

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2024.10.2.11

JCCT 2024-3-2

#오운완, Z세대의 헬시플레저: 사회적 비교성향과 과시적 자기애, 자존감을 중심으로

Healthy pleasure in Zs: focused on social comparison and narcissism, self-esteem

이은지*

Eunji Lee*

요약 최근, 규칙적인 운동이나 식단을 통해 건강을 관리하고 이를 SNS에 인증하는 헬시플레저(Healthy-pleasure) 트렌드가 MZ세대에 자리 잡고 있다. 이에 본 연구에서는 개인의 성격 특성이 건강관리 인증행위와 주관적 웰빙에 미치는 영향을 알아보았다. 그 결과, 먼저 1) SNS 인증 태도와 의도 모두에 유사비교 성향과 과시적 자기애가 정적인 영향을 미쳤으며, 하향비교 성향은 SNS 인증 변수 모두에 부적인 영향을 미쳤다. 다음으로, 2) 주관적 웰빙 모두에 사용자의 자존감이 긍정적인 영향을 미친 반면, 과시적 자기애는 스트레스에 부적인 영향을 미치고, 유사비교 성향은 만족감에 정적인 영향을 미쳤다. 즉, 유사한 사람들과의 비교는 대학생들의 건강관리 인증과 주관적 웰빙에 긍정적 영향을 미치는 반면, 자기 존중이 아닌 자기 과시나 타인의 인정을 위한 건강관리는 오히려 그들의 주관적 웰빙에 부정적 영향을 미침을 확인할 수 있었다. 이러한 본 연구의 결과는 2030세대를 겨냥한 마케팅 시장뿐만이 아닌 MZ세대가 건강한 삶을 영위 할 수 있는 미디어 및 문화 환경을 위해 적극 반영 되어야 할 것이다.

주요어 : MZ세대, Z세대, 헬시플레저, 갓생, 오운완, 길티플레저

Abstract Recently, the health-pleasure trend, which means enjoying health care through exercise or diet and certifying it on SNS is spreading to the MZ generation. This study examined the effect of personality traits on SNS upload behavior and subjective well-being related to health care. As a result, 1) parallel comparison and narcissism had a positive effect on the SNS upload attitude and intention, and the downward comparison had a negative effect on both SNS upload variable. Self-esteem had a positive effect only on the attitude of uploading SNS. Next, 2) self-esteem had a positive effect on both subjective well-being, while narcissism had a negative effect on stress, and parallel comparisons had a positive effect on life satisfaction. In other words, it was confirmed that comparisons with similar people had a positive effect on SNS upload behavior and their subjective well-being, while health care for self-show or recognition of others had a negative effect on their subjective well-being. The results of this study should be actively reflected not only for the marketing market but also for a media and cultural environment in which the MZ generation can lead a healthy life.

Keywords : MZs, Zs, Healthy Pleasure, God-life, Guilty Pleasure

1. 서론

최근, 부지런하고 모범적인 삶을 의미하는 ‘갓(GOD)생’을 실천하는 트렌드가 MZ세대 사이에서 퍼져가고 있

다. ‘갓생’이란, 신(神)을 뜻하는 ‘갓(GOD)’과 인생을 의미하는 ‘생’(生)을 결합한 신조어로, 주기적으로 운동을 하거나 건강한 식습관을 유지하는 모습이 대표적인 사례이다[1]. 이러한 사회적 현상은 코로나 바이러스

*정회원, 상지대학교 교양학부 조교수 (제1저자, 교신저자)
접수일: 2024년 1월 5일, 수정완료일: 2024년 1월 20일
게재확정일: 2024년 1월 31일

Received: January 5, 2024 / Revised: January 20, 2024

Accepted: January 31, 2024

*Corresponding Author: ejlee427@sangji.ac.kr
Dept. of Liberal Arts, Sangji Univ, Korea

