

소셜 미디어 과부하가 사용자의 비의도적 회피 행동에 미치는 영향*

차오신** · 오세환***

<목 차>

I. 서론	IV. 연구방법
II. 이론적 배경	4.1 데이터 수집 및 표본 특성
2.1 자극-유기체-반응 프레임워크	4.2 변수의 측정
2.2 자극: 소셜 미디어 과부하	4.3 신뢰도 및 타당도 검증
2.3 반응: 비의도적 정보 회피	4.4 가설 검증
III. 연구모형 및 연구가설	V. 결론 및 시사점
	참고문헌
	<Abstract>

I. 서론

소셜 미디어는 우리 생활 깊숙이 파고들고 있으나 최근 성장세는 다소 정체된 상황이다. 초기 소셜 미디어는 전 세계인과 소통할 수 있는 획기적인 공간으로 주목받았지만 근래 들어 사용자들은 너무나 많은 소셜 미디어 플랫폼으로 인해 피로를 느끼고 있다. 퓨 리서치 센터의 조사에 따르면 페이스북의 주요 사용자층인 청소년 이용률은 2014~2015년의 71%에서 2022년의 32%로 떨어졌으며, 청소년들은 소셜 미디어에서 본 내용이 당황스럽거나 자신의 삶을

더 나쁘게 느끼게 한다고 응답하였다(Emily and Risa, 2023). 친구에 대한 과도한 정보와 무관한 정보, 잦은 시스템 업데이트가 이용자들의 피로감을 유발하면서 이용자들은 소셜 미디어 플랫폼 사용을 잠시 중단하고 자발적으로 떠나기도 하며(Lee et al., 2013), 소셜 미디어 앱을 스마트폰에서 삭제하기도 한다(Andrew, 2018).

시간, 에너지의 제약 또는 개인적인 관심으로 인해 소셜 미디어의 특정 메시지를 무시하거나 기술적 수단을 통해 특정 친구를 피하는 등의 행동도 점점 더 일반화되고 있다. 소셜 미디어는 현실사회의 인간관계를 넓히는데 도움

* 이 논문은 2023 경영정보관련 춘계통합학술대회에서 발표한 논문을 수정 및 보완한 연구임.

** 경북대학교 경영학부 박사과정, kyoshin@knu.ac.kr(주저자)

*** 경북대학교 경영학부 부교수, sehwan@knu.ac.kr(교신저자)

을 줄 수 있지만 태생적으로 디지털 세계에 깊숙이 파고든 신세대는 소셜 미디어를 활용한 사회적 관계 확장에 별 관심이 없고 귀찮은 일이라고 생각할 수도 있다. 이들이 소셜 미디어를 사용하는 목적은 관계보다 자신의 취향에 집중한다는 것이다(김경탁, 2023). 소셜 미디어 플랫폼에서의 체류시간을 늘리기 위해 개개인의 취향을 반영하는 문제는 소셜 미디어 플랫폼 공통의 관심사이다. 소셜 미디어 서비스 제공업체들은 이용자를 붙잡기 위해 다양한 기능과 서비스를 개발하려 하지만 쉽지 않은 상황이다.

이에 많은 선행연구들은 사용자의 소셜 미디어 중단 의도에 관심을 갖고 주로 소셜 미디어 사용의 의도적인 회피 또는 선택적 회피를 중심으로 연구를 수행하였다(Dai et al., 2020; Guo et al., 2020; Howell and Shepperd, 2016; Hua and Howell, 2022; Savage, 2020; Soroya et al., 2021; Sweeny et al., 2010). 소셜 미디어 과부하 상황에서 사용자들의 의도적인 회피와 비의도적인 회피 사이에는 차이가 있음에도 불구하고(Skovsgaard and Andersen, 2020) 소셜 미디어 사용자들의 비의도적 회피에 대한 실증 연구는 제한적인 상황이다. 본 연구는 소셜 미디어 플랫폼에서의 과부하 특성인 정보 과부하, 소셜 과부하 및 시스템 기능 과부하가 사용자의 비의도적 회피 행동 측면에 미치는 영향을 연구하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 자극-유기체-반응 프레임워크

자극-유기체-반응(stimulus-organism-response, SOR) 모델은 환경의 모든 측면이 자극을 발생시키고 유기체의 부정적이거나 긍정적인 반응을 유발할 수 있다고 믿는 환경 심리학에서 파생되었다 (Mehrabian and Russell, 1974). 자극은 개인을 둘러싼 환경의 자극을 의미하며, 유기체는 감정과 생각을 포함하여 개인의 내부에서 발생하며, 반응은 의식적 또는 무의식적 접근 또는 회피, 구매 또는 사용 중단 등 다양한 형태로 나타날 수 있다(Jiang et al., 2010; Hu et al., 2016; Mehrabian and Russell, 1974).

SOR 모델은 소셜 미디어에 관한 연구에서 널리 사용되고 있다. Hu et al. (2016)은 SOR 모델에 따라, 자극은 소셜 쇼핑 사이트의 특징과 기타 소비자의 특징으로, 유기체는 체험형 쇼핑의 가치로, 반응은 사용자의 구매 의도로 설정하고 소셜 쇼핑몰의 동반자 특징 및 기술적 특징이 소비자의 구매 의도에 미치는 영향을 밝혔다. Fu et al. (2018)은 소셜 미디어 맥락에서 SOR 모델을 기반으로 소셜 커뮤니티 구성원 간의 유사성이 온라인 영화 티켓 구매 의도를 높일 수 있는지를 연구하였다. 연구자들은 유사성을 자극으로, 지각된 유용성 및 신뢰는 유기체로, 온라인으로 영화 티켓을 구매하려는 의도는 반응으로 설정한 바 있다. Kamboj et al. (2018)은 SOR 모델을 기반으로 SNS(Social Network Services)의 참여 동기를 자극(S)으로 설정하고 고객의 소셜 미디어 브랜드 커뮤니티 참여(O)가 브랜드 신뢰, 브랜드 충성도 및 브랜드 공동 창출(R)에 영향을 미치는지를 조사하였다. 소셜 미디어 관련 SOR 모델을 활용한 주요 선행연구는 <표 1>과 같다.

