

# The Influence of Inferiority Complex on SNS Addiction: Focused on Mediating Effect of Self-presentational Motives and Moderated Mediating Effect of Difference in Self-worth

## 열등감이 SNS 중독경향성에 미치는 영향: 자기제시동기의 매개효과와 자기가치 차이의 조절된 매개효과를 중심으로

Kwan-Hyeong Kim<sup>1</sup>, Kyung-Hyun Suh<sup>2</sup>

김관형<sup>1</sup>, 서경현<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Doctoral Candidate, Graduate School, Sahmyook University, Korea, [skctjsgksmf@naver.com](mailto:skctjsgksmf@naver.com)

<sup>2</sup> Professor, Department of Counseling Psychology, Sahmyook University, Korea, [khsuh@syu.ac.kr](mailto:khsuh@syu.ac.kr)

Corresponding author: Kyung-Hyun Suh

**Abstract:** This study explored the relationship between people's inferiority complex and SNS addiction proneness, and examined the mediating models of self-presentational motives moderated by perceived differences in self-worth between reality and online game community (DSRGC). Participants in the study were 293 male and female adults aged 19 or older who were selected by convenience sampling through the online survey. PROCESS Macro 3.5 Model 4 and 7 was used for analyses of mediating effect and moderated mediating effect. Results revealed that inferiority complex was positively correlated with, self-presentational motives, DSRGC, and SNS addiction proneness, while self-presentational motives and DSRGC were positive correlated with SNS addiction proneness. In a moderated mediating model for SNS addiction proneness, there was significant interaction effect of inferiority complex and DSRGC on self-presentational motives, and conditionally indirect effect of inferiority via self-presentational motives was only significant in groups with low DSRGC. These findings suggest that only when people have low DSRGC, the mediating effect of self-presentational motives is significant in relation of inferiority complex and SNS addiction proneness. In particular, DSRGC moderates the influence of inferiority complex on self-presentational motives.

**Keywords:** Inferiority Complex, Self-Presentation, Reality Distortion, SNS Addiction

**요약:** 본 연구에서는 열등감과 SNS 중독경향성의 관계를 탐색하고, 그 관계를 자기제시동기가 매개하는 것을 현실과 온라인게임 커뮤니티에서의 자기가치 차이(DSRGC)의 인식이 조절하는 모형을 검증하였다. 참여자는 편의표본조사에서 설문에 응답한 19세 이상의 남녀 성인이었다. 매개효과와 조절된 매개효과는 PROCESS Macro 3.5 모델4와 모델7로 분석하였다. 분석결과, 열등감은 자기제시동기, DSRGC 및 SNS 중독경향성과 정적인 관계가 있었으며, 자기제시동기와 DSRGC도 SNS 중독경향성과 정적인 관계가 있었다. SNS 중독경향성에 대한 조절된 매개모형에서는 자기제시동기에 대한 열등감과 DSRGC 간의 상호작용이

Received: February 24, 2023; 1<sup>st</sup> Review Result: April 11, 2023; 2<sup>nd</sup> Review Result: May 07, 2023  
Accepted: May 31, 2023

유의하였는데, DSRGC가 낮은 집단에서만 자기제시동기를 통한 열등감의 간접효과가 조건부로 유의하였다. 이런 결과는 열등감과 SNS 중독경향성의 관계에 대한 자기제시동기의 매개효과가 DSRGC가 낮은 사람들에게서만 유의하다는 것을 시사한다. 더 구체적으로는 DSRGC가 자기제시동기에 대한 열등감의 영향력을 조절한다는 것이다.

**핵심어:** 열등감, 자기제시, 현실왜곡, SNS 중독

## 1. 서론

인류 역사상 그리 오래전부터는 아니지만 인간이 스마트기기라고 불리는 모바일 기기를 사용하여 SNS(social networking service)로 타인과 소통하는 것이 일상이 되었다[1]. SNS는 사람들이 개인사, 관심사, 개인의 의견 등을 다른 사람과 공유할 수 있는 장을 마련하고 사회적 관계를 구축할 수 있도록 돕는다[2]. SNS에는 글뿐만 아니라 사진이나 영상을 통해 자신이나 자신의 의견을 알릴 수 있어 개인이 자신을 타인에게 알리고 여러 사람과 소통하며 대인관계를 넓힐 수 있다는 장점이 있지만 다양한 역기능도 있다[3]. 예를 들어, SNS에 몰입하면 일터에서 생산력이 감소할 수 있으며 SNS를 과도하게 사용하면 사용자에게 다양한 정신적 문제가 생길 수도 있다[4,5].

더 나아가 알코올, 담배, 도박 등에 중독되는 것과 마찬가지로 SNS에도 중독될 수 있다[6]. SNS에 과몰입하게 되었을 때 조절(Control)이 어렵고, 강한 욕구를 가지고 강박적으로 그것을 사용(Compulsion)되며, 해로운 결과(Consequence)가 생겨도 계속 사용하게 되기 때문에 중독의 3C 조건을 충족한다[7]. 소속감을 느끼게 하고 쉽게 타인과 소통할 수 있는 SNS의 특성이 다양한 동기를 자극하여 개인이 그것에 중독되게 만들 수 있다[8]. 그런 이유에서 10여 년 전부터 SNS 중독의 폐해가 보고되면서 학자들이 주목하기 시작하였다[9]. 지금까지 연구된 바에 따르면 SNS 중독은 불안장애나 우울장애와 같은 정신장애 원인이 될 수도 있으며, 청소년의 사이버폭력의 원인이 될 수도 있고, 개인의 웰빙 수준을 낮출 수도 있다[10,11,12,13]. 이렇게 SNS 중독도 개인의 삶을 크게 위협한다. SNS 중독을 증재하고자 한다면 그것에 과도하게 몰입하는 원인을 알아야 하므로, 본 연구에서는 SNS 중독경향성과 관련된 요인들을 분석하고자 하였다.