(COVID-19)가 전 세계적으로 확산되며 변화된 우리의 주요 일상 중 하나이다[2]. 특히, 코로나 19 팬데믹과 함께 건강관리에 대한 관심이 급부상하며, 즐겁고 효율적으로 자신의 건강을 관리하는 ‘헬시 플레저(healthy pleasure)’는 하나의 문화로 자리 잡기 시작했다. ‘헬시 플레저’란, 건강을 위한 식사와 함께 다양한 운동을 즐기는 것과 같이 즐겁게 자신의 건강을 관리하는 것으로, 고통을 감수하며 억지로 건강을 관리하는 것과는 상반되는 개념이다. 특히, 이러한 헬시 플레저는 1980년대 중반에서 2000년대 초 출생인 MZ세대의 트렌드로 부상하였는데, 이에 따라 유통업계는 MZ세대의 생활양식을 겨냥한 다양한 제품을 출시하고 있다[3,4]. 실제로, 샐러드 구독 서비스의 정기회원은 20만 명으로, 이 중 64.5%는 2030세대이며, 건강을 향한 MZ세대들의 움직임은 국내뿐 아니라, 전 세계적으로 확산되고 있다[4].

특히, 경험과 재미를 중시하는 MZ세대의 ‘SNS 인증’ 문화는 헬시 플레저 트렌드의 유행과 정확하게 맞물렸다 [3,4]. MZ세대의 트렌드는 SNS에서 두드러지게 나타나는데, 실제로 인스타그램(Instagram) 게시물 중 #헬시 플레저를 포함하는 게시물은 약 3만 건이 넘는다[4]. 그 중 MZ에게 친숙한 단어인 #오운완(오늘 운동 완료)은 규칙적으로 운동하는 자신의 모습을 SNS에 인증하는 해시태그를 의미한다[5]. 즉, 사용자들은 SNS를 통해 건강을 관리하는 자신의 삶을 공유하며, 완벽한 삶을 산다는 의미를 담고 있는 ‘갓(GOD)생 살기’를 실천하고 있는 것이다. 건강을 관리하고 SNS를 통해 인증하는 MZ세대의 트렌드는 건강한 삶을 지향하고 확산시켜나간다는 데에 의의가 있으며, 2030세대의 주관적 웰빙(subjective well-being)에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 또한, 과거 MZ세대들의 소비와 행동 방식이 죄책감이나 죄의식을 느끼면서도 즐거움을 쫓는 ‘길티 플레저(guilty pleasure)’였다면, 현재의 건강한 즐거움을 즐기는 헬시 플레저(healthy pleasure)로의 움직임은 심리학 개념을 통해 조명해야 할 중요한 사회 현상이다[5]. 이에 본 연구는 SNS 이용 및 주관적 웰빙과 높은 관련이 있는 사회적 비교이론과 다양한 성격 특성을 바탕으로, 이들의 SNS 인증 행위와 주관적 웰빙에 미치는 영향을 탐색해 보고자 한다.

II. 이론적 배경

사회적 비교(social comparison)란, Festinger(1954)의 사회적 비교 이론에 의해 처음 제시한 개념으로, 자신에 대한 이해와 평가는 주변 사람들과의 비교를 통해 이루어진다는 것을 의미한다[6]. 특히, SNS(Social Network Service)는 플랫폼 자체가 가지고 있는 특성에 따라, 이를 이용하는 사용자들로 하여금 자연스럽게 사회적 비교를 유발 하게 된다[7]. 사회적 비교는 방향성에 따라 크게 세 가지(상향비교, 유사비교, 하향비교)로 나누어 볼 수 있다. 먼저, 상향비교(upward comparison)란 자신보다 조금 우월한 상대방과의 비교를 의미하며, 유사비교(parallel comparison)는 자신과 비슷한 수준의 상대방과의 비교를, 마지막으로 하향비교(downward comparison)는 자신의 상태에 미치지 못하는 대상과의 비교를 의미한다[6]. 사람들은 일반적으로 자신의 능력이나 상태 등에서 유사한 사람들과의 비교를 통해 일상을 보내게 된다. 그러나, SNS 사용자들의 대부분은 자신이 바라는 이상적인 모습(Ideal-self)을 SNS에 공개하려는 경향이 존재하기 때문에, 사용자들은 우월한 상태에 있는 다른 사용자들과 자신을 비교하는 상향비교를 하게 될 가능성이 높다[7]. 따라서, 지속적인 상향적 비교는 사용자들의 상대적 박탈감이나 정서에 부정적인 영향을 미칠 수 있으며, 더 나아가 삶의 만족도와 개인의 주관적 웰빙에도 부정적 영향을 미치게 된다[8].

