

문화성향과 SNS 사용 간의 관계: 오프라인 문화성향의 효과를 통제한 위계적 회귀분석*

장 경 원¹⁾ 전 성 주²⁾ 김 근 영[†]

본 연구는 문화성향에 따른 SNS의 사용 및 중독과의 관련성을 알아보고자 고안되었다. SNS 사용에 영향을 미치는 성별, 성격, 연령의 개인 내적 변인의 효과를 통제하고자 하였으며, 또한 SNS상에서의 문화성향과 오프라인상의 문화성향은 일치하지 않을 수 있기 때문에, 두 문화성향을 독립적으로 측정하고자 하였다. 이를 위해 혈족·비혈족 맥락으로 SNS상의 문화성향을 측정하는 문항들을 새로 개발하였다. 13~15세의 청소년 253명과 18~25세의 성인 246명을 연구대상자로 모집하여 총 499명의 자료가 분석되었다. 분석 결과 SNS상에서의 개인주의는 SNS 사용량 및 중독 경향성과 정적인 상관관계를 보여주었다. 또한 남성에 비해서 여성이 SNS 사용 시간과 SNS 중독 경향성이 높았으며, 청소년에 비해서 성인의 사용 기간 및 시간이 높았으나 중독 경향성에는 유의미한 차이가 없었다. 상관분석 결과 SNS 문화성향과 오프라인 문화성향 간의 상관은 높은 편이 아니었으며, 성별, 성격, 연령 및 오프라인 문화성향 변인의 효과를 통제한 후에도 SNS 혈족 개인주의 성향은 SNS 중독 경향성을 유의미하게 예측하였다. 이러한 결과는 SNS 사용과 중독을 예측하는 데 있어서는 SNS 맥락에 적절한 문화성향을 측정할 필요가 있음을 시사하며, SNS 중독에 있어서 SNS 혈족 개인주의가 주요 변인이 될 수 있다는 가능성을 보여주었다.

주요어 : SNS 사용, SNS 중독, 집단주의-개인주의, 혈족-비혈족, 위계적 회귀분석

* 본 연구는 장경원(2021)의 석사학위 논문의 일부를 수정·보완 및 발전시킨 연구임.

1) 서강대학교 심리학과, 박사 과정

2) 서강대학교 심리학과, 박사 수료

† 교신저자: 김근영, 서강대학교 심리학과 교수, 서울 마포구 백범로 35, E-mail: king@sogang.ac.kr



Copyright ©2022, The Korean Psychological Association of Culture and Social Issues
This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

오늘날은 스마트폰과 태블릿 PC 등의 대중화로 인해 장소에 구애받지 않고 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service; SNS)를 쉽게 이용할 수 있는 디지털 시대가 되었다. 흔히 SNS라 함은 웹 시스템상에서 프로필 정보를 형성함으로써, 공개적으로나 조건부 공개로 타인과 연계하고, 타인이 만든 정보를 볼 수 있게 구축된 서비스로 정의된다(Boyd & Ellison, 2007). 즉, 온라인상에서 대인 관계 형성과 상호작용을 목적으로 사용되는 플랫폼 시스템을 말한다.

2021년 현재 국내에서 가장 많이 사용되고 있는 SNS 서비스로는 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram), 트위터(Twitter), 네이버 밴드, 카카오톡 등을 들 수 있다(과학기술정보통신부, 2020). 이 외에도, 유튜브(YouTube)와 같이 앱의 원래의 목적에 추가하여 SNS의 기능을 탑재한 경우 역시 넓은 의미의 SNS라고 볼 수도 있다(장훈, 2013). SNS는 그 어느 때보다 대중의 삶을 지배하고 있고, 디지털 기술이 더욱 발달함에 따라 인적 네트워크를 추구하는 서비스들의 다양한 기능은 SNS의 영역을 보다 폭넓게 확장시키고 있다.

SNS의 사용량이 급증하면서 관련된 연구 역시 빠르게 증가하고 있다. 그 중 상당수의 연구는 주로 과도한 SNS 사용과 그에 따른 부작용의 문제에 초점을 맞추고 있었다. 특히 연령이 어린 학생 집단들이 SNS 사용과 중독에 더 취약하다는 보고는 꾸준히 제기되고 있다(안은영, 2020; Andreassen et al., 2016). 또한 SNS 중독 경향성이 높은 사람일수록 외로움과 우울 수준이 높고, 대인 관계 만족도가 낮으며(Al Mamun & Griffiths, 2019), 사회불안은 높은 편이다(김지하 & 김민희, 2014). 이 외에도, SNS 중독은 청소년 학생들의 학업과 성인들의

업무 수행을 방해하고 다른 활동에 대한 흥미 저하 및 오프라인 대화의 단절을 초래할 수도 있다(안중근, 2021). 이렇듯 선행 연구들에 따르면 SNS 중독은 개인뿐만이 아니라 심각한 사회적 문제로 이어질 수도 있는 현상이다.

SNS 중독보다는 연구가 많이 이루어지지 못하였지만, 보다 거시적인 관점에서 SNS의 의미를 접근하려는 학자들도 있다. 이들은 SNS를 현대의 하나의 ‘문화’라고 보며, 미디어가 개인의 발달과 정체성 및 사회적 관계에 미치는 영향을 통해 SNS의 효과를 보고자 한다. 예를 들어 Greenfield(2009)는 사회가 발전함에 따라 학습 환경은 보다 진보된 테크놀로지에 의존하게 되며, 이는 개인주의의 증가를 유도하여 전통과 가족주의, 공동체의 약화를 야기한다고 주장하였다(Greenfield, 2009; Manago, Taylor, & Greenfield, 2012). 이러한 관점을 개인 수준에 단순하게 적용하자면, SNS 사용이 많아질수록 집단주의 경향성은 감소되고, 반면 개인주의 경향성이 증가함을 예측해 볼 수 있다.

현재까지 SNS 이용도와 개인의 문화성향 간의 관련성에 대해서는 소수의 경험적 연구가 수행된 바 있으나(Jackson & Wang, 2013; Shneor & Efrat, 2014), 다양한 한계로 인해 그 결과는 그다지 일관적이지 못하였다. 따라서 본 연구는 기존 연구들에서 드러났던 문제점에서 출발하여 그동안 다소 피상적으로만 다루어 왔던 SNS 사용과 문화성향 간의 관계를 보다 체계적으로 접근해 보고자 하였다. 이를 위하여 먼저 문화성향이라는 개념을 구체적으로 정의하고, SNS 맥락을 기반으로 하는 온라인 맥락과 오프라인 맥락에서의 문화성향을 구분할 필요가 있는지를 논의해 보고자 하였다. 또한 SNS와 문화성향 간의 관계에 있어

개인 내 변인이 어떠한 연관성을 보이는지도 확인하고자 한다. 이를 토대로 최근 급증하고 있는 SNS 사용이 개인의 전반적인 발달 및 적응에 어떠한 영향을 미칠지에 대한 시사점을 도출해 보는 것이 본 연구의 궁극적인 목표이다.

문화성향과 SNS

Triandis(1995)는 집단주의와 개인주의의 초기 정의를 다음과 같이 정리한다. 집단주의는 내집단(예컨대 가족, 동료, 친구, 조국 등)과의 강한 결속력을 토대로 자신의 가치와 사상을 형성하며 의무를 부여받고 자신보다도 내집단을 우선시하는 사회적 패턴을 보여준다. 반대로 개인주의는 개인 간의 약한 결속력과 독립성이 강조되며, 개인은 자신의 이해와 필요에 의해서 타인과의 관계를 형성한다(이인영, 박혜경, 2020).

이러한 초기의 집단주의-개인주의의 개념은 경험적 연구에 있어 몇 가지 특징을 보이는데, 첫째, 그 개념적 단위가 개인이라기보다는 그 개인이 살고 있는 특정 문화적 수준에서 규정된다는 것이며, 둘째, 집단주의와 개인주의를 연속선상 양극에 위치하는 반대되는 개념으로 보았다는 점이다(Hofstede, 1980; Kim & Coleman, 2015; Uleman, 2018).

이와 같이 다소 단순한 관점은 1990년대 이후 변화를 보이게 되는데, 집단주의와 개인주의가 다양한 사회적 맥락과 상황 속에서 비슷한 수준으로 공존할 수 있는 개념이라는 인식으로 확대되기 시작했다(Kim & Coleman, 2015; Realo et al., 1997; Triandis et al., 1988; Uleman, 2018). 예컨대 문화 수준에서 보자면 개인주의-집단주의는 일차원의 연속체로 이해할 수 있

으며, 따라서 개인주의가 강한 문화권의 사람들은 집단주의 문화권의 사람들에 비해 평균적으로 약한 집단주의적 인식을 가지면서 강한 개인주의적 인식을 가질 수 있다(Hofstede, 1980; Kim & Coleman, 2015). 하지만 개인 수준에서는 한 개인의 기질과 그가 처한 환경적 맥락의 영향에 따라 두 문화성향이 비슷한 수준으로 나타날 수도 있다(Rhee et al., 1996; Triandis et al., 1988). 이를 더 확장하면, 개인 수준에서 개인주의와 집단주의는 반대의 개념이라기보다는 어느 정도 서로 독립적인 개념들이며(Uleman, 2018), 따라서 문화성향을 적절히 측정하기 위해서는 개인주의와 집단주의의 독립적인 신뢰도와 타당도가 확보되어야 한다는 주장으로 이어진다(Singelis, Triandis, Bhawuk, & Gelfand, 1995; Takano & Osaka, 1998, 2018; Uleman, 2018).

이러한 관점에 따라, Triandis와 동료들은 두 개의 하위유형인 수평형(horizontal)과 수직형(vertical) 모형을 제안한 바 있다(Singelis et al., 1995; Triandis & Gelfand, 1998). 이 모델에 따르면 개인주의와 집단주의의 구분에 있어 가장 큰 영향을 미치는 요소는 개인의 사회 관계적 구조인 수평적 관계(평등)와 수직적 관계(계급, 불평등)의 맥락으로 이루어진다. 따라서 이는 서로 직교적 관계를 가지는 네 가지 방향으로 나뉘게 된다(수직개인주의 VI; vertical individualism, 수평개인주의 HI; horizontal individualism, 수직집단주의VC; vertical collectivism, 수평집단주의 HC; horizontal collectivism).

이 외에도, Rhee, Uleman 그리고 Lee(1996)는 두 가지 차원을 근거로 직교적 모델을 제시한다. 그들은 집단주의-개인주의 차원에 내집단과 외집단에 따라 두 개의 대조 그룹인 혈족(kin; 부모, 자녀, 친척)과 비혈족(non-kin; 친구,

동료, 이웃 등)의 맥락을 추가하여 혈족 개인주의(kin individualism), 비혈족 개인주의(non-kin individualism), 혈족 집단주의(kin collectivism) 그리고 비혈족 개인주의(non-kin collectivism)로 개념화하였다. 즉, 개인은 자신에게 얼마나 친숙한 집단과 상호작용 하느냐에 따라 집단주의적 태도를 보일 수 있고, 또는 개인주의적 태도를 취할 수도 있다는 것이다.

