

대학생의 SNS 과시행동에 영향을 미치는 요인

차혜경[‡]

‡

Factors Affecting University Students' Show-off Behavior on SNSs

Cha Hyegyeong[‡]

[‡]Dept. of Nursing, Namseoul University, Professor

Abstract

Purpose : The goal of this descriptive research study was to identify the relationship between relative deprivation, absolute deprivation, self-esteem, self-efficacy, and social support of university students and their show-off behavior on social network services (SNSs), as well as to identify the influencing factors.

Methods : The research tools consisted of 8 items for general characteristics, a measure of deprivation (9 items for relative deprivation and 8 items for absolute deprivation), 15 items for show-off behavior on SNSs, 10 items for self-esteem, 25 items for social support, and 20 items for self-efficacy. Data analysis was performed using the SPSS 22.0 program for the descriptive statistics, t-test, ANOVA, Pearson's correlation, and stepwise multiple regression.

Results : The results showed relative deprivation ($B=.102$, $t=4.060$, $p<.001$) was the most important factor in show-off behavior on SNSs for university students. Furthermore, social support ($B=-.178$, $t=-3.099$, $p=.002$), absolute deprivation ($B=-.175$, $t=-4.284$, $p<.001$), and self-esteem ($B=-.212$, $t=-2.490$, $p=.014$) accounted for 21.5% of the explanatory power ($F=14.215$, $p<.001$).

Conclusion : The study findings revealed that relative deprivation is the most important factor in the show-off behavior of university students on SNSs. Social support, absolute deprivation, and self-esteem were also identified as factors that affect their show-off behavior on such services. This study aims to contribute to the effective program progress by providing basic data for the development of the show-off behavior on SNSs intervention and prevention programs to reduce the side effects of various the show-off behaviors on SNSs of university students.

Key Words : absolute deprivation, self-esteem, show-off behavior, social network service(SNS), social support, relative deprivation

[‡]교신저자 : 차혜경, hgcha@nsu.ac.kr

논문접수일 : 2019년 8월 16일 | 게재승인일 : 2019년 9월 6일

※ 이 논문은 2018년도 남서울대학교 학술연구비 지원에 의해 연구되었음.

I. 서론

1. 연구의 필요성

SNS(Social Network Service)는 특정 시스템 내에서 자신의 정보를 공개적으로 드러내어 온라인에서 인간관계를 강화하거나, 그들이 연계를 맺고 있는 타인과 연결망을 통해 새로운 인맥을 형성하여 폭 넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있도록 해주는 웹-기반 서비스이다 (Boyd & Ellison, 2007; National Information Society Agency, 2018). 한국인터넷진흥원에서 2019년 5월에 발간한 2018 인터넷이용실태조사에 따르면(Ministry of Science and ICT, KISA, 2019), 만 6세 이상 인터넷 이용자의 최근 1년 이내 SNS 이용률은 65.2 %로 성별에 관계없이 남자 64.8 %, 여자 65.5 %로 비슷한 이용률을 보였으며, 연령대별로는 20대 91.9 %, 30대 84.9 %, 40대 74.5 %, 6~19세 59.4 %의 순으로 20대가 가장 높게 나타났다. 20대의 SNS의 이용과 관련해서, 영국 경제주간지 이코노미스트는 스마트 폰을 쥐고 자란 세대로 디지털 문화에 익숙하다는 의미에서 1995~2004년생을 ‘Z세대’, ‘포노 사피엔스(Phono Sapines)’라고 지칭하고 있고 (The Economist, 2015), 최근 매일경제 주간지에서 시행한 세대 간 인식 차이를 조사한 결과에서도 이들 Z세대는, 유튜브, 인스타그램, 페이스북, 트위터 등을 기성세대보다 훨씬 더 많이 이용하는 SNS 세대로 나타났으며, 20대는 ‘디지털 네이티브’ 세대라는 별칭에 걸맞게 미디어 기기 이용시간에 대한 조사에서도 이전 세대와 비교시 가장 많은 시간을 모바일로 소비를 하는 세대로서 다른 기성세대보다 SNS를 가장 많이 사용하며, 그 순위는 유튜브 79 %, 인스타그램 60 %, 페이스북 57 %, 트위터 20 % 순으로 보고하였다(Maeil Business News Korea, 2019).

