

SNS 사용자 중독 형성 매커니즘과 중독 예방 전략*

김 병 수**

〈 목 차 〉

I. 서론	IV. 연구 결과
II. 연구 모형과 연구 가설	4.1 측정 모형
2.1 SNS 중독의 주요 요인	4.2 구조 모형
2.2. 연구 모형 및 연구 가설	V. 시사점과 향후 연구 과제
2.2.1. 정보 게시 의도	5.1 연구 결과 토론
2.2.2. SNS 사용 욕구	5.2 학술 및 실무적 시사점
2.2.3. SNS 사용자 특성 요인	5.3 연구 한계점 및 향후 연구 방향
III. 연구 방법	참고문헌
3.1 척도 개발	<Abstract>
3.2 설문조사 수행 및 표본	

I. 서론

스마트폰과 스마트패드 등 모바일 기기가 대중들에게 보급되면서 다른 사람들과 소통할 수 있는 SNS(소셜 네트워크 서비스: SNS)는 우리 곁에 없어서는 안되는 존재가 되고 있다. 대표적 SNS 서비스로 페이스북과 인스타그램이 있다. 사용자들은 SNS를 통해 오프라인에서 만나기 힘든 사람들과 온라인으로 손쉽게 소통할 수 있고, 취미나 관심사와 같은 동질성이 높은 사용자들과도 새로운 관계를 형성할 수 있다. 뿐만 아니라 자신의 생각이나 사진을 다른

사용자들과 공유할 수 있고 유용한 정보들도 검색할 수 있다. 이러한 SNS의 다양한 장점 때문에, 전 세계 10억 이상의 사람들이 SNS를 사용하고 있다. 하지만 최근 SNS의 지나친 사용으로 업무 시간이나 수업 시간에 집중력을 저하시키고 일상 생활도 방해받는 경우가 종종 발생한다(Samaha et al., 2016; Xue et al., 2018). 이는 SNS 사용자들은 시도 때도 없이 SNS에 접속하여 다른 사람이 올린 사진이나 글을 보기도 하며 자신이 게시한 글이나 사진에 댓글을 확인하기 때문이다(김병수, 강민형, 2016; 노영 2016). 더욱이 SNS 상의 친구들에

* 이 논문은 2018년도 화성장학문화재단의 연구비 지원을 받아 수행된 연구입니다.

** 영남대학교 경영대학 경영학과, kbsyu@yu.ac.kr, 주저자

게 자신 이미지를 긍정적으로 만들기 위해서 글이나 사진을 자주 게시하고 다른 사람들의 사진이나 글에 댓글을 달기도 한다(Turel and Serenko, 2012). 이러한 사용자들의 지나친 사용은 SNS 중독을 야기하기도 한다. SNS 중독은 SNS의 과다 사용으로 인해 일상 생활 장애가 발생하는 정도를 의미한다(Fox and Moreland, 2015). 2019년 영국의 시장조사기관인 글로벌 웹인텍스가 한국 SNS 사용 시간을 조사한 결과 한국 사람들의 하루 SNS 사용 시간이 1시간 20분으로 나타났다.¹⁾ 필리핀 사람들은 하루 4시간 이상을 SNS를 활용하는 것으로 조사되었다. 페이스북 설립 멤버인 데이브 모린도 SNS의 지나친 사용이 사람의 정신 건강을 피폐하게 만든다고 주장하였다.²⁾ 이런 맥락에서 본 연구에서는 사용자들의 SNS 중독을 형성하는 메커니즘에 대해서 살펴보고자 한다.

기존 중독 관련 연구에서는 술, 담배, 커피와 같은 중독성 높은 상품들을 주로 다루었다. 하지만 최근 연구들에서는 SNS, 게임 같은 직접적으로 사용자들에게 유해한 영향을 미치지 않지만 지나친 사용으로 통제가 힘든 몰입 위주의 서비스로 영역이 확대되고 있다(정춘화, 2018; Turel and Serenko, 2012). SNS 중독은 다른 사람들의 일상을 엿보는 데서 오는 우울증, 사회적 고립을 야기할 수 있을 뿐만 아니라 추락 및 미끄러짐과 같은 안전사고 위험도 높일 수 있다(김병수, 강민형, 2016; Moqbel and Kock, 2018). 김병수와 강민형 (2016)연구에서는 모바일 어플리케이션 중독이 건강과 학업

성과에 부정적 영향을 미침을 보였으며, 사용자의 개인 특성에 따라 중독 정도가 변화함을 보였다. Choi and Lim(2016) 연구에서는 사회적 과부화(social overload)와 기술적 과부화(technology overload)가 SNS 중독을 형성하며, 이는 개인의 삶에 대한 만족도를 떨어뜨림을 보였다. Moqbel and Kock(2018) 연구에서는 SNS 중독이 개인과 업무에 미치는 영향을 분석한 결과, 업무 집중도를 저하시켜 성과에 부정적 영향을 미침을 보였다. 이렇듯 SNS 중독에 대해 여러 전문가들이 우려를 표명하고 있다. Xue et al.(2018) 연구에서도 SNS 중독적 사용은 육체 및 정신적 건강에 부정적인 영향을 미침을 보였다. 그래서 여러 SNS 관련 논문들에서 SNS 중독에 영향을 미치는 요인들에 관한 실증적 연구를 진행하고 있다(정춘화, 2108). 본 연구에서는 SNS 사용자들의 중독 형성 메커니즘을 이용과 충족 이론(use and gratification theory)을 바탕으로 살펴보고자 한다(Ifinedo, 2016; Mäntymäki and Islam, 2016). SNS 사용 욕구로 관계 유지, 즐거움, 자기 표현으로 구분하였고, 각 사용 욕구가 정보 게시 의도를 통해 SNS 중독에 영향을 미친다고 가설을 설정하였다. 본 연구 결과를 통해 각각의 SNS 사용 욕구가 SNS 중독에 미치는 영향을 살펴볼 수 있을 것으로 기대된다.

기존 중독 관련 연구들에서 인터넷이나 스마트폰과 같은 미디어에 대한 중독은 사용자들의 특성에 따라 중독 정도가 달라질 수 있음을 보이고 있다. 일상생활에서 자기 조절력이 높은

1) KBS NEWS (2019. 8. 16). SNS 가장 많이 사용하는 국가는?...한국 하루 1시간 20분, <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=4263581&ref=A>
2) 페이스북 창립멤버·구글 前임원, 왜 ‘반SNS 활동’ 나섰나 (머니투데이, 2018.02.05.)

사용자들은 특정 미디어에 몰입되기 전 자신 행동을 조절할 수 있기 때문에, 결국 중독을 줄이는 방지 요인으로 작용하게 된다(김병수, 강민형, 2016; 진미령, 신성만, 2016). 또한 주관적 행복도 SNS 중독을 줄이는 요인으로 작용될 수 있다(강현임 등 2017; 김남희, 2017). 삶에 대해 행복감을 많이 느끼는 사용자일수록 SNS 중독되기 보다는 오프라인에서의 활동이나 취미 생활을 하기 때문이다. 마지막으로 SNS 관계 친밀성은 SNS 중독을 야기할 수 있는 촉진 요인으로 고려하였다(김형수, 2014; Yang et al., 2016). SNS 관계 친밀성을 중요하게 여기는 사람일수록 SNS 사용하지 않을 때 SNS에서 소외됐다고 생각하고 스트레스와 우울증을 느낄 수 있다. 그래서 본 연구에서는 SNS 중독을 심화시키거나 감소시킬 수 있는 개인적 특성 요인으로 자기 조절력, 주관적 행복, SNS 관계 친밀성을 고려하였다. 자기 조절력과 주관적 행복은 SNS 중독을 줄일 수 있는 방지 요인으로, SNS 관계 친밀성은 SNS 중독을 야기하는 촉진 요인으로 고려하였다. 본 연구 결과를 통해 SNS 형성 메커니즘을 이해하고 이를 바탕으로 SNS 중독을 줄일 수 있는 예방 전략을 수립하는데 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

다음 장에서는 SNS의 중독 요인과 중독에 대한 주요 연구 결과를 살펴보았으며, 연구 모형과 연구 가설을 제안하였다. 3장에서는 설문 문항과 최종 표본에 대한 데이터 분석 결과를 제공하였다. 4장에서는 구조 방정식 분석 결과를 제시하였다. 마지막 장에서는 학문 및 실무적 시사점과 본 연구 한계점과 향후 연구 방향을 살펴보았다.

