

SNS 사용자의 자기노출 행동 동기요인*

박지영(주저자)

국민대학교 비즈니스T 전문대학원 BK21플러스 사업팀
(jiyoungpark@kookmin.ac.kr)

곽기영(교신저자)

국민대학교 경영대학/비즈니스T 전문대학원
(kykwahk@kookmin.ac.kr)

모바일 커뮤니케이션 기술이 성장하면서 SNS(social network services) 사용이 일상화되고 보편화되고 있다. SNS가 사용자 간 상호작용이나 의사소통 등을 할 수 있는 매력적인 수단을 제공하고 있지만 SNS 사용과 관련하여 개인의 정보 프라이버시 문제의 심각성이 부각되고 있다. SNS 사용자들이 공개하는 정보들은 매우 개인적인 것들이 다수이며, 제3자에 의해 오·남용 될 경우 심각한 위험에 처하게 될 수 있다. 그러므로 SNS의 환경적인 특성, 사용자 정보의 깊이 및 공개 수준 등을 생각할 때 SNS에서의 프라이버시 문제는 다른 차원의 것으로 보아야 할 필요성이 있다. 본 연구에서는 SNS 사용자를 대상으로 정보 프라이버시 염려에서 시작하여 SNS의 핵심 활동인 자기 정보 노출 행동에 이르는 과정을 SNS 사용에 대한 지각된 위험, 이익, 가치, 그리고 프라이버시 침해 경험 등의 구성개념 간 관계를 통해 살펴보았다. 또한 SNS에서의 프라이버시 문제를 다루기 위해 프라이버시 패러독스와 프라이버시 계산 이론을 도입하여 설명하였다. 본 연구는 SNS 사용자 325명을 대상으로 한 설문조사를 바탕으로 구조방정식모델링 방법을 이용하여 분석하였으며, 도구로 AMOS 23을 사용하였다. 연구를 통해 SNS 사용자의 정보 프라이버시 염려와 자기노출 행동 간에는 프라이버시 패러독스 현상이 있음을 확인하였다. 또한 프라이버시 계산이론을 근거로 하여 SNS에서 사용자의 자기노출은 SNS를 사용함으로써 얻을 수 있는 효용가치가 상대적으로 크기 때문임을 확인하였다. 그리고 프라이버시 침해에 대한 경험은 정보 프라이버시 염려 및 지각된 위험에 유의한 영향을 주었지만, 지각된 가치와 정보 노출 행동 사이에서 프라이버시 침해 경험의 조절효과는 확인할 수 없었다. 본 연구에서는 SNS 사용자들이 인지하고 있는 정보 프라이버시 염려, 위험, 이익, 가치, 그리고 프라이버시 침해 경험과 자기노출 행동 사이의 관계를 규명하였다. 그리고 연구결과를 기반으로 정보보호와 관련하여 SNS 생태계에 관여하고 있는 여러 이해관계자들이 고려해야 할 문제점들을 제시하였다.

주제어: 정보 프라이버시 염려, SNS, 자기노출, 프라이버시 침해 경험, 프라이버시 패러독스

1. 서론

모바일 커뮤니케이션 기술의 성장으로 인해 인터넷 사용자들은 자신의 모바일 기기를 통해 페이스북, 카카오토크와 같은 SNS(social network services) 플랫폼을 일상적으로 사용할 수 있게 되었으며, 이와 함께 SNS의 사용자 생성 콘텐츠(user-generated contents)의 크기도 폭발적으로 증가하고 있다. SNS

는 특정 시스템 내에서 개인이 공개 범위를 설정하여 프로필을 만들 수 있고, 자신과 관계를 서로 공유하는 다른 사용자들의 목록을 만들 수 있다. 그리고 사용자들로 하여금 시스템 내의 연결 목록과 다른 사용자들이 작성한 목록들을 탐색하거나 서로 넘나들 수 있도록 하는 웹 기반 서비스이다(Boyd and Ellison, 2007). 사용자들은 SNS를 통해 오프라인이 아닌 온라인에서 시간이나 거리에 관계없이 관심사가 비슷한 사람들과 연결되고, 정보를 공유하며,

의사 소통할 수 있게 된다(박준석, 광기영, 2017; Sipior et al., 2013).

과학기술정보통신부와 한국인터넷진흥원(2017)의 인터넷이용실태조사에 의하면 국내 인구의 90.3%, 약 45,283천명이 인터넷 이용자이고, 이 중 SNS 이용률은 68.2%에 달한다고 한다. 최근 1년 이내에 SNS를 이용한 사람들이 주로 이용하는 SNS는 페이스북(62.0%), 카카오톡(47.6%), 인스타그램(30.5%) 순이었다. SNS 사용 이유에 대해서는 '친교 및 교제를 위해서(76.5%)', '타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서(55.3%)', '취미 및 여가 활동과 같은 개인적인 관심사 공유를 위해서(43.0%)', '정보, 사건 사고 등을 공유하기 위해서(32.2%)' 등으로 응답했다. 그리고 SNS를 사용하지 않는 이유에 대해서는 '불필요해서(72.7%)', '모르는 사람과 연결되는 것이 불편해서(28.4%)', '사생활 및 개인 정보 유출이 우려되어서(14.5%)', 'SNS를 통해 알려진 정보는 믿을 수 없어서(5.7%)' 등으로 응답하였다.

관련 통계에서 본 것처럼 SNS 사용자들은 글이나 사진으로 자신의 일상이나 생각 등 여러 종류의 정보들을 자발적으로 게시하면서 이를 매개로 다른 사용자와 관계를 맺거나 강화하고, 정보를 공유한다. 따라서 넓은 의미에서는 SNS를 사용한다는 것의 의미 자체가 자신과 관련된 정보를 노출시키는 행동을 하는 것과 같다고 할 수 있다(이새봄 등, 2012; Hallam and Zanella, 2017). SNS 사용자들이 가장 가치있게 생각하는 것은 사회적 관계에 대한 니즈이며(Lee et al., 2013), SNS의 특성상 사용자들은 자기노출을 통해서 타인과 새로운 관계를 형성하거나, 관계를 강화하면서 자신의 영향력을 확장시킬 수 있다. 이처럼 SNS에서의 자기노출 행위는 프라이버시 계산이론을 통해 SNS 사용자가 지각하고 있는 이익과 위험 사이에서 상대적으로 이익이

우위에 있다는 계산에 근거한 결과로 나타나고 있다(Debatin et al., 2009; Dinev and Hart, 2006; Kokolakis, 2017; Lee et al., 2013).

SNS가 사용자 간 상호작용이나 의사소통 등을 할 수 있는 매력적인 수단이 되고 있지만, 한편으로는 SNS 사용과 관련하여 개인의 정보 프라이버시 문제의 심각성이 부각되고 있다(김상현, 박현선, 2013; Acquisti and Gross, 2006; Hallam and Zanella, 2017; Rizk et al., 2009). 2010년부터 계속 문제시 되고 있는 페이스북의 프라이버시 침해 관련 사건들은 그 심각성을 일깨우기에 충분했으며, 최근 2018년 3월 제3자에 의해 부적절하게 5천만 명의 페이스북 사용자 정보가 유출된 사건은 사회적으로 다시 한번 큰 이슈가 되었다. 이는 사용자 자신이 인지하지 못하는 상태에서 SNS에 게시되어 있는 개인 정보가 유출되고 오용될 수 있다는 염려를 높인 사건이다. SNS 사용자들의 게시물에는 사진, 위치 정보 등과 같은 사용자의 매우 개인적인 일상이 고스란히 담겨 있으므로 프라이버시 위험 수준은 매우 높다.

이처럼 SNS 환경에서 고려해야 할 프라이버시 문제가 무수히 많이 존재함에도 불구하고 사용자들이 자기노출을 지속적으로 할 의향이 있다거나, 실제로 그러한 행동을 하게 되는 현상은 어떻게 설명할 수 있을까? SNS에서 프라이버시 문제를 이야기할 때에는 프라이버시 패러독스(privacy paradox) 현상을 고려하지 않을 수 없다. 프라이버시 패러독스는 프라이버시에 대한 태도와 관련 행동 사이에 존재하는 차이를 설명하는 개념으로써, 프라이버시에 대한 염려를 강하게 느끼면서도 동시에 거리낌없이 자신의 개인적인 정보를 제공하고 노출하는 모순된 행동을 보이는 현상을 의미한다(Norberg et al., 2007; Pavlou, 2011; Smith et al., 2011). 본 연구에서는 SNS 환경에서 사용자가 느끼는 정보 프라이버

시 염려에서 시작하여 최종 결과인 자기노출 행동에 이르기까지의 인과관계 메커니즘을 SNS 사용에 대한 지각된 위험, 이익, 가치, 그리고 프라이버시 침해 경험 등의 구성개념 간 관계를 통해 살펴본다.

