

여대생들의 인스타그램 이용 행태(능동적 vs. 수동적)와 우울감과의 관계

자아 존중감의 조절 효과를 중심으로*

최정화 한림대학교 광고홍보학과 교수**

본 연구는 여대생을 대상으로 두 가지 유형의 인스타그램 이용 행태(i.e., 능동적 vs. 수동적)와 우울감 간의 관계에 있어서 자아 존중감의 조절 효과를 탐색했다. 국내 한 사립대학교의 여학생을 대상으로 한 온라인 설문 조사(N = 107) 결과, 두 개의 가설에서 제시한 능동적 및 수동적 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용 효과는 예측대로 지지되었다. 즉, 능동적 인스타그램 이용 수준이 높은 경우, 자아 존중감에 따른 우울감의 차이가 없었지만, 능동적 이용 수준이 낮은 경우 자아 존중감이 낮은 여대생들은 자아 존중감이 높은 여대생들에 비해 우울감의 수준이 높았다. 마찬가지로 수동적 인스타그램 이용 수준이 낮은 경우에는 자아 존중감에 따른 우울감의 차이가 나타나지 않았지만, 수동적 이용 수준이 높은 경우 자아 존중감이 낮은 여대생들은 자아 존중감이 높은 여대생들에 비해 우울감을 더 경험하고 있는 것으로 나타났다. 본 연구는 SNS 이용 행태(능동적 vs. 수동적) 구분의 유용성을 제시하며, SNS 이용 효과 탐색에 있어서 자아 존중감과 같은 조절 변인을 고려할 필요가 있음을 시사한다. 또한 SNS 관련 미디어 리터러시 증재 프로그램을 위한 실무적 함의를 제시한다.

KEY WORDS 인스타그램 • 우울감 • 자아 존중감 • 여대생

* 본 논문은 한림대학교의 지원을 받아 연구되었음(HRF-201909-019).

** jhchoi@hallym.ac.kr

1. 서론

정보통신정책연구원의 SNS(소셜 네트워크 서비스) 이용 추이 및 이용 행태 분석(Kim, 2019)에 따르면, 국내 SNS 이용률은 2011년 17.7%에서 2018년 48.2%로 매년 증가세를 보여 왔다. 2018년 기준 SNS의 이용 비율이 가장 높은 연령대는 20대로, 82.3%가 SNS를 이용하는 것으로 나타났으며 이들의 하루 평균 이용 시간도 가장 많은 것으로 보고되고 있다. 이처럼 SNS가 청년들 사이에서 광범위하게 사용되고 이들의 생활에 깊숙이 침투하게 되자, 많은 학자들이 SNS 이용이 청년들에게 미치는 사회심리적 영향—특히 우울감이나 삶의 만족감 등 심리적 건강—에 대해 탐색해 왔다. 그러나 기존의 연구는 몇 가지 측면에서 한계를 갖는다.

첫째, 사람들의 SNS 이용 행태와 플랫폼의 선호도는 바뀌고 있으나 현재까지 SNS 연구의 대다수를 차지하는 것은 페이스북 연구이다. 반면, 인스타그램은 최근 국내에서 급부상하고 있는 SNS 플랫폼이다. 2017년과 2018년을 비교했을 때, 국내 페이스북 이용률은 감소한 반면, 인스타그램은 다른 SNS에 비해 가장 큰 성장률을 보였다(Kim, 2019). 개별 SNS 플랫폼들이 고유의 기능과 속성을 내세워 차별화를 꾀하고 있다는 점에서 기존 페이스북의 연구 결과를 다른 SNS 플랫폼에 적용하는 것은 무리가 있다. 특히 인스타그램은 이미지 중심의 플랫폼이라는 점에서 다른 사람들의 과장되고 긍정적인 이미지에 대한 노출이 더 빈번하며, 이에 따라 부정적 사회적 비교나 질투심을 불러올 수 있고 나아가 개인의 심리적 건강에 부정적 영향을 미칠 수 있다는 연구 결과들(Lup, Trub, & Rosenthal, 2015)이 나오고 있는 상황에서 인스타그램이 국내 이용자에게 미치는 영향에 대한 연구가 더 필요한 시점이다.

둘째, 기존의 많은 SNS 연구들이 SNS 이용의 다양한 측면을 고려하지 않고 단편적으로 SNS 이용을 측정하여 그 효과를 예측하고자 하였으며, 이는 일관되지 않은 결과들을 낳는 데 일조한 것으로 보인다(Gerson, Plagnol, & Corr, 2017). SNS에 관한 초기 연구들은 SNS 이용이 개인의 사회적 자본 형성 및 주관적 안녕감과 같은 심리적 요인에 미치는 긍정적 영향을 주로 탐색해 왔다(e.g., Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Valenzuela, Park, & Kee, 2009). 그러나 보다 최근의 연구들(e.g., Kross et al., 2013; Lin et al., 2016)은 SNS 이용이 개인의 심리적 건강에 부정적으로 영향을 미칠 수 있음을 보고하기 시작했다.

SNS 이용이 가져오는 효과에 관한 이러한 대비되는 연구 결과에 대해, 거슨 등(Gerson et al., 2017)은 기존 연구에서 SNS 이용을 일차원적(unidimensional)으로 측정하는 데에 그 원인을 찾는다. 즉, SNS 이용이라는 것이 다양한 활동을 포함하고 있고, 사람마다 다른 방식으로 SNS를 이용할 수 있는데, 이를 무시하고 이용 시간이나 강도와 같은 일차원적 측정을 할 경우 SNS 활동의 다양한 측면이 가져오는 다양한 효과를 정확하게 관찰할 수 없게 된다는 것이다. 이에 거슨 등(Gerson et al., 2017)은 SNS 이용 행태를 크게 수동적 및 능동적 이용으로 구분하고 이를 측정하기 위한 도구(Passive and Active Use Measure: PAUM)를 개발, 타당성과 신뢰성을 검증한 바 있다. 비교적 최근에 개발된 도구로 아직 이를 활용한 연구가 많지 않아 추가 연구를 통해 그 유용성에 대한 검증이 필요한 상황이다.

