

초기 성인의 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향: SNS 이용동기로 조절된 SNS 상향비교의 매개효과

Effect of Contingent Self-Esteem on Inferiority Feelings Among Young Adults:
The Mediation Effects of SNS Upward Comparison Moderated by SNS Usage Motivation

최기현^{1†} · 전은지² · 하정희³

Ki-Hyun Choi^{1†} · Eun-Ji Jeon² · Jung-Hee Ha³

Abstract

This study aimed to check the role of SNS upward comparison and SNS usage motivation in the effect of contingent self-esteem on inferiority feelings by verifying the link between each variable in young adults. Depending on passed studies, a study model for the relationship of each variable was founded and the moderated mediation effect was checked. We performed a survey on 400 young adults using SNS through an online survey, and finally, a total of 351 data were employed for analysis. The outcome of the analysis was as follows. First, contingent self-esteem, SNS upward comparison, SNS usage motivation, and inferiority feelings were all affirmed to reveal a positive correlation. Second, contingent self-esteem had an important impact on inferiority feelings, which was mediated by SNS upward comparison. Third, the relationship between SNS upward comparison and inferiority feelings was moderated by SNS usage motivation. Finally, SNS usage motivation moderated the indirect effect of contingent self-esteem on inferiority feelings via SNS upward comparison. Based on the results of this study, we presented the psychological and emotional implications that can experience the inferiority feelings in young adults.

Key words: SNS Usage Motivation, SNS Upward Comparison, Contingent Self-Esteem, Inferiority Feelings, Moderated Mediation

요약

본 연구는 초기 성인의 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS 상향비교와 SNS 이용동기가 어떠한 역할을 하는지 탐색하고자 하였다. 선행연구를 토대로 각 변인들의 관계에 대한 연구모형을 설정하여, 조절된 매개효과를 검증하고자 하였다. 이를 위하여 온라인 설문지를 구성한 후, SNS를 이용하는 초기 성인 400명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 최종적으로 총 351부를 분석에 활용하였다. 본 연구의 주요 결과는 다음과 같다. 첫째, 조건부 자아존중감, SNS 상향비교, SNS 이용동기, 그리고 열등감은 모두 정적 상관을 나타내었다. 둘째, 조건부 자아존중감이 열등감에 영향을 미쳤으며 SNS 상향비교는 완전 매개하였다. 셋째, SNS 상향비교와 열등감의 관계에서 SNS 이용동기의 조절을 확인하였다. 마지막으로, 조건부자아존중감이 SNS 상향비교를 매개로 열등감에 미치는 간접효과를 SNS 이용동기의 영향으로 조절하는 것을 확인하였다. 본 연구 결과를 바탕으로 초기 성인이 열등감을 경험하는 것과 관련하여 심리적이고 정서적인 함의를 제시하였다.

주제어: SNS 이용동기, SNS 상향비교, 조건부 자아존중감, 열등감, 조절된 매개

^{1†} (교신저자) 최기현: 한양대학교 다문화교육학과 박사수료 / E-mail: saech0214@hanyang.ac.kr / TEL: 02-2220-2613

² 전은지: 한양대학교 다문화교육학과 박사수료

³ 하정희: 한양대학교 상담심리대학원 교수

1. 서론

Social Networking Service (이하 SNS)는 온라인 상에서 사회적인 관계망을 형성하여 타인과 소통함으로써 이용자 개인이 가지는 관심이나 경험한 것들을 공유하는 공간이다(Kelsey, 2010). SNS는 스마트폰, 태블릿 PC 등 스마트 기기 산업의 성장과 함께 지속적으로 발전하고 있으며, 다양한 콘텐츠가 제작되고 있다(Han et al., 2013). 개인의 생각이나 느낌, 일상생활 등을 콘텐츠로 만들어서 SNS에 공유함으로써 소통한다는 것은 누구나 시간, 돈, 공간 등에 구애받지 않으면서 인맥을 만들 수 있다는 점에서 많은 인기를 얻고 있다. 특히, COVID-19의 확산 이후에 온라인으로 소통의 장이 옮겨지면서 SNS 사용자의 수와 이용시간 등이 눈에 띄게 증가하였다(Korean Addiction Forum, 2020). 우리나라에서도 SNS 이용률은 2019년까지만 해도 조금씩 감소하는 추세였으나, COVID-19 확산 이후인 2020년부터 증가하는 추세로 바뀌었다(Chung et al., 2020). 우리나라에서 인터넷을 이용하는 사람들 가운데 20대의 93.2%, 30대의 88.9%가 SNS를 사용한다고 보고하여 전 연령대에서 SNS 이용률이 가장 높은 것으로 나타났다(Ministry of Science and ICT, 2022). 이처럼 SNS의 사용이 늘어나는 상황에서, 심리영역에 대한 연구의 중요성이 강조되고 있다(Jeon et al., 2022).

SNS는 오프라인에서 이루어지는 만남의 한계를 벗어나서 언제 어디서든 다른 사람들과 소통할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 또한 일상생활에 도움이 되는 많은 정보들을 제공하거나 받을 수 있다는 점도 SNS의 장점이라고 볼 수 있다. 그러나 사람들이 원하지 않는 무분별한 정보가 퍼진다거나 개인의 사생활이 노출될 우려가 있다는 점과 과도하게 SNS에 몰입하게 될 수도 있다는 점은 SNS가 잠재적으로 가지고 있는 부정적인 면이라고 볼 수 있을 것이다. 최근 SNS 사용과 관련한 연구들은 정신건강과 관련된 분야에서 이루어지고 있다(Cho et al., 2019; Jeong & Hyun, 2017).

SNS를 이용하는 수준이 높은 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비하여 상대적으로 높은 우울을 경험하는 것으로 알려져있다(Lim, 2020; Park, 2020). 또한, SNS 이용은 자연스럽게 타인과 자신을 비교하게 만들고, 이는 타인에 비해 자신의 상황을 열등하다고 인식하게 한다

(Cho et al., 2020). 이처럼 SNS 이용은 심리적 부적응에 영향을 주는 동시에, SNS 이용자의 개인적, 성격적 특성에 영향을 받기도 한다. 대표적으로 자기에 성향, 자아존중감, 완벽주의 성향 등이 과도한 SNS 이용과 관련하여 많이 연구되고 있다(Lee & Jin, 2022; Park et al., 2014; Park & Kim, 2021).

특히, 자아존중감의 경우에는 최근의 연구들에서 조건에 상관없는 일반적인 자아존중감과 어떤 조건이 충족되었을 때 활성화되는 조건부 자아존중감을 구분하여 이루어지고 있다(Lakey et al., 2014; Roberts et al., 2014). 조건부 자아존중감은 내적으로든 외적으로든 어떤 조건에 영향을 받아 형성된 안정적이지 못한 자아존중감을 말한다(Deci & Ryan, 1995). 상황에 따라 조건적으로 자아존중감이 달라지는 성격적 특성을 가지고 있는 사람들의 경우에는 SNS 사용에도 영향을 줄 수 있으며, 실제로 SNS 상향비교에 영향을 주는 것으로 보고되고 있다(Cho et al., 2020).

SNS는 게시물을 업로드 하면 다른 사람들이 그 게시물을 어디서든 확인할 수 있으며 ‘좋아요’, ‘하트’ 등을 누르거나, 댓글을 작성함으로써 즉각적으로 상호작용이 이루어진다. 이는 SNS를 이용하는 사람들이 자각하지 못하는 사이에 타인과 자신을 비교하게 만들 수 있다. 특히, 행복하고 좋아보이는 글이나 이미지 같은 게시물에 대하여 자신의 상황을 비교하는 상향비교가 빈번하게 이루어질 수 있는 것이다(Jeong & Hyun, 2017). Reich et al.(2018)은 외부 환경에 의해 과도하게 영향을 받는 성격적 특성을 가진 사람들일수록 상향비교가 쉽게 일어날 수 있으며, 이는 열등감과 같은 부정적인 정서를 유발하게 된다고 하였다.

