

SNS의 문제적 이용이 심리적 안녕감에 미치는 영향: 과시적 자기표현의 조절효과를 중심으로

이진균[†] 박현선

홍익대학교 광고홍보학부

본 연구는 SNS의 문제적 이용이 개인의 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향에 대해 살펴보았다. 특히, 과시적 자기표현의 수준에 따라 문제적 이용이 심리적 안녕감에 미치는 조절효과를 검증하였다. 총 219명의 대학생을 대상으로 설문을 실시한 결과 상대적 박탈감, 소외감, 그리고 관계의 가벼움에 대한 회의를 클수록 개인의 심리적 안녕감은 감소하는 것으로 밝혀졌다. 한편 과시적 자기표현이 낮을 때보다 높을 때 원하지 않는 교류감, 가식적 표현충동, 그리고 오프라인 사회성 결여가 심리적 안녕감에 미치는 부적인 효과가 유의미하게 증가하였다. 흥미롭게도 과시적 자기표현이 높을 때에 비해 낮을 때 중독성과 관계의 가벼움에 대한 회의를 심리적 안녕감에 미치는 부정 효과가 유의미하게 증가하는 것으로 나타났다. 본 연구는 과도한 SNS의 문제적 이용에 따른 부정 효과를 완화하고 심리적 안녕감의 유지 및 증대를 위해 과시적 자기표현의 관리가 필요함을 시사하고 있으며 이에 대한 이론적, 실무적 함의를 제시하고자 한다.

주제어 : 소셜네트워크서비스, SNS의 문제적 이용, 과시적 자기표현, 심리적 안녕감

[†] 교신저자 : 이진균, 홍익대학교 광고홍보학부, feature94@hongik.ac.kr

연구목적 및 문제제기

소셜 네트워크 사이트(Social Network Sites: SNS)는 인터넷을 통해 실시간으로 전 세계의 사람들과 자신의 의견이나 생각을 공유하는 사회적 대화의 장이다. SNS는 사람들이 공개적으로 자신의 프로필을 만들고 다른 사람들과의 연결을 공유하고 그 연결을 타고 이동할 수 있는 웹을 기초로 한 서비스로 정의할 수 있다(Boyd & Ellison, 2007). 페이스북, 인스타그램, 스냅챗 등 SNS는 그 인기가 높아지면서 사회적인 관심의 대상이 되고 있으며 개인들에 의한 관계 확장 및 대인 커뮤니케이션의 도구로 적극적으로 활용되고 있다(황성욱, 박재진, 2011). 인스타그램의 경우 근래 들어 가장 빠른 성장세를 보이고 있으며 세계적으로 약 4억 명의 이용자 중 18~29세가 55%를 차지하고 있다(Stapleton, Luiz, & Chatwin, 2017). 특히, 젊은 층은 타인의 주의를 끌고 정체성(self-identity) 확립을 위해 과도한 자기노출과 새로운 관계의 탐험을 주저하지 않고 있다(Guazzini, Cecchini, Guidi, Milani, & Meringolo, 2016). 또한 타인의 지지를 통해 자존감과 주관적 행복감이라는 정서적 보상을 받고 온라인 및 오프라인의 관계를 더욱 강화시킬 수 있다는 점에서 SNS는 더욱 많은 사람들의 관심을 끌고 있다(Stapleton et al., 2017; 김봉섭, 2015).

그렇다면 이러한 SNS의 이용은 이용자들의 삶을 더 행복하게 하고 있는가? 지나친 SNS의 이용은 오히려 개인의 삶을 더욱 복잡하고 힘들게 만드는 것이 아닌가라는 의문에서 본 연구는 시작되었다. 자기노출이라는 지각된 위험에도 불구하고 개인이 SNS를 이용하는 이유는 긍정적이고 발전된 사회적 관계를 맺고 싶

기 때문이며 이러한 관계를 통해 개인의 삶에서 긍정적 결과를 얻고자 함이다(Lee, Noh, & Koo, 2013). 로버트 푸트넘(Robert Putnam, 1995)은 미국 사회적 자본의 쇠퇴(America's declining social capital)라는 부제가 붙은 '나홀로 볼링(Bowling alone)'이라는 연구를 통해 공동체 의식과 연대감이 점점 사라지고 극단적 개인주의로 치닫는 사회상에 대한 진단을 내렸다. 그에 따르면, 1980~93년 미국의 볼링 인구는 10% 늘었지만 팀에 가입해 서로 어울리는 '리그볼링'은 40%나 줄어드는 일명 '혼자 볼링치기' 현상이 미국을 뒤덮고 있다는 것이다. 이러한 단절된 사회적 맥락 속에서 SNS는 고립화, 파편화된 현실의 인간관계를 다시 맺어주고 강화시켜 줄 뿐만 아니라 면대면 커뮤니케이션을 보완해 주고 있다.

그러나 이들 SNS의 이용행태가 늘 긍정적으로 이루어지는 것일까? 최근 SNS에서 토로되는 불필요한 친구수로 인한 '인맥 다이어트'나 일회성 인간관계를 의미하는 '티슈 인맥' 등의 신조어가 유행하고 있다(SBS, 2017). 페이스북에 심취한 10대들은 수시로 포스팅 되는 페이스북 친구들의 새로운 활동들이나 즐거운 모습을 담은 사진들을 보면서 스스로 행복하지 않고 기준 미달이라고 여기는 페이스북 우울증을 경험한다고 하였다(연합뉴스, 2011). 많은 사회 현상들이 긍정성과 부정성을 동시에 갖고 있듯 SNS 또한 예외가 아닐 것이다. 특히, SNS의 폭발적인 이용량 증가와 더불어 이들 매체의 이용 행태가 초래할 수 있는 심리적 장애와 문제점에 대한 선행 연구가 이루어져 왔다. 최근 연구에 따르면 SNS에서 친구들과 상향비교경험(upward social comparison)이 많을수록 SNS에 대한 부정적 인식이 SNS 회피에 정적인 영향을 미치고 이는 다시 개인의

주관적 행복감에 부적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다(민귀홍, 이진균, 2017). 또한 SNS 관리유지의 부담, 정보 및 심리적인 프라이버시의 우려는 SNS 피로감에 정적인 영향을 미치며 상향비교경험은 SNS에 대한 부정적 느낌을 가중시킨다고 하였다(손달호, 김경숙, 2016). 나아가 SNS 피로감 및 부정적 느낌은 SNS 중단의도에 유의미한 정적인 영향을 주는 것으로 밝혀졌다. 이와 같이 단절된 인간관계의 회복이나 정서적 지지 등 SNS의 긍정적인 역할에 대한 기대가 있는 반면 지나친 SNS 이용이 개인의 심리적 안녕감이나 행복감에 부적인 영향을 미친다는 연구결과 또한 존재한다는 점에서 SNS의 문제적 이용이 개인의 심리적 안녕감에 미치는 영향에 대한 보다 체계적인 연구가 필요하다고 볼 수 있다.

한편 SNS의 활용을 통해 나타나는 과시적 자기표현(conspicuous self-presentation)은 타인과의 관계 형성 및 변화에 매우 중요한 요인으로 작용한다. 이용자들은 온라인상에서 낯선 사람들에게 대해 자기표현의 정도가 더 높으며 긍정적인 자아이미지 형성을 위해 자신의 이미지를 선별적으로 노출할 뿐만 아니라 편집, 과장하는 것으로 연구된 바 있다(Lee, Lee, & Kwon, 2011; Tidwell & Walther, 2002). 주지할 사실은 이러한 자기표현의 역할에 대한 기존 연구결과 역시 긍정적 또는 부정적 효과가 혼재하고 있다는 점이다. 자기표현의 긍정적인 영향에 대한 선행 연구를 살펴보면, 자기표현 수준과 사회경제적 지위가 높아질수록 감정적 균형, 삶에 대한 만족감, 그리고 주관적 행복감에 정적인 영향을 미친다고 하였다(Lee et al., 2011). 또한 SNS에서 과시적 자기표현은 타인과의 상호작용에 대한 심리적 부담감을 완화시킬 뿐만 아니라 사회적 네트워크 노출

을 통해 인적관계를 더욱 강화시키고 나아가 오프라인상의 만남으로 발전하는데 기여한다고 하였다(Boyd & Ellison, 2007; Mckenna & Bargh, 2000). 한편 자기표현의 부정적인 영향에 대한 선행 연구를 살펴보면, 지나친 자기노출과 낯선 타인과의 상호작용은 위선적 자기제시(false self-presentation)(Jackson & Luchner, 2017), 우울감(Frison & Eggermont, 2017; Lup, Trub, & Rosenthal, 2015), 타인과의 갈등 및 관계의 단절(Ridway & Clayton, 2016)을 야기하는 등 다수의 부정적 연구결과도 제시되고 있다. 특히, 타인으로부터 끊임없이 지지를 받아야만 자기가치감(self-worth)을 유지하고 사회비교를 통해 자존감을 갖게 된다는 기존 연구(Stapleton et al., 2017)는 내면의 근원적 행복을 추구하는 주체의 의지가 배제되었다는 점에서 개개인이 통제가능한 개인변수로 과시적 자기표현에 대한 보다 깊은 이해가 필요하다고 볼 수 있다.

전술한 바와 같이 과도한 SNS 사용으로 인한 심리적 문제점 및 개인변수로서 과시적 자기표현의 영향에 대한 보다 체계적이고 심층적인 연구가 필요하다는 점에서 본 연구는 이에 초점을 두어 SNS의 문제적 이용과 심리적 안녕감 간의 관계를 규명하고자 한다. 이와 더불어 과시적 자기표현의 수준이 이들 관계에 미치는 영향을 어떻게 조절할 것인지를 살펴봄으로써 소비자가 느끼는 SNS에 대한 문제점 및 이를 완화할 수 있는 적절한 자기표현의 수준과 역할에 대한 이해를 도모할 수 있을 것이다. SNS가 기업의 전략적인 마케팅 도구로 활용되기 위해서는 중요한 사회적 동기인 심리적 안녕감 등 SNS 이용자들의 이용 동기를 파악하고 이를 체계화시킬 필요가 있다(심성욱, 김운한, 2011; 이방형, 한상린, 이성근,

이성훈, 2013). 특히, 사회적 동기의 중요한 하
부요인인 심리적 안녕감을 저해하는 문제적
사용요인의 상대적 영향력을 밝히고 이에 대
한 이해를 제고하는데 본 연구의 의의가 있다
고 할 수 있다.

이론적 배경

SNS의 문제적 이용(Problematic Use)

새로운 커뮤니케이션 매체로서 다양한 SNS
의 등장과 더불어 나타난 부정적 현상 가운
데 하나는 과다사용으로 인한 부작용이다. 이
에 대한 기존 연구를 살펴보면 중독(addiction),
남용(abuse), 의존(dependency), 문제적 이용
(problematic use) 등 혼재된 개념으로 진행되어
왔으나(주정민, 2006; 황하성, 손승혜, 최윤정,
2011), 특정 매체에 대한 지나친 의존이 일상
생활에 흥미를 잃게 하거나 무기력하게 만들
어 결국 인지적, 행동적 문제를 유발시킨다는
공통된 결과를 제시하고 있다. 근래 들어 인
터넷은 다른 커뮤니케이션 매체들보다 더 많
은 관심을 받고 있으며, 국내외적으로도 다양
한 관점에서 연구가 진행되었다. 특히 황성욱
과 박재진(2011)은 페이스북의 심리적 문제점
으로 제시한 7가지 요인인 원하지 않는 교류
감, 상대적 박탈감, 중독성, 가식적 표현충동,
오프라인 사회성 결여, 소외감, 그리고 관계의
가벼움에 대한 회의가 사용자의 심리적 안녕
감을 저해한다고 보았는데 본 연구는 이러한
7가지 요인과 함께 기존 문헌을 토대로 아래
와 같이 가설도출을 위한 논리를 전개하고자
한다.

