

SNS 이용과 SNS에 대한 긍·부정적 인식의 관계*

정일권**, 유경한***

이 연구는 소셜네트워크서비스(SNS)를 이용하면서 개인이 느끼는 인지적, 정서적 요인들이 긍정 혹은 부정으로 명확하게 구분되지 않는다는 현상에서 출발한다. 더불어 SNS 이용자들이 이용과정에서 느낀 주관적 경험과 인식에 긍정과 부정의 상호 교차하며 혼재되어 있다는 점에 주목한다. 구체적으로는 온라인 서베이를 통해 어떠한 요인이 혼재된 SNS 이용자들의 인식에 영향을 미치는지 조사했다. 분석결과, 타인과의 공감행위는 SNS에 대한 긍정적 인식에 유의미한 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 주장/논쟁은 부정적 인식에 유의미한 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 타인과의 공감행위는 사생활 침해 우려도 높이는 것으로 나타났다. 네트워크의 크기와 성격은 부정적 인식에만 관련이 있었다. 한편, SNS 이용중단시 예상되는 이익과 손실도 긍·부정 인식에 차별적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다음으로는 이러한 혼재된 인식을 중심으로 SNS 이용자들이 어떠한 유형으로 분류될 수 있는지를 각각 군집분석을 통해 살펴보았다. 분석결과, SNS 이용에 관하여 서로 다른 인식을 지닌 네 집단(갈등형, 관망형, 고립형, 낙관적 활용형)으로 추출할 수 있었다. 갈등형은 긍정적·부정적 인식을 동시에 갖고 있었고, 고립형은 사생활 침해와 유대약화에 대한 우려가 특히 높았다. 관망형은 전반적으로 SNS를 긍정적으로 보지 않았지만, 사생활 침해에 대한 우려는 가장 낮게 나타나 향후 SNS 활용이 높아질 것으로 예상된다. 한편, 고립형은 자기표현행위가 적은 개인주의적 성향자들로 SNS의 사용여부에 크게 개의치 않는 유형이었고, 낙관적 활용형은 사회적 교류가 활발한 동시에 자기표현도 적극적인 유형으로 전반적으로 SNS의 활용도와 만족도가 모두 높았다. 이 같은 결과는 이용자들이 SNS에 대해 긍정 혹은 부정 일변도의 인식을 갖기보다 이용자들의 성향과 이용행위와 연관되어 특정한 패턴을 형성하고 있음을 보여준다.

주제어: 소셜네트워크서비스, SNS 이용행위, SNS 인식, 소외감, 중독성, 사생활 침해

※ 논문접수일: 2016.07.06, 수정일: 2016.08.22, 게재확정일: 2016.08.23

* 이 논문은 2016학년도 한국외국어대학교 교내학술연구비의 지원에 의하여 이루어진 것임.

** 광운대학교 미디어영상학부 부교수(jeongik@kw.ac.kr)

*** 교신저자, 한국외국어대학교 미네르바교양대학 조교수(kuy114@hufs.ac.kr)

I. 서론

페이스북과 트위터로 대표되는 소셜네트워크서비스(SNS) 이용자수는 기하급수적으로 증가해왔다. 이에 따라 SNS가 미치는 정치적, 사회적, 문화적 활용도와 영향력 또한 점점 높아지고 있다. 실제로 SNS 조사기관인 소셜베이커에 따르면, 2015년 2월 현재 페이스북의 총 가입자수는 13억 9천만 명, 유튜브 가입자 역시 10억 명을 넘어섰다. 트위터는 최근 몇 년간 감소추세에 있지만 여전히 이용자수가 2억 8천만 명에 이른다.¹⁾ SNS 등장 초기에는 온라인을 통한 인적 네트워크 형성이라는 사교적 용도로 활용되었지만, 최근에는 검색, 소셜 쇼핑, 소셜 게임 등 정보채널뿐만 아니라, 사회적 교류활동의 장으로서 상당한 영향력을 행사하고 있다(오미영, 2013). 또한, SNS 이용자들은 온라인상에서 구축된 인적 네트워크를 기반으로 실시간 상호작용을 통해 일상적 대인활동에서부터 다양한 정치사회적, 문화적 활동으로까지 소통의 범위를 넓히고 있다.

SNS가 새로운 커뮤니케이션 양식으로 대두됨에 따라, 학계와 업계를 비롯한 각계각층에서는 SNS가 가져올 사회문화적 변화 양상에 면밀한 주의를 기울여왔다. 커뮤니케이션 연구자들은 대체로 SNS가 가져올 변화의 양상을 긍정적으로 전망해왔다. 예컨대 정치적 차원에서는 SNS가 참여와 공유의 정신을 촉진시키고, 이를 통해 유연한 공동체적 네트워크를 만들어 결과적으로 참여민주주의를 촉진시킬 수 있는 대안적 공론장의 역할을 할 수 있다고 주장했다(Effing, van Hillegersberg, & Huibers, 2011; Gil de Zúñiga, Jung, & Valenzuela, 2012 등). 보다 미시적인 차원에서는 SNS가 새로운 친구들을 만나거나, 연락이 두절되었던 관계를 회복시키고, 기존의 친구들과 유대를 강화하는 등 개인의 인적 네트워크를 형성하고 효율적으로 활용할 수 있게 해줄 것으로 여겨졌다(Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Valenzuela, Park, & Kee, 2009 등).

물론 한편에서는 부정적 전망도 제기돼왔다. SNS가 주는 혜택보다 사생활 침해 등의 잠재적 위험이 높다는 우려를 표하는가 하면(Acquisti & Gross, 2006), 담론의 과잉과 그로 인한 불필요한 논쟁이 오히려 피로감을 가져다준다는 주장도 제기됐다(Turkle, 2011). 최근에는 이러한 부정적 전망에 동조하는 이들이 늘어나고 있다. 이들은 SNS의 이용에 대한 피로감이나 이용 중지, 그리고 네트워크에서 이탈하는 현상에 주목한다. 새로운 미디어가 등장하고 일정 정도의 시기가 지나면, 피로감 증가로 인해 일부 이용자들이 이탈하게 되는 것은 일반적인 현상이며, SNS 역시 이용자 이탈의 시기로 접어들었다는 것이다.

이와 같이 SNS에 대한 평가가 상반되는 것은 SNS라는 미디어를 이용하면서 개인이 느끼는 감정적 정황이나 인식, 태도에 긍정과 부정이 다양한 차원에서 혼재되어 있음을 의미한다. 학자들 중에서 긍정적 입장을 취하는 이들은 SNS가 새로운 방식의 관계형성에 도움을 주어 사

1) <http://www.socialbakers.com/statistics/>

회적 지지감을 획득하고, 이용자들이 적극적인 자기표현을 통해 정서적인 행복감을 높여줄 수 있다고 보는 반면, 부정적인 입장에 취하는 학자들은 외로움(loneliness)이나, 중독성, 사생활 침해와 같은 요인들에 주목하여 SNS가 새로운 차원의 부작용을 낳을 우려가 있다는 점을 지적한다(가령, 김경달 외, 2013; 김봉섭·박시현, 2014; 황성욱·박재진, 2011; Turkle, 2011 등). 또한 이러한 부작용은 피상적 대인관계를 야기할 수 있고, 개인의 정서적 만족감에도 부정적인 결과를 초래할 수 있다고 우려한다. 이와 같이 SNS 이용과 관련하여 상반된 입장이 존재하는 것을 감안하여, 본 연구에서는 SNS에 관한 긍정적 혹은 부정적 인식이 어떠한 요인이 관여하는지를 조사하고, 이를 통해 SNS 이용자들을 분류하는 새로운 기준을 제시하고자 한다.

II. 이론적 논의

1. 소셜 네트워크 사이트(SNS)의 이용행위와 이용자의 인식

커뮤니케이션 연구자들의 오랜 관심사 중에 하나는 커뮤니케이션 미디어의 이용동기(motivation)와 이용행위(behavior)가 지각(perception)과 태도(attitude) 형성으로 연결되는 인과관계를 규명하는 것이다. 예컨대 팜그린(Palmgreen, 1984)과 루빈(Rubin, 1982)을 비롯한 많은 커뮤니케이션 학자들은 미디어 이용동기와 행위, 태도와의 인과관계를 이용과 충족 접근법으로 설명해왔다. 최근에는 SNS가 새로운 커뮤니케이션 채널로 급부상함에 따라, SNS 이용행위가 이용자의 심리적, 주관적 만족감이나 정치사회적 인식과 태도에 미치는 영향에 관한 연구가 증가하고 있다(Ellion et al., 2007; Valenzuela et al., 2009 등).

대인커뮤니케이션 연구자들의 경우, 이러한 인식과 태도의 형성이 개인적 특성에서 비롯되는 행위의 결과라고 해석한다. 버파르디와 캠벨(Buffardi & Campbell, 2008)은 나르시시즘 성향이 높은 사람들은 셀카나 자기홍보 등의 자기표현적 글쓰기 행위(self-presentation)를 많이 하며 다른 SNS에 비해 페이스북을 보다 적극적으로 이용한다는 연구결과를 제시하였다. 반면, 토선과 라훈넨(Tosun & Lajunen, 2010)의 연구에서는 외향적인 사람들은 SNS를 사회적 확장(social extension)의 수단으로 활용하고 있다고 본다. 즉, 기존의 유대관계를 강화하기 위한 목적으로 SNS를 활용한다는 것이다. 또한, 라이언과 제노스(Ryan & Xenos, 2011)는 SNS의 커뮤니케이션 기능을 적극적 사회활동, 수동적 관여, 뉴스/정보추구, 실시간 상호작용이라는 범주로 세분화하여 개인적 성향과의 관계를 살펴보았는데, 외향성은 적극적인 관여와 실시간 상호작용과 밀접한 연관이 있는 반면, 외로움은 수동적 관여와 정적인 상관관계를 보였고, 나르시시즘과 과시적 성향은 적극적 사회활동과 긍정적으로 연관되어 있었다. 개인적 특성에 따라 SNS의 특정 기능을 차별적으로 활용한다는 것이다. 이들 연구를 검토해보면, 자기노출과 자아표현적 행위

는 개인의 심리적 특성, 크게 외향성과 내향성에 따라 다르게 나타나며, 개인적 특성은 SNS의 기능을 활용하는 데에도 차이를 유발하는 요인으로 작용한다. 그리고 개인적 성향에 따른 SNS의 차별적 이용행위는 결과적으로 SNS에 대한 인식에 영향을 미치게 된다.

