

The Relationship between Personal Branding and Flourishing of Middle-aged Women: The Serial-multiple Mediating Effects of Growth Mindset, Mental Toughness and Meaning in Life

중년 여성의 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계: 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미의 직렬 다중 매개효과

Yeoun Kyoung Hwang¹, Soo Hee Lim²

황연경¹, 임수희²

¹ Doctor, Dept. of Lifelong Education, Hanseo University, Korea, 01020707980@hanmail.net

² Doctoral Completion, Dept. of Education, Changwon University, Korea, imagegood79@naver.com

Corresponding author: Yeoun Kyoung Hwang

Abstract: This study aimed to verify the serial-multiple mediating effects of growth mindset, mental toughness, and meaning in life in the relationship between personal branding and flourishing among middle-aged women. The research questions to achieve the purpose of this study are as follows. First, what is the correlation between personal branding, growth mindset, mental toughness, meaning in life, and flourishing? Second, do growth mindset, mental toughness, and meaning in life have a serial triple mediating effect in the relationship between personal branding and flourishing? SPSS 25 and PROCESS macro 4.2 were used for analysis, and frequency analysis, reliability analysis, correlation analysis, and sequential mediation effect analysis were performed. As a result of the study, there was a significant positive correlation between personal branding, growth mindset, mental toughness, meaning in life, and flourishing. Second, personal branding had a significant positive effect on growth mindset. A growth mindset had an effect on mental toughness, mental toughness had an effect on meaning in life, and meaning in life had a positive effect on flourishing. The indirect effect of personal branding on the path to flourishing through a growth mindset, mental toughness, and meaning in life was also significant. In other words, growth mindset, mental toughness, and meaning in life had a sequential (serial) triple mediating effect in the relationship between personal branding and flourishing. These results will be used as a flourishing model utilizing personal branding and psychological and emotional variables of middle-aged women at a turning point in their lives.

Keywords: Personal Branding, Flourishing, Meaning in Life, Mental Toughness, Growth Mindset, Middle-age, Process Macro, Sequential Mediation Effect, Serial Multiple Mediating Model

요약: 본 연구는 중년 여성의 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미의 직렬 다중 매개효과를 검증하는데 목적이 있다. 이러한 연구의 목적을 달성하기 위한 연구 문제는 첫째, 퍼스널 브랜딩, 성장 마인드셋, 멘탈력, 삶의

Received: November 17, 2023; 1st Review Result: December 22, 2023; Accepted: February 26, 2024

의미 및 플로리싱 간의 상관관계는 어떠한가? 둘째, 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미는 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 직렬 삼중 매개효과가 있는가? 이다. 분석을 위해 SPSS 25와 PROCESS macro 4.2를 활용하여, 빈도분석, 신뢰도분석, 상관분석 및 순차(직렬) 매개효과 분석을 하였다. 연구 결과, 첫째 퍼스널 브랜딩, 성장 마인드셋, 멘탈력, 삶의 의미 및 플로리싱 간에는 유의미한 정적 상관관계가 있었다. 둘째, 퍼스널 브랜딩은 성장 마인드셋에 유의미한 정적 영향을 주었고, 성장 마인드셋은 멘탈력에 영향을 미쳤으며, 멘탈력은 삶의 의미에 영향을 주었고, 삶의 의미는 플로리싱에 정적인 영향을 미쳤다. 퍼스널 브랜딩이 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미를 경유하여 플로리싱에 이르는 경로의 간접효과도 유의미하였다. 즉, 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미는 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 순차(직렬) 삼중 매개효과가 있었다. 이러한 결과는 삶의 전환점에 있는 중년 여성의 퍼스널 브랜딩과 심리정서 변인을 활용한 플로리싱 모델로 활용될 것이다.

핵심어: 퍼스널 브랜딩, 플로리싱, 삶의 의미, 멘탈력, 성장 마인드셋, 중년, 프로세스 매크로, 순차적 매개효과, 직렬 다중 매개모델

1. 서론

플로리싱은 인간 삶의 최종 목표로, 높은 수준의 웰빙이자 더 이상 채울 것도 바랄 것도 없는 행복이 만개한 최적의 상태이다[1]. 기존의 행복이 일시적인 기분에 영향을 받았다면, 플로리싱은 잠재력을 포함한 자신의 능력을 발휘하고 긍정적인 정신 건강이 지속되는 것으로[1], 변형하여 지속되는 높은 수준의 행복을 뜻한다.

중년기는 신체적으로나 심리적으로 다양한 영역에 걸쳐 급격한 변화를 겪으며 불안정을 경험하는 시기이기도 하다[2]. 특히 중년 여성은 폐경을 겪으며 늙어가는 것에 대한 슬픔, 분노, 무가치감, 살아온 날에 대한 허무함을 느끼고 삶의 의미와 가치를 잃기 쉬우며[3], 남성에 비해 이러한 위험에 더 취약한 것으로 보고된다[4]. 평균 수명의 연장으로 중년 이후의 삶은 점차 늘어나고, 중년 여성의 플로리싱 수준에 따라 그 이후의 삶이 달라질 수 있으므로 이들의 플로리싱 및 관련 변인의 역할을 구명하는 연구가 필요하다.

성공한 삶을 살아가는 사람에게는 자기만의 고유한 정체성이 있고, 이를 자신의 이미지로 구축하여 타인에게 지속적으로 내보이며 스스로를 브랜딩한다. 현대인은 퍼스널 브랜딩을 함으로써 자신이 누구이고 자신이 보유한 브랜드 자산은 무엇인지 분석하고 삶의 목표를 설정하며, 적절한 포지셔닝을 통해 브랜드 가치를 전략적으로 향상시킬 수 있다. 자신의 미래에 퍼스널 브랜딩이 중요한 이유는 퍼스널 브랜딩 수준이 높아지면 행복 수준도 높아진다는 연구 결과가 있어[5], 중년 여성의 퍼스널 브랜딩에 주목할 필요가 있다. 본 연구에서도 퍼스널 브랜딩을 독립변인으로 설정하고, 플로리싱과의 관계에서 심리 변인들의 역할 및 영향 관계를 파악하고자 한다.

