

SNS 사용자의 서버계정 관리행동에 대한 탐색*

박 상 철**

<목 차>

I. 서론	IV. 연구결과
II. 이론적 배경	4.1 범주도출과정
2.1 SNS 이용행동 연구	4.2 패러다임 모형을 통한 축코딩 분석
2.2 근거이론방법을 활용한 사용자행동 규명연구	4.3 선택코딩과 범주간의 과정분석
III. 연구방법	V. 결 론
3.1 근거이론방법	5.1 연구요약
3.2 연구대상 및 자료수집과정	5.2 연구 시사점
3.3 연구의 타당성	5.3 연구한계점 및 향후 연구방향
	참고문헌
	<Abstract>

I. 서론

소셜네트워크서비스(social network service, 이하 SNS)는 사용자의 일상경험과 평소 생각, 그리고 의견 등을 자유롭게 공유하는 온라인 플랫폼이다. 모바일 기기가 대중화되면서 SNS는 인간이 소통하고 커뮤니티를 구성할 수 있는 주요 수단이 되었다. SNS 기능이 다변화되고 복수화되면서, 사용자가 다양한 SNS 계정을 보유하고 관리하는 행동은 더 이상 새로운 일이 아니다(조민선과 한혜원, 2019). SNS 사용 행태 측면에서 보면, 과거 특정 SNS 플랫폼이

이슈가 될 때, 사용자는 관심사나 일상을 모두 그곳에 집중적으로 업로드하는 특징을 보였고, 또 다른 SNS가 부상하면 그곳으로 이동하여 주변인들과 게시물을 공유하는 행태적 특징을 보였다. 이에 학술연구에서도 이와 같은 행동적 현상을 채택 후 사용, 사용 전환이라는 이론적 시각으로도 설명이 가능했다(Wu et al., 2014; Maier et al., 2021).

그러나 최근에는 사용자가 특정 인기 SNS에 집중하기보다는 다양한 SNS 플랫폼의 특성에 맞춰 여러 계정을 자유롭게 유연하게 이용하는 경향이 두드러지고 있다. 예를 들어, 페이스북

* 이 연구는 2020학년도 대구대학교 학술연구비지원으로 수행되었음.

** 대구대학교 경영학부, spark77@daegu.ac.kr(주저자)

은 텍스트 위주의 포스팅과 오프라인 인맥관리 위주로 사용하고 있고, 인스타그램은 이미지 위주의 포스팅, 트위터는 정치적인 의견을 표출하는 채널로 삼는 것이 그러하다. 또는 인스타그램의 복수계정 이용을 통해 여러 계정을 자신의 상황에 따라 유연하게 사용하는 것도 같은 맥락이다. 이 과정에서 사용자가 여러 SNS 계정에서 서로 상반된 라이프스타일과 정체성을 보이는 경우도 많아졌다(김난도 외, 2019). 예컨대, SNS 특성별로 이용방법을 달리 할 수 있고, SNS의 서브계정을 통해 자신의 다양한 자아 정체성을 표출하는 등의 여러 페르소나(persona)를 사용할 수도 있다.

이러한 독특한 행동은 기존 연구에서 다루어진 수용, 채택 후 사용, 전환 등의 이론적 프레임에 적용하여 현상을 설명하는 것에는 일정 부분 한계가 있다. 이러한 한계를 극복하기 위해서는 사용자들이 복수의 계정을 만들어 사용하는 행동에 관한 현상학적 탐구가 필요하다. 따라서 본 연구는 다수의 서브계정을 보유한 사용자의 이용 과정에 대한 탐색에 중점을 두고자 한다. 이에 본 연구는 다음의 연구주제를 제시하였다.

<연구주제 1> 사용자는 여러 개의 SNS 계정을 왜 그리고 어떻게 이용하고 있는가?

<연구주제 2> 서브계정 보유는 이들의 사용 행동에 어떤 변화를 가져오고 있는가?

본 연구는 특정 SNS 플랫폼을 어떻게 이용하고 있는가에 초점을 두지 않고, 사용자가 왜 서브계정을 만들고 있고, 서브계정 이용을 통해 결과적으로 어떠한 행태적 변화가 형성되는지

를 살펴보고자 한다. 이를 위해서 본 연구는 질적연구방법인 근거이론방법(grounded theory method, 이하 GTM)을 활용한다. 본 연구에서 GTM을 활용하는 이유는 다수의 SNS 계정을 보유한 사용자의 행동을 기존의 정형화된 이론적 프레임에서 설명하기 어렵다는 한계를 극복하기 위함이다. 본 연구는 GTM를 이용하여 연구자의 시각이 아닌 사용자의 관점에서 이들의 경험자료를 근거로 행동과정을 규명하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 SNS 이용행동 연구

선행연구는 사람들이 SNS를 이용하는 이유로 이곳에서 새로운 친구를 만들거나, 기존 친구들과의 관계를 유지하기 위함임을 밝히고 있다(e.g., Lin and Lu, 2011; Zhong et al., 2011). 또한 SNS 플랫폼을 마치 지역사회 구성원을 친숙한 장소로 다시 이끌어 내는 일종의 사회적 유대관계가 형성된 물리적 공간으로 바라보는 흥미로운 관점의 연구도 존재한다(Maier, et al., 2021). 이외에도 SNS 플랫폼을 개인의 사회적 니즈를 만족시킬 수 있는 간단한 기술 프레임을 제공하여 사용자들을 참여시키는 사회적 기술로 간주하기도 한다(Tarafdar et al., 2020).

SNS에 대한 연구는 Tredinnick(2006)가 SNS를 사용자 참여와 사용자 생성 콘텐츠가 주도하는 온라인 커뮤니티 웹사이트로 정의한 이래로, Boyd and Ellison(2007)의 연구를 거쳐

다양한 관점에서 실증분석이 진행되었다(e.g., Wang et al., 2015; Wilson et al., 2012; Zhang and Leung, 2014; Maier et al., 2021). 특히, 선행연구는 주로 SNS의 확산에 맞춰 관련 연구들은 사용자 행동에 초점을 두고 사용자의 이용동기(motivation) 탐색 또는 사용의도(intention) 형성에 영향을 미치는 요인발굴에 중점을 두었다(e.g., Cheung et al., 2011; Lin and Lu, 2011). 이후 SNS를 사용하는 이유와 그 결과를 다루던 선행연구는 사용을 주저하거나 중단하는 이유/결과에 초점을 둔 연구로 관점이 이동하게 되며, 구체적으로, 프라이버시(privacy), 정보공개(information disclosure), 불확실성 우려(uncertainty concerns) 등의 이슈를 SNS 사용행동에 적용한 연구들로 나타나게 된다(e.g., Antheunis et al., 2010; Debatin et al., 2009; Waters and Ackerman, 2011).

현재까지 선행연구들이 사용자 행동과 관련된 다양한 요인들을 도출하고, 그 효과를 일관되게 검증하여 학술적으로 공헌한 부분에 대해서는 이견의 여지가 없다. 이들 연구의 공통점은 사용자가 SNS에 자신의 상황을 업데이트하고 사진을 올리는 등의 공통된 행동을 다양한 학술적 시각에서 설명하고 있다는 점이다.