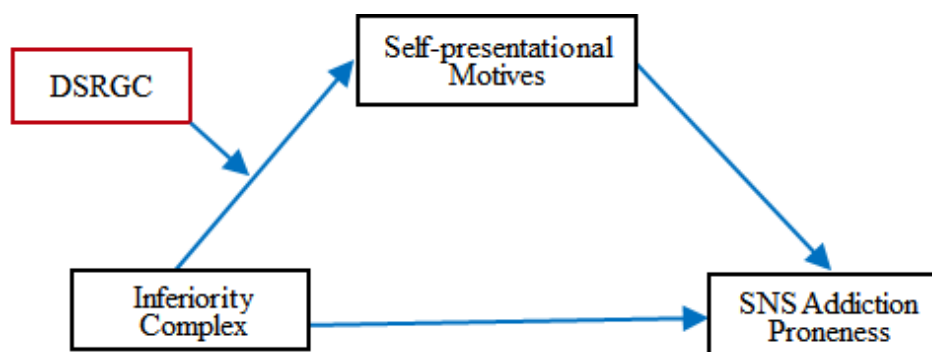
사람들은 타인에게 자신을 긍정적으로 드러내기 위해서도 인터넷이나 SNS를 사용한다[14]. 특히 열등감을 가진 사람들이 SNS를 통해 자신을 긍정적으로 나타내고자 할 가능성이 크다. 수치심이 강하고 자존감이 낮은 사람들이 SNS에 중독될 수 있다는 연구 결과도 있다[13,15]. 열등감이 강한 청소년이 스마트폰에 중독될 가능성이 크다는 것도 연구되었고[16], 열등감이 강할수록 대학생들이 인스타그램(Instagram)에 더 몰입하는 것으로 나타난 연구도 있었다[17]. 또한 한 연구에서는 열등감이 강하면 젊은 성인들이 SNS를 사용하고자 하는 동기 수준이 높았다[18]. 이런 선행연구들은 열등감이 SNS 중독의 원인이 될 수 있다는 것을 암시한다. 따라서 본 연구에서는 열등감과 SNS 중독경향성 간의 관계를 확인하고자 한다.

또한 본 연구에서는 열등감이 강한 사람들이 자기를 긍정적으로 제시하기 위해 SNS를 사용하고 그것에 중독될 수 있다고 가정하였다. 열등감을 가진 사람들은 그것에 대한 보상심리로 자기를 긍정적으로 나타내 보이려고 할 수 있다[19,20]. 다시 말해 열등감이 자기를 긍정적으로 보이려는 자기제시동기를 가지게 할 수 있다는 것이다. 그리고 열등감이 강한 사람들이 거부나 소외 당하는 것이 두려워 SNS에 몰입할 수 있다는 것이

몇몇의 연구에서 확인되었는데[21,22], 그것은 SNS가 자기를 긍정적으로 제시할 수 있는 기회를 제공하기 때문일 수 있다[2]. 자신을 긍정적으로 제시하고 하는 동기가 개인을 셀프카메라 촬영, 속칭 셀카(selfie)에 몰입하게 만들 수 있다[23]. 자존감이 약한 사람들이 열등감을 극복하기 위해 페이스북(Facebook)을 통해 자기제시를 하고자 한다는 연구 결과도 있었다[24]. 따라서 본 연구에서는 자기제시동기가 열등감과 SNS 중독경향성 간의 관계를 매개할 것으로 보았다.

본 연구에서는 열등감이 자기를 제시하고자 하는 동기에 미치는 영향이 현실과 온라인 상에서의 자기가치 차이에 따라 달라질 수 있다고 보았다. Higgins의 자기불일치이론(Self-discrepancy theory)에서는 현실에서의 자기와 이상적인 자기가 차이가 크면 사람들이 정서적 불편함과 심리적 혼란을 경험하고 그 차이를 줄이기 위한 노력을 하게 된다고 설명한다[25]. Walther는 가짜 자아가 투영된 가상의 자기(hyperpersonality)이론으로 선택적으로 자기를 제시할 수 있는 온라인상에서의 대인관계를 설명하였는데, 본 연구에서는 온라인게임 커뮤니티에서의 자기를 가상의 자기라고 보았다[26]. 그리고 현실과 온라인게임 커뮤니티에서의 자기가치 차이(DSRGC: differences in self-worth between reality and online game community)의 인식을 변인으로 채택하였다. 열등감 콤플렉스가 가상세계에서의 정체성에 따라 달라질 수 있다는 연구 결과도 있었다[27]. 이에 본 연구에서는 DSRGC가 자기제시동기가 열등감과 SNS 중독 간의 관계를 매개하는 것을 조절할 것으로 가정하였다. 구체적으로는 DSRGC가 열등감에서 자기제시동기로 가는 경로를 조절할 것으로 보았다.

본 연구의 목적은 열등감, 자기제시동기, DSRGC 및 SNS 중독 간의 관계를 확인하고, 열등감과 SNS 중독경향성 간의 관계에서 자기제시동기의 매개효과와 DSRGC의 조절된 매개효과를 검증하는 것이다. 이런 목적을 달성하기 위해 다음과 같은 연구문제를 제기하였다. 첫째, 성인의 열등감이 자기제시동기, DSRGC 및 SNS 중독경향성과 유의한 상관이 있는가? 둘째, 성인의 자기제시동기가 SNS 중독경향성과 유의한 상관이 있는가? 셋째, 성인의 자기제시동기가 열등감과 SNS 중독경향성 간의 관계를 매개하는가? 넷째, 성인의 자기제시동기가 열등감과 SNS 중독경향성 간의 관계를 매개하는 것을 DSRGC가 조절하는가? 본 연구에서 검증하고자 하는 조절된 매개모형은 [그림 1]과 같다.



[그림 1] 조절된 매개 연구모형

[Fig. 1] Moderated Mediating Model of This Study

## 2. 연구 방법

### 2.1 연구 대상 및 윤리적 고려

본 연구의 대상은 편의표본추출로 온라인을 통한 설문에 참여한 19세 이상의 성인으로 온라인게임 경험이 있으면서 SNS를 사용하는 남녀 293명이다. 이들의 연령은 만 19세에서 65세까지 분포되어 있었으며, 평균 연령은 29.80(SD=8.60)세였다. 남성보다 여성이 온라인으로 설문에 응하는 경향성이 강해서 그런지 여성의 비율이 75.8%(222명)로 높았다. 연령대는 19세나 20대가 174명(59.4%)으로 가장 많았고, 30대가 80명(27.3%), 40대 이상이 39명(13.3%)이었다.

