

SNS 접속형태와 이용심리에 의한 지속사용의도 영향요인 연구

홍희경¹ · 최정일² · 한경석^{3*}¹한성대학교 상상력교양교육원 IT교육과정^{2,3*}송실대학교 경영학부

A Study on Influencing Factors of Continuous Use Intention by SNS Connection Type and User Psychology

Hee-Kyung Hong¹ · Jung-Il Choi² · Kyeong-Seok Han^{3*}¹College of Liberal Art & Sciences, Hansung University, Seoul 02876, Korea^{2,3*}School of Business Administration, Soongsil University, Seoul 06978, Korea

[요 약]

본 연구는 SNS 이용의 중지를 원하면서도 SNS를 지속적으로 사용하게 하는 의도에 영향을 주는 요인을 이용자들의 심리와 접속형태 중심으로 접근하였다. 개념적 틀로써 확장된 기술수용모델(TAM2)과 프라이버시 계산 모델(PCM)을 사용하였으며 선행 연구를 기반으로 독립변인과 매개변인을 도출하였다. 가설의 검증은 AMOS 18.0과 SPSS 18.0을 이용하였고, SNS 이용 경험이 있는 IT 계열 학생 및 일반인을 대상으로 설문지를 배포하여 결측값 및 불성실 응답을 제외한 443부를 최종 분석에 사용하였다. 본 연구를 통해 SNS 이용 의도에 대한 긍정과 부정의 심리요인이 이용자에게 공존함을 인식하고 각 요인이 SNS 지속사용의 유인요인과 저해요인으로 작용할 수 있음을 고려하여, 향후 개선된 SNS의 서비스 방안 제공 및 마케팅 전략 수립의 기틀마련에 도움이 되기를 기대한다.

[Abstract]

In this study, factor, is focused on user's psychology and SNS using style, of intention to use SNS continuously being affeted to who want to stop using SNS. This study utilized the foundational frame of PCM and TAM2 and independed variable and Mediating variable were based on previous research. I used statistical programs such as AMOS 18.0 and SPSS 18.0 to verify the practical examination of the hypothesis of this study and the questionnaire was distributed to the public and IT students who once used SNS, and made the 443 questionnaires to analyze on final except missing values and insincere responses. The result of study was that intention to use SNS continuously are affected by positive and negative psychological factors and will be helpful to provide a service plan for SNS and establish for marketing strategy.

색인어 : SNS 이용심리, SNS 지속사용의도, SNS 피로감, 이중심리, 프라이버시 계산 모델

Key word : Psychology of Use in SNS, Continuous Intension to Use of SNS, SNS Fatigue, Double Psychology, Privacy Calculus Model(PCM)

본 연구는 홍희경의 송실대학교 공학박사학위논문을 일부 수정하여 작성한 것임을 밝힙니다.

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2017.18.5.957>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 16 August 2017; Revised 27 August 2017

Accepted 31 August 2017

*Corresponding Author; Kyeong-Seok Han

Tel: +82-10-8954-7137

E-mail: kshan@ssu.ac.kr

1. 서론

SNS(social network service)는 초기에 오프라인을 통해 만들어진 인맥 중심의 친목 도구로써 서비스되기 시작했다. 이후 불특정다수를 대상으로 무한정 인맥을 확장할 수 있는 개방형 형태로 서비스 되면서 다양한 사회적 부작용을 초래하게 되었다. 종종 불특정 다수로 확대된 인맥은 SNS 이용자가 원하지 않는 관계를 형성한다. 이러한 관계는 정보 과잉 현상을 유발하거나 외부와의 지속적 소통을 강요받는 상태를 촉진하여 개인의 자유를 제한하거나 침해하는 경향으로 나타나기도 한다. 최근에는 다양한 분야의 사람들이 SNS를 통해 대중과 직접 소통하는 일이 많아졌다. 이로 인하여 개인정보가 타인에게 무방비하게 노출되거나 게시한 내용이 원인이 되어 나쁜 이미지로 각인되는 문제가 초래되기도 한다. 이는 SNS 이용자에게 사회적으로 고립되거나 소외될 수 있다는 두려움을 유발하여 사회적 압력 도구로 변질되기도 한다. 다른 한편으로는 인터넷 스타가 된 또 다른 이용자에 대한 선망현상이 생기기도 하고, 상대적 박탈감을 느끼게 되거나 과도한 자극 유발 행동을 촉발하는 원인이 되기도 한다. 이에 최근에는 다시 특정 목적 추구를 중심으로 소통하는 폐쇄형 서비스로 전환하는 움직임을 보인다.

본 연구는 SNS상에서 발생하는 다양한 부작용들이 타인과의 관계 유지를 위해 발생하는 감정적 문제와 결합되어 있다고 가정한다. SNS는 인간의 사회관계 확장 도구로써의 편리함을 제공하기도 하지만 원하지 않는 사회관계를 형성하는 연결통로를 마련하기도 한다. 이로써 발생하는 다양한 문제들은 이용자들로 하여금 심리적인 부담감을 갖도록 만들어 SNS의 이용을 중지하거나 전환하게 하는 원인이 되기도 한다. 따라서 일반적으로 SNS를 이용하면서 느끼는 피로감은 SNS 이용 중단 및 서비스 전환과 함께 연구되어 왔다. 그러나 SNS를 이용하면서 피로감을 경험하고 때론 실속이 없다는 생각을 하면서도 SNS의 이용 중지에 동의하는 응답자는 많지 않다[1]. 또한 기업 및 단체에서도 SNS를 활용하여 홍보하는 사례가 빈번한데, 이것은 입소문을 통한 프로모션 활동 및 교류, 확산에 SNS가 유익하기 때문이다[2]. 또한 SNS는 정치, 경제, 문화, 사회 전반에 걸쳐 그 활용도가 늘어나고 있으며, 기업의 상품 또는 브랜드 이미지 노출의 전달도구로써 역할을 담당하고 있어 향후 SNS의 중요성은 더욱 높아질 것으로 예상된다[3]. 더욱이 매우 빠른 진화를 보이는 모바일 SNS는 기능성, 이용습관, 충성도가 선택의 기준이 된다[4]. 따라서 SNS 이용자에게 보다 신뢰감 있는 환경에서 즐겁게 이용할 수 있는 서비스 환경에 대한 제고가 필요한 바, SNS 지속사용을 촉진하기 위한 유인요인과 저해요인을 규명하는 연구가 필요하다고 여겨진다.

본 연구에서는 이론적 배경을 통해 도출된 독립변인을 프라이버시 계산 모델(PCM, privacy calculus model)에 따라 구분하여 제시하고 매개변인은 확장된 기술 수용 모델(TAM2, technology acceptance model2)을 이용하여 SNS의 지속사용의도에 대한 각 변인간의 상관관계를 가정하여 연구한다. 본 연구

가 가정한 문제를 규명함으로써 이용자의 심리적 불편함을 최소화하고 개인에게 최적화된 신뢰성 공간 마련을 지향할 수 있도록 미래 SNS 서비스의 사업적 전략 구상의 기반 또는 기존 서비스 개선과 향상에 기여할 수 있기를 기대한다.

