

SNS 이용자의 상향비교 경험과 우울의 관계에서 열등감의 매개효과 및 자기개념 명확성의 중재효과: 페이스북을 중심으로[†]

정 소 라 현 명 호[‡]
중앙대학교 심리학과

본 연구는 SNS 이용자가 SNS 공간에서 경험하는 상향비교와 우울의 관계에 열등감과 자기개념 명확성이 미치는 영향을 탐색하고자 하였다. 이를 위해 페이스북을 이용하는 184명의 남녀 대학생들을 대상으로 각 변인을 측정하는 질문지를 실시하였다. 분석 결과 상향비교와 열등감, 우울은 정적 상관을 보였으며 상향비교와 자기개념 명확성은 부적 상관이 있었다. 전체 참가자를 대상으로 상향비교와 우울의 관계에서 열등감의 매개효과를 검증한 결과 열등감은 부분매개효과가 있는 것으로 밝혀졌다. 이러한 결과는 SNS를 사용함으로써 이용자가 상향비교 장면에 노출되어 우울이 유발되는 상황에서 열등감을 다루는 것이 도움이 될 수 있음을 시사한다. 또한 상향비교와 우울의 관계를 자기개념 명확성이 조절하는 것으로 나타났고, 단순기울기 검증을 통해 자기개념이 명확할수록 상향비교가 우울에 미치는 영향력이 감소함을 확인하였다. 이는 SNS를 이용자가 자신에 대한 이해를 높이는 것이 중요함을 시사한다. 마지막으로 본 연구의 의의와 한계점 및 추후 연구에 대하여 논의하였다.

주요어: SNS, 상향비교, 우울, 자기개념 명확성, 열등감

[†] 이 논문은 2011년도 중앙대학교 신입생생성적우수장학금 지원에 의하여 작성되었음.

이 논문은 한국건강심리학회 주최 2015년 제 51차 동계학술대회에서 포스터로 발표되었음.

[‡] 교신저자(Corresponding author) : 현명호, (06974) 서울 동작구 흑석로 84 중앙대학교 심리학과, Tel: 02-820-5125, E-mail: hyunmh@cau.ac.kr

인간은 사회적 동물이다. 사람이라면 누구나 사회적 관계를 맺고 싶은 욕구를 가지고 끊임없이 관계 안에서 생존해 왔다. 21세기로 넘어오면서 과학기술의 발전으로 인해 우리는 새로운 방식의 사회적 관계를 경험하게 되었다. 인터넷이라는 매체를 통해 직접 만나지 않고도 관계를 맺고 유지할 수 있게 된 것이다. 인터넷은 다양한 플랫폼을 제공함으로써 이용자로 하여금 다양한 방식으로 관계를 구축할 수 있게 하는데, 그 중 하나가 바로 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, 이하 SNS)이다.

SNS가 제공하는 플랫폼을 통해 이용자는 자신의 일상 및 관심사를 다른 이용자와 손쉽게 공유하고, 이를 통해 온라인상에서 사회관계망을 구축한다. 오늘날 트위터, 인스타그램 등 다양한 종류의 SNS가 존재하는데, 그 중에서도 페이스북은 세계적으로 가장 많은 이용자를 확보하고 있다. 우리나라의 경우에도 2015년 1분기 현재 페이스북 이용자가 월간 접속자 기준 1500만명을 넘어서서(한국경제, 2015), 이미 우리의 일상에 깊이 스며들어 있다고 해도 과언이 아니다.

페이스북은 인맥관리 및 확장, 정치적 도구, 기업적 도구 등 다양한 목적으로 활용되고 있다. 그러나 이용자가 페이스북을 이용하며 가장 원하는 것은 정서적 교류일 것이다(이경탁, 노미진, 권미옥, 이희욱, 2013). 페이스북의 ‘좋아요’ 버튼이 페이스북 성공의 결정적 요인이라는 분석도 이와 맥락을 같이 한다. 자신이 올린 게시물을 공감 받고 싶어 하는 이용자의 욕구를 ‘좋아요’ 버튼이 충족시켜준다는 것이다(박소영, 2012). 이렇듯 자신이 올린 게시물을 통해 타인과 감정을 교류하는 과정에서 이용자는 긍정적인 자아개념을 유지하

고자 하는 욕구를 충족할 수 있을 것이다(김봉섭, 2015).

SNS이용은 이러한 이용자의 소망과 달리 이용자의 정서에 부정적 영향을 미칠 수도 있다. 페이스북을 포함한 SNS를 이용하는 것은 이용자의 주관적 행복함을 떨어뜨리고(Turkle, 2011), 이용시간이 길어질수록 삶에 대한 만족도가 떨어지고(조선일보, 2013), 우울증으로 이어질 수 있으며(Mai-Ly, Robert, & Linda, 2014), ‘SNS 피로감’을 느끼게 한다(이현지, 정동훈, 2013; 최소영, 2015; CNET, 2013).

페이스북 이용자가 타인의 게시물을 지속적으로 접할 때 부정적 정서를 경험하는 심리적 과정은 사회비교이론으로 설명된다. Festinger(1954)의 사회비교이론은 자기 자신을 평가하고자 하는 동기에서 출발한다. 사람이라면 누구나 자신의 생각이나 능력 등을 정확히 평가하고자 하는 동기가 있는데, 평가에 대한 내적·주관적 기준이 없을 때 혹은 주어진 상황이 명확하지 않거나 상황적 기준이 없을 때 사회비교를 하게 된다(Festinger, 1954; White, Langer, Yariv, & Welch, 2006). 또한 타인의 소식 및 정보에 지속적으로 노출되거나 타인과 빈번한 상호작용을 하다보면 자신의 의지와 관계없이 사회비교에 참여하게 된다(Goethals, 1986; Mussweiler, Ruter, & Epstude, 2006).

