

# 소셜네트워크서비스(SNS)사용의 부정적 감정과 사용중단의도에 관한 연구

## A Study on the Negative Emotion of Using Social Networking Services and Its Discontinuance Intention

박 경 자 (Kyungja Park)\*  
전남대학교 강사(parkkj@jnu.ac.kr)  
유 일 (Il Ryu)\*\*  
순천대학교 경영학과 교수(iryu@scnu.ac.kr)  
이 윤 희 (YunHee Lee)  
전남대학교 강사(dreamlyh@jnu.ac.kr)

### ABSTRACT

As an empirical study on the psychological side effects of using Social Networking Services (SNS), this study aims to identify the reality of negative emotion of using SNS and to predict its consequences. To this end, a measurement tool was developed through literature review, in-depth interview with users and expert review to induce negative emotional factors that can arise while using SNS. An exploratory factor analysis was performed for a total of 24 measurement items, which then were divided into the following 6 factors: 'concern over privacy,' 'burden from undesired connection,' 'relative deprivation,' 'a sense of alienation,' 'concern over reputation' and 'negative feeling about simple relationship.' Also, the relationship between the 6 negative emotional factors and psychological dissonance was analyzed. The results indicate that all the factors, except relative deprivation and a sense of alienation, affect psychological dissonance. It was also found that psychological dissonance, which implies a conflicting condition from using SNS, significantly affects the behavior that possibly reduces and limits the use of SNS. In other words, the users who have experienced psychological dissonance respond passively by avoiding the use of SNS to resolve the dissonance. The results of this study provide the base for explaining the psychological side effects of using SNS, which have been understood at a phenomenal level, such as 'Facebook depression' or 'SNS stress.' In addition, this study is of significance as it helps understand the psychological mechanism by identifying the relationship between negative emotion and use behavior with the theory of cognitive dissonance.

*Key Words : Social Networking Services, Knowledge Sharing, Negative Emotional, Psychological dissonance, Theory of cognitive dissonance, Discontinuance intention*

## I. 서론

인간은 고립되기를 두려워하며 연결됨과 소속됨을 지향하는 기본적인 욕구를 가지고 있다. 이러한 욕구는 '일촌 과도타기' 신드롬을 일으킨 싸이월드에서부터 '아는 사람'과 '아는 사람의 아는 사람'이 자연스럽게 링크되는 페이스북과 트위터에 이르기까지 정

\* 논문접수일: 2014년 2월 14일; 1차수정: 2014년 3월 18일; 2차수정: 2014년 3월 30일; 게재확정일: 2014년 4월 3일

\* 주저자

\*\* 교신저자

보통신기술을 통해 더욱 강화되고 있다. 정보통신기술은 미니홈피, 블로그, 커뮤니티 등 네트워크 기반으로 한 인간의 소통과 관계 확장을 가능케 하였으며, 최근에는 이를 극대화시킬 수 있는 혁신적인 기술로 소셜네트워크서비스(Social Network Service: SNS)가 기능하고 있다.

SNS는 다양한 콘텐츠를 통해 자기표현의 욕구와 기존 인맥을 유지시키고 새로운 사회적 관계를 형성시키는 데 매우 효율적이며 즉각적인 수단이다. 또한, SNS를 통해 개인이 가지고 있는 정보와 지식, 노하우를 전달하고 공유하면서 지식경영의 가치를 향상시키고 있다. 특히, 모바일 기기와의 연동을 통해 언제 어디서나 편리하게 지식과 정보를 공유할 수 있어 지식경영의 장으로 활용되고 있다. 이처럼 사용자들은 시간과 공간의 제약을 극복하고 더 빠르게 상대방의 포스트나 상태를 확인할 수 있게 되었고, 더 즉각적으로 반응하고 의견을 개진할 수 있게 되었다.

관련 자료에 따르면, 전 세계 네티즌의 40%가 오프라인 대화보다 SNS를 통한 대화를 더 많이 하는 것으로 나타났다(Creotivo, 2013). 그만큼 SNS가 우리 생활에 깊게 개입되어 인간의 욕구를 충족시키고 있다는 것이다. 또한 SNS의 연결과 소통은 개인적인 효용뿐만 아니라 사회자본 형성에도 일조하고 있다. 사용자들은 SNS를 통해 언제 어디서든 사회적 네트워크에 동참하여 정보를 교환하고 일상을 공유하며 정서적 지지를 통해 삶의 만족을 얻는 등 긍정적인 사회자본을 증진시킬 수 있게 되었다(e.g., Ellison et al., 2007; Valenzuela et al., 2009; Correa et al., 2010).

하지만 연결과 소통의 대표코드인 SNS 사용이 오히려 소통의 비수가 되어 돌아오기도 한다. 밀려드는 정보와 댓글에 대한 압박, 원하지 않는 관계와의 연결 부담, 상대적 박탈감 등 부정적인 감정을 호소하는 사용자가 많아지면서 SNS 역풍을 예고하고 있다. ‘SNS와 헤어지는 사람들’, ‘안하는 게 속 편해’와 같은 언론보도(세계일보, 2012)는 그 심각성을 짐작하게 한다. 일반적으로 구매행동 및 서비스 이용 시 개인이 느끼는 부정적인 감정은 불평행동, 전환행동을 초

래하며(Inman & Zeelenberg, 2002; Zeelenberg & Peters, 2004), 서비스 실패와도 직접적인 연관성이 높다(Dolen et al., 2001). 즉, SNS 사용과정에서 발생하는 부정적 감정으로 인하여 서비스 이탈 및 전환, 중단으로 이어질 수 있다는 것이다.

그러나 SNS 사용의 부정적인 감정의 실체는 무엇이며, 왜 발생하는지, 이러한 질문에 명확한 답을 제시할 만한 학술적 논의는 찾아보기 힘들다. SNS 선행연구를 살펴보면, 대부분 긍정적인 관점으로 다양한 특성요인을 통해 사용행동을 설명하거나(e.g., 이지원 등, 2011; 이동만·박현선, 2011; 이호영 등, 2012; 권순재·고동우, 2013) 지속사용의도를 예측하고 있다(e.g., 최상민 등, 2012; 박경자 등, 2013; 마은정 등, 2013). 그리고 부정적인 측면에서는 SNS스트레스, SNS피로감(Fatigue)과 같은 개념으로 소수의 연구가 진행되었다. 이들의 연구에서는 SNS스트레스로 인한 소셜미디어 전환행동을 설명하고 있으며(곽기영·김효준, 2011), 피로감으로 인한 부정적 태도와 사용중단 의도를 설명하고 있다(e.g., 김명수·이동주, 2012; 이호영 등, 2012). 즉, 스트레스나 피로감으로 인한 결과에 중점을 두고 있어 구체적인 스트레스 유발요인이나 심리적 피로의 근거를 제시하기에는 미흡하다. 물론 이들의 연구에서는 SNS 사용의 기능적, 기술적 어려움이나 관리부담과 같은 영향요인을 제시하고 있지만, 이러한 인지적 요인들만으로 부정적인 감정을 충분히 설명하기는 어렵다. 특히, SNS와 같은 소셜미디어 사용에 있어서 개인의 의사결정이 항상 인지적이고 논리적인 사고에 입각하여 이루어지지 않는다는 점에서 더욱 그러하다.

따라서 본 연구에서는 SNS 사용의 부정적인 감정을 설명할 만한 근거를 파악하고 이로 인한 결과를 예측함으로써 심리적 작동원리에 관한 이해를 도모하고자 한다. 이에 첫 번째 연구목적은 SNS 사용의 부정적인 감정요인들을 파악하고 개념화하는 데 있다. 그 동안 언론보도나 통계조사 결과를 통해 현상적인 공감과 표면적인 수준에서 이해되던 부정적 감정의 학술적 근거를 마련하기 위함이다. 둘째, 부정적 감정

요인들이 SNS 사용에 대한 심리적 부조화에 미치는 영향을 실증하고자 한다. 셋째, 사용자의 심리적 부조화가 SNS 사용중단의도에 미치는 영향을 검증함으로써 부정적인 감정이 부정적인 사용행동을 초래할 수 있음을 설명하고자 한다.

