



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](#)

이 정 윤 교수 지도

석사학위 청구논문

대학생의 내현적 자기애와

SNS 중독경향성의 관계 :

자기개념 명확성과 사회비교 경향성의

순차매개효과

2020

성신여자대학교 대학원

심 리 학 과

황 유 나

대학생의 내현적 자기애와
SNS 중독경향성의 관계 :
자기개념 명확성과 사회비교 경향성의
순차매개효과

이 정 윤 교수 지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2020년 5월

성신여자대학교 대학원

심 리 학 과

황 유 나

인 준 서

황유나의 석사학위 논문으로 인준함

2020년 5월

심사위원장 _____ (인)

심 사 위 원 _____ (인)

심 사 위 원 _____ (인)

성신여자대학교 대학원

논문개요

본 연구는 성인 초기 대학생들을 대상으로 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 각각 매개하는지, 더 나아가 두 변인이 순차적으로 매개하는지를 알아보고자 하였다. 이를 위해 현재 SNS를 사용하고 있는 대학생 476명을 대상으로 내현적 자기애, SNS 중독경향성, 자기개념 명확성, 사회비교 경향성 척도를 사용하여 자료를 분석하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 내현적 자기애, SNS 중독경향성, 자기개념 명확성, 사회비교 경향성은 모두 유의한 상관성이 있는 것으로 나타났다. 둘째, 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성의 매개모형을 살펴 본 결과 통계적으로 유의하였다. 셋째, 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계에서 사회비교 경향성의 매개모형을 살펴 본 결과 통계적으로 유의하지 않았다. 마지막으로 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성의 순차매개가 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 본 연구는 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성이 매개함을 밝힘으로써, SNS 중독경향성을 높이는 기제와 경로에 대한 기초자료를 제공하였다는 점에서 의의가 있다.

주요어 : 내현적 자기애, SNS 중독경향성, 자기개념 명확성, 사회비교 경향성

목 차

논문개요

I. 서론	1
1. 연구의 목적 및 필요성	1
II. 연구문제	10
1. 연구모형	10
2. 연구문제	10
III. 이론적 배경	13
1. SNS 중독경향성	13
2. 내현적 자기애	16
1) 자기애의 개념	16
2) 내현적 자기애의 개념	19
3) 자기애의 자기조절	21
4) 내현적 자기애와 SNS 중독경향성	24
3. 자기개념 명확성	27
1) 자기개념 명확성의 개념	27
2) 내현적 자기애와 자기개념 명확성	28
3) 자기개념 명확성과 SNS 중독경향성	30

4. 사회비교 경향성	31
1) 사회비교 경향성의 개념	31
2) 내현적 자기애와 사회비교 경향성	33
3) 사회비교 경향성과 SNS 중독경향성	35
5. 자기개념 명확성과 사회비교 경향성	36
IV. 연구방법	40
1. 연구대상 및 절차	40
2. 측정 도구	40
1) 내현적 자기애	41
2) SNS 중독경향성	42
3) 자기개념 명확성	43
4) 사회비교 경향성	44
3. 자료 분석	46
V. 연구결과	47
1. 주요 변인들의 기술통계 및 상관	47
1) 연구 대상자의 인구통계학적 특성	47
2) 연구 대상자의 SNS 이용형태	49
3) 주요변인들의 상관관계	51
2. 매개효과검증	53
3. 간접효과검증	56
VI. 논의	58
1. 결과에 대한 논의	58

2. 연구의 의의와 제한점 및 제언 64

참고문헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

표 1. 내현적 자기애의 문항구성	41
표 2. SNS 중독경향성의 문항구성	43
표 3. 자기개념 명확성의 문항구성	44
표 4. 사회비교 경향성의 문항구성	45
표 5. 연구 대상자의 인구통계학적 특성	48
표 6. SNS 이용형태	50
표 7. 주요 변인들의 상관분석 및 기술통계	52
표 8. 매개효과 검증 결과	54
표 9. 간접효과 Bootstrapping 분석결과	56

그림 목 차

그림 1. 연구 모형	10
그림 2. 자기에의 역동적 자기조절 과정 모델	22
그림 3. 최종모형	55

I. 서론

1. 연구의 목적 및 필요성

사회 관계망 서비스(Social Network Service: SNS)란 웹 기반 서비스를 이용하여 자신을 대중 혹은 일부에게 공개하고, 정보를 주고받으며, 사용자 간에 서로 소통하며 인맥을 확장해 나갈 수 있는 플랫폼으로 정의할 수 있다(Boyd & Ellison, 2007). 현재 전 세계 인구 중에서 34억 9,900만 즉, 전 세계 인구의 약 45%가 SNS 서비스를 이용하고 있으며, SNS 사용자의 수는 매년 증가하고 있다(Nasmedia, 2019, 9).

이러한 SNS의 기능은 삶에 긍정적인 이점을 주기도 하지만 부정적인 영향을 미치기도 한다. 그 예로는 장시간 사용으로 인한 손목 터널 증후군, 수면 장애, 거북목 등의 신체적 문제와, 지나친 정보 노출로 인한 사생활 침해가 있으며(영남일보, 2018. 10. 25), 온라인상의 대인관계에 과도하게 몰두하게 됨에 따라 오프라인상의 대인관계를 소홀하게 되면서 야기되는 현실 세계에서의 관계 단절 및 회피(김은미 외, 2011; 전해성, 홍구표, 2017) 등이 있다.

이러한 역기능적 측면을 고려해 볼 때 SNS 중독은 매우 심각한 문제라고 할 수 있다. 정소영과 김종남(2014)은 SNS 중독경향성을 ‘온라인상의 대인관계에 과도하게 몰두하여 금단 및 내성 증상이 나타나며, 일상생활에 지장을 주는 것’으로 정의하였다. 다수의 선행 연구에 따르면, SNS의 중독적 사용은 불안, 우울, 대학생활의 부적응 등의 심리적 문제와 상관이 높은 것으로 보고되었고(이현주, 김혜경, 2015; 오은진, 안성아, 2017; 김정화, 이영호, 2018), SNS 사용자가 예전부터 훨씬 많았던 미국에서는 FTAD

(Facebook Twitter Addiction Disorders)라는 용어가 등장할 만큼 사회적으로 심각한 문제로 대두되고 있는 상황이다(Uddin & Mamun, 2018).

SNS를 사용하는 연령층은 다양하지만, SNS에 접근성이 용이한 20, 30대를 중심으로 SNS 중독의 문제점이 제기되고 있다(이인숙, 2014; 임숙영, 임영진, 2017; 문슬빈, 이민규, 2018). 이 중에서도 특히 20대의 SNS 사용에 주목할 필요가 있는데, 정보통신정책연구원(2019)에 따르면 2018년 기준 전체 연령 중 20대가 SNS를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났으며, SNS 하루 평균 이용 시간도 1시간 7분으로 모든 연령층 가운데 가장 오래 사용하고 있는 것으로 나타났다. 대학생 시기는 10대에서 20대로 가는 전환점으로 이전까지 맺어왔던 사회적 관계 및 패턴에서 많은 변화를 경험하게 된다. 이로 인해 대인관계에 불안을 느낄 수 있으며, 새로운 대인관계를 형성하는데 어려움을 겪을 수 있다(우성범 외, 2012; 김종운, 양민정, 2014). 이러한 대인관계의 어려움은 현실세계가 아닌 가상세계에 보다 집착하게 하는 인터넷 중독 및 스마트폰 중독을 야기 시키기도 한다(이정숙, 2012; 이순희, 차은정, 2014). 또한 타인과의 대인관계에서 생길 수 있는 스트레스와 불안 등은 온라인이 오프라인보다 비교적 덜 하기 때문에 사람들은 온라인상의 대인관계에 더 쉽게 빠져들 수 있다(Ward & Tracey, 2004; Kalkan, 2012). 따라서 SNS 중독경향성을 높이는 요인들에 대한 연구가 필요하며, 이에 본 연구에서는 SNS를 사용하고 있는 20대 대학생들을 대상으로 연구를 실시하고자 하였다.

SNS 중독경향성과 관련한 개인의 성격 특성 요인 중 하나로 자기애(narcissism)가 있다. 자기-과장이고 자기-몰두인 성격을 묘사하는 자기애라는 용어는 Freud(1953)가 처음으로 개념화하였으며, 자기애는 SNS 중독을 일으킬 수 있는 개인의 성격적 변인으로 많은 연구들에서 경험적으로 증명되었다(Andreassen, Pallesen & Griffiths, 2017; Buffardi & Campbell, 2008;

Mehdizadeh, 2010; 조다현, 박기환. 2019; 이영은, 박현주, 허창구, 2016).

선행연구에 따르면 자기에 성향의 사람들은 자존감을 조절하기 위한 도구로 SNS를 사용하기 때문에 SNS에 몰입할 수 있다고 한다(Ozimek, Bierhoff & Hanke, 2018). 특히 내현적 자기애의 경우, 내면의 과장된 자기애를 가지고 있으나 상대적으로 자존감이 낮으며, 이를 제대로 표현하지 못하기 때문에 좌절감을 느끼기 쉽다(Rose, 2002). 또한 내현적 자기애가 높은 사람들은 상대적으로 자기존중감을 조절하기 위한 기술을 내면화하지 못하여 타인의 긍정적인 평가와 인정을 끊임없이 추구하는 모습을 보인다(Dickinson & Pincus, 2003). 하지만 내현적 자기애의 특성상 현실에서는 적절한 대인관계를 형성하는데 어려움을 겪기 때문에(홍서윤, 2014), 친밀하지 않은 관계에서도 내면의 자기애를 표현할 수 있고 타인의 관심과 주목을 쉽게 받을 수 있는 SNS에 몰입하게 될 가능성이 높다. 곽지현과 홍혜영(2018)에 따르면, 대인관계 속에서 어려움을 느끼고 반복적으로 사회적 상황을 회피하며 높은 사회불안을 가지고 있을수록 대인관계 욕구를 충족시키기 위해 SNS를 더 많이 사용하게 된다고 하였다.

또한 내현적 자기애 성향의 사람들은 현실의 어려움을 벗어나기 위한 일종의 도피처로 SNS를 사용할 수 있고, 그 결과 SNS에 중독될 수 있다. 내현적 자기애 성향이 높을수록 부적응적인 인지적 정서조절을 사용하는데(홍서윤, 2014), SNS 상에서는 손쉽게 부정적 정서를 회피할 수 있기 때문에 과도하게 SNS를 사용할 가능성이 있다. 실제로 내현적 자기애 성향의 사람들은 현실을 온전히 수용하지 못하고 경험을 회피하는 것으로 나타났으며, 이는 SNS 중독경향성을 높이는 것으로 나타났다(김선미, 서경현, 2015). 따라서 이와 같은 선행연구들을 종합해볼 때, 내현적 자기애 성향의 사람들은 웅대한 자기상을 현실에서 드러내는데 어려움을 겪을 수 있으며, 그 결과 다른 사람으로부터의 긍정적인 피드백을 통해 인정받고 싶은 욕구를 충족시키고

자기존중감을 높이기 위해 SNS에 몰입하는 것으로 추론할 수 있다.

이처럼 내현적 자기애는 SNS 중독경향성에 직접적으로 영향을 미치기도 하지만, 매개변인을 통해 간접적으로 SNS 중독경향성에 영향을 미칠 가능성도 있다. 내현적 자기애가 매개변인을 거쳐 간접적으로 SNS 중독경향성에 영향을 미치는 것이 검증된다면, 내현적 자기애로 인해 발생하는 SNS 중독경향성을 예방하거나 치료하는데 보다 효율적으로 개입할 수 있을 것이다. 다시 말해, 내현적 자기애는 성격구조에 해당하여 치료적 개입이 쉽지 않고 단기간에 변화시키기 어려운 속성을 지니고 있기 때문에(권은미, 신민섭, 김은정, 2009), 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 사이에 어떠한 매개변인들이 있는지를 밝히는 것은 치료적 개입을 위한 적합한 상담계획을 세우는데 좀 더 실질적인 도움을 줄 수 있다. 이에 본 연구에서는 내현적 자기애가 SNS 중독경향성으로 가는 경로에서 어떠한 변인들이 영향을 미치는지를 알아보고자 하였다.

먼저, 본 연구에서는 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계를 매개하는 변인으로 자기개념 명확성에 주목하고자 한다. 자기개념 명확성(self-concept clarity)은 자기개념의 구조적 차원으로, 개인이 자신에 대해 얼마나 안정되고 일관된 개념을 가지고 있는지를 의미하며(Campbell et al., 1996), 이는 개인의 긍정 정서에 영향을 줌으로써 심리적, 사회적 적응 수준을 유의하게 예측해 줄 수 있는 요소로 주목받고 있다(Bigler, Neimeyer & Brown, 2001).

그런데 이러한 자기개념 명확성은 내현적 자기애로부터 영향을 받을 수 있다. 내현적 자기애 성향의 사람들은 외부 평가에 민감하고 취약한 특성으로 인해 평가받는 상황 자체를 회피하고(김성주, 이영순, 2015), 자신에 대한 잘못된 정보를 가질 가능성이 높으며, 자신에 대한 혼란을 경험하기 쉽다(최정문, 정남운, 2016). 또한 내현적 자기애 성향의 사람들은 다른 사람들의

찬사나 자신의 성공에 대한 비현실적인 환상을 가지고 있는데(Hendin & Cheek, 1997), 이러한 과도한 자기애와 실제 경험과의 괴리로 인해 일관되고 명확한 자기개념을 형성하지 못할 수 있다.

여러 연구들을 통해 자기개념 명확성이 내현적 자기애 집단의 병리적 특징을 설명해주는 중요한 요인이 될 수 있음이 밝혀졌다. 이준득, 서수균과 이훈진(2007)에 따르면, 내현적 자기애가 높은 집단이 통제 집단에 비해서 자기개념 명확성이 유의미하게 낮게 나타났고, 통제 집단과 외현적 자기애 집단 간에는 유의한 차이가 나지 않는 것으로 나타났다. 또한 내현적 자기애 성향의 사람들은 외현적 자기애 성향의 사람들에 비해서 부정적 평가에 더 과민하며, 두려움이 더 크고 자기개념이 부정적이며, 실제 자기와 이상적 자기 간의 일치도 역시 더 낮은 것으로 나타났다(박세란, 신민섭, 이훈진, 2005). 또 다른 선행연구에 따르면 자기개념 명확성은 내현적 자기애와 우울, 대인관계 문제, 사회불안 등과 같은 다른 변인들과의 관계에서 부분 매개효과를 갖는 것으로 나타났다(김상목, 2016; 장주혜, 2019; 손은경, 권해수, 2014). 이러한 연구 결과들을 바탕으로 본 연구에서는 내현적 자기애를 자기개념 명확성에 영향을 미치는 선행요인으로 보고자 하였다.

한편, 자기개념 명확성은 SNS 중독경향성을 높이는데 영향을 미치는 요인으로 볼 수 있다. 자기개념이 명확하지 못한 사람들은 외부 피드백을 공격적으로 해석하는 경향을 보이며, 그 결과 사회적 상호작용 관계에서 회피하는 형태를 보일 수 있다(손은경, 권해수, 2014). 이러한 성향을 보이는 사람들에게 사이버 공간은 굉장히 매력적일 수 있는데, 이는 자신이 원하는 모습만을 단편적으로 드러낼 수 있으며, 보이지 않는 대상과의 관계를 통해 자신의 자기개념에 대한 불안을 해소할 수 있기 때문이다. 선행 연구에 따르면 자기개념 명확성이 낮은 사람들은 외로움을 더 많이 경험하며, 병적으로 인터넷을 사용하고(Matsuba, 2006), 온라인상에서 공격적인 상호작용을 더

활발하게 한다고 한다(Shao et al., 2018). 또한 자기개념 명확성이 부족한 사람일수록 인터넷을 의사소통의 목적으로 사용하며, 자기개념이 명확한 사람일수록 인터넷을 정보 검색의 목적으로 사용하는 경향을 보인다고 한다(Matsuba, 2006). 이처럼 다른 사람과 소통하고 관계를 맺는 것에 목적을 두고 SNS를 사용하는 개인은 SNS 중독경향성을 더 보이기 쉽기 때문에(이귀옥, 박조원, 2018; 박종순, 이종만, 2016), 자기개념 명확성이 불명확한 개인은 사회적인 욕구를 충족시키고 불명확한 자기개념에 대한 정보를 얻기 위해 SNS를 과도하게 사용할 수 있음을 예측할 수 있다. 비록 아직까지 자기개념 명확성과 SNS 중독경향성의 직접적인 관계를 밝힌 연구는 많지 않지만, 한 선행 연구에 따르면 자기개념 명확성이 낮을수록 SNS에 더 몰입하는 것으로 나타났다(오누리, 2018).

다음으로, 본 연구에서는 내현적 자기에와 SNS 중독경향성과의 관계에서 사회비교 경향성을 또 다른 매개변인으로 보고자 한다. Festinger(1954)는 사람들은 타인과의 사회비교를 통해 자신의 상대적인 지위를 결정한다고 주장하며, 자기의 의견, 능력, 태도 등의 다양한 측면에서 다른 사람들과 비교하려는 욕구를 사회비교 경향성(social comparison orientation)이라고 하였다.

이러한 사회비교 경향성은 내현적 자기에의 영향을 받아 보다 심해질 수 있다. 자기에 성향의 사람들은 스스로를 우월하다고 여기고 과장된 자기 지각을 가지고 있기 때문에, 타인과의 사회비교를 통해 자신의 상대적인 위치를 파악하고 자신이 타인과 구별되고 특별하다는 것을 확인하고자 할 수 있다. 실제로 선행 연구에서는 자기에 성향이 높을수록 사회비교 경향성이 높은 것으로 나타났다(Krizan & Bushman, 2011; Bogart, Benotsch & Pavlovic, 2004; Wang, 2019). 특히 내현적 자기에 성향의 사람들은 낮은 자존감을 보이고 습관적으로 부적절감을 자주 느끼는데(Cain, Pincus & Ansell, 2008; Pincus et al., 2009), 이로 인해 사회비교 상황에 자주 노출되고 그 결과로

만성화된 시기심(envy)을 보일 수 있다(Krizan & Johar, 2012). 이에 본 연구에서는 내현적 자기에 성향이 높을수록 사회비교 경향성 또한 높다(Ozimeck, Bierhoff & Hanke, 2018)는 선행 연구를 바탕으로, 내현적 자기를 사회비교 경향성을 높이는 선행요인으로 보고자 하였다.

한편, 최근 개인의 SNS중독을 예언하는 변인으로 사회비교 경향성에 대한 연구가 증가하고 있다(Ozimek, Baer & Föster, 2017; 양인숙, 황선아, 2018; Lee, 2014). 사회비교 경향성이 높은 개인은 타인이 무슨 생각을 하는지에 관심을 가지고 있으며, 타인이 어떻게 행동하는지에 대해 민감하다(Cramer, Song & Drent, 2016). SNS라는 공간은 개인의 의견이나 사고방식, 일상생활 등이 자연스럽게 다른 사용자에게 노출될 수 있으며 그 공간 안에서 개인은 자신을 과장하거나 긍정적인 일상을 공유할 수 있기 때문에, 습관적으로 타인을 의식하는 특성을 가진 사회비교 경향성이 높은 개인은 SNS 상의 타인의 게시물에 더 많은 영향을 받고, 계속해서 비교를 하기 위해 SNS에 중독될 가능성이 있다. Vogel 등(2015)에 따르면 사회비교 경향성이 높은 집단과 낮은 집단을 나누고 이들 간의 facebook 사용 빈도를 알아 본 결과, 사회비교 경향성이 높은 집단은 낮은 집단에 비해 facebook 사용 빈도가 유의하게 더 높은 것으로 나타났다. 또한 사회비교 경향성이 높은 개인은 SNS 상에서도 사회비교를 더 많이 하는 것으로 나타났으며, 이는 우울과 불안도 높이는 것으로 나타났다(Lee, 2014). 즉, 사회비교 경향성이 높은 개인은 SNS에 과도하게 몰입하게 될 수 있고, 이는 개인의 심리적 건강에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 것을 알 수 있다. 이러한 근거들을 바탕으로 본 연구에서는 내현적 자기에와 SNS중독경향성의 관계를 매개하는 변인으로 사회비교 경향성을 가정하였다.

나아가, 본 연구에서는 내현적 자기에와 SNS 중독경향성의 관계를 매개할 것으로 가정한 자기개념 명확성과 사회비교 경향성 사이에도 순차적인 매개

효과가 있을 것으로 가정하고 이를 검증하고자 하였다. 사회비교 이론을 주장한 Festinger(1954)는 정체성이 불확실할수록 다른 사람과 비교를 통해 자신이 사회의 어느 위치에 있는지 알아보려고 하는 욕구가 강하다고 하였다. 자기개념 명확성이 낮은 사람들은 사회적 자극에 대해 높은 민감성을 보이게 되고(Campbell et al, 1996), 명확하지 않은 자신에 대한 정보를 얻기 위해 과도하게 사회비교를 하게 된다(Vartanian & Dey, 2013; Gibbons & Buunk, 1999). 또한 다수의 선행 연구에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성의 관계를 일관되게 부적 상관으로 보고하고 있으며(Vartanian & Dey, 2013; Butzer & Kuiper, 2006; Lee, 2014; 박누리, 2018), 이는 낮은 자기개념 명확성을 가진 개인이 그렇지 않은 사람보다 다른 사람과의 비교에 더욱 관심을 가지고 사회적 비교를 보다 많이 추구할 것임을 의미한다(Butzer & Kuiper, 2006). 종합하면, 본 연구에서는 SNS를 가장 많이 이용하고 있는 성인 초기 대학생을 대상으로 내현적 자기애와 SNS 중독경향성과의 관계를 검토하고, 이 두 변인 사이를 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 각각 매개 하는지, 나아가 자기개념 명확성과 사회비교 경향성 사이에도 순차매개 효과가 나타나는지를 확인하고자 하였다.

