



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

체육학석사 학위논문

청소년 운동선수의 SNS 자기표현과
지각된 반응성이 자기존중감에
미치는 영향

2022년 8월

서울대학교 대학원

체육교육과

양 경 진

청소년 운동선수의 SNS 자기표현과
지각된 반응성이
자기존중감에 미치는 영향

지도교수 권 성 호

이 논문을 체육학석사 학위논문으로 제출함
2022년 8월

서울대학교 대학원
체육교육과
양 경 진

양경진의 석사 학위논문을 인준함
2022년 8월

위 원 장 김 선 진 (인)

부위원장 박 일 혁 (인)

위 원 권 성 호 (인)

국문초록

청소년 운동선수의 SNS 자기표현과 지각된 반응성이 자기존중감에 미치는 영향

본 연구는 청소년 운동선수의 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감 간의 영향 관계를 검증하여 청소년 운동선수 자기존중감의 긍정적인 발달을 위한 기초정보를 제공하고자 하는 목적으로 실시되었다. 이를 위해 대한체육회 산하기관에 등록된 중·고교 운동선수 400명의 자료가 수집되었으며, 결과분석에 앞서 청소년 운동선수의 SNS 자기표현(긍정/솔직), 지각된 반응성, 자기존중감 설문지의 신뢰도 및 타당도가 검증되었다. 본 연구의 목적을 위해 기술통계, 독립표본 *t*검증, 일원분산분석, 상관관계분석, PROCESS Macro Model 1번을 이용한 회귀분석이 실시되었다. 자료분석 방법을 통해 도출된 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 청소년 운동선수의 배경 변인과 SNS 이용특성에 따른 주요변인들의 차이를 살펴본 결과, 성별에 따른 차이에서는 지각된 반응성과 자기존중감에서 유의한 차이가 나타났다. 학급에 따른 차이에서는 지각된 반응성에서 유의한 차이가 나타났다. 종목에 따른 차이에서는 SNS 자기표현 중 긍정적 자기표현과 자기존중감에서 유의한 차이가 나타났다. SNS 이용시간에 따른 차이에서는 솔직한 자기표현과 지각된 반응성에서 유의한 차이가 나타났다. SNS 이용동기에서는 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감에서 유의한 차이가 나타났다. 둘째, 주요변인 간의 관계성을 살펴보기 위해 상관관계를 분석한 결과, 모든 주요변인 간에 정적관계가 유의한 것으로 나타났다. 셋째, SNS 자기표현과 자기존중감 간의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과를 검증한 결과, 지각된 반응성이 수준이 높아질수록 각각의 SNS 자기표현(긍정/솔직)과 자기존

중감 간의 정적관계가 더욱 강화되는 것으로 나타났다.

주요어 : 청소년 운동선수, SNS, SNS 자기표현, 지각된 반응성,
자기존중감

학 번 : 2020-26326

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구 목적	6
3. 연구 문제	6
4. 용어의 정의	7
II. 이론적 배경	8
1. 자기존중감(Self-esteem)	8
1) 자기존중감의 개념 및 정의	8
2) 자기존중감의 형성 및 발달	12
3) 자기존중감의 특성	12
4) 청소년 운동선수의 자기존중감	13
2. SNS(Social Network Service)	15
1) SNS의 개념 및 정의	15
2) SNS의 특성	18
3) 스포츠 분야에서의 SNS 관련 선행연구	20
3. 자기표현(Self-presentation)	22
1) 자기표현의 개념 및 정의	22
2) 온라인 환경에서 자기표현 관련 선행연구	24
① CMC(Computer-Mediated Communication)	24
② SNS 자기표현	25
4. 지각된 반응성(Perceived Responsiveness)	28
1) 지각된 반응성의 개념 및 정의	28
2) SNS와 지각된 반응성 관련 선행연구	29

III. 연구방법	31
1. 연구 참여대상자	31
2. 조사도구	34
3. 연구절차	38
4. 자료분석	39
5. 연구의 윤리적 검증	40
IV. 연구 결과	41
1. 주요변인 기술통계 분석 결과	41
2. 조사도구의 타당성 검증	43
3. 배경 변인 및 SNS 이용특성에 따른 SNS 자기표현, 지각 된 반응성, 자기존중감	48
4. 상관관계분석	60
5. 조절효과 분석을 통한 연구모형 검증	62
V. 논의	73
VI. 결론 및 제언	81
1. 결론	81
2. 제언	83
참고문헌	85
부록	100
Abstract	105

표 목 차

[표 1] SNS의 기능별 유형화	17
[표 2] SNS의 특성	18
[표 3] 연구 참여대상자의 일반적 특성 및 SNS 이용특성 비율	32
[표 4] 조사도구의 구성 지표	35
[표 5] 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존 중감의 기술통계량	41
[표 6] 확인적 요인분석의 적합도 지수 결과	45
[표 7] 측정도구 구성내용	45
[표 8] 수렴 및 판별타당성 결과	47
[표 9] 성별에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감·	48
[표 10] 학급에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감	49
[표 11] 종목에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감	50
[표 12] 주사용 SNS에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기 존중감	51
[표 13] SNS 이용시간에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자 기존중감	53
[표 14] SNS 이용기간에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자 기존중감	55
[표 15] SNS 친구 수에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기 존중감	56
[표 16] SNS 이용동기에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자 기존중감	58
[표 17] 배경변인, SNS 이용특성과 주요변인 간의 상관관계 분석	

결과	61
[표 18] 긍정적 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과	62
[표 19] Johnson-Neyman 방법의 조절효과분석(긍정적 자기표현)	66
[표 20] 솔직한 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과	68
[표 21] Johnson-Neyman 방법의 조절효과분석(솔직한 자기표현)	71

그림 목 차

[그림 1] 연구모형	6
[그림 2] 연구절차	38
[그림 3] 확인적 요인분석 결과	46
[그림 4] 지각된 반응성의 조절효과(긍정적 자기표현)	65
[그림 5] 지각된 반응성의 조절효과(솔직한 자기표현)	70

I. 서론

1. 연구의 필요성

청소년 시기는 전 생애 어떤 시기보다 신체, 정서 그리고 심리적으로 급격한 변화를 겪는 시기이다. 청소년기 발달과정에서 자기존중감(Self-esteem)은 청소년들이 획득해야 할 주요 과업으로 여겨지고 있다. 자기존중감이란, 자신의 존재에 대한 긍정적 또는 부정적 견해로써, 자기 자신을 존중하는 정도와 자신을 가치 있는 사람으로 생각하는 정도를 의미한다(Rosenberg, 1965). 청소년들은 이전보다 자아를 확립해 나가는 과정이 더욱 정교해지고, 자기 자신에 대하여 여러 관점에서 평가하게 된다. 이는 곧, 청소년들의 자기존중감 형성 및 확립에 있어 자신에 대한 타인의 평가가 중요시된다는 것을 의미한다(고선주 등, 2004; 박병금, 유은선, 2011).

스포츠심리학 분야에서도 운동선수들의 자기존중감을 주요하게 다루어 왔으며, 자기존중감에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위한 여러 연구가 진행되어왔다(정청희 등, 2009; Jung et al., 2016; Pritchard & Wilson, 2005; Sepulveda, 2008). 대부분의 연구는 코치, 부모, 또래 동료와 같은 주요타자와의 상호작용을 통해 자기존중감의 수준이 달라지는 것을 확인하였다(강상욱, 2014; 김인우 등, 2014; 박규빈, 정경구, 2020; Rosenberg, 1965). Leary(1999)가 제시한 사회관계측정이론(Sociometer theory)에 따르면, 자기존중감은 사회적 평가의 지표로써, 개인이 인식하는 자신에 대한 타인의 평가로부터 형성된다(Leary & Baumeister, 2000). 즉, 인간은 타인과의 상호작용을 통해 자아를 지각하고 자기평가를 하게 된다는 것이다. 이와 같은 결과 및 논의는 자기존중감의 형성 및 확립에 있어 타인과의 상호작용이 주요요인으로 작용하는 것을 시사한다.

오늘날 청소년들은 반드시 물리적인 공간에서만 타인과 상호작용하며 살아가고 있지 않다. 그들은 태블릿 PC 및 스마트폰과 함께 자라면서

오프라인 공간과 온라인 공간을 기능적으로 구별하지 않는다(Boyd, 2010). 누구나 시·공간의 제약을 받지 않고 인터넷을 사용할 수 있는 유비쿼터스(ubiquitous) 시대가 도래되면서, 개인의 인적 네트워크 형성은 오프라인뿐만 아니라 온라인상에서도 가능하게 되었다(Lin & Lu, 2011). 기존의 커뮤니케이션 방식 또한 획기적으로 변화되었으며, 그 중심에는 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service: SNS)가 존재한다(O'Reilly, 2009). SNS는 사람 간의 관계에 초점을 둔 인터넷 기반 어플리케이션으로, 현대 사람들은 이를 통해 온라인 환경에서도 관계 형성 및 유지가 수월하게 되었다(최정화, 2021).

스포츠 분야에서도 SNS는 다수의 사람을 연결해주는 소통의 창구로 활용되고 있다. 스포츠 구단들은 SNS에 팀 일정, 홍보 및 이벤트를 게재함으로써 팬들과 양방향으로 소통하고 있으며(Pronschinske et al., 2012), 프로 선수들은 SNS를 통해 직접 팬들과 소통할 수 있게 됨으로써 자신의 이미지를 긍정적으로 관리하는 도구로 SNS를 활용하고 있다(Li et al., 2021). SNS 환경이 익숙한 학생선수들의 경우, SNS상에서 이루어지는 팀 동료 및 지도자와의 소통이 오프라인 관계에 긍정적인 영향을 미치기까지 한다(강신녀, 전정우, 2017a; 2017b). 이처럼 SNS가 스포츠 현장에서 긍정적인 역할을 하고 있다는 연구들은 점차 증가하고 있지만, 스포츠 현장에 있는 지도자들은 SNS가 청소년 운동선수들에게 도움이 되지 않는다는 선입견과 함께, 학생선수들의 SNS 사용을 무분별하게 금지하곤 한다(Gould et al., 2020; Kimes, 2015). 이는 SNS 주 연령층에 속하는 청소년 운동선수를 대상으로 SNS의 영향력을 살펴본 연구가 부족한 실정이라는 것을 대변해 준다.

일반심리학 및 미디어 분야에서는 SNS가 자신을 표현할 수 있는 존재적 공간으로 활용된다면 청소년들의 정서, 자아발달 및 사회성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 제언한다(강성현, 신동희, 2014; 장현미, 2014; 최미경, 나은영, 2015; Kim & Dindia, 2011; Kim & Lee, 2011; Metzler & Scheithauer, 2015; Yang & Brown, 2016; Yang et al., 2017). 선행 연구들에서는 SNS 자체보다 SNS에서 이루어지는 자기표현에 주목하며,

SNS에서 나타나는 자기표현을 긍정적 자기표현(Positive Self-presentation)과 솔직한 자기표현(Honest Self-presentation)으로 구분하여 다루고 있다(Gonzales & Hancock, 2011; Kim & Lee, 2011; Lee et al., 2011; Zhao et al., 2008). 긍정적 자기표현은 SNS에서 자신의 있는 그대로의 모습을 나타내는 것이 아닌 타인에게 보여주고 싶은 자신의 정체성을 선별적으로 노출하여 자신에 대한 부정적인 인상을 최소화하는 자기표현을 의미한다(Zhao et al., 2008). 긍정적 자기표현은 행복, 자기개념, 자기존중감, 주관적 웰빙(Subjective Well-Being) 등과 같은 긍정 정서 및 자아 발달과 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났으며(Yang & Brown, 2016; Yang et al., 2017), 이와 같은 자기표현은 타인으로부터 긍정적인 평가를 불러일으켜 자기존중감의 향상으로까지 이어지기도 한다(Gonzales & Hancock, 2011). 반면, 솔직한 자기표현은 SNS에서 자신이 느끼는 감정을 자유롭게 표현하고, 자신에게 일어난 부정적인 사건들의 공개를 꺼리지 않는 자기표현을 의미한다(Kim & Lee, 2011). 청소년들은 SNS상에 자신에 대한 주제 및 가족과의 관계, 미래에 대한 희망 등을 표현한다(Twomey & Reilly, 2017). 더불어 개인의 생각과 감정을 있는 그대로 드러내는 등 자신의 진정한 면모를 SNS상에 공개하기도 한다(장현미, 2014; 최미경, 나은영, 2015). Metzler와 Scheithauer(2015)은 SNS상에 자신과 부합한 표현은 다른 이용자들의 공감 및 위로를 일으켜 자신에 대한 가치를 높게 지각하게 만든다고 논의하였다.

이처럼 SNS상에서 이루어지는 두 가지 자기표현 방식은 상호 배타적이지는 않기에 한 사람이 상황에 따라 두 가지 종류의 자기표현을 자유롭게 선택한다(최미경, 나은영, 2015). 이를 통해 각각의 SNS 자기표현이 자기존중감에 미치는 영향이 독립적일 수 있음을 추론할 수 있다. 운동선수들의 경우, 자신의 감정을 주변 사람들에게 표현하는 것을 부담스럽게 생각하여 자기표현에 다소 어려움을 겪는다(Smith & Sanderson, 2015). 그러나 오늘날의 청소년들이 SNS와 같은 온라인 환경에서 활발히 자기표현을 한다는 점에서(Greenfield & Yan, 2018) 청소년 운동선수들 또한 SNS 공간을 자기표현의 장(場)으로 활용하고 있음을 유추해볼 수

있다. 따라서 본 연구에서는 SNS상에 자기표현을 긍정적 자기표현과 솔직한 자기표현으로 구분하고, 각각의 SNS 자기표현이 청소년 운동선수의 자기존중감에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

SNS는 다수의 이용자가 모여 네트워크를 형성하고 운영하므로 개인의 SNS 이용 행위는 양방향일 수밖에 없다. 기존의 SNS와 심리 변인에 관한 연구에서는 단지 SNS 이용자의 개인적 특성 혹은 사회 배경 변인을 고려하여 탐색하였기에 SNS 이용 주체에만 초점을 맞추었다는 한계점을 가지고 있다(최정화, 2021). 자기존중감은 자신과 관계된 주요인물과의 상호작용으로 인해 변화되며(Mead, 1934), 개인이 가진 능력보다 개인이 인식하는 자신에 대한 타인의 평가와 더 높은 관련성을 지닌다(Leary, 1999). 이를 통해 SNS와 같은 온라인 환경에서도 타 이용자들의 반응성이 개인의 자기존중감에 영향을 미칠 수 있을 것이라 사료된다.

본 연구에서는 전달자가 상대방에게 똑같은 반응을 보이더라도 개인이 인지하는 상대방의 반응은 주관적인 해석이 개입될 수밖에 없다는 점을 고려하여, 상대방의 반응에 대하여 자신이 상대방으로부터 이해받고, 인정받으며, 관심받는다는 인식 및 느낌으로 정의되고 있는 지각된 반응성(perceived responsiveness)(Reis & Shaver, 1988)을 SNS 환경에 대입하여 살펴보고자 한다.

SNS상에 반응성과 자기존중감 간의 관계를 직접 살펴본 연구는 미흡한 실정이다. 그러나 SNS상의 대인관계가 개인의 심리사회적 변인에 미치는 영향을 살펴본 몇몇 연구를 통해 지각된 반응성과 자기존중감의 관계를 추론할 수 있다. 최정화(2021)는 SNS 친구들이 적극적이고 지지적인 반응을 보일수록 개인의 사회적 지지가 강화된다고 논의하였으며, Bazarova와 그의 동료들의(2015) 연구에 따르면 SNS에서 관계를 맺고 있는 사람들이 긍정적인 반응을 보였을 경우 더 빈번하게 게시물을 올리는 행위를 보이며, 삶에 대한 만족감 역시 높아지는 것으로 나타났다. 또한, 페이스북 이용자들을 대상으로 진행된 연구에서도 자신이 올린 게시물에 다른 이용자들의 ‘좋아요’ 혹은 ‘댓글’이 더 많을수록 더 높은 행복감과 자기존중감을 느낀다는 결과가 보고된 바 있다(Zell & Moeller, 2018).

이러한 결과들은 청소년 시기 자기존중감의 발달에 있어 SNS상에 타인의 반응성도 함께 고려될 필요를 제시하고 있으나, 그동안 대부분의 연구는 SNS 이용 주체의 행위나 특성만을 다루었을 뿐 SNS에서 이루어지는 상대방과의 상호작용에 관한 관심과 논의는 부족한 상태이다(최정화, 2021). 따라서 SNS 자기표현과 청소년 운동선수의 자기존중감에 관한 이론을 구축하는 데 있어, 개인이 지각하는 SNS에서의 상대방의 반응을 조절 변인으로 설정하고 조절효과를 검증하고자 한다.

지금까지 기술한 내용을 종합하면, 유비쿼터스 시대를 맞이한 오늘날 SNS가 청소년의 자아발달에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 것이 밝혀졌지만, 스포츠 현장에서 청소년 운동선수를 지도하고 있는 지도자들은 SNS에 대해 좋지 않은 시선으로 바라보고 있다. 이는 청소년 운동선수를 대상으로 SNS 활용 가능성을 살펴본 연구가 미흡하기 때문이라 판단된다. 따라서 본 연구에서는 SNS가 자기표현의 공간으로 활용될 시, 청소년의 자아발달에 긍정적인 영향을 미친다고 제시하고 있는 심리학 및 미디어 분야의 선행연구들을 기반으로 SNS상의 자기표현을 긍정적 자기표현과 솔직한 자기표현으로 구분하고, 각각의 표현이 청소년 운동선수의 자기존중감에 미치는 효과를 살펴보는 동시에 SNS 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과를 검증하고자 한다.

2. 연구 목적

본 연구의 목적은 청소년 운동선수의 SNS 자기표현이 자기존중감에 미치는 영향과 더불어 지각된 반응성의 조절 효과를 검증함으로써, 지각된 반응성의 수준에 따라 SNS 자기표현이 자기존중감에 미치는 영향력이 어떻게 변화되는지 규명하는 데 있다.

3. 연구문제

연구문제 1. 배경변인 및 SNS 이용특성에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감에 차이가 있는가?

연구문제 2. 청소년 운동선수의 SNS 자기표현(긍정/솔직)과 지각된 반응성이 자기존중감에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 3. 청소년 운동선수가 지각하는 반응성에 따라 SNS 자기표현과 자기존중감 간의 관계는 어떻게 조절되는가?

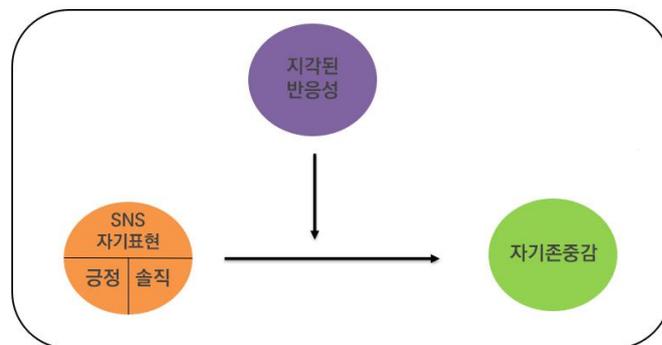


그림 1. 연구모형

4. 용어의 정의

1) 자기존중감(Self-esteem)

청소년 운동선수가 타인과 자신으로부터 형성된 주관적 준거를 기반으로 스스로 자신이 가치가 있으며 소중한 존재라고 인식하는 정도로써, 본 연구에서는 Rosenberg의 자기존중감 척도의 점수로 정의되었다.

2) 긍정적 자기표현(Positive Self-presentation)

SNS에서 자신의 있는 그대로의 모습을 드러내는 것이 아닌 타인에게 보여주고 싶은 자신의 모습을 선별적으로 노출하여 자신에 대한 긍정적인 인상을 전달하고자 하는 자기표현을 의미하며, 본 연구에서는 긍정적 자기표현 척도의 점수로 정의되었다.

3) 솔직한 자기표현(Honest Self-presentation)

SNS에서 자신이 느끼는 감정 및 자신의 모습을 진정성 있게 표현하고 자신에게 일어난 부정적인 사건들이 공개되는 것을 꺼리지 않는 자기표현을 의미하며, 본 연구에서는 솔직한 자기표현 척도의 점수로 정의되었다.

4) 지각된 반응성(Perceived Responsiveness)

SNS에서 나타나는 반응(좋아요, 댓글 등)에 대해 개인이 지각하는 인식과 감정으로써, SNS 친구(팔로워)들이 자신을 이해하고, 인정해주며, 돌봐주고 있다는 인식 및 느낌을 의미한다. 본 연구에서는 지각된 반응성 척도의 점수로 정의되었다.

Ⅲ. 이론적 배경

1. 자기존중감(Self-esteem)

1) 자기존중감의 개념 및 정의

자기존중감(self-esteem)에 대한 사전적 의미는 ‘자기 자신이 가치 있고 긍정적인 존재이며 자신이 어떤 일을 성공적으로 수행할 수 있다고 여기는 강한 믿음의 상태’를 뜻한다. 학자들은 자기존중감을 자신이 인지하는 자신의 가치에 대한 평가, 감정, 태도로 바라보며(Coopersmith, 1967; Harter, 1983), 인간의 가장 기본적인 욕구 중의 하나로 여긴다(Maslow, 1966). 자기존중감은 주어진 상황에서 개인의 적응수준을 결정하는 주된 요인인 동시에, 개인의 성격 발달과 인지, 정서, 행동에 유의미한 영향을 미치기 때문에 다양한 연구 분야에서 폭넓게 연구가 진행되고 있다(김미란, 2002).

그동안 자기존중감은 자기개념, 자아지각, 자기평가, 자기수용, 자기평정, 자아효능감, 자아유능감, 자아가치감 등 다양한 용어로 지칭되곤 했다. 특히, 자기존중감은 자기개념과 종종 혼용되어왔으며, 몇몇 학자들의 경우 동일한 개념으로 가정하기도 하였다. 그러나 Rosenberg(1965)는 이 두 개념을 구별할 필요성을 제시하면서, 자기존중감을 자신에 대해 갖는 부정적 혹은 긍정적 평가를 토대로 자기 존경의 정도와 자신을 가치 있는 사람이라 생각하는 정도를 의미하는 개념으로 정의하였다. 이에 반해, 자기개념은 자신을 한 대상으로 바라볼 때, 갖게 되는 인지와 감정의 총체로써 자기존중감보다 포괄적인 개념으로 바라보았다. 즉, 자기개념은 자신에 대해 판단적인 개념보다는 서술적인 개념의 성향이라 한다면, 자기존중감은 자신의 특성에 관하여 긍정적 혹은 부정적으로 판단하고 평가하는 요소가 개입된다는 점에서 개념적인 차이가 존재한다(김미란, 2002).

자기존중감은 개인의 주관적 경험과 삶의 질, 정신건강과 밀접하게 관련되어있으며, 심리학, 교육학, 사회학 등 여러 연구 분야에서 중요시 다루어지고 있는 만큼 학자마다 자기존중감을 정의하는 관점은 조금씩 상이하다(이자영 등, 2009; Rosenberg, 1965). 과거 자기존중감의 정의는 평가적 요소와 감정적 요소로 구분되었으나, 최근에는 사회관계측정이론(Sociometer theory)으로 인해 사회적 요소로 평가되고 있다. 우선 평가적 요소에 비중을 둔 학자들의 정의를 살펴보면, Gordon(1969)은 자신의 행동이 부모, 선생님, 친구 등과 같은 주요타자로부터 평가됨으로써 스스로에 대한 평가에도 반영되는 개인의 평가지향이라고 자기존중감을 정의하였고, Gilmore(1971)는 개인의 절대적 기준 및 타인과의 비교로부터 자기를 얼마나 생각하고 수용하는지의 정도로 정의하였다. Mirels와 McPeck(1977)은 자기존중감을 평가적 관점이 반영되므로 개인의 사회적 행동과 역할을 결정짓는 중요한 특성으로 간주하였고, Newman과 Newman(2017)은 자신의 능력과 사회적 수용이라는 측면에서 자신이 판단하는 의식적인 평가의 결과로써 자기존중감을 정의하였다. 자기존중감 척도를 개발한 Rosenberg(1965)는 자기존중감을 자기 자신에 대해 긍정적 혹은 부정적인 평가를 판단하는 것으로써, 자기 자신을 소중하고 가치 있는 사람으로 생각하는 정도로 정의하였다. 최경숙(2007)은 인격적으로 용인될 수 있다는 가능성 및 사랑받을 가치에 대한 포괄적인 평가 또는 판단으로 자기존중감으로 해석하였다. 이상을 종합하면, 자기존중감은 자기 자신에 대한 평가적 요소로써, 주관적인 기준으로 자신을 긍정적 또는 부정적인 척도로 판단하는 정도라 할 수 있다.

