

# 커뮤니케이션을 위한 모바일 이모티콘의 긍정적 사용행태연구 : 남녀대학생을 중심으로

## Mobile Emoticon Use for Positive Behavior and Communication : Focusing on Male and Female College Students

주영애(Youngae Ju)<sup>1\*</sup>, 김선주(Seonju Kim)<sup>2</sup>, 김우정(Woojung Kim)<sup>3</sup>

<sup>1\*</sup> Department of living culture and consumer science, Sungshin Women's University,

<sup>2</sup> College of General Education, Sungshin Women's University,

<sup>3</sup> Department of living culture and consumer science, Sungshin Women's University

---

### <Abstract>

The purpose of this study was to compare college students' emoticon use for positive behavior and to analyze the impact of the factors. This study is consisted of 66 questions based on Social demographic characteristics, personality characteristics factors and both scales of emotional expression. The operational test was administered to 340 college students. In an effort to calibrate emoticon use of positive behavior, the results displayed significance differences depending on the gender and grade of the students. Women used more emoticons than men, and freshman used more emoticons than any other year of students. Women used more emoticons such as texts, images, and flash more than men. Students in their freshman year were shown to use more emoticons than students in other grade levels. Emotional expression was strongly related man with personality traits of integrity. Personality traits of sensitivity, openness, intimacy, and sincerity had a significant influence on the emotional expression. An emoticon is, therefore, be a useful tool to express their emotions. Male and female students with higher levels of congeniality had expressed more emotions that were self-defence ambivalent and concerned-relation ambivalent. However, in the case of the female students, those with higher levels of self-defence ambivalent emotional expressiveness had a lower usage of positive emoticons, while male students with higher levels of self-defence emotional expressiveness used more positive emoticons. Higher levels of congeniality among groups that use mobile emoticons with their parents, whether the frequency of use was high or low, were associated with higher levels of self-defence ambivalence and concerned-relation ambivalence. Those with higher levels of sincerity had low levels of self-defence ambivalence and concerned-relation ambivalence, and those with higher levels of concerned-relation ambivalence had higher levels of positive emoticon usage.

---

▲주제어(Key words) : 모바일 커뮤니케이션(Mobile communication), 이모티콘(Emoticon), 긍정적 사용행태(Use of positive behavior)

---

• 이 논문은 2016년도 성신여자대학교 학술연구조성비 지원에 의하여 연구되었음. 2016년 공동춘계학술대회에서 포스터 발표된 것임.  
\* Corresponding Author : Youngae Ju, Department of Living Culture and Consumer Science, Sungshin Women's University, 147, Mia-Dong Gangbuk-gu, Seoul 142-100, Tel:+82-2-920-7481, Email :jyoungae@sungshin.ac.kr

## I. 서론

한국건강가정진흥원에 따르면 가정생활 등에 대한 고민으로 가정상담센터를 찾는 인구가 2009년 9만4021명에서 2014년 16만7888명으로 5년 사이에 2배로 급증했다고 한다. 가족 문제로 상담을 받은 이들은 '부부 문제'와 '자녀 문제'를 가장 큰 원인으로 꼽았는데 자녀 문제를 상담 받은 4만 3220건 중 '부모-자녀 갈등'이 전체의 39.2%로 가장 높은 비율을 차지했다. 특히 취업난으로 인한 불안요소를 지닌 청년기 자녀를 둔 가족들 간 갈등과 불화도 예외일 수 없는데, 청년기 자녀들의 가족 간 갈등의 심화와 양파 등의 문제는 물밀의 사회 문제로 지적되고 있다(파이낸셜뉴스, 2016.04.26.). 많은 전문가들은 가족 내의 갈등의 원인을 '소통의 부족'을 들고 있다. 지난 5월 가정의 달을 맞아 서울시에서 주최한 '가족 간의 대화와 소통을 늘리는 가족한마당' 행사(tbs 뉴스, 2016.05.12.)를 보더라도 가족 내의 대화와 소통 부족이 얼마나 중요한 이슈인지를 짐작해 볼 수 있다. 특히, 청년기는 취업, 이성교제, 배우자 선택 등 인생에 있어 많은 중요한 사안들을 선택해야 할 과업을 가지고 있는 세대이다. 즉, 인간발달의 그 어떤 단계보다도 가족 간, 친구나 선후배 간의 소통이 필요한 세대라고 할 수 있다. 실제로 청년기 강력 범죄를 저지른 사람들의 사례를 보면 가족이나 사회와의 소통이 단절된 경우가 많은 것을 알 수 있는데, 이는 청년기 소통의 부족이 얼마나 큰 문제를 야기할 수 있는지를 짐작하게 한다.

한편, 지난 3월 매경 미디어 그룹과 한국정보화진흥원은 '가족과 함께 만드는 밝은 인터넷'이라는 주제로 M클린 발대식을 열고 스마트폰이 필수가 된 환경에서 인터넷은 단순한 연결도구가 아닌 소통과 공감의 중요한 매체이므로 건전한 사용문화 운동에 앞장서겠다는 발대식을 방송통신 위원회를 비롯한 SK텔레콤, KT, 삼성전자, LG전자 등의 대기업과 함께 개최한 바 있다(매일경제, 2016.03.13.).

인터넷 환경 속에서 오프라인 상의 대화와 소통의 비중은 감소하는 반면, 스마트폰은 온라인 상의 소통과 공감을 위한 중요한 도구로서 그 비중이 점점 더 증가하고 있고 소통 문제를 해결하기 위한 수단으로 주목받고 있다. 우리는 페이스북, 네이트온, 트위터, 인스타그램, 밴드, 카카오톡 등 다양한 매체를 활용하여 가족과 친구, 친지를 비롯한 알고 지내는 직접적인 관계와의 커뮤니케이션뿐만 아니라, 익명의 대인간에도 활발한 커뮤니케이션을 하고 있다. 스마트폰이 없는 생활을 상상하기 어려울 정도가 된 현 시점에서 온라인 커뮤니케이션은 오프라인 상의 대

화만큼이나 중요한 소통의 도구가 되고 있는 것이다. 이렇듯 그 중요성이 증가하고 있는 온라인 커뮤니케이션은 주로 문자언어로 이루어지지만, 짧고 간결하게 메시지를 전달할 수 있고, 송신자와 수신자 간의 감정적 교류의 도구가 될 수 있는 이모티콘은 현대인들에게 간과할 수 없는 중요한 소통의 도구라고 할 수 있다.

이모티콘의 한글 순화어는 '그림말'인데, 이모티콘은 '감정'을 의미하는 영어 'emotion'과 '유사기호'를 의미하는 'icon'을 합쳐서 만든 말로, 아스키 문자를 이용하여 감정을 표시하는 기호들을 말한다. 채팅과 이메일, 인터넷 게시판, 휴대전화를 이용한 문자 메시지가 보편화되면서 이모티콘은 표현하기 힘든 감정을 경제적이고 편리하게 전달하기 위해 사용되기 시작했다(김기란, 최기호, 2009). 전통적인 면대면 방식의 의사소통에서는 몸짓이나 표정, 음성의 높낮이 등으로 자신의 감정을 풍부하고 정확하게 전달할 수 있었다. 그러나 오프라인 상의 커뮤니케이션은 텍스트를 기반으로 이루어지기 때문에 감정 전달이 부족할 수 밖에 없다. 이러한 상황에서 이모티콘은 감정 표현의 중요한 도구로 이용될 수 있다. 이모티콘이 텍스트에 추가되면, 자신의 정서 표현을 용이하게 할 수 있으며 언어적인 설명으로 굳이 표현하지 않더라도 '상징'으로서 적절한 '감정표현'을 손쉽게 할 수 있는 강점을 갖고 있기 때문에 소통의 도구로 애용되고 있는 것이다.

국내 모바일 메신저 유저 순위 1위인 카카오톡은 백억 이상의 시장이 형성되었고 국내시장은 약 천억 대를, 전세계를 통틀어서 5천억 원대의 시장이 형성될 것으로 추측된다. 이에 따라 다양한 이모티콘이 나오며 현재 카카오톡은 3천 개가 넘어가며 한달 동안 약 20억개가 날아다닌다(김진성 외, 2016).

선행연구(황하성, 박성복, 2008)에 따르면 대학생들은 문자메시지를 통해 이모티콘을 많이 사용하는데 문자메시지를 가장 많이 주고받는 상대는 친한 친구, 이성 친구, 학교 선·후배, 가족 등 이었다. 그들은 기쁨이나 슬픔 등의 감정을 표시할 때 이모티콘을 가장 많이 사용하였고, 대화의 무거움 해소, 대화의 정서적 효과, 유행, 대화의 간결성, 재미·습관 등의 이유로 문자메시지 사용에서 이모티콘을 적극적으로 활용하고 있었다. 뿐만 아니라 이모티콘의 적극적인 사용은 대화 당사자들에게 서로 '함께 있는 듯한' 또는 '정서적으로 연결된 듯한' 느낌을 주고 사회적 현존감과 긍정적인 상관관계(황하성, 박성복, 2008; 황하성, 2007)가 있다고 하였다. 이처럼 대학생들에게 이모티콘이 소통의 중요한 도구로 여겨지고, 사용 빈도수가 급증하고 있는 현 상황에서 진로, 인간관계, 이성교제 등 다양한 주제의 소통이 필요한 대학생들에게 그들 세대에

가장 친근한 소통의 도구인 스마트폰 속에서의 이모티콘 사용행태를 연구하는 것은 큰 의미가 있다고 생각되었다. 또한 이모티콘이 정서표현의 도구로 활용된다는 선행연구(안원미 외, 2010; 강옥미, 2010; 황하성, 박성복, 2008)에서 나타난 바와 같이 이모티콘은 개인의 감정과 정서를 표현할 수 있는 가시적인 도구이므로 사용하는 개인의 정서를 표현하는 성격적 특성에 따라 사용행태가 달라질 수 있을 것이다. 직접적인 면대면 상황에서의 대화나 문자로 정서를 표현하는데 어려움을 겪는 성격의 소유자라 할지라도 완고성이 낮아 비교적 가볍고 친근하게 상대에게 다가갈 수 있는 이모티콘을 통한 소통에서는 정서표현 여부가 달라질 수 있기 때문이다.

정서표현을 못하는 사람은 주관적 안녕감이 낮으며 소통에 어려움을 겪으므로(김진성 외, 2016) 비언어적인 사회적 상황신호로 기능(황하성, 박성복, 2008)하며, 소통에 영향을 미치는 이모티콘에 관한 긍정적 사용행태에 관한 연구는 가족관계 및 대인관계의 소통 문제를 해결할 수 있는 중요한 도구로서 연구의 가치가 클 것으로 사료되었다. 비언어적 상징으로서 이모티콘은 단순히 감정표현 기제로서 기능할 뿐만 아니라 사회적·관계적 커뮤니케이션 상황에도 영향을 미칠 수 있으므로(황하성, 박성복, 2008) 본 연구는 남녀 대학생들의 모바일 커뮤니케이션 문화에 대한 이해를 도모하여 그들의 가족관계와 대인관계를 원만하게 하는데 도움을 주기 위한 시도를 하고자 한다. 대학생들은 다양한 커뮤니케이션 채널을 이용하여 의사소통을 하는 대표적인 젊은 세대이다. 이들은 앞으로 우리 사회의 문화적 주체가 되며, 다양한 커뮤니케이션 채널을 만들어가는 중심세대이기도 하다. 이와 같은 논점들을 고려해볼 때, 본 연구에서 대학생을 중심으로 본 논제를 적용하는 것은 의미 있고 시의성 있는 주제로 판단되었다.