한편, SNS 사용이 개인의 일상이 된 지금, 복수의 SNS 플랫폼을 자신의 취향에 맞춰 사용하는 일은 더 이상 새로운 일이 아니다. 이것은 학술적으로 사용자의 취향에 따라 SNS 플랫폼을 달리 사용하고 있는 독특한 행동을 기존의 이론적 틀을 적용하여 설명하는데 한계가 있음을 의미한다. 그럼에도 불구하고, 이 현상을 설명하기 위한 일부 연구가 존재한다. 예컨대, 사용자의 오프라인 자아와 SNS에서의 자아 간의

불일치에 영향을 미치는 요인들을 탐색한 연구가 그러하다. 유은아와 최지은(2015)의 연구에 의하면, SNS 이용자들은 다른 사람의 시선과 평가에 주의를 기울이고, 자신의 이미지를 SNS 안에서 긍정적으로 표현하길 원하기 때문에 SNS상에서 보이는 이미지와 실제 오프라인에서의 이미지 간에 간극이 존재할 수밖에 없다고 설명하고 있다.

이외에도 사용자 관심기반의 계정형성과 커뮤니케이션 형성과정을 분석한 연구가 있는데, 인스타그램 사용자는 관심사 기반의 계정을 중심으로 여러 개의 페르소나를 구축하고 이를 이미지의 형태로 재구성하는 특징이 있다고 언급하고 있다(조민선과 한계원, 2019). 이 연구에서는 사용자가 각각의 페르소나를 해시태그를 통해서 네트워크 자아와 연결시키고, 나아가 관심 기반 계정 중심의 공동체를 형성하고 있다고 설명하고 있다. 특히, 인스타그램 사용자는 동일한 관심사와 취미를 공유하는 불특정 다수의 사용자와 해시태그를 통해 집합적 감정을 공유하게 되며, 느슨한 관계의 연결을 통해서 사용자들이 일종의 놀이공동체를 형성하고 있음을 언급하고 있다.

한편, SNS 사용자의 다중정체성과 대인관계에서의 감정적 요소 간의 관계를 규명한 연구도 주목할 만하다(최보미 등, 2016). 이 연구에서는 SNS 사용행동을 사용자의 다중정체성으로 표현하는 멀티페르소나(multi-persona) 차원에서 설명하고 있다. 구체적으로 타인과의 거리감, 상대적 박탈감, 타인 반응에 대한 압박감, 그리고 사회적 규범의 영향이라는 대인관계에서 나타나는 감정적 요소와 멀티페르소나 성향의 상관관계 분석을 통해 사용자들이 현실과는

다른 개인의 정체성을 SNS에서 형성할 가능성을 제시하였다.

선행연구의 흐름을 볼 때, 특정 SNS를 중심으로 사용자의 행동을 설명하였고, 이후 복수의 SNS 플랫폼 출현에 따라 사용자들이 다양한 계정 생성과 이에 따른 현실과 다른 정체성을 형성하는 과정을 보여주고 있음을 확인할 수 있다. 이것은 SNS 특성별로 여러 개의 SNS를 사용하거나, 특정 SNS에서 복수의 계정을 사용하는 사용자의 독특한 행동과정을 관찰할 수 있는 학술적 탐색기회의 포착을 의미한다. 이에 본 연구에서는 왜 사용자들이 서브계정을 만들고, 이를 어떻게 이용하고 있는지에 대한 현상을 관찰하여 기존의 학술적 접근의 한계를 극복하고자 한다.

2.2 근거이론방법을 활용한 사용자행동 규명 연구

근거이론방법론(grounded theory methodology, 이하 GTM)은 질적 자료를 수집하고 분석하는데 활용되는 연구 방법이다 (Strauss and Corbin 1990). GTM은 자료에 근거해서 이론을 구성하는데 주로 사용되는 방법으로, 특정 현상에 대한 이론적 토대가 부족하면서 계량적 접근이 쉽지 않은 정보기술 사용 행동을 설명하는데 적절한 방법론으로 활용할 수 있다(이용규, 2015).

Wiesche et al.(2017)은 정보시스템 주요 저널에서 중 GTM을 활용했던 43개의 논문을 분석하여, 정보시스템 연구에서 GTM이 어떻게 적용되고, 적용 방법에 따라 연구에 대한 기여도를 어떻게 제시하고 있는지를 분석하였다. 이

들 연구에서는 분석 논문 중 10편의 논문이 이론개발과 관련되어 있었으며, 33개의 논문이 새로운 현상을 설명하기 위한 목적으로 활용되고 있음을 발견하였다.

GTM을 활용한 디지털 기술 사용자 행동 규명 연구는 행동 과정이 기존의 이론적 틀로는 설명하기 어려운 한계를 극복하기 위한 목적이 있다는 공통점이 있다. 예를 들어, 사용자의 자유로운 온/오프라인 쇼핑 채널을 넘나들며 쇼핑을 하는 행위, 소프트웨어 업데이트 과정, 비밀번호 재설정 행동이나 스팸메일 삭제 행동 (박상철 등, 2020) 등이 이에 해당한다(박상철, 2019; 박상철과 이용규, 2017; 박상철 등, 2020). 박상철과 이용규(2017)의 연구에서는 크로스오버 쇼핑이라는 온/오프라인 채널을 넘나드는 새로운 현상을 GTM을 이용하여 설명하였다. 또한 박상철(2019)의 연구에서는 사용자가 불편함을 인지했음에도 불구하고, 이를 반드시 해야만 하는 애플리케이션 비밀번호 변경 행동과정을 GTM을 활용하여 설명하였다. 이는 비밀번호 변경행동에 대한 규명이 기존의 정보기술 사용이론으로는 설명할 수 없는 블랙박스 영역이기에 가능했다. 이외에도 박상철 등 (2020)의 연구에서는 디지털 기술사용에 따른 불필요한 노력이라 불리는 그림자노동의 형성 및 전개 과정을 GTM을 활용하여 제시하였으며, 이용규(2019)의 연구에서는 SNS에 대한 일시적 비사용 행동을 규명하기 위해 GTM을 활용한 바 있다.

결국, GTM이 이론개발을 목적으로 한 질적 연구방법 중의 하나이지만, 실제 정보시스템 연구분야에서는 이론적 시야를 보다 풍부하게 제시할 수 있는 방법으로 간주하고 있음을 알 수

있다. 본 연구 또한 SNS 사용자의 서브계정 생성과 이용행동에 대한 독특한 현상을 다루고 있어 GTM 활용에 적합한 연구맥락을 가지고 있다.

Ⅲ. 연구방법

3.1 근거이론방법

GTM은 연구자가 수집한 질적자료를 분석하고, 이를 토대로 특정개념을 만들어 내는 과정을 반복함으로써 새로운 개념을 만들거나 개념 간의 관계를 정립하는 데 활용된다(Strauss and Corbin 1990). GTM을 통해 연구자는 인터뷰 대상자로부터 수집된 자료를 코딩하게 되는데, 크게 개방코딩(open coding), 축코딩(axis coding) 그리고 선택코딩(selective coding)의 단계를 거친다.

개방코딩은 특정현상을 설명하기 위해, 자료 검토를 진행하여 궁극적으로 개념(concept)을 발견하는 과정을 말한다. 축코딩은 개방코딩 단계에서 확인된 개념들을 범주화(categorization)하여 각 개념으로 형성된 주제를 찾는 과정이다. 이 단계에서는 어떤 범주를 축으로 해서 이와 관련된 구조를 만드는가가 핵심이 된다. 일반적으로 축코딩의 분석도구인 패러다임 모형을 이용하여 범주들 간의 연관성을 검토하면서 상황의 변화를 설명하는 시도를 많이 한다(Strauss and Corbin, 1990). 마지막으로 선택코딩은 범주를 통합하여 중심현상을 기술하는 단계로, 이 단계에서는 범주 간의 관계를 체계화할 수 있다. 선택코딩은 범주를 통합하고 중심

범주를 기술하는 단계로써 체계화된 범주 간의 연결내용을 토대로 이야기윤곽(storyline)을 명확히 하여 이론의 근거를 제안하게 한다. 본 연구는 GTM의 절차에 따라 질적자료를 개방코딩 → 축코딩 → 선택코딩의 단계에 맞춰 분석하였으며, 각 단계를 순환적으로 반복함으로써 사용자의 서브계정 보유행동 과정을 설명하였다.