이에 본 연구는 인스타그램상에서 거슨 등(Gerson et al., 2017)이 제시한 것과 같은 수동적/능동적 이용 행태가 개인의 우울감에 영향을 미치는지 살펴보고자 한다. 특히 여대생을 대상으로 그 관계를 살펴보고자 하는데, 이는 인스타그램이 여성들 사이에서 선호도가 높은 플랫폼으로 여겨지고 있기 때문이다. 페이스북 이용자의 53%가 여성인 반면, 인스타그램 이용자의 68%가 여성인 것으로 보고된 바 있는데(Nternet Stats, 2019), 이는 SNS가 여학생들에게 미치는 영향을 파악하기 위해서는 인스타그램에 초점을 둘 필요가 있음을 시사한다. 또한 SNS 이용의 부정적 영향이 여성들 사이에서 더 크게 나타날 수 있음을 시사하는 연구(Cohen, Newton-John, & Slater, 2017; Nesi & Prinstein, 2015)도 있어 여학생에 초점을 둔 연구가 필요하다. 이와 더불어 본 연구는 인스타그램 이용이 우울감에 미치는 영향을 살피는 데 있어서 개인의 자아 존중감이 어떠한 역할을 하는지 살펴볼 것이다. SNS 이용의 효과는 개인의 심리적 기제 및 환경적 요인 등에 따라 다르게 나타날 수도 있음에 불구하고, 기존의 SNS 이용 효과의 조절 변인에 대한 탐색은 드물었다. 인스타그램 이용의 효과가 개인의 심리적 요인인 자아 존중감에 따라 어떻게 다르게 나타나는지 이해하는 것은 향후 SNS 관련 미디어 문해력 향상을 위한 중재 프로그램을 기획하는 데 있어서 실무적 함의를 제공할 수 있을 것이다.

2. 문헌 연구

1) SNS 이용과 심리적 건강

SNS는 개인이 스스로를 표현하고 다른 사람들과 관계를 맺고 유지할 수 있도록 해 주는 온라인 플랫폼을 말한다(Ellison et al., 2007). SNS가 기본적으로 사람들 간의 연계를 가능하게 해 준다는 점에서 초기의 SNS 연구들(e.g., Ellison et al., 2007)은 SNS 이용이 개인의 사회적 자본 형성에 미치는 영향에 관심을 가졌다. 더 나아가 개인의 사회적 네트워크는 심리적 건강에 긍정적 영향을 미친다는 기존의 연구(e.g., Kawachi & Berkman, 2001)에 근거하여 SNS 이용과 심리적 건강 간의 관계를 많은 연구들이 탐색하기 시작했다. 이들 중 여러 연구들이 SNS 이용이 심리적 건강에 직간접적으로 긍정적 역할을 한다는 것을 보고한 바 있다. 페이스북 이용이 스트레스를 낮추어 주고(Nabi, Prestin, & So, 2013), 외로움을 경감시켜 주며(Burke, Marlow, & Lento, 2010), 주관적 안녕감에 긍정적 영향을 미친다(Kim & Lee, 2011; Oh, Ozkaya, & Larose, 2014)는 연구들이 그것이다.

그러나 한편으로는 이와 상반되는 결과를 보여 주는 연구들도 축적되고 있다. 예를 들면, 한 연구(Vigil & Wu, 2015)에 따르면 특정 페이스북 이용 행위-즉, 다른 페이스북 친구들의 사진을 보는 데 쓴 시간-는 삶의 만족도(life satisfaction)와 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. 크로스 등(Kross et al., 2013)의 종단 연구에서도 페이스북 이용이 정서적 건강 및 삶의 만족도와 부적으로 관련되는 것으로 밝혀졌다. 이러한 연구들과 일관되게, SNS 이용이 부정적 심리 상태, 즉 외로움(Song et al., 2014) 및 우울감(Lin et al., 2016)과 정적 관계가 있음이 여러 연구에서 보고된 바 있다. 이러한 결과들은 SNS 이용 동기(motivation)와 부정적 사회 비교 측면에서 설명되어 왔다. SNS 이용 동기 중 중요한 하나는 바로 인상 관리 동기 및 나르시시즘인 것으로 나타났는데(Carpenter, 2012; Krmer & Winter, 2008), 이에 따라 SNS상에서는 현실보다 긍정적으로 과장된 이미지가 게시될 가능성이 높다(Jordan et al., 2011; Lee, Shim, Joo, & Park, 2014). 실제로 기존 연구들은 사람들이 SNS상에서 자신을 과도하게 긍정적인 모습으로 표현하고, 부정적인 사건보다는 긍정적인 사건을 더 자주 게시한다는 것을 발견했다(Barash, Ducheneaut, Isaacs, & Bellotti, 2010; Kross et al., 2013).

이러한 과장된 긍정적 이미지의 접촉은 상향적 사회 비교(upward social comparison)를 초래하고 상태적 박탈감을 가져와 우울감을 높일 가능성이 있다(Chou & Edge, 2012; Krasnova, Wenninger, Widjaja, & Buxmann, 2013).

한편, 초기의 연구들이 페이스북에 초점을 맞추었던 데 반해, 인스타그램의 이용이 급증하면서 인스타그램 이용과 심리적 건강 간의 관계에 관한 연구도 늘어나고 있다. 인스타그램은 인스턴트 카메라(instant camera)와 텔레그램(Telegram)에서 따온 이름으로 즉석으로 사진을 손쉽게 다른 사람들에게 전송한다는 의미를 담고 있다. 이름에서 제시하듯이 인스타그램은 이미지 공유를 근간으로 한 SNS로, 2010년 10월에 등장하여 2012년 페이스북에 의해 인수되었다. 서비스 시작 이후 부가 기능을 꾸준히 추가시켜, 현재 사진 및 짧은 동영상의 촬영 및 공유, 이미지 필터(filter), 해시태그(hashtag), 다이렉트 메시지(direct message) 등 다양한 기능을 제공하고 있다. 시각적 콘텐츠의 공유를 지향하는 인스타그램은 다양한 형태의 콘텐츠 공유가 가능한 페이스북이나 문자 중심의 트위터와 차별화된다. 이러한 인스타그램의 특성상 과장된 긍정적 이미지가 보다 편재하며 이에 대한 노출이 보다 빈번할 수 있기에 인스타그램의 이용은 개인의 심리적 건강에 부정적 영향을 미칠 것이라는 우려가 있어왔다. 특히 인스타그램은 페이스북과 달리 특정인을 팔로우하는 데 있어서 상호적일 필요가 없기 때문에 불특정 다수의 과장된 긍정적인 이미지에 노출될 가능성이 더 높을 수 있으며, 이는 인스타그램이 다른 SNS보다 더 심리적 건강에 부정적 영향을 미칠 가능성이 있음을 시사한다.

