

## 페이스북 이용자의 타인과의 상향비교 및 사회적 지지가 삶의 만족도에 미치는 영향: 자존감을 매개변인으로

손 영 화<sup>†</sup>

계명대학교 심리학과 교수

본 연구는 페이스북 이용자의 타인과의 상향비교 및 사회적 지지가 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 수행되었다. 서울, 부산, 대전, 대구 및 광주에서 10대부터 50대까지의 남녀 페이스북 이용자 1332명을 대상으로 조사를 실시하였고, 분석은 측정변인들의 신뢰도와 타당도 검증을 위해 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석 그리고 가설검증을 위해 구조모형 방정식 분석을 수행하였다. 연구 결과는 타인과의 상향비교와 사회적 지지가 삶의 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 따라서 가설 1과 2가 되었다. 이러한 결과는 페이스북 이용자가 타인과의 상향비교를 많이 하고 사회적 지지를 많이 받으면 삶의 만족도가 높아진다는 결과를 보여주었다. 그리고 타인과의 상향비교와 사회적 지지가 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설 3과 4도 모두 지지되었다. 이러한 결과는 타인과의 상향비교를 많이 할수록 자존감이 낮아지고, 자존감이 낮아지면 삶의 만족도가 낮아진다는 것과 사회적 지지를 많이 받으면 자존감이 높아지고, 자존감이 높아지면 삶의 만족도도 높아진다는 것을 알 수 있는 결과였다. 마지막으로 본 연구의 의의, 시사점 및 한계점을 제시하였다.

주제어 : 페이스북 이용행태, 자존감, 타인과의 상향비교, 사회적지지, 삶의 만족도

---

<sup>†</sup> 교신저자 : 손영화, 계명대학교 심리학과 교수, syh8981@kmu.ac.kr

## 서론

최근 소비자를 둘러싼 미디어 환경은 페이스북과 같은 SNS(Social Network Service)나 유튜브와 같은 1인 미디어로 빠르게 변화하고 있다. TV, 라디오, 신문 및 잡지와 같은 전통적인 매체들에 대한 소비는 급격하게 줄어들고 디지털 기기의 발전으로 인한 소셜 미디어가 증가하고 있는 것이다. 특히 온라인 공간에서 다양한 매체를 활용한 소통이 증가하고 있는데, 그 중심에는 SNS가 자리 잡고 있다. 이러한 SNS의 확산으로 미디어 환경이 변화하고 소통방식이 다양화됨으로써 인간관계도 기존의 오프라인 방식에서 온라인 방식으로 옮겨가고 있으며, 이러한 현상은 소셜 미디어의 확산과 영향력 증가로 나타나고 있다. 다양한 소셜 미디어의 등장과 확산이 이루어진 것은 그리 오래되지 않았는데, 그 중 페이스북의 약진이 두드러지게 나타나고 있다. 국내에서도 남녀노소 뿐 아니라 다양한 직업군에 있는 사람들이 페이스북을 사용하고 있는 실정이다. 소셜 미디어의 대표 주자라 할 수 있는 페이스북을 이용하고 있는 사람들의 모습은 거리에서나 지하철에서 혹은 커피전문점이나 식당에서 너도나도 노트북이나 스마트 폰을 들여다보고 있는 사람들을 많이 볼 수 있다. 연령대에 상관없이 많은 사람들이 이용하고 있는 페이스북을 대상으로 페이스북을 이용하면서 정말 만족감을 느끼고 있는 것인지를 알아보고자 본 연구를 수행하고자 하였다.

2010년 이후에 수행된 연구 결과를 보면, 페이스북 이용자들이 포스팅을 하는 가장 큰 이유는 자신의 이미지 관리였다(양혜승, 김진희, 서미혜, 2012). 페이스북 이용을 통해 남들에게 보이는 이미지를 가꾸는 동시에 남들이

그런 이미지에 어떻게 반응하는지를 점검하는 것이 페이스북 이용에 가장 큰 이유가 되고 있는 것이다(양혜승, 김진희, 서미혜, 2014). 최근 들어 페이스북 이용이 개인의 나르시즘과도 연관이 있다는 연구들이 활발하게 발표된 것도 이러한 현상과 관련 있어 보인다(Carpenter, 2012; Kapidzic, 2013; Panek, Nardis & Konrath, 2013).

그동안 SNS 사용자의 자기표현 행동을 이해하기 위한 학문적 노력의 일환으로 개인의 성격, 자아 개념과 같은 심리학적 특성 변인에 주목한 연구들이 많이 이루어졌는데, 그 중에서도 자존감(self-esteem)에 초점을 맞춘 연구들은 일관되지 않은 결과들을 보여주고 있다(우혜진, 박지윤, 탁현아, 이규연, 이지혜, 성용준, 2017; Ellison, Stenfield, & Lampe, 2007; Mehdizadeh, 2010; Kalpidou, Costin, & Morris, 2011; Barry, Doucette, Loflin, Rivera-Hudson, & Herrington, 2017). 예를 들어 Mehdizadeh(2010)의 연구는 자존감이 낮을수록 SNS를 더 많이 사용하며, 특히 자존감이 낮고 외현적 자기애(grandiose narcissism)가 높을수록 SNS 상에서 자기표현 행동을 더 많이 한다는 것을 밝혔다. 이러한 결과는 Ellison 등(2007)의 연구에서도 반복 검증되었는데, 자존감이 낮을수록 SNS에서 자기표현을 통해 오프라인에서의 부족한 사회적 관계를 보완하려는 경향이 있음이 밝혀졌다. 그러나 한편에서는 자존감과 SNS 사용 간의 관계에 대하여 유의미하지 않은 결과를 보고하고 있으며(Kalpidou et al., 2011), Barry 등(2017)의 연구 또한 SNS 활동에 있어 자존감의 효과에 대한 의미 있는 결론을 도출하지 못하였다(우혜진 등, 2017).

SNS 이용과 우울감과 같은 정서적·인지적 차원에서의 부정적 결과에 대한 대부분의 기

존 연구들(차경진 등, 2015; 양혜승 등, 2014; 김선정 등, 2012)의 경우 사회 비교라는 개념의 도입을 통하여 SNS가 지닌 순기능 뿐 아니라 부정적인 영향력에 대한 이해도를 증진시켰다는 점에서 의미를 지닌다. 하지만, 이들 연구들의 경우 SNS 이용자들이 자신들보다 행복해 보이는 사람들과 비교하는 상향 비교에만 주목하면서 SNS의 역기능을 설명한다는 점에서 한계점을 지닌다. 말하자면, 다양한 형태의 상호 작용이 존재하는 SNS에서 이용자들은 얼마든지 자신들보다 어려운 위치에 처한 사람들도 모습들도 관찰할 수 있으며, 이들과 자신을 비교하는 하향 비교도 경험 가능하다. 하향 비교의 경우 상향 비교와 달리 부적 정서를 발생시키기 보다는 오히려 자기 고양 혹은 삶의 만족도 증가 등의 긍정적 영향을 지닌 것으로 이해할 수도 있다(Wills, 1981). 또한, Batenberg와 Das(2015)가 지적했듯이, SNS에서의 상향 비교가 단순히 상대적인 박탈감이나 부정적인 정서와만 연관이 있다는 가정은 지나치게 단순한 가정일지 모른다. 즉, 사람들이 상향 비교를 통해 자신보다 나은 위치의 삶을 보면서 자신의 모습도 그들의 모습처럼 좋아질 수 있다는 희망을 품게 하는 등의 긍정적인 영향을 줄 수 있음에 대한 가능성을 배제하고 있다. 이러한 점에서 앞에서 언급한 기존 연구들은 한계점을 지닌다고 할 수 있다.

이처럼 SNS가 일상생활에서의 중요한 커뮤니케이션 수단으로서 대중화되어짐으로써 다양한 영역에서 수행된 연구들은 이용자 특성 및 이용행태에 따라 페이스북과 같은 SNS의 이용 효과가 다르게 나타나는 결과를 보여주었다(송인덕, 2016). SNS를 인간관계 형성 및 커뮤니케이션 목적으로 활용하는 경우, 이용자의 만족감과 행복감을 높일 수 있다는 연구

결과와 주장(Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Gonzales & Hancock, 2011)이 제기되어 온 반면, 자기과시로 포장된 타인의 정보를 수동적으로 읽는 지배적 이용행태에 주목하여, SNS 상에서의 사회적 비교 행위가 초래하는 부정적 효과를 우려하는 연구결과들도 제시되고 있다(양혜승 등, 2014; Qiu, Lin, Leung, & Tov, 2012). 이러한 타인의 자기과시적 정보에 노출된 이용자들은 부러움과 질투심, 나아가 타인과의 상대적 비교를 통해 자신의 삶에 대한 불만족 등의 부정적 정서를 경험할 수 있다는 것이다(양혜승 등, 2014).

