

Print ISSN: 1738-3110 / Online ISSN 2093-7717
<http://dx.doi.org/10.15722/jds.14.9.201609.85>

The Effects of Belongingness and Loneliness on Self-Disclosure in MIM: The Moderating Role of System Quality

모바일 인스턴트 메신저 상황에서 소속감, 외로움이 자기노출 행동에 미치는 영향: 시스템 품질의 조절효과를 중심으로

Bo-Hee Jung(정보희)*, Han-Ku Kim(김한구)**

Received: July 22, 2016. Revised: July 28, 2016. Accepted: September 15, 2016.

Abstract

Purpose - Recently, Mobile technologies and devices including smart phones and tablets have increased the possibility of communicating with other people and sharing personal information without time and space restriction. In order to realize the market potential related to mobile technologies, a large number of internet services have been incorporated into mobile platforms. Especially, The number of MIM(Mobile Instant Messenger) users has been increasing dramatically and services using MIM platform also have diversified. In spite of drastic growth in markets related to MIM, there is little empirical research on MIM and users' behaviors. This study designed to examine the structural relationships among belongingness, loneliness, self-disclosure intention, system quality, and self-disclosure behavior in context of MIM.

Research design, data, and methodology - Three hypotheses were about the relationship among belongingness, loneliness and self-disclosure intention. The other two hypotheses were about the moderating effect of system quality in the causal relationship between self-disclosure intention and self-disclosure behavior. The data was analyzed by structural equation modeling. Research data were obtained from 330 undergraduate students who were KakaoTalk users and total 314 valid questionnaires were used in the final analysis.

Results - The results from this study are as follow. First, the belongingness and the loneliness had a significant impact on self-disclosure intention in MIM. Second, the self-disclosure intention in MIM also had a positive impact on the self-disclosure behavior. Lastly, there is a moderating effect of the system quality in the relationship between the self-disclosure intention and self-disclosure behavior in MIM. Specifically, the higher system quality level was perceived, the positive effect of the self-disclosure intention in MIM on the self-disclosure behavior was greater.

Conclusions - Based on the results from this study, academic and practical implications can be drawn. First, the study extends the scope of research about SNS through focusing on MIM to be classified by closed type SNS and identifies the relationship between emotion, behavioral intention and behaviors in MIM. Second, this study provides strategic guidelines to increase the efficiency for promotion activity. Limitations for the study also should be discussed.

Keywords: Belongingness, Loneliness, Self-disclosure Intention, System Quality, Self-disclosure Behavior.

JEL Classifications: D12, L84, M31.

* First Author, Visiting Professor, School of Business Administration, Chungnam National University, Korea. Tel: +82-42-821-7078, E-mail: bohee731@hanmail.net

** Corresponding Author, Assistant Professor, School of Business Administration, Kyungpook National University, Korea. Tel: +82-53-950-7425, E-mail: hangu19@knu.ac.kr

1. 서론

오늘날 스마트폰은 매우 보편적이고 일상적인 도구로 우리의 삶 속에 광범위한 영향을 미치고 있다. 사람들은 스마트폰을 통하여 시공간의 제약 없이 정보를 확인하고 공유할 수 있게 되었으며, 단순히 기술적 도구의 범주를 넘어 이용자의 삶의 측면에서 '사회적 목적' 달성을 위한 중요한 수단으로 인식되어지고 있다. 특히 모바일 기술 기반 서비스 중 모바일 인스턴트 메신저(Mobile Instant Messenger: 이하 MIM)는 스마트폰 이용자가 가장 많이 사용하는 모바일 서비스 중 하나로, 스마트폰이 단순 기계에서 그 영역을 넓혀 이용자의 사회적 삶의 전반에 관여하는 주요 수단으로 인식되는데 큰 영향을 미치고 있다. 국내의 주요 MIM로는 카카오톡, 라인 등이 있으며, 특히 카카오톡은 2015년 말 기준, 국내 상위 10개 모바일 메신저 중 월 별 총 사용시간을 기준으로 94%의 시장점유율을 확보하고 있다.

MIM은 과거 페이스북(Facebook)과 마이스페이스(Myspace)로 대표되던 개방형 사회적 관계망 서비스(Social Network Service: 이하 SNS)와는 달리 폐쇄형 SNS의 특징을 가진다. 기존의 폭발적인 성장세를 보여 왔던 개방형 SNS는 아이러니하게도 최근 이용자가 급증하게 되면서 오히려 콘텐츠 공유의 감소 및 이용자의 이탈 현상이 나타나고 있다(Ryan & Xenos, 2011). 이에 대한 원인으로 기존 연구들은 불특정 다수의 이용자에게 개인 정보 노출 위험과 이로 인한 범죄 노출 가능성, 그리고 잘 알지 못하는 타인과의 소통에서 유발되는 피로감 및 불편함 등을 지적하고 있다(Gross & Acquisti, 2005). 즉 과거 개방형 SNS의 가장 주요한 장점 중 하나였던 자기노출이 사생활에 대한 위협 요소로 부각되면서 이용자의 이탈 현상이 나타나게 된 것이다. 그러나 자기노출은 타인과의 관계를 발전시키고, 사회관계에 대한 만족감을 향상시키는데 주요한 요인이며(Altman & Taylor, 1973), 현재 다수의 커뮤니케이션 활동이 면대면 커뮤니케이션(face-to-face communication)에서 CMC(computer mediated communication)로 대체되면서 커뮤니케이션의 주요 도구 중 하나인 스마트폰 기반의 모바일 서비스를 통한 자기노출에 대한 욕구는 여전히 강하게 남아있다.

폐쇄형 SNS는 사용자가 이미 관계를 구축한 특정 집단과의 정보 공유를 전제로 하고 있기 때문에 개방형 SNS에서 나타나는 불특정 다수로의 정보 공개 위험이 상대적으로 낮으며, 특히 카카오톡의 경우 이용자 간 단순 의사소통 수단인 메신저 서비스에서 확장하여 현재 상태 및 프로필 사진의 게시, 동영상 및 사진 공유 등의 서비스를 추가하며 이용자들의 자기노출 욕구를 충족시키기 위해 노력하고 있다. 이처럼 MIM 내에서의 자기노출은 이용자의 사회적 관계 형성 및 만족을 위한 욕구를 충족시켜줄 수 있음과 동시에 개방형 SNS에서 지각되는 불특정 다수에 대한 개인정보 노출 위험을 줄일 수 있어, 보다 개별적인 자기노출을 가능하게 할 것이라 예상된다. 또한 카카오톡과 같이 지인과의 관계 유지가 주요 목적인 폐쇄형 SNS는 개방형 SNS에 비해 집단 구성원 간 관계가 긴밀하고 응집도 역시 높기 때문에 게시된 콘텐츠의 파급 효과 또한 클 것으로 예상된다. 예를 들어, 지인이 방문한 맛집에 대한 정보를 공유하거나 구매 상품에 대한 사진 등을 게시하였을 때, 폐쇄형 SNS의 다른 구성원은 그 콘텐츠에 대한 관심 및 관여도가 높을 가능성이 크며, 이러한 특성 때문에 폐쇄형 SNS는 미래 마케팅 커뮤니케이션 채널 중 하나로 주목을 받

고 있다(Jung & Kim, 2016).