## II. 문헌연구

### 2.1 SNS와 SNS 사용의 부작용

SNS는 특정 시스템 내에 자신의 신상정보를 공개 또는 준공개적으로 구축하고 연계를 맺고 있는 다른 이용자들의 목록을 제시해 주며, 나아가 이런 다른 이용자들이 맺고 있는 연계망의 리스트, 그리고 그 시스템 내의 다른 사람들이 맺고 있는 연계망의 리스트를 둘러볼 수 있게 해주는 웹 기반의 서비스이다 (Boyd & Ellison, 2008). 이와 같은 개념정의에서 알 수 있듯이 SNS는 실시간 기반의 정보전달 및 공유와 관계 확장의 용이성을 주요 특성으로 한다. SNS를 통해 사용자는 의견이나 정보를 게시할 수 있고, 그 사용자와 연계를 맺고 있는 사용자들 포함해 또 다른 사용자가 그것에 대한 반응으로 또 다른 의견과 정보를 게시할 수 있다. 이러한 기능 외에도 블로그 기능이 디폴트로 주어지기도 하며 인스턴트 메시징이나 모바일 지원 기능도 포함하고 있다. 이와 같이 사용자들은 SNS를 통해 다양한 인적 네트워크를 형성하고 물리적인 거리와 시간의 격차를 넘어서 자유로운 연결이 가능해졌다. 때로는 현재 자신이 어디서 누구와 함께 무엇을 하고 있는지 사진과 동영상을 첨부하여 즉각적인 공유와 실시간 연결을 증대시킬 수 있게 된 것이다. 하지만 지나친 개인정보 노출로 인한 프라이버시 침해와 피싱공격, 그리고 신체적·심리적 피로를 호소하는 사용자가 많아지면서 SNS 사용의 부작용도 거론되고 있다.

SNS의 대표적인 부작용으로 ‘피로감(Fatigue)’ 개념을 중심으로 접근한 연구들이 있다(e.g., 김명수·이동주, 2012; 이호영 등, 2012; 김정달 등, 2013; 이현자·정동훈, 2013). 피로감에 대한 명확한 학술적 개념은

없지만, 복잡해지는 디지털 기기나 온라인 서비스 이용에 어려움을 느끼거나 온라인 정보 및 사회적 네트워크 관리에 느끼게 되는 부담감으로 이해할 수 있다 (김명수·이동주, 2012). 기본적으로 SNS는 자신의 콘텐츠를 게시하고 친구들이 올린 콘텐츠에 댓글을 달거나 멘션을 보내는 등 지속적인 피드백을 필요로 하는 행위로서 시간과 노력이 요구된다. 특히, 네트워크 내 연결된 지인이 많을수록 관련 행위횟수가 늘어나 사용자의 관리부담은 증가할 것이며 그만큼 피로의 강도도 높아질 수 있다. 업무나 과업 중에 수시로 연락이 오거나 관리하기 위해 소요되는 시간, 새로운 서비스나 미디어 기기 이용법 습득 등 사용에 따른 부담감이 커지고 있는 것이다. 이러한 피로감은 SNS 사용에 대한 부정적인 태도 및 사용중단 행위에 영향을 미치는 것으로 보고되고 있다(e.g., 김명수·이동주, 2012; 김정달 등, 2013).

SNS를 둘러싼 이슈 중에서 지속적으로 논란이 되는 것 중 하나는 프라이버시 보호 문제다. 프라이버시에 관한 논의는 신상정보와 사적인 의견교환을 근간으로 하는 SNS 속성상 불가피한 문제가 아닐 수 없다. SNS에서는 개인의 신상정보 등록 및 공개와 함께 사용자의 성별, 연령, 직업, 문화적 취향, 이데올로기, 종교 등을 선택적으로 공시할 수 있게 되어 있다. 이것은 민감한 개인적 정보들로 악용될 소지가 있다는 점에서 쟁점이 되고 있다. 일명 ‘신상털기’, ‘네티즌 수사대’ 등은 SNS에서 개인의 사생활 및 정보유출과 관련하여 생긴 신조어로 프라이버시 침해에 대한 심각성을 잘 표현하고 있다. 예를 들어, 네티즌 수사대라고 불리는 불특정 사용자들은 특정인의 개인 신상정보를 파악하기 위해 구글링(포털 사이트·구글을 이용해 검색하는 것)과 같은 여러 기술적 방법을 통해 정보를 얻어내어 온라인에 게재한다. 게재된 글은 순식간에 수많은 사람들이 읽고 퍼 나르고 가공시키는 행위가 더해져 진위와 상관없이 거의 실시간으로 확산된다. 이로써 당사자는 불특정 다수에게 집중 포화를 받게 되고, 심지어 가족이나 주변인의 신상까지 낱알이 공개되는 등 2차적인 피해를 낳게 된다

(CBS노컷뉴스, 2013). 이러한 현상은 사회적 우려를 낳고 있으며, 자신의 정보 또한 악용될 소지가 높다는 점에서 사용자는 불안감을 느끼고 있다.

SNS 부작용은 사이버 폭력으로도 나타나고 있다. 시간과 장소를 불문하고 끈질기게 따라오는 악성 댓글과 괴롭힘, 확산속도와 범주를 예측할 수 없고 영구히 삭제할 수도 없다는 점에서 치명적인 결과를 초래할 수 있다(전자신문, 2011).

이외에도 정보(Information)와 전염병(Epidemics)의 합성어로 부정확한 정보 확산으로 발생하는 각종 부작용을 일컫는 ‘인포데믹스(Infodemics)’, 정보에 대한 합리적 검토와 비판 없이 맹목적으로 수용하는 ‘디지털 포폴리즘’ 등도 SNS 부작용으로 거론되고 있다. 이상 살피본 바와 같이 SNS는 편익과 함께 부작용을 동반한다.

## 2.2 SNS 사용과 감정

우리는 일상생활 속에서 매일매일 부딪히는 상황이나 사건들에 대해 감정을 경험하게 된다. 감정이란 경험을 통해 심리적 반응이나 감정의 강도를 주관적으로 느끼는 것으로서, 정서(Affect), 느낌(Feeling), 기분(Mood) 등의 개념과 특정한 구분 없이 사용되고 있다(이학식·임지훈, 2002). 이러한 용어들의 명확한 정의와 개념은 연구자에 따라 다양하게 사용되고 있지만 개인의 태도와 행동에 영향을 미치는 중요한 요인이라는 점에서 공통된 의견을 보이고 있다(이학식·임지훈, 2002). 감정은 크게 긍정적인 감정과 부정적인 감정으로 분류할 수 있다(Oliver, 1993). 일반적으로 긍정적인 감정이 높을수록 활기차고 자신감이 넘치며 대상에 대해 긍정적인 반응을 보이며, 부정적인 감정은 걱정과 화를 내거나 불안감, 불쾌한 감정을 자주 경험하는 특성을 보인다(Chebat & Slusarczyk, 2005). 그 결과, 긍정적 감정은 만족과 재구매 행동과 같은 긍정적이고 적극적인 행동으로 이어지며, 부정적 감정은 다른 제품 및 서비스로의 이탈, 중단과 같은 전환행동을 초래한다(Inman & Zeelenberg, 2002; Zeelenberg & Peters, 2004).

이와 관련하여 SNS 사용과 감정에 관한 연구들은 대부분 심리적 안녕과 격려, 지지를 통해 사회자본의 증진과 같은 긍정적인 측면을 다루고 있다(e.g., Ellison et al., 2007; Valenzuela et al., 2009; Correa et al., 2010). 그리고 감정에 초점을 맞춘 논의가 커뮤니케이션 분야에서 소수 진행되기도 하였다. 예를 들어 김선정·김태용(2012)은 강한 긍정 또는 부정적 감정이 담긴 페이스북 콘텐츠가 사용자들의 안녕감과 우울, 열등감 등에 영향을 미칠 수 있음을 실험을 통해 실증하였다. Morris et al.(2011)은 페이스북에 업데이트 되는 내용을 분석한 결과, 콘텐츠에 표현되는 사람의 감정이 다른 사람에게 전염될 수 있다고 하였다. 이들의 연구에서는 페이스북에서 슬픈 이야기를 읽은 친구들이 며칠 동안 우울한 상태를 업데이트하는 것을 발견했으며, 반대로 기쁜 이야기에 노출되면 유사한 감정을 담은 상태를 올리는 것을 확인하였다. 이들은 감정이 전이되었다고 설명하고 있다. 이와 상반되는 견해도 있다. 페이스북 이용 빈도와 행복감에 관한 미국의 설문조사 결과에 따르면 페이스북을 오래 사용하는 사람일수록 삶에 대한 만족도가 떨어지며, 상대적 박탈감을 이유로 들고 있다(조선닷컴, 2013). 유사한 견해로 Turkle(2011)은 SNS를 통해 다른 사람의 행복한 모습을 자주 보게 되면 자신의 모습에 대하여 실망, 외로움, 부러움 등 부정적인 정서를 느낄 수 있다고 충고하였다.

이상 살피본 바와 같이 SNS 사용의 감정에 관한 연구들은 주로 긍정적 관점에서 진행되었으며, 특정 감정 상태에 초점을 맞춘 커뮤니케이션 분야의 논의가 이뤄졌다. 그리고 대부분의 연구들이 고독이나 소외감, 우울감과 같은 감정 현상에 치중하고 있다. 따라서 본 연구에서는 부정적 감정 현상을 설명할 수 있는 구체적인 감정요인들을 밝히고자 한다.

## 2.3 인지부조화로 인한 심리적 갈등

사회심리학자 Festinger(1957)의 인지부조화이론(Cognitive Dissonance Theory)은 인지요소 간의 균형, 행동과 태도의 균형으로 태도와 행동의 연계를 설명하고 있다.

