

대학생들의 SNS 이용동기, 대인관계지향성이 MSNS(Mobile Social Network Service) 중독경향성에 미치는 영향*

박종순** · 이종만***

A Study on the influence of College Student's Usage Motivation of SNS and Interpersonal relationship orientation on MSNS(Mobile Social Network Service) addiction Proneness Addition tendencies

Park Jongsoon · Lee Jongman

〈Abstract〉

The purpose of this study is to investigate influences of usage motivation of SNS and interpersonal relationship orientation on Mobile Social Network Service(MSNS) addiction proneness. For this purpose, questionnaires including MSNS addition Proneness scale, usage motivation of SNS scale and interpersonal relationship orientation scale were administered to 250 college students in Seoul. Regression analysis revealed that usage motivation of SNS showed influences of interpersonal relationship orientation. The Usage motivation of SNS showed influences of MSNS addiction proneness, interpersonal relationship orientation showed partial influence MSNS addiction proneness.

The result of this study implicated that level of MSNS addiction tendencies needs to be considered for counseling with used of SNS motives. This study findings would contribute in development of preventive interventions for SNS addiction and improvement program for interpersonal competence in college students. Furthermore, exploration of various ways to satisfy motivation of interpersonal relation would be helpful to reduce SNS addiction tendencies. Finally, based on the result, implications of finding, limitation and suggestions for future research were discussed.

Key Words : SNS Addition Proneness, Interpersonal Relationship Orientation, Motive of SNS

I. 서론

* 본 논문은 2016학년도 서일대학교 학술연구비에 의해 연구되었음

** 서일대학교 인터넷정보과 교수

*** 한국국제대학교 사회복지상담학부 교수(교신저자)

최근 인터넷 및 모바일 기술의 혁신적인 발전으로 인해 스마트폰의 대중화와 함께 급격한 사용이 증대되고 있다. 특히 스마트폰을 활용한 Mobile SNS(Mobile Social Network Service : MSNS)는 인

적 네트워크, 정보교환의 즉시성 및 다양성 등을 기반으로 사회 전체의 서로 다른 영역에서 널리 활용되고 있다. 이러한 SNS는 사람들 간의 의사소통과 정보를 공유뿐 만아니라 가상의 공간에서 사회적 연계가 형성되도록 지원하는데 기여하는 중요한 매체 중 하나이며, 관계형성의 욕구를 충족시키는 도구로써 활용되고 있다.

이러한 SNS 사용은 특히 인터넷과 핸드폰 사용에 능숙한 젊은 세대에게 소속감과 대인관계에 대한 욕구를 충족시켜주기에 충분한 요건을 갖추고 있다. 송경재[1]는 청소년들이 성인보다 더욱 빠른 매체 적응력과 유연한 소통능력으로 SNS의 핵심적인 이용 층으로 자리 잡고 있는 것으로 분석하였다. 이들은 SNS 활동을 통해 지식과 정보를 생산·교환·공유하고, 친구들과의 친밀도를 높이며 SNS 활동을 유용한 학업 도구로 활용한다고 설명하고 있다 [2, 3].

하지만 Mobile을 통한 SNS의 대중화가 생활의 편리성, 접근성, 대인관계 형성, 및 정보교환의 장점이 있음에도 불구하고 과다몰입으로 인한 중독이 새로운 사회적 문제로 야기되고 있다. SNS 중독으로 인하여 사회적으로 야기되고 있는 대표적인 부작용을 살펴보면, 인간관계의 가장 근본적인 의사소통의 양이 전반적으로 늘어난 반면 대인관계에 있어 직접적인 대인관계 의사소통의 양이 줄어들고 대화 집중을 방해하는 수단으로 작용하고 있다는 점이다[4, 5]. 특히 발달이론 측면에서 성인기 초기에 해당하는 대학생들은 친구, 동료, 가족 등 주변 사람들과의 친밀한 대인관계를 형성하는 것이 중요한 발달과제의 하나이다. 하지만 대학생활에서만 존재하는 독특한 대학 문화라는 공간에서 대인관계 및 적응에 어려움을 갖는 경우가 많다[6]. 또한 대학생 대부분은 스마트폰을 가장 많이 이용하는 연령대인 20대에 해당된다고 할 수 있어 스마트폰을 통

한 Mobile환경에서 대인관계 문제에 노출될 가능성이 높다.

하지만 SNS가 보편적으로 이용된 역사가 그리 길지 않고, 부작용에 대한 사회적 인식도 오래되지 않았기 때문에 SNS중독은 아직 개념 및 정의가 확립되지 않았고, 일관된 준거가 마련되지 않았다[6, 7].

또한 현재까지의 SNS 중독과 관련된 선행연구들을 살펴보면 개인의 심리적 차원에서 중독연구가 중점적으로 이루어졌으며, 이 또한 게임중독 또는 스마트폰 중독에 집중되어 있다고 할 수 있다. 그리고 이용동기를 고려한 연구는 아직까지 제한적이며, 대인관계지향성과 SNS 중독경향성에 대한 연구도 최근 일부 이루어지고 있으나 SNS 이용동기와 대인관계지향성이 SNS 중독경향성에 미치는 영향에 대한 연구는 미흡한 실정이다.

이에 본 연구는 다음을 목적으로 하여 연구하고자 한다. 첫째, SNS를 가장 잘 활용하고 있을 것이라 예상된 대학생들을 대상으로 함으로써 모바일 환경에서 중독경향성에 미치는 요인에 대해 보다 명확하게 살펴보고자 한다. 둘째, 선행연구에서 심리적 요인에 관한 연구가 중심으로 이루고 있으나 모바일 SNS 활용목적인 SNS이용동기적 요인 측면에서 중독경향성에 미치는 요인을 살펴보는 것이 중요하다고 할 수 있다. 셋째, SNS는 대인과의 의사소통의 수단이기 때문에 대인관계지향성을 살펴보는 것이 중요하다고 할 수 있다.

따라서 본 논문에서는 Mobile 환경에서 SNS의 이용동기가 SNS 중독경향성에 미치는 영향을 살펴보기 위해 대인관계지향성을 매개변수로 하여 연구를 하였다. 이를 위해 본 연구에서는 대학생들을 조사대상으로 하였는데 이는 Mobile SNS를 대학생들이 가장 잘 이용할 것으로 주장한 박종순과 이종만 [8]에 근거하였다.

II. 이론적 배경

2.1 SNS 이용동기

Katz[9]는 '이용 및 충족(uses and gratification)' 이론을 제안하면서 개인이 어떻게 특정 미디어(media)를 선택하고 이용하려고 하는지를 설명하려고 하였다. 즉, 이용과 충족이론에 의하면 미디어 이용자는 미디어에 수동적으로 노출되는 것이 아니라, 특정한 인터넷 이용동기와 목적을 가지고 자신의 심리적, 사회적 욕구의 충족을 능동적으로 추구한다고 하였다. 이러한 이용과 충족이론은 다음과 같은 몇 가지 기본개념에 근거하고 있다[10]. 첫째, 수용자는 능동적이고, 그들의 미디어 이용은 목적 지향적이며, 둘째, 미디어는 욕구 충족 면에서 다른 미디어와 경쟁하고, 셋째, 사람들은 자신의 미디어 이용, 관심, 동기에 대해 충분히 인식하고 있으며, 넷째, 특정 미디어나 내용을 욕구와 연결시키는 가치판단은 사람마다 다를 수 있다. 이러한 이용과 충족이론은 전통적인 매스커뮤니케이션에서 다루어 왔던 미디어 중심연구에서 탈피해 수용자를 목표 지향적, 의도적, 선택적, 능동적으로 본다는 점에서 현대의 상호작용적 미디어를 분석하는데 유용한 관점을 제공하고 있다[10].