중년 여성의 플로리싱과 밀접한 관련이 있는 변인으로 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미를 들 수 있다. 성장 마인드셋은 인간 능력의 변화에 대한 신념이고[6], 멘탈력은 처한 상황과는 무관하게 자신의 재능을 지속적으로 발휘할 수 있는 능력이며[7], 삶의 의미는 진정한 행복의 구성요소로[8] 삶에서 의미를 찾고 이를 지각하여 추구하는 것을 의미한다[9]. 플로리싱, 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미 관련 연구를 살펴보면, 성장

마인드셋은 삶의 의미에 정적으로 유의미한 영향을 미쳤고[10], 삶의 의미는 주관적 웰빙 및 심리적 웰빙의 관계에서 직·간접적으로 정적인 영향을 주었으며[11], 멘탈력은 심리적 웰빙의 예측 변수로 밝혀져[12], 본 연구에서도 성장 마인드셋, 삶의 의미 및 멘탈력은 플로리싱 간에 정적 관계가 있을 것으로 예측된다. 아울러 본 연구는 퍼스널 브랜딩이 플로리싱에 ‘어떻게 영향을 미치는지’를 파악하고자 성장 마인드셋, 삶의 의미 및 멘탈력을 매개변인으로 설정하여 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 인과 매커니즘을 검증하고자 한다.

따라서 본 연구는 중년 여성의 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미의 직렬 다중 매개효과를 검증하여, 삶의 전환점에 있는 중년 여성의 퍼스널 브랜딩과 심리정서 변인을 활용한 플로리싱 모델을 제공하는 데에 목적이 있다. 이러한 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

첫째, 퍼스널 브랜딩, 성장 마인드셋, 멘탈력, 삶의 의미 및 플로리싱 간의 상관관계는 어떠한가?

둘째, 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미는 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 직렬 삼중 매개효과가 있는가?

2. 이론적 배경

2.1 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계

브랜딩은 평판을 관찰하고 평가하는 것으로[13], 이를 상품이나 서비스가 아닌 사람에 접목한 개념이 퍼스널 브랜딩이다. Tom Peters는 자신의 논문 "The Brand Called You"를 통해 퍼스널 브랜딩을 대중화된 개념으로 발전시켰고[14], 아직 연구 초기단계로 퍼스널 브랜딩에 관한 연구가 매우 부족하다. 퍼스널 브랜딩은 한 개인의 특성과 능력의 총체로, 자신만의 차별화된 외적·기능적·감성적 이미지이자 타인에게 인식된 그 사람의 신념과 가치를 포함하는 개념이다[15]. 퍼스널 브랜딩과 동일한 개념으로 셀프 브랜딩(self-branding)이 있고, 밀접한 개념으로 이미지, 평판 및 자아존중감 등이 있다. 그러나 퍼스널 브랜딩은 이미지에 비해 개인의 삶 전체를 포괄하고, 평판에 비해 초점이 더 넓으며[16], 자신을 인식하는 방식인 자아존중감과 달리 타인이 나를 인식하는 방식으로 정의된다는 점에서 다르다[17]. 즉, 퍼스널 브랜딩은 심리적, 사회학적 접근방식으로 타인이 나를 어떻게 해석하는지에 초점을 두고, 나의 삶 전체를 포괄하는 개념이다.

플로리싱은 긍정심리학의 웰빙 이론에서 주창되었는데, 행복의 측정 방식의 한계와 학문적 남용에 따른 학계의 성찰에서 비롯되었다. 플로리싱은 행복이 지속되는 완전한 상태로[18], 다양한 상황에서 긍정적인 태도로 연결된다. 플로리싱한 사람은 삶에서 도전과 경험을 통해 자신에게서 좋은 생각과 행동, 감정, 잠재력을 발휘하여 삶의 지속가능한 번영을 이룬다[19]. 또 이들은 일상에서 부딪친 문제를 융통성 있게 대처하고, 긍정적인 사회적 관계를 유지하는 것으로 나타났다[20].

퍼스널 브랜딩과 플로리싱에 관한 연구가 시작된지 오래되지 않아, 이 두 변수의 관계를 다룬 연구는 거의 찾아보기 어렵다. 그러나 변수의 개념을 확장하여 선행연구를 살펴보면, 진성 퍼스널 브랜딩이 진정한 행복에 영향을 주었다는 연구결과[12]가 있어 퍼스널 브랜딩이 행복에 정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 퍼스널 브랜딩의 하위요소인 매력성과 유사한 매력자본은 주관적 행복감과 정적으로 유의미한 영향을 준다는 연구 결과가 있다[21]. 또한 퍼스널 브랜딩은 경력성공과 정적 상관관계가 있고,

인식된 고용가능성을 매개로 경력성공에 유의미한 영향을 미쳤다는 연구 결과가 있다[22]. 취업이나 고용시장에서의 성공이 경력성공이고, 모든 인간이 희망하는 성공적인 삶이 플로리싱한 삶이라 할 수 있다. 이러한 연구 결과들을 종합해볼 때 퍼스널 브랜딩이 플로리싱에 영향을 줄 것으로 예측된다.

2.2 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미의 매개효과

퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미의 매개효과를 다룬 연구는 거의 없지만, 다른 변수와의 관계에서 이 변수의 매개효과를 다룬 각각의 연구는 일부 찾아볼 수 있었고, 고찰한 결과는 다음과 같다.