SNS는 ‘친구 맺기’나 ‘팔로잉(following)’과 같은 기능이 있어 상대방뿐 아니라 그 상대가 맺고 있는 사회적 관계망을 통해 서로의 정보를 교류하는 데 사용될 뿐 아니라 자기표현의 수단으로도 활용되고 있다. 자기표현, 자아관리, 인상관리는 동의어로 사용되며, 이 개념은 1959년 Goffman의 ‘인상관리 이론(Theory of impression management)’에 처음 등장하였다(Goffman, 2002). 그는

개인 행위자들은 사회적 상호작용 속에서 자신 스스로 평가된 유익한 정보 제공에 의해 개인, 그룹, 조직에 대한 다른 사람들의 인식에 영향을 미치고자 하는 목표지향적인 시도로써 자신의 인상관리를 한다고 보았고, 그 시도의 목적은 첫 인상의 우월성을 얻는 것이며, 그 인상은 상대방에게는 사실이 된다는 가정에 기반 한다고 하였다. SNS에서의 자기표현 또한 자신에 대한 좋은 인상을 심어주기 위한 인상 관리(impression management)나 자신의 현실 속 긍정적인 부분을 다소 과장하여 표현하는 과시행동(show-off behavior)과도 관련이 깊다고 볼 수 있다(Woo 등, 2017). 대학생들은 그들이 맺고 있는 사회적 관계망 속에서 급변하고 있는 사회문화적 변화에 적응하면서도 남들보다 우월한 지위를 갖고자 하는 욕구를 갖고 있는 세대이므로, 이들의 SNS 활동은 사회적 관계망 형성과 정보획득의 목적 외에 자기표현(Zhao 등, 2008), 자기 과시활동(Yang 등, 2012)에 대한 동기도 갖고 있다. 그러나 대학생들의 이러한 SNS의 활동은 긍정적인 측면도 있지만, 위선적 자기제시(Jackson과 Luchner, 2018), 우울감(Frison과 Egermont, 2017), 타인과의 관계갈등(Ridway와 Clayton, 2016; Woo 등, 2017), 심리적 안녕감 저해(Lee와 Park, 2018), 그리고 SNS 중독(Son, 2017)을 야기하는 등 부정적 영향도 많이 보고되고 있다.

특히 상대적 박탈감은 기본적으로 타인과의 비교를 통해 가지게 되는 감정이므로(Chae와 Kim, 2004), 이 상대적 박탈감은 대학생들의 SNS 과시행동에 영향을 미치는 요인으로 보이며, Chae와 Kim(2004)은 보통 상대적 박탈감과 절대적 박탈감은 혼재되어 있기 때문에 절대적 박탈감 또한 상대적 박탈감과 구분하여 연구에 포함되어야 한다고 하였다. 대학생들의 SNS 과시행동에는 자아존중감, 자아효능감, 사회적지지 또한 영향을 주는 요인으로 생각된다. Mehdizadeh(2010)은 자기에 성향이 높으면서 자아존중감이 낮은 사람들이 SNS에서 자기 표현행동을 많이 한다고 하였고, Ellison 등(2007)도 자아존중감이 낮을수록 오프라인에서의 부족한 사회적 관계를 보완하기 위해 SNS에서 자기표현활동을 활발히 하는 경향을 보인다고 하였다. 그러나 Kim(2015)과 Barry 등(2017)은 SNS활동과 자아존중감과는 관련성이 없다는 상반된 결과를 내었다. 또한, Ha(2016)는 대학생의 자아

효능감이 낮을수록 SNS 중독경향성이 높다는 연구결과를 발표하였으며 Oh(2001)는 자아효능감이 낮은 집단이 경제적 과시성향이 높았다고 하였다. SNS의 이용 동기 중 하나인 자기과시는 현실의 자아보다 더 나은 자신을 모습을 보이기 위한 욕구의 발현일 수 있으므로, 자아효능감이 SNS 과시행동에 영향을 줄 것으로 판단된다. 사회적지지와 SNS 과시행동과의 관련성에 대해 보고한 연구결과는 거의 없었으나, 사회적지지는 SNS와 부적 상관관계를 보이며(Lee, 2016), 부족한 인간관계를 보상하기 위한 활동으로 SNS 표현활동을 활발히 한다는 선행연구결과(Ellison 등, 2007)를 보았을 때, 사회적지지 또한 대학생의 SNS 과시행동에 영향을 주는 요인이 될 수 있을 것이라 생각된다.

그 동안의 선행연구에서는 이러한 심리적 특성들과 SNS 활동과의 개별적 관련성과 영향력을 분석하였으나 본 연구에서는 SNS 과시행동과 관련성이 높을 것으로 예상되는 상대적박탈감, 절대적박탈감, 자아존중감, 자아효능감 및 사회적지지등 다양한 심리적 요인들을 종합적으로 살펴봄으로써 이들 중 어떤 요인이 SNS 과시행동에 가장 큰 영향을 주는 요인인지를 규명하고자 하였다. 본 연구를 통해 대학생들의 SNS 과시행동에 영향을 미치는 요인들을 파악함으로써 위선적/부정적 자기정체성, 타인과의 관계갈등으로 인한 사회적 갈등 및 고립과 같은 여러 가지 SNS 과시행동의 부작용을 줄이기 위한 SNS 과시행동 중재 및 예방 프로그램 개발에 기초자료로 제공하고자 하며, 더 나아가 대학생들의 건전한 SNS 활용으로 SNS의 순기능적 사용을 늘리기 위한 교육 프로그램 개발의 기초 자료로 제공하고자 한다.