이렇게 마케팅 측면에서 MIM 내 자기노출은 MIM 서비스 업체를 비롯한 브랜드 및 제품 경쟁력 향상에 큰 잠재력을 있으나 이에 대한 실증연구는 아직 부족한 실정이다. 이에 본 연구는 MIM 내 자기노출에 영향을 미치는 이용자의 심리적 요인을 탐색하고, 이들 요인 사이의 구조적 관계에 대해 살펴보고자 한다. 우선 본 연구는 MIM 내 자기노출의도에 영향을 미칠 수 있는 개인적 요인의 효과에 대해 검증해 보고자 한다. 기존 연구에서 SNS 상 자기노출의 영향 변수로 소속감 및 외로움을 제시하였으나(Al-Saggaf & Nielsen, 2014; Bardi & Brady, 2010; Hollenbaugh & Ferris, 2014; Seidman, 2012), 그 방향성에 대해서는 일치된 결과가 존재하지 않는다. 또한 이 두 개념을 MIM의 이용자 행동 관점에서 고찰한 연구는 거의 없다. 따라서 본 연구에서는 소속감과 외로움이 자기노출의도에 미치는 영향의 방향성을 검증해보고자 한다. 또한 자기노출의도와 시스템 품질, 자기노출행동 사이의 관계에 대해서도 고찰해 보고자 한다. 많은 소비자행동 연구들이 행동의도를 최종 종속 변수로 활용하고 있으나, 실제 행동을 포함하여 진행한 연구는 많지 않다. 특히 MIM 상의 자기노출행동을 포함한 연구는 거의 없는 상황이며, 행동의도가 행동에 미치는 영향을 조절하는 영향 변수에 대한 연구도 부족하다. 본 연구에서는 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향의 조절 변수로 시스템 품질을 제안하고, 이들 사이의 관계를 살펴보고자 한다.

2. 선행연구 고찰

2.1. 소속감 (Belongingness)

진화론적 관점에서 소속감은 인류의 생존과 문화 유지의 가장 중요한 동기이며, 수용을 허락받고 거부를 피하도록 유도하는 성격적 특성들은 인간의 생존과 번식을 가능하게 하는 필수불가결한 도구로서의 역할을 수행해 왔다(Malone et al., 2011). 이러한 관점을 바탕으로 소속감을 느끼고자 하는 동기를 설명 변수로 사용한 다양한 기존 연구들이 존재하며, 다수의 연구들이 소속감과 주관적 웰빙(subjective well-being)과의 관계를 고찰하였다. 예를 들어 대인관계 관점에서 정신 건강을 이해하는 연결 변수로 소속감을 제시하거나 사회적 배제(social exclusion)가 불안의 가장 일반적인 원인이라는 연구, 또는 소속감의 박탈이 심각한 우울증이나 자살 생각에 이르게 한다는 연구 등이 존재한다(Baumeister & Tice, 1990; Malone et al., 2011).

소속 욕구는 관계를 형성하고 유지하는 근본적인 동인이기 때문에(Baumeister & Leary, 1995), 페이스북(Facebook)과 같은 SNS 이용에 관한 주요 변수로 제시되고 있다. 한 예로, Seidman (2012)는 개인의 5대 성격 특성(Big Five)이 소속감에 미치는 영향을 검증했으며, Hollenbaugh and Ferris (2014)는 개인의 성격 변수와 소속감, 페이스북 이용 동기가 자기노출에 미치는 영향을 고찰한 바 있다.

이처럼 소속감이 개인의 정신 상태와 연결시키거나 페이스북과 같은 개방형 SNS를 대상으로 적용한 연구는 다수 존재하나 소속감과 MIM 내 자기노출 사이의 관계에 대해 고찰한 연구는 거의 없는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 소속감이 MIM 내 자기노출의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증해보

고자 한다.

2.2. 외로움 (Loneliness)

외로움은 사회 심리학자들이 특별히 관심을 가지는 주제로, 이는 외로움이 개인의 관계가 사적 욕구에 비해 덜 만족스러울 때 발생하는 대인간 결핍을 반영하기 때문이다(Berg & Peplau, 1982). 다수의 선행 연구들은 외로움을 IM(Instant Message) 및 SNS 사용에 영향을 미치는 주요 요인으로 제시하고 있다(Al-Saggaf & Nielsen, 2014; Bardi & Brady, 2010). 하지만 IM이나 SNS같은 미디어 이용에 대해 외로움이 미치는 영향에 대해서는 상반된 연구 결과들이 제시되고 있다. 우선 SNS 및 인터넷 이용과 사회적 자본 형성 및 사회적 웰빙의 증가 사이에 정(+)의 상관관계가 있는 반면, 미디어의 이용과 외로움 사이에는 부(-)의 상관관계가 존재한다는 연구 등이 있으며(Burke et al., 2010; Shaw & Grant, 2002), Fokkema and Knipscheer (2007)는 외로움을 많이 느낄수록 인터넷 사용이 증가하며 감정적 지지 확보를 더욱 추구한다는 주장을 제기하였다. 하지만 다른 한편으로는 페이스북을 사용하지 않는 사람보다 오히려 페이스북을 이용하는 사람들이 외로움을 더 많이 느낀다는 연구결과도 있으며(Ryan & Xenos, 2011), Leung (2002)은 외로운 사람일수록 온라인상에서 자신에 대해 정직하지 않거나 부정적인 자기노출을 더 많이 한다고 주장하였다. 또한 SNS를 적극적으로 활용하는 즉, 상태 업데이트, 개인 메시지 발송, 메시지 포스팅 등의 행위를 주도적으로 수행하는 이용자들은 외로움을 덜 느낄 수 있으나, 소극적으로 이용하는 즉, 직접 의사소통에 참여하지 않고 타인의 의사소통을 구경한 다든가 남들이 올린 사진을 단순히 보는 사용자들은 외로움을 더 많이 느낀다는 실증 결과도 존재한다(Burke et al., 2010).

이처럼 외로움이 IM 및 SNS 등의 미디어 사용에 미치는 영향에 대한 명확한 결과가 없을 뿐 아니라, 외로움을 MIM 내 자기노출의 주요 영향 변수로 제시한 연구가 거의 없기 때문에 본 연구에서는 외로움이 자기노출의도에 미치는 영향을 검증하고자 한다.

