

# 인터넷의 지속적 사용의도에서 주관적 안녕감에 대한 탐색적 분석

권 순 재\*

## The Exploratory Analysis of Subjective Well Bing in Internet Continuance to Use

Kwon-Soon Jae\*

### ■ Abstract ■

Although the Internet has been a important communication tool in modern societies, researchers did not pay attention to its' positive impacts on individual's psychological process. The Internet provides users with a unique environment such as visual isolation, non face-to-face communication, and easiness to escape from social influences. This environment enables people to take free action according to their personality and disclose themselves. The findings indicate that individuals' social use of the Internet may reflect their personality. To fill the research void like this, this study proposes a new research model in which well bing as well as perceived value are positively linked to satisfaction and continuance to use. The statistical results obtained by applying PLS to the valid 150 questionnaires showed that the well bing has stronger positive influence on satisfaction and continuance to use. Therefore, a practical implication is suggested that the web site need to be designed in a way of arousing users' well bing more strongly.

Keyword : Well Bing, Perceived Value, Satisfaction, Continuance to Use, Nomological-net

## 1. 서 론

인터넷은 사용자들에게 없어서는 안 될 중요한 필수품으로 분신(신체의 일부)과 같은 존재가 되고 있다[3]. 대부분의 사용자들은 인터넷을 일상생활 속에서 습관(Habit)적으로 사용하는 경우가 많아 졌으며 인터넷의 사용을 통하여 긍정적인 정서나 경험을 경험하게 된다[52]. 또한, 이를 통하여 타인과의 관계를 강화하기 위한 수단으로 활용한다[13, 32, 63]. 이는 인터넷 사용이 사용자의 심리적인 관계와 연관이 되어져 있다는 뜻이다. 하지만 국내외적으로 인터넷 사용에 대한 심리적 영향에 대한 연구는 제한적으로 진행되었다. 이는 인터넷과 관련된 대부분의 정보시스템 관련 연구들이 사용자의 합리적인 행동(의사결정 기준)에 따른 인터넷 사용의도에 초점이 맞추어져 다양한 관점에서 이루어져 왔다[1, 2, 4]. 대표적인 예로 TAM에 의한 정보의 유용성 및 사용의 편의성이 인터넷의 도입을 촉진한다거나, Bhattacharjee[9]의 정보시스템 지속사용모델에 의한 사용자의 기대와 일치에 의하여 정보시스템을 지속적으로 사용한다는 연구 등이 있다. 하지만, 앞서 언급하였듯이 많은 사용자들이 인터넷 사용을 통하여 긍정적인 정서를 경험하며, 행복감을 느끼기 때문에 인터넷 사용자의 심리적인 측면에 대한 연구도 필요하다. 이에 본 연구는 긍정 심리학(Positive Psychology)의 관점을 도입하여 사용자 측면에서 인터넷의 사용에 있어서 개인의 성격에 따라 지각하게 되는 주관적인 안녕감의 관계를 탐색하고자 한다. 여기서 주관적인 안녕감이란 자신의 생활에 대한 인지적이고 정서적인 평가의 수준을 말하는데, 자신의 생활에 대한 인지적인 만족감과 긍정 정서를 많이 경험하고, 부정정서를 적게 경험한다고 평가하는 정도를 말한다[21, 22]. 또한, 긍정 심리학이란 사람들의 행복, 경험, 만족, 강점과 잠재력 등에 대한 과학적인 접근을 포함하는 연구관점을 말한다[65, 68]. 예를 들어, 아리스토텔레스의 윤리적 관점에서

행복(Eudaimonia)은 단순한 즐거움과는 달리 인간이 추구하는 선한 행동이며, 최고의 선 또는 가장 완전한 목적으로 받아들여지고 있다[17]. 이와는 달리 에피쿠로스의 쾌락주의 관점은 마음의 평온과 즐거움이 행복의 근원이며, 평생 동안 추구해야 할 가치라고 본다[79]. 현대 심리학에서 역시 행복의 개념과 측정에 있어서 의견의 불일치를 보이고 있지만[34], 긍정 심리학 분야에서 누적된 행복 연구들은 쾌락주의의 관점과 유사하게 개인의 주관적인 경험과 정서를 중요시하고 있다[24]. 여기서 인터넷 사용과 주관적인 안녕감(행복과)의 관계를 탐색할 필요성이 대두된다. 즉, 인터넷은 이미 사람들의 일상생활의 일부가 되었으며, 중요한 사회적 의사소통의 수단으로써 널리 사용되고 있기 때문에 인터넷이 개인에게 미치는 영향을 다각도로 탐구해야 한다. 다행스럽게도 정보시스템 관련 분야에서도 인터넷의 긍정적인 기능에 대한 논의가 진행되고 있다[6].

기존의 경영학 분야와 정보시스템의 연구를 살펴보면, 사용자가 새로운 인터넷 커뮤니티 혹은 인터넷 사이트를 경험하고 이를 통하여 만족하게 되면 지속적으로 사용하게 되고 결국에는 충성도가 높아진다는 연구[8, 26, 37, 57]와 인지적인 관점에서 정보시스템의 유용성 및 사용의 편의성이 지속적인 사용을 가져온다는 연구가 대체를 이루고 있다[18, 45, 74]. 이는 일반적인 사용자들이 정보시스템(인터넷)을 사용하면서 발생하는 상호작용을 통한 경험과 인지적인 평가에 의하여[72, 80] 해당 인터넷 사용에 대한 심리적인 안녕감을 느낄수도 있는 경우를 설명하기에는 한계점을 가지고 있다. 즉, 이러한 연구들이 사용자의 심리적인 안녕감을 가져와서 정보시스템에 대한 사용자 만족과 지속적인 사용의 여부를 제대로 설명하고 있는지에 대한 의문점이 든다[15]. 따라서 본 연구는 인터넷의 사회적 활용에 초점을 두어, 인터넷을 활용하는 사용자들이 느끼는 주관적인 행복감(안녕감)과 인터넷의 지속적인 사용이 어떻게 관련되어 있는지를 탐색한다.

## 2. 이론적 배경

본 연구의 이론적인 배경은 크게 두가지로 구분된다. 첫째, 사용자가 인터넷을 사용하면서 사회활동을 경험할 때 느껴지는 주관적인 안녕감에 대한 심리학적 이론배경, 둘째, 정보시스템 사용자 만족과 지속적인 사용에 대한 이론적인 배경을 고찰하도록 한다.

