

# SNS에서의 개인의 사회비교 경험 유형 및 사회비교 지향성과 삶의 만족도와의 관계에 관한 고찰

## Explicating the Relationship among SNS Users' Types of Social Comparison Experience, Social Comparison Orientation and Life Satisfaction

이성준, 이효성

청주대학교 신문방송학과

Sungjoon Lee(tcbrad978@cju.ac.kr), Hyoseong Lee(heyhyolee@naver.com)

### 요약

본 연구는 SNS에서의 다양한 형태의 사회 비교 경험들이 SNS 이용자들의 삶의 만족도에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보고자 하였다. 이를 위해, SNS에서의 사회 비교 경험 유형으로서 상향 대조, 상향 동일시, 하향 대조, 하향 동일시 등 4가지를 도출하여 이들 경험 유형들이 SNS 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보았다. 또한 영향 과정에서 인구 통계학적 요인들, SNS 이용 시간, 오프라인 사회 자본 및 사회비교 지향성 등을 통제 변인으로서 고려하였으며, 사회 비교 경험들과 삶의 만족도 관계에서 사회비교 지향성의 조절 효과 역시 살펴보았다. 자료 수집을 위해선 온라인 설문을 이용하였고, 수집된 자료는 위계적 회귀 분석을 통해 분석되었다. 분석의 결과 연령과 혼인 여부가 삶의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 가족 및 관심사가 맞는 클럽/단체 활동 참여 정도가 삶의 만족도와 연관이 있는 것으로 나타났다. 더불어 분석 결과에 따르면 4가지 사회 비교 경험 유형 중 상향 대조와 상향 동일시만이 삶의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회 비교 지향성은 상향 동일시 경험과 삶의 만족도 관계에서만 조절 효과를 보이는 것으로 나타났다. 연구 결과를 바탕으로, SNS에서의 사회 비교 경험들을 이해함에 있어 기존 연구와는 다른 새로운 시각들이 필요함에 대해서도 또한 논의되었다.

■ 중심어 : | SNS | 삶의 만족도 | 사회비교 | 페이스북 | 사회비교지향성 |

### Abstract

This research aims to examine the effects of various types of social comparison in SNS on users' life satisfaction. For this, this research posited four types of social comparison including upward contrast, upward identification, downward contrast and downward identification that might affect SNS users' life satisfaction. Several other factors including demographic variables, SNS usage time, offline social capital and social comparison orientation as control variables were taken into account and the moderating effects of social comparison orientation in the relationships between four types of social comparison and users' life satisfaction was also examined. An online survey was employed for collecting data and the data collected were analyzed with hierarchical regression analysis. The results showed that ages and marriage status have influences on SNS users' life satisfaction. It was proven that the degrees to which SNS users participate in family activities and club/group activities in which they are interested have correlations with their life satisfaction. The findings also revealed that only upward contrast and upward identification among four types of social comparison have influences on the life satisfaction and there is the moderating effect of social comparison orientation on the relationship between upward identification and life satisfaction. On the basis of the results, the necessity of new perspectives in understanding social comparison experience in SNS as compared to the existing literature were discussed.

■ keyword : | SNS | Life Satisfaction | Social Comparison | Facebook | Social Comparison Orientation |

접수일자 : 2016년 09월 05일

수정일자 : 2016년 10월 14일

심사완료일 : 2016년 10월 27일

교신저자 : 이성준, e-mail : tcbrad978@cju.ac.kr

## I. 연구의 배경과 목적

전 세계적으로 온라인 인구의 80% 이상이 사용하는 가장 인기 있는 온라인 서비스 중 하나인 SNS(Social Networking Service)는 이제 단순 소통을 위한 도구를 넘어서서 우리의 일상 속에 깊숙하게 자리 잡고 있다 [1][2].

SNS가 빠르게 보편화된 이유 중 하나는 SNS가 이용자들에게 다양한 혜택들과 편리함을 제공하기 때문이다. 무엇보다도 SNS는 이용자들에게 물리적 공간을 넘어선 사회자본 형성과 빠른 정보 공유 등과 같은 혜택을 제공한다[3]. 하지만 최근 들어 SNS가 주는 순기능 이외에 SNS 이용에 따라 발생할 수 있는 SNS 중독, 사생활 침해, 원하지 않는 사람과의 인적 교류 등 다양한 측면에서의 역기능들에 대한 논의들이 점차 활발해지고 있다[4-7].

특히, SNS 이용과 이용에 따른 우울감과 같은 정서적·인지적 차원에서의 부정적인 영향에 관련된 연구들이 많이 수행되고 있다[2-4][8]. 이들 연구들은 대부분 SNS 사용자가 이용 과정에서 겪는 타인과 자신을 비교하는 사회 비교(Social Comparison) 경험이 우울감과 같은 부정적인 정서를 발생시키는 중요한 원인임을 주장한다. 말하자면, SNS 이용자들은 행복하거나 즐거운 자기 과시가 넘쳐나는 타인의 포스팅(Posting)을 보면서 그들과 비교하며 상대적으로 남들에 비해 자기 스스로는 행복하지 않다고 생각하는 박탈감을 빈번하게 경험하고 있으며, 이러한 상대적 박탈감은 우울감과 연관될 수 있다는 것이다.

SNS 이용자들이 SNS에서 타인과 비교하는 사회 비교 현상은 페스팅거(Festinger)[9]가 처음으로 제안하였던 사회비교이론(Social Comparison Theory)을 통하여 보다 잘 이해될 수 있다. 그가 제안한 사회비교이론에 따르면, 인간은 누구나 자신의 현 위치나 능력 등을 좀 더 정확히 평가하려는 경향성을 지니며, 만일 자신을 평가하기 위한 객관적인 근거가 부족할 경우 타인을 평가의 기준으로 설정하고 그 사람과 자신과 비교함을 주장한다. 또한, 페스팅거 이후의 연구자들은 추가적인 연구를 통해 개인의 사회비교가 그 동기에 따라 자신보

다 나은 위치의 타인과 비교하는 상향비교(Upward Comparison), 자신과 유사한 타인과 비교하는 유사비교(Lateral Comparison) 그리고 자신보다 어려운 위치의 타인과 비교하는 하향비교(Downward Comparison) 등 세 가지 유형으로 구분될 수 있음을 설명하였다[10].

앞서 논의된 SNS 이용과 우울감과 같은 정서적·인지적 차원에서의 부정적 결과에 대한 대부분의 기존 연구들[2-4]들의 경우 사회 비교라는 개념의 도입을 통하여 SNS가 지닌 순기능은 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 부정 정서를 발생시키기 보다는 오히려 자기 고양 혹은 삶의 만족도 증가 등의 긍정적 영향을 지닌 것으로 이해된다[11].

또한, 일부 연구[12]가 지적했듯이, SNS에서의 상향 비교가 단순히 상대적인 박탈감이나 부정적인 정서와만 연관이 있다는 가정은 지나치게 단순한 가정일지 모른다. 말하자면, 사람들이 상향 비교를 통해 자신보다 나은 위치의 삶들을 보면서 자신의 모습도 그들의 모습처럼 좋아질 수 있다는 희망을 품게 하는 등의 긍정적인 영향을 줄 수 있음에 대한 가능성을 배제하고 있다. 이러한 점에서 기존 연구들[2-4]은 한계점을 지닌다.

이러한 맥락에서 본 연구는 사회비교 개념에 근거하였지만 주로 상향 비교에만 초점을 맞추었던 SNS에서의 사회비교와 정서적·인지적 측면에서의 부정적인 영향력에 관한 대부분의 기존 연구들[2-4][8]의 한계점을 극복하고자 한다. 말하자면, SNS에서의 사회 비교 경험 유형을 상향 비교 이외에 하향 비교 또한 포함시키고, 상·하향 비교 과정에 대한 개념을 좀 더 세분화하고 재개념화하여 SNS에서의 다양한 유형의 사회 비교 경험들이 이용자들의 정서적·인지적 측면에 어떤 영향을 미치는 지를 살펴보고자 한다. 보다 구체적으로, SNS

에서의 다양한 사회 비교 경험들이 SNS 이용자의 정서적·인지적 측면의 또 다른 요소로서 삶의 만족도에 어떤 영향을 미치는 지를 살펴보고자 한다.

더불어 기존 선행 연구들[2-4][8]은 SNS에서의 사회 비교가 이용자들에게 영향을 주는 과정 속에서 사회 비교 이외의 SNS 이용자의 정서 및 인지적 차원에 영향을 미칠 수 있는 기타 요인들로서 인구 통계학적 요인들, SNS 이용 시간, 오프라인(Offline) 사회 자본 및 사회 비교 지향성 등을 요인들을 간과했다는 점에서 또한 한계점을 지닌다. 본 연구는 이들 요인들을 동시에 고려하면서 SNS 이용과 이용자의 삶의 만족도간의 관계를 살펴보고자 한다.

## II. 문헌고찰

### 1. 사회비교이론과 SNS

우리는 일상 생활 속에서 남과 비교하려는 성향을 지니고 있다. 이러한 현상을 체계적으로 개념화하고 처음으로 소개한 사람이 앞서 논의된 바와 같이 페스팅거[9]이다. 페스팅거가 주장한 사회비교 이론에 따르면, 사람들 개개인은 자신의 의견과 능력을 평가하고 이를 통해 삶의 불확실성을 피하고자 하는 욕구를 지닌 존재들이다. 하지만, 많은 경우 자신을 평가하기 위한 물리적인 혹은 객관적인 기준들이 존재하지 않는 경우들이 발생하는 데, 이 경우 개인들은 타인을 평가 기준으로 삼고 타인과 자신을 비교하여 주관적으로 평가한다[13][14]. 또한, 페스팅거[9]는 개인들이 평가 기준으로 삼는 타인들의 경우, 주로 평가를 하는 주체와 개인적 상황이나 사회적 위치 면에서 유사한 사람들을 선택함을 주장하였다.