2.3. 시스템 품질 (System Quality)

시스템 품질(system quality), 정보 품질(information quality), 서비스 품질(service quality)은 웹 사이트 품질을 측정하는 세 가지 요소로, 이들 품질 차원은 정보 시스템의 성공가능성을 결정하는 핵심 요인이다(DeLone & McLean, 2003). 이 중 시스템 품질은 특정 웹 사이트가 이용가능성(availability), 안정성(reliability), 반응 속도(response time) 등의 필수적 역량을 보유하고 있는 정도를 의미하며, 이는 모바일 플랫폼에도 적용될 수 있다(Wixom & Todd, 2005). 또한 시스템 품질은 이용자 경험에 매우 중요한 모바일 인터페이스 디자인을 반영한다(Lee & Benbasat, 2004). 따라서 시스템 품질이 좋을수록 이용자들이 웹사이트 및 모바일 SNS 플랫폼을 포함한 정보 시스템을 통해 문제를 해결하는 것이 더 용이해지게 된다(Liang et al., 2011). 반면, 시스템 품질이 좋지 않아 안정성과 반응 속도가 떨어진다면 이용자는 해당 정보 시스템의 이용을 꺼려하게 될 것이다(Zhou et al., 2010). 또한 모바일 단말기는 PC에 비해 입력 장치의 편의성이 떨어지고 화면도 더 작기 때문에 서

비스 제공자는 이용자가 사용하기 쉬운 시스템 플랫폼을 제공해야만 한다(Zhou et al., 2010). 이렇듯 시스템의 안정성, 반응 속도 및 이용가능성을 반영하는 시스템 품질이 MIM 이용자의 자기노출행동에 영향을 미칠 것으로 예상하고, 본 연구에서는 이용자의 자기노출의도가 MIM 내 자기노출행동에 미치는 영향을 조절하는 역할을 수행하는 영향 변수로 제시하였다.

2.4. 자기노출 (Self-disclosure)

자기노출(self-disclosure)은 다른 사람에게 자기 자신에 대해 스스로 알리는 과정을 뜻하며, 자신의 기질, 상황, 과거 사건과 미래 계획을 포함하여 자신을 표현하는 어떤 정보의 교환을 의미한다(Mikulincer & Nachshon, 1991). 자기노출에 대한 기존 연구들은 자기노출을 자신의 생각과 감정을 다른 사람에게 드러내는 능력으로 정의하고, 타인과의 관계를 더욱 친밀하게 발전시키기 위한 필요 요소로 간주해왔다(Altman & Taylor, 1973). 이에 따라 Stoke (1987)은 자기노출이 부족할 경우 외로움을 느끼게 되며, 사회관계에 대해서도 불만을 느끼게 된다고 주장하였다.

과거 전통적인 면대면 의사소통에서 주로 다루어져 왔던 자기노출에 대한 연구는 최근 온라인 상의 의사소통까지 그 영역이 확장되고 있다. 선행 연구들은 면대면 의사소통보다 웹상에서 자신에 대한 정보를 더 많이 공개한다는 결과를 제시했는데(Tidwell & Walther, 2002), 이는 온라인을 통한 의사소통 시 언어 혹은 비언어적 단서가 부족할 뿐 아니라 공적 자의식(public self-awareness) 역시 부족하기 때문이다(Dyson, 1998; Horn, 1998). 특히 SNS는 이용자들이 프로필을 만들고, 관계망 형성을 위해 생성된 프로필을 공유하게 하여 자기노출을 가능하게 하는데, 이러한 SNS를 통한 의사소통은 면대면 의사소통에 비해 언어, 비언어적 단서 및 공적 자의식이 부족할 수 있고, 이로 인해 사회적 관계로부터 고립이 발생할 수 있다. 따라서 이러한 심리적 불안감을 해소하기 위해 자신에 대한 개인 정보를 더 많이 노출하게 된다(Valenzuela et al., 2009).

한편, 최근 대다수의 SNS에서 많은 이용자들이 자신에 대한 노출을 줄이고자 하는데 이는 사생활 보호 및 보안 문제가 발생하고 있기 때문이며(Wilson et al., 2012), SNS가 가진 개방적 특성으로 인한 정보 과부하 및 인맥관리에 대한 부담감 때문에 디지털 피로감이 확산되어 이용자들의 이탈 현상 또한 나타나고 있다(Kim & Lee, 2012). 반면 모바일을 통해 접근할 수 있는 폐쇄형 SNS는 지인 및 특정 집단 구성원 사이의 정보 공유와 의사소통에 초점을 맞추고 있으며, 이 중 대다수의 이용자들이 이용하는 MIM인 카카오톡에서도 상태 메시지, 프로필 사진, 프로필 배경화면 및 배경음악 등을 통해 자기노출이 가능하다. 그리고 그룹채팅을 통해 다수의 참여자가 실시간으로 정보를 공유하고 피드백을 주고받는 것 또한 가능하게 되면서 카카오톡은 기존의 개방형 SNS와 다른 특성을 지닌 채널로서 과거 개방형 SNS가 수행했던 자기노출의 기능을 수행하고 있다. 따라서 MIM같은 새로운 채널에서 발생하는 자기노출에 대한 연구가 필요한 상황이며, 본 연구에서는 MIM 이용자의 자기노출에 영향을 미치는 요인에 대해 보다 구체적으로 살펴보고자 한다.

3. 가설설정과 연구모형

3.1. 소속감과 자기노출의도

소속감은 관계를 맺고자 하는 근본적인 동인이며, 페이스북과 같은 SNS는 타인에 대해 학습하고 그들과 의사소통을 가능하게 하여 소속 욕구를 충족시켜주는 역할을 수행한다(Seidman, 2012). SNS를 통해 이용자들은 사회적으로 고립되는 느낌을 극복하고(Sheldon et al., 2011), 동료 집단에 수용되고 관계를 발전시킬 수 있다(Jung et al., 2014; Kim et al., 2014; Yu et al., 2011). 카카오톡과 같은 MIM 역시 SNS의 특성을 가지고 있기 때문에 이용자들이 MIM를 통해 고립을 해소하고 소속 욕구를 충족시킬 수 있을 것이다. Valkenburg et al. (2005)은 사람들이 온라인에서 오프라인 상 면대면 의사소통과 유사한 방식으로 행동한다고 주장하였고, 따라서 오프라인에서 사교적이며 강한 유대감을 가진 사람은 자기노출을 통해 페이스북 페이지를 사교적으로 유지한다고 하였다. 이러한 선행 연구를 바탕으로 소속감을 강하게 느낄수록 자기노출의도가 높아질 것으로 예상하였다.