한편, SNS 이용과 관련된 선행연구들에서는 사용자들의 성격 특성 중 자기에(Narcissism)와 자존감(Self-esteem)을 함께 다루어 왔다. 자기에(Narcissism)이란, 비현실적으로 거창하고 긍정적으로 부풀려진 자기 개념을 반영하는 성격특성으로, 자기에 성향이 높은 사용자들은 SNS에서 자신을 깊게 드러내는 이용 행위를 나타낸다[10]. 특히, 자기에 유형 중 자신의 신체적 외모를 과시하는 것을 선호하는 과시적 자기에(Grandiose-narcissism)성향은 SNS를 통해 운동을 하는 자신의 모습을 인증하는 행위 등에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다[11]. 반면, 자존감이란 자신의 자질이나 특성 등에 대하여 스스로가 느끼는 가치에 대한 전반적인 평가로, 자기에(Narcissism)와 다른 점은 타인에 대한 존중이 존재한다는 점이다. 자존감이 높은 사용자들은 자기에와 성향이 높은 사용자와 마찬가지로 활발한 SNS 이용 행위를 보이지만, 자신을 과시하지 않고 상대방에 대한 배려와 함께 건강한 SNS 이용 행위를 보인다[11]. 실제로, 사용자의 자존감이 낮을수록 SNS에서 부정적인

감정을 느낄 뿐 아니라, 피로감을 느끼고 SNS 중단 의향을 보인다는 선행 연구가 이루어지기도 했다[12].

앞서 서술한 바와 같이, 코로나 19 확산 이후 건강에 대한 MZ 세대의 관심은 그 어느 때 보다 크게 증가한 상태이며, 건강과 관련된 다양한 트렌드는 앞으로 지속될 것으로 예측되고 있다[13]. 이러한 MZ 세대의 트렌드는 이들의 생활 방식이 적용된 새로운 시장의 탄생을 의미하며, 건강관리와 관련된 SNS 인증 행위는 사용자의 성격 특성에 따라 상이한 모습을 나타낼 수 있다. 그러나, 현재 MZ세대의 새로운 생활양식으로 자리 잡고 있는 ‘SNS 인증 행위’에 대한 연구는 현저히 부족한 실정이며, 이러한 건강관리 및 인증행위가 2030세대의 주관적 웰빙에 미치는 사회적 현상은 심리학 개념을 통해 조명해 봐야할 중요한 주제이다. 특히, 인증 행위와 같이 SNS를 통해 자신을 드러내는 행위는 개인의 주관적 행복감이나 심리적 안녕, 그리고 즐거움 등의 긍정적 정서에 정적 영향을 미친다[9]. 또한, 개인의 정보나 활동을 SNS에 게시하는 행위는 자기를 재구성함으로써 삶에 대한 통일성과 목적을 제공하는 등 긍정적인 심리적 효과를 제공하기도 한다[9]. 이에 본 연구는 20대 대학생들을 대상으로, SNS 이용과 관련된 성격 특성이 SNS 인증행위와 주관적 웰빙에 미치는 영향을 심리학적 관점에서 살펴보고자 한다. 이에 대한 구체적인 연구문제는 다음 아래와 같다.

RQ 1. 사용자의 사회 비교(상향비교, 하향비교, 평행비교)와 성격 특성(과시적 자기에, 자존감)이 건강관리 SNS 인증 경험에 미치는 영향은 어떠한가?

RQ 2. 사용자의 사회비교(상향비교, 하향비교, 평행비교)와 성격 특성(과시적 자기에, 자존감)이 건강관리로 인한 주관적 웰빙에 미치는 어떠한가?

III. 연구 방법

1. 설문조사

20대 대학생들의 사회적 비교 성향과 성격 특성이 건강관리 인증 행위와 주관적 웰빙에 미치는 영향을 알아보기 위하여, 2023년 10월 둘째 주부터 약 4주간 온라인 설문을 실시하였다. 본격적인 설문에 앞서 운동이나 식단, 혹은 운동과 식단 모두를 통해 건강을 관리 중이며, 이를 SNS에 인증해 본적이 없는 예비 응답자들은 본 설문에 참여 할 수 없었다. 그 결과, 181명(남성: 107명,

여성: 74명)의 대학생들이 본 설문에 응답하였으며, 이들의 평균 나이는 22.78세(SD=2.63)였다. 설문지의 구성은 크게 대학생들의 인구통계학적 특성과 사회적 비교 성향, 그리고 성격 특성을 측정하는 문항과 SNS 인증행위 및 주관적 웰빙을 측정하는 문항으로 구성하였다.