II. 이론적 배경

2-1 연구 모형에 관한 연구

1) 확장된 기술수용모델 (TAM2; technology acceptance model2)

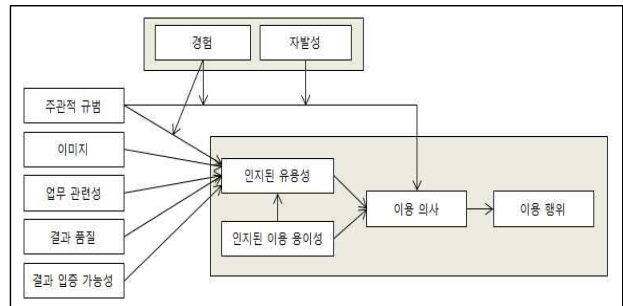


그림 1. 확장된 기술수용모델(TAM2)[8]

Fig. 1. Technology acceptance model2(TAM2)

사용자의 정보기술 수용을 시스템적으로 설명하기 위하여 많이 이용되는 대표적인 모델은 기술수용모델(TAM; technology acceptance model)이다. 이 모델은 1989년 조직 구성원의 기술 수용에 영향을 미치는 요인을 밝히기 위하여 Davis가 개발한 이론적 틀이며, 혁신 기술 수용과정에 영향을 미치는 외부요인 발견과 지각된 용이성과 지각된 유용성을 중요 요인으로 보는 모델이다[5]-[7]. 그러나 이 모델은 기술수용 과정에 있어 외부적 조절 요인을 구체화하지 않음으로써 기술수용 과정에서 영향을 미칠 수 있는 요인이 고려되지 않았다는 한계를 가진다[7]. 이에 Davis와 Venkatesh는 그림 1과 같이 5개의 외부요인과 더불어 경험과 자발성의 외부 조절요인을 제시한 확장된 기술수용모델(TAM2)을 제시하였다[8]. 이후 인터넷 환경 특성에 맞는 요인을 찾기 위하여 기술수용모델 기반의 연구들이 다양하게 연구되었고, Hassenzahl and Tractinsky(2006)는 모바일 사용자의 행위의도를 살피는 연구에서 지각된 용이성과 지각된 유용성 외에도 이용행위 자체에서 즐거움을 느끼게 되는 지각된 즐거움이 영향관계에 있다는 사실을 도출했다[9]. SNS 사용 자체가 즐겁다고 느끼면 SNS를 사용하는 것이 더욱 편리하고 유용하다고 느낀다[9]-[10]. 따라서 사용자의 기술 수용에 대한 즐거움과 몰입은 지속사용 또는 재구매와 같은 이용자의 연속적 행동패턴에 매우 중요한 요인이 된다[11].

2) 프라이버시 계산 모델(PCM; privacy calculus model)

Homans의 사회적 교환이론과 Vroom의 기대이론을 이론적 배경으로 하는 그림 2의 프라이버시 계산 모델(PCM)은 Laufer et al.(1974)에 의해 제안되었다. 이 모델은 인간이 수행하는 프라이버시 회생 행동은 경제적, 사회적인 특정 이득을 위한 것으로 본다. 또한 현재 행동이 초래할 불확실한 미래 결과를 고려하여 프라이버시 관련 행위를 한다고 본다[12]. Culnan and Bies(2003)가 “현대 소비자의 프라이버시 염려를 분석하는데 가장 유용한 프레임워크”로 설명한 프라이버시 계산 모델은 개인이 정보를 제공하는 자발적 의사결정을 설명하는 이론적 틀이 된다. 사용자들은 개인정보 제공을 통해 발생하는 이득과 위험을 비교하여 기대되는 혜택이 크거나 예상되는 위험이 낮을수록 개인정보 제공 가능성은 증가한다[13]. 서비스 이용에 따른 정보의 제공은 개인이 수행할 행동에서 기대되는 이득과 감수해야하는 손실을 고려하여 합리적 의사 결정이 이루어져야 한다.

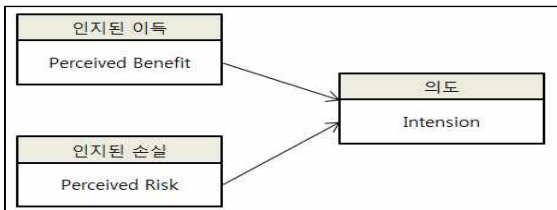


그림 2. 프라이버시 계산모델(PCM)[14]
Fig. 2. Privacy calculus model2(PCM)

2-2 SNS에 관한 연구

1) SNS의 특징과 기능

소셜 미디어, 소셜 네트워킹과 같은 용어로 지칭되는 SNS는 다양하게 정의되고 있으나, 본 연구에서는 “이용자들이 온라인 상에서 자신의 의견, 생각, 경험, 관심사, 취향 등을 타인과 공유하고 친구, 동료 등과 같은 특정 또는 불특정 다수와 인적네트워크를 형성하거나 강화할 수 있도록 해주는 모든 웹 서비스 도구”로 정의한다. 이와 같은 SNS의 기능과 상호작용을 설명하기 위한 필수적 구성요소로는 정체성(Identity), 존재(Existence), 관계(Relationships), 대화(Conversation), 그룹(Group), 평판(Reputation), 공유(Sharing) 등이 제시되고 있다[15]. SNS에 대하여 iCrossing에서는 공개, 참여, 대화, 커뮤니티, 연계성으로 특징지었다[15]. 또한 사회성(진정성, 사교활동), 다양성(문화적 다양성), 관계성(새로운 인간관계, 개인화 및 관계성, 새로운 허브, 개방성, 주관성) 측면으로 특징을 제시한 연구도 있다[16]. 그러나 무엇보다도 온라인상에서 네트워크를 형성하여 타인과 소통하게 하는 SNS의 기본 전제는 사용자 간의 연결유무이다[17]-[18].

2) 국내의 SNS 이용 현황



그림 3. 미국의 연령대별 평균 페이스북 친구수와 피로도 원인[19]
Fig. 3. Average friends number of Facebook and fatigue causes by age group in USA

2013년 퓨 리서치 센터(Pew Research center) 발표 자료에 따르면 전체 SNS 이용자의 73%는 미국 성인 인터넷 이용자이며, 이 중 42%는 두 개 이상의 SNS를 사용한다[19]. 미국 페이스북 이용자의 절반 이상은 200명 이상과 지인관계를 맺고 있으며, 18-29세 이용자는 평균 300명 이상과 지인관계를 맺는다. SNS 이용량의 증가에 비례하여 피로도가 누적되고 가시화되고 있으며 이에 따른 부담감을 크게 느끼는 것으로 조사되었다. 그림 3은 피로도 관련 조사 자료로서 연령대별 평균 페이스북 친구수와 페이스북 사용자의 피로도 원인을 보여준다[19].

2014년 국내 SNS 이용률은 60.7%에 달하며, 남성(41.6%)이 여성(38.2%)로 높게 조사되었고 20대의 이용률(74.4%)이 가장 높았다[20]. SNS 서비스 선호도는 연령대별로 구분되는데 10대와 20대는 개방형 SNS를, 40대와 50대는 폐쇄형 SNS를 더 선호하는 특징을 보인다[21].

2015년 국내 이용자의 하루 평균 모바일 이용시간은 1시간 54분, 스마트폰을 이용한 모바일 인터넷 이용시간은 1시간 46분으로 조사되었다. 이 중 모바일 SNS 이용자의 하루 평균 이용시간은 27분이며 60분미만 이용자가 85.0%로 조사되었다[22].

3) SNS 피로도 관련 인식 조사

2015년 트렌트모니터는 SNS 피로도 관련 인식 조사를 실시했다. 조사 결과 “SNS 관리를 위해 투자하는 시간에 비해 별다른 실속은 없는 것 같다”고 생각하는 부정적 응답 비율이 62.6%임에도 불구하고 “앞으로 SNS를 계속해서 사용해야 할 이유를 모르겠다”는 의견에 동의하는 비율은 29.7%에 밖에 되지 않았다. 또한 “SNS를 통해 개인정보가 유출될까 불안하다

(69.3%)”, “SNS는 자기 과시를 위한 목적으로 사용되는 것 같다(58.0%)”라고 부정적으로 응답한 비율이 높음에도, “사용하는 사람이 문제일 뿐 SNS자체는 매우 효율적인 도구라고 생각한다”는 긍정적 응답 비율도 74.7%로 높게 조사되었다[21]. 이 조사를 통해 도출된 SNS 이용상의 피로감 경험 원인은 그림4와 같이 조사되었다.

