

50대 이상 장노년층, SNS 많이 할수록 자존감 상승!

인간은 사회적 동물이기에 관계를 맺고 있는 타인의 시선으로부터 완전히 자유로울 수 없다. SNS라는 네트워킹은 관계성의 확장, 소통의 편의성 등 긍정적 측면도 있지만 한편으로 그 굴레에 우리를 가둘 수 있는 위험도 있다.

최근 조사 결과에 따르면 '자기 과시용' 목적의 SNS 사용이 높아지고 있어, 자기 과시를 통해 '자기 어필'과 '인정'을 갈망하는 현대인의 욕구를 엿볼 수 있었다.

이번 넘버즈는 'SNS를 통해 본 현대인의 욕망'에 대해 다루고자 한다. "SNS에서 사람들이 표현하려는 기본 욕망은 자기도취이고 채우고자 하는 것은 관음증"이라고 어느 저자는 말했다.* 타인의 게시물을 기웃거리고, 타인의 시선을 신경 쓰면서 좋은 모습만을 보이고자 애쓰는 현대인들을 조명해 보고자 한다.

*한상기의 소셜미디어특강

일러두기

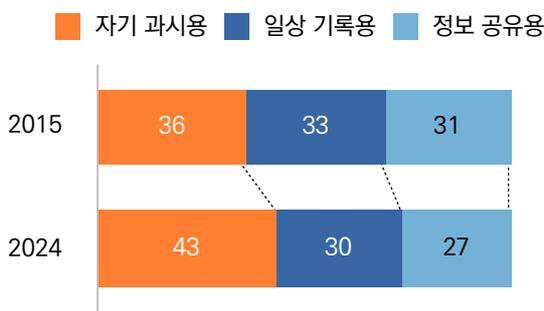
- 본 리포트에서 사용한 자료는 저작권법을 준수합니다.
- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에서 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수 응답 문항의 비율은 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 본 리포트는 저작권법에 의해 각각의 통계마다 그 자료의 출처(생산자)를 의무적으로 명기하고 있습니다. 자료를 인용하실 경우, 원자료 출처(생산자)와 목회데이터연구소 자료임을 반드시 밝혀주시기 바랍니다.

01

[SNS와 자기 과시성] '자기 과시용' 목적의 SNS 사용 높아져!

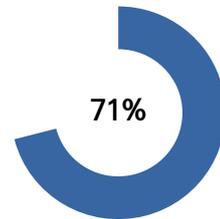
- SNS 활동 행태를 통해 현대인들의 욕구 등을 살펴본다. SNS 계정을 보유하고 있는 만19~59세 국민들을 대상으로 응답자 본인이 SNS에 올리는 게시물이 어떤 목적인가에 따라 '자기 과시용', '일상 기록용', '정보 공유용'으로 구분하여 그 총합이 100이 되도록 평가토록 했다. 그 결과, '자기 과시용'이라는 평가가 43%로 가장 높았는데, 2015년 조사 대비 과시 목적 업로드 경향은 더 강해진 것으로 나타났다.
- SNS 이용 인식 관련 'SNS에서는 모두들 행복한 모습만 보이고 싶어하는 것 같다'에 대한 동의율은 10명 중 7명(71%)이었고, "리트윗", '좋아요'를 얻기 위해 업로드 내용에 많은 에너지를 쓴다'에도 10명 중 4명 이상(44%)이 동의해 주변의 관심과 인정을 갈망하는 현대인들의 욕구를 엿볼 수 있었다.

[그림] SNS 게시물 업로드 주목적 (평균 %)

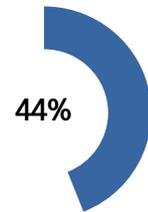


[그림] SNS 이용 관련 전반적 인식 평가 (%)

SNS에서는 모두들 자신의 행복한 모습을 보이고 싶어하는 것 같다



요즘 사람들은 '리트윗(RT)', '좋아요(Like)'를 얻기 위해 업로드 내용에 에너지를 많이 쓴다



※출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 자기(Self) 이미지 선망 니즈 관련 조사, 2024.01.(SNS 계정을 보유하고 있는 전국 만 19~59세 성인 남녀 1,000명, 온라인 조사, 2024.01.16~01.19.)