2. 사회적 비교 성향과 성격 특성

대학생들의 사회적 비교 성향을 측정하기 위해 기존 문헌을 수정 및 보완하여 각 3가지 문항으로 구성된 상향비교(나는 나보다 더 나은 사람과 비교하는 것을 선호한다 등), 하향비교(나는 나보다 능력이나 외모가 못한 사람과 비교하는 것을 선호한다 등), 평행 비교(나는 자기평가를 위해 나와 비슷한 사람과의 비교를 선호한다 등)를 7점 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다- 7점: 매우 동의한다)를 통해 응답하도록 요청하였다[6]. 또한 참가자들의 성격 특성을 측정하기 위하여 SNS 이용과 관련된 선행 연구를 수정 및 보완하여 각 4문항에 해당되는 과시적 자기에(나는 내 몸매나 외모를 바라보는 것을 좋아한다, 나는 거울에 비친 내 모습이 마음에 든다 등)와 자존감(나는 내가 다른 사람처럼 가치 있는 사람이라 생각한다, 나는 좋은 성품을 가졌다고 생각한다 등)을 7점 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다- 7점: 매우 동의한다)를 통해 측정하였다[11]. 참가자들의 평균 사회적 비교 성향과 성격 특성 값과 Cronbach's α 값은 <표 1>에 서술되어 있다.

3. 건강관리 SNS 인증 경험과 주관적 웰빙

참가자들의 건강관리에 따른 SNS 인증 경험은 SNS와 관련된 선행 연구를 수정 및 보완하여 각 3문항으로 구성된 SNS 인증 태도(나는 SNS에 운동/식단 활동을 인정하는 것에 긍정적이다, 좋다 등)와 인증 의도(나는 지속적으로 SNS에 운동/식단 활동을 인증할 것이다, 향후 나는 SNS에 운동/식단 활동을 인증할 것이다 등)를

표 1. 변수에 대한 기술통계 및 신뢰도

Table 1. Statistics and Reliability of variables

변수 명(신뢰도)	M(SD)
1. 상향비교 ($\alpha=.89$)	3.28(1.57)
2. 하향비교 ($\alpha=.87$)	2.78(1.35)
3. 평행비교 ($\alpha=.92$)	3.11(1.39)
4. 과시적자기에 ($\alpha=.81$)	3.55(1.16)
5. 자존감 ($\alpha=.83$)	4.21(1.00)
6. SNS 인증태도 ($\alpha=.94$)	3.64(1.70)
7. SNS 인증의도 ($\alpha=.94$)	2.98(1.79)
8. 스트레스 ($\alpha=.91$)	3.61(1.53)
9. 삶의 만족 ($\alpha=.86$)	4.77(1.36)

7점 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다- 7점: 매우 동의한다)를 통해 측정하였다[8,9,12]. 또한, 건강관리로 인한 참가자들의 전반적인 경험 중 스트레스 수준(건강관리를 하는 지난 한 달 동안, 예상치 못한 일이 생겨서 기분이 좋지 않았다/초조하거나 스트레스가 쌓인다 등)은 4문항으로 구성하였으며, 삶의 만족(나는 건강관리를 하며 내 삶의 개인적 측면/관계적 측면/내가 속한 집단에 대해서 만족한다)의 경우 3문항으로 구성하였다[8,9,12]. 참가자들의 건강관리에 따른 SNS 인증경험과 전반적 경험에 대한 평균값과 Cronbach's α 값은 <표 1>에 서술되어 있다.

IV. 연구 결과

1. 연구문제 1: 사회적 비교성향과 성격 특성이 건강관리 SNS 인증 경험에 미치는 영향

사회적 비교성향과 성격 특성이 건강관리 SNS 인증 경험에 미치는 영향을 알아보기 위해, 성별과 나이를 통제한 뒤 다중 회귀분석을 실시하였다. 먼저, 인지 및 성격 특성에 따른 SNS 인증 태도 모형(Adjusted $R^2 = .34$, $F(5.175) = 38.8$, $p < .001$)과 SNS 인증 의도(Adjusted $R^2 = .29$, $F(5.175) = 32.1$, $p < .001$)에 대한 모형의 유의미한 설명력을 확인할 수 있었다. 각 변인의 영향력을 살펴본 결과 하향비교 성향은 SNS 인증 태도($\beta = -.31$, $p < .001$)와 인증 의도($\beta = -.19$, $p < .05$)를 부정적으로 예측하였으며, 평행 비교는 SNS 인증 태도