하지만, SNS를 이용하고자 하는 동기 자체가 크지 않다면 SNS에서 상향비교 경험을 하더라도 열등감을 덜 유발할 수 있을 것이다. SNS에서 상향비교를 하는 모든 사람들이 열등감과 같은 부정적인 정서를 경험하는 것은 아닐 것이기 때문에 이는 주의 깊게 생각할 필요가 있다. 실제로 Meier & Schäfer(2018)는 SNS 상향비교의 긍정적인 측면에 대한 연구를 수행한 바 있다. 이는 SNS 상향비교와 열등감 간의 관계를 조절하는 또 다른 변인의 존재 가능성을 시사한다.

이에 본 연구에서는 초기 성인들의 조건부 자아존중감이 열등감에 영향을 주고, 여기에서 SNS에서 경험하는

상향비교가 매개할 것이라고 가정하였다. 또한, 조건부 자아존중감과 열등감 간의 관계에서 SNS 상향비교를 통한 간접효과가 SNS를 이용하는 동기에 의해 조절될 것이라고 가정하였다. 두 개의 가정을 검증함으로써, 초기 성인들의 심리영역 중 열등감과 관련하여 조건부 자아존중감이라는 개인의 성격적 특성과 SNS 사용과 관련한 변인들인 상향비교, 이용동기 등이 어떠한 역할을 하는지 구체적으로 밝힐 수 있을 것이다. 이를 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하고 연구를 진행하였다.

연구문제1. 초기 성인의 조건부 자아존중감, SNS 상향비교, SNS 이용동기, 그리고 열등감 간의 관련성은 어떠한가?

연구문제2. 초기 성인의 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS 상향비교가 매개하는가?

연구문제3. 초기 성인의 SNS 상향비교가 열등감에 미치는 영향력을 SNS 이용동기가 조절하는가?

연구문제4. 초기 성인의 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS 상향비교를 통한 간접효과가 SNS 이용동기에 의해 조절되는가?

2. 이론적 배경

2.1. 초기 성인의 SNS 사용

국내 인터넷 이용자의 전 연령대 중에서 20대의 93.2%, 30대의 88.9%가 SNS를 이용한다고 응답하여 20~30대의 성인들이 가장 높은 이용률을 보였다 (Ministry of Science and ICT, 2022). 또한, 2019년까지는 SNS의 이용률이 감소하였으나, 2020년에 다시 상승하기 시작하여 2021년에도 상승세가 이어지고 있다. 이는 타인과 상호작용하는 공간이 COVID-19로 인한 사회적 거리두기의 영향으로 오프라인에서 온라인으로 바뀐 것으로 해석할 수 있다(Jeon et al., 2022). 실제로, SNS 이용자의 대부분이라고 할 수 있는 75.9%가 친교 또는 교제를 목적으로 사용한다고 응답하였다 (Ministry of Science and ICT, 2022). 20대와 30대는

SNS 가운데 Facebook과 Instagram을 가장 많이 사용하고 있으며, 40대 이상의 연령대에서는 카카오톡 스토리의 이용률이 많아져서 연령대 별 SNS를 이용하는 양상이 다른 것으로 나타났다. 이는 연구를 진행함에 있어서 대상을 구분할 필요성을 시사하는 것이다. SNS의 이용률이 많은 20대와 30대는 Levinson(1986)에 의하면 발달단계상 성인 초기로 분류되고 있으며, 이는 우리나라에서도 비슷하게 적용되고 있다(Jang, 2008).

이들은 SNS를 통하여 온라인 공간에서 다양한 사람들과 사회적인 관계를 맺으면서 자신의 취미, 흥미, 여가활동 등을 실시간으로 교류한다. 또한, SNS는 이와 같은 교류를 통하여 여러 가지 정보를 얻을 수 있도록 하는 데 기여하고 있다(Hong, 2015; Kelsey, 2010). 특히, 스마트폰이나 태블릿 PC 등 모바일 기기를 통하여 SNS는 매우 빠르고 넓게 확산되어 친밀한 관계를 형성하고 유지하는데 크게 기여하고 있다(Goo et al., 2012; Ko, 2017).

하지만, SNS 이용이 항상 긍정적인 부분만 있는 것은 아니다. 무분별한 정보의 노출, 사이버 불링 등 SNS의 부정적 측면도 존재한다(Oh, 2012). Hong & Jeon(2017)에 의하면, 성인 초기에 SNS에 과의존하는 사람들은 대인관계문제를 경험하기 쉽고, 이들은 온라인 공간과는 다르게 현실에서는 더 많은 외로움을 느끼게 된다(Kim et al., 2019). 또한, Choi & Suh(2017)은 SNS를 이용하는 강도가 강한 사람들은 심리적으로 다양한 어려움을 겪는다고 보고하고 있다. DMC Media(2021)에 의하면 우리나라는 아랍에미리트에 이어 전 세계에서 SNS 이용률 2위를 기록하고 있는데, 이와 같은 상황에서 성인 초기에 해당하는 20대와 30대를 대상으로 하여 이들의 심리적 부적응을 예방하고 건강한 SNS 이용을 독려할 수 있는 기초연구가 필요할 것이다. 이에 본 연구에서는 20대와 30대를 대상으로 하여 SNS 이용과 관련된 변인들이 심리적인 변인들과 어떠한 관련이 있는지를 확인하고자 하였다. 특히, SNS를 이용하면서 경험할 수 있는 비교경험과 SNS를 이용하고자 하는 동기에 초점을 두고 연구를 진행하였다.

2.2. 조건부 자아존중감, SNS 상향비교, 열등감 간의 관계

조건부 자아존중감은 내적으로든 외적으로든 어떤

조건에 영향을 받아 형성된 안정적이지 못한 자아존중감을 말한다(Deci & Ryan, 1995). 조건부 자아존중감이 높다는 것은 일상생활에서 자아존중감을 유지할 수 있는 조건을 충족하기 위해 끊임없이 애쓴다는 것이다. 만약 조건을 충족하지 못한다면 자아존중감이 낮아지게 되는 등 불안정한 모습을 보인다(Do, 2006). 조건부 자아존중감이 높은 사람들은 외부 환경의 부정적인 측면에 민감하게 반응하는 특성이 있다(Lakey et al., 2013). 따라서 조건부 자아존중감은 사회적인 상황에서 끊임없이 타인과 자신의, 또는 자신이 세운 기준과의 비교를 유발한다(Deci & Ryan, 1995). 또한, 조건부 자아존중감이 높은 유형의 사람들은 낮은 유형에 비하여 SNS에 과잉 몰입하는 경향이 있다(Jung & Song, 2020). 이와 같이 조건부 자아존중감이 높은 사람들이 SNS를 이용할 때, 그 특성도 타인과 자신의 상황을 비교하는 것으로 나타나게 될 수 있다(Cho et al., 2020). 즉, 개인의 높은 조건부 자아존중감이 SNS 상의 게시물에 대한 상향비교를 일으키고, 이로 인해 자신의 특정한 기준을 충족하지 못하는 것으로 받아들여 스스로에 대해 부정적으로 인식하게 된다는 것이다.