인지부조화이론에서는 심리적으로 불일치한 두 개의 인지를 동시에 가지고 있을 때 긴장상태가 발생한다고 보고 이러한 긴장상태를 ‘인지부조화’라 칭하였다. 여기서 ‘인지’란 한 개인이 사물이나 사실 등의 대상에 대해 가지고 있는 정보, 태도, 신념을 말하며, ‘부조화’란 서로 관계를 맺고 있는 인지요소들의 균형이 깨져 심리적으로 불안감을 느끼는 것을 말한다. 이러한 인지 간의 관계에 대해 Freedman(1987)은 세 가지로 분류하여 설명하고 있다. 인지구조 내에 있는 요소들 간에 어떠한 의미를 갖지 못하는 무관계(Irrelevant Relationship), 하나의 인지가 다른 인지에 순응하거나 논리적으로 서로 일치하는 조화관계(Consonant Relationship), 하나의 인지가 다른 인지와 갈등을 일으켜서 논리적으로 불일치하는 부조화관계(Dissonant Relationship)이다. 특히 무관계이거나 조화관계에 있을 때에는 태도나 행동의 일관성이 유지되어 큰 갈등을 일으키지 않지만, 부조화관계가 발생하면 태도나 행동의 일관성이 없어지게 되므로 큰 갈등을 일으키게 된다고 하였다.

이와 같은 인지부조화는 몇 가지 조건에서 발생한다(이동원·박옥희, 2003). 첫째, 자발적이고 자유로운 행위의 선택이다. 태도와 관련된 행위가 상황적 압력에 의해서가 아니라 행위자 스스로의 자유로운 선택에 의하여 이루어진 경우에만 인지부조화를 경험한다는 것이다. 둘째, 행위는 돌이킬 수 없는 것이어야 한다. 행위를 변경할 수 있다면 인지부조화는 발생하지 않다고 하였다. 셋째, 행위의 결과가 예측 가능해야 한다. 즉, 자신이 선택한 행위가 바람직하지 못한 결과를 초래할 것을 알거나 예측할 수 있음에도 불구하고 그 행위를 한 경우에 부조화가 발생한다는 것이다. 인지부조화이론에 따르면 두 개의 대안 중에 하나를 선택하는 상황에서도 행동과 태도 간의 괴리로 심리적 불편감이 나타날 수 있으며, 동일대상의 장점과 단점과 같은 불일치한 신념에서도, 그리고 동일대상에 대한 태도와 행동 간의 불일치로도 발생될 수 있다고 하였다.

인지부조화에 따른 심리적 불편감은 이를 해소하

려는 동기로 작용하며, 이러한 부정적인 상태를 해결하기 위해 하나의 신념을 다른 신념과 일치시키거나 이미 발생한 행동과 일치하도록 신념을 재평가하게 된다. 즉, 불일치를 유발한 정보를 회피한다든지, 기존의 결정이나 행동에 대해 재확인하는 등 불일치로 인한 갈등을 해소하기 위해 개인의 태도와 행동을 변화를 행한다. 따라서 인지부조화이론은 개인의 태도와 행동을 이해하는 데 적합한 이론으로, 본 연구에서는 사용중단의도와 같은 부정적인 행동변화를 가져올 수 있는 심리적 기제로 적용하고자 한다.

### III. 연구모형 및 가설

#### 3.1 연구모형

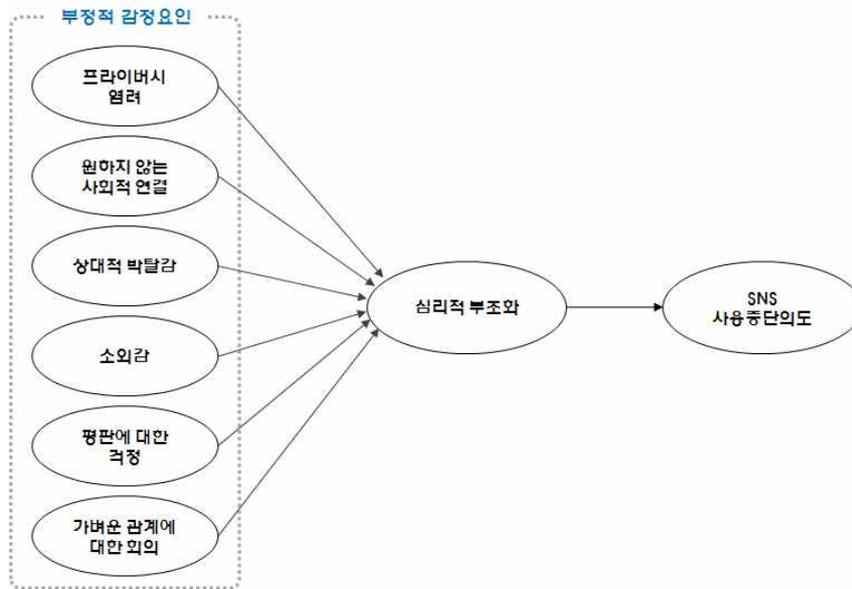
본 연구에서는 SNS 사용의 부정적 감정의 실체를 파악하고 이로 인한 부정적인 결과를 예측하고자 하였다. 먼저 SNS 사용의 부정적 감정요인으로 ‘프라이버시 염려’, ‘원하지 않는 연결의 부담’, ‘상대적 박탈감’, ‘소외감’, ‘평판에 대한 걱정’, ‘가벼운 관계에 대한 회의’ 6개 요인으로 구성하였다. 이러한 감정요인들이 SNS 사용에 대해 갈등하는 ‘심리적 부조화’에 영향을 미치고 결과적으로 사용자는 부조화를 해소하기 위해 가급적 사용을 제한할 것으로 보고 [그림 1]과 같이 구조화하였다.

#### 3.2 가설설정

SNS는 개인에게 정보공유 및 사회적 관계를 위한 혁신적이고 유용한 매개체임은 분명하지만 개방성, 실시간성과 같은 발달된 기술적 특성으로 예기치 않은 심리적 부작용을 초래하기도 한다. 본 연구에서는 이러한 부정적 감정요인이 SNS 사용에 대한 갈등을 발생시키고 심리적 불편함을 유발할 것으로 보고 있다.

구체적인 연구가설은 다음과 같다.

SNS에서는 프로파일을 통해 이름, 직업, 출생지,



(그림 1) 연구모형

취미, 관심사 등과 같은 직접적 개인속성 정보를 알 수 있고, 트윗을 할 때 글의 내용이나 이미지, 동영상 같은 콘텐츠를 통해서 간접적인 개인속성 정보와 관계를 맺고 있는 타인의 정보를 알 수 있다(이호영 등, 2012). 이처럼 SNS에서는 자기정보를 어느 정도 공개할 수밖에 없는 환경이므로 타인에 의해 무단으로 사용되거나 관리소홀로 인해 개인정보가 유출될 수 있다. 윤승욱 등(2008)은 의도하지 않게 개인정보가 유출될 수 있으며, 유출된 정보는 사라지지 않고 순식간에 확산되어 개인에게 심각한 피해를 줄 수 있다고 하였다. Featherman & Pavlou(2003)은 프라이버시 위험이 클수록 부정적인 태도도 강해진다는 것을 검증하였다. 요컨대 SNS는 관계유지와 형성을 위한 서비스로 개인정보 및 프라이버시 침해의 우려가 상대적으로 높으며 이로 인해 사용자들은 보다 높은 위험 가능성을 인지하게 된다. 따라서 프라이버시 염려는 SNS 사용에 대한 심리적 부조화에 영향을 미칠 것으로 볼 수 있으므로 다음의 가설을 설정하였다.

[가설 1] 프라이버시 염려는 SNS 사용에 관한 심리적 부조화에 영향을 미칠 것이다.

사용자들은 SNS를 통해 자신이 원하는 사람들과

관계를 유지하고 새로운 인적 네트워크를 형성할 수 있는 개방적 연결과 관계 확장을 지원해 준다(Boyd & Ellison, 2008). SNS의 개방적 연결은 전 세계 누구와도 연결될 수 있게 해주었지만, 뒤집어 생각해보면 원하지 않는 사람들과도 연결될 수 있고 교류가 이뤄질 수 있다는 가능성을 가지고 있다는 것이다. 평소에 적대적 관계에 있던 사람이 트위터에서 팔로잉 신청을 하거나 페이스북을 통하여 원하지 않는 사람에게 자신의 글이나 정보가 노출되는 경우가 이에 해당된다.