그렇다고 SNS에서 이용자들이 자신을 노출하고 표현하는 행위에만 집중하는 것은 아니다. SNS를 이용하는 가장 큰 이유는 사회적 교류에 있기 때문에, 타인과의 커뮤니케이션 행위 비중이 대단히 높다. 이를 거칠게 구분하면, 타인과의 논쟁, 타인과의 공감행위로 구분할 수 있고, 이는 다시 의견의 표현행위(말하기, 쓰기)와 수용행위(듣기, 읽기)로 구분할 수 있다. 쓰기와 읽기의 차별적 효과는 여러 커뮤니케이션 연구에서 경험적으로 연구되어왔다(김은미·이준웅, 2006; Mutz, 2007 등). 이들 연구들은 대체로 읽기는 숙의적 시민성을 형성하는 데 긍정적이지만, 쓰기는 부정적인 영향이 더 우세하다고 보기도 하고(정일권·이준웅·배영, 2013; 장현미, 2014), 읽기와 쓰기는 숙의민주주의와 참여민주주의라는 서로 다른 목적을 지향하는 행위라는 점을 강조하기도 한다(You, Lee, Kang, & Go, 2015).

온라인상에서 읽기행위가 비교적 긍정적 영향력을 지닌 것으로 보고되는 데 비해, 쓰기 행위에 대해서는 논의가 엇갈리는 이유는 쓰기행위의 참여적 속성만을 강조하기 때문이기도 하다. 김은미 외(2011)의 연구에서는 대인관계 측면에서 인터넷의 쓰기행위는 논쟁과 참여만이 아니라, 다양한 사람과 대면하면서 자연스럽게 나타나는 상호의례적 쓰기행위도 존재한다는 점을 강조한다. 장현미(2014)는 이러한 쓰기행위를 SNS 환경에서 구체화하여, SNS에서 글쓰기를 세 가지 유형으로 구분하고, 각각의 쓰기행위가 타인과의 공감경험을 매개하여 친사회적 행위에 매개효과를 가진다고 설명하였다. 즉, SNS에서 쓰기 행위는 타인의 반응과 의견을 고려하는 교호(交互)적 행위이기 때문에 공감의 경험을 매개로 하여 자신의 감정과 견해가 타인의 그것과 다르다는 것을 인식하는 과정이라는 것이다. 이상의 연구들을 종합하면, 커뮤니케이션 차원에서 SNS 이용행위는 자기표현적 행위와 대인교류형 행위로 구분할 수 있고, 교류형 행위는 다시 의견 표명행위와 의견수용행위로 세분화해볼 수 있다. 그리고 각각의 SNS 이용행위는 이용자들의 개인적 속성 및 심리적 요인에 따라 SNS에 대한 긍정적 또는 부정적 인식에 영향을 미친다고 가정할 수 있다.

2. SNS이용과 관계적, 심리적 요인의 관계

온라인상에서 인간관계를 맺고 유지하는 SNS 기능에 주목하여, 최근의 연구들은 SNS 활동이 이용자들의 인간관계와 관련된 심리적 요인들에 어떠한 영향을 미치는지에 주목해왔다(Kim & Lee, 2011 등). 이 연구들은 대체로 SNS에 긍정적 전망과 결과를 제시하고 있는데, 심리적 차원에서 페이스북은 대인관계를 형성, 유지하는 데 소극적이거나 어려움을 느끼는 사람들에게 비대면적인 커뮤니케이션 환경에서 대인관계를 원활히 할 수 있도록 돕는 기능들을 제공

함으로써, 심리적인 안정감과 사회적 고립감을 완화시키는 데 도움을 준다고 봤다(Lou, Yan, Nickerson, & McMorris, 2012; Orr, Siscic, Ross, Simmering, Arseneault, & Orr, 2009; Sheldon, 2008 등). 또한 SNS가 관계적 측면에서 여러 가지 편익을 제공해줌으로써 대인간 신뢰와 사회자본의 형성에 궁극적으로 도움이 된다는 연구결과들도 제시되고 있다(Ellison et al., 2007; Mathwick, Wiertz, & De Ruyter, 2008 등). 이러한 선행연구들은 SNS 활동이 기존과는 다른 방식의 관계형성에 도움을 주거나, 일상생활의 편익을 제공함으로써, 이용자들의 정서적 행복과 사회적 지지감을 높이는 데 긍정적인 효과를 준다고 보고 있다.

이렇듯, SNS가 우리의 일상생활에 많은 편익을 제공해주고 있지만, 너무 많은 서비스와 디바이스가 등장하고 이에 따라 정보가 넘쳐나 이를 수용하는데 어려움을 느끼는 것은 물론 SNS 이용에 피로감을 호소하는 사람들도 늘어나고 있다. 이런 사람들 중 상당수는 이미 계정을 없애거나 계정은 유지하고 있지만 실제 이용은 중지했다. 이른바 ‘SNS 피로감’이 증가하고 있는 것이다. 일반적으로 미디어 피로감은 복잡한 디바이스의 조작 과정이나 온라인상에 범람하는 정보를 끊임없이 갱신하는 데에서 오는 어려움이나 무력감을 의미하기도 하고(삼성경제연구소, 2008), 상시적으로 타인의 감시 하에 놓여 있는 개방된 미디어 환경에서 느끼는 부담감을 의미하기도 한다(김봉섭·박시현, 2014). 또한 이는 미디어 환경의 통제에 대한 어려움과 기능적으로 새로운 환경에 적응하는데 어려움을 느끼는 사람들의 심리적 불편함도 포함한다. 덧붙여, SNS라는 컴퓨터매개 환경은 인간관계를 피상적으로 만들어버림으로써 유대와 결속을 저해시키고, 결과적으로 삶의 만족도를 떨어뜨리기도 한다(Turkle, 2011). 황성욱과 박재진(2011)은 탐색적 요인분석을 통해 SNS이용자들이 인식하고 있는 문제점을 중독성, 오프라인의 사회성 결여, 상대적 박탈감, 소외감, 원치 않는 교류에 대한 거부감, 관계의 가벼움, 그리고 가식적 표현의 충동 등 일곱 가지 유형으로 분류한다. 또한 김경달 등(2013)은 SNS상의 피로감이 정보과부하, 사생활 노출, 기회비용 인식, 평판인식의 네 가지의 하위요인으로 세분화된다고 보았다. 과거에는 상호작용성(interactivity)과 같은 뉴미디어의 속성이 사회적 교류와 참여 등을 유발하는 긍정적 요인으로 설명되어 왔으나, 이것이 지나칠 경우에는 오히려 일상생활에 지장을 초래할 수도 있다(김명수·이동주, 2012). SNS의 이용행위가 높다고 해서 사회적 지지를 받는다고 인식하는 것도 아니며, 오히려 SNS의 일부 이용행위는 사회적 지지를 감소시킨다고 알려져 있다(양혜승·김진희·서미혜, 2012).

한편, 편재형 컴퓨터 기술(pervasive computing technology)의 발전에 따라 일상생활, 특히 컴퓨터 매개환경에서 기술의 비가시성(invisibility)이 높아지고 이는 의도하지 않게 종종 사생활 침해나 공적 영역과 사적영역의 경계를 허무는 결과를 가져온다(Debatin, Lovejoy, Horn, & Hughes, 2009). 이러한 커뮤니케이션 환경에 주목하여 프라이버시와 개인의 사적 공간의 보호에 관한 연구들도 점차 증가하고 있다(Iachello & Hong, 2007; Spinello, 2005). 보이드(Boyd, 2008)

는 SNS에서 자신의 개인정보는 통제가 가능하지만, 자신과 연결된 타인의 정보들까지 모두 통제하는 것은 사실상 불가능하다고 지적한다. 일례로, 페이스북에서 개인정보는 비공개로 설정할 수 있지만, 자신의 친구리스트나 추천친구 목록과 같은 부가정보들을 통제하기는 어렵다. 프라이버시에 관해 액퀴스티와 그로스(Acquisti & Gross, 2006)는 초기 페이스북 이용자들이 자신들의 개인정보를 많이 드러내는 데 비해, 프라이버시에 대한 인식은 부족하다고 지적한다. 데바틴 외(Debatin et al., 2009)의 연구에서는, 제3자 효과의 측면에서 SNS 이용자들이 프라이버시 침해에 대한 인식이 생겨나고는 있지만, 프라이버시 침해의 원인을 자신보다는 남에게 돌리는 경향이 있으며, 프라이버시에 대한 우려가 높은 사람들은 실제로 프라이버시 설정을 바꾼 경험이 그렇지 않은 사람들에 비해 높은 것으로 나타났다. 드와이어와 동료들(Dwyer et al., 2007)은 페이스북과 마이스페이스 이용자들의 비교분석을 통해, 인터넷 페이스북 이용자들이 마이스페이스 이용자에 비해 훨씬 적극적으로 개인 정보를 공개하는 경향을 발견하고 이러한 경향이 프라이버시에 대한 개인적 우려보다는 해당 사이트에 대한 신뢰수준과 밀접한 관련이 있다고 주장했다. 이처럼 선행연구들은 SNS의 긍정 또는 부정의 한 측면에 초점을 맞추기 때문에, 연구자가 지향하는 연구목적에 따라 SNS에 대한 평가도 긍정이나 부정 어느 한 쪽으로 결론을 맺기 쉽다. 그렇지만, 기존 연구결과들을 종합해보면, SNS는 이용자들에게 생활의 편의를 느끼거나, 새로운 대인관계를 형성하는 데 도움을 줌으로써 정서적, 심리적 안정감을 주기도 하고, 개인의 사적 생활에 깊숙하게 관여하게 되면서, 정보과부하를 일으키거나, 대인관계에 회의를 야기하는 한편, 정보노출로 인한 사생활 침해와 같은 문제도 야기하게 된다. 즉, SNS를 어떻게 이용하느냐에 따라 정서적 만족도가 달라지고, 피로감 등의 역기능에 대한 우려도 다르게 나타나는 등 SNS의 장점과 단점이 동시에 드러난다는 것을 알 수 있다.