Dewck[6]은 40년의 연구결과를 토대로 마인드셋을 제안했다. 인간의 능력은 노력에 따라 변화될 수 있다고 믿는 성장 마인드셋과 그렇지 않다고 믿는 고정 마인드셋이 존재한다는 것이다[23]. 성장 마인드셋이 더 높은 사람은 미래지향적 관점에서 목표달성을 위한 내적 동기와 뚜렷한 목표를 가지고 있으며, 결과가 미약할 때 이를 자신의 한계가 아닌 배움의 기회로 해석하는 경향이 있다[24]. 성장 마인드셋은 취업스트레스와 행복의 관계에서 매개하였고[25], 신체이미지와 성공적 노화의 관계에서 그것과 이중매개하였다는 연구 결과[26]가 있어, 본 연구에서도 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 첫 번째 매개변인으로 설정하였다.

멘탈력은 스포츠 심리학자 Loehr[7]에 의해 처음 사용된 개념으로, 통제, 전념, 도전 및 자신감으로 구성되며[27], 자기 능력에 대한 흔들리지 않는 믿음으로 정의된다[7]. 최근 멘탈력은 스포츠 영역뿐 아니라 교육, 심리, 보건 등 다양한 분야로 확대되고 있다. 관련 연구들을 살펴보면 멘탈력은 스트레스와 불안의 관계[28], 아동기 긍정경험과 안녕감의 관계[29]에서 각각 매개역할을 하였다. 또한 멘탈력은 긍정적인 정서, 높은 수준의 자아존중감과 같이 심리적 안녕감과 밀접한 변수들과 연관이 있어[12], 본 연구에서 멘탈력을 두 번째 매개변인으로 상정하였다.

삶의 의미는 인간이 살아가는 동기로, 자신의 삶에서 의미를 찾으려는 의미추구와 이미 삶의 의미를 가지고 있음을 지각하는 의미발견으로 구성된다[9]. 삶의 의미를 지닌 사람은 삶의 만족, 행복, 긍정 정서, 타인에 대한 신뢰, 배려심이 높지만, 그렇지 못한 사람은 불안, 우울, 자살사고, 약물 남용이 높은 것으로 보고된다[30][31]. 삶의 의미의 매개효과를 검증한 연구들을 살펴보면, 삶의 의미는 자기 연민과 지속가능한 행복의 관계[32], 감사성향과 삶의 만족의 관계[33], 자기 수용과 심리적 안녕감의 관계[34]에서 매개효과가 있었다. 인간이 살아가는 동기인 삶의 의미는 삶의 최종 목표인 플로리싱과 정적 관계가 있을 것으로 사료되어, 본 연구에서 삶의 의미를 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 세 번째 매개변인으로 설정하였다.

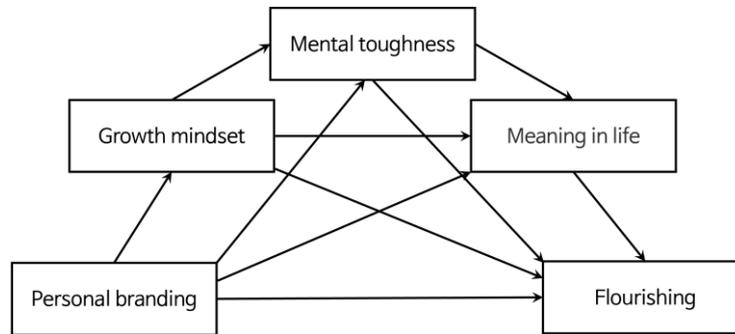
이를 종합하면 삶의 전환점에서 생애 가장 큰 변화를 겪고 있는 중년 여성의 퍼스널 브랜딩은 플로리싱에 영향을 줄 것이며, 성장 마인드셋과 멘탈력, 삶의 의미가 매개역할을 할 것으로 예측되어, 본 연구를 통해 이를 검증하고자 한다.

3. 연구 방법

3.1 연구 모형

본 연구는 선행연구를 기반으로 퍼스널 브랜딩이 플로리싱에 ‘어떻게’ 영향을

미치는지를 파악하고자 성장 마인드셋, 삶의 의미 및 멘탈력을 매개변인으로 설정하였고, 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 인과 매커니즘을 검증하고자 한다. 이를 위해 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미의 직렬 다중 매개효과 모델인 PROCESS macro의 6번 모형을 활용하였고, 연구 모형은 [그림 1]에 제시하였다.



Note) Control variables : Age, Marital status, Job, Education, Economic level, Subjective health level, Region of residence.

[그림 1] 연구 모형

[Fig. 1] Research Model

3.2 조사대상 및 데이터 수집 방법

본 연구는 인간대상 연구이므로 소속기관의 생명윤리위원회의 승인(HS-23-09-01)을 받았다. 조사대상은 중년 여성이고, 지역은 전국 단위로 3개 클러스터(수도권, 중부권, 남부권), 연령대(40대와 50대)의 비율을 동등하게 의도적으로 표집하였다. 자료 수집은 리서치 전문 업체를 통해 2023년 10월 26일부터 11월 15일까지 온라인으로 진행하였고, 450부를 분석에 활용하였다. 조사대상자는 [표 1]과 같이, 40대와 50대가 각 50.0%, 지역은 수도권, 중부권, 남부권이 각 33.3%이었다. 결혼 여부는 기혼 85.8%, 미혼 14.2%이었고, 직업은 사무직이 39.3%로 가장 많았다.