II. 연구방법

1. 연구설계

본 연구는 대학생의 상대적박탈감, 절대적 박탈감, 자아존중감, 자아효능감, 사회적지지 및 SNS 과시행동의 관련성을 파악하고, 대학생의 SNS 과시행동에 영향을 미치는 요인을 규명하기 위한 서술적 상관관계 연구이다.

2. 연구대상 및 자료수집

G*Power 3.1.9.2 program을 통해 산출한 표본 수는 회귀분석을 위한 유의수준 .05, 검정력 .95, 중간효과크기 .15 및 예측변수의 수 10을 기준으로 하였을 때 최소 172명의 대상자가 필요하였다. 본 연구에서는 탈락률을 고려하여 C 시에 재학 중인 대상자 중 200명을 편의 표출하였으며, 2018년 5월 1일부터 5월 28일까지 훈련된 연구보조원이 연구대상자에게 연구목적과 방법 및 설문을 원하지 않을 경우 작성하지 않아도 아무런 불이익이 없다는 것에 대해 충분히 설명하고, 설문을 하는 경우 익명성 보장, 연구목적으로만 사용하고, 연구 종료후 개인정보보호를 위해 3년 이내 폐기하는 것 등에 대한 윤리적 고려에 대한 설명을 한 후 서면동의서를 받고 진행하였다. 설문 작성 후에는 소정의 답례품을 제공하였다. 회수된 200부의 설문지 중 불성실하거나 응답이 누락된 5부의 설문지를 제외하고 총 195부를 최종 분석하였다.

3. 측정도구

1) 박탈감

박탈감 척도는 Chae와 Kim(2004)이 개인적 측면의 박탈감을 측정하기 위해 개발한 도구를 사용하였다. Chae와 Kim(2004)은 집단적인 상대적 박탈감과 대조적으로 개인적 차원에서 경험하는 9문항의 개인적인 상대적 박탈감 척도를 개발하였으며, 상대적 박탈감과 절대적 박탈감의 관계를 규명하기 위해 8문항의 절대적 박탈감 척도도 함께 개발하였다. 각 문항은 7점 Likert척도(1점=전혀 그렇지 않다, 7점=매우 그렇다)로 평정하였으며, 점수가 높을수록 개인이 느끼는 상대적 박탈감, 절대적 박탈감이 높은 것을 의미한다. 개발당시 상대적 박탈감의 신뢰도 Cronbach's α 값은 .90, 절대적 박탈감의 신뢰도 Cronbach's α 값은 .91이었고, 본 연구에서 상대적 박탈감의 신뢰도 Cronbach's α 값은 .96, 절대적 박탈감의 신뢰도 Cronbach's α 값은 .84로 나타났다.

2) 자아존중감

자아존중감 척도는 1965년 Rosenberg가 개발한 자아

존중감 척도를 Jeon(1974)이 한국어로 번안한 척도를 사용하였다. 이 도구는 총 10문항이며, 4점 Likert척도(1점=전혀 그렇지 않다, 4점=매우 그렇다)로 긍정적 문항인 5문항과 부정적 문항인 5문항으로 구성되어 있으며, 부정적 문항은 역산하여 계산하였다. 점수가 높을수록 자아존중감이 높음을 의미한다. Jeon(1974)의 연구에서 자아존중감의 신뢰도 Cronbach's α 값은 .81이었고, 본 연구에서 자아존중감의 신뢰도 Cronbach's α 값은 .85로 나타났다.

3) 자아효능감

자아효능감 척도는 Sherer와 Maddux 등(1982)이 개발하여 Hong(1995)이 번안한 설문지를 본 연구목적에 맞도록 수정·보완하여 사용하였다. 이 도구는 총 10문항으로 구성되어 있으며, 사회적 기술 또는 직업적 능력과 같은 분야에서 자아효능감 기대를 측정하는 문항으로, 각 문항은 5점 Likert척도(1점=전혀 아니다, 5점=매우 그렇다)로 구성되어 있다. 부정적 문항은 역산하여 채점하였고, 점수가 높을수록 자아효능감이 높은 것을 의미한다. Hong(1995)의 연구에서 자아효능감의 신뢰도 Cronbach's α 값은 .86이었고, 본 연구에서 자아효능감의 신뢰도 Cronbach's α 값은 .89로 나타났다.

4) 사회적지지

사회적 지지 척도는 Park(1985)이 개발한 사회적 지지

척도를 본 연구목적에 맞게 수정, 보완해서 사용하였다. 원척도는 상황중심의 사회적지지, 간접적으로 지각한 사회적지지, 직접적으로 지지한 사회적 지지로 구성되어 있으나, 본 연구에서는 문항전체를 대상자의 사회적지지를 측정하는 도구로 사용하였다. 총 25문항이며, 5점 Likert척도(1점=모두 그렇지 않다, 5점=모두 그렇다)로 구성되어 있으며, 점수가 높을수록 사회적 지지가 높은 것을 의미한다. Park(1985)의 연구에서 사회적지지의 문항 전체 신뢰도 Cronbach's α 값은 .93이었으며, 본 연구에서 신뢰도 Cronbach's α 값은 .98로 나타났다.