II. 연구 모형과 연구 가설

2.1 SNS 중독의 주요 요인

최근 연구에 따르면, SNS 이용자들의 절반 정도가 과다사용으로 인한 SNS 중독 증상을 보이고 있다고 밝히고 있다(Sickfacebook, 2010). CRM 업체 세일스포스의 최고경영자인 마크 베니오스는 페이스북의 중독성은 강하기 때문에, 담배와 같은 규제가 필요하다고 주장하였다. 즉 SNS 중독은 정부 및 관련 단체가 해결해야 할 중요 과제이며, 이런 맥락에서 SNS 중독 형성 메커니즘에 대한 이해가 점차 중요해지고 있다. SNS 중독은 오프라인 관계 단절, 삶의 행복도 저하 등 다양한 사회적 역기능을 야기한다고 알려져 있다(Fox and Moreland, 2015; Turel and Serenko, 2012). 이러한 SNS 중독은 모바일 기기의 대중화로 시간과 장소 제약 없이 항상 접속하여 사용할 수 있는 환경이 조성되었기 때문이다. 이런 맥락에서 경영정보, 심리학, 교육학 분야에서 SNS의 지나친 사용이나 중독에 대해 다양한 연구들이 진행되고 있다. 여러 연구들에서는 SNS 사용이나 중독을 촉진하는 요인을 살펴보기 위해서 이용과 충족 이론을 활용하고 있다. 이용과 충족 이론은 특정 미디어를 특정 욕구를 충족시키기 위해서 능동적으로 고른다고 가정하며, SNS도 사용자들의 여러 욕구를 충족시키기 위해서 능동적으로 선택된다고 가정한다(Ifinedo, 2016). 기존 SNS 관련 연구들에서 SNS를 세 가지 이유로 지속적으로 사용하려고 한다. 첫째 SNS 사용자들의 관심사, 정치, 취미 등이 유사한 사용자들

<표 1> 기존 SNS 중독 관련 연구 및 연구 결과

연구	연구 상황	이론	주요 선행 요인	주요 연구 결과
김남희 (2017)	SNS 중독	사회자본	결혼 불만족, 사회적 자본, 외로움	결혼 불만족이 SNS 중독을 야기하며, 외로움은 매개 역할을, 사회적 자본은 조절 효과를 담당함
김병수, 강민형 (2016)	SNS 사용	SNS 특성, 사용자 특성	자아 존중감, 자기 통제력, 사회적 관계형성, 집중, 인지된 즐거움	서비스 특성과 사용자 특성은 중독 형성에 모두 핵심적 역할을 담당함
김병수, 황인덕 (2016)	SNS 문제적 사용	이용과 충족 이론	정보검색, 사회적 관계 형성, 즐거움, 자기표현	문제행동은 SNS습관에 영향을 크게 받음
노미진, 장성희 (2016)	SNS 중독	이용과 충족 이론	오락성, 환상, 정보부담, 시스템사용부담	이용과 충족 이론의 주요 요인들이 SNS 중독에 미치는 영향을 미침
이정화 외(2017)	SNS 중독	외로움	외로움, 대인관계 지향성	외로움은 SNS 중독에 유의한 영향을 미쳤고, 성별에 따라 영향이 달라짐
Mäntymäki and Islam (2016)	SNS 사용	이용과 충족 이론	자기 표출, 관계 증진, 관음증, 노출증	SNS 사용의 긍정적 사용인 관계 증진과 부정적 사용인 관음증과 노출증이 SNS 사용에 유의한 영향을 미침
Müller et al. (2016)	SNS 중독	사용자 성격, 인구통계학적 요인	Big Five 성격 요인과 성별, 연령	SNS 사용자의 성격적 특성은 중독 경향을 예측하는데 주요 요인으로 작용함
Samaha and Hawi (2016)	스마트폰 중독	스트레스	인지된 스트레스, 삶의 만족	인지된 스트레스가 스마트 폰 중독의 핵심 요인으로 작용함
Wang and Stefanone (2013)	SNS 위치 공유	개인 성향	외향성, 자기 도취성, 자기 표출, 관음증	높은 외향성의 사용자가 자기 표출 정도가 높으며, 이는 위치 공유를 증가시킴
Zheng et al. (2016)	모바일 SNS 과도사용	테크노스트레스	과도사용에 대한 결과에 초점	과도한 SNS 사용은 인지적 지배를 통해 가족, 개인, 일에 대한 갈등을 야기함

(homophily)과 관계를 형성하고 유지하려는 욕구이다. 둘째, 사진이나 글을 게시하여 자신의 일상을 다른 사람들에게 공개하고, 친구들이 게시한 글이나 사진에 댓글을 달아 자신을 표현하고자 하는 욕구이다. 마지막으로 사용자들은 SNS에서 친구들과 소통하면서 즐거운 감정을 얻고자하는 유희적 욕구이다. 이러한 SNS 사용 욕구들은 SNS를 지속적으로 사용하게 하고 결국에는 중독을 야기할 수 있는 요인으로 작용하게 된다. 특히 Turel and Serenko(2012)연구에서는 SNS가 제공하는 유희적 특성이 SNS 중독을 야기하는 핵심 요인임을 밝혀내었다. 하

지만 이용과 충족 이론에서 제안된 욕구 요인들은 SNS 중독 분산의 일부만 설명한다는 한계가 존재한다.

SNS 사용자 특성에 따라 중독 경향성은 달라질 수 있다. 사용자의 자기 통제력은 SNS 중독을 야기하는 주요 요인으로 작용한다(김병수, 강민형, 2016; Müller et al., 2016). 자기 통제력이 높은 사용자는 문제 해결 역량이 높고 자신의 계획에 따라 목표를 성취할 확률이 높다. 하지만 자기 통제력이 약한 사용자는 자신들의 행동을 통제하기 어렵고 도박, 약물, 게임에 중독될 확률도 증가한다. 그리고 학교 생활, 결혼

생활 등 삶에 대한 만족도 중독을 줄일 수 있는 요인으로 고려될 수 있다. Yang et al.(2016) 연구에서는 모바일 SNS 중독 형성의 주요 요인으로 인지된 즐거움과 습관을 고려하였으며, 사회적 자기 효능감이 인지된 즐거움과 중독 사이를 조절하는 역할을 담당함을 밝혀내었다. 김남희(2017) 연구에서는 기혼자들의 결혼 불만족이 외로움을 통해 SNS 중독이 형성됨을 밝혔다. 정춘화(2018) 연구에서는 대학생들의 SNS 중독에 영향을 미치는 요인으로 이용 욕구와 자아 존중감을 고려하였다. SNS 중독 관련 주요 연구와 연구 결과들을 <표 1>에 제시하였다.

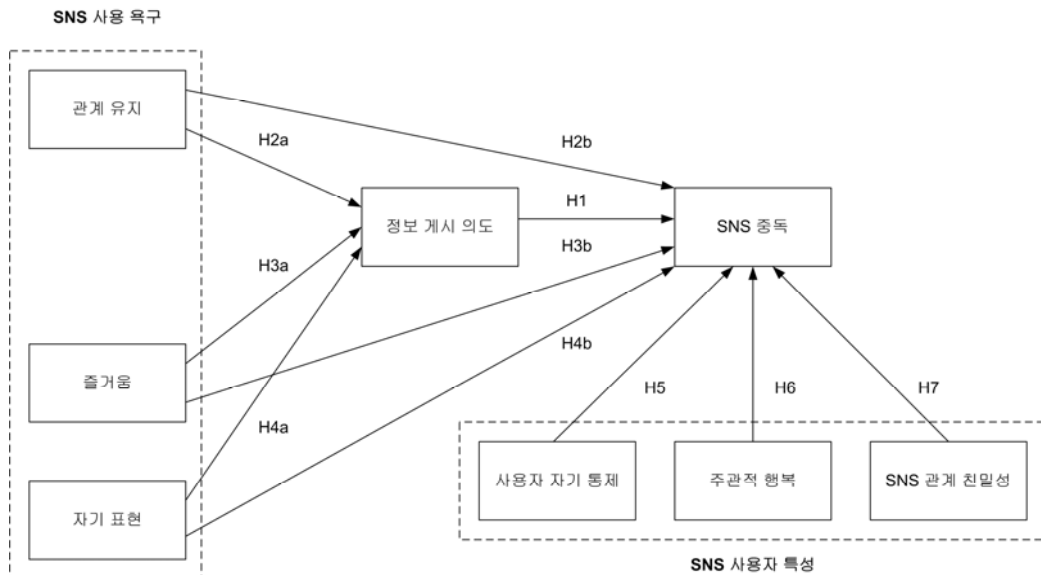
2.2 연구 모형 및 연구 가설

본 연구에서는 SNS 중독 형성에 영향을 미치는 요인들을 SNS 사용 욕구 요인과 SNS 사용자 특성 요인으로 구분하였다. 이용과 충족

이론을 바탕으로 SNS를 사용하는 욕구로 관계 유지 욕구, 유희적 욕구, 자기 표현 욕구를 구별하였다. 이러한 SNS 사용 욕구는 정보 게시 의도를 통해 SNS 중독에 영향을 미칠 것으로 예상하였다. 또한 SNS 사용자들의 특성을 SNS 중독에 영향을 미치는 주요 요인으로 고려하였다. 특히 개인들 특성 가운데 자기 통제력, 주관적 행복이 SNS 중독을 줄일 수 있는 중독 방지 요인으로 고려하였고, SNS 관계 친밀성을 SNS 중독을 증가시키는 촉진 요인으로 고려하였다.