그림 4의 결과를 통해 다수의 이용자들이 SNS를 이용하면서 피로감을 경험하지만, SNS를 사용하지 않을 경우의 염려도 함께 공존하므로 SNS를 지속적으로 사용하기를 원한다고 유추할 수 있다. 이것은 “왠지 시대에 뒤쳐질 것 같다(37.9%)”, “친구들이나 소모임에서 소외당할 것 같다(25.6%)”, “사람들로부터 잊혀 질 것 같다(15.3%)”, “내 존재감이 없어질 것 같다(14.7%)” 등의 조사 결과를 통해 지지된다[21].

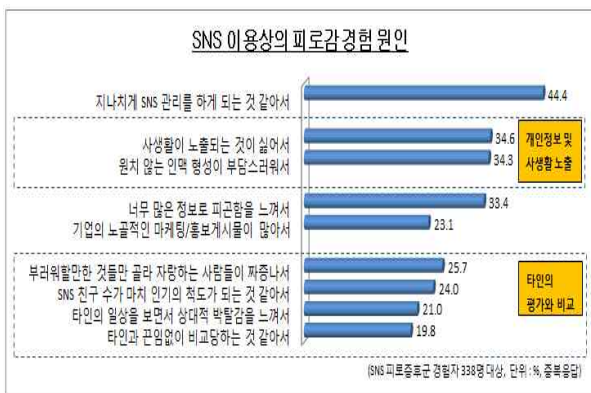


그림 4. SNS 이용상의 피로감 경험 원인[21]
 Fig. 4. Causes of fatigue experience in using SNS

2-3 주요 변수의 선행 연구

1) 정서표현 양가성과 이중 심리

정서표현은 타인으로 하여금 자신에 대해 더 잘 알게 하고, 더 많은 사랑을 받도록 만든다[23]. 반면 정서표현을 잘하지 못하고 습관적으로 억제하는 사람들은 정적 감정보다 부정 감정을 더 많이 경험하고 사회 적응에 어려움을 겪게 된다[24]. 정서표현은 외부로 자신을 개념화하고 알리는 역할을 함으로써 타인과의 관계 맺음에 중요한 역할을 담당하게 된다[24]. 그러므로 의사소통 수단으로서의 정서표현은 사회적 적응의 의미가 있다. 따라서 정서 표현을 어떻게 하였느냐에 따라 사회관계 내에서 개인에 대한 평가가 달라진다[25]. 습관적으로 표현을 억제하는 사람들은 타인의 반응에 민감하므로 자신을 개방하지 않는다[26]. 따라서 사람들은 자기 방어 또는 관계유지를 위해서 스스로 정서표현을 조절하거나 자제하는 양가적인 태도를 보인다.

정서 표현 양가성에 대해 처음 조작적 정의를 내린 이론은 고전적 갈등이론이다. 정서 표현 양가성은 갈등의 한 형태로서

접근·회피 갈등으로 이해될 수 있다[27]. 정서 표현 양가성은 “동일한 대상에 대하여 긍정과 부정의 느낌이 동시에 또는 빠르게 교차하는 것”이며, “한 대상을 원하면서 동시에 원하지 않는 것”이다[27]-[28]. 즉 정서표현에 대한 양가성이란 “자신의 감정을 표현하고 싶은 욕구가 있음에도 이를 억제하며 갈등하는 것”이며, “자신의 정서를 표현했지만 그렇게 한 것에 대해 후회하는 것”이다[30]. 갈등이론에서의 양가성은 서로 반대되는 관계 또는 상황이지만 똑같은 쓰임새와 매력에 있는 다양한 대안에 직면했을 경우 나타난다[31]. SNS의 관계 맺음과 지속적 상호작용이라는 특성은 이용자들에게 SNS가 유용하다고 느끼게 하는 반면 그로 인해 감수해야 하는 불편함을 느끼게 하는 양가적인 이중 심리 상황에 직면하게 한다.

2) SNS 주요 이용 동기

SNS가 제공하는 유용성이나 실용성을 지각한 경우, SNS를 이용하게 된다[32]. 특정분야의 정보 획득과 관계 형성 및 교류, 자기 정체성 표현 및 홍보, 일상의 기록, 즐거움 또는 기분전환, 여가선용과 같은 오락적인 요소 등이 SNS를 이용하는 동기로 작용한다[32]. 또한, 외로움 탈피 및 현실도피, 습관적이고 무의식적인 서비스 이용 등도 SNS를 이용하게 되는 동기 요인으로 작용한다[32]. 최근에는 SNS 이용자의 심리적 성향에 대한 접근으로 이용자의 개인 성격은 SNS 이용여부에 영향을 미치는 데 스스로 통제하거나 예민할수록, 타인관계에 민감한 성격일수록 트위터나 페이스북과 같은 SNS 이용을 거부하는 성향을 보인다고 하였다[33]. 또는 SNS 이용을 이용자의 사회적 동기와 동조 압력에 따른 몰입의 행위로 보는 시각도 있다[34].

SNS 이용자들은 자신의 이미지를 관리하기 위해서는 적극적인 이용활동을, 오락과 습관을 위해서는 소극적인 이용활동을 한다[35]. SNS 이용자들은 SNS를 대부분 자발적으로 선택하여 이용하고 직접 참여하기 때문에 이용동기를 확인하는 것이 중요하다[32].

III. 연구 설계

3-1 연구 모델

본 연구에서는 선행 연구를 기반으로 그림 5와 같이 연구 모델을 제시한다. 본 모델은 전체적으로는 확장된 기술수용모델(TAM2)을 이용하며, SNS 특성을 접속 형태와 이용 심리 측면으로 구분하여 지각된 용이성, 지각된 유용성, 지각된 유희성을 매개로 SNS 지속사용의도와 의 상관관계를 살피고자 한다. 이중 이용심리는 프라이버시 계산 모델(PCM)을 이념적 틀로 삼아 이용동기 변인은 인지된 이득으로, 피로감 변인과 이중심리 변인은 인지된 손실로 규정한다.

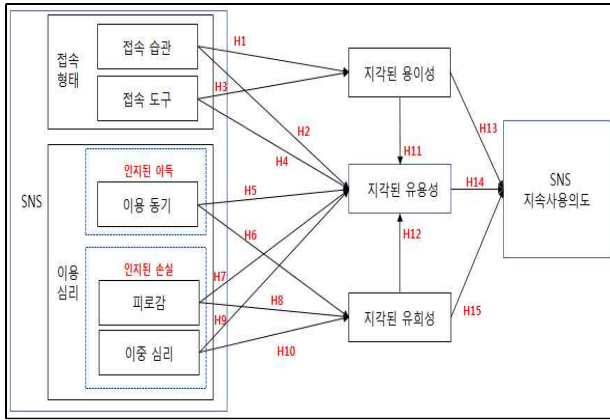


그림 5. 연구 모델
Fig. 5. Research model

3-2 변수의 조작적 정의 및 연구 가설

표 1. 조작적 정의
Table 1. Operational definition

구성개념	조작적 정의
접속습관	반복적이고 자동적이며 일상적으로 SNS를 사용하게 되는 정도
접속도구	SNS에 접속하기 위해 사용하는 스마트폰, 데스크탑, 태블릿PC 등과 같은 도구의 활용 정도를 의미
이용동기	SNS를 주로 사용하는 이유를 의미
피로감	SNS를 이용하면서 느끼게 되는 불편함과 스트레스를 의미
이중심리	SNS를 사용하면서 느끼게 되는 서로 대립되는 감정을 의미 (자신의 감정을 표현하고 싶은 욕구가 있음에도 불구하고 추후 문제가 발생할 것을 염려하여 이를 억제하며 갈등하는 것 또는 자신의 정서를 표현했지만 그렇게 한 것에 대해 후회하는 것)
지각된 용이성	SNS의 이용이 편리하고 쉽게 느껴지는 정도
지각된 유희성	SNS를 사용하면서 지루하지 않고 즐겁게 느껴지는 정도를 의미
지각된 유용성	SNS가 이용자 본인의 일상생활에 편리하고 쓸모있게 느껴지는 정도를 의미
SNS 지속 사용의도	현재 사용하고 있는 SNS의 긍정적인 측면을 인지하고 SNS를 계속해서 이용하려는 행동 의지

표 1은 선행 연구를 기반으로 본 연구의 목적 달성을 위해 도출된 변수의 조작적 정의를 나타낸다. 이것을 통해 다음과 같이 15개의 가설을 설정하였다.