하지만, 페스팅거 이후의 연구자들은 개인의 사회비교가 자신과 유사한 상황의 사람들만을 중심으로 이루어지지 않음을 증명하였다. 대표적으로 윌스(Wills)[11]는, 긍정적인 자아상에 위협을 경험하는 상황에서는 자신과 유사한 타인들보다 자신보다 열등한 타인을 선택한다는 하향비교원리(Downward Comparison Principles)를 주장하였다. 즉, 자신이 처한 상황을 자신보다 열등

한 상황의 사람과 비교하게 되면, 상대적으로 자신의 상황을 더 낮게 느끼며, 이는 결과적으로 긍정적인 자아상 유지에 도움을 준다는 것이다.

이러한 맥락에서 페스팅거 이후의 사회비교 관련 연구의 한 조류는 왜 개인이 다양한 사회비교 대상 중 특정 대상을 선택하고(말하자면 상향비교, 하향비교 및 유사비교 중 하나를 선택하고), 그 대상을 선택에 영향을 미치는 내재된 심리적 요인들은 무엇인지에 대하여 초점을 맞추어 왔다[15]. 예를 들어, 선행 연구들은 상향비교는 자신을 향상시키고자 하는 동기가 강할 때, 유사비교는 자기를 평가하고자 하는 동기가 강할 때, 그리고 하향비교는 자신을 방어하고자 하는 심리 기제에 의해 촉발됨을 주장하였다[2].

또한 다른 한 축의 사회 비교 관련 연구들은 사회 비교 행위가 비교 행위에 따른 결과로서의 행복감 혹은 우울감 등 정서적·인지적 차원에서의 경험과 어떻게 연관되어 있는지를 살펴보고 있다[10][14][15]. 예를 들어, 하향 비교가 이루어질 경우 부정적 정서가 높아짐을 실증한 연구들[16]과 상향 비교 이후 상향 비교 대상에 대한 적대감 증가[17] 및 질투[18] 등을 다룬 연구들이 다수 존재한다.

사회 비교 개념은 미디어 관련 연구 분야에도 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[19][20]. 또한, 최근에는 SNS의 확산과 보편화 속에서 새로운 미디어로서 SNS에서의 사회 비교가 이용자들에게 어떤 효과나 결과를 초래하는 지에 대한 연구들 또한 늘어나고 있는 실정이다. 대표적으로, 차경진과 이은목[2]의 경우, SNS에서 이용자들은 다른 이용자와 빈번한 상향 비교를 통해 부정적인 감정과 피로감 등을 경험할 수 있으며, 결과적으로 이는 SNS 이용 중단으로 이어질 수 있음을 주장하였다. 또한, 양혜승과 그의 동료들[3]의 경우에도 SNS 이용자의 빈번한 상향 비교 행위가 삶의 불만족과 연관이 있음을 실증하였다.

하지만, SNS에서의 사회 비교의 효과 관련 기존 연구들은 다음과 같은 의미에서 한계점을 지닌다. 첫째로,

SNS에서 일어날 수 있는 다양한 사회 비교 경험 중 상호 비교에만 초점을 맞추고 있다는 점에서 한계점을 지닌다. 이들 연구들은 자기 표현이 SNS의 주 이용 동기이고, SNS에서는 면대면(Face-to-Face)과 달리 비동시적(Asynchronous)인 상호 작용이 가능하기에 이용자들이 인상관리를 통해 자신에게 유리한 모습만을 보여줄 수 있음을 강조하며, SNS에서의 사회비교가 상호 비교 중심임을 주장한다[2]. 하지만, 이들 연구들의 주장들의 경우, 일견 타당하지만 SNS 특성을 기반으로 단순 논리적인 유추 및 휴리스틱(Heuristic)에 근거한 경우가 많으며, 체계적으로 이를 실증한 연구는 드물다. 오히려, 다양한 상호 작용이 가능한 SNS에서는 상호 비교 외에 하향 비교 또한 두루 경험할 가능성 또한 높다[3]. 이에 본 연구는 상호 비교 이외에 SNS에서의 하향 비교 등도 또한 고려하면서 삶의 만족도를 중심으로 사용자들의 정서적·인지적 측면에 어떤 영향을 미치는 지를 살펴보고자 한다.

둘째로, 많은 선행 연구들[2-4][8]은 상호 비교 행위는 부정적 정서와 하향 비교 행위는 긍정적 정서와 단순히 연관시키면서 각각의 비교 행위를 통해서 부정적 정서 경험과 긍정적인 정서 경험이 공존할 수 있는 가능성을 배제하고 있다. 예를 들어, 멋진 삶을 사는 다른 이들을 보면 일부는 상대적 박탈감을 느끼지만 다른 일부들은 나도 노력하면 그들과 같은 성공을 누릴 수 있을 것이라는 영감을 통해 고양된 정서를 얻을 수 있다[19].

특히 일부 학자들의 경우 사회비교 행위를 이해함에 있어 방향성 이외에 같은 방향성을 지닌 사회비교 내에서도 동일시/동화(Identification or Assimilation)와 대조(Contrast)의 두 가지 차원으로 다시 범주화될 수 있음을 주장한다. 말하자면, [그림 1]과 같이 상호 비교는 다시 상호 동일시(상향 동화)와 상호 대조로 나누어질 수 있으며, 하향 비교 역시 하향 동일시(하향 동화)와 하향 대조로 나누어진다는 것이다. 이들 연구자들에 따르면 상호 동일시의 경우 영감과 낙관과 같은 긍정적 정서나 감정을 발생시키며, 상호 대조의 경우 시기나 우울감 같은 부정적 정서를 발생시킨다. 또한, 하향 대조의 경우 자부심과 같은 바람직한 정서를 발생시키지만 하향

동일시의 경우 공포와 걱정 같은 부정적인 정서를 발생시킨다[12][23].

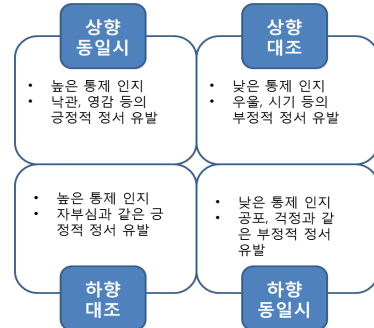


그림 1. 다양한 유형의 사회비교 ([12][19][23]을 참고로 재구성)

이들 연구자들은 사회 비교에 있어 방향성 이외에 동일시와 대조가 범주화의 또 다른 차원이 될 수 있는 근거로 지각된 통제력(Perceived Control)을 주장한다[23]. 다시 말하자면, 같은 방향의 사회 비교라 하더라도 비교 대상과 비교되는 대상의 격차를 좁히는 과정에서 얼마만큼 자신이 통제할 수 있는지를 지각하는 정도에 따라 사회비교의 결과는 달라질 수 있다는 것이다. 예를 들어, CF 등에서 아름다운 모습의 모델을 보더라도 자신들도 열심히 치장하면 그들과 같이 될 수 있다고 생각할 경우 자신의 신체이미지에 대한 존중감이 증가하지만, 결코 모델과 같이 될 수 없다고 생각하는 경우 자신의 신체이미지에 대한 불만족이 증가한다는 것이다[25].

이러한 맥락에서 본 연구는 SNS에서의 사회 비교 경험 유형을 기존 연구들과는 달리 상호 비교 이외에, 상호 동일시, 상호 대조, 하향 대조, 하향 동일시 등 4가지로 재정의하여, 삶의 만족도를 중심으로 이러한 SNS의 사회 비교 경험들이 어떤 정서적·인지적 측면에서의 효과를 초래하는 지를 살펴보고자 한다.

## 2. 삶의 만족도와 사회 비교

삶의 만족도의 개념은 삶의 질, 주관적 안녕감, 행복감 등 다양한 용어들과 혼용되어 사용되어 왔으며, 학자들 또한 개념에 대해 다양한 정의를 사용하고 있다

[26]. 예를 들어, 뉴가텐(Neugarten)과 그의 동료들[27]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[26][28]. 또한, 하비거스트(Havighurst)[29]는 개개인이 현재의 자신의 지위와 활동에 대한 가지고 있는 만족감으로 정의하기도 하였다.

비록 세부 개념 정의에 있어 학자들간의 약간의 이견이 존재하지만 삶의 만족도 개념은 일반적으로 다음과 같은 특성을 지닌다. 첫째, 삶의 만족도는 상대적이며, 객관적이기 보다는 개인의 주관적인 평가에 의존한다는 것이다. 둘째, 삶의 만족도는 개인의 기대 정도와 현실 정도의 일치 혹은 괴리 정도 따라 크게 좌우된다[28].

다수의 선행 연구들[3][10][13]의 경우 사회비교 행위와 삶의 만족도간의 관계에 대해 다루어 왔다. 하지만 앞서 논의된 바와 같이 단순히 일정한 방향성과 삶의 만족도 간의 관계만을 고려했다는 점에서 한계를 지닌다. 말하자면, 같은 방향성 내에서도 동화 및 대조의 차원이 존재할 수 있음을 간과하여왔다. 이러한 가운데, 본 연구는 사회비교를 상향 동일시, 상향 대조, 하향 대조, 하향 동일시 4가지로 재정의하여 SNS에서의 사회비교 행위와 삶의 만족도와의 관계를 규명하고자 한다.