본 연구는 Malone et al. (2011)이 제시한 일반적 소속감 척도(General Belongingness Scale)를 구성하는 두 요인으로 소속감을 측정하였는데, 이들 요인은 수용/포함(Acceptance/Inclusion), 거부/배제(Rejection/Exclusion)로 구분된다. 이 두 요인은 상반된 특징을 가지고 있으며, 따라서 수용/포함에 관한 긍정적 문항과 거부/배제에 관한 부정적 문항을 모두 포함하여 소속감을 균형 있게 측정할 수 있다는 장점이 있다. 소속감의 하위 차원인 이 두 요인이 자기노출의도에 미치는 영향은 서로 상반될 것이라고 가정하고, 아래와 같은 가설을 설정하였다.

<가설 1> 수용/포함의 지각은 MIM 내 자기노출의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설 2> 거부/배제의 지각은 MIM 내 자기노출의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3.2. 외로움과 자기노출의도

외로운 사람들은 종종 그들이 맺고 있는 관계가 피상적이고 아무도 자신들을 이해하지 못한다고 하는데, 개인 정보를 공유하는 자기노출은 이런 피상적 관계에서 더 나아가 밀접한 관계를 구축하기 위한 필수 요소로 알려져 있다(Altman & Taylor, 1973). 따라서 자신을 드러내지 않으려고 하며 타인의 개인 정보를 거의 수용하지 않는 사람들은 자신이 맺은 관계에 대해 불만족을 느끼며, 외로움을 더 많이 느끼는 경향이 있다(Berg & Peplau, 1982). 그리고 외로움을 느낄수록 타인으로 부터 사회적 지지를 얻고자하는 욕구가 강해지게 되고, 이로 인해 IM 및 SNS 등을 더 많이 이용하게 된다(Burke et al., 2010; Fokkema & Knipscheer, 2007; Shaw & Grant, 2002). 이러한 선행연구를 통해 MIM 이용자 역시 외로움을 많이 느낄수록 사회적 자본과 사회적 지지를 확보하려는 욕구를 강하게 지각하여 MIM 상에서 자기노출의도가 높아질 것으로 예상하고, 아래와 같은 가설을 제시하였다.

<가설 3> 외로움은 MIM 내 자기노출의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3. 자기노출의도, 시스템 품질, 그리고 자기노출행동

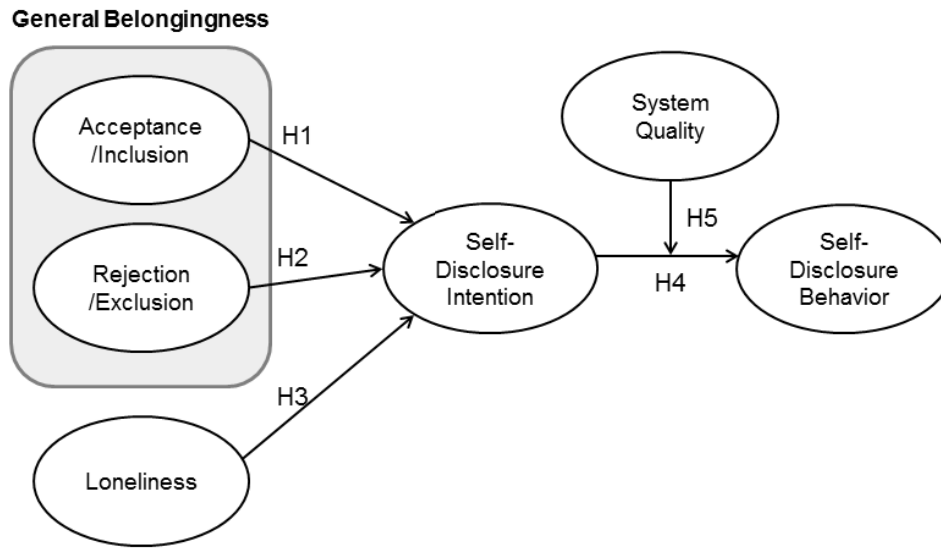
사회심리학 분야의 다수 연구들은 대상 혹은 행동에 대한 태도만으로는 행동을 정확하게 예측하지 못한다는 결과를 제시하였으며, 행동을 보다 정확하게 예측하기 위해서는 여러 요인들을 고려해야 한다는 주장이 제기되었다. 그 중 가장 영향력이 강한 이론이 Fishbein and Ajzen (1975)이 제시한 합리적 행동 이론(Theory of reasoned action)인데, 이 이론에 따르면 태도, 주관적 규범, 행동의도가 결합하여 행동을 예측할 수 있다. 특히 이 이론에서는 행동을 결정하는 직접적인 요인은 행동을 수행하려는 의도이며, 행동에 대한 태도와 주관적 규범은 행동의도에 영향을 미친다. 이후 Ajzen (1988, 1991)은 행동의도에 영향을 미치는 요인으로 개인의 지각된 행동 통제력을 추가한 계획된 행동 이론(Theory of planned behavior)을 통해 행동을 보다 정확하게 예측할 수 있다고 주장했으나, 결국 행동의도가 행동을 결정하는 핵심 요인이라는 데는 변함이 없었다. 본 연구에서는 보다 구체적으로 행동의도에는 자기노출의도를, 행동에는 자기노출행동을 적용하여 가설을 설정하였다. 즉, MIM 내 자기노출행동을 결정하는 요인이 자기노출의도라고 가정하고, 자기노출의도가 높을수록 MIM 상에서 자기노출행동이 활발해질 것으로 예측하였다.

<가설 4> MIM 내 자기노출의도는 자기노출행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

시스템의 이용가능성, 안정성, 반응 속도를 반영하는 시스템 품질은 모바일 플랫폼이 성공하기 위한 핵심 요소이다(DeLone & McLean, 2003). 시스템 품질이 뛰어나 플랫폼의 인터페이스가 사용하기 편리하다면 이용자는 해당 플랫폼을 더 많이 이용하게 된다(Lee & Benbasat, 2004; Liang et al., 2011). 카카오톡 이용자의 자기노출의도가 높다 하더라도 시스템 품질이 좋지 않아 이용 시 안정성과 반응 속도에 불만족을 느낀다면 카카오톡 플랫폼의 사용을 꺼려하게 될 것이고, 따라서 자기노출의도가 자기노출행동으로 연결되지 못할 것이다. 반면 이용자가 카카오톡에 대한 시스템 품질을 높게 지각한다면, 자기노출의도가 자기노출행동으로 손쉽게 이어질 것으로 예상할 수 있다. 따라서 MIM 내 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향은 시스템 품질에 의해 조절될 것이며, 관련 가설은 아래와 같다.

<가설 5> 시스템 품질이 높을수록 MIM 내 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 정(+)의 영향은 더 커질 것이다.

MIM 내 자기노출에 상반된 영향을 미칠 것으로 예상되는 수용/포함 및 거부/배제의 지각, 외로움이 자기노출의도에 미치는 영향 및 자기노출의도와 시스템 품질이 자기노출행동에 미치는 영향 등 변수 간 관계를 통해 구축한 연구모형은 <Figure 1>과 같다.