- H1. 접속습관은 지각된 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 접속습관은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3. 접속도구는 지각된 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 다.
- H4. 접속도구는 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H5. 이용 동기는 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6. 이용 동기는 지각된 유희성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H7. 피로감은 지각된 유용성에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H8. 피로감은 지각된 유희성에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H9. 이중 심리는 지각된 유용성에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H10. 이중 심리는 지각된 유희성에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H11. 지각된 용이성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H12. 지각된 유희성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H13. 지각된 용이성은 SNS 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H14. 지각된 유용성은 SNS 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H15. 지각된 유희성은 SNS 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

IV. 실증 분석

4-1 표본의 특성

본 연구는 설문에 응답한 560명 중 결측값 및 불성실 응답 117명을 제외하고 남성 233명, 여성 210명의 총 443명을 대상으로 분석하였다. 본 연구 표본의 연령대는 20대(39.5%), 40대(39.1%), 30대(12.2%), 50세 이상(8.4%) 순으로 조사되었다.

응답자의 인구 통계학적 특성을 살펴보면 주로 사용하는 디바이스 환경은 모바일 환경 423명(95.5%)으로 조사되었으며 주로 사용하는 SNS의 개수는 2개 185명(185%), 1개 110명(24.8%), 3개 95명(21.4%), 4개 이상 53명(12.0%)순으로 조사되었다. SNS의 활동 동기로는 자발적 389명(87.8%), 주변권유 42명(9.5%), 강제적과 기타 의견이 6명(1.4%)로 동일하게 나타났다. SNS의 접속 빈도는 거의 매일 277명(62.5%), 거의 매시간 99명(22.3%), 일주일에 3~4번 미만 또는 한 달에 한번 접속하는 사람은 67명(15.2%)로 조사되었다. 또한 SNS의 하루 평균 이용시간은 1시간 미만 207명(46.7%), 1~2시간 미만 137명(30.9%), 2~4시간 미만 68명(15.3%) 순으로 조사되었다.

4-2 탐색적 요인 분석

구성 개념	상관									Cronbach's α
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
접속습관1	.106	.179	-.027	.115	.897	.111	-.082	.097	.138	0.946
접속습관2	.135	.152	-.017	.097	.900	.103	-.073	.079	.128	
접속습관3	.114	.150	-.048	.078	.879	.079	-.080	.005	.148	
접속습관5	-.014	.095	-.028	.109	.891	.093	-.021	.053	.059	
접속도구1	.138	.040	-.052	.103	.053	.162	-.019	.894	.083	
접속도구2	.072	.100	-.072	.149	.104	.261	-.030	.844	.105	0.918
접속도구3	.128	.088	-.061	.073	.059	.224	-.019	.884	.111	
이용종기2	.162	.189	-.061	.188	.130	.090	-.059	.042	.806	
이용종기3	.159	.122	-.029	.090	.146	.134	-.083	.152	.842	0.876
이용종기4	.201	.132	-.042	.091	.174	.057	-.017	.100	.843	
이중심리1	-.097	-.100	.914	-.104	-.034	.187	-.068	.005		
이중심리2	-.072	-.081	.937	-.065	-.052	-.040	.151	-.033	-.022	
이중심리3	-.102	-.082	.900	-.109	.004	-.058	.170	-.042	-.083	0.962
이중심리5	-.078	-.085	.907	-.069	-.038	.165	-.052	-.045		
피로감1	-.092	-.143	.211	-.100	-.095	-.000	.917	-.030	-.032	
피로감2	-.096	-.099	.281	-.099	-.078	-.041	.896	-.037	-.018	0.957
피로감5	-.059	-.137	.238	-.136	-.080	.015	.901	.000	-.032	
용이성1	.127	.232	-.070	.151	.136	.849	-.033	.112	.117	
용이성2	.138	.210	-.094	.163	.135	.856	-.024	.168	.106	0.932
용이성3	.181	.092	-.016	.159	.097	.823	.018	.271	.044	
용이성4	.183	.140	-.066	.143	.060	.810	-.028	.202	.064	
유용성1	.264	.737	-.135	.196	.231	.220	-.136	.073	.180	
유용성2	.260	.740	-.100	.182	.158	.235	-.124	.081	.155	0.954
유용성3	.321	.772	-.113	.290	.134	.106	-.080	.069	.144	
유용성4	.322	.765	-.105	.286	.188	.190	-.138	.082	.126	
유용성5	.329	.768	-.096	.223	.212	.203	-.136	.073	.121	
유용성1	.366	.286	-.093	.698	.145	.188	-.137	.102	.169	
유용성2	.282	.256	-.155	.788	.161	.156	-.118	.132	.106	0.960
유용성3	.341	.245	-.136	.775	.139	.223	-.098	.133	.108	
유용성4	.448	.234	-.116	.730	.102	.168	-.113	.108	.128	
유용성5	.396	.240	-.120	.708	.128	.234	-.138	.111	.152	
사용의도1	.786	.294	-.098	.231	.105	.192	-.094	.092	.201	
사용의도2	.784	.278	-.074	.293	.072	.133	-.085	.090	.140	0.963
사용의도3	.805	.287	-.089	.284	.098	.184	-.068	.104	.172	
사용의도4	.786	.275	-.113	.313	.114	.144	-.089	.141	.124	
사용의도5	.894	.294	-.113	.265	.058	.150	-.064	.108	.146	
Eigen Value	4.680	3.984	3.754	3.705	3.656	3.534	2.786	2.672	2.528	
% Variance	12.989	10.929	10.428	10.291	10.156	9.816	7.739	7.421	7.022	-
Cummulative	12.989	23.928	34.356	44.647	54.803	64.619	72.358	79.779	86.800	

그림 6. 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과
 Fig. 6. Results of Exploratory Factor Analysis and Reliability Analysis

본 연구에서는 측정값이 측정하려는 구성 개념을 제대로 측정하고 있는지 확인하기 위하여 사용하는 변인의 타당성 및 신뢰성 분석을 실시하였다. 요인 추출 방법은 주성분 분석(Principal Component Analysis) 방법을 활용하였다. 요인 회전 방법으로는 직각회전(Varimax rotation)방식을 채택하였다. 직각회전방식은 요인 간의 상호 독립성이 유지되며 회전하는 방식으로 각 요인의 특성을 파악할 때 유용하다[36].

측정하는 항목 간에 내적 일관성 검증 지표로는 Cronbach's α 계수를 활용하여 신뢰도를 검증한다. Cronbach's α 계수가 0.7 이상으로 나타날 경우 척도의 신뢰도가 상당히 높다고 할 수 있으며, 사회과학 분야에서는 0.6 이상일 경우 신뢰도에 큰 문제가 없는 것으로 판단한다[37][38]. 이와 같은 근거로 본 연구의 타당도와 신뢰도를 분석한 결과는 그림 6과 같다.

유용성1 문항의 요인 적재량 0.698을 제외하고 모든 요인 적재량이 0.7 이상, 고유향은 모두 1.0 이상을 나타내므로 타당도에 문제가 없다. Cronbach's α 계수 또한 모두 0.8 이상으로 신뢰도에도 문제가 없음을 확인하였다.

4-3 확인적 요인 분석

본 연구에서는 측정모델 추정과 확인적 요인분석을 위해 AMOS 18.0을 활용하여 그림 7과 같이 측정모형을 추정한다.

