
사용자 특성에 따른 페이스북 이용의 양가성 : 페이스북 이용의 순기능과 역기능을 통한 고찰

Facebook Ambivalence by User Characteristics

이은지, Eunji Lee*, 조민하, Minha Cho**, 안홍민, Hongmin Ahn***, 성용준, Yongjun Sung****

요약 전 세계적으로 가장 많은 사용자를 보유한 소셜 네트워크 서비스(SNS)인 페이스북(Facebook)의 이용행태는 사용자의 관점에서 크게 순기능과 역기능적 측면으로 구분된다. 순기능이란 사용자들이 페이스북을 통해 얻는 사회적 지지, 즐거움과 같은 긍정적인 정서로 인해 페이스북을 지속적으로 이용하는 긍정적 측면을 의미하며, 역기능이란 반대로 이용 시 느끼는 피로감, 짜증과 같은 부정적인 정서로 인해 페이스북 이용을 중단하는 부정적인 측면을 뜻한다. 본 연구는 사용자의 개별적 특성이 SNS 이용에 영향을 미친다는 기존 문헌의 결과에 따라, 페이스북 이용자의 특성(인구통계학적 특성, 페이스북 주 활동 특성, 페이스북 이용량 및 이용 빈도 특성)에 따른 페이스북 이용(순기능, 역기능)을 탐색적으로 알아보려고 하였다. 그 결과, (1) 사용자의 인구통계학적 특성 중 여성 사용자가 남성 사용자보다 더 큰 페이스북 피로감과 페이스북 중단의향을 보였으며, 40-50대 사용자가 10대 사용자보다 더 큰 페이스북 피로감을 느꼈다. 또한 (2) 주 활동 특성 중 작성자는 관찰자보다 더 높은 긍정정서와 사회적 지지를 느끼고, 페이스북 지속사용의도 또한 높았다. 마지막으로 (3) 사용자의 이용량 및 이용 빈도 특성 중 일평균 사용시간이 높은 사용자는 낮은 사용자에 비해 긍정정서를 높게 느끼고 지속사용의도 또한 높았다. 반면, 일평균 사용시간이 낮은 사용자는 높은 사용자보다 중단의향이 높은 것으로 나타났다. 사용자 특성별로 이용행태를 분석한 본 연구 결과는 성숙기에 도입한 SNS 시장에 이론적, 실무적 함의를 제공할 것이라 기대한다.

Abstract Facebook, which has the largest number of users worldwide, has both positive and negative effects on our lives and society. The positive effects include social support from others, relationship building, entertainment, etc. In contrast, Facebook users also experience negative emotions such as tiredness and irritation, resulting in dissatisfaction as well as withdrawal from Facebook. The current study investigates both positive and negative effects of the use of by different demographic characteristics (i.e., age and gender), Facebook usage pattern (i.e., posters vs. lurkers), and Facebook usage time and frequency. The results show that (1) female users (vs. male users) feel higher level of fatigue and display stronger intention to discontinue Facebook. Moreover, (2) posters (vs. lurkers) feel higher level of positive emotions and social support, and stronger intention to continue Facebook. Lastly, (3) heavy users (vs. light users) exhibit higher level of positive emotions and stronger intentions to continue Facebook. This research sheds light on the fact that the characteristics of users affect individuals' intention to discontinue SNS and offers practical implications on the ever-expanding SNS market.

핵심어: Facebook, Ambivalence, User characteristics, SNS fatigue, Social support

본 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2017S1A5A8018989).

*주저자 : 고려대학교 심리학과 석박통합과정수료

**공동저자 : 고려대학교 심리학과 석사과정

***공동저자 : 동국대학교(서울) 광고홍보학과 교수

****교신저자 : 고려대학교 심리학과 교수; e-mail: sungyj@korea.ac.kr

■ 접수일 : 2018년 3월 29일 / 심사일 : 2018년 4월 19일 / 게재확정일 : 2018년 7월 6일

1. 서론

페이스북은 사람들이 친구, 가족 및 동료들과 더 효율적으로 교류할 수 있도록 도와주는 소셜 유틸리티(social utility)로, 2004년 마크 주커버그에 의해 설립되었다[1]. 페이스북 월간 사용자 수(monthly active user, MAU)는 2017년 중순 20억 명을 넘어섰으며[2], 이는 전 세계 인구수의 약 22%에 해당한다[3]. 지금도 매분마다 400명씩 새로운 사용자가 가입하고 있으며, 전 세계 온라인 이용자의 79%가 페이스북에 가입하여 이용하고 있다[3]. 이를 인구통계학적 특성 별로 살펴보면, 온라인 이용자 중 여성의 83%와 남성의 75%, 그리고 연령별로는 18-29세의 88%, 30-49세의 84%, 50-64세의 72%, 그리고 65세 이상의 62%가 페이스북을 이용하고 있다[3].

이렇듯 전 세계에서 매우 많은 사람들이 페이스북을 사용하고 있으며, 이는 페이스북이 엄청난 영향력을 행사할 수 있음을 의미하기도 한다. 이러한 페이스북의 이용행태는 사용자의 관점에서 크게 순기능과 역기능적 측면으로 구분된다. 먼저, 페이스북을 비롯한 SNS에 대한 초기 연구는 긍정적 측면에 중점을 두고 이루어졌으며, 이러한 순기능적인 측면은 사용자의 페이스북 지속사용의도에 직접적인 영향을 끼치는 것으로 밝혀졌다[4,5]. 실제로, 페이스북 이용은 사회성 기술(social skills) 습득에 도움이 되거나 홀로 지내며 외로움을 느끼는 이들에게 사회적 상호작용의 기회를 제공하여 정신 건강에 도움이 되기도 한다[6]. 이 외에도 사용자들은 자기표현을 통해 주관적 행복감을 느끼며, 페이스북을 통해 친구를 맺음으로써 사회적 지지를 지각한다[7]. 즉, 페이스북과 같은 SNS 이용은 사회적 이익을 취할 수 있도록 하여 사용자의 삶의 만족도를 높이는 데 영향을 미친다[8].

반면 페이스북 이용의 역기능적 측면에는 무엇이 있는가? 페이스북 활성 계정(active account) 수는 2017년 중순에만 약 5000만 명이 줄어들었으며, 이는 전체 사용자 수 20억 명의 약 2.5%에 해당하는 수치이다. 또한 이러한 수직 감소는 반복적으로 나타나는 계절적 변수이다[9]. 특히, 지난 2012년 페이스북 사용자가 정점을 찍은 후 감소한 적이 있는데, GlobalWebIndex(GWI) 리포트에 의하면 2014년도에도 페이스북 활성 계정 수가 8% 가량 줄어들기도 하였다[10]. Pew Research Center 조사 결과에 따르면, 과도한 가십, 상관없는 정보, 잦은 시스템 업데이트 등으로 인한 지루함, 권태 등의 이유로 61%의 응답자가 자발적으로 페이스북 사용을 잠시 중단하였고 20%는 아예 이용을 중단하였다[11]. 이에 따라 최근에는 페이스북 이용의 역기능에 대한 연구도 늘어나고 있는 추세이다[12-14]. 최근 Maier, Laumer, Eckhardt, 그리고 Weitzel의 연구에 의하면, 이용중단 행위는 SNS 이용 중에 발생한 심리적 고갈이나 과부하와 같은 스트레스가 영향을 미친다고 한다[13]. 즉, 사용자는 다른 사용자의 게시물을 보며 부정적 정서를 느끼기도 하며, 이는 사용자들의 피로감은 물론 SNS 이용

중단에까지 영향을 미치게 된다[14].