### 3. 인구 통계학적 요인과 삶의 만족도

사회 비교 이외에 선행 연구들은 다양한 인구 통계학적 요인들이 삶의 만족도에 영향을 미칠 수 있음을 주장해 왔다. 우선, 정명숙[30]의 연구에 따르면, 전반적인 삶의 만족도 측면에서 노인들의 삶의 만족도가 고등학생들의 만족도에 비해 높게 나타났다. 또한 김의철과 그의 동료들[31]의 연구에서도 일반적으로 노인들의 삶의 만족도가 청소년들이나 일반 성인들에 비해 높게 나타났다. 하지만 일부 연구에 있어선 젊은이들이 노인들에 비해 더 행복하다고 느끼는 연구 결과[34]도 존재한다.

성별과 삶의 만족도에 관계에 있어선 일부 연구들[32]의 경우 남성의 삶의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다으나 이와 상반되는 결과를 나타내는 연구 결과[33]

도 존재한다.

또한 선행 연구들은 교육수준과 가구수입 정도가 삶의 만족도와 연관성이 있음을 주장한다. 정명숙[30]의 연구에 따르면, 교육수준과 가구수입 정도(혹은 경제수준 정도)에 따라 삶의 만족도가 차이가 나타남을 증명하였다. 특히, 연구에 따르면 가구수입 정도가 삶의 만족도와 가장 연관이 있음이 나타났다. 김명소와 그의 동료들[35]의 연구도 이와 비슷한 결과를 보여주고 있다. 그들의 연구에 따르면 교육수준이 높고 가구 수입 정도가 높을수록 상대적으로 만족도가 높은 것으로 나타났다. 더불어 다양한 인구통계학적 요인들 중 가구수입 정도가 삶의 만족도와 가장 연관이 있음을 이들 연구는 증명하였다.

결혼 유무와 삶의 만족도와 관련해서 모든 연구에서 아니지만 많은 연구들의 경우 결혼과 삶의 만족도와 의 정적인 상관 관계를 주장하고 있다[35].

이러한 맥락에서 본 연구는 SNS에서의 사회 비교 이외에 통제 변인으로서 성별, 연령, 교육수준, 가구수입, 결혼 유무 정도가 어떻게 삶의 만족도에 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.

### 4. SNS 이용시간과 삶의 만족도

일부 선행 연구들의 경우 SNS 이용 정도와 삶의 만족도가 연관될 수 있음을 주장한다. 예를 들어 발켄버그와 그의 동료들(Valkenburg et al.)[36]은 SNS의 이용 정도와 삶의 만족도가 정적 관계를 가질 수 있음을 주장하였다. 그들에 따르면, SNS 이용은 더 많은 친구들을 사귈 수 있는 기회를 제공하고 동시에 이들 친구들로부터 더 많은 긍정적인 피드백(Feedback)을 받게 해 주는 환경을 제공함으로써 이는 이용자들의 자아존중감(Self-Esteem)을 고취시키고 결과적으로 삶의 만족도를 높인다는 것이다.

한편, SNS 이용이 반대로 삶의 만족도를 하락시키거나 혹은 우울증과 같은 부정적 정서를 증가시킨다는 주장 또한 존재한다. 이른바 대체 가설(Displacement Hypothesis) 입장을 학자들은 SNS 이용이 늘어나게 되면, 온라인이 아닌 일상 생활 속에서 친구 관계 유지를 위한 시간이 줄어들게 되고 결과적으로 이는 일상 생활

에서의 친구 관계의 질을 악화시키면서 이용자 개인을 점차 고립시키면서 결과적으로 이는 삶의 질 하락을 초래할 수 있다는 것이다[37]. 또한, 일부 연구[38]에서는 SNS 이용 정도가 삶의 만족도와는 유의미한 상관 관계가 있지 않는 것으로 나타나기도 했다.

이렇듯, 다양한 결과들이 상존하는 가운데, 본 연구는 SNS 이용 시간이 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 미치는 지를 다시 한 번 실증적으로 재점검해본다.

## 5. 오프라인 사회자본과 삶의 만족도

사회 자본(Social Capital)의 개념에 대해선 학자들마다 다양한 정의가 존재하나 지속적인 다른 사람과의 네트워크 혹은 특정한 네트워크의 구성원이 됨으로써 얻게 되는 관계 속에 내재된 실질적/잠재적인 자원의 총합을 의미하며, 일반적으로 네트워크, 신뢰, 호혜성 규범 등을 하위 구성 요소들로 포함한다[36][39].

많은 선행 연구들은 개인이 가지고 있는 사회 자본과 일상 생활 속에서의 정서적 웰빙 혹은 삶의 만족도가 서로 연관되어 있음을 주장한다[26][36]. 특히, 연구들은 다양한 스트레스 상황 속에서 공동체 참여와 절친한 관계 등을 포함하는 사회자본이 정보의 공유, 도구적인 지원 및 정서적지지 등을 통하여 스트레스 대처 능력을 높임으로써 결과적으로 삶의 만족도를 상승시킴을 실증하였다[36][39][40].

이러한 맥락에서 본 연구는 SNS에서의 사회 비교 이외에 통계 변인으로서 개인의 사회 자본이 어떻게 삶의 만족도에 영향을 미치는 지를 살펴보고자 한다.

## 6. 사회비교 지향성과 사회비교의 결과

양혜승[19]의 연구에 따르면, 사회 비교 경험이 정서적인 효과를 발생시키는 과정에서 일부 개인의 심리적 속성들 또한 영향을 미칠 수 있는데 이 중 대표적인 것 중 하나가 사회비교지향성(Social Comparison Orientation)이다. 사회비교지향성이란 어떤 행위를 함에 있어 스스로에 대한 불확실성이 높아 개인 스스로의 믿음이나 신념에 의해 행동하는 것이 아니라, 오히려 다른 사람들의 행동에 민감하게 반응하고 의지하며 이에 맞추어서 행동하려는 성향을 의미한다[41][42].

선행 연구들은 개인의 사회비교 지향성 수준에 따라 사회비교의 효과가 달라질 수 있음을 실증하였다. 대표적으로 양혜승과 그의 동료들[3]의 연구에 따르면 사회비교 지향성이 높은 사람들의 경우 낮은 사람들에게 비해 더 많은 상향 비교를 경험하고, 이는 삶의 만족도를 하락시키는 결과를 가져오는 것으로 나타났다.

이와 같이 본 연구는 개인의 사회비교 지향성 수준이 어떻게 SNS에서의 다양한 사회 비교 경험 유형과 삶의 만족도의 관계 정도에 어떻게 영향을 미치는 가에 대해 실증적으로 검증해 보고자 한다.

## III. 연구 문제, 가설 및 연구 방법

### 1. 연구 문제와 가설의 설정

본 연구는 앞서 논의된 여러 이론적 논의들을 기반으로 SNS 이용자의 인구 통계학적 요인들, SNS 이용 시간, 오프라인 사회자본, SNS 사회비교 경험 유형 및 사회비교 지향성이 어떻게 SNS 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 미치는 지를 실증적으로 살펴보고자 연구 문제들과 가설들을 설정하였다. 구체적인 연구문제 및 가설 설정 과정에 대해선 다음 각 절에 보다 자세하게 기술하였다.

#### 1.1 SNS 이용자의 인구통계학적과 삶의 만족도

앞서 논의된 바와 같이 선행 연구들은 다양한 인구 통계학적 요인들이 일반 개인의 삶의 만족도와 연관될 수 있음을 제시하고 있다[30][31]. 이러한 가운데 SNS 이용자 역시 일반 개인의 한 명으로서 그들의 삶의 만족도 역시 다양한 인구 통계학적 요인들에 의해 영향 받을 수 있다. 이에 다음과 같은 <연구문제 1>을 설정하였다.

**연구문제1:** SNS 이용자의 인구통계학적인 요인들은 SNS 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 주는가?

여러 인구 통계학적 요인들 중 성별에 관해선 여성이 남성에게 비해 삶의 만족도가 높다는 일부 선행 연구들

[33]과 성별 차이가 삶의 만족도와는 연관이 없다는 연구[46]가 존재 함에도 불구하고, 다수의 연구들[32]은 남성의 삶의 만족도가 일반적으로 여성에 비해 높음을 주장한다. 마찬가지로, SNS 이용자 역시 남성 이용자의 삶의 만족도가 여성에 비해 더 높다고 가정할 수 있으며, 이에 본 연구는 다음과 같이 <가설 1>을 설정하였다.

**가설 1:** SNS 이용자 가운데 여성 이용자보다는 남성 이용자의 삶의 만족도가 높을 것이다.

연령에 관해서, 비록 일부 일치하지 않는 결과를 보여주는 연구들[31][34]이 존재함에도 불구하고, 많은 선행 연구들이 연령과 삶의 만족도 간에는 정비례 관계가 있음을 주장한다[30]. 이러한 가운데, SNS 이용자의 연령이 높을수록 삶의 만족도가 더 높다고 가정할 수 있으며, 이에 본 연구는 다음과 같이 <가설 2>를 설정하였다.