Jeong & Hyun(2015)에 의하면, SNS를 이용하면서 겪는 상향비교의 경험은 자신을 타인에 비하여 보잘 것 없게 느끼면서 열등감을 유발할 수 있다. 우리나라는 이미 문화적으로도 타인과 자신을 비교하는 경향이 강하기 때문에(Kim, 1995), SNS를 통한 상향비교가 열등감으로 이어질 수도 있다. 실제로, 상향비교를 빈번하게 하는 사람들은 스스로에 대해 낮게 평가하면서 열등감을 경험한다는 연구들이 있다(Jeong & Hyun, 2015; Wheeler et al., 1997). 즉, SNS에서 관계를 맺고 있는 타인의 게시물을 보면서 자신의 모습과 비교를 하게 되고, 결국 열등감을 경험한다는 의미이다. 종합하면, SNS 상향비교는 조건부 자아존중감의 영향을 받고 열등감을 예측하게 해주는 변인으로 작용할 수 있다. 이에 본 연구에서는 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향을 SNS 상향비교가 매개할 것이라고 가정하였다.

2.3. SNS 상향비교, SNS 이용동기, 열등감 간의 관계

SNS 이용자들은 편집된 글, 이미지, 동영상 등을 접

하게 된다. 이는 SNS를 소비하는 사람들에게 강제적으로 비교를 하게 만들기도 한다. 즉, 긍정적인 장면들 위주로 편집된 게시물을 접하는 사람들은 스스로도 자각하지 못하는 사이에 게시물을 업로드한 지인의 삶을 자신보다 좋은 것으로 인식하곤 한다(Chou & Edge, 2012). 이때, 사회적인 상향비교는 부정적인 정서를 유발할 수 있다(Aspinwall & Taylor, 1993). 여기에서 유발될 수 있는 부정적인 정서에는 무능감, 적대감, 질투심, 열등감 등이 있다(Cha & Lee, 2015; Fiske, 2010; Seo & Kim, 2018; Tong et al., 2017). 특히, 열등감의 경우 상향비교를 빈번하게 하는 사람들이 경험할 수 있는 대표적인 부정적 정서로 알려져 있다(Marsh & Parker, 1984; Verduyn et al., 2017).

한편, SNS를 이용하는 사람들이 많은 정보를 접한다고 해서 항상 부정적인 정서가 유발되는 것은 아니다(Buunk et al., 2005; Kim, 2015). SNS의 긍정적인 게시물을 접했을 때 누군가는 긍정적인 감정을 느끼고, 누군가는 부정적인 감정을 느끼기도 한다(Kim & Kim, 2012). 또한, SNS를 오래 이용할수록 스스로를 더 행복하다고 인식한다는 연구도 있다(Keum, 2011; Meier & Schäfer, 2018). 즉, SNS를 이용하면서 겪는 상향비교가 항상 부정적 감정을 유발하기 보다는 또 다른 변인에 의해 조절될 수 있다는 의미이다. SNS를 이용하고자 하는 동기의 수준은 여기에 좋은 해답이 될 수 있다. SNS를 이용하면서 상향비교를 많이 하는 사람들은 부정적인 의미의 열등감을 경험하기 쉽지만, SNS를 이용하고자 하는 동기가 낮으면 열등감을 덜 경험할 수 있을 것이다. 실제로, SNS 이용에 대한 동기가 높을수록 SNS에 의존하는 정도가 높아지면서 심리적으로 만족감을 적게 경험한다는 연구가 있다(Noh & Jang, 2016). 또한, Ryu et al.(2014)은 SNS 이용동기가 SNS를 이용하는 것과 관련하여 스트레스를 경험하는데 영향을 주기도 한다고 하였다. 이는 사람들이 SNS를 이용하면서 상향비교를 경험한다고 하여도 반드시 열등감을 느끼지는 않을 수 있다는 것에 대한 가능성을 말해주는 것이라고 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 SNS 상향비교와 열등감 간의 관계를 SNS 이용동기가 조절할 것이라고 가정하였다. 더 나아가, 앞서 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향을 SNS 상향비교가 매개한다고 가정한 것에 대해, SNS 이용동기는 SNS 상향비교를 통한 간접

효과를 조절할 것으로 가정하고 연구를 진행하였다.

3. 연구방법 및 절차

3.1. 연구대상

본 연구는 SNS를 사용하는 초기 성인을 대상으로 2021년 9월부터 11월까지 온라인 설문지로 조사를 실시하였다. 총 400부의 자료를 회수하였으며, 불성실한

Table 1. Demographic characteristics of study subjects (N=351)

Item	Classification	Frequency	Percentage (%)
Gender	Male	172	49.0
	Female	179	51.0
	Total	351	100.0
Age	20 ~ 29	137	39.0
	30 ~ 39	214	61.0
	Total	351	100.0
Marriage	Single	232	66.1
	Married	117	33.3
	Etc	2	.6
	Total	351	100.0
Type of Occupation	University student	37	10.5
	Graduate student	31	8.8
	Office worker (Included freelancer)	231	65.8
	Sole proprietorship	16	4.6
	Jobless	36	10.3
	Total	351	100.0
Final Academic Background	Less than high school	24	6.8
	Undergraduate	45	12.8
	Bachelor degree	207	59.0
	Graduate	22	6.3
	Master's degree	33	9.4
	During the Phd	17	4.8
	More than Doctor degree	3	.9
Total	351	100.0	
Type of Usual SNS (Duplicated check)	Instagram	292	54.1
	Facebook	117	21.7
	Clubhouse	17	3.1
	Twitter	27	5.0
	Blog	70	13.0
	Etc	17	3.1
	Total	540	100.0

설문 49개를 제외하고 총 351명의 설문 자료를 분석에 사용하였다. 온라인 설문조사 진행 시 본 연구의 목적과 취지에 대해 안내하고 자발적으로 동의한 참여자에 준하여 응답을 실시하였다. 온라인 설문지는 본 연구에 적합한 측정도구로 조건부 자아존중감, SNS 상향비교, SNS 이용동기, 타인비교 열등감 반응인 4개의 척도이며 총 57문항으로 구성되어 있다. 응답에 소요 예상 시간은 평균적으로 약 20분 내외였다.

연구대상의 인구학적 정보를 Table 1에 제시하였다. 성별 비율은 남(49.0%), 여(51.0%)로 이루어졌으며, 연령은 20세 이상부터 29세 미만(39.0%), 30세 이상부터 39세 미만(61.0%)의 비율로 분포되었다. 결혼 여부는 미혼(66.1%), 기혼(33.3%), 기타(0.6%)로 나타났다. 응답자들의 현재 직업은 대학생으로 휴학생 포함(10.5%), 대학원생(8.8%), 직장인은 프리랜서 포함(65.5%), 자영업(4.6%), 무직은 취업준비생과 주부 포함(10.3%)이며, 최종학력은 고등학교 졸업 이하(6.8%), 대학교 재학(12.8%), 대학교 졸업(59.0%), 석사 재학(6.3%), 석사 졸업(9.4%), 박사 재학(0.9%), 박사 졸업 이상(0.9%)으로 나타났다. 응답자들이 자주 이용하고 있는 SNS의 높은 이용률 순위는 Instagram(54.1%), Facebook(21.7%), Blog(13.0%), Twitter(5.0%), Clubhouse(3.1%), Etc(3.1%)의 순으로 나타났다.

3.2. 측정도구

3.2.1. 조건부 자아존중감

조건부 자아존중감 척도(Paradise & Kernis, 1999)는 주변의 기대와 인정, 성공적 수행 능력에 따른 상황에 의존적인 자아존중감을 측정하고 있다. Likert식 5점 척도로 17문항으로 구성되어있으며, 본 연구의 문항 내적 합치도(Cronbach's α)는 .72로 확인되었다.