따라서 본 연구에서는 남녀대학생의 모바일 이모티콘의 긍정적 사용행태를 비교하고, 특히 성격특성, 정서표현의 양가성, 대화상대의 변수를 중심으로 이모티콘의 긍정적 사용행태와의 관련성을 살펴보고자 한다. 이를 통해 젊은 세대의 커뮤니케이션 방식과 문화를 이해하고 가족과 사회와의 소통부족으로 많은 갈등과 어려움을 겪는 청년들의 문제 해결에 일조할 수 있도록 이모티콘을 활용한 원활한 커뮤니케이션의 방안을 제안하며, 앞으로 이모티콘 개발뿐만 아니라, 성별, 세대별, 부모 자녀간 커뮤니케이션 교육에 유용한 교육 자료를 제공하는 데에 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 변수의 개념적 정의

#### 1) 성격특성

개인의 성격(personality)은 많은 학자들이 다양하게 정의를 내리고 있지만, 일반적으로 성격이란 한 개인이 다른 사람과 구별되는 개인적 특징이며 구별되는 특징으로는 감정, 사고 또는 행동양식을 포함하고 있다(유희경 외, 2007). 다시 말해 개인의 성격특성은 일반적으로 인간의 행동으로부터 추론될 수 있는 비교적 안정적이고 일관성 있는 반응 경향성이라 할 수 있다(이경임, 안창규, 1996).

개인과 개인을 구분 지을 수 있는 성격특성에 관한 연구는 1990년대 이후 성격특성검사의 예측타당도를 확보하게 되어 특성이론가들은 인간에게 공통적으로 존재하는 성격특성요인에 관심을 가져왔고, 비교적 최근에는 많은 성격심리학자들이 개인의 성격특성에 있어서 개인차를 설명해주는 포괄적이고 공통적인 구조로서 5요인 모델(Five Factor Model)을 제안하였으며 많은 경험적 연구를 통해 지지받고 있는 것으로 알려져 있다(김영훈, 2013 재인용). 전통적 특성이론가들과 성격특성 이론가들이 제시하는 인간의 공통적 성격특성의 범주화는 1963년 Norman이 제시하고 명명한 Big 5 모형(extraversion, neuroticism, agreeableness, conscientiousness, intelligence)으로 대부분 연구에서 사용하고 있으며, 노만의 빅 5(Norman's Big 5) 혹은 빅 5(Big 5)로 언급되며 여러 학자들에 의해 5요인 성격특성 모델이 확고하게 자리 잡게 되었다(Goldberg, 1990).

선행연구자들이 제시한 5가지 성격특성은 학자들에 따라 명명한 바에 있어 약간의 차이가 있다. 김영훈(2013)은 타인과의 교제 혹은 상호작용을 원하고 타인의 관심을 끌고자 하는 정도를 나타내는 외향성, 정서적 안정성(emotional stability)과 반대되는 특성으로 정서적으로 얼마나 불안정하고 세상은 통제할 수 없으며 위협적으로 생각하는 정도를 나타내는 신경성, 타인과 편안하고 조화로운 관계를 유지하는 정도인 호감성, 사회적 규칙, 규범 그리고 원칙들을 기꺼이 지키려는 정도인 성실성, 지적자극, 변화, 다양성을 좋아하는 정도를 나타내는 이지성으로 구분하였고, Bernerth, et. al.(2007)과 이찬욱 외(2013)의 연구에서는 성격특성을 성취에 대한 개인의 성실한 정도를 나타내며 항상 어떤 일을 해내고자 하는 정도를 나타내는 성실성, 대인간의 온정과 사교성 및 주장성의 정도인 외향성, 타인에 대한 신뢰와 관심 및 관대한 정서인 친화성, 새로운 생각과 경험에 대한 접근이나 수용 등을 나타내는 개

방성, 일상생활 중에 정서적으로 불쾌하고 혼란스러운 정서를 경험하는 경향성인 신경성의 5가지 요인으로 정의했다. 즉, 외향성, 성실성, 신경성에 있어서는 동일하게 표현하였으나 호감성과 이지는 친화성과 개방성으로 표현한 바가 있다.

본 연구에서는 남녀 대학생의 모바일 커뮤니케이션을 위한 이모티콘의 긍정적 사용행태를 파악하기 위해 선행 연구자들이 제시한 5가지 성격 특성을 성실성, 외향성, 친화성, 개방성, 신경성으로 분류하여 정의하고자 한다.

## 2) 정서표현 양가성

정서표현 양가성(Ambivalence over Emotional Expressiveness)이란 자신의 정서경험이나 표현을 수용하지 못하고 갈등하는 측면을 잘 반영하고 있는 억제 개념으로(박하얀 외, 2015), 정서를 표현하고 싶지만 할 수가 없거나 원하지 않으면서 정서를 표현하거나 혹은 정서를 표현하고 후회하는 것을 포함한다(King & Emmons, 1990). 정서표현 양가성은 한 대상을 원하면서 동시에 원하지 않는 접근-회피 갈등으로 목표 자체보다 목표들 사이의 갈등과 갈등에 따르는 표현 억제라는 행동적 측면을 반영하는 개념으로 볼 수 있는데, 정서를 표현하기 어렵게 만드는 심리적인 과정에 주목하고, 정서를 표현하지 않는 것보다 정서를 표현하고자 하는 욕구를 적극 억제하는 것이 부정적인 결과를 초래한다고 하여 정서표현 양가성 개념을 제시하였다(Emmons & Colby, 1995).

이러한 정서표현 양가성은 자신의 정서적 경험을 언어화하여 표현하는 과정을 방해할 수 있으며 자신의 감정이 무엇인지에 대한 명확한 이해 없이 양가성이 높은 사람들은 그들의 표현에 대한 일치성이 적고 다른 사람들과의 관계에 있어서 명확하고 주장적인 의사소통이 어렵게 되기 쉽다. 정서표현 양가성이 개인의 적응을 도울 수 있는 정서조절의 어려움과 관련됨을 보여준다. 즉 단순한 표현 행동의 억제보다 자신의 정서적 경험을 존중하고 받아들이지 못하고 방어적이고 회피적인 행동으로 반응하는 성향을 내포하고 있는 이러한 반응이 반복될 때 개인에게 심리적, 신체적으로 역기능적인 영향을 줄 수 있다는 연구(최해연, 민경환, 2007)에서 나타난 바와 같이 정서표현을 억제하고 자신의 정서를 존중하지 못하는 것은 자신의 정서를 올바르게 이해하지 못하는 것이므로 곧 정서표현 양가성이 높아질 수 있음을 알 수 있다.

정서표현 양가성을 보면 감정을 표현하고 싶은 욕구가 있는데 이를 억제, 갈등하는 것으로 동일한 대상에 대해 긍정과 부정의 느낌이 동시에 혹은 빠르게 교차하는 것이다. 즉 한 대상을 원하면서 동시에 원하지 않는 접근-회피

갈등으로 설명할 수 있다(김현주, 홍혜영, 2013). 정서표현 양가성에 관해 최해연과 민경환(2007)은 표현을 억제하는 동기에 따라 정서표현 양가성의 두 하위 차원 즉, 정서표현 불능감과 표현 결과에 대한 두려움을 반영하는 정서를 '자기방어적 양가성'으로 인상관리 및 대인관계 민감성과 관련된 행동 통제를 반영하는 정서를 '관계관계적 양가성'으로 구분하였다.

본 연구에서는 정서표현 양가성을 최해연과 민경환(2007)의 연구에서 구분한 두 차원, 즉 자기방어적 정서표현과 관계관계적 정서표현의 두 가지 하위차원으로 나누어 연구하고자 한다.

## 2. 관련 선행연구 고찰

### 1) 성격특성과 정서표현

본 연구는 Costa & McCrae(1992)의 연구를 바탕으로 이찬옥(2014), 김영훈(2012), 박미선(2011), 박명옥(2008), Bernerth, et.al.(2007) 등이 제시한 5개의 요인 Big5 성격특성요인을 도구로 사용하였다. Big5 성격특성 요인을 학자에 따라 성격유형 요인으로 표현하였으므로 성격유형과 관련한 선행연구를 포함하여 조사하였다.

성격특성과 정서표현에 관한 연구는 심리학, 사회학, 경영학, 가정학, 교육학 등 매우 다양한 학문적 영역에서 폭넓게 연구되고 있다. 최근 연구는 융복합적이고 학제적인 연구들이 적극적으로 수행되고 있으므로, 본 연구에서는 성격특성과 정서표현에 따른 대인관계 방식이나 의사소통 유형을 다룬 제 학문분야의 연구에 대해 고찰하였다.

선행연구에 따르면 성격유형은 on-line에서의 의사소통 동기와 의사소통 유형(김형석 외, 2012; 김성식, 2013)과 off-line에서의 의사소통 능력(안선경 외, 2004) 모두에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 성격유형 중 외향성은 on-line에서의 소통관계동기에 유의한 영향을 미쳤고(김형석 외, 2012), 신경증, 외향성, 개방성, 친화성, 성실성의 성격유형이 페이스북에서 사적인 커뮤니케이션이 활발한 주연에서 친화성과 성실성을, 페이스북에서 공적인 커뮤니케이션이 활발한 주연에서 개방성을 높게, 트위터에서는 사적인 커뮤니케이션이 활발한 주연에서 개방성을 높게, 공적인 커뮤니케이션이 활발한 주연에서 외향성과 개방성을 높게 나타내는 의사소통 방식을 나타내었다(김성식, 2013). 반면 외향성의 성격유형은 off-line에서 사회적 평정능력, 사회적 승인능력, 사회적 경험능력, 적절한 노출능력, 위트능력 등에 대한 가장 큰 설명력을 갖는 것(안선경 외, 2004)을 알 수 있었다. 이상의 연구결과들을 토대로 생각해보면, 성격유형은 의사소통 동기, 의사소통

유형, 의사소통 능력 등과 연관이 있음을 알 수 있다.

또한 아동과 청소년의 성격 특성은 부모 자녀관계 및 친구관계에도 영향을 미친다는 연구(인치현, 2013; 윤미선 외, 2011)도 있는데, 성격특성은 아동과 청소년의 대인관계 주요 대상인 부모와 친구관계에 영향을 미치고, 문제행동의 주요인이 된다고 하였다. 따라서 아동과 청소년의 문제행동을 수정하고 바르게 교육하기 위해서는 성격특성에 대한 이해를 바탕으로 교육과 상담이 이루어져야 할 것임을 알 수 있다.