5) SNS 과시행동

대학생들이 주로 자신을 표현하는 공간으로 활용되는 SNS 에서의 과시행동은 현실에서의 과시행동과 다르게 나타날 것이라 추정된다. 그러나 이를 측정할 수 있는 도구는 아직까지 개발되어 있지 않아 본 연구에서 새롭게 개발하여 사용하였다. 문헌고찰 및 대학생에게 SNS 과시활동 및 태도와 관련된 질문을 자유기술식으로 응답하게 하여 내용분석을 통해 도출된 문항을 바탕으로 대학생 19명을 대상으로 예비조사하여 문구를 수정·보완하였고, 간호학 교수 3인의 자문을 거쳐 내용타당도를 검증하였다. 내적 일관성을 검증하기 위해 산출한 신뢰도 Cronbach's α 값은 .891로 측정되었으며(Table 1), 점수가 높을수록 SNS 과시행동이 많은 것을 의미한다.

Table 1. The reliability of the scale of the show-off behavior in SNS

Questions	Cronbach's if Item Deleted
There are times when I upload false postings to show off to others.	.887
My personality on SNS is different from what it really is.	.882
On SNS, I have exaggerated my ability and economic power more than the facts.	.872
Unlike offline, I tend to be aggressive or slanderous on SNS.	.872
There are times when you dress up as happy on SNS, even if I have difficulties or difficult things.	.880
I have two or more accounts on one social media.	.888
My appearance in each social media is different.	.872
There are times when I change or hide my appearance or personality in accordance with the tendency of the community.	.882
There are times when another figure of myself that I formed on SNS affects real life.	.872
The reliability of the scale	.891

4. 자료분석

본 연구의 자료 분석은 총 200부의 설문지 중에서 결측치로 인해 통계처리가 어려운 5명을 제외한 195부를 최종 분석에 사용하였으며, 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

- 1) 각 척도의 신뢰도를 알아보기 위하여 Cronbach's α 신뢰도 분석을 실시하였다.
- 2) 연구대상자들의 인구사회학적 특성과 상대적 박탈감, 절대적 박탈감, 자아존중감, 자아효능감, 사회적지지 및 SNS 과시행동 정도를 알아보기 위하여 빈도분석 및 기술통계분석을 실시하였다.
- 3) 연구대상자들의 상대적 박탈감, 절대적 박탈감, 자아존중감, 자아효능감, 사회적지지 및 SNS 과시행동의 관계를 알아보기 위하여 Pearson's correlation 분석을 실시하였다.
- 4) 연구대상자들의 상대적 박탈감, 절대적 박탈감, 자아존중감, 자아효능감, 사회적지지가 대학생들의 SNS 과시행동에 미치는 영향을 탐색적으로 알아보

기 위하여 stepwise multiple regression 분석을 실시하였다.

Ⅲ. 결 과

1. 연구대상자의 인구사회학적 특성

연구대상자의 일반적 특성은 Table 2와 같다. 성별은 여성 158명(81.0%), 남성 37명(18.9%)로 여성이 남성보다 4배가량 많았고, 대상자의 평균나이는 20.95세였다. 학과계열은 보건계열이 178명(91.3%)으로 가장 많았으며, 학년은 4학년이 60명(30.6%)으로 비율상으로는 가장 높기는 했으나, 1, 2, 3학년도 각각 20% 내외를 차지했다. 종교유무는 없음이 100명(51.0%), 있음이 95명(48.7%)으로 반반 정도의 비율로 나타났다. 한 달 용돈은 30-40만원이 53명(27.6%)으로 가장 많았고, 40-50만원 24명(12.2%), 50만원 이상은 34명(17.3%)으로, 30만원 이상이 57.1% 였으며, 30만원 미만으로는, 20-30만원

Table 2. General characteristics of subjects

(n=195)

Characteristics	Categories	n(%), M±SD
Gender	Male	37(18.9)
	Female	158(81.0)
Age(years)	18~25	20.95±1.58
An affiliated study	The affiliation of humanities and society	8(4.1)
	The affiliation of health	178(91.3)
	Other	9(4.6)
Grade	1 st	52(27.0)
	2 nd	38(19.4)
	3 rd	45(23.0)
	4 th	60(30.6)
Religious affiliation status`1	No	100(51.0)
	Yes	95(48.7)
Allowance (won/month)	0~Less than 100,000	28(14.3)
	100,000~less than 200,000	15(7.7)
	200,000~less than 300,000	41(20.9)
	300,000~less than 400,000	53(27.6)
	400,000~less than 500,000	24(12.2)
	Over 500,000	34(17.3)
Credit (Full scale : 4.5)	4.0~4.5 point	22(11.2)
	3.5~4.0 point	72(36.7)
	3.0~3.5 point	79(40.8)
	Less than 3.0 point	22(11.2)

