

## 청소년의 자기애성향과 SNS이용행동의 관계에서 SNS이용동기의 매개효과\*

### The Mediation of Motives for SNS Use in the Relationship between Narcissistic Tendencies and SNS Behaviors in Adolescents

강 혜 진

우리심리센터

Kang, Hye-jin

Woori Psychological Center

김 현 수\*\*

한양대학교

Kim, Hyun-soo

Hanyang University

---

#### 《Abstract》

---

This study aims to understand the relationship between narcissistic tendencies in adolescents and their SNS behaviors (posting, sharing, reassurance-seeking, and scrolling newsfeed), with a particular interest in the possible mediating role of adolescent interpersonal and social-avoidance motives for SNS use. To do this, a survey was conducted on 303 students from three different middle schools in Seoul. Correlation analysis and mediation analysis using SPSS Process Macro were performed on the data collected. The results were as follows. Narcissistic tendencies in adolescents were found to be positively correlated with interpersonal and social-avoidance motives, and posting, sharing, and reassurance-seeking behaviors while being negatively correlated with scrolling behaviors. Likewise, the two motives for SNS use were found to be positively correlated with posting, sharing, and reassurance-seeking behaviors and negatively correlated with scrolling behaviors. Next, mediation analyses were conducted with gender and weekly amount of SNS screen time as controlling variables. For posting and reassurance seeking behaviors, a partial mediation of both interpersonal and social-avoidance motives was found while a full mediation of both motives was found for sharing behaviors. On the other hand, for scrolling, narcissistic tendencies were only partially mediated by the interpersonal motive, and not at all by the social-avoidance motive. This study verifies positive effects of narcissistic tendencies on posting, sharing, and reassurance-seeking SNS behaviors and a negative one on scrolling behaviors and further supports the hypothesis for the mediating role of interpersonal and/or social-avoidance motives for SNS use in these effects.

주제어(Keywords) : 자기애 성향(narcissistic tendencies), 청소년(adolescents), SNS이용동기(motive for SNS use), SNS이용행동(SNS behaviors)

---

\* 본 논문은 주저자의 석사학위논문의 일부임.

\*\* 교신저자 : 한양대학교 교육대학원 & 일반대학원 아동심리치료학과 부교수(E-mail: [khs1004@hanyang.ac.kr](mailto:khs1004@hanyang.ac.kr))

## I. 서론

국내 스마트폰 보급이 확산되면서 최근 성인 못지않은 10대 청소년들의 활발한 SNS 활동이 나타나고 있으며, 스마트폰을 활용한 10대 청소년의 SNS이용비중은 73%에 육박하고 있다(한국정보화진흥원, 2017). 이렇듯 10대 청소년들 사이에서 소통의 통로로써 적극적으로 사용되고 있는 SNS는 쉽고 편리하게 대인관계를 맺고 유지할 수 있으며 빠른 정보공유와 획득이 가능하다는 장점이 있는 반면, 부작용도 상당하다. 높은 SNS의존성은 청소년의 부정적 사이버행동과 관련이 높았으며(이수정, 연정화, 2013), 사이버 집단따돌림, SNS중독(박웅기, 2013), 학업방해, 대인관계 어려움(Kuss & Griffiths, 2011), 가족 간 대화 단절(우공선, 강재원, 2011)의 위험을 높이고 있다. 더욱이 청소년의 SNS과의존위험군 비율은 성인의 그것보다 2배(한국정보화진흥원, 미래창조과학부, 2016)나 높아 SNS이용에 대한 사회적 경각심을 높이고 있다.

청소년의 과도한 SNS이용이 사회적 문제로 대두되면서 SNS중독 또는 중독경향성에 대한 연구들이 증가하고 있다. 특히 SNS 중독 또는 중독경향성에 기여하는 개인내적 요인을 밝히려는 연구가 진행되고 있다. 대표적으로 사회불안, 소외감, 열등감, 우울, 외로움, 자아존중감 등이 원인적 요인으로 주목을 받고 있는데(김윤희, 조규영, 2014; 이정화, 김호영, 강정석, 2017; 조소연, 정주원, 2017; 황희은, 김향숙, 2015; Lee-Won, Herzog, & Park, 2015; Liu & Baumeister,

2016), 여기에는 자기애(narcissism)도 포함된다.

자기애(narcissism)는 심리적 관심이 자기에게로 집중된 상태로, 성격병리적 특성으로 자기애성향이 높은 개인은 자기과시적이고 웅대한 자기상을 가지고 있으면서도 동시에 타인의 평가와 반응에 민감한 특징을 보인다(APA, 2013; Wink, 1991). 또한, 이들은 자신에 대한 과장된 지각으로 사회적응에 어려움을 겪으며, 특권의식을 가지고 있어 과도한 찬사를 요구하는 등 타인에게 피해를 주기도 한다(APA, 2013). 이러한 특성으로 자기애성향은 SNS중독에 영향을 주는 요인으로 고려되고 있다(김선미, 서경현, 2015; Kuss & Griffiths, 2011). 특히, 자기애성향이 높은 개인은 현실에서 충족되지 못한 자기애적 욕구를 인터넷에서 보상적으로 경험하면서 인터넷중독에 빠지기 쉬운 것으로 설명되고 있으며(이계정, 정남운, 2007; 제순하, 2011; Casale & Fioravanti, 2018), 이상적인 자기 제시가 가능한 SNS 공간에 매료되기도 한다(권석만, 한수정, 2000). 실제 몇몇 선행연구는 자기애성향이 SNS중독 혹은 SNS중독경향성을 높이는 데 역할을 하고 있음을 보여주고 있다(김선미, 서경현, 2015; 조소연, 정주원, 2017; 조진행, 2018; Casale & Fioravanti, 2018).

자기애성향과 SNS중독/SNS중독경향성과의 관계가 빈번히 조명된 데 반해 자기애성향이 SNS상에서 어떤 이용행동을 야기하는지에 대한 조명은 상대적으로 제한적으로 이루어져 왔다. 하지만, 이 사안은 SNS중독 이해에 있어 매우 중요하다 할 수 있는데,

자기애성향과 SNS중독 간 관계가 확인된 현시점에서 이 사안의 조명은 자기애성향이 SNS중독으로 발전해 가는 경로나 기제 이해에 도움을 줄 수 있기 때문이다. 자기애성향과 SNS이용행동에 관한 선행연구를 살펴보면, 자기애성향이 높을수록 긍정적 자기제시를 위해 SNS활동을 하는 경우가 많으며(Brailovskaia & Bierhoff, 2016), SNS에 자기중심적인 게시물을 올리거나(Buffardi & Campbell, 2008; Panek, Nardis, & Konrath, 2013; Sorokowski et al., 2015) 페이스북 댓글 확인이 빈번한 것으로 나타났다(Panek et al., 2013). 비록 자기애성향과 SNS중독의 관계를 직접적으로 검토하지는 않았지만, 일부 연구는 자기애적 성향과 관련이 높은 대인관계적 욕구가 SNS중독에 기여하고 있음을 시사하고 있다. 이들 연구는 새로운 글이나 사람들의 반응 및 댓글 등을 즉각적으로 확인하려는 욕구 때문에 SNS중독이 발생하며(피승정, 2013), 타인과의 상호작용에 민감한 청소년이 타인의 반응/댓글에 대한 강박적 확인으로 인해 SNS중독으로 발전해 갈 수 있다고 제안하고 있다(유나, 김승윤, 이승민, 2016). 하지만 언급된 연구들은 자기애성향이 생산, 확인 이외의 다른 SNS이용행동, 예를 들면 게시된 글을 다른 이에게 확산시키는 행동이나 게시물을 단순히 읽고 보는 수용행동에 어떤 영향을 미칠 것인지에 대한 정보를 제공하고 있지 못하다.