### 2.1 인터넷 사용에 의한 안녕감

사용자들이 인터넷을 이용하는 목적은 다양하게 있을 수는 있으나, 미디어의 이용과 충족의 관점에 의하면[46], 사람들은 자신들의 다양한 사회적, 심리적 욕구 충족을 위해 의사소통 매체를 사용한다. 따라서 인터넷이라는 매체 역시 사람들의 다양한 심리적인 욕구를 충족하기 위하여 사용한다는 뜻이다. 이에 본 연구에서는 인터넷을 이용한 의사소통 관점에서 사용자들이 지각하게 되는 안녕감을 심리적인 측면에서 고찰하는데 초점을 두고자 한다. 인터넷의 사회적 영향 또는 사용자 심리에 관한 연구들은 그 동안 많은 논쟁을 거쳤는데, 주로 인터넷이 유발할 수 있는 사회 활동 참여 저하, 온라인 게임 중독, 익명성을 악용한 인터넷 댓글 등의 부정적인 측면에 대한 연구들이 많았다[5, 43, 50, 58]. Kraut et al.[50]은 중단 설문 조사를 통해 사람들이 인터넷을 많이 사용할수록, 오프라인 생활에서의 사회 활동 참여 저하와 외로움(Loneliness), 우울함(Depression)을 경험하게 한다고 주장하였다. 이렇듯 인터넷 사용이 오프라인 생활에 부정적인 역할을 한다는 관점은 Nie and Erbring[58]에서도 제시되었다. 물론, 사람들은 부정적인 것을 회피하려고 하는 강력한 성향을 보이며[43], 부정적인 자극에 효과적으로 대처하는 것은 개인이나 사회 안정에 기본이 된다는 연구 결과도 제시되어 있다. 분명한 것은 이러한 부정적인 영향 요인에도 불구하고 인터넷 사용이 사용자의 심리적인 측면에서 긍정적인 영향을 미치는 측

면이 있기 때문에 지속적인 사용을 한다는 점이다. 대표적인 연구로서 Wästlund et al.[76]은 인터넷 사용과 외로움 또는 우울함 등의 관계는 유의하지 않다는 것을 제시했다. 이와 유사한 관점에서 Wellman et al.[78]은 사람들의 인터넷을 통한 의사소통은 이미 일상생활의 일부가 되었으며, 면대면 대화나 전화와 같은 전통적인 의사소통을 보완하는 역할을 한다고 주장하였다. 이러한 논쟁 이후, Kraut et al.[50] 연구를 보완하는 결과를 제시하였다[49]. 그들은 인터넷 사용이 의사소통이나 사회적 참여를 늘리고, 외로움이나 우울함을 줄일 수 있다고 제시했으며, 외향적 성격을 가진 사람들이 내성적인(또는 낮은 수준의 외향성) 사람들보다 인터넷 사용으로 인한 긍정적인 효과를 누린다는 점을 제시했다. 이는 인터넷 사용이 사용자들에게 미치는 긍정적인 측면이 중요하다는 점을 설명하는 연구들이다.

현대의 많은 심리학자들은 에피쿠로스학파의 관점-행복을 친구들과의 진실한 유대 관계, 육체적 고통이나 정신적인 걱정으로부터 자유로워지는 것, 즐거움을 추구하는 것-을 받아들이고 있다[16]. 본 논문에서는 이러한 관점에서 편의상 심리적인 측면에서의 안녕감과 행복을 같은 의미로 사용한다. 주관적 안녕감(Subjective Well-Being)[24], 주관적 행복(Subjective Happiness)[54], 및 심리적 안녕감(Psychological Well-Being)[11] 등 주관적 판단에 근거하여 행복을 측정하는 많은 지표들은 상당히 안정적인 것으로 알려져 있으며, 이를 예측해 줄 수 있는 주요 변인들로는 자존감, 통제감, 외향적인 성격, 낙관성, 긍정적인 사회적 관계, 삶의 의미와 목적성 등이 있다[16]. 그 중에서도 외향적인 성격을 비롯한 개인차 변수들의 영향이 큰 것으로 알려져 있다[27]. 물론 개인 성격은 유전적인 요인에 의해 많이 영향을 받기 때문에[53], 행복 수준을 쉽게 바꾸는 것이 쉽지는 않다[77]. 또한, 일반적으로 사람들은 좋은 일이건 나쁜 일이건 쉽게 적응하므로[12], 삶의 만족이나 행복 수준은 크게 바뀌지 않을 수 있다. 그러나 의도적인 노력을 통

해 개인의 행복 수준은 증진될 수 있으며 [23, 55], 이런 행복 개입에 대해 다양한 연구 결과들이 축적되었다. 예를 들어 인간관계 증진, 사회적 비교를 피하는 습관, 긍정적인 생각, 낙천적인 사고, 강점 활용하기 등이 행복을 증진시키기 위한 방법으로 제시되었다[29, 30, 56, 66]. Seligman et al.[66]은 웹사이트를 통해서 실험 참가자들 자신의 강점을 찾을 수 있게 하고, 그들이 자신의 강점을 오프라인 생활에서 강화하도록 하는 개입 훈련을 수행했다. 즉, 인터넷 인프라가 일반인들이 실제 생활에서 행복 증진 활동을 수행하는 데 유용한 지원 도구가 될 수 있다는 것을 제시했다.

그러나 인터넷에서의 응용 서비스가 행복을 증진시킬 수 있다는 관점에서의 연구는 아직 부족하다. [48]는 소셜 네트워크 사이트에서의 자기 개방은 개인적 인맥 관리에 긍정적인 영향을 미치며, 이렇게 확보된 사회적 자산은 주관적인 안녕감과 긍정적인 관계를 보임을 제시했다. 하지만, 그 동안의 인터넷의 사용과 인터넷을 통한 자기 안녕감과 관계의 다룬 선행 연구들은 인터넷 사용 자체가 사용자에게 가져다주는 심리적인 효과, 즉 행복과의 직접적인 관계를 고려하지 못하고 있다는 점에서 한계점을 가지고 있다. 일반적으로 자신의 경험을 나누는 것은 그 내용이 부정적이건[28], 긍정적이건[33]간에 사람들의 안녕감을 증진시킬 수가 있다. 따라서 본 연구에서는 이러한 관점에서 인터넷 사용에서 느끼는 주관적인 안녕감(행복)과 인터넷의 지속적인 사용의 관계를 분석한다.

## 2.2 사용자 만족을 통한 지속적 사용

특정 대상에 대한 사용자의 만족은 사용자가 보다 나은 대상을 경험하게 되면 그 대안을 언제든지 선택할 수가 있다. 이러한 가정은 심리학 분야의 상호의존이론(Interdependency Theory)로 설명될 수 있다[47]. 상호 의존 이론이란 특정 대상과 사용자간의 지속적인 관계유지가 대상의 만족도나, 대안의 매력, 그리고 특정 대상에 대한 시간과

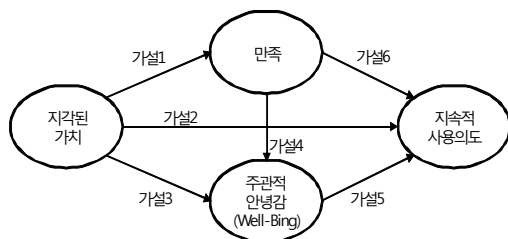
노력에 따라 결정된다는 이론이다. 따라서 사용자들이 현재 대상에 대하여 만족을 하더라도 더 나은 대안이 나타나면 그 대안을 선택 할 수 있음을 의미한다. 하지만, 행복감에 대한 기존연구들을 살펴보면, 특정한 대상에 대한 행복감이 형성되면, 새로운 매력적인 대안이 제시되더라도 이에 대하여 덜 민감하게 반응한다[48]. 이는 이미 형성된 행복감이 사용자간의 상호작용성을 높혀 대안의 선택 의도를 줄여지기 때문이다[23]. 대개 강한 행복감을 갖고 있는 사람은 그 대상에 대해 보다 큰 확신을 갖고, 더 큰 투자를 하며, 더 큰 희생을 하는 경향이 있다. 따라서, 기존의 정보시스템에서 사용한 사용자 만족이나, 마케팅에서 많이 연구되어진 고객의 충성도와 관련된 연구모형으로는 사용자의 지속적인 사용에 대하여 충분한 설명이 이루어지지 못하는 한계점을 가지고 있다. 또한 이들의 연구는 사용자와 인터넷 사용의 장기적인 상호작용을 통해서 구축될 수 있는 심리적인 부분을 반영하고 있지 못하다.

