Journal of Knowledge Information Technology and Systems

ISSN 1975-7700

http://www.kkits.or.kr

Determinants of SNS Users' Overdependence from the Theory of Struggle for Recognition Perspective

Sung-Yul Ryoo[1], **Sang Cheol Park**[*2]

[1]*Department of Business Administration, Daejin University*
[2]*Department of Business Administration, Daegu University*

ABSTRACT

As the usage of SNS has considered as a normal modern behavior, there are downfalls alike behavioral addictions which related to excessive and compulsive behavior in SNS usage. In line with this situation, this study tends to examine the relationships among propensity for conspicuous consumption on SNS, conspicuous consumption on SNS and SNS overdependence. In this study, we attempted to undermine the determinants of users' overdependence toward SNS from the nature of human, we have also considered both propensity for conspicuous consumption on SNS and conspicuous consumption on SNS as major determinants. We developed the model with three research hypotheses and test it by using partial least squares approach after collecting 430 data from SNS users. According to our results, this study found that the propensity for conspicuous consumption on SNS affected both conspicuous consumption on SNS and SNS overdependence. We also found that the relationship between conspicuous consumption on SNS and SNS overdependence was positively significant. Based upon the empirical findings, this study has theoretical implications on explaining overdependence to SNS from the human nature. We also have practical implications for preparing some precaution policies to decrease overdependence on SNS.

© 2017 KKITS All rights reserved

KEYWORDS: Propensity for conspicuous consumption on SNS, Conspicuous consumption on SNS, SNS overdependence

ARTICLE INFO: Received 4 September 2017, Revised 10 October 2017, Accepted 13 October 2017.

[*]Corresponding author is with the Department of Business Administration, Daegu University, Gyeongbuk, 38453, KOREA.
E-mail address: scpark77@daegu.ac.kr

www.kci.go.kr

1. 서 론

오늘날의 소셜네트워크 서비스(social network service, 이하 SNS)는 정치, 사회, 경제 전반에 걸쳐 상당한 영향력을 미치고 있다. SNS는 기존인맥과 관계유지와 소통에 도움이 되며, 타인과의 다양한 분야 정보를 공유할 수 있다는 순기능도 존재하지만, 지나치게 몰입하게 되면 일상생활에 장애를 줄 수 있는 역기능도 존재한다. SNS는 순기능과 역기능을 함께 가지고 있어 양날의 검으로 표현하기도 한다[1]. SNS 이용이 보편화되면서 국내연구들은 주로 사용자들이 SNS를 어떻게 사용하는지에 대해 초점을 두고 연구가 진행되어 왔지만, SNS의 과다 사용의 문제는 상대적으로 논의되지 못한 한계가 있었다. 최근 들어, 일부 연구에서 SNS 사용에 대한 부정적 견해에 대해 논의가 시작되었는데, 주로 중독(addiction)이라는 개념을 활용하여 SNS에 대한 집착정도를 측정하거나 이를 통해 SNS의 역기능을 강조하고 있다[2, 3]. 흔히 중독은 행동주의적 관점에서 어떤 행동이 불안이나 우울과 같은 부정적인 정서 또는 긴장과 같은 스트레스 반응을 일시적으로 잊게 해주거나 감소시켜 줌으로써 그 행동을 학습하게 된다[4]. 이 맥락에서 SNS 중독은 SNS를 확인하려는 강박적인 습관이 개인의 일상생활을 방해하거나 장애를 일으킬 수준에 도달하면 중독으로 간주한다. 그러나 엄밀히 말하면, 중독이란 개념은 인체나 정신에 심각한 영향을 주는 것으로써 intoxication, poisoning으로 간주되지만, 인터넷, 게임 중독의 경우 갈망이 생겨 반복적으로 약물을 투여하거나 행동을 하는 것이기 때문에, 보다 정확한 표현은 의존증으로 보는 것이 보다 적절한 용어라 할 수 있다. 또한 SNS 중독은 일종의 관계중독으로 볼 수도 있는데, 이것은 사람과 관계를 맺지 못할 때 발생하는 것으로 일종의 집착하는 행위로 볼 수 있다. 따라서 중독보다는 과의존 혹은 과몰입의 표현이 SNS에 대한 집착을 설명하는데 보다 현실적인 용어로 판단된다. 그러한 이유는 SNS의 부정적 시각문제는 중독이라는 단어에서 인식되는 부정적인 느낌없이 스스로 해결할 수 있는 문제로 보기 때문이다. 과의존에 대한 개념은 과도한 사용에 따른 현저성(salience, 개인의 삶에서 SNS를 이용하는 생활패턴이 다른 행태보다 두드러지고 가장 중요한 활동)이 증가하고, 조절능력(out of control, 이용자의 주관적 목표대비 자율적 조절능력이 감소하는 것)이 감소하여 문제적 결과(serious consequences, SNS 이용으로 인해 신체적, 심리적, 사회적으로 부정적인 결과를 경험함에도 불구하고 지속적으로 이용하는 것)를 경험하는 상태로 볼 수 있다[5]. 이 과의존에 대한 개념은 스마트폰 이용맥락에서 조사되었지만, 스마트폰 이용자의 상당수가 SNS를 주로 활용한다는 점에서 유사한 맥락을 가진다. 이에 본 연구에서는 SNS의 부정적 사용측면을 그간의 중독의 개념이 아닌 과의존의 측면에서 그 원인을 찾는데 그 목적이 있다. 보다 구체적으로, SNS 과의존의 원인을 본질적인 인간의 성향에서 찾고자, 개인의 자기과시성향과 SNS 과시성향을 중심으로 이들이 SNS 과의존에 어떻게 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.