많지는 않지만, 이러한 관점을 지지하는 연구들을 찾아볼 수 있다. 룽과 그의 동료들(Lup et al., 2015)에 따르면, 인스타그램에서 알지 못하는 타인을 많이 팔로우하는 경우, 인스타그램 이용이 높을수록 우울 증상도 높아지는 것으로 나타났다. 또 다른 연구(Sherlock & Wagstaff, 2018)에서도 여성의 인스타그램 이용 빈도는 우울 증상과 유의미하게 정적 관련성이 있는 것으로 나타났다. 그러나 인스타그램 이용이 외로움을 낮춘다는 결과를 보고한 연구(Pittman & Reich, 2016) 또한 존재한다. 이러한 상반된 결과는 양(Yang, 2016)의 연구에서도 찾아볼 수 있다. 해당 연구에서는 보다 다양한 인스타그램 이용 행태를 측정했는데, 인스타그램 방송은 외로움과 정적 상관관계에 있는 반면, 인스타그램상에서의 상호작용 및 보기(browsing)는 외로움과 부적 관계를 보였다. 이와 같은 엇갈린 결과는 더 많은 탐구가 필요함을 시사한다.

특히, 기존의 연구들은 SNS 이용 동기에 있어서 남녀 간의 차이가 있음을 밝힌 바 있는데, 여성들은 특히 남성들에 비해 사회적 비교가 더 중요한 SNS 이용 동기로 작용한다는 연구 결과(Haferkamp, Eimler, Papadakis, & Kruck, 2012)는 앞서 언급한 SNS의 부정적 영향이 여성들 사이에서 더 발현될 수 있음을 시사한다. 실제로 한 연구(Nesi & Prinstein, 2015)에 따르면, SNS상에서의 사회적 비교 인식과 우울 증상 간의 관계가 남성보다 여성들 사이에서 더 강하게 나타났다. 또한 여성들의 인스타그램 이용에 대한 선호도가 남성에 비해 높다는 점에 있어서, 인스타그램 이용과 여성의 심리적 건강 간의 관계에 대한 탐색은 중요한 연구 주제이다.

2) 수동적 및 능동적 SNS 이용

앞서 언급된 SNS 이용과 심리적 건강 간의 관계에 대한 상반된 결과와 관련하여, 거슨 등(Gerson et al., 2017)은 기존 연구의 SNS 이용 측정 방법에 문제가 있을 수 있음을 제기했다. 이들은 기존의 연구가 SNS 이용을 측정하는 데 있어서, 이용 시간, 로그인 빈도, 혹은 이용 강도와 같이 일차원적(unidimensional)으로 접근하고 있음을 지적하며, 이러한 접근 방법은 SNS의 다양한 기능과 이에 따른 이용자들의 다양한 활용 방식을 반영하지 못하기 때문에 한계가 있다고 주장한다. 즉, SNS를 같은 시간 혹은 빈도로 이용하는 두 사람이 있다 하더라도, 이들이 각각 SNS의 어떤 기능을 어떻게 사용하느냐에 따라 SNS 이용이 가져오는 효과는 다를 수 있는데 기존의 많은 연구들이 이를 고려하지 않았다는 것이다. 이에 거슨 등(Gerson et al., 2017)은 수동적 및 능동적 SNS 이용 행태를 구분하고 이를 측정하는 도구(PAUM)를 개발, 타당도와 신뢰도를 검증하는 연구를 수행한 바 있다.

거슨 등(Gerson et al., 2017)이 PAUM을 제시하기 전에도, 몇몇 학자들이 비슷하게 SNS 이용을 능동적 및 수동적 이용으로 분류하고 이에 따라 연구를 실시하기도 했다(Burke et al., 2010; Frison & Eggermont, 2017; Krasnova et al., 2013). 이들 연구들은 일반적으로 이용자가 활동적으로 SNS에 참여하고, 콘텐츠를 만들며, 다른 SNS상의 친구들과 상호작용하는 활동을 능동적 이용으로 구분하고 있다. 반면, 수동적 이용은 다른 사람들과의 상호작용 없이 타인이 만든 콘텐츠를 소비하거나 모니터링하는 활동을 의미한다(Frison & Eggermont, 2017; Gerson et al., 2017; Verduyn et

al., 2015).

많지는 않지만, 이처럼 SNS 이용 행태를 능동적 vs, 수동적으로 구분하여 수행한 연구들은 이러한 SNS 이용 행태가 서로 다른 결과를 가져올 수 있음을 시사하고 있는데, 일반적으로 능동적 이용은 심리적 건강에 긍정적 영향을, 수동적 이용은 부정적 영향을 줄 수 있음을 보여 주고 있다. 예를 들어, 버크 등(Burke et al., 2010)의 연구에서, 페이스북 활동에 능동적으로 참여하지 않고 주로 다른 사람들이 만든 콘텐츠를 소비하는 이용자들일수록 외로움의 수준이 더 높았다. 마찬가지로 다른 연구에서도 수동적 페이스북 이용은 정서적 안녕감에 부정적 영향을 주는 것으로 나타났다(Sagioglou & Greitemeyer, 2014; Verduyn et al., 2015). 반면, 페이스북 친구들과 커뮤니케이션을 하는 등 능동적으로 페이스북을 이용할수록 외로움의 수준이 낮은 것으로 나타났다. 그 예로 한 실험 연구(Deters & Mehl, 2013)에서는 실험군의 참여자들로 하여금 페이스북 상태 업데이트를 평소보다 더 많이 하도록 하였는데, 그 결과 이들은 대조군에 비해 외로움의 수준이 낮아진 것으로 나타났다.

그러나 이와 일관되지 않은 결과 또한 발견된다. 프리슨과 에거몬트(Frison & Eggermont, 2017)의 경우 탐색적 요인 분석을 통해 페이스북 이용을 능동적 및 수동적 이용으로 구분하여 분석을 실시했는데, 기존의 연구에서와 마찬가지로 이들의 연구에서도 수동적 페이스북 이용은 우울감과 긍정적 관계에 있는 것으로 나타났다. 그러나 능동적이며 공적 페이스북 이용(i.e., active public Facebook use: 즉, 상태 업데이트, 사진 게시 등) 또한 우울감과 긍정적 관계에 있는 것으로 나타나 기존의 연구 및 가설과 배치되는 결과를 보였다.

SNS 이용을 능동적 및 수동적 이용으로 구분하여 연구를 수행하기 시작한 것은 비교적 최근에 들어와서이며, 거슨 등(Geron et al., 2017)의 PAUM은 그러한 구분에 근간하여 측정 항목을 개발하고 타당도를 검증한 최초의 측정 도구이다. 따라서 그 유용성을 뒷받침할 만한 보다 많은 경험적 증거의 축적이 요구된다.