페이스북 역시 이용자가 장시간 노출된다면, 개인의 일상이나 소식이 지속적으로 게시되는 공간적 특성을 고려해볼 때, 자신의 의지와 관계없이 사회비교를 빈번하게 할 것이다. 이는 페이스북 게시물의 특성과 관련하여 설명될 수 있다. 페이스북 이용자는 페이스북 공간에 자신의 행복했던

순간이나 기억하고 싶은 순간만을 선택적으로 게시하는 경향이 있다. 이러한 행위를 통해서 타인이 자신에 대해 인상을 형성해나가는 과정을 통제하고자 한다(Goffman, 1959). 더욱이 온라인에서는 특정 장면의 앞뒤 맥락을 제거한 채 자신이 보여주고 싶은 장면, 생각, 느낌만을 선택적으로 게시할 수 있기에 오프라인에서보다 인상을 관리하기가 더욱 손쉽다. 따라서 이용자는 지인의 잘나고 행복해 보이는 소식을 접하면서 상황비교를 경험할 가능성이 높다. 실제로 최근 연구에서 페이스북에의 노출 정도가 상황비교 및 유사비교와 정적 상관이 있고 하향비교와는 부적 상관이 있다는 것이 보고되고 있다(양혜승, 김진희, 서미혜, 2014; Mai-Ly et al., 2014).

상향 사회비교는 부정적 정서를 야기할 수 있다(Taylor & Shelley, 1993). 물론 명확한 목적을 가지고 개인의 의지 하에 일어나는 상황비교는 자신의 능력을 향상시키는 데 도움을 줄 수 있지만, 동시에 실망감이나 무능감을 경험하게 할 위험성도 내포하고 있다(장은영, 한덕웅, 2004). 비교를 하는 사람은 정서적 측면에서 자신에 대한 실망감이나 무능감을 느끼며 행복감이 낮아지고(장은영, 한덕웅, 2004; Alicke, LoSchiavo, Zerbst, & Zhang, 1997; Marsh & Parker, 1984; Morse & Gergen, 1970; Wheeler, Martin, & Suls, 1997), 불쾌감을 경험한다고 한다(Reis & Gibbons, 1993). 기분이 나빠지거나 상대에 대한 적대감, 질투심이 생기고(Fiske, 2010; Reis & Gibbons, 1993; Smith, 2000; Salovey & Rodin, 1984), 자신에 대한 평가가 낮아지고 열등감을 경험하기도 한다(Marsh & Parker, 1984; Morse & Gergen, 1970; Wheeler, Martin, & Suls, 1997). 자신에 대

한 실망, 좌절로 인해 스트레스를 겪거나 우울, 분노, 자기연민, 불안 등 부정적 정서가 높아진다는 연구도 있다(Kulik & Gump, 1997). 이는 SNS 공간에서도 마찬가지다. SNS 이용자는 SNS 공간에서 타인의 정보에 많이 노출될수록 상황비교를 하여 부적 정서로 이어진다(양혜승 외, 2014; 차경진, 이은목, 2015; 채려분, 2013; Lee, 2014; Mai-Ly et al., 2014).

SNS 이용자가 타인의 정보에 노출된다고 항상 정서에 부정적 영향을 미치는 것은 아니라는 연구도 있다(Buunk, Kuyper, & van der Zee, 2005; Taylor, Wayment, & Carrillo, 1996). 페이스북의 이용강도가 이용자의 주관적 행복감에 긍정적인 기여를 하거나(김봉섭, 2015) 페이스북의 이용시간이 길수록 행복감을 인식한다는 연구(금희조, 2011)도 있다. 또한 페이스북 이용자가 페이스북 뉴스피드를 중심으로 긍정적인 내용의 게시물을 접했을 때 긍정적 감정을 경험하는 사람이 있는가 하면 부정적 감정을 경험하는 사람도 있는 등 상반된 반응을 보인다는 보고도 있다(김선정, 김태용, 2012). 이는 상황비교가 무조건 부정적 정서와 관계가 있는 것이 아니라 제3의 요인에 의해 매개나 조절될 수 있음을 시사한다. 또한 단순히 상황비교가 부적 정서를 느끼게 하기보다 자존감, 상황에 대한 지각된 통제감, 불만족감 등 개인 내적 요인이 두 변인간의 관계에 영향을 미칠 수 있다는 연구도 있다(Buunk, Collins, Taylor, VanYperen, & Dakof, 1990). Mai-Ly 등(2014)도 페이스북의 이용이 부적 정서를 유발함에 있어서 제3의 변인이 존재한다는 점을 지적하면서 이를 탐색할 필요성을 제시하고 있다.

타인과의 비교 상황에서 경험하는 주관적 판단

은 열등감을 유발할 수 있다. 선행연구에서도 상향 사회비교를 경험하는 사람은 자신을 낮게 평가하고 열등감을 경험하는 것으로 나타났는데 (Marsh & Parker, 1984; Morse & Gergen, 1970; Wheeler, Martin, & Suls, 1997), 이는 SNS 공간에서도 마찬가지일 것이다. 특히 타인의 시선이나 인식에 민감한 한국의 사회적 분위기는 이용자로 하여금 열등감 경험을 가중시킬 수 있다. 이와 관련하여 임기홍(2000)은 우리나라 고등학생의 과반수 이상이 지적 열등감을 경험하고 있다고 보고하였는데, 이는 학업 및 대학 진학을 무엇보다도 중요시하며 학생을 입시경쟁에 몰아넣는 대한민국의 학력, 학벌에 대한 사회적·문화적 분위기에 영향을 받기 때문으로 보인다. 타인의 시선이나 인식에 특히 민감하고 타인과 비교를 일삼는 사회적 분위기, 유별나게 고학력을 요구하는 사회적 분위기는 학생이 학업 장면에서 사회비교에 더 자주 참여하게 하고 지적 열등감을 경험하게 한다는 것이다. 이렇듯 타인과의 비교를 통해 자신의 위치를 확인하는 한국의 사회적 분위기는 SNS를 이용하는 사람에게도 영향을 미칠 것이다. 즉, SNS에 올라오는 지인의 소식과 자신의 일상을 비교하게 되며, 이러한 경험에서 열등감을 경험할 것이다.