<Figure 1> Research Model

4. 연구 방법

4.1. 연구대상의 선정 및 자료수집

본 연구에는 대구/경북 및 대전/충남 지역에 위치한 2개 대학의 학생들이 참여하였으며, 실험참여자들 수업 시간에 연구 목적을 위해 작성된 설문지에 응답하는 방식으로 진행되었다. 총 330개의 설문지가 배포되었으며, 불성실하게 응답한 16개의 설문지를 제외하고 314개의 표본을 대상으로 분석을 진행하였다. 실험참여자 중 남성의 비율은 43.3%였으며, 대구/경북 소재 대학의 학생이 73.9%를 차지하였다. 설문에 응답한 실험참여자들은 모두 카카오톡을 이용한 경험이 있었고, 설문 대상이 대학생이었기 때문에 20대의 비중이 97.2%로 절대 다수를 차지하였다. 실험참여자의 인구 통계학적 특성은 아래의 <Table 1>과 같다.

<Table 1> Profile of Respondents

Measure	Items	Frequency	Percentage
Gender	Male	136	43.3
	Female	178	56.2
Age(years)	~20	7	2.2
	21~29	305	97.2
	>29	2	0.6
Occupation	Undergraduate	314	100
University Location	Daejeon/Chungnam	82	26.1
	Daegu/Gyeongbuk	232	73.9

4.2. 변수의 정의 및 측정

본 연구의 주요 측정 개념은 수용/포함, 거부/배제, 외로움,

시스템 품질, 자기노출의도, 자기노출행동 등이었으며, 측정 도구의 내용타당성을 확보하기 위해 선행연구를 바탕으로 각 개념에 대한 측정 항목을 도출하였다. 수용/포함은 실험참여자가 평소에 지각하고 있는 타인과의 연결성 및 타인에 의한 수용되는 느낌의 정도로 '나는 가족, 친구들과 긴밀한 유대감을 가지고 있다', '나는 다른 사람이 나를 받아들인다고 생각한다', '나는 소속감을 가지고 있다', '나는 다른 사람들과 함께하는 자리가 있다' 등의 4개 문항으로 측정하였다(Hollenbaugh & Ferris, 2014; Malone et al., 2012). 반면, 거부/배제는 실험참여자가 지각하는 소외감 및 타인이 자신을 회피하는 느낌의 정도를 측정하였으며, '나는 소속이 없기 때문에 명절기간 동안 소외되었다고 느낀다', '나는 세상에서 고립되었다고 느낀다', '나는 다른 사람과 함께 있을 때 이방인이라고 느낀다', '친구와 가족은 계획을 짤 때 나를 포함하지 않는다' 등의 4개 문항을 통해 측정하였다(Hollenbaugh & Ferris, 2014; Malone et al., 2012). 외로움은 응답자가 느끼는 평상시의 감정 상태에 대한 질문을 통해 측정하였고, Cacioppo et al. (2009)이 제시한 2개 문항인 '나는 외롭다고 느낀다', '나는 자주 외롭다는 생각을 한다' 등을 이용하여 측정하였다. 시스템 품질은 이용자들이 지각하는 카카오톡 시스템의 사용용이성과 안정성의 정도로 측정하였으며, '카카오펀트는 안정적이다', '카카오펀트를 사용하기 쉽다', '카카오펀트는 요청이나 문제에 신속히 대응해준다' 등의 3개 문항을 사용하였다(Lin, 2008; Zhou et al., 2010). 또한 자기노출정도는 Miller et al. (1983)의 자기노출지수(Self-Disclosure Index)를 활용하여 측정하였는데, 이 자기노출지수는 개인적 습관, 삶에서 중요한 것, 깊은 감정, 다른 사람과의 친밀한 관계 등 각 영역에 대한 노출의도 정도를 측정하는 10개 문항들로 구성되었다. 마지막으로 카카오톡을 통한 자기노출행동은 최근 한 달의 기간 중 프로필 혹은 상태메시지를 바꾼 횟수, 프로필 사진의 내용 및 종류, 상태메시지 내용의 종류 등으로 측정하였다. 자기노출행동을 제외한 모든 설문항목은 Likert 7점 척도로 구성되었다.

5. 연구 결과

5.1. 측정변수의 신뢰도 및 타당성 분석

본 연구에서 사용된 각 개념의 구성 항목들 간 내적 일관성을 확인하기 위해 Cronbach's Alpha 계수를 통해 신뢰도 분석을 실시하였다. 수용/포함, 거부/배제, 외로움, 시스템 품질, 자기노출의도에 대한 Cronbach's Alpha 계수는 각각 0.862, 0.866, 0.938, 0.759, 0.860, 0.936으로 모두 0.7보다 높게 나타나 주요변수들의 신뢰성이 확보되었다고 판단하였다.

다음으로 수렴타당성 및 판별타당성 검증을 위한 확인적 요인분석을 실시하였다. 독립변수와 조절변수를 포함한 측정모형을 검증하였으며, 측정변수들이 각 개념을 어느 정도 설명하는지를 판단하기 위해 합성신뢰도(composite reliability)와 평균분산추출(AVE: average variance extracted)값을 이용한 타당성 검증을 실시하였다. 자기노출의도의 경우 10개의 측정변수들의 평균값을 지수를 만들어 분석에 사용했기 때문에 요인분석에서는 제외하였다. <Table 2>에 제시된 바와 같이 각 구성개념의 합성신뢰도가 모두 0.6보다 높게 나타나 기준치를 충족시켰으며, 평균분산추출값 역시 모두 0.5 이상으로 나타나 수렴타당성이 확보되었다고 판단하였다(Bagozzi & Yi, 1988).

또한 구성 개념들 간 상관관계 분석을 통해 판별타당성을 확인하였다. <Table 3>에서 확인할 수 있듯이 각 개념의 평균분산추출값의 제곱근이 개념 간 상관계수보다 크게 나타났다. 즉, 개념 간 상관계수를 제공한 값 중 평균분산추출값을 초과한 경우가 없었기 때문에 본 연구의 분석 자료는 판별타당성을 확보하였다고 판단하였다(Fornell & Larcker, 1981).

