

인스타그램 이용자의 조건부 자아존중감이 우울 경험에 미치는 영향: 인스타그램 내 상향 비교의 매개효과를 중심으로

Instagram User's Contingent Self-Esteem and Depression:
A Mediating Role of Upward Social Comparison

조성윤¹ · 노환호² · 이병관³ · 임혜빈^{4*}

Seong-Yun Cho¹ · Hwan-Ho Noh² · Byung-Kwan Lee³ · Hye Bin Rim^{4*}

Abstract

Contingent self-esteem can be maintained by meeting the standards of social or introjected values. This study investigated whether social media-related contingent self-esteem was associated with depression in Instagram users; in a sample of 319 Instagram users, we examined the effect of contingent self-esteem on depression and the mediating effect of upward social comparison on this theorized relationship. The study findings indicated that higher contingent self-esteem predicted higher levels of depression for a week in Instagram users, which could be explained by the upward social comparisons made on this application, and showed that Instagram users with higher contingent self-esteem tended to compare themselves with other users they considered superior, thereby increasing their depression. This study provided evidence for the mechanism underlying the association between using social media and psychological well-being and indicated the vulnerability of contingent self-esteem within the social media context. Other implications and future research directions were also discussed.

Key words: Instagram, Contingent Self-Esteem, Upward Social Comparison, Depression, Social Media

요약

조건부 자아존중감은 외재적 동기에 부합할 때 조건적으로 유지되는 자아존중감이다. 본 연구는 인스타그램 이용자의 조건부 자아존중감이 우울감에 미치는 영향을 알아보고자 수행되었다. 인스타그램 이용자 319명을 대상으로 온라인 설문조사를 수행하였으며, 인스타그램에서의 상향비교의 간접효과를 검증하는 매개 모형을 검증하기 위한 분석을 수행하였다. 연구 결과, 인스타그램 이용자의 조건부 자아존중감이 높을수록 일주일간 경험하는 우울 경험이 높았으며, 이는 인스타그램 내 상향 비교에 의해 설명되었다. 이는 조건부 자아존중감이 높은 이용자일수록 인스타그램에서 자신보다 우월해 보이는 이용자와 자주 비교하며 이로 인해 더 우울해진다는 점을 시사한다. 본 연구는 SNS 이용자의 우울감에 영향을 미치는 요인의 개인차 변인을 탐색하기 위한 목적에서 수행되었으며 본 연구에서 확인한 결과를 바탕으로 SNS 이용자의 우울감에 대한 기존 연구를 확장한 의의를 논의하였다.

주제어: 인스타그램, 조건부 자아존중감, 상향적 사회비교, 우울감, 소셜미디어

¹ 조성윤: 광운대학교 산업심리학과 학사과정

² 노환호: 광운대학교 산업심리학과 석박통합과정

³ 이병관: 광운대학교 산업심리학과 교수

^{4*} (교신저자) 임혜빈: 광운대학교 산업심리학과 부교수 / E-mail: hyebinrim@gmail.com / TEL: 02-940-5656

1. 서론

소셜 네트워크 서비스(Social Network Service; 이하 SNS)는 시간 및 공간적 제약을 넘어 사람들 간 상호작용을 높이고, 서로 의견이나 관심사를 교환하는 사회적 장으로 기능한다. 코로나19로 인한 사회적 거리두기가 시행되며 오프라인에서의 상호작용은 줄고 온라인 상호작용이 점차 늘어나고 있다. 그에 따라 스마트폰 사용 시간 또한 점차 증가하고 있으며 SNS나 온라인 채팅 등의 커뮤니케이션이 인터넷 사용자의 이용 시간에서 높은 비율을 차지하였다(Korean Addiction Forum, 2020, June 30). 이처럼 SNS는 오프라인에서의 만남을 보완하며 시간과 장소에 구애받지 않고 편리한 커뮤니케이션을 할 수 있는 매체로서 기능한다. 또한 SNS가 많은 사람의 일상 행동 중 하나로 자리 잡으면서 이용자 개인과 사회에 미치는 영향력이 관심을 받고 있다. 이 중 가장 대표적인 관심사는 SNS 이용이 이용자들의 우울이나 상대적 박탈감을 일으키는지에 대한 SNS의 심리적 영향력일 것이다. SNS를 많이 이용하는 청소년과 성인이 그렇지 않은 이들에 비해 더 높은 우울을 호소하는 경향을 보였다(Kim, 2019, October 22; Lee, 2019, July 16). 이처럼 SNS와 관련된 선행 연구에서 이용자의 주관적 안녕감에 부정적인 영향력을 미친다는 증거들이 보고되고 있다(Kross et al., 2013; Shakya & Christakis, 2017; Tromholt, 2016).

그러나 SNS 이용과 우울에 대한 선행 연구 결과가 모두 SNS의 부정적 영향력을 지지하는 것은 아니다. SNS 이용과 우울 수준 사이에서 통계적으로 유의한 관계성을 발견하지 못하기도 하였다(Jelenchick et al., 2013). 반대로 일부 연구들은 SNS 이용자들이 사회적 관계성의 증진이나 만족을 통하여 통해 사회적 욕구가 충족된다는 긍정적인 효과를 설명하기도 한다(Blomfield et al., 2014; Kalpidou et al., 2011). 이와 같은 결과들은 SNS가 언제나 우울과 같은 부정적인 결과만을 도출하지 않는다는 것을 의미하며 개인이나 상황, 맥락에 따라 결과가 달라질 수 있다는 것을 시사한다.