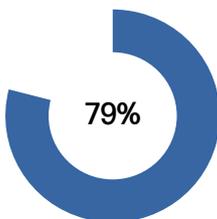
SNS에 자기 과시하는 이유, '자기 어필', '인정 욕구' 때문!

- 응답자 10명 중 8명(79%)은 '요즘 SNS에 자기 과시를 하는 유저가 많은 것 같다'고 인식하고 있었는데 SNS에서 자기 과시를 하는 사람이 많아진 이유가 무엇 때문이라 생각하는지 물었다. 그 결과, '자기 어필하기 위해(64%)', '인정받고 싶어서(62%)', '눈에 띄기 위해(59%)'란 이유가 오차범위 내에서 가장 높았다. 다음으로 '돈을 벌기 위해', '특정한 홍보 목적이 있어서' 등 상업적 수단 활용 목적을 이유로 꼽은 비율도 40%대로 적지 않았다.

[그림] SNS 자기 과시 성향 관련 인식 (동의율)

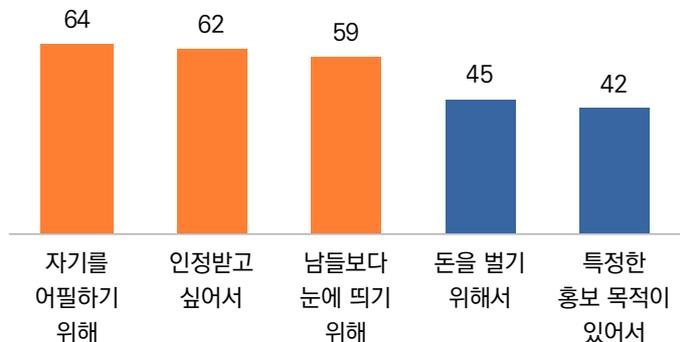
'요즘 SNS에 자기 과시를 하는

유저가 많은 것 같다'



[그림] SNS에 자기 과시를 하는 이유

(SNS 자기 과시 유저 많음 응답자, 중복응답, 상위 5위, %)



※출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 자기(Self) 이미지 선망 니즈 관련 조사, 2024.01.(SNS 계정을 보유하고 있는 전국 만 19~59세 성인 남녀 1,000명, 온라인 조사, 2024.01.16~01.19.)

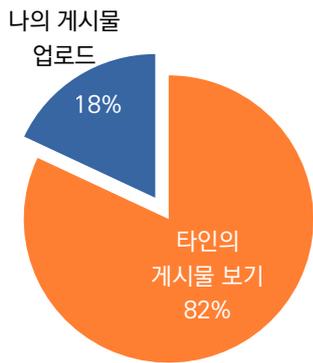
02

[SNS와 타인 의식]

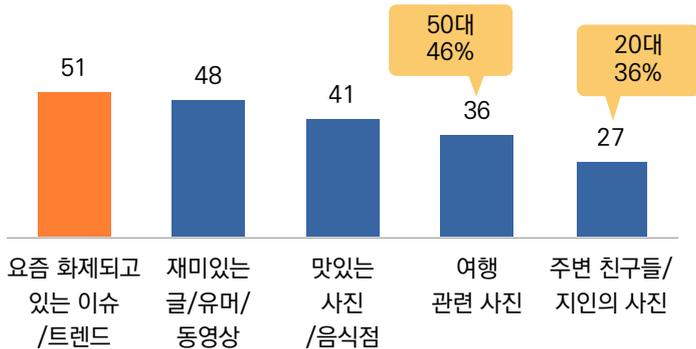
평소 SNS 활동, 내 게시물 업로드보다 타인 게시물 훨씬 많이 본다

- 평소 SNS 활동 비중을 '내 게시물 업로드'와 '타인의 게시물 보기'로 나누어 총합이 100이 되도록 평가하게 한 결과, '나의 게시물 업로드' 18%, '타인의 게시물' 82%로 '타인 게시물 보기'가 압도적으로 높은 비중을 보였다.
- SNS에서 주로 보는 타인의 글, 사진을 물었는데, '요즘 화제되고 있는 이슈/트렌드'가 가장 많았고, 다음으로 '재미 있는 글/유머/동영상', '맛있는 사진/음식점' 등으로 나타났다. 연령별로 보면 20대는 '주변 친구/지인 사진'에 관심이 높은 반면, 50대는 '여행 관련 사진'을 보는 비율이 상대적으로 높았다.