인터넷 사용에 의하여 느껴지는 행복(안녕감)의 개념을 정보시스템 사용의도와 만족이라는 모형과의 관계형성도(Nomological Net)를 설정하기 위해서 기존의 정보시스템 성공모형[20], 정보시스템 지속 사용모델[9, 45], 기술수용모형[18]과 같은 사용자 만족중심의 연구모형들을 고찰하였다. 이 연구들의 이론의 중심은 사용자의 합리적인 사고 즉, 사용자의 인지적인 신념(Cognitive Belief)에 두고 연구가 이루어졌다. 하지만 정보시스템을 사용하는 이유가 이러한 인지적인 요인들에 의해서만 전부 영향을 미치는 것이 아니다. 특히 행복(안녕감)의 경우 사용자의 감정적인 측면이 중요하다[19]. 따라서 이러한 감정적인 동기 부여에 대한 이론적인 배경이 필요하다. 이러한 가정하에 본 연구에서 사용자가 인터넷을 사용할 때 느끼는 안녕감의 개념은 Deci and Ryan[19]이 제안하는 자기 결정이론(Self-Determination Theory)을 이용하여 설명하고자 한다. 이들의 연구는 사용 행위(Action)를 유발시킬 수 있는 목적과 이유에 따라 사용 동

기를 내적 동기(Intrinsic Motivation)와 외적 동기(Extrinsic Motivation)로 분류하였다. 외적 동기는 외부에서 주어지는 지각된 가치(Perceived Value)나 이익(Benefit)에 의해 행동이 유발되는 것을 의미하며, 과정 자체보다는 사용에 따른 결과에 초점을 맞춘다[62, 67]. 반면에, 내적 동기는 그 일을 수행하는 과정 자체가 목적이고, 그 과정에서 느끼는 유쾌, 즐거움, 재미에 의해 행동이 유발된다[51]. 동기(Motivation)는 사용자 행동의 세기(Strength), 강도(Intensity), 그리고 지속도(Persistence)를 결정하게 되고 특정 목적을 가지는 행동을 유도하는 방향성을 가지게 된다[51]. 따라서 사용동기가 내적동기 혹은 외적동기에 있는지에 따라 사용자의 행동이 달라지게 된다[73]. 이러한 사용동기는 행복과 연관성이 높는데, 행복은 일종의 내적동기로 볼 수가 있다[10, 38, 72]. 이러한 관점에서 본 연구는 인터넷 사용에 있어서 느끼는 행복 개념을 개발하고, 이 개발된 개념을 기존의 정보시스템에서의 사용자 중심의 모델의 관계구성도를 설정하여 연구모형으로 제시하고, 이에 대한 타당성을 실증적으로 검증하고자 한다.

### 3. 연구모형 및 가설

본 연구에서는 정보 시스템 분야의 기존 연구들에서 제시하고 있는 정보시스템 수용 및 만족 모형을 [그림 1]과 같이 재정리 하였으며, 각 가설에 대한 자세한 설명 및 이론적 배경은 다음과 같다.



[그림 1] 연구모형

기존의 정보시스템 연구분야에서는 사용의도[18]

나 사용자 만족 중심의 이론적 모형인 정보시스템 지속 사용 모형[9]을 통하여 어떠한 기기나 시스템의 사용 경험에 대한 만족에 영향을 미치는 중요한 사용자들의 인지적 신념(Cognitive Belief)으로 지각된 가치를 제시하고 있다. 지각된 가치(Perceived Value)는 특정 정보시스템이 사용자가 수행하는 과업의 성과를 향상시켜 준다고 지각되는 정도로 정의된다[8]. 따라서 지각된 가치는 어떠한 정보시스템의 사용으로부터 얻을 수 있는 실용적인 가치를 설명하고 있으며, 기존 연구들은 특정 정보시스템에 대한 사용 경험을 통하여 사용자들이 가치를 높게 지각할수록, 그 정보시스템에 대해 높은 만족감을 느낀다는 결과를 제시하고 있다[39]. 즉, 사용자들이 특정 정보시스템에 대한 경험을 통하여 유용성을 높게 지각할수록 정보시스템에 대한 만족이 높아지게 된다는 뜻이다. 따라서 본 연구에서는 기존 연구 결과들을 바탕으로 지각된 유용성과 사용자 만족과의 인과 관계에 대한 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 1 : 지각된 가치는 사용자 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

또한, 기대일치 이론에 의하면 사용자는 어떤 과업을 수행함에 있어서 기대와 이 과업을 종료함으로써 얻는 결과에 대한 가치를 서로 비교하면서 가치를 인식하게 된다. 기대일치 이론은 Bhattacharjee[9]에 의하여 기존의 정보시스템 연구분야의 사용자 만족모델로 확대 발전되었는데, Bhattacharjee의 연구결과에 의하면, 어떠한 정보시스템의 사용이 자신의 과업을 수행함에 있어서 유용하거나 편의성을 제공하는 경우 해당 시스템에 대한 가치를 지각하게 된다[8, 9, 18]. 사용자는 이러한 가치를 바탕으로 정보시스템이 유용하다고 인지되는 정도에 따라 지속사용의도가 직접 형성되기도 하고 간접적으로 형성되기도 한다. 이처럼, 지각된 가치는 정보시스템의 지속적인 사용의도에 있어서 직접적인 영향을 미치고 있는 것으로 연구되고 있다. 이

에 본 연구에서는 지각된 가치와 관련하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2 : 지각된 가치는 사용자의 지속적인 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

합리적인 행동이론의 관점에 의하면 주관적인 안녕감은 개인이 느끼는 상태로서 구성관계도(nomological net)에서 만족과 유사한 위치에 자리잡게 된다. 대부분의 사용자들은 인터넷 사용으로 비대면, 비동시성, 시각적 익명성 등을 경험하게 되는데 이러한 경험으로 인해, 환경의 영향을 많이 받지 않고, 자신의 성격이나, 욕구를 잘 나타낼 수 있다는 가치를 지각하게 된다. Ko and Kuo[48]은 소셜 네트워크 사이트의 사용을 통하여 개인적 인맥 관리에 긍정적인 영향을 미치며, 이렇게 확보된 지각된 가치는 주관적인 안녕감에 긍정적인 관계를 보임을 제시했다. 이상의 내용을 통하여 다음의 가설을 설정하였다.

가설 3 : 지각된 가치는 주관적 안녕감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

전술한 에피쿠로스의 쾌락주의 관점에서는 행복을 친구들과의 진실한 유대 관계, 육체적 고통이나 정신적인 걱정으로부터 자유로워지는 것, 즐거움을 추구하는 것 등으로부터 얻을 수 있다고 제시한다. 이러한 관점에서 인터넷 사용을 조명하면, 사용자들이 인터넷을 사용하면서 발생하는 상호작용을 통한 경험과 인지적인 평가에 의하여 해당 인터넷 사용에 대한 만족감을 느끼게 되어 해당행위에 대한 심리적인 안녕감을 느낄 수도 있다[72, 80]. 또한, 인터넷 사용자들은 커뮤니티 사이트에서 자기개방(Self-Disclosure)을 경험함으로써 일종의 내적 보상을 받으며, 그것의 투자가 전환 비용을 증가시켜, 해당 웹사이트에 대한 만족을 증가시키며, 이는 사용자의 주관적 안녕감을 증가시키게 된다. 이에 다음과 같은 가설설정이 가능하다.