열등감은 부적 행동, 사고, 정서로 연결된다. 열등감 수준이 높으면 문제행동 수준도 함께 높아지고(박정희, 2002), 만성적인 열등감은 스스로에 대한 부정적인 자아상을 형성하고 부적절감을 경험하며 이는 미래에 대한 절망으로 이어지기도 한다(Salovey & Rodin, 1984). 또한 열등감은 분노, 관계의 두려움, 의욕저하 등 다양한 문제를 발생시키며(김아영, 1997; Kim, 2004; Kim & Kim,

2006), 불안, 우울 등 부적 정서를 유발하고 (Gilbert et al., 2007), 심각한 경우 자살을 유발하기도 한다(Goodwin & Marysyc, 2003). 따라서 상향비교가 우울에 영향을 미칠 때 열등감이 매개할 것이라는 가정이 가능하다. 상향비교를 경험하더라도 그로 인한 열등감을 적절히 다룰 수 있다면 부적 정서의 영향력이 감소할 것이다.

타인과의 비교 상황에서 비교 경험에 영향을 미치는 중요한 개인 내적 요인 중 하나는 자기개념 명확성(self-concept-clarity)이다. 자기개념 명확성은 자기개념의 하위요인 중 하나로, 개인 자신에 대한 개념이 얼마나 확실하고 일관되고 안정적으로 형성되어 있는지를 의미한다(Markus & Nurius, 1986; Linville, 1985; Linville, 1987). 자기개념 명확성이 낮은 개인은 스스로에 대한 확신이 없으며 판단기준을 개인 내부가 아닌 외부에서 찾고자 하기 때문에 사회비교가 보다 빈번하게 일어난다(Festinger, 1954).

따라서 만일 자기개념 명확성이 낮은 SNS 이용자가 있다면 그는 다른 사람보다 더욱 빈번하게 상향비교를 경험할 가능성이 높다. 자신의 내적 기준이 명확한 개인은 타인의 소식에 노출될 때 이 정보를 자신의 기준에 따라 적절히 처리할 것이다. 하지만 내적 기준이 명확하지 않은 사람이 타인의 정보에 꾸준히 노출될 경우 정보를 건강하게 처리하지 못하고 혼란스러워질 수 있다. 뿐만 아니라 이들은 판단기준을 외부에서 찾고자 하기 때문에 타인의 소식이 새로운 기준이 되어 그것과 자신의 삶을 비교할 것이다.

자기개념 명확성이 높은 사람은 우울을 적게 느끼는 것으로 알려져 있다. 자기개념이 명확한 사람은 스스로를 보다 극단적으로 평정했으며, 이

들은 자신을 중립적으로 평정하는 사람보다 자존감이 높은 경향이 있다(Campbell, 1990). 또한 자신을 긍정적으로 받아들이고(Baumgardner, 1990), 우울증에 적게 걸린다고 한다(Taylor, 1983; Taylor, Lichtman, & Wood, 1984). 따라서 SNS 상에서 상향비교 경험이 우울에 영향을 미침에 있어서 자기개념 명확성이 조절할 것으로 보인다. 자신에 대한 확신이 높을수록 사회비교에 덜 참여하거나, 사회비교 장면에서 노출되더라도 부적 정서로 연결될 가능성을 어느 정도 줄일 것이다.

본 연구에서는 SNS 이용자가 상향비교를 통해 우울을 경험한다는 기존 연구를 검증하고, 두 변인 사이에 존재하는 제3변인, 즉 열등감의 매개효과와 자기개념 명확성의 조절효과를 확인하고자 한다. SNS 이용자가 느낄 수 있는 부적 정서에 있어 열등감 및 자기개념 명확성의 역할에 대한 구체적인 정보를 제공하고, 이를 통해 SNS를 이용하는 현대인의 정신 건강을 위한 바람직한 접근 방향을 제시하고자 한다.

방 법

참여자

온라인을 통하여 만 23세 이하 남녀 대학생을 모집하였다. 설문에 응한 총 224명 중 무성의한 자료 및 끝까지 응답하지 않은 40명의 자료를 제외하고 총 184명의 자료를 분석하였다. 응답자의 평균 연령은 20.74세($SD=1.46$)였으며, 이 중 남학생이 61명(33.2%), 여학생이 123명(66.8%)이었다. 일주일 간 페이스북 이용시간은 5시간 미만인 76명(41.3%), 5-10시간은 57명(31.0%), 10-15시간은

25명(13.6%), 16-20시간은 19명(10.3%), 20시간 이상은 7명(3.8%)이었다. 게시물의 게시 정도를 살펴보면, '전혀 게시하지 않는다'는 64명(34.8%), '친구에 비해 적게 게시한다'는 106명(57.6%), '친구와 비슷한 정도로 게시한다'는 9명(4.9%), '친구에 비해 많이 게시한다'는 5명(2.7%)였다.

측정도구

페이스북을 이용할 때 나타나는 사회비교 정도. 페이스북에서 경험하는 상향비교 정도를 측정하기 위해 페이스북을 이용할 때 이용자가 경험할 수 있는 상향비교 내용을 중심으로 총 다섯 문항을 제작하였다. 본 문항은 Mai-Ly 등(2014)의 실험연구에서 사용되었던 측정문항 내용을 참고하여 제작하였고, 5점 리커트 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로서 점수가 높을수록 상향비교를 더 많이 경험함을 의미한다. 본 연구에서의 내적 일치도는 .79였다.

우울. 역학연구센터 우울 척도(Center for Epidemiologic Studies Depression Scale; CES-D)는 Radloff(1977)가 지역사회를 대상으로 우울증 선별에 1차적으로 이용하기 위해 제작한 도구이다. 본 연구에서는 페이스북 이용자의 분노 성향을 측정하기 위해 통합적 한국판 CES-D(전검구, 최상진, 양병찬, 2001)를 사용하였다. 지난 일주일 동안 각 문항이 설명하는 상태를 얼마나 자주 겪었는지를 4점 척도(3점=거의 대부분, 0점=극히 드물게)로 평정하였으며 네 개의 역문항(4,8,12,16번 문항)이 포함되어 있다. 범위는 0점부터 60점까지인데 21점 이상이면 우울 증상을 보이는 것으로,

25점 이상이면 주요우울증으로 선별할 수 있다(김계희, 조맹제, 1993). 본 연구에서의 내적 일치도는 .91이었다.