원하지 않는 교류감

원하지 않는 교류에 대한 거부감은 SNS에
서 타인과의 불필요한 관계형성을 통한 피로
감의 증대로 이어진다고 볼 수 있다. 특히, 프
라이버시 침해와 사이버폭력 등을 통해 사용
자들은 불편과 피해를 경험하게 된다(박경자,
유일, 이윤희, 2014; 이윤희, 2014). 친하지 않
은 타인에게 본인 정보의 노출, 원하지 않는
친구신청이나 추천, 또는 몇몇 특정인에 의한
글 도배 등을 그 사례로 들 수 있다. 문천수
등(2015)은 원하지 않는 관계의 부담은 SNS 사
용 피로도를 증가시킨다고 하였다. 즉, SNS를
통해 다양한 사람과 교류를 할 수 있으나 불
필요하게 관계가 증가되거나 또는 글이나 사
진이 자신의 의지와 무관하게 통제되지 않을
경우 SNS 이용회피와 피로도 증가로 이어진다
고 하였다. 사회심리학적 관점에서 볼 때 SNS
사용 중 발생하는 사회비교와 타인탐색은 원
하지 않는 교류감 등 부정적 감정을 증가시키
고 이는 심리적 안녕감을 저해해 SNS에 대한
부정적 태도형성과 SNS 사용중단에 이르게 된
다고 추측해 볼 수 있다.

상대적 박탈감

SNS의 이용시간이 많을수록 이용자의 우울
및 충동성이 높아지고 나아가 상대적 열등감
과 박탈감이 낮은 자존감과 우울감을 야기하
는 것으로 나타났다(이소영, 전해정, 2015). 타
인의 과시적인 자기표현을 통한 행복한 모습,
외모, 목표 및 성공적 관계의 성취를 자신과
비교하고 이는 상대적 우울감을 증가시키는
것으로 보았다. 개인 성향에 따라 이러한 결
과는 증폭되는데 갈등적, 고립적 성향의 이용
자는 SNS에 대한 긍정과 부정의 혼재된 인식
과 함께 사생활 침해나 유대악화에 대한 우

려가 높은 것으로 나타났다(정일권, 유경한, 2016). 특히, SNS를 통한 상향비교는 현재 자신의 경제상황에 대한 분노와 좌절감 등의 상대적 박탈감을 일으키고 나아가 삶의 질을 떨어뜨리는 것으로 나타났다(서미혜, 2017). 이뿐만 아니라 상대적 박탈감은 자신에 대한 진실한 정보가 아닌 왜곡된 정보를 제공할 가능성을 높이며 이미 제공된 자신의 정보를 삭제하려는 경향을 증가시킨다고 하였다(이은곤, 2016). 따라서 상대적 박탈감은 심리적 안녕감에 부정적인 영향을 미칠 것으로 추론해 볼 수 있다.

중독성

인터넷 중독성 및 문제적 사용에 대한 연구를 살펴보면 인터넷 중독성은 일상생활장애, 현실구분장애, 긍정적 기대, 금단, 가상적 대인관계 지향성, 일탈행동, 내성, 충동통제력 감소, 외로움, 사회적 위안, 주의 산만 등이 포함된 다양한 하위차원들로 구성되어 있다(주정민, 2006). 주정민(2006)에 따르면 인터넷 매체에 대한 의존 유형에는 사회적 이해, 개인적 이해, 행동, 상호작용, 사회적 놀이, 개인적 놀이의 6가지가 있는데 이 중 '상호작용'과 '개인적 놀이' 차원에서 인터넷을 과다하게 사용하면 인터넷 중독 증상이 나타날 수 있다고 하였다. 상호작용은 개인적 차원에서 다른 사람들과 의견을 나누는 형태를 의미하며 놀이의 경우 다른 네트워크상의 구성원들과의 관계를 고려한 사회적 놀이가 아닌 개인적 놀이일 때 중독의 가능성이 높다고 하였다. 또한 데이비스와 동료들(Davis, Flett, & Besser, 2002)은 중독성은 사회적 편안함(social comfort), 외로움(loneliness), 충동 통제력 감소(diminished impulse control), 기분전환(distraction) 등의 요인들과 밀

접한 관련이 있음을 밝혔다. 최근 대학생의 SNS 중독과 주관적 안녕감에 관한 연구에서 SNS 중독성은 주관적 안녕감과 강한 부적인 상관관계가 있고 자기비난이나 수치심과는 정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다(최현, 서경현, 2017). 또한 수치심은 SNS 중독과 주관적 웰빙 간의 관계를 완전매개하며 자기비난은 주관적 웰빙에 유의미한 부적 영향을 미치는 것이 밝혀졌다. 이와 같은 선행 연구를 고려할 때 중독성은 심리적 안녕감에 부정적 영향을 미칠 것으로 예상된다.

가식적 표현충동

곽기영과 김효준(2011)은 SNS에서 자기표출이 증가하고 지식공유 활동이 늘어날수록 SNS 사용에 스트레스를 받는다고 하였다. SNS 상에서 위선적 자기제시(false or inauthentic self-presentation) 등의 가식적 표현충동은 자신에 대한 진실하지 않은 상태 업데이트나 허위 프로필 제공의 행위로 나타난다. 가식적 표현충동(e.g., 거짓으로 클릭한 페이스북 '좋아요')은 걱정(anxiety), 우울감 또는 스트레스수준과 관련이 높아 개인의 불안정한 정신 상태를 반영한다고 하였다(Wright, White, & Obst, 2018). 또한 가식적 표현충동이 높은 사람은 대체로 자존감이 낮으며 5대 성격요인으로 구분할 때 신경성(neuroticism)이나 자기애가 강한 것으로 나타났다(Twomey & O'Reilly, 2017). 이와 반대로 진실한 자기표현은 자존감이 높거나 지각된 사회적 지지가 높은 사람과 관련성이 높은 것으로 밝혀졌다.

특히, 이러한 가식적 표현충동은 자기비난 성향이 높을수록 증대된다고 할 수 있다. 자기비난의 경향이 높을수록 타인이 자신의 포스팅에 긍정적인 반응(e.g., 좋아요, 맞팔로우)

을 보이지 않을 경우 이를 자신의 자기가치(self-worth)에 대한 즉각적인 위협으로 인식할 가능성이 높은 것으로 밝혀졌다(Jackson & Luchner, 2017). 또한 긍정적인 단서보다는 부정적인 단서에 더욱 민감하게 반응하여 타인에 대한 비난이나 개인의 실패로 오귀인(mis-attribution)할 소지가 높다고 볼 수 있다. 비슷한 맥락에서 자기비난 경향이 강한 사람이 SNS(e.g., 인스타그램)에서 타인을 속일 의도로 포스팅을 한 경우 부정적인 감정을 경험할 가능성이 유의미하게 높아지는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과를 고려할 때 자신에 대한 가식적 표현충동은 불안정한 심리상태의 반영이라는 점에서 심리적 안녕감에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

오프라인 사회성 결여

매체이용과 심리적 안녕감과 관계는 크게 2가지 패러다임에서 접근할 수 있다. 먼저 매체이용은 오프라인 대인관계의 연장선에서 사용된다는 관점이 있는 반면 다른 관점으로 현실세계의 면대면 관계의 미충족된 사회적 욕구를 보상받기 위해 매체를 사용한다는 관점이 존재한다(Freberg, Adams, McGaughey, & Freberg, 2010; Tsao, 1996). 최근 온라인 및 SNS 이용과 관련된 연구결과를 살펴보면 후자의 관점을 지지하는 연구결과가 나타나고 있다. 현실세계에서 충족되지 않은 개인의 욕구를 보완하기 위한 대안적 커뮤니케이션 도구로 많은 사람들이 SNS를 활용하고 있다(Papacharissi & Mendelson, 2011; Valkenburg & Peter, 2009). 특히, 거대자기애(grand narcissism)가 클수록 페이스북 사용에 집착할 가능성이 높으며 이러한 관계는 존경에 대한 욕구나 소속감에 완전 매개되는 것으로 밝혀졌다(Casale

& Fioravanti, 2018). 따라서 사회로부터 격리되고 고립된 개인일수록 현실세계에서 사회성이 결여될 가능성이 높으며 SNS를 이용해 사회적 욕구를 보상받으려는 경향이 높아진다고 볼 수 있다. 그러나 SNS의 지나친 이용은 장기적으로 오프라인의 대인관계 형성 및 유지에 부정적인 영향을 미칠 것이며 개인의 심리적 안녕감을 저해할 것으로 예상된다.

소외감

SNS의 과다사용은 사회적 자본을 덜 느끼게 하는 반면 외로움을 더 크게 느끼게 하는 것으로 나타났다(Burke & Lento, 2010). 과도한 친구수의 증가는 지각된 사회적 지지와 부적응 비선형(negative nonlinear) 관계를 보이는 것으로 나타나 유대감이 높은 질적인 관계가 형성되지 않은 친구수의 증가는 개인의 주관적 행복감을 저해하는 것으로 볼 수 있다. 특히, 외로움을 많이 타거나 사회적 스킬이 부족한 사람의 경우 SNS 중독경향성이 높아지며 이로 인해 자신의 문제를 해결하기 보다는 오히려 타인의 일, 학업에 관심을 가지게 되어 중요한 사회적 관계에 부정적인 영향을 미친다고 하였다(Kim, LaRose, & Peng, 2009). 이러한 충동적인 SNS의 이용은 건전한 사회적 활동을 저해하고 더욱 고독감을 느끼게 하는 등 악순환을 초래한다고 볼 수 있다. 최근 SNS 중독 경향성에 관한 요인을 살펴본 결과 집착 및 금단증상, 과잉소통, 몰입, 그리고 과도한 시간투자가 SNS 중독경향성의 중요한 구성요인으로 밝혀졌다(서경현, 조성현, 2013). 구체적으로, 무력감과 규범 상실감이 소외감에 유의미한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 과도한 SNS 사용으로 인해 발생한 소외감은 개인의 심리적 안녕감에 부정적인 영향

을 미칠 것으로 예상된다.

관계의 가벼움에 대한 회의

관계의 가벼움에 대한 회의는 온라인 진정성의 결여로 인식될 수 있는데 긍정적 진정성이 부족할수록 심리적 안녕감을 저해한다고 이해할 수 있다(Reinecke & Trepte, 2014). 관계적 진실성이 결여된 피상적이고 인위적인 커뮤니케이션(SNS vs. 전화)은 부모 등 중요한 사람과의 유대감과 결속적 관계형성을 저해한다고 볼 수 있는데(Gentzler, Oberhauser, Westerman, & Nadorff, 2011), 이는 진정한 자아(real self)의 노출 가능성이 낮아지기 때문이다. 즉, 가식적인 자신의 모습을 지속적으로 표현하기 위해서는 가볍고 넓은 인간관계를 형성 및 유지해야 하며 이러한 진정성이 결여된 관계는 결과적으로 본인과 타인에게 모두 외로움을 증가시킨다고 볼 수 있다.

특히, 자기에의 한 형태인 거대자기애가 높을 경우 자신의 지적 능력, 신체적 매력, 권력 관계의 시각화 등 긍정적 자아를 암시하는 포스팅이나 사진을 과장하여 표현하는 등 SNS를 통해 인정욕구를 표출할 가능성이 높다. 문제는 단기적인 측면에서 이러한 행위가 자존감, 자기가치, 또는 긍정적 자기관을 형성하는데 유용하지만 장기적인 관점에서 타인에게 상대적 비교를 통한 실망감과 악의적 질투심(malicious envy)을 유발하고 나아가 타인의 고독감을 증가시킨다고 하였다(Lim & Kim, 2016). 따라서 SNS 상의 가벼운 인간관계는 본인에게 부정적 정서를 경험하게 해 심리적 안녕감을 저해할 것으로 예상된다. 위의 논의를 종합해 볼 때 지나친 SNS의 사용은 이용자의 심리적 안녕감에 부정적인 영향을 미칠 것으로 예상해 다음과 같이 <가설 1-7>을 제시하

고자 한다.