3.2 연구대상 및 자료수집 과정

본 연구의 연구대상 선정과 조사는 근거이론의 포화법칙에 따라 새로운 정보가 더 이상 확인되지 않는 시점까지 진행되었다. 최종적으로 본 연구에서 수행된 인터뷰 조사에 참여한 응답자 수는 14명이다. 총 3차례의 인터뷰를 진행하였으며, 개방코딩 및 축코딩을 위해 1, 2차 인터뷰를 진행하였고, 코딩을 통해 확보된 모형을 검증하기 위한 목적의 선택적 코딩은 3차 인터뷰를 통해 이루어졌다.

한편, 본 연구의 인터뷰 기간은 2020년 9월 14일부터 2020년 12월 12일까지 약 3개월이 소요되었다. 1차 인터뷰는 2020년 9월 14일부터 2020년 10월 10일까지 약 1개월간 총 6명의 참여자를 대상으로 진행되었으며, 연령대는 주로 20대(4명), 30대(2명)이었고, 성별로는 남성과 여성 각각 3명씩이다.

1차 인터뷰에서 수집된 자료는 개념 추출을 위한 인터뷰였으며, 이들에게 제시한 질문은 ‘자신이 이용하고 있는 SNS 플랫폼의 수와 계정 이용 방법’, ‘본 계정 이외에 서브계정을 보유하고 있는 이유’, ‘서브계정 속 자신의 모습(또는 타인이 나를 보는 모습),’ 등에 대해 질문

하였다. 인터뷰 참여자에 대해 이들의 이야기 흐름을 방해하지 않도록 최대한 개방적인 태도를 유지하면서 인터뷰를 진행하였다. 제시한 연구 질문은 기본적인 질문유형이었으며, 인터뷰 내용을 확인하기 위한 질문들은 연구 참여자 개인에 따라 서로 다른 질문의 형태를 추가하면서 진행하였다.

본 연구에서는 1차 인터뷰 종료 후 수집된 자료를 분석하였으며, 분석 내용을 토대로 2차 인터뷰를 진행하였다. 2차 인터뷰는 2020년 10월 20일부터 2020년 11월 30일까지 총 5명의 참여자(남:1명, 여:4명)를 대상으로 진행하였다.

2차 인터뷰의 주된 질문은 1차 인터뷰를 통해 확인된 현상을 토대로 ‘서브계정 이용에 대한 전반적인 경험’에 대해 질문하고 1차 인터뷰와 마찬가지로 연구자의 개입 없이 최대한 응답자의 이야기를 듣는 형태로 진행하였다. 2차 인터뷰 종료 후, 자료 분석을 다시 진행하였고, 이를 토대로 본 연구는 3차 인터뷰를 2020년 12월 12일까지 총 3명을 대상으로 진행하였다.

3차 인터뷰에서 데이터의 포화(data saturation)가 되어 조사 인터뷰를 종료하였다.

본 연구의 인터뷰에 응한 참여자들은 <표 1>에서 제시한 바와 같이, 주로 인스타그램, 페이스북, 카카오톡 등을 이용하고 있었으며, 복수 계정 소유가 가능한 SNS에서는 최소 2~5개의 계정을 보유하고 있는 것으로 조사되었다.

한편, 인터뷰 응답자의 모집은 1차 인터뷰의 경우, 연구자의 주변 인적 네트워크를 통해 선정하였으며, 복수의 SNS 플랫폼을 이용하고 있는 이용자들을 대상으로 하였다. 이후 2차 인터뷰는 전문리서치업체의 전문조사자를 통해 진행되었으며, 인터뷰 수행 방법은 1차와 동일하다. 마지막으로 3차 인터뷰는 연구자의 주변인을 대상으로 최종 진행되었다. 모든 인터뷰 내용은 참여자의 동의하에 녹음되었으며, 녹음된 자료는 응답자가 표현한 언어 그대로 필사하여 원자료를 구성하였다. 원자료 분량은 A4용지 92장 분량이었으며, 인터뷰 소요시간은 응답자 1인당 15분~30분 정도가 소요되었다.

<표 1> 연구대상 특성

연구 참여자	성별	연령	사용 중인 SNS 플랫폼	인터뷰 구분
1	여	35	인스타그램, 카카오톡	1차
2	남	24	인스타그램, 페이스북, 에브리타임	
3	여	23	인스타그램, 트위터, 에브리타임	
4	남	21	페이스북, 인스타그램, 에브리타임	
5	여	32	인스타그램, 페이스북	
6	남	25	인스타그램, 페이스북	
7	여	25	페이스북, 인스타그램, 카카오톡, 에브리타임	2차
8	남	20	카카오톡, 유튜브, 인스타그램, 페이스북, 에브리타임	
9	여	21	인스타그램, 페이스북, 에브리타임	
10	여	23	인스타그램	
11	여	22	인스타그램, 페이스북, 디스코드, 에브리타임	3차
12	여	24	인스타그램	
13	여	26	인스타그램, 페이스북, 카카오톡	
14	여	26	카카오톡, 페이스북, 인스타그램	

3.3 연구의 타당성

본 연구가 신뢰할만한 질적 연구가 되기 위해서는 사실적 가치(truth value), 적용성(applicability), 일관성(consistency), 중립성(neutrality) 측면을 충족시키는 노력이 반영되어야 한다(Lincoln and Guba, 1985).

먼저, 사실적 가치를 확보하기 위해 20~30대 연령과 배경을 포함하는 표본에서 다양한 방법을 활용하여 자료를 수집하였다. 또한, 인터뷰 참여자에게 불충분한 표현이라고 생각되는 부분이 있는지를 확인하고 수정했으며, 추상화하기까지의 과정을 설명하며 자신의 경험을 반영하고 있는지를 확인해주도록 하였다. 더불어 본 연구는 연구 결과가 참여자들의 경험을 제대로 서술하고 있는지, 패러다임 모형에서 제시된 개념과 범주가 해당 현상을 잘 제시하고 있는지를 확인하였다. 다음으로 적용성 확보를 위해, 본 연구의 인터뷰에 참여하지 않은 일반인 2인(대학생 1명, 주부 1명)에게 자신의 경험에 비추어 연구 결과가 적용 가능한지를 확인하였다.

이 과정을 통해서 본 연구의 결과가 인터뷰 이외의 다른 일반인의 경험과 유사함을 확인할 수 있었다. 또한 일관성과 중립성 확보를 위해 질적분석에 대한 경험이 있는 연구자와 개념과 범주에 대해 논의하여 연구결과의 객관성 확보에 주력하였다. 이외에도 인터뷰 진행 시, 연구자의 주관과 편견을 최대한 배제하려고 노력하였으며, 질문과정에서도 최대한 참여자의 경험을 그대로 반영하였다.

IV. 연구결과

4.1 범주도출과정

본 연구는 인터뷰를 통해 확보된 자료를 분석하여 총 47개의 개념을 추출하였으며, 유사 개념 간의 비교 통합과정을 거쳐 10개의 하위영역, 6개의 범주를 만들어, <표 2>와 같이 개념, 하위영역 그리고 범주를 정리하였다.