[그림] 평소 SNS 활동 비중 (평균)



[그림] SNS에서 주로 보는 타인의 글, 사진 종류 (SNS에서 타인의 게시물 보는 응답자, 중복응답, 상위 5위, %)

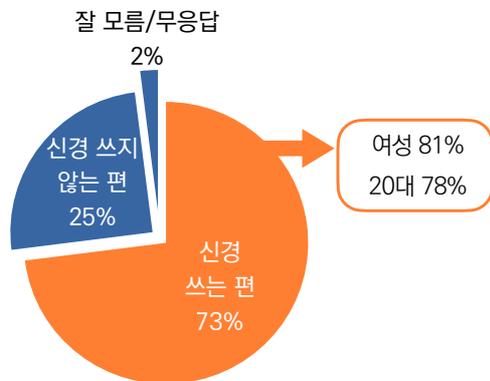


※출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 자기(Self) 이미지 선망 니즈 관련 조사, 2024.01.(SNS 계정을 보유하고 있는 전국 만 19~59세 성인 남녀 1,000명, 온라인 조사, 2024.01.16.-01.19.)

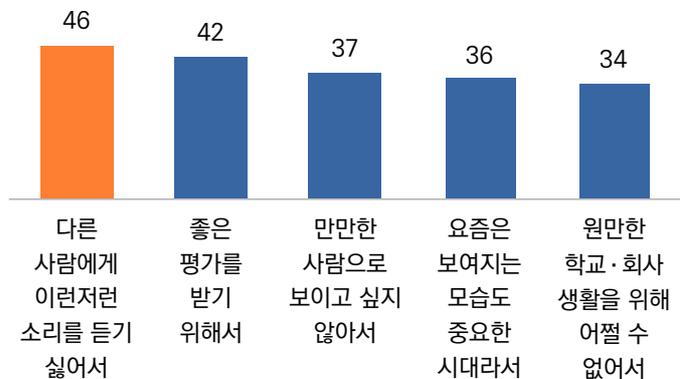
평소 타인의 시선, '신경 쓰인다' 73%!

- 평소 타인의 시선을 얼마나 의식하는지를 물은 결과, 10명 중 7명 이상(73%)이 '타인의 시선을 신경 쓰는' 것으로 나타났고, 특히 '여성(81%)'과 '20대(78%)'에서 '타인의 시선을 신경 쓰는' 비율이 상대적으로 높았다.
- 타인의 시선을 신경 쓰는 이유로는 '다른 사람에게 이런저런 소리를 듣기 싫어서(46%)', '좋은 평가를 받기 위해(42%)', '만만해 보이지 않으려고(37%)' 등의 순이었다. 즉 대외적으로 흠 잡히거나 부정적 평가를 원치 않는다는 얘기이다.

[그림] 평소 타인의 시선 의식 수준



[그림] 타인의 시선 신경 쓰는 이유 (타인의 시선 신경 쓰는 응답자, 중복응답, 상위 5위, %)

