

## 소셜 네트워크 서비스 이용자의 자기결정성 요인이 자기존중감과 만족을 통해 심리적 안녕감에 미치는 영향

한 정 섭\*·권 두 순\*\*·김 성 준\*\*\*

### *The Effect of Self-Deterministic Factors of Social Network Service Users on Psychological Well-Being by Self-Esteem and Satisfaction*

Han Jeong Seop · Kwon Do soon · Kim Seong Jun

#### 〈Abstract〉

In this study, we would like to consider the main factors that influence psychological well-being by using social network service. suggest ways to use healthy social network services, and empirically verify how behavioral approaches, in other words self-determination theory, that deals with human psychological needs, affect psychological well-being by self-esteem and satisfaction to comprehensively examine the characteristics of service and user individuals and social influences, etc.

First research result, it has been confirmed that the autonomy has a positive effect on self-esteem. Second, it has been confirmed that the autonomy does not have a positive effect on satisfaction. Third, it has been confirmed that the competence has a positive effect on self-esteem. Fourth, it has been confirmed that the competence does not have a positive effect on satisfaction. Fifth, it has been confirmed that the relationship has a positive effect on self-esteem. Sixth, it has been confirmed that the relationship does not have a positive effect on satisfaction. Seventh, it has been confirmed that self-esteem has a positive effect on psychological well-being. Eighth, it has been confirmed that self-esteem has a positive effect on satisfaction. Ninth, it has been confirmed that satisfaction has a positive effect on psychological well-being.

These results mean that meeting basic human psychological needs has a significant impact on psychological well-being of the social network service users. In addition, it was confirmed that increasing the desire for autonomy, competence, relationship, which are factors of self-determination, is an important factor to enhance psychological well-being.

Key Words : Social Network Service, Self-Esteem, Satisfaction, Psychological Well-Being, Self-Determination Theory

## I. 서론

최근 초연결 5G 무선통신망의 인프라가 갖춰지면서 뛰어난 성능을 가진 다양한 스마트기기의 보급으로 소셜네트워크서비스(SNS)는 우리 일상생활 속에서 필수불가결한 서비스로 자리 잡고 있다[1]. 또한 SNS를 이용하면서 타인의 지지를 통해 주관적 행복감과 자존감이라는 정서적 보상을 받고 온·오프라인의 관계를 강화시킬 수 있다는 점에서 사람들의 관심을 가지고 있다[2]. 이는 사회적 관계는 대면 상황뿐만 아니라 온라인상에서도 중요하다고 할 수 있다.

SNS는 이용자의 인적 네트워크에 기반하여 인터넷 망을 통하여 이용자 간 상호작용을 하는 것을 의미한다[3]. SNS를 통해 온라인상에서 타인과 사회적 관계를 맺는 서비스로 자신의 생각을 공유하고 의견을 주고받는 상호작용의 기회를 만들고 있다[4]. 이는 SNS가 공통 관심사의 단순한 정보교환이 아니라 시간과 공간의 제약을 받지 않고 타인과 관계를 형성하고 유지하는 중요한 수단으로 발전되고 있다.

2018년 현재 전 세계 인구의 인터넷 이용률은 91.5%로 2017년 대비 1.2% 증가하였으며, 인터넷 이용자 수는 4,612만 5천 명으로 전년 대비 84만 2천 명 증가한 것으로 나타났다. 또한 만 60세 이상 노년층의 인터넷 이용률은 65.4%로 조사되어 꾸준한 증가를 보였다[5]. 그리고 인터넷을 이용하는 목적은 SNS가 94.8%로 가장 높았으며, 자료 및 정보 획득(93.7%), 여가활동(92.5%) 등으로 조사되었다[6]. 2013년 6월 기준으로 95.5%가 스마트폰을 보유하고 있으며, 스마트폰을 이용하여 인터넷을 이용하는 목적은 자료 및 정보습득(95.9%), 커뮤니케이션(94.6%) 등으로 조사되었다[7]. 이는 SNS의 주이용자는 10대와 20대의 젊은

연령층이지만 10대부터 60대 까지 전 연령층에 보편화 되었다. SNS는 이용자의 의사소통에 대한 개념을 완전히 바꿔 놓은 것 뿐만 아니라, 기업의 마케팅 환경에도 많은 변화를 주었다. SNS를 통해 빠르게 전파되는 정보에 대한 분석능력은 기업의 핵심 경쟁력으로 자리잡고 있다. 이는 SNS를 통해 생성되고 공유되는 정보가 개인과 기업 모두에게 유용하게 사용되고 있다. 이처럼 SNS의 영향력은 급격하게 증대되고 있다. 그리고 허위 정보와 잘못된 정보로 인한 피해사례도 증가하고 있으며, 이용자들의 생각과 가치관에 따라 스트레스를 받거나 스스로의 감정을 드러내고 있다. 또한 SNS 이용자의 부정적인 심리에 기반한 측면이 부각되고 있지만, 아직까지 SNS 이용자의 기본심리욕구를 체계적으로 이해하고자 하는 연구는 거의 없다. 최근까지 진행된 연구들은 SNS광고에 대한 연구로 주를 이루어왔다[8~10]. 그리고 행동이론을 근거로 하는 실증연구가 이루어지고 있다[11~13]. 또한 특정 집단을 중심으로 SNS 이용요인에 대해 만족을 다루는 연구가 주를 이루어져 왔다[14~16].

이상의 논의를 바탕으로 본 연구의 차별화는 2가지로 구분된다. 첫째, 이용자 측면에서의 SNS 이용이 심리적안녕감에 미치는 주요 요인들을 교육심리학 분야에서 적용되고 있는 자기결정성 이론을 연결했다는 점에서 학제간 연구가 중요하다. 둘째, SNS 이용자에 관한 연구는 서비스 및 이용자 개인의 특성과 사회적 영향 등을 종합적으로 살펴보아야 하므로 행동학적 접근방법으로서의 연구가 반드시 필요하다. 이를 위해 인간의 심리욕구를 다룬 자기결정성 이론(Self-Determination Theory)의 3가지 중요한 변수가 자기존중감과 만족을 통해 심리적안녕감에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 검증하고자 한다.

본 논문은 다음과 같이 구성하였다. 제 I 장 서론은 연구의 현황과 연구목적 및 구성으로 정리하였다. 제 II 장에서는 소셜네트워크서비스의 종류와 특성을 정리하고 심리적안녕감에 대한 자기결정성이론과 자기

\* 남서울대학교 복지경영대학원 빅데이터콘텐츠융합학과 석사과정(제1저자)

\*\* 청운대학교 교양대학 강사

\*\*\* 남서울대학교 복지경영대학원 빅데이터콘텐츠융합학과 교수(교신저자)

존중감, 만족에 대한 선행연구를 살펴보았다. 제Ⅲ장에서는 연구모형과 가설을 설정하였다. 제Ⅳ장에서는 변수의 정의와 연구대상 그리고 분석단위를 기술하였다. 제Ⅴ장에서는 가설검증 및 결과분석을 실증 검증하였다. 제Ⅵ장에서는 본 연구의 결과 및 시사점, 마지막으로 향후 연구방향에 대해 논의하였다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 소셜네트워크서비스(SNS, Social Network Service)

소셜네트워크서비스(SNS)는 온라인에서 공통의 관심사를 가지는 이용자 간의 관계 형성을 지원하는 서비스를 의미한다[17]. 또한 SNS는 이용자들 간의 관계를 통해 커뮤니티를 형성하고 정보 공유 및 상호작용을 지원하는 온라인 기반의 인맥형성 서비스라고 정의하였다[18]. SNS는 온라인에서 서로 연결된 이용자들이 다양한 사회적 이슈에 관해 지속적으로 자신의 생각과 의견, 경험 등을 공유한다. 그리고 SNS 대화를 통해 이용자들 간 쌍방향 소통을 형성하는 중간매체 역할을 한다[19]. 이와 함께 SNS는 전통적인 방송이 대중들에게 일방적으로 전달하는 방식과는 다

르게 쌍방향 소통을 통해 이용자들의 활동과 참여를 적극적으로 유도하는 특징을 가지고 있다. 그리고 정보를 생산하고 공유하거나 다양한 미디어의 조합이나 링크를 통해 정보 및 이슈가 재생산되고 확산되는 특징을 가지고 있다[20]. SNS는 서비스의 기능에 따라 프로필, 비즈니스, 블로그, 버티컬, 협업, 커뮤니케이션, 관심주제, 마이크로블로깅으로 분류할 수 있다[21]. <표 1>은 서비스유형을 기능별로 비교한 것이며, 이들 유형들은 어느 한쪽에만 치우치지 않고 다른 유형들의 속성에도 포함되는 공통적인 특징을 가지고 있다[22].

<표 2>는 2019년 국내 SNS 이용 현황에 관한 것으로, 페이스북의 점유율이 29.6%로 가장 높게 나타났고, 카카오톡, 인스타그램, 밴드, 트위터 순으로 많이 사용되고 있는 것으로 나타났다[23]. <표 3>은 2020년 국내 SNS 이용 현황에 관한 것으로, 유튜브의 이용률(중복 답변)이 80.0%로 가장 높게 나타났고, 밴드, 카카오톡, 페이스북, 인스타그램, 트위터, 기타 순으로 많이 사용되고 있는 것으로 나타났다[24].

<표 4>는 국내에서 주로 사용하는 SNS 현황에 관한 것으로, 2020년 현재 국내 이용자가 가장 많이 사용하고 있는 SNS는 구글의 유튜브로 주 이용자의 연령층이 10대에서 40대로 사이로 분포되어 있다[25]. 이는 기존 방송·신문 등의 보조 채널로 활용되는 등

<표 1> 기능별 소셜네트워크서비스 유형[22]

분 류	기 능	서 비 스
프로필	누구나 참여가 가능한 서비스로 특정 사용자 및 분야의 제한이 없음	페이스북, 카카오톡, 싸이월드, 마이스페이스
비즈니스	전문적인 서비스로 업무 및 사업관계를 주요 목적으로 하고 있음	링크나우, 링크드인, 비즈스페이스
블로그	개인 미디어인 블로그를 기반으로 소셜네트워크 기능이 결합된 서비스임	네이트통, 윈도우라이브
버티컬	특정 관심분야만 공유하는 서비스로 사진, 비즈니스, 게임, 음악, 레스토랑 등이 있음	유튜브, 인스타그램, 핀터레스트, 패스, 포스퀘어, 링크드인
협업	협업 기반의 서비스로 공동 창작 등이 있음	위키피디아
커뮤니케이션	사용자 간 연결 커뮤니케이션 중심의 서비스로 채팅, 메일, 동영상, 컨퍼런싱 등이 있음	세이클럽, 네이트온, 이버디, 비보
관심주제	분야별 관심주제에 따라 특화된 네트워크 서비스	도그스터, 와인로그, 트렌드밀
마이크로 블로깅	회사 및 상사가 공정하게 상담할 수 있도록 해주는 정도를 의미하는 정보라고 의미한다.	트위터, 텀블러, 미투데이

<표 2> 소셜네트워크서비스 이용현황[23]