<표 1> 소셜 미디어 관련 SOR 모델을 활용한 선행연구

저자	연구맥락	자극	유기체	반응
Ajina et al. (2023)	SNS	소셜 미디어 이용자들의 가짜뉴스 공유 만족감	태도	가짜뉴스 공유 의도
Cao and Sun (2018)	SNS	정보 과부하, 의사소통 과부하, 소셜 과부하	탈진, 후회	불연속적인 이용 의도
Fu et al. (2018)	Websites for movie reviews based on social communities	소셜 커뮤니티를 기반으로 한 사용자와 사용자의 유사성	사용자의 인식, 신뢰 이전	구매 의도
Hu et al. (2016)	Social shopping website	웹사이트의 특징과 기타 소비자의 품성	체험상의 쇼핑 가치	구매 의도
Kamboj et al. (2018)	SNS	SNS 참여 동기	소셜 미디어 브랜드 커뮤니티에 대한 고객 참여	브랜드 신뢰, 브랜드 충성도 및 브랜드 공동 창출
Lin et al. (2020)	WeChat	정보 과부하, 의사소통 과부하, 소셜 과부하	피로	이용 중단 의도
Liu et al. (2021)	SNS	코로나19 정보 과부하	내적 심리 과정	이용 중단 의도
Luqman et al. (2020)	Smartphone-based SNS	SNS 및 기술적 마찰 (사회적, 쾌락적, 인지적 사용)	사용자 경험	이용 중단 의도
Soroya et al. (2021)	SNS	정보추구(내부자극), 출처노출(외부자극)	정보 불안	정보 회피
Xie and Tsai (2021)	Weibo	부정적 정보 관련 사건	Weibo 사용자 경험	이용 중단 의도

2.2 자극: 소셜 미디어 과부하

조직과 개인들은 커뮤니케이션과 협업을 위해 소셜 애플리케이션에 점점 더 의존하고 있다. 소셜 미디어 플랫폼 이용 맥락에서 사용자들이 소셜 미디어의 정보량과 정보요구를 제대로 처리하지 못할 때 소셜 미디어 과부하가 발생하며 일반적으로 소셜미디어 과부하는 정보 과부하(information overload), 소셜 과부하(social overload), 시스템 기능 과부하(system feature overload) 등의 세 가지 주요 차원으로 구성된다(Whelan et al., 2020).

정보 과부하는 사용자들이 소셜 미디어에서 대량의 정보를 처리하기 어려울 때 발생하며 소셜 과부하는 이용자의 상호 작용 능력을 초

과할 때 감지된다(McCarthy and Saegert, 1978). 시스템 기능 과부하는 소셜 미디어 사용자의 기술적 기능에 대한 감지를 말하며, 소셜 미디어가 제공하는 기능이 사용자의 요구를 초과할 때 경험할 수 있다(Zheng and Ling, 2021). 소셜 미디어 사용자가 경험하는 과부하는 많은 부정적인 결과를 초래할 수 있으며 무시, 회피, 이전, 중단 등 각종 사용 행위로 이어질 수 있다(Guo et al., 2020).

선행연구에 따르면 소셜 미디어 과부하는 피로(Cao and Sun, 2018; Gao et al., 2018; Zhang et al., 2016), 만족 또는 불만족(Alam and Wagner, 2013; Koroleva et al., 2010)과 같은 개인의 감정에 영향을 미친다. Dai et al.(2020)은 정보 과부하가 피로, 우울 및 불만을 통해

소셜 미디어 사용자의 정보 회피 의도에 미치는 영향에 관해 연구했으며, Guo et al. (2020)은 정보의 무관성 및 정보 과부하가 사용자의 정보 회피 행동에 미치는 영향을 제시하였다. Lin et al. (2020)은 심리적 측면(피로) 및 행동적 측면(중단 의도)을 포함하여 소셜 미디어 과부하가 사용자에게 미치는 부정적인 영향과 이 과정에 대한 몰입 경험의 영향을 탐구했으며, Fu and Li (2022)는 사회 인지 이론을 기반으로 사용 감소 및 포기에 대한 과부하의 영향을 조사하였다.

2.3 반응: 비의도적 정보 회피

정보 회피는 사용 가능하지만 필요하지 않을 수 있는 정보에 대한 접근을 차단하거나 지연시키는 것을 목표로 하는 모든 행위를 의미하며 다양한 측면에서 연구되었다(Sweeny et al., 2010). 심리학 분야에서 Howell and Shepperd (2016)는 개인차를 전인으로 사용하여 정보를 찾거나 회피하는 행동을 조사했으며, Sweeny et al. (2010)은 개인 차이와 동기를 예측 요인으로 활용하는 정보 탐색 또는 회피 프레임워크를 제안하였다. 소셜 미디어 사용과 관련하여 Soroya et al. (2021)은 다양한 정보 출처에서 소셜 미디어 노출이 정보 과부하 및 정보 불안과 상당한 관련이 있음을 발견하였다. Dai et al. (2020)은 cognition-affect-conation(C-A-C) 프레임워크를 기반으로 감지된 정보 과부하는 소셜 미디어 사용자의 피로, 좌절감 및 불만족에 직접적인 영향을 미치며, 더 나아가 정보 회피 의도에 영향을 미친다는 것을 발견하였다. Guo et al. (2020)은 정보 회피 행위를 초래하는 원

인을 조사하기 위해 stressor-strain-outcome(S-S-O) 프레임워크를 사용하여 정보의 비상관성과 과부하가 소셜 네트워크 피로를 어떻게 유발하는가와 관련, 이러한 변수와 사용자 정보 회피 행동 사이의 관계를 조사했으며 소셜 네트워크 피로가 정보 회피 행동으로 이어질 수 있는 조건을 연구하였다.

Skovsgaard and Andersen(2020)에 따르면 정보 회피는 의도적 정보 회피와 비의도적 회피로 구분할 수 있다. 소셜 미디어 회피는 일정 기간 소셜 미디어의 낮은 사용을 의미하는데 소셜 미디어에 대한 혐오나 다른 콘텐츠에 대한 의도적 또는 비의도적 선호에 기인한다. 정보를 의도적으로 회피하는 이유는 너무 부정적이고 비관적이어서 기분을 상하게 하거나, 정보를 믿지 못하거나, 정보 과부하가 발생하여 적절히 처리할 수 없을 때이다(Skovsgaard and Andersen, 2020). Wei et al. (2021)에 따르면 사용자가 소셜 미디어 플랫폼 사용을 의도적으로 회피하는 것은 방해 방지 모드 설정, 알림 차단 등을 통해 소셜 미디어 플랫폼의 과도한 정보를 회피하는 것이다. 비의도적 정보 회피 행동은 개인의 의식적이고 적극적인 선택에 근거하지 않으며 오히려 소셜 미디어에서의 다른 내용이나 기능을 더 선호하는 개인의 상대적 선호도를 바탕으로 광범위한 소셜 미디어 환경에서의 특성 변화 결과이다(Skovsgaard and Andersen, 2020).

