

소셜 네트워크 서비스에서 사용자의 플로우와 스트레스가 주관적 안녕감에 미치는 영향*

고 준** · 이성준*** · 누립국****

The Effect of Individual's Flow and Stress on Subjective Well-being in Social Network Services*

Joon Koh** · Sung-Jun Lee*** · Liguu Lou****

■ Abstract ■

Most of the SNS users argue that they feel techno-stress or digital fatigue when they use SNS. As the relationships in the SNS expand, users may feel work overload, digital fatigue, and techno-stress which are caused by the time and effort for the retaining the existing relationships established via SNS. The SNS activities require users' time and effort to update their profiles and the current news of them, responding to online friends' contents. Thus, more relationships they have, more stress they can feel. This study tries to examine the key factors that can affect subjective well-being of individuals in Social Network Service (SNS) usage. Therefore, this study, based on the previous literature, investigates what the sources of SNS stress are and how SNS stress and flow affect subjective well-being of SNS users.

Major findings of this study from an empirical analysis with 201 SNS user respondents who have accessed SNS at least one time within one month are as follows. First, perceived opportunity cost and reputation recognition in SNS usage were found to have significant effects on negative emotion. Second, individual's flow in SNS was significantly affected by challenges and interactions, and had a significant impact on positive emotion. However, SNS users' flow did not show a positive relationship with their satisfaction of life.

This study contributes to the expansion of theoretical discussion about the effect of individual's SNS usage on quality of life in validating whether SNS usage can bring individuals subjective well-being. Implications of the study findings and future research directions are also discussed.

Keyword : Flow, SNS Stress, Subjective Well-Being, Positive Emotion, Negative Emotion

Submitted : January 20, 2016

1st Revision : January 26, 2016

Accepted : January 29, 2016

* 이 논문은 2015년도 전남대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었음.

** 전남대학교 경영학부 부교수, 교신저자

*** 주식회사 나래에스앤아이 대표

**** 전남대학교 전자상거래협동과정 박사과정

1. 서론

최근 스마트폰 보급 열풍과 모바일 인터넷의 대중화를 통한 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, 이하 SNS)의 급격한 성장으로 인해 SNS의 사회적 파급 효과가 증폭되고 있다(Kwahk and Kim, 2011). 다양한 학문분야에서 SNS 이용의 긍정적 측면에 대한 논의가 활발하게 진행되고 있지만, 한편으로는 SNS 사용자들은 SNS 사용으로 발생하는 부작용도 토로하고 있다. 2013년 4월 30일자 이투데이 인터넷 신문은 “소셜 네트워크 서비스(SNS)가 긍정적인 면만 있는 것은 아니다. 최근 SNS 이용시간이 길어지면서 그에 따른 피로를 호소하는 사람이 늘고 있다. 이른바 SNS 피로증후군이다”라는 기사를 보도하였다(e-Today, 2013).

한편 Naverpedia에 따르면, SNS 피로증후군이란 SNS를 통해 접하게 되는 과도한 정보뿐 아니라 개인의 사생활까지 공유하면서 이에 집착하게 되는 중독현상으로 인해 일상생활에 지장을 일으킬 정도로 느껴지는 피로감을 뜻한다. 이렇듯 SNS 사용에 따른 결과로 긍정적인 측면과 아울러 부정적인 측면도 있다. 이에 따라 본 연구는 SNS 사용에 대한 긍정적 측면과 부정적 측면을 함께 조명하기 위해 SNS 사용에 따른 긍정적 측면으로 SNS 플로우(flow), 부정적 측면으로 SNS 스트레스가 주관적 안녕감(삶의 만족, 긍정적 정서, 부정적 정서)에 미치는 영향을 규명하고자 한다.

본 연구의 가장 근원적인 동기는 SNS의 사용이 대중화된 현실에서 SNS가 과연 우리들의 삶에 긍정적인지 또는 부정적 측면이 많은지에 대한 답을 하고자 함이다. 즉, 본 연구는 과연 SNS가 사용자들의 삶의 질을 높여주는지에 대한 의문에서 시작되었다. 실제 Park and Koh(2014)의 연구에서는 SNS의 주요한 수단인 스마트기기가 삶의 질에 부정적일 수 있음을 밝혔으며, Park and Koh(2014)은 커플링의 개념을 통해 SNS의 비용적 측면을 부각시킨 바 있다. 더 나아가서 SNS의 다양한 비용의 유형을 중심으로 SNS의 사용중단이 어떻게

발생하는지를 초점으로 한 연구도 있다(Park et al., 2015). 결국 본 연구를 통해 답하고자 하는 연구문제의 기초는 SNS가 종합적인 측면에서 사용자들의 삶의 질 향상에 도움이 되는가이다.

이에 따른 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, SNS 스트레스 구성요인의 재정립이다. 현재 SNS 피로감 또는 SNS 스트레스에 대한 약간의 선행연구들이 있으나, 아직은 미진한 실정이다. 각각의 선행연구에서 규정하는 피로감 또는 스트레스의 개념적 정의나 구성요인에 대한 정의도 명확하게 합의되지 못한 실정이다. 따라서 본 연구는 선행연구에서 제시한 다양한 SNS 스트레스에 대한 구성요인을 좀 더 명확하게 밝히고자 한다. 둘째, 기존연구에서 플로우의 선행변수로 알려진 도전감, 숙련도, 상호작용 등이 SNS 맥락에서도 플로우에 대한 유의한 영향변수인지를 규명하고자 한다. 셋째, SNS와 삶의 질에 대한 물음에 답하기 위해 SNS 스트레스와 SNS 플로우 및 주관적 안녕감에 대한 통합적 연구모형을 제시코자 한다. 즉, SNS 스트레스와 SNS 플로우를 통합하여, SNS 사용자의 주관적 안녕감을 설명하는 연구모형을 제시하고, 이를 실증적으로 검증하고자 한다.

본 연구의 구성은 우선 선행연구 고찰을 통해 SNS 스트레스 구성요인을 파악하며, 주관적 안녕감과 관계할 포함한 연구모형과 가설을 제시할 것이다. 다음으로 실증분석 부분에서 연구방법론과 가설검증 결과를 토의할 것이며, 마지막으로 결론 및 시사점에서는 연구결과 요약과 학술적, 실무적 시사점과 함께 연구한계점을 논의하고자 한다.

2. 선행연구 고찰

2.1 SNS 스트레스

Naverpedia 사전에 따르면, 스트레스(stress)란 생체에 가해지는 여러 상해(傷害) 및 자극에 대하여

체내에서 일어나는 비특이적인 생물반응으로 캐나다의 내분비학자 H.셀리에가 처음으로 명명하였는데 자극 호르몬인 아드레날린이나 다른 호르몬이 혈중 내로 분비되어 우리 몸을 보호하려고 하며 위협에 대처해 싸우거나 그 상황을 피하는 힘과 에너지를 제공한다. 이처럼 스트레스에 대한 개념은 의학과 생리학 분야에서 최초로 사용되었지만, 사회심리학분야까지 확대되어 사용되고 있다(Lazarus and Folkman, 1984). 또한, 스트레스는 심리적 스트레스, 사회적 스트레스(social stress), 직무 스트레스(job stress), 테크노 스트레스(technostress), 디지털 피로감(digital fatigue) 등의 다양한 형태로 분류되는데, Burke(1991)는 사회적 스트레스를 주변 환경이나 사회적 관계를 통하여 개인의 신상이 위협을 받으며 발생하는 스트레스로 정의하였다. 디지털 피로감은 갈수록 복잡해지는 디지털 기기의 설치와 조작에 힘듦을 느끼거나, 폭발적으로 늘어나는 온라인 정보를 따라 가는데 느끼게 되는 어려움을 의미한다(Samsung Economic Research Institute, 2008). 또한, 테크노 스트레스는 정보통신기술 서비스가 어느 한정된 영역에서 사용되는 특정인들의 전유물이 아닌 사회 개개인의 생활 속에서 일상용품화 되었고, 직장에서도 정보시스템을 사용하여 업무를 수행함에 따라 느끼는 정신적인 부담이라고 할 수 있다(Brod, 1984; Kwon and Lee, 2012).