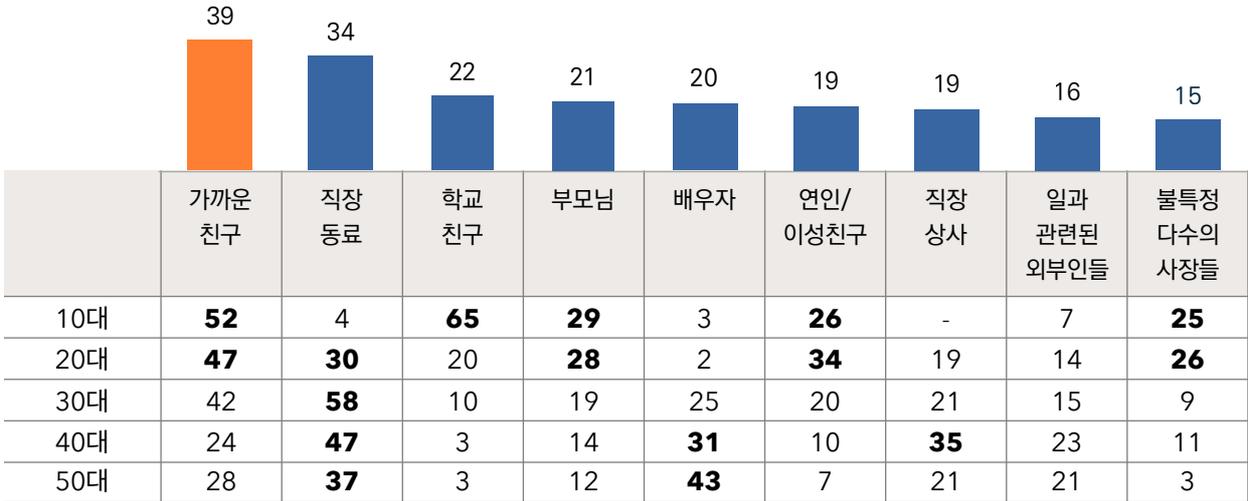


※출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 자기(Self) 이미지 선망 니즈 관련 조사, 2024.01.(SNS 계정을 보유하고 있는 전국 만 19~59세 성인 남녀 1,000명, 온라인 조사, 2024.01.16.-01.19.)

40~50대, '가장 많이 의식하는 타인', 배우자와 직장 동료

- 그렇다면 가장 많이 의식하는 타인은 누구일까? '가까운 친구(39%)'가 가장 많았고, 이어 '직장동료(34%)', '학교 친구(22%)', '부모님(21%)' 등의 순이었다.
- 다만 연령별로 주요 의식 대상은 차이를 보였는데, 10~20대 저연령층은 '친구', '부모님', '연인/이성친구'뿐 아니라 '불특정 다수'까지 신경쓰는 것으로 나타났고, 30대는 '직장동료'를, 40~50대는 '직장 동료'와 '배우자' 등을 가장 의식하고 있는 것으로 나타났다.

[그림] 가장 많이 의식하는 타인 (본인의 행동/태도에 대한 주변인 평가 희망자, 중복응답, 상위 9위, %)



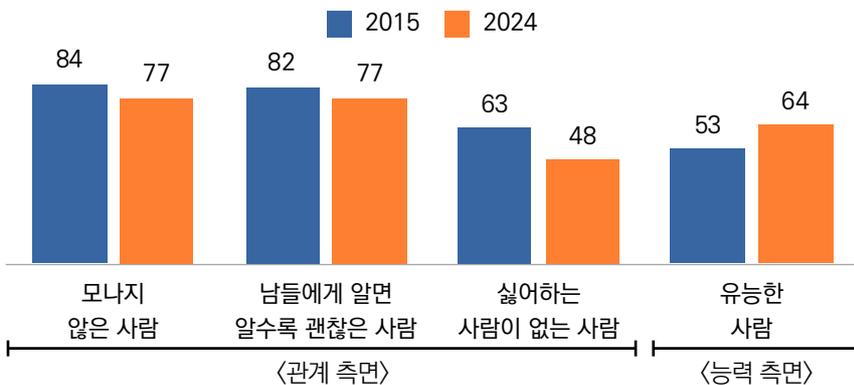
※출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 2024 '나', '타인'에 대한 관심 및 평판 관련 인식 조사, 2024.07.(전국 만 13~59세 남녀 1,000명, 온라인 조사, 2024.07.03.-07.09.)

03

[내가 그리는 나, 타인이 보는 나] 내가 원하는 나의 이미지, '유능한 사람' 비율 높아져!

- 대체로 자신의 대외적인 이미지를 위해 타인의 시선을 의식하고 있음을 앞서 타인의 시선을 신경쓰는 이유를 통해 확인할 수 있었는데, 그렇다면 본인이 추구하고, 타인에게 보이기 원하는 자신의 이미지는 어떤 모습일까? '모나지 않은 사람(77%)', '남들에게 알면 알수록 괜찮은 사람(77%)'이 상위권에 랭크됐다.
- 다만 2015년 조사 대비 '알면 알수록 괜찮은 사람', '싫어하는 사람이 없는 사람' 등 관계적 측면에서 뛰어난 사람을 선호하는 비율은 감소한 반면, '능력' 있는 사람을 선망하는 경향은 강해진 점이 주목된다.