**가설 2:** SNS 이용자의 연령이 높을수록 삶의 만족도가 높을 것이다.

정명숙[30]은 여러 인구 통계학적 요인들 중 교육수준과 가구 수입이 삶의 만족도에 영향을 미치는 중요한 요인임을 밝혔다. 특히, 그녀의 연구에 따르면 가구 수입과 같은 경제적 수준이 높을수록 삶의 만족도가 증가하는 것으로 나타났다. 또한, 연구에서는 교육 수준 역시 높아질수록 삶의 만족도는 증가하는 것으로 나타났는데, 이는 교육 수준이 높아질수록 경제적 수준 또한 높아질 가능성이 높기 때문임을 주장하였다. 많은 다른 연구들[35] 또한 이러한 결과를 지지하고 있다. 이러한 맥락에서, SNS 이용자들 역시 교육 수준과 경제 수준이 높을수록 삶의 만족도가 높아질 가능성이 크며, 이에 본 연구는 다음과 같이 <가설 3>과 <가설 4>를 설정하였다.

**가설 3:** SNS 이용자의 교육수준이 높을수록 삶의 만족도가 높을 것이다.

**가설 4:** SNS 이용자의 가구 수입이 높을수록 삶의 만족도가 높을 것이다.

다수의 선행 연구들[30][35]은 결혼 유무와 삶의 만족도의 연관성을 주장한다. 연구들은 기혼자들이 미혼자들에 비해 일반적으로 삶의 만족도가 높음을 보여준다. 마찬가지로, SNS 이용자의 삶의 만족도에 있어서도 이러한 결혼 여부가 영향을 미칠 가능성이 높으며, 이에 다음과 같이 <가설 5>를 설정하였다.

**가설 5:** 기혼자인 SNS 이용자가 미혼자에 비해 삶의 만족도가 높을 것이다.

## 1.2 SNS 이용자의 이용 시간과 삶의 만족도

앞서 논의된 바와 같이 상반되는 결과를 보이는 선행 연구들[38]이 일부 존재하지만 다수의 선행 연구들의 경우 SNS 이용 시간과 이용자의 삶의 만족도간에 연관성이 있음을 주장한다[36][37]. 이에 본 연구에서도 SNS 이용 시간과 삶의 만족도간의 관계를 가정하고, 다음과 같은 <연구 문제 2>를 설정하였다.

**연구문제2:** SNS 이용자의 SNS 이용 시간은 SNS 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 주는가?

특히, 발켄버그와 그의 동료들[36]은 SNS 이용자의 이용 시간이 증가할수록 사용자들은 더 많은 이들과의 관계를 맺을 수 있는 기회를 가질 수 있고 더 많은 상호작용을 통하여 자신에 대한 긍정적인 피드백을 받을 기회를 가질 수 있음을 주장한다. 또한 이는 결과적으로 SNS 이용자의 자아 존중감을 높여주고, 높아진 자아 존중감은 그들의 삶의 만족도를 증가시키는 작용을 할 수 있음을 주장하였다. 이러한 맥락에서, 본 연구에서도 SNS 이용시간의 증가가 개인의 자아 존중감 고취를 통한 삶의 만족도 증가에 영향을 미칠 수 있음을 가정할 수 있으며, 이에 다음과 같이 <가설 6>을 설정하였다.

**가설 6:** SNS 이용자의 이용 시간이 늘어날수록 삶의 만족도는 증가할 것이다.

## 1.3 SNS 이용자의 오프라인 사회자본과 삶의 만족도

기존의 선행 연구들은 개인의 오프라인 사회자본이 삶의 만족도나 정서적 웰빙과 연관되어 있음을 밝혀왔다[26][36]. 즉, 오프라인 사회 자본이 도구적 지지, 정보의 공유 및 정서적 지지를 통해 스트레스 상황 속에서

개인의 스트레스 대처 능력을 높여주고, 결과적으로 이는 개인의 스트레스를 줄여줌으로서 삶의 만족도를 상승시킨다는 것이다. 이러한 맥락에서 SNS 이용자가 가진 오프라인 사회자본이 이들의 삶의 만족도에 영향을 미침을 가정할 수 있으며, 이에 다음과 같은 <연구문제 3>을 설정하였다.

**연구문제3:** SNS 이용자의 오프라인 사회자본은 SNS 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 주는가?

특히, 오프라인 사회자본으로서 가족, 친구 및 관심사가 일치하는 클럽/단체와의 네트워크 및 친교 활동 등이 많아질수록 삶의 만족도는 증가하는 것으로 기존 연구는 밝히고 있다[36]. 이러한 맥락에서 SNS 이용자의 삶의 만족도 역시 다양한 친교 활동 등과 같은 오프라인 사회자본의 영향을 받을 가능성이 높으며, 이에 다음과 같이 <가설 7>, <가설 8>, <가설 9>를 설정하였다.

**가설 7:** SNS 이용자가 가족과의 활동 정도가 많을수록 삶의 만족도는 증가할 것이다.

**가설 8:** SNS 이용자가 친구와의 친교 활동 정도가 많을수록 삶의 만족도는 증가할 것이다.

**가설 9:** SNS 이용자가 관심사가 일치하는 클럽/단체 활동에 많이 참여할수록 삶의 만족도는 증가할 것이다.

#### 1.4 SNS 이용자의 사회비교경험 유형과 삶의 만족도

앞서 논의된 바와 같이 다수의 연구들에 따르면 SNS에서의 사회비교 경험은 이용자에게 정서적·인지적 차원에 영향을 미칠 수 있다[2-4][8]. 이에 본 연구에서는 기존 연구들을 근거로 SNS에서의 사회비교 경험들이 이용자의 삶의 만족도에 영향을 미칠 가능성을 상정하여, 다음과 같은 <연구문제 4>를 설정하였다.

**연구문제4:** SNS에서의 사회비교경험 유형들은 SNS 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 주는가?

많은 선행 연구들[2-4][8]에 따르면, 일반적으로 개인

이 나보다 나은 상황이나 위치의 사람들과 자신을 비교하는 상향 비교의 경우 상대적인 박탈감 등을 통해 우울감 등의 부정적인 정서를 발생시키거나 삶의 만족도를 떨어뜨릴 수 있다. 하지만, 또 다른 학자들[12][19][23]은 상향 비교가 언제나 부정적인 정서만을 유발시키는 것이 아니며 때로는 정서적·인지적 차원에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 주장하였다. 특히 이들은 상향 비교의 경우에도 비교되는 대상과의 격차를 좁히기 위한 과정에서 얼마만큼 자신이 통제할 수 있는지를 지각하는 정도인 지각된 통제력 정도에 따라 정서적·인지적 차원에 미치는 영향의 성격이 얼마든지 변할 수 있음을 강조한다. 대표적으로 바텐버그와 다스[12]는 상향 비교 경험을 지각된 통제력 수준에 따라 상향 동일시와 상향 대조로 구분하였다. 그들에 따르면 상향 동일시란 나보다 나은 상황이나 위치의 사람들과 자신을 비교하면서 나 스스로도 그들과 같이 좋아질 거라 긍정적으로 받아들이는 현상을 의미하며, 반면에 상향 대조란 나보다 나은 사람들과 자신을 비교하면서 나는 그들과 같이 행복하게 될 수 없으며 상대적으로 박탈감을 느끼는 현상을 의미한다. 이들은 개인이 상향 대조의 경험을 할 경우에는 삶의 만족도가 낮아지지만, 반면에 상향 동일시의 경험을 할 경우 삶의 만족도는 오히려 높아질 수 있음을 주장하였다. 이러한 맥락에서 SNS에서 이용자들이 사회비교로서 상향 동일시를 경험할 경우 삶의 만족도는 증가하고, 반면에 상향 대조를 경험할 경우 삶의 만족도는 낮아질 수 있음을 상정할 수 있으며, 이에 다음과 같이 <가설 10>과 <가설 11>을 설정하였다.

**가설 10:** SNS에서 상향동일시 경험이 많을수록 SNS 이용자의 삶의 만족도는 증가할 것이다.

**가설 11:** SNS에서의 상향대조 경험이 많을수록 SNS 이용자의 삶의 만족도는 감소할 것이다.

바텐버그와 다스[12]는 또한 상향 비교와 마찬가지로 하향 비교 역시 일부 학자들[2-4][8]이 주장하듯이 언제나 긍정적인 정서를 유발하는 것이 아니라 지각된 통제력 정도에 의해서 그 영향력의 성격이 변할 수 있으며, 이에 하향 비교 역시 하향 동일시 경험과 하향 대조 경험으로 다시 분류가 될 수 있음을 주장하였다. 말하



자면 하향 동일시란 나보다 어려운 상황의 사람들과 비교하면서 나의 상황도 그들의 상황처럼 나빠질 수 있다고 받아들이는 현상을 의미하며, 반면에 하향 대조란 나보다 어려운 사람들과 비교하면서 상대적으로 나는 행복하다고 생각하게 되는 현상을 의미한다.

이들은 개인이 하향 동일시의 경험을 할 경우에는 삶의 만족도가 낮아지지만, 반면에 하향 대조의 경험을 할 경우 삶의 만족도는 증가함을 주장하였다. 이러한 가운데 SNS에서 이용자들이 사회비교로서 하향 동일시를 경험할 경우 삶의 만족도는 감소하고, 반면에 하향 대조를 경험할 경우 삶의 만족도는 증가할 것임을 상정할 수 있으며, 이에 다음과 같이 <가설 12>와 <가설 13>을 설정하였다.