이와 관련하여 SNS의 영향력을 달리하는 개인의 심리적 요인으로 조건적 자아존중감 수준을 생각해 볼 수 있다. 조건부 자아존중감이란 내부 또는 외부의 기준을 달성하는 정도나 기대에 부응하는 정도에 따른

불안정한 자아존중감이다(Deci & Ryan, 1995). 조건부 자아존중감이 높은 사람은 자신이 설정한 특정한 기준이나 기대를 충족하였는가를 확인하면서 본인의 자아존중감을 판단한다. 아울러 끊임없이 자기평가를 하며 그에 따라 빈번한 사회 비교를 수행한다(Deci & Ryan, 1995). 즉, 조건부 자아존중감이 높은 사람들은 타인의 모습을 통해 자신의 가치를 파악하기 위한 기준을 설정한다. 이에 SNS에서 타인의 모습을 기준으로 즉각적이고 단편적인 상향 비교를 수행할 가능성이 높을 것이라고 예상하였다. 그에 따라 개인의 심리적 요인이 우울 경험에 미치는 영향을 인과적으로 검증하기 위하여 매개 효과를 통한 모형 검증을 수행하고자 하였으며, 이를 설명하기 위한 변인으로 상향 비교의 효과를 제안하고자 한다. 상향 비교란 타인과 자신의 비교 상황에서 나보다 더 나은 대상과 자신을 비교하는 경향을 의미하며(Corcoran et al., 2011), 인스타그램과 같은 이미지 기반의 SNS는 비교가 쉬운 공간으로 기능한다(Haferkamp & Krämer, 2011). 따라서 조건부 자아존중감의 자기 가치 확인을 위한 비교 현상은 상향 비교를 통하여 설명할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1. 인스타그램 이용자의 상향 비교와 우울

다양한 SNS 가운데도 인스타그램은 최근 가장 널리 이용되며 높은 영향력을 가진 서비스라고 할 수 있다. 인스타그램 이용자들은 친구, 동료 외에도 관심사가 비슷한 사람, 인플루언서, 연예인과 같은 이들의 관심사와 일상을 접한다. Sheldon & Bryant(2016)는 인스타그램을 이용하는 주된 동기가 타인의 상태나 게시글을 살펴보기 위함이라고 주장하기도 하였다. 다시 말해 사람들은 인스타그램을 통해 타인을 빈번히 관찰한다.

타인의 일상을 살피는 것은 오로지 그 사람의 포스팅 내용을 보는 것에 그치지 않으며, 타인과 나를 비교하는 과정으로 이어진다. 사회 비교는 타인과 상호작용 속에서 기능하는 기본적인 심리적 처리 과정이며, 사람들은 자신과 타인을 비교하고 평가하는 경향이 있다(Corcoran et al., 2011). SNS는 오프라인보다 비교에

필요한 정보(예, 팔로워 수, 좋아요 수, 댓글 수 등)가 쉽게 드러나기 때문에 사회비교가 흔히 나타날 수 있는 조건이다(Haferkamp & Krämer, 2011; Vogel et al., 2014). 또한 타인의 상태나 프로필 혹은 댓글을 다는 행동들은 하향 비교에서는 유의한 관계성이 검증되지 못하였으나 상향 비교를 통하여 설명될 수 있음을 선행 연구는 확인하고 있다(Hwang, 2019).

아울러 인스타그램 이용자의 게시물은 자신에 대한 긍정적인 정보가 주요하다(Ellison et al., 2006; Jordan et al., 2011; Qiu et al., 2012). SNS에서 이루어지는 자기표현(self-presentation)은 자기 인상 관리 동기에 의하여 긍정적인 정보가 주를 이룬다(Walther, 2007). 사람들은 SNS에 자신이 가장 긍정적으로 드러날 수 있거나 타인보다 더 나은 존재로 인식될 수 있는 정보를 주로 게시하며, 이는 사회 비교의 단서로 작용하여 관찰자의 비교 행동을 일으킨다(Blease, 2015). 심지어 페이스북과 같은 SNS에서는 텍스트를 통한 상호작용이 주를 이루고 있으나(Rhee & Ko, 2013) 인스타그램에서는 시각적인 정보를 통해 자기표현이 가능하므로 다른 이용자들이 표현한 이미지를 보이는 그대로 받아들인다(Chua & Chang, 2016; Lee et al., 2015). 따라서 인스타그램에서 마주하는 타인의 일상은 본인의 일상보다 여유롭거나 행복하게 보이며, 그에 따라 인스타그램 이용자들은 자신보다 나은 상황에 있다고 인식되는 타인과 비교하게 된다.

문제는 인스타그램 내에서 발생하는 빈번한 상향비교가 이용자의 우울을 유발한다는 사실이다(Jeong & Hyun, 2017; Hwang, 2019). 이는 인스타그램을 통하여 유명인이나 또래 이미지에 노출되는 것이 불안이나 우울과 같은 부정적인 정서를 일으킨다는 연구에서도 알 수 있다(Brown & Tiggemann, 2016). 선행 연구는 우울의 원인으로 타인과 상향비교를 통한 자기 인식의 효과에 주목한다(Haferkamp & Krämer, 2011). SNS로 인해 우울을 경험하는 이용자들은 상향비교를 통해 본인의 능력이나 상황이 열등하다고 느낀다. 이 밖에도 부정적인 사회 비교가 우울에 영향을 미칠 수 있다는 것을 확인하였다(Feinstein et al., 2013; Lee, 2014; Nesi & Prinstein, 2015). 즉, SNS 이용자는 자신보다 행복해 보이는 타인과 비교를 통해 자기의 위치를 평가한다. 이러한 과정을 자주 겪을수록 우울이나 열등감과 같은

부정적인 정서를 쉽게 경험한다.

이와 같은 부정적 영향력은 타인을 탐색하는 성향이 높은 이용자에게서 더욱 강하게 나타난다(Cha & Lee, 2015). 특히 개인의 자존감 부족(Sowislo & Orth, 2013)이나 습관적인 상향적 사회 비교(Buunk & Brenninkmeijer, 2000)는 사람들의 우울을 일으킨다. 또래 집단의 규범 속에서 자신의 가치를 확인하고자 하는 청소년이 SNS에서 또래나 유명인의 과장되게 포장된 이미지에 지나치게 노출되면 우울과 불안감을 경험하였다(Fardouly & Vartanian, 2015; Frison & Eggermont, 2017). 또한, 본인을 타인이 어떻게 인식하는지에 높은 관심을 두고 스스로에 대한 확신 수준이 낮은 사람일수록 SNS 인플루언서를 시기하였다(Chae, 2018).

