

페이스북 이용자의 공허감 연구 : 성격, 이용동기, 중독간 관계를 중심으로 Feelings of Emptiness on Facebook Use

김형지*, 김영임**, 허은***

고려대학교 일반대학원 언론학과*, 한국방송통신대학교 미디어영상학과**, 청강문화산업대학교 게임콘텐츠스쿨***

Hyoung-Jee Kim(hjeekim@hanmail.net)*, Young Yim Kim(yykim4591@gmail.com)**,
Eun Huh(huheun@ck.ac.kr)***

요약

본 연구는 페이스북 이용으로 이용자가 경험한 공허감의 요인을 탐색하고, 이 공허감이 페이스북 이용자의 개인적 속성과 이용 중독 행위와 어떠한 관련이 있는지 살펴보았다. 분석을 위해 대학생집단을 대상으로 페이스북 이용자의 공허감 요인을 측정하였고, 관련 문항을 개발하였다. 분석결과 공허감 요인은 세 가지로 추출되었고, 각각 '고립과 외로움', '자기조절장애', '비현실성'으로 명명하였다. 다음, 페이스북 이용자의 공허감에 영향을 미치는 변인을 분석하였다. 예민할수록 공허감(고립과 외로움, 자기조절장애)을 크게 느끼는 반면 친화성과 개방성향이 강할수록 공허감(자기조절장애)을 덜 느끼는 것으로 나타났다. 또한 페이스북 이용동기 중에서 자기노출 동기와 사회압력 동기가 공허감에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 끝으로 페이스북 이용자의 공허감과 이용중독간의 관계를 살펴본 결과, 공허감 요인 중에서 고립과 외로움 요인, 비현실성 요인이 페이스북에 중독되는 경향성과 관련 있었다.

■ 중심어 : | 공허감 | 성격 | 이용동기 | 중독 증후 |

Abstract

This study examined the factors for feelings of emptiness on Facebook use, and how these feelings are related to the user's personal attributes and the addiction to Facebook usage. For analysis, the factors for feelings of emptiness on Facebook use among college students were measured and a questionnaire was developed. After analysis, 3 factors were identified: 'isolation and loneliness', 'self-regulation disorder', and 'unreality'. Then, variables influencing the feelings of emptiness were identified. Among big 5 personalities, neuroticism, agreeableness, and openness to experience were related to the factors for feelings of emptiness. The study also found that motivations such as 'self-disclosure' and 'social pressure from others' tended to enhance the feelings of emptiness. Finally, the study examined the relationship between feelings of emptiness on Facebook use and the addiction to it. Factors of 'isolation and loneliness' and 'unreality' revealed more addiction tendency on Facebook.

■ keyword : | Feelings of Emptiness | Big 5 Personality | User's Motivation | Addiction Syndrome |

I. 서론

페이스북을 통해 시간과 장소에 구애받지 않고 타인과 쉽게 소통할 수 있게 되면서 사람들은 이전보다 더욱 사회적인 삶에 몰입하고 있다. 하지만 페이스북하기가 놀이처럼 항상 즐겁고 편안한 것은 아니다. 여기서는 나를 노출해야 비로소 타인에게 말 걸기가 시작된다. 노출의 방식에는 과장과 미화로 집착되는 기록집착의 특징이 있다. 또한 페이스북에서는 타인의 삶을 엿볼 수 있고, 자기감시 수준이 높은 자기정보를 공개하기도 한다. 이처럼 페이스북에서의 커뮤니케이션은 오프라인의 것과 사뭇 다르다. 한병철[1]의 논의에 빗대자면, 페이스북 공간에서 사람들이 자유롭게 커뮤니케이션하는 것처럼 보이는 것은 허상이다. 자기공개와 타인감시가 끊임없이 반복되기 때문에 진정한 소통의 어려움에 직면하고, 상당한 피로감을 느낀다. 이는 마치 감옥(digital panopticon)과도 같아서 여기에서 빠져나오기 힘들다.

페이스북은 현실공간에서 형성한 대인관계를 온라인으로 확장하고 유지할 수 있다. 그 점에서 이용확산 초기에는 유용한 대인 커뮤니케이션 수단으로 인식되었다. 하지만 사회적 분위기나 압력, 또는 집단주의 문화 특성으로 인해 이용이 대중화되자 페이스북에 대한 초기의 긍정적 인식은 지속되지 못했다. 독백에 가까운 피상적인 대인활동과 자신의 일상을 매순간 포스팅하고 댓글을 확인한 후 '좋아요'를 클릭하는 등의 습관화된 이용패턴을 보인다. 이러한 이용 특성은 중독과 무관하지 않다.

페이스북 중독은 소통을 열망하여 남용하고 집착하는 등 대인관계에 대한 과잉욕구에서 기인한다. 소통하고 싶은 심리가 과도한 이용자는 타인과의 관계에 환상을 갖게 된다. 그 과정에서 피해의식이나 마음의 상처를 경험하지만, 이를 극복하기 위해 다시 페이스북에 의존하는 모순이 반복된다. 미디어를 적절하게 사용하지 못한 미디어 부적용 상태가 중독이라는 문제적 이용행태로 발현된다.

선행연구는 일반적으로 이러한 이용중독의 문제를 개인의 심리적 선행요인(antecedents)을 중심으로 논의

하였다. 중독에 취약하거나 위험한 이용자의 성향을 살펴본 것이다. 하지만 중독에서는 심리적 차원의 기저요인 이외에 인지(cognition)과정에 개입하는 정서적 요인의 중요성을 간과할 수 없다. 즉, 중독이 발생하기 전의 정서 증후(premorbid addiction syndrome)에 대한 논의가 필수적이다[2].

이러한 맥락에서 본 연구는 페이스북 중독에 초점을 맞추어서 중독 전단계의 증후로 이용자가 페이스북 이용 후 경험한 공허감 정서에 대해 탐색해 보고자 한다. 구체적으로 사람들이 인식하는 페이스북 이용에 따른 공허감의 특성은 무엇인지, 이러한 공허감이 개인의 심리사회적 속성과 이용중독과는 어떠한 관련이 있는지에 대한 분석이다. 이를 통해 페이스북 중독현상에 대해 심화된 논의를 할 수 있을 것이다. 더불어 사람들이 인식하는 페이스북 대인관계의 문제점도 찾을 수 있을 것으로 본다. 본 연구의 목적은 페이스북 이용에 한계를 느끼면서도 사람들이 이용을 중단하지 못하고 의존하는 이용중독 현상에 대한 논의를 인지심리학적 차원으로 확장하는데 있다.