이러한 맥락에서 본 연구는 페이스북 이용행태가 이용자의 만족도에 과연 기여하는지, 혹은 상대적 박탈감을 유발하여 삶의 만족도를 떨어뜨리지는 않는지에 대해 알아보는데 목적을 두고 있다. 구체적으로, 페이스북에서 이용자의 타인과의 상향비교 및 사회적 지지가 자존감이 높고, 낮음에 따라 삶에 대한 만족도에 어떻게 영향을 미치는지를 확인해보고자 하였다.

## 선행연구 검토 및 이론적 배경

### 페이스북에서의 타인과의 상향 비교

사회 비교 개념은 미디어 관련 연구 분야에 많이 활용되어 왔다. 다수의 선행 연구들은 텔레비전 환경에서 매력적인 모델이나 배우들과 같은 미디어 속 인물과의 상향 비교가 시청자들에게 어떤 정서적·인지적 차원에서의 효과를 주는지에 초점을 맞추고 있다(양혜승, 2015; Jones, 2001). 또한, 최근에는 SNS의 확산과 보편화 속에서 새로운 미디어로서 SNS에서

의 사회 비교가 이용자들에게 어떤 효과나 결과를 초래하는 지에 대한 연구들 또한 늘어나고 있는 실정이다. 사회적 비교는 타인에 대한 정보를 바탕으로 자신을 어떻게 평가할지를 결정하는 심리적 과정이다(Corcoran, Crusius, & Mussweiler, 2011). SNS 상에서는 타인에 대한 정보가 더욱 두드러지기 때문에 사회적 비교가 더욱 일상적으로 발생한다(Haferkamp & Krämer, 2011; Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014). SNS를 통해 이용자들이 게시하는 정보의 상당 부분은 자신의 대외적 이미지 관리를 위한 것이며, 따라서 그 내용은 자기 긍정적으로 편향되는 경향이 있다(Jordan, Monin, Dweck, Lovett, John, & Gross, 2011; Lee-Won, Shim, Joo, & Park, 2014). 더군다나 페이스북과 같은 개방형 SNS 이용자들은 오프라인의 지인들뿐만 아니라 온라인에서 만난 사람들과도 친구관계를 맺고 상호작용한다. 따라서 비교 기준의 유사성과 높은 수준의 개인적 친분이 라는 두 요인들이 사회적 비교를 더욱 촉진할 수 있다(Appel et al., 2016). 실제로 여러 선행 연구들은 (특히 수동적인 읽기 중심의) 페이스북 이용과 페이스북 상에서의 사회적 비교의 빈도가 정적인 관계에 있음을 지지하는 자료를 제시하고 있다(Lee, 2014; Steers, Wickham, & Acitelli, 2014; Vogel et al., 2014; 2015).

페이스북 역시 이용자가 장시간 노출된다면, 개인의 일상이나 소식이 지속적으로 게시되는 공간적 특성을 고려해볼 때, 자신의 의지와 관계없이 사회비교가 빈번하게 발생할 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 자신이보여주고 싶은 장면, 생각, 느낌만을 선택적으로 게시할 수 있기에 오프라인에서보다 인상을 관리하기가 더욱 손쉽다. 따라서 이용자는 지인의 잘나고 행복해 보이는 소식을 접하면서 상향비교를 할 가능성이 높다. 실제로 최근 연구에서 페이스북에의 노출 정도가 상향비교 및 유사비교와 정적 상관관계가 있고 하향비교와는 부적 상관관계가 있다는 것이 보고되고 있다(양혜승, 김진희, 서미혜, 2014; Mai-Ly et al., 2014).

상향 사회비교는 부정적 정서를 야기할 수 있다는 연구 결과(Taylor & Shelley, 1993)가 있다. 물론 명확한 목적을 가지고 개인의 의지하에 일어나는 상향비교는 자신의 능력을 향상시키는 데 도움을 줄 수 있지만, 동시에 실망감이나 무능감을 경험하게 할 위험성도 내포하고 있다(장은영, 한덕웅, 2004). 자신에 대한 실망, 좌절로 인해 스트레스를 겪거나 우울, 분노, 자기연민, 불안 등 부정적 정서가 높아진다는 연구도 있다(Kulik & Gump, 1997). 이는 SNS 공간에서도 마찬가지이다. SNS 이용자는 SNS 공간에서 타인의 정보에 많이 노출될수록 상향비교를 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. 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 게시물  
을 접했을 때 긍정적 감정을 경험하는 사람이  
있는가 하면 부정적 감정을 경험하는 사람도  
있는 등 상반된 반응을 보인다는 보고도 있다  
(김선정, 김태용, 2012). 이는 상향비교가 무조건  
부정적 정서와 관계가 있는 것이 아니라  
제3의 요인에 의해 매개나 조절될 수 있음을  
시사한다. 또한 단순히 상향비교가 부적 정서  
를 느끼게 하기보다 자존감, 상황에 대한 지  
각된 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 탐  
색할 필요성을 제시하고 있다.

페이스북 상에서의 사회적 비교 행위를 다  
룬 국내 연구는 그리 많지 않은 실정이다. 차  
경진과 이은목(2015)은 서베이 자료를 이용해  
SNS 이용자들의 SNS 이용 중단 의도를 사회  
적 비교 이론 관점에서 탐색하였다. 연구자들  
은 사람들이 일상적으로 SNS에 지나치게 의존  
함으로써 다른 사람들과의 상향비교 및 유사  
비교 정보에 자주 노출되고, 이는 부정적 감  
정들과 피로감을 유발하여 결국 SNS 이용을  
중단하고자 하는 의도로 이어진다고 주장한다.  
연구결과는 이러한 주장의 개연성을 뒷받침해  
주고 있다. 이 보다 앞서 발표된 양혜승 등  
(2014)의 연구는 본 연구에서 다루고 있는 주  
제인 페이스북 상에서의 사회적 비교가 삶에  
대한 만족도에 미치는 효과를 다루고 있다.  
대학생 집단을 대상으로 한 서베이 연구 결과,  
페이스북 읽기(페이스북을 통해 타인의 삶을  
접하는 정도)가 다른 사람과의 상향비교를 매  
개로 자신의 삶에 대한 만족도에 부정적인 영

향을 미치는 것을 확인하였다. 그리고 이러한  
효과는 사회적 지향성이 높고, 반대로 사회  
적 지지가 낮은 이용자들에게서 더욱 현저  
히 발견되었다. 이상에서 검토한 페이스북 상  
에서의 사회적 비교의 효과를 다룬 국내외 선  
행연구들의 결과들을 요약하면, 페이스북 이  
용이 주로 자신보다 나은 처지에 있는 타인과  
의 상향비교를 유도함에 따라 질투심을 유발  
시키고, 이는 다시 삶에 대한 불만족으로 대  
표되는 부정적인 정서 상태로 이어질 것이라  
는 추정을 뒷받침한다.

많은 선행 연구들(차경진 등, 2015; 양혜승  
등, 2014; 김선정, 김태용, 2012)은 상향 비교  
행위는 부정적 정서와 하향 비교 행위는 긍정  
적 정서와 단순히 연관시키면서 각각의 비교  
행위를 통해서 부정적 정서 경험과 긍정적인  
정서 경험이 공존할 수 있는 가능성을 배제하  
고 있다. 예를 들어, 멋진 삶을 사는 다른 이  
들을 보면 일부는 상대적 박탈감을 느끼지만  
다른 일부들은 나도 노력하면 그들과 같은 성  
공을 누릴 수 있을 것이라는 영감을 통해 고  
양된 정서를 얻을 수 있다(양혜승, 2015). 이와  
같이 선행 연구들은 페이스북 이용자들의 사  
회비교 지향성 수준에 따라 사회적 비교의 효과  
가 달라질 수 있음을 실증적으로 보고하고 있  
다. 본 연구에서는 페이스북의 이용시간이 길  
수록 행복감을 인식한다는 금희조(2011), 그리  
고 나도 노력하면 그들과 같은 성공을 누릴  
수 있을 것이라는 영감을 통해 고양된 정서를  
얻을 수 있다는 양혜승(2015)의 연구를 바탕으  
로 타인과의 상향비교가 페이스북을 이용하면  
서 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이라는 문제  
와 자존감에 영향을 미치고, 자존감을 매개로  
하여 삶의 만족도에 미치는 영향을 확인해 보  
고자 하였다.

