creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

[UCI]I804:24011-200000276204

2014년 8월
박사학위논문

SNS 회피 및 전환의도의 영향요인에 관한 연구

조선대학교 대학원

신문방송학과

왕 설

SNS 회피 및 전환의도의 영향요인에 관한 연구

A Study on the Factors of Social Media Avoidance and Switching Intention

2014년 8월 25일

조선대학교 대학원

신문방송학과

왕 설

dCollection @ chosun

SNS 회피 및 전환의도의 영향요인에 관한 연구

지도교수 박 선 희

이 논문을 언론학 박사학위 논문으로 제출함

2014년 4월

조선대학교 대학원

신문방송학과

왕 설

dCollection @ chosun

왕설의 박사학위 논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 최 양 호 인

위 원 조선대학교 교수 이 희 은 인

위 원 전남대학교 교수 주 정 민 인

위 원 창원대학교 교수 이 건 혁 인

위 원 조선대학교 교수 박 선 희 인

2014년 6월

조선대학교 대학원

dCollection @ chosun

<목 차>

Abstract

제 1 장 서론 ····· 1
제1절 문제제기와 연구 목적 ····· 1
1. 문제제기 ····· 1
2. 연구의 필요성 ····· 4
제2절 논문의 구성 ····· 8

제 2 장 기존논의 검토 및 이론적 배경 ····· 9
제1절 SNS 회피와 SNS 전환의도에 대한 개념화 ····· 9
1. SNS 회피에 대한 개념화 ····· 9
1) 인지적 회피 ····· 11
2) 사교적 회피 ····· 13
3) 기계적 회피 ····· 14
2. SNS 전환의도에 대한 개념화 ····· 15
제2절 SNS 부정적 평가의 영향요인 ····· 17
1. 이용자 성향 ····· 17
1) 외향성 ····· 18
2) 사회적 부채 ····· 19
3) 사회 및 타인에 대한 무관심 ····· 21
2. 미디어 특성 ····· 22

dCollection @ chosun

1) 상대적 이점 ····· 24
2) 지각된 복잡성 ····· 25
3) 지각된 위험 ····· 26
3. SNS 과잉의존 ····· 28
제3절 SNS 부정적 평가와 SNS 회피 및 SNS 전환의도 ····· 30
1. SNS 피로감 ····· 31
2. 사생활 침해 ····· 33
3. 평판우려 ····· 35
4. 소외감 ····· 36

제 3 장 연구문제 및 연구방법 ····· 38
제1절 연구문제 ····· 38
제2절 연구설계 ····· 42
제3절 연구방법 ····· 44
1. 조사대상 및 조사절차 ····· 44
2. 조작적 정의와 측정척도의 구성 ····· 45
3. 분석방법 ····· 57
4. 기초자료 분석 ····· 59

제 4 장 연구결과 및 논의 ····· 61
제1절 연구문제의 분석 결과 ····· 61
1. 이용자 성향이 SNS 과잉의존에 미치는 영향 ····· 61
2. 미디어 특성이 SNS 과잉의존에 미치는 영향 ····· 62
3. 이용자 성향이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향 ····· 64

dCollection @ chosun

4. 미디어 특성이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향 ···· 68
5. SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향 ···· 72
6. SNS 부정적 평가가 SNS 회피에 미치는 영향 ···· 77
7. SNS 부정적 평가가 SNS 전환의도에 미치는 영향 ···· 81
8. SNS 회피가 SNS 전환의도에 미치는 영향 ····· 83
제2절 연구결과에 대한 종합적 논의 ····· 86
1. SNS 과잉의존에 영향을 미치는 요인 ····· 86
2. SNS 부정적 평가에 영향을 미치는 요인 ····· 87
3. SNS 회피에 영향을 미치는 요인 ····· 91
4. SNS 전환의도에 영향을 미치는 요인 ····· 92

제 5 장 결론 및 논의 ····· 94
제1절 연구결과 요약 ····· 94
제2절 연구결과에 대한 논의 ····· 100
제3절 연구의 한계 및 제언 ····· 106

참고문헌 ····· 107
부록: 설문지 ····· 120

dCollection @ chosun

<표 목차>

<표 3-1> 설문 응답자 특성 ····· 45
<표 3-2> 외향성의 측정항목 ····· 46
<표 3-3> 사회적 부채의 측정항목 ····· 47
<표 3-4> 사회 및 타인에 대한 무관심의 측정항목 ····· 47
<표 3-5> 상대적 이점의 측정항목 ····· 48
<표 3-6> 지각된 복잡성의 측정항목 ····· 49
<표 3-7> 지각된 위험의 측정항목 ····· 49
<표 3-8> SNS 과잉의존의 측정항목 ····· 50
<표 3-9> SNS 피로감의 측정항목 ····· 51
<표 3-10> 사생활 침해의 측정문항 ····· 51
<표 3-11> 평판우려의 측정항목 ····· 52
<표 3-12> 소외감의 측정항목 ····· 53
<표 3-13> 인지적 회피의 측정항목 ····· 53
<표 3-14> 사교적 회피의 측정항목 ····· 54
<표 3-15> 기계적 회피의 측정항목 ····· 55
<표 3-16> SNS 회피에 대한 요인분석 결과 ····· 56
<표 3-17> SNS 전환의도의 측정항목 ····· 57
<표 3-18> 주요변인별 평균 및 표준편차 ····· 59
<표 3-19> 주요변인에 대한 상관관계분석 ····· 60
<표 4-1> 이용자 성향이 SNS 과잉의존에 미치는 영향 ····· 62
<표 4-2> 미디어 특성이 SNS 과잉의존에 미치는 영향 ····· 63
<표 4-3> 이용자 성향이 SNS 피로감에 미치는 영향 ····· 64
<표 4-4> 이용자 성향이 사생활 침해에 미치는 영향 ····· 65

dCollection @ chosun

<표 4-5> 이용자 성향이 평판우려에 미치는 영향 ····· 66
<표 4-6> 이용자 성향이 소외감에 미치는 영향 ····· 67
<표 4-7> 미디어 특성이 SNS 피로감에 미치는 영향 ····· 69
<표 4-8> 미디어 특성이 사생활 침해에 미치는 영향 ····· 70
<표 4-9> 미디어 특성이 평판우려에 미치는 영향 ····· 71
<표 4-10> 미디어 특성이 소외감에 미치는 영향 ····· 72
<표 4-11> SNS 과잉의존이 SNS 피로감에 미치는 영향 ····· 73
<표 4-12> SNS 과잉의존이 사생활 침해에 미치는 영향 ····· 74
<표 4-13> SNS 과잉의존이 평판우려에 미치는 영향 ····· 75
<표 4-14> SNS 과잉의존이 소외감에 미치는 영향 ····· 76
<표 4-15> SNS 부정적 평가가 SNS 인지적 회피에 미치는 영향 ···· 78
<표 4-16> SNS 부정적 평가가 SNS 사교적 회피에 미치는 영향 ···· 79
<표 4-17> SNS 부정적 평가가 SNS 기계적 회피에 미치는 영향 ···· 81
<표 4-18> SNS 부정적 평가가 SNS 전환의도에 미치는 영향 ····· 82
<표 4-19> SNS 회피가 SNS 전환의도에 미치는 영향 ····· 84
<표 4-20> SNS 과잉의존과 영향요인과의 관계 ····· 86
<표 4-21> SNS 부정적 평가와 영향요인과의 관계 ····· 88
<표 4-22> SNS 부정적 평가와 SNS 회피의 관계 ····· 91
<표 4-23> SNS 부정적 평가 및 SNS 회피와 SNS 전환의도의 관계 ····· 92

dCollection @ chosun

<그림 목차>

<그림 1> 연구모형 및 연구설계 ····· 43
<그림 2> 연구모형 종합 분석 결과 ····· 85

dCollection @ chosun

ABSTRACT

A Study on the Factors of Social Media Avoidance and Switching Intention

by Wang, Xue.
Advisor : Prof. Park, Sun-Hee, Ph.D.
Dept. of Journalism Communications
Graduate School of Chosun University

Social media breaks the restrictions of time and space, making it possible for users to share and circulate information, and to form and maintain relationships. However, the increasing use of social media sometimes makes users feel pressured and fatigued, and the constant relationship maintenance through social media can cause problems such as negative reputation and isolation. Moreover, personal information protection online has a lot of issues, for example the protection of privacy. While these problems and frustrations cause users to evaluate social media negatively, users are reliant on it for relationship forming and maintenance; thus, users have no choice but to use social media. Therefore, when rejecting social media, users are not only rejecting the use of social media, but they tend to avoid it through various methods or switch to other social media services.

Through the interaction of social media as media, social media users, and social media use, this study explores how social media avoidance behavior and social media switching intention are effected by negative social media evaluations.

dCollection @ chosun

Negative social media evaluation can be explained by factors in both personal and social life. In one's personal life, mental and physical fatigue related to social media, anxiety that other people are watching or spying on them, or privacy exposure can be issues that result in a negative evaluation of social media. When it comes to social life, anxiety about negative reputation and isolation are important factors in how users see social media.

Social media avoidance is made up of cognitive avoidance of social media newsfeed, social avoidance of interaction with others, and mechanical avoidance of social media. Cognitive avoidance is the avoidance of information overflow on social media; social avoidance is the avoidance of the maintenance of easy-to-form and shallow relationships; and mechanical avoidance is the avoidance of social media use by controlling the use of electronic devices.

This study examines the effects of social media users' disposition, media perception, and social media use on social media dependency and negative evaluation of social media. When it comes to social media users' disposition, the factors of extroversion, social liability, and indifference towards others and society are explored in detail. In the case of the perception of social media characteristics, the factors of relative advantage, perceived complexity, the degree of perceived risk, and the level of social media dependence are examined in depth. In addition, the effect of negative social media evaluation on social media avoidance and social media dependency are explained.

This study addresses eight research questions based on the issues mentioned above.

RQ1. What kind of effect does social media users' disposition have on

dCollection @ chosun

social media overdependency?

RQ2. What kind of effect do media characteristics have on social media overdependency?

RQ3. What kind of effect does social media users' disposition have on the negative evaluation of social media?

RQ4. What kind of effect do media characteristics have on the negative evaluation of social media?

RQ5. What kind of effect does social media overdependency have on the negative evaluation of social media?

RQ6. What kind of effect does negative evaluation of social media have on social media avoidance?

RQ7. What kind of effect does the negative evaluation of social media have on social media switching intention?

RQ8. What kind of effect does social media avoidance have on social media switching intention?

To find the answer to the above questions, 500 people above ten years old who have experience using Facebook in Korea were asked through an online survey.

The analysis results show that the negative evaluation of social media is definitely affected by users' disposition, media characteristics, and social media overdependency. As a one-person media, the characteristics of social media as a personal media are stressed. The negative evaluation of social media differs according to users' disposition, media characteristics, and social media overdependency. Even though the same social media is used, social media dependency is effected by users' disposition and media characteristics. Mental or physical fatigue, the perception of information security problems such as privacy invasion, the degree of anxiety towards

dCollection @ chosun

others' negative evaluation of self are all influenced by users' disposition, media characteristics, and social media overdependency. Also, there is a difference in the subjective alienation felt between people who are friends on Facebook.

The main reason for social media avoidance and social media switching intention lies in the negative evaluation of social media. Users are not simply not using social media but are avoiding social media through various methods. Thus, social media avoidance behavior is influenced by the evaluation of social media.

The results of this research and their significance are the following. Firstly, the use and evaluation of social media are influenced by user' disposition; the relationship between these two are influenced by social media's various characteristics. Although social media is a communication channel for various people, at the same time it is a service that causes pressure and anxiety about privacy invasion in social situations. So the evaluation of social media characteristics is different according to the users' disposition.

Secondly, the content of the negative evaluation of social media is effected by users' perception of social media characteristics. The perception of media characteristics has an effect on social media during the early stages of media use. The results show that not only during the early stages of use but during most of social media usage the evaluation of social media differs based on media characteristics.

Thirdly, the reason for the negative evaluation of social media lies in the overdependency on social media in personal and social life. People who are overdependent on social media know both the positive and negative sides of social media well, so their evaluation of social media tends to be negative.

dCollection @ chosun

Lastly, the method of social media avoidance and social media switching intention are influenced by which side of social media one focuses on and evaluates. Out of the factors of negative social media evaluation, social media fatigue is the most important factor that explains social media avoidance and social media switching intention. Users who feel fatigued show less interest in others and they not only avoid social activities such as maintaining relationships with others and sharing with them, but also show mechanical avoidance towards social media usage and strongly want to switch to other social media. The most basic reason for using media is relaxation and recreation; in other words, people's motivation for using media is entertainment. If media cannot provide such function but causes mental pressure, physical problems, and fatigue to users, the users naturally avoid this media and find another one to fulfill this function.

All in all, the characteristics of social media and its users, social media dependency, evaluation of social media, and user behavior should be examined to fully understand social media. Evaluation of social media and its avoidance can help explain and predict social media switching intention and the appearance and decline of various social media services.

Keywords: social media, users' disposition, media characteristics, social media overdependency, negative evaluation of social media, social media avoidance, social media switching intention

dCollection @ chosun

제 1 장 서 론

제 1 절 문제제기와 연구목적

1. 문제제기

소셜네트워킹 서비스(Social Networking Services, 이하 SNS)는 참여, 공유, 개방이라는 웹2.0의 가치를 구현한 서비스이다. 높은 접근성과 온라인상에서 확장 가능한 기술을 활용하여 SNS는 이용자들에게 다른 이용자와 사적 정보, 사진, 음악, 동영상 등 정보를 공유하고 유통하며 사회적 상호작용과 관계 형성 및 유지를 할 수 있게 해준다(Kaplan & Haenlein, 2010; 김동태, 2013). 시공간을 초월하여 즉각적이고 파급력이 강한 커뮤니케이션 양식을 지니고 있기 때문에 SNS는 세계 각국에서 많은 논의를 불러일으켰고, 사교나 인맥 형성 및 확장, 정치 커뮤니케이션, 대안적 언론, 소셜커머스, 선거운동, 소셜다이닝 같은 문화적 활동 등에 폭넓게 활용되면서 여러 연구의 관심 대상이 되고 있다.

특히 트위터, 페이스북, 미투데이 같은 네트워크 서비스가 형성하는 사회연결망은 사회적 관계 맺기, 평판, 추천 등의 기능을 통해 정보의 신뢰성과 투명성을 제고함으로써 이용자의 편의를 극대화할 수 있는 혁신 메커니즘이며 이용자들이 상호작용할 수 있는 커뮤니케이션 메커니즘을 제공한다(이호영·김희연·정부연·장덕진·김기훈, 2011). 예를 들어 페이스북은 이용자들에게 물리적 거리를 뛰어넘어 지인들과 관계를 유지할 수 있게 하고, 오프라인 관계를 유지하는 데 중요한 역할을 할 뿐만 아니라 오프라인에서 만나지 못하는 사람들과 소통할 수 있는 중요한 커뮤니케이션 수단이 될 수 있다(Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; 김유정, 2013). 또한 사적인 정보나 사진, 음악, 동영상을 공유하여 상대방에게 자신의 정체성을 표현하고 이를 통해 사회적 네트워크를 형성하고 유지한다.

dCollection @ chosun

그러나 SNS가 인맥 관리의 편리한 도구로 장점만 갖고 있는 것은 아니다. 온라인상에서 열린 소통 공간으로서 쉽게 타인과 접속하고 관계를 맺을 수 있는 장점이 있는 반면에 깊이 없는 관계의 확장, 용이한 개인 정보제공과 탐색으로 인한 사생활 침해로 이용자에게 적지 않은 거부감을 주는 단점도 있다(박재진·황성욱·박홍원, 2013).

또한 SNS를 통해 유통되는 정보량의 과부하 문제, 관계 맺기 과정에서의 관리부담, 그리고 인격모독이나 명예훼손적인 표현 등 SNS에 대한 부정적 감정이나 저항감도 높아지고 있다. 이 같은 부작용 때문에 SNS 이용자 수가 감소하고 있고, SNS 이용과정에서 생기는 부정적 평가로 인해 SNS 이용 자체를 회피하거나 다른 매체로 전환하는 의도를 갖게 되기도 한다(곽기영·김효준, 2011; 김경달·김현주·배영, 2013; 김동태, 2013; 이현지·정동훈, 2013a).

이처럼 SNS의 확장과 더불어 역설적으로 이용자들이 다양한 대화채널을 관리하는 데 피로를 느끼고 있다는 인식이 사회적 이슈가 되고 있다. 지인들의 댓글이나 메시지를 확인하고 응답을 하다보면 업무는 물론 휴식 시간도 방해를 받게 된다고 호소하는 이용자들이 늘어나고 있고 스마트폰 기기로 시간과 공간의 제한을 받지 않고 언제 어디서나 이용자의 개인 생활을 침해받으며 SNS에서의 인맥을 관리해야하는 부담감도 느낄 수 있다. 이러한 상황을 설명하는 개념인 디지털 피로감(digital fatigue)은 최근에 늘어나고 있는 디지털 기기의 사용이나 연결, 컨텐츠의 공유 및 이용하는 과정에서 생기는 어려움을 표현하고 있다(김명수·이동주, 2012).

취업포털 인크루트가 SNS를 이용하는 직장인을 대상으로 한 조사 결과에 따르면 SNS를 사용하는 직장인들은 개인정보의 유출, 상대방의 메시지에 지속적으로 반응해야 하는 부담감, 지속적인 업데이트의 어려움, 그리고 타인의 비난이나 악플 등으로 스트레스를 받으며, 그 결과 이용자의 65.5%가 소셜미디어 운영을 그만두거나 폐쇄를 한 적이 있고, 51.7%는 이웃, 친구, 일촌 등과 관계를 끊거나 언팔로우해본 적이 있는 것으로 나타났다(<인쿠르트>, 2011. 3. 14). 잡코리아 알바몬의 조사에 따르면 최근 'SNS 이용' 설문조사에서도 SNS를 이용해 본 적이 있는 학생이 91.4%인데 이들 중 15.2%가 '더 이상 SNS를 하지 않는

dCollection @ chosun

다'고 답했고, 대학생의 63.1%는 'SNS에 피로감 혹은 부담감을 느낀 적이 있다'고 답했다. 특히 남학생(59.0%)보다 여학생(67.5%)이 SNS에 피로감을 더 느끼는 것으로 나타났다. SNS를 더 이상 사용하지 않는다고 답한 학생들 중 20.2%는 '사생활이 너무 노출돼서'를 이유로 꼽았고 '누군지도 모르거나 그다지 친분 없는 사람들의 친구 요청을 받아서'(16.1%), '시간이 많이 투자되어서'(15.3%) 순의 이유로 SNS 이용을 거부하는 것으로 나타났다(<인쿠르트>, 2013. 8. 2).

이처럼 SNS의 부정적인 영향에 대한 조사는 SNS에 자주 접속하면서 시간을 낭비하거나 관계유지의 부담감을 느끼거나 개인정보가 쉽게 노출되는 것에 대해 우려하는 이용자들이 상당수임을 확인하게 한다. 몇몇 선행 연구들은 SNS상의 자기노출, 프라이버시 침해, 기회비용, 평판 등 문제로 SNS 스트레스와 SNS 피로감이 유발될 수 있다는 연구결과를 제시하였다(곽기영·김효준, 2011; 김명수·이동주, 2012; 이현지·정동훈, 2013b; 김경달 외, 2013). 그리고 SNS 스트레스와 SNS 피로감이 SNS의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 것을 확인하였다(곽기영·김효준, 2011; 김명수·이동주, 2012; 이현지·정동훈, 2013b). 즉 SNS 피로감과 SNS 스트레스가 많을수록 SNS의 지속적 이용에 부정적 영향을 주는 것으로 나타났다.

페이스북과 같은 SNS는 온라인 공간에서 인간관계를 형성하기 편리한 도구이지만 과도하게 SNS에 의존하면 이용자에게 심리적으로 부정적 영향을 미칠 수 있다. 몇몇 선행연구는 SNS의 네트워크 유형이나 이용자의 이용 유형 및 애착 정도의 차이에 따라 이용자가 주관적 행복감이나 고독감을 느끼는 정도가 다르다는 것을 밝혔다(금희조, 2011; 김봉섭·박시현, 2014). 주로 관계유지, 이미지관리, 사회적 압력, 타인탐색 등의 목적으로 페이스북을 이용하는 경우 페이스북에 대한 의존 경향이 증가하고 결과적으로 주관적 행복감이 떨어지고 고독감을 더 많이 느끼게 된다는 것이다(김봉섭·박시현, 2014).

이런 현상들은 SNS 이용이 긍정적 소통 기능 외에 역기능과 부정적 측면도 많이 갖고 있음을 보여주는 것이다. 이런 부정적 측면 때문에 이용자가 SNS를 회피하고 다른 매체로 전환하려는 의도를 갖게 된다면, 그 요인을 구체적으로 연구할 필요가 있다. SNS 회피 및 전환행위의 원인이 무엇인지를 파악

dCollection @ chosun

하면 미디어 이용이나 정책 등을 보완하거나 이를 새로운 미디어에 반영할 수 있기 때문이다(이현지·정동훈, 2013b). 그런데 기존의 연구들은 주로 SNS에 대한 스트레스나 피로감이 SNS 이용 의도에 어떠한 영향을 미치는가만 주목하였다. 즉, 이용자가 이런 부정적 영향을 갖고 앞으로 SNS를 이용할 것인가, 이용하지 않을 것인가에 대해 연구의 초점을 맞추었을 뿐 SNS에 대한 이런 회피 행위가 어느 정도 존재하는지, 이러한 부정적 영향을 형성하는 원인이 무엇인지를 구체적으로 밝히지는 못하였다.

이러한 연구 공백을 메우기 위해서 이 연구는 SNS 이용을 둘러싼 여러 요인들을 종합적으로 파악하여, 어떤 요인이 이용자에게 SNS에 대한 부정적 인식을 형성하게 하며 그것이 SNS 회피행위와 SNS 전환 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 한다. 또한 학술적으로 엄밀히 정의되지 않은 SNS 회피라는 행위를 구체적으로 개념화하여 이용자들의 SNS 회피 행위를 다양한 차원에서 분석하고자 한다.

2. 연구의 필요성

SNS에 대한 긍정적 시각은 크게 SNS를 무비판적으로 환영하는 기술주의 유토피아적 관점과 SNS를 이용하여 무분별하게 이윤을 추구하려는 시장주의적 관점으로 대표된다(이호영 외, 2011). 그러나 실제 SNS 이용의 측면에서 SNS에 대한 부정적 인식의 확산과 SNS 회피 행위가 증가하고 있음을 부인하기 어렵다. 그렇다면 이런 현상을 고려한 새로운 시각이 필요하다.

그동안 수많은 미디어가 부침을 거듭하였고 디지털 기술의 발달은 이러한 현상을 가속화하고 있다. 새로운 미디어가 등장할 때마다 이용자들은 그 미디어가 가진 특성에 주목하였고 어떤 사람은 해당 미디어를 이용하고 어떤 사람은 이용하지 않기도 하였다. 이 때문에 수많은 연구들은 미디어 이용에 영향을 미치는 이용자의 특성이나 다른 미디어와의 경쟁 등 다양한 요인들을 분석해왔다. 특히 미디어대체이론은 미디어 이용시간의 유한성으로 생겨나는 미디어 이용시간의

dCollection @ chosun

배분을 둘러싼 여러 매체간 경쟁에 집중하였고(손승혜, 2005), 적소이론은 다양한 미디어가 경쟁하는 상황에서 이용자들이 어떻게 적재적소에서 미디어를 이용하는가에 연구의 초점을 맞춰왔다(Dimmick, & Rothenbuhler, 1984; Dimmick, Dobos, & Lin, 1985; Dimmick, Patterson, & Albarran, 1992). 그런데 이러한 연구관점은 이용자들이 매체간 경쟁상황에서 어떤 매체를 선택하여 이용하는가를 밝히는 데 주목하였을 뿐 특정 매체를 이용하면서도 이용 자체를 조절하거나 회피하고 나아가 다른 매체로 전환하려는 의도가 무엇인지에 대해서는 간과하였다. 즉 그동안의 연구들은 이용자들의 미디어 선택 및 이용에 주목한 반면 미디어 이용 중단이나 회피에는 상대적으로 관심을 기울이지 않았다.

그런데 앞서 언급했듯이 새로운 미디어가 증가하면서 미디어 이용을 회피하거나 중단하고 다른 미디어로 전환하는 행위가 빈번하게 발생하고 있다. 특히 기존의 어떤 미디어보다 빠르게 새로운 미디어 환경을 만들어내는 SNS의 경우 이러한 현상은 두드러진다. SNS는 연결된 사람의 수가 많을수록 네트워크 가치가 배가 되는 개인 중심의 사적 네트워크이기 때문에 사회적 관계를 유지하기 위해서는 원하든 원하지 않든 SNS 사용할 수밖에 없는 불가피한 측면이 존재한다. 특히 한국사회는 개인주의 성향이 강한 서양 사회보다 집단의 동질성과 유대를 강조하는 집단주의 성향이 크며, 개인의 행동기준을 개인 자신에게 두기보다는 그가 속해 있는 공동체에 두는 경향이 심하고(최재석, 1982), 인맥관리나 관계 자본은 한국인의 삶에 매우 중요한 부분이기 때문에(이재열·남은영, 2008) SNS 이용의 불가피성은 더욱 커질 수밖에 없다. SNS의 이러한 특성 때문에 역설적으로 이용자들은 사생활 침해나 네트워크 유지 관리의 부담감, 개인정보에 대한 통제권의 상실, 네트워크로부터의 소외감 등을 경험하게 된다. 그런데 이러한 경험은 이용자 개인의 성향이나 SNS에 대한 인식, 이용방식 같은 요인에 따라 차이가 있을 수 있다.

따라서 SNS의 경우 SNS 이용이나 비이용 요인이 무엇인가를 밝히는 것 못지않게 SNS를 회피하고 다른 SNS로 전환하려고 하는 이유가 무엇인지를 규명하는 것이 매우 중요하고도 절실한 작업이라고 할 수 있다. 특히 다매체 환경에서 SNS 회피 및 SNS 전환의도에 영향을 미치는 요인들을 밝히는 것은

dCollection @ chosun

향후 새로운 미디어의 등장과 쇠퇴를 설명할 수 있는 중요한 단서를 제공할 수 있을 것이다.

따라서 이 연구는 SNS 중에서 인간관계 형성 및 유지라는 소셜네트워킹 본연의 특성을 구현하고 있는 페이스북을 중심으로 연구하고자 한다. 페이스북과 더불어 대표적 SNS 중 하나인 트위터가 사교적 목적보다는 정보적 목적으로 이용되고 있는 데 반해(Johnson & Yang, 2009; 심홍진·황유선, 2010), 페이스북은 기존에 알고 있는 지인들과 관계를 유지하거나 새로운 사람들과 관계를 형성하는 등 사교적 목적으로 사용되고 있다(Lampe, Ellison, Steinfield, 2006). 그렇기 때문에 손쉽게 맺어진 폭넓은 인간관계를 유지 관리하는 데 부담감과 불안감을 느낄 수 있고, 이는 페이스북 이용에 영향을 줄 수 있다(Sheldon, Abad, & Hinsch, 2011).

이러한 문제의식에서 이 연구는 SNS 이용자가 SNS에 대해 부정적 평가를 하고 있음에도 불구하고 SNS를 이용하지 않는 것이 아니라 여러 형태의 회피 행위를 보이는 이유가 무엇인지를 이용자 측면, 미디어 측면, 그리고 SNS 과잉의존의 측면에서 다차원적으로 설명하고자 한다.

최근에 SNS의 부정적 평가에 대한 연구는 주로 SNS 피로감을 중심으로 이루어졌다. SNS 피로감 형성요인은 주로 SNS에서 정보 과부하 문제, 개인의 정보 노출을 우려하는 프라이버시 문제, SNS의 사용과정에 투입해야 하는 시간과 노력인 기회비용, 나에 대한 평판에 신경을 씀으로써 발생하는 심리적, 신체적 피로감 및 스트레스 유발 등이다(곽기영·김효준, 2011; 김경달 외, 2013; 김명수·이동주, 2012; 이형지·정동훈, 2013b). 이런 요인으로 발생하는 SNS 피로감은 이용거부나 매체전환 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(김형지·최홍규·김성태·안미선·이유민, 2012; 이현지·정동훈, 2013a, 2013b).

이 연구에서는 기존 연구와 달리 정보 과부하, 프라이버시, 기회비용, 평판인식 등으로 인해 형성되는 SNS 피로감을 SNS의 부정적 평가 가운데 하나로 접근하고자 한다. 왜냐하면 SNS 피로감은 이용 과정에서 생기는 일종의 심리적 혹은 신체적 피로감일 뿐이기 때문이다. 대신, SNS 부정적 평가의 형성 요인으로 이용자의 특성과 미디어의 특성에 대한 인식 등을 포함하고자 하는데,

dCollection @ chosun

SNS는 일반적 대중 매체와 달리 이용자 개인을 더 강조하는 개인 중심적 1인 미디어이며(김현정·손영곤, 2013), 인맥 형성 및 관리 기능을 강조하는 사회관계 유지 미디어이기 때문에 SNS에 대한 부정적 평가를 논하려면 이용자 특성과 미디어 특성을 함께 고려하지 않으면 안 된다고 보기 때문이다. 또한 이용자의 미디어 이용 정도에 따라 미디어에 대한 인식에 차이가 존재하기 때문에 (Lin & Tsai, 2002) 이 연구에서는 부정적 평가의 요인으로 SNS 과잉의존 변인을 검토하고자 한다.

요컨대 이 연구는 이용자 개인 특성인 이용자 성향 차원, 미디어 특성에 대한 인식 차원, 그리고 SNS 과잉의존 등 요인이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 또한 SNS 부정적 평가가 SNS 회피행위에 어떠한 영향을 미치며, 최종적으로 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가를 검증하고자 한다.

그런데 SNS 회피 개념에 대해 학술적으로 엄밀한 연구가 없기 때문에 SNS 사용과정에서 생기는 부정적 측면, 즉 'SNS 회피'를 개념적으로 탐색하고 SNS에 대한 부정적 평가와 회피 행위를 유발하는 요인에 대해 살펴보고자 한다.

SNS 회피 행위는 뉴스피드에 대한 인지적 측면, 타인과의 사교적 측면, SNS 접속 및 이용적 측면을 고려하여 인지적 회피, 사교적 회피, 기계적 회피로 나누어 살펴보고자 한다. 즉 SNS에서 유통되는 수많은 정보에 대한 회피 행위인 인지적 회피, 손쉽게 형성되는 깊이 없는 인간관계의 유지 및 관리에 대한 사교적 회피, 그리고 기계적 수단으로 SNS 접속을 회피하는 기계적 회피 등으로 회피 행위로 구분한다. SNS에 대한 부정적 평가와 SNS 회피 행위 간에 어떠한 관계가 있는지 그리고 이러한 영향은 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 한다.

구체적으로 이용자의 성향에서는 외향적 성향, 사회적 부채감, 사회 및 타인에 대한 무관심, 미디어 특성에 대한 인식에서는 상대적 이점, 지각된 복잡성, 지각된 위험, 그리고 SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 또한 이러한 부정적 평가가 SNS 회피 행위와 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하고자 한다.

dCollection @ chosun

제2절 논문의 구성

이 논문은 아래와 같이 모두 5장으로 구성된다.

제 1장은 서론부분으로 문제제기 및 연구목적, 그리고 논문의 구성에 관하여 소개하고 있다.

제 2장은 기존논의 검토 및 이론적 배경에 대해 다룬다. SNS 회피와 SNS 전환의도의 영향요인을 파악하기 위해서 먼저 이 연구의 핵심 주제라고 할 수 있는 SNS 회피에 대한 개념을 검토한다. 그리고 SNS 회피와 SNS 전환의도에 영향을 주는 주요한 개념들인 SNS 이용자 성향을 구성하는 외향성, 사회적 부채감, 사회 및 타인에 대한 무관심 등 세 가지 변인과, 미디어 특성에 해당하는 상대적 이점, 지각된 복잡성, 지각된 위험의 세 가지 변인, 그리고 SNS 과잉의존 변인을 개념적으로 설명한 후 이들 변인들이 SNS 부정적 평가 구성요소인 SNS 피로감, 사생활침해, 평판우려, 소외감 등 핵심적인 분석개념들과 어떤 관계가 있는지를 이론적 근거를 제시하여 논의한다.

제 3장은 이 연구에서 구체적으로 살펴보고자 하는 연구문제 및 연구모형을 제시하고 분석대상 및 조사 방법 등 연구설계에 대해 설명한다.

제 4장은 이 연구의 목적인 SNS 회피 및 전환의도와 SNS 부정적 평가에 대한 이용자 성향, 미디어 특성, SNS 과잉의존의 영향력을 실증적으로 분석하고 결과를 제시하는 부분이다.

마지막으로 제 5장 결론부분에서는 이 연구의 분석결과의 요약과 이 연구 시사점 그리고 한계점 및 제언에 대하여 제시한다.

dCollection @ chosun

제2장 기존 논의 검토 및 이론적 배경

제1절 SNS 회피와 SNS 전환의도에 대한 개념화

1. SNS 회피에 대한 개념화

새로운 매체에 대한 연구 분야에서는 주로 매체 이용 동기나 매체 이용을 통해서 인간의 커뮤니케이션 능력을 어떻게 확장시킬 것인가에 초점을 맞추어 왔다. 그런데 매체는 이용자에게 효율적 이점을 제공하는 동시에 부정적 영향도 미친다. 마찬가지로 새로운 형태의 미디어인 SNS도 이용자에게 편리한 기능을 제공하면서 동시에 부정적 감정이나 피로감을 유발할 수 있다. 이로 인해 SNS 회피 현상이 생길 수 있다.

SNS 회피는 SNS 비이용과는 다르다. SNS 비이용은 SNS의 기술적 특성을 거부하는 행위이며 SNS 이용에 저항하는 것을 의미할 수 있다. SNS의 기능적 필요성을 인식하지 못하여 SNS 이용 자체에 대한 관심이 없으며, 능동적으로 SNS를 이용하지 않는 것이다. 반면에 SNS 회피는 SNS의 미디어 특성을 활용하여 SNS를 이용한 후에 이 과정에서 발생한 여러 문제들 때문에 다양한 방식으로 SNS 이용을 조절하는 행위를 말한다.

이러한 '회피'연구는 SNS뿐 아니라 기존 커뮤니케이션 연구에서도 행해진 사례가 있다. 대표적으로 면대면 커뮤니케이션에서 회피 개념은 면대면 커뮤니케이션 연구 분야에서 많이 이루어지고 있다. 버군(Burgoon, 1976, p. 60)은 커뮤니케이션 외면(unwillingness-to-communicate)를 "구두(oral) 커뮤니케이션을 피하거나 가치 없게 여기는 지속적인 경향"으로 정의하고, 이를 두 가지 차원으로 제시하였다. 그 중 하나인 접근-회피(approach-avoidance) 성향은 대인적 접촉에 대해 느끼는 두려움과 불안으로 대인 커뮤니케이션을 회피하려고 하는 성향이다. 접근-회피 요인의 경우 불안, 내향성 등 다양한 요소를 포함한

dCollection @ chosun

다(Burgoon & Hale, 1983). 다른 하나인 보상(reward) 차원은 사람들이 주변 사람들과 대화할 때 자신을 찾지 않는다고 인식하는 정도와, 타인과의 상호작용이 진실하지 못하다고 생각하기 때문에 타인과의 커뮤니케이션이 가치가 없다고 인식하는 정도를 일컫는다(Burgoon & Hale, 1983).