현재까지 온라인 환경에서의 프라이버시 침해 관련 연구는 전자상거래에서의 소비자 및 기관의 프라이버시 문제를 주로 다루어 왔는데(Bélanger and Crossler, 2011; Pavlou, 2011; Smith et al., 2011), SNS에서의 프라이버시 문제는 환경적인 특성이나 사용자 정보의 깊이, 그리고 노출 수준 등을 생각할 때 그 위험수준에 있어서 전혀 다른 차원의 것으로 보아야 할 필요성이 있다. 현재 많은 사람들이 자기노출의 도구로 SNS를 활용하고 있으며, 즐겨 사용하는 SNS 플랫폼에서 개인의 네트워크 영향력을 확장시키고 있다. 한편, SNS에서의 프라이버시 침해 사례 또한 자주 보고되고 있고, 그때마다 문제의 심각성과 우려의 목소리가 커지고 있다. 그러나 SNS는 사용자의 일상과 늘 함께하기 때문에 프라이버시 침해 사건이 빈번히 발생함에도 사용자들이 일상적인 행동의 틀에서 완전히 벗어나는 것 자체가 쉽지 않다(Debatin et al., 2009). 따라서 SNS 환경에서 프라이버시 침해 문제가 빈번히 발생하고 있는 현 시점에서 SNS 사용자의 자기노출 행동과 관련된 요인들을 탐색하고, SNS 환경에서의 프라이버시 문제를 고찰하는 것은 큰 의미가 있다고 하겠다. 본 연구에서는 직접적인 SNS 활동의 목적이자 결과인 자기노출 행동을 중심으로 SNS 환경에서의 여러 가지 프라이버시 문제를 논의해보고자 한다.

본 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, 정보 프라이버시 염려와 SNS에서의 활동에 따른 사용자 자기노출 사이에 프라이버시 패러독스가 존재하는지 알아본다. 둘째, 프라이버시 계산이론을 바탕으로 사

용자의 자기노출이 이익과 위험 사이에서 합리적인 계산 결과로 결정되는지 규명한다. 셋째, SNS 사용에 있어서 프라이버시 침해 경험이 어떤 역할을 하는지 이해한다.

II. 이론적 배경

2.1 SNS 환경에서 정보 프라이버시 염려와 자기노출

온라인 환경에서 개인의 정보는 쿠키나 스파이웨어와 같은 도구에 의해 사용자가 인지하지 못하는 사이에 수집되거나 사용되기도 하지만, 여러 가지 서비스를 이용하기 위해 사용자가 직접 제공하기도 한다(김종기, 김상희, 2013; Bélanger and Hiller, 2006). 특히 온라인에서 개인이 정보를 제공하거나 공개하는 행위는 사이버 공간에서 나타나는 개인의 실존 본능과 관련된 것이며, 이것은 온라인 사용자에게 개인의 프라이버시를 제공하고자 하는 내재적 본능이 존재한다는 의미이다. 온라인에서의 프라이버시는 전통적인 프라이버시에 비해 주체가 통제하기 어려운 특징이 있기 때문에 당사자가 모르는 사이에 침해될 가능성이 매우 높다. 또한 유출된 정보의 전파 속도가 매우 빠르고 전파되는 과정에서 진위 여부에 대한 검증이 잘 이루어지지 않으므로 진실이 왜곡될 위험도 크다(손상영 등, 2013).

SNS 환경에서의 프라이버시는 온라인 환경과 유사한 특성을 가지고 있지만 다르게 보아야 하는 특징이 있다. 수많은 사용자들이 서로 연결되어 있는 SNS 환경에서는 개인이 공개하는 정보의 범위가 매우 넓고 깊기 때문에 개인 정보가 유출될 경우 여러 가지 심각한 문제가 발생될 확률도 매우 높다. 그러므로

SNS에서의 프라이버시 문제는 기존 온라인 환경에서의 프라이버시와 다른 시각으로 볼 필요성이 있는 것이다. SNS 사용자들은 자신의 일상과 관련된 여러 가지 정보들을 실시간으로 생성하고, 생성된 정보는 여러 사용자들을 통해 빠르게 확산된다(Dey et al., 2001). SNS 사용자들은 본인이 생성한 게시물을 통해 다른 사용자들과 커뮤니케이션을 하고, 정보를 공유하면서 관계를 유지하거나 강화하게 되는데, 이와 같이 SNS를 사용한다는 것은 자발적인 자기 정보노출 행동과 동등한 의미로 보고 있다(이새봄 등, 2012; Hallam and Zanella, 2017).

프라이버시는 주로 지각된 프라이버시 위협, 염려, 태도 등의 측정도구를 사용하여 측정하고 있으며, 이러한 측정도구에서 알 수 있듯이 프라이버시의 핵심은 프라이버시 자체보다 이에 대한 염려로 볼 수 있다(Westin, 2003). 정보 프라이버시 염려는 사람들이 자신을 위해 정보 노출을 통제할 수 있는지 여부를 결정하는 '통제로써의 프라이버시'로 여겨지고 있으며(Bélanger and Crossler, 2011), 개인의 정보 노출을 저해하는 주요 요인이 되고 있다(Dinev and Hart, 2006; Malhotra et al., 2004). Smith et al.(2011)은 여러 분야에 걸쳐 수행된 프라이버시 연구를 통합하여 APCO 매크로 모델(Antecedents → Privacy Concerns → Outcomes macro model)을 제시하였다. APCO 매크로 모델에서 선행요인은 프라이버시 경험, 프라이버시 인식, 개인차이, 인구통계학적 차이, 그리고 문화/ 풍토 등이며, 결과요인은 규제, 위협 및 이익에 대한 프라이버시 계산, 신뢰, 그리고 노출과 같은 행동 반응 등으로 나타났다.

정보 프라이버시 염려에 대한 결과요인 중 하나인 자기노출은 자신의 개인적인 정보를 타인에게 공개하는 행위이다. 자기노출은 양, 깊이, 정직, 의도,

균형 등의 다섯 가지 척도로 평가되어 왔으며, SNS 환경에서 자기노출과 관련된 연구에서 이 다섯 가지 척도가 선행요인 또는 결과요인으로 활용된 바 있다(Huang, 2016; Tschersich and Botha, 2013). SNS에서의 자기노출과 오프라인에서의 자기노출은 차이점이 존재하는데 개념적으로 자기 정보가 포함된 SNS상의 게시물은 어떤 형태의 것이든 자기 표출이라 할 수 있으며(Lin and Utz, 2017), SNS는 커뮤니케이션을 위한 사용자의 물리적인 공간이 동일하지 않으므로 자기노출 정도는 대인관계에 있어 신뢰를 형성하는 중요한 시작점이 될과 동시에 SNS에서 영향력을 가진 사용자가 되기 위한 대인관계 확장의 전략적 행동일 수 있다(Kwak et al., 2014). 일반적으로 정보 프라이버시 염려도가 높아지면 프라이버시 위협 등의 이유로 자기노출을 꺼리게 된다. 트위터, 페이스북 등 SNS에서의 정보 프라이버시와 자기노출 간의 관계에 대한 선행연구를 살펴보면 정보 프라이버시 염려가 자기노출에 부정적인 영향을 주었다(나은영, 2013; Koonikamali et al., 2017; Krasnova et al., 2012; McKnight et al., 2011; Wang et al., 2017). 그러나 프라이버시 염려와 자기노출 등 두 구성개념 간에 부정적 영향 관계나 관계의 유의성을 찾을 수 없었던 연구들(최예나, 2016; Hallam and Zanella, 2017; Krasnova et al., 2012; Reynolds et al., 2011; Taddicken, 2014)도 있었다. 후자의 경우처럼 프라이버시 태도에 대해 일반적이지 않고 모순된 행동을 보이는 경우를 프라이버시 패러독스 현상이라고 한다.

2.2 프라이버시 패러독스

온라인 및 SNS 사용자가 느끼는 프라이버시에 대한 염려는 사용자들로 하여금 정보를 제공하거나 노

출하는 것에 대해 소극적인 태도를 가지게 하고, 연관된 행동을 제한하기도 한다(Bansal et al., 2010; Dinev and Hart, 2006; McKnight et al., 2011; Proudfoot et al., 2018; Taddicken, 2014; Xu et al., 2013). 이것은 프라이버시 염려에 대한 태도와 행동 간에 나타나는 일반적인 현상으로 받아들여져 왔으나, 최근에는 해당 개념 간에 모순된 현상, 즉 프라이버시 패러독스 문제가 부각되고 있다(Barnes, 2006; Norberg et al., 2007; Pavlou, 2011; Smith et al., 2011).

프라이버시 패러독스 현상은 프라이버시에 대해 걱정하고 염려하는 마음과 SNS에서의 자신의 활동은 별개로 것으로 생각하는 사용자들을 통해 확인할 수 있다. SNS 사용자들의 활동을 살펴보면 자신의 정보 프라이버시가 중요하고 염려되는 것이라 여기면서도, 자신의 생각이나 감정 그리고 위치 정보 등이 담긴 게시물들을 일상적으로 SNS에 업로드하면서 개인정보를 노출시키고 있다(Taddicken, 2014; Tufekti, 2008). 이와 같은 행동을 하는 이유는 SNS 활동을 통해서 자신의 입지를 굳히고, 다른 사용자들과 관계를 확장 및 강화하기 위해서이다.