3.2.2. SNS 상향비교

SNS 상향비교 척도는 해외에서 개발된 상향비교 척도(Steers et al., 2014)를 한국의 실정과 SNS 특성을 반영하여 빈안한 것을 사용하였다(Jeong & Hyun, 2017). 본 연구는 SNS 상에서 관계 내 상향비교 경험에 대해 살펴보았다. Likert식 5점 척도로 총 6문항으로 구성되어 있으며, 본 연구의 문항 내적 합치도(Cronbach's α)는 .90로 확인되었다.

3.2.3. SNS 이용동기

SNS 이용동기의 수준을 측정하기 위해 국내에서 개발된 SNS 이용동기 척도를 사용하였다(Choi, 2012; Jeong, 2012). 본 척도의 하위척도는 대인관계형성, 현실회피, 정보획득, 오락성, 자기지위추구로 구성되어 있으며 Likert 식 5점 척도로 총 24문항으로 구성되어 있다. 본 연구의 문항 내적 합치도(Cronbach's α)는 .91로 확인되었다.

3.2.4. 타인비교 열등감 반응

타인비교 열등감 반응 척도는 열등감에 대한 반응 척도(Jeong & No, 2010)의 하위척도로 타인비교-긍정적·부정적 반응 척도 중 타인비교-부정적 반응을 본 연구에서 사용하였다. Likert 식 5점 척도로 총 10문항으로 구성되어 있으며, 문항 내적 합치도(Cronbach's α)는 .82로 확인되었다.

3.3. 분석 방법

본 연구는 초기성인의 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS 상향비교와 SNS 이용동기에 따른 변인들의 역할을 확인하고자 한다. 최종 선정된 자료는 SPSS 24.0 과 Process Macro를 통해 분석을 실시하며, 다음과 같은 분석과정에 따른다. 먼저 인구통계학적 특성을 확인하기 위해 기술 통계 실시 및 주요 변인 간의 상관분석을 살펴보고자 한다. 조건부자아존중감이 SNS 상향비교를 매개로 열등감에 미치는 영향을 검증하기 위해 3단계 회귀분석을 실시하여 매개효과를 검증하고자 한다(Baron & Kenny, 1986). 다음으로 SNS 상향비교가 열등감에 미치는 영향을 SNS 이용동기의 조절 효과를 확인을 위해 평균중심화 한 후, 위계적 회귀분석을 실시하여 확인하고자 한다(Aiken et al., 1991). 최종적으로 Process Macro 모형 14로 조절된 매개효과의 영향력을 검증하고자 한다(Hayes, 2017).

4. 연구결과

4.1. 기술통계 및 상관

본 연구는 조건부 자아존중감, SNS 상향비교, SNS

Table 2. Descriptive statistics and correlation analysis (N=351)

	1.	2.	3.	4.
1.	1			
2.	.18**	1		
3.	.31**	.52**	1	
4.	.15**	.43**	.46**	1
M	3.41	2.73	2.48	2.00
SD	.42	1.02	.66	.82
Skewness	.58	.05	.45	.84
Kurtosis	1.86	-.73	.36	.14

1. Contingent Self-esteem,
2. SNS Upward Comparison,
3. SNS Usage Motivation,
4. Inferiority Feelings

** $p < .01$

이용동기, 열등감 간의 관계를 Pearson의 적률상관계수를 구하고, 그 결과를 Table 2에 나타내었다. 조건부자아존중감은 SNS 상향비교($r=.18, p<.01$), SNS 이용동기($r=.31, p<.01$), 열등감($r=.15, p<.01$)과 보통 수준의 정적 상관의 관련성이 있으며 SNS 상향비교는 SNS 이용동기($r=.52, p<.01$), 열등감($r=.43, p<.01$)의 높은 수준의 유의한 정적 상관으로 관련성이 있음을 알 수 있었다. SNS 이용동기는 열등감($r=.46, p<.01$)로 유의한 수준의 정적 상관을 확인하였다.

또한 정규성 검증을 위한 각 변인들의 왜도 .05~.84, 첨도 .14~1.86의 값은 정규성 기준에 충족되며(Curran et al., 1996), 각 변인들의 평균, 표준편차, 왜도, 첨도가 분석에 적합한 정규분포로 만족하고 있음을 Table 2에서 확인하였다.

4.2. 매개효과 검증

조건부 자아존중감과 열등감 반응의 관계에서 SNS 상향비교의 매개효과 검증을 위해 3단계 다중회귀분석을 실시하여 그 결과를 Table 3에 제시하였다(Baron & Kenny, 1986). 3단계의 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향력이 없어지는 것을 확인하였다($\beta=.07, t=1.49, p>.05$). 이와 같은 결과는 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS 상향비교가 완전매개하는 것으로 설명할 수 있다.

SNS 상향비교가 매개효과로서 통계적으로 유의성을 가지는지 검증하기 위하여 부트스트래핑(Bootstrapping)을

Table 3. The mediation effects of SNS upward comparison in the relations between contingent self-esteem and inferiority feelings

	Predictor Variable	Criterion Variable	Unstandardized Coefficients		β	<i>t</i>	R^2	<i>F</i>
			<i>b</i>	<i>SE</i>				
Stage 1	Contingent Self-esteem	SNS Upward Comparison	.44	.13	.18	3.45***	.03	11.87***
Stage 2	Contingent Self-esteem	Inferiority Feelings	.29	.11	.15	3.56***	.02	7.91**
Stage 3	Contingent Self-esteem	Inferiority Feelings	.14	.10	.07	1.49	.19	41.34***
	SNS Upward Comparison	Inferiority Feelings	.34	.04	.42	8.55***		

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

실행하였고(Shrout & Bolger, 2002), 분석 결과를 Table 4에 나타내었다. 본 연구에서는 재 표본 추출을 5,000번으로 설정하여 실시한 결과, 간접효과 계수가 .15이며 95% 신뢰구간에서 나타난 하한 값은 .06 상한 값은 .25로 신뢰구간 안에 0을 포함하지 않아 SNS 상향비교의 매개효과가 통계적으로 유의미함을 검증하였다.

4.3. 조절효과 검증

SNS 상향비교와 열등감의 관계에서 SNS 이용동기

의 조절효과를 살펴보기 위해 위계적 회귀분석을 실시하였으며(Aiken et al., 1991), 이에 따른 분석 결과를 Table 5에서 살펴 볼 수 있다. 먼저 다중회귀분석에서 통계적 오류를 발생시킬 수 있는 다중공선성의 문제를 최소화시키고자 SNS 상향비교와 SNS 이용동기를 평균중심화(Mean Centering)를 실시하였고 다음으로 상호작용 항을 생성하여 투입 및 분석을 실행하였다. 1단계로 SNS 상향비교를 투입하였으며, 2단계로 SNS 상향비교와 SNS 이용동기를 투입하였고, 3단계로 SNS 상향비교와 SNS 이용동기의 상호작용 항을 투입하였

Table 4. Bootstrapping results of mediation effects of SNS upward comparison

Path	Indirect Effect		95% Confidence Interval	
	<i>Effect</i>	<i>SE</i>	<i>LLCI</i>	<i>ULCI</i>
Contingent Self-esteem → SNS Upward Comparison → Inferiority Feelings	.15	.05	.06	.25

Table 5. The moderated effects of SNS usage motivation in relations between sns upward comparison and inferiority feelings