2.2.1. 정보 게시 의도

SNS 사용자가 SNS 사용 시 자신의 정보를 제공하려는 의지 정도를 의미한다(Min and Kim, 2014). SNS 제공업체들은 사용자들의 개인 정보를 통해 정교한 마케팅 활동과 친구 추천 등의 다양한 맞춤 서비스를 제공해줄 수 있다. SNS 사용자들은 다양한 이유로 SNS 상에



<그림 1> 연구 모형

글이나 사진과 같은 정보를 게시하게 된다(김병수 등, 2016; Ifinedo, 2016; Lee et al., 2008). 정보 게시는 지속 사용보다 적극적으로 SNS 참여하는 것이기 때문에, SNS 사용자들의 실제 사용 행태를 더욱 정확하게 대변한다. SNS 사용자가 적극적으로 SNS에 글을 올리고 사진을 공유한다면 SNS에 더 많은 시간을 투자한다고 볼 수 있다. 이러한 활동이 지속되면 SNS 중독으로 연결될 가능성이 증가한다. 그래서 여러 SNS 중독 연구들에서 SNS 사용 빈도가 증가하면 SNS 중독 경향이 높아짐을 실증적으로 밝혀내었다(김병수, 황인덕, 2016; Turel and Serenko, 2012). 본 연구에서도 SNS 사용자들의 정보 게시 의도가 높아질수록 SNS 중독 정도가 증가함을 실증적으로 보이고자 한다.

*H1: 정보 게시 의도는 SNS 중독에 양(+)*의 영향을 미친다.

2.2.2. SNS 사용 욕구

관계 유지는 SNS를 통해 사람들과의 관계를 형성하고 유지하는데 도움을 주는 정도를 의미한다(Ifinedo, 2016). SNS를 사용하고자 하는 기본적 이유는 SNS를 통한 소통이다. SNS는 기존 오프라인에서 알던 가족이나 지인들과 연락할 수 있는 채널로 활용되기도 하지만 사용자의 취미 및 관심 사항이 비슷한 사용자들과 관계를 형성할 수도 있다(김병수, 황인덕, 2016; Yang et al., 2016). 예를 들어, 페이스북에서는 알 수 있는 사람이나 나와 비슷한 관심 사항을 갖는 사용자들을 추천해주기도 한다. 사용자들이 SNS를 통해 친구를 사귀거나 관계를 강화하려는 욕구가 강할수록 서비스를 지속적으로

사용하거나 글이나 사진을 더 많이 게시할 것이다. 기존 SNS 연구에서도 사용자들이 지속적으로 글이나 사진을 게시하려는 욕구를 주요 요인으로 고려하고 있다. 민진영과 김병수(2013) 연구에서도 SNS를 통한 관계 유지 및 형성이 지속 사용 의지와 정보 게시 의지를 형성하는 핵심 요인임을 실증적으로 밝혔다. 또한 사용자들이 SNS 상에서 관계 유지와 형성하기 위해서는 더 많은 시간을 SNS에서 투자해야 하고, 이는 결국 SNS 중독을 야기하는 요인으로 작용하게 된다. 그래서 노영(2016) 연구에서도 SNS 사용 시 타인과의 관계 형성 및 강화는 SNS 중독을 야기하는 핵심 요인임을 실증적으로 밝혀내었다. 김종욱 등(2015) 연구에서도 SNS를 통한 사회적 관계 유지가 SNS 중독 형성에 유의한 영향을 미침을 보였다.

*H2a: 관계 유지는 정보 게시 의도에 양(+)*의 영향을 미친다.

*H2b: 관계 유지는 SNS 중독에 양(+)*의 영향을 미친다.

즐거움은 사용자들이 SNS 사용하면서 느낄 수 있는 유희 정도로 정의된다(Davis et al., 1992). IT 동기 이론에 따르면 특정 시스템이나 서비스를 이용하는데 외적인 동기와 내적인 동기로 구분할 수 있다고 주장한다(Van der Heijden, 2004). 특히 개인이 강요되지 않은 상황에서 서비스를 이용할 때는 내적인 동기가 핵심적인 요인으로 작용한다. 내적인 동기는 즐거움으로 측정할 수 있으며, SNS 환경에서는 SNS를 사용하면서 느낄 수 있는 즐거움으로 정의된다(Ifinedo, 2016). SNS 상에서 사용자들은

다른 사람들과 소통하면서 즐거움을 얻을 수 있다. 그래서 SNS 관련 연구들에서는 즐거움을 지속 사용 의도와 정보 게시 의도 형성에 유의한 영향을 미침을 보이고 있다(김종욱 등 2015; Turel and Serenko, 2012). 김종욱 등(2015) 연구에서는 SNS가 제공하는 즐거움이 SNS 중독 형성의 핵심 요인임을 실증적으로 밝혀내었다. SNS 사용자가 서비스에 대해 즐거움을 느낄수록 SNS에 자신의 글이나 사진을 게시할 확률도 증가할 것이다. 그래서 본 연구에서는 SNS를 통해서 얻을 수 있는 즐거움이 정보 게시 의도 형성에 주요 요인으로 작용할 것으로 예상하였다. 그리고 SNS 서비스가 제공하는 유희적 요소가 사용자들을 몰입하여 사용하게 할 것이다. 그래서 몰입적 요소가 강한 모바일 게임이나 SNS에서 즐거움은 중독 형성의 핵심 요인으로 작용하게 된다. SNS도 다양한 유희적 콘텐츠 및 기능들을 제시해 주고 있기 때문에, SNS이 제공하는 즐거움은 SNS 중독 형성에 유의한 영향을 미칠 것이다. 노영(2016) 연구에서도 SNS 사용 시 느끼게 되는 즐거움이 SNS 중독 형성의 핵심 요인으로 작용함을 보였다.

*H3a: 즐거움은 정보 게시 의도에 양(+)*의 영향을 미친다.

*H3b: 즐거움은 SNS 중독에 양(+)*의 영향을 미친다.

자기 표현은 SNS를 통해 자신을 표현하고, 부정적 이미지를 회피하려는 정도를 의미한다(Goffman, 1959). 사용자들은 SNS를 통해 자신의 일상 생활을 글로 표현하거나 사진을 공유하여 자신의 이미지를 표현한다. 기존 SNS

연구에서는 실제 자아 이미지와 추구하고자 하는 자아 이미지가 다를 수 있으며, 가상 공간을 통해 추구하고자 하는 이미지를 형성할 수 있음을 밝혀내었다(Ifinedo, 2016; Min and Kim, 2014). 그래서 SNS 사용자들은 글이나 사진 게시 공유 활동을 통해 자아 이미지를 형성할 수 있다. 즉, 사용자들은 가상 공간인 SNS 상에서 자기 표현을 통해 다른 사람들에게 긍정적 이미지를 형성할 수 있다. Min and Kim(2014) 연구에서는 자기 표현이 SNS 지속 사용이나 정보 게시에 핵심적인 역할을 담당함을 실증적으로 분석하였다. 본 연구에서도 SNS 사용자들의 자기 표현은 정보 게시 의도를 향상시킬 것으로 예상하였다. 또한 자기 표현에 몰입하다보면 SNS 사용 빈도와 투자 시간도 증가하게 되어 SNS 중독경향성도 증가하게 될 것이다. 김병수와 황인덕(2016) 연구에서도 자기 표현이 SNS 사용 습관을 증가시키며 결국에는 문제 행동을 야기함을 실증적으로 보였다.