3. SNS 소외감(loneliness)과 중독성

SNS를 평가할 때 대표적인 언급되는 역기능 두 가지는 소외감과 중독성이라고 할 수 있다. 소외감과 중독성은 단어 자체에 역기능의 의미를 포함하고 있기 때문에, 다른 정서적, 심리적 요인들과는 구분해서 논의할 필요가 있다. 우선, 외로움 또는 소외감은 불안감(uneasy feelings)이나 결핍(deficiencies), 피로움(distress), 그리고 고립감(feeling of isolation)과 같은 심리적 상태를 포괄하는 말로 사용되는데 이는 개인이 자신의 사회적 관계망에서 기대보다 못하다는 판단과 관련이 깊다(Russell, 1982). 외로움과 같은 부정적 인식은 개개인이 지닌 성향에 영향을 받는다고 알려져 왔다. 즉, 소극적인 성향의 사람들이 페이스북에 더 많은 시간을 투자한다거나, 혹은 사회불안(social anxiety)이 상대적으로 높은 사람들이 외로움을 극복하기 위한 방편으로 페이스북과 같은 사회연결망 서비스를 이용하기 쉽다는 것이다(Ebeling-Witte, Frank, & Lester, 2007; Orr et al., 2009; Sheldon, 2008 등).

이들의 주장에 따르면, 사회적 불안감을 가진 사람들과 내향적인 사람들은 페이스북과 같은 비대면적 상황에서 관계형성과 유지에 보다 편안함을 느끼는 경향이 있다. 그렇지만, SNS이용에 따라 이러한 소외감이나 고립감이 증가하는가에 대해서는 대체로 긍정적인 견해가 많다(예를 들면, Steinfield, Ellison, & Lampe, 2008). 즉, SNS 이용을 통해 정서적 웰빙, 자아존중감(self-esteem), 생활만족도(life satisfaction), 그리고 주관적 웰빙(subjective well-being)과 사회적 지지감과 같은 정서적 행복감을 높이는 데 긍정적인 영향을 미친다는 것이다(조윤경·백영민·김반야, 2014; Kim & Lee, 2011; Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006).

예를 들어, 로우와 동료들(Lou, Yan, Nickerson, & McMorris, 2012)의 연구에서는 이용자들의 개인적 특성으로서 심리적 소외감은 페이스북 이용에 영향을 미치지 않았지만, 페이스북 이용 수준(intensity)이 높을수록 심리적 소외감을 줄이는 순기능을 하는 것으로 조사되었다. 클레이튼 외(Clayton, Osborne, Miller, & Oberle, 2007)의 연구에서는 외로움을 많이 느낄수록 페이스북을 이용한 타인과의 관계맺기도 더 활발한 것으로 나타났으며, 스쿠에스 외(Skues, Williams, & Wise, 2012)의 연구에서도 외로움을 많이 느끼는 사람일수록 오프라인 관계에서 부족함을 보상 받고자 SNS를 더 많이 이용한다고 주장하였다. 데터스와 메홀(Deters & Mehl, 2013) 역시 페이스북에 자신의 상태를 업데이트하는 행위가 사람들로 하여금 친구들과 일상적으로 연결되어 있다는 느낌을 줌으로써 외로움을 감소시켜주는 긍정적 기능을 한다고 보았다. 그렇지만, 페이스북이 소외감이나 외로움을 감소시키는 순기능만 하는 것이 아니라는 지적도 있다. 예컨대, 대인관계망에서 개인이 갖게 되는 부정적 인식은 자신의 대인 연결망에 위치한 지인들로부터 거부당하거나 무시될 때 악화되는데, SNS상에서는 특히 친구신청을 거부당하거나 무시당했을 때 이러한 소외감이 더 악화될 수 있다(Livingstone, 2008). 즉, 소외감은 페이스북 이용자들이 어떠한 성향과 동기에서 어떠한 방식으로 이용하느냐에 따라 얼마든지 부정적 효과를 가져올 수 있다.

다음으로, SNS가 새로운 커뮤니케이션 도구로 급부상하면서, SNS에 과도하게 집착하는 이용자들이 증가하는 경향을 우려하는 연구자들은 SNS의 중독성을 대표적인 역기능으로 간주하고, 중독성의 원인과 현상을 진단하는 데 주목하였다. SNS의 중독성에 관한 연구는 인터넷 중독에서 시작된다고 볼 수 있는데, 인터넷 중독 연구들(가령, Beard, 2005; Young 2009 등)에 따르면, 인터넷 중독은 인터넷의 특정 측면에 과도하게 몰입하는 현상과 연관되어 있으며, 이는 온라인 섹스, 게임, 그리고 이메일/문자교환 등의 세 가지 행위로 구분된다. 케시치와 사힌(Kesici & Sahin, 2009)에 따르면, 이 중에서도 인터넷 중독이 이메일/문자교환 등 사회적 교류의 목적으로 사용될 때 중독성이 더 강하게 나타난다고 지적하였다. 또한 커스와 그리피스(Kuss & Griffiths, 2011)는 SNS에서의 관계맺기와 관계유지는 매력(attraction)이라는 요인과 연관되어 있으며, 이것이 과도하게 SNS를 사용하게 되는 원인이라고 지적하였다.

한편, SNS 중독은 이러한 인터넷 중독증상과는 다른 차원의 증상이라는 주장도 제기되었다. 가령, 카라이스코스 외(Karaiskos, Tzavellas, Balta, & Paparrigopoulos, 2010)는 인터넷을 오랫동안 사용했음에도 인터넷 중독증상은 보이지 않은 환자의 사례를 언급하면서, SNS 중독성을 충동적 요인에서 비롯되는 강박증의 새로운 유형으로 다룰 것을 제안하였다. 비슷한 맥락에서 안드레아센 외(Andreassen, Torsheim, Brunborg, & Pallesen, 2012) 역시 이러한 SNS 중독성은 개인의 특성과 밀접하게 관련되어 있다고 보고, SNS 중독성을 측정하는 척도를 새롭게 구성할 것을 제안하였다. 홍과 동료들(Hong, Huang, Lin, & Chiu, 2014)은 대학생 대상의 설문조사를 통해 개인의 심리적 특성과 페이스북 중독성, 페이스북 이용의 상관관계를 분석하였는데, 연구결과 우울증 성향이 있는 학생들이수록, 그리고 페이스북 이용량이 많을수록 페이스북에 중독될 가능성이 높게 나타났다. 위의 연구들은, SNS 이용에 따른 부작용의 하나로 여타의 미디어와는 다른 새로운 차원의 중독성에 대한 우려를 제기하고 있으며, 이는 SNS 이용자의 심리적 특성, 동기 및 특정 이용행위와 밀접하게 연관되어 있다는 점을 시사한다.

III. 연구문제

지금까지의 논의를 종합해 보면, SNS를 통한 커뮤니케이션이 증가하면서 SNS 이용에 대한 사용자들의 인식에도 긍정적 차원의 기대감과 부정적 차원의 위기감 등의 상반된 결과가 나타나고 있음을 알 수 있으나 SNS를 이용할 경우 예상되는 편익과 불편함의 인식 정도가 실제 SNS 이용에 어떠한 영향을 미치는가에 관해 기존에 논의된 연구는 없었다는 결론에 이른다. 그렇지만, 지금까지 제시된 긍정적 효과와 부정적 영향에 관한 선행연구들의 요인을 종합해보면, 대체로 실제 업무나 생활편의, 정보추구 등의 일상생활과 대인관계 만족도에 관한 요인(Ellison et al., 2007), 그리고 자기표현과 자아존중감 등과 같은 정서적 만족도의 요인(Lou et al., 2012)이 SNS를 이용하지 않을 경우 잃게 될 상대적 손실에 해당될 수 있다. 반대로, SNS의 부작용으로 제기되어 온 소외감과 같은 정서적 요인(Livingstone, 2008)이나 사생활 침해, 중독성 등과 같은 부작용(Dwyer et al., 2007)은 SNS 이용을 중단할 경우 얻게 될 상대적 편익으로 예측해볼 수 있다. 따라서 이 연구에서는 다음과 같이 포괄적인 연구문제를 제시하였다.

연구문제 1: SNS 이용행위는 SNS에 대한 다양한 긍정적, 부정적 인식과 어떤 관계를 지니는가?