<표 2> 개념 및 범주화

번호	개념(concept)	하위영역	범주(category)
1	관심사를 정리하기 위함	라이프로그	계정관리
2	자신의 일상을 기록하기 위함		
3	리셋(reset)목적		
4	본 계정의 보호목적	메인계정 보호	
5	본 계정에 대한 프라이버시 침해 우려		
6	스토리 기능을 많이 이용하게 됨		
7	자신의 흔적을 남기고 싶지 않음		
8	사적영역의 침해인식		
9	주변인에 대한 시선과 그에 따른 부담감		
10	타인이 나를 보는 행위가 싫음	온라인 흔적 지우기	
11	비공개 계정 생성		
12	나의 댓글 흔적 지우기		

13	남들이 보는 나의 모습	과시적 자기표현	인상관리	
14	자기과시에 대한 인정			
15	과시글을 남김			
16	과시글을 남겨야 한다는 심리적 강박증	페르소나 성향		
17	나의 모습을 감춤			
18	다중자아인식			
19	SNS 상의 실제모습과 밖의 모습이 다름			
20	행복한 사람으로 보이고 싶음	내집단 탐색과정		자기범주화
21	소극적 이용			
22	SNS에서 대화체가 달라짐			
23	타인의 라이프 들여다보기	내집단형성		
24	타인의 일상 관찰하기			
25	친구들과 상의해서 서로 서브계정을 만들어 공유			
26	남의 시선을 신경쓰는 계정과 나와 가까운 사람들을 위한 계정을 구분함	게스트하우스 파티효과		
27	부계정을 보유한 나와 가까운 주변인과 교류			
28	자신만의 그룹 형성			
29	온라인 위로와 공감을 요구	남을 위한 계정	관계결정권	
30	느슨한 연대를 기대			
31	약한 유대관계에 대한 만족			
32	강한 유대관계에 대한 회피	관계정리		
33	나와 성향이 달라도 친구로 수락			
34	누구든 친구요청을 수락해야 함	그림자노동에 대한 긍정적 기대	디지털그림자 노동	
35	친구들에게 자신의 상황을 알리는 용도로 사용			
36	친구관계를 정리하고 싶음			
37	SNS에서 더욱 신경쓰게 되고 지적한 사람에 대해 더욱 불편해짐	그림자노동에 대한 긍정적 기대		
38	상대방 지적에 대한 스트레스			
39	여러 개의 계정을 추가로 더 만들 의향이 있음	그림자노동 필요성 인식		
40	여러 계정 소유에 대한 긍정적 태도			
41	여러 취미활동을 더욱 활발하게 만들 것임	SNS계정의 포트폴리오화		
42	좋아요와 댓글을 남기는 노력이 귀찮음			
43	귀찮지만 서브계정을 만들 예정			
44	불편하지만 어쩔 수 없는 행동	SNS계정의 포트폴리오화		
45	각 계정마다 사용하는 방법이 다름			
46	계정에 따라 이용빈도가 상이하게 됨			
47	로그인 이외에 활용하지 않는 SNS 존재			

4.1.1 계정관리

본 연구의 범주화 과정에서 하위영역으로 ‘라이프로깅’, ‘사생활보호’, ‘온라인 흔적지우기’가 도출되었으며, 이를 토대로 제안한 첫번째 범주는 ‘계정관리’이다. 서브계정은 자신의 일상 위주를 기록으로 남기거나, 자신의 관심사나 정보를 획득하기 위한 용도로 사용된다. 라

이프로깅은 라이프(life)와 로깅(logging)의 합성어로 SNS에 자신의 일상 전체를 기록하는 행위이다. 연구참여자에게 서브계정은 라이프 로깅을 위한 도구이며, 서브계정은 자신의 메인 계정을 보호하기 위한 일종의 방어적 수단으로 간주된다. 서브계정은 타인이 자신의 일상을 들여다보는 것에 대한 불편함을 피하기 위함이며,

일종의 주변사람에 대한 시선과 부담감을 최소화하고 싶은 사용자의 요구가 투영된 도구로 간주된다.

4.1.2 인상관리

본 연구의 두 번째 범주는 ‘인상관리’이며, 범주화 과정 중 하위영역으로 ‘과시적 자기표현’과 ‘사용자의 페르소나 성향’을 도출하였다. 자기표현(self-expression)은 자신이 어떤 사람 인지를 타인에게 알리는 행동이다(유혜진 등, 2017). 자기표현은 다른 사람에게 본인의 긍정적인 면을 전달하고자 하는 인상관리 차원에서 이루어진다. SNS의 주요 기능은 사진 업로드를 통해 사용자 자신의 이상적인 모습을 표현하고 인상을 관리하여 타인과 소통하는 것이다(Pounders et al., 2016). 선행연구에 따르면, SNS 공간은 자신의 인상을 의도적으로 꾸밀 수 있어, 현실 속의 자신보다 과시적인 형태, 즉 자신이 상상하는 이상적인 모습을 업로드하여 인상을 관리하는데 활용된다(Mehdizadeh, 2010). 한편 인상관리는 페르소나(persona)와 관련이 있다. 페르소나는 남들에게 보이는 나의 인격 또는 가면을 쓰는 인격이다. SNS에서는 원하는 방향으로 자신에게 새로운 페르소나를 쉽게 만들 수 있다. 인상관리는 일종의 은폐와 발견이 반복되는 게임으로 묘사되기도 한다. 왜냐하면, 내가 보여주고 싶은 내 모습만을 보여 줄 수 있고, 반대로 타인은 그 뒤에 숨어서 진짜 나의 모습을 보기 위해 노력하기 때문이다(이민영, 2015). 서브계정은 SNS상의 여러 페르소나 중의 하나가 되며, 자기표현을 통해 사용자가 원하는 모습으로 현실과 다른 모습인 페르소나를 보여준다(최보미 등, 2016).

4.1.3 자기범주화

본 연구는 범주화 과정에서 하위영역으로 ‘내집단 탐색과정’, ‘내집단 형성’, ‘게스트하우스효과’를 도출하였고, 이를 기반으로 세 번째 범주를 자기범주화로 제안한다.

자기범주화(self-categorization)는 사회구성원을 내집단과 외집단으로 구분하는 인지과정이다(Turner et al., 1994). 서브계정 생성은 내집단과 외집단의 구분하는 목적이다. 사용자는 타인의 일상이나 라이프를 들여다봄으로써 자신과의 동질성 여부를 확인하려고 한다. 이것은 일종의 내집단 탐색과정의 하나로 볼 수 있다. 이 탐색과정은 내집단(우리)과 외집단(그들)으로 이분화하고 내집단 속에서 유대감을 공고히 하기 위함이다(Mullen et al., 1992). 서브계정은 자신만의 그룹을 형성하는데 도움을 주며, 자신과 가까운 사람과 불편한 사람 간의 구분을 짓는 역할을 하고 있다. 사용자가 서브계정을 보유하고 있다는 것은 자신이 외집단보다 내집단의 구성원들을 선호하고 있음을 알리고 있는 것이다(Chen and Li, 2009; Wright et al., 2013). 그렇지만 역설적으로 서브계정은 타인과의 느슨한 연대를 기대하면서, 동시에 내집단 구성원의 관심보다 외집단의 위로와 공감을 원하는 도구이기도 하다. 사용자는 친밀하고 강한 관계를 유지하는 사람들을 선호하지만, 때로는 친하지 않은 느슨한 관계를 유지하는 사람들로 부터 위로와 공감을 원하기도 한다. 이것은 가까운 사람과의 관계보다는 친하지 않은 사람들과의 느슨한 관계에 만족을 느끼는 현상인 일종의 게스트하우스파티효과로 표현되기도 한다(김난도 등, 2019). 게스트하우스파티효과는 게스트하우스에서 저녁마다 조출한 파티에 혼

자 여행 온 사람들끼리 놀랍도록 솔직하고 내밀한 자신의 이야기를 털어놓은 것을 말한다. 서브계정 보유는 SNS 관계 속에서 내집단과의 유대관계를 강화시키면서 동시에 외집단과의 느슨한 연대를 기대하고 있는 역설적인 현상의 예로 볼 수 있다.