3) 자아 존중감의 조절 역할

앞서 기술한 바와 같이, SNS 이용(혹은 능동적/수동적 SNS 이용)이 심리적 건강에 미치는 영향을 탐구한 기존 연구에서 서로 상반되는 결과들을 찾아볼 수 있다. 이러한 상

반된 결과들은 다른 변인의 역할을 추가적으로 고려해야 할 필요성이 있음을 암시한다. 본 연구는 그러한 변인으로 자아 존중감에 주목한다. SNS 이용이 종속 변인에 영향을 미치는 과정에서 자아 존중감이 조절 변인으로 역할을 할 수 있음은 몇몇 연구에서 보여진 바가 있다. 예를 들어 엘리슨 등(Ellison et al., 2007) 및 스테인필드, 엘리슨, 그리고 램프(Steinfeld, Ellison, & Lampe, 2008)의 연구에서 자아 존중감은 페이스북 이용 강도와 사회적 자본 사이의 관계를 조절하는 것으로 나타났다. 즉, 자아 존중감이 낮은 대학생들일 수록 페이스북 이용에 따라 교량적 사회적 자본(bridging social capital)을 획득하는 정도가 더 높았다. 이러한 기존의 결과를 능동적 및 수동적 인스타그램 이용의 맥락으로 확장해 볼 수 있을 것이다.

앞서 논의된 바와 같이, 인스타그램을 수동적으로 사용하는 경우, 다른 사람들의 과장된 긍정적 이미지에 노출이 더 많아지고 이에 따라 다른 사람들의 삶이 자신의 삶보다 낫다는 부정적 사회 비교 및 상실감과 같은 부정적 심리 정서가 높아질 것이라고 예측해 볼 수 있다. 그러나 이러한 효과는 개인의 자아 존중감에 따라 달라질 수 있을 것이다. 즉, 자아 존중감은 심리적 방패 역할을 할 수 있기 때문에(Greenberg et al., 1992), 자아 존중감이 높은 사람들이 수동적으로 인스타그램을 많이 사용하여 상향 비교 정보를 많이 접한다고 해도 상대적 박탈감이나 우울감을 경험할 가능성이 낮은 반면, 자아 존중감이 낮은 사람들은 부정적인 정서를 경험할 가능성이 더 높을 것으로 예측할 수 있다. 반면, 수동적 인스타그램 이용을 적게 하는 경우 자아 존중감 수준에 따른 우울감의 경험 차이는 크게 나타나지 않을 것으로 예상해 볼 수 있다.

마찬가지로, 능동적 인스타그램 이용은 다른 사람과의 상호작용 및 연계 활동을 통해서 사회적 자본 및 지지의 획득을 가능하게 하여 개인의 심리적 건강에 긍정적 영향을 줄 것으로 기대해 볼 수 있는데, 이 또한 자아 존중감에 따라 그 결과가 다르게 나타날 것을 예상해 볼 수 있다. 능동적 인스타그램 이용을 많이 하는 경우, 그 효과 자체가 긍정적이기 때문에 자아 존중감에 따른 부정적 정서 경험에 대한 차이가 크게 다르지 않을 수 있다. 그러나 능동적 SNS 이용을 적게 하는 경우, 자아 존중감이 높은 사람들은 SNS상 타인과의 교류나 연계 없이도 자신의 심리적 안녕을 기본적으로 지킬 수 있는 반면, 자아 존중감이 낮은 사람들은 그렇지 못하기 때문에 우울감을 더 높게 경험할 수 있을 것으로 예상된다. 이에 다음과 같이 연구가설을 제시한다.

- 연구가설 1: 인스타그램 이용 행태가 우울감에 미치는 영향은 자아 존중감에 따라 달라질 것이다.
- 연구가설 1-1: 수동적 인스타그램 이용이 우울감에 미치는 영향은 자아 존중감에 따라 달라질 것이다
- 연구가설 1-2: 능동적 인스타그램 이용이 우울감에 미치는 영향은 자아 존중감에 따라 달라질 것이다.

3. 연구 방법

1) 자료 수집

본 연구를 위한 자료는 국내 강원도 소재의 한 사립대학교의 학생을 대상으로 한 온라인 설문 조사의 일부를 활용하였다. 조사는 2019년 5월 말부터 6월 초 사이에 실시되었으며, 다양한 SNS 이용 행태와 SNS에 대한 인식을 묻는 내용으로 구성되었다. 연구 참여자들은 해당 대학의 심리학 및 미디어 관련 학과의 3개 대형 강의를 통해 모집되었다. 담당 교수자의 협조 아래, 연구 참여자 모집 공지문이 이들 수업의 온라인 게시판에 게시되었고, 최소한 한 개 이상의 SNS 계정을 가지고 있는 학생들이 초대되었다. 학생들은 자발적으로 연구에 참여했으며, 참여에 대한 보상으로 모바일 음료 쿠폰이 제공되었다. 총 123명의 학생들이 참여했으나, 이 중 16명의 응답은 제외되었다(14명은 남성이었으며 2명은 설문을 완료하지 않음). 따라서 여학생 총 107명의 응답이 분석에 사용되었다. 이들 중 92.5%($n = 99$)가 인스타그램을 이용하고 있다고 응답했다. 본 연구는 연구자가 속한 기관의 연구윤리위원회로부터 승인을 받았다.

2) 측정 도구

(1) 능동적 및 수동적 인스타그램 이용

인스타그램의 능동적 및 수동적 이용 행태를 측정하기 위해 거슨 등(Gerson et al., 2017)의 PAUM 측정 도구를 활용했다. PAUM은 원래 페이스북 이용을 측정하기 위해

표 1. 능동적 및 수동적 인스타그램 이용 측정 항목 (Gerson et al., 2017)

능동적 이용	<ul style="list-style-type: none"> • 나의 게시물/스토리 업데이트하기 • 다른 사람의 인스타그램 스토리나 게시물에 대해 응답하기(댓글, 답장 등) • 인스타그램에서 채팅하기 • 인스타그램에서 누가 무엇을 하고 지내는지 확인하기 • 사진 및 영상 등의 게시물 포스트하기
수동적 이용	<ul style="list-style-type: none"> • 다른 사람이 올린 스토리나 게시물(사진, 영상 등) 보기 • “공감”이나 “댓글” 달기 없이 피드게시물을 단순히 둘러보기 • 피드게시물을 둘러보며 게시물에 대해 “공감”이나 “댓글”을 달아주기 • 친구들의 프로필을 살펴보기

개발되었기 때문에, 몇몇 문항은 인스타그램 이용 맥락을 반영하기 위해 약간씩 수정되었다(e.g., 상태 업데이트 게시하기는 나의 게시물/스토리 업데이트하기로 문구 변경). 연구 참여자들은 지난달을 돌아보았을 때, 그들이 인스타그램을 이용할 때 능동적 및 수동적 이용과 관련된 특정 행위들을 얼마나 자주 했는지를 5점 척도로(1 = 거의 안 함, 2 = 드물게 함, 3 = 때때로 함, 4 = 다소 자주 함, 5 = 매우 자주 함) 응답하도록 요청되었다(〈표 1〉 참고). 인스타그램을 이용하지 않는다고 답한 연구 참여자들($n = 8$)에게는 모든 항목에 대해 0으로 입력되었다.