이처럼 페이스북 이용은 사용자로 하여금 지속적인 이용을 유도하는 순기능적 측면도 있고, 반대로 이용을 중단하도록 하는 역기능도 존재한다. 하지만 페이스북 자체는 중립적인 매체일 뿐, 그에 의해 긍정적인 영향을 받지 부정적인 영향을 받을지는 사용자의 특성이 좌우한다고 할 수 있다. 실제로 기존 연구에서는 사용자의 개별적 특성에 따라 SNS 피로감은 물론, 중단의향과 같은 역기능적 측면이 상이할 수 있음을 밝혔으며[15,16], 긍정적인 정서나 지속사용의도와 같은 순기능적 측면 또한 상이할 수 있음을 밝혔다[17]. 또한 SNS 이용의 긍정적 혹은 부정적 측면에 관련된 연구에서는 성별[12,18-20], 연령[10,21-24], 주 활동[25-27], 그리고 사용기간이나 시간이 큰 변수로 작용할 수 있음을 시사하였다[28-30]. 하지만 기존 연구에서는 SNS의 순기능 혹은 역기능 중 하나에 초점을 맞추어 미시적으로 살펴보았을 뿐, 양면적인 측면을 보지 못했다는 한계가 있다. 이에 따라 본 연구에서는 페이스북 사용자의 특성에 따라 페이스북 이용(순기능, 역기능)이 어떻게 다르게 나타나는지 거시적 측면에서 탐색적으로 알아보고자 한다. 특히, 본 연구에서는 기존 연구에서 역기능 혹은 순기능을 살펴보았던 사용자의 인구학적 혹은 이용 특성 외에, 페이스북에서 주로 하는 활동을 미디어 이론을 토대로 작성 행위와 관찰 행위로 유의미하게 나누고 그에 따른 순기능과 역기능을 살펴보고자 한다[25-27]. 따라서 본 연구는 (1) 성별, 연령과 같은 인구통계학적 특성과 (2) 페이스북 주 활동 특성, (3) 사용기간 및 하루 평균 사용시간과 같은 페이스북 이용량 및 이용 빈도 특성에 집중하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 페이스북 이용의 순기능

페이스북 이용에는 다양한 긍정적인 측면이 있으며, 그러한 순기능은 사용자가 페이스북을 지속적으로 이용하도록 유도한다. 특히, 사람은 자신에 관련된 정보를 타인에게 알려주는 자기노출을 통하여 자신의 긍정적인 부분을 타인에게 보여줌으로써 인상관리를 하기도 하는데[31], 페이스북 상에서는 이러한 자기노출이 자발적으로 이루어진다[32]. 자기노출은 자기표현 행동의 일종으로, 자기표현 행동은 자기를 재구성함으로써 삶에 통일성과 목적을 제공하는 등 심리적으로 긍정적인 효과를 낳는다[33]. 또한 자기노출을 통해 사회적 상호작용(social interaction)이 가능하며, 이는 타인과 관계를 맺음으로써 사회적 지지를 느끼게 할 수 있음을 추론할 수 있다.

사회적 지지를 느낀다는 것은, 개인이 사회적으로 연결된 관계를 통해 물질적, 감정적, 정서적 도움을 얻을 수 있다고 느끼는 것을 의미한다[34]. 기존 연구에서 김영임은 SNS를 많이 그리고 자주 접속할수록 사용자가 지각하는 사회적 지지감이 높

아져, SNS를 통해 소통하는 행위 자체만으로도 사회적 지지감을 갖게 됨을 밝혀냈다[28]. 또한 Kim과 Lee는 페이스북에 자기를 표현함으로써 사용자들이 주관적 행복감을 느끼며, 페이스북을 통해 친구를 맺음으로써 사회적 지지를 지각하기도 함을 밝혀냈다[7]. 배지우와 박정열은 SNS 사용자들이 SNS를 통해 사회적 관계와 심리적 안녕 등을 구축하고자 하는 사회적 동기, 즐거움과 기분 전환을 얻고자 하는 유희적 동기, 유익한 도움을 얻고자 하는 기능적 동기 세 가지가 SNS 몰입 수준에 미치는 영향에 대해 연구하였으며, 연구 결과 기능적 동기를 제외한 사회적 동기와 유희적 동기가 모두 SNS 몰입 수준에 정적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다[35]. 이처럼 페이스북을 통해 사용자는 주관적 행복감이나 심리적 안녕, 즐거움 등의 긍정정서를 경험하기도 하고, 사회적 지지를 느끼기도 한다. 이러한 요인들은 페이스북 이용 동기와의 연결성이다[28,36]. 페이스북 상에서의 자기표현은 사회적 관계와 지속사용의도에 긍정적 영향을 미치게 된다[43].

2.2 페이스북 이용의 역기능

하지만 페이스북 이용에는 역기능적 측면 또한 공존한다. 대표적으로 SNS 피로감(SNS fatigue)이 있다. 피로감은 원래 심리학, 보건, 의료 등의 분야에서 다루는 개념으로[38], 지치고 탈진되며 에너지가 고갈된 느낌을 지칭한다. 사전적으로는 반복되는 신체적, 정신적 활동 후 탈진하여 심신의 기능이 저하된 상태로 정의된다[39]. 이를 SNS 맥락에 적용한 것이 바로 SNS 피로감이다. 특히, SNS 피로감 개념은 페이스북 이용 중단 행위를 설명하기 위해 등장하였다[40]. Yamakami는 SNS 피로감을 SNS 이용 시 사용자가 신체적, 정신적으로 나약해졌다고 스스로 지각하는 정서적 상태로 정의한다[41]. 반면 Technopedia는 SNS 피로감을 온라인상의 정보 과부하로 인한 부담감으로 SNS 사용을 꺼려하는 이용자들의 심리학적 경향성으로 정의하고 있다[42]. 뿐만 아니라 피로감은 프라이버시 침해에 대한 염려나 소셜 미디어 사용자들이 느끼는 권태, 지루함 등과도 연관된다[16].

기존 연구에 의하면, SNS 사용자 10명 중 8~9명은 피로감이나 불편함을 느낀 적이 있으며, 국내에서는 트위터보다 페이스북에서 피로감을 더 크게 느낀다고 보고되었다[29]. 이용자들에게 피로감을 야기하는 원인으로서는 여러 가지가 있다. Zhang, Zhao, Lu, 그리고 Yang은 SNS를 이용하며 느끼는 3가지 과부하(시스템 특징, 정보, 소통 과부하)가 SNS 피로감과 불만족을 야기하며, 이는 다시 이용중단의도에 영향을 미칠 수 있음을 제시하였다[10]. 또한 김경달, 김현주, 배영은 SNS 피로감은 정보 과부하(information overload), 프라이버시(privacy), 기회비용(opportunity cost), 평판 인식(reputation recognition) 네 가지 원인으로 인해 초래된다고 밝혔다[12]. Bright, Kleiser, 그리고 Grau의 연구에서는 프라이버시 침해에

대한 우려 및 자신감이라는 변수가 SNS 피로감을 가장 잘 예측하는 것으로 나타났다[16]. 즉 프라이버시 침해에 대한 염려, 자기효능감, 유익함이 높으면 피로감이 높고, 자신감이 높으면 피로감이 낮다는 사실을 밝혀냈다. 이와 같은 SNS 피로감은 페이스북 사용자의 불만족과 이용 중단의향에 영향을 미친다[10,43]. 이병혜는 SNS 피로감은 이용 중단의향에 통계적으로 유의미한 정적 영향을 미치는 것을 밝혔으며[43], 같은 맥락으로 Zhang, Zhao, Lu, 그리고 Yang의 연구에서 SNS 피로감이 사용자의 불만족 및 이용 중단의향에 영향을 미치는 것으로 나타났다[10].