II. 기존문헌 검토

1. 중독의 원인

미디어 중독(behavioral addiction)은 미디어를 적절하게 이용하지 못할 때 나타나는 것으로(problematic uses)[3], '의존(dependence)', '강박(compulsion)', '남용(abuse)', '내성(tolerance)', '금단(withdrawal)', '집착(obsession)', '일상장애(life problems)', '오용(misuse)' '습관(habit)' 등을 포괄하는 개념이다[4-6]. 예를 들면, 미디어에 자주 접속하고 스스로 이용량을 조절하기 어려워 과다사용하거나 미디어에 몰두한 나머지 일상생활에 지장을 초래하는 습관화된 행위를 말한다. 최근에는 페이스북 이용자의 기록강박이나 관계집착적인 특징들도 중독의 개념 안에서 논의되고 있다[7][8].

선행된 연구에서 중독은 정신병리적 차원에서 치유 대상으로 간주하고, 이를 유발하는 이용자의 심리성향에 집중하였다. 외로움이나 낮은 자존감 또는 낮은 자

기호능감과 높은 감각추구성향 등이 주로 중독과 관련된 것으로 나타났다[9-12].

특히 개인의 기본 성격 중 하나인 예민성(neuroticism)은 대인관계 지향의 페이스북 중독을 예측하는 요인이다. '신경증'이라고도 불리는 예민성은 외부 자극이나 내적 심리갈등에 대한 적응 정도를 가리킨다. 정서적 안정성과는 상반되는 개념이다. 예민한 성향의 사람은 스트레스에 취약하고 특정 상황에 쉽게 흥분하거나 긴장하는 등의 부정적 감정에 민감하다. 또한 예민할수록 스트레스 상황을 극복하기 위해 회피하거나 분리, 억압, 전환 등의 방어기제를 사용한다[13]. 이외에도 예민성은 언어와 밀접하게 관련되어 있다. 예민한 성향의 사람은 언어가 가진 강력한 힘을 신뢰한다. 이 때문에 예민할수록 자기표현에 서툴고, 갈등상황에서는 언어폭력적인 성향이 표출되기도 한다[14].

자기를 노출해야 타인과 연결되고 그와의 소통이 가능한 페이스북 활동에서 예민한 성향의 사람들은 관계에 대한 부담이나 스트레스를 쉽게 느끼고, 스스로 감정을 통제, 억압, 또는 회피한다. 예민한 성향 때문에 페이스북에서 자기노출에 대한 자기감시 수준이 높고, 과도하고 개방된 대인관계에 피로감을 느껴 이용을 줄이거나 극단적인 경우에는 이용 자체를 중단 또는 거부하기도 한다[15][16].

또한 예민할수록 페이스북에서 자신의 이야기를 쓰거나 타인의 글에 대해 적극적으로 반응(댓글 등)하기보다는 타인의 글을 보기(읽기)만 하는 소극적인 이용 행태를 보인다. 예민한 성향의 사람은 평소 실생활에서 걱정이 많다. 온라인에서도 역시 자기를 노출하거나 타인과 상호작용하기를 꺼려한다. 예민한 성격의 페이스북 이용자는 사회적 지지감도 낮았다[17]. 페이스북에서 중요한 주변인(significant others)의 지지와 도움을 받고자 하기보다는 일종의 허용된 관음을 선호하는 성향을 짐작할 수 있다.

예민성은 대인불만이나 반항과 같은 대인관계성향으로도 표출된다[18]. 불안감이 높고 반항적인 성향의 경우 대인관계에서 스트레스를 많이 받고, 타인과의 상호작용에서 늘 외로움을 호소하며, 사회적 고립감을 느낀다. 관계지향적 페이스북 이용에서 행복감을 느끼는 정

도도 낮다[19].

다음, 페이스북 중독의 원인으로 개인의 성향뿐 아니라 이용동기 차원의 논의도 활발하다. 휴식 목적이나 습관적 이용 등 의례적 차원의 이용동기가 페이스북 이용중독에 영향을 미치지만[20], 이용자의 의식적인 선택이나 능동적 수용과 같은 도구적 차원의 이용동기 역시 중독을 유발하는 주요 원인이다. 특히 이미지 형성이나 자기노출, 대인관계 확장, 사회적 교류를 목적으로 하는 동기요인은 페이스북 이용량과 중독에 영향을 미치는 것으로 나타났다[21-23].

또한 한국인처럼 남을 많이 의식하고, 유행에 민감한 집단문화적 성향이 강한 경우 사회준거 집단의 의사가 개인의 미디어 이용에 영향을 준다. 페이스북 이용도 다르지 않아서 사회적 압력에 영향을 받는다. 주변 사람의 권유에 의해서, 소속된 집단에서 소외되지 않기 위해서, 유행하기 때문에, 외롭지 않기 위해서 등과 같은 사회적 참여 동기에 의해 페이스북을 이용하는 것으로 나타났다[21]. 이처럼 사회적으로 공유된 정보에서 소외되는 것에 두려움을 느끼는 심리가 사회적 압력이다. 페이스북의 이용이 자신의 의지나 욕구충족을 위해 서라기보다는 주변의 시선이나 권유, 사회적 트렌드에 따르는 비자발적 심리에 의한 것이라는 점 때문에 사회적 압력 동기에 의한 이용은 대인관계에 만족감을 느끼기 어렵다. 하지만 사회 참여 동기가 강할수록 페이스북 이용을 중단하지 못하고 트렌드에 동조하여 과다 사용하는 경향성을 보이기도 한다. 이들은 대인간 실질적 소통보다는 자기노출용 쓰기 활동을 많이 하는 것으로 나타났다[7][24][25].

2. 중독증후: 공허감

본 연구에서는 최근 사회적 문제로 제기된 페이스북 중독에 관한 논의를 확장하고자 한다. 샤퍼(H. J. Shaffer et al.)의 중독증후군 모델(Addiction Syndrome Model)은 중독이 발생하는 일련의 과정을 개인의 심리 사회적 요인(psychosocial elements)과 중독증후(adiction syndrome)의 상호작용으로 설명한다. 앞서 논의한 것처럼 이 모델 역시 중독을 유발하는 과정의 첫 단계에서 외로움과 같은 심리사회적 성향을 중독의

위험 요소로 지적한다. 두 번째가 중독증후 단계이다. 여기에서 증후란 미디어 이용으로 경험하게 되는 개인의 비정상적인 기저 조건(abnormal underlying conditions)과 관련된 증상(symptoms)이나 징후(signs)를 가리키는 개념이다[2]. 예를 들면, 페이스북 이용에 따른 우울이나 걱정, 지나친 자기중심적 반추, 자기 의심, 부정적 자기평가, 허상 등이 해당된다. 이러한 부정적 정서에도 불구하고 페이스북 사용을 끊지 못하고 반복하는 행동(repeated interaction) 역시 중독증후로 본다.