**가설 12:** SNS에서의 하향동일시 경험이 많을수록 SNS 이용자의 삶의 만족도는 감소할 것이다.

**가설 13:** SNS에서의 하향대조 경험이 많을수록 SNS 이용자의 삶의 만족도는 증가할 것이다.

### 1.5 사회비교 경험의 삶의 만족도 영향 과정에서 사회비교 지향성의 조절효과

앞서 논의된 바와 같이 기존 연구들[3]은 개인의 사회비교 지향성 수준에 따라 사회비교의 효과가 달라질 수 있음을 실증하였다. 이러한 맥락에서 SNS 4가지 유형의 사회비교 경험 유형들(상향동일시, 상향대조, 하향동일시, 하향대조)이 삶의 만족도에 영향을 미치는 과정 속에서 개인의 성향으로서 사회비교 지향성이 그 효과를 조절할 가능성을 가정해 볼 수 있으며, 이에 다음과 같은 <연구문제 4>와 <가설 14>-<가설 17>을 설정하였다.

**연구문제4:** SNS에서의 사회비교경험과 삶의 만족도 관계에서 사회비교 지향성 수준은 어떤 영향을 주는가?

**가설 14:** 사회비교 지향성은 SNS에서의 상향대조 경험과 삶의 만족도와의 관계 사이에서 조절 효과를 나타낼 것이다.

**가설 15:** 사회비교 지향성은 SNS에서의 상향동일시 경험과 삶의 만족도와의 관계 사이에서 조

절 효과를 나타낼 것이다.

**가설 16:** 사회비교 지향성은 SNS에서의 하향대조 경험과 삶의 만족도와의 관계 사이에서 조절 효과를 나타낼 것이다.

**가설 17:** 사회비교 지향성은 SNS에서의 하향동일시 경험과 삶의 만족도와의 관계 사이에서 조절 효과를 나타낼 것이다.

## 2. 연구방법

### 2.1 설문지 개발 및 자료 수집 과정

본 연구는 앞서 선행 연구를 바탕으로 설계된 연구문제 및 가설을 실증하기 위하여 설문지를 개발하고 이를 바탕으로 자료를 수집하였다. 설문지의 경우 기존 선행 문헌 등을 참고로 작성하였으며, 충북 지역 대학의 1학년 학생 76명을 대상으로 2015년 9월 7일부터 9월 9일까지 예비조사를 실시하였고, 이를 바탕으로 설문지를 보완 및 수정하여 최종 설문지를 완성하였다.

이후 자료를 수집하기 위하여 2015년 10월 17일부터 20일까지 리서치 전문 업체 마크로밀엠브레인(www.embrain.com)에 의뢰를 통하여 앞서 개발된 설문지의 질문을 기반으로 구성된 온라인 설문을 실시하였다. 조사 대상자는 만20세-39세까지의 대표적인 SNS 서비스인 페이스북(Facebook) 현 이용자들로 한정하였다. 특히, 본 연구에서 조사 대상자들을 만20-30대 이용자로 한정된 것은 다른 연령층들에 비해 SNS 이용률이 높으며([47] 참조), 이러한 가운데 이들 연령층이 다른 연령층들에 비해 SNS를 통한 사회비교 경험을 겪을 가능성이 높기 때문이다. 설문이 실시된 후, 총 1,048명이 설문에 응답하였으나 이 중 질문에 성실한 응답한 329명만이 최종 분석에 사용되었다.

### 2.2 변인 및 측정

#### 2.2.1 인구 통계학적 요인

인구 통계학적 요인은 앞서 기술된 온라인 설문을 통하여 조사하였다. 성별은 남성/여성으로 교육수준은 고졸이하, 대학재학, 대학졸, 대학원 졸로 구분하였다. 연령의 경우 20-29세, 30세-39로 구분하였으며, 가구 수입은 100만원 미만, 100-200만원 미만, 200-300만원 미

만, 300-400만원 미만, 400-500만원 미만, 500-600만원 미만, 700-800만원 미만, 800만원 이상으로 구분하였다. 혼인 여부의 경우는 기혼과 미혼(0 = 기혼, 1 = 미혼)으로 2가지로 구분하였다. 본 연구 응답자들의 인구 통계학적 프로파일(Profile)은 다음 [표 1]과 같다.

표 1. 본 연구 응답자의 인구 통계학적 프로파일

구분	항목	응답수	비율
성별	남성	160	48.6
	여성	169	51.4
교육 수준	고졸이하	14	4.3
	대학재학	96	29.2
	대학졸	192	58.4
	대학원 졸	27	8.2
연령	20세~29세	162	49.2
	30세~39세	167	50.8
가구 수입	100만원 미만	18	5.5
	100~200만원 미만	43	13.1
	200~300만원 미만	56	17.0
	300~400만원 미만	57	17.3
	400~500만원 미만	57	17.3
	500~600만원 미만	40	12.2
	600~700만원 미만	23	7.0
	700만원~800만원 미만	17	5.2
혼인여부	기혼	74	22.5
	미혼	255	77.5

1.2.2 SNS 이용시간

SNS 이용 시간의 경우 개방형 질문을 통해 하루 평균 이용 시간이 몇 시간 몇 분인지를 파악하였다. 응답자들의 페이스북 이용 시간은 평균적으로 107.69분으로 파악되었다(표준편차 = 102.00).

1.2.3 오프라인 사회자본

오프라인 사회자본은 금희조[36]의 연구를 기반으로 응답자들의 일상 생활 속에서의 다양한 관계를 통한 친교 활동 정도를 측정하였다. 구체적으로 ‘가족과의 활동(평균 = 4.69, 표준편차 = 1.26)’, ‘친구와의 활동(평균 = 4.73, 표준편차 = 1.23)’ 및 ‘개인 관심사에 부합하는 클럽/단체 활동(평균 = 4.07, 1.47)’ 등 3가지 차원의 사회적 참여에 대해서 응답자들의 참여 정도를 7점 리커트 척도(Likert Scale)(1 = 전혀 참여하지 않는다, 7 = 매우 적극적으로 참여한다)를 활용하여 측정하였다.

1.2.4 SNS 사회비교 경험 유형

SNS에서 사회비교 경험에 대한 측정은 사회비교 행위를 상향대조, 상향동일시, 하향대조, 하향동일시 4가지 측면으로 측정된 바텐버그와 다스(Batenburg and Das)의 측정도구[12]를 수정·보완하여 사용하였다. 구체적인 측정 내용은 다음 [표 2]와 같다. 이들 문항들에 대해 응답자들을 7점 리커트 척도(Likert Scale)(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)를 활용하여 응답하게 하고 평균을 내어 분석에 사용하였다. 또한, 측정 항목들에 대한 신뢰도를 살펴보았을 때, [표 2]와 같이 크론바흐 알파(Cronbach's alpha)가 모든 측정 항목들에 대해 .8이상으로 나타나 측정 지표들의 신뢰도 또한 확보되었다[43].

표 2. 4가지 사회비교 경험 유형 측정 내용

변인	설문 측정 내용	평균	표준편차	신뢰도
상향대조	-페이스북에서 나보다 나은 삶을 사는 페북 친구들을 보면서 나는 삶을 제대로 살지 못하고 있다는 생각을 한 적이 있다. -페이스북에서 나보다 나은 삶을 사는 페북 친구들을 보면 나는 그들만큼 삶을 살지 못한다는 좌절감을 느낀다. -페이스북에서 나보다 나은 삶을 사는 페북 친구들을 보면 내가 현재 처한 현실이 한탄스럽다.	3.24	1.62	.957
상향동일시	-페이스북에서 나보다 나은 삶을 사는 페북 친구들을 보면 나의 삶도 그들처럼 나아질 것이라고 생각한다. -페이스북에서 나보다 나은 삶을 사는 페북 친구들을 보면 그들처럼 나도 나를 둘러싼 여러 일들이 잘 풀릴 것이라고 생각한다. -페이스북에서 나보다 나은 삶을 사는 페북 친구들을 보면 내 상황도 현재보다 나아질 것이라 생각한다.	3.50	1.46	.961
하향대조	-페이스북에서 나보다 어려운 삶을 사는 친구들을 보면 나는 괜찮은 삶을 살고 있다는 생각이 든다. -페이스북에서 나보다 어려운 삶을 사는 페북친구들을 보면 나는 그들보다 나은 삶을 살고 있다는 것에 안도한다. -페이스북에서 나보다 어려운 삶을 사는 친구들을 보면 나는 그래도 잘 살고 있구나 하는 생각이 든다.	3.71	1.38	.955
하향동일시	-페이스북에서 나보다 어려운 삶을 사는 페북친구들을 보면 나의 삶도 비슷해질까봐 염려스럽다. -페이스북에서 나보다 어려운 삶을 사는 페북친구들을 보면 나의 삶도 비슷하게 흘러갈까봐 염려스럽다. -페이스북에서 나보다 어려운 삶을 사는 페북 친구들을 보면 나도 불행한 삶을 살까봐 염려스럽다.	2.59	1.47	.972

1.2.5 사회비교 지향성

사회 비교 지향성은 기븐스와 벵크(Gibbons and Buunk)[14]와 양혜승과 그의 동료들[3]의 연구에서 사용한 사회비교지향성 척도를 활용하여 측정하였다. 구체적인 측정 내용은 다음 [표 3]과 같다. 이들 문항들에 대해 응답자들을 7점 리커트 척도(Likert Scale)(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)를 활용하여 응답하게 하고 평균을 내어 분석에 사용하였다. 또한, 측정 항목들에 대한 신뢰도를 살펴보았을 때, [표 3]과 같이 크론바흐 알파(Cronbach's alpha)가 .8이상으로 나타나 측정 지표들의 신뢰도 또한 확보되었다[43].