열등감. 정민과 노안영(2010)이 개발한 열등감 반응 척도를 사용하여 측정하였다. 이 척도는 타인비교-긍정 반응(10문항), 타인비교-부정 반응(10문항), 형제(자매/남매)비교-긍정 반응(8문항), 형제(자매/남매)비교-부정 반응(8문항)으로 구성되어 있다. 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 평정하여 점수가 높을수록 열등감 수준이 높음을 의미한다. 본 연구에서는 페이스북 이용자의 열등감 정도를 측정하기 위해 타인비교-부정 반응 척도만을 사용하였고, 본 연구에서의 내적 일치도는 .85였다.

자기개념 명확성. 자기개념 명확성 척도(Self-Concept Clarity Scale; SCCS)는 Campbell, Chew와 Scatchley(1991)이 개발한 것으로 이후 요인분석을 통해 12문항으로 단축되었다(Campbell et al., 1996). 본 연구에서는 김대익(1998)이 변안한 문항을 사용하였다. 5점 리커트 척도로 평정하며(1=매우 그렇다, 5=전혀 그렇지 않다) 6번과 11번을 제외한 모든 문항이 역채점되고 점수가 높을수록 자기개념이 명확함을 의미한다. 본 연구에서의 내적 일치도는 .76이었다.

분석절차

본 연구에서는 SPSS 18.0을 이용하여 분석하였다. 우선 매개효과를 확인하기 위해서 Baron과 Kenny(1986)가 제안한 방식으로 매개효과를 검증

하였다. 즉 독립변인과 종속변인, 독립변인과 매개변인, 매개변인과 종속변인 사이에 통계적으로 유의한 상관관계가 존재하는지를 확인한 후 위계적 회귀분석을 통해 매개효과를 검증하였다. 또한 매개효과와의 유의성을 검증하기 위해 Sobel 검증을 실시하였다.

다음으로 중재효과 확인을 위해 위계적 회귀분석 실시하였다. 그리고 구체적으로 중재변인이 어떻게 상호작용 효과를 나타내는지를 분석하기 위해 단순기울기 검증을 실시하였다. 단순기울기 방정식은 $w = a_1 + a_2z$ 로 제시되며, 중재변수의 값에 따라 독립변수가 종속변수에 미치는 영향이 달라짐을 의미한다(Aiken & West, 1991).

결 과

주요 변인의 기술통계량 및 상관분석

주요 변인 간의 기술통계치와 상관관계는 표 1과 같다. 상황비교는 자기개념 명확성과는 부적 상관, $r = -.31, p < .01$, 열등감, $r = .36, p < .01$, 과 우울과는 정적 상관, $r = .44, p < .01$, 이 있었다.

페이스북 이용 시 상황비교 경험과 우울의 관계에서 열등감의 매개효과

페이스북 이용 시 나타나는 사회상황비교가 우울에 미치는 영향에서 열등감의 매개효과를 검증한 위계적 회귀분석의 결과를 표 2에 제시하였다. 먼저 독립변인인 페이스북 이용할 때 경험하는 상황비교는 매개변인인 열등감, $\beta = .36, p < .001$.

과 종속변인인 우울에 유의한 영향을 미쳤다, $\beta = .44, p < .001$. 마지막으로 상향비교 경험과 열등감을 동시에 투입한 결과 독립변인인 상향비교 경험이 종속변인인 우울에 미치는 영향력이 감소하였다, $\beta = .31, p < .001$. Sobel 검증 결과 영향력의 감소정도가 유의하여, $Z = 3.84, p < .001$, 페이스북을 이용할 때 경험하는 상향비교와 우울 간의 관계를 열등감이 부분매개함을 확인하였다.

표 1. 각 변인 간 Pearson의 적률상관관계 및 기술통계량

	상향비교	열등감	자기개념 명확성	우울
상향비교				
열등감	.36**			
자기개념 명확성	-.31**	-.52**		
우울	.44**	.49**	-.50**	
평균±표준편차	10.90±3.31	20.18±6.79	37.08±6.66	14.98±9.54

** $p < .01$.

표 2. 페이스북 이용에서 상향비교 경험과 우울의 관계에서 열등감의 매개효과

단계	변인	비표준화계수		표준화계수	t	R ²	F
		B	SE	β			
1 (독립 → 매개)	상향비교 → 열등감	.73	.14	.36***	5.13	.13	26.34
2 (독립 → 종속)	상향비교 → 우울	1.28	.19	.44***	6.68	.20	44.57
3 (독립, 매개 → 종속)	상향비교 → 우울	.89	.19	.31***	4.72	.32	43.06
	열등감 → 우울	.53	.09	.38***	5.80		

*** $p < .001$.

표 3. 우울에 대한 위계적 회귀분석 결과(N=184)

모형	우울						
	비표준화 계수		표준화 계수	t	F	R ²	ΔR^2
	B	SE	β				
1 상향비교(A)	1.28	.19	.44	6.68***	44.57***	.20	.20
2 자기개념 명확성(B)	-.57	.09	-.40	-6.25***	46.45***	.34	.14
3 A*B	-.07	.03	-.15	-2.52* ($p=.013$)	34.00***	.36	.02

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

페이스북 이용 시 상황비교 경험과 우울 사이에서 자기개념 명확성의 중재효과

페이스북을 이용할 때 페이스북 공간에서 이루어진 사회비교 경험과 부적 정서 사이의 관계를 확인한 후, 이 때 자기개념 명확성이 이 관계를 중재하여 상호작용하는지를 검증하기 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다. 이를 위해 독립변인에 사회비교 경험, 자기개념 명확성, 두 변인의 상호작용항을 차례로 투입하고 변량의 차이를 확인하였다. 그런데 상호작용항에 다중공선성이 발생할

가능성이 있어서 두 변인의 값을 평균중심화 (Mean Centering)하여 상호작용항을 산출한 후 위계적 회귀분석에 투입하였다. 회귀분석을 실시한 결과는 표 3과 같다.