매스미디어, 이동전화와 인터넷을 포함한 다양한 매체이용에 관한 후속연구들에서 개인의 커뮤니케이션 회피 성향은 매체 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 중요한 수용자 변인으로 파악되었다(Armstrong & Rubin, 1989; Papacharissi & Rubin, 2000; 배진한, 2002).

이와 비슷하게 광고 분야에서도 광고 회피 개념을 정의하는데 광고회피란 광고매체에 노출된 수용자들이 광고 내용에 노출되는 수준을 감소시키기 위해 하는 모든 행동들을 말한다(Speck & Elliott, 1997, p. 61). 광고회피에 관한 연구들은 광고회피 행위를 인지적 회피, 기계적 회피, 행동적 회피 등 세 가지로 나누었다. 즉 광고를 무시하는 행동은 인지적 회피, 기계적 수단을 통해 광고를 거르는 것은 기계적 회피, 광고가 뜨면 사라질 때까지 다른 행동을 하거나 방에서 떠나는 행동(TV 광고)이나 광고를 제거하는 행동(잡지, 신문광고)은 행동적 회피이다(Speck & Elliott, 1997).

이러한 논의들을 바탕으로 이 연구는 SNS 회피를 이용자들이 SNS 이용과정에서 SNS에 대한 두려움을 느끼고 SNS 이용을 피하려고 하는 행위로 정의하고자 한다. 즉 이용자들이 SNS에 대해 부정적 감정이나 부담감을 갖고 SNS의 이용을 감소시키기 위해 행하는 모든 행위들이 SNS 회피 행위이다.

SNS는 기존의 대중 매체와 달리 이용자들이 개인 중심의 정보 습득 및 공유, 인맥 형성 및 관리 등 정보 추구와 사교적 특성을 갖고 있다. 이를 고려하여 이 연구는 SNS회피를 정보에 대한 인지적 회피, 타인과의 관계 형성과 관련한 사교적 회피, 그리고 기계적 기능을 통해 SNS 이용 자체를 꺼리는 기계적 회피라는 세 가지 차원에서 살펴보고자 한다.

dCollection @ chosun

1) 인지적 회피

SNS 인지적 회피(cognitive avoidance)란 SNS 메시지가 수신되었을 때 내용 자체에 주의를 기울이지 않고 무시하는 행위이다. 가령 페이스북의 경우 뉴스피드의 양이 너무 많거나 뉴스 피드의 내용에 관심이 없을 때 뉴스피드를 읽지 않고 넘기는 행위가 바로 인지적 회피이다.

광고 분야에서 인지적 회피는 광고를 무시하는 행동을 일컫는데(Speck & Elliott, 1997) 인터넷 광고 회피의 경우 인지적 회피는 주로 전자우편이나 웹사이트 사용중 광고에 노출되는 경우 광고를 무시하거나 별 생각 없이 보는 것을 의미한다(홍종필, 2009). 따라서 이 연구에서는 광고 분야와 비슷한 관점에서 SNS 이용자가 SNS를 무시하는 행위를 SNS 인지적 회피라고 정의한다.

페이스북을 포함한 전체 SNS에서 생성되는 온라인 정보는 '정보의 홍수'라고 할 수 있을 만큼 엄청난 속도로 그 양이 증가하고 있다(김희연·오주현, 2012). 이 때문에 폭주하는 메시지를 처리하는 데 많은 이용자들이 스트레스를 받고 있다. 실제로 직장인 427명을 대상으로 실시한 온라인 설문조사에 따르면 56.7%(253명)의 직장인이 SNS 때문에 스트레스를 받는 것으로 나타났으며, 91.4%의 대학생 63.1%도 사생활 노출과 시간 낭비 등의 문제로 'SNS에 피로감 또는 부담감을 느낀 적이 있다'고 응답하였다(<프레시안>, 2014. 5. 14).

SNS는 시간과 공간의 제한 없이 이용자들 간의 연결성을 강조하는 매체 특성을 갖고 있기 때문에, SNS 친구들은 수분 혹은 수초 단위로 자신이 어디에서 누구와 무엇을 하고 있는지 자신의 생각이나 감정이 어떠한지를 계속 올릴 수 있다. 이를 통해 SNS에 엄청난 정보량이 유입된다. 또한 SNS 이용은 개인적으로 중요하다고 판단되는 사건에 대한 시의적절한 새로운 정보 수취를 익숙하게 만들고 있다. 그러므로 SNS에서 인적 네트워크가 좁은 이용자조차도 개인이 처리할 수 있는 정보량을 초과하는 방대한 메시지나 정보의 양을 경험

dCollection @ chosun

하게 된다(Hong, Dan, & Davison, 2011). 이러한 정보과부하 문제로 이용자가 뉴스피드에 대해 부담감이나 부정적 태도가 생김으로써 SNS 뉴스피드에 대해 인지적 회피 행위가 일어나는 것이다. 최근의 조사에 따르면 사용자들이 타임라인을 본 횟수인 트위터의 타임라인 뷰는 2013년 3분기 1천590억 건에서 올해 4분기 1천480억 건으로 7% 감소하였다(<시사IN>, 2014. 2. 7).

이러한 현상을 설명할 수 있는 이론인 합리적 선택 이론은 합리적 무관심이라는 개념을 통해, 개인이 새로운 정보를 획득하고 처리하며 저장하는 과정에서 투입해야 하는 비용이 이러한 행동을 함으로써 얻게 되는 이익을 초과할 경우 주의를 덜 기울이게 된다고 설명한다(Oh & Lucas, 2006). 즉 비용과 보상이라는 두 가지 측면을 비교해 봄으로써 합리적인 판단에 의해 관심여부를 결정하게 되는 것이다(정유정, 2009). 합리적 무관심이 증가하는 원인은 두 가지가 있다. 즉 이용자가 수집하고 처리하는 데 비용이 드는 많은 양의 정보를 접하고 처리하는 과정에서 시간, 자원, 인지적 정보 처리 능력의 한계를 갖게 되면 합리적 무관심이 증가하는 것이다(Lee, Chen, Levy, Kauffman, & Bergen, 2006). SNS의 경우 이용자들이 수많은 정보들을 처리하는 데 드는 비용이 얻게 되는 보상이나 이점보다 크다고 지각하면 인지적 회피를 보일 수 있는 것이다.

트위터 이용자에 대한 조사에 따르면, 이용자들이 타임라인에 올라온 트윗을 확인하는 비율이 20% 이하'라는 응답(28.8%)이 가장 높았고, 응답자의 54.5%는 관계를 끊은 경험이 있으며 이들이 관계를 끊는 주된 이유는 바로 '너무 많은 트윗을 날릴 때'(34.6%)였다(이호영 외, 2011).

SNS에서 유통되고 있는 메시지나 정보들이 이용자의 정보처리능력을 초과하기 때문에 이용자들은 이런 메시지들을 일일이 체크하기 어려워 의식적이든 무의식적이든 회피하는 것이다. 그리고 이런 수많은 정보는 이용자에게 짜증이나 피곤함 같은 부정적 느낌을 유발할 수 있으며 이러한 부정적 태도나 감정은 SNS 자체를 회피하게 만들 수 있다.

dCollection @ chosun

2) 사교적 회피

페이스북은 관계를 유지하는 데 편리하고 용이한 적극적 측면만 갖고 있는 것이 아니라 많은 부정적 평가를 동시에 수반하고 있다. 이러한 문제로 인해 많은 이용자들은 SNS 사교적 회피 행위를 하게 된다. 페이스북 등 SNS에서 타인과의 교류나 관계 형성 자체를 회피하거나 타인의 동태나 뉴스피드에 대해 적극적으로 반응해주지 않으면서 자신의 담벼락만 이용하는 행위를 사교적 회피(social avoidance)라고 할 수 있다.

SNS 중에서 특히 페이스북은 가장 대표적인 쌍방향 커뮤니케이션 모델로 쌍방향 친구 관계 맺기를 통해 인맥을 형성하고 확장하는 방식으로 SNS의 사교적 기능을 보여주는 서비스이다(이상호·고아라, 2013). 페이스북은 마이크로블로그인 트위터와 달리 친구관계 맺기를 신청하고 수락하는 과정을 통해야 서로 페이스북 친구 관계를 맺을 수 있다. 서로 친구관계가 된 이용자는 자신이나 페이스북 친구의 담벼락에 글, 사진 등을 올릴 수 있고 다른 사람이 올린 내용도 볼 수 있으며 댓글도 달 수 있다. 또한 “좋아요(like)” 추천버튼을 클릭해서 다양한 공감을 표현하기도 한다. 이러한 상호작용 과정에서 서로 관계를 맺으며 인맥을 형성하고, 관리하는 것이다. 페이스북 이용유형에 관한 연구에 따르면, 인맥관리 목적의 이용이 가장 많아 이용자가 페이스북을 사용하는 주요 목적이 인맥 형성 및 관리임을 알 수 있다(천민지·이주환, 2014).

이처럼 페이스북은 인간관계를 형성하는 데에 편리한 장점을 갖고 있지만 많은 연구자들은 페이스북과 같은 SNS상에 형성하는 관계에 대해 의문을 갖고 있다(Boyd & Heer, 2006; Turkle, 2011). SNS상에서 갈등 없는 즐거운 경험만 있는 인간관계를 진지한 관계라고 할 수 없으며 많은 인간관계는 우리가 현실 속에서 경험하는 ‘관계’와는 본질적으로 차이가 있다는 것이다(임영호·김은미, 2011).

SNS에 형성된 이러한 가벼운 관계는 ‘친구’의 개념까지 바꾸었다(Boyd & Heer, 2006). 페이스북에 ‘친구’ 요청을 하고 수락을 받으면 이용자간 바로 ‘친

dCollection @ chosun

구' 관계가 형성되며 서로 담벼락에 있는 정보, 동영상, 사진, 심지어 타인이 나에게 보낸 댓글까지 서로 공유할 수 있다. 그런데 이런 정보 공개와 공유 관계는 우리가 일반적으로 의미하는 '친구' 개념과는 본질적으로 차이가 있으며 관계의 깊이가 얕고, 그 정도가 훨씬 가볍다. 따라서 많은 이용자들은 SNS를 통해 인맥 관리 및 형성이 편리한 점은 있지만 온라인상의 인간관계에 대해 가볍고 위험성도 있어 별로 좋지 않다고 생각한다(<매일신문>, 2011. 3. 5).

SNS에서는 관계를 형성하기 용이하기 때문에 네트워크 크기가 상대적으로 큰 편이다. 그러므로 이용자가 SNS 상의 관계 유지 과정에서 생기는 관리부담 및 '관계의 과부하'와 같은 부정적 평가가 나타나는 것은 자연스러운 일이다(김은미·이동후·임영호·정일권, 2011)[1]. 페이스북은 유용한 커뮤니케이션 도구지만 페이스북을 통한 소통이 현실에서의 소통을 방해하기도 하고 현실의 경험을 대체하지 못하기 때문에 많은 이용자들은 페이스북 이용시간을 줄이는 등 SNS에서 타인과의 관계 맺기 같은 사교적 행위를 축소시키는 것이다.

3) 기계적 회피

SNS 기계적 회피(mechanical avoidance)는 주로 기계적 수단을 이용하여 SNS 접속을 회피하는 행위이다. SNS는 관계를 유지하고 있는 다른 이용자에게 이용자들이 게시하는 콘텐츠를 수시로 알려주는 기능을 갖고 있다. 이용자들 간의 장벽 없이 언제든 어디에 있든 연결해주는 기능이다. 그러나 이러한 항시적 연결성은 사생활 침해 같은 문제를 야기하기 때문에 사생활을 침해받지 않도록 혼자 있을 수 있는 공간이나 시간을 갖고 싶은 이용자는 기계적 수단으로 SNS의 알리기 기능을 일부러 차단함으로써 SNS 접속 자체를 회피하

1) 영국 옥스퍼드 대학교 인류학자인 로빈 던바는 유의미한 관계를 맺고 있는 사람의 수를 추정했다(Dunbar, 1993). 그는 1990년대 초에 침팬지 원숭이 등 영장류의 사교성에 대해 연구하였는데, 연구 결과에 따르면 대뇌의 '신피질'이 클수록 교류하는 친구가 많으며, 인간의 신피질 크기에 따라 친분관계를 유지할 수 있는 사람의 수가 최대 150명이라고 주장했다. 즉 사회적 관계를 제대로 유지할 수 있는 사람의 수는 150명을 넘기기가 쉽지 않다는 것이다. 친교수의 제한을 받는 이용자들은 오프라인에서 친교수가 많으면 온라인에서 인맥 형성 및 관리가 힘들어질 수 있다.

dCollection @ chosun

게 된다. 예를 들면 알림 끄기 기능을 설정하여 메시지가 도착하더라도 즉각적인 수용을 거부하는 등의 방식으로 이용 자체를 회피하는 것이 바로 기계적 회피이다. 페이스북에서 친구관계를 유지하고 있는 이용자 중 수시로 많은 사람들과 정보를 공유하는 경우 그 정보들이 재미없고 의미도 없는 정보이면 그 친구의 뉴스피드를 수신 차단하기도 하는데, 이런 행위도 기계적 회피라고 할 수 있다. 기계적 회피는 SNS 회피행위 중 가장 강도가 큰 회피 행위라 할 수 있다.

SNS는 이용자가 능동적으로 이용하는 매체이기 때문에 SNS 기계적 회피는 일종의 이용거부 행위라고도 말할 수 있다. 이용자가 SNS의 정보공유, 사회참여, 친구와 교류, 관계 맺기(김위근·최민재, 2012; 김유정, 2013; 2011; 윤승욱, 2011; 최영·박성현, 2011) 등 긍정적 측면보다 프라이버시 침해, 평판인식, 관리, 이용, 사회관계의 부담(곽기영·김효준, 2011; 이현지·정동훈, 2013b) 등 부정적 측면을 높게 인지하면 SNS의 접속을 회피하는 행위를 하게 된다.

그런데 SNS 기계적 회피는 이용 자체를 거부하는 SNS 중단 행위와는 구분된다. SNS는 이용자가 능동적으로 이용하는 매체이기 때문에 이용자는 SNS 이용을 중단하지 않고도 SNS의 다양한 기능을 활용하여 접속시간이나 간격 등을 통제함으로써 SNS 접속을 회피할 수 있다. 그러나 이러한 차이에도 불구하고 SNS 기계적 회피는 이용거부로 이어질 가능성이 높다. SNS로 인한 부정적 평가가 증가하는 경우 다양한 방식으로 SNS를 회피할 수 있지만 SNS 접속을 회피하거나 이용 자체를 중단할 수도 있기 때문이다.

2. SNS 전환의도에 대한 개념화

마케팅 분야에서 전환의도는 고객유지나 재구매 의도와 반대되는 개념으로 현재 사용하는 서비스를 다른 서비스로 전환하고자 하는 의도를 말한다(Jones, Mothersbaugh, & Beatty, 2002). 전환의도는 전환행동에 영향을 미치는 동기유발적인 요인들로 구성되어 있으며 전환행동을 실행하기 위한 노력의 표시이

dCollection @ chosun

고, 일반적으로 전환의도가 강할수록 전환행동을 실행할 확률이 높다(Ajzen, 1991). 그러나 반드시 경쟁 상품이나 서비스로 대체하는 것이 아니라 기존 상품에서 충족시키지 못하는 욕구를 충족시키기 위해 보완적으로 전환행동이 나타나기도 한다(Lattin & McAlister, 1985). 즉 현재 사용하고 있는 제품이나 서비스가 소비자의 다양한 욕구를 충족하지 못하기 때문에 이전에 충족되지 못한 욕구를 충족시켜 줄 상품이나 서비스를 선택하기 위해 전환행동을 보이는 것이다. 요컨대 전환행동은 단순하게 상품이나 서비스 이용을 중단하고 다른 서비스로 대체하는 것을 포함하여 다양한 서비스를 서로 보완하여 동시에 이용하는 것을 의미하며, 전환의도는 이러한 전환행동을 유발하는 동기적 요인이라고 볼 수 있다(Chen, Dong, Kevin, Sridhar, & Sanjeev, 2008).

새로운 매체의 등장으로 매체간 경쟁이 심한 다매체 환경에서 이용자는 능동적으로 미디어를 선택하여 이용한다. 새로운 미디어가 등장할 때마다 이용자들은 기존 미디어 이용을 중단하고 새로운 미디어로 대체하기도 하고(Baker & White, 2011), 다양한 욕구를 충족시키기 위해 여러 가지 방식으로 다양한 미디어를 보완하여 사용하기도 한다. 그런데 중요한 것은 기존미디어의 대체이든 보완이든 이것을 추동하는 요인은 새로운 미디어로 전환하고자 하는 이용자의 의도라 할 수 있다. 즉 다양한 미디어가 존재하고 손쉽게 다른 미디어로 전환할 수 있는 미디어 환경에서 미디어에 대한 욕구가 충족되지 않거나 이용자의 부정적 평가가 증가하게 되면 다른 미디어로 전환하려는 의도 역시 높아지게 된다는 것이다. 이 경우 기존 매체를 사용하려는 의지가 감소하며 이용 자체를 중단하고 이용하기 더 편리하고 기능이 더 강화된 매체나 서비스로 전환하게 되는 것이다. 이와 같은 맥락에서 다양한 유형의 SNS 등장으로 이용자의 선택이 넓어진 상황에서 SNS 간에 대체 가능성도 높아졌는데, 사용중인 SNS를 부정적이라고 인지하고 회피할 경우 해당 SNS를 사용하지 않거나 다른 미디어로 전환할 가능성이 커진다고 할 수 있다(이현지·정동훈, 2013a, 2013b).

dCollection @ chosun

제2절 SNS 부정적 평가의 영향요인

일반적으로 특정 미디어를 이용하는 데는 이용자 개인의 특성과 미디어 고유의 매체적 특성, 그리고 미디어를 이용하는 사회적, 문화적 맥락이 작용한다. 이러한 요인들이 결합하여 미디어 이용경험이 형성되며 미디어 이용경험은 미디어에 대한 긍정적, 부정적 평가를 낳게 된다. 특히 다양한 정보나 의견 등을 자유롭게 표현할 수 있는 개인 매체이자 인맥을 형성하고 유지하는 사교매체이고, 대중매체와 달리 이용자가 능동적으로 콘텐츠를 생산 유통하는 플랫폼인 SNS에서는 이용자 개인의 특성이나 미디어에 대한 인식, 미디어 이용경험이 SNS에 대한 평가 및 지속적인 이용에 많은 영향을 미칠 수 있다.

따라서 이 연구는 이용자 성향과 미디어 특성, SNS 이용특성이 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는지, 그리고 이러한 부정적 평가는 SNS 회피행위 및 전환의도에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하고자 한다.

1. 이용자 성향

SNS 확산 초기에 하기타이(Hargittai, 2007)는 SNS 이용의 심리적 차이에 대한 연구에서 대학생 사용자들은 학교에서 친구와 관계를 유지하는 것을 중요하게 인지하지 않으면 온라인에서도 동창들과 적극적인 상호작용을 하지 않으며 다른 사람과 상호작용이 적은 사람은 온라인에서의 활동도 적다는 것을 밝혔다. 이런 연구결과는 개인중심의 사교매체인 SNS에서 이용자 개인속성이 SNS 이용에 직접적인 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

그런데 SNS는 이용자들이 서로 연결하여 정보를 주고받은 과정에서 타인과 관계를 형성하고 유지하는 데 부담을 가질 수 있고 사회 이슈 및 다른 이용자들의 삶에 관심이 없는 사람은 SNS 이용의 필요성을 인지하지 못하거나 이용에 적극적인 태도를 갖지 않을 수 있다. 따라서 사회부채감이나 사회 및 타인에 대한 무관심 같은 이용자 성향이 SNS의 부정적 평가에 대한 인식과 SNS 회피에 영향을 미칠 수 있다.

dCollection @ chosun

1) 외향성

SNS는 이용자가 자신의 정체성을 표현하고 공동체를 만들며, 자신의 과거와 현재의 경험을 기록하고자 하는 인간 욕구의 융합체이다(Gurak & Antonijevic, 2008). SNS는 제한된 시스템 안에서 개인의 프로필을 공적 또는 사적으로 공개하고, 서로 정보를 주고받으며, 대인 관계를 형성 및 유지하고 시스템 내에서 다른 이용자들의 관계망을 보거나 연결할 수 있는 특성을 갖고 있다(Boyd & Ellison, 2008). 특히 SNS는 이용자 개인을 강조하는 개인 중심의 1인 매체이기 때문에 이용자가 어떤 특성을 가지고 있는가는 SNS에 대한 평가나 이용, 이용회피 등에 영향을 미치는 가장 기본적인 요인이라고 할 수 있다.

커뮤니케이션 이용 동기나 행위를 설명하는 개인의 성격적 특성 중 주요 개념이 바로 외향성이다. 이용자가 내향적 성격인가 외향적 성격인가에 따라 매체 선호도와 매체 풍요도에 대한 인식도 차이가 있다(배진한, 2005; 황하성·이옥기, 2009). 일반적으로 외향적인 사람들은 사회적이고 사교적이며 상대방의 반응이나 상태를 확인할 수 있는 리치 미디어(rich media)에 대한 선호도를 갖고 있는 반면에 내향적 사람들은 비사교적이며 매체 활용에도 소극적이다(Eysenck, 1991; Russ, Daft, & Lengel, 1990). 그리고 외향적인 사람은 사회적 네트워크가 더 넓으며 상호작용의 수준이 높고 대인관계 형성에 대한 능력이 더 뛰어나다(Anderson, John, Keltner, & Kring, 2001).

개인의 이름과 관련 개인 정보를 밝히는 SNS는 개인 관련 정보를 제공하고 자신을 표현함으로써 다른 사람과 교류하며 자신의 인기를 확인해주는 매체이기 때문에(Back, Stopfer, Vazire, Gaddis, Schmukle, Egloff, & Gosling, 2010) 이용자의 성격에 따라서 자기표현의 정도와 활동 수준, 그리고 개인이 갖고 있는 사회적 네트워크의 크기 등에 차이가 있다(Acar, 2008). 즉 사교적이고 적극적으로 활동하는 외향적 사람일수록 페이스북의 이용시간이 상대적으로 길며 관계를 형성하고 있는 사람의 수가 훨씬 폭넓은 경향이 있다. 그리고 이

dCollection @ chosun

용자의 외향적 성격은 모바일 SNS 애착의 수준에 긍정적 영향을 미친다.

또한 사교적이고 외향적인 사람들은 자신들의 사회관계를 온라인에도 확장함으로써 자신의 사회성을 강화하며(이항우, 2009), SNS에 더 많은 애착을 보인다(최세경·곽규태·이봉규, 2012). 그러나 박재진 외(2013)의 연구에서는 이용자의 외향성은 페이스북 이용과정에서 생기는 중독이나 박탈감, 소외나 거부감 등 심리적 문제에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉 내향적 이용자와 외향적 이용자가 페이스북 이용과정에 생기는 문제점에 대한 인식의 차이가 없는 것으로 나타났다. 그런데 사교적 능력에서 차이가 있는 이용자는 개인적 차원에서 SNS 부정적 평가에 대한 인식 차이가 없더라도 사교적 측면에 차이가 있을 수 있다고 주장한다. 즉 외향적 이용자는 적극적으로 다른 사람과 교류하고 상호작용하기 때문에 SNS에서 형성된 관계에서 소외감이나 타인의 부정적 평판에 대한 두려움 같은 SNS 부정적 평가가 낮을 수 있다. 따라서 이 연구에서는 이용자의 외향성이 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 한다.

2) 사회적 부채

사회적 관계 혹은 연결망은 사회적 관계의 형성·유지·강화라는 장점만 있는 것이 아니고, 경우에 따라 부정적 영향이나 위험성 같은 사회적 부채(social liability)가 존재한다(Leenders & Shaul, 1999). 온라인의 경우 이용자가 온라인 관계에서 얻을 수 있는 혜택이 비용을 초과할 때 사회적 자본이 되는 반면에 비용이 혜택을 초과할 때는 사회적 부채로 바뀌게 되는 것이다.

인간관계는 물질적이나 비물질적인 자원을 주고받음으로써 형성되고 유지된다. 가장 일반적으로 알려진 사회심리학 이론 중 하나인 사회교환이론에 따르면 사회적 관계에서 교환되는 보상과 부담은 어떤 사물이나 행위에 대한 대가로서 한 사람으로부터 다른 사람으로 옮겨져 간다(이선희·김은미, 2012).

SNS는 온라인에서도 시간과 공간의 제한을 받지 않고 효율적으로 사회관계

dCollection @ chosun

를 유지하고 새로운 관계를 형성하는 등 혜택을 얻을 수 있지만 인맥을 관리하고 유지하기 위해서 시간과 비용을 어쩔 수 없이 투입해야 한다. 직접적인 접촉을 통한 커뮤니케이션이 아니기 때문에 서로 정보를 제공하고 교환하는 지속적인 상호작용이 필요하다. 예를 들어 SNS이용자는 다른 사람들과의 관계를 유지하기 위해서 개인의 근황을 글이나 사진으로 표현하거나, 자신의 관심사항이나 정보를 공유하고, 타인이 올리는 글이나 사진, 또는 정보들에 반응하는 상호작용을 필요로 한다. 이러한 행동을 지속적으로 하면 이용자들은 분명히 어느 정도의 부담감을 갖게 된다. 즉 SNS에서 타인과의 관계 형성 및 유지에서 얻을 수 있는 혜택이나 보상이 투입해야 하는 시간이나 노력과 같은 비용보다 높아지면 관계유지 과정에서 심리적 또는 물리적 부담이 생길 수 있는 것이다(이선희·김은미, 2012). 배영(2005)의 연구에서 조사대상자 중 약 70%의 사람들은 사이버 공간의 유용성에도 불구하고 즉각적으로 관계를 형성하기보다는 한 번 더 숙고하는 모습을 보여주었는데, 이러한 태도를 보인 가장 큰 이유는 '인맥형성 자체에 대한 부담감(32.3%)' 때문이었다. 즉 오프라인에서 사회적 관계를 유지하기 위한 비용보다는 작지만, 수적으로 증가한 온라인에서는 관계의 수가 크기 때문에 불가피하게 비용이 소모되고 이로 인해 개인들의 일상에서 부담으로 작용하는 것이다.

그리고 시간과 공간의 장벽 없이 SNS에서 대규모의 피상적 대인관계와 정보에 대면하는 이용자는 SNS로 끊임없이 연결되어 있어야 한다는 압력을 느끼기 때문에 '지속적인 주의분산'과 '관계의 과부하'와 같은 부정적 평가를 보이게 된다(김은미 외, 2011). SNS 이용 초기에는 연결한 이용자가 많지 않아 일일이 피드백을 하는 등 관리가 수월할 수 있다. 그렇지만 연결자의 수가 점점 많아지고 사람들과 새로운 관계가 생기게 되면 일일이 대응하고 반응하는데 무리가 따르게 된다. 누군가에게는 피드백을 하고 또 다른 누군가에게는 하지 않는다면 상대방과의 관계에도 문제가 생기고 곤란한 일이 발생할 수 있는 것이다. 또한 SNS를 사용하면서 인적 네트워크 구축을 위해 신경을 쓰게 되고 다른 사람들을 만족시킬만한 컨텐츠나 정보들을 제공해야할 것 같은 의무감이나 강박감이 들기도 한다. 이런 이유로 SNS는 처음 등장한 2000년대

dCollection @ chosun

초부터 방문자수가 급격히 증가하였으나 2010년 말부터는 이용률이 정체되거나 저하되는 현상이 나타났다(NielsonKoreanClick, 2011. 1. 13.).

SNS 이용자들은 원활한 사회관계를 유지하기 위해서 어쩔 수 없이 많은 시간이나 노력을 투입해야 한다. 이런 과정에서 투입하는 비용인 시간과 노력이 보상보다 많아지면 SNS는 이용자에게 부담이 되는 것이다. 이처럼 관계유지 비용이 많이 든다고 생각하는 이용자는 SNS를 부정적으로 평가할 뿐만 아니라 SNS를 회피할 수 있다.

3) 사회 및 타인에 대한 무관심

공동체가 유지되기 위해서는 기본적으로 사회구성원들이 서로에 대해 신뢰하고 관심을 가져야 한다. 사회나 타인에 대한 관심은 공동체를 형성하고 유지하는 데 필수불가결한 요소이다. 그러나 사회가 다원화되고 사람들과의 관계가 느슨해짐에 따라 사회나 타인에 대한 무관심이 증가하고 있다.

무관심은 특별한 관심이나 염려를 가지고 있지는 않으며 사랑이나 미움도 없고 무반응적인 심리상태를 의미한다(최성철, 2005). 대상이 나에게 아무런 영향을 주지 않는 동시에 내가 대상에게 아무 영향을 주지 않는다. 사회나 타인에 대해 무관심한 사람은 대상에 대해 아무 기대도 없고 관계 형성에 대해 부정적 태도를 가지고 있으며 타인과의 관계 형성을 회피하는 경향이 있다. 이런 사람들은 쉽게 타인을 소홀히 여기고 간섭하지 않으면서 서로에 대한 관심을 상실한 채, 삶을 함께 나누는 것을 회피하며, 그 결과 사회적 관계가 느슨해지고 멀어지게 된다(최성철, 2005). 타인의 삶이나 근황과 같은 정보에 무관심하고 다른 사람과 관계를 형성하는 것 자체를 회피하게 된다.

프로필과 관계망 정보를 활용한 SNS는 개인의 커뮤니케이션 욕구를 충족시킬 수 있는 동시에 대인관계 형성과 유지를 가능케 하는 서비스라는 특징을 지닌다(이지은·성동규, 2013). 페이스북의 이용동기에 대한 연구에 따르면, 이용자는 친구의 근황이나 정보를 알기 위해, 그리고 주변에서 일어난 일들을

dCollection @ chosun

파악하거나 다른 사람의 생각이나 의견이 궁금해서 페이스북을 사용한다(김유정, 2011). 이것은 역으로 사회 이슈나 다른 사람의 삶에 대해 관심이 없는 사람은 SNS를 이용하지 않거나 SNS 이용동기가 다를 수 있음을 시사한다. 사회적 관계망 형성과 유지가 기본 특징인 SNS는 매체적 특성상 지속적으로 다른 사람의 삶에 개입할 것을 요구하기 때문에 타인에 대해 무관심한 사람은 SNS 이용을 부담스러워 할 수 있다. 즉 사회 및 타인에 대한 무관심이 사교매체인 SNS를 부정적으로 평가하는 요인으로 작용할 것으로 추론할 수 있다.

2. 미디어 특성

ICT(information communication technology)의 비이용자에 대한 연구에 따르면 인터넷 커뮤니케이션 기술이나 미디어를 채택하는 과정에서 이용자의 미디어에 대한 태도와 기술적 능력은 실제적 수용에 영향을 미친다(Verdegem & Verhoest, 2009). 즉 이용자는 미디어에 대해 기술적 능력이 부족하거나 ICT에 대해 부정적 태도를 갖고 있으면 이용을 거부하는 것이다. 특히 ICT에 대해 부정적 태도를 가지고 있으면 ICT에 대한 접근 가능성, 기술능력을 가지고 있음에도 불구하고 ICT 이용을 회피하는 것이다. 이는 부정적 태도와 기술적 능력이 이용자가 새로운 기술이나 미디어 이용을 거부하는 행위에 직접적인 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

기술이나 미디어의 기술적 측면을 중심으로 이용자의 기술 채택 여부를 파악할 수 있는 이론이 기술수용이론과 혁신저항이론이다. 기술수용이론은 새로 등장한 기술이나 미디어의 유용성, 편리성 등 이점이 긍정적인 태도를 유발하여 실제 사용 혹은 채택행위까지 영향을 미치는 것을 설명한다(Zhou, 2008). 그런데 이 과정에서 이용자는 새로운 기술이나 미디어에 대해 전적으로 긍정적인 태도만을 갖고 있는 것이 아니라 때로는 거부감도 갖는다.

반면 이용자가 새로운 기술이나 미디어를 수용 또는 채택하는 과정에서 이를 거부하거나 이용하지 않는 행위를 설명하는 개념이 혁신저항이다. 혁신은

dCollection @ chosun

새로운 아이디어나 관행 등의 변화에 대한 부정적 태도이다(Zaltman & Wallendorf, 1983). 변화에 대한 거부는 수용자가 새로운 변화의 수용에 대해 심리적 압력과 부정적 감정을 갖고 있기 때문에 기존의 상태를 유지하려고 하는 성향이다. 이러한 태도는 대부분의 수용자에게 일반적으로 나타나는 자연스러운 반응이며 혁신에 대한 압력이나 위험의 정도가 높을수록 저항이 높게 나타난다(Ram, 1987). 램(Ram, 1987)은 혁신 저항 모델에서 혁신에 대한 이용자의 저항을 유발하는 요인을 혁신 특성, 소비자 특성, 확산 기제로 설명하였다. 수용자가 혁신에 대해 경험하는 불편함, 불만, 거부감과 같은 심리적 상태가 혁신 저항의 원인이 되는 것이다.

혁신확산이론에 따르면 혁신이 가진 특성은 '상대적 이점', '적합성', '복잡성', '시도가능성', '관찰가능성' 등 다섯 가지로 분류할 수 있으며 이 다섯 가지 특성은 어느 것의 영향력이 더 높은지를 파악하기 힘들지만 각 특성은 혁신에 중요한 영향을 미친다(Rogers, 2003).

새로운 서비스가 도입 및 확산되기 위해서는 혁신저항은 반드시 거쳐야 하는 과정인데 혁신저항이 어느 정도 해소될 때까지는 혁신의 채택을 보류하는 반면 혁신저항이 높을수록 새로운 서비스에 대한 채택의도가 낮아지게 된다(윤승욱, 2013).

인터넷서비스 수용에 대한 연구에서 미디어의 상대적 이점이 낮고, 복잡성이 높으며, 변화에 대한 태도가 낮을수록 인터넷이라는 미디어에 대한 혁신 저항이 높게 나타났다(김종호·심용섭, 2002). 또한 지각된 위험성과 복잡성이 높고, 상대적 이점이 낮을 때 이용자들은 IPTV에 대한 혁신저항을 나타내는 것뿐만 아니라 이용의도에까지 영향을 미쳤다(김윤환·최영, 2009). 즉 위험성과 복잡성이 높고 상대적 이점이 낮으면 이용자는 미디어 이용을 거부하는 것이다. 그리고 마이크로블로그의 혁신 저항에 대한 연구에서도 이용자들의 지각된 복잡성이 높고 적합성이 낮으면 혁신저항이 나타나며 혁신저항이 높을수록 이용의사가 낮았다(장용호·박종구, 2010). 또한 트위터 비이용자의 혁신저항 결정요인에 대한 연구에서는 상대적 이점, 지각된 복잡성, 지각된 위험이 혁신저항에 유의한 영향을 보였다(정화섭, 2013). 즉 상대적 이점을 낮게 인지하고, SNS를

dCollection @ chosun

이해하기 어렵거나 사용이 복잡하다고 지각하며 SNS 이용에 대한 심리적, 사회적 측면의 위험에 대한 인식이 높을수록 SNS에 대해 저항하는 것으로 나타났다. SNS 비이용자에 관한 연구에서는 SNS의 상대적 이점과 미디어에 대한 지각된 위험이 저항 심리에 영향을 미치며, 이러한 거부감은 향후 이용의도에 부정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다(김형지 외, 2012).