*H4a: 자기 표현은 정보 게시 의도에 양(+)*의 영향을 미친다.

*H4b: 자기 표현은 SNS 중독에 양(+)*의 영향을 미친다.

2.2.3. SNS 사용자 특성 요인

사용자들이 상황에 맞도록 자신의 행위 또는 충동을 억제할 수 있는 능력을 자기 통제력이라고 한다(Polites, 2009). Logue(1995) 연구에서는 자기 통제력의 반대되는 개념으로 충동성이라고 정의하였고, 자기 통제력 수준이 낮으면 충동 조절 장애 및 중독 경향이 높아짐을 보였다. 자기 통제력이 약하면 폭식증이나 약물 남

용이 발생할 수 있으며, 도박 및 중독과 같은 무절제한 행동들이 나타날 수 있음을 보였다. 하창순(2005) 연구에서는 자기 통제력이 낮으면 장기적 결과를 고려하기 보다는 즉각적 욕구 충족을 위해 행동하는 경향이 있음을 보였다. 강현인 등(2017) 연구에서는 자기 통제력은 스마트폰 중독에 유의한 영향을 주었으며, 자기 통제 정도가 높을수록 스마트폰 중독 경향이 감소함을 보였다. 진미령과 신성만(2016) 연구에서도 청소년의 자기 통제력이 스마트폰 중독 경향에 유의한 영향을 미쳤으며, 자기 통제력이 강한 학생일수록 중독 경향이 감소함을 보였다. SNS도 사용자들이 자기 통제력이 높을수록 충동적으로 SNS 과다 사용하는 것을 자제할 확률이 높다. 그래서 SNS 사용자의 자기 통제력은 SNS 중독을 감소시키는 요인으로 작용할 것이다.

H5: 사용자 자기 통제력은 SNS 중독에 음(-)의 영향을 미친다.

사람들은 삶에 대한 만족을 느끼지 못할 경우 스트레스 해소를 위해서 인터넷이나 SNS를 자주 사용하는 경향이 있다(Yoon, 2014). 특히 가상 공간에서 다른 사람들과 대화를 나눌 수 있고 자신이 좋아하는 분야의 사람들과 소통할 수 있다는 점에서 SNS에 더욱 몰입하게 된다(김남희, 2017). 트위터, 페이스북 등 SNS를 많이 사용하는 사람들은 파트너들과 갈등을 겪거나 삶에 대해 부정적 영향을 받을 확률이 높다(Valenzuela et al., 2014). 그래서 SNS 사용자들이 인식하는 삶에 대한 만족은 SNS 중독과 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다. Valenburg

et al.(2006) 연구에서는 SNS 사용과 주관적 행복과 관계가 있음을 보였다. 자신의 삶에 대해서 불만족하거나 회의적인 사람들이 SNS 관계에 더욱 몰입한다는 결과가 도출되었다. 그리고 여러 SNS 중독 관련 연구들에서 SNS 중독의 주요 요인으로 우울증을 고려하였다. 우울증이 겪는 사람들은 대체로 주관적 행복 수준이 낮고, 가상 공간에 더욱 집착을 하는 경향이 있다. 윤명숙과 박완경(2014) 연구에서는 대학생들의 중독 성향을 분석한 결과, 삶에 대해 만족감이 낮고, 외로움 수준이 높을 때 SNS 중독 성향이 높아짐을 보였다. 강현인 등(2017) 연구에서는 고등학생들의 학교 생활 불만족이 스마트폰 중독에 미치는 주요 요인이라고 주장하였다. 주관적 행복이 높은 사용자들은 SNS에서의 소통보다는 자기 성찰에 시간을 할애하거나 오프라인에서의 관계에 더욱 집중할 수 있다. 그래서 주관적 행복은 SNS 중독을 감소시키는 요인으로 작용할 것이다.

H6: 주관적 행복은 SNS 중독에 음(-)의 영향을 미친다.

SNS 관계 친밀성이 높은 사람은 SNS에서 대인 관계를 맺기 위해서 다른 사람들과의 상호 관계를 중요시 여기며, SNS 상 대인 관계에 많은 시간을 할애하는 경향이 있다(김형수, 2014; Park et al., 2011). 이는 관계 친밀성을 중시하는 사람들은 사회적 관계에서 인정받는 것에 대해 높은 가치를 두고, 대인 관계에서 소외된다는 느낌을 받을 때 불안해거나 스트레스를 받는 경향이 있다. Clark and Steer(1996) 연구에서는 대인 관계를 중요하게 여기는 사람들

<표 2> 표본의 인구 통계학적 데이터

항목	구분	응답자(n=224)	
		빈도	백분율
성별	남자	134	59.8
	여자	90	40.2
나이	30미만	65	29.0
	30~39	75	33.5
	40~49	67	29.9
	50이상	17	7.6
한달 평균 이용 시간	한 달에 한 번	13	5.8
	한 달에 2~5회	33	14.7
	일주일에 2~5회	53	23.7
	하루에 한 번	37	16.5
	하루에 2~5회	56	25.0
	하루에 6회 이상	32	14.3
평균 SNS 이용 빈도	10분 미만	27	12.1
	10분 이상~30분 미만	57	25.4
	30분 이상~1시간 미만	27	12.1
	1시간 이상~ 2시간 미만	32	14.3
	2시간 이상~5시간 미만	35	15.6
	5시간 이상~10시간 미만	25	11.2
	10시간 이상	21	9.4

은 다른 사람들의 이해 및 지지를 받기 위한 강한 욕구를 가지고 있으며, 관계 유지에 더 많은 시간을 투자함을 보였다. SNS는 개인들의 관계 형성을 충족시키는 도구이기 때문에, 관계 친밀성이 높은 사용자들은 SNS 상에서 친구들과 이야기하고 댓글을 다는데 많은 시간을 투자할 것이다(Lee et al., 2008). 김형수(2014) 연구에서는 사용자들이 대인관계 친밀성을 중요하게 여길수록 SNS 사용시간이 많아지며 결국에는 SNS 중독 경향이 높아짐을 실증적으로 보였다. 전해옥(2016) 연구에서도 대인관계 능력을 SNS 중독 경향을 결정짓는 주요 요인으로 고려하였다. Yang et al.(2016)연구에서도 온라인 환경에서 사회적 관계가 친밀하고 더 강할수록, 모바일 SNS 중독에 걸릴 확률이 증가함을 보였다. 본 연구에서도 SNS 사용자들이 관계 친밀성을 중요하게 여길수록 SNS 환경의 대인관

계에 더욱 집중하고 많은 시간을 투자할 것이고, 이는 결국 SNS 중독을 야기할 것으로 예상하였다.

H7: SNS 관계 친밀성은 SNS 중독에 양(+)의 영향을 미친다.

Ⅲ. 연구 방법

3.1 척도 개발

사용자들의 SNS 중독 형성 메커니즘을 살펴 보기 위해 설문 조사 방법을 시행하였다. 내용 타당성 보장을 위해 요인들의 측정 항목들은 경영정보, 마케팅, 심리학 등의 기존 문헌 고찰을 통해 도출하였다. SNS 중독을 측정해야하기 때문에 SNS를 6개월 이상 사용한 사용자들을

<표 3> 기술 통계량

요인	항목	평균	표준편차	요인 적재값	Cronbach 알파 값	CR	AVE
관계 유지	REMA1	4.397	1.46	0.868	0.903	0.933	0.776
	REMA2	4.607	1.435	0.905			
	REMA3	4.589	1.421	0.923			
	REMA4	4.701	1.368	0.826			
즐거움	ENJ1	4.808	1.139	0.907	0.934	0.953	0.836
	ENJ2	4.812	1.207	0.928			
	ENJ3	4.915	1.224	0.909			
	ENJ4	4.79	1.201	0.912			
자기 표현	SEEX1	4.567	1.273	0.908	0.936	0.954	0.838
	SEEX2	4.545	1.319	0.924			
	SEEX3	4.688	1.326	0.939			
	SEEX4	4.688	1.225	0.892			
정보 게시 의도	INSH1	4.027	1.494	0.947	0.93	0.956	0.878
	INSH2	4.027	1.572	0.955			
	INSH3	3.616	1.676	0.909			
사용자 자기 통제	CON1	3.031	1.471	0.937	0.957	0.969	0.886
	CON2	3.013	1.534	0.938			
	CON3	3.201	1.526	0.950			
	CON4	3.268	1.544	0.941			
주관적 행복	WELL1	4.375	1.251	0.918	0.913	0.945	0.852
	WELL2	4.268	1.336	0.942			
	WELL3	4.223	1.307	0.909			
SNS 관계 친밀성	RELA1	4.625	1.303	0.925	0.912	0.945	0.851
	RELA2	4.732	1.319	0.931			
	RELA3	4.589	1.337	0.911			
SNS 중독	SADD1	3.545	1.502	0.894	0.932	0.952	0.832
	SADD2	3.763	1.615	0.912			
	SADD3	3.5	1.628	0.907			
	SADD4	3.496	1.606	0.934			