Table 3. Descriptive statistics of relative and absolute deprivation, self-esteem, self-efficacy, social support and show-off behavior in SNS (n=195)

Variable	Range	Mean	SD	Min	Max	Skewness	Kurtosis
Relative deprivation	1-7	2.74	1.30	1.00	6.78	0.445	-0.494
Absolute deprivation	1-7	4.24	0.90	1.00	7.00	-0.038	1.770
Self-esteem	1-4	3.01	0.45	1.70	3.90	-0.046	-0.400
Self-efficacy	1-5	2.83	0.41	1.90	3.95	0.377	0.000
Social support	1-5	3.88	0.60	1.52	5.00	-0.306	0.698
Show-off behavior in SNS	1-4	1.30	0.48	1.00	3.22	1.321	1.137

41명(20.9%), 0-10만원 28명(14.3%), 10-20만원 15명(7.7%) 순으로 한달 용돈의 범위도 0~10만원부터 50만원 이상까지 고루 분포되어 있었다. 학점은 3.0-3.5가 79명(40.8%)로 가장 많았고, 3.5-4.0이 72명(36.7%), 4.0-4.5와 3.0 미만이 각각 22명(11.2%)이었다.

2. 연구대상자의 상대적 박탈감, 절대적 박탈감, 자아존중감, 자아효능감, 사회적지지 및 SNS 과시행동 정도

연구대상자의 상대적 박탈감, 절대적 박탈감 정도는 1-7점 범위에서 각각 2.74±1.30점, 4.24±0.90점, 자아존중감은 1-4점 범위에서 3.01±0.45점, 자아효능감은 1-5점 범위에서 2.83±0.41점, 사회적 지지는 1-5점 범위에서 3.88±0.60점, SNS 과시행동은 1-4점 범위에서 1.30±0.48

점이었다(Table 3). 왜도(Skewness)의 절대값은 3, 첨도(Kurtosis)는 8-10을 초과하지 않았고, 왜도는 0, 첨도는 1에 가까운 수치를 보여 이들 변수들은 모두 정규분포를 한다고 볼 수 있었다.

3. 상대적 박탈감, 절대적 박탈감, 자아존중감, 자아효능감, 사회적지지 및 SNS 과시행동 간의 상관관계

연구대상자의 주요 연구변수들 간의 상관관계를 분석한 결과는 Table 4와 같다. 연구대상자의 SNS 과시행동은 상대적 박탈감 (r=.351, p<.001)과 양의 상관관계에 있었고, 자아존중감 (r=-.206, p<.01), 자아효능감 (r=-.177, p<.05), 사회적지지 (r=-.242, p<.01)와는 음의 상관관계를 보였다.

Table 4. Correlation between main variables (n=195)

	Relative deprivation	Absolute deprivation	Self-esteem	Self-efficacy	Social support	Show-off behavior in SNS
	r(p)	r(p)	r(p)	r(p)	r(p)	r(p)
Relative deprivation	1					
Absolute deprivation	.067	1				
Self-esteem	-.284*** (<.001)	-.501*** (<.001)	1			
Self-efficacy	-.357*** (<.001)	-.362*** (<.001)	.556*** (<.001)	1		
Social support	-.198** (.005)	-.360*** (<.001)	.412*** (<.001)	.355*** (<.001)	1	
Show-off behavior in SNS	.351*** (<.001)	-.127 (.079)	-.206** (.004)	-.177* (.013)	-.242** (.001)	1

4. 상대적 박탈감, 절대적 박탈감, 자아존중감, 자아효능감 및 사회적지지가 대학생의 SNS 과시행동에 미치는 영향

본 연구대상자의 종속변수인 SNS 과시행동에 영향을 미치는 요인을 탐색적으로 확인하기 위하여 상대적 박탈감, 절대적 박탈감, 자아존중감, 자아효능감 및 사회적 지지를 독립변수로 하여 단계별 다중회귀분석을 실시하였다. 회귀분석에 앞서 회귀분석 가정의 만족여부를 확인하기 위하여 행렬산점도 그래프를 통해 변수들 간의 선형성을 확인하였고, 종속변수의 자기상관(Auto-correlation)과 독립변수 간의 다중공선성을 검토하였다. 그 결과 Durbin-Watson 값은 1.860으로, 2에 가까우므로 종속변수의 자기상관이 없고 독립적인 것으로 판단할 수 있었고, 각 변수들의 공차한계(tolerance)가 .644~.961로 0.1 이상이

있고, 분산팽창인자(variance inflation factor)가 1.045~1.552로 모두 10보다 낮았으므로 독립변수들 간의 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다. 잔차의 정규성과 등분산성을 검정한 결과 모두 만족한 것을 확인한 후, 단계별 다중회귀분석을 실시하였다.