더불어, 선행연구는 자기애성향이 어떤 동기적 상태를 거쳐 특정 SNS이용행동으로 이어지는지 그 기제를 포괄적으로 조명하고 있지 못하다. 동기는 행동의 방향이나 강도

에 직접적 영향을 미치는 중요한 요인이다(Swanson, 1977). 동기의 행동촉발의 역할은 SNS이용행동에서도 관찰될 것으로 예측할 수 있다. 특히 SNS이용행동에 영향을 주는 개인의 기질이나 성향이 단기간 치료적 개입으로 잘 변화하지 않는다는 지적은 이용동기를 새로운 변화 target으로 선정할 필요가 있음을 시사한다. 이런 이유로, 최근 SNS중독 연구에서 SNS이용동기에 대한 관심이 부상하고 있다(김희연, 오주현, 2012; 배지우, 박정열, 2015).

어떠한 이용동기를 가지고 SNS를 이용하느냐에 따라서 SNS상에서 나타나는 행동과 그 빈도가 달라질 수 있는데, 최근 조사에 따르면 ‘친교 및 교제를 위해서’ SNS를 이용한다는 반응이 76.5%로 가장 높았다(과학기술정보통신부, 한국인터넷진흥원, 2017). 자기애성향이 높은 사람들은 존경/관심/승인과 같은 대인관계적 욕구가 매우 높은 사람들로(APA, 2013), 이들에게 SNS는 이상적인 자기 제시를 가능하게 하는 공간인 동시에 이상적 자신의 모습에 대한 사람들의 존경, 관심, 승인을 직접 확인할 수 있게 하는 공간이라 할 수 있다(박명철, 임용광, 2013; 유나 등, 2016; Buffardi & Campbell, 2008; Carpenter, 2012). 실제로, Sorokowski 등(2015)은 남성과 여성 모두에서 타인으로부터 감탄이나 존경을 받고자 하는 자기애적 욕구(admiration narcissistic demand)가 강할수록 SNS에 자기 사진을 포스팅하는 횟수가 많았음을 발견하였고, Panek et al.(2013)은 자기애성향 중 허영, 과시, 우월, 및 권위 차원 점수가 높을수록 트위터와 페이스북에 글이

나 사진을 올리거나 페이스북에서 댓글을 확인하는 행동이 높았음을 발견하였다. 이에 더해, Casale과 Fioravanti(2018)는 자기애가 소속의 욕구(need to belong)와 감탄/존경의 욕구(need for admiration)를 유의하게 증가시키고(특히 감탄/존경의 욕구를 유의하게 증가시키고) 이렇게 증가된 욕구가 페이스북 중독 점수를 높이는 완전매개의 관계가 성립함을 발견하였다. 즉, 자기애가 페이스북 중독의 위험을 높이는 관계에서 감탄/존경 및 소속의 욕구가 핵심적 역할을 함을 발견하였다. 기술한 연구들에서의 감탄/존경 욕구, 소속의 욕구, 허영, 과시, 우월, 및 권위의 욕구들은 모두 대인관계적 속성을 지닌 욕구들로, 이들 결과에 기초해 볼 때 자기애성향이 높은 이들은 대인관계적 동기를 가지고 SNS공간에 접근할 가능성이 높을 것이라 가정해 볼 수 있다.

한편, SNS는 현실직면을 어려워하거나 부정적 감정이나 생각을 회피하고자 하는 이들에게 좋은 피난처가 될 수 있다(권석만, 한수정, 2000; 김선미, 서경현, 2015). 자기애성향이 높은 사람들은 승인/인정에 대한 과도한 요구와 지배적/자기중심적 대인관계 특징으로 현실 관계에서 배척이나 거부를 당할 가능성이 높은 데 반해 이에 대한 수용은 어려운 특성을 소유하고 있다(APA, 2013). 따라서 자기애성향이 높은 사람들은 낮은 사람들보다 관계 좌절이나 거부로부터 발생한 부정적 감정의 회피에 더 크게 동기화될 수 있다. 특히 이상적인 자기 제시를 가능하게 하는 공간인 SNS는 자기만족이나 몰입의 경험을 제공하여 자기애성향이 높은

개인들로 하여금 부정적 감정을 회피하게 도울 수 있으며, 이러한 목적을 위해 SNS를 더 자주 더 과하게 사용하도록 만들 수 있다. 또한, SNS 상에 올라온 타인의 자신에 대한 승인이나 인정 문구는 부정적 감정을 완화시키거나 낮아진 자아감을 고취시키는 역할을 할 수 있다. 이런 근거에서 현실회피동기가 자기애성향과 SNS이용행동이라는 두 변인간 관계를 매개할 가능성을 상정해 볼 수 있다.

자기애와 SNS중독경향성의 관계에서 대인관계동기의 매개를 검토한 연구는 문헌에서 일부 찾아볼 수 있다. 하지만 이들 연구 중 일부에서 상이한 결과가 보고되고 있어(장윤지, 2016; 조진행, 2018) 결과의 재검토가 요구되고 있다. 한편, SNS의 이용동기로 현실회피동기에 초점을 둔 연구는 문헌에서 찾아보기 힘든 실정이다. 가장 유사한 연구로 내현적 자기애와 SNS 혹은 인터넷 중독경향성 간의 관계에서 경험회피의 매개를 살펴본 김선미와 서경현(2015)과 제순하(2011)의 연구가 있다. 연구는 내현적 자기애가 SNS 혹은 인터넷 중독경향성을 높이는 역할을 하며 이 과정에서 부정정서를 온전히 수용하지 못하고 회피하는 특성인 경험회피가 변인 간 관계를 부분매개함을 발견하였다. 이들 연구에서의 경험회피의 개념이 본 연구에서의 현실회피동기와 일부 유사함을 고려할 때, 자기애성향이 현실회피동기를 높이고 이것이 SNS이용행동에 정적 영향을 미치는 관계를 예측해 볼 수 있다.

이에 본 연구는 선행연구들의 한계를 극복하여 SNS이용행동을 SNS상에서 나타나는

다양한 이용자 행동특성으로 정의하고 이를 SNS에 글을 올리거나 댓글을 쓰는 생산행동, 게시된 글을 소비하는 확산행동, 자신의 게시물이나 댓글에 대한 사람들의 반응을 살피는 확인행동, 게시물을 검색하고 단순히 읽고 보는 수용행동의 4개 차원으로 구분, 이 4개 차원의 이용행동과 청소년의 자기애성향과의 관계를 조명해 보는데 그 한 목표를 두었다. 또한, 연구는 동기가 행동에 미치는 영향에 주목하여 자기애성향이 생산, 확산, 확인, 수용 각각의 SNS이용행동에 영향을 미치는 과정에서 대인관계와 현실회피의 SNS이용동기의 매개적 역할을 조명하는 데 또 하나의 주요 목표를 두었다. 자기애성향과 SNS 중독 및 중독경향성 간 정적 관계(김선미, 서경현, 2015; 조소연, 정주원, 2017; 조진행, 2018; Casale & Fioravanti, 2018)가 확인된 현 상황에서 본 연구의 결과는 청소년 SNS중독으로의 발전 이전 단계에서의 청소년 SNS이용행동에 대한 보다 포괄적 이해를 제공할 것으로 보이며, 더불어 예방적 개입에 대한 함의도 제공할 것으로 보인다. 이 같은 의의를 가진 본 연구의 연구문제를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 청소년의 자기애성향, SNS이용동기(대인관계, 현실회피), SNS이용행동(생산, 확산, 확인, 수용)의 관계는 어떠한가?

둘째, 청소년의 자기애성향과 SNS이용행동(생산, 확산, 확인, 수용)의 관계에서 SNS이용동기(대인관계, 현실회피)가 매개를 하는가?