SNS 사용에 따라 발생하는 부작용으로서 SNS 피로감 또는 SNS 스트레스에 대한 연구는 아직 미진하지만, 다음과 같은 선행연구들이 있다. 우선 Kwahk and Kim(2011)의 연구에서는 소셜 미디어의 확산과 사용자의 증가로 인해 다양한 부작용이 발생한다고 지적하고, 그 부작용으로 과도한 개인정보와 사생활 노출, 근거 없는 소문, SNS 사용으로 발생하는 시간적·정신적 부담감, 원하지 않는 관계 형성 등을 지적하였다. 또한, SNS 스트레스는 사회적 스트레스의 확장된 개념으로 보았으며, 문헌연구를 통해 SNS 스트레스를 원하지 않는 사회적 관계, 사회적 압력, 개인정보 유출과

사생활 침해 우려, 소셜미디어 사용의 부담감의 차원으로 구분하고 SNS 스트레스가 소셜미디어 전환의도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 또한 Lim(2013)은 Kwahk and Kim(2011)의 연구에서 제시한 SNS 스트레스 구성요인을 그대로 사용하여 SNS 스트레스가 소비자 대처 행동에 미치는 영향을 분석하였다. 한편, Kim and Lee(2012)는 SNS의 지속적 이용에서 디지털 피로감의 역할 및 영향요인들을 도출한 바 있다. 이들은 SNS를 사용하면서 발생하는 피로감을 “디지털 피로감”으로 정의하고 이 디지털 피로감의 구성요인으로 인맥관리에 대한 피로감, 이용에 따른 부담감, 새로운 정보나 기기 학습에 대한 부담감으로 정의하였다. 아울러 이들은 플로우의 선행변수인 도전감, 숙련도, 상호작용성이 플로우의 선행변수임과 동시에 디지털 피로감에도 영향을 미칠 것을 주장하였다. 이러한 연구 결과들 중에서 특히 흥미로운 점은 숙련도가 디지털 피로감에 정(+의 영향을 준다는 점이다. Kim and Lee(2012)는 디지털 피로감을 복잡해지는 디지털 기기나 온라인 서비스의 이용에 어려움을 느끼거나, 온라인 정보 및 사회적 네트워크 관리에 느끼게 되는 부담감이 라고 정의하였는데, 이 정의를 바탕으로 연구결과를 해석하면, 숙련도가 증가할수록 디지털 피로감은 감소해야 하지만, 분석결과는 반대로, 숙련도가 증가할수록 디지털 피로감은 증가하는 것으로 나왔다. 이는 숙련이 될수록 SNS에 더욱 얽매이게 되어 피로감을 호소하는 경우가 있기 때문으로 해석된다. 마지막으로 Kim et al.(2013)은 SNS 이용의 부정적 측면, 특히 이용자들이 갖는 부담감을 일컫는 “SNS 피로감”에 대한 개념탐색과 그것을 유발하는 요인에 대하여 연구하기 위해, 닐슨코리아에서 운영 중인 패널을 대상으로 설문과 클릭스트림 데이터(click stream data)를 이용하여 연구하였다. 연구결과, SNS 피로감의 하위차원으로 정보과부하, 프라이버시, 기회비용, 평판인식 등을 도출하였다. Kim and Park(2015)도 비슷한 연구결과를 제시하였다. 즉, 원하지 않는 관계, 프라이버시

〈Table 1〉 Factors Influencing SNS Stress

Kwahk and Kim(2011) SNS Stress	Kim and Lee(2012) Digital Fatigue	Kim et al.(2013) SNS Fatigue
Unwanted Social Relationship	Fatigue in Relationship Management	Information Overload
Social Influence	Pressure of Using SNS	Privacy
Information and Privacy	Stress about Learning to Use the New Information and Devices	Opportunity Cost
Stress about Using SNS		Reputation Recognition

침해 우려, 정보과부하 등 요인들이 SNS 피로감을 유발시킬 수 있다. 또한, SNS 피로감을 종속변수로 한 회귀분석에서 SNS 이용을 통해 피로감을 느끼게 되는 가장 중요한 요인은 인터넷 이용시간과 함께 SNS 이용동기 측면 중 SNS를 정보의 수집이나 공유의 목적으로 활용하는 경우로 파악되었다. 아울러서 SNS가 가지고 있는 특성상 관계의 숫자가 많은 경우 정보의 양도 커진다는 측면에서 관계적 이용 또한 피로감을 가중시키는 또 하나의 요인으로 볼 수 있음을 지적하였다. SNS 피로감 또는 스트레스와 관련된 선행연구에서 제시하는 SNS 스트레스의 구성요인들을 정리하면, <Table 1>과 같다.

한편, 선행연구에서 제시된 SNS 스트레스(또는 피로감)의 구성요인과 별도로, SNS에서 친구 맺기와 같이 관계를 맺고 있는 관계인의 수, 본인이 자신의 SNS에 게시한 게시물의 수, 해당 SNS 사용기간, SNS 접속 횟수 등과 같은 요인도 함께 고려해야 할 것으로 보인다. 왜냐하면, 숙련도가 디지털 피로감에 정(+의 영향을 미친다는 결과를 고려할 때(Kim and Lee, 2012) SNS 사용량(게시물 수, 관계인의 수, 사용기간, 일평균 접속 횟수 등)과 숙련도 간에는 양의 상관관계가 있을 것으로 예측되며, 또한 Kim et al.(2013)의 연구에서 지적된 바와 같이 SNS에서의 관계인 수의 증가가 SNS 피로감을 높일 수 있기 때문이다.

2.2 SNS 플로우(Flow)

문화인류학에서 중요하게 다루어지던 플로우 개념

은 미국 시카고 대학의 사회심리학자 칙센트미하이(Csikszentmihalyi)가 삶의 질을 연구하면서 새롭게 조명을 받기 시작했다(Park, 2008). 또한 플로우를 지각하는 사람의 경우, 더 높은 활동의 성과와 행복감 및 만족을 느끼는 것으로 알려져 있다(Csikszentmihalyi, 1990). 플로우에 대한 정의는 많은 학자에 의하여 다양하게 제시되고 있지만, 일반적으로 행동 그 자체에 흥미를 느껴 외부의 보상이 없더라도 지속되는 행동을 통해 얻는 전통적 경험으로서, 시간, 공간 개념을 의식하지 않고 활동 자체에 몰두하다 보면 모든 것이 자연스럽게 흐르는 느낌을 갖게 되는 상태를 말한다(Park, 2008). Park(2008)은 플로우의 발생 결과로, 긍정적인 감정의 발생, 웹사이트에 대한 우호적인 태도와 재방문 빈도 증가, 온라인 구매의도의 증가 등을 제시하였다. 비록 플로우가 레저활동과 같은 경험에서 많이 발생하지만, 일상 활동에서도 발생하며, 플로우는 삶의 질(quality of life)에 영향을 미친다(Csikszentmihalyi, 1990).

