

어머니의 셰어런팅(sharenting) 변화 과정에 대한 연구

A Study on the Changing Process of Mother's Sharenting

서지은 · 양성은*

인하대학교 대학원 아동심리학전공 박사과정 · 인하대학교 아동심리학과 교수*

So, Jieun · Yang, Sungeun*

Department of Child Studies, Inha University

Abstract

The purpose of this study was to examine the process of mother's sharenting change. This study intends to obtain an understanding of mothers of the new media generation and determine how sharenting can coexist with child respect. This study collected data through focus group interviews. A total of 16 mothers were interviewed through four focus groups. Data were analyzed using Kvale's interview analysis method. According to results of this study, a mother's sharenting goes through change processes of 'Entry', 'Immersion', 'Crisis', and 'Coordination'. In each process, mothers have positive and negative experiences. A sense of respect for their children arises. Through this study, it is expected that parenting of mothers of the new media generation will be supported and social discussion about respect for children will be actively conducted on sharenting.

Keywords: Sharenting, Mother's self-expression, Communication, Children's rights

I. 서론

자녀를 양육하는 사진이나 동영상을 SNS(Social Network Service: SNS)에 게시하고 타인과 공유하는 부모들이 증가하고 있다. 이러한 행위는 셰어런팅(sharenting)이라는 용어로 개념화된다. 셰어런팅은 공유를 의미하는 셰어(share)와 양육을 의미하는 페어런팅(parenting)의 합성어이다. 이는 SNS에서 이루어지므로 이에 익숙한 밀레니얼 세대(millennial generation)의 부모에게서 주로 보인다. 현재 미성년 자녀를 양육하는 어머니의 평균 출생 연도는 1980년대로 디지털 네이티브(digital native)세대에 해당한다(육아정책연구소, 2020). 이들은 사진과 영상을

통해 자신을 드러내기를 선호하며, 즉각적인 소통을 주고 받는다. 따라서 이미지 중심의 시각적 플랫폼인 인스타그램(instagram)을 가장 많이 사용하는 것으로 나타난다(임명성, 신용재, 2019; 유수현 외, 2021).

이미지 중심의 SNS가 가진 특징은 부모들의 셰어런팅 동기에 반영된다. 우선, 자기표현의 동기가 있다. SNS에서는 자신이 표현하고자 하는 이미지를 선택하여 공개할 수 있다. 이에 부모들은 자녀의 이미지를 활용해 양육자로서의 자기를 표현해 나간다(Holiday et al., 2020). 또한 관계의 형성이 동기가 되기도 한다. 부모들은 확장된 관계 안에서 정보를 공유하고 소통을 이어간다. 육아에 대한 경험을 공감하고 위로와 격려를 주고받는 소통도 이

이 논문은 인하대학교의 지원에 의하여 연구되었음 (This work was supported by INHA UNIVERSITY Research Grant).

이 논문은 2022년 한국생활과학회 하계연합학술대회 포스터발표를 보완한 것임.

* Corresponding author: Yang, Sungeun

Tel: +82-32-860-8117, Fax: +82-32-863-3022

E-mail: syang@inha.ac.kr

© 2023, Korean Association of Human Ecology. All rights reserved.

워진다. 이에 세어런팅에서 소통은 부모에게 정서적 지지를 제공하고 유대감을 증진하는 긍정적 측면을 지닌다(Brosch, 2018). 이 밖에도 자기가 알고 있는 육아 정보와 지식을 공유하고 부모 역할에 대한 신념을 구성하며 부모의 긍정적 양육태도에 영향을 미친다(Hong & Ryu, 2023). 이러한 태도는 긍정적 양육행동으로 이어진다(김지현 외, 2017; 나종혜 외, 2021; 한혜림, 2020). 이에 부모가 세어런팅을 통해 경험하는 소통과 사회적 지지는 궁극적으로 기능적인 양육행동으로 이어질 가능성이 있다.

세어런팅이 부모에게 부정적 영향을 미치는 경우도 존재한다. 타인의 것을 관찰하고 육아에 관한 정보를 접하며 자녀의 발달 속도, 육아 방식, 환경 등을 비교하게 된다(김선미, 김정민, 2020). 이러한 사회비교는 우울감이나 양육불안에 영향을 미치기도 한다. 그럼에도 불구하고 세어런팅은 증가하고 있다. 개인정보보호위원회(2022)의 조사 결과에 따르면 86%의 보호자가 자녀의 사진을 SNS에 올린다고 응답했다. 이는 세어런팅이 뉴미디어 세대 부모가 채택하는 새로운 방식의 육아 형태라는 점을 시사한다. 그러나 게시물의 주체가 어머니 자신이 아닌 미성년 자녀라는 점에서 다양한 쟁점을 야기한다.

세어런팅의 아동존중 침해 우려는 이에 대한 정의에도 드러난다. Lazard et al.(2019)은 부모가 자녀에 대한 정보를 디지털상에 공유하는 관행을 설명하는 용어로 정의하였다. Plunkett(2020)은 부모, 조부모, 교육자 및 기타 신뢰할 수 있는 성인이 아동에 대한 개인 정보를 사용하여 디지털 활동에 참여하는 것으로 설명하였다. Steinburg(2017)는 부모들이 자녀의 세세한 삶의 부분까지 온라인에 공개하는 것이라고 정의했다. Brosch(2018)는 부모가 사진, 영상, 게시물의 형태로 아동에 대한 다량의 세부적 정보를 공개하는 것이며, 이러한 행위는 아동의 사생활을 침해하는 행위로 세어런팅의 아동권리 침해 이슈를 강조하기도 했다. 종합하면 세어런팅은 부모가 자녀의 동의 없이 자녀의 정보를 SNS에 노출하는 것으로 아동존중의 측면에서 문제점을 가지고 있다.

세어런팅의 문제점은 비판적 입장의 근거가 된다. 자녀에 대한 이미지를 활용하여 자기표현을 하려면 필연적으로 자녀의 사생활을 공개하게 된다. 나아가 세어런팅에 대한 즉각적 반응은 자녀의 개인정보를 공개하도록 더욱 자극한다. 이는 자녀의 삶에 유해한 결과를 야기한다. 마음에 들지 않는 자신의 이미지가 노출되거나, 드러내고 싶지 않은 사생활이 공개되어 굴욕감, 좌절을 느낄 수도 있다(Klucarova & Hasford, 2023; Steinberg, 2017).

또한 부모에 의해 남게 된 SNS상의 이미지는 자녀의 정체성으로 굳어짐에 따라 성인이 된 후에 경제, 사회 활동에서 제약을 받게 될 위험도 존재한다. 미디어의 발달로 온라인상의 기록은 개인의 정체성과 신용에 중요한 부분으로 작용하기 때문이다(UNICEF, 2017). 이러한 위험성은 자신을 보호해야 하는 부모로부터 이루어진 일이므로 부모에 대한 신뢰가 좌절되며 이후 부모와 자녀 관계에도 부정적 영향을 미칠 수 있다.