### 사회적 지지감

사회적 지지(social support)란 개인이 사회관계망을 통해 제공받는 자산으로, 유형의 도움과 무형의 도움을 모두 포함한다(Stefanone & Kwon, 2012). 개인이 인식하거나 느끼는 사회적 지지를 사회적 지지감(perceived social support)이라고 한다. 즉, 개인이 사회적으로 연결된 관계를 통해 얻는 물질적, 감정적, 정서적 도움을 의미하며, 이러한 도움이 내가 필요할 때 얼마나 얻어질 수 있는가에 대한 인식을 의미한다(양혜승 등, 2012).

최근 소셜 미디어 이용을 이용자의 사회적 동기와 동조 압력에 따른 몰입의 행위로 보는 시각도 있다(배지우, 박정열, 2015). 소셜미디어의 이용은 타인과의 소통이 중요하고, 다른 사람의 조언을 구하거나 도움을 받기 위한 대인간 상호작용이 이용의 주요 동기로 작용한다고 보았다. 여기에 사람들이 자신이 속한 사회적 분위기가 정체성에 얼마나 공감하고 동일시하는지에 대한 인식 정도가 소셜 미디어 몰입에 영향을 미치기도 한다. 사람들이 소셜 미디어를 통해 대인간 커뮤니케이션하는 이유는 사회적 연결이나 결속에 대한 욕구 표출이자 감정적 유대감이나 정서적 만족을 얻기 위해서라는 점이다(김영임, 2015).

대화방(chat rooms)이나 포럼 같은 과거의 온라인 어플리케이션은 모르는 사람들과의 대화를 촉진하기 위해서 설계되었지만 웹 2.0 혹은 소셜 미디어 어플리케이션은 네트워크를 통한 상호작용 및 커뮤니케이션을 촉진하기 위한 것이다. 자기노출, 친구 네트워크 이용을 통한 SNS는 사람들이 자기 자신, 친구, 그리고 그들의 삶에 대한 정보를 공유할 수 있게 강화한다(Ahn, 2011). 그리고 SNS에서는 그들의 프로

파일에 대한 더 많은 반응을 이끌어 낸다. SNS에서의 자기노출에 대한 긍정적 반응은 높은 자존감과 관계가 있고, 높은 자존감은 삶에 대한 만족과 유의적인 관련성을 가지고 있다는 연구결과가 제시되고 있다(Valkenburg et al., 2009).

소셜 미디어 참여유형을 구분하여 사람들이 경험하는 정서적 만족감과의 연관성에 관한 논의도 있다. 단순 읽기 등 소극적인 참여행동과 의견을 개진하고 공유하고 여론을 이끌어가는 적극적인 참여행동에 따른 이용 효과 연구(나종연, 2010), 정보의 생산이나 적극적 확산과 공유 외에 생성된 정보를 보기만하고 반응하지 않는 상대적으로 소극적인 참여 활동이 미치는 효과연구도 있다(Burnett, 2000). 소극적 참여활동은 관계적 차원에서는 기여도가 없다 해도 조회수나 방문수를 높이기 때문에 소셜 미디어의 영향력을 가늠하는 단서가 될 수 있다(김영임, 2015). 따라서 본 연구에서는 페이스북 이용자가 사회적 지지감을 높게 지각할수록 삶의 만족도를 높게 지각할 것이라는 문제와 사회적 지지감이 자존감에 영향을 미치고, 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이라는 문제를 확인해보고자 하였다.

### 자존감

자존감(self-esteem)은 자아에 대한 긍정적 이해를 향상시키고 유지하려는 동기로 정의할 수 있다(Aronson, Wilson, & Akert, 2005; Vignoles, Regalia, Manzi, Golledge, & Scabini, 2006). 자아는 개인으로서 자신의 주관적 개념으로 정의된다(Vignoles et. al., 2006). 자아와 타인의 관계에서 자아를 나타내는 단서들은 개

인 간의 관계 또는 개인과 그룹 간의 관계에 따라서 다양한 의미를 부여한다(Deaux, 1992; Hitlin, 2003).

소셜 미디어에서 개인 일상 및 관심사의 공유 등의 자아 이미지를 표현하는 방식은 디지털 콘텐츠의 생성 방식으로 발전하고 있다(이상호, 고아라, 2013; 심선희, 문재성, 2012). 다른 물리적 대상보다 디지털 콘텐츠는 시간적, 공간적 비용과 정보 공유의 제약이 적기 때문에 개인적 정체성을 나타내기 위한 수단으로 더 많이 활용되고 있다(Schau & Gilly, 2003). 페이스북에 올린 디지털 콘텐츠는 자아의 감정 이입과 같이 확장된 자아의 일부로 인식되어 “나의 것(mine)”에서 “나(me)”라는 생각으로 발전된다(Ferraro, Escalas, & Bettman, 2011; Belk, 1988). 페이스북 이용자는 상호성에 근거하여 정체성이 형성되고, 개인의 존재감, 즉 자존감에 대한 욕구가 충족될 수 있다(김유정, 2011; 이호규, 2011). 자존감은 자신에 대한 존중과 가치를 의미한다는 견해는 일반적이나, 자존감과 자아 표현의 방식은 다양한 주장이 제기되고 있다(이상호 등, 2013). 낮은 자존감을 갖고 있는 사람은 자신감을 갖기 위하여 또는 타인의 칭찬과 지지를 얻기 위하여 자신의 정보를 노출하는 반면에 자존감이 높은 사람은 자신의 태도나 의견이 가치있다고 생각하기 때문에 자신의 정보를 노출한다는 주장이 있다(이상호 등, 2013; Baumeister, 1999). 현대의 정보화 시대에서 높은 자존감에서 나타나는 과도한 자아 표현은 온라인 공간의 사회성에 부정적 영향을 미칠 수 있는 가능성이 있다(Kim & Davis, 2008). 또한 낮은 자존감이 사회적 확장에 긍정적 영향을 줄 수 있다는 주장도 제기되었다(Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). 따라서 자존감의 수준은 소셜 미디어를

이용하는데 있어서 자아 표현의 방식에 영향을 줄 수 있다는 가능성이 제기된다.

SNS 사용자의 자기표현 행동을 설명할 수 있는 변인 중 하나로 연구되어 왔던 것이 개인의 자존감이다. 자존감이란 스스로에 대한 전반적인 생각과 느낌으로, 자아 개념에 대한 개인의 평가를 의미한다(Baumeister, 1998). 자존감의 수준은 개인의 정서, 인지, 그리고 행동에 영향을 미친다. 예를 들어 높은 자존감은 개인의 행복, 삶에 대한 만족과 같은 긍정적 측면들과 관련이 있는 반면에 낮은 자존감은 우울, 반사회적 행동과 같은 부정적 측면들과 관련이 있다(Diener, 1984; Baumeister, Campbell, Krueger, & Vohs, 2003; Donnellan, Trzesniewski, Robins, Moffitt, & Caspi, 2005). 이처럼 자존감 수준에 따라 개개인은 서로 상반된 행동 양상을 보이게 되는데, 이러한 특성이 SNS에서의 자기표현 행동에 어떻게 나타나는지 확인하기 위해 여러 연구들이 진행되었지만 그 결과가 일관적이지 않은 경향이 있다(김유정, 2015; Ellison et al., 2007; Mehdizadeh, 2010; Kalpidou et al., 2011; Barry et al., 2017).

Mehdizadeh(2010)의 연구는 자존감이 낮을수록 SNS를 더 많이 사용하며, 특히 자존감이 낮고 외현적 자기애(grandiose narcissism)가 높을수록 SNS 상에서 자기표현 행동을 더 많이 한다는 것을 밝혔다. 이러한 결과는 Ellison 등(2007)의 연구에서도 반복 검증되었는데, 자존감이 낮을수록 SNS에서 자기표현을 통해 오프라인에서의 부족한 사회적 관계를 보완하려는 경향이 있음이 밝혀졌다. 이는 자존감이 낮은 사람일수록 자기노출 전 스스로를 점검하고 검열할 수 있는 기회가 주어지는 온라인에서의 자기표현에 활발히 참여한다는 의미로 해석할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 단순히 상향비교가 부적 정서를 느끼게 하기보다 자존감, 상황에 대한 지각된 통제감, 불만족감 등 개인 내적 요인이 두 변인간의 관계에 영향을 미칠 수 있다는 연구(Buunk, Collins, Taylor, VanYperen, & Dakof, 1990)와 Mai-Ly 등(2014)이 페이스북의 이용이 부적 정서를 유발함에 있어서 제3의 변인이 존재한다는 점을 지적하면서 이를 탐색할 필요성을 제시한 연구 결과를 바탕으로 타인과의 상향비교 및 사회적 지지감이 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이라는 문제를 확인해 보고자 하였다.