2.3 사용자 특성에 따른 페이스북 이용

2.3.1 인구통계학적 특성

페이스북 이용의 순기능과 역기능에 영향을 미치는 여러 가지 요소 중 하나는 사용자의 인구통계학적 변수이다. 인구통계학적 변수인 성별과 연령은 그간의 연구에서 많이 다루어져 왔다. 특히 남성과 여성은 SNS 사용에 따른 프라이버시 염려와 같은 부정적인 측면과 사회적 지지와 같은 긍정적 측면을 느끼는 부분에 있어 큰 차이점을 보여 왔다. 예를 들어 이미나와 심재웅의 연구에서 밝혀진 바와 같이 성별에 따른 SNS 상의 프라이버시 침해 염려 및 프라이버시 보호전략의 남녀 차이는 상이하였다[18]. 특히, 페이스북 이용에 있어서 남성보다 여성이 프라이버시 염려가 더 큰 것으로 나타났다. 같은 맥락으로, 이은지의 연구에서는 여성 사용자가 남성 사용자보다 SNS 중단 의향이 높은 것으로 나타났다[15]. 이는 시간 때문이나, 오락의 목적으로 SNS를 이용하는 남성과 달리 여성은 사회적 관계 유지를 목적으로 계정 관리에 집중하기 때문이라고 볼 수 있다[15]. 그러나 Zhang, Zhao, Lu, 그리고 Yang의 연구에서는 SNS 피로감을 유발하는 요인 중 시스템 특징 과부하와 사회적 과부하의 경우에는 여성보다 남성이 더 크게 느꼈으며, 이로 인한 피로감과 중단의향 또한 높았다[10]. 한편, 전신현은 SNS의 사회적 지지를 통해 생활스트레스에 대한 완충 효과가 성별에 따라 다르게 나타난다는 것을 밝혔다[19]. SNS를 통해 사회적 지지를 받을 경우, 남성보다 여성이 우울을 덜 경험한다는 것이다. 또한 스트레스에 대한 대처 방식에서도 차이가 나타난다. 남성들은 주변에 기대기보다 능동적으로 대처하기에 사회적 지지를 통해 스트레스를 극복할 가능성도 낮을 뿐더러, 사회적으로 지지를 받아도 그 영향을 크게 받지 않는다. 반면 여성은 남성보다 사회적 지지에 더 의지하며, 사회적 지지의 영향도 더 크게 받는다[20].

페이스북 이용은 연령에 따라서도 큰 차이를 보인다. 먼저 Luevano, Fiebert, 그리고 Warren은 그들의 연구에서 연령대를 20대와 50대 이상으로 나누어 SNS 이용 양상의 차이를 살펴보았다[21]. 그 결과, 50대 이상 사용자는 사회나 환경을 위한 활동 위주로 SNS를 이용하는 모습을 보였고, 20대

사용자는 비즈니스 관련 활동 위주로 SNS를 이용하는 모습을 보였으며, 이를 통해 세대 간 SNS 이용에 차이가 있음을 확인할 수 있었다. 이처럼 세대별로 상이한 SNS 이용 행태는 곧 SNS 이용의 순기능과 역기능에 세대별로 상이한 영향을 줄 수 있음을 의미한다. 그와 관련된 연구로, 먼저 Zhang, Zhao, Lu, 그리고 Yang의 연구에서는 연령에 따라 시스템 특징 과부하 및 사회적 과부하가 피로감에 미치는 영향이 상이함을 제시하였다[10]. 구체적으로, 연령대가 높아질수록 두 요인이 피로감에 미치는 영향이 커졌다. 이는 연령대가 낮을수록 SNS에서 활동하는 것을 즐기기에 과부하가 덜 온 것 때문으로 볼 수 있다. 또한 조사 결과, 페이스북 과 몰입에 대한 우려 역시 연령이 증가할수록 커졌다[45]. 한편, 페이스북의 순기능에 있어서도 세대 간 차이가 나타난다[22-24]. 세대별로 페이스북으로부터 흥미를 느끼는 요소가 다르며[22], 고연령층의 경우 사회와 연결되어 있기 위한 목적이 뚜렷하게 강한 것으로 나타났다[24]. 또한, Hong 등은 SNS 피로감에도 불구하고 SNS 지속사용의도를 보이도록 영향을 미치는 요인에 대하여 연구하였는데, 그 결과로 연령에 따른 조절 효과를 확인할 수 있었다[23]. 이처럼 페이스북 이용의 영향은 성별이나 연령에 따라 다양하게 나타난다. 따라서 본 연구에서는 성별과 연령을 중심으로 그에 따른 차이를 살펴보고자 한다.

연구문제 1. 페이스북 이용의 순기능적 측면과 역기능적 측면은 사용자의 인구통계학적 특성(성별, 연령)에 따라 어떻게 달라지는가?

2.3.2 주 활동 특성

최근의 미디어 연구들은 SNS 상에서의 사용자들의 다양한 활동을 유형화함으로써 학문적 체계를 수립하기 위해 노력하였다[45]. 특히, 선행 연구들은 SNS 이용 활동을 이용 목적에 따라 분류하기도 하는데[21,46], 그 중 대표적인 것이 SNS 사용자의 활동을 크게 작성 행위와 보기 행위로 나누는 것이다[25]. 특히 이러한 행위의 차이는 각기 다른 이용 동기와 깊은 연관이 있다[28]. 예를 들어 김영임에 의하면 작성 행위와 같이 적극적인 이용 방식은 대인관계 동기 및 자기이미지 노출동기와 관련되며, 관찰 행위와 같이 소극적인 이용 방식은 습관적 동기와 관련된다[28]. 이처럼 사용자의 이용 동기에 차이가 나타남에 따라 SNS로부터 받는 영향에도 차이가 나타날 것으로 유추해 볼 수 있다. 최근에는 작성과 보기 행위를 구분하여 SNS 사용자를 각각 작성자(poster)와 관찰자(lurker)로 명명하여, 두 집단 간 사용자 행동의 차이를 살펴 본 연구 또한 이루어져 왔다[26,27]. 이를 바탕으로 본 연구에서는 주 활동에 따라 페이스북 사용자의 역할을 작성자와 관찰자로 구분하여 그 차이를 살펴보고자 하였다.

구체적으로 작성은 페이스북 상에서 자신의 의견을 나타내는 활동으로, 작성자는 능동적으로 활동하는 사용자라고 볼 수

있다[25]. 작성은 자신을 표현하는 행동이기에 자기표현(self-expression)과 연관되며, 이를 통해 타인과 소통하기 때문에 사회적 상호작용(social interaction)과도 연관된다고 볼 수 있다. 자기표현 행동은 자신의 경험에 대해 의미를 만들도록 하며, 이를 통해 심리적으로 긍정적인 효과가 나타날 수 있다[33]. 뿐만 아니라 자기표현과 사회적 상호작용은 SNS의 주요 이용 동기에 해당한다[5,32]. 특히 사회적 상호작용 중의 하나인 사회적 지지(social support)는 한국 사용자의 주요 동기 중 하나로[7], 능동적으로 상호작용하는 작성자와 밀접한 관련이 있다는 점을 유추할 수 있다. 또한 이처럼 자기노출을 하며 지각하는 사회적 지지는 삶의 만족도에 긍정적인 영향을 미친다[47].

반면 관찰은 정보 탐색과 습득 등의 여러 활동을 포함하는 활동으로, 관찰자는 수동적으로 활동하는 사용자라고 볼 수 있다[25]. 즉, 페이스북 이용 시 자신이 직접 게시물을 작성하는 행위는 거의 하지 않거나 아예 안 하는 반면, 타인이 작성한 글이나 활동을 읽고 관찰하는 행위는 정기적으로 하는 이들을 지칭한다[27]. 관찰자는 작성자에 비해 사회적 상호작용이 저조하기에, 사회적 지지로 인한 삶의 만족과 같은 순기능적인 효과를 기대하기가 상대적으로 어렵다. 또한 관찰자의 주 활동인 다른 사용자의 게시물 관찰은 외로움, 부러움, 상대적 박탈감, 우울, 열등감 등을 유발할 수 있으며, 이러한 부정적 감정은 SNS 이용 중단에 영향을 미칠 수 있다[48]. 또한 다른 사용자의 게시물을 관찰할 시에는 사회적 비교가 자동적으로 일어나게 되는데, 이는 사용자의 외로움과 같은 부정정서와 관련이 있는 것으로 나타났다[49]. 이처럼 페이스북에서의 주 활동이 작성 혹은 관찰인지에 따라 사용자가 페이스북으로부터 받는 영향 또한 차이가 나타남을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 사용자의 주 활동에 따라 페이스북의 영향이 어떻게 다르게 나타나는지 알아보고자 한다.

연구문제2. 페이스북 이용의 순기능적 측면과 역기능적 측면은 사용자의 주 활동 특성(작성, 관찰)에 따라 어떻게 달라지는가?