참여자 중 하루 1시간 미만 SNS를 사용하는 경우가 139명(47.4%)으로 가장 많았고, 83명(28.3%)이 1시간에서 2시간 미만 사용하고, 44명(15.0%)은 2시간에서 3시간 미만으로 사용하고, 27명(9.2%)은 3시간 이상을 사용한다고 보고하였다. 이들 중에 인스타그램을 사용한다고 응답한 사람은 178명(60.8%)으로 가장 많았으며, 그다음으로 페이스북을 사용하는 사람이 126명(43.0%)으로 많았고, 그다음으로 카카오톡 60명(43.0%), 트위터 27명(43.0%) 순이었다.

모든 자료는 인터넷 포털사이트 구글(google)의 설문 사이트를 통해 수집하였다. 설문 과정에서 모든 문항에 응답하지 않으면 설문을 끝낼 수 없도록 하였으며, 온라인게임 경험이 없거나 SNS 사용을 사용하지 않는 참여자는 설문을 참여하지 않도록 안내하였다. 참여 홍보를 위해 네이버 카페와 다음 카페에 연구목적과 설문 방법을 포함한 참여 안내문을 게시하였다. 또한 인스타그램, 페이스북, 트위터에도 참여 홍보 글을 올리고, 지인들에게 개인적으로 요청하여 설문 참여하도록 독려했다.

연구를 수행하기 전에 생명윤리위원회(Institutional Review Board: IRB)의 심의를 받고 승인(승인번호: 2-7001793-AB-N-012019054HR)을 얻었다. 그리고 연구 윤리를 준수하며 자료를 수집하려고 노력하였다. 예를 들어, 참여자에게 연구 내용을 설명하고 동의받는 절차를 거쳤다. 다만 온라인으로 자료를 수집하여 서명받는 절차는 생략하였다. 수집된 자료는 3년간 보관한 후 폐기된다는 것을 참여자들에게 알렸으며 설문을 응하면서 심리적 불편함이 느껴지면 언제나 설문 참여를 그만둘 수 있음을 알렸다.

### 2.2 연구 도구

#### 2.2.1 열등감

참여자의 열등감은 김용만이 개발한 열등감 척도를 사용하여 측정하였다[28]. 이 척도는 신체 및 외모 관련 열등감, 사회적 열등감, 가정 관련 열등감 그리고 학업 및 지적 열등감과 같은 4개의 하위척도로 구성되어 있다. 각 하위척도가 10개의 문항을 포함하고 있어 총 40문항으로 열등감을 측정한다. 각 문항은 5점 Likert 척도(1: 전혀 그렇지 않다 ~ 5: 매우 그렇다)로 응답하게 되어 있으며, 점수가 높을수록 열등감이 높은 것을 의미한다. 본 연구에서의 문항 간 내적 일치도(Cronbach's  $\alpha$ )는 신체 및 외모 관련 열등감이 .85, 사회적 열등감은 .87, 가정 관련 열등감 .85, 학업 및 지적 열등감은 .89, 전체 문항은 .96이었다.

#### 2.2.2 자기제시동기

타인들에게 자기를 제시하고자 하는 참여자들의 동기는 김남재가 개발한 자기제시

동기척도를 사용하여 측정하였다[29]. 이 척도가 측정하는 것은 대인관계에서 타인들부터 좋은 평가나 인정을 받고 싶은 욕구 및 동기이다. 이 척도는 단일 요인 자기제시동기를 총 27문항으로 측정한다. 각 문항은 5점 Likert 척도(1: 전혀 그렇지 않다 ~ 5: 매우 그렇다)로 평정하도록 되어 있으며 점수가 높을수록 자기제시동기가 강한 것이다. 본 연구에서 문항 간 내적 일치도(Cronbach's  $\alpha$ )는 .93으로 나타났다.

### 2.2.3 현실과 온라인게임 커뮤니티의 자기가치 차이

참여자들이 현실과 온라인게임 커뮤니티상에서의 자기가치 차이를 지각하는 정도(perceived Difference in Self-worth between Reality and online Game Community: DSRGC)를 측정하는 척도가 없기 때문에 질문지를 개발하여 사용하였다. 이 질문지는 현실보다 게임 커뮤니티상에서 자기가치를 더 긍정적으로 평가 받고 있는지를 측정할 수 있도록 구성하였다. 온라인게임 경험이 있고 SNS를 사용하고 있는 대학원생들을 대상으로 집중집단면접(Focused Group Interview)과 심리학자의 자문을 통해 최종 8문항의 질문지를 구성하였다. 문항의 예로는 “나는 현실보다 온라인게임 커뮤니티에서 더 긍정적으로 비추어진다,” “나는 현실보다 온라인게임 커뮤니티에서 능력을 더 인정받는다.” 등이 있다. 이 문항들은 최대우도법과 사각회전을 통한 탐색적 요인분석에서 한 요인으로 수렴되었고, 그 한 요인이 전체 변량의 78.9%를 설명하고 있었다(Eigen value = 6.31). 각 문항은 6점 Likert 척도(0: 전혀 그렇지 않다 ~ 5: 매우 그렇다)로 평정하도록 하였으며, 점수가 높을수록 현실보다 온라인게임 커뮤니티에서 자신의 가치를 더 인정받고 있다고 지각하고 있는 것이다. 본 연구에서는 문항 간 Cronbach's  $\alpha$ 값은 .96이었다.

### 2.2.4 SNS 중독경향성

참여자들이 SNS에 중독된 수준은 조성현과 서경현이 개발한 SNS 중독경향성 척도로 측정하였다[30]. 이 척도는 총 20문항으로 구성되어 있으면 집착 및 금단증상(10문항), 과잉소통과 몰입(7문항), 과도한 시간투자(3문항)와 같은 3개 하위요인을 측정한다. 각 문항은 4점 Likert 척도(1: 전혀 그렇지 않다 ~ 4: 매우 그렇다)로 평정하도록 되어 있는데, 점수가 높을수록 SNS에 더 중독될 경향성이 있는 것을 의미한다. 본 연구에서 전체 문항의 문항 간 Cronbach's  $\alpha$ 값은 .94이었다.