소셜 미디어 콘텐츠 공급이 급증함에 따라 선택도가 높아진 소셜 미디어 환경에서 사람들은 선호도에 맞는 내용을 더 쉽게 찾을 수 있게 되어 특정 내용을 비의도적으로 회피하게 된다. 따라서 소셜 미디어 과부하는 비의도적 회피

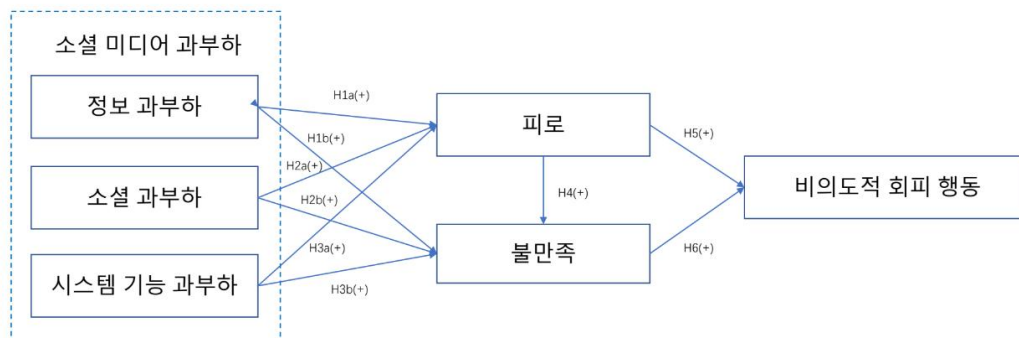
행동을 초래하게 될 수 있다. 예를 들어 정치적 관심이 낮은 사람들은 뉴스를 보는 경향이 덜하고 오락에 대한 선호도가 높은 사람들은 더 오락적인 내용으로 옮겨갈 수 있다. 소셜 미디어에서도 사람들은 관심 있는 내용만 보고, 친구들과 선택적으로 채팅하고, 자신이 사용하고 싶은 소셜 미디어 플랫폼에서 제공하는 기능만 사용하는 경향이 있는데 이들이 사람들의 직접적인 선호도를 충족시키기 쉽기 때문이다(Prior 2007; Strömbäck et al., 2013).

또한 인공지능의 급속한 발전과 함께 알고리즘은 사용자가 가장 관심을 두는 내용에 따라 개인화된 정확한 추천을 할 수 있다(Thorson and Wells, 2016). 한 명의 사용자가 유사한 내용만 본다고 가정하면 사용자가 접근할 수 있는 내용은 제한적일 수 있으며, 사용자의 선호도와 알고리즘에 의한 추천 간의 상호 강화 과정을 통해 알고리즘은 소셜 미디어 플랫폼에서 사용자의 비의도적 회피 행동으로 이어질 수 있다(Ma et al., 2020; Skovsgaard and Andersen, 2020).

III. 연구모형 및 연구가설

소셜 미디어에 관한 선행연구에서 활용된 SOR 모델을 바탕으로 본 연구에서 설정한 연구모형은 <그림 1>과 같다. 소셜 미디어 플랫폼이라는 사용자 환경에서 자극은 정보 과부하, 소셜 과부하 및 시스템 기능 과부하를 포함한 소셜 미디어의 과부하로 설정하였다. 유기체는 소셜 미디어 사용자의 피로와 불만족으로, 반응은 소셜 미디어 사용자의 비의도적 회피로 설정하였다.

소셜 미디어 플랫폼에서는 공유 기능을 통해 정보가 쉽게 전달되고 저장된다. 따라서 사용자는 소셜 미디어에서 쏟아지는 정보에 끊임없이 관심을 가져야 할 때(Guo et al., 2020; Lee et al, 2016), 원하지 않은 내용과 재미없는 내용을 계속 접할 때 피로와 불만족을 느낄 수 있다(Fu et al., 2020). Koroleva et al. (2010)는 정보 과부하로 인해 페이스북 사용자들이 통제와 불만족을 느낄 수 있다고 발견했으며, Kim and Park (2015)는 사용자가 처리 능력을 초과하는 많은 양의 정보를 수신할 때 정보 과부하로 인한 피로를 느낀 후, 불만족이 발생한다고 밝힌



<그림 1> 연구모형

바 있다(Kim and Park, 2015). 이에 따라 본 연구는 다음과 같은 가설을 제시한다.

H1a: 정보 과부하가 피로에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1b: 정보 과부하가 불만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

소셜 미디어의 특성 때문에 사용자는 어디에 있던 끊임없이 광범위하게 연결될 수 있다. 그러나 대량의 불필요한 소셜 수요와 관련된 소셜 과부하는 사용자의 심리적인 혼란을 일으킬 수 있다. 소셜 네트워킹 활동에 대한 집중적인 참여는 피로를 느낄 수 있으며, 다른 사용자들의 지원 요청과 메시지 알림에 당황하게 되고 지칠 수 있다(Cao and Sun, 2018). 과도한 소셜 미디어 활동은 사용자의 정상적인 작업 및 주의를 방해할 것이며, 이는 소셜 미디어 플랫폼에 대한 불만족을 일으킬 수 있다(Zhang et al., 2016). 이에 따라 다음과 같은 가설을 제시한다.

H2a: 소셜 과부하가 피로에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2b: 소셜 과부하가 불만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

소셜 미디어 플랫폼의 시스템 업데이트는 사용자를 어느 정도 유치하고 소셜 네트워크에서의 경험을 향상시키지만 빈번하게 업데이트되는 시스템 특성은 사용자가 소셜 미디어 환경에서 피로와 불만족을 느끼는 요인 중 하나다(Zhang et al., 2016). 업데이트된 기능과 특성이 사용자의 요구를 충족하더라도 사용자는 이러한 빈번한 변화에 적응하기 위해 시간을 소

비하고 주의를 기울여야 한다. 또한, 일부 추가된 시스템 특성은 소셜 미디어 사용의 어려움을 증가시키고 가용성을 감소시킨다. 소셜 미디어 플랫폼의 시스템 기능 과부하는 사용자의 시스템 기능 사용 요구가 처리 능력을 초과할 때 발생한다(Fu et al., 2020; Zhang et al., 2016). 따라서 사용자는 피로를 느끼고 소셜 미디어 플랫폼에 대한 불만족을 유발할 수 있다. 이에 본 연구는 다음과 같은 가설을 제시한다.