이러한 연구결과를 토대로 이 연구는 이용자가 SNS를 이용하는 과정에서 갖게 되는 SNS의 미디어 특성에 대한 평가가 SNS를 회피하게 할 수 있음을 고려하고자 한다. SNS를 이용하는 과정에서 SNS가 갖고 있는 기술적 특성 즉 상대적 이점, 복잡성, 위험성 인지의 정도에 따라 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가를 검증하고자 한다.

1) 상대적 이점

기술수용모델의 '지각된 유용성'(perceived usefulness)과 '지각된 이용용이성'(perceived ease of use)은 혁신확산이론이 제시한 혁신의 특성들 중 일부이다(Plouffe, Hulland, & Vandenbosch, 2001). 기존연구들은 지각된 유용성을 상대적 이점과 유사한 구성개념으로 사용하고 있다(Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003). 램(Ram, 1987)은 신제품이 기존의 제품보다 제품의 효능, 사용의 편리성, 외형, 가격 등 면에서 이용자가 얼마나 좋은지를 인식하는 정도를 상대적 이점으로 정의한다. 즉 이용자가 혁신제품을 기존 제품보다 성능면 등에서 더 좋게 인식하고 더 높은 가치를 갖고 있다고 판단하면 상대적 이점이 있는 것이며, 혁신제품에 대한 이용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다. 반면에 쉬프만과 카누크(Schiffman & Kanuk, 1991)는 혁신 제품이 기존의 제품보다 성능 등에서 뛰어나지 않거나 매력적이지 않을 경우 혁신저항이 일어나며 상대적 이점이 낮을수록 혁신에 대한 저항이 높게 나타나는 것이다.

미디어 환경에서 새로운 미디어가 기존 미디어보다 이용자에게 더 많은 이점을 제공하면 기존 미디어를 대체할 확률이 더 높고 새로운 미디어에 대한

dCollection @ chosun

이용자의 수용의사가 더 높게 나타나는 것을 여러 연구에서 확인할 수 있다(김종호·심용섭, 2002; 김형지 외, 2012; 정화섭, 2013).

SNS의 경우 상대적 이점은 SNS를 이용하는 과정에서 SNS의 유용성을 인지하는 정도를 의미한다. 시·공간의 제한을 받지 않고 언제, 어디서나 정보수집이나 관계형성 및 유지, 사회적 상호작용 등 편리한 기능을 통해서 얻을 수 있는 정보나 도움과 같은 것이 SNS의 상대적 이점이 될 수 있다. 이용자들은 SNS에서 얻을 수 있는 이점이 많다고 인식하면 상대적으로 SNS를 더 활발하게, 적극적으로, 많이 이용하는 반면에 SNS에서 얻을 수 있는 이점이 낮다고 인식하면 SNS에 대한 저항과 같은 부정적 평가를 할 것이다.

2) 지각된 복잡성

로저스에 따르면 "지각된 복잡성은 혁신을 이해하거나 사용하기에 상대적으로 어렵다고 인지되는 정도"를 말한다(Rogers, 2003, p. 16). 혁신 제품 사용법의 어려움 정도에 대한 이용자의 지각 차이에 따라 혁신 제품의 실제 수용결정 행위가 영향을 받는다는 사실이 밝혀졌다(Ajzen & Fishbein, 1980). 즉 새롭게 등장한 혁신제품에 대해 어렵고 복잡하다고 인식하는 정도가 혁신 제품 이용의도에 영향을 미치고 실제적 수용에 까지 영향을 미친다는 것이다. 이용자가 혁신제품의 사용법을 이해하고 친숙해질수록 혁신제품을 수용하려는 의도가 높아지고 수용 속도가 빨라지는 반면에 어렵고 복잡하다고 느낄수록 혁신저항이 일어나게 된다(김윤환·최영, 2009).

지각된 복잡성의 반대 개념인 지각된 용이성은 기술수용모형(TAM)에서 중요 변인 가운데 하나로 많이 사용되고 있다(김윤환·최영, 2009). 인지된 용이성은 새로운 기술과 서비스의 이용에 요구되는 노력의 정도와 관련된 것으로 개인이 새로운 기술의 사용이 간단하고 정신적, 신체적 노력이 덜 들어갈 것으로 믿는 정도를 의미한다(Davis, 1989). 이 이론은 서로 다른 기술의 특성과 이용자 집단의 특성을 고려하여 컴퓨터와 커뮤니케이션 기술의 도입과 채택

dCollection @ chosun

패턴을 설명하는 강력한 이론으로 활용되고 있으며 새로운 기술의 채택 행동을 설명하는 데 유용한 이론이다(손승혜·최윤정·황하성, 2011).

미디어 환경에서도 마찬가지로 이용자는 새로 등장한 미디어의 사용법이 이해하기 쉽고 친숙하면 미디어에 대한 이용의도가 높게 나타나는 반면에 사용법에 대해 어렵고 복잡하다고 인식하면 미디어의 이용 자체를 회피할 수 있다. 마이크로블로그 채택 과정에서 지각된 복잡성이 혁신저항을 일으키는 가장 결정적인 요인으로 나타났다(이호영 외, 2011).

SNS의 지각된 복잡성은 이용자들이 SNS의 기능이나 사용법, 관리방법이 복잡하다고 인지하는 정도를 의미한다. 이용자가 페이스북 시스템에 대해 '어렵다', '복잡하다' 등 부정적 인식을 가질 경우 이용률은 거의 40% 감소하였고, 페이스북 시스템의 편리성과 유용성에 대한 이용자의 불만족은 페이스북 이용 여부에 대해 직접적 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kin, Kim, Kim, Lee, & Jung, 2013). 그리고 페이스북 사용 초기보다 후기에 부정적 인식이 증가하였는데, 이는 페이스북의 기술적 복잡성이 이용과정에서 많은 영향을 미치고 이에 대한 부정적 인식이 클수록 페이스북에 대한 부정적 평가에 영향을 미치는 것임을 알 수 있다.

3) 지각된 위험

지각된 위험(perceived risk)은 이용자들의 혁신 수용과 이용행위에 부정적 영향을 미칠 수 있는 중요한 요소 중 하나로 "소비자들이 선택 상황에서 주관적으로 인지하는 위험"을 의미한다(Bauer, 1960). 지각된 위험은 소비자가 구매의사결정을 내리기 전에 자신의 구매행위로 인해 발생할 수 있는 손실이나 위험이 발생할 수 있는 가능성에 대한 주관적인 인식으로 설명할 수 있다(김동태, 2013).

지각된 위험은 혁신저항모델에서 개인의 혁신저항 행위를 설명하는 유용한 개념 중 하나로 혁신에 따른 부정적인 결과, 성과의 불확실성, 인지된 부작용

dCollection @ chosun

등 혁신과 관련된 위험이 높다고 인식하면 이용자는 혁신 제품에 대해 저항하게 된다(Sheth, 1981). 혁신 제품을 채택함으로써 영향을 받는 위험들은 주로 경제적 위험, 사회적 위험, 성능적 위험, 기술적 위험, 심리적 위험, 신체적 위험 등으로 나뉜다(Crespo, del Bosque, & delos Salmones Sáanchez, 2009; Ostlund, 1974; Sheth, 1981; 정승렬·강영신·이춘열, 2006).

SNS의 경우 지각된 위험은 다양하게 나타날 수 있는데 SNS 이용과정에서 개인 정보노출, 안티 발생, 루머확산 등이 그것이다. 인터넷 토론글, 댓글, 덧글에 대해 인터넷 이용자의 97.1%, 트위터 이용자의 96.5%는 SNS를 통한 루머확산이 가능하다고 응답하였다(이호영 외, 2011). 또한 청소년이 SNS를 이용하지 않는 원인으로 사이버 안전문제가 큰 영향요소로 나타났는데 조사대상자의 23%가 사이버폭력과 불안함 때문에 SNS를 사용하지 않는 것으로 나타났다(Baker & White, 2011). 또한 소셜커머스에 대한 지각된 위험은 소셜커머스 정보 태도에 부정적 영향을 미치는 것으로 확인됐고, 소셜커머스 정보의 구전의향에도 간접적으로 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다(김동태, 2013). 그리고 개인 중심적 1인 미디어의 지각된 위험이 미디어에 대한 만족과 몰입정도에 중요한 영향을 미쳤다(정영수·정철호, 2009). 즉 이용자가 미니홈피, 블로그 등 1인 미디어 이용과정에서 주관적으로 지각하는 위험이 높을수록 해당 미디어에 대한 만족과 몰입 정도가 낮았다.

이상의 연구를 종합적으로 살펴보면 이용자가 미디어에 대해 지각하는 위험의 정도가 미디어 이용을 설명하는 중요한 영향요인 중 하나임을 알 수 있다. 즉 지각된 위험이 높을수록 미디어의 이용의향, 만족, 몰입정도가 낮아지며 부정적 영향에 대한 인식이 높아지는 것이다. 이런 연구들은 SNS에 대한 위험인식이 SNS 이용에 부정적 영향을 미칠 수 있음을 시사한다. 즉 이용자가 SNS의 위험성을 높게 인지하면 SNS에 대한 부정적 평가가 높게 나타날 수 있다.

dCollection @ chosun

3. SNS 과잉의존

SNS 이용은 많은 사람들과 정보 공유, 감정 교류, 인맥 형성 및 유지를 할 수 있는 편리하고 효율적인 측면을 가지고 있지만, 이용정도의 차이에 따라 SNS의 부정적 평가에 상이한 영향을 미칠 수 있다. SNS를 어느 정도 이용하는가에 따라 SNS에 대한 평가가 달라질 수 있기 때문이다.

여러 연구에서 미디어 이용 시간은 미디어 이용의 양적 차원으로서 미디어 이용을 설명하는 주요 변인으로 사용되었다(김봉섭·박상미, 2013; 이지은·성동규, 2013; 진보래·최은진·염우성·이청아·이선우·김솔·김주환, 2012). 그런데 이용시간은 단순히 SNS를 이용하는 양적 차원만 파악할 수 있을 뿐 SNS 질적 차원은 설명하지 못하는 한계를 지닌다. 즉 동일한 시간동안 SNS를 이용하더라도 SNS에 의존하는 정도에는 차이가 있을 수 있다. 특히 SNS는 기본적으로 이용자의 능동성을 요구하기 때문에 이용강도에 따라 SNS의 상대적 의존정도에 차이가 있을 수 있다(김옥련·왕설, 2013).

과잉의존은 어떤 특정한 활동이 한 개인의 생활에 매우 중요한 부분을 차지하게 될 때 발생하며 개인의 생각, 감정, 행동에 영향을 미치게 된다. 과잉의존은 중독과 달리 병리학적 치료가 필요할 정도의 정신적 질환을 동반하지 않으며 지나친 이용을 전제로 하지 않는다(Griffiths, 1999; 우공선·강재원, 2011). 미디어 과잉의존과 중독은 미디어 이용과정에서 미디어에 지나치게 집착하여 생기는 문제로 유사한 점이 있지만 행동의 결과로 보면 서로 다르게 이해해야 한다.

미디어 중독은 미디어 이용과정과 그 전후 과정을 포함하는 포괄적인 행동개념이며 게임에서 극적인 승패와 같은 극도의 흥분 상태를 동반하는 행위적 특성이다(이건혁, 2007). 가령 미디어 중독은 미디어 이용을 중단했을 때 내성과 금단 현상이라는 일상생활에서의 정신 질환을 유발하는 반면 미디어 의존은 이러한 질환으로 발전하지 않는다(김청태·김동일·박중규·이수진, 2002). 미디어 과잉의존은 특정미디어에 대한 과다사용으로 초래하는 문제점을 의미하

dCollection @ chosun

는 것이다. 이용자가 특정 미디어의 이용시간을 스스로 조절하지 못하고, 미디어를 사용하기 위해서 중요한 인간관계나 업무의 기회를 포기하거나, 미디어를 사용하지 않을 때 심리적 불안이나 초조를 경험하게 되는 것이 미디어 과잉의존이다(Griffiths, 1999; Kubey, 1996). 이 연구에서 SNS 과잉의존은 SNS를 과도하게 사용하는 과정에서 생기는 문제라고 본다. 즉 SNS 과잉의존은 특정 미디어의 이용량이 늘어나면서 그 미디어를 사용하지 못하면 초조해 하는 강박 경향으로 일상생활의 어려움을 경험하는 정도를 말한다(Griffiths, 1999).

미디어에 대한 지나친 의존은 오히려 사람들과의 관계에 있어서 소외나 불안 등 심리적 부담감 등의 문제를 유발할 수 있다. 페이스북 이용에 과도하게 의존하면 결국 "기술은 인간을 소외시킨다"는 말과 같이 페이스북 고독감 등 정서적 문제를 상대적으로 더 많이 느낄 수 있다(김봉섭·박시현, 2014). 실제로 고등학생의 인터넷 의존과 자극 추구에 대한 연구에서 인터넷 의존도가 높은 사람들이 상대적으로 인터넷을 더 많이 사용하며 자극추구 욕구가 강한 반면에 인터넷 과다 사용이 유발하는 부정적 영향이 더 높은 것으로 나타났다(Lin & Tsai, 2002).

이 연구는 SNS에 의존하는 정도에 따라 SNS의 부정적 평가에 차이가 있을 것으로 추정한다. 즉 SNS 이용시간을 스스로 조절하지 못하고 과도하게 이용하는 이용자는 SNS 이용과정에 투입하는 시간과 노력이 많기 때문에 신체적, 정신적 피로감이 더 많을 수 있다. 또한 SNS에 과잉의존하기 때문에 SNS를 일상생활의 매우 중요한 부분으로 생각하게 됨으로써 SNS에서 형성된 인간관계를 중요하게 인식하고 타인으로부터 긍정적 평판을 더 많이 받고 싶어하며, 타인과의 상호작용에 관심이 많을 수 있다. 때문에 SNS에서의 평판에 대한 우려가 높고 소외감을 쉽게 느낄 수 있다. 그래서 SNS를 과잉 의존하는 이용자가 상대적으로 SNS에 대해 부정적 평가를 내릴 가능성이 높은 것이다.

dCollection @ chosun

제3절 SNS 부정적 평가와 SNS 회피 및 SNS 전환의도

커뮤니케이션 매체의 등장과 더불어 나타나는 공통적인 현상 가운데 하나가 매체의 특성이나 과다사용으로 인한 부작용들이다(박재진 외, 2013). 앞서 언급하였듯이 SNS는 개인중심의 소셜 네트워킹 매체이기 때문에 기본적으로 인간관계를 관리하는 데 비용이 들며 이것은 피로감이나 부담감을 유발할 수 있다. 또한 불가피하게 다른 사람과 교류하고 정보를 교환하면서 사생활 침해 논란도 커지고 있고 네트워크를 통해 자신의 정보가 언제 어떻게 유통되고 있는지를 파악하기 힘들다는 단점도 지닌다. 게다가 SNS는 다양한 유형의 커뮤니티나 네트워크를 형성함으로써 다른 사람의 평판으로부터 자유롭지 못하고, 자신이 속한 커뮤니티나 네트워크에 통합되지 못하면 박탈감이나 거리감 같은 소외를 느끼게 된다.

SNS 이용에서 발생하는 이와 같은 부정적 평가들은 SNS를 다양한 방식으로 회피하게 만들며, 나아가 다른 SNS로 전환하게 만드는 요인이 될 수 있다. 최근 SNS로 인한 피로감과 부담감의 증가, 개인정보 유출 및 사생활침해에 대한 부담감을 호소하는 사례가 늘어나고 SNS 이용 빈도도 둔화되며 SNS 가입자 수도 감소하는 현상(Gartner, 2011. 6. 14)은 이와 무관하지 않을 것이다.

이러한 문제의식에서 이 연구는 SNS에 대한 부정적 평가가 SNS 회피 및 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보고자 한다. SNS에 대한 부정적 평가는 개인 중심적 차원과 사교적 관계의 차원에서 발생할 수 있다. 개인 중심적 차원에서 SNS에 대한 부정적 평가는 SNS 피로감과 사생활 침해로 나뉘며 사교적 차원에서는 타인의 평판에 대한 두려움과 네트워크로부터의 소외감으로 나누어 살펴볼 수 있다.

dCollection @ chosun

1. SNS 피로감

SNS 등장 이후 이용자는 쉽게 수많은 정보들을 검색하거나 공유할 수 있게 되었고, 편리하게 인간관계를 형성·확장하고 관리할 수 있는 장점을 누리게 되었다. 그러나 동시에 개방성 및 실시간성 같은 기술적 특성으로 인해 새로운 불편함과 부담감을 얻게 되었다(김경달 외, 2013; 이현지·정동훈, 2013b). 과거에 경험하지 못했던 새로운 기술이나 미디어 사용법에 대해 겪는 어려움, 수많은 정보때문에 겪게 되는 피로감, 쉽게 맺게 되는 인간관계로 인한 부담감 등은 이용자로 하여금 정신적 및 신체적 에너지를 소진시키면서 피로감을 느끼게 만들고 있다. SNS 이용과 더불어 나타나고 있는 이러한 정신적 및 신체적 피로감은 디지털 피로감 혹은 SNS 피로감이란 용어로 설명할 수 있다(김경달 외, 2013; 김명수·이동주, 2011, 2012; 이원태·정인숙·조연하·문정욱, 2011; 이현지·정동훈, 2013b).

디지털 피로감(digital fatigue)은 디지털 기기가 갈수록 복잡해지고 설치와 조작이 어려워지면서 폭발적으로 늘어나는 온라인 정보를 따라잡는 데 느끼게 되는 어려움이다(삼성경제연구소, 2008). 늘어나는 온라인상의 인맥 관리에 대한 귀찮은 감정 및 피로감, 새로운 정보나 기기, 새로운 종류의 서비스 이용에 대한 학습과 사용에서 느끼게 되는 부담감(김명수·이동주, 2011), 스마트 미디어나 소셜 미디어와 같은 디지털미디어를 이용하면서 겪게 되는 일종의 신체적 및 정신적 손실감 등을 디지털 피로감으로 볼 수 있다(이원태·정인숙·조연하·문정욱, 2011).

같은 맥락에서 SNS 피로감은 주로 SNS의 이용과 더불어 나타나고 있는 부정적 경험으로 신체적 정신적 부담감이나 피곤함을 말하는 것이다(김경달 외, 2013; 이현지·정동훈, 2013b). 김경달 외(2013)는 SNS 이용과정에 겪게 되는 부정적 경험인 정보과부하, 프라이버시, 기회비용 그리고 평판의식 등을 SNS 피로감으로 정의한다.

그러나 SNS 피로감은 이용하는 과정에서만 나타나는 것은 아니다. SNS 피

dCollection @ chosun

로감은 이용의 결과로 발생할 수 있으며, 정보프라이버시 위험, 관리부담, 평판 근심 등의 요인이 피로감을 유발할 수 있다(이현지·정동훈, 2013b).

SNS 피로감은 기술적 차원과 사교적 차원으로 분류할 수 있다. 먼저 기술적 차원에서 SNS의 설치와 조작, 용어 등 기술적 복잡함과 어려움 때문에 이용 초기 학습시간이 많이 필요하며 SNS 이용에 대한 부담감이 적지 않다. 이러한 기술 측면의 어려움과 복잡함은 SNS의 채택뿐만 아니라 SNS 이용과정에 중요한 영향을 미칠 수 있고(Kin, Kim, Kim, Lee, & Jung, 2013; 김형지 외, 2012; 박중구, 2011; 윤승욱, 2013; 장용호·박종구, 2010), 이러한 기술적 문제는 SNS 이용 과정에서 쉽게 피로감을 형성할 수 있다. 또한 SNS는 기존의 대중매체와 달리 이용자가 일방적으로 정보를 수용하는 것이 아니라 많은 시간을 투입하여 개인 프로필을 업데이트하고 관리해야 한다. SNS에 유통되는 수많은 정보나 타인의 상태에 대해 일일이 확인하는 일도 매우 피곤한 일이다. 최근 트위터가 특정 사용자의 글이 안 보이도록 할 수 있는 '뮤트'(mute) 기능을 개발 연구하였다. 일부 이용자들은 트위터가 너무 시끄럽고 보기 싫은 글이 자꾸 보인다는 이유로 이 기능을 활용하여 아예 트위터 사용을 사실상 그만둬버릴 정도로 '트위터 피로감'이 상당수 사용자에게 퍼져있다(<연합뉴스>, 2014. 5. 5.).

둘째 SNS의 사교적 차원에서 SNS는 손쉽게 형성하는 수많은 인간관계를 관리하는 데 많은 시간과 노력을 요구한다. SNS 중에서 사교적 특성을 더 강조하는 페이스북은 트위터보다 SNS 피로감이 상대적으로 높은 것으로 나타났다(이호영·김희연·오주현·배영, 2012)[2]. 많은 이용자들은 SNS에 투입하는 시간에 비해 관계형성 및 유지에서 얻을 수 있는 이익이 적기 때문에 SNS 피로감을 많이 느낀다(이호영 외, 2012). 즉 오프라인에서 형성된 관계와 본질적으로 차이가 있는 SNS 인간관계는 진짜 관계가 아닌 변질된 관계, 반쪽짜리 관계

2) 페이스북 전문 통계 사이트인 인사이드페이스북의 조사에 따르면 2011년 4월 말 1억 5,520만 명이던 미국 내 페이스북 가입자 수는 2011년 5월 말에 1억 4,940만 명으로 감소했으며, 신규 가입자를 감안하면 600만 명 이상이 탈퇴하였다. 또한 캐나다 가입자 수도 같은 기간 1,660만 명에서 1,520만 명으로 줄었다. CNN은 페이스북 탈퇴가 잇따르는 것에 대해 '페이스북 피로감'이 누적됐기 때문이라고 분석했다(<한국일보>, 2011. 6. 21).

dCollection @ chosun

에 불과하기 때문에(Turkle, 2011), 이용자는 SNS에서 손쉽게 형성된 수많은 인간관계를 관리하는 데 피로감을 느끼게 되는 것이다.

이와 같이 SNS 피로감은 SNS를 이용하는 과정에서 기술적인 이유로, 그리고 관계형성 등 사교적인 이유로 발생하는 심리적 신체적 부담감이나 피로감을 포괄하는 개념이라고 할 수 있다.

이러한 SNS 피로감은 이용자 개인의 성향이나 SNS의 미디어 특성에 대한 인식, 그리고 실제 SNS 의존정도에 따라 달라질 수 있다. 즉 사교적 성향이 강한 이용자는 SNS에서 타인과 적극적으로 상호작용하며 SNS를 중요한 사교수단으로 생각하여 SNS 피로감을 덜 느낄 수 있다. 반면에 타인과 관계 형성에 대한 부채감을 갖고 있는 이용자나, 사회와 타인의 감정이나 의견에 관심이 없는 비사교적 이용자는 SNS 이용 자체의 필요성을 인식하지 못하고 SNS 이용에 대한 부담감과 피로감이 높을 수 있다.

한편 SNS 미디어 특성의 측면에서 살펴보면 이용자가 SNS에서 얻을 수 있는 이점이 높다고 인식할수록 SNS를 유용한 미디어로 생각하며 SNS를 적극적으로 이용하여 SNS에 대한 부담감과 피로감이 낮은 것이다. 반면에 이용방법의 복잡함과 이용과정에서 생기는 위험에 대해 높게 지각하면 SNS 이용자체를 부담스러워할 수 있다. 또한 SNS에 지나치게 의존하는 이용자는 이용시간을 스스로 조절하지 못하기 때문에 신체적 피로감이 상대적으로 높을 것이다. 또한 이러한 부담감이나 피로감이 생기면 이용자가 SNS 이용자체를 회피할 것이며 타 미디어로 전환할 의도가 높을 수 있다.

2. 사생활 침해

법적으로 프라이버시란 '혼자 있을 수 있는 권리'로 정의되는데(Warrent & Brandeis, 1890) 특히 '공간적' 측면에서 사회 혹은 다른 사람들로부터 거리를 두는 것을 보장받는 권리라고 할 수 있다(기소진·이수영, 2013). 그런데 통신기술의 발전에 따라 사람들은 항상 서로 연결할 수 있게 되어 있다. 인간은 휴

dCollection @ chosun

대전화와 같이 '항상 연결돼 있는 도구'(always/always-on-you)로 언제 어디에서나 접촉이 가능한데, 터클(Turkle, 2008)은 이런 현상을 '묶인 자아'(tethered self)라고 부른다. SNS가 스마트폰과 연동되면서 시·공간의 제한 없이 시시각각 이용자들을 연결하여 접촉함으로써 묶인 자아 현상은 더욱더 두드러진다. 하지만 이런 긍정적 측면은 사생활 침해 같은 부정적 결과도 초래할 수 있다. 근무시간, 수업시간, 휴식시간에 SNS는 언제나 우리의 생활에 침투하게 된다. 데레시위츠(Deresiewicz, 2009)는 통신기술이 우리의 프라이버시와 주의집중 능력뿐만 아니라 혼자 있을 수 있는 능력까지 빼앗는다고 말한다.

정보통신정책연구원(KISDI, 2011)의 연구에서 스마트-소셜미디어 이용자들은 개인정보 유출 및 프라이버시 침해에 따른 불안, 커뮤니케이션 왜곡, 자살 등과 관련한 정신적·심리적 피해에 매우 민감한 것으로 나타났으며, 그 중에서 개인정보 및 사생활 침해는 이용자들이 가장 우려하고 있는 피해로 나타났다(이원태 외, 2011). 그 결과 SNS에서 연결되고 있는 친구와의 소통 단절을 지향하는 안티소셜네트워킹 서비스도 생겨나고 있다(블로터닷넷, 2014. 6. 1).

SNS는 연결과 참여, 그리고 공유 등 미디어의 특성을 갖고 있기 때문에 이용자들은 개인 정보를 노출할 수밖에 없다. SNS는 관계 유지 및 인맥관리를 기반으로 하기 때문에 개인 계정으로 올리는 메시지, 사진, 정보들은 친구나 지인과 공유되며 이를 통해 사회적 관계가 유지된다(김은미 외, 2011). 따라서 SNS를 이용한다는 것은 끊임없이 자신의 프로필을 업그레이드하고 자신의 근황과 같은 사생활 정보를 다른 이용자에게 공개하는 일을 의미한다. 이러한 개인정보를 공개하는 행위를 통해서 다른 사람과 관계를 형성·발전·유지하는 것이다(기소진·이수영, 2013).

이처럼 개인정보까지 요구하는 SNS는 긍정적인 측면에서는 이용자들이 상대방의 근황을 쉽게 알 수 있게 함으로써 서로의 동질감과 친밀감을 확대하도록 하는 반면에, 자신이 원치 않는 개인정보노출과 이것이 초래하는 사생활 침해에 대한 불안감 등으로 오히려 서비스 이용에 부정적인 영향을 가져오기도 한다(기소진·이수영, 2013). 이로 인해 이용자는 SNS 이용 자체에 대해 회피하려고 하는 행위를 유발할 수 있으며 다른 매체로 전환하려는 의도가 생길 수 있는 것이다.

dCollection @ chosun

3. 평판우려

SNS 이용자들은 서로 얽혀 그물망 형태의 관계를 형성하고 순식간에 정보를 공유하고 교환할 수 있기 때문에 소셜의 의미는 '사회'라기보다 '관계'에 더 가깝다(나은영, 2013). 그런데 관계를 형성하고 유지하는 데 중요한 요인 중 하나가 사회적 평판이다. SNS 중에서도 특히 페이스북은 관계형성 및 유지를 목적으로 하기 때문에 이용자가 속한 커뮤니티나 네트워크에서 어떠한 평판을 받는가가 매우 중요하다. 사회적 평판은 사회적 교환 상황에서 맺게 되는 대인 관계의 수준에 결정적으로 중요한 요인으로서 사람들은 신뢰할 수 있는 사람과 교류하고자 하며, 주변 사람들의 평가나 평판에 의지하여 믿을 수 있는 상대방을 선별해내고, 변절하거나 남을 속여 피해를 입히는 사람을 피하려고 한다(Berg & Engseld, 2005). 평판이 좋은 사람들은 사회관계 형성에서 호감이나 신뢰도가 증가할 것이고 다른 사람들이 적극적으로 관계를 형성하고자 하는 반면, 평판이 나쁜 사람들은 호감이 낮고 관계를 형성하고자 하는 의도가 매우 낮을 수밖에 없다(이홍표, 2011). 게다가 평판은 복잡한 사회관계 속에서 자신의 장점을 전달하고 상대를 만족시키며 다른 사람과의 비교우위에 서게 함으로써 자신의 가치를 높이는 핵심 요인이기도 하다(Miller, 2003). 따라서 사회관계 형성 및 유지 과정에서 나에 대한 다른 사람의 평판을 신경쓰는 것은 필연적인 일이다.

SNS는 시간과 공간의 장벽 없이 실시간으로 정보를 확산하는 가능성을 갖고 있기 때문에 SNS에서 개인 평판을 잘 관리하는 것은 매우 중요한 일로 간주된다. 수많은 SNS 중에서 특히 관계 형성 및 유지를 강조하는 페이스북 이용자는 페이스북에 올리는 개인의 글이나 사진 등 같은 개인정보에 신경을 쓰는데 페이스북에 올린 정보는 실시간으로 전 세계에 있는 많은 사람들에게 퍼질 수 있기 때문이다. 이 과정에서 평판이 좋으면 타인과 관계 형성 및 유지가 원활하게 이루어지는 반면에 평판이 좋지 않으면 호혜 대상자에서 배제되고 관계형성 및 유지가 어려워질 것이다. 따라서 이용자가 페이스북에 올린

dCollection @ chosun

글이나 사진 또는 다른 정보를 통해 평판이 낮아지는 것에 대해 심하게 우려하게 된다면 페이스북 이용을 회피하게 될 것이다. 또한 SNS에서의 사회적 평판이 덜 중요한 SNS, 가령 기존 인맥을 기반으로 하는 폐쇄형 SNS로 전환할 가능성이 높다.

4. 소외감

소외(alienation)는 근대사회의 성립과 더불어 사회나 문화와 관련지어 보편적으로 사용되어 왔으며 학자에 따라 다양한 현상과 의미를 지칭하는 개념으로 사용되어왔다(민경환, 1993). 소외에 대한 시각은 소외를 사회의 객관적이고 구조적인 특성으로 보는 사회구조적 관점, 사회나 경제구조와는 관계가 없는 개인의 독립된 심리적 상태로 보는 심리학적 관점, 그리고 사회의 구조적 조건 및 자신이 맺고 있는 관계에 대해 개인이 지각하는 주관적 경험으로 보는 사회심리학적 관점으로 나눌 수 있다(강완숙, 2000).

SNS에서 이용자들은 항상 타인과의 관계를 의식한다. 다른 사람과의 관계 속에서 자신의 존재를 확인하고 이 관계를 유지하기 위해 끊임없이 노력한다. 그리고 이러한 노력이 제대로 작동하지 않을 때 사람들은 무력감과 무의미함, 고립감 같은 소외감을 느끼게 된다. 이 연구는 SNS의 관계지향적 매체 특성을 고려하여 소외의 세 가지 관점 중에서 사회적 관계를 개인이 지각하는 주관적 경험으로 보는 사회심리학적 관점으로 소외감을 접근하고자 한다.

SNS 소외감은 개인이 속해 있는 커뮤니티나 네트워크 속의 관계에서 통합되지 못해 친구관계로부터 멀어지거나 박탈감을 느끼고, 자신이 속한 네트워크에 거리감이 커지는 상태를 의미한다. 통신기술의 고도화와 정보의 가속화로 다른 사람과 관계를 맺고 싶은 욕구, 사랑과 우정을 나누고 싶은 욕구, 자신이 속한 집단에 대한 소속감과 유대감의 욕구 등 심리적 욕구가 증가함으로써(Maslow, 1999/2005) SNS 이용자가 관계를 맺고 있는 친구에게 기대하는 상호작용이나 관심이 점점 더 커질 수 있다. 그런데 역설적으로 다른 사람한

dCollection @ chosun

데 받은 관심이 기대치보다 적으면 쉽게 박탈감이나 소외감을 느낄 수 있다.

페이스북 이용과정에서 나타나는 개인적, 사회적, 심리적 문제점에 대한 연구에서 페이스북 이용의 결과로 이용자들이 중독성, 오프라인 사회성 결여, 상대적 박탈감, 소외감, 원하지 않는 교류에 대한 거부감, 관계의 가벼움에 대한 회의, 가식적 표현 충동 등 문제를 경험한다는 것을 밝혔다(황성욱·박재진, 2011).

SNS는 사람들이 서로 연결하여 사회관계를 형성 및 유지하는 데 유용한 미디어이기 때문에 이용자가 주로 사교적 수단으로 SNS를 사용하고 있다. 그러나 SNS에서 다른 사람과 관계를 맺고자하는 욕구나 유대감과 소속감에 대한 욕구를 만족시키지 못하면 이용자는 쉽게 박탈감이나 소외감을 느끼게 되는 것이다.

따라서 SNS에서 느끼는 소외감이 높은 이용자일수록 SNS에 대해 거리감이 높으며 소속감이 낮으므로 SNS를 적극적으로 활용하지 않고 회피할 가능성이 높다. 소외감을 느끼는 이용자는 그렇지 않은 이용자보다 SNS에 대한 회피 행위가 더 많을 것이며 전환의도 또한 더 강할 것이다.

dCollection @ chosun

제 3 장 연구문제 및 연구방법

제1절 연구문제

이 연구는 SNS 회피 행위 및 SNS 전환의도의 영향 요인을 살펴보고자 한다. SNS 회피 및 SNS 전환의도는 SNS 이용과정에서 생기는 여러 가지 부정적 평가에 따라서 유발되는 것이기 때문에 이 연구는 SNS의 특성을 고려하여 구체적으로 이용자성향, 미디어 특성, SNS 과잉의존, SNS 부정적 평가 등 다차원에서 SNS의 회피 및 전환의도를 파악하고자 한다.

앞에서 설명하였듯이 SNS 회피란 이용자들이 SNS를 이용하면서 생기는 불안감이나 불만족과 같은 부정적 감정 때문에 다양한 방식으로 SNS 이용을 피하려고 하는 행위이다. SNS는 전 세계 이용자를 서로 연결하여 시간과 공간의 구애 없이 상호작용, 정보 추구 및 전달, 관계 형성 및 유지를 할 수 있는 접근성, 이용편리성 등 장점을 가지고 있는 반면에 관리 부담이나 사생할 침해 등 부정적 평가를 초래하였다. 그런데 SNS는 1인 미디어 혹은 1인 커뮤니티를 중심으로 대인 관계 형성 및 유지를 위한 인적 네트워크 서비스이기 때문에 이용자에 따라서 SNS 부정적 평가와 SNS 회피 행위 및 전환의도에 차이가 있을 수 있다. SNS를 이용하는 이용자의 성향에 따라, 미디어 특성에 대한 인식의 차이에 따라, 그리고 SNS 의존정도에 따라 SNS에 대한 부정적 평가가 달라질 수 있다.