## II. 연구 방법

### 1. 연구대상 및 절차

연구를 위해 서울시에 위치한 중학교 3곳을 선정하여 남녀 1, 2, 3학년생을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 청소년들이 ‘거의

〈표 1〉 연구대상자의 인구통계학적 특성

	구분	빈도	%
성별	남학생	135	44.6
	여학생	168	55.4
학년	1학년	117	38.6
	2학년	94	31.0
	3학년	92	30.4
주로 이용하는 SNS	페이스북	226	74.6
	인스타그램	27	8.9
	카카오토크	3	1.0
	트위터	41	13.5
	블로그	3	1.0
주당 SNS 이용시간	밴드	3	1.0
	1시간 미만	31	10.2
	1~2시간 미만	49	16.2
	2~4시간 미만	66	21.8
	4~6시간 미만	50	16.5
	6~8시간 미만	34	11.2
	8~10시간 미만	30	9.9
10시간 이상	43	14.2	
SNS 친구 수	100명미만	78	25.7
	100~200명미만	60	19.8
	200~400명미만	70	23.1
	400~600명미만	44	14.5
	600명 이상	51	16.8
전체	303	100.0	

매일' 인터넷/모바일 메신저와 SNS를 이용하고 있다는 조사 결과(통계청, 여성가족부, 2017)와 스마트폰의 과의존 수준이 중학생에서 가장 높다는 조사 결과(교육부, 2017)에 입각해, 연구는 청소년 중 중학생을 연구대상으로 선정하였다. 연구는 한양대학교 기관윤리심의위원회(Institutional Review Board; IRB)의 사전 승인을 받았으며, 연구 참가에 동의를 제공한 중학생들에 한하여 조사를 진행하였다. 배포된 400부의 설문지 중 SNS를 사용하고 있지 않다고 응답한 경우와 설문에 불성실하게 응답한 경우를 제외한 총 303부의 자료를 분석에 활용하였다. 연구대상자의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.

## 2. 연구도구

### 1) 자기에 성격장애 척도(NPDS)

본 연구의 청소년 자기에성향은 서재삼과 황순택(2006)의 자기에성 성격장애 척도(Narcissistic Personality Disorder Scale: NPDS)를 청소년 평정의 용이를 위해 5점 Likert 척도(1='전혀 그렇지 않다', 5='매우 그렇다')로 수정한 척도(이경주, 황순택, 정다원, 2015)를 사용하여 측정하였다. 척도는 총 18문항으로 구성되어 있으며, 높은 점수는 자기에성향이 높음을 의미한다. 문항의 예로는 "다른 사람으로부터 비난받거나 거절당하면 기분이 몹시 상한다"가 있다. Cronbach's  $\alpha$ 로 측정된 내적일관도는 서재삼, 황순택(2006)의 연구에서 .66, 이경주 등(2015)의 연구에서 .85, 본 연구에서 .88로 나타났다.

### 2) SNS이용동기 척도

SNS이용동기를 측정하기 위해 정은정, 김원희, 이동형(2014)의 척도 중에서 대인관계동기, 현실회피동기 척도에 해당하는 문항들을 사용하였다. 이 척도는 대인관계동기 6문항(예, "누군가에게 자신을 지지받기 위해서"), 현실회피동기 7문항(예, "혼자있는 시간의 외로움을 해소하기 위해서"), 총 13 문항으로 구성되어 있다. 각 문항은 '전혀 그렇지 않다'(1점)에서 '매우 그렇다'(5점)의 5점 Likert 척도를 이용하여 평정하며, 점수가 높을수록 해당 SNS이용동기가 높음을 의미한다. 정은정 등(2014)의 연구에서 각 하위요인별 Cronbach's  $\alpha$ 는 대인관계동기 .84, 현실회피동기 .86였으며, 본 연구에서는 대인관계동기 .84, 현실회피동기 .89였다.

### 3) SNS이용행동 척도

기존의 청소년 SNS이용행동 척도는 생산행동과 수용행동에 집중한 측면이 있었다(구진경, 이두희, 임승희, 2012; 김민희, 2012; 나종연, 2010; 이수영, 내가영 2011). 하지만 게시된 글을 공유하고 퍼뜨리는 확산행동(나종연, 2010) 및 SNS를 강박적으로 확인하고 관찰하는 행동(유나 등, 2016)도 청소년 SNS이용행동의 중요한 측면이라는 지적이 제기되어 이들 행동을 포함한 포괄적 청소년 SNS이용행동척도의 개발이 요구되게 되었다. 이에 본 연구는 다양한 SNS 이용행동 차원을 포괄하기 위해 기존의 척도(예, 홍지은, 강민주, 2013)에서 문항 일부를 추출하고 청소년 SNS이용자로 구성된 FGI(Focus Group Interview)와 관련 전문가 집

단의 자문을 활용하여 일부의 문항을 새롭게 쓴 재구성된 청소년 SNS이용행동척도를 개발하였다. 특히 본 연구는 생산, 수용, 확산, 확인 행동의 차원을 포함시키는 방식으로 척도 문항을 추출하거나 개발하였다. 새롭게 재구성된 척도는 총 13문항으로 구성되었으며, ‘전혀 그렇지 않다’(1점)부터 ‘매우 그렇다’(5점)의 5점 Likert 척도로 평정한다.

재구성된 척도의 구인타당도 검증을 위해 본 연구는 주성분분석과 Varimax Rotation을

이용하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. Eigen value, scree plot, 요인적재량 .40 이상, 문항의미를 종합적으로 고려하여 요인의 수를 결정하였다. 4개 요인이 적절한 것으로 평가되어, 4개 요인으로 구성된 모델을 최종 구조로 선택하였다. 요인분석의 결과는 <표 2>와 같다. 4개 요인은 총 70.96%의 설명력을 나타냈다.

요인 1에 해당하는 문항은 4개로, SNS에 글이나 사진을 올리고 자신의 프로필을 업데이트하며 댓글을 작성하는 등 게시물을 올리는 행동들로 대변되었다. 이에 ‘생산행동’으로 명명하였다. 요인 2에 해당하는 문항은 3개로, 내가 작성한 글에 대한 좋아요 수와 글의 공유 수를 확인하고 사람들의 댓글을 확인하는 등 자신이 올린 글이나 댓글에 대한 사람들의 반응을 살피는 행동들로 대변되었다. 이에 ‘확인행동’으로 명명하였다. 요인 3에 해당하는 문항은 3개로, 주로 SNS에 올라온 정보나 사람들이 쓴 글을 읽으며 혼자 이용하는 행동들로 대변되었다. 이에 ‘수용행동’으로 명명하였다. 마지막으로 요인 4에 해당하는 문항은 3개로, 기존의 게시물을 공유하거나 편집 또는 수정하여 올리는 행동들로 대변되었다. 이에 ‘확산행동’으로 명명하였다. 최종으로 개발한 4개 SNS이용행동 척도는 역채점 문항을 포함하고 있지 않으며, 점수가 높을수록 해당 SNS 이용행동이 높음을 의미한다. 이 연구에서 Cronbach’s  $\alpha$ 로 측정된 SNS이용행동의 내적 일관도는 생산행동 .86, 확산행동 .69, 확인행동 .87, 수용행동 .75이었다.

<표 2> SNS이용행동에 대한 요인분석

항목	요 인			
	1	2	3	4
	생산행동	확인행동	수용행동	확산행동
이용행동03	0.80	0.28	-0.12	0.16
이용행동02	0.80	0.28	-0.23	0.03
이용행동01	0.79	0.17	-0.16	0.21
이용행동04	0.60	0.38	-0.16	0.21
이용행동09	0.25	0.85	-0.05	0.14
이용행동10	0.29	0.79	-0.16	0.26
이용행동08	0.33	0.77	-0.16	0.23
이용행동12	-0.16	-0.14	0.85	-0.06
이용행동11	-0.05	-0.22	0.84	0.05
이용행동13	-0.29	0.06	0.68	-0.13
이용행동07	0.09	0.17	-0.13	0.85
이용행동06	0.09	0.23	0.09	0.76
이용행동05	0.39	0.12	-0.12	0.60
고유값	2.79	2.42	2.01	1.92
공통분산(%)	21.47	18.61	16.09	14.79
누적분산(%)	21.47	40.08	56.17	70.96

KMO 측도=.87, Bartlett  $\chi^2=1822.18(p<.001)$

3. 자료분석

수집된 자료의 분석을 위해 SPSS 22.0 프로그램을 사용하였다. 먼저 청소년의 자기애성향, SNS이용동기, SNS이용행동의 신뢰도를 분석하기 위해 Cronbach's  $\alpha$ 계수를 산출하였고, SNS이용행동척도의 타당도를 확인하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 다음으로 연구대상과 연구변인들의 전반적 특성을 확인하기 위해 기술통계분석을 실시하였고, 각 변인들 간의 상관 정도를 파악하기 위해 Pearson의 적률상관계수를 산출하였다. 마지막으로 청소년의 자기애성향과 SNS이용행동의 관계에서 SNS이용동기의 매개역할을 확인하기 위해 SPSS Process Macro(Hayes, 2018)를 이용하여 매개분석을 실시하였으며, 부트스트래핑 방법으로 매개효과의 유의성을 검증하였다.