2.3.3 이용량 및 이용 빈도 특성

기존 연구에 의하면 페이스북 사용자들의 활동 중 이용량과 이용 빈도에 따라 서로 상이한 페이스북의 양가적 태도가 나타났다[28-30]. 설진아의 경우, 페이스북 사용자들의 정서 표현에 대한 양가적 태도가 이용 동기와 이용 빈도에 따라 어떻게 다르게 나타나는지 실증적 연구를 하였는데, 연구 결과 페이스북 접속 횟수는 양가성과 유의미한 정적 상관관계가 있었다[29]. 따라서 페이스북 접속 횟수가 늘어날수록 부정적 감정과 그에 대한 억제가 더 많이 나타났음을 알 수 있다. 반면 김영임의 연구에서는 페이스북 이용이 빈번할수록 사회적 지지감이 증가하여, 이용량 및 이용 빈도가 순기능적 측면과도 관련이 있음을 알 수 있었다[28].

페이스북 이용량과 이용 빈도는 페이스북의 사용기간과 사용시간을 통해 살펴볼 수 있다. 선행 연구에서는 사용시간 및 기간에 따라 페이스북 이용에 차이가 나타났는데, 예를 들어 페이스북 이용 기간이 오래될수록 뉴스피드에서 친구 게시글을 숨길 가능성이 나타났다. 또, 페이스북을 시작한 지 오래될수록 상태 업데이트를 더 자주 하고, '좋아요'를 더 많이 누르고, 친구 게시글에 댓글을 많이 달고, 친구를 사진에 많이 태그하는 등, 활발히 활동하는 것으로 나타났다[30]. 따라서 사용기간이 페이스북의 순기능 혹은 역기능과 관련이 있을 것으로 보인다. 하지만 사용기간이 페이스북 활동 감소와는 관련이 없다는 연구 결과도 있다[30]. 또한 페이스북 사용기간이나 사용시간은 양가성과 직접적인 상관관계가 유의미하지 않아, 역기능적 측면과 크게 관련이 있지 않음을 시사하는 연구 결과도 있다[29]. 이렇듯 다소 상충되는 기존의 연구 결과를 재조명하기 위해 본 연구에서는 사용기간과 사용시간을 중심으로, 페이스북 이용 행태가 그 순기능 또는 역기능적 측면과 어떤 관계가 있는지 보다 면밀하게 살펴보고자 한다.

연구문제3. 페이스북 이용의 순기능적 측면과 역기능적 측면은 사용자의 페이스북 이용량과 이용 빈도(사용기간, 사용시간)에 따라 어떻게 달라지는가?

3. 연구방법

3.1 설문조사

본 연구는 사용자의 특성 중 인구통계학적 특성, 페이스북 주 활동, 그리고 이용량 및 이용 빈도 특성이 페이스북 활동에 따른 순기능과 역기능에 미치는 영향을 실증적으로 알아보기 위해 온라인 설문을 실시하였다. 본격적인 설문에 앞서 스크리닝(screening) 문항을 통해 SNS 피로감을 느껴보지 않은 사용자는 설문 참여할 수 없었다. 설문 조사는 2017년 3월 21일부터 4월 7일까지 페이스북의 주 사용 층인 10대부터 50대를 대상으로 진행되었다. 총 응답자 수는 설문 자격에 미달하는 응답자(10명)를 제외한 총 327명(남성: 159명, 여성: 168명, 평균나이: 35.25세)이었다. 설문지의 구성은 크게 사용자의 인구통계학적 특성(성별, 연령), 주 활동 특성(관찰, 작성), 이용량 및 빈도 특성(사용기간, 사용시간), 페이스북 활동의 순기능(지속사용의도, 사회적 지지, 긍정정서), 페이스북 활동의 역기능(중단의향, SNS 피로감, 부정정서)을 측정하는 문항으로 구성하였으며, 설문 상의 'SNS'는 '페이스북'으로 한정 짓는다고 명시하였다. 설문에 대한 구체적인 설명은 다음 아래와 같다.

3.1.1 페이스북 주 활동 구분

페이스북 주 활동은 기존 문헌에서 쓰였던 SNS 활동 문항을 바탕으로 작성자(사진/동영상을 올린다, 개인적인 생각을 글로 쓴다, 지인과 상호작용 - 댓글, 쪽지보내기 등)와 관찰자(지인의 게시물을 둘러본다, 유명인사의 게시물을 둘러본다, 페이지 - 맛집 페이지, 뷰티 페이지 등의 게시물을 둘러본다)로 구분하

였다[49]. 응답자들에게 그 중 가장 많이 하는 활동을 한 가지 선택하도록 하여 해당 항목이 포함되는 주 활동으로 응답자의 집단을 분류하였다.

3.1.2 페이스북 이용량 및 이용 빈도 특성

페이스북 사용기간을 측정하기 위해 단일문항(귀하는 페이스북을 가입한 이후 지금까지 이용하신지 얼마나 되셨습니까? 개월 수로 표기해 주십시오)을 사용하였으며, 응답자들의 평균 페이스북 사용기간은 38.01개월이었다. 다음으로, 사용자들의 하루 평균 페이스북 사용시간을 측정하기 위해 단일문항(귀하는 하루 평균 페이스북에 접속하여 얼마나 머무십니까? 분으로 표기해 주십시오)을 사용하였으며, 응답자들의 하루 평균 페이스북 사용시간은 45.16분이었다.

3.1.3 페이스북 이용의 순기능

페이스북 이용의 순기능은 지속적 사용의도, 지각된 사회적 지지, 이용 시 느꼈던 긍정적 정서 등의 세 가지 변인을 통해 측정하였다. 페이스북 지속사용의도는 기존 문헌에서 쓰였던 척도를 본 연구에 맞게 수정 및 보완하여 3가지 문항(나는 앞으로도 SNS를 이용할 것이다, 나는 SNS에 시간/노력을 투자할 마음이 있다, 내 주위 사람들에게 SNS 이용을 추천할 마음이 있다)을 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다 - 7점: 매우 동의한다)를 통해 측정 하였다[50]. 그 결과, 문항에 대한 신뢰도는 .83이었으며, 응답자들의 평균 지속사용의도는 4.13(1.17)으로 측정되었다.

지각된 사회적 지지의 경우 기존 문헌에서 사용된 문항(SNS 상에서 정서적으로 도움 받을 수 있는 사람이 있다, SNS 상에서 내가 신뢰할 수 있는 사람이 최소 한 명 이상 있다, SNS 상에서 나의 모든 것들을 공유할 사람이 최소 한 명 이상 있다, SNS 상에서 내 삶의 어려움에 대해서 이야기할 누군가가 있다)과 같은 4가지 문항을 통해 측정하였다[47]. 그 결과, 문항에 대한 신뢰도는 .91이었으며, 응답자들의 평균 지속사용의도는 4.27(1.37)로 측정되었다.

주관적 안녕감을 측정하는 변인 중 하나인 긍정적 정서는 사용자들이 페이스북을 이용하며 지난 한 달간 느꼈던 감정을(즐거움, 행복한, 편안한) 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다 - 7점: 매우 동의한다)를 통해 측정하였다[51,52]. 그 결과 문항에 대한 신뢰도는 .90이었으며, 응답자들의 평균 긍정정서는 4.42(1.17)이었다.

3.1.4 페이스북 이용의 역기능

페이스북 이용의 역기능은 페이스북 피로감, 중단의향, 이용 시 느꼈던 부정적 정서 등의 변인을 통해 측정하였다. 첫째, 페이스북 피로감은 기존문헌을 참고하여 3가지 문항(SNS를 관리해야하는 것은 부담된다, SNS를 이용하며 불편함을 느낀다, SNS를 이용하고 나면 피곤해진다)을 사용하였으며, 리커트

표 1. 인구학적 특성에 따른 페이스북 이용의 순기능과 역기능

Note: * $p < .05$

구분(N)		페이스북 이용의 순기능						페이스북 이용의 역기능					
		지속사용의도		사회적 지지		긍정정서		중단의향		SNS 피로감		부정정서	
		M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F
세대	10대 (N=62)	4.06 (1.49)	2.341	4.22 (1.73)	.293	4.22 (1.55)	2.352	4.31 (1.64)	4.398*	4.08 (1.23)	3.573*	3.90 (1.34)	1.836
	20-30대 (N=130)	4.09 (1.10)		4.31 (1.37)		4.47 (1.12)		3.96 (1.35)		4.35 (1.05)		4.16 (1.14)	
	40-50대 (N=135)	4.21 (1.09)		4.26 (1.20)		4.47 (1.01)		3.80 (1.29)		4.56 (1.05)		3.86 (1.02)	
성별	남성 (N=159)	4.25 (1.16)	2.466	4.29 (1.30)	.043	4.51 (1.13)	1.517	3.78 (1.29)	5.302*	4.25 (1.10)	5.278*	3.95 (1.13)	.295
	여성 (N=168)	4.03 (1.20)		4.25 (1.45)		4.34 (1.21)		4.14 (1.46)		4.52 (1.08)		4.02 (1.15)	