중독증후와 관련하여 데이비스(R. A. Davis)의 인지 행동 모델(Cognitive-Behavioral Model)은 미디어에 대한 '부적응적 인지(maladaptive cognition)'에 대해 언급하였다[26]. 이용자의 심리·생리적 성향과 미디어의 기술적 환경 및 이용자의 기저 요인에 의해 축적된 미디어에 대한 부적응적 인지가 강화되면 미디어에 중독된다는 것이다.

부적응적 인지란 미디어에 대한 태도나 사고가 왜곡되고 과잉된 상태를 말한다. 이 상태는 미디어의 과도한 사용에 대한 자기 반추와 미디어 과다 사용을 정당화하기 위해 현실세계를 부정하는 과정을 거친다. 예를 들면 인터넷을 계속 사용해도 되는 건가 반추하면서 스스로 인터넷 중독에 대해 인식하지만 그간 인터넷 사용을 통해 충족되었던 긍정적인 기억들을 불러일으켜 오히려 인터넷 이용을 갈망하게 된다는 것이다. 또한 이러한 갈망이 강해질수록 현실에서 채워지지 않은 욕구를 온라인에서 충족시키고자 하는 보상심리가 강화된다. 이처럼 인터넷 사용에 대한 부정적 자기인식은 미디어에 대한 탐닉이나 남용을 야기하고, 결과적으로는 미디어의 과도한 사용을 정당화하는 욕구를 유도한다.

이상의 논의를 기초로 본 연구는 중독을 유발하는 인지적 차원의 위험 요인을 중독증후로 개념화하고자 한다. 이는 중독에 취약한 이용자의 생리적이고 심리적인 요소(성격 등)와는 구분되는 것으로, 사람들이 미디어 이용으로 경험하는 부정적 정서를 의미한다.

특히, 본 연구에서 주목한 중독증후는 페이스북 이용에 따른 '공허감(feelings of emptiness)'이다. 시간과 장소에 구애받지 않고 페이스북을 통해 타인과 쉽게 연결되면서 대인관계 활동이 크게 증가했지만 많은 사람들

이 여전히 진정한 소통과 대인관계를 갈구한다는 점에 문제의식을 가졌다. 현시점에서 페이스북 이용에 대한 사람들의 인식과 태도를 살펴볼 필요가 있고, 관계적 차원에서 페이스북 이용 중독을 유발하는 인지적 증상에 대해 구체적 논의가 필요하다고 판단했다.

개념적으로 '비어있음'을 의미하는 공허감은 정신분석학에서 '특정 상황에 대한 굶주림의 상태'를 의미한다[27]. 또는 '지각된 현상과 이상간의 불일치 상태[28]'나 '희망적이지 않고, 외로운, 고립된 상태[29]'라는 해석도 있다. 쾨버그(O. F. Kernberg)는 대상관계이론(Object Relations Theory)에서 이러한 공허감이 상호작용과 관련되어 있다고 보았다[30]. 성장과정에서 분리(分離)를 경험하고 이러한 상태가 오랜 기간 지속된다보면 성격 특성으로 내면화되어 나중에는 분리된 자아간 간극이 커져 통합되기 어렵다는 것이다. 이러한 성격적 특성은 자기애적 성격장애와 겹쳐 자기중심적 사고를 하게 되고, 타인에 대한 공감능력이 떨어지거나 감정의 극단을 쉽게 경험할 수도 있다.

한편 의학에서 공허감은 경계선 성격 장애(Borderline Personality Disorder)의 하위요인으로 구분되는데, 장애(disorder)로서 만성적 공허감은 우울증이나 자살사고와 같은 위험한 심리와 관계가 있다. 이는 대인관계에 대해 감정의 황폐감이나 환상, 상실감, 무감각, 권태, 피상적이고 기계적인 감정 반응 등을 수반한다. 공허감에 대해 적절한 조치가 취해지지 않을 경우 반사회적 문제 행동이 유발될 가능성도 있다[29][31-33]. 하지만 만성적 공허감에 대한 개념적 정의나 질병 구분에 대한 명확한 기준은 아직까지 구체화되지 않았다.

본 연구는 공허감에 대한 논의와 관련하여 소셜미디어에서 보인 자신의 모습은 모두 거짓이었다는 호주의 한 여성의 고백을 짚어 보려한다[34]. 그 고백은 소셜미디어를 이용한다는 것이 타인과 소통한다는 의미가 아니라 '팔로워'나 '좋아요' 숫자를 높이기 위한 미화된 자기노출에 지나지 않았다는 자기비판이었다. 이는 피상적인 관계중심의 소셜미디어 활동에 대한 부정적 인식을 보여 준 대표적 사례이다.

또 미국 명문대생 자살의 원인을 소셜미디어 중독으

로 보는 시각도 있다[35]. 과도한 학업 스트레스에 행복하지 못한 자신과는 달리 동급생의 즐거운 일상을 소셜 미디어를 통해 엿보면서 좌절감과 상실감을 갖게 되고 자살충동으로 이어지는 사례가 늘고 있다는 것이다. 연구보고에 따르면, 페이스북에서 타인의 일상과 자신의 삶을 비교하면서 사람들은 '상대적 박탈감'이라는 심리적 문제를 겪거나[36], 아무것도 하고 있지 않은 자신이 사회로부터 고립되었다는 두려움, 즉 '누락의 공포감'을 경험한다[37].

이러한 사회비교 심리의 기저에는 페이스북 이용에 따른 대인관계 불안이나 초조, 짜증, 소외, 외로움, 예민한 반응 등이 동반한다. 하지만 선행연구에서는 이러한 부정적 정서나 태도, 인지에 대해서 문제[36]나 스트레스[38]로 명명할 뿐 관련한 상태를 구체적으로 개념화하지 못하였다.

이에 본 연구는 페이스북의 문제적 이용에 대한 논의 중에서 중독을 유발하는 원인과는 구별되는 '증후'에 대해 탐색하고자 한다. 즉, 페이스북 이용에 대한 사람들의 부정적 정서를 심리적 성향과 구분하여 인지심리적 특징을 파악하려는 시도이다. 구체적으로 페이스북 이용에 따른 '공허감' 요인을 추출하고, 이용자의 공허감과 개인속성, 중독간의 상호 영향관계를 분석할 것이다. 이를 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1. 페이스북 이용자의 공허감의 요인은 무엇인가?
- 연구문제 2. 페이스북 이용자의 공허감에 영향을 미치는 개인의 속성(성격과 이용동기)은 무엇인가?
- 연구문제 3. 페이스북 이용자의 공허감은 중독과 어떤 관계가 있는가?