박재진 등(2013)은 원하지 않는 사람들이 자신의 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 접속이 꺼려지고 탈퇴의 충동도 느낄 수 있다고 하였으며 이를 ‘교류 거부감’이라고 표현하였다. Acquisti & Gross(2006)는 친분 관계가 없는 사람들이 자신의 개인정보를 검색하고 습득하는 등 원하지 않는 교류에 대하여 우려감을 갖고 있다고 하였다. SK커뮤니케이션즈(2011)의 SNS 이용실태조사에서도 많은 사용자들이 친하지 않는 사람의 친구신청 및 친하지 않는 사람들에게 자신의 생활이나 글이 노출될까봐 부담스러워 한다고 하였다. 이상의 논의와 같이 SNS 사용으로 원하지 않는 사람과 연결 및 연결가능성은 사용자의 심리적 부조화에

영향을 미칠 것이며 이에 다음의 가설을 설정하였다.

[가설 2] 원하지 않는 연결에 대한 부담은 SNS 사용에 관한 심리적 부조화에 영향을 미칠 것이다.

SNS상에서는 연결된 다른 사람들의 콘텐츠를 보고 감정의 변화가 생길 수 있다. 친구들의 자랑 섞인 소식이나 행복한 모습을 볼 때 자신보다 풍요롭고 다양한 경험을 하고 있는 것으로 느껴져 상대적인 박탈감을 느낄 수 있다는 것이다. 이와 관련하여 황성욱·박재진(2011)의 연구에서는 친구나 지인이 공개한 미화된 삶의 모습을 접하면서 느끼게 되는 상대적 박탈감을 소셜미디어 사용의 심리적 문제로 꼽고 있다. 대개 자신의 성공담이나 귀여운 아기 사진, 멋진 여행 등 행복한 순간을 올리기 때문이다. 그런 걸 보면 화가 나거나 외로움을 느껴 결국 행복감도 떨어지게 된다는 설명이다(조선닷컴, 2013). Turkle(2011)은 SNS를 통해 다른 사람의 행복한 모습을 자주 보면 자신의 모습에 대한 실망, 외로움, 부러움 등의 부정적인 정서를 느낄 수 있다고 하였다.

이러한 현상은 같은 집단 내 역동을 설명하는 기제로 사용되고 있는 사회비교이론(Social Comparison Theory)을 통해 이해할 수 있다(Festinger, 1954). 사회비교이론에 따르면 일반적으로 사람들은 자신의 능력과 의견을 타인과 비교하려는 동기를 가지고 있으며 다른 사람과의 비교를 통해 자신을 평가한다는 것이다. 이러한 비교평가는 자신의 능력과 상태를 확인할 뿐만 아니라 정서와 자존심에 영향을 미칠 수 있으며(Taylor & Shelley, 1993), 이로 인해 자신에 대한 평가가 낮아지거나 열등감이 생길 수도 있다(Wheeler et al., 1997). 특히 자신보다 우월한 대상과의 상향비교는 자신을 낮게 지각하게 되는 부정적인 영향을 끼칠 수 있다고 하였다. 따라서 상대적 박탈감은 SNS 사용에 대한 갈등을 야기하는 심리적 부조화에 영향을 미칠 것으로 예측되어 다음의 가설을 설정하였다.

[가설 3] 상대적 박탈감은 SNS 사용에 관한 심리적 부조화에 영향을 미칠 것이다.

연결과 소통에 있어 시·공간의 제약이 없는 SNS의 특성으로 사용자의 실시간 소외감은 더욱 증가될 수 있다. SNS는 자신의 일상과 의견, 생각 등을 표현하고 연결된 지인들과 상호작용하는 공간이다. 사용자는 축하받을 만한 일이나 기념일, 여행지의 가장 멋진 장면, 우울한 느낌을 표현하는 눈물모양의 이모티콘 등 자신을 잘 표현할 수 있는 감성을 자극하는 글과 사진을 올린다. 이러한 자기표현에 관한 마은정 등(2013)의 연구에 따르면, 다른 사용자들과 교류하며 소속감을 인지하고 싶은 감정에서 SNS에서 자기표현 행위를 한다는 것이다. 김선정·김태용(2012)도 이러한 자기표현의 이면에는 다른 사람들의 관심과 반응을 기다리는 것을 포함한다고 하였다. 마치 자신이 상대방 입장에 서서 자신이 올린 글이나 사진을 모니터링 하면서 자신이 갈구하는 예정된 반응을 기다린다는 것이다. 박성복(2007)은 커뮤니티와 같은 온라인 관계에서 유대감이 손상되거나 서로의 욕구를 만족시키지 못하게 되면 불안 또는 상실감에 의해 불안정 심리상태에 빠지고 관계형성에 문제가 발생한다고 하였다. 따라서 자신의 기대에 비해 관심이 적거나 반응이 늦어질 경우 소외당한 느낌을 받을 수 있다는 것이다. 이와 같은 소외감은 심리적 부조화에 영향을 미칠 것으로 예측되어 다음의 가설을 설정하였다.

[가설 4] 소외감은 SNS 사용에 관한 심리적 부조화에 영향을 미칠 것이다.

평판(Reputation)이란 다른 사람들에 의해 형성되는 평가를 의미하는 것으로 상대적인 차별성을 갖는다. 다시 말해, 평판이란 이해관계자 사이의 이성적이면서 감성적인 관계를 의미한다(Rindova & Fombrun, 1998). 관계기반의 서비스인 SNS에서 다른 사람들의 평판을 의식하는 것은 자연스러운 일이라 할 수 있다. 실시간에 가까운 SNS의 확산속도로 인해 자칫 솔직한 감정을 여과 없이 그대로 표현했다가는 곤욕을 치를 수 있기 때문이다. 그래서 가능하다면 타인의 시선을 의식하며 긍정적인 인상을 주어 좋은 평판을 유지하려고 한다. 이러한 과정에서 자신의 기분과 상

관없이 가식적인 표현 등으로 긍정적인 감정을 표출해야 하는 정서적 인상관리(Affective Impression Management) (Kelly & Barsade, 2001)는 사용자의 심리적 불편을 더욱 증가시킬 수 있다.

황성욱·박재진(2011)은 자신이 쓴 글이나 정보들이 의도하지 않은 많은 사람들에게 노출될 수 있기 때문에 가식적이고, 자극적이며, 부풀려지거나, 아부성 있는 표현들을 하게 된다고 하면서 이를 ‘가식적 표현 충동’이라고 명명하였다. 이러한 현상에 대해 이현지와 정동훈(2013)은 ‘평판 근심’이라고 표현하며, SNS의 많은 사용자들이 타인을 의식해 가식적이고 과장된 게시물을 올려야 된다는 것에 압박감을 가지고 있다고 하였다. ‘소셜미디어 거짓말 빈도’에 관한 조사 결과에서는 약 25%가 한 달에 1~3회 자신의 삶에 대해 과장하거나 거짓말을 한다고 응답했으며, 지인에게 남다른 좋은 인상을 주고 싶어서라고 답했다(국민일보, 2012). 이상에서 살펴본 바와 같이 SNS에서의 평판에 대한 걱정은 심리적 불균형에 영향을 미칠 것으로 예측되어 다음과 같은 가설을 도출하였다.

[가설 5] 평판에 대한 걱정은 SNS 사용에 관한 심리적 부조화에 영향을 미칠 것이다.

미국의 한 햄버거 회사에서 SNS 친구 10명을 삭제하면 햄버거 하나를 공짜로 주겠다는 이색적인 이벤트를 벌였다. 그 결과 놀랍게도 10일 만에 무려 23만 명의 친구가 삭제되었다. 이 내용은 SNS의 친구에 관한 EBS 프로그램에서 보도된 내용의 일부이다(EBS 다큐프라임, 2012). 이 프로그램은 SNS의 친구와 햄버거가 비슷한 가치를 지닌 존재라는 것과 햄버거를 먹는 것만큼 친구 끊기가 쉽다는 것을 보여주고 있다. 이처럼 SNS에서는 원하는 사람과의 연결 및 삭제가 클릭 한번으로 가능하다. 그만큼 관계의 소중함과 깊이를 느끼지 못한다는 것이다. SNS인 페이스북 사용의 심리적 문제를 조사한 황성욱·박재진(2011)의 연구결과를 보면 가벼운 인간관계에 대한 회의감이 1

위로 나타났다. 페이스북 사용의 심리적 문제점에 관한 박재진 등(2013)의 연구에서는 진정한 친구의 의미가 퇴색되고 관계자체가 가벼우며 진정한 교류를 원하는 친구들과의 소통에 방해가 될 수 있음을 지적하였다. 따라서 SNS에서의 관계의 가벼움은 사용자의 심리적 갈등을 발생시킬 수 있으므로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 6] 가벼운 관계에 대한 회의는 SNS 사용에 관한 심리적 부조화에 영향을 미칠 것이다.

심리적으로 불일치한 두 개의 인지를 동시에 가지고 있을 때 발생하는 긴장상태를 인지부조화라고 한다(Festinger, 1957). 부조화관계가 발생하면 태도나 행동의 일관성이 없어지게 되고(Freedman, 1987) 이를 해소하려는 동기로 작용하게 된다(Elliot & Devine, 1994). 즉, 부조화를 경험하게 된 사용자들은 조화로운 상태를 유지하기 위해 자신의 신념이나 행동을 바꾸게 된다는 것이다. 그리고 그 변화의 양상은 사용자에 따라 다양하게 나타날 수 있다.