척도(1점: 전혀 동의하지 않는다 - 7점: 매우 동의한다)를 통해 측정 하였다[15]. 그 결과 문항에 대한 신뢰도는 .85이었으며, 응답자들의 평균 SNS 피로감은 4.38(1.09)이었다. 페이스북에 대한 중단의향을 측정하기 위해 기존 문헌에서 쓰였던 3가지 문항(SNS를 중단할 의향이 있다, SNS를 이용하지 않으려고 한다, SNS를 중지하려고 한다)을 사용하였으며, 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다 - 7점: 매우 동의한다)를 통해 측정하였다[15]. 그 결과 문항에 대한 신뢰도는 .92이었으며, 응답자들의 평균 중단의향은 3.96(1.39)으로 측정되었다.

주관적 웰빙을 측정하는 변인 중 하나인 부정적 정서는 사용자들이 SNS를 이용하며 지난 한달 간 느꼈던 감정(짜증나는, 부정적인, 무기력한)을 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다 - 7점: 매우 동의한다)를 통해 측정하였다[51,52]. 그 결과 문항에 대한 신뢰도는 .85이었으며, 응답자들의 평균 SNS 피로감은 3.98(1.14)이었다.

4. 연구결과

4.1 인구통계학적 특성에 따른 페이스북 이용의 순기능과 역기능

성별에 따른 페이스북의 순기능과 역기능의 차이를 알아보기 위해 분산분석을 실시하였으며, 사용자의 연령, 사용기간 및 시간을 분석 과정에서 통제하였다. 그 결과 SNS의 역기능 중 중단의향과 SNS 피로감의 경우 성별에 따른 유의미한 차이를 나타냈다(표 1). 먼저, 여성 사용자가 남성 사용자보다 ($M_{\text{male}} = 3.78$ vs. $M_{\text{female}} = 4.14$) 더 높은 중단의향을 느꼈으며 ($F(1, 322) = 5.302, p < .05$), SNS 피로감 역시 여성 사용자가 남성 사용자보다($M_{\text{male}} = 4.25$ vs. $M_{\text{female}} = 4.52$) 더 많이

느끼는 것으로 나타났다($F(1, 322) = 5.278, p < .05$). 마지막으로 부정정서의 경우 성별에 따른 유의미한 차이를 보이지 않았다($M_{\text{male}} = 3.95$ vs. $M_{\text{female}} = 4.02$). 반면, 페이스북의 순기능의 경우(지속사용의도, 사회적 지지, 긍정정서) 성별에 따른 유의미한 차이를 보이지 않았다. 그러나 지속사용의도($M_{\text{male}} = 4.25$ vs. $M_{\text{female}} = 4.03$)와 사회적 지지($M_{\text{male}} = 4.29$ vs. $M_{\text{female}} = 4.25$), 긍정정서($M_{\text{male}} = 4.51$ vs. $M_{\text{female}} = 4.34$)의 항목에서 모두 여성 사용자보다는 남성 사용자의 더 높은 경향성을 확인할 수 있었다.

다음으로 연령에 따른 페이스북의 순기능과 역기능의 차이를 알아보기 위해 분산분석을 실시하였으며, 사용자의 성별, 사용기간 및 시간을 분석 과정에서 통제하였다. 그 결과, 역기능 중 SNS 피로감의 경우 F값은 3.573이었으며, 유의확률은 .029로 유의수준에서 세대별 평균 차이가 존재하는 것을 발견할 수 있었다(표 1). 그 이후 Bonferroni의 다중비교 사후검정 결과, 40-50대 사용자의 경우($M_{40,50s} = 4.56$ vs. $M_{10s} = 4.08$) 10대 사용자보다 더 큰 SNS 피로감을 느끼고 있음을 발견할 수 있었다. 또한 중단의향 역시 유의수준에서 세대별 평균 차이가 존재하였다($F(2, 321) = 4.398, p < .05$). 이후 Bonferroni의 다중비교 사후검정 결과, 경계선상에서($p = .056$) 10대 사용자가($M_{10,50s} = 3.80$ vs. $M_{10s} = 4.31$) 40-50대 사용자보다 중단의향을 더 높게 보였다. 부정정서의 경우($M_{40,50s} = 3.86$ vs. $M_{20-30s} = 4.16$ vs. $M_{10s} = 3.90$) 세대에 따른 유의미한 차이를 나타내지 않았다. 반면, SNS의 순기능 중 지속사용의도($M_{40,50s} = 4.21$ vs. $M_{20-30s} = 4.09$ vs. $M_{10s} = 4.06$)와 사회적 지지($M_{40,50s} = 4.26$ vs. $M_{20-30s} = 4.31$ vs. $M_{10s} = 4.22$), 긍정 정서($M_{40,50s} = 4.47$ vs. $M_{20-30s} = 4.47$ vs. $M_{10s} = 4.22$) 모두 세대에 따른 유의미한 차이를 보이지 않았다.

표 2. 주 활동 특성에 따른 페이스북 이용의 순기능과 역기능

Note: *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

구분(N)		페이스북 이용의 순기능						페이스북 이용의 역기능					
		지속사용의도		사회적 지지		긍정정서		중단의향		SNS 피로감		부정정서	
		M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F
주 활동	작성자 (N=87)	4.62 (1.06)	15.848 ***	4.68 (1.25)	9.008 **	4.74 (1.16)	6.483 *	3.75 (1.37)	1.205	4.51 (1.02)	1.324	4.13 (1.22)	2.041
	관찰자 (N=240)	3.96 (1.18)		4.13 (1.39)		4.30 (1.16)		4.04 (1.40)		4.34 (1.12)		3.93 (1.11)	

4.2 주 활동 특성에 따른 페이스북 이용의 순기능과 역기능

페이스북 주 활동에 따른 페이스북의 순기능과 역기능의 차이를 알아보기 위하여 분산분석을 실시하였으며, 사용자의 성별, 연령, 사용기간 및 시간을 분석 과정에서 통제하였다. 그 결과, 페이스북의 순기능 모두 SNS 주 활동에 따른 유의미한 차이를 나타냈다(표 2). 먼저, 작성자가 관찰자보다 ($M_{\text{poster}} = 4.62$ vs. $M_{\text{urker}} = 3.96$) 더 높은 지속사용의도를 느꼈으며 ($F(1, 321) = 15.848, p < .001$), 사회적 지지 역시 작성자가 관찰자보다 ($M_{\text{poster}} = 4.68$ vs. $M_{\text{urker}} = 4.13$) 더 많이 느끼는 것으로 나타났다($F(1, 321) = 9.008, p < .01$). 마지막으로 긍정정서의 또한 작성자가 관찰자보다 ($M_{\text{poster}} = 4.74$ vs. $M_{\text{urker}} = 4.30$) 더 많이 느끼는 것으로 나타났다($F(1, 321) = 6.483, p < .05$). 반면, SNS의 역기능 중 중단의향($M_{\text{poster}} = 3.75$ vs. $M_{\text{urker}} = 4.04$)과 피로감($M_{\text{poster}} = 4.51$ vs. $M_{\text{urker}} = 4.34$), 부정 정서($M_{\text{poster}} = 4.13$ vs. $M_{\text{urker}} = 3.93$) 모두 페이스북 주 활동에 따른 유의미한 차이를 보이지 않았다.

4.3 이용량 및 이용 빈도 특성에 따른 페이스북 이용의 순기능과 역기능

먼저, 사용기간 집단을 구분하기 위해 평균 사용기간($M_{\text{month}} = 38.01$)을 기준으로 하여, 평균보다 오래 사용한 사용자는 사용기간이 높은 집단으로, 그리고 평균보다 짧게 사용한 사용자는 사용기간이 낮은 집단으로 구분하였다($t(325) = -20.935, p < .001$). 그 이후 사용기간에 따른 페이스북의 이용(순기능, 역기능)의 차이를 알아보기 위해 분산분석을 실시하였으며, 사용자의 성별, 연령, 사용기간을 분석 과정에서 통제하였다. 그 결과, 사용기간에 따른 유의미한 차이는 나타나지 않았다.