SNS의 이용 동기에 관한 선행연구들을 살펴보면 SNS의 이용 동기는 그 종류와 유형에 따라 조금씩 차이가 있지만 모든 SNS를 관통하는 몇 개의 주요 이용동기들을 발견할 수 있다. 트위터와 페이스북의 이용 동기와 충족을 연구한 오승석[11]은 SNS의 이용 동기를 '대인커뮤니케이션 동기', '정보 탐색적 동기', '엔터테인먼트적 동기', '자기 확인의 동기' 총 4개로 유형화하였다. 다른 연구에서는 '휴식 및 오락', '정보추구', '사회관계 유지'[12, 13] 등이 SNS의 주요 이용 동기인 것으로 나타났

다. 일부 연구들은 개방형 SNS와 폐쇄형 SNS가 특정한 동기를 충족시키는 데 있어 차이가 있음을 확인하였다.

노영[14]의 연구에서는 SNS에서 이용동기요인을 관계형성, 정보탐색, 즐거움, 자존감의 4가지 요인으로 분석하였다. 그 결과 관계형성을 통해 SNS에 몰입하며 즐거움을 통해 몰입에 이르게 되고 과도한 몰입은 중독으로 이루어질 수 있다고 하였다. 그리고 Schaefer & Cora[15]의 연구에서는 SNS의 주요 이용동기로 관계유지, 연결확장, 관계형성, 정보검색, 오락, 사고 등의 요인이 확인되었으며, Barker[16]의 연구에서는 오락, 사고, 가상 우정 등이 SNS 이용동기로 밝혀졌다.

이러한 선행연구들을 종합해 볼 때 사람들은 SNS를 통해 정보를 탐색하고, 자기표현을 하며, 사람들과 관계를 맺고 유지하는 등 대인관계를 구축하고 재미와 즐거움을 느낀다는 점을 알 수 있다[17]. 즉, 정보습득이나 관계유지, 정보나 일상의 기록 및 저장, 새로운 사람과의 관계맺기 등의 여러 동기들이 SNS 이용동기의 중요한 요소라고 할 수 있을 것이다.

2.2 대인관계지향성

대인관계는 F. Heider에 의해 연구되어졌고, 개인의 삶에 많은 영향을 미치는 중요한 변인이며 인간행위의 대부분은 이러한 상호작용을 바탕으로 한 대인 관계적 행동이다[18].

대인관계성향이라는 개념은 1950년대 이후에 와서야 심리학의 연구주제가 되면서 심리학자들의 다양한 이론적 접근이 시도되었다. 인간은 사회 속에서 타인과 상호작용을 하며 살아가는 존재이기 때문에 사람과의 관계 속에서 일어나는 대인 간 문제에 따라 여러 가지 심리적 부적응, 행동장애, 정신

건강 등의 문제가 생길 수 있다. 이러한 대인관계와 정신건강과의 연관성이 제기되면서 인간의 적응에 대인관계가 차지하는 중요성이 강조되었다. 대인관계지향성의 경우 선행 연구들은 사람을 대하는 개개인의 보편적이며 심리적 지향성으로써 개인의 내적 성격과 외적 행동 간의 관계로써 정의한다[19].

Swap & Rubin[20]은 대인관계지향성을 '개인이 관련이 있는 다른 사람 또는 외부 환경과의 관계에 대해 특정한 방법으로 행동하는 내재되어 있는 경향'이라고 하였다. 이는 대인관계지향성이 다른 사람들에게 관심을 갖고 다른 사람들과 상호작용하려는 성향을 의미 한다고 할 수 있다[21]. 또한 Heider[18]는 대인관계지향성을 '타인을 대하는 개개인의 보편적이고 심리적 지향성이며 개인의 내적 성격과 외적 행동 간의 관계'로 정의하였다.

Swap & Rubin[20]의 연구에 의하면 대인관계지향성이 높은 사람은 타인에 대한 관심 및 타인에 대한 반응성이 높고 관계를 통해 얻게 되는 경제적 이익보다 관계 그 자체를 목적으로 삼는 반면, 대인관계지향성이 낮은 사람은 타인에 대한 관심 및 타인에 대한 반응성도 낮고 관계 자체보다 관계에서 얻게 되는 경제적 이익에 관심을 기울인다고 하였다.

또한 Beck[22]은 대인관계지향성이 큰 사람들은 수용, 이해, 지지, 돌봄을 받기 위한 강렬한 욕구를 갖고 있으며, 관계에 실패하게 되면 상대적으로 우울을 경험하고 상실 및 유기에 대한 주제에 더 사로잡힐 수 있다고 하였다. 즉, 대인관계지향성이 큰 사람은 다른 사람에게 애정과 수용을 받기 위해 그 만큼 관계에 많은 투자를 하게 됨으로써 대인관계에서 생기는 스트레스 사건에 직면할수록 관계에서의 불안함을 더 경험할 수 있다는 것이다[19].

2.3 SNS 중독경향성

정보통신의 발달로 인간의 생활 전반적인 부분에서 SNS의 접근성이 높아졌기 때문에 SNS 과다사용으로 수반되는 부정적인 증상을 단순히 SNS 중독이라고 명명하기에는 무리가 있다. 또한 SNS가 보편적으로 이용된 역사가 그리 길지 않고, 부작용에 대한 사회적 인식도 오래되지 않았기 때문에 SNS중독은 아직 개념 및 정의가 확립되지 않았고, 일관된 준거가 마련되지 않았다[6, 7].

SNS의 역기능적인 측면에 의한 SNS의 과다사용을 '소셜네트워크 중독'이라 지칭한다[6, 7]. 인터넷 중독의 하위 유형인 관계중독과 맥락을 같이 할 수 있는 SNS 중독과 스마트폰 중독 이후 새롭게 추가된 중독이라 볼 수 있다[23]. 따라서 SNS 중독경향성은 과거 인터넷에서 스마트폰, 모바일 SNS로 옮겨가는 사이버중독의 일종으로 '관계집착형 SNS 중독경향성'이라 할 수 있다.

SNS 중독으로 인한 부정적인 현상으로, SNS의 과다사용은 금단과 내성을 갖게 되면서 스트레스와 우울증, 의존증, 집중력저하, 강박 등의 정신적 피로와 신체적 질환을 가져와 개인의 적응 및 일상생활에 지장을 초래하는 하는 것으로 나타나고 있다[24].