#### 삶의 만족도

삶의 질을 향상 시키고 삶에 대한 긍정적인 태도를 형성하는 신체적, 정신적, 사회적 편안함과 안녕을 의미하는 웰빙은 개인의 삶을 주관적으로 받아들이는 것이다(Diener, Suh, Lucas & Smith, 1999). 실증적 연구에서 주관적 웰빙 개념의 측정을 위해서 삶의 만족도가 사용되기도 했다(Ellison, Steinfeld & Lampe, 2007; Jun, Hartwell & Buhalis, 2012; Liu & LaRose, 2008). 삶의 만족도는 사람들의 감정적 반응, 만족 영역, 전체적 평가로 정의될 수 있으며(Diener, Suh, Lucas & Smith, 1999), 인지적 평가와 어느 정도의 긍정적, 부정적 느낌(예, 정서)을 모두 포함한다(Diener, 1994; Veenhoven, 1984). 인지적 평가로서의 삶의 만족도는 개인의 인생을 좋아하고 싫어하는가에 대한 평가적 요약이라고 정의할 수 있다(Heller, Watson & Hies, 2004; Diener, 1984).

삶의 만족은 인지적 과정과 판단적 과정으로서 개인의 선택 기준에 따른 삶의 질에 대한 전반적 평가를 말한다. 자신이 현재 상태

에 만족하는 정도에 대한 평가이며, 삶의 다양한 경험에 근거하여 현재 자신의 삶이 얼마나 만족스러운지에 관한 인지적 평가로 이루어진다. 최근 삶의 질 향상을 위한 문화가 대두 되면서, 다양한 분야에서 삶의 만족에 대한 관심을 가지고 연구를 진행하고 있다. 기업 경영 관점에서 접근해보면 마케팅을 포함한 기업의 활동은 단순한 제품 구매 촉진과 브랜드 로열티 형성을 위한 수단뿐만 아니라 소비자들의 삶의 질을 높여 줄 수 있는 차원도 고려하여 이루어지고 있다. 그리고 제품의 구매와 사용 혹은 브랜드 사용이 소비자들의 삶에 미치는 영향에 대한 연구에서는 소비자의 삶의 질 향상이 기업 혹은 마케팅 목표가 되어야 한다는 주장도 제기되고 있다(Sirgy et al., 1995).

삶의 만족도의 개념은 삶의 질, 주관적 안녕감, 행복감 등 다양한 용어들과 혼용되어 사용되어 왔으며, 학자들 또한 개념에 대해 다양한 정의를 사용하고 있다(정순돌, 성민현, 2012). 예를 들어, Neugarten, Harvinghurt & Tobin(1961)에 따르면 삶의 만족도란 일상생활을 구성하는 활동들로부터 기쁨을 느끼고, 자신의 삶의 목표를 성취했다고 느끼며, 긍정적인 자아상과 함께 자신이 가치 있다고 여기는 낙천적인 태도 및 감정을 유지하는 것으로 정의하였다(하경분, 주민경, 송선희, 2014).

삶의 만족에 대한 연구는 웰빙 연구의 한 분야로 간주되고 있다. 웰빙은 일반적으로 주관적 웰빙 혹은 심리적 웰빙의 개념으로 사용된다. 주관적 웰빙은 가치나 의미, 혹은 사회적 순기능 등과는 무관하게 순전히 주관적으로 개인이 자신의 삶에 얼마나 만족하는가에 대한 평가를 나타낸다. 주관적 웰빙은 일반적으로 긍정적 정서, 부정적 정서, 그리고 삶의



만족의 세 가지 요소로 구성되어 있다. 앞의 두 요소는 개인이 경험하는 긍정적 정서와 부정적 정서의 양을 의미한다. 많은 긍정적 정서를 많이 경험하고 부정적 정서를 적게 경험하며, 삶의 만족이 높으면 주관적 웰빙이 높다고 본다.

삶의 만족은 일반적으로 삶에 대한 총체적 판단을 의미한다. 기술 및 정보통신의 발전으로 인하여 현대인의 삶은 과거에 비해 보다 편리하고 용이하게 변화되고 있다. 그러나 물리적인 편안함이나 정보시스템 사용의 용이함이 반드시 삶의 만족으로 이어지는 것은 아니다. 현대 사회가 점차 컴퓨터를 매개로 한 커뮤니케이션 사회로 전환되면서 커뮤니케이션 환경도 면대면 커뮤니케이션에서 인스턴트 메시지(instant message), 온라인 대화(online chat), 소셜미디어와 같은 CMC(Computer Mediated Communication)로 전환되고 있다. 사이버 공간에서의 활동은 삶의 만족도와 연관이 있다는 결과는 이미 기존 연구들을 통해 제시되었다. 인터넷이 사용자의 자존감과 전체적 웰빙 감각을 향상 시키고 궁극적으로 삶의 만족도에 긍정적 영향을 미친다(Turkle, 2011; Jun, Hartwell & Buhalis, 2012; Liu & LaRose, 2008). 이는 삶의 만족도에 따라 자아 표현의 방식과 유형이 달라질 수 있다는 것을 의미하며, 삶

의 만족과 불만족의 평가는 사람들이 신뢰할 수 있는 지표가 될 수 있기 때문에(Jun, Hartwell & Buhalis, 2012; Diener, 1984), 삶의 방식 또는 자아 표현의 방식에도 영향을 미칠 수 있다. 이에 따라 본 연구에서는 타인과의 상향비교 및 사회적 지지감이 자존감을 매개로 삶의 만족도에 어떻게 영향을 미치는지를 확인해 보고자 하였다.

## 연구 문제

본 연구는 페이스북 이용자의 타인과의 상향비교 및 사회적 지지감이 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다. 가설들을 모형으로 표현하면 그림 1과 같다.

**가설 1.** 타인과의 상향비교는 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

**가설 2.** 사회적 지지감은 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

**가설 3.** 타인과의 상향비교는 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

**가설 4.** 사회적 지지감은 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

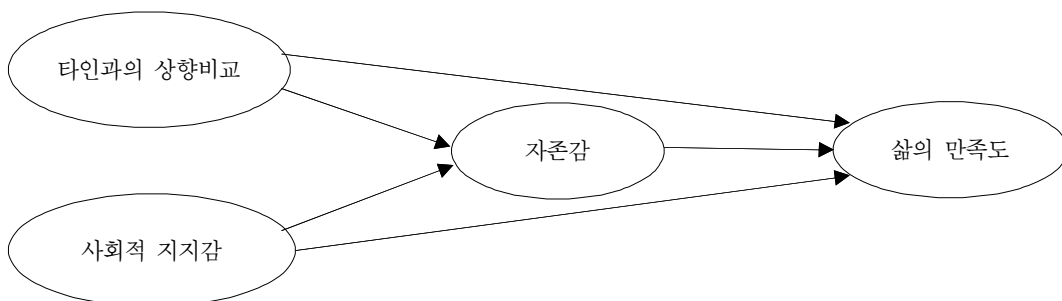


그림 1. 연구 모형

## 연구 방법

### 자료수집

본 연구는 인터넷 전문조사업체인 엠브레인을 통해 인터넷 설문조사를 실시하여 데이터를 수집하였으며, 전국 5대 광역시, 서울, 부산, 대구, 광주 및 대전에 거주하는 20대에서 50대 남녀를 대상으로 페이스북 이용을 응답 조건으로 하여 페이스북 이용 형태와 자존심, 타인과의 상향비교, 사회적 지지감 및 삶의 만족도 그리고 기타 인구통계학적 배경질문을 조사하였다.

### 조사대상자

본 연구에 참여한 조사 대상자는 소셜네트워크 서비스를 이용하는 사람들 중에서 페이스북 이용자만을 대상으로 하였고, 설문에 참여한 전체 표본 수는 1332명으로 지역별, 성별, 연령별 표본 수는 표 1에 정리하였다.

### 측정도구

본 연구에서 독립변인으로는 타인과의 상향

비교 및 사회적 지지감, 매개변인으로 자존감, 종속변인으로는 삶의 만족도로 설정하였다.