대상으로 하였다. 각 SNS 특성을 통제하기 위해서 사용자가 가장 많은 페이스북으로 설문을 한정하였다. <부록 1>에 관련 설문 항목과 출처를 제시하였다. 경영 정보 관련 연구자 3명이 개발된 설문 조사 문항을 검토하였고, 표현 및 내용을 연구자들의 의견을 반영하여 수정하였다. 설문 문항은 7점 리커트 척도(Likert-type scale)를 기반으로 측정하였다. 설문 조사 항목들의 신뢰성 및 가독성 등을 체크하기 위해서 30여명의 대학생을 대상으로 사전 설문을 실시하였다. 본 연구 모형에서 고려된 요인들의

Cronbach 알파 값은 0.70이상으로 만족스러운 결과를 보여주었다.

3.2 설문조사 수행 및 표본

다양한 연령의 패널을 가지고 있는 설문 조사 대행 업체를 통해 설문을 진행하였다. 패널들은 첫 질문에 페이스북 사용 여부를 체크하게 하여 페이스북 사용 경험이 없는 패널은 설문을 종료하도록 설계하였다. SNS 사용 빈도 등을 먼저 물은 뒤 요인들에 대한 설문항목을

<표 4> 판별 타당성 분석

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 관계 유지	0.881							
2. 즐거움	0.689	0.914						
3. 자기 표현	0.722	0.81	0.916					
4. 정보 게시 의도	0.509	0.538	0.525	0.937				
5. 사용자 자기 통제	-0.557	-0.5	-0.515	-0.686	0.941			
6. 주관적 행복	0.624	0.688	0.709	0.739	-0.66	0.923		
7. SNS 관계 친밀성	0.552	0.573	0.597	0.405	-0.397	0.577	0.922	
8. SNS 중독	0.424	0.327	0.31	0.444	-0.547	0.373	0.451	0.912

(대각 행렬은 각 요인들이 AVE 의 제곱근 값임)

질문하였고, 마지막으로 인구통계학 관련 문항을 조사하였다. 총 300부 설문지를 받아 불성실 응답과 사용 기간 6개월 미만 응답을 제외하고 최종 224부의 설문지를 연구 모형 분석에 활용하였다. 최종 표본의 평균 연령은 35.4세이고, 표준 편차는 9.456세이다. 최종 표본의 인구통계학적 데이터 분석 결과는 <표 2>에 제시하였다.

IV. 연구 결과

연구 모형 검증에 위해 구조 방정식 기법을 활용하였으며, PLS를 통해 연구 모형을 분석하였다. PLS는 공분산 기반의 구조 방정식 기법에 비해, 표본 크기와 잔차 분포에 대한 제약이 적게 받는다는 장점 때문에 경영 정보 등 다양한 분야에서 활용되고 있다(Chin, 1998). SNS 중독 매커니즘을 살펴보기 위해서 측정 모형과 구조 모형 2단계로 평가하였다.

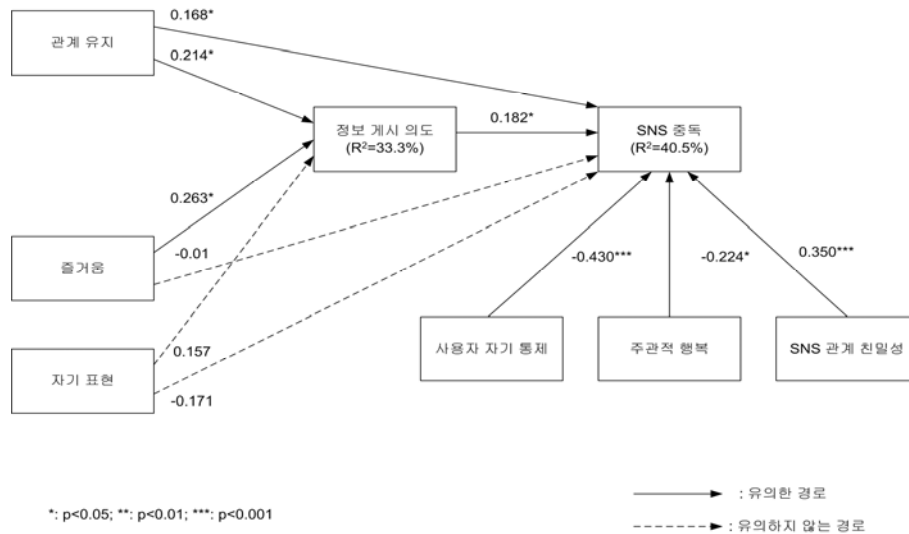
4.1 측정 모형

측정 모형에서는 제안한 연구 모형에서 고려된 요인들의 신뢰성, 집중 타당성, 판별 타당성을 검증하였다. 신뢰성은 Fornell and

Larcker(1981) 연구가 제시한 합성 신뢰성 (composite reliability: CR)과 평균 분산 추출 (average variance extracted: AVE)을 기반으로 검증하였다. CR 값이 0.7 이상, AVE 값이 0.5 이상이면 합성 신뢰성은 만족된다. <표 3>에 제시한 것과 같이 CR 값과 AVE 값은 기준치를 넘었기 때문에, 합성 신뢰성은 확보되었다. 집중 타당성은 설문 항목의 요인 적재량이 0.60 이상이고 Cronbach 알파 값이 0.70 이상이면 된다. <표 3>에 제시한 것과 같이 고려한 모든 요인들의 요인 적재량은 0.60 이상이고 Cronbach 알파 값도 0.7 이상이기 때문에, 집중 타당성도 확보되었다. 마지막으로 판별 타당성은 각 요인들의 평균 분산 추출의 제곱근 값이 다른 요인들과의 상관 관계 값보다 더 크면 된다. <표 4>에 제시한 것과 같이 각 요인들의 평균 분산 추출의 제곱근 값은 다른 요인들과의 상관 관계 값보다 더 컸기 때문에, 판별 타당성도 만족되었다. 그래서 최종 표본의 신뢰성, 집중 타당성, 판별 타당성 모두 만족되었기 때문에, 연구 모형의 가설을 검증하였다.

4.2 구조 모형

부트스트랩 리샘플링 기법(bootstrap



<그림 2> 연구 모형 분석 결과

resampling method)으로 200번 리샘플링하여 연구 가설 검증을 하였다. 데이터 분석 결과를 <그림 2>에 제시하였다. 정보 공유 의도는 SNS 중독에 유의한 영향을 미쳤다. 관계 유지는 정보 게시 의도와 SNS 중독에 유의한 영향을 미쳤다. 즐거움은 정보 게시 의도에 유의한 영향을 미쳤지만, SNS 중독에는 유의한 영향을 미치지 못하였다. 예상과는 다르게, 자기 표현은 정보 게시 의도와 SNS 중독에 유의한 영향을 미치지 않았다. 사용자 자기 통제와 주관적 행복은 SNS 중독에 음으로 유의한 영향을 미쳤고, SNS 관계 친밀성은 SNS 중독에 양으로 유의한 영향을 미쳤다. 제안한 연구 모형은 정보 게시 의도 분산의 33.3%와 SNS 중독 분산의 40.5%를 설명하였다. 연구 결과 분석은 <표 5>에 제시하였다.