이러한 SNS중독과 관련하여 송혜진[25]은 SNS 중독의 원인을 크게 개인적 원인과 사회적 원인으로 구분하였는데, 개인적 원인으로 현대인들은 실제 오프라인 상에서 사람들을 만나 상호작용을 하는 것보다 SNS를 통한 사람들과의 커뮤니케이션을 선호한다는 것이다. 즉, 인터넷이나 스마트폰에서 맺어지는 디지털 네트워킹이 큰 힘을 갖게 되면서 많은 수의 연결사용자를 보유하고 있는 SNS 사용자의 경우는 그에 상응하여 SNS에 투자해야 하는 시간도 늘어나기 때문에 SNS가 인맥관리의 주요수단이 되어 중독

에 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 사회환경적 원인으로 스마트폰은 정보이용과 사람들 간의 소통방식을 급격하게 바꾸면서 다양한 변화를 가져왔는데, 그 중 가장 큰 변화는 '언제 어디서나' 인터넷을 통해서 무한한 정보를 이용할 수 있고, 메신저, 인터넷, 커뮤니티 사이트 등에 상시 접속함으로써 실시간 커뮤니케이션을 수행하는 소위 '속도의 경제'가 가속화되었다는 점을 들고 있다[24].

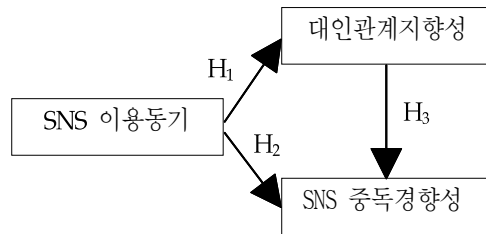
선행 연구 결과들을 종합해 보면 SNS 사용에 따라 외로움과 우울이 심각해지고[25], 일상생활장애, 금단증상, 일탈행동에 의해 불안, 우울, 사회 부적응이 증가하며[26], 사회 비교를 통해 열등감이 형성되는[27] 등의 여러 가지 심리적 문제가 초래되는 것으로 보고되고 있다. 또한 서거[28]는 페이스북에 관한 연구를 통해 SNS의 중독적 사용이 사회성, 자아정체성, 근면성, 안정성을 낮춘다고 언급하였다.

III. 연구모형 및 가설

3.1 연구의 모형

본 연구는 SNS 이용동기와 대인관계지향성이 SNS 중독경향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 <그림 1>과 같이 모형을 수립하였다.

<그림 1>에서 보는 바와 같이 본 연구의 모형은 인터넷 이용동기가 중독에 영향을 미친다는 조준오와 김영연의 연구[29], 대인관계지향성이 SNS의 중독경향성에 영향을 미친다는 황희은과 김향숙[30], 스마트폰 중독과 대인관계능력과의 관계의 연구인 박순주 등[31], 심현화 등[32]의 SNS 이용동기와 관계형성의 연구 등을 참조하여 <그림 1>과 같은 연구모형을 수립하였다.



<그림 1> 연구의 모형

3.2 가설의 설정

3.2.1 이용동기와 대인관계 지향성의 관계

심현화·이지연·양주희[32]의 연구에서는 SNS 이용동기가 관계형성에 미치는 영향에 관한 연구에 의하면 대학생의 SNS 이용동기 하위변인 중 자기확인은 관계형성 하위변인인 관심보이기, 놀이하기, 공유하기에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 이용동기 하위변인 중 대인지향은 관계형성 하위변인인 관계맺기에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이용동기 하위변인 중 정보탐색은 관계형성 하위변인인 관심보이기, 놀이하기에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 공유하기, 관계맺기는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉 SNS로 정보탐색을 할 경우 최대한 빠른 시간 안에 원하는 것을 할 수 있고, 시간 활용 면에서 유용한 것에만 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다.

김기중[33]의 연구에서는 지적 동기는 역할성향과 사회관계성향에 정적영향을, 사회적 동기는 사회관계성향에, 인지적 동기는 역할성향과 사회관계성향, 표현성향 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다.

최윤정[34]의 연구에 의하면 온라인 커뮤니티 이용 동기, 커뮤니티 활동 정도, 커뮤니티 내 대인관계형성은 서로 유기적으로 연결돼 있으며, 이용 동기가 실질적 활동에 앞서 나타나며, 동기의 수준이 활

동량에 영향을 미칠 것이기 때문에 활동 정도가 대인관계 형성에 영향을 미치게 될 것이라고 하였다. 또한 이용 동기는 활동정도에 영향을 주고, 활동정도는 대인관계형성에 영향을 줄 것이라고 하였다.

또한 노영[14]의 SNS 이용동기가 몰입과 중독에 미치는 영향에 관한 연구에서 SNS 이용자는 타인과의 관계형성을 통하여 SNS에 몰입을 하며 즐거움을 통해 몰입에 이르게 되고 과도한 몰입은 중독으로 이어질 수 있다는 것을 유추해 볼 수 있다. 즉 SNS를 이용하여 여러 사람들과 관계를 맺고 자신이 작성한 글에 대한 사람들의 반응과 자신의 생각을 자유롭게 표현하는 등을 통하여 이용자는 즐거움을 느끼고 점점 몰입하게 되며 과도한 몰입에 의해 이용자는 SNS에 중독된다고 추론해 볼 수 있다고 하였다.

그리고 김진옥[35]의 연구에서는 대학생들의 SNS 이용동기가 실제로 대인관계에 영향을 미치고 있는지 파악하고자 하였다. 5개의 이용동기 요인 중 관계유지, 현실회피, 정보습득에서 유의미한 관계가 있음이 확인되었다.

따라서 이러한 선행연구들을 종합해 보면 SNS 이용동기는 대인관계지향성과 관련이 있으며, SNS의 이용동기가 대인관계지향성에 영향을 미칠 것이라는 것을 알 수 있다.

- **가설 1** : SNS 이용동기는 대인관계지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 SNS 이용동기와 MSNS 중독경향성 관계

노석준[36]의 연구에 의하면 현대의 청소년들은 직접 대면보다 스마트폰의 다양한 SNS 기능들을 통해 또래와의 관계 유지와 의사소통을 위한 활동들을 더 많이 하고 있는 실정므로, 스마트폰 기능을 활동

한 또래관계망이 증가할수록 청소년들의 스마트폰 활용률은 자연스럽게 증가하게 되고, 이는 결국 자신도 모르는 사이에 스마트폰에 의존적인 중독적 증상으로 발전할 수밖에 없을 것이라고 하였으며, 이러한 이유 때문에 인터넷 중독과는 달리 또래관계가 원만할수록 스마트폰 중독증상은 오히려 심화된다고 하였다.

그리고 신미경[37]의 연구에서는 대인관계에 관련된 SNS 이용동기는 SNS 중독경향성에 직접적으로 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, Rubin & Windahl[38]의 연구에서는 이용과 충족 관점을 바탕으로 이용동기가 높을수록 미디어에 중독이 되며 동시에 미디어의 영향도 커진다고 하였다.

우형진[39]의 연구에서는 온라인 게임 동기 중 환경감시 및 학습동기, 사회관계 및 통제 동기에, 오락 및 여유추구 동기는 온라인 게임 중독에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 아울러 휴대폰 이용 동기 중 환경감시 및 학습 동기, 오락 및 여유 추구 동기는 휴대폰 중독에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이정기와 황상재[40]에 의하면 10대의 휴대폰 이용동기 중 시간보내기/재미는 정적으로, 이동성 동기는 부적적으로 휴대폰 중독에 영향을 미치는 것으로 나타났다[41].