III. 연구 결과

1. 연구변인 기술통계

변수들은 정규분포의 기준(왜도<3.00, 첨도<7.00)을 문제없이 충족시키는 것으로 나타났다(Kline, 2005). 연구대상자들의 자기애 평균은 5점 만점에 2.83점( $SD=.61$ )으로 나타났다며, 대인관계동기 2.79점( $SD=.89$ ), 현실 회피동기 2.60점( $SD=.97$ )으로 나타났고, 생산행동 2.71점( $SD=1.02$ ), 확산행동 2.64점( $SD=.95$ ), 확인행동 2.76점( $SD=1.18$ ), 수용행동 3.21점( $SD=1.02$ )으로 나타났다.

2. 연구변인 간 상관관계

청소년의 자기애성향, SNS이용동기, SNS이용행동 간 상관은 <표 3>에 제시되어 있다. 이후의 매개분석에서 성별과 SNS주별이용시간의 통제 여부를 결정하기 위해

<표 3> 연구변인들 간 상관관계( $N=303$ )

변수	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 성별	--								
2. SNS주별이용시간	.30***	--							
3. 자기애성향	-.02	-.01	--						
4. 대인관계동기	.03	.09	.30***	--					
5. 현실회피동기	.08	.13*	.30***	.59***	--				
6. 생산행동	.02	.11*	.32***	.47***	.42***	--			
7. 확산행동	.17**	.06	.25***	.67***	.54***	.46***	--		
8. 확인행동	.01	.11	.33***	.51***	.50***	.64***	.49***	--	
9. 수용행동	.09	-.09	-.21***	-.26***	-.12*	-.42***	-.19**	-.33***	--

성별은 남자=0, 여자=1로 dummy coding; \* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ .



상관분석에 성별과 SNS주별이용시간변인을 함께 포함시켰다.

<표 3>에서 볼 수 있듯, 자기애성향은 대인관계와 현실회피 SNS이용동기 모두와 정적 상관을 나타내었고( $r_s=.30$ , all  $p_s<.001$ ), 4개 SNS이용행동 모두와 유의한 상관을 나타내었다. 특히, 생산, 확산, 확인 행동과는 유의한 정적 상관을( $r_s=.32$ ,  $.25$ ,  $.33$ , all  $p_s<.001$ , respectively), 수용행동과는 유의한 부적 상관( $r=-.21$ ,  $p<.001$ )을 나타내는 것으로 확인되었다. 한편, 대인관계와 현실회피 SNS이용동기는 모두 생산, 확산, 확인 행동과는 유의한 정적 상관을, 수용행동과는 유의한 부적 상관을 나타내었다.

### 3. 청소년의 자기애성향과 SNS이용행동의 관계에서 SNS이용동기의 매개효과

본 연구는 청소년의 자기애성향이 각 SNS이용행동에 영향을 주는 관계에서 대인관계와 현실회피 SNS이용동기가 매개를 할 것이라는 다중매개모형을 검증하고자 하였다. 매개모형의 타당성은 SPSS Process Macro를 사용하여 검증하였고 매개효과의 유의성은 부트스트래핑(Bootstrapping) 방법을 통해 검증하였다. 95% 신뢰구간이 0을 포함하고 있지 않은 경우, 매개효과는 통계적으로 유의하다고 해석한다(Hayes, 2018). 또한, 성별과 SNS이용시간이 일부 SNS이용동기와 SNS이용행동 변인과 유의한 상관을 나타내고 있어(<표 3> 참조) 매개모형 검증 시 이들 변인을 통제변인으로 투입한 후 모델 검증을 실시하였다.

청소년의 자기애성향과 생산행동의 관계에서 SNS이용동기의 매개효과를 분석한 결과는 <표 4>, [그림 1]과 같다. <표 4>에서 볼 수 있는 바와 같이, 청소년의 자기애성향은 생산 SNS이용행동( $B=.53$ ,  $p<.001$ ), 대인관계동기( $B=.43$ ,  $p<.001$ ), 현실회피동기( $B=.47$ ,  $p<.001$ )에 유의한 정적영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편 자기애성향, 대인관계동기, 현실회피동기가 회귀분석에 함께 투입되었을 때, 대인관계동기와 현실회피동기는 각각  $B=.35$ 와  $B=.19$ 로 생산행동에 유의한 정적 영향을 미쳤고 자기애성향이 생산행동에 미치는 영향은  $B=.30$ ( $p<.01$ )로 통계적으로 유의하였으나 이전 단계에서의 자기애성향이 생산행동에 미치는 영향  $B=.53$ ( $p<.001$ )보다 줄어든 양상을 나타내었다. 이에 부분매개의 요건을 만족하여 매개효과의 유의성 검증을 실시하였다(<표 5> 참조). 두 간접경로계수의 95% 신뢰구간 구간이 0을 포함하고 있지 않아 두 매개경로는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이는 청소년의 자기애성향과 생산행동과의 관계를 대인관계동기와 현실회피동기가 부분매개함을 의미한다. <표 5>에서 볼 수 있듯, 직접효과는 .30, 대인관계동기 경로를 통한 간접효과는 .15, 현실회피동기 경로를 통한 간접효과는 .09인 것으로 나타났다.

다음으로, 청소년의 자기애성향과 확산행동의 관계에서 SNS이용동기의 매개효과를 분석한 결과는 <표 4>, [그림 1]과 같다. <표 4>에서 볼 수 있는 바와 같이, 청소년의 자기애성향은 확산행동( $B=.40$ ,  $p<.001$ ), 대인관계동기( $B=.43$ ,  $p<.001$ ), 현실회피동기

〈표 4〉 청소년의 자기애성향과 생산, 확산, 확인, 수용 행동의 관계에서 SNS이용동기의 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	t	LLCI	ULCI	R <sup>2</sup>	F
생산행동	성별(여자)	-.02	.12	-0.16	-.25	.21	.11	12.84***
	SNS 이용시간	.03	.01	2.06*	-.00	.05		
	자기애	.53	.09	5.84***	.35	.71		
대인관계동기	성별(여자)	.00	.10	0.03	-.20	.21	.10	10.55***
	SNS 이용시간	.02	.01	1.64	-.00	.04		
	자기애	.43	.08	5.37***	.27	.59		
현실회피동기	성별(여자)	.10	.11	0.91	-.12	.32	.11	12.23***
	SNS 이용시간	.02	.01	2.06*	.00	.05		
	자기애	.47	.09	5.49***	.30	.64		
생산행동	성별(여자)	-.04	.11	-0.38	-.25	.17	.28	23.28***
	SNS 이용시간	.01	.01	1.30	-.01	.03		
	자기애	.30	.09	3.33**	.12	.46		
	대인관계동기	.35	.07	4.90***	.21	.49		
	현실회피동기	.19	.07	2.94**	.06	.32		
확산행동	성별(여자)	.31	.11	2.90**	.10	.53	.09	10.27***
	SNS 이용시간	.00	.01	0.26	-.02	.03		
	자기애	.40	.09	4.66***	.23	.57		
대인관계동기	성별(여자)	.00	.10	0.03	-.20	.21	.10	10.55***
	SNS 이용시간	.02	.01	1.64	-.00	.04		
	자기애	.43	.08	5.37***	.27	.59		
현실회피동기	성별(여자)	.10	.11	0.91	-.12	.32	.11	12.23***
	SNS 이용시간	.02	.01	2.06*	.00	.05		
	자기애	.47	.09	5.49***	.30	.64		
확산행동	성별(여자)	.29	.08	3.55**	.13	.45	.50	60.18***
	SNS 이용시간	-.01	.00	-1.39	-.03	.00		
	자기애	.06	.07	0.83	-.08	.19		
	대인관계동기	.58	.06	10.50***	.47	.69		
	현실회피동기	.20	.05	3.93***	.10	.30		
확인행동	성별(여자)	-.06	.13	-0.43	-.32	.21	.12	13.77***
	SNS 이용시간	.03	.01	2.14*	.00	.06		
	자기애	.63	.10	6.06***	.43	.83		
대인관계동기	성별(여자)	.00	.10	0.03	-.20	.21	.10	10.55***
	SNS 이용시간	.02	.01	1.64	-.00	.04		
	자기애	.43	.08	5.37***	.27	.59		
현실회피동기	성별(여자)	.10	.11	0.91	-.12	.32	.11	12.23***
	SNS 이용시간	.02	.01	2.06*	.00	.05		
	자기애	.47	.09	5.49***	.30	.64		
확인행동	성별(여자)	-.09	.12	-0.79	-.32	.14	.35	31.67***
	SNS 이용시간	.02	.01	1.24	-.01	.04		
	자기애	.31	.10	3.20**	.12	.49		
	대인관계동기	.40	.08	5.13***	.25	.55		
	현실회피동기	.33	.07	4.51***	.18	.47		