H3a: 시스템 기능 과부하가 피로에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3b: 시스템 기능 과부하가 불만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

소셜 미디어의 피로는 스트레스, 탈진 및 의사소통에 관심이 없는 등 소셜 미디어 활동에 대한 일련의 부정적인 감정을 반영하는 것을 의미한다(Zhang et al., 2016; Zheng and Ling, 2021). 불만족은 좌절감, 쓸쓸함 및 피로와 같은 부정적인 감정을 경험할 때 기대는 최소화될 것으로 예상되며 부정적인 행동 의도에 영향을 미칠 것이다(Zhang et al., 2016). 선행연구에 따르면 피로는 불만족(Zhang et al., 2016), 소셜 미디어 활동 감소 및 중단(손달호, 김경숙, 2016; Fu et al., 2020), 정보 회피 행위(Dai et al., 2020; Guo et al., 2020) 등을 초래할 수 있다(장은진, 김정균, 2021). 마찬가지로, 사용자가 정보 과부하를 감지하여 소셜 미디어에 만족하지 못하는 경우 회피 경향을 주도할 수 있다(Zhang et al., 2016). 따라서 본 연구는 다음과 같은 가설을 제시한다.

H4: 피로가 불만족에 정(+)의 영향을 미칠 것

이다.

H5: 피로가 비의도적 회피에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H6: 불만족이 비의도적 회피에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

포럼, 마이크로블로그, 사진 공유, 제품 리뷰, 소셜 북마킹, 소셜 게임, 소셜 네트워크, 비디오 공유 및 가상 세계 등 다양한 온라인 플랫폼을 포괄하는 용어로 사용된다(Aichner et al., 2021). 소셜 미디어의 광범위성으로 인해 소셜 미디어 응용서비스는 상당히 다양하나 대표적으로 협업 프로젝트, 블로그, 콘텐츠 커뮤니티, 소셜 네트워킹 사이트, 가상 게임 세계, 가상 소셜 세계 등 여섯 가지 형태로 유형화된다(Kaplan and Haenlein, 2010).

본 연구의 설문자료 수집은 2023년 6월부터 2주 동안 진행되었는데 소셜 미디어 유형 중 사람들이 일상생활에서 자주 사용하고 있는 콘텐츠

IV. 연구방법 및 분석결과

4.1 데이터 수집 및 표본 특성

소셜 미디어는 블로그, 비즈니스 네트워크, 협업 프로젝트, 엔터프라이즈 소셜 네트워크,

<표 2> 표본의 인구통계적 특성(n=236)

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	남성	85	36
	여성	151	64
연령	20세 이하	15	6
	21~30세	118	50
	31~40세	78	33
	41~50세	13	6
	50세 이상	12	5
학력	고등학교 및 전문대 졸업(재)	31	13
	대학교 졸업(재)	170	72
	대학원 졸업(재)	16	7
	기타	19	8
직업	학생	61	26
	직장인	153	65
	프리랜서	17	7
	기타	5	2
소셜 미디어 이용기간	1~3년	24	10
	3년 이상	212	90
소셜 미디어 이용빈도(하루)	1시간 이하	9	4
	1~3시간	96	41
	4~6시간	78	33
	6~12시간	48	20
	12시간 이상	5	2
소셜 미디어 친구 수	100명 미만	56	24
	100~300명	88	37
	300명 이상	92	39
합계		236	100

츠 커뮤니티 및 소셜 네트워킹 사이트를 중심으로 242명의 소셜 미디어 사용자를 대상으로 데이터를 수집하였으며 불성실한 답을 제외하고 최종적으로 236부의 데이터를 연구분석에 사용하였다. 측정모델의 자료 분석은 부분최소자승(Partial Least Square: PLS) 접근법을 채택하였다. SmartPLS 4.0 프로그램을 사용하여 연구 모델을 평가하고 가설을 검증하였다.

표본의 통계적 특성은 <표 2>와 같다. 응답자 성별은 남성이 85명(36%)이며 여성이 151명(64%)이다. 연령별로는 20세 이하 15명(6%), 21~30세 118명(50%), 31~40세 78명(33%), 41~50세 13명(6%), 50세 이상 12명(5%)으로 응답자의 주 연령층은 20대이다. 소셜미디어 이용기간은 1~3년 24명(10%), 3년 이상 212명(90%)으로 나타났으며, 소셜미디어 이용빈도는 하루 1시간 이하 9명(4%), 1~3시간 내 96명(41%), 4~6시간 78명(33%), 6~12시간 48명(20%), 12시간 이상 5명(2%) 등으로 나타났다.

4.2 변수의 측정

연구의 유효성을 확보하기 위해 모든 측정 항목은 기존 선행연구에 근거하여 설정하였다. <표 3>은 모든 측정 항목을 나타낸다.

정보 과부하는 Zhang et al., (2016), Guo et al., (2020) 등을 참고하여 3개의 항목을 통해 측정했으며, 소셜 과부하는 Guo et al. (2020), Lin et al. (2020) 등에 따라 4개의 항목을 통해 측정했다. 시스템 기능 과부하는 선행 연구의 3개 항목을 통해 측정되었다(Zhang et al., 2016;

Fu et al. 2020). 피로는 선행 연구를 기반으로 3가지 항목을 통해 측정되었으며(Zhang et al., 2016; Fu et al., 2020; Lin et al., 2020), 불만족은 Shen et al. (2018) 기반 연구에서 3개 항목으로 측정되었다. 마지막으로 비의도적 회피는 Clifford et al. (2008), Gadkari and McHorney (2012), Ma et al. (2022), Van den Bulck (2006) 등을 기반으로 측정되었다.

측정 항목은 모두 5점 리커트 척도를 사용한다(1: 전혀 동의하지 않는다 ~ 5: 매우 동의한다). 선행 연구(Guo et al., 2020; Lin et al., 2020; Soroya et al., 2021)에 따라 연령, 사용빈도 및 소셜 미디어 플랫폼 친구 수 등은 본 연구의 분석에서 통제 변수로 설정되었다.