정서표현이 대인관계에 미치는 영향에 관한 연구들을 보면 정서표현은 대인관계에 정적 영향을 미치고(김정모 외, 2008; 이경희 외, 2010; 장수진, 2002; 정은미, 2014; 이아름 외, 2015) 특히, 남성에 비해 여성의 정서표현이 대인관계에 미치는 영향력이 큰 것으로 나타났다(김정모 외, 2008; 장수진, 2002; 정은미, 2014; 이아름 외, 2015). 또한 정서표현은 언어, 행동, 표정 등 다양한 수단을 통해 나타낼 수 있는데, 정서를 가장 직접적으로 나타내는 언어 외에도 비언어적인 방법 즉, 표정을 통한 정서표현은 대인관계문제와 정적 상관관계(김선주, 2014)가 있다. 따라서 자신의 정서를 타인에게 어떻게 표현하고 전달하느냐에 따라 대인관계에서의 만족감의 정도나 문제 등의 여부가 달라질 수 있으므로 자신의 정서를 올바르게 표현하고 기능적인 의사소통 유형을 사용하도록 해야 한다. 따라서 대인관계 만족도를 향상하기 위한 커뮤니케이션 프로그램 개발 및 교육, 상담 등도 필요(정은미, 2014; 김선주, 2014)하다.

정서표현과 대인관계에 관한 선행 연구 중 정서표현에 따른 부모-자녀 간 관계에 대한 연구(남순현, 2015; 김화연, 2014; 신채영 외, 2013; 이영화, 2012; 조윤주 외, 2004; 김은주, 2013; 오지현, 2010; 신자은, 2002; 박정자, 2005)에서는 아동의 경우, 정서표현에 대한 갈등이 높을수록 모-자녀 간 개방적 의사소통 정도가 낮고, 역기능적 의사소통 정도가 높은 것으로 나타났으며(오지현, 2010), 청소년의 경우, 부모-자녀 간 정서표현 갈등이 있을수록 문제형 의사소통을 하는 것으로 나타났고(김은주, 2013), 긍정적 감정은 낮고 우울 감정은 높았으며 대인관계에서 경험한 우울이 높았다(이영화, 2012). 또한 부모-자녀 간 개방형 의사소통은 청소년의 성격 전반에 영향을 주며, 특히 아버지와의 문제형 의사소통은 충동적이고 심리적 불안을 야기 시키는 것(박정자, 2005)으로 나타났다. 한편, 온라인 상에서 청소년의 활발한 자기개방이 가족과 온라인 친구관계에 긍정적인 영향을 미친다는 연구(남순현, 2015)에서는 청소년들이 SNS를 통해 긍정적이고 효과적인 정서표현을 하여 친구관계와 가족관계를 긍정적으로

형성할 수 있도록 하는 교육 프로그램 마련이 필요한 것으로 제안 되었다. 대학생의 정서표현과 부모-자녀와의 관계를 다룬 연구(신채영 외, 2013; 신자은, 2002)에서는 자녀의 부정적 정서에 대한 어머니의 비지지적 반응은 대인관계 문제에 영향을 주고, 건강하지 못한 정서표현의 성향은 부모의 역기능적인 의사소통과 관련이 있는 것으로 나타났다.

따라서 아동, 청소년, 대학생들의 심리적 안정과 원만한 가족관계와 대인관계 형성을 위해서는 자신의 정서를 충분히 이해하고 올바른 방법으로 표현할 수 있는 교육이 선행되어야 함을 알 수 있다.

## 2) 이모티콘과 커뮤니케이션

이모티콘 관련된 연구는 2000년 이후 활발하게 진행되었다. 이모티콘을 주제로 한 다양한 선행연구들 중 이모티콘 디자인이나 아이템 개발 등과 관련한 내용은 본 연구에서 시도하는 이모티콘과 대인관계커뮤니케이션 관계성을 살피고자 하는 관점과는 차이가 있으므로 제외하고, 대인관계에서 활용될 수 있는 커뮤니케이션의 도구로 접근한 연구들을 중심으로 고찰하였다.

이모티콘 활용과 관련된 연구는 연령이나 성별에 따른 이모티콘 활용과 관련한 연구(공현희, 2007; 박자람 외, 2013; 배진희 외 2004; 안대현, 2013; 이소라, 2015; 이혜경 외, 2015)와 이모티콘을 활용한 대인관계에서의 정서표현을 다룬 연구(김유진 외, 2014; 박현구, 2003; 박현구, 2005; 안원미 외, 2010; 이종임, 2014)가 있다.

우선, 선행연구를 통해 이모티콘 활용 실태를 살펴보면 온라인 커뮤니케이션에서 이모티콘은 비언어 단서로서 중요한 역할을 하며, 트위터와 같은 온라인 소셜 미디어 상에서도 활발히 사용이 되고 있고(박자람 외, 2013), 모바일 메신저 상에서도 간결성과 유희성, 심미성 등의 이유로 지속사용의도를 갖는 것으로 나타났다(이소라, 2015). 또한 최근에는 이모티콘의 사용이 기존의 온라인 사용보다 그 영역이 확장되어 광고 전단지, 신문 광고, 잡지, TV광고와 같은 다양한 수단에서 활용되고 있다(공현희, 2007). 연령에 따른 이모티콘 사용실태를 살펴보면 청소년층이 이모티콘 인지, 사용, 개발 정도가 성인에 비해 유의미하게 높았고(배진희 외, 2004), 대학생들도 장년층에 비해 이모티콘을 민감하게 사용하는 것으로 나타났다(안대현, 2013). 이모티콘을 사용하는 특성에도 20대와 장년층은 차이가 있었는데, 20대가 선호하는 이모티콘은 상대 대화자에게 이모티콘 사용자의 상황을 구체적으로 묘사하는 동시에 모바일 대화에서 응결성이 있는 스토리를 제공하는 확장표현으로서의 행동 표현적 이모티콘을 선호하는

반면 장년층은 이모티콘을 단순히 표현의 목적으로 사용하고 있었다(이혜경 외, 2015). 성별에 따라서는 여성이 남성에 비해 이모티콘 사용이 더 적극적이었다(안대현, 2013).

이모티콘을 활용한 대인관계에서의 정서표현을 다룬 연구를 살펴보면, 대학생들은 이모티콘을 사용하여 대인관계에서 분위기, 맥락, 감정이나 반응에 적극적으로 대처하고 있었고(이종임, 2014), 이모티콘을 사용하면 메시지의 완고성이 낮아지고 위협을 완화하는데도 유용하였으며 이모티콘 사용이 서로의 친밀감을 증가시킨다고 하여 커뮤니케이션의 도구로 유용하게 활용될 수 있음을 증명하였다(박현구, 2005; 안원미 외, 2010). 한편, 박현구(2003)의 연구에서 이모티콘의 사용이 대인간 우위를 획득하고자 하는 사회적 지배성을 나타낸다는 주장에서 나타난 바와 같이 이모티콘은 사회적 욕구 표현의 도구로도 활용될 수 있음을 알 수 있다. 이모티콘을 통한 감정표현에 있어 성별에 따른 차이가 있음을 증명하는 연구들을 살펴보면, 남자와 여자의 기본적인 성격차이로 남자는 모바일 인스턴트 메신저에서 감정표현에 주저하는 반면 여자는 감정표현이 풍부하여 많은 이야기를 주고 받는데, 최근 스마트폰의 소통 채널로 많이 사용되고 있는 카카오톡의 경우에서도 이모티콘은 감정 전달과 표현에 도움이 되는 역할을 하고 있는 것으로 나타났다(김유진 외, 2014). 이처럼 선행연구를 통해 이모티콘을 통한 감정의 표식은 감정 표현의 도구로 사용되고 있음을 알 수 있다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구문제

- <연구문제 1> 남녀대학생의 인구통계학적 특성에 따라 모바일 이모티콘의 긍정적 사용행태는 어떠한 차이가 있는가?
- <연구문제 2> 남녀 대학생의 성격특성 및 정서표현양가성에 따라 모바일 이모티콘의 긍정적 사용행태는 어떠한 차이와 영향이 있는가?
- <연구문제 3> 남녀대학생의 성별 및 부모 변수가 성격 특성 및 모바일 이모티콘 긍정적 사용행태의 관계를 조절하는가?

#### 2. 조사도구

조사도구는 일반적 사항 및 이모티콘 사용 실태(26 문항)와 성격특성요인(20 문항), 정서표현 양가척도(20 문항)

등을 사용하였으며, 예비조사 후 수정·보완하여 총 66 문항으로 구성하였다.

이모티콘 사용실태는 모바일 이모티콘의 종류 및 대화상대, 감정상태에 따른 사용 빈도와 사용 행태를 조사하였다. 성격특성요인은 Costa & McCrae(1992)의 연구를 바탕으로 Big5 성격특성요인인 외향성, 신경성, 성실성, 친화성, 개방성 등의 속성을 포함하는 것으로 고려하였다. Big5 성격특성요인의 속성을 도출하기 위하여 Big5 성격특성요인의 측정항목으로 널리 사용되고 있는 이찬욱(2014), 김영훈(2012), 박미선(2011), 박명옥(2008), Bernerth,et.al.(2007) 등의 연구들에서 제시한 5개의 요인으로 구성하였으며 문항은 5점 Likert척도로 평정하였다.

정서표현은 King과 Emmons(1990)가 개발한 정서표현 양가성 척도(Ambivalence over Emotional Expressiveness Questionnaire: AEQ)를 최혜연 외(2007)가 한국문화적 맥락에서 타당화한 후 이를 다시 최혜연(2008)이 요인 분석한 한국판 정서표현 양가성 척도(AEQ-K)를 대학생의 특성에 맞게 수정하여 사용하였으며, 리커트식 5점 척도로 평정하였다.

#### 3. 연구대상 및 절차

본 연구는 조사대상 자료 수집을 위해 연구자가 강의하고 있는 서울과 원주소재 4년제 대학교에 재학 중인 남녀대학생을 대상으로 임의 표집하여 설문조사를 실시하였다. 2015년 11월 2일부터 11월 16일까지 50명을 대상으로 예비조사를 실시하였으며, 예비조사 결과를 바탕으로 설문지를 수정·보완하였다. 본 조사는 2015년 11월 25일부터 12월 14일까지 총 400부의 설문지를 배부하여 총 376부를 회수하였으며, 응답이 불충분하거나 중복 표기하여 분석에 부적합하다고 판단된 설문지 36부를 분석대상에서 제외하고 총 340부의 자료가 분석에 활용되었다.