독립변인으로 사회적 지지는 Zimet, Dahlem, & Farley(1988)이 개발한 문항을 김영임(2015)의 연구에서 번안해서 사용했던 5개 문항으로 측정하였고, 타인과의 상향비교는 양혜승, 김진희, 서미혜(2014)의 연구에서 사용한 8개 문항으로 측정하였다. 매개변인인 자존감은 Rosenberg(1965)의 문항을 김문주(1988)가 번안하여 사용했던 11개 문항 중 7개 문항으로 측정하였고, 종속변인인 삶의 만족도는 조미혜, 전수현, 최은경(2014)의 연구에서 활용한 5개 문항을 사용하여 측정하였다. 모든 변인들의 측정 척도는 7점 척도로 측정하였다. 매개변인, 독립변인 및 종속변인의 측정값을 성별, 연령별로 산출한 평균과 표준편차는 표 2와 같다.

### 분석방법

본 연구에서는 수집된 자료의 통계분석에 SPSS 19와 AMOS를 사용하였다. 측정변인들의 개념 타당도를 확인하기 위해 탐색적 요인분석을 실시한 후 확인적 요인분석을 수행하였다. 그리고 독립변인인 타인과의 상향비교와

표 1. 지역별, 성별, 연령별 조사대상자 빈도 (명)

	전체	서울		부산		대구		대전		광주	
		남자	여자	남자	여자	남자	여자	남자	여자	남자	여자
	1332	349	363	110	122	92	84	52	54	52	54
20대	21.8%	80	81	24	26	19	16	11	11	12	10
30대	23.5%	85	91	25	26	21	16	12	11	13	13
40대	27.3%	95	94	28	33	26	24	15	18	15	16
50대	27.4%	89	97	33	37	26	28	14	14	12	15

표 2. 성별 연령별 측정문항 평균 및 표준편차

	성별							
	남자(n=655)				여자(n=677)			
	평균		표준편차		평균		표준편차	
자존감	4.02		.79		4.11		.79	
사회적지지	4.80		.97		4.90		1.05	
타인과의 상향비교	3.82		1.21		3.90		1.30	
삶의 만족도	3.86		1.17		3.76		1.19	

	연령							
	20대(n=290)		30대(n=313)		40대(n=364)		50대(n=365)	
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차
자존감	3.99	.84	4.09	.78	4.12	.78	4.04	.78
사회적지지	4.93	1.11	4.82	1.01	4.81	.99	4.85	.96
타인과의 상향비교	3.92	1.37	3.91	1.25	3.89	1.21	3.72	1.20
삶의 만족도	3.80	1.21	3.82	1.15	3.75	1.24	3.86	1.11

사회적 지지감이 자존감을 매개로 삶의 만족도에 미치는 직접효과와 간접효과를 파악하기 위해 구조모형방정식 분석을 실시하였다.

### 연구 결과

#### 측정변인의 신뢰도 및 타당도 검증

독립변인으로 사용된 자존감, 타인과의 상향비교, 및 사회적지지, 종속변인으로 사용된 삶의 만족도에 대한 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분 추출방식(Principle Component)과 직교회전(Varimax)을 사용하였고, 아이겐 값 1상으로 요인 수를 결정하는 방법을 통해 최적의 요인구조를 산출하였다. 표 3에 제시된 바와 같이 요인은 4

개로 추출되었고, 타인과의 상향비교는 8문항, 자존감은 7문항, 삶의 만족도는 5문항, 그리고 사회적 지지는 5문항이었다. 각 요인의 고유값(eigenvalue)은 6.177, 4.475, 3.900 및 3.664였고, 총 누적 설명변량은 58.76%로 나왔다. 요인 적재값은 하나를 제외하고 모두 .6이상으로 나와 적합한 요인분석 결과였으며, 모든 요인의 내적 신뢰도 계수인 cronbach's  $\alpha$  값은 모두 .8이상으로 높게 나와 높은 신뢰도를 보여주었다.

측정변인의 타당도를 검증하기 위해 확인적 요인분석을 통한 구조모형 방정식 분석을 수행하였다. 구조모형 방정식 분석은 확인적 요인분석을 통해 타당성을 검증하며 적절하지 못한 측정변수가 제거되는 측정모형과 잠재변수 간의 관계를 확인하는 구조모형의 단계로 구성된다(이학식·임지훈, 2011). 구조방정식에

표 3. 측정 문항 탐색적 요인분석 결과 및 신뢰도 계수

내용	타인과의 상향비교	자존감	삶의 만족도	사회적 지지
다른 사람이 뭔가 성취하는 모습을 보면서 상대적으로 그렇지 못한 나의 처지와 비교하곤 한다	.802	-.229	-.078	.015
페이스북에서 다른 사람이 경험한 멋진 라이프스타일을 보면서 그런 것을 경험하지 못한 나의 처지와 비교하곤 한다	.801	-.180	.047	.038
다른 사람이 열심히 살아가는 모습을 보면서 상대적으로 그렇지 못한 그렇지 못한 나의 처지와 비교하곤 한다	.801	-.213	-.042	.024
다른 사람의 우월한 외모나 신체조건을 보면서 상대적으로 그렇지 못한 나의 처지와 비교하곤 한다	.799	-.245	.080	-.013
다른 사람이 소유한 좋은 물건을 보면서 그런 것을 소유하지 못한 나의 처지와 비교하곤 한다	.793	-.201	.130	-.025
다른 사람이 많은 사람들과 폭 넓은 인간관계를 맺고 있는 것을 보면서 상대적으로 그렇지 못한 나의 처지와 비교하곤 한다	.777	-.234	.022	-.054
다른 사람의 행복한 일상을 보면서 상대적으로 그렇지 못한 나의 처지와 비교하곤 한다	.771	-.272	.004	-.074
다른 사람들이 많은 주변 사람들한테 인기를 받고 있는 것을 보면서 상대적으로 그렇지 못한 나의 처지와 비교하곤 한다	.762	-.208	.077	-.067
때때로 내가 아주 쓸모없는 사람이라는 생각이 든다	-.202	.812	-.019	.184
전반적으로 나는 실패적인 것 같다	-.192	.812	-.009	.207
내게는 자랑할 만한 점이 별로 없다	-.183	.772	-.003	.121
가끔 내가 불행하다는 생각이 든다	-.257	.760	.141	.129
때때로 내가 무능하다는 생각이 든다	-.242	.732	.143	-.058
가끔 내가 아닌 다른 사람이었으면 하는 생각이 든다	-.199	.684	.131	-.070
나를 제대로 이해해 주는 사람이 없는 것 같다	-.174	.550	-.192	.083
(페이스북 이용 이후)내 삶의 상황들은 아주 좋다	.041	.052	.858	.235
(페이스북 이용 이후)지금까지 내 삶에서 내가 원하는 중요한 것들을 이루어냈다	.018	.051	.853	.239
(페이스북 이용 이후)나는 내 삶에 만족한다	-.001	.109	.846	.241
(페이스북 이용 이후)전반적으로 나의 삶은 나의 이상에 가깝다	.078	-.012	.826	.156
(페이스북 이용 이후)만약 내 삶을 다시 살 수 있더라도 나는 거의 아무 것도 바꾸지 않을 것이다.	.039	-.031	.813	.050
나의 친구들은 나를 많이 도와준다	-.023	.107	.171	.864
나는 친구와 고민을 이야기 할 수 있다	.006	.111	.137	.855
내가 즐겁거나 슬플 때 얘기할 사람이 있다	.010	.082	.214	.803
나의 가족은 나를 도와준다	-.066	.083	.090	.771
내가 필요할 때 누군가 나에게 도움을 준다	.013	.068	.231	.756
고유치	6.177	4.475	3.900	3.664
%분산	19.925	14.435	12.581	11.819
누적분산	19.925	34.360	46.941	58.760
신뢰도	.951	.892	.918	.892

서는 카이자승( $\chi^2$ )값과 RMR, GFI, IFI, TLI, CFI, 그리고 RMSEA 등을 통해 모형의 적합도를 제시한다(문수백, 2009). 이 중에서 카이자승( $\chi^2$ )값은 데이터의 개수에 민감하다는 등 지수는 각각의 장단점을 갖고 있다. 본 연구에서는 측정모형의 타당성을 검증하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 모형의 적합도 지수가  $\chi^2=3,353.77(df=454, p<.01)$ , RMR=.090, IFI=.928, TLI=.919, CFI=.925, RMSEA=.061로 나타났다. 카이자승( $\chi^2$ )값이 높은 측면이 있으나 이는 본 연구가 높은 표본 수를 가지기 때문인 것으로 볼 수 있다. 전반적으로 모델 적합도의 기준을 충족시키는 것으로 나타났다.