4.3 신뢰도 및 타당도 검증

<표 4>에서와 같이 변수의 요인적재값 (loading), CR 및 Cronbach'a의 값이 모두 0.7 이상으로 좋은 신뢰성을 가지고 있는 것으로 판단된다(Fornell and Larcker, 1981). VIF 값은 5 이하로 다중공선성 측면에서 문제가 없는 것으로 확인된다. 모든 측정항목의 요인적재값은 0.7 이상, AVE값은 0.5 이상으로 나타났으며, 수렴타당성을 가지고 있다고 판단된다 (Carmines and Zeller, 1979; Fornell and Larcker, 1981). 또한 <표 5>에서 보여주듯이 각 변수의 AVE 제곱근 값이 상관계수들보다 크게 나타나 측정모델의 판별타당성도 확보된 것을 알 수 있다.

<표 3> 측정항목

변수	측정항목	관련문헌
정보 과부하	(1) 소셜 미디어의 많은 정보에서 내가 필요한 것을 찾기가 어렵다.	Guo et al. (2020); Zhang et al. (2016)
	(2) 소셜 미디어에서의 너무 많은 정보량은 늘 나를 산만하게 한다.	
	(3) 소셜 미디어의 많은 정보 중 극히 일부만이 나의 요구와 관련이 있다.	
소셜 과부하	(1) 나는 소셜 미디어에서 너무 많은 타인의 요청과 메시지를 받는다.	Guo et al. (2020); Lin et al.(2020)
	(2) 나는 소셜 미디어에서 타인과의 상호작용에 너무 많이 집중한다.	
	(3) 나는 소셜 미디어에서 타인의 동태에 대해 너무 많은 관심을 갖는다.	
시스템 기능 과부하	(1) 나는 소셜 미디어에서 나의 주요 사용 목적과 무관한 기능에 의해 주의력이 분산되는 경우가 많다.	Fu et al. (2020); Zhang et al. (2016)
	(2) 나는 소셜 미디어의 일부 새로운 기능이 소셜 미디어 사용의 어려움을 증가시킨다고 생각한다.	
	(3) 소셜 미디어의 일부 기능은 나에게 너무 복잡하다.	
피로	(1) 나는 소셜 미디어를 사용할 때 가끔 지루함을 느낀다.	Fu et al. (2020); Lin et al. (2020); Zhang et al. (2016)
	(2) 나는 소셜 미디어를 사용할 때 가끔 피로감을 느낀다.	
	(3) 나는 소셜 미디어의 새로운 알람에 관심이 없다.	
	(4) 나는 소셜 미디어에서 새로운 일이 일어나든 말든 관심이 없다.	
불만족	(1) 나는 소셜 미디어를 사용할 때 항상 만족하는 것은 아니다.	Fu and Li (2022); Zhang et al. (2016)
	(2) 나는 소셜 미디어를 사용할 때 불쾌하다고 느낀다.	
	(3) 나는 소셜 미디어의 체험감이 좋지 않다고 생각한다.	
비의도적 회피	(1) 나는 소셜 미디어를 일일이 확인할 시간이 없다.	Clifford et al. (2008); Gadkari and McHorney (2012); Van den Bulck (2006)
	(2) 나는 가끔 의도치 않게 소셜 미디어에서의 메시지를 회피한 적이 있다.	
	(3) 나는 피곤해서 소셜 미디어에서의 정보를 확인하지 않는 경우가 있다.	
	(4) 나는 급한 나머지 소셜 미디어에서의 정보를 확인하지 않는 경우가 있다.	

<표 4> 신뢰성 및 타당성 분석 결과

요인		요인 적재값	Cronbach's α	CR	AVE	VIF
정보 과부하(IO)	IO1	0.864	0.844	0.906	0.762	1.948
	IO2	0.870				2.008
	IO3	0.885				2.129
소셜 과부하(SO)	SO1	0.861	0.765	0.863	0.679	1.620
	SO2	0.762				1.467
	SO3	0.845				1.616
시스템 기능 과부하(SFO)	SF01	0.764	0.770	0.867	0.686	1.276
	SF02	0.878				2.421
	SF03	0.839				2.227
피로(F)	F1	0.832	0.792	0.863	0.613	2.065
	F2	0.836				1.923
	F3	0.741				1.652
	F4	0.715				1.729
불만족(D)	D1	0.919	0.889	0.931	0.818	2.791
	D2	0.913				2.818
	D3	0.881				2.299
비의도적 회피(UA)	UB1	0.862	0.886	0.922	0.747	2.263
	UB2	0.794				1.794
	UB3	0.897				3.235
	UB4	0.900				3.207

<표 5> 판별타당도 결과

	IO	SO	SFO	F	D	UA
IO	0.873					
SO	0.611	0.824				
SFO	0.659	0.570	0.829			
F	0.696	0.529	0.773	0.783		
D	0.720	0.557	0.582	0.665	0.904	
UA	0.656	0.653	0.582	0.700	0.655	0.864

* 대각선은 AVE의 제곱근 값

4.4 가설 검증

본 연구는 가설검증을 위해 PLS 구조모형의 경로계수를 이용하였다. 경로계수의 통계적 유의성 평가를 위해 5000개의 부트스트랩 하위샘플을 생성하여 각 가설에 대한 지지여부를 결정하였다. 연구가설의 검증결과는 <그림 2>, <표 6>에 제시되었다. 피로의 R2 값이 0.659, 불만족 0.580, 비의도적 회피 행동 0.553(0.26 이상)으로 결과의 설명력은 높은 수준으로 평가된다(Chin, 1998).

소셜 과부하가 피로에 정의 영향을 미칠 것이라는 가설 H2a, 시스템 기능 과부하가 불만족에 정의 영향을 미칠 것이라는 가설 H3b를 제외한 가설 H1a, H1b, H2b, H3a, H4, H5, H6 총 7개 가설이 모두 유의하게 나타나 채택되었다. 정보 과부하가 피로와 불만족에 모두 정의 영향을 미치는 것으로 나타났으며(H1a, H1b), 소셜 과부하는 불만족에만 영향을 주고 시스템 기능 과부하는 피로에만 영향을 미치는 것을 확인할 수 있다(H2b, H3a). 피로가 불만족 및 비의도적 회피에 영향을 미치는 것으로 나타났으며(H4), 불만족도 비의도적 회피에 정의 영향을 미친 것으로 확인할 수 있다(H5, H6).