모델 1에서 상황비교만을 투입하여 분석한 결과 상황비교는 우울을 약 20% 설명하였다, $p < .001$. 자기개념 명확성을 투입한 모델 2에서는 설명력이 약 34%로 증가하였다. 마지막으로 상호작용항을 투입한 결과 이는 유의하였고, 설명력은 2% 증가하였다.

상호작용 효과를 보다 확실히 확인하기 위해서

표 4. 자기개념 명확성 상/하위 집단의 단순회귀분석 결과

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t
		B	SE	β	
자기개념 명확성 하위집단 (하위 28.3%)	(상수)	-2.08	6.18		-.34
	상황비교 총합	1.86	.49	.47***	3.77
자기개념 명확성 상위집단 (상위 30.4%)	(상수)	.27	3.14		.09
	상황비교 총합	.99	.30	.41***	3.26

*** $p < .001$.

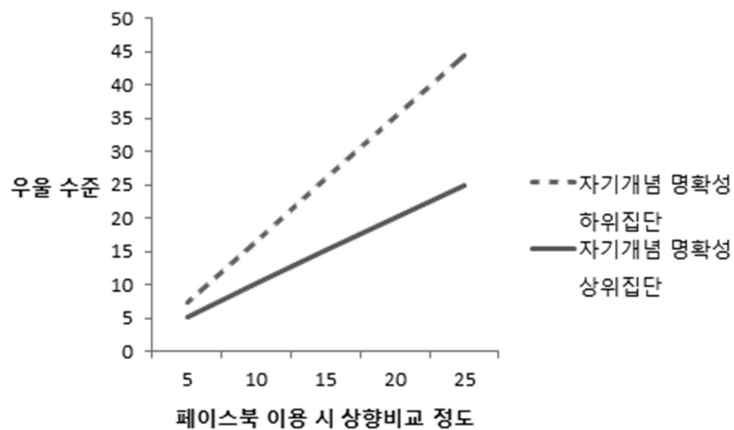


그림 1. 자기개념 명확성에 따른 우울에 대한 상황비교의 효과

중재변인인 자기개념 명확성을 대략 상위 30%($n = 56$, $M = 44.54$, $SD = 3.25$)와 하위 30%($n = 52$, $M = 28.83$, $SD = 3.48$)의 두 집단으로 나눈 뒤 종속변인에 대한 독립변인의 효과를 검증하였다. 이때 자기개념 명확성 하위집단의 회귀방정식은 $w_1 = -2.075 + 1.860x_1$ (w_1 = 자기개념 명확성 하위집단의 우울수준, x_1 =자기개념 명확성 하위집단의 상향비교 수준), 자기개념 명확성 상위집단의 회귀방정식은 $w_2 = 0.266 + 0.988x_2$ (w_2 = 자기개념 명확성 상위집단의 우울수준, x_2 = 자기개념 명확성 상위집단의 상향비교 수준)으로 제시된다. 그 결과는 표 4와 같다. 각각의 회귀방정식에서 x (우울수준)의 계수를 비교하면 자기개념 명확성 하위집단의 우울 계수(1.86)가 자기개념 명확성 상위집단의 우울계수(0.99)보다 약 두 배정도 커서 페이스북 이용 시 자기개념 명확성 하위집단이 상향비교 정도에 따라 우울의 상승폭이 더욱 큼을 발견하였다. 이 결과는 그림1과 같다.

논 의

오늘날 정보·인맥 네트워크 변화의 중심에는 SNS가 있다. 오프라인을 중심으로 연결되어 있던 인맥 네트워크를 이제 공간을 초월한 온라인, 즉 SNS상에서도 유지, 확장할 수 있게 되면서 인맥 관리를 위해 SNS를 이용하는 사람이 많아졌다. 뿐만 아니라 SNS를 통해 유용한 정보를 손쉽게 얻게 되었고 이를 마케팅에 활용하는 기업이 증가하면서 업무상 SNS를 이용해야 하는 사람도 증가하고 있다. 인맥·정보·업무관리의 측면에서 SNS의 이용은 이미 피할 수 없는 흐름인 것이다. SNS를 이용하는 것이 자신을 우울하게 만든다고

해서 SNS 이용을 거부하는 것은 쉽지 않아 보인다. 그렇다면 SNS 공간에서의 경험이 이용자의 정서에 부정적인 영향을 미치는 것을 최대한 경감시킬 수 있는 중간 변인을 탐색하고 개입하는 것이 의미가 있을 것이다. 이에 본 연구에서는 페이스북을 이용하는 개인의 부적 정서를 완화시킬 수 있는 중간 변인을 탐색하였고 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 페이스북 이용할 때의 상향비교 경험은 우울에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 선행연구(양혜승 외, 2014; 차경진, 이은목, 2015; 채려분, 2013; Lee, 2014; Mai-Ly et al., 2014)와 일치하는 결과이다. 페이스북을 이용하면서 경험하는 상향비교는 그 자체만으로 개인을 우울하게 만들 수 있다. 앞서 말했듯이 페이스북 이용자는 지인의 소식 및 정보에 지속적으로 노출되고 있고 이러한 환경에서 상향비교는 자신의 의지와 관계없이 일어날 수 있다(Goethals, 1986; Mussweiler et al., 2006). 이는 개인으로 하여금 스스로를 통제할 수 없다는 무력감을 느끼게 하며 이내 개인을 우울하게 만든다.