이렇듯 직교적 모델에서는 문화적 수준의 문화성향과 개인적 수준의 문화성향은 항상 일치하지 않고, 문화적 수준으로 개인적 수준의 문화성향을 정확히 예측할 수는 없다고 본다(Uleman, 2018).

SNS 맥락에서도 마찬가지로 집단주의와 개인주의 성향은 동시에 나타날 수 있다(Lee & Suk, 2017). 예를 들어서 Wellman 등(2003)은 미디어상에서의 행동적 특성을 네트워크화된 개인주의(Networked individualism)라고 칭하였는데, 그에 따르면 미디어는 한 개인이 오프라인상 속해진 집단(가족, 학교, 직장, 나아가 국가 공동체까지)에서의 압력으로부터 벗어나 개인주의화를 유발하는데, 역설적으로 그로 인하여 또 다른 집단주의(예, 정치 공동체, 이익 공동체, 취미 모임 등)를 형성할 수 있다고 설명한다. 하지만 이때 생성된 새로운 집단은 다소 약한 결속력을 가지게 되며, 신뢰를 바탕으로 자발적 참여가 요구되는 형태를 보이게 된다(Lee & Suk, 2017).

결론적으로, 문화성향에 대한 기존의 이론들을 종합하면 SNS와 문화성향간의 관계를 탐구함에 있어서 유의할 부분은 크게 두 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 문화성향은 단순히 개인이 어느 문화권에서 살고 있는지를 넘어 개인이 접하는 맥락에 따라 다양하게 나타날 수 있다. 둘째, 이러한 논리를 확장하면, SNS라는

온라인 공간은 오프라인 공간과는 다른 맥락이며, 따라서 오프라인 상의 문화성향과 온라인 상의 문화성향은 동일할 필요가 없다는 점이다.

SNS 사용과 문화성향 간의 선행 연구의 문제점

디지털매체의 효과에 대해 국내외를 막론하고 많이 제기되어 왔던 주장은 SNS 등의 디지털매체가 확대될수록 개인주의가 증가할 것이라는 가능성이다. 테크놀로지의 급속한 발전으로 인해 미국의 개인주의 성향이 2000년 이후 급증했으며(Uhls & Greenfield, 2011), 페이스북(Facebook)을 이용하는 것이 대인관계 형성에 도움이 될 수는 있겠지만, 그것의 약한 결속력으로 인해 사람들을 개인주의적 성향으로 이끌 수 있다는 주장도 있다(Manago et al., 2012).

이러한 견해도 불구하고, SNS 사용과 개인주의 간의 관련성은 경험적 연구에 의해 뚜렷이 확인되지는 못하였다. 예컨대 Alsaleh 등(2019)은 집단주의 문화권인 쿠웨이트인들이 개인주의 문화권인 미국인들에 비해 인스타그램 사용에 있어서 다른 태도를 취할 것이라고 가정했으나 그 예상은 지지되지 못하였다. 반면에 Abbas와 Mesch(2015)는 집단주의 문화권의 사용자들은 사회관계 추구를 위해 페이스북을 이용하며, 집단주의 성향이 강할수록 페이스북에 대한 신뢰가 높다고 보고하기도 하였다.

서론에서 언급하였듯이, 이러한 선행 연구 결과의 불일치는 몇 가지 원인에서 비롯된다. 첫째, 대다수의 선행 연구들은 SNS 사용자가 거주하는 국가가 집단주의 국가냐 혹은 개인

주의 국가나 단순한 구분을 근거로 문화성향을 측정하였기 때문일 수 있다.

둘째, 기존의 문화성향에 대한 척도들이 실생활에서의 대인 관계 맥락을 중심으로 작성되었다는 점도 주목할 필요가 있다. 언급하였듯이, 기존 연구들은 모두 오프라인상의 문화성향을 측정하는 척도를 사용하였는데, 개인의 문화성향이 맥락에 따라 바뀔 수 있다는 가능성에 주목한다면 오프라인 맥락과 온라인 맥락은 다를 수 있음을 간과한 측면이 있다.

셋째, SNS 사용과 관련이 깊은 많은 개인내 변인들이 있는데, 기존의 연구들은 이들의 효과를 충분히 고려하지 못한채 진행되었다는 점도 해석의 어려움으로 이어지고 있다.

이러한 기존 연구들의 한계를 극복하고자, 본 연구는 SNS 사용 맥락에서 문화성향을 측정하는 새로운 방식을 개발하고, 이를 적용하여 SNS 사용 간의 관련성을 살펴보고자 하였다. 그와 동시에, 온라인상의 문화성향과 오프라인상의 문화성향이 얼마나 유사한지, 혹은 차이가 나는지를 탐색하고자 한다.

SNS사용과 관련되는 개인 변인: 사용자들의 성격, 성차, 연령

SNS 관련 연구들에 따르면 SNS 사용 및 과사용은 다양한 개인적 요인들과 상관관계를 보고하고 있다(Krasnova et al., 2017; Lee, Ahn, & Kim, 2014). 본 연구에서는 문화성향과 SNS 사용 간의 관계를 파악함에 있어 그동안 관련 연구들에서 지속적으로 대두된 중요 개인내 변인들의 효과를 측정하고, 이 효과를 통제하고자 하였다. 본 연구에서 특히 주목하는 개인내 변인은 세 가지로, 성격, 성차, 그리고 연령이 그것이다.

성격의 외향성

첫 번째로 주목하는 변인은 성격, 그중에서도 특히 외향성-내향성 차원이다. Big 5 성격 요소에서 특히 SNS 사용도를 예측하는 주요 변인은 외향성-내향성 차원이라 할 수 있다(Marshall, Lefringhausen, & Ferenczi 2015, Seidman, 2013; Wang et al. 2015). 기존 연구에 따르면 외향성은 SNS 사용의 사회 교류적 기능을 예측했으며, 내향성은 SNS의 유희 오락적 기능과 유의미한 관계를 보여주었다(Wang et al., 2015).

그런데 내향성이 높은 사람이 SNS를 더 많이 사용하는지, 혹은 외향성이 높은 사람들이 그러한지에 대해서는 연구 결과가 일관적이지는 않다. 일부 연구(Marshall, et al., 2015; Seidman, 2013)에 따르면 외향적 성격을 가진 이용자들이 소셜 미디어에서 보다 수다스럽고, 사교적이었으며, 소셜 미디어를 더 자주 이용하는 것으로 보고되었다. 하지만 이와는 반대로, 내향성과 관련된 성격인 부끄러움이 많은 사람일수록 그렇지 않은 사람에 비해 SNS를 더 많이 사용한다는 결과도 있다(Ryan & Xenos, 2011).

요약하자면, 성격 차원에서 SNS 사용을 예측하는 경우 특히 내향성과 외향성이 유의미한 상관관계를 보이고 있지만, 그 방향성에 있어서는 연구 결과들이 일관되지 못하다. 어찌되었건 외향성-내향성 차원은 SNS 사용과 상당한 상관관계가 보고되고 있기 때문에, 이 변인의 효과는 고려할 필요가 있는 것이 사실이다.

성차

SNS 관련 연구에 있어 고려해야 할 두 번째 변인은 사용자의 성이다. 사실 성별의 효

과는 SNS 뿐만 아니라 본 연구에서 보고자 하는 문화성향이나 외향성과도 깊은 관련이 있다. 먼저 문화성향의 경우, 남성이 여성에 비해 다소 개인주의적 특성이 강하며, 여성이 상대적으로 상호의존적 특성이 강하다는 주장은 최소한 서구권에 있어서는 이전부터 많이 제기되어온 주장이다(Cross & Madson, 1997; Hofstede, 2001). 또 외향성에 있어서도 남성이 여성보다 평균적으로 높은 외향적 수준을 보인다는 것 역시 이미 많이 알려진 부분이다(Lynn & Martin, 1997).

SNS 사용에 있어서의 성차 연구의 결과는 상당히 일관적이다. 즉, SNS 사용 여부 자체에 있어서는 유의미한 성차가 없지만, 대체로 여성이 남성에 비해 SNS에 더 많은 시간을 할애하는 경향이 있고 중독에도 더 취약하다고 보고되고 있다(Cho & Kim, 2014; Tang & Koh, 2017). 또한 SNS 사용 동기에 있어서도 성차가 발견되기도 한다. Krasnova 등(2017)은 여성은 관계 지향적 동기에 의해 SNS를 사용하는 경우가 많았으며, 반면 남성은 정보 추구적 동기에 의한 사용이 주를 이루었다고 보고하고 있다.

연령

마지막으로 고려해야 할 변인은 연령이다. 현대 사회에서는 성인과 청소년뿐만 아니라 어린 아동들까지 상당한 시간을 소셜 미디어와 함께 하고 있다. 2020년에 실시된 여성가족부(2021) 조사에 따르면 초등학교 6학년의 62.1%, 중학생 2학년의 84.8%, 고등학교 2학년의 90.4%가 SNS 이용률을 보였다. 과학기술정보통신부(2020)에서는 20대 SNS 이용률이 87.1%로 가장 높았으며 그 이후로는 차츰 감소하는 것으로 나타났다. 이를 정리하자면,

SNS의 이용률은 청소년기부터 젊은 성인기까지 증가하며 이후 감소하는 추세를 보인다고 할 수 있다. 이러한 양상은 선행 연구들에서도 유사하게 보고된다(안은영, 2020; 한자연, 조한익, 2021).

SNS 사용과 심리적 변인들의 관계를 분석한 선행 연구들은 대체로 청소년과 20대의 젊은 성인들에 초점을 두고 있다(Hardy & Castonguay, 2018). 이는 이 시기가 SNS 사용률이 높고 대인 관계로나 사용 목적 등에 있어서 비교적 일관된 발달적 특징들이 나타나기 때문이다(Andreassen et al., 2016; Boyd, 2014). 다만 청소년기와 젊은 성인기 역시 SNS 사용에 있어서는 몇 가지 두드러진 차이점이 있는데 이를 정리하자면 아래와 같다.

첫째, 우선 SNS를 통한 사회적 관계 유지의 목적은 성인보다 청소년에게 두드러진다(Tsitsika et al., 2014). 이 시기의 또래 집단 내에서의 결속력과 유대감은 중요한 사회적 지지의 원천이 되며 정체성 형성에 큰 역할을 한다(Quinn & Oldmeadow, 2012).