Korgaonkar & Wolin[42]는 인터넷을 이용하는 동기를 ① 사회도피의 동기 ② 정보동기 ③ 상호작용적 통제감 ④ 사회화의 동기 ⑤ 경제적인 동기로 제시하고 이들 다섯 가지 동기에서 더 만족을 느끼는 사람일수록 인터넷을 더 많이 이용한다고 주장하였다.

장재홍[43]은 중학생을 대상으로 한 연구결과 각각추구 및 정보획득욕구, 현실회피욕구, 자아변화욕구, 대인관계욕구 모두 인터넷 중독과 유의미한 정적상관이 있는 것으로 나타났다[44].

조준오와 김영연[29]의 유아의 인터넷 이용동기

중 오락, 휴식, 이해 및 인지가 높은 경우 인터넷 게임중독 경향성이 높아진다는 결과를 얻었다. 이희경 [45]의 연구에서는 게임중독에 영향을 미치는 이용동기요인으로 도전과 성취, 현실도피, 사회적 동기, 오락 및 소일동기가 유의한 영향을 주며, 특히 오락과 소일동기와 사회적 동기는 게임중독에만 영향을 미치는 요인으로 나타났다.

따라서 이러한 선행연구들을 종합해 보면 SNS 이용동기는 SNS 중독경향성과 관련이 있으며, SNS의 이용동기가 SNS 중독 경향성에 영향을 미칠 것이라는 것을 알 수 있다.

- **가설 2** : SNS 이용동기는 SNS 중독경향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 대인관계지향성과 SNS중독경향성 관계

SNS 중독경향성과 대인관계지향성의 관련성에 대한 이해는 사회교환이론에서 찾아볼 수 있다. 사회교환이론은 대인관계를 보상과 비용의 개념으로 분석한 이론으로써 특히 보상은 사회적 보상 즉, 칭찬이나 명예, 권력 등과 같은 기대를 기반으로 하는 사회적 상호작용과 관련되어 있다[46].

SNS의 중독적인 사용과 관련하여 오윤경[14, 23]의 연구에서는 SNS 중 하나인 페이스북의 과다사용이 대인관계만족을 방해하고 오히려 외로움을 심화시킬 수 있음을 보여 주었다. 또한 이지은과 성동규 [47]는 대인관계에서 불안을 느끼고 외로울수록 SNS의 일종인 페이스북을 더 많이 사용하였다고 하였다.

대인관계 욕구가 높고 외향적이며, 기존에 많은 친구들을 유지하고 지내는 아이들은 면대 면 채널과 그 외 SNS와 같은 기능적 대안들을 다양하게 사용하여 본인의 사회적 자원을 유지·발달시킨다. 하지만 자존감이 낮은 청소년들의 경우 대인관계 욕구가

강할지라도 면대면 채널에서 자신감이 부족하고 편안함을 느끼지 못하기 때문에, 이에 대한 보상으로 SNS와 같은 기능적 대안들을 통해서라도 또래집단 안에 소속되길 원하고 관계를 형성해 나가기를 원한다[30, 48-51].

SNS중독은 현실세계에서의 주변인들과의 의사소통이 줄어들어 대인관계에 어려움을 느끼게 되고, 이는 대인관계 기피현상으로 이어질 수 있다[52]. 송혜진과 오세연[25]은 개인적 원인으로 현대인들은 실제 오프라인 상에서 사람들을 만나 상호작용을 하는 것보다 SNS를 통해 사람들과의 커뮤니케이션을 선호한다는 것이다. 즉, 인터넷과 스마트폰에서 맺어지는 디지털상의 네트워크가 큰 영향을 갖게 되면서 많은 수의 친구를 보유하고 있는 SNS 사용자의 경우 그에 상응하여 SNS에 투자해야 하는 시간도 늘어나기 때문에 SNS가 인맥관리의 주요수단이 되어 중독에 영향을 미칠 수 있다는 것이다.

대인관계에서 문제를 겪고 있는 사람들은 온라인에서 사회적 관계를 맺음으로써 오프라인에서 제한된 대인관계 욕구를 충족시킬 수 있는데, 대인관계 문제를 독립적 문제와 의존적 문제로 구분하여 실시한 김보경[53]의 연구에서도 대인관계 문제가 SNS 중독경향성을 증가시키는 것으로 나타났다[54].

따라서 대인관계지향성은 SNS 중독경향성과 관계가 있음을 알 수 있다.

- **가설 3** : 대인관계지향성은 SNS 중독경향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.3 조작적 정의

3.3.1 SNS 이용동기

SNS 이용동기는 “자신이 SNS를 이용하는 주요이

유로서 자긍심, 추억공유, 기분전환, 자기표현, 유행, 인간관계의 목적으로 사용하는 정도"로 정의하였다. 최영과 박성현[55]과 김유정[56]이 제시한 '자긍심', '추억공유', 기분전환, 자기표현, 유행, 인간관계의 요인을 참고하여 총 20개 항목으로 구성되었다. 5점 Likert척도 상에서 평정하도록 되어 있다.

3.3.2 대인관계지향성

대인관계지향성은 '사람을 대하는 개개인의 보편적이며 심리적 지향성으로 내적 성격과 외적 행동 간의 관계정도'로 정의하였다. Schutz[57]가 개발한 대인관계 지향성척도(Fundamental Interpersonal Relation Orientation-Behavior, FIRO-B)를 염동수[58]가 반복적인 측정문항을 줄여서 변용한 것을 황희은과 김향숙[30]위 측정문항을 사용하였다. 역문항(1문항)을 포함하여 총 18문항으로 구성되었으며, 5점 Likert척도 상에서 평정하도록 되어 있다.

3.3.3 SNS 중독경향성

SNS 중독경향성은 'SNS 과다사용에 따른 집착 및 금단현상, 과잉소통과 몰입, 과도한 시간투자 정도'로 정의할 수 있다. 서경현과 조성현[54]의 인터넷 중독 척도를 수정하여 개발한 오윤경[23]의 'SNS 중독경향성 척도 11항에 표적집단 면접과 중독전문가 자문을 통해 9문항을 추가한 뒤 총 20문항으로 재구성한 황희은과 김향숙[16]의 측정항목을 사용하였다. 본 척도는 SNS 집착 및 금단증상, SNS 과잉소통과 몰입, SNS를 위한 과도한 시간투자 하위요인으로 구성된 총 18개 항목으로 구성되었다. 5점 Likert척도 상에서 평정하도록 되어 있다.

3.4 자료분석의 방법

본 연구에서는 연구가설을 검증하기 위해서울 및 경남지역 대학생들을 대상으로 설문조사를 실시했다. 본 연구에서 대학생 설문대상으로 선정된 이유는 타 연령층에 비해 스마트폰 어플리케이션을 가장 잘 활용하고 있을 것 예상되었기 때문이다.

설문지는 2016년 9월 1일부터 9월 20일까지 대학생(전문대학 및 4년제 대학생 포함)들을 대상으로 총 250부를 배부하여 그 중 237부를 회수하였으며, 회수된 설문지 중 스마트폰을 사용하지 않고 있거나, 무응답, 불성실하거나 일관성이 없다고 판단되는 설문지 9부를 제외한 총 227부를 대상으로 통계분석을 실시하였다.

본 연구의 실증분석을 위한 통계분석은 타당성 및 신뢰성 검증과 상관관계 및 회귀분석을 위해 SPSS 18.0을 이용하였다.