세어런팅이 아동권리를 침해한다는 것은 명백하다. 그러나 이는 부모 사이에서 활발하게 확대되는 시대변화의 흐름을 반영한 육아의 형태이며, 부모의 긍정적 양육태도에 기여하는 요인이 존재하는 것도 사실이다. 따라서 비판적 측면만을 부각하기보다 새로운 형태의 육아가 사회적으로 바람직한 방향으로 자리 잡을 수 있도록 고민할 필요가 있다. 이를 위해 어머니의 세어런팅 동기 및 경험에 대한 이해가 선행되어야 한다.

최근 국내에서도 세어런팅을 하는 어머니를 이해하고자 하는 연구가 이루어지기 시작한 것은 고무적이다. Hong과 Ryu(2023)는 세어런팅에 대한 긍정적 경험에 대해 고찰하였다. 어머니는 자녀의 성장 기록을 통해 타인과 소통함으로써 공감대를 형성한다. 또한 부모로서 자신의 부족한 점이나 부모의 역할에 대한 자기성찰을 경험한다고 밝혔다. 이보람(2022)은 특수 질환을 앓는 자녀를 양육하는 어머니의 경험에 초점을 맞추었다. 어머니들은 자녀의 질병에 대한 정보를 습득하고 정서적 지지를 나누며 연대하는 경험을 한다고 밝히며, 특수한 상황에 놓인 어머니들에게 세어런팅이 긍정적으로 작용할 수 있음을 강조하였다.

한편 세어런팅의 부정적 측면에 대해 다른 연구들도 대두되고 있다. 노인순, 김승희(2020)는 어머니들이 세어런팅을 통해 얻는 정보에 대한 만족도가 낮다고 했다. 이는 부정확한 정보가 대부분이기 때문이다. 또한 세어런팅에서 이루어지는 사회비교는 어머니들의 우울감, 스트레스 등의 심리적, 신체적 문제를 야기한다고 밝혔다. 김선미, 김정민(2020)은 세어런팅에서의 사회비교를 집중적으로 고찰하며 이는 어머니의 양육불안에 영향을 미친다고 주장했다. 강누리, 강지영(2022)의 연구에서는 어머니의 세어런팅 조율 경험까지 확장하여 다루었다. 어머니들은 긍정적, 부정적 경험을 통해 세어런팅을 줄이거나 중단하며 실제 삶과 세어런팅을 조율하는 것으로 나타났다. 이상의 연구들은 어머니들의 경험을 이해하며 세어런팅이 이들에게 어떤 영향을 미치는지를 밝히고 있다. 그러

나 지금까지의 연구는 동기와 경험에서 오는 의미를 긍정과 부정의 단편적 측면으로 나누어 살펴보고 있다는 한계가 있다. 셰어런팅은 복합적인 동기와 경험에서 발생하는 심리적 갈등, 그리고 이를 해소하기 위한 조절이 끊임없이 이루어지는 단계적이고 입체적 경험이기 때문이다. 따라서 실증적 데이터를 활용하여 셰어런팅을 하는 주체들의 본질적 경험의 탐색이 이루어질 필요가 있다.

이에 본 연구는 셰어런팅에 적극적으로 참여한 어머니들을 대상으로 그 변화 과정을 포착하는데 목적을 둔다. 이를 고찰하면서 변화 과정에서 나타나는 아동존중에 대한 쟁점을 함께 살펴볼 것이다. 이를 바탕으로 본 연구가 뉴미디어 활용에 적극적인 어머니 세대에 대한 이해와 함께 아동에 대한 존중을 공존시키는 방법에 대해 시사하고자 한다.

II. 연구 방법

1. 연구참여자

본 연구의 연구참여자는 질적연구방법의 유목적 표집법(purposeful sampling)에 따라서 총 16명의 연구참여자를 선정하였다. 연구참여자 선정의 준거는 (1) 과거 혹은 현재 자녀의 사진을 최소 10개월 이상 인스타그램에

공개적으로 게시한 경험이 있으며, (2) 자료수집 기간 중 셰어런팅의 공개 형식에 변화가 있었던 어머니들이다. 셰어런팅 공개 형식의 변화란 셰어런팅 계정을 공개로 운영했다가 비공개로 전환하거나 중단한 것을 의미한다.

모집된 16명의 연구참여자 중, 현재 인스타그램 계정을 비공개로 전환한 사람은 14명(86%), 중단이 1명(6%), 비공개 예정이 1명(6%)이었다. 비공개 예정은 면접 당시에 홍보 게시물을 공개하는 조건으로 육아 교육 교구를 협찬 받고 있었으나, 조건 기간이 끝남과 동시에 비공개로 전환할 의사를 밝힌 경우이다. 단, 인스타그램에서 계정을 비공개로 전환하였다고 해도 자신이 승인한 팔로워에게는 게시물이 모두 공개가 되기 때문에 완전한 의미의 비공개라고 하기는 어렵다. 따라서 본 연구에서 셰어런팅 비공개란 미디어 관계망을 축소한 채 이루어지는 셰어런팅을 의미한다.

연구참여자의 평균 연령은 34.2세이다. 이들의 자녀는 총 25명으로, 연령은 12개월 이하의 영아 1명(4%), 유아 22명(88%), 학령기 아동 2명(8%)이다. 참여자의 직업은 전업주부가 11명(68%), 개인사업자 2명(13%), 보육 기관 종사자 2명(13%), 프리랜서 1명(6%)으로 나타났다. 이들 중 2명은 인스타그램을 통해 협찬 받은 경험이 있었다. 어머니 연구참여자들의 구체적인 기본정보는 <표 1>과 같다.

<표 1> 어머니 연구참여자 기본정보

그룹(ID)	자녀 연령 및 성별	SNS 공개여부	참여자 연령	직업	협찬경험	
A	어머니1	5세(남), 3세(여)	비공개 전환	33세	프리랜서	-
	어머니2	10개월(남)	비공개 예정	30세	전업주부	교육 교구
	어머니3	5세(여)/3세(여)	비공개 전환	33세	전업주부	-
B	어머니4	6세(여)	비공개 전환	35세	어린이집 원장	목욕제품
	어머니5	5세(여)	비공개 전환	30세	어린이집 보건의교사	-
	어머니6	8세(여), 6세(여)	비공개 전환	33세	개인사업	-
	어머니7	4세(남)	비공개 전환	39세	전업주부	-
어머니8	4세(남)	SNS 중단	34세	전업주부	-	
C	어머니9	6세(남), 3세(남), 3세(남)	비공개 전환	39세	전업주부	-
	어머니10	4세(남), 4세(남)	비공개 전환	34세	전업주부	-
	어머니11	5세(남), 2세(여)	비공개 전환	38세	전업주부	-
	어머니12	8세(남), 2세(여)	비공개 전환	38세	전업주부	-
	어머니13	6세(남)	비공개 전환	33세	전업주부	-
D	어머니14	3세(여)	비공개 전환	31세	개인사업	-
	어머니15	1세(남)	비공개 전환	35세	전업주부	-
	어머니16	3세(남), 1세(여)	비공개 전환	32세	전업주부	-

2. 자료 수집

어머니의 세어런팅 경험을 조사하기 위해 세어런팅의 동기와 긍정적, 부정적 경험을 탐색하고 아동존중에 관련된 이슈를 도출하고자 포커스그룹면접(focus group interview) 방법을 활용하여 자료를 수집하였다. 포커스그룹면접은 구체적인 주제에 대해 유사한 경험을 가진 집단이 모여 경험과 의견을 나누는 자료 수집 방법이다. 또한 그룹 토론을 통해 타인의 이야기를 듣고 자기 경험을 탐구하고 발견하여 참여자들의 인지적 활성화를 시키기 유용한 방법이다(Schwandt, 2007).