Criterion Variable	Predictor Variable	Unstandardized Coefficients		β	<i>t</i>	R^2	ΔR^2	<i>F</i>
		<i>b</i>	<i>SE</i>					
Inferiority Feelings	SNS Upward Comparison (A)	.36	.04	.43	8.96***	.19	.19	80.20***
	SNS Upward Comparison (A)	.22	.05	.27	4.92***	.26	.07	34.27***
	SNS Usage Motivation (B)	.26	.05	.32	5.85***			
	SNS Upward Comparison (A)	.23	.04	.28	5.32***	.30	.04	20.13***
	SNS Usage Motivation (B)	.22	.04	.27	5.02***			
	(A) × (B)	.15	.03	.21	4.49***			

*** $p < .001$

다. 이에 SNS 상향비교와 SNS 이용동기의 상호작용 항은 ($b=.15, p<.001$)로 통계적으로 유의하였으며, 이에 따른 상호작용 항의 변화된 설명력도 유의하였다 ($\Delta R^2=.04, F=20.13, p<.001$). 종합하면 SNS 상향비교가 열등감에 미치는 영향력을 SNS 이용동기 수준이 유의미하게 조절한다고 할 수 있다.

다음으로 SNS 상향비교와 열등감의 관계에서 SNS 이용동기의 조절효과 양상이 어떻게 나타나는지 확인하기 위하여, 조절변인인 SNS 이용동기의 정도를 평균과 $\pm 1SD$ 수준으로 나누어 살펴보았다. 이에 SNS 상향비교와 열등감에 미치는 영향력을 시각적으로 확인하기 위하여 단순회귀선의 기울기를 나타낸 그래프를 Fig. 1에 제시하였다. 구체적으로 보면 SNS 상향비교와 열등감의 관계는 정적 그래프를 나타내며 SNS 이용동기의 강도가 높을수록 기울기의 증가폭이 커지는 것을 확인하였다($b=.33, t(351)=6.50, p<.001$; $b=.23, t(351)=5.17, p<.001$; $b=.13, t(351)=2.79, p<.01$). 즉, SNS 이용동기 수준이 높을수록 SNS상향비교가 열등감에 미치는 영향력이 증가한다는 것을 의미한다.

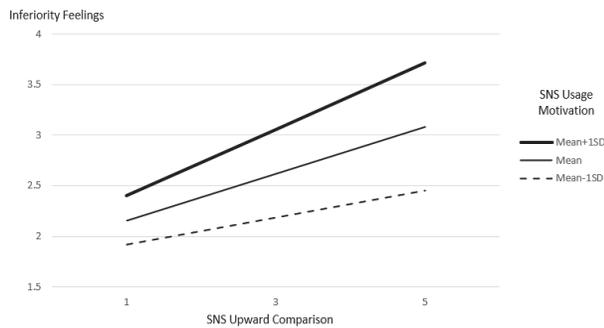


Fig. 1. The moderated effects of SNS usage motivation in relations between sns upward comparison and inferiority feelings

Table 6. Results of moderated mediation effects

Variable	Criterion Variable: SNS Upward Comparison		
	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>
Contingent Self-esteem	.44	.13	3.45**
Variable	Criterion Variable: Inferiority Feelings		
	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>
Contingent Self-esteem	-.06	.10	-.65
SNS Upward Comparison	.23	.04	5.33***
SNS Usage Motivation	.35	.07	5.03***
SNS Upward Comparison × SNS Usage Motivation	.23	.05	4.53***

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

4.4. 조절된 매개효과 검증

조절된 매개효과 검증에 앞서 회귀분석에서 조건부 자아존중감과 열등감의 관계에서 SNS 이용동기의 직접적인 조절효과 영향력이 $\beta=.30(p<.01)$ 로 유의미한 값을 확인되어, PROCESS Macro 모델 15를(Hayes, 2017) 사용하여 검증을 실시한 결과는 $\beta=.12(p = n.s)$ 로 매개된 조절 효과가 유의하지 않는 것으로 확인되었다. 이에 본 연구의 모형인 SNS 이용동기로 인한 조절된 매개효과 검증을 실시하였다.

조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS 이용동기로 조절된 SNS 상향비교의 매개효과 검증을 살펴보기 위해 PROCESS Macro 모델 14로 분석을 실시하였다(Hayes, 2017). 조건부 자아존중감이 SNS 상향비교를 매개로 열등감에 미치는 간접효과가 SNS 이용동기 수준에 따른 차이를 검증 하였으며, 그 결과는 Table 6에 제시되었다. 조건부 자아존중감이 SNS 상향비교의 경로에 따른 영향력($b=.44, p<.01$)과 SNS 상향비교가 열등감 경로의 영향력($b=.23, p<.001$)이 확인된 바에 따라, SNS 상향비교가 매개변인으로 역할을 하고 있음을 알 수 있다. 또한 SNS 상향비교와 SNS 이용동기의 상호작용항이

열등감에 주는 영향($b=.23, p<.001$)이 통계적으로 유의미하며 조절효과를 나타내는 것을 의미한다. 즉, 조건부 자아존중감은 SNS 상향비교를 매개변인으로 열등감에 영향을 주고 동시에 SNS 상향비교와 SNS 이용동기의 상호작용항이 열등감에 미치는 효과가 유의미함을 의미한다. 이는 SNS 이용동기 수준에 따라 SNS 상향비교의 간접적인 영향력을 유의미하게 조절한다는 것을 의미한다.

Table 7. Results of significance verification of moderated mediation effects

Path	SNS Usage Motivation	Indirect Effect		95% Confidence Interval	
		<i>b</i>	<i>SE</i>	boot <i>LLCI</i>	boot <i>ULCI</i>
Contingent Self-esteem → SNS Upward Comparison → Inferiority Feelings	M-1SD	.04	.03	-.01	.09
	Mean	.10	.04	.04	.18
	M+1SD	.17	.06	.06	.29

Table 8. Results of index of moderated mediation

Path	Index	Boot SE	95% Confidence Interval	
			boot <i>LLCI</i>	boot <i>ULCI</i>
SNS Usage Motivation	.10	.04	.03	.19

조절된 매개효과의 유의성 검증을 확인하기 위하여 부트스트래핑(Bootstrapping)을 실행하였으며 SNS 상향비교의 조건부 간접효과를 SNS 이용동기가 조절하는 것을 검증하였으며, 이에 Table 7에 제시하였다. SNS 이용동기의 평균을 중심으로 평균보다 낮은 집단에서는 SNS 상향비교의 조건부 간접효과는 95% 신뢰구간에서 -.01~.09로 0을 포함하고 있어 통계적으로는 유의미 하지 않으나 평균집단의 간접효과는 .04~.18, 평균보다 높은 집단은 .06~.29으로 0을 포함하지 않아 통계적인 유의미성을 확인하였다. 즉 SNS 상향비교의 간접경로에서 SNS 이용동기의 수준에 따라 유의미하게 조절된다는 것을 의미한다.

더 나아가 조절된 매개효과 검증의 핵심추론인 조절된 매개지수(Index of moderated mediation)는, 간접효과와 조절변수를 수량화 한 지수가 0이 아니고 신뢰구간에서 0을 포함하지 않을 때, 조절된 매개효과가 유의하다고 최종적으로 추론할 수 있다(Lee, 2016). 조절된 매개지수의 유의성 검증 결과는 Table 8에 제시되었다. 자세히 살펴보면, 조절된 매개지수는 .10으로 0에 가깝지 않은 것으로 나타났으며, 95% 신뢰구간에서 .03~.19로 0을 포함하고 있지 않아 통계적으로 유의하다고 추론가능하다. 이로써 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS 이용동기로 조절된 SNS 상향비교의 매개효과는 유의미하다고 검증할 수 있다.