행동경제학적 관점에서 볼 때 사람들은 프라이버시를 매우 중요하게 생각하지만, 실제 행동을 결정할 때에는 현시점에서 가장 중요하다고 판단되는 것이 프라이버시에 대한 염려 보다 우위에 있다면 여기에 더 높은 가치를 부여하게 된다. SNS에서의 프라이버시 패러독스 현상들을 설명한 선행연구들을 살펴보면 SNS 사용자들의 행동은 잠재적인 위협보다 정보 공유에 대한 기대이익을 더 높이 평가하는 특성을 가진다(Beresford et al., 2012; Hallam and Zanella, 2017; Lee et al., 2013). Hallam and Zanella (2017)는 해석수준이론(Construal level theory) (Trope and Liberman, 2010)을

이용하여 SNS에서의 프라이버시 패러독스 현상을 설명하고 있다. 해석수준이론은 자신을 중심으로 대상에 대한 심리적인 거리가 어떤지에 따라 대상에 대한 해석 수준이 달라지고 이에 따른 행동이 달라진다는 이론이다. 즉 먼 미래에 대한 행동을 설명할 때에는 보다 높은 수준의 추상적인 것으로 설명하게 되고, 가까운 미래에 대한 행동을 설명할 때에는 보다 낮은 수준의 구체적인 것으로 설명할 수 있다는 것이다. 여기서 프라이버시 염려는 먼 미래의 자기노출에 대한 의도 및 행동과 연결되어 있으며, 보상은 가까운 미래의 자기노출에 대한 의도 및 행동과 연결되어 있다고 설명하고 있다. 연구 결과에서도 보상은 자기노출에 긍정적인 영향을 준 반면, 프라이버시 염려는 자기노출에 유의한 영향을 주고 있지 않음을 보이면서 프라이버시 패러독스 현상을 확인하였다.

이처럼 SNS에서는 사용자의 태도와 행동이 일관적이지 않은 프라이버시 패러독스 현상이 빈번히 일어나고 있으며, 이것은 사용자가 현재 가장 중요한 것이 무엇이고, 최종 결정으로 어떤 이익을 얻을 수 있는가에 대한 의사결정과정도 연관이 있다. 그리고 기대 이익에 근거한 행동의 결정은 결과적으로 프라이버시와 관련된 또 다른 문제의 원인이 되고 있다(이충훈 등, 2015). 예를 들면 금전적인 대가에 현혹되어 쉽게 개인 정보를 제공함으로써 발생하는 문제들을 생각해볼 수 있다.

본 연구에서는 SNS에서 정보 프라이버시 염려와 자기노출 간의 관계를 살펴보고, 두 구성개념간에 프라이버시 패러독스 현상이 존재하는지 확인한다.

2.3 프라이버시 계산이론

프라이버시 계산이론(Privacy calculus theory)

은 개인이 자기노출에 따른 프라이버시의 기대손실과 잠재적 이익을 계산함으로써 최종 행동이 결정된다는 것이다(Dinev and Hart, 2006; Jiang et al., 2013; Xu et al., 2013). SNS 사용자의 최종 행동은 프라이버시에 대한 위험과 이익을 서로 견주어 더 우위에 있는 것에 대한 결과로 나타나며, 이러한 프라이버시 계산이론은 자기노출에 대한 원인을 파악할 수 있는 이론적 기반을 제공한다(Dinev and Hart, 2006; Wang et al., 2017).

SNS 사용자들은 자신이 활동하고 있는 네트워크 안에서 개인적인 정보를 표출하고 공유할 때 겪을 수 있는 위험 수준을 최소화하면서 자기노출에 대한 균형을 찾으려고 한다(Ellison et al., 2007). 프라이버시 계산이론에 의하면 SNS에서의 자기노출은 사용자가 인지하는 위험보다 이익이 우위에 있으므로 나타나는 결과이다. 실제 SNS 프라이버시 관련 연구에서 사용자가 이익을 인지한 경우 자신의 개인 정보를 공개하거나 공유하게 되고 이때 발생하는 이익이 위험보다 높다는 사실이 밝혀졌다(Debatin et al., 2009; Kokolakis, 2017; Lee et al., 2013). Debatin et al.(2009)에 의하면 SNS에서 자기노출과 관련하여 사용자 참여가 기분전환과 오락, 사회적 관계, 그리고 자신의 정체성 구축 등 세 가지 니즈와 관련되어 있으며 이 니즈들은 정보 노출에 대한 위험 보다 우위에 있다. 그리고 SNS 사용 자체가 사용자의 일상이 되고 있는 현실에서 이와 같은 상황은 일반화되고 있다고 볼 수 있다.

SNS에서 프라이버시 계산이론에 근거한 연구들을 살펴보면 Krasnova et al.(2010)은 자기노출 모델을 개발하면서 관계의 편리함과 즐거움은 정보 노출에 동기부여를 하고, 개인정보 위험은 노출을 저해하는 요인이 되며, 이것은 신뢰 및 통제를 통해 완화될 수 있음을 시사하였다. Krasnova et al. (2012)

은 개인주의와 불확실성 회피 등 두 가지 문화적 요인을 이용하여 독일과 미국 사용자들의 차이를 확인하였는데, 프라이버시 염려가 자기노출에 미치는 부정적인 영향은 불확실성에 내성이 있는 문화보다 회피하는 문화 쪽이 더 강하다는 결론을 얻었다. 특히 미국의 경우 이 두 구성개념 간에 유의한 영향이 없었다. Li(2012)는 자기노출 행동에 영향을 주는 이익 및 위험 간 트레이드 오프에 대해 프라이버시 계산과 리스크를 계산하는 이중 계산 프레임을 제안하였다.

본 연구에서는 SNS 사용자들의 자기노출 행동을 설명하기 위해 프라이버시 계산이론을 도입하였으며, 이를 통해 SNS 사용을 통해 느끼는 위험, 이익, 그리고 가치 사이의 관계를 살펴본다.

〈표 1〉은 SNS 환경에서 프라이버시 문제와 관련하여 SNS 사용자의 자기노출 행동 및 행동 의도, 그리고 보호 행동 등이 결과요인으로 사용된 실증연구를 중심으로 정리한 것이다. 프라이버시 연구 분야에서는 사용자가 가지는 프라이버시 염려를 핵심 개념으로 하여 여러 가지 선행요인과 결과요인들을 규명하고 있다(김종기, 김상희, 2014). 최근 프라이버시 관련 연구에서는 개인이 가지고 있는 프라이버시 염려와 정보 보호 행동 사이에서 사용자의 태도나 의도가 행동과 일치하지 않는 현상, 즉 프라이버시 패러독스 현상이 소개되면서 이에 대한 관심도 커졌으며, 프라이버시 염려와 상반되어 일반적이라 할 수 없는 사용자의 태도나 행동에 대해 프라이버시 패러독스를 인용하여 설명하고 있다(Barnes, 2006; Norberg et al., 2007; Pavlou, 2011; Smith et al., 2011; Taddicken, 2014; Tufekti, 2008). 최근 SNS 사용이 일상화되고 SNS 환경에서의 프라이버시 문제가 이슈화되면서 SNS 사용자의 주요 활동인 자기노출 행동과 관련된 연구가 진행되고 있다(Hallam and Zanella, 2017;

〈표 1〉 SNS 환경에서 프라이버시 관련 실증 연구

연구자	선행요인	매개 및 조절요인	결과요인
Hallam and Zanella(2017)	프라이버시 염려, 사회적 보상	먼 미래, 가까운 미래 (매개변수)	자기노출
Koonikamali et al.(2017)	소셜 아이덴티티, 동의, 외향성, 여론 주도, 민감한 정보 공개 통제, 개인 정보 침해 경험	타인의 프라이버시에 대한 염려, 사회적 규범, SNS 사용에 대한 태도, 타인의 정보 노출 의도(매개변수)	타인의 정보 노출
Krasnova et al.(2012)	즐거움, 프라이버시 염려, SNS 제공업체의 신뢰, SNS 구성원의 신뢰	개인주의, 불확실성 회피 (조절변수)	자기노출
Lo(2010)	프라이버시 염려, 통제의 중심, 일상에서 SNS의 쾌적함	지각된 위험, SNS의 신뢰 (매개변수)	SNS에 개인정보 제공의 의지
Mcknight et al.(2011)	비용(프라이버시 염려, 정보 민감성), 이익(지각된 유용성, 즐거움, 믿음)	정보노출(매개변수)	지속사용의도
Mosteller and Poddar(2017)	지각된 2차 통제, 프라이버시 침해경험	소셜 미디어 웹사이트의 신뢰, 프라이버시 염려(매개변수)	소셜 미디어 계약, 프라이버시 보호 행동
Proudfoot et al.(2018)	정보 프라이버시 염려, SNS 제공업체의 신뢰, SNS 사용자들의 신뢰	사이트별 개인정보 염려, 지각된 소셜 이익, 지각된 인상관리 능력(매개변수)	인상관리 공개 성향
Taddicken(2014)	프라이버시 염려	일반적 의지, 소셜 관련성, 지원서 수, 나이(매개변수)	자기노출
Wang et al.(2017)	서비스 제공업체의 특성(응용프로그램 호환성, 응용프로그램 평판), 대인관계 차이(자존감, 몰입경험)	프라이버시 트레이드 오프 (금전적 보상, 소셜 보상, 프라이버시 염려)(매개변수)	자기노출 의도, 정직한 자기노출
Xu et al.(2013)	지각된 이익, 정보 민감도, 프라이버시 위험, 정보 통제, 주관적 규범	프라이버시 염려(매개변수)	프라이버시 노출
Zhao et al.(2012)	인센티브 제공, 상호작용 촉진, 프라이버시 통제, 프라이버시 정책, 정책 인식, 프라이버시 침해 경험, 개인의 혁신성	외부적 개인의 특혜, 내부적 이익의 연결, 프라이버시 염려(매개변수)	위치기반 정보의 노출의도
김상현, 박현선 (2013)	대처역량요인(자기효능감, 반응효능감), 위협역량요인(정보침해 심각성, 정보침해취약성), 내적요인(정보민감성, 윤리적 정체성)	프라이버시 보호인식 (매개변수), 프라이버시 침해경험(조절변수)	프라이버시 보호행동의도
나은영(2013)	위협감소(프라이버시, 갈등회피), 이익기대(진보성향, 배움기대)	자기효능감, SNS 의존도 (매개변수)	자기노출
이세봄 등(2012)	프라이버시 염려, 자기표현	지각된 위험, 지각된 신뢰 (매개변수)	자기노출 의도
최예나(2016)	프라이버시 염려	프라이버시 계산(정보공개 의 인지된 가치), 개인적 요인 (외현적 나르시시즘), 사회적 요인(유대강도)(조절변수)	자기노출