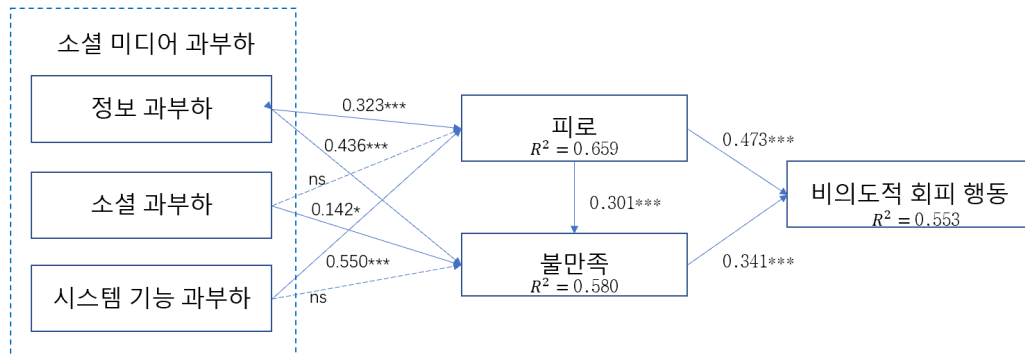
소셜 과부하가 피로에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설(H2a)과 시스템 기능 과부하가 불만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설(H3b)은 경로계수 각 0.018, -0.010; t값 각 0.313, 0.109로 기각되었다.

분석결과에 따르면 소셜 과부하는 피로에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이는 소셜 미디어 플랫폼 이용자들의 특성 때문일 수 있다. 소셜 미디어 플랫폼은 이용자들에게 다양한 정보뿐만 아니라 다른 사람들과 연결될 수 있는 기회를 제공한다. 이에 소셜 미디어 플랫폼 이용자들은 타인의 소식이나 관련 알람이 많아지는 것을 더 좋게 인식하게 되는 경향이 있다고 해석해 볼 수 있다. 또한, 본 연구는 시스템 기능 과부하가 불만족에 영향을 미치지 않는다는 것을 확인하였다. 소셜 미디어 플랫폼 이용자들은 소셜 미디어 플랫폼의 새로운 기능이 더 많은 이점을 가져줄 수 있다고 생각하거나 기능 과부하는 자신의 관리가 잘못되었기 때문이지 소셜 미디어에 의한 것이 아니라고 판단한다고 해석할 수 있다(Fu and Li, 2020). 한편, 시스템 기능 과부하는 불만족에 영향을 미치지 않지만, 피로를 통해 불만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다($t=3.553, p<0.001$).

<표 6> 연구가설 검증결과

연구가설	경로계수	t-값	결과
H1a	정보 과부하 → 피로	0.323***	채택
H1b	정보 과부하 → 불만족	0.436***	채택
H2a	소셜 과부하 → 피로	0.019	기각
H2b	소셜 과부하 → 불만족	0.142*	채택
H3a	시스템 기능 과부하 → 피로	0.550***	채택
H3b	시스템 기능 과부하 → 불만족	-0.018	기각
H4	피로 → 불만족	0.301***	채택
H5	피로 → 비의도적 회피	0.473***	채택
H6	불만족 → 비의도적 회피	0.341***	채택

*p < 0.05; **p < 0.01; ***p < 0.001
 * p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001, ns: not significant



<그림 2> PLS 분석 결과

V. 결론 및 시사점

소셜 미디어는 양날의 검으로 적절하게 사용되면 개인, 그룹 및 조직에 긍정적인 영향을 미칠 수 있으나 여러 출처에서의 정보는 정보 과부하를 일으켜 부정적인 심리적, 행동적 반응을 유발할 수 있다(Dai et al., 2020). 본 연구는 소셜 미디어 이용 경험자를 대상으로 총 236부의 설문 데이터를 수집하여 SOR 모델을 기반으로 소셜 미디어 과부하에 대한 이용자의 피로와 불만족 그리고 이용자의 비의도적 회피 행동을

검증하였다.

본 연구의 분석결과에 따르면 정보 과부하는 피로와 불만족에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 Fu and Li (2020)의 연구 결과와 일치함을 보여준다. 또한 피로 및 불만족은 소셜 미디어 플랫폼에 대한 이용자들의 의도적 회피 행동(Dai et al., 2020; Guo et al., 2020)뿐만 아니라 비의도적 회피 행동에도 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구 결과의 이론적 시사점은 다음과 같다. 먼저 본 연구는 SOR 모델을 기반으로 소셜

미디어 플랫폼 회피 행동에 대한 분석을 확장했다는 데 의의가 있다. 소셜 미디어 이용자의 구체적인 회피 행동을 초래하는 요인에 대한 심층 연구를 수행하는 한편 정보 과부하, 소셜 과부하, 시스템 기능 과부하, 피로 및 불만족의 관점에서 이용자의 회피 행동을 분석하는 연구 모델을 제안하였다. 또한, 본 연구는 소셜 미디어에서의 회피 행동에 대한 기존 연구를 확장하였다는 데 의의가 있다. 주로 소셜 미디어 이용의 의도적 회피에 중점을 둔 선행연구와 달리 본 연구는 소셜 미디어 과부하에 따른 이용자들의 피로와 불만족이 소셜 미디어 플랫폼 이용의 비의도적 회피에 미치는 영향을 실증분석하였다.

본 논문의 연구 결과는 소셜 미디어 플랫폼 관리자 및 마케터에게 몇 가지 실무적 지침을 제공한다. 먼저 소셜 미디어 플랫폼 이용자의 회피 행동에 대한 영향 요인에 대해 주목할 필요가 있다. 이는 플랫폼이 이용자를 유지할 수 있는지를 결정하는 데 매우 중요하다. 연구 결과에 따르면 소셜 미디어 플랫폼 이용자의 피로와 불만족은 비의도적인 회피 행동에 유의미한 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있으며 특히 소셜 미디어 과부하 중 정보 과부하는 이용자의 피로와 불만족 모두에 영향을 미치는 것으로 분석된다. 플랫폼 운영자는 소셜 미디어 플랫폼의 정보 과부하를 줄이기 위해 콘텐츠 필터링 및 차단과 같은 적절한 기능을 제공할 필요가 있으며 이용자의 취향에 따라 적당한 양의 콘텐츠를 푸시하여 양질의 이용자 경험을 보장하는 것이 중요하다. 또한, 소셜 미디어 마케팅 차원에서 과도한 광고는 도움이 되지 않을 수 있으며, 오히려 잠재적인 고객을 잃을 수

있다는 것을 고려할 필요가 있다. 이에 소셜 미디어에 게시되는 광고 및 콘텐츠의 빈도와 양을 적절히 통제할 필요성이 있다.