단계별 다중회귀분석을 통한 회귀모형을 분석한 결과 연구대상자의 SNS 과시행동에 영향을 미치는 요인의 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 나타났고 ($F=14.215, p<.001$), 모형의 설명력(Adj.R²)은 21.5%로 나타났다. 대학생의 SNS 과시행동에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로는 상대적 박탈감 ($B=.102, SE=.025, p<.001$)으로 나타났으며, 그 다음으로는 사회적지지 ($B=-.178, SE=.057, p=.002$), 절대적 박탈감 ($B=-.175, SE=.041, p<.001$), 자아존중감 ($B=-.212, SE=.085, p=.014$) 순으로 나타났다(Table 5).

Table 5. The effect of relative and absolute deprivation, self-esteem, and social support on the show-off behavior in SNS (n=195)

Classification	Dependent variable : Show-off behavior in SNS					
	B	SE		t	p	Adj.R ²
(Constant value)	3.013	.423		7.126	<.001	
Relative deprivation	.102	.025	.273	4.060	<.001	.119
Social support	-.178	.057	-.223	-3.099	.002	.146
Absolute deprivation	-.175	.041	-.324	-4.284	<.001	.194
self-esteem	-.212	.085	-.198	-2.490	.014	.215
F=14.215, p<.001						

IV. 고찰

자기과시는 자신과 관련된 긍정적인 행동 혹은 속성을 타인에게 알리고자 하는 자기제시 전략 중 하나로 정의내릴 수 있다(Berman 등, 2015). 자기과시는 종종 자신의 우수함과 성취를 알리기 위하여 사용되나, 과시를 접한 사람들에게 부정적 인지과정과 반응 등을 유발할 수 있다(Berman 등, 2015; Lee, 2017; Ruvio & Shoham, 2016). SNS에서의 자기과시는 자신에 대한 가치를 평가

하여, 자신의 우월한 점을 적극적으로 드러내며 소개함으로써 자신에 대한 부정적 이미지를 최소화하고 자신의 긍정적 이미지를 보일 수 있다는 긍정적 영향도 있겠지만, 우울감(Frison과 Egermont, 2017), 심리적 안녕감 저해(Lee와 Park, 2018), 위선적 자기 제시(Jackson과 Luchner, 2018), 타인과의 관계 갈등(Ridway와 Clayton, 2016)과 같은 부정적 영향도 보고되고 있다. 2016년 중앙일보의 한 기사에서는 “SNS 허언증”으로 인한 자책감으로 우울증을 앓고 있는 사람이 늘고 있다는 보도도 있었다(Korea JoongAng Daily, 2016).

본 연구 결과, 대학생들의 SNS 과시행동은 상대적 박탈감과 양의 상관관계에 있었고, 자아존중감, 자아효능감, 사회적지지는 음의 상관관계를 보였다. 또한 대학생의 SNS 과시행동에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로는 상대적 박탈감으로 나타났으며, 그 다음으로는 사회적 지지, 절대적 박탈감, 자아존중감 순으로 나타났다. 그 결과는 상대적 박탈감이 높을수록 SNS 과시행동을 많이 하고, SNS 과시행동에 가장 영향을 주는 요인이 상대적 박탈감이라는 의미로 해석 될 수도 있지만, 이는 SNS 이용이 활발해 짐에 따라 SNS 이용자는 자신과 타인의 상황에 대해 사회적 비교를 하여 박탈감을 느낄 수도 있으므로, 반대로 영향을 줄 수 있다고도 해석해 볼 수도 있다. Lee와 Park(2018)이 총 219명의 대학생을 대상으로 한 연구에서, 대학생들의 상대적 박탈감이 클수록 개인의 안녕감은 감소하는 것으로 나왔고, 자기 과시적 표현이 많을 때 ‘원하지 않는 교류감’, ‘가식적 표현충동’, 그리고 ‘오프라인 사회성 결여’가 심리적 안녕감을 저해한다고 하였다. 또한 Seo(2017)도 SNS에서 연결된 상대방의 정보를 통해 자신의 경제적 상황을 상대적으로 평가하여 그로 인한 감정을 경험한다고 하였다. 즉, 대학생의 SNS에서의 자기과시 행동은 타인의 과시행동으로 인한 상대적 박탈감이 영향을 준 것으로 생각해볼 수 있으며, 이는 대학생들의 심리적 안녕감을 저해하는 등의 부정적 영향을 미칠 수 있다.