표 3. 사회비교 지향성 측정 내용

설문 측정 내용	평균	표준 편차	신뢰도
-나는 나와 아주 밀접한 사람들의 처지를 다른 사람들의 처지와 종종 비교한다. -나는 다른 사람들의 능력과 견주어 나의 능력은 어떤지 항상 많은 주의를 기울인다. -만일 내가 어떤 일을 얼마나 잘 했는지를 알고 싶으면 내가 해놓은 일과 다른 사람들이 해 놓은 일을 비교한다. -나는 내가 얼마나 사회성이 있는지 다른 사람들과 종종 비교한다. -나는 다른 사람들과 나를 종종 비교하는 유형의 사람이다. -나는 나의 인생에서 이루어 놓은 것에 대해서 자주 다른 사람들과 비교한다. -나와 비슷한 상황에 처한 다른 사람들이 어떻게 행동할지 항상 궁금하다.	3.58	1.35	.950

1.2.6 삶의 만족도

삶의 만족도는 디너와 동료들(Diener et al.)(44)이 개발한 삶의 만족도 척도(The Satisfaction with Life Scale: SWLS)를 사용하여 측정하였다. 구체적인 측정 내용은 다음 [표 4]와 같다. 이들 문항들에 대해 응답자들을 7점 리커트 척도(Likert Scale)(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)를 활용하여 응답하게 하고 평균을 내어 분석에 사용하였다. 또한, 측정 항목들에 대한 신뢰도를 살펴보았을 때, [표 3]과 같이 크론바흐 알파(Cronbach's alpha)가 .8이상으로 나타나 측정 지표들의 신뢰도 또한 확보되었다[43].

표 4. 삶의 만족도 측정 내용

설문 측정 내용	평균	표준 편차	신뢰도
-나는 현재의 내 삶에 만족한다. -현재 내 삶의 상황들은 좋다. -지금까지 내 삶에서 내가 원하는 중요한 것들을 이루어왔다.	4.35	1.20	.870

IV. 연구 결과

1. 연구 문제 및 가설 검증 결과

본 연구는 기존 연구와 달리 SNS의 사회비교 경험 유형을 상향 대조, 상향 동일시, 하향 대조, 하향 동일시로 확장시켜 재개념화하여 SNS 이용자들의 사회비교 경험이 이용자들의 삶의 만족도에 어떤 영향을 미치는지를 실증적으로 살펴보기 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다. 특히, SNS 이용자들의 삶의 만족도에 영향을 미칠 수 있는 기타 요인들로서 인구 통계학적 요인들, SNS 이용시간, 오프라인 사회 자본 및 사회비교 지향성 등을 고려하면서 이들 요소들을 통제 변수로 이용하면서 회귀분석을 실시하였다. 이러한 과정을 통해 나타난 결과는 다음과 같다.

우선적으로, <연구문제 1> 및 <가설 1>-<가설 5>는 인구통계학적인 요인들로서 성별, 연령, 교육 수준, 가구수입 및 결혼 유무가 SNS 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보고자 하였다. 연구 결과, SNS 이용자의 인구통계학적인 요인들 중 연령( $\beta = -.168, p < 0.05$ )과 혼인 여부( $\beta = -.169, p < 0.05$ )만이 삶의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에, 성별( $\beta = -.075, p > 0.05$ ), 교육 수준( $\beta = .009, p > 0.05$ ), 가구수입( $\beta = .009, p > 0.05$ )은 유의미한 영향력을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<연구문제 2>와 <가설 6>은 SNS 이용 시간이 SNS 이용자의 삶의 만족도에 미치는 영향력에 대해서 검증하고자 하였다. 분석 결과, SNS 이용 시간은 삶의 만족도에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다 ( $\beta = .053, p > 0.05$ ).

<연구문제 3>과 <가설 7>-<가설 9>는 오프라인 사회 자본으로서 가족과의 친교 활동, 친구와의 친교 활

동 및 관심사가 일치하는 클럽/단체 활동이 SNS 이용자의 삶의 만족도에 미치는 영향에 대해서 살펴보고자 하였다. 연구 결과, 오프라인 사회자본으로서 가족과의 활동( $\beta = .290, p < 0.001$ ) 및 개인 관심사에 부합하는 클럽/단체 활동( $\beta = .192, p < 0.01$ )이 삶의 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 친구와의 친교 활동의 경우 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다( $\beta = .043, p > 0.05$ ).

<연구문제 4>와 <가설 10>-<가설 13>의 경우 SNS의 4가지 주요 사회비교 경험 유형으로서 상향동일시, 상향대조, 하향동일시, 하향대조가 SNS 이용자의 삶의 만족도에 미치는 영향에 대해서 살펴보고자 하였다. 분석 결과, SNS 사회비교 경험 유형 중 상향 대조( $\beta = -.309, p < 0.01$ )와 상향 동일시( $\beta = .210, p < 0.01$ ) 경험만이 삶의 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에, 하향 동일시( $\beta = -.019, p > 0.05$ ) 및 하향 대조( $\beta = .083, p < 0.001$ )는 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<연구문제 4>와 <가설 14>-<가설 17>은 SNS에서

4가지 주요 사회비교 경험 유형이 SNS의 삶의 만족도에 영향을 미칠 때, 사회비교 지향성이 각각의 사회비교 경험들과 상호작용하는 지를 검증하고자 하였다, 이를 위하여 상호작용변인들(상향 대조X사회비교지향성, 상향동일시X사회비교 지향성, 하향 대조시X사회비교 지향성, 하향동일시X사회비교지향성)을 독립 변인으로 위계적 회귀 분석에 포함하였다. 그런데, 상호작용성 변인들의 경우 앞선 독립변인들을 기반으로 회귀분석에 이미 투입되었기 때문에 다중공선성(Multicollinearity) 문제가 생길 수 있다. 이를 해결하기 위하여 관련 독립 변인들을 평균으로 센터링(Mean Centering)하여 문제를 해결하였다[1][45]. 분석 결과, 사회 비교 지향성은 상향 동일시 경험과 삶의 만족도의 관계에서만 통계적으로 유의미한 조절 효과를 보이는 것으로 나타났다( $\beta = .236, p < 0.05$ ). 이렇듯, 위계적 분석을 통해 나타난 모든 결과는 [표 5]와 같이 요약될 수 있다.

더불어 상향 동일시 경험과 삶의 만족도 관계에서 사회비교 지향성이 어떤 조절 효과를 나타내는 지 보다 자세히 살펴보기 위해 추가분석을 실시하였다. 구체적

표 5. 위계적 회귀분석의 결과

변수 이름	1단계 회귀식		2단계 회귀식		3단계 회귀식		4단계 회귀식		5단계 회귀식		6단계 회귀식		VIF
	Beta ( $\beta$ )	t	Beta ( $\beta$ )	t	Beta ( $\beta$ )	t	Beta ( $\beta$ )	t	Beta ( $\beta$ )	t	Beta ( $\beta$ )	t	
성별	-.126	-1.826	-.123	-1.778	-.184	-3.028	-.109	-1.728	-.112	-1.746	-.075	-1.229	1.291
연령	-.303*	-3.424	-.279*	-3.061	-.165*	-2.069	-.140	-1.732	-.136	-1.667	-.168*	-2.134	2.142
교육수준	.111	1.434	.105	1.348	.050	.742	.018	.267	.017	.259	.009	.134	1.400
혼인여부	-.302**	-3.751	-.303***	-3.762	-.177*	-2.427	-.148*	-2.037	-.147*	-2.018	-.169*	-2.438	1.655
가구수입	.097	1.397	.089	1.278	.048	.798	.059	.997	.060	1.007	.059	1.045	1.109
SNS이용시간			.078	1.095	-.062	-.988	-.048	-.759	-.049	-.779	-.053	-.874	1.248
가족과의 활동					.330***	4.765	.321***	4.693	.321***	4.675	.290***	4.387	1.507
친구와의 활동					.084	1.196	.055	.777	.055	.785	.043	.637	1.551
클럽/단체					.282***	4.187	.242***	3.553	.241***	3.515	.192**	2.938	1.478
상향대조							-.268**	-3.368	-.278**	-3.185	-.309***	-3.672	2.438
상향동일시							.129	1.637	.128	1.615	.210**	2.725	2.044
하향대조							.002	.025	-.004	-.047	.083	1.022	2.286
하향동일시							.097	1.185	.091	1.066	-.019	-.213	2.836
비교지향성									.025	.278	.100	1.137	2.669
상향대조 X비교지향성											.076	.905	2.413
상향동일시 X비교지향성											.236*	2.378	3.392
하향대조 X비교지향성											.073	.746	3.301
하향동일시 X비교지향성											-.040	-.410	3.202

Note) p<0.05\*, p<0.01\*\*, p<0.001\*\*\*

으로 추가 분석은 사회비교 지향성 집단을 평균값을 중심으로 고집단 및 저집단으로 구분하고 각각의 수준에서 상향 동일시 경험이 삶의 만족도에 미치는 영향이 어떻게 달라지는 지를 살펴보았다. 분석 결과 [그림 2]와 같이 사회비교지향성이 높은 집단의 경우 낮은 집단에 비해 상향 동일시 경험이 많아질수록 삶의 만족도가 보다 큰 폭으로 높아지는 것으로 나타났다.