4.1.4 관계결정권

본 연구는 범주화 과정에서 ‘남을 위한 계정’과 ‘관계정리’라는 하위영역을 도출하였고, 이를 기반으로 네 번째 범주인 ‘관계결정권’을 제안한다. 서브계정은 나와 성향이 다른 사람들을 수용해야 하는 목적으로 만들어지거나, 공통관심사와 관계없이 친구와 연결된 메인계정으로부터 탈출하고자 하는 목적으로 형성된다. 서브계정은 SNS에서 사적 공간을 찾거나 하는 사용자들에게 좋은 기회이기도 하다.

한편, SNS 속 대인관계는 오프라인과 온라인 관계가 혼재되어 있다(황장선 등, 2019). 이러한 이유는 태생적으로 SNS가 사용자 간의 커뮤니케이션을 위한 매체의 기능이 있기 때문이다. SNS 내에서 형성된 다양한 사람들이 존재하지만, 사용자들이 모두 동일한 수준의 친밀감과 유대감을 갖는 것은 아니다. SNS 관계에서 형성된 관계는 표현의 자유로움을 스스로 제약하고 있음을 알고 있으며, 그 결과 가까운 사람과 연결하여 자신의 개인적인 감정이나 정서, 의견을 솔직하게 표현할 서브계정을 찾게 되는 것이다. 서브계정은 관계끊기가 어려운 오프라인과는 반대로 쉽게 타인과의 관계끊기를 쉽게 하는 도구가 된다. 이것은 오프라인의 대인관계의 단절과는 분명 차이가 있다.

4.1.5 디지털그림자노동

본 연구는 범주화 과정에서 ‘그림자노동에 대한 긍정적 기대’와 ‘그림자노동에 대한 필요성인식’이라는 하위범주를 도출하고, 이를 토대로 다섯 번째 범주를 ‘디지털그림자노동’으로 제안한다.

그림자노동은 밖으로는 드러나지 않지만, 새롭게 생겨난 일들을 의미하며, 디지털 기술 사용자가 기꺼이 해야 하는 숨겨진 노력으로 정의된다(박상철과 이용규, 2019). 디지털 그림자노동은 디지털 서비스 이용과 더불어 사용자의 노력이 함께 수반된다. 여러 계정을 추가로 만들거나, 복수 계정을 보유하는 것에 대한 태도가 긍정적인 것, 그로 인해 여러 계정을 통해 자신의 취미활동을 활성화할 수 있을 것으로 믿는 것은 여러 계정을 이용하는데 들어가는 노력을 감수하겠다는 의미이다. 즉, 사용자들은 그림자노동에 대해 긍정적으로 바라보는 것이다. 한편으로 서브계정은 그림자노동에 대한 필요성을 인식하게 되는 이유이기도 하다(박상철 등, 2020). 메인계정을 통해 ‘좋아요’와 ‘댓글’을 남기는 노력이 귀찮은 일로 인식되면, 이를 회피하기 위한 수단으로 서브계정을 생성하고 이 계정을 활용하게 된다. 다른 각도에서 보면 사용자가 서브계정을 만드는 것은 귀찮고, 불편하지만 연구참여자들은 어쩔 수 없는 행동으로 받아들이기도 한다.

4.1.6 SNS계정의 포트폴리오화

본 연구에서 제안하는 마지막 범주는 ‘SNS계정의 포트폴리오화’이다. 서브계정 소유는 사용자가 각 계정에 따라 사용하는 방법이 다

를 의미한다. 연구참여자는 SNS 플랫폼 특성과 각 계정에 따라 이용빈도가 다르며, 가능하다면 여러 개의 계정을 추가로 만들 의향도 갖고 있다. 자신과 가까운 사람들(내집단)과의 관계강화를 위한 계정, 누구나 친구요청을 하면 수락하는 계정, 로그인 목적으로만 활용하는 계정 등 각 계정의 사용 목적은 다양하다. 사용자들은 여러 계정을 포트폴리오화하고 있는 것이다.

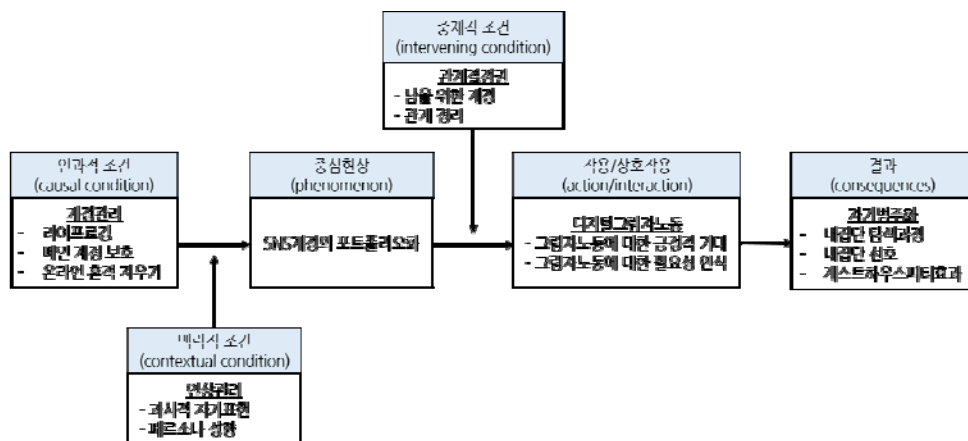
4.2 패러다임 모형을 통한 축코딩 분석

패러다임 모형은 축코딩 단계에서 활용된다. 패러다임 모형(paradigm model)은 범주 연결에 활용되며, 구성 요소들로는 인과적 조건, 중심현상, 맥락적 조건, 작용/상호작용, 중재적 조건, 그리고 결과이다(Strauss and Corbin, 1990).

인과적 조건(causal condition)은 중심현상이 발생하게 하는 사건을 말하며, 중심현상(phenomenon)은 중심생각이나 중심사건을 말한다. 맥락적 조건(contextual condition)은 특정현상이 놓인 속성들의 나열을 의미하며, 작용

/상호작용(action/interaction)은 사람들이 직면한 상황이나 문제를 처리하는 방식을 말한다. 작용/상호작용은 결과(consequence)로 이어지며, 중재적 조건(intervening condition)은 특정 맥락 속에서 작용/상호작용을 촉진하거나 방해하는 조건을 의미한다. 이상의 내용을 바탕으로 본 연구는 <그림 1>과 같이 패러다임 모형을 제시하였다.