더불어 인스타그램 내에서의 사회 비교가 자신의 관심사와 관련된 부분에서 이루어질 때 우울과 같은 부정적 정서를 경험할 가능성은 더욱 높아진다(Smith & Kim, 2007). 일반적으로 사람들은 긍정적인 자기 개념을 유지하기 위하여 자신과 관련된 영역에서 타인보다 우위를 느끼고 싶어 한다. 그러나 자신의 관심사를 벗어난 영역이라면 잘하고 못하는 것에 대한 중요성은 감소하고, 자기 개념 및 정서에도 크게 영향을 미치지 않는다. 하지만 인스타그램에서 접하는 타인의 포스팅은 자신의 관심사를 바탕으로 구성되고 그를 통해 동일한 관심사를 가진 사람들끼리 연결된다. 따라서 인스타그램에서 나타나는 사회 비교는 본인의 관심 영역에서 이루어지며, 그에 따른 부적 정서가 발생할 가능성 또한 높을 것으로 예측한다.

2.2. 조건부 자아존중감

조건부 자아존중감이란 자신만의 내부적 또는 외부 단서로 주어지는 기준을 달성하거나 그에 부합하는 기대를 부응하는 정도에 따라 결정되는 불안정한 자아존중감을 의미한다(Deci & Ryan, 1995). 최근의 연구에서도 일반적인 자아존중감과 기준의 달성이나 충족에 따라 결정되는 조건부 자아존중감을 구분한다(Lakey et al., 2014; O'Mahen, 2003; Roberts et al., 2014). 사람들은 기본적으로 자유롭게 행동하고자 하는 자율성, 유능한 존재로 보이고자 하는 유능성 그리고 타인과 연결되고자 하는 관계성의 욕구가 있다(Deci & Ryan,

1991). 이 세 가지 기본 심리 욕구를 충족하며 성장할 때 사람들은 내면의 동기를 유지하며 자신만의 사회적 가치를 통합할 수 있다. 반대로 이와 같은 욕구가 충족되지 못한다면, 자신의 내재적 동기에 귀 기울이지 못하고 외부적으로 주어지는 통제나 압박에 자신을 동기화한다. 외재적 동기에 의하여 유발되는 측면은 자신의 내재적인 요인이 아니기 때문에 단일한 자아로 통합하기 어렵다. 그렇기 때문에 불안정한 자아를 형성한다(Roberts et al., 2014). 불안정한 자아를 지닌 사람들은 내부에서 자신의 동기를 찾지 못하기 때문에 끊임없이 외부 조건을 통해 자신의 가치를 높이고자 노력한다. 또한, 주체적으로 행동하지 못하고 외부에서 통제된 행동 기반을 형성한다. 즉, 조건부 자아존중감이란 이처럼 외부적인 요인에 의하여 자신의 욕구나 동기를 확인하고 그에 부합하는 기준을 충족하고자 하는 심리적 자아의식을 뜻한다. 조건부 자아존중감이 높을수록 외부에서 유입되는 부정적인 정보에 민감하게 반응한다. 따라서 이들은 자기 염려를 바탕으로 판단이나 의사결정을 내리며 자아 위협과 심리적 부담을 빈번하게 경험한다(Lakey et al., 2014).

조건부 자아존중감을 측정하기 위한 도구로는 대표적으로 Paradise & Kernis(1999)의 조건부 자아존중감 척도가 있다. 이 척도는 ‘스스로 정한 기준에 비추어 얼마나 좋은 결과를 내는가에 따라 내 자신이 좋아지는 정도가 크게 달라진다’, ‘내 자신의 가치는 남들이 세워놓은 기준에 내가 얼마나 부합하느냐에 달려있다’ 등의 문항을 포함한다. 이처럼 자신의 가치에 대한 조건적인 평가에 강하게 동의할수록 조건부 자아존중감이 높다는 것을 의미한다. 즉, 조건부 자아존중감이 높은 사람일수록 사회적으로 가치 있는 기준이나 그에 부합하는 내사된 기준을 충족시키려 한다. 조건부 자아존중감은 자신의 자질에 대하여 반추하는 경향과 관련 있으며(Szpitalak et al., 2018) 빈번한 사회 비교를 수반한다(Deci & Ryan, 1995). 조건부 자아존중감이 높은 여성은 신체 외모에 대한 상향 비교가 빈번하게 나타나며, 자신은 이상적인 외모에 도달할 수 없다는 부정적 판단이나 폭식증, 또는 마른 몸에 대한 강한 욕구를 갖는다(Bailey & Ricciardelli, 2010; Patrick et al., 2004). 즉, 조건부 자아존중감은 상향비교를 유도하여 자신이 기준을 충족하지 못한다고 인식하게 하고, 스

스로에 대해 부정적 판단을 일으킨다.

의도를 지닌 행동임에도 불구하고 기대하는 결과를 얻지 못할 때 사람은 무기력해지고, 동기를 상실한다(Deci & Ryan, 1991). 따라서 외재적 동기마저 상실한 무동기의 상태에서는 비효율적인 조절과 통제 양식이 나타난다. 이러한 관점에서 우울이란 동기부여가 되지 못하여 절망에 빠진 상태라고 할 수 있다(Deci & Flaste, 1996/2011). 자율성과 자신감을 느낄 수 없는 상태에서 사람은 우울을 경험한다. 조건부 자아존중감이 높은 사람은 심한 우울을 호소하며, 조건부 자아존중감이 높고 자아존중감이 낮은 경우에서 우울이 가장 높게 나타난다(Bos et al., 2010; Lakey et al., 2014; Wouters et al., 2013). 조건부 자아존중감과 우울의 관계는 최근 페이스북에서도 다루어진 바 있다(Faelens et al., 2019). 페이스북 이용자를 대상으로 사회 비교와 조건부 및 전반적 자아존중감이 우울, 불안, 스트레스와 같은 부정적인 반응과 페이스북 이용 행태 사이를 매개하고 있음을 확인하였다(Faelens et al., 2019). 해당 변인간의 인과성에 대해서는 추가적인 논의가 필요하지만, 페이스북 이용, 사회비교, 조건부 자아존중감, 우울과 같은 부정적인 반응 간에 관계가 존재하고 있음을 확인하였다.