다음으로 하루 평균 사용시간 집단을 구분하기 위해 평균 사용시간($M_{\text{minute}} = 45.16$)을 기준으로 사용시간이 높은 집단과 사용시간이 낮은 집단으로 구분하였다($t(325) = -18.213, p < .001$). 그 이후, 하루 평균 사용시간에 따른 페이스북의 이용(순기능, 역기능)의 차이를 알아보기 위해 분산분석을 실시하였으며, 사용자의 성별, 연령, 사용기간을 분석 과정에서 통제하였다. 그 결과, 하루 평균 사용시간에 따른 유의미한 차이를 나타냈다(표 3).

먼저, 페이스북 이용의 순기능 중 고사용자가 저사용자보다 ($M_{\text{heavy}} = 4.60$ vs. $M_{\text{light}} = 4.33$) 긍정정서를 유의미하게 높게 느꼈으며($F(1, 322) = 5.988, p < .05$), 지속사용의도($M_{\text{heavy}} = 4.47$ vs. $M_{\text{light}} = 3.98$) 또한 높았다($F(1, 322) = 16.296, p < .001$). 같은 맥락으로 사회적 지지의 경우 고사용자가 저사용자보다($M_{\text{heavy}} = 4.47$ vs. $M_{\text{light}} = 4.18$) 경계선상에서 높게 지각했다($F(1, 322) = 3.676, p = .056$). 다음으로, 역기능 중 중단의향의 경우 저사용자가 고사용자보다($M_{\text{heavy}} = 3.79$ vs. $M_{\text{light}} = 4.05$) 더 높은 중단의향을 보였다($F(1, 322) = 5.703, p < .05$). 그러나 부정정서와 피로감의 경우 평균 사용기간에 따른 유의미한 차이를 보이지 않았다.

5. 논의 및 결론

페이스북이 전 세계적으로 가장 많은 사람들이 사용하는 SNS인 만큼, 페이스북 이용의 순기능과 역기능적 측면은 사회와 학계에서 지속적으로 주목해오고 있는 부분이다. 페이스북 사용자가 순기능을 경험하는 경우에는 페이스북을 통해 사회적 지지나 즐거움과 같은 긍정적인 정서를 느끼고 페이스북을 지속적으로 사용하기도 하고, 역기능을 경험하는 경우에는 피로감이나 짜증과 같은 부정적인 정서를 느끼며 페이스북 이용을 중단하기도 한다. 그리고 페이스북 사용자는 그들의 특성에 따라 페이스북으로부터 순기능을 경험할 수도 있고, 역기능을 경험할 수도 있다. 그러나 기존의 연구는 페이스북의 순기능 혹은 역기능 중 한 측면만을 대상으로 하였으며, 페이스북 이용 행태에 가장 직접적인 영향을 미칠 수 있는 페이스북 상에서의 주 활동에 대한 순기능과 역기능을 살펴보지 않았다. 이에 본 연구에서는 사용자의 특성 중 주 활동구분인 작성자와 관찰자라는 개념을 추가하여 그에 따른 페이스북의 순기능과 역기능 모두를 아울러 살펴보고자 하였다. 이를 위해 SNS 활동의 순기능을 지속사용의도, 사회적 지지, 긍정정서로 세분화 하고, SNS 활동의 역기능을 중단의향, SNS 피로감, 부정정서로 세분화 하였다. 그 이후, 사용자의 특성(인구통계학적 특성, 주 활동 특성, 이용량 및 이용 빈도 특성)에 따른 SNS 활동의 순기능/역기능 차이를 알아보았다.

표 3. 이용량 및 이용 빈도 특성 중 사용시간에 따른 페이스북 이용의 순기능과 역기능

Note: *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

구분(N)		페이스북 이용의 순기능						페이스북 이용의 역기능					
		지속사용의도		사회적 지지		긍정정서		중단의향		SNS 피로감		부정정서	
		M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F	M (SD)	F
사용 시간	저사용자 (N=221)	3.98 (1.15)	16.296** *	4.18 (1.29)	3.676	4.33 (1.14)	5.988*	4.05 (1.35)	5.703*	4.44 (1.09)	.239	3.96 (1.08)	.046
	고사용자 (N=106)	4.47 (1.18)		4.47 (1.52)		4.60 (1.23)		3.79 (1.46)		4.26 (1.10)		4.03 (1.26)	

그 결과, 먼저 인구통계학적 특성 중 성별에 따른 페이스북 활동의 역기능이 유의미한 차이를 보였다. 특히 중단의향과 SNS 피로감의 경우 남성 사용자보다 여성 사용자가 더 크게 느끼는 것을 밝혔다. 또한 여성 사용자가 남성 사용자보다 사회적 지지의 영향도 크게 받지 않는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 여성 사용자의 경우, 프라이버시 침해에 대한 염려가 클 뿐만 아니라 SNS 계정 관리에 노력을 들이고 사회적 관계에 집중하기에 남성 사용자보다 더 큰 피로감과 중단의향을 보인 것으로 해석된다[15,18,53]. 다만 기존 연구에서는 성별에 따른 SNS 피로감의 차이를 발견하지 못하거나 남성이 정보과부하로 인한 더 큰 SNS 피로감을 느낀 결과가 존재한다[10,15]. 따라서 추후 연구에서는 사용자의 성별 외에 SNS 피로감에 영향을 미치는 다양한 변수를 알아보기 위한 탐색적 접근과 SNS 피로감을 세분화한 접근이 필요할 것이다.

반면 성별에 따른 페이스북 활동의 순기능은 유의미한 차이를 보이지 않았다. 이는 여성이 SNS의 완충효과로 우울을 덜 경험하며[19], SNS로부터 받는 사회적 지지에 더 영향을 받는다는 기존 연구와 상반되는 결과이다[20]. 또한 남성이 여성보다 SNS로부터 순기능적 영향은 덜 받았다는 기존 연구 결과와 달리, 본 연구에서는 유의미 하진 않지만 지속사용의도와 사회적 지지, 긍정정서의 경우 남성 사용자가 여성 사용자 보다 더 높은 경향성이 확인되었다. 이에 따라 추후 연구에서는 페이스북 이용의 순기능적 측면을 더욱 세분화 하여, 같은 순기능적 측면이라 해도 세부 변수에 따라 성별의 차이가 상이하게 나타날 수 있음을 확인해야 할 것이다.

또한 연령에 따라서도 페이스북의 역기능 중 SNS 피로감과 중단의향이 유의미한 차이를 보였다. 즉, 연령이 높은 450대 사용자의 경우 10대 사용자보다 더 높은 SNS 피로감을 나타냈다. 이는 연령이 높아질수록 피로감 유발 요인의 영향이 커졌던 선행 연구와 일치하는 결과로[10], 연령이 높을수록 SNS 피로감 유발 요인에 취약할 수 있음을 의미한다. 특히, 기존 연구에서는 사용자의 연령이 높을수록 인상 관리적 자기표현으로 인한 SNS 피로감이 높다는 결과를 밝혔다. 즉 450대 사용자의 경우 SNS 상에서 자기 경험의 의미를 만들어 심리적 건강에 도움이 되는 자기표현보다는 인상 관리적 자기표현으로 인해 피로감을 더 느끼는 것으로 해석할 수 있다[33]. 더불어, 중단의향 역시 유의미한 차이를 보였다($M_{10.5s} = 3.80$ vs. $M_{40.3s} = 4.31$ vs.

$M_{45} = 4.31$). 즉, SNS 피로감은 450대가 10대보다 유의미하게 높지만, 중단의향은 경계선상에서(marginally) 유의미하게 10대가 450대 사용자 보다 더 높았다. 이와 같은 결과는 450대 사용자의 경우 SNS 피로감이 중단의향에 직접적인 영향을 미치지 않는다는 것을 의미하며, 페이스북 이용을 지속하게 하는 순기능이 작용하는 것으로 볼 수 있기에 추후 연구가 필요할 것이다.