가설 4 : 사용자의 만족은 주관적 안녕감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

비교적 최근 연구인 Guadagno et al.[39]에서는 블로그를 하는 사용자들이 그렇지 않은 사람들에 비해 경험에 대한 개방성(Openness to New Experience)과 신경증성이 수준이 높다는 것을 제시했다. 또한, 소셜 네트워크 사이트나 개인 블로그 사용을 통해서 사회적 지지와 유대 관계의 질을 높일 수 있다는 것은 여러 연구들에서 확인되고 있다[7, 26, 69]. 이처럼 인터넷 사용이 의사소통이나 사회적 참여를 늘리고, 외로움이나 우울함을 줄일 수 있으므로, 이를 통하여 주관적인 안녕감을 증가시키게 된다[49]. 특히, 외향적(Extraversion) 성격을 가진 사람들이 내성적인(또는 낮은 수준의 외향성) 사람들보다 인터넷 사용으로 인한 주관적 안녕감등의 긍정적인 효과를 누리게 되는데 이는 지속적인 사용의도에 영향을 미치게 된다고 해석할 수 있다. 이에 다음과 같은 가설설정이 가능하다.

가설 5 : 주관적 안녕감은 지속적인 사용의도 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

마지막으로 정보시스템을 사용할 때 만족도가 높아지면 이를 지속적으로 사용하고자 하는 의도 또한 높아질 것이다. 이는 기존의 정보시스템 분야와[9, 18, 45, 60] 마케팅 분야[42]에서 많이 이루어져서 검증된 부분이다. 이처럼 선행연구들이 다양한 관점으로 사용자의 정보시스템 수용에 연구해왔으나 대다수의 연구들이 사용의도의 직접적인 영향요인 파악에 초점을 두었거나, 사용자 만족 변수를 이용하였지만 만족을 재사용의도 및 지속적인 사용의도 등의 변수와 함께 포괄적으로 사용자의 수용행동으로 파악하여 연구를 진행하였다[8]. 특히, 사회적 안녕감이 형성된 웹 사이트의 경우 사용자의 자발적인 의도에 의해 주로 사용이 이루어지는 특성을 가지고 있으므로, 사용자의 지속적

이고 반복적인 사용을 위하여 만족이 어떠한 역할을 가지고 있는지에 대한 체계적인 파악은 매우 중요할 것으로 판단된다. 이에 본 연구에서는 만족도와 지속사용의도와 관련하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 6 : 만족도가 높아지면 사용자의 지속적인 사용의도에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.

## 4. 연구방법

### 4.1 변수의 조작적 정의 및 측정항목

본 연구에서 사용되는 요인들에 대한 개념을 정의하면 다음과 같다. 지속사용의도(Continuance Intention)란 사용자가 미래에 해당 제품 혹은 서비스를 지속적으로 사용하려는 계획의 강도를 의미한다[9]. 따라서 지속사용의도는 웹 사이트를 후에 지속적으로 사용하려는 사용자의 계획의 강도라고 정의할 수 있다. 만족(Satisfaction)이란 서비스나 제품의 사용에 따른 사용자의 감정이라고 정의할 수 있다[9]. 이를 웹 사이트에 적용한다면, 사용자

가 웹 사이트를 사용한 후에 느끼는 감정이라고 할 수 있다. 이러한 만족이나 지속사용의도는 웹사이트 사용자가 일단 서비스를 사용하고 나서 느끼는 사후 기대 요인에 의해 영향을 받게 된다. 지각된 가치(Perceived-Value)는 사용자가 서비스를 이용한 후에 얻는 효익과 그것을 얻기 위해 투자한 비용에 대한 사용자의 평가를 의미한다[75]. 지각된 가치는 시스템 사용에 따른 금전적인 가치를 제공하고 있기 때문에 대표적인 외적 동기의 한 형태로 볼 수 있다. 웹 사이트 사용은 대부분 개인이 원하는 방향으로 사용할 수 있다. 주관적 안녕감(Well-Bing)은 자신의 생활에 대한 인지적이고 정서적인 평가의 수준으로 자신의 생활에 대한 인지적인 만족감과 긍정 정서를 많이 경험하고, 부정 정서를 적게 경험한다고 평가하는 정도라고 정의할 수 있다[21]. 이처럼 본 연구에서 사용한 지속사용의도, 만족도, 지각된 가치, 주관적 안녕감 등 네 가지 변수에 대하여 모두 선행연구 결과를 활용하여 설문 문항을 작성하였으며 설문지는 인구통계적 문항을 제외한 연구변수의 모든 문항을 7점 척도로 구성하였다. 최종 설문 문항에 대한 조작적 정의는 <표 1> 과 같다.

<표 1> 측정항목

구성 개념	측정 항목	근거
주관적 안녕감	WB1 : 나는 자신이 대체로 행복한 사람 이라고 생각한다 WB2 : 대부분의 내 나이 또래와 비교할 때 나는 자신이 행복하다고 생각한다. WB3 : 어떤 사람들은 대체로 매우 행복합니다. 그런 사람들은 어떤 일이 일어나도 인생을 즐기며 모든 것을 최대한 누리면서 살아갑니다. 상기 진술은 당신을 묘사하는 데 어느 정도나 해당하는지 표시해 주세요. WB4 : 어떤 사람들은 대체로 행복하지 않습니다. 우울증을 앓는 것은 아니지만, 그들은 결코 행복해 보이지 않습니다. 상기 진술은 당신을 묘사하는 데 어느 정도나 해당하는지 표시해 주세요.	[54, 64]
지각된 가치	PV1 : 인터넷의 사용은 내가 투자하는 시간과 비교해 봤을 때, 양호하다고 생각한다. PV2 : 인터넷 사용은 다른 정보통신의 사용과 비교해 봤을 때 상대적으로 유용한 것이다. PV3 : 인터넷 사용으로 소비되는 노력은 내가 느끼는 가치에 비하면 싼 편이다. PV4 : 인터넷은 참 유용한 물건이다.	[41]
만족도	SA1 : 매우 불만족스럽다 ... 매우 만족스럽다 SA2 : 매우 기분 안 좋다 ... 매우 기분 좋다 SA3 : 매우 실망스럽다 ... 매우 흡족하다 SA4 : 완전히 최악이다 ... 매우 괜찮다.	[9]
지속사용의도	CU1 : 나는 인터넷을 계속 사용하고자 한다. CU2 : 나는 다른 수단을 사용하기 보다는 인터넷을 계속 사용할 의향을 갖고 있다. CU3 : 가능하다면, 나는 인터넷을 그만 사용하고 싶다.	[5, 9]

## 4.2 분석도구

본 연구에서는 분석을 위하여 PLS(Partial Least Square)를 사용하였다. PLS는 컴포넌트(component)를 기반으로 하는 접근방식에 의해 추정하기 때문에 표본 크기와 잔차 분포(Residual Distribution)에 대한 요구 사항이 비교적 덜 엄격하고[14], 이론적인 구조모형에 대한 평가와 측정모형에 대한 평가를 동시에 할 수 있는 기법이다[81]. 일반적으로 PLS는 모형 전체의 적합성을 측정하기 보다는 원인-예측(Causal-Prediction) 분석을 할 경우나 이론 개발의 초기 단계에서 사용하는 것이 적절하다[40]. 또 측정 항목이 조형적일 경우 즉, 측정항목과 구성개념간의 관계가 원인-결과의 관계인 경우에 적절하다[14]. 그렇기 때문에 구성개념에 대한 측정도구가 조형적인 경우가 대부분이면서 모형 적합도 보다는 구성개념의 설명력을 측정하고자 하는 연구에서 PLS를 분석도구로 채택하고 있다. 본 연구에서도 주관적 안녕감, 지각된 가치, 만족, 지속적인 사용의도에 미치는 영향을 규명하기 위한 탐색적인 관점에서 접근한다. 따라서 모델의 적합성을 중요시하는 다른 구조방정식 분석 방법보다 원인-예측(Causal Prediction)에 중점을 둔 PLS를 통한 분석이 보다 타당하다[14].