<그림 1>에 의하면, 연구 참여자들은 자신의 메인계정 이외에도 여러 개의 서브계정을 포트폴리오화하여 사용하고 있다(중심현상). 이러한 행동은 자신의 계정관리를 체계화하기 위함이다(인과적 조건). 계정관리 이유는 사용자가 보유하고 있는 페르소나 성향 때문이다(맥락적 조건). SNS계정의 포트폴리오화는 SNS상의 친구관계를 정리하는 데도 적용된다. 서브계정이 관계를 정리하기 위한 도구로 활용되기 때문이다(중재적 조건). SNS계정의 포트폴리오는 자신의 노력이 들어가며, 때로는 귀찮고 불편한 일이지만 감수하는 일이다(작용/상호작용). 이것은 궁극적으로 SNS 공간에서 자신과 친밀한 집단을 구분하는 데 필요한 조치이기



<그림 1> 패러다임 요소와 범주들간의 관계

때문이다(결과).

4.3 선택코딩과 범주간의 과정분석

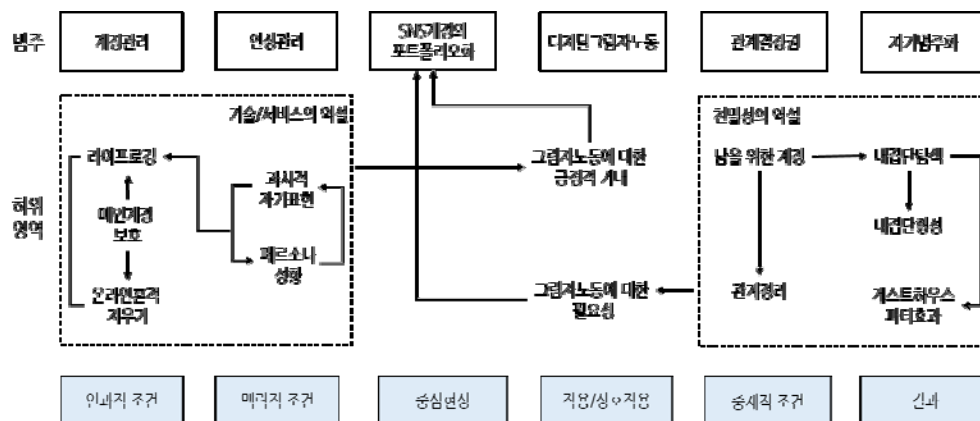
선택코딩은 핵심범주를 중심으로 모든 범주를 통합시키면서 동시에 정교화하는 과정이다 (Strauss and Corbin, 1990). 이 단계에서는 각 범주와 하위영역들을 연결하게 하면서 연구 참여자들에게 관찰할 수 있는 중요한 실체인 이야기를 형성하고 이를 개념 및 추상화하여 하나의 이야기 윤곽(storyline)으로 표현하게 된다.

본 연구에서는 범주 간의 관계를 통합적으로 설명하고 포괄적이고 추상성이 높은 핵심범주로, ‘자신과 주변인을 위해 여러 개의 SNS 계정 만들기’로 설정하였다. ‘자신과 주변인을 위해 여러 개의 SNS 계정 만들기’는 <그림 2>에서 제시한 중심현상과 관련하여 하위영역들이 어떻게 연결되어 전개되는지를 통해 설명가능하다.

사용자들은 SNS에서 과시적 자기표현에 익숙하다. 자신의 본 모습을 숨기고 다른 자아를

드러내는 페르소나 성향이 강하다. 페르소나 성향과 과시적 자기표현은 자신의 라이프로그 활동에 영향을 준다. 이 과정이 반복되면, 사람들과 연결되는 SNS 공간은 자신의 사적공간으로 변하게 된다. 이 과정은 디지털그림자노동이라는 해야하고 받아들여야 하는 일로 여겨진다. 온/오프라인의 관계형성과 사람들간의 상호작용에 초점을 두었던 SNS 서비스는 본질과 다르게 참여자 자신의 사적공간을 마련하기 위한 목적으로 바뀌게 된다.

한편, 여러 개의 SNS 계정을 만드는 일은 사람과의 관계 측면에서 설명 가능하다. 사용자는 서브계정을 타인을 위한 계정으로 쓰기도 한다. 이것은 일종의 SNS 관계 속 사람들에 대한 관계의 우선순위를 만드는 것으로, 장기적으로 보면 관계를 정리하는 사전단계이다. 남을 위한 계정을 만들거나 자신이 보유한 계정과 연결된 친구들이 다양하다면, 자신과 가까운 사람들과의 공유를 위한 계정을 만들게 된다. 이것은 우리집단(내집단)을 견고히 하기 위한 목적이다. 내집단과 외집단을 구분하는 과정은 궁극적으로 내집단을 견고히 하면서, 한편으로는 나의



<그림 2> SNS 사용자의 복수계정 형성과정

존재를 잘 모르는 사람들로부터 위로와 공감을 동시에 원하는 행위로 볼 수 있다. SNS 플랫폼의 여러 계정은 사람간의 연결을 통한 친밀성을 강조하지만, 사실상 SNS 본질적 기능과는 다른 기술 서비스 및 친밀성의 역설을 드러내고 있는 것이다.

V. 결론

5.1 연구 요약

본 연구의 목적은 다양한 SNS를 사용하거나 혹은 특정 SNS에서 다수의 계정을 보유한 이용자들의 행동과정을 현상학적으로 살펴보는 데 있다. 본 연구는 특정 SNS를 중심으로 사용자의 행태를 검증한 기존 연구와 달리, 사용자의 행태를 중심으로 여러 SNS 플랫폼을 어떻게 쓰고 있는지를 기술하고 있어 기존 연구와 차별된다. 본 연구에서는 사용자들의 이용 경험을 수집하기 위해, GTM을 활용하여 자료 분석을 수행하였다. 수집된 자료는 개방코딩, 축코딩, 선택코딩을 통해 핵심범주를 도출하였고, 총 47개의 개념과 10개의 하위영역, 그리고 6개의 핵심범주를 도출하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같이 요약된다.

먼저, 패러다임에 의한 범주분석 결과에서 서브계정 이용경험의 인과적 조건은 자신의 라이프로그를 위해서, 메인계정을 보호하며, 그리고 자신의 온라인 흔적을 지우기를 포함한 '계정관리'이다. 중심현상은 자신의 'SNS 계정들을 포트폴리오화'하는 것이고, 중심현상에 대한 맥락적 조건은 사용자의 과시적 자기표현과

페르소나 성향을 표현하는 사용자의 '인상관리'이다. 작용/상호작용은 그림자노동에 대한 긍정적 기대와 그림자노동에 대한 필요성을 포함한 '디지털그림자노동'이었다. 중재적 조건은 타인을 위한 계정을 마련하여 관계를 정리하려는 '관계결정권'이었으며, 중심현상에 대한 상호작용의 결과는 자신과 가까운 사람과의 관계를 강화하고, 모르는 사람들에 대한 위로와 공감에 대한 갈망을 표현한 '자기범주화'이다. 본 연구에서는 사용자들이 왜 서브계정을 생성하고 어떻게 경험하고 있으며, 어떤 행동적 결과가 나타나는지를 개념화하고 범주화할 수 있었다.

5.2 연구 시사점

본 연구는 SNS 사용자의 서브계정 이용에 대한 행동과정을 질적자료 수집과 분석과정을 거치면서 기존의 사실을 확인하고, 동시에 새로운 현상학적 시각을 제공하고 있다. 이와 관련하여 본 연구는 다음의 학문적 시사점을 갖는다.

첫째, 본 연구는 SNS 플랫폼에서 다수의 계정을 이용하고 있는 사용자들의 이용과정을 살펴보았다. 기존 연구들이 SNS 플랫폼의 측면에서 사용자의 행동을 예측하려는 시도를 보았다면, 본 연구는 사용자의 관점에서 다수의 이용 계정을 어떻게 이용하고 있는지를 살펴보았다는 점에서 차별화된다. 사용자의 다양한 맥락을 발견한 점은 향후 SNS 플랫폼을 다루는 연구와 정보시스템 사용자 행동을 다루는 후속연구에 현실적인 연구적 토대를 제시할 수 있다.