또한, 조건부 자아존중감이 높은 사람들은 불안 수준과 상관없이 부정적인 평가에 대한 두려움과 사회 속의 일원으로 형성된 정체성이 있다(Roberts et al., 2014). Reich et al. (2018)은 SNS 이용자가 ‘좋아요’와 같은 사회적 지지를 받지 못했을 때 낮은 소속감을 경험하고 자아존중감이 위협받을 수 있다는 것을 주장한다. 이는 조건부 자아존중감이 높은 사람들에게 더 큰 영향을 미칠 수 있을 것이다. 조건부 자아존중감이 높은 이용자들은 SNS에서 표현되는 지지와 관심에 더욱 민감하고 취약할 수 있다. 앞서 기술한 내용에 따라 본 연구에서는 인스타그램 이용을 통해 우울을 경험하는 개인의 조건부 자아존중감 수준에 주목하고자 한다. 다시 말해 조건부 자아존중감이 높은 인스타그램 이용자의 경우 낮은 이용자에 비해 인스타그램을 통해 더욱 우울을 경험할 것임을 확인하고자 한다.

2.3. 연구 가설

SNS 이용자들은 저마다의 동기를 갖고 SNS를 시작

한다. 그 동기는 다양하게 구분할 수 있지만, 본질적으로 모든 동기의 기저엔 기본적인 욕구 충족이 있다. SNS에서도 이용자는 자신의 선택에 따라 자유롭게 행동하고, 유능함을 경험하고, 타인과 연결되고자 하는 욕구가 있다. 그러나 오프라인에서와 마찬가지로 SNS 이용자는 자신의 욕구를 충족하지 못하기도 하며, 조건부 자아존중감을 유지하려 노력할 수 있다. 이에 본 연구에서는 조건적으로 자아존중감을 유지하는 사람이 인스타그램을 이용하면서 경험하는 상황비교와 우울에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 앞서 Faelens et al. (2019)은 네트워크 분석을 통해 페이스북 이용과 우울 및 스트레스 간의 경로에서 사회비교, 조건부 자아존중감의 중심적인 역할을 확인하였다. 이와 같은 연구의 결과는 조건부 자아존중감과 같은 특정한 개인차 변인이 우울이나 스트레스와 같은 부정적인 반응에 대한 설명 변인으로 기능할 수 있다는 단서를 제공한다. 그러나 선행 연구에서 나타난 SNS 이용자의 사회적 욕구 충족이나 적응과 관련된 긍정적 반응(Blomfield Neira & Barber, 2014; Kalpidou et al., 2011)이 나타나는 이유나 조건부 자아존중감이 미치는 인과성을 검증하지 못한 한계를 갖는다. 즉, 이용자의 심리적 요인의 영향력을 검증하기 위해서는 개인의 심리적 요인이 우울에 미치는 영향을 확인할 수 있는 설명 변인을 규명하여 명확한 관계성을 도출해야만이 심리적 기제의 영향력을 명확히 밝힐 수 있다는 것을 의미한다. 그에 따라 본 연구에서는 조건부 자아존중감이 우울에 미치는 영향을 설명하기 위하여 상황 비교의 매개효과를 통한 인과성 검증에 주목하고자 하였다. 조건부 자아존중감은 끊임없이 외부 기준을 충족하길 원하며, 자신에 대한 평가에 취약해지도록 만든다. 따라서 자신의 관심사 위주로 형성되며, 다양한 사람을 접할 수 있는 인스타그램은 조건부 자아존중감에 위협이 될 수 있는 공간으로 기능할 수 있다. 설정한 연구가설은 다음과 같다.

가설 1. 인스타그램 이용자의 조건부 자아존중감이 이용자의 우울 경험에 정적 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 인스타그램 이용자의 조건부 자아존중감이 이용자의 우울 경험에 미치는 영향은 인스타그램 내 상황비교에 의하여 매개 될 것이다.

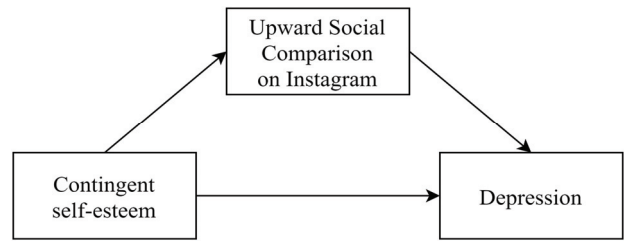


Fig. 1. Research model

3. 연구 방법

3.1. 설문 참가자 및 연구 설계

연구 대상 본 연구는 설문 연구로서 온라인을 통해 응답을 수집하였다. 설문 대상은 인스타그램을 이용하는 20~30대 성인으로, 총 319명이 설문에 응답하였다. 설문 참가자의 평균 연령은 만 29.7세(SD=4.9), 성별은 여성이 163명(51.1%)이었다. 설문 구성 온라인을 통해 설문조사를 시행하였으며, 설문은 1회기로 시행되었다. 설문은 조건부 자아존중감 척도 17문항, 인스타그램 내 상황비교 척도 6문항, 한국판 우울 척도 20문항으로 이루어졌다. 데이터 분석 본 연구에서는 IBM SPSS 21.0을 활용하여 총 319명의 데이터를 분석하였다. 첫 번째로, 응답자 특성을 파악하였고, 문항 신뢰도 및 변인 간의 상관을 확인하였다. 두 번째로 Hayes (2017)의 방법을 적용하여 SPSS Macro PROCESS를 통해 조건부 자아존중감과 우울의 관계에서 인스타그램 내 상황비교의 매개효과를 분석하였다.

3.2. 측정 도구

3.2.1. 조건부 자아존중감

조건부 자아존중감을 측정하기 위하여 Do(2006)가 사용한 조건부 자아존중감 17문항을 사용하였다. 조건부 자아존중감 척도는 Paradise & Kernis(1999)가 15문항으로 처음 개발하였고, 국내에서는 Do(2006)가 번안하여 17문항으로 사용하였다. 점수가 높을수록 조건에 의존한 자아존중감이 높다는 것을 의미한다. 응답자들은 리커트 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 응답하였으며, 본 연구에서 전체 문항의 내적 일치도는 .76으로 나타났다.