그리고 모든 변수가 동일한 리커트 형식의 자기보고식(self-report)의 측정방법을 택하였기 때문에 동일방법편의(common method bias)의 문제가 발생할 가능성이 있다고 보고(Podsakoff, MacKenzie, Lee & Podsakoff, 2003), 확인적 요인 분석(confirmatory factor analysis)를 실행하여 동일방법편의의 문제가 있는지를 확인하였다.

즉 모든 측정변수가 하나의 잠재변수를 추정하도록 하는 측정모형을 확인한 결과,  $\chi^2/df = 60.539(p<.01)$ , GFI = .387, TLI = .372, CFI = .427, 그리고 RMSEA = .212로서 낮은 수준의 적합도를 보였다. 따라서 본 연구에서 동일방법편의의 문제는 없는 것으로 간주하였다.

#### 가설 검증 분석 결과

본 연구는 최대우도법을 통하여 모수추정을 하였다. 회귀분석에서의 회귀계수 값은 Amos에서 추정치로 표현되며, 비표준화 추정치와 표준화 추정치로 나뉜다. 일반적 회귀분석의 t값에 해당하는 검정통계량(CR: Critical Ratio)은 절대값이 1.96보다 클 때 양측검증 5% 유의수준에서 인과관계가 있다고 결론내릴 수 있다. 최종모형에서는 자존감의 간접효과가 유의한지 확인하기 위해 Shrout와 Bolger(2002)의 부트스트랩(bootstrap) 절차를 수행하였고, 결과는 표 4에 제시하였다.

표 4. 가설 검증 결과

경로		Estimate	표준오차	C.R.	표준화 계수	가설
직접 효과	타인과의 상호비교 -> 삶의만족도	.140	.031	4.459**	.147	가설1
	사회적지지 -> 삶의만족도	.596	.043	13.833**	.432	가설2
	타인과의 상호비교 -> 자존감	-.457	.026	-17.879**	-.546	
	사회적지지 -> 자존감	.295	.032	9.179**	.244	
	자존감-> 삶의 만족도	.127	.040	3.203**	.112	
경로		Estimate	LCC	UCC	표준화 계수	가설
간접 효과	상호비교-> 자존감-> 삶의만족도	-.058	-.095	-.027	-.061	가설3
효과	사회적 지지-> 자존감-> 삶의만족도	.038	.018	.079	.027	가설4

\*\*  $p < 0.01$ , \*  $p < 0.05$

연구 모델의 적합도를 확인한 결과, 대체로 양호한 것으로 나타났다. 본 연구에서는  $\chi^2=2,356.709(df=246, p<.01)$ ,  $RMR=.082$ ,  $CFI=.930$ ,  $TLI=.923$ ,  $IFI=.932$ ,  $RMSEA=.068$ 로 나타나 홍세희(2000)가 제시한 요건을 대체로 충족시키는 것으로 나타났다. 구조방정식 모델에 의한 모수추정 결과, 타인과의 상향비교( $\beta=.147, p<.01$ )와 사회적 지지( $\beta=.432, p<.01$ )가 삶의 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1과 가설 2는 채택되었다. 즉, 타인과의 상향비교를 많이 하고 사회적 지지를 많이 받는 사람이 삶의 만족도가 높아진다는 것을 알 수 있는 결과이다. 변수 간 직접적 효과를 추가적으로 살펴보면, 타인과의 상향비교( $\beta=-.546, p<.01$ ), 사회적 지지( $\beta=.244, p<.01$ )가 모두 자존감에 유의한 영향을 미쳤다. 그리고 자존감 또한 삶의 만족도에 유의한 영향을 미쳤다( $\beta=.112, p<.01$ ). 이러한 결과는 타인과의 상향비교를 많이 하는 사람은 자존감이 낮아지고, 사회적 지지를 많이 받을수록 자존감이 높아지고, 자존감이 높아지면 삶의 만족도가 높아진다는 것을 의미하는 것이다.

다음으로 살펴볼 것은 본 연구의 주요 연구 문제인 매개경로에 대한 가설검증, 즉 매개효과 분석이다. 본 연구는 독립변수인 타인과의 상향비교와 사회적 지지가 삶의 만족도에 영향을 미치는 데에 있어서 자존감이 매개역할을 하는가를 검증하였다. 이를 위해 Shrout와 Bolger(2002)가 제안한 부트스트래핑 방법을 실시하였다. 이 방법은 간접효과의 표준오차를 부트스트래핑을 이용해서 추정하는 방법으로서 간접효과 값에 대한 신뢰구간이 0을 포함하지 않으면, 간접효과가 존재하는 것으로 보는 방법이다. 그 결과를 표 4에 제시하였다.

분석 결과, 자존감은 타인과의 상향비교와 삶의 만족도( $\beta=-.061, 95\% \text{ Bias-corrected CI}=-.095 \sim -.027$ ), 사회적 지지와 삶의 만족도( $\beta=.027, 95\% \text{ Bias-corrected CI}=.018 \sim .079$ ) 간의 관계에서 모두 신뢰구간 내에 0이 포함되어 있지 않기 때문에 2개 경로 모두에서 부분매개효과를 가지는 것으로 나타났고, 따라서 가설 3과 가설 4 모두 채택되었다. 이러한 결과는 타인과의 상향비교를 많이 할수록 자존감이 낮아지고, 자존감이 낮아지면 삶의 만족도가 낮아진다는 것과 사회적 지지를 많이 받으면 자존감이 높아지고, 자존감이 높아지면 삶의 만족도도 높아진다는 것을 의미하는 것이다.

## 결론 및 논의

본 연구는 페이스북 이용자의 자존감, 사회비교 지향성, 타인과의 상향비교 및 사회적 지지가 삶의 만족도와 주관적 행복감에 미치는 영향을 알아보기 위해 수행되었다. 측정변인들의 신뢰도와 타당도 검증 결과를 통해 모두 적합한 요인이라는 것이 판명되었으며, 각 요인의 문항들은 모두 신뢰도와 타당도가 높은 것으로 확인되었다. 구조모형 분석을 통해 나타난 가설 검증 결과를 종합해 보면, 즉 타인과의 상향비교 및 사회적 지지가 삶의 만족도에 미치는 영향을 확인한 결과는 다음과 같다. 삶의 만족도에 미치는 타인과의 상향비교와 사회적 지지의 영향은 모두 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설 1과 2는 모두 지지되었고, 이러한 결과는 페이스북 이용자가 타인과의 상향비교를 많이 하고 사회적 지지를 많이 받으면 삶의 만족도가 높아진다는 결과를 보여주었다. 그리고 타인과의 상향비교와 사

회적 지지가 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설 3과 4도 모두 지지되었다. 이러한 결과는 타인과의 상향비교를 많이 할수록 자존감이 낮아지고, 자존감이 낮아지면 삶의 만족도가 낮아진다는 것과 사회적 지지를 많이 받으면 자존감이 높아지고, 자존감이 높아지면 삶의 만족도도 높아진다는 것을 알 수 있는 결과였다.

가설 1이 유의하게 나온 결과, 즉 페이스북을 이용하면서 타인과의 상향비교가 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설은 지지되었다. 이러한 결과는 상향적인 사회비교가 부정적 정서를 야기할 수 있다는 결과를 보고한 Taylor & Shelley(1993), 장은영과 한덕웅(2004), Alicke, LoSchiavo, Zerbst, & Zhang(1997), 양혜승 외(2014) 채려분(2013), Lee(2014) 등의 연구와 일치하지 않은 결과인 반면에, 타인과의 상향비교가 나도 노력하면 그들과 같은 성공을 누릴 수 있을 것이라는 영감을 통해 고양된 정서를 얻을 수 있다는 양혜승(2015)의 연구 결과와는 일치하는 결과라고 할 수 있다. 또한 무조건 부정적 정서와 관계가 있는 것이 아니라 제3의 요인에 의해 매개되거나 조절될 수 있음을 보고한 김선정과 김태용(2012)의 연구 결과와는 맥을 같이 하는 결과이며, 본 연구의 결과 또한 타인과의 상향비교가 무조건 부정적인 정서를 지각하기 보다는 제3의 요인에 의해 영향을 받고 있음을 보여주는 결과라 할 수 있다.