하지만 Hoffman and Novak(1996)은 다음과 같은 이유로 온라인 환경에서 플로우를 경험하는 것이 어려워진다고 하였다. 첫째, 모든 사람이 언제나 플로우를 경험하는 것은 아니다. 둘째, 온라인 경험이 증가할수록 플로우를 경험하는 것은 어려워진다. Novak et al.(2000)은 웹사이트 사용기간이 증가할수록 숙련도(skill)는 증가하고, 도전감(challenge)은 감소하여, 결과적으로 사용기간이 길어질수록 플로우는 감소하는 결과를 보여주고 있다. 플로우에 대한 광범위한 연구를 분석한 Park(2008)은 플로우와 관련 연구들의 문제점으로 사후측정

(예 : 과거 경험했던 플로우를 회상하며 응답)과 플로우 측정 대상 웹사이트가 분명하지 않다는 문제점을 지적하였다. 응답 대상 웹사이트가 분명하지 않다는 문제점은 설문응답자가 다수의 웹사이트를 사용하고 있는 경우, 이 다수의 웹사이트에서 경험하거나 느끼는 플로우가 종합되어 측정될 수 있다는 점을 의미하는데, 이는 Novak et al.(2000)의 연구에서 지적한 웹사이트 사용 기간과 플로우, 도전감, 숙련도의 관계에서 알 수 있듯이 다수의 웹사이트에 대한 사용기간이 각각 다른데, 모든 웹사이트에서 발생한 플로우를 종합하여 측정하는 오류를 범할 수 있음을 의미한다.

2.3 주관적 안녕감

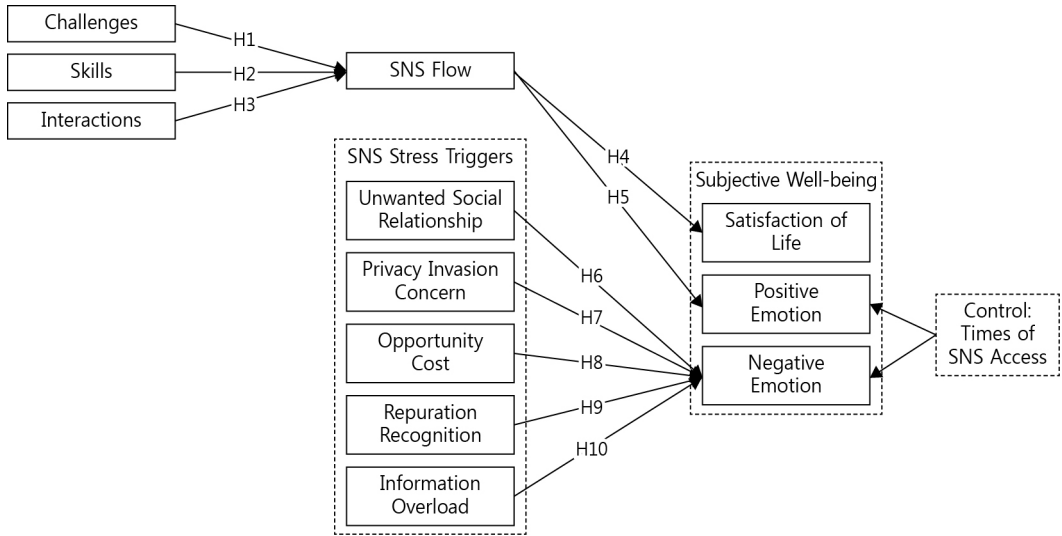
현대 사회의 비약적인 경제적 발전에도 불구하고, 많은 사람은 자신이 행복하지 못하다고 평가한다. 이는 경제적인 소득수준과 같은 객관적인 기준과는 별개로, 행복(또는 삶의 질)이란 삶의 주체인 그 자신이 자신의 삶을 인지적·정서적 평가로 이루어진다는 것이다. 따라서 이러한 삶의 질에 대한 평가기준 또는 측정방법론은 다음과 같은 두 가지 전통에 따른다. 첫째, 경제학적 전통, 삶의 질에 대해 객관적 조건을 중심으로 연구자(삶의 주체가 아닌 제 3자)의 평가를 중요시하는 전통이다(Korean Sociological Association, 2011). 둘째, 심리학적 전통, 삶의 질에 대하여 삶의 주체인 개인이 자신의 삶에 대한 판단이나 느낌을 중요시하는 전통이다(Korean Sociological Association, 2011). 따라서 경제학적 전통은 객관적 지표로서 제 3자가 평가하며, 주로 집합적 수준(국가 또는 지역 등)의 삶의 질을 평가하는 기준으로 사용된다. 반면 심리학적 전통은 개인의 인지적이며 정서적 기준으로 개인 수준의 삶의 질을 평가하는 지표로 사용된다. 삶의 질을 측정하는 심리학적 전통 중 삶의 질의 주관적 영역의 대표적인 측정치는 주관적 안녕감(subjective well-being)이다(Kwon, 2009). Diener(1984)는 행복이라는 경험에 내포된 주관성을 강조하였고,

이 경험의 핵심요소로 인지적 삶의 만족감, 빈번한 긍정적 정서, 그리고 낮은 빈도의 부정적 정서를 꼽았다(Suh and Koo, 2011). 한편, Suh and Koo (2011)는 현재 국내 학계에서는 서양 학자들에 의해 개발된 행복 측정치를 대부분 번안하여 사용하고 있으며, 이러한 척도들은 타당도와 신뢰도가 검증된 측정척도이지만, 문화 보편적 사용이 가능한가에 대해서 확신하기 어렵다고 지적하였다. 아울러 이 연구자들은 간략하면서도 한국인의 정서가 개입될 여지가 있고, 한국 문화의 특수성과 문화적 보편성 간의 균형을 유지한 단축형 행복척도를 개발하였다(Suh and Koo, 2011). 이들이 개발한 단축형 행복척도의 핵심은 주관적 안녕감으로, 삶의 만족, 긍정적 정서, 부정적 정서를 측정하는 9개 문항으로 축약한 것이었다. 특히 여기에서 강조되는 점은 긍정적 정서와 부정적 정서의 강도보다는 빈도가 미치는 영향이 더 크기 때문에 긍정적 정서와 부정적 정서는 그것을 느끼는 빈도를 측정한다는 점이다.

3. 연구모형과 가설

3.1 연구모형

본 연구는 선행연구 고찰을 통하여, SNS 플로우의 선행변수로서 도전감, 숙련도, 상호작용을 고려하였고, SNS 스트레스의 구성요인으로는 원하지 않는 사회적 관계, 프라이버시 침해 우려, 기회비용, 평판인식을 설정하였으며, 주관적 안녕감은 삶의 만족, 긍정적 정서, 부정적 정서로 접근하였다. 또한 앞서 선행연구 고찰에서 논의한 것처럼 본 연구에서의 변수들 간 영향 관계에서 SNS 사용량이 부정적, 긍정적 정서에 영향을 끼칠 수 있음을 감안하여 SNS 사용량을 대변하는 SNS 평균접속 횟수를 통제변수로 고려하고자 한다. 이러한 논의를 바탕으로 한 연구모형은 다음의 <Figure 1>에 제시되어 있다.