3.2.2. 인스타그램 내 상향비교

인스타그램 내 상향비교를 측정하기 위하여 Jeong & Hyun(2017)이 사용한 인스타그램 내 상향비교 척도 6문항을 사용하였다. Jeong & Hyun(2017)은 Steers et al. (2014)이 개발한 페이스북 이용 시 경험하는 사회비교 척도를 참고하여 인스타그램 이용 시 경험하는 상향비교 척도로 수정하였다. 점수가 높을수록 인스타그램을 이용하면서 타인과 자신을 비교하여 자기 삶에 대한 부족함과 부러움을 많이 느끼는 것을 의미한다. 예시 문항으로는 ‘인스타그램에서 게시물을 접하다 보면 나는 그들만큼 행복하지는 않은 것 같다’를 들 수 있다. 응답자들은 리커트 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 응답하였으며, 본 연구에서 전체 문항의 내적 일치도는 .91으로 나타났다.

3.2.3. 우울

소셜미디어 이용자의 우울 경험을 측정하기 위하여 Radloff(1977)의 우울 척도를 변안한 통합적 한국판 CES-D(Chon et al., 2001)를 사용하였다. 한국판 우울 척도는 20문항으로 이루어져 있으며, 점수가 높을수록

최근 일주일간 우울함을 많이 느낀 것을 의미한다. 예시 문항으로는 ‘평소에 아무렇지도 않던 일들이 귀찮게 느껴졌다.’를 들 수 있다. 응답자들은 리커트 4점 척도(0=극히 드물게, 3=거의 대부분)로 응답하였으며, 본 연구에서 전체 문항의 내적 일치도는 .93으로 나타났다.

4. 연구 결과

4.1. 연구 변인에 대한 기술통계분석 결과

주요 변인들의 평균, 표준편차와 상관관계를 Table 2에 제시하였다. 조건부 자아존중감이 인스타그램 내 상향비교와 정적 상관관계를 나타냈으며($r = .39, p < .01$), 인스타그램 내 상향비교와 우울은 정적 상관관계를 나타냈다($r = .53, p < .01$). 조건부 자아존중감이 높을수록 인스타그램 내 상향비교가 많고, 인스타그램 내 상향비교가 많을수록 우울 경험이 높은 것으로 나타났다. 더불어 조건부 자아존중감과 우울도 정적 상관관계를 나타냈으며($r = .23, p < .01$), 모든 변수 간 상관관계가 정적으로 유의한 것을 알 수 있다.

Table 1. Sample Characteristics (N=319)

	N(%)	Mean	SD	Min	Max
Gender					
Male	156(48.9)				
Female	163(51.1)				
Age		29.71	4.91	20	39
Instagram usage					
Frequency of logging on to Instagram per week		5.72	1.98	1	7
Time on Instagram per day					
< 5 min	27(8.5)				
5-30 min	123(38.5)				
30-60 min	78(24.5)				
60-90 min	40(12.5)				
60-120 min	30(9.4)				
120-150 min	13(4.1)				
150-180 min	6(1.9)				
180 min ≤	2(0.6)				
Usage period (month)		24.64	16.11	1	60

Table 2. Descriptive statistics and correlations of contingent self-esteem, upward social comparison on Instagram, depression

Variable	1	2	3
1. Contingent self-esteem	-		
2. Upward Social Comparison on Instagram	.39**	-	
3. Depression	.23**	.53**	-
Mean	3.23	2.90	1.83
SD	0.44	0.92	0.54

** $p < .01$

4.2. 조건부 자아존중감과 우울과의 관계에서 인스타그램 내 상향비교의 매개효과

조건부 자아존중감이 우울 경험에 미치는 영향에 대한 인스타그램 내 상향비교의 매개효과를 확인하기 위해 Hayes(2017)에서 제안한 Process Macro를 통하여 매개효과 분석을 수행하였다(Model 4). 인스타그램 내 상향비교의 매개효과를 검증한 결과 인스타그램 이용자의 조건부 자아존중감이 높을수록 일주일 간의 우

Table 3. Regression results for mediation model of contingent self-esteem on depression through upward social comparison on Instagram

	Dependent variables	Independent variables	Unstandardized Coefficient		β	t	R	R ²	F	df
			b	se						
1	Contingent self-esteem	Upward Social Comparison on Instagram	.818	.108	.391	7.561***	.391	.153	57.173***	1, 317
2	Contingent self-esteem	Depression	.030	.063	.024	.470	.526	.276	60.300***	2, 316
	Upward Social Comparison on Instagram	Depression	.300	.030	.516	9.915***				

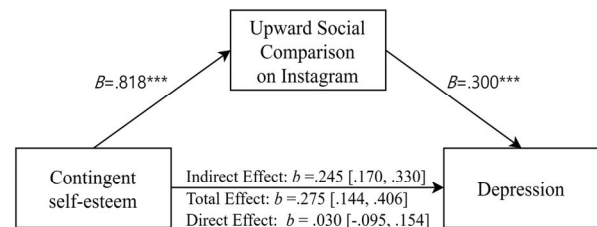
*** $p < .001$

울 경험이 높게 보고됨을 확인할 수 있었다($b = .275$, $BootSE = .067$, $95\% CI = [.144, .406]$).

이어서 간접효과의 유의성을 검증하기 위하여 Bootstrapping을 실시하였다. Process Macro(Model 4)를 통하여 분석을 수행하였으며, Bootstrapping을 위하여 재추출된 표본 수는 5,000개였다. 매개효과 검증 결과 인스타그램 이용자들의 조건부 자아존중감이 이용자들의 우울 경험에 미치는 영향은 인스타그램 내 상향비교에 의하여 설명되었다($b = .245$, $BootSE = .041$, $95\% CI = [.170, .330]$). 간접효과의 신뢰구간(95% CI)에 효과크기 0이 포함되지 않았으며, 이는 간접효과가 95% 신뢰수준에서 통계적으로 유의한 영향을 미친다는 것을 의미한다. 성별, 나이, 인스타그램 사용시간을 통제하여도 본 연구에서 가정한 인스타그램 내 상향 비교의 간접효과는 통계적으로 유의함을 확인할 수 있었다. 따라서 본 연구에서 가정한 인스타그램 내 상향비교의 매개효과가 통계적으로 유의하다는 것을 확인할 수 있었다. 다시 말해 조건부 자아존중감이 높은 인스타그램 이용자일수록 상향비교를 통하여 우울이 증가하는 결과가 나타났다. 이러한 결과는 비현실적인 기준에 대한 상향비교가 조건부 자아존중감을 지닌 이용자의 욕구 및 동기 감소에 영향을 미친다고 해석할 수 있다.