조사대상자의 일반적 특성은 <Table 1>에 제시된 바와 같다. 조사대상자 총 340명 중 여자가 50.3%, 남자가 49.7%이었고, 학년은 3학년이 28.6%, 1학년 27.7%, 2학년 25.7%, 4학년 18.0%의 순으로 나타났다. 전공계열은 공학계열이 25.0%로 가장 많았고, 사회계열 22.1%, 인문계열 20.3%, 예체능계열 14.7%, 자연계열 10.3%, 의약학 계열 7.6%의 순으로 나타났다. 거주형태는 부모님과 동거하는 경우가 63.5%가 가장 많았으며, 홀로 거주하는 경우가 25.0%, 친구·지인과 동거하는 경우가 11.5%로 나타났다. 한 달 소비 지출액은 30만원 이상~40만원 미만이 32.1%로 가장 많았으며, 40만원 이상~50만원 미만이 20.3%, 50만원 이상이 20.0%, 20만원 이상~30만원 미만이 18.5%, 20만원 미만이 9.1%의 순으로 나타났다. 최근 1년간 모바일

Table 1. General Characteristics of Participants

(N=340)

	Variables	N(%)
Gender	Female	171 (50.3)
	Male	169 (49.7)
Grade	Freshman	94 (27.7)
	Sophomore	87 (25.7)
	Junior	97 (28.6)
	Senior	61 (18.0)
Major	Humanities	69 (20.3)
	Social Science	75 (22.1)
	Engineering	85 (25.0)
	Natural science	35 (10.3)
	Medicine & Pharmacy	26 (7.6)
	Arts & Physical Education	50 (14.7)
Residential type	Live with parents	216 (63.5)
	Live alone	85 (25.0)
	Live with friends or acquaintance	39 (11.5)
Expenditures, a month (unit: million)	Less than 20	31 (9.1)
	20-29	63 (18.5)
	30-39	109 (32.1)
	40-49	69 (20.3)
	More than 50	68 (20.0)
Emoticon purchase experience in recent year	Absence	201 (59.1)
	Presence	139 (40.9)

참고: 결측치(missing value)로 인하여 빈도의 합이 100%가 아닐 수 있음.

일 이모티콘 구입경험이 없는 경우가 59.1%, 구입경험이 있는 경우가 40.9%로 나타났다.

#### 4. 자료분석

본 연구의 자료 분석은 SPSS 22.0과 Amos 22.0 프로그램을 이용하였다. 조사대상자의 일반적 특성 및 인구 통계학적 특성에 따른 이모티콘 사용실태의 차이를 검증하기 위해 빈도분석, 기술통계분석, T-test, ANOVA, Duncan 사후검증을 실시하였으며, 신뢰성 검증을 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 이용하였다. 또한, 측정변수들의 유형화를 위해 탐색적 요인분석을 실시하였고, 측정 척도의 타당도를 평가하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였으며 구조방정식에 의한 경로계수를 제시하여 연구문제를 검증하였다.

### IV. 연구결과

#### 1. 남녀대학생의 인구통계학적 특성에 따른 모바일 이모티콘의 긍정적 사용행태

남녀 대학생의 인구 통계학적 특성에 따른 부모, 친구와의 모바일 이모티콘 사용빈도의 차이를 분석한 결과는

<Table 2>와 같다. 부모와의 모바일 이모티콘 사용빈도는 성별, 학년, 전공계열, 한 달 소비 지출액, 최근 1년간 이모티콘 구입여부에 따라, 친구와의 모바일 이모티콘 사용빈도는 성별, 학년, 전공계열, 한 달 소비 지출액, 최근 1년간 이모티콘 구입여부에 따라 유의하게 차이가 있는 것으로 나타났다. 성별에 따른 차이를 살펴보면, 여자가 남자보다 부모와 친구 모두에게 이모티콘을 더 많이 사용하는 것으로 나타났다. 학년별로는 1학년이 다른 학년에 비해 부모, 친구와 이모티콘을 더 많이 사용하는 것으로 나타났다. 전공의 경우 부모와의 모바일 이모티콘 사용빈도에서는 사회 계열과 의·약학 계열이 다른 집단보다 부모와 이모티콘을 더 많이 사용하는 것으로 나타났으며, 친구와의 모바일 이모티콘 사용빈도에서는 사회 계열과 자연 계열이 다른 집단보다 친구와 이모티콘 더 많이 사용하는 것으로 나타났다. 한달 소비 지출액의 경우 부모와의 모바일 이모티콘 사용빈도에서는 20만원 미만인 집단이 30만원 이상~40만원 미만 집단과 50만원 이상 집단보다 이모티콘을 적게 사용하는 것으로 나타났다. 최근 1년간 이모티콘 구입 여부에서는 이모티콘을 구입한 경험이 있는 경우가 없는 경우 보다 더 많이 이모티콘을 사용하는 것으로 나타났다.

Table 2. Differences in the utilization of emoticon verification of parents and friends (N=340)

Total average(S.D)		Parents		Friends	
		2.72(1.12)		4.00(0.79)	
Sortation		M(S.D)	F/t	M(S.D)	F/t
Gender	Female	3.22(1.01)	9.196***	4.38(0.60)	10.234***
	Male	2.22(0.99)		3.61(0.77)	
Grade	Freshman	3.15(1.04) <sup>b</sup>	7.019***	4.19(0.69) <sup>b</sup>	3.269*
	Second grade	2.47(1.12) <sup>a</sup>		4.02(0.88) <sup>ab</sup>	
	Third grade	2.55(1.06) <sup>a</sup>		3.86(0.75) <sup>a</sup>	
	Fourth grade	2.71(1.16) <sup>a</sup>		3.89(0.83) <sup>a</sup>	
Major	Humanities	2.67(1.10) <sup>ab</sup>	4.030**	3.97(0.84) <sup>ab</sup>	3.980**
	Social Science	3.08(1.03) <sup>c</sup>		4.25(0.70) <sup>c</sup>	
	Engineering	2.36(1.18) <sup>a</sup>		3.81(0.77) <sup>a</sup>	
	Natural science	2.79(1.14) <sup>ab</sup>		4.23(0.87) <sup>c</sup>	
	Medicine & Pharmacy	3.06(1.15) <sup>c</sup>		4.00(0.66) <sup>ab</sup>	
	Arts & Physical Education	2.63(0.95) <sup>ab</sup>		3.79(0.77) <sup>a</sup>	
Residential type	Live with parents	2.64(1.12) <sup>a</sup>	2.079	3.98(0.80) <sup>a</sup>	0.776
	Live alone	2.78(1.03) <sup>a</sup>		3.96(0.77) <sup>a</sup>	
	Live with friends or acquaintance	3.03(1.26) <sup>a</sup>		4.14(0.80) <sup>a</sup>	
Expenditures, a month (unit: million)	Less than 20	2.31(1.04) <sup>a</sup>	2.697*	3.85(0.82) <sup>a</sup>	2.519*
	20-29	2.55(1.11) <sup>ab</sup>		3.84(0.74) <sup>a</sup>	
	30-39	2.86(1.14) <sup>b</sup>		4.11(0.76) <sup>a</sup>	
	40-49	2.63(1.04) <sup>ab</sup>		3.87(0.84) <sup>a</sup>	
	More than 50	2.94(1.14) <sup>b</sup>		4.14(0.79) <sup>a</sup>	
Emoticon purchase experience in recent year	Absence	2.58(1.15)	-2.946**	3.83(0.81)	-4.695***
	Presence	2.93(1.04)		4.23(0.69)	

a, b, c: Duncan test  
 \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

Table 3. Differences in the utilization of kinds of mobile emoticon verification (N=340)

Total average(S.D)		Text emoticon		Image emoticon		Flash emoticon	
		4.25(1.10)		3.83(1.03)		3.36(1.31)	
Sortation		M(S.D)	F/t	M(S.D)	F/t	M(S.D)	F/t
Gender	Female	4.46(0.92)	5.085***	4.25(0.86)	8.356***	3.79(1.21)	6.539***
	Male	3.88(1.19)		3.40(1.01)		2.92(1.25)	
Grade	Freshman	4.35(0.95) <sup>a</sup>	1.628	4.07(0.87) <sup>b</sup>	2.863*	3.65(1.17) <sup>b</sup>	2.406
	Sophomore	4.05(1.28) <sup>a</sup>		3.66(1.15) <sup>a</sup>		3.29(1.34) <sup>ab</sup>	
	Junior	4.06(1.03) <sup>a</sup>		3.79(1.00) <sup>ab</sup>		3.28(1.28) <sup>ab</sup>	
	Senior	4.25(1.12) <sup>a</sup>		3.74(1.06) <sup>a</sup>		3.13(1.44) <sup>a</sup>	
Major	Humanities	4.16(1.12) <sup>ab</sup>	4.190**	3.83(0.97) <sup>ab</sup>	4.537**	3.54(1.22) <sup>bc</sup>	3.916**
	Social Science	4.51(0.86) <sup>bc</sup>		4.21(0.89) <sup>b</sup>		3.79(1.20) <sup>c</sup>	
	Engineering	3.98(1.18) <sup>a</sup>		3.46(1.11) <sup>a</sup>		2.95(1.34) <sup>a</sup>	
	Natural science	4.09(1.20) <sup>ab</sup>		3.83(1.12) <sup>ab</sup>		3.34(1.51) <sup>abc</sup>	
	Medicine & Pharmacy	4.65(0.63) <sup>c</sup>		3.85(1.05) <sup>ab</sup>		3.35(1.06) <sup>abc</sup>	
	Arts & Physical Education	3.82(1.20) <sup>a</sup>		3.84(0.89) <sup>ab</sup>		3.16(1.27) <sup>ab</sup>	
Expenditures, a month (unit: million)	Less than 20	4.23(1.12) <sup>a</sup>	1.397	3.45(1.09) <sup>a</sup>	2.192	3.10(1.42) <sup>a</sup>	0.543
	20-29	3.94(1.09) <sup>a</sup>		3.67(1.12) <sup>ab</sup>		3.25(1.30) <sup>a</sup>	
	30-39	4.18(1.13) <sup>a</sup>		3.91(1.02) <sup>b</sup>		3.39(1.34) <sup>a</sup>	
	40-49	4.13(1.16) <sup>a</sup>		3.81(0.90) <sup>ab</sup>		3.33(1.16) <sup>a</sup>	
	Over 50	4.38(0.96) <sup>a</sup>		4.01(1.00) <sup>b</sup>		3.54(1.34) <sup>a</sup>	
Emoticon purchase experience in recent year	Absence	4.14(1.09)	-.524	3.63(1.05)	-4.358***	2.90(1.31)	-9.119***
	Presence	4.21(1.11)		4.11(0.92)		4.02(0.97)	

a, b, c: Duncan test  
 \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$



Table 4. Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Convergent validity Analysis