한편, SNS 이용과 SNS 피로도 관련 인식조사의 결과에 따르면, 조사대상자의 81.6%가 최근의 SNS에는 자기과시를 하는 이용자가 많은 것 같다고 응답한 바 있다[6]. 이 조사결과에서 중요한 부분은 SNS가 개인의 자기과시 공간으로 간주된다는 점이다. 즉, 자기과시는 SNS 과의존을 설명하는 중요한 요인으로 간주될 수 있다. 이것은 개인이 SNS를 통해 자신의 일상을 기록하기 보다는 타인의 일상을 관찰하거나 지켜보는 활동이 더 많아 지면서 타인에 대한 시선에 신경을 많이 쓰는데 기인한다. 인간이 타인을 의식하면서 살아가는 것이 당연한 일인만큼 SNS상에서도 타인을 의식하는 행동은 극히

www.kci.go.kr

일반적일 수 있다. 그러나 이러한 본질적인 성향이 SNS상에서의 과의존까지 영향을 미칠 수 있다는 점에서 본 연구의 시도는 시의적절하다고 볼 수 있다.

이에 본 연구에서는 SNS 과의존과 자기과시성향 간의 관계를 실증규명하고자 한다. 특히 타인의 인정을 받는 것이 인간의 행동을 지배하는 기본적인 원리라는 주장의 인정투쟁이론(theory of struggle for recognition) 시각에서 SNS 과의존을 설명하고자 한다. 인정투쟁 이론에서 인간의 삶은 타인의 인정을 받기 위한 투쟁의 연속으로 설명된다[7]. 이 이론은 독일의 철학자인 Hegel이 처음 제안하였으며, 이후 여러 철학자들에 의해 대중화되었다. 그러나 이 이론의 시각에서 SNS를 통한 자기과시를 온라인 공간에서의 가상 인정투쟁으로 간주될 필요가 있다. 인정투쟁이론의 시각에서 SNS는 인간의 본능을 충족시키는 도구이며, 인정투쟁의 통속화, 친구맺기로 대변되는 인적 자산에 대한 과도한 과시욕이 결합된 결과로도 간주된다[8].

요약하자면, 본 연구는 인정투쟁의 시각에서 인간의 자기과시성향, SNS 과시적 사용, 그리고 SNS 과의존간의 관계를 살펴보고자 하며, 상기 내용을 중심으로 도출된 연구주제는 아래와 같다.

첫째, 왜 사용자들은 SNS에 과의존하는가?

둘째, 개인의 자기과시 성향, SNS 과시성향 그리고 SNS 과의존간의 관계는 어떠한가?

상기 연구주제를 해결함으로써 본 연구는 다음과 같은 주요 시사점을 제안할 수 있다. 우선, 철학적 관점에서 인정투정이론을 SNS 환경에 적용하여 과의존의 원인을 설명하였다는 점에서 학술적 시사점이 있다. 특히, 인정투쟁이론 관점에서 SNS 과시와 과의존간의 관계를 규명함으로써 SNS의 과의존은 인정받고자 하는 개인의 욕망에서 출발한다는 점을 밝혔다는 점에서 의의가 있다. 더불어 본 연구의 결과를 토대로 사용자의 SNS 과의존도를 낮추기 위한 실천적 방안을 마련하는데 있어 기본적인 가이드라인을 제공할 수 있다는 점에서 실무적·정책적 시사점이 있다.

2. 이론적 배경 및 선행연구

SNS 사용에 대한 과의존의 명확한 학술적 정의가 이루어지지 못한 상태에서 기존 연구들은 과의존 현상과 유사한 의미로서 중독경향성을 제시하고 있다[1, 9]. SNS 중독은 SNS 이용자체에 대한 중독으로 바라보기 보다는 인터넷 중독의 연장선으로 보는 견해가 존재한다[10]. 예를 들어, 인터넷 중독과 관련된 연구를 수행한 Young[11]은 인터넷 중독의 특성을 컴퓨터중독, 정보과부화, 충동적 이용, 사이버 섹스 중독, 사이버 관계 중독으로 구분한 바 있다. 특히 이중에서 사이버 관계중독은 관계를 유지하기 위해 과도한 시간과 노력을 투자하는 특징을 가지는데, 이 부분은 SNS의 특징과도 유사하다. 과도한 SNS 사용, 즉 SNS 과의존은 SNS에 대한 강박적 사용을 의미하고, 점차 이용시간이 증가하는 특성을 보인다[9]. SNS 중독경향성을 강조하고 있는 연구들은 주로 개인의 내적 심리 요인들을 탐색하고 이를 적용하고 있다는 특징이 있다[12, 13]. 본 연구 또한 SNS 과의존의 결정요인들로 인간의 본질적인 속성, 즉 개인의 심리적 성향에서 비롯된다고 보고 있다.