자기존중감을 감정적 요소로 정의한 학자들도 여러 존재한다. McCandless(1970)는 자기존중감을 자기 자신을 스스로 긍정적인 사람이라고 인지하며 소중하게 여기는 수준이라고 하였으며, Winer(1988)는 자신의 능력을 높게 지각하여 어떤 일이든지 훌륭히 해낼 수 있다고 믿는 정도로 정의하였다. Branden(1992)은 자신에게 삶의 과정에서 만나게 되는 기본적인 역경에 맞서 이겨낼 수 있는 능력이 있다는 믿음과 함께 자신이 가치 있는 존재임을 느끼는 것이라고 하였다. 이처럼 자기존중감을

감정적인 측면에서 바라본 연구자들의 정의를 종합하면, 자기존중감은 자신이 가지고 있는 독특한 특성에 대해 자기 나름대로 가치를 부여하고 그것을 자신이 어떻게 느끼고 있는지에 대한 의미로 바라볼 수 있다(전현수, 2010). Coopersmith(1967)는 자신에 관한 평가적 요소와 감정적 요소 모두가 고려되어야 한다고 주장하면서, 자기존중감을 자기 자신에 대한 긍정적 혹은 부정적 평가를 바탕으로 자신의 능력, 성공가치, 중요성 등에 대해 스스로 판단을 하는 정도라고 바라보았다.

최근에는 자기존중감을 성격과 같이 고정돼있는 특성으로 바라보기보다 사회 속에서의 다양한 확증, 성공이나 실패경험, 상호작용을 통해서 끊임없이 변화되는 가변적인 마음상태로 보는 관점이 증가하고 있다(Baumeister, 1998). Leary와 Baumeister(2000)은 자기존중감을 사회적 평가의 지표로 해석하고 특정 원인에 관한 결과로 바라보았으며, 자기존중감의 형성에 있어 사회적 측면을 강조하는 사회관계측정이론(sociometer theory)을 제시하였다. 사회관계측정이론에 따르면, 자기존중감은 개인이 실제로 가지고 있는 능력보다 개인이 인식하는 자신에 대한 타인의 평가가 더 높은 관련성을 지닌다고 바라본다(이의빈 등, 2019; Leary & Baumeister, 2000). 나아가 자기존중감은 사회집단 내에 자신이 수용되는지 혹은 배척되는지를 감지하여 관계가 낮아지지 않게 조절하며, 낮아지더라도 회복할 수 있게 동기를 부여하는 정보 신호로서 역할을 한다(Leary & Baumeister, 2000). 이는 개인이 관계에 대한 평가를 주관적으로 인식함으로써 타인이나 집단의 반응을 살피는 과정에서 이루어진다. 즉, 자기존중감은 자신이 중요하게 생각하는 개인이나 집단에 수용되는 정도에 따라 달라진다.

본 연구에서는 앞서 서술한 학자들의 정의를 바탕으로 자기존중감을 타인과 자신으로부터 형성된 주관적 준거를 기반으로 스스로 자신이 가치가 있으며 소중한 존재라고 인식하는 정도로 정의한다.

2) 자기존중감의 형성 및 발달

자기존중감은 유아기, 아동기, 청소년기를 거치면서 형성된다. 아동의 자기존중감은 부모의 사회적 피드백에 영향을 많이 받는다. 아동기의 자기존중감은 자신의 신념, 자신의 성격적 특성 등을 강조하는 내적인 특성에 집중하게 되며, 아동이 느끼는 생각과 감정이 초점되어 발달한다(Hater, 1983). Erikson(1950)의 심리사회적 이론에서 아동기(6-12세)는 근면성 대 열등감의 시기로, 자기존중감 발달의 결정적 시기로 보았다. 이 시기의 아동은 기초적인 인지적 기술과 사회적 기술을 습득하게 되는데, 만약 순조롭게 근면성이 발달하지 못한다면 소외감 및 열등감을 느끼게 된다. 이러한 과정을 거쳐 형성된 아동기의 자기존중감은 사춘기 시기를 맞이하게 되면서 급격한 변화를 경험하고 새롭게 자신만의 형태를 갖추게 된다.

청소년 시기에는 부모, 가족, 친구, 선생님 등의 주요타자들과의 관계 수준이 자기존중감의 수준을 결정한다고 하여도 과언이 아니다. Coopersmith(1967)는 자기존중감의 결정요인으로 청소년이 부모로부터 받아들여지는 인정의 정도, 허용되는 행동의 명백한 한계, 개인의 행동에 대한 존중과 관용도, 부모의 높은 자기존중감 등을 제시하였다. 청소년 운동선수들의 경우에는 코치의 리더십과 행동유형, 부모 및 또래 동료가 형성하는 분위기에 따라 자기존중감의 수준이 달라지는 것으로 나타났다(강상욱, 2014; 김인우 등, 2014; 박규빈, 정경구, 2020; Bartholomew et al., 2009; Mageau & Vallerand, 2003). 이와 같은 결과들을 통하여 청소년기의 자기존중감은 주요타자들과의 관계로부터 큰 영향을 받는다는 것을 확인할 수가 있다.

Maslow(1966)는 자기존중감의 발달을 외적 자기존중감과 내적 자기존중감으로 나누어 구체적으로 설명한다. 외적 자기존중감은 타인을 기준으로 사회적 성공에 기초를 두며 다른 사람이 나를 어떻게 생각하는지에 따라 발달하게 된다. 반면, 내적 자기존중감은 자기 자신의 능력에 맞게 절대적인 기준을 설정하고 스스로가 자신을 어떻게 평가하는지를 보

다 중요시여긴다. Rosenberg(1979)는 자기존중감의 발달이 ‘반영된 평가’, ‘사회적 비교’, ‘자아귀인’, ‘심리적 중심성’과 같은 다음의 4가지 개념으로부터 영향받는다 고 주장하였다. 첫 번째로 ‘타인에 의해 반영된 평가’는 자신이 속해 있는 집단구성원들이 자신을 어떻게 평가하는지에 따라 자기 자신도 자신을 구성원들의 평가와 동일시 보는 것을 의미한다. 두 번째로 ‘사회적 비교’는 자신이 속한 집단이나 지속적으로 상호작용을 맺고 있는 사람들과 자기 자신을 비교해보면서 자신을 평가하고 판단하게 된다는 것을 의미한다. 세 번째로 ‘자아귀인’은 자신의 행동으로 인해 생긴 결과를 관찰하고서 그 현상의 원인을 자신에게서 찾고 자신의 성향에 따라 결론 내리는 것을 뜻한다. 마지막으로 ‘심리적 중심성’은 자기존중감을 형성하는 과정에 있어 자기개념의 여러 요소 중 어느 것에 중점적으로 가치를 두느냐와 같은 상대적 중요성에 대한 고려하는 것을 말한다.

3) 자기존중감의 특성

자기존중감은 인간의 심리적 적응 및 태도에 영향을 미치는 중요 요인으로 여겨져 왔으며, 여러 학자로부터 관심을 받아왔다(최경숙, 2007). 낮은 자기존중감은 불안정한 자아상으로 인한 스트레스, 불안증, 신경증, 자기방어적 성격의 원인이 되고, 정신적인 문제를 일으킬 가능성이 높으며, 원활한 대인관계를 형성하는 것을 힘들어한다. 또한, 전반적으로 자신감이 낮아 실패를 두려워하여 새로운 도전을 꺼린다는 특징을 지고 있다. 반면, 자기존중감이 높은 사람은 현재 자신의 능력과 처한 상황에 만족하고, 타인과의 관계가 원활하며, 어떠한 상황에도 자신감을 가지고 적극적으로 도전함으로써 이루고자 하는 목표를 성취한다(Rosenberg, 1965).

자기존중감 수준은 Coopersmith(1967)에 의해 높음, 중간, 낮음, 3단계로 구분되고 있다. 높은 자기존중감을 지닌 사람은 자기 자신의 가치를 높게 평가하고 자신을 존중하며, 자기표현과 대인관계 능력이 우수하다.

또한, 타인의 질타와 비판에도 크게 위축되거나 당황하지 않고 계획하였던 대로 자신을 주체적으로 이끌어나간다. 자기존중감이 중간수준일 경우에는 상황에 따라 크게 달라지는데, 때로는 자기존중감의 수준이 높아 보이기도 하고 자기존중감이 낮은 사람처럼 행동하기도 한다. 이 수준에 속한 사람들은 일반적으로 자신을 특별한 존재로 생각하지는 않지만, 자신을 가치 있는 존재로 인식한다. 자기존중감이 낮은 사람은 자신의 능력에 대해 확신이 부족하므로 불안과 긴장 수준이 높고, 매사에 소극적으로 참여하고 대처하는 특징을 지닌다. 높은 수준의 자기존중감의 형성은 개인적인 인식 및 평가라는 측면과 더불어 대인관계를 통해서도 발달된다. 즉, 한 개인이 어떤 집단이나 관계에서 느끼는 감정 혹은 중요시되는 타인으로부터 받는 존중과 수용은 자기존중감의 향상이라는 결과로 이어진다는 것이다(Coopersmith, 1967; Leary & Baumeister, 2000).

4) 청소년 운동선수의 자기존중감

아동기를 건너 성인기로 들어서는 문턱에 있는 청소년기에 자기존중감은 청소년 운동선수들에게도 획득되어야 할 주요 발달과업이다. 청소년들은 다양한 사회경험과 지식의 축적을 통해 현실에 대한 지각이 가능해짐으로써 자기 스스로에 대한 지각과 사회적 관계에서 자신을 판단하는 지각을 동시에 수용하게 된다. 이를 통해 청소년들은 자아를 확립해 나가는 과정이 이전보다 더 정교화되며, 자기 자신에 대하여 여러 관점에서 평가하고, 자신에 대한 타인의 평가를 기반으로 자기존중감을 키워나간다(고선주 등, 2004; 박병금, 유은선, 2011).

특히, 청소년기는 급격한 신체 및 정신적인 성장과 성숙이 동시에 이루어지는 인간발달의 과도기로서 어느 시기보다 자아에 대한 인식과 평가가 활발해진다(고선주 등, 2004). 뿐만 아니라, 자신의 존재성과 정체성에 대한 흥미를 경험하게 되며, 이는 심리적 부적응 및 비행 등의 악영향으로 이어질 수 있다(김하연 등, 1991). 실제로 청소년기에 낮은 자기

존중감을 가진 학생들은 약물남용, 우울증, 자살, 식이장애, 비행 등 많은 문제를 보다 경험하고 있는 것으로 나타났다(Button, 1989; Harter, 1993; Reardon & Griffing, 1983; Robertson & Simons, 1989).

청소년 운동선수들의 자기존중감에 대한 중요성은 스포츠심리학, 스포츠교육학, 스포츠사회학 등 체육학 전반에 걸쳐 주요하게 다루어져 왔다. 정청희 등(2009)에 따르면 자기존중감이 높은 선수들은 스트레스에 대한 저항력, 적응력, 리더십, 대인관계, 학업성취도 등에서 우수한 능력을 보이며, 이와 반대로 자기존중감이 낮은 선수들의 경우 불안, 스트레스, 우울증, 사회부적응, 대인기피 등을 겪을 가능성이 높다고 지적하였다. 청소년 운동선수들을 대상으로 자기존중감이 미치는 영향력을 살펴본 연구들에서는 청소년 운동선수의 자기존중감이 경기력(노재훈, 2011), 집단응집력(안효자 등, 2009), 행복감(김인우 등, 2014; 전옥휴, 2021)과 정적인 상관성이 있는 것으로 나타났으며, 우울 및 사회불안(김현미 등, 2009)과는 부적적인 상관성이 있는 것으로 나타났다.

청소년 운동선수들은 일반적인 청소년들과 다르게 고된 훈련과 경쟁 상황을 피할 수 없으면서도(노갑택, 송원석, 2004), 동시에 합숙 생활 내 감독, 코치, 동료와의 여러 갈등을 경험하는 등 스트레스에 취약한 환경에 놓여있다(박순석, 2002). 이와 같은 스트레스 상황 속에 청소년 운동선수들이 지속적인 노출을 경험하게 될 경우, 운동의 흥미가 떨어지고, 부정적인 정서와 사고가 유발되며 탈진과 슬럼프, 자신감 및 경기력 저하로까지 이어진다(오윤경, 이강현, 2005; Smith, 1986). 따라서 스트레스 상황 속에서 적응적 능력의 향상을 위해서라도 자기존중감은 청소년 운동선수들이 발달시켜야 할 필수요소라 할 수 있다. 나아가 청소년 운동선수들은 완전한 성숙이 이루어진 상태가 아니기에 긍정적인 자기존중감의 형성 및 발달은 이들이 향후 운동선수로서 나아가게 될 삶뿐만 아니라 사회구성원의 한 개인으로서 살아가는 데 있어 주요하게 작용할 것이다.

2. SNS(Social Network Service)

1) SNS의 개념 및 정의

웹 2.0¹⁾ 시대의 시작은 기존의 포털 중심의 독점적 소통 생태계에서 벗어나, 개방과 공유 그리고 자원의 패러다임을 강조하며, 개인 미디어의 확산을 알렸다(O'Reilly, 2007). 이를 기반으로 한 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service; SNS)의 등장은 소셜미디어의 확산 및 소셜 커뮤니케이션의 폭발적인 증가를 일으켰다. SNS란 소셜 네트워크 서비스의 약자로서 사용자 간의 자유로운 의사소통과 정보 공유, 인맥 확대 등을 통해 사회적 관계를 생성하고 강화해주는 온라인 플랫폼을 뜻한다(Wikipedia, 2021). 1997년 'sixdegrees.com'이 Social Network Service로 출발한 이후(Boyd & Ellison, 2007), 오늘날에는 페이스북, 트위터, 인스타그램 등 다양한 온라인 플랫폼이 존재하고, 이들은 비약적인 성장을 이루었다(구진경 등, 2012).

SNS의 'social'은 "사회와 그것이 조직되는 방식", 'network'는 "서로 교차하여 연결되는 관계망", 'service'는 "기반을 만들어 주다"라는 뜻을 의미한다(노효현, 2018). 이용자들은 웹 기반의 응용 소프트웨어인 SNS를 이용하여 문자나 사진, 동영상, 음원 등을 제작하고 공유함으로써 온라인상의 이용자와 여러 의견을 교환한다. 따라서 SNS의 '소셜(social)'은 단순히 '사회적'을 넘어서 사람과 사람 간의 '관계적' 측면에서 이해되어야 한다(임영호, 김은미, 2011). 임영호와 김은미(2011)는 소셜미디어에서 'social'의 개념은 사람과 사람 간의 관계를 회복·유지·형성하는 것을 의미하며, 이 관계가 미디어의 매개를 통해 이루어진다고 주장하였다. 즉, 기존의 면대면 상황에서 형성되었던 사회 조직에서의 관계 형성 및 소통 과정이 오늘날에는 SNS라는 매개체를 통해 온라인 공간으로까지

1) 웹 2.0(Web 2.0)이란 개방, 공유, 참여를 바탕으로 사용자가 직접 정보를 생산하고 양방향으로 소통하는 웹 기술을 의미한다. 기존의 웹 1.0이 인터넷을 통해 일방적으로 정보를 제공해주었다면, 웹 2.0에서는 이용자가 직접 콘텐츠를 생산하여 여러 이용자와 양방향으로 소통할 수 있게 되었다(Wikipedia, 2021).

확장되었다는 것이다.

SNS를 번역하는 과정에서 SNS는 소셜미디어, 소셜 네트워크 서비스, 소셜 네트워킹 등 다양한 용어로 혼용되고 있으며, SNS 매체의 종류도 여러 방식을 통해 유기적으로 개발되고 증가하고 있으므로 기관이나 학계에서 통일된 정의를 내리지 못하고 있는 상황이다(강신녀, 2017). 따라서 본 장에서는 기존의 연구에서 정의되고 있는 SNS 개념을 개괄적으로 살펴보고자 한다.

기존의 언론 매체인 신문, 라디오, TV, 영화의 경우 정보를 생산하는 사람과 수신받는 사람이 확연히 구분되었으나, SNS는 복수 이상의 사람들이 자유롭게 정보를 생산하고 공유하는 장으로 어떠한 매체보다도 개방적이며 집단적인 상호작용이 일어난다(이희정, 2013). 강신녀(2017)은 이러한 특징들을 바탕으로 SNS를 인터넷을 매개하여 특정 목적을 위해 타인에게 정보를 공유하거나 사회적 관계 형성을 돕는 쌍방향 소통 서비스라 정의하였다. 서우종 등(2010)은 서비스 사용자 간 인맥이 형성되고 공통의 목적을 가진 사람들의 활동을 지원하는 커뮤니티형 인터넷 서비스로 SNS를 정의하였다. 김유정(2013)에 정의에 따르면 SNS는 사람과의 관계에 기반을 두고 관계 맺기를 지원하는 시스템으로써 이용자들은 지인 혹은 새로운 사람들과 직접 메시지를 교환하고 상호 간의 연결고리가 형성되는 교류의 공간을 의미한다. 이처럼 대부분의 SNS에 대한 정의는 소셜미디어가 매개체가 되어 사회적 관계를 지니는 것에 의미를 두고 있다.

하지만, SNS는 관계의 형성 및 유지를 보완하는 기능뿐만 아니라 온라인상에서 스스로 콘텐츠를 생산 및 확산시키는 1인 미디어의 역할도 수행하고 있다(구진경 등, 2012). 장현미 등(2012)은 SNS의 한 종류인 블로그를 정의하는 데 있어, 블로그가 개인의 감정과 사고를 표현하기에 적합한 미디어이며 이용자의 정보, 일상의 기록, 취향과 취미, 내면 성찰, 홍보 등을 포스팅(posting: 글, 사진, 영상 등을 게시하는 행위)함으로써 자신을 표현하는 공간으로 바라보았다. 윤송미(2018)는 SNS를 이용자들에게 사회적 연결망을 제공해주면서도 자기의 현실적 혹은 이상적인 자

기 이미지를 표현하는 공간으로 정의하였다. 이상의 기술한 내용을 종합한다면 SNS란, 자신의 정보 및 이미지가 표현하는 공간으로써 이를 통해 이용자들은 타인들과 교류를 양방향으로 수행하고 있다.

국내에서는 블로그, 트위터, 페이스북, 인스타그램, 카카오토티, 네이버 밴드, 틱톡이 많은 이용자를 보유하고 있는 소셜 네트워크 서비스로서 운영되고 있으며(디엠씨리포트, 2021), 한국방송통신전파진흥원(2012)은 서비스 기능에 따라 SNS를 8가지 유형으로 분류하였다(표 1).

표 1. SNS의 기능별 유형화(한국방송통신전파진흥원, 2012)

분류	기능	서비스
프로필 기반	특정 사용자나 분야의 제한 없이 누구나 참여 가능한 서비스	싸이월드, 페이스북, 마이스페이스, 카카오토티
비즈니스 기반	업무나 사업관계를 목적으로 하는 전문적인 비즈니스 중심의 서비스	링크나우, 링크드인, 비즈스페이스
블로그 기반	개인 미디어인 블로그를 중심으로 소셜 네트워크 기능이 결합 된 서비스	네이트통, 윈도우라이브스페이스
버티컬	사진, 비즈니스, 게임, 음악, 레스토랑 등 특정 관심분야만 공유하는 서비스	유튜브, 핀터레스트, 인스타그램, 페이스북, 링크드인
협업 기반	공동 창작, 협업 기반의 서비스	위키피디아
커뮤니케이션 중심	채팅, 메일, 동영상, 컨퍼런싱 등 사용자 간 연결 커뮤니케이션 중심의 서비스	세이클럽, 네이트온, 이버디, 미보
관심주제 기반	분야별로 관심 주제에 따라 특화된 네트워크 서비스	도그스터, 와인로드, 트렌드밀
마이크로 블로킹	짧은 단문형 서비스로 대형 소셜네트워킹 서비스 시장의 틈새를 공략하는 서비스	트위터, 텀블러, 미투데이

2) SNS의 특성

SNS가 등장하기 이전부터 서로 간의 사회적 상호작용을 가능하게 해주었던 미디어들은 존재했다. 하지만, SNS는 정보의 소통 과정에 이용자들이 직접 참여할 수 있고, 이를 공유하여 본인이 콘텐츠를 제작 및 확산시킬 수 있다는 점은 이용자들 간의 더욱 활발한 사회적 상호작용을 일으켰다(장현미, 2013). Boyd와 Ellison(2007)은 제한된 시스템 내에서 개인이 자신을 대중에게 소개하고, 정보를 주고받을 수 있으며, 관계를 형성하고 유지하는 시스템 내에서 다른 이용자들의 관계망을 탐색할 수 있는 측면으로 SNS의 세 가지 특성을 언급했다. 김길자(2012)는 이를 참고하여 더욱 구체적으로 SNS가 지닌 특성을 참여(Participation) 및 공개(Openness), 커뮤니티(Community), 대화(Conversation), 연결(Connectedness)로 구별하였다. 5가지 특성에 대한 상세한 기술은 아래 <표 2>와 같다.

표 2. SNS의 특성(김길자, 2012)

구 분	해 설
참여 (Participation)	관심 있는 모든 사람의 기여와 피드백을 촉진하여 참여자의 의견개선에 장애가 없음.
공개 (Openness)	피드백과 참여가 공개되어 있으며 피드백, 정보 공유를 촉진함으로써 콘텐츠 접근과 사용에 대한 장벽이 낮음.
대화 (Conversation)	전통적인 미디어는 일방적으로 정보를 'Broadcast' 하지만, SNS는 쌍방향성으로 유통되는 커뮤니케이션임.
커뮤니티 (Community)	SNS 커뮤니케이션(communication)이 빠르게 구성되고 공유됨으로써 관심사에 대해 친밀하게 이야기하는 모임이 조성됨.
연결 (Connectedness)	다양한 SNS를 조합하는 특성으로 네트워크 연결 상에서 번성함.

이러한 특성을 활용하여 이용자들은 스스로 관계를 맺고, 유지하며, 나아가 확장하고 있다(김은미 등, 2011). 페이스북 이용자들은 오프라인에서 관계를 맺고 있던 사람들과 교류하기 위해 페이스북을 이용하는 것으로 나타났으며(Ellison et al., 2007), Joinson(2008)은 페이스북 이용자들이 페이스북을 이용하는 동기로서 관심 있는 사람을 살펴보거나, 연락이 끊긴 친구를 찾거나, 현재 진행 중인 관계를 유지하는 것 등의 이유가 존재한다고 제시했다.

SNS는 기존 관계를 유지하는 도구로써 사용되기도 하나, 더불어 관계를 확장하여 커뮤니티의 규모를 넓혀주기도 한다. 김은미 등(2011)에 따르면 면대면 커뮤니케이션 환경에서는 새로운 사람과 관계를 시작하는 일이 심리적 부담이 될 수 있지만, 온라인 환경에서는 새로운 관계 맺기가 비교적 쉬울 수 있다 하였다. 즉, SNS에서 이용자들은 모르는 사람들과 친구가 되거나 동료 또는 연인으로 관계를 발전시키거나, 자신의 취향 및 관심사가 유사한 사람들과 상호교류하는 것이 보다 용이하다고 할 수 있다(김유정, 2013). 그러므로 SNS 이용자들은 온라인 공간에서도 기존의 관계를 유지하기도 하며, 나아가 자신과 유사한 사람들과의 상호작용을 통해 관계망을 넓혀간다.

뿐만 아니라, SNS는 개인이 중심이 되어 다양한 표현이 이루어지는 표현매체로 활용되고 있다. SNS는 개인을 중심으로 네트워크가 확장되는 공간으로써 개인이 중심이 되어 자신의 정체성을 드러내는 표현이 활발히 이루어진다. 기존의 인터넷 네트워크에서 이용자, ‘나’는 공통관심을 중심으로 네트워크에 참여하는 여러 성원 중 한 명에 지나지 않았지만, SNS에서는 이용자 개개인이 중심이 되어 다른 이용자와 관계를 형성하고, 이러한 관계가 축적된 결과로 하나의 네트워크를 형성하게 된다(김은미 등, 2011). 기존의 동호회, 커뮤니티, 카페, 포털 등과 같은 기존의 인터넷 매체들에서는 개인의 표현행위가 조직의 범위와 제약적 조건 내에서 이루어졌다면, SNS에서 개인은 자신의 계정(ID)을 갖고 자신의 공간을 웹상에서 직접 꾸미며 일상적인 생활, 인맥, 생각, 정보 등을 다양한 형태로 게시한다(소셜미디어연구포럼, 2012). 즉, 오늘날의 SNS는

개인이 중심이 되어 자유롭게 자신의 정체성을 대중들에게 표현하는 공간으로 자리매김하였다.