SNS는 개인중심 미디어이기 때문에 이용자 개인의 성향에 따라 SNS 과잉의존에 중요한 영향을 미칠 수 있다. 일반적으로 외향적인 사람들은 상대방의 반응이나 상태를 확인할 수 있는 리치 미디어에 대한 선호도를 갖고 있는 반면에 내향적 사람들은 비사교적이며 매체 활용에도 소극적이다(Russ et. al., 1990). SNS는 개인 관련 정보를 제공하고 자신의 생각이나 의견을 표현함으로써 다른 사람과 교류하며 자신의 인기를 확인해주는 매체이기 때문에(Back et. al., 2010) 외향적 이용자가 상대적으로 SNS에 대한 선호도도 더 높고 의

dCollection @ chosun

존도도 더 높은 것이다. 반면에 타인과 관계형성에 대한 부담감을 가지고 있는 이용자와 타인의 생각이나 의견, 감정, 주변에 일어나는 일에 대해 관심이 없는 이용자는 SNS 같은 사교 매체에 대한 이용의 필요성이 인식하지 못하며 SNS에 대한 선호도와 의존도가 상대적으로 낮은 것이다. 따라서 이 연구는 이용자 성향이 SNS 과잉의존에 영향을 줄 것으로 예상하며 다음과 같이 <연구문제 1>을 도출하였다.

[연구문제 1] 이용자 성향은 SNS 과잉의존에 어떠한 영향을 미치는가?

기존 연구에서 미디어의 특성은 미디어 채택 행위에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다(김윤환·최영, 2009; 김종호·심용섭, 2002; 김형지 외, 2012; 성동규, 2009; 손승혜 외, 2011; 윤승욱, 2013; 장용호·박종구, 2010; 정화섭, 2013; 최수정, 2012). 이용자가 새롭게 등장하는 미디어에 대해 유용성, 편리성 등 이점을 높게 인식하면 이 미디어를 채택할 가능성이 높으며 미디어 사용법이 어렵고 이용에서 생기는 위험이 높다고 인식하면 이용을 거부하게 된다. SNS 같은 경우는 이용자가 의사소통과 정보획득에서 다른 미디어보다 더 도움이 되고 편리하다고 인식하면 상대적으로 SNS를 더 많이 이용하며 의존도가 높을 것이다. 따라서 다음과 같이 <연구문제 2>를 도출하였다.

[연구문제 2] 미디어 특성은 SNS 과잉의존에 어떠한 영향을 미치는가?

외향적인 사람은 상호작용의 수준이 높고 대인관계 형성에 대한 능력이 더 뛰어나기 때문에(Anderson et. al., 2001) 이런 이용자는 SNS의 이용시간이 상대적으로 길고 네트워크 크기가 넓은 경향을 갖고 있다(Acar, 2008). 상대적으로 외향적 이용자는 타 이용자보다 높은 사회적응력으로 SNS에서 타인과 교류 및 상호작용 행위가 활발하며 적극적으로 SNS를 사용한다. 따라서 외향적 이용자는 SNS 피로감, 소외감과 같은 SNS에 대한 부정적 평가가 낮을 수 있다.

dCollection @ chosun

반면에 타인과의 상호작용이나 관계 형성에 드는 비용이 사회적 관계를 유지하는 데서 오는 혜택보다 크다고 생각하는 사회적 부채감은 SNS를 부정적으로 평가하게 만들 것이며 타인의 생각이나 의견, 주변에서 일어나는 일에 관심이 없는 이용자들은 SNS의 인맥형성 및 관리에 수반하는 부작용들에 대해 더 부정적인 평가를 내릴 수 있다. 따라서 다음과 같이 <연구문제 3>을 도출하였다.

[연구문제 3] 이용자 성향은 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가?

미디어의 기능적 특성에 대한 부정적 평가는 이용 초기뿐만 아니라 이용 후기에 더 높을 수 있다. 페이스북 같은 경우 시스템의 어려움과 복잡함 등으로 이용 초기보다 후기에 부정적인 인식이 더 많이 증가하는 것으로 나타났다(Kin et. al., 2013). 즉 미디어의 기능적 복잡성에 대한 인식은 이용 초기에 기술적 능력이 부족한 단계에만 존재하는 것이 아니라 미디어 이용의 숙련도가 높아져도 미디어 이용 과정이 타 매체보다 복잡하면 부정적 평가를 낳게 하는 것이다. 따라서 이 연구는 미디어 특성에 대한 인식 차이가 미디어에 대한 부정적 평가에 영향을 줄 것으로 예상하며 다음과 같이 <연구문제 4>를 도출하였다.

[연구문제 4] 미디어 특성은 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가?

SNS 이용은 사회적 관계망 속에서 이루어지는 것이기 때문에 SNS를 과도하게 사용함으로써 초래되는 과잉의존은 사람들과의 관계에서 소외감과 불안함 등 심리적 문제를 야기할 수 있다(김봉섭·박시현, 2014). SNS에 과잉의존하는 이용자가 SNS 이용에 투입하는 시간이나 노력이 상대적으로 많기 때문에 신체적 정신적 피로감을 타 이용자보다 더 많이 느끼는 것이다. 또한 SNS에 과잉 의존하는 이용자는 적극적으로 자신의 개인정보 등을 노출하기 때문에 타인의 감시나 사생활 노출에 대해 걱정이 많을 것이다. SNS를 과잉의존하면

dCollection @ chosun

상대적으로 SNS를 더 중요한다고 인식하며 SNS에 형성된 인간관계를 더 소중하다고 인식하므로 SNS에서 타인의 평판에 더 많은 신경을 쓰는 것이다. 따라서 SNS에 과잉 의존할수록 SNS에 대한 부정적 평가가 더 높을 것으로 추론할 수 있다. 따라서 <연구문제 5>에서는 SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

[연구문제 5] SNS 과잉의존은 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가?

일반적으로 미디어에 대한 평가는 향후 미디어의 지속적 이용여부에 영향을 미칠 수 있다. 앞서 언급하였듯이 SNS는 시간과 공간의 제약이 없는 커뮤니케이션의 가능성, 접근 용이성, 이용 편리성 등 장점을 갖고 있는 반면에 이용자의 사생활 침해, 인맥관리 부담감, 정보과부하 등의 부정적 결과를 낳고 있다(곽기영・김효준, 2011; 김경달 외, 2013; 이현지·정동훈, 2013b). 이러한 요소들은 이용자들이 SNS 이용을 자제하거나 꺼리게 만들며 다른 SNS로 전환하도록 유도할 수 있다.

이 연구에서는 SNS 관리에 대한 정신적이나 신체적 피로감, 페이스북에서의 타인의 감시나 사생활 노출에 대한 우려, 타인의 부정적 평판에 대한 우려, 그리고 페이스북에서 사람들과의 관계에서 나타나는 소외감 같은 SNS 부정적 평가들이 SNS 이용과정에서 생기는 SNS 회피 및 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가를 검증하기 위해 다음과 같이 <연구문제 6>과 <연구문제 7>을 설정하였다.

[연구문제 6] SNS 부정적 평가는 SNS 회피에 어떠한 영향을 미치는가?

[연구문제 7] SNS 부정적 평가는 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가?

미디어 전환의도는 현재 사용하는 미디어에 대해 이용 불만족이 있어서 다른 미디어로 전환하고자 하는 의향이나 행동을 의미하는 것이다. SNS 이용과

dCollection @ chosun

정에서 만들어진 다양한 방식의 SNS 회피는 결국 다른 SNS 이용으로 이어질 수 있다. SNS 이용 회피행위는 바로 SNS 기능에 대해 불만족하므로 생기는 이용거부행위이다. 온라인 상황은 다양한 SNS 서비스가 존재하고 손쉽게 다른 서비스로 전환이 가능하기 때문에 이용자들은 자신에게 맞는 SNS를 이용할 다양한 선택권을 갖고 있다. 따라서 이 연구는 SNS 이용과정에서 생기는 인지적 회피, 사교적 회피, 기계적 회피가 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위해 다음과 같은 <연구문제 8>을 도출하였다.

[연구문제 8] SNS 회피는 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가?

제2절 연구설계

이 연구의 목적은 SNS 이용과정에서 나타나는 SNS 회피 행위 및 전환의도의 영향요인에 대해 알아보고자 하는 것이다. 이에 따라 이 연구는 SNS 이용자 성향과 미디어특성, SNS 과잉의존이 SNS에 대한 부정적 평가에 미치는 영향을 검증하고, SNS 부정적 평가가 SNS 회피 및 전환의도와 어떤 관계가 있는지를 검증하고자 한다. SNS 회피 및 전환의도에 영향을 미치는 요인인 SNS 부정적 평가의 구성요소로 SNS 피로감, 사생활 침해, 평판우려, 소외감 등 변인을 포함하였다. SNS 부정적 평가에 미치는 요인으로는 이용자 성향, SNS의 미디어 특성 그리고 SNS 과잉의존을 설정하였다. 이용자 성향은 외향성, 사회부채, 사회 및 타인에 대한 무관심 등 변인으로, SNS 미디어 특성은 상대적 이점, 지각된 복잡성, 지각된 위험 변인으로 구성하였다.

이 연구에서는 첫째, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성이 SNS 과잉의존에 미치는 영향을 검증한다. 둘째, SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가를 검증한다. 셋째, SNS 부정적 평가가 SNS 회피 및 전환

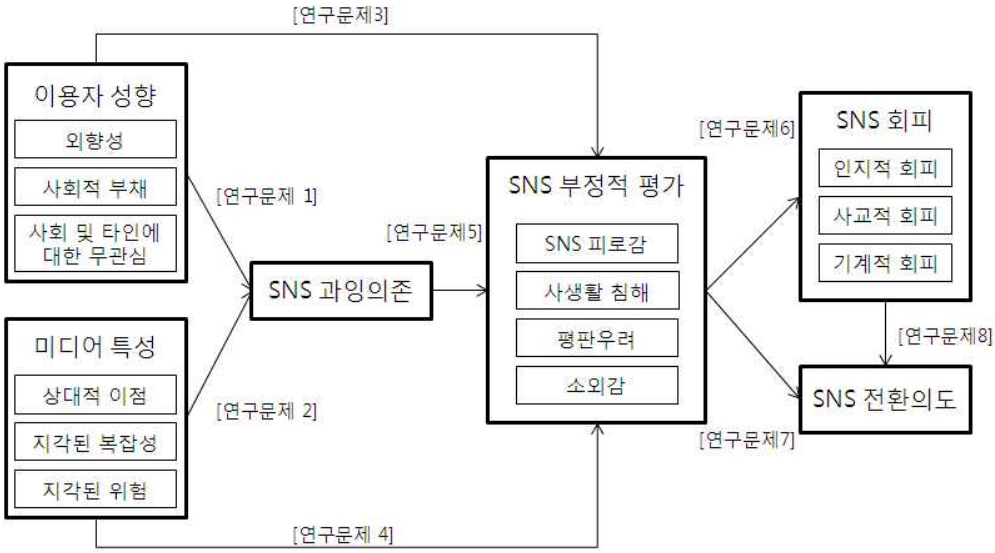
dCollection @ chosun

의도에 어떠한 영향을 미치는가를 검증한다. 마지막으로 SNS 회피가 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가를 실증적으로 분석한다.

SNS 이용과정에서 나타나는 회피행위 및 전환의도의 영향 원인을 파악하기 위해 추출된 이용자성향, 미디어 특성에 대한 인식, SNS 과잉의존, SNS에 대한 부정적 평가와 SNS 회피 및 전환의도에 미치는 영향관계를 다중회귀분석(Multiple Regression) 방법으로 실증적으로 분석한다. 다중회귀분석은 여러 개의 독립변인을 회귀모형에 포함시킴으로써 종속변인에 가장 큰 영향을 미치는 변인 및 종속변인을 설명해 줄 수 있는 가장 적합한 모형을 밝히는 통계적 방법이다(성태제, 2010).

이상에서 설명한 요인들의 관계를 정리하여 앞부분에 밝힌 연구문제에 따라 연구설계를 제시하면 다음의 <그림 1>과 같다.

<그림 1> 연구모형 및 연구설계



dCollection @ chosun

제3절 연구방법

1. 조사대상 및 조사절차

이 연구는 SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성, SNS 과잉의존이 SNS에 대한 부정적 평가에 미치는 영향을 검증하고, SNS에 대한 부정적 평가가 SNS 회피 및 전환의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 페이스북 이용자를 조사대상으로 선정하였다. SNS 중 페이스북 이용자를 조사대상자로 선택한 이유는 페이스북이 인간관계 형성 및 유지라는 소셜네트워킹 본연에 충실한 특성을 지니고 있기 때문이다. 따라서 이 연구는 SNS중에서도 사교적 특성을 강조하는 페이스북을 중심으로 SNS 이용과정에서 생기는 SNS 회피 행위 및 전환의도의 영향요인을 밝히고자 한다.

SNS 회피는 새로운 미디어 현상으로 볼 수 있기 때문에 이와 관련한 일반적이고 표준화된 측정문항을 찾기 어려워 이 연구에 맞는 구조화된 설문지를 구성하기 위하여 사전조사를 실시하였다. 사전조사는 광역시 소재 4년제 대학교에 재학하는 학부생 62명을 대상으로 진행하였고 이들의 응답을 분석하여 다양한 문항을 개발하였다.

사전조사 결과를 토대로 본 조사는 이용자가 주로 컴퓨터, 태블릿 PC, 스마트폰 등 기기를 매개로 페이스북을 사용하기 때문에 온라인 설문조사방법으로 진행하였다. 온라인 서베이 전문회사인 엠브레인에 의뢰하여 2014년 4월 22일부터 28일까지 온라인으로 실시하였고 전국에 거주하는 페이스북 이용 경험이 있는 대상자를 선정하여 500명의 응답을 회수하였다. 구체적으로 설문조사 응답자의 특성은 <표 3-1>과 같다.

응답자의 인구통계학적 특성 가운데 성별 분포를 살펴보면, 남자와 여자가 각각 250명으로 50%씩 나타났다. 연령별 분포는 20대 140명(28.0%), 30대 140명(28.0%), 40대 90명(18.0%), 10대 80명(16.0%), 50대 40명(8.0%) 순이었고 20, 30대가 가장 많이 SNS를 사용하는 것으로 나타났다.

dCollection @ chosun

학력은 대학교 졸업이 50%로 가장 많고, 그 다음으로 대학 재학이 20.2%였다. SNS의 주요 이용자인 대학 졸업이나 대학생 이용자들이 가장 많이 표집된 것을 확인할 수 있다.

<표 3-1> 설문 응답자 특성

변이	항목	빈도 (n=500)	점유율 (%)
성별	남성	250	50.0
	여성	250	50.0
연령	10대	80	16.0
	20대	140	28.0
	30대	140	28.0
	40대	90	18.0
	50대	40	8.0
	60대	10	2.0
학력	중학교 재학 또는 중학교 졸업 이하	10	2.0
	고등학교 재학 중	29	5.8
	고등학교 졸업	63	12.6
	대학교 재학 중(휴학 포함)	101	20.2
	대학교 졸업	250	50.0
	대학원 재학 중(휴학 포함)	8	1.6
	대학원 수료/졸업 이상	39	7.8

2. 조작적 정의와 측정척도의 구성

이 연구의 주요 변인은 종속변인인 SNS 과잉의존, SNS 부정적 평가의 4개 변인, SNS 회피의 3개 변인, SNS 전환의도, 독립변인인 SNS 이용자 성향의 3개 변인, 미디어 특성 3개 변인으로 구성된다. 연구문제를 검증하기 위해 이러한 변인들에 대하여 조작적 정의를 제시하였다. 단일항목으로 측정된 것을 제외하고 다수의 변인으로 측정된 변인 중 새롭게 구성된 변인은 요인분석을 통해 차원 내지 요인을 추출하였다. 또한 추출요인에 대해 신뢰도를 검증하였다.

dCollection @ chosun

1) 이용자 성향에 관한 문항

이 연구의 독립변인 중 하나인 SNS 이용자 성향은 이론적 배경에서 논의한 바와 같이 외향성, 사회적 부채, 사회 및 타인에 대해 무관심 등 세 가지 차원으로 구성되는데 이들 변인들의 측정척도 구성 및 지수화 과정을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 외향성

개인적 특성을 나타내는 성격으로 외향성은 외부 세계를 더 좋아하고 커뮤니케이션을 주도하고 사람들 간의 상호작용을 즐기는 성향을 말한다. 이에 따라 MBTI (Mayers-Briggs Type Indicator: 심리유형검사) 척도를 참조하여 외향성의 문항을 구성하였는데, 이 항목들은 배진한(2005), 황하성·이옥기(2009)의 연구에서 검증을 거친 척도로서 이 논문에서 재구성하여 사용하였다. 5개 문항을 5점 척도로 측정하였고 5개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 외향성으로 지수화하였다(Cronbach's α=.870).

<표 3-2> 외향성의 측정항목

변인	설문문항
외향성	나는 활달하고 말을 많이 하는 편이다
	나는 사람들과 쉽게 어울리는 편이다
	나는 내 감정과 느낌을 자유롭게 표현하는 편이다
	나는 다른 사람들에게 쉽게 다가설 수 있는 편이다
	나는 다른 사람들과 폭넓은 우정을 맺는 편이다

(2) 사회적 부채

사회적 관계망에서 이용자가 투입해야하는 비용이 얻을 수 있는 혜택을 초

dCollection @ chosun

과하는 경우 생기는 것이 사회적 부채이다. 사회적 부채는 관계유지에 대한 부담감 같은 부정적 감정을 말한다. 기존 연구를 토대로 3개 문항을 5점 척도로 측정하였으며(곽기영·김효준, 2011; 배영, 2005; 최환진, 2006) 이 3개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 사회적 부채로 지수화하였다(Cronbach's α =.721).

<표 3-3> 사회적 부채의 측정항목

변인	설문문항
사회적 부채	나는 인맥형성 자체에 대해 부담감이 있다
	나는 원하지 않는 사람과 연결되는 것이 부담스럽다
	나는 개인적으로 친분이 약한 사람들과 관계를 형성하는 것에 부담을 느낀다

(3) 사회 및 타인에 대한 무관심

현대사회에서 많은 사람들은 개인중심적이고 자아긍정을 추구하는 편이기 때문에 타인을 소홀히 여기고 간섭하지 않으며 서로에 대한 무관심하고 삶을 함께 나누는 것을 회피함으로써 관계가 느슨해지고 멀어지는 경향이 있다(최성철, 2005). 따라서 사회 및 타인에 대해 무관심은 사회 이슈, 주변에 일어나는 일이나 다른 사람의 근황, 삶에 대해 관심 없는 것으로 정의할 수 있다. 사회 및 타인에 대한 무관심의 측정문항은 사전조사를 거쳐 탐색적 요인분석을 실시하였다.

<표 3-4> 사회 및 타인에 대한 무관심의 측정항목

변인	설문문항
사회 및 타인에 대한 무관심	나는 다른 사람의 느낌이나 감정에 대해 관심이 없다
	나는 다른 사람의 생각이나 의견에 대해 관심이 없다
	나는 다른 사람의 삶에 대해 관심이 없다
	나는 우리 사회가 어떻게 돌아가는지 관심이 없다
	나는 주변에 일어난 일들에 대해 관심이 없다

dCollection @ chosun

이들 5개 항목에 대하여 직각회전 방법 중에서 가장 많이 이용된 베리맥스 방법을 통하여 요인분석을 수행한 결과를 따르면 5개 항목은 1요인이 추출되었으며, 변량의 67.378%를 설명하고 있는 것으로 나타났다. 5점 척도로 측정하여 5개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 사회 및 타인에 대한 무관심으로 지수화하였다(Cronbach's α=.878).

2) 미디어 특성에 관한 문항

이 연구의 독립변인 중 하나인 SNS 미디어 특성은 이론적 배경에서 논의한 바와 같이 상대적 이점, 지각된 복잡성, 지각된 위험 등 세 가지 차원으로 구성되는데 이들 변인들의 측정척도 구성 및 지수화 과정은 다음과 같다.

(1) 상대적 이점

상대적 이점은 이용자들이 SNS에서 얻을 수 있는 유용한 정보나 도움과 같은 이점에 대한 것이다. SNS에 사용되었던 척도를 바탕으로 재구성하여 사용하였고(김형지 외, 2012; 박종구, 2011; 장용호·박종구, 2010) 4개 문항을 5점 척도로 측정하였다. 이 4개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 상대적 이점으로 지수화하였다(Cronbach's α=.736).

<표 3-5> 상대적 이점의 측정항목

변인	설문문항
상대적 이점	페이스북에서는 의사소통과 정보획득이 가능하다
	페이스북이 다른 인터넷 서비스보다 더 편리하다
	페이스북은 다른 인터넷 서비스보다 개인 일상생활에 더 도움이 된다
	페이스북을 통해 더 많은 사람들에게 자신의 생각을 퍼뜨릴 수 있다

dCollection @ chosun

(2) 지각된 복잡성

지각된 복잡성은 SNS 이용자들이 SNS 용어나 기능을 이해하기 어려워하고 어려움과 사용방법을 복잡하게 인지하는 정도를 말한다. SNS에 사용되었던 척도를 바탕으로 재구성하여 사용하였고(박종구, 2011; 장용호·박종구, 2010) 3개 문항을 5점 척도로 측정하였다. 이 3개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 지각된 복잡성으로 지수화하였다(Cronbach's α=.863).

<표 3-6> 지각된 복잡성의 측정항목

변인	설문문항
지각된 복잡성	페이스북은 이용방법이 복잡하다
	페이스북에서 사용되는 용어들은 이해하기 어렵다
	페이스북의 기능들은 이해하기 어렵다

(3) 지각된 위험

지각된 위험은 주로 이용자들이 SNS에서의 활동으로 인해 부정적 결과가 생길 수 있다고 인지하는 정도를 일컫는다. 김형지 외(2012)와 박종구(2011)의 연구를 토대로 4개 문항을 5점 척도로 구성하였다. 이 4개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 지각된 위험으로 지수화하였다(Cronbach's α=.910).

<표 3-7> 지각된 위험의 측정항목

변인	설문문항
지각된 위험	페이스북에 남긴 글 때문에 나중에 문제가 생길 수 있다
	페이스북에 남긴 글이 남에게 나쁜 영향을 끼칠 수도 있다
	페이스북에서 쓴 글 때문에 다른 사람들로부터 비판받을 수 있다
	페이스북을 통해 잘못된 정보를 접할 수 있다

dCollection @ chosun

3) SNS 과잉의존에 관한 문항

SNS 과잉의존은 특정 매체를 과도하게 사용하고 지나치게 그 매체에 의존하는 경향을 말하는 것이다(Griffiths, 1999). 기존 연구(Young, 1999; 김옥련·왕설, 2013; 이상호·고아라, 2013; 황성욱·박재진, 2011)를 토대로 8개 문항을 5점 척도로 구성하였다. 이 8개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 SNS 의존도로 지수화하였다(Cronbach's α=.916).

<표 3-8> SNS 과잉의존의 측정항목

변인	설문문항
SNS 과잉 의존	나는 페이스북을 일단 시작하면 처음 생각했던 것보다 더 많은 시간을 사용한다
	페이스북을 하지 않고 있을 때 페이스북이 자꾸 생각난다
	나는 페이스북을 하고 난 뒤 페이스북에서 했던 것들에 대해 계속해서 생각한다
	나는 페이스북 이용시간을 스스로 조절하는 데 어려움이 있다
	나는 내가 페이스북에 올린 글이나 나 자신에 대한 반응을 수시로 확인하고 싶다
	나는 페이스북을 하느라 다른 활동이나 매체(TV 등)에 대한 흥미가 감소했다
	나는 페이스북의 과도한 사용으로 중요한 인간관계나 업무의 기회를 위협받은 적이 있다
	나는 지나치게 페이스북에 몰두해 있는 나 자신이 한심하게 느껴질 때가 있다

4) SNS 부정적 평가

SNS 부정적 평가는 SNS 피로감, 사생활침해, 평판우려, 소외감 등의 변인으로 구성하였다.

(1) SNS 피로감

SNS 피로감은 이용자들이 SNS 이용과정에서 지치거나 지겨워하게 되는 정

dCollection @ chosun

신적·신체적 느낌으로 정의할 수 있다(Michielsen, De Vries, Van Heck, 2003; 김명수·이동주, 2011; 양광희, 1995; 최의순·송민선, 2003). SNS 피로감 문항은 이현지·정동훈(2013b)이 사용한 척도를 페이스북 이용에 맞게 수정하여 4개 문항을 5점 척도로 측정하였고 4개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 SNS 피로감으로 지수화하였다(Cronbach's α=.789).

<표 3-9> SNS 피로감의 측정항목

변인	설문문항
SNS 피로감	나는 페이스북을 관리해야 하는 것이 부담스럽다
	나는 페이스북을 통해 다른 사람들의 일상을 아는 것이 피곤하다
	나는 페이스북을 이용하고 나면 힘이 빠진다
	나는 페이스북의 기능들을 다양하게 이용하는 것이 힘들다

(2) 사생활 침해

사생활 침해는 페이스북을 이용하는 과정에서 개인의 사생활, 개인정보, 개인적 이야기가 노출되는 것에 대해 우려하는 것을 의미한다. 이 연구에서는 기존 연구에서 사용되었던 척도를 바탕으로 재구성하였다(곽기영·김효준, 2011; 김경달 외, 2013; 이현지·정동훈, 2013b; 최환진, 2006). 4개 문항을 5점 척도로 측정하였고 4개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 사생활 침해로 지수화하였다(Cronbach's α=.869).

<표 3-10> 사생활 침해의 측정문항

변인	설문문항
사생활 침해	나는 페이스북에서 타인에 의해 감시당할까 우려가 된다
	나는 페이스북에서 나의 사생활이 노출될까 불안하다
	나는 페이스북을 통해 나의 개인정보가 노출이 될까 불안하다
	나는 페이스북에서 알리고 싶지 않은 내 개인적 이야기를 남들이 알게 될까 두렵다

dCollection @ chosun

(3) 평판우려

평판우려는 이용자가 페이스북에서 다른 사람들의 부정적 평판에 대해 두려워하고 걱정하는 것을 의미한다. 김경달 외(2013)와 이현지·정동훈(2013b)의 연구에서 검증을 거친 척도를 이 연구에서 맞게 수정하여 이용하였다. 5개 문항을 5점 척도로 측정하였고 5개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 평판우려로 지수화하였다(Cronbach's α=.934).

<표 3-11> 평판우려의 측정항목

변인	설문문항
평판우려	나는 다른 사람이 내 글에 대해 부정적으로 평가할까 두렵다
	나는 다른 사람들이 페이스북에 있는 내 글을 안 읽을까 걱정이다
	나는 다른 사람들이 페이스북에 있는 내 글에 안 좋은 이미지를 가지고 있을까 걱정된다
	나는 다른 사람들이 내 페이스북에 대한 인식이 좋지 않을까 걱정이다
	나는 다른 사람들이 내 페이스북에 대한 평가를 좋지 않게 내릴까 걱정이다

(4) 소외감

소외감은 개인이 페이스북에서 친구관계로 있는 사람들로부터 멀어지거나 박탈감을 느끼고, 사람들과 거리감을 느끼게 되는 주관적 심리 상태를 의미한다. 황성욱·박재진(2011)의 연구에서 검증을 거친 척도를 이 연구에서 맞게 수정하여 사용하였다. 5개 문항을 5점 척도로 측정하였고 5개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 소외감으로 지수화하였다(Cronbach's α=.915)

dCollection @ chosun

<표 3-12> 소외감의 측정항목

변인	설문문항
소외감	나는 페이스북의 친구들이 내 담벼락에 글을 안 남길 때 상대적인 박탈감을 느낀다
	나는 때때로 페이스북에서 외톨이가 된 느낌이 들 때가 있다
	나는 페이스북에서 관계를 맺고 있는 친구들 사이에서 소외감을 느낀다
	페이스북 친구들은 내가 바라는 만큼 나에게 관심을 가지지 않는다
	내가 페이스북에서 관계를 맺고 있는 친구는 많지만 속이 상할 때 하소연할 사람이 없다

5) SNS 회피에 관한 문항

SNS 회피란 이용자들이 SNS 이용으로부터 생기는 불안감이나 불만족과 같은 부정적 감정으로 SNS 이용을 회피하는 행동이다. SNS 회피 문항은 인지적 회피, 사교적 회피, 기계적 회피로 구성되었다.

(1) 인지적 회피

SNS 인지적 회피란 SNS 뉴스피드가 수신되었을 때 내용 자체에 주의를 기울이지 않고 무시하는 행위를 의미한다. 따라서 문항은 스펙과 엘리엇(Speck & Elliott, 1997), 김경달 외(2013), 최인규·한상필(2008)이 사용한 척도를 페이스북 이용에 맞게 수정하여 3개 문항을 5점 척도로 측정하였다.

<표 3-13> 인지적 회피의 측정항목

변인	설문문항
인지적 회피	뉴스피드가 왔을 때 안 읽고 넘길 때가 많다
	뉴스피드가 왔을 때 별 생각 없이 본다
	나는 평소 뉴스피드를 주의 깊게 보지 않는다

dCollection @ chosun

(2) 사교적 회피

사교적 회피는 페이스북에서 타인과의 교류 및 관계 형성 자체를 회피하는 행위이다. 사교적 회피는 기존에 검증된 척도가 없으므로 사전조사를 거쳐 측정문항을 구성하였다. 페이스북을 열성적으로 사용하고 있는 파워 이용자(2명, 페이스북 친구 수 5000명, 2000명), 일반 이용자(4명, 페이스북 친구 수 250-179명) 그리고 이용 중단 이용자(3명, 친구수 150-125명) 등 세 가지 유형의 이용자를 대상으로 실시한 인터뷰 결과를 토대로 문항을 작성하였다. 사교적 회피의 구체적인 문항은 다음과 같다.

<표 3-14> 사교적 회피의 측정항목

변인	설문문항
사교적 회피	나는 나만 아는 새로운 계정을 사용한다 나는 페이스북에 내 담벼락만 이용할 뿐 다른 사람들과 교류하지 않는다 나는 나를 귀찮게 하는 친구를 '친구 끊기'한다 나는 남의 글에 대해 '좋아요'를 누르지도 않고, 댓글도 달지 않는 등 무반응으로 일관한다

(3) 기계적 회피

기계적 회피는 주로 기계적 수단을 사용하여 SNS 이용 자체를 회피하는 행위이다. 기계적 회피는 기존에 검증된 척도가 없으므로 사전조사를 거쳐 측정문항을 구성하였다. 페이스북을 열성적으로 사용하고 있는 파워 이용자, 일반 이용자 그리고 이용 중단 이용자 등 세가지 유형의 이용자를 대상으로 실시한 인터뷰 결과를 토대로 문항을 작성하였다. 기계적 회피의 구체적인 문항은 다음과 같다.

dCollection @ chosun

<표 3-15> 기계적 회피의 측정항목

변인	설문문항
기계적 회피	나는 페이스북의 일부 알림을 끈 상태이다 나는 내 계정을 임시 비활성화로 설정하곤 한다 나는 페이스북을 자주 로그인하지 않는다

SNS 회피에 대한 요인분석에서 요인추출은 주성분분석을 이용하였으며 요인 회전은 직각회전 방법 중에서 가장 많이 이용되는 베리맥스(varimax)방법을 이용하였다. 각 요인 측정 문항의 요인적재치 .60, 부적재치 .40미만, 각 요인별로 하위 항목이 2개 이상 기준에 적합한 문항을 추출하였다(이호준·최명일, 2006).

분석 결과, <표 3-16>에 제시된 바와 같이 10개 항목 중 요인 선정기준을 충족하지 못하는 3개 항목('나는 평소 모르는 사람은 친구로 수락하지 않는다', '나는 남의 글에 대해 '좋아요'를 누르지도 않고, 댓글도 달지 않는 등 무반응으로 일관한다', '나는 페이스북을 자주 로그인하지 않는다')을 제외하고, 나머지 8개 항목에서 3개 요인이 추출되었으며 이들 요인은 전체 변량의 61.79%를 설명하였다.

첫 번째 요인인 사교적 회피는 3개 항목으로 ① 나는 나만 아는 새로운 계정을 사용한다 ② 나는 페이스북에 내 담벼락만 이용할 뿐 다른 사람들과 교류하지 않는다 ③ 나는 나를 귀찮게 하는 친구를'친구 끊기'한다 등으로 구성된다. 이 3개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 사교적 회피로 지수화하였다(Cronbach's α=.642).

두 번째 요인인 기계적 회피는 2개 항목으로 ① 나는 페이스북의 일부 알림을 끈 상태이다 ② 나는 내 계정을 임시 비활성화로 설정하곤 한다 등으로 구성된다. 이 2개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 기계적 회피로 지수화하였다(Cronbach's α=.619).

세 번째 요인인 인지적 회피는 3개 항목으로 ① 나는 평소 뉴스피드를 주

dCollection @ chosun

의 깊게 보지 않는다 ② 뉴스피드가 왔을 때 별 생각 없이 본다 ③ 뉴스피드가 왔을 때 안 읽고 넘길 때가 많다 등으로 구성된다. 이 3개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 사교적 회피로 지수화하였다(Cronbach's α=.696).

<표 3-16> SNS 회피에 대한 요인분석 결과

설문문항	요인1 사교적 회피	요인2 기계적 회피	요인3 인지적 회피
나는 나만 아는 새로운 계정을 사용한다	.819	-.041	.001
나는 페이스북에 내 담벼락만 이용할 뿐 다른 사람들과 교류하지 않는다	.715	.287	.151
나는 나를 귀찮게 하는 친구를 '친구 끊기'한다	.627	.140	.042
나는 남의 글에 대해 '좋아요'를 누르지도 않고, 댓글도 달지 않는 등 무반응으로 일관한다*	.518	.468	.155
나는 페이스북의 일부 알림을 끈 상태이다	-.065	.830	.196
나는 내 계정을 임시 비활성화로 설정하곤 한다	.330	.721	.024
나는 페이스북을 자주 로그인하지 않는다*	.439	.587	.287
나는 평소 뉴스피드를 주의 깊게 보지 않는다	.084	.281	.803
뉴스피드가 왔을 때 별 생각 없이 본다	-.025	-.070	.792
뉴스피드가 왔을 때 안 읽고 넘길 때가 많다	.243	.316	.679
아이겐값	2.216	2.060	1.904
설명변량(%)	22.158	20.596	19.035
누적설명변량(%)	22.158	42.754	61.790
Cronbach's Alpha	.642	.619	.696

* 요인선정 기준을 충족하지 못하는 항목임

6) SNS 전환의도에 관한 문항

SNS 전환의도는 현재 사용하는 매체에서 여러 불만족으로 타 매체로 전환하고자 하는 의도나 행동을 의미하는 것이다(곽기영·김효준, 2011). 곽기영·김효준

dCollection @ chosun

(2011)이 사용한 척도를 페이스북 이용에 맞게 수정하여 4개 문항을 5점 척도로 측정하였다. 이 4개 항목에 대한 응답치를 합산 평균하여 SNS 전환의도로 지수화하였다(Cronbach's α=.849).

<표 3-17> SNS 전환의도의 측정항목

변인	설문문항
SNS 전환의도	나는 페이스북 외에 다른 SNS 사용을 고려해 본적이 있다 나는 마음에 드는 새로운 SNS가 나온다면, 페이스북 사용을 그만 둘 생각이 있다 내가 대안으로 생각하는 SNS의 서비스가 더 만족스러울 것이다 나는 페이스북을 중단하고 다른 SNS를 사용할 의향이 있다

3. 분석 방법

이 연구는 설정된 연구문제를 실증적으로 검증하기 위해서 SPSS 18.0 통계 프로그램을 이용하여 다음과 같은 방법으로 진행하였다.

첫째, 이 연구에서의 주요 변인인 SNS 이용자 성향, 미디어 특성, SNS 과잉의존, SNS 부정적 평가, SNS 회피, 그리고 SNS 전환의도 등 변인의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 Cronbach's Alpha의 신뢰도 계수를 이용했으며 검증되지 않은 척도의 경우 요인분석을 실시하였다.

