

소셜미디어 중독의 성차: 소셜미디어 사용동기의 매개효과

문 수 지

대구대학교

임 영 진[†]

가천대학교

본 연구의 목적은 성별과 소셜미디어 중독 간의 관계에서 소셜미디어 사용동기의 매개효과를 검증하는 것이다. 이를 위해 소셜미디어를 사용하는 대학생 433명(남성 154명, 여성 279명)을 대상으로 Bergen 소셜미디어 중독 척도, 개정된 소셜미디어 사용동기 척도를 실시하였다. 연구결과, 소셜미디어 중독의 성차에 있어서 사용동기 중 대처동기, 소일동기, 장점표현동기, 단점은폐동기가 매개변인으로 기능하였고, 이 네 사용동기 중에서 대처동기의 매개효과가 가장 큰 효과크기를 보였다. 이러한 연구결과는 여학생을 대상으로 소셜미디어 중독을 개입할 때 대처동기, 소일동기, 장점표현동기, 단점은폐동기에 초점을 맞추어 개입하여야 함을 시사한다.

주요어 : 성차, 소셜미디어 사용동기, 소셜미디어 중독

[†] 교신저자: 임영진, 가천대학교 심리학과, (13120) 경기도 성남시 수정구 성남대로 1342

Tel: 031-750-2664, E-mail: yilim0109@naver.com



Copyright © 2025, The Korean Society for Woman Psychology. This is an Open Access article This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial Licenses (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

소셜미디어(Social Media)란 타인과 생각이나 정보를 교환하고, 공통의 관심사를 공유하며, 자신의 특성을 소개하고 지인들과 소통하는 가상공간을 의미한다(Kuss & Griffiths, 2011). 소셜미디어 사용은 이제 전 세계적으로 보편화되어 있으며, 2025년 2월 현재 소셜미디어 사용자 수는 약 52.4억 명에 이른다(Statista, 2025). 국내의 경우, 전체 인구의 93%가 소셜미디어를 사용하는 것으로 나타났다(한국갤럽 조사연구소, 2023). 소셜미디어는 정보 교류와 소통을 용이하게 하고, 정보 유통 비용을 절감하며, 인적 네트워크를 손쉽게 유지할 수 있다는 장점을 지닌다. 그러나 동시에 불분명한 정보의 확산, 개인정보 노출, 사이버 범죄 등의 부작용도 동반된다. 이러한 부작용 가운데 가장 대표적인 것이 바로 소셜미디어 중독(social media addiction)이다.

소셜미디어 중독은 소셜미디어에 과도하게 관여하고 소셜미디어에 접속하기 위한 과도한 갈망을 지니며 소셜미디어에 과도한 에너지와 시간을 투입하여 대인관계적 기능저하와 업무적 기능저하로 이어지는 것을 일컫는다(Andreassen & Pallesen, 2014). 소셜미디어 중독은 일종의 행동중독(behavioral addiction)이어서 행동중독의 6가지 요소를 지니고 있다. 이 6가지 행동중독의 요소는 기분조절, 갈등, 재발, 내성, 금단, 현저성 등을 아우른다(Jovanović, Višnjić, & Gmijović, 2021). 소셜미디어 중독을 겪는 사람은 소셜미디어와 관련된 생각과 갈망이 그의 사고와 동기를 지배하게 되며(현저성, salience), 부정적 정서를 완화하기 위해 소셜미디어를 사용하게 된다(기분조절, mood modification). 또한 소셜미디어 사용을 지속하다가 일정 기간 사용하지 않으면 다양한 신체적·심리적 부작용이 나타날 수 있다(금단,

withdrawal). 시간이 지남에 따라 동일한 효과를 얻기 위해 더 많은 시간과 강도로 사용하게 되며(내성, tolerance), 소셜미디어 사용은 개인의 사회적·직업적 기능에 갈등을 일으키게 되고(갈등, conflict), 사용을 줄이려는 시도가 반복적으로 실패하는 경향을 보인다(재발, relapse).

소셜미디어 중독은 대학생의 학업적·대인관계적 기능저하와 심리적 고통을 야기하는 것으로 보고되었다. 선행연구에 의하면, 소셜미디어 중독 수준이 높은 대학생일수록 대학 생활 적응에 어려움을 겪었고(이현주, 김혜경, 2015), 소셜미디어 중독 경향성을 지닌 대학생일수록 대인관계 문제를 많이 갖는 것으로 드러났으며(구혜자, 이외선, 홍민주, 2016), 대학생의 소셜미디어 중독은 우울에 정적인 영향을, 주관적 웰빙에는 부적인 영향을 미치는 것으로 보고되었다(김태련, 강민주, 2022; 최현, 서경현, 2017).

소셜미디어 중독의 성차에 대한 연구에 따르면 남성보다 여성의 유병률이 더 높은 것으로 일관되게 보고되고 있다. 예를 들어, 22개국과 지역에서 58,336명을 대상으로 한 메타연구에서 남성이 여성보다 소셜미디어 중독을 보일 가능성이 더 낮은 것으로 나타났다(Su, Han, Yu, Wu, & Potenza, 2020). 이러한 성차가 발생한 원인에 대한 이해는 소셜미디어 중독의 발생 기전과 경로를 규명하고, 성별에 따른 예방 및 중재 전략을 마련하는 데 필수적이다. 소셜미디어 중독의 성차를 설명하기 위해 다양한 이론이 제기되었다. 예를 들어, 성역할 이론(gender role theory)에서는 소셜미디어 사용이 남성의 성역할보다는 여성의 성역할에 보다 부합하기 때문이라고 설명하였고(Tiggemann & Slater, 2013), 보상적 인터넷 사용