다음으로, 앞선 논의들을 통해 SNS에 대한 다양한 인식이 혼재된 사용자들의 유형을 탐색적인 차원에서 분류해보고자 한다. 앞서 논의한 바와 같이, SNS 이용자들은 SNS가 가져다주는

생활의 편익을 긍정적으로 인식하면서도, SNS상의 사생활 침해를 우려하기도 하고, 프라이버시 침해를 우려하면서도 적극적인 자기 노출을 하는 상충된 모습을 보인다. 또한 SNS 이용자들은 피상적 대인관계에서 오는 허탈함이나 외로움을 느끼기도 하지만, 자기표현과 과시의 도구로서 SNS라는 매체를 활용하기도 한다. 이렇듯, SNS에 대한 긍정적 인식과 부정적 인식이 긍정 일변도 혹은 부정 일변도로 형성되기보다는 이용자들의 이용행위와 환경적 요소에 따라 긍정과 부정이 혼재된 복합적인 인식이 형성될 수 있기 때문에, 이러한 인식들이 특정 유형의 SNS 이용자에게 어떻게 차별화되어 나타나는지를 구체적으로 살펴볼 필요가 있다고 판단하여, 다음과 같은 연구문제를 제시하였다.

연구문제 2: SNS에 대한 긍정적 및 부정적 인식에 따라 구분할 때, 이용자 유형별 특징은 무엇인가?

IV. 연구방법

1. 자료수집 및 분석대상

제시된 연구문제 및 연구가설을 검증하기 위해 조사업체인 입소스(Ipsos Korea)에 의뢰하여 2012년 1월 9일부터 19일까지 열흘 동안 온라인 설문조사를 실시하였다. 성별, 연령과 지역을 기준으로 할당 추출한 표본을 대상으로 설문을 진행하였고, 응답자 중 SNS 이용자가 400명에 이르렀을 때 설문조사를 멈췄다. 응답자는 최종적으로 SNS 비이용자 362명을 포함하여 총 762명이었다. 이 연구에서는 762명 중 SNS 이용자 400명을 대상으로 분석하였다. SNS 이용자 400명 중에서 남성은 221명(55.2%)이었고, 연령대는 19세부터 29세까지 138명(34.5%), 30대가 131명(32.7%), 40대와 50대 이상이 각각 87명(21.7%)와 44명(11%)이 분포했다. 지역별로는 서울/인천/경기지역이 190명(47.2%), 강원도, 경상도, 전라도 충청도는 지역별로 10.4%에서 14.9%로 나타났다. 설문응답자의 학력은 고등학교졸업 이하는 61명(15.3%), 대졸 301명(75.3%), 대학원 졸업이상은 38명(9.4%)이었으며, 이들의 직업은 사무직 종사자가 192(48.0%)로 높게 나타났다. 응답자의 평균가구소득은 200~400만원이 172명(42.9%)으로 가장 많았고, 400~600만원 112명(28.1%), 600만원 초과 15.0%, 200만원 미만(14.0%) 순으로 조사되었다.

2. 변인의 구성

1) SNS 인식

SNS 이용자들이 갖고 있는 SNS에 관한 인식을 측정하기 위해 선행연구(i.e., 조윤경·백영민·김반야, 2014; Ellison et al., 2007; Hong, Huang, Lin, & Chiu, 2014; Lou, Yan, Nickerson, & McMorris, 2012; Orr et al., 2009; Steinfield, Ellison, & Lampe, 2008)에서 활용된 문항을 망라한 후 대학생 집단 20명에게 사전 조사(pilot)를 하여 타당하다고 판단한 28문항을 추출했다. 이 중에서 긍정적 인식에 관련된 문항은 9개고 부정적 인식에 관련된 것은 19개다. 다음으로 이들 문항에 대해 각각 탐색적 요인분석을 실시한 결과, 긍정적 인식 3개와 부정적 인식 5개 등 총 8개의 요인이 추출되었다.

① SNS에 대한 긍정적 인식

먼저 긍정적 인식과 관련하여 응답자들은 SNS가 정보획득에 유용하다고 여기고 있었다. SNS를 이용하면 정보획득이 신속하고 용이하게 이뤄지고, 사회적 이슈에 관한 다양한 정보나 의견을 접함으로써 사회문제에 대한 관심 역시 증가한다는 것이다. 이를 ‘정보획득’이라고 명명하였다(M=3.87, SD=.68, Cronbach's α =.83). 두 번째는 SNS가 일상생활에 유용하다고 인식하는 인식으로서, SNS를 이용하면 경제활동과 업무생산성이 높아지고, 일정관리 등 일상생활이 편리해진다는 내용이 포함되었다. 이를 ‘생활편익’으로 명명하였다(M=3.41, SD=.75, Cronbach's α =.84). 마지막은 ‘유대강화’로서, SNS가 인간적 유대를 강화하거나 새로운 관계가 확대한다는 등의 내용이 포함되었다(M=3.59, SD=.68, Cronbach's α =.75).

[표 1] SNS 이용에 관한 긍정적 인식 요인분석 결과

	요인		
	정보 획득	생활 편익	유대 강화
SNS를 이용하면 사회적 이슈에 관한 다양한 정보나 의견을 접할 수 있다.	.831	.140	.246
SNS를 이용하면 사회적 이슈 관련 글을 접하면서 정치, 사회문제에 대한 관심이 증가한다.	.820	.202	.211
SNS를 이용하면 정보획득이 신속하고 용이하다.	.762	.305	.216
SNS를 이용하면 상거래등 경제활동이 편리해진다.	.115	.848	.215
SNS를 이용하면 일정 관리 등 일상생활이 편리해진다.	.230	.843	.241
SNS를 이용하면 정보활용 등 업무 생산성이 높아진다.	.396	.721	.222
SNS를 이용하면 인간적인 유대를 강화할 수 있다.	.116	.305	.809
SNS를 이용하면 새로운 사람과 관계를 맺어 인간관계가 확대된다.	.281	.187	.746
SNS를 이용하면 우리들의 생활을 더 많이 기억할 수 있다.	.261	.152	.715
항목간 일치도(a)	.83	.84	.75
아이겐값	4.61	1.07	1.03
설명변량(%)	51.21	11.90	10.29

주. N=400

② SNS에 대한 부정적 인식

다음으로 SNS에 관한 부정적 인식을 19개 설문문항을 통해 동일한 방식으로 분석한 결과, [표 2]에서와 같이, 다섯 가지의 부정적 인식 요인이 발견되었다. 첫 번째 요인은 ‘SNS 소외감’으로서, 가이어벨드와 반 틸버그(Gierveld & Van Tilburg, 2006)의 소외감 척도를 SNS 환경에 맞게 5가지 문항으로 변형하여 사용하였다(M=2.72, SD=.80, Cronbach's α =.90). 두 번째 요인에는 정보노출과 감시에 대한 우려 등의 5개 문항이 포함되었고, 이를 ‘사생활 침해’라고 명명하였다(M=3.87, SD=.60, Cronbach's α =.80). 세 번째는 ‘중독성’ 관련 요인으로 여기에는 시간과 감정의 통제 어려움(loss of control/management of time and mood)이 포함된다(Pawliowski et al., 2013). 이러한 두 가지 측면을 고려하여 SNS에 적합한 4가지 설문문항이 포함되었다(M=2.97, SD=.88, Cronbach's α =.84). 네 번째는 통신비용 증가, 업무/학업에 방해, 메모리 부족 등이 포함되어, 이를 ‘생활방해’라고 명명하였다(M=3.32, SD=.71, Cronbach's α =.70). 마지막은 ‘유대약화’ 요인으로서, SNS가 인간관계의 진정성을 떨어뜨리거나 관계맺기에 회의적으로 여기는 것에 관한 2가지 문항이 포함되었다(M=3.29, SD=.76, Cor r=.59).

[표 2] SNS 이용에 관한 부정적 인식 요인분석 결과

	요인				
	소외감	사생활침해	중독성	생활방해	유대약화
SNS에 친구, 이웃들이 있지만 진정으로 아는 사람은 아무도 없다고 느낀다.	.888	.091	-.007	.091	-.035
SNS에 친구, 이웃들이 있지만 의지할 수 있는 사람이 없다고 느낀다.	.883	.069	-.015	.074	-.037
SNS 에 친구, 이웃들이 있지만 어느 누구와도 가깝지 않다고 느낀다.	.882	.092	-.039	.032	.058
SNS를 이용할 때 나는 남들로부터 소외된 느낌이 든다.	.755	-.039	.191	.015	.310
SNS를 이용할 때 나는 외로움을 느낀다.	.740	-.105	.189	.043	.314
SNS를 이용하면 나도 모르는 사이에 내 개인정보가 유출되어 제 3자에게 노출된다.	.029	.835	-.044	.081	.119
SNS를 이용하면 사실 확인이 안된 정보가 유포, 전달된다.	.011	.822	-.046	.154	-.011
SNS를 이용하면 타인에 의해 감시당할 우려가 있다	.068	.736	-.040	.014	.173

SNS를 이용하면 타인을 비방하거나 인신공격적 언어가 사용된다.	.088	.604	.016	.106	.210
SNS 서비스에 접속하지 못하게 된다면 삶이 허전해질 것 같다.	.056	-.072	.871	.029	.074
시간이 날 때마다 SNS 서비스를 이용한다.	-.005	.083	.850	-.061	-.119
SNS 서비스에 접속하지 못하게 된다면 아는 사람들에게서 멀어질 것 같다.	.095	-.134	.829	.036	.110
SNS를 이용하면서 나도 모르게 너무 많은 시간이 흐른 것을 느낀다.	.063	.148	.697	.302	-.153
SNS를 이용하면 무선통신비용의 지출이 증가한다.	.084	.161	.073	.794	.051
SNS를 이용하면 업무나 공부에 방해된다.	.001	.345	.129	.673	.204
SNS를 이용하면 저장메모리만 잡아먹는 쓰레기정보가 될 수 있다.	.211	.082	-.013	.614	.475
SNS를 이용하면 SNS를 통한 관계맺기가 귀찮거나 번거롭다.	.132	.198	-.083	.161	.848
SNS를 이용하면 인간관계의 진정성이 떨어진다.	.219	.408	.013	.246	.599
항목간 일치도(a)	.90	.80	.84	.70	.59*
아이겐 값	4.73	3.43	2.61	1.33	1.00
설명변량(%)	26.30	16.90	14.49	7.38	6.00

주. * 설문문항이 2문항이므로 상관계수(cor r)를 의미함. N=400.