3) 스포츠 분야에서의 SNS 관련 선행연구

스포츠 영역에서도 SNS에 관한 관심과 활용방안에 관한 연구가 점차 증가 되고 있는 실정이다(Hutchins, 2011; Sanderson, 2011). 스포츠 구단들은 SNS상에 팀 일정, 홍보 및 이벤트를 게재함으로써 팬들과의 양방향으로 소통하고 있으며(김우식 등, 2019; Pronschinske et al., 2012), 프로 선수들 또한 직접 팬들에게 자신을 표현하고 소통하여 자신의 이미지를 긍정적으로 관리하는 도구로 SNS를 활용하고 있다(이정학, 김재환, 2014; Smith & Sanderson, 2015; Li et al, 2021). 스포츠 분야에서 SNS를 가장 활발히 활용하고 있는 대상은 스포츠스타들이며, 오늘날의 스포츠스타들은 영웅, 유명인 등의 수식어가 칭해질 만큼 공적인 인물로 받아들여지고 있다(Whannel, 2001). 대중들은 스포츠스타들에게 단순히 경기장 내에서의 수행뿐만 아니라 사생활적인 측면에서의 훌륭한 인성과 기품을 보여주기를 기대하고 있으며(김민주 등, 2012), SNS는 이와 같은 팬들의 요구를 충족시키면서도 운동선수로서의 가치를 향상시키는 도구로 활용되고 있다. 이는 SNS와 같은 온라인 공간을 통해 운동선수들이 실제 자신의 모습 중 일부분만을 선별적으로 표현하고, 편집하여 다른 이용자들에게 긍정적인 인상을 남길 수 있게 되었기 때문이다(Kim & Papacharissi, 2003). 기존의 미디어에서 운동선수들은 온전히 기자들의 주관적 개입이 들어간 매체를 통해 대중들에게 드러났다(Sanderson, 2011). 그러나 개인 중심의 미디어인 SNS에서 선수들은 오보된 기사에 대한 입장을 표명할 수 있게 되었고, 팬들과 직접 소통함으로써 자신의 인상을 관리할 수 있게 되었다(Smith & Sanderson, 2015).

김민주와 이혁기(2012)는 스포츠스타들이 트위터를 통해 대중과 끊임 없이 소통하고 있다는 것뿐만 아니라 자신을 표현한다고 강조하였다. 연

구자들은 대중적인 성격을 띠고 있는 트위터에서 스포츠스타들의 자기표현 방식과 주제에 대하여 살펴보았으며, 다음과 같은 결과를 도출하였다. 첫째, 스포츠스타들의 SNS상의 자기표현 방식은 독백형과 대화형 자기표현으로 나타났다. 독백형 자기표현은 일기형, 알림형 방식의 자기표현을 의미하며, 대화형 자기표현은 동료선수 및 지인과의 대화, 대중과의 대화를 의미한다. 둘째, 스포츠스타들의 자기표현 주제는 ‘대중으로서 같음’과 ‘스타로서 다름’으로 구별되었다. 선수들은 평범한 일상 주제, 문화공유주제, 공감주제과 같은 운동선수가 아닌 일반인으로서의 자신의 모습과 생각을 표현하고 있었으며, 동시에 경기력 과시, 일상생활 구별짓기, 친분과시와 같은 일반인들이 쉽게 접할 수 없는 일상들을 공유하기도 하였다. 이처럼 스포츠스타들은 SNS에 다양한 방식으로 자신에 대하여 표현하고 있다.

SNS의 주 연령층인 학생선수를 대상으로 SNS의 기능을 살펴본 연구는 상대적으로 부족한 실정이다. 국내에서 강신녀과 전정우(2017a; 2017b)는 고등학교, 대학교 학생선수들을 대상으로 SNS 기능을 살펴보았으며, SNS상에서 지도자 혹은 팀 동료와의 소통을 통해 오프라인의 관계가 발전될 수 있다는 결과를 제시하였다. 구체적으로 학생선수들이 SNS에서 이루어지는 지도자와의 소통이 즐겁고 만족하다고 지각될수록 오프라인에서 지도자와의 관계가 더욱 긍정적으로 인식되는 것으로 나타났다. 즉, SNS에서 학생선수가 지도자와의 관계를 더욱 만족스럽게 지각하는 결과에 있어, SNS에서의 동료 및 지도자와의 상호작용이 크게 영향을 미친다는 것이다.

스포츠 현장에서 SNS의 순기능을 살펴본 연구들이 증가하고 있지만, 자아가 완전히 성립되지 않은 청소년 운동선수들을 대상으로 SNS가 이들의 심리적 변인에 미치는 영향을 살펴본 연구는 부족하다. 온라인 환경이 다양한 사람들과 평등한 소통을 가능하게 하고 나아가 자아를 탐색하는 기회를 마련해 청소년의 자아발달에 긍정적인 영향을 미친다는 결과(조미혜 등, 2014; Marwik & Boyd, 2014; Christofferson, 2016; Yang & Brown, 2016)는 SNS와 관련된 스포츠 분야의 연구 대상이 단순히

스포츠스타에 벗어나 SNS 사용의 주 연령층인 청소년 운동선수로 확장될 필요성을 제시해준다.

3. 자기표현(Self-presentation)

1) 자기표현의 개념 및 정의

누구나 일생을 살아가면서 타인의 시선을 의식한 경험이 있을 것이다. 나아가 타인에 대한 인식은 사회에 통용되는 행동을 하게끔 만든다. 만약, 타인의 시선 혹은 평가에 전혀 신경을 쓰지 않는다면, 사회 규범에 벗어나는 부적절한 행동이 발현될 가능성이 크고, 결국 다른 사람들에게 비난받거나 배척당하는 등 부정적 반응을 경험하게 된다. 따라서 사람들은 타인에게 긍정적인 인상을 남기기 위해 의식적이든 무의식적이든 노력한다고 있다. 이처럼 다른 사람이 자신을 어떻게 지각하는지를 고려하여 자신의 인상을 관리하는 과정을 자기표현(Self-presentation) 또는 인상관리(Impression Management)라 일컫는다(Leary & Kowalski, 1990).

자기표현에 관한 체계적인 연구는 사회학자인 어빙 고프만(Erving Goffman)에 의해 시작되었다. 고프만은 다른 사람들이 존재하는 공간에서 발현되는 행동에는 이유가 있기 마련이며, 그러한 이유를 ‘자신의 이익에 부합되는 인상을 다른 사람에게 전달하도록 행동하기 때문에’라고 주장하였다(Goffman, 1959). 고프만(1959)은 사람들이 일상생활 속에서 인상관리를 통해 상호 간의 관계를 형성하는 과정을 연극 상황에 비유하여 설명하였다. 그는 공연을 구성하는 세 가지 요소인 연기자(actor), 청중(audience), 무대(stage)를 비유하여 현실 세계를 설명하였다. 여기서 연기자는 인상관리를 시도하는 개인으로, 청중은 개인이 바람직한 인상을 남기고자 하는 사람들로, 무대는 개인을 둘러싼 특정한 사회적 상황으로 대응시켰다. 무대는 기능에 따라 전면과 후면으로 나누어지는데, 개인을 둘러싼 사회적 환경에서 개인이 청중에게 전달하고자 하는 이상적

인 인상을 연출하는 공간은 무대 전면(front stage)으로 비유한 반면, 이상적인 모습에 배치되는 요소들을 감추거나 인상관리를 준비하는 공간은 무대 후면(back stage)으로 비유되었다. 또한, 고프만은 청중들 앞에서 공연을 선보여야 하는 연기자는 ‘공연자로서의 자아’와 ‘배역으로서의 자아’라는 이중성을 지닌다고 제시하였다. ‘공연자로서의 자아’는 일상적 상호작용에서 연기를 수행하지만, 매우 인간적인 인상들을 만들어내는 자아이다. 즉, 자신의 내면의 동기적 핵심부(inner motivational core)를 드러내는데, 이는 다시 말해 긍지와 수치심 등 자신의 내면에서 경험되는 있는 그대로를 보여주는 솔직한 표현이라 할 수 있다. 반면, ‘배역으로서의 자아’는 연기를 통해 표현되는 인물로서의 자아를 의미한다. 즉, 자신의 연기를 통해 타인들이 자신에 대해 어떻게 생각하는가를 항상 고려하는 자아를 의미한다(Goffman, 1959). 배역으로서의 자아는 자신이 준비한 무대에서 관객들이 자신이 의도하는 방향으로 인상이 긍정적으로 형성되도록 자신을 표현함으로써 자기 인상을 관리하는 긍정적인 표현으로도 볼 수 있다.

Higgins(1987)와 Whitty(2007)는 고프만의 논의를 근거하여 자아의 유형을 실제의 자아(Actual self), 이상적 자아(Ideal self), 그리고 의무의 자아(Ought to self)라는 3개의 유형으로 구분하였다. 실제의 자아는 현재 있는 그대로의 나를 내가 믿어주는 자아이며, 이상적 자아는 내가(또는 타인이) 선호하는 자신에 대한 표현이다. 마지막으로 의무의 자아는 내가 소유해야만 한다고 믿고 있는 속성으로 정의된다(조미혜 등, 2014). 리프킨(Rifkins, 2009; 2010)은 표면연기와 심층연기라는 논의를 통해 자기표현을 설명하였다. 더불어 사회적 상호작용에서 이루어지는 모든 자아표현이 연극이라고 한다면, 과연 ‘진정성’은 어느 곳에 성립될 수 있는지에 대한 기존의 의문을 품었다. 리프킨(2010)은 사회적 상호작용에서 나타나는 자아의 표현이 본질적으로 연극적일지라도, 그중 진정성 있는 자아가 연기되는 표현행위가 존재한다고 보았으며 이를 통해 표면연기와 심층연기에 관하여 논의하였다. 표면연기는 내면의 자연스러운 감정보다는 형식에 집중하는 것으로 자신의 진정한 면모를 드러내기보다 다양한

형식과 기술을 통해 연기하고자 하는 역할을 수행하는 것을 의미한다. 반면, 심층연기는 연기가 내면에서 과거의 느낌을 불러냄으로써 정서의 진정성을 보여주는 것을 의미한다(Rifkin, 2009; 2010). 즉, 표면연기는 자신의 느낌이나 경험을 온전하게 표현하기보다는 형식적인 측면이 강조되지만, 심층연기는 내면에 관심을 기울이고 자신의 감정과 경험을 표현함으로써 진정성 있는 자아를 연기하는 행위라고 볼 수 있다(장현미, 2013).

리프킨이 제시한 구분은 고프만이 제시하였던 공연자로서의 자아와 배역으로서의 자아와 비슷한 의미를 함축하고 있다. 인간의 정체성은 고정적이지 않고 다양한 상황 속에서 변화하기에 개인은 계속해서 한 가지 자아만을 드러내는 것이 아닌 여러 자아 중 자신이 표현하고자 하는 자아를 상황에 따라 선택하여 상대방에게 표현한다(Tuner & Reynolds, 2001). 따라서 일상생활에서 사회적 상호작용이 이루어지는 데 있어 사람들은 타인에게 형성되는 자신의 인상을 고려하여 긍정적인 모습만을 선별하는 형태의 자기표현을 행해지기도 하며, 매우 인간적인 인상을 만들기 위해 자신의 내면에 집중하여 자신의 감정과 생각을 있는 그대로 솔직하게 드러내는 자기표현을 행하기도 한다.

2) 온라인 환경에서 자기표현 관련 선행연구

① CMC(Computer-Mediated Communication)

미디어가 발달함에 따라 자기표현 전략에 관한 연구는 면대면 커뮤니케이션에서 온라인 공간으로 점차 확대되었다(Tidwell & Walther, 2002). 주로 소통의 형식이 텍스트 중심이었던 CMC(Computer-mediated Communication) 환경에서 단서탈락관점(Cues-filtered-out Perspective)은 사회적 상호작용 및 소통에 있어 컴퓨터를 매개로 하는 커뮤니케이션이 지니는 분명한 한계와 제약을 면대면 상황과의 비교를 통해 강조한다(Walther & Parks, 2002). 해당 이론에서는 온라인 환경이 면대면의 상황보

다 상대방을 인지하고 파악할 수 있게 하는 단서들이 부족하고 자기를 표현하는 데 있어 더 많은 통제가 있기에 CMC 환경에서의 대인관계 발전이 저해된다고 설명한다. Joinson(1998)은 CMC 환경은 비언어적 정보의 부재로 인해 사회적 실재감(Social Presence)이 감소하기 때문에 온라인 이용자들은 사회적 규범을 비교적 덜 느끼게 된다고 하였다.

이에 반해, Walther(1996)는 오히려 CMC 환경에서의 단서 제한성과 비동시성(Asynchronicity)과 같은 기술적 특성들 덕분에 인상형성과 인상관리가 극대화될 수 있다는 하이퍼 퍼스널(Hyper-personal) 효과를 제안하였다. 하이퍼 퍼스널 효과란, CMC 환경에서 커뮤니케이션 단서들이 제한되고 비동시적이기 때문에 온라인 이용자는 타인에게 형성하고자 하는 인상을 자신의 의도대로 표현하는 ‘선별적 자기표현(selective self-presentation)’을 의미하여, 이를 통해 온라인 이용자는 다른 이용자들에게 자신에 대한 이미지를 이상화시키고 부풀려진 지각이 형성되는 효과를 의미한다(신동인, 광기영, 2019). Walther(1996)의 관점을 참조하여 다수의 선행연구는 온라인상에 나타나는 인상관리 및 자기표현을 경험적으로 규명하였다. Walther와 그의 동료들(2001)은 CMC 환경에서 사진을 통해 서로의 외모를 알고 있는 그룹보다 외모를 접하지 않은 그룹의 참여자들이 상대의 사회적 매력도를 높게 평가하는 것을 확인하였으며, 이용자들은 희망적인 관계를 촉진시키기 위해 CMC의 기술적 측면들을 활용하여 상대방에게 전달하는 메시지를 강화하고 있음을 살펴볼 수가 있다(Walther, 2007). 이처럼 온라인상에서는 면대면 상황과 달리 정보의 흐름이 조직화되고 수신자들에게 전달하는 내용과 방법이 전략적으로 선택되고 표현되기 유리하므로 온라인 이용자들은 보다 자기 이미지를 긍정적으로 강화할 수 있게 되었다(Walther, 2007).

② SNS 자기표현

오늘날의 SNS는 이용자가 중심되어 자신의 정체성을 드러내는 공간으로 활용되고 있다. SNS상의 자기표현은 이용자가 생산하는 단서뿐 아

나라 타인으로부터 생성된 단서 또한 이용자의 인상형성에 영향을 미치기 때문에 CMC 환경보다 제한된다(Walther, 2008). 예컨대, 친구들이 페이스북 담벼락에 남긴 게시물, 자신의 게시물에 달린 댓글과 같이 타인이 생산하는 단서, 즉 네트워크 구성원이 제공하는 정보들 또한 인상형성에 영향을 미칠 수 있다. Walther(2008)는 이용자의 친구들(팔로워)이 만들어낸 콘텐츠들이 프로필 소유자의 사회적 매력도와 신뢰성을 판단하는 데 상당한 영향력을 미치는 것을 확인하였다. 또한, 페이스북 기능 중 하나인 담벼락에서 볼 수 있는 이용자 친구의 신체적 매력도 역시 프로필 소유자의 신체적 매력도의 평가에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Hong과 그의 동료들(2012)의 연구에서도 SNS 이용자의 자기표현과 타인이 생산한 코멘트 간에 불일치가 있을 때 프로필 소유자의 사회적 매력도는 약화되는 것으로 나타났다. 즉, 자기표현이 긍정적인 측면만을 강조했다고 하더라도 타인의 평가가 일치하지 않는다면 인상형성에 한계가 있다고 볼 수 있다. 이상의 연구들은 SNS 공간에서의 네트워크망은 현실에서 관계를 맺고 있는 사람들을 토대로 이루어진다는 것을 시사한다. 따라서 인상관리 측면만이 고려되어 자신의 이상적인 모습만 선별적으로 SNS에 표현되더라도, 이는 타인으로부터 부정당하거나 승인되지 못할 수도 있다.

최근 연구자들은 SNS와 같은 공개적인 환경에서 자기표현을 하는 행위의 유형을 자신의 긍정적인 면을 표현하는 유형과 자신의 감정과 모습을 솔직하게 표현하는 유형으로 구분하고 있다. 고프만(Goffman, 1959)의 관점을 참고하여 장현미(2014)는 SNS에서의 글쓰기 유형을 ‘인상관리적 글쓰기’와 ‘자아추구적 글쓰기’로 유형화하였다. 인상관리적 글쓰기는 세부적으로 ‘상호작용 의례적 글쓰기’와 ‘자기관리적 글쓰기’로 구분된다. 인상관리적 글쓰기는 “인상관리적인 자아(self)의 표현행위로서, 타인과의 관계 인식 아래에 타인에게 자신의 이상적 자아이미지를 형성하고자 하는 글쓰기”로 정의된다. 반면, 자아추구적 글쓰기는 “자신의 생각과 감정을 있는 그대로 드러냄으로써 매우 인간적인 인상을 만들어내는 자아추구적인 자아를 표현하는 글쓰기”를 의미한다. 최미경과 나은경(2015)

또한 SNS 자기표현을 비슷하게 구분하였다. 연구자들은 SNS 매체를 블로그로 한정시켜 블로그에서 나타나는 자기표현 유형을 ‘인상관리적 자기표현’과 ‘자아추구적 자기표현’으로 구분하여 정의하였다. 인상관리적 자기표현은 ‘관객(블로그 방문자, 타인)을 분명히 인식하고 타인에게 형성될 자신의 인상을 고려하여 바람직한 자아를 의도적으로 연출하거나 선별하여 전달하는 표현’으로 정의되며, 자아추구적 자기표현은 ‘진정한 자아를 추구하기 위해 자신의 정체성을 탐색하고 자신의 감정과 생각을 그대로 드러내는 표현’을 의미한다. Yang과 Brown(2016)은 SNS 자기표현의 관점을 Kim과 Dindia(2011)의 온라인 자기개방(Online self-disclosure)을 참고하여 SNS 자기표현에 관하여 다차원 모델을 제시하였다. 다차원 모델은 자기표현의 폭(표현되는 정보의 양), 깊이(표현되는 정보의 친밀성), 긍정성(정보의 양가성), 진정성(자신을 정확하게 반영하는 정도) 그리고 의도성(개인이 의도적으로 자신에 관한 정보를 공개하는 정도)으로 구성된다. 폭(breadth), 깊이(depth), 긍정성(positivity), 진정성(authenticity)은 자기표현의 내용물에 초점이 맞추어져 있지만, 의도성(intentionality)은 개인이 자기표현에 대한 자발적인 의도를 뜻한다. 본 연구에서는 이처럼 대표적으로 구분되고 있는 두 가지 자기표현 방식을 상호 배타적으로 바라보지 않고, SNS 이용자가 상황에 따라 자기표현 방식을 선택할 수 있다는 점을 고려하여 SNS 자기표현을 긍정적 자기표현과 솔직한 자기표현으로 구분하였다.

4. 지각된 반응성(Perceived Responsiveness)

1) 지각된 반응성 개념 및 정의

전형적으로 지각된 반응성은 사회적 지지 맥락과 유사한 개념으로 연구되어 왔다(Collins & Feeney, 2000). 사회적 지지(Social support)란, 광의의 개념으로 개인이 대인관계를 통하여 얻을 수 있는 긍정적 자원(Cohen & Hoberman, 1983) 혹은 개인이 타인으로부터 얻을 수 있을 것으로 여기는 자원을 말한다(원호택, 송종용, 1988). 이와 같은 타인에게 받아들여지는 자원을 살펴볼 때 유의해야 할 부분은 ‘실질적 지지’와 ‘지각된 지지’의 구분이다. 실제로 획득되는 도움을 실질적 지지라 한다면, 지각된 지지는 내가 필요한 때에 다른 사람들에게 지지를 얻을 수 있다는 비교적 안정적인 인지적 평가를 뜻한다(Cohen & Hoberman, 1983). Reis와 Shaver(1988)는 개인 간 친밀감 발달에 있어 화자가 청자에게 실질적으로 개방하는 정보 및 화자의 개방에 대한 청자의 실질적 반응보다 청자의 반응에 대한 화자의 해석이 더욱 중요하다고 간주하였다. 또한, 지각된 지지는 객관적 지지보다 개인의 적응과 신체적 또는 심리적 안녕에 대해 더 많은 역할을 하는 것으로 나타났다(이주은, 1995). 이는 실제로 청자가 화자에 자기개방에 대해 진심으로 반응을 하였다고 하더라도 화자는 자신이 필요로 하는 반응으로 인식하지 않을 수도 있으며(Laurenceau et al., 1998), 개인이 이용 가능한 자원이 있다고 하더라도 이를 찾지 않거나 효과적으로 지각하지 않는다면 지지의 효과가 나타나지 않기 때문이다(김란희, 2014).

이처럼 상대방의 반응을 긍정적으로 해석하는 능력 또는 화자가 형성한 상대방 반응에 대한 지각을 ‘지각된 상대방의 반응성(perceived partner responsiveness)’이라 정의되고 있다(Laurenceau et al, 1998; Reis & Shaver, 1988). Reis와 Shaver(1988)은 친밀감 대인관계 과정 모델(interpersonal process model of intimacy)을 통해 청자가 지각하는 반응을 이해(understanding), 인정(validation), 돌봄(caring)으로 구분하였

다. 이해는 화자가 개방한 행동, 생각, 감정을 청자가 정확히 인지했다를 전달하는 것이고, 인정은 화자가 개방한 행동, 생각, 감정을 청자가 이해하는 것을 넘어서 수용하고 있다는 표현을 의미한다. 마지막으로 돌봄은 화자에 관한 청자의 애정 담긴 관심의 표현으로써 공감 반응의 정서적인 부분이라 일컬어진다(Mitchell et al., 2008).

상대방의 반응을 긍정적으로 지각한 사람은 평균적으로 상대방과 높은 친밀도를 형성하고 사회적 지지를 얻는다(김란희, 2014; 최정화, 2012). Reis와 Patrick(1996)은 다른 사람들과 호의적인 관계를 형성 및 유지하기 위해서는 다른 사람들부터 받게 되는 피드백을 어떻게 지각하는지의 중요성을 강조하며, 상대방의 반응을 긍정적으로 지각한 사람이 평균적으로 개인의 안녕 및 사회적 관계 또한 긍정적이라고 제시하였다.

2) SNS와 지각된 반응성 관련 선행연구

SNS상의 관계에서도 다른 이용자의 반응은 다양한 심리적 변인이 영향을 미친다는 것을 살펴볼 수 있다. Bazarova와 그의 동료들의(2015) 연구에 따르면, SNS 이용자들이 자신의 긍정적인 소식을 SNS에 공유할 때, SNS에서 관계를 맺고 있는 사람들이 긍정적인 반응을 보였을 경우 공유 행위에 대한 만족감이 높아지는 것으로 나타났다. 또한, 페이스북 이용자들을 대상으로 진행된 연구에서도 자신이 올린 게시물에 다른 이용자들이 ‘좋아요’ 혹은 ‘댓글’이 더 많을수록 더 높은 행복감과 자기존중감을 느낀다고 보고된 바가 있다(Zell & Moeller, 2018). Meeus와 그의 동료들(2019)의 연구에서도 청소년들이 SNS상에 자신과 관련된 콘텐츠(사진, 비디오 등)를 게시하고, SNS상 다른 이용자들로부터 자신이 게시한 콘텐츠가 ‘좋아요’를 더 많이 받을수록 자기존중감이 향상되는 것을 확인할 수 있었다. 그러나 SNS에서 ‘좋아요’와 같은 상대방의 반응에 대한 욕구가 커질 시에는 자기존중감이 낮아질 수 있다고 제안하고 있다. Davis(2013)는 SNS상의 친구와의 관계가 더 좋을수록 자기개념

(self-concept)을 보다 명확하게 인지하고 있다고 하였다. 10대 여학생들을 대상으로 연구를 진행한 Rubin과 McClelland(2015)은 SNS상에 자신을 솔직하게 표현하는 활동이 다른 사람들에게 지지를 받지 못했을 때, 그들은 자신의 가치를 평가절하하고 있음을 심층 면담을 통하여 밝혔다.