내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 사이에서 어떠한 매개 변인이 있는지 밝히는 것은 SNS 중독 치료 개입에 있어서 다음과 같은 이유로 필요하다고 할 수 있다. 앞에서 언급했듯이 내현적 자기애의 경우 상담 및 치료에 많은 시간이 걸리기 때문에 단기간의 개입으로는 치료가 어려운 것으로 알려져 있다(김시원, 박경, 2012). 하지만 자기개념 명확성은 인지적인 요소로 집단 상담이나 마음 챙김에 기초한 인지치료를 통해 비교적 짧은 시간 동안 효과적으로 증가시킬 수 있는 것으로 나타났다(박태경, 박재연, 2018; 이서영, 2018). 또한 사회비교 경향성의 경우 개인의 성격적 변인으로서의 속성을 갖긴 하지만, 사회비교와 관련한 인지도식을 탐색하여 부적응적인 인지도식을 적

응적으로 수정하는 등의 개입이 가능하다. 실제로 사회비교에 해당하는 외모비교(appearance comparison)는 ‘Happy Being Me’ 라는 비교와 관련된 부적응적 인지 수정을 포함하는 미디어 교육을 통해 효과적으로 감소되었다는 연구결과가 존재한다(McLean, Wertheim, Marques & Paxton, 2019). 즉, 자기개념 명확성과 사회비교 경향성은 내현적 자기에 보다 비교적 가변적인 변인이라고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 내현적 자기에와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 각각 매개하는지, 나아가 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 순차적인 매개효과를 가지는지에 대해 알아보고자 하였다. 내현적 자기에가 SNS 중독경향성에 영향을 미치는 변인과 경로를 밝힘으로써 상담 장면에서 내현적 자기에 뿐 아니라 매개변인인 자기개념 명확성과 사회비교 경향성에 개입하여 보다 효율적으로 SNS 중독경향성을 낮출 수 있도록 도와주는 기초자료를 제공하고자 하였다.

II. 연구문제 및 가설

1. 연구모형

본 연구에서는 대학생의 내현적 자기에가 SNS 중독경향성에 영향을 미치는 과정에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 각각 매개할 것이라고 가정하고 이를 검증하고자 하였다. 또한 이와 함께 내현적 자기에와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성이 사회비교 경향성을 거쳐 순차적으로 매개할 가능성도 추가적으로 알아보하고자 하였다. 연구모형은 <그림 1>과 같다.

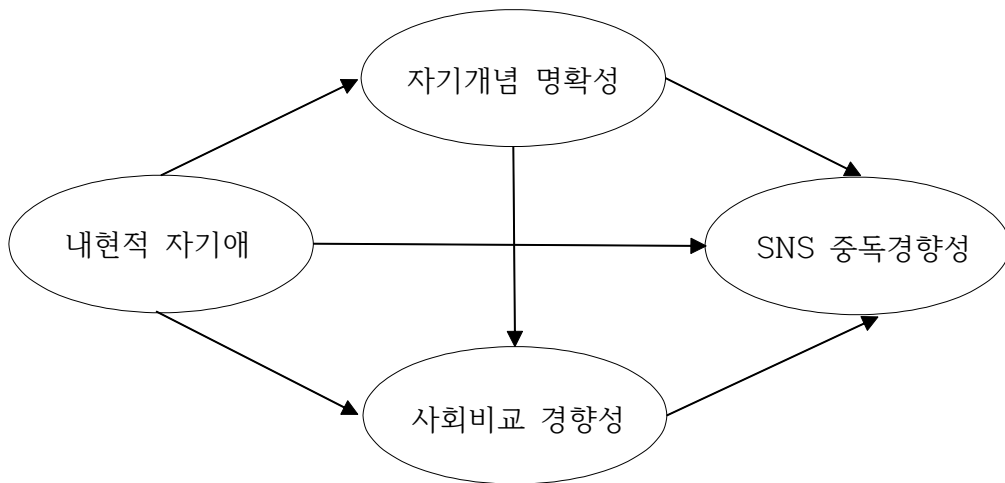


그림 1. 연구모형

2. 연구문제

본 연구에서 설정한 연구 문제는 다음과 같다.

[연구 문제1] 대학생의 내현적 자기애와 SNS 중독경향성, 자기개념 명확성, 사회비교 경향성의 관계는 어떠한가?

가설 1-1. SNS 중독경향성, 내현적 자기애, 사회비교 경향성은 모두 정적 상관을 보일 것이다.

가설 1-2 자기개념 명확성은 내현적 자기애, SNS 중독경향성, 사회비교 경향성과 각각 부적 상관을 보일 것이다.

[연구 문제2] 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계를 자기개념 명확성이 매개하는가?

가설 2-1. 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계를 자기개념 명확성이 매개할 것이다.

[연구 문제3] 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계를 사회비교 경향성이 매개하는가?

가설 3-1. 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계를 사회비교 경향성이 매개할 것이다.

[연구 문제4] 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계를 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 순차 매개하는가?

가설 4-1. 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계를 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 순차 매개할 것이다.

Ⅲ. 이론적 배경

1. SNS 중독경향성

SNS(Social Network Service)는 인터넷을 통해서 누군가에게 생각이나 의견, 메시지 등을 공유하며, 서로가 연결되어 있다는 점에서 CMC(Computer Mediated Communication) 영역에 해당된다. 또한 웹상에 게시판과 개인 공간이 있다는 점에서 카페나 블로그처럼 CMC의 확장이자 진화된 서비스라고 할 수 있다(최세경, 곽규태, 이봉규, 2012). Boyd와 Ellison(2007)은 SNS를 세 가지 측면의 특징을 갖고 있는 웹 기반 서비스라고 정의하였는데, 첫째, 시스템 안에서 대중 혹은 일부 대중에게 자기 자신을 소개하고, 둘째, 서로 정보를 주고받을 수 있으며, 셋째, 사용자 간의 관계를 형성하고 유지하고 시스템 안에서 다른 사용자들의 관계망을 보고 연결할 수 있다고 하였다. 즉, SNS는 온라인을 기반으로 특정한 목적을 갖고 다른 사람들과 상호작용하며 정보를 공유하고 사회적인 관계를 맺을 수 있는 쌍방향 의사소통 서비스라고 할 수 있다. 현재 국내에서 대표적으로 많이 사용되는 SNS로는 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram), 네이버 밴드(Band), 카카오 스토리(Kakao story), 트위터(Twitter) 등이 있다.

오늘날 스마트폰의 보급과 사용이 급속도로 증가하게 되고, 기존의 PC 기반의 서비스와 달리 언제든 모바일을 통한 접속이 가능해지면서 SNS 사용자 수 역시 기하급수적으로 늘어나고 있다(한국인터넷진흥원, 2014). 정보통신정책연구원(2019)의 ‘SNS 이용 추이 및 이용행태 분석’에 따르면, 2018년 SNS 이용률은 48.2%로, 2012년(23.5%)과 비교했을 때 6년 만에 2배 이상의 성장세를 보였다. 개인은 SNS를 통해 비교적 쉽게 자신의 관심사나 새로

은 정보를 공유하며 자신의 개성을 표현할 수 있고, 다른 사람들과 시간과 공간의 제약을 받지 않고 편리하게 소통할 수 있기 때문에(DMC 미디어, 2016) 많은 사람들이 SNS를 사용하고 있다.

이렇듯 SNS의 긍정적인 측면도 있지만 SNS 이용에 따른 새로운 부작용도 등장하고 있는데, 대표적인 것이 SNS 중독문제이다. SNS 중독은 ‘SNS에 과도하게 관심을 가지고 SNS를 사용하려는 강한 동기로 인해 SNS에 많은 시간과 노력을 투자하여 그 결과 다른 사회 활동, 학업, 업무, 대인 관계 및 또는 심리적 건강에 부정적인 영향을 끼치는 상태’라고 정의할 수 있다 (Andreassen, 2015). SNS 중독은 인터넷이나 스마트폰 중독과 다르게 자신이나 타인의 상태 업데이트에 대한 강박적인 관심과 높은 의존성을 가지는 특성이 있으며(이상호, 2013), SNS를 사용하고자 하는 욕구는 술, 담배와 같은 물질 중독보다도 더 강할 수 있다(Hofmann, Vohs & Baumeister, 2012)는 연구결과가 보고되기도 하였다.

이러한 SNS 중독은 일종의 행동 중독으로 볼 수 있는데(정소영, 김종남, 2014; 이종환 외, 2016; Rosenberg & Feder, 2015), Griffiths(2005)는 행동 중독은 내성(tolerance), 갈등(conflict), 현저성(salience), 기분 변화(mood modification), 재발(relapse), 금단 증상(withdrawal symptoms) 6가지 요소로 구성되어 있다고 주장하였다. 이 6가지 요소에 SNS 중독경향성을 대입하여 살펴보면, 내성은 SNS 사용이 증가하게 되면서 처음보다 기분 회복에 필요한 사용시간이 점점 길어지는 것을 의미한다. 갈등은 SNS에 지나치게 몰입해서 타인과 갈등 또는 다른 활동에 지장을 경험하는 것을 말한다. 현저성은 개인에게 SNS가 매우 중요한 일이 되어서 개인의 인지, 행동, 정서에 많은 영향을 주는 것을 의미한다. 기분 변화는 SNS를 통해 불쾌한 감정에서 벗어나거나 좋은 감정으로 변하게 되는 것을 말하며, 부정적인 정서를 회피하기 위해 SNS에 몰두하는 것을 말한다. 재발은 SNS 사용을 통제했음에도

불구하고 이전처럼 과도한 SNS 사용이 다시 반복되는 것을 의미한다. 마지막으로 금단 증상은 SNS 사용을 멈추거나 제한했을 때 정서적으로 또는 신체적으로 불편함을 느끼는 상태를 말한다(정소영, 김종남, 2014).

하지만 SNS를 과도하게 한다고 해서 이를 무조건 중독되었다고 할 수 없다. 이에 대해 정신장애의 진단 및 통계 편람 5판(Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder; DSM-5)을 살펴보면, 행동 중독으로 인해 일상생활에 큰 지장을 받거나 이로 인해 심각한 스트레스를 경험할 경우 이를 중독으로 간주하고 있다(APA, 2013). 즉, 부정적 결과가 예상됨에도 중독적인 행동을 줄이는데 어려움을 보이는 것이 중독의 핵심적인 특징이라고 볼 수 있다(Rosenberg & Feder, 2014).

또한 과도한 SNS 사용은 다음과 같은 부정적인 문제들을 야기할 수 있다. Xanidis와 Brignell(2016)는 SNS에 몰입할수록 개인의 수면의 질이 떨어지고 결국 인지 기능 저하를 일으킬 수 있다고 하였다. 또한 SNS 중독경향성이 높을수록 대인관계 만족감이 낮으며(김소연, 박미지, 박부경, 2018), 외로움을 더 느끼고 결과적으로 주관적인 행복감이 낮아지는 것으로 나타났다(Satici, 2018). 이는 다수의 선행연구에서 과도한 SNS 사용이 낮은 수준의 삶의 만족감과 자존감을 보상하려는 심리를 나타낸다는 연구들(Barker, 2009; Zywicki & Danowski, 2008; Oh, Ozkaya & LaRose 2014)과 맥락을 같이하는 결과이다. 이러한 연구 결과를 증명하듯이 최근 카카오토티 · 페이스북 · 인스타그램의 앞글 자를 따서 만들어진 ‘카페인 우울증’이라는 신조어가 등장했는데, 이는 SNS를 통해 타인의 행복한 일상을 보고 우울감을 느끼는 증상을 말한다. 이렇듯 SNS 중독문제가 사회적인 문제로 대두되고 있으며, 이로 인해 SNS 개발자들조차도 중독을 막기 위한 새 기능 추가를 계획하고 있을 정도로 그 해결책 마련에 관심이 집중되어 있는 상황이다.

SNS 중독에 대한 정의와 진단에 대한 명확한 합의는 아직까지 이루어지지 않았으며, 연구자에 따라 SNS 과다사용(최한나, 임숙희, 김교현, 2013), SNS 몰입(김형수, 2014), 페이스북 중독(김혜원, 이지연, 2017) 등의 서로 다른 명칭을 사용하고 있다. 정소영과 김종남은 이러한 문제점을 지적하고 이에 대한 명확한 논의가 필요하다고 주장하면서 ‘SNS 중독경향성’이라는 용어를 제안하였다. 이는 SNS의 과도한 사용이 여러 부분에서 중독적인 요소임에도 불구하고 이를 중독으로 규정할만한 경험적 근거가 부족하기 때문이다(Carbonell & Panova, 2016). 따라서 본 연구에서는 정소영과 김종남(2014)이 제안한 ‘SNS 중독경향성’이라는 명칭을 사용하였다.

2. 내현적 자기에

1) 자기에의 개념

자기애(narcissism)라는 용어는 그리스 신화에서 연못에 비친 자신의 모습을 사랑하다 죽은 미(美)소년 나르키소스(Narcissus)로부터 유래되었으며, 옥스퍼드 사전에서는 ‘병적인 자기 사랑 또는 자기 감탄’으로 정의하고 있다. 나르시시즘(Narcissism)이라는 용어의 공식적인 등장은 Havelock Eills(1898)가 한 남성의 자기 성애(auto-eroticism) 사례를 그리스 신화의 나르키소스에 비유하고, 이듬해 Nacke(1899)가 이 사례를 언급하면서부터 비롯되었다(Akhtar & Thomson, 1982).

그러나 인간의 심리적인 현상을 설명하는 중요한 개념으로 자기애를 전면에 등장시킨 학자는 Freud 이다. Freud(1953)는 자기애를 ‘심리적 에너지가 자신에게 향해 자신의 신체를 성적인 대상으로 취급하는 태도’라고 정의하

고, 자기애가 일차적 자기애와 이차적 자기애로 구분된다고 하였다. Freud에 따르면 생애 초기 발달 단계에서의 유아의 관심은 자신의 몸에 집중되어 있으며, 부모의 보살핌과 애정, 관심을 받으며 자신이 매우 중요한 존재라고 인식하게 된다고 했다. 결과적으로 이러한 경험은 자기 자신을 사랑하고 소중한 존재로 느끼는 일차적 자기애(primary narcissism)를 형성하도록 한다고 보았다. 이후 성장을 하면서 아동은 자기 자신과 외부 세계를 구분하게 되고, 외부 세계와 특히 부모에 대한 인식이 바뀌게 되면서 점차 자기(self)에게 부착되었던 리비도(libido)가 대상에게 옮겨지게 되는데, Freud는 이를 자기애(self-love)가 대상애(object-love)로 바뀌어 가는 정상적인 발달과정이라고 했다. 또한 아동은 부모와 애정을 주고받으며 부모와의 상호작용을 통해 자신이 소중하고 가치 있는 존재라고 느끼고 다른 사람들에게도 따듯한 관심과 사랑을 베풀며 자신의 가치감을 느끼게 되는데, 이것을 이차적 자기애(secondary narcissism)라고 하였다. 그러나 일차적 자기애가 이차적 자기애로 이행하는 단계에서 대상이 적절한 반응을 제공해주지 못하게 되면 대상을 향해 다가가던 자기애가 좌절되고 그 결과 다시 자기 자신을 향해 돌아가는 퇴행 현상이 생기게 되면서 성인이 되어서도 유아적인 자기애 상태에 머물게 되는데, 이를 자기애성 성격장애라고 했다.

Kohut(1977)과 Kernberg(1975)는 자기애에 대한 개념을 보다 구체적으로 논의한 이론가로, 자기애의 원인을 초기 대상관계인 부모의 부적절한 양육으로 인한 것으로 보았다. Kernberg는 생애 초기에 나타나는 유아기적 자기애는 병리적인 구조의 거대 자기와는 질적으로 다르다고 하였다. 또한 그는 자기애 성격의 사람들은 스스로에게 과도하게 몰입하고, 열등감이 있고, 야심이 강하며, 웅대한 내용의 공상을 잘 하고, 지혜와 권력, 아름다움에 대해 끊임없는 욕구를 가지면서도 과도하게 의존하는 모습을 보이고, 만성적인 불확실감과 자신에 대해 불만족을 느끼는 자기애적 모순(narcissistic

paradox)을 보인다고 하였다. 부모의 양육태도가 차갑고 거부적일 경우, 아동은 자신의 모습 중 부모가 좋아하는 요소만을 찾아 거대한 자기를 발전시키는 한편, 내면으로는 스스로 철수하여 자신에게만 신뢰감을 형성하고 사랑하게 되는데, 이러한 점들이 자기애적 성격으로 고착된다고 보았다. 또한 자기애적인 사람들이 피상적으로는 적응적으로 보일지 모르지만 내적으로는 병리적인 특성을 가지고 있어서 남을 사랑하지 못하고, 스스로의 정체감에 대한 확신도 없으며, 남을 공감하지 못하며, 착취적인 대인관계를 맺기 쉽다고 하였다.

Kohut(1971, 1977)은 자기애적 성격특성으로 묘사되는 웅대한 자기상과 타인 이상화를 병리적인 특성이 아닌 정상적인 성격의 발달 과정이라고 설명하였다. 유아는 자신을 인정해 주는 부모를 이상화(idealized parental image)함으로써 불안을 줄이게 되며, 자기(self)를 확인하고자 하는 자기애적 욕구를 가지게 된다고 보았다. 이때 부모가 공감적 반응을 통해 적절하게 자기 대상으로 기능하게 되면 유아의 자기주장성은 건강하게 발달하지만, 적절한 반응이 부재할 경우 자기(self)의 손상을 경험할 가능성이 높아진다고 하였다. 부모에게 확인과 인정을 받고 과시하고 싶어 하는 욕구를 충족시키고자 하는 유아의 행동에 부모가 충분한 반응을 보이지 못하게 되면 이상화할 만한 가치 있는 모델을 찾지 못하게 되는데, 이는 결국 성숙한 자기 형성에 지연을 가져오게 되고 이후 자기애적 성격 특성을 갖도록 한다고 주장하였다.

Millon(1996)은 사회학습이론의 관점에서 자기애성 성격을 설명하면서 ‘부모의 과대평가 가설(parental overvaluation hypothesis)’을 주장하였다. 부모가 자녀에게 지속적으로 지나친 관심과 사랑을 주고 특별한 존재로 대우하게 되면 자녀는 스스로 완벽하다고 인식하게 되고 그 결과 부모에게 부여된 내면화된 자기상을 갖게 된다고 했다. 부모의 관대함과 과대평가로 인

해 아이는 실제 자신의 모습과 달리 훨씬 고양되어 있는 자기상의 불일치를 경험하게 된다고 보았다. 이로 인해 외부 세계 적응에 어려움을 경험하게 되고 자기 망상에 빠질 가능성이 높아지며 자기에성 성격장애의 원인이 될 수 있다고 하였다.

종합하면 이상의 자기에에 대한 이론들은 자기에적 성격을 병리적인 성격 장애로 보았기 때문에 자기에적 성격 자체에 대한 관심이 부족하였다. 하지만 자기에적 현상이 격려되는 현대사회의 변화에 따라 성격적 특성으로의 자기에에 대한 관심의 증가하였고, 이에 대한 많은 경험적 연구들이 보고되고 있다(한수정, 1999). 최근 자기에에 대한 선행연구들은 주로 외현적·내현적 자기에의 구분을 바탕으로 이루지고 있으며, 국내의 자기에에 대한 연구들은 자기에적 성향의 사람들이 경험할 수 있는 인지, 외현화, 내재화, 대인관계, 적응 측면의 문제들에 대한 주제로 다양하게 보고되고 있다(김희주, 정여주, 2018).

2) 내현적 자기에의 개념

자기에에 대한 관심이 증가하면서 1980년에 처음으로 자기에적 성격장애가 DSM-III(American Psychiatric Association, 1980)에 그 기준이 마련되어 현재 DSM-5까지 이어져 오고 있다. DSM-5에서 제시하고 있는 자기에성 성격장애의 특징은 ‘자신의 중요성에 대해 과대하게 지각하여 스스로 특권층이라 여기며 성공, 권력 등에 집착하고, 상대방에게 과도한 찬사를 요구하며 오만한 태도를 지닌 성격’이다. 그러나 몇몇 임상가들은 DSM에 제시되어 있는 자기에의 특성과 표면적으로는 다르지만 유사한 역동 및 인지적, 정서적 특성을 갖는 자기에가 존재할 것이란 사실에 주목하고, 경험적 연구를 통해 자기에를 두 개의 유형으로 구분했다(Akhtar & Tompson, 1982; Wink,

1991; Cooper & Ronningstam, 1992).

Wink(1991)는 자기에 집단은 특권의식과 웅대한 자기상의 근본적인 특징은 공통적으로 지니고 있으나, 현상학적으로 드러나는 표현 양상에 따라서 외현적 자기에(overt narcissism)와 내현적 자기에(covert narcissism)로 구분된다고 하였다. 외현적 자기에 성향의 사람들은 웅대하고 과장된 자기지각을 가지고 자신을 과시하려는 모습을 특징으로 하며, 이들에게는 열등감, 소진감, 우울 등의 정서가 잘 드러나지 않는데, 이는 위에 제시된 DSM-5에서의 자기에성 성격장애의 진단 기준과 유사하다고 할 수 있다. 반면에 내현적 자기에 성향의 사람들은 자기에적 특징을 겉으로 드러내지는 않지만 내면에는 자기에적 역동과 기제를 갖고 있다(한수정, 권석만, 2010). 이들은 주도권과 자기에 대한 확신이 부족하고 자기존중감이 낮으며 대인관계에서 자기상에 대한 상처를 받기 쉽고, 이로 인해 사회적으로 철수하는 모습을 보이며, 불안과 우울해하고 소심하고 수줍어하는 특징을 보인다(심상홍, 이장한, 2012). 내현적 자기에 성향의 사람들은 외현적 자기에 성향의 사람들과 다르게, 자기에 대한 웅대한 환상을 무의식적으로 숨기고 있기 때문에 친밀한 관계에서만 과시적이고 웅대한 자기상을 나타낸다(강선희, 정남운, 2002). 이들의 이러한 모습은 자신은 ‘상처받거나 거절당해서는 안 되고, 못하는 것이 없어야 하고, 다른 사람에게 뭇보여서도 안 되는 사람’이라는 내면에 뿌리 깊게 자리 잡은 자기에가 은밀하게 드러나고 있는 것으로 이해할 수 있다(한수정, 권석만, 2010).

연구자에 따라서, 내현적 자기에를 몇 가지 하위 요인으로 나누기도 하는데 이는 다음과 같다. 먼저, ‘목표 불안정성’으로 내현적 자기에자들은 목표를 설정하고 이행하는 데 어려움을 겪고, 그 과정에서 자주 소진감을 느끼기 때문에 장기적인 목표를 추구하지 못하는 것을 반영하고 있다. 그리고 ‘인정욕구와 거대 자기 환상’은 다른 사람들에게 사랑받고 싶은 욕구와

더불어 매사에 뛰어난 사람이 되고 싶어 하는 욕구를 의미하며, ‘착취와 자기중심성’은 착취적인 대인관계, 자기중심적인 모습과 특권의식을 반영한다. 또한 ‘과민과 취약성’은 타인의 평가에 예민하고 취약하며 자기 스스로 열등하다고 여기는 측면을 의미하며, ‘소심과 자신감 부족’은 외현적으로 드러나는 자신감이 부족하고 수줍어하는 태도를 나타낸다(강선희, 정남운, 2002). 이러한 다섯 가지 하위 요인 중에서 ‘목표 불안’, ‘거대 자기’, ‘자기중심성’은 외현적 자기에와 내현적 자기에가 공유하고 있는 요인인 반면, ‘과민’과 ‘소심’의 경우 내현적 자기에의 고유한 특징에 해당한다고 할 수 있다(이지원, 장은영, 2011).