2) SNS 이용행위: 타자지향적 행위와 자기표현적 행위

SNS 이용행위는 이용자들이 대인 커뮤니케이션에서 어떠한 방식으로 SNS를 이용하고 있는지를 17가지의 구체적인 읽기와 쓰기 행위에 관한 설문문항을 통해 측정하여 네 가지 차원의 SNS 이용행위를 발견하였다. 이 네 가지는 크게 타자지향적 행위와 자기표현적 행위로 구분될 수 있으며, 타자지향적 행위 중에서 타인의 글을 타인의 입장에서 읽는 행위는 ‘타인과의 공감’으로 볼 수 있고($M=3.38$, $SD=.64$, Cronbach's $\alpha=.89$), ‘호응 및 칭찬’ 요인은 타인에 대한 긍정적인 쓰기행위라고 할 수 있다($M=3.13$, $SD=.69$, Cronbach's $\alpha=.86$). 반면 자기표현적 행위는 두 가지로 구분되는데, 자신의 주관적 경험이나 감정, 또는 의견을 적극적으로 표현하는 내용의 다섯 가지 설문문항은 ‘자기표현행위’라고 명명했다($M=3.11$, $SD=.67$, Cronbach's $\alpha=.82$). 그리고 타인과의 소통에서 자기주장과 표현을 적극적으로 펼치는 행위는 ‘논쟁과 비판’ 요인이라고 명명하였다($M=2.84$, $SD=.67$, Cronbach's $\alpha=.36$).

3) SNS를 이용하지 않을 경우 예상되는 위기감과 기대감

SNS 이용이 급증하면서 이에 대한 긍정적 차원의 기대감과 부정적 차원의 위기감에 대한 인식의 편차도 나타나고 있다. 본 연구에서는 이러한 기대감과 위기감이 SNS의 이용인식에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보기 위해, SNS를 이용하지 않을 경우 이용자들이 갖게 될 득과 실을 10가지 문항을 통해 측정하였다. 이 중에서 SNS를 이용하지 않으면 업무향상이나 대인관계, 개인적 자존감 등 5가지 항목에서 오히려 긍정적일 것으로 보는 요인이 도출되었다($M=3.33$, $SD=.74$, Cronbach's $\alpha=.86$). 반면에, SNS를 이용하지 않을 경우 자기표현에 제약이 되고, 생활에 불편하며, 소외감이 생길 우려가 있는 등 다른 5가지 항목에서는 부정적 전망 요인이 도출되었다($M=2.89$, $SD=.78$, Cronbach's $\alpha=.84$). 이를 각각 '기대감'과 '위기감'으로 명명하였다.

4) SNS 이용시간, 유형 및 네트워크 크기

SNS 이용에는 이용시간과 이용매체(트위터, 페이스북)가 포함된다. 이용시간은 PC와 휴대용 단말기 등을 활용하여 하루에 평균적으로 이용한 시간을 측정하였으며, 우편향을 고려하여 통계분석에서는 자연로그를 취한 값을 이용하였고(이용시간 $M=322.81$ 분), 이용매체는 트위터와 페이스북 이용여부를 더미변인으로 취급하였다. SNS 이용자의 네트워크 크기는 SNS상의 친구수($M=52.78$ 명)와 오프라인에서의 친구수($M=39.98$ 명)를 측정한 값을 이용하였다.

V. 분석결과

1. 회귀분석결과

1) SNS에 대한 긍정적 인식에 영향을 미치는 요인

SNS 이용 인식(긍정 3요인, 부정 5요인)에 영향을 미치는 요인이 무엇인가를 살펴보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 먼저 SNS 이용에 관한 세 가지 긍정적 인식 각각에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 살펴보았다.

분석결과, 여성보다는 남성이($B=.171$, $p<.05$), 트위터를 이용할수록($B=.168$, $p<.05$), 그리고 타인과의 공감행위를 많이 할수록 정보획득에 대한 긍정적 인식이 높은 것으로 나타났다($B=.429$, $p<.001$). 다음으로, 생활편익에 관해서는, SNS를 많이 이용할수록($B=.341$, $p<.001$), 그리고 타인과의 자아표현 및 성찰($B=.161$, $p<.05$) 그리고 타인에 대한 호응 및 칭찬행위($B=.146$, $p<.05$)를

많이 할수록 생활편익에 대해 긍정적 인식이 높은 것으로 조사되었다. 또한, SNS를 이용하지 않을 경우 생기는 편리함에 대해 낮게 생각하거나(B=-.127, p<.05), 불편함을 높게 생각할수록(B=.180, p<.01) 생활편익에 대한 긍정적 인식이 높게 나타났다. 마지막 긍정적 인식 요인인 유대강화에는 오프라인 친구수, 타인과의 공감행위, 자아표현 및 성찰행위, 그리고 SNS 위기감이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 오프라인 친구수가 많을수록(B=.001, p<.05), 타인과의 공감행위(B=.241, p<.001)와 자아표현 및 성찰행위(B=.195, p<.01)를 많이 할수록, 그리고 SNS를 이용하지 않을 경우 옳는 것이 많다고 느낄수록(B=.110, p<.05) 유대강화에 대해 긍정적 인식이 더 강하게 나타났다. 그렇지만 SNS 이용에 관한 변인 중 어느 것도 대인관계에 관한 긍정적 인식에는 영향을 미치지 않았다.

종합해 보면, SNS에 관한 긍정적 인식에는 SNS 이용행위 중 타인과의 공감행위가 공통적으로 가장 큰 영향을 미치는 요인이었고, 자아표현 및 성찰행위 역시 유의미한 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 또한, SNS를 이용하지 않을 경우 생기는 위기감 또한 긍정적 인식(생활편익, 유대강화)에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그렇지만, SNS 이용시간이나 네트워크의 크기와 같은 요인은 상대적으로 영향력이 없거나 있어도 미미한 수준인 것으로 관측되었다.

[표 3] SNS 이용의 긍정적 인식에 영향을 미치는 요인

변인		사회적 정보획득		생활편익		유대강화	
		B	SE	B	SE	B	SE
인구사회 학 요인	성별	.171*	.075	.155+	.085	.141+	.076
	연령	-.023	.039	-.024	.043	-.058	.039
	학력	.041	.036	.047	.041	-.008	.037
	가구소득	-.034	.030	-.022	.034	-.012	.030
네트워크 크기	오프라인 친구수	.001	.000	.000	.001	.001*	.000
	SNS 친구수	2.947	.000	-5.944	.000	.000	.000
SNS 이용	SNS이용시간	.030	.035	.128**	.039	.034	.035
	페이스북 이용	-.011	.091	-.040	.102	.016	.091
	트위터 이용	.168*	.079	.040	.088	.059	.079
SNS 이용 행위	타인과의 공감	.429***	.066	.341***	.074	.241***	.066
	자아표현 및 성찰	-.029	.071	.161*	.080	.195**	.071
	호응과 칭찬	.074	.060	.146*	.067	.065	.060
	주장 및 논쟁	.022	.060	-.029	.067	-.016	.060
SNS 기대	SNS 기대감	.010	.051	-.127*	.058	-.066	.051
	SNS 위기감	.020	.052	.180**	.059	.110*	.052
R2		.228***		.262***		.227***	

+p<.10, *p<.05, **p<.01, ***p<.001, N=400

	SNS 친구수	1.610	.000	3.710	.000	.000**	.000	-.001**	.000	.000+	.000
SNS 이용	SNS 이용시간	-.016	.040	.184***	.039	-.015	.031	.030	.037	-.030	.041
	페이스북 이용	-.060	.105	.012	.101	.269**	.081	.213*	.095	.059	.106
	트위터 이용	.104	.091	.060	.088	.033	.071	.051	.083	.138	.092
SNS 이용 행위	타인과의 공감	-.136+	.076	.214	.074	.208**	.059	-.018	.069	-.145+	.077
	자아표현 및 성찰	.099	.083	.208**	.080	-.020	.064	-.016	.075	-.024	.083
	호응과 칭찬	-.011	.069	.044	.067	-.034	.054	-.063	.063	-.076	.069
	주장 및 논쟁	.240**	.069	.081	.067	.037	.054	.084	.063	.159*	.070
SNS 기대감	SNS 기대감	.119*	.059	-.033	.057	.271***	.046	.442***	.054	.373***	.060
	SNS 위기감	.186**	.061	.460***	.058	-.056	.047	.130*	.055	.149*	.061
R2		.187***		.393***		.215***		.271***		.198***	

+p<.10, *p<.05, **p<.01, ***p<.001, N=400.