<가설 1> 원하지 않는 교류감은 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 2> 상대적 박탈감은 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 3> 중독성은 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 4> 가식적 표현충동은 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 5> 오프라인 사회성 결여는 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 6> 소외감은 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 7> 관계의 가벼움에 대한 회의는 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미칠 것이다.

과시적 자기표현(Conspicuous Self-presentation)

사람들은 그들의 사회적 이미지와 전략적 자기표현을 통해 외부로 비쳐지는 이미지를 관리하고자 한다(Goffman, 1959). 자기표현은 자신에 대해 타인에게 전달하고자 하는 어떤 메시지로 정의할 수 있다(Cozby, 1973). 과거 공인(public figure)에 한정됐던 일대다(one-to-many)의 커뮤니케이션 형태는 점차 일반인으로 보편화되고 있으며 다수를 대상으로 하는 인상관리가 더욱 중요하게 되었다(Ollier-Malaterre, Rothbard, & Berg, 2013). 자기노출이 강할수록 페이스북의 사용빈도와 접속시간이 많으며 자기관련 긍정적 정보나 단서를 더욱 빈번히 업데이트하는 것으로 밝혀졌다(e.g., 접속 횟수, 이용시간, 프로필 변경, 상태 업데이트, 자기PR적 콘텐츠 게시)(Jin,

2013).

자기향상이론(self-enhancement theory)에 따르면, 인간은 자신의 모습을 최대한 긍정적으로 주변에 어필하고자 할 뿐 아니라 주위에 잘 알려진 자신에 대한 부정적 정보나 인식을 상쇄 또는 전환하고자 부정적 측면과 무관한 차원에 대해 긍정적으로 과장하는 경향이 있다고 하였다(Baumeister, 1982; Leary, 2007). 적절한 자기표현(e.g., 개인 프로필 공개, 업데이트 및 공유)은 대인관계 변화에 정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다(Blight, Ruppel, & Schoenbauer, 2017; Kwak, Choi, & Lee, 2014). SNS가 제공하는 중요한 속성인 자아노출의 기능을 높게 인식할수록 SNS 이용 동기인 정체성 표현, 사회적 상호작용, 유용성, 인맥관리, 현실도피 및 외로움을 탈피하는데 도움을 준다(김유정, 2011). SNS에서의 자기표현 행위는 SNS 이용 후 대인관계변화 및 삶의 질 향상과 관련이 있으며(한상연 등, 2013), 개인의 커뮤니케이션 능력수준이 높을수록 SNS에서 자기표현 행위가 대인관계의 변화, 지속적 사용의도 및 삶의 질 향상에 기여하는 것으로 밝혀졌다. 이러한 SNS를 통한 적절한 자기표현은 개인의 심리적 안녕감에 긍정적인 영향을 미치고 친구관계의 질적인 향상에 도움이 될 수 있다(Wang, Jackson, Gaskin, & Wang, 2014).

그러나 사람들이 무대의 연극배우와 같이 타인과의 관계 속에서 자신의 긍정적인 이미지지형성을 위해 SNS 상에서 가공의 위선적인 자아(e.g., false Facebook-self)를 형성한다는 점에 주목할 필요가 있다(Gil-Or, Levi-Belz, & Turel, 2015). 대체로 이러한 가공된 자아는 자신의 진정한 이미지와는 상당한 차이가 있으나 사회적 인정이나 수용을 달성하는데 유용할 뿐만 아니라 단기적인 차원에서 개인의 사회적

안녕감 유지 및 보호에 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다(Leary, 2007).

과시적 자기표현의 최근 연구를 살펴보면, 명시적 자존감과 암묵적 자존감간의 자존감의 불일치가 발생할 경우 다양한 대상(e.g., 물질, 경험, 친분, 펫)을 SNS 상에서 과시적으로 표현하는 것으로 밝혀졌다(우혜진 등, 2017). 구체적으로, 자존감 불일치 수준이 높을수록 SNS 상에 물질, 브랜드 로고가 선명히 나온 사진을 더 업로드하고 이들과 관련된 해시태그 등을 더 많이 다는 것으로 나타났다. 즉, 자존감 불일치로 인한 심리적 불만족을 SNS 상에서 대상의 과시적 자기표현을 통해 보상받으려 하는 것으로 이해할 수 있다. 한편 과시적 자기표현이 심리적 안녕감에 미치는 영향은 지각된 사회자본 유형에 따라 달라지는 것으로 나타났다(유성신, 이진균, 최용주, 2017). 특히, SNS에서 타인과의 결속강도가 높은 결속형 일수록 자기노출이 적을 때 유의미한 심리적 안녕감을 느끼는 것으로 밝혀졌다. 그러나 타인과의 결속강도가 낮지만 폭넓은 연계형일 때 자기노출 수준에 따른 차이가 없는 것으로 나타났다.

또 다른 연구를 살펴보면 페이스북의 친구수와 긍정적인 자기표현(positive self-presentation)은 이용자의 주관적인 행복감을 더해주지만 이러한 행복감이 지각된 사회적 지지를 기반으로 형성된 점이 아님을 밝혔다(Kim & Lee, 2011). 반면 진정한 자기표현(honest self-presentation)은 페이스북 친구의 지지를 통해 주관적 행복감을 느끼게 하는 것으로 나타났다. 즉, 페이스북 친구수의 양적 크기가 심리적 안녕감의 필요충분조건은 아니며(Diener & Seligman, 2002; Wang et al., 2014), SNS 상 밀접한 친구에게 자신을 드러낼 때 인위적인 모

습보다는 솔직한 모습을 보임으로써 정서적 안정과 사회적 지지를 받을 수 있다고 하였다. 특히, 유대 관계가 강할 경우 타인과 있을 때 보다 자신을 겸손하게 표현하며 과시하지 않는 경향이 있는 것으로 알려졌다(Tice, Butler, Muraven, & Stillwell, 1995). 자신의 긍정적인 성격이나 장점(e.g., 명문학교 진학에 대한 사실)을 부각해 획득하는 사회적 혜택이 있으나 장점에 대한 지나친 반복과 강조는 부정적인 속성인 교만함으로 타인들에게 지각될 가능성이 높다는 것이다(Schlenker & Leary, 1982).

요컨대, 자기향상동기에 따른 과시적 자기표현은 일시적인 자아존중감과 만족감을 충족시켜줄 수 있다. 그러나 일시적 만족감을 현실자아와 이상자아 사이의 간극을 좁히지 못 할뿐더러 장기적으로 사회적 인정과 수용을 더욱 어렵게 할 수 있다(Leary, 2007). 나아가 타인과 커뮤니케이션 기회 감소 및 단절로 이어지고 인간관계의 질을 저하시킬 것으로 예상된다. 따라서 SNS 문제적 이용이 심리적 안

녕감에 미치는 부적인 영향은 과시적 자기표현이 낮을 때보다 높을 때 증가할 것으로 예상해 다음과 같이 <가설 8-14>를 제시하였다. 가설을 종합하여 도식화하면 그림 1과 같다.

<가설 8> 과시적 자기표현이 낮을 때에 비해 높을 때 원하지 않는 교류감이 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향은 증가할 것이다.

<가설 9> 과시적 자기표현이 낮을 때에 비해 높을 때 상대적 박탈감이 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향은 증가할 것이다.

<가설 10> 과시적 자기표현이 낮을 때에 비해 높을 때 중독성이 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향은 증가할 것이다.

<가설 11> 과시적 자기표현이 낮을 때에 비해 높을 때 가식적 표현충동이 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향은 증가할 것이다.

<가설 12> 과시적 자기표현이 낮을 때에 비해 높을 때 오프라인 사회성 결여가 심리적

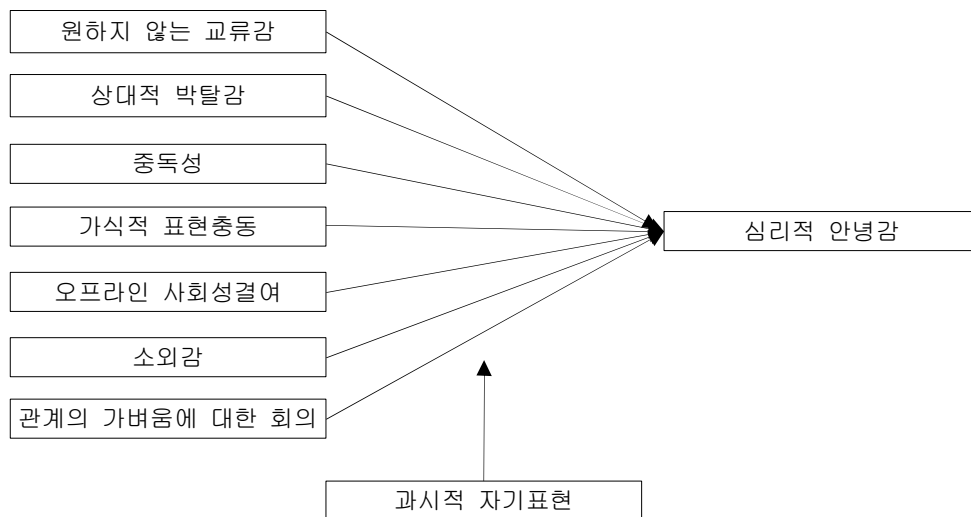


그림 1. 연구모형

안녕감에 미치는 부적인 영향은 증가할 것이다.

<가설 13> 과시적 자기표현이 낮을 때에 비해 높을 때 소외감이 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향은 증가할 것이다.

<가설 14> 과시적 자기표현이 낮을 때에 비해 높을 때 관계의 가벼움에 대한 회의가 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향은 증가할 것이다.

연구 방법

표본 및 자료수집

본 연구에서 제시한 가설을 검증하기 위해 대학에 재학 중인 학부생 230명이 수업 가산점을 부여받고 온라인 서베이에 참가하였다. 230명의 참가자 중 SNS를 현재 이용하고 있는 219명으로 분석 대상을 제한하였다. 일반적으로 SNS를 사용하는 연령대는 국내의 경우 20대의 SNS 이용률이 75.6%로 가장 높고 이어 30대 65.1%, 10대 51.3%, 그리고 40대 50.2% 순으로 나타나 본 연구의 표본으로 사용된 대학생 샘플의 연령대와 주사용층의 연령대가 일치함을 확인하였다(김운화, 2016). 또한 해외 SNS 연구도 대학생들이 많이 사용되는데 주사용층의 연령대가 18-30세이며 다양한 전공과 학년 그리고 상이한 문화적 배경을 갖고 있다는 점에서 그 이유를 찾을 수 있다(Gangadharbatla, 2008). 참가자의 평균 연령은 21.6세(s.d.=2.18)이며 성별은 여성이 121명(55%), 남성이 98명(44.5%)으로 각각 나타났다. 또한 하루 SNS 사용시간을 조사한 결과 1시간 이상 1시간 30분미만(19.1%) 사용자 비율이 가

장 높게 나타났으며, 30분 이상 1시간미만(18.2%), 1시간 반 이상 2시간미만(15.1%), 10분 이상 30분미만(11.8%) 순으로 나타났다.

주요 변인의 측정 및 개발

본 연구의 독립변인은 기존 연구를 바탕으로 설정된 SNS 문제적 이용이며, 조절변인으로 과시적 자기표현을 사용하였다. 또한 종속변인으로 심리적 안녕감이 투입되었다. 성별, 나이, 그리고 SNS계정 소유유무를 분석과정에서 통제변인으로 포함하여 인구사회학적 변인의 영향력을 배제하였다. 그리고 본 연구의 가설과 연구문제를 검증하기 위하여 위계적 조절회귀분석(hierarchical moderated regression)을 실시하였다.