IV. 연구결과

4.1 표본의 특성

설문응답자 중 남자는 144명(63.4%), 여자는 83명(36.6%)로 남자 응답자가 많았다. 그리고 스마트폰 사용기간은 '2년 이상'이 189명(83.2%)로 가장 많았으며, 다음으로 '1년 ~ 2년 미만'이 22명(9.7%)로 나타나 실제 스마트폰이 국내에 2009년 11월경부터 서비스가 시작된 것을 고려한다면 박종순과 이종만[8]의 연구결과에서와 같이 대학생의 경우 대부분이 초기부터 스마트폰을 사용하고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

그리고 스마트폰의 1일 평균 사용시간은 '30분 미만'이 59명(26.0%), '2시간 ~ 4시간 미만'이 50명

(22.0%), '30분 이상 ~ 1시간 미만'이 46명(20.3%)로 대학생들이 대체적으로 스마트폰을 용도에 맞게 적정하게 사용하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 SNS에 주 대상에 대한 질문항목에 대해 친구나 선후배가 203명(89.4%), 가족이나 친척이 16명(7.0%), 동호회나 취미가 같은 사람이 8명(3.5%) 순으로 나타나 대학생들의 SNS를 통한 의사소통의 대상은 친구나 선후배와 주로 소통한다고 해석할 수 있다. 또한 현재 사용하고 있는 SNS의 유형(복수응답)에 대해 카카오톡이 171명(35.8%), 페이스북이 167명(34.9%), 인스타그램 51명(10.7%), 유튜브 50명(10.5%), 트위터 31명(6.5%)의 순으로 나타나 카카오톡과 페이스북을 대학생들이 SNS로 가장 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다.

<표 1> 일반현황

항목		빈도	항목		빈도	
성별	남	144	1회 평균시 간	~5분	62	
	여	83		5 ~ 10분	59	
사용 기간	1개월만	70		10 ~ 30분	74	
	1 ~ 6개월	47		30분 ~ 1시간	21	
	6개월 ~ 1년 미만	86		1시간 이상	11	
	1년 ~ 2년	24	주대화 상대	가족/친척	16	
2년 이상	189	친구/선후배		203		
사용 시간	~ 30분	59	동호회	동호회	8	
	30분~1시간	46		학년	1	70
	1시간 ~ 2시간	43			2	47
	2시간 ~ 4시간	50			3	86
	4시간 ~	29	4		24	

그리고 스마트폰을 사용하고 있는 대학생들의 성별에 따른 테크노스트레스의 차이정도를 살펴본 결과 <표 1>과 같이 성별에 따른 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 스마트폰 보급이 보편화됨에 따라 스마트폰 사용에 대한 남녀차이가 없는 것에 기인한다고 해석할 수 있을 것이다.

4.2 측정항목의 신뢰성과 타당성 분석

본 연구에서 사용된 척도의 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's α 값을 이용하여 내적 일관성을 조사하였으며 그 결과는 <표 2>와 같다. <표 2>에서 보는 바와 같이 전체적으로 Cronbach's α 값이 0.8 이상인 것을 알 수 있다. 이는 일반적 탐색적 분야에서 0.6 이상이면 신뢰도에 별 문제가 없는 것으로 간주되기 때문에 측정항목에 대한 신뢰성은 높게 나타났다고 평가할 수 있다. 이러한 결과는 SNS 이용동기의 신뢰도와 관련하여 최영과 박성현[55]의 연구에서의 신뢰도와 유사한 결과를 확인할 수 있었으며, 대인관계지향성의 신뢰도에 관련하여 SNS 환경에서의 관계형성 연구인 심현화 등[32]의 신뢰도 결과와 유사한 결과가 확인될 수 있다.

또한 <표 2>에서 보는바와 같이 독립변수 2개의 변수들에 대한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인 추출방법은 주성분분석방식을 실시하였고, 요인회전인 요인사이의 독립성을 유지하는 Varimax를 사용하였다. 그 결과 총분산은 72.214%로 나타나 집중타당성이 확보되었다는 것을 알 수 있다.

<표 2> 독립변수 탐색적 요인분석 결과

	성분							
	1	2	3	4	5	6	7	8
이용동기4	.785							
이용동기7	.778							
이용동기6	.739							
이용동기5	.697							
이용동기2		.925						
이용동기3		.864						
이용동기1		.852						
이용동기18			.770					
이용동기20			.748					
이용동기19			.735					
이용동기15			.639					
이용동기17			.446					
이용동기10				.815				
이용동기8				.748				

	성분							
	1	2	3	4	5	6	7	8
이용동기11				.732				
이용동기9				.719				
이용동기14					.623			
이용동기12					.612			
이용동기13					.537			
이용동기16					.490			
대인관계18						.752		
대인관계17						.733		
대인관계						.725		
대인관계16						.707		
대인관계15						.700		
대인관계14						.681		
대인관계13						.649		
대인관계6						.575		
대인관계8						.549		
대인관계7						.540		
대인관계2							.802	
대인관계1							.696	
대인관계3							.666	
대인관계4							.601	
대인관계10								.749
대인관계9								.747
대인관계11								.704
대인관계12								.569
고유치	6.466	2.967	1.714	1.488	1.143	10.452	1.953	1.258
설명된분산	17.016	7.807	4.510	3.917	3.008	27.506	5.139	3.312
신뢰도	.847	.919	.847	.884	.779	.906	.825	.856

(1 : 추억공유, 2 : 자긍심, 3 : 인간관계, 4 : 유희, 5 : 유행, 6 : 의사소통, 7 : 애정 9 : 소속감)

또한 종속변수의 탐색적 요인분석을 실시한 결과 집착 및 금단(고유치 : 11.549, 설명된 분산 : 57.744%), 몰입(고유치 : 1.733, 설명된 분산 : 8.667%), 과도한 시간투자(고유치 : 1.081, 설명된 분산 : 5.406%)로 총분산은 71.816%로 나타나 집단타당성이 확보되었다는 것을 확인할 수 있었다.

4.3 결과분석

독립변수인 SNS 이용동기와 대인관계지향성의 상관계를 살펴본 결과 <표 3>과 같다.

<표 3>에서 보는 바와 같이 SNS 이용동기인 자

긍심은 대인관계지향성의 하위변수들과는 $p < 0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 상관관계가 확인되지 않았다.