<Figure 1> Research Model

3.2 연구가설

3.2.1 SNS 플로우와 주관적 안녕감 관련 연구가설

Novak(2000)의 연구에 따르면 플로우에 영향을 끼칠 수 있는 요인들은 도전감, 숙련도, 상호작용 등으로 알려져 있다. Kim and Lee(2012) 또한 도전감, 숙련도, 상호작용성이 플로우의 영향요인임을 주장한 바 있다. 본 연구에서도 SNS 플로우의 선행변수로서 이러한 변수들을 고려하고자 한다. 즉, 본 연구에서 우선 SNS 플로우와 선행요인들 간의 관계에 대해 다음과 같은 가설들을 제시한다.

- H1** : 도전감은 SNS 플로우에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2** : 숙련도는 SNS 플로우에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3** : 상호작용은 SNS 플로우에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

Csikszentmihalyi(1990)는 플로우를 지각하는 사람의 경우에 더 높은 활동의 성과와 행복감, 그

리고 만족을 느낀다고 주장하였다. 또한 플로우는 삶의 질(quality of life)에 긍정적인 영향을 끼치는 것으로 알려져 있다(Csikszentmihalyi, 1990). 이러한 플로우에 대한 선행연구들을 토대로 플로우가 긍정적 정서를 유발하고 삶의 질에도 긍정적 영향을 줄 것으로 예상하여 다음과 같은 가설을 제시하고자 한다.

- H4** : SNS 플로우는 삶의 만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- H5** : SNS 플로우는 긍정적 정서에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 SNS 스트레스와 주관적 안녕감 관련 연구가설

Kwahk and Kim(2011)은 SNS 스트레스 구성요인들로 원하지 않는 사회적 관계, 사회적 압력, 개인정보유출/사생활 침해, SNS 사용에 대한 부담감 등을 제안하고, 이러한 SNS 스트레스가 소셜미디어 전환의도에 영향을 끼칠 수 있음을 주장하였다. 즉, SNS 스트레스가 부정적 결과를 초래할 수 있음을 시사한다. 한편, Kim and Lee(2012)는 SNS를 사용하면서 발생하는 피로감을 “디지털 피로감”으

로 정의한 후 이 디지털 피로감의 구성요인으로 인맥관리에 대한 피로감, 이용에 따른 부담감, 새로운 정보나 기기 학습에 대한 부담감을 제시하였다. Kim et al.(2013)은 닐슨코리아 패널을 대상으로 설문과 클릭스트림 데이터(click stream data)를 이용한 연구에서 SNS 피로감의 하위차원으로 정보과부하, 프라이버시, 기회비용, 평판인식 등을 도출한 바 있다. 이들의 연구를 종합하여 본 연구는 SNS 스트레스 구성요인으로서, 원하지 않는 사회적 관계, 프라이버시 침해 우려, 기회비용, 평판인식, 정보과부하 등을 설정하고 이러한 SNS 스트레스가 부정적 결과, 즉 부정적 정서를 유발할 것으로 예상하여 다음과 같은 연구가설들을 제시한다.

H6 : 원하지 않는 사회적 관계는 부정적 정서에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H7 : 프라이버시 침해 우려는 부정적 정서에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H8 : 기회비용은 부정적 정서에 정(+)의 영향을 미

칠 것이다.

H9 : 평판인식은 부정적 정서에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H10 : 정보과부하는 부정적 정서에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4. 실증 분석

4.1 연구변수의 조작적 정의

본 연구에서 제시한 변수의 조작적 정의는 다음의 <Table 2>에 제시되어 있다. 또한 각 변수의 측정을 위해 선행연구를 바탕으로 측정항목을 추출하였으며 연구의 목적과 내용에 맞게 수정 및 보완하였다. 특히, 본 연구에서 SNS 스트레스는 SNS 상의 사회적 관계망 형성 및 유지 발전을 위해 사용자가 느끼는 부담감이나 피로감으로 정의하였다. 또한 본 연구는 SNS 사용을 통해 발생하는 SNS 플로우와 SNS 스트레스를 측정하는데, 여기에서 SNS 사용

<Table 2> Operational Definitions of Variables

Variables	Operational Definitions of Variables	References
Unwanted Social Relationship	The extent to which SNS users feel burden when they establish a connection with unwanted persons.	Kwahk and Kim (2011)
Privacy Invasion Concern	The extent to which SNS users worry about invasions of privacy when they use SNS.	Kim et al.(2013)
Opportunity Cost	The loss in time and physical elements when use SNS.	Kim et al.(2013)
Reputation Recognition	The extent to which SNS users care about others' reactions to message and self-image on the SNS.	Kim et al.(2013)
Information Overload	The extent to which SNS users feel burdened in understanding an issue and making decisions caused by the presence of too much information on the SNS.	Kim et al.(2013)
SNS Flow	The perceived sense of enjoyment obtained from using SNS.	Novak et al.(2000)
Challenges	Using SNS enhances users' abilities and experiences.	Hoffman and Novak(1996)
Skills	User's ability and capability to use the SNS.	Kim and Lee(2012)
Interactions	The extent to which SNS users can control the conversation during the communication.	Rogers(1986)
Satisfaction of Life	SNS user's satisfaction and happiness based on the subjective evaluation about one's life.	Suh and Koo(2011)
Positive Emotion	The extent to which a SNS user evaluates his or her life positively.	Suh and Koo(2011)
Negative Emotion	The extent to which a SNS user evaluates his or her life negatively.	Suh and Koo(2011)

이라 함은 개인이 SNS를 사회적 관계망 형성 및 유지발전을 위해 사용하는 것으로 정의한다. 따라서 SNS를 사회적 관계의 유지 및 발전의 목적이 아닌 다른 용도로 사용하는 것(예 : 소셜 커머스 등의 목적)은 본 연구의 맥락에서 제외시켰다.

4.2 연구방법과 표본의 특성

본 연구에서 제시한 가설을 검증하기 위하여 SNS를 최근 1개월 이상 사용한 경험을 가진 사용자들을 대상으로 사전 설문조사를 실시하였고, 이 결과를 바탕으로 설문문항에 사용된 단어나 문맥을 일부 수정한 후 직접방문 형태로 설문조사를 하였다. 사전 및 본 설문지의 표본을 최근 1개월 이상 SNS 사용 경험을 가진 사람으로 한정하는 이유는 Park(2008)이 지적한 사후측정 문제(과거 경험을 회상하며 설문에 응답)를 최소화하기 위함이다. 따라서 SNS 총 사용기간은 1개월 이상이지만 최근 1개월 동안 SNS를 사용하지 않은 응답자는 설문대상에서 제외하였다. 아울러 설문지 서두에 설문응답자가 응답할 SNS의 종류를 선택하도록 하고, 이후 설문문항 응답시 자신이 선택한 SNS의 사용 경험이나 인지한 정서를 회상하며, 설문에 응답하게 하였다. 이 또한 Park(2008)이 지적한 측정 대상 웹사이트를 특정하지 않고 측정하는 문제를 보완하기 위함이다. 한편, 변수별 측정항목들은 리커트 7점 척도를 이용하여 측정되었다. 설문지는 총 250부를 배포하였고, 불성실한 응답이나 결측값이 있는 설문지를 제외하고 총 201부의 설문지를 분석에 활용하였다.

표본의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 성별은 남성이 50.2%(101명), 여성이 49.8%(100명)로 나타났다. 연령은 20대가 95.0%(191명)로 대다수를 차지하였다. 다음으로 직업은 대학생이 94%(189명)로 가장 많았다. 설문지 서두에 질문한 응답대상이 되는 SNS 종류에 대해서는 페이스북이 압도적으로 많았다(83.1%, 167명). 또한 SNS 접속에는 대부분 스마트폰을 사용하는 것으로 나타났다(95.0%, 191명).