이러한 결과는 자기존중감이 대인관계로부터 영향을 받는다는 기존의 사회관계측정이론이 온라인 환경까지 확장될 수 있다는 것을 시사한다. SNS에서 이루어지는 표현행위는 의도적으로 자신이 원하는 인상을 다른 사람들에게 전달하기가 용이하므로 비교적 상대방의 반응이 긍정적으로 나타날 가능성이 높다(Meeus et al, 2019). 결국, 이는 자기에 대한 평가가 온라인을 매개로 검증받음으로써, 잠재적으로 자신이 지각하는 자기에 대한 평가 역시 긍정적으로 변화될 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구 참여대상자

유의적 표집법(Purposive Sampling)을 적용하여 대한체육회 산하기관에 등록된 중·고교 소속 운동선수 424명을 대상으로 설문조사가 실시되었다. 그중 응답이 불성실하거나 편향되게 응답한 24명의 설문(예: 한 문항으로만 체크, 일정한 패턴으로 문항 체크)을 제외한 총 400부의 자료를 바탕으로 연구가 진행되었다.

연구 참여대상자들의 일반적 특성을 살펴보면 남자 228명(57%), 여자 172명(43%)으로 나타났으며, 학교급 구분으로는 중학생 210명(52.5%), 고등학생 190(47.5%)명으로 확인되었다. 스포츠 종목으로는 총 17개 종목의 청소년 운동선수들이 참여하였다. 개인종목에서는 133명(33.3%)이 참여하였으며, 세부 종목 유형은 태권도, 역도, 복싱, 탁구, 펜싱, 배드민턴, 사격, 양궁, 육상, 레슬링, 수영, 체조, 유도가 포함된다. 단체종목은 267명(66.8%)이 참여하였으며, 세부 종목 유형은 축구, 배구, 핸드볼, 야구가 포함된다. 연구 참여자들의 입상경력을 살펴보면, 없음이 225명(56.3%), 시대회 입상 14명(3.5%), 도대회 입상 39명(9.8%), 전국대회 입상 121명(30.3%), 국제대회 입상 1명(0.3%)인 것으로 확인되었다.

연구 참여대상자들의 SNS 이용특성을 살펴보면, 주사용 SNS 채널은 인스타그램이 238명(59.5%)으로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로는 페이스북 98명(24.5%), 기타 34명(8.5%), 틱톡 21명(5.3%), 네이버 밴드 5명(1.3%), 카카오토티 3명(0.8%), 트위터 1명(0.3%)의 순으로 확인되었다. SNS 이용시간은 일주일 동안의 평균 이용시간을 기준으로 조사하였으며, 1-2시간 미만 이용자가 88명(22.0%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 다음으로는 2-3시간 미만 이용자가 85명(21.3%), 1시간 미만 이용자가 61명(15.3%), 3-4시간 미만 이용자가 58명(14.5%), 6시간 이상 이용자가 52명(13.0%), 4-5시간 미만 이용자가 34명(8.5%), 5-6시간 미만 이

용자가 22명(5.5%)의 순으로 확인되었다. SNS 5년 이상 95명(23.8%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로는 이용기간은 3-4년 미만 이용자가 91명(22.8%), 2-3년 미만 79명(19.8%), 1-2년 미만 62명(15.5%), 4-5년 미만 49명(12.3%), 1년 미만 24명(6.0%)의 순으로 확인되었다. SNS 친구 수는 주사용 SNS의 팔로워 수를 기준으로 파악하였으며, SNS 친구 수가 100-400명 미만인 이용자가 193명(48.3%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 다음으로는 100명 미만인 이용자가 119명(29.8%), 400-700명 미만인 이용자가 45명(11.3%), 1000명 이상인 이용자가 25명(6.3%), 700-1000명 이상인 이용자가 18명(4.5%)으로 확인되었다. SNS 이용동기는 오락을 목적으로 SNS를 사용하는 이용자가 138명(34.5%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로는 소통 및 교제를 목적으로 SNS를 사용하는 이용자가 130명(32.5%), 정보 탐색 53명(13.3%), 관심사 및 정보 공유 45명(11.3%), 일상 기록 34명(8.5%)의 순으로 확인되었다. 구체적인 연구 참여대상자의 일반적인 특성과 SNS 이용특성은 <표 3>과 같다.

표 3. 연구 참여대상자의 일반적 특성 및 SNS 이용특성 비율

특성	구분	인원	백분율(%)
성별	남자	228	57%
	여자	172	43%
학교급	중학생	210	52.5%
	고등학생	190	47.5%
운동종목	개인	133	33.3%
	단체	267	66.8%
입상경력	없음	225	56.3%
	시대회	14	3.5%
	도대회	39	9.8%
	전국대회	121	30.3%
	국제대회	1	0.3%

주사용 SNS	페이스북	98	24.5%
	인스타그램	238	59.5%
	트위터	1	0.3%
	카카오스토리	3	0.8%
	네이버 밴드	5	1.3%
	틱톡	21	5.3%
	기타	34	8.5%
SNS 이용시간	1시간 미만	61	15.3%
	1-2시간 미만	88	22.0%
	2-3시간 미만	85	21.3%
	3-4시간 미만	58	14.5%
	4-5시간 미만	34	8.5%
	5-6시간 미만	22	5.5%
	6시간 이상	52	13%
SNS 이용기간	1년 미만	24	6%
	1-2년 미만	62	15.5%
	2-3년 미만	79	19.8%
	3-4년 미만	91	22.8%
	4-5년 미만	49	12.3%
	5년 이상	95	23.8%
SNS 친구 수	100명 미만	119	29.8%
	100-400명 미만	193	48.3%
	400-700명 미만	45	11.3%
	700-1000명 미만	18	4.5%
	1000명 이상	25	6.3%
SNS 이용동기	소통 및 교체	130	32.5%
	정보 탐색	53	13.3%
	관심사 및 정보 공유	45	11.3%
	일상 기록	34	8.5%
	오락	138	34.5%
전 체		400	100%

주 1. 주사용 SNS는 가장 자주 이용하고 있는 SNS를 반영함.

주 2. SNS 이용시간은 최근 1달을 기준으로 일주일 동안 이용한 평균 시간을 반영함.

주 3. SNS 친구 수는 주사용 SNS에서의 친구(팔로워)를 반영함.

2. 조사 도구

1) 조사도구 구성

본 연구에서는 청소년 운동선수의 SNS 자기표현과 지각된 반응성이 자기존중감에 미치는 영향을 살펴보기 위해 설문지를 조사도구로 활용하였다. 조사도구의 내용 타당성 검증을 위해 스포츠심리학 전공 박사 1인과 박사과정 1인 그리고 본 연구자로 구성된 전문가 회의를 진행하였으며, 이를 통해 내용 타당성을 검증하였다.

1차로 구성된 설문지를 사용하여 청소년 운동선수 40명을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 예비조사에서는 연구 참여대상들에게 질문내용과 용어에 대한 이해도를 확인하였으며, 이를 통해 설문내용의 적합성 및 적용 가능성을 검토하였다. 이러한 과정에서 발견된 조사도구의 결함에 대하여 전문가 간 협의 과정을 통해 조사도구를 수정 및 보완하였다. 본 연구에서 최종적으로 사용된 설문지의 주요조사 항목과 구성내용은 <표 4>와 같다.

표 4. 조사도구의 구성 지표

구성 지표	구성 내용	문항 수	
배경 변인	성별	1	5
	학급	1	
	학년	1	
	운동종목	1	
	입상경력	1	
SNS 이용특성	주사용 SNS	1	5
	SNS 이용시간	1	
	SNS 이용기간	1	
	SNS 친구 수	1	
	SNS 이용동기	1	
SNS 자기표현	긍정적 자기표현	6	11
	솔직한 자기표현	5	
SNS 친구들에 대한 지각된 반응성	지각된 반응성	6	6
자기존중감	자기존중감	10	10
합계		37	

2) 주요변인에 대한 조사도구

① SNS 자기표현

청소년 운동선수의 SNS 자기표현을 측정하기 위하여 선행연구들의 논의를 바탕으로 SNS에서의 자기표현을 긍정적 자기표현과 솔직한 자기표현으로 구분하여 측정하였다(권현정, 김희화; 2020; 이수영, 내가영, 2011; Kim & Lee, 2011; ; Yang et al., 2017). 긍정적 자기표현 척도는 Kim과 Lee(2011), 이수영과 내가영(2011)의 척도를 토대로 권현정과 김희화(2020)가 재구성한 조사도구를 사용하였으며, 솔직한 자기표현 척도는 Yang, Holden 그리고 Carter(2017)가 사용한 소셜미디어 자기표현 척도(Social media Self-presentation Scale)를 번안하여 사용하였다. 본 척도의 구성요인은 긍정적 자기표현 6문항, 솔직한 자기표현은 5문항으로 구성되어 있다. 문항점수는 모두 5점 Likert(1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다) 척도로 구성되었다. 선행연구에서 긍정적 자기표현의 Cronbach's α 값은 .80, 솔직한 자기표현의 Cronbach's α 값은 .74로 검증되었다(권현정, 김희화, 2020; Yang et al., 2017). 점수가 높을수록 SNS에 자기표현을 할 시 긍정적 혹은 솔직한 자기표현의 성향이 강하다는 것을 의미한다.

② 지각된 반응성

청소년 운동선수의 지각된 반응성을 측정하기 위해 김란희(2014)가 청소년을 대상으로 타당도를 검증한 Laurencean와 동료들(2005)의 지각된 반응성 척도를 SNS상에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 본 척도는 총 6문항으로 구성되어 있으며, 문항점수는 모두 5점 Likert(1: 전혀 동의하지 않음, 5: 매우 동의) 척도로 구성되었다. 선행연구에서 지각된 반응성 척도의 Cronbach's α 값은 .87로 검증되었다(김란희, 2014). 총점이 높을수록 SNS상에서의 상대방(팔로워)의 반응을 보다 긍정적으로 지각하고 있음을 의미한다.

③ 자기존중감

청소년 운동선수의 자기존중감을 측정하기 위하여 전현수(2010)가 청소년 운동선수를 대상으로 타당도를 검정한 Rosenberg(1965)의 자기존중감 척도(Rosenberg Self-Esteem Inventory; RSE)를 사용하였다. RSE의 원척도는 긍정적 문항 5개(예: “나에게는 좋은 점이 있다고 생각한다.”), 부정적 문항 5개(예: “나는 자랑할 것이 별로 없다.”)로 구성되어 있으나, 역채점 방식의 문체점(Podsakoff et al., 2003)을 고려하여 본 연구에서는 5개의 긍정적 문항만을 사용하였다. 각 문항은 모두 5점 Likert(1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다) 척도로 구성되어 있으며, 전현수(2010)의 연구에서는 내적합치도(Cronbach's α)가 .889로 나타났다. 총점이 높을수록 자기존중감이 높다는 것을 의미한다.

3. 연구절차

본 연구는 서울대학교 생명윤리심의위원회(SNUIRB)에서 승인을 받은 후 진행되었으며, 연구의 절차는 아래의 <그림 2>와 같다. 청소년 운동선수 40명에게 예비조사를 실시하여 설문지의 질문내용과 용어에 대한 이해도를 확인한 뒤 수정 및 보완하여 청소년 운동선수 424명을 대상으로 본 조사를 실시하였다. 구체적으로 2022년 1월 1일부터 2022년 3월 31일까지 전국 중·고등학생들의 운동현장을 직접 방문하거나 코로나바이러스감염증-19(COVID-19)로 인한 ‘거리두기 단계’를 고려하여 우편을 활용해 설문조사를 진행하였다. 설문조사 전, 연구자는 연구 참여자에게 본 연구의 취지와 목적을 충분히 설명하고 자료수집에 대한 동의를 얻는 과정을 수행하였다. 설문지의 조사 방법은 설문내용에 대하여 자신이 설문지를 작성하는 자기평가기입법(self-administration method)을 적용하였으며, 완성된 설문지는 회수하여 자료 분석을 실시하였다. 회수된 설문지는 총 424부이며, 자료 중 응답 내용이 편향되거나 불성실하다고 판단된 24부를 제외한 400부가 최종 자료 분석으로 활용되었다.

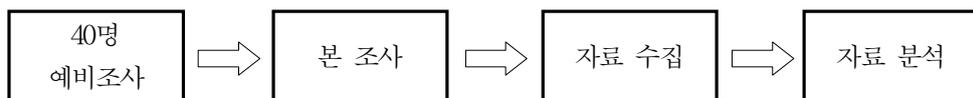


그림 2. 연구 절차

4. 자료 분석

설문지의 응답이 완료된 자료를 회수하여 응답 내용이 불성실하거나 신뢰성이 없다고 판단되는 자료는 분석대상에서 제외하였으며, 분석 가능한 자료를 코딩 지침에 따라 컴퓨터에 개별 입력시킨 후 전산처리하였다. 자료 분석에는 IBM SPSS 26.0, PROCESS macro 4.0, AMOS 21.0 프로그램이 활용되었으며, 다음과 같은 절차가 수행되었다.

- 1) 수집된 자료의 전반적 특성(평균, 표준편차, 왜도, 첨도)을 파악하기 위하여 기술통계분석을 실시하였다.
- 2) 측정모형의 구성타당도 검증을 위해 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였으며, 신뢰도 검증을 위해 내적 합치도(Cronbach' α) 분석을 실시하였다.
- 3) 배경변인 및 SNS 이용특성에 따른 주요변인의 차이를 알아보기 위해 독립표본 t 검정과 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 일원분산분석에서 집단 간 유의한 차이가 나타난 경우, 사후검증(Post-hoc Analysis)을 실시하였다.
- 4) 변인 간의 관련성을 파악하기 위해 상관분석을 실시하였다.
- 5) 조절효과 검증을 위해 PROCESS macro Model 1을 이용하여 회귀분석을 실시하였다.
- 6) 본 연구에서 통계적 유의수준은 $\alpha = .05$ 로 설정되었다.

5. 연구의 윤리적 검증

본 연구에서는 윤리적 이슈를 해결하기 위해 연구 참여자 모집에서부터 연구 진행 과정, 연구방법 등에 대해 서울대학교 생명윤리심의위원회 (Seoul National University Institutional Review Board; SNUIRB)로부터 검토 후 승인(IRB No. 2202/002-017)을 받았다. 이후 연구 참여자들과 보호자에게 IRB의 승인 내용을 고지하고, 연구 참여자 동의서를 받은 후 연구가 진행되었다. 모든 연구절차는 SNUIRB에서 제시한 연구윤리 규정이 준수되면서 진행되었다.

IV. 연구 결과

1. 주요변인 기술통계 분석 결과

본 연구에서 수집된 자료의 특성을 파악하기 위하여 주요변인에 관한 기술통계 분석을 실시하여 평균 및 표준편차, 왜도, 첨도 값을 확인하였다. 분석에 사용된 총 측정문항은 긍정적 자기표현 6문항, 솔직한 자기표현 5문항, 지각된 반응성 6문항, 자기존중감 5문항이며, 이에 관한 기술통계량은 <표 5>와 같다.

표 5. 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 기술통계량

변인	문항	평균	표준편차	왜도	첨도
긍정적 자기표현 (6문항)	긍정적 자기표현1	3.25	1.05	0.19	0.31
	긍정적 자기표현2	3.46	1.14	0.19	0.85
	긍정적 자기표현3	2.77	1.12	0.11	0.63
	긍정적 자기표현4	2.98	1.08	0.08	0.48
	긍정적 자기표현5	3.07	1.05	0.03	0.37
	긍정적 자기표현6	3.11	1.10	0.17	0.53
솔직한 자기표현 (5문항)	솔직한 자기표현1	3.33	0.93	0.00	0.04
	솔직한 자기표현2	3.35	0.89	0.18	0.39
	솔직한 자기표현3	3.36	1.00	0.21	0.37
	솔직한 자기표현4	3.28	0.87	0.04	0.25
	솔직한 자기표현5	3.27	0.94	0.32	0.35

	지각된 반응성1	3.26	0.88	0.23	0.91
	지각된 반응성2	3.25	0.85	0.06	0.86
지각된 반응성 (6문항)	지각된 반응성3	3.31	0.87	0.04	0.82
	지각된 반응성4	3.26	0.90	0.13	0.66
	지각된 반응성5	3.20	0.85	0.07	1.02
	지각된 반응성6	3.24	0.88	0.12	0.82
	자기존중감1	4.03	0.88	0.44	0.68
	자기존중감2	3.93	0.95	0.46	0.53
자기존중감 (5문항)	자기존중감3	3.79	1.02	0.44	0.46
	자기존중감4	3.95	0.88	0.23	0.95
	자기존중감5	3.88	0.95	0.39	0.52

(n=400)

본 연구에 참여한 청소년 운동선수들의 긍정적 자기표현과 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감에 대한 기초통계량 결과는 다음과 같이 나타났다. 첫째, SNS 자기표현 중 긍정적 자기표현은 평균 3.10, 표준편차 0.79로 제시되었으며, 솔직한 자기표현은 평균 3.32, 표준편차 0.59로 나타났다. 둘째, 지각된 반응성의 경우 평균 3.25, 표준편차 0.77로 나타났다. 셋째, 자기존중감은 평균 3.91, 표준편차 0.82로 나타났다. 넷째, 측정변수의 정규성 가정 충족 여부를 파악하기 위해 각 문항의 왜도(skewness)와 첨도(kurtosis)를 산출하였다. 왜도의 값이 ± 2 이상, 첨도의 값이 ± 4 이상을 벗어난다면, 정규성 가정에 부적합하다고 판단되는데(탁진국, 2007), 본 연구에서 산출된 각 문항의 왜도 및 첨도 값은 정규성 가정에 적합한 범위 내에 있는 것으로 확인되었다.

2. 조사도구의 타당성 검증

전체 측정도구 모형에 관한 검증을 위해 AMOS 21.0 프로그램을 활용하여 최대우도법(Maximum Likelihood Method)을 적용한 확인적 요인 분석을 수행하였다. 측정모형의 적합성 판단은 홍세희(2000)가 제시한 χ^2 통계량, TLI(Tucker-Lewis Index), CFI(Comparative Fit Index) RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation) 값을 참고하였다. 홍세희(2000)는 모형 적합도를 판단할 때 χ^2 값이 유의수준 .05 이상일 경우 표본으로부터 얻어진 자료가 연구자가 설정한 모형에 적합하다고 판단될 수 있으나, χ^2 값은 표본의 크기에 영향을 많이 받는다는 한계점을 지니고 있으므로 표본 크기에 덜 민감한 TLI(NNFI), CFI, RMSEA 값을 함께 살펴봄으로써 측정모형의 구성타당도 검증을 판단해야 한다고 제안하였다. 일반적으로 CFI 값과 TLI 값은 1.00에 가까울수록 모형의 적합도 수준이 좋다고 평가되며, 모형의 적합도와 간명성을 고려한 RMSEA 값은 .05 이하일 경우 좋은 적합도, .08 미만일 경우 괜찮은 적합도, .10 이하일 경우 수용 가능한 정도의 적합도 수준으로 해석되어 진다(홍세희, 2000). 더불어 각 요인에 대한 표준화된 요인부하량이 .5보다 낮게 적재된 문항은 삭제함으로써 개념타당도를 확보하였다(김계수, 2007).

이와 함께, 측정모형의 구성타당도(Construct Validity)의 검증을 위해 각 요인에 따른 수렴 및 판별 타당성을 확인하였다. 수렴타당성이란, 어느 하나의 요인을 측정하였을 때 다양한 측정 문항으로 사용되었다면, 그 측정 문항 값 간에 상관성이 높은 것을 의미한다. 이에 반해, 판별타당성은 서로 다른 요인에 대한 문항 값을 통해 얻은 결과의 상관성이 낮은 것을 의미한다(노경섭, 2014). 수렴타당성 검증은 표준화 회귀계수 값의 기준보다 평균분산추출(Average Variance Extracted; AVE) 값과 구성개념 신뢰도(Construct Reliability; CR) 값을 기준으로 평가하는 것이 더욱 엄격한 방법이라고 제안한 송지준(2019)에 따라 평균분산추출(AVE)과 구성개념 신뢰도(CR) 값을 산출하여 확인하였다. 평균분산추출은 .5 이상, 구성개념 신뢰도는 .7 이상의 값보다 클 경우, 수렴타당성이 확보

된 것으로 해석된다. 판별타당성 검증은 산출된 평균분산추출 값이 각 요인 간의 상관계수 제곱(r^2)의 값보다 클 시 판별타당성이 검증된 것으로 판단된다(송지준, 2019).

1) 확인적 요인분석 결과

AMOS 21.0 프로그램을 활용하여 최대우도법을 적용해 1차 확인적 요인분석을 수행하였으며, 1차 확인적 요인분석 결과로 표준화된 요인부하량이 .5보다 낮게 적재된 긍정적 자기표현 1문항(2번)과 솔직한 자기표현 1문항(3번)을 삭제하였다. 이에 따라 선별된 긍정적 자기표현 5문항, 솔직한 자기표현 4문항을 토대로 실행한 2차 확인적 요인분석의 결과는 <그림 3>과 같다. χ^2 값이 502.241, 자유도는 164로 영가설은 기각되었지만($p < .001$), TLI=.929, CFI=.938, RMSEA=.072로 나타나 모형 적합도는 적합한 수준으로 판단되었다.

따라서 본 연구의 최종 문항은 긍정적 자기표현 척도 5문항, 솔직한 자기표현 척도 4문항, 지각된 반응성 6문항, 자기존중감 척도의 5문항으로 구성되었으며, 구체적인 내용은 <표 6>과 같다. 본 척도들의 내적합치도(Cronbach's α) 값은 <표 7>과 같이 .7 이상으로 나타나므로 모든 변인이 신뢰할 만한 수준에서 측정되었다고 판단하였다.

표 6. 확인적 요인분석의 적합도 지수 결과

Chi-square(χ^2)	자유도(df)	Normed χ^2 (χ^2/df)	TLI	CFI	RMSEA
502.241	164	3.062	.929	.938	.072

표 7. 측정도구 구성내용

요인	문항 번호	문항 수	내적합치도 (Cronbach's α)
긍정적 자기표현	1, 3, 4, 5, 6	5	.840
솔직한 자기표현	1, 2, 4, 5	4	.752
지각된 반응성	1, 2, 3, 4, 5, 6	6	.949
자기존중감	1, 2, 3, 4, 5	5	.927

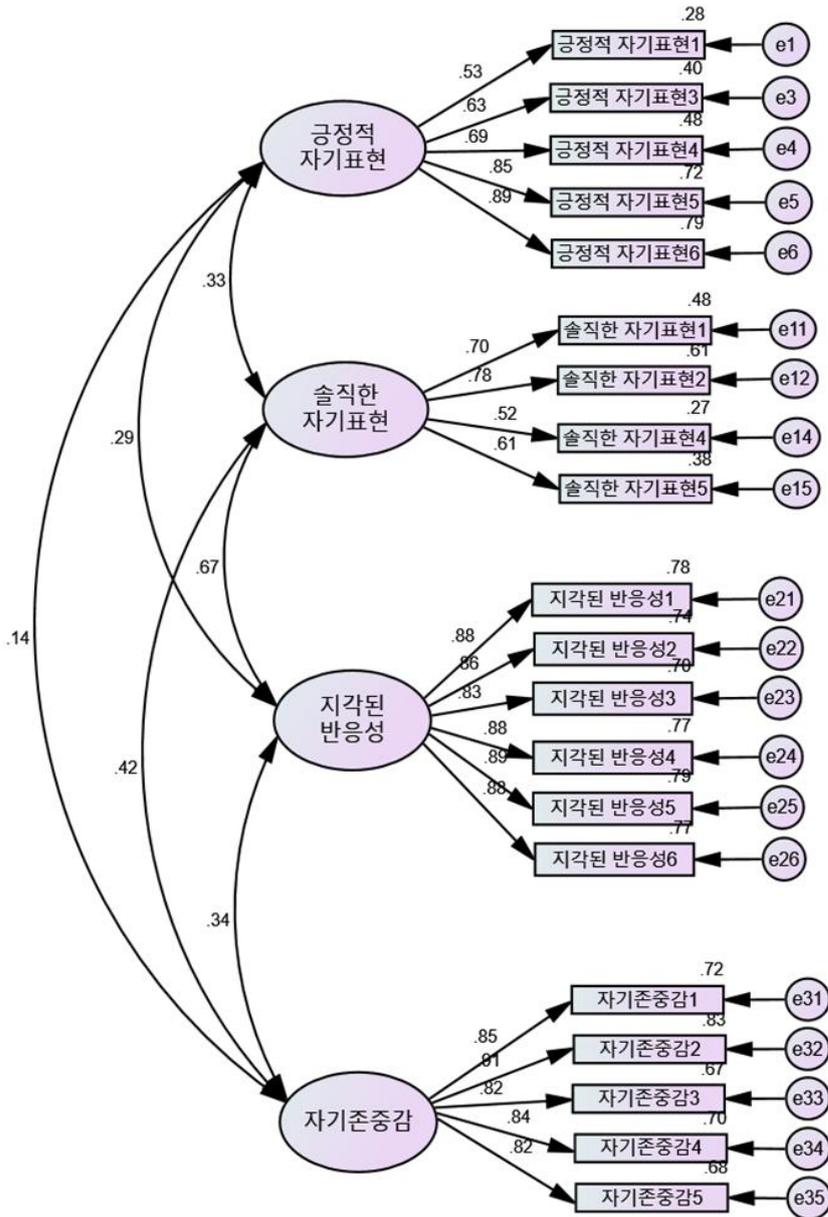


그림 3. 확인적 요인분석 결과

2) 수렴 및 판별타당성 검증 결과

송지준(2019)의 제안에 따라 각 변인의 타당도를 엄격하게 검증하기 위해 수렴 및 판별타당성을 확인하였다. 각 잠재변인에 대한 구성개념 신뢰도(CR) 값은 .7 이상으로 나타났지만, 평균분산추출(AVE) 값에서 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현 변인이 .5 이상 기준값에 미치지 못하는 것으로 나타났다. 그러나 Fornell과 Larcker(1981)은 평균분산추출 값이 .5 미만이라도 구성개념 신뢰도 값이 .6 이상일 경우 수렴타당성을 수용할 수 있다고 제안하였으며, 이에 따라 본 주요변인들 모두 수렴타당도가 수용될만한 수준이라고 판단되었다. 또한, 산출된 평균분산추출(AVE) 값이 상관계수 제곱(r^2)의 값보다 크게 나타났으므로 판별타당성이 확보되었음을 확인하였다. 구체적인 측정값은 <표 8>과 같다.