둘째, 본 연구는 기존 연구에서 간과하고 있

는 일부 현상을 제시하였다는 점에서 학술적 의의가 있다. 예를 들어, ‘디지털그림자노동’은 서브계정을 만드는 데 중요한 요인이 된다. SNS 플랫폼 서비스 이용맥락과 이곳에서 사람 간의 관계 차원에서 서브계정은 디지털그림자 노동의 결과이다. 더불어, 본 연구가 사용자의 이용과정을 탐색하면서 SNS 플랫폼의 기술/서비스와 친밀성에 대한 역설이라는 현상이 존재함을 밝힌 것은 향후 관련 연구에 새로운 이론적 시각을 제시할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구에서는 사용자의 서브계정 이용과정을 귀납적으로 제시하였다. 본 연구의 수행 방법과는 반대로, GTM의 활용은 SNS 빅데이터 분석 연구에도 기여할 수 있다. 본 연구의 결과는 데이터주의를 강조하는 빅데이터 방법론에 한정된 SNS 관련연구에 ‘이론의 빈곤’을 극복할 수 있는 토대가 될 수 있다. 본 연구는 SNS 데이터로 부터 규칙이나 패턴 등을 발견하고자 하는 연구자들에게 SNS 플랫폼을 이용하는 사용자의 행동과정을 제시하여 이들에게 다양한 연구맥락적 아이디어를 제공하고 있다는 점에서 의의가 있다.

한편, 본 연구는 다음의 실무적 시사점이 있다. 첫째, 본 연구의 결과는 기업의 SNS를 활용한 커뮤니케이션의 변화에 대한 통찰을 제공한다. 특정 SNS 플랫폼의 입장이 아닌, 사용자의 입장에서 다수의 플랫폼 계정을 어떻게 이용하는지 파악하는 것은 기업의 SNS 활용방식에 변화가 필요함을 알리는 계기가 된다. 사용자는 플랫폼별, 또는 플랫폼 안에서 여러 개의 계정을 소유하고 있다. 한 명의 사용자가 하나의 정체성을 보유하기보다는 여러 정체성을 가지고 있다는 점을 분명히 이해할 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 현업의 SNS 데이터 분석에 있어 도움이 될 수 있다. 기업들이 SNS 데이터를 수집하고 분석하는 활동은 새로운 일이 아니다. SNS 플랫폼상의 여러 계정은 기업이 사용자들의 요구사항을 정밀하게 파악하는데 있어 어려움을 가질 수 있다(최보미 등, 2016). 본 연구는 계정에 따라 사용자의 이용행동을 과정화함으로써, 현업에서 SNS 데이터를 분석할 때, SNS 플랫폼의 특성을 먼저 파악하고, 사용자들이 어떤 정체성을 연출하는지를 이해하는 것이 기본이 될 수 있음을 제안하고 있다.

셋째, 본 연구에서 제안한 ‘SNS 계정의 포트폴리오화’하는 큰 틀에서 서비스와 친밀성 차원에서 설명된다. 사용자는 이미 공개된 SNS 공간 속에서 여전히 자신만의 사적공간을 만들려는 시도를 보이며, 집단의 구분을 확실하게 하는 구분하려는 시도를 반복한다. 체계적인 계정 관리와 인상관리가 타인으로부터 자신을 보호하고 집단 내 결속력을 강화할 것으로 믿고 있기 때문이다. 본 연구는 SNS 플랫폼 속 여러 계정을 보유한 사용자가 다양한 페르소나를 가지고 이를 토대로 SNS 상의 인맥구축과정을 만들어가는 과정을 담고 있다. 이것은 본 연구에서 제안한 하위영역과 핵심범주가 SNS를 활용한 마케팅 기획 및 운영 담당자에게 실무적인 인사이트를 제공하는데 기여할 수 있다.

5.3 연구한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 SNS 플랫폼 사용자의 서브계정 이용과정을 제시하고 의미있는 시사점을 도출하였지만, 다음과 같은 연구의 한계점을 갖는다.

첫째, 본 연구는 질적연구방법이 갖는 일반화에 대한 한계를 가지고 있다. 질적연구방법은 새로운 연구 현상을 규명하고 이 과정에서 새로운 사실을 발견한다는 장점이 있지만, 연구자의 주관적 한계나 연구참여자 수 등에서 일부 한계가 있을 수 있다. 향후 연구에서는 본 연구의 현상을 모형화하여 양적연구방법을 통한 추가 검증을 시도하거나 혼합방법론의 적용을 통해 연구 현상에 대한 객관화를 진행할 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 SNS 서브계정의 맥락에서만 진행되었다. 다양한 애플리케이션 이용에서 계정 생성과 로그인은 늘 필요한 일이라는 점을 볼 때, 본 연구맥락을 다양한 디지털 서비스 이용맥락으로 확장하는 것이 필요하다. 예컨대, 사용자의 스마트폰 속 애플리케이션이 다양하다는 것은 이를 이용하기 위한 계정들이 각기 존재하는 의미이다. 사용자의 이용경험 과정을 계정 보유 차원에서 본다면, 다양한 애플리케이션 이용 맥락으로 확장하는 시도를 고려해 볼 만하다.

셋째, 본 연구는 사용자의 관점에서 이용경험 과정을 전개하였으나, 그 과정에서 디지털 기술 특성은 반영하지 못했다. 이는 연구의 주안점이 SNS 플랫폼의 특성이 아닌 사용자의 행동에만 초점을 두었기 때문이다. 본 연구의 결과를 토대로 후속 연구에서는 디지털 기술 특성에 대한 이슈도 고려해 볼 가치가 있다.

참고문헌

김난도, 전미영, 최지혜, 이향은, 이준영, 김서

영, 이수진, 서유현, 권정윤, “트렌드코리아 2020,” 미래의 창, 2019.

박상철, “그림자노동 차원에서 본 IT 사용자의 비밀번호 변경행동 연구,” 정보시스템연구, 제28권, 제2호, 2019, pp. 93-107.

박상철, 이용규, “근거이론을 활용한 멀티채널 사용자의 크로스오버 쇼핑행동 이해,” Information Systems Review, 제19권, 제3호, 2017, pp. 179-199.

박상철, 이용규, “문헌고찰을 위한 근거이론방법의 활용: 디지털 환경에서의 그림자노동 개념도출,” 지식경영연구, 제20권, 제2호, 2019, pp.1 83-195.

박상철, 이용규, 고준, 류성열, “디지털 기술 환경에서의 그림자노동 메커니즘 규명 연구,” 경영학연구, 제49권, 제1호, 2020, pp. 31-50.

유은아, 최지은, “오프라인의 실제적 자아와 SNS 자아 간의 자아불일치에 영향을 미치는 선행요인과 결과요인,” 소비문화연구, 제18권, 제3호, 2015, pp. 25-44.

유혜진, 박지윤, 탁현아, 이규연, 이지혜, 성용준, “자존감 불일치와 SNS에서의 과시적 자기표현 간의 관계,” 한국심리학회지:소비자·광고, 제18권, 제3호, 2017, pp. 365-389.

이민영, 인터넷심리학, 커뮤니케이션북스, 2015.

이용규, “<튜토리얼> 비사용의 연구주제와 연구방법론,” 정보시스템연구, 제24권, 제3호, 2015, pp. 155-169.