4.3 신뢰성 및 타당성 분석 결과

본 연구에서 측정한 변수들의 신뢰성, 타당성 및 가설검증은 SPSS V19.0 Windows를 사용하였다. 먼저 신뢰성은 크론바하 알파(Cronbach's Alpha) 계수를 이용하여 분석한 결과 SNS 스트레스 구성요인 중 정보과부하를 제외한 모든 변수의 신뢰성은 0.7 이상을 확보하여, 모두 양호한 편이다. 구체적으로 SNS 플로우 0.806, 도전감 0.764, 속련도 0.891, 상호작용 0.824, 원하지 않는 사회적 관계 0.700, 프라이버시 침해 우려 0.911, 기회비용 0.790, 평판인식 0.826, 삶의 만족 0.798, 긍정적 정서 0.892, 부정적 정서 0.843 등으로 분석되었다. 그러나 정보과부하는 신뢰도가 0.6 이상이 되지 못하여, 실증분석에서 제외시켰다. 한편, 타당성 분석을 위해 요인분석을 하였고(연구모형에 포함된 변수 중 SNS 플로우의 선행요인들은 제외), 요인추출방법은 주성분 분석을, 요인회전방법은 직교회전법(Varimax Rotation)을 이용하였다. 요인분석 결과, 아이겐 값(eigen value)이 1 이상인 7개의 잠재요인들이 추출되었다. 이때의 7개 요인으로 설명되는 총분산은 79.3%이었다. 또한 요인분석을 통해 몇몇 측정항목들이 삭제되었다(예 : PIC2, F11, OC1 등). 구체적인 요인분석 결과는 다음의 <Table 3>에 제시되어 있다. 한편, SNS 스트레스 유발요인 중 원하지 않는 사회적 관계는 요인분석에서 제거되었다. 원하지 않는 사회적 관계와 프라이버시 침해 우려 변수 간에 강한 양의 상관관계를 보였고, 이 두 변수는 하나의 잠재요인으로 묶이는 결과가 나왔다. 이를 해석해 보면, SNS 사용자 입장에서 원하지 않는 다른 사용자와의 관계 형성은 본인의 사생활이 원하지 않는 사람에게 노출될 수 있는 가능성을 높이기 때문일 것이다. 따라서 원하지 않는 사회적 관계는 제거하고 프라이버시 침해 우려 요인만 분석에 이용하기로 하였다.

최종적으로 연구에서 분석에 사용된 변수들에 대한 평균, 표준편차 등의 기술통계량은 다음의 <Table 4>와 같다.

<Table 3> Result of Factor Analysis

Items	Components						
	1	2	3	4	5	6	7
PIC4	.908	.052	.104	.102	.015	.063	.009
PIC3	.906	-.015	.074	.074	.178	.070	.069
PIC1	.892	-.019	.040	.114	.126	.098	.007
FI5	.055	.868	.061	.114	.047	.013	-.055
FI2	-.005	.828	-.036	-.039	-.012	.132	.023
FI3	.040	.754	.174	.132	-.130	.017	.052
FI4	-.064	.686	.156	.119	.140	-.027	-.033
PE3	.075	.114	.904	-.033	-.008	-.032	.105
PE1	.117	.102	.879	.027	-.034	-.012	.126
PE2	.021	.114	.875	.079	-.014	-.011	.140
RR2	.006	.118	.099	.872	-.034	.130	-.057
RR1	.166	.064	-.012	.803	.244	.061	-.047
RR3	.150	.148	-.017	.791	.172	.212	-.084
OC3	.076	.068	-.009	.137	.885	.131	.035
OC2	.228	-.032	-.048	.169	.849	.118	-.019
NE2	.052	.116	-.099	.141	.128	.905	.025
NE1	.175	.005	.050	.224	.129	.874	-.065
SoL2	.003	.014	.140	-.144	.069	.025	.894
SoL1	.071	-.031	.208	-.018	-.054	-.061	.885
Eigenvalue	4.229	3.084	2.524	1.554	1.445	1.182	1.049

Note : PIC : Privacy Invasion Concern, FI : Flow, PE : Positive Emotion, RR : Reputation Recognition, OC : Opportunity Cost, NE : Negative Emotion, SoL : Satisfaction of Life.

<Table 4> Descriptive Statistics of Variables

Variables	Mean	S.D.	Cronbach's α
SNS Flow	3.358	1.070	0.806
Challenges	2.400	1.234	0.764
Skills	3.900	1.241	0.891
Interactions	4.109	1.456	0.824
Privacy Invasion Concern	4.739	1.413	0.911
Opportunity Cost	3.983	1.645	0.790
Reputation Recognition	3.713	1.431	0.826
Satisfaction of Life	4.716	1.043	0.798
Positive Emotion	3.854	1.259	0.892
Negative Emotion	3.922	1.428	0.843

4.4 가설 검증 결과

도전감과 숙련도, 상호작용 변수가 플로우에 미치는 영향과 관련 가설을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 결과를 살펴보면, 이 회귀모형의 R^2 는 0.473이었으며, F 통계량은 55.419로 나타났다. 도전감과 상호작용 변수는 플로우에 유의한 영향을 미치나(도전감 $\beta = 0.542$, $t = 9.225$; 상호작용 $\beta = 0.190$, $t = 3.175$), 숙련도 변수는 플로우에 유의한 영향을 미치지 않았다($\beta = 0.077$, $t = 1.272$). 따라서 가설 H1과 H3은 지지되었으나, 가설 H2는 기각되었다.

다음으로 SNS 플로우가 삶의 만족에 미치는 영향을 검증하기 위해, SNS 플로우를 독립변수로, 삶의 만족을 종속변수로 설정하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 회귀모형이 유의하지 않았으며, 플로우도 삶의 만족에 유의하지 않게 나타나 가설 H4는 기각되었다($\beta = -0.150$, $p = 0.828$).

한편, SNS 플로우가 긍정적 정서에 미치는 영향을 검증하기 위해 SNS 플로우를 독립변수로, 긍정적 정서를 종속변수로, 일평균 SNS 접속 횡

수를 통제변수로 설정하고 회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 다음의 <Table 5>에 제시되어 있다. 분석결과, 회귀모형의 R^2 는 0.070이고, F 통계량은 7.414, 유의확률은 0.001로 회귀모형은 유의하며, SNS 플로우가 긍정적 정서에 유의한 정(+)의 영향을 끼쳤기에 가설 H5는 지지되었다($\beta = 0.192$, $t = 2.750$). 다음으로, SNS 스트레스 구성요인이 부정적 정서에 미치는 영향을 검증하기 위해 종속변수로 부정적 정서를 설정하고, 독립변수로 프라이버시 침해 우려, 기회비용, 평판인식을 설정하여 회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 다음의 <Table 6>에 제시되어 있는데, 회귀모형의 R^2 는 0.218, F 통계량은 13.698, 유의확률은 0.000으로 회귀모형은 유의하며, 기회비용은 부정적 정서에 유의적으로 정(+)의 영향을 끼치고($\beta = 0.180$, $t = 2.607$), 평판인식은 부정적 정서에 유의적으로 정(+)의 영향을 끼쳤다($\beta = 0.287$, $t = 4.214$). 따라서 가설 H8과 H9는 지지되었다. 그러나 프라이버시 침해는 부정적 정서에 유의적으로 영향을 미치지 않아서 가설 H7은 기각되었다($\beta = 0.105$, $t = 1.569$).