## 4.3 자료수집

설문은 4년제 대학생으로 설문을 실시하였다. 싸이월드나 기타 인터넷 커뮤니티를 사용하는 학생들을 설문대상으로 하였다. 이는 학생들의 경우 일반인들보다 더 많은 교육을 받고 있으며, 인터넷사용에 적극적이므로 본 연구의 가설을 증명하는데 적합한 것으로 판단된다[70, 71]. 총 160부를 설문하여 충실하게 설문하지 아니한 10부를 제외한 150부를 본 연구의 분석에 사용되었으며, 응답자의 특성은 <표 2>와 같다.

## 4.4 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서 이용된 측정도구들은 대부분 기존

<표 2> 응답자 특성

기준		명	비율(%)
성별	남자	83	55%
	여자	77	51%
인터넷 사용시간	1시간이하	25	17%
	1시간~2시간	45	30%
	2시간~3시간	50	33%
	3시간 이상	30	20%
학년	1학년	33	22%
	2학년	43	29%
	3학년	46	31%
	4학년	28	19%

문헌에서 검증된 것이나 영문으로 번역하는 과정에서 나타날 수 있는 차이 또는 인터넷 사용상황으로 전환하는 과정에서 오는 차이가 발생할 수 있기 때문에 타당성 검증이 필요하다. 본 연구에서는 첫 번째, 구성개념의 타당성을 위하여 탐색적인 요인분석을 통하여 요인적재량과 크로스 로딩 값을 비교 분석하였으며, 두 번째, 측정모형의 수렴타당성(Convergent Validity)과 판별타당성(Discriminant Validity)을 평가하였다[36]. 먼저, 구성개념의 타당성을 확인하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하여 팩터로딩과 크로스로딩 값을 계산하였다. 또한, 각 측정항목의 평균 및 표준편차를 정리하여 <표 3>에 제시하였다. <표 3>에서 볼 수 있듯이 측정 변수들이 구성 개념을 잘 설명하고 있고 또한 구성개념간에도 구분되는 것을 확인할 수 있었다.

본 연구에서는 Formell and Lacker[31]의 견해에 따라 수렴타당성은 구성요인의 복합신뢰도(Composite Reliability), 크론바하 알파 (Cronbach's  $\alpha$ ) 및 평균분산추출(AVE : Average Variance Extracted)에 의해 평가하고 판별타당성은 구성요인간의 상관관계를 AVE와 비교하여 평가하였다. 분석에 사용된 설문 문항의 신뢰성을 확인하기 위해 크론바하 알파를 사용하였다. 주관적 안녕감, 지각된 가치, 만족도, 지속사용의도의 모든 개념에서 크론바하알파는 0.90~0.93범위의 값을 나타내었다. 구성



<표 3> 로딩 및 크로스로딩 값과 기술통계 결과

항목	주관적 안녕감	지각된 가치	만족도	지속 사용의도	평균	표준 편차
WB1	<b>0.922</b>	0.277	0.109	0.281	4.22	1.31
WB2	<b>0.928</b>	0.280	0.212	0.287	4.32	1.32
WB3	<b>0.918</b>	0.110	0.166	0.246	4.48	1.24
WB4	<b>0.907</b>	0.120	0.201	0.146	4.21	1.17
PV1	0.255	<b>0.880</b>	0.135	0.141	4.58	1.12
PV2	0.258	<b>0.886</b>	0.122	0.144	4.62	1.18
PV3	0.263	<b>0.896</b>	0.136	0.123	4.44	1.02
PV4	0.160	<b>0.890</b>	0.139	0.268	5.01	1.13
SA1	0.299	0.273	<b>0.822</b>	0.211	4.79	1.07
SA2	0.201	0.173	<b>0.847</b>	0.175	4.92	1.05
SA3	0.179	0.216	<b>0.831</b>	0.152	4.88	1.16
SA4	0.184	0.139	<b>0.846</b>	0.161	4.76	1.17
CU1	0.140	0.201	0.201	<b>0.899</b>	5.26	1.02
CU2	0.175	0.179	0.133	<b>0.903</b>	5.26	1.14
CU3	0.207	0.184	0.107	<b>0.921</b>	4.67	1.21

개념을 측정할 설문 항목들의 크론바하알파 값이 모두 0.9을 상회하므로 신뢰성이 있다고 볼 수 있다[51]. 복합신뢰도는 0.91~0.94범위에 있으며, 평균분산추출 값 역시 0.87~0.93 구간에서 나타났다. 따라서 구성 개념간에 수렴타당성이 있다고 평가할 수 있으며, 구성 개념의 AVE 값과 다른 구성 개념들과의 상관계수를 비교했을 때 판별타당성도 확보되었다고 할 수 있다.

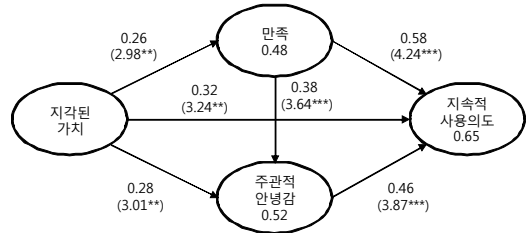
<표 4> 수렴타당성 및 판별타당성

요 인	복합 신뢰도	크론 바하 <sup>a</sup>	주관적 안녕감	지각된 가치	만족도	지속 사용 의도
주관적 안녕감	0.920	0.917	<b>0.879</b>			
지각된 가치	0.934	0.927	0.514	<b>0.917</b>		
만족도	0.937	0.929	0.441	0.327	<b>0.913</b>	
지속 사용 의도	0.914	0.905	0.327	0.527	0.582	<b>0.929</b>

주) 대각선 값은 AVE 값임.

### 4.5 분석결과

데이터의 수렴타당성과 판별타당성이 검증되었으므로 본 연구 모형에 대하여 분석을 실시하였으며 그 결과가 [그림 2]에 제시되어져 있다.



[그림 2] PLS 분석결과

실시결과 주관적 안녕감(52%), 만족(48%), 지속적 사용의도(65%)의 설명력을 보였다. 경로분석 결과를 살펴보면, 주관적 안녕감의 경우 지각된 가치(베타계수 0.28,  $t = 3.01$ ,  $p < 0.01$ )와 만족도(베타계수 0.38,  $t = 3.64$ ,  $p < 0.001$ )에 유의한 영향을 받는 것으로 분석되었다. 따라서 가설 3과 가설 4는 지지되었다. 만족도의 경우 지각된 가치(베타계수 0.38,  $t = 3.64$ ,  $p < 0.001$ , 가설 1)에 유의한 영향을 받는 것으로 분석되었다. 마지막으로 지속적 사용의도는 만족(베타계수 0.58,  $t = 4.24$ ,  $p < 0.001$ , 가설 6), 지각된 가치(베타계수 0.38,  $t = 3.64$ ,  $p < 0.001$ , 가설 2), 주관적 안녕감(베타계수 0.46,  $t = 3.87$ ,  $p < 0.001$ , 가설 5)에 유의한 영향을 받는 것으로 분석되었다. 따라서 본 연구의 모든 가설이 지지되었다.