두 번째로, 페이스북 주 활동에 따라 페이스북의 순기능 모두가 유의미한 차이를 보였다. 주로 페이스북에 게시물을 작성하는 사용자의 경우 관찰의 목적으로 페이스북을 이용하는 사용자보다 지속사용의도, 지각된 사회적 지지, 페이스북을 사용하며 느끼는 긍정정서가 모두 높았다. 이와 같은 결과는 페이스북에서의 자기표현 및 사회적 상호작용이 사용자에게 순기능적인 영향을 미친다는 기존 연구로 이해할 수 있다. 특히, 사회적 상호작용 중의 하나인 사회적 지지(social support)는 한국 SNS 사용자의 주요 동기[7], 능동적으로 상호작용하는 작성자와 밀접한 관련이 있음을 확인할 수 있었다. 이에 따라 페이스북 이용에 있어 작성 활동과 사용자의 지각된 사회적 지지, 긍정정서 그리고 지속사용의 인과 관계를 밝히는 추후 연구를 통해 작성 활동의 순기능적 효과를 검증해야 할 것이다. 더불어, 건강한 페이스북 이용을 위해서는 적절한 관찰 활동과 동시에 자신을 표현할 뿐만 아니라 타인을 지지하는 교류의 창구로서 사용하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

반면 주 활동에 따른 페이스북의 역기능은 모두 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 다양한 연구에서 밝혀진 SNS 피로감 요인 중 소통 과부하[12,54], 인간관계 피로나 평판 인식 같은 경우는 주로 작성자가[10,43] 정보 과부하 같은 경우는 주로 관찰자가 겪게 되는 것으로 생각된다[10,12,54]. 연구 결과 피로감이 모두 4점대로 낮지 않은 점수였던 것을 고려하면, 본 연구의 결과는 피로감을 유발하는 요인이 매우 다양하기 때문에 관찰자뿐 아니라 작성자도 SNS 피로감을 느꼈던 것으로 볼 수 있다. 또한 피로감이 부정정서와 중단의향에까지 영향을 미침으로써 모든 역기능에 있어 작성자와 관찰자 간 차이가 크지 않게 나타난 것으로 해석해 볼 수 있다.

마지막으로, 페이스북 이용행태에 따라 페이스북의 순기능과 역기능의 일부가 유의미한 차이를 보였다. 페이스북 하루 평

균 시간이 높은 고사용자는 저사용자보다 긍정정서와 지속사용의도는 물론, 지각된 사회적 지지가 높았다. 반면, 하루 평균 시간이 낮은 저사용자의 경우 고사용자보다 페이스북 중단 의향이 더 높았으며, 사용자의 총 사용기간의 경우 페이스북 이용 중 순기능과 역기능 모두에 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이와 같은 결과는 사용자가 페이스북을 가입한 이후 지금까지 사용한 총 기간보다는 실질적으로 하루에 페이스북에 접속하는 사용량이 사용자의 지속사용의도와 중단의향을 결정한다는 것을 의미한다. 이는 기존 연구 결과와 일치하는 결과로[15], 특히 하루 평균 사용시간이 높은 사용자들은 사용시간이 낮은 사용자들보다 긍정적 정서를 느끼는 정도와 다른 사용자들로부터 사회적 지지를 높게 느끼기에 지속사용의도 또한 높은 것이라 해석할 수 있을 것이다. 그러나 그 외에도 특정 서비스를 지속적으로 이용하거나 중단 하는 것에는 사용자의 기본적인 특성과 SNS 활동 특성 외의 변인들이 영향을 미칠 것이라 생각한다. 이에 따라 추후 연구에서는 지속사용과 중단의향에 영향을 미치는 다른 심리학적 변인들과 함께 환경적 변인들을 알아보는 추후 연구가 필요할 것이다.

더불어, 본 연구는 사용자의 각 특성(인구통계학적, 주 활동, 사용시간 및 기간)에 따른 페이스북 기능적 측면의 양가성을 알아보는 데에 그 목적을 두었으며, 연구 결과 각 특성에 따른 페이스북 기능의 유의미한 차이를 확인할 수 있었다. 그러나, 실질적인 페이스북 기능의 양 측면(순기능적 측면, 역기능적 측면)은 사용자의 여러 가지 특성이 혼재되어 영향을 미칠 가능성이 높다. 특히, 본 연구에서 측정된 사용자의 기본적 특성(인구통계학적 특성, 사용 시간 및 기간) 외에도 SNS 이용과 관련된 사용자의 다양한 성격 특성(예를 들어, 자기애와 자존감 등)이 존재한다[15]. 이에 따라 추후 연구에서 SNS 이용과 직접적인 관련이 있는 주 활동 특성과 사용자의 성격 특성 등 다양한 사용자 특성들 간의 상호작용 효과를 살펴보는 연구를 진행한다면 이용자들의 특성을 이론적으로 보다 면밀하게 파악할 수 있는 기회를 제공하게 될 것이다. 마지막으로 페이스북 양가성에 대한 국내 이용자와 해외 이용자들의 특성을 비교 분석하는 연구를 진행한다면 보다 차별되는 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

참고문헌

[1] Facebook. 회사소개.
https://www.facebook.com/pg/FacebookKorea/about/?ref=page_internal 2018.03.15.

[2] TechCrunch. Facebook now has 2 billion monthly users... and responsibility.
<https://techcrunch.com/2017/06/27/facebook-2-billion-users/> March 15, 2018.

[3] B2C. 75 Super-useful Facebook statistics for 2018.
<https://www.business2community.com/face->

[book/75-super-useful-facebook-statistics-2018-01955966](https://www.business2community.com/face-book/75-super-useful-facebook-statistics-2018-01955966) March 15, 2018.

[4] Ellison, N. B., Steinfield, C. and Lampe, C. The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites, *Journal of Computer-mediated Communication*, 12(4), pp. 1143-1168, 2007.

[5] Jung, T., Youn, H. and McClung, S. Motivations and self-presentation strategies on Korean-based "Cyworld" weblog format personal homepages, *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), pp. 24-31, 2007.

[6] Techwalla. Six good things about social networking.
<https://www.techwalla.com/articles/six-good-things-about-social-networking> March 15, 2018.

[7] Kim, J. and Lee, J. E. R. 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), pp. 359-364, 2011.

[8] Zhan, L., Sun, Y., Wang, N. and Zhang, X. Understanding the influence of social media on people's life satisfaction through two competing explanatory mechanisms, *Aslib Journal of Information Management*, 68(3), pp. 347-361, 2016.

[9] TNW. Facebook active users decline, mobile usage hits 5 billion and more.
<https://thenextweb.com/contributors/2017/06/14/global-digital-stats-june-2017-facebook-active-users-decline-mobile-usage-hits-5-billion/> March 15, 2018.

[10] 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 and Management*, 53(7), pp. 904-914, 2016.

[11] Rainie, L., Smith, A. and Duggan, M. Coming and going on Facebook. Pew Research Center's Internet and American Life Project, 2013.

[12] 김경달, 김현주, 배영. 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 피로감 요인에 관한 연구. *정보사회와 미디어*, (26), pp. 102-129, 2013.

[13] Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A. and Weitzel, T. Giving too much social support: Social overload on social networking sites, *European Journal of Information Systems*, 24(5), pp. 447-464, 2015.

[14] 박경자, 유일, 이윤희. 소셜네트워크서비스(SNS) 사용의 부정적 감정과 사용중단의도에 관한 연구. *지식경영연구*, 15(2), pp. 89-106, 2014.

[15] 이은지. SNS 를 떠나는 사람들: 사용자의 특성과 SNS 피로감 중심으로. *한국HCI학회 논문지*, 13(1), 한국HCI학회, pp. 11-19, 2018.