Table 4. Bootstrapping results for the mediation effect of upward social comparison on Instagram

Variable	Effect	Boot SE	95% CI	
			Boot LLCI	Boot ULCI
Upward Social Comparison on Instagram	.245	.041	.170	.330



*** $p < .001$

Fig. 2. Mediation model. The effect of contingent self-esteem on depression through Upward Social Comparison on Instagram

5. 논의

본 연구는 인스타그램 이용자가 경험하는 우울에 미치는 영향을 확인하고자 하는 목적이 있다. 선행 연구에 따르면 SNS 이용과 우울 간의 관계가 언제나 부적 관계성을 갖지 않으며, 서로 상반된 결과들이 보인다. 이를 설명하기 위한 심리적 요인으로 본 연구에서는 조건부 자아존중감이 미치는 영향을 확인하고자 하였다. 조건부 자아존중감이 높은 사람은 긍정적인 자기 인식을 위하여 노력하지만 상향 비교와 같은 반복되는 비교는 자기 인식에 대한 부정적인 인식을 높여 개인의 가치감 인식을 실패에 이르게 하기도 한다. 따라서 본 연구는 조건부 자아존중감의 이러한 특성이 SNS 내 상향비교와 우울에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고, SNS 이용에서의 심리적 기제를 설명하고자 하였다.

본 연구를 통해 인스타그램 환경에서 조건부 자아존중감, 상향비교, 우울의 관계를 탐색하고, 조건부 자아존중감이 우울에 미치는 영향에서 상향비교가 갖는 매개효과를 확인하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째,

인스타그램 이용자의 조건부 자아존중감은 이용자의 우울 경험에 정적인 영향을 미친다. 연구 결과는 조건부 자아존중감과 반추 및 우울의 정적인 상관관계를 보고했던 이전 연구들과 상통한다고 볼 수 있다(Szpitalak et al., 2018; Lakey et al., 2014). 즉, 인스타그램 이용자들을 대상으로 높은 조건부 자아존중감이 높은 우울로 이어짐을 확인하였다. 둘째, 인스타그램 이용자의 조건부 자아존중감이 이용자의 우울 경험에 미치는 영향은 인스타그램 내 상향비교에 의하여 매개된다. 조건부 자아존중감이 높은 이용자가 인스타그램 내 상향비교를 더 많이 보이는 경향이 있으며, 상향비교를 많이 하면 우울을 더 많이 느끼는 경향을 보인다. 조건부 자아존중감이 높을수록 상향비교를 통해 우울로 이어진 결과는 조건부 자아존중감이 높은 인스타그램 이용자의 취약성을 나타낸다. 관련하여 인스타그램 이용자가 다른 이용자를 어떻게 인식하는가에 대하여 살펴볼 필요성이 있다. 인스타그램과 같은 표현형 SNS 이용자들은 정보추구 동기와 자가지위향상 동기는 높지만, 사회적 자본에 대한 인식과 SNS 친밀도는 낮다(Cho, 2018). 이와 같은 현상은 인스타그램 이용자들이 타인과의 유대보다 자기고양에 초점을 두고 있음을 유추할 수 있다. 따라서 조건부 자아존중감을 지닌 인스타그램 이용자는 다른 이용자와 친목을 다지기보다 비교 대상 또는 비교 기준으로 볼 가능성이 있다.

더불어 조건부 자아존중감을 지닌 인스타그램 이용자들의 우울을 살펴보는데 상향비교가 중요한 요인임을 알 수 있다. 단순히 조건부 자아존중감 수준이 높은 것보다 우월한 타인과 비교를 경험할 때 우울에 더 큰 영향을 미친다. 즉, 조건부 자아존중감이 높은 사람이 인스타그램을 이용하면서 느끼는 우울은 타인의 평가 및 외부 정보에 민감하고, 지속적인 성취가 필요하기 때문만이 아니다. 조건부 자아존중감에 의한 우울은 인스타그램의 타 이용자들을 통해 과도한 기준에 노출되고 스스로 할 수 없다는 인식 및 부정적 판단에 의한 것이라고 해석할 수 있다. 이외로 조건부 자아존중감으로 인한 우울은 측정 시점에 따른 차이로도 설명이 가능하다. 조건부 자아존중감이 높은 사람들은 특정 조건을 맞출 때는 긍정적인 자기감을 일시적으로 유지할 수 있기 때문에 우울을 보고하지 않을 수 있다. 따라서 향후 연구에서 종적 연구 방법을 통한 재확인이 필요하다.

선행 연구들은 상향비교와 우울의 관계를 조절할 수 있는 제3요인으로 자기에 대한 명확한 이해를 강조하였다(Kim, 2016; Jeong & Hyun, 2017). 이와 같이 조건부 자아존중감은 자기 내부의 동기나 욕구에 충실하지 못하도록 하며, 관련한 상향 비교는 자신의 부족함을 지나치게 부각시키며 우울을 증가시킨다. 즉, 앞으로 SNS 이용과 우울의 관계에 대한 혼재된 결과들을 설명하기 위해 상향 비교보다도 조건부 자아존중감과 같은 개인의 심리적 특성 발현에 초점을 맞추어야 함을 시사한다.