본 연구는 참여자들을 네 집단으로 나누어 면접을 진행하였으며, 각 집단 별 평균 2시간 동안의 면접 시간이 소요되었다. 세 집단은 줌(Zoom)을 활용한 비대면 면접에 참여하였고 나머지 한 집단은 대면 면접으로 진행하였다. 포커스그룹면접의 주요 질문은 다음과 같다. 첫째, 세어런팅의 동기는 무엇인가? 둘째, 세어런팅의 공개 범위를 조정하게 된 동기는 무엇인가? 셋째, 세어런팅의 공개 범위를 조정하는 과정에서 어떤 경험을 하였는가? 넷째, 자녀의 사진을 노출하면서 문제나 갈등을 경험한 적이 있는가? 다섯째, 세어런팅은 자신에게 어떤 의미인가? 등이다. 또한 질적연구방법에서의 순환적 과정에 따라 새로운 면접내용을 추가로 보완하며 자료수집을 진행하였다.

연구 윤리 준수를 위해 자료수집 전 참여자들에게 연구 목적과 내용을 설명하였다. 또한 인터뷰 내용이 녹화 및 녹음되며 면접 도중 연구참여를 철회할 수 있음을 고지한 후 참여자들의 자발적 참여 의사를 확인하고 연구참여 동의를 받았다. 면접의 모든 내용은 연구참여자들의 동의에 따라 녹취하였다. 모인 자료는 전사 후 분석을 진행하였다.

3. 자료 분석

수집된 자료는 전사를 거쳐 Kvale(1996)가 제안한 5개의 면접분석방법에 따라 분석하였다. 구체적으로 참여자들이 일상용어로 표현한 면접 자료를 간결한 의미단위로 전환하는 의미함축(meaning condensation)을 거쳐 범주화(meaning categorization)하였다. 범주화를 통해 수집된 자료는 면접 당시의 시간적, 공간적 상황 내에서 재구성되어 자체의 줄거리를 가진 의미구조화(meaning structuring through narratives)에 이르게 되고, 궁극적으로 보다 거시적인 사회적, 문화적 틀 안에 재맥락화됨으로써 의미해석(meaning interpretation)에 도달한다. 이 과정에서 수치, 도형, 순서도 등 다양한 방법을 절충하여 의미창출(meaning generation through ad hoc methods)을 보완하게 된다.

본 연구는 Kvale(1996)의 면접분석방법에 따라 <표 2>와 같이 분석을 실시하였다. 먼저 전사본을 개괄하며 각각의 연구참여자의 세어런팅 동기, 세어런팅을 하며 경험하는 긍정적 작용과 갈등, 이에 대처하는 방식, 이 과정에서 표출되는 감정, 태도, 가치관 등에 주목하여 의미단위를 도출하였다. 이때 개인 수준에서 도출된 의미단위가 집단 내에서는 어떻게 드러나는지를 포착하였고, 궁극적으로 집단 간 비교를 통해 결과를 도출하였다. 다음으로 모든 사례에서 공통적으로 나타나는 의미단위와 특정 사례에서 나타나는 혹은 나타나지 않는 독특한 의미단위의 범주화를 실시하고, 범주 간의 논리적 연계를 통해 구조화하면서 해석을 시도하였다. 예를 들어, “아이 행동이 고민스럽고 걱정스럽다고 올리면 또래를 키우는 엄마들이 댓글을 달아줘요.”, “비슷한 상황에 있는 사람들이랑 소통하다 보니 나만 힘든 게 아니라고 느껴지니까요.” 등의 내용은 ‘유대감’이라는 의미단위로 도출되었다. 이리

〈표 2〉 Kvale의 분석방법에 따른 세어런팅 경험의 분석 예시

연구참여자들의 목소리(in vivo)	의미단위	의미범주화
“유실될 염려 없는 기록” “아이들 사진도 올리고 글도 정리해서 쓸 수 있으니까”	기록의 유용성	진입
“엄마표 영어나 책 육아, 홈스쿨 정보를 찾아봄” “인스타그램에는 최근 정보가 많이 올라오니까”	육아 정보 습득	
... (중략)		
“아이들의 점검을 받고 올려요.” “아이들이 올리지 말라고 얘기하면 엄마 입장에서 어쨌든 한 번 주출할 것 같은데.”	자녀의 의사를 반영하여 세어런팅	조정

한 감정은 셰어런팅을 지속하는 중에 발생하며, 셰어런팅의 강화 요인이라는 점을 고려하여 ‘몰입’ 단계로 범주화하였다. 동일한 작업을 통해 도출된 셰어런팅의 4단계들을 일련의 과정으로 배열하였다. 이후 의미구조화 작업을 실행하고 그 의미를 해석하였다.

본 연구는 Creswell(2006)이 제시한 질적 연구의 타당화 검증(verification)을 통해 질적 연구의 신뢰도(credibility)와 전이가능성(transferability)을 높이고자 하였다. 이는 연구자의 가치가 개입된 과정을 평가하여 현상에 대한 이해를 획득하고자 하는 것이다(유기웅 외, 2018). 본 연구에서 실시한 타당화 검증은 동료 간 협의(peer debriefing)이다. 이 과정을 통해 우선적으로 분석 준거를 정교화하였다. 이를 토대로 수집된 자료가 내포하고 있는 셰어런팅 경험의 의미를 반복 확인하여 의미단위로의 전환과 의미 범주화 과정을 거쳤다. 이후 의미단위와 의미범주화의 내용을 전사본과 반복적으로 비교하며 분석과정에서 범할 수 있는 오류들을 건제하고 연구의 결과를 검증해 나갔다. 또한 연구 결과를 상세하게 기술하고 풍부한 묘사를 제공하여 전이성을 높이고자 하였다.

III. 연구 결과

본 연구는 어머니의 셰어런팅의 경험을 변화의 과정으로 이해하고자 하였다. 연구 결과를 통해 셰어런팅 변화의 과정을 진입, 몰입, 위기, 조정의 네 단계로 도출한 내용을 제시하고자 한다. 이상의 단계는 순차적으로 이루어지는 단계라기보다 유기적으로 반복되고 순환하는 나선

형의 단계로 나타난다. [그림 1]은 본 연구 결과를 구조화하여 도식화한 것이다.