이론(compensatory internet use)에서는 여성의 욕구 중에서 일상생활에서 충족하지 못하는 욕구를 가상 공간에서 충족하기 때문이라고 설명하였으며(Caplan, 2007), 사회비교이론(social comparison theory)에서는 여성이 남성보다 소셜미디어를 통해 사회비교를 더 많이 행하기 때문이라고 설명하였다(Fardouly, Diedrichs, Vartanian, & Halliwell, 2015). 그러나 지금까지 소셜미디어 중독의 성차를 소셜미디어 사용동기를 통해 살펴본 연구는 제한적이었다. 개인이 소셜미디어를 사용하는 심리적 동기는 사용자의 행동 패턴과 중독 경향성에 밀접한 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kircaburun, Alhabash, Tosuntaş, & Griffiths, 2020). 또한, 성별에 따라 소셜미디어 사용 목적과 동기에 차이가 있다는 선행연구 결과도 보고된 바 있다(Muscanello & Guadagno, 2012). 이를 고려할 때, 사용동기는 성차와 중독 간의 관계를 설명하는 핵심적인 매개변인으로 기능할 수 있다. 이에 본 연구는 성별에 따른 소셜미디어 중독의 차이를 소셜미디어 사용동기의 매개효과를 통해 검증하고자 한다.

소셜미디어 사용동기는 과거 소셜미디어의 사용경험에 기반하여 소셜미디어를 사용하게 되는 이유를 의미한다(Lim, 2023). 소셜미디어 사용동기는 소셜미디어 중독의 원인이 되는 여러 원격변인(remote variables)과 소셜미디어 중독 간의 관계를 매개하는 근접변인(proximal variable)으로 기능하는 것으로 알려져 있다. 원격변인은 비교적 안정적이고 개인 특성에 가까운 요인으로, 성격, 유전, 애착, 정신건강 등이 이에 해당한다. 반면, 근접변인은 행동 직전에 작용하는 즉각적이고 상황적인 요인으로, 사용동기와 감정 반응 등이 포함된다. I-PACE 모델(Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution

model; Brand et al., 2019)에 따르면 원격변인과 근접변인이 상호작용하여 소셜미디어 중독으로 이어진다고 설명한다.

소셜미디어 사용동기에 대한 최근 모형에 의하면, 소셜미디어 사용동기는 크게 8가지로 나뉘어진다고 한다(Lim, 2023). 소셜미디어 사용으로 인해 긍정정서를 얻고자 하는 고양동기(enhancement motives), 소셜미디어를 통해서 부정정서를 감소시키려는 대처동기(coping motives), 소셜미디어를 통해 사회적 관계를 넓히고자 하는 사교동기(social motives), 소셜미디어를 사용함으로써 사회적 소외로부터 벗어나고자 하는 동조동기(conformity motives), 소셜미디어에 접속함으로써 무료함을 달래려고 하는 소일동기(pastime motives), 소셜미디어에서 자신의 장점을 드러내고자 하는 장점표현동기(expression motives), 자신의 단점을 감추고자 소셜미디어에 접속하는 단점은폐동기(concealment motives), 소셜미디어를 사용하여 정보와 지식을 얻고자 하는 정보동기(information motives) 등이 소셜미디어 사용동기를 구성한다.

8가지 소셜미디어 사용동기는 동기의 원천(내적 vs. 외적)과 강화 유형(정적 vs. 부정)을 기준으로 한 이차원적 틀에 따라 분류된다. 정적 강화를 동반한 내적 동기는 고양동기와 정보동기로, 이는 정서적·인지적 자극에 대한 욕구를 반영한다. 부정 강화를 동반한 내적 동기는 대처동기와 소일동기를 포함하며, 이는 스트레스나 지루함과 같은 부정 정서를 해소하기 위해 소셜미디어를 사용하는 것을 의미한다. 정적 강화를 동반한 외적 동기는 사교동기와 장점표현동기로, 이는 관계를 구축하고 인정을 얻는 데 중점을 둔다. 부정 강화를 동반한 외적 동기는 동조동기와 단점은폐동기로, 이는 거절을 피하거나 개인적 취약

성을 숨기기 위한 것이다.

대학생을 대상으로 한 연구에서 소셜미디어 사용동기는 소셜미디어 중독과 통계적으로 유의한 관련성을 보였다. 상관연구에 의하면(김명진, 임영진, 2023; 조혜빈, 임영진, 2021), 소셜미디어 사용동기 중에서 대처동기, 동조동기, 단점은폐동기, 장점표현동기, 고양동기, 사교동기 등은 소셜미디어 중독과 큰(large, strong; 0.50-1.00) 상관계수의 상관관계를 보였고, 정보동기, 소일동기 등은 소셜미디어 중독과 중간(moderate, medium; 0.30-0.49) 수준의 상관관계를 나타내었다. 다중회귀분석 연구(김명진, 임영진, 2023; 조혜빈, 임영진, 2021)에 의하면, 8개의 사용동기 중에서 고양동기, 대처동기, 단점은폐동기 등으로부터 소셜미디어 중독에 이르는 회귀계수가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

대학생을 대상으로 한 소셜미디어 사용동기의 성차가 보고되었다. 김명진, 임영진(2023)은 정보동기, 고양동기, 대처동기, 소일동기, 장점표현동기 등에서 성차를 발견하였다. 이승미, 신나영(2023)의 연구에서도 장점표현동기, 정보동기, 대처동기, 소일동기, 고양동기에서 성차가 나타났으며, 조혜빈, 임영진(2021)은 대처동기와 소일동기에서 성차를 보고하였다. 이들 세 연구는 공통적으로 여학생이 남학생보다 대처동기와 소일동기 수준이 더 높다고 보고하고 있다. 대처동기와 소일동기는 모두 부정정서를 소셜미디어를 통해 해소하려는 동기와 관련되므로, 선행연구들은 여학생이 남학생보다 부정정서를 더 자주 경험하고 이에 대한 인지적 대처 전략이 부족하다는 점을 이러한 성차의 원인으로 설명하고 있다.