서비스	페이스북	카카오토리	인스타그램	밴드	트위터
점유율	29.6%	26.3%	19.3%	10.6%	5.3%

<표 3> 미디어·콘텐츠·소셜네트워크서비스 이용률[24]

서비스	유튜브	밴드	카카오토리	페이스북	인스타그램	트위터	기타
이용률	80.0%	48.0%	45.0%	36.0%	29.0%	16.0%	16.0%

<표 4> 소셜네트워크서비스 현황[25]

서비스	유튜브	페이스북	인스타그램	카카오토리	밴드
서비스 시작일	2005년 4월	2003년 10월	2010년 7월	2012년 3월	2012년 8월
업체	구글	페이스북	페이스북	다음카카오	네이버
특징	동영상 중심, 구독	인맥중심의 관계형성, 랜페이지, 타임라인	페이지 디자인, 카메라 필터, 이미지/동영상 중심	소규모 그룹중심	소규모 그룹, 커뮤니티
형태	개방형	폐쇄형	폐쇄형	폐쇄형	폐쇄형
주 이용자	10 ~ 40대	10 ~ 50대	10 ~ 40대	40 ~ 50대	20 ~ 50대

다른 SNS에 비해 미디어 플랫폼의 성격이 강하고 유튜브에 가입하지 않은 사람도 연상을 보거나 링크를 공유할 수 있어 접근이 쉬운 개방형 형태의 서비스가 핵심적인 역할을 하고 있다. 이러한 SNS에 관한 선행 연구는 다음과 같다. 김유미[26]의 연구에서는 SNS의 커뮤니케이션이 확장되면서 무관심하던 사회이슈나 정치 등에 관심을 가지고 참여하는 경우가 늘어났으며 서로의 생각과 의견을 교류하여 '여론 형성'이라는 사회적 차원에서의 생산적 의미를 가질 수 있다고 하였다. 정일권·유경한[27]의 연구에서는 SNS에 소식을 올리는 행위가 친구들과 연결되어 있다는 느낌을 받게 함으로써 외로움을 감소시켜주는 긍정적 기능을 한다[28]라고 하였다. 또한 Turkle[29]의 연구에서는 사회적으로 인정받기 위한 심리적 압박을 벗어난 온라인 공간에서 자신을 표출하거나 지식을 공유하는 활동이 더 용이하다고 하였다[30].

## 2.2 자기결정성 이론(Self-Determination Theory)

자기결정성이란 개인 스스로가 조절할 수 있고, 자율적으로 움직이게 할 수 있도록 하는 기술, 지식, 신념을 의미한다[31]. 자기결정성 이론은 사람들이 어떤 활동을 내재적인 이유와 외재적인 이유에 의해 참여하게 되었을 때 발생하는 결과는 전혀 다른 결과가 나타나는 이론이다[32]. 또한 Deci & Ryan[33]의 연구에서는 자기결정성이론은 개인의 행동 및 성격발달에 대한 자기 조절을 구분하기 위해 내적 근거의 중요성을 강조한 이론이며 내재적 및 외재적 동기를 연속선상에서 볼 수 있다. 그리고 내재적 동기와 외재적 동기를 구분하지 않고, 내재적 및 외재적 동기가 내면화되어 자기결정에 의해 자신을 통제하고 조절할 수 있다고 주장하였다[34].

이를 기반으로 자기결정 연속선에 따른 동기유형은 <표 5>로 설명할 수 있다. 자기조절 동기는 자기결정성의 개입이 높은 순으로 동기 유형을 나열하면 내재적 동기, 통합된 조절 동기, 동일시된 조절 동기,

<표 5> 독립변수의 아이템(측정항목)

행동 (Behavior)	비자기결정성 (Nonself-Determined)					자기결정적 (Self-Determined)
동기 (Motivation)	무동기 (Amotivation)	외재적 동기(Extrinsic Motivation)				내재적 동기 (Intrinsic Motivation)
조절양식 (Regulatory Styles)	무조절 (Non-Regulation)	External Regulation (외적 조절)	Introjected Regulation (투입된 조절)	Identified Regulation (동일시된 조절)	Integrated Regulation (통합된 조절)	내적조절 (Intrinsic Regulation)
인지된 인과 소재 (Perceived Locus of Causality)	개인의 (Impersonal)	외적 (External)	다소 외적 (Somewhat External)	다소 내적 (Somewhat Internal)	내적 (Internal)	내적 (Internal)
관련 조절 과정 (Relevant Regulatory Processes)	무의도 (Nonintentional) 무가치 (Nonvaluing) 무능력 (Incompetence) 통제의 결여 (Lack of Control)	컴플라이언스 (Compliance) 외적인 보상 및 처벌 (External Rewards and Punishments)	자기-조절 (Self-control) 자아 관여도 (Ego-Involvement) 내적 보상 및 처벌 (Internal Rewards and Punishments)	개인의 중요성 (Personal Importance) 및 가치의식 (Conscious Valuing)	일치성과 (Congruence) 자각 (Awareness) 자기와의 통합 (Synthesis with Self)	흥미 (Interest) 즐거움 (Enjoyment) 내재적 만족감 (Inherent Satisfaction)

투입된 조절 동기, 외적 조절 동기, 무동기가 연속선 상에 놓이게 된다. 동기유형을 상세하게 살펴보면 첫째, 내재적 동기는 자기 스스로 결정하고 실천할 수 있는 행동을 통해 삶에 대한 즐거움, 흥미, 내재적 만족감을 느끼는 것을 의미한다. 둘째, 통합된 조절 동기는 외재적 동기 중 가장 자율적이며 완전하게 내재화된 형태이다. 이는 개인은 자신의 완전하게 동화된 선택된 조절에 의해 행동을 하지만 여전히 행동이 가지고 있는 고유한 속성으로 인해 행동하는 것이 확인하기 어렵다. 그리고 조절이 내면화 될수록 개인은 자신의 정체성 또는 가치의 다른 측면들과 조화가 이루어져 행동의 원인을 완전히 수용한다고 볼 수 있다. 셋째, 동일시된 조절 동기는 개인이 행동의 목표를 완전하게 내면화 시키지는 않아도 스스로 그 가치를 인정하여 수용한 상태를 의미한다. 따라서 어떠한 행동이 가치가 있다고 판단되어 행동을 하지만 그 자체만의 기쁨이나 자기만족 보다는 원하는 목표를 달성하기 위해 행동하는 것이므로 완전히 내재화된 것은 아니다. 넷째, 투입된 조절 동기는 자신의 의지가 개입되는 상태에서 행동에 대한 원인을 내면화시키

기 시작하는 단계이다. 하지만 근본적으로 외부의 압력에 기초한 것으로 자신과 타인 모두에게 인정받고 비판을 회피하기 위해 취하는 행동이라고 할 수 있다. 다섯째, 외적조절 동기는 외재적 동기 중에서 자기결정성 없이 외적 제약에 의해 행동하는 것을 의미한다. 여섯째, 무동기는 행동하려는 의지가 없는 상태로 자기결정성이 전혀 없는 것을 의미한다[33].

자기결정성이론의 주요 변수에는 개인의 심리욕구인 자율성, 유능성, 관계성이 있다. 개인의 행복감과 사회 발전에 도움을 주는 이 변수들은 자기결정성을 높일 수 있게 도와주는 인간의 본원적 감정이라고 할 수 있다[33]. 자율성은 개인의 자유의지를 통해 스스로 생각하고 조절하여 행동하는 것을 의미한다[35]. 유능성은 인간은 누구나 자신이 능력이 있는 사람이 되길 희망하고 기회가 주어지게 되면 자신의 능력을 향상시키기를 원하는 것을 의미한다[32]. 관계성은 타인과 관계를 맺고 있다는 느낌으로, 타인에게 관심을 가지고 있으며 타인 또한 자신을 배려한다고 느끼고, 자신이 소속된 사회에 속해 있다고 느끼고 싶은 요구를 가지고 있다는 것을 의미한다[33].

## 2.3 자기존중감

자기존중감은 개인 스스로 자신을 긍정적으로 믿는 정도를 가리키며, 이를 인정하고 수용하는 태도를 가리키는 것으로 개인적인 기준이며 주관적인 판단인 것이다[36]. 또한 자기존중감은 자기 자신을 바람직한 존재로 생각하고 스스로를 존경하고 가치가 있다고 여기는 것이다.

자기존중감이 높은 사람과 낮은 사람의 유형으로 분류할 수 있다. 첫째, 자기존중감이 높은 사람은 자신의 모든 생활에 대해 가치 있고 보람 있다고 생각하면서 자신감을 가지고 행동하기 때문에 사회생활을 원만하고 진취적이며 활력 있는 삶을 전개하게 된다. 둘째, 자기존중감이 낮은 사람은 자기존중감이 낮은 사람은 자기 자신을 쓸모없고 약하고 가치가 없다고 생각하여 스스로를 학대하거나 열등감을 가지게 된다고 하였다[37]. 자기존중감이 높은 사람은 적극적인 사고와 행동을 통해 새로운 것을 추구 할 수 있는 특성이 있는 반면, 자기존중감이 낮은 사람은 자신에 대한 불확실성으로 인해 적극적으로 행동하는 경우가 적다고 하였다. 따라서 자기존중감이 낮은 사람들이 성취도에서 나쁜 결과나 실패에 대한 피드백을 받았을 때 인지, 감정, 행동 면에서 더욱 민감하게 부정적인 반응을 보일 것으로 추측할 수 있다고 주장하였다[38].

## 2.4 만족

만족은 행복의 요소 중 하나로 개인이 처한 상황을 주관적으로 판단하는 것이라고 정의하였다[39~42]. 이성준·이효성[43]의 연구에 의하면 삶의 만족도는 개인의 일상생활을 구성하는 활동을 통해 느끼는 기쁨과 자신의 삶의 목표를 성취했다고 느끼는 긍정적인 태도와 감정을 유지하는 것이라고 정의하였다.

이지수[44]의 연구에서는 일과 삶의 균형과 만족간

의 관계에서 일과 삶의 갈등이 적을수록 삶의 만족은 높아진다고 하였다. 또한 일상생활에서 희망과 행복이라는 긍정적인 정서 체험을 통해 삶에 만족하면서 살아갈 수 있다고 하였다[45]. 이는 만족이 개인의 특성과 외부 환경들의 상호보완적 관계를 통해 느낄 수 있는 주관적인 특징을 가지고 있음을 알 수 있다는 것이다.

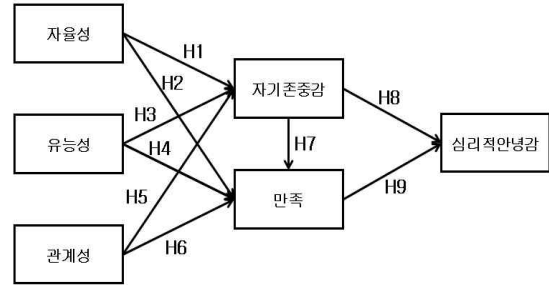
이러한 만족에 관한 선행 연구는 다음과 같다. 이영원[46]의 연구에 의하면 자신의 삶에 대한 만족도가 높을수록 다양한 매체 이용이나 네트워크 활용이 활발할 수 있다는 매체 이용 효과를 가정할 수 있다고 주장하였다. 이원식[47]의 연구에 의하면 삶의 만족도가 낮을수록 게임을 자주 즐기고 부모와의 상호관계와 또래관계가 부정적인 것으로 나타났다. 즉 자신의 삶에 불만족할수록 학업 성취도가 낮아지고, 실패로 인한 좌절감으로 두려움과 불안감이 높아져 대인관계 및 사회적 상호작용의 부적응으로 이어질 수 있다고 하였다.