<표 3> 상관분석 결과

변수	1	2	3	4	5	6	7	8
자긍심								
인간관계	.223**							
추억공유	.235**	.611**						
유희	.350**	.558**	.623**					
유행	.576**	.438**	.595**	.527**				
의사소통	.114	.313**	.191**	.155*	.189**			
애정	.076	.258**	.215**	.192**	.049	.624**		
소속	.128	.256**	.105	.165*	.063	.643**	.667**	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

<표 4>에서 보는 바와 같이 MSNS의 이용동기가 대인관계지향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 대인관계지향성 중 애정에는 인간관계와 유행, 소속감에는 인간관계, 의사소통에는 인간관계가 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 <표 5>에서는 SNS중독경향성에 미치는 요인을 살펴보기 위해 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 SNS 중독지향성 중 금단에는 이용동기 요인은 인간관계, 자긍심, 유행이, 과다몰입에는 추억공유, 자긍심, 유희, 과다시간투자에는 인간관계, 자긍심, 유희가 통계적으로 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

매개변인을 통한 경로분석을 위해 Baron과 kenny[59]가 제안한 절차에 따라 위계적 회귀분석을 실시한 결과 <표 6>와 같다. SNS 이용동기는 SNS 중독경향성에 유의한 영향을 미쳤으며, 대인관계지

향성을 투입하였음에도 여전히 SNS 이용동기는 SNS 중독경향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. SNS 중독지향성의 하위변수인 금단, 과다몰입, 과다시간투자에서 독립변수와 매개변수 고려하여 위계적 회귀분석을 실시한 결과 SNS에서 이용동기가 SNS 중독경향성에서의 회귀분석에서의 설

명력보다 매개변수를 고려한 위계적 회귀분석에서 설명력이 높아지고 있다는 것을 확인할 수 있다. 이는 대인관계지향성의 매개를 통하여 SNS 중독경향성의 설명력이 높아진 결과로 대인관계지향성이 SNS 중독지향성에 부분매개효과가 확인되었다고 할 수 있다.

<표 4> SNS 이용동기가 대인관계지향성에 영향을 미치는 요인 회귀분석

변수		대인관계지향성											
		애정				소속감				의사소통			
		b	β	t	p	b	β	t	p	b	β	t	p
이용동기	(상수)	2.326		11.909	.000	2.368		10.938	.000	2.237		11.512	.000
	인간관계	.139	.185	2.198	.029	.228	.274	3.256	.001	.234	.311	3.732	.000
	추억공유	.119	.153	1.572	.117	-.060	-.070	-.713	.476	-.017	-.022	-.225	.822
	자긍심	.070	.094	.253	.253	.106	.128	1.567	.119	.014	.018	.222	.824
	유희	.039	.053	.551	.551	.051	.064	.718	.176	-.045	-.061	-.698	.486
	유행	-.179	-.220	-2.246	.026	-.120	-.133	-1.357	.474	.070	.085	.881	.379
R2		.079				.078				.100			
F		3.739**				3.653**				4.800**			

<표 5> SNS 이용동기가 SNS 중독지향성에 영향을 미치는 요인 회귀분석

변수		SNS 중독경향성											
		금단				과다몰입				과다시간투자			
		b	β	t	p	b	β	t	p	b	β	t	p
이용동기	(상수)	.22		1.837	.068	-.062		-2.99	.765	.191		1.065	.288
	인간관계	-.086	-.113	-2.209	.028	-.039	-.037	-5.84	.560	1.118	-.122	-2.035	.043
	추억공유	-.001	-.002	-.031	.975	.369	.337	4.580	.000	.021	.020	.295	.768
	자긍심	.425	.559	11.273	.000	.257	.245	3.960	.000	.382	.396	6.791	.000
	유희	.052	.071	1.315	.190	.235	.230	3.431	.001	.290	.309	4.896	.000
	유행	.290	.350	5.904	.000	.120	.104	1.413	.159	.261	.248	3.559	.000
R2		.662				.474				.533			
F		84.844**				39.123**				49.610			

<표 6> SNS이용동기와 SNS중독경향성 간 대인관계지향성의 매개효과

변수		SNS 중독경향성											
		금단				과다몰입				과다시간투자			
		b	β	t	p	b	β	t	p	b	β	t	p
이용동기	(상수)	.204		.150	.881	-.881		-3.359	.001	-.537		-2.339	.021
	인간관계	-.102	-.134	-2.540	.012	-.127	-.120	-1.943	.053	-.171	-.177	-2.991	.003
	추억공유	-.006	-.007	-.121	.904	.376	.343	4.873	.000	-.007	-.007	-.102	.919
	자긍심	.422	.555	11.103	.000	.255	.243	4.140	.000	.369	.382	6.82	.000
	유희	.053	.071	1.323	.187	.254	.249	3.926	.000	.290	.308	5.092	.000
	유행	.294	.355	5.800	.000	.086	.075	1.050	.295	.287	.272	3.972	.000
대인관계지향	애정	.042	.041	.713	.477	-.013	-.009	-1.38	.891	.227	.176	2.733	.007
	소속감	-.033	-.003	-.048	.962	-.023	-.018	-.266	.791	-.045	-.038	-.591	.555
	의사소통	.047	.041	.731	.410	.404	.290	4.338	.000	.137	.107	1.671	.096
R2		.667				.541				.582			
F		53.576**				31.553**				37.203**			

IV. 결론

이상에서 Mobile SNS 이용동기, 대인관계지향성이 Mobile SNS의 중독경향성에 대해 실증분석을 실시하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, Mobile SNS의 이용동기가 대인관계지향성에 미치는 영향을 살펴본 결과 대인관계지향성 중 애정에는 인간관계와 유행, 소속감에는 인간관계, 의사소통에는 인간관계가 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 심현화·이지연·양주희[32]의 연구, 김기중[33]의 연구결과와도 유사한 결과를 확인할 수 있었다. 이는 Mobile 환경에서 SNS의 이용동기 중 인간관계는 대인관계지향성에 영향을 미치는 가장 중요한 요인임을 확인할 수 있다. 따라서 SNS는 의사소통의 수단임과 동시에 인간관계 형성을 위한 중요한 도구로서 인식되고 있기 때문에 향후에는 인간관계 형성을 위한 SNS의

다양한 지원을 해야 할 것이다.

둘째, SNS중독경향성에 미치는 SNS 동기요인을 검증한 결과 SNS 중독지향성 중 금단에는 인간관계, 자긍심, 유행이, 과다몰입에는 추억공유, 자긍심, 유희, 과다시간투자에는 인간관계, 자긍심, 유희가 통계적으로 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 노영[14], 노석준[36]의 연구와 조준오와 김영연[29]의 연구, 이희경[45]의 연구결과와도 유사한 결과를 확인할 수 있었다. 이는 SNS 중독경향성에는 SNS의 이용동기가 매우 중요한 역할을 하며, SNS 중독경향성을 줄이기 위해서는 원만한 또래관계를 증진하되 SNS를 활용한 간접적인 대인관계의 증진보다는 직접 대면을 통한 또래관계의 증진을 위한 방안을 강구하여 시행할 필요가 있음을 시사해 준다. 특히 최근 모바일 관련 기술의 발전으로 다양한 조작방법으로 사용이 극대화됨에 따라[60] 중독성향 또한 높아질 것으로 예상되기 때문에 이용동기

에 대한 관리를 해야 할 것이다.

셋째, SNS중독경향성에 미치는 대인관계지향성 요인을 검증한 결과 과다몰입에는 의사소통, 과다시간투자에는 애정에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 황희은과 김향숙[30]의 연구결과와도 유사한 결과를 얻었다. 이는 SNS의 중독경향성에는 대인관계지향성이 직접적으로 영향은 적다고 할 수 있다. 따라서 SNS 중독예방을 위해서는 Mobile 기반 SNS를 통한 대인관계보다는 보다 오프라인에서 대인관계를 유도할 수 있는 방안의 수립이 필요할 것이다. 즉, 신체활동을 통한 대인관계 향상방안에 대한 프로그램에 대한 적극적인 지원을 해야 할 것이다.