## 2.3 자료 분석

G\*Power 3.1로 예언변인 수와 유의수준 .01, 검정력 .95, 효과의 크기 .10일 때 최소 표본 수가 250명 이상일 때 통계적 결론을 내릴 수 있었기 때문에, 그것에 20% 정도 여유 있는 수준인 이백 명 후반대가 되었을 때까지 자료를 수집하였다. 수집된 자료는 IBM SPSS Statistics 25.0과 PROCESS Macro 3.5로 분석하였다. SPSS Statistics로는 변인들의 평균과 표준편차, 왜도와 첨도 및 문항간 내적 일치도를 산출하였고 적률상관분석과 탐색적 요인분석을 하였다. PROCESS Macro를 사용해서는 모델 4로 매개효과와 모델 7번으로 조절된 매개효과를 검증하였다. 부트스트래핑 5,000회와 95%의 신뢰구간을 지정하여 분석하였고, 다중공선성 문제가 생기지 않게 하기 위해 독립변인과 조절변인을 평균중심화(mean centering)된 교차항이 투입되게 하였다. 조절효과를 명확하게 파악하기 위해 Johnson-Neyman 방식의 조명등 분석(floodlight analysis)도 하였다[31].

### 3. 연구 결과

#### 3.1 연구변인들 간의 관계

우선 참여자들의 열등감, 자기제시동기, DSRGC 및 SNS 중독경향성 간의 상관성이 있는지를 분석하였고, 그 결과를 [표 1]에 제시하였다. 분석 전에 정규성(Normality)을 점검하였는데, 왜도와 첨도의 절댓값이 각각 2와 7을 초과하지 않아 모수통계분석을 하는 데에 문제가 없다는 것을 확인하였다.

분석 결과, 열등감은 SNS 중독경향성과 정적 상관성이 있었고( $r=0.399$ ,  $p<0.001$ ), 자기제시동기( $r=0.284$ ,  $p<0.001$ )와 DSRGC( $r=0.345$ ,  $p<0.001$ )도 SNS 중독경향성과 정적 상관성이 있었다. 한편, 열등감은 자기제시동기( $r=0.450$ ,  $p<0.001$ )와 DSRGC( $r=0.313$ ,  $p<0.001$ )은 정적 상관성이 있었으며, 자기제시동기는 DSRGC와도 정적 상관성을 보였다( $r=0.144$ ,  $p<0.005$ ).

[표 1] 열등감, 자기제시동기, DSRGC 및 SNS 중독경향성 간의 상관행렬 (N=293)

[Table 1] Correlational Matrix of Inferiority Complex, Self-Presentational Motives, Dsr gc, and Sns Addiction Proneness (N=293)

Variables	1	2	3	4
1. Inferiority complex	1			
2. Self-presentational motives	0.450***	1		
3. DSRGC	0.313***	0.144*	1	
4. SNS addiction proneness	0.399***	0.284***	0.345***	1
M	82.50	94.18	5.31	33.26
SD	28.76	19.40	8.20	11.34
Skewness	0.51	-0.62	1.71	0.71
Kurtosis	-0.31	1.14	2.14	-0.37

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ .

#### 3.2 SNS 중독경향성에 대한 매개모형 검증 결과

본 연구에서는 열등감과 SNS 중독경향성 간의 관계를 자기제시동기가 매개하는지를 검증하였다

[표 2]를 보면 이 모형에서는 열등감이 자기제시동기에 정적으로 영향을 주고 있었으며( $B=0.303$ ,  $p<0.001$ ), SNS 중독경향성에 대한 직접적인 정적 효과도 유의하였다( $B=0.134$ ,  $p<0.001$ ). 또한 자기제시동기는 SNS 중독경향성에 유의한 영향을 줄 수 있는 것으로 나타났다( $B=0.077$ ,  $p<0.05$ ). 이는 자기제시동기가 열등감과 SNS 중독경향성을 부분적으로 매개한다는 것을 의미한다. [그림 2]에서 그런 매개효과를 볼 수 있는데, 그림에는 표준화된 경로계수 베타( $\beta$ )를 제시하였다.

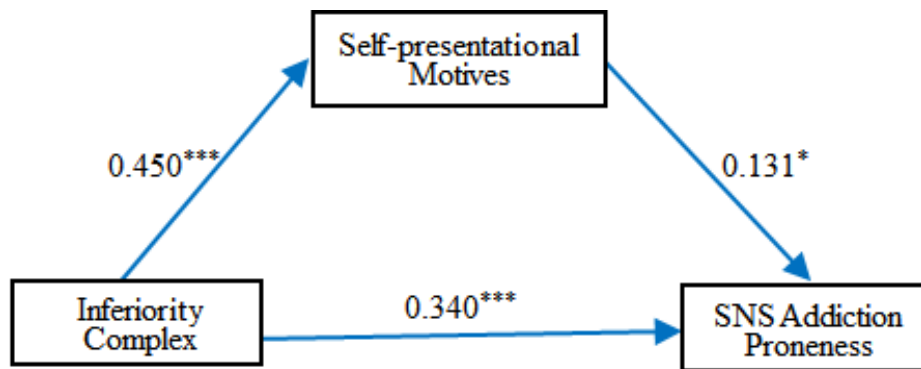
[표 2] 열등감과 SNS 중독경향성에 대한 자기제시동기의 매개효과

[Table 2] Mediating Effect of Self-Presentational Motives on Inferiority Complex and Sns Addiction Proneness

Variables	B	S.E.	t	LLCI	ULCI
Mediating variable model (Outcome variable: Self-presentational motives)					
Constant	69.161	3.085	22.416***	63.0881	75.2331
Inferiority complex	0.303	0.035	8.586***	0.2338	0.3728
Dependent variable model (Outcome variable: SNS addiction proneness)					
Constant	14.997	3.039	4.935***	9.0156	20.9788
Inferiority complex	0.134	0.024	5.683***	0.0876	0.1805
Self-presentational motives	0.077	0.035	2.187*	0.0076	0.1453

\*p<0.05, \*\*\*p<0.001.

Note. LLCI: lower level for confidence interval; ULCI: upper level for confidence interval.



[그림 2] 열등감과 SNS 중독경향성에 대한 자기제시동기의 매개효과(β, 표준화 계수; \* p < 0.05, \*\*\* p < 0.001)

[Fig. 2] Mediation Effect of Self-Presentational Motives in the Relationship Between Inferiority Complex and Sns Addiction Proneness (β, Standardized Coefficients; \* P < 0.05, \*\*\* P < 0.001)

### 3.3 SNS 중독경향성에 대한 조절된 매개모형 검증 결과

이 연구에서는 열등감과 SNS 중독경향성 간의 관계를 자기제시동기가 매개하는 것을 DSRGC가 조절하는지를 검증하였다(표 3).