Variables		B	$\beta$	t	AVE	C.R.
Extraversion	3-1	1.000	0.738	-	0.693	0.870
	3-2	1.417	0.915	14.296		
	3-3	1.175	0.714	12.641		
Neuroticism	3-5	1.000	0.666	-	0.489	0.737
	3-6	1.351	0.854	10.653		
	3-8	1.013	0.577	8.946		
Openness	3-9	1.000	0.888	-	0.745	0.897
	3-10	1.011	0.909	20.612		
	3-11	.823	0.734	15.928		
Agreeableness	3-13	1.000	0.611	-	0.570	0.798
	3-15	.966	0.716	8.755		
	3-16	.865	0.612	8.134		
Conscientiousness	3-17	1.000	0.744	-	0.521	0.761
	3-19	.902	0.524	7.973		
	3-20	.992	0.723	9.779		
Self-defence ambivalence	4-1	1.000	0.791	-	0.785	0.880
	4-2	.968	0.814	13.795		
Concerned-relation ambivalence	4-3	1.000	0.817	-	0.635	0.774
	4-4	1.076	0.637	9.733		
Use of positive behavior	2_4_1	1.000	0.816	-	0.619	0.866
	2_4_2	1.051	0.794	14.765		
	2_4_3	.909	0.757	14.107		
	2_4_4	.707	0.675	12.429		

C.R.  $\geq$  0.7 AVE  $\geq$  0.5

남녀대학생을 대상으로 인구 통계학적 특성에 따른 모바일 이모티콘의 종류별 사용행태의 차이를 검증한 결과는 <Table 3>와 같다. 텍스트 이모티콘은 성별, 전공계열에 따라, 이미지 이모티콘은 성별, 학년, 전공계열, 최근 1년간 이모티콘 구입여부에 따라, 플래시 이모티콘은 성별, 전공계열, 최근 1년간 이모티콘 구입여부에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 여자의 경우 남자보다 텍스트 및 이미지, 플래시 이모티콘을 더 많이 사용하고, 1학년의 경우 2,4학년 보다 이미지 이모티콘을 더 많이 사용하고, 최근 1년간 이모티콘을 구입한 경험이 있는 집단이 이미지 및 플래시 이모티콘을 더 많이 사용하는 것을 알 수 있었다.

## 2. 남녀대학생의 성격특성 및 정서표현양가성에 따른 모바일 이모티콘의 긍정적 사용 행태

### 1) 측정도구의 신뢰성 및 타당성 검증

#### (1) 측정항목의 신뢰성 및 탐색적 요인분석

본 연구에 포함된 각 요인의 하위변수에 대한 단일차원(Unidimensionality) 여부를 판단하기 위해서 1차적으로 베리맥스회전(Varimax Rotation)에 의한 주성분분석(Principle

Components Analysis) 방법으로 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하였으며, 측정항목의 신뢰성 검증을 통해 내적일관성 여부를 판단하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  계수를 산출하였다.

요인분석 결과 외향성의 요인 적재치는 0.755~0.865, 신경성의 요인 적재치는 0.714~0.829, 개방성의 요인 적재치는 0.725~0.847, 친화성의 요인 적재치는 0.664~0.730, 성실성의 요인 적재치는 0.654~0.786으로 나타났다. 요인 적재치는 전반적으로 0.60 이상으로 나타나 모든 항목이 중요한 변수로 간주되었다. 구성변수들의 총 분산은 63.312%를 설명하고 있다. 그리고 각 요인들의 Cronbach's  $\alpha$  값은 모두 0.70 이상으로 나타나 측정항목의 신뢰도가 높은 수준으로 파악되었다.

#### (2) 잠재변인의 타당성 검증

본 연구에서 설정한 구조모형을 검증하기 전에, 측정변인들이 잠재변인을 얼마나 잘 측정하고 있는지 잠재변인의 타당성을 검증하기 위해 1차 탐색적 요인분석을 통해 걸러진 측정 항목들에 대해 AMOS 22.0 프로그램을 이용하여 확인적 요인분석(CFA)을 실시하였다. 확인적 요인분석의 결과는 <Table 4>에 제시된 바와 같다.

Table 5. Correlations of Variables and Discriminant validity Analysis

Variables	√ AVE	1	2	3	4	5	6	7	8
Extraversion(p <sup>2</sup> )	0.693	1							
Neuroticism(p <sup>2</sup> )	0.489	-.256 (.066)	1						
Openness(p <sup>2</sup> )	0.745	.42 (.176)	-.158 (.025)	1					
Agreeableness(p <sup>2</sup> )	0.570	.265 (.070)	-.155 (.024)	.414 (.171)	1				
Conscientiousness(p <sup>2</sup> )	0.521	.401 (.161)	-.156 (.024)	.389 (.151)	.618 (.382)	1			
Self-defence ambivalence(p <sup>2</sup> )	0.785	-.238 (.057)	.653 (.426)	-.122 (.015)	.006 (.000)	-.058 (.003)	1		
Concerned-relation ambivalence(p <sup>2</sup> )	0.635	-.051 (.003)	.323 (.104)	.004 (.000)	.382 (.0146)	.083 (.007)	.751 (.564)	1	
Use of positive behavior(p <sup>2</sup> )	0.619	.314 (.099)	.080 (.006)	.070 (.005)	.144 (.021)	.143 (.020)	.061 (.004)	.130 (.017)	1

(p<sup>2</sup>): Correlations Coefficient<sup>2</sup> p<sup>2</sup>< AVE

Table 6. Fit index of Model

Fit indices	χ <sup>2</sup> (p)	df	CFI	GFI	AGFI	IFI	RMR	RMSEA
Value	310.556***	199	.963	.928	.901	.964	.032	.041

\*\*\* p < .001

먼저 잠재변인의 집중타당성(convergent validity)을 검증하기 위한 기준은 잠재변인이 측정변인에 영향을 주는 표준화 요인 부하량이 0.50보다 크고, 통계적으로 유의한가(p<.05)를 보는 것이다. 본 조사에서 측정변수들의 표준화 요인 부하량이 큰 가를 확인한 결과 모두 0.50 보다 크고 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 측정모형에 대한 집중타당성을 검토하기 위해 개념 신뢰도(C.R.: Construct Reliability)와 평균분산추출 값(AVE: Average Variance Extracted)을 산출하였다. 측정변수의 타당도 판정기준은 평균분산추출 값(AVE)이 0.50 이상이고 잠재 변수들의 개념 신뢰도(C.R.)가 0.70 이상이면 적절하다고 판단함으로 (Anderson & Gerbing, 1988) 본 조사의 측정변인들은 타당성을 확보하고 있다.

한편, 잠재변인들의 판별타당성(convergent validity)을 측정하기 위해 잠재변수들 간의 상관관계와 평균분산추출 값을 비교한 결과, <Table 5>에 나타난 바와 같이 판별타당성을 검증할 수 있는 잠재요인 AVE 값 모두가 상관관계 수의 제곱보다 큰 것으로 나타나, 잠재변수들의 판별타당도도 적정함을 알 수 있다.

(3) 측정모형의 적합도 검증

일반적으로 측정모형의 적합도 기준부합지수는 GFI와 AGFI, CFI, IFI의 값이 기준치인 0.90 이상이고 RMR, RMSEA값은 기준치 0.08보다 작으면 적합도가 좋은 것으

로 판단한다(Bagozzi 외, 1991; 김기욱, 2010). 또한, 카이 제곱(χ<sup>2</sup>)의 값은 표본의 크기에 민감하기 때문에 측정모형의 적합도를 함께 고려해야 하며, 카이제곱의 값은 χ<sup>2</sup>을 자유도로 나눈 값이 1 이상 3 이하의 범위에 있어야 한다.

본 연구에서의 측정모형의 적합도는 <Table 6>에 제시한 바와 같이 χ<sup>2</sup>=310.556(df=199, p=.000), GFI=.963, AGFI=.901, IFI=.964, CFI=.963, RMR=.032 RMSEA=.041로 나타나 전반적으로 모형이 수용 가능한 것으로 평가할 수 있다. 또한 카이제곱(χ<sup>2</sup>)의 값은 1.56(310.556을 199로 나눈 값)으로 나타나 적합도의 기준부합지수(1이상 3이하)를 모두 충족하는 것으로 나타났다.

2) 구조모형 분석 결과

성격특성 및 정서표현이 모바일 이모티콘 사용의 긍정적 행태에 미치는 경로를 파악하기 위해 구조모형 분석을 실시한 결과는 <Table 7>과 <Figure 1>에 제시하였다.

잠재변수들 간의 구조모형의 경로계수를 구체적으로 살펴보면, 신경성이 자기방어적 정서표현에 미치는 영향, 신경성이 관계관여적 정서표현에 미치는 영향, 개방성이 자기방어적 정서표현에 미치는 영향, 개방성이 관계관여적 정서표현에 미치는 영향, 친화성이 자기방어적 정서표현에 미치는 영향, 친화성이 관계관여적 정서표현에 미치는 영향, 성실성이 자기방어적 정서표현에 미치는 영향, 성실성이 관계관여적 정서표현에 미치는 영향, 관계관여적 정

Table 7. Path Coefficient of Structural Model

	Path	B	$\beta$	C.R.	<i>p</i>
Extraversion	→ Self-defence ambivalence	.076	.076	.627	
	→ Concerned-relation ambivalence	.365	.399	1.648	
Neuroticism	→ Self-defence ambivalence	.721	.793	6.500	***
	→ Concerned-relation ambivalence	.573	.694	3.360	***
Openness	→ Self-defence ambivalence	-.220	-.320	-2.514	*
	→ Concerned-relation ambivalence	-.419	-.671	-2.398	*
Agreeableness	→ Self-defence ambivalence	1.857	1.222	4.610	***
	→ Concerned-relation ambivalence	3.581	2.595	3.303	***
Conscientiousness	→ Self-defence ambivalence	-.921	-.937	-3.881	***
	→ Concerned-relation ambivalence	-1.740	-1.950	-2.883	**
Self-defence ambivalence	→ Use of positive behavior	-.221	-.192	-1.464	
Concerned-relation ambivalence	→ Use of positive behavior	.396	.312	2.075	*

GFI=.916, AGFI=.886, IFI=.947, CFI=.946, RMR=.046, RMSEA=.049  
Chi-square(df)=369.021(204)\*\*\*

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

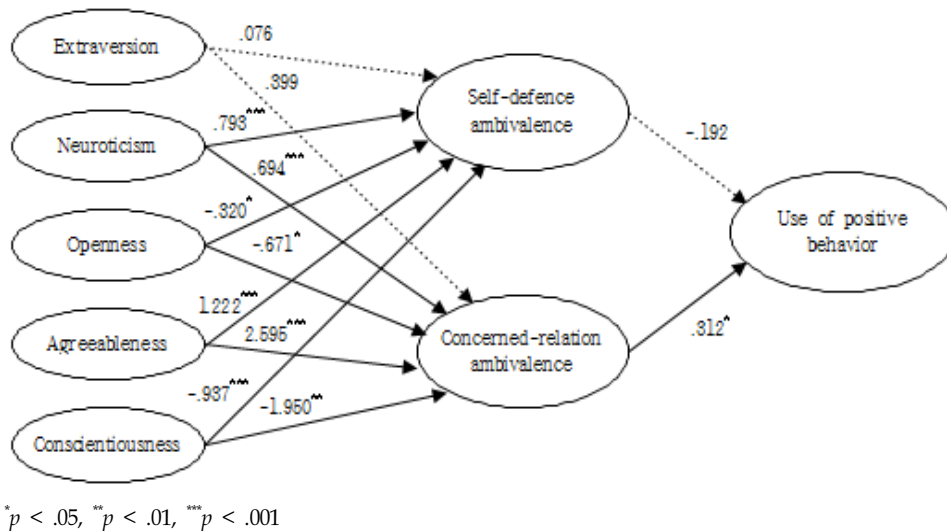


Figure 1. Structural Model

Table 8. Measurement equivalence Analysis

	$\chi^2$	<i>df</i>	RMSEA	AIC	CFI
Unconstrained	639.169	404	0.041	935.169	0.924
Measurement weights	659.874	419	0.041	925.974	0.922

서표현이 이모티콘 긍정적 사용행태에 미치는 영향이 유의하게 나타났다.