표 8. 수렴 및 판별타당성 결과

구분	구성개념 신뢰도	평균분산추출
긍정적 자기표현	.826	.495
솔직한 자기표현	.785	.483
지각된 반응성	.961	.804
자기존중감	.936	.745
구분	상관계수	상관계수 제곱(r^2)
긍정적 자기표현 ↔ 솔직한 자기표현	.230	.053
긍정적 자기표현 ↔ 지각된 반응성	.273	.075
긍정적 자기표현 ↔ 자기존중감	.165	.027
솔직한 자기표현 ↔ 지각된 반응성	.505	.255
솔직한 자기표현 ↔ 자기존중감	.361	.130
지각된 반응성 ↔ 자기존중감	.317	.100

3. 배경 변인 및 SNS 이용특성에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

본 연구에서 선정한 배경 변인은 성별, 학급, 운동종목(개인/단체)이며, SNS 이용특성은 주사용 SNS, SNS 이용시간, SNS 이용기간, SNS 친구(팔로워) 수, SNS 이용동기이다. 이에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 그리고 자기존중감의 차이를 살펴보기 위하여 독립표본 t검정과 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였다.

1) 배경 변인에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

① 성별에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

성별에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴보기 위해서 독립표본 t검정을 실시하였다. 분석 결과는 <표 9>와 같다.

표 9. 성별에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

종속변수	성별	평균	표준편차	t	p
긍정적 자기표현	남자	3.05	0.79	-1.724	.085
	여자	3.18	0.78		
솔직한 자기표현	남자	3.32	0.59	.209	.835
	여자	3.31	0.60		
지각된 반응성	남자	3.18	0.81	-2.227	.027*
	여자	3.35	0.73		
자기존중감	남자	3.99	0.83	2.287	.023*
	여자	3.80	0.81		

주1. n=400 / 남:228, 여:172

* $p < .05$

성별에 따른 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기 존중감의 차이를 살펴본 결과, 지각된 반응성($t=-2.227, p<.05$), 자기존중감($t=2.287, p<.05$)에서 유의한 차이가 나타났다. 구체적으로 남자 선수보다 여자 선수가 지각된 반응성이 높은 것으로 나타났다. 이에 반해, 자기 존중감에서는 남자 선수가 여자 선수보다 높은 것으로 나타났다.

② 학급에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

학급(중학교/고등학교)에 따른 SNS 자기표현과 지각된 반응성, 자기 존중감의 차이를 살펴보기 위해서 독립표본 t검정을 실시하였다. 분석 결과는 <표 10>과 같다.

표 10. 학급에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

종속변수	학급	평균	표준편차	t	p
긍정적 자기표현	중학교	3.10	0.83	-0.358	.721
	고등학교	3.12	0.74		
솔직한 자기표현	중학교	3.26	0.60	-1.961	.051
	고등학교	3.38	0.59		
지각된 반응성	중학교	3.16	0.88	-2.464	.014*
	고등학교	3.35	0.62		
자기존중감	중학교	3.91	0.87	-.091	.928
	고등학교	3.92	0.78		

주1. n=400 / 중학교:210, 고등학교:190

* $p<.05$

학급에 따른 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴본 결과, 지각된 반응성($t=-2.464$, $p<.05$)에 있어 유의한 차이가 나타났다. 구체적으로 지각된 반응성에 있어 고등학교 선수들이 중학교 선수들보다 높은 점수를 나타냈다.

③ 종목(개인/단체)에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

종목(개인/단체)에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴보기 위해서 독립표본 t검정을 실시하였다. 분석 결과는 아래의 <표 11>과 같다.

표 11. 종목에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

종속변수	종목	평균	표준편차	<i>t</i>	<i>p</i>
긍정적 자기표현	개인	2.99	0.74	-1.982	.048*
	단체	3.16	0.81		
솔직한 자기표현	개인	3.25	0.59	-1.404	.161
	단체	3.34	0.59		
지각된 반응성	개인	3.30	0.66	0.875	.382
	단체	3.23	0.83		
자기존중감	개인	3.73	0.76	-3.215	.001***
	단체	4.01	0.84		

주1. n=400 / 개인:133, 단체:267

* $p<.05$,*** $p<.001$

종목에 따른 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴본 결과, 긍정적 자기표현($t=-1.982, p<.05$), 자기존중감($t=-3.215, p<.001$)에 있어 유의한 차이가 나타났다. 구체적으로 긍정적 자기표현과 자기존중감에서 단체 종목의 선수들이 개인 종목의 선수들보다 긍정적 자기표현과 자기존중감 점수가 높은 것으로 나타났다.

2) SNS 이용특성에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

① 주사용 SNS에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

주사용 SNS에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴보기 위해서 일원분산분석을 실시하였다. 분석 결과는 <표 12>와 같다.

표 12. 주사용 SNS에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

종속변수	주사용 SNS	평균	표준편차	F	Sheffe
긍정적 자기표현	페이스북	3.08	0.72	.385	-
	인스타그램	3.12	0.77		
	트위터	2.33	-		
	카카오스토리	2.72	0.48		
	네이버밴드	3.27	0.79		
	틱톡	3.18	0.96		
	기타	3.07	0.99		
솔직한 자기표현	페이스북	3.29	0.61	1.767	-
	인스타그램	3.36	0.56		
	트위터	2.80	-		
	카카오스토리	2.73	0.46		
	네이버밴드	3.08	0.58		
	틱톡	3.04	0.71		
	기타	3.34	0.73		

지각된 반응성	페이스북	3.23	0.77	0.834	-
	인스타그램	3.30	0.70		
	트위터	3.67	-		
	카카오프로필	3.00	-		
	네이버밴드	2.97	1.80		
	틱톡	3.03	0.95		
	기타	3.25	1.01		
자기존중감	페이스북	3.96	0.82	0.710	-
	인스타그램	3.89	0.79		
	트위터	3.60	-		
	카카오프로필	4.20	1.06		
	네이버밴드	4.56	0.88		
	틱톡	3.89	0.82		
	기타	3.91	1.04		

주 1. n=400 / 페이스북(98), 인스타그램(238), 트위터(1), 카카오프로필(3), 네이버밴드(5),
틱톡(21), 기타(34)

주사용 SNS에 따른 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴본 결과, 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않은 것으로 확인되었다.

② SNS 이용시간에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

SNS 이용시간에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴보기 위해서 일원분산분석을 실시하였다. 분석 결과는 <표 13>과 같다.

표 13. SNS 이용시간에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

종속변수	SNS 이용시간	평균	표준편차	F	Scheffe
긍정적 자기표현	1시간 미만	3.04	0.84	0.411	-
	1~2시간 미만	3.09	0.75		
	2~3시간 미만	3.19	0.89		
	3~4시간 미만	3.17	0.67		
	4~5시간 미만	3.04	0.66		
	5~6시간 미만	3.05	0.67		
	6시간 이상	3.06	0.84		
솔직한 자기표현	1시간 미만	3.10	0.72	3.636**	a < g
	1~2시간 미만	3.36	0.55		
	2~3시간 미만	3.40	0.61		
	3~4시간 미만	3.40	0.48		
	4~5시간 미만	3.22	0.49		
	5~6시간 미만	3.22	0.51		
	6시간 이상	3.55	0.61		
지각된 반응성	1시간 미만	2.90	0.99	4.296***	a < g
	1~2시간 미만	3.17	0.65		
	2~3시간 미만	3.33	0.84		
	3~4시간 미만	3.31	0.75		
	4~5시간 미만	3.29	0.62		
	5~6시간 미만	3.26	0.59		
	6시간 이상	3.59	0.63		

	1시간 미만	4.02	0.89		
	1~2시간 미만	3.84	0.88		
	2~3시간 미만	4.08	0.76		
자기존중감	3~4시간 미만	3.69	0.85	2.615	-
	4~5시간 미만	3.69	0.80		
	5~6시간 미만	3.79	0.67		
	6시간 이상	4.10	0.72		

주 1. n=400 / 1시간 미만(61), 1~2시간 미만(88), 2~3시간 미만(85), 3~4시간 미만(58), 4~5시간 미만(34), 5~6시간 미만(22), 6시간 이상(52)

주 2. SNS 이용시간은 최근 1달을 기준으로 일주일 동안 이용한 평균 시간을 반영함.

**** $p < .01$, *** $p < .001$**

SNS 이용시간에 따른 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴본 결과, 솔직한 자기표현($F=3.636$, $p < .01$)과 지각된 반응성($F=4.296$, $p < .001$)에 있어 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 구체적으로 솔직한 자기표현에서는 SNS 이용시간이 6시간 이상인 청소년 운동선수들이 1시간 미만인 청소년 운동선수들보다 솔직한 자기표현이 높은 것으로 나타났다. 지각된 반응성의 경우, SNS 이용시간이 6시간 이상인 청소년 운동선수들이 1시간 미만인 청소년 운동선수들보다 지각된 반응성의 점수가 높은 것으로 나타났다.

③ SNS 이용기간에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

SNS 이용기간에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴보기 위해서 일원분산분석을 실시하였다. 분석 결과는 아래의 <표 14>와 같다.

표 14. SNS 이용기간에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

종속변수	SNS 이용기간	평균	표준편차	F	Scheffe
긍정적 자기표현	1년 미만	3.26	0.85	0.518	-
	1~2년 미만	3.03	0.89		
	2~3년 미만	3.14	0.85		
	3~4년 미만	3.05	0.68		
	4~5년 미만	3.07	0.78		
	5년 이상	3.16	0.75		
솔직한 자기표현	1년 미만	3.23	0.60	1.911	-
	1~2년 미만	3.38	0.64		
	2~3년 미만	3.30	0.52		
	3~4년 미만	3.28	0.60		
	4~5년 미만	3.52	0.61		
	5년 이상	3.23	0.60		
지각된 반응성	1년 미만	3.02	0.95	0.648	-
	1~2년 미만	3.23	0.97		
	2~3년 미만	3.33	0.76		
	3~4년 미만	3.23	0.67		
	4~5년 미만	3.28	0.70		
	5년 이상	3.27	0.73		
자기존중감	1년 미만	4.14	0.84	1.601	-
	1~2년 미만	4.02	0.89		
	2~3년 미만	3.80	0.79		
	3~4년 미만	3.77	0.83		
	4~5년 미만	4.02	0.77		
	5년 이상	3.96	0.81		

주 1. n=400 / 1년 미만(24), 1~2년 미만(62), 2~3년 미만(79), 3~4년 미만(91), 4~5년 미만(49), 5년 이상(95)

SNS 이용시간에 따른 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴본 결과, 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않은 것으로 확인되었다.

④ SNS 친구 수에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

SNS 친구 수에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴보기 위해서 일원분산분석을 실시하였다. 분석 결과는 아래의 <표 15>와 같다.

표 15. SNS 친구 수에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

종속변수	SNS 친구 수	평균	표준편차	F	Sheffe
긍정적 자기표현	100명 미만	3.09	0.79	0.271	-
	100~400명 미만	3.11	0.82		
	400~700명 미만	3.09	0.70		
	700~1000명 미만	3.06	0.70		
	1000명 이상	3.26	0.69		
솔직한 자기표현	100명 미만	3.29	0.64	1.019	-
	100~400명 미만	3.36	0.57		
	400~700명 미만	3.22	0.53		
	700~1000명 미만	3.43	0.48		
	1000명 이상	3.21	0.77		
지각된 반응성	100명 미만	3.14	0.89	0.929	-
	100~400명 미만	3.30	0.74		
	400~700명 미만	3.34	0.64		
	700~1000명 미만	3.35	0.60		
	1000명 이상	3.31	0.78		

	100명 미만	3.91	0.86		
	100~400명 미만	3.94	0.81		
자기존중감	400~700명 미만	3.86	0.77	0.693	-
	700~1000명 미만	3.67	0.99		
	1000명 이상	4.06	0.72		
주 1. n=400 / 100명 미만(119), 100~400명 미만(193). 400~700명 미만(45), 700~1000명 미만(18), 1000명 이상(25)					

SNS 친구 수에 따른 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴본 결과, 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않은 것으로 확인되었다.

⑤ SNS 이용동기에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

SNS 이용동기에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴보기 위해서 일원분산분석을 실시하였다. 분석 결과는 <표 16>과 같다.

표 16. SNS 이용동기에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감

종속변수	SNS 이용동기	평균	표준편차	F	Sheffe
긍정적 자기표현	소통 및 교제	3.14	0.84	0.571	-
	정보 탐색	3.21	0.65		
	관심사 및 정보 공유	3.00	0.86		
	일상기록	3.09	0.64		
	오락	3.07	0.79		
솔직한 자기표현	소통 및 교제	3.37	0.55	4.871**	c > e
	정보 탐색	3.29	0.44		
	관심사 및 정보 공유	3.55	0.63		
	일상기록	3.46	0.57		
	오락	3.16	0.65		
지각된 반응성	소통 및 교제	3.41	0.77	6.464***	a, c > e
	정보 탐색	3.26	0.59		
	관심사 및 정보 공유	3.48	0.68		
	일상기록	3.34	0.61		
	오락	3.00	0.85		
자기존중감	소통 및 교제	3.99	0.84	3.109*	c > e
	정보 탐색	3.91	0.80		
	관심사 및 정보 공유	4.14	0.75		
	일상기록	4.06	0.82		
	오락	3.73	0.82		

주 1. n=400 / 소통 및 교제(130), 탐색(53), 관심사 및 정보 공유(45), 일상기록(34), 오락(138)

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

SNS 이용동기에 따른 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴본 결과, 솔직한 자기표현($F=4.871$, $p<.01$)과 지각된 반응성($F=6.464$, $p<.001$), 자기존중감($F=3.109$, $p<.05$)에 있어 유의한 차이가 나타났다. 구체적으로 솔직한 자기표현과 자기존중감에서는 SNS를 자신의 관심사 및 정보를 공유하고자 하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들이 SNS를 시간을 보내고자 하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들보다 높은 것으로 나타났다. 지각된 반응성에서는 SNS를 주변 사람들과의 소통을 목적으로 혹은 자신의 관심사 및 정보를 공유하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들이 SNS를 시간을 보내고자 하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들보다 높은 것으로 나타났다.

4. 상관관계분석

1) 배경변인, SNS 이용특성과 주요변인 간의 상관관계 분석 결과

본 연구에서 설정한 배경변인, SNS 이용특성과 주요변인 간의 관계를 살펴보기 위해, 모든 변인을 연속변수로 가정하여 피어슨의 상관계수 (Pearson's correlation coefficient)를 실시하였다. 분석 결과는 <표 17>과 같다.

주요변인 간 상관관계에 관한 결과는 첫째, 종속변인인 자기존중감은 독립변인인 긍정적 자기표현($r=.165, p<.01$), 솔직한 자기표현($r=.361, p<.001$)과 유의한 정적 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

둘째, 종속변인인 자기존중감은 조절변인인 지각된 반응성($r=.317, p<.001$)과 유의한 정적 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

셋째, 독립변인인 긍정적 자기표현 및 솔직한 자기표현과 조절변인인 지각된 반응성 간의 상관관계를 살펴보면, 긍정적 자기표현과 지각된 반응성($r=.273, p<.001$), 솔직한 자기표현과 지각된 반응성($r=.505, p<.001$) 모두 유의한 정적 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

배경변인과 주요변인들의 상관관계에 있어서 성별은 지각된 반응성($r=.111, p<.05$)과는 유의한 정적 상관관계를, 자기존중감($r=-.114, p<.01$) 하고는 유의한 부적 상관관계가 나타났다. 학년의 경우 솔직한 자기표현($r=.150, p<.01$)과 유의한 정적 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 운동종목의 경우 긍정적 자기표현($r=.099, p<.05$) 및 자기존중감($r=.159, p<.01$)과 유의한 정적 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. SNS 이용특성과 주요변인들의 상관관계에 있어서 SNS 이용시간만이 솔직한 자기표현($r=.119, p<.05$) 및 지각된 반응성($r=.213, p<.001$)과 유의한 정적 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

표 17. 배경변인, SNS 이용특성과 주요변인 간의 상관관계 분석 결과

변인	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	성별	-										
2	학년	.006	-									
3	운동종목	-.105*	.117*	-								
4	대회입상경력	-.065	.003	.418***	-							
5	SNS 이용시간	.294***	-.018	-.285***	-.225***	-						
6	SNS 이용기간	.088	.150**	-.076	-.098	.269***	-					
7	SNS 친구 수	-.007	-.068	.030	-.072	.053	.120*	-				
8	긍정적 자기표현	.086	.039	.099*	.066	-.005	.009	.052	-			
9	솔직한 자기표현	-.010	.150**	.070	-.017	.119*	-.018	-.034	.230**	-		
10	지각된 반응성	.111*	.065	-.044	-.093	.213***	.058	.056	.273***	.505***	-	
11	자기존중감	-.114*	.042	.159**	.003	-.007	-.021	.058	.165**	.361***	.317***	-

주 1. 성별은 남자=1, 여자=2; 학년은 중1=1, 중2=2, 중3=3, 고1=4, 고2=5, 고3=6; 운동종목은 개인종목=1, 단체종목=2; 대회입상경력은 없음=1, 시대회=2, 도대회=3, 전국대회=4, 국제대회=5; SNS 이용시간은 2시간 미만=1, 2~3시간 미만=2, 3~4시간 미만=3, 4~5시간 미만=4, 5~6시간 미만=5, 6시간 이상=6으로 코딩함.

주 2. SNS 이용기간과 SNS 친구 수는 비율척도를 사용함.

n=400, *p<.05, **p<.01, ***p<.001

5. 조절효과 분석을 통한 연구모형 검증

청소년 운동선수의 SNS 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과를 검증하기 위하여 Hayes(2018)의 제안에 따라 PROCESS macro의 Model 1번을 이용하여 회귀분석을 실시하였으며, 부트스트래핑(Bootstrapping) 5,000회 지정 및 신뢰구간 95%로 설정하였다. 조절효과를 분석할 때 주요변인 간 다중공선성의 문제를 줄이기 위해 Cohen(1988)이 제시한 바와 같이 독립변인인 긍정적 자기표현과 솔직한 자기표현 그리고 조절변인인 지각된 반응성을 평균중심화(mean centering)하였으며, 평균중심화 된 값을 토대로 상호작용항을 생성하여 조건부 효과 및 상호작용 효과를 확인하였다. 본 연구에서 상호작용항의 계수는 PROCESS macro에서 기본적으로 산출하는 비표준화계수(B)가 사용되었다.

1) 청소년 운동선수의 긍정적 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과

청소년 운동선수들의 긍정적 자기표현과 자기존중감 간의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과를 검증하기 위하여 SPSS의 PROCESS Macro Model 1번을 이용하여 회귀분석을 실시하였으며, 결과는 <표 18>과 같다.

표 18. 긍정적 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과

변인	자기존중감					
	B	S.E.	<i>t</i>	<i>p</i>	LLCI	ULCI
긍정적 자기표현	.068	.052	1.319	.188	-.033	.169

지각된 반응성	.329	.052	6.325***	.001	.227	.431
공정적 자기표현 × 지각된 반응성	.137	.043	3.188**	.002	.053	.222
상호작용에 따른 ΔR^2	ΔR^2		F		p	
	.022		10.164**		.002	
지각된 반응성	자기존중감					
	B	S.E.	t	p	LLCI	ULCI
M - 1SD(2.475)	-.039	.065	-.600	.549	-.167	.089
M(3.253)	.068	.052	1.319	.188	-.033	.169
M+1SD(4.030)	.175	.058	3.022**	.003	.061	.289

주 1. LLCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값

주 2.. ULCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

n=400, **p<.01, *p<.001**

다중공선성을 진단하기 위해 분산팽창요인(Variance Inflation Factor: VIF)과 공차한계(Tolerance: TOL)의 통계량을 확인한 결과, VIF 값은 1.000~1.071로 나타났고, TOL 값은 .934~1.000로 나타나 다중공선성의 위험은 없는 것으로 판단되었다. 또한, Durbin-Watson 값은 1.893으로 기준치에 부합되어 잔차의 자기상관이 없다고 간주할 수 있어 해당 회귀 모형은 적합한 것으로 판단하였다.

<표 18>의 결과를 살펴보면, 독립변인인 긍정적 자기표현은 종속변인

인 자기존중감에 유의한 영향을 미치지 않았으나($B=.07, p>.05$), 조절변인인 지각된 반응성은 자기존중감에 정적으로 유의한 영향을 미쳤다($B=.33, p<.001$). 긍정적 자기표현과 지각된 반응성의 상호작용항은 자기존중감에 정적으로 유의한 영향을 미쳐 조절효과가 나타났다($B=.14, p<.01$). 더불어 상호작용항이 추가됨에 따른 R^2 변화량은 $.022(p<.01)$ 로 통계적으로 유의하게 나타나 긍정적 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과가 검증되었다.

지각된 반응성의 특정 값에서 긍정적 자기표현이 자기존중감에 미치는 영향의 조건부효과를 분석한 결과, 지각된 반응성의 수준이 $M+1SD(B=.175, t=3.022, p<.01)$ 에서만 정적으로 유의하였고, 지각된 반응성의 수준이 $M(B=.068, t=1.319, p>.05)$, $M - 1SD(B=-.039, t=-.600, p>.05)$ 일 경우에는 조건부효과가 유의하지 않았다.

상호작용의 패턴을 확인하기 위해 특정 값 선택방법(pick-a point approach)을 사용하여 조절효과에 대한 그래프를 도식화한 결과는 <그림 4>와 같다.

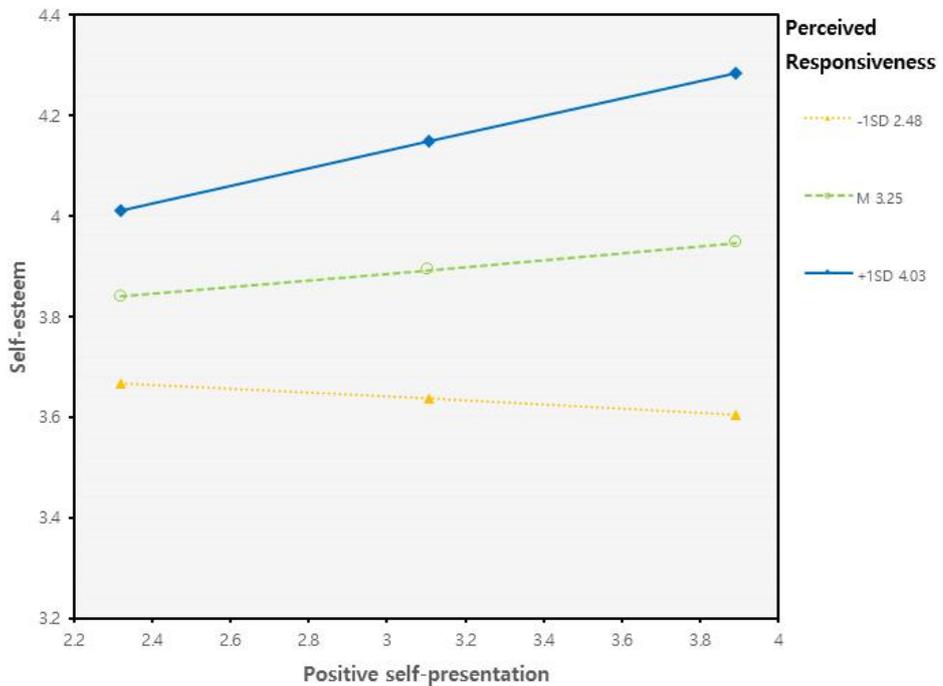


그림 4. 지각된 반응성의 조절효과(긍정적 자기표현)

<그림 4>에서 나타난 바와 같이, 지각된 반응성이 높은 집단 (M+1SD)에서는 긍정적 자기표현과 자기존중감 간의 정적관계가 향상하는 것으로 나타났다. 반면, 지각된 반응성이 낮은 집단(M-1SD)에서는 유의하지는 않지만, 오히려 긍정적 자기표현이 높을수록 자기존중감이 낮아지는 경향을 확인할 수 있다.