분석 결과, 이 모형에서 DSRGC가 자기제시동기에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났지만(B=0.157, p=0.252), 열등감과 DSRGC의 교차항은 이 모형에서 유의하였다(B=-0.014, p<0.01). DSRGC의 조절된 매개지수는 -0.001이었는데, 부트스트랩의 하한값과 상한값 간에도 0이 존재하지 않아 유의하였다. 이런 결과는 자기제시동기를 통해 열등감이 SNS의 중독경향성에 영향을 미치는 것을 DSRGC가 조절한다는 것을

의미한다. 열등감과 DSRGC의 교차항을 추가하였을 때 R<sup>2</sup>의 변화는 0.028이었고, 그 변화량은 통계적으로 유의하였다. 이는 조절효과가 포함되면 매개모형의 설명력이 2.8% 정도 증가한다는 것을 의미한다.

[표 3] 열등감과 SNS 중독경향성에 대한 자기제시동기를 통한 DSRGC의 조절된 매개효과  
 [Table 3] Moderated Mediating Effect of Dsrge Through Self-Presentational Motives on Inferiority Complex and Sns Addiction Proneness

Variables	B	S.E.	t	LLCI	ULCI
Moderating effect model (Outcome variable: Self-presentational motives)					
Constant	95.191	1.047	90.883***	93.1293	97.2523
Inferiority complex	0.310	0.037	8.433***	0.2374	0.3820
DSRGC	0.157	0.137	1.148	-0.1122	0.4260
Inferiority complex × DSRGC	-0.014	0.004	-3.230**	-0.0221	-0.0054
Increase of R <sup>2</sup> with interaction			R <sup>2</sup>	F	
			0.028	10.432**	
Conditional effects of the focal predictor at values of the moderator (DSRGC)					
DSRGC	Effect	S.E.	t	LLCI	ULCI
M - 1SD (-5.3106)	0.383	0.044	8.648***	0.2955	0.4697
M (0.0000)	0.310	0.037	8.433***	0.2374	0.3820
M + 1SD (8.1972)	0.197	0.049	4.019***	0.1007	0.2939
Index of moderated mediation (DSRGC)					
DSRGC	Index	S.E.	LLCI	ULCI	
	-0.001	0.001	-0.0021	-0.0002	
Conditional indirect effects of self-presentational motives by DSRGC					
DSRGC	Effect	S.E.	LLCI	ULCI	
M - 1SD	0.029	0.122	0.0065	0.0547	
M	0.024	0.010	0.0051	0.0445	
M + 1SD	0.015	0.007	0.0030	0.0313	

\*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001.

Note. LLCI: lower level for confidence interval; ULCI: upper level for confidence interval.

부트스트래핑 방식을 통하여 DSRGC에 따른 SNS 중독경향성에 대한 자기제시동기의 조건부 간접효과(열등감 → 자기제시동기 → SNS 중독경향성)를 검증한 결과는 [표 3]에 제시하였다. DSRGC값이 -5.31(평균중심화, M - 1SD) 수준에서 부트스트래핑의 하한값과 상한값 간에 0이 존재하지 않았다. 이는 자기제시동기가 DSRGC값이 Z점수 -1 수준에 있는 사람들에게서도 열등감과 SNS 중독경향성에 대한 자기제시동기의 매개효과가 유의하다는 것을 의미한다. 그런데 비록 자기제시동기에 대한 열등감과 DSRGC의 상호작용이 유의하였지만, DSRGC값이 8.20(평균중심화, M + 1SD) 수준에서의 부트스트래핑의 하한값과 상한값 간에도 0이 존재하지 않아 매개효과가 유의한 것으로



나타났다.

그래서 조명등 분석(floodlight analysis)으로 조절변인인 DSRGC값의 전 범위에서의 유의수준을 확인하였다. [표 4]를 보면 DSRGC값의 어느 영역에서 효과가 나타나는지를 알 수 있다. 평균중심화한 DSRGC값이 13.2164 미만인 영역에서 열등감이 자기제시동기에 미치는 영향이 유의하였다. 역으로 DSRGC값이 13.2164 이상에서는 열등감이 자기제시동기에 영향을 주지 못했다. 완벽하게 비례하는 것은 아니지만 DSRGC값이 감소할수록 열등감에 의해 자기제시동기를 더 가지는 것으로 나타났다.

[표 4] 조절변인의 값에 따른 조건부 효과의 유의영역

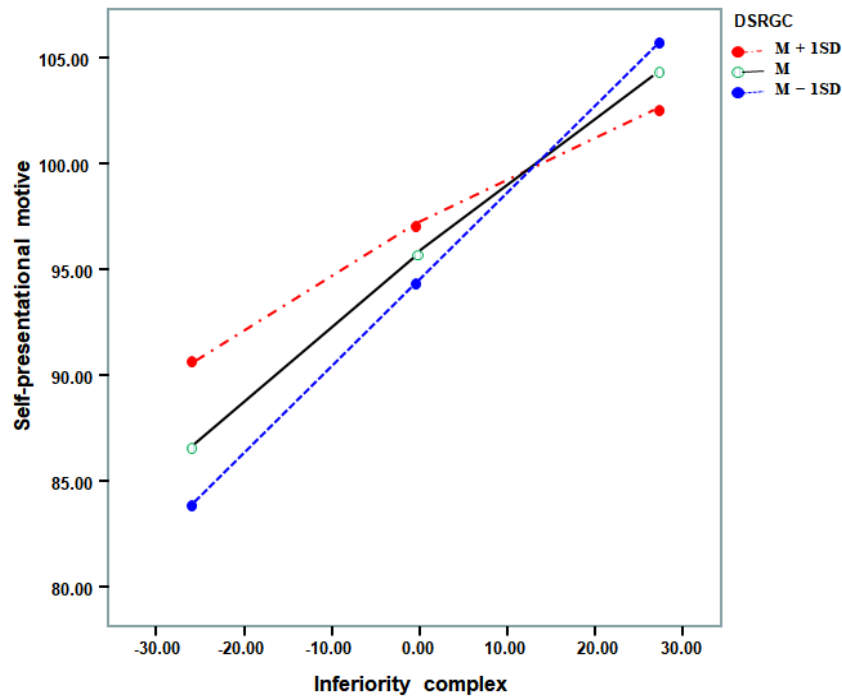
[Table 4] Significance Area in Conditional Effects of the Focal Predictor at Values of the Moderator