[표 1] 조사대상자의 개인적 특성

[Table 1] Personal Characteristics of Research Subjects

classification		frequency	percentage	total	classification		frequency	percentage	total
age	40s	225	50.0	450 (100.0)	gender	woman	450	100.0	450 (100.0)
	50s	225	50.0			housewife	125	27.8	
Marital Status	married	386	85.8	450 (100.0)	job	technology job	39	8.7	450 (100.0)
	single	64	14.2			sales job	51	11.3	
region	metropolitan area	150	33.3	450 (100.0)	professional job	48	10.7		
	central region	150	33.3		office work	177	39.3		
	southern region	150	33.3		not employed	10	2.2		

3.3 조사 도구

본 연구에서 활용한 측정 도구는 퍼스널 브랜딩, 플로리싱, 성장 마인드셋, 멘탈력, 삶의 의미 및 개인적 특성이다.

3.3.1 퍼스널 브랜딩

퍼스널 브랜딩은 Gorbатов 외[35]가 개발한 도구(Personal Brand Equity)를 연구자가 직접 번안하여 측정하였다. 이 척도는 퍼스널 브랜드 매력성, 퍼스널 브랜드 차별화 및 퍼스널 브랜드 인지도로 구성되어 있으며 총 36문항, 5점 Likert 방식으로 측정하였다. 퍼스널 브랜딩 점수가 높을수록 외적, 내적 및 사회적 측면에서 타인과 차별화된 자신만의 고유한 신념과 가치를 만들고, 이를 타인에게 각인시키기 위해 홍보하는 수준이 높다는 것을 의미한다. 본 연구에서 퍼스널 브랜딩의 신뢰도 Cronbach의 α 는 .969이었다.

3.3.2 성장 마인드셋

성장 마인드셋은 Dweck[23]이 개발하고 Lee, Park과 Hwang[36]이 번안한 10문항을 활용하여 측정하였다. 이 척도는 지능변화에 대한 믿음과 성격 변화에 대한 믿음으로 구성되어 있으며, 5점 Likert 방식으로 측정하였다. 성장 마인드셋의 점수가 높을수록 자신의 성격이나 지능이 노력을 통해 변화될 수 있다는 믿음의 수준이 높음을 의미한다. 본 연구에서 성장 마인드셋의 신뢰도 Cronbach의 α 는 .853이었다.

3.3.3 멘탈력

멘탈력은 Clough와 Strycharczyk[27]가 개발한 MTQ4Cs 척도로 측정하였다. 이 척도는 도전, 전념, 통제 및 자신감으로 구성되어 있으며 총 24문항, 5점 Likert 방식으로 측정하였다. 멘탈력의 점수가 높을수록 경쟁상황에서도 자신의 재능이나 기술을 지속적으로 발휘할 수 있는 능력의 수준이 높다는 것을 의미한다. 본 연구에서 멘탈력의 신뢰도 Cronbach의 α 는 .901이었다.

3.3.4 삶의 의미

삶의 의미는 Steger, Frazier, Oishi, Kaler[9]가 개발하고, 원두리 외[30]가 타당화한 MLQ(Meaning in Life Questionnaire) 척도로 측정하였다. 이 척도는 삶의 의미 존재와 의미 추구로 구성되어 있으며 5점 Likert 방식으로 측정하였다. 삶의 의미의 점수가 높을수록 삶의 의미를 찾고 이를 지각하는 수준이 높다는 것을 의미하고, 본 연구에서 삶의 의미의 신뢰도 Cronbach의 α 는 .830이었다.

3.3.5 플로리싱

플로리싱은 Butler와 Kern[37]이 개발한 PERMA-Profile을 심교린과 김완석[38]이 번역하고 타당화한 한국판 플로리싱 척도(K-PERMA)로 측정하였다. 이 척도는 성취, 몰입, 의미, 신체적 건강, 긍정적 관계, 긍정적-부정적 정서, 외로움, 행복으로 총 23문항으로 구성되어 있으며, 5점 리커트 방식으로 측정하였다. 플로리싱의 점수가 높을수록 행복이 번영하여 유지되는 수준이 높다는 것을 의미하며, 본 연구에서 플로리싱의 신뢰도 Cronbach의 α 는 .939로 높았다.

3.3.6 일반 사항

일반 사항은 연령, 결혼 여부, 직업, 학력, 경제 수준, 건강 수준 및 거주지 문항으로 구성하였다.

3.4 자료 분석

본 연구는 SPSS Window. 25와 Hayes[39]가 제안한 The PROCESS macro ver. 4.2를 활용하여 빈도분석, 신뢰도 분석, 이변량 상관분석 및 다중매개효과 분석을 하였다. 매개효과 분석은 부트스트랩을 활용하였고, 결과의 모든 신뢰구간에 대한 신뢰 수준은 95%, 백분위수 부트스트랩 신뢰구간에 대한 부트스트랩 표본 수는 5,000으로 설정하였다.

4. 연구 결과

4.1 상관관계 및 기술통계 분석

퍼스널 브랜딩, 성장 마인드셋, 멘탈력, 삶의 의미 및 플로리싱 간의 상관관계를 파악하기 위하여 Pearson 이변량 상관분석을 하였고, 결과는 [표 2]와 같다. 퍼스널 브랜딩, 성장 마인드셋, 멘탈력, 삶의 의미 및 플로리싱 간에는 모두 정적으로 유의미한 상관관계가 있었다. 특히 퍼스널 브랜딩과 멘탈력 간에는 상관계수 .713($p < .01$)으로 가장 높은 상관관계가 있었다. 기술통계 분석 결과, 본 연구에서 활용한 모든 변인들의 평균이 중앙 값인 3점 이상이었고, 그중 삶의 의미의 평균이 3.350으로 가장 높았다.