SNS 문제적 이용

SNS 문제적 행동에 대한 척도는 황성욱과 박재진(2011)이 개발한 페이스북 사용에 따른 심리적 문제점 요인의 척도를 연구의 목적에 맞게 수정 후 사용하였다. 이는 중독성, 오프라인 사회성 결여, 박탈감, 소외감, 원하지 않는 교류감, 관계의 가벼움 회의, 가식적 표현 충동의 7개 차원을 포함하는 34개 문항으로 구성되었다. 모든 문항은 7점 리커트 척도(①=전혀 그렇지 않다 ~ ⑦=매우 그렇다)로 측정되었다. 측정도구의 타당성 검증을 위해 주성분 분석을 사용한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인적재치가 .4미만 문항들과 두 요인에 .4이상 걸쳐 나타나는 문항을 분석에서 제외시켰다. 아이겐 벨류값(1.0 이상)을 기준으로 소외감 22번 문항은 두 요인에 교차적재로 제외시켜 총 5개의 문항이 사용되었다. 또한 원하지 않는 교류감은 4개 문항에서 관

표 1. 탐색적 요인분석 결과 및 신뢰도 계수

설문문항		요인 적재치	분산 (%)	아이겐 벨류	α
소외감 (m=2.46)	SNS의 친구들이 내 계정에 글을 남기지 않을 때 허무함을 느낀다	.79	34.72	11.80	.93
	SNS 친구들은 내가 바라는 만큼 나에게 관심을 가져주지 않는다	.74			
	나는 때때로 SNS에서 외톨이가 된 느낌이 들 때가 있다	.70			
	SNS의 친구들이 내 답변밖에 글을 안 남길 때 상대적인 박탈감을 느낀다	.70			
나는 SNS에서 관계를 맺고 있는 친구들 사이에서 소외감을 느낀다		.62			
원하지 않는 교류감 (m=3.42)	원하지 않는 사람들이 내 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 SNS 접속이 꺼려진다	.91	11.52	3.92	.90
	원하지 않는 사람들이 내 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 SNS 탈퇴의 충동을 느낀다	.86			
	원하지 않는 사람들이 내 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 자유로운 커뮤니케이션 공간이 줄어드는 것 같다	.82			
	원하지 않는 사람들이 내 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 감시를 받고 있다는 생각이 든다	.74			
	원하지 않는 사람들이 내 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 실제 교류를 원하는 친구들과의 소통에 방해가 된다(추가문항)	.68			
상대적 박탈감 (m=3.67)	SNS의 친구들이 나보다 재미있게 사는 것 같다	.93	8.94	3.04	.94
	SNS의 친구들이 나보다 더 생활에 여유가 있어 보인다	.90			
	SNS의 친구들이 나보다 다양한 경험을 하는 것 같다	.90			
	SNS의 친구들이 나보다 더 많은 혜택을 누리고 사는 것 같다	.86			
	SNS의 친구들이 나보다 더 풍요로운 삶을 사는 것 같다	.83			
SNS의 친구들이 나보다 다양한 인간관계를 맺고 있는 것 같다		.70			
중독성 (m=3.27)	계획했던 것보다 더 오랜 시간 SNS를 하는 편이다	.87	7.46	2.54	.89
	SNS 활동시간을 줄이려 노력하지만 번번이 실패한다	.84			
	SNS에서 보내는 시간 때문에 나의 생산성(학업 등)이 저하된다	.83			
	SNS에 접속을 못하는 상황이 생기면 불안하다	.67			
	SNS를 하지 않고 있을 때 SNS가 자주 생각난다	.63			
나는 SNS를 하고 난 뒤 SNS에서 했던 것들에 대해 계속해서 생각한다		.49			
관계의 가벼움에 대한 회의 (m=4.24)	SNS에서는 관계를 맺고 있는 친구는 많지만 고민이 있을 때 내 진심을 표현하기가 어렵다	.75	3.79	1.29	.73
	SNS에서는 친구관계 자체가 가볍다는 느낌이 든다	.66			
가식적 표현충동 (m=2.54)	많은 사람들이 내 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 그들의 관심을 끌기 위해 보다 자극적인 문구나 표현을 사용하게 된다	.82	3.38	1.15	.84
	상사(예: 선배, 교수 등)들이 내 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 어부성 표현이 잦아진다	.78			
	많은 사람들이 내 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 가식적인 표현을 많이 하게 된다	.69			
	많은 사람들이 내 글을 쉽게 볼 수 있기 때문에 허세를 부리고 싶은 충동을 느낀다	.54			
오프라인 사회성 결여 (m=2.23)	나는 오프라인에서보다 SNS에 접속해 있을 때 보다 존재감을 느낀다	.78	3.16	1.08	.87
	나는 다른 형태의 커뮤니케이션 보다 SNS에서 나를 더 공개하는 편이다	.68			
	나는 SNS 상에서 사람들과 교류할 때 가장 즐거움을 느낀다	.68			
	나는 SNS를 할 때가 가장 편안하다	.68			

계의 가벼움에 대한 회의감 문항 29번 문항이 추가되어 총 5개 문항으로 설정되었다. 반면 관계의 가벼움에 대한 회의감 27번 문항은 교차 적재로 제외되어 총 2개 문항으로 확정되었다. 이외 다른 요인인 상대적 박탈감(6문항), 중독성(6문항), 가식적 표현충동(4문항), 오프라인 사회성 결여(4문항)는 황성욱과 박재진이 제시한 문항과 차이가 없이 동일하게 나타나 최종적으로 32개 문항이 사용되었다. 문항들의 신뢰성 검증을 위해 크론바흐 알파 테스트를 실시한 결과 소외감($\alpha=.926$), 원하지 않는 교류감($\alpha=.899$), 상대적 박탈감($\alpha=.937$), 중독성($\alpha=.893$), 관계의 가벼움에 대한 회의($\alpha=.730$), 가식적 표현충동($\alpha=.840$), 마지막으로 오프라인 사회성 결여($\alpha=.868$)를 구성하는 문항간 신뢰성이 높게 나타났다. 탐색적 요인분석에 대한 평균 및 결과는 표 1에 제시되어 있다.

과시적 자기표현

조절변인인 과시적 자기표현은 '개인의 정보를 타인에게 과시적으로 드러내는 행위'로 정의하고 김유정(2015)이 제시한 16개 설문 문항으로 구성하였다. 예를 들어, '나는 다른 사람으로부터 관심을 받기 위해 글을 쓴다.', '나는 다른 사람들의 주의를 끌기 위해 글을 쓴다.', '나는 다른 사람들의 주의를 끌기 위해 글을 남긴다.', '나는 친구들에게 멋지게 보이고 싶다.' 등으로 측정 후 평균값을 사용하였다($m=3.54$). 크론바흐 알파는 .92로 문항간 신뢰성이 높게 나타났다. 모든 문항은 7점 리커트 척도(①=전혀 그렇지 않다 ~ ⑦=매우 그렇다)로 측정하였다.

심리적 안녕감

심리적 안녕감은 삶의 만족도 차원에서 기존 연구(Diener, Suh, Lucas, & Smith, 1999; Kraut et al., 1998, 2002; Putnam, 2000; Valkenburg & Peter, 2007)에서 사용한 문항을 연구목적에 맞게 수정 후 사용하였다. 구체적으로, 심리적 안녕감을 측정하기 위해 '요즘 내 인생에 일어나는 일들에 대해 매우 만족한다.', '현재 나의 인생에서 벗어나 전혀 다른 것을 하면서 살 수 있기를 바란다(역코딩).', '만일 인생을 다시 산다면 나는 반드시 다르게 살 것이다(역코딩).', '가끔 내 인생이 흘러가는 방향을 충분히 통제하지 못한다고 느낀다(역코딩).'의 네 가지 문항을 사용하였다. 또 각 문항에 대해 얼마나 동의 하는지 7점 리커트 척도(①=전혀 그렇지 않다 ~ ⑦=매우 그렇다)로 응답하게 하고 평균을 내어 분석에 이용하였다($m=4.10$). 크론바흐 알파는 .60로 다소 낮게 나타났으나 샘플수가 충분하고 탐색적 분석이라는 점을 감안하여 수용하였다(Loewenthal, 2004).

분석방법

본 연구는 분석 및 가설검증을 위해 SPSS 21.0과 PROCESS macro를 사용하였다. 우선 각 변인의 기술통계 및 상관분석을 실시하였다. 위계적 조절회귀분석을 수행하기 위해 독립변인들을 4회에 걸쳐 단계적으로 투입하였다. 첫 번째 단계에는 통제변인(성별(여자:1), 연령, SNS 계정 소유여부)으로 구성하고 두 번째 단계는 7가지 문제적 이용유형을 포함했다. 세 번째 단계에는 조절변인인 과시적 자기표현을 투입하고, 마지막 네 번째 단계에는 문제적 이용유형 7가지와 과시적 자기표현간의 상호

작용항(interaction term)을 포함해 각 변인의 주 효과와 상호작용효과를 확인하였다. 특히, SNS 문제적 이용과 조절변인인 과시적 자기표현의 상호작용항을 동시 투입할 때 상호작용항이 1차항과 상관관계가 높게 나타나는 다중공선성을 배제하기 위해 이단계 최소제곱법(two-stage ordinary least square)인 잔차중심화(residual centering)를 사용하였다(Kim & Lee, 2011; Lance, 1988; Little, Card, Bovaird, Preacher, & Crandall, 2007). 구체적으로, 첫 단계에서 상호작용항을 종속변인으로 SNS 문제적 이용을 독립변인으로 설정 후 단순회귀분석을 실시한 결과의 비표준화 회귀계수는 SNS 문제적 이용의 1차 효과(first order effect)가 통제되고 순수상호작용 효과만을 반영하게 된다. 다음 단계로 상호작용항에서 비표준화 회귀계수를 차감하면 상관관계가 0인 잔차제곱합(sum of residualized product scores)이 산출된다. 본 연구에서는 이 잔차제곱합을 투입해 다중공선성을 배제하고 가설검증을 위한 분석을 실시하였다.

연구 방법

주요 변인의 상관계수 및 기초분석

변인간의 상관관계를 살펴보면 소외감은 관계의 가벼움에 대한 회의와 가식적 표현충동을 제외한 모든 문제적 이용 변인들과 유의미한 정적인 관계를 보였다. 원하지 않는 교류감은 소외감, 상대적 박탈감, 관계의 가벼움에 대한 회의, 오프라인 사회성 결여에 대해서만 유의미한 정적관계가 나타났다. 중독성의 경우 원하지 않는 교류감과 가식적 표현충동을 제외한 모든 문제적 이용변인과 정적인 관계

를 보였다. 관계의 가벼움에 대한 회의는 소외감, 가식적 표현충동, 오프라인 사회성 결여를 제외한 모든 변인과 유의미한 정적인 관계임이 밝혀졌다. 가식적 표현충동은 오프라인 사회성 결여와 과시적 자기표현의 두 변인과 유의미한 정적 관계를 보였으나 다른 변인과는 상관관계가 없는 것으로 나타났다. 오프라인 사회성 결여는 관계의 가벼움에 대한 회의를 제외한 모든 변인과 유의미한 정적인 관계로 나타났다. 과시적 자기표현은 원하지 않는 교류감을 제외한 모든 변인과 정적인 관계를 보여 문제적 이용이 증가할수록 과시적 자기표현도 증가함을 유추해 볼 수 있다. 마지막으로, 심리적 안녕감은 원하지 않는 교류감, 중독성, 오프라인 사회성 결여, 과시적 자기표현을 제외한 모든 변인과 유의미한 부적 상관을 보였다. 각 변인의 평균치를 살펴보면 관계의 가벼움에 대한 회의와 심리적 안녕감을 제외한 변인의 평균치는 4점을 밑도는 것으로 밝혀져 SNS 문제적 이용에 대해 비교적 낙관적임을 알 수 있다. 각 변인간의 상관계수와 평균값은 표 2에 제시하였다.