2. 군집분석결과

요인분석결과 발견된 8가지의 SNS 이용인식(긍정적 인식 3요인, 부정적 인식 5요인)을 변인으로 사용하여 먼저 위계적 군집분석(Hierarchical cluster analysis)을 실시한 후에, 이 결과를 토대로 K-평균 군집분석을 추가로 활용하여 최적의 군집수를 결정하였다(군집방법=가장 먼 항목간, 측도=피어슨 상관계수). 먼저 위계적 군집분석 결과, 군집화 일정표와 덴드로그램을 근거로 살펴본 결과, 4집단($r = .854 \rightarrow -.931$)과 5집단($r = .119 \rightarrow .034$)에서 상관계수가 급격히 하락한다. 또한 K-평균 군집분석을 실시한 결과, 5집단보다는 4집단으로 구분될 경우, 집단 간 속성의 차이가 보다 뚜렷하게 나타나고 있어, 본 연구에서는 최종적으로 4집단을 최적의 집단수로 결정하였다.

각 집단을 구체적으로 살펴보면, 첫 번째 집단(G1)은 생활편익에 대한 긍정적 인식이 가장 높음과 동시에 외로움, 중독성, 낭비/방해와 같은 부정적 인식 역시 높은 집단으로서, SNS를 일상생활의 편익을 위해 적극적으로 활용하지만, 이에 대한 긍정/부정 인식이 혼재된 집단으로서, 이를 ‘갈등형 집단’으로 명명하였다. 두 번째 집단(G2)은 긍정적 인식이 전체적으로 낮고, 부정적 인식에서는 사생활 침해에 대한 인식이 덜 부정적인 특성을 보여, ‘관망형 집단’으로 정의하였다. 세 번째 그룹(G3)의 경우, 긍정적 인식은 평균에 다소 못 미치지만, 부정적 인식과 관련해서는 사생활 침해와 대인관계 악화를 우려하는 인식을 보여 이를 ‘고립형 집단’이

라고 명명하였다. 마지막 집단(G4)은 정보획득과 유대강화에 가장 긍정적인 인식을 지니면서도 외로움이나 관계악화, 낭비/방해와 같은 부정적 인식도 가장 낮은 집단으로서, 이는 ‘낙관적 활용형 집단’이라고 명명했다.

[표 5] 군집분석 결과

		갈등형 (G1, N=97)		관망형 (G2, N=93)		고립형 (G3, N=119)		낙관적 활용형 (G4, N=91)		합계		F값
		M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)	
SNS 이용	이용시간 (분)	387.17	(294.29)	315.22	(288.83)	261.19	(279.38)	343.18	(297.74)	322.81	(292.22)	3.56*
	SNS 친구	42.10	(74.41)	35.91	(104.36)	38.12	(122.75)	100.51	(328.95)	52.78	(182.80)	2.73*
	오프라인 친구	38.42	(48.10)	31.00	(53.78)	31.36	(56.17)	62.08	(114.98)	39.98	(72.76)	3.92**
긍정적 인식	정보획득	4.13	(.52)	3.13	(.55)	3.84	(.51)	4.37	(.50)	3.87	(.68)	98.63***
	생활편익	3.89	(.65)	2.84	(.54)	3.16	(.58)	3.83	(.69)	3.41	(.75)	67.49***
	유대강화	3.95	(.59)	3.11	(.48)	3.26	(.52)	4.10	(.54)	3.59	(.68)	83.06***
부정적 인식	외로움	3.15	(.70)	2.55	(.62)	2.91	(.65)	2.19	(.71)	2.72	(.76)	37.30***
	중독성	3.79	(.55)	2.73	(.67)	2.32	(.68)	3.21	(.79)	2.97	(.88)	91.25***
	사생활침해	4.08	(.51)	3.39	(.55)	4.16	(.40)	3.75	(.62)	3.87	(.60)	46.95***
	낭비/방해	3.80	(.60)	2.99	(.55)	3.60	(.57)	2.77	(.61)	3.32	(.71)	68.59***
	관계악화	3.66	(.63)	3.04	(.54)	3.72	(.59)	2.55	(.59)	3.29	(.76)	87.43***
SNS 이용 행위	타인과의 공감	3.51	(.55)	3.09	(.64)	3.34	(.60)	3.61	(.69)	3.38	(.64)	12.18***
	자아표현 및 성찰	3.05	(1.02)	2.55	(1.03)	2.17	(1.19)	3.07	(.87)	2.67	(1.11)	18.29***
	호응과 칭찬	3.36	(.72)	2.93	(.58)	2.94	(.71)	3.25	(.64)	3.13	(.69)	8.80***
	주장 및 논쟁	3.06	(.79)	2.68	(.58)	2.77	(.68)	2.84	(.56)	2.84	(.67)	5.01**
SNS 기대감	SNS 기대감	3.56	(.70)	3.16	(.57)	3.46	(.64)	3.08	(.75)	3.32	(.69)	11.45***
	SNS 위기감	3.30	(.70)	2.81	(.55)	2.70	(.62)	2.81	(.73)	2.89	(.69)	16.76***

주. 각 셀 중 옅은 배경색은 최대값, 짙은 색은 최소값을 의미함. (*p<.05, **p<.01, ***p<.001, N=400)

이렇게 구분된 군집이 어떠한 속성을 갖고 있는지 집단 간 차이를 구체적으로 살펴보기 위해 일원변량분석(One-way ANOVA)를 실시하였다. 분석결과, 각 집단별로 SNS 이용시간 및 네트워크 크기(SNS 친구, 오프라인 친구 수)에는 유의미한 차이가 발견되었다. 이용시간은 갈등형이 가장 높은 반면, 고립형 집단이 가장 적고(F=3.56, p<.05), 네트워크의 크기는 낙관적 활용형이 가장 높고(F=2.73, p<.05) 관망형 집단이 가장 적었다(F=3.92, p<.01). 또한, SNS 이용행위에

서도 통계적으로 유의미한 차이가 발견되었다. 구체적으로 살펴보면, 타인과의 공감(읽기) 및 자아표현 및 성찰(쓰기) 행위는 낙관적 활용형에서 가장 높았던 반면($F=12.18, p<.001$), 관망형 집단에서는 타인과의 공감미, 고립형 집단에서 자아표현 및 성찰행위가 가장 낮은 것으로 조사되었다($F=18.29, p<.001$). 한편, 타인 호응 및 칭찬행위($F=8.80, p<.001$)와 주장 및 논쟁행위($F=5.01, p<.01$)는 흥미롭게도 모두 갈등형 집단에서는 높게, 관망형 집단에서는 낮았다. 마지막으로, SNS를 이용하지 않을 경우 기대감과 위기감 역시 집단 간 차이를 보였다. 갈등형 집단이 SNS를 이용하지 않을 경우 기대감과 위기감이 모두 높았고, 반면에 SNS 기대감은 낙관적 활용형에서($F=11.45, p<.001$), SNS 위기감은 고립형 집단에서 가장 낮게 형성되었다($F=16.76, p<.001$).

VI. 논의 및 제언

본 연구에서는 SNS 이용방식과 행위가 SNS에 대한 인식과 어떠한 연관성이 있는지를 경험적으로 살펴보았다. 제시된 연구문제에 대한 해석을 위해 본 연구에서는 두 가지 연구방법을 활용하였다. 먼저, SNS 이용인식을 기준으로 군집분석을 실시하여, SNS 인식과 관련하여 어떠한 유형의 집단이 형성되고, 이러한 유형에 따라 SNS의 이용행태가 어떻게 다르게 나타나지는지를 살펴보았고, 다음으로 다중회귀분석을 통해 SNS의 이용인식(긍정/부정)에 영향을 미치는 요인들을 살펴보았다. 연구결과는 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, SNS에 대한 긍정적 인식에는 SNS 이용행위 중 타인과의 공감행위가 강력한 영향을 미치는 요인임을 알 수 있었다. 즉, 타인과의 공감행위를 많이 할수록 SNS가 사회적 정보를 획득하는 데 도움이 되고, 일상생활에도 편리함을 제공해주며, 대인관계를 유지, 개선하는 데에도 유용한 도구라고 인식하고 있었다. 이와 더불어, 자기표현적 행위를 많이 할수록 SNS가 생활편익과 유대강화에 보다 도움이 되는 미디어라고 인식하는 것으로 볼 때, 단순히 타인과의 공감만이 아니라, 적극적인 자기표현을 하는 이용자들이수록 SNS에 대해 긍정적 인식을 갖게 된다는 것을 알 수 있었다.

또한, SNS를 이용하지 않을 경우 발생하는 손실에 대한 우려가 높은 이용자들이 보다 긍정적인 인식(생활편익, 유대강화)를 갖고 있는 것으로 나타났다. 특히 생활편익에 대한 인식에서는 SNS 이용시간이 높은 이용자들이 보다 긍정적 인식을 갖는 것으로 볼 때, SNS의 기대감과 위기감은 SNS에 관여도가 높아 기회비용을 많이 지불해야 할 경우에 더 높을 것으로 추측해 볼 수 있다. 즉, SNS를 통해 기회비용을 많이 지불해야 하는 이용자들은 위기감을 더 느끼지만 자신이 지불한 비용을 정당화할 필요성을 동시에 느끼게 되기 때문에 SNS를 더 긍정적으로 인식하는 경향이 있을 수 있다. 아직은 검증되는 않은 가능성에 지나지 않지만 자기체면에 의

한 긍정적 인식일 수 있다. 반면에, SNS의 이용과 네트워크 크기는 이용인식의 형성과는 관련이 없었다. 트위터의 경우 이용자들이 비이용자들에 비해 사회적 정보획득에 긍정적인 인식을 갖고 있었는데, 트위터 이용자들이 정치사회적 이슈에 대해 관여도가 높다는 점을 고려하면 (박선희, 2010), 이와 같은 결과는 다양한 SNS 중에서도 트위터가 정치적 참여에 관한 인식을 형성하는 매체로서 긍정적으로 기능하고 있는 것으로 볼 수 있다.