둘째, 페이스북 공간에서의 상향비교 경험은 부분적으로는 열등감을 매개로 하여 우울에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 대개 상향비교 대상은 나보다 나은 위치에 있다고 생각되기 때문에 상대적으로 나의 상황이나 능력이 하찮고 초라하게 느껴져 열등감을 경험하기 쉽다. 페이스북 이용자 역시 페이스북 공간에서 이와 비슷한 경험을 할 것이다. 페이스북 공간은 대개 이용자의 긍정적인 일상 위주로 소식이 업데이트 되는 곳이다. 그런데 여기에서 페이스북을 이용하는 개인이 페이스북 공간에서 접하는 타인의 삶의 일부, 즉 페이

스북에서 드러나는 즐겁고 행복한 모습을 그들의 삶의 전체인 것으로 착각하고, 이를 회노애락이 뒤섞인 자신의 삶 전체와 비교할 때 문제가 생긴다. ‘사람들은 나보다 행복해 보인다’, ‘나는 남보다 행복하지 않은 것 같다’는 생각을 하게 된다. 이러한 열등감은 자신에 대한 부적절감 혹은 부정적 자아상을 형성하게 되어 부적 정서를 야기할 수 있다(Salovey & Rodin, 1984). 페이스북을 포함한 SNS 이용자가 타인의 긍정적인 삶의 모습에 과도하게 노출되면 자신의 삶의 부정적인 부분이 잘못된 것이라는 착각을 불러일으킴으로써 인생관, 자아상 등이 왜곡되어 부적 정서를 일으킬 수 있다.

셋째, 페이스북 이용 시 상황비교가 우울에 정적 영향을 미침에 있어서 자기개념 명확성의 중재효과가 확인되었다. 이는 페이스북 공간에서 상황비교 경험이 우울로 이어지는 것이 일반적이지만, 자기개념이 얼마나 명확한지에 따라 상황비교 경험이 우울로 악화되는 것을 완화시킬 수 있다는 뜻이다. 사람들은 대개 다양한 환경에서 수많은 정보에 노출된다. 이 때 자기개념이 명확하지 않은 개인은 과도한 양의 정보에 휘둘려 중심을 잡기 어렵고 이는 곧 우울 등의 부적 정서를 야기한다. 같은 맥락에서 자기개념이 명확하지 않은 사람이 상황사회비교를 빈번히 경험한다면(자신보다 행복해 보이는 지인의 다양한 소식에 지속적으로 노출되는 상황이라면) 이는 개인의 정서에 위협이 되는 경험인 것이다.

한편 자기개념이 명확하게 확립되어 있는 사람은 자신이 무엇을 잘 하고 못 하는지, 무엇을 좋아하고 싫어하는지, 자신의 한계는 어디까지인지 등 스스로에 대한 다양한 경험적 정보가 비교적

정확하게 정리되어 있는 사람이다. 따라서 이들은 과도한 정보에 의해 혼란스러운 상황에 노출되더라도 이에 휘둘리기보다는 자신이 취해야 하는 정보와 버려야 하는 정보를 구별할 수 있다. 혼란스러운 상황에 휩쓸리기보다는 스스로 상황을 정리하며 통제하는 것이다. 이는 복잡한 상황에 놓여있는 개인의 정서적 혼란을 경감시킬 수 있는 내적 자원인 셈이다. 또한 이들은 자신에게 부정적인 영향을 미치는 상황에 놓일 경우 자기개념이 희미한 사람보다 비교적 빠르고 정확하게 판단하여 자신에게 도움이 되는 방향으로 행동할 것으로 생각된다. 이를테면 자기개념이 명확한 사람이 페이스북 공간에서 타인의 소식을 접하면서 빈번한 부적 정서를 경험한다면, 그는 이미 페이스북 이용을 그만뒀을 가능성이 높다는 것이다.

지인의 행복한 모습을 어쩔 수 없이 접했다라도, 타인의 행복이 자신의 불행에 의미하는 것은 아니고 타인의 행복한 모습이 결코 그들의 삶의 전부가 아니라는 것을 이해하여 자신의 열등감을 다룰 수 있다면 이용자는 부적 정서를 덜 경험할 것이다. 또한 타인의 일상을 빈번하게 접하면서 그들의 삶을 통해 자신의 삶을 비추어보기 전에, 타인의 소식과 관계없이 자신의 삶을 돌아보고 자신에 대한 이해를 높임으로써 자기개념을 명확히 한다면 SNS 공간에서의 경험이 부적 정서로 발전하는 것을 완화시킬 것이다. SNS에서 스트레스를 경험하는 사람이 증가하고 있는 오늘날, 현대인의 정신건강을 위한 상담장면에서 이와 같은 중간 변인에의 적절한 개입이 필요하다. 과도한 정보에 노출되어 지치고 혼란스러운 현대인을 위해, 스스로를 알아가고 이해하는 과정을 거쳐 자신을 인정하고 수용할 수 있게 하는 다양한 프로

그램 및 상담을 제공할 필요가 있다.

본 연구의 제한점 및 추후연구의 방향은 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서는 페이스북의 이용시간이 곧 지인들의 소식에 노출되는 시간이라고 가정하여 페이스북 이용 시간과 상향비교 사이의 연관성을 확인하고자 하였다. 그러나 페이스북 이용자의 이용 시간과 상향비교 경험 사이에는 어떤 연관성도 나타나지 않았다. 이는 Mai-Ly 등 (2014)의 연구와 일치하지 않는 결과이다. 이는 페이스북의 공간적 특성에 원인이 있는 것으로 보인다. 최근의 페이스북은 폐쇄형 대인관계를 중심으로 한 교류 뿐 아니라 스타트업 기업의 광고·홍보, 재미있는 글이나 영상 등 즐길거리가 점점 더 풍부해지고 있다. 이는 페이스북을 이용하는 시간이 곧 상향비교 경험에의 노출시간으로 연결되지는 않음을 의미한다. 따라서 추후 연구에서는 페이스북 이용자의 이용 시간만을 측정하기보다는 이용의 질적인 측면을 함께 고려한다면 폐쇄형 SNS에서의 상향비교에 대한 더욱 정교한 연구가 가능할 것이다.