(2) 우울감

우울감 측정을 위해 필코니스 등(Pilkonis et al., 2011)의 PROMIS(Patient-Reported Outcomes Measurement Information System) 우울감 척도(depression scale)가 활용되었다. 해당 척도의 질문 원형을 그대로 활용하여, 연구 참여자들은 지난 일주일 간 그들이 얼마나 자주 절망감, 가치 없음, 무기력감, 우울감을 느꼈는지를 5점 척도(1 = 결코 없음, 2 = 드물게, 3 = 때때로, 4 = 자주, 5 = 항상)로 응답했다.

(3) 자아 존중감

자아 존중감은 로젠버그(Rosenberg, 1965)의 측정 도구를 활용했다. 연구참여자들은 10개의 문항(예, 나는 대체로 나 자신에 만족한다)에 대해 4점 척도(0 = 전혀 동의하지 않음, 1 = 동의하지 않음, 2 = 동의함, 3 = 매우 동의함)로 응답했다.

표 2. 변인 간 상관관계, 평균, 표준 편차

	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5	6	7
AUI	2.58	1.33	(.93)	.769**	.184	-.017	.438**	-.074	.052
PUI	3.34	1.30		(.89)	.079	.049	.368**	-.001	.030
SE	1.82	.45			(.87)	-.570**	-.036	-.048	.023
DP	2.32	.94				(.87)	.081	.182	-.078
SNS 이용 일반	5.90	1.24					-	-.172	.007
학년	2.32	1.00						-	-.004
가구 소득	4.14	1.79							-

** $p < .01$

Note 1. AUI: Active Use of Instagram (능동적 인스타그램 이용); PUI: Passive Use of Instagram (수동적 인스타그램 이용); SE: Self-esteem (자아 존중감); DP: Depression (우울감).

Note 2. 괄호 안은 신뢰도 (Cronbach's alpha).

(4) 통제 변인

대학생들이 인스타그램과 더불어 다른 SNS를 이용할 수 있고 이 경우 다른 SNS 이용이 우울감에 영향을 미쳤을 가능성을 배제할 수 없기에, 전체적인 SNS 이용을 묻는 문항을 추가하여 다른 SNS 이용의 효과를 통제하고자 하였다. 린 등(Lin et al., 2016)의 측정 도구를 빌려, 연구 참여자들이 최근 한 달 동안 얼마나 많은 시간(1 = 전혀, 7 = 하루에 3시간 이상), 그리고 얼마나 자주(1 = 전혀, 7 = 매일 자주) SNS를 이용하는지를 물었으며, 이 두 항목($r = .63$)의 평균치가 통제 변인으로 활용되었다. 또한 연구 참여자의 학년(i.e., 1 = 1학년, 4 = 4학년)과 가구 소득(1 = 100만 원 이하; 7 = 600만 원 이상) 또한 통제 변인으로 분석에 포함되었다.

해당 핵심 변인들에 대한 기술적 통계치, 신뢰도, 그리고 상관계수는 <표 2>에 제시되어 있다.

4. 분석과 결과

연구가설에서 제시하고 있는 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용을 검증하

기 위해 SPSS 19를 이용하여 회귀 분석을 실시하였다. 통제 변인들을 첫 번째 구역에, 세 개의 독립 변인을 두 번째 구역에, 그리고 마지막으로 두 개의 상호작용항을 세 번째 구역에 입력한 위계적 회귀 분석을 실시했다. 상호작용에 관련된 세 개의 독립 변인은 모두 평균 중심화로 변환되었다. 모든 변인에 대해 VIF < 4로 다중공선성의 문제는 크게 없는 것으로 나타났다.

1) 변인별 주효과

회귀 분석 결과(〈표 3〉 참고), 1단계 통제 변인들은 크게 의미 있는 효과가 나타나지 않았다(학년 $\beta = .154, p = .057$; 가구 소득 $\beta = .079, p = .310$; SNS 이용 일반 $\beta = .070, p = .425$). 이들 통제 변인 전체가 설명하는 변량의 정도 또한 통계적으로 유의미하지 않았다($R^2 = .052, p = .135$). 2단계에 포함된 독립변인인 능동적 및 수동적 인스타그램 이용의 주효과도 나타나지 않았다(수동적 이용 $\beta = .001, p = .994$; 능동적 이용 $\beta = .055, p = .668$). 반면, 자아 존중감은 우울감에 대해 부적 주효과

표 3. 회귀 분석 결과 (DV: 우울감)

		β	p
1단계	학년	.154	.057
	가구 소득	-.079	.310
	전체적 SNS 이용	.070	.425
	$R^2 = .052$.135
2단계	자아 존중감 (SE)	-.528	.000
	수동적 인스타그램 이용 (PUI)	.001	.994
	능동적 인스타그램 이용 (AUI)	.055	.668
	$\Delta R^2 = .314$.000
3단계	PUI \times SE	-.324	.012
	AUI \times SE	.388	.003
$\Delta R^2 = .057^*$.010
Total $R^2 = .424$.000
(Adjusted Total $R^2 = .377$)			

가 나타났다($\beta = .528, p = .000$). 자아 존중감의 설명력에 힘입어 결정 계수의 증가분은 유의미하게 상승했다($R^2 = .314, p = .001$).