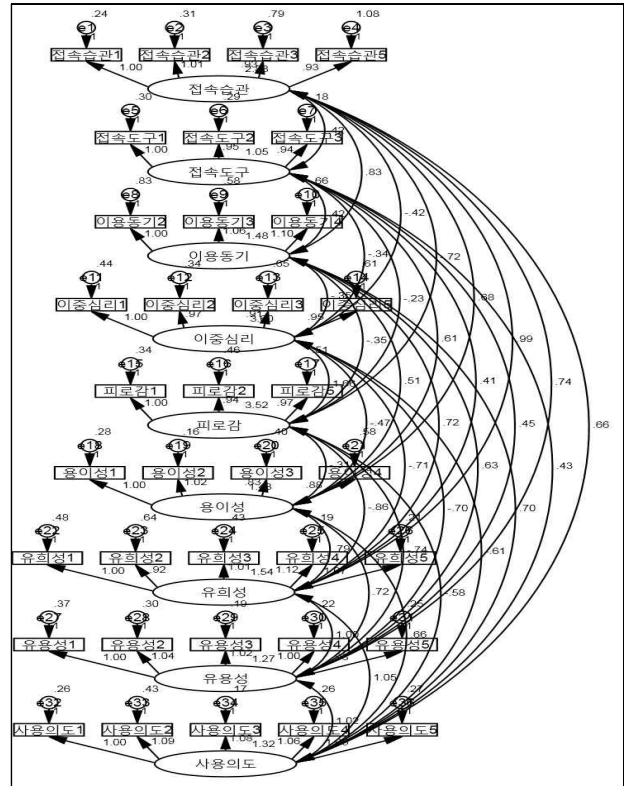


그림 7. 확인적 요인 분석 측정 모델
 Fig. 7. Confirmatory Factor Analysis Measurement Model

측정모델의 적합도 검정은 잔차 분석(Residual variance)을 이용하여 다른 항목들과 높은 잔차 분산을 보이는 요인 항목을 제거해 줌으로써 측정 모델의 수정 지수 분석을 수행했다[39]. 그 결과 본 연구에서는 접속습관4, 이용종기1, 이용종기5, 이중심리4, 피로감3, 피로감4, 용이성5의 6개의 측정항목이 제거되었다.

적합도 지수		지표 값	임계치 기준	
절대 적합도	모형 전반 적합도	$\chi^2(CMIN)/p$	1.065.024 (P=0.000)	$p \leq 0.05 \sim 0.10$ (표본크기 민감)
		$\chi^2(CMIN)/df$	1.909	$1.0 \leq CMIN/df \leq 2.0 \sim 3.0$
		RMSEA	0.045	$\leq 0.05 \sim 0.08$
		RMR	0.067	≤ 0.08
		SRMR	0.0302	≤ 0.08
모형 설명력	GFI	0.887	$\geq 0.8 \sim 0.9$	
	AGFI	0.857	$\geq 0.8 \sim 0.9$	
	PGFI	0.738	$\geq 0.5 \sim 0.6$	
중분적합지수	NFI	0.943	$\geq 0.8 \sim 0.9$	
	NNFI(TLI)	0.968	$\geq 0.8 \sim 0.9$	
	CFI	0.972	$\geq 0.8 \sim 0.9$	
간명적합지수	PNFI	0.835	≥ 0.6	
	PCFI	0.861	$\geq 0.5 \sim 0.6$	

그림 8. 확인적 요인 분석 측정모델의 적합도 검정 결과
 Fig. 8. Confirmatory factor analysis Results of the fitness test of the measurement model

확인적 요인 분석 결과로 나타난 측정 모델의 적합도 지수는 그림 8과 같다. 측정 모델 적합도 검정 결과 나타난 지표 값이 적합 지수의 임계치 기준에 전체적으로 부합하므로, 측정 모델 적합도는 양호하다고 판단했다.

본 연구에서는 최종 선정된 측정 항목에 대한 신뢰성과 타당성 검증을 위하여 Hair et al.(2010)의 공식을 적용하여 그림 9와 같은 결과를 얻었다. 척도의 신뢰도와 타당성을 확보하기 위해서는 표준화 계수가 적어도 0.5 이상이어야 한다. 또한, 내적 일관성 측정 지표인 개념 신뢰도(Construct Reliability: CR)는 0.7 이상, 평균분산추출값(Average Variance Extracted: AVE)은 0.5 이상인 집중 타당성을 보여야 한다[40].

그림 9에서 보이는 것과 같이 최종 선정된 모든 측정항목변수의 표준화 계수는 모두 0.8 이상이다. 개념 신뢰도(CR) 값은 이용동기 0.753을 제외하고는 모두 0.8 이상의 수치를 가지며, 평균 분산 추출 값(AVE)도 모두 0.5 이상의 수치를 가진다. 요인 적재량 λ와 표준오차 검토를 통해 수렴 타당성을 평가하는데 요인 적재량이 임계치 기준 C.R. ≥ 1.96에 적합하여 통계적으로 유의하게 나타나면 수렴 타당성도 확보되었다고 본다 [39]. 따라서 검정 결과가 모두 이와 같은 기준치 안에 들어있으

변수	문항	비표준화 계수	C.R.	P	표준화 계수	구조 오차	개념 신뢰도	평균 분산 추출값
집속습관	1	1	-	0	0.961	0.237	0.843	0.575
	2	1.006	44.582	***	0.95	0.314		
	3	0.933	32.11	***	0.871	0.794		
	4	0.926	28.251	***	0.834	1.083		
	5	1	-	-	0.881	0.304		
집속도구	1	1	-	-	0.876	0.29	0.902	0.753
	2	0.954	25.096	***	0.876	0.29		
	3	0.935	26.689	***	0.913	0.184		
이용동기	1	1	-	-	0.8	0.833	0.753	0.505
	2	1.058	19.227	***	0.86	0.581		
	3	1.058	19.227	***	0.86	0.581		
	4	1.105	19.151	***	0.856	0.659		
이용심리	1	1	-	-	0.944	0.44	0.871	0.628
	2	0.971	42.545	***	0.953	0.341		
	3	0.914	35.012	***	0.906	0.653		
	4	0.946	36.422	***	0.917	0.613		
	5	1	-	-	0.955	0.34		
피로감	1	1	-	-	0.933	0.462	0.858	0.645
	2	0.942	39.735	***	0.933	0.462		
	5	0.965	39.17	***	0.93	0.514		
용이성	1	1	-	-	0.915	0.277	0.897	0.687
	2	1.019	35.228	***	0.951	0.155		
	3	0.834	26.101	***	0.843	0.404		
	4	0.883	23.943	***	0.81	0.562		
유희성	1	1	-	-	0.873	0.482	0.911	0.678
	2	0.919	23.028	***	0.82	0.637		
	3	1.014	26.903	***	0.886	0.432		
	4	1.117	31.942	***	0.954	0.189		
	5	1.074	31.195	***	0.945	0.213		
유용성	1	1	-	-	0.881	0.366	0.940	0.758
	2	1.042	28.788	***	0.906	0.301		
	3	1.022	31.114	***	0.935	0.19		
	4	1.003	30.145	***	0.923	0.22		
	5	0.975	29.077	***	0.91	0.251		
사용의도	1	1	-	-	0.914	0.26	0.938	0.752
	2	1.094	30.094	***	0.887	0.428		
	3	1.083	37.018	***	0.95	0.168		
	4	1.055	33.503	***	0.921	0.263		
	5	1.052	33.259	***	0.919	0.27		

그림 9. 측정 모델의 개념 신뢰도 및 집중 타당성 검정 결과

Fig. 9. Results of the conceptual reliability and intent validity test of the measurement model

므로 통계적으로 유의하여 본 연구의 측정모델 적합도에는 문제가 없다고 판단했다.