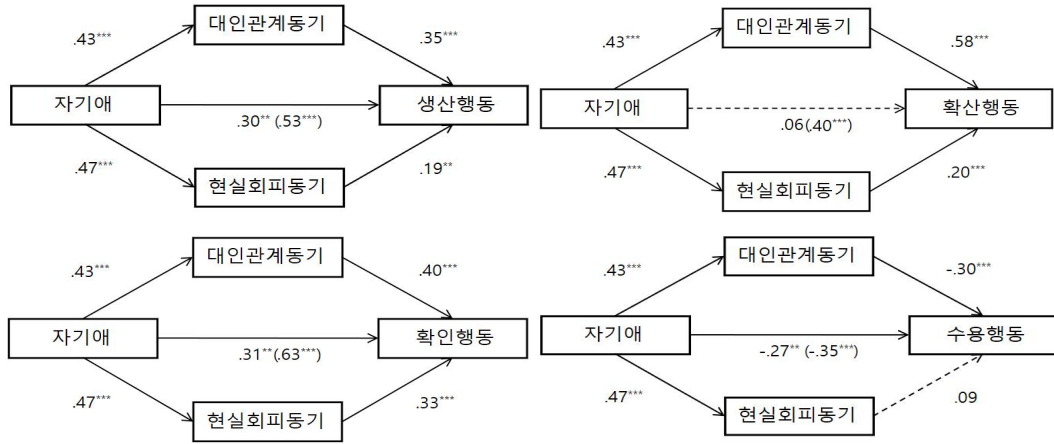
〈표 4〉 청소년의 자기애성향과 생산, 확산, 확인, 수용 행동의 관계에서 SNS이용동기의 매개효과  
(계속)

종속변인	독립변인	B	SE	t	LLCI	ULCI	R <sup>2</sup>	F
수용행동	성별(여자)	.27	.12	2.22*	.03	.50	.07	7.32***
	SNS 이용시간	-.03	.01	-2.27*	-.05	-.00		
	자기애	-.35	.09	-3.75***	-.53	-.17		
대인관계동기	성별(여자)	.00	.10	0.03	-.20	.21	.10	10.55***
	SNS 이용시간	.02	.01	1.64	-.00	.04		
	자기애	.43	.08	5.37***	.27	.59		
현실회피동기	성별(여자)	.10	.11	0.91	-.12	.32	.11	12.23***
	SNS 이용시간	.02	.01	2.06*	.00	.05		
	자기애	.47	.09	5.49***	.30	.64		
수용행동	성별(여자)	.26	.12	2.20*	.03	.49	.11	7.49***
	SNS 이용시간	-.03	.01	-2.05*	-.05	-.00		
	자기애	-.27	.10	-2.74**	-.46	-.07		
	대인관계동기	-.30	.08	-3.68***	-.45	-.14		
	현실회피동기	.09	.07	1.17	-.06	.23		

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

〈표 5〉 Process macro를 활용한 4개 매개모델의 직접효과 및 간접효과 검증

경로	B	SE	95% 신뢰구간		
			LLCI	ULCI	
총효과	자기애 → 생산행동	.53	.09	.35	.71
직접효과	자기애 → 생산행동	.30	.09	.12	.46
간접효과	자기애 → 대인관계동기 → 생산행동	.15	.05	.07	.25
간접효과	자기애 → 현실회피동기 → 생산행동	.09	.04	.02	.18
총효과	자기애 → 확산행동	.40	.09	.23	.57
직접효과	자기애 → 확산행동	.06	.07	-.08	.19
간접효과	자기애 → 대인관계동기 → 확산행동	.25	.05	.15	.36
간접효과	자기애 → 현실회피동기 → 확산행동	.09	.03	.04	.16
총효과	자기애 → 확인행동	.63	.10	.43	.84
직접효과	자기애 → 확인행동	.31	.10	.12	.49
간접효과	자기애 → 대인관계동기 → 확인행동	.17	.05	.08	.28
간접효과	자기애 → 현실회피동기 → 확인행동	.15	.05	.07	.26
총효과	자기애 → 수용행동	-.35	.09	-.53	-.17
직접효과	자기애 → 수용행동	-.27	.10	-.46	-.07
간접효과	자기애 → 대인관계동기 → 수용행동	-.12	.05	-.22	-.04
간접효과	자기애 → 현실회피동기 → 수용행동	.04	.04	-.03	.13



[그림 1] 자기애성향이 생산, 확산, 확인, 수용 SNS이용행동에 영향을 미치는 관계에서 대인관계 및 현실회피 SNS동기의 매개 효과 검증 결과  
 성별, SNS이용시간을 통제; B; ( )의 값은 총효과; \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

( $B=.47, p < .001$ )에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편 자기애성향, 대인관계동기, 현실회피동기가 회귀분석에 함께 투입되었을 때, 대인관계동기와 현실회피동기는 각각  $B=.58$ 과  $B=.20$ 으로 확산행동에 유의한 정적 영향을 미쳤고 자기애성향이 확산행동에 미치는 영향은  $B=.06(p > .05)$ 으로 통계적으로 유의하지 않았다. 이에 완전 매개 요건을 만족하는 것으로 나타났다. 즉 청소년의 자기애성향은 대인관계동기와 현실회피동기를 매개로 확산행동에 영향을 주는 것으로 확인되었다. <표 5>에서 볼 수 있듯, 확산행동에 영향을 줌에 있어 대인관계동기 경로를 통한 효과는 .25, 현실회피동기 경로를 통한 효과는 .09로 대인관계동기 경로를 통한 효과가 현실회피동기 경로를 통한 효과보다 상대적으로 더 큰 것으로 발견되었다.

한편, 청소년의 자기애성향과 확인행동의

관계에서 SNS이용동기의 매개효과를 분석한 결과는 <표 4>, [그림 1]과 같다. <표 4>에서 볼 수 있는 바와 같이, 청소년의 자기애성향은 확인행동( $B=.63, p < .001$ ), 대인관계동기( $B=.43, p < .001$ ), 현실회피동기( $B=.47, p < .001$ )에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편 자기애성향, 대인관계동기, 현실회피동기가 회귀분석에 함께 투입되었을 때, 대인관계동기와 현실회피동기는 각각  $B=.40$ 과  $B=.33$ 으로 확인행동에 유의한 정적 영향을 미쳤고 자기애성향이 확인행동에 미치는 영향은  $B=.31(p < .01)$ 로 통계적으로 유의하였으나 이전 단계에서의 자기애성향이 확인행동에 미치는 영향  $B=.63(p < .001)$ 보다 줄어든 양상을 나타내었다. 이에 부분매개의 요건을 만족하여 매개효과의 유의성 검증을 실시하였다(<표 5> 참조). 두 간접경로계수의 95% 신뢰구간 구간이 0을 포함하고 있지 않아 두 매개경로는 유의

한 것으로 나타났다. 이는 청소년의 자기애성향과 확인행동과의 관계를 대인관계동기와 현실회피동기가 부분매개함을 의미한다. <표 5>에서 볼 수 있듯, 직접효과는 .31, 대인관계동기 경로를 통한 간접효과는 .17, 현실회피동기 경로를 통한 간접효과는 .15인 것으로 나타났다.