본 연구에서는 SNS 사용으로 인한 부조화가 사용중단의도에 영향을 미칠 것으로 보고 있다. SNS 사용에서 발생한 부정적인 감정의 문제해결을 위해 적극적인 변화를 꾀할 수도 있으나, 이러한 부정적 감정발생의 근원이라 할 수 있는 프로필 공개 및 개방적 연결, 확장성은 SNS의 기본적인 특성으로 사용자가 변화시키기 어렵기 때문이다. 또한 SNS 사용에 있어서 인간관계나 사회적 관계가 차지하는 중요성을 감안하면(e.g., 광기영·김효준, 2011; 이호영 등, 2012; 마은정 등, 2013) 극단적인 변화보다는 점차적으로 SNS 사용을 줄이며 사용중단의도가 강화될 것으로 예상된다. 이에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 7] 심리적 부조화는 SNS 사용중단의도에 영향을 미칠 것이다.

[표 1] 연구변수의 조작적 정의와 측정항목

연구변수	조작적 정의 및 측정항목	관련연구
프라이버시 염려	SNS를 통해 개인정보, 사생활 침해 등 프라이버시 침해에 대한 걱정 · 개인정보 유출 지나친 사생활 노출에 대한 걱정 · 개인정보 오남용에 대한 염려 · 프라이버시 침해에 대한 걱정	Featherman & Pavlou(2003)
원하지 않는 연결의 부담	SNS를 통해 원하지 않는 사람들과의 사회적 교류 및 연결의 부담감 · 원하지 않는 사람이 글이나 사진을 보는 것에 대한 부담 · 원하지 않는 사람들과 교류가 이루어질 있어 조심스러움 · 원하지 않는 사람들 때문에 글, 사진 등의 게시가 자유롭지 않음	박재진 등(2013) Qian & Scott (2007)
상대적 박탈감	SNS 친구들이 자신보다 다양하고 풍요로운 삶을 살고 있다는 상대적인 느낌 · 나보다 풍요로운 삶을 사는 것 같음 · 다양한 관계 속에서 살고 있는 것 같음 · 나보다 다양한 경험을 하며 재미있게 사는 것 같음	황성욱·박재진 (2011)
소외감	SNS상에서 소외당하고 있다고 느끼는 외로움과 서운함 · 자신의 페이지에 글을 남기지 않으면 서운하게 느껴짐 · SNS상에서 다른 사람들에게 누락당할 수 있다는 생각을 함 · 자신이 원하는 만큼의 관심과 반응을 보이지 않음	김선정·김태용 (2012) 박재진 등(2013)
평판에 대한 걱정	다른 사람들의 평판을 의식하여 가식적인 표현을 하게 되는 충동 · 많은 사람이 볼 수 있으므로 실제와 다르게 표현하고 싶은 충동 · 현실에 비해 조금은 과장되고 가식적인 표현을 하게 됨 · 인상관리를 위해 긍정적으로 타인을 의식하는 표현을 함	Kelly & Barsade (2001) 이현지·정동훈 (2013)
가벼운 관계에 대한 회의	SNS상의 관계가 형식적이고 가볍다는 생각에 드는 회의감 · SNS의 친구는 많지만 깊은 관계의 친구는 없다고 느껴짐 · SNS에서는 진정한 친구의 의미가 퇴색되는 것 같음 · SNS에서의 관계가 표면적이고 형식적이라고 느낌	황성욱·박재진 (2011) 박재진 등(2013)
심리적 부조화	SNS 사용의 장단점 등으로 사용에 대해 갈등하고 있는 심리적 상태 · SNS사용은 이전에 기대했던 것과 다름 · SNS를 사용하는 일이 심리적으로 불편함 · 사용하지 않은 것이 더 좋을 것 같다는 생각을 함	Festinger(1957) Elliot & Devine (1994)
SNS 사용중단의도	사용을 줄이며 가급적 제한하는 약한 의미의 사용중단의도 · 가능하면 덜 사용하려고 함 · 예전에 비해 사용이 줄어들 · 꼭 필요한 경우에만 사용하려고 함	Rogers(2003)

### 3.3 변수의 조작적 정의 및 측정항목

본 연구에서 사용한 변수들은 기존 관련문헌에서 신뢰성과 타당성이 입증된 지표들을 종합하여 SNS 환경에 적합하도록 수정·보완하였다. 특히, SNS 사용과 관련된 부정적 감정요인에 관한 구체적인 문항을 개발하기 위해 관련연구 등의 문헌고찰을 수행하였으나, 실증적으로 다루고 있는 선행연구가 매우 부족하여 20명의 대학생을 대상으로 심층 인터뷰와 심리학 전문가 리뷰를 거쳐 총 24문항을 본 설문에 사용하였다. 연구변수들에 대한 조작적 정의와 측정항목은 [표 1]과 같다.

## IV. 실증분석

### 4.1 자료수집 및 분석방법

본 설문은 2013년 11월 18일부터 12월 6일까지 약 3주간에 걸쳐 광주, 전남, 전북 소재 4개 대학의 재학생 중 SNS 사용자를 대상으로 실시하였다. 총 198명이 조사에 참여하였으며 불성실하게 응답한 30명을 제외한 168명의 응답을 분석에 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS 18.0과 LISREL 8.54를 이용하여 분석하였다. 응답자 인구통계학적 특성과 SNS 사용에 관한 내용은 [표 2]와 같다.

[표 2] 응답자의 특성

구분		빈도	비율(%)	구분		빈도	비율(%)
성별	남성	88	52.4	자주 이용하는 SNS	페이스북	127	75.6
	여성	80	47.6		트위터	4	2.4
	계	168	100		카카오스토리	21	12.5
연령	10대	3	1.8		마이스페이스	1	0.6
	20대	135	80.4		기타	15	8.9
	30대	15	8.9		계	168	100
	40대	15	8.9		주된 사용기기	유선 인터넷	8
	기타	-	-	무선 인터넷		4	2.4
	계	168	100	모바일인터넷		154	91.7
가입한 SNS 수	1개	39	23.2	PDA, PMP		1	0.6
	2개	64	38.1	기타		1	0.6
	3개 이상	65	38.7	계	168	100	
	계	168	100				
구분	평균		응답 수	구분		평균	응답 수
이용기간	24개월		168	1일 이용시간		약 77분	168

[표 3] 측정모형의 확인적 요인분석 결과

잠재변수	측정변수	표준화추정치	t-값	SMC	개념신뢰도	평균분산추출값	Cronbach's
프라이버시 염려	PC1	0.70	10.37	0.49	0.869	0.691	0.862
	PC2	0.92	-	0.84			
	PC3	0.86	13.30	0.74			
원하지 않는 연결의 부담	UWC1	0.86	-	0.74	0.868	0.688	0.867
	UWC2	0.81	11.59	0.65			
	UWC3	0.82	11.78	0.67			
상대적 박탈감	RD1	0.86	14.73	0.74	0.905	0.761	0.904
	RD2	0.91	-	0.82			
	RD3	0.85	14.37	0.72			
소외감	LN1	0.78	11.78	0.60	0.885	0.720	0.879
	LN2	0.90	13.91	0.81			
	LN3	0.86	-	0.75			
평판에 대한 걱정	CR1	0.89	-	0.79	0.866	0.685	0.861
	CR2	0.85	12.59	0.71			
	CR3	0.74	10.81	0.55			
가벼운 관계에 대한 회의	RS1	0.81	11.27	0.65	0.854	0.662	0.846
	RS2	0.74	10.29	0.55			
	RS3	0.89	-	0.78			
심리적 부조화	PD1	0.63	7.56	0.39	0.750	0.501	0.741
	PD2	0.75	-	0.57			
	PD3	0.74	8.88	0.54			
SNS 사용중단의도	UR1	0.83	13.64	0.68	0.890	0.730	0.888
	UR2	0.82	13.61	0.68			
	UR3	0.91	-	0.83			

4.2 측정모형의 검증

측정모형의 검증에 앞서 부정적 감정요인에 대한 신뢰도와 타당도를 알아보기 위해 탐색적 요인분석을

실시하였다. 탐색적 요인분석 결과, 요인적재값이 0.6 이상으로 나타나 높은 집중타당성(Convergent Validity) 을 보였다(Hair et al., 1998). 또한 각 요인을 구성하는

항목들 간의 내적일관성(Internal Consistency)을 나타내는 Cronbach's  $\alpha$  값이 모두 0.7이상으로 나타나 측정도구로서의 높은 신뢰성을 갖춘 것으로 판단되었다. Nunnally(1978)에 따르면 탐색적 연구 분야에서는 Cronbach's  $\alpha$  계수가 0.6이상, 기초연구 분야에서는 0.8이상, 응용연구 분야에서는 0.9이상이 되면 적절한 수준이라고 본다.