그리고 확인적 요인분석 모형에 대해 여러 적합도 지수를 바탕으로 모형의 적합도를 검증하였다. 우선 요인분석 모형에 대한 Chi-square값은 89.229($p=0.009$), RMSEA는 0.039, NFI는 0.959, TLI는 0.982, CFI는 0.986로 나타났다. Chi-square값은 표본크기 등에 영향을 많이 받기 때문에(Bentler & Bonett, 1980), 주로 자유도로 보정한 후 사용한다. 요인분석 모형의 Chi-square값을 자유도 60으로 나눈 값은 1.487로 나타났는데, 이 수치는 권장 수준인 3.0보다 작기 때문에 본 모형은 적합하다고 판단하였다(Carmines & McIver, 1981). 한편 RMSEA의 판별기준에 따르면 0.1 이상 수용불가능(unacceptable fit), 0.1 미만 보통적합도(mediocre fit), 0.08미만이면 괜찮은 적합도(reasonable fit), 0.05 미만이면 좋은 적합도(close fit)인데(Browne & Cudeck, 1993), 이에 따라 RMSEA가 0.039인 본 모형은 적합하다고 판단하였다. 마지막으로 CFI 계열 지수들의 권장 수준은 0.9 이상(Hair et al., 1998)인데 본 모형의 지수들은 모두 0.9 이상으로 나타나 평가기준을 만족시켰다. 따라서 여러 적합도 기준들을 종합적으로 고려한 결과, 본 모형이 적합하다고 판단하여 가설검증을 실시하였다.

<Table 2> Reliability and Confirmatory Factor Analysis

Construct	Items	Standardized Coefficient	t-value	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Acceptance /Inclusion	1	0.711	-	0.862	0.846	0.615
	2	0.824	13.172			
	3	0.826	13.193			
	4	0.770	12.440			
Rejection /Exclusion	1	0.765	-	0.866	0.854	0.627
	2	0.901	16.282			
	3	0.844	15.427			
	4	0.631	11.153			
Loneliness	1	0.892	-	0.938	0.869	0.888
	2	0.990	33.265			
System Quality	1	0.628	-	0.759	0.687	0.528
	2	0.705	9.242			
	3	0.832	8.941			

$\chi^2 = 89.229(p = 0.009, d.f = 60)$ RMSEA = 0.039, NFI = 0.959, TLI = 0.982, CFI = 0.986

<Table 3> Correlation Coefficient

	Acceptance/Inclusion	Rejection/Exclusion	Loneliness	System Quality
Acceptance /Inclusion	0.784*			
Rejection /Exclusion	-0.527***	0.792*		
Loneliness	-0.289***	0.418***	0.942*	
System Quality	0.153**	-0.068	0.006	0.727*

Note: * Square root of AVE, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

5.2. 가설검증

측정모형의 구성 개념에 대한 신뢰성 및 타당성을 검증한 후, <Figure 1>의 연구모형에서 제시된 가설 검증을 위해 구조방정식모형을 이용하여 변수 간 관계를 분석하였다. 여러 적합도 기준을 이용하여 구조모형이 적합한지 확인하였는데, 우선 구조모형의 Chi-square값 230.406을 자유도(df)인 161로 나눈 값은 1.431로 권장 수준인 3보다 낮게 나타났다. 또한 NFI는 0.920, TLI는 0.970, CFI는 0.974로 나타나 모두 0.9를 넘었고, RMSEA 역시 0.037로 0.05보다 낮게 나타나 모든 적합도 지수가 기준값을 충족시켰으며, 따라서 본 연구모형은 적합하다고 판단하였다.

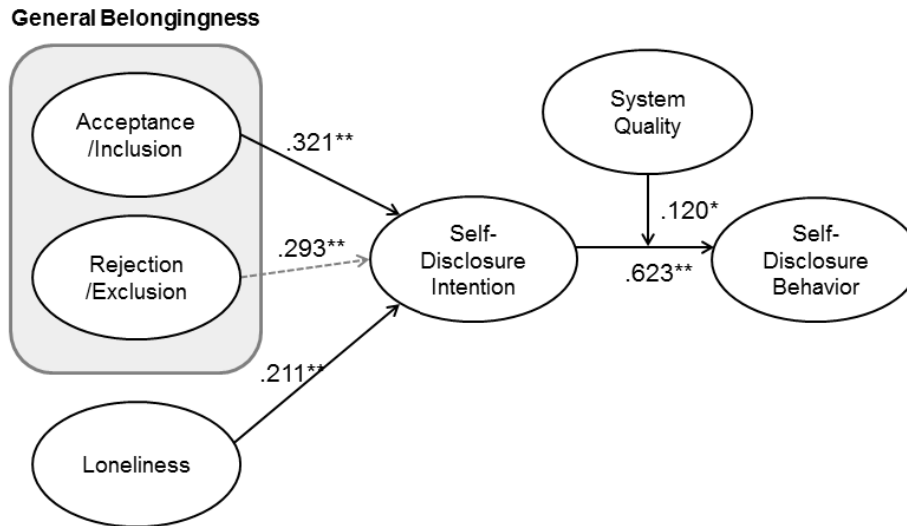
연구모형의 경로별 유의성에 대해 검증한 결과, 수용/포함이 자기노출의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나(표준경로계수=0.320, $t=4.296$, $p < 0.01$) <가설 1>은 지지되었다. 또한 외로움이 자기노출의도에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예상한 <가설 3> 역시 통계적으로 유의한 결과가 나타나 지지되었다.

(표준경로계수=0.211, $t=3.407$, $p<0.01$). 하지만 거부/배제가 자기노출의도에 부(-)의 영향을 미칠 것으로 예상한 <가설 2>는 가설의 방향과는 반대로 유의한 결과가 나타나 기각되었다(표준경로계수=0.293, $t=3.834$, $p<0.01$). 그리고 자기노출의도가 MIM 내 자기노출행동에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예상한 <가설 4>는 통계적으로 유의한 결과가 나타나 지지되었다. 마지막으로 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향을 시스템 품질이 조절할 것으로 예상한 <가설 5>를 검증하기 위해 Marsh et al. (2006)의 접근법을 사용하였다. 이를 위해 자기노출의도지수와 시스템 품질의 각 측정 변수들에 대해 평균중심화를 한 후, 자기노출의도와 시스템 품질의 상호작용항을 만들었다. 그리고 평균중심화한 자료를 바탕으로 상호작용항에 필요한 자기노출의도와 시스템 품질의 측정 항목 사이의 교차지표를 만들어 분석에 활용하였다. 즉, 자기노출의도와 시스템 품질의 상호작용항이 자기노출행동에 미치는 영향이 통계적으로 유의한지를 검증하여 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향이 시스템 품질에 의해 조절되는지를 판단하였다. 검증 결과, 자기노출의도와 시스템 품질의 상호작용항이 자기노출행동에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향이 시스템 품질이 높을수록 클 것으로 예상한 <가설 5> 역시 지지되었다(표준경로계수=0.129, $t=2.172$, $p<0.05$). 따라서 본 연구에서 제시한 5개 가설 중 <가설 2>를 제외한 4개 가설이 지지되었으며, 이상의 가설검증 결과는 <Table 4>와 <Figure 2>에서 제시하였다.