한편, 본 연구는 SNS 과의존 결정요인들로 자기과시적성향과 SNS 과시적 사용을 제안하였다. 선행연구들의 결과에 의하면, 인간의 과시적 소비는 개인의 과시적 소비성향과 경쟁심에 의해 결정된다고 주장한 바 있다[14, 15]. 이러한 시각은 SNS라는 공간에서 사회적 관계를 형성하기 위해 인간은 자신의 목표수준을 상회할만한 양의 시간과 노력을

www.kci.go.kr

통해 SNS에서 자기과시를 한다고도 볼 수 있다. 이러한 과시적 행위는 다른 사람의 인정을 받고자 하는 기본적인 욕구에서 출발한다고 볼 수 있다. 인간의 자기과시욕구와 타인으로부터 지속적으로 인정받고자 하는 인정욕구는 인간의 행동을 움직이는 가장 근본적인 원리라 할 수 있다[8]. 이 원리는 결국 인간의 삶은 타인의 인정을 받기 위한 투쟁의 연속으로 설명되는 인정투쟁이론의 시각에서 설명가능하다. 자기과시가 일상화된 SNS를 통해 인간들은 인정투쟁을 하고 있다고 볼 수 있다. 이러한 인정투쟁의 산물로 SNS의 과시적 사용을 들 수 있다. 이에 본 연구는 SNS의 과시적 사용이 결국엔 SNS 과의존으로 이어질 것으로 기대하고 있다.

3. 연구모형 및 가설

3.1 연구모형

본 연구에서는 <그림 1>과 같이 연구모형을 구성하였으며, 연구모형을 기반으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

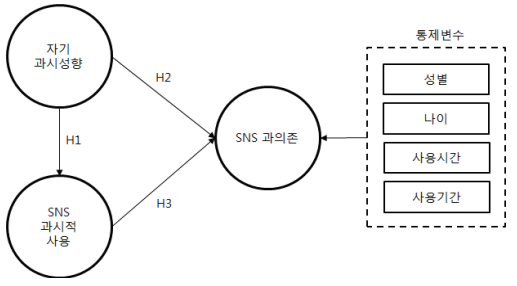


그림 1. 연구모형
Figure. 1. Research Model

본 연구는 인정투쟁이론 시각에서 SNS 사용자의 과의존에 대한 선행요인으로 자기과시성향과 SNS 과시적 사용을 주요 영향요인으로 제시하였다. 본 연구의 논의사항인 자기과시성향, SNS 과시적 사용 그리고 SNS 과의존간의 관계 검증 이외에 일부 인구통계적 변수들과 사용기간(시간)이 이들 간의 관계에서 통제적 역할을 수행하는지 파악하기 위해 성별, 나이, 사용시간, 사용기간의 인구통계적 변수들을 통제변수로 고려하였다.

가설 1 : 자기과시성향은 SNS 과시적 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2 : 자기과시성향은 SNS 과의존에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3: SNS 과시적 사용은 SNS 과의존에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의 및 측정문항

표 1. 연구 변수의 측정 문항
Table 1. Measurement items of each construct

연구변수	문항	설문 문항	연구자
자기과시성향	1	나는 밖에 나갔을 때, 사람들이 내 모습에 주목해주지 않으면 속이 상한다.	[16,17]
	2	나는 여러 사람에게서 주목받는 것을 좋아한다.	
	3	나는 모든 사람들의 관심의 대상이 되는 것을 좋아한다.	
SNS 과시적 사용	(SNS 상에서 새로운 친구와의 네트워크를 만들 때,)		[18]
	1	내가 SNS 네트워크 연결을 고려하는 사람을 친구들이 특별하다고 생각하는 것은 중요하다.	
	2	내가 SNS 네트워크 연결을 고려하는 사람을 어떤 사람들이 SNS 친구로 연결했는지가 중요하다.	
	3	다른 사람들이 내가 SNS 네트워크 연결을 고려하는 사람과 SNS 친구를 맺은 사람들을 어떻게 생각하는지가 중요하다.	
	4	내가 SNS 네트워크 연결을 고려하는 사람이 다른 사람에게 어떠한 인상을 주는지가 중요하다.	
SNS 과의존	1	SNS를 접속할 수 없는 장소에 머무는 것은 힘들다.	[19]
	2	SNS를 확인할 수 없을 때, 나는 불안하다.	
	3	나는 처음에 의도한 것 보다 더 많은 시간동안 SNS를 사용한다.	
	4	나는 하루 중 많은 부분을 SNS를 사용한데 사용한다.	
	5	SNS를 사용할 때, 나는 시간이 흘러가는 것을 잊어버린다.	