한편 표 3에서 과시적 자기표현 수준에 따른 독립변인들과 종속변인인 심리적 안녕감과 의 전반적인 관계를 보기위해 독립표본 t검증(independent samples t test)을 실시하였다. 과시적 자기표현의 중앙값인 3.625를 중심으로 미만은 0으로 이상은 1로 재코딩 후 t검증 결과 원하지 않는 교류감을 제외한 모든 독립변인에서 과시적 자기표현 수준이 높을 때가 낮을 때와 비교해 유의미하게 높은 평균값을 보였다. 반면 과시적 자기표현 수준이 높을 때가 낮을 때와 비교해 종속변인인 심리적 안녕감이 유의미하게 낮게 나타났다. 과시적 자기표현 수준에 따른 각 변인의 평균값은 표 3에

표 2. 주요 변인의 상관계수

변인	1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	8)	9)
1) 소외감	-	.25**	.35**	.45**	.13	.61	.65**	.45**	-.26**
2) 원하지 않는 교류감		-	.32**	.09	.26**	.23	.19**	.12	-.12
3) 상대적 박탈감			-	.18**	.17**	.23	.27**	.17*	-.33**
4) 중독성				-	.16**	.34	.58**	.37**	-.09
5) 관계의 가벼움에 대한 회의					-	.16	.09	.26**	-.20**
6) 가식적 표현충동						-	.45**	.47**	-.15*
7) 오프라인 사회성 결여							-	.41**	-.13
8) 과시적 자기표현								-	-.13
9) 심리적 안녕감									-
평균(SD)	2.46 (1.24)	3.42 (1.50)	3.67 (1.46)	3.27 (1.36)	4.24 (1.42)	2.54 (1.26)	2.23 (1.08)	3.54 (1.02)	4.10 (.97)

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

표 3. 과시적 자기표현 수준에 따른 변인별 평균값

변인	과시적 자기표현	N	평균	SD	t
소외감	저	107	1.95	.92	-6.29**
	고	113	2.92	1.32	
원하지 않는 교류감	저	107	3.27	1.60	-1.54
	고	113	3.58	1.38	
상대적 박탈감	저	107	3.37	1.51	-3.08**
	고	113	3.96	1.34	
중독성	저	107	2.93	1.35	-3.76**
	고	113	3.60	1.30	
관계의 가벼움에 대한 회의	저	107	3.96	1.61	-2.98**
	고	113	4.52	1.14	
가식적 표현충동	저	107	1.98	.95	-7.01**
	고	113	3.06	1.29	
오프라인 사회성 결여	저	107	1.82	.81	-5.89**
	고	113	2.61	1.16	
심리적 안녕감	저	107	4.24	.96	2.07*
	고	113	3.97	.95	

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

제시하였다. 따라서 과시적 자기표현 수준에 따른 변인간의 유의미한 차이가 발생했다는 점에서 본 연구의 연구가설 검증을 위한 조절 변인으로 고려하는데 적합하다고 볼 수 있다.

연구가설의 검증

SNS 문제적 이용과 심리적 안녕감과와의 관계가 과시적 자기표현에 따라 어떻게 달라지

는지 위계적 조절회귀분석을 통해 표 4에 제시하였다. 문제적 이용의 7가지 변수와 과시적 자기표현이 상호작용하여 심리적 안녕감에 미치는 영향력을 확인하고자 첫 번째 단계에는 통제변인(성별, 연령, SNS 계정소유유무)을 투입하고, 두 번째 단계에는 문제적 이용의 7 가지 독립변수인 소외감, 원하지 않는 교류감, 상대적 박탈감, 중독성, 관계의 가벼움에 대한 회의, 가식적 표현충동, 오프라인 사회성 결여

표 4. 심리적 안녕감에 대한 위계적 회귀분석

Block	독립변인	표준화계수	R ²	Adj R ²	F change
1	성별	-.29 ^{***}	.10 ^{***}	.09	8.16
	연령	-.21 ^{**}			
	SNS 계정소유유무	.01			
	원하지 않는 교류감	.09			
2	상대적 박탈감	-.24 ^{**}	.24 ^{***}	.20	5.17
	중독성	.02			
	가식적 표현충동	.05			
	오프라인 사회성 결여	.06			
	소외감	-.27 ^{**}			
3	관계의 가벼움에 대한 회의	-.13 [*]	.24	.20	.00
	과시적 자기표현	.01			
	원하지 않는 교류감 x 과시적 자기표현	-.34 [*]			
	상대적 박탈감 x 과시적 자기표현	-.02			
4	중독성 x 과시적 자기표현	.56 ^{**}	.31 ^{**}	.25	2.99
	가식적 표현충동 x 과시적 자기표현	-.30 [†]			
	오프라인 사회성 결여 x 과시적 자기표현	-.45 [*]			
	소외감 x 과시적 자기표현	.11			
	관계의 가벼움에 대한 회의 x 과시적 자기표현	.38 [†]			

a. 종속변수: 심리적 안녕감

b. 성별은 다음과 같이 더미변수로 변환하였다: 여자는 1, 남자는 0

† p < .10, * p < .05, ** p < .01, *** p < .00

를 포함시켰다. 세 번째 단계에는 조절변인인 과시적 자기표현을, 마지막으로 네 번째 단계에서 7가지 문제적 이용 독립변인과 과시적 자기표현간의 상호작용항을 투입하여 각 변인의 주효과와 상호작용효과를 분석하였다.

위계적 조절회귀분석 실시 결과, 통제 변인들로 구성된 첫 번째 단계는 심리적 안녕감을 10%(R^2 변화량=.10, $F(3, 215)=8.16, p<.001$) 설명하는 것으로 밝혀졌다. 구체적으로, 통제 변인 중 성별과 연령이 통계적으로 유의한 것으로 드러났다. 여성일수록 또 연령이 높을수록 자신의 삶에 대해 불만족하여 심리적 안녕감이 낮은 것으로 나타났다($\beta=-.29, p<.00; \beta=-.21, p<.01$).

표 4의 2번째 단계에서 제시된 연구 가설을 살펴보면 원하지 않는 교류감<가설 1>, 상대적 박탈감<가설 2>, 중독성<가설 3>, 가식적 표현충동<가설 4>, 오프라인 사회성 결여<가설 5>, 소외감<가설 6>, 관계의 가벼움에 대한 회의<가설 7>는 심리적 안녕감에 각각 부적인 영향을 미칠 것으로 예측하였다. 분석 결과, 상대적 박탈감, 소외감, 관계의 가벼움에 대한 회의만이 심리적 안녕감에 통계적으로 유의미한 부적 영향을 미친 것으로 확인되었다($\beta=-.24, p<.01; \beta=-.27, p<.01, \beta=-.13, p<.05$). 이 변인들의 설명력은 약 23.5% [R^2 변화량=.13, $F(7, 208)=5.17, p<.001$]로 나타났다. 따라서 <가설 2>, <가설 6>, 그리고 <가설 7>이 지지되었다. 한편 표 4의 세 번째 단계에서 제시된 분석 결과 조절변인인 과시적 자기표현의 주효과는 없는 것으로 나타났다.

원하지 않는 교류감, 상대적 박탈감, 중독성, 가식적 표현충동, 오프라인 사회성 결여, 소외감, 관계의 가벼움에 대한 회의가 심리적

안녕감에 미치는 부적인 영향은 과시적 자기표현이 낮을 때보다 높을 때 유의미하게 증가될 것으로 예상하여 각각 <가설 8>부터 <가설 14>까지 제시하였다. 표 4의 4번째 단계에서 제시된 결과와 같이 원하지 않는 교류감, 중독성, 가식적 표현충동, 오프라인 사회성 결여, 그리고 관계의 가벼움에 대한 회의와 과시적 자기표현간의 유의미한 상호작용이 나타났다. 구체적으로, 원하지 않는 교류감과 가식적 표현충동, 오프라인 사회성 결여는 과시적 자기표현과 상호작용하여 심리적 안녕감에 유의미한 부적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다($\beta=-.34, p<.05; \beta=-.30, p<.10, \beta=-.45, p<.05$). 반면 예상과 달리 중독성과 관계의 가벼움에 대한 회의는 과시적 자기표현과 상호작용하여 심리적 안녕감에 유의미한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.56, p<.01; \beta=.38, p<.10$). 마지막 단계에 투입된 상호작용항이 심리적 안녕감을 설명하는 양은 약 30.8% [R^2 변화량=.07, $F(7, 200)=2.99, p<.01$]이었다.

유의미한 상호작용의 방향성을 살펴보기 위해 Aiken과 West(1991)가 제안한 회귀방정식을 사용하여 상호작용의 형태를 그래프로 도식화하였다. 조절변인의 최대값으로 과시적 자기표현의 평균($m=3.54$)에서 +1표준편차 값인 1.02를 넣고, 최소값으로 -1표준편차 값인 -1.02를 넣어 과시적 자기표현이 높고 낮은 집단을 각각 설정하였으며, X값으로는 예측변인의 최소값 1과 최대값 7을 투입 후 종속변수인 심리적 안녕감에 미치는 영향을 살펴보았다.

원하지 않는 교류감과 심리적 안녕감 간의 관계에서 과시적 자기표현의 조절효과는 과시적 자기표현이 낮을 때 기울기는 B(비표준화

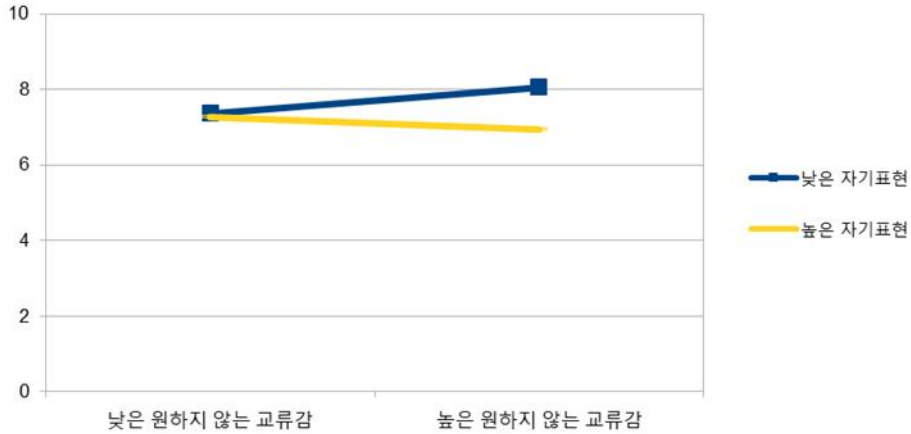


그림 2. 원하지 않는 교류감과 심리적 안녕감 관계에서 과시적 자기표현의 조절효과

계수)=.12로 과시적 자기표현이 높은 경우 기울기 B(비표준화 계수)=-.06 보다 2배 높게 나타났다(그림 2). 즉, 과시적 자기표현이 낮을 때 보다 높을 때 원하지 않는 교류감이 증가할수록 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향이 증가하는 것으로 이해할 수 있다. 추가적으로 원하지 않는 교류감의 조건적 효과를 검증하기 위해 PROCESS macro(model 1)를 사용하여 단순기울기분석(simple slope analysis)을 실시하였다. 분석결과 과시적 자기표현이 낮을 때

는 원하지 않는 교류감의 효과는 없었으나 ($b=.01$, 95% CI: $-.01 \sim .02$, $t=.18$, $p=.86$, n.s.), 과시적 자기표현이 높을 때 원하지 않는 교류감의 유의미한 부적 효과가 발생하였다 ($b=-.18$, 95% CI: $-.31 \sim -.57$, $t=-2.87$, $p<.00$). 따라서 과시적 자기표현이 증가할수록 원하지 않는 교류감이 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향이 증가함을 알 수 있다.