III. 연구방법

1. 공허감 문항 개발 사전조사

페이스북 이용에 따른 이용자의 공허감에 관한 사전 문항 개발을 위해 기존 문헌 조사와 소규모 집단 심층면접을 실시하였다. 먼저 페이스북을 포함한 소셜미디

어의 문제적 이용(예. 중독 등)과 성향 및 심리(예. 공허감, 외로움, 우울, 자존감, 스트레스, 대인민감성, 연결욕구, 사회적 상호작용 등)등에 관한 선행연구를 고찰하였다. 이외에도 본 연구의 주 관심분야인 공허감을 직접적으로 다룬 연구가 부족하다고 판단하여 페이스북 이용자를 대상으로 심층면접을 실시해 공허감에 대한 실질적 논의를 보완하였다. 심층면접은 인터뷰 당시 페이스북을 이용한 20, 30대 대학생(원) 10명을 대상으로 실시하였다. 심층면접은 페이스북 이용도와 이용동기에 대한 기본 질문을 시작으로 페이스북 이용의 단점이나 부작용, 이용에 따른 문제나 스트레스 등과 같이 공허감을 내포하고 있는 부정적 정서나 인지에 대해 자유롭게 질문하였다. 이 같은 과정을 통해 획득한 서술형 응답자료로 총 26개의 사전문항을 만들었다. 조사를 위해 리커트 척도 형식으로 문항을 변형하였다.

2. 자료 수집 및 표본 특성

본 조사는 전국규모의 4년제 국립 특수대학에 재학 중인 학생을 대상으로 2015년 4월 2주간 온라인 설문을 진행하였다. 총 314명이 조사에 참여했으며, 이중 불성실한 응답자(34명)와 페이스북을 이용하지 않는다고 답한 응답자(40명)를 제외한 240명을 본 연구의 최종 분석대상으로 선정하였다. 이들의 인구사회학적 특성을 살펴보면 여자(52.1%)가 남자(47.9%)보다 많았다. 응답자의 평균 연령은 38.2세였고, 연령별 분포를 살펴보면 20대가 24.9%, 30대 31.3%, 40대 28.8%, 50대 이상이 15.0%이다.

3. 변인의 측정

3.1 성격

본 연구에서는 페이스북 이용자의 개인성향을 알아보기 위해 성격 5 요인(Big 5 Personality)을 측정하였다[13]. 인간의 성격을 모두 5개로 구분하여 일반적인 성격적 특성을 폭넓게 파악하고자 했다. 5가지 성격은 외향성, 예민성, 친화성, 개방성, 성실성이다. 먼저 외향성은 사회성, 활동성 등과 같은 사교지향적 성향을 의미한다. 측정에 사용한 문항은 “나는 모임에서 분위기를 주도하는 편이다”, “나는 낯선 사람들과 금세 친해진

다”, “나는 다른 사람들과 있을 때 편안함을 느낀다”이다. 예민성은 우울감이나 불안, 걱정과 같은 부정적 감정을 쉽게 느끼는 성향으로, 본 연구에서 사용한 측정 문항은, “나는 스트레스를 쉽게 받는 편이다”, “나는 매사 걱정이 많은 편이다”, “나는 흥분을 잘 한다”이다. 친화성은 대인관계에서 협조적이고 우호적인 성향으로, 본 연구에서는 “나는 다정다감한 편이다”, “나는 다른 사람들에게 관심이 많다”, “나는 다른 사람의 기분을 잘 이해하는 편이다”로 측정하였다. 개방성은 상상력이나 호기심, 또는 다양성에 대한 욕구가 강한 성향을 의미한다. 측정에 사용한 문항은 “나는 이해력이 좋다”, “나는 좋은 아이디어가 풍부하다”, “나는 어휘력이 풍부하다”이다. 성실성은 목적 달성을 위해 노력하는 성향으로, 계획적이고 규칙을 준수하는 등의 특질을 포함한다. 측정에 사용한 문항은 “나는 매사 계획적이다”, “나는 해야 할 일을 미루지 않는다”, “나는 치밀한 편이다”이다. 응답자는 각 문항에 동의하는 정도에 따라 ‘1(=전혀 그렇지 않다)’부터 ‘5(=매우 그렇다)’까지 답하였다.

3.2 이용동기

본 연구는 페이스북 이용동기를 자기노출, 대인관계, 사회압력, 타인탐색, 습관으로 측정하였다[21][25][39]. 측정을 위해 사용한 자기노출 동기 문항은 “나에 대해서 다른 사람이 알아주었으면 해서”, “다른 사람으로부터 좋은 사람이라는 이야기를 듣고 싶어서”, “내가 경험한 것을 자랑하고 싶어서”, “내가 어떤 사람이라는 것을 다른 사람이 알아주었으면 해서”이다. 대인관계 동기 문항은 “자주 만나지 못하는 지인과 관계를 유지하기 위해서”, “기존 인맥을 넓히기 위해서”, “직장이나 학업 등 일로 맺어진 사람들과 교류하기 위해서”, “다른 사람과 즐거운 상호작용을 하기 위해서”, “내가 속한 단체의 사람들과 유대를 형성하기 위해서”로 측정하였다. 사회압력 동기 문항은 “내가 속한 조직이 페이스북을 이용해서 어쩔 수 없이”, “페이스북을 이용하는 주변의 아는 사람의 요청 때문에”, “나 혼자서만 페이스북을 이용하지 않으면 안 될 것 같아서”, “다른 사람이 많이 이용하니깐”이다. 타인탐색 동기 측정을 위한 문항은 “나 말고 다른 사람의 과거에 대해 알고 싶어서”, “다른 사람의

사생활이 궁금해서”, “다른 사람의 인간관계가 궁금해서”이다. 습관 동기 측정 문항은 “심심할 때 시간 때우기 위해서”, “특별한 이유 없이 습관적으로”, “특별한 이유 없이 재미로”이다. 응답자가 각 문항에 동의하는 정도에 따라 ‘1(=전혀 그렇지 않다)’부터 ‘5(=매우 그렇다)’까지 응답하도록 했다.

3.3 페이스북 중독

본 연구에서 페이스북 중독 측정 문항은 기존 논의를 기초로 총 10개 문항으로 재구성하였다[8][12][40]. “페이스북 사용으로 인해 학교/업무 능률이 떨어졌다”, “페이스북을 하지 않으면 무슨 일이 일어났는지 궁금해서 다른 일을 할 수가 없다”, “그만해야지”하면서도 번번이 페이스북을 계속하게 된다”, “페이스북 사용 때문에 피곤해서 학교 수업시간이나 회사 업무시간에 잔다”, “페이스북을 하다가 계획한 일을 제대로 못한 적이 있다”, “페이스북을 하면 기분이 좋아지고 쉽게 흥분한다”, “페이스북을 할 때 마음대로 되지 않으면 짜증이 난다”, “페이스북을 하지 못하면 안절부절 못하고 초조해 진다”, “일단 페이스북을 시작하면 처음에 마음먹었던 것보다 오랜 시간 하게 된다”, “페이스북 사용을 줄여야한다는 생각을 끊임없이 한다”이다. 응답자가 각 문항에 동의 정도에 따라 ‘1(=전혀 그렇지 않다)’부터 ‘5(=매우 그렇다)’까지 답하도록 했고, 응답자의 평균값이 클수록 중독 수준이 높은 것으로 간주하였다.