가설 2도 유의하였는데, 즉 사회적 지지가 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설이 지지되었으며, 이는 페이스북을 이용하면서 사회적 지지를 많이 받을수록 삶의 만족도가 높아진다는 것을 보여주는 결과이다. 이러한 결과는 사회적 지지감이 개인의 주관적 안

녕감에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 보고한 김영임(2015)의 연구와 Oh, Ozkaya & LaRose (2014) 연구와 일치하는 결과라 할 수 있다.

가설 3과 4도 유의하였는데, 즉 타인과의 상향비교와 사회적 지지가 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설이 모두 지지되었다. 이러한 결과는 타인과의 상향비교를 많이 할수록 자존감이 낮아지고, 자존감이 낮아지면 삶의 만족도가 낮아진다는 것과 사회적 지지를 많이 받으면 자존감이 높아지고, 자존감이 높아지면 삶의 만족도도 높아진다는 것을 보여주는 결과라고 할 수 있다. 또한 단순히 타인과의 상향비교가 부정적 정서를 느끼게 하기보다 자존감, 상황에 대한 지각된 통제감, 불만족감 등 개인 내적 요인이 두 변인간의 관계에 영향을 미칠 수 있다는 연구(Buunk, Collins, Taylor, VanYperen, & Dakof, 1990)와 Mai-Ly 등(2014)이 페이스북의 이용이 부정적 정서를 유발함에 있어서 제3의 변인이 존재한다는 점을 지적하면서 이를 탐색할 필요성을 제시한 연구 결과, 그리고 타인과의 상향비교가 무조건 부정적 정서와 관계가 있는 것이 아니라 제3의 요인에 의해 매개되거나 조절될 수 있음을 보고한 김선정과 김태용(2012)의 연구 결과를 확인한 것이라고 할 수 있다.

그리고 변인들 간의 직접효과를 추가적으로 분석한 결과를 보면, 타인과의 상향비교와 사회적 지지가 모두 자존감에 유의한 영향을 미쳤고, 자존감 또한 삶의 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 타인과의 상향비교를 적게 할수록 자존감이 높고, 사회적 지지를 많이 받을수록 자존감이 높으며, 자존감이 높을수록 삶의 만족도가 높

아진다는 것을 보여주는 결과이다. 즉 페이스북을 이용하면서 자존감이 높을수록 삶의 만족도가 높아진다는 결과는 높은 자존감이 개인의 행복, 삶에 대한 만족과 같은 긍정적 측면들과 관련이 있는 반면에 낮은 자존감은 우울, 반사회적 행동과 같은 부정적 측면들과 관련이 있다는 Baumeister, Campbell, Krueger, & Vohs(2003)와 Donnellan, Trzesniewski, Robins, Moffitt, & Caspi(2005)의 연구 결과를 지지해 주는 것이라 할 수 있으며, Mehdizadeh(2010)의 자존감이 낮을수록 SNS를 더 많이 사용하며, 특히 자존감이 낮고 외현적 자기애(grandiose narcissism)가 높을수록 SNS 상에서 자기표현 행동을 더 많이 한다는 연구 결과와 Ellison 등(2007)의 자존감이 낮을수록 SNS에서 자기표현을 통해 오프라인에서의 부족한 사회적 관계를 보완하려는 경향이 있음이 밝혀진 연구 결과와 일관된 결과를 보여주는 것이라 하겠다.

이상과 같은 결과를 통해서 본 연구의 의의와 시사점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 전국 5대도시의 20대에서 50대까지의 남성과 여성을 대상으로 조사를 실시하여 대표성을 확보하여 연구를 수행하였다는 점이다. 둘째, 사회적 비교 상황에서 타인과의 상향비교를 한다고 해서 무조건 부정적인 정서를 느끼게 되지 않는다는 것을 확인한 것도 중요한 시사점이라 할 수 있다. 즉 타인과의 상향비교를 해도 부정적인 정서와 긍정적인 정서가 복합적으로 작용할 수 있고, 자존감을 매개로 하여 삶의 만족도에 영향을 미치고 있음을 확인한 점이 선행연구자들이 제기한 문제를 검증하였다는 것이다. 마지막으로, 본 연구를 통해 최근에 많은 소비자들이 이용하고 있는 SNS 특히, 페이스북을 이용하면서 작용하는 소비자의 심리적 변인들을 다루었다는 점과 이러한

결과를 바탕으로 좀 더 확장된 변인들 간의 상호작용, 제 3의 요인, 매개 또는 조절변인 등과 같은 다양한 분석을 해봐야 할 필요성을 확인한 점도 본 연구의 의의라 할 수 있다.

이상과 같은 의의와 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 본 연구에서 사용한 독립변인과 종속변인의 측정 항목들이 대부분 SNS 사용과는 관계없는 환경에서 국외 연구자들이 수행했던 연구에 사용한 것을 국내 연구자들이 번안하여 활용한 문항들을 사용했다는 점이다. 추후 연구에서는 국내 SNS 환경에 맞는 측정 문항들을 개발하여 사용할 필요가 있다고 생각된다. 둘째, 본 연구는 페이스북 이용자의 삶의 만족도에 영향을 미치는 타인과의 상향비교와 사회적 지지의 영향력과 자존감의 매개효과를 검증하였는데, 추후 연구에서는 좀 더 다양한 변인들을 포함하는 연구 문제를 설정하고, 변인들의 매개 및 조절효과들을 검증해 보는 연구를 수행할 필요가 있겠다. 이에 대한 연구를 수행하기 위해서는 향후 좀 더 다양한 변인들을 탐색하여 개별 변인들의 단순한 영향력을 확인하기 보다는 매개 또는 조절 모형을 구성하여 연구를 수행하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

## 참고문헌

- 금희조 (2011). 소셜 미디어 시대, 우리는 행복인가: 소셜 미디어 이용이 사회 자본과 정서적 웰빙에 미치는 영향. 한국방송학보, 25(5), 7-48.
- 김문주 (1988). Pruefuengsanst und ndre Psyshozailer merkmale. Duesseldorf.



- 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.
- 김영임 (2015). 소셜미디어 이용자의 이용행태와 사회적 지지감 인식. *한국콘텐츠학회논문지*, 15(4), 407-419.
- 김유정 (2011). 소셜네트워크서비스에 대한 이용과 충족 연구-페이스북 이용을 중심으로. *미디어, 젠더 & 문화*, 제20호, pp.71-105.
- 김유정 (2015). 페이스북에서의 자기과시적인 자기표현. *디지털콘텐츠학회*, 16(4), 503-512.
- 나중연 (2010). 사용확산모형을 적용한 소비자의 온라인 소셜 네트워크 활용에 대한 연구. *소비자학연구*, 21(2), 443-472.
- 문수백 (2009). 구조방정식모델링의 이해와 적용. 서울: 학지사.
- 배지우, 박정열 (2015). 소셜미디어 이용 동기가 이용 몰입에 미치는 영향: 사회적 압력의 조절효과. *한국콘텐츠학회논문지*, 15(1), pp.462-474.
- 송인덕 (2016). 페이스북 이용이 삶의 만족도에 미치는 영향. *사이버커뮤니케이션학보*, 33(4), 209-254.
- 심선희, 문재성 (2012). 모바일 SNS속성이 관계형성과 정보공유를 매개로 사용자 만족도에 미치는 영향. *품질경영학회지*, 40(1), 60-72.
- 양혜승 (2015). 상대적 박탈감은 언제 발생하  
는가? 등장인물의 특성 및 수용자 개인의 속성이 상향비교 감정에 미치는 영향. *한국방송학보*, 29(6), pp.137-171.
- 양혜승, 김진희, 서미혜 (2012). 페이스북은 우리의 관계를 윤택하게 하는가?: 페이스북 이용자의 사회심리적 동기, 이용행위, 사회적지지 인식의 관계 고찰. *한국언론학보*, 56(5), 270-296.
- 양혜승, 김진희, 서미혜 (2014). 페이스북은 우리의 삶을 행복하게 하는가? *한국언론학보*, 58(6), 215-244.
- 양혜승, 송인덕 (2010). 타인의 생활수준과의 상향·하향비교가 삶에 대한 만족도에 미치는 영향: 텔레비전 등장인물과 주변인물의 영향력 비교. *한국언론학보*, 54(1), 270-296.
- 우혜진, 박지윤, 탁현아, 이규연, 이지혜, 성용준 (2017). 자존감 불일치와 SNS에서의 과시적 자기표현 간의 관계. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 18(3), 365-389.
- 이상호, 고아라 (2013). 소셜미디어 중독의 영향 요인연구: 페이스북 이용자의 인식과 몰입을 중심으로. *한국언론학보*, 57(6), pp.176-210.
- 이학식, 임지훈 (2011). SPSS 18.0 매뉴얼. 집현재.
- 이호규 (2011). 전체주의에서의 개인 커뮤니케이션. *한국방송학회 2011 봄철 정기학술대회*, 제4권, pp.16-17.
- 장은영, 한덕웅 (2004). 사회비교의 목표, 대상 및 결과가 비교대상의 선택에 미치는 영향. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 18(2), 65-89.
- 정순돌, 성민현 (2012). 연령집단별 사회적 자본과 삶의 만족도 관계비교. *보건사회연구*