마지막으로, 청소년의 자기애성향과 수용행동의 관계에서 SNS이용동기의 매개효과를 분석한 결과는 <표 4>, [그림 1]과 같다. <표 4>에서 볼 수 있는 바와 같이, 청소년의 자기애성향은 수용행동( $B=-.35, p<.001$ )에 유의한 부적 영향을, 대인관계동기( $B=.43, p<.001$ )와 현실회피동기( $B=.47, p<.001$ )에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편 자기애성향, 대인관계동기, 현실회피동기가 회귀분석에 함께 투입되었을 때, 대인관계동기는  $B=-.30(p<.001)$ 으로 수용행동에 유의한 부적 영향을 미친 반면 현실회피동기는  $B=.09(p>.05)$ 으로 수용행동에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않았다. 반면, 자기애성향이 수용행동에 미치는 영향은  $B=-.27(p<.01)$ 로 통계적으로 유의하였으나 이전 단계에서의 자기애성향이 수용행동에 미치는 영향  $B=-.35(p<.001)$ 보다 줄어든 양상을 나타내었다. 매개효과의 유의성 검증을 실시한 결과(<표 5> 참조), 대인관계동기를 통한 간접경로계수만 95% 신뢰구간 구간이 0을 포함하고 있지 않아 대인관계동기를 통한 매개경로만 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이는 청소년의 자기애성향이 수용행동에 직접적으로 영향을 미치는 동시에 대인관계동기의 매개를 통해 수용행

동에 간접적으로 영향을 미치고 있음을 의미한다. <표 5>에서 볼 수 있듯, 직접효과는 -.27, 대인관계동기 경로를 통한 간접효과는 -.12인 것으로 나타났다. 물론 통계적으로 유의한 수준은 아니었으나 청소년의 자기애성향의 현실회피동기 경로를 통한 수용행동에의 간접효과는 .04인 것으로 나타났다.

#### IV. 논의 및 결론

본 연구는 청소년의 자기애성향, SNS이용동기, SNS이용행동 간 관계를 탐색하고 자기애성향이 SNS이용행동에 영향을 주는 과정에서 대인관계이용동기와 현실회피이용동기의 매개를 검증함으로써 자기애성향이 SNS이용행동에 이어지는 경로에 대한 이해를 높이고 추후 청소년의 SNS 문제적사용 및 중독 예방에 유용한 팁을 제공하고자 하였다. 연구의 주요 결과를 요약하고 논의하면 다음과 같다.

먼저, 청소년의 자기애성향과 SNS이용행동 간 관계를 알아보기 위해 상관과 회귀분석을 실시한 결과, 청소년 자기애성향이 생산, 확산, 확인행동에 유의한 정적 영향을, 그리고 수용행동에 유의한 부적 영향을 미침을 발견하였다. 이는 높은 자기애성향이 자신의 SNS에 글을 올리는 생산행동, 글을 퍼뜨리고 공유하는 확산행동, 자신의 글에 대한 타인의 반응을 살피는 확인행동을 높이고 글을 읽기만 하는 수용행동을 낮추고 있음을 드러내는 결과이다. 이같은 발견

은 자기애가 높은 사람이 자신의 긍정적 모습을 보여주기 위해서 SNS 활동을 많이 하고(Brailovskaia & Bierhoff, 2016) SNS에 자기중심적인 게시물을 올린다(Buffardi & Campbell, 2008; Panek et al., 2013; Sorokowski et al., 2015)는 발견과 맥을 같이 한다. 또한, 타인의 평가에 민감한 사람들이 자기 글에 대한 사람들의 반응을 즉각적으로 확인하기를 원한다는 주장(피승정, 2013; Panek et al., 2013)과도 일치하는 결과이기도 하다. 반면, 본 연구는 이전 조명이 부족했던 자기애성향과 수용행동 간 관계에 대해서도 중요한 정보를 제공하고 있는데, 연구는 자기애성향이 높은 청소년에게서 SNS에서의 수용행동이 적게 나타남을 보여주었다. 자기애성향이 높은 개인은 자기과시적이고 웅대한 자기상 및 특권의식을 가지고 있다(APA, 2013; Wink, 1991). 이같은 특성으로 인해 타인에 집중하거나 타인을 칭찬하는 모습은 드물 것이고 대신 타인의 관심이나 찬사를 요구하는 행동은 높을 것으로 예측해 볼 수 있다. 본 연구에서의 자기애성향과 수용 SNS이용행동 간 부적 상관 및 부적 영향 관계는 이같은 예측을 지지하는 증거라 하겠다.

한편, 청소년의 자기애성향과 청소년 SNS 이용동기의 관계에서는 청소년의 자기애성향이 기존의 인간관계나 새로운 사람들과의 관계를 형성하고 유지하고자 하는 SNS이용 동기인 대인관계동기와 자신의 부정적인 정서로부터의 회피나 현실 도피를 하고자 하는 SNS이용 동기인 현실회피동기를 높이는 것으로 나타났다. 서론에서도 이미 논의하

였지만, 자기애성향이 높은 이들은 자신에 대한 과장된 지각이나 특권의식으로 주변인들과 관계를 맺거나 관계를 유지하기 힘든 특성을 보인다(권석만, 한수정, 2000; APA, 2013). 또한, 타인에 대한 과도한 승인 의존과 지배적, 자기중심적 대인관계특성으로 대인관계욕구가 충족되지 못할 가능성이 높고 이로 인해 낮은 대인관계 만족감이나 자기감을 경험했을 수 있다(박명철, 임용광, 2013; 유나 등, 2016; Buffardi & Campbell, 2008; Carpenter, 2012). 따라서 이들은 면대면 접촉이 적고 익명성이 보장되며 이상적인 자기제시가 가능한 SNS공간에 매료되며 이 공간에서 현실에서 충족되지 못한 관심/승인 욕구를 보상받기를 원할 수 있다(권석만, 한수정, 2000; 박명철, 임용광, 2013; 유나 등, 2016; 이계정, 정남운, 2007; 제순하, 2011; Buffardi & Campbell, 2008; Carpenter, 2012; Panek et al., 2013; Sorokowski et al., 2015). 더불어, 자기애성향은 청소년의 부정적 정서에 대한 경험회피와 현실회피의 동기도 자극할 가능성이 높다. 앞서도 언급하였듯, 자기애성향이 높은 개인은 자신에 대한 과장된 지각이나 특권의식, 과도한 승인에의 요구와 지배적인 대인관계특성으로 인해 현실에서 부정적 대인피드백과 부정적 정서를 경험할 가능성이 크다. 이에, 자기애성향이 높은 이는 부정적인 정서로부터의 회피나 현실 회피 동기를 가지고 SNS에 접근할 가능성이 있다(권석만, 한수정, 2000; 김선미, 서경현, 2015). 특히, 또래관계가 매우 중요하게 작동하는 청소년기에는 자기애성향으로 인한 부정적 경험이 대인관계 및

현실회피 동기로 이어질 가능성이 더 클 수 있다. 본 연구에서 확인된 청소년 자기애성향과 대인관계 및 현실회피 SNS이용동기의 정적 상관 및 정적 영향관계는 이러한 설명이 설득력이 있음을 보여준다.

다음으로, 청소년의 자기애성향이 대인관계 및 현실회피 SNS이용동기를 거쳐 SNS이용행동에 영향을 미치는 매개모형을 검증한 결과, 연구는 확산행동에서는 대인관계 및 현실회피 동기를 거친 완전매개가, 생산행동과 확인행동에서는 두 매개경로를 거친 영향 외에도 자기애성향에서 SNS이용행동으로의 직접 경로가 유효한 부분매개가, 그리고 수용행동에서는 대인관계동기의 간접 경로와 직접경로만 유효한 부분매개가 성립함을 확인하였다. 특히, 확산, 생산, 확인 SNS이용행동들에서는 자기애성향이 두 SNS이용동기를 증가시키고 증가된 동기가 확산, 생산, 확인 행동을 높이는 방식으로 영향을 줄 수 있었다. 반면, 수용 SNS이용행동에서는 자기애성향으로 인해 증가된 대인관계동기가 수용행동을 낮추는 방식으로 작동함을 알 수 있었다. 이러한 결과는 자기애성향이 생산, 확산, 확인과 같은 다양한 SNS이용행동을 촉발하는데 기여하고 있으며, 이러한 행동을 유발하는데 있어 사람들의 관심과 인정, 그리고 그로 인한 자기감의 상승을 원하는 대인관계적 동기와 현실의 부정적 관계 경험이나 정서를 잊거나 회피하고자 하는 현실회피적 동기가 관여함을 시사한다. 또한, 연구 결과를 통해, 자기애성향으로 인해 높아진 대인관계적 동기가 타인의 SNS 내용물을 읽고 수용하는 행동의

필요성을 평가절하하게 만들거나 불필요한 행동으로 지각하게 만들어 SNS에서의 수용행동을 감소시키는 것으로 해석해 볼 수 있다.