표 1. 각 변인의 평균, 표준편차와 신뢰도

		평균 (M)	표준편차 (SD)	신뢰도 계수 (Cronbach's α)
성격	외향성	2.93	.77	.68
	예민성	3.08	.89	.77
	친화성	3.34	.71	.69
	개방성	3.48	.81	.82
	성실성	3.25	.81	.80
이용 동기	자기노출	2.31	1.06	.93
	대인관계	3.02	1.02	.91
	사회압력	2.06	.99	.86
	타인탐색	1.98	.99	.94
	습관	2.64	1.06	.89
중독		2.04	.49	.84

IV. 연구결과

1. 페이스북 이용자의 공허감 요인 분석

사전조사를 통해 도출된 26개 문항의 공허감 요인구조를 밝히기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석방법으로 주성분 분석과 베리맥스 회전기법을 사용하였다. 요인수의 결정은 아이겐값 1.0을 기준으로 하였고, 요인적재치가 0.5이하인 경우 분석에서 제외하였다(7개 문항). 측정변수에 대한 신뢰도 검증은 크론바흐 알파값(Cronbach's Alpha)을 사용하여 0.7이상을 기준으로 하였다.

표 2. 페이스북 이용자의 공허감 요인분석 결과

문항	1	2	3
요인1: 고립과 외로움			
페이스북에서 나 혼자 세상에 버려진 것 같다	.808		
페이스북에서 활동하지만 견딜 수 없을 만큼 공허하다고 느낀다	.759		
페이스북에서 나는 혼자라고 느낀다	.757		
페이스북에서 나는 허전함을 느낀다	.731		
페이스북 속 내가 누구인지 모를 때가 있다	.693		
페이스북에서 나는 세상과 차단되어 있다고 느낀다	.667		
페이스북에서는 누구도 내가 원하는 것을 알 수 없다	.662		
요인2: 자기조절장애			
페이스북에서 나도 모르는 사이에 나 자신을 헤칠까봐 두려울 때가 있다		.876	
페이스북에서 내가 나 자신을 통제할 수 없을 거라는 느낌이 휩싸인다		.813	
페이스북에서 활동하지만 다른 사람들의 기억에서 지워지는 것 같다		.752	
요인3: 비현실성			
페이스북 친구와 실제(오프라인) 친구를 대하는 나의 모습이 다르다			.829
페이스북 친구와 실제 친구가 서로 겹치지 않는다			.778
페이스북 친구와 실제 친구는 나에게 다른 의미다			.771
아이겐값	6.53	1.85	1.11
설명변량(%)	46.64	13.19	7.93
평균	1.89	1.47	2.43
표준편차	.79	.69	.92
신뢰도(Cronbach's α)	.91	.85	.76

페이스북 이용자들의 공허감에 대한 요인분석 결과, 3개의 요인(19개 문항)이 추출되었고, 전체변량의 67.76%를 설명하였다. 구체적으로 페이스북 이용자의 첫 번째 공허감 요인을 “고립과 외로움”으로 명명하였다($M= 1.89, SD= .79, Cronbach's \alpha= .91$). 주로 페이스북에서 활동하지만 혼자인 것 같고, 허전하며, 세상과 차단되어 있는 느낌의 내용이다. 두 번째 공허감 요인

은 “자기조절장애”로 명명하였다($M= 1.47, SD= .69, Cronbach's \alpha= .85$). 페이스북에서 활동하는 자신을 스스로 통제할 수 없거나 정신적으로 불안함을 느끼는 상태에 관한 내용이다. 세 번째 공허감 요인은 “비현실성”으로 명명하였다($M= 2.43, SD= .92, Cronbach's \alpha= .76$). 페이스북 상의 대인관계 활동이나 관계인식이 현실과 다른 별개의 것이라는 내용이다[표 2].

2. 페이스북 이용자의 공허감과 개인속성간 관계

페이스북 이용자의 개인속성 중에서 성격과 이용동기가 공허감을 어떻게 예측하는지 알아보기 위해 앞서 추출한 세 개의 공허감 요인을 종속변인으로 회귀분석을 실시하였다. 이때 성별(남성 1, 여성 0으로 가변인 처리)과 연령은 통제변인으로 설정하였다. 결과분석에 앞서 각 변인 간 다중공선성에 문제없음을 확인하였다.

표 3. 페이스북 이용자의 공허감에 미치는 영향변인 분석 결과

		페이스북 공허감					
		고립과 외로움 (β)		자기조절장애 (β)		비현실성 (β)	
		model 1	model 2	model 1	model 2	model 1	model 2
통제 변인	성별	.102	.111	.131	.119	.200**	.191**
	연령	-.044	-.009	-.008	-.019	-.007	-.021
성격	외향성		-.032		.119		-.030
	예민성		.239***		.115		.075
	친화성		-.035		-.141*		-.037
	개방성		.009		-.189**		.020
이용 동기	성실성		.048		-.024		.092
	자기노출		.282***		.301***		.132
	대인관계		-.028		-.091		-.016
	사회압력		.322***		.228**		.181*
	타인탐색		.036		.110		.060
	습관		.045		-.140		-.017
adj. R^2		.001	.321***	.008	.226***	.031**	.084*
F		1.163	10.371***	1.990	6.784***	4.797***	2.825***

주1. N=240

주2. 성별에서 남성과 여성은 각각 1과 0으로 가변인(dummy) 처리함. α .05, α .01, α .001

[표 3]에서 알 수 있듯이 공허감 요인별로 예측하는 개인 속성에 차이가 있었다. 우선 ‘고립과 외로움’ 요인에 영향을 미치는 사용자 성격은 예민성으로 나타났다. 이용자의 성격이 예민할수록 페이스북에서 활동하면서 대인관계에 대한 불만족과 외로움 호소 경향이 높았다

($\beta = .239, t = 3.992, p < .001$). 또한 이용동기 중에서 자기노출 동기($\beta = .282, t = 3.908, p < .001$)와 사회압력 동기($\beta = .322, t = 5.067, p < .001$)가 고립과 외로움요인에 정적인 영향을 미쳤다. 나에 대해서 타인이 알아줬으면 하는 심리욕구가 강할수록 고립과 외로움을 더 느끼는 경향성을 보인 것이다. 또한 관계욕구를 충족시키기 위해 스스로 페이스북을 이용하는 것이 아니라 사회적 압력에 의한 타의적이고 수동적인 동기로 페이스북을 이용하는 사람들은 대인관계에서 더 공허함을 느꼈다.