가식적 표현충동과 과시적 자기표현의 조절 효과는 과시적 자기표현이 낮을 때 기울기가

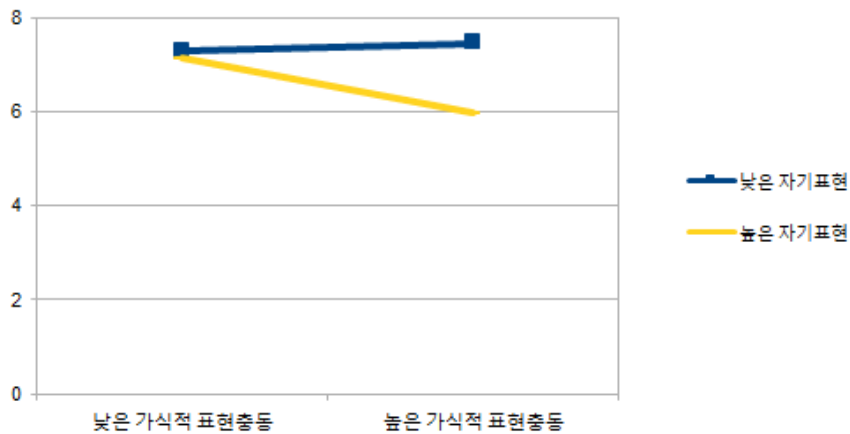


그림 3. 가식적 표현충동과 심리적 안녕감 관계에서 과시적 자기표현의 조절효과

B(비표준화 계수)=.03로 과시적 자기표현이 높은 경우 기울기 B(비표준화 계수)=-.20 보다 높게 나타났다(그림 3). 동일한 방법으로 단순 기울기분석 결과 과시적 자기표현이 낮을 때는 가식적 표현충동의 효과는 없었으나($b=.02$, 95% CI: -.13~.19, $t=.36$, $p=.72$, n.s.), 과시적 자기표현이 높을 때 가식적 표현충동의 유의미한 부적 효과가 나타났다($b=-.15$, 95% CI: -.29~-.02, $t=-2.26$, $p<.05$). 즉, 과시적 자기표현이 증가할수록 가식적 표현충동이 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향이 증폭됨을 알 수 있다.

마찬가지로 오프라인 사회성 결여와 과시적 자기표현의 조절효과는 과시적 자기표현이 낮을 때 기울기가 B(비표준화 계수)=.09로 과시적 자기표현이 높은 경우 기울기 B(비표준화 계수)=-.32 보다 높게 나타났다(그림 4). 분석 결과 과시적 자기표현이 낮을 때는 오프라인 사회성 결여의 효과는 없었으나($b=.02$, 95% CI: -.18~.23, $t=.21$, $p=.83$, n.s.), 과시적 자기표현이 높을 경우 오프라인 사회성 결여의 유의미한 부적 효과가 나타났다($b=-.13$, 95%

CI: -.27~-0.02, $t=-1.65$, $p<.05$). 즉, 과시적 자기표현이 증가할수록 오프라인 사회성 결여가 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향이 증가함을 추측해 볼 수 있다. 종합하자면 원하지 않는 교류감과 가식적인 표현충동이 커질수록 주의를 끌기 위해 스스로를 과장되게 포장하기 보다는 솔직한 자신의 모습을 보여주는 것이 심리적 안녕감을 유지하는데 도움이 되는 것으로 이해할 수 있다. 또한 현실 도피적이고 사회성이 결여될수록 SNS에서 가식적이고 자신을 돋보이게 하려는 행위는 오히려 심리적 안녕감의 유지에 도움이 되지 않음을 확인하였다. 따라서 <가설 8>, <가설 11>, 그리고 <가설 12>는 지지되었다.

반면 상대적 박탈감과 소외감은 과시적 자기표현과의 유의미한 조절효과가 나타나지 않아 <가설 9>와 <가설 13>은 각각 지지되지 않았다. <가설 10>과 <가설 14>의 경우 통계적으로 유의미하지만 본 연구의 가설과 상반된 결과가 나타나 지지되지 않았다. 구체적으로, 중독성과 과시적 자기표현과의 조절효과를 살펴보면 과시적 자기표현이 낮을 때 기

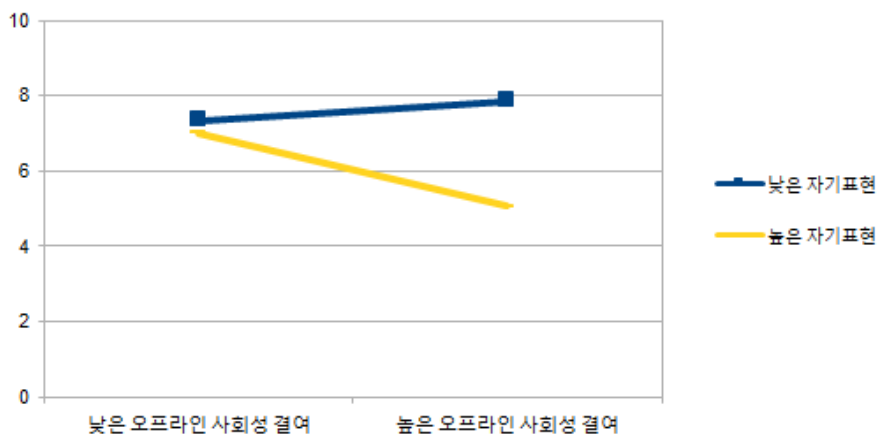


그림 4. 오프라인 사회성 결여와 심리적 안녕감 관계에서 과시적 자기표현의 조절효과

울기가 B(비표준화 계수)=-.05로 과시적 자기표현이 높은 경우 기울기 B(비표준화 계수)=.29 보다 낮게 나타났다. 또한 관계의 가벼움에 대한 회의 역시 과시적 자기표현이 낮을 때 기울기가 B(비표준화 계수)=-.11로 과시적 자기표현이 높은 경우 기울기 B(비표준화 계수)=.06 보다 낮게 나타나 비슷한 패턴을 보였다. 즉, 과시적 자기표현이 감소할 경우 오히려 심리적 안녕감을 저해하는 것으로 이해할 수 있다. 이러한 대조효과에 대한 논의는 다음 장에서 제시하고자 한다.

결론 및 논의

본 연구는 과도한 SNS의 문제적 이용과 과시적 자기표현이 심리적 안녕감에 미치는 부적인 영향에 대해 살펴보았다. 연구결과 상대적 박탈감, 소외감, 그리고 관계의 가벼움에 대한 회의가 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 원하지 않는 교류감, 가식적 표현충동, 그리고 오프라인 사회성 결여는 과시적 자기표현이 증가할수록 심리적 안녕감을 저해하는 것으로 나타났다. 구체적인 연구결과에 대한 논의는 아래와 같다.

먼저, <가설 2>, <가설 6>, 그리고 <가설 7>에서 각각 제시했듯이 상대적 박탈감, 소외감, 그리고 관계의 가벼움에 대한 회의가 증가할수록 심리적 안녕감은 감소한다는 점이다. SNS로 인해 소외감, 박탈감, 그리고 허무함을 느낄수록 SNS 사용강도와 시간이 점차 줄어드는 것으로 나타났다(윤혜정, 전택준, 이중정, 2014). 황성욱과 박재진(2011)은 사람들이 페이스북에서 수시로 포스팅 되는 친구들의 즐거운 모습이나 새로운 활동에 반복적으로 노출

될수록 스스로를 불행하다고 여긴다고 하였다. 특히나 페이스북의 경우 완전한 익명성을 보장받지 못한다는 점을 고려할 때 페이스북에서 느끼는 박탈감, 소외감, 그리고 관계의 가벼움에 대한 회의는 오프라인의 연장선상에 있다고 볼 수 있을 것이다. SNS는 이미 단순한 친목도모를 뛰어 넘어 다양한 교육, 업무 및 경제활동의 중요한 도구로 사용되고 있다. 따라서 오프라인 또는 온라인의 인적 네트워크 강화를 위한 지나친 관계중심의 이용보다 목적 지향적이고 도구적인 사용을 통해 SNS 상에서 느끼는 상대적 박탈감, 소외감, 그리고 관계의 가벼움 등에 대한 부정적 인식을 완화시킬 수 있을 것이다.

<가설 1>, <가설 3>, <가설 4>, 그리고 <가설 5>에서 제시한 원하지 않는 교류감, 중독성, 가식적 표현충동, 그리고 오프라인 사회성 결여는 심리적 안녕감에 유의미한 부정적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 이들 변인과 과시적 자기표현이 심리적 안녕감에 유의미한 상호작용을 미쳤다는 점에서 결과에 대한 보다 심층적인 이론적 분석과 논의가 필요할 것이다. 먼저, <가설 8>에서 제시한 원하지 않는 교류감의 영향은 과시적 자기표현의 수준에 따라 조절됨을 확인하였는데 과시적 자기표현의 수준이 낮을 때에 비해 높을 때 원하지 않는 교류감이 심리적 안녕감에 미치는 부정적 효과가 유의미하게 증가함을 알 수 있었다. 즉, 원하지 않는 타인과의 소통이 강요되는 상황에서 자신을 인위적으로 포장하고 가식적으로 표현한다면 이는 개인의 행복감을 저해한다고 볼 수 있다. 주변에 대한 자신의 호응 및 공유 수준에 민감하게 되면 개인의 의지와 무관하게 SNS를 이용해야 할 수도 있다(김명수, 이동주, 2018).

이러한 상황에서 개인정보나 사생활의 노출 등의 부작용이 발생하며 이는 SNS이용 및 유지에 피로감을 일으키고 결과적으로 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 9>에서 상대적 박탈감에 미치는 과시적 자기표현의 조절효과는 나타나지 않았다. 이는 과시적 자기표현의 수준과 무관하게 상대적 박탈감은 심리적 안녕감에 부정적인 영향을 주는 것으로 이해할 수 있다(서미혜, 2017). 즉, 과도한 SNS 사용으로 인해 상향비교를 하게 되며 이는 자신의 여러 가지 상황에 대한 실망감이나 상대적 박탈감 등 부정적 감정을 경험하게 된다고 볼 수 있다. <가설 10>에서 SNS 중독성은 가설의 방향과 역으로 과시적 자기표현이 높을 때가 낮을 때에 비해 심리적 안녕감이 더 증가하는 것으로 나타나 조절효과에 대한 가설은 지지되지 않았다. SNS에 중독된 사람일수록 대인관계능력의 중요한 하위 차원인 자기노출능력이 보통 사람보다 유의하게 높다는 기존 결과를 감안할 때(박순주, 권민아, 백민주, 한나라, 2014), 자기노출 수준이 높을수록 대인관계에 정적인 영향을 미친다고 유추해 볼 수 있을 것이다. 이와 더불어 본 연구의 참여자인 대학생은 SNS가 타인과의 소통을 증진하고 온라인 네트워크 형성을 통해 대인관계에 도움을 준다고 인식했을 가능성이 크며 그로 인해 심리적 안녕감을 높이는 결과를 가져왔다고 판단된다. 특히, 사회적 인정욕구가 높은 사람들이 낮은 자존감을 만회하기 위해 SNS에 중독될 가능성이 높고(남보람, 2017), 스스로가 문제적 중독 상황에 대해 심각하게 인지하지 않기 때문에 과시적 자기표현을 통해 일시적이거나 행복감을 느끼는 것으로 이해할 수 있다.

<가설 11>에서 가식적 표현충동이 심리적

안녕감에 미치는 부적인 효과는 과시적 자기표현이 낮을 때보다 높을 때 더욱 증가하는 것으로 볼 수 있다. 본 연구결과 SNS에서 타인의 관심이나 주목을 받기 위해 지나친 허세를 부리거나 인기를 끌기 위한 가식적인 표현행위는 오히려 심리적 안녕감을 저해하는 것을 알 수 있다. 특히, 사회비교이론에 따르면 젊은 SNS 사용자들이 과시적 소비행위에 관한 메시지에 빈번히 노출되면서 타인과의 상대적 우월감이나 열등감을 경험하고 이는 심리적, 정서적 불안정을 초래할 수 있다(차경진, 이은목, 2015). 따라서 가식적인 표현충동의 욕구가 있더라도 이를 절제하는 것이 궁극적으로 심리적 안녕감을 유지시켜 준다고 추론해 볼 수 있다(Chu, Windels, & Kamal, 2016). SNS 상의 사회적 인정이나 지지는 구성원으로 특정 조직이나 단체에서 오랜 시간동안 책임을 다할 때 존경과 신뢰로 이어질 수 있다(Stapleton et al., 2017). SNS에서 위선적 자기제시 등의 가식적 표현으로 일시적 관심을 받을 수는 있으나 지속적인 개인의 안정과 행복감을 느끼기는 어렵다는 것을 알 수 있다.