www.kci.go.kr

본 연구에서 활용된 설문문항들은 선행연구에서 활용된 문항들로 본 연구 환경에 맞게 일부 수정하거나 추가하였다. 모든 설문항목들은 리커트(Likert) 5점 척도로 구성하여 측정하였으며, 본 연구의 측정문항과 출처는 <표 1>과 같다.

4. 실증분석

4.1 자료수집, 연구방법 및 표본특성

본 연구는 총 458명에게 설문지를 배포하였으며 그 중 449명으로부터 설문응답을 확보하였다(회수율: 98.03%). 449명의 응답자 중 불성실한 응답과 페이스북과 카카오톡 서비스 내 카카오스토리를 주로 사용하고 있는 사용자 430명을 대상으로 최종 분석에 활용하였다(응답률: 95.77%). 본 연구의 분석방법은 최소자승추정법(partial least squares, PLS)를 활용하여 연구변수들의 신뢰성, 타당성 그리고 가설검증을 진행하였다.

본 연구에서 검증방법으로 채택한 PLS는 이론적인 측정모형과 구조모형에 대해 최적의 실증적 평가를 동시에 수행할 수 있는 통계적 기법으로 변수들간의 인과관계를 추정하기 전에 각 변수들에 대한 척도의 적재치를 먼저 추정한 후 인과관계를 추정한다[20]. 특히, PLS를 활용한 구조모형 검증은 경로계수의 크기, 부호, 통계적 유의성, 최종 결과변수의 결정계수 값을 통해 이루어진다. 본 연구는 SNS 과의존의 결정요인으로 자기과시성향과 SNS 과시적 사용을 들고 있으며, 연구모형의 전반적인 적합성을 측정하기 보다는 원인(자기과시성향, SNS 과시적 사용)-결과(SNS 과의존) 분석을 하는데 주목적을 가지고 있기 때문에 PLS 채택이 적합하다고 판단하였다.

표 2. 표본 특성
Table 2. Characteristics of responses

응답자 특성		빈도	비율(%)
성별	남	247	57.4%
	여	183	42.6%
	합계	430	100.0%
나이	최대	32세	
	최소	18세	
	평균	22.7세	
	중앙	23세	
사용시간	30분이내	56	13.0%
	30분~1시간	99	23.0%
	1시간~2시간	131	30.5%
	2시간~4시간	99	23.0%
	4시간 이상	45	10.5%
	합계	430	100.0%
사용기간	1년 이내	19	4.4%
	1~2년	28	6.5%
	2~4년	196	45.6%
	4~6년	127	29.5%
	6년이상	60	14.0%
	합계	430	100.0%

한편, 본 연구에서 확보된 표본 특성은 <표 2>와 같다. 총 430명 중 남자가 247명(57.4%)이며, 여자가 183명(42.6%)로 나타났다. 응답자들의 평균 나이는 22.7세이며 최소 18세, 최대 32세로 조사되었다. 다음으로 SNS의 사용시간을 질의한 결과, 응답자의 30.5%인 131명이 1~2시간 가량을 사용시간에 할애한다고 답했으며, 다음으로 2~4시간(23%), 30분~1시간(23%)로 나타났다. SNS를 사용한 기간을 2~4년이라 답한 응답자들이 45.6%인 196명으로 가장 많았으며, 4~6년이라고 답한 응답자들이 29.5%인 127명으로 나타났다.

4.2 측정모델

본 연구에서는 측정모형 분석을 통해 타당성 및 신뢰성을 검증하였다. 먼저, 신뢰성 검증은 신뢰성 확보여부를 결정하는 지수들이 기준값을 상회하는지 여부를 파악하여 확인하는 방법을 채택하였으며, 일반적으로 측정문항에 대한 신뢰성 지수는 크론바하 알파, 개념신뢰도, AVE 값을 기준으로

www.kci.go.kr

판단하다[21]. 본 연구에서 계산한 신뢰성 지수들은 <표 3>과 같으며, 모든 신뢰성 지수들이 기준값을 상회하고 있어 구성개념에 대한 신뢰성을 확보한 것으로 파악되었다.

표 3. 변수의 기술적 통계 및 신뢰성
Table 3. Descriptive statistics and reliability of constructs

연구 변수	평균	표준편차	Cronbach Alpha	Composite Reliability	AVE
SNS과시적 사용	2.402	1.048	0.916	0.940	0.798
SNS 과의존	2.505	1.215	0.878	0.911	0.672
자기과시성향	2.592	1.017	0.805	0.878	0.706

다음으로 타당성 검증의 경우, 본 연구에서는 수렴타당성과 판별타당성으로 구분하여 진행하였다. 먼저, 수렴타당성의 확보여부는 개별측정문항의 신뢰성과 구성개념의 신뢰성을 검증하여 확인 가능하다.