둘째, SNS 이용자 성향, 미디어 특성, SNS 과잉의존, SNS 부정적 평가, SNS 회피, 그리고 SNS 전환의도의 하위변인들의 영향관계를 밝히기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

회귀분석은 종속변수와 독립변수 간에 존재하는 관련성을 분석하는 방법이다. 다중회귀분석은 여러 개의 독립변수를 회귀모형에 포함시킴으로써 종속변수에 가장 큰 영향을 미치는 변수가 무엇인지, 종속변수를 설명해 줄 수 있는 가장 적합한 모형이 무엇인지를 밝히는 통계적 방법이다(성태제, 2010). 이 방법을 통하여 SNS 이용자 성향, 미디어 특성, SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평

dCollection @ chosun

가에 미치는 영향을 파악한다.

다중회귀모형에서 종속변수와 각 독립변수사이의 상관관계는 높고 독립변수들 사이의 상관은 낮아야 모형의 영향력이 높은 것이다. 일반적으로 사회과학 분야에서의 연구들은 측정변수가 상대적으로 많은 경우에 각 변수들 간의 일정한 상관관계가 존재할 수 있다. 따라서 독립변수들이 상호 독립하지 못하면 다중공선성이라는 문제가 나타난다. 즉 회귀변수들간 높은 상관관계가 존재하는 것이다(김계수, 2008; 성태제, 2010). 다중공선성문제를 진단한 결과 분산팽창계수(Variance Inflation Factor: VIF)값이 (1.007-2.447)으로 10보다 현저하게 작아 다중공선성 문제는 없는 것으로 나타났다.

한편 이 연구의 종속변인인 SNS에 대한 부정적 평가와 SNS 회피 및 SNS 전환의도에 대한 독립변인의 독립적 영향력을 검증하기 위해 다음과 같은 변인들을 통제하였다.

먼저 이용자의 성별, 연령, 교육수준은 SNS 이용뿐만 아니라 미디어 이용에 중요한 영향을 미치는 요인들이다(Hargittai, 2007; 주정민, 2006; 이호영·김희연·정부연·장덕진·김기훈, 2011). SNS 경우 여자보다는 남자가, 나이가 어릴수록 SNS를 더 많이 사용하였으며, 학력이 중요한 영향을 미쳤다(이호영 외, 2011). 또한 앞서 밝힌 바와 같이 여성이 남성보다 SNS 피로감을 더 느끼는 것으로 나타났다(<인쿠르트>, 2013. 8. 2).

둘째, SNS 이용량관련 변인으로 SNS 이용시간과 이용기간을 통제변인으로 설정하였다. SNS 이용시간은 절대적인 SNS 이용 양을 의미하는 것으로 미디어 이용을 설명하는 주요 변인으로 분석되었다(김봉섭·박상미, 2013; 진보래 외, 2012; 이지은·성동규, 2013). SNS 이용기간 또한 SNS에 대한 이용자의 인식이나 평가에 차이를 유발할 수 있는데, SNS 이용기간이 길어짐에 따라 이용자가 SNS의 긍정적 측면뿐만 아니라 부정적 측면에 대해 많이 알게 됨으로써 SNS에 대한 평가도 달라질 수 있기 때문이다.

이러한 이유들로 이 연구는 인구학적 속성인 성별, 연령, 학력과 SNS 이용량관련 변인인 이용시간과 이용기간을 통제적 변인으로 사용하였다.

dCollection @ chosun

4. 기초자료 분석

1) 주요 변인의 기술 통계량

이 연구에서 모든 변인은 5점 척도로 측정하였으며 측정한 각 변인의 기술 통계량은 아래의 <표 3-18>과 같다.

<표 3-18> 주요변인별 평균 및 표준편차

변인	측정변인	측정항목수	평균	표준편차
이용자 성향	외향성	5항목	3.1964	.74977
	사회적 부채	3항목	3.1453	.73905
	사회 및 타인에 대한 관심	5항목	2.2412	.70508
미디어 특성	상대적 이점	4항목	3.2625	.68458
	지각된 복잡성	3항목	2.6620	.83788
	지각된 위험	4항목	3.8170	.75359
SNS 과잉의존		8항목	2.4632	.85213
SNS 부정적 평가	SNS 피로감	4항목	2.5400	.77692
	사생활 침해	4항목	3.1685	.93915
	평판우려	5항목	2.6340	.94890
	소외감	5항목	2.5524	.89042
SNS 회피	인지적 회피	3항목	3.2633	.70481
	사교적 회피	3항목	2.5033	.84924
	기계적 회피	2항목	3.0540	.97929
SNS 전환의도		4항목	3.1435	.79769

2) 상관관계분석

각 측정변인들에 대하여 서로의 상관관계가 존재하는가를 파악하고 변수들 간 방향과 정도를 알아보기 위하여 <표 3-19>와 같이 상관관계 분석을 실시하였다.

dCollection @ chosun

<표 3-19> 주요변인에 대한 상관관계분석

요인	외향성	사회적 부채	무관심	상대적 이점	지각된 복잡성	지각된 위험	과잉 의존	SNS 피로감	사생활 침해	평판 우려	소외감	인지적 회피	사교적 회피	기계적 회피	SNS 전환의도
외향성	1														
사회적 부채	-.368***	1													
무관심	-.098*	.286***	1												
상대적 이점	.288***	-.116**	-.197***	1											
지각된 복잡성	-.105*	.246***	.287***	-.234***	1										
지각된 위험	-.106*	.184***	-.091*	.043	.096*	1									
SNS 과잉의존	.234***	-.048	-.001	.452***	-.076	-.043	1								
SNS 피로감	-.064	.124**	.276***	-.227***	.377***	.080	.173***	1							
사생활침해	-.001	.199***	.035	-.006	.127**	.327***	.144**	.435***	1						
평판우려	-.116**	.171***	.060	.066	.110*	.137**	.415***	.410***	.529***	1					
소외감	-.115*	.123**	.147**	.089*	.164***	.010	.374***	.377***	.380***	.592**	1				
인지적 회피	-.083	.112*	.112*	-.235***	.240***	.145**	-.293***	.238***	.143**	-.015	-.039	1			
사교적 회피	-.068	.177***	.361***	-.296***	.261***	-.077	-.066	.403***	.226***	.099*	.197***	.248***	1		
기계적 회피	-.086	.072	.162***	-.248***	.160***	.133**	-.198***	.325***	.221***	.017	.054	.367***	.372***	1	
SNS 전환의도	.026	.089*	.093*	-.257***	.211***	.150**	-.130**	.317***	.250***	.089*	.078	.283***	.336***	.392***	1

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

dCollection @ chosun

제 4 장 연구결과 및 논의

제1절 연구문제의 분석 결과

SNS 회피 및 SNS 전환의도의 영향요인을 찾아보기 위하여 이 연구는 다중회귀 분석을 실시하였다. 우선 SNS 이용에 영향을 미치는 성, 연령, 학력 등 인구학적 변인과 SNS 이용시간과 이용기간인 SNS 이용량 변인을 통제한 상태에서 이용자 성향과 미디어 특성, SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평가, SNS 회피 및 SNS 전환의도에 영향을 미치는지를 확인하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 이 연구에서 사용된 회귀모델은 먼저 세가지 인구사회학적 변인을 투입하고 두 번째 단계로 SNS 이용량변인들을 투입하고, 세 번째 단계로 예측변인들을 투입하는 방식으로 설정하였다. 이러한 과정을 통해 나타나는 다중상관 계수자승화(R^2)의 변화로 인구학적 변인과 SNS 이용량을 통제한 상태에서 이용자 성향, 미디어 특성, SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평가에 미치는 독립적인 영향력을 검증하였으며 SNS 부정적 평가가 SNS 회피 및 SNS 전환의도에 미치는 독립적인 영향력을 검증하였다.

1. [연구문제 1]의 결과: 이용자 성향이 SNS 과잉의존에 미치는 영향

SNS 과잉의존에 대한 이용자성향의 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 이용자 성향의 예측변인들은 외향성, 사회적 부채, 사회 및 타인에 대한 무관심으로 구성하였다.

위계적 회귀분석 중에 각 단계에서 추가로 투입된 독립변인의 상대적 기여도는 R^2변화량과 그에 대한 통계적 유의검증(F값)을 통해 개별 변인의 상대적인 효과를 비교할 수 있다(성태제, 2010). 분석 결과, <표 4-1>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량을 통제한 상태에서 이용자성향의 예측변인들이 투입된 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 16.2%였으며, 이용자 성향 변인들이 SNS

dCollection @ chosun

과잉의존을 5.4% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=9.447, p<.001). 예측변인들을 구체적으로 살펴보면, 선행변인과 예측변인이 모두 포함된 풀(full)모델에서 독립적으로 SNS 과잉의존에 영향을 미치는 변인은 외향성(β=.238, p<.001)이었다.

다른 사람과 활달하게 교류하고 쉽게 어울리며 자기의 감정과 느낌을 자유롭게 표현하고 폭넓은 우정을 맺는 등 외향적 성향이 높은 이용자일수록 페이스북 이용시간을 스스로 조절하지 못하고 페이스북을 과도하게 사용하거나 지나치게 페이스북에 몰두하는 의존정도가 높음을 알 수 있다.

<표 4-1> 이용자 성향이 SNS 과잉의존에 미치는 영향

요인		SNS 과잉의존			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	-.020	.172**	.030**	
	연령	-.168**			
	학력	-.008			
SNS 이용량	이용시간	.294***	.328***	.107***	.078***
	이용기간	.003			
이용자 성향	외향성	.238***	.402***	.162***	.054***
	사회적 부채	.028			
	무관심	.080			

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

2. [연구문제 2]의 결과: 미디어 특성이 SNS 과잉의존에 미치는 영향

SNS 과잉의존에 대한 미디어 특성의 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 미디어 특성의 예측변인들은 상대적 이점, 지각된 복잡성, 지각된 위험으로 구성하였다.

<표 4-2>와 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량을 통제한 상태에서 미디어

dCollection @ chosun

특성의 예측변인들을 투입한 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 25.5%였으며, 미디어 특성 변인들이 SNS 과잉의존을 14.8% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=16.781, p<.001). 예측변인들을 구체적으로 살펴보면, 선행변인과 예측변인이 모두 포함된 풀(full)모델에서 독립적으로 SNS 과잉의존에 영향을 미치는 변인은 상대적 이점(β=.392, p<.001)과 지각된 복잡성(β=.118, p<.05)이었다.

페이스북이 의사소통과 정보획득이 가능하며 다른 인터넷 서비스보다 더 편리하고 일상생활에 더 도움이 된다고 인식할수록 페이스북을 과도하게 사용하거나 지나치게 페이스북에 몰두하는 의존정도가 높음을 알 수 있다. 그런데 예상과 달리 페이스북 이용방법이 복잡하고 페이스북에서 사용되는 용어와 기능이 이해하기 어렵다고 인식하는 이용자가 오히려 더 많은 시간을 투입하여 페이스북을 사용하고 과잉 의존하는 것으로 나타났다. 페이스북 사용이 복잡하다고 생각할수록 페이스북 기능이나 이용방법을 더 잘 알기 위해 페이스북에 더 몰두하는 것으로 풀이할 수 있는 것이다.

<표 4-2> 미디어 특성이 SNS 과잉의존에 미치는 영향

요인		SNS 과잉의존			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	-.020	.172**	.030**	
	연령	-.168**			
	학력	-.008			
SNS 이용량	이용시간	.294***	.328***	.107***	.078***
	이용기간	.003			
미디어 특성	상대적 이점	.392***	.505***	.255***	.148***
	지각된 복잡성	.118*			
	지각된 위험	-.085			

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

dCollection @ chosun

3. [연구문제 3]의 결과: 이용자 성향이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향

SNS 부정적 평가에 대한 이용자성향의 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. SNS 부정적 평가는 구체적으로 SNS 피로감, 사생활 침해, 평판우려, 소외감 등 하위 변인으로 구성하고, 이용자 성향의 예측변인들은 외향성, 사회적 부채, 사회 및 타인에 대한 무관심으로 구성하였다.

1) 이용자 성향과 SNS 피로감

먼저 <표 4-3>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량을 통제한 상태에서 이용자 성향의 예측변인들을 투입한 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 12.2%였고, 이용자 성향이 투입되면서 SNS 피로감을 8.1% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F= 6.810, p<.001). 예측변인들을 구체적으로 살펴보면, 선행변인과 예측변인이 모두 포함된 풀(full)모델에서 독립적으로 SNS 피로감에 영향을 미치는 변인은 사회 및 타인에 대한 무관심(β=.282, p<.001)이었다.

<표 4-3> 이용자 성향이 SNS 피로감에 미치는 영향

요인		SNS 피로감			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.007	.122	.015	
	연령	.071			
	학력	.082			
SNS 이용량	이용시간	-.112*	.203**	.041**	.026**
	이용기간	-.112*			
이용자 성향	외향성	-.055	.349***	.122***	.081***
	사회적 부채	.001			
	무관심	.282***			

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

dCollection @ chosun

타인의 생각이나 의견, 다른 사람의 느낌이나 감정, 그리고 주변 일어난 일이나 우리 사회가 어떻게 돌아가는지에 대해 관심이 없는 이용자일수록 페이스북에 다른 사람의 일상을 알게 되는 피곤함이나 관리에 대한 피로감이 높다는 것을 알 수 있다.

2) 이용자 성향과 사생활 침해

<표 4-4>와 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량들의 설명력을 통제한 상태에서 이용자 성향의 예측변인들은 투입한 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 9.0%였으며 이용자 성향은 사생활 침해를 4.1% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=4.851, p<.001). 예측변인들 중 독립적으로 사생활 침해에 영향을 미치는 변인은 사회적 부채(β=.215, p<.001)였다.

원하지 않는 사람과의 연결이나 친분이 약한 사람과의 관계 형성에 대해 부담이 있으며 인맥 형성 자체에 대해 부담감이 있는 이용자일수록 페이스북에서 타인에 의해 감시당할 우려나 사생활 노출에 대한 불안이 높은 것을 알 수 있다.

<표 4-4> 이용자 성향이 사생활 침해에 미치는 영향

요인		사생활 침해			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.131**	.208***	.043***	
	연령	-.045			
	학력	.170***			
SNS 이용량	이용시간	-.049	.222	.049	.006
	이용기간	.071			
이용자 성향	외향성	.025	.300***	.090***	.041***
	사회적 부채	.215***			
	무관심	-.017			

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

dCollection @ chosun

3) 이용자 성향과 평판우려

<표 4-5>와 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량들의 설명력을 통제한 상태에서 이용자 성향의 예측변인들을 투입할 경우 모형의 전체설명력(R^2)은 7.3%였고(F=3.838, p<.001), 이용자 성향이 투입되면서 평판우려를 5.3% 추가로 설명하는 것으로 나타났다. 예측변인들 중 독립적으로 평판우려에 영향을 미치는 변인은 외향성(β=-.108, p<.05)과 사회적 부채(β=.154, p<.01)였다.

다른 사람과 활달하게 교류하고 쉽게 어울리며 자기의 감정과 느낌을 자유롭게 표현하고 폭넓은 우정을 맺는 등 외향적 성향이 높은 이용자일수록 페이스북에서 내 글이나 내 페이스북을 다른 사람이 어떻게 평가하는지에 대해 별다를 우려를 하지 않는 것으로 나타났다. 반면에 원하지 않는 사람과의 연결이나 친분이 약한 사람과의 관계 형성에 대해 부담감을 느끼는 이용자일수록 페이스북에서 다른 사람이 내 글에 대해 부정적 평가가 있는지, 내 페이스북에 대해 좋지 않는 이미지를 가지고 있는지 등 자신에 대한 평판을 두려워하는 것으로 나타났다.

<표 4-5> 이용자 성향이 평판우려에 미치는 영향

요인		평판우려			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	-.004	.138	.019	
	연령	-.143**			
	학력	.032			
SNS 이용량	이용시간	.033	.142	.020	.001
	이용기간	-.004			
이용자 성향	외향성	-.108*	.270***	.073***	.053***
	사회적 부채	.154**			
	무관심	.043			

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

dCollection @ chosun

4) 이용자 성향과 소외감

<표 4-6>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량들의 설명력을 통제한 상태에서 이용자 성향의 예측변인들이 투입된 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 6.9%였으며, 이용자 성향 변인들은 소외감을 6.7% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=3.648, p<.001). 예측변인들 중 독립적으로 소외감에 영향을 미치는 변인은 외향성(β=-.129, p<.05), 사회 및 타인에 대한 무관심(β=.166, p<.01)이었다.

<표 4-6> 이용자 성향이 소외감에 미치는 영향

요인		소외감			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	-.036	.046	.002	
	연령	-.017			
	학력	.027			
SNS 이용량	이용시간	-.005	.048	.002	.000
	이용기간	.017			
이용자 성향	외향성	-.129*	.263***	.069***	.067***
	사회적 부채	.079			
	무관심	.166**			

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

다른 사람과 활달하게 교류하고 쉽게 어울리며 자기의 감정과 느낌을 자유롭게 표현하고 폭넓은 우정을 맺는 등 외향적 성향이 높은 이용자일수록 페이스북에서 느끼는 박탈감이나 소외감이 낮다는 것을 알 수 있다. 외향적 이용자는 사교적이고 사회적응 능력이 높고 타인과 원활한 관계를 맺고 있기 때문에 타인과 관계 속에 느끼는 주관적 소외감이 낮을 수 있다. 반면에 타인의 생각이나 의견, 다른 사람의 느낌이나 감정, 그리고 주변 일어난 일이나 우리 사회가 어떻게 돌아가는지에 대해 관심이 없는 이용자일수록 페이스북에서 느

dCollection @ chosun

끼는 박탈감이나 소외감이 높다는 것을 알 수 있다. 사회 및 타인에 대해 관심이 없는 이용자는 상대적으로 더 개인적이고 다른 사람과 상호작용이 적어서 유대감이 약하기 때문에 관계를 맺고 있는 친구들 사이에서 소외감이 더 많이 느끼게 되는 것이다.

4. [연구문제 4]의 결과: 미디어 특성이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향

SNS 부정적 평가에 대한 미디어 특성의 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 미디어 특성의 예측변인들은 상대적 이점, 지각된 복잡성, 지각된 위험으로 구성되었다.

SNS 부정적 평가에 미치는 성별, 연령, 학력 등의 인구학적 변인과 SNS 이용시간과 SNS 이용기간인 SNS 이용량 변인을 통제한 상태에서 미디어 특성 변인들이 종속변인인 SNS 부정적 평가에 미치는 영향을 알아보기 위해 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 또한 회귀분석 결과 산출된 다중상관계수자승화(R^2)의 변화로 인구학적 변인과 SNS 이용변인 통제한 상태에서 미디어 인식의 독립적인 영향력을 검증하였다.

1) 미디어 특성과 SNS 피로감

먼저, <표 4-7>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량 변인의 설명력을 통제한 상태에서 미디어 특성의 예측변인들을 투입한 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 18.2%였으며, 미디어 특성 변인들은 SNS 피로감을 14.1% 추가로 설명하는 것으로 나타났다($F=10.936$, $p<.001$). 예측변인들을 구체적으로 살펴보면, 독립적으로 SNS 피로감에 영향을 미치는 변인은 상대적 이점($\beta=-.132$, $p<.01$)과 지각된 복잡성($\beta=.348$, $p<.001$)이었다.

페이스북이 의사소통과 정보획득이 가능하며 다른 인터넷 서비스보다 더 편리하고 개인일상 생활에 더 도움이 된다고 인식할수록 페이스북을 관리해야

dCollection @ chosun

하는 부담감이 낮음을 알 수 있다. 반면에 페이스북 이용방법이 복잡하고 페이스북에서 사용되는 용어와 기능이 이해하기 어렵다고 인식하는 이용자일수록 페이스북을 관리해야 하는 부담감이 크고 이용하고 나면 피로감을 많이 느낀다는 것을 알 수 있다.

<표 4-7> 미디어 특성이 SNS 피로감에 미치는 영향

요인		SNS 피로감			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.007	.122	.015	
	연령	.071			
	학력	.082			
SNS 이용량	이용시간	-.112*	.203**	.041**	.026**
	이용기간	-.112*			
미디어 특성	상대적 이점	-.132**	.427***	.182***	.141***
	지각된 복잡성	.348***			
	지각된 위험	-.029			

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

2) 미디어 특성과 사생활 침해

<표 4-8>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량 변인의 설명력을 통제한 상태에서 미디어 특성의 예측 변인들을 투입한 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 12.1%였으며, 미디어 특성 변인들은 사생활 침해를 7.2% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=6.754, p<.001). 구체적으로 예측변인들 중 독립적으로 사생활 침해에 영향을 미치는 변인은 지각된 위험성(β=.253, p<.001)이었다.

페이스북에 남긴 글 때문에 남에게 나쁜 영향을 끼칠 수 있다고 생각하거나 다른 사람들로부터 비판받을 수 있고 문제가 생길 수 있다고 인식하는 이용자일수록 페이스북에서 타인에 의해 감시가 당할 우려와 사생활 노출에 대한 불안이 높은 것을 알 수 있다.

dCollection @ chosun

<표 4-8> 미디어 특성이 사생활 침해에 미치는 영향

요인		사생활 침해			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.131**	.208***	.043***	
	연령	-.045			
	학력	.170***			
SNS 이용량	이용시간	-.049	.222	.049	.006
	이용기간	.071			
미디어 특성	상대적 이점	-.018	.348***	.121***	.072***
	지각된 복잡성	.077			
	지각된 위험	.253***			

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

3) 미디어 특성과 평판우려

<표 4-9>와 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량의 설명력을 통제한 상태에서 미디어 특성의 예측 변인들을 투입한 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 4.4%였으며, 미디어 특성 변인들은 평판우려를 2.4% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=2.276, p<.05). 예측변인들 중 독립적으로 평판우려에 영향을 미치는 변인은 지각된 복잡성(β=.106, p<.05)과 지각된 위험(β=.108, p<.05)이었다.

페이스북 이용방법이 복잡하고 페이스북에서 사용되는 용어와 기능을 이해하기 어렵다고 인식하는 이용자일수록 페이스북에서 다른 사람이 내 글에 대해 부정적으로 평가하는지, 내 페이스북에 대해 좋지 않는 이미지를 가지고 있는지 등 평판에 대해 더 많이 우려한다는 것이다. 또한 페이스북에 남긴 글 때문에 남에게 나쁜 영향을 끼칠 수 있다고 생각하거나 다른 사람들로부터 비판 받을 수 있거나 문제가 생길 수 있다고 인식하는 이용자일수록 페이스북에서 내 글이나 내 페이스북에 대한 다른 사람의 부정적 평판에 대해 우려가 높음을 알 수 있다.

dCollection @ chosun

<표 4-9> 미디어 특성이 평판우려에 미치는 영향

요인		평판우려			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	-.004	.138	.019	
	연령	-.143**			
	학력	.032			
SNS 이용량	이용시간	.033	.142	.020	.001
	이용기간	-.004			
미디어 특성	상대적 이점	.002	.211*	.044*	.024*
	지각된 복잡성	.106*			
	지각된 위험	.108*			

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

4) 미디어 특성과 소외감

<표 4-10>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량의 설명력을 통제한 상태에서 미디어 특성의 예측 변인들을 투입한 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 5.8%였으며, 미디어 특성 변인들은 소외감을 5.6% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=3.025, p<.001). 예측변인들 중 독립적으로 소외감에 영향을 미치는 변인은 지각된 복잡성(β=.253, p<.001)이었다.

페이스북 이용방법이 복잡하고 페이스북에서 사용되는 용어와 기능을 이해하기 어렵다고 인식하는 이용자는 페이스북을 능숙하게 이용하지 못하기 때문에 친근감이 부족하여 페이스북에서 다른 사람과의 관계에서 느끼는 박탈감이나 소외감이 높음을 알 수 있다.

dCollection @ chosun

<표 4-10> 미디어 특성이 소외감에 미치는 영향

요인		소외감			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	-.036	.046	.002	
	연령	-.017			
	학력	.027			
SNS 이용량	이용시간	-.005	.048	.002	.000
	이용기간	.017			
미디어 특성	상대적 이점	.095	.241***	.058***	.056***
	지각된 복잡성	.253***			
	지각된 위험	-.057			

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

5. [연구문제 5]의 결과: SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향

SNS 부정적 평가에 대한 SNS 과잉의존의 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

SNS 부정적 평가에 미치는 성별, 연령, 학력 등의 인구학적 변인과 SNS 이용시간과 SNS 이용기간인 SNS 이용량 변인, SNS 이용자 성향과 SNS 미디어 특성 변인들을 통제한 상태에서 SNS 과잉의존 변인이 SNS 부정적 평가에 영향을 미치는가를 파악하기 위해 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 또한 회귀분석 결과 산출된 다중상관계수자승화(R^2)의 변화로 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향과 SNS 미디어 특성 변인을 통제한 상태에서 SNS 과잉의존 변인의 독립적인 영향력을 검증하였다. SNS 부정적 평가에 대한 예측변인들의 영향에 대한 회귀분석결과는 다음과 같다.

dCollection @ chosun

1) SNS 과잉의존과 SNS 피로감

먼저 <표 4-11>과 같이 과잉의존이 피로감에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향과 SNS 미디어 특성 변인의 설명력을 통제한 상태에서 SNS 과잉의존이 투입된 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 32.9%였으며, SNS 과잉의존은 SNS 피로감을 11.8% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=15.848, p<.001). 선행변인과 예측변인이 모두 포함된 풀(full)모델에서 SNS 과잉의존이 독립적으로 SNS 피로감에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(β=.403, p<.001).

<표 4-11> SNS 과잉의존이 SNS 피로감에 미치는 영향

요인		SNS 피로감			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.007	.122	.015	
	연령	.071			
	학력	.082			
SNS 이용량	이용시간	-.112*	.203**	.041**	.026**
	이용기간	-.112*			
이용자 성향	외향성	-.055	.349***	.122***	.081***
	사회적 부채	.001			
	무관심	.282***			
미디어 특성	상대적 이점	-.106*	.460***	.211***	.089***
	지각된 복잡성	.302***			
	지각된 위험	-.011			
SNS 과잉의존		.403***	.574***	.329***	.118***

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

페이스북 이용시간을 스스로 조절하지 못하고 페이스북을 과도하게 사용하거나 지나치게 페이스북에 몰두하는 의존정도가 높은 이용자가 SNS 피로감을 더 느끼고 있었다.

dCollection @ chosun

2) SNS 과잉의존과 사생활 침해

<표 4-12>와 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향과 SNS 미디어 특성 변인의 설명력을 통제한 상태에서 SNS 과잉의존이 투입된 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 17.6%였으며, SNS 과잉의존은 사생활 침해를 3.4% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=6.899, p<.001). SNS 과잉의존이 독립적으로 사생활 침해에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(β=.216, p<.001).

<표 4-12> SNS 과잉의존이 사생활침해에 미치는 영향

요인		사생활침해			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.131**	.208***	.043***	
	연령	-.045			
	학력	.170***			
SNS 이용량	이용시간	-.049	.222	.049	.006
	이용기간	.071			
이용자 성향	외향성	.025	.300***	.090***	.041***
	사회적 부채	.215***			
	무관심	-.017			
미디어 특성	상대적 이점	-.014	.377***	.142***	.052***
	지각된 복잡성	.046			
	지각된 위험	.230***			
SNS 과잉의존		.216***	.419***	.176***	.034***

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

페이스북 이용시간을 스스로 조절하지 못하고 페이스북을 과도하게 사용하거나 지나치게 페이스북에 몰두하는 등 의존정도가 높은 이용자는 페이스북에서 타인에 의해 감시당할 우려 사생활이 노출되는 데 대한 불안이 높았다.

dCollection @ chosun

3) SNS 과잉의존과 평판우려

<표 4-13>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향과 SNS 미디어 특성 변인의 설명력을 통제한 상태에서 SNS 과잉의존이 투입된 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 26.1%였으며, SNS 과잉의존은 평판우려를 17.6% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=11.414, p<.001). SNS 과잉의존이 독립적으로 평판우려에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(β=.493, p<.001).

페이스북 이용시간을 스스로 조절하지 못하고 페이스북을 과도하게 사용하거나 지나치게 페이스북에 몰두하는 이용자가 페이스북에서 다른 사람이 내 페이스북에 대해 좋지 않은 이미지를 갖는 등 부정적 평판에 대해 우려하고 있음을 알 수 있다.

<표 4-13> SNS 과잉의존이 평판우려에 미치는 영향

요인		평판우려			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	-.004	.138	.019	
	연령	-.143**			
	학력	.032			
SNS 이용량	이용시간	.033	.142	.020	.001
	이용기간	-.004			
이용자 성향	외향성	-.108*	.270***	.073***	.053***
	사회적 부채	.154**			
	무관심	.043			
미디어 특성	상대적 이점	.061	.292	.085	.013
	지각된 복잡성	.065			
	지각된 위험	.080			
SNS 과잉의존		.493***	.511***	.261***	.176***

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

dCollection @ chosun

4) SNS 과잉의존과 소외감

마지막으로 <표 4-14>와 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향과 SNS 미디어 특성 변인의 설명력을 통제한 상태에서 SNS 과잉의존이 투입된 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 23%였으며, SNS 과잉의존은 소외감을 11.1% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=9.634, p<.001). SNS 과잉의존이 독립적으로 소외감에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(β=.391, p<.001).

<표 4-14> SNS 과잉의존이 소외감에 미치는 영향

요인		소외감			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	-.036	.046	.002	
	연령	-.017			
	학력	.027			
SNS 이용량	이용시간	-.005	.048	.002	.000
	이용기간	.017			
이용자 성향	외향성	-.129*	.263***	.069***	.067***
	사회적 부채	.079			
	무관심	.166**			
미디어 특성	상대적 이점	.178**	.345***	.119***	.050***
	지각된 복잡성	.197***			
	지각된 위험	-.074			
SNS 과잉의존		.391***	.479***	.230***	.111***

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

페이스북 이용시간을 스스로 조절하지 못하고 페이스북을 과도하게 사용하거나 지나치게 페이스북에 몰두하는 이용자일수록 페이스북에서 느끼는 박탈감이나 소외감이 높음을 알 수 있다. 페이스북에 의존할수록 SNS에 대한 애착이 강하기 때문에 다른 사람과 상호작용하기를 더 원하고 더 많은 관심을

dCollection @ chosun

받고 싶어하며, 따라서 이런 이용자가 페이스북에서 박탈감과 소외감을 더 쉽게 느끼는 것이다.

6. [연구문제 6]의 결과: SNS 부정적 평가가 SNS 회피에 미치는 영향

SNS 회피에 대한 SNS 부정적 평가의 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

SNS 회피에 미치는 성별, 연령, 학력 등의 인구학적 변인과 SNS 이용시간과 이용기간인 SNS 이용량 변인, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존 변인을 통제한 상태에서 SNS 부정적 평가 변인들인 SNS 피로감, 사생활 침해, 평판우려, 소외감이 SNS 회피에 영향을 미치는가를 파악하기 위해 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 또한 회귀분석 결과 산출된 다중상관계수자승화(R^2)의 변화로 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존 변인을 통제한 상태에서 SNS 부정적 평가의 독립적인 영향력을 검증하였다.

1) SNS 부정적 평가와 SNS 인지적 회피

먼저, <표 4-15>와 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존 변인의 설명력을 통제한 상태에서 SNS 부정적 평가를 투입한 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 17.1%였으며 SNS 부정적 평가는 SNS 인지적 회피를 1.9% 추가로 설명하는 것으로 나타났다 ($F=4.813$, $p<.001$). 예측변인들 중 독립적으로 SNS 인지적 회피에 영향을 미치는 변인은 SNS 피로감($\beta=.170$, $p<.01$)이었다.

페이스북을 관리해야 하는 부담감, 다른 사람의 일상을 알게 되는 피곤함 그리고 이용 후 신체적 피로감이 높을수록 페이스북 뉴스피드를 주의 깊게 보지 않거나 읽지 않고 넘길 때가 많아 인지적 회피 행위가 높다는 것을 알 수 있다.

dCollection @ chosun

<표 4-15> SNS 부정적 평가가 SNS 인지적 회피에 미치는 영향

요인		SNS 인지적 회피			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.019	.097	.009	
	연령	.034			
	학력	.080			
SNS 이용량	이용시간	-.267***	.285***	.082***	.072***
	이용기간	-.063			
이용자 성향	외향성	-.040	.303	.092	.010
	사회적 부채	.043			
	무관심	.064			
미디어 특성	상대적 이점	-.151**	.354**	.125**	.033**
	지각된 복잡성	.047			
	지각된 위험	.107*			
SNS 과잉의존		-.196***	.391***	.153***	.028***
SNS 부정적 평가	SNS 피로감	.170**	.414	.171	.019
	사생활 침해	.041			
	평판우려	-.051			
	소외감	-.022			

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

2) SNS 부정적 평가와 SNS 사교적 회피

<표 4-16>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존 변인의 설명력을 통제한 상태에서 SNS 부정적 평가가 투입된 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 31.8%였으며 SNS 부정적 평가는 SNS 사교적 회피를 9.2% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=11.189, p<.001). 예측변인들 중 독립적으로 SNS 사교적 회피에 영향을 미치는 변인

dCollection @ chosun

은 SNS 피로감(β=.219, p<.001), 사생활 침해(β=.150, p<.01), 평판우려(β=-.166, p<.05), 소외감(β=.194, p<.01)이었다.

<표 4-16> SNS 부정적 평가가 SNS 사교적 회피에 미치는 영향

요인		SNS 사교적 회피			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	-.017	.229***	.052***	
	연령	.232***			
	학력	-.017			
SNS 이용량	이용시간	-.098	.280**	.078**	.026**
	이용기간	-.123*			
이용자 성향	외향성	-.068	.422***	.178***	.100***
	사회적 부채	.045			
	무관심	.293			
미디어 특성	상대적 이점	-.184***	.461**	.213**	.035**
	지각된 복잡성	.032			
	지각된 위험	-.062			
SNS 과잉의존		-.132*	.475***	.225***	.013***
SNS 부정적 평가	SNS 피로감	.219***	.564***	.318***	.092***
	사생활 침해	.150**			
	평판우려	-.166*			
	소외감	.194**			

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

페이스북을 관리해야 하는 부담감, 다른 사람의 일상을 알게 되는 피곤함 그리고 이용하고 나면 신체적 피로감을 많이 느끼는 이용자가 페이스북에서 타인과의 교류 행위를 회피하는 것을 알 수 있다. 또한 페이스북에서 타인에 의해 감시당할 우려, 사생활 노출에 대한 불안이 높은 이용자는 개인의 일상을 타인에게 잘 노출하지 않고 사교적 행위를 회피하였다. 또한 페이스북 친구가

dCollection @ chosun

자신의 글에 반응해주지 않을 때 느끼는 박탈감이나 친구사이에서 느끼는 소외감이 높을수록 페이스북에서 관계를 유지하고 있는 친구와 유대감이 약하기 때문에 다른 사람과 적극적으로 교류하는 것을 회피하고 있음을 알 수 있다.

반면에 다른 사람이 내 글에 대해 부정적으로 평가하는지, 내 페이스북에 대해 좋지 않는 이미지를 가지고 있는지 등 남들의 평판에 대해 두려움이 높은 이용자는 페이스북에서 자신의 평판을 잘 관리하기 위해 다른 사람과 적극적으로 교류하고 관계를 맺고 있음을 알 수 있다.