### 5. 토의 및 결론

지속적인 인터넷 사용에 대한 많은 연구들이 있지만, 근본적으로 사용자의 행복에 대한 연구는 그리 많지 않다. 특히 사용자의 행복 추구는 근본적인 가치의 문제로서 향후 정보시스템 연구에서 다루어야 할 부분이다. 이런 중요성에도 불구하고 이에 대한 체계적인 방법론이나 실증 연구가 축적된 것은 오래 되지 않았다. 더구나, 선행 연구들은

일상 생활에서 컴퓨터를 사용하는 것은 오프라인에서의 친목 도모나 레저 활동들보다는 긍정적인 정서를 제공하지 못하다고 제시한다[44]. 그러나, 인터넷이 이미 생활의 일부가 되어 있는 시점에서 인터넷의 사회적 사용과 긍정 심리학 관점을 연결시키는 노력은 아직 부족하며, 충분히 연구할 가치가 있다. 이에 본 연구는 주관적인 안녕감이 인터넷의 지속적인 사용의도와 어떠한 관계가 있는지를 실증하였다.

연구 결과 주관적인 안녕감이 인터넷의 지속적인 사용의도에 영향을 미침을 확인할 수 있었다. 또한, 인터넷 사용에서 느끼는 지각된 가치 그리고 이에 대한 만족감이 개인의 주관적인 안녕감에 긍정적인 영향을 미쳤다. 주관적인 안녕감과 같은 성격에 따른 인터넷 서비스 사용 패턴은 선행 연구 결과들과 유사한 패턴을 보여준다. 외향성이 높은 사람들은 일반적으로 대인 관계에서 적극적으로 자신을 표현하며, 의사소통 기술이 높은 편이다. 따라서 이들은 인터넷 역시 사회적 도구로 사용할 가능성이 높으며, 대표적인 사회적 의사소통 서비스인 싸이월드 미니홈피와 웹 커뮤니티 활동에도 참여하는 것으로 파악된다. 이런 결과는 외향적인 사람들이 내성적인 사람들보다 인터넷 사용을 통해 대인 관계에서 보다 높은 효과를 누린다는 Kraut et al.[42]의 결과와 유사하다. 이런 결과는 인터넷의 사회적 사용에 있어서도 개인이 지각하는 안녕감에 따라서 선호하는 응용 서비스 분야가 달라진다는 것을 시사한다. 일반적으로 행복의 원천이 되는 것은 사람마다 오프라인, 온라인 등 다양할 수 있다. 이를 고려했을 때, 개인에 따라서 인터넷이 사람들에게 긍정적인 정서와 경험의 원천이 될 수 있음을 알 수 있다. Diener et al.[22]에 의하면 경험이나 정서의 강도 자체보다 빈도나 지속성이 개인 차원의 안녕감에 있어서 보다 중요한 역할을 한다. 여기서 인터넷의 사회적 사용 및 관련된 응용 서비스의 중요성이 제시된다. 즉, 인터넷의 사회적 사용은 복권 당첨과 같은 일시적으로 강한 긍정 정서를 제공하지는 못하

지만, 사용자의 유대 관리를 통한 반복적이고, 지속성이 높은 정서를 제공할 수 있다.

또한, 본 연구에서는 인터넷을 통한 자기 개방, 특히 개인의 유대 관계 사이에서의 자기 개방이 개인의 주관적 안녕감과 직접적이고 긍정적인 관계가 있음을 제시하였다. 물론, 자신을 개방하는 행동은 열차에서 우연히 만난 사람들에게게서도 가능하다[61]. 열차에서 만난 이방인들에게 자신을 표현하는 것은, 비판이나 악의적인 사용에 대한 위험이 적기 때문에 쉽게 발생할 수 있다. 그러나 이런 친숙하지 않은 유대 관계에서의 자기 개방과는 달리, 소셜 네트워크를 통한 자기 개방은 유대 관계를 통한 사회적 지지, 지속적인 상호호혜와 같은 효과를 가져올 수 있다. 현재 온라인 커뮤니티를 운영하고 있는 사이트들은 홈페이지 스킨 등 많은 기능을 이용자들에게 제공하고 있다. 기업들은 앞으로 사용자들의 자기 표현의 욕구를 보다 안전하고 편리하게 실현할 수 있는 서비스를 지속적으로 제공하여 사용자의 안녕감을 증가하도록 해야한다.

본 연구의 결과를 일반화시키기 위해서는 웹 커뮤니티를 통한 자기 표현, 자기 확증이나 사회화 과정에 대한 탐구 등도 사회적 활용과 사용자의 안녕감과 관련이 있을 것으로 보인다. 웹 커뮤니티에서의 다양한 집단 역학을 고려한 안녕감 증진에 관한 연구가 필요하다. 또한, 이번 연구에서 측정된 주관적인 행복 이외에 쾌락주의적 접근에서의 안녕감, 유대모니아적 접근에서의 안녕감 등에 대한 다양한 사용자 심리와 인터넷 사용 관계에 대한 연구가 필요하다. 다음으로, 본 연구는 인터넷의 사회적 사용에 대한 다양한 변수를 고려하지 못하고 있다는 한계점을 가지고 있다. 해당 서비스의 사용 목적, 개별 웹사이트의 특성, 웹사이트에 대한 태도나 관여도와 같은 다양한 개인 차이 변수 등이 고려되어 성격과 상호작용할 수 있는 변수들에 대한 관계가 필요하다. 또한, 대학생을 포함한 다양한 인구통계 집단을 토대로 본 연구를 확장할 필요가 있다.