둘째, 긍정적 인식과는 달리, SNS에 대한 부정적 인식에는 네트워크 크기와 SNS 이용수준이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오프라인 친구수가 적을수록 소외감을 더 느끼는 한편, 많으면, 사생활 침해에 대한 우려가 높았다. 그럼에도 불구하고 SNS 친구가 많으면 오히려 생활에 방해와 낭비가 덜 된다고 인식하는 이율배반적인 모습을 보였다. 이것은 SNS 친구가 사생활을 침해할 수 있지만, 동시에 생활에 편의도 제공해줄 수 있고 그 차이에 따라 사람들이 SNS이용 여부를 결정하고 있음을 시사한다. 또한, 비이용자와 비교해 본 결과 페이스북 이용자는 프라이버시 침해와 일상생활 방해에 대한 우려가 상대적으로 더 높게 나타나, 페이스북을 통한 결속과 유대가 트위터의 느슨한 관계와는 달리 사적 영역에 더 큰 영향을 미치고 있음을 짐작케 한다.

한편, SNS 이용행위는 긍정적 인식에서와는 다르게, 주장과 논쟁행위가 부정적 인식을 형성하는 데 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 타인과의 교류행위에서 논쟁과 주장을 많이 할수록 소외감을 더 많이 느끼고, 대인관계에 대한 악화 우려도 높았다. 또한, 자기표현행위가 높을수록 중독성 우려도 높았는데, 이는 자기노출과 표현을 적극적으로 하는 사람들일수록 타인의 관심과 반응을 더 많이 확인하기 때문인 것으로 풀이된다. 이는 타인과의 공감행위가 타인의 글을 그들의 상황과 맥락에서 읽는 행위이기 때문에, 자연스럽게 타인의 개인정보나 사생활에 관한 글을 많이 접하게 되고, 이러한 내용을 많이 접하게 될수록 SNS에서 내 개인 정보와 사생활을 보호받기 어렵다고 더 많이 우려하기 때문으로 추측된다.

또 SNS를 이용하지 않을 경우 손해가 많다고 생각할수록 소외감과 중독성이 높아진 반면, SNS 비이용시 얻게 되는 이익이 높으면, 사생활 침해나 일상생활의 불편함, 대인관계 악화에 대한 우려가 높게 나타난 점에도 주목할 필요가 있다. SNS 비이용시 기대감과 위기감이 차별적인 영향을 미치는 것은 중독성과 소외감이 SNS에 이미 과몰입되어 있는 경우 발생하는 부정적 인식이기때문에, SNS 이용 중단 시 갖게 될 손실이 크다고 느낄 경우에 더 큰 영향을 받게 된다고 추론해볼 수 있다. 이에 비해, 나머지 세 유형의 부정적 인식은 SNS의 속성에서 기인하기 때문에, SNS 비이용 시 얻게 될 반사이익이 높다고 판단할 경우에 더 높아진다는 해석이 가능하다.

세 번째로, 군집분석 결과, SNS 이용에 대해 차별적인 인식을 지닌 네 가지 유형의 집단(갈등형, 관망형, 고립형, 낙관적 활용형)을 발견할 수 있었다. 특히, 갈등형 이용자는 SNS 이용에

대해 긍정적 인식(생활편익)와 부정적 인식(소외감, 중독성, 낭비/방해)를 동시에 지니고 있었고, 고립형 이용자는 부정적 인식 중 사생활 침해와 대인관계 악화에 대한 우려가 높았다. 한편, 관망형 집단은 SNS를 긍정적으로 보진 않지만, 사생활 침해에 대한 우려는 가장 낮았고, 적극적 활용형은 정보획득과 대인관계에서 긍정적이면서 이에 대한 우려도 가장 낮았다. 갈등형 이용자는 실제로 SNS 이용시간도 가장 많았고, 타인과의 교류행위 역시 활발한데, 호응과 칭찬도 하면서 동시에 논쟁과 주장도 많이 하는 것으로 조사되었다. 그렇기 때문에 이들 이용자들은 SNS를 이용하지 않을 경우 예상되는 손실과 편익에 대해 모두 높은 기대와 위기감을 갖고 있었다. 이 유형의 이용자들은 실제로 SNS를 가장 많이 활용하지만, 타인과의 교류에서 오는 피로감도 동시에 갖고 있어, 긍정적 기능과 부정적 기능을 동시에 경험하는 이용자 집단으로 볼 수 있다. 이에 비해, 낙관적 활용형 이용자는 대인 네트워크의 크기가 가장 크고 타인과의 공감과 자기표현 모두에 적극적이었으며, SNS를 이용하지 않을 때 얻게 되는 이익에 대한 기대가 낮았다. 낙관적 활용자는 대인관계활동이 활발하고, 동시에 자기표현을 적극적으로 즐기고 있어, SNS가 주는 긍정적 영향을 높게 평가하는 이용자군으로 볼 수 있다.

한편, 고립형 이용자는 이용시간이 가장 적었고, 특히, 자기표현적 행위를 가장 적게 하고 있었으며, SNS를 이용하지 않아도 크게 우려하지 않는 모습을 보였다. 이 유형은 사회적 교류보다는 개인의 사생활에 대한 노출을 꺼리는 개인주의적 성향의 이용자들이 포함한다고 볼 수 있다. 그리고 관망형 이용자들은 SNS를 이용하기는 하지만, SNS가 실제로 대인관계나 생활편익에 보탬이 되는 미디어인지 확신하지 못하는 유형으로서, 실제 대인 네트워크의 크기도 작고, 타인과의 교류행위도 전반적으로 낮았다. 다만, 이들은 사생활 침해에 대한 우려가 가장 낮아, 향후 적극적으로 SNS를 활용할 가능성도 있는 것으로 보인다. 이러한 결과를 종합해보면, SNS 이용자들은 SNS에 대해 일반적으로 부정적, 혹은 긍정적으로 인식하고 있지 않으며, 이용자들의 성향과 이용행위와 연관되어 특정한 패턴을 형성하고 있다는 결론에 이른다.

이상과 같이 이 연구에서는 SNS 이용과 인식과의 관계에 관한 여러 가지 흥미로운 점이 발견되어, 학술적, 실무적 차원에서 시사하는 바가 적지 않다. 먼저 학술적인 차원에서, 기존의 SNS 관련 연구들에서는 SNS의 이용이 이용자들에게 미치는 긍정적 기대와 부정적 영향에 대한 우려가 혼재되어 왔는데, 그 원인은 SNS 이용행위를 세밀하게 구분하지 않고, 이용자들의 성향을 면밀히 고려하지 않았기 때문이라고 할 수 있다. 이 연구의 결과는 SNS에 대한 이용자들의 긍정적, 혹은 부정적 인식이 어느 한 쪽으로 일관되게 형성되는 것이 아니라는 점을 강조한다. 즉, 이용자들이 SNS의 긍정적 측면과 부정적 측면을 모두 인식하고 있기 때문에, 여러 형태의 SNS 이용행위가 개인적 특성과 심리적 요인과 결합하여 SNS에 대한 기대와 우려를 동시에 표출하게 된다는 것이다. 따라서 향후에는 SNS의 대한 이용자들의 복잡한 심리를 연구에 충분히 반영하는 설계과정이 필요할 것이다.

다음으로, SNS를 어떻게 이용하느냐에 따라 SNS에 대한 인식이 다양하게 형성될 수 있다는 연구결과는 향후 SNS와 관련된 정책을 수립하고 시행하는 관계자, 그리고 SNS를 활용하고 있는 기업과 단체들에게 실무적인 차원에서도 도움이 될 것으로 기대된다. 특히, 기업 실무자들이나 정부 정책입안자들로 하여금 SNS를 매스미디어처럼 균일한 이용자들에게 자신들이 원하는 메시지를 전달하는 도구로서 단순하게 접근하기보다는, 이용자들의 이용 특성을 파악하고 이용자 유형을 정확히 분류하여 맞춤형 SNS 홍보 캠페인 전략을 수립하는 데 본 연구가 유용한 시사점을 제공해줄 것으로 기대한다.

그러나 이와 같은 함의는 이 연구의 한계를 염두에 두고 받아들여져야 한다. 여러 한계점 중에서도 특히 고려해야 할 점은 응답자의 편향이다. 이 연구에서는 현재 SNS를 이용하고 있는 사람들을 비이용자들과만 구분하여 분석하고 있는데 이는 분명한 한계점을 지닌다. 우선, 과거에는 이용하였으나 현재는 SNS를 아예 이용하지 않는 사람들이 분석에서 제외되었고, 계정은 보유하고 있지만, 실제로 활발하게 이용하지 않은 사람들도 제외되었을 가능성이 높다. 이들이 분석에 포함되었다면 SNS의 부정적 인식 관련 측정치가 전반적으로 상승했을 수도 있고, 그렇게 되면, SNS의 인식에 영향을 미치는 요인, 적어도 요인의 영향력의 크기의 차이 등, 전체적인 연구결과에 영향을 미쳤을 수도 있다. 이러한 점은 후속 연구에서 보완해야 할 과제로 남겨둔다. 두 번째 한계로 지적해야 할 부분은 자료의 노후화다. 이 자료는 2012년에 수집되었다. SNS 이용 환경과 현황의 급격한 변화 속도를 고려할 때 지난 2년 간 일어났을 변화를 담아내지 못한 이 연구의 결과를 현실점에 바로 적용하기는 힘들다. 이런 이유에서 SNS에 대한 긍정적, 부정적 인식에 영향을 미치는 변인을 찾아내는 작업과 이를 통한 이용자의 분류 작업은 빠른 시간 내에 다시 이어질 필요가 있다.