## 2.5 심리적안녕감

심리적안녕감은 개인이 사회구성으로서 심리적으로 얼마나 사회에 잘 적응하고 있는가로 정의한다[48]. 또한 정태환[49]의 연구에서는 심리적안녕감은 개인의 잠재력을 실현하는 과정에서 행동과 동반되어 표출되는 감정이라고 하였다. 심리적안녕감은 6가지 차원으로 구분된다[50, 51]. 첫째, 자아수용성은 자신에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있는 것을 의미한다. 자아수용성이 높은 사람은 자신의 장점은 물론 단점을 인지하고 수용하며, 과거의 삶에 대해 긍정적으로 느낀다. 둘째, 긍정적 대인관계는 타인과 따뜻하고 만족스러운 신뢰 관계를 갖는 것을 의미한다. 긍정적 대인관계 능력이 높은 사람일수록 높은 공감과 친밀감을 가지고 있으며 이를 통해 인간관계의 상호 교류를 이해할 수 있다. 셋째, 자율성은 자기 결정적

이고, 독립적인 특성을 의미한다. 자율성이 높은 사람은 타인의 기준이 아닌 자기기준에 의해 스스로를 평가한다. 넷째, 환경에 대한 통제력이란 환경을 관리하고 지배하는 능력을 의미한다. 환경통제력이 높으면 개인적인 필요 및 가치에 적합한 환경을 선택하거나 스스로 적합한 환경으로 변화시킬 수 있다. 다섯째, 삶의 목적은 뚜렷한 삶의 목표와 방향 감각을 갖고 있는 것을 의미한다. 삶의 목표가 명확한 사람은 자신의 삶이 가치가 있다고 느끼며, 왜 사는지에 대한 정답을 가지고 있다. 여섯째, 개인적 성장은 계속적으로 발전해 나간다고 스스로 느끼는 정도를 의미한다. 개인적 성장에 대한 욕구가 높은 사람은 새로운 경험에 대한 수용을 잘하고, 자신의 잠재력을 발전시키기 위해 노력한다. 나열된 6가지 차원을 요약해보면 심리적안녕감이 높다는 것은 자신 스스로에 대한 수용적인 태도를 기반으로 긍정적인 대인관계, 명확한 삶의 목적을 실현시키려는 강한 의지가 있다고 할 수 있다[52].

이러한 심리적안녕감에 관한 선행 연구는 다음과 같다. 박은화[53]의 연구에서는 내현적 자기애는 SNS를 통해 사회적 지지를 얻게 되지만 결국 사회적 지지는 SNS중독으로 이끌어 심리적안녕감을 낮춘다고



<그림 1> 연구모형

주장하였다. 김선정[54]의 연구에서는 타인의 SNS 콘텐츠의 내용을 확인한 후의 감정 상태를 확인해보면 긍정적·부정적 감정이 동시에 낮아져 심리적안녕감에 부정적인 영향을 끼치는 것은 긍정적 감정과 부정적 감정이 서로 독립적으로 동작하고 있음을 설명해 준다고 주장하였다.

### III. 연구모형 및 가설설정

#### 3.1 연구 모형의 설정

본 연구는 국내 SNS 이용자들의 심리적안녕감에

<표 6> 변수의 조작적 정의

변수	조작적 정의	선행연구
자율성	스스로 목표를 세워 행동하는 조절자라고 믿고, 자신에게 중요한 것과 가치 있는 것이 무엇인가를 결정할 수 있는 자유를 의미한다.	Deci et al.[88]; Ryan & Deci[33]; 이명희,김아영[89]
유능성	스스로 능력 있는 사람이 되길 원하고 기회가 주어지면 자신의 능력과 기술 그리고 재능을 향상시키려고 끊임없이 노력하는 것을 의미한다.	
관계성	자신이 타인과 연결되어 있고, 서로에게 관심을 가지고 배려하고 있다고 느끼고, 자신이 속한 사회에 소속되어 있다고 느끼는 것을 의미한다.	
자기존중감	자신을 존중하는 정도와 스스로를 가치 있는 사람으로 생각하는 정도를 의미한다.	Rosenberg[37]; 장정아[90]; 김광진[91]
만족	자신의 현재 생활의 조건과 경험하고자 하는 생활의 조건 사이의 비교에 의해 결정되는 삶의 만족을 의미한다.	Diener[41]; 이신혜[92]
심리적 안녕감	현재의 삶에서 자신의 부정성을 치료하여 정상적인 삶을 영위하는 것을 의미한다.	Ryff[42]; 추경훈[93]; 이다은[94]

영향을 미치는 요인들을 파악하고 이들 요인들이 자기존중감과 만족을 통해 심리적안녕감에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 본 연구모형은 자기존중감과 만족을 강조한 자기결정성 이론의 주요 변수를 추가하였다. 구체적으로 SNS의 영향요인인 자율성, 유능성, 관계성이 매개변수인 자기존중감, 만족을 통하여 종속변수인 SNS 이용자의 심리적안녕감에 어떠한 인과관계가 있는지 살펴보고자 하였다. 본 연구의 연구모형은 <그림 1>과 같다.

### 3.2 연구변수의 조작적 정의

본 연구에서는 자기결정성 이론과 관련된 선행연구들을 기반으로 도출된 SNS 이용자의 자기결정성 이론이 심리적안녕감에 미치는 영향요인에 대한 개념적 정의를 내리고 선행연구들의 측정항목을 수정하여 설문문항을 구성하였다. <표 6>에는 변수의 조작적 정의 및 측정항목으로 독립변수인 자율성, 유능성, 관계성의 3가지 영향요인과 매개변수인 자기존중감, 만족 그리고 종속변수인 심리적안녕감을 정리하였다. 그리고 <표 5>, <표 6>은 각 연구 변수의 측정항목을 정리하였다.

### 3.3 연구가설의 설정

#### 3.3.1 자율성과 자기존중감

자기결정성의 자율성과 자기존중감 간의 관계를 살펴보면 다음과 같다. 경제연[55]의 연구에서는 독서치료를 통한 아동의 자율성과 자기존중감의 상관관계를 검증하였다. 연구결과 독서치료를 통해 자기존중감은 109점에서 185점으로 향상되었고, 자율성은 47점에서 69점으로 향상되었다. 이를 통해 자율성과 자기존중감은 양의 상관관계를 가지고 있는 것으로 파악되었다. 성미혜 외[56]의 연구에서는 간호사의 전

문직 자율성이 자기존중감에 미치는 영향을 알아보 고자 하였다. 연구결과 전문직 자율성이 높을수록 자기존중감이 높은 것으로 확인되었다. 이는 자율성이 자기존중감에 유의하게 영향을 미치는 것임을 시사하고 있는 것이다. 전주언[57]의 연구에서는 자기존중감 향상 활동이 지적장애학생의 자율성에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 자율성 향상 활동은 지적장애학생의 자율성에 긍정적인 영향을 주는 것으로 확인되었다.

이를 통해 설정된 SNS 이용자의 자율성과 자기존중감의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 H1: 소셜네트워크서비스 이용자의 자율성은 자기존중감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

#### 3.3.2 자율성과 만족

자기결정성의 자율성과 만족 간의 관계를 살펴보면 다음과 같다. 정현옥, 채경미[58]의 연구에서는 자기결정성 요인이 조혈모세포이식병동 간호사의 직무만족도에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 일반병동이나 응급실 간호사들보다 독립적이고 자율적인 판단을 존중하는 병동분위기로 직무만족도가 다소 높게 나타난 것으로 확인되었다. 임지영, 박신의[59]의 연구에서는 자기결정성 요인이 뮤지컬 관객의 SNS사용의 만족에 미치는 영향을 알아보 고자 하였다. 연구결과 자기결정성의 자율성은 뮤지컬 관객의 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Ruotzu Chu, 임소혜[60]의 연구에서는 자기결정성 요인이 AI챗봇 사용만족도에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 자기결정성의 자율성은 AI챗봇 사용만족도에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 확인되었다.

이를 통해 설정된 SNS 이용자의 자율성과 만족의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.



가설 H2: 소셜네트워크서비스 이용자의 자율성은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 3.3.3 유능성과 자기존중감

자기결정성의 유능성과 자기존중감 간의 관계를 살펴보면 다음과 같다. 이소영, 이경순[61]의 연구에서는 자기존중감이 대인관계 유능성에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 대인관계 유능성이 높을수록 자기존중감이 높은 경향을 나타내는 것으로 확인되었다. 박종희[62]의 연구에서는 화상환자의 극복력 영향요인인 유능성이 자기존중감에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 자기결정성의 유능성은 자기존중감과 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 나타내는 것으로 확인되었다. 오정화[63]의 연구에서는 임금근로자 지체장애인의 직무 만족에 유능성과 자기존중감이 미치는 영향을 알아보려 하였다. 연구결과 유능성과 자기존중감은 임금근로자 지체장애인의 직업능력에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 유능성과 자기존중감의 향상을 통해 직업능력을 향상할 수 있음을 시사하고 있는 것이다.