V. 시사점과 향후 연구 과제

5.1 학문적 시사점

본 연구는 SNS 중독 형성 매커니즘을 살펴 보았으며, SNS 특성 요인과 사용자들의 특성 요인으로 구분하였다. SNS 특성 요인은 이용과 충족 이론을 바탕으로 관계 유지, 즐거움, 자기 표현을 선정하였다. SNS의 기본적인 사용 목적인 관계 유지는 사용자들의 정보 게시 의도와 SNS 중독을 높이는 요인으로 작용하였다. 사용자들이 SNS를 통해 지인들과 소통하고 취미 및 관심사가 비슷한 사용자와 관계를 형성하려는 욕구는 자신에 대한 글이나 사진을 더 많이 올리게 하는 주요 요인임을 실증적으로 밝혀내었다. SNS 상에는 자신의 취미 및 정치적 견해가 같은 동질성(homophily)이 높은 사용자들과 친구 관계를 형성하고 지속적으로 소통하려는 욕구는 글이나 사진을 게시하려는 의도를 높이고, 결국 SNS 사용 빈도를 증가시켜 중독을 야기하게 됨을 알 수 있었다. 그래서 관계 유지 욕구

<표 5> 연구 결과 요약

가설	원인 변수	결과 변수	경로 계수	t-값	결과
H1	정보 게시 의도	SNS 중독	0.182	2.017	채택
H2a	관계 유지	정보 게시 의도	0.214	2.380	채택
H2b	관계 유지	SNS 중독	0.168	1.975	채택
H3a	즐거움	정보 게시 의도	0.263	2.325	채택
H3b	즐거움	SNS 중독	-0.010	0.101	기각
H4a	자기 표현	정보 게시 의도	0.157	1.354	기각
H4b	자기 표현	SNS 중독	-0.171	1.716	기각
H5	사용자 자기 통제	SNS 중독	-0.430	4.026	채택
H6	주관적 행복	SNS 중독	-0.224	2.437	채택
H7	SNS 관계 친밀성	SNS 중독	0.350	4.924	채택

는 SNS 중독에 직접적으로 영향을 미칠 뿐만 아니라 정보 게시 의도를 통해 간접적으로도 영향을 미쳤다. 즐거움은 정보 게시 의도에만 유의한 영향을 미쳤고 SNS 중독에는 직접적으로 영향을 미치지 않았다. 사용자들이 SNS에 대해 즐거움을 느낀다면, 더 많은 글과 사진을 공유함을 알 수 있었다. 하지만 예상한 것과는 다르게 자기 표현은 정보 게시 의도와 SNS 중독에 유의한 영향을 미치지 않았다. 기존 SNS 관련 연구들에서 자신의 이미지를 긍정적으로 만들기 위해 사용자들이 글을 올리거나 사진을 게시한다고 주장하였다. 하지만 다른 사람들과의 소통과 유희적 욕구가 자기 표현 욕구보다 정보 게시 의도와 SNS 중독 형성에 더 강하게 영향을 미치는 것을 실증적으로 확인하였다. 본 연구 결과를 통해 SNS 사용자들의 사용 욕구별 정보 게시 의도와 SNS 중독 형성에 미치는 영향을 살펴보았는데 의미가 있다.

둘째 SNS 사용자들의 특성이 SNS 중독에 미치는 영향을 살펴보았다. 기존 SNS 중독 관련 연구들에서는 SNS 사용 욕구만 살펴보거나 SNS 사용자들의 특성만을 고려한 경우가 대부분이었다. 하지만 SNS 사용자 특성만 고려할

경우 SNS 사용 욕구들을 고려하지 못하는 한계가 존재한다. SNS 사용 욕구를 통제된 상황에서 SNS 사용자 특성의 영향을 살펴보아야 정확하게 SNS 사용자 특성이 SNS 중독 분산을 얼마나 설명하는지 알 수 있다. 사용자 자기 통제는 SNS 중독을 방지할 수 있는 핵심 대처 요인으로 작용하였다. 사용자 자기 통제가 SNS 중독 분산의 많은 부분을 설명하였다. 자기 통제력이 높은 사용자들은 행동을 제어할 수 있기 때문에, SNS 중독을 예방할 수 있음을 실증적으로 확인하였다. SNS 사용자가 인지하고 있는 주관적 행복은 SNS 중독을 줄이는 핵심 요인으로 밝혀졌다. 학교 생활이나 사회 생활 등 삶에 대해 주관적 만족이 높은 사용자들은 SNS 중독이 될 확률이 낮아졌다. 자기 생활에 대해 불만족이 높은 사람들은 우울하거나 삶을 회피하고자 SNS를 몰입하여 사용하는 경향이 있었다. 그래서 사용자들이 주관적 행복이 높을수록 SNS 중독 경향이 낮아지게 된다. 이와 유사하게 최현과 서경현(2017) 연구에서도 주관적 행복과 SNS 중독은 부정적 관계에 있음을 실증적으로 보였다. 마지막으로 SNS 관계 친밀성은 SNS 중독 형성에 양으로 유의한 영향을 미쳤

다. 이는 사용자가 SNS 상 대인 관계에 대해 중요하다고 인지하면 SNS에 더 많은 시간을 투자하기 때문이다. 이 결과와 유사하게 Yang et al.(2016) 연구에서도 오프라인보다 온라인 환경에 더 깊은 사회적 관계를 가지고 있을 때, SNS에 대한 중독 경향도 증가함을 보였다. 그래서 본 연구에서는 SNS의 대인관계를 중요하게 여기는 사용자일수록 SNS 중독 경향성이 증가함을 실증적으로 보였고, SNS 관계 친밀성은 SNS 중독 분산의 많은 부분을 설명함을 알 수 있었다.

5.2 실무적 시사점

SNS 제공업체들은 사용자가 SNS를 몰입해서 사용하는 방안에 대해서 고민하지만, 정부 관련 부서에서는 사용자들의 SNS 중독을 방지할 대책을 수립해야 한다. 그래서 실무적 시사점도 SNS 제공업체와 중독 예방 측면으로 나누어 논의를 진행하였다.

SNS 제공업체에서는 사용자가 SNS 중독 형성 매커니즘을 이해하고, 중독되지 않도록 정책이나 가이드라인을 만들 필요성이 있다. 정보 게시 의도는 SNS 중독을 야기하는 핵심 요인으로 사용자들의 정보 게시 활동 수준을 사용자들에게 알려줄 필요가 있다. 하루 접속 시간, 공유한 사진, 글 갯수를 요약하여 사용자들에게 제공하면 사용자들은 사용 행태를 인지하고 과도 사용 여부를 판단할 수 있을 것이다. 정부 입장에서는 스마트폰 및 SNS 중독을 줄이기 위해서 사용자들의 SNS의 사용량이나 게시량을 분석하여 사용자들에게 해당 정보를 사용자들에게 제공해주는 것을 고려해볼 필요가 있다.

정보 게시 의도 및 SNS 중독을 야기하는 SNS 사용 욕구는 관계 유지와 즐거움으로 밝혀졌다. SNS 제공업체들은 사용자들의 사용량이나 정보 게시량을 늘리기 위해서는 관계 유지하려는 욕구를 자극할 필요가 있다. 기존 오프라인에서 연결된 사용자들을 추천해주는 것은 오프라인 관계에 있는 사용자들과 관계 강화를 할 수 있는 효과적인 방법이다. 더욱이 SNS는 오프라인 관계를 갖지는 않지만 관심사 및 정치적 성향 등이 같은 사용자 추천을 통해 새로운 온라인 관계를 형성할 수 있도록 친구 추천 기능을 제공해줄 필요가 있다. 같은 취미 및 관심사들의 새로운 사회 관계가 형성되면 SNS 사용자들은 흥미를 가지고 더욱 SNS를 이용할 것이다. 그래서 이러한 SNS의 관계 형성 욕구 충족은 SNS를 몰입해서 사용하는데 도움을 줄 것이다. 유희적 요인은 정보 게시 의도에 유의한 영향을 미쳤기 때문에, SNS이 제공할 수 있는 다양한 유희적 요소에 대해서 고민할 필요가 있다. 예를 들어, SNS 사용자들 간 게임을 수행하거나 걸어간 거리를 공유하게 하여 승부욕을 자극하여 성취감에서 오는 즐거움을 얻을 수 있다. 그래서 SNS 제공업체들은 사용자들의 몰입적 사용을 위해 SNS 사용자들의 관계 유지와 즐거움을 향상시킬 수 있는 기능이나 서비스를 제공해줄 필요가 있다.