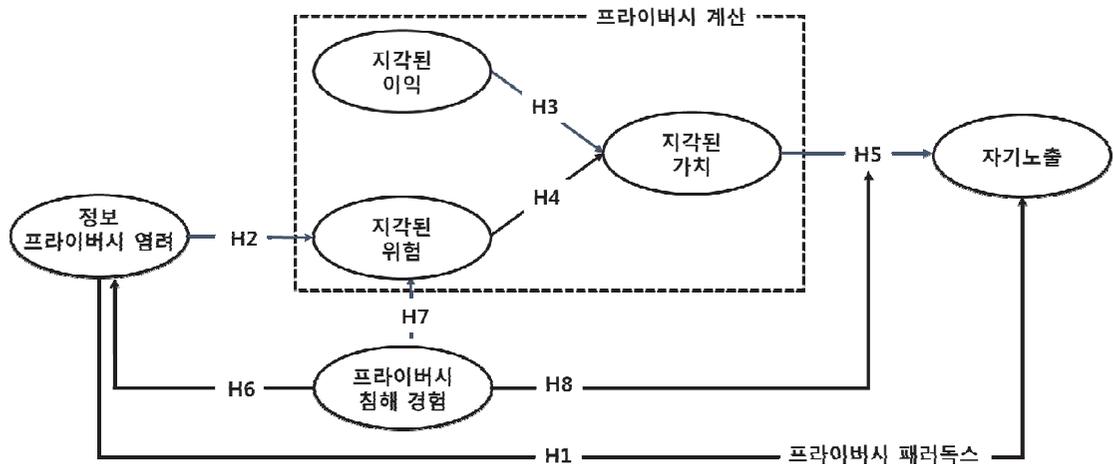
Koonikamali et al., 2017; Taddicken, 2014; Wang et al., 2017; Xu et al., 2013; 나은영, 2013; 최예나, 2016). 특히 SNS 사용이 일상화되고 있는 시점에서 사용자들이 가지는 프라이버시에 대한 염려와 자기 노출 행동 사이의 관계를 일반화하여 설명하기 어려워졌는데(최예나, 2016; Hallam and Zanella, 2017; Krasnova et al., 2012; Reynolds et al., 2011; Taddicken, 2014), 여기서 프라이버시 패러독스 현상을 확인할 수 있다(Beresford et al., 2012; Hallam and Zanella, 2017; Lee et al., 2013). 그러나 SNS 환경에서 사용자의 프라이버시 염려와 자기 노출과 같은 실제 행동 사이의 관계를 측정하고 여기서 프라이버시 패러독스 현상을 설명한 국내 연구는 많지 않다(나은영, 2013; 이새봄 등, 2012; 최예나, 2016). 본 연구에서는 이러한 선행연구를 기반으로 국내 SNS 사용자들을 통해 SNS 환경에서의 프라이버시 문제를 다뤄볼 것이며, 이를 위해 프라이버시 염려와 자기노출 요인을 중심으로 지각된 이익, 지각된 위험,

그리고 지각된 가치로 구성된 프라이버시 계산, 그리고 프라이버시 침해 경험 등을 이용하여 구성 개념 간의 관계에 대해 알아보고자 한다. 결과적으로 SNS 환경에서 사용자의 자기 노출 행동에 대한 영향 요인을 규명함으로써 국내 SNS 환경에서 고려해야 할 프라이버시 문제를 논의해 볼 수 있을 것으로 생각된다.

III. 연구모형 및 연구가설

3.1 연구모형

본 연구의 연구모형은 <그림 1>과 같다. SNS 환경에서 사용자가 느끼는 정보 프라이버시 염려와 SNS의 핵심 활동인 자기노출 간의 관계에서 프라이버시 패러독스 현상을 찾을 수 있는지, 프라이버시 계산이론을 바탕으로 사용자의 자기노출 행동이



<그림 1> 연구모형

사용자가 인지하는 이익과 위험 사이에서 합리적인 계산 결과로 결정되는지 알아보고자 한다. 특히 일상에서 빈번히 발생되고 있는 프라이버시 침해 문제는 SNS 활동을 위축시키는 원인을 제공하게 되는데, 실제로 사용자의 프라이버시 침해 경험이 정보 프라이버시 염려 및 지각된 위험 등의 구성개념에 대해 영향력이 있는지, 그리고 지각된 가치와 자기노출 행동 사이에서 조절작용을 하는지 확인해 보고자 한다.

3.2 연구가설

3.2.1 정보 프라이버시 염려와 자기노출

정보 프라이버시 염려는 사람들이 자신의 정보를 공개하는 것을 주저하게 만드는 주요 요인이며, SNS에서 자기노출을 저해하는 주요 요인 중 하나이다 (Malhotra et al., 2004). SNS 사용자들은 정보 프라이버시 염려로 인해 자신의 정보노출 행위로 발생할 수 있는 프라이버시 문제에 대해 자유로울 수 없다. 그러므로 일반적인 경우 정보 프라이버시 염려가 높아지면 자기노출의 빈도가 줄어들거나, 내용에 있어 깊이가 얕아지거나, 때로는 정직하지 않은 정보를 게시하는 등 부정적인 결과를 나타내게 된다 (나은영, 2013; Krasnova et al., 2012; McKnight et al., 2011; Wang et al., 2017). 그러나 SNS 활동이 일상화되고 있는 시점에서 SNS 사용자들은 정보 프라이버시 염려의 영향력은 크지 않거나, 또는 별개의 문제로 생각할 가능성이 크다(최예나, 2016; Hallam and Zanella, 2017; Krasnova et al., 2012; Reynolds et al., 2011; Taddicken, 2014). SNS 사용자들이 가장 가치 있게 생각하는 것은 커뮤니케이션을 통해 사회적 관계를 확장하는

것이며, 이것은 SNS의 특성상 자기노출을 통해서 가능하게 된다. 즉 SNS에서는 사용자들이 타인과 새로운 관계를 형성하거나, 관계를 강화하면서 영향력을 강화시킬 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 SNS에서 정보 프라이버시 염려와 자기노출 사이에 일반적이지 않은 모순된 관계, 즉 프라이버시 패러독스가 존재하는지 알아보기 위해 다음과 같은 가설을 수립한다. 결과에서 정보 프라이버시 염려와 자기노출 행동 간의 관계가 유의하지 않거나, 염려가 노출 행동에 정(+)의 영향을 주는 등 상식적이지 않은 모순된 결과를 확인하게 된다면 프라이버시 패러독스 현상이 존재함을 설명할 수 있게 된다.

H1: SNS에서 사용자의 정보 프라이버시 염려와 자기노출 행동 사이에는 프라이버시 패러독스 현상이 존재할 것이다.

3.2.2 정보 프라이버시 염려와 지각된 위험

Smith et al.(2011)에 의하면 위협이나 비용은 프라이버시 염려에 대한 결과요인 중 하나이다. 지각된 위협이란 SNS에서 개인 정보를 제공하거나 공유하는 등 다른 사람과 의사소통을 함으로써 발생할 수 있는 잠재적 손실에 대해 지각하고 있는 수준을 나타낸다. 즉 SNS에서 자기노출과 관련하여 SNS 사용 자체가 위험하다고 느끼거나, 개인 정보의 손실, 오남용 가능성, 그리고 제3자의 정보탐색 등과 같은 위협을 의미한다. SNS에서 손실 위협에 대한 가능성은 개인 정보를 노출하는 행위와도 관련이 있으며(Malhotra et al., 2004), 정보 프라이버시 염려와 지각된 위험은 같은 맥락의 구성개념으로 볼 수 있다(Lo, 2010). 그러므로 정보 프라이버시 염려와 지각된 위험에 대해 다음과 같은 가설을 수립한다.