다음, 공허감 요인 중 자기조절장애에 영향을 미치는 이용자의 개인속성을 살펴보았다. 개인성격에서 친화성과 개방성이 자기조절장애 요인과 통계적으로 부적 영향관계인 것으로 나타났다. 구체적으로 보면 친화성향이 강할수록($\beta = -.141, t = -1.984, p < .05$), 개방성향이 강할수록($\beta = -.189, t = -2.689, p < .001$) 자기조절장애 정서가 약화되는 경향성을 보였다. 타인지향적이거나 대인관계에 우호적인 개인의 성향이 페이스북 이용에서 나타나는 자아상실에 대한 두려움이나 불안감 등의 부정적 정서를 어느 정도 조절할 수 있을 것으로 보인다.

한편, 페이스북 이용동기 중에서 자기노출 동기와 사회압력 동기는 각각 자기조절장애와 통계적으로 정적 영향관계를 보였다. 자기노출 동기가 강할수록($\beta = .301, t = 3.911, p < .001$), 사회압력 동기가 강할수록($\beta = .228, t = 3.351, p < .01$) 자기조절장애 정서가 강해지는 경향성을 나타냈다. 페이스북 이용으로 느끼는 고립감이나 외로움과 마찬가지로, 사람들이 페이스북에서 자기 이미지 형성에 집착하거나 혹은 수동적인 대인관계 동기가 강할수록 자기조절장애 역시 높아질 수 있다는 결과이다.

다음, 페이스북 이용자의 공허감 요인 중 비현실성 요인에 영향을 미치는 개인속성을 살펴보았다. 통제변인으로 사용한 성별이 비현실성 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 남성은 여성에 비해 페이스북상의 대인관계를 현실과 구분 짓는 경향성을 보였다($\beta = .200, t = 2.990, p < .01$). 그 밖에 이용자 성격 변인은 비현실성과 통계적으로 유의한 영향관계가 없었다.

하지만 관계적 차원에서 살펴본 페이스북의 사회압

력 동기는 공허감의 비현실성 요인과 정적 영향관계인 것으로 나타났다($\beta = .181, t = 2.453, p < .05$). 페이스북을 이용하는 이유가 자의에 의한 적극적인 자기노출이나 대인관계 형성을 위해서라기보다 주변의 시선이나 평가, 상황 등에 따라 어쩔 수 없이 이용하는 사람의 경우 페이스북상의 대인관계를 현실의 것과 다르게 생각하여 구분 짓는 경향성이 클 수 있다.

3. 페이스북 이용자의 공허감과 중독간 관계

앞서 논의한 중독 증후군 모델[2]을 기반으로 페이스북 이용자의 공허감과 이용중독간의 관계를 살펴보았다. 이때 페이스북 중독에 영향을 미칠 것으로 예상한 인구학적 속성(성별, 연령)은 Block 1, 개인속성(성격, 이용동기)은 Block 2에 투입 후, 페이스북 이용자의 공허감 요인(고립과 외로움, 자기조절장애, 비현실성)을 Block 3에 투입하는 위계적 회귀분석을 실시하였다. 결과분석에 앞서 공차한계(0.1 이상)와 분산팽창지수(1.201~2.356)를 확인한 결과 변인간 다중공선성에 문제가 없었다.

[표 4]의 모델 3의 결과를 보면, 페이스북 이용자의 공허감은 이용중독에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 페이스북 이용자의 공허감 중 '고립과 외로움' 요인은 중독에 정적인 영향을 미쳤다($\beta = .263, t = 3.631, p < .001$). '비현실성' 요인도 중독에 정적 영향을 미치는 것으로 나왔다($\beta = .115, t = 2.192, p < .05$). 공허감의 '자기조절장애' 요인과 페이스북 이용 중독과의 관련성은 통계적으로 유의미하지 않았다. 이외에 페이스북 이용동기 중에서 자기노출 동기($\beta = .187, t = 2.804, p < .01$)와 습관 동기($\beta = .186, t = 2.957, p < .01$)가 중독에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

페이스북에서 활동하지만 여전히 혼자라는 느낌일 때 타인으로부터 공감 받고 싶은 심리에 지속적으로 의존하게 되고 중국에는 이용중독으로 이어질 가능성이 있다. 또한 페이스북에서 이중적인 대인관계를 강화할수록 '또 다른 나'와 '또 다른 관계'에 탐닉하여 이용중독이 될 가능성이 있다.

표 4. 페이스북 이용자의 공허감이 중독에 미치는 영향에 대한 분석 결과

		중독(β)		
		model 1	model 2	model 3
통제 변인	성별	.118	.119	.056
	연령	-.007	.008	.014
성격	외향성		.027*	.027
	예민성		.068	-.016
	친화성		.035	.063
	개방성		-.057	-.037
	성실성		-.012	-.032
이용 동기	자기노출		.307***	.187**
	대인관계		.095	.114
	사회압력		.212**	.083
	타인탐색		.029	.001
	습관		.181**	.186**
공허감	고립과 외로움			.263***
	자기조절장애			.104
	비현실성			.115**
adj. R^2		.005	.374***	.470***
F		1.611	12.832***	15.082***

주1. N=240

주2. 성별에서 남성과 여성은 각각 1과 0으로 가변인(dummy) 처리함.
 $p < .05$, $p < .01$, $p < .001$

V. 결론

페이스북 이용이 대중화되면서 사회적 네트워크를 통한 소통방식에 관심이 높아졌다. 최근에는 페이스북에서 형성한 관계에 대해 이용자가 어떻게 인식하고 있는지 다양한 관점에서 논의되고 있는 추세이다[41-43]. 본 연구는 페이스북 중독의 문제를 이용자의 정서적 특성인 ‘공허감’에 초점을 맞추고 연구의 범위를 인지심리학적 차원으로 확장하였다. 우선, 미디어 중독을 일으키는 증후로서 페이스북 이용에 따른 이용자의 공허감은 무엇인지 탐색적 차원에서 접근했다. 그 다음, 페이스북 이용자의 공허감이 개인의 성향이나 이용동기와 어떠한 관계가 있는지 분석했고, 끝으로 이용자의 공허감이 페이스북 중독과는 어떠한 관계가 있지 알아보았다.