[그림] 스스로 원하는 나의 이미지 ('그렇다' 응답률, %)

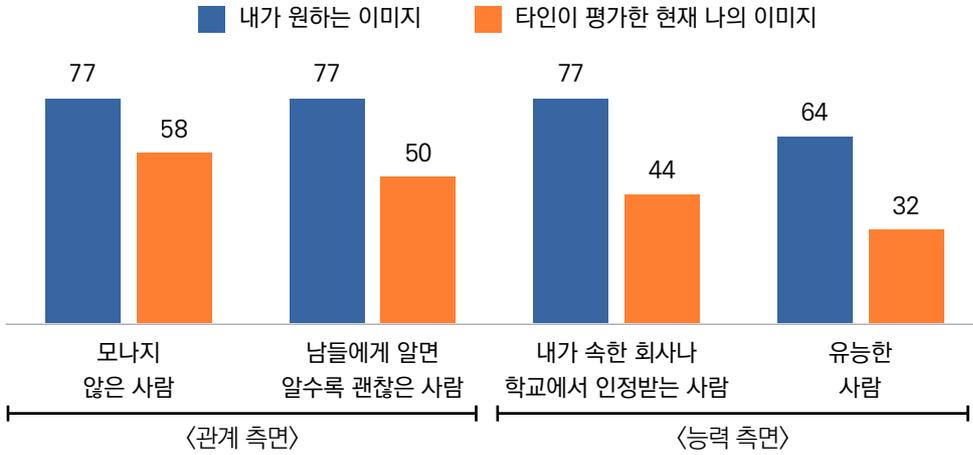


※출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 자기(Self) 이미지 선망 니즈 관련 조사, 2024.01.(SNS 계정을 보유하고 있는 전국 만 19~59세 성인 남녀 1,000명, 온라인 조사, 2024.01.16.-01.19.)

하지만 '자신이 추구하는 이미지'와 '자신의 현 이미지' 평가 사이 간극은 커!

- 본인이 추구하는 이미지와 타인이 보는 나의 이미지는 얼마나 일치할까? 전반적으로 스스로 추구하는 이미지와 현재 자신의 이미지에 대한 평가는 큰 차이를 보였는데 특히 능력 면에서 30%p 이상의 격차를 보였다.

[그림] 스스로 원하는 vs 타인이 보는 나의 이미지 차이 ('그렇다' 응답률, %)



※출처: 엠브레인 트렌드모니터, 자기(Self) 이미지 선망 니즈 관련 조사, 2024.01.(SNS 계정을 보유하고 있는 전국 만 19~59세 성인 남녀 1,000명, 온라인 조사, 2024.01.16~01.19.)

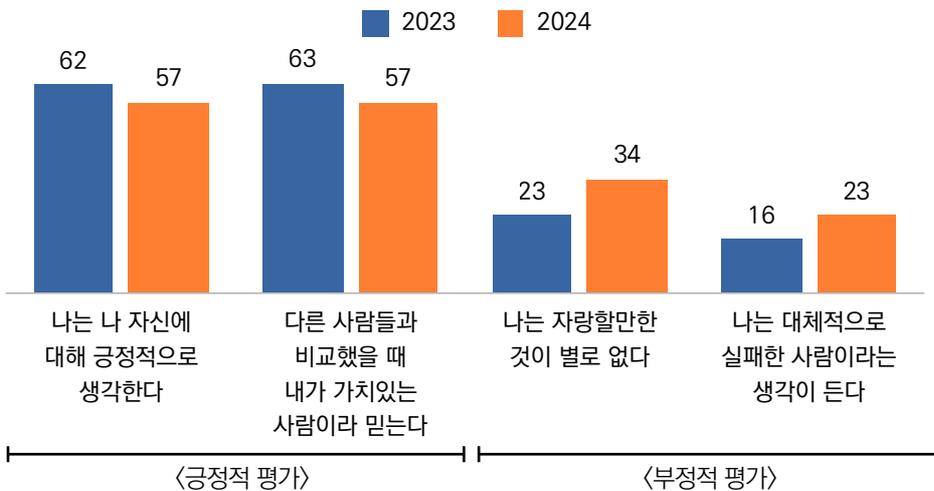
04

[나의 가치 평가]

나의 가치에 대한 부정적 평가, 전년 대비 증가!