H2: SNS에서 사용자의 정보 프라이버시 염려는
지각된 위협에 정(+)¹의 영향을 줄 것이다.

3.2.3 지각된 위협, 지각된 이익, 그리고 지각된 가치

개인의 행동에 대한 특성은 가치에 의해 영향을 받고, 지각된 가치는 제품이나 서비스의 유형, 그리고 고객의 개인적 특성 등에 따라 매우 다양하다(Zeithaml, 1988). 지각된 가치는 SNS를 사용하면서 발생할 수 있는 이익과 위협에 대한 인식을 기반으로 얻을 수 있는 효용의 정도를 나타낸다(Xu et al., 2011). 어떤 대상에 대한 지각된 이익은 가치를 향상시키면서 최종 행동을 이끌게 되는데, SNS 사용자들은 서비스에 대한 전반적인 만족을 통해 이익을 지각하게 된다(Shin, 2010). 반면 지각된 위협과 지각된 가치 사이에는 부정적 관계가 존재한다(Forsythe and Shi, 2003; Xu et al., 2011). 본 연구에서는 SNS에서 지각된 위협, 지각된 이익, 지각된 가치, 그리고 사용자의 자기노출 행동 간의 관계를 설명하기 위해 프라이버시 계산이론을 도입하였다(Dinev and Hart, 2009; Keith et al., 2013; Krasnova et al., 2010, 2012; Li, 2012; Li et al., 2010). 이와 관련하여 다음과 같은 가설을 수립하였다.

H3: SNS에서 사용자의 지각된 이익은 지각된
가치에 정(+)¹의 영향을 줄 것이다.

H4: SNS에서 사용자의 지각된 위협은 지각된
가치에 부(-)¹의 영향을 줄 것이다.

H5: SNS에서 사용자의 지각된 가치는 자기노출
행동에 정(+)¹의 영향을 줄 것이다.

3.2.4 프라이버시 침해 경험

이전의 경험은 미래의 기대와 매우 밀접한 관련이 있다(Zhao et al., 2012). 특히 어떤 사건에 대한 부정적인 경험은 이와 관련된 사건을 포함하여 전혀 무관한 상황에 대해서도 부정적인 감정을 유발시킬 수 있는데, 같은 맥락에서 프라이버시 침해 경험 또한 여러 가지 상황에서 프라이버시 위협이나 염려를 증가시킬 수 있다(Awad and Krishnan, 2006; Pavlou and Gefen, 2005; Xu et al., 2009). 프라이버시 침해 경험은 정보 프라이버시 염려에 대한 선행요인으로 작용되며, 프라이버시 침해에 의해 개인 정보가 노출되었거나, 불이익을 겪은 개인들은 일반적으로 정보 프라이버시와 관련하여 염려의 수준이 더 높다(Bansal et al., 2010; Smith et al., 1996). 그러므로 SNS에서의 프라이버시 침해 경험은 사용자의 SNS 활동 전반에 영향을 줄 것이라 생각된다. 특히 개인의 정보 프라이버시 염려와 위협을 더욱 가중시키는 역할을 할 것이며(Koonikamali et al., 2017; Mosteller and Poddar, 2017), SNS의 핵심적인 활동인 자기노출에도 영향을 줄 것이라 생각된다. 그리고 SNS 환경에서 프라이버시 침해 경험이 SNS 프라이버시 보호에 대한 인식과 프라이버시 보호에 대한 행동의도 사이의 관계를 강화시키는 역할(김상현, 박현선, 2013)도 하지만, 프라이버시 침해 경험은 긍정적인 효과들을 약화시키는 역할도 할 것이라 생각된다. 즉 프라이버시 침해 경험은 SNS 사용자가 지각하고 있는 가치와 SNS의 주요 활동인 자기노출과의 관계에서 부정적인 영향을 주어 긍정적인 효과들을 저하시킴으로써 자기노출 행동을 약화시키는 작용을 할 것이라 기대하며 이와 관련하여 다음과 같은 가설을 수립한다.

- H6: SNS에서 사용자의 프라이버시 침해 경험은 정보 프라이버시 염려에 정(+)¹의 영향을 줄 것이다.
- H7: SNS에서 사용자의 프라이버시 침해 경험은 지각된 위협에 정(+)¹의 영향을 줄 것이다.
- H8: SNS에서 사용자의 프라이버시 침해 경험은 지각된 가치와 자기노출 행동 사이에서 조절 작용을 할 것이다.

개인이 지각하고 있는 수준을 측정하였다. 설문 조사를 실시하기 전에 SNS를 사용하는 학부생을 대상으로 파일럿 테스트를 실시하였고, 질문의 명확성을 위해 일부 질문내용을 수정하였다. <표 2>는 본 연구의 구성개념에 대한 조작적 정의 및 관련연구를 나타낸 것이며, 각 구성개념에 대한 측정항목은 <부록>에 제시하였다. 각 문항은 7점 리커트 척도로 구성하였다.

4.2 자료수집 및 표본의 특성

연구를 위한 데이터는 리서치 회사 'macromill Embrain Co.'의 패널들에게 설문에 대한 응답을 받아 수집하였다. 설문은 모바일 기기와 PC를 이용하여 SNS를 익숙하게 사용하는 한국인을 대상으로 하였고, 응답자가 가장 자주 사용하는 SNS를 선택하게 한 후 이를 기준으로 설문에 응답하도록 하였다. 설문 방식은 리서치 회사의 전국 패널들에게 URL을 전송하여 19세 이상만 설문에 응할 수 있도록 하

IV. 연구방법

4.1 측정 도구의 개발

본 연구에서는 정보 프라이버시 염려, 지각된 이익, 지각된 위협, 지각된 가치, 자기노출, 그리고 프라이버시 침해 경험 등을 주요 변수로 구성하고 선행연구를 통해 측정도구를 수정하여 각 항목에 대해

<표 2> 구성개념의 조작적 정의

구성개념	조작적 정의	관련연구
정보 프라이버시 염려	나의 의지와 상관없이 SNS 상에서 개인 정보가 노출되는 것에 대한 불안감과 우려하는 정도	Dinev and Hart, 2006; Malhorta et al., 2004
지각된 이익	SNS에 개인 정보를 제공하거나 공유하고 다른 사람들과 소통함으로써 얻을 수 있는 이익에 대해 지각하고 있는 정도	Kim et al., 2008
지각된 위협	SNS에 개인 정보를 제공하거나 공유하고 다른 사람들과 소통함으로써 발생할 수 있는 잠재적 손실에 대해 지각하고 있는 정도	Malhorta et al., 2004
지각된 가치	SNS를 사용하면서 발생할 수 있는 이익과 위협에 대한 인식을 기반으로 얻을 수 있는 효용에 대한 평가	Xu et al., 2011
프라이버시 침해 경험	SNS를 사용하면서 개인 정보 노출로 인한 사생활 침해를 당했거나 2차적 피해를 실제로 경험한 정도	Bansal et al., 2010; Xu et al., 2012
자기노출	SNS에서 자신의 개인 정보를 다른 사람들에게 공개하는 정도	Krasnova et al., 2010; Tschersich and Botha, 2013

었다. 수집된 데이터는 718건이며, 이 중 불완전한 응답을 했거나 분석에 활용하지 못하는 데이터를 제외하고 연구를 위해 최종 325개의 데이터를 통계분석에 사용하였다.

설문 응답자 중 남성은 154명(47.4%), 여성은 171명(52.6%)이며, 응답자의 연령대는 20대 80명(24.6%), 30대 80명(24.6%), 40대 80명(24.6%), 50대 이상 85명(26.2%) 등 참가자들의 성별과 연령이 균등하게 배분되었다. 응답자의 교육 수준을 살펴보면 고등학교 졸업 58명(17.8%), 대학졸업 236명(72.6%), 대학원 이상 31명(9.5%)으로 나타났다. 응답자들이 주로 사용하는 SNS는 복수응답

결과로 확인하였으며 페이스북(256명, 78.8%), 카카오토리(244명, 75.1%), 네이버 밴드(172명, 52.9%), 트위터(148명, 45.5%) 순으로 나타났다. SNS 총 사용기간에 대해 평균 3.7년을 사용하였고, SNS에 콘텐츠를 업로드하는 빈도는 일주일에 평균 1.6개이며, 최대 20개의 게시물을 업로드하는 응답자도 있었다. 그리고 친구, 이웃, 팔로잉, 구독 등을 포함하여 SNS에 등록된 친구의 수는 평균 132명이었으며, 최대 4000명이라고 응답한 사용자도 있었다. SNS에 대한 전반적인 만족도는 평균 4.62점을 나타내었다. 설문 응답자들의 인구통계학적 특성은 <표 3>에 요약 정리하였다.