<Table 4> Summary of Hypothesis Testing Results

Hypothesis	Path	Standardized Coefficient	t-value	Result
H1	Acceptance/Inclusion → Self-Disclosure Intention	0.320**	4.296**	Supported
H2	Rejection/Exclusion → Self-Disclosure Intention	0.293**	3.834**	Rejected
H3	Loneliness → Self-Disclosure Intention	0.211**	3.407**	Supported
H4	Self-Disclosure Intention → Self-Disclosure Behavior	0.623**	4.127**	Supported
H5	Self-Disclosure Intention x System Quality → Self-Disclosure Behavior	0.120*	2.172*	Supported
$\chi^2 = 230.406(p = 0.000, d.f = 161)$ RMSEA = 0.037, NFI = 0.920, TLI = 0.970, CFI = 0.974				

Note: * $p<0.05$, ** $p<0.01$



<Figure 2> Hypothesis Testing Results

6. 결론

6.1. 연구의 요약

본 연구는 소속감과 외로움이 자기노출의도에 미치는 영향 및 자기노출의도와 시스템 품질이 자기노출행동에 미치는 영향을 검증하였다. 보다 구체적으로 소속감을 수용/포함과 거부

/배제의 두 차원으로 구분하여 이들 요인과 외로움이 자기노출의도에 미치는 영향과 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향, 그리고 시스템 품질의 조절효과를 살펴보았다. 본 연구에 따르면, 수용/포함의 지각과 외로움이 자기노출의도에 정(+)의 영향을 미쳐 <가설 1>과 <가설 3>이 지지되었다. 하지만 거부/배제의 지각 역시 자기노출의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났기 때문에 본 연구에서 제시한 영향의 방향성이 달라 <가설 2>는 기각되었다.

원래 수용/포함과 거부/배제는 서로 상반되는 개념으로 소속감이라는 하나의 개념으로 사용될 때는 거부/배제와 관련된 문항을 역코딩하여 수용/포함과 관련된 문항들과 통합하여 사용하기도 한다(Hollenbaugh & Ferris, 2014). 이러한 이론적 배경에 기반하여 수용/포함과 거부/배제의 상반된 영향을 예상하였으나, 거부/배제의 지각이 불안을 야기하여 오히려 자기노출을 통한 고립 해소를 유발했을 가능성도 존재한다. 수용/포함과 거부/배제가 자기노출의도에 미치는 영향을 더욱 명확하게 검증하기 위해서는 추가 연구가 필요하다고 판단된다. 또한 자기노출의도는 자기노출행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 <가설 4>가 지지되었으며, 시스템 품질이 높을수록 이러한 효과가 커지는 조절 효과가 확인되어 <가설 5> 역시 지지되었다.

6.2. 연구의 의의 및 시사점

본 연구에서 제시된 결과를 통해 다음과 같은 의의 및 시사점을 제시할 수 있다. 첫째, 본 연구는 모바일을 통한 융복합이라는 시대 흐름에 따라 사회심리학 및 정보시스템 분야에서 활용되었던 소속감, 외로움 및 시스템 품질과 같은 변수를 마케팅 분야에 적용하여 소비자행동에 대한 이해의 폭을 넓혔다는 데 그 의의가 있다. 기술이 급변하고 이로 인해 소비자행동의 예측이 불확실한 상황에서 여러 분야의 이론적 개념들을 다양하게 이용하는 연구는 필수적이라 사료된다. 본 연구에서 시도한 다양한 학문 분야의 이론을 통합적으로 적용한 접근법은 향후 융합 연구의 초석이 될 수 있을 것으로 판단된다. 둘째, 본 연구는 현재까지 주요 연구 대상이었던 개방형 SNS가 아닌 폐쇄형 SNS로 볼 수 있는 MIM를 대상으로 이용자의 감정-행동의도-행동으로 이어지는 메커니즘을 확인하였다. 보다 구체적으로 <가설 1>부터 <가설 3>을 통해 소속감과 외로움 같은 개인의 감정이 자기노출의도와 같은 행동의도에 미치는 영향을 살펴보고, <가설 4>를 통해 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향을 확인함으로써 감정에서 행동으로 이어지는 소비자행동의 메커니즘을 검증할 수 있었다. 또한 이러한 과정을 통해 기존 소비자행동 연구에서 주로 최종 종속변수로 활용되었던 행동의도에서 더 나아가 실제 자기노출행동까지 살펴봄으로써 전통적인 이론을 새로운 소비자 환경에 맞추어 적용했다는 점에서도 그 의의가 있다. 셋째, 본 연구 결과를 실무에 적용했을 때 소속감 및 외로움과 관련하여 목표고객이 처한 상황에 적합한 프로모션 활동을 통해 자기노출의도를 높이고, 결국 자기노출행동을 활성화시켜 프로모션 활동의 효율성을 제고할 수 있을 것이다. 예를 들어, 입학식과 같이 소속감이 높아지는 시기에 맞추어 상태 메시지와 프로필

등을 변경하도록 유도하면서 이에 대한 대가로 캐시 및 카카오포인트 등을 제공한다면 카카오톡 이용이 더욱 활발해질 것이다. 또한 이용자들은 대가로 받은 카카오포인트 등을 카카오펀드의 다른 서비스 이용에 활용하게 되어 서비스 제공자의 경영 효율성이 향상될 수 있다. 마지막으로 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향이 시스템 품질에 의해 조절된다는 <가설 5>의 검증 결과에 따라, 시스템 업그레이드 시 개선점을 명확하게 제시하여 소비자의 지각된 시스템 품질을 향상시킬 필요가 있다. 시스템 품질을 높게 지각할수록 자기노출의도에서 자기노출행동으로 이어지는 영향력이 더 커지기 때문에, 시스템 업데이트 시 개선점에 대해 충분히 알릴 필요가 있다. 예를 들어, 설문을 통해 시스템의 개선점을 질문하고, 해당 설문에 참여시 카카오포인트나 캐시를 제공한다면 이용자들이 시스템에 대한 개선점을 잘 알게 되고, 이에 따라 지각된 시스템 품질이 제고될 수 있을 것이다.