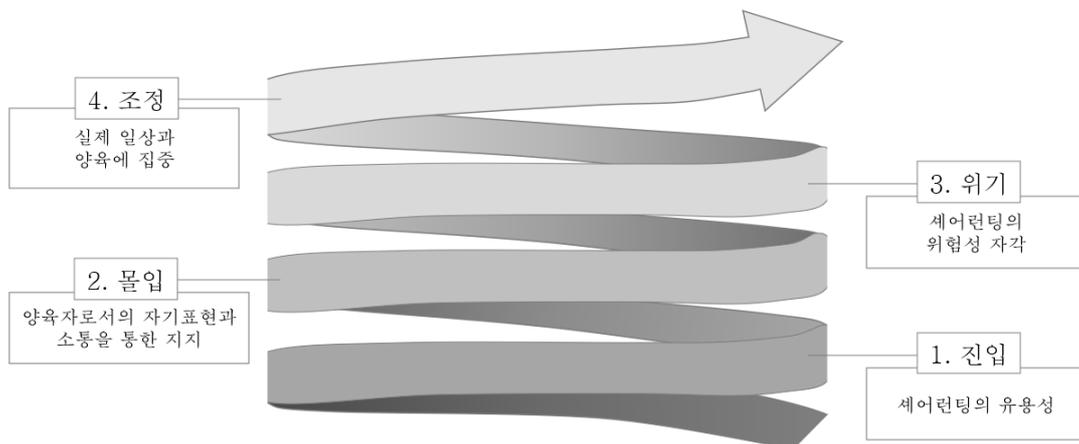
1. 진입

인스타그램은 이미지를 활용하여 손쉽게 자신의 관심사나 자기표현을 가능하게 한다. 또한 즉각적인 반응이 가능하여 다수의 사람과 소통이 용이하다는 특징이 있다. 이러한 특징은 연구참여자들의 셰어런팅 진입의 동기가 된다. 우선 연구참여자들은 육아 정보를 습득하기 위해 셰어런팅을 시작한다. 시각 중심의 육아 정보는 심리적 부담이 적고 짧은 시간 안에 정보를 빠르게 습득할 수 있다는 장점이 있다. 또한 최신의 정보를 습득하기 위해 셰어런팅에 진입하기도 한다.

엄마표 영어나 책 육아, 홈스쿨에 관심이 많아서 그런 정보를 주는 분들의 인스타를 많이 봤어요(#3).

애들한테 필요한 것들 내가 몰랐는데, ‘이 엄마는 이런 거 쓰고 있네, 괜찮아봐’ 이러면서 나도 찾아보게 되고 전사나 체험 같은 정보를 참고했어요(#9).

육아 기록은 연구참여자들이 공통적으로 강조하는 셰어런팅의 동기이다. 이미지 중심의 육아 기록은 작성이 쉽고 결과물도 직관적이다. 따라서 셰어런팅에서 ‘육아 일기(#8)’와 ‘추억 기록(#10)’의 유용성은 연구참여자들이 이에 진입하는 계기가 된다. 또한 연구참여자들은 핸드폰이나 전자기기에 기록할 경우 기기의 분실이나 고장



[그림 1] 셰어런팅의 4단계

으로 데이터가 유실될 것을 염려하였다. 그에 대한 대안으로 셰어런팅은 ‘데이터 유실의 염려가 없는 기록(#1)’의 수단이 되었다.

타인과의 실시간 소통이 가능하다는 점도 동기가 되었다. 진입 초기에는 새로운 정보를 얻고 온라인상에서 더 많은 양육자와 소통하며 셰어런팅에 대한 흥미를 느낀다. 소통의 대상은 특정되지 않기에 진입 단계에서는 공개적 셰어런팅이 이루어진다. 자녀의 이미지를 게시하며 누구나 자기의 셰어런팅에 접근할 수 있도록 공개하는 것이다.

집에서 애들 보다 보면 나가서 활동하기도 쉽지 않고 사람들을 만나기도 어렵지만 여기[인스타그램]서는 다른 사람이 애들 데리고 여기저기 다니는 것도 대리만족으로 보고 소통 창으로도 사용하기도 하고(#9)

진입 단계에서는 연구참여자들은 셰어런팅에 적극성을 보인다. 이들은 게시물에 해시태그를 달며 네트워크 관계망을 확장한다. 해시태그는 온라인 게시물에 하이퍼링크를 삽입하는 것으로 게시물에 대한 타인의 접근성과 인기도를 높이기 위한 수단으로 활용된다(송승아, 신형덕, 2022). 연구참여자들은 더 많은 사람들이 게시물에 유입될 수 있도록 해시태그를 활용하였다. 이때, 자녀의 개인 정보인 개월 수, 거주 지역, 출석 기관 등이 해시태그의 키워드가 된다.

개월수, 장소, 사진 보면 알 수 있는 정보들을 키워드로 해시태그했던 것 같아요 많은 사람들이랑 소통하려고 육아소통, 육아스타그램 이런 식으로도 올린 적도 있고요(#3).

반대로 셰어런팅의 진입 단계에서 연구참여자들은 신중한 모습을 보인다. 타인에게 자기 모습이 어떻게 비칠지를 고려하기 때문이다. 따라서 업로드를 위한 이미지를 촬영하고 선택하는 데 ‘나름대로 사진을 선별하며’ 주의를 기울인다. 또한 자녀의 모습이 돋보일 수 있도록 ‘사진의 구도, 분위기 등을 고려하여 사진을 촬영(#15)’하기도 했다.

2. 몰입

연구참여자들은 셰어런팅을 활용하여 양육자로서의 자기표현을 한다. 구체적으로 현실적인 양육자, 이상적인 양육자, 유능한 양육자의 모습을 표현하고자 하는 것으로 나타났다. 이러한 자기표현은 셰어런팅의 장(context)인 댓글을 통해 유대감, 양육효능감, 유능감을 증진하며 셰어런팅에 몰입한다.

연구참여자들은 현실적인 양육자의 모습을 표현하기 위해 육아에 대한 고민이나 고충을 드러냈다. 이를 표현하기 위해 사용되는 자녀의 이미지로는 병원 배경의 사진, 다치거나 아픈 모습, 투정을 부리는 모습 등이다. 더불어 걱정, 체념, 고충을 토로하는 글을 함께 게시하기도 했다. 여기에는 공감과 위로의 댓글이 달린다. 이들은 댓글에 대해 ‘힘을 내게 된다(#1)’, ‘위로를 얻는다(#10)’, ‘나만 힘든 게 아니다(#16)’라고 생각하며, 유대감을 증진한다. [그림 2]는 육아의 고충을 표현하는 셰어런팅의 예시이다. 본 연구에 사용된 예시 사진들은 실제 셰어런팅된 게시물을 편집한 것이며 연구자가 아동의 얼굴을 흐리게 처리하였다. 그러나 실제 셰어런팅의 원본 사진은 아



[그림 2] 육아의 고충을 표현하는 셰어런팅의 예시

동의 표정이 더욱 명확하게 드러난다.

우리 아이 행동이 고민스럽고 걱정스럽다고 올리면 또래를 키우는 엄마들이 댓글을 달아줘요 새로운 사람들이 달아주는 댓글을 또 새로운 이야기니까 힘이 나게 됐던 것 같아요(#3).

힘들다는 식으로 이유식 난리 쳐 놓은 사진을 올렸는데...비슷한 상황에 있는 사람들이랑 소통하다보니 나만 힘든 게 아니라고 느껴지니까요(#16).

연구참여자들은 [그림 3]과 같이 자녀의 성장 발달을 관찰하고 기록하기도 했다. 이러한 셰어런팅에는 자녀의 성장을 놀라워하거나 발달단계와 비교해 빠르다는 등의 댓글을 받는다. 연구참여자들은 이를 통해 자녀가 커가는 것을 확인할 수 있으며, 육아의 일상에 ‘의미’가 부여되고

‘월급 받는 것’같은 성취감을 느낀다고 하였다.