〈표 3〉 인구통계학적 특성

구분	항목	빈도	비율(%)
성별	남자	154	47.4
	여자	171	52.6
나이	20대	80	24.6
	30대	80	24.6
	40대	80	24.6
	50대 이상	85	26.2
학력	고등학교 졸업	58	17.8
	대학교 졸업	236	72.6
	대학원 이상	31	9.5
사용하는 SNS (복수응답)	페이스북	256	78.8
	카카오토리	244	75.1
	밴드	172	52.9
	트위터	148	45.5
	싸이월드	85	26.2
	인스타그램	66	20.3
	구글+	49	15.1
	텀블러	14	4.3
	링크드인/링크노우	13	4
	플리커	6	1.8
	핀터레스트	5	1.5
	기타	8	2.5

V. 분석 및 결과

5.1 측정모형의 검증

본 연구는 SPSS Statistics 23과 AMOS 23을 사용하여 측정모형 및 구조모형 분석을 실행하였다. 먼저 325건의 응답 데이터를 대상으로 확인적 요인 분석(CFA, Confirmatory factor analysis)을 수행하여 구성개념의 신뢰성, 집중타당성 및 판별타당성을 확인하였다. 요인적재량이 0.6보다 작은 값을 가지는 항목들을 하나씩 제거하는 방법으로 수정작업을 진행하였다(Anderson and Gerbing, 1988). 최종 분석에는 IPC5, PPB1, PPB2, PPR, 1, PPR4, PPV1, PPV5, PPE2, PPE3, SED1, SED2 등의 항목은 제외되었다. 수집된 데이터에 대한 측정모형의 적합도를 분석한 결과 증분적합지수(IFI), 기초부합지수(GFI), 수정된기초부합지수(AGFI), 비교부합지수(CFI), χ^2/df , 표준적합지수(RMSEA)가 모두 권장값에 부합하는 결과를 얻었다. <표 4>는 측정모형의 적합도 검증 결과이다.

구성개념들의 내적 일관성을 나타내는 크론바하 알파(Cronbach- α), 개념신뢰도(CR, composite reliability), 그리고 평균분산추출값(AVE, average variance extracted)을 통해 신뢰성을 평가할 수 있다. 각 항목에 대한 기준을 살펴보면 구성개념의 요인적재값은 0.6 이상(Kline, 2005), 복합신뢰도는 0.7을 상회해야 하며(Chin, 1998), 사회과학

연구에서 크론바하 알파값은 0.7이상이 권장되며(Gefen et al., 2000), 일반적으로 0.6 이상이면 신뢰성에 문제가 없는 것으로 판단하고(Nunnally, 1978), 평균분산추출은 0.5 이상이어야 한다(Chin, 1998; Fornell and Lacker, 1981). <표 5>는 본 연구의 구성개념에 대한 집중타당성 및 신뢰성 분석 결과이며, 각 항목에 대한 기준을 충족하여 측정항목들에 대한 집중타당성이 확보되었음을 알 수 있다.

다음으로 구성개념에 대한 판별타당성을 평가하기 위해 각 변수에 대한 평균분산추출의 제곱근이 변수 간 상관계수 값을 초과하는지 확인하였다(Fornell and Larcker, 1981). <표 6>은 구성개념의 판별타당성 분석 결과이며, 평균분산추출 제곱근이 구성개념 간 상관계수값을 초과하여 결과적으로 판별타당성이 확보되었음을 확인하였다.

5.2 구조모형분석 및 가설검정

측정모형의 신뢰성 및 타당성을 검증한 후 구조모형분석을 통해 본 연구에서 제안한 가설검정을 실행하였다. <표 7>은 본 연구의 구조모형의 적합도 검증 결과이며 기준 지수에 대한 값이 권장기준을 모두 충족하였다.

본 연구의 구조모형 분석 결과와 프라이버시 침해 경험에 대한 조절효과 분석 결과를 <그림 2>에 제시하였다. 정보 프라이버시 염려($R^2=0.253$)는 프라이버시 침해 경험에 의해 25.3% 설명되고, 지각된 위협($R^2=0.553$)은 정보 프라이버시 염려와 프라

<표 4> 측정모형의 적합도

지수	IFI	GFI	AGFI	CFI	χ^2/df	RMSEA
측정모형	0.964	0.925	0.896	0.963	1.864	0.052
권장기준	≥ 0.9	≥ 0.9	≥ 0.8	≥ 0.9	≤ 3.0	≤ 0.1

〈표 5〉 구성개념에 대한 집중타당성 및 신뢰성 분석결과

구성개념	항목	요인적재값	복합신뢰도	평균분산추출	Cronbach- α
정보 프라이버시 염려	IPC1	0.843	0.883	0.736	0.916
	IPC2	0.874			
	IPC3	0.891			
	IPC4	0.823			
지각된 이익	PPB3	0.691	0.767	0.558	0.791
	PPB4	0.747			
	PPB5	0.799			
지각된 위험	PPR2	0.785	0.772	0.623	0.832
	PPR3	0.787			
	PPR5	0.796			
지각된 가치	PPV2	0.690	0.778	0.538	0.773
	PPV3	0.721			
	PPV4	0.787			
프라이버시 침해 경험	PPE1	0.642	0.697	0.641	0.830
	PPE4	0.854			
	PPE5	0.884			
자기노출	SED3	0.711	0.739	0.615	0.822
	SED4	0.850			
	SED5	0.785			

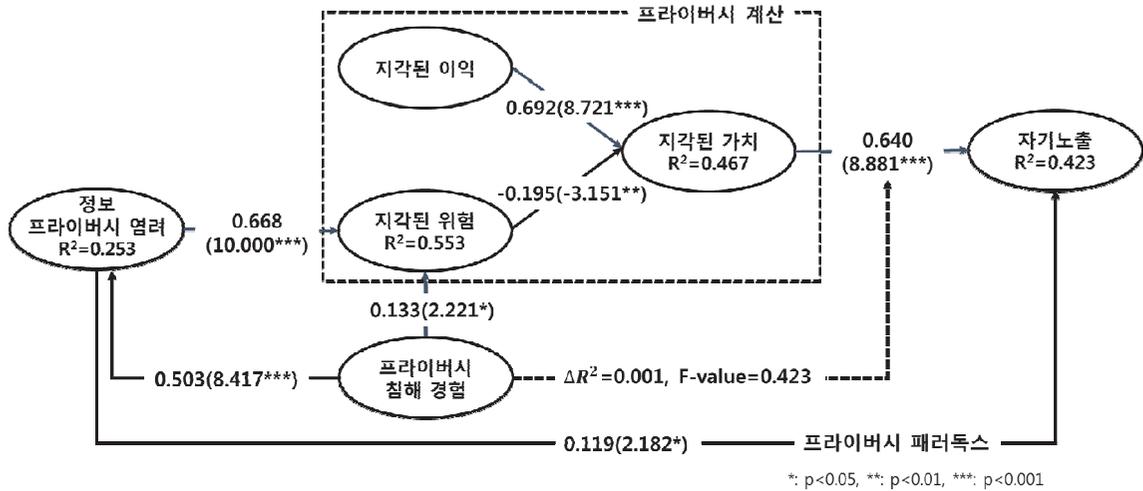
〈표 6〉 판별타당성 분석결과

구성개념	평균	표준 편차	1	2	3	4	5	6
정보프라이버시염려	5.162	1.211	0.858					
지각된 이익	4.633	1.072	0.276	0.747				
지각된 위험	4.879	1.213	0.731	0.257	0.789			
지각된 가치	4.464	1.005	-0.031	0.585	-0.006	0.734		
프라이버시침해경험	4.308	1.536	0.498	0.379	0.465	0.183	0.801	
자기노출	4.041	1.293	0.011	0.630	0.062	0.574	0.266	0.784

주) 대각선의 값은 각 구성개념에 대한 AVE의 제곱근이며, 대각선 아래값은 구성개념 간 상관계수

〈표 7〉 구조모형의 적합도 검정 결과

지수	IFI	GFI	AGFI	CFI	χ^2/df	RMSEA
구조모형	0.955	0.915	0.888	0.954	2.020	0.056
권장기준	≥ 0.9	≥ 0.9	≥ 0.8	≥ 0.9	≤ 3.0	≤ 0.1



〈그림 2〉 연구 분석결과

이버시 침해 경험에 의해 55.3% 설명된다. 지각된 이익과 지각된 위험은 지각된 가치(R²=0.467)를 46.7% 설명하고, 자기노출(R²=0.423)은 지각된 가치와 정보 프라이버시 염려에 의해 42.3% 설명된다.

분석 결과를 살펴보면 먼저 정보 프라이버시 염려가 자기노출에 부정적인 영향을 미친다는 일반적인 현상과는 다른 현상(β=0.119, t-value=2.182)을 보이고 있으므로 정보 프라이버시 염려와 자기노출 간에 프라이버시 패러독스가 존재하고 있음이 확인되었고, 따라서 가설1은 채택되었다. 정보 프라이버시 염려는 지각된 위험에 정(+)의 영향을 미치고 있으며(β=0.668, t-value=10.000), 지각된 가치에 대해서 지각된 이익(β=0.692, t-value=8.721)은 정(+)의 영향을, 지각된 위험(β=-0.195, t-value=-3.151)은 부(-)의 영향을 미치고 있다. 그리고 지각된 가치는 자기노출에 대해 정(+)의 영향력이 있음이 확인되었다(β=0.640, t-value=8.881). 프라이버시 침해 경험은 정보 프라이버시 염려에 정

(+)의 영향(β=0.503, t-value=8.417)을, 지각된 위험에 정(+)의 영향(β=0.133, t-value=2.221)이 있음을 확인하였다.