제기한 해석 중 대인관계적 동기에 관한 해석은 본 연구의 결과뿐 아니라 이전 진행된 몇몇 연구 결과를 통해서도 지지되고 있다. 특히, Panek 등(2013)과 Sorokowski 등(2015)의 연구 결과는 자기애성향과 생산 및 확인 SNS이용행동 간 관계에 감탄/존경욕구(admiration demand), 소속욕구, 허영, 과시, 우월, 권위의 욕구와 같은 대인관계적 동기와 관여되었을 가능성을 제시하고 있다. Casale과 Fioravanti(2018)는 이에서 더 나아가 자기과시적 자기애(grandiose narcissism)와 취약한 자기애(vulnerable narcissism) 중 자기과시적 자기애만이 감탄/존경을 받고자 하는 욕구(need for admiration)와 소속의 욕구(need to belong)를 매개로 페이스북중독을 높임을 발견하였다. 또한 연구는 이들 완전매개 경로에서 감탄/존경의 욕구가 포함된 매개경로가 소속의 욕구가 포함된 매개경로보다 설명력이 더 높음을 발견하였다. 이는 자기애가 높은 이들에 있어 과시, 승인, 인정의 욕구가 SNS이용행동을 높이는 주된 동기임을 시사하는 결과라 할 수 있다.

본 연구는 청소년의 자기애성향과 다양한 SNS이용행동 간 관계를 포괄적으로 검토했다는 의의와 자기애성향과 다양한 SNS이용행동 사이를 매개하는 공통 매개경로를 확인해냈다는 의의를 제공하고 있다. 또한, 본 연구는 자기애성향이 높은 청소년의 추후 SNS중독 발전 가능성을 낮출 개입이 어디서

부터 시작되어야 할지에 대한 함의도 제공하고 있다. 특히, 본 연구는 자기애성향이 높은 청소년의 SNS중독 예방을 위해 대인관계동기와 현실회피동기를 고려할 필요가 있음을 강하게 시사하고 있다. 특히, 연구는 관계/인정 욕구를 온라인 공간이 아닌 현실에서 만족시키도록 돕는 개입, 현실회피에 기저한 정서적 문제를 전달하는 개입이 자기애성향이 높은 청소년에게 유용할 수 있음을 시사하고 있다.

자기애성향이 높은 청소년은 면대면 관계에서 어려움을 겪게 되고 좌절된 대인관계적 욕구를 온라인 공간에서 만족시키기 위해 생산, 확산, 확인 행동에 과도하게 몰두할 수 있다. 주목할 점은, 이들은 특성 상 또래로부터 인정/관심을 받고자 하는 욕구는 강하지만 이들과 관계 맺는 기술은 부족하다는 것이다. 따라서, 자기애성향이 높은 청소년의 바람직한 SNS이용을 위해 대인관계향상 프로그램에 참여시키거나 공감, 사회기술훈련에 참여시키는 방안을 제안해 볼 수 있다(이아름, 2018; 이영은, 박현주, 허창구, 2016). 승인이나 찬사에 몰입하는 욕구와 특성에 대한 자각을 높이고 오프라인에서 친구들과 적절히 소통할 수 있는 기술을 훈련시키는 개입은 SNS를 통한 대리만족에서 벗어나 현실에서의 긍정적 상호작용의 기회를 넓혀 결과적으로 SNS 과사용이나 중독의 위험을 낮출 것으로 기대된다.

이와 더불어, 자기애성향이 높은 청소년은, 본 연구에서 시사된 대로, 다른 사람의 평가를 두려워하거나 현실을 잘 수용하지 못해 이를 잊거나 도피하고자 하는 목적으

로 SNS에서 생산, 확산, 확인 행동에 몰두할 확률이 높다. 그리고 이는 더 나아가 SNS 중독으로 이어질 수 있다(권석만, 한수정, 2000; 김선미, 서경현, 2015). 따라서 부정적 정서를 다루어주는 개입이 요구된다. 방법으로, 부적응적인 인지구조나 초기도식을 수정하고 타인비난이나 과극화와 같은 부적응적 인지적 정서조절 전략 대신 조망확대나 긍정적 재초점화와 같은 적응적 인지적 정서조절전략의 사용을 촉진하는 접근(문슬빈, 이민규, 2018; Young, 2003)이나 거부에 대한 감내력을 높이는 접근(Linehan, 1993)을 제안해 볼 수 있다. 또한, 청소년의 부정적/회피적 정서의 조절에 수용전념치료(ACT)가 효과적이라는 보고도 있다(허예슬, 손정락, 2013). 기술한 부정적 정서의 조절 및 수용 전략들은 자기애성향이 높은 청소년의 현실도피 혹은 회피 동기로의 SNS이용행동을 감소시키는데 기여할 수 있을 것이다.

끝으로 본 연구의 제한점과 후속연구를 위한 제언을 하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 서울시 소재 중학교 재학생들만을 대상으로 진행되었기 때문에 결과를 모든 청소년에게 일반화하기에는 한계가 있다. 후속연구에서는 다양한 지역의 청소년들을 포함하는 노력이 필요할 것이다. 둘째, 본 연구는 자기애성향을 청소년기에 나타나는 성격특성으로 보고 일반 중학생들을 대상으로 하여 연구를 진행했으나 추후에는 심각한 자기애성향을 보이는 임상집단 청소년을 포함시킬 필요가 제기된다. 이는 자기애성향과 SNS이용동기 및 이용행동 간 관계를 보다 극명하게 보여줄 것으로 기대된다. 셋째,



본 연구는 청소년의 자기애성향을 단일 차원으로 구성된 개념으로 개념화하여 분석을 진행하였다. 그러나 학자들 중에서는 자기애를 외현적 자기애와 내현적 자기애로 분류하고 있다(Akhtar & Thomson, 1982; Casale & Fioravanti, 2018; Kernberg, 1975; Kohut, 1977; Wink, 1991). 따라서 후속연구에서는 자기애의 두 유형을 고려한 연구를 진행하여 변인 간 관계를 살펴볼 필요가 있겠다. 넷째, 본 연구는 청소년의 다양한 SNS이용행동을 측정할 수 있는 적합한 도구가 없어 기존의 문항 외에도 연구자가 수정 고안한 문항을 사용하여 척도를 재구성하였다. 요인분석을 통해 척도의 타당성을 입증하였으나, 계속해서 SNS의 다양한 기능들이 생겨나고 있음을 인지할 때 새롭게 등장하는 SNS이용행동을 포괄하는 도구의 개발이 요구되고 있다. 이러한 도구의 개발은 관련 연구의 활성화와 청소년의 건강한 SNS이용을 이끄는 방안 마련에 도움을 줄 것이다.

### 참고문헌

교육부 (2017). 제1차 학교 실태조사.  
과학기술정보통신부, 한국인터넷진흥원 (2017). 인터넷이용실태조사.  
구진경, 이두희, 임승희 (2012). SNS이용자의 심리적 특성이 SNS상의 생산과 수용행동에 미치는 영향에 관한 연구. *상품학연구*, 30(5), 1-14.  
권석만, 한수정 (2000). 자기애성 성격장애. 서울: 학지사.