[표 2] 상관관계 및 기술통계 분석

[Table 2] Correlation and Descriptive Statistics

variables	Personal branding	Growth mindset	Mental toughness	Meaning in life	Flourishing
Personal branding	1				
Growth mindset	.247**	1			
Mental toughness	.713**	.302**	1		
Meaning in life	.475**	.309**	.586**	1	
Flourishing	.530**	.240**	.678**	.601**	1
M	3.024	3.344	3.117	3.350	3.206
SD	.587	.603	.500	.550	.564

** $p < .01$

4.2 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미의 다중 매개효과

퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미의 다중 매개효과를 파악하기 위하여 PROCESS macro 모델 6번을 적용하였다. 엄격한 통계분석을 위하여 개인적 특성인 연령, 결혼 여부, 직업, 학력, 경제 수준, 주관적 건강상태 및 거주지는 통제변수로 투입하였으며, 분석 결과는 [표 3], [그림 2]와 같다.

PROCESS macro 모델 6번은 매개변수 모델 3개와 종속변수 모델 1개로 총 4개의 분석 모델로 구성되어 있으며, 각 모델이 회귀분석에 적합한지를 파악하였다. 매개변수 모델1(DV: 성장 마인드셋), 매개변수 모델2(DV: 멘탈력), 매개변수 모델3(DV: 삶의 의미) 및 종속변수 모델(DV: 플로리싱)의 R^2 은 .089~.612이었고, F는 5.375~66.163으로 4개 모델

유의수준이 .001이하로 유의미하였으므로($p<.001$), 순차적 다중 매개효과를 분석하기에 적합한 것으로 나타났다.

독립변인인 퍼스널 브랜딩은 성장 마인드셋($B=.243, p<.001$)과 멘탈력($B=.531, p<.001$)에 정적으로 유의미한 영향을 미쳤고, 성장 마인드셋은 멘탈력($B=.091, p<.01$)과 삶의 의미($B=.131, p<.001$)에 정적으로 유의미한 영향을 미쳤다. 멘탈력은 삶의 의미($B=.500, p<.001$)와 플로리싱($B=.378, p<.001$)에 정적으로 유의미한 영향을 미쳤으며, 삶의 의미도 플로리싱에 정적으로 유의미한 영향을 주었다($B=.292, p<.001$).

플로리싱에 대한 퍼스널 브랜딩의 총 효과는 .397($p<.001$)이었다가 매개변수인 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미가 투입된 후 직접효과가 .074($p>.05$)로 감소하였고 더 이상 유의미하지 않았다. 또한 [퍼스널 브랜딩→성장 마인드셋→멘탈력→삶의 의미→플로리싱]의 경로에서 간접효과가 .003(LLCI=.001, ULCI=.007)이었고, 신뢰수준 95%에서 부트스트랩 하한 선과 상한 선 구간에 “0”값이 포함되어 있지 않아 유의미하였다.

[표 3] 순차(직렬) 삼중 매개효과 분석

[Table 3] Analysis of Sequential(serial) Mediating Effects

variables	Coeffect(B)	Standardized coefficients	se	t value	
Mediating variable model 1 (DV : Growth mindset) R ² =.089 (F=5.375 ^{***})	Constant	2.426	-	.286	8.482 ^{***}
	Personal branding	.243	.236	.051	4.771 ^{***}
	Age	-.004	-.040	.005	-.837
	Marital status	.181	.105	.083	2.185*
	Job	.009	.007	.066	.134
	Education	.062	.045	.065	.942
	Economic level	.019	.021	.046	.401
	Subjective health level	.062	.074	.043	1.452
	Region of residence	-.102-	-.080	.059	1.735
Mediating variable model 2 (DV : Mental toughness) R ² =.575 (F=66.163 ^{***})	Constant	.560	-	.175	3.204 ^{**}
	Personal branding	.531	.624	.030	17.983 ^{***}
	Growth mindset	.091	.109	.027	3.355 ^{**}
	Age	.002	.027	.003	.839
	Marital status	.116	.081	.047	2.462*
	Job	-.076	-.068	.037	-2.027*
	Education	.077	.068	.037	2.079*
	Economic level	.005	.007	.026	.195
	Subjective health level	.132	.191	.024	5.477 ^{***}
Region of residence	.018	.017	.033	.549	
Mediating variable model 3 (DV : Meaning in life) R ² =.379 (F=26.800 ^{***})	Constant	1.002	-	.236	4.255 ^{***}
	Personal branding	.104	.111	.052	2.010*
	Growth mindset	.131	.143	.036	3.594 ^{***}
	Mental toughness	.500	.454	.064	7.877 ^{***}
	Age	-.002	-.020	.004	-.501
	Marital status	-.055	-.035	.063	-.874
	Job	.067	.055	.050	1.348
	Education	-.045	-.036	.050	-.898
	Economic level	-.007	-.009	.035	-.203
	Subjective health level	.058	.077	.033	1.758

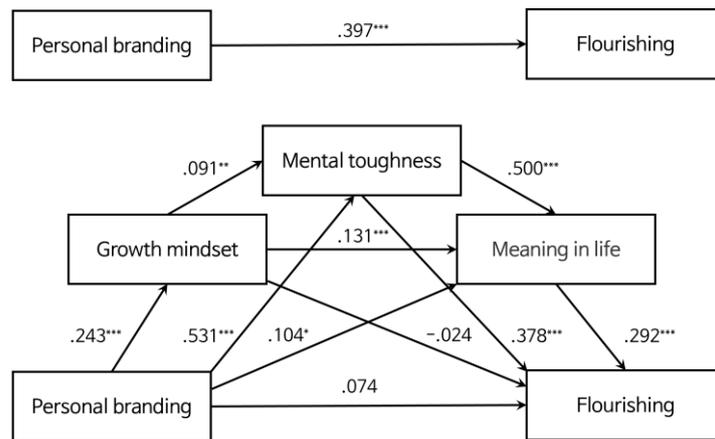
	Region of residence	.018	.015	.044	.403
Dependent variable model (DV : Flourishing) R ² =.612 (F=62.738 ^{***})	Constant	-.193	-	.195	-.992
	Personal branding	.074	.077	.042	1.752
	Growth mindset	-.024	-.026	.030	-.800
	Mental toughness	.378	.335	.055	6.865 ^{***}
	Meaning in life	.292	.285	.039	7.537 ^{***}
	Age	.004	.040	.003	1.281
	Marital status	.142	.088	.051	2.770 ^{**}
	Job	-.024	-.019	.041	-.589
	Education	.024	.019	.040	.594
	Economic level	.053	.064	.028	1.866
	Subjective health level	.208	.266	.027	7.687 ^{***}
	Region of residence	-.049	-.041	.036	-1.360
Division	Effect	Boot se	t value	LLCI ¹⁾	ULCI ²⁾
Total effect	.397	.036	10.926 ^{***}	.326	.469
Direct effect	.074	.042	1.752	-.009	.157
Indirect effects ³⁾	.003	.001	-	.001	.007