- 스스로의 가치 평가 면에서 '자신에 대해 긍정적으로 생각하고', '다른 사람들과 비교했을 때 내가 가치있는 사람이라 믿는다' 등 본인 스스로에 대해 긍정적으로 인식하는 비율은 각각 절반 이상(57%)이었다.
- 다만 2023년 동일 조사 대비 긍정적 평가는 감소한 반면 '자랑할만한 것이 별로 없고', '대체적으로 실패한 사람이라는 생각이 든다'는 부정적 평가는 증가한 점이 주목된다.

[그림] 스스로의 가치 평가 ('그렇다' 응답률*, %)



※출처: 엠브레인 트렌드모니터, 2024 자존감 관련 인식 조사, 2024.07.(전국 만 13~59세 남녀 1,250명, 온라인 조사, 2024.07.02~07.05.)
*5점 척도

자존감 낮은 사람의 특징, ‘타인과 자신을 자주 비교’!

- 앞서 본인 스스로의 가치에 대해 부정적으로 평가하는 사람이 늘고 있음을 확인했는데 이번에는 ‘자존감이 낮은 사람들은 어떤 특징을 갖고 있는지’를 살펴본다.
- 자존감이 낮은 사람의 경우 ‘타인과 자신을 비교(46%)’하는 경향이 강했고, 이어 ‘타인을 지나치게 신경 쓰고(43%)’, ‘남들의 비판이나 지적에 민감하게 반응하며(38%)’ ‘다른 사람의 평가에 불안해하는(37%)’ 등의 응답이 높았다. 자신의 존재 가치를 타인과의 비교를 통해서 찾거나 외부의 평가에 의존하는 경우라고 볼 수 있다.

[그림] 자존감 낮은 사람 특징 (중복응답, 상위 7위, %)



※출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 2024 자존감 관련 인식 조사, 2024.07.(전국 만 13~59세 남녀 1,250명, 온라인 조사, 2024.07.02.~07.05.)

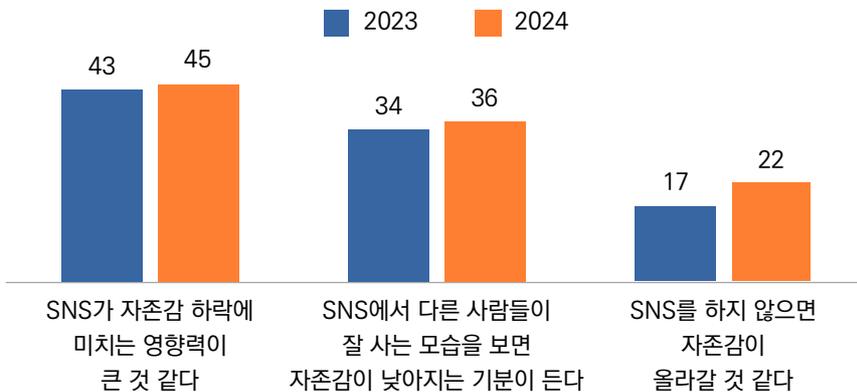
05

[SNS와 자존감]

SNS로 인한 자존감 하락 경험, 2023년 대비 소폭 증가!

- SNS가 자존감에 미치는 영향력은 어떠한가? 몇 가지 진술문을 통해 SNS와 자존감의 상관성을 측정해 보았다. 먼저 우리 국민 절반 가까이(45%)가 ‘SNS가 자존감 하락에 큰 영향을 미치는 것 같다’고 평가했고, ‘SNS에서 다른 사람들이 잘 사는 모습을 보면 자존감이 낮아지는 기분이 든다’에는 3명 중 1명 이상(36%)이 동의했다. 또, ‘SNS를 하지 않으면 자존감이 올라갈 것 같다’에도 22%가 ‘그렇다’고 응답했다.
- 전반적으로 SNS가 자존감에 미치는 영향이 아주 크진 않지만 2023년 조사 대비 자존감 하락 인식이 소폭 증가한 것으로 나타나 그 영향력이 점차 확대되고 있는 것은 분명해 보인다.