그에 비해 성인들은 상대적으로 다양한 인터넷 서비스를 쓰는 데 더 자유롭고, 더 탐구적이며, 청소년들에 비해 또래 관계 압력에서 비교적 자유롭다는 점에서 SNS를 보다 다양한 용도로 사용하되 의존성은 상대적으로 낮은 편이다(Gong et al., 2020).

둘째, SNS를 통해 구축된 인간관계는 보통 결속력이 약한 편인데, 약한 결속력은 청소년보다는 성인의 대인 관계적 특징이라 할 수 있다. 실제로 선행 연구들에 따르면 청소년은 미디어를 활용함에 있어서 새로운 관계망을 넓히기보다는 기존 오프라인의 친구 관계의 결속을 다지는 경향을 보이는 편이다(Boyd, 2014; Mesch & Talmud, 2010). 김은미, 박소라,

나은영(2015)은 성인뿐만이 아니라 청소년들에게도 네트워크화된 개인주의적 면모가 나타나는지 조사하였으나 만족스러운 결과를 얻지 못하였는데, 이는 성인과 달리 청소년들은 약한 관계의 유지 및 형성이 아닌 강한 관계를 위해 SNS를 사용한다는 가능성을 시사한다.

이렇듯 청소년과 젊은 성인들의 경우 사용률과 중독의 위험성, 문화성향 등에 있어 주목할만한 차이를 보이고 있기에 연령에서 오는 성향의 차이 역시 고려할 필요가 있다.

연구 문제와 가설

요약하자면, SNS 사용과 문화성향 간의 관계를 연구할 시 성격, 성차, 그리고 연령 효과는 함께 고려할 필요가 있다. 그에 따라 본 연구는 위의 변인의 효과를 같이 측정하여 이를 통제하고자 하였다. 구체적으로, 본 연구의 연구 문제와 가설은 다음과 같다.

첫째, 문화성향과 SNS 사용량 간의 관련성은 기존의 네트워크화된 개인주의 이론에 근거하여 설정하고자 한다. 즉, SNS 문화성향, 그리고 오프라인 문화성향에서 개인주의 성향이 강할수록 SNS 사용량과 기간이 길고 중독에 취약할 것으로 예측하였다.

둘째, 개인의 문화성향이 맥락에 따라 다를 수 있음을 감안하면, 개인의 오프라인 문화성향과 SNS 문화성향은 동일하지 않을 것으로 예측된다. 즉, 두 문화성향간에는 유의미한 상관관계가 존재하겠지만, SNS 사용과 중독을 예측하는 데 있어서는 오프라인 문화성향보다 SNS 문화성향의 예측력이 더 높을 것으로 예상하였다.

셋째, SNS 문화성향의 효과는 개인 내적 변인인 연령, 성별, 성격 및 오프라인 문화성향

변인의 효과를 통제한 후에도 SNS 사용과 중독을 설명할 것으로 예측하였다.

방 법

연구 대상

연구 대상자는 최근 여성가족부(2021)와 과학기술정보통신부(2020)의 통계자료를 참조하여 SNS를 본격적으로 시작하는 만 13~15세 사이의 청소년(중학생)들과 SNS를 전 연령층에서 가장 활발히 사용 중인 만 18~25세의 젊은 성인(대학생)들을 대상으로 모집하였다. 연구 대상자들은 모두 D지역 소재의 학교에 재학 중인 중학생과 대학생이다. 청소년 261명과 성인 260명이 온라인 설문에 응하였다. 이 중에서 불성실한 응답이 제외되어 청소년 253(여자 129명, 남자 124명)명과 성인 246(여자 127명, 남자 119명)명의 자료가 최종 확보·분석되었다.

측정도구

SNS 문화성향 척도

SNS에서의 문화성향을 측정하는 알려진 방식은 현재 존재하지 않는다. 따라서 본 연구에서는 문화성향의 세부적 분류와 SNS의 문화속성을 고려하여 Rhee 등(1996)이 고안한 혈족·비혈족 문화성향의 이론적 틀을 기반으로 SNS 문화성향 측정치를 새롭게 제작하였다.

문화성향 척도 중 Triandis 수직-수평 모델은 사회 계층적 구도에 초점을 두고 있기 때문에 본 연구의 맥락과는 다소 맞지 않은 부분이 있었다. SNS 이용자들은 SNS 내에서의 관계망

을 계층적으로 보기보다는 친밀성에 따라 분류하는 편이다. 실제로 선행 연구에서도 이 모델의 경우 SNS 사용과의 뚜렷한 관계를 보여주지 못하였다(Lee, Kim, & Choi, 2015). 따라서 SNS라는 특수한 사회적 맥락과 청소년 및 성인에게 모두 적용 가능한 척도는 Rhee 등(1996)의 혈족-비혈족 모델이 더 적합하다고 판단하였다. Rhee와 그의 동료들이 사용한 기존 척도의 항목들은 오프라인에서의 문화성향을 측정하고 있으므로, 본 연구에서는 이를 SNS 상황에 적합하도록 새로운 문항으로 대체하였다.

전반적인 문항 제작의 방식은 다음과 같다. SNS는 친구 및 소통의 기능과 유희적 기능, 정보 및 콘텐츠 확산의 기능을 가지고 있다(Drach et al., 2021; Wang et al., 2015). 이를 수행하기 위해서 일반적으로 SNS는 콘텐츠 확인 및 게시하기, 공감(좋아요, 하트)하기, 댓글 달기, 공유하기, 친구(팔로우) 신청 및 수락하기, 계정 관리하기 등의 기능을 제공하고 있다(나종연, 2010). 따라서 SNS 문화성향 척도의 문항들은 이러한 SNS의 기본 기능들을 활용하는 행동을 기준으로 삼아서 문항들을 작성하였다.

SNS 이용자들은 다양한 동기를 가지고 SNS에 접속하게 된다. 선행 연구들에서는 SNS 사용 동기가 사용 행위를 예측해주는 가장 중요한 요소 중 하나라고 설명한다(Katz et al., 1974; Smock et al., 2011; Wang et al., 2015). 이 중 본 연구는 Katz, Blumler와 Gurevitch(1974)이 제안한 소셜 미디어의 사용 동기를 중심으로 문항을 배정하였다. 그들에 따르면 소셜 네트워크 서비스의 동기는 크게 다섯 가지로 나뉘는데, 정보 획득·정보 검색과 연관된 인지적 욕구(cognitive needs), 심미적·오락적·감정적 경험 강화와 연결된 정서적 욕구(affective

needs), 신뢰·자신감·안정감·개인적 지위 강화와 관련된 개인 통합적 욕구(personal integrative needs), 가족·친구·사회교류 강화와 연결된 사회 통합적 욕구(social integrative needs), 그리고 현실도피·시간 때우기·긴장 완화·기분전환과 관련된 도피 욕구(escapist needs)가 그것이다. 이 다섯 가지 동기 구인들을 Rhee 등(1996)의 혈족-비혈족 모델을 기반으로 온라인 문화성향의 맥락에 맞도록 문항을 제작하였다.

구체적으로, 먼저 Katz의 다섯 가지 동기구인을 각각 혈족(Kin)과 비혈족(Non-kin)의 맥락으로 나누었으며, 이를 또 다시 집단주의(CO)와 개인주의(IN)로 나누었다. 이렇게 하면 총 20개의 맥락으로 나누어지는데($5 \times 2 \times 2$), 각 맥락 당 3문항씩 총 60개의 문항을 제작하였다. 이 중 서로 유사하거나 내용타당도가 낮다고 판단된 문항을 제외하고 총 40문항(각 맥락당 2문항 씩)을 최종적으로 선별하였다. 문항 개발과 선정은 연구자 및 연구의 목적을 잘 알고 있는 심리학 전문가 1인과 합의하여 진행하였다. 결과적으로 혈족 집단주의(10문항, Cronbach $\alpha = .90$), 혈족 개인주의(10문항, Cronbach $\alpha = .87$), 비혈족 집단주의(10문항, Cronbach $\alpha = .86$), 비혈족 개인주의(10문항, Cronbach $\alpha = .87$)로 구성된 온라인상 문화척도를 제작하였으며, 각 문항은 7점 리커트 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 7점: 매우 그렇다)로 하였다. 연구에 사용된 문항들은 표 1과 같다.

오프라인 문화성향 척도

Rhee 등(1996)은 혈족-비혈족 문화성향 이론을 확인하기 위해 Triandis(1991)의 문화성향 척도 세 가지(Triandis's Self-Behaviors Scale, Triandis's Attitudes Scale, and Yamaguchi's