5. 결론

본 연구는 20대와 30대에 해당하는 초기 성인들의 조

건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS를 이용하면서 경험하는 상향비교와 SNS 이용동기가 어떠한 역할을 하는지 확인하고자 진행되었다. 구체적으로 SNS 상향비교는 조건부 자아존중감과 열등감 사이를 매개할 것으로 가정하였고, SNS 이용동기는 SNS 상향비교와 열등감 간의 관계를 조절할 것으로 예상하였다. 이에 더 나아가 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS 상향비교를 통한 간접효과가 SNS 이용동기에 의해 조절될 것이라고 가정하여 연구를 진행하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 초기 성인의 조건부 자아존중감, SNS 상향비교, SNS 이용동기, 열등감은 각각 정적 상관을 가지는 것으로 나타났다. 즉, 각 변인은 어느 하나가 증가하면 다른 변인들도 증가하는 양상을 보인다는 것이다. 예를 들면, 조건부 자아존중감이 높아진다면, SNS를 이용하면서 경험하는 상향비교의 수준도 상승하고 SNS를 이용하고자 하는 동기도 높아지며, 열등감도 증가하는 것이다.

둘째, 초기 성인의 조건부 자아존중감은 열등감을 정적으로 예측하며, 그 사이를 SNS 상향비교가 완전 매개하였다. 다시 말해, 조건부 자아존중감이 직접적으로 열등감에 영향력을 미치기보다는 주로 SNS 상향비교를 통하여 간접적으로 영향을 준다는 의미이다. 만약, 특별한 일이 없는 일상생활이 지속된다면, 조건부 자아존중감이 높은 사람들은 안정적인 자아존중감이 높은 사람들과 큰 차이를 보이지 않을지도 모른다. 다만 조건부 자아존중감이 높은 사람들은 SNS를 이용할 때에도, 자신의 자아존중감을 유지하기 위해 스스로도 자각하지 못하는 사이에 타인이 업로드한 게시물을 보면서 비교하게 될 가능성이 높아질 것이다. 이때, 이들

은 SNS에 게시되는 게시물들이 대부분 긍정적이고, 행복하게 보이는 단편적인 글, 이미지, 동영상들이기 때문에 자연스럽게 상향비교를 하게 되는 것이다. 결과적으로 다른 사람들의 삶이 자신보다 나아보이는 것에 대해 열등감을 느끼게 된다고 볼 수 있다.

셋째, 초기 성인의 SNS 이용동기의 수준에 따라 SNS 상향비교가 열등감을 예측하는 정도가 달라진다는 것을 확인하였다. 보다 구체적으로, SNS 상향비교는 열등감을 정적으로 예측하는데, 여기에서 SNS 이용에 대한 동기가 커질수록 열등감에 대한 SNS 상향비교의 영향력이 상승하였다. 반대로, SNS 상향비교를 빈번하게 하는 사람이라고 하더라도 SNS를 이용하고자 하는 동기가 적다면 열등감을 경험하는 정도가 덜 증가하였다.

마지막으로, 초기 성인의 조건부 자아존중감이 SNS 상향비교를 통하여 열등감에 간접적으로 미치는 영향력의 크기가 SNS 이용동기에 의해 조절된다는 것을 확인하였다. 구체적으로 살펴보면, SNS 이용동기의 수준이 낮은 사람들의 경우(M-1SD)에는 조건부 자아존중감이 SNS 상향비교를 통하여 열등감에 미치는 간접효과가 유의미하지 않았다. SNS 상향비교의 간접효과는 SNS 이용동기가 보통인 사람들의 경우(M)와 높은 경우(M+1SD)에 통계적으로 유의미하였으며, SNS 이용동기의 수준이 높아질수록 그 영향력이 상승하는 패턴을 보였다. 즉, 조건부 자아존중감이 높은 초기 성인들은 SNS를 이용할 때에도 타인과 자신에 대해 상향비교를 하고 결과적으로 열등감을 보이게 되는데, SNS 이용동기에 따라 열등감을 경험하는 정도가 달라진다는 의미이다.

본 연구의 의의는 다음과 같다. 첫째, SNS를 가장 많이 이용하고 있는 연령대인 초기 성인들을 대상으로 SNS와 개인의 성격적 특성, 그리고 정서적 반응을 종합적으로 살펴보았다는데 의의가 있다. 특히, 그동안 SNS와 관련하여 진행되어왔던 성격적 특성은 주로 자기애와 관련이 있었으며(Andreassen et al., 2017; Kim & Kim, 2019; Park & Kim, 2021), 정서적 반응은 주로 우울이었다(Cho et al., 2019; Jeon et al., 2022; Jeong & Hyun, 2017; Lim, 2020; Oh, 2012). 그러나 본 연구는 성격적 특성 중 조건부 자아존중감에 초점을 두었고, 정서적 반응으로는 열등감에 집중하였으며, 각 변인들

이 어떻게 영향을 주고받는지에 대하여 밝혀내었다.

둘째, 조건부 자아존중감이 열등감에 미치는 영향에서 SNS 상향비교가 어떤 역할을 하는지 구체적으로 확인하였다는데 의의가 있다. SNS 상향비교가 조건부 자아존중감과 열등감 간의 관계를 완전 매개한다는 것을 확인함으로써, SNS 상향비교가 열등감을 예측하는 주요 변인임을 확인하였다. 본 연구에서 사용한 열등감은 타인과 비교하면서 느끼는 부정적 열등감의 측면이다. 즉, 대부분의 초기 성인이 SNS를 사용하고 있음을 감안한다면(Ministry of Science and ICT, 2022), 조건부 자아존중감이 높은 사람들은 SNS에서 타인의 게시물에서 행복해보이는 모습을 보면서 자신도 모르게 상향비교를 하여 결과적으로 부정적 열등감을 일으키게 된다는 것이다. 열등감은 상담에서 자주 다루어지는 주제이기 때문에(Lee, 2022), 이와 같은 본 연구의 결과를 상담 현장에서 사용할 수 있을 것이다. 구체적으로 열등감을 주제로 하는 상담에서 부정적인 열등감을 적게 경험하도록 하기 위하여 내담자의 SNS 이용 형태가 어떠한지를 탐색할 필요가 있을 것이다. SNS를 자주 이용하면서 자신의 상황과 비교하고, 이를 이용하고자 하는 동기가 크다면, SNS를 건강하게 이용할 수 있도록 심리교육을 할 수 있게 된다. 또한, 예방 차원에서 SNS를 건강하게 활용할 수 있도록 홍보할 수도 있을 것이다.

셋째, SNS 상향비교가 열등감을 예측하는 수준이 SNS 이용동기에 의해 조절된다는 것을 확인함으로써 높은 SNS 상향비교가 반드시 높은 열등감을 유발한다는 것은 아니라는 점을 밝혔다는데 의의가 있다. SNS를 어떤 특정한 의미가 부여된 동기에 의해 업매이지 않고 이용할 수 있다면, SNS를 이용하면서 타인의 게시물에 대하여 상향비교를 경험하게 되더라도 SNS 이용동기가 강한 사람들에 비하여 상대적으로 부정적인 열등감을 덜 경험할 수 있다는 것이다. 이는, 상담이나 교육 현장에서는 SNS를 이용하고자 하는 동기의 수준을 낮출 수 있도록 돕는 방안을 강구할 필요가 있다는 것이다.