참고 문헌

- 김경달·김현주·배영. 2013. “소셜네트워크서비스의 피로감 요인에 관한 연구.” 『정보와 사회』, 26, 102-129.
- 김명수·이동주. 2012. “소셜네트워크서비스 이용에 있어서의 디지털 피로감과 플로우의 역할.” 『e-비즈니스연구』, 13(1), 67-87.
- 김봉섭·박시현. 2014. “페이스북 이용자의 고독감에 영향을 미치는 요인에 관한 연구.” 『커뮤니케이션학연구』, 22(1), 117-143.
- 김은미·이동후·임영호·정일권. (2011). SNS혁명의 신화와 실제. 서울: 나남.
- 김은미·이준웅. 2006. “읽기의 재발견: 인터넷 토론공간에서 커뮤니케이션의 효과.” 『한국언론학보』, 50(4), 65-94.
- 금희조. 2011. “소셜 미디어 시대, 우리는 행복한가? : 소셜 미디어 이용이 사회 자본과 정서적 웰빙에 미치는 영향.” 『한국방송학보』, 25(5), 7-48.
- 박선희. 2010. “정치인의 퍼스널 커뮤니티와 네트워크 공론장으로서 트위터의 가능성.” 『정치커뮤니케이션연구』, 18, 81-115.
- 삼성경제연구소. (2008). 2008년 10대 히트상품. 『CEO 인포메이션』, 685호. www.seri.org.
- 양혜승·김진희·서미혜. 2012. “페이스북은 우리의 관계를 윤택하게 하는가.” 『한국언론학보』, 56(5), 270-297.
- 오미영. 2013. “SNS 회의론: SNS 이용 거부 징후에 대한 탐색적 고찰.” 『현상과 인식』, 37(4), 187-209.
- 장현미. 2014. “SNS에서 글쓰기가 공감경험과 친사회행동에 미치는 효과: 페이스북 이용자를 중심으로.” 『한국언론학보』, 58(3), 5-35.
- 정일권·이준웅·배영. 2013. “인터넷 교류범위와 자기노출이 정치적 관용에 미치는 영향과 세대효과.” 『언론과 사회』, 21(2), 160-204.
- 조운경·백영민·김반야. 2014. “SNS 관계망에서의 상호작용은 어떻게 사회적 지지감을 형성시키는가: 관계망 유형에 따른 차이를 중심으로.” 『커뮤니케이션학연구』, 22(2), 5-31.
- 황성욱·박재진. 2011. “페이스북, 무엇이문제인가?: 심리적문제점요인분석.” 『광고연구』, 91, 8-95.
- Acquisti, A., & Gross, R.(2006). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on Facebook. PET 2006. Retrieved October 2, 2007, Retrieved from <http://privacy.cs.cmu.edu/dataprivacy/projects/facebook/facebook2.pdf>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S.(2012). Development of a facebook addiction scale 1, 2. *Psychological reports*, 110(2), 501-517.
- Beard, K. W.(2005). Internet addiction: a review of current assessment techniques and potential assessment questions. *Cyberpsychology & Behavior*, 8(1), 7-14.
- Boyd, d.(2008). Facebook’s privacy trainwreck: Exposure, invasion, and social convergence. *Convergence: The International Journal of Research into Media Technologies*, 14(1), 13-20.
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K.(2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality*

and *Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303-1314.

- Clayton, R. B., Osborne, R. E., Miller, B. K., & Oberle, C. D.(2013). Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 687-693.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & Gil de Zúñiga, H. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253.
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A. K., & Hughes, B. N.(2009). Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of Computer Mediated Communication*, 15(1), 83-108.
- Dwyer, C., Hiltz, S., & Passerini, K.(2007). Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace. *AMCIS 2007 Proceedings*, 339.
- Ebeling-Witte, S., Frank, M. L., & Lester, D.(2007). Shyness, Internet use, and personality. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(5), 713-716.
- Effing, R., van Hillegersberg, J., & Huibers, T.(2011). Social media and political participation: are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems? In *Electronic participation*(pp. 25-35). Berlin: Springer.
- Ellison, N. B., Steinfield, 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.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S.(2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer Mediated Communication*, 17(3), 319-336.
- Gierveld, J. D. J., & Van Tilburg, T.(2006). A 6-item scale for overall, emotional, and social loneliness confirmatory tests on survey data. *Research on Aging*, 28(5), 582-598.
- Große Deters, F., & Mehl, M. R.(2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychological and Personality Science*, 4(5), 579-586.
- Hong, F. Y., Huang, D. H., Lin, H. Y., & Chiu, S. L.(2014). Analysis of the psychological traits, Facebook usage, and Facebook addiction model of Taiwanese university students. *Telematics and Informatics*, 31(4), 597-606.
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M. & Lee, A.(2012) A tale of two sites : Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 561-569.
- Iachello, G. & Hong, J.(2007). End-user privacy in human-computer interaction. *Foundations and Trends in Human-Computer Interaction*, 1(1), 1-137.
- Karaiskos, D., Tzavellas, E., Balta, G., & Paparrigopoulos, T.(2010). P02-232-Social network addiction: a new clinical disorder? *European Psychiatry*, 25, 855.
- Kesici, S., & Sahin, I.(2009) A comparative study of uses of the Internet among college students with

- and without Internet addiction. *Psychological Reports*, 105(3 suppl), 1103-1112.
- Kim, J., & Lee, J. E. R.(2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 359-364.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D.(2011) Addiction to social networks on the Internet: a literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8(9), 3528-3552.
- Livingstone, S.(2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393-411.
- Lou, L. L., Yan, Z., Nickerson, A., & McMorris, R.(2012). An examination of the reciprocal relationship of loneliness and Facebook use among first-year college students. *Journal of Educational Computing Research*, 46(1), 105-117.
- Mathwick, C., Wiertz, C., & De Ruyter, K. (2008). Social capital production in a virtual P3 community. *Journal of Consumer Research*, 34(6), 832-849.
- Meerkerk, G.-J., Van Den Eijnden, R. J. J. M., Vermulst, A. A., & Garretsen, H. F. L.(2009). The Compulsive Internet Use Scale(CIUS): Some psychometric properties. *Cyberpsychology & Behavior*, 12, 1-6. doi:10.1089/cpb.2008.0181
- Mehdizadeh, S.(2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364.
- Orr, E. S., Susic, M., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M., & Orr, R. R.(2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(3), 337-340.
- Palmgreen, P.(1984). Uses and gratifications: A theoretical perspective. In R. Bostrom(Ed.), *Communication Yearbook* 8(pp. 20-55). Beverly Hills, CA: Sage.
- Pawlikowski, M., Altstötter-Gleich, C., & Brand, M.(2013). Validation and psychometric properties of a short version of Young's Internet Addiction Test. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1212-1223.
- Rubin, A. M.(1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting*, 27(1), 37-51.
- Russell, D.(1982). The measurement of loneliness. *Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy*, 81-104.
- Ryan, T., & Xenos, S.(2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
- Sheldon, P.(2008). The relationship between unwillingness-to-communicate and students' Facebook use. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 20(2), 67.

- Sheldon, K. M., Abad, N., & Hirsch, C.(2011). A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connection rewards it. *Journal of Personality and Social Psychology, 100*, 766-775.
- Skues, J. L., Williams, B., & Wise, L.(2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior, 28*(6), 2414-2419.
- Spinello, R. A.(2005). Beyond copyright. A moral investigation of intellectual property protection in cyberspace. In R. J. Cavalier(ed.), *The impact of the Internet on our moral lives*(pp. 27-48). Albany, NY: State University of New York Press.
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C.(2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*(6), 434-445. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.002
- Tosun, L. P., & Lajunen, T.(2010). Does Internet use reflect your personality? Relationship between Eysenck's personality dimensions and Internet use. *Computers in Human Behavior, 26*(2), 162-167.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- 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 participation. *Journal of Computer-Mediated Communication, 14*(4), 875-901.
- Valenzuela, S., Arriagada, A., & Scherman, A.(2014). Facebook, Twitter, and Youth Engagement: A Quasi-experimental Study of Social Media Use and Protest Behavior Using Propensity Score Matching. *International Journal of Communication, 8*, 25.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P.(2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior, 9*(5), 584-590.
- Young, K. S.(2009) Internet addiction: diagnosis and treatment consideration. *Journal of Contemporary Psychotherapy, 39*(4), 241-246.

ABSTRACT

Relationship between SNS Use and Users' Mixed Perception toward SNS

Irkwon Jeong

(Kwangwoon University, jeongik@kw.ac.kr)

Kyung Han You

(Hankuk University of Foreign Studies, kuy114@hufs.ac.kr)

Highlighting that users' positive perceptions and attitudes are mixed with negative perceptions and attitudes toward SNS, the present study explores how these positive and negative perception and attitude toward SNS are associated with behaviors on SNS, and what factors influence shaping users' mixed attitude and perception regarding SNS. Firstly, our analyses showed that, empathetic behavior with others was a strong predictor not only in enhancing positive attitude toward SNS, but in influencing users' negative perception on security of their personal information on SNS. Meanwhile, argumentative inclination increased users' negative attitude toward SNS usage. Users' individual network size and types of SNS use did not affect individuals' positive perception regarding SNS, but influenced shaping negative attitude and perception toward SNS. Lastly, the effects of expected benefit and loss when stopping SNS on users' attitude toward SNS were varied based on each type of perception and/or attitude related to SNS usage. Next, for cluster analysis, our results indicated that there were four different groups: contradictory, optimistic, observatory, and isolated user group. The result infers that users negative or positive perception and attitude toward are not consistently shaped, but mixed together in association with user personality and behavior on SNS. Further implications and limitations were also discussed.

Keywords: SNS use SNS perception, SNS attitude, SNS loneliness, SNS addiction, SNS privacy