World’: Exploring MMORPG Switching through Human Migration Theory”, *Computers in Human Behavior*, Vol.27, No.5, 2011, pp. 1892-1903.
- Hsieh, J. K., Y. C. Hsieh, H. C. Chiu, and Y. C. Feng, “Post-adoption Switching Behavior for Online Service Substitutes: A Perspective of the Push-Pull-Mooring Framework”, *Computers in Human Behavior*, Vol.28, No.5, 2012, pp. 1912-1920.

- Moon, B., "Paradigms in Migration Research: Exploring 'Mooring' as a Schema", *Progress in Human Geography*, Vol.19, No.4, 1995, pp. 504-524.
- Ram, S., "A Model of Innovation Resistance", *Advances in Consumer Research*, Vol.14, 1987, pp. 208-212.
- Ravenstein, E., "The Laws of Migration: Second Paper", *Journal of the Royal Statistical Society*, Vol.52, No.2, 1889, pp. 241-305.
- Ravenstein, E., "The Laws of Migration", *Journal of the Statistical Society*, Vol.48, No.2, 1885, pp. 167-235.
- Wu, Y. L., Y. H. Tao, C. P. Li, S. Y. Wang, and C. Y. Chiu, "User-Switching Behavior in Social Network Sites: A Model Perspective with Drill-Down analyses", *Computers in Human Behavior*, Vol.33, 2014, pp. 92-103.
- Zhou, T. and H. Li, "Understanding Mobile SNS Continuance Usage in China from the Perspectives of Social Influence and Privacy Concern", *Computers in Human Behavior*, Vol.37, 2014, pp. 283-289.

### 〈별첨〉 연구변수와 측정항목

구 분	연구변수	조작적정의
Push Factors	약한연결성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 나와 개방형 SNS 통해 소통하는 사람들이 점차 감소하고 있다고 생각한다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS를 통한 연결 정도가 점점 약해지고 있다고 생각한다.</li> <li>• 나는 소수의 사람들만이 개방형 SNS를 통해 소통하고 있다고 생각한다.</li> </ul>
	프라이버시 우려	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 나는 개방형 SNS를 통해 개인정보가 유출될 것 같은 불안감을 느낀다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS 계정이 도용될 수 있다는 불안감을 느낀다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS 사용하는 동안 프라이버시 침해에 대해 늘 걱정한다.</li> </ul>
	상대적 복잡성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 나는 개방형 SNS 이용이 쉽지 않다고 생각한다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS 이용방법을 이해하는 과정에서 심리적 피로함을 느낀다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS 이용방법을 익히는 것이 폐쇄형 SNS보다 상대적으로 어렵다고 생각한다.</li> </ul>
Pull Factors	즐거움	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 나는 폐쇄형 SNS를 이용하는 것이 개방형 SNS보다 흥미롭다고 생각한다.</li> <li>• 나는 폐쇄형 SNS를 이용하는 것에서 개방형 SNS보다 더 큰 행복감을 느낀다.</li> <li>• 나는 폐쇄형 SNS를 이용하는 것이 개방형 SNS보다 더 재미있다.</li> </ul>
	소속감	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 나는 폐쇄형 SNS를 통해 다른 사람들과 소통하는 것에서 집단에 대한 소속감을 더 강하게 느낀다.</li> <li>• 나는 폐쇄형 SNS 이용이 다른 사람들과 공동으로 하는 일에 더 도움을 준다고 생각한다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS보다 폐쇄형 SNS 이용이 집단 내 소통에 더 유익하다고 생각한다.</li> </ul>
	지인영향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 내 주변의 지인들은 개방형 SNS보다 폐쇄형 SNS를 주로 이용하고 있다.</li> <li>• 내 행동에 중요한 영향을 미치는 사람들은 내게 폐쇄형 SNS 이용을 권유한다.</li> <li>• 내 주변의 지인들은 내가 폐쇄형 SNS를 이용하길 기대하고 있다.</li> </ul>
Mooring Factors	SNS피로감	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 나는 개방형 SNS를 통한 소통에 대해 귀찮음을 느낀다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS의 기능을 다양하게 이용하는 것이 힘들다고 느낀다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS를 통한 사생활 침해에 대해 불안감을 느낀다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS를 통해 원치 않은 사람과 관계가 형성되는 것에 부담감을 느낀다.</li> </ul>
	사용자저항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 나는 개방형 SNS를 이용하는 것을 부정적으로 생각한다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS를 이용하는 것에 거부감을 느낀다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS를 이용하는 것에 대해 반대의사를 가지고 있다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS 이용이 두렵게 느껴진다.</li> </ul>
행동 의도	SNS 전환의도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 나는 주 사용 SNS를 개방형에서 폐쇄형으로 전환하는 것에 긍정적으로 생각한다.</li> <li>• 나는 향후 주 사용 SNS를 폐쇄형으로 전환할 의향이 있다.</li> <li>• 나는 폐쇄형 SNS로의 서비스 전환을 할 생각을 가지고 있다.</li> <li>• 나는 개방형 SNS보다 폐쇄형 SNS를 계속해서 사용할 생각을 가지고 있다.</li> </ul>