본 연구는 SNS 서비스 측면에서 벗어나 이용자 측면에서 상향비교와 그로 인한 우울을 탐색하였다는 것에 의의가 있다. 또한 선행 연구에서 나타난 개인의 인구통계학적 특성과 이용 빈도와 같은 특징이 본 연구의 모형에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되어 개인의 심리적 변인에 의하여 설명될 수 있다는 것을 확인할 수 있었다. 조건부 자아존중감이 낮은 사람에 비하여 높은 사람이 상향비교와 우울로 이어진다는 결과를 통하여 이용자 측면에서 SNS 기능성을 살펴볼 필요가 있다. 인스타그램에서 타인과 소통하고 자신을 기록하는 등의 활동이 외재적 동기에 의한 것인지 내재적 동기에 의한 것인지 제대로 살펴봐야 할 것이다. 외재적 동기에 의한 것이라면 조건부 자아존중감으로 인하여 타인의 평가와 기준에 더욱 예민해지고, 상향비교도 빈번히 나타날 가능성이 높다. 따라서 자신의 욕구를 살펴 SNS의 순기능을 강화시키는 방향으로 활용해야 한다. 추후 연구에서 조건부 자아존중감이 내재적 기준에 민감한 정도와 외적 기준에 민감한 정도를 비교해본다면 이용자의 우울이나 스트레스와 같은 결과 변인의 예측에 있어서 어떠한 행동이나 반응이 주요한 원인으로 기능하게 되는지를 명확히 확인하는 방법으로 기능할 수 있을 것이다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 한계점을 갖는다. 우선 설문 참가자들이 사용하는 SNS를 충분히 파악하지 못하였다. 인스타그램과 함께 이용하고 있는 SNS를 조사하였다면, 연구결과가 인스타그램 이용자에게만 해당되는지에 관한 여부를 분명하게 밝힐 수 있을 것이다. 반대로 표현형 SNS 이용자로 확대하여 살펴볼 기회도 있을 것으로 여겨진다. 후속 연구에서는 SNS 이용자를 설명하기 위하여 특정한 행동 변인과 관련된 SNS를 개

념적으로 정의하고 상황과 맥락 및 행동이 심리적 반응에 미치는 영향을 확인한다면 심리적 기제를 더욱 면밀히 검토할 수 있을 것으로 판단된다. 다음으로 이용자의 인스타그램에서의 상황비교만을 측정하였다. Faranda & Roberts(2019)는 페이스북의 비교 경향성은 오프라인의 비교 경향성을 반영하며, 오프라인의 비교 경향성 및 방향성만이 우울을 예측한다고 주장하였다. 이용자의 오프라인에서의 상황비교를 함께 살펴본다면, 조건부 자아존중감으로 인한 인스타그램 내 상황비교와 우울을 더 정확하게 설명할 수 있을 것이다. 마지막으로, 한국의 20~30대 보다 더 다양한 연령대와 문화권의 이용자들을 대상으로 검증이 필요하다. 문화권에 따라 SNS에서 자기표현이나 사회비교 양상이 다르게 나타나고 있다(Jang, 2009; Lee-Won et al., 2014; White & Lehman, 2005). 따라서 조건부 자아존중감으로 인한 인스타그램 내 상황비교 관계를 일반화하기 위해서는 더 넓은 범주에서의 재확인이 필요하다.

REFERENCES

- Bailey, S. D., & Ricciardelli, L. A. (2010). Social comparisons, appearance related comments, contingent self-esteem and their relationships with body dissatisfaction and eating disturbance among women. *Eating Behaviors, 11*(2), 107-112. DOI: 10.1016/j.eatbeh.2009.12.001
- Blease, C. R. (2015). Too many 'friends,' too few 'likes'? Evolutionary psychology and 'Facebook depression'. *Review of General Psychology, 19*(1), 1-13. DOI: 10.1037/gpr0000030
- Blomfield Neira, C. J., & Barber, B. L. (2014). Social networking site use: Linked to adolescents' social self concept, self esteem, and depressed mood. *Australian Journal of Psychology, 66*(1), 56-64. DOI: 10.1111/ajpy.12034
- Bos, A. E., Huijding, J., Muris, P., Vogel, L. R., & Biesheuvel, J. (2010). Global, contingent and implicit self-esteem and psychopathological symptoms in adolescents. *Personality and Individual Differences, 48*(3), 311-316. DOI: 10.1016/j.paid.2009.10.025
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body image, 19*, 37-43. DOI: 10.1016/j.bodyim.2016.08.007
- Buunk, B. P., & Brenninkmeijer, V. B. (2000). Social comparison processes among depressed individuals: evidence for the evolutionary perspective on involuntary subordinate strategies. In L. Sloman & P. Gilbert (Eds.), *Subordination, mood disorders and evolution* (pp. 147-164). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Cha, K. J., & Lee, E. M. (2015). An empirical study of discontinuous use intention on SNS: From a perspective of society comparison theory. *Journal of Society for e-Business Studies, 20*(3), 59-77. DOI: 10.7838/jsebs.2015.20.3.059
- Chae, J. (2018). Explaining females' envy toward social media influencers. *Media Psychology, 21*(2), 246-262. DOI: 10.1080/15213269.2017.1328312
- Cho, H. O. (2018). Investigating the Effect of Value Characteristics of SNS Users on SNS Usage Motivation, Social Capital, and Usage Behavior. *Journal of Digital Contents Society, 19*(2), 351-362. DOI: 10.9728/dcs.2018.19.2.351
- Chon, K. K., Choi, S. C., & Yang, B. C. (2001). Integrated Adaptation of CES-D in Korea. *The Korean Journal of Health Psychology, 6*(1), 59-76.
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior, 55*, 190-197. DOI: 10.1016/j.chb.2015.09.011
- Corcoran, K., Crusius, J., & Mussweiler, T. (2011). Social comparison: Motives, standards, and mechanisms. In D. Chadee (Ed.), *Theories in social psychology* (pp. 119-139). Oxford, England: Wiley-Blackwell.
- Deci, E. L., & Flaste, R. (2011). *Why we do what we do*. (S. W. Lee, Trans.). Seoul: Library of Eco. (Original work published 1996)
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1991). A motivational ap-