Value of DSRGC	Effect	S.E.	t	LLCI	ULCI
-5.3106	0.383	0.442	8.65***	0.2955	0.4697
-3.5606	0.359	0.041	8.84***	0.2788	0.4384
-1.8106	0.345	0.038	8.81***	0.2598	0.4093
-0.0606	0.311	0.037	8.45***	0.2382	0.3829
1.6894	0.287	0.037	7.74***	0.2137	0.3594
3.4394	0.263	0.039	6.78***	0.1864	0.3387
5.1894	0.239	0.042	5.72***	0.1565	0.3206
6.9394	0.215	0.046	4.69***	0.1246	0.3045
8.6894	0.191	0.051	3.77***	0.0911	0.2899
10.4394	0.167	0.056	2.98**	0.0565	0.2765
12.1894	0.143	0.062	2.31*	0.0211	0.2639
13.2164	0.128	0.065	1.97	0.0000	0.2568
13.9394	0.119	0.068	1.75	-0.1021	0.0357
15.6894	0.095	0.074	1.27	-0.0515	0.2404
17.4394	0.070	0.081	0.87	-0.0884	0.2293
19.1894	0.046	0.087	0.53	-0.1256	0.2184
20.9394	0.022	0.094	0.24	-0.1630	0.2078
22.6894	-0.002	0.101	-0.02	-0.2005	0.1973
24.4394	-0.026	0.108	-0.24	-0.2383	0.1870
26.1894	-0.050	0.115	-0.43	-0.2761	0.1768
27.9394	-0.074	0.122	-0.60	-0.3140	0.1667
29.6894	-0.098	0.129	-0.76	-0.3520	0.1567

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001.

Note. LLCI: lower level for confidence interval; ULCI: upper level for confidence interval.

자기제시동기에 대한 열등감과 DSRGC의 상호작용효과는 [그림 3]에서 볼 수 있다. 이 모형에서는 DSRGC가 낮은 사람들(M - 1SD, Z점수 -1이하)은 DSRGC가 높은 사람들(M + 1SD, Z점수 1이상)보다 열등감이 강했을 때 자기제시동기 수준이 높았으며, 열등감이 약했을 때 자기제시동기가 수준이 낮았다. 이는 DSRGC가 낮은 사람들이 높은 사람들보다 열등감에 의해 자기제시동기가 결정되는 경향이 강하다는 것이다.



[그림 3] 자기제시동기에 대한 열등감과 DSRGC의 상호작용

[Fig. 3] Interaction Effect of Inferiority Complex and Dsrcg on Self-Presentational Motives

#### 4. 결론 및 논의

본 연구에서는 온라인게임 경험이 있고 SNS를 사용하고 있는 19세 이상의 성인의 열등감, 자기제시동기, DSRGC 및 SNS 중독경향성 간의 관계를 분석하였다. 구체적으로는 자기제시동기가 열등감을 매개하여 SNS 중독경향성에 영향을 주는 경로를 분석하고, 그 매개효과를 DSRGC가 조절하는지를 검증하였으며, 의미 있는 결과를 얻었다. 그리고 그런 결과들을 논의하면 다음과 같다.

먼저 본 연구에서는 열등감이 높을수록 성인들이 SNS에 중독되는 경향이 강했다. 이런 결과는 SNS에 열등감을 해소해 줄 어떤 요소가 있다는 것을 시사한다. 손재환의 연구에서는 열등감이 강한 청소년들이 스마트폰에 중독되는 경향이 강했는데[16], 본 연구의 결과는 스마트폰에 중독된 그들이 게임뿐 아니라 SNS에 몰입되는 것일 수도 있다는 것을 암시한다[32]. 성인의 SNS 중독경향성을 열등감이 16%가량을 설명하는 것으로 나타났기 때문에, SNS 중독을 중재하고자 하는 정신건강실무자나 중독전문가들이 내담자의 열등감을 평가하여 그 수준이 높을 경우 임상적으로 그것을 개선할 수 있도록 도울 필요가 있다. 그리고 추후에는 SNS의 어떤 요소가 사용자에게 열등감 해소를 위한 동기를 가지게 하는지를 연구할 필요가 있다.

또한 자기제시동기가 강할수록 성인들의 SNS 중독경향성 수준이 높았다. 이는 자기를 긍정적으로 제시하고 싶은 동기가 개인을 SNS에 과몰입하게 만들 수 있음을 암시한다. 선행연구에서 자기제시동기가 강하면 셀카에 중독되는 경향이 강했는데[23], 본 연구의 결과는 사람들이 셀카로 찍은 영상을 SNS에 업로드하여 자기를 긍정적으로 제시하고자 하는 동기와 관련이 있음을 시사한다. 이는 소외되는 것에 대한 두려움에 기초한

포모증후군과 상관성이 있을 수 있다[33]. 다시 말해, 사람들이 사회에서 소외되거나 뒤쳐지지 않으려고 SNS를 통해 자신을 긍정적으로 제시하는 것일 수 있다. 이런 결과는 SNS 중독을 중재하고자 한다면 자기제시가 SNS 사용의 원인일 수 있다는 점을 감안해야 함을 시사한다.

본 연구에서는 자기제시동기가 열등감을 매개하여 성인의 SNS 중독에 영향을 줄 수도 있다는 결과를 얻었다. 열등감이 강한 사람들이 자기제시에 대한 동기가 강하고 그 결과 SNS에 중독될 수도 있다는 것이다. 이런 결과는 다른 사람으로부터 소외되거나 뒤쳐지지 않고 하고자 하는 포모증후군이 열등감이 있는 사람들이 자기제시를 위해 SNS에 몰입하게 하는 원인일 수도 있다는 주장을 지지한다[34]. 그런 사람들이 사회에서 소외되거나 뒤쳐지지 않기 위해 SNS를 통해 현시대의 추세, 즉 트렌드를 참고할 수도 있겠지만 SNS를 통해 자기 자신을 다른 사람들에게 제시하고자 할 수도 있다는 것을 본 연구를 통해 알 수 있었다. 하지만 자기제시동기는 열등감과 SNS 중독경향성 간의 관계를 부분적으로만 매개하고 있었다. 이는 열등감이 SNS에 중독되게 만드는 다른 이유가 있을 수 있다는 점을 암시하는 것이기 때문에 추후에 그것에 관해 연구할 필요가 있다.