자녀가 행복해하는 표정, 즐거워하는 표정, 여행이나 캠핑, 기념일 등의 이벤트를 즐기는 자녀의 모습을 게시하기도 했다. 이를 통해 허용적이고 온정적이거나 친밀한 양육자로서 표현되기를 기대했다. 이때, 댓글에서 나타난 격려, 자녀의 외향에 대한 칭찬 등의 반응은 양육효능감을 증진하는 요소가 된다. 이들은 ‘자녀의 행동이나 결과물이 엄마 자신으로 인한 것이라고 생각(#9)’하기 때문이다. 댓글을 통해 느끼는 양육효능감은 댓글에서 나타난 내용을 반영한 셰어런팅을 하게 만든다.

일할 때 월급 받는 것처럼 아이가 커가는 것들을 사진으로 올려서 보면 뿌듯하니까 사진을 열심히 찍어서 올렸던 것 같아요(#15).

남편 없이 혼자 둘을 케어하고 외출하고 그랬을 때



[그림 3] 자녀의 성장 발달을 관찰한 셰어런팅의 예시



[그림 4] 육아 정보를 공유하는 셰어런팅의 예시

대단하다는 댓글이 달리면 거기에서 성취감을 얻는 것 같아요(#16).

연구참여자들은 셰어런팅을 통해 자신의 정보와 지식을 공유하기도 한다. 자녀가 독서 및 독후 활동하는 모습, 학습하는 모습 등을 통해 유능한 양육자로서 표현되기를 기대했다. 또한 [그림 4]와 같이 자녀의 발달 단계가 두드러지게 나타나는 이미지와 함께 연령에 맞는 발달 정보, 놀이 방법 등을 게시하며 유능한 양육자 상을 표현하기도 했다. 정보 공유에 대한 게시물에는 댓글로 질문을 받고 응답하는 상호작용이 일어난다. 이는 유능감을 증진시킨다. 이후 육아 정보 공유 시 책임감을 느끼며 시간을 쏟고, 또 다른 정보를 공유하기 위해 셰어런팅에 몰입하게 된다.

아이 놀아주고 발달단계 관찰해서 올리거나, 책 육아하면서 아웃풋이 나오면 공유하고 있어요...우리 아이는 성향이 이런데, 어떻게 접근하면 좋을까요? 이런 질문이 많이 있었어요(#2).

유치원에서 일했었으니까 놀이 환경 구성 같은 게 몸에 배어 있잖아요 그래서 아이들 놀이할 때, 놀잇감 배열도 신경 써서 꾸며놓고...사진보고 '유치원 언어영역 같다, 교구를 저렇게 배치하니까 더 괜찮아 보인다.' 이런 댓글을 받으면 좀 더 잘 구성해서 사진을 올리게 된 적이 있었어요(#15).

셰어런팅을 지속하다보면 타인의 것을 자주 관찰하게 된다. 이는 셰어런팅을 육아의 관행으로 인식하고 동조하는 요인이 된다. 연구참여자들은 타인의 셰어런팅을 보면서 '자녀의 사진을 올리는 것에 대해 거부감이 줄어들거나(#4)' '다른 사람이 아이[자녀] 사진을 올릴 때 나도 습관적으로 아이[자녀]의 사진을 올리게 된다(#7)'고 응답했다.

3. 위기

셰어런팅을 지속하다 보면 보이는 이미지에 집중하고 있는 자신을 인지하며, 남에게 보이는 이미지와 실제 자신과의 괴리를 느낀다. 이들은 '숙제 검사(#4)'를 받듯이 신경을 써서 게시물을 올리거나, 일상을 기록하기 위해 '사진을 찍을 때조차 나도 모르게 정리(#15)'하는 자기

모습을 발견하게 된다고 하였다. 또한 보이는 이미지에 집중하게 되면 자녀의 욕구나 행동에 반응하지 못하는 결과를 야기하기도 한다. 자녀와 상호작용해야 하는 상황에서도 셰어런팅에 사용할 이미지를 촬영하거나 업로드하는 데 집중이 되기 때문이다.

이게 뭔가 싶을 때가 있어 사실 공원 같은 데 가서 이제 사진 예쁘게 찍어서 사진을 올리고 있는데, 애가 계속 나를 부르고 있는 거예요 사진 속에 있는 애를 보려고 사진 밖의 현재 아이를 안 보고요(#13).

SNS에서는 삶의 긍정적인 면을 선별하여 자기표현을 하므로 사회비교가 일어나게 된다(Vogel et al., 2014). 연구참여자들은 타인의 셰어런팅을 보며 자신보다 나은 삶을 비교하는 상향대조의 사회비교를 하게 된다. 이는 '내 현실은 그만큼 할 수 없다는 괴리감(#3)' '내가 부족해서 못 한다는 자괴감(#9)', '나만 너무 시궁창(#14)'의 표현으로 묘사되었다.

어떤 엄마는 너무 훌륭하고 멋지게 해내는데 내 현실을 봤는데, 나는 그러지 못해. 그러면 내가 부족해서 못하는 건가라는 자괴감이 들 때도 있더라고요(#9).

다들 너무 멋지게 입고 예쁘게 화장하고 맛있는 거 먹으러 가는 사진들을 올리는데, 나는 그러지 못하니까 나만 너무 시궁창인가(#14)?

또한 연구참여자들은 셰어런팅에서 맺은 관계에서 피로감을 느낀다고 호소했다. 셰어런팅 진입 초기의 불특정 다수의 관심과 지지는 긍정적 소통으로 느껴진다. 그러나 현실적이지 않은 관계에서 오는 소통은 피상적으로 인식된다. 그리고 이들이 보내는 팔로우 신청, 댓글, 메시지를 통한 소통은 피로감으로 다가오게 된다. 이 시점에서 사생활 노출에 대한 위험을 자각하게 된다. 모르는 사람이 자녀의 사진이나 정보에 쉽게 접근할 수 있다는 생각이 들기 때문이다. 더불어 셰어런팅을 통한 자녀의 사진 도용, 개인정보 관련 범죄 등에 대한 정보나 실제 사례를 접하게 될 경우 사생활 노출 위험이라는 경각심을 가지게 된다. 일부 연구참여자는 실제로 셰어런팅을 통한 사생활 노출을 경험하기도 했다.

모르는 분이 팔로우 거는 것 자체가 불편하더라고요

저도 모르게 다른 데에 사진이 도용될 수 있다 생각돼서(#5).

실제로 제 피드를 보고 아는 척을 한 사람이 있었어요 ‘그 옷을 입었던 아가인 것 같은데..’ 이러면서요 지인도 아니고 팔로워도 아닌 사람이 알아보니 너무 깜짝 놀라가지고(#14).

셰어런팅에 대한 자녀의 의사 표현도 셰어런팅의 위기로 작동한다. 연구참여자들은 셰어런팅 초기에는 자녀의 사진이나 영상을 ‘내 추억’, ‘내 기억’으로 생각한다. 그렇기에 ‘아이의 허락을 받고 올리지 않는다(#14)’. 그러나 자녀가 자신의 사진이 타인에게 노출될 것을 인지하거나 셰어런팅에 대해 부정적인 의사를 표현하기 시작할 때, 자녀의 동의를 구해야 할 필요성을 자각한다.