표 1. SNS 문화성향 척도 문항

동기 구인	문화성향	내용
인지적	혈족	CO a. 나는 SNS에서 새롭고 유익한 정보를 가족과 공유한다. b. 나는 SNS에서 가족에게 도움이 될 만한 콘텐츠들을 찾아본다.
		IN a. 나는 가족의 가치관과 일치하지 않는 콘텐츠의 게시물에 대해서도 공감(좋아요, 하트, 댓글 등)을 해준다. b. 가족이 쓰는 SNS에는 나에게 도움이 되는 정보가 적다.
	비혈족	CO a. 나는 SNS에서 평이 좋지 않은 영화나 음식점에 대해서는 이용하고 싶지 않다. b. 나는 SNS에서 유행하는 최신 트렌드에 신경 쓴다.
		IN a. 나는 SNS에 게시되는 사회 이슈, 정치 등에 대한 정보는 믿지 않는다. b. 나에게 사람들이 SNS로 공유하는 정보들은 도움이 안 된다.
정서적	혈족	CO a. 나는 가족과 함께하는 콘텐츠를 SNS에 게시한다. b. 나는 웃기고 재미있는 콘텐츠를 가족과 공유한다.
		IN a. 나는 가족이 공유한 콘텐츠라도 흥미가 없으면 공감(좋아요, 하트, 댓글)하지 않는다. b. 나는 부모님이 좋아하지 않을 만한 콘텐츠라도 재미있으면 본다.
	비혈족	CO a. 나는 취미가 같은 특정 그룹에 가입하여 소통하는 것이 즐겁다. b. 나는 웃기고 재미있는 콘텐츠를 타인과 공유한다.
		IN a. 나는 친구의 공감을 얻지 못하는 콘텐츠라도 재미있으면 공감(좋아요, 하트, 댓글 등)해 준다. b. 나의 일부 게시물을 비공개나 나만 보기로 설정한다.
개인 통합적	혈족	CO a. 나는 개인 성취(입학, 졸업, 대회 우승, 취직 등)를 SNS를 통해 가족들이나 친인척과 공유한다. b. 나는 가족의 성취(입학, 졸업, 취직, 결혼, 승진 등)를 SNS로 공유하여 기념한다.
		IN a. 나는 가족의 게시물에 '좋아요'나 '하트'를 누르지 않는 편이다. b. 나는 가족의 도움 없이도 SNS 계정을 성장시킬 수 있다.
	비혈족	CO a. 나는 나의 계정의 구독자나 팔로워, 친구 수를 늘리려고 노력한다. b. 나는 원만한 대인 관계를 과시하기 위한 게시물을 SNS에 올린다.
		IN a. 나는 SNS에서 다른 사람의 공감을 얻지 못하더라도 소신을 곳곳이 게시한다. b. 나는 나의 게시물에 익명의 '악플'이 달려도 크게 개의치 않는다.
사회 통합적	혈족	CO a. 나는 가족이 구독하거나 팔로우 중인 계정을 함께 구독/팔로우한다. b. 나는 친인척과 SNS를 통해 소통한다.
		IN a. 나는 가족들이나 친척의 친구 요청이나 팔로우를 가능한 한 수락하지 않으려 한다. b. 나는 가족과는 SNS 소통을 지양하는 편이다.
	비혈족	CO a. 나는 타인의 공감을 사는 채치 있는 댓글을 쓰려고 노력한다. b. 나는 친구들이 구독/팔로우 중인 계정을 함께 구독/팔로우한다.
		IN a. 나는 낯선 사람의 댓글에는 응답하지 않는다. b. 나는 낯선 사람의 친구 요청이나 팔로우를 수락하지 않는다.
도피적	혈족	CO a. 나는 가족과의 SNS 활동을 통해 기분전환을 할 수 있다. b. 나는 가족과의 SNS 활동을 통해 현실을 잊곤 한다.
		IN a. 나는 집에서 SNS를 하며 시간을 보내곤 한다. b. 나는 가족과 관련된 SNS 알림은 무시하기도 한다.
	비혈족	CO a. 나는 딱히 중요한 일이 없어도 친구들과 SNS 활동을 하는 편이다. b. 나는 어려운 일이 있을 때, 친구들과 SNS 활동을 하면 마음이 편해진다.
		IN a. 나는 대체로 타인의 SNS 알림을 신경 쓰지 않는 편이다. b. 나는 아무에게도 방해 받고 싶지 않을 때 SNS를 하며 혼자만의 시간을 보내기도 한다.

Parents Behavior Scale)와 Hui(1988)의 문화성향 척도를 혼합하여 사용하였다. 그런 다음 Rhee와 동료들은 각각의 척도에서 혈족과 비혈족으로 구별할 수 있는 문항들을 추출한 뒤 집단주의와 개인주의로 분류하였다. 그의 연구에서 사용된 문항 수는 총 72문항으로, 구체적으로 Triandis(1991)가 사용한 척도 36문항과 Hui(1988)의 문화성향 척도 36문항으로 구성되었다. 이후 이를 한국인을 대상으로 적용하였는데, 이중 일부 문항들이 한국인에게는 적합하지 않을 수 있음이 지적된 바 있다(Kim & Kim, 1997; Rhee et al., 1996).

따라서 본 연구에서는 이러한 과거의 선행 연구 및 지적들을 기반으로, 한국인들의 정서를 잘 반영함과 동시에 청소년과 성인에게 함께 적용할 수 있는 문항들을 추려서 사용하기로 하였다. 구체적으로 Rhee 등(1996)의 연구에서 각 요인별로 10문항씩 선정하여 전체 40문항으로 이루어진 축약형 오프라인 문화성향 척도를 적용하였다. 제외된 32문항은 Rhee et al.(1996)의 연구에서 요인 적재값(factor loading)이 유의미하지 않은 2개의 문항(Triandis Behaviors General Others Individualism)과 그 밖에 한국의 중학생과 대학생에게 적합하지 않을 것으로 판단되는 문항들이었다. 구체적으로, 결혼이나 부모로부터의 독립, 자동차 구매와 같은 내용이 포함된 문항들은 한국의 중학생과 대학생들에게 적합하지 않기 때문에 제외되었다.

최종 선정한 문항들은 혈족 집단주의(10문항, Cronbach α = .68), 비혈족 집단주의(10문항, Cronbach α = .70), 혈족 개인주의(10문항, Cronbach α = .66), 비혈족 개인주의(10문항, Cronbach α = .69)로 구성하였다.

NEO-FFI 외향성 성격 척도

본 연구는 Costa와 McCrae(1992)가 제작한 NEO-PI-R(Revised NEO Personality Inventory)의 축약형 질문지 NEO-FFI(NEO Five-Factor Inventory, Costa & McCrae, 1992)에서 외향성 문항만을 추출하여 사용하였다. 각 문항은 5점 리커트 척도로(1: 전혀 아니다, 5: 매우 그렇다)하며 3점 이상을 외향성으로 3점 미만을 내향성으로 정의한다. 또한 응답자의 편향을 예방하고 자가진단의 결점을 보완하기 위해 4개의 역 문항이 포함되어 있다. 본 연구에서 확인된 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .83이다.

SNS 중독 경향성 척도

SNS 중독을 측정하기 위해서 정소영, 김종남(2014)이 대학생들을 대상으로 개발한 SNS 중독 경향성 척도를 사용하였다. 이 척도는 기존 SNS 중독 측정 도구의 한계점을 보완하고자 문항 및 신뢰도 분석, 탐색적 요인분석을 시행하였고, 공인 타당도가 검증된 척도이다. 각 요인은 4개의 하위 요인으로 구성되며 구체적으로는 몰입 및 내성(7문항), 조절 실패 및 일상생활 장애(7문항), 가상세계 지향성 및 금단(5문항), 부정 정서의 회피(5문항)로 전체 24문항이다. 각 문항들은 4점 Likert 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 4: 매우 그렇다)이며, 총점을 기준으로 중독성을 평정한다. 본 도구의 개발 당시 Cronbach's α = .92으로 나타난다. 본 연구에서 확인된 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 .93이다.

SNS 사용 유형 척도

SNS의 사용 유형을 분석하기 위해서 SNS 사용량, SNS 사용 종류를 측정하였다. 본 연구에서는 SNS의 끊임없는 발전과 변동성을 고려

하여 가장 최근의 SNS 사용자들의 동향을 고려할 필요가 있다고 판단하였다. 따라서 선행 연구의 경과된 척도를 그대로 도입하기보다는 과학기술정보통신부(2020)와 여성가족부(2021)가 제공하는 가장 최근 SNS 이용 현황 결과를 참고하여 척도화하였다. 구체적으로 SNS 사용 유무와 이용 기간을 묻는 문항과 일일 SNS 사용 시간을 묻는 문항, 평소 자주 사용하는 SNS 종류에 관한 문항으로 나누었다. SNS 사용 유무는 최근 6개월간 꾸준히 사용하는 경우를 SNS 사용으로 분류하였고, SNS 사용 기간은 최소 5개월 미만에서 최대 5년 이상으로 세분화하여 7가지 선택지를 두었다. 또한 일일 SNS 사용 시간은 최소 30분 미만에서 최대 3시간 30분으로 세분화하여 8가지 선택지를 두었다. 마지막으로 평소 자주 사용하는 SNS 종류는 과학기술정보통신부(2020)와 여성가족부(2021)의 조사에 따라 가장 많이 사용되는 SNS 종류들을 나열하여 중복 선택이 가능하게 하였다.

절차

본 연구의 연구 대상자들의 윤리적 보호를 위하여 서강대학교 기관생명윤리위원회(Institutional Review Board, IRB)의 심의 과정을 거쳐 최종 승인을 받았다(IRB 승인번호 SGUIRB-A-2108-26). 본 연구는 COVID-19로 인한 질병 확산 방지를 위해 비대면 온라인 설문을 실시하였으며, 온전한 자발적 참여를 보장하기 위하여 IRB에 승인을 받은 모집공고를 통해 참여 의사를 밝힌 피험자에 한해서 설문 이 제공되었다. 피험자 모집은 D지역 소재의 중학교 두 곳과 같은 지역 소재의 4년제 종합 대학에서 시행되었다. 또한 연구 참여에 대한

보상으로 피험자 전원에게 소정의 모바일 쿠폰을 제공하였다.

설문은 인구학적 질문과 SNS 사용 유무에 관한 질문이 먼저 제시되었다. 사용 유무에 따라서 사용한다고 답한 경우, SNS 문화성향 척도, SNS 중독 경향성 척도, 오프라인 문화성향 척도, 외향성 성격 척도가 순차적으로 제시되었다. 반면에 최근 6개월간 SNS를 사용하지 않았다고 답한 경우에는 SNS 관련 척도들이 제외되었으며, 이 경우에는 오프라인 문화성향 척도와 외향성 성격 척도만이 측정되었다.

결 과

기초분석 및 확인적 요인분석

연령 집단별 측정 변인의 평균과 표준편차는 표 2와 같다. 표 2에 따르면 청소년들은 성인에 비해서 SNS 혈족 집단주의, SNS 비혈족 집단주의 경향이 유의미하게 높았다. 반면 성인들은 청소년들에 비해서 SNS 사용 유무 및 사용 시간과 사용 기간이 유의미하게 높았으며, SNS 혈족 개인주의와 SNS 비혈족 개인주의 성향이 높았다. 또한 오프라인 문화성향에 있어서는 성인들이 청소년들에 비해 비혈족 집단주의, 혈족 개인주의, 비혈족 개인주의 성향이 유의미하게 높게 나타났다. 정리하자면, 종속변인인 SNS 사용량에 있어서는 성인과 청소년 집단 간 유의미한 차이가 있었으나, 중독 경향성에 있어서는 차이가 없었다. 또한 독립 변인인 오프라인과 SNS 문화성향에서는 성인이 청소년에 비해 개인주의 성향이 유의미하게 높았다. 이는 SNS와 연령차를 탐색한

표 2. 연령집단별 측정 변인 평균(표준편차)

	청소년(n=253)	성인(n=246)	<i>t</i>
연령	13.75(.753)	20.98(1.895)	-55.705***
SNS 사용 유무	1.83(.373)	1.93(.247)	-3.575***
오프라인 혈족 집단주의	4.12(.862)	4.09(.894)	.329
오프라인 비혈족 집단주의	4.46(.805)	4.70(.831)	-3.307**
오프라인 혈족 개인주의	4.08(.769)	4.41(.803)	-4.712***
오프라인 비혈족 개인주의	3.91(.693)	4.10(.947)	-2.510*
외향성	3.47(.654)	3.39(.683)	1.288
	청소년(n=211)	성인(n=230)	<i>t</i>
SNS 사용 기간	5.20(1.738)	6.35(1.349)	-7.704***
SNS 사용 시간	4.71(2.303)	5.44(2.297)	-3.322**
SNS 중독 경향성	50.07(12.849)	51.47(15.377)	-1.040
SNS 혈족 집단주의	4.54(1.252)	3.74(1.184)	6.938***
SNS 비혈족 집단주의	5.04(.987)	4.80(1.060)	2.418*
SNS 혈족 개인주의	3.77(.932)	4.78(1.153)	-10.073***
SNS 비혈족 개인주의	3.84(.961)	4.14(1.259)	-2.742**

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

기존 연구들(Boyd, 2014; Mesch & Talmud, 2010)의 주장과 일맥상통하는 결과라고 할 수 있다.