2) 수동적 및 능동적 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용 효과

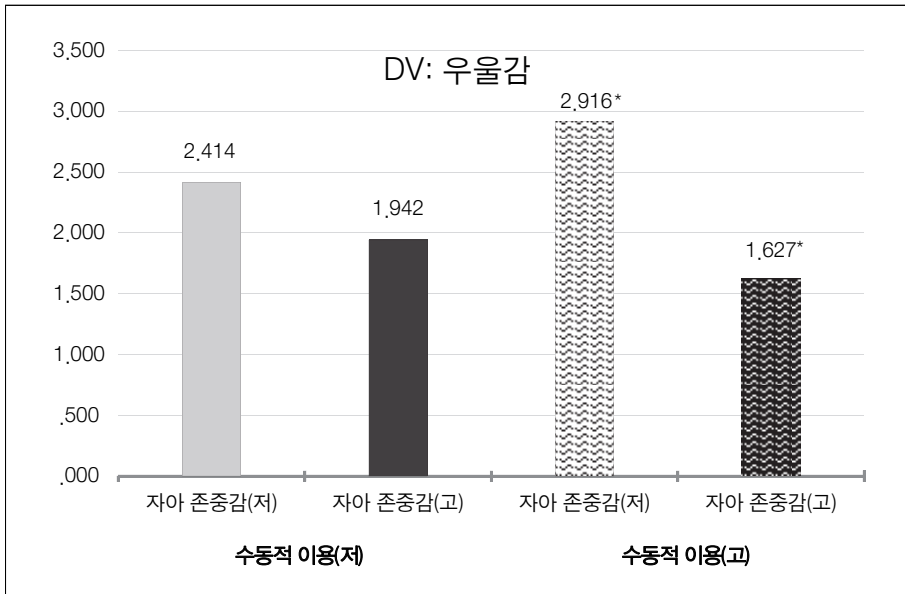
다음으로, 연구가설 검증 결과를 살펴본 결과, <연구가설 1-1>에서 제시한 수동적 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용 효과가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($\beta = .324, p = .012$). 마찬가지로 <연구가설 1-2>에서 제시한 능동적 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용 효과도 통계적으로 유의미하게 나타났다($\beta = .388, p = .003$). 이는 능동적 및 수동적 인스타그램 이용이 우울감에 미치는 영향이 개인의 자아 존중감 수준에 따라 달라진다는 것을 의미한다. 이로써 회귀 모형의 설명력은 유의미하게 증가하였으며($R^2 = .057, p = .01$), 약 42%의 변량이 해당 회귀 모형에 의해 설명되는 것으로 나타났다[Total $R^2 = .424$ (Adjusted Total $R^2 = .377$), $p = .000$].

3) 상호작용 효과의 사후 검증 (post-hoc analysis)

회귀 분석에서 두 가지 상호작용 효과가 모두 유의미하게 나타남에 따라, 상호작용 효과의 세부적 내용을 살펴보기 위해 세 개의 독립 변인에 대해 평균을 중심으로 집단을 나누어 ANCOVA(Analysis of Covariance)를 통해 집단 간 차이를 검증해 보았다. 수동적 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용 효과와 관련하여, 수동적 인스타그램 이용 정도가 낮은 경우 자아 존중감에 따른 우울감의 차이가 나타나지 않았다. 반면, 수동적 이용 정도가 높은 경우, 자아 존중감이 낮은 여학생들($M = 2.92, 95\% CI = 2.63 \sim 3.20$)은 자아 존중감이 높은 여학생들($M = 1.627, 95\% CI = 1.29 \sim 1.96$)에 비해 우울감이 높게 나타났다(<그림 1> 참고).

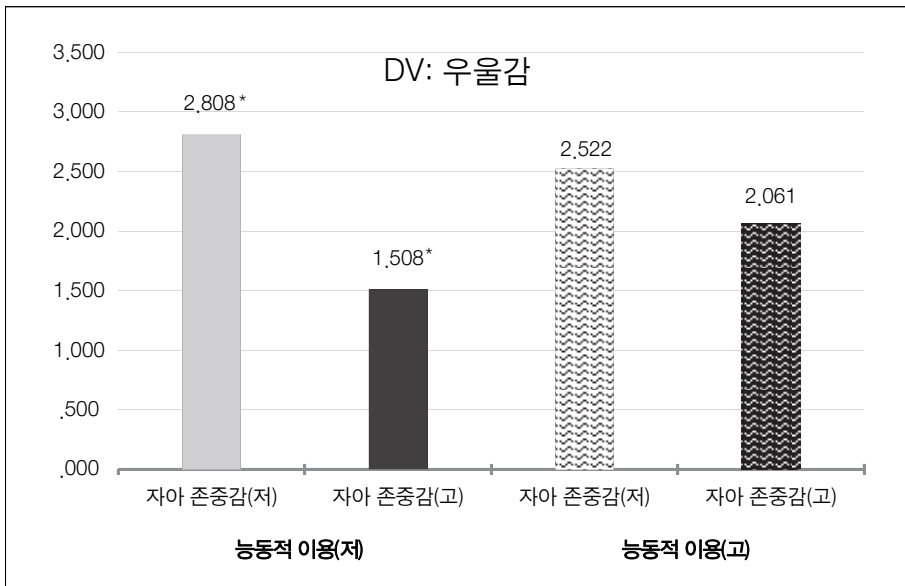
능동적 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용 효과의 경우, 능동적 인스타그램 이용 정도가 높은 경우 자아 존중감에 따른 우울감의 차이가 나타나지 않았다. 반면 능동적 이용 정도가 낮은 경우, 자아 존중감이 낮은 여학생들($M = 2.81, 95\% CI = 2.53 \sim 3.09$)은 자아 존중감이 높은 여학생들($M = 1.51, 95\% CI = 1.10 \sim 1.92$)

그림 1. 수동적 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용 효과



* $p = .05$ 수준에서 통계적으로 유의미한 차이가 있음

그림 2. 능동적 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용 효과



* $p = .05$ 수준에서 통계적으로 유의미한 차이가 있음

에 비해 우울감이 높게 나타났다(〈그림 2〉 참고).