본 연구는 Fornell and Larcker(1981)의 기준을 적용하여 판별 타당성 여부를 검증하였다. 그 결과 그림 10과 같은 결과를 얻었다. 그림 10은 상관행렬을 통하여 각 구성 변수 개념 간의 상관관계를 나타내며, 음영으로 표시된 대각선의 값은 구성 개념의 평균분산추출값(AVE)을 나타낸다. Fornell and Larcker(1981)의 기준에 따른 검증에서는 측정변인들 각각의 개념신뢰성과 평균분산추출값(AVE)이 각각 0.7과 0.5를 초과하여야 한다. 그리고 추출된 평균분산추출값(AVE)과 상관계수의 제곱을 기준으로 변인들간의 판별 타당성을 검토하게 되는데 이때 측정 변인의 평균분산추출값이 타 변인의 상관계수보다 커야 한다[41]. 음영 속의 평균분산추출값은 모두 0.7이상이고 타 변수 사이에서 구해진 평균분산추출값(AVE)의 상관계수보다 모두 크게 나타났다. 그러므로 판별 타당성에도 문제가 없다고 판단된다.

	집속 습관	집속 도구	이용 동기	이용 심리	피로감	용이성	유희성	유용성	사용 의도
집속 습관	0.758								
집속 도구	0.241**	0.868							
이용 동기	0.401**	0.338**	0.711						
이용 심리	-0.13**	-0.175**	-0.154**	0.792					
피로감	-0.225**	-0.117**	-0.152**	0.466**	0.803				
용이성	0.334**	0.499**	0.352**	-0.208**	-0.14**	0.829			
유희성	0.47**	0.322**	0.476**	-0.303**	-0.367**	0.536**	0.823		
유용성	0.39**	0.388**	0.459**	-0.33**	-0.351**	0.532**	0.717**	0.871	
사용 의도	0.336**	0.365**	0.5**	-0.279**	-0.271**	0.483**	0.735**	0.789**	0.867

→P<0.05, **P<0.01, 2-tailed
-대각선 값은 Square Root of The AVE(Average Variance Extracted) 기재
-Amos에서 제공하는 Correlations 계수와 Bootstrap을 통해 얻은 유의수준을 기재

그림 10. 판별 타당성 분석 결과

Fig. 10. Results of Discriminatory Feasibility Analysis

4-4 구조방정식 모델의 적합도 검정

적합도 측정 지수		지표 값	측정 임계치 기준	
절대 적합 지수	모형 전반 적합도	$\chi^2(CMIN)p$	1200.401 (P=0.000)	$p \leq 0.05 \sim 0.10$ (표본크기 민감)
		$\chi^2(CMIN)/df$	2.110	$1.0 \leq CMIN/df \leq 2.0 \sim 3.0$
		RMSEA	0.050	$\leq 0.05 \sim 0.08$
		RMR	0.172	≤ 0.08
	모형 설명력	SRMR	0.086	≤ 0.08
		GFI	0.869	$\geq 0.8 \sim 0.9$
		AGFI	0.847	$\geq 0.8 \sim 0.9$
		PGFI	0.742	$\geq 0.5 \sim 0.6$
충분적합지수	NFI	0.936	$\geq 0.8 \sim 0.9$	
	NNFI(TLI)	0.961	$\geq 0.8 \sim 0.9$	
	CFI	0.965	$\geq 0.8 \sim 0.9$	
간명적합지수	PNFI	0.845	≥ 0.6	
	PCFI	0.872	$\geq 0.5 \sim 0.6$	

그림 11. 구조방정식 모델의 적합도 검정 결과

Fig. 11. Results of fitness test of structural equation model

구조방정식 모델의 적합도는 절대 적합 지수, 증분 적합 지수 및 간명 적합 지수로 구분하여 측정하고 평가한다. 본 연구의 구조방정식 모델 적합도 검증 결과는 그림 11과 같다.

χ^2 (Chi-Square)값과 RMR 0.172로 임계치 기준에 벗어나 있으나, χ^2 의 경우 표본 수에 민감하게 영향을 받기 때문에 χ^2 값에 의해 제안된 측정 모델이 부적합하다고 나올지라도 이 지표만으로 측정 모델이 적합하지 않다고 판단하면 안된다[40]. RMR 값이 유의수준에 약간 미치지 못하였지만, 구조방정식 모델에서 모두 만족스러운 적합도 지수를 얻기는 어렵다[42]. 또한, 모델의 수용 가능성에 관한 절대적인 기준은 없다[43]는 점 등을 고려할 때 모델의 적합도는 전반적으로 양호하다고 할 수 있다.

4-5 연구 가설의 검증

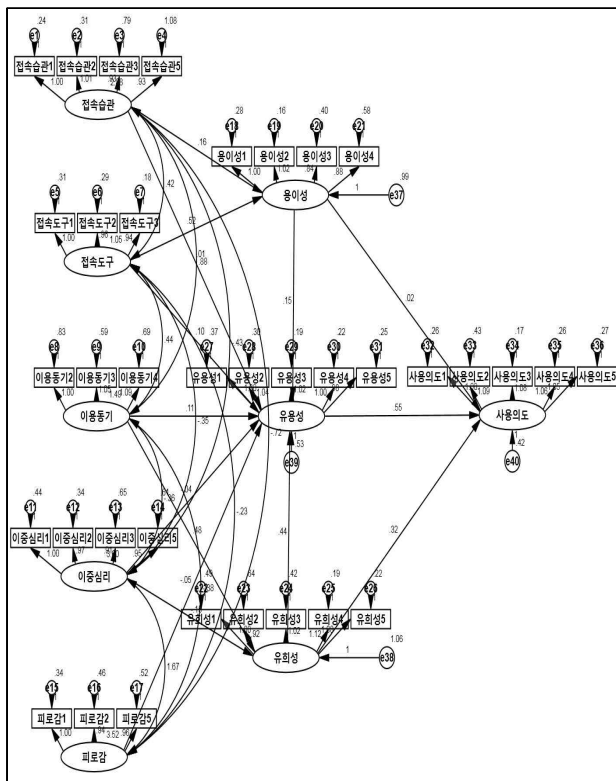


그림 12. 구조방정식 모델
Fig. 12. Structural equation model

그림 12는 본 연구의 구조방정식 모델이다. 연구 가설 검정을 위해 AMOS 18.0을 활용하여 경로분석 수행을 통해 설정한 가설들의 영향 정도를 알아보고자 하였으며, 그림 13과 같은 결과를 얻었다. 회귀분석에서는 t값에 해당되는 C.R(Critical Ratio) 1.96 이상, 유의수준 값(P-Value) 0.05 이하로 기본 기준을 정하므로 이 수치에 부합될 경우 가설이 채택된다.

경로(영향, +/-)			경로계수	표준오차	C.R	P	채택 여부
접속습관	-> (+)	용이성	0.16	0.031	5.149	***	채택
접속습관	-> (+)	유용성	0.008	0.026	0.295	0.768	기각
접속도구	-> (+)	용이성	0.524	0.055	9.555	***	채택
접속도구	-> (+)	유용성	0.098	0.047	2.102	0.036*	채택
이용동기	-> (+)	유용성	0.106	0.043	2.441	0.015*	채택
이용동기	-> (+)	유희성	0.452	0.049	9.288	***	채택
피로감	-> (-)	유용성	-0.049	0.024	-2.015	0.044*	채택
피로감	-> (-)	유희성	-0.161	0.032	-5.096	***	채택
이중심리	-> (-)	유용성	-0.045	0.023	-1.961	0.05*	채택
이중심리	-> (-)	유희성	-0.079	0.031	-2.569	0.01**	채택
용이성	-> (+)	유용성	0.151	0.039	3.882	***	채택
유희성	-> (+)	유용성	0.444	0.042	10.645	***	채택
용이성	-> (+)	지속사용의도	0.021	0.031	0.673	0.501	기각
유희성	-> (+)	지속사용의도	0.316	0.04	7.996	***	채택
유용성	-> (+)	지속사용의도	0.547	0.05	11.032	***	채택

*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001 2-tailed

그림 13. 경로 분석 결과
Fig. 13. Results of path analysis

V. 결론

본 연구의 가설 검증 결과 15개의 가설 중 13개의 가설이 채택되었고 접속 도구와 지각된 용이성 요인 간에서 가장 크게 정(+)의 영향을 갖는 상관관계를 보이는 것으로 나타났다. 접속 습관 변인의 경우 지각된 유용성에 영향을 미치지 못하고 가설이 기각되었다. 최근 SNS의 이용 연령대가 중장년층까지 확대되었고 어디서나 쉽게 SNS에 접속 가능한 환경을 갖게 되면서 습관적이고 일상적인 이용이 쉬워졌다. SNS를 통해 목적인 바를 이루기도 쉬워졌지만, 피로감과 이중심리를 느끼기도 쉬워졌다. SNS 사용상의 피로감을 경험하거나 정체성 표현 또는 갈등상황에 직면하는 이중 심리를 경험하게 되면 이런 심리적 요인들은 이용상의 부담감으로 작용할 수 있다.