성별에 따른 측정변인의 요약은 표 3과 같다. 여성은 남성에 비해서 SNS 사용 시간과 SNS 중독 경향성이 높았으며, SNS 비혈족 개인주의 성향이 높았다. 반면 남성은 여성에 비해서 SNS 혈족 집단주의 성향이 유의미하게 높았다. 또한 오프라인 문화성향에 있어서는 남성이 여성에 비해서 오프라인 혈족 집단주의 성향이 더 높았다. 정리하자면, 선행 연구들과 동일하게 SNS 사용 기간에는 남녀간 유의미한 차이가 발견되지 않았지만, 여성이 남성에 비해서 SNS 사용 시간은 더 길었고 중독

경향성도 높았다. 하지만 선행 연구들과는 달리 독립 변인인 문화성향에서는 대체적으로 남녀 간에 큰 차이는 없었다. 다만 남성이 여성에 비해 혈족 집단주의 성향이 강했고, 여성이 남성에 비해 SNS 비혈족 개인주의 성향이 강하였다.

외향성과 SNS 사용량에 대한 상관분석 결과, 외향성은 SNS 사용 기간이나 SNS 중독 경향성과는 유의미한 관계가 나타나지 않았다. 그러나 외향성이 높을수록 페이스북($r = .13$, $p < .01$)과 인스타그램($r = .22$, $p < .001$) 사용량이 유의미하게 높았다.

요약하자면, 본 연구에서 고려하고자 하는 성차, 연령차, 그리고 성격의 외향성의 정도는

표 3. 성별 측정 변인 평균(표준편차)

	여성(n=256)	남성(n=243)	t
연령	17.14(3.764)	17.51(4.020)	1.049
SNS 사용 유무	1.94(.235)	1.82(.382)	-4.138***
오프라인 혈족 집단주의	4.00(.892)	4.22(.848)	2.890**
오프라인 비혈족 집단주의	4.63(.820)	4.52(.831)	-1.579
오프라인 혈족 개인주의	4.30(.826)	4.19(.775)	-1.442
오프라인 비혈족 개인주의	4.01(.820)	3.99(.847)	-.214
외향성	3.48(.712)	3.37(.617)	-1.833
	여성(n=241)	남성(n=200)	t
SNS 사용 기간	5.81(1.652)	5.80(1.648)	-.089
SNS 사용 시간	5.61(2.254)	4.47(2.261)	-5.303***
SNS 중독 경향성	52.63(14.401)	48.59(13.724)	-2.993**
SNS 혈족 집단주의	4.01(1.218)	4.26(1.342)	2.126*
SNS 비혈족 집단주의	4.85(1.029)	4.99(1.032)	1.472
SNS 혈족 개인주의	4.387(1.145)	4.187(1.182)	-.796
SNS 비혈족 개인주의	4.387(1.145)	4.187(1.182)	-.3949***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

모두 최소한 어느 정도는 SNS 사용과 관련이 있는 것으로 해석할 수 있었다. 따라서 추후의 회귀분석에서는 성차, 연령차, 그리고 외향성을 모두 고려하여 이들 변인의 효과를 통제하고 분석하고자 하였다.

본격적인 가설 검증에 앞서, 본 연구에서 SNS 문화성향을 측정하기 위해 제작된 설문지가 제작자의 의도대로 설계되었는지를 파악해 보고자 확인적 요인 분석을 실시하였다. 이론적 배경에서 언급하였듯이, 선행 연구들은 집단주의와 개인주의가 서로 독립적으로 작용할 수 있음을 시사하고 있다(Singelis et al., 1995; Takano & Osaka, 1998, 2018; Uleman, 2018).

모델로 설정하고 각 모델의 적합도를 확인하였다.

확인적 요인분석을 위해 먼저 문항 묶기(item parcelling)를 실시하였다. 문화성향 척도의 같은 동기유형의 문항을 한 쌍씩 짝지어 평균하여 총 10개의 꾸러미로 축약하였다. 이를 측정 변인으로 삼아 요인 분석을 실시하였다. 그 결과, 집단주의 모형의 적합도는 $TLI = .95$, $CFI = .96$, $RMSEA = .074$ 였으며, 개인주의 모형의 적합도는 $TLI = .91$, $CFI = .94$, $RMSEA = .096$ 로, 모형 적합도는 전반적으로 양호한 수준을 보여주었다.

그와 동시에, 오프라인상의 문화성향을 알아보기 위해 본 연구에서 사용한 Rhee 등

(1996)의 혈족-비혈족 문화성향 척도 역시 유사한 방식으로 요인 분석을 실시하였다. 이 척도는 이미 타당화가 된 척도이지만, 본 연구에서는 SNS 문화성향 척도와 비교를 위해 사용되었기 때문에 두 척도 간 적합도에 있어 주목할 만한 차이가 있는지를 확인해 볼 필요가 있었다.

SNS 문화성향 척도와 유사한 방식으로 확인적 요인분석을 실시한 결과, 집단주의 모델에 대한 적합도는 $TLI = .91$, $CFI = .97$, $RMSEA = .059$ 였으며, 개인주의 모델에 대한 적합도는 $TLI = .90$, $CFI = .96$, $RMSEA = .062$ 로 수용 가능한 수준을 보여주었다.

결과적으로 요약하자면, 본 연구에서 사용된 온라인상 문화성향 척도와 오프라인상 문화성향 척도는 모두 수용 가능한 수준의 모형 적합도를 보여주었다. 또한 온라인 문화성향 척도와 오프라인 문화성향 척도 모두 유사한 수준의 적합도를 보여주었다. 이러한 기초분석을 토대로 본 연구를 위해 제작한 SNS 문화성향 측정도구는 추후 가설검증에 사용 가능하다고 판단하였다.

가설검증

온라인 문화성향과 오프라인 문화성향

SNS 혈족 개인주의는 SNS 사용 기간($r = .21$, $p < .001$) 및 사용 시간($r = .17$, $p < .001$), 인스타그램 사용($r = .28$, $p < .001$), SNS 중독($r = .31$, $p < .001$)과 정적 상관이 나타났다. 또한 SNS 비혈족 개인주의는 SNS 사용 시간($r = .12$, $p < .05$)과 인스타그램 사용($r = .18$, $p < .001$), SNS 중독 경향성($r = .17$, $p < .001$)과 관계가 있었다. 오프라인 혈족 개인주의의 경우에는 트위터 사용($r = .21$, $p < .001$)과 SNS 중독 경향성($r = .31$,

$p < .001$)과 정적 상관이 나타났으며, 오프라인 비혈족 개인주의는 SNS 중독($r = .20$, $p < .001$)과 관계되었다.

SNS 문화성향과 오프라인 문화성향 간의 관계를 상관분석을 통해 알아보았다. 상관분석 결과에 따르면, 오프라인 혈족 집단주의 경향성과 SNS 혈족 집단주의 경향성 간에는 유의미한 관계가 발견되지 않았다($r = .06$, $p = .240$). 또한 오프라인 비혈족 집단주의도 SNS 비혈족 집단주의와 유의미한 관계가 없었다($r = -.01$, $p = .837$). 반면 오프라인 혈족 개인주의와 SNS 혈족 개인주의는 유의미한 정적 상관이 나타났다($r = .26$, $p = .000$). 또한 오프라인 비혈족 개인주의와 SNS 비혈족 개인주의도 낮은 수준이긴 하지만 유의미한 정적 상관이 있었다($r = .01$, $p = .032$).

결과적으로 오프라인 문화성향과 SNS 문화성향은 개인주의의 경우 정적인 상관관계를 보였으나, 집단주의의 경우 큰 상관관계를 보이지 않았다. 또한 비록 유의미한 상관관계라 하더라도, 오프라인상의 문화성향과 SNS상의 문화성향 간의 상관관계의 강도는 그다지 높은 편이 아니었다. 이는 오프라인상 문화성향과 SNS상 문화성향은 상대적으로 독립적이며, 하나가 다른 것을 온전히 대체하기는 어렵다는 가능성을 시사하였다.

SNS 문화성향과 종속 변인 간의 상관 값과 오프라인 문화성향과 종속 변인 간의 상관 값을 상호 비교하기 위해 Z 변환(Fisher's Z transformation)을 시도하였다. 분석 결과 SNS 혈족 개인주의와 SNS 사용 기간 간의 상관관계는 오프라인 혈족 개인주의와 SNS 사용 기간 간의 상관 값보다 유의미하게 강하였다($Z = 2.09$, $p < .05$). 또 SNS 혈족 집단주의와 SNS 중독 간의 상관관은 오프라인 혈족 집단주의와

SNS 중독 간의 상관 값보다 유의미하게 강하였다($Z=4.78$, $p<.001$). 반면 오프라인 비혈족 집단주의와 SNS 중독 값 간의 상관관계는 오히려 SNS 비혈족 집단주의와 SNS 중독 값보다 더 강한 것으로 나타났다($Z=3.03$, $p<.001$).

요약하자면, 전반적으로 SNS 문화성향과 SNS 사용 간의 관련성이 오프라인 문화성향과 SNS 사용 간의 관련성에 비해 모든 면에서 일관되게 높은 편이라고 말하기는 어려웠다. 그럼에도 불구하고, 전체 상관관계를 보았을 경우, SNS 사용 및 중독을 가장 유의미하게 예

측해 주는 변수는 SNS 혈족 개인주의의 정도라 할 수 있었는데, 측정된 모든 종속 변인의 값과 유의미한 관련성을 보여주었기 때문이다.