5. 결론 및 함의

본 연구는 여대생을 대상으로 두 가지 유형의 인스타그램 이용 형태(i.e., 능동적 vs. 수동적)와 우울감 간의 관계에 있어서 자아 존중감의 조절 효과를 탐색했다. 두 개의 가설에서 제시한 능동적 및 수동적 인스타그램 이용과 자아 존중감 간의 상호작용 효과는 예측대로 지지되었다. 즉, 능동적 인스타그램 이용 수준이 높은 경우, 자아 존중감에 따른 우울감의 차이가 없었지만, 능동적 이용 수준이 낮은 경우 자아 존중감이 낮은 여대생들은 자아 존중감이 높은 여대생들에 비해 우울감의 수준이 높았다. 이러한 결과는 자아 존중감이 낮더라도 능동적으로 인스타그램을 이용하는 경우 자아 존중감이 높은 여대생들과 비슷한 수준의 정서적 행복감을 유지할 수 있음을 시사한다고도 볼 수 있다. 이는 SNS 이용을 통해 외로움이나 주관적 안녕감을 높일 수 있다는 기존 연구(Burke et al., 2010; J. Kim & Lee, 2011)와 일관되게 적극적 인스타그램 이용을 통해서 정서적 지지를 일정 정도 받을 수 있었기 때문으로 해석해 볼 수 있다. 한편, 수동적 인스타그램 이용 수준이 낮은 경우에는 자아 존중감에 따른 우울감의 차이가 나타나지 않았지만, 수동적 이용 수준이 높은 경우 자아 존중감이 낮은 여대생들은 자아 존중감이 높은 여대생들에 비해 우울감을 더 경험하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 자아 존중감 관련 이론에서 제시한 대로 자아 존중감이 심리적 방패의 역할을 하기 때문인 것으로 보인다. 즉, 수동적 인스타그램 이용 수준이 높은 경우 타인의 과장된 긍정적 이미지에 노출될 가능성이 높아지지만, 자아 존중감이 높은 여대생들의 경우 그러한 노출에서 오는 상대적 박탈감을 이겨 낼 수 있었던 것으로 해석해 볼 수 있다. 반면, 자아 존중감이 낮은 여대생들의 경우 상황 비교를 하게 될 수밖에 없을 것이고 이에 따라 우울감도 높아진 것으로 생각해 볼 수 있다. 이와 같은 결과는 능동적 SNS 이용의 긍정적 효과와 수동적 SNS 이용의 부정적 효과를 보여 주었던 기존의 연구 결과들(Krasnova et al., 2013; Verduyn et al., 2015)과도 일부 일치한다고 볼 수 있다. 다만 본 연구에서는 그러한 효과가 개인의 자아 존중감 수준에 따라 다르게 나타날 수 있음을 보임으로써, SNS 이용 효과를 검증할 때 개인적 특성과 같은 조절 변인을 고려할

필요가 있음을 시사한다.

본 연구는 다음과 같은 점에서 이론적·실무적 함의를 제시한다. 첫째, 본 연구는 SNS 이용 행태를 능동적 vs. 수동적으로 구분하는 것의 유용성을 제시하며, 향후 연구에 있어서 SNS 이용 행태의 다양한 측면을 고려하여 그 결과를 탐색하고자 하는 노력이 필요하다는 점을 시사한다. 만약 본 연구와 비슷한 두 연구가 수행되었는데, 한 연구는 능동적 이용만을, 다른 연구는 수동적 이용만을 측정하여 연구를 수행하고 이를 SNS 이용이라는 같은 이름의 변인으로 결과를 발표했다면, 겉보기에는 두 연구가 완전히 상충되는 결과를 제시하는 것으로 받아들여질 수밖에 없을 것이다. 본 연구는 거슨 등(Gerson et al., 2017)을 비롯한 여러 학자들이 제시한 능동적 vs. 수동적 이용 행태 구분에 따라 SNS 이용과 심리적 건강 간의 관계가 다르게 나타날 수 있음을 보여 줌으로써 이용 행태 구분의 중요성을 시사하고 있다.

둘째, 본 연구는 SNS 이용과 심리적 건강 간의 관계를 탐구하는 데 있어 자아 존중감과 같은 조절 변인을 고려할 필요가 있음을 시사한다. 자아 존중감의 수준에 따라 SNS 이용 정도에 따른 우울감 수준의 차이가 나타나기도 하고 나타나지 않기도 함을 보여 준 본 연구에 비추어 봤을 때, 기존의 연구에서 서로 상치되는 결과가 나타나거나 예측한 결과가 나타나지 않은 것은 또 다른 설명 변인을 충분히 고려하지 않은 것이 그 이유가 될 수 있다. 본 연구에서도 능동적 및 수동적 인스타그램 이용의 주효과는 나타나지 않았으며, 자아 존중감을 고려했을 때 비로소 그 조건적 효과를 파악할 수 있었다. 따라서 향후 연구에서도 자아 존중감 이외 중재 혹은 매개 변인의 역할을 하는 제3의 사회적 혹은 심리적 변인이 있는지 탐색할 필요가 있다.

셋째, 인스타그램에 관한 연구가 아직 국내외적으로 부족한 단계에서, 본 연구는 인스타그램에 관한 경험적 자료를 축적하는 데 공헌했다는 점에 의의가 있다. 인스타그램이 페이스북과는 여러 가지 측면에서 차이가 있다는 점, 그리고 인스타그램의 이용률이 약진하고 있다는 점에서 인스타그램에 초점을 둔 더 많은 연구가 필요하다고 생각된다.

마지막으로, 인스타그램 이용 행태에 따른 부정적 영향이 발견된 만큼, 본 연구는 SNS에 중점을 둔 미디어 문해력 교육의 필요성을 시사한다. TV나 신문과 같은 매체에 대해서는 이미 오랫동안 미디어 문해력 교육이 수행되어 왔으나, 새로운 미디어 유형인 SNS에 대해서는 아직 그러한 체계적인 노력이 부족하다 할 수 있다. 2018년에 인스타그램 자체적으로 청소년들의 인스타그램 이용의 부작용을 고려하여 학부모를 위한 가

이드라인을 제정하여 배포하였으나, 이론적 및 경험적 근거에 기반한 보다 체계적 접근이 필요하다. 특히 본 연구에서는 자아 존중감 수준이 낮은 경우 인스타그램 이용의 효과가 상대적으로 부정적일 수 있음을 시사하는 만큼, 자아 존중감이 낮은 여학생들을 특히 목표 공중으로 삼아 SNS 이용에 관한 문해력 교육을 설계하고 시행하는 것이 필요하다.