이를 통해 설정된 SNS 이용자의 유능성과 자기존중감의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 H3: 소셜네트워크서비스 이용자의 유능성은 자기존중감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 3.3.4 유능성과 만족

자기결정성의 유능성과 만족 간의 관계를 살펴보면 다음과 같다. 이동현[64]의 연구에서는 여행상품 선택에 있어 자기결정성과 고객만족의 상관관계를 검증하였다. 연구결과 자기결정성의 유능성은 만족에 유의한 영향을 미쳐 여행자가 선택한 여행상품의 만족도가

커지는 것으로 파악되었다. 권두순 외[65]의 연구에서는 자기결정성 요인이 스마트폰 만족에 미치는 영향을 알아보려 하였다. 연구결과 자기결정성의 유능성은 몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 몰입은 만족에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 자기결정성의 유능성이 만족에 유의한 영향을 미치는 것임을 시사하고 있는 것이다. 최동락과 이형백[66]의 연구에서는 호텔회계정보시스템 품질과 사용자 만족이 컴퓨터 자기효능감에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 자기효능감 변수가 품질과 사용자 만족에서 조절효과가 있는 것으로 확인되었다. 이는 컴퓨터 자기효능감이 높은 개인은 회계정보시스템 품질에 보다 민감하고 상대적으로 많은 영향을 끼치고 있음을 시사하고 있는 것이다. 이를 통해 설정된 SNS 이용자의 유능성과 만족의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 H4: 소셜네트워크서비스 이용자의 유능성은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 3.3.5 관계성과 자기존중감

자기결정성의 관계성과 자기존중감 간의 관계를 살펴보면 다음과 같다. 이진철[67]의 연구에서는 운동참여자의 자기결정성의 관계성과 자기존중감의 상관관계를 검증하였다. 연구결과 관계성은 자기존중감에 정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이소연[68]의 연구에서는 SNS 이용집단 판별요인 중 자기결정성의 관계성이 자기존중감에 미치는 영향을 알아보려 하였다. 연구결과 관계성 즉, 외향적이고 개인의 혁신성향이 높은 이용자일수록 자기존중감이 높은 것으로 나타났다. 김기조[69]의 연구에서는 성과-급여연결성 인식과 보상만족과의 관계에 있어 자기존중감에 미치는 효과에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 성과-급여연결성인식에서 자

기존중감이 보상만족에 조절효과가 있는 것으로 확인되었다. 이는 자기결정성의 관계성은 자기존중감이 높은 사람일수록 강한 관계를 나타내고 있어 관계성이 자기존중감에 유의미한 영향을 끼치고 있음을 시사하고 있는 것이다. 이를 통해 설정된 SNS 이용자의 관계성과 자기존중감의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 H5: 소셜네트워크서비스 이용자의 관계성은 자기존중감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 3.3.6 관계성과 만족

자기결정성의 관계성과 만족 간의 관계를 살펴보면 다음과 같다. 고대선[70]의 연구에서는 홈트레이닝 참여자들의 자기결정성의 관계성과 운동만족의 상관관계를 검증하였다. 연구결과 관계성은 운동만족에 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 강태형 외[71]의 연구에서는 e스포츠 대회 참여자의 자기결정성의 관계성이 만족도에 미치는 영향을 알아보려고 하였다. 연구결과 자기결정성의 관계성은 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김수민[72]의 연구에서는 자기결정성의 관계성이 결혼생활 만족에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 자기결정성의 관계성은 남편과 아내 모두 자기효과가 상대방효과보다 유의미하게 영향을 끼치고 있음을 알 수 있었다. 이를 통해 설정된 SNS 이용자의 관계성과 만족의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 H6: 소셜네트워크서비스 이용자의 관계성은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 3.3.7 자기존중감과 만족

자기존중감과 만족 간의 관계를 살펴보면 다음과

같다. 홍혜연[73]의 연구에서는 서울소재 병원을 중심으로 서비스교육훈련이 자기존중감을 매개로 하여 직무만족에 미치는 상관관계를 검증하였다. 연구결과 자기존중감은 직무만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이상희와 이형룡[74]의 연구에서는 호텔 종사자의 체면민감성이 자기존중감을 매개로 하여 직무만족에 미치는 영향을 알아보려고 하였다. 연구결과 자기존중감은 직무만족에 정의 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 조경희와 배현숙[75]의 연구에서는 대학생의 자기존중감이 생활만족에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 자아존중감은 생활만족에 통계적으로 유의한 정의 영향을 주는 것으로 나타났다. 이를 통해 설정된 SNS 이용자의 자기존중감과 만족의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 H7: 소셜네트워크서비스 이용자의 자기존중감은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 3.3.8 자기존중감과 심리적안녕감

자기존중감과 심리적안녕감 간의 관계를 살펴보면 다음과 같다. 윤성신 외[76]의 연구에서는 페이스북에서 인식된 사회자본이 자기존중감을 매개로 하여 심리적 안녕감에 미치는 상관관계를 검증하였다. 연구결과 개인의 높은 자기존중감은 심리적안녕감에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 최은미와 장영호[77]의 연구에서는 심리적안녕감이 서비스 종사원들의 자기존중감에 미치는 영향을 알아보려고 하였다. 연구결과 자기존중감은 심리적안녕감의 자기수용, 삶의 목적, 긍정적 대인관계, 자율성 요인에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이진균[78]의 연구에서는 소비자의 자기존중감이 심리적안녕감에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 연구결과 긍정심리학적 관점에서 소비자의 자기존중감은 심리적안녕감에 직

접적 영향을 미칠 수 있음을 알 수 있었다. 이를 통해 설정된 SNS 이용자의 자기존중감과 심리적안녕감의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 H8: 소셜네트워크서비스 이용자의 자기존중감은 심리적안녕감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 3.3.9 만족과 심리적안녕감

만족과 심리적안녕감 간의 관계를 살펴보면 다음

과 같다. 조정휘[79]의 연구에서는 삶의 만족과 심리적안녕감의 상관관계를 검증하였다. 연구결과 삶의 만족과 심리적안녕감은 유의한 정적 상관관계를 보인 것으로 나타났다. 정유선[80]의 연구에서는 여가활동만족이 심리적안녕감에 미치는 영향을 알아보았다. 연구결과 여가활동 만족도가 높을수록 삶의 목적, 자율성, 개인적 성장, 환경통제력, 자아수용, 긍정적 대인관계가 높은 것으로 나타났다. 이를 통해 만족이 심리적안녕감에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이은주[81]의 연구에서는 직업만족이 중년남

<표 7> 독립변수의 측정항목

연구 변수	구성 개념	설문내용	관련 연구
자율성 (PAS)	PAS1	나는 소셜네트워크서비스를 내가 하고 싶을 때 이용한다.	Deci et al.[88]; Ryan & Deci[33]; 이명희,김아영[89]
	PAS2	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내가 업로드 하고 싶은 사진, 동영상 또는 글을 스스로 결정한다.	
	PAS3	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 나의 의견보다는 자주 다른 사람의 의견에 공감하거나 동의하는 편이다.	
	PAS4	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 대체로 내 생각과 의견을 자유롭게 표현할 수 있다고 느낀다.	
	PAS5	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 다른 사람과 소통을 통해 새로운 일(취미)에 도전하고 싶다고 느낀다.	
	PAS6	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 다른 사람의 의견에 따라 행동하지 않고 스스로 행동하는 경우가 많다.	
유능성 (PC)	PC1	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내 자신이 매우 효율적이라고 느낀다.	Deci et al.[88]; Ryan & Deci[33]; 이명희,김아영[89]
	PC2	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내가 하는 활동들로부터 성취감을 느낀다.	
	PC3	나는 소셜네트워크서비스의 친구들은 내가 일을 잘 한다고 말한다.	
	PC4	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내게 주어진 일을 잘 해결할 능력이 있다고 느낀다.	
	PC5	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내가 아는 것을 다른 사람에게 가르칠 수 있다고 느낀다.	
	PC6	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 다른 사람보다 잘 하는 것이 많다고 느낀다.	
관계성 (PR)	PR1	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내 주변 사람들로부터 사랑과 관심을 받는 것을 느낀다.	Deci et al.[88]; Ryan & Deci[33]; 이명희,김아영[89]
	PR2	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 나와 정기적으로 만나는 사람들은 나를 별로 좋아하지 않는 것 같다(R).	
	PR3	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내가 만나는 사람들과 잘 지낸다.	
	PR4	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내 주변 사람들을 정말 좋아한다.	
	PR5	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내 주변 사람들과 평소에 서로 도움을 주고 받는다.	
	PR6	나는 소셜네트워크서비스를 이용하면서 내 주변사람들은 평소에 나와 감정을 공유할 때가 많다.	

성의 심리적안녕감에 미치는 영향을 확인하고자 하였다. 연구결과 직업만족이 심리적안녕감에 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이를 통해 설정된 SNS 이용자의 만족과 심리적안녕감의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 H9: 소셜네트워크서비스 이용자의 만족은 심리적안녕감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

## IV. 연구방법

### 4.1 연구 변수의 조작적 정의

본 연구는 선행연구들을 기반으로 도출된 SNS 이용자의 심리적안녕감에 미치는 자기결정성 영향요인에 관한 개념적 정의를 내리고 선행연구자들의 측정

<표 8> 매개변수의 측정항목

연구 변수	구성 개념	설문내용	관련 연구
자기존중감 (IES)	IES1	나는 나 자신을 긍정적으로 느낀다.	Rosenberg[37]; 장정아[90]; 김광진[91]
	IES2	나는 다른 사람만큼 일을 잘 해낼 수 있다고 느낀다.	
	IES3	나는 내 자신에게 대체적으로 만족한다고 느낀다.	
	IES4	나는 스스로 장점을 많이 가지고 있다고 느낀다.	
	IES5	나는 남들만큼은 가치 있는 사람이라고 느낀다.	
	IES6	나는 자랑거리를 많이 갖고 있지 않다고 느낀다.	
	IES7	나의 삶은 다른 사람에 비해 크게 쓸모 있는 삶이 아니라고 느낀다.	
	IES8	나는 나 자신을 존중하는 마음이 좀 더 있었으면 좋겠다고 느낀다.	
	IES9	때때로 나는 내가 전혀 좋은 사람이 아니라고 느낀다.	
	IES10	나는 스스로 실패자라고 느낀다.	
만족 (SF)	SF1	나는 내가 하고 있는 일에 만족한다.	Diener[41]; 이신혜[92]
	SF2	나의 삶에 대해 전반적으로 만족한다.	
	SF3	나는 현재 하고 있는 일이 힘들다고 생각한다.	
	SF4	나는 다른 사람들을 잘 포용한다고 생각한다.	
	SF5	나는 내가 하고 있는 일에 보람을 느낀다.	
	SF6	나는 여가 생활을 즐길 기회가 있다.	
	SF7	나는 내가하는 취미 활동에 만족한다.	
	SF8	나는 내가 사는 주변 환경이 만족스럽다.	
	SF9	나는 나의 삶이 의미가 있다고 생각한다.	
	SF10	나는 행복감을 자주 느낀다.	
심리적안녕감 (PW)	PW1	나 자신에 대해 자부심과 자신감을 갖고 있다.	Ryff[42]; 추경훈[93]; 이다은[94]
	PW2	나는 지난 시간들을 돌이켜볼 때 현재 결과에 만족한다.	
	PW3	나는 일상 생활에서 내가 해야 할 책임들을 잘 해내고 있다.	
	PW4	나는 무슨 일을 결정하는데 다른 사람들의 영향을 받지 않는다.	
	PW5	나는 시간 활용을 잘해서 해야 할 일을 제 시간에 맞게 처리해 나갈 수 있다.	
	PW6	친구들과 친밀한 관계를 유지하는 것이 어렵고 힘들다.	
	PW7	내 고민을 털어놓을 친구가 별로 없어 가끔 외로움을 느낀다.	
	PW8	내가 해야 할 일들이 힘겹게 느껴질 때가 있다.	
	PW9	정말 필요할 때 내 말에 귀를 기울여 줄 사람은 많지 않다.	
	PW10	지난 시간들을 돌이켜보면, 나 자신이 크게 발전하지 못했다고 생각된다.	

항목을 수정하여 연구문항을 구성하였다. <표 5>와 <표 6>은 연구 변수에 대한 개념적 정의 및 측정항목을 정리한 것으로 <표 5>에서는 SNS 이용자의 심리적 안녕감에 미치는 독립변수를 자율성, 유능성, 관계성의 자기결정성 요인으로 정의하였으며, <표 6>에서는 자기존중감과 만족을 매개변수로, 심리적 안녕감을 종속변수로 정의하였다.