SNS 사용을 예측하는 SNS 문화성향의 효과

SNS상 집단주의 및 개인주의가 성별, 연령, 성격 및 오프라인 문화성향의 효과를 통제한 후에도 여전히 SNS 사용을 유의미하게 예측하는지를 알아보하고자 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다. 먼저 1단계에 성, 연령, 그리고 외향성 변인을 투입하여 이들의 효과를 통제

표 4. SNS 집단주의에 따른 SNS 사용을 예측하는 위계적 회귀분석 (N=441)

	SNS 사용기간			SNS 사용시간			SNS 중독		
1단계	B	SE	β	B	SE	β	B	SE	β
연령	.14	.02	.34***	.06	.03	.10*	-.32	.18	-.09
성별	.01	.15	.00	1.08	.22	.23***	3.70	1.33	.13**
외향성	-.03	.12	-.01	.08	.18	.02	-2.94	1.01	-.14**
R^2		.13			.08			.02	
F		22.11***			11.99***			3.28*	
2단계									
오프혈족집단	-.16	.09	-.09	-.24	.13	-.09	1.33	.79	.08
오프비혈족집단	.27	.10	.13*	.18	.15	.06	2.90	.91	.17**
R^2		.15			.09			.06	
R^2 변화량		.02			.01			.04	
F 변화량		4.15*			2.18			10.40***	
3단계									
SNS혈족집단	-.03	.07	-.02	-.08	.10	-.04	-3.37	.62	-.30***
SNS비혈족집단	.06	.08	.03	.14	.12	.06	2.31	.72	.17**
R^2		.14			.09			.11	
R^2 변화량		.00			.00			.06	
F 변화량		.22			.66			14.74***	

* $p<.05$, ** $p<.01$ *** $p<.001$. 표의 수치는 3단계 분석의 수치임

하였다. 2단계에서는 오프라인 문화성향 변인을 투입하였으며, 마지막 3단계에서는 SNS 문화성향 변인을 투입하여 고유 효과를 확인하고자 하였다. 회귀모형의 공차 한계는 .62에서 .99 사이였으며, 분산 팽창지수(VIF)는 1.00에서 1.63 사이였다.

먼저 집단주의의 분석 결과가 표 4에 제시되어 있다. SNS 사용 기간에 있어서는 1단계의 연령 및 2단계에 투입된 오프라인 비혈족 집단주의만이 유의미한 예측을 해주었다. SNS 사용 시간의 예측에 있어서는 연령 및 성별을

제외하면 오프라인 집단주의 혹은 SNS 집단주의 모두 유의미한 예측치를 보여주지 못하였다. 마지막으로 SNS 중독을 예측함에 있어서는 오프라인 집단주의 성향, 그리고 SNS 집단주의 성향이 모두 유의미하였다. 3단계에 SNS 집단주의를 투입한 결과 2단계 모형에 비해 6%의 추가 변량을 설명하였으며, SNS 혈족 집단주의 및 비혈족 집단주의는 모두 다른 변인의 효과를 통제한 후에도 SNS 중독을 유의미하게 설명하는 것으로 드러났다.

다음으로 개인주의의 분석 결과는 표 5에

표 5. SNS 개인주의에 따른 SNS 사용을 예측하는 위계적 회귀분석 (N=441)

	SNS 사용기간			SNS 사용시간			SNS 중독		
1단계	B	SE	β	B	SE	β	B	SE	β
연령	.15	.11	.35***	.04	.03	.07	-.67	.19	-.18***
성별	.05	.15	.02	1.06	.22	.23***	2.57	1.27	.09*
외향성	.05	.12	.02	.08	.17	.02	-.93	.97	-.04
R^2		.13			.08			.02	
F		22.11***			12.00***			3.28*	
2단계									
오프혈족개인	.08	.11	.04	.18	.17	.06	3.98	.95	.22***
오프비혈족개인	-.06	.11	-.03	-.16	.16	-.06	.57	.91	.03
R^2		.13			.08			.11	
R^2 변화량		.12			.00			.09	
F 변화량		.35			1.04			22.47***	
3단계									
SNS혈족개인	.04	.08	.03	.18	.12	.09	4.02	.67	.33***
SNS비혈족개인	.03	.07	.02	.09	.10	.04	.32	.59	.03
R^2		.13			.09			.19	
R^2 변화량		.00			.01			.08	
F 변화량		.23			2.16			20.79***	

* $p < .05$, *** $p < .001$. 표의 수치는 3단계 분석의 수치임

제시되어 있다. SNS 사용 기간에 있어서는 1 단계의 연령만이 유의미한 예측을 해주었다. SNS 사용 시간의 예측에 있어서는 성별을 제외하면 오프라인 개인주의 혹은 SNS 개인주의 모두 유의미한 예측치를 보여주지 못하였다. 마지막으로 SNS 중독을 예측함에 있어서는 오프라인 개인주의 성향, 그리고 SNS 개인주의 성향이 모두 유의미하였다. 3단계에 SNS 개인주의를 투입한 결과 2단계 모형에 비해 8%의 추가변량을 설명하였으며, SNS 혈족 개인주의는 다른 변인의 효과를 통제한 후에도 SNS 중독을 유의미하게 설명하는 것으로 드러났다.

가설검증 결과를 요약하자면, SNS 중독을 예측함에 있어서 SNS 문화성향은 오프라인 문화성향 효과를 고려한 후에도 설명력이 있는 것으로 나타났다. 특히 상관관계와 회귀분석을 종합하면 SNS 혈족 개인주의가 SNS 중독과 관련하여 가장 주목해야 할 변인임을 시사하였다.

논 의

그동안 문화성향과 SNS 사용과 관련하여 일부 연구가 수행된 적이 있었으나, 기존 연구들은 너무 단순화된 문화성향 개념의 적용, 온라인 문화성향 측정치의 부재, 관련 변인 통제의 실패 등으로 인해 일관된 연구 결과를 보여주지 못하였다. 따라서 본 연구는 이러한 기존 연구들의 한계들을 고려하여 SNS상의 문화성향을 측정할 수 있는 방식을 새롭게 고안하였으며, 이를 통해 오프라인 문화성향과 더불어 SNS 사용과 중독에 대한 효과를 분석하였다.

본 연구의 주요 결과는 다음과 같이 요약할

수 있다. 첫째, SNS 문화성향과 오프라인 문화성향은 약한 정도의 상관관계만 존재하였다. 상관분석에 의하면 두 문화성향 측정치에서 집단주의 간에는 관계가 없었으며, 개인주의 간에는 약한 관계만이 존재하였다.

이러한 결과는 오프라인 문화성향 척도로 온라인 문화성향을 온전히 측정하기 어렵다는 가능성을 시사한다. 다시 말하면, 아무리 타당화가 된 척도라 하더라도 오프라인상에서 유용한 척도가 꼭 온라인상의 행동을 예측해주지는 않는다는 것을 함의한다. 이러한 결과는 향후 온라인상의 인간 행동을 연구함에 있어서 심각하게 고려할 필요가 있다.

둘째, SNS 사용과 중독을 예측하는데 있어서는 SNS상의 개인주의의 정도가 특히 유용한 변인이었다. 상관분석 결과에 따르면 SNS 개인주의 성향은 SNS 사용 및 중독과 유의미한 상관관계를 보였지만, 오프라인 개인주의의 경우에는 SNS 중독과의 관계만 유의미하였다. 특히 전체 상관표에서는 SNS 혈족 개인주의만이 SNS 사용 및 중독을 모두 유의미하게 예측해주었다. 이러한 결과 역시 첫 번째 결과와 마찬가지로, 온라인상 행동을 연구하기 위해서는 온라인 맥락의 측정치를 따로 개발할 필요가 있음을 시사한다.

셋째, SNS 문화성향 중 특히 혈족 개인주의 성향이 SNS 사용에 따른 악영향을 예측하는 가장 유력한 변수로 대두되었다. 상관분석과 회귀분석을 종합해본 결과, 연령, 성별, 성격과 오프라인 문화성향 변인을 모두 통제한 후에도 SNS 혈족 개인주의 성향은 SNS 중독을 유의미하게 예측해주었다.

이 마지막 결과는 가설 설정 단계에서는 크게 예상하지 못했던 부분이었다. 따라서 본 연구가 처음에 설정했던 네 가지 문화성향

(혈족 개인주의, 비혈족 개인주의, 혈족 집단주의, 비혈족 집단주의) 중 왜 혈족 개인주의 성향의 효과가 가장 두드러졌는지에 대해서는 더 자세히 논의할 필요가 있다. 선행 연구들을 토대로 이에 대한 몇 가지 가능성을 언급해 보면 아래와 같다.

첫째, 가장 쉽게 생각해 볼 수 있는 가능성은 SNS 혈족 개인주의 성향이 높은 사람일수록 SNS 중독의 위험군이 된다는 가능성이다. 일단 개인주의 성향이 집단주의 성향에 비해 온라인 활동과 더 깊게 관련이 된다는 것은 본 논문의 서두에서도 언급한 바 있다 (Lee & Suk, 2017; Uhls & Greenfield, 2011). 여기에 더하여, 비록 SNS라는 구체적인 맥락은 아니지만, 사이버 중독과 관련된 기존 연구들은 특히 가족과의 부정적인 관계나 소통 문제가 사이버 중독과 관련됨을 꾸준히 밝히고 있다 (Fumero et al., 2018; Wu et al., 2016). 이러한 결과를 토대로 제기해 볼 수 있는 가능성은, 혈족 개인주의란 특히 가족이나 친척에 대한 독립성을 강조하며 가족 간 약한 결속력을 가지는 특징을 보이기 때문에, 이 부분이 온라인 중독의 위험 요소로 작용하는 것이 아닌지 의심해 볼 수 있다.

이러한 가능성은 기존의 일부 연구에 의해서 어느 정도 지지되어 왔다. 예를 들어 가족과의 약한 결속으로 인해 소외를 경험하는 개인일수록 SNS를 대안으로 사용할 수 있다는 주장도 존재한다(장재홍, 2004; 전영자, 서문영, 2006). 다만 본 연구에서는 가족 응집성이나 가족내 소외와 같은 변수를 직접 측정하지는 않았기 때문에 이 가능성이 얼마나 타당성이 있는지, 실제로 SNS상의 혈족 개인주의 경향이 강할수록 가족 간 유대가 줄어드는지는 확실하지는 않다. 또한 기존의 SNS 중독과 가족

관련 연구들의 경우 거의 모든 연구가 오프라인상의 가족관계를 측정하였을 뿐, 온라인상의 가족 간의 상호작용을 측정하지는 않았기 때문에, 기존 연구들의 논리가 얼마나 적용될 수 있을지도 역시 확실하지는 않다.

둘째, 인과관계를 반대로 설정하여, SNS를 과도하게 이용함으로 인해 혈족 개인주의 경향이 증가하는 가능성도 생각해 볼 수 있다. 이론적 배경에서도 살펴봤듯이 SNS는 친교 기능과 유희, 정보 확산의 기능을 수행한다. 비록 혈족이든 비혈족이든 이 기능은 모두 수행할 수 있으나, 현실적으로 SNS상에서의 상호작용은 가족보다는 주로 가족이 아닌 친구나 지인, 혹은 모르는 타인들 사이에 일어나는 경우가 훨씬 더 많다. “친구요청”, “친구수락”, “친구관리”, “팔로우” 등과 같이 SNS상에서 사용되는 어휘들만 보아도 이 활동이 기본적으로 가족이라기보다는 비가족 타인과의 활동을 전제로 하고 있음을 보여준다.