### 3. 남녀대학생의 성별 및 부모 변수의 성격특성 및 모바일 이모티콘 긍정적 사용행태 관계 조절

#### 1) 남녀 대학생 집단에 따른 경로계수 차이검증

성격특성에서 정서표현 및 이모티콘의 긍정적 사용행태로 가는 경로에서 여자와 남자 두 집단 간 차이가 있는지 검증하기 위해 먼저 측정동일성 검증을 실시하였다. <Table 8>

에 제시한 바와 같이 남녀 두 집단의 요인 부하량 매트릭스에 대한 제약모형을 비 제약모형과 비교한 결과  $\chi^2$  값의 증가치가 통계적으로 유의하지 않아( $\Delta\chi^2=20.804$ , *df*=15, *p*=0.143) 완전한 측정의 동일성이 확인되었다.

성격특성에서 정서표현으로 가는 경로, 정서표현에서 이모티콘 긍정적 사용행태로 가는 경로에서 여자와 남자 두 집단 간 차이가 있는지 살펴보기 위해 경로계수의 차이를 검증하였다. 다중집단분석법을 적용한 구조모델분석 결과는 <Table 9>에 제시하였다. 남녀 집단 모델 간 대응되는 경로계수가 동일한지 검증하기 위하여 두 집단의 잠

Table 9. Effect of the Adjustment of Females and Males

	Path	$\beta$		$\chi^2$	df	$\Delta \chi^2$	$\Delta df$	p
		Female	Male					
Unconstrained model				706.792	416			
Extraversion	→ Self-defence ambivalence	-.292	.043	707.727	417	.935	1	
	→ Concerned-relation ambivalence	-1.924	.155	707.586	417	.794	1	
Neuroticism	→ Self-defence ambivalence	.638	.886	710.306	417	3.514	1	
	→ Concerned-relation ambivalence	.925	.528	706.799	417	.007	1	
Openness	→ Self-defence ambivalence	-.136	-.166	706.814	417	.022	1	
	→ Concerned-relation ambivalence	-1.379	-.141	707.077	417	.285	1	
Agreeableness	→ Self-defence ambivalence	2.558	.501	718.886	417	12.094	1	**
	→ Concerned-relation ambivalence	19.951	.864	720.448	417	13.656	1	***
Conscientiousness	→ Self-defence ambivalence	-18.253	-.437	715.146	417	8.354	1	**
	→ Concerned-relation ambivalence	-2.352	-.219	717.457	417	10.665	1	**
Self-defence ambivalence	→	-.650	.076	713.417	417	6.625	1	**
Concerned-relation ambivalence	→ Use of positive behavior	.767	.127	710.444	417	3.652	1	

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

Table 10. Measurement equivalence Analysis

	$\chi^2$	df	RMSEA	AIC	CFI
Unconstrained	627.106	404	0.040	923.106	0.927
Measurement weights	642.078	419	0.040	908.078	0.927

재변수 간 경로계수를 모두 제약하지 않은 비 제약모델을 기준으로 삼고, 대응되는 경로를 하나씩 제약한 모델을 구성하여 두 모델 간 카이제곱 값의 차이를 검증하였다. 검증결과 친화성이 자기방어적 정서표현으로 가는 경로, 친화성이 관계관여적 정서표현으로 가는 경로에서 정적 효과가 유의하게 나타났으며, 성실성이 자기 방어적 정서 표현으로 가는 경로, 성실성이 관계관여적 정서표현으로 가는 경로에서는 부적효과가 유의하게 나타났으며, 자기 방어적 정서표현이 이모티콘 긍정적 사용행태로 가는 경로에서는 여자는 부적효과, 남자는 정적효과가 유의하게 나타났다.

즉, 여자와 남자 모두 친화성이 높을수록 자기방어적 및 관계관여적 정서표현을 높게 하고, 성실성이 높을수록 자기방어적 및 관계관여적 정서표현을 낮게 하지만, 여자의 경우 자기방어적 정서표현이 높을수록 이모티콘의 긍정적 사용행태가 낮아지며, 남자는 자기방어적 정서표현이 높을수록 이모티콘의 긍정적 사용행태가 높아지는 것으로 확인되었다.

2) 부모와 모바일 이모티콘의 사용빈도 고저에 따른 경로계수 차이검증

성격특성에서 정서표현 및 이모티콘 긍정적 사용행태로 가는 경로에서 부모와 모바일 이모티콘 사용빈도가 낮은

집단과 높은 집단 간 차이를 검증하기 전에 측정동일성 검증을 실시한 결과는 <Table 10>에 제시된 바와 같이  $\chi^2$  값의 증가치가 통계적으로 유의하지 않아( $\Delta\chi^2=14.972$ ,  $df=15$ ,  $p=0.453$ ) 완전한 측정의 동일성이 확인되었다.

성격특성에서 정서표현으로 가는 경로, 정서표현에서 이모티콘 긍정적 사용행태로 가는 경로에서 부모와 모바일 이모티콘 사용빈도가 낮은 집단과 높은 집단 간 차이가 있는지 살펴보기 위해 경로계수의 차이를 검증한 결과는 <Table 11>에 제시하였다.

검증결과 친화성이 자기방어적 정서표현으로 가는 경로, 친화성이 관계관여적 정서표현으로 가는 경로에서 정적효과가 유의하게 나타났으며, 성실성이 자기방어적 정서표현으로 가는 경로, 성실성이 관계관여적 정서표현으로 가는 경로에서는 부적효과가 유의하게 나타났으며, 관계관여적 정서표현이 이모티콘 긍정적 사용행태로 가는 경로에서는 정적효과가 유의하게 나타났다.

즉, 부모와 모바일 이모티콘 사용빈도가 높은 집단과 낮은 집단 모두 친화성이 높을수록 자기방어적 및 관계관여적 정서표현을 높게 하고, 성실성이 높을수록 자기방어적 및 관계관여적 정서표현을 낮게 하며, 관계관여적 정서표현이 높을수록 이모티콘의 긍정적 사용행태가 높아지는 것으로 확인되었다.

Table 11. Effect of the Adjustment of Frequency of use of emoticons with parents

Path	$\beta$		$\chi^2$	df	$\Delta \chi^2$	$\Delta df$	p
	Frequency of use of emoticons with parents						
	Low	High					
Unconstrained model			700.747	416			
Extraversion	→ Self-defence ambivalence	-.002	477	701.677	417	.931	1
	→ Concerned-relation ambivalence	.324	1.540	701.571	417	.824	1
Neuroticism	→ Self-defence ambivalence	.920	.630	701.908	417	1.161	1
	→ Concerned-relation ambivalence	.760	.388	700.860	417	.113	1
Openness	→ Self-defence ambivalence	-.160	-.579	701.682	417	.936	1
	→ Concerned-relation ambivalence	-.204	-1.592	702.307	417	1.560	1
Agreeableness	→ Self-defence ambivalence	.405	3.790	720.371	417	19.624	1 ***
	→ Concerned-relation ambivalence	.853	10.457	718.561	417	17.815	1 ***
Conscientiousness	→ Self-defence ambivalence	-.300	-10.091	719.506	417	18.759	1 ***
	→ Concerned-relation ambivalence	-.029	-3.656	717.644	417	16.897	1 ***
Self-defence ambivalence	→	-.273	.090	703.113	417	2.366	1
Concerned-relation ambivalence	→ Use of positive behavior	.448	.022	704.943	417	4.197	1 *

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

### V. 결론 및 논의

본 연구는 남녀대학생의 모바일 이모티콘의 긍정적 사용행태를 비교하고, 성격특성, 정서표현의 양가성, 대화상대의 변수를 중심으로 이모티콘의 긍정적 사용행태와의 관련성을 살펴봄으로써 남녀 대학생들의 모바일 커뮤니케이션 문화에 대한 이해를 도모하고, 그들의 가족관계와 대인관계를 원만하게 하기 위한 기초자료를 얻는 바에 목적을 두고 이루어졌다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 남녀 대학생의 인구 통계학적 특성에 따른 부모, 친구와의 모바일 이모티콘 사용빈도의 차이를 검증한 결과 성별, 학년, 전공계열, 한 달 소비 지출액, 최근 1년간 이모티콘 구입여부에 따라 부모, 친구와의 모바일 이모티콘 사용빈도는 유의하게 차이가 있는 것으로 나타났다. 성별에 따른 차이를 살펴보면, 여자가 남자보다 부모와 친구 모두에게 이모티콘을 더 많이 사용하는 것으로 나타났다. 학년별로는 1학년이 다른 학년에 비해 부모, 친구와 이모티콘을 더 많이 사용하는 것으로 나타났다. 즉, 여학생이 남학생보다 이모티콘을 통한 커뮤니케이션을 많이 하고 있었고, 연령이 낮은 1학년의 경우 이모티콘을 적극적으로 사용함을 알 수 있었다. 청소년층과 가장 밀접한 나이가 1학년이므로 배진희 외(2003)의 연구에서 청소년층이 이모티콘 인지, 사용, 개발 정도가 성인에 비해 유의미하게 높았다고 한 결과와 일치하는 것으로 보인다. 또한 이종임(2014)의 연구에서 대학생들은 이모티콘을 사용하여 대인관계에서 분위기, 맥락, 감정이나 반응에 적극적으로 대처한다고 한 내용을 토대로 살펴본다면 타인의 감정과 반응

분위기와 맥락 파악에 민감한 여성이 남성보다 이모티콘을 더 많이 사용하는 것은 당연한 결과로 생각된다.