한편 본 연구에서는 현실과 온라인게임 커뮤니티에서의 자기가치의 차이 인식이 클수록 성인들이 SNS에 중독되는 경향이 강했다. 자기불일치이론에서는 현실에서의 자기가 이상적으로 생각하는 자기보다 덜 가치 있다고 인식되면 부정정서를 느끼고 심리적으로 혼란을 경험하여 그 차이를 감소시키려고 노력한다고 설명하는데[23], 본 연구에서 현실보다 온라인게임 커뮤니티에서 자기가치가 더 인정받는다고 생각하면 SNS에 더 몰입하는 것으로 나타난 것은 SNS가 그 차이를 줄여주는 역할을 하기 때문일 것이다. DSRGC와 SNS 중독경향성 간의 관계는 더 연구되어야겠지만, 본 연구 결과는 SNS 중독을 중재하고자 할 때 DSRGC를 고려해야 함을 시사한다.

또한 본 연구에서는 DSRGC가 열등감과 성인의 SNS 중독에 대한 자기제시동기의 매개효과를 조절하는 것으로 나타났다. 구체적으로는 DSRGC는 열등감과 자기제시동기 간의 관계를 조절하고 있었다. 조명등 분석을 한 결과, 열등감과 SNS 중독에 대한 자기제시동기의 매개효과는 DSRGC가 적은 집단에서만 유의하였다. 이는 DSRGC가 크면 자기제시동기와는 상관없이 열등감에 의해 SNS에 중독될 수 있다는 것이다. 현실보다 온라인게임 커뮤니티에서 자기가치를 더 인정받게 되면 자기제시 목적이 아닌 다른 이유로 SNS에 몰입하게 된다는 것이기 때문에, 추후에 그런 점들을 연구할 필요가 있다. 그런 연구들이 수행된다면 SNS에 중독된 성인이 DSRGC가 크면 그런 점들에 초점을 맞추어 중재하고, DSRGC가 적으면 자기제시동기를 중재할 필요가 있기 때문이다.

그런데 본 연구의 결과는 해석할 때는 다음과 같은 연구의 한계를 고려해야 한다. 첫째, 편의표본추출 방식으로 온라인을 통해 자료를 수집하면서 여성 참여자의 비율이 높았다. 성별이 혼란변인의 조건에 들지 않아 성별로 연구모형을 보정하지는 않았지만, 성별의 비율 차이를 감안하여 연구 결과를 해석해야 한다. 둘째, 인과의 방향이 포함된 매개모형을 분석하고 인과관계를 가정하고 연구 결과를 논의하였으나 상관연구의 결과로 인과관계를 결론지을 수는 없다. 셋째, 열등감이나 SNS 중독경향성을 측정할 때 사회적 요망도(social desirability)가 작용하며 참여자들이 질문에 소극적으로 반응했을 수도 있다. 넷째, DSRGC를 측정할 수 있는 도구가 없어 질문지를 개발하여 연구하였는데, 문항개발과 타당화 과정이 척도개발 연구처럼 완벽할 수는 없었다.

## References

- [1] D. Wilkinson, M. Thelwall, Social network site changes over time: The case of My Space, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, (2010), Vol.61, No.11, pp.2311-2323.  
DOI: <https://doi.org/10.1002/asi.21397>
- [2] D. M. Boyd, N. B. Ellison, B. Nicole, Social network sites: Definition, history, and scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, (2007), Vol.13, No1, pp.210-230.  
DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- [3] S. M. Coyne, L. M. Padilla-Walker, H. G. Holmgren, L. A. Stockdale, Instagrowth: A longitudinal growth mixture model of social media time use across adolescence, *Journal of Research on Adolescence*, (2019), Vol.29, No.4, pp.897-907.  
DOI: <https://doi.org/10.1111/jora.12424>
- [4] Y. Choi, K. Chu, E. Choi, Social network services addiction in the workplace, *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, (2019), Vol.6, No.1, pp.249-259.  
DOI: <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2019.VOL6.NO1.249>
- [5] Z. Hussain, M. D. Griffiths, The associations between problematic social networking site use and sleep quality, attention-deficit hyperactivity disorder, depression, anxiety and stress, *International Journal of Mental Health and Addiction*, (2021), Vol.19, pp.686-700.  
DOI: <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00175-1>
- [6] D. Kuss, O. Lopez-Fernandez, Internet-use related addiction: The state of the art of clinical research, *European Psychiatry*, (2016), Vol.33, No.S1, p.S303.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eurpsy.2016.01.1038>
- [7] X. L. Duong, S. Y. Liaw, J. P. M. Augustin, How has internet addiction been tracked over the last Decade? A literature review and 3C paradigm for future research, *International Journal of Preventive Medicine*, (2020), Vol.9.  
DOI: [https://doi.org/10.4103/ijpvm.IJPVM\\_212\\_20](https://doi.org/10.4103/ijpvm.IJPVM_212_20)
- [8] S. Miranda, I. Trigo, R. Rodrigues, M. Duarte, Addiction to social networking sites: Motivations, flow, and sense of belonging at the root of addiction, *Technological Forecasting and Social Change*, (2023), Vol.188.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122280>
- [9] D. J. Kuss, M. D. Griffiths, Online social networking and addiction: A review of the psychological literature, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, (2011), Vol.8, No.9, pp.3528-3552.  
DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- [10] M. Stanković, M. Nestic, Association of internet addiction with depression, anxiety, stress, and the quality of sleep: mediation analysis approach in Serbian medical students, *Current Research in Behavioral Sciences*, (2022), Vol.3.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2022.100071>
- [11] A. M. Saikia, J. Das, P. Barman, M. D. Bharali, Internet addiction and its relationships with depression, anxiety, and stress in urban adolescents of Kamrup district, Assam, *Journal of Family and Community Medicine*, (2019), Vol.26, No.2, pp.108-112.  
DOI: [https://doi.org/10.4103/jfcm.JFCM\\_93\\_18](https://doi.org/10.4103/jfcm.JFCM_93_18)
- [12] J. H. Jun, R. W. Kim, A study on the effects of cyber-bullying in adolescents on SNS addiction: Focusing on the moderating effects of friendship, *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, (2021), Vol.22, No.6, pp.499-506.  
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2021.22.6.499>
- [13] H. Choi, K. Suh, The relationships between SNS addiction and subjective well-being of college students: Focused on mediating effects of the self-reproach and shame, *Korean Journal of Youth Studies*, (2017), Vol.24, No.3, pp.155-174.  
DOI: <https://doi.org/10.21509/KJYS.2017.03.24.3.155>
- [14] J. A. Bargh, K. Y. A. McKenna, The internet and social life, *Annual Review of Psychology*, (2004), Vol.55, pp.573-590.  
DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141922>