본 연구에서 자아존중감도 대학생의 SNS 과시행동에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 자기애성향이 높으면서 자아존중감이 낮을수록 SNS의 자기표현행동을 더 많이 한다고 보고한 Mehdizadeh(2010)의 연구와 자아존중감이 낮은 사람은 SNS에서 활발한 활동을 통해 오프라인에서의 부족한 사회적 관계를 보상하려는 경향이 있다고 보고한 Ellison 등(2007)의 결과와 유사한 맥락이라고 볼 수 있다. 또한 Woo 등(2017)은 자아존중감을 명시적 자존감과 암묵적 자존감 두 차원으로 분리하여 자아존중감의 불일치와 SNS에서의 과시적 표현간의 관계를 분석하였고, 그 결과 명시적 자아존중감과 암묵적 자아존중감의 불일치가 발생할 경우에 SNS의 과시행동이 높아진다고 보고하여, 자아존중감이 대학생의 SNS 과시행동에 영향을 미치는 요인이 된다는 본 연구결과를 지지하는 결과를 보였다.

또한 본 연구에서 사회적 지지는 SNS 과시행동과 음의 상관관계를 보였으며 대학생의 SNS 과시행동에 두 번째로 큰 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 이는 사회적 지지가 높은 사람은 SNS 과시행동이 적다는 의미로 해석할 수 있지만, 반대로 SNS 과시경향이 많은 사람은 사회적 지지가 낮다는 의미로도 해석해 볼 수 있다. Yang 등(2012)은 페이스북 사용 행동과 지각된 사회적 지지와의 관계를 파악하는 연구에서 페이스북에서 활발하게 쓰기 활동을 하는 사람들은 이미지 관리에 대한 강한 욕구와 기대로 인해 실제 자신이 받고 있는 사회적 지지와 상관없이 사회적 지지를 받고 있다는 인식이 저하될 수 있거나, 사회적 지지를 충분히 받지 못하고 있다고 인식하는 사람의 경우 자신의 생각이나 감정을 페이스북 등을 통해 활발하게 표출함으로써 사회적 지지를 갈구하는 경향이 있다고 보았다. 본 연구에서도 사회적 지지는 대학생들의 SNS에서의 자기과시행동에 영향을 주는 요인으로 파악되었는데, 이는 SNS 과시행동을 많이 하는 대학생들은 실제로 받고 있는 사회적 지지와 상관없이, 지각된 사회적 지지가 낮다고 판단해 볼 수 있다. 이는 향후 대학생들의 SNS 과시행동의 중재프로그램을 개발할 때 고려해야 될 사항으로 사료되며, 이에 더해 Mehdizadeh(2010)는 외현적 자기애를 가진 사람들이 SNS의 자기 과시적인 내용을 좀 더 많이 포스팅하는 경향이 있다고 하였는데, 본 연구에서는 개인적인 성격이나 성향에 대해서는 조사되지 않았으므로, 향후 연구에서는 개인적인 성격 특성도 SNS 과시행동에 영향을 주는 요인으로 고려하여 연구되어야 할 필요가 있다고 사료된다.

본 연구는 대학생들의 SNS 과시행동에 상대적 박탈감, 사회적 지지, 절대적 박탈감 및 자아존중감이 영향을 주는 요인임을 밝혔으나, 대상자를 편의표집을 하였으므로 본 연구 결과를 일반화하는 데는 한계가 있다. 따라서 후속연구에서는 청소년 등을 포함한 다양한 대상자를 대상으로 반복연구를 통해 결과를 일반화하는 것이 필요하며, 또한 대학생들의 SNS 과시 행동에 대한 보다 폭넓은 이해를 위해서는 개인의 특정 성격이나 성향과 같은 관련 변수를 추가하여 반복 연구가 필요하다는 것을 제언한다.

V. 결론

본 연구는 대학생들의 상대적 박탈감, 절대적 박탈감, 자아존중감, 자아효능감 및 사회적 지지와 대학생들의 SNS 과시행동 간의 관련성을 파악하고 그 영향요인을 규명하기 위한 서술적 조사연구이다. 본 연구결과를 통해 대학생들의 SNS 과시행동에는 상대적 박탈감이 가장 크게 영향을 미치는 것으로 파악되었고, 사회적 지지, 절대적 박탈감, 자아존중감이 대학생의 SNS 과시 행동에 영향을 주는 요인으로 규명되었다. 본 연구는 대학생들의 SNS 과시 행동 및 영향요인에 대해 이해할 수 있는 기초자료를 제공하였다는데 의의가 있으나, 일부 대학생들을 편의표집하여 분석하였으므로 일반화하는 데는 제한이 있다. 따라서 대학생들의 SNS 과시 행동에 대해 보다 폭넓은 이해를 위해서는 향후 관련 변수를 추가하여 반복 연구가 필요하다는 것을 제안한다.