본 연구는 성별과 소셜미디어 중독 간의 관계를 설명하기 위해 병렬다중매개모형(Parallel

Multiple Mediation Model)을 적용하고, 매개변인으로 포함할 사용동기를 선정하기 위해 다음 기준을 고려하였다: (1) 소셜미디어 중독과의 상관분석에서 유의한 상관관계를 보인 사용동기, (2) 소셜미디어 중독을 종속변인으로 한 다중회귀분석에서 유의한 회귀계수를 보인 사용동기, (3) 성별 차이가 일관되게 나타난 사용동기. 이를 바탕으로, 선행 연구의 결과와 이론적 근거를 종합하여 가설에 포함할 매개변인으로 대처동기를 선정하였다. 다른 사용동기들은 다중회귀분석에서 회귀계수가 유의하지 않았거나, 성별에 따른 차이가 일관되지 않은 결과를 보였다.

본 연구에서는 대학생의 성별, 대처동기, 소셜미디어 중독 간의 관계를 탐색하고자 하였다. 특히, 성별이 소셜미디어 중독 수준에 미치는 직접적 영향뿐만 아니라, 대처동기를 통한 간접적 영향 경로를 검증하고자 하였다.

이를 위해 본 연구는 다음과 같이 네 가지 가설을 설정하였다(그림 1).

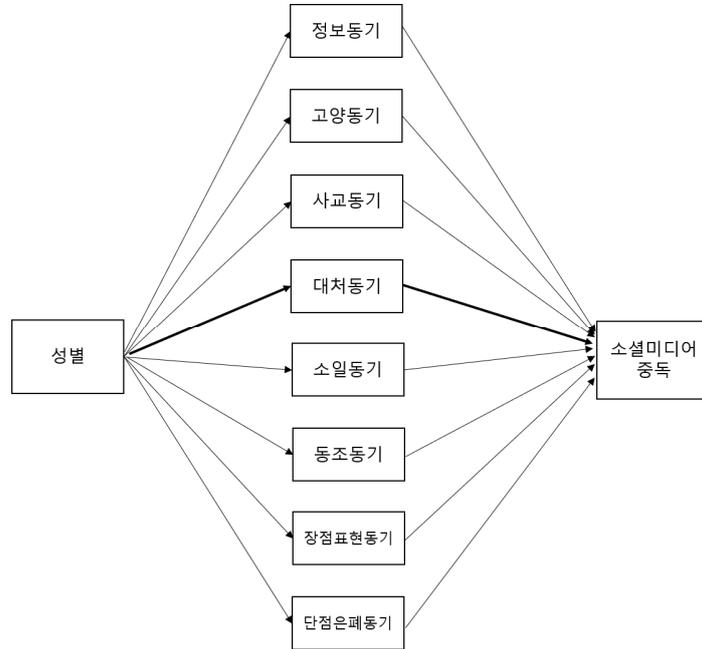
가설 1. 대학생의 성별은 소셜미디어 중독 수준에 영향을 미친다.

가설 2. 대학생의 성별은 소셜미디어 사용동기 중 대처동기 수준에 영향을 미친다.

가설 3. 소셜미디어 사용동기 중 대처동기는 대학생의 소셜미디어 중독 수준에 영향을 미친다.

가설 4. 성별은 소셜미디어 사용동기 중 대처동기를 매개로 하여 소셜미디어 중독 수준에 간접적으로 영향을 미친다.

비록 가설 2와 가설 3이 가설 4 모형의 하위 경로를 구성하지만, Hayes, Montoya, 및 Rockwood(2017)가 제안한 매개분석 절차의 권장 기준에 따르면 성별이 대처동기에 미치는 영향(가설 2)과 대처동기가 소셜미디어 중독에



* 굵은 직선은 연구가설에 해당하는 경로를 의미함.

그림 1. 소셜미디어 중독의 성차에 대한 연구모형

미치는 영향가설 3)을 각각 확인하는 것이 가설 4의 매개효과 해석의 명확성과 모형의 신뢰성을 확보하는 데 기여한다.

터 1070분이었다.

측정도구

방 법

개정된 소셜미디어 사용동기 척도

연구대상

본 연구에는 소셜미디어를 사용하는 대학생 433명이 참여하였다. 이 중 여성은 279명(64.43%)이고 남성은 154명(35.6%)이었다. 참여 대학생의 평균 연령은 21.94세(SD=1.809)였고 연령 범위는 18세부터 28세였다. 참여 대학생의 평균 소셜미디어 사용시간은 273.29분(SD=150.674)이었고 사용 시간 범위는 10분부

참여자 소셜미디어 사용동기 수준을 측정하기 위해 Lim(2023)이 개정하여 타당화한 소셜미디어 사용동기 척도(Social Media Use Motives Scale-Revised; SUMS-R)가 사용되었다. 이 척도는 1점(전혀 그렇지 않다)에서 5점(매우 그렇다)까지의 5점 Likert 척도이고, 총 40문항으로 구성되며, 정보동기, 고양동기, 사교동기, 대처동기, 동조동기, 소일동기, 장점표현동기, 단점은폐동기 등의 8개 소셜미디어 사용동기를 측정한다. 선행연구에서 내적 일치도(McDonald's omega)는 .78에서 .92범위였고(Lim,

2023), 본 연구에서의 내적 일치도(Cronbach's α)는 .80~.92였다.