둘째, 본 연구에서는 페이스북 이용자의 의도와 관계없이 사회비교에 참여하게 됨을 가정하였으나 본 연구에서 이를 직접 검증하지 않았다. 후속연구에서 페이스북의 이용 정도가 비자발적인 사회비교 경험과 어느 정도 연관이 있는지에 대해 연구를 통해 검증한다면 SNS 이용자에 대한 더욱 깊은 이해 및 치료적 개입에 도움이 될 것이다.

셋째, 21세기에 접어들면서 사회의 변화 속도가 매우 빠르며, 이는 SNS에도 해당된다. 한국 역시 대중이 선호하는 SNS가 짧은 주기로 유행을 타며 계속해서 변해오고 있다. 따라서 본 연구는 페이스북을 중심으로 했지만, 향후에는 페이스북 이

외에 사회적 동향을 반영하는 가장 적절한 플랫폼을 채택하여 연구하여야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 금희조 (2011). 소셜 미디어 시대, 우리는 행복인가: 소셜 미디어 이용이 사회 자본과 정서적 웰빙에 미치는 영향. 한국방송학보, 25(5), 7-48.
- 김계희, 조맹제 (1993). 주요우울증환자 예비평가에서 the Center for Epidemiologic Studies Depression Scale(CES-D) 진단적 타당성 연구. 신경정신의학, 32(3), 381-399.
- 김대익(1998). 한국인의 자기개념명확성에 대한 연구, 성격, 자의식, 행동의 상관을 중심으로. 중앙대학교 석사학위 청구논문.
- 김봉섭 (2015). 페이스북 이용에 따른 페이스북 이용자의 정서적 효과 연구: 주관적 행복감을 중심으로. 사회과학연구, 41(1), 85-109.
- 김선정, 김태용 (2012). SNS 콘텐츠의 감성이 사용자의 감정상태에 미치는 영향: 페이스북 뉴스피드를 중심으로. 사이버 커뮤니케이션 학보, 29(1), 5-47.
- 김아영 (1997). 학구적 실패에 대한 내성의 관련변인 연구. 교육심리연구, 11(2), 1-19.
- 박소영 (2012). "페이스북, 2010년 '좋아요' 버튼으로 감성 충족에 결정적", 「한국일보」, 제7면. (2012. 2. 3.)
- 박정희 (2002). 부모의 가정교육방향 및 양육행동이 자녀의 심리사회성숙에 미치는 영향. 인하대학교 대학원 박사학위 청구논문.
- 양혜승, 김진희, 서미혜 (2014). 페이스북은 우리의 삶을 행복하게 하는가? 韓國言論學報, 58(6), 215-244.
- 이경탁, 노미진, 권미옥, 이희옥 (2013). SNS사용자의 외로움, 자기노출, 사회적지지 그리고 삶의 만족에 관한 실증연구. 인터넷전자상거래연구, 13(2), 19-39.
- 이현지, 정동훈 (2013). 트위터와 페이스북의 이용중단 의도에 관한 연구. 韓國言論學報, 57(4), 269-293.

- 임기홍 (2000). 고등학교 학생들의 열등감과 관련변인. 서울대학교 석사학위 청구논문.
- 장은영, 한덕웅 (2004). 사회비교의 목표, 대상 및 결과가 비교대상의 선택에 미치는 영향. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 18(2), 65-89.
- 전경구, 최상진, 양병찬 (2001). 통합적 한국판 CES-D 개발. *한국심리학회지: 건강*, 6(1), 59-76.
- 정민, 노안영 (2010). 열등감 반응 척도의 개발 및 타당화. *한국심리학회지 상담 및 심리치료*, 22(2), 351-367.
- 조선일보 (2013. 8. 17). 페이스북 많이 할수록 불행해져. http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2013/08/17/2013081700160.html
- 차경진, 이은목 (2015). 사회비교이론 관점에서 살펴본 SNS 이용중단 의도. *한국전자거래학회*, 20(3), 59-77.
- 채려분 (2013). 사회관계형 SNS이용에 따른 부정적 감정유발에 관한 연구 : 페이스북을 중심으로. 숙명여자대학교 석사학위 청구논문.
- 최소영 (2015). SNS 인맥네트워크와 이용정도가 SNS 피로도와 이용중단의도에 미치는 영향 연구 : 페이스북을 중심으로. 서강대학교 언론대학원 석사학위 논문.
- 한국경제신문 (2015. 5. 31). 페이스북코리아 대표 한국서 1인 첫 부트캠프...비즈니스 선순환 구조 만든다. <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=201505296482g&intype=1>.
- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). Multiple regression: Testing and interpreting interactions. Sage Publications, Inc.
- Alicke, M. D., LoSchiavo, F. M., Zerbst, J., & Zhang, S. (1997). The person who out performs me is a genius: Maintaining perceived competence in upward social comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(4), 781-789.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Baumgardner, A. H. (1990). To know oneself is to like oneself : Self-certainty and self-affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1062-1072.
- Buunk, B. P., Collins, R. L., Taylor, S. E., VanYperen, N. W., & Dakof, G. A. (1990). The affective consequences of social comparison : Either direction has its ups and downs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1238-1249.
- Buunk, B. P., Kuyper, H., & van der Zee, Y. G. (2005). Affective response to social comparison in the classroom. *Basic and Applied Social Psychology*, 27(3), 229-237.
- Campbell, J. D. (1990). Self-esteem and clarity of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 539-549.
- Campbell, J. D., Chew, B., & Scatchley, L. (1991). Cognitive and emotional reactions to daily events: The effects of self-esteem and self-complexity. *Journal of Personality*, 59, 473-505.
- Campbell, J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, M., Lavellee, L. F., & Lehman, D. R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 141-156.
- CNET (2013. 2. 5). Study: Facebook fatigue - it's real. <http://www.cnet.com/news/study-facebook-fatigue-its-real/>
- Festinger, L. A. (1954). A theory of social comparison process. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Fiske, S. T. (2010). Envy up, scorn down: How comparison divides us. *American Psychologist*, 65(8), 698-706.