이용규, “일시적 비사용과 사용 간의 동태적 상태 변화에 대한 연구: 근거이론방법론

- 에 의한 접근,” 정보시스템연구, 제28권, 제4호, 2019, pp. 359-375.
- 조민선, 한혜원, “버티컬 SNS의 관심사 기반 계정과 놀이공동체: 인스타그램을 중심으로,” *Asia-Pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*, Vol. 9, No. 7, 2019, pp. 1-22.
- 최보미, 박민정, 채상미, “SNS상의 대인관계에서 나타나는 감정적 요소와 청소년의 온라인 다중정체성 간의 영향관계,” *Information Systems Review*, 제18권, 제2호, 2016, pp. 199-223.
- 황장선, 이정교, 임지은, “SNS상 사용자 간 관계의 의미에 대한 해석적 접근,” *사회과학연구*, 제45권, 제3호, 2019, pp. 189-217.
- Antheunis, M. L., Valkenburg, P. M., and Peter, J., “Getting Acquainted through Social Network Sites: Testing a Model of Online Uncertainty Reduction and Social Attraction,” *Computers in Human Behavior*, Vol. 26, No. 1, 2010, pp. 100-109.
- Boyd, D. M., and Ellison, N. B., “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, No. 1, 2007, pp. 210-230.
- Chen, Y., and Li, S. X., “Group Identity and Social Preferences,” *American Economic Review*, Vol. 99, No. 1, 2009, pp. 431-457.
- Cheung, C. M. K., Chiu, P. Y., and Lee, M. K. O., “Online Social Networks: Why Do Students Use Facebook?,” *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, No. 4, 2011, pp. 1337-1343.
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A. K., and Hughes, B. N., “Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 15, No. 1, 2009, pp. 83-108.
- Lin, K. Y., and Lu, H. P., “Why People Use Social Networking Sites: An Empirical Study Integrating Network Externalities and Motivation Theory,” *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, No. 3, 2011, pp. 1152-1161.
- Lincoln, Y. S., and Guba, E. G., *Naturalistic Inquiry*, Newbury Park, CA: Sage, 1985.
- Maier, C., Laumer, S., Thatter, J.B., Sun, H., Weinert, C., and Weitzel, T., “Social Networking Site Use Resumption: A Model of Return Migration,” *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 22, No. 4, 2021, pp. 1037-1075.
- Mehdizadeh, S., “Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook,” *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol. 13, No. 4, 2010, pp. 357-364.
- Mullen, B., Brown, R., and Smith, C., “Ingroup

- Bias as a Function of Salience, Relevance, and Status: An Integration,” *European Journal of Social Psychology*, Vol. 22, No. 2, 1992, pp. 103-122.
- Pounders, K., Kowalczyk, C. M., and Stowers, K., “Insight into the Motivation of Selfie Postings: Impression Management and Self-Esteem,” *European Journal of Marketing*, Vol. 50, No. 9/10, 2016, pp. 1879-1892.
- Strauss, A. and Corbin, J., *Basics of Qualitative Research, Grounded Theory Procedures and Techniques*, Beverly Hills, CA, SAGE Publications, 1990.
- Tarafdar, M., Maier, C., Lumer, S., Weitzel, T., “Explaining the Link between Technostress and Technology Addiction for Social Networking Sites: A Study of Distraction as a Coping Behavior,” *Information Systems Journal*, Vol. 30, No. 1, 2020, pp. 96-124.
- Tredinnick, L., “Web 2.0 and Business: A Pointer to the Intranets of the Future,” *Business Information Review*, Vol. 23, No. 4, 2006, pp. 228-234.
- Turner, J. C., Oakes, P., Haslam, S. A., and McGary, C., “Self- and Collective: Cognition and Social Context,” *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 20, No. 5, 1994, pp. 454-463.
- Wang, J.L, Jackson, L. A., Wnag, H. Z., and Gaskin, J., “Predicting Social Networking Site(SN S) Use: Personality, Attitudes, Motivation and Internet Self-Efficacy,” *Personality and Individual Differences*, Vol. 80, July, 2015, pp. 119-124.
- Waters, S., and Ackerman, J., “Exploring Privacy Management on Facebook: Motivations and Perceived Consequences of Voluntary Disclosure,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 17, No. 1, 2011, pp. 101-115.
- Wiesche, M., Jurisch, M. C., Yetton, P. W., and Krcmar, H., “Grounded Theory Methodology in Information Systems Research,” *MIS Quarterly*, Vol. 41, No. 3, 2017, pp. 685-701.
- Wilson, R. E., Gosling, S. D., and Graham, L. T., “A Review of Facebook Research in the Social Sciences,” *Perspectives on Psychological Science*, Vol. 7, No. 3, 2012, pp. 203-220.
- Wright, S. A., Dinsmore, J. B., Kellaris, J. J., “How Group Loyalties Shape Ethical Judgement and Punishment Preferences,” *Psychology and Marketing*, Vol. 30, No. 3, 2013, pp. 203-210.
- Wu, Y. L., Tao, Y. H., Li, C. P., Wang, S. Y., Chiu, C. Y., “User-Switching Behavior in Social Network Sites: A Model Perspective with Drill-Down Analyses,” *Computers in Human Behavior*, Vol.

33, April, 2014, pp. 92-103.

Zhang, Y., and Leung, L., "A Review of Social Networking Service(SNS) Research in Communication Journals from 2006 to 2011," *New Media and Society*, Vol. 17, No. 7, 2014, pp. 1007-1024.

Zhong, B., Hardin, M., and Sun, T., "Less Effortful Thinking Leads to More Social Networking? The Associations between the Use of Social Network Sites and Personality Traits," *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, No. 3, 2011, pp. 1265-1271.

박상철 (Park, Sang Cheol)



대구대학교 경영학과 부교수로 재직 중이다. 성균관대학교에서 경영정보 전공으로 박사학위를 취득하였고, 조지아주립대 CIS 학과에서 박사후연구원으로 근무하였다. 주요 연구 관심분야는 행동경제학 관점에서의 IT 사용자 행동과 디지털그림자노동 현상규명이며, JAIS, EJIS, ISJ, JGIM, JCIS, CHB 등의 해외저널에 다수의 논문을 게재하였다.

<Abstract>

An Exploration of Sub-account Management Behavior of SNS Users

Park, Sang Cheol

Purpose

This study is to phenomenologically discover key antecedents and outcomes of behavioral process of SNS users who have multiple SNS sub-accounts. Unlike previous studies that focused on user behavior in the context of a specific SNS platform, this study attempts to describe how and why individual manages their multiple sub-accounts across a variety of SNS platforms.

Design/methodology/approach

By applying the grounded theory methodology (GTM) to elucidate the unique behavior in SNS platforms, this study has conducted in-depth interview with 14 respondents who handle multiple accounts across the SNS platforms. As a results of analyzing the interview manuscripts, this study has extracted 47 concepts, 10 sub-categories and 6 main categories by conducting open coding, axis coding, and selective coding.

Findings

By analyzing interview data, this study has derived main categories such as account management, impression management, self-categorization, authority to determine the relationship, digital shadow work, and portfolio SNS accounts from qualitative interview data. This study has also conducted a process analysis that represents how main categories could be inter-related. Based on findings, this study provides a new phenomenological perspective to understand the behavioral process of SNS users' sub-account usage experience.

Keyword: Portfolio on SNS Accounts, Self-Categorization, Digital Shadow Work, Impression Management

* 이 논문은 2021년 11월 10일 접수, 2021년 11월 25일 1차 심사, 2021년 12월 10일 게재 확정되었습니다.