표 4. 연구 변수의 요인 및 교차요인 적재값
Table 4. Item-factor loadings and cross-loadings of constructs

변수명	문항	SNS과시적 사용	SNS 과의존	자기 과시성향
SNS 과시적 사용	ConSNS01	0.878	0.342	0.342
	ConSNS02	0.901	0.314	0.302
	ConSNS03	0.913	0.355	0.282
	ConSNS04	0.881	0.351	0.259
SNS 과의존	SNSuse01	0.368	0.805	0.294
	SNSuse02	0.390	0.777	0.286
	SNSuse03	0.291	0.843	0.215
	SNSuse04	0.266	0.854	0.242
	SNSuse05	0.263	0.820	0.218
자기 과시 성향	Self01	0.345	0.335	0.858
	Self02	0.268	0.208	0.871
	Self03	0.177	0.176	0.791

일반적으로 연구변수들의 개별측정항목이 0.7이상일 경우 측정문항에 대한 타당성을 확보한다고 주장한 바 있으며[21], 본 연구에서는 <표 4>와 같이 교차요인분석을 통해 각 측정항목의 요인적재값이 모두 0.7이상으로 나타나 개별측정문항이 연구변수를 수렴하는 것으로 나타났다.

다음으로, 구성개념의 신뢰성 검증은 주로 개념신뢰도(composite reliability), 평균분산추출값(AVE: average variance extracted), 크론바하 알파(Cronbach's alpha)에 의해 평가되는데, 구성개념의 신뢰성은 0.7이상 경우 신뢰할 만한 것으로 본다[21]. <표 4>에 의하면, 본 연구에서 제안한 구성개념의 신뢰성 지표 값들은 모두 0.7이상을 상회하고 있어, 구성개념의 신뢰성을 확보하였음을 확인할 수 있다.

한편, 판별타당성의 경우, 앞서 제시한 교차요인분석결과의 교차요인적재값과 AVE 값의 제곱근이 인접 구성개념과의 상관계수 값을 상회하는지 여부를 통해 확인할 수 있다[21].

본 연구에서는 <표 4>에서와 같이, 교차요인분석에 따른 요인적재값이 인접한 변수의 측정항목에 현저히 낮은 적재량을 보이고 있으며, <표 5>의 결과에서 같이, 모든 잠재 변수의 AVE값의 제곱근이 인접하고 있는 다른 구성개념과의 상관계수보다 큰 것으로 나타나 판별타당성 역시 확보되었다고 볼 수 있다.

표 5. AVE를 이용한 판별타당성 검증결과
Table 5. Result of Testing Discriminant Validity using AVE

	SNS과시	SNS과의존	자기과시성향
SNS과시	**0.893**		
SNS과의존	0.381	**0.820**	
자기과시성향	0.333	0.304	**0.840**

주) 대각선 영역: AVE의 제곱근

4.3 구조모델

구조모형 검증은 주로 종속변수의 설명력, 변수들간의 유의성 여부를 기준으로 확인되는데, 본 연구의 종속변수인 SNS 과의존의 R^2값은 0.413(41.3%)

www.kci.go.kr

로 나타났으며, SNS과시적 사용의 R^2값은 0.111(11.1%)로 연구모형을 설명하는 설명력의 기준치를 상회하고 있는 것으로 나타나[22], 본 연구모형을 바탕으로 통계적인 유의미를 설명하는데 문제가 없는 것으로 확인하였다. 한편, 구조모형 분석에 따른 연구 모형의 경로계수와 t-값은 <그림 2>와 같다.

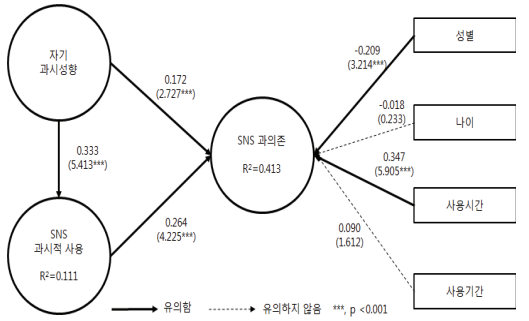


그림 2. 경로분석결과
Figure. 2. Results of Path Analysis

우선, 본 연구에서의 통제변수들인 성별, 나이, 사용시간, 사용기간 중에서 성별과 사용시간은 SNS 과의존에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 성별(남자:1, 여자:0)의 경우 여자가 남자들에 비해 SNS에 과의존도가 상대적으로 높은 것으로 나타났으며, 사용시간이 길어질수록 SNS 과의존도 역시 높아지는 것으로 나타났다(β=0.347, p<0.001). 다음으로, 가설검증과 관련하여 자기과시성향은 SNS 과시적 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 1은 지지되었으며(β=0.333, p<0.001), 자기과시성향이 SNS 과의존에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 2 역시 유의수준 0.001에서 지지되었다(β=0.172, t=2.727). 마지막으로 SNS 과시적 사용은 SNS 과의존에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 3 역시 유의수준 0.001에서 지지되었다(β=0.264, t=4.225).