- Gilbert, P., Broomhead, C., Irons, C., McEwan, K., Bellew, R., Mills, A., Gale, C., & Knibb, R. (2007). Development of aspiring to avoid inferiority scales. *British Journal of Social Psychology, 46*, 633-648.
- Goethals, G. R. (1986). Social Comparison Theory. *Personality & Social Psychology Bulletin, 12*(3), 261-278.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. A Doubleday Anchor Original.
- Goodwin, R. D., & Marysich, A. (2003). Feelings of inferiority and suicide ideation and suicide attempt among youth. *Croat Medical Journal, 44*(5), 553-557.
- Kim, H. S., & Kim, H. K. (2006). A study on the relationship between feelings of inferiority and mental health of elementary, middle, high school and university students. *Theory and Practice of Education, 11*(1), 37-69.
- Kim, K. H. (2004). Depression and suicide in Korean adolescents. *Korean Journal of Psychological and Social Issues, 10*, 55-68.
- Kulik, J. A., & Gump, B. B. (1997). Affective reactions to social comparison: The effects of relative performance and related attributes information about another person. *Personality and Social Psychology Bulletin, 23*(5), 452-468.
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior, 32*, 253-260.
- Linville, P. W. (1985). Self-complexity and affective extremity: Don't put all of your eggs in one cognitive basket. *Social Cognition, 3*, 94-120.
- Linville, P. W. (1987). Self-complexity as a cognitive buffer against stress-related illness and depression. *Journal of Personality and Social Psychology, 52*, 663-676.
- Mai-Ly, N. S., Robert, E. W., & Linda, K. A. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: how facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology, 33*(8), 701-731.
- Markus, H., & Nurius, P. (1986). Possible selves. *American Psychologist, 41*, 954-969.
- Marsh, H. W., & Parker, J. W. (1984). Determinants of student self-concept: Is it better to be a relatively large fish in a small pond even if you don't learn to swim as well? *Journal of Personality and Social Psychology, 47*(1), 213-231.
- Morse, S., & Gergen, K. J. (1970). Social comparison, self-consistency, and the concept of self. *Journal of Personality and Social Psychology, 16*, 148-156.
- Mussweiler, T., Ruter, K., & Epstude, K. (2006). The why, who, and how of social comparison: A social-cognition perspective. In S. Guimond (Ed.), *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture*. New York: Cambridge University Press.
- Radloff, L. S. (1977). The CES-D scale: A self-report depression scale for research in the general population. *Applied Psychological Measurement, 1*, 385-401.
- Reis, T. J., & Gibbons, F. X. (1993). Social comparison and the pill: Reaction to upward and downward comparison of contraceptive behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin, 19*, 13-20.
- Salovey, P., & Rodin, J. (1984). Some antecedents and consequences of social-comparison jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology, 47*(4), 780-792.
- Smith, R. H. (2000). Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons. In J. Suls & L. Wheller

- (Eds.). *Handbook of social comparison: Theory and research*(pp. 173-200). Iowa: Springer.
- Taylor, L. G., & Shelley, E. (1993). Effects of social comparison direction, threat, and self-esteem on affect, self-evaluation, and expected success. *Journal of Personality and Social Psychology*, *64*(5), 708-722.
- Taylor, S. E. (1983). Adjustment to threatening events: A theory of cognitive adaptation. *American Psychologist*, *38*, 1161-1173.
- Taylor, S. E., Lichtman, R. R., & Wood, J. V. (1984). Attributions, beliefs about control, and adjustment to breast cancer. *Journal of Personality and Social Psychology*, *46*, 489-502.
- Taylor, S. E., Wayment, H. A., & Carrillo, M. (1996). Social comparison, self-regulation, and motivation. In E. T. Higgins (Ed.), *Handbook of motivation and cognition, Vol. 3: The interpersonal context. Handbook of motivation and cognition*(pp. 3-27). New York: Guilford Press.
- Turkle, S. (2011), *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Wheeler, L., Martin, R., & Suls, J. (1997). The proxy model of social comparison for self-assessment of ability. *Personality and Social Psychology Review*, *1*, 54-61.
- White, J., Langer, E., Yariv, L., & Welch, J. I. V. (2006). Frequent social comparisons and destructive emotions and behaviors: The dark side of social comparisons. *Journal of Adult Development*, *13*, 36-44.

원고접수일: 2015년 10월 20일

논문심사일: 2015년 11월 8일

게재결정일: 2015년 11월 17일

한국심리학회지: 건강
The Korean Journal of Health Psychology
2015. Vol. 20, No. 4, 703 - 717

Mediating Effects of Inferiority Feeling and Moderating Effects of Self-esteem Stability on the Relationship between Upward Social Comparison and Depression: Focusing on Facebook Use by College Students

So-Ra Jeong

Myoung-Ho Hyun

Department of Psychology, Chung-Ang University

This study explored whether inferiority feeling and self-concept clarity had any effects on the relationship between upward social comparison and depression of Facebook users who experienced on Facebook. To examine this, 184 male and female college student-participants were asked to complete questionnaires of upward social comparison, inferiority feeling, self-concept clarity and depression. As a result, upward social comparison was positively related to inferiority feeling and depression, but negatively related to self-concept clarity. Based on these correlations, we tested the mediating effects of inferiority feeling and moderating effects of self-concept clarity on the relationship between upward social comparison and depression. Our results showed that inferiority feeling had partial mediating effects on the relationship between upward social comparison and depression, suggesting that it was helpful for SNS users to deal with inferiority feeling at depression-arising situations from upward social comparison. Our results also revealed that self-concept clarity could moderate the relationship between upward social comparison and depression. Furthermore, a simple slope test suggested that the effects of upward social comparison on depression is decreased when the scores of self-concept clarity were high. These findings suggest that it is necessary for SNS users to understand himself or herself better. The implications and limitations of this study were discussed and future directions for this research were provided.

Keywords: SNS, upward social comparison, depression, self-concept clarity, inferiority feeling