넷째, 매개변인 검증을 위해 위계적 회귀분석을 실시한 결과 SNS 이용동기는 인간관계, 자긍심, 유행이 금단에 유의한 영향을 미치며, 추억공유, 자긍심 유희가 과다몰입에 유의한 영향을 미친다. 또한 인간관계, 자긍심, 유희, 유행이 과다시간투자에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 황희은과 김향숙[30]의 연구결과와도 유사한 결과를 얻었다. 이는 대학생들의 Mobile 환경에서 SNS 중독경향성에 대해 이용동기 뿐만 아니라 대인관계지향성 또한 매개 이용동기의 영향을 받아 간접적으로 중독경향성에 영향을 미치는 것으로 결국 Mobile 환경에서 SNS 중독경향성을 줄이기 위해서는 SNS 이용동기에 대한 관리가 가장 필요하다고 할 수 있다. 이는 의사소통과 인간관계 향상을 위한 상대방과의 상호작용이 원활이 이루어질 수 있도록 다양한 커뮤니케이션에 대한 지원이 확대되어야 하며, SNS 중독에 대한 위험에 대한 적극적인 홍보와 함께 의사소통과 인간관계 향상을 위한 오프라인과 온라인의 조화를 위한 개인적인 노력이 필요하다고 할 수 있다.

한편 본 연구의 제한점과 관련하여, 연구 대상이 서울과 경남지역에 국한되어 전체 대학생들에게 일

반화하는데 어려움이 있다는 점이 있다, 각 대학교의 특성과 학년, 성별, 지역, 전공 특성을 고려한 후속연구가 필요할 것으로 여겨진다. 또한 본 연구의 주제인 '중독지향성'에 대한 응답에 대해 정확한 응답을 회피할 수도 있고, 같은 항목에 대해 개인의 주관적 성향에 따라 다르게 평가될 수 있었다는 점에서 연구의 제한이 있을 수 있다.

참고문헌

- [1] 송경재, "미국 소셜 네트워크 서비스(SNS) 사용자의 특성과 정치참여," 한국과 국제정치, 제26권, 제3호, 2010, pp. 129-157.
- [2] 김은경, "청소년의 사이버 불링에 영향을 미치는 관련 변인 연구," 명지대학교 석사학위논문, 2012.
- [3] Vander Galien, A. R. "The Impact of Facebook and other Social Networking Sites on Adolescents," Cyber psychology & Behavior, 12(3), 2013, pp. 341-44.
- [4] 조수진, "고등학생의 스마트폰 중독과 자존감, 충동성 및 사회성과의 관계," 서강대학교 석사학위논문, 2012.
- [5] 최현석·이현경·하정철, "스마트폰 중독이 정신건강, 학교생활, 대인관계에 미치는 영향- K대 대학생을 중심으로," 한국데이터정보과학회지, 제23권 제5호, 2012, pp. 1005-1015.
- [6] 홍신영, "대학생의 SNS이용특성과 자아정체감이 SNS 중독경향성에 미치는 영향," 석사학위논문, 명지대학교, 2015.
- [7] Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. "Online social networking and addiction-a review of psychological literature," International Journal

- of Environmental Research and Public health, 8, 2011, pp. 3528-3553.
- [8] 박종순·이종만, “대학생들의 테크노스트레스, 플로우, 스마트폰 중독이 스마트폰 사용만족에 미치는 영향,” 디지털산업정보학회논문지, 제11권, 제4호, 2015, pp. 189-202.
- [9] Katz, E. Public opinion and the communication of consent, NY: The Guilford Press, 1995.
- [10] 이소연, “소셜 네트워크 서비스(SNS) 이용집단 판별요인 연구,” 한양대학교 석사학위논문, 2012.
- [11] 오승석, “트위터와 페이스북의 이용 동기와 충족에 관한 연구,” 한양대학교 언론정보대학원 석사학위논문, 2010.
- [12] 심홍진·황유선, “마이크로 블로깅 이용 동기에 관한 연구: twitter를 중심으로,” 한국방송학보, 제24권, 제2호, 2010, pp. 192-234.
- [13] 최미란, “마이크로블로그 이용 동기가 미디어 기능인식과 활동에 미치는 영향,” 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위논문, 2010.
- [14] 노영, “SNS 이용동기가 몰입과 중독에 미치는 영향 연구 : 페이스북 이용자들을 중심으로,” e-비즈니스연구, 제17권, 제3호, 2016, pp. 301-320.
- [15] Schaefer, Cora. “Motivations and Usage Patterns on Social Network Sites,” Library European Conference on Information Systems 2008 Proceedings, 2008, pp. 143-156.
- [16] Barker, V. “Older Adolescents’ Motivations for Social Network Site Use: The Influence(2009)
- [17] 이용재·황하성, “네이버 밴드와 기존 매체 이용의 상호관계에 관한 연구,” 정보통신정책연구, 제23권, 제1호, 2016, pp. 29-58.
- [18] Heider, F. The Psychology of interpersonal relations. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc. 1964.
- [19] 김형수, “대학생들의 대인관계지향성과 SNS 몰입 간의 관계에서 사회불안의 매개효과,” 인간이해, 제35권, 2호, 2014.
- [20] Swap, W. C. and Rubin, J. Z., “Measurement of Tazghini, S., & Siedlecki, K. L. A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem. Computers in Human Behavior, 29(3), 2013, pp. 827-832.
- [21] 김병재·강명수·신종철, “소비자-브랜드 관계 형성에의 영향 요인과 관계 성과에 관한 연구,” 광고학연구, 제16권, 제3호, 2005, pp. 55-81.
- [22] Beck, A. T. Cognitive therapy of depression: New perspective. In P. J. Clayton & J. E. Barrett (Eds.), Treatment of depression: Old controversies and new approaches. New York, NY: Raven Press. 1983.
- [23] 정소영·김종남, “대학생용 SNS 중독경향성 척도 개발 및 타당화 연구,” 한국심리학회지 건강, 제19권, 제1호, 2014, pp. 147-166.
- [24] 오윤경, “SNS 중독경향성과 외로움, 우울, 대인관계, 사회적지지와의 관계,” 한국상당대학원대학교 석사학위논문, 2012.
- [25] 송혜잔·오세연, “대학생의 MSNS(Mobile Social Network Service) 중독에 관한 연구,” 사회과학연구, 제20권, 제2호, 2013, pp. 56-82.
- [26] 이인숙·조주연 “일부 간호대학생들의 SNS중독과 정신건강에 대한 연구,” 한국학교보건학회지, 제25권, 제1호, 2012, pp. 22-30.
- [27] 김선정·김태용, “SNS 콘텐츠의 감성이 사용자의 감정 상태에 미치는 영향 : 페이스북 뉴스피드를 중심으로,” 사이버커뮤니케이션학보, 제29권, 제1호, 2012, pp. 5-47.
- [28] 서거, “페이스북(Facebook) 이용 중독이 대학생