사진 찍을 때 ‘이거 SNS에 올릴 거야?’ 이렇게 먼저 물어보더라고요(#6).

내가 가끔 인스타그램에 사진을 올리고 있으면 자기 사진 올리는 걸 알고 관심 있게 보거든요 ...자기도 창피하고 아무한테도 보여주고 싶지 않다는 것도 있고(#12).

4. 조정

연구참여자들은 셰어런팅에 대한 위기로 인해 이를 조정해 나간다. 네트워크 관계망을 축소하는 것은 연구참여자들에게서 공통적으로 나타난 조정의 방법이다. 네트워크 관계망은 불특정다수에서 지인에게 한정된다. 불특정다수에게 자녀의 사생활을 노출하며 지지받기보다 지인에게만 자녀의 사진을 노출하는 것이다. 불필요한 소통을 취할 필요가 없으며, 육아 일상의 현실을 애써서 정제할 필요가 없기 때문이다. 또한 이들은 네트워크 관계망을 축소함에 따라 사생활 노출의 위험이 감소할 것이라 생각한다.

모르는 사람이 저희 아이 사생활을 본다든 게 신경이 쓰여서 비공개로 바꿨어요(#7).

처음에는 모르는 사람들이랑 댓글 달면서 소통하다가 점점 친한 사람들, 진짜 내 상황을 아는 사람들이 댓글

을 달아주니까 지인들하고만 소통하는 게 편해지는 것 같아요(#9).

연구참여자들은 자녀의 사생활 및 개인 정보 노출의 위험을 감소하기 위해 셰어런팅의 게시물을 점검하였다. 구체적으로 ‘자녀의 개인 정보가 이미지나 게시글에 포함되지 않도록 주의(#1)’한다. 또한 ‘태그나 게시글에 자녀의 개인정보는 기재하지 않았다(#14)’. 셰어런팅 초기에 사회적 관계망의 확대를 위해 자녀에 관한 정보를 과도하게 태그했던 행위, 더 많은 자녀의 정보를 노출하며 자신을 드러내거나 육아 정보를 공유했던 태도와 상반된다.

연구참여자들은 또한 셰어런팅에 시간과 노력을 들이거나 타인의 삶과 자신의 현실을 비교하며 좌절하기보다는 실제 삶에 더욱 집중하고자 하였다. 또한 ‘보이는 데 에너지를 쏟기(#2)’ 보다 실제 ‘아이를 돌보는 데 에너지를 쏟기(#7)’에 더욱 집중하고자 한다.

보이는 데 너무 (에너지를) 쏟다 보니까 이제 집안일이 나 이제 남편한테 들어가는 그런 노력이 너무 아기에 비해서 낮게 잡혀가지고 그럼 정신 차리자 이라고 정신을 차린 편이에요(#2).

대부분 시간을 아이를 돌보는 데 쏟아야 하니까, 예전 만큼은 안 올리려고요(#7).

셰어런팅 이미지의 주체는 자녀이다. 자녀가 셰어런팅에 대해 적극적인 의사를 표현하는 것은 셰어런팅 조정의 중요한 요인이라 할 수 있다. 자녀의 적극적 의사 표현은 연구참여자들이 셰어런팅을 할 때 ‘자녀의 점검을 받고 올리기(#6)’, ‘자녀가 원하지 않는 사진은 올리지 않기(#12)’와 같이 자녀의 의사를 반영하게 한다. 한편 현재 자녀가 연령이 어리거나 셰어런팅에 대해 특별한 의사를 표현하지 않는 경우 예는 자녀의 의사를 반영하는 방법의 조정을 사용하지는 않았다. 그러나 이후 자녀가 의사 표현을 하게 된다면 이를 고려하여 셰어런팅을 해야 한다는 의견을 내놓았다.

IV. 결론 및 논의

본 연구 결과를 종합하면, 어머니들은 정보 습득, 육아

기록, 다수와의 소통이라는 유용한 기능을 활용하기 위해 셰어런팅에 진입하게 된다. 사적 기록인 동시에 공개적 소통의 수단인 셰어런팅은 적극적이지만 타인의 시선을 의식하며 신중하게 이루어진다. 어머니는 자녀의 이미지를 선별하며 양육자로서의 자기표현을 하고 댓글을 통해 지지를 받는다. 그러나 몰입하다보면 확장했던 관계에서 오는 피로감, 보이는 이미지에만 집중된 자기 표현 등을 자각한다. 그뿐만 아니라 자녀가 셰어런팅을 인지하고 부정적 의사를 표현할 때 셰어런팅에 대한 고민이 이루어진다. 이러한 위기로 어머니들은 셰어런팅을 조정한다. 조정의 방법으로는 네트워크 관계망 축소, 자녀의 사생활 보호를 위한 게시물 점검, 실제 삶에 집중하기, 자녀의 의사 반영이 이에 해당한다.

본 연구의 결과에 따른 결론은 다음과 같다. 첫째, 셰어런팅은 어머니의 양육자로서의 자기표현 욕구를 반영한다. 본 연구에서 어머니들은 자녀의 이미지를 통해 현실적 양육자, 이상적 양육자, 유능한 양육자의 모습을 표현하고자 하였다. Blum-Ross와 Livingstone(2017)은 SNS에서 부모는 자기표현을 위해 자녀의 사생활을 공개하게 된다고 주장했다. Holiday et al.(2020)은 부모들이 자녀가 포함된 이미지를 통해 아름답고 정제된 양육자의 모습, 자신이 가진 기술의 홍보, 친밀한 부모의 모습의 자기표현을 한다고 밝혔다. Klucarova와 Hasford(2023)는 부모가 셰어런팅을 통해 자기표현을 하는 것은 타인에게 좋은 부모의 모습으로 비춰지기 위함이라고 주장하며 본 연구 결과를 설명한다. 즉, 어머니는 자녀의 사진을 엄선하여 양육자로서의 자기표현을 한다. 이때 자기표현은 타인의 시선을 의식한 채 이루어진다.

둘째, 셰어런팅을 통한 소통은 어머니에게 일시적인 사회적 지지를 제공한다. 본 연구 결과에서 어머니들의 자기표현은 댓글을 통해 공감과 격려를 받는 것으로 나타났다. 이를 통해 어머니들은 유대감, 양육효능감, 유능감을 증진하며 셰어런팅에 몰입하게 되는 것을 확인할 수 있었다. 전중원, 정철호(2020)는 인스타그램을 통한 자기표현, 사회적 소통과 상호작용의 욕구가 충족될 때 사진 공유 행동이 증가하고 인스타그램을 지속적으로 사용하게 된다고 밝히며 본 연구 결과를 설명한다. 그러나 SNS에서 이루어지는 관계의 경우 확장은 쉽지만, 유대기반이 약하다는 특징을 가진다. 이에 어머니들은 셰어런팅에서 이루어지는 사회적 지지에 한계를 느끼게 되는 것이다.