다음으로 변수들 간의 집중타당성을 확보하고 경로분석을 수행하기 위한 확인적 요인분석을 실시하였다. 측정모형의 부합도는  $\chi^2=303.70$ (자유도 = 224),  $\chi^2/df=1.36$ 으로 기준치인 3.0이하이며, RMSEA=0.046로 0.08이하이고 GFI=0.87, AGFI=0.82, NFI=0.92, NNFI=0.97, CFI=0.97로 전반적으로 만족스러운 결과가 나타나 분석에 이용하는데 무리가 없는 것으로 판단된다. 또한 확인적 요인분석을 통해 측정모형 내 요인들의 신뢰성을 평가하기 위한 개념신뢰도(Construct Reliability)와 평균분산추출값(AVE)도 수용기준인 0.7, 0.5이상으로 나타나 전반적으로 구성개념들이 타당하고 신뢰할 만한 것으로 확인되었다. 측정모형의 확인적 요인분석결과는 [표 3]에, 구성개념 간 상관관계와 판별타당성 분석결과는 [표 4]에 제시하였다.

### 4.3 구조모형의 검증

전체적인 구조모형을 기반으로 가설검증을 실시한 결과, 적합도 지수는  $\chi^2 = 308.86$ (자유도=230),  $\chi^2 / df = 1.34$ , RMSEA = 0.045, GFI = 0.87, AGFI = 0.83, NFI =

0.92, NNFI = 0.97, CFI = 0.97로 나타나 전반적인 구조모형의 적합도 지수는 양호한 것으로 판단되었다. 요인 간 경로를 살펴보면, SNS 사용에 대한 심리적 부조화의 영향요인은 프라이버시 염려( $\beta=0.20$ ,  $p<0.05$ ), 원하지 않는 연결에 대한 부담( $\beta=0.33$ ,  $p<0.01$ ), 평판에 대한 걱정( $\beta=0.21$ ,  $p<0.05$ ), 가벼운 관계에 대한 회의( $\beta=0.21$ ,  $p<0.05$ )로 나타났다. 요컨대 SNS에서 원하지 않는 사람들과 연결되거나 교류될 수 있다는 걱정이 심리적 부조화의 주요한 동인이며, 심리적 부조화는 사용중단의 영향요인( $\beta=0.74$ ,  $p<0.01$ )으로 확인되었다. 본 연구에서 설정한 연구모형의 경로도해(path diagram)는 [그림 2]에, 가설검증 결과는 [표 5]에 제시하였으며, 결과에 대한 해석과 시사점은 결론 부분에 덧붙였다.

## V. 결론 및 시사점

### 5.1 연구결과 및 시사점

본 연구는 SNS 사용의 부정적 감정의 실체를 파악하고 심리적 부조화가 사용중단의도에 미치는 영향을 실증함으로써 'SNS 사용중단행동의 작동원리'를 이해하는 데 기초를 제공하고자 하였다.

주요결과를 보면 먼저 SNS 사용의 부정적 감정요인으로는 '프라이버시 염려', '원하지 않는 연결에 대한 부담', '상대적 박탈감', '소외감', '평판에 대한 걱정', '가벼운 관계에 대한 회의'를 들 수 있다. 이 중 상대적 박탈감과 소외감을 제외한 나머지 요인들은

[표 4] 구성개념 간 상관관계와 판별타당성 분석

	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)
(A) 프라이버시염려	0.831							
(B) 원하지 않는 연결의 부담	0.408**	0.829						
(C) 상대적 박탈감	0.044	0.145	0.872					
(D) 소외감	0.056	0.153*	0.309**	0.848				
(E) 평판에 대한 걱정	0.090	0.049	0.108	0.486**	0.827			
(F) 가벼운 관계에 대한 회의	0.232**	0.247**	0.246**	0.259**	0.320**	0.813		
(G) 심리적 부조화	0.390**	0.409**	0.032	0.237**	0.298**	0.032	0.708	
(H) SNS 사용중단의도	0.252**	0.258**	0.042	0.117	0.174*	0.042	0.628**	0.854

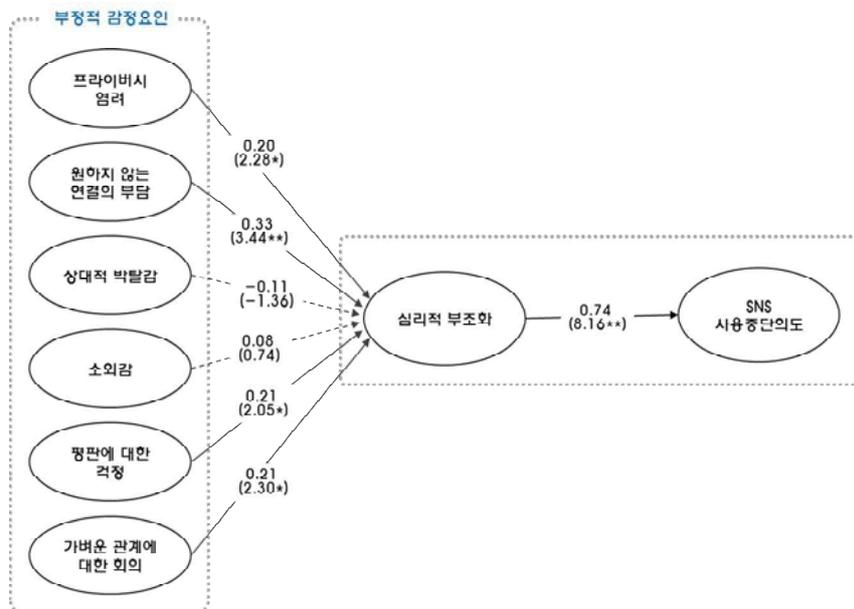
주) 대각선: 제시되어 있는 값은 AVE의 제곱근. \*:  $p<0.05$ , \*\*:  $p<0.01$

심리적 부조화의 영향요인으로 확인되었으며, 심리적 부조화는 사용중단의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 각각의 감정요인에 관한 결과가 시사하는 바는 다음과 같다.

첫 번째, 프라이버시에 대한 염려는 심리적 부조화의 영향요인으로 프라이버시 위험이 클수록 소셜미디어에 부정적 태도를 취한다는 Featherman & Pavlou(2003)의 주장과 일치하는 것으로 볼 수 있다. 즉, 사생활이 지나치게 공개되거나 개인정보가 잘못 사용될 수 있다는 우려가 SNS 사용에 대해 갈등하는 심리적 부조화에 영향을 미친다는 것이다. SNS는 개

인의 신상정보를 공개 또는 선택적으로 공개하고 다른 사용자들이 맺고 있는 연계망의 리스트를 둘러볼 수 있는 웹 기반의 서비스로(Boyd & Ellison, 2008), 개인정보가 자연스럽게 노출될 수 있는 환경을 가지고 있다. 이러한 환경에서 사용자의 프라이버시에 대한 걱정은 더욱 심화될 수 있고 이에 따른 사용갈등도 증가할 수 있다는 점을 주지할 필요가 있다.

두 번째, 원하지 않는 사람들과 연결될 수 있다는 부담은 심리적 부조화의 주요 영향요인으로 확인되었다. SNS의 특성인 개방적 연결이 오히려 사용갈등을 야기할 수 있다는 것이다. 이러한 결과는 Acquisti &



(그림 2) 연구모형의 경로도해

(표 5) 연구가설의 검정 결과

가설	구성개념 간 관계	가설 방향	경로계수		t값	결 과
			표준화	비표준화		
H1	프라이버시 염려 → 심리적 부조화	+	0.20	0.17	2.28*	채택
H2	원하지 않는 연결의 부담 → 심리적 부조화	+	0.33	0.30	3.44**	채택
H3	상대적 박탈감 → 심리적 부조화	+	-0.11	-0.09	-1.36	기각
H4	소외감 → 심리적 부조화	+	0.08	0.06	0.74	기각
H5	평판에 대한 걱정 → 심리적 부조화	+	0.21	0.17	2.05*	채택
H6	가벼운 관계에 대한 회의 → 심리적 부조화	+	0.21	0.19	2.30*	채택
H7	심리적 부조화 → SNS 사용중단의도	+	0.74	0.93	8.16**	채택

주) \*: p<0.05, \*\*: p<0.01

Gross(2006)의 연구 및 SNS 이용실태 조사결과와 같은 맥락으로, 친하지 않는 사람의 친구신청이나 원하지 않는 사람들에게 자신의 생활이나 글이 노출될 수 있다는 점에서 심리적으로 부조화를 유발시킬 수 있다는 것을 의미한다. 최근 들어 기존 SNS의 개방성과 달리 친구를 제한하고 있는 네이버의 ‘밴드’, SK커뮤니케이션즈의 ‘데이비(Daybe)’, 다음커뮤니케이션의 ‘캠프’ 등과 같은 폐쇄형 SNS가 연이어 출시되고 있는 것도 이러한 결과를 반영하고 있는 것으로 해석된다.