Bergen 소셜미디어 중독 척도

참여자의 소셜미디어 중독 수준을 측정하기 위해 Andreassen 등(2016)이 개발하고 Shin(2022)이 번안하여 한국의 대학생들을 대상으로 타당화한 Bergen 소셜미디어 중독 척도(Bergen Social Media Addiction Scale; BSMAS)가 사용되었다. 이 척도는 1점(매우 드물게)에서 5점(매우 자주)까지의 5점 Likert 척도이고, 총 6문항으로 구성되며, 각 문항은 지난 1년 동안의 현저성, 내성, 금단, 재발, 갈등, 기분 조절 등의 소셜미디어 중독의 핵심 증상을 측정한다. 척도의 내적 일치도(Cronbach's α)는 .86이었고(Shin, 2022), 본 연구에서의 내적 일치도(Cronbach's α)는 .85이었다.

연구절차

모든 참여자는 설문조사에 참여하기에 앞서 설문 목적, 연구 내용, 참여자의 권리 등과 관련된 충분한 설명을 받은 후, 자발적으로 참여에 동의하였다. 참여자들은 온라인 플랫폼을 통해 인구통계학적 정보를 묻는 질문지와 두 개의 설문지에 응답하였다.

자료분석

소셜미디어 사용동기, 소셜미디어 중독의 평균, 표준편차, 첨도, 왜도, 범위, 내적 일치도(Cronbach's α) 값을 산출하기 위해 기술통계 분석을 수행하였다. 내적 일치도(Cronbach's α)는 .70이상일 때 양호한 것으로 간주하였고, 첨도는 -3와 3 사이에, 왜도는 -2와 2 사이

에 있을 때 자료가 정규성에 따르는 것으로 가정하였다(Tabachnick, 2007). 또한, 독립변인(성별), 매개변인(소셜미디어 사용동기), 종속변인(소셜미디어 중독) 간 상관관계를 분석하기 위해서 Pearson 상관계수를 산출하였다. 마지막으로, 병렬다중매개모형을 통해 매개효과를 검증하기 위해 PROCESS Macro model 4(Hayes et al., 2017)를 사용하였으며, 간접효과와 그 효과의 유의성을 검토하기 위해서 5000개의 부트스트랩 표본과 95% 신뢰구간을 설정하였다. 부트스트랩은 비모수적 재표집 기법으로서 원본 데이터에서 반복적으로 표본을 추출하여 통계적 추정을 하는 방법이다. 본 연구에서는 5,000번의 부트스트랩 재표집을 통해 간접효과를 추정하고, 그 결과를 바탕으로 유의성을 검토하였다. 간접효과에 대한 95% 신뢰구간에 0이 포함되지 않을 경우, 해당 간접효과는 통계적으로 유의미한 것으로 간주하였다. 부트스트랩 기법은 간접효과의 정규성 가정을 필요로 하지 않으며, 총효과가 유의하지 않더라도 간접효과만으로 매개효과를 검증할 수 있는 장점이 있어, 전통적 분석 방식이 간과할 수 있는 효과를 탐지하는 데 유리하다. 또한, 부트스트랩 기법은 본 연구에서 사용한 병렬다중매개모형을 포함한 다양한 확장된 매개모형에도 적용할 수 있다.

결 과

상관계수, 평균, 표준편차, 범위, 왜도, 첨도 및 내적 일치도

본 연구에 사용된 변인들의 평균, 표준편차, 왜도, 첨도, 내적 일치도 및 상관계수가 표 1

에 제시되었다. 성별과 소셜미디어 사용동기 간의 상관분석 결과, 모든 소셜미디어 사용동기와 통계적으로 유의한 부적상관을 보였다($r = -.12 \sim -.31, p < .05$). 즉, 여학생이 남학생보다 모든 소셜미디어 사용동기 수준이 높았다. 아울러, 성별은 소셜미디어 중독과 통계적으로 유의한 부적상관을 나타냈다($r = -.31, p < .001$). 즉, 여학생이 남학생보다 소셜미디어 중독 수준에 있어 높은 값을 보였다. 소셜미디어 사용동기 간의 상관분석 결과, 모든 소셜미디어 사용동기는 통계적으로 유의한 정적상

관을 보였다($r = .10 \sim .69, p < .05$). 소셜미디어 사용동기와 소셜미디어 중독 간의 상관분석 결과, 8개의 소셜미디어 사용동기 모두 소셜미디어 중독과 통계적으로 유의한 정적상관을 보였다($r = .18 \sim .64, p < .001$). 내적 일치도 분석 결과, 모든 변인이 관습적 기준에 부합하였고($\alpha = .80 \sim .92$), 모든 변인의 왜도(-1.16 ~ 1.15)와 첨도(-.81 ~ 1.99)의 값도 관습적 기준 내에 존재하여 본 자료의 정규성이 확인되었다(Tabachnick, 2007).

표 1. 상관계수, 평균, 표준편차, 왜도, 첨도 및 내적 일치도

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 성별	-									
2. 정보동기	-.12*	-								
3. 고양동기	-.20***	.36***	-							
4. 사교동기	-.16***	.29***	.44***	-						
5. 대처동기	-.31***	.27***	.44***	.36***	-					
6. 소일동기	-.16***	.24***	.52***	.30***	.41***	-				
7. 동조동기	-.14**	.24***	.28***	.64***	.46***	.22***	-			
8. 장점표현동기	-.19***	.26***	.32***	.69***	.28***	.21***	.52***	-		
9. 단점은폐동기	-.15**	.17***	.16***	.43***	.41***	.10*	.56***	.52***	-	
10. BSMAS	-.31***	.18***	.41***	.38***	.64***	.40***	.40***	.40***	.42***	-
Mean	-	17.32	17.88	15.07	12.33	19.10	10.93	13.49	9.31	14.04
SD	-	3.86	3.53	4.47	5.31	4.06	4.86	5.18	4.25	5.58
왜도	-	-.73	-.19	-.33	.31	-1.16	.57	.02	1.15	.36
첨도	-	.75	.29	-.26	-.90	1.99	-.52	-.81	1.10	-.66
최솟값	-	5	7	5	5	5	5	5	5	6
최댓값	-	25	25	25	25	25	25	25	25	26
Cronbach's α	-	.80	.85	.83	.92	.87	.92	.91	.91	.85

주. BSMAS = Bergen Social Media Addiction Scale. *** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$

성별은 남성은 1, 여성은 0으로 코딩함.