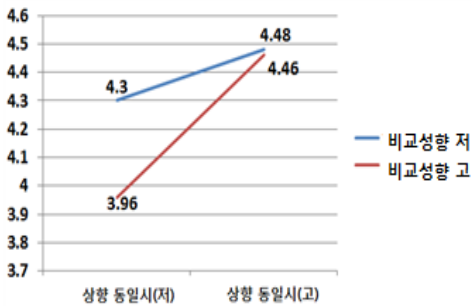


그림 2. 상향 동일시 경험과 삶의 만족도 관계에서 비교지향성의 조절 효과

## V. 결론 및 함의

본 연구는 SNS에서의 사회 비교경험 유형을 상향대조, 상향동일시, 하향대조, 하향동일시로 확장하여 이들 4가지 사회 경험 유형들이 정서적·인지적 차원에서의 SNS 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 미치는 지를 실증적으로 살펴보았다. 더불어 사회 비교 경험 이외에 인구통계학적 요인들, SNS 이용 시간, 오프라인 사회자본 및 사회비교 지향성 요인들이 SNS 이용자의 삶의 만족도에 어떤 영향을 미치는 지를 실증적으로 살펴보았다. 본 연구의 결과를 통해 나타난 결과가 지니는 의미는 다음과 같이 요약될 수 있다.

첫째, SNS 이용자의 인구통계학적 요인들 중에서 연령과 결혼 여부만이 삶의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 연령에 있어선 SNS 이용자의 연령이 상대적으로 어릴수록 삶의 만족도가 높은 것으로 나타나 많은 기존 연구들[30]과는 상충되는 결과를 보여주고 있다. 이러한 상충된 결과에 다음과 같은 설명이 가능

하다. 우선 본 연구의 경우 응답자들의 연령층이 20대와 30대에 한정되어 있으며 이에 따라 연령층의 스펙트럼이 기존 연구와 달리 넓지 않다. 연령이 증가할수록 삶의 만족도가 증가한다고 주장한 기존 연구들[30]의 경우 학생부터 노인층까지 다양한 연령층을 다 포함시키면서 연령과 삶의 만족도 간의 변인간의 관계를 설명해왔다. 이러한 표본에서의 차이점이 상반된 결과를 가져왔을 가능성이 있다.

또한, 일부 연구들[48]에 따르면 삶에 대한 만족도는 신체 영역에서의 매력도나 건강 상태와 많은 연관성을 지닌다. 이러한 맥락에서 30대의 경우 20대에 비해 신체적인 매력도가 떨어지고, 건강상의 문제가 많이 발생할 가능성이 높기에 상대적으로 성취감이 떨어져 있고 이러한 것들이 삶의 만족도를 하락시킬 가능성이 존재한다. 하지만, 보다 명확하고 자세한 설명을 위해선 추가적인 연구들이 필요하다.

더불어, 결혼 여부와 관련하여 기혼인 SNS 이용자들의 삶의 만족도가 미혼인 SNS 이용자들의 삶의 만족도에 비해 높은 것으로 나타났다. 이는 다수의 기존 연구들의 결과[36][37]를 지지하는바라 하겠다.

둘째로, SNS 이용 시간은 예상과는 달리 삶의 만족도에 긍정적으로 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 발겐버그와 그의 동료들[36]의 주장과는 상반되는 주장이다. 이러한 결과에 대해서 다음과 같은 해석이 가능하다. SNS 이용 시간이 늘어날수록 이를 통한 사회적 관계의 범위는 늘어날 수 있다. 하지만, 이러한 사회적 관계의 확대가 발겐버그와 그의 동료들[36]이 주장하듯이 반드시 긍정적인 상호 작용과 이를 통한 자신에 대한 긍정적인 피드백을 담보하지는 않을 수 있다. 즉, 관계는 확장되었지만 많은 경우 별 의미없는 상호 작용에 기반할 가능성이 크다. 오히려, 중요한 것은 이경탁과 그의 동료들[38]이 지적했듯이 단순 SNS를 통한 사회적 관계의 크기보다는 SNS를 통해 어떠한 사회적 관계를 유지하고 어떠한 형태의 상호 작용을 하고 있는 바가 더 중요할 수 있다.

셋째로, 오프라인 사회자본 중 가족과의 활동 및 자신의 취미와 일치하는 클럽 등의 활동이 많을수록 SNS 이용자의 삶의 만족도는 높아지는 것으로 나타났다. 이

러한 결과는 기존 선행 연구들[36][39][40]과 일치하는 바이며 선행 연구들이 지적했듯이 이들 공동체들은 개인에게 정보의 공유, 도구적인 지원 및 정서적지지 등을 통해 개인의 스트레스 상황 대처 능력을 높여주며 이는 결과적으로 개인의 삶의 만족도를 높여주는 데 기여하는 것으로 이해할 수 있다.

넷째로, SNS에서의 사회비교경험 유형 중 상향 동일시와 상향 대조만이 삶의 만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 가지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 다음과 같은 시사점을 지닌다. 우선, SNS에서의 사회 비교 행위 중 방향성으로만 본다면 하향 비교에 비해 상향 비교가 주로 삶의 만족도에 영향을 미치는 것으로 이해될 수 있다. 이는 인상 관리가 용이한 SNS 특성상 SNS가 정서적 혹은 인지적 차원 영향을 미침에 있어 하향 비교보다 상향 비교에 대한 고려가 더 필요함을 강조한 기존 선행 연구[2][3]와 어느 정도 맥락을 같이 하는 바라 하겠다.

그럼에도 불구하고, 본 연구의 결과에 따르면, 상향 비교가 항상 부정적인 영향을 미친다는 기존 연구들[2-4][8]과는 조금 다른 결과를 보여주고 있다. 본 연구의 결과는 SNS에서 상향 비교가 삶의 만족도에 부정적인 영향 및 긍정적인 영향 모두 미치는 것으로 나타났다. 특히, SNS 이용자들의 상향 동일시 경험이 삶의 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타난 결과는 주목할 만하다. 이러한 결과는 기존의 다수의 연구들[2-4][8]과 같이 사회비교의 정서적 혹은 인지적 차원 영향력을 고려함에 있어 단순히 방향성만을 고려해서는 안 되며, 비교 과정에서의 방향성이외에 지각된 통제력 등과 같은 추가적인 차원들이 고려되어야 함을 역설하는 바라 하겠다.

다섯째로, 사회비교 지향성은 삶의 만족도에 직접적인 영향 측면에서는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나, 상향 동일시와 삶의 만족도 관계에서는 유의미한 조절 효과를 보이는 것으로 나타나 기존 선행 연구[3]의 결과와 어느 정도 일치하는 것으로 나타났다. 전반적으로 보면, 사회비교 지향성이 높을 경우 낮을 경우에 비해 삶의 만족도는 낮게 나타났으며, 특히 사회비교 지향성이 높을 때 상향동일시

경험 여부에 따라 삶의 만족도의 변화가 크게 나타났다. 이러한 결과와 앞선 결과를 종합해 보면 일반적으로 사회비교 지향성이 높아 다른 이들에 비해 SNS에서 다른 사람들과 자신을 비교하기 좋아하는 사람들은 상향 대조를 통해 낮은 삶의 만족도를 가질 가능성이 높으나, 그들 중에서도 비록 나보다 나은 위치의 사람들과 비교하지만 오히려 자기 통제력을 가지고 나도 그들 처럼 좋아질 수 있을 것이라는 낙관적인 정서를 또한 지닐 수 있는 이들의 경우 그렇지 않은 이들에 비해 훨씬 높은 삶의 만족도를 지니는 것으로 나타났다.

SNS에서의 다양한 사회비교 경험이 삶의 만족도에 어떤 영향력을 갖는지를 살펴본 본 연구의 제한점과 향후 개선 방향에 대해서도 논의될 필요가 있다. 우선 본 연구는 표본의 대표성에 있어 한계점을 지닌다. 비록 앞서 논의된 바와 같이 다른 연령층들에 비해 SNS 이용률이 높고, 이러한 가운데 다른 연령층들에 비해 SNS 이용 중 사회 비교 경험을 겪을 가능성이 높기 때문에 본 연구에서는 조사 대상자들을 20대 및 30대로만 한정하여 조사하였다. 하지만 여전히 다른 연령층을 포함하지 못하였기 때문에 결과의 일반화에 한계점을 지닌다. 또한 다양한 종류 SNS 이용자들 중 페이스북 이용자들만을 대상으로 연구를 수행하였다. 향후 연구에서는 대표성이 개선된 샘플을 사용하는 것이 필요해 보인다.