($\beta = .25$, $p < .05$)와 인증 의도($\beta = .25$, $p < .05$)를 모두 정적으로 유의미하게 예측했다. 다음으로 성격 특성 중 과시적 자기애는 SNS 인증 태도($\beta = .21$, $p < .05$)와 인증 의도($\beta = .21$, $p < .05$)를 모두 정적으로 예측했으며, 자존감은 SNS 인증 태도($\beta = .17$, $p < .05$)를 정적으로 예측했다. 그러나, 상향비교는 SNS 인증태도($\beta = -.09$)와 의도($\beta = -.16$)를 예측하지 못했으며, 자존감의 경우 SNS 인증 의도($\beta = .09$)를 예측하지 못했다.

2. 연구문제 2: 사회적 비교성향과 성격 특성이 건강관리로 인한 주관적 웰빙에 미치는 영향

사회적 비교성향과 성격 특성이 건강관리로 인한 주관적 웰빙에 미치는 영향을 알아보기 위해, 성별과 나이를 통제한 뒤 다중 회귀분석을 실시하였다. 먼저, 인지 및 성격 특성에 따른 스트레스 모형(Adjusted $R^2 = .47$, $F(5.175) = 40.5$, $p < .001$)과 삶의 만족(Adjusted $R^2 = .47$, $F(5.175) = .54$, $p < .001$)에 대한 모형의 유의미한 설명력을 확인할 수 있었다. 각 변인의 영향력을 살펴본 결과 평행비교 성향은 삶의 만족($\beta = .26$, $p < .01$)을 정적으로 유의미하게 예측했다. 다음으로 성격 특성 중 과시적 자기애는 스트레스($\beta = .18$, $p < .05$)에 부정적으로 유의미한 영향을 미쳤으며, 자존감은 스트레스($\beta = -.23$, $p < .01$)에 부정적인 영향을 미치는 반면, 삶의 만족($\beta = .40$, $p < .001$)에는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나, 상향비교($\beta = -.02$, $\beta = -.11$)와 하향비교($\beta = .08$, $\beta = -.14$)는 건강관리로 인

표 2. 사용자 특성이 사용자 경험에 미치는 영향
Table 2. Regression of user's characteristics on User experience

모형			종속변수			
			연구문제1		연구문제 2	
			SNS 인증 태도	SNS 인증 의도	스트레스	삶의 만족
표준화 회귀 계수	인지 특성	상향비교	-.09	-.16	-.02	-.11
		하향비교	-.31***	-.19*	.08	-.14
		평행비교	.25*	.25*	-.02	.26**
	성격 특성	과시적 자기애	.21*	.21*	.18*	.04
		자존감	.17*	.09	-.23**	.40***
수정된 R^2			.34	.29	.30	.45

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$; 독립 변수의 VIF < 5

한 주관적 웰빙 모두에 유의미한 영향을 미치지 않았으며, 평행비교는 스트레스($\beta = -.02$)에 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이에 대한 구체적인 결과는 <표2>와 같다.