[16] Bright, L. F., Kleiser, S. B. and Grau, S. L. Too

- much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*, 44. Elsevier. pp. 148-155. 2015.
- [17] Ong, E. Y., Ang, R. P., Ho, J. C., Lim, J. C., Goh, D. H., Lee, C. S. and Chua, A. Y. Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 50(2). Elsevier. pp. 180-185. 2011.
- [18] 이미나, 심재웅. 성별에 따른 온라인 프라이버시 염려와 프라이버시 보호전략 사용의 차이에 관한 연구. *미디어, 젠더 & 문화*. (12). 한국여성커뮤니케이션학회. pp. 165-190. 2009.
- [19] 전신현. 대학생들의 생활스트레스와 우울의 관계에서 소셜네트워크의 사회적 지지의 완충효과와 성별 차이. *한국청소년연구*. 23(4). 한국청소년정책연구원. pp. 5-25. 2012.
- [20] Kendler, K. S., Myers, J. and Prescott, C. A. Sex differences in the relationship between social support and risk for major depression: A longitudinal study of opposite-sex twin pairs. *American Journal of Psychiatry*. 162(2). American Psychiatric Association. pp. 250-256. 2005.
- [21] Luevano, L., Fiebert, M. S. and Warren, C. R. Examining the differences in social networking behaviors between an older and younger age cohort. *Journal of Scholastic Inquiry: Behavioral Sciences*. 1. Center for Scholastic Inquiry, LLC. pp. 64-72. 2013.
- [22] Coelho, J. and Duarte, C. A literature survey on older adults' use of social network services and social applications. *Computers in Human Behavior*, 58. Elsevier. pp. 187-205. 2016.
- [23] Hong, H. K., Han, S. Y., Lee, J. W., Kim, M. S. and Han, K. S. A Study on the effects of SNS fatigue and ambivalent attitude on the intention on SNS continual use. *International Journal of u- and e-Service, Science and Technology*. 8(10). 보안공학연구지원센터. pp. 129-138. 2015.
- [24] Joinson, A. N. Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and use of facebook. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems*. Montreal, pp. 1027-1036. 2008.
- [25] 이상욱, 이지은, 한성준, 정동훈. 소셜미디어 이용자의 자기노출, 공유 메시지, 커뮤니케이션 방향, 그리고 관계 유형 차원의 이해와 행태. *사이버커뮤니케이션학보*. 30(4). 사이버커뮤니케이션학회. pp. 87-129. 2013.
- [26] Han, J. Y., Kim, J. H., Yoon, H. J., Shim, M., McTavish, F. M. and Gustafson, D. H. Social and psychological determinants of levels of engagement with an online breast cancer support group: posters, lurkers, and nonusers. *Journal of Health Communication*, 17(3). Elsevier. pp. 356-371. 2012.
- [27] Sun, N., Rau, P. P. L. and Ma, L. Understanding lurkers in online communities: A literature review. *Computers in Human Behavior*. 38. Elsevier. pp. 110-117. 2014.
- [28] 김영임. 소셜미디어 이용자의 이용행태와 사회적 지지감 인식. *한국콘텐츠학회논문지*. 15(4). 한국콘텐츠학회. pp. 407-419. 2015.
- [29] 설진아. 소셜 미디어 이용자의 양가성 태도에 관한 연구. *인터넷정보학회논문지*. 15(2). 한국인터넷정보학회. pp. 87-94. 2014.
- [30] Hampton, K. N., Goulet, L. S., Marlow, C. and Rainie, L. Why most Facebook users get more than they give. *Pew Internet & American Life Project*. 3. Pew Research Center. pp. 1-40. 2012.
- [31] Leary, M. R. and Kowalski, R. M. Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1). American Psychological Association. pp. 34-47. 1990.
- [32] 김유정. 소셜네트워크서비스에 대한 이용과 충족 연구: 페이스북 이용을 중심으로. *미디어, 젠더 & 문화*. 20. 한국여성커뮤니케이션학회. pp. 71-105. 2011.
- [33] McAdams, D. P. The psychology of life stories. *Review of General Psychology*. 5(2). American Psychological Association. pp. 100-122. 2001.
- [34] 양혜승, 김진희, 서미혜. 페이스북은 우리의 관계를 윤택하게 하는가?: 페이스북 이용행위, 사회적지지 인식의 관계 고찰. *한국언론학보*. 56(5). 한국언론학회. pp. 270-297. 2012.
- [35] 배지우, 박정열. 소셜미디어 이용동기와 행복. *한국심리학회지: 사회 및 성격*. 29(3). 한국사회및성격심리학회. pp. 45-66. 2015.
- [36] 이정권, 최영. 소셜미디어 이용 동기 연구. *한국언론학보*. 59(1). 한국언론학회. pp. 115-148. 2015.
- [37] 한상연, 마은정, 홍대순, 김은영, 박주현, 이인성, 김진우. SNS 사용을 통한 자기표현이 대인관계 및 삶의 질에 미치는 영향분석 연구. *정보시스템연구*. 22(1). 한국정보시스템학회. pp. 29-64. 2013.
- [38] Chalder, T., Berelowitz, G., Pawlikowska, T., Watts, L., Wessely, S., Wright, D. and Wallace, E. P. Development of a fatigue scale. *Journal of Psychosomatic Research*, 37(2). Elsevier. pp. 147-153. 1993.
- [39] Doopedia 두산백과. 피로.
http://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?_method=view&MAS_IDX=101013000706426
2018.03.15.
- [40] Ravindran, T., Chua, A. Y. and Hoe-Lian, G. D. Characteristics of social network fatigue. In *Information Technology: New Generations (ITNG)*, 2013 Tenth International Conference. IEEE. pp. 431-438. 2013.
- [41] Yamakami, T. Towards understanding SNS fatigue:

- Exploration of social experience in the Virtual World. In *Computing and Convergence Technology (ICCT)*, 2012 7th International Conference on, IEEE, pp. 203-207, 2012.
- [42] Technopedia. Definition of social media fatigue. <http://www.techopedia.com/definition/27372/social-media-fatigue> 2011.07.06.
- [43] 이병혜. SNS 이용자들의 소셜미디어 피로감과 이용중단의도: 페이스북 이용자들을 중심으로. *커뮤니케이션학 연구*. 24(2). 한국언론정보학회. pp. 251-272, 2016.
- [44] 방송통신위원회, 한국인터넷진흥원. 2012년 인터넷이용실태조사. 서울: 한국인터넷진흥원. 2012.
- [45] Barnes, S. J., Bauer, H. H., Neumann, M. M. and Huber, F. Segmenting cyberspace: a customer typology for the internet. *European Journal of Marketing*. 41(1/2). Emerald Group Publishing Limited. pp. 71-93. 2007.
- [46] Brandtzaeg, P. B. and Heim, J. A typology of social networking sites users. *International Journal of Web Based Communities*. 7(1). Elsevier. pp. 28-51. 2011.
- [47] 이경탁, 노미진, 권미옥, 이희옥. SNS 사용자의 외로움, 자기노출, 사회적 지지 그리고 삶의 만족에 관한 실증연구. *인터넷전자상거래연구*. 13(2). 한국인터넷전자상거래학회. pp. 19-39, 2013.
- [48] 박경자, 유일, 이윤희. 소셜네트워크서비스 (SNS) 사용의 부정적 감정과 이용중단의도에 관한 연구. *지식경영연구*. 15(2). 한국지식경영학회. pp. 89-106. 2014.
- [49] Yang, C. C. Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 19(12). International Association of CyberPsychology, Training & Rehabilitation. pp. 703-708. 2016.
- [50] Bhattacharjee, A. Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*. 25(3). Association for Information Systems. pp. 351-370. 2001.
- [51] 권정혜, 육설아, 우성범, 조현. 오프라인과 온라인 대인관계가 사회자본형성과 주관적 안녕감에 미치는 영향. *사이버커뮤니케이션학보*. 30(2). 사이버커뮤니케이션학회. pp. 5-32. 2013.
- [52] 서은국, 구재선. 단축형 행복 척도 (COMOSWB) 개발 및 타당화. *한국심리학회지: 사회 및 성격*. 25(1). 한국사회 및 성격심리학회. pp. 96-114. 2011.
- [53] Pujazon-Zazik, M. and Park, M. J. To tweet, or not to tweet: gender differences and potential positive and negative health outcomes of adolescents' social internet use. *American Journal of Men's Health*. 4(1). SAGE Publications. pp. 77-85. 2010.
- [54] Lee, A. R., Son, S. M. and Kim, K. K. Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computer and Human Behavior*. 55. Elsevier. pp. 51-61. 2016.