[그림] SNS가 자존감에 미치는 영향력 (%)

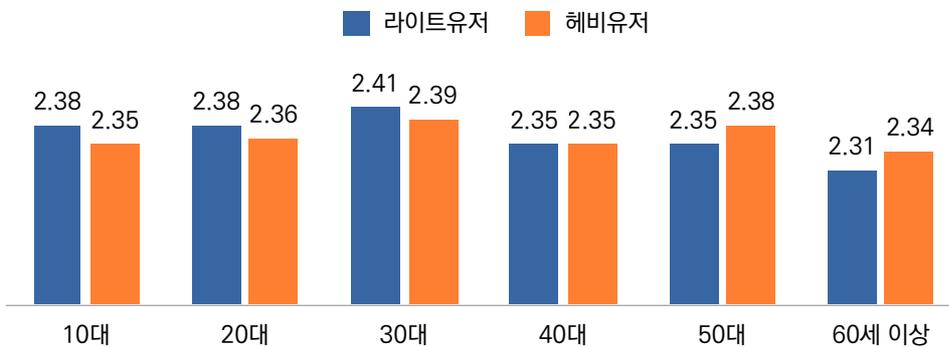


※출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 2024 자존감 관련 인식 조사, 2024.07.(전국 만 13~59세 남녀 1,250명, 온라인 조사, 2024.07.02.~07.05.)

50대 이상 장노년층, SNS 이용 시간 많아질수록 오히려 자존감 상승!

- 정보통신정책연구원의 SNS이용행태 관련 보고서 중 SNS이용시간이 자존감에 미치는 영향을 연구한 자료가 있어 이를 살펴본다.
- SNS 평균이용시간을 산출하여 3개 집단(헤비유저, 미디엄유저, 라이트유저)*으로 구분한 후 연령대별 각각의 집단의 자존감(7점 척도)을 비교한 결과, 10대부터 30대까지는 SNS이용시간이 긴 헤비유저일수록 자존감 점수가 떨어지는 반면, 50대와 60세 이상 장노년층의 경우는 오히려 헤비유저일수록 자존감 점수가 상승하는 상반된 결과를 보인 점이 흥미롭다.
- 앞서 젊은 층은 SNS에서 타인과 비교하는 경우가 많고, 많은 시간을 SNS에 허비하는 것이 일상을 방해하는 등 자아 성장에 부정적 영향을 끼쳐 자존감이 낮아지는 요인으로 작용할 수 있다. 그러나 장노년층의 경우 디지털 기기 활용 능력이 디지털 시대를 적응하는 데 중요한 요인이 되기에 이러한 디지털 기기를 사용하는 데 두려움이 적어지고 이용시간이 길어지는 것은 개인(장노년층)의 자존감이나 관계적 만족도 향상으로 이어질 수 있음을 보여준다.

[그림] SNS 이용 집단별* 자존감 비교 (연령대별, 7점 척도, 점)



※출처 : 정보통신정책연구원(KISDI) STAT REPORT 23-03호, SNS 이용시간이 삶의 만족도와 자아존중감에 미치는 영향, 2023.02.15.

*연령별 SNS 평균 이용시간을 산출한 후 짧은 시간부터 긴 시간까지 세 개 구간으로 나뉘 하위 1/3에 해당하는 집단을 라이트유저, 중위 1/3 집단을 미디엄유저, 상위 1/3 집단을 헤비유저로 명명함

06

[자존감 상승을 위한 노력] 좋은 지인과의 관계/교류, 자존감 높이는 데 큰 영향 줄 수 있어!

- 이런 자존감 상승에 영향을 주는 요소를 물은 결과, ‘자신감 있고 긍정적인 태도’와 ‘나를 지지, 사랑해주는 사람의 존재’를 가장 높게 꼽았다. 상위 5위 중 3개가 ‘관계적 요소’로 나타나 긍정적 인간관계 형성과 교류가 자존감을 높이는 데 도움을 줄 수 있음을 시사했다.