현재 국내에서 내현적 자기에자를 대상으로 한 연구는 2002년 강선희와 정남운이 내현적 자기에 척도를 개발하고 타당화한 이후로 점점 증가하기 시작했으나, 아직 초기 단계라고 할 수 있다(이완우, 2018). 따라서 상담 장면에서 보이는 자기에 성향의 사람들을 보다 더 잘 이해하기 위해서는 내현적 자기에에 대한 연구가 보다 필요하며, 내현적 자기에 성향의 개인이 외현적 자기에 성향의 사람보다 심리적 적응 문제를 경험할 가능성이 더 높다는 점(Ng, Cheung & Tam, 2014; 박세란, 신민섭, 이훈진, 2005; Wink, 1991)을 생각해 볼 때, 내현적 자기에 성향의 사람들을 이해하는 것은 임상적으로도 매우 의의가 있다고 할 수 있다.

3) 자기에의 자기조절

McWilliams(1994)는 자기에적 성격은 외부로부터 확인을 통해 자존감을 유지하고자 하는 성향을 중심으로 조작된 성격을 말한다고 하였다. 이러한 관점을 기반으로 하여 역동적 자기조절 과정 모델(dynamic self-regulation processing model)이 제시되었다(Morf & Rhodewalt, 2001). 이 이론에 따르

면 자기에 성향의 사람들은 변동하는 자존감을 제어하고 내면 깊이 자리 잡고 있는 낮은 자존감을 보상하기 위해 바람직한 자기상을 형성하여 자기에 적 평형을 유지하고자 하는 자기조절 과정을 갖는다고 한다.

역동적 자기조절 과정 모델은 서로 상호작용하는 ‘자기 지식 (self-knowledge)’과 ‘개인내적 자기조절 과정(intra-personal self-regulatory processes)’ 그리고 ‘대인관계적 자기조절 전략(interpersonal self regulatory strategies)’의 세 단위로 구성되어 있는 자기에적 자기체계(narcissistic self-system)를 상정한다(Rhodewalt & Sorrow, 2003). <그림 2>은 역동적 자기조절 모델에서 자기에의 내적 과정을 도식화한 것이다.

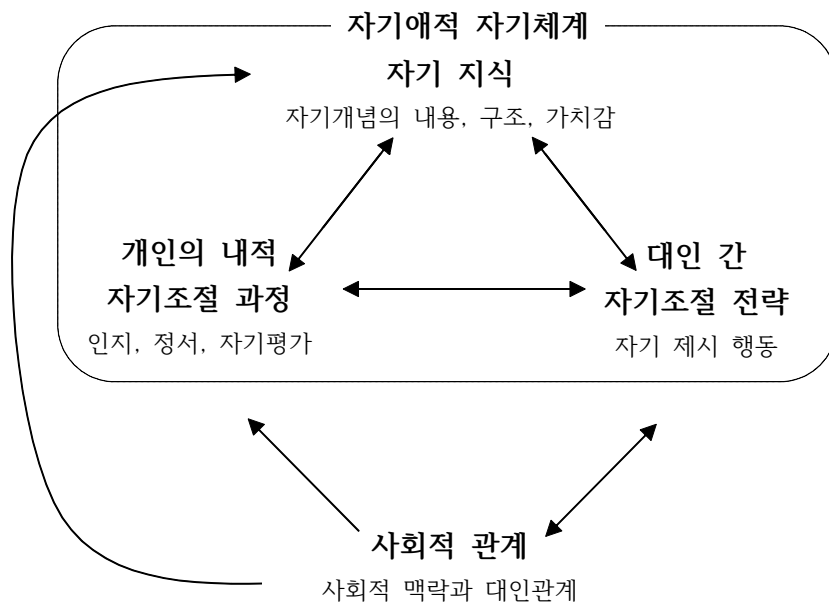


그림 2. 자기에의 역동적 자기조절 과정 모델
(Morf, Rhodewalt & 2001; Rhodewalt & Sorrow, 2003)

먼저, ‘자기 지식(self- knowledge)’은 실제와 이상적 자기에 대한 정신

적 표상을 의미하며, 자기개념의 내용, 구조, 안정성, 자존감의 균형과 가치감을 포함하고 있다. 다음으로 ‘개인내적 자기조절 과정(intrapersonal self-regulatory processes)’이란 행동을 동기화하는 인지적이고 정서적인 자기평가 과정을 말하며, 이는 자신에 대한 긍정적 정보에 선택적으로 집중하고 사회적 피드백에 대한 편향된 해석을 하는 것이 여기에 해당 된다. 마지막으로, ‘대인간 자기조절 전략(interpersonal strategies)’은 타인이 자신에게 호의적으로 생각하도록 만들기 위한 사회적인 조종 책략과 자기에 대한 외부로부터의 긍정적 피드백을 형성하려고 하는 자기제시 행동을 포함한다.

Morf와 Rhodewalt(2001)는 이와 같은 자기에적 체계가 다음과 같이 나타난다고 하였다. 자기에 성격의 사람들은 웅대성(grandiosity)을 가지고 있는 반면 내면의 취약성(vulnerability)도 동시에 가지고 있기 때문에 타인의 평가에 예민하고 대인관계에서 불안과 걱정을 경험하게 된다. 자기에 성향자는 내부적으로 취약하고 객관성이 없는 자기개념을 외부적으로 지지하고 강화해줄 필요성을 느껴 타인으로부터 자기 확증(self-affirmation)을 받고자 한다. 이러한 노력이 자기에 성향자의 자기존중감을 단기적으로 유지시켜 주지만, 타인 욕구에 대한 무관심으로 이어져 장기적으로는 대인관계에 악영향을 미치며 자기(self)를 유지하는데도 실패하게 된다. 이러한 부적응적인 자기조절은 병리적인 자기에의 특징이며, 자기에적인 성격을 유지하는 악순환을 불러일으킨다고 보았다.

최근 연구들에서 역동적 자기조절 모델을 기초로 하여, 자기에 유형에 따라 주요 자기조절 전략(self-regulation strategies)이 다를 것이라는 주장이 제시되었다(Ng, Cheung & Tam, 2014; Ozimek, Bierhoff & Hanke, 2018; Morf & Rhodewalt, 2001). 외현적 자기에의 경우 자기를 조절하기 위해 자기고양(self-enhancement), 자기 홍보(self-promotion), 타인을 평가 절하하는 등의 노골적인 전략(overt strategies)을 사용하는 경향을 보이는 반면(Morf

& Rhodewalt, 2001; Zeigler-Hill, Clark & Pickard, 2008), 내현적 자기애자의 경우, 외현적 자기애자에 비해 자존감을 관리하기 위한 자기고양 기술사용에 덜 성공적이기 때문에(Dickinson & Pincus, 2003), 연약한 자기를 조절하기 위해 다른 사람들로부터의 사회적인 승인에 더 의존하는 경향을 보인다(Zeigler-Hill, Clark & Pickard, 2008; Dickinson & Pincus, 2003). 이는 자존감 유지와 손상된 자기개념을 복구하는 방법의 차이로 인해 자기애 유형이 서로 다른 현상학적 양상을 보인다고 한 Cooper(1998)의 주장과 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 이에 본 연구에서는 앞에서 설명한 역동적 자기조절 모델을 참고하여, 내현적 자기애 성향의 대학생들이 SNS 중독으로 가는 경로에서 어떠한 변인들이 영향을 주는지에 대해 연구를 진행하고자 하였다.

4) 내현적 자기애와 SNS 중독경향성

SNS 중독경향성을 예측하는 주요 성격적 변인으로 자기애(narcissism)가 있다(Kuss & Griffiths, 2011; Andereassen, Pallesen & Griffiths, 2017; Casale & Fiorabanti, 2018). SNS는 프로필이나 게시글, 또는 사진 등을 자신이 원하는 대로 직접 선택하여 게시할 수 있고, 주변인과 불특정 다수의 다른 사용자들로부터 “좋아요”의 수나 댓글과 같은 가시적인 보상을 즉각적으로 받을 수 있기 때문에, 타인으로부터의 긍정적인 피드백을 끊임없이 원하는 자기애 성향의 사람들은 SNS에 몰입할 수 있다(Andereassen, Pallesen & Griffiths, 2017). 실제로 선행연구에 따르면, 자기애 성향이 높을수록 셀피(Selfie)와 상태(Status)를 더 자주 업데이트를 하며, SNS 사용시간도 긴 것으로 나타났고(Weiser, 2015), 자신의 게시물에 달린 “좋아요”와 댓글에 더 관여하는 것으로 나타났다(Lee & Sung, 2016; Carpenter, 2012). 또한 자기애 성향이 높은 개인은 온라인상에서 자기의 긍정적인 모습을 다른 사람들

에게 보여주기 위해 SNS에서 더 많이 활동하는 것으로 나타났다 (Brailovskaia & Bierthoff, 2016; Mehdizadeh, 2010). 즉, 자기애 성향의 사람들은 SNS를 통해 지인들과 서로 피드백을 주고받으며 자신의 감정에 더 빠져들거나 실제와 거리가 있는 자신의 이상적인 생각이나 웅대한 환상에 몰두하면서 SNS에 중독될 수 있다(조다현, 박기환, 2019).

SNS는 내현적 자기애 성향의 사람들에게 피상적인 대인관계를 형성할 수 있는 장소를 제공하는데, 이는 SNS 상에서는 정서적인 노력을 적게 해도 많은 사용자에게 쉽게 주목을 받을 수 있기 때문이다(Bergman et al., 2011). 내현적 자기애 성향의 개인은 타인의 감정에 둔감하고 회피적인 대인관계 행동을 보이기 쉽고(정남운, 2001), 사회적 상호작용에서 불안을 경험할 가능성이 높기 때문에(윤성민, 신희천, 2007), 오프라인 상의 대인관계보다 더 선택적이고 통제 가능한 SNS에 몰입하게 될 수 있다. 실제로 내현적 자기애는 외현적 자기애와 달리 온라인 상호작용 선호와 정적 상관을 보이는 것으로 나타났으며(Ksinan & Vazsonyi, 2016), 현실을 수용하지 않고 회피하는 경험 회피 성향이 강하고, 이는 SNS 중독을 높이는 것으로 나타났다(김선미, 서경현, 2015).

또한 SNS는 내현적 자기애 성향의 사람들의 내면에 존재하는 자기애적인 욕구를 충족시키는 아주 좋은 수단이 되어 SNS 중독경향성을 높일 수 있다. 내현적 자기애의 경우 겉으로는 보이지 않지만 내면 깊이 잘난 척 또는 거만함과 같은 ‘자기애적’인 성격적 역동과 기제를 가지고 있는(권석만, 한수정, 2000) 반면에, 소심하고 자신감이 부족하여 현실 세계에서 자신의 자기애적 욕구나 자신의 웅대함을 드러내는데 어려움을 경험할 수 있다. 그 결과 현실 세계에서 느끼는 수치심, 불편함 등을 해소하기 위해 가상세계인 SNS에 몰입하게 될 수 있다(김선미, 서경현, 2015; 서경현, 조성현, 2013). 김지수와 김영근(2019)에 따르면, 내현적 자기애 성향의 사람들의 경우 SNS 상

에서 자신에 대한 긍정적인 내용만을 표현하는 즉, 과시적 자기표현을 많이 하며 이는 SNS 중독경향성을 높일 수 있다고 하였다. 이는 자기에 성향이 높을수록 채워지지 않는 자기애적 욕구를 만족시키기 위한 대체물로 통제 가능한 물질 중독을 보이기 쉽다는 연구(제현채, 김정규, 2014)와 같은 맥락에서 이해할 수 있다.

Ozimeck과 Förster(2017)은 SNS를 사용하는 동기에 초점을 맞추고 기존의 자기조절(self-regulation) 개념을 적용하여 사회적 온라인 자기조절 이론(The Social Online-Self-Regulation Theory; SOS-T)을 제시하였다. 이 이론에 따르면, 사람들은 자신의 감정들과 다양한 욕구 및 동기의 만족 등을 조절하기 위해 SNS를 사용한다고 하였다(Ozimek, Bierhoff & Hanke, 2018; Ozimek & Förster 2017; Ozimek, Baer & Förster 2017). 특히 내현적 자기에 성향의 개인은 자존감 증진, 타인으로부터의 찬사 등과 같은 자기애적 목적을 달성시키기는 자기조절을 위한 도구로 SNS를 사용한다고 하였다(Ozimek, Bierhoff & Hanke, 2018). 내현적 자기에 성향이 높을수록 SNS 상에 자기고양적인 게시물을 더 많이 게시한다(Buffardi & Campbell, 2008)는 연구 결과가 이 주장을 뒷받침해준다. 이와 달리 외현적 자기에자의 경우 내현적 자기에자에 비해 자기애적 목적을 달성시키는 자기조절을 위한 도구로 SNS에 덜 의존하는 경향을 보인다고 하였다(Ozimek, Bierhoff & Hanke, 2018).

이에 본 연구는 앞서 제시한 자기에 유형에 따라 자기조절을 위한 전략이 다를 것이라는 선행 연구들(Ng, Cheung & Tam, 2014; Ozimek, Bierhoff & Hanke, 2018; Morf & Rhodewalt, 2001)과 SOS-T 이론을 바탕으로, 내현적 자기에 성향의 개인은 자기애적 목적을 달성시키는 자기조절을 위한 도구로 SNS를 사용하고 이에 몰입하게 될 것으로 가정하고 연구를 진행하고자 하였다.

3. 자기개념 명확성

1) 자기개념 명확성의 개념

자기개념이란 개인이 과거, 현재, 가능한 미래에 대해 가지고 있는 자기 스스로에 대한 통합적인 믿음을 의미한다(Markus & Nurius, 1986). 초기 이론가들은 자기개념을 단일한 독립체(entity)로 이해했으나, 시간이 지나면서 자기개념의 다차원적 측면이 강조됨에 따라 자기개념을 ‘내용’과 ‘구조’의 두 가지 차원으로 구분하여 설명하기 시작하였다(Altrocchi, 1999). 여기서 ‘내용’적 측면의 자기개념은 ‘나는 누구인가’, ‘나는 스스로를 어떻게 느끼는가’와 같은 자신의 가치, 역할, 전반적인 자신에 대한 평가 등을 의미하며, 자기효능감, 자기존중감, 자기신념과 같이 포괄적인 내용을 반영하고 있다. 그리고 ‘구조’적 측면의 자기개념은 자기개념 명확성, 자기구획화, 자기개념 복잡성이 포함되는 자기에 대한 다양한 정보를 조직화하는 측면을 의미한다(Campbell, 1990). 이렇듯 자기개념의 내용적 측면에 해당하는 자기존중감과 구조적 측면에 해당하는 자기개념 명확성이 서로 속성이 다른 개념이라는 결과들이 여러 연구에서 확인되었다(Nezlek & Plesko, 2001; Morrison & Wheeler, 2010).

과거 자기개념에 대한 연구들은 단순히 자기개념이 얼마나 긍정적인지 혹은 부정적인지에 대한 내용적 측면에만 주로 초점을 두었다. 하지만 이는 자기개념을 평가적인 측면만을 고려하여 측정하고, 자기에 대한 명확성 또는 지식 측면을 고려하지 못한 것이라고 볼 수 있다(Cambell et al., 1996; Smith, Wethington & Zhan, 1996). 이에 최근에는 자기 자신에 대한 내용의 명확성 및 일관성을 고려하는 자기개념의 구조에 대한 관심이 증가하고 있

다(Stopa, 2009).

자기개념 명확성이란 자기개념의 인지적인 측면으로, 이는 개인 자신의 태도에 관한 믿음으로 구성되어 있으며, 자기개념의 내용이 명확하고 분명하게 규정되어 있는지 또한 얼마나 내적으로 일관되며 안정되어 있는지를 말한다(Campbell et al., 1996). 자기개념 명확성이 높은 개인은 낮은 사람에 비해 부정적이거나 부정확한 정보에 집중하려는 경향이 더 적고, 자아에 대한 불안을 덜 느끼며(Nezlek & Plesko, 2001), 확실하지 않은 상황에 처했을 때 혼란스러워하는 행동을 덜 보이며 불확실성에 대해 더 인내하려는 경향이 있다(신수진, 홍혜영, 2014). 한편, 자기개념 명확성이 낮은 개인은 부정적 정보와 단서에 노출 될 때 부정적인 정서를 더 쉽게 경험하며(Campbell, 1990), 사회적 갈등 상황 속에서 더 쉽게 불안을 느껴 이성적인 문제 해결에 어려움을 겪는 경향을 보인다(Nezlek & Plesko, 2001). 또한 자기 스스로에 대한 일관된 믿음이 형성되지 않았기 때문에 타인의 부정적 피드백에 민감하므로 외부로부터의 부정적인 정보들이나 단서들을 실제 보다 더 부정적이고 위협적으로 인지하여 더 쉽게 부정적으로 변하는 모습을 보인다(김지윤, 이동귀, 2013). 그리고 자기개념 명확성이 낮은 사람은 낮은 자존감, 시간적으로 일관되지 않은 자기 기술(self-description), 자기초점적 반추, 높은 수준의 신경증을 가질 수 있다(Fullwood, James & Chen-Wilson, 2016). 선행 연구들에 따르면, 자기개념 명확성은 삶의 부적응을 유발하는 분노와 부적 상관을 가지며(이준득, 서수균, 이훈진, 2007), 주관적 안녕감과는 정적 상관을 보이는 것으로 나타났다(이기재, 최해림, 2009; 김지윤, 이동귀, 2013). 이렇듯 명확하고 안정적인 자기개념을 발달시키는 것은 개인의 심리적 적응에 중요한 역할을 하고 있는 것으로 보인다.

2) 내현적 자기에와 자기개념 명확성

Campbell(1990)의 자기개념 명확성 모델에 따르면 자기개념들 간의 통합이 심리적 적응에 긍정적인 역할을 할 수 있다고 설명하고 있다. Stucke과 Sporer(2002)은 이 모델을 자기애성 성격에 적용하였는데, 이들 연구에서는 자기관이 매우 긍정적이지만 모호한 사람들은 자기관이 부정적이지만 명료한 사람들 보다 자존감에 더 큰 위협을 받는다는 가설을 제시하였다. 이로 미뤄볼 때, 자기애 성향의 사람들의 심리적 적응에 자기개념 명확성이 중요한 역할을 하는 것을 알 수 있다.

Akhtar와 Thompson(1982)는 외현적·내현적 자기애 유형을 자기개념 측면에서 구분하였다. 외현적 자기애 성향의 사람들은 자기개념과 관련하여 용대성, 특권의식, 자신은 취약하지 않다는 믿음을 가지고 있다. 따라서 그들은 단호하게 자신의 의견을 주장하고, 현실을 자기중심적으로 지각하는 등의 특징을 보인다. 반면, 내현적 자기애 성향의 사람들은 자기의심, 열등감, 수줍음 등의 자기개념을 가지고 있기 때문에 자존감이 위협받을 때 현실을 왜곡하여 해석하는 경향을 보인다. 또한 내현적 자기애 성향의 사람들은 외현적 자기애에 비해 자기개념이 부정적이며 우울하고 위축되어 있어 심리적인 부적응을 경험할 가능성이 높은 것으로 나타났다(구현경, 김종남, 2014).

이렇듯 여러 선행 연구에서 낮은 자기개념 명확성은 외현적 자기애보다는 내현적 자기애를 설명하는 특성이라는 결과들이 보고되고 있다(강선영, 홍혜영, 2012; 이준득, 서수균, 이훈진, 2007; 손은경, 권혜수, 2014). 내현적 자기애 성향의 개인은 부정적 평가에 대해 더 취약하며, 이로 인해 안정적이고 일관된 자기개념을 형성하지 못하도록 할 수 있다(최정문, 정남운, 2016). 또한 내현적 자기애자들은 자신에 대한 확신이 부족하고(Wink, 1991), 불안정한 자아상을 가지고 있으며(강선희, 정남운, 2002), 자신에 대한 구체적인 자

자기개념을 갖고 있지 못하는 특징을 보인다(Akhtar et al., 1982).

정리하면, 내현적 자기에 성향의 개인은 타인으로부터 평가 상황을 예민하게 받아들이는 취약한 특성을 가지고 있으며, 이러한 특성으로 인해 부정적 피드백을 위협으로 받아들이게 되면서 평가 상황 자체를 회피하는 경향을 보인다. 이로 인해 통합적인 자기개념을 형성할 기회를 갖지 못하게 되고, 그 결과 더욱 모호한 자기개념을 형성하도록 만드는 악순환에 빠지게 되는 것으로 예측할 수 있다.

3) 자기개념 명확성과 SNS 중독경향성

SNS는 사용자로 하여금 자신들과 관련된 정보를 다른 사람들에게 공유하고 많은 사람으로부터 피드백을 받을 수 있는 충분한 기회를 제공하기 때문에, 자기개념 명확성이 낮은 사람일수록 SNS에 더 몰입할 수 있다. Lee(2014)에 따르면 자기개념이 불명확할수록 SNS 상에서 자신의 게시물에 다른 사람의 댓글을 보다 많이 기대하는 것으로 나타났으며, 기대만큼의 반응이 없을 경우 보다 많이 실망하는 것으로 나타났다. 자기개념 명확성이 낮은 사람들은 자기개념이 일관적이지 않고 안정적이지 않아 자기관련 외적 단서들에 민감하고 더 많은 영향을 받으며, 외적 단서들에 보다 많이 의존하기 때문에(Vartanian & Dey, 2013), 자기개념이 명확하지 않은 개인은 타인으로부터 자신에 대한 정보를 얻기 위해 SNS 상의 댓글을 더 자주 확인하게 될 것이고, 결과적으로 SNS에 과도하게 몰입하게 될 수 있다.