김민희 (2012). 스마트폰 확산에 따른 SNS이용자의 이용행태분석. 중앙대학교 석사학위논문.  
김선미, 서경현 (2015). 내현적자기애와 SNS중독경향성 간의 관계: 경험회피의 매개효과를 중심으로. *한국심리학회지: 건강*, 20(3), 587-603.  
김윤희, 조규영 (2014). B시 고등학생의SNS중독에 영향을 미치는 요인. *한국자료분석학회*, 16(2), 1075-1086.  
김희연, 오주현 (2012). 국내외 SNS의 현황과 사회적 의미. *정보통신정책연구*, 24(12), 19-42.  
나중연 (2010). 사용확산모형을 적용한 소비자의 온라인 소셜 네트워크 활용에 대한 연구. *소비자학연구*, 21(2), 443-472.  
문슬빈, 이민규 (2018). 내현적자기애와 SNS중독경향성의 관계: 부적응적 인지적 정서조절전략과 내면화된 수치심의 간접효과를 중심으로. *한국심리학회지: 건강*, 23(2), 379-396.  
박명철, 임용광 (2013). 대학생들의 자존감 수준이 인터넷 중독에 미치는 영향. *한국중독범죄학회*, 1, 12-20.  
박웅기 (2013). 청소년의 SNS 중독에 관한 탐색적 연구. *언론과학연구*, 13(4), 305-342.  
배지우, 박정열 (2015). 소셜미디어 이용동기와 행복-몰입의 매개효과를 중심으로. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 29(3), 45-66.  
서재삼, 황순택 (2006). 한국형 성격장애 진단검사의 개발과 타당화. *한국심리학회*

- 지: 임상, 25(1), 273-288.
- 우공선, 강제원 (2011). 이동형 SNS의 이용 충족, 의존, 그리고 문제적 이용: 트위터를 중심으로. 사이버커뮤니케이션학보, 28(4), 89-127.
- 유 나, 김승윤, 이상민 (2016). 청소년의 관계적 공격성과 SNS중독경향성 간의 관계: SNS이용동기의 매개효과. 교육치료연구, 8(3), 337-350.
- 이경주, 황순택, 정다원 (2015). 청소년의 자기애성 성격과 비행행동의 관계에서 사회적 거절의 매개효과. 사회과학연구, 26(4), 45-64.
- 이계정, 정남운 (2007). 내현적 자기애 성격 성향과 인터넷 보상경험이 인터넷 과다 사용에 미치는 영향. 한국심리학회지: 상담 및 심리치료, 19(1), 55-69.
- 이수영, 내가영 (2011). 마이크로 블로그 이용자의 능동성에 관한 탐색적 연구: 트위터와 미투데이 이용자의 생산적 활동을 중심으로. 방송통신연구, 73, 171-200.
- 이수정, 연정화 (2013). 초·중학생의 SNS에서의 긍정적·부정적 행동 분석. 한국정보교육학회, 17(1), 1-8.
- 이아름 (2018). 청소년의 오프라인 친구관계가 SNS중독경향성에 미치는 영향: 성별에 따른 온라인 친구관계의 조절효과. 건양대학교 석사학위논문.
- 이영은, 박현주, 허창구 (2016). 내현적·외현적자기애와 SNS중독경향성. 한국심리학회지: 사회 및 성격, 30(1), 63-80.
- 이정화, 김호영, 강정석 (2017). 외로움이 SNS중독경향성에 미치는 영향. 한국심리학회지: 임상, 36(2), 154-164.
- 장윤지 (2016). 내현적자기애가 SNS중독경향성에 미치는 영향: 대인관계어려움의 매개효과. 건국대학교 석사학위논문.
- 정은정, 김원희, 이동형 (2014). 고등학생의 성격5요인과 SNS이용동기 간의 관계. 교육혁신연구, 24(1), 17-31.
- 제순하 (2011). 내현적 자기애가 인터넷 중독성향에 미치는 영향: 경험회피의 매개효과. 성신여자대학교 석사학위논문.
- 조성현, 서경현 (2013). SNS중독경향성 관련 요인탐색: 내현적 자기애, 자기제시 동기 및 소외감을 중심으로. 한국심리학회지: 건강, 18(1), 239-250.
- 조소연, 정주원 (2017). 중학생의 SNS중독경향성에 있어 내현적자기애와 소외감, 자아존중감의 관계. 한국가정과교육학회지, 29(3), 125-140.
- 조진행 (2018). 청소년의 내현적자기애와 SNS중독경향성의 관계: SNS이용동기의 매개효과 및 성별의 매개된 조절효과. 건양대학교 석사학위논문.
- 통계청, 여성가족부 (2017). 2017년 청소년통계.
- 피승정 (2013). SNS사용행동에 따른 SNS중독 가능성, 자아존중감, 대인관계의 차이. 단국대학교 석사학위논문.
- 한국정보화진흥원 (2017). 스마트폰 과의존 실태조사.
- 한국정보화진흥원, 미래창조과학부 (2016). 2016 인터넷(스마트폰) 과의존 실태조사.
- 허예슬, 손정락 (2013). 수용전념치료가 정서

- 조절곤란이 있는 청소년의 정서인식 명  
확성, 회피적 정서조절 및 학업스트레  
스에 미치는 효과. *한국심리학회지: 건강*,  
18(4), 603-626.
- 홍지은, 강민주 (2013). 고등학생의 SNS이용  
행태가 자아존중감과 공적자의식에 미  
치는 영향. *한국청소년연구*, 24(3), 33-65.
- 황희은, 김향숙 (2015). 자존감, 사회불안 및  
대인관계 지향성이 중학생의 SNS중독경  
향성에 미치는 영향. *청소년학연구*, 22  
(9), 233-253.
- Akhtar, S., & Thomson, J. A. (1982). Overview:  
Narcissistic personality disorder. *American  
Journal of Psychiatry*, 139, 12-20.
- American Psychiatric Association (2013).  
*Diagnostic and statistical manual of mental  
disorders* (5th ed.). Arlington, VA: Author.
- Brailovskaia, J., & Bierhoff, H. (2016).  
Cross-cultural narcissism on Facebook:  
Relationship between self presentation, social  
interaction and the open and covert  
narcissism on a social networking site in  
Germany and Russia. *Computers in Human  
Behavior*, 55, 251-257.
- Buffardi, E. L., & Campbell, W. K. (2008).  
Narcissism and social networking web sites.  
*Journal of Personality and Social Psychology  
Bulletin*, 34, 1303-1314.
- Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on  
Facebook: Self-promotional and anti-social  
behavior. *Personality and Individual Differences*,  
52, 482-486.
- Casale, S., & Fioravanti, G. (2018). Why  
narcissists are at risk for developing  
Facebook addiction: The need to be  
admired and the need to belong. *Addictive  
Behaviors*, 76, 312-318.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation,  
moderation, and conditional process analysis: A  
regression-based approach* (2nd Ed.). New  
York: Guilford Press.
- Kernberg, O. F. (1975). *Borderline conditions and  
pathologic narcissism*. New York: Jason  
Aronson.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of  
structural equation modeling*. New York, NY:  
Guilford publications.
- Kohut, H. (1977). *The restoration of the self*. New  
York, NY: International Universities Press.
- 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.
- Lee-Won, R. J., Herzog, L., & Park, S. G.  
(2015). Hooked on Facebook: The role of  
social anxiety and need for social  
assurance in problematic use of Facebook.  
*Cyberpsychology, Behavior, and Social  
Networking*, 18, 567-574.
- Linehan, M. M. (1993). *Cognitive behavioural  
treatment of borderline personality disorder*. New  
York, NY: Guilford Press.
- Liu, D., & Baumeister, R. F. (2016). Social  
networking online and personality of  
self-worth: A meta-analysis. *Journal of*

- Research in Personality*, 64, 79-89.
- Panek, E. T., Nardis, Y., & Konrath, S. (2013). Mirror or megaphone? How relationships between narcissism and social networking site use differ on Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29, 2004-2012.
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Huk, A., & Pisanski, K. (2015). Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men. *Personality and Individual Differences*, 85, 123-127.
- Swanson, D. L. (1977). The uses and misuses of uses and gratification. *Human Communication Research*, 3, 214-261.
- Wink, P. (1991). Two faces of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 590-597.
- Young, J. E., Klosko, J. S., & Weishaar, M. E. (2003). *Schema therapy: A practitioner's guide*. New York, NY: Guilford Press.

원고 접수일 : 2019. 09. 07

수정 원고접수일 : 2019. 10. 15

게재 결정일 : 2019. 10. 25