성별과 소셜미디어 중독의 관계에서 사용동기의 매개효과

표 2에는 성별, 소셜미디어 사용동기 및 소셜미디어 중독의 관계에 대한 병렬다중매개분석의 결과가 제시되었다. 독립변인인 성별이 정보동기($\beta = -.24, SE = .10, t = -2.36, p < .05$), 고양동기($\beta = -.38, SE = .10, t = -3.73, p < .001$), 사교동기($\beta = -.28, SE = .10, t = -2.70, p < .01$), 대처동기($\beta = -.64, SE = .10, t = -6.45, p < .001$), 소일동기($\beta = -.37, SE$

$= .10, t = -3.61, p < .001$), 동조동기($\beta = -.28, SE = .10, t = -2.70, p < .01$), 장점표현동기($\beta = -.34, SE = .10, t = -3.35, p < .001$), 단점은폐동기($\beta = -.32, SE = .10, t = -3.08, p < .01$) 등의 매개변인에 미치는 직접효과가 통계적으로 유의하였다. 이에 가설 2(대학생의 성별은 소셜미디어 사용동기 중 대처동기 수준에 영향을 미친다.)는 지지되었다. 매개변인이 소셜미디어 중독에 미치는 직접효과를 살펴본 결과, 고양동기($\beta = .10, SE = .05, t = 2.04, p < .05$), 대처동기($\beta = .44, SE = .05, t$

표 2. 성별, 소셜미디어 사용동기 및 소셜미디어 중독의 관계에 대한 병렬다중매개모형

	β	SE	t	p	95% 신뢰구간	
					하한값	상한값
성별 → 정보동기	-.24	.10	-2.36	<.05	-.4475	-.0405
성별 → 고양동기	-.38	.10	-3.73	<.001	-.5822	-.1805
성별 → 사교동기	-.28	.10	-2.70	<.01	-.4785	-.0754
성별 → 대처동기	-.64	.10	-6.45	<.001	-.8362	-.4456
성별 → 소일동기	-.37	.10	-3.61	<.001	-.5732	-.1693
성별 → 동조동기	-.28	.10	-2.70	<.01	-.4822	-.0759
성별 → 장점표현동기	-.34	.10	-3.35	<.001	-.5420	-.1412
성별 → 단점은폐동기	-.32	.10	-3.08	<.01	-.5205	-.1148
성별 → 소셜미디어 중독	-.22	.08	-2.75	<.01	-.3708	-.0615
정보동기 → 소셜미디어 중독	-.07	.04	-1.89	.0595	-.1457	.0029
고양동기 → 소셜미디어 중독	.10	.05	2.04	<.05	.0035	.1822
사교동기 → 소셜미디어 중독	-.03	.06	-.45	.6551	-.1362	.0857
대처동기 → 소셜미디어 중독	.44	.05	9.60	<.001	.3471	.5258
소일동기 → 소셜미디어 중독	.13	.04	3.01	<.01	.0437	.2090
동조동기 → 소셜미디어 중독	.01	.05	.23	.8191	-.0887	.1120
장점표현동기 → 소셜미디어 중독	.17	.05	3.32	<.01	.0702	.2736
단점은폐동기 → 소셜미디어 중독	.12	.05	2.71	<.01	.0345	.2154

주. 연령을 공변인으로 투입하고, 성별의 경우 남성은 1, 여성은 0으로 코딩, 성별을 제외한 모든 변인은 표준화하여 투입함

= 9.60, $p < .001$), 소일동기($\beta = .13$, $SE = .04$, $t = 3.01$, $p < .01$), 장점표현동기($\beta = .17$, $SE = .05$, $t = 3.32$, $p < .01$), 단점은폐동기($\beta = .12$, $SE = .05$, $t = 2.71$, $p < .01$) 등의 매개변인이 종속변인인 소셜미디어 중독에 미치는 직접효과가 통계적으로 유의하였다. 이에 가설 3(대학생의 대처동기는 소셜미디어 중독 수준에 영향을 미친다.)은 지지되었다. 모든 매개변인을 분석에 포함하였을 때에도, 성별이 소셜미디어 중독에 미치는 직접효과는 여전히 유의하였다($\beta = -.22$, $SE = .08$, $t = -2.75$, $p < .01$).

표 3에는 성별, 소셜미디어 중독, 소셜미디어 사용동기의 병렬다중매개모형에서 총효과, 직접효과 및 간접효과가 제시되었다. 분석결과, 성별의 총효과(추정값 = $-.6554$, 95% CI $[-.8506, -.4603]$), 성별의 직접효과(추정값 = $-.2161$, 95% CI $[-.3708, -.0615]$)과 간접효과(추

정값 = $-.4393$, 95% CI $[-.5764, -.3074]$)는 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 즉, 이에 가설 1(대학생의 성별은 소셜미디어 중독 수준에 영향을 미친다.)는 지지되었고, 성별과 소셜미디어 중독의 관계에서 소셜미디어 사용동기는 부분매개효과를 보였다. 8개 소셜미디어 사용동기 중에서 대처동기(추정값 = $-.2797$, 95% CI $[-.3896, -.1801]$), 소일동기(추정값 = $-.0469$, 95% CI $[-.0896, -.0135]$), 장점표현동기(추정값 = $-.0587$, 95% CI $[-.1201, -.0137]$), 단점표현동기(추정값 = $-.0397$, 95% CI $[-.0853, -.0076]$)의 간접효과는 통계적으로 유의하였고, 나머지 소셜미디어 사용동기의 매개효과는 통계적 유의도에 미치지 못하였다. 이에 가설 4(성별은 소셜미디어 사용동기 중 대처동기를 매개로 하여 소셜미디어 중독 수준에 간접적으로 영향을 미친다.)는 지지되었다.