마지막으로, 조건부 자아존중감이 SNS 상향비교를 통하여 열등감에 미치는 간접효과가 SNS 이용동기에 의하여 조절된다는 것을 확인함으로써 열등감을 강하게 예측하는 SNS 상향비교와 이를 조절하는 SNS 이용

동기의 역할을 구체적으로 확인하였다는데 의의가 있다. SNS는 현재 우리나라의 초기 성인 대부분이 이용하고 있는데, 본 연구는 이를 포괄적으로 연구하는데 그치지 않고, SNS를 이용하면서 경험하는 상향비교의 측면과 SNS를 이용하고자 하는 동기로 보다 구체적으로 개념을 세분화하여 각각의 변인이 개인의 심리적인 영역에서 어떤 역할을 하는지 확인한 것이다.

이와 같은 의의에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계를 지니고 있다. 첫째, 본 연구는 자기보고식 설문 의 형태로 진행되었다. 이에 후속연구에서는 SNS 게시물에 대한 빅데이터를 활용한 관찰 또는 직접 인터뷰 형식의 연구를 진행함으로써 보완할 것을 제안한다.

마지막으로, Choi(2012)에 의하면, SNS에 대한 이용 동기는 대인관계 형성 및 유지, 정보획득, 오락성, 현실 회피, 그리고 자기지위추구 등 다양한 측면이 존재한다. 그러나, 본 연구는 이를 세분화하지 않고 전체적으로 이용동기의 수준으로만 연구를 진행하였다. SNS를 어떤 목적으로 이용하는가에 초점을 두기보다 이용하는 것 자체에 대한 동기에 집중하는 것이 본 연구의 취지와 부합한다고 판단했기 때문이다. 후속연구에서는 SNS의 어떤 측면에 대한 이용동기가 개인의 심리적 특성과 연관이 있는지, 각 측면은 심리적 특성에 어떠한 역할을 하는지 살펴본다면 의미가 있을것이라고 제안한다.

REFERENCES

- Aiken, L. S., West, S. G., & Reno, R. R. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park, CA: Sage Pub.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors, 64*, 287-293. DOI: 10.1016/j.addbeh.2016.03.006
- Aspinwall, L. G., & Taylor, S. 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. DOI: 10.1037/0022-3514.64.5.708
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173-1182.
- Buunk, B. P., Kuyper, H., & Van der zee, Y. G. (2005). Affective response to social comparison in the classroom. *Basic and Applied Social Psychology, 27*(3), 229-237. DOI: 10.1207/s15324834basp2703_4
- Cha, K. J., & Lee, E. M. (2015). An empirical study of discontinuous use intention on SNS: From a perspective of society comparison theory. *The Journal of Society for E-Business Studies, 20*(3), 59-77. DOI: 10.7838/jsebs.2015.20.3.059
- Cho, S. Y., Noh, H. H., Lee, B. K., & Rim, H. B. (2020). Instagram user's contingent self-esteem and depression: A mediating role of upward social comparison. *Science of Emotion & Sensibility, 23*(3), 91-102. DOI: 10.14695/KJSOS.2020.23.3.91
- Cho, S. Y., Rim, H. B., & Lee, B. K. (2019). The mediating effect of upward social comparison moderated by contingent self-Esteem on the relationship between Instagram emotional use intensity and depression. *In Proceeding of the 2019 Annual Conference of Korean Psychological Association*.
- Choi, H., & Suh, K. H. (2017). The relationships between SNS addiction and subjective well-being of college students: Focused on mediating effects of the self-reproach and shame. *Korean Journal of Youth Studies, 24*(3), 155-174. UCI: G704-000387.2017.24.3.001
- Choi, J. H. (2012). The influence of SNS use on political efficacy and political participation among Korean college students. *Journal of Political Communication, 27*, 369-408. DOI: 10.35731/kpca.2012.27.011
- Chou, H. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than i am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15*(2), 117-121. DOI: 10.1089/cyber.2011.0324
- Curran, P. J., West, S. G., & Finch, J. F. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis.

- Psychological Methods*, 1(1), 16-29.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1995). Human autonomy, In M. Kernis (Ed.), *Efficacy, agency, and self-esteem SE - 3* (pp. 31-49). Springer, Boston, MA. DOI: 10.1007/978-1-4899-1280-0_3
- DMC MEDIA. (2021). *2021 social media market and status analysis report*. Seoul: DMC report.
- Do, R. M. (2006). *Relationship between narcissism and contingent self-esteem: controlling for the effect of self-deceptive enhancement* (Unpublished master's thesis). Yonsei University, Seoul, Republic of Korea. Retrieved from <http://www.riss.kr/>
- Fiske, S. T. (2010). Envy up, scorn down: How comparison divides us. *American Psychologist*, 65(8), 698-706. DOI: 10.1037/0003-066X.65.8.698
- Goo, J. K., Lee, D. H., & Im, S. H. (2012). Effects of psychological characteristics on sending and receiving contents on SNS. *Journal of Product Research*, 30(5), 1-14. DOI: 10.36345/kacst.2012.30.5.001
- Han, S. Y., Ma, E. J., Hong, D. S., Kim, E. Y., Park, J. H., Lee, I. S., & Kim, J. W. (2013). The effect of using SNS to interpersonal relation and quality of life: Focused on the moderating role of communication capability. *The Journal of Information Systems*, 22(1), 29-64. DOI: 10.5859/KAIS.2013.22.1.29
- Hayers, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: Guilford Pub.
- Hong, K. P., & Jeon, H. S. (2017). The relationship between college students' SNS addiction tendency and their interpersonal problems: Focused on the moderating effect of social support. *Health and Social Welfare Review*, 37(1), 34-67. DOI: 10.15709/hswr.2017.37.1.34
- Hong, S. Y. (2015). *The effects of SNS use features and ego-identity on SNS addiction proneness of college students* (Unpublished master's thesis). Myongji University, Seoul, Republic of Korea. Retrieved from <http://www.riss.kr/>
- Jang, H. S. (2008). Exploratory study for developmental tasks and beginning time of early adulthood. *The Korean Journal of Developmental Psychology*, 21(4), 109-126. UCI: G704-000281.2008.21.4.005
- Jeon, E. J., Choi, K. H., & Ha, J. H. (2022). The relationship between Covid-19 stress and depression in young adults: The mediation effects of SNS upward comparison moderated by SNS usage intensity. *The Korean Journal of Counseling and Psychotherapy*, 34(1), 207-228. DOI: 10.23844/kjcp.2022.02.34.1.207
- Jeong, E. J. (2012). *Big 5 personality factors related to motives for SNS usage among adolescents* (Unpublished master's thesis). Silla University, Busan, Republic of Korea, Retrieved from <http://www.riss.kr/>
- Jeong, M., & No, A. Y. (2010). Development and validation of the inventory of responses to inferiority feelings (IRIF). *Korean Journal of Counseling and Psychotherapy*, 22(2), 351-367. UCI:G704-000523.2010.22.2.005
- Jeong, S. R., & Hyun, M. H. (2015). Mediating effects of inferiority feeling and moderating effects of self-esteem stability on the relationship between upward social comparison and depression: Focusing on Facebook use by college students. *Korean Journal of Health Psychology*, 20(4), 703-717. UCI: G704-000533.2015.20.4.003
- Jeong, S. R., & Hyun, M. H. (2017). The mediating effect of upward social comparison moderated by control flexibility on the relationship between social network service use intensity and depression: Focused on Instagram. *The Korean Journal of Health Psychology*, 22(4), 1035-1053. DOI: 10.17315/kjhp.2017.22.4.011
- Jung, S. J., & Song, Y. J. (2020). Differences in SNS users' motivation and SNS addiction tendencies via their self-esteem and contingent self-esteem. *Journal of Human Understanding and Counseling*, 41(2), 65-84. DOI: 10.30593/JHUC.41.2.4
- Kelsey, T. (2010). *Social Networking Spaces: From Facebook to Twitter and Everything In Between*. New York: Springer-Verlag.
- Keum, H. J. (2011). The Influences of social media use on social capital and psychological wellbeing. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication*