또한 자기개념이 불명확한 개인은 사회적인 욕구 해소를 위해 SNS에 중독될 수 있다. 자기개념이 명확한 사람은 정보 검색을 위해 인터넷을 사용하고, 자기개념이 불명확한 사람은 의사소통의 목적으로 인터넷을 사용한다고 한다(Matsuba, 2006). 또한 자기개념 명확성이 불분명한 사람일수록 사회

불안 수준이 높으며(옥주희, 김은정, 2015), 타인과 효과적으로 관계를 형성하고 유지할 수 있는 대인관계 유능성이 낮은 것으로 나타났다(윤아름, 장현아, 2017). 이는 자기개념 명확성이 낮을수록 오프라인 상에서 적응적이고 기능적인 사회적 상호작용하는데 어려움을 경험할 가능성이 높음을 시사한다. 현실 세계에서 대인관계 문제를 경험할수록 SNS 중독경향성이 높아질 수 있으며(김보경, 백용매, 허창구, 2016; 신가영, 양수진, 2019), 특히 대인관계 형성을 목적으로 SNS를 사용할 경우 SNS 중독경향성을 보이기 쉽기 때문이다(이귀옥, 박조원, 2018; 박종순, 이종만, 2016), 자기개념 명확성이 낮은 개인은 타인과의 관계 형성 또는 소통을 위해 SNS를 사용하고, 이러한 경향성은 결국 SNS 중독으로 이어질 가능성을 높일 것으로 추론할 수 있다. 실제로 선행 연구에 따르면 현실 세계에서 실제 자기를 인식하고 수용하는데 실패함으로써 자기 불일치를 많이 경험할수록 SNS 중독경향성이 높아지는 것으로 나타났으며(정한결, 김정민, 박지수, 2018), 자기개념이 불명확할수록 SNS 중독경향성이 높아지는 것으로 나타났다(오누리, 2018). 이에 본 연구에서는 자기개념 명확성을 SNS 중독경향성에 영향을 미칠 수 있는 선행 변인으로 가정하고 이를 검증하고자 하였다.

4. 사회비교 경향성

1) 사회비교 경향성의 개념

사람들은 누구나 자신이 가진 가치나 속성 등에서 타인과 자신을 비교하려는 본능을 갖고 있으며, 이러한 현상을 사회비교라고 한다(Kruglanski & Mayseless, 1990). 자신과 타인을 비교할 때 이러한 경험을 어떻게 받아들이느냐에 따라서 개인의 태도, 정서, 행동 등에 영향을 미칠 수 있으며, 타인

과의 비교가 긍정적으로 받아들여진다면 개인은 자신감과 유능함, 우월감과 같은 정서를 경험하게 되겠지만, 비교를 통해 지각하는 정보가 부정적이라면 열등감과 좌절감, 불안 또는 우울감을 가져올 수 있다(조규판, 장은영, 2009).

Festinger(1954)는 최초로 사회비교이론을 제안하였으며, 인간은 본래 자신의 의견과 능력 등을 평가하고자 하는 추동을 가지고 있으며, 그 추동을 만족시키기 위해서 객관적인 기준 또는 다른 사람들과 비교하는 것과 같은 주관적인 기준을 사용한다고 주장하였다. 또한 그는 주관적인 기준에 비해서 객관적 기준이 더 명확하며 상대적으로 안정적이기 때문에, 객관적 기준이 명확하게 있을 경우 주관적인 기준을 사용하지 않는다고 하였다. 하지만 이러한 주장은 객관적인 기준이 명확하게 있는 상황에서도 사람들이 타인의 의견에 동조하는 결과를 보고한 연구들(Asch, 1952; Asch, 1956)과 불일치하였다. 즉, 객관적 기준과 상관없이 사람들은 다른 사람과의 비교를 통해 자신의 의견이나 능력에 대한 판단을 내린다는 것이다. 이러한 연구 결과를 통해 사람은 스스로에 대해 판단을 할 때, 객관적인 기준이 있음에도 다른 사람들과 자신을 비교하려는 사회비교 경향성을 기본적으로 가지고 있을 것이라고 추론할 수 있다.

Festinger(1954)가 사회비교이론을 제시한 이후 사회비교에 관한 연구는 크게 두 개의 방향으로 발전되어 왔다. 첫 번째는 사회비교를 할 때 비교 동기와 대상에 따라서 개인의 정서와 비교 경험이 다르다는 관점이다(Wills, 1981). 이에 따르면 사람들은 자기 고양의 욕구, 자기 향상의 욕구, 자기 평가의 욕구를 위해서 각각 하향 비교, 상향 비교, 유사 비교를 하게 되는데, 하향 비교는 주관적 안녕감이나 안도감과 같은 긍정적인 정서 반응을 유발하고, 상향 비교는 열등감, 분노 등과 같은 부정적인 정서 반응을 유발한다고 하였다(Molleman, Pruyn & Knippenberg, 1986; Morse & Gergen, 1970;

Salovey & Rodin, 1984; Wills, 1981). 하지만 후속 연구들에서는 비교의 방향에 관계없이 개인에 따라 긍정적 정서를 느끼기도 또는 부정적 정서를 느끼기도 한다는 것이 주장되었으며, 비교의 방향과 상관없이 비교의 빈도가 증가할수록 삶에 대한 불만족과 같은 부정적 정서가 높아질 수 있다는 결과들이 보고되었다(White et al., 2006; Buunk et al., 1990; Smith, 2000; 김경미, 2016). 종합하면 초기 연구들에서는 비교의 동기에 따른 비교 방향의 차이가 정서를 결정한다고 보았으나, 이후 후속 연구들에서 비교 방향에 따라 정서적 결과가 결정되지 않음이 밝혀지면서 사회비교 경향성을 개인차를 반영하여 빈도에 초점을 두어야 한다는 주장이 제기되었다.

사회비교와 관련하여 두 번째 관점은 사회비교 성향을 개인차를 반영한 성격적 특징으로 보는 것이다. 사회비교 경향성(social comparison orientation)이란 자신의 의견이나 능력 등에 대해 다른 사람과 자신이 얼마나 일치하는가를 알기 위해서 스스로 타인과 비교하려는 성향을 말한다(Gibbons & Buunk, 1999). 이 관점에서는 사회비교 경향성이 높은 개인은 다른 사람들이 무슨 생각을 하는지에 관심이 많으며, 다른 사람들이 어떻게 행동하는지에 민감한 사람들을 의미한다(Gibbons & Buunk, 1999).

여러 선행연구들을 통해 사회비교 경향성은 개인의 심리 및 정서와 관련이 있음이 밝혀졌다. 사회비교 경향성이 높은 사람일수록 우울감을 더 느끼며 주관적 안녕감이 더 낮은 것으로 나타났으며(김경미, 2016; Schneider & Schupp, 2014), 다른 사람들의 부정적인 평가에 대해 두려움을 더 크게 지각하고(김나래, 이기학, 2012), 자기효능감이 낮으며 부정적 정서를 많이 경험하는 것으로 나타났다(White et al., 2006).

2) 내현적 자기에와 사회비교 경향성

최근 사회비교 경향성에 영향을 미치는 선행요인으로 내현적 자기애에 대한 연구가 진행되고 있다. 내현적 자기애 성향의 사람들은 대인관계에서의 자신의 위치나 상황에 대해 지나치게 민감하며(주지영, 이동귀, 2012), 자신에 대한 열등감과 타인에 대한 강한 시기심을 가지는 경향을 보인다(Krizan & Johar, 2012; 강선희, 정남운, 2002). 이는 내현적 자기애 성향의 사람들이 자신을 다른 사람들과 자주 비교하고, 그 결과 시기심과 열등감을 자주 경험할 수 있다는 것을 의미한다.

자기애와 사회비교 경향성간의 관계를 확인한 선행연구들을 구체적으로 살펴보면, 자기애 성향이 높을수록 사회비교 경향성도 높은 것으로 나타났으며(Krizan & Bushman, 2011; Wang, 2019; Benotsch & Pavlovic, 2004), 자기애 성향의 사람들은 주변의 가까운 타인과 하향 비교를 하는 경향을 보이며, 이는 그들의 높은 우월감과 팽창된 자기관(inflated self-view)을 보존하는데 도움을 주는 것으로 나타났다(Krizan & Bushman, 2011; Bogart, Benotsch & Pavlovic, 2004). 또한 Ohmann과 Burgmer(2016)는 자기애 성향의 사람들은 사회비교를 하는 상황에서 유사함 보다는 차이에 주목한다는 것을 밝혔는데, 이는 자신이 다른 사람보다 우월함과 특별하다는 느낌을 받을 수 있어서라고 설명하였다. 즉, 자기애 성향의 사람들은 자신보다 더 열위에 있는 타인과의 비교를 통해 자신이 우위에 있음을 인식함으로써 자기 고양(self-enhancement)을 성취한다고 할 수 있다. 하지만, 이제까지 자기애와 사회비교 경향성의 관계를 밝힌 연구들(Krizan & Bushman, 2011; Bogart, Benotsch & Pavlovic, 2004; Wang, 2019)은 대부분 외현적 자기애를 평가하는 것으로 알려진 자기애성 성격 척도(Narcissistic Personality Inventory, Raskin & Hall, 1979)를 사용한 연구로서, 내현적 자기애와 사회비교 경향성의 관계를 명확하게 확인하기에는 미흡한 실정이다(Ozimek, Bierhoff & Hanke, 2018).

이러한 점을 지적하며 Ozimek, Bierhoff와 Hanke(2018)은 외현적·내현적 자기애 성향에 따른 facebook 사용과 자기조절 그리고 사회비교 경향성의 차이를 알아보았는데, 내현적 자기애는 핵심 자기애(core narcissism)를 통제하고도 사회비교 경향성과 정적 상관이 높았지만, 외현적 자기애의 경우 유의하지 않은 약한 부적 상관을 보였다. 또한 내현적 자기애와 facebook 사용과의 관계에서 사회비교 경향성의 매개효과가 통계적으로 유의했지만, 외현적 자기애와 facebook 사용 사이에서는 유의하지 않았다. 이러한 연구 결과를 통해 내현적 자기애의 경우 사회비교를 더 많이 하며 결과적으로 SNS에 몰입하게 된다는 것을 예측할 수 있다.

이처럼 자기애와 사회비교 경향성 간의 관계를 밝히려는 연구들이 있어 왔지만, 아직까지 내현적 자기애와 사회비교 경향성간의 관계를 경험적으로 증명한 연구는 부족한 실정이다. 이에 본 연구에서는 내현적 자기애가 사회비교 경향성에 영향을 미칠 것으로 가정하고 이들의 관계를 살펴보고자 하였다.

3) 사회비교 경향성과 SNS 중독경향성

사람들은 성격, 부유함, 삶의 양식 등과 같은 다양한 차원의 주제에 대해서 다른 사람들과 비교한다(Cattarin et al., 2000; Tiggemann & McGill, 2004). 특히 근래에 들어서는 인터넷 접속이 어디에서나 가능하게 되고, 사람들이 온라인상에서 보내는 시간이 길어지면서 예전에 비해 웹상에서 사회비교를 더 자주 하게 되었다. 실제로 사람들은 SNS상에서 흔하게 사회비교를 경험하며(Lim, Yang, 2015; Appel, Gerlach & Crusius, 2016), 다른 사람들의 프로필에 게시된 신체 이미지 또는 경력 등의 정보를 가지고 그들과 자신을 비교한다(Haferkamp & Krämer, 2011). 이렇듯 SNS 상에서는 다른 사

람들이 무엇을 하는지에 대한 정보를 아주 쉽게 접할 수 있기 때문에, 특히 자기평가를 위해 사회비교를 하는 사람들에게 SNS는 무수한 자원들을 제공할 수 있다(Vogel et al., 2015).

최근 사회비교 경향성이 높을수록 SNS를 사용하는 시간이 길어지고 결과적으로 SNS 중독까지 연결될 수 있음이 밝혀지면서(Burnell, Kuther, 2016; Vogel et al., 2015; 양인숙, 황선아, 2018), 이에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있다. 선행연구를 살펴보면, 사회비교 경향성이 높은 사람들은 SNS를 통해 사회적 지지를 받기 원하며, 이는 SNS 중독을 높일 수 있는 것으로 나타났다(Burnell & Kuther, 2016). 또한 Lee(2014)는 사회비교 경향성이 높은 개인은 SNS상에서도 사회비교를 많이 하며, SNS상에서 사회비교를 많이 할수록 우울과 불안도 높아진다고 하였다. 한편, 우울과 불안이 높을수록 SNS 중독경향성을 높일 수 있기 때문에(이인숙, 조주연, 2012), 결과적으로 사회비교경향성은 SNS 중독경향성을 증가시키는 것으로 추론할 수 있다. 이처럼 여러 연구들을 통해 사회비교 경향성이 SNS 중독경향성을 높이는 강력한 선행 변인임을 예측할 수 있으며, 이에 본 연구에서는 사회비교 경향성이 SNS 중독경향성에 영향을 미칠 것으로 보고 이를 검토하고자 하였다.

5. 자기개념 명확성과 사회비교 경향성

앞서 언급한 바와 같이, 선행연구들을 바탕으로 본 연구에서는 내현적 자기에와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 각각 매개할 것으로 가정하였다. 아울러 본 연구에서 매개변인으로 가정한 자기개념 명확성과 사회비교 경향성 간에도 순차적인 관계가 있을 것으로 가정하였다. 본 연구에서 각각의 매개효과뿐만 아니라 순차매개까지 검증하

는 것은 이론적·실무적으로 다음과 같은 의의를 갖기 때문이다. 먼저, 앞에서 제시한 자기애의 역동적 자기조절 과정 모델(Morf & Rhodewalt, 2001)과 사회적 온라인 자기조절 이론(Ozimeck & Förster, 2017)에서의 자기애의 자기애적 자기체계 과정을 경험적으로 증명하여 이에 대한 이해를 돕는다는 점에서 이론적 의의를 갖는다. 또한 중독은 하나의 원인으로 설명하기에는 복잡한 현상으로(류권욱, 2016), 중독에 대한 원인을 다각도로 밝히는 것은 중독자들의 예방 및 개입에 있어 매우 중요하다고 할 수 있다(이해경, 2008). 따라서 본 연구는 내현적 자기애가 자기개념 명확성과 사회비교 경향성을 매개하여 SNS 중독경향성에 미치는 영향을 통합적으로 검증하여 관련 변인들 간의 복잡한 관계에 대한 이해를 돕고, 오늘날 기하급수적으로 증가하고 있는 SNS 사용에 따른 SNS 중독경향성의 이면에 존재하는 개인의 심리적 역동을 이해하여 좀 더 현실적이고 구체적인 치료 계획을 세우는데 기여할 것으로 생각된다.

사람들은 자신의 의견이나 능력에 대해 불확실함을 느낄 때 다른 사람들과 비교를 한다(Festinger, 1954). Butzer 와 Kuiper(2006)는 자기개념 명확성이 낮은 사람들은 불확실성에 대한 인내력이 낮으며, 불확실성에 대한 낮은 인내력이 사회비교 경향성을 높인다고 하였다. 이러한 연구결과로부터 자기개념 명확성이 부족한 개인은 그들의 불확실성을 낮추기 위해 다른 사람들과 더 자주 비교 할 것으로 예측할 수 있을 것이다. 하지만 이들의 기대와 달리 사회비교를 할수록 자신에 대한 불확실함이 더 심화되며 결과적으로 자기평가 욕구는 여전히 충족되지 않게 된다(Djikic & Langer, 2007). 결과적으로 불확실함이 충족되지 않고 이로 인해서 개인은 다시 다른 사람과 비교를 하게 되면서 사회비교에 더 의존하게 되는 상태가 된다(White et al., 2006). 이렇듯 사회비교는 개인으로 하여금 일시적으로 안도감을 느끼게 하지만 타인의 기준으로 자신을 평가하는 행동을 반복하다 보면 장기적으로

외부 기준으로 자신을 판단하는 행동이 강화되고(White et al., 2006), 자신을 평가받는 대상으로 인식하여 외부로부터 지각되는 자기 모습에 주의를 집중하게 된다(Djickic & Langer, 2007). 하지만 외부의 기준과 평가는 고정되지 않고 계속 바뀌기 때문에 이것에만 의존하게 되면 명확하고 일관된 자기 개념을 형성할 수 없게 된다.

이와 같은 맥락에서 자기개념 명확성이 낮은 사람들의 경우 불명확한 자기개념을 강화시키기 위해 사회비교를 더 많이 할 수 있다(Gibbon & Buunk, 1999). 다수의 선행연구에 따르면 자기개념 명확성은 사회비교 경향성과 유의미한 부적상관을 보이는 것으로 나타났다(Vartanian & Dey, 2013; Butzer & Kuiper, 2006; Lee, 2014; 박누리, 2018). 자기개념 명확성과 사회비교 경향성의 방향성을 보고한 연구는 많이 없지만, 선행연구에 따르면 사회비교 경향성은 자기개념 명확성과 사회불안의 관계에서 매개효과를 갖는 것으로 나타났으며(박누리, 2018), 사회비교에 해당하는 신체비교는 자기개념 명확성과 이상 섭식 행동에서 매개효과를 갖는 것으로 나타났다(조경희, 이봉건, 2015). 이러한 연구 결과들을 통해 자기개념 명확성이 사회비교 경향성에 선행하는 변인임을 추측할 수 있다.

Weary, Marsh와 McCormick(1994)는 자기개념 명확성이 낮은 사람은 자기에 대한 믿음이 일관적이지 않고 시간에 따라 변하기 때문에 자신의 신념을 바탕으로 판단 및 선택을 하기보다 타인으로부터 자신에 대한 정보를 얻거나 의견이나 조언을 얻는데 더 적극적일 수 있으며, 자신의 의견에 확신이 덜 한 사람들은 다른 사람들과 비교하려는 동기가 더 높을 수 있다고 하였다. 즉, 자기개념 명확성이 낮은 사람들은 명확하지 않은 자신에 대한 정보를 얻기 위해 과도하게 사회비교를 할 수 있음을 알 수 있다(Vartanian & Dey, 2013). 또한 자기개념 명확성이 낮은 개인은 자신과 다른 사람의 신체를 더 자주 비교하며(Saadat et al., 2017), Facebook상에서 타인과 더 자주

비교한다고 하였다(Lee, 2014). 이는 자기개념이 불명확한 사람들은 SNS상에서도 사회비교를 많이 하고, 결과적으로 SNS에 몰입하게 될 수 있음을 시사한다.

이처럼 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성이 사회비교 경향성을 순차매개할 가능성이 있음에도 불구하고, 아직까지 자기개념 명확성과 사회비교 경향성의 순차매개효과를 살펴본 연구는 드문 실정이다. 이에 본 연구에서는 두 변인이 순차적으로 SNS 중독경향성에 영향을 미칠 것으로 가정하고 이를 확인하고자 하였다.

IV. 연구방법

1. 연구대상 및 절차

본 연구는 SNS를 사용하고 있는 만 19세 이상 29세 미만 수도권 소재 남녀 대학생을 대상으로 실시하였다. 연구 대상자의 수는 다음과 같은 방법으로 산출하였다. 먼저, G*Power program에서 다중회귀에서의 유의수준 .05, 효과크기 .15, 검정력 .95로 기준으로 하였을 때, 표본수가 160명인 것으로 나타났다. 그러나 선행연구들을 살펴본 결과, 최소 252명 최대 838명을 대상으로 조사를 실시한 것으로 나타났다. 이를 바탕으로 본 연구에서는 최종 501명을 대상으로 연구를 실시하였다.

설문 조사는 온라인을 통해서 실시하였으며, 온라인 설문조사는 대학생이 많이 사용하고 있는 대학교 온라인 커뮤니티(예: 에브리타임)이나 메신저(예: 인스타그램, 카카오톡, 문자, 페이스북 등)등에 설문지 링크를 업로드 하여 진행하였다. 수거된 설문지는 총 501부였으나, 수거한 설문지 중 중복 참여한 경우와 불성실하게 응답한 자료인 25부를 제외하여 총 476명을 분석에 사용하였다. 설문을 완료한 연구 참여자들에 대한 답례로 1,000원 상당의 기프티콘을 제공하였다. 본 연구는 성신여자대학교 IRB(승인번호: SSWUIRB-2019-044)의 승인을 받은 후 실시되었다.

2. 측정도구

1) 내현적 자기에

내현적 자기를 측정하기 위해 강선희와 정남운(2002)이 비임상집단을 대상으로 개발한 내현적 자기애 척도(Covert Narcissism Scale)를 사용하였다. 이 척도는 Akhtar와 Thomson(1982)이 자기애적 성격 장애의 임상적인 특성을 참고하여 개발한 것이다. 척도는 총 45문항으로 구성되어 있으며, 외현적 자기애와 공통 요인인 ‘착취/자기중심성’ (9문항), ‘인정욕구/거대자기 환상’ (9문항)과 내현적 자기애만의 고유 요인인 ‘목표 불안정’ (9문항), ‘소심/자신감 부족’ (8문항), ‘과민/취약성’ (10문항)의 5개의 하위 요인으로 구성되어 있다. 각 문항은 5점 Likert 척도로, 점수가 높을수록 내현적 자기애 성향이 높은 것을 의미한다. 문항의 예를 살펴보면, 먼저 목표 불안정의 문항은 “나는 내가 하는 일에서 진정한 즐거움을 찾지 못하고 있다.”, 인정욕구/거대자기 환상의 문항은 “나는 내가 잘한 일에 대해서는 다른 사람들이 알아주기를 바란다.”, 착취/자기중심성은 “나에게 즐거운 일이라면 다른 사람에게 피해를 줘도 포기하지 않는다.”, 과민/취약성은 “사람들이 나의 부족한 점을 알아차릴까 봐 자주 두렵다.”, 소심/자신감 부족의 문항은 “나는 겁이 많고 소심한 사람이다.” 등으로 구성되어 있다. 강선희 정남운(2002)의 연구에서 전체 내적 신뢰도 Cronbach’s α 는 .91이며, 각 하위 요인의 내적 신뢰도 Cronbach’s α 는 .78 ~ .92로 나타났다. 본 연구에서 전체 내적 신뢰도 Cronbach’s α 는 .93이며, 각 하위 요인의 내적 신뢰도 Cronbach’s α 는 .77 ~ .85로 나타났다.