## 참 고 문 헌

- [1] 이웅규, 이승현, “정보기술 사용에서의 놀이성, 유용성 그리고 사회적 영향 : 미니홈피 사용을 중심으로”, 『경영정보학연구』, 제15권, 제3호(2005), pp.91-109.
- [2] 정영수, 정철호, “개인 커뮤니티의 지각된 특성이 만족 및 지속적 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 『정보시스템연구』, 제16권, 제3호(2007), pp.133-159.
- [3] 한국인터넷진흥원, 『2008 한국인터넷백서』, 한국인터넷진흥원, 2008.
- [4] 황상민, 김지연, 조희진, “사이버공간 속의 관계 맺기 : 싸이월드 이용행동에 나타난 소셜 네트워크 활동 양상에 대한 탐색”, 한국심리학회지 : 소비자, 광고, 제9권, 제2호(2008), pp. 285-303.
- [5] Aaker, J. L., S. Fournier, and S. A. Brasel, “When Good Brands Do Bad,” *Journal of Consumer Research*, Vol.31, No.1(2007), pp. 1-16.
- [6] Amichai-Hamburger, Y. and A. Furnham, “The Positive Net”, *Computers in Human Behavior*, Vol.23, No.2(2007), pp.1033-1045.
- [7] Baker, J. R. and S. M. Moore, “Blogging as a Social Tool : A Psychosocial Examination of the Effects of Blogging”, *CyberPsychology and Behavior*, Vol.11, No.6(2008), pp. 747-749.
- [8] Bhattacharjee, A. and G. Premkumar, “Understanding Changes in Belief and Attitude toward Information Technology Usage : A Theoretical Model and Longitudinal Test”, *MIS Quarterly*, Vol.28, No.2(2004), pp.229-254.
- [9] Bhattacharjee, A., “Understanding information systems continuance : An expectation-confirmation model”, *MIS Quarterly*, Vol.25, No.3(2001), pp.351-370.
- [10] Bowlby, J., *A secure base*. New York : Basic Books, 1980.
- [11] Bradburn, N. M. *The Structure of Psychological Well-Being*, Aldine Publishing, Illinois, 1969.
- [12] Brickman, P. and D. T. Campbell, “Hedonic Relativism and Planning the Good Society. in Appley”, M. H. ed. *Adaptation Level Theory : A Symposium*, Academic Press, New York, (1971), pp.287-302.
- [13] Burns, A. B., J. S. Brown, N. Sachs-Ericson, E. A. Plant, J. T. Curtis, B. L. Fredrickson, and T. E. Joiner, “Upward Spirals of Positive Emotion and Coping : Replication, Extension, and Initial Exploration of Neurochemical Substrates”, *Personality and Individual Differences*, Vol.44, No.2(2008), pp. 360-370.
- [14] Chin, W. W., “The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling”, In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, (1998), pp.295-336.
- [15] Chitturi, R., R. Raghunathan, and V. Mahajan, “Delight by Design : The Role of Hedonic Versus Utilitarian Benefits”, *Journal of Marketing*, Vol.72, No.3(2008), pp.48-63.
- [16] Compton, W. C., *An Introduction to Positive Psychology*, Wadsworth Publishing, California, 2005.
- [17] Crisp, R.(translator), *Aristotle : Nicomachean Ethics*, Cambridge University Press, Cambridge, 2000.
- [18] Davis, F. D., “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”, *MIS Quarterly*, Vol. 13, No.3(1989), pp.319-339.

- [19] Deci, E. L. and R. M. Ryan, *Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior*. Plenum Press, New York, 1985.
- [20] DeLone, W. H. and E. R. McLean, "Information Systems Success : The Quest for the Dependent Variable," *Information Systems Research*, Vol.3, No.1(1992), pp.60-95.
- [21] Diener, E., R. E. Lucas, and S. Oishi, "Subjective well-being : The science of happiness and life satisfaction", In C. R. Snyder and S. J. Lopez, *Handbook of positive psychology*. New York : Oxford University Press, 2005.
- [22] Diener, E., E. Sandvik, and W. Pavot., "Happiness is the frequency, not the intensity, of positive versus negative affect", in Diener, E. ed., *Assessing well-being : The collected works of Ed Diener*. Springer, Dordrecht, (2009), pp.213-232.
- [23] Diener, E., R. E. Lucas, and C. N. Scollon, "Beyond the Hedonic Treadmill : Revising the Adaptation Theory of Well-Being", *American Psychologist*, Vol.61, No.4(2006), p.305.
- [24] Diener, E., E. M. Suh, R. E. Lucas, and H. L. Smith, "Subjective Well-being : Three Decades of Progress", *Psychological Bulletin*, Vol.125, No.24(1999), pp.276-302.
- [25] Doll, W. J. and G. Torkzadeh, "The Measurement of End-User Computing Satisfaction", *MIS Quarterly*, Vol.12, No.2(1988), pp. 259-274.
- [26] Ellison, N. B., C. Steinfield, and C. Lampe, "The Benefits of Facebook 'Friends : Social Capital and College Students' Use of Online Social Networks", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.12, No.4(2007), pp.1143.
- [27] Emmons, R. A., "Personality Correlates of Subjective Well-Being", *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol.11, No.1(1985), pp.89-97.
- [28] Esterling, B. A., L. L. L'Abate, E. J. Murray, and J. W. Pennebaker, "Empirical Foundations for Writing in Prevention and Psychotherapy : Mental and Physical Health Outcomes", *Clinical Psychology Review*, Vol. 19, No.1(1999), pp.79-96.
- [29] Fordyce, M. W., "A Program to Increase Happiness", *Journal of Counseling Psychology*, Vol.30, No.4(1983), pp.483-498.
- [30] Fordyce, M. W., "Development of a Program to Increase Personal Happiness", *Journal of Counseling Psychology*, Vol.24, No.6(1977), pp.511-520.
- [31] Fornell, C. and D. F. Larcker, "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No. 1(1981), pp.39-51.
- [32] Fredrickson, B. L., "The Role of Positive Emotions in Positive Psychology : The Broaden-and-Build Theory of Positive Emotions", *American Psychologist*, Vol.56, No.3 (2001), pp.218-226.
- [33] Gable, S. L., H. T. Reis, E. A. Impett, and E. R. Asher, "What Do You Do When Things Go Right? The Intrapersonal and Interpersonal Benefits of Sharing Positive Events", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.87, No.2(2004), pp.228-245.
- [34] Griffin, J., "What Do Happiness Studies Study?", *Journal of Happiness Studies*, Vol. 8, No.1(2007), pp.139-148.
- [35] Guadagno, R. E., B. M. Okdie, and C. A. Eno, "Who blogs? Personality Predictors of Blogging", *Computers in Human Behavior*,

- Vol.24, No.5(2008), pp.1993-2004.
- [36] Hair, J. F., R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black, *Multivariate Data Analysis : With Readings, 5th ed.*, Prentice Hall, 1998.
- [37] Hassenzahl, M. and N. Tractinsky, "User experience a research agenda", *Behaviour and Information Technology*, Vol.25(2006), pp.91-97.
- [38] Hazen, C. and P. Shaver, "Romantic love conceptualized as an attachment process", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.52(1994), pp.511-524.
- [39] Hong, S. E. and K. Y. Tam, "Understanding the Adoption of Multipurpose Information Appliances : The Case of Mobile Data Services", *Information Systems Research*, Vol.17, No.2(2006), pp.162-179.
- [40] Howel, J. M. and C. A. Higgins, "Champion of Technological Innovation", *Administrative Science Quarterly*, Vol.35, No.2(1990), pp. 317-341.
- [41] Johnson, M., A. Herrmann, and F. Huber, "The Evolution of Loyalty Intentions", *Journal of Marketing*, Vol.70(2006), pp.122-132.
- [42] Jones, T. O. and W. E. Sasser Jr., "Why Satisfied Customers Defect", *Harvard Business Review*, Vol.73, No.6(1995), pp.88-99.
- [43] Kahneman, D. and A. Tversky, "Prospect Theory : An Analysis of Decision under Risk", *Econometrica*, Vol.47, No.2(1979), pp. 263-292.
- [44] Kahneman, D., A. B. Krueger, D. A. Schkade, N. Schwarz, and A.A. Stone, "A Survey Method for Characterizing Daily Life Experience : The Day Reconstruction Method", *Science*, Vol.306, No.5702(2004), pp. 1776-1780.
- [45] Karahanna, E., D. W. Straub, and N.L. Chervany, "Information Technology Adoption across Time : A Cross-Sectional Comparison of Pre-Adoption and Post-Adoption Beliefs", *MIS Quarterly*, Vol.23, No.2(1999), pp.183-213.
- [46] Katz, E., M. Gurevitch, and H. Haas, "On The Use of Mass Media for Important Things", *American Sociological Review*, Vol.38, No.2(1973), pp.164-181.
- [47] Kelley, H. H. and J. W. Thibaut, *Interpersonal Relations : A Theory of Interdependence*. New York, NY, John Wiley, 1978.
- [48] Ko, H.-C. and F.-Y. Kuo, "Can Blogging Enhance Subjective Well-Being Through Self-Disclosure?", *CyberPsychology and Behavior*, Vol.12, No.1(2009), pp.75-79.
- [49] Kraut, R., S. Kiesler, B. Boneva, J. Cummings, V. Helgeson, and A. Crawford, "Internet Paradox Revisited", *Journal of Social Issues*, Vol.58, No.1(2002), pp.49-74.
- [50] Kraut, R., M. Patterson, V. Lundmark, S. Kiesler, T. Mukopadhyay, and W. Scherlis, "Internet Paradox : A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?", *American Psychologist*, Vol.53, No.9(1998), pp.1017-1031.
- [51] Lee, M. K. O., C. M. K. Cheung, and Z. Chen, "Acceptance of Internet-based learning medium : the role of extrinsic and intrinsic motivation", *Information and Management*, Vol.42(2005), pp.1095-1104.
- [52] Limayem et al., "How habit limits the predictive power of intention : The case of information systems continuance", *MIS Quarterly*, Vol.31 No.4(2007), pp.705-737.
- [53] Lykken, D. and A. Tellegen, "Happiness is a Stochastic Phenomenon", *Psychological*