- Studies*, 25(5), 7-48. UCI: G704-000045.2011.25.5.009
- Kim, B. S. (2015). A study on Facebook user's affective effect pertaining to Facebook use: Focusing on subjective happiness. *Journal of Social Science*, 41(1), 85-109. UCI: G704-SER000012885.2015.41.1.005
- Kim, J. S., & Kim, Y. K. (2019). The effect of covert narcissism on SNS addiction proneness: The mediating effects of maladaptive internalized shame and conspicuous self-presentation. *Journal of Rehabilitation Psychology*, 26(3), 43-56. DOI: 10.35734/karp.2019.26.3.003
- Kim, K. H. (1995). *Counseling psychology*. Seoul: Hakjisa.
- Kim, S. J., & Kim, T. Y. (2012). How the emotion of SNS contents influence the users' affective states: Focused on Facebook newsfeed pages. *Journal of Cybercommunication Academic Society*, 29(1), 5-43. UCI: G704-001789.2012.29.1.001
- Ko, E. B. (2017). *The progress of social network service and future direction of reading education* (Unpublished master's thesis). Dankook University, Yongin, Republic of Korea. Retrieved from <http://www.riss.kr/>
- Kom, J. S, Moon, H. J., & Choi, E. (2019). Impact of SNS addiction tendency on university students' loneliness -moderating effect of social support-. *The Journal of Humanities and Social Science* 21, 10(1), 241-254. DOI: 10.22143/HSS21.10.1.18
- Korean Addiction Forum. (2020, June 30). An emergency survey on addictive behavior changes such as drinking, online games, smartphones, gambling, pornography, etc. before and after Corona 19. Retrieved July 12, 2020, from http://www.addictionfr.org/2020/bbs/board.php?bo_table=sub06_1&wr_id=33
- Lakey, C. E., Hirsch, J. K., Kelson, L. A., & Nsamenang, S. A. (2013). Effects of contingent self-esteem on depressive symptoms and suicidal behavior. *Death Studies*, 38(9), 563-570. DOI: 10.1080/07481187.2013.809035
- Lee, H. K. (2016). Misunderstanding and truth of moderation, moderated mediation and mediated moderation. *International Journal of Tourism Management and Sciences*, 31(3), 213-248. UCI: G704-000941.2016.31.3.018
- Lee, J. J. (2022). A humanities counseling approach to inferiority: Adler, Heidegger, Sartre, and Tolstoy. *Journal of Humanities*, 50, 291-346. DOI: 10.35559/TJOH.50.10
- Lee, Y., & Jin, M. K. (2022). The mediating effects of self-concept clarity on the relationships between perfectionistic self-presentation and SNS addiction tendency of university students. *Korea Youth Research Association*, 29(3), 141-162. DOI: 10.21509/KJYS.2022.03.29.3.141
- Levinson, D. J. (1986). A conception of adult development. *American Psychologist*, 41(1), 3-14.
- Lim, H. R. (2020). The relationship between passive use of social networking sites and depression: Moderated mediating effect of upward social comparison through self-construal style. *Media, Gender & Culture*, 35(4), 47-76. DOI: 10.38196/mgc.2020.12.35.4.47
- Marsh, H. W., & Parker, J. W. (1984). Determinants of student self-concept: Is it better to be a relatively large fish in a small pond even if you don't learn to swim as well?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(1), 213-231. DOI: 10.1037/0022-3514.47.1.213
- Meier, A., & Schafer, S. (2018). The positive side of social comparison on social network sites: How envy can drive inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 411-417. DOI: 10.1089/cyber.2017.0708
- Ministry of Science and ICT. (2021). *2020 Survey on the Internet usage*. Sejong: Ministry of Science and ICT.
- Ministry of Science and ICT. (2022). *2021 Survey on the Internet usage*. Sejong: Ministry of Science and ICT.
- Noh, M. J., & Jang, S. H. (2016). The effect of the subjective wellbeing on the addiction and usage motivation of social networking services: Moderating effect of social tie. *Management & Information Systems Review*, 35(4), 99-122. UCI: G704-002146.

- 2016.35.4.009
- Oh, Y. K. (2012). *A study on the influence of SNS addiction tendency on loneliness, depression, interpersonal relationship and social support* (Unpublished master's thesis). Korea Counseling Graduate University, Seoul, Republic of Korea. Retrieved from <http://www.riss.kr/>
- Paradise, A. W., & Kernis, M. H. (1999). *Development of the contingent self-esteem scale*. Unpublished data, University of Georgia.
- Park, C. L., & Kim, Y. H. (2021). The effect of pathological narcissism on SNS addiction tendency of university students: The mediating effect of perfectionistic self-presentation and internalized shame. *Korea Youth Research Association, 28*(5), 161-189. DOI: 10.21509/KJYS.2021.05.28.5.161
- Park, M. H., Kim, J. S., & Ham, K. A. (2014). Effects of big five personality factors and self-esteem on SNS addiction tendency in college students. *The Korean Journal of Rehabilitation Psychology, 21*(2), 189-206. UCI: G704-SER000009521.2014.21.2.007
- Park, Y. S. (2020). The dual mediating effect of depression and dispositional self-focused attention in the relationship between social anxiety and SNS addiction tendency in youth. *Journal of Digital Contents Society, 21*(11), 1973-1980. DOI: 10.9728/dcs.2020.21.11.1973
- Reich, S., Schneider, M., & Heling, L. (2018). Zero Likes & Symbolic interactions and need satisfaction online. *Computers in Human Behavior, 80*, 97-102. DOI: 10.1016/j.chb.2017.10.043
- Roberts, J. A., Manolis, C., & Pullig, C. (2014). Contingent self esteem, self presentational concerns, and compulsive buying. *Psychology & Marketing, 31*(2), 147-160. DOI: 10.1002/mar.20683
- Ryu, S. R., Kong, Y. B., & Jang, Y. B. (2014). A study on variables affecting SNS stress among college students- focused on personality, SNS usage behavior and SNS motive of use. *Journal of Korean Society of Media and Arts, 12*(3), 23-40. UCI: G704-SER000002280.2014.12.3.005
- Seo, E. H., & Kim, J. N. (2018). Mediating effect of inferiority feeling between social comparison tendency and social anxiety university students. *The Journal of Humanities and Social Sciences, 19*(2), 167-187. DOI: 10.15818/ihss.2018.19.2.167
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods, 7*(4), 422-445. DOI: 10.1037/1082-989X.7.4.422
- Steers, M. L. 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. DOI: 10.1521/jscp.2014.33.8.701
- Tong, Y. T., Qiu, X. W., Lian, S. L., & Zhang, M. M. (2017). Upward social comparison in social network site and depression: mediating of social anxiety. *Chinese Journal of Clinical Psychology, 25*(3), 498-501. DOI: 10.16128/j.cnki.1005-3611.2017.03.022.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Resibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review, 11*(1), 274-302. DOI: 10.1111/sipr.12033
- 원고접수: 2022.05.19
수정접수: 2022.12.01
게재확정: 2022.12.08.