연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 페이스북 이용자의 공허감 요인으로 ‘고립과 외로움’, ‘자기조절장애’, ‘비현실성’ 요인 3가지를 추출하였다. 원만한 대인관계를 위해 페이스북을 이용하지만 이용자들은 여전히 쓸쓸함, 허전함, 사회적 지지감에 대한 결핍, 자아상실감, 자기 통제불능, 현실피로, 대인관계 불안 등의 부정적 정서를

포괄하는 공허감을 인식하고 있음을 알 수 있다. 둘째, 페이스북 이용자의 공허감은 이용자의 성격 및 이용동기와 관련되었다. 성격이 예민할수록 페이스북 이용에서 고립감과 외로움이 컸다. 또한 자발적 이용이 아닌 사회적 압력에 의한 타의적이고 수동적인 동기에 의한 이용으로 공허감이 더 커질 수 있다. 셋째, 페이스북 이용자의 공허감이 이용중독에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 페이스북 활동에도 불구하고 고립감과 외로움은 여전히, 댓글이 달리고 좋아요 클릭 수가 늘어도 대인관계에 대한 불안과 공허감이 오히려 커져 페이스북 활동에 더욱 집착하는 미디어 중독을 야기할 수 있다.

본 연구에서는 공허감의 개념을 사람들과의 일상적 연결과 집단소속으로 정서적 안정을 취하기 위해 페이스북에 집착하는 사람들이 진정한 소통과 공감의 주체가 되지 못할 때 느끼는 불안(고립과 외로움), 자아불안(자기조절장애), 대인분리감(비현실성)의 정서로 규정하였다. 사람들은 페이스북이라는 사회적 공간에서 타인과 적극적으로 소통하지만 여전히 고립감과 외로움에서 벗어나지 못한다. 뿐만 아니라 타인으로부터 지받지 못한다는 불안감과 자신이 맺은 대인관계가 모두 피상적이고 비현실적이라고 느낄 때 ‘공허하다’라고 말한다. 페이스북 이용자의 공허감은 함께 있지만 혼자인 상태(alone together)[44] 그 이상의 다양하고 복잡한 정신병리적 개념일 것으로 보인다. 정서가 인간의 인지과정에 필수적으로 개입하며 행동에 영향을 미친다는 인지심리학적 관점에서 볼 때 공허감은 예민성이나 사회적 압력과 같은 심리적·사회적 변인과 함께 중독을 일으키는 원인이 될 수 있다.

페이스북 이용중독의 심각성은 공허감과 같은 부정적 정서가 우울증이나 자살과 같은 극단적인 결과로 이어질 수 있다는 데 있다[29][31][32]. 특히 고립감과 외로움, 충동장애, 대인관계 부적응 등 한국사회가 안고 있는 청소년 문제(예. 미디어 중독뿐 아니라 비행, 자해, 인지 외톨이, 나르시시즘 등)에 대한 해결책 모색에서 공허감이라는 정서적 요인에 주목할 필요가 있다. 또한 청소년기에 또래집단이나 중요 사회집단(가족, 선생님 등)과 원만한 대인관계를 맺고 건강한 자아를 형성하기

위해서는 공허감과 같은 부정적 정서나 중독을 정확히 인지하고 경계할 수 있도록 적절한 미디어 교육이 선행되어야 할 것이다.

페이스북 이용에 따른 공허감의 특성을 개념차원에서 탐색하고, 개인 성향과의 연관성을 고찰하여 공허감이라는 정서적 특성이 미디어 중독의 예측변인으로서 가능성이 있다는 점을 확인하였다는 데 본 연구의 의의가 있다. 그러나 공허감에 대한 측정 기준이나 명확한 개념을 제시한 선행연구가 부족한 상태에서 이루어진 탐색차원의 접근이라는 점, 조사대상을 대학생으로 한정했다는 점에서 공허감 요인을 일반화하기 어렵다는 연구의 한계가 있다. 그럼에도 불구하고 공허감에 대한 증상이나 징후를 발견하기가 쉽지 않고, 명확하게 개념화되지 않은 변인을 정서적 특성으로 개념화하여 실증적으로 탐색했다는 점은 학술적 의의가 있다고 본다. 향후 연구에서는 소셜미디어 현상으로 연구의 범위를 확대하여 매체 간 비교 연구를 하거나 조사대상을 전 연령층으로 확장한다면 보다 다양한 논의와 사회적 함의를 이끌어낼 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 한병철, *피로사회*, 문학과 지성사, 2012.
- [2] H. J. Shaffer, D. A. LaPlante, R. A. LaBrie, R. C. Kidman, A. N. Donato, and M. V. Stanton, "Toward a syndrome model of addiction: Multiple expressions, common etiology," *Harvard review of psychiatry*, Vol.12, No.6, pp.367-374, 2004.
- [3] S. E. Caplan, "Preference for online social interaction a theory of problematic Internet use and psychosocial well-being," *Computers in Human Behavior*, Vol.30, No.6, pp.625-648, 2003.
- [4] I. Goldberg, "Internet addiction disorder," Retrieved November, No.24, 1996.
- [5] K. S. Young, "Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder," *CyberPsychology & Behavior*, Vol.1, No.3, pp.237-244, 1998.
- [6] 김교현, "심리학적 관점에서 본 중독," *한국심리학회지: 건강*, 제7권, 제2호, pp.159-179, 2002.
- [7] 고은영, 최윤영, 최민영, 박성화, 서영석, "외로움, 대인 민감 및 페이스북 중독 간의 관계," *한국심리학회지: 상담 및 심리치료*, 제26권, 제3호, pp.713-738, 2014.
- [8] 이상호, "소셜미디어 사용자의 중독에 관한 정책적 함의 연구: 한국형 SNS 중독지수 (KSAI) 제안을 중심으로," *디지털융복합연구*, 제11권, 제1호, pp.255-265, 2013.
- [9] 김형지, 김정환, 정세훈, "스마트폰 중독의 예측 요인과 이용 행동에 관한 연구," *사이버커뮤니케이션 학보*, 제29권, 제4호, pp.55-93, 2012.
- [10] 우형진, "미디어 이용자의 자아 안정성, 성향적 미디어 이용 동기, 플로우, 그리고 중독에 관한 연구," *한국방송학보*, 제21권, 제4호, pp.101-140, 2007.
- [11] 이상호, 고아라, "소셜미디어 중독의 영향 요인 연구," *한국언론학보*, 제57권, 제6호, pp.176-210, 2013.
- [12] F. Y. Hong, D. H. Huang, H. Y. Lin, and S. L. Chiu, "Analysis of the psychological traits, Facebook usage, and Facebook addiction model of Taiwanese university students," *Telematics and Informatics*, Vol.31, No.4, pp.597-606, 2014.
- [13] P. T. Costa and R. R. McCrae, "The revised neo personality inventory (neo-pi-r)," *The SAGE handbook of personality theory and assessment*, Vol.2, pp.179-198, 2008.
- [14] 김병선, "미디어 기술의 정신병리적 특성에 관한 연구," *언론과 사회*, 제22권, 제2호, pp.150-191, 2014.
- [15] 안미선, *소셜미디어(SNS) 이용거부 요인에 관한 연구: 트위터와 페이스북 사례를 중심으로*, 고려대학교 언론대학원, 석사학위논문, 2012.
- [16] 김형지, 최홍규, 김성태, 안미선, 이유민, "소셜미디어 이용거부자의 혁신저항에 관한 연구," *한국언론학보*, 제56권, 제4호, pp.439-464, 2012.
- [17] 김영임, "소셜미디어 이용자의 이용행태와 사회적 지지감 인식," *한국콘텐츠학회논문지*, 제15권,