이용동기, 피로감, 이중 심리 변인을 이용 심리 측면에서 지각된 유용성, 지각된 유희성 매개 변인과의 관계를 살핀 가설 검증에서는 모든 가설이 채택되었다. 이용심리 측면은 확장된 기술수용모델(TAM2)기반 하에서 프라이버시 계산 모델(PCM)을 함께 적용한 개념적 틀을 이용하였다. 이용자의 이용 동기는 경제적 또는 사회적 이득을 획득하는 수단이 될 수 있다고 해석되어 잠재적 이득으로 인지하였으므로 각 매개 변인 간에 정(+)의 영향을 측정하였다. 반면 피로감 요인과 이중 심리 요인은 SNS의 이용을 망설이게 하는 갈등상황에 직면하게 하여 소극적 사용 및 감정적 소모를 유발할 수 있다. 따라서 두 변인 모두 잠재적 손실로 인지하고 각 매개 변인 간에 부(-)의 영향을 측정하였다. 이 가설들이 모두 채택되었다는 사실은 이용동기는 SNS 지속사용에 영향을 주는 요인이며, 피로감과 이중심리는 SNS 지속사용에 부정적 영향을 미치는 요인으로 작용할 것이라는 본 논문의 논리를 뒷받침해주는 설명력을 가진다고 해석할 수 있다.

그러나 지각된 용이성은 SNS 지속사용의도에 정(+)의 영향

을 미칠 것이라는 가설은 기각되었다. 이 결과는 일반적인 기술 수용 과정에서 지각된 용이성이 지속의도에 영향을 미치는 중요한 변인이라는 기존의 시각과 다른 결과를 보인다. 본 연구에서는 지각된 용이성을 SNS의 이용이 편리하고 쉽게 느껴지는 정도로 정의하여 조사하였다. 이미 스마트폰 보급률 83.0%, 모바일을 통한 SNS 이용 비중이 88.4%로 스마트폰 기기 사용은 대중화되고 일상화되었고, 기존 모바일 SNS 소외계층으로 인식되던 50대의 SNS 이용률도 60.5%로 조사된 최근에는 누구나 쉽게 접속할 수 있는 환경은 자신을 더 많이 외부에 드러내는 환경으로 작용할 수 있다. 이는 사용자들에게 SNS 피로감과 이중심리를 경험하는 순간을 가중시키는 원인으로 작용할 수 있다. 이용이 쉽다고 해서 꼭 지속적 사용이 이루어지는 것은 아니다. 따라서 SNS 지속 사용을 유인하기 위해서는 이용자의 피로감과 이중 심리를 경험할 수 있는 상황을 최소화시킬 수 있는 환경을 제공하는 것이 중요하다고 하겠다. SNS 운영자 또는 관계 종사자들은 기존 서비스 이용자의 이탈을 방지하고 새로운 이용자를 유입하기 위한 여러 가지 제도적 마련이 필요하다고 제안한다. 향후 서비스는 개인의 심리적 상황이 고려됨과 동시에 신뢰감 기반의 즐거움을 수반하는 개인 최적화 서비스 공간이 되어야 할 것이다. 타인의 압박에서 벗어날 수 있도록 일정 시간대를 설정한 타임아웃 도입, 초대된 공간에서 자의로 인한 일련의 탈퇴가 지속된다면 더 이상 초대를 할 수 없도록 하는 초대횟수제한 등과 같은 방법의 고려도 필요하다.

본 연구는 SNS 중단 또는 전환연구와 같은 기존 피로감 요인 연구와 달리 이용자의 심리적 측면으로 접근하여 SNS 이용함에 심리적 부담을 느끼면서도 계속 SNS를 이용할 수밖에 없는 요인을 찾고자 하였다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 프라이버시 계산 모델과 확산된 기술수용모델을 결합한 개념적 틀을 제공함으로써 기존 프레임워크의 확장을 시도했다. 또한 SNS 이용공간을 긍정과 부정의 심리가 공존하는 공간으로 인식하고 연구를 시도함으로써 SNS 피로감 및 갈등상황을 겪게 만드는 이중심리가 SNS 이용의 저해요인으로 작용함과 동시에 즐거움이 수반된 목적된 행동, 즉 이용동기가 SNS이용의 유인요인이 된다는 것을 확인한 것에 본 연구의 시사점이 있다.

그러나 본 연구의 표본에 30대 응답 비중이 12.2%로 적은 반면 40대 이상 응답 비중은 39.1%로 높은 상태에서 진행된 연구이므로 본 연구의 결과를 일반화하기엔 무리가 있다. 그러므로 향후 고령 연령대 분포의 불특정 다수를 표본으로 진행하는 추가적인 연구가 필요하다. 또한 본 연구에서는 개인의 심리적 상황이 고려됨과 동시에 신뢰감 기반의 즐거움을 수반하는 개인 최적화 서비스 공간 마련의 구체적인 전략 및 수립 방안에 대한 연구를 수반하지 못했으므로 향후 이에 대한 연구도 필요하다.

참고문헌

[1] Trendmonitor, *Survey on SNS usage and SNS fatigue awareness*, Macromill Embrain, 2015.

[2] E. Y. Han, *Characteristics and Trends of Major Networks in Japan*, Korea Information Society Development Institute (KISDI), Vol.23, No.6, pp.71-82, 2011.

[3] H. K. Park. "Smartphone companion - social networking services(SNS)," *The Marketing*, Vol.44, No.9, pp.57-65, 2010.

[4] S. Y. Lee, and L. S. Jung. "An exploratory study on Social Network Services in the context of Web 2.0 period," *Daehan Academy of Management Information Systems*, Vol.29, No.4, pp.143-167, 2010.

[5] F. D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *Mis Quarterly*, Vol.13, NO.3, pp.319-340, 1989.

[6] S. H. Gu, D. W. Kim, C. M. Park, and K. H. Kim, "Influence of LTE Characteristic and Personal Innovativeness on LTE Smart Phone Acceptance," *Journal of Digital Contents Society*, Vol.14, No.3, pp.291-301, 2013.

[7] H. W. Heo, An Empirical Study on the Critical Factors affecting Use Behaviour of Mobile Learning, Ph.D. dissertation, Graduate School of Soongsil University, Seoul, 2015.

[8] V. Venkatesh, and F. D. Davis, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, Vol.46, No.2, pp.186-204, 2000.

[9] S. H. Lee, A study on the influence of SNS acceptance incentives and charact, Ph.D. dissertation, Graduate School of Dong-Eui University, 2014.

[10] J. S. Park, and J. W. Byun. "The Effect of SNS's Perceived Enjoyment on Customer Satisfaction and the Intention of Use Using TAM : Focused on the F&B division of Hotel," *Tourism & Leisure Research*, Vol.25, No.1, pp.419-435, 2013.

[11] S. M. Choi, S. B. Kang, and T. S. Moon, "An Empirical Study on Perceived Enjoyment and Continuous Intention to Use of Social Network Service," *The Journal of Internet Electronic Commerce Resarch*, Vol.12, No.3, pp.95-112, 2012.