Note 1) Dummy variables : Marital status(Married=1, Single=0), Job(Housewife=1, Others=0), Education(High school graduation=1, Others=0), Region of residence(Seoul+Gyeonggi=1, Others=0)

Note 2) LLCI : boot the lower bound of the indirect effect within the 95% confidence interval

Note 3) ULCI : boot the upper bound of the indirect effect within the 95% confidence interval

Note 4) Personal branding → Growth mindset → Mental toughness → Meaning in life → Flourishing



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

Note) Control variables : Age, Marital status, Job, Education, Economic level, Subjective health level, Region of residence.

[그림 2] 순차(직렬) 삼중 매개모델의 경로별 효과

[Fig. 2] Path Effects of Sequential(serial) Mediating Model

다중매개효과 중 순차(직렬) 삼중 매개효과(Sequential(serial) Triple Mediating Effects)가 검증되기 위해서는 독립변수에서 매개변수를 거쳐 종속변수에 이르는 순차적 인과관계가 유의하여야 하고, 독립변수와 종속변수 간 총 효과가 직접효과보다 커야 하며, 간접효과가 유의하여야 한다.

본 연구에서도 첫째 퍼스널 브랜딩, 성장 마인드셋, 멘탈력, 삶의 의미 및 플로리싱에 이르는 인과관계[IV→MV1→ MV2→ MV3→DV]가 모두 유의하였고, 둘째, 퍼스널

브랜딩과 플로리싱의 총효과가 유의미했다가 매개변수 투입 후 직접효과가 더 이상 유의미하지 않았으며, 셋째 간접효과가 통계적으로 유의미였다. 즉, 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미는 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 순차(직렬) 삼중 매개하여, 다중 매개효과가 검증되었다.

5. 결론 및 논의

본 연구는 중년 여성의 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미의 직렬 다중 매개효과를 파악하기 위해 수행되었으며, 주요 결과를 중심으로 한 결론 및 논의는 다음과 같다.

첫째, 퍼스널 브랜딩, 성장 마인드셋, 멘탈력, 삶의 의미 및 플로리싱 간에는 유의미한 정적 상관관계가 있었다. 이러한 결과는 퍼스널 브랜딩과 경력성공[22], 멘탈력과 안녕감[29], 성장 마인드셋과 행복[25] 간에 각각 정적 상관관계가 있다는 연구결과에 의하여 지지된다. 즉, 중년 여성의 퍼스널 브랜딩 수준이 높을수록 성장 마인드셋, 멘탈력, 삶의 의미 및 플로리싱의 수준도 높다는 것을 의미한다.

둘째, 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미는 퍼스널 브랜딩과 플로리싱의 관계에서 순차(직렬) 삼중 매개하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 셀프브랜딩은 사회·전문적인 목적을 위해 자신을 '시장성 있는 상품'으로 연관시킬 수 있는 성장 마인드셋이고[40], 성장 마인드셋은 멘탈헬스에 유의미한 영향을 미쳤으며[41], 삶의 의미와 하위요소인 의미발견 및 의미추가는 멘탈력과 정적 관계가 있었고[42], 삶의 의미는 주관적 웰빙 및 심리적 웰빙의 관계에서 직간접적으로 정적인 영향을 주었다는 연구 결과[11]와 흐름을 같이 한다. 즉, 퍼스널 브랜딩이 잘 되어 있으면 플로리싱 수준도 높아지는데, 퍼스널 브랜딩이 성장 마인드셋과 멘탈력, 삶의 의미를 향상시켜 결과적으로 플로리싱에 이르게 한다는 것이다..

즉, 퍼스널 브랜딩 수준이 높다는 것은 자신의 가치와 역량을 개발하고 자기이미지를 매력적으로 구축하여, 타인에게 긍정적으로 인식되도록 자신만의 차별화된 전략을 추진해왔다는 것을 의미한다. 이러한 과정에서 노력에 따라 상황이 긍정적으로 변화될 수 있다는 신념과 함께 자기능력에 대해 흔들리지 않는 믿음이 생겨, 삶에 대한 강한 동기부여가 발생하며, 결과적으로 지속적으로 번영한 최상의 행복을 경험하게 된다는 논리가 형성된다.

그러나 이 프로세스는 퍼스널 브랜딩 수준이 높은 중년 여성이 플로리싱한 삶을 영위할 수 있지만, 퍼스널 브랜딩 수준이 낮은 중년 여성은 플로리싱의 수준도 낮을 수 밖에 없다는 인과관계가 형성된다. 퍼스널 브랜딩 수준을 높이기 위해서는 퍼스널 브랜딩 프로그램에 참여하거나 스스로 브랜딩을 하겠다는 의지와 실천이 선행되지 않고서는 퍼스널 브랜딩 개발은 현실적으로 어려울 뿐 아니라, 시간과 노력이 뒤따라야 한다는 점에 집중할 필요가 있다. 본 연구에서는 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미를 대안으로 제시하였다. 즉, 퍼스널 브랜딩 수준을 높여 행복이 번영한 삶을 영위할 수도 있지만, 퍼스널 브랜딩 수준이 낮더라도 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미를 향상시킬 수 있는 개입을 통해 플로리싱을 실현할 수 있다는 것이다. 이에 중년 여성의 플로리싱을 위해서는 퍼스널 브랜딩과 성장 마인드셋, 멘탈력 및 삶의 의미를 활용한 실효성 있는 프로그램 개발과 보급이 요구된다.