표 3. 소셜미디어 중독에 미치는 성별의 총효과, 직접효과 및 간접효과

	추정값	SE	95% 신뢰구간	
			하한값	상한값
총효과	-.6554	.0993	-.8506	-.4603
직접효과	-.2161	.0787	-.3708	-.0615
간접효과(전체)	-.4393	.0678	-.5764	-.3074
간접효과(정보동기)	.0174	.0138	-.0026	.0497
간접효과(고양동기)	-.0354	.0225	-.0867	.0010
간접효과(사교동기)	.0070	.0176	-.0296	.0432
간접효과(대처동기)	-.2797	.0526	-.3896	-.1801
간접효과(소일동기)	-.0469	.0195	-.0896	-.0135
간접효과(동조동기)	-.0033	.0162	-.0387	.0286
간접효과(장점표현동기)	-.0587	.0275	-.1201	-.0137
간접효과(단점은폐동기)	-.0397	.0202	-.0853	-.0076

주. 하한값과 상한값 사이에 0을 포함하지 않으면 통계적으로 유의한 것으로 간주함.

논 의

본 연구에서는 성별이 소셜미디어 중독에 미치는 영향이 소셜미디어 사용동기 중 대처동기에 의해 매개되는지의 여부를 살펴보았다. 이를 위해서 연령을 통제변인으로 하고 8개의 소셜미디어 사용동기를 동시에 투입하는 병렬 다중매개모형을 도입하였다.

연구결과, 성별과 소셜미디어 중독의 관계, 성별과 대처동기의 관계, 대처동기와 소셜미디어 중독 사이의 관계 등이 통계적으로 유의하고, 성별과 소셜미디어 중독의 관계에서 대처동기의 간접효과가 통계적으로 유의하여, 가설 1(대학생의 성별은 소셜미디어 중독 수준에 영향을 미친다.), 가설 2(대학생의 성별은 소셜미디어 사용동기 중 대처동기 수준에 영향을 미친다.), 가설 3(대학생의 대처동기는 소셜미디어 중독 수준에 영향을 미친다.), 가설 4(성별은 소셜미디어 사용동기 중 대처동기를 매개로 하여 소셜미디어 중독 수준에 간접적으로 영향을 미친다.) 등은 모두 지지되었다.

예상과는 달리, 본 연구에서 가설로 설정한 매개변인 이외에, 소일동기, 장점표현동기, 단점표현동기 등도 성별과 소셜미디어 중독의 관계에서 매개변인으로 기능하는 것으로 드러났다. 본 연구에서 통계적으로 유의한 네 개의 매개변인의 간접효과의 상대적인 크기는 서로 달랐다. Preacher와 Kelley(2011)가 제안한 효과크기(effect size)의 기준에 의하면, 전체 간접효과와 대처동기의 간접효과는 큰(large) 효과크기였고, 소일동기, 장점표현동기, 단점은 폐동기 등의 간접효과의 효과크기는 작은-중간(small-to-medium) 효과크기였다.

이 세 소셜미디어 사용동기가 매개변인으로 기능하는 것으로 나타난 연구결과와 원인은

본 연구의 표본크기가 선행연구에 비해 크기 때문일 수 있다. 선행연구보다 표본크기가 큰 본 연구에서는 통계적 검증력이 증가하여 작은 표본크기의 연구에서는 포착되지 않는 간접효과가 통계적으로 유의하게 드러난 것으로 이해할 수 있다. 이러한 연구결과는 소셜미디어 사용동기 연구에서 충분한 표본크기가 중요함을 보여준다.

가설과는 달리, 대처동기 이외의 세 사용동기가 매개효과를 가지게 된 또 다른 이유는 중속변인을 측정하는 척도의 차이에 있을 수 있다. 선행연구(김명진, 임영진, 2023; 이승미, 신나영, 2023; 조혜빈, 임영진, 2021)에서는 소셜미디어 중독을 측정하는 척도로서 ‘소셜미디어 중독경향성 척도(정소영, 김종남, 2014)’를 사용하였지만 본 연구에서는 ‘Bergen 소셜미디어 중독 척도’를 사용하였다. 선행연구에 의하면 이 두 척도는 비록 높은 상관관계를 보이는 하지만, 사용동기와의 상관관계는 서로 달랐다(Shin, 2022). 이에 두 척도가 측정하는 소셜미디어 중독의 개념 차이로 인하여 가설과는 다른 결과가 도출되었을 가능성이 있다. 예를 들어, 소셜미디어 중독경향성 척도는 소셜미디어 사용의 시간적 요소, 정서적 반응, 과도한 사용 등을, Bergen 소셜미디어 중독 척도는 소셜미디어 사용의 중독적 측면을 더 강조하는 특징이 있어, 두 척도가 사용동기와의 관계에서 차이를 보일 수 있다. 이러한 차이가 본 연구에서 다른 매개변인을 도출하는 데 영향을 미쳤을 가능성이 있다.