3) SNS 부정적 평가와 SNS 기계적 회피

<표 4-17>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존 등 변인의 설명력을 통제한 상태에서 SNS 부정적 평가가 투입된 경우 모형의 설명력(R^2)은 총분산의 19.2%였으며 SNS 부정적 평가는 SNS 기계적 회피를 7.2% 추가로 설명하는 것으로 나타났다 ($F=5.690$, $p<.001$). 예측변인들을 구체적으로 살펴보면, 독립적으로 SNS 기계적 회피에 영향을 미치는 변인은 SNS 피로감($\beta=.271$, $p<.001$), 사생활 침해($\beta=.140$, $p<.05$)였다.

페이스북을 관리해야 하는 부담감, 다른 사람의 일상을 알게 되는 피곤함 그리고 이용 후 신체적 피로감이 높을수록 기계적 수단으로 페이스북을 이용을 회피하고, 페이스북에서 타인에 의해 감시당할 우려와 사생활 노출에 대해 불안해하는 이용자일수록 페이스북의 일부알림을 끄거나 개인 계정을 임시 비활성화로 설정하는 기계적 수단으로 페이스북 이용을 회피하고 있음을 알 수 있다.

dCollection @ chosun

<표 4-17> SNS 부정적 평가가 SNS 기계적 회피에 미치는 영향

요인		SNS 기계적 회피			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.049	.096	.009	
	연령	-.017			
	학력	.086			
SNS 이용량	이용시간	-.142**	.225***	.050***	.041***
	이용기간	-.139**			
이용자 성향	외향성	-.067	.278*	.077*	.027*
	사회적 부채	-.025			
	무관심	.158**			
미디어 특성	상대적 이점	-.153**	.337**	.114**	.036**
	지각된 복잡성	.057			
	지각된 위험	.112*			
SNS 과잉의존		-.093	.346	.120	.006
SNS 부정적 평가	SNS 피로감	.271***	.438***	.192***	.072***
	사생활 침해	.140*			
	평판우려	-.133			
	소외감	.050			

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

7. [연구문제 7]의 결과: SNS 부정적 평가가 SNS 전환의도에 미치는 영향

SNS 전환의도에 미치는 성별, 연령, 학력 등의 인구학적 변인과 SNS 이용시간과 이용기간인 SNS 이용량 변인, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존 등 변인들의 통제한 상태에서 SNS 부정적 평가 변인들인 SNS 피로감, 사생활 침해, 평판우려, 소외감이 SNS 전환의도에 영향을 미치

dCollection @ chosun

는가를 파악하기 위해 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 또한 회귀분석 결과 산출된 다중상관계수자승화(R^2)의 변화로 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존 등 변인들을 통제한 상태에서 SNS 부정적 평가의 독립적인 영향력을 검증하였다.

<표 4-18> SNS 부정적 평가가 SNS 전환의도에 미치는 영향

요인		SNS 전환의도			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.065	.081	.007	
	연령	.035			
	학력	.027			
SNS 이용량	이용시간	-.144**	.158*	.025*	.018*
	이용기간	.036			
이용자 성향	외향성	-.015	.184	.034	.009
	사회적 부채	.022			
	무관심	.085			
미디어 특성	상대적 이점	-.162**	.298***	.089***	.055***
	지각된 복잡성	.111*			
	지각된 위험	.136**			
SNS 과잉의존		-.005	.298	.089	.000
SNS 부정적 평가	SNS 피로감	.223***	.406***	.165***	.076***
	사생활 침해	.176**			
	평판우려	-.070			
	소외감	.057			

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

<표 4-18>과 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존 등 변인들의 설명력을 통제한 상태에서 SNS 부정적 평가를 투입한 경우 모형의 영향력(R^2)은 총분산의 16.5%였으며 SNS 부

dCollection @ chosun

정적 평가는 SNS 전환의도를 7.6% 추가로 설명하는 것으로 나타났다 (F=4.751, p<.001). 독립적으로 SNS 전환의도에 영향을 미치는 변인들은 SNS 피로감(β=.223, p<.001)과 사생활 침해(β=.176, p<.001)였다.

페이스북을 관리해야 하는 부담감, 다른 사람의 일상을 알게 되는 피곤함과 이용 후 신체적 피로감이 높을수록, 그리고 페이스북에서 타인에 의해 감시당할 우려와 사생활 노출에 대해 불안해하는 이용자수록 페이스북 외에 다른 SNS 사용을 고려해 본 적이 있으며 페이스북을 중단하고 다른 SNS를 사용할 의향이 높음을 알 수 있다.

8. [연구문제 8]의 결과: SNS 회피가 SNS 전환의도에 미치는 영향

SNS 전환의도에 대한 SNS 회피의 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. SNS 전환의도에 미치는 성별, 연령, 학력 등의 인구학적 변인과 SNS 이용시간과 이용기간인 SNS 이용량, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존, 그리고 SNS 부정적 평가 등 변인들을 통제한 상태에서 SNS 인지적 회피, SNS 사교적 회피, SNS 기계적 회피로 구성된 SNS 회피 변인들이 SNS 전환의도에 영향을 미치는가를 파악하기 위해 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 또한 회귀분석 결과 산출된 다중상관계수자승화(R^2)의 변화로 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존, 그리고 SNS 부정적 평가 등 변인들을 통제한 상태에서 SNS 회피의 독립적인 영향력을 검증하였다. SNS 전환의도에 대한 예측변인들의 영향에 대해 회귀분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

<표 4-19>와 같이 인구학적 변인과 SNS 이용량, SNS 이용자 성향, SNS 미디어 특성과 SNS 과잉의존, 그리고 SNS 부정적 평가 등 변인들의 설명력을 통제한 상태에서 SNS 회피를 투입한 경우 모형의 영향력(R^2)은 총분산의 26.5%였으며 SNS 회피는 SNS 전환의도를 9.9% 추가로 설명하는 것으로 나타났다(F=7.213, p<.001). 예측변인들을 구체적으로 살펴보면, 독립적으로

dCollection @ chosun

SNS 전환의도에 영향을 미치는 변인은 SNS 사교적 회피(β=.196, p<.001)와 SNS 기계적 회피(β=.224, p<.001)였다.

<표 4-19> SNS 회피가 SNS 전환의도에 미치는 영향

요인		SNS 전환의도			
		Beta	R	R^2	R^2 변화량
인구학적 속성	성	.065	.081	.007	
	연령	.035			
	학력	.027			
SNS 이용량	이용시간	-.144**	.158*	.025*	.018*
	이용기간	.036			
이용자 성향	외향성	-.015	.184	.034	.009
	사회적 부채	.022			
	무관심	.085			
미디어 특성	상대적 이점	-.162**	.298***	.089***	.055***
	지각된 복잡성	.111*			
	지각된 위험	.136**			
SNS 과잉의존		-.005	.298	.089	.000
SNS 부정적 평가	SNS 피로감	.223**	.406***	.165***	.076***
	사생활 침해	.174**			
	평판우려	-.070			
	소외감	.057			
SNS 회피	인지적 회피	.079	.514***	.265***	.099***
	사교적 회피	.196***			
	기계적 회피	.224***			

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

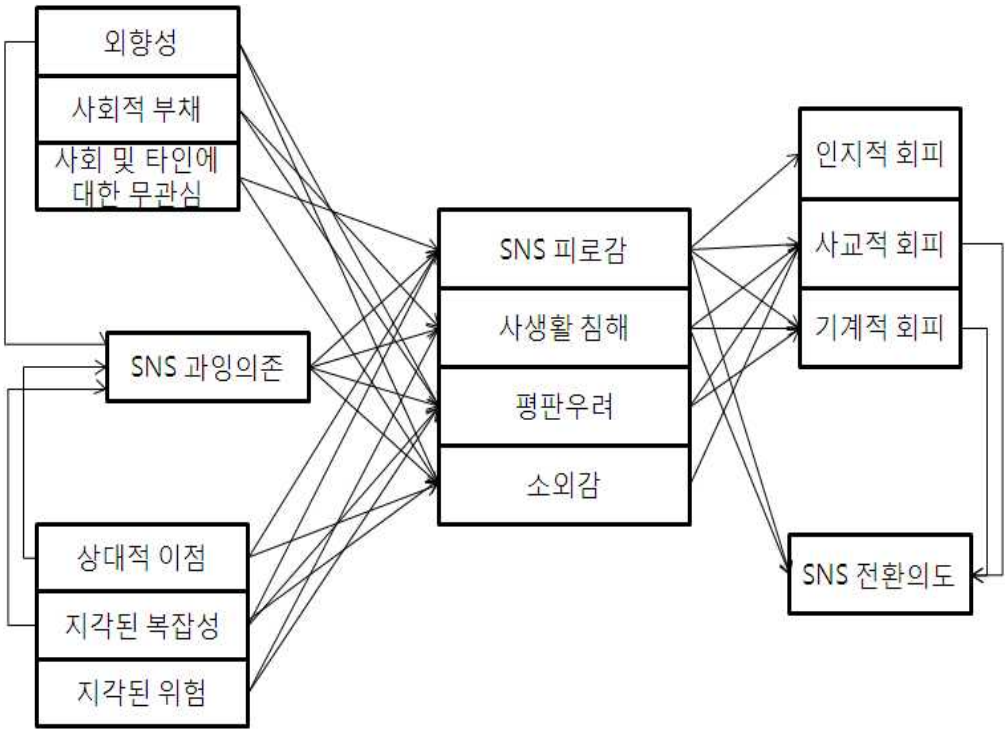
페이스북에서 다른 사람과 사귀며 교류하는 것을 회피하는 이용자일수록, 그리고 페이스북의 일부 알림기능을 끄거나 SNS 개인 계정을 임시 비활성화로

dCollection @ chosun

써 기계적 수단으로 SNS 이용을 회피하는 행위가 높은 이용자일수록 페이스북 외에 다른 SNS 사용을 고려해본 적이 있으며 페이스북을 중단하고 다른 SNS를 사용할 의향이 있음을 알 수 있다.

이상과 같은 이 연구의 연구문제에 대한 결과를 종합하여 제시하면 <그림 2>와 같다.

<그림 2> 연구모형 종합 분석 결과



dCollection @ chosun

제2절 연구결과에 대한 종합적 논의

1. SNS 과잉의존에 영향을 미치는 요인

이 연구는 페이스북 이용자를 중심으로 이용자 성향과 SNS 미디어 특성에 대한 인식이 SNS 과잉의존에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하였다. 연구결과들을 종합하여 SNS 과잉의존에 영향을 미치는 요인들을 제시하면 <표 4-20>과 같다.

<표 4-20> SNS 과잉의존과 영향요인과의 관계

요인		SNS 과잉의존
이용자 성향	외향성	(+)***
	사회부채	
	무관심	
미디어 특성	상대적 이점	(+)***
	지각된 복잡성	(+)*
	지각된 위험	

먼저 SNS 과잉의존에 유의미한 영향을 주는 이용자성향 요인은 외향성이었다. 평소에 사람들과 잘 어울리고 자신의 감정이나 느낌을 자유롭게 표현하는 활달한 성격의 이용자는 SNS를 많이 사용하고 SNS에 얽매이는 경향을 보였다. SNS가 기본적으로 사교공간이기 때문에 SNS에 대한 의존이 크다는 것을 알 수 있다. 반면에 사회적 관계를 유지하는 데 드는 비용을 부담스러워하거나 다른 사람의 삶이나 사회적 문제에 대해 무관심한 사람들은 역시 SNS 의존에 유의미한 차이가 없었다. 이것은 오프라인에서 타인에 대한 태도가 SNS 이용에도 반영될 수 있음을 시사한다.

미디어 특성의 경우 SNS의 상대적 이점을 잘 인식할수록 SNS에 몰입하였

dCollection @ chosun

는데, SNS가 가진 정보의 확산성과 다양한 정보습득, 일상적 활용의 편리함이 SNS에 의존하게 만드는 요인임을 알 수 있다. 그런데 미디어 특성 중 특이한 점은 지각된 복잡성이 SNS 과잉의존을 설명하는 유의미한 영향요인이라는 것이다. 예상과 달리 이용자가 페이스북 이용방법의 복잡함과 기능의 어려움을 인식하고 있음에도 불구하고 페이스북의 이용에 대한 과잉의존 현상이 나타났다. 이용자가 페이스북 사용법과 기능의 복잡함을 인식하더라도 페이스북에서 형성된 인간네트워크를 유지하고 관리하기 위해서 더 많은 시간을 투입하여 사용하거나 페이스북 이용이 불가피한 상황에서 페이스북을 능숙하게 사용하기 위해 SNS에 몰두하는 것으로 풀이할 수 있을 것이다. SNS 이용이 복잡하다고 인식하더라도 SNS에 많이 의존하는 것은 미디어 이용방법의 어려움이 이용자의 도전 심리를 유발하여 이용의 어려움 자체를 즐기면서 많은 시간을 투입하여 사용하도록 유도하고 있음을 알 수 있다. 미디어 이용의 적절한 난이도가 오히려 미디어 이용을 촉진하는 요인이 될 수 있음을 시사한다.

반면에 미디어 특성 요인 중 지각된 위험은 SNS 과잉의존에 영향을 미치지 못했다. 지각된 위험은 SNS 과다이용을 자제할 것으로 예상했으나 SNS에서 올린 글이 야기할 위험이 크다고 느끼더라도 그 지각이 과다이용을 자제하는 등 SNS 이용에 별다른 영향을 미치지 못함을 알 수 있다.

2. SNS 부정적 평가에 영향을 미치는 요인

연구결과들을 종합하여 SNS 부정적 평가에 영향을 미치는 요인들을 제시하면 <표 4-21>과 같다.

dCollection @ chosun

<표 4-21> SNS 부정적 평가와 영향요인과의 관계

요인		SNS 부정적 평가			
		SNS 피로감	사생활 침해	평판 우려	소외감
이용자 성향	외향성			(−)*	(−)*
	사회적 부채		(+)***	(+)**	
	무관심	(+)***			(+)**
미디어 특성	상대적 이점	(−)**			
	지각된 복잡성	(+)*		(+)*	(+)***
	지각된 위험		(+)***	(+)*	
SNS 과잉의존		(+)***	(+)***	(+)***	(+)***

이 연구는 페이스북 이용자를 중심으로 이용자 성향과 SNS 미디어 특성에 대해 인식 그리고 SNS 과잉의존에 따라서 SNS 부정적 평가에 어떠한 차이가 있는가를 분석하였다.

그 결과 먼저 SNS 피로감에 유의미한 영향을 주는 이용자성향 요인은 사회 및 타인에 대한 무관심이었다. 타인의 생각이나 의견, 느낌이나 감정, 그리고 주변에서 일어난 일이나 우리 사회가 어떻게 돌아가는지에 대해 관심이 없는 이용자는 SNS에서 인간관계를 형성하고 유지하는 데서 피로감을 많이 느끼고 있었다. 이용자 성향요인 중 외향성은 SNS 피로감에 영향을 미치지 못했는데 외향적이고 사교적인 사람은 SNS의 사교적 특성을 선호하여 SNS 피로감을 덜 느낄 것으로 예상했으나 오히려 외향적인 사람들은 SNS 피로감에 무관심하기 때문에 유의미한 관계를 보이지 않은 것으로 풀이할 수 있다.

미디어 특성 요인 중에서 SNS 피로감에 유의미한 영향을 미치는 요인은 상대적 이점과 지각된 복잡성이었다. 페이스북에서 의사소통과 정보획득이 가능하며 다른 인터넷 서비스보다 더 편리하고 개인일상 생활에 더 도움이 된다고 인식한 이용자는 SNS 피로감이 낮음을 알 수 있다. 또한 페이스북 이용방법이 복잡하고 페이스북에서 사용되는 용어와 기능을 이해하기 어렵다고 인식하

dCollection @ chosun

는 이용자는 페이스북을 관리해야 하는 것을 부담스러워하고 피곤해하는 것으로 나타났다.

또한 이용시간을 스스로 조절하지 못한 채 SNS 의존도가 높은 이용자는 SNS 이용과정에서 신체적, 정신적 피로감을 더 느끼는 것으로 나타났다.

둘째, 사생활 침해에 대한 우려에 영향을 미치는 이용자성향의 요인은 사회적 부채였다. 인맥형성 자체에 대해 부담감이 있는 이용자는 SNS에서 타인에 의한 감시를 더 우려하고 사생활이 노출되는 것을 불안해하는 것이다.

미디어 특성 요인에서 사생활 침해우려에 영향을 미치는 요인은 지각된 위험이었다. 페이스북에 남긴 글 때문에 남에게 나쁜 영향을 끼칠 수 있다고 인식하는 이용자가 페이스북에서 사생활이 노출되는 것에 대해 불안해하는 것으로 나타났다.

그리고 SNS 이용시간이 스스로 조절하지 못한 채 SNS 의존정도가 높은 이용자는 SNS에서 타인에 의해 감시당할 우려, 사생활이 노출되는 데 대한 불안이 높았다.

셋째, SNS 평판우려에 영향을 미치는 요인은 이용자 성향의 경우 외향성과 사회적 부채로 나타났는데, 다른 사람과 활달하게 교류하고 쉽게 어울리며 폭넓은 관계를 형성하는 등 외향적 성향이 높은 이용자는 SNS에서 다른 사람의 부정적 평판에 대해 별로 우려하지 않는 것으로 보인다. 반대로 오프라인에서 타인과의 관계형성을 부채로 느끼는 이용자들은 SNS에서 다른 사람의 부정적 평판에 대해 우려하는 것으로 나타났다.

미디어 특성요인 중에서는 지각된 복잡성과 지각된 위험이 SNS 평판우려에 영향을 미쳤다. SNS 이용방법이 복잡하다고 인식하는 이용자나 SNS에 남긴 글 때문에 문제가 생길 수 있다고 생각하는 이용자는 다른 사람들이 내 글이나 나의 활동에 대해 부정적으로 평가할 것을 우려하였다. SNS가 지닌 부정적인 미디어 특성을 인지할수록 SNS가 자신의 평판에 나쁜 영향을 줄 수 있다고 판단하기 때문으로 풀이된다.

SNS 이용시간을 스스로 조절하지 못하고 과도하게 사용하거나 지나치게 페이스북에 몰두하는 의존정도가 높은 이용자가 SNS에서 다른 사람의 평판에

dCollection @ chosun

대해 걱정이나 우려가 높은 것이다.

마지막으로 소외감에 영향을 주는 유의미한 이용자 성향 변인은 외향성과 사회 및 타인에 대한 무관심이었다. 외향적 이용자는 사교적이고 사회적응 능력이 높고 타인과 원활한 관계를 맺고 있기 때문에 타인과 관계 속에 느끼는 주관적 소외감이 낮음을 알 수 있다. 반면에 타인의 생각이나 의견 등에 대해 관심이 없는 이용자의 경우 타인과의 교류이나 상호작용 행위가 적으므로 SNS에서 타인과의 유대감 역시 낮으며 따라서 박탈감이나 소외감을 많이 느끼는 것으로 해석할 있다.

미디어 특성요인 중에서는 지각된 복잡성이 SNS 소외감에 영향을 미쳤는데, SNS 이용방법이 복잡하다고 인식하는 이용자는 기술적인 이유로 SNS를 활발하게 이용하지 못한다고 생각함으로써 스스로 소외감을 느끼는 것으로 보인다.

그리고 SNS 이용시간을 스스로 조절하지 못하고 의존정도가 높은 이용자가 SNS에 대한 애착이 강하기 때문에 다른 사람과 상호작용하기를 더 원하고 더 많은 관심을 받고 싶어하며, 따라서 이런 이용자가 페이스북에서 박탈감과 소외감을 더 쉽게 느끼는 것이다.

이상의 결과에서 보듯이 이용자 성향, 미디어 특성과 SNS 과잉의존은 SNS 부정적 평가를 설명하는 유의미한 변인이다. SNS라는 동일한 미디어를 이용하더라도 이용자 성향에 따라, 미디어 특성에 따라, SNS 의존도에 따라 정신적이나 신체적 피로감을 형성할 수 있고, 타인의 부정적 평판에 대해 두려움의 정도에서 차이가 있을 수 있으며, 사생활 침해 문제를 다르게 인식할 수 있고 SNS에서 관계를 맺고 있는 친구들 사이에서 느끼는 주관적 소외감의 정도도 차이가 있을 수 있다는 것이다.

dCollection @ chosun

3. SNS 회피에 영향을 미치는 요인

SNS 부정적 평가가 SNS 회피 행위에 어떠한 영향을 미치는가를 분석한 결과는 <표 4-22>와 같다.

<표 4-22> SNS 부정적 평가와 SNS 회피의 관계

요인		SNS 회피		
		인지적 회피	사교적 회피	기계적 회피
SNS 부정적 평가	SNS 피로감	(+)**	(+)***	(+)***
	사생활 침해		(+)**	(+)**
	평판우려		(-)*	
	소외감		(+)**	

먼저 인지적 회피에 유의미한 영향을 주는 SNS 부정적 평가 요인은 SNS 피로감이었다. SNS에서 다른 사람의 일상을 아는 것을 피곤하게 느끼고 인맥을 관리하는 것을 부담스러워하는 이용자는 자연스럽게 다른 사람의 소식이나 일상을 알려고 하지 않는 인지적 회피행위를 보이는 것이다. 그러나 사생활 침해, 평판우려, 소외감 등 요인은 SNS 인지적 회피에 영향을 미치지 못했다. 사생활 침해, 평판우려, 소외감 등 SNS 부정적 평가가 생기는 이유가 이용자 개인이 SNS에 올린 글이나 개인이 노출한 정보때문에 생기는 문제점들이다. 그러나 인지적 회피는 주로 다른 사람의 글이나 정보가 뉴스피드에 수신되었을 때 생기는 회피 행위이기 때문에 영향을 미치지 못한 것으로 풀이된다.

둘째, SNS 부정적 평가 요인인 SNS 피로감, 사생활 침해, 평판우려, 소외감 모두가 SNS 사교적 회피에 유의미한 영향을 미쳤다. SNS 관리나 타인의 일상을 아는 것에 피로감을 느끼고 사생활 노출에 대한 불안감과 타인에 의한 감시를 당하는 것을 우려하는 이용자는 다른 사람과 정보를 주고받거나 교류하는 행위를 피하는 것이다. 반면에 타인에게서 긍정적 평판을 받고 싶은 이용자는 더 적극적으로 타인과 교류 또는 상호작용하기를 원하는 것으로 나타

dCollection @ chosun

났다. 또한 SNS에서 관계를 맺고 있는 친구들 사이에 소외감을 느끼는 이용자가 더 적극적으로 타인과 교류하지 않는 경향이 있다.

셋째, 기계적 회피에 유의미한 영향을 미치는 SNS 부정적 평가요인은 SNS 피로감과 사생활 침해였다. SNS를 관리해야 하는 것에 대해 부담감을 느끼는 이용자나 개인의 사생활침해에 대해 우려하는 이용자들은 SNS에 접속하는 것을 꺼리고 이용자체를 제한하였다.

이상의 연구 결과를 종합적으로 살펴보면 SNS 피로감은 SNS 회피 행위를 설명하는 중요한 변인으로 나타났다. SNS 관리나 인맥유지에 피로감을 느끼는 이용자가 타인에 대해 알기를 원하지 않는 타인과의 교류를 피하는 사교적 회피, 그리고 SNS 이용자체를 꺼리는 기계적 회피 경향이 모두 높다는 것을 알 수 있다. 반면에 타인과 관계 형성 및 인맥관리를 강조하는 관계지향적 SNS에서 다른 사람들의 부정적 평가에 대해 걱정하거나 두려워하는 이용자는 오히려 좋은 평판을 얻기 위해 다른 사람과 활발히 교류하고 적극적으로 사용하는 것으로 나타났다.

4. SNS 전환의도에 영향을 미치는 요인

SNS 부정적 평가와 SNS 회피 행위가 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가를 분석한 결과는 다음 <표 4-23>과 같다.

<표 4-23> SNS 부정적 평가 및 SNS 회피와 SNS 전환의도의 관계

요인		SNS 전환의도
SNS 부정적 평가	SNS 피로감	(+)***
	사생활 침해	(+)**
	평판우려	
	소외감	
SNS 회피	인지적 회피	
	사교적 회피	(+)***
	기계적 회피	(+)***

dCollection @ chosun

먼저 SNS 전환의도에 유의미한 영향을 주는 SNS 부정적 평가의 요인은 SNS 피로감과 사생활 침해였다. SNS를 이용하는 과정에서 생기는 관리 부담감, 다른 사람의 일상을 알게 되는 피곤함, 이용 후 느끼는 신체적 피로감이 높은 이용자는 페이스북에서 다른 SNS로 전환하려는 의향이 크다는 것을 알 수 있다. 또한 SNS에서 사생활 노출에 대한 불안감과 타인에 의한 감시를 당하는 것을 우려하는 이용자가 SNS 이용을 중단하고 다른 매체로 전환하려는 의향이 큰 것으로 나타났다. 그러나 사교적 차원에서의 부정적 평가인 평판우려와 소외감은 SNS 전환의도에 유의미한 영향을 미치지 못하였다. 이는 이용자가 SNS를 중단하고 다른 매체로 전환하려는 의향을 결정하는 요인이 개인적 차원에서 느끼는 부정적 평가임을 보여준다. 즉 평가우려나 소외감 같은 사교적 차원에서 발생하는 부정적 평가보다는 SNS 피로감이나 사생활 침해 같이 개인적 차원에서 느끼는 부정적 평가가 다른 SNS로 전환하게 하는 요인이라는 것이다. SNS가 사교성을 강조하는 미디어라고 할지라도 이용자가 SNS를 계속 이용하는지의 여부는 이용자 개인의 측면에서 느끼는 부정적 평가에 기인한다. 미디어 이용과정에서 일상의 도움이나 즐거운 기분을 주지 못하고 오히려 부담이나 피로감이 가지게 되고 사용중인 SNS가 개인 생활을 보호해주지 못한다고 평가하면 해당 미디어를 중단하고 다른 미디어로 전환하는 의향이 강해질 수 있다.

둘째, SNS 회피 요인 중에서는 SNS 사교적 회피와 SNS 기계적 회피가 전환의도에 유의미한 영향을 미쳤다. 이용자가 사회적 관계 형성 및 유지를 피하는 이용자와 SNS 기능을 활용하여 이용을 조절하는 이용자가 다른 SNS로 전환할 의도가 매우 높다는 것을 알 수 있다.

이상의 연구결과에서 볼 수 있듯이 이 연구는 SNS 회피 행위 및 SNS 전환의도에 영향을 미치는 요인에 대한 유효한 모형을 제안함과 함께 SNS 부정적 평가, SNS 회피 행위, SNS 전환의도의 형성경로를 검증하였다. 즉 SNS 회피 행위와 SNS 전환의도는 SNS를 어떻게 평가하느냐에 따라 달라지고, 이러한 SNS에 대한 부정적 평가는 이용자 성향이나 미디어 특성, 그리고 SNS 의존 정도에 따라 달라질 수 있다는 것을 확인할 수 있었다. 요컨대 미디어의 사용 주체인 이용자의 성향과 미디어의 특성에 대한 인식의 차이가 SNS 부정적 평가, SNS 회피 행위, SNS 전환의도에 영향을 미친다는 것이다.

dCollection @ chosun

제 5 장 결론 및 논의

제1절 연구 결과 요약

이 연구는 SNS에 대한 부정적 평가와 회피행위에 이용자 측면, 미디어 측면, 그리고 SNS 과잉의존의 측면에서 영향을 미치는 요인들을 찾아보고자 하였다. 구체적으로 이용자가 지니고 있는 고유한 특성, 미디어에 대한 인식이 SNS 과잉의존에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고 SNS 과잉의존이 SNS에 대한 부정적 평가와 이로 인한 SNS 회피와 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가를 실증적으로 분석하였다.

이 연구는 SNS 부정적 평가와 SNS 회피 행위 및 SNS 전환의도에 영향을 미치는 요인이 구체적으로 어떠한 영향을 미치는지를 분석하기 위해 SNS 이용자 성향요인인 외향성, 사회적 부채, 사회 및 타인에 대한 무관심, 미디어 특성인 상대적 이점, 지각된 복잡성, 지각된 위험, 그리고 SNS 과잉의존요인, SNS 부정적 평가, SNS 회피 및 SNS 전환의도간의 관계를 다중회귀분석을 통해 검증하였다. 구체적인 검증 결과들을 제시하면 다음과 같다.

[연구문제 1] 이용자 성향은 SNS 과잉의존에 어떠한 영향을 미치는가?

[연구문제 1]에 대한 검증결과 외향성은 SNS 과잉의존과 유의미한 관계가 있었다. 사교적이고 다른 사람과 활발하게 교류하며 폭넓은 우정을 맺는 외향적 성향이 높은 이용자는 사교적 특성을 강조하는 SNS에 대한 선호도가 상대적으로 높으며, SNS 이용시간을 스스로 조절하지 못해 SNS에 과잉 의존하는 것으로 나타났다.

SNS 이용자의 성향은 SNS 과잉의존 행위에 영향을 주며 미디어를 이용하는 행위주체인 이용자의 특성이 미디어 이용 행위에 영향을 미치는 요인임을 보여준다. 즉 동일한 미디어를 이용할지라도 그 미디어를 이용하는 이용자의 성격 특성에 따라 미디어 의존 정도가 차이가 있다는 것을 알 수 있다.

dCollection @ chosun

[연구문제 2] 미디어 특성은 SNS 과잉의존에 어떠한 영향을 미치는가?

[연구문제 2]에 대한 분석결과 상대적 이점과 지각된 복잡성은 SNS 과잉의존에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

SNS는 시·공간의 제한 없이 타인과 의사소통 및 정보획득이 가능한 장점을 갖고 있으며 다른 인터넷 서비스보다 더 편리하고 개인의 생각이나 의견을 실시간으로 퍼뜨릴 수 있는 장점을 가지고 있다. 이 때문에 이용자에게 SNS는 일상생활의 중요한 일부분을 차지하고 있으며, 과도하게 사용하는 과잉의존 현상이 존재하는 것이다.

또한 이용자가 SNS 이용방법이나 기능의 복잡함과 어려움이 인식하고 있음에도 불구하고 사회적 네트워크 형성 및 유지를 위해서는 오히려 더 많은 시간을 투입하고 이용하고 있음을 알 수 있다.

이러한 결과를 종합적으로 보면 특정 미디어에서 얻을 수 있는 상대적 이점이나 SNS 이용의 복잡성 같은 미디어 특성이 SNS 과잉의존을 야기할 수 있음을 알 수 있다.

[연구문제 3] 이용자 성향은 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가?

[연구문제 3]에 대한 분석결과 외향성은 평판우려와 소외감에 영향을 미치고, 사회적 부채는 사생활 침해와 평판우려에 영향을 미치며, 사회 및 타인에 대한 무관심은 SNS 피로감과 소외감에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 분석결과를 통해 볼 때 [연구문제 3]은 행위주체인 이용자의 성향이 SNS 부정적 평가에 영향을 미치는 요인임을 확인시켜 준다. 이용자 성향요인 중에 외향성과 같은 이용자의 성격적 차이는 이용자 개인적 차원에서 SNS에 대한 부정적 평가에 유의미한 영향을 미치지 못하지만 사교적 측면에서 생기는 부정적 평가에서는 유의미한 차이를 낳을 수 있음을 보여준다. 즉, 외향적 이용자는 다른 사람과 활달하게 교류하고 쉽게 어울리고 자기의 감정과 느낌을 자유롭게 표현하고 폭넓은 우정을 맺는 등 사교적 특성을 갖고 있기 때문에 타인과 관계 속에 느끼는 주관적 소외감이나 다른 사람의 부정적 평판에

dCollection @ chosun

대한 우려가 낮은 반면, SNS에서 인맥을 관리하는 데 느끼는 피로감이나 개인의 사생활 침해에 대해서는 별다른 신경을 쓰지 않음을 알 수 있다.

또한 원하지 않는 사람과 연결하거나 친분이 약한 사람과 관계를 형성하는 것에 대해 부담감을 느끼는 이용자는 SNS에서 개인정보나 사생활이 노출되는 것에 대해 불안함을 느끼고 타인의 평판에 대해 걱정이 많은 것으로 나타났다.

그리고 타인의 감정이나 의견, 타인의 삶에 대해 관심이 없는 이용자는 SNS에서 다른 사람과 관계를 형성하고 유지하는 데 부담감을 느끼면서도 다른 사람들의 무관심에 대해서는 소외감을 느끼는 것이다. 적극적으로 타인과 상호작용이나 교류행위를 하지 않기 때문에 소셜 네트워크에 대한 소속감이 낮고 타인과의 관계 속에서 소외감을 쉽게 느끼는 것이다.

[연구문제 4] 미디어 특성은 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가?

[연구문제 4]에 대한 분석결과 상대적 이점은 SNS 피로감과 부적인 관계를 나타냈다. 지각된 복잡성은 SNS 피로감, 평판우려, 소외감에 유의미한 영향을 미치며 지각된 위험은 사생활 침해와 평판 우려에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과를 볼 때 미디어 특성은 미디어 이용 초기뿐만 아니라 미디어 이용과정에서 미디어에 대한 평가에 영향을 미치는 요인임을 확인할 수 있다. SNS가 다른 인터넷 서비스보다 더 편리하고 개인의 일상생활에 더 많은 도움이 된다고 인식하는 이용자는 SNS 이용에 대한 부담감이나 피로감이 낮다. 반면에 SNS 이용방법의 복잡함이나 사용된 용어와 기능의 어려움을 크게 인식하면 SNS 이용과정에서 생기는 부담감이나 피로감이 높아지게 되고, SNS 기능을 제대로 활용하지 못하는 데서 오는 평판하락이나 소외감을 더 의식하게 된다. 지각된 위험은 사생활 침해와 평판우려에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났는데 SNS는 개인정보 보호가 취약하기 때문에 SNS의 위험을 크게 인식하고 있는 이용자는 SNS에서 개인정보와 일상생활의 노출에 대해 불안과 우려가 높은 것이다. SNS는 상대적으로 개방된 공간이며 사교성을 갖고 있는 미디어이기 때문에 SNS에 남긴 글이나 정보에 다른 사람

dCollection @ chosun

이 쉽게 접근할 수 있다. 이러한 문제점 때문에 남에게 나쁜 영향을 끼칠 수 있다고 생각하거나 다른 사람들로부터 비판을 받을 수 있고 문제가 생길 수 있다고 인식할수록 다른 사람의 부정적 평판에 대해 우려를 하게 되는 것이다.

[연구문제 5] SNS 과잉의존은 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가?

[연구문제 5]에 대한 분석 결과 SNS 과잉의존은 SNS 부정적 평가의 모든 차원들에 중요한 영향을 미쳤다. 이용시간을 스스로 조절하지 못한 채 SNS 의존도가 높은 이용자는 SNS 이용과정에서 신체적, 정신적 피로감을 더 느끼고, SNS에서 타인에 의해 감시당할 우려, 사생활이 노출되는 데 대한 불안이 높았다. 또한 SNS에서 형성된 인맥을 중요하게 여겨 SNS 친구관계로부터 긍정적 평가를 얻기 바라고 부정적 평판에 대해 두려워하고 걱정을 많이 하는 것으로 나타났다. 또한 이들에게 SNS는 일상의 중요한 부분이기 때문에 SNS에서 다른 사람과 관계를 맺고자 하는 욕구, 유대감과 소속감에 대한 욕구가 높아 다른 사람에게서 받은 관심이 기대치보다 적으면 쉽게 박탈감이나 소외감을 느낄 수 있다. 요컨대 SNS에 과잉의존하는 경우 인맥관리에 피로함을 느끼고 사생활 침해를 우려하면서도 타인의 평판을 신경쓰고, 그들로부터 소외될 것을 두려워하는 경향이 높다는 것을 알 수 있다.