남녀대학생을 대상으로 인구 통계특성에 따른 모바일 이모티콘의 종류별 사용실태의 차이를 검증한 결과 텍스트 이모티콘은 성별, 전공계열에 따라, 이미지 이모티콘은 성별, 학년, 전공계열, 최근 1년간 이모티콘 구입여부에 따라, 플래시 이모티콘은 성별, 전공계열, 최근 1년간 이모티콘 구입여부에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다, 즉, 여학생이 남학생보다 텍스트 및 이미지, 플래시 이모티콘을 더 많이 사용하고, 1학년의 경우 2,4학년 보다 이미지 이모티콘을 더 많이 사용하고, 최근 1년간 이모티콘을 구입한 경험이 있는 집단이 이미지 및 플래시 이모티콘을 더 많이 사용하는 것을 알 수 있었다. 이처럼 성별, 연령별 이모티콘 사용행태는 유의미한 차이가 있었는데, 비록 여성들이 남성에 비해 이모티콘을 많이 사용한다 할지라도, 이모티콘을 사용하면 메시지의 완고성이 낮아지고 위협을 완화하는데 유용하며 대인관계에서 친밀감을 증가시키므로 커뮤니케이션의 도구로 유용하게 활용될 수 있다고 주장한 선행연구(박현구, 2005; 안원미 외, 2010)에서 주장한 바와 같이 오히려 감정표현에 서툰 남성들이 자신의 감정을 보다 적극적이고 손쉽게 표현하여 대인관계에 적극 활용할 수 있도록 남성의 특성과 취향에 맞는 이모티콘이 더 개발되어야 할 것이다. 또한 젊은 세대일수록 이모티콘을 더욱 많이 사용하지만 젊은 연령층을 주요 소비층으로 한 이모티콘만 개발되는 것 보다는, 연령에 따라 달라질 수 있는 커뮤니케이션 스타일이나 라이프스타일을 고려하여 연령대에 적합한 다양한 디자인이 반영된 이모티콘이 개발되어 활용된다면 세대별 커뮤니케

이션을 원활히 하는데 더욱 유용하게 사용될 수 있을 것이다.

둘째, 성격특성이 정서표현으로 향하는 경로에서 신경성, 개방성, 친화성, 성실성의 성격특성이 정서표현에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 정서표현이 이모티콘의 긍정적 사용행태로 가는 경로에서는 관계관여적 정서표현이 이모티콘의 긍정적 사용행태에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이모티콘이 간편하게 자신의 정서를 표현할 수 있으므로 적절한 상황을 표현하기 위해 소비를 해야 하는 비용도 절감되므로 앞으로 이모티콘 시장이 지속적으로 성장할 전망이다라고 주장(김진성 외, 2016)한 바와 같이 이모티콘의 긍정적 사용행태는 성격특성에 따라 자신의 정서와 감정을 표현하는데 긍정적 수단이 될 수 있으므로 기쁨, 슬픔, 화남, 놀람 등의 단순한 정서 표현이 아닌, 인간이 가지고 있는 복잡하고 다양한 정서를 표현하고 스토리텔링 할 수 있는 이모티콘이 지속적으로 개발된다면 모바일을 통해 의사소통을 하는 현대인들에게 매우 유용한 커뮤니케이션 도구로 활용될 수 있을 것이다. 특히 대학생들이 플래시 이모티콘 구매경험이 높은 바를 볼 때, 적극적으로 역동적인 정서 표현이 가능한 이모티콘을 사용한다는 점에도 주목할 필요가 있다. 이모티콘은 커뮤니케이션의 대상 및 목적에 따라 다양한 테마의 인터랙티브한 감정 표현이 가능하므로 감정표현의 함축성, 상징성 등을 극대화 시킬 수 있는 방향으로 다양한 감정 표현을 모듈화하는 연구가 진행되어야 할 것을 주장한 선행연구(안성혜, 윤세진, 2006)에서도 다양한 정서 표현을 위한 이모티콘 개발의 필요성을 엿볼 수 있다.

또한 이모티콘을 사용하는 대상간의 정서가 불일치하는 경우, 메시지를 빈정댄다고 지각하는 경향이 확인(안원미 외, 2010)된 바, 이모티콘이 정서와 감정을 표현하는데 긍정적 수단이 되기도 하지만 왜곡되게 해석할 수도 있는 만큼 사용에 앞서 상대의 정서를 읽고 공감하는 교육이 우선되어야 할 것이다. 따라서 대상 간 세대 간 정서를 공감하기 위한 효과적인 방법에 대한 후속 연구도 필요할 것으로 사료된다.

셋째, 성격특성에서 정서표현 및 이모티콘의 긍정적 사용행태로 가는 경로에서 여학생과 남학생 두 집단 간 차이가 있는지 검증한 결과 여학생과 남학생은 친화성에서 자기방어적 및 관계관여적 정서표현으로 가는 경로에서 정적효과가 유의하게 나타났으며, 성실성에서 자기방어적 및 관계관여적정서표현으로 가는 경로에서 부적효과가 유의하게 나타났다. 그리고 자기방어적 정서표현에서 이모티콘 긍정적 사용행태로 가는 경로에서 여학생은 부적효

과, 남학생은 정적효과가 유의하게 나타났다. 즉, 여학생과 남학생 모두 친화성이 높을수록 자기방어적 및 관계관여적 정서표현을 높게 하고, 성실성이 높을수록 자기방어적 및 관계관여적 정서표현을 낮게 하지만, 여학생의 경우 자기방어적 정서표현이 높을수록 이모티콘의 긍정적 사용행태가 낮아지며, 남학생은 자기방어적 정서표현이 높을수록 이모티콘의 긍정적 사용행태가 높아지는 것으로 확인되었다.

또한, 성격특성에서 정서표현 및 이모티콘의 긍정적 사용행태로 가는 경로에서 부모와 모바일 이모티콘 사용빈도가 낮은 집단과 높은 집단 간 차이를 검증한 결과 두 집단 모두 친화성에서 자기방어적 및 관계관여적정서표현으로 가는 경로에서 정적효과가 유의하게 나타났으며, 성실성에서 자기방어적 및 관계관여적정서표현으로 가는 경로에서 부적효과가 유의하게 나타났다. 그리고 관계관여적 정서표현에서 이모티콘의 긍정적 사용행태로 가는 경로에서 두 집단 모두 정적효과가 유의하게 나타났다. 부모와 모바일 이모티콘 사용빈도가 높은 집단과 낮은 집단 모두 친화성이 높을수록 자기방어적 및 관계관여적 정서표현을 높게 하고, 성실성이 높을수록 자기방어적 및 관계관여적 정서표현을 낮게 하며, 관계관여적 정서표현이 높을수록 이모티콘의 긍정적 사용행태가 높아지는 것으로 확인되었다.

현대 사회를 살아가는 우리에게 이모티콘은 단순히 짧은 층이 간결성과 즐거움을 위해 사용하는 것이 아닌 일상의 언어로 활용될 수 있는 유용한 소통의 도구가 되고 있다. 이모티콘의 존재만으로 메시지의 완고성이 낮아지고 친밀성이 높아졌다는 결과가 있다는 연구(안원미 외, 2010)와 대화의 무거움 해소, 정서적 효과, 유행, 대화의 간결성, 재미/ 습관 등의 이유로 이모티콘이 적극적으로 활용(황하성, 박성복, 2008)될 수 있다는 연구에서와 같이 이모티콘은 부모가 자녀에게 권위적으로 보이지 않고 부드럽게 소통할 수 있는 도구로 활용될 수 있을 것이다. 따라서 젊은 층을 대상으로 하는 이모티콘에서 벗어나 가족 간·세대 간 소통에 도움이 되고 전세대가 공감하고 이해할 수 있는 쉽고 편안하며 친근한 모습의 이모티콘이 필요하다.

본 조사결과를 바탕으로 몇 가지 후속연구를 제안해 보면, 연구결과 성격특성에 따라 이모티콘 사용행태가 달라지는 것으로 나타난 바를 토대로 성격특성에 따라 선호하는 이모티콘 사용 행태, 부모와 자녀세대간 이모티콘 선호도 비교, 이미지 향상과 대인관계 증진을 위한 라이프 스타일에 따른 이모티콘의 사용 행태, 부모 형제간 모바일 이모티콘의 사용과 가족커뮤니케이션의 만족과의 관

계, 자녀의 온라인 커뮤니케이션과 이모티콘 소비행동에 대한 부모의 인식 등 다양한 측면의 후속연구도 유의미한 연구가 될 수 있을 것으로 본다. 뿐만 아니라 이모티콘의 활용도가 높은 젊은 층에게는 정중하고 진실 된 모습으로 자신의 감정을 표현할 수 있는 수단으로, 이모티콘 활용도가 낮은 장년층에게는 간결하고 편리하게 커뮤니케이션을 할 수 있는 수단으로 활용할 수 있도록 돕기 위해 이모티콘을 활용한 세대별, 가족관계별 커뮤니케이션 교육이 시도되고, 그 교육적인 효과도 검증해 볼 필요가 있다고 사료된다. 이러한 연구는 온라인커뮤니케이션의 중요 도구로 부각되고 있는 이모티콘을 중심으로 감정교류의 긍정적인 효과를 기대할 수 있는 가족 의사소통 증진 교육, 이모티콘 소비자교육에도 활용 될 수 있을 것이다.

본 연구는 몇 가지 제한점을 갖고 있다. 첫째, 연구대상이 한정되어 있어, 일반화하기에는 무리가 있다는 점, 둘째, 모바일 이모티콘의 종류를 구체적으로 세분화하여 조사하지 못했다는 점, 셋째, 대학생의 대화상대를 남녀간, 부모 간으로 제한하여 조사하였다는 점이다. 즉 대학생의 대화상대를 폭넓게 확대하여 연구하지 못한 한계점이 있다.

이와 같은 제한 점에도 불구하고 본 연구는 선행연구에서 이모티콘이 관계적 커뮤니케이션 상황에서 구체적으로 어떻게 활용되는지에 대한 연구의 필요성을 제안(황하성, 박성복, 2008)한 바와 같이 성격 특성, 정서표현 양가성, 대화상대 등의 변수와 이모티콘 사용행태의 관련성 연구를 시도하였다는 점에 의의를 두고자 한다. 또한 젊은 세대의 커뮤니케이션 방식과 문화를 이해하고 이모티콘 활용의 유용성을 알 수 있었고, 세대 간에 공감할 수 있는 다양한 정서적 표현이 담긴 이모티콘 개발을 제안함과 동시에 성별, 세대별 부모 자녀 간 커뮤니케이션 교육에 유용한 자료를 얻을 수 있었다는 데에 의의를 두고자 한다. 그리고 앞으로 이모티콘 연구는 생활문화연구이자, 일상 생활에서 적용할 수 있는 실용적 가치와 유용성에 초점을 두는 가정관리학 연구로서 시의적인 연구가 될 수 있기를 기대한다.