5. 결 론

5.1 연구요약 및 토론

본 연구는 개인의 SNS 사용에 대한 과의존 현상을 설명하기 위해, 개인의 심리적 성향인 자기과시성향과 이를 통해 표출되는 SNS 과시적 사용을 주요 변수로 고려하여 이들간의 관계를 실증분석하였다. 특히, 제안한 변수들간의 구조적 관계를 철학분야에서 논의되고 있는 인정투쟁이론의 시각에서 과의존현상을 살펴보았다는 점에서 학술적 의미가 있다. 총 3개의 가설을 제안하였으며, 가설검증을 위해 전체 449개의 설문자료를 수집하였으며 그 중 유효한 설문자료 430개를 실증분석에 활용하였다. PLS를 분석을 통해 본 연구에서 제안한 가설 모두 유의수준 0.001에서 지지되었다.

우선, 본 연구에서 통제변수로 활용된 성별과 사용시간은 SNS 과의존에 영향을 미치는 것으로 나타난 반면, 나이와 사용기간은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 경로분석 결과에 의하면, 남성보다는 여성이 SNS 과의존 경향이 높게 나타났으며, SNS 사용시간이 길수록 SNS 과의존이 높을 수 있음을 확인할 수 있었다. 이에 반해, SNS를 사용했던 기간이나 사용자의 나이는 SNS 과의존과는 관계없는 것으로 나타났다.

다음으로, 제안한 가설의 검증결과를 해석하면 다음과 같다.

첫째, 자기과시성향은 SNS 과시적 사용에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설 1). 본 연구의 결과를 볼 때, 개인의 심리적 성향은 온라인 환경에서도 그대로 표출된다는 것을 확인할 수 있다. 개인이라면 누구나 과시욕을 가지고 있으며, 인정과 관심을 받기 위해 자신을 매력적인 존재로 만들려는 노력은 당연한 것일지 모른다. 다만, 개인의 성향이 현실세계에서 주변사람들에게 자기 자신을 매력적으로 보이도록 하는 것은 매우 어려

www.kci.go.kr

운 일이다. 이런 이유에서 보면 SNS 공간에서의 자기과시 표출은 현실세계에 비해 상대적으로 쉬운 방법일 수 있다.

둘째, 자기과시성향은 SNS 과의존에도 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설 2). 이는 현실세계에서의 개인의 자기과시성향이 높다면, 이들이 사용하고 있는 SNS에 대한 의존도 역시 높음을 의미한다. 급변하는 미디어 환경에서 SNS 사용은 더 이상 새로운 일이 아니다. SNS 공간이 자기과시를 비교적 쉽게 실행할 수 있는 기회의 공간이라면, 자기과시 자체는 인터넷에서 자신의 심리상태를 단순히 표현만 하면 그자체로 의미가 있을 것이다. 그러나 현실에서는 자기과시성향이 높다면 SNS 에 대해 더 의존하는 경향이 존재한다는 것이다.

마지막으로, SNS 과시적 사용은 SNS 과의존에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설 3). 본 연구의 결과는 선행연구의 결과와도 유사하다[14]. 본 연구의 결과는 SNS의 과시적 사용정도가 높으면 SNS 이용자체에 대한 의존도가 높아짐을 밝혀내었다. 궁극적으로 SNS의 과시적 사용은 개인의 자기과시와 타인들부터 인정받고자 하는 욕구에서 비롯된다고도 할 수 있다. SNS의 과시적 사용은 인간이 얼마나 인정받을 수 있는지를 가늠할 수 있는 효율적인 행위일 수 있으나, SNS의 과시적 사용이 높다면 인정욕구의 정도가 강함을 의미하며, 이것은 결국 SNS에 대한 의존도가 심화됨을 의미할 수 있다.

5.2 연구의 시사점

본 연구는 개인의 심리적 성향인 자기과시성향과 이를 통해 표출되는 SNS 과시적 사용이 SNS 과의존에 어떻게 영향을 미치는지를 실증분석한 연구이다. 특히 인정투쟁이론의 관점에서 이들의 구조적 관계를 제안 및 규명함으로써 다음과 같은 학술적 시사점들을 제안할 수 있다.