본 연구의 결과는 삶의 전환점에 있는 중년 여성의 퍼스널 브랜딩과 심리정서 변인을

활용한 플로리싱 모델로 활용될 것이다. 다만, 중년 여성의 플로리싱을 위한 프로그램 개발까지는 이루어지지 못한 점에 연구의 한계가 있다. 그럼에도 본 연구는 최근 교육시장에서 각광받는 퍼스널 브랜딩을 주제로 중년 여성의 플로리싱 관련 변인 간의 역할 및 관계 파악을 통해 구체적인 인과모형을 검증하였고, 선행연구가 매우 부족한 상황에서 기존의 연구 결과를 통합하여 해당 주제에 대한 이론적 근거를 마련하였다는 점, 그리고 플로리싱의 맥락에서 퍼스널 브랜딩을 논의한 최초의 논문으로 새로운 연구 영역을 제공하였다는 점에서 의의가 있다.

6. 감사의 글

이 논문 또는 저서는 2023년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 인문사회분야 신진연구자지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2023S1A5A8082545)

References

- [1] M. E. Seligman, *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*, Simon and Schuster, (2011)
- [2] M. K. Choi, Y. H. Lee, Depression, powerlessness, social support, and socioeconomic status in middle aged community residents, *Journal of Korean Academy of Psychiatric and Mental Health Nursing*, (2010), Vol.19, No.2, pp.196-204.
UCI: G704-001695.2010.19.2.005
- [3] J. W. Park, M. S. Choi, The lived experiences of the middle aged women's crisis, *Journal of Korean Academy of Psychiatric and Mental Health Nursing*, (2007), Vol.16, No.4, pp.469-480.
UCI: I410-ECN-0102-2009-510-008693593
- [4] Y. G. Park, The mediating effects of gender role conflict between middle adulthood of self-identity and social support , differentiation of self, Hanyoung Theological University, Doctoral Dissertation, (2016)
- [5] I. Shanti, A. D. R. Manurung, Authentic happiness as a mediator of learning organization and authentic personal branding on work achievement, *Dinasti International Journal of Management Science*, (2020), Vol.2, No.1, pp.112-124.
DOI: 10.31933/dijms.v2i1.536
- [6] C. S. Dweck, *Mindset: The new psychology of success*, Random House Publications, (2006)
- [7] J. E. Loehr, *Athletic excellence: mental toughness training for sports*, Plume, (1982)
- [8] M. E. Seligman, T. Rashid, A. C. Parks, Positive psychotherapy, *American Psychologist*, (2006), Vol.61, No.8, pp.774-788.
DOI: 10.1037/0003-066X.61.8.774
- [9] M. F. Steger, P. Frazier, S. Oishi, M. Kaler, The meaning in life questionnaire: assessing the presence of and search for meaning in life, *Journal of Counseling Psychology*, (2006), Vol.53, No.1, pp.80-93.
DOI: 10.1037/0022-0167.53.1.80
- [10] H. Zhao, M. Zhang, Y. Li, Z. Wang, The relationship between a growth mindset and junior high school students' meaning in life: A serial mediation model, *Behavioral Sciences*, (2023), Vol.13, No.2, pp.1-15.
DOI: 10.3390/bs13020189
- [11] D. Krok, E. Telka, Optimism mediates the relationships between meaning in life and subjective and psychological well-being among late adolescents, *Current Issues in Personality Psychology*, (2019), Vol.7, No.1, pp.32-42.
DOI: 10.5114/cipp.2018.79960
- [12] E. Stamp, L. Crust, C. Swann, J. Perry, P. Clough, D. Marchant, Relationships between mental toughness and psychological wellbeing in undergraduate students, *Personality and Individual Differences*, (2015), Vol.75, pp.170-

174.