V. 논의 및 결론

본 연구는 운동이나 식단을 통해 건강을 관리하는 20대 대학생들의 사회비교 성향과 성격 특성이 SNS 인증 행위와 주관적 웰빙에 미치는 영향에 대해 알아보고자 하였다. 이를 위해 건강 관리 인증 경험이 있는 대학생들을 대상으로 온라인 설문을 시행하였다. 먼저, 대학생들의 사회비교 성향과 성격 특성이 SNS 인증경험에 미치는 영향에 대해 알아본 결과, 참가자들의 하향비교와 유사비교 성향, 그리고 과시적 자기애와 자존감이 그들의 SNS 인증 경험에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 먼저, 대학생들의 하향비교 성향은 건강관리에 대한 SNS 인증 태도와 의도 모두에 부정적인 영향을 미쳤다. 즉, 하향 비교를 하지 않는 사용자들이 개인의 건강관리를 SNS에 인증하는 것을 긍정적으로 생각하고 또 실제로 행하는 것이다. 이러한 결과는 대학생의 건강관리 자체는 물론, SNS에 건강관리를 인증하는 행위 자체가 성장 동기와 관련된다는 점에서 해석이 가능하다. 또한, 평행 비교 성향은 SNS 인증 태도는 물론 인증 의도 모두에 정적으로 유의미한 영향을 미쳤다. 이러한 결과는 대개 인간은 자신의 능력이나 외모 등에서 비슷한 수준에 있는 사람과의 비교를 가장 편안하게 느낀다는 점과 비슷한 스펙에서 함께 유지 및 성장해나가는 SNS 사용자의 동기를 반영한 결과라 해석할 수 있다. 그러나 상향비교는 SNS 인증태도와 인증 의도를 예측하지 못했다. 이는 SNS 주활동과 사회적 비교 양상을 살펴본 선행 연구 결과와 일치하는 결과이다. SNS 상에서 주 활동은 게시물 업로드하는 작성자와 게시물을 구경하는 관찰자로 구분할 수 있으며, 상향 비교는 주로 관찰자의 입장에서 일어나 부정적인 감정을 유발하기 때문이다[9]. 다음으로, 대학생들의 성격 특성 중 과시적 자기애는 SNS 인증 태도와 인증 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 자존감 또한 SNS 인증 태도를 정적으로 예측했다. 이러한 결과는 SNS 업로드 행위와 사용자의 성격과 관련된 선행연구의 결과와 일치한다[12]. 자신을 사

랑하는 자기애와 자존감 성향은 SNS에서 자신을 드러내는 업로드 행위에 긍정적인 태도로 이어지며, 특히 자신의 신체나 외모를 드러내기 좋아하는 과시적 자기애 성향이 높은 사용자들은 실제 SNS 인증 의도로 이어진다는 것을 본 연구의 결과를 통해 확인할 수 있었다[11].

다음으로, 대학생들의 사회비교 성향과 성격 특성이 건강관리로 인한 주관적 웰빙에 미치는 영향에 대해 알아본 결과, 참가자들의 유사비교 성향과 과시적 자기애, 그리고 자존감이 그들의 주관적 웰빙에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 먼저, 대학생들의 유사비교 성향은 삶의 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 과하게 이루어지는 상향비교는 개인에게 상대적 박탈감을 제공하며, 과하게 이루어지는 하향 비교 역시 개인의 성장 동기를 저해 할 수 있다는 점으로 설명할 수 있다[6]. 즉, 20대 대학생들은 자신과 비슷한 대상과의 유사 비교를 통해 개인의 건강을 관리해나가며 삶에 대한 만족감을 느끼는 것이다. 또한, 이들의 성격 특성 중 과시적 자기애는 스트레스에 부정적인 영향을 미친 반면, 자존감은 스트레스에 부정적인 영향을 미쳤으며, 삶의 만족에는 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 자신을 과시하기 위한 동기만으로 건강관리를 할 경우, 스트레스를 받을 수 있지만 자신의 진정한 가치를 위해 건강을 관리하는 사용자의 경우 낮은 스트레스로 삶에 대한 만족감을 높게 느낄 수 있음을 시사한다. 특히, 대학생들의 상향비교와 하향비교는 건강관리로 인한 주관적 웰빙 모두에 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이러한 결과는 과거 높은 성장 동기로 사회에 나아갔던 기성세대와는 달리, 적정한 수준에서 자신을 유지하는 현재 MZ세대의 생활양식이 반영된 결과로 해석된다.

VI. 한계점 및 향후연구

본 연구를 통해 건강을 관리하는 20대의 경우 이들의 사회적 비교와 성격 특성이 SNS 인증 행위와 주관적 웰빙에 유의미한 영향을 미칠 수 있음을 증명할 수 있었다. 특히, 유사한 사람들과의 비교가 대학생들의 건강에 대한 관리와 인증, 그리고 그들의 주관적 웰빙에 긍정적 영향을 미침을 밝힐 수 있었으며, 자기 존중이 아닌 자기 과시나 타인의 인정을 위한 건강관리가 오히려 그들의