상호작용항이 유의함에 따라 조절변인인 지각된 반응성 값에 따른 조절 효과가 어느 영역에서 유의한지를 파악하기 위해 조명등분석법(floodlight analysis)인 Johnson-Neyman 방법을 실시하였다. Johnson-Neyman 방법에 의한 유의성 영역을 제시한 결과는 <표 19>와 같다.

표 19. Johnson-Neyman 방법의 조절효과분석(긍정적 자기표현)

지각된 반응성	B	S.E.	<i>t</i>	<i>p</i>	LLCI	ULCI
1.00	-0.24	0.12	-2.09	0.04	-0.47	-0.02
1.21	-0.21	0.11	-1.98	0.05	-0.42	0.00
1.23	-0.21	0.11	-1.97	0.05	-0.42	0.00
1.42	-0.18	0.10	-1.85	0.07	-0.38	0.01
1.63	-0.16	0.09	-1.69	0.09	-0.34	0.03
1.84	-0.13	0.08	-1.49	0.14	-0.29	0.04
2.05	-0.10	0.08	-1.25	0.21	-0.25	0.06
2.26	-0.07	0.07	-0.96	0.34	-0.21	0.07
2.47	-0.04	0.07	-0.60	0.55	-0.17	0.09
2.68	-0.01	0.06	-0.17	0.87	-0.13	0.11
2.90	0.02	0.06	0.34	0.74	-0.09	0.13
3.11	0.05	0.05	0.91	0.37	-0.06	0.15
3.32	0.08	0.05	1.50	0.14	-0.02	0.18
3.49	0.10	0.05	1.97	0.05	0.00	0.20
3.53	0.11	0.05	2.05	0.04	0.01	0.21
3.74	0.14	0.05	2.53	0.01	0.03	0.24
3.95	0.16	0.06	2.90	0.001	0.05	0.27
4.16	0.19	0.06	3.17	0.001	0.07	0.31
4.37	0.22	0.07	3.36	0.001	0.09	0.35
4.58	0.25	0.07	3.47	0.001	0.11	0.39
4.79	0.28	0.08	3.55	0.001	0.12	0.43
5.00	0.31	0.09	3.59	0.001	0.14	0.48

주 1. LLCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값

주 2.. ULCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

<표 19>의 결과를 살펴보면, 긍정적 자기표현이 자기존중감에 미치는 영향은 지각된 반응성 값이 3.49보다 높은 영역에서 정적으로 유의한 것으로 나타났고, 지각된 반응성 값이 3.49보다 낮은 영역에서는 유의하지 않는 것으로 나타났다. 즉, 지각된 반응성은 3.49보다 높은 영역에서 긍정적 자기표현과 자기존중감의 관계를 조절한다는 것이다. 이러한 영향이 유의한 비율은 청소년 운동선수들의 31.25%로 나타났으며, 지각된 반응성이 3.49 이하인 68.75%는 유의하지 않게 나타났다. 이는 긍정적 자기표현이 높아지면 자기존중감도 높아지는데 이러한 경향은 지각된 반응성이 낮을 때는 효과가 없음을 의미한다.

2) 청소년 운동선수의 솔직한 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과

청소년 운동선수의 솔직한 자기표현과 자기존중감 간의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과를 검증하기 위하여 SPSS의 PROCESS Macro Model 1번을 이용하여 회귀분석을 실시하였으며, 결과는 <표 20>과 같다.

표 20. 솔직한 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과

변인	자기존중감					
	B	S.E.	<i>t</i>	<i>p</i>	LLCI	ULCI
솔직한 자기표현	.375	.073	5.113***	.001	.231	.520
지각된 반응성	.197	.056	3.488***	.001	.086	.308
솔직한 자기표현 × 지각된 반응성	.122	.052	2.362**	.019	.021	.224
상호작용에 따른 ΔR^2	ΔR^2		<i>F</i>		<i>p</i>	
	.012		5.580*		.019	
조건부 간접효과	자기존중감					
	B	S.E.	<i>t</i>	<i>p</i>	LLCI	ULCI
M - 1SD(2.475)	.280	0.083	3.369**	.002	.117	.444

M(3.253)	.375	0.073	5.113***	.001	.231	.520
M+1SD(4.030)	.470	0.084	5.581***	.001	.305	.636

n=400, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

다중공선성을 진단하기 위해 VIF와 TOL의 통계량을 확인한 결과, VIF 값은 1.000~1.345로 나타났고, TOL 값은 .744~1.000로 나타나 다중공선성의 위험은 없는 것으로 판단되었다. 또한, Durbin-Watson 값은 1.891로 기준치에 부합되어 잔차의 자기상관이 없다고 간주할 수 있어 해당 회귀모형은 적합한 것으로 판단하였다.

<표 20>의 결과를 살펴보면, 독립변인인 솔직한 자기표현은 종속변인인 자기존중감에 정적으로 유의한 영향을 미쳤으며($B=.375, p < .001$), 조절변인인 지각된 반응성은 자기존중감에 유의한 정적 영향을 미쳤다($B=.197, p < .001$). 솔직한 자기표현과 지각된 반응성의 상호작용항은 자기존중감에 정적으로 유의한 영향을 미쳐 조절효과가 나타났다($B=.122, p < .01$). 또한, 상호작용항이 추가됨에 따른 R^2 변화량은 .012($p < .05$)으로 통계적으로 유의하게 나타나 솔직한 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과가 검증되었다.

지각된 반응성의 특정 값에서 솔직한 자기표현이 자기존중감에 미치는 영향의 조건부효과를 분석한 결과, 지각된 반응성의 수준이 M - 1SD ($B=.280, t=3.369, p < .01$), M($B=.375, t=5.113, p < .001$), M+1SD($B=.470, t=5.581, p < .001$)에서 모두 유의한 것으로 나타났다.

상호작용의 패턴을 확인하기 위해 특정 값 선택방법(pick-a point approach)을 사용하여 조절효과에 대한 그래프를 도식화한 결과는 <그림 5>와 같다.

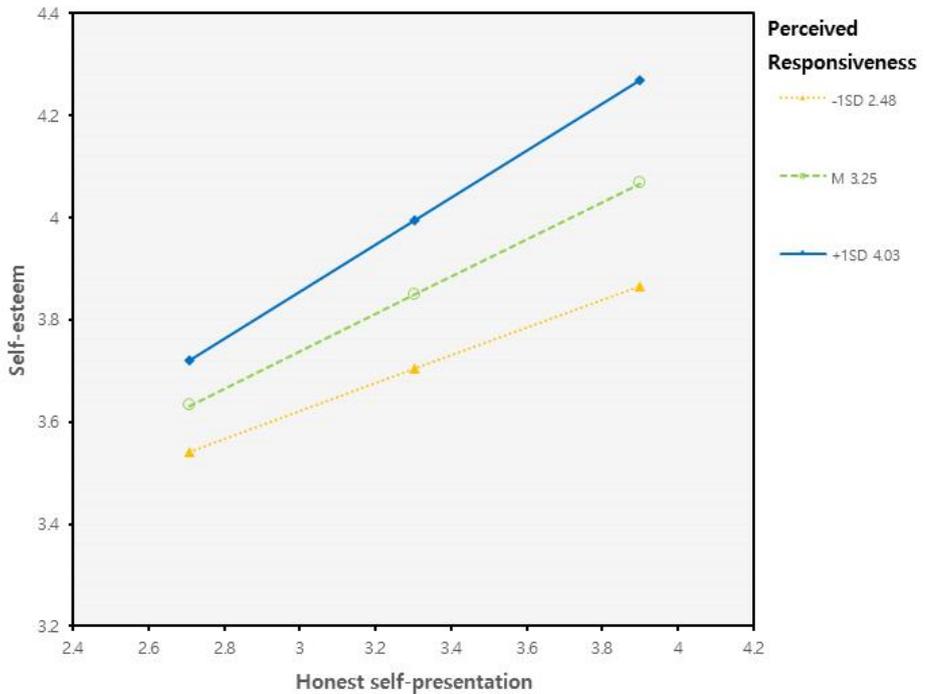


그림 5. 지각된 반응성의 조절효과(솔직한 자기표현)

<그림 5>에서 나타난 바와 같이, 지각된 반응성이 높은 집단 (M+1SD)에서는 솔직한 자기표현과 자기존중감 간의 정적관계가 더욱 강하게 향상하는 것으로 나타났다. 반면, 지각된 반응성이 낮은 집단(M - 1SD)에서 자기존중감이 향상하는 강도는 지각된 반응성이 높은 집단 보다는 약한 것을 살펴볼 수 있었다.

상호작용항이 유의함에 따라 조절변인인 지각된 반응성 값에 따른 조절 효과가 어느 영역에서 유의한지를 파악하기 위해 조명등분석법(floodlight analysis)인 Johnson-Neyman 방법을 실시하였다. Johnson-Neyman 방법에 의한 유의성 영역을 제시한 결과는 <표 21>과 같다.

표 21. Johnson-Neyman 방법의 조절효과분석(솔직한 자기표현)

지각된 반응성	B	S.E.	<i>t</i>	<i>p</i>	LLCI	ULCI
-2.25	0.10	0.14	0.73	0.47	-0.17	0.37
-2.05	0.12	0.13	0.97	0.33	-0.13	0.38
-1.85	0.15	0.12	1.24	0.22	-0.09	0.38
-1.65	0.17	0.11	1.55	0.12	-0.05	0.39
-1.45	0.20	0.10	1.90	0.06	-0.01	0.40
-1.42	0.20	0.10	1.97	0.05	0.00	0.40
-1.25	0.22	0.10	2.29	0.02	0.03	0.41
-1.05	0.25	0.09	2.72	0.01	0.07	0.43
-0.85	0.27	0.09	3.19	0.00	0.10	0.44
-0.65	0.30	0.08	3.68	0.00	0.14	0.45
-0.45	0.32	0.08	4.17	0.00	0.17	0.47
-0.25	0.34	0.07	4.63	0.00	0.20	0.49
-0.05	0.37	0.07	5.03	0.00	0.23	0.51
0.15	0.39	0.07	5.32	0.00	0.25	0.54
0.35	0.42	0.08	5.51	0.00	0.27	0.57
0.55	0.44	0.08	5.59	0.00	0.29	0.60
0.75	0.47	0.08	5.59	0.00	0.30	0.63
0.95	0.49	0.09	5.52	0.00	0.32	0.67
1.15	0.52	0.10	5.42	0.00	0.33	0.70
1.35	0.54	0.10	5.29	0.00	0.34	0.74
1.55	0.57	0.11	5.16	0.00	0.35	0.78
1.75	0.59	0.12	5.02	0.00	0.36	0.82

주 1. LLCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 하한값

주 2. ULCI = boot 간접효과의 95% 신뢰구간 내에서의 상한값

<표 21>의 결과를 살펴보면, 솔직한 자기표현이 자기존중감에 미치는 영향은 지각된 반응성이 1.415보다 높은 영역에서 유의한 것으로 나타났고, 지각된 반응성이 1.415보다 낮은 영역에서는 유의하지 않는 것으로 나타났다. 이러한 영향이 유의한 비율은 청소년 운동선수들의 95.75%로 나타났으며, 지각된 반응성이 1.415 이하인 4.25%는 유의하지 않게 나타났다. 이는 솔직한 자기표현이 높아지면 자기존중감도 높아지는데 이러한 경향은 지각된 반응성이 현저하게 낮을 때는 효과가 없음을 의미한다.

V. 논의

본 연구는 청소년 운동선수들을 대상으로 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감 간의 영향 관계를 검증함으로써 청소년 운동선수의 자기존중감에 향상에 있어 SNS의 영향력에 대한 기초정보를 제공하고자 하는 목적으로 실시되었다. 이를 위해 SNS가 자기표현의 공간으로 활용된다면 청소년 자아발달에 도움이 될 수 있다는 선행연구들에 근거하여 SNS 자기표현을 긍정적 자기표현과 솔직한 자기표현으로 구분하여 각각의 SNS 자기표현과 지각된 반응성이 자기존중감에 미치는 영향을 살펴보았으며, SNS 자기표현과 자기존중감 간의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과를 검증하였다. 본 장에서는 본 연구에서 도출된 연구 결과가 지니는 의미를 고찰하고, 의의에 대하여 논의하고자 한다.

첫째, 배경변인 및 SNS 이용특성에 따른 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감의 차이를 살펴본 결과, 성별에 따른 차이에서는 여자 청소년 운동선수가 남자 청소년 운동선수보다 지각된 반응성을 보다 긍정적으로 지각하는 경향성이 나타났다. 이는 여자 청소년 운동선수들이 남자 청소년 운동선수들보다 SNS상에서 관계를 맺고 있는 친구들(팔로워)의 반응을 보다 긍정적으로 지각하고 있음을 의미한다. 이러한 결과는 여학생이 남학생보다 또래와의 관계를 중요하게 여기고 ‘좋아요’와 같은 공감적 반응을 보다 제공한다는 선행연구 결과와 일맥상통한 것으로 볼 수 있다(권현정, 2020; Lee et al., 2014). 김미란(2002)은 여학생이 남학생보다 또래 관계에서 도움 및 인정을 높게 지각하며, 경쟁은 낮게 지각한다고 하였다. 일반적으로 여학생은 남학생보다 타인에게 온정을 베풀고, 감정이입이 격려되는 등 관계 지향적인 측면을 중요하게 여기는 반면, 남학생의 경우에는 성취지향적인 면에 집중하고, 자기주장적 태도에 대한 허용 정도가 크다(Maccoby, 1990). 본 연구의 결과는 위와 같은 경향성이 SNS와 같은 온라인 환경에서도 적용된다는 것을 시사하고 있다. 즉, 여자 청소년 운동선수들은 SNS에서 ‘좋아요’ 혹은 ‘댓글’과 같은 공감적 반응을 더 빈번하게 드러내고 있고, 이와 같은 반응을 긍정적으로

지각하고 있다고 풀이된다.

자기존중감에서는 남자 청소년 운동선수가 여자 청소년 운동선수보다 자기존중감을 보다 긍정적으로 지각하는 경향성이 나타났다. 이러한 결과는 일반적으로 남성이 여성보다 자기에 대한 평가가 긍정적이고(고선주 등, 2004; 이숙정, 2011), 성공적인 수행을 한 상황에서 남자 학생들은 자기 자신을 칭찬하는 경향이 높지만, 여자 학생들은 겸손하게 반응하는 경향성(김아영, 2010)을 지니고 있다는 선행연구들과 일치한다. 여자 청소년 운동선수들은 완벽하지 못한 성과, 미래의 실수에 대하여 강박적으로 걱정하는 경향을 보이기에 남자 선수들보다 낮은 자기존중감을 지닌다는(Ahmed et al., 2021) 연구 결과도 본 연구의 결과를 지지한다고 볼 수 있다.

학급에 따른 차이에서는 고등학생 운동선수가 중학생 운동선수보다 지각된 반응성이 높은 것으로 나타났다. 이는 고등학교 운동선수가 중학교 운동선수보다 SNS 친구들(팔로워)의 반응을 더욱 긍정적으로 지각하고 있다는 것을 의미한다. 연령이 증가함에 따라 면대면 상황에서의 인맥은 확장되며, 동시에 온라인 환경에서 얻게 되는 지지 및 사회적 자본도 증가하게 된다(금희조, 2011). 특히, 국내의 청소년 운동선수들은 중학교에서 고등학교로 진학을 하면서 새로운 지도자와 동료선수들을 새롭게 사귀게 된다. 따라서 오늘날 청소년 운동선수들은 학급이 높아짐으로써 새롭게 확장되는 대인관계를 통해 면대면 상황의 친구 수가 증가하며(김미란, 2002), 이는 SNS상 친구들(팔로워)과의 상호작용이 활발해지는 경향에도 영향을 미친다고 해석될 수 있다.

종목에 따른 차이에서는 단체종목 운동선수가 개인종목 운동선수보다 긍정적 자기표현과 자기존중감이 높은 것으로 나타났다. 강성현과 신동희(2014)은 SNS 이용자들이 현재 소속되어 있는 조직에 대한 소속감에 따라 자신의 SNS 프로필 안에 기재하는 정보의 공개 수준이 달라진다고 보고한 바 있다. 이를 통해 스포츠 팀이라는 조직에 속해 있는 단체종목 운동선수들은 자신의 팀과 관련하여 긍정적인 인상을 남기기 위해 선별적으로 긍정적인 부분들만 SNS에 표현한다고 해석할 수 있다. 실제

로 전 세계 50위권 안에 있는 유명 여자 축구선수들의 경우, 인스타그램에 자신의 소속팀과 관련된 일정 및 훈련 장면들을 표현하고, 팀 동료들과 친분을 과시하는 것으로 나타났다(Li et al., 2021). 따라서 개인종목의 운동선수보다 단체종목 운동선수가 타인에게 긍정적인 인상을 남길 수 있는 자원들이 더 많기에 SNS상에 긍정적 자기표현을 활발히 드러낸다고 여겨진다.

자기존중감에서는 단체종목 운동선수가 개인종목 운동선수보다 높은 것으로 나타났다. 사회관계측정이론 이론에 따르면, 자기존중감은 사회집단 내에 자신이 수용되는지 혹은 배척되는지를 감지하여 타인들과의 관계가 낮아질 때 관계 회복을 위한 동기를 부여하는 정보 신호로서 역할을 한다(Leary & Baumeister, 2000). 이를 고려하여 볼 때 단체종목 청소년 운동선수들은 개인종목 선수들보다 팀 동료들로부터 얻어지는 평가 및 지적이 빈번할 것이며, 이는 자기존중감 동기를 자극하여 팀 동료들과의 관계 개선을 일으켜 자기존중감의 보호로 이어질 수 있다. 나아가 단체종목의 경우 시합에서 패배할지라도 패배의 이유를 팀 전체 선수의 실력 및 팀워크와 같은 팀 부분의 문제로 귀인할 수 있지만, 개인종목 선수들은 원하지 않은 시합의 결과를 받아들일 때 그 원인을 자신의 능력으로 여길 수 있기에 단체종목의 선수보다 자기존중감이 낮을 수 있다(전현수, 2010).

SNS 이용시간에 따른 차이에서는 솔직한 자기표현과 지각된 반응성에서 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다. 구체적으로 일주일 동안 SNS를 평균 6시간 이상으로 사용하는 청소년 운동선수들이 SNS를 1시간 미만으로 사용하는 청소년 운동선수들보다 솔직한 자기표현과 지각된 반응성이 더 높은 경향성이 나타났다. 이 같은 결과는 SNS가 사회관계에 긍정적 효과를 미칠 수 있다는 자극가설(stimulation hypothesis)과 부익부 빈익빈 모델(rich get richer model)을 뒷받침하는 결과로 해석될 수 있다. SNS와 같은 인터넷 환경은 사회적 지위 등과 같은 다양한 장벽을 허물고 다양한 사람들과의 평등한 소통을 가능케 한다. 나아가 이용자들은 사회적 참여에 적극적일 수 있도록 하는 기회와 가능성을 제공받게

된다(Kraut et al., 2002; Valkenburg & Peter, 2007). Valkenburg와 동료들은(2006)인터넷을 빈번하게 사용하는 청소년일수록 자신의 프로필에 관해 긍정적인 반응을 받게 된다고 설명하였다. 이 같은 결과는 자율성이 보장되어 있지 않은 운동 일정과 합숙 훈련으로 인해 사회경험을 일부만 제약받는 국내 청소년 운동선수들(명왕성, 정경환, 2019)에게 SNS가 시공간의 한계를 해결해줄 수 있는 커뮤니케이션 매체로 활용될 수 있다는 가능성을 시사하는 결과라 할 수 있다. 그러나 과도한 SNS 이용은 SNS 중독, 부적응적 행동, 우울, 충동성을 증가시키므로(이소영, 전해정, 2015) 청소년 운동선수들을 위한 올바른 SNS 이용에 대한 교육이 선행되어야 할 것이다.

SNS 친구 수에 따른 차이에서는 주요변인에서 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이 같은 결과는 페이스북 친구의 수가 사회 연결성을 증가시켜 지각된 사회적 지지 및 자기개념과 관련성이 있다는 Kim과 Lee(2011)의 연구 결과와 다른 결과라 할 수 있다. 본 연구에서 SNS 친구 수에 관한 측정은 단 하나의 SNS 매체로 획일화하지 않고, 연구 참여자가 주로 사용하고 있는 SNS를 기준으로 하여 살펴보았다. 국내 청소년 운동선수들은 인스타그램, 페이스북, 틱톡 등의 다양한 SNS 매체를 사용하고 있었으며, 각각의 SNS 매체가 가지고 있는 특성에 따라 타 이용자와의 관계에 대한 중요성도 달라진다. 본 연구의 결과에서도 주로 사용하는 SNS 매체에 따라 친구 수의 편차가 큰 것을 확인할 수 있었다. 따라서 본 연구의 결과는 획일적이지 못한 SNS 매체 선정으로 인한 결과로 여겨진다. 따라서 추후연구에서는 특정한 SNS 매체만을 선정하여 청소년 운동선수들의 활용 방식이 고려될 필요가 있다.

SNS 이용동기에 따른 차이에서는 솔직한 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감에서 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다. 구체적으로 솔직한 자기표현과 자기존중감은 SNS를 자신의 관심사 및 정보를 공유하고자 하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들이 SNS를 시간을 보내고자 하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들보다 높은 것으로 나타났다. 지각된 반응성에서는 SNS를 주변 사람들과의 소통을 위한 목적으

로 혹은 자신의 관심사 및 정보를 공유하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들이 SNS를 시간을 보내고자 하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들보다 높은 것으로 나타났다. 이는 기존의 SNS 이용동기가 SNS 이용자들의 자아개념 및 사회적 변인에 영향을 미친다는 선행연구들(김형석, 2012; 하승태, 2017; 함소연 등 2018)과 일부분 일치하는 결과이다. 이은혜(2021)는 SNS를 이용하는 동기가 자신의 자아개념과 개인의 강점을 표현하고, 부정적인 정서를 해소하며, 타인과의 관계에서 소속감 및 안정감을 얻고자 하는 이용자일수록 보다 SNS에 다양하게 글을 게시하고 정보를 공유함으로써 타인의 반응을 확인한다고 하였다. 이에 반해, 단순히 오락적 목적으로 SNS를 이용하는 청소년들은 SNS 중독 경향성이 높으며, 사회적 참여에도 부정적인 모습을 보인다(유나 등, 2016; 하승태, 2017). 이와 같은 결과는 청소년 운동선수들에게 SNS 관련 교육을 진행하는 데 있어 단순히 SNS 이용량을 감소시키고자 하기보다 SNS를 이용하는 목적을 파악하고 이에 따른 활용방안을 제시할 필요가 있다는 것을 나타낸다.

둘째, SNS 자기표현과 자기존중감의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과를 검증하기 위해 PROCESS macro의 Model 1번 프로그램을 이용하여 모형을 구축하고 회귀분석을 실시하였다. 이를 위해 선행연구를 참고하여 SNS 자기표현을 긍정적 자기표현과 솔직한 자기표현으로 구분하였으며, 각각의 표현과 자기존중감 간의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과를 살펴보았다.