<Table 5> Hypothesis Test Results(Positive Emotion as the Dependent Variable)

		Standardized Coefficients(β)	t-value	Result
Independent Variable	SNS Flow	0.192	2.750**	H5 is supported
Control Variable	Times of SNS Access	0.146	2.089*	-
R^2		0.070		
F		7.414***		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

<Table 6> Hypotheses Test Results(Negative Emotion as the Dependent Variable)

		Standardized Coefficients(β)	t-value	Result
Independent Variable	Privacy Invasion Concern	0.105	1.569	H7 is rejected
	Opportunity Cost	0.180	2.607**	H8 is supported
	Reputation Recognition	0.287	4.214***	H9 is supported
Control Variable	Times of SNS Access	0.163	2.574*	-
R^2		0.218		
F		13.698***		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

지금까지의 가설검증의 결과를 종합해 보면, 도전감과 상호작용은 SNS 플로우에 유의한 영향을 미치지만(H1, H3 지지), 숙련도의 SNS 플로우에 대한 효과는 유의하지 않았다(H2 기각). 또한, SNS 플로우는 주관적 안녕감 중 삶의 만족에 유의한 영향을 미치지 못한 반면에(H4 기각), 긍정적 정서에는 유의한 영향을 끼쳤다(H5 지지). 또한, SNS 스트레스 구성요인 중 프라이버시 침해 우려는 부정적 정서에 유의하지 않았으나(H7 기각), 기회비용과 평판인식은 부정적 정서에 유의한 영향을 미쳤다(H8, H9 지지). 이러한 가설검증결과를 도식화하면 다음의 <Figure 2>와 같다.

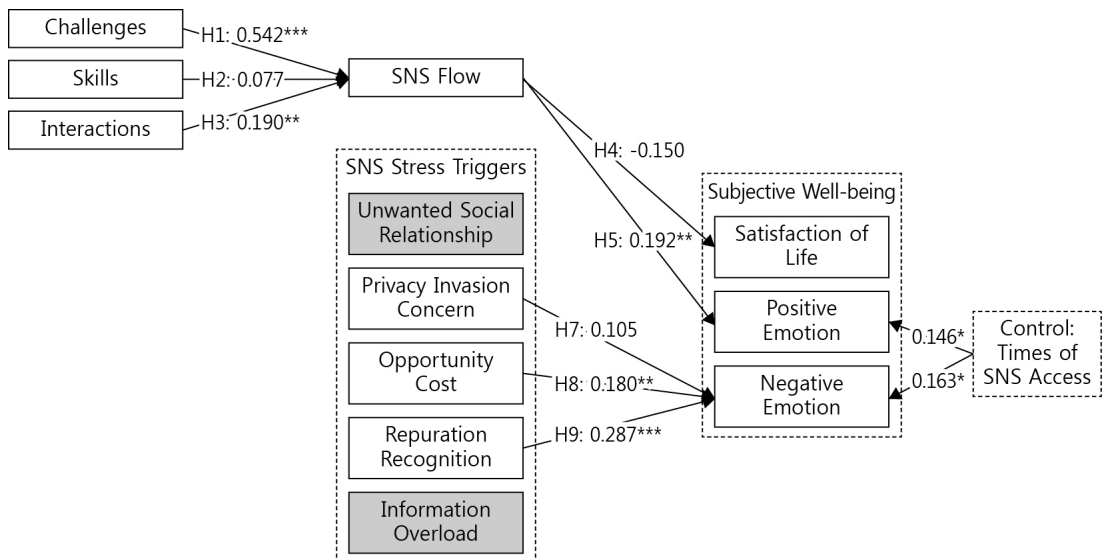
분석결과에 대한 해석과 토의를 하자면, 우선 플로우에 영향을 미칠 것으로 예상되었던 도전감, 숙련도, 상호작용 중에서 도전감과 상호작용은 SNS 플로우에 유의한 영향을 미치지만, 숙련도의 경우 유의하지 않았다. 이는 플로우가 활발히 연구되었던 1990년 당시와 최근의 온라인 웹사이트 또는 모바일 애플리케이션 사용자의 속성 중 숙련도는 상당한 차이가 있음에 기인한 것으로 보인다. 현재는 온라인 웹사이트와 모바일 웹이나 애플리케이션

들이 대중화됨은 물론 유사한 UI(user interface)를 사용하기 때문에 사용자들은 이미 높은 수준의 숙련도를 갖고 있다고 할 수 있다. 따라서 숙련도가 SNS 플로우에 유의한 영향을 주지 못한 것으로 해석된다.

5. 결론 및 시사점

5.1 연구결과 요약

본 연구의 일차적 목적은 SNS 스트레스 요인은 어떻게 구성하는 것이 타당한지에 대한 논의와 검토였다. 이와 관련하여 본 연구는 선행연구들을 바탕으로 SNS 스트레스 구성요인에 대하여 원하지 않는 사회적 관계, 프라이버시 침해 우려, 기회비용, 평판인식, 정보과부하 등의 5가지 요인을 도출하였으나, 실증분석에서 원하지 않는 사회적 관계는 프라이버시 침해 우려와 강한 양의 상관관계를 보였고, 특히 요인분석에서 이 두 요인이 함께 묶이는 결과를 나타내었다. 따라서 원하지 않는 사회적 관계와 프라이버시 침해 우려는 동일한 잠재



*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Unwanted Social Relationship and Information Overload were dropped from the research model.

<Figure 2> Hypotheses Test Results

요인 또는 인과관계를 갖는 요인으로 해석하였다. 이에 따라 가설 검증에서 원하지 않는 사회적 관계는 제외되었으며, 정보과부하는 신뢰도가 낮게 나타나 최종분석에서 제외되었다. 결국에 본 연구에서 최종적으로 도출된 SNS 스트레스 유발요인은 프라이버시 침해 우려, 기회비용, 평판인식 등 3가지 요소였다.

본 연구의 두 번째 목적은 SNS 플로우에 주요한 영향요인은 무엇인지를 알아내는 일이었다. 이에 대해 사용자의 도전감, 숙련도, 상호작용을 고려하였는데 실증분석 결과, 도전감과 상호작용은 SNS 플로우에 유의한 영향을 끼친 반면, 숙련도는 SNS 플로우에 유의한 영향을 끼치지 않았다.

본 연구의 마지막 목적은 ‘SNS가 과연 사용자의 삶의 질을 높여주는가’에 대한 물음에 답하기 위하여 SNS 스트레스, SNS 플로우, 삶의 질에 대한 통합적인 연구모형의 개발과 제시였다. 실증분석 결과, SNS 플로우는 주관적 안녕감 중 긍정적 정서에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결국 SNS가 삶의 질에 대하여 긍정적인 측면 뿐 아니라 상당부분은 부정적인 측면으로 작용할 수 있음을 알 수 있었다.

5.2 시사점과 한계점

본 연구가 가지는 학술적, 실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, SNS 사용을 통해 발생하는 SNS 스트레스와 SNS 플로우가 SNS 사용자의 삶의 만족·긍정적·부정적 정서에 미치는 영향을 실증적으로 규명하였다. SNS에 대한 선행 연구들은 주로 사용 동기, 만족, 지속사용의도 등에 초점을 맞추고 있으나, SNS 피로감 또는 스트레스에 대한 포괄적이고도 체계적인 연구는 그동안 미흡하였다. 본 연구는 SNS 스트레스와 SNS 플로우를 동시에 고려함으로써, SNS 사용을 통한 긍정적 요인(플로우)과 부정적 요인(스트레스)을 통합적으로 고찰하였다는 점에서 선행 연구들과의 차별성이 있다.