소일동기는 무료함을 극복하기 위해 소셜미디어를 사용하는 동기를 의미한다. 무료함(boredom)은 내적 또는 외적 자극의 부족에 의해 상대적으로 낮은 각성상태와 그에 따른 불만족감이라고 정의할 수 있으므로(Mikulas &

Vodanovich, 1993), 무료함을 경험한 사람은 대체로 그 무료함으로부터 벗어나려고 시도한다. 선행연구에 의하면 무료함은 여성보다는 남성이 더 많이 경험한다(Vodanovich, Kass, Andrasik, Gerber, Niederberger, & Breaux, 2011). 따라서, 소일동기가 성별과 소셜미디어 중독의 관계에서 매개변인으로서 기능한 본 연구의 결과는 여성이 남성보다 무료함을 많이 경험하기 때문이라기보다는 여성과 남성은 경험한 무료함에 대처하는 방식에 있어서 차이를 보이기 때문인 것으로 보인다(Camerini, Morlino, & Marciano, 2023). 예를 들어, 남학생은 무료함을 경험할 때 이를 온라인 게임을 통해 해소하는 반면, 여학생은 무료함을 경험할 때 이를 소셜미디어를 통해 해소할 수 있다(Su et al., 2020).

본 연구에서는 장점표현동기와 단점은폐동기가 성별과 소셜미디어 중독의 관계에서 매개변인으로 기능하였다. 장점표현동기와 단점은폐동기는 자기제시동기의 일부로 포함된다. 선행연구에서는 자기제시의 전략과 방식에 성차가 존재함을 보여왔다. 예를 들어, 남성은 여성에 비해 자기제시 전략으로서 미루기, 수면 부족, 물질사용 등의 자기손상 전략(self-handicapping) 방식을 사용하는 빈도가 높고(Jones & Berglas, 1999), 여성은 남성에 비해 사회적으로 바람직하다고 여겨지는 여성성(femininity)에 부합하는 방식으로 자기제시를 하는 빈도가 높은 것으로 알려져 있다(Carli, 2001). 이러한 성별 차이는 소셜미디어에서의 행동에도 영향을 미친다. 연구에 따르면, 여성은 자신의 장점을 드러내기 위해 소셜미디어를 사용하는 경향이 더 강하며, 이는 자기제시의 일환으로 개인의 사회적 지위, 정체성, 자기 개념(self-concept)을 보호하려는 심리적 필

요와 관련이 있다(김명진, 임영진, 2023). 또한, 이러한 경향은 소셜미디어 사용이 중독적인 형태로 이어지는 데 중요한 역할을 한다(Lim, 2023). 즉, 자신의 장점을 드러내고 단점을 감추려는 과정에서 소셜미디어를 효과적인 전략으로 인식하는 경향은 성별에 따른 소셜미디어 중독의 차이를 설명하는 중요한 요소로 작용한다.

본 연구의 결과는 다음과 같은 이론적 함의를 갖는다. 첫째, 본 연구에서는 성별이 소셜미디어 중독에 미치는 영향을 사용동기라는 요소를 통해 설명하였으며, 이를 통해 성별에 따른 소셜미디어 사용 행태의 차이를 보다 깊이 이해할 수 있는 기초를 마련하였다. 둘째, 소셜미디어 사용동기 중 대처동기, 소일동기, 장점표현동기, 단점은폐동기 등이 소셜미디어 중독의 중요한 매개변수로 작용한다는 사실은 기존의 소셜미디어 중독 이론에 새로운 사용동기를 추가하며, 연구의 이론적 틀을 확장하는 데 기여하였다. 셋째, 본 연구는 대처동기가 핵심적인 사용동기로 기능함을 보여줌으로써, 소셜미디어 중독이 정서조절을 위한 심리적 전략으로 작용한다는 관점을 뒷받침하고, 정서적 취약성과 관련된 중독 행동에 대한 이론적 토대를 강화한다.

이 연구의 실제적 함의는 다음과 같다. 연구 결과는 여성의 소셜미디어 중독 개입에 중요한 시사점을 제공한다. 여성을 위한 개입 프로그램은 그들의 소셜미디어 사용에 대한 특정 동기를 다룰 경우 더 효과적일 수 있다. 예를 들어, 소셜미디어를 부정정서에 대한 대처 전략으로 사용하는 여성은 대안적인 대처 기법이나 스트레스 관리 기술을 익히는 데 도움을 받을 수 있다. 또한, 인지적 참여를 촉진하거나 흥미로운 활동을 제공하는 개입은 지

루함을 해소하기 위해 소셜미디어를 사용하는 여성에게 도움이 될 수 있다. 진정한 자아 표현과 정서적 공유를 촉진하는 프로그램은 소셜미디어를 통해 자신의 강점이나 성취를 표현하는 여성들에게 도움이 될 수 있다. 또한, 자기 수용과 정서적 개방성을 촉진하는 개입은 소셜미디어를 사용하여 개인적인 결점, 실수 또는 개인적인 어려움을 숨기는 여성들에게 도움을 줄 수 있다.

본 연구는 다음의 한계점을 지닌다. 첫째, 본 연구는 임의표집법을 사용하여 표본을 수집하였다. 이에 본 연구의 참여자가 대한민국의 전체 대학생을 대표한다고 보기 어렵다. 이에 후속연구에서는 층화 표본 추출을 비롯한 확률 표본 추출을 통해 표본을 추출하여 본 연구의 결과를 재검증할 필요가 존재한다. 둘째, 본 연구에서는 소셜미디어의 종류에 대한 정보를 취득하지 않았다. 선행연구에 의하면 소셜미디어의 양식이 소셜미디어 중독과 소셜미디어 사용동기에 영향을 미칠 수 있음을 보였다(Kuss & Griffiths, 2011). 이에 후속연구에서는 소셜미디어의 종류에 대한 변인을 분석에 포함할 필요가 있다. 마지막으로, 본 연구에 포함된 참여자는 모두 일반 대학생이므로 소셜미디어 중독을 지닌 임상집단을 대상으로 본 연구를 진행했을 때에는 본 연구와 다른 결과를 보일 수 있다. 이에 후속연구에서는 소셜미디어 중독 내담자를 대상으로 본 연구의 결과를 재검증할 필요가 있다.