- proach to self: Integration in personality. In R. A. Dienstbier (Ed.), *Nebraska symposium on motivation*, Vol. 38, *Perspectives on motivation* (pp. 237-288). Lincoln: University of Nebraska Press.
- 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
- 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, Korea.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x
- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Fried, E., De Raedt, R., & Koster, E. H. (2019). Negative influences of Facebook use through the lens of network analysis. *Computers in Human Behavior*, 96, 13-22. DOI: 10.1016/j.chb.2019.02.002
- Faranda, M., & Roberts, L. D. (2019). Social comparisons on Facebook and offline: The relationship to depressive symptoms. *Personality and Individual Differences*, 141, 13-17. DOI: 10.1016/j.paid.2018.12.012
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body image*, 12, 82-88. DOI: 10.1016/j.bodyim.2014.10.004
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(3), 161-170. DOI: 10.1037/a0033111
- Frison, E., & Eggermont, S. (2017). Browsing, posting, and liking on Instagram: The reciprocal relationships between different types of Instagram use and adolescents' depressed mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 603-609. DOI: 10.1089/cyber.2017.0156
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314. DOI: 10.1089/cyber.2010.0120
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: Guilford Publications.
- Hwang, H. S. (2019). Why social comparison on Instagram matters: Its impact on depression. *KSIIT Transactions on Internet and Information Systems*, 13(3), 1626-1638. DOI: 10.3837/tiis.2019.03.029
- Jang, E. Y. (2009). Social comparison and adjustment in two cultures. *The Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 23(2), 157-169. DOI: 10.21193/kjspp.2009.23.2.009
- Jelenchick, L. A., Eickhoff, J. C., & Moreno, M. A. (2013). "Facebook depression?" Social networking site use and depression in older adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 52(1), 128-130. DOI: 10.1016/j.jadohealth.2012.05.008
- 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
- Jordan, A. H., Monin, B., Dweck, C. S., Lovett, B. J., John, O. P., & Gross, J. J. (2011). Misery has more company than people think: Underestimating the prevalence of others' negative emotions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(1), 120-135. DOI: 10.1177/0146167210390822
- Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14(4), 183-189. DOI: 10.1089/cyber.2010.0061

- Kim, K. M. (2016). The relationship among social comparison orientation, subjective wellbeing and depression: Moderating effects of self control. *Korean Journal of Youth Studies*, 23(10), 235-257. DOI: 10.21509/KJYS.2016.10.23.10.235
- Kim, Y. K. (2019, October 22). "I'm the only job seeker" The sense of deprivation and the risk of depression felt on social media. *The Asia Business Daily*. Retrieved May 9, 2020, from <https://www.asiae.co.kr/article/2019082116484579> 574
- 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/web/content06/index1.php?v_type=detail&c_code=369
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., Shablack, H., Jonides J., & Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS One*, 8(8), e69841. DOI: 10.1371/journal.pone.0069841
- Lakey, C. E., Hirsch, J. K., Nelson, L. A., & Nsamenang, S. A. (2014). Effects of contingent self-esteem on depressive symptoms and suicidal behavior. *Death Studies*, 38(9), 563-570. DOI: 10.1080/07481187.2013.809035
- Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552-556. DOI: 10.1089/cyber.2015.0157
- Lee, J. H. (2019, July 16). "Teenagers who use a lot of social media, Worried about Increased Depression" Announced by researchers at the University of Montreal, Canada. *ZD Net Korea*. Retrieved May 10, 2020 from <https://www.zdnet.co.kr/view/?no=20190716084127>
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253-260. DOI: 10.1016/j.chb.2013.12.009
- Lee-Won, R. J., Shim, M., Joo, Y. K., & Park, S. G. (2014). Who puts the best "face" forward on Facebook?: Positive self-presentation in online social networking and the role of self-consciousness, actual-to-total Friends ratio, and culture. *Computers in Human Behavior*, 39, 413-423. DOI: 10.1016/j.chb.2014.08.007
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427-1438. DOI: 10.1007/s10802-015-0020-0
- O'Mahen, H. A. (2003). *Contingent self-esteem and depression: An interactive account*. (Unpublished doctoral dissertation). University of Georgia, USA.
- Patrick, H., Neighbors, C., & Knee, C. R. (2004). Appearance-related social comparisons: The role of contingent self-esteem and self-perceptions of attractiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(4), 501-514. DOI: 10.1177/0146167203261891
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K., & Tov, W. (2012). Putting their best foot forward: Emotional disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(10), 569-572. DOI: 10.1089/cyber.2012.0200
- Reich, S., Schneider, F. 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
- Rhee, S. Y., & Ko, I. J. (2013). Measuring a Valence and Activation Dimension of Korean Emotion Terms using in Social Media. *Science of Emotion and Sensibility*, 16(2), 167-176.
- 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
- Shakya, H. B., & Christakis, N. A. (2017). Association of Facebook use with compromised well-being: A

- longitudinal study. *American Journal of Epidemiology*, 185(3), 203-211. DOI: 10.1093/aje/kww189
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. DOI: 10.1016/j.chb.2015.12.059
- Smith, R. H., & Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological Bulletin*, 133(1), 46-64. DOI: 10.1037/0033-2909.133.1.46
- Sowislo, J. F., & Orth, U. (2013). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 139(1), 213-240. DOI: 10.1037/a0028931
- Szpitalak, M., Polczyk, R., & Dudek, I. (2018). Psychometric properties and correlates of the Polish version of the Contingent Self-Esteem Scale (CSES). *Polish Psychological Bulletin*, 49(4), 449-457. DOI: 10.24425/119514
- Tromholt, M. (2016). The Facebook experiment: Quitting Facebook leads to higher levels of well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(11), 661-666. DOI: 10.1089/cyber.2016.0259
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. DOI: 10.1037/ppm0000047
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23(5), 2538-2557. DOI: 10.1016/j.chb.2006.05.002
- White, K., & Lehman, D. R. (2005). Culture and social comparison seeking: The role of self-motives. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(2), 232-242. DOI: 10.1177/0146167204271326
- Wouters, S., Duriez, B., Luyckx, K., Klimstra, T., Colpin, H., Soenens, B., & Verschueren, K. (2013). Depressive symptoms in university freshmen: Longitudinal relations with contingent self-esteem and level of self-esteem. *Journal of Research in Personality*, 47(4), 356-363. DOI: 10.1016/j.jrp.2013.03.001
- 원고접수: 2020.08.24
수정접수: 2020.09.18
게재확정: 2020.09.18