둘째, 본 연구는 SNS 사용에 따른 개인의 삶의

질에 대한 학술적 관심의 시발점이 될 수 있다. 본 연구는 근본적으로 SNS가 과연 삶의 질 또는 행복감을 높여주는지에 대한 물음을 가지고 시작하였고 삶의 질을 주관적 안녕감(subjective well-being)으로 측정하였다. SNS 사용자는 사회적 관계의 유지와 발전을 위해 SNS를 사용하곤 한다. 따라서 개인들이 SNS 사용을 통해 궁극적으로 추구하는 것은 “행복”이라고 할 수 있기 때문에 SNS 사용을 통한 주관적 안녕감(subjective well-being)이 학문적으로나 실무적으로 중요하다. 또한, SNS 서비스를 제공하는 기업의 입장에서 본다면, SNS 서비스 제공기업의 수익은 더 많은 사용자 확보와 지속사용 유도를 통해 실현가능하다고 할 수 있다. 따라서 단순히 SNS 사용자의 지속사용 관점에서 이해하려는 단기적 접근보다는, 장기적 관점에서 사용자의 행복 즉, 삶의 질적인 측면을 고려한 장기적 관점에서의 접근이 필요하다. SNS 사용을 통해 행복하지 못한 사용자는 결국 이탈 또는 SNS의 사용을 중단할 것이기 때문이다.

셋째, SNS 서비스를 제공하는 기업은 SNS 사용자의 부정적 정서 유발을 최소화하기 위해 SNS 서비스의 속성과 서비스 제공방식에 대한 검토가 필요하다. 부정적 정서 경험은 상대적으로 더 쉽게 회상하는 경향이 있다. 따라서 긍정적 경험의 수에서 부정적 경험의 수를 차감한 결과는 과소평가하는 경향이 있을 수 있다(Cho, 1995). SNS에 사용자가 게시하거나 다른 사용자의 게시물에 대한 댓글 등의 내용적인 측면은 SNS 서비스를 제공하는 기업이 통제할 수 없지만, SNS 시스템의 특성이나 서비스 제공 방식은 통제가 가능한 요소이다. 따라서 SNS 서비스의 속성 중 사용자의 기회비용(Park et al., 2015) 또는 평판인식과 같은 SNS 사용자의 부정적 정서에 영향을 주는 요소에 대한 개선의 노력이 우선되어야 한다.

한편 본 연구는 다음과 같은 연구한계점을 갖는다. 첫째는 표본의 속성이 편향되었다는 점이다. 본 연구의 표본 중 SNS 접속시 스마트폰 사용자의 빈도는 191명(95.0%)이고, 설문에 고려한 SNS

종류는 대부분이 페이스북을 지목하였다(167명, 83.1%). 또한 표본에서 20대와 대학생들의 비중이 매우 높았다. 이러한 편향된 표본은 연구결과의 일반화에 문제가 될 수 있다. 하지만 현재의 SNS 사용자의 대다수가 스마트폰을 사용하고, 페이스북을 주로 이용할 것으로 예측하기 때문에 본 연구의 표본이 편향된 것은 표본 추출의 문제이기보다는 현재 SNS 사용의 추세를 반영한 것이라는 해석도 가능하다.

둘째, Park(2008)에서 제기한 플로우 관련 연구의 문제점 중 플로우 측정시 특정 웹사이트만을 특정하여 측정해야 한다는 문제를 보완하기 위해 본 연구의 설문문항 중 설문응답자가 SNS 플로우와 SNS 스트레스에 대하여, 응답할 SNS의 종류를 명시적으로 먼저 응답하도록 하였다. 그러나 실제 응답자가 다수의 SNS 사용경험을 가진 응답자가 특정 SNS 하나의 경험과 기억만을 토대로 응답했는지에 대해서는 의문이 있을 수 있다. 또한 Park(2008)에서 제시한 또 하나의 플로우 측정 관련 문제점인 사후측정 문제(SNS 사용자의 과거 경험을 회상하며, 측정하는 문제)를 보완하기 위해 설문응답자에게 최근 1개월의 경험을 회상하여 설문응답하도록 하였지만, 이 역시 사후측정의 문제는 여전히 잠재해 있다.

마지막으로 본 연구의 최종적인 결과 변수 주관적 안녕감에 대한 설명력이 다소 낮다. 또한 주관적 안녕감은 극히 인지적·정서적 요인이다. 본 연구에서 제시한 SNS 플로우와 SNS 스트레스는 주관적 안녕감에 영향을 주는 외재적 요인이며, 내재적 요인으로 SNS 사용자의 성격요인을 고려할 필요가 있다(Mo et al., 2013). 이러한 추가적인 요인을 고려한다면 향후 연구모형의 설명력을 높일 수 있을 것이다.

References

- Brod, C., *Technostress : The Human Cost of the Computer Revolution*, Addison-Wesley, 1984.
- Burke, P.J., "Identity Processes and Social Stress", *American Sociological Review*, Vol.56, No. 6, 1991, 836-849.
- Cho, E.K., "Psychology of Quality of Life : Emotional Balance and Quality of Life", *Symposium Report of Korean Psychological Association*, 1995, 23-43.
- (조은경, "삶의 질의 심리학 : 정서적 균형과 삶의 질", *한국심리학회 춘계심포지엄자료집*, 1995, 23-43.)
- Csikszentmihalyi, M., *Flow : The Psychology of Optimal Experience*, New York : Harper and Row, 1990.
- Diener, E.D., "Subjective Well-being", *Psychological Bulletin*, Vol.95, No.3, 1984, 542-575.
- e-Today, "Too Much Is as Bad as Too Little, Does SNS Make People Tired?", 2013, Available at URL : <http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=725770>(Accessed January 19. 2016.)
- (이투데이 인터넷신문 기사, "과유불급, SNS가 사람을 피곤하게 만든다?", 2013, URL : <http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=725770>.)
- Hoffman, D.L. and T.P. Novak, "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments : Conceptual Foundations", *Journal of Marketing*, Vol.60, No.3, 1996, 50-68.
- Kim, K.D., H.J. Kim, and Y. Bae, "Exploring the Concept and Determinants of SNS(Social Network Service) Fatigue", *Information and Society*, No.26, 2013, 102-129.
- (김경달, 김현주, 배 영, "소셜 네트워크 서비스(SNS)의 피로감 요인에 관한 연구", *정보와 사회*, No. 26, 2013, 102-129.)
- Kim, M.S. and D.J. Lee, "The Role of Digital Fatigue and Flow in SNS Usage", *e-Busi-*