## REFERENCES

- Ahn, D.-H. (2014). *A study on actual condition and perception of the emoticon use among college students*. Unpublished master's thesis. Yeungnam University, Gyeongbuk, Korea.
- Ahn, W., Han, K. H., & Kim, J. (2010). The emotional effect of emoticon on interpreting text message in mobile context. *The HCI Society of Korea*, 2010(1), 703-706.
- An, S.-K., & Hur, G.-H. (2004). Relationships between communication competence and personality. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 48(2), 321-345.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Ann, S.-H., & Youn, S.-J. (2006) Design method of animation emoticons for non-verbal expression of emotion. *The Korea Contents Society*, 4(2), 200-204.
- Bae, J. H., & Choi, W. G. (2004). A study on the use and diffusion of emoticon among the youth. *Korean journal of youth studies*, 11(2), 279-299.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1991). On the use of structural equation models in experimental designs : Two extensions. *Intern. J. of Research in Marketing*, 8(1991), 125-140.
- Bernerth, J. B. et al. (2007). Leader-member social exchange(LMX): Development and validation of a scale. *Journal of Organization Behavior*, 28, 979-1003.
- Cha, M., & Park, J. (2013). The usage of emoticons in online social media. *The HCI Society of Korea*, 2013(1), 537-539.
- Chang, J. J., & Kim, J. M. (2008). A study on the relationship between emotional awareness, emotional expressivity and ambivalence in terms of emotional expressiveness in interpersonal relationships. *The Korean Journal of Counseling and Psychotherapy*, 20(3), 697-714.
- Cho, J., & Lee, M. Y. (2001) Study on emoticon, based on Gestalt theory. *Bulletin of Korean Society of Basic Design & Art*, 2(2), 275-284.
- Cho, Y.-J., & Lee, S.-H. (2004). College students' perception of emotional tie with their parents and attitudes toward parent caregiving. *Journal of Korean Home Management Association*, 22(3), 63-74.
- Choi, H. Y., & Min, K. W. (2007). The study on the validation of ambivalence over emotional expressiveness questionnaire: Comparison of suppression constructs in Korean culture. *The Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 21(4), 71-89.
- Choi, H.-Y., Min, K.-W., & Lee, D.-G. (2008), The role of

- ambivalence over emotional expression in the link of belief in emotional expression and psychological symptoms. *The Korea Journal of Counseling*, 9(3), 1063-1080.
- Choi, H. Y. (2008). *Study on ambivalence over emotional expressiveness*. Unpublished doctoral dissertation. Seoul National University, Seoul, Korea.
- Choi, K., & Kim, K. (2009). *Pop culture dictionary*. Seoul Korea: Reality Cultural Studies.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *The Neo Personality Inventory-Revised(Neo Pi-R)*. Odessa, TX: Psychological Assessment Resources.
- Emmons, R. A., & Colby, P. M. (1995). Emotional conflict and well-being: Relation to perceived availability, daily utilization, and observer reports of social support. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 947-959.
- Financial news. 2016.04.26.
- Goldberg, L. R.(1990). An alternative 'description of personality': The big-five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59: 1216-1229.
- In, C.-H. (2013). *The effect of children's personality and parent-child communication on problem behaviors*. Unpublished doctoral dissertation. Dongduk Women's University, Seoul, Korea.
- Hang, S., & Lee, A. (2015). Relationship of emotional expressivity with emotion and personality variables. *The Korean Psychological Association*, Seoul, Korea.
- Hwang, H. S (2007), Development of social presence measurement of mediated social interaction. *The Korean Journal of media & science*, 7(2), 529-561
- Jang, S. J (2002). *Relations to the emotional awareness and expression, mental health of the employed*. Unpublished master's thesis. Sungshin Women's University, Seoul, Korea.
- Jung, E.-M. (2004). *The effect of university students' ambivalence over emotional expressiveness and communication type on satisfaction of interpersonal relationship*. Unpublished master's thesis. Dong-A University, Busan, Korea.
- Kang, O. M (2010), How are emotions reflected in eastern and western facial emotions?. *The Korean journal of semiotics*, 27(0), 243-267.
- Kim, D.-S., & Kim, H.-S. (2012). A study on the relationship between user's personality and SNS use motivation. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association*, 6(1), 167-175.
- Kim, E. J (2013). *The relation between middle school students' perceived communication with parents, ambivalence over emotional expressiveness and conflict resolution strategies*. Unpublished master's thesis. Jeju National University, Jeju, Korea.
- Kim, H.-Y. (2012). *The effect of adolescents' ambivalence in emotional expression on the quality of peer relationships : Mediating effects of the ego-resilience and parents' facilitative communication*. Unpublished master's thesis. Korea National University of Education, Seoul, Korea.
- Kim, K. O (2010). Consumption life well-being, how can we measure it?. *Journal of Consumer Studies*, 21(3), 167-194.
- King, L. A., & Emmons, R. A. (1990). Conflict over emotional expression : psychological and physical correlates. *Journal of personality and social psychology*, 58, 864-877.
- Kim, S. H., & Shin, S. W. (2004). The study of the visual communication's relationship in modem contents by imoticon. *The Science of Design*, 7(1), 13-21.
- Kim, S. I., Kim, Y. J., & Kim, Y. M. (2014). The comparative study on the emotion expression function used in mobile instant messenger- focus on Kakao Talk and frankly chat. *Journal of Digital Design*, 14(3), 73-82.
- Kim, S.-J. (2014). *The relation between child education teacher's face language and interpersonal problems : Focused on the relationship of directors, parents, peers, child*. Unpublished doctoral dissertation. Sungshin Women's University, Seoul, Korea.
- Kim, S.-S. (2013). *A research on characteristics of SNS(Social Network Services) communicators according to their preferences on communication styles : A comparison between Facebook and Twitter*. Unpublished master's thesis. Kongju National University, Gongju, Korea.
- Kim, Y. H(2013), Effect of the service provider's big-five personality model and impression management behaviors on the customer orientation. *The Korean Journal of Tourism Research*, 27(6), 341-365.
- Kim, Y. H (2012). Effects of service employee's personality on OCB and customer orientation in foodservice business. *Korean Journal of Culinary Research*, 18(4), 84-99.
- King, L. A., & Emmons, R. A. (1991). Psychological, physical, and interpersonal correlates of emo-



- tional expressiveness, conflict, and control. *European Journal of Personality*, 5, 131-150.
- Kim, J - S, Cho, H. W, & Jeong. I, Y (2016), Emoticons suggestions based on user preferences. *The Korea Contents Society*, 445-446.
- Kim, H. J, Hong, H. Y, The effect of the internalized shame of high school student on youth depression : The mediating effect of ambivalence over emotional expression. *The Korean journal of youth*, 20(12), 181-209.
- Koh, E. Y., & Lee, H. K. (2015). A comparative study on characteristics of those in their twenties and elderly citizens in using instant messenger emoticons - centering on Kakao Talk emoticons -. *A Journal of Brand Design Association of Korea*, 13(2), 145-156.
- Kong, H. H (2007). A study on kinds and usages on emoticon. *Communication Design Conference*, (23), 115-126.
- Lee, C. O (2014). *Effects of big5 personality traits of hotel culinary employees and LMX on innovative behavior - Adjustment effects of organizational commitment-*. Unpublished doctoral dissertation. Dong Eui University, Busan, Korea.
- Lee, C, O, Cho, E. H., Cho, Y. B (2013), Effects of the personality traits of hotel chefs and LMX on innovative behavior. *The Korean Journal of Culinary Research*, 19(5), 59-75.
- Lee, E.-G., Park, S.-Y., & Yoon, M.-S. (2011). The relationship with parents and personality traits as related to college students' friendships quality : Moderation role of personality traits. *Journal of Korean Home Management Association*, 29(2), 101-111.
- Lee, J. (2014). A study on the college students' use and daily experience of mobile instant messenger. *Korean Women's Communication Association*, (29), 37-70.
- Lee, K. H., & Kim, B. H. (2010). Interpersonal ability: comparison of clusters by emotional clarity, affect intensity, and emotion regulation style. *Korean Journal Of Counseling And Psychotherapy*, 22(2), 369-384.
- Lee, S. (2015). *A study on factors affecting continuous usage intention of emoticon in mobile messenger service*. Unpublished master's thesis. Soongsil University, Seoul, Korea.
- Lee, Y. (2012). *Maternal ambivalence over emotional expressiveness, mother-adolescent communication, and adolescents' depression*. Unpublished master's thesis. Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Lee, K. I., Ahn, C. G.(1996). Clinical application of the revised NEO personality inventory. *Korean journal of counseling and psychotherapy* 8(1), 65-79.
- Maeil business newspaper. 2016.03.13.
- Nam, S. (2015). Longitudinal relationship between personality traits, attachment, online self-disclosure, and quality of family and online peer relation among adolescents : Using latent growth curve modeling. *The Korean Journal of Developmental Psychology*, 28(4), 1-32.
- Oh, J. H (2010). The relationship between mother's ambivalence over emotional expressiveness, parenting behaviors and types of mother-children's communication. *The Korean Journal of the Human Development*, 17(1), 33-48.
- Park, J. J (2005). *A study of relation of the personality of adolescent with a communication type of parents and adolescent children - Around the recognition of a high school student at Siheung city of Gyeonggi-do province -*. Unpublished master's thesis. Anyang University, Gyeonggi, Korea.
- Park, H. Y, Jeong, Y. K & Choi H-Y (2015), The Development of ambivalence over emotional expression and its effect on emotional expressiveness, behavior problems and psychological well-being : A study of age group comparison. *The Korean journal of developmental psychology* 28(3), 189-207.
- Hwang, H. S, Park, S. B (2008). College student's usage of emoticons in mobile text-based messaging. *The Korean journal of media, gender & culture* 9, 133-162.
- Park, H. (2003). A study of emoticons as paralinguistic token for gaining interpersonal one-upmanship in on-line communication system. *Journal of Computing Science and Engineering*, 2003(2), 30-35.
- Park, H.-K. (2005). Relationship between emoticons and nonverbal behaviors in online chatting system : Emoticons as relational control mechanism. *Journal of Communication Science*. 5(3), 273-302.
- Park, M.-O. (2008). *A study on relationship among hotele employees' personality characteristics, impression management, supervisor-subordinate exchange relationship and*

*job satisfaction*. Unpublished doctoral dissertation. Dong-A University, Busan, Korea.

Park, M.-S. (2011). *A study on causal relationship among personality traits, emotional intelligence, psychological well-being and job performance. - Focused on hotel employees in seoul -*. Unpublished doctoral dissertation. Kyung Hee University, Seoul, Korea.

Shin, C. Y., Yoo, S. H., & Yun, K. M. (2013). Relationship between maternal response to children's negative emotions and interpersonal problems of university students: A mediating effect of ambivalence over emotional expression. *Korean journal of youth studies*. 20(12), 131-151.

Shin, J.-E. (2002). *The relationship among parent-adolescent communication, perfectionism and emotional expressiveness*. Unpublished master's thesis. Hong-ik University, Seoul, Korea.

TBS news. 2016.05.12.

Yu, H. K., Kim, M. Y., & Chung, H. k. (2007). Employees' big 5 personality, perceived organizational support, and customer performance in food service corporations. *Korea Academic Society of Hotel Administration* 16(5), 201-219.

- Received: July 14. 2016
- Revised: September 23. 2016
- Accepted: October 23. 2016