첫째, 기존의 SNS 중독 등의 부정적인 사용측면에서 제안했던 사이트 고유의 특성변수들이 아닌 개인의 심리적 성향의 측면에서 SNS 과의존을 설명하였다는데 그 의의가 있다. SNS 과의존의 근본적인 원인을 개인의 과시성향, 그리고 이 욕구를 반영한 SNS의 과시적 사용을 제안하였다는 점에서 의미가 있다. 둘째, 본 연구는 자기과시성향과 SNS의 과시적 사용, 그리고 과의존간의 관계를 인정투쟁이론의 시각에서 설명하였다는 점에서 또 다른 학술적 의의가 있다. 철학적 사고에 틀에서 인정투쟁이론을 SNS 환경에 적용해 본 초기 연구이면서 SNS 과의존 형성원인들을 실증 규명하였다는 점에서 주목할 만하다.

본 연구는 앞서 제시한 학술적 시사점 이외에도, 다음과 같은 실무적·정책적 시사점을 제안할 수 있다. 먼저, 본 연구의 결과는 SNS 과의존에 대한 예방 교육에 있어 주요한 지침을 제공할 수 있다. 단순히 인터넷, 스마트폰, SNS등의 과의존을 예방 및 해소차원의 다양한 프로그램을 제공하기 보다는 예방교육이나 상담의 초점을 개인의 과시욕구 및 인정욕구의 불만해소에 중점을 두는 교육으로 전환하고 이를 기반으로 관련 프로그램을 개발하는 것이 필요할 것이다. 둘째, 본 연구의 결과는 SNS 과의존 위험군의 사용을 제한하는 위험회피 전략에서 균형과 조절을 통해 가치 있게 사용하도록 지원하는 기회활용전략으로 전환하고 있는 정부의 인터넷 바른 사용 지원 종합계획 방향과도 일치한다. 본 연구의 결과를 토대로 사용자들의 자율적 SNS 조절 능력을 강화하고, 과의존 치유서비스를 안정화하는 정책과제발굴에도 의미 있는 시사점을 제안할 수 있다.

www.kci.go.kr

5.3 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 의미 있는 시사점들을 제안하고 있음에도 불구하고, 일부 한계점을 가지고 있으며 다음과 같은 향후 연구를 통해 이를 극복해야 할 것이다. 첫째, 본 연구에서 연구대상자들의 상당수는 대학생만으로 실시되어 다양한 연령대 이용자들을 대상으로 일반화되기엔 제약이 있다. 현재 SNS의 주 활용 층이 20대를 포함한 젊은 층에 집중되어있음을 감안하더라도, 향후 연구에서는 다양한 계층으로부터의 데이터 확보를 통해 연구결과의 일관성을 파악해볼 필요가 있다. 둘째, 본 연구에서는 개인의 과시성향과 SNS 과시적 사용만의 관계를 통해서 SNS 과의존현상을 설명하였으나, 대인관계적 요소나 상황변수들에 대한 연구가 추가되어 진행될 필요가 있다. 추가되는 요소나 변수들의 효과를 토대로 SNS 과의존을 낮출 수 있는 예방교육 프로그램 콘텐츠 개발에 도움이 될 수 있다. 상기 제한점에도 불구하고 본 연구에서는 자기과시성향과 SNS 과시적 사용이 SNS 과의존에 어떻게 영향을 미치는지를 밝혔다는 점에서 시사점이 있다.

References

[1] S. M. Kim, and K. H. Suh, *Relationships between covert narcissism and SNS addiction proneness: focus on the mediating effects of experiential avoidance,* The Korean Journal of Health Psychology, Vol. 20, No. 3, pp. 587-603, 2015.

[2] J. Y. Jeong, and J. N. Kim, *Development and validation of SNS addiction proneness scale for college students,* The Korean Journal of Health Psychology, Vol. 19, No. 1, pp. 147-166, 2014.

[3] S. W. Hwang, and J. J. Park, *Facebook, what`s the problem?-exploratory factor analysis of psychological problems,* Advertising Research, Vol. 9, pp. 68-95, 2011.

[4] C. David, and D. S. Mark, *Foundations of addictions counseling,* The Merrill Counselling Series, 3rd edition, 2008.

[5] https://www.iapc.or.kr/info/mediaAddc/showInfoMediaAddcDetail.do?article_id=ICCART_0000000109198&board_type_cd=A1, Aug. 2017.

[6] https://www.trendmonitor.co.kr/tmweb/trend/allTrend/detail.do?bIdx=1302&code=0101&trendType=CKOREA, Aug.. 2011.

[7] G.W.F. Hegel, *Frühe schriften,* Gesammelte Werke Bd.1, Meine., 1989.

[8] http://www.hankookilbo.com/v_print.aspx?id=41254459f0a342ae82ab4f2484177a86, Aug.. 2017.

[9] G. C. Jeong, and J. H. Moon, *Influence of covert narcissism on the SNS addiction proneness in university student : mediating effect of anger expressi,* Journal of the Korea Contents Association, Vol. 15, No. 9, pp.146-156, 2015.