[12] R. Laufer, and M. Wolfe, "Privacy as a concept and a social issue: A multidimensional developmental theory," *Journal of Social Issues*, Vol.33, No.3, pp.22-42, 1977.

[13] M. Culnan, and R. Bies, "Consumer privacy: Balancing economic and justice considerations," *Journal of Social Issues*, Vol.59, No.2, pp.323-342. 2003.

[14] R. S. Laufer, H. M. Proshansky, and M. Wolfe, *Some Analytic Dimensions of Privacy*. In. R. Kuller (Eds.), *Architectural Psychology: Proceedings of the Lund*

- Conference*, Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson and Ross, 1974.
- [15] H. S. Yoon, and S. H. park, *Cybercrime in Social Networking Services and Criminal Justice Responses*, Korean Institute of Criminology, A research library, 13-AA-08, 2014.
- [16] Social Media Research Forum. *Understanding Social Media*, Mirrainbooks, 2012.
- [17] H. J. Song, and K. M. Ko, "The Quality of Social Network Service(SNS), Political Efficacy and the Acceleration of the Political Participation," *Korean Association of Party Studies*, Vol.12, No.1, pp.175-216, 2013.
- [18] S. E. Jo, and E. Y. Han, *Changes and Future Policies of Korean Society based on the Diffusion of Social Platforms (II) - Use of SNS and analysis of changes in individual social relations: Prospects of Establishing trust in social networking sites through SNS connections*, Korea Information Society Development Institute(KISDI), KISDI basic research, 13-19-02, 2013.
- [19] Nasmedia, *Global Trand: Social Media 2013*, Nasreport 230, 2013.
- [20] Y. H. Lee, "Analysis of the Present Status and Major Issues of Domestic SNS", *INTERNET & SECURITY FOCUS*, pp.56-78, 2014.
- [21] Trendmonitor, *Evaluation of Social Networking and Evaluation of SNS in Social relations*, Macromill Embrain, 2015.
- [22] J. M. Lim, S. J. Jang, M. Y. Kim, and J. H. Lee, *2014 Survey on the Internet Usage*, Ministry of Science and ICT and Future Planning(MSIP), and KISA, 2014.
- [23] B. M. DePaulo, "Nonverbal behavior and self-presentation," *Psychological Bulletin*, Vol. 111, pp.203-244, 1992.
- [24] J. J. Gross, and R. W. Levenson, "Hiding Feelings(The acute effects of inhibiting negative and positive emotion)," *Journal of Abnormal Psychology*, Vol.106, pp.95-103, 1997.
- [25] J. J. Chang, and J. M. Kim, "The Effect of Emotional Awareness Based Expression Training on Emotional Awareness, Emotional Expression, Suppression of Emotional Expression and Interpersonal Relationship," *The Korean Journal of Counseling and Psychotherapy*, Vol.23, No.4, pp.862-664, 2011.
- [26] C. J. Gross, and O. P. John, "Individual difference I two emotion regulation process," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.85, pp.348-362, 2003.
- [27] R. A. Emmons, and Kaiser. *Goal orientation and emotional well-being: Linking Goals and Affect through the self*, In Martin, L. L. & Tesser, A.(Ed), 1995.
- [28] H. Y. Choi, *Study on ambivalence over emotional expressiveness*. Ph.D. dissertation, Graduate School of Seoul University, Seoul, 2008.
- [30] L. A. King, and Emmons, R. A. "Conflict over emotional expression: Psychological and physical correlates," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.58, pp.864-877, 1990.
- [31] J, A, Seol, "An Exploratory Study on Social Media Users' Ambivalent Attitudes," *Journal of Internet Computing and Services(JICS)*, Vol.15, No.2, pp.87-94, 2014.
- [32] Y. J. Kim, "A Study on the Utilization and Meeting of Social Network Services: Facebook Uses and Gratifications," *Media, Gender & Culture*, Vol.20, pp.71-105, 2011.
- [33] M. S. An, *A Study on Rejection Factors of Social Media (SNS): Focusing on Twitter and Facebook Cases*, MA dissertation, Korea University School of Media & Communication Graduate School of Journalism & Mass Communication, 2012.
- [34] J. W. Bae, and C. Y. Park, "Influence of User-Motivation on User-Commitment in Social Media : Moderating Effects of Social Pressure," *The Korea Contents Association*, Vol.15, No.1, pp.462-474, 2015.
- [35] Y. Y. Kim, "Social Media Use and the Users' Perception of Social Support," *The Korea Contents Association*, Vol.15, No.4, pp.407-417, 2015.
- [36] E. J. Chang. *The study of SNS users' switching behavior : In the perspective of SNS fatigue and migration theory*, Ph.D. dissertation, Graduate School of Yeungnam University, 2015.
- [37] N. C. Nunnally, *Psychometric theory*, NY: McGraw-Hill, 1978.
- [38] J. F. Jr.Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate Data Analysis*. 7th edition, pearson Hall, 2010.
- [39] J. C. Anderson, and D. W. Gerbing, "Structural Equation Modeling in Practive: A Review and Recommended Two-Step Approach," *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No.3, pp.411-423, 1988.
- [40] J. P. Woo. *Concepts and Understanding of Structural Equation Model*. Hannarae Publishing Co., 2012.
- [41] C. Fornell, and D. F. Locker, "Evaluation Structural Equation Models with Variable and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1, pp.39-50, 1981.
- [42] D. Gefen, E. Karahanna, and D. W. Straub, "Trust and TAM in online shopping: An integrated model". *MIS*

Quarterly, Vol. 27, No.1, pp.51-90, 2003.

[43] K. G. Joreskog, and D. Sorbom, *LISREL VI: Analysis of Linear Structural Relationships by the Method of Maximum Likelihood*. Chicago: National Educational Resources, 1984.

홍희경(Kil-Dong Hong)



2003년 : 숙명여자대학교 교육대학원 (교육학석사)
2016년 : 숭실대학교 대학원 (공학박사-IT정책)

2007년~2017년: 안양대학교(강) 컴퓨터과 겸임교수
2010년~2017년: 동양미래대학 컴퓨터정보과 겸임교수
2017년~현 재: 한성대학교 상상력교양교육원 IT교육과정 조교수
※관심분야 : SNS(Social Network Service), 사물인터넷, S/W교육공학 등

최정일(Jeongil Choi)



1994년 : 서울대학교 대학원 경영학과 (경영학석사-OM)
2004년 : University of Nebraska-Lincoln (경영학박사-MIS)

1994년~1998년: 정보통신정책연구원(KISDI), 주임연구원
1998년~1999년: 프랑스 INSEAD Euro-Asia Centre, 초빙연구원
2004년~2006년: 미국 Merrimack College (North Andover, MA) 경영학부 교수
2007년~현 재: 숭실대학교 경영학부 교수
※관심분야: HCI (Human-Computer Interaction), IT-driven Business Model, Service Design

한경석(Kyeong-Seok Han)



1983년 : 서울대학교 대학원 경영학과 (경영학석사)
1989년 : 미국 Purdue Univ, Krannert School of Management (경영학박사 - MIS)

1988년~1989년: 텍사스대학교(Austin) 연구원 (겸임)
1989년~1990년: 미국 휴스턴 대학교 조교수
1990년~1993년: 영남대학교 조교수
1997년~1999년: 한국경영기술 컨설턴트 협회 이사
1998년~2000년: 미국 펜실베니아대학교 와튼경영대학 교환교수
1993년~현 재: 숭실대학교 경영학부 교수
2015년~현 재: CMC Global(UN 산하 NGO인 Certified Management Consultants 기구) 부회장 (아시아지역 대표)
※관심분야 : Technical MIS, Digital Economy, e-Business, ERP, Agent_Based Simulation, 전자상거래, 중소기업정보화, 기업컨설팅, 기업자금지원정책 등