<가설 12>에서 오프라인 사회성 결여가 심리적 안녕감에 미치는 유의미한 부적인 영향은 과시적 자기표현이 낮을 때보다 높을 때 더 크게 나타났다. 주지할 점은 현실과 마주쳐야 하는 오프라인보다 SNS에서 편안함, 존재감 그리고 즐거움을 느낀다면 오프라인 사회성 결여가 반드시 심리적 안녕감에 부적인 영향을 미친다고 볼 수 없다는 점이다. 즉, SNS 사용의 지각된 혜택이나 정서적 지지를 위한 네트워크가 존재한다면 단기적인 관점에서 심리적 안녕감의 유지에 도움이 될 것이다. 그럼에도 불구하고 오프라인에서 상대적으로 느끼게 되는 사회적 고립감과 단절감은 심리적

안녕감에 부정적인 영향을 미쳤을 것으로 판단해 볼 수 있다. 또한 SNS에서 과시적 자기표현을 통해 일시적으로 팽창된 자아존중감(inflated self-esteem)은 현실 속의 자아와 비교될 가능성이 많으며 이로 인해 장기적으로 심리적 안녕감에 부정적인 영향을 초래한다고 유추해 볼 수 있다.

마지막으로, 과시적 자기표현이 낮을 때보다 높을 때 소외감 및 관계의 가벼움에 대한 회의가 심리적 안녕감에 미치는 부적인 효과가 증가한다는 <가설 13> 및 <가설 14>는 각각 지지되지 않았다. 기존 연구에 따르면 자존감과 삶에 대해 만족도가 낮은 사람들이 페이스북과 같은 SNS를 빈번히 사용하면서 친구관계의 외연을 넓히려는 시도를 한다고 하였다(Ellison, Steinfeld, & Lampe, 2007). 특히, 이들에게는 주변의 긍정적인 피드백과 사회적 인정을 통해 소속감 및 정체성을 확립하는 것이 심리적 안녕감을 유지하는데 도움이 된다(Valkenburg & Peter, 2007). 오프라인에서 소외감을 느낄수록 과시적 자기표현의 수준과 무관하게 적극적인 SNS 이용을 통한 보상 욕구가 커질 것으로 추론해 볼 수 있다. 또한 피상적인 차원에서 관계의 질적 측면보다 양적 측면에 치중할 것이며 오히려 관계의 가벼움에 대한 회의감이 들더라도 적극적인 과시적 자기표현이 심리적 안녕감에 미치는 부적인 효과를 완화시키는 것으로 이해할 수 있을 것이다.

본 연구가 제시하는 실무적 함의점은 다음과 같다. 무엇보다도 심리적 안녕감은 사회적 관계 형성, 정체성의 확립 등 SNS 이용의 중요한 사회적 동기 중의 하나이며(이방형 등, 2013) 본 연구는 이러한 심리적 안녕감을 저해할 수 있는 7가지 문제적 이용 요인들에 대

해 살펴보았다. 문제적 이용에 대한 심층적인 이해를 통해 마케터들은 심리적 안녕감을 유지 및 증대 시키고 나아가 이를 활용할 수 있는 방안을 강구할 수 있을 것이다. 예를 들어, 기업은 소비자의 심리적 안녕감 증대를 통해 궁극적으로 SNS 이용의 사회적 동기를 강화시킬 수 있을 것이다. 마케터들은 소비자들의 강화된 사회적 네트워크, 사회적 신뢰 및 상호 혜택을 기반으로 한 SNS 플랫폼을 구축할 수 있으며 나아가 소비자들의 적극적인 정보 공유 및 소비자 인게이지먼트를 유도할 수 있을 것이다(이동만, 박현선, 2011).

둘째, 마케터들은 조직적 측면에서 다양한 개인이 속해있는 SNS 커뮤니티나 팬페이지 등의 특성을 파악함과 동시에 소비자의 SNS 사용 동기를 보다 면밀히 이해할 수 있을 것이다. SNS 이용 동기가 SNS에서 오프라인 관계를 더욱 강화 및 보완하기 위한 것인지 아니면 새로운 관계를 형성하기 위한 것인지 이해할 수 있을 것이다. 기존 관계 강화 및 보완이 목적이라면 낯선 타인과의 원하지 않는 교류감이나 가식적 표현충동 등에 대한 반감이 더욱 커질 것이다. 이미 오프라인 상의 밀착된 관계를 고려할 때 SNS에서 자신을 인위적으로 표현하는 것은 불필요하기 때문이다.

반면 새로운 관계 형성이 목적이라면 개인을 노출할 수 있는 다양한 기회를 제공해야 할 것이다. 이와 더불어 새로운 관계 형성이 통상 자기 자신에 대한 노출을 토대로 이루어진다는 점에서 이들이 더 많은 외로움이나 우울감을 느끼고 타인의 행동에 더욱 민감하게 반응할 가능성이 높다(Frison & Eggermont, 2017; Jackson & Luchner, 2017). 또한 오프라인 상에서 만족되지 못한 심리적 안정감과 사회적 지지를 SNS에서 보상받으려는 경향이 높을

것이다. 이와 같이 기업은 소비자의 SNS 이용 동기를 철저히 파악함과 동시에 이용목적에 따른 차별화된 SNS 서비스 및 플랫폼을 제공할 수 있을 것이다.

마지막으로, 보다 거시적인 차원에서 본 연구결과는 개인과 개인 그리고 개인과 브랜드 그리고 기업 간의 진정성 있는 소통과 발전적인 관계를 정립할 수 있는 SNS 마케팅 전략을 개발하는데 그 방향을 제시해 줄 수 있다. 예를 들어, 기업 및 브랜드 관련 팬페이지 등 다양한 마케팅 커뮤니케이션 상황에서 기업은 소비자 개개인의 과시적 자기표현 욕구를 부추기는 SNS 마케팅 활동은 지양하는 반면 개인이 아닌 공동체로서 중요한 사회적 가치(e.g., ice bucket challenge)와 연대를 함께 실현할 수 있는 목표를 설정할 수 있을 것이다. 이러한 노력을 통해 오프라인 상의 소외되고 고립된 인적 관계가 SNS로 그대로 확장되는 것을 방지할 수 있을 것이다. 또한 소비자가 기업의 핵심가치에 공감함으로써 브랜드 충성도 형성 및 공동체의 일원으로서 사회적 자본 구축에 일조할 수 있을 것이다.

본 연구의 공헌점과 함께 한계점에 대한 논의도 필요하다. 본 연구는 지나친 SNS 이용과 과시적 자기표현이 심리적 안녕감에 미치는 영향을 살펴보았다. 상기 전술한 바와 같이 다양한 SNS 유형의 특성이 본 연구에서는 고려되지 않았다. 예를 들어, 기존 관계를 바탕으로 폐쇄성이 높은 플랫폼과 보다 개방적인 플랫폼이 존재할 것이다. 또한 텍스트 기반의 페이스북, 트위터와 달리 인스타그램은 시각적 요소에 중점을 두고 있다(Lee, Lee, Moon, & Sung, 2015). SNS 네트워크가 오프라인을 보완 및 강화하려는 목적인지 아니면 새로운 관계 형성이 목적인지에 대한 지각된 인식이 개인

마다 상이하다고 볼 수 있다. 따라서 추후 연구는 개별 플랫폼의 특징을 고려한 연구와 함께 오프라인 네트워크와 SNS 네트워크상의 연계성을 분리 또는 통합적으로 추적 분석할 필요가 있을 것이다.

또한 연구결과의 일반화를 위해 다양한 연령층을 대상으로 한 연구가 필요할 것이다. 본 연구에서 문제적 이용을 구성하는 7개 요인 중 관계의 가벼움에 대한 회의를 제외한 평균값이 대체로 2-3점대에 분포되어 있다. 이는 20대가 SNS사용의 주연령대 이지만 이들 요인에 대한 부정적 인식이 그다지 크지 않음을 알 수 있다. 한편 중장년층인 30-50대의 SNS 이용이 지속적으로 확대되고 향후 SNS 서비스의 중요한 타겟층이라는 점을 고려할 때 다양한 연령층에 대한 연구가 필요하겠다(김윤화, 2016).

이와 더불어 SNS 활동에 영향을 미치는 자기노출 및 대인관계성향은 개인의 성격에 따라 달라질 수 있다(정일권, 유경한, 2016). 손영란과 박은아(2010)는 사교적이고 자기노출적 성향이 높은 사람이 인터넷 커뮤니티 활동이 더욱 활발하다고 밝혔는데 이는 실생활에서의 대인관계 성향과 자기노출욕구가 사이버공간의 사회관계에도 적용됨을 의미한다. 따라서 개인 성격에 따른 문제적 이용에 대한 심각성 인식이나 행복감에 대한 결과가 다르게 나타날 수 있을 것이다. 향후 연구는 개인의 성격 유형이 SNS 문제적 사용 및 심리적 안녕감에 어떤 영향을 미치는지 살펴볼 필요가 있을 것이다.

마지막으로, 본 연구결과 과시적 자기표현이 낮을 때에 비해 높을 때 SNS의 문제적 이용이 심리적 안녕감에 미치는 부정 효과가 증가함을 검증된 가설을 통해 밝혔다. 그러나

과시적 자기표현이 낮다고 해서 심리적 안녕감이 증가했다고 보기는 어렵다. 본 연구는 지나친 SNS 이용이 심리적 안녕감에 미치는 부정적 영향을 조절하는 과시적 자기표현의 역할을 밝혔는데 그 의의를 찾을 수 있다. 이에 심리적 안녕감의 유지가 아니라 이를 증대시킬 수 있는 요인들에 대한 후속 연구가 필요할 것이다. 또한 본 연구는 자신의 과시적 자기표현을 살펴보았으나 타인의 과시적 자기표현이 개인의 심리적 안녕감에 미치는 영향 역시 조사할 필요가 있을 것이다.

참고문헌

- 박기영, 김효준 (2011). 소셜 네트워크 스트레스가 소셜 미디어 전환의도에 미치는 영향. 한국산업경영학회 발표논문집, 83-114.
- 김명수, 이동주 (2018). 소셜 네트워킹 서비스 피로감 형성에 있어서 인지적 요인과 행동적 요인의 역할. e-비즈니스연구, 19(1), 77-92.
- 김봉섭 (2015). 사회과학연구: 페이스북 이용에 따른 페이스북 이용자의 정서적 효과 연구: 주관적 행복감을 중심으로. 사회과학연구, 41(1), 85-109.
- 김유정 (2011). 소셜네트워크서비스에 대한 이용과 충족 연구. 미디어, 젠더 & 문화, (20), 71-105.
- 김유정 (2015). 페이스북에서의 자기과시적인 자기표현. 한국디지털콘텐츠학회논문지, 16(4), 503-512.
- 김윤화 (2016). SNS(소셜네트워크서비스) 이용 추이 및 이용행태 분석. 정보통신정책연구원 KISDISTAT REPORT, Vol. 16-07.
- 남보람 (2017. 03. 18). SNS 중독, 낮은 자존감을 의심하라. Retrieved from <http://www.venturesquare.net/744491>
- 민귀홍, 이진균 (2017). SNS에 대한 부정적 인식이 주관적 웰빙에 미치는 영향. 광고연구, (112), 5-37.
- 문천수, 김병수, 신용호 (2015). SNS에 대한 태도와 피로도가 지속적 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구. 한국경영학회 통합 학술발표논문집, 2015, 463-480.
- 박경자, 유 일, 이윤희 (2014). 소셜네트워크서비스 (SNS) 사용의 부정적 감정과 사용중단의도에 관한 연구. 지식경영연구, 15(2), 89-106.
- 박순주, 권민아, 백민주, 한나라 (2014). 소셜네트워크서비스를 이용하는 대학생들의 스마트폰 중독과 대인관계능력의 관계. 한국콘텐츠학회논문지, 14(5), 289-297.
- 심성욱, 김운한 (2011). 대학생들의 소셜미디어 이용동기가 소셜미디어 광고 이용의향에 미치는 영향. 한국광고홍보학보, 13(2), 342-376.
- 서경현, 조성현 (2013). SNS 중독경향성 관련 요인 탐색. 한국심리학회지: 건강, 18(1), 239-250.
- 서미혜 (2017). SNS 이용이 상대적 박탈감과 객관적 주관적 경제 지위 간 격차를 거쳐 삶의 만족도에 미치는 영향. 한국언론정보학보, 83, 72-95.
- 손달호, 김경숙 (2016). SNS 피로감 및 부정적 느낌이 SNS 중단의도에 미치는 영향. 정보시스템연구, 25(2), 111-129.
- 손영란, 박은아 (2010). 자기노출 및 대인관계 성향에 따른 인터넷 커뮤니티 활동의 차이. 미디어, 젠더 & 문화, (15), 155-194.