Information Systems Review

Volume 16 Number 3

December 2014

## An Empirical Study of SNS Users' Switching Intention toward Closed SNS

Hyunsun Park\* · Sanghyun Kim\*\*

### Abstract

Most Social Network Service (SNS) provide online chat, video and file sharing, blogging and others. Because of this advantage, people depend on SNS to communicate with others. However, recently SNS encourage people to reveal too much information broadly so SNS users are concerned about privacy invasion and data spill. They also feel fatigue in process of touching people they don't know while using SNSs. That is the reason why they attempt to switch from opened SNS to Closed SNS. Therefore, the purpose of this study is to empirically investigate and analyze the effect of the factors on the SNS users' switching behavior when using SNS. To accomplish this purpose, this research adopted "Push-Pull-Mooring (PPM)" framework. The PPM is proposed by population geologist, who used it to explain the incentives of demographic migration. Following PPM model, this research empirically examines the three categories of antecedents for SNS switching intention toward closed SNS: push (i.e., weak connection, privacy concern, relative complexity), pull (i.e., enjoyment, belongingness, peer influence), mooring (i.e., SNS fatigue, user resistance) factors. The survey was conducted for 285 users on SNS communities in Korea. The results of this study are as follows; First, weak connection and privacy concern are significantly related to SNS switching intention. Second, enjoyment and belongingness are significantly related to SNS switching intention. Finally, the results show that SNS fatigue has a moderating effect on the links between push factors and SNS switching Intention. Also, user resistance has a moderating effect on the links between pull factors and SNS switching Intention. These findings contribute to the SNS literature both theoretically and practically.

**Keywords:** *Social Network Service, Switching Intention, Push-Pull-Mooring Model*

---

\* Ph.D. Candidate, School of Business Administration, Kyungpook National University

\*\* Corresponding Author, Associate Professor, School of Business Administration, Kyungpook National University

## ◎ 저 자 소 개 ◎



**박 현 선 (sunny09@knu.ac.kr)**

경북대학교 경영학부에서 경영정보학 전공으로 경영학 석사학위를 취득하였으며, 현재 동대학원 박사과정 중이다. 주요 관심분야는 모바일 서비스, 소셜 네트워크, 프라이버시 보호, 클라우드 컴퓨팅, IT 서비스 등이다.



**김 상 현 (ksh@knu.ac.kr)**

미국 Washington State University, Pullman에서 호텔경영 및 경영학 학사와 MBA 학위를 받았으며, University of Mississippi, Oxford에서 경영정보학 전공으로 경영학 박사학위를 취득하였다. 현재 경북대학교 경영학부 부교수로 재직 중이며, Communications of the ACM, DATABASE for Advances in Information Systems, Information and Management, Information Systems Frontiers, International Journal of Information Management, Journal of Electronic Commerce Research 등에 논문을 발표하였다. 주요 관심분야는 IT Adoption, RFID, OSS, Cloud Computing, Technostress 등이다.

논문접수일 : 2014년 09월 16일

게재확정일 : 2014년 12월 03일

1차 수정일 : 2014년 11월 04일