- ness Studies, Vol.13, No.1, 2012, 67-87.
 (김명수, 이동주, “소셜 네트워크 서비스 이용에 있어서의 디지털 피로감과 플로우의 역할”, *e-비즈니스연구*, 제13권, 제1호, 2012, 67-87.)
- Kim, S.H. and H.S. Park, “Empirical Study on Antecedents and Consequences of Users’ Fatigue on SNS and the Moderating Effect of Habit”, *Journal of the Korea Society of IT Services*, Vol.14, No.4, 2015, 137-157.
 (김상현, 박현선, “SNS에서의 사용자 피로감의 선행 및 결과 요인과 습관의 조절효과에 관한 실증 연구”, *한국IT서비스학회지*, 제14권, 제4호, 2015, 137-157.)
- Korean Sociological Association, *An Analytical Framework for Measurement of Citizen’s Quality of Life*, Korean Sociological Association, 2011.
 (한국사회학회, “국민 삶의 질 측정을 위한 분석틀”, 한국사회학회, 2011.)
- Kwahk, K.Y. and H.J. Kim, “The Effect of Social Network Stress on Social Media Switching Intention”, *Conference of Korean Association of Industrial Administration*, Summer, 2011, 83-114.
 (곽기영, 김효준, “소셜 네트워크 스트레스가 소셜 미디어 전환의도에 미치는 영향”, *한국산업경영학회, 하계발표논문집*, 2011, 83-114.)
- Kwon, S.J., “The Exploratory Analysis of Subjective Well-being in Internet Continuance to Use”, *Journal of the Korea Society of IT Services*, Vol.8, No.4, 2009, 1-16.
 (권순재, “인터넷의 지속적 상용의도에서 주관적 안녕감에 대한 탐색적 분석”, *한국IT서비스학회지*, 제8권, 제4호, 2009, 1-16.)
- Kwon, G.Y. and D.G. Lee, “A Study on the Impact of Personal Characteristics on the Use of Smart-phone”, *Korean Business Review*, Vol.5, No.3, 2012, 81-102.
 (권기영, 이동건, “개인의 특성이 스마트폰 사용에 미치는 영향에 관한 연구”, *한국비즈니스리뷰*, 제5권, 제3호, 2012, 81-102.)
- Lazarus, R.S. and S. Folkman, *Stress, Appraisal, and Coping*, New York : Springer, 1984.
- Lim, M.S., “Social Network Induced Stress on Coping Behaviors of Consumers”, *Journal of Human Resource Management Research*, Vol.20, No.4, 2013, 111-136.
 (임명서, “소셜 네트워크 스트레스가 소비자의 대처 행동에 미치는 영향”, *인적자원관리연구*, 제20권, 제4호, 2013, 111-136.)
- Mo, H.S., M.R. Park, and D.H. Ha, “Mediating Effect of Self-efficacy on the Relationship between Big Five Personality Factors and Subjective Well-being”, *Korean Journal of Educational Psychology*, Vol.27, No.3, 2013, 761-781.
 (모화숙, 박미라, 하대현, “Big5 성격요인과 주관적 안녕감간의 관계에 대한 자기효능감의 매개효과”, *교육심리연구*, 제27권, 제3호, 2013, 761-781.)
- Naverpedia, “SNS Fatigue Syndrome”, Available at URL : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1987181&cid=472&categoryId=472>(Accessed January 22. 2016).
 (네이버지식백과, “SNS 피로증후군”, Available at URL : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1987181&cid=472&categoryId=472>.)
- Naverpedia, “Stress”, Available at URL : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1117264&cid=40942&categoryId=32310>(Accessed January 22. 2016).
 (네이버지식백과, “스트레스”, Available at URL : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1117264&cid=40942&categoryId=32310>.)
- Novak, T.P., D.L. Hoffman, and Y.F. Yung,

- “Measuring the Customer Experience in Online Environments : A Structural Modeling Approach”, *Marketing Science*, Vol.19, No.1, 2000, 22-42.
- Park, K.J. and J. Koh, “Determinants of Individual's IT Usage Intention-Focusing on the Coupling Effect in the SNS Context”, *Korean Management Review*, Vol.43, No.6, 2014, 2155-2174.
- (박경자, 고 준, “정보기술 사용의도의 결정요인 : SNS에서의 커플링 효과를 중심으로”, *경영학연구*, 제43권, 제6호, 2014, 2155-2174.)
- Park, K.J., J. Koh, and S.B. Park, “Why Do Social Network Service Users Stop Using the Service? : Focusing on Perceived Costs and Coupling Effect”, *Journal of Internet Electronic Commerce Research*, Vol.15, No. 1, 2015, 1-16.
- (박경자, 고 준, 박승봉, “소셜 네트워크 서비스 사용 중단의 왜 발생하는가? : 지각된 비용과 커플링 효과를 중심으로”, *인터넷전자상거래연구*, 제15권, 제1권, 2015, 1-16.)
- Park, S.C. and J. Koh, “Does a Smart Device Really Enhance Quality of Life(QoF)? : The Moderating Effect of Technostress and the Mediating Effect of the Work-home Balance”, *Korean Management Review*, Vol.43, No.5, 2014, 1707-1733.
- (박상철, 고 준, “조직 내 스마트기기 활용이 과연 삶의 질을 높이는가? : 테크노스트레스 조절효과와 업무-가정생활간의 균형 매개효과를 중심으로”, *경영학연구*, 제43권, 제5호, 2014, 1707-1733.)
- Park, C., “A Critical Review of Flow Researches in Online Consumer Behavior”, *Journal of Consumer Studies*, Vol.19, No.2, 2008, 65-92.
- (박 철, “온라인 소비자행동에서 플로우 연구에 대한 비판적 검토”, *소비자학연구*, 제19권, 제2호, 2008, 65-92.)
- Rogers, E.M., *Communication Technology : The New Media in Society*, New York : The Free Press, 1986.
- Samsung Economic Research Institute, “10 Hit Products in 2008”, 2008, Available at URL : <http://blog.naver.com/zzuzzury?Redirect=Log&logNo=70040130531> (Accessed January 30, 2016).
- (삼성경제연구소, “2008년 10대 히트 상품”, 2008, Available at URL : <http://blog.naver.com/zzuzzury?Redirect=Log&logNo=70040130531>.)
- Suh, E.K. and J.S. Koo, “A Concise Measure of Subjective Well-being (COMOSWB) : Scale Development and Validation”, *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, Vol.25, No.1, 2011, 95-113.
- (서은국, 구재선, “단축형 행복 척도(COMOSWB) 개발 및 타당화”, *한국심리학회지 : 사회 및 성격*, 제25권, 제1호, 2011, 95-113.)

◆ About the Authors ◆



Joon Koh (kjoon@chonnam.ac.kr)

Joon Koh is an associate professor at School of Business Administration, Chonnam National University. He received his Ph.D. degree in MIS from the Korea Advanced Institute of Science and Technology (KAIST). He was a visiting scholar at Robinson College of Business at Georgia State University in the United States and Fudan University in China. His interests are in the areas of virtual community, communities-of-practice, and knowledge management. His work has appeared in *Communications of the ACM*, *International Journal of Electronic Commerce*, *Journal of the Association for Information Systems*, *Information & Management*, *International Journal of Human Resource Management*, *Journal of Knowledge Management*, etc. He also presented several papers at ICIS, HICSS, and IRMA conferences.



Sung-Jun Lee (step7@step7.co.kr)

Sung-Jun Lee is the CEO at Narae S&I company. He received a Master's degree in Business Administration from Chonnam National University. His main research interests include mobile application, SNS adoption, customer relationship management in online business and online viral marketing. He also presented his paper in the 2014 Spring Conference of Korea Society of Information Strategy.



Ligu Lou (alexlou87@hotmail.com)

Ligu Lou is a Ph.D. candidate at E-commerce Interdisciplinary Department, Chonnam National University. He received his Master Degree in Marketing from Chonnam National University. His research interests include social marketing, e-commerce, online value co-creation, and mobile application. His work has been published in *Journal of the Korea Contents Association*. He has also presented his research outputs in several conferences sponsored by Korean Society of Management Information Systems, Korean Society of Strategic Management, Korean Marketing Management Association, and Post-ICIS/LG KrAIS in Texas, U.S.A.