[10] P. A. Kirschner, and A. C. Karpinski, *Facebook and academic performance,* Computers in Human Behavior, Vol. 26, No. 6, pp. 1237-1245, 2010.

[11] K. S. Young, I*nternet addiction: evaluation and treatment,* Student British Medical Journal, Vol. 7, pp. 351-352, 1999.

[12] M. H. Park, J. S. Kim, and K. A. Ham, *Effects of big five personality factors and self-esteem on SNS addiction tendency in college students,* Journal of Rehabilitation Psychology, Vol. 21, No. 2, pp. 189-206, 2014.

www.kci.go.kr

[13] K. H. Suh, and S. H. Cho, *An exploratory study on factors related with SNS addiction proneness: focus on covert narcissism, self-presentational motivation, and sense of alienation,* The Korean Journal of Health Psychology, Vol. 18, No. 1, pp. 239-250, 2013.

[14] S. B. Choi, and M.S. Lim, *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, 245-254, 2016.

[15] J. C. Mowen, *Exploring the trait of competitiveness and its consumer behavior consequences,* Journal of Consumer Psychology, Vol. 14, No. 1/2, pp. 52-63, 2004.

[16] J. H. Yoon, *Study on structural model of the inventory of self psycholigy(KISP): an approach to Heinz Kohut`s self psychology,* The Korean Journal of Counseling and Psychotherapy, Vol. 21, No. 1, pp. 151-172, 2009.

[17] S. Chang, and J. Park, *Effect of narcissism on consumer complaints,* Global Business Research, Vol. 28, No. 1, pp. 109-148, 2016.

[18] A. Thoumrungroje, *The influence of social media intensity and ewom on conspicuous consumption,* Procedia-Social and Behavioral Sciences, Vol. 148, No., pp. 7-15, 2014.

[19] N. Xanidis, and C. M. Brignell, *The association between the use of social network sites, sleep quality and cognitive function during the day,* Computers in Human Behavior, Vol. 55, Part A, pp. 121-126, 2016.

[20] W. W. Chin, *Issues and opinion on Structural Equation Modeling,* MIS Quarterly, Vol. 22, No. 1, pp.7-16, 1998.

[21] C. Fornell, and D. F. Larcker, *Structural equation models with unobservable variables and measurement errors,* Journal of Marketing Research, Vol. 18, No. 2, pp. 39-50, 1981.

[22] M. Igbaria, N. Zinatelli, P. Cragg, and A. L. M. Cavaye, *Personal computing acceptance factors in small firms: a structural equation model,* MIS Quarterly, Vol. 21, No. 2, pp. 279-305, 1997.

인정투쟁이론시각에서 본 SNS 사용자의 과의존 행동 결정요인 연구

류성열[1], 박상철[2]

[1] *대진대학교 경영학과*

[2] *대구대학교 경영학과*

요 약

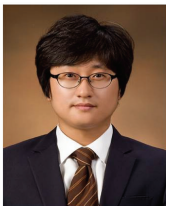
SNS 사용이 보편화되면서, 최근에는 중독과 같은 부작용도 나타나고 있다. 이에 본 연구에서는 SNS 사용자의 자기과시성향, SNS 과시적 사용, SNS 과의존간의 관계를 살펴봄으로써 왜 사용자들이 SNS에 과의존하는지를 밝히고자 한다. 본 연구에서는 일상화되어 있는 SNS 사용의 과의존 결정요인을 인간의 본성에서 찾고자 하였으며, 이를 위해 인간의 자기과시성향과 SNS의 과시적 사용을 주요 변수로 고려하였다. 본 연구에서는 총 3개의 가설을 제안하였으며, 가설검증을 위해 SNS 이용자 430명의 설문자료를 분석에 활용하였다. PLS 분석을 통해 연구가설을 검증하였으며, 분석결과, 자기과시성향은 SNS 과시적 사용과 SNS 과의존에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, SNS 과시적 사용과 SNS 과의존간의 관계도 유의한 것으로 나타났다. 본 연구의 시도는 SNS 과의존을 개인의 성향측면에서 살펴보았다는 점에서 학술적 시사점이 있

www.kci.go.kr

다. 또한 본 연구의 결과는 SNS 과의존 예방이나 감소를 위한 정책대안 마련에 정책적 시사점을 제안할 수 있다.

Sung Yul Ryoo is an assistant professor in Department of Business Administration at Daejin University, Korea. He holds a Ph.D. in Information Systems from Yonsei University in Korea. His research interests are in the area of knowledge management, supply chain management, and organizational issues pertaining to information systems.

E-mail address: syryoo@daejin.ac.kr



Sang Cheol Park is currently an assistant professor in the Department of Business Administration at Daegu University, Korea. He received his Ph.D. in MIS from Sungkyunkwan University in Korea. His research focuses on Behavioral Economics with IT Switching Context and IOS diffusion in Supply Chain Context.

E-mail address: scpark77@daegu.ac.kr

www.kci.go.kr