표 1. 내현적 자기애의 문항구성

하위 요인	문항 수	문항 번호	Cronbach’s α
목표 불안정	9	5,15,20*,23,29,30,37*,42,44	.81

인정욕구/ 거대자기 환상	9	2,6,7,13,17,24,33,38,43	.80
착취/자기중심성	9	4,9,11,12,16,22,27,35,45	.84
과민/취약성	10	3,8,10,14,19,25,26,31,36,40	.85
소심/자신감 부족	8	1,18,21,28,32,34*,39,41	.77
전체	45		.93

* 역채점 문항

2) SNS 중독경향성

SNS 중독경향성은 정소영과 김종남(2014)의 대학생용 SNS 중독경향성 척도를 사용하여 측정하였다. 이 척도는 한국정보화진흥원(2011)에서 제시한 성인 인터넷 중독자가 진단 간략형 척도(KS-A)와 Andreassen 등(2012)이 발표한 The Bergen Facebook Addiction Scale(BFAS)의 18문항을 바탕으로 개발한 것이다. 중독경향성을 ‘조절 실패 및 일상생활 장애’ (7문항), ‘몰입 및 내성’ (7문항), ‘부정 정서의 회피’ (5문항), ‘가상세계 지향성 및 금단’ (5문항)이라는 4개의 요인으로 구분하였으며, 총 24개의 문항으로 구성되어 있다. Likert 4점 척도(전혀 그렇지 않다=1, 매우 그렇다=4)로, 응답 점수가 높을수록 SNS 중독경향성이 높음을 의미한다. 문항의 예를 살펴보면, 조절 실패 및 일상생활 장애에 대한 문항은 “SNS 사용 때문에 피곤해서 수업 시간 또는 업무시간에 잔다.”, 몰입 및 내성에 대한 문항은 “최근 SNS에서 일어난 일에 대해 많이 생각한다.”, 부정 정서의 회피의 문항은 “스트레스 받는 문제를 잊기 위해 SNS를 사용한다.”, 가상세계 지향성 및

금단의 문항은 “SNS를 하지 못하게 되었을 때 짜증이 난다.” 등으로 구성되어 있다. 정소영과 김종남(2014)연구에서 전체 내적 신뢰도 Cronbach’s α 는 .92이며 각 하위 요인의 내적 신뢰도 Cronbach’s α 는 .77 ~ .84로 나타났다. 본 연구에서의 전체 내적 신뢰도 Cronbach’s α 는 .93이며, 각 하위 요인의 내적 신뢰도 Cronbach’s α 는 .79 ~ .86로 나타났다.

표 2. SNS 중독경향성의 문항구성

하위 요인	문항 수	문항 번호	Cronbach’s α
조절실패 및 일상생활 장애	7	4,10,14,17,20,22,24	.86
몰입 및 내성	7	1,5,9*,15,18,21,23	.79
부정 정서의 회피	5	3,8,11,16,19	.83
가상세계 지향성 및 금단	5	2,6,7,12,13	.83
전체	24		.93

* 역채점 문항

3) 자기개념 명확성

자기개념 명확성을 측정하기 위해 Campbell 등(1996)이 개발한 것을 김대익(1998)이 번안한 척도를 사용하였다. 자기 자신에 대해 얼마나 안정적이라고 지각하는지에 대한 자기 확신성, 자기 지식에 대한 일관성 및 시간적 안정성에 대한 내용으로 이루어져 있으며, 단일 요인 척도로 총 12문항으로 구성되었다. 각 문항은 5점 Likert 척도(1점=전혀 그렇지 않다, 5점= 매우 그렇다)이며, 점수가 높을수록 자기개념 명확성이 더 높은 것을 의미한다. 문

항은 “내 자신에 대한 생각이 날마다 변한다.”, “내가 실제로 누구인지를 다른 사람에게 설명할 수가 없다.”와 같은 내용을 포함하고 있다. 이 척도의 문항 중에서 10개(1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12)는 역 채점 문항으로 구성되어 있다. Campbell 등(1996)의 연구에서 내적 신뢰도 Cronbach's α 는 .86으로 나타났다. 본 연구에서의 내적 신뢰도 Cronbach's α 는 .82로 나타났다.

표 3. 자기개념 명확성의 문항구성

하위 요인	문항 수	문항 번호	Cronbach's α
자기개념 명확성	12	1*,2*,3*,4*,5*,6*,7* 8*,9*,10*,11,12*	.82

* 역채점 문항

4) 사회비교 경향성

사회비교 경향성을 측정하기 위해 Gibbons와 Buunk(1999)가 개발한 사회비교경향성 척도(Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure; INCOM)를 최윤희(2003)가 번안한 척도를 사용하였다. 이 척도는 두 개의 하위 요인 총 11문항으로 구성되어 있다. 첫 번째 요인은 능력(ability) 요인(6문항)으로 자신이 남들과 비교하여 어떻게 하고 있는지에 관한 내용으로 구성되어 있으며, 두 번째 요인인 주장성/의견(opinion) 요인(5문항)은 자신이 어떻게 생각하거나 느껴야 하는가에 관한 내용으로 이루어져 있다. 각 문항은 5점 Likert 척도(1점=전혀 그렇지 않다, 5점=항상 그렇다)로 구성되어, 점수가 높을수록 사회비교 경향성이 높다는 것을 의미한다. 문항은 능력 요인은 “내가 일을 잘했는지 알고자 할 때, 다른 사람이 한 것과 내가 한 것을 비교한

다.”, “나는 항상 나의 행동을 타인의 행동과 비교하는 것을 좋아한다.”를 포함하며, 주장성/의견 요인은 “무언가를 배우려고 할 때, 이에 대한 타인의 생각을 알려고 한다.”, “나는 종종 다양한 의견과 경험을 얻기 위해 타인과 이야기하길 좋아한다.”로 구성되어 있다. Gibbons와 Buunk(1999)의 연구와 최윤희(2003)연구에서의 내적 신뢰도 Cronbach's α 는 모두 .83이었다. 본 연구에서의 전체 내적 신뢰도 Cronbach's α 는 .80이며, 각 하위 요인별로 .80, .70로 나타났다.

표 4. 사회비교 경향성의 문항구성

하위 요인	문항 수	문항 번호	Cronbach's α
능력(ability)	6	1,2,3,4,5*,6	.80
주장성/의견(opinion)	5	7,8,9,10,11*	.70
전체	11		.80

* 역채점 문항

3. 자료 분석

본 연구에서는 매개 모형의 검증을 위해 구조방정식 모형이 아닌 회귀분석에 기초한 경로 모형을 사용하였다. 구조방정식 모형을 통한 매개효과 검증의 경우 매개효과의 유형을 고려하지 않고 연구자가 사전에 자의적으로 매개효과 유형을 결정하기 때문에 완전 매개 또는 부분 매개에 따른 매개변인의 중요성이 과소 또는 과대평가되는 문제를 가지고 있다(지성호, 강영순, 2014). 반면에 회귀분석의 경우 3단계의 독립변인과 결과 변인을 동시에 투입하는 단계를 통하여 매개 효과 유형이 판별 가능하다. 또한 매개 모형의 경우 이론에 근거하여 변수들 사이의 관계성의 메커니즘을 가정하고 이를 검증하는 것으로 일반적으로 경로 모형이 활용되기 때문에(조영일 외, 2015), 이를 근거로 하여 본 연구에서는 회귀분석에 기초한 경로 모형을 사용하였다.

본 연구의 자료 분석을 위해서 SPSS 25.0 프로그램과 SPSS PROCESS Macro를 사용하였다. 첫 번째로, 기술 통계 및 빈도 분석을 실시하여 연구를 참여한 대상자들의 인구통계학적인 특성을 확인하였다. 두 번째로, 내현적 자기애, SNS 중독경향성, 자기개념 명확성, 사회비교 경향성 간의 상관관계를 밝히기 위해 상관분석을 실시하였다. 세 번째로, 신뢰도 분석을 통해 내적 합치도 계수 Cronbach's α 값을 산출하여 본 연구에서 사용한 측정도구의 신뢰도를 확인하였다. 네 번째로, 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성의 순차매개효과를 검증하기 위해 Hayes(2015)가 제시한 SPSS Process Macro 모델 6인 직렬다중매개 모형을 사용하였다. 마지막으로, 부트스트래핑(Bootstrapping)방식을 10,000번으로 설정하여 본 매개효과의 통계적 유의성을 검증하였다.

V. 연구결과

1. 주요 변인들의 기술통계 및 상관

1) 연구 대상자의 인구통계학적 특성

본 연구의 참여한 연구 대상자는 총 476명으로 여성 401명(84.2%), 남성 75명(15.8%)이다. 연구 대상자의 평균 연령은 22.2세(SD=2.2)이었으며, 구체적으로 살펴보면 19~22세가 364명(76.5%)으로 제일 많았으며, 23~26세가 98명(20.6%), 27~29세가 14명(2.9%) 순으로 나타났다. 전공의 경우 자연이공계열이 138명(29%)으로 가장 많았으며, 인문계열이 102명(21.4%), 사회과학계열이 76명(16%), 상경계열이 57명(12%), 예체능계열이 36명(7.6%), 사범계열이 24명(5%), 법학계열이 12명(2.5%), 생활과학계열이 11명(2.3%), 기타가 20명(4.2%) 순으로 나타났다. 학년의 경우 1학년이 131명(27.5%)으로 제일 많았으며, 3학년이 120명(25.2%), 2학년이 113명(23.7%), 4학년이 104명(21.8%), 기타가 9명(1.7%) 순으로 나타났다. 자세한 결과는 <표 5>에 제시하였다.

표 5. 연구 대상자의 인구통계학적 특성

(N=476)

특성	구분	사례 수(명)	백분율(%)
성별	남자	75	15.8%
	여자	401	84.2%
나이	19~22세	364	76.5%
	23~26세	98	20.6%
	27~29세	14	2.9%
전공	인문계열	102	21.4%
	자연이공계열	138	29%
	예체능계열	36	7.6%
	사회과학계열	76	16%
	사범계열	24	5%
	생활과학계열	11	2.3%
	법학계열	12	2.5%
	상경계열	57	12%
	기타	20	4.2%
학년	1학년	131	27.5%
	2학년	113	23.7%
	3학년	120	25.2%
	4학년	104	21.8%
	기타	8	1.7%

2) 연구 대상자의 SNS 이용형태

연구 대상자의 SNS 이용 형태를 살펴보면, 주로 사용하는 SNS의 경우 인스타그램이 51.9%로 가장 많았으며, 페이스북이 27.1%, 트위터가 10.9%, 기타가 7.2%, 카카오 스토리가 2.9% 순으로 나타났다. 하루 SNS 사용시간의 경우 2시간 이상~2시간 30분 미만이 19.7%로 제일 많았으며, 3시간 이상이 19.5%, 1시간 이상~1시간 30분 미만이 17.4%, 30분 이상~1시간 미만이 13.9%, 30분 미만이 11.3%, 1시간 30분 이상~2시간 미만이 10.7%, 2시간 30분 이상~3시간 미만이 7.4% 순으로 나타났다. 일주일 동안 SNS에 업데이트 하는 횟수의 경우 1회 이상~5회 미만의 경우 44.7%로 가장 많았으며, 0회가 31.9%, 5회 이상~10회 미만이 10.9%, 10회 이상~15회 미만이 5.3%, 30회 이상이 3.4%, 20회 이상~25회 미만이 1.1% 순으로 나타났다. SNS 사용목적의 경우 친구 및 지인과 소통이 21.5%로 가장 많았으며, 새로운 정보나 콘텐츠 얻기가 18%, 친구 및 지인들의 근황 알기가 17.8%, 개인적 관심사 및 정보 공유가 15.9%, 일상생활에 대한 기록 남기기가 13.1%, 재미를 위해가 10.4%, 새로운 인간관계 맺기가 3.4% 순으로 나타났다. 자세한 결과는 <표 6>에 제시하였다.

표 6. SNS 이용형태

(N=476)

특성	구분	인원 (명)	백분율(%)
주로 사용하는 SNS의 종류 *중복 응답 문항	카카오 스토리	23	2.9%
	페이스북	212	27.1%
	인스타그램	406	51.9%
	트위터	85	10.9%
	기타	56	7.2%
하루 SNS 사용시간	30분 미만	54	11.3%
	30분 이상 ~ 1시간 미만	66	13.9%
	1시간 이상 ~ 1시간 30분 미만	83	17.4%
	1시간 30분 이상 ~ 2시간 미만	51	10.7%
	2시간 이상 ~ 2시간 30분 미만	94	19.7%
	2시간 30분 이상 ~ 3시간	35	7.4%
	3시간 이상	93	19.5%
일주일 SNS 업데이트 횟수	0회	152	31.9%
	1회 이상 ~ 5회 미만	213	44.7%
	5회 이상 ~ 10회 미만	52	10.9%
	10회 이상 ~ 15회 미만	25	5.3%
	15회 이상 ~ 20회 미만	13	2.7%
	20회 이상 ~ 25회 미만	5	1.1%
	30회 이상	16	3.4%
SNS 사용 목적 *중복 응답 문항	친구 및 지인과 소통	314	21.5%
	개인적 관심사 및 정보 공유	232	15.9%
	새로운 인간관계 맺기	50	3.4%
	새로운 정보나 콘텐츠 얻기	263	18%
	친구 및 지인들의 근황 알기	260	17.8%
	일상생활에 대한 기록 남기기	192	13.1%
	재미를 위해	152	10.4%

3) 주요변인들의 상관관계

먼저 주요 변인들 간의 관계를 살펴보기 위하여 기술 통계분석과 Pearson 상관분석을 실시하였으며, 이에 대한 결과를 <표 7>에 제시하였다. Kline(2006)은 왜도와 첨도의 절대 값이 각각 3, 10 이상인 경우 정규성을 가정할 수 없다고 보았는데, 본 연구의 각 변인들의 왜도와 첨도는 모두 정규성 가정을 위반하지 않았기 때문에 주요 변인들이 모두 정규성 가정을 만족한다고 볼 수 있다.

두 번째로, 주요 변인들의 상관분석을 실시한 결과, 내현적 자기에, SNS 중독경향성, 자기개념 명확성, 사회비교 경향성 모두 통계적으로 유의한 정적 또는 부적 상관관계인 것으로 나타났다($P < .01$). 변인 별로 살펴보면 내현적 자기에는 자기개념 명확성($r = -.653, P < .01$)과 유의한 부적 상관, 사회비교 경향성($r = .529, P < .01$), SNS 중독경향성($r = .389, P < .01$)과는 유의한 정적 상관을 나타냈다. 즉, 자기개념 명확성이 낮을수록, 사회비교 경향성이 높을수록, SNS 중독경향성 정도가 심할수록 내현적 자기가 높아지는 것으로 나타났다. SNS 중독경향성의 경우 자기개념 명확성($r = -.323, P < .01$)과 유의한 부적 상관, 사회비교 경향성($r = .180, P < .01$)과 유의한 정적 상관을 보였다. 이는 자기개념 명확성이 낮을수록 그리고 사회비교 경향성이 높을수록 SNS 중독경향성이 증가하는 것을 의미한다. 또한 자기개념 명확성은 사회비교 경향성($r = -.420, P < .01$)과 유의한 부적 상관을 보였다. 이는 자기개념이 일관되지 못하고 불명확할수록 사회비교 경향성이 증가하는 것을 뜻한다.

표7. 주요 변인들의 상관분석 및 기술통계

	1	1a	1b	1c	1d	1e	2	3	3a	3b	4	4a	4b	4c	4d
1. 내현적 자기에	1														
a. 목표 불안정	.756***	1													
b. 인정욕구/거대자기 환상	.667***	.272***	1												
c. 착취/자기중심성	.749***	.426***	.503***	1											
d. 과민/취약성	.904***	.629***	.524***	.565***	1										
e. 소심/자신감 부족	.753***	.565***	.292***	.354***	.707***	1									
2. 자기개념 명확성	-.653***	-.590***	-.363***	-.429***	-.622***	-.476***	1								
3. 사회비교 경향성	.529***	.270***	.528***	.368***	.507***	.357***	-.420***	1							
a. 능력	.237***	.048	.266***	.188***	.245***	.161***	-.088	.538***	1						
b. 증상성/의견	.175***	.042	.294***	.057	.184***	.103*	-.182***	.750***	.203***	1					
4. SNS 중독경향성	.389***	.301***	.240***	.370***	.354***	.210***	-.323***	.180***	.155**	-.024	1				
a. 조절실패 및 일상생활 장애	.370***	.277***	.214***	.359***	.338***	.217***	-.341***	.209***	.153**	.025	.880***	1			
b. 몰입 및 내성	.302***	.243***	.194***	.290***	.272***	.144**	-.254***	.160***	.138***	-.002	.905***	.747***	1		
c. 부정 정서의 회피	.378***	.308***	.204***	.299***	.379***	.240***	-.288***	.121**	.148**	-.068	.840***	.627***	.648***	1	
d. 가상세계 지향성 및 금단	.304***	.222***	.229***	.340***	.241***	.128**	-.229**	.122**	.094*	-.062	.860***	.619***	.734***	.714***	1
평균	2.98	2.95	3.41	2.50	3.00	3.00	3.11	3.46	2.77	3.79	2.05	2.03	2.14	2.06	1.91
표준편차	.58	.74	.69	.77	.80	.52	.68	.62	.74	.66	.61	.72	.65	.75	.71.

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

2. 매개효과 검증

내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 순차적으로 매개하는지를 알아보기 위하여 Hayes(2015)의 순차다중매개모델 분석방법인 PROCESS Macro의 model 6을 이용하여 매개효과를 검증하였으며, 이에 대한 결과를 <표 8>에 제시하였다.

먼저 종속변인인 SNS 중독경향성을 예측하는 내현적 자기애의 회귀 모형은 통계적으로 유의하였다($F(1,474)=84.433, P<.001$). 즉, 내현적 자기애 수준의 1단위의 증가는 SNS 중독경향성의 .414 수준의 증가를 가져왔다($B=.414, t=9.189, P<.001$).

다음으로 자기개념 명확성을 예측하는 내현적 자기애의 회귀모형은 통계적으로 유의하였다($F(1,474)=351.726, P<.001$). 즉, 자기개념 명확성에 대한 내현적 자기애의 영향은 부적으로 유의하였다($B=-.769, t=-18.754, P<.001$). 내현적 자기애 수준의 1단위 증가는 -.769 단위의 자기개념 명확성의 감소를 가져왔다.

세 번째로, 사회비교 경향성을 예측하는 내현적 자기애와 자기개념 명확성의 회귀모형은 통계적으로 유의하였다($F(2, 473)=96.173, P<.001$). 구체적으로 살펴보면, 사회비교 경향성에 대한 내현적 자기애의 영향은 정적으로 유의한 것으로 나타났다($B=.479, t=8.674, P<.001$). 내현적 자기애 수준의 1단위 증가는 사회비교 경향성의 .479 단위의 수준 증가를 가져왔다. 또한 자기개념 명확성은 사회비교 경향성에 부적으로 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다($B=-.119, t=-2.538, P<.01$). 자기개념 명확성 수준의 1단위 증가는 사회비교 경향성의 -.119 단위의 감소를 가져왔다.

네 번째로, SNS 중독경향성을 예측하는 내현적 자기애, 자기개념 명확성, 사회비교 경향성의 회귀 모형은 통계적으로 유의하였다($F(3,472)=30.224,$

$P<.001$). 구체적으로 살펴보면, SNS 중독경향성에 대한 내현적 자기애의 영향은 정적으로 유의하였다($B=.353, t=5.534, P<.001$). 내현적 자기애 수준의 1단위 증가는 SNS 중독경향성의 .353 단위의 수준 증가를 가져왔다. 다음으로 SNS 중독경향성에 대한 자기개념 명확성의 영향은 부적으로 유의하였다($B=-.114, t=-2.260, P<.05$). 자기개념 명확성 수준의 1단위 증가는 SNS 중독경향성의 -.114 단위의 감소를 가져왔다. 반면, 사회비교 경향성의 경우 SNS 중독경향성을 유의하게 설명하지 못하는 것으로 나타났다($B=-.047, t=-.958, P=.339$).

마지막으로 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계에서 매개변수들의 간접효과를 통제하여도 내현적 자기애가 SNS 중독경향성에 미치는 효과가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($c'=.353, P<.001$). 지금까지 살펴본 분석을 종합한 최종 모형을 <그림 3>에 제시하였다.

표8. 매개효과 검증 결과 (N=476)

종속변인	독립변인	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>
SNS 중독경향성	내현적 자기애	.414***	.045	9.189***
	F(1,474)=84.433, $P=.000, R^2=.151$			
자기개념 명확성	내현적 자기애	-.779***	.041	-18.754***
	F(1,474)=351.726, $P=.000, R^2=.426$			
사회비교 경향성	내현적 자기애	.479***	.055	8.674***
	자기개념 명확성	-.119**	.047	-2.538**
	F(2, 473)=96.173, $P=.000, R^2=.289$			
SNS 중독경향성	내현적 자기애	.353***	.064	5.534***
	자기개념 명확성	-.114*	.051	-2.260*

사회비교 경향성 -.047 .049 -.958

$F(3, 472)=30.224, P=.000, R^2=.161$

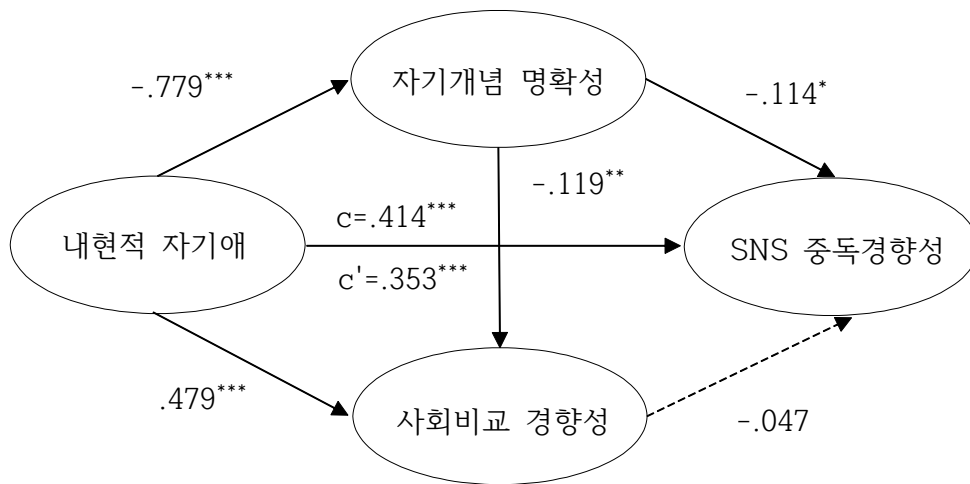


그림 3. 최종모형

* $P<.05$, ** $P<.01$, *** $P<.001$, c= 총 효과, c'= 직접효과

3. 간접효과 검증

내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 매개하는 모형의 간접효과를 살펴보기 위하여 부트스트래핑(Bootstrapping)방법을 사용하였다. 본 연구에서 부트스트래핑을 위해 재추출한 표본 수는 10,000개였으며, 95%의 신뢰구간에서 매개효과를 검증하였고 그 결과를 <표 9>에 제시하였다.

내현적 자기애가 자기개념 명확성을 거쳐 SNS 중독경향성으로 미치는 경로는 신뢰구간에 0을 포함하고 있지 않는 것으로 보아 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($B=.088$, 95% Bias-corrected CI $=.013 \sim .166$). 반면 내현적 자기애가 사회비교 경향성을 거쳐 SNS 중독경향성으로 미치는 경로는 신뢰구간에 0을 포함하여 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다($B=-.023$, 95% Bias-corrected CI $=-.071 \sim .021$). 또한 내현적 자기애가 자기개념 명확성과 사회비교 경향성을 순차적으로 매개하여 SNS 중독경향성으로 미치는 경로의 경우 신뢰구간에 0을 포함하여 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다($B=-.004$, 95% Bias-corrected CI $=-.017 \sim .004$). 즉, 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성의 순차매개가 통계적으로 유의하지 않다고 볼 수 있다.