셋째, 셰어런팅을 통해 맺은 관계는 피로감과 양육불안을 야기한다. 본 연구 결과에서 어머니들은 셰어런팅을

지속하며 피상적 소통을 이어가는 것에 대한 피로감을 느꼈다. 김경달 외(2013), 이은지(2018)와 임명성, 신용재(2019)는 SNS에서 경험하는 상대적 박탈감, 공허함, 부담감 등을 ‘SNS 피로 증후군’으로 개념화하며 본 연구 결과를 지지한다. 또한 본 연구 결과에서 어머니들은 타인의 정제된 삶과 자신의 육아 현실을 비교하는 것으로 나타났다. 이에 자신의 육아 환경, 육아 방법 등에 자괴감과 좌절감을 느끼게 된다. 강누리, 강지영(2022), 김선미, 김정민(2020)과 노인순, 김승희(2020)는 어머니들의 사회비교는 셰어런팅의 부정적 측면으로 주장하며 본 연구 결과를 지지한다. 피상적 관계에서 오는 사회적 지지는 일시적일뿐만 아니라 장기적으로 어머니의 양육 태도와 행동에 부정적 영향을 미칠 가능성이 있다.

넷째, 어머니는 셰어런팅을 지속하면서 아동존중 침해 문제를 자각한다. 본 연구에서도 선행연구(Cataldo et al., 2022; Klucarova & Hasford, 2023; Steinberg, 2017)와 같이 셰어런팅이 아동의 동의 없이 사생활을 노출한다는 문제점이 드러났다. 나아가 본 연구에서는 셰어런팅의 변화 과정을 살펴봄으로써 어머니들이 셰어런팅의 아동존중 침해를 인지하는 시점을 포착할 수 있었다. 자녀의 적극적 의사 표현이 이루어지는 때가 이에 해당한다. 이후 이들은 셰어런팅 시 자녀의 의사를 반영하려는 노력을 기울인다. Ouvrein과 Verswijvel(2019)은 부모가 셰어런팅을 할 때 자녀에게 이를 상세히 인지시킨 후 허락을 반드시 구해야 한다고 주장했다. 이는 본 연구의 어머니들이 자녀의 의사를 반영하여 셰어런팅을 조정하는 것이 의미 있는 방법임을 시사한다.

다섯째, 어머니들은 셰어런팅의 부정적 경험과 위험성을 인지하지만, 미디어 관계망을 축소한 채 자녀의 사진을 노출하는 것으로 나타났다. 일반적으로 SNS상의 부정적 경험은 SNS의 중단으로 이어진다(김경달 외, 2013; 이은지, 2018). 그러나 박지영, 광기영(2019)은 SNS에서의 노출에 따른 위험성이 높더라도 표현하고자 하는 자신의 이미지를 더 중요시하는 경우 지속적으로 자신의 정보와 일상을 공개한다고 밝히며 본 연구 결과를 설명한다. 이에 어머니들이 셰어런팅을 지속하게 만드는 어머니들의 자기표현 욕구에 주목할 필요가 있다. 어머니들은 자녀를 양육하며 자기 자신, 관계 등에서 상실감을 느낀다. 또한 자녀와 배우자에 대한 원망, 미움 등 예상치 못한 감정에 휩싸인다. 이는 자기에 대한 상실감으로 이어진다(Chapman & Gubi, 2022). 이병관 외(2020)와 허인진, 이은중(2010)은 SNS의 주된 동기인 자기표현과 인정 욕

구는 정체성 혼란을 겪는 경우 더 두드러지게 나타날 수 있다고 밝혔다. 이를 고려할 때 어머니들은 육아를 하며 느끼는 혼란스러운 감정을 다루기 위해 셰어런팅을 활용하게 될 가능성이 높다고 볼 수 있다.

결론을 바탕으로 뉴미디어 세대 어머니의 양육을 지원하기 위해 다음과 같이 제언한다. 첫째, 양육하는 어머니의 감정을 지지해줄 수 있는 방안의 마련이 필요하다. 어머니는 육아를 하는 동안 자존감 상실, 고립감 등의 부정적 정서를 경험한다. 그러나 어머니 역할에 대한 사회적 기대로 이러한 정서에 대해 죄책감마저 느낀다(최혜영, 안효진, 2019). 양육자로서의 자기 자신을 사회적 기대에 투영하여 바라본다면, 어머니의 감정은 혼란스러울 수밖에 없다. 따라서 어머니들의 혼란을 해소할 수 있는 부모 교육, 심리정서적 지원이 제공될 필요가 있다. 이는 셰어런팅을 통한 자기표현이 아닌 보다 기능적인 방법으로 어머니의 혼란을 다룰 수 있는 방안이 될 것이다.

둘째, 양육효능감과 유대감을 증진할 수 있는 안전한 채널의 마련이 필요하다. 피상적 관계에 의지하는 사회적 지지는 일시적이며 사회비교로 인한 양육불안을 초래한다. 이에 어머니들은 실제 관계를 맺고 있는 지인들을 통해 양육효능감과 유대감을 증진하기를 원한다. 김선미, 김정민(2020)은 SNS에서의 사회비교로 인한 양육불안은 배우자의 지지로 감소할 수 있다고 밝혔다. 이는 실질적인 관계에서 오는 사회적 지지가 피상적 관계에서 오는 지지보다 장기적이고 견고하다는 것을 시사한다. 따라서 어머니들에게 양육자로서의 공감대를 바탕으로 한 현실적이고 전문적인 사회 지지 및 정보의 채널이 필요할 것이다.

셋째, 셰어런팅을 위한 가이드라인 제정이 필요하다. 셰어런팅은 아동존중 침해라는 치명적 문제를 지니고 있다. 그러나 긍정적 측면이 존재하며, 사회적 변화의 흐름을 반영한 양육 방식이다. 따라서 어머니들이 아동존중을 침해하지 않는 수준에서 셰어런팅이 이루어질 수 있도록 가이드라인을 마련할 필요가 있다.

넷째, 아동 사생활 침해 및 범죄 노출 우려 등 셰어런팅의 부정적 측면에 대한 개인적인 자각이 필요하다. 디지털 정보의 특성상 공개범위와 관계없이 이미 공유된 정보는 제거가 어렵고 검색 기능은 정교해지고 있다(김경달 외, 2013). 계정의 공개범위가 지인으로 한정된다고 하더라도 공유하고 있는 자녀의 정보가 어떤 경로로 노출되고 이용될지는 예측할 수 없다는 것이다. 이와 같은 위험성을 줄이기 위해 디지털 문화를 향유하는 개인의 자각이

선행되어야 할 것이다.

다섯째, 아동 스스로 자신의 권리를 주장할 수 있는 사회적 분위기가 마련되어야 할 것이다. 본 연구에서 아동의 적극적 의사 표현은 어머니의 셰어런팅 변화에 큰 영향을 미친다. 따라서 아동을 대상으로 자신의 권리에 대한 이해를 돕는 교육이나 프로그램 마련이 필요하다. 또한 사회 전반에서 아동의 의사가 반영되는 사례들이 많이 나타나야 한다. 이를 통해 아동은 자신의 권리를 알고 주장하는 것이 사회의 실질적 변화를 일으킨다는 것을 체득할 수 있을 것이다.