우선, SNS 자기표현 중 긍정적 자기표현은 자기존중감에 유의한 영향을 미치지 못하였지만, 솔직한 자기표현과 지각된 반응성은 청소년 운동선수들의 자기존중감에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 지각된 반응성은 청소년 운동선수들의 긍정적 자기표현과 자기존중감, 솔직한 자기표현과 자기존중감 간의 관계를 더욱 강화시키는 것으로 나타나 지각된 반응성의 조절효과를 검증하였다. 이는 청소년 운동선수들이 SNS에 친구들(팔로워)의 반응을 보다 긍정적으로 지각할수록 자기존중감이 향상되는 경향이 있다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 SNS

에서 나타나는 상대방의 반응이 개인의 심리 및 자아발달에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 선행연구들의 결과(Bazarova et al., 2015; Davis, 2013; Meeus et al., 2019; Zell & Moeller, 2018)와 일치하는 것으로 해석된다. 사회관계측정 이론에 의하면, 자아는 개인이 인식하는 타인의 반응을 기반으로 평가되며, 이는 반응을 선보이는 타인이 자기에게 중요한 주요타자일수록 더욱 강해진다(Leary, 1999). 더욱이, 청소년 시기는 관계성이 중요시되는 시기이며, 청소년들은 또래들의 수용과 반응으로부터 자신의 자아를 평가하고 수용하게 된다(Steinberg & Morris, 2001). Rosenberg(1965, 1986)에 의하면, 청소년들은 자아가 발달하면서 주변 사람들로부터 긍정적인 평가를 받고자 하는 욕구가 증대되고, 자아를 지각하는 데 있어 주요타자들이 부여하는 평가에 큰 영향을 받는다. 본 연구의 결과는 오늘날 SNS와 같은 온라인 공간에서 받아들여지는 타인의 반응 또한 청소년들의 자아발달에 유의한 영향을 미친다는 것을 시사한다. 이는 청소년 운동선수의 자기존중감 향상에 있어 면대면 상황뿐만 아니라 온라인 환경과 같은 비대면 상황 역시 고려될 필요가 있음을 의미한다. 더불어 SNS에서 청소년 운동선수들이 맞이하게 되는 타 이용자들의 반응을 긍정적으로 해석하는 능력은 청소년들의 자아발달이 긍정적으로 형성되는 데 있어 중요한 역할을 할 것이다. 이와 같은 논의들을 통해 스포츠 현장에서 청소년 운동선수들과 밀접한 관계를 맺고 있는 지도자와 부모들은 면대면 상황을 넘어서 SNS와 같은 온라인 공간에서도 청소년 운동선수들이 어떠한 표현을 하고 있는지 관심 가질 필요가 있겠다.

한편, 긍정적 자기표현, 솔직한 자기표현과 자기존중감 간의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과 유의성 영역이 상이한 것을 확인할 수 있었다. 구체적으로 살펴보면, 긍정적 자기표현과 자기존중감 간의 관계에서 지각된 반응성은 비교적 높은 수준일 때에만 조절효과가 유의한 것으로 나타났다. 반면, 솔직한 자기표현과 자기존중감 간의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과는 대부분 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 이는 청소년 운동선수들이 SNS에 친구들(팔로워)의 반응을 비교적 긍정적으로 지

각할 때, 긍정적 자기표현은 자기존중감에 긍정적인 영향력을 미친다는 것을 의미하는 반면, 솔직한 자기표현은 청소년 운동선수들이 지각하는 SNS 친구들(팔로워)의 반응 수준과 상관없이 자기존중감 향상에 비교적 도움이 될 수 있다는 것으로 해석될 수 있다.

이와 같은 결과는 SNS 이용자가 SNS에 남들에게 보이고 싶은 자아를 선별적으로 표현하는 행위를 통해 자기존중감의 수준이 향상될 수 있다고 제안한 기존의 선행연구들(Kim & Lee, 2011; Metzler & Scheithauer, 2017; Yang & Brown, 2016; Yang et al., 2017)과 일부분 일치한다. 자기표현 이론을 처음으로 제시한 Goffman(1959)에 따르면, 사람들은 자신이 원하는 바람직한 인상을 타인에게 남기고자 할 때 타인의 규범적인 면을 고려한다고 하였다. 최정화(2021)는 SNS가 관계를 기반으로 하는 미디어라는 것을 강조하면서, SNS 이용자가 긍정적 심리적 결과를 얻기 위해서는 긍정적 상호작용이 수반되어야 한다고 제안하였다. 긍정적 자기표현과 같이 자신의 인상을 고려하여 바람직한 자아를 의도적으로 연출하거나 선별하는 표현을 하는 사람들은 타인과의 커뮤니케이션 또는 상호작용에 관한 지각에 더욱 예민하게 반응하는 경향을 지니기도 한다(최미경, 나은영, 2015). 이상의 결과를 종합하여 본 연구의 결과를 살펴본다면, 타인에게 바람직한 인상을 남기고자 하는 목적으로 행하는 긍정적 자기표현은 타인의 지지적인 반응이 동반되어야만 자기존중감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보여진다.

이와 달리, 진정성이 수반되는 솔직한 자기표현은 그 자체만으로 자기존중감이 안정적으로 형성될 수 있는 토대를 마련해 주고, 자기존중감의 향상을 이끄는 주도적 역할을 한다(Bettencourt & Sheldon, 2001; Kernis & Goldman, 2006). 자아의 진정성을 추구하는 자기표현의 경우, 자신의 내면 동기적 핵심부(inner motivational core)를 드러냄으로써 자신의 긍지와 수치심 등과 같은 자신의 내면에서 경험되는 반응을 있는 그대로 보여준다(Goffman, 1959). Metzler와 Scheithauer(2015)은 SNS의 자기표현이 실제 자신의 자아와 일치할 때, SNS 이용자들에게 높은 자기존중감이 나타난다고 하였으며, 김민경과 이정미(2012)의 연구에서는

블로그를 활용하여 자신에 관한 성찰을 글로 쓰는 프로그램을 통해 연구 참여자들의 자기존중감이 향상된다고 보고된 바 있다. 즉, 타인의 평가를 고려하는 긍정적 자기표현과 달리 솔직한 자기표현은 비교적 타인의 반응과 상관없이 자아를 평가하는 데 긍정적인 영향을 미친다.

국내 청소년 운동선수의 경우, 훈련 일정과 합숙 훈련으로 인해 다양한 경험을 하기에 다소 어려움을 겪고 있으며, 이로 인해 청소년 운동선수들은 여러 사람과의 관계를 형성하는 기회가 적고 또래의 범위가 같은 소속의 운동부 또는 다른 운동부에 속한 또래로 축소되는 경향을 지닌다(강신녀, 2017; 명왕성, 정경환, 2019). SNS라는 온라인 매체는 시공간을 초월하여 네트워크를 형성시켜 기존의 오프라인에서의 관계를 확장 및 유지될 수 있도록 한다(Kuss & Griffith, 2011). 이는 청소년 운동선수들이 SNS를 활용함으로써 위에서 언급한 제한점에 벗어나 다양한 사람들과 자유롭게 소통하여 자아발달 측면을 성장시킬 수 있음을 시사한다. 그러나 청소년 운동선수의 자아발달에 있어 SNS의 영향력을 살펴본 연구는 미흡한 상황이었으며, 본 연구의 결과는 청소년 운동선수의 자기존중감 향상에 있어 SNS의 활용 가능성을 제시하였다는데 의의를 지닌다. 이와 함께, 양방향 커뮤니케이션 매체인 SNS를 고려하여 지각된 반응성을 조절변인으로 설정하고 검증함으로써 SNS 자기표현과 자아발달(자기존중감)의 영향 관계를 보다 심층적으로 파악하였다.

본 연구의 결과는 청소년 운동선수들이 SNS에 자기표현을 하는 데 있어 타인의 반응에 민감한 긍정적 자기표현보다는 비교적 타인의 반응과 상관없이 자기존중감 향상에 도움이 될 수 있는 솔직한 자기표현이 격려될 필요가 있다는 것을 보여준다.

VI. 결론 및 제언

1. 결론

본 연구는 청소년 운동선수의 SNS 자기표현과 지각된 반응성, 자기존중감 간의 영향 관계를 검증하여 청소년 운동선수의 자기존중감의 긍정적인 발달을 위한 기초정보를 제공하고자 하는 목적으로 실시되었으며, 이를 위해 대한체육회 산하기관에 등록된 중·고교 운동선수 400명을 대상으로 자료를 수집하고 분석에 활용하였다. 측정도구로 사용된 SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감 질문지에 대한 질문내용과 용어에 대한 이해도를 파악하기 위하여 청소년 운동선수 40명을 대상으로 예비조가 실시되었으며, SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감 설문지의 신뢰도 및 타당도를 검증을 위해 확인적 요인분석과 신뢰도 분석이 실시되었다. 확인적 요인분석과 연구자 판단을 통해 긍정적 자기표현 3번 문항과 솔직한 자기표현 2번 문항이 삭제되었다. 최종적으로 사용된 측정도구는 SNS 자기표현 중 긍정적 자기표현은 단일요인 5문항, 솔직한 자기표현은 단일요인 4문항이며, 지각된 반응성은 단일요인 6문항, 자기존중감은 역채점 방식의 문제점(Podsakoff et al., 2003)을 고려하여 단일요인 5문항이다. 이를 바탕으로 SPSS 26.0, PROCESS macro 4.0, AMOS 21.0 프로그램으로 활용하여 연구의 목적에 맞도록 기술통계, 독립표본 *t* 검증, 일원분산분석, 상관관계분석, PROCESS Macro Model 1번을 이용한 회귀분석을 실시하였다. 이상의 자료분석 방법을 통해 도출된 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 청소년 운동선수의 배경 변인과 SNS 이용특성에 따른 주요변인들의 차이를 살펴본 결과, 성별에 따른 차이에서는 여자 청소년 운동선수들이 남자 청소년 운동선수들보다 지각된 반응성이 높은 것으로 나타났다으며, 이에 반해 남자 청소년 운동선수들은 여자 청소년 운동선수들보다 자기존중감이 높은 것으로 나타났다. 학급에 따른 차이에서는 고등

학교 선수들이 중학교 선수들보다 지각된 반응성에 있어 높은 점수를 나타냈다. 종목에 따른 차이에서는 단체종목의 선수들이 개인종목의 선수들보다 긍정적 자기표현과 자기존중감이 높은 것으로 나타났다. SNS 이용시간에 따른 차이에서는 SNS 이용시간이 6시간 이상인 청소년 운동선수들이 1시간 미만인 청소년 운동선수들보다 솔직한 자기표현과 지각된 반응성이 높은 것으로 나타났다. SNS 이용동기에 따른 차이에서는 SNS를 자신의 관심사 및 정보를 공유하고자 하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들이 SNS를 시간을 보내고자 하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들보다 솔직한 자기표현과 지각된 반응성, 자기존중감이 더 높은 것으로 나타났으며, 지각된 반응성에서는 SNS를 주변 사람들과의 소통을 목적으로 혹은 자신의 관심사 및 정보를 공유하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들이 SNS를 시간을 보내고자 하는 목적으로 이용하는 청소년 운동선수들보다 높은 것으로 나타났다.

둘째, SNS 자기표현과 지각된 반응성, 자기존중감의 관계성을 살펴보기 위해 상관관계를 분석한 결과, 모든 주요변인 간에 정적관계가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

셋째, SNS 자기표현과 자기존중감 간의 관계에서 지각된 반응성의 조절효과를 검증한 결과, 지각된 반응성이 수준이 높아질수록 긍정적 자기표현과 자기존중감, 솔직한 자기표현과 자기존중감 간의 정적관계가 더욱 강화되는 것으로 나타나 지각된 반응성의 조절효과가 검증되었다.

2. 제언

본 연구에서 수행되었던 과정 및 도출된 결과를 토대로 제한점을 살펴보고 SNS 자기표현과 지각된 반응성, 자기존중감의 관련성에 대한 향후 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 참여대상자는 총 400명의 청소년 운동선수로 남자 228명, 여자 172명으로 구성되었으며, 개인종목은 13종목, 단체종목은 4종목 총 17개 종목의 청소년 운동선수들이 참여하였다. 비교적 성별의 비율과 종목의 다양성을 고려하여 연구 참여대상자를 표집하였지만, 모든 종목의 선수들을 아우를 수 없다는 한계가 있다. 이 같은 점은 연구의 결과를 모든 종목의 청소년 운동선수에게 적용하거나 일반화하기에는 한계가 있다는 것을 나타낸다. 또한, 종목의 특성으로 인한 SNS 자기표현의 유형이 달라질 수 있기에 향후 운동선수의 SNS 관련 후속 연구에서는 종목의 특수성이 고려될 필요가 있겠다.

둘째, 본 연구에서 측정된 SNS 자기표현은 특정한 SNS만을 선정하여 살펴본 것이 아닌, 연구에 참여한 청소년 운동선수가 주로 이용하고 있는 SNS를 기준 삼아 측정하였다. SNS 매체는 진화하는 기술을 토대로 증가하고 있으며, 자기표현의 전략과 양상은 SNS 매체가 지닌 특성에 따라 다르게 나타난다. 예컨대, 인스타그램을 이용하는 이용자들은 텍스트 위주보다는 사진과 동영상을 주로 하여 자기표현이 드러난다. 기존의 텍스트 위주로 소통이 이루어졌던 페이스북을 비롯한 각종 SNS도 실시간 영상 기능이 추가되었지만(곽선희, 2016), 앞으로의 SNS 자기표현 방식은 진화하는 SNS 매체에 의존되기 쉽다. 또한, 자기표현에 관한 현상을 단순히 설문조사를 통한 측정도구를 통해 파악하기에는 한계가 있다(Goffman, 1959). 따라서 향후 연구를 진행하는 데 있어 연구자들은 진화되는 SNS 매체별의 기능을 고려할 필요가 있으며, 단순히 설문지와 같은 측정도구를 통해 SNS 자기표현을 살펴보는 것이 아닌 실제 선수들이 SNS에 게시하는 콘텐츠들에 대한 내용분석을 병행한다면 보다 타당한 분석과 결과를 제시할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구에서 제시된 연구모형을 살펴보면, SNS 자기표현이 자기존중감에 영향을 미친다는 인과적 흐름이 가정되어 있다. 이에 대한 과정이 이론적으로 뒷받침된다고 할지라도 본 연구의 결과가 횡단적 설계에 의한 분석 결과이기에 인과관계를 추론하는 데 있어 한계를 지닌다. 즉, 자기존중감이 높은 청소년 운동선수들이 SNS 자기표현을 활발히 하며, 타인의 반응을 신경 쓰지 않고 솔직한 자기표현을 선호할 수도 있다는 점을 배제할 수 없다. Coopersmith(1967)은 높은 자기존중감을 지닌 사람은 타인의 평가에 크게 영향받지 않고 자신을 주체적으로 이끌어 나가기에 자기표현과 대인관계 능력이 우수하다고 하였다. 따라서 본 연구에 설정한 인과관계에 대한 명확한 해석을 증명하기 위해서는 종단적 설계를 통한 결과들이 축적될 필요가 있다.

마지막으로 질문지 측정 방법의 오류인 공통방법편의(Common Method Biases)이 본 연구의 결과에 미치는 영향을 배제할 수 없다. 공통방법편의란, 질문지를 활용한 측정 시 유발될 수 있는 오류로써, 측정 질문지의 타당성과 신뢰성의 문제가 아닌 개인적 요인 및 사회환경적 맥락에 의해서 실제 현상과 다른 연구 결과가 나타날 수 있다는 것을 의미한다(신명진, 2015). 특히, 사회적 규범 혹은 기대에 따라 자신의 모습을 긍정적으로 보이게 하려는 경향성인 사회적 바람직성 편향은 공통방법편의의 주요 원인 중 하나로써 질문지를 활용하는 조사과정에서 흔히 발생한다(신명진, 이근철, 2014). 청소년 운동선수들의 경우 지도자, 팀 동료에게 받게 되는 평가 및 스스로에 대한 바람직한 기대 등으로 인해 질문지를 응답하는 과정에서 실제 자신의 모습이 아닌 바람직하다고 생각되는 방향으로 질문에 응답하였을 가능성이 있다(장도진, 2018). 따라서 이를 해결할 수 있는 통계적 방법과 절차적 방안들을 연구자가 연구를 실행하기에 앞서 고려할 필요가 있으며, 추후연구에는 공통방법편의를 해결할 수 있는 사항들이 적용될 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 강상욱(2014). 청소년 운동선수들이 지각한 부모의 사회적 지지와 애착, 자아존중감의 구조관계. 미간행 석사학위논문. 서울대학교 대학원.
- 강성현, 신동희(2014). 선택적 자기표현, 자아존중감, 조직에 대한 소속감 관계 연구: 페이스북 프로필 정보 표현을 중심으로. 한국 HCI 학회 학술대회, 1159-1163.
- 강신녀(2017). 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)에서 학생선수의 지각된 선수-지도자 상호작용, 공감경험, 관계만족 및 오프라인 선수-지도자 관계의 구조. 미간행 박사학위논문. 경희대학교 대학원.
- 강신녀, 전정우(2017). 소셜 네트워킹 서비스(SNS)를 통해 지각된 학생선수 간 상호작용, 공감경험, 관계만족 및 오프라인 관계친밀도의 구조적 관계. 한국체육학회지, 56(4), 63-80.
- 강신녀, 전정우(2017). 소셜 네트워킹 서비스(SNS)에서 학생선수의 지각된 선수-지도자 상호작용, 공감경험, 관계만족 및 오프라인 선수-지도자 관계의 구조. 한국체육학회지, 56(2), 77-100.
- 고선주, 이은희, 나영주, 황진숙, 박숙희(2004). 중·고등학생의 성별에 따른 개인, 가족, 학교, 인터넷 요인이 청소년의 자아존중감에 미치는 영향. 가정과삶의질연구, 22(6), 13-26.
- 곽선혜(2016). SNS를 활용한 자기표현과 관계맺기전략에 대한 연구. 경희대학교 대학원, 박사학위논문.
- 구진경, 이두희, 임승희(2012). SNS 이용자의 심리적 특성이 SNS 상의 생산과 수용행동에 미치는 영향에 관한 연구. 상품학연구, 30, 1-14.
- 금희조(2011). 소셜 미디어 시대, 우리는 행복한가?: 소셜 미디어 이용이 사회 자본과 정서적 웰빙에 미치는 영향. 한국방송학보, 25(5), 7-48.
- 김계수(2007). 구조방정식 모형분석. 서울: 한나래, 372.
- 김길자(2012). 소셜 네트워크서비스가 집단결속력, 기업의 공중관계성

- 및 사회적 책임에 미치는 영향. 동국대학교 경영대학원 박사학위 논문.
- 김란희(2014). **고등학생의 불안애착과 회피애착이 친밀감에 미치는 영향: 자기개방과 지각된 반응성의 매개효과**. 미간행 석사학위논문. 명지대학교 사회교육대학원.
- 김미란(2002). 대상관계, 자존감, 자아탄력, 자아통제와 청소년의 사회적 문제해결 능력과의 관계연구. **목포대학교 교육연구**, 14(1), 157-174.
- 김민주, 이혁기, 임수원(2012). 스포츠스타의 트위터에서 드러나는 자기표현 방식과 주제. **한국스포츠사회학회지**, 25(3), 43-60.
- 김성욱, 김지미(2005). 청소년 운동선수의 자아정체성 발달에 관한 비교연구. **한국스포츠심리학회지**, 16(1), 141-154.
- 김아영(2010). 자기결정성이론과 현장 적용 연구. **교육심리연구**, 24(3), 583-609.
- 김우식, 김태우, 김대근(2019). SNS 스포츠 정보 속성에 따른 인지적 어포던스 및 광고효과에 미치는 영향. **한국스포츠학회**, 17(4), 499-509.
- 김유정(2013). 소셜네트워크서비스 이용에 대한 비교 연구: 싸이월드, 페이스북, 트위터 간의 이용동기와 만족 비교. **언론과학연구**, 13(1), 5-32.
- 김은미, 이동후, 임영호, 정일권(2011). **SNS 혁명의 신화와 실제: "토크, 플레이, 러브"의 진화**. Nanam.
- 김인우, 신명진, 권성호(2014). 코치의 대인관계 행동이 청소년 축구선수들의 자기존중감과 주관적 행복감의 관계에 미치는 영향. **코칭능력개발지**, 16(1), 149-156.
- 김하연, 오경자, 윤진(1991). 청소년의 자아 개념·또래집단에 대한 동조 및 비행간의 상호관계. **한국심리학회지: 발달**, 4(1), 199-212.
- 김현미, 안효자, 정성필, 박은석, 김공(2009). 중·고등학교 태권도 선수들의 자아존중감이 우울, 신체화 및 사회불안에 미치는 영향. **한국체육과학회지**, 18(4), 43-56.
- 김형석(2012). SNS의 이용동기와 커뮤니케이션 행동에 관한 연구. **한국**

- 산학기술학회 논문지, 13(2), 548-553.
- 노갑택, 송원석(2004). 국가대표 테니스 선수의 경기력 향상을 위한 트레이닝 프로그램 개발. **명지대학교 예체능논집**, 15, 51-65.
- 노경섭(2014). **제대로 알고 쓰는 논문 통계분석: SPSS & AMOS 21**. 서울: 한빛아카데미.
- 노재훈(2011). **고등학교 골프선수의 운동몰입과 자아존중감이 경기력에 미치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 고려대학교 대학원.
- 노효현(2018). 화장품 브랜드의 SNS 플로우에 따른 소비자 태도, 브랜드 충성도에 미치는 영향. **미간행 석사학위논문**, 성신여자대학교 뷰티융합대학원.
- 명왕성, 정경환(2019). 남성 축구선수들이 경험한 합숙훈련의 소외, 기능 그리고 사슬. **한국스포츠사회학회지**, 32(2), 110-127.
- 박규빈, 정경구(2020). 중학교 축구선수들이 지각하는 지도자의 감성리더십과 자아존중감 및 운동지속의 인과적 관계. **코칭능력개발지**, 22(1), 67-78.
- 박병금, 유은선(2011). 청소년의 권리인식과 자아존중감. **청소년학연구**, 18(8), 89-116.
- 박순석(2002). **핸드볼 선수의 스트레스 유형 및 해소방안에 관한 연구**, 미간행 석사학위논문. 원광대학교 대학원.
- 송종용, 원호택(1988). 스트레스 상황에서 사회적 지지가 성취과제의 수행과 불안에 미치는 영향. **Korean Journal of Clinical Psychology**, 7(1), 21-30.
- 송지준(2019). **논문통계의 이해와 적용**. 경기: 21세기사.
- 신동인, 광기영(2019). 소셜미디어상에서의 침묵의 나선효과: SNS 자기표현 성향을 중심으로. **경영학연구**, 48(5), 1363-1396.
- 신명진(2015). 스포츠심리학에서 상황판단검사의 필요성과 채점방식에 따른 타당성 비교. **체육과학연구**, 26(1), 73-84.
- 신명진, 이근철(2014). 내적동기와 외적동기의 위계적 모형 (HMIEM) 에서 사회적 바람직성의 영향력 검증. **한국스포츠심리학회지**, 25(3), 89-100.
- 안효자, 정성필, 박은석, 김공(2009). 중·고등학교 태권도 선수들의 자아

- 존중감과 집단응집력 분석. **한국체육과학회지**, 18(3), 259-270.
- 오윤경, 이강현(2005). 고등학교 탁구선수의 운동스트레스 척도 개발. **한국스포츠심리학회지**, 16(3), 19-34.
- 유나, 김승윤, 이상민(2016). 청소년의 관계적 공격성과 SNS 중독경향성 간의 관계: SNS 이용동기의 매개효과. **교육치료연구**, 8(3), 337-350.
- 이소영, 전해정(2015). SNS 이용시간에 따른 청소년의 우울 및 충동성 차이. **한국산학기술학회 논문지**, 16(11), 7607-7616.
- 이숙정(2011). 대학생의 학습몰입과 자기효능감이 대학생활적응과 학업 성취에 미치는 영향. **교육심리연구**, 25(2), 235-253.
- 이자영, 남숙경, 이미경, 이지희, 이상민(2009). Rosenberg의 자아존중감 척도: 문항수준 타당도분석. **한국심리학회지: 상담 및 심리치료**, 21(1), 173-189.
- 이정학, 김재환(2014). SNS 사과메시지를 통한 스포츠선수, 구단의 위기관리. **한국스포츠산업경영학회지**, 19(3), 103-120.
- 이주은(1995). **우울과 자기지향이 자기지각, 사회적지지 및 대처행동에 미치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 이희정(2013). 사회적 자본과 정보의 특성이 SNS 内の 상호작용에 미치는 영향. **마케팅연구**, 28(2), 109-133.
- 임영호, 김은미(2011). 소셜미디어의 등장과 언론학의 과제: 정보관계망 개념을 중심으로. **한국언론학회 심포지움 및 세미나**, 195-227.
- 장도진(2018). **청소년 축구선수의 능력 믿음과 지도자 능력 믿음에 대한 지각이 승부근성에 미치는 영향**. 미간행 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 장현미(2014). SNS에서 글쓰기가 공감경험과 친사회행동에 미치는 효과: 페이스북 이용자를 중심으로. **한국언론학보**, 58(3), 5-35.
- 장현미, 김은미, 이준웅(2012). 블로그에서 자기표현적 글쓰기와 읽기 선호도가 대인적 및 사회적 신뢰에 미치는 영향에 관한 연구: 블로그에서 공감경험의 매개적 효과를 중심으로. **한국언론학보**, 56(2), 48-71.
- 전옥휴(2021). 청소년 운동선수들의 사회적지지와 자아존중감 및 행복감