- 제4호, pp.407-419, 2015.
- [18] 안범희, *대인관계론*, 태영출판사, 2010.
- [19] 김형지, 김민성, 오대규, 김성태, "스마트폰 커뮤니케이션 애플리케이션 이용, 대인관계, 그리고 행복감에 미치는 영향에 관한 연구," *사이버커뮤니케이션 학보*, 제31권, 제1호, pp.163-198, 2014.
- [20] 박용기, "청소년의 SNS 중독에 관한 탐색적 연구," *언론과학연구*, 제13권, 제4호, pp.305-342, 2013.
- [21] 김위근, 최민재, "소셜네트워크서비스의 이용동기가 실제 이용과 메시지 특성 인식에 미치는 영향: '페이스북', '트위터', '싸이월드', '미투데이'의 비교를 중심으로," *한국언론정보학보*, 통권 60호, pp.150-171, 2011.
- [22] 이상욱, 이지은, 한성준, 정동훈, "소셜미디어 이용자의 자기노출, 공유 메시지, 커뮤니케이션 방향, 그리고 관계 유형 차원의 이해와 행태," *사이버커뮤니케이션 학보*, 제30권, 제4호, pp.87-129, 2013.
- [23] D. J. Kuss and M. D. Griffiths, "Online social networking and addiction - A review of the psychological Literature," *International Journal of Environmental Research and Public Health*, No.8, pp.3528-3529, 2011.
- [24] 신재욱, 신민철, "자아존중감과 사회적 지지가 대인관계 의사소통 및 모바일 커뮤니케이션 서비스 중독 경향성에 미치는 긍정적 영향의 연구," *사회과학연구*, 제29집, 제3호, pp.329-360.
- [25] 양혜승, 김진희, 서미혜, "페이스북은 우리의 관계를 윤택하게 하는가?: 페이스북 이용행위, 사회적 지지 인식의 관계 고찰," *한국언론학보*, 제56권, 제5호, pp.270-297, 2012.
- [26] R. A. Davis, "A cognitive-behavioral model of pathological Internet use," *Computers in human behavior*, Vol.17, No.2, pp.187-195, 2001.
- [27] W. R. D. Fairbairn, "Schizoid factors in the personality" *Psychoanalytic studies of the personality*, pp.3-27, 1940.
- [28] H. Kohut, *The Analysis of the Self*, New York: Int., 1971.
- [29] E. D. Klonsky, "What is emptiness? Clarifying the 7th criterion for borderline personality disorder," *Journal of personality disorders*, Vol.22, No.4, pp.418-426, 2008.
- [30] O. F. Kernberg, *Severe personality disorders :Psychotherapeutic strategies*, Yale University Press, 1993.
- [31] W. D. Ellison, L. Rosenstein, I. Chelminski, K. Dalrymple, and M. Zimmerman, "The Clinical Significance of Single Features of Borderline Personality Disorder: Anger, Affective Instability, Impulsivity, and Chronic Emptiness in Psychiatric Outpatients," *Journal of personality disorders*, pp.1-10, 2015.
- [32] T. J. Trull and T. A. Widiger, "The relationship between borderline personality disorder criteria and dysthymia symptoms," *Journal of psychopathology and behavioral assessment*, Vol.13, No.2, pp.91-105, 1991.
- [33] 최리라, *경계선 성격장애에서 공허감 척도개발*, 덕성여자대학교 대학원, 석사학위논문, 2014.
- [34] <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2015/11/04/0200000000AKR20151104062600009.HTML?input=1195m>
- [35] http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201507281954341&code=970201
- [36] 황성욱, 박재진, "페이스북, 무엇이 문제인가?: 심리적 문제점 요인분석," *광고연구*, 겨울 91호, pp.68-95, 2011.
- [37] <https://www.jwt.com/en/worldwide/news/jwtexploresfearofmissingoutreportsxswpresentationspottlighthowbrandscanleveragefomo/>
- [38] 진보래, 이연경, 박남기, "모바일 메신저 이용의 스트레스 요인," *한국방송학보*, 제28권, 제6호, pp.168-210, 2014.
- [39] 이정권, 최영, "소셜미디어 이용 동기 연구," *한국언론학보*, 제59권, 제1호, pp.115-148, 2015.

- [40] M. Z. Yao and Z. J. Zhong, "Loneliness, social contacts and Internet addiction: A cross-lagged panel study," *Computers in Human Behavior*, No.30, pp.164-170, 2014.
- [41] 이새봄, 문재영, 광준식 "테크노스트레스에 따른 소비자 선택 변화," 한국콘텐츠학회논문지 제14권, 제12호, pp.402-410, 2014.
- [42] 주영주, 정애경, 강정진, 이민영, "기본심리욕구와 페이스북 중독 및 지속사용의도의 구조," 한국인터넷방송통신학회 논문지, 제16권, 제1호, pp.183-191, 2016.
- [43] 황유선, "페이스북 일상담화의 감정 탐색," 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제2호, pp.1-13, 2016.
- [44] S. Turkle, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Yew York: Basic Book, 2011.

저 자 소 개

김 형 지(Hyoungee-Jee Kim)

정회원



- 2004년 2월 : 서울여자대학교 언론영상학과(학사)
 - 2006년 2월 : 고려대학교 일반대학원 언론학과(석사)
 - 2012년 8월 : 고려대학교 대학원 언론학과(박사수료)
 - 2014년 7월 ~ 현재 : 고려대학교 부설연구소 정보문화연구소 연구원
- <관심분야> : 수용자 심리, 미디어 중독, 빅데이터

김 영 임(Young Yim Kim)

정회원



- 1978년 2월 : 고려대학교 신문방송학과(학사)
 - 1983년 12월 : 미국 미시간 주립대학교 커뮤니케이션(석사)
 - 1996년 2월 : 고려대학교 대학원 언론학(박사)
 - 1985년 3월 ~ 현재 : 한국방송통신대학교 미디어영상학과 교수
- <관심분야> : 휴먼커뮤니케이션, 미디어효과, 스피치 커뮤니케이션

허 은(Eun Huh)

정회원



- 1987년 2월 : 고려대학교 사회학(학사)
 - 1996월 1월 : 미국 템플대학교 대학원 저널리즘(석사)
 - 2007년 2월 : 고려대학교 대학원 언론학(박사)
 - 1999년 3월 ~ 현재 : 청강문화산업대학교 게임콘텐츠스쿨 교수
- <관심분야> : 대인커뮤니케이션, 소셜미디어, 스토리텔링