여섯째, 아동권리에 대한 어머니의 인식 증진이 필요하다. 우리나라의 부모들은 자녀의 생존, 보호, 양육에 대한 아동권리를 중요하게 인식하는 반면 자녀의 자기 결정권이나 자율성에 대한 권리의 인식이 낮다. 이는 부모가 의도하지 않고 자녀의 권리를 제한할 가능성이 높음을 시사한다(김건용 외, 2016; 김선희, 윤재희, 2020). 셰어런팅은 이에 대한 대표적 사례가 된다. 따라서 어머니들은 자녀가 셰어런팅에 대한 의사를 표시하지 않더라도 영유아 자녀의 사생활을 존중하고 보호하려는 노력을 기울여야 할 것이다. 이는 셰어런팅의 위험과 문제점에 대한 근본적인 해결책이 될 수 있을 것이다.

본 연구는 어머니의 셰어런팅에 초점을 두어 아버지의 셰어런팅 동기와 경험을 포함하지는 않았다. 최근 아버지의 육아 참여 비율이 높아짐에 따라 아버지로부터 이루어지는 셰어런팅도 증가하고 있다. 아버지의 셰어런팅 동기와 경험은 어머니의 것과 다른 특징을 보일 가능성이 높으므로 이에 대한 후속 연구를 제안한다.

주제어: 셰어런팅, 어머니의 자기표현, 소통, 아동권리

REFERENCES

- 개인정보보호위원회(2022). *아동·청소년 개인정보 보호 가이드라인*. 서울: 개인정보보호위원회.
- 강누리, 강지영(2022). 영유아 자녀를 둔 어머니의 셰어런팅 경험에 관한 연구: 인스타그램을 중심으로. *사회과학연구*, 15(2), 35-65.
- 김건용, 조달현, 신지현(2016). *부모의 아동권리 인식과 관련법*. 파주: 한국학술정보.
- 김경달, 김현주, 배영(2013). 소셜 네트워크 서비스(SNS)

- 의 피로감 요인에 관한 연구. *정보사회와 미디어*, 26, 102-129.
- 김선미, 김정민(2020). 영유아 자녀를 둔 어머니의 SNS 상의 사회비교가 양육불안에 미치는 영향: 배우자 및 사회적 지지의 조절효과. *가정과학의질연구*, 38(1), 93-109.
- 김선희, 윤재희(2020). 부모의 유엔아동권리협약 실천을 위한 고민. *어린이문학교육연구*, 21(4), 193-221.
- 김지현, 한준아, 조윤주(2017). 어머니의 양육행동, 양육스트레스 및 어머니의 자아존중감이 유아의 자아존중감에 미치는 영향. *한국생활과학회지*, 26(3), 187-197.
- 나중혜, 손승희, 김수정(2021). 어머니의 긍정적 양육행동과 아동의 행복감, 창의성 간의 구조모형 분석. *한국생활과학회지*, 30(2), 227-239.
- 노인순, 김승희(2020). 영유아 자녀를 둔 어머니의 SNS 활용에 관한 질적 연구. *학습자중심교과교육연구*, 20(23), 311-335.
- 박지영, 곽기영(2019). SNS 사용자의 자기노출 행동 동기요인. *경영학연구*, 48(2), 561-587.
- 송승아, 신형덕(2022). 자아 표현과 SNS 게시 형식: 고프만의 인상관리 이론을 중심으로. *한국콘텐츠학회 논문지*, 22(4), 284-291.
- 유기웅, 정종원, 김영석, 김한별(2018). *질적 연구방법의 이해*. 서울: 박영스토리.
- 유수현, 김현정, 현미환(2021). MZ세대의 콘텐츠 플랫폼 활용행태에 관한 연구: 과학기술정보 분야의 정보이용자를 중심으로. *한국비블리아학회지*, 32(4), 231-263.
- 육아정책연구소(2020). *2019 영유아 주요 통계*. 서울: 육아정책연구소.
- 이병관, 문영숙, 윤태웅, 이진균, ... 임혜빈(2020). 인스타그램 이용 행태에 관한 탐색적 연구: 인스타그램 이용동기와 성격 5요인(Big 5)의 구조적 관계를 중심으로. *한국HCI학회 논문지*, 15(3), 13-22.
- 이보람(2022). 회귀난치성 질환이 있는 자녀를 양육하는 어머니의 셰어런팅 현황과 양육지원 요구. *아동학회지*, 43(2), 153-167.
- 이은지(2018). SNS 피로감 유발요인: 지속사용의도 및 중단의향에 미치는 영향. *한국HCI학회 논문지*, 13(2), 21-29.
- 임명성, 신용재(2019). SNS 피로에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 자기 공개와 자기표현을 중심으로. *인터넷전자상거래연구*, 19(3), 21-46.
- 전중원, 정철호(2020). 이용과 충족이론에 기반한 인스타그램의 사진공유 의도에 영향을 미치는 요인. *경영과학 정보연구*, 39(1), 1-13.
- 천희영, 이미란(2022). 영유아기 자녀를 둔 어머니의 셰어런팅 경험에 대한 질적 메타분석 연구. *학습자중심교과교육연구*, 22(24), 967-991.
- 최혜영, 안효진(2019). 양육기 어머니의 독박육아경험에 대한 연구: 포커스 그룹 인터뷰를 통해. *생애학회지*, 9(1), 39-56.
- 한혜림(2020). 유아기 자녀를 둔 어머니의 양육효능감 관련 변인에 대한 메타회귀분석. *한국생활과학회지*, 29(6), 823-835.
- 허인진, 이은중(2010). IBI(Image Based Identity)에 기반한 SNS이미징 디바이스 컨셉 개발 -이미지를 통해 표출되는 정체성 속성 규명을 중심으로-. *디자인융복합연구*, 9(5), 17-28.
- Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125.
- Brosch, A. (2018). Sharenting-Why do parents violate their children's privacy?. *The New Education Review*, 54, 75-85.
- Cataldo, I., Lieu, A. A., Carollo, A., Bornstein, M. H., ... & Esposito, G. (2022). From the cradle to the web: The growth of "sharenting" - A scientometric perspective. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022, 5607422.
- Chapman, E., & Gubi, P. M. (2022). An exploration of the ways in which feelings of "maternal ambivalence" affect some women. *Illness, Crisis & Loss*, 30(2), 92-106.
- Creswell, J. W. (2006). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. California: Sage.
- Holiday, S., Norman, M. S., & Densley, R. L. (2020). Sharenting and the extended self: self-representation in parents' Instagram presentations of their children. *Popular Communication*, 20(1), 1-15.
- Hong, E., & Ryu, J. (2023). A Study of SNS Sharenting by Mothers using Concept Mapping in South Korea. *Journal of Children and*

- Parents Studies, 9(1), 101-126.
- Klucarova, S., & Hasford, J. (2023). The oversharenting paradox: when frequent parental sharing negatively affects observers' desire to affiliate with parents. *Current Psychology*, 42(8), 6419-6428.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. California: Sage.
- Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A., & Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day to day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(4), e12443.
- Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319-327.
- Plunkett, L. (2020). To stop sharenting & other children's privacy harms, start playing: A blueprint for a new Protecting the Private Lives of Adolescents and Youth(PPLAY) act. *Seton Hall Legislative Journal*, 44(3), 457-486.
- Schwandt, T. A. (2007). *The SAGE Dictionary of Qualitative Inquiry(3ed.)*. California: Sage.
- Steinburg, S. B. (2017). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory Law Journal*, 66, 839-884.
- UNICEF. (2017). *Children in a Digital World*. New York: UNICEF.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222.

Received 31 May 2023;

Accepted 13 June 2023