- 간의 인과적 관계-Process Macro를 적용한 매개효과 검증을 중심으로. **산업융합연구(구 대한산업경영학회지)**, 19(4), 85-93.
- 전현수(2010). **청소년 운동선수들의 성취목표성향과 자아존중감이 자기구실 만들기에 미치는 영향**. 미간행 석사학위 논문. 서울대학교 대학원.
- 정청희, 구우영, 권성호, 김병준, 김영숙(2009). **스포츠 심리학**, 서울: 레인보우북스.
- 조미혜, 전수현, 최은경(2014). 페이스북 이용자의 자존감, 삶의 만족도, 성별의 차이가 자아표현 동기 및 사회교류 동기에 미치는 영향. **한국콘텐츠학회논문지**, 14(9), 513-528.
- 최경숙(2007). 자기존중감과 긍정심리학. **스트레스연구**, 15(3), 205-214.
- 최미경, 나은영(2015). 블로그 이용자의 자기표현이 심리적 안녕감에 미치는 영향. In: 한국언론학보.
- 최정화(2021). 대학생들의 SNS 이용과 사회적 지지와의 관계에서 SNS 친구들의 반응성 인식 및 자아존중감의 조절 효과. **디지털융복합연구**, 19(5), 433-442.
- 하승태(2017). SNS 이용 동기가 사회자본 형성에 미치는 영향에 관한 연구. **지역과 커뮤니케이션**, 21(2), 73-99.
- 함소연, 엄태성, 강원석(2018). 청소년의 SNS 이용동기가 학교적응행동에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과를 중심으로. **신산업경영저널**, 36(1), 23-44.
- 허정철(2008). 가족기능이 청소년의 자아정체감 형성에 미치는 영향에 관한 연구. **청소년복지연구**, 10(3), 123-147.
- 홍세희(2000). 구조 방정식 모형의 적합도 지수 선정기준과 그 근거. **Korean Journal of Clinical Psychology**, 19(1), 161-177.
- Bartholomew, K. J., Ntoumanis, N., & Thøgersen-Ntoumani, C. (2009). A review of controlling motivational strategies from a self-determination theory perspective: Implications for sports coaches. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 2(2), 215-233.
- Baumeister, R. (1998). The self. In D. Gilbert, S. Fiske, & G. Lindzey

- (Eds.), *Handbook of social psychology* (Vol. 1, pp. 680 - 740). New York: Oxford University Press.
- Bazarova, N. N., Choi, Y. H., Schwanda Sosik, V., Cosley, D., & Whitlock, J. (2015, February). Social sharing of emotions on Facebook: Channel differences, satisfaction, and replies. In *Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported cooperative work & social computing* (pp. 154-164).
- Bettencourt, B., & Sheldon, K. (2001). Social roles as mechanism for psychological need satisfaction within social groups. *Journal of personality and social psychology, 81*(6), 1131.
- Boyd, D. (2010). *Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications*. In *A networked self* (pp. 47-66). Routledge.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer mediated Communication, 13*(1), 210-230.
- Branden, N. (2021). *The power of self-esteem*. New York.
- Button, E. (1990). Self-esteem in girls aged 11 - 12: Baseline findings from a planned prospective study of vulnerability to eating disorders. *Journal of Adolescence, 13*(4), 407-413.
- Christofferson, J. P. (2016). How is social networking sites effecting teen's social and emotional development: A systemic review.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*, 2nd ed., Hillsdale New Jersey - Lawrence Erlbaum Association Pulishers.
- Cohen, S., & Hoberman, H. M. (1983). Positive events and social supports as buffers of life change stress 1. *Journal of applied social psychology, 13*(2), 99-125.
- Collins, N. L., & Feeney, B. C. (2000). A safe haven: an attachment theory perspective on support seeking and caregiving in intimate relationships. *Journal of personality and social*

- psychology*, 78(6), 1053.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem* (Vol. 23). San Francisco: WH Freeman.
- David, J. L., Powless, M. D., Hyman, J. E., Purnell, D. M., Steinfeldt, J. A., & Fisher, S. (2018). College Student Athletes and Social Media: The Psychological Impacts of Twitter Use. *International Journal of Sport Communication*, 11(2), 163-186.
- Davis, K. (2013). Young people's digital lives: The impact of interpersonal relationships and digital media use on adolescents' sense of identity. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2281-2293.
- Deering, C. G., & Scahill, L. (2008). *Mental health promotion with children and adolescents. Psychiatric nursing: Contemporary practice*, 617-632.
- 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.
- Erikson, E. H. (1950). Growth and crisis in the healthy personality. In M. J. E. Senn (Ed.), *Symposium on the healthy personality*. New York: Josiah Macy Foundation.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Gilmore, J. V. (1971). The productive personality. *Journal of Education*, 154(1), 5-39.
- Goffman, E. (1959). *The moral career of the mental patient. Psychiatry*, 22(2), 123-142.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14(1-2),

79-83.

- Gordon, C. (1969). Self-conceptions methodologies. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 148(4), 328-364.
- Gould, D., Nalepa, J., & Mignano, M. (2020). Coaching generation Z athletes. *Journal of Applied Sport Psychology*, 32(1), 104-120.
- Granic, I., Morita, H., & Scholten, H. (2020). Beyond Screen Time: Identity Development in the Digital Age. *Psychological Inquiry*, 31(3), 195-223.
- Greenfield, P., & Yan, Z. (2006). Children, adolescents, and the Internet: A new field of inquiry in developmental psychology. *Developmental psychology*, 42(3), 391.
- Harter, S. (1983). Development perspectives on the self-system. *Handbook of child psychology: formerly Carmichael's Manual of child psychology*(Paul H. Mussen, Ed.).
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*, 2nd ed., New York, NY: Guilford Press.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: a theory relating self and affect. *Psychological review*, 94(3), 319.
- Hong, S., Tandoc Jr, E., Kim, E. A., Kim, B., & Wise, K. (2012). The real you? The role of visual cues and comment congruence in perceptions of social attractiveness from Facebook profiles. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(7), 339-344.
- Hutchins, B. (2011). The acceleration of media sport culture: Twitter, telepresence and online messaging. *Information, communication & society*, 14(2), 237-257.
- Joinson, A. N. (2008). *Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook*. Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems.
- Jung, M., Kang, S., & Kwon, S. (2016). Team commitment as a

- mediator between self-esteem and team climate as perceived by Korean youth soccer players. *Perceptual and Motor Skills*, 122(3), 988-1001.
- Kernis, M. H., & Goldman, B. M. (2006). A multicomponent conceptualization of authenticity: Theory and research. *Advances in experimental social psychology*, 38, 283-357.
- Kim, J., & Dindia, K. (2011). Online self-disclosure: A review of research. Dalam K. B. Wright & L. M. Webb (Eds.), *Computer-mediated communication in personal relationships* (hal. 156-180). Peter Lang Publishing.
- 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, J., Moon, H., & Choi, E. (2019). Impact of SNS Addiction Tendency on University Students' Loneliness –Moderating Effect of Social Support. *The Journal of Humanities and Social sciences* 21, 10(1), 241-254.
- Kim, H., & Papacharissi, Z. (2003). Cross cultural differences in online self presentation: A content analysis of personal Korean and US home pages. *Asian Journal of Communication*, 13(1), 100-119.
- Kim, K., Choi, J., & Song, J. (2021). Adolescent's communication type through the use of smartphones and their characteristics of social development: Using latent profile analysis. *Studies on Korean Youth*, 32(2), 213-235.
- Kimes, M. (2015). *Social media bans may violate college athletes' First Amendment rights*. ESPN The Magazine.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of social issues*, 58(1), 49-74.

- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction: A review of the psychological literature. *International Journal Environmental Research and Public Health*, *8*, 3528-3552
- Laurenceau, J. P., Barrett, L. F., & Pietromonaco, P. R. (1998). Intimacy as an interpersonal process: The importance of self-disclosure, partner disclosure, and perceived partner responsiveness in interpersonal exchanges. *Journal of personality and social psychology*, *74*(5), 1238.
- Laurenceau, J.-P., Barrett, L. F., & Rovine, M. J. (2005). The interpersonal process model of intimacy in marriage: a daily-diary and multilevel modeling approach. *Journal of family psychology*, *19*(2), 314.
- Leary, M. R. (1999). Making sense of self-esteem. *Current directions in psychological science*, *8*(1), 32-35.
- Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 32, pp. 1-62). Elsevier.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological bulletin*, *107*(1), 34.
- Lee, G., Lee, J., & Kwon, S. (2011). Use of social-networking sites and subjective well-being: A study in South Korea. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, *14*(3), 151-155.
- Lenhart, A., Madden, M., Macgill, A. R., & Smith, A. (2007). *Teens and social media*.
- Li, B., Scott, O. K., Naraine, M. L., & Ruibley, B. J. (2021). Tell me a story: Exploring elite female athletes' self-presentation via an analysis of Instagram Stories. *Journal of Interactive Advertising*, 1-19.

- Lin, K. Y., & Lu, H. P. (2011). Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in human behavior*, 27(3), 1152-1161.
- Maccoby, E. E. (1990). Gender and relationships: A developmental account. *American psychologist*, 45(4), 513.
- Mageau, G. A., & Vallerand, R. J. (2003). The coach - athlete relationship: A motivational model. *Journal of sports science*, 21(11), 883-904.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New media & society*, 16(7), 1051-1067.
- Maslow, A. H. (1966). *The psychology of science a reconnaissance*.
- McCandless, B. R. (1970). *Adolescents: Behavior and development*. Hinsdale, IL: Dryden Press.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society* (Vol. 111). Chicago University of Chicago Press.
- Meeus, A., Beullens, K., & Eggermont, S. (2019). Like me (please?): Connecting online self-presentation to pre-and early adolescents' self-esteem. *New Media & Society*, 21(11-12), 2386-2403.
- Metzler, A., & Scheithauer, H. (2015). Adolescent self-presentation on Facebook and its impact on self-esteem. *International Journal of Developmental Science*, 9(3, 4), 135-145.
- Metzler, A., & Scheithauer, H. (2017). The long-term benefits of positive self-presentation via profile pictures, number of friends and the initiation of relationships on Facebook for adolescents' self-esteem and the initiation of offline relationships. *Frontiers in Psychology*, 8, 1981.
- Miller, L. C., & Berg, J. H. (1984). Selectivity and urgency in interpersonal exchange. In *Communication, intimacy, and close relationships* (pp. 161-205). Elsevier.

- Mirels, H. L., & McPeck, R. W. (1977). Self-advocacy and self-esteem. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 45*(6), 1132.
- Newman, B. M., & Newman, P. R. (2017). *Development through life: A psychosocial approach*. Cengage Learning.
- O'reilly, T. (2009). *What is web 2.0*. " O'Reilly Media, Inc."
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology, 88*(5), 879.
- Pritchard, M., & Wilson, G. (2005). Comparing sources of stress in college student athletes and non-athletes. *Athletic Insight: The Online Journal of Sports Psychology, 5*(1), 1-8.
- Pronschinske, M., Groza, M. D., & Walker, M. (2012). Attracting Facebook'fans': The importance of authenticity and engagement as a social networking strategy for professional sport teams. *Sport marketing quarterly, 21*(4), 221.
- Reardon, B., & Griffing, P. (1983). Factors related to the self-concept of institutionalized, white, male, adolescent drug abusers. *Adolescence, 18*(69), 29.
- Reis, H. T., & Patrick, B. C. (1996). Attachment and intimacy: Component processes.
- Reis, H. T., & Shaver, P. (1988). Intimacy as an interpersonal process. In S. Duck (Ed.), *Handbook of personal relationships*. (pp. 367-389). Chichester, UK: Wiley.
- Rifkin, J. (2009). *The empathic civilization: The race to global consciousness in a world in crisis*. Penguin.
- Robertson, J. F., & Simons, R. L. (1989). Family factors, self-esteem, and adolescent depression. *Journal of Marriage and the Family, 125*-138.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*.

- Princeton NY. In: Princeton University Press.
- Rosenberg, M. (1986). *Conceiving the self*. Malabar, FL: Krieger.
- Rubin, J. D., & McClelland, S. I. (2015). 'Even though it's a small checkbox, it's a big deal': stresses and strains of managing sexual identity (s) on Facebook. *Culture, health & sexuality*, 17(4), 512-526.
- Sanderson, J. (2011). To tweet or not to tweet: Exploring Division I athletic departments' social-media policies. *International Journal of Sport Communication*, 4(4), 492-513.
- Sepulveda, M. L. (2008). *The effects of stress management training on collegiate football athletes' anxiety, self-esteem, self-efficacy, motivation, academic performance and coping skills*. Wayne State University.
- Smetana, J. G., Campione-Barr, N., & Metzger, A. (2006). Adolescent development in interpersonal and societal contexts. *Annu Rev Psychol*, 57, 255-284.
- Smith, L., Liang, Q., James, P., & Lin, W. (2017). Assessing the utility of social media as a data source for flood risk management using a real time modelling framework. *Journal of Flood Risk Management*, 10(3), 370-380.
- Smith, L. R., & Sanderson, J. (2015). I'm going to Instagram it! An analysis of athlete self-presentation on Instagram. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 342-358.
- Smith, T. L. (1986). Self-concepts of youth sport participants and nonparticipants in grades 3 and 6. *Perceptual and Motor Skills*, 62(3), 863-866.
- Steinberg, L., & Morris, A. S. (2001). Adolescent development. *Annual review of psychology*, 52(1), 83-110.
- Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at

- a time. *Human communication research*, 28(3), 317-348.
- Twomey, C., & O'Reilly, G. (2017). Associations of self-presentation on Facebook with mental health and personality variables: A systematic review. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 20(10), 587-595.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1169-1182.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & behavior*, 9(5), 584-590.
- Vickery, J. R. (2015). 'I don't have anything to hide, but...': the challenges and negotiations of social and mobile media privacy for non-dominant youth. *Information, communication & society*, 18(3), 281-294.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication research*, 23(1), 3-43.
- Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. *Handbook of interpersonal communication*, 3, 529-563.
- Walther, J. B., Van Der Heide, B., Kim, S.-Y., Westerman, D., & Tong, S. T. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep? *Human communication research*, 34(1), 28-49.
- Wangqvist, M., & Frisen, A. (2016). Who am I Online? Understanding the Meaning of Online Contexts for Identity Development [Review]. *Adolescent Research Review*, 1(2), 139-151.

- wikipedia(2021). <https://ko.wikipedia.org/>
- Yang, C.-C., & Brown, B. B. (2016). Online self-presentation on Facebook and self development during the college transition. *Journal of youth and adolescence*, *45*(2), 402-416.
- Yang, C.-C., Holden, S. M., & Carter, M. D. (2017). Emerging adults' social media self-presentation and identity development at college transition: Mindfulness as a moderator. *Journal of Applied Developmental Psychology*, *52*, 212-221.
- Yau, J. C., & Reich, S. M. (2018). Are the qualities of adolescents' offline friendships present in digital interactions? *Adolescent Research Review*, *3*(3), 339-355.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, *24*(5), 1816-1836.

부록 1. SNS 자기표현, 지각된 반응성, 자기존중감 설문지

안녕하십니까?

본 설문은 청소년 운동선수의 SNS 자기표현과 지각된 반응성이 자기존중감에 미치는 영향에 관해 연구하는 과정에 있어 기초자료로 활용될 자료를 수집하는 과정입니다.

응답자 여러분의 답변은 통계법에 의거하여 개별적으로 분석되거나 유출되지 않을 것입니다. 또한, 답변은 무기명으로 작성되어 수집된 자료는 통합된 결과만이 분석에 사용되므로 개인정보 유출의 위험이 없습니다.

더불어 본 설문에 대한 응답과 관련해 옳고 그름이 없으며, 응답자 여러분이 느끼는 생각을 정확하게 표시해주는 것이 가장 좋은 자료가 될 수 있으니 모든 문항에 대해 솔직한 답변 부탁드립니다.

귀중한 시간 할애해주셔서 감사드립니다.

서울대학교 체육교육과 대학원 스포츠심리학전공 양 경 진

☞ 일반적인 사항에 관한 질문입니다. 자신의 상황과 연관 지어 해당되는 보기에 체크를 해주시거나 내용을 기입해 주십시오.

※ SNS 계정 또는 SNS를 이용한 경험이 없으시다면 본 설문 대상자에서 제외됩니다.

1. 학급 : ① 중학교 ② 고등학교
2. 학년 : ① 1학년 ② 2학년 ③ 3학년 (출생연도:)
3. 성별 : ① 남 ② 여
4. 종목 : () (예 : 축구)
5. 입상경력: ① 시대회 ② 도대회 ③ 전국대회 ④ 세계대회 ⑤ 없음

☞ 다음은 SNS 이용특성에 관한 질문입니다. 자신의 상황과 연관 지어 해당되는 보기에 체크를 해주시거나 내용을 기입해 주십시오.

1. 가장 자주 이용하고 있는 SNS는 무엇입니까? (하나만 응답 가능)

- ① 페이스북 ② 인스타그램 ③ 트위터
④ 카카오토리 ⑤ 네이버 밴드 ⑥ 틱톡 ⑦ 기 타 ()

2. 일주일 동안 평균 SNS 이용 시간은 얼마나 됩니까? (최근 1달을 기준으로)

- ① 1시간 미만 ② 1~2시간 미만 ③ 2~3시간 미만
④ 3~4시간 미만 ⑤ 4~5시간 미만 ⑥ 5시간~6시간 미만 ⑦ 6시간 이상

3. SNS 이용 기간은 얼마나 됩니까? () 년 () 개월

4. SNS를 이용하는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 친구를 사귀고 소통하기 위해서 ② 다른 사람의 콘텐츠를 살펴보기 위해서
③ 개인적 관심사 및 정보를 공유하기 위해서 ④ 일상생활에 대한 기록을 위해서
⑤ 단순히 시간을 보내기 위해서

5. SNS 상에 현재 맺어진 친구의 수(팔로워 수)는 몇 명입니까? 가장 자주 이용하는 SNS를 기준으로 정확하게 기입해 주세요.

() 명

☞ 다음은 여러분의 SNS상의 **긍정적 자기표현**을 파악하기 위한 질문지입니다. 다음 문항들을 잘 읽고 **평상시 SNS 활동을 되돌아보면서** 아래 각 항목에 솔직하게 응답해 주십시오.

	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 현재 상태를 업데이트(예: 게시물, 스토리, 프로필 등)할 때 긍정적인 감정만 드러낸다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 현재 상태를 업데이트(예: 게시물, 스토리, 프로필 등)할 때 나쁜 일이 있어도 쓰지 않는다.	①	②	③	④	⑤
3	나의 실제 감정과는 무관하게 내가 행복해 보이게끔 업데이트(예: 게시물, 스토리, 프로필 등)한다.	①	②	③	④	⑤
4	나의 실제 감정과 상관없이 메시지를 보낼 때 행복한 표현을 사용한다.	①	②	③	④	⑤
5	나의 긍정적인 면을 보여주는 사진 및 동영상만 업데이트(예: 게시물, 스토리, 프로필 등)한다.	①	②	③	④	⑤
6	내가 즐겁게 보이는 사진 및 동영상만을 골라서 업데이트(예: 게시물, 스토리, 프로필 등)한다.	①	②	③	④	⑤

☞ 다음은 여러분의 SNS상의 **솔직한 자기표현**을 파악하기 위한 질문지입니다. 다음 문항들을 잘 읽고 **평상시 SNS 활동을 되돌아보면서** 아래 각 항목에 솔직하게 응답해 주십시오.

	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 SNS에 내 감정을 솔직하게 표현한다.	①	②	③	④	⑤
2	SNS에서 나에게 대한 표현은 내가 누구인지를 정확히 반영한다.	①	②	③	④	⑤
3	나의 현재 상태를 업데이트(예: 게시물, 스토리, 프로필 등)할 때, 항상 솔직하지는 않다.	①	②	③	④	⑤
4	내 감정에 대한 SNS 게시물들은 꾸밈이 없다.	①	②	③	④	⑤
5	내 경험을 SNS에 꾸밈없이 표현한다.	①	②	③	④	⑤

☞ 다음은 여러분의 지각된 반응성을 파악하기 위한 질문지입니다.

여러분이 SNS상에 자신을 표현하였을 때, SNS 친구들(팔로워)의 반응은 어떠한지 되돌아보면서 아래 각 항목에 솔직하게 응답해 주십시오.

문항		전혀 동의하지 않음	동의하지 않음	보통	동의	매우 동의
1	SNS 친구들은 피드백을 즉각적으로 주었다.	①	②	③	④	⑤
2	SNS 친구들은 피드백을 때맞춰 주었다.	①	②	③	④	⑤
3	SNS 친구들의 피드백은 오래 걸리지 않았다.	①	②	③	④	⑤
4	SNS 친구들의 피드백을 받고, 나를 이해한다는 생각이 들었다.	①	②	③	④	⑤
5	SNS 친구들의 피드백을 받고, 나를 인정한다는 생각이 들었다.	①	②	③	④	⑤
6	SNS 친구들의 피드백을 받고, 나를 신경 쓰고 돌봐준다는 생각이 들었다.	①	②	③	④	⑤

☞ 다음은 여러분의 자기존중감을 파악하기 위한 질문지입니다. 여러분의 느낌을 솔직하게 답해주시기 바랍니다.

문항		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 적어도 다른 사람만큼 가치 있는 사람이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	나에게 좋은 점이 많이 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3	내 자신에 대해 대체로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 다른 사람들만큼 일을 잘 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
5	내 자신에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 자랑할 것이 별로 없다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 대체로 실패한 사람이라는 느낌을 가지는 편이다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 내 자신을 존중하지 못하는 것 같다.	①	②	③	④	⑤
9	때때로 내 자신이 쓸모없는 사람이라고 느껴진다.	①	②	③	④	⑤
10	가끔 내가 능력이 부족한 사람이라는 생각이 든다.	①	②	③	④	⑤

수고하셨습니다. 귀중한 시간을 할애해주셔서 진심으로 감사드립니다.

Abstract

Effects of Adolescent Athletes' SNS Self-presentation and Perceived Responsiveness on Self-esteem

Kyoung jin Yang

Department of Physical Education

The Graduate School

Seoul National University

The purpose of this study was to provide basic information for improving the self-esteem of adolescent athletes by verifying the influence relationship among athletes' SNS Self-presentation, Perceived Responsiveness, and Self-esteem. For this purpose, A total of 400 adolescent athletes completed the survey. After carefully verifying the validity and reliability of the questionnaires used in this study, the data analysis was conducted according to the purpose of this study. The collected data were analyzed using frequency analysis, *t*-test, one-way ANOVA, correlation analysis, and regression analysis using PROCESS Macro Model 1. The results derived by the data analysis methods mentioned above are as follows.

First, As a result of examining the differences between the background variables and SNS usage characteristics of adolescent athletes, there were significant differences between the two genders in perceived responsiveness and self-esteem. In the difference according to class, there was a significant

difference in perceived responsiveness. Also, a significant difference could be found in positive self-presentation and self-esteem according to the different sports event. In the difference according to SNS usage time, there were significant differences in honest self-presentation and perceived responsiveness. there were significant differences in honest self-presentation, perceived responsiveness, and self-esteem in the motivation for using SNS.

Second, the study analyzed the correlation relationship between the SNS self-presentation, perceived responsiveness, and self-esteem. As a result, it was found that the positive relationship between all the major variables was significant.

Finally, the results of verifying the moderating effect of perceived responsiveness in the relationship between SNS self-presentation(positive/honest) and self-esteem, the higher the level of perceived responsiveness, the more the positive relationship between each SNS self-presentation and self-esteem is strengthened.

Based on these results, the study discussed the significance and limitations and proposed a future research direction.

keywords : adolescent athletes, SNS, SNS self-presentation, perceived responsiveness, self-esteem

Student Number : 2020-26326