#### 4.2 표본선정 및 자료수집 방법

본 연구는 제시된 가설을 검증하기 위해 SNS를 이용한 경험이 있는 이용자를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 연구 표본으로 SNS 전체 서비스를 선정한 이유는 불특정 다수의 집단을 표본으로 선정하였기 때문에 SNS 종류를 구분하는 것 보다는 SNS 전체 서비스로 확대하는 것이 본 연구 목적에 적합한 표본을 수집할 수 있기 때문이다.

설문조사는 SNS를 이용한 경험이 있는 불특정 이용자를 대상으로 실시하였으며, 온라인 설문지를 통해 진행하였다. 설문조사는 2021년 1월 1일부터 2021년 1월 10일까지 10일간 실시하였다. 이 기간에 총 160명이 설문에 참여하였으며, 이중 불성실한 답변이 포함된 9명을 제외한 151명의 설문지가 분석에 사용되었다. 모든 측정항목에 단일 균형 리커트 5점 척도를 사용하여 설문응답을 단순화하였으며, 설문은 익명으로 실시되었다.

본 연구는 구성개념의 조작적 정의에서 제시된 내용처럼 대부분 선행연구를 통해 그 타당성이 충분히 입증된 항목만을 이용하였다. 또한 설문지 문항에 대해 관련 연구자들의 내용 검토, 설문지에 대한 사전 조사 등을 실시하여 구성개념의 내용 타당성과 가독성을 확보하였다.

<표 9> 표본의 인구통계학적 특성

구분	항목	빈도 (N=102)	비율(%)
성별	남자	63	41.7
	여자	88	58.3
연령	20대	34	22.5
	30대	23	15.2
	40대	41	27.2
	50대	42	27.8
	60대 이상	11	7.3
학력	고등학교	34	22.5
	2년제 대학	24	15.9
	4년제 대학	59	39.1
	대학원 석사	27	17.9
사용시간	대학원 박사	7	4.6
	1시간 미만	56	37.1
	1시간 ~ 2시간 미만	58	31.8
	2시간 ~ 3시간 미만	26	17.2
	3시간 ~ 4시간 미만	10	6.6
사용기간	4시간 이상	11	7.3
	1년 미만	12	7.9
	1년 ~ 2년 미만	5	3.3
	2년 ~ 3년 미만	9	6.0
	3년 ~ 4년 미만	6	4.0
	4년 이상	119	78.8

## V. 실증검증

### 5.1 표본의 기술적 특성

<표 9>는 자료 분석에 사용된 총 151개 표본의 성별 분포, 연령 분포, 학력 분포, 소셜네트워크서비스 하루 평균 사용시간, 사용기간에 대한 응답자의 특성을 보여준다. 표본의 성별 분포는 남자 63명(41.7%), 여자 88명(58.3%)으로 여자가 높은 것으로 나타났다. 연령 분포는 20대 34명(22.5%), 30대 23명(15.2%), 40대 41명(27.2%), 50대 42명(27.8%), 60대 이상 11명(7.3%)으로 50대가 높은 것으로 나타났다. 학력 분포는 고등학교 34명(22.5%), 2년제 대학 24명(15.9%), 4년제 대학 59명(39.1%), 대학원 석사 27명(17.9%), 대학원 박사 7명(4.6%)으로 4년제 대학이 높은 것으로 나타났다. 하루 평균 사용시간 분포는 1시간 미만 56명(37.1%), 1시간 ~ 2시간 미만 48명(31.8%), 2시간 ~ 3시간 미만 26명(17.2%), 3시간 ~ 4시간 미만 10명(6.6%), 4시간 이상 11명(7.3%)으로 1시간 미만이 높은 것으로 나타났다. 사용기간 분포는 1년 미만 12명(7.9%), 1년 ~ 2년 미만 5명(3.3%), 2년 ~ 3년 미만 9명(6.0%), 3년 ~ 4년 미만 6명(4.0%), 4년 이상 119명(78.8%)으로 4년 이상이 높은 것으로 조사되었다.

### 5.2 측정모형 검증

본 연구는 각 변수들의 측정도구에 대한 신뢰성과 타당성 검증을 위해 확인적 요인 분석 Tool인 PLS 구조방정식 모형을 사용하였다. 이는 연구모형에 대하여 이론적 구체성 검증, 표본의 수, 자체 설문개발을 통해 연구의 특성들을 고려하기 위한 것으로 모형 적합도와 개념의 설명력을 측정하고자 한다. 또한 측정모형 검증을 통하여 각 변수에 대한 타당성과 신뢰성을 확인하였으며 이를 위하여 신뢰성, 내적 일관성, 집중타당성, 판별타당성 분석을 실시하였다. 본 연구에서 사용한 측정항목은 각 변수들의 다른 측정변인과 상관관계가 높아 반영항목으로 설정하여 분석하였다.

#### 5.2.1 신뢰성 및 타당성 분석

신뢰성 검증을 위해 성분(복합)신뢰도(Composite Reliability : CR), 크론바흐 알파 계수(Cronbach's Alpha : CA), 평균분산추출(Average Variance Extracted : AVE)값을 산출하였다. 산출 값이 0.7이상이면 변수의 측정이 내적으로 일관성이 있다고 판단되는데[82]. <표 10>에서 알 수 있듯이, 자율성을 제외한 모든 연구 변수의 내적 일관성 검증 값이 0.7이상이므로, 본 연구의 측정항목 중 유능성, 관계성, 자기존중감, 만족, 심리적안녕감은 내적일관성이 있다

<표 10> 연구 변수의 내적 일관성 검증

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
자율성	0.539	0.539	0.764	0.519
유능성	0.831	0.853	0.875	0.541
관계성	0.800	0.819	0.868	0.622
자기존중감	0.915	0.921	0.933	0.667
만족	0.903	0.919	0.924	0.636
심리적안녕감	0.854	0.873	0.891	0.579

고 볼 수 있다. 연구모형에 있는 각 변수들의 측정항목에 대한 개념 타당성을 확인하기 위해 수렴 타당성과 판별 타당성을 조사하였다. 이를 위하여 각 측정항목과 관련 변수와의 요인 적재값 그리고 다른 변수

와의 교차요인 적재값을 구하여 <표 13>에 정리하였다. <표 11>에서 보는바와 같이 각 측정항목의 해당 변수에 대한 요인 적재값이 유능성1, 유능성2, 유능성5, 만족7, 심리적안녕감7을 제외하고 모두 0.7이상으

<표 11> 연구 변수 교차적재량의 탐색적·확인적 요인 분석 : 확인적 요인분석

	자율성	유능성	관계성	자기존중감	만족	심리적안녕감
자율성1	<b>0.721</b>	0.132	0.207	0.374	0.243	0.218
자율성2	<b>0.709</b>	0.165	0.236	0.344	0.237	0.241
자율성6	<b>0.731</b>	0.047	-0.023	0.398	0.301	0.255
유능성1	0.013	<b>0.648</b>	0.236	0.232	0.210	0.240
유능성2	0.008	<b>0.652</b>	0.298	0.170	0.252	0.153
유능성3	0.033	<b>0.782</b>	0.385	0.207	0.264	0.253
유능성4	0.018	<b>0.814</b>	0.353	0.265	0.314	0.234
유능성5	0.179	<b>0.690</b>	0.452	0.334	0.314	0.283
유능성6	0.298	<b>0.806</b>	0.413	0.401	0.370	0.330
관계성3	0.255	0.253	<b>0.820</b>	0.380	0.353	0.369
관계성4	0.199	0.389	<b>0.809</b>	0.321	0.285	0.285
관계성5	0.089	0.498	<b>0.802</b>	0.283	0.328	0.349
관계성6	-0.036	0.497	<b>0.721</b>	0.169	0.265	0.223
자기존중감1	0.459	0.291	0.290	<b>0.834</b>	0.667	0.622
자기존중감2	0.519	0.271	0.370	<b>0.843</b>	0.661	0.666
자기존중감3	0.416	0.353	0.330	<b>0.845</b>	0.753	0.628
자기존중감4	0.488	0.383	0.357	<b>0.873</b>	0.705	0.667
자기존중감5	0.438	0.354	0.315	<b>0.891</b>	0.691	0.707
자기존중감6	0.331	0.367	0.273	<b>0.709</b>	0.605	0.561
자기존중감10	0.281	0.163	0.216	<b>0.701</b>	0.596	0.626
만족1	0.274	0.260	0.220	0.617	<b>0.810</b>	0.623
만족2	0.321	0.313	0.327	0.800	<b>0.905</b>	0.761
만족5	0.254	0.437	0.366	0.665	<b>0.856</b>	0.653
만족7	0.262	0.295	0.322	0.430	<b>0.619</b>	0.506
만족8	0.208	0.259	0.278	0.484	<b>0.729</b>	0.523
만족9	0.324	0.258	0.335	0.709	<b>0.817</b>	0.731
만족10	0.362	0.415	0.355	0.768	<b>0.817</b>	0.744
심리적안녕감1	0.376	0.285	0.296	0.767	0.764	<b>0.871</b>
심리적안녕감2	0.140	0.300	0.207	0.539	0.666	<b>0.728</b>
심리적안녕감3	0.288	0.240	0.260	0.541	0.595	<b>0.719</b>
심리적안녕감7	0.196	0.118	0.355	0.485	0.425	<b>0.682</b>
심리적안녕감9	0.221	0.255	0.412	0.518	0.500	<b>0.723</b>
심리적안녕감10	0.256	0.353	0.335	0.667	0.730	<b>0.826</b>

<표 12> 연구 변수의 판별타당성 검증

주) \*AVE 제곱근 값(Square Root of the

	자율성	유능성	관계성	자기존중감	만족	심리적안녕감
자율성	0.720*					
유능성	0.154	0.735*				
관계성	0.183	0.497	0.789*			
자기존중감	0.518	0.385	0.379	0.817*		
만족	0.364	0.402	0.395	0.820	0.798*	
심리적안녕감	0.331	0.349	0.398	0.783	0.825	0.761*

로 이는 수렴 타당성이 있음을 보여주고 있다.

판별 타당성 측정을 위해 Fornell & Larcker[82]가 제안한 평균분산추출(Average Variance Extracted, AVE)값을 사용하였다. <표 12>에서 별표(\*)로 표시한 값은 AVE 제곱근 값을 나타낸 것이며 나머지 행렬에서의 값은 각 변수의 상관계수 값을 나타낸다. AVE 제곱근 값이 0.7이상이고, AVE 제곱근 값이 다른 변수의 상관계수 값보다 커야 판별 타당성이 있는 것으로 판단기준을 세울 수 있는데, 본 연구에 사용된 항목들은 0.7보다 큰 AVE 제곱근 값을 보여주고 있으며, 만족을 제외한 나머지 상관계수는 AVE 제곱근 값보다 작게 나타나 판별 타당성의 조건을 만족시키고 있다. 하지만 자기존중감의 만족은 0.820, 자기존중감의 심리적안녕감은 0.783, 만족의 심리적안녕감은 0.825로 AVE 평균값이 0.6보다 크게 나타났다. 이상의 결과를 살펴보았을 때 본 연구에서 사용한 측정항목은 개념적으로 타당하다고 할 수 있다.