한편, 소셜 미디어 과부하 중 소셜 과부하는 불만족에는 영향을 미치나 피로에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되며 시스템 기능 과부하는 피로에 영향을 미치나 불만족에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나고 있다. 이를 달리 해석해 보면 소셜 미디어 플랫폼의 정보 과부하를 적절히 통제할 수 있다면 소셜 과부하로 인한 피로감을 느끼지 않을 수 있으며 개인 맞춤형 기능과 같은 시스템 기능이 적절히 제공될 수 있다면 불만족도 통제할 수 있다는 것을 시사한다.

본 연구가 갖고 있는 한계점을 고려하여 후속 연구에서는 다음과 같은 점을 고려할 필요가 있다. 첫째, 본 연구는 특정 소셜 미디어 플랫폼에 국한되지 않아 설문 응답자들이 고려하는 소셜 미디어가 각기 다를 수 있다. 후속 연구에서는 소셜 미디어 플랫폼을 특정하거나 다른 플랫폼에서의 연구 결과와 비교해 보는 것도 연구결과의 일반화를 위해 필요할 수 있다. 또한, 본 연구는 소셜 미디어 플랫폼 이용자 심리와 관련 피로와 불만족 요인만 고려하고 있다. 향후 연구에서는 소셜 미디어 회피에 미치는 보다 다양한 영향 요인을 고려할 필요가 있다.

참고문헌

- 김경탁, “소셜미디어의 죽음? ‘업의 본질’에 찾아온 변화”, 더피알, 2023.02.06.
손달호, 김경숙, “SNS 피로감 및 부정적 느낌이

- SNS 중단의도에 미치는 영향,” 정보시스템연구, 제25권, 제2호, 2016, pp. 111-129.
- 장은진, 김정균, “SNS 사용자 이동 영향요인 연구: SNS 피로감과 이주이론을 중심으로,” 정보시스템연구, 제30권, 제4호, 2021, pp. 43-69.
- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., and Jegeni, D., “Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019,” *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, Vol. 24, No. 4, 2021, pp. 215-222.
- Ajina, A. S., Javed, H. M. U., Ali, S., and Zamil, A. M., “Fake or Fact News? Investigating Users’ Online Fake News Sharing Behavior: The Moderating Role of Social Networking Sites (SNS) Dependency,” *International Journal of Human-Computer Interaction*, 2023, pp. 1-15.
- Alam, M. M., and Wagner, C., “‘Facebook distress’: a model to investigate discontinuation of social networking site use,” *PACIS 2013 Proceedings*, 2013, p. 179.
- Andrew, P., “Americans are changing their relationship with Facebook”, *Pew Research Center*, 2018.09.05.
- Cao, X., and Sun, J., “Exploring the effect of overload on the discontinuous intention of social media users: An SOR perspective,” *Computers in human behavior*, Vol. 81, 2018, pp. 10-18.
- Carmines, E. G., and Zeller, R. A., “Reliability and validity assessment. Sage publications,” 1979.
- Chin, W. W., “The partial least squares approach to structural equation modeling,” *Modern methods for business research*, Vol. 295, No. 2, 1998, pp. 295-336.
- Clifford, S., Barber, N., and Horne, R., “Understanding different beliefs held by adherers, unintentional nonadherers, and intentional nonadherers: application of the necessity-concerns framework,” *Journal of psychosomatic research*, Vol. 64, No. 1, 2008, pp. 41-46.
- Dai, B., Ali, A., and Wang, H., “Exploring information avoidance intention of social media users: A cognition - affect-conation perspective,” *Internet Research*, Vol. 30, No. 5, 2020, pp. 1455-1478.
- Emily, A.V., and Risa, G-W., “Teens and social media: Key findings from Pew Research Center surveys”, *Pew Research Center*, 2023.04.24.
- Fornell, C., and Larcker, D. F., “Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error,” *Journal of marketing research*, Vol. 18, No. 1, 1981, pp. 39-50.
- Fu, S., and Li, H., “Understanding social media discontinuance from social cognitive perspective: Evidence from Facebook users,” *Journal of Information Science*, Vol. 48, No. 4, 2022, pp. 544-560.
- Fu, S., Li, H., Liu, Y., Pirkkalainen, H., and

- Salo, M., “Social media overload, exhaustion, and use discontinuance: Examining the effects of information overload, system feature overload, and social overload,” *Information Processing & Management*, Vol. 57, No. 6, 2020, pp. 102307.
- Fu, S., Yan, Q., and Feng, G.C., “Who will attract you? Similarity effect among users on online purchase intention of movie tickets in the social shopping context,” *International Journal of Information Management*, Vol. 40, 2018, pp. 88-102.
- Gadkari, A.S. and McHorney, C.A., “Unintentional non-adherence to chronic prescription medications: how unintentional is it really?,” *BMC health services research*, Vol. 12, No. 1, 2012, pp. 1-12.
- Guo, Y., Lu, Z., Kuang, H., and Wang, C., “Information avoidance behavior on social network sites: Information irrelevance, overload, and the moderating role of time pressure,” *International Journal of Information Management*, Vol. 52, 2020, p. 102067.
- Howell, J.L., and Shepperd, J.A., “Establishing an information avoidance scale,” *Psychological Assessment*, Vol. 28, No. 12, 2016, pp. 1695-1708.
- Hu, X., Huang, Q., Zhong, X., Davison, R. M., and Zhao, D., “The influence of peer characteristics and technical features of a social shopping website on a consumer’s purchase intention,” *International Journal of Information Management*, Vol. 36, No. 6, 2016, pp. 1218-1230.
- Hua, J. and Howell, J.L., “Coping self-efficacy influences health information avoidance,” *Journal of Health Psychology*, Vol. 27, No. 3, 2022, pp. 713-725.
- Jiang, Z., Chan, J., Tan, B. C., and Chua, W. S., “Effects of interactivity on website involvement and purchase intention,” *Journal of the Association of Information Systems*, Vol. 11, No. 1, 2010, pp. 34-59
- Kamboj, S., Sarmah, B., Gupta, S., and Dwivedi, Y., “Examining branding co-creation in brand communities on social media: Applying the paradigm of Stimulus-Organism-Response,” *International Journal of Information Management*, Vol. 39, 2018, pp. 169-185.
- Kaplan, A. M., and Haenlein, M., “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media,” *Business horizons*, Vol. 53, No. 1, 2010, pp. 59-68.
- Kim, S. and Park, H., “Empirical study on antecedents and consequences of users' fatigue on SNS and the moderating effect of habit,” *Journal of Information Technology Services*, Vol. 14, No. 4, 2015, pp. 137-157.
- Koroleva, K., Krasnova, H., and Günther, O.,