마지막으로 사용자들의 특성이 SNS 중독에 미치는 영향을 살펴보았다. SNS 사용자들의 자기 통제력은 SNS 중독을 방지할 수 있는 핵심 요인으로 밝혀졌다. SNS 사용자들이 자기 자신 행동을 조절 및 통제할 수 있을수록 SNS에 대한 중독 경향성을 줄일 수 있다. SNS 중독 프로그램 기획할 때 자기를 통제할 수 있는 프로

그램을 기획하여 SNS 및 스마트폰 중독을 예방할 필요가 있다. 이는 SNS 사용 욕구를 줄이기 보다는 자신 행동을 통제할 수 있는 프로그램을 기획하는 것이 더욱 효과적일 수 있기 때문이다. SNS 사용자들의 주관적 행복감도 SNS 줄일 수 있는 요인으로 작용한다. SNS나 스마트폰 중독군에 포함된 사용자들은 주관적 행복감이 떨어진 경우가 많다. 자신의 결혼 생활이나 학업 생활에 불만을 가지는 경우가 많으며, 이러한 경우 외로움이나 스트레스를 느끼게 된다. 외로움을 달래거나 스트레스를 해소하기 위해서 스마트폰이나 SNS를 무분별하게 사용하는 경향이 증가하기 때문에 주관적 행복이 낮은 사용자들의 근본적 문제를 해결할 수 있도록 정부 차원의 지원이 필요하다. SNS 관계 친밀성은 SNS 중독에 양으로 유의한 영향을 미쳤다. SNS 사용자들이 대인관계에 대해 중요하게 여기면, SNS에서 사용 시간이 더 늘어나게 된다. 높은 SNS 관계 친밀성을 가진 사용자들은 사회적으로 인정받고 애정을 받길 원한다. 만약 SNS에서 친구들이 자기를 언급하지 않거나 글에 댓글을 달리지 않으면 사회적으로 소외된다는 느낌을 받을 수 있다. 그래서 SNS 관계 친밀성이 높은 사용자들은 대인 관계에서 불안감이나 스트레스를 받을 수 있기 때문에, 친구들과의 관계를 유지할 수 있는 SNS 사용을 장려하되 너무 많은 사용을 방지하게끔 해결책을 제시해줄 필요가 있다. 이와 반대로 너무 SNS 사용이 없을 때는 사이버불링 현상과 같이 SNS 집단 따돌림의 대상이 될 수 있기 때문에 적당히 SNS 사용을 할 수 있도록 장려하는 것이 중요하다.

5.3 연구 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서 SNS 중독 형성 메커니즘을 페이스북이라는 SNS만을 대상으로 연구 모형을 검증하였다. 최근에는 인스타그램을 자주 활용하기 때문에, 향후 연구에서는 본 연구 결과 일반화를 위해 설문 대상을 다양한 SNS로 확대시킬 필요가 있다. 둘째, SNS 사용자들과 인터뷰를 진행한 결과 SNS 중독이 사용자 자기 통제, 주관적 행복, SNS 관계 친밀성이 중요한 영향을 미침을 알 수 있었다. 그래서 본 연구에서는 사용자 특성 가운데 세 변수 측면만을 고려하였으나, 향후 연구에서 스트레스 대처 및 다른 사용자 관련 요인들을 고려할 필요가 있다.

참고문헌

- 강현임, 이영란, 황주희, “대학생의 대인관계유능성과 자기통제력이 스마트폰 중독에 미치는 영향,” 한국중독범죄학회보, 제7권, 제2호, 2017, pp. 1-23.
- 김남희, “결혼불만족과 외로움, SNS중독의 관계,” 한국사회복지학, 제69권, 제1호, 2017, pp. 223-254.
- 김병수, 강민형, “융복합 시대에 모바일 메신저 서비스 중독이 사용자들의 건강과 학업 성과에 미치는 영향,” 디지털융복합연구, 제14권, 제1호, 2016, pp. 131-139.
- 김병수, 김효은, 김대길, “SNS 사용자들의 지속 사용과 정보 공유에 영향을 미치는 선행 요인의 차이: 듀얼 팩터 모형을 중심으로,” 정보시스템연구, 제25권, 제4호,

- 2016, pp. 1-21.
- 김병수, 황인덕, “소셜 네트워크 서비스에서 문제 행동을 야기하는 선행 요인에 관한 연구: 사용자 연령의 조절 효과,” 고객만족경영연구, 제18권, 제1권, 2016, pp. 57-75.
- 김종욱, 박상철, 전대용, “SNS 중독에 영향을 미치는 영향 요인에 대한 실증적 연구,” 디지털융복합연구, Vol.13, No.12, 2015, pp. 179-185.
- 김형수, “대학생들의 대인관계지향성과 SNS 몰입 간의 관계에서 사회불안의 매개효과,” 인간이해, 제35권, 제2호, 2014, pp. 11-26.
- 노미진, 장성희, “SNS 이용동기와 SNS 중독이 주관적 웰빙에 미치는 영향: 사회적 유대감의 조절효과,” 경영과 정보연구, 제35권, 제4호, 2016, pp. 99-122.
- 노영, “SNS 이용동기가 몰입과 중독에 미치는 영향 연구: 페이스북 이용자들을 중심으로,” e-비즈니스연구, 제17권, 제3호, 2016, pp. 301-320.
- 민진영, 김병수, “프라이버시 계산 모형을 적용한 SNS 지속 사용 의도에 대한 연구: 페이스북과 카카오톡 사례 중심으로.” Information Systems Review, 제15권, 제1호, pp. 105-122.
- 윤명숙, 박완경, “대학생의 심리사회적 특성과 SNS 중독성향 연구,” 정신건강과 사회복지, 제42권, 제3호, 2014, pp. 208-236.
- 이정화, 김호영, 강정석, “외로움이 SNS 중독 경향성에 미치는 영향,” Korean Journal of Clinical Psychology, 제36권, 제2호, 2017, pp. 154-164.
- 전해욱, “성별에 따른 대학생의 학업정서와 대인관계 능력이 SNS 중독 경향성에 미치는 영향,” 한국산학기술학회논문지 제17권, 제6호, 2016, pp. 269-277.
- 정춘화, “고등학생의 SNS 이용동기, 대인관계 능력, 자아존중감이 SNS 중독경향에 미치는 영향,” 학습자중심교과교육연구, 제18권, 제1호, 2018, pp. 637-655.
- 진미령, 신성만, “애착외상, 자아존중감, 우울, 자기통제력이 청소년의 스마트폰 중독에 미치는 영향,” 한국심리학회지: 중독, 제1권, 제1호, 2016, pp. 31-53.
- 최현, 서경현, “대학생의 SNS 중독과 주관적 웰빙 간의 관계 -자기비난이나 수치심의 매개효과를 중심으로,” 소년학연구, 제24권, 제3호, 2017, pp. 155-174.
- 하창순, “상담 일반 : 한국판 자기 통제력(self-control) 척도의 탐색적 요인분석”, 한국상담학회, 제6권, 제4호, 2005, pp. 1175-1188.
- Chin, W. W., The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Eds.), Modern Methods for Business Research (pp. 295 - 336). Mahway, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1998.
- Choi, S. B. and Lim, M. S., “Effects of social and technology overload on psychological well-being in young South Korean adults: The mediatory role of social network service

- addiction,” *Computers in Human Behavior*, Vol. 61, 2016, pp. 245-254.
- Clark, D. A. and Steer, R. A., Empirical status of the cognitive model of anxiety and depression. In P. M. Salkovskis (Ed.), *Frontiers of cognitive therapy* (pp. 75-96). New York, NY: Guilford, 1996.
- Fornell, C. and Larcker, D. F., “Evaluating structural evaluation models with unobservable variables and measurement error,” *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1, 1981, pp. 39 - 50.
- Fox, J. and Moreland, J. J., “The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances,” *Computers in Human Behavior*, Vol.45, 2015, pp. 168-176.
- Goffman, *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday Anchor, 1959.
- Ifinedo, P., “Applying uses and gratifications theory and social influence processes to understand students' pervasive adoption of social networking sites: Perspectives from the Americas,” *International Journal of Information Management*, Vol.36, No.2, 2016, pp.192-206.
- Lee, D. H., Im, S., and Taylor, C. R., “Voluntary self-disclosure of information on the Internet: A multimethod study of the motivations and consequences of disclosing information on blogs,” *Psychology & Marketing*, Vol.25, No.7, 2008, pp. 692-710.
- Logue, A. W., *Self-Control: Waiting until tomorrow for what you want today*. Englewood Cliffs, Nj: Prentice Hall, 1995.
- Mäntymäki, M. and Islam, A. K. M. N., “The Janus face of Facebook: Positive and negative sides of social networking site use,” *Computers in Human Behavior*, Vol.61, 2016, pp.14-26
- Min, J. and Kim, B., “How are people enticed to disclose personal information despite privacy concerns in social network sites? The calculus between benefit and cost,” *Journal of the Association for Information Science and Technology*, Vol.66, No.4, 2014, pp. 839 - 857.
- Moqbel, M. and Kock, N., “Unveiling the dark side of social networking sites: Personal and work-related consequences of social networking site addiction,” *Information & Management*, Vol.55, No.1, 2018, pp. 109-119.
- Müller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E., Duven, E., Giralt, S. and Wölfling, K., “Show more: A hidden type of internet addiction? Intense and addictive use of social networking sites in adolescents,” *Computers in Human Behavior*, Vol.55 (A), 2016, pp. 172-177.
- Park, N., Jin, B., and Annie Jin, S. A., “Effects