- 연합뉴스 (2011. 03. 28). “페이스북 우울증” 조심해야. Retrieved from <http://doc3.koreahealthlog.com/45167>
- 우혜진, 박지윤, 탁현아, 이규연, 이지혜, 성용준 (2017). 자존감 불일치와 SNS 에서의 과시적 자기표현 간의 관계. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 18(3), 365-389.
- 유성신, 이진균, 최용주 (2017). 페이스북에서 인식된 사회자본이 심리적 안녕감에 미치는 영향. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 18(2), 117-150.
- 윤혜정, 전택준, 이중정 (2014). SNS 소외감과 애착이 능동적 사용에 미치는 영향: 페이스북 사용자를 중심으로. *지식경영연구*, 15(4), 171-187.
- 이동만, 박현선 (2011). 소셜 미디어에서 개인의 심리 및 사회적 동기요인이 정보공유 의도에 미치는 영향. *인터넷전자상거래연구*, 11(2), 1-21.
- 이방형, 한상린, 이성근, 이성훈 (2013). 소셜미디어 이용 동기의 차원 분석과 마케팅 시사점에 관한 탐색적 연구. *마케팅연구*, 28(2), 87-108.
- 이소영, 전해정 (2015). SNS 이용시간에 따른 청소년의 우울 및 충동성 차이. *한국산학기술학회 논문지*, 16(11), 7607-7616.
- 이은곤 (2016). The effect of media richness, social presence, and life satisfaction on continuance usage intention or withdrawal intention of SNS users via relative deprivation, *유통과학연구*, 14, 163-178.
- 이윤희 (2014). 국내 SNS의 이용 현황과 주요 이슈 분석. *Internet & Security Focus*, 8, 56-78.
- 정일권, 유경한 (2016). SNS 이용과 SNS에 대한 긍·부정적 인식의 관계. *정보사회와 미디어*, 17(3), 1-26.
- 주정민 (2006). 인터넷 의존유형과 인터넷 중독과의 관련성 연구. *한국언론학보*, 50(3), 476-503.
- 한상연, 마은정, 홍대순, 김은영, 박주현, 이인성, 김진우 (2013). SNS 사용을 통한 자기표현이 대인관계 및 삶의 질에 미치는 영향분석 연구. *정보시스템연구*, 22(1), 29-64.
- 황성욱, 박재진 (2011). 페이스북, 무엇이 문제인가?. *광고연구*, (91), 68-95.
- 황하성, 손승혜, 최윤정 (2011). 이용자 속성 및 기능적 특성에 따른 스마트폰 중독에 관한 탐색적 연구. *한국방송학보*, 25(2), 277-313.
- 차경진, 이은목 (2015). 사회비교이론 관점에서 살펴본 SNS 이용중단 의도. *한국전자거래학회지*, 20(3), 59-77.
- 최 현, 서경현 (2017). 대학생의 SNS 중독과 주관적 웰빙 간의 관계. *청소년학연구*, 24(3), 155-174.
- Aiken, L. S., West, S. G., & Reno, R. R. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Sage.
- Baumeister, R. F. (1982). A self-presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin*, 91(1), 3-26.
- Blight, M. G., Ruppel, E. K., & Schoenbauer, K. V. (2017). Sense of community on Twitter and Instagram: Exploring the roles of motives and parasocial relationships. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(5), 314-319.
- Boyd, D. M. & N. B. Ellison. (2007), “Social networks sites: Definition, history, and

- scholarship,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010, April). Social network activity and social well-being. In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems (pp. 1909-1912). ACM.
- Casale, S., & Fioravanti, G. (2018). Why narcissists are at risk for developing Facebook addiction: The need to be admired and the need to belong. *Addictive behaviors*, 76, 312-318.
- Chu, S. C., Windels, K., & Kamal, S. (2016). The influence of self-construal and materialism on social media intensity: A study of China and the United States. *International Journal of Advertising*, 35(3), 569-588.
- Cozby, P. C. (1973). Self-disclosure: A literature review. *Psychological Bulletin*, 79(2), 73.
- Davis, R. A., Flett, G. L., & Besser, A. (2002). Validation of a new scale for measuring problematic Internet use: Implications for pre-employment screening. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 5(4), 331-345.
- Diener, E., & Seligman, M. E. (2002). Very happy people. *Psychological Science*, 13(1), 81-84.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276 ~ 302.
- 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.
- Freberg, K., Adams, R., McGaughey, K., & Freberg, L. (2010). The rich get richer: Online and offline social connectivity predicts subjective loneliness. *Media Psychology Review*, 3(1), 103-115.
- Frison, E., & Eggermont, S. (2017). Browsing, posting, and liking on Instagram: The reciprocal relationships between different types of Instagram use and adolescents’ depressed mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 603-609.
- Gangadharbatla, H. (2008). Facebook me: Collective self-esteem, need to belong, and internet self-efficacy as predictors of the iGeneration’s attitudes toward social networking sites. *Journal of Interactive Advertising*, 8(2), 5-15.
- Gentzler, A. L., Oberhauser, A. M., Westerman, D., & Nadorff, D. K. (2011). College students’ use of electronic communication with parents: links to loneliness, attachment, and relationship quality. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 71-74.
- Gil-Or, O., Levi-Belz, Y., & Turel, O. (2015). The “Facebook-self”: Characteristics and psychological predictors of false self-presentation on Facebook. *Frontiers in Psychology*, 6. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4330900/>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday/Anchor Books.
- Guazzini, A., Cecchini, C., Guidi, E., Milani, M., & Meringolo, P. (2016). Excessive self-presentation on Facebook. *Frontiers*, 5(1), 16-27.

- Jackson, C. A., & Luchner, A. F. (2017). Self-presentation mediates the relationship between Self-criticism and emotional response to Instagram feedback. *Personality and Individual Differences*. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886917303124>
- Jin, B. (2013). How lonely people use and perceive Facebook. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2463-2470.
- 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.
- Kim, J., LaRose, R., & Peng, W. (2009). Loneliness as the cause and the effect of problematic Internet use: The relationship between Internet use and psychological well-being. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 12(4), 451-455.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49-74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well being? *American Psychologist*, 53, 1017-1031.
- Kwak, K. T., Choi, S. K., & Lee, B. G. (2014). SNS flow, SNS self-disclosure and post hoc interpersonal relations change: Focused on Korean Facebook user. *Computers in Human Behavior*, 31, 294-304.
- Lance, C. E. (1988). Residual centering, exploratory and confirmatory moderator analysis, and decomposition of effects in path models containing interactions. *Applied Psychological Measurement*, 12(2), 163-175.
- Leary, M. R. (2007). Motivational and emotional aspects of the self. *Annual Review of Psychology*, 58, 317-344.
- Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552-556.
- Lee, G., Lee, J., & Kwon, S. (2011). Use of social-networking sites and subjective well-being: A study in South Korea. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(3), 151-155.
- Lee, K. T., Noh, M. J., & Koo, D. M. (2013). Lonely people are no longer lonely on social networking sites: The mediating role of self-disclosure and social support. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(6), 413-418.
- Lim, M. S., & Kim, J. (2018). Facebook users' loneliness based on different types of interpersonal relationships: Links to grandiosity and envy. *Information Technology & People*, <https://doi.org/10.1108/ITP-04-2016-0095>
- Little, T. D., Card, N. A., Bovaird, J. A., Preacher, K. J., & Crandall, C. S. (2007). Structural equation modeling of mediation and moderation with contextual factors. *Modeling contextual effects in longitudinal studies*, 1,

- 207-230.
- Loewenthal, K. M. (2004). An introduction to psychological tests and scales (2 ed.). Hove, UK: Psychology Press.
- Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). Instagram# instasad?: Exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(5), 247-252.
- McKenna, K. Y., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57-75.
- Ollier-Malaterre, A., Rothbard, N. P., & Berg, J. M. (2013). When worlds collide in cyberspace: How boundary work in online social networks impacts professional relationships. *Academy of Management Review*, 38(4), 645-669.
- Papacharissi, Z., & Mendelson, A. (2011). Toward a new(er) sociability: Uses, gratifications and social capital on Facebook. In S. Papathanassopoulos (Ed.). *Media perspectives for the 21st century* (pp. 212-230). Oxon, UK: Routledge.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: America's declining social capital. In *Culture and politics* (pp. 223-234). Palgrave Macmillan, New York.
- Putnam, R. D. (2001). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Reinecke, L., & Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior*, 30, 95-102.
- Ridgway, J. L., & Clayton, R. B. (2016). Instagram unfiltered: Exploring associations of body image satisfaction, Instagram# selfie posting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(1), 2-7.
- SBS NEWS (2017.09). [리포트+] "갭데기 인맥에 지쳤다"...'티슈 친구' 찾는 사람들. http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1004381563&plink=SEARCH&cooper=SBSNEWSSEARCH&plink=COPYPASTE&cooper=SBSNEWSSEND 자료 읽음.
- Schlenker, B. R., & Leary, M. R. (1982). Audiences' reactions to self-enhancing, self-denigrating, and accurate self-presentations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18(1), 89-104.
- Stapleton, P., Luiz, G., & Charwin, H. (2017). Generation validation: The role of social comparison in use of Instagram among emerging adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(3), 142-149.
- Tice, D. M., Butler, J. L., Muraven, M. B., & Stillwell, A. M. (1995). When modesty prevails: Differential favorability of self-presentation to friends and strangers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(6), 1120-1138.
- Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations:

- Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research*, 28(3), 317-348.
- Tsao, J. (1996). Compensatory media use: An exploration of two paradigms. *Communication Studies*, 47, 89-199.
- Twomey, C., & O'Reilly, G. (2017). Associations of self-presentation on Facebook with mental health and personality variables: a systematic review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 587-595.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J.(2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1169-1182.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Social consequences of the Internet for adolescents: A decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), 1-5.
- Wang, J. L., Jackson, L. A., Gaskin, J., & Wang, H. Z. (2014). The effects of social networking site (SNS) use on college students' friendship and well-being. *Computers in Human Behavior*, 37, 229-236.
- Wright, E. J., White, K. M., & Obst, P. L. (2018). Facebook false self-presentation behaviors and negative mental health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(1), 40-49.
- 원 고 접 수 일 : 2018. 03. 15.
수정원고접수일 : 2018. 07. 30.
게 재 결 정 일 : 2018. 08. 03.

The Effect of Problematic Use of SNS on Consumer Psychological Well-being: The Moderating Role of Conspicuous Self-Presentation

Jin Kyun Lee

Heun Seon Park

School of Advertising & Public Relations, Hongik University

The goal of this study is to examine the effect of problematic use of SNS on consumer psychological well-being. In particular, this study investigated the moderating role of conspicuous self-presentation. A total of 219 college students were asked to participate online survey for data collection. It was found that factors of problematic use such as relative deprivation, alienation, and skepticism about light relationships significantly negatively affected consumer psychological well-being. Also, factors such as repulsion of unwished communication, impulse of pretentious expression, and the lack of offline sociability showed significantly greater negative effect on psychological well-being when participants rated themselves engaging in higher conspicuous self-presentation behavior than lower conspicuous self-presentation behavior in SNS. This study provides theoretical and practical implications by identifying the complex interplay between problematic use of SNS and conspicuous self-presentation on consumer psychological well-being.

Key words : Social Network Service, Problematic use of SNS, Conspicuous Self-expression, Psychological Well-being