즉, SNS에 꾸준히 오랜 기간 노출되고, 또 “친구”, “팔로우”와 같이 타인과의 상호작용을 유도하는 단어들에 많이 노출됨에 따라 자연스럽게 혈족 개인주의 성향이 조장되는 것이 아닌지 의심해 볼 수도 있다.

다만 이 가능성 역시 논리적으로는 가능하지만, 실제로 작동하는지에 대해서는 본 연구의 자료만 가지고는 알기가 어렵다. 이를 밝히기 위해서는 SNS에 대한 노출도를 독립변인으로 삼아, 노출도에 따른 집단 간 문화성향의 차이를 실험적 방식으로 검증해보는 연구가 필요하다.

위와 같은 이유에서, 본 연구에서 드러난 SNS 혈족 개인주의의 효과를 명확하게 해석하는 것은 쉬운 일이 아니다. 그럼에도 불구하고, 본 연구에서 제기된 가능성이 실제로 작

용한다고 가정하면, 이는 오프라인 못지않게 SNS상에서의 가족과의 관계 역시 온라인 중독에서 중요한 변수가 될 수 있다는 점을 시사하는 결과라 할 수 있다. SNS상에서 가족들과 어떤 식으로 소통하는지는 SNS 관련 연구에서도 거의 이루어지지 않는 주제라 할 수 있다. 본 연구의 결과는 향후 SNS 연구에 있어 새로운 연구주제를 제시했다는 점에서도 의미가 있을 것이다.

본 연구의 결과 중 기존 연구들의 결과와 일치하지 않는 또 하나의 차이점은 문화성향에 있어서의 성차였다. 선행 연구들에 의하면 남성은 여성에 비해서 개인주의적 성향이 강한 편이었으며, 이는 최소한 서구권 연구에서는 일관되게 보고된 바 있다(Cross & Madson, 1997; Hofstede, 2001). 하지만 본 연구에서는 여성이 남성에 비해서 SNS 비혈족 개인주의 성향이 유의미하게 높았으며, 남성은 여성에 비해서 SNS 혈족 집단주의 성향이 강하였다. 이러한 결과에 대해 다음과 같은 몇 가지 가능성을 제시해 볼 수 있다.

먼저 가장 단순한 가능성으로는 SNS 문화성향 척도에서 비혈족 개인주의를 측정하는 문항들이 여성들로 하여금 보다 높은 점수를 선택하도록 작성되었을 가능성이다. 여성과 남성의 SNS 사용 동기는 미묘하게 다른데, 여성은 남성에 비해 기존에 사귀 친구들과의 관계 유지를 위해 SNS를 활용하는 경향이 큰 편이다(Krasnova et al., 2017). 하지만 본 연구의 SNS 비혈족 개인주의 문항들은 대상을 친구뿐만 아니라 낯선 타인을 모두 포함하고 있었기 때문에, 이러한 성별 특징들이 두드러지지 않았던 것은 아닌지 의심해 볼 수 있다.

둘째, SNS 사용이 개인주의 성향을 증가시키는 효과가 실제로 있다면 이러한 성차가 발

견될 수 있다. 본 연구의 결과에도 드러났듯이, 남성에 비해서 여성이 SNS 사용량이 많고 SNS 중독성에도 취약하였다. 만약 SNS 사용이 개인주의 성향을 유도하는 작용을 한다면, SNS 사용이 많은 여성이 온라인상에서 개인주의화되는 경향이 남성에 비해 더 강할 수도 있다. 본 연구에서 지속적으로 언급되었듯이, 온라인상에서의 문화성향과 오프라인 환경에서의 문화성향은 꼭 일치할 필요는 없다. 남성이 여성보다 개인주의 경향성이 높은 것은 오프라인상에서 문화성향을 측정하였을 경우이며, 실제 온라인 상에서는 반대의 패턴이 발견될 수 있다는 가능성도 생각해 볼 수 있다.

연구의 한계와 향후 연구에 대한 제언

본 연구의 결과는 온라인 환경과 오프라인 환경이라는 조건에 따른 독립된 문화성향의 측정을 시도했다는 점에서 기존연구와의 차별점이 존재한다. 또 이를 통하여 과도한 SNS 사용과 SNS 혈족 개인주의와의 관계에 대한 의미 있는 결과를 도출할 수 있었다. 이러한 의의에도 불구하고, 본 연구는 여러 한계를 가지고 있다. 현대 사회의 핵가족화와 일인가구의 증가 등 SNS 사용을 배양하는 사회 구조적 변화는 더욱 가속화되고 있기 때문에, 향후 이 주제들은 더욱 많은 학자들의 관심사가 될 것으로 전망할 수 있다. 따라서 추후 연구들은 본 연구의 다음과 같은 한계를 면밀히 검토하여 이를 보완할 필요가 있다.

첫째, 본 연구는 SNS 사용과 문화성향간의 관련성에 영향을 미치는 연령의 효과를 청소년과 젊은 성인의 두 집단을 포함함으로써 알아보고자 하였다. 그러나 두 연령집단은 연령

뿐만 아닌 교육 수준, 온라인문화에 대한 수용도 등에 있어서도 차이가 나는 다른 코호트 집단(cohort group)이다. 연령의 효과를 제대로 알아보기 위해서는 횡단연구가 아닌 종단연구가 이루어져야 함은 명백하다 하겠다.

두 번째로, 본 연구에서는 SNS 비사용자들의 문화성향을 분석하지 못하였다. SNS 사용자와 비사용자 간의 차이를 비교하는 것 역시 관련 변인들의 영향을 파악하는 데 효과적인 방법이다. 하지만 본 연구에서는 SNS를 사용하지 않는다고 대답한 응답자가 너무 소수였던 관계로 이를 분석하지 못하였다. 또한 SNS를 사용하지 않는 사람들의 경우 교육 수준이나 사회경제적 지위 등 본 연구에서 고려하지 않은 많은 변수들에 있어 이질적인 집단일 수도 있다. 미래의 연구에서는 이러한 부분들을 고려하여 SNS 비사용자들의 특징을 탐구하는 연구를 수행할 필요가 있다.

마지막으로 SNS 문화성향 척도에 대한 논의도 필요하다. 본 연구에서 사용한 SNS 문화성향 측정치는 기존의 오프라인 척도를 활용하여 이를 온라인 환경으로 변형하여 제작한 것이다. 비록 요인 구조 확인을 통해 최소한의 타당화 확인작업을 병행하긴 했으나, 엄밀한 의미에서 본 연구는 척도 개발과 타당화 연구라고 볼 수는 없다. 엄정한 타당화 작업을 위해서는 사실 각각의 문항들의 효과를 면밀히 관찰할 필요가 있기 때문에, 문항 묶음 방식을 통해 전체적인 적합도를 확인한 본 연구의 방식은 이상적인 타당화 작업이라고 보기가 어렵다. 또한 본격적인 타당화 작업에는 유사 변인을 포함하여 준거 타당도(criterion validity) 정보가 필요하며, 또 검사-재검사 신뢰도 등의 정보 역시 요구될 것이다. 즉, 본 연구에서 사용된 측정치는 기존에 SNS 문화성향

측정치가 없는 관계로 개발된 ‘임시’ 측정치로 볼 필요가 있으며, 추후 보다 엄밀한 절차를 통해 구체적인 타당도 정보가 확인될 필요가 있다.

그와 동시에, 본 연구에서 사용된 측정치 문항들은 2021년 현재 주로 사용하는 SNS 플랫폼들의 주요 기능을 토대로 제작되었으나, 추후 새로운 어플리케이션이나 더욱 고도화된 기능이 추가될 경우 그와 연동하여 설문 문항들도 변경할 수 있음을 인지할 필요가 있다.

그럼에도 불구하고, SNS상의 문화성향을 측정하는 방식 자체가 없는 현실에서 본 연구의 측정치는 온라인 문화성향 측정 방식을 개척하였다는 점에서 의의를 찾을 수 있다고 자평한다.

추가적으로 본 연구의 결과와 방법을 기존 연구의 결과들과 접목시켜 볼 것을 제안한다. 본 연구의 주된 관심은 사용자들의 문화성향에 따른 SNS의 사용 정도였으며, 이를 확인하기 위하여 SNS 사용량을 주요 변수로 두었다. 하지만 경우에 따라서는 SNS 사용량보다는 문화성향의 차이에 따른 SNS 사용 방식이나 인적 네트워크의 차이 등에 관심을 두는 연구도 존재한다(Na, Kosinski, & Stillwell, 2014). 예를 들어 집단주의 성향을 가진 사용자들은 SNS상에서의 끈끈한 네트워크를 기반으로 다른 친구들과의 관계를 형성하는 데에도 연결성이 강화되는 반면, 개인주의 성향을 가진 사용자는 보다 폭넓은 네트워크를 추구하지만, 친구들 간의 연결 관계가 느슨한 경향을 보인다는 것이다(Na, Kosinski, & Stillwell, 2014). 추후의 연구들은 이렇듯 단순히 양적인 차이뿐 아닌 문화성향에 따른 SNS 사용 방식의 차이를 집중하여 분석할 필요가 있음을 제안한다.