PLS 모형의 적합도를 위해 연구변수의 가외성(Redundancy), 공통성(Communality), 설명력(R-Square), 전체 적합도(Good-of-Fit)를 도출하였다. 연구모형의 적합도 검증결과는 <표 13>과 같다. R-Square값은 0.26이상이면 높은 설명력으로 판단기준을 세울 수 있는데, 자기존중감, 만족, 심리적안녕감의 R-Square값이 0.26보다 높은 것으로 나타났다. Redundancy값은 한 연구변수가 다른 변수의 분산을 설명하는 평균이 0보다 클 경우 예측적합도가 있는 것으로 판단하였다. 본 연구모형의 내생변수 Redundancy값이 모두 0보다 큰 것으로 분석되어 예측 적합도가 있는 것으로 나타났다. 또한 PLS 모형의 적합도 판단 기준으로 Good-of-Fit방식이 많이 사용되고 있는데, PLS 모형의 적합도 기준은 각 연구변수 R-Square값의 평균값과 공통성(Communality) 평균값을 곱한 값의 제곱근 값을 통해 판단할 수 있다. 계산된 값이 0.36이상인 경우에는 높은 수준의 적합도,

<표 13> 연구모형의 적합도 검증 결과

	가외성 (Redundancy)	공통성 (Communality)	설명력 (R-Square)	전체 적합도 (Good-of-Fit)
자율성	·	0.068	·	0.477
유능성	·	0.354	·	
관계성	·	0.369	·	
자기존중감	0.255	0.555	0.389	
만족	0.421	0.519	0.689	
심리적안녕감	0.397	0.414	0.716	
평균	0.358	0.380	0.598	



<표 14> 연구모형의 경로분석 결과(직접효과)

\*\*\*P<0.001, \*\*P<0.05

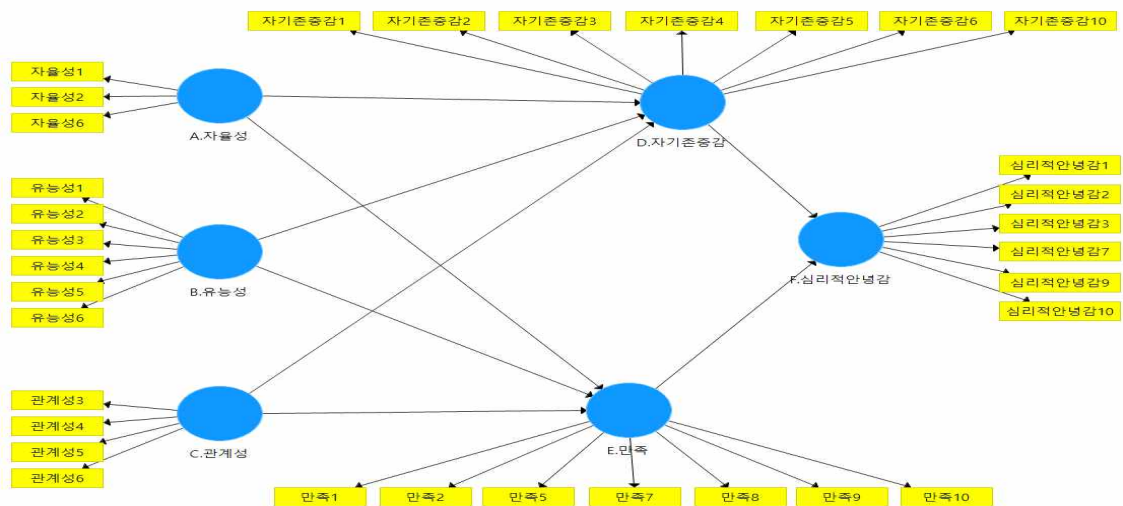
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	결과
자율성 → 자기존중감	0.450	0.442	0.069	6.545	0.000***	채택
자율성 → 만족	-0.078	-0.081	0.060	1.301	0.194	기각
유능성 → 자기존중감	0.223	0.236	0.077	2.882	0.004**	채택
유능성 → 만족	0.070	0.074	0.053	1.320	0.187	기각
관계성 → 자기존중감	0.186	0.191	0.083	2.255	0.025**	채택
관계성 → 만족	0.068	0.073	0.055	1.226	0.221	기각
자기존중감 → 만족	0.808	0.803	0.048	16.952	0.000***	채택
자기존중감 → 심리적안녕감	0.326	0.334	0.091	3.572	0.000***	채택
만족 → 심리적안녕감	0.558	0.554	0.087	6.374	0.000***	채택

0.26~0.36 미만인 경우에는 중간수준의 적합도, 0.1~0.25 미만인 경우에는 낮은 적합도라고 판단한다. 이를 통해 본 연구모형의 연구변수 R-Square값들의 평균은 0.598이며, Communality 평균값은 0.38이다. 두 값의 곱은 0.277이며, 0.277의 제곱근 값은 0.477이므로 본 연구모형의 적합도는 높은 수준의 적합도로 판단할 수 있다(<표 13>).

이상의 측정모형 분석 결과를 통해 측정항목의 신

뢰성과 타당성이 검증되었다. 이 측정모형 하에서 가설을 검증하기 위해 각 변수간의 경로에 대한 유의성 검증을 실시하였다. 연구모형의 경로분석 결과는 <표 14>와 같다.

본 연구의 가설 결과를 살펴보면, 첫째, 자율성은 자기존중감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 유능성은 자기존중감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 관계성은 자기존중감에 유



<그림 2> 연구모형 결과

의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 자기존중감은 만족과 심리적안녕감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 만족은 심리적안녕감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 <그림 2>는 연구모형 결과를 정리하였다.

## VI. 결론 및 시사점

본 연구는 이용자 측면에서 SNS 이용이 심리적안녕감에 미치는 주요 요인들을 고찰하고, 이들 요인이 자기존중감과 만족을 통해 심리적안녕감에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 연구하고, 건강한 SNS 이용을 위한 방안에 대해 제안하고자 한다. 이를 위해 인간의 심리욕구를 다룬 자기결정성 이론(Self-Determination Theory)의 3가지 중요한 변수를 적용한 연구모형을 제시하였다. 본 연구의 연구모형을 실증적으로 검증하기 위해 SNS 이용 경험이 있는 20세 이상의 성인들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

본 연구의 결과와 시사점을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 자율성은 자기존중감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 SNS 이용을 위해 시간과 주제를 스스로 결정한다는 것이다. 또한 SNS 이용 시 자신의 생각과 의견을 자유롭게 표현한다는 것이다. 이를 통해 SNS 이용자는 타인의 의견이나 행동을 모방하기 보다는 스스로 결정하고 행동하는 전략, 즉 새롭고 의미 있는 창의적인 업무를 수행할 수 있도록 동기부여를 하고 해결해 나가는 경험을 통해 자기존중감을 충족시키는 것이 중요하다고 할 수 있다. 둘째, 자율성은 만족에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 SNS 이용자의 자율성이 삶을 만족시키지 못한다는 것이다. 기존 선행연구에서도 자율성이 만족에 유의한 영향을 미치지 않는다는 연구결과가 제시된 바 있다[83~85]. 이는 자율성은 SNS

이용자의 삶을 만족시키는 충분조건이 아니라는 것이다. 즉, 삶의 만족을 충족시키기 위해서는 여러 가지 긍정적인 요소가 필요한 것으로 사료된다. 셋째, 유능성은 자기존중감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 SNS 이용과정에서 발생하는 문제에 대한 해결능력을 가지고 있다는 것이다. 또한 내가 하는 일들로부터 성취감을 느낀다는 것이다. 이를 통해 SNS 이용자는 자기 자신을 잘 알고 목표를 세우고 성취하는 과정에서 효율성, 성취감, 자신감 등을 경험하여 자기존중감을 충족시키는 것이 중요하다고 할 수 있다. 넷째, 유능성은 만족에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 SNS 이용자의 유능성이 삶을 만족시키지 못한다는 것이다. 기존 선행연구에서도 유능성이 만족에 유의한 영향을 미치지 않는다는 연구결과가 제시된 바 있다[86]. 이는 유능성이 만족에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다. 이는 SNS 이용자의 유능성 즉 능력이 뛰어나다 하더라도 SNS 이용자의 삶을 만족시키는 조건은 아니라는 것이다. 즉, 삶의 만족을 충족시키기 위해서 필요한 여러 요소 중 하나인 것으로 사료된다. 다섯째, 관계성은 자기존중감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 SNS 이용자들과의 커뮤니케이션 능력이 뛰어나다는 것이다. 또한 주변 사람들 및 만나는 사람들과 잘 지내고 있다는 것이다. 이를 통해 SNS 이용자는 먼저 자신을 사랑하고 주변 사람들과 사회에 대한 신뢰를 쌓아가는 경험을 통해 공감, 친밀감, 감정공유 등을 공유하여 자기존중감을 충족시키는 것이 중요하다고 할 수 있다. 여섯째, 관계성은 만족에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 SNS 이용자의 관계성이 삶을 만족시키지 못한다는 것이다. 기존 선행연구에서도 관계성이 만족에 유의한 영향을 미치지 않는다는 연구결과가 제시된 바 있다[87]. 이는 SNS 이용자의 관계성 즉 주변 사람들과 관계가 좋다고 하더라도 SNS 이용자의 삶을 만족시키는 조건은 아니라는 것이다. 즉,

SNS 이용자의 삶을 만족시키기 위해 필요한 여러 요소 중 하나인 것으로 사료된다. 일곱째, 자기존중감은 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 SNS 이용자 스스로 긍정적이며, 높은 자신감, 미래지향적인 사고를 가지고 있다는 것이다. 또한 스스로 장점을 많이 가지고 있으며 자신에 대해 대체적으로 만족하고 있다는 것이다. 이를 통해 SNS 이용자는 자부심, 책임감 등의 경험을 통해 자기존중감을 높이는 것이 중요하다고 할 수 있다. 여덟째, 자기존중감은 심리적안녕감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 SNS이용자 스스로 긍정적이고 진취적인 사고를 가지고 있을 때 심리적으로 안정된 삶을 제공한다는 결과가 도출되었다는 것이다. 이를 통해 SNS 이용자는 스스로 높은 자기존중감을 가질 수 있도록 하여 심리적안녕감을 충족시키는 것이 중요하다고 할 수 있다. 아홉째, 만족은 심리적안녕감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 SNS 이용자 스스로 자신의 주변환경, 삶의 의미, 일 등에 대한 만족이 높으며, 행복감을 자주 느낄 때 심리적으로 안정된 삶을 제공한다는 결과가 도출되었다고 할 수 있다. 또한 SNS 이용자 스스로 삶의 의미, 친구관계 등을 통해 만족한 삶을 살고 있다고 느낄 때 심리적안녕감이 높아지게 된다는 것이다. 이를 통해 SNS 이용자는 스스로 자신의 삶과 일에 대한 만족을 높이고 행복감을 자주 느낄 수 있는 경험을 통해 심리적안녕감을 충족시키는 것이 중요하다고 할 수 있다. 또한 자기결정성의 자율성, 유용성, 관계성은 독립적으로는 만족에 유의한 영향을 끼치지 않았지만 삶과 일에 대해 만족할 수 있도록 자기결정성의 요인들을 높일 수 있는 경험이 중요하다고 할 수 있다.