6.3. 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구의 이론 및 실무적 함의에도 불구하고, 아래와 같은 한계점 역시 존재한다. 첫째, 본 연구에서는 설문지를 통해 실험참여자에게 최근 한 달 동안의 프로필 및 상태 메시지 변경 횟수, 프로필 사진의 내용 및 종류, 상태 메시지의 종류 등에 대한 응답을 수집하여 자기노출행동을 측정하였으나, 이러한 측정 방식은 응답자의 기억에 의존한다는 단점이 있다. 즉, 실험참여자의 실제 자기노출행동과 그들이 기억하는 자기노출행동 사이에 괴리가 발생할 수 있기 때문에 자기노출행동에 대한 측정의 정확성 측면에서 한계가 존재한다. 둘째, 본 연구의 모든 실험참여자는 대학생으로 표본의 대표성을 확보했다고 보기 힘들다. 실제로 카카오톡은 대학생 뿐 아니라 다양한 직업군과 연령에서 광범위하게 사용되고 있기 때문에 대학생만을 대상으로 진행한 본 연구의 결과를 전체 이용자에게 적용하기에는 무리가 있으며, 다양한 세분 집단을 대상으로 추가 연구를 수행할 필요가 있다. 마지막으로 본 연구에서는 다른 학문 영역의 이론을 폭넓게 적용하였으나, 실제로 이 외에도 자기노출의도 및 자기노출행동에 영향을 미칠 수 있는 변수는 다수 존재할 것으로 예상된다. 예를 들어, 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향력은 시스템 품질을 제외하고도 카카오펀드에 대한 신뢰도 등에 의해 조절될 수도 있다. 즉, 플랫폼에 대한 신뢰도가 높을수록 자기노출의도가 자기노출행동에 미치는 영향이 더 커질 수 있는 가능성도 존재한다. 따라서 향후 연구에서는 자기노출에 영향을 미치는 다양한 관련 변수들을 발굴하고 적용하여 본 연구를 확장시킬 필요가 있다.

References

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality and behaviour*. Milton Keynes, UK: Open University Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Al-Saggaf, Y., & Nielsen, S. (2014). Self-disclosure on Facebook among female users and its relationship to feelings of loneliness. *Computers in Human Behavior*, 36, 460-468.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The*

- development of interpersonal relationships*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Bardi, C. A., & Brady, M. F. (2010). Why shy people use instant messaging: Loneliness and other motives. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1722-1726.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.
- Baumeister, R. F., & Tice, D. M. (1990). Anxiety and social exclusion. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9, 165-195.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 99, 588-606.
- Berg, J. H., & Peplau, L. A. (1982). Loneliness: The relationship of self-disclosure and androgyny. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 624-631.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K. A. Bollen, & J. S. Long (ed.). *Testing structural equation models* (pp. 136-162). Beverly Hills, CA: Sage.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). *Social Network Activity and Social Wellbeing*. Proceedings of the 28th International Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 1901-1912). New York, NY: ACM Press.
- Cacioppo, J. T., Fowler, J. H., & Christakis, N. A. (2009). Alone in the crowd: the structure and spread of loneliness in a large social network. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(6), 977-991.
- Carmines, E. G., & McIver, J. P. (1981). Analyzing models with unobserved variables: Analysis of covariance structures. In G. W. Bohrnstedt & E. F. Borgatta (ed.). *Social measurement: Current issues* (pp. 65-115). Beverly Hills, CA: Sage.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.
- Dyson, E. (1998). *Release 2.1: A design for living in the digital age*. New York: Broadway Books.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fokkema, T., & Knipscheer, K. (2007). Escape loneliness by going digital: A quantitative and qualitative evaluation of a Dutch experiment in using ECT to overcome loneliness among older adults. *Aging & Mental Health*, 11, 496-504.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of marketing research*, 18(3), 382-388.
- Gross, R., & Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. Proceedings of the 2005 ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society (pp. 71-80).
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Hollenbaugh, E. E., & Ferris, A. L. (2014). Facebook self-disclosure: Examining the role of traits, social cohesion, and motives. *Computers in Human Behavior*, 30, 50-58.
- Horn, S. (1998). *Cyberville: Clicks, culture, and the creation of an online town*. New York: Warner Books.
- Jung, Bo-Hee & Kim, Han-Ku (2016). Self-Disclosure on mobile instant messenger: The structure relationships among self-esteem, loneliness and motives for using KakaoTalk. *Productivity Review*, 30(2), 169-196.
- Jung, Myung-Hee, Bae, Dong-In, & Yu, Jae-Chul (2014). The effects of SNS characteristics on purchase intention. *The East Asian Journal of Business Management*, 4(3), 19-25.
- Kakao (2016). *21th Business Reports*. Retrieved March 30, 2016, from <http://dart.fss.or.kr/?rcpNO=20160330002170>
- Kim, Myoung-Soo, & Lee, Dong-Joo (2012). The role of digital fatigue and flow in SNS usage. *The e-Business Studies*, 13(1), 67-87.
- Kim, Yong-Min, Kireyeva, A. A., & Youn, Myoung-Kil (2014). Effects of SNS characteristics upon consumers' awareness, purchase intention, and recommendation. *International Journal of Industrial Distribution & Business*, 5(1), 27-37.
- Lee, Y. E., & Benbasat, I. (2004). A framework for the study of customer interface design for mobile commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 8(3), 79-102.
- Leung, L. (2002). Loneliness, self-disclosure, and ICQ ("I seek you") use. *Cyberpsychology and Behavior*, 5, 241-251.
- Liang, T., Ho, Y., Li, Y., & Turban, E. (2011). What drives social commerce: The role of social support and relationship quality. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 69-90.
- Lin, H. F. (2008). Determinants of successful virtual

- communities: Contributions from system characteristics and social factors. *Information & Management*, 45(8), 522-527.
- Malone, G. P., Pillow, D. R., & Osman, A. (2012). The general belongingness scale (GBS): Assessing achieved belongingness. *Personality and Individual Differences*, 52, 311-316.
- Marsh, H. W., Wen, Z., & Hau, K. T. (2006). Structural equation models of latent interaction and quadratic effects. In G. Hancock & R. O. Mueller (ed.). *Structural equation modeling: A second course* (pp.225-265) Greenwich, CT: Information Age Publishing Inc.
- Mikulincer, M., & Nachshon, O. (1991). Attachment styles and patterns of self-disclosure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 321-331.
- Miller, L. C., Berg, J. H., & Archer, R. L. (1983). Openers: Individuals who elicit intimate self-disclosure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(6), 1234-1244.
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
- Seidman, G. (2012). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54, 402-407.
- Shaw, L. H., & Grant, L. M. (2002). In defense of the internet: The relationship between internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *Cyberpsychology and Behavior*, 5, 157-171.
- Sheldon, K. M., Abad, N., & Hirsch, C. (2011). A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connection rewards it. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100, 766-775.
- Stokes, J. P. (1987). The relation of loneliness and self-disclosure. In V. J. Derlega, & J. H. Berg (ed.). *Self-Disclosure* (pp.175-202). New York: Plenum Press.
- Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research*, 28, 317-348.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875-901.
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. *New Media & Society*, 7, 383-402.
- Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on Psychological Science*, 7(3), 203-220.
- Wixom, B. H., & Todd, P. A. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information Systems Research*, 16(1), 85-102.
- Yu, A. Y., Tian, S. W., Vogel, D., & Kwok, R. C. W. (2010). Can learning be virtually boosted? An investigation of online social networking impacts. *Computers and Education*, 55, 1494-1503.
- Zhou, T., Li, H., & Liu, Y. (2010). The effect of flow experience on mobile SNS users' loyalty. *Industrial Management & Data Systems*, 110(6), 930-946.