참고문헌

- 과학기술정보통신부 (2020). 2019년 인터넷이
용실태조사 최종보고서.
Retrieved From <https://vo.la/LbMjP0>.
- 김은미, 박소라, 나은영 (2015). 네트워크화된
개인의 등장: 청소년의 SNS 활용과 관계
인식. *한국방송학회*, 29(4), 187-224.
- 김지하, 김민희 (2014). 성격 특성과 친애욕구
가 페이스북 활동과 SNS 중독경향성에 미
치는 영향. *한국심리학회 학술대회 자료집*,
2014(1), 430-430.
- 나종연 (2010). 사용확산모형을 적용한 소비자
의 온라인 소셜 네트워크 활용에 대한 연
구. *소비자학연구*, 21(2), 443-472.
- 안은영 (2020). SNS 이용이 청소년의 교우 관
계에 미치는 영향-SNS 중독과 사이버 폭
력 또는 사이버불링을 중심으로. *사회복지
경영연구*, 7(2), 257-273.
- 안중근 (2021). 대학생의 SNS 중독경향성 영향
요인 구조모형: 역기능적 분노 표현과 관계
적 공격성의 매개효과를 중심으로. *고려대
학교 석사학위논문*.
- 여성가족부 (2021). 2020년 청소년 매체 이
용 및 유해환경 실태조사_기초통계결과표.
Retrieved From <https://vo.la/jc2yAs>.
- 이인영, 박혜경 (2020). 문화를 비추는 거울:
대중음악 선호에 반영된 한국인의 문화성
향을 중심으로. *한국심리학회지: 문화 및
사회문제*, 26(3), 221-257.
- 장재홍 (2004). 부모의 자녀 양육태도가 중학
생의 인터넷 중독에 미치는 영향: 인터넷
사용욕구를 매개로. *상담학연구*, 5(1), 113-
128.
- 장 훈 (2013). 인터넷 기반 커뮤니케이션과
인간관계. *한국심리학회지: 문화 및 사회문
제*, 19(2), 259-283.
- 전영자, 서문영 (2006). 중, 고등학생의 인터넷
중독과 관련 변인 연구. *대한가정학회지*,
44(3), 13-25.
- 정소영, 김종남 (2014). 대학생용 SNS 중독경향
성 척도개발 및 타당화 연구. *한국심리학
회지: 건강*, 19(1), 147-166.
- 한자연, 조한익 (2021). 대학생의 대인관계 유
능성과 SNS 중독 경향성에서 수용의 매개
효과. *학습자중심교과교육학회*, 21(9), 517-
528.
- Abbas, R., & Mesch, G. S. (2015). Cultural values
and Facebook use among Palestinian youth
in Israel. *Computers in Human Behavior*, 48,
644-653.
- Al Mamun, M. A., & Griffiths, M. D. (2019).
The association between Facebook addiction
and depression: A pilot survey study among
Bangladeshi students. *Psychiatry Research*, 271,
628-633.
- Alsaleh, D. A., Elliott, M. T., Fu, F. Q., &
Thakur, R. (2019). Cross-cultural differences in
the adoption of social media. *Journal of
Research in Interactive Marketing*, 13(1), 119-
140.
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D.,
Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., &
Pallesen, S. (2016). The relationship between
addictive use of social media and video games
and symptoms of psychiatric disorders: A
largescale cross-sectional study. *Psychology of
Addictive Behaviors*, 30(2), 252-262.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives
of networked teens*. New Heaven. CT: Yale

- University Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network Sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Cho, G. Y., & Kim, Y. H. (2014). Factors influencing SNS addiction among university students. *Journal of Fisheries and Marine Sciences Education*, 26(5), 1138-1150.
- Lee, C., Kim, J., & Choi, Y. (2015). How do individual-level cultural orientations affect electronic word-of-mouth(eWOM) communications in social networking sites (SNSs) within and across countries?. *Korean Journal of Journalism and Communication Studies*, 320-355.
- Costa P. T., & McCrae R. R. (1992). Revised NEO personality inventory (NEO-PI-R) and NEO five-factor inventory (NEO-FFI) professional manual. *Odessa, FL: Psychological Assessment Resources*, 39-55.
- Cross, S.E., Madson, L. (1997). Models of the self: self-construals and gender. *Psychological Bulletin*. 122 (1), 5-37.
- Drach, R. D., Orloff, N. C., & Holmes, J. M. (2021). The emotion regulatory function of online social networking: Preliminary experimental evidence. *Addictive Behaviors*, 112, 106559.
- Fumero, A., Marrero, R. J., Voltes, D., & Peñate, W. (2018). Personal and social factors involved in internet addiction among adolescents: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 86, 387-400.
- Gong, M., Xu, M., Luqman, A., Yu, L., & Masood, A. (2020). Understanding the role of individual differences in Mobile SNS Addiction. *Kybernetes*, 49(12), 3069-3097.
- Greenfield, P. M. (2009). Linking social change and developmental change: Shifting pathways of human development. *Developmental Psychology*, 45, 401-418.
- Hardy, B. W., & Castonguay, J. (2018). The moderating role of age in the relationship between social media use and mental well-being: An analysis of the 2016 general social survey. *Computers in Human Behavior*, 85, 282-290.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organization across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hui, C. H. (1988). Measurement of individualism-collectivism. *Journal of Research on Personality*, 22, 17-36.
- Jackson, L. A., & Wang, J.-L. (2013). Cultural differences in social networking site use: A comparative study of china and the United States. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 910-921.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research. *Sociology The Journal Of The British Sociological Association*, 19-32.
- Kim, K., & Kim, U. (1997). Conflict, in-group and out-group distinction and mediation: Comparison of Korean and American students.

- In Kwok, L., Uichol, K., Susumu, Y. & Yoshihisa, K. (Eds.), *Progress in Asian social psychology*, 247-260. Singapore: Wiley.
- Kim, R., & Coleman, P. T. (2015). The Combined Effect of Individualism - Collectivism on Conflict Styles and Satisfaction: An Analysis at the Individual Level. *Peace and Conflict Studies*, 22(2), Article 3.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., Eling, N., & Buxmann, P. (2017). Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *The Journal of Strategic Information Systems*, 24(4), 261-284.
- Lee, E., Ahn, J., & Kim, Y. J. (2014). Personality traits and self-presentation at Facebook. *Personality and Individual Differences*, 69, 162-167.
- Lee, E., & Suk, H. (2017). The Effects of Individualism-Collectivism Propensity, Social Capital, Participation Activity of Social Network Service Users on Fashion Brands Relationship Orientation. *Fashion; Textile Research Journal*, 19(2), 194-206.
- Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfeld, P. M. (2012). Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns and well-being. *Developmental Psychology*, 48(2), 369-380.
- Marshall, T. C., Lefringhausen, K., & Ferenczi, N. (2015). The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates. *Personality and Individual Differences*, 85, 35-40.
- Mesch, G. S., & Talmud, I. (2010). *Wired youth: The Social World of adolescence in the information age*. Routledge.
- Na, J., Kosinski, M., & Stillwell, D. J. (2014). When a new tool is introduced in different cultural contexts. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45(3), 355-370.
- Quinn, S., & Oldmeadow, J. A. (2012). Is the i-generation a 'we' generation? Social networking use among 9- to 13-year-olds and belonging. *British Journal of Developmental Psychology*, 31(1), 136-142.
- Realo, A., Allik, J., & Vadi, M. (1997). The Hierarchical Structure of Collectivism. *Journal of Research in Personality*, 31(1), 93-116.
- Rhee, E., Uleman, J. S., & Lee, H. K. (1996). Variations in collectivism and individualism by ingroup and culture: Confirmatory factor analyses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 1037-1054.
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402-407.
- Shneor, R., & Efrat, K. (2014). Analyzing the impact of culture on average time spent on social networking sites. *Journal of Promotion Management*, 20(4), 413-435.
- Singelis, T. M., Triandis, H. C., Bhawuk, D. P. S., & Gelfand, M. (1995). Horizontal and

- Vertical dimensions of individualism and collectivism: A theoretical and measurement refinement. *Cross-Cultural Research*, 29, 240-275.
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2322-2329.
- Takano, Y., & Osaka, E. (1998). An unsupported common view: Comparing Japan and the U.S. on individualism/collectivism. *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 311-341.
- Tang, C. S., & Koh, Y. Y. (2017). Online social networking addiction among college students in SINGAPORE: Comorbidity with behavioral addiction and affective disorder. *Asian Journal of Psychiatry*, 25, 175-178.
- Triandis, H. C., Bontempo, R., Villareal, M. J., Asai, M., & Lucca, N. (1988). Individualism and collectivism: Cross-cultural perspectives on self-ingroup relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 323-338.
- Triandis, H. C. (1991). *Manual of instruments for the study of allocentrism or collectivism and idiocentrism or individualism*. Unpublished manuscript, University of Illinois.
- Triandis, H. C. (1995). Individualism & collectivism, Boulder, CO: Westview.
- Triandis, H. C., & Gelfand, M. J. (1998). Converging measurement of horizontal and vertical individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 118-128.
- Tsitsika, A. K., Tzavela, E. C., Janikian, M., Ólafsson, K., Iordache, A., Schoenmakers, T. M., ... & Richardson, C. (2014). Online social networking in adolescence: Patterns of use in Six European countries and links with Psychosocial Functioning. *Journal of Adolescent Health*, 55(1), 141-147.
- Uhls, Y. T., & Greenfield, P. M. (2011). The rise of fame: *CyberPsychology: Journal of Psychosocial Research of Cyberspace*, 5(1). Retrieved from <https://vo.la/mMNmpW>.
- Uleman, J. S. (2018). I/C:Individualism / collectivism or individuate/ categorise? *Asian Journal of Social Psychology*, 21(4), 317-323.
- Wang, J., Jackson, L. A., Wang, H., & Gaskin, J. (2015). Predicting Social Networking Site (SNS) use: Personality, attitudes, motivation and Internet self-efficacy. *Personality and Individual networked individualism. Journal of Computer-Mediated Communication*, 8, 1-43.
- Wu, A. M., Li, J., Lau, J. T., Mo, P. K., & Lau, M. M. (2016). Potential impact of internet addiction and protective psychosocial factors onto depression among Hong Kong Chinese adolescents - direct, mediation and moderation effects. *Comprehensive psychiatry*, 70, 41-52.

논문 투고일 : 2022. 06. 16
1 차 심사일 : 2022. 07. 05
2 차 심사일 : 2022. 07. 21
게재 확정일 : 2022. 08. 04

**Collectivistic-Individualistic Tendency and
its Relationship to SNS Usage:
A Hierarchical Regression Analysis Controlling
for Collectivistic-Individualistic Tendency in Offline Environment**

Gyeonwon Jang

Sungjoo Jeon

Geunyoung Kim

Department of Psychology, Sogang University

The current study analyzes the usage of social network services(SNS) according to one's collectivistic and individualistic tendency and the relationship with addiction. Additionally, the study attempted to control intrapersonal variables such as gender, personality, and age, which affect SNS the usage. Also, Collectivistic-individualistic tendency in SNS and offline environment may not correspond to one another. Therefore, the study measured the collectivistic-individualistic tendency regarding of the two environment separately. For this purpose, we designed a new measurement scale to measure collectivistic-individualistic tendencies in for the SNS by involving a kin vs nonkin context. The sample consisted of 253 adolescents ranging from 13 to 15 years old and 246 adults ranging from 18 to 25 years old, which sums up to 499 samples in total. Results indicated that individualistic tendency within SNS showed a positive relationship with the amount of SNS usage and SNS addiction. Furthermore, female users spent more time on SNS and showed a higher level addiction than males. While adults had longer experience with SNS and spent more time on it daily than adolescents, they did not show a significant difference in regards to SNS addiction. The correlation analysis indicated that collectivistic-individualistic tendencies in SNS were weakly correlated to that of offline environments. The kin individualistic tendency in SNS significantly predicted SNS addiction after controlling for the effect of age, personality, gender, and offline collectivistic-individualistic tendency. Taken together, these findings indicate the need for an appropriate collectivistic-individualist tendency scale that correspond to the SNS context. The results also suggest that kin individualistic tendency in the SNS environment can be the main factor for SNS addiction.

Key words : SNS usage, SNS addiction, Collectivism-individualism, Kin-nonkin, Hierarchical regression analysis