본 연구의 학문적·실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 학문적 시사점은 최근까지 진행된 SNS와 관련된 연구들은 특정 집단을 중심으로 이용요인에 대한 만족도를 다루는 연구가 주를 이루어왔다. 하지만 본 연구에서는 인간의 심리욕구를 다룬 자기결정성 이

론과 이용자의 심리적안녕감 간의 연구 모델을 제안하고 연구를 수행했다는 점에서 학문적 기여도가 크다고 할 수 있으며 또한, 향후 연구에 기반이 되는 틀을 제공하였다. 둘째, 실무적 시사점은 SNS 이용자들이 인간의 심리욕구를 정확히 파악하고 건강한 SNS를 이용을 통해 심리적안녕감에 긍정적인 영향을 끼칠 수 있도록 하는 것이 중요하다는 것이다. 건강한 SNS 이용을 하기 위해서는 타인의 생각과 가치관에 따라 스트레스를 받지 않고 지속적으로 긍정적인 경험을 할 수 있는 환경을 통해 자기존중감을 높일 수 있는 역할을 제공 할 것이다.

본 연구의 한계점 및 향후 연구방향은 다음과 같다. 첫째, SNS 사용경험이 있는 이용자 160명으로 표본을 한정하였고, 코로나19의 영향으로 온라인 설문으로만 진행하였다. 하지만 자료의 수집에 있어 160명을 전 연령대로 분산되어 모든 연령대로 일반화 하는 것에 있어서는 한계가 있다. 앞으로는 넓은 표본을 기반으로 연구를 수행한다면 좀 더 일반화된 연구 결과가 나올 것이다. 또한, 연구결과와 타당성 및 신뢰성을 향상시키기 위해 심층면접과 경험표집법 등을 활용해야 할 필요성이 있다. 둘째, 국내외 학술지에서 활발하게 연구하고 있는 감정반응(PAD : Pleasure, Arousal, Dominance) 이론과 자기결정성 이론을 통합한 연구가 필요하다. 셋째, 본 연구는 자기결정성 요인들과 심리적안녕감의 관계에 대한 실증검증에 대해서만 연구하였기 때문에 다른 연구자들의 논란의 소지를 가지고 있다.

향후 연구에서는 심리적안녕감에 직접적으로 영향을 주는 자기결정성과 감정반응의 통합 이론을 제안하여 실증 검증 할 필요성이 있다[95, 96].므로 이에 대한 연구가 이어져야 할 것이다.

## 참고문헌

- [1] 한국정보화진흥원, 2020 국가정보화백서.
- [2] 김봉섭, “페이스북 이용에 따른 페이스북 이용자의 정서적 효과 연구 : 주관적 행복감을 중심으로,” 사회과학연구, 제41권, 제1호, 2015, pp.85-109.
- [3] 차영란, “정치 PR전략으로서의 SNS 메시지:21대 총선을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제20권, 제9호, 2020, pp.208-223.
- [4] 남혜진·서경희, “자폐범주성장애 청년의 SNS 이용실태를 통해 알아 본 화용론적 특성,” 한국정서행동장애학회지, 제36권, 제2호, 2020, pp.43-71.
- [5] 과학기술정보통신부, 정보통신산업의 진흥에 관한 2019 연차보고서.
- [6] 한국정보화진흥원, 2019 국가정보화백서.
- [7] 한국인터넷진흥원, 2013 한국인터넷백서.
- [8] 권준혁, “SNS 미디어 및 레스토랑의 브랜드 명성과 SNS 콘텐츠가 브랜드 연상과 구매의도에 미치는 영향,” 한국의식산업학회지, 제14권, 제2호, 2018, pp.107-121.
- [9] 이성철, “SNS 정보가 시니어소비자의 인터넷 쇼핑목 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구:시니어의 증가 추세에 따른 변화에 대하여,” 한국전문경영인학회 학술대회 발표논문집, 제2019권, 제6호, 2019, pp.167-177.
- [10] 한지훈, “SNS 이용자들의 인플루언서 대인신뢰, 브랜드이미지 및 구매의도와의 관계,” 한국콘텐츠학회논문지, 제20권, 제1호, 2020, pp.31-44.
- [11] 이현지·박종민, “한국형 SNS 사용자 당파적 정치 행동이론의 제안,” 한국언론학보, 제59권, 제3호, 2015, pp.423-451.
- [12] 박연진·하루·황하성, “계획된 행동이론과 SNS 리더러시를 적용한 대학생들의 인스타그램 지속 이용의도에 영향을 미치는 요인 탐색:이용자 집단 간 차이를 중심으로,” 한국방송학보, 제33권, 제3호, 2019, pp.80-107.
- [13] 량비·류미현, “SNS 1인 마켓의 특성과 지각된 위험이 만족도 및 재이용의도에 미치는 영향:계획행동이론을 중심으로,” 한국생활과학회지, 제29권, 제5호, 2020, pp.645-663.
- [14] 박성제·이제욱, “프로야구 구단SNS(Social Network Service) 이용자의 SNS만족, 커뮤니티 동일시, 지속사용의도 및 관람의도와의 관계,” 한국체육과학회지, 제21권, 제3호, 2012, pp.697-706.
- [15] 조우제, “여행기업의 SNS 품질과 고객만족, 구매의도 간 상관관계 연구: 하나·모두투어의 SNS 사용자를 중심으로,” 대한관광경영학회, 제32권, 제4호, 2017, pp.117-132.
- [16] 정지용·이연정, “SNS특성이 농가맛집의 선택요인과 만족에 미치는 영향,” 외식경영연구, 제23권, 제3호, 2020, pp.221-247.
- [17] 김재영, “Social Network Service의 정보품질과 서비스 품질이 이용자 만족도에 미치는 영향에 관한 연구,” 한성대학교, 2011.
- [18] 신호경·신지명·이호, “소셜네트워크 서비스(SNS)에서의 정보공유에 미치는 영향요인에 관한 연구,” 정보관리연구, 제42권, 제1호, 2011, pp.137-156.
- [19] 이윤희, “SNS 이용자의 스낵 컬처와 피키캐스트 이용에 대한 인식 연구: 비릴리오의 드로몰로지와 플루서의 기술적 상상을 중심으로,” 중앙대학교 신문방송대학원 석사, 2017.
- [20] 황성원, “모바일 SNS를 이용한 공공기관 정책홍보 전략에 대한 연구,” 한양대학교 언론정보대학원 석사, 2010.
- [21] 우수진, “소셜미디어에 대한 이용과 충족 연구:과학기술분야 정부출연연구기관 페이스북을 중심으로,” 공주대학교 대학원 석사, 2017.
- [22] 한국언론재단, 인터넷 소셜 미디어와 저널리즘.

- [23] 정보통신정책연구원, SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석.
- [24] 한국갤럽, “미디어·콘텐츠·소셜네트워크서비스 이용률,” 한국갤럽 마켓70 제2B호, 2020.
- [25] KT경제경영연구소, 2020 소셜미디어 현황 및 전망.
- [26] 김유미, “대학생의 SNS 사용에 의한 상대적 박탈감이 우울감에 미치는 영향-자아탄력성을 조절변인으로-,” 전주대학교 상담심리대학원 석사, 2017.
- [27] 정일권·유경한, “SNS 이용과 SNS에 대한 긍·부정적 인식의 관계,” 정보사회와 미디어, 제17권, 제3호, 2016, pp.1-36.
- [28] Deters, F. & Mehl, M. R., “Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment,” *Social Psychology and Personality Science*, Vol. 4, No., pp.579-586.
- [29] Turkle, S., “Life on the Screen : Identity in the Age of the Internet,” Simon and Schuster, New York, 1995.
- [30] 박태환·김수환·장재영, “SNS(Social Network Services) 내에서 정보보안 지식공유의도에 미치는 영향 요인,” 한국전자거래학회지, 제20권, 제1호, 2015, pp.1~22.
- [31] 이숙정·유지현, “여대생이 인식한 자기결정성이 진로스트레스와 진로장벽 및 진로결정 수준에 미치는 영향,” 아시아여성연구, 제48권, 제2호, 2009, pp.35-63.
- [32] 김아영, “자기결정성이론과 현장 적용 연구,” 교육심리연구, 제24권, 제3호, 2010, pp.583-609.
- [33] Deci, E. L. & Ryan, R. M. “Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being,” *American Psychologist*. Vol. 55, No. 1, 2000, pp.68-78.
- [34] Deci, E. L. & Ryan, R. M. “Intrinsic motivation and self-determination in human behavior,” New York: Plenum Press, 1985.
- [35] Gagne, M., Deci, E. L. “Self-Determination Theory and Work Motivation,” *Organizational Behavior*, Vol. 26, No. 4, 2005, pp. 331-362.
- [36] Coopersmith, S. A., “The Antecedents of Selt-Esteem,” San Francisco : W. H. Freeman, 1967.
- [37] Rosenberg, M., “Society and adolescent self-image,” NJ: Princeton University Press, 1965.
- [38] 김재근, “자기효능감, 학교학습동기, 사회적 지지가 자기존중감에 미치는 영향 연구,” 홍익대학교 대학원 박사, 2005.
- [39] 조현주, “교사의 직무스트레스와 삶의 만족도 간의 관계에서 향유신념과 정서표현성의 매개효과,” 복지상담교육연구, 제9권, 제1호, 2020, pp.111-131.
- [40] 권석만, “심리학의 관점에서 본 욕망과 행복의 관계,” 철학사상, 제36권, 제-호, 2010, pp.121-152.
- [41] Diener, E., “Subjective well-being,” *Psychological Bulletin*, Vol. 95, No. 1984, pp.542-575.
- [42] Ryff, C. D., “Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being,” *Personality and Social Psychology*. Vol. 57, No. 1989, pp.1069-1081.
- [43] 이성준·이효성, “SNS에서의 개인의 사회비교 경험 유형 및 사회비교 지향성과 삶의 만족도와의 관계에 관한 고찰,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제12호, 2016, pp.574~590.
- [44] 이지수, “직장인의 일-삶 균형과 희망이 만족과 행복에 미치는 영향,” 대전대학교 상담대학원 석사, 2019.