이러한 함의에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 한계점을 지니며, 이는 향후 연구를 통해서 보완되어야 할 것이다. 먼저, 본 연구는 횡단적 연구로, 인과관계를 주장하기 어렵다. 예를 들어 인스타그램을 수동적으로 이용하며 자아 존중감이 낮은 집단의 경우 자아 존중감이 높은 집단보다 우울감을 더 경험하는 것으로 나타났으나, 반대로 우울감이 높은 사람들은 자아 존중감이 낮은 경향이 있고, 그래서 인스타그램을 능동적으로 이용하지 못하고 수동적으로만 이용하는 것일 수도 있다. 이러한 인과관계를 밝히기 위해서는 종단 연구 및 실험 연구를 활용한 후속 연구들이 수행될 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 여학생들만을 분석 대상으로 삼았는데 남학생들의 인스타그램 이용도 늘어나고 있는 만큼, 인스타그램 이용이 심리적 건강에 미치는 효과가 남학생들에게는 다르게 나타나는지 탐색해 볼 필요가 있다. 남성들의 SNS 이용 동기는 여성들과 다른 것으로 알려지고 있는 바(Krasnova, Veltri, Eling, & Buxmann, 2017; Pujazon-Zazik & Park, 2010), 다른 결과가 도출될 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구는 거슨 등(Gerson et al., 2017)의 연구에 기반하여 수동적 및 능동적 인스타그램 이용을 개념화하고 측정했는데, 해당 측정 도구(PAUM)가 갖는 한계 또한 존재한다. PAUM의 일부 항목의 경우 어떠한 상황에서의 수동적/능동적 이용 행태를 측정하는 것인지 모호한 측면이 있다. 예를 들어 피드 게시물에는 친구뿐만 아니라 이용자가 팔로우하는 상업적 계정의 게시물도 올라올 수 있는데, 피드 게시물을 둘러보며 게시물에 대해 ‘공감’이나 ‘댓글’을 달아 주기와 같은 항목의 경우 이를 구분할 수 없다. 최근 인스타그램의 상업적 이용이 늘고 있는데, 상업적 목적으로 적극적 이용 행태를 보이는 것과 친구들과 상호작용을 위한 적극적 이용 행태는 전혀 다른 결과를 가져올 수도 있을 것이다. 따라서 향후 연구에서는 SNS 이용 행태를 측정하는 데 있어서 이용 동기를 고려해야 할 것이다.

마지막으로, 본 연구는 연구 시점에서의 인스타그램의 기능에 기반하여 그 이용 행태를 분류하고 효과를 살펴본 것이다. 그러나 SNS의 기능과 특성은 계속 진화할 수

있으며 새로운 SNS 또한 출시되고 있다. 이에 따라 어느 시점에서는 능동적 vs. 수동적이 아닌 다른 새로운 차원으로 이용 행태를 개념적으로 구분해야 할 필요성도 생길 수 있다. 연구자들은 이를 항상 염두에 두고 새로운 SNS 혹은 기능에 관심을 가지고 그 변화를 관찰해야 할 것이다.

참고문헌

- Barash, V., Ducheneaut, N., Isaacs, E., & Bellotti, V. (2010). *Faceplant: Impression (mis) management in Facebook status updates*. Paper presented at the Fourth international AAAI conference on Weblogs and social media.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). *Social network activity and social well-being*. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems.
- Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences*, 52(4), 482~486.
- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117~121.
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183~187.
- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychological and Personality Science*, 4(5), 579~586.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook friends: Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 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. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 603~609.
- Gerson, J., Plagnol, A. C., & Corr, P. J. (2017). Passive and active Facebook use measure (PAUM): Validation and relationship to the reinforcement sensitivity theory. *Personality and Individual Differences*, 117, 81~90.
- Greenberg, J., et al. (1992). Why do people need self-esteem? Converging evidence that self-esteem serves an anxiety-buffering function. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63(6), 913.
- Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A.-M., & Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 91~98.
- Jordan, A. H., et al. (2011). Misery has more company than people think: Underestimating the prevalence of others' negative emotions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(1), 120~135.

- Kawachi, I., & Berkman, L. F. (2001). Social ties and mental health. *Journal of Urban Health*, 78(3), 458~467.
- Kim, J., & Lee, J.-E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 359~364.
- Kim, Y.-H. (2019). SNS(Social Networking Site) usage trend and usage behavior analysis. *KISDI STAT Report*, 19, 2~7.
- Krmer, N. C., & Winter, S. (2008). Impression management 2.0: The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106~116.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., Eling, N., & Buxmann, P. (2017). Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(4), 261~284.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction?. In: International Conference on Wirtschaftsinformatik (WI). UNSPECIFIED, Leipzig, Germany, pp. 1~17.
- Kross, E., et al. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS One*, 8(8), e69841.
- 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.
- Lin, L. y., et al. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323~331.
- Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). Instagram# instasad?: exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(5), 247~252.
- Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. (2013). Facebook friends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 721~727.
- 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.
- Nternet Stats. (2019). Instagram by the numbers: Stats, demographics & fun facts. Retrieved from <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & Larose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30, 69~78.

- Pilkonis, P. A., Choi, S. W., Reise, S. P., Stover, A. M., Riley, W. T., Cella, D., & Group, P. C. (2011). Item banks for measuring emotional distress from the Patient-Reported Outcomes Measurement Information System (PROMIS): Depression, anxiety, and anger. *Assessment*, 18(3), 263~283.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155~167.
- Pujazon-Zazik, M., & Park, M. J. (2010). To tweet, or not to tweet: gender differences and potential positive and negative health outcomes of adolescents' social internet use. *American Journal of Men's Health*, 4(1), 77~85.
- Rosenberg, M. (1965). *Rosenberg self-esteem scale (SES)*. *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Sagioglou, C., & Greitemeyer, T. (2014). Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior*, 35, 359~363.
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2018). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, No Pagination Specified-No Pagination Specified.
- Song, et al. (2014). Does Facebook make you lonely?: A meta analysis. *Computers in Human Behavior*, 36, 446~452.
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434~445.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation1. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875~901.
- Verduyn, P., et al. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(2), 480.
- Vigil, T. R., & Wu, H. D. (2015). Facebook users' engagement and perceived life satisfaction. *Media and Communication*, 3(1), 5~16.
- Yang, C. C. (2016). Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703~708.

논문투고일: 2019년 9월 1일

논문심사일: 2019년 10월 10일

게재확정일: 2019년 10월 29일

Abstract

The Relationship between Instagram Usage (Active vs. Passive) and Depression among Female College Students

The Moderating Role of Self-Esteem

Choi, Jounghwa

Professor, Department of Advertising & Public Relations, Hallym University*

This study explores the moderation effect of self-esteem in the relationship between two types of Instagram use (active vs. passive) and depression among female college students. An online survey of female college students (N = 107) in a private university was conducted. As expected, the results supported the hypotheses regarding the interaction effects of self-esteem with active and passive Instagram use respectively. That is, for those with high active Instagram use, there were no difference in depression upon self-esteem; for those with low active Instagram use, participants with low self-esteem showed greater depression compared to those with high self-esteem. Similarly, for those with low passive Instagram use, there were no difference in depression upon self-esteem; for those with high passive Instagram use, participants with low self-esteem showed greater depression compared to those with high self-esteem. This study suggests the utility of differentiating passive vs. active SNS usage types and the importance of considering moderating factors, such as self-esteem, in exploring the effects of SNS use. Practical implications for SNS-related media literacy education is discussed.

KEY WORDS Instagram • depression • self-esteem • female college students

* jhchoi@hallym.ac.kr