[그림] 자존감 상승에 영향을 주는 요인 (중복응답, 상위 5위, %)



※출처 : 엠브레인 트렌드모니터, 2024 자존감 관련 인식 조사, 2024.07.(전국 만 13~59세 남녀 1,250명, 온라인 조사, 2024.07.02.~07.05.)

이번호 요약

1. '자기 과사용' 목적의 SNS 사용 높아져!

- SNS 활동 행태를 통해 현대인들의 욕구를 살펴보았다. SNS 게시목적을 세 가지로 분류하여 총합이 100이 되도록 평가한 결과, '자기 과사용(43%)'이란 평가가 가장 높았고, 2015년 조사 대비 과시 목적 업로드 경향은 강해진 것으로 나타났다.

2. 평소 타인의 시선, 신경 쓰인다 73%!

- SNS에서뿐 아니라 평소 일상생활 속 타인의 시선을 얼마나 의식하는지를 묻은 결과, 10명 중 7명 이상이 타인의 시선을 신경쓰고 있었고, '여성(81%)'과 '20대(78%)'에서 그 비율이 상대적으로 높았다.

3. 50대 이상 장노년층, SNS 이용 시간 많아질수록 오히려 자존감 상승!

- SNS 평균이용시간별 3개 집단으로 구분 후 연령대별 각각의 집단의 자존감을 비교한 결과, 10~30대까지는 SNS이용시간이 긴 헤비유저일수록 자존감 점수가 떨어지는 반면 50대 이상 장노년층의 경우는 오히려 헤비유저일수록 자존감 점수가 상승하는 상반된 결과가 나타났다.

함께 보면 좋은 자료

*아래 제목을 누르면 전체 내용을 보실 수 있습니다.

- ▶ [칼럼] SNS의 시대, 건강한 자존감 지키기
- ▶ [서적] 한상기의 소셜미디어 특강 (한상기 저, 에이콘출판사)

관련 성경 구절

내가 여호와와 명령을 전하노라 여호와께서 내게 이르시되 너는 내 아들이라 오늘 내가 너를 낳았도다 (시편 2편 7절)

목회 적용점

프랑스의 유명한 정신의학자 자크 라캉은 인간 욕망의 척도는 타자라고 했다. 남들도 원하는 것, 남들보다 더 잘 사는 것을 욕망하는 것이 인간의 한계라는 의미이다.

SNS는 이런 내면의 욕망을 보여주기 위한 훌륭한 통로가 될 수 있다. 우리는 SNS에서 자신의 약점과 문제는 거의 드러내지 않는다. 이번 넘버즈 결과처럼 'SNS에서는 모두들 자신의 행복한 모습만을 보이고 싶어하고(71%)', '좋아요' 등을 얻기 위해 많은 에너지를 쓰는 것을 보게 된다(44%). 즉, 주변의 관심과 인정을 갈망한다는 얘기다.

한편 셀프 이미지와 관련된 조사 결과를 살펴보면 스스로 원하는 나의 이미지로 '모나지 않은 사람', '남들에게 알면 알수록 관찮은 사람' 등 관계적 측면보다는 '유능한 사람'을 선망하는 경향이 점차 강해지고 있음을 알 수 있었는데, 이는 사회성보다는 성공을 추구하는 사회적 분위기를 반영하는 데이터로 주목된다. 더 나아가 인정욕구 측면에서 살펴보면 '유능한 사람'으로서의 셀프 이미지가 채워지지 않으면 심리적으로 큰 좌절감을 주고, 이는 자존감 하락으로 이어질 수 있다는 문제가 있다.

그렇다면 교회는 성도들의 자존감 회복·상승을 위해 어떤 역할을 할 수 있을까? 소그룹 모임 등에서 관계적 지지를 통해 긍정적 영향을 끼치고 자존감을 높이는 데 기여할 수도 있지만 50대 이상 장노년층의 경우 SNS 이용 능력 등 디지털 리터러시 역량 강화 교육을 통해서도 가능하다는 게 이번 넘버즈의 결론이다. 장노년층의 자존감 향상을 위해 교회 차원에서 디지털 기기 활용 강좌 등을 개설할 것을 제안한다.