- “‘Stop spamming me!’-exploring information overload on facebook,” *AMCIS 2010 Proceedings*, 2010, p. 447.
- Lee, A.R., Son, S.-M., and Kim, K.K., “Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective,” *Computers in Human Behavior*, Vol. 55, 2016, pp. 51-61.
- Lee, R., Aaron, S., and Maeve, D., “Coming and Going on Facebook”, *Pew Research Center*, 2013.02.05.
- Lin, J., Lin, S., Turel, O., and Xu, F., “The buffering effect of flow experience on the relationship between overload and social media users’ discontinuance intentions,” *Telematics and Informatics*, Vol. 49, 2020, p. 101374.
- Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., and Osburg, V. S., “COVID-19 information overload and generation Z’s social media discontinuance intention during the pandemic lockdown,” *Technological forecasting and social change*, Vol. 166, 2021, p. 120600.
- Luqman, A., Masood, A., Weng, Q., Ali, A., and Rasheed, M. I., “Linking excessive SNS use, technological friction, strain, and discontinuance: the moderating role of guilt,” *Information Systems Management*, Vol. 37, No. 2, 2020, pp. 94-112.
- Ma, X., Sun, Y., Guo, X., Lai, K. H., and Vogel, D., “Understanding users’ negative responses to recommendation algorithms in short-video platforms: a perspective based on the Stressor-Strain-Outcome (SSO) framework,” *Electronic Markets*, Vol. 32, No. 1, 2022, pp. 41-58.
- McCarthy, D., and Saegert, S., “Residential density, social overload, and social withdrawal,” *Human Ecology*, Vol. 6, 1978, pp. 253-272.
- Mehrabian, A., and Russell, J.A., “An approach to environmental psychology”, *the MIT Press*, 1974.
- Prior, M., “Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections”, *Cambridge University Press*, 2007.
- Shen, X.-L., Li, Y.-J., and Sun, Y., “Wearable health information systems intermittent discontinuance: A revised expectation-disconfirmation model,” *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 118, No. 3, 2018, pp. 506-523.
- Skovsgaard, M., and Andersen. K., “Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions,” *Journalism studies*, Vol. 21, No. 4, 2020, pp. 459-476.
- Soroya, S. H., Farooq, A., Mahmood, K., Isoaho, J., and Zara, S. E., “From information seeking to information avoidance: Understanding the health information behavior during a global

- health crisis,” *Information processing & management*, Vol. 58, No. 2, 2021, p. 102440.
- Strömbäck, J., Djerf-Pierre, M., and Shehata, A., “The dynamics of political interest and news media consumption: A longitudinal perspective,” *International journal of public opinion research*, Vol. 25, No. 4, 2013, pp. 414-435.
- Sweeny, K., Melnyk, D., Miller, W., and Shepperd, J. A., “Information avoidance: Who, what, when, and why,” *Review of general psychology*, Vol. 14, No. 4, 2010, pp. 340-353.
- Thorson, K., and Wells, C., “Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age,” *Communication Theory*, Vol. 26, No. 3, 2016, pp. 309-328.
- Van den Bulck, J., “Television news avoidance: Exploratory results from a one-year follow-up study,” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 50, No. 2, 2006, pp. 231-252.
- Wei, X., Ko, I., and Pearce, A., “Does Perceived Advertising Value Alleviate Advertising Avoidance in Mobile Social Media? Exploring Its Moderated Mediation Effects,” *Sustainability*, Vol. 14, No. 1, 2021, p. 253.
- Whelan, E., Najmul Islam, A., and Brooks, S., “Is boredom proneness related to social media overload and fatigue? A stress-strain-outcome approach,” *Internet Research*, Vol. 30, No. 3, 2020, pp. 869-887.
- Xie, X. Z., and Tsai, N. C., “The effects of negative information-related incidents on social media discontinuance intention: Evidence from SEM and fsQCA,” *Telematics and Informatics*, Vol. 56, 2021, p. 101503.
- Zhang, S., Zhao, L., Lu, Y., and Yang, J., “Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services,” *Information & Management*, Vol. 53, No. 7, 2016, pp. 904-914.
- Zheng, H. and Ling, R., “Drivers of social media fatigue: A systematic review,” *Telematics and Informatics*, Vol. 64, 2021, p. 101696.

차 오 신 (Qiao, Xin)



경북대학교 무역학과에서 석사학위를 취득했으며 현재 경북대학교 경영학부 박사과정에 재학 중이다. 주요 연구 관심분야는 전자상거래, 소셜 미디어, 디지털 전환 등이다.

오 세 환(Oh, Se Hwan)



현재 경북대학교 경영학부에서 부교수로 재직 중이다. 서울대학교 경제학부(학사)를 졸업했으며 카네기멜론대에 서 e-비즈니스 석사, 서울대학교에서 경영학(경영정보) 박사학위를 받았다. 주요 연구 관심분야는 전자상거래, 국제 무역에서의 IT 활용, 기술경영 등이다.

<Abstract>

The Impact of Social Media Overload on Users' Unintentional Avoidance Behavior

Qiao, Xin · Oh, Se Hwan

Purpose

Digital platforms, together with the innovative technologies of modern society, are accelerating the digital innovation of the entire economy and society. Although social media platforms are gradually integrated into daily life, due to social media overload, users limit their use of the platform for a certain period of time or eventually choose to stop using it. In the context of social media platform, the purpose of this paper is to study the effects of information overload, social overload and system function overload on users' unintentional avoidance behavior, mediated by fatigue and dissatisfaction.

Design/methodology/approach

This study empirically examines the influence of social media overload characteristics on users' unintentional avoidance behavior of platform utilization using the S-O-R framework. Data from 236 Chinese social media users were collected through a questionnaire survey, and the hypotheses were validated by evaluating the research model using the SmartPLS 4.0 program using Partial Least Square (PLS) method.

Findings

According to the empirical analysis result, based on the S-O-R model, first, it is confirmed that information overload and system feature overload have significant positive(+) effects on fatigue. Second, this study finds that information overload, social overload and fatigue have significant positive(+) effects on dissatisfaction. Thirdly, fatigue and dissatisfaction have significant positive(+) effects on unintentional avoidance. In addition, social overload has no significant effect on fatigue, while system feature overload has no significant effect on dissatisfaction.

Keyword: Digital Platform, Social Media Overload, Unintentional Avoidance

* 이 논문은 2023년 8월 18일 접수, 2023년 9월 5일 1차 심사, 2023년 9월 24일 게재 확정되었습니다.