- of self-disclosure on relational intimacy in Facebook,” *Computers in Human Behavior*, Vol.27, No.5, 2011, pp. 1974-1983.
- Polites, G. L., *The Duality of Habit in Information Technology Acceptance*, Ph.D. Dissertation, University of Georgia, Athens, GA., 2009.
- Samaha, M. and Hawi, N. S., “Relationships among smartphone addiction, stress, academic performance, and satisfaction with life,” *Computers in Human Behavior*, Vol.57, 2016, pp. 321-325.
- Sickfacebook (2010), 350million people are suffering from Facebook Addiction Disorder, <http://sickfacebook.com/350-million-people-suffering-facebook-addiction-disorder-fad/>
- Turel, O. and Serenko, A., “The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites,” *European Journal of Information Systems*, Vol.21, No.5, 2012, pp.512-528.
- Valenburg, P. M., Petter, J. and Schouten, A. P., “Friend networking sites and their relationship to adolescents well-being and social self-esteem,” *Cyberpsychology and Behavior*, Vol.9, No.5, 2006, pp.584-590.
- Wang, S. S. and Stefanone, M. A., “Showing off? Human mobility and the interplay of traits, self-disclosure, and Facebook check-ins,” *Social Science Computer Review*, Vol.31, No.4, 2013, pp.437-457.
- Xue, Y., Dong, Y., Luo, M., Mo, D., Dong, W., Zhang, Z., and Liang, H., “Investigating the impact of mobile SNS addiction on individual’s self-rated health,” *Internet Research*, Vol.28, No.2, 2018, pp.278-292.
- Yang, S., Liu, Y., and Wei, J., “Social capital on mobile SNS addiction,” *Internet Research*, Vol.26, No.4, 2016, pp. 982-1000.
- Yang, S., Wang, B. and Lu, Y., “Exploring the dual outcomes of mobile social networking service enjoyment: The roles of social self-efficacy and habit,” *Computers in Human Behavior*, Vol.64, 2016, pp.486-496.
- Yoon, S. J., “Does social capital affect SNS usage? A look at the roles of subjective well-being and social identity,” *Computers in Human Behavior*, Vol.14, 2014, pp. 295-303.
- Zheng, X. and Lee, M. K. O. Excessive use of mobile social networking sites: Negative consequences on individuals,” *Computers in Human Behavior*, Vol.65, 2016, pp. 65-76.

<부록> 측정 항목과 참고 문헌

요인	항목	설문항목	참고문헌
관계 유지	REMA1	나는 새로운 사람들을 만나기 위해 페이스북을 사용한다.	Ifinedo (2016)
	REMA2	나는 나와 비슷한 관심사를 가진 다른 사람들을 찾기 위해 페이스북을 사용한다.	
	REMA3	나는 나와 비슷한 관심사를 가진 사람들과 이야기하기 위해 페이스북을 사용한다.	
	REMA4	나는 즐거운 시간을 사람들과 함께 보내기 위해서 페이스북을 사용한다.	
즐거움	ENJ1	페이스북 사용은 즐겁다.	Ifinedo (2016)
	ENJ2	나는 페이스북 사용으로 즐거움을 얻는다.	
	ENJ3	나는 페이스북 사용이 흥미롭다.	
	ENJ4	페이스북 사용은 나에게 즐거움을 준다.	
자기 표현	SEEX1	페이스북 사용은 내 자신을 표현하고 보여주는 데 있어 성과가 향상된다.	Ifinedo (2016)
	SEEX2	페이스북 사용은 내 자신을 표현하고 보여주는 데 있어 생산성이 증가된다.	
	SEEX3	페이스북 사용은 내 자신을 표현하고 보여주는 것의 효과가 향상된다.	
	SEEX4	페이스북 사용은 내 자신을 표현하고 보여주는 데 유용하다.	
정보 게시 의도		페이스북에서 상태 업데이트나 좋아요, 코멘트, 사진 등의 정보를 공유 하겠습니까?	Min and Kim (2014)
	INSH1	매우 그렇지 않다.....매우 그렇다	
	INSH2	아마 매우 그렇지 않을 것이다.....아마 매우 그럴 것이다	
	INSH3	절대 그렇게 하지 않겠다.....절대 그렇게 하겠다	
사용자 자기 통제	CON1	나는 다른 사람들과 교류하거나 자신 표현을 위해 페이스북 사용 충동을 억제하는 것은 힘든 것을 알았다.(반대)	Polites (2009)
	CON2	나는 다른 사람들과 교류하거나 자신 표현을 위해 페이스북을 사용하려는 나의 성향을 극복하기 힘든 것을 알았다.(반대)	
	CON3	다른 사람들과 교류하거나 자신 표현을 위해 페이스북을 사용하려는 나의 성향을 조절하기 힘들다.(반대)	
	CON4	다른 사람들과 교류하거나 자신 표현을 위해 페이스북을 사용하려는 나의 충동을 억누르는 것은 어렵다.(반대)	
주관적 행복	WELL1	일반적으로 내 삶은 이상에 가깝다	Yoon (2014)
	WELL2	나의 생활 조건을 훌륭하다.	
	WELL3	나는 내 삶에 대해 만족한다.	
SNS 관계 친밀성	RELA1	나는 페이스북을 사용한 뒤 다른 사람들과 친밀해짐을 느꼈다.	Lee et al. (2008)
	RELA2	나는 페이스북을 사용한 뒤 나와 가까운 사람들과의 관계에 만족함을 느낀다.	
	RELA3	페이스북을 사용한 뒤 나와 나와 가까운 사람들 간의 신뢰가 더 깊어졌다.	
SNS 중독	SADD1	나는 페이스북 사용 때문에 중요한 일을 잊어버린 적이 있다.	Turel and Serenko (2012)
	SADD2	나의 사회 생활은 때때로 페이스북 하느라 방해를 받는다.	
	SADD3	내가 페이스북을 사용하지 않을 때 자주 불안함을 느낀다.	
	SADD4	페이스북 사용 시간을 줄이기 위한 노력이 실패로 끝난 적이 있다.	

김 병 수 (Kim, Byoungsoo)



현재 영남대학교 경영대학 부교수로 재직하고 있다. 한국 과학기술원 경영대학에서 박사학위를 취득하였으며, SK 텔레콤 미래기술원, 삼성경제연구소 경영전략실, 서울여자대학교 경영대학에서 근무하였다. 관심 분야는 서비스 경영, IT 서비스, O2O 서비스, 물류 관리, 지식 생태계 등이며, Journal of the American Society for Information Science and Technology, Journal of Information Technology 등 국내외 80여 편의 논문을 게재하였다.

<Abstract>

Understanding the formation mechanism of SNS addiction and its prevention strategy

Byoungsoo Kim

Purpose

The study examined the key factors influencing the formation mechanism of SNS addiction. Based on the use and gratification theory, we considered relationship maintenance, perceived enjoyment, and self-expression as main desires to induce SNS addiction. The characteristics of SNS users were also considered as major factors affecting SNS addiction. In particular, self-control and subjective well-beings were considered to be prevention factors that could reduce SNS addiction, while SNS relational intimacy was considered to be a facilitator that would increase SNS addiction.

Design/Methodology/Approach

A structural equation modeling (SEM) method was used to test the theoretical framework based on a sample of 224 Facebook users who have used it more than 6 months. Confirmation factor analysis was conducted to check the reliability, convergent validity, and discriminant validity.

Findings

Relationship maintenance had a significant effect on self-disclosure intention and SNS addiction, respectively. Perceived enjoyment was significantly related to self-disclosure intention, while it was insignificantly associated with SNS addiction. However, self-expression was not significantly related to both self-disclosure intention and SNS addiction. Consistent with our expectations, both self-control and subjective well-beings had negative effects on SNS addiction. The analysis results found that SNS relational intimacy was positively related to SNS addiction.

Keyword: SNS Addiction, Addiction Prevention, Self-Control, Subjective Well-Beings, Relational Intimacy, Use and Gratification Theory

* 이 논문은 2019년 9월 2일 접수, 2019년 9월 26일 1차 심사, 2019년 10월 5일 게재 확정되었습니다.