표 9. 간접효과 Bootstrapping 분석결과 (N=10,000)

Indirect effects	Bootstrap estimates		95% 신뢰구간	
	<i>B</i>	<i>SE</i>	Boot LLCL	Boot ULCL
내현적 자기애 → 자기개념 명확성 → SNS 중독경	.088	.039	.013	.166

향성				
내현적 자기애 → 사회비교 경향성 → SNS 중독경	-.023	.024	-.071	.021
향성				
내현적 자기애 → 자기개념 명확성 → 사회비교 경	-.004	.005	-.017	.004
향성 → SNS 중독경향성				

VI. 논의

1. 결과에 대한 논의

본 연구에서는 대학생을 대상으로 내현적 자기애가 SNS 중독경향성에 영향을 미치는지 살펴보았다. 또한 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계를 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 각각 매개하는지, 자기개념 명확성과 사회비교 경향성이 순차적으로 매개효과를 가지는지에 대해 검증하고자 하였다.

본 연구의 주요 결과를 정리하고 논의하면 다음과 같다. 첫째, 내현적 자기애, SNS 중독경향성, 자기개념 명확성, 사회비교 경향성의 상관관계를 살펴본 결과 모두 유의한 정적 또는 부적 상관을 가지는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 내현적 자기애와 SNS 중독경향성은 유의한 정적 상관을 나타냈다. 이는 내현적 자기애 성향이 높은 사람일수록 SNS 중독경향성도 증가한다는 다수의 선행연구(김선미, 서경현, 2015; 이영은, 박현주, 허창구, 2016; 문슬빈, 이민규, 2018; 김지수, 김영근 2019)와 일치한다. 특히, 내현적 자기애와 자기개념 명확성의 경우 상관이 가장 높은 것으로 나타났으며 유의한 부적 상관을 보였다. 이는 내현적 자기애 성향이 높을수록 자기개념 명확성이 떨어진다는 선행연구(강선영, 홍혜영, 2012; 이준득, 서수균, 이훈진, 2007; 손은경, 권해수, 2014)를 지지하는 결과이다. 내현적 자기애 성향의 사람들은 자기개념이 부정적이고, 위축되어 있으며 자신에 대한 확신이 부족하기 때문에 이러한 결과가 나왔다고 볼 수 있다. 내현적 자기애는 사회비교 경향성과 유의한 정적 상관을 보였는데, 이는 자기애 성향이 높을수록 사회비교 경향성도 높다는 선행연구(Krizan & Burgmer, 2011; Wang,

2019; Bogart, Benotsch & Pavlovic, 2004)와 맥을 같이하고 있으며, 내현적 자기애가 높을수록 사회비교 경향성도 증가한다는 선행연구(Ozimek, Bierhoff & Hanke, 2018)와도 일치하는 결과이다. 자기개념 명확성과 사회비교 경향성 간에도 유의한 부적 상관성이 나타났다. 이는 자기개념이 낮을수록 불명확한 자기개념을 강화시키기 위해 사회비교 경향성이 증가 한다는 선행연구(Vartanian & Dey, 2013; Butzer & Kuiper, 2006; Lee, 2014; 박누리, 2018)를 지지하는 결과이다. 자기개념 명확성과 SNS 중독경향성 사이에도 유의한 부적 상관성이 나타났는데, 이는 현실 세계에서 자기 불일치를 많이 경험할수록 SNS 중독경향성이 높아진다는 선행연구(정한결, 김정민, 박지수, 2018)와 자기개념이 불명확할수록 SNS 중독경향성이 높아진다는 선행연구(오누리, 2018)와 맥을 같이하는 결과이다. 마지막으로 사회비교 경향성과 SNS 중독경향성 사이에도 정적 상관성이 유의한 것으로 나타났다. 이는 사회비교 경향성이 높을수록 SNS 중독 수준이 높아진다는 선행연구(Burnell & Kuther, 2016; Vogel et al., 2015; 양인숙, 황선아, 2018)와 일치하는 결과이다.

본 연구에서 밝혀진 내현적 자기애와 SNS 중독경향성, 자기개념 명확성, 사회비교 경향성 간 높은 연관성을 자기애의 역동적 자기조절 과정 모델에 적용하여 보면 다음과 같다. 먼저 내현적 자기애 성향의 사람들의 과장된 자기상과 열등감, 자기의심 등의 명확하지 못한 ‘자기 지식’은 타인으로부터의 승인과 인정을 얻기 위해 자기과시적 게시물을 업로드 하는 등의 ‘대인 간 자기조절 전략’으로 나타나는 것으로 보인다. 이때, 온라인상의 ‘사회적 관계’인 SNS 친구들이 댓글 또는 ‘좋아요’와 같은 즉각적인 피드백을 하거나 게시물을 올리게 되면 내현적 자기애 성향의 개인은 다른 친구들과의 사회적 비교를 하는 등의 ‘개인내적 자기조절 과정’을 통하여 자신에 대한 긍정적인 정보만 편향되게 취하여 해석하게 된다. 이러한 부적응

적인 자기애의 자기조절은 악순환이 되어 그들의 내면의 취약성과 응대성의 자기애적 성격을 유지 또는 강화시키게 된다.

둘째, 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계에서 자기개념 명확성의 매개효과는 유의한 것으로 나타났다. 즉, 내현적 자기애가 SNS 중독경향성에 직접적으로 영향을 미치기도 하지만, 자기개념 명확성을 통해 간접적으로도 SNS 중독경향성에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 내현적 자기애 성향의 개인은 취약한 자기를 보호하기 위하여 부정적 평가를 회피하는 방어적인 모습을 보이는데(박세란, 신민섭, 이훈진, 2005), 이로 인해 자신에 대한 혼란스럽고 모순된 정보를 많이 갖게 되어 명확하지 않은 자기개념을 형성하게 된다. 자기개념 명확성이 낮은 개인은 외적 단서들에 보다 많이 의존하고 타인으로부터 자신에 대한 정보를 더 많이 얻고자 하기 때문에 (Vartanian & Dey, 2013), 비교적 쉽고 즉각적으로 피드백을 받을 수 있는 SNS에 더 몰입하게 되는 것이다. 이러한 결과는 내현적 자기애가 자기개념 명확성을 감소시킨다는 연구결과(손은경, 권해수, 2014; 김상목, 2016; 장주혜, 2019)와 낮은 자기개념 명확성이 SNS 중독경향성을 높인다는 연구결과(오누리, 2018)가 통합적으로 검증된 것이라고 할 수 있다.

셋째, 내현적 자기애와 SNS 중독경향성과의 관계에서 사회비교 경향성의 매개효과가 유의하지 않은 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 내현적 자기애는 사회비교 경향성을 증가시키기는 하지만, 증가된 사회비교 경향성이 SNS 중독경향성에 직접적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 내현적 자기애가 사회비교 경향성을 증가시킨다는 선행연구(Ozimek, Bierhoff & Hanke, 2018)와 일치하는 결과이지만, 사회비교 경향성이 SNS 중독을 증가시킨다는 선행연구(Burnell & Kuther, 2016; 양인숙, 황선아, 2018)와는 일치하지 않는 결과이다. 이러한 연구 결과를 더 잘 이해하기 위해서 본 연구에서는 추가적으로 사회비교 경향성의 하위 유형에 따른 매개

효과 검증을 실시하였다. 그 결과 사회비교 경향성의 하위 유형 중 주장성/의견만이 내현적 자기에와 SNS 중독경향성의 사이에서 유의한 매개효과를 갖는 것으로 나타났다. 앞에서 언급하였듯이 주장성/의견 요인의 경우 다른 사람들의 생각이나 의견 등을 자신의 생각이나 의견과 비교하는 문항으로 구성되어 있다. 선행 연구에 따르면, SNS 사용 동기 중에서 개인이 속한 집단 속에서 부정적인 평가나 비난을 회피하고 그 집단에 적응하려는 개인의 욕구를 뜻하는 동조 동기(conformity motive)는 내현적 자기에와 SNS 중독 사이에서 매개효과를 갖는 것으로 나타났다(권지애, 2017). 이는 내현적 자기에 성향이 높은 사람들의 경우 자신이 속한 관계 속에서 비난을 피하고 외톨이가 되지 않기 위해서 SNS에 몰입하게 될 가능성이 높음을 의미한다. 자신이 속한 관계 속에서 부정적인 평가를 받지 않고 그 집단에 속하기 위해서는 그 사람들의 생각이나 의견이 자기 자신의 것과 어떻게 다른지 아는 것이 중요할 것이다. 종합하면, SNS는 비교적 쉽게 타인의 의견이나 생각을 알게 해주기 때문에, 내현적 자기에 성향의 사람들은 자신의 생각과 다른 사람들의 생각을 비교하기 위해 SNS에 몰입하게 된다고 이해할 수 있다. 또한 사회비교 경향성이 SNS 중독을 증가시킨다는 선행연구와 불일치한 본 연구의 결과는 선행연구와의 측정도구의 차이로 인할 수 있다. 양인숙과 황선아(2018)의 연구의 경우 Andreassen 등(2012)이 Bergan의 Facebook 중독 척도를 참고하여 개발한 Bergan의 소셜미디어 중독척도(Bergan Social medial addciton scale)를 사용하였으며, Burnell과 Kuther(2016)의 연구는 Al-Menayes의 SNS addiction scale을 사용하여 SNS 중독을 측정하였다. 두 선행연구의 척도는 간략형 척도로 각각 6문항, 7문항으로 구성되어 있는 반면, 본 연구에서 사용한 SNS 중독경향성 척도는 24개의 문항으로 구성되어 있다. 즉, 선행연구의 두 척도는 Griffiths(2005)의 행위 중독의 6가지 하위 유형인 내성, 갈등, 현저성, 기분 변화, 재발, 금단 증상을 충분히 반영하지

못하여 SNS 중독의 정도를 좀 더 명확하게 측정하지 못했을 가능성이 있다.

또한 사회비교 경향성이 SNS 중독에 직접적인 영향을 준다는 선행연구와 불일치 한 본 연구의 결과는 사회비교 경향성과 SNS 중독경향성과의 관계에 또 다른 변인이 존재할 가능성을 시사하는 것으로도 볼 수 있다. 실제로 본 연구에서는 사회비교 경향성의 점수가 높은(상위 50%) 대상자 중에서 절반 이상(51.6%)이 하루 2시간 이상 SNS를 사용한다고 보고하였는데, 이는 20대 평균 사용시간 67분에 두 배가 되는 시간이다. 반면, SNS 중독경향성 평균 점수는 2.09점으로 나타났다. 이러한 결과는 본 연구 대상자 중 사회비교 경향성이 높은 사람들이 SNS를 사용하는 시간이 많았음에도 SNS 중독으로 이어지지 않았다는 것을 의미한다. 즉, 사회비교 경향을 보이는 내현적 자기애자들이 SNS 중독경향성을 보이거나 혹은 보이지 않는 것에 영향을 미치는 제3의 변인이 있을 수 있다는 것이다. 선행연구에 따르면, 대학생의 사회비교 경향성과 인스타그램 중독과의 관계에서 스트레스가 완전 매개효과를 갖는 것으로 나타났다(고은정, 2019). 이는 사회비교 경향성이 높은 개인은 잦은 사회비교로 인해 스트레스가 높아지게 되고, 이러한 스트레스를 SNS 상에서 해소하려고 할 때 SNS에 더 몰입하게 될 수 있다는 것을 의미한다. 또 다른 제3의 변인의 가능성으로 사회불안을 들 수 있다. 여러 선행연구를 통해 내현적 자기애 성향의 사람들은 사회불안이 높은 것으로 보고되고 있다(김성주, 이영순, 2015; 김혜원, 이지연, 2017; 손은경, 권해수, 2014). 또한 사회비교 경향성이 높은 개인은 다른 사람과의 비교와 평가 받는 것에 대한 불안으로 인해 사회불안이 높을 수 있으며(서은희, 김정남, 2018), 사회불안은 SNS 중독경향성을 높이는 선행변인으로 알려져 있다(김형수, 2014; 광지현, 홍혜영, 2018). 즉, 사회비교 경향성이 높은 내현적 자기애 성향의 개인이 높은 사회불안으로 인해 오프라인 상에서 타인에게 평가받는 것에 대해 두려움을 느끼게 되어 사회비교 욕구를 SNS 상에서만 충족시키

고자 할 때 SNS에 몰입하게 될 수 있음을 예측할 수 있다. 종합하면 이러한 제 3의 변인의 가능성은 내현적 자기에 성향의 내담자가 SNS 중독 문제를 보일 때, 사회비교 경향성에 대한 개입만으로는 한계가 있을 수 있음을 시사한다.

넷째, 내현적 자기에와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기개념 명확성과 사회비교 경향성의 순차매개효과는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 내현적 자기에가 자기개념 명확성을 거쳐 사회비교 경향성으로 가는 경로는 유의하였으나, 앞에서 언급하였듯이 사회비교 경향성이 SNS 중독경향성에 직접적인 영향을 미치지 않았기 때문에 이해할 수 있다. 사회비교 경향성이 SNS 중독경향성으로 가는 경로의 회귀계수가 유의하지 않은 결과에 대한 추가적인 이해를 돕기 위해 중다 회귀분석을 실시하였다. 먼저, 본 연구에서는 내현적 자기에와 자기개념 명확성이 높은 상관($r=-.65, P < .01$)을 보였는데, 예측변수들이 서로 강한 상관관계가 있을 경우 모형의 추정 정밀도가 낮아 경로계수를 신뢰할 수 없기 때문에(권순동, 2015), SNS 중독경향성을 예측하는 독립변수 사이에 다중공선성이 존재하는지 확인하였다. 그 결과 공차의 한계는 최대 .57로서 0.1이상이고, VIF는 1.74로서 10이하이므로 다중공선성의 문제는 기각되었다. 즉, 내현적 자기에와 자기개념 명확성이 각각 서로 다른 개념을 측정하는 것으로 본 연구의 매개 모형의 회귀계수를 신뢰할 수 있는 것으로 나타났다. 또한 MacKinnon 과 Valente, Gonzalez(2020)에 따르면, 독립변인과 매개변인과의 상호작용 효과 즉, 매개변인이 독립변인과 종속변인 사이에서 조절 변인으로 작용할 경우, 매개효과의 검정력이 감소할 수 있다고 하였다. 본 연구에서도 이를 확인하기 위해 내현적 자기에와 SNS 중독경향성과의 관계에서 사회비교 경향성이 조절 효과를 보이는지 확인한 결과 조절 효과가 유의하지 않았다($B=-.062, 95\%$ Bias-corrected CI $=-.063 \sim .188$). 즉, 내현적 자기에와 SNS 중독경향성과의

사이에서 사회비교 경향성이 조절 효과를 가져서 매개효과가 유의미하지 않게 나온 것이 아니라는 것이 확인되었다.

2. 연구의 의의와 제한점 및 제언

본 연구결과를 바탕으로 연구의 의의를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서는 성인 초기 대학생을 대상으로 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계를 살펴봄으로써 대학생의 내현적 자기애와 SNS 중독경향성에 대한 이해를 넓혔다는 점에서 의의를 갖는다. 상담 장면에서 SNS 중독경향성을 보이는 내담자에게 겉으로 드러나는 중독문제에만 초점을 맞추기보다는 개인의 성격적 특성에 대한 평가와 이해가 선행되어야 한다는 것을 알 수 있다.

둘째, 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계를 설명하는 변인으로 이제까지 연구자들에게 큰 주목을 받지 못했던 자기개념 명확성을 다루었다는 점에서 의의가 있다. 이는 내현적 자기애를 가진 대학생들이 과도한 SNS 사용을 보일 때, 상담 장면에서 일관되고 명확한 자기개념을 갖도록 돕는 개입이 효과적일 수 있음을 시사한다. 실제로 선행연구에 따르면, 마음 챙김에 기초한 인지치료가 심리적 · 신체적 자각을 높여 자기개념 명확성 증가에 유의한 효과가 있는 것으로 밝혀졌다(이서영, 2018). 이는 자기개념의 인지적인 측면인 자기개념 명확성이 인지치료를 통해 개입이 가능하다는 것을 의미한다. 또한 내현적 자기애 성향의 사람들의 경우 자기개념이 외부의 평가에 따라 쉽게 변할 수 있으며 자신의 부정적인 면을 인정하려고 하지 않을 수 있다. 따라서 이들의 자기개념의 내용과 구조에 대해 탐색하고, 긍정적인 측면과 부정적인 측면을 통합시킴으로 일관되고 명확한 자기개념을 가질 수 있도록 개입할 수 있을 것이다.

한편 본 연구의 제한점 및 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서는 제시된 문항에 따라 자신에 대해 회상하여 응답하는 자기 보고 식 척도를 사용하여 변인들을 측정하였기 때문에 연구 대상자 개인의 실제 특성과 태도가 반영되지 않았을 수 있으며, 사회적으로 바람직해 보이도록 긍정 왜곡되었을 가능성 또한 배제할 수 없다. 또한 본 연구는 각 변인들을 동일한 시기에 측정한 횡단적 연구로 변인들의 관계에 대해 인과적 결론을 내리는 데 한계가 있다. 따라서 변인들 간의 인과성을 명확하게 규명하기 위해서는 추후 실험이나 시간적 순서를 고려한 종단 연구를 통해 이들의 관계를 확인할 필요가 있겠다.

둘째, 본 연구의 참여자들 중 여성이 84.2%, 남성이 15.8%로 극단적인 성차가 존재하였다. 이는 본 연구의 결과가 남성보다는 여성들의 성향을 더 많이 반영했을 가능성을 시사한다. 성별에 따른 SNS 중독경향성에 관한 연구결과를 살펴보면 남성보다 여성이 SNS 중독경향성 성향이 높다고 보고하고 있는 연구결과가 지배적이지만(김은영, 김은주, 2019; 이인숙, 조주연, 2012), SNS 중독 수준에서 유의한 성차가 나타나지 않았다는 연구결과(권명진, 김지현, 정선경, 2018)도 존재한다. 따라서 추후 연구에서는 적절한 성비를 맞추어 연구를 진행할 필요가 있겠다.

셋째, 본 연구는 현재 SNS를 사용하고 있는 대학생들을 대상으로 하였으며, 본 연구 참가자의 49.5%의 SNS 중독경향성 척도 점수가 1점대로 나타났으며 전체 평균도 2.05점으로 낮게 나타났다. 이는 심각한 SNS 중독경향성을 보이는 대상자들이 본 연구의 표본에 충분히 포함되지 않았을 가능성이 있음을 의미한다. 따라서 추후 연구에서는 실제로 SNS 중독으로 어려움을 호소하고 있는 사람들을 대상으로 연구를 진행하여 보다 상담 장면에서 내방하는 대학생들에게 더 초점을 맞춘 연구 결과를 제시할 필요가 있겠다.

넷째, 본 연구의 대상자는 서울, 경기 지역의 대학생으로 연구 대상의 표

집이 제한적으로 이루어졌다. 즉, 본 연구의 결과를 다른 지역 또는 연령의 사람들에게 일반화하기에는 한계가 있다. 현재 중·장년층의 SNS 접근성이 용이해지면서 SNS 이용률 또한 빠르게 증가하고 있기 때문에(한국인터넷진흥원, 2014), 추후 연구에서는 다양한 연령대를 대상으로 연구를 진행하여 SNS 중독경향성이 연령에 따라 어떠한 양상을 보이는지에 대해 연구할 필요가 있겠다.

다섯째, 본 연구에서는 사회비교 경향성과 SNS 중독경향성간 직접 효과가 유의하지 않는 것으로 나타났는데, 이는 선행 연구 결과와 불일치하는 결과로 본 연구에서는 이에 대한 원인을 밝히지 못하였다. 따라서 이 두 변인들 간의 관계를 추후 연구를 통해 재검증할 필요가 있으며, 이들 간에 존재할 수 있는 또 다른 제3의 매개 또는 조절 변인이 있는지에 대해 살펴볼 필요가 있겠다.

여섯째, 본 연구에서는 개인의 사회비교 빈도에 초점을 맞춘 사회비교 경향성을 매개변인으로 설정하여 연구를 진행하였다. 선행연구에 따르면 SNS 상에서는 사람들이 긍정적인 자기제시를 하기 때문에 주로 더 잘난 타인과 상향비교를 하게 된다고 한다(Lee, 2014; 이성준, 이효성, 2016; Vogel, et al., 2014). 하지만 내현적 자기에 성향의 사람의 경우 내면의 웅대성과 취약성을 동시에 가지고 있기 때문에 SNS 상에서 뛰어난 특정 타인보다 자신이 더 낫다는 것을 확인하고자 상향비교를 할 수도 또는 자신의 취약성을 보호하고자 자신보다 못한 타인과 비교하는 하향비교를 할 수도 있을 것이다. 따라서 추후 연구에서는 사회비교의 방향에 따라서 개인의 정서경험이 다를 것이라는 관점에서 내현적 자기에와 SNS 중독경향성과의 관계가 사회비교 방향에 따라 어떠한 차이를 보이는지 더 나아가 개인의 정서에는 어떠한 영향을 미치는지에 대해 연구할 필요가 있겠다.

일곱째, 본 연구에서는 내현적 자기에와 SNS 중독경향성의 관계에서 자기

개념 명확성과 사회비교 경향성의 순차적인 매개 모형만을 설정하여 연구를 진행하였다. 이는 사회비교 경향성이 자기개념 명확성을 선행하는 변인이라는 이론적 근거를 찾을 수 없어서였다. 하지만 변인들 간의 관계에 대해 가장 잘 설명해주는 최적의 모형을 밝히기 위한 방법으로 단일모형 검증법 보다는 경쟁모형 검증법(Kline, 2005)이 권장되기 때문에 추후 여러 경험적 연구와 이론적 근거를 바탕으로 경쟁모형을 설정하여 재검증할 필요가 있겠다.

마지막으로 본 연구에서는 자기에 유형 중 내현적 자기에만을 SNS 중독 경향성의 선행변인으로 다루었다. 추후 연구에서는 내현적 자기와 함께 외현적 자기와 SNS 중독경향성과의 관계까지로 그 연구영역을 확장하여 다양한 매개변인과의 비교 분석을 통해 현대 사회에서 더욱 증가하고 있는 자기에 성격특성과 SNS 중독경향성과의 관계에 대한 이론적 지지체계를 구축할 필요가 있겠다.