DOI: 10.1016/j.paid.2014.11.038

- [13] A. C. Adamson, A brand new game: A phenomenological study of how student-athletes and mentors are managing personal branding, University of Alabama, Doctoral Dissertation, (2021)
- [14] <https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>, Jan 14 (2024)
- [15] P. Kotler, S. Burton, K. Deans, L. Brown, G. Armstrong, Marketing, Pearson Higher Education AU, (2015)
- [16] P. Szántó, L. Radácsi, Defining personal brand, personal branding and personal brand equity, Prosperitas, (2023), Vol.10, No.3, pp.1-11.
DOI: 10.31570/prosp_2022_0043
- [17] H. K. Rampersad, A new blueprint for powerful and authentic personal branding, Performance Improvement, (2008), Vol.47, No.6, pp.34-37.
DOI: 10.1002/pfi.20007
- [18] H. I. Hwang, J. H. Tak, The moderation role of savoring beliefs in the relationship between self-esteem and flourishing in early childhood teachers, Journal of Eco Early Childhood Education & Care, (2014), Vol.13, No.4, pp.153-177.
UCI: G704-002046.2014.13.4.002
- [19] M. E. Seligman, T. A. Steen, N. Park, C. Peterson, Positive psychology progress: empirical validation of interventions, American Psychologist, (2005), Vol.60, No.5, pp.410-421.
DOI: 10.1037/0003-066X.60.5.410
- [20] M. J. Kim, S. B. Moon, A structural analysis on adolescent' flourishing, family adaptability, peer relationships, and self-acceptance, Journal of Families and Better Life, (2020), Vol.38, No.2, pp.1-14.
DOI: 10.7466/JKHMA.2020.38.2.1
- [21] M. H. Park, H. S. Lee, The relationship between erotic capital, positive psychological capital, and subjective well-being in fashion model: The verification of multiple parallel mediation effect of positive psychological capital, Korean Journal of Model Contents, (2023), Vol.4, No.1, pp.21-32.
- [22] S. Gorbатов, S. N. Khapova, E. I. Lysova, Get noticed to get ahead: The impact of personal branding on career success, Frontiers in Psychology, (2019), Vol.10, pp.1-13.
DOI: 10.3389/fpsyg.2019.02662
- [23] C. S. Dweck, Mindsets and human nature: Promoting change in the Middle East, the schoolyard, the racial divide, and willpower, American Psychologist, (2012), Vol.67, No.8, pp.614-622.
DOI: 10.1037/a0029783
- [24] C. S. Dweck, H. Grant, Self-theories, goals, and meaning. Handbook of motivation science, (2008)
- [25] C. S. Lee, Y. K. Hwang, Mediating effects of growth mindset in the relationship between employment stress and happiness of university student in Korea, International Journal of Pure and Applied Mathematics, (2018), Vol.118, No.24, pp.1-10.
- [26] Y. K. Hwang, C. S. Lee, The Relationship between Body Image and Successful Aging of the Elderly: The Dual Mediating Effects of Growth Mindset and Grit, Asia-pacific Journal of Convergent Research Interchange, (2021), Vol.7, No.8, pp.213-222.
DOI: 10.47116/apjcri.2021.08.19
- [27] P. Clough, D. Strycharczyk, Developing mental toughness: Coaching strategies to improve performance, resilience and wellbeing, Kogan Page Publishers, (2015)
- [28] L. J. M. Benjamin, W. C. K. John, Examining the moderation and mediation effects of mental toughness on perceived stress and anxiety amongst athletes and non-athletes, Asian Journal of Sport and Exercise Psychology, (2021), Vol.1, No.2-3, pp.89-97.
DOI: 10.1016/j.ajsep.2021.09.001
- [29] L. Shaw, H. Hansen, H. St Clair-Thompson, Mental toughness is a mediator of the relationship between positive childhood experiences and wellbeing, European Journal of Developmental Psychology, (2023), Vol.20, No.1, pp.130-

146.

DOI: 10.1080/17405629.2022.2058485

- [30] D. R. Won, S. J. Kwon, K. H. Kim, Validation of the Korean version of meaning in life questionnaire, *Korean Journal of Health Psychology*, (2005), Vol.10, No.2, pp.211-225.
UCI: G704-000533.2005.10.2.003
- [31] K. M. Kim, The influence of materialism on subjective well-being and college satisfaction: The mediation effect of meaning in life, *Korean Journal of Youth Studies*, (2014), Vol.21, No.10, pp.295-314.
UCI: G704-000387.2014.21.10.007
- [32] D. Wu, B. Ye, C. Tang, J. Xue, Q. Yang, F. Xia, Self-compassion and authentic-durable happiness during COVID-19 pandemic: The mediating role of meaning of life and the moderating role of COVID-19 burnout, *Psychology Research and Behavior Management*, (2022), Vol.15, pp.3243-3255.
DOI: 10.2147/PRBM.S380874
- [33] J. A. Datu, N. J. Mateo, Gratitude and life satisfaction among Filipino adolescents: The mediating role of meaning in life, *International Journal for the Advancement of Counselling*, (2015), Vol.37, pp.198-206.
DOI: 10.1007/s10447-015-9238-3
- [34] Y. Zhou, W. Xu, The mediator effect of meaning in life in the relationship between self-acceptance and psychological wellbeing among gastrointestinal cancer patients, *Psychology, Health & Medicine*, (2019), Vol.24, No.6, pp.725-731.
DOI: 10.1080/13548506.2018.1554252
- [35] S. Gorbатов, S. N. Khapova, J. K. Oostrom, E. I. Lysova, Personal brand equity: Scale development and validation, *Personnel Psychology*, (2021), Vol.74, No.3, pp.505-542.
DOI: 10.1111/peps.12412
- [36] C. S. Lee, S. U. Park, Y. K. Hwang, The structural relationship between mother's parenting stress and child's well-being: The mediating effects of mother's growth mindset and hope, *Indian Journal of Science and Technology*, (2016), Vol.9, No.36 pp.1-6.
DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i36/102702
- [37] J. Butler, M. Kern, The PERMA-Profilier: A brief multidimensional measure of flourishing, *International Journal of Wellbeing*, (2016), Vol.6, No.3, pp.1-48.
DOI: 10.5502/ijw.v6i3.526
- [38] K. L. Sim, W. S. Kim, A study on validity of Korean version of PERMA Profiler(K-PERMA), *Journal of Arts Psychotherapy*, (2019), Vol.15, No.4, pp.319-340.
DOI: 10.32451/KJOAPS.2019.15.4.319
- [39] A. F. Hayes, *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*, Guilford Publications, (2017)
- [40] A. E. Marwick, *Status update: Celebrity, publicity and self-branding in Web 2.0*, New York University, Doctoral Dissertation, (2010)
- [41] H. Lee, J. H. Kim, Effects of game users' technostress on mindset and mental health, *Society of Convergence Knowledge Transactions*, (2022), Vol.10, No.1, pp.31-39.
DOI: 10.22716/sckt.2022.10.1.004
- [42] S. Tian, S. Chen, Y. Cui, Belief in a just world and mental toughness in adolescent athletes: The mediating mechanism of meaning in life, *Frontiers in Psychology*, (2022), Vol.13, pp.1-10.
DOI: 10.3389/fpsyg.2022.901497