본 연구는 상기의 한계점과 제한점을 지니고 있지만, 소셜미디어 중독의 성차에 대한 최초의 동기적 매개경로를 다루었다는 점에 큰 의의를 지니고 있으며, 향후 소셜미디어 중독의 원인을 찾는 연구와 소셜미디어 중독의 개입과 예방 업무를 담당하는 전문가에게

본 연구의 결과가 큰 도움이 될 것으로 기대한다.

참고문헌

- 구혜자, 이외선, 홍민주 (2016). 대학생의 SNS 중독 경향성, 자기표현 및 대인관계문제 간의 관계. 한국산학기술학회 논문지, 17(4), 180-187.
- 김명진, 임영진 (2023). 자기애와 SNS 중독의 관계: 자기제시동기의 매개효과. 한국웰니스학회지, 18(3), 147-154.
- 김태련, 강민주 (2022). 성인진입기 대학생의 SNS 중독경향성이 우울에 미치는 영향: 회복탄력성에 의해 조절된 다면적 자기개념에 대한 부정적 인지의 매개효과. 한국청소년연구, 33(4), 33-57.
- 이승미, 신나영 (2023). 사이코패시 성향과 SNS 과의존: SNS 사용동기의 매개효과. 한국심리학회지: 여성, 28(3), 315-328.
- 이현주, 김혜경 (2015). 대학생의 SNS 중독 및 대학생활 스트레스가 대학생활 적응에 미치는 영향. 한국산학기술학회 논문지, 16(6), 3944-3953.
- 정소영, 김종남 (2014). 대학생용 SNS 중독경향성 척도개발 및 타당화 연구. 한국심리학회지: 건강, 19(1), 147-166.
- 조혜빈, 임영진 (2021). 충동성과 SNS 과의존의 관계: 고양동기, 대처동기의 매개효과. 청소년학연구, 28(1), 249-276.
- 최현, 서경현 (2017). 대학생의 SNS 중독과 주관적 웰빙 간의 관계: 자기비난이나 수치심의 매개효과를 중심으로. 청소년학연구, 24(3), 155-174.

- 한국갤럽조사연구소 (2023) 미디어 · 콘텐츠 · 소셜 네트워크 서비스 18종 이용률.
- Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction-An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061.
- Brand, M., Wegmann, E., Stark, R., Müller, A., Wölfling, K., Robbins, T. W., & Potenza, M. N. (2019). The Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model for addictive behaviors: Update, generalization to addictive behaviors beyond Internet-use disorders, and specification of the process character of addictive behaviors. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 104, 1-10.
- Camerini, A. L., Morlino, S., & Marciano, L. (2023). Boredom and digital media use: A systematic review and meta-analysis. *Computers in Human Behavior Reports*, 11, 100313.
- Caplan, S. E. (2007). Relations among loneliness, social anxiety, and internet use. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(2), 234-242.
- Carli, L. L. (2001). Gender and social influence. *Journal of Social Issues*, 57(4), 725-741.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45.
- Hayes, A. F., Montoya, A. K., & Rockwood, N. J. (2017). The analysis of mechanisms and their contingencies: PROCESS versus structural equation modeling. *Australasian Marketing Journal*, 25(1), 76-81.
- Jones, E. F., & Berglas, S. (1999). Control of the attributions about the self through self-handicapping strategies: The appeal of alcohol and the role of underachievement. In R. F. Baumeister (Ed.), *The self in social psychology* (pp. 430-435). Psychology Press.
- Jovanović, T., Višnjić, A., & Gmijović, M. (2021). The association between depression and anxiety symptoms with six Core components of social networking sites addiction-a cross-sectional study in Serbia. *Acta Medica Medianae*, 60(1).
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18, 525-547.
- 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.
- Lim, Y. (2023) Development and Psychometric Properties of the Social Network Site Use Motives Scale-Revised. *Psychiatry and Clinical Psychopharmacology*, 33(4), 309-315.
- Muscanel, N. L., & Guadagno, R. E. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 107-112.
- Preacher, K. J., & Kelley, K. (2011). Effect size measures for mediation models: Quantitative strategies for communicating indirect effects.

- Psychological Methods*, 16(2), 93-115.
- Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y., & Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113, 106480.
- Statista. (2025). The number of SNS users worldwide. Available at: www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/ Access on: Mar 10, 2025.
- Tabachnick, B. G. (2007). *Using multivariate statistics*. Allyn and Bacon.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-634.
- Vodanovich, S. J., Kass, S. J., Andrasik, F., Gerber, W. D., Niederberger, U., & Breaux, C. (2011). Culture and Gender Differences in Boredom Proneness. *North American Journal of Psychology*, 13(2). 221-230.
- 1차원고접수 : 2025. 04. 04.
심사통과접수 : 2025. 06. 02.
최종원고접수 : 2025. 06. 30.

Gender Differences in Social Media Addiction: The Mediating Role of Social Media Use Motives

Moon, Su-Ji

Daegu University

Lim, Young-Jin

Gachon University

The purpose of this study is to verify the mediating effect of social media use motives in the gender difference in social media addiction. To this end, the Bergen Social Media Addiction Scale and the Social Media Use Motives Scale-Revised were administered to 433 college students (154 males and 279 females) who use social media. The results of the study showed that coping motives, pastime motives, expression motives, and concealment motives functioned as mediating variables in the gender difference in social media addiction. Among these four motives, the mediating effect of coping motives showed the largest effect size. These research results suggest that when intervening in social media addiction among female college students, interventions should focus on coping motives, pastime motives, expression motives, and concealment motives.

Key words : gender differences, social media addiction, social media use motives