- [15] C. L. Seo, J. Kim, K. Kim, L. R. Kang, J. Lee, The effects of SNS use and online self-disclosure on implicit and explicit self-esteem, *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, (2020), Vol.34, No.1, pp.1-13.  
DOI: <http://doi.org/10.21193/kjspp.2020.34.1.001>
- [16] J. Son, Inferiority and smartphone addiction among Korean youth: The mediating effect of trait anxiety, *The Korean Journal of Rehabilitation Psychology*, (2018), Vol.25, No.3, pp.557-570.
- [17] J. Gu, S. Lee, The relationship between inferiority feelings and Instagram addiction tendency: the mediating effect of relational aggression and interpersonal problems, *Korean Journal of Educational Therapist*, (2018), Vol.10, No.3, pp.447-465.  
DOI: <https://doi.org/10.35185/KJET.10.3.9>
- [18] J. Choi, E. J. Jeon, H. H. Ha, K. Choi, Effect of contingent self-esteem on inferiority feelings among young adults: The mediation effects of SNS upward comparison moderated by SNS usage motivation, *Science of Emotion & Sensibility*, (2023), Vol.26, No.1, pp.87-100.  
DOI: <https://doi.org/10.14695/kjsos.2023.26.1.87>
- [19] D. Yang, B. Qiu, J. Jiang, Y. Xia, L. Li, Y. Li, L. Luo, X. Liu, J. Meng, Development of inferiority-compensation scale among high school students, *BMC Medical Education*, (2023), Vol.23, No.23.  
DOI: <https://doi.org/10.1186/s12909-022-03979-3>
- [20] R. M. Kowalski, M. R. Leary, Strategic self-presentation and the avoidance of aversive events: Antecedents and consequences of self-enhancement and self-depreciation, *Journal of Experimental Social Psychology*, (1990), Vol.26, No.4, pp.322-336.  
DOI: [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(90\)90042-K](https://doi.org/10.1016/0022-1031(90)90042-K)
- [21] J. G. Lee, H. Lin, J. Liu, Y. Chung, Effects of SNS self-efficacy, comparison orientation, fear of missing out on SNS addiction proneness: Focusing on Chinese students in Korea, *The Journal of the Korea Contents Association*, (2021), Vol.21, No.8, pp.137-149.  
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2021.21.08.137>
- [22] Y. Kim, J. Lee, E. Park, The moderating effect of online social support in the relationship between rejection sensitivity and SNS addiction tendency, *The Journal of the Korea Contents Association*, (2022), Vol.22, No.3, pp.189-196.  
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2022.22.03.189>
- [23] J. Kim, K. Suh, Relationship between covert narcissism and selfie addiction proneness: focused on mediating effects of self-objectification and self-presentational motivation, *The Journal of the Korea Contents Association*, (2018), Vol.18, No.7, pp.207-220.  
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2018.18.07.207>
- [24] C. L. Toma, Feeling better but doing worse: effects of Facebook self-presentation on implicit self-esteem and cognitive task performance, *Media Psychology*, (2013), Vol.16, No.2, pp.199-220.  
DOI: <https://doi.org/10.1080/15213269.2012.762189>
- [25] E. T. Higgins, Self-discrepancy: A theory relating self and affect, *Psychological Review*, (1987), Vol.94, No.3, pp.319-340.  
DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.3.319>
- [26] J. B. Walther, Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition, *Computers in Human Behavior*, (2007), Vol.23, No.5, pp.2538-2557.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2006.05.002>
- [27] X. Zhou, Study on the role of virtual cyberspace in overcoming inferiority complex of college students: A case analysis based on live broadcast platform Momo, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, (2021), Vol.575, pp.240-245.  
DOI: <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210902.038>
- [28] Y. Kim, An experimental study on the effect of the inferiority resolution program on the resolution of inferiority in high school students, *Chungbuk National University, Master Thesis*, (1995)
- [29] N. Kim, Self-Presentational motivation and self-presentational expectancies in social anxiety, *Seoul National University, Doctoral Dissertation*, (1998)

- [30] S. Cho, K. Suh, An exploratory study on factors related with SNS addiction proneness: focus on covert narcissism, self-presentational motivation, and sense of alienation, *Korean Journal of Health Psychology*, (2013), Vol.18, No.1, pp.239-250.  
DOI: <https://doi.org/10.17315/kjhp.2013.18.1.014>
- [31] S. A. Spiller, G. J. Fitzsimons, J. G. Lynch, G. H. McClelland, Spotlights, floodlights, and the magic number zero: Simple effects tests in moderated regression, *Journal of Marketing Research*, (2013), Vol.50, No.2, pp.277-288.  
DOI: <https://doi.org/10.1509/jmr.12.0420>
- [32] G. de Felice, J. Burrai, E. Mari, F. Paloni, G. Lausi, A. M. Giannini, A. Quagliari, How do adolescents use social networks and what are their potential dangers? A qualitative study of gender differences, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, (2022), Vol.19, No.9.  
DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph19095691>
- [33] M. Gupta, A. Sharma, Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health, *World Journal of Clinical Cases*, (2021), Vol.9, No.19, pp.4881-4889.  
DOI: <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>
- [34] D. J. Kuss, M. D. Griffiths, Social networking sites and addiction: Ten lessons learned, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, (2017), Vol.14, No.3.  
DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>