본 연구에서는 지각된 가치와 자기노출 사이에서 프라이버시 침해 경험의 조절효과가 있는지 확인하기 위해 Carter and Russell(2003)의 계층적 조절 다중회귀(MMR, Moderate multiple regression) 방법을 이용하여 분석을 수행하였다. 조절 다중회귀 방법은 조절변수와 관련된 독립변수와 조절변수가 선행변수일 때의 R²_{add} 값과, 독립변수와 조절변수를 곱한 상호작용변수를 추가했을 때의 R²_{mult} 값을 비교하여 R²의 차이가 통계적으로 유의하면 조절변수의 효과가 있는 것으로 간주한다. 조절 다중회귀 방법을 이용한 조절효과의 분석은 H₀: ΔR² = R²_{mult} - R²_{add} = 0의 검정 결과로 판단하고, 다음의 식(1), (2), (3)을 이용한다. 이때 (3)에 의한 F값이 1보다 크면 귀무가설 H₀가 기각된다.

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X + b_2Z; R_{add}^2 \quad (1)$$

〈표 8〉 가설검정 결과

가설	경로		β	t-값	결과
H1	정보프라이버시 염려	→ 자기노출	0.119	2.182*	채택
H2	정보프라이버시 염려	→ 지각된 위험	0.668	10.000***	채택
H3	지각된 이익	→ 지각된 가치	0.692	8.721***	채택
H4	지각된 위험	→ 지각된 가치	-0.195	-3.151**	채택
H5	지각된 가치	→ 자기노출	0.640	8.881***	채택
H6	프라이버시 침해 경험	→ 정보 프라이버시 염려	0.503	8.417***	채택
H7	프라이버시 침해 경험	→ 지각된 위험	0.133	2.221*	채택

*: $p < 0.05$, **: $p < 0.01$, ***: $p < 0.001$

〈표 9〉 조절변수 가설검정 결과

가설	독립변수	조절변수	종속변수	ΔR^2	F-값	결과
H8	지각된 가치	프라이버시 침해 경험	자기노출	0.001	0.423	기각

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X + b_2Z + b_3XZ; R_{mult}^2 \quad (2)$$

$$F_{(df_{mult}-df_{add}, N-df_{mult}-1)} = \frac{\Delta R^2 / (df_{mult}-df_{add})}{(1-R_{mult}^2) / (N-df_{mult}-1)} \quad (3)$$

위의 식에 의해 본 연구의 표본 325개를 이용하여 계산한 결과 $R_{add}^2 = 0.241$, $R_{mult}^2 = 0.242$, $\Delta R^2 = 0.001$ 이며, 이때 F값은 0.423으로 지각된 가치와 자기노출 간의 관계에서 프라이버시 침해 경험의 조절효과는 확인할 수 없었다. 본 연구에서 제안한 연구 가설에 대해 가설검정 결과는 〈표 8〉과 〈표 9〉에 나타내었다.

VI. 결론

SNS는 사용자들에게 커뮤니케이션을 기반으로 하여 네트워크 내 다른 사용자들과 소통하게 함으로

써 매우 매력적인 수단이 되고 있지만, SNS 사용과 관련하여 개인의 정보 프라이버시 문제의 심각성도 함께 부각되고 있다. 특히 사용자가 인지하지 못하는 상태에서 개인 정보가 유출되고 오·남용될 수 있다는 가능성으로 인해 SNS 사용자들의 정보 프라이버시에 대한 염려는 계속 커지고 있다. 이에 본 연구는 SNS에서의 프라이버시 문제가 환경적인 특성이나 사용자 정보의 깊이, 그리고 개인 정보 노출 범위 등을 고려할 때 그 위험수준은 전혀 다른 차원의 것으로 보아야 한다는 것을 전제로 시작되었다. 본 연구에서는 SNS에서 사용자가 가지고 있는 정보 프라이버시에 대한 염려와 자기노출 행동, 프라이버시 계산이론, 프라이버시 패러독스 현상, 그리고 프라이버시 침해 경험 등을 고려하여 연구모형을 구성하고 구성개념들 간의 관계를 분석하였다. 본 연구를 통해 얻은 결과는 다음과 같다.

첫째, SNS에서 사용자가 느끼는 정보 프라이버시에 대한 염려와 자기 정보를 노출하는 행동 사이에서 프라이버시 패러독스 현상이 발견되었다. 정보 프

라이버시 염려가 높아지면 자기노출을 꺼리게 되는 (나은영, 2013; McKnight et al., 2011; Wang et al., 2017) 것이 일반적인 현상이나 본 연구에서는 두 구성개념 간의 관계가 같은 방향으로 증가하는 결과를 얻었다(최예나, 2016). Krasnova et al.(2012)을 살펴보면, 두 구성개념 간의 관계에 대해 독일인은 프라이버시 염려가 높을수록 자기노출을 꺼린다는 결과가 나왔지만, 미국인의 경우 본 연구결과와 같이 두 개념이 같은 방향으로 증가함을 보였고, Acquisti and Gross(2006)에서도 개인 정보에 대한 프라이버시 염려에도 불구하고 개인정보를 제공 또는 노출하는 행위를 한다는 결과를 보였다. 이와 같은 결과로 볼 때, SNS에서의 정보 프라이버시 염려와 자기노출 간의 관계는 일관적이지 않음을 알 수 있다. 즉 SNS 환경에서 사용자가 느끼는 정보 프라이버시 염려도가 높다 하더라도 개인정보를 노출하거나 자신의 일상을 공개하는 활동은 위축되지 않는 모순된 현상이 표출된 것처럼, SNS 환경에서 정보 프라이버시 염려와 사용자의 노출 행동은 인과관계를 찾을 수 없는 별개의 개념일 수 있음을 확인하였다.

둘째, SNS 사용자들은 다른 사람들과 커뮤니케이션을 통해 관계를 확장 또는 강화하게 되는데 이때 사용자의 게시물들이 주요 매개체가 된다. 사용자의 일상을 보여주는 게시물에는 자신의 신상 정보, 사진, 위치 정보 등과 같은 매우 개인적인 정보들이 포함되어 있다. 최근 사용자들의 개인 정보가 제3자에게 제공되어 오·남용되는 프라이버시 침해 사례가 자주 등장하고 있다. 그러나 SNS 사용자들은 소셜 활동을 함으로써 발생할 수 있는 잠재적 손실보다, 다른 사용자들과의 소통을 위해 자신의 개인정보를 제공하거나 공유함으로써 얻을 수 있는 이익이 훨씬 크다고 느끼며, 이것이 위험을 상쇄시키기에 충분하

다고 생각한다(Dinev and Hart, 2009; Krasnova et al., 2010, 2012; Li, 2012; Li et al., 2011; Xu et al., 2009, 2011). 이러한 SNS 사용자들의 인지 특성은 자기노출을 하게 되는 이유가 되며, 결과적으로 관련 사이트의 사용도를 높이는 원동력이 될 수 있다.

셋째, 좋지 않은 경험은 선입견을 통해 현재의 활동을 주저하게 하거나 중단하게 하는 부정적 영향을 미칠 수 있다. SNS에서의 프라이버시 침해 경험은 정보 프라이버시 염려와 지각된 위협에 영향을 준다는 것을 확인하였다(Mosteller and Poddar, 2017; Koonikamali et al., 2017; Xu et al., 2011). 그리고 프라이버시 침해 경험이 SNS 사용자가 느끼는 가치와 자기노출 간의 관계를 약화시키는 역할을 할 것으로 예측했으나, 결과적으로 조절 변수로서의 역할은 확인할 수 없었다. SNS 환경에서 사용자의 프라이버시 침해 경험은 사용자가 가지고 있는 프라이버시에 대한 염려나 위협을 가증시키는 역할을 하는 반면, 사용자가 SNS 활동을 통해 얻게 되는 가치를 인지하고 목적에 충실한 행동을 함에 있어 이를 약화시키는 역할은 하지 않음을 확인하였다.