- 의 사회성 및 자아정체 성에 미치는 영향에 관한 연구," 숙명여자대학교 석사학위논문, 2013.
- [29] 조준오·김영연, "유아의 인터넷 이용동기가 인터넷 게임중독 경향성에 미치는 영향: 성별 및 연령의 조절효과를 중심으로," 유아교육, 제23권, 제3호, 2014, pp. 225-244.
- [30] 황희은·김향숙, "자존감, 사회불안 및 대인관계 지향성이 중학생의 SNS 중독경향성에 미치는 영향," 청소년학연구, 제22권, 제9호, 2015, pp. 233-253.
- [31] 박순주·권민아·백민주·한나라, "소셜네트워크서비스를 이용하는 대학생들의 스마트폰 중독과 대인관계능력의 관계," 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제5호, 2014, pp. 289-297.
- [32] 심현화·이지연·양주희, "SNS(Social Network Services) 이용동기가 무용전공대학생들의 관계형성에 미치는 영향," 한국무용과학회지, 제33권, 제1호, 2016, pp. 23-34.
- [33] 김기중, "생활체육 참여자의 참여동기와 대인관계성향 및 운동지속의 관계," 한국체육학회지, 제53권, 제1호, 2014, pp. 289-297.
- [34] 최윤정, "온라인 커뮤니티 속 오피니언 리더 집단 검증: 이용 동기, 활동 정도, 대인관계 형성 과정의 비교 분석," 한국언론학보, 제53권, 제4호, 2009, pp. 372-394.
- [35] 김진욱, "대학생의 SNS 이용동기가 대인관계에 미치는 영향," 서울행정학회 학술대회 발표논문집, 2016, pp. 335-354.
- [36] 노석준, "고등학생의 환경 및 개인심리요인, 스마트폰 이용동기, 스마트폰 중독과의 구조적 관계 분석," 교육정보미디어연구, 제19권, 제4호, 2014, pp. 659-691.
- [37] 신미경, "대학생의 SNS 중독경향서에 대한 구조모형 검증: 심리·사회적 변인과 온라인 상호작용 선호 경향성 및 SNS 이용동기를 중심으로," 박사학위논문, 2015.
- [38] Rubin. A M., & Windahl, S. "The uses and dependency model of mass communication," *Critical Studies in Mass Communication*, 3, 1986, pp. 184-199.
- [39] 우형진, "미디어 이용자의 자아 안정성, 성향적 미디어 이용동기, 플로우, 그리고 중독에 관한 연구 : 온라인 게임, 인터넷, 휴대폰 중독 비교 분석," 한국방송학보, 제21권, 제4호, 2007, pp. 101-140.
- [40] 이정기·황상재, "10대의 휴대폰 이용 동기와 중독에 관한 연구 : 서울·경기지역 초·중·고등학생을 중심으로," 한국방송학보, 제23권, 제5호, 2009, pp. 296-338.
- [41] 오대영·이정기, "청소년들의 스마트미디어 이용과 중독, 효과에 관한 연구: 스마트 미디어 이용동기, 중독, 공격성, 성적, 학교생활 만족도를 중심으로," 미디어, 젠더 & 문화, 제29권, 제3호, 2014, pp. 365-401.
- [42] Korgaonkar, P. K., & Wolin, L. D.(1999), "A Multivariate Analysis of Web Usage," *Journal of Advertising Research*, 39(2), 1999, pp. 53-68.
- [43] 장재홍, "부모의 자녀양육태도가 중학생의 인터넷 중독에 미치는 영향 : 인터넷 사용욕구를 매개로," 상담학연구, 제5권, 2004, pp. 113-128.
- [44] 조한익, "초등학생이 지각하는 부모양육태도와 인터넷 이용동기가 인터넷 중독에 미치는 영향: 자기통제력의 매개효과," 청소년복지연구, 제13권, 제4호, 2011, pp. 269-287.
- [45] 이희경, "청소년의 게임 이용요인과 개인, 사회적 요인이 게임 몰입과 게임 중독에 미치는 영향," 청소년학연구, 제10권, 제4호, 2003, pp. 355-380.

- [46] 이영은·박현주·허창구, “내현적·외현적 자기애와 SNS 중독경향성: 대인관계문제의 매개효과를 중심으로,” 한국심리학회지 : 사회 및 성격, 제30권, 제1호, 2016, pp. 63-80.
- [47] 이지은·성동규, “페이스북 이용과 대인네트워크 변화에 대한 한·미 문화 간 비교 연구: 자아개념과 자기노출, 대인불안을 중심으로,” 사회과학연구, 제24권, 제1호, 2013, pp. 257-281.
- [48] Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social, 2007.
- [49] Steinfield, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. “Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis,” Journal of Applied Developmental Psychology, 29(6), 2008, pp. 434-445.
- [50] Zwicka, J. & Danowski, J., “The Faces of facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook TM and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks,” Journal of Computer - Mediated Communication, 14(1), 2008, pp. 1-34.
- [51] 강현욱, “대학생의 SNS중독성향과 사회적지지, 외로움, 건강지각, 대인관계의 신체활동을 통한 치료 레크리에이션 적용,” 한국체육과학회지, 제22권, 제1호, 2013, pp. 121-133.
- [52] 고은혜·배상률, “청소년의 소셜미디어 중독 경향성에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구 : SNS 이용행태 및 부모중재 유형을 중심으로,” 청소년학연구, 제23권, 제6호, 2016, pp. 451-472.
- [53] 김보경·백용매·허창구, “애착과 스마트폰 및 SNS 중독의 관계에서 대인관계 문제의 매개효과,” 청소년학연구, 제23권, 제3호, 2016, pp. 483-502.
- [54] 서경현·조성현, “SNS중독경향성 관련 요인탐색: 내현적 자기애, 자기제시 동기 및 소외감을 중심으로,” 한국심리학회지, 제18권, 제1호, 2013, pp. 239-250.
- [55] 최영·박성현, “소셜 미디어 이용 동기가 사회 자본에 미치는 영향,” 한국방송학보, 제25권, 4호, 2011, pp. 241-276.
- [56] 김유정, “소셜네트워크서비스 이용에 대한 비교 연구 : 싸이월드, 페이스북, 트위터 간의 이용동기와 만족 비교,” 언론과학연구, 제13권, 제1호, 2013, pp. 5-32.
- [57] Schutz, W. C. FIRO: A three-dimension theory of interpersonal behavior. New York, NY: Rinehart & Company, Inc, 1958.
- [58] 엄동수, “인스턴트 메신저를 통한 대인관계 유지에 관한 연구,” 서강대학교 석사학위논문, 2003.
- [60] 정동훈, “스마트폰 레이싱 게임 조작기 UX 평가,” 디지털산업정보학회논문지, 제11권, 제4호, 2015, pp. 143-164.

■ 저자소개 ■



박종순
Park Jongsoon

1993년 3월~현재
서일대학교 인터넷정보과 교수
2005년 2월 한국외국어대학교 경영학박사
1990년 2월 한국외국어대학교 경영학석사
1985년 2월 성균관대학교 행정학사

관심분야 : 모바일 비즈니스, 정보기술
E-mail : jsoonparklycos@nate.com



이 종 만
Lee Jongman

2002년 3월 ~ 현재
한국국제대학교 사회복지학과
교수
2003년 8월 한국외국어대학교 경영학박사
1992년 2월 한국외국어대학교 경영학석사
1990년 2월 한국외국어대학교 경영학사
관심분야 : 복지정보시스템, 사이버상담
E-mail : jmlee@iuk.ac.kr

논문접수일 : 2016년 11월 30일
수 정 일 : 2016년 12월 9일
게재확정일 : 2016년 12월 13일