- [45] 배상정·양난미(2014), “영성, 희망, 외상 후 성장과 삶의 만족의 관계,” 한국심리학회지, 제26권, 제3호, pp.597-616.
- [46] 이영원, “SNS 이용 동기에 따른 개인적 특성 및 오프라인 모임과 삶의 만족도 효과,” 사회과학연구, 제30권, 제2호, 2018, pp.235-264.
- [47] 이원식, “대학생의 사회적 위축이 삶의 만족도에 미치는 영향: 공격성의 매개효과를 중심으로,” 보건사회연구, 제38권, 제3호, 2018, pp.75-108.
- [48] 김영희·고태순, “중학생의 심리적 안녕감과 정서 표현성이 교우관계에 미치는 영향,” 한국산학기술학회논문지, 제15권, 제10호, 2014, pp.6142-6149.
- [49] 정태환, “회피성 성격 성향이 사회불안 및 심리적 안녕감에 미치는 영향:성격강점의 조절효과,” 한양사이버대학교 휴먼서비스대학원 석사, 2014.
- [50] 김혜은, “부모지지, 심리적 안녕감 및 진로결정수준의 관계,” 학생생활연구, 제17권, 제0호, 2010, pp.31~56.
- [51] 소선숙, “청소년의 심리적 안녕감 및 학교적응에 대한 통합모형 연구,” 경기대학교, 2012.
- [52] 임선정, “청소년 또래관계, 자아탄력성 및 스트레스가 심리적 안녕감에 미치는 영향:중학생을 대상으로,” 한세대학교 치료상담대학원 석사, 2016.
- [53] 박은화, “내현적 자기에 성향, SNS 사용, 심리적 안녕감의 관계,” 가톨릭대학교 교육대학원 석사, 2015.
- [54] 김선정, “소셜미디어의 콘텐츠 감성이 사용자의 감정상태에 미치는 영향,” 경희대학교 대학원 석사, 2012.
- [55] 경재연, “결손가정아동의 자아존중감·또래관계·자율성 향상을 위한 독서치료 사례연구,” 국민대학교 행정대학원 석사, 2006.
- [56] 성미혜·김윤아·하명진, “임상간호사의 전문직 자아개념, 전문직 자율성, 자아존중감 및 직무만족 간의 관계,” 기본간호학회지, 제18권, 제4호, 2011, pp.538-546.
- [57] 전주언, “자아존중감 증진 활동에 따른 지적장애 학생의 자율성과 심리적 역량,” 대구대학교, 2015.
- [58] 정현옥·채경미, “조혈모세포이식병동 간호사의 자율성과 직무만족도,” 한국디지털정책학회, 제16권, 제3호, 2018, pp.353-362.
- [59] 임지영·박신의, “뮤지컬 관객의 SNS사용에서 자기 결정적 태도가 만족과 SNS 재이용에 미치는 영향,” 미디어와 공연예술연구, 제9권, 제2호, 2014, pp.155-184.
- [60] Ruotzu Chu, 임소혜, “AI 챗봇 타입과 이용동기에 따른 사용만족도 및 지속사용의도:자기결정 이론을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제20권, 제10호, 2020, pp.630-640.
- [61] 이소영·이경순, “대학생이 지각한 외모만족도와 대인관계 유능성의 관계에서 자아존중감의 매개효과,” 교육문화연구, 제25권, 제5호, 2019, pp.227-249.
- [62] 박종의, “화상환자의 극복력 영향요인,” 경희대학교 대학원 석사, 2016.
- [63] 오정화, “임금근로자 지체장애인의 직무 만족에 관한 연구,” 한국장애인복지학, 제48권, 제48호, 2020, pp.149-175.
- [64] 이동현, “자기결정성과 여행상품의 특성이 여행 상품선택과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구,” 인하대학교 대학원 석사, 2016.
- [65] 권두순·김지화·유철하·김세준, “자기결정성 요인이 스마트폰 몰입과 만족에 미치는 영향,” 한국전자거래학회지, 제16권, 제4호, 2011, pp.197-220.
- [66] 최동락·이형백, “호텔회계정보시스템 품질과 사용자 만족 간의 컴퓨터 자기효능감의 조절효과,” Tourism Research, 제40권, 제2호, 2015, pp.217-239.

- [67] 이건철, “운동 참여자의 자아존중감이 기본 심리 욕구 만족에 미치는 영향,” 한국산학기술학회 논문지, 제17권, 제10호, 2016, pp.490-498.
- [68] 이소연, “소셜 네트워크 서비스(SNS) 이용집단 관별요인 연구,” 한양대학교 대학원 석사, 2012.
- [69] 김기조, “성과·급여 연결성 인식과 보상만족과의 관계에 있어 자아존중감과 절차적 공정성의 조절 효과 분석,” 충남대학교 경영대학원 석사, 2007.
- [70] 고대선, “자기결정성이 홈트레이닝(home training) 참여자들의 운동몰입, 운동만족에 미치는 영향,” 한국웰니스학회지, 제15권, 제4호, 2020, pp.611-620.
- [71] 강태형·김도균·김태형, “1인 미디어 주최 e스포츠 대회 참여자의 자기결정성과 만족도 및 재참여의도, 타인추천의도와와의 관계,” 한국체육과학회지, 제29권 제5호, 2020, pp.449-462.
- [72] 김수민, “기본 심리적 욕구 충족이 결혼 만족에 미치는 영향:APIM의 적용,” 아주대학교 일반대학원 석사, 2018.
- [73] 홍혜연, “서비스교육훈련이 자아존중감과 자기효능감 및 직무만족에 미치는 영향:서울소재 병원을 중심으로,” 경희대학교 관광대학원 석사, 2009.
- [74] 이상희, 이형룡, “호텔 종사자의 체면민감성이 직무만족에 미치는 영향:자아존중감 매개효과,” 외식경영연구, 제16권, 제6호, 2009, pp.29-52.
- [75] 조경희·배현숙, “대학생의 여가만족, 자아존중감과 생활만족에 관한 연구,” 관광경영연구, 제72권, 제-호, 2016, pp.165-186.
- [76] 윤성신·이진균·최용주, “페이스북에서 인식된 사회자본이 심리적 안녕감에 미치는 영향,” 한국심리학회지 소비자광고, 제18권, 제2호, 2017, pp.117-150.
- [77] 최은미·장영호, “고객불량행동이 카지노 종사원의 자아존중감에 미치는 영향에 관한 연구:심리적 안녕감의 매개효과 중심으로,” *Tourism Research*, 제43권, 제4호, 2018, pp.239-264.
- [78] 이진균, “소비자 자아존중감이 SNS 중독에 미치는 영향:외로움과 과시적 자기표현의 매개효과를 중심으로,” 한국소통학보, 제19권, 제1호, 2020, pp.7-44.
- [79] 조정휘, “심리적 안녕감과 분노조절능력 및 대인관계능력이 삶의 만족에 미치는 영향:대인관계능력의 매개효과,” 한서대학교 교육대학원 석사, 2018.
- [80] 정유선, “장애인스포츠지도사의 여가활동만족이 직무만족도와 심리적 안녕감에 미치는 영향,” 한국체육대학교, 2018.
- [81] 이은주, “중년기 남성의 사회적 은퇴불안과 직업만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향,” 한국상당대학원대학교 석사, 2014.
- [82] Fornell, C. & Larcker, D. F. “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, No. 1, 1981, pp.39-50.
- [83] 마혜영, “프로야구 선수가 지각한 자율성지지와 운동 수행 만족의 관계에서 코치-선수관계와 집단 효능감의 매개효과,” 단국대학교 대학원 박사, 2015.
- [84] 박종혁, “외식프랜차이즈 환경요인이 가맹점주의 의존성, 자율성 및 갈등, 관계만족에 미치는 영향,” 경희대학교 대학원 박사, 2014.
- [85] 김규동, “골프선수 부모와 지도자의 자율성 지지가 기본적 심리욕구 만족과 자기관리에 미치는 인과모형 검증,” 부산외국어대학교, 2011.
- [86] 노서연, “어머니 부모역할 만족도 및 아동의 정서조절 능력과 사회적 유능성의 관계,” 연세대학교 대학원 석사, 2003.
- [87] 이지희, “K사이버대학 성인학습자의 자기결정성과 교육만족도의 관계,” 고려대학교 교육대학원

석사, 2019.

- [88] Deci, E. L., Connell, J. P., Ryan, R. M., "Self-determination in a work organization," *Applied Psychology*, Vol. 74, No., 1989, pp.580-590.
- [89] 이명희·김아영, "자기결정성이론에 근거한 한국형 기본 심리 욕구 척도 개발 및 타당화," *한국심리학회지 사회 및 성격*, 제22권, 제4호, 2008, pp.157-174.
- [90] 장정아, "SNS상에서 청소년의 자기공개와 자아존중감의 관계," *전북대학교 교육대학원 석사*, 2016.
- [91] 김광진, "완벽주의 성향이 SNS 상향비교에 미치는 영향에 대한 연구: 자아존중감의 조절적 역할을 중심으로," *중앙대학교 대학원 석사*, 2018.
- [92] 이신혜, "정서표현성에 따른 아동기 학대 경험자들의 인지 및 정서적 처리 과정과 삶의 만족도," *가톨릭대학교 대학원 석사*, 2019.
- [93] 추경훈, "여고생의 학업스트레스와 심리적 안녕감의 관계에서 회복탄력성의 매개효과," *경성대학교 교육대학원 석사*, 2015.
- [94] 이다은, "대학생의 내면화된 수치심이 심리적 안녕감에 미치는 영향: 지각된 정서적 지지와 다차원적 경험회피의 매개효과," *가톨릭대학교 대학원 석사*, 2019.
- [95] 김성광·최효근·권두순, "전직지원 프로그램의 자기결정성 요인이 자기효능감, 심리적 안녕감, 학습성파에 미치는 영향," *디지털산업정보학회 논문지*, 제15권, 제1호, 2019, pp.133-155.
- [96] 김인환·황찬규·황인진·홍순근, "디지털아카이브 전시장 관람객의 감정반응요인이 몰입과 만족을 통해 전시성파에 미치는 영향," *디지털산업정보학회논문지*, 제12권, 제3호, 2016, pp.181-204.

■ 저자소개 ■



한 정 섭  
Han Jeong Seop

2020년 3월~현재  
남서울대학교 복지경영대학원  
빅데이터콘텐츠융합학과 석사과정  
2012년 2월 고려사이버대학교  
컴퓨터정보통신학 (공학사)  
2012년 2월 고려사이버대학교 상담학 (문학사)  
1994년 2월 부천대학교 사무자동화과(전문학사)

관심분야 : 빅데이터, 인공지능  
E-mail : hanjeongseop@gmail.com



권 두 순  
Kwon Do Soon

2017년 2월~현재  
청운대학교 교양대학 강사  
2016년 2월 서울벤처대학원대학교 융합산업학과  
박사  
2010년 8월 경희대학교 경영학과 MIS  
(경영학석사)  
2008년 2월 한남대학교 경영정보학과  
(경영학사)  
2003년 2월 대덕대학 멀티미디어컨텐츠제작  
전공(전문학사)

관심분야 : 정보기술 소비자 심리,  
데이터마이닝  
E-mail : do20kg@naver.com



김 성 준  
Kim Seong Jun

2014년 2월~현재  
남서울대학교 복지경영대학원  
빅데이터콘텐츠융합학과 교수  
2014년 2월 연세대학교 정보대학원(박사수료)  
2009년 2월 동국대학교 법학과(박사)  
2006년 8월 동국대학교 법학과(석사)  
2003년 2월 동국대학교 법학과(학사)

관심분야 : 개인정보, 개인정보보호법,  
정보보호, 사물인터넷, 빅데이터  
E-mail : mvstar@hanmail.net

논문 접수 일	: 2021년 2월 25일
수 정 일(1차)	: 2021년 3월 8일
수 정 일(2차)	: 2021년 3월 10일
게 제 확 정 일	: 2021년 3월 17일