주관적 웰빙에 부정적 영향을 미침을 확인할 수 있었다. 이에 헬스 케어 시장은 본 연구의 결과를 적극 반영하여 마케팅을 실시해야 할 것이며, 더 나아가 MZ 세대의 건강한 생활양식을 위한 다양한 미디어 및 문화 환경이 조성되어야 할 것이다. 본 연구는 위와 같은 학문적 및 실무적 함의에도 불구하고, 몇 가지 한계점이 존재하며, 이에 대한 추후 연구 주제는 다음과 같다. 첫째, 사용자들의 건강관리 인증 행위는 이들의 성격 특성은 물론 이들의 동기 유형에 의해 영향을 받을 수 있다. 동기(Motivation)란, 특정 행위의 이유로 행위 자체가 동기인 내적동기와 외재적인 보상을 얻기 위해 행하는 외적 동기로 구분되는데[14], 특히 내적 동기에 의한 건강관리 SNS 인증 행위는 이들의 주관적 웰빙에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 둘째, 본 연구는 건강관리에 대한 조작적 정의를 ‘건강을 위해 운동을 하거나 식단을 관리하는 것, 혹은 두 가지를 함께 하고 있는 상태’로 내렸으나, 추후 연구에서는 건강관리에 대한 세부적인 구분이 필요할 것으로 사료된다. 특히, 공공장소에서 행해지는 운동과 신체에 대한 인증 행위의 경우와 개인 장소에서 개별적으로 행해지는 식단관리와 홈트레이닝인 경우 이들의 경험에 상이한 영향을 미칠 수 있다. 이에 추후 연구에서는 20대뿐만 아니라, 다양한 세대의 건강한 트렌드에 영향을 미치는 다양한 요인을 다차원적 측면에서 면밀히 살펴보아야 할 것이다. 마지막으로, 본 연구는 설문 방법론을 통해 20대 대학생들의 성격 특성이 주관적 웰빙 및 SNS 인증 행위에 미치는 영향에 집중하였다. 그러나, 추후 연구에서는 연구 결과의 일반화를 위해 다양한 연령대 및 직군에 종사하는 SNS 이용자를 대상으로, 연구의 범위 및 방법을 확장하여 조사해야 할 것이다.

References

- [1] Y. Lee (2023). What do you have to do in order to live in "God-life", The Korea Economy Broadcasting. https://n.news.naver.com/article/215/0001132993?cds=news_edit
- [2] E. Lee (2022). Video Conferencing fatigue of the MZ generation. *The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)*, 8(3), 589-594.
- [3] E. Lee(2023). Motivation for Z generation to consume limited edition products. *The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)*, 9(4), 61-66.
- [4] O. Lee(2022). Posting "Oh Woon Wan" on Instagram every day and eating salad once a day, ChosunMedia. <https://www.chosun.com/national/weekend/2022/03/12/SETHK4U2NRAZHDQYGT DYQFKR3Q/>
- [5] M. Jeon(2022). MZ Generation's "Healthy Pleasure" who is serious about health, KBS News. <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5576772&ref=A>
- [6] Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- [7] E. Lee, K. Lee, Y. Sung, Y. Song (2019). #DeleteFacebook: antecedents of Facebook fatigue. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(6), 417-422.
- [8] E. Lee(2018). The Antecedents of SNS Fatigue : Influences on Intention to Continuous Usage and Discontinuing Intention. *Journal of the HCI Society of Korea*, 13(2), 21-29.
- [9] E. Lee, M. Jo, H. Anh, Y. Sung (2018). Facebook Ambivalence by User Characteristics. *Journal of the HCI Society of Korea*, 13(3), 43-53 .
- [10] J. Lee, J. Lee, Y. Song, H. Ahn, E. Lee, Y. Sung (2020). Self-Disclosures on Facebook: The Two Faces of Narcissism, *International Journal of Advanced Culture Technology*, 8(2), 139-145.
- [11] E. Lee, T. Choi, T. D Lee, Y. Sung (2019). Using Instagram while "in a relationship": The roles of narcissism and self-esteem. *Journal of individual differences*, 40(2), 111.
- [12] E. Lee (2018). Why do people leave SNS? : The Influences of the Users' Characteristics and SNS Fatigue, *Journal of the HCI Society of Korea* 13(1), 11-19
- [13] Y. Jung(2023). Zero Beverage' Holy Land Emerging Convenience Stores ..The Influence of Young Big Hands 'Healthy pleasure', *Tendency News*. <https://www.khan.co.kr/economy/economy-general/article/202304231342001>
- [14] E. Lee, J. Lee, Y. Sung. (2021). Alexa, Please Do Me a Favor: Motivations and Perceived Values Involved in Using AI Assistant. *International Journal of Advanced Culture Technology*, 9(4), 329-344.