## 참고 문헌

- [1] 이성준, "SNS 광고 태도에 영향을 주는 요인들과 관여도의 역할에 대한 고찰: 페이스북 뉴스 피드 광고를 중심으로," 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제9호, pp.188-202, 2014.
- [2] 차경진, 이은목, "사회비교이론 관점에서 살펴본 SNS 이용중단 의도," 한국전자거래학회지, 제30권, 제3호, pp.59-77, 2015.
- [3] 양혜승, 김진희, 서미혜, "페이스북은 우리의 삶을 행복하게 하는가?: 대학생 집단에서의 페이스북 읽기, 타인과의 비교성향, 삶에 대한 만족도의 관

- 계,” 한국언론학보, 제58권, 제6호, pp.216-244, 2014.
- [4] 김선정, 김태용, “SNS 콘텐츠의 감성이 사용자의 감정상태에 미치는 영향: 페이스북 뉴스 피드를 중심으로,” 제29권, 제1호, pp.5-47, 2012.
- [5] 오성탁, 박상철, “SNS 업무활용 문화의 순기능과 역기능에 관한 연구,” 문화산업연구, 제14권, 제3호, pp.37-48, 2014.
- [6] 이성준, “개인 심리적 특성, 이용 충족과 소셜 네트워크 사이트 중독과의 관계에 관한 실증적 연구: 페이스북 사용자를 중심으로,” 커뮤니케이션학연구, 제21권, 제4호, pp.17-39, 2013.
- [7] 권혜선, 김성철, “사생활 침해에 대한 불안감이 폐쇄형 SNS 이용에 미치는 영향: 밴드, 카카오톡 등 사례를 중심으로,” 사이버커뮤니케이션학보, 제32권, 제1호, pp.5-49, 2015.
- [8] 황성욱, 박재진, “페이스북, 무엇이 문제인가? 심리적 문제점 요인 분석,” 광고 연구, 제91권, pp.68-95, 2011.
- [9] L. Festinger, “A theory of social comparison processes,” *Human Relations*, Vol.50, No.2, pp.197-209, 1954.
- [10] 장은영, “사회비교와 주관안녕: 문화 비교 연구,” 한국심리학회지: 사회 및 성격, 제23권, 제2호, pp.157-169, 2009.
- [11] T. A. Wills, “Downward comparison principles in social psychology,” *Psychology Bulletin*, Vol.90, pp.245-271, 1981.
- [12] A. Batenburg and E. Das, “Virtual support communities and psychological well-being: The role of optimistic and pessimistic social comparison strategies,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.20, No.6, pp.585-600, 2015.
- [13] 양혜승, 송인덕, “타인의 생활수준과의 상향-하향비교가 삶에 대한 만족도에 미치는 영향: 텔레비전 등장인물과 주변인의 영향력 비교,” 한국언론학보, 제54권, 제1호, pp.252-274, 2010.
- [14] 서경현, 이상숙, 정구철, 김신섭, “노년기 스트레스와 웰빙에 대한 사회비교 및 사회비교 대처의 매개효과 탐색,” 한국심리학회지:건강, 제16권, 제1호, pp.117-134, 2011.
- [15] 한덕용, 장은영, “사회비교 동기와 강요된 사회비교가 주관안녕과 건강지각에 미치는 영향,” 한국심리학회지: 건강, 제8권, 제3호, pp.619-644, 2003.
- [16] L. G. Aspinwall and S. E. Taylor, “Effects of social comparison direction, threat, and self-esteem on affects, self-evaluation, and expected success,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.64, pp.708-722, 1993.
- [17] M. Testa, “The impacts of social comparison after failure: The moderating effects of perceived control,” *Basic and Applied Social Psychology*, Vol.11, pp.205-218, 1990.
- [18] T. J. Reis and F. X. Gibbons, “Social comparison and the pills: Reactions to upward and downward comparison of contraceptive behavior,” *Personality and Social Psychology*, Vol.47, pp.780-792, 1984.
- [19] 양혜승, “상대적 박탈감은 언제 발생하는가? 등장인물의 특성 및 수용자 개인의 속성이 상향비교 감정에 미치는 영향,” 한국방송학보, 제29권, 제6호, pp.137-171, 2015.
- [20] D. C. Jones, “Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys,” *Sex Roles*, Vol.45, No.9-10, pp.645-664, 2001.
- [21] E. Goffman, *The presentation of self in everyday life*, Garden City, NY:Doubleday, 1959.
- [22] 정소라, 현명호, “SNS 이용자의 상향비교 경험과 우울의 관계에서 열등감의 매개효과 및 자기개념 명확성의 중재효과: 페이스북을 중심으로,” 한국심리학회지:건강, 제20권, 제4호, pp.703-717, 2015.
- [23] R. H. Smith, “Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons,” In J. Suls & L. Wheelers(Eds.), *Handbook of Social Comparison*, New York, NY:Plenum, pp.173-200, 2000.

- [24] 이운성, “광고모델과의 사회적 비교과정에서 외모통제력 지각이 갖는 조정효과,” 한국의류학회지, 제30권, 제4호, pp.633-643, 2006.
- [25] 박은아, 성영신, “광고모델에 대한 소비자 지각이 구매의도에 미치는 영향: 신체이미지 비교를 중심으로,” 한국심리학회지: 소비자·광고, 제6권, pp.87-116, 2001.
- [26] 정순돌, 성민현, “연령집단별 사회적 자본과 삶의 만족도 관계비교,” 보건사회연구, 제32권, 제4호, pp.249-272, 2012.
- [27] B. L. Neugaten, R. J. Harvinghurt, and S. S. Tobin, “The measurement of life satisfaction,” *Journal of Gerontology*, Vol.16, No.2, pp.134-143, 1961.
- [28] 하경분, 주민경, 송선희, “노인 일자리사업 참여 노인의 참여 만족도와 생활만족도 및 삶의 만족도와의 관계,” 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제10호, pp.160-170, 2014.
- [29] R. J. Harvinghurt, “A social psychology perspective on aging,” *The Gerontologist*, Vol.8, No.1, pp.65-70, 1968.
- [30] 정명숙, “연령과 삶에 대한 만족도,” 한국심리학회지: 발달, 제18권, 제4호, pp.87-108, 2005.
- [31] 김의철, 박영신, 김명언, 이진우, 유호식, “청소년, 성인, 노인 세대의 차이와 생활만족도,” 한국심리학회지: 건강, 제5권, pp.119-145, 2000.
- [32] 이경준, 송희경, “중고령자의 노후준비가 삶의 만족도에 미치는 영향에 대한 연구: 성별 비교를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제4호, pp.757-769, 2016.
- [33] 박기남, “노년기 삶의 만족도의 성별 차이,” 한국노년학, 제24권, 제3호, pp.13-29, 2004.
- [34] N. M. Bradburn, *The structure of psychological well-being*, Chicago, Aldine, 1969.
- [35] 김명소, 김혜원, 한영석, 임지영, “한국인의 행복 한삶에 대한 인구통계학적 특성별 분석,” 한국심리학회: 일반, 제22권, 제2호, pp.1-33, 2003.
- [36] P. M. Valkenburf, J. Peter, and A. P. Schouten, “Friend networking sites and their relationships to adolescents’ well-being and social self-esteem,” *Cyberpsychology & Behavior*, Vol.9, No.5, pp.584-590, 2006.
- [37] 금희조, “소셜 미디어 시대, 우리는 행복한가? 소셜 미디어 이용이 사회 자본과 정서적 웰빙에 미치는 영향,” 한국방송학보, 제25권, 제5호, pp.7-48, 2011.
- [38] R. Kraut, M. Patterson, V. Lundmark, S. Kiesler, T. Mukopadhyay, and W. Scherlis, “Internet paradox: A social technology that reduce social involvement and psychological well being?,” *American Psychology*, Vol.53, No.9, pp.1071-1031, 1998.
- [39] 이경탁, 노미진, 권미옥, 이희옥, “SNS사용자의 외로움, 자기노출, 사회적지지 그리고 삶의 만족에 관한 실증연구,” 인터넷전자상거래연구, 제13권, 제2호, pp.19-39, 2013.
- [40] 강소량, 문상호, “가족관계 사회자본이 중·고령자 삶의 질에 미치는 영향,” 한국행정학보, 제46권, 제3호, pp.271-298, 2012.
- [41] S. Cohen and T. A. Wills, “Stress, social support, and the buffering hypothesis,” *Psychological Bulletin*, Vol.98, pp.310-357, 1985.
- [42] F. X. Gibbons and B. P. Bunnk, “Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.76, pp.129-142, 1999.
- [43] S. Y. Lee, “How do people compare themselves with others on social networking site?: The case of Facebook,” *Computers in Human Behavior*, Vol.32, No.3, pp.253-260, 2014.
- [44] J. F. Hair, W. C. Black, B. G. Babin, R. E. Anderso, and R. L. Tatham, *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, 2006.
- [45] E. Diener, R. A. Emmons, R. J. Larsen, and S. Griffin, “The satisfaction with life scale,”



Journal of Personality Assessment, Vol.49, No.1, pp.71-75, 1985.

- [45] 이성준, “모바일 음악 서비스 전환 의도에 영향을 미치는 요인에 대한 고찰: 대안의 매력도와 전환비용의 조절 효과를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제10호, pp.453-465, 2012.
- [46] 권철, 남철현, 황해석, 정한태, 하순희, 민경진, 김석순, “노인의 삶의 만족도에 영향을 미치는 요인,” 대한보건연구, 제32권, 제1호, pp.64-74, 2006.
- [47] 김윤화, “SNS 이용추이 및 이용행태 분석,” KISDISTAT REPORT, 제16권, 제7호, pp.1-9, 2016.
- [48] 리혜근, 하규수, “일상생활요인이 노인의 삶의 만족도에 미치는 영향,” 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제6호, pp.280-292, 2012.

### 저자 소개

이성준(Sungjoon Lee)

정회원



- 2008년 6월 : 뉴욕주립대 커뮤니케이션학과(박사)
- 2011년 9월 ~ 현재 : 청주대학교 신문방송학과 조교수

<관심분야> : 소셜 미디어, 빅데이터, 디지털 콘텐츠 산업, 뉴미디어 수용

이효성(Hyoseong Lee)

정회원



- 2002년 5월 : 남일리노이대학 저널리즘스쿨(박사)
- 2007년 9월 ~ 현재 : 청주대학교 신문방송학과 부교수

<관심분야> : 저널리즘, 정치커뮤니케이션, 여론조사