[연구문제 6] SNS 부정적 평가는 SNS 회피에 어떠한 영향을 미치는가?

우선 SNS 피로감은 SNS 회피를 설명하는 중요한 변인임을 알 수 있다. SNS에서는 다양한 관계형성이 용이하고 인적 네트워크를 더욱 확장시킬 수 있는 반면 늘어나는 크기만큼 인간관계를 유지하고 관리하는 데 많은 시간과 노력을 투입해야 하기 때문에 부담감과 피로감을 느낄 수밖에 없다(곽기영·김효준, 2011). SNS의 이용에서 피로감을 느끼는 이용자는 다른 사람의 근황이나 감정을 알려고 하지 않는 인지적 회피를 보이며 타인과의 관계 유지 및 교류와 같은 사교 행위를 회피할 뿐만 아니라 SNS에 접속하는 것을 꺼리게 된다.

또한 SNS는 개인정보보호가 취약하기 때문에 개인 정보와 일상생활의 노출

dCollection @ chosun

에 대해 우려가 높은 이용자가 SNS에서 타인과 교류행위를 회피하고 SNS 이용자체를 회피하는 현상이 있다. 인간관계는 정보를 주고받는 과정에서 형성하기 때문에 타인과 관계 형성에 있어서 개인의 정보가 상대방에게 노출되는 것은 일정부분 불가피한 점이 있다. 그러나 사생활 노출에 대한 불안감과 타인에 의한 감시의 우려가 많은 이용자는 개인의 정보에 대한 보호의식이 상대적으로 강한 편이다. 이러한 이용자가 SNS에서 타인과 관계 형성자체에 대해 회피하는 경향이 있다. 또 아예 SNS의 '메시지 알림' 기능을 정지시키는 등 기계적 수단까지 동원하여 SNS 이용자체를 회피하기도 한다.

그러나 예상과 달리 페이스북에서 타인의 평가에 대해 두려움과 걱정이 많은 이용자들은 오히려 SNS를 더 적극적으로 사용하며 SNS를 회피하지 않는 것으로 나타났다. 앞서 언급했듯이 정보화 시대 사람들은 자신이 가치 있고 유능한 사람이라는 사회적 인증과 존경을 얻고자 하는 욕구가 높다(Maslow, 1999/2005). 따라서 타인에 대한 평가를 의식하며 긍정적인 좋은 평판을 받고 싶은 이용자들은 오히려 다른 사람의 SNS를 더 열심히 들여다보고 다른 사람의 요청에 즉각적으로 답할 준비를 하고 있는 것이다. 즉 자신에 대한 좋은 이미지와 평가를 얻고 싶은 이용자들은 페이스북에서 사회적 인정과 긍정적 평가를 받기 위해 타인과의 상호작용이나 교류 행위를 더 많이 하게 됨으로써 SNS를 덜 회피하는 성향을 보이는 것이다.

그리고 SNS에서 관계를 맺고 있는 친구들 사이에 소외감을 느끼는 이용자가 타인과 관계 형성 및 상호작용을 회피하는 경향이 있다. SNS는 인간관계 형성 및 강화를 강조하는 사교적 미디어이기 때문에 타인과의 SNS 교류에서 유대감 또는 만족감을 느끼지 못하게 되면 이용자는 소외감을 갖게 되고 결국 타인과 교류 및 관계 형성자체에 대해 회피하는 것이다.

[연구문제 7] SNS 부정적 평가는 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가?

[연구문제 7]에 대한 분석결과 SNS 피로감과 사생활 우려는 SNS 전환의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. SNS는 누구나 쉽게 접근할 수 있는 개방형 미디어 특성을 가지고 있기 때문에 SNS에서 다른 사람과 손쉽게 관계를

dCollection @ chosun

형성할 수 있다. 그러나 이러한 SNS 관계를 관리하는 데 많은 시간과 노력이 필요하기 때문에 이용자가 쉽게 신체적이나 정신적 피로감이 겪게 된다. 이러한 이유로 다른 SNS로 전환할 의도가 높아지는 것이다. 또한 개인 프로필 정보에 대한 요구가 많은 SNS는 불가피하게 개인정보를 노출해야 하는 부작용이 있고, 이용자가 서로 연결된 상태에서 누구나 쉽게 타인의 정보를 수집할 수 있는 단점을 지닌다. 따라서 SNS 이용과정에서 생기는 피로감이나 개인 사생활 침해에 대한 우려는 SNS를 중단하고 다른 미디어로 전환하게 만드는 중요한 요인이 될 수 있는 것이다.

최근에 국내 주요 SNS의 이용자 수 추이조사에서 밴드, 카카오그룹, 데이비, 비트윈, 패스 등 폐쇄형 SNS 이용자 수가 페이스북과 트위터 같은 개방형 SNS 이용자 수를 추월한 것도 이러한 해석을 뒷받침해준다(<경제투데이>, 2014. 6. 20).

[연구문제 8] SNS 회피는 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가?

[연구문제 8]에 대한 분석 결과 SNS를 사교적으로 회피하고 기계적 수단을 활용하여 접속을 꺼리는 성향이 강할수록 다른 매체로 전환하는 의도도 높게 나타났다. 즉 페이스북에서 타인과 상호작용을 회피하는 이용자와 SNS 이용 자체를 회피하는 이용자는 SNS를 중단하고 다른 미디어를 사용할 의향이 높았다. 그러나 SNS 인지적 회피 행위는 SNS 전환의도에 영향을 미치지 못했다. 이 연구의 조사대상인 페이스북은 다른 SNS보다 사교적 특성이 강하다. 그러나 SNS 인지적 회피는 주로 뉴스피드의 수신에 대한 회피행위이기 때문에 SNS의 사교적 특성보다는 정보적 특성이 더 두드러진다. 따라서 인지적 회피는 페이스북의 가장 기본인 사교적 특성을 반영하지 못하기 때문에 SNS 전환의도에 영향을 미치지 못하는 것으로 해석할 수 있다.

dCollection @ chosun

제2절 연구결과에 대한 논의

SNS는 시·공간의 장벽을 넘어 이용자들이 서로 정보를 공유하고 유통시키며, 사회적 관계를 형성하고 유지하게 만드는 상호작용 미디어다. 그러나 SNS는 이러한 장점에도 불구하고 이용량의 증가에 따라 생기는 피로감, 그리고 타인과 관계 유지에서 생기는 평판우려와 소외감, 개인정보보호가 취약한 데 따른 사생활 침해 등 여러 가지 부정적 측면도 가지고 있다. 그런데 SNS 이용자가 SNS를 부정적으로 평가하더라도 사회적 관계를 유지하기 위해서는 쉽게 SNS 이용을 거부하기가 어렵다. SNS는 인맥을 형성하고 유지하는 개인중심의 사교 네트워크이기 때문에 사교적 관계를 유지하기 위해 불가피하게 이용할 수밖에 없는 측면이 존재한다. 이 때문에 SNS 이용자는 단순히 사용을 거부하는 것이 아니라 다양한 방식으로 SNS를 회피하고 타 SNS로의 전환의도를 가지기 쉽다. 이러한 현상은 SNS 이용이 보편화되고 다양한 SNS가 등장하면서 더욱 빈번해지고 있다.

이러한 문제의식에서 이 연구는 SNS를 회피하는 현상에 주목하고자 하였다. 그동안 SNS에 관한 연구들이 대부분 SNS 이용동기나 이용행태 등 이용의 측면에 초점을 맞춰왔지만 SNS 이용에 대한 영향요인을 밝히는 것 못지않게 SNS 회피에 영향을 미치는 요인들을 찾아내는 것이 중요하다고 판단했기 때문이다. 몇몇 연구들이 SNS에 대한 부정적 평가와 회피 행위에 대한 연구를 진행하였지만 아직 체계적인 연구는 이루어지지 않은 실정이다.

이 연구는 이용자 측면, 미디어 측면, 그리고 SNS 이용 측면이 상호 결합하여 SNS에 대한 평가나 이용이 이루어진다는 점을 고려하여 SNS에 대한 부정적 평가와 SNS 회피행위, 그리고 SNS 전환의도에 영향을 미치는 요인들을 찾아보고자 하였다. 구체적으로 이용자가 지니고 있는 고유한 특성, 미디어에 대한 인식 그리고 SNS 이용이 SNS에 대한 부정적 평가와 SNS 회피 및 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가를 실증적으로 분석하였다. 그 결과 SNS에 대한 부정적 평가는 이용자 성향과 미디어 특성 그리고 SNS 의존정도에 따라

dCollection @ chosun

달라질 수 있음을 확인하였다. 또한 SNS에 대한 부정적 평가는 SNS 회피 행위 및 타 SNS로의 전환의도에 직접적인 영향을 미칠 수 있음을 밝힐 수 있었다. 이러한 연구결과를 토대로 이 연구가 지니는 연구 의의 및 함의를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 이용자 성향에 따라 SNS의 이용과 평가가 달라질 수 있으며, 이들의 관계는 SNS의 다양한 특성에 따라 다르게 나타난다는 것이다. SNS는 다양한 사람들과 교류할 수 있는 사교의 장이기도 하지만 동시에 사교행위로 인한 부담감이 높고 사생활 침해의 우려도 높은 서비스이기도 하다. 따라서 이용자 성향이 어떠한가에 따라 이와 같은 SNS의 상반된 특성에 대한 평가가 달라지는 것이다.

가령 이용자 성향요인 중 특히 외향성은 SNS 과잉의존을 야기하는 요인인데, 외향적 이용자는 다른 사람과 활발하게 교류하고 자기의 감정과 느낌을 자유롭게 표현하기 때문에 상대방의 반응이나 상태를 확인할 수 있는 리치 미디어를 선호한다(Russ et. al., 1990). 이 때문에 사교적 특성을 강조하는 SNS 이용을 스스로 조절하지 못하고 SNS에 과잉의존하게 된다. 이들은 SNS에서 다른 사람의 부정적 평판에 대한 우려나 타인과의 관계 속에서 느끼는 주관적 소외감 같은 사교적 측면에서 SNS에 대한 부정적 평가가 낮은 반면에 SNS 피로감이나 사생활침해 등 이용자 스스로 느끼는 개인적 측면에서의 부정적 평가에서는 아무런 관계가 없다. 외향성 자체가 타자와의 관계에서 형성되는 것이기 때문에 개인이 내적으로 느끼는 피로감이나 사생활침해에 대한 인식은 외향성이라는 이용자 성향과 관련이 없는 것이다. 이에 비해 사회관계망을 유지하는 데 투입하는 비용이 이를 통해 얻을 수 있는 혜택보다 크다고 생각하는 이용자의 경우 사생활 침해라는 비용을 부담스러워하면서, 다른 한편으로는 다른 사람으로부터의 평판에 대해서는 우려하는 경향이 있다. 사회 및 타인에 대해 무관심한 경우 SNS에서 인간관계를 유지하는 데 피곤함을 느끼지만, SNS에서 다른 사람이 자신에게 무관심하거나 글을 남기지 않을 때는 소외감을 느낀다. 이는 타인이나 세상에 대해 무관심한 사람들이 SNS에서 다른 사람들에게 관심을 보이고 관계를 유지하는 것을 부담스러워하면서도 다른 사

dCollection @ chosun

람이 자신과 똑같이 행동하는 경우 소외감을 느끼는 상반된 평가를 내리고 있음을 알 수 있다.

둘째, 이용자가 SNS의 미디어 특성 중 어느 것에 주목하느냐에 따라 SNS에 대한 부정적 평가의 내용이 달라질 수 있다. SNS의 상대적 이점을 높이 인식할수록 SNS 피로감을 덜 느끼는 반면, 소외감은 더 느낀다. 소셜 네트워킹 서비스로서의 SNS 장점을 높이 평가함으로써 생기는 기대감이 SNS 이용과정에서 충족되지 못함으로써 오히려 소외감을 일으키는 것으로 해석할 수 있다. 한편 SNS 이용방법이나 기능이 복잡하다고 인지하는 경우 SNS 피로감을 더 많이 느끼는 것은 자연스러운 일이다. 하지만 이 경우 SNS에서 다른 사람으로부터의 평판을 우려하고 소외감도 많이 느끼는 것으로 나타나 SNS 이용숙련도가 SNS 이용을 위축시키고 SNS에 대해서도 부정적으로 평가하게 만드는 요인이 될 수 있음을 시사한다. 또한 SNS에 남긴 글이 다른 사람에게 나쁜 영향을 끼치거나 비판을 받을 소지가 있다고 생각할수록 이용자는 SNS에서의 사생활 침해를 우려하고 다른 사람으로부터의 평판에 신경을 쓰고 있다. 미디어의 특성에 대한 인식은 주로 미디어 이용 초기에 영향을 미치는 것으로 나타났지만(김윤환·최영, 2009; 김종호·심용섭, 2002; 김형지 외, 2012; 김형지 외, 2012; 성동규, 2009; 손승혜 외, 2011; 윤승욱, 2013; 장용호·박종구, 2010; 정화섭, 2013; 정화섭, 2013; 최수정, 2012), 이러한 결과들은 이용 초기뿐만 아니라 이용과정에서도 미디어 특성에 따라 미디어에 대한 평가가 달라질 수 있음을 보여준다.

셋째, SNS에 대한 지나친 의존은 사교적 측면에서도, 개인적 측면에서도 SNS를 부정적으로 평가하게 만드는 요인이다. SNS에 과도하게 의존하는 사람들은 SNS의 긍정적 측면뿐만 아니라 부정적 측면에 대해 많이 알기 때문에 SNS에 대해서도 부정적으로 평가한다. 이들에게 SNS는 일상의 중요한 부분인데, 이용시간을 스스로 조절하지 못한 채 SNS에 과도하게 얽매이면서 SNS 이용과정에서 신체적, 정신적 피로감을 더 느끼고, 사생활 침해도 더 우려하는 것이다. 그러면서도, SNS에서 다른 사람과 관계를 맺고자 하는 욕구, 유대감과 소속감에 대한 욕구가 높아 다른 사람에게서 받은 관심이 기대치보다 적으

dCollection @ chosun

면 쉽게 박탈감이나 소외감을 느낀다. 즉 개인적 차원에서 SNS가 부담스럽고 사생활을 침해한다고 생각하면서도 SNS 이용을 회피하거나 중단하지 않고 SNS에서 형성된 관계로부터 긍정적 평가를 얻기 바라며 부정적 평판에 대한 두려움이나 걱정이 더 많은 상반된 태도를 보이는 것이다.

이 연구에서 SNS 과잉의존과 SNS 회피 행위 간의 직접적인 관계를 검증하지는 않았지만 상관관계분석에서 볼 수 있듯이 SNS 과잉의존과 SNS 회피행위 및 전환의도간에는 부적 관계가 존재한다. 즉 SNS 의존도가 높은 이용자가 SNS에 대한 부정적 평가를 갖고 있음에도 불구하고 SNS 이용을 회피하지는 않는다는 것이다. 다시 말하자면 이용시간을 스스로 조절하지 못한 채 SNS 의존도가 높은 이용자가 SNS의 여러 가지 측면에 대해 부정적 평가를 갖고 있지만 SNS를 일상생활의 중요한 부분으로 인식하고 있기 때문에 SNS 이용 자체를 회피하지 않고 오히려 적극적으로 사용하고 있는 것이다. 이는 향후 SNS 의존이 SNS 회피 및 전환의도와 어떤 관계가 있는가를 검증할 필요성을 제기한다.

넷째, SNS의 어떤 측면에 주목하여 평가하는가에 따라 SNS를 회피하는 방식도 전환의도도 다르다. SNS 피로감은 인지적으로, 사교적으로, 기계적으로 SNS를 회피하게 만들고, 사생활침해와 평판에 대한 우려는 사교적, 기계적으로 SNS를 회피하게 하며, 소외감은 사교적으로 SNS를 회피하게 만든다. 또한 SNS 피로감과 사생활침해는 다른 SNS로 전환하도록 유도하게 만드는 요인인 반면, 평판우려나 소외감은 SNS 전환의도와 아무런 관계가 없다. 이처럼 SNS에 대해 어떻게 평가하느냐에 따라 이용자는 다양한 회피방식을 사용하고 상이한 전환의도를 가지게 되는 것이다. 특히 SNS 피로감은 SNS 회피와 전환의도를 설명하는 중요한 영향요인인데, SNS 이용에서 피로감을 느끼는 이용자는 다른 사람의 근황이나 감정을 알려고 하지 않는 인지적 회피를 보이며 타인과의 관계 유지 및 교류와 같은 사교 행위를 회피할 뿐만 아니라 SNS 기능을 활용하여 접속을 조절하는 기계적 회피를 하기도 하고, 다른 SNS로 전환하고자 하는 의지도 강하다. 이용자가 미디어를 이용하는 가장 기본적 목적 중 하나는 바로 휴식과 기분 전환 같은 오락적 동기인데(Valenzuela, Park, & Kee, 2009;

dCollection @ chosun

고동완·박용순·이한아름, 2013; 김유정, 2011; 이준웅 외, 2006; 천명환, 2012; 최영·박성현, 2011), 미디어가 이러한 기능을 제공하지 못하고 오히려 정신적, 신체적 부담감과 피로감을 준다면 이용자는 자연스럽게 미디어 이용을 회피하고 타 매체로 전환하게 된다.

이상과 같이 이 연구는 SNS 회피 행위와 SNS 전환의도는 SNS를 어떻게 평가하느냐에 따라 달라지고, 이러한 SNS에 대한 부정적 평가는 이용자 성향이나 미디어 특성, 그리고 SNS 과잉의존과 같은 이용 특성에 따라 달라질 수 있다는 것을 확인할 수 있었다. 요컨대 미디어의 사용 주체인 이용자의 성향과 미디어의 특성에 대한 인식의 차이가 SNS 부정적 평가, SNS 회피 행위, SNS 전환의도에 영향을 미친다는 것이다. 광범위한 사회적 네트워킹을 형성하고 유지할 수 있는 개인중심의 SNS에서 이용자를 중심으로 정보가 형성되고 확산되면서 이용자가 미디어의 특성을 어떻게 인식하느냐, 미디어를 어떻게 사용하느냐에 따라 미디어 이용행위와 평가가 달라질 수 있음을 알 수 있다. 최근 SNS 이용과 관련하여 다양한 인맥을 쉽게 형성할 수 있는 페이스북이나 트위터 같은 개방형 SNS보다 지인들끼리 소통하는 폐쇄형 SNS로 이용자가 이동하는 현상도 SNS에 대한 부정적 평가나 회피행위와 무관하지 않을 것이다.

결국 이용자 개인 중심으로 인간관계 형성을 강조하는 SNS를 제대로 이해하기 위해서는 SNS 이용자 개인, 미디어 특성, SNS 이용특성 등 SNS 경험을 구성하는 다양한 차원들을 고려할 필요가 있다. 이들이 SNS에 대한 평가와 SNS 회피, 타 SNS로의 전환의도에 미치는 영향을 이해할 때 새로운 SNS 등장과 쇠퇴를 설명하고 예측할 수 있을 것이다.

이 연구는 SNS 이용과 관련하여 몇 가지 시사점을 던져준다.

우선 이론적 측면에서 이 연구는 이용자가 사회적 관계를 유지해야 하는 상황에서 SNS 이용을 쉽게 거부할 수 없다는 점에서 출발하여 SNS의 부정적 평가, SNS 회피 행위, SNS 전환의도의 영향요인을 검증하였다. 이는 SNS 이용에서 나타나는 현상을 회피라는 시각에서 접근한 것으로 향후 SNS 연구자에 새로운 연구방향을 제시하였다고 볼 수 있다. SNS 이용자는 다양한 목적

dCollection @ chosun

을 충족시키기 위하여 SNS를 이용하는 과정에서 다양한 방식으로 SNS를 평가하고 있으며, SNS 이용을 회피하고 있다. 즉 미디어는 여러 특성을 가지고 있는데, 어느 것에 초점을 맞추는가에 따라 평가도 달라지고 미디어에 대한 태도 및 평가의 내용도 달라진다는 것이다. 이용자의 미디어 이용행위를 정확하게 이해하기 위해서는 미디어 이용의 긍정적 측면뿐만 아니라 부정적 측면까지 종합적으로 고려할 필요가 있다. 또한 이 연구는 SNS의 사교적 특성을 중심으로 SNS 부정적 평가를 이용자 개인 차원과 사교 차원을 나누어 파악하고 SNS 회피 행위도 세 가지 차원으로 구분하여 분석함으로써 SNS에 대한 평가 및 이용행위를 보다 구체적으로 설명할 수 있다는 점에서 의미가 있다.

둘째, SNS 이용의 측면에서 이 연구는 SNS 이용자에 따라 SNS 이용 및 평가행위가 달라질 수 있으며, 이용자의 다양성만큼이나 SNS 이용행위도 다차원적으로 이루어질 수 있음을 밝혀냄으로써 향후 미디어 이용행위를 설명하는 데 유용한 틀을 제공하고 있다.

셋째, 이와 같은 맥락에서 이 연구는 SNS가 이용자 개인의 욕구를 보다 충실히 반영하는 것이 산업적 측면에서 매우 중요하다는 점을 시사한다. SNS 회피 행위 및 SNS 전환의도에 영향을 미치는 가장 큰 요인은 이용자 개인 차원의 부정적 평가인 SNS 피로감과 사생활 침해이다. SNS의 이용주체는 이용자 개인이기 때문에 이용자 개인에 대한 배려와 보호가 부족하면 이용자가 여러 가지 방식으로 SNS를 회피하고 타 SNS로 전환할 가능성이 높다. 따라서 다양한 SNS가 공존하고 서로 치열한 경쟁을 벌이는 상황에서 이 연구는 SNS에 대한 부정적 평가를 최소화하고 지속적으로 이용하도록 만들기 위해 어떻게 서비스를 개발하고 운영할 것인가 하는 문제를 해결하는 데 실마리를 제공할 수 있을 것이다.

dCollection @ chosun

제3절 연구의 한계 및 제언

이 연구는 SNS 이용자 성향, 미디어 특성, SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평가와 SNS 회피 및 전환의도에 미치는 영향을 다중회귀분석을 통해 검증하였다. 또한 SNS 이용자 성향, 미디어 특성, SNS 과잉의존과 SNS 부정적 평가의 관계, SNS 부정적 평가와 SNS 회피 및 SNS 전환의도의 관계, SNS 회피와 SNS 전환의도의 관계를 구체적으로 검증하였다. 이 연구의 한계와 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 이 연구는 SNS 중에서 특히 사교성을 강조하는 페이스북만 살펴보았다. 이외에 각기 다른 특성을 갖는 SNS를 살펴볼 필요성이 있다. 특히 트위터와 같은 정보지향적 SNS의 경우 SNS 회피 및 전환 원인이 다르게 나타날 수 있다. 그러므로 다양한 미디어 특성을 갖고 있는 SNS를 포함한 연구가 필요하다.

둘째, 이 연구에서는 SNS 회피 행위를 양적 연구방법을 통해 접근하였는데 향후 SNS 회피 행위를 보다 풍부하게 이해하기 위해서는 심층인터뷰 등 질적 연구 방법을 사용하여 분석하는 것이 중요하다.

셋째, 이 연구는 SNS 회피행위에 대한 탐색적 연구이기 때문에 경로분석보다 다중회귀분석을 통해서 독립변인과 종속변인간의 관계를 검증하였다. 그러나 종속변인들간의 인과관계를 분석하지 못하는 한계점을 갖고 있다. 향후 연구는 독립변수와 종속변수에 대한 직접적 효과를 고려하는 동시에 변수간의 간접 효과와 제3변수 효과를 종합적으로 살펴볼 수 있는 분석방법으로 검증할 필요가 있다.

넷째, 이 연구에서는 페이스북의 사용 매체를 구분하지 않은 한계가 있다. 페이스북을 컴퓨터로 사용하는지 스마트폰으로 사용하는지에 따라 SNS에 대한 부정적 평가와 SNS 회피 행위에 차이가 있을 수 있기 때문이다. 따라서 후속 연구에서는 페이스북 사용 매체를 구분하여 살펴볼 필요가 있다.

dCollection @ chosun

참 고 문 헌

강완숙(2000). 지각된 부와 모의 가치, 부/모-자녀간 정서적 친밀도 및 부/모의 과잉통제와 대학생의 소외감과의 관계. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.

고동완・박용순・이한아름(2013). 소셜미디어 이용동기가 몰입과 여가만족에 미치는 영향: 대학생의 페이스북 이용을 중심으로. 『관광연구』, 28권 4호, 137-156.

곽기영・김효준(2011). 소셜 네트워크 스트레스가 소셜 미디어 전환의도에 미치는 영향. 『한국산업경영학회 발표논문집』, 6권, 83-114.

금희조(2011). 소셜 미디어 시대, 우리는 행복한가? - 소셜 미디어 이용이 사회자본과 정서적 웰빙에 미치는 영향. 『한국방송학보』, 25권 5호, 7-48.

기소진・이수영(2013). 프라이버시 염려와 자기효능감에 따른 SNS 이용자 유형에 관한 탐색적 연구. 『한국언론학보』, 57권 1호, 81-110.

김경달・김현주・배영(2013). 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 피로감 요인에 관한 연구. 『정보와 사회』, 26권, 102-129.

김계수(2008).『AMOS 구조방정식모형 분석』, 서울: 한나래.

김동태(2013). SNS 태도와 지각된 위험이 소셜커머스 정보확산에 미치는 영향 -항공사 소셜미디어 활용전략에 대한 시사점을 중심으로.『한국항공경영학회지』, 11권 2호, 85-101.

김명수・이동주(2011). SNS의 디지털 피로감에 대한 실증 연구. 대한경영학회 학술연구발표대회, 152-159.

김명수・이동주(2012), 소셜 네트워크 서비스 이용에 있어서의 디지털 피로감과 플로우의 역할. 『e-비즈니스연구』, 13권 1호, 67-87.

김봉섭・박상미(2013). 페이스북 이용에 따른 행복효과 연구: 사회적 지지와 주관적 행복감을 중심으로. 한국소통학회 봄정기학술대회, 141-164.

김봉섭・박시현(2014). 페이스북 이용자의 고독감에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 『커뮤니케이션학 연구』, 22권 1호, 117-143.

dCollection @ chosun

김옥련・왕설(2013). 문화적응 스트레스와 SNS이용에 관한 연구. 『사회과학연구』, 24권 4호, 377-401.

김위근・최민재(2012). 소셜네트워크서비스의 이용동기가 실제 이용과 메시지 특성 인식에 미치는 영향: '페이스북', '트위터', '싸이월드', '미투데이'의 비교를 중심으로. 『한국언론정보학보』, 통권 60호, 150-171.

김유정(2011). 소셜네트워크서비스에 대한 이용과 충족 연구: 페이스북 이용을 중심으로. 『미디어, 전더, & 문화』, 20호, 71-105.

김유정(2013). 소셜네트워크서비스 이용에 대한 비교 연구: 싸이월드, 페이스북, 트위터 간의 이용동기와 만족 비교, 『언론과학연구』, 13권 1호, 5-32.

김윤환・최영(2009). IPTV 확산 심리적 저항요인에 관한 연구: 변형된 혁신저항모형을 중심으로. 『방송통신연구』, 겨울호 통권 69호. 163-191.

김은미・이동후・임영호・정일권(2011). 비판적 논의: 인간관계의 다크사이드. 『SNS 혁명의 신화와 실제』, 251-272, 경기: 나남.

김종호・심용섭(2002). 인터넷 서비스의 수용과정에서 소비자 저항의 매개역할. 『산업경제연구』, 15권 1호, 85-98.

김청태・김동일・박중규・이수진(2002). 『인터넷 중독 상담 및 예방 프로그램 개발 연구』. 정보통신부.

김현정・손영곤(2013). 소셜미디어를 통한 조직-공중 간 공중관계성 강화를 위한 모색 삼성의료원 소셜미디어를 통한 공중관계성 영향력 분석을 중심으로. 『홍보학연구』, 17권 3호, 278-339.

김형지・최홍규・김성태・안미선・이유민(2012). 소셜미디어 이용거부자의 혁신저항에 관한 연구. 『한국언론학보』, 56권 4호, 439-464.

김희연・오주현(2012). 국내외 SNS의 현황과 사회적 의미. 『초점』, 24권 12호, 19-42.

나은영(2013). 트위터 이용자의 온라인 자기노출에 영향을 주는 요인들: 위협감소 요인과 이익기대 요인의 효과. 『한국언론학보』, 57권 4호, 124-148.

민경환(1993). 소외의 심리학적 개념화. 『한국심리학회지: 사회』, 7권 1호, 71-88.

dCollection @ chosun

박재진・황성욱・박홍원(2013). 페이스북 커뮤니케이션에서 나타나는 부정적 영향. 『사회과학연구』, 39권 2호, 93-109.

박종구(2011). 소셜네트워크서비스 채택요인에 대한 척도개발과 타당화: 대학생 집단을 중심으로. 『커뮤니케이션 이론』, 7권 2호, 22-74.

배영(2005). 사이버 공간의 사회적 관계-개인미디어를 이용한 관계의 형성과 유지를 중심으로. 『한국사회학』, 39집 5호, 55-82.

배진한(2002). 이동전화의 충족과 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 적합성 인식: 세대간 비교를 중심으로. 『한국방송학보』, 45권 4호, 166-188.

배진한(2005). 이용자의 내향성－외향성에 따른 대인매체 이용의 차이: 면대면 커뮤니케이션, 인터넷, 이동전화 이용 사이의 관계를 중심으로.『언론과학연구』, 50권 3호, 303-336.

성동규(2009). 중간광고에 대한 인지된 유용성 및 인지된 위험이 중간광고 허용의사에 미치는 영향에 관한 연구: 기술수용모델과 혁신저항모델을 중심으로. 『한국언론학보』, 53권 6호, 379-404.

성태제(2010). 『SPSS/AMOS를 이용한 알기 쉬운 통계분석』. 서울: 학지사

손승혜(2005). 미디어 이용량, 연령, 성별에 따른 디지털 미디어간 경쟁 및 대체 관계 연구-뉴스, 스포츠, 성인콘텐츠 이용을 중심으로. 『사이버커뮤니케이션 학보』, 16호, 273-308.

손승혜・최윤정・황하성(2011). 기술수용모델을 이용한 초기 이용자들의 스마트폰 채택행동 연구. 『한국언론학보』, 55권 2호, 227-251.

심홍진・황유선(2010). 마이크로블로깅(micro-blogging) 이용동기에 관한 연구: 트위터(twitter)를 중심으로. 『한국방송학보』, 24권 2호, 192-234.

양광희(1995). 피로의 개념분석.『성인간호학회지』, 7권 2호, 270-278.

우공선・강재원(2011). 이동형 SNS의 이용 충족, 의존, 그리고 문제적 이용: 트위터를 중심으로, 『사이버커뮤니케이션학보』, 28권 4호, 89-127.

윤승욱(2011). 트위터 이용동기가 이용자의 정서적 유대감, 공동의 공간감, 정보의 신뢰성, 정서적 친밀감에 미치는 영향에 대한 연구. 『정치커뮤니케이션 연구』, 통권 22호, 131-170.

dCollection @ chosun

윤승욱(2013). 소셜네트워크서비스(SNS) 혁신저항에 관한 연구: 20대 페이스북 비이용 대학생들 중심으로. 『언론과학연구』, 13권 3호, 331-360.

이건혁(2007). 인터넷 환경에서 매체 중독과 매체 몰입. 『지역발전연구』, 7권 2호, 243-263.

이상호・고아라(2013). 소셜미디어 중독의 영향 요인 연구-페이스북 이용자의 인식과 몰입을 중심으로. 『한국언론학보』, 57권 6호, 176-210.

이선희・김은미(2012). 소셜 네트워크 서비스 지속 이용에 관한 연구: 사회교환이론 관점에서. 『사이버 커뮤니케이션 학보』, 29권 3호, 121-161.

이원태・정인숙・조연하・문정욱(2011).『미디어융합 환경에서 미디어 이용자 권익보호를 위한 정책방안 연구』 (협동연구총서 11-13-03). 경기도: 정보통신정책연구원.

이재열・남은영(2008). 한국인의 사회적 자본: 인맥의 특성과 중간집단 참여 효과를 중심으로. 『한국사회학』, 42집 7호, 178-214.

이준웅・김은미・심미선(2006). 다매체 이용자의 성향적 동기: 다매체 환경에서 이용과 충족 이론의 확장. 『한국언론학보』, 50권 1호, 252-284.

이지은・성동규(2013). 페이스북 이용과 대인네트워크 변화에 대한 한·미 문화간 비교 연구: 자아개념과 자기노출, 대인불안을 중심으로.『사회과학연구』, 24권 1호, 257-281.

이항우(2009). 온라인 사회관계: 웹 2.0의 사회연결망사이트 이전과 이후. 『사이버커뮤니케이션학보』, 26권 3호, 243-286.

이현지・정동훈(2013a). 소셜 미디어의 특성과 기능 인지에 따른 트위터와 페이스북 대체의도. 『한국광고홍보학보』, 가을 15권 4호, 100-133.

이현지・정동훈(2013b). 트위터와 페이스북의 이용중단의도에 관한 연구. 『한국언론학보』, 57권 4호, 269-293.

이호영・김희연・오주현・배영(2012).『소셜플랫폼의 확산에 따른 한국사회의 변화와 미래정책(Ⅰ): SNS와 온라인 커뮤니티의 사회관계 형성 메커니즘 비교』(협동연구총서 12-10-02). 경기도: 정보통신정책연구원.