세 번째, 본 연구에서는 Festinger(1954)의 사회비교 이론을 토대로 상대적 박탈감과 심리적 부조화의 관계를 설정하였으나, 분석결과 상대적 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 SNS 사용경험을 통해 형성된 사용자들의 인식에서 기인한 것으로 보인다. 일반적으로 사람들은 좋은 이미지 형성을 위해 노력하는 인상관리 경향을 가지고 있으므로(Goffman, 1959), 자신이 그렇듯이 다른 사람들도 그럴 것이라고 인지할 수 있다. 예컨대 SNS를 통해 나쁜 소식이나 부정적인 모습보다는 좋은 소식이나 긍정적인 면모만을 노출시켜 인상관리를 한다고 생각하고 있으므로, 상대적인 비교나 평가가 크게 작용하지 않을 수 있다. 이러한 추론은 많은 사용자들이 미화된 행복한 모습을 주로 업데이트한다는 것과 자신의 삶에 대해 과장하거나 거짓말을 한다고 응답한 조사결과를 통해서도 알 수 있다(e.g., 조선닷컴, 2013; 국민일보, 2012).

네 번째, 소외감은 심리적 부조화에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 본 연구에서 소외감은 자신의 페이지에 글을 남기지 않거나 기대만큼의 반응이 없을 때 느끼게 되는 서운함과 관계 속에서 누락당할 수 있다는 두려움으로, 같은 지역 내 동일한 대학(원)의 학생으로 구성된 표본이라는 점에서 그 이유를 찾을 수 있다. 즉 비슷한 수업일정과 유사한 학교생활을 하고 있으므로 상대방의 반응이나 관심이 곧바로

SNS는 사용자들의 자발적인 참여와 신뢰, 수평적 커뮤니케이션을 통해 개인의 사회적 관계뿐만 아니라

이뤄지지 않더라도 이해될 수 있는 상황이라는 점에서 소외감을 느끼지 않았을 것으로 예측된다.

다섯 번째, 평판에 대한 걱정은 심리적 부조화의 영향요인으로 확인되었다. 이는 황성욱·박재진(2011), 이현지·정동훈(2013)의 연구와 일치된 결과로, 평판이 신경쓰여 솔직한 의견이나 감정을 그대로 표현할 수 없다는 점이 사용자의 갈등을 야기한다는 것을 알 수 있다. 특히 빠른 확산의 속도와 한번 생성된 정보를 지우기 어렵다는 SNS의 특성에서 기인한 것으로 볼 수 있다. 현실적으로 SNS를 비롯한 인터넷에 있는 자신의 흔적을 모두 지우기란 거의 불가능하다. 이와 관련하여 오래된 게시글을 관리해 주는 ‘디지털세탁소’가 등장하고 있으며, 이처럼 온라인에 남겨진 콘텐츠를 지워주는 휘발성 SNS, 디지털세탁소와 같은 사업이 유망할 것으로 전망되고 있다(통계청, 2014).

여섯 번째, 가벼운 관계에 대한 회의는 심리적 부조화의 영향요인으로 확인되었다. SNS는 네트워크 기반의 관계유지와 형성을 위한 인맥구축 서비스로, 마음만 먹으면 손쉽게 원하는 사람들과 친구가 될 수 있다. 그러나 계정을 해지하면 이들과는 쉽게 끊어질 수 있는 관계이기도 하다. SNS 사용실태 조사결과에 따르면, SNS가 진정한 관계형성에 도움이 되는 질문에 응답자 전체의 56.8%가 그렇지 않다고 대답했으며, 그 이유로 SNS를 통한 대화가 의례적인 경우가 많기 때문이라고 답했다(한국일보, 2013). 결과적으로 SNS의 관계 확장이라는 이점이 오히려 사용갈등을 야기할 수 있음을 알 수 있다.

일곱 번째, 심리적 부조화는 SNS 사용중단의도에 강한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 심리적으로 조화롭지 못한 사용자가 이러한 불균형 상태에서 벗어나기 위해 사용중단의도로 이어질 수 있음을 의미한다.

## 5.2 결론

SNS는 사용자들의 자발적인 참여와 신뢰, 수평적 커뮤니케이션을 통해 개인의 사회적 관계뿐만 아니라

집단지성 및 협업의 도구로 활용되며 긍정적인 사회 자본 축적에도 기여하고 있다. 따라서 이러한 기능과 가치를 향상시키고 활발한 사용을 유도하기 위해 부정적 감정요인에 대한 정밀한 진단과 성토가 필요하다. 이러한 견해에서 본 연구결과는 다음과 같은 의미를 제공하고 있다. 첫째, SNS에 관한 기존연구들이 긍정적인 측면에서 접근하고 있는 것과 다르게 사용의 부작용에 관심을 두고 접근했다는 점이다. 이러한 접근은 부정적 측면에 관한 후속연구를 양산하는 계기가 될 것으로 보고 있다. 둘째, 그동안 피상적인 수준에서 이해되던 부정적 심리현상을 실증적으로 다루고 있다는 점이다. 이 연구의 결과들은 SNS 사용의 심리적 연구에 관한 지식의 축적에 기여하고 후속연구의 기초로 활용될 수 있다. 셋째, 마케팅과 심리학 분야에서 주로 다뤄온 인지부조화이론을 정보시스템 분야에 적용하여 정보기술 사용에 대한 태도와 행동의 연계성을 설명하고 있다는 점에서 차별적이다.

실무적인 관점에서 본 연구결과는 다음과 같이 활용될 수 있다. 무엇보다 부정적인 감정요인의 부작용을 최소화하는 실질적인 노력이 필요하다는 것이다. 이를 위해 부작용에 대한 다각적인 조사와 심층연구를 통해 그 원인과 현황을 정확히 파악해야 한다. SNS 사용의 심리적 문제들은 서비스 제공자나 사용자 어느 한 측면의 주도적인 행동만으로 해결방안을 모색하기는 어렵다. 여러 주체가 동시에 해결안을 진행하여 진정한 소셜미디어로 자리 잡을 수 있도록 해야 할 것이다. 특히 개개인이 느끼는 주관적인 요소들에 대해서는 어쩔 수 없다 하여도, 기술적 운영에 있어서는 충분히 고민할 필요가 있다. 프라이버시 침해나 원하지 않는 사람과의 연결의 경우, 제3자에 대한 개인정보 공개설정 및 범위에 대한 통제권을 부여하는 방안을 제시할 수 있다. 정보 주체가 자신의 정보를 통제하여 원하는 대상에게만 제공할 수 있도록 제한함으로써 심리적 저항은 줄일 수 있을 것이다. 또한 기술적인 관점에서는 비정상적인 접근을 통제하는 시스템 개발 및 사용자가 환경통제를 강화시킬 수 있는 방법을 강구해야 한다.

이상의 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 점에서 자유로울 수 없다. 첫째, 광주·전남·전북 지역의 대학(원)생과 20~30대 직장인을 대상으로 하고 있어 연구결과를 일반화하는 데 무리가 따른다. 후속 연구에서는 이를 반영하여 외적타당성을 확보할 필요가 있다. 둘째, 개인의 감정 성향이나 성격특성을 고려하지 않았다는 점이다. 개인이 가지고 있는 긍정적/부정적 경향이나 성격적인 특성에 따라 부정적인 감정요인과 이로 인한 결과가 다르게 나타날 수 있으므로, 향후 이를 반영한 정교한 논의가 이어져야 할 것이다. 셋째, SNS 유형이나 사용자의 이용동기 등 좀 더 세분화된 접근으로 풍부한 논의와 해석이 가능할 것으로 사료된다.

## 참 고 문 헌

### [국내 문헌]

- [1] 광기영, 김효준 (2011), 소셜네트워크스트레스가 소셜미디어 전환의도에 미치는 영향, 한국산업경영학회 발표논문집, 83-114.
- [2] 권순재, 고동우 (2013), 소셜네트워크서비스에서 재미진화모형, 지식경영연구, 제 14권, 제 4호, 151-176.
- [3] 김정달, 김현주, 배영 (2013), 소셜네트워크서비스(SNS)의 피로감 요인에 관한 연구, 정보와 사회, 제 26권, 102-129.
- [4] 김명수, 이동주 (2012), 소셜네트워크서비스 이용에 있어서의 디지털 피로감과 플로우의 역할, e-비즈니스 연구, 제 13권, 제 1호, 67-87.
- [5] 김선정, 김태용 (2012), SNS 콘텐츠의 감성이 사용자의 감정상태에 미치는 영향: 페이스북 뉴스피드를 중심으로, 사이버커뮤니케이션학보, 제 29권, 제 1호, 5-46.
- [6] 마은정, 한상연, 배성주 (2013), SNS상에서의 자기표현행위가 오프라인 대인관계 및 지속사용 의도에 미치는 영향 분석 연구, 지식경영연구, 제 14권, 제 2호, 25-48.