참 고 문 헌

- 강선영, 홍혜영 (2012). 직장인의 자기애와 공격성의 관계: 자기개념 명확성의 조절효과. **통합치료연구**, 4(1),25-51.
- 강선희, 정남운 (2002). 내현적 자기애 척도의 개발 및 타당화 연구. **상담 및 심리치료**, 14(4), 969-990.
- 고은정 (2019). **대학생의 사회비교경향성이 인스타그램중독에 미치는 영향: 스트레스의 매개효과**. 한동대학교 석사학위논문.
- 곽지현, 홍혜영 (2018). 대학생의 공격 자의식이 SNS 중독경향성에 미치는 영향. **청소년학 연구**, 25(3), 33-62.
- 구현경, 김종남 (2014). 내현적 자기애와 심리적 부적응의 관계: 내면화된 수치심, 부적응적 완벽주의, 지각된 사회적 지지의 매개효과. **상담학연구**, 15(2), 609-636.
- 권명진, 김지현, 정선경 (2018). 간호대학생의 SNS 중독경향성, 우울과 의사소통능력간의 관계. **한국산학기술학회 논문지**, 19(6), 405-413.
- 권석만, 한수정 (2000). **자기애성 성격장애: 지나친 자기사랑의 함정**. 서울: 학지사.
- 권순동 (2015). SEM에서 위계모형을 이용한 다중공선성 문제 극복방안 연구. **Journal of Information Technology Applications & Management**, 22(2). 149-169.

- 권은미, 신민섭, 김은정(2009). 내현적 자기애가 사회공포증에 미치는 영향. **한국심리학회지: 일반**, 28(3), 627-642.
- 권지애 (2017). 자기애와 SNS 중독의 관계: SNS 사용동기의 매개효과. 대구대학교 석사학위논문.
- 김경미 (2016). 사회비교경향성과 주관적 안녕감 및 우울의 관계: 자기통제의 조절효과. **청소년학연구**, 23(10), 235-257.
- 김나래, 이기학 (2012). 대학생의 사회비교 경향성과 진로미결정의 관계: 자아존중감과 부정적 평가에 대한 두려움의 매개효과 검증. **한국심리학회지: 학교**, 9(2), 175-191.
- 김대익 (1998). 한국인의 자아개념 명료성에 대한 연구: 성격, 자의식, 행동의 관계를 중심으로. 중앙대학교 석사학위논문.
- 김소연, 박미지, 박부경 (2018). 대학생들의 SNS중독경향성과 대인관계 만족도의 상관관계. **한국산학기술학회논문지**, 19(4), 454-462.
- 김시원, 박경 (2012). 청소년의 내현적 자기애와 데이트폭력 가해와의 관계: 역기능적 분노의 매개효과. **청소년학연구**, 19(10), 121-141.
- 김보경, 백용매, 허창구 (2016). 애착과 스마트폰 및 SNS 중독의 관계에서 대인관계 문제의 매개효과. **청소년학연구**, 23(3), 483-502.
- 김상목 (2016). 내현적 자기애가 우울에 미치는 영향:자기개념 명확성과 정서인식 명확성의 매개효과. 경상대학교 석사학위논문.
- 김선미, 서경현 (2015). 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계: 경험회피의 매개효과를 중심으로. **한국심리학회지: 건강**, 20(3), 587-603.

- 김성주, 이영순 (2015). 대학생의 내현적 자기애와 사회불안의 관계: 평가염려 완벽주의, 부정평가에 대한 두려움, 내면화된 수치심의 매개효과. **상담학연구**, 16(1), 199-216.
- 김은미, 이동후, 임영호, 정일권 (2011). **SNS 혁명의 신화와 실제: '토크, 플레이, 러브'의 진화**. 서울: 나남.
- 김은영, 김은주 (2019). 대학생들의 불안정애착, 우울, 삶의 만족도, 성별이 SNS 중독경향성에 미치는 영향. **디지털융복합연구**, 17(5), 295-301.
- 김정화, 이영호 (2018). 대학생 집단의 SNS 중독경향성과 인터넷 중독의 차이. **청소년학연구**, 25(10), 27-52.
- 김중운, 양민정 (2014). 대학생의 애착과 자기효능감이 대인관계문제에 미치는 영향. **학습자중심교과교육연구**, 14, 283-299.
- 김지수, 김영근 (2019). 내현적 자기애와 SNS 중독경향성 간의 관계: 내면화된 수치심과 과시적 자기표현의 매개효과를 중심으로. **Journal of Rehabilitation**, 26(3), 45-58.
- 김지윤, 이동귀 (2013). 대학생의 사회부과 완벽주의와 주관적 안녕감의 관계에서 무조건적 자기수용과 자기개념 명확성의 매개효과 검증. **상담학연구**, 14(1), 63-82.
- 김형수 (2014). 대학생들의 대인관계지향성과 SNS 몰입 간의 관계에서 사회불안의 매개효과. **인간이해**, 35(2), 11-26.
- 김혜원, 이지연 (2017). 청소년의 내현적 자기애, 공격성, 사회불안, 페이스북 중독의 구조적 관계 분석. **아시아교육연구**, 18(2), 265-291.
- 김희주, 정여주 (2018). 자기애가 소극적 스트레스 대처에 미치는 영향: 완벽

- 주의적 자기제시와 정서표현 양가성의 순차적 매개효과. **상담학연구**, 19(5), 337-353.
- 류권욱. (2016). 미디어 중독 청소년에 관한 이해-에니어그램 심리 역동적 기질의 상관성 중심으로. **에니어그램 심리역동연구**, 3(1), 119-142.
- 문슬빈, 이민규 (2018). 내현적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계: 부적응적 인지적 정서조절전략과 내면화된 수치심의 간접효과를 중심으로. **한국심리학회지: 건강**, 23(2), 379-396.
- 박누리 (2018). 자기개념 명확성과 사회불안의 관계 : 불확실성에 대한 인내력 부족과 사회비교 경향성의 매개효과. 가톨릭대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박세란, 신민섭, 이훈진 (2005). 외현적, 내현적 자기애의 자기평가와 정서 특성. **한국심리학회지: 임상**, 24(2), 255-266.
- 박중순, 이종만 (2016). 대학생들의 SNS 이용동기, 대인관계지향성이 MSNS (Mobile Social Network Service) 중독경향성에 미치는 영향. **디지털산업정보학회논문지**, 12(4), 145-161.
- 박태경, 박재연 (2018). 초등학생 고학년 자녀의 어머니를 대상으로 한 집단 상담 효과성 연구: 우울, 자존감, 자기개념 명확성 중심으로. **예술인문사회융합멀티미디어논문지**, 8, 783-791.
- 서경현, 조성현 (2013). SNS 중독경향성 관련 요인 탐색: 내현적 자기애, 자기제시 동기 및 소외감을 중심으로. **한국심리학회지: 건강**, 18(1), 239-250.
- 서은희, 김정남 (2018). 대학생의 사회비교성향과 사회불안의 관계에서 열등감

- 의 매개효과. **인문사회과학연구**, 19(2), 167-188.
- 손은경, 권해수 (2014). 대학생의 내현적 자기애와 사회불안의 관계에서 자기개념 명료성의 매개 효과. **청소년시설환경**, 12(4), 153-161.
- 신가영, 양수진 (2019). 대학생의 애착불안과 SNS 중독경향성: 정서조절곤란과 대인관계문제의 매개효과. **인간발달연구**, 26, 149-171.
- 신수진, 홍혜영 (2014). 대학생의 불확실성에 대한 인내력 부족과 불안의 관계: 정서인식명확성과 자기개념명확성의 조절효과. **미래청소년학회지**, 11(4), 95-116.
- 심상홍, 이장한 (2012). 자기애 성격장애 척도의 요인 구조: 외현적 자기애 및 내현적 자기애와의 관련성 검증. **한국심리학회지: 사회 및 성격**, 26(2), 87-100.
- 양인숙, 황선아 (2018). 대학생의 사회비교경향성이 자아존중감을 매개로 SNS 중독에 미치는 영향. **Journal of Korean Academy of Community Health Nursing**, 29(3), 371-381.
- 영남일보 (2018.10.25). 스마트폰 중독 탈출 “SNS 삭제·푸시 알림부터 끄세요”. 19면.
- 오누리 (2018). **대인관계문제가 SNS중독경향성에 미치는 영향:자기개념명확성의 매개효과**. 한국외국어대학교 석사학위논문.
- 오은진, 안성아 (2017). 대학생의 정신건강, 대학생활 적응, SNS 중독경향성 연구. **인문사회** 21, 8(1), 547- 561.
- 옥주희, 김은정 (2015). 부정적 자기개념과 자기개념 명확성이 사회불안에 미치는 영향: 부적응적 자기초점적 주의의 매개효과. **인지행동치료**,

15(3), 619-637.

우성범, 남숙경, 이승민, 양은주 (2012). 이차원적 자기애적 성향과 연애관계 양상의 관계. **한국심리학회지: 사회 및 성격**, 26(1), 87-101.

윤성민, 신희천 (2007). 내현적 자기애가 사회적 상호작용 불안에 미치는 영향: 경험회피의 매개효과. **한국심리학회지: 상담 및 심리치료**, 19(4), 967-982.

윤아름, 장현아 (2017). 대학생의 분리개별화와 대인관계 유능성의 관계에서 자기개념 명확성의 매개효과. **청소년학연구**, 24(12), 171-192.

윤희정, 김영근 (2016). 내현적 자기애, 내면화된 수치심, 친밀함에 대한 두려움 및 외로움의 구조적 관계. **교육치료연구**, 8, 549-568.

이귀옥, 박조원 (2018). 대학생의 SNS 이용 동기가 SNS 중독에 미치는 영향. **한국광고홍보학보**, 20(3), 301-326.

이기재, 최해림 (2009). 분리-개별화, 자기개념 명확성 및 비합리적 신념이 주관적 안녕감에 미치는 영향. **인간이해**, 30(2), 81-99.

이상호 (2013). 소셜미디어 사용자의 중독에 관한 정책적 함의 연구: 한국형 SNS 중독지수 (KSAI) 제안을 중심으로. **디지털융복합연구**, 11(1), 255-265.

이서영 (2018). 마음챙김에 기초한 인지치료가 신체자각과 자기개념 명확성에 미치는 효과. 영남대학교 석사학위논문.

이성준 (2013). 개인 심리적 특징, 이용 충족과 소셜 네트워크 사이트 중독과의 관계에 관한 실증적 연구: 페이스북 사용자를 중심으로. **커뮤니**

케이션학 연구, 21(4), 17-39.

이성준, 이효성 (2016). SNS에서 개인의 사회비교 경험 유형 및 사회비교 지향성과 삶의 만족도와의 관계에 관한 고찰. **한국콘텐츠학회논문지**, 16(12),574-590.

이순희, 차은정 (2014). 대학생의 우울, 자아존중감, 대인관계가 스마트폰 과다사용에 미치는 영향-보건계열학생을 중심으로. **Journal of The Korean Data Analysis Society**, 16(5), 2781-2793.

이영은, 박현주, 허창구 (2016). 내현적외현적 자기애와 SNS중독경향성. **한국심리학회지: 사회 및 성격**, 30(1), 63-80.

이완우 (2018). 국내 내현적 자기애 연구 동향: 주요 상담학술지를 중심으로. **Journal of Counseling and Research**, 1(2), 29-42.

이인숙 (2014). 직장인들의 스마트폰 중독, 불안, 우울, 자기 통제력에 관한 연구. **다문화건강학회지**, 4(1), 19-27.

이인숙, 조주연(2012). 대학생들의 SNS중독경향성에 영향을 미치는 요인. **한국자료 분석학회**, 14(5), 2623-2633.

이정숙 (2012). 대학생의 대인 관계가 인터넷 중독 수준에 미치는 영향: 스트레스 대처 방식을 매개변인으로. **청소년상담연구**, 20(2), 115-134.

이준득, 서수균, 이훈진 (2007). 내현적·외현적 자기애 성향자의 자기개념 명료성과 부정적 정서 특성. **한국심리학회지:임상**, 26(2), 463-477.

이지원, 장은영 (2011). 외현, 내현적 자기애 그리고 자기고양동기가 우울에 미치는 영향에 대한 종단연구. **Korean Journal of Clinical Psychology**, 30(2), 441-458.

- 이혜경 (2008). 휴대폰의 중독적 사용을 예측하는 변인들의 탐색. **한국심리학회지: 사회 및 성격**, 22(1), 133-157.
- 이현주, 김혜경 (2015). 대학생의 SNS 중독 및 대학생활 스트레스가 대학생 활 적응에 미치는 영향. **한국산학기술학회 논문지**, 16(6), 3944-3953.
- 임숙영, 임영진 (2017). 내현적 자기애와 대학생의 SNS 중독의 관계: 완벽주의적 자기제시의 매개효과. **인간이해**, 38(2), 131-145.
- 장주혜 (2019). **대학생의 내현적 자기애가 대인관계문제에 미치는 영향에서 자기개념 명확성과 정서표현 양가성의 매개효과**. 단국대학교 석사학위논문.
- 조규관, 장은영 (2009). 고등학생의 사회비교경향성에 따른 학습양식 및 성패귀인양식. **한국교육학연구(구 안암교육학연구)**, 15(2), 57-78.
- 전혜성, 홍구표 (2017). 대학생의 SNS이용특성과 대인관계문제 간의 관계. **한국컴퓨터게임학회논문지**, 30(1): 41-47.
- 정남운 (2001). 과민성 자기애 척도 (the Hypersensitive Narcissism Scale) 타당화 연구. **한국심리학회지: 상담 및 심리치료**, 13(1), 193-216.
- 정보통신정책연구원 (2019). **SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석**. KISDI STAT Report ,19(10), 1-7.
- 정소영, 김종남 (2014). 대학생용 SNS 중독경향성 척도개발 및 타당화 연구. **한국심리학회지: 건강**, 19(1), 147-166.
- 정한결, 김정민, 박지수 (2018). 대학생의 자기불일치가 SNS 몰입경향성에 미치는 영향: 사회적 지지의 조절효과. **한국데이터정보과학회지**, 29(2), 441-452.

- 제현채, 김정규 (2014). 내현적 자기애가 인터넷 중독에 미치는 영향 : 경험 회피의 매개효과. **인지행동치료**, 14(3), 477-489.
- 조다현, 박기환 (2019). 병리적 자기애와 SNS 중독경향성의 관계: 스트레스 대처방식의 매개효과를 중심으로. **학습자중심교과교육연구**, 19, 81-96.
- 조성현, 서경현 (2013). SNS 중독경향성 관련 요인 탐색: 내현적 자기애, 자기제시 동기 및 소외감을 중심으로. **한국심리학회지: 건강**, 18(1), 239-250.
- 조영일, 김지현, 한우리, 조유정 (2015). 임상연구에서 조절효과 및 매개효과의 비교 및 통합. **Korean Journal of Clinical Psychology**, 34(4), 1113-1131.
- 주지영, 이동귀 (2012). 초등학생의 내현적 자기애 성향이 대인관계문제에 미치는 영향: 열등감과 부정적 자동사고의 순차적 매개효과. **상담학연구**, 13(6), 2657-2679.
- 지성호, 강영순 (2014). 사회과학분야의 구조방정식모형에서 매개효과 검정 방법에 대한 논의. **Jornal of The Korean Data Analysis Society**, 16(6), 3121-3131.
- 최세경, 광규태, 이봉규 (2012). 커뮤니케이션 성향과 모바일 SNS 애착이 SNS 상호작용과 이용 후 대인관계 변화에 미치는 영향 연구. **사이버 커뮤니케이션학보**, 29(1), 159-200.
- 최윤희 (2003). 스트레스, 통제소재 및 사회비교 경향성이 우울 정도에 미치는 영향. 가톨릭대학교 대학원 석사학위논문.

- 최정문, 정남운 (2016). 내현적 자기애가 진로미결정에 미치는 영향: 부정적 평가에 대한 두려움과 자기개념 명료성의 매개효과 검증. **한국심리학회지: 건강**, 21(1), 47-64.
- 최한나, 임숙희, 김교헌 (2013). 소극적 대처가 여대생의 SNS 과다사용에 미치는 영향: 외로움의 매개효과. **한국심리학회 학술대회 자료집**, 2013(1), 437-437.
- 한국인터넷진흥원 (2014). **국내 SNS 이용 현황과 주요 이슈 분석**. KISA Report. 한국인터넷진흥원.
- 한수정 (1999). **자기애적 성격성향자의 외현적·내현적 자기관련 인지특성**. 서울대학교 석사학위논문.
- 한수정, 권석만 (2010). 자기애자의 자기관련 정보에 대한 지각적 민감성. **Korean Journal of Clinical Psychology**, 29(4), 1135-1143.
- 홍서윤 (2014). 대학생의 내현적자기애 성향이 대인관계문제에 미치는 영향: 인지적 정서조절전략의 매개효과. **청소년학 연구**, 21(12), 73-95.
- Akhtar, S., & Thomson, J. A. (1982). Overview: Narcissistic personality disorder. *The American journal of psychiatry*, 139(1), 12-20.
- Altrocchi, J. (1999). Individual differences in pluralism in self-structure. *The plural self: Multiplicity in everyday life*, 168-182.
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship

between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, *64*, 287-293.

Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, *9*, 44-49.

Asch, S. E. (1952). *Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments*. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership, and men* (pp. 393-401). Pittsburgh, PA: Carnegie Press.

Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological monographs: General and applied*, *70*(9), 1-70.

Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & behavior*, *12*(2), 209-213.

Bergman, S. M., Fearrington, M. E., Davenport, S. W., & Bergman, J. Z. (2011). Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why. *Personality and Individual Differences*, *50*(5), 706-711.

Bigler, M., Neimeyer, G. J., & Brown, E. (2001). The divided self revisited: Effects of self-concept clarity and self-concept differentiation on psychological adjustment. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *20*(3), 396-415.

- Bogart, L. M., Benotsch, E. G., & Pavlovic, J. D. P. (2004). Feeling superior but threatened: The relation of narcissism to social comparison. *Basic and applied social psychology, 26*(1), 35-44.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication, 13*(1), 210-230.
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and social psychology bulletin, 34*(10), 1303-1314.
- Burnell, K., & Kuther, T. L. (2016). Predictors of mobile phone and social networking site dependency in adulthood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 19*(10), 621-627.
- Butzer, B., & Kuiper, N. A. (2006). Relationships between the frequency of social comparisons and self-concept clarity, intolerance of uncertainty, anxiety, and depression. *Personality and individual differences, 41*(1), 167-176.
- Buunk, B. P., Collins, R. L., Taylor, S. E., VanYperen, N. W., & Dakof, G. A. (1990). The affective consequences of social comparison: either direction has its ups and downs. *Journal of personality and social psychology, 59*(6), 1238.
- Cain, N. M., Pincus, A. L., & Ansell, E. B. (2008). Narcissism at the crossroads: Phenotypic description of pathological narcissism across clinical theory, social/personality psychology, and psychiatric

diagnosis. *Clinical psychology review*, 28(4), 638-656.

Campbell J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, I. M., Lavellee, L. F., & Lehman, D. R., (1996). Self-concept boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 141-156.

Campbell, J. D. (1990). Self-esteem and clarity of the self-concept. *Journal of personality and social psychology*, 59(3), 538.

Carbonell, X., & Panova, T. (2016). A critical consideration of social networking sites' addiction potential. *Addiction Research & Theory*, 25(1), 48-57.

Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and individual differences*, 52(4), 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.

Cattarin, J. A., Thompson, J. K., Thomas, C., & Williams, R. (2000). Body image, mood, and televised images of attractiveness: The role of social comparison. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19(2), 220-239.

Cooper, A. M. (1998). Further developments in the clinical diagnosis of narcissistic personality disorder. *Disorders of narcissism: Diagnostic, clinical, and empirical implications*, 53-74.

- Cooper, A. M., & Ronningstam, E. (1992). Narcissistic personality disorder. *American psychiatric press review of psychiatry*.
- Cramer, E. M., Song, H., & Drent, A. M. (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior, 64*, 739-746.
- Dickinson, K. A., & Pincus, A. L. (2003). Interpersonal analysis of grandiose and vulnerable narcissism. *Journal of personality disorders, 17*(3), 188-207.
- Djikic, M., & Langer, E. J. (2007). Toward mindful social comparison: When subjective and objective selves are mutually exclusive. *New Ideas in Psychology, 25*(3), 221-232.
- DMC 미디어 (2016). 2016 소셜 미디어 이용 행태 및 소셜미디어 광고 접촉 태 도 분 석 보 고 서 .
<https://www.dmcreport.co.kr/#/report/surveyReport/free>
View에서 2019년 11월 20일 인출.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations, 7*(2), 117-140.
- Freud, S. (1953). On Narcissism: An Introduction, in J. Strachey(Ed&Trans.). The standard edition of the complete psychological work of Sigmund Freud,1(14), 69-102. *London: Hogarth Press*.(Original work published, 1914).
- Fullwood, C., James, B. M., & Chen-Wilson, C. H. (2016). Self-concept

- clarity and online self-presentation in adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 716-720.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *Journal of personality and social psychology*, 76(1), 129.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197.
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314.
- Hendin, H. M., & Cheek, J. M. (1997). Assessing Hypersensitive Narcissism: A Reexamination of Murray's Narcism Scale. *Journal of Research in Personality*, 31(4), 588-599.
- Hofmann, W., Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2012). What People Desire, Feel Conflicted About, and Try to Resist in Everyday Life. *Psychological Science*, 23(6), 582-588.
- Kalkan, M. (2012). Predictiveness of interpersonal cognitive distortions on university students' problematic Internet use. *Children and Youth Services Review*, 34(7), 1305-1308.
- Kernberg, O. F. (1975). Borderline conditions and pathological narcissism. New York: Aronson
- Kline, R. B. (2005). *Principle and practice of structural equation*

- modeling*(2nd ed). New York: The Guilford Press.
- Kohut, H. (1971). *The analysis of the self*. New York: International Universities Press.
- Kohut, H. (1977). *The restoration of the self*. New York: International Universities Press.
- Krizan, Z., & Bushman, B. J. (2011). Better than my loved ones: Social comparison tendencies among narcissists. *Personality and Individual Differences, 50*(2), 212-216.
- Krizan, Z., & Johar, O. (2012). Envy divides the two faces of narcissism. *Journal of personality, 80*(5), 1415-1451
- Kruglanski, A. W., & Mayseless, O. (1990). Classic and current social comparison research: Expanding the perspective. *Psychological Bulletin, 108*(2), 195-208.
- Ksinan, A. J., & Vazsonyi, A. T. (2016). Narcissism, Internet, and social relations: A study of two tales. *Personality and Individual Differences, 94*, 118-123.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International journal of environmental research and public health, 8*(9), 3528-3552.
- Lee, J.-A., & Sung, Y. (2016). Hide-and-Seek: Narcissism and “Selfie” -Related Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 19*(5), 347-351.

- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior, 32*, 253-260.
- Lim, M., & Yang, Y. (2015). Effects of users' envy and shame on social comparison that occurs on social network services. *Computers in Human Behavior, 51*, 300-311.
- MacKinnon, D. P., Valente, M. J., & Gonzalez, O. (2020). The correspondence between causal and traditional mediation analysis: the link is the mediator by treatment interaction. *Prevention Science, 21*(2), 147-157.
- Markus, H., & Nurius, P. (1986). Possible selves. *American psychologist, 41*(9), 954.
- Matsuba, M. K. (2006). Searching for self and relationships online. *CyberPsychology & Behavior, 9*(3), 275-284.
- McLean, S. A., Wertheim, E. H., Marques, M. D., & Paxton, S. J. (2019). Dismantling prevention: Comparison of outcomes following media literacy and appearance comparison modules in a randomised controlled trial. *Journal of health psychology, 24*(6), 761-776.
- McWilliams, N. (2008). **정신분석적 진단 성격 구조의 이해**. Psychoanalytic Diagnosis: Understanding Personality Structure in the Clinical Process. (정남운, 이기련 역). 서울: 학지사. (원전은 1994년도 에 출판).
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13*(4), 357-364.

- Millon, T. (1996). Disorders of personality: DSM-IV and Beyond. New York: Brunner: Mazel.
- Molleman, E., Pruyn, J., & Van Knippenberg, A. (1986). Social comparison processes among cancer patients. *British Journal of Social Psychology, 25*(1), 1-13.
- Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological inquiry, 12*(4), 177-196.
- Morse, S., & Gergen, K. J. (1970). Social comparison, self-consistency, and the concept of self. *Journal of personality and social psychology, 16*(1), 148.
- Nasmedia (2019.9). Global Trend. 나스미디어 뉴스레터, Vol.291. http://www.nasmedia.co.kr/ko/pr/pr_letter.do에서 2019년 10월 19일 인출.
- Nezlek, J. B., & Plesko, R. M. (2001). Day-to-day relationships among self-concept clarity, self-esteem, daily events, and mood. *Personality and social psychology bulletin, 27*(2), 201-211.
- Ng, H. K., Cheung, R. Y. H., & Tam, K. P. (2014). Unraveling the link between narcissism and psychological health: New evidence from coping flexibility. *Personality and Individual Differences, 70*, 7-10.
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of

- community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, *30*, 69-78.
- Ohmann, K., & Burgmer, P. (2016). Nothing compares to me: How narcissism shapes comparative thinking. *Personality and Individual Differences*, *98*, 162-170.
- Ozimek, P., & Förster, J. (2017). The impact of self-regulatory states and traits on Facebook use: Priming materialism and social comparisons. *Computers in Human Behavior*, *71*, 418-427.
- Ozimek, P., Baer, F., & Förster, J. (2017). Materialists on Facebook: the self-regulatory role of social comparisons and the objectification of Facebook friends. *Heliyon*, *3*(11), e00449.
- Ozimek, P., Bierhoff, H.-W., & Hanke, S. (2018). Do vulnerable narcissists profit more from Facebook use than grandiose narcissists? An examination of narcissistic Facebook use in the light of self-regulation and social comparison theory. *Personality and Individual Differences*, *124*, 168-177.
- Pincus, A. L., Ansell, E. B., Pimentel, C. A., Cain, N. M., Wright, A. G., & Levy, K. N. (2009). Initial construction and validation of the pathological narcissism inventory. *Psychological assessment*, *21*(3), 365.
- Rhodewalt, F., & Sorrow, D. L. (2003). *Interpersonal self-regulation: Lessons from the study of narcissism*. In M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), (p.519-535).The Guilford Press.

- Rios Morrison, K., & Wheeler, S. C. (2010). Nonconformity defines the self: The role of minority opinion status in self-concept clarity. *Personality and Social Psychology Bulletin, 36*(3), 297-308.
- Rose, P. (2002). The happy and unhappy faces of narcissism. *Personality and Individual Differences, 33*, 379-391.
- Rosenberg, K. P., Feder, L. C. (Eds.). (2014). *Behavioral addictions: Criteria, evidence, and treatment*. Academic Press.
- Saadat, S. H., Shahyad, S., Pakdaman, S., & Shokri, O. (2017). Prediction of Social Comparison Based on Perfectionism, Self-Concept Clarity, and Self-Esteem. *Iranian Red Crescent Medical Journal, 19*(4).
- Salovey, P., & Rodin, J. (1984). Some antecedents and consequences of social-comparison jealousy. *Journal of personality and Social Psychology, 47*(4), 780.
- Satici, S. A. (2018). *Facebook Addiction and Subjective Well-Being: a Study of the Mediating Role of Shyness and Loneliness*. *International Journal of Mental Health and Addiction, 17*(1), 41-55.
- Schneider, S. M., & Schupp, J. (2014). Individual differences in social comparison and its consequences for life satisfaction: introducing a short scale of the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure. *Social Indicators Research, 115*(2), 767-789.
- Shao, X., Ni, X., Niu, G., Wang, Y., Qu, R., & Geng, Y. (2018). The Mediating Effect of Self-concept Clarity. *Proceedings of the 2nd*

*International Conference on Computer Science and Application
Engineering - CSAE ' 18.*

- Smith, M., Wethington, E., & Zhan, G. (1996). Self-concept clarity and preferred coping styles. *Journal of Personality, 64*(2), 407-434.
- Smith, R. H. (2000). *Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons*. In Handbook of social comparison (pp. 173-200). Springer, Boston, MA.
- Stopa, L. (2009). Why is the self important in understanding and treating social phobia?. *Cognitive behaviour therapy, 38*(S1), 48-54.
- Stucke, T. S., & Sporer, S. L. (2002). When a grandiose self-image is threatened: Narcissism and self-concept clarity as predictors of negative emotions and aggression following ego-threat. *Journal of personality, 70*(4), 509-532.
- Tiggemann, M., & McGill, B. (2004). The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23*(1), 23-44.
- Uddin MS, Mamun AA (2018) Facebook Addiction Disorder: Is Facebook Really Addictive?. *Abnorm Behav Psychol 4*, 135.
- Vartanian, L. R., & Dey, S. (2013). Self-concept clarity, thin-ideal internalization, and appearance-related social comparison as predictors of body dissatisfaction. *Body image, 10*(4), 495-500.

- 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.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences, 86*, 249-256.
- Wang, D. (2019). A study of the relationship between narcissism, extraversion, body-esteem, social comparison orientation and selfie-editing behavior on social networking sites. *Personality and Individual Differences, 146*, 127-129.
- Ward, C. C., Tracey, T. J. (2004). Relation of shyness with aspects of online relationship involvement. *Journal of Social and Personal Relationships, 21*(5), 611-623.
- Weary, G., Marsh, K. L., & McCormick, L. (1994). Depression and social comparison motives. *European Journal of Social Psychology, 24*(1), 117-129.
- Weiser, E. B. (2015). # Me: Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency. *Personality and Individual Differences, 86*, 477-481.
- White, J. B., Langer, E. J., Yariv, L., & Welch, J. C. (2006). Frequent social comparisons and destructive emotions and behaviors: The dark side of social comparisons. *Journal of adult development, 13*(1), 36-44.

- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological bulletin*, *90*(2), 245.
- Wink, P. (1991). Two faces of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, *61*(4), 590-597.
- Xanidis, N., & Brignell, C. M. (2016). The association between the use of social network sites, sleep quality and cognitive function during the day. *Computers in Human Behavior*, *55*, 121-126.
- Zeigler-Hill, V., Clark, C. B., & Pickard, J. D. (2008). Narcissistic subtypes and contingent self-esteem: Do all narcissists base their self-esteem on the same domains?. *Journal of personality*, *76*(4), 753-774.
- Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *14*(1), 1-34.

ABSTRACT

Relationships between Covert Narcissism and SNS Addiction Proneness in University Student : The Sequential Mediating Effects of Self-Concept Clarity and Social Comparison Orientation

Yoo-na Hwang

Department of Psychology

Graduate school of

Sungshin University

The purpose of this study was to examine the sequential mediating effects of self-concept clarity and social comparison orientation on the relationship between covert narcissism and SNS addiction proneness in university student. For this purpose, For this purpose, covert narcissism Scale, SNS addiction proneness Scale for college students, self-concept clarity Scale, Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure were administered to 476 university students who are using SNS. The main results as follows. First, covert narcissism, SNS addiction proneness, self-concept clarity and social comparison orientation showed statistically significant correlations. Second, the meditating effect of self-concept clarity was statistically significant in the relationship between covert narcissism

and SNS addiction proneness. Third, the mediating effect of social comparison orientation was statistically insignificant in the relationship between covert narcissism and SNS addiction proneness. Fourth, the sequential mediating effects of self-concept clarity and social comparison orientation was statistically insignificant in the relationship between covert narcissism and SNS addiction proneness. Finally, the implications and limitations for future research were discussed.

Keywords: covert narcissism, SNS addiction proneness, self-concept clarity, social comparison orientation

부 록

- 부 록 1. SNS 이용 형태
- 부 록 2. 내현적 자기에 척도 (Covert Narcissism Scale; CNS)
- 부 록 3. 대학생용 SNS 중독경향성척도 (SNS Addiction Proneness Scale for College Students)
- 부 록 4. 자기개념 명확성 척도(Self-Concept Clarity Scale;SCCS)
- 부 록 5. 사회비교 경향성 척도(Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure; INCOM)
- 부 록 6. 인구 통계학적 질문지

부 록 1. SNS 이용 형태

◆ 다음은 여러분의 SNS 사용에 관한 질문입니다. 질문을 읽고 해당항목에 체크해 주시기 바랍니다.

1. 주로 사용하고 있는 SNS는 무엇입니까?(중복 선택 가능)

① 카카오 스토리 ② 페이스북 ③ 인스타그램 ④ 트위터 ⑤기타

2. 하루 SNS 사용 시간은 몇 시간입니까?

① 30분미만 ② 30분 - 1시간미만 ③ 1시간 이상 - 1시간 30분미만 ④ 1시간 30분 이상- 2시간미만 ⑤ 2시간 이상 - 2시간 30분미만 ⑥ 2시간 30분 이상 - 3시간미만 ⑦ 3시간 이상

3. 일주일 동안 SNS에 게시글을 업데이트 하는 횟수는 몇 회입니까?

① 0회 ② 1회 이상 5회 미만 ③ 5회 이상 10회 미만 ④ 10회 이상- 15회 미만 ⑤ 15회 이상- 20회 미만 ⑥ 20회 이상 - 25회 미만 ⑦ 30회 이상

4. 주로 어떤 서비스를 사용하기 위해 SNS를 이용 합니까?(중복 선택 가능)

① 친구 및 지인과 소통 ② 개인적 관심사 및 정보 공유 ③ 새로운 인간관계 맺기 ④ 새로운 정보나 콘텐츠 얻기 ⑤ 게시 글 등을 통해 친구 및 지인들의 근황 알기 ⑥ 일상생활에 대한 기록 남기기 ⑦ 재미를 위해

부 록 2. 내현적 자기에 척도 (Covert Narcissism Scale; CNS)

◆ 다음 문항은 여러분이 스스로에 대해 갖고 있는 일반적인 태도가 어떠한지를 알아보는 질문들입니다. 자신과 가장 가깝다고 느껴지는 정도에 따라 해당 항목에 체크해 주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1	나는 다른 사람들의 눈치를 많이 살피는 편이다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 모든 사람들이 나를 좋아하고 나에게 잘 대해 주기를 바란다.	①	②	③	④	⑤
3	비판받으면 업신여김을 당한 것 같아서 쉽게 창피함을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
4	나를 좋아 하는 사람들이 그 마음을 증명해 보이기 위해서 나를 위해 돈을 쓰기를 바란다.	①	②	③	④	⑤
5	많은 고민을 했지만, 아직도 인생의 목표가 뭔지 모르겠다.	①	②	③	④	⑤
6	나를 어떤 유명한 사람인 것처럼 상상해 보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 다른 사람들의 존경을 받으려고 너무 애쓰는 것 같다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 가끔 남의 비평을 너무 심각하게 받아 드린다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 다른 사람들이 부탁을 해 올 때에 때때로 짜증이 난다.	①	②	③	④	⑤
10	가족들 중에는 내가 이기적이라고 말하는 사람이 있다.	①	②	③	④	⑤
11	나에게 즐거운 일이라면 다른 사람에게 피해를 줘도 포기하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 다른 사람이 자기 문제로 와서 내 시간을 요구하거나 공감해 주기를 바랄 때 말은 못해도 괴롭고 귀찮다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 내가 잘한 일에 대해서는 다른 사람들이 알아주기를 바란다.	①	②	③	④	⑤

14	나는 종종 다른 사람들에게 열등감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
15	나에게 미래는 막연하고 불확실하게 보인다.	①	②	③	④	⑤
16	속기 보다는 차라리 남을 속이는 것이 좋다.	①	②	③	④	⑤
17	나는 내게 부족한 것(예를 들면, 외모나 돈, 혹은 능력 같은 것)을 가지고 있는 사람들을 보면 질투가 난다.	①	②	③	④	⑤
18	때때로 나는 그렇게 하는 것이 필요한 경우에도 내 자신을 주장 하지 못할 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
19	다른 사람들과 비교해 봤을 때 내 인생은 남들보다 불행한 일이 더 많은 것 같다.	①	②	③	④	⑤
20	내 삶의 목표는 비교적 분명하고 확실하다.	①	②	③	④	⑤
21	나는 겁이 많고 소심한 사람이다.	①	②	③	④	⑤
22	다른 사람들과 똑같은 대접을 받아 자존심이 상했던 경우가 있다.	①	②	③	④	⑤
23	나는 내가 하는 일에서 진정한 즐거움을 찾지 못하고 있다.	①	②	③	④	⑤
24	나는 여러 가지 일에 모두 뛰어나길 바란다.	①	②	③	④	⑤
25	사람들이 나의 부족한 점을 알아차릴까봐 자주 두렵다.	①	②	③	④	⑤
26	내가 보잘 것 없는 존재로 느껴질 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
27	필요하다면 나는 내가 원하는 것을 얻기 위해 사람들을 교묘하게 이용할 것이다.	①	②	③	④	⑤
28	나는 어떤 모임에 참석하든 항상 사람들 눈에 띄지 않는 구석진 자리에 앉는 편이다.	①	②	③	④	⑤
29	나는 내가 다음에 무엇을 하게 될지 전혀 모르겠다.	①	②	③	④	⑤
30	직업을 통해 내가 무엇을 추구해야 할지 잘 모르겠다.	①	②	③	④	⑤
31	나는 창피스러운 일을 당하면, 두고두고 생각하며 괴로워하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
32	나는 대부분의 사람들에 비해 별로 활발하지 않는 편이다.	①	②	③	④	⑤
33	나는 사람들이 왜 나의 장점을 더 알아주지 않는지 의아하게 생각한다.	①	②	③	④	⑤
34	나는 사람들이 많이 모인 곳이나 친하지 않은 사람 앞에서도 별로 긴장하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
35	나는 나에게 득이 될 때만 '공평의 원칙'을 지킨다.	①	②	③	④	⑤

36	나는 친구들과 함께 있을 때조차도 종종 매우 외롭고 불편하다.	①	②	③	④	⑤
37	나는 지금 내가 하는 일에 만족을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
38	다른 사람들이 나에게 주목하고 높이 평가 해주었으면 좋겠다.	①	②	③	④	⑤
39	나는 혼자서 결정을 잘 내리지 못하는 것 같다.	①	②	③	④	⑤
40	요 며칠 동안 나는 계속 슬프고 우울했는데 쉽게 이런 기분이 나아질 것 같지 않다.	①	②	③	④	⑤
41	누군가가 보고 있는 자리에서 일하는 것은 아주 힘이 든다.	①	②	③	④	⑤
42	나는 일의 의미를 찾기가 어렵다 .	①	②	③	④	⑤
43	항상 다른 사람들로 부터 인정받고 지지 받고 싶다.	①	②	③	④	⑤
44	나의 문제는 내가 무엇이 되고 싶은지를 정말 모른다는 것이다.	①	②	③	④	⑤
45	기회만 된다면, 나는 죄책감 없이 다른 사람들을 이용 할 것이다.	①	②	③	④	⑤

부 록 3. 대학생용 SNS 중독경향성 척도(SNS Addiction Proneness Scale for College Students)

◆ 다음은 여러분의 SNS 사용에 관한 질문입니다. 자신과 가깝다고 느껴지는 정도에 따라 해당 항목에 체크해주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다
1	SNS를 생각하거나 어떻게 이용할 것인가에 많은 시간을 보낸다.	①	②	③	④
2	SNS는 내가 다른 사람과 항상 연결되어 있어 외롭거나 소외감을 덜 느끼도록 한다.	①	②	③	④
3	스트레스 받는 문제를 잊기 위해 SNS를 사용한다.	①	②	③	④
4	SNS 사용 때문에 피곤해서 수업시간 또는 업무시간에 잔다.	①	②	③	④
5	최근 SNS에서 일어난 일에 대해 많이 생각한다.	①	②	③	④
6	SNS를 하지 못하게 되었을 때 짜증이 난다.	①	②	③	④
7	SNS를 하는 동안만큼은 내 자신이 인정을 받는다고 느낀다.	①	②	③	④
8	무력감 또는 우울감을 줄이기 위해 SNS를 한다.	①	②	③	④
9	SNS 사용에 많은 시간을 보내지 않는다.	①	②	③	④
10	SNS 사용 시간을 줄이지 못해 후회 한 적이 있다.	①	②	③	④
11	초조함 또는 불안감을 줄이기 위해 SNS를 한다.	①	②	③	④
12	SNS를 하는 동안 더욱 자신감이 생긴다.	①	②	③	④
13	SNS를 하지 못하게 되면 사는 즐거움 또는 재미를 잃는다.	①	②	③	④
14	SNS 때문에 취미, 여가생활, 운동을 덜 중요시 한다.	①	②	③	④
15	SNS에서 타인의 댓글을 보기 위해 시간이 날 때마다 수시로 확인한다.	①	②	③	④
16	개인적 문제를 잊기 위해 SNS를 한다.	①	②	③	④
17	SNS를 너무 많이 해서 그것이 나의 일 또는 학업에 부정적인 영향을 미쳤다.	①	②	③	④
18	하루 중 대부분의 시간을 SNS를 하며 보낸다.	①	②	③	④

19	기분을 좋게 하기 위해 SNS를 한다.	①	②	③	④
20	“그만 해야지”하면서도 빈번이 SNS를 하게 된다.	①	②	③	④
21	SNS를 하고 싶은 충동을 점점 더 많이 느낀다.	①	②	③	④
22	SNS로 인해 오프라인에서의 다른 활동에 대한 흥미가 감소했다.	①	②	③	④
23	길을 걷거나 다른 사람들과 대화 중에도 끊임없이 SNS를 한다.	①	②	③	④
24	SNS로 인해 원하는 시간보다 더 늦게 잠들거나 잠을 이루지 못하는 일이 자주 있다.	①	②	③	④

부 록 4. 자기개념 명확성 척도 (Self-Concept Clarity Scale: SCCS)

◆ 다음 문항들은 자신의 성향에 관한 것입니다. 각각의 문항들을 주의 깊게 읽으시고, 자신에게 해당된다고 여겨지는 칸에 체크해 주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1	내 자신에 대한 나의 생각들이 불일치 할 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
2	내 자신에 대한 생각이 날마다 변한다.	①	②	③	④	⑤
3	내가 누구인가를 생각하는데 많은 시간을 보낸다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 겉으로 드러난 모습과는 다른 것 같다.	①	②	③	④	⑤
5	과거에 내가 어떤 사람이었는지 잘 모르겠다.	①	②	③	④	⑤
6	내 성격의 모순적인 면 때문에 갈등을 경험하는 일이 거의 없다.	①	②	③	④	⑤
7	때때로 내 자신보다 다른 사람에 대해 더 잘 안다고 생각 한다.	①	②	③	④	⑤
8	내 자신에 대한 나의 생각이 매우 자주 바뀌는 것 같다.	①	②	③	④	⑤
9	내 성격에 대한 나의 설명은 날마다 달라진다.	①	②	③	④	⑤
10	내가 실제로 누구인지를 다른 사람에게 설명 할 수가 없다.	①	②	③	④	⑤
11	나는 내가 누구이며 어떤 사람인가에 대해 잘 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
12	내가 원하는 것을 잘 모르기 때문에 어떤 결정을 내리기 어려울 때가 있다.	①	②	③	④	⑤

부 록 5. 사회비교 경향성 척도(Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure; INCOM)

◆ 다음 문항들은 당신이 어떻게 다른 사람과 당신 자신을 비교하는지에 대한 문항입니다. 대부분의 사람들은 자신의 “생각, 의견, 능력 그리고 상황”을 때때로 다른 사람과 비교합니다. 이렇게 비교하는 것에 대해 특별히 “맞고 틀리는” 것이 있다고 할 수 없으며, 상대적으로 이런 성향은 사람마다 그 정도가 다양합니다. 각각의 문항들을 주의 깊게 읽고 자신에게 해당된다고 여겨지는 곳에 체크해주시기 바랍니다.

번호	(사회비교경향성)문항	전혀 그렇지 않다	거의 그렇지 않다	가끔 그렇다	자주 그렇다	항상 그렇다
1	나는 종종 사랑하는 이들(애인, 가족 등)의 행동과 타인의 행동을 비교한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 항상 나의 행동을 타인의 행동과 비교하는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
3	내가 일을 잘했는지 알고자 할 때, 다른 사람이 한 것과 내가 한 것을 비교한다.	①	②	③	④	⑤
4	사회성 있게 행동(예: 대인관계, 인기도)하고 있는지 타인과 비교하곤 한다.	①	②	③	④	⑤
5	다른 사람과 나의 행동을 비교해보는 타입이 아니다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 종종 내가 인생에서 달성한 것과 다른 사람들이 달성한 것을 비교 한다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 종종 다양한 의견과 경험을 얻기 위해 타인과 이야기하길 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 종종 누군가 나와 비슷한 문제에 직면해 있을 때, 그 사람들이 무슨 생각을 하고 있는지 알고 싶어지곤 한다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 항상 나와 상황(입장)이 비슷한 사람들이 라면 어떻게 행동 했을지 알고 싶다.	①	②	③	④	⑤
10	무언가를 배우려고 할 때, 이에 대한 타인의 생각을 알려고 한다.	①	②	③	④	⑤
11	나는 절대 나의 상황을 남들과 비교해서 생각 하지 않는다.	①	②	③	④	⑤