이호영・김희연・정부연・장덕진・김기훈(2011). 『소셜미디어의 성장과 온라

dCollection @ chosun

인 사회관계의 진화』(기본연구 11-04). 경기도: 정보통신정책연구원.
이호준・최명일(2006). 라디오 청취동기의 개발. 『방송연구』, 겨울호, 153-178.
이호표(2011). 평판의 위력: 사회적 평판이 호감과 신뢰 및 선호도에 영향을 미치는가? 『한국심리학회지: 사회문제』, 17권 3호, 261-285.
임영호・김은미(2011). 소셜미디어형 소통방식과 인간관계의 변화. 『한국사회의 디지털 미디어와 문화』, 249-284, 서울: 커뮤니케이션북스.
장용호・박종구(2010). 마이크로블로그 채택모델에 관한 연구: 미디어채택 연구에 대한 통합적 접근. 『한국언론학보』, 54권 5호, 32-58.
정승렬・강영신・이춘열(2006). 전자상거래에서의 지각된 위험의 분류 및 측정 도구개발에 관한연구, 『정보시스템연구』, 15권 1호, 215-238.
정영수・정철호(2009). 1인 미디어의 지각된 위험 및 상호작용성이 사용자 만족과 몰입에 미치는 영향. 『경영정보연구』, 28권, 1호. 125-156.
정유정(2009). 디바이스 컨버전스 제품 사용 시 기능에 대한 이용자의 합리적 무관심에 관한 연구. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
정화섭(2013). 소셜미디어 혁신저항 결정요인에 관한 연구. 『한국콘텐츠학회논문지』, 13권 6호, 158-166.
주정민(2006). 인터넷 의존유형과 인터넷 중독과의 관련성 연구. 『한국언론학보』, 50권 3호, 476-503.
진보래・최은진・염우성・이청아・이선우・김솔・김주환(2012). 커뮤니케이션 성향과 소셜 미디어 이용. 『한국언론학보』, 56권 3호, 110-133.
천명환(2012). 소셜네트워크 이용동기에 따른 감정적 관여, 인지적 관여의 형성과 만족. 『경영과 저보연구』, 31권 2호, 21-39.
천민지・이주환(2014). 페이스북 사용 행태에 따른 자기노출 기준의 차이: 사용자 생성 콘텐츠 분석 중심으로. 한국HCI학회 학술대회, 2호, 1179-1182.
최성철(2005). 공동체 안에서의 무관심: 죄의 새로운 패러다임을 향하여. 『장신논단』, 24권, 249-271.
최세경・곽규태・이봉규(2012). 커뮤니케이션 성향과 모바일 SNS 애착이 SNS 상호작용과 이용 후 대인관계 변화에 미치는 영향 연구. 『사이버커뮤니

dCollection @ chosun

케이션학보』, 통권 제 29권, 1호, 159-200.
최수정(2012). 스마트폰 기반 소셜 네트워크 서비스(SNS) 이용의 결정요인 연구: 기술적, 쾌락적, 사회적 특성을 중심으로. 『Journal of information technology applications &management』, 19권 4호, 75-95.
최영・박성현(2011). 소셜 미디어 이용 동기가 사회 자본에 미치는 영향. 『한국방송학보』, 25권 2호, 241-276.
최인규・한상필(2008). 모바일 광고회피 행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 『한국심리학회지: 소비자·광고』, 9권 3호, 523-547.
최인순・송민선(2003). 피로의 개념분석. 『여성건강간호학회지』, 9권 1호, 61-69.
최재석(1982). 『한국인의 사회의 성격』. 서울: 개문사.
최환진(2006). 대학생의 블로그·미니홈피 이용 동기와 이용 과정에 관한 연구. 『광고학연구』, 17권 3호, 225-248.
홍종필(2009). 매체 유형에 따른 소비자의 광고회피 양상과 광고회피 예측요인에 관한 연구. 『광고학연구』, 20권 5호, 181-212.
황성욱・박재진(2011). 페이스북, 무엇이 문제인가?-심지적 문제점 요인 분석. 『광고연구』, 겨울 91호, 68-95.
황하성・이옥기(2009). 수용자 특성에 따른 모바일의 매체 풍요도 인식 및 이용의 차이-음성, 문자, 영상통화의 비교를 중심으로. 『한국언론학보』, 53권 2호, 300-324.
Kin, A. R., Kim, J. H., Kim, M. J., Lee,H. J., & Jung, Y. H. (2013). 페이스북에 대한 인식의 부정적 변화와 요인에 대한 연구: 소셜데이터 분석을 중심으로. 한국경영정보학회 학술대회논문집. 2013-1, 793-798.

경제투데이(2014. 6. 20). SNS, 개방형보다 폐쇄형이 대세. http://www.eto.co.kr/news/outview.asp?Code=20140620092718403&ts=93152
매일신문(2011. 3. 5.). 성공 시크릿 NO.1, 마당발…'대한민국 인맥으로 통하다'. http://www.imaeil.com/sub_news/sub_news_view.php?news_id=10354&yy=2011#axzz33kUqAASL

dCollection @ chosun

블로터닷넷(2014. 6. 1). 직장 상사 오면 경고...'안티 SNS'뜬다.
http://www.bloter.net/archives/194493

삼성경제연구소(2008).『2008년 10대 히트상품』. CEO 인포메이션 685호.
www.seri.org.

시사IN(2014. 2. 7.). 트위터 주가 하루만에 24% 폭락…9조4천억원 증발.
http://www.sisainlive.com/news/articleView.html?idxno=19290

연합뉴스(2014. 5. 5.). 트위터, 언팔로우 않고 글 감추는 '뮤트' 도입.
http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2014/05/05/0200000000AKR20140505003700091.HTML?from=search

인쿠르트(2011. 3. 14). 직장인 35% "SNS 때문에 스트레스 받는다.
http://people.incruit.com/news/newsview.asp?gcd=22&newsno=662999

인쿠르트(2013. 8. 2). 대학생 피로 느끼는 이유 1위. "애증의 SNS"
http://people.incruit.com/news/newsview.asp?gcd=13&newsno=1370927

프레시안(2014. 5. 14.). SNS 속 '읽씹', '카톡 잠수'에 시달리는 대학생.
http://www.pressian.com/news/article.html?no=117072

한국일보(2011. 6. 21.). "슬슬 질리네" 식어가는 페이스북 신드롬.
http://media.daum.net/digital/cluster_list.html?newsid=20110621205915957&clusterid=364066&clusternewsid=20110622082221947&p=akn

NielsonKoreanClick(2011.01.13.). New SNS가 Old SNS에 미치는 영향.
http://www.koreanclick.com/information/info_data_view.php?id=269

Acar, A. (2008). Antecedents and Consequences of Online Social Networking Behavior: The Case of Facebook. *Journal of Website Promotion, 3*(1/2), 62-83.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*, 179-211.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

dCollection @ chosun

Anderson, C., John, O. P., Keltner, D., & Kring, A. M. (2001). Who Attains Social Status? Effects of Personality and Physical Attractiveness in Social Groups. *Journal of Personality and Social Psychology, 81*(I), 116-132.

Back, M., Stopfer, J., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S., Egloff, B., & Gosling, S.D. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological Science, 21*(3), 372-374.

Baker, R. K., & White, K. (2011). In Their Own Words: Why teenagers don't use Social Networking Sites? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*(6), 395-398.

Bauer, R. (1960). *Consumer behavior as risk taking. In: R.S. Hancock, Editor, Dynamic marketing for a changing world.* American Marketing Association: Chicago, 389-398.

Berg, A., & Engseld, P. (2005). *The Problem of Cooperation and Reputation Based Choice.* Annual Meeting of The American Choice Society, New Orleans, March 19-13.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication 13*, 210-230.

Boyd, D., & Heer, J. (2006). Profiles as Conversation: Networked Iidentity Performance on Friendster. *Paper presented at the proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences, Persistent Conversation Track.* Kauai, Hawaii, USA.

Burgoon, J. K. (1976). The Unwillingness to Communicate Scale: Development and Validation. *Communication Monographs, 43*, 60-69.

Burgoon, J. K., & Hale, J. L. (1983). A Research Note on the Dimensions of Communication Reticence. *Communication Quarterly, 13*(8), 238-248.

dCollection @ chosun

Chen, Y., Dong, B. S., Kevin, C. D., Sridhar, P. S., & Sanjeev, J. (2008). Influences of IT Substitutes and User Experience on Post-Adoption User Switching: An Empirical Investigation. *Journal of the American Society for Information Science and Technology, 59*(13), 2115-2132.

Crespo, Á. H., del Bosque, I. R., & delos Salmones Sáanchez, M. M. G. (2009), The Influence of Perceived Risk on Internet Shopping Behavior: A Multidimensional Perspective. *Journal of Risk Research, 12*(2), 259-277.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Quarterly, 13*(3), 319-340.

Deresiewicz, W. (2009. 1. 30). The End of Solitude. *The Chronicle of Higher Education-The Chronicle Review, http://chronicle.com/article/The-End-of-Solitude/3708*

Dimmick, J., & Rothenbuhler, E. (1984). The Theory of Niche: Quantifying competition among media industries. *Journal of Communication.*

Dimmick, J., Dobos, J., & Lin, C. (1985). The Niche and Media Industries: A Uses and Gratifications Approach to Measuring Competitive Superitive. *Paper presented to the International Communication Association. Honolulu, HL.*

Dimmick, J., Patterson, S., & Albarran, A. B. (1992). Competition Between the Cable and Broadcast Industries: A Niche Analysis. *Journal of Media Economice.*

Dunbar, R. I. M. (1993). Coevolution of Neocortical Size, Group Size and Language in Humans. *Behavioral and Brain Sciences, 16*(4). 681-735.

Ellison, N. B., Steinfeld, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "Friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1143-1168.

dCollection @ chosun

Eysenck, H. J. (1991). Dimensions of personality 16 5 or 3?-Criteria for a taxonomic paradigm. *Personality and Individual Differences, 12*(8), 773-790.

Gartner (2011.6.14). User Survey Analysis: Trends in Consumers' Use of Social Media. Retrieved from: http://www.citeulike.org/user/yeeking/article/9673079

Griffiths, M, D. (1999). Internet addiction: Fact or fiction? *Bulletin of the British Psychological Society, 12*, 246-250.

Gurak, L. J., & Antonijevic, S. (2008). The psychology of blogging: you, me, and everyone in between. *American Behavioral Scientist, 52*(1), 60～68.

Hargittai, E. (2007). Whose Space? Differences Among Users and Non-Users of Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), article 14. Retrieved from: http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/hargittai.html

Hong, L., Dan, O., & Davison, B. D. (2011. 3. 28-april 1). Predicting Popular Messages in Twitter. Paper Presented at the 20th International Conference Companion on World Wide Web. 57-58.

Johnson, P., & Yang, S. (2009). Uses and Gratifications of Twitter: An Examination of User Motives and Satisfaction of Twitter Use. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Sheraton Boston, Boston, MA Retrieved from: http://citation.allacademic.com//meta/p_mla_apa_research_citation/3/7/6/3/6/pages376367/p376367-1.php

Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2002). Why customers stay: measuring the underlying dimensions of services switching costs and managing their differential strategic outcomes. *Journal of*

dCollection @ chosun

Business Research, *55*(6),441-450.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizon, 53*, 59-68.

Kubey, R. (1996). *On Not Finding Media Effects: Conceptual Problems on The Ontion of an "Active Audience" in The audience and Its Landscape*. edited by J. H. Frossberg and E. Wartella. New York Westview Press.

Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). *A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing.* Proceeding of the Conference on computer supported cooperative work (167-170). New York: ACM Press.

Lattin, J. M. M., & McAlister, L. (1985). Using a Variety - Seeking Modelto Identify Substitute of Complementary, Relationships Among Competing Products. *Journal of Marketing Research*, *22*(3), 330-339.

Lee, D., Chen, H., Levy, D., Kauffman, R. J., & Bergen, M. (2006). Making Sense of Ignoring Cents: Price Points and Price Rigidity Under Rational Inattention. *Last Revision. January 17,* 1-49.

Leenders, R., & Shaul, G. (eds.)(1999). Corporate Social Capital and Liability. *Boston: Kluwer Academic Publishers.*

Lin, S. S., & Tsai, C. (2002.). Sensation Seeking and Internet Dependence of Taiwanese High School Adolescents, *Computers in Human Behavior*, *18*, 411-426.

Maslow, H. A. (1999). 『존재의 심리학』[*TOWARD A PSYCHOLOGY OF BEING*]. 정태연・노현정 옮김(2005). 서울: 문예출판사.

Michielsen, H. J., De Vries, J., & Van Heck, G. L. (2003). Psychometric Qualities of a Brief Self-rated Fatigue Measure The Fatigue Assessment Scale. *Journal of Psychosomatic Research, 54*, 345 - 352.

dCollection @ chosun

Miller, G. D. (2003). Hypotheses on Reputation: Alliance Choices and the Shadow of the Past. *Security Studies, 12*(3), 40-78.

Oh, W., & Lucas, H. C. (2006). Information Technology and Pricing Decisions: Price Adjustments in Online Computer Markets. MIS Quarterly, *30*(3), 755-775.

Ostlund, L. E. (1974). Perceived Innovation Attributes as Ppredictors of Innovativeness. *Journal of Consumer Research*, *1*(2), 23~29.

Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44*(2), 175-196.

Plouffe, C. R., Hulland, J. S., & Vandenbosch, M. (2001). Research Report: Richness Versus Parsimony in Modeling Technology Adoption Decisions: Understanding Merchant Adoption of a Smart Card-based Payment System. *Information Systems Research*, *12*(2), 208-222.

Ram, S. (1987). A Model of Innovation Resistance. *Advances in Consumer Research, 14,* 208-212.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations. NY: FREE PRESS.

Russ, G., Daft, R., & Lengel, R. (1990). Media selection and managerial characteristics in organizational communication. *Management Communication Quarterly, 4*(2), 151-175.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer Behavior*. Prentice Hall, Inc.

Sheldon, M., Abad, N., & Hinsch, C. (2011). A Two-process View of Facebook Use and Relatedness Need-satisfaction: Disconnection Drives Use, and Connection Rewards it. *Psychology of Popular Media Culture, 1*(5), 2-15.

Sheth, J. N. (1981). Psychology of Innovation Resistance: The Less Developed Concept In Diffusion Research. *Research in Marketing, 4,* 273-282.

Speck, P., & Elliott, M. T. (1997). Predictors of Advertising Avoidance In

dCollection @ chosun

Print and Broadcast Media. *Journal of Advertising*, *26*(3), 61-76.

Turkle, S. (2008). Always-on/always-on-you: The Teteered Self, In *Handbook of Mobile Communication Studies*, James E. Katz(ed.), Cambridge, *MA: MIT Press,* 121-137.

Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More From Technology and Less From Each Other.* New York: basic Books. Retrieved from: http://oreducativa.wikispaces.com/file/view/Alone+Together+-+Why+We+Expect+More+from+Technology+and+Less+from+Each+Other+-+Sherry+Turkle.pdf

Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation1. *Journal of Computer-Mediated Communication. 4*(14), 875-901.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *Information Management*, *27*(3), 425-478.

Warren, S., & Brandeis, L. D. (1890). The Right to Privacy. Harvard Law Retrieved from: http://groups.csail.mit.edu/mac/classes/6.805/articles/privacy/Privacy_brand_warr2.html

Young, K. S. (1996). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder, *CyberPsychology and Behavior, 1*(3), 237-244.

Zaltman, G., & Wallendorf, M .(1983). *Consumer Behavior Basic Findings and Management Implications.* New York: John Wiley & Sons.

Zhou, Y. Q. (2008). Voluntary Adopters Versus Forced Adopters: Integrating the Diffusion of Innovation Theory and the Technology Acceptance Model to Study Intra-organizational Adoption. *New Media & Society, 10,* 475-496.

dCollection @ chosun

SNS 이용회피 및 전환 의도에 대한 조사

안녕하십니까?

본 설문은 SNS 이용과 관련한 조사입니다.

각각의 문항은 정답은 따로 없으므로 여러분께서 평소 느끼시는 것과 가장 가까운 것을 골라 솔직히 답변해 주시면 감사하겠습니다.

이 설문은 연구목적에만 사용될 것이며, 응답자의 개인정보는 법에 의해 철저하게 보호될 것입니다.

설문을 천천히 읽으시고 끝까지 답변해 주시면 감사하겠습니다.

연 구 자: 왕 설(조선대학교 대학원 신문방송학과)

SQ1. 귀하의 성별을 선택하여 주십시오.

1) 남성 2) 여성

SQ2. 귀하의 연령을 만 나이로 기입하여 주십시오. 만 (_____)세

1) 만 15세 미만 2) 만 15~19세
3) 만 20~29세 4) 만 30~39세
5) 만 40~49세 6) 만 50~59세
7) 만 60~69세 8) 만 70세 이상(조사 중단)

SQ3. 현재 귀하께서 거주하고 계시는 지역을 선택하여 주십시오.

1) 서울특별시 2) 인천광역시 3) 부산광역시
4) 대구광역시 5) 광주광역시 6) 울산광역시

dCollection @ chosun

7) 경기도 8) 강원도 9) 충청도
10)전라도 11) 경상도 12) 제주도 13)기타

SQ4. 귀하께서는 페이스북(Facebook)을 이용한 경험이 있습니까?
1) 있다 2) 없다 (조사 중단)
Q1. 귀하께서는 페이스북(Facebook)을 이용하신 기간이 어느 정도 되셨습니까?
(_____) 개월

Q2. 귀하께서는 페이스북(Facebook) 이용을 중단한 적이 있습니까? (단, 페이스북(Facebook), 혹은 모든 SNS에 흥미를 잃거나 다른 SNS 이용 등의 이유로 이용을 중단한 경험을 의미합니다.)
1) 있다 2) 없다

Q3. 귀하께서는 현재 페이스북(Facebook)을 이용하고 있습니까?
1) 예 (Q4.로 이동) 2) 아니오 (Q5.로 이동)

[PROG: Q3. 1)번 응답자만 제시]
Q4. 그렇다면, 현재 귀하의 하루 평균 페이스북(Facebook) 이용시간은 얼마나 되십니까?
(_____)분 (1~1440까지 숫자로 입력)

[PROG: Q3. 2)번 응답자만 제시]
Q5. 그렇다면, 귀하께서 페이스북(Facebook)을 이용할 당시 하루 평균 이용시간은 얼마였습니까?
(_____)분 (1~1440까지 숫자로 입력)

[PROG: Q3. 2)번 응답자만 제시, 보기 Rotation(8번 기타, 9번 없음 보기는 고정), 9번 보기 선택 시 다른 보기 선택 불가]
Q5-1.귀하께서는 현재 페이스북(Facenbook)을 이용하지 않는다고 하셨습니다. 그렇다면, 현재 귀하가 주로이용하고있는 SNS는 무엇입니까? **모두** 선택해 주십시오.
1) 트위터 2) 미투데이 3) 싸이월드
4) 카카오스토리 5) 밴드 6) 라인
7) 텀블러 8) 기타(_____) 9) 이용하고 있는 SNS 없음

dCollection @ chosun

Q6.귀하께서는 다음 각 문항들에 대해서 얼마나 동의하십니까? 동의하시는 정도에 따라 1~5점까지의 보기 중 선택하여 주시기 바랍니다.

	문 항	전혀 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1)	나는 활달하고 말을 많이 하는 편이다	①	②	③	④	⑤
2)	나는 사람들과 쉽게 어울리는 편이다	①	②	③	④	⑤
3)	나는 내 감정과 느낌을 자유롭게 표현하는 편이다	①	②	③	④	⑤
4)	나는 다른 사람들에게 쉽게 다가설 수 있는 편이다	①	②	③	④	⑤
5)	나는 다른 사람들과 폭넓은 우정을 맺는 편이다	①	②	③	④	⑤
6)	나는 인맥형성 자체에 대해 부담감이 있다	①	②	③	④	⑤
7)	나는 원하지 않는 사람과 연결되는 것이 부담스럽다	①	②	③	④	⑤
8)	나는 사람들을 만나는 것을 좋아하지 않는다	①	②	③	④	⑤
9)	나는 개인적으로 친분이 약한 사람들과 관계를 형성하는 것에 부담을 느낀다	①	②	③	④	⑤
10)	나는 다른 사람의 느낌이나 감정에 대해 관심이 없다	①	②	③	④	⑤
11)	나는 다른 사람의 생각이나 의견에 대해 관심이 없다	①	②	③	④	⑤
12)	나는 다른 사람의 삶에 대해 관심이 없다	①	②	③	④	⑤
13)	나는 우리 사회가 어떻게 돌아가는지 관심이 없다	①	②	③	④	⑤
14)	나는 주변에 일어난 일들에 대해 관심이 없다	①	②	③	④	⑤

dCollection @ chosun

Q7. 다음은 페이스북(Facebook)에 대한 귀하의 생각을 묻는 질문입니다.

1~5점까지의 보기 중 귀하의 생각과 가장 가까운 보기를 선택하여 주시기 바랍니다.

	문 항	전혀 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1)	페이스북(Facebook)에서는 의사소통과 정보획득이 가능하다	①	②	③	④	⑤
2)	페이스북(Facebook)이 다른 인터넷 서비스보다 더 편리하다	①	②	③	④	⑤
3)	페이스북(Facebook)은 다른 인터넷 서비스보다 개인일상 생활에 더 도움이 된다	①	②	③	④	⑤
4)	페이스북(Facebook)을 통해 더 많은 사람들에게 자신의 생각을 퍼뜨릴 수 있다	①	②	③	④	⑤
5)	페이스북(Facebook)과 같은 새로운 커뮤니케이션 기술에 대한 두려움이 있다	①	②	③	④	⑤
6)	페이스북(Facebook)은 이용방법이 복잡하다	①	②	③	④	⑤
7)	페이스북(Facebook)에서 사용되는 용어들은 이해하기 어렵다	①	②	③	④	⑤
8)	페이스북(Facebook)의 기능들은 이해하기 어렵다	①	②	③	④	⑤
9)	페이스북(Facebook)에 남긴 글 때문에 나중에 문제가 생길 수 있다	①	②	③	④	⑤
10)	페이스북(Facebook)에 남긴 글이 남에게 나쁜 영향을 끼칠 수도 있다	①	②	③	④	⑤
11)	페이스북(Facebook)에서 쓴 글 때문에 다른 사람들로부터 비판받을 수 있다	①	②	③	④	⑤
12)	페이스북(Facebook)을 통해 잘못된 정보를 접할 수 있다	①	②	③	④	⑤

dCollection @ chosun

Q8. 다음은 페이스북(Facebook)을 이용하면서 느끼신 바에 관한 질문입니다.

1~5점까지의 보기 중 귀하의 생각과 가장 가까운 보기를 선택하여 주시기 바랍니다.

	문 항	전혀 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1)	나는 페이스북(Facebook)을 일단 시작하면 처음 생각했던 것보다 더 많은 시간을 사용한다	①	②	③	④	⑤
2)	페이스북(Facebook)을 하지 않고 있을 때 페이스북(Facebook)이 자꾸 생각난다	①	②	③	④	⑤
3)	나는 페이스북(Facebook)을 하고 난 뒤 페이스북(Facebook)에서 했던 것들에 대해 계속해서 생각한다	①	②	③	④	⑤
4)	나는 페이스북(Facebook) 이용시간을 스스로 조절하는 데 어려움이 있다	①	②	③	④	⑤
5)	나는 내가 페이스북(Facebook)에 올린 글이나 나 자신에 대한 반응을 수시로 확인하고 싶다	①	②	③	④	⑤
6)	나는 페이스북(Facebook)을 하느라 다른 활동이나 매체(TV 등)에 대한 흥미가 감소했다	①	②	③	④	⑤
7)	나는 페이스북(Facebook)의 과도한 사용으로 중요한 인간관계나 업무의 기회를 위협받은 적이 있다	①	②	③	④	⑤
8)	나는 지나치게 페이스북(Facebook)에 몰두해 있는 나 자신이 한심하게 느껴질 때가 있다	①	②	③	④	⑤

Q9. 다음은 페이스북(Facebook) 이용과 관련된 질문입니다. 1~5점까지의 보기 중 귀하의 생각과 가장 가까운 보기를 선택하여 주시기 바랍니다.

	문 항	전혀 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1)	나는 페이스북(Facebook)을 관리해야 하는 것이 부담스럽다	①	②	③	④	⑤
2)	나는 페이스북(Facebook)을 통해 다른 사람들의 일상을 아는 것이 피곤하다	①	②	③	④	⑤
3)	나는 페이스북(Facebook)을 이용하고 나면 힘이 빠진다	①	②	③	④	⑤

dCollection @ chosun

4)	나는 페이스북(Facebook)의 기능들을 다양하게 이용하는 것이 힘들다	①	②	③	④	⑤
5)	나는 페이스북(Facebook)을 이용한 후 바로 학업(작업)을 할 수 없다	①	②	③	④	⑤
6)	나는 다른 사람이 내 글에 대해 부정적으로 평가할까 두렵다	①	②	③	④	⑤
7)	나는 다른 사람들이 페이스북(Facebook)에 있는 내 글을 안 읽을까 걱정이다	①	②	③	④	⑤
8)	나는 다른 사람들이 페이스북(Facebook)에 있는 내 글에 안 좋은 이미지를 가지고 있을까 걱정된다	①	②	③	④	⑤
9)	나는 다른 사람들이 내 페이스북(Facebook)에 대한 인식이 좋지 않을까 걱정이다	①	②	③	④	⑤
10)	나는 다른 사람들이 내 페이스북(Facebook)에 대한 평가를 좋지 않게 내릴까 걱정이다	①	②	③	④	⑤
11)	나는 페이스북(Facebook)에서 타인에 의해 감시 당할까 우려가 된다	①	②	③	④	⑤
12)	나는 페이스북(Facebook)에서 나의 사생활이 노출될까 불안하다	①	②	③	④	⑤
13)	나는 페이스북(Facebook)을 통해 나의 개인정보가 노출이 될까 불안하다	①	②	③	④	⑤
14)	나는 페이스북(Facebook)에서 알리고 싶지 않은 내 개인적 이야기를 남들이 알게 될까 두렵다	①	②	③	④	⑤
15)	나는 페이스북(Facebook)의 친구들이 내 담벼락에 글을 안 남길 때 상대적인 박탈감을 느낀다	①	②	③	④	⑤
16)	나는 때때로 페이스북(Facebook)에서 외톨이가 된 느낌이 들 때가 있다	①	②	③	④	⑤
17)	나는 페이스북(Facebook)에서 관계를 맺고 있는 친구들 사이에서 소외감을 느낀다	①	②	③	④	⑤
18)	페이스북(Facebook) 친구들이 내가 바라는 만큼 나에게 관심을 가지지 않는다	①	②	③	④	⑤
19)	내가 페이스북(Facebook)에서 관계를 맺고 있는 친구는 많지만 속이 상할 때 하소연할 사람이 없다	①	②	③	④	⑤

dCollection @ chosun

Q10. 다음은 페이스북(Facebook) 뉴스피드 이용에 관련된 질문입니다.

1~5점까지의 보기 중 귀하의 생각과 가장 가까운 보기를 선택하여 주시기 바랍니다.

	문 항	전혀 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통 이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1)	나는 뉴스피드가 왔을 때 안 읽고 넘길 때가 많다	①	②	③	④	⑤
2)	나는 뉴스피드가 왔을 때 별 생각 없이 본다	①	②	③	④	⑤
3)	나는 평소 뉴스피드에 주의 깊게 보지 않는다	①	②	③	④	⑤
4)	나는 페이스북(Facebook)의 일부 알림을 끈 상태이다	①	②	③	④	⑤
5)	나는 내 계정을 임시 비활성화로 설정하곤 한다	①	②	③	④	⑤
6)	나는 페이스북(Facebook)에 자주 로그인하지 않는다	①	②	③	④	⑤
7)	나는 나만 아는 새로운 계정을 사용한다	①	②	③	④	⑤
8)	나는 페이스북(Facebook)에서 내 담벼락만 이용할 뿐 다른 사람들과 교류하지 않는다	①	②	③	④	⑤
9)	나는 남의 글에 대해 '좋아요'를 누르지도 않고, 댓글도 달지 않는 등 무반응으로 일관한다	①	②	③	④	⑤
10)	나는 나를 귀찮게 하는 친구를 '친구 끊기'한다	①	②	③	④	⑤

Q11.다음은 페이스북(Facebook) 및 SNS 이용에 관한 질문입니다.

1~5점까지의 보기 중 귀하의 생각과 가장 가까운 보기를 선택하여 주시기 바랍니다.

	문 항	전혀 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통 이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1)	나는 페이스북(Facebook) 외에 다른 SNS 사용을 고려해 본 적이 있다	①	②	③	④	⑤
2)	나는 마음에 드는 새로운 SNS가 나온다면, 페이스북(Facebook) 사용을 그만 둘 생각이 있다	①	②	③	④	⑤
3)	내가 대안으로 생각하는 SNS의 서비스가 더 만족스러울 것이다	①	②	③	④	⑤
4)	나는 페이스북(Facebook)을 중단하고 다른 SNS를 사용할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤

dCollection @ chosun

DQ1. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

1) 중학교 재학 또는 중학교 졸업 이하 2) 고등학교 재학 중
3) 고등학교 졸업 4) 대학교 재학 중(휴학 포함)
5) 대학교 졸업 6) 대학원 재학 중(휴학 포함)
7) 대학원 수료/졸업 이상

DQ2. 현재 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

1) 전문직(의사, 약사, 변호사, 교사/교수, 종교인 등)
2) 관리자(기업체 간부 및 경영주, 고급공무원, 사회단체 간부 등)
3) 사무직(회사원, 은행원, 일반 공무원)
4) 판매직
5) 서비스직
6) 생산직
7) 농어민
8) 중, 고등학생
9) 대학생, 대학원생
10) 가정주부
11) 무직
12) 기타(_____)

DQ3. 귀하의 월 평균 총 소득을 선택하여 주십시오.
(가족 전체가 아닌 본인의 소득 수준으로 선택해 주시기 바랍니다.)

1) 100만원 미만 2) 100만원-300만원 미만
3) 300만원-500만원 미만 4) 500만원-700만원 미만
5) 700만원 이상

- 설문에 응해 주셔서 감사합니다 -

dCollection @ chosun

SNS 회피 및 전환의도의 영향요인에 관한 연구

왕 설

조선대학교 대학원 신문방송학과

(지도교수: 박선희)

(국문초록)

SNS는 시·공간의 장벽을 넘어 이용자들이 서로 정보를 공유하고 유통시키며, 사회적 관계를 형성하고 유지하게 만드는 상호작용 미디어다. 그러나 SNS는 이용량의 증가에 따라 생기는 피로감, 타인과 관계 유지에서 생기는 평판 우려와 소외감, 그리고 개인정보보호가 취약한 데 따른 사생활 침해 등 여러 가지 부정적 측면도 가지고 있다. 그런데 이용자가 SNS를 부정적으로 평가하더라도 SNS는 인맥을 형성하고 유지하는 개인중심의 사교 네트워크이기 때문에 사교적 관계를 유지하기 위해 불가피하게 이용할 수밖에 없는 측면이 존재한다. 이 때문에 SNS 이용자는 단순히 사용을 거부하는 것이 아니라 다양한 방식으로 SNS를 회피하고 타 SNS로의 전환의도를 가지기 쉽다.

SNS에 대한 평가는 SNS라는 미디어와 이용자 그리고 SNS 이용 측면이 상호 영향을 주면서 이루어진다는 점에서 이 연구는 SNS에 대한 부정적 평가, SNS 회피행위와 SNS 전환의도에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 찾아보고자 하였다. 이 연구는 이용자 개인 특성인 이용자 성향 차원, 미디어 특성에 대한 인식 차원, 그리고 SNS 과잉의존 등 요인이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향을 파악하고 SNS 부정적 평가가 SNS 회피행위에 어떠한 영향을 미치며, 최종적으로 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가를 검증하고자 한다.

dCollection @ chosun

SNS에 대한 부정적 평가는 SNS 관리에 대한 정신적·신체적 피로감, SNS에서 타인의 감시나 사생활 노출에 대한 우려와 같은 개인적 차원과, 타인의 부정적 평판에 대한 우려, 사람들과의 관계에서 나타나는 소외감 등 사교적 차원에서 살펴볼 수 있다.

SNS 회피 행위는 뉴스피드에 대한 인지적 측면, 타인과의 사교적 측면, SNS 접속 및 이용적 측면을 고려하여 인지적 회피, 사교적 회피, 기계적 회피로 나누어 살펴보고자 한다. 즉 SNS에서 유통되는 수많은 정보에 대한 회피 행위인 인지적 회피, 손쉽게 형성되는 깊이 없는 인간관계의 유지 및 관리에 대한 사교적 회피, 그리고 기계적 수단으로 SNS 접속을 회피하는 기계적 회피 등으로 회피 행위로 구분한다.

이용자의 성향에서는 외향적 성향, 사회적 부채감, 사회 및 타인에 대한 무관심, 미디어 특성에 대한 인식에서는 상대적 이점, 지각된 복잡성, 지각된 위험, 그리고 SNS 이용 특성에서는 SNS 과잉의존이 SNS 부정적 평가에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 또한 이러한 부정적 평가가 SNS 회피 행위와 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하고자 한다. 이에 따라 이 연구는 다음과 같이 구체적인 연구문제를 설정하였다.

[연구문제 1] 이용자 성향은 SNS 과잉의존에 어떠한 영향을 미치는가?
[연구문제 2] 미디어 특성은 SNS 과잉의존에 어떠한 영향을 미치는가?
[연구문제 3] 이용자 성향은 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가?
[연구문제 4] 미디어 특성은 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가?
[연구문제 5] SNS 과잉의존은 SNS 부정적 평가에 어떠한 영향을 미치는가?
[연구문제 6] SNS 부정적 평가는 SNS 회피에 어떠한 영향을 미치는가?
[연구문제 7] SNS 부정적 평가는 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가?
[연구문제 8] SNS 회피는 SNS 전환의도에 어떠한 영향을 미치는가?

이러한 연구문제를 해결하기 위해 이 연구는 10대 이상의 페이스북 이용경

dCollection @ chosun

험자 500명을 대상으로 온라인 설문조사방법을 실시하였다.

이 연구에서 설정했던 연구 문제들에 대한 검증 결과, 첫째, 이용자 성향에 따라 SNS의 의존정도와 SNS 평가가 달라질 수 있으며, 이들의 관계는 SNS의 다양한 특성에 따라 다르게 나타났다. SNS는 다양한 사람들과 교류할 수 있는 사교의 장이기도 하지만 동시에 사교행위로 인한 부담감이 높고 사생활 침해의 우려도 높은 서비스이기도 하다. 따라서 이용자 성향이 어떠한가에 따라 이와 같은 SNS의 상반된 특성에 대한 평가가 달라질 수 있다.

둘째, 이용자가 SNS의 미디어 특성에 대해 어떻게 인식하느냐에 따라 SNS에 대한 부정적 평가의 내용이 다르게 나타났다. 미디어의 특성에 대한 인식은 주로 미디어 이용 초기에 영향을 미치는 것으로 알려졌지만, 이러한 결과들은 이용 초기뿐만 아니라 이용과정에서도 미디어 특성에 따라 미디어에 대한 평가가 달라질 수 있음을 보여준다.

셋째, SNS에 대한 지나친 의존은 개인적 측면에서도, 사교적 측면에서도 SNS를 부정적 평가를 형성할 수 있는 중요한 요인이다. SNS에 과도하게 의존하는 사람들은 SNS의 긍정적 측면뿐만 아니라 부정적 측면에 대해 많이 알기 때문에 SNS에 대해서도 부정적으로 평가한다.

마지막으로, SNS의 어떤 측면에 주목하여 평가하는가에 따라 SNS를 회피하는 방식도, 전환의도도 다르게 나타나다. SNS 부정적 평가 요인 중에 SNS 피로감은 SNS 회피와 전환의도를 설명하는 중요한 영향요인이었다. SNS 이용에서 피로감을 느끼는 이용자는 다른 사람의 근황이나 감정을 알려고 하지 않는 인지적 회피를 보이며 타인과의 관계 유지 및 교류와 같은 사교 행위를 회피할 뿐만 아니라 SNS 기능을 활용하여 접속을 조절하는 기계적 회피를 하기도 하고 다른 SNS로 전환하고자 하는 의지도 강했다. 이용자가 미디어를 이용하는 가장 기본적 목적 중 하나인 휴식과 기분 전환 같은 오락적 동기를 미디어가 충족시켜주지 못하고 오히려 정신적, 신체적 부담감과 피로감을 준다면 이용자는 자연스럽게 미디어 이용을 회피하고 타 매체로 전환하게 된다.

결국 이용자 개인 중심으로 인간관계 형성을 강조하는 SNS를 제대로 이해

dCollection @ chosun

하기 위해서는 SNS 이용자 개인, 미디어 특성, SNS 의존정도 등 다차원적 측면을 고려하여 SNS에 대한 평가와 SNS 이용 행위 및 의도를 파악하는 것이 중요하다. 이들이 SNS에 대한 평가와 SNS 회피, 타 SNS로의 전환의도에 미치는 영향을 이해할 때 새로운 SNS 등장과 쇠퇴를 설명하고 예측할 수 있을 것이다.

dCollection @ chosun