- 구, 3(4), pp.249-272.
- 조미혜, 전수현, 최은경 (2014). 페이스북 이용자의 자존감, 삶의 만족도, 성별의 차이가 자아표현 동기 및 사회교류 동기에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 14(9), 513-528.
- 차경진, 이은목 (2015). 사회비교이론 관점에서 살펴본 SNS 이용중단 의도. *한국전자거래학회지*, 20(3), 59-77.
- 채려분 (2013). 사회관계형 SNS이용에 따른 부정적 감정유발에 관한 연구: 페이스북을 중심으로. 숙명여자대학교 석사학위 청구논문.
- 하경분, 주민경, 송선희 (2014). 노인 일자리사업 참여 노인의 참여 만족도와 생활만족도 및 삶의 만족도와의 관계. *한국콘텐츠학회논문지*, 14(10), pp.160-170.
- Ahn, J. (2011). The effect of social network sites on adolescents' social and academic development: Current theories and controversies. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 62(8), 1435-1445.
- Alicke, M. D., LoSchiavo, F. M., Zerbst, J., & Zhang, S. (1997). The person who outperforms me is a genius: Maintaining perceived competence in upward social comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(4), 781-789.
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44-49.
- Aronson, E., Wilson, T., & Akert, R. (2005). *Social psychology*. Prentice Hall: New Jersey.
- Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N., & Herrington, L. L. (2017). "Let me take a selfie": Associations between self-photography, narcissism, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 6(1), 48.
- Batenburg, A., & Das, E. (2015). Virtual support communities and psychological well-being: The role of optimistic and pessimistic social comparison strategies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(6), 585- 600.
- Baumeister, R. F. (1999). *The Self in Social Psychology*, Psychology Press.
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles?. *Psychological Science in the Public Interest*, 4, 1-44.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168.
- 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.
- Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences*, 52(4), 482-486.
- Corcoran, K., Crusius, J., & Mussweiler, T. (2011). Social comparison: Motives, standards, and mechanisms. In D. Chadee (Ed.), *Theories in psychology*, NJ: Wiley-Blackwell.

- Deaux, K. (1992). Personalizing identity & socializing self. In Breakwell, G. M.(Ed.), *Social Psychology of Identity & the Self Concept*, pp.9-33.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, Vol. 95, 542-575.
- Diener, E. (1994). Assessing subjective well-being: Progress and opportunities. *Social Indicator Research*, Vol. 31, 103-157.
- Diener, E., Suh, E. N., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective Wellbeing: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, Vol. 125, 276-302.
- Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., Robins, R., Moffitt, T. E., & Caspi, A. (2005). Low self-esteem is related to aggression, antisocial behavior, and delinquency. *Psychological Science*, 16, 328-335.
- 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.
- Ferraro, R., Escalas, J. E., & Bettman, J. R. (2011). Our possessions, our selves: Domains of self worth and the possession-self link. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 169-177.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in Everyday Life*. Doublday. Garden City.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83.
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314.
- Heller, D. Watson, D., & Hies, R. (2004). The role of person versus situation in life satisfaction: A critical examination. *Psychological Bulletin*, Vol. 130, 574-600.
- Hitlin, S. (2003). Values as the core of personal identity: Drawing links between two theories of self. *Social Psychology Quarterly*, 66(2) 118-137.
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys. *Sex Roles*, 45(9-10), 645-664.
- Jordan, A. H., Monin, B., Dweck, C. S., Lovett, B. J., John, O. P., & Gross, J. J. (2011). Misery has more company than people think: Underestimating the prevalence of others' negative emotions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(1), 120-135.
- Jun, S., Hartwell, H., & Buhalis, D. (2012). Impacts of he internet on travel satisfaction and overall life satisfaction, In Uysal, M, Perdue, R, & Sirgy, J.(Eds.). *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourist and Residents of Host Communities*, 321-337.
- Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 14(4), 183-189.
- Kapidzic, S. (2013). Narcissism as a predictor of

- motivations behind Facebook profile picture selection. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 16(1), 14-19.
- Kim, H. & Davis, K. (2008). Correlates of problematic internet use: Self-esteem, sensation seeking, subjective values and unrealistic optimism. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Montreal, Quebec, Canada.
- 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(3), 253-260.
- Lee-Won, R. J., Shim, M., Joo, Y. K., & Park, S. G. (2014). Who puts the best “face” forward on Facebook? Positive self-presentation in online social networking and the role of self-consciousness, actual-to-total friends ratio, and culture. *Computers in Human Behavior*, 39, 413-423.
- Liu, X. & LaRose, R. (2008). Does using the internet make people more satisfied with their lives? The effects of the Internet on college students’ school life satisfaction. *Cyber Psychology & Behavior*, 11(3), 310-320.
- 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.
- 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 do not learn to swim as well? *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(1), 213-231.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364.
- Morse, S., & Gergen, K. J. (1970). Social comparison, self-consistency, and the concept of self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(1), 148-156.
- Neugarten, B. L., Havighurst, R. J. & Tobin, S. S. (1961) The measurement of life satisfaction. *Journal of Gerontology*, 16(2), 134-143.
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computer in Human Behavior*, 30, 69-78.
- Panek, E., Nardis, Y., & Konrath, S. (2013). Mirror or megaphone? How relationship between narcissism and social networking site use differ on Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 2004-2012.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y. & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research, A critical review of the literature & recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K., & Tov, W.

- (2012). Putting their best foot forward: Emotional disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(10), 569-572.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self image*. Princeton University press.
- Salovey, P., & Rodin, J. (1984). Some antecedents and consequences of social-comparison jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(4), 780-792.
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7(4), 422-445.
- Smith, R. H. (2000). Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons. In *Handbook of social comparison* (pp. 173-200). Springer, Boston, MA.
- Steers, M. N., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (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.
- Stefanone, M. A., & Kwon, K. H. (2012). Exploring the relationship between perceptions of social capital enacted support online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(4), 451-466.
- 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., 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.
- Valkenburg, P. M. and Peter, J. (2009). Social consequences of the internet for adolescents. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), 1-55.
- Veenhoven, R. (1984). *Condition of Happiness*, Reidel Publishing Company.
- Vignoles, V. L., Regalia, C., Manzi, C., Gollidge, J., & Scabini, E. (2006). Beyond self-esteem: Influence of multiple motives on identity construction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(2), 308.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249-256.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222.
- 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.
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison

- principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90(2), 245-271.
- Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G., & Farley, G. K. (1988). The multidimensional scale of perceived social support. *Journal of Personality assessment*, 52(1), 30-41.

원 고 접 수 일 : 2020. 01. 22.

수정원고접수일 : 2020. 02. 14.

게 재 결 정 일 : 2020. 04. 11.

## **The Effect of Facebook Users' Upward Comparison with Others and Social Support on Life Satisfaction: The mediating effect of self-esteem**

**Younghwa Son**

Professor, Department of Psychology, Keimyung University

This study was conducted to identify how Facebook users' levels of upward comparison with others and social support by mediating of self-esteem on life satisfaction. A survey was carried out on 1,332 male and female Facebook users in ages ranging from teens to fifties; the participants were residents of Seoul, Busan, Daejeon, Daegu and Gwangju. The study method used structural equation modelling, exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis for reliability and validity testing, and hypothesis testing. The results showed that user's upward comparison with others and social support had a significant effect on life satisfaction, and therefore Hypotheses 1 and 2 were supported. Hypothesis 3 and 4 suggesting user's upward comparison with others and social support would effect on life satisfaction via self-esteem as an mediating variable were also supported. The results of this study are as follows. First, when Facebook users upward compare themselves with others, it lowers their self-esteem which in turn reduces their life satisfaction. In addition, when users have social support, they will have better self-esteem, which leads to higher life satisfaction. Finally, the implications, discussions and limitations of this study are presented.

*Key words* : Facebook usage behavior, Self-esteem, Upward comparison with others, Social support, Life satisfaction