참고문헌

- Barry CT, Doucette H, Loflin DC, et al(2017). "Let me take a selfie": associations between self-photography, narcissism, and self-esteem. *Psychol Pop Media Cult*, 6(1), 48.
- Berman JZ, Levine EE, Barasch A, et al(2015). The braggart's dilemma: on the social rewards and penalties of advertising prosocial behavior. *J Mark Res*, 52(1), 90-104.
- Boyd DM, Ellison NB(2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *J Comput Mediat Commun*, 13(1), 210-230.
- Chae JM, Kim JN(2004). Relative deprivation and psychological adaptation of the North Korean defectors: the influence of individual identity and social identity. *J Kor Soc Persnal Psychol*, 18(18), 41-63.
- Ellison NB, Stenfield C, Lampe C(2007). The benefits of facebook "friends": social capital and college students' use of online social network sites. *J Comput Mediat Commun*, 12(4), 1143-1168.
- Frison E, Eggermont S(2017). Browsing, posting, and liking on instagram: the reciprocal relationships between different types of instagram use and adolescents' depressed mood. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 20(10), 603-609.
- Goffman E(2002). *The presentation of self in everyday life*. 1959. Garden City, NY, pp.259.
- Ha TH(2016). The influences of self-efficacy and attachment on SNS addiction tendency in college students. *The Korean Data and Information Science Society*, 27(3), 763-772.
- Hong HY(1995). The relationships of perfectionism, self-efficacy and depression. Graduate school Ewha Womans University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Jackson CA, Luchner AF(2018). Self-presentation mediates the relationship between self-criticism and emotional response to instagram feedback. *Personal Individ Differ*, 133, 1-6.
- Jeon BJ(1974). Self-esteem: a test of its measurability. *Yonsei Nonchong*, 11(1), 107-130.
- Kim YJ(2015). Narcissistic self-presentation on facebook. *Journal of Digital Contents Society*, 16(4), 503-512.
- Korea JoongAang Daily(2016). The needs for issability, A married man in his 30s, pretending to be a rich bachelor doctor, *The JoongAng Ilbo*, 2016.05.21.
- Lee JK, Park HS(2018). The effect of problematic use of SNS on consumer psychological well-being: the moderating role of conspicuous self-presentation. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 19(3), 547-575.
- Lee SK(2017). The effect of bragging in SNS on consumer responses: the interactive effects of self-construal, wom reward event, and product attributes. Graduate school of Hanyang University, Republic of Korea, Doctoral dissertation.
- Lee SM(2016). The moderating effects of social support and self-disclosure on relationship between middle school students' insecure attachment and SNS addiction

- tendency. Graduate school of Ajou university, Republic of Korea, Master's thesis.
- Maeil Business News Korea(2019), Coverstory Z-generation analysis, Maekyung Economi, 2012(2019.6.12.~6.18), 28-39.
- Mehdizadeh S(2010). Self-presentation 2.0: narcissism and self-esteem on facebook. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 13(4), 357-364.
- Ministry of Science and ICT. 2018 survey on the internet usage. Available at http://www.kisa.or.kr/public/ibrary/tc_List.jsp Accessed April 13, 2019.
- National Information Society Agency. 2018 national informatization white paper. Available at https://www.nia.or.kr/site/nia_kor/ex/bbs/List.do?cbIdx=44086 Accessed April 13, 2019.
- Oh IH(2001). Effects of high school students self-efficacy on clothing fashionability, conformity, and conspicuous consumption. Graduate school Chonnam National University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Park JW(1985). A study to development a scale of social support. Graduate school of Yonsei university, Republic of Korea, Master's thesis.
- Ridway JL, Clayton RB(2016). Instagram unfiltered: exploring associations of body image satisfaction, instagram# selfie posting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 19(1), 2-7.
- Ruvio AA, Shoham A(2016). Consumer arrogance: scale development and validation. *J Bus Res*, 69(10), 3989-3997.
- Seo MH(2017). Influences of SNS use on life satisfaction via upward social comparison, relative deprivation and underestimation of economic status. *Korean Journal of Communication & Information*, 83(6), 72-95.
- Sherer M, Maddux JE, Mercandante B, et al(1982). The self-efficacy scale construction and validation. *Psychol Rep*, 51(2), 663-671.
- Son SJ(2017). Relationship between self-praise, social capital and SNS addiction tendency among adolescents. Graduate school of Sahmyook University, Republic of Korea, Master's thesis.
- The Economist Newspaper(2015), Leaders, Planet of the phones-smartphones, *The Economist*, Feb 26th, 2015.
- Woo HJ, Park JY, Tak HN, et al(2017). The relationship between self-esteem discrepancy conspicuous self-expression on SNS. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 18(3), 365-389.
- Yang HS, Kim JH, Seo MH(2012). Does facebook enrich our social relations?; examining the relationship among social psychological motivation, facebook use behavior, and perceived social support. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 56(5), 270-297.
- Zhao S, Grasmuck S, Martin J(2008). Identity construction on facebook: digital empowerment in anchored relationships. *Comput Human Behav*, 24(5), 1816-1836.