- [7] 박경자, 유일, 김재전 (2013), SNS 지속사용에 관한 연구: 사용자의 SNS 리터러시 조절효과를 중심으로, 정보시스템연구, 제 22권, 제 1호, 65-87.
- [8] 박성복 (2007), 온라인 대인관계의 정서적 애착 형성에 관한 연구: 온라인 커뮤니티의 번개모임의 영향력을 중심으로, 한국언론학보, 제 51권, 제 3호, 407-429.
- [9] 박재진, 황성욱, 박홍원 (2013), 페이스북 커뮤니케이션에서 나타나는 부정적 영향, 사회과학연구, 제 39권, 제 2호, 93-109.
- [10] 윤승욱, 박원준, 김인경 (2008), 휴대전화 이용자와 인터넷 이용자의 개인정보 유출에 따른 위험성 인지에 관한 연구, 커뮤니케이션학연구, 제 16권, 제 3호, 105-130.
- [11] 이동만, 박현선 (2011), 소셜미디어에서 개인의 심리 및 사회적 동기요인이 정보공유의도에 미치는 영향, 인터넷전자상거래연구, 제 11권, 제 2호, 1-21.
- [12] 이동원, 박옥희 (2003), “사회심리학”, 학지사, 191-192.
- [13] 이지원, 강인원, 정성운 (2011), SNS상의 콘텐츠 품질이 사용자의 수용 태도와 구전 활동에 미치는 영향, 지식경영연구, 제 12권, 제 5호, 1-27.
- [14] 이학식, 임지훈 (2002), 소비관련 감정, 만족, 그리고 제품 태도간의 구조적 관계, 경영학연구, 제 30권, 제 4호, 1115-1142.
- [15] 이현지, 정동훈 (2013), 트위터와 페이스북의 이용중단의도에 관한 연구, 한국언론학보, 제 57권, 제 4호, 269-293.
- [16] 이호영, 김희연, 오주현, 배 영 (2012), SNS와 온라인 커뮤니티의 사회관계형성 메커니즘 비교, 정보통신정책연구원 기본연구, 12-22.
- [17] 최상민, 강성배, 문태수 (2012), 소셜네트워크 서비스(SNS)의 인지된 즐거움과 지속적 사용 의도에 관한 실증연구, 인터넷전자상거래연구, 제 12권, 제 3호, 295-112.
- [18] 황성욱, 박재진 (2011), 페이스북, 무엇이 문제인가?-심리적 문제점 요인 분석, 광고연구, 제 91권, 68-95.

[국외 문헌]

- [1] Acquisti, A., and Gross, R. (2006), Imagined communities: awareness, information sharing and privacy protection on the Facebook, *Proceedings of the 6th Workshop on Privacy Enhancing Technologies*, Cambridge, UK.
- [2] Boyd, D. M., and Ellison, N. B. (2008), Social network sites: Definition, history, and scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- [3] Chebat, J. C., and Slusarczyk, W. (2005), How emotions mediate the effects of perceived justice on loyalty in service recovery situations: An empirical study, *Journal of Business Research*, 58(5), 664-673.
- [4] Correa, T., Hinsley, A. W., and Zuniga, H. G. (2010), Who Interacts on the Web?: The Intersection of Users' Personality and Social Media Use, *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253.
- [5] Dolen, W. V., Lemmink, J., Mattsson, J., and Rhoen, I. (2001), Affective consumer responses in service encounters: The emotional content in narratives of critical incidents, *Journal of Economic Psychology*, 22, 359-376.
- [6] Elliot, A. J., and Devine, P. G. (1994), On the motivational nature of cognitive dissonance: Dissonance as psychological discomfort, *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 382-394.

- [7] Ellison, N. B., Steinfield, C., and 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, 1143-1168.
- [8] Featherman, M., and Pavlou, P. (2003), Predicting e-service adoption: A perceived risk facets perspective, *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.
- [9] Festinger, L. (1954), A theory of social comparison process, *Human Relations*, 7, 117-140.
- [10] Festinger, L. (1957), *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford California: Stanford University Press.
- [11] Freedman, J. L. (1987), *Social Psychology*, 4th ed., New Jersey, Prentice Hall.
- [12] Goffman, E. (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, NY, Garden City.
- [13] Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (1998), *Multivariate Data Analysis*, Upper Saddle River, NJ, Pearson Prentice Hall.
- [14] Inman, J. J., and Zeelenberg, M. (2002), Regret in Repeat Purchase Versus Switching Decisions: The Attenuating Role of Decision Justifiability, *Journal of Consumer Research*, 29(2), 116-128.
- [15] Kelly, J. R., and Barsade, S. G. (2001), Mood and emotions in small groups and work teams, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(1), 99-130.
- [16] Morris, M. E., Consolvo, S., Munson, S., Patrick, K., Tsai, J., and Kramer, A. D. (2011), Facebook for health: opportunities and challenges for driving behavior change, *In Proceedings of the 2011 annual conference extended abstracts on Human factors in computing systems*, 443~446.
- [17] Nunnally, J. C. (1978), *Psychometric Theory*, New York, McGraw-Hill.
- [18] Oliver, R. L. (1993), Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response, *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418-430.
- [19] Qian, H., and Scott, C. R. (2007), Anonymity and self-disclosure on weblogs, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1428-1451.
- [20] Rindova, V. P., and Fombrun, C. J. (1998), The eye of the beholder: The role of corporate reputation in defining organizational identity. *Identity in organizations: Building theory through conversations*, 62-66.
- [21] Rogers, E. M. (2003), *Diffusion of innovations*. NY, FREE PRESS.
- [22] Taylor, L. G., and Shelley, E. (1993), Effects of social comparison direction, threat, and self-esteem on affect, self-evaluation, and expected success, *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(5), 708-722.
- [23] Turkle, S. (2011), *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*, New York, Basic Books.
- [24] Valenzuela, S., Park, N. S., and Kee, K. F. (2009), Is There Social Capital in A Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(74), 875-901.
- [25] Wheeler, L., Martin, R., and Suls, J. (1997), The proxy model of social comparison for self-assessment of ability, *Personality and*

*Social Psychology Review*, 1(1), 54-61.

- [26] Zeelenberg, M., and Peters, R. (2004), Beyond Valence in Customer Dissatisfaction: A Review and New Findings on Behavioral Responses to Regret and Disappointment in Failed Services, *Journal of Business Research*, 54(4), 445-455.

[기타]

- [1] CBS 노컷뉴스, 2013년 9월 25일자  
 [2] EBS 다큐프라임 (2012), 링크, <http://www.ebs.co.kr/replay/show?prodId=348&lectId=3106509>  
 [3] <http://www.creativo.com/blog/infographic-100-social-networking-statistics-facts-for-2013/>  
 [4] SK커뮤니케이션즈·엠브레인 (2011), 국내 소셜 네트워크서비스 이용실태  
 [5] 국민일보 (2012), <http://news.kukinews.com/article/view.asp?page=1&gCode=kmi&arcid=0007066874&cp=nv>  
 [6] 세계일보 (2012), <http://www.segye.com/content/html/2012/10/19/20121019023488.html>  
 [7] 조선닷컴 (2013), [http://news.chosun.com/site/data/html\\_dir/2013/08/17/2013081700160.html](http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2013/08/17/2013081700160.html)  
 [8] 전자신문 (2011), [http://www.etnews.com/news/detail.html?id=201107250077&mc=m\\_014\\_00004](http://www.etnews.com/news/detail.html?id=201107250077&mc=m_014_00004)  
 [9] 통계청 (2014), 통계로 찾은 2014 블루슈머 [http://kostat.go.kr/portal/korea/kor\\_nw/2/1/index.board?bmode=read&aSeq=311458](http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/2/1/index.board?bmode=read&aSeq=311458)  
 [10] 한국일보 (2013), <http://news.hankooki.com/ArticleView/ArticleView.php?url=economy/201312/h2013121715383321580.htm&ver=v002>

● 저 자 소 개 ●

---



**박 경 자 (Kyungja Park)**

전남대학교에서 경영학 석사와 박사(E-commerce전공) 학위를 취득하고, 현재 전남대학교 경영학부에서 강사로 재직 중이다. 주요관심분야는 E-commerce, 인터넷마케팅, Mobile Biz, Social Network business 등이다.



**유 일 (Il Ryu)**

현재 순천대학교 경영학과 교수로 재직 중이다. 한국외국어대학교에서 석사학위와 전남대학교에서 경영학박사(MIS 전공) 학위를 취득하였다. 주요 관심분야는 e-비즈니스, IT 전략, 정보시스템 평가, Social Network business 등이다.



**이 윤 희 (YunHee Lee)**

전남대학교에서 경영학 박사(MIS전공) 학위를 취득하고, 현재 전남대학교 경영학부에서 강사로 재직 중이다. 주요관심분야는 경영정보시스템, 인터넷마케팅, Mobile Biz, BPO 등이다.