- Science*, Vol.7, No.3(1996), pp.186-189.
- [54] Lyubomirsky, S. and H. S. Lepper, "A Measure of Subjective Happiness : Preliminary Reliability and Construct Validation", *Social Indicators Research*, Vol.46, No.2(1999), pp. 137-155.
- [55] Lyubomirsky, S., K. M. Sheldon, and D. Schkade, "Pursuing Happiness : The Architecture of Sustainable Change", *Review of General Psychology*, Vol.9, No.2(2005), pp.111-131.
- [56] Lyubomirsky, S., *The How of Happiness : A Scientific Approach to Getting the Life You Want*. The Penguin Press, New York, 2007.
- [57] McKinney, V., K. H. Yoon, and F. M. Zahedi, "The Measurement of Web-Customer Satisfaction : An Expectation and Disconfirmation Approach", *Information Systems Research*, Vol.13, No.3(2002), pp.296-315.
- [58] Nie, N. H. and L. Erbring, "Internet and Society : A Preliminary Report", *IT and Society*, Vol.1, No.1(2002), pp.275-283.
- [59] Nunnally, J. C., *Psychometric Theory*. McGraw-Hill., 1994.
- [60] Reichheld, F. F. and P. Schefter, "E-Loyalty : Your Secret Weapon on the Web", *Harvard Business Review*, Vol.78(2000), pp.105-113.
- [61] Rubin, Z., "Disclosing Oneself to a Stranger : Reciprocity and Its Limits", *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol.11, No. 3(1975), pp.233-260.
- [62] Ryan, R. M. and E. L. Deci, "Intrinsic and Extrinsic Motivations : Classic Definitions and New Directions", *Contemporary Educational Psychology*, Vol.25(2000), pp.54-67.
- [63] Schmitz, T. W., De E. Rosa, and A. K. Anderson, "Opposing Influences of Affective State Valence on Visual Cortical Encoding", *Journal of Neuroscience*, Vol.29, No.22(2009), pp.7199-7207.
- [64] Schwartz, B., A. Ward, J. Monterosso, S. Lyubomirsky, K. White, and D. R. Lehman, "Maximizing Versus Satisficing : Happiness Is a Matter of Choice", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.83, No.5 (2002), pp.1178-1197.
- [65] Seligman, M. E. P. and M. Csikszentmihalyi, "Positive Psychology : An Introduction", *American Psychologist*, Vol. 55, No.1(2000), pp.5-14.
- [66] Seligman, M. E. P., T. Steen, N. Park, and C. Peterson, "Positive Psychology Progress : Empirical Validation of Interventions", *American Psychologist*, Vol.60, No.5(2005), pp.410-421.
- [67] Shang, R. A., Y. C. Chen, and L. Shen, "Extrinsic versus intrinsic motivations for consumers to shop on-line", *Information and Management*, Vol.42(2005), pp.401-413.
- [68] Sheldon, K. M. and L. King, "Why Positive Psychology Is Necessary", *American Psychologist*, Vol.56, No.3(2001), pp.216-217.
- [69] Stefanone, M. A. and C.-Y. Jang, "Writing for Friends and Family : The Interpersonal Nature of Blogs", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.1(2007), p.123.
- [70] Srite, M. and E. Karahanna, "The Role of Espoused National Cultural Values in Technology Acceptance", *MIS Quarterly*, Vol. 30, No.3(2006), pp.679-704.
- [71] Tam, K. Y. and S. Y. Ho, "Web Personalization as a Persuasion Strategy : An Elaboration Likelihood Model Perspective", *Infor-*

- mation Systems Research*, Vol.16, No.3(2005), pp.271-291.
- [72] Thomson, M., D. J. MacInnis, and C. W. Park, "The Ties That Bind : Measuring the Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brands", *Journal of Consumer Psychology*, Vol.15, No.1(2005), pp.77-91.
- [73] Venkatesh, V. and S. A. Brown, "A longitudinal investigation of personal computers in homes : adoption determinants and emerging challenges", *MIS Quarterly*, Vol.25 (2001), pp.71-102.
- [74] Venkatesh, V., M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User acceptance of information technology : toward a unified view", *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3(2003), pp.425-478.
- [75] Vlahos, G. E., T. W. Ferratt, and G. Knoepfle, "Use and perceived value of computer-based information systems in supporting the decision making of German managers", *SIGCPR*, 2000.
- [76] Wästlund, E., T. Norlander, and T. Archer, "Internet Blues Revisited : Replication and Extension of an Internet Paradox Study", *CyberPsychology and Behavior*, Vol4, No.3 (2001), pp.385-391.
- [77] Weiss, A., T. C. Bates, and M. Luciano, "Happiness Is a Personal(ity) Thing : The Genetics of Personality and Well-Being in a Representative Sample", *Psychological Science*, Vol.19, No.3(2008), pp.205-210.
- [78] Wellman, B., A. B. Haase, J. Witte, K. Hampton, "Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? : Social Networks, Participation, and Community Commitment", *American Behavioral Scientist*, Vol.45, No.3(2004), pp.436-455.
- [79] White, N. P., *A Brief History of Happiness*, Blackwell Publishing, Oxford, 2006.
- [80] Wirtz, J. and M. C. Lee, "An Examination of the Quality and Context-Specific Applicability of Commonly Used Customer Satisfaction Measures", *Journal of Service Research*, Vol.5, No.4(2003), pp.345-355.
- [81] Wold, H., "Soft modeling : The Basic Design and Some Extensions", In K. G. Jöreskog, and H. Wold (Eds.), *System under Indirect Observation*. NY : North-Holland Publishing Company, 1982.

## ◆ 저자 소개 ◆

**권순재 (kwonsj72@gmail.com)**

현재 대구대학교 경영학과 교수로 재직 중이다. 성균관대학교 경영학부 (1998)를 졸업하고 성균관대학교에서 경영정보시스템 전공으로 석사(2000) 및 박사(2006)를 취득하였다. Journal of MIS, Information and Management, Decision Support Systems, Journal of Computer Information Systems, Behavior and Information Technology, Cyber Psychology and Behavior, Expert Systems with Applications 등에 논문을 게재하였거나 게재할 예정이다. 국내에도 20여 편의 연구가 있다. 주요 관심분야는 의사결정기법, 인터넷 및 모바일에서 소비자행동, 온라인 커뮤니티에서의 창의성 등이다