Ⅶ. 시사점 및 향후 연구

본 연구의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 사용자들이 SNS를 사용하면서 인지하는 것들과 자기노출 행동 사이의 관계를 규명하였다. 특히 정보 프라이버시 염려 수준이 높아지면 자기노출 행동은 소극적일 수 있다는 것이 일반적인 견해였으나, 이 두 구성개념의 관계가 항상 일관적이지 않다는 결론을 얻었다. 여기서 고려해보

아야 할 것은 그저 프라이버시 패러독스 현상을 확인한 것으로 마무리될 수 있는 문제인가 하는 것이다. SNS에서 얻을 수 있는 여러 가지 기대 이익 때문에 사용자가 자기노출 행동을 하게 됨으로써 프라이버시 염려가 사용자의 SNS 활동을 망설이게 하거나 제한하는 요인으로 작용하지 않는 것에 대해, 다음의 세 가지를 고려해 볼 수 있다. 첫째, SNS 상에서 사용자들이 최우선으로 생각하는 목적이 무엇인지에 대해 고려해볼 수 있다. 프라이버시 염려는 사회적 프라이버시와 제도적 프라이버시로 구분될 수 있는데, 사회적 프라이버시는 다른 사람들에게 자신의 매우 개인적인 정보를 노출하는 것에 대한 염려와 관련된 것으로 SNS에서 비춰지는 자신의 모습을 관리하려는 의지와 매우 높은 연관성을 가지고 있다(Siibak, 2009). 그리고 제도적 프라이버시는 제3자가 마케팅 및 상업적인 목적으로 개인의 데이터를 사용하는 것과 관련되어 있는 것이며, 실제 많은 SNS 사용자들이 제도적 프라이버시보다는 사회적 프라이버시에 더 많은 관심을 가지는 경향이 있다(Tuten and Solomon, 2015). 이는 SNS 사용자들이 SNS에서 자기노출 행동을 할 때 노출된 자신의 정보가 오·남용되는 것에 대해 걱정하기 보다 SNS 상에서 다른 사용자에게 비춰지는 자신의 모습을 더 중요하게 생각한다는 의미로 볼 수 있다. 결과적으로 SNS 사용자들이 자신의 노출 행동을 망설이지 않는 것과 관련하여 SNS 사용자들이 사회적 프라이버시에 더 많은 관심을 가짐으로써 상대적으로 개인 정보 유출 문제를 간과하고 있을 가능성이 있다. 둘째, 사용자가 기본적으로 SNS 생태계를 신뢰하고 있을 가능성에 대해 생각해볼 수 있다. 예를 들어 사용자와 기업 간의 관계에서 사용자가 SNS를 사용한다는 것은 그 자체로 해당 SNS 플랫폼을 제공하는 기업과 관계를 맺는다는 의미로 볼

수 있다. 그러므로 SNS 사용자가 손실 대비 이익이 우위에 있다는 전제 하에 자기노출과 같은 SNS 활동을 하게 될 때, SNS 제공 업체에 대한 신뢰도 일부 기여하게 된다(Pavlou, 2002; Lo, 2010; Krasnova et al., 2012; 민진영, 김병수, 2013). 따라서 사용자들이 SNS 활동을 하는데 있어서 서비스 제공업체에 대한 신뢰는 SNS 활동에 대한 전제조건으로 여겨질 수 있다는 것이다. 또한 SNS 생태계에서 개인과 정부에 대한 관계도 SNS 사용자와 SNS 제공업체와의 관계와 같은 관점으로 생각해 볼 수 있으며, SNS 생태계에서 제도적 신뢰는 주체들의 활동에 여러 가지 영향을 미칠 수 있다(김종기, 김상희, 2014). 다만 본 연구에서는 SNS 생태계를 구성하고 있는 주체에 대한 신뢰를 직접 측정하지 못하였으므로, 이와 같은 신뢰에 대한 검증은 향후 연구에서 확인해 보아야 할 것으로 판단된다. 셋째, 사용자 관점에서의 프라이버시 문제가 SNS 사용 목적이나 활동 결과가 주는 이점에 비해 과소 평가 되고, 사용자들에게 현재가 아닌 먼 미래의 문제로 여겨지고 있을 가능성에 대해 생각해 볼 수 있다. SNS에서 사용자가 기대이익에 준하여 정보노출 및 공개 등과 같은 행동을 하게 된다는 프라이버시 패러독스 현상은 향후 프라이버시와 관련된 다양한 문제를 야기할 수 있음을 시사한다. SNS 생태계를 구성하고 있는 개인은 자신의 정보가 안전하게 보호되었으면 하면서도 민감한 개인 정보를 직접 제공하고 있다. SNS 제공업체는 SNS 본연의 목적인 관계 확장 기능을 제공하기 위해 사용자의 정보를 일부 노출시키거나, 사용자들이 관심을 가지는 다른 사용자 및 콘텐츠를 찾을 수 있도록 하는 기능을 제공하면서도 사용자 개인의 정보를 제대로 보호해야 한다. 정부는 SNS에서 발생하는 다양한 프라이버시 침해 문제에 대해 민감하게 반응하고 이에 대

한 적합한 처벌을 위해 법안을 제정하거나 개정하는 등 노력을 다하고 있으나, 다양화되고 있는 프라이버시 침해 사례에 대해 명확한 처벌 기준을 제시하기 어려운 상황에 놓여있다. SNS 생태계 주체들은 이와 같은 상황을 인지하고 현재의 상황을 개선시키기 위한 방법을 지속적으로 찾아야 할 것이다. 하나의 대안으로 SNS 생태계 전반적으로 정보 윤리에 대한 인식을 고취시킬 수 있도록 하는 교육을 들 수 있다. 다소 시간이 걸리더라도 이를 통해 SNS에서 발생할 수 있는 프라이버시 문제에 대해 SNS 생태계 주체들이 정보 윤리 및 신뢰를 기반으로 한 합의점을 찾도록 하는 과정이 필요하다고 본다.

둘째, 현재의 SNS 사용자들은 프라이버시 문제에 대한 염려와 위협을 인지하면서도 기꺼이 개인정보를 공개하며 소셜 활동을 하고 있다. 빅데이터 시대에 SNS 사용자들이 매일 생성해내고 있는 대량의 데이터들은 그 자체로 정보가 되고 있다. 공공기관에서는 이 같은 정보를 기반으로 정책수립에 활용하고, 기업들은 새로운 전략수립에 활용하기도 한다. 그리고 개인들은 직접 생성한 정보와 타인의 정보들을 네트워크를 통해 공유하거나 확산시키고 있다. 이렇게 수많은 정보들이 대상을 달리하며 수집되고 활용되는 가운데 정보가 오·남용되는 등 프라이버시 침해 문제가 빈번히 발생하고 있다. 이에 개인은 자기 정보관리의 당위성을 인지하고 이를 위해 노력해야 할 것이다. 그리고 SNS 서비스 제공업체는 사용자가 미래의 일로 간과하고 있을지 모르는 프라이버시 문제를 사전에 인지하여, 현 시점에서 원천적으로 차단할 수 있도록 노력해야 하며, 공공기관은 보다 다양해지고 있는 프라이버시 침해 사례에 대응하기 위한 적합한 정책을 수립하여 SNS 생태계가 원활히 운영될 수 있도록 지원해야 할 것이다. 특히 SNS 사용자가 경험한 프라이버시 침해 사례에 대

한 면밀한 검토를 통해 유사 사건의 발생 가능성을 낮추거나 없앨 수 있도록 하고, 정보보호 문제를 심각하게 여기지만 이에 대한 투자에는 인색한 또 하나의 패러독스 현상을 만들지 않도록 관련 분야에 대한 지속적인 관심과 문제 예방 및 해결을 위한 노력과 투자도 필요할 것이다.

본 연구의 한계점 및 향후 연구방향은 다음과 같다.

첫째, SNS에서 발생되고 있는 프라이버시 침해 문제는 매우 다양하며 그 종류에 따라 사용자들이 인지하는 피해 정도는 상이하다. 예를 들어 SNS에서 발생되고 있는 개인 정보 유출, 유출된 정보의 오·남용, 그리고 최근 심각한 문제로 인식되고 있는 사이버폭력 등으로 인한 사용자들의 피해는 수준과 범위가 매우 다르므로, 이에 따라 사용자가 느끼게 되는 프라이버시 침해 경험의 강도 또한 확연히 다를 것으로 생각된다. 본 연구에서는 응답자들로 하여금 프라이버시 침해 경험에 대해 피해 수준의 정도를 묻기보다 개인 정보 유출에 대한 전반적인 경험을 묻고 이에 대해 답하게 하였다. 이는 SNS 사용에 대해 느끼는 가치와 사용자의 SNS 활동 사이의 조절효과를 측정하기에는 영향력이 충분하지 않았을 것으로 판단된다. 만약 프라이버시 침해 경험의 종류와 피해 수준을 세분화하여 그 효과를 측정하였다면 보다 의미 있는 결과를 도출해 낼 수 있었을 것이라 판단된다. 향후 연구에서는 SNS에서의 프라이버시 침해 경험에 대해 각각의 사례를 구분하고 각 사례에 대한 피해 수준의 정도를 세분화하여 프라이버시 침해 경험의 영향력을 다각적으로 파악해 볼 필요성이 있다. 그리고 그 분석 결과는 SNS 사용자들이 느끼는 가치와 자기 노출 활동 사이의 관계에서 프라이버시 침해 경험이 어떤 역할을 하는지 구체적으로 설명할 수 있는 근거가 될 수 있을 것으로 생각된다.

둘째, 본 연구에서는 사용자가 프라이버시에 대한 염려를 가지고 있지만 SNS 활동을 통해 얻게 되는 가치를 인지하기 때문에 목적에 충실한 SNS 활동을 적극적으로 한다는 점에서 프라이버시 패러독스를 설명하였다. 그러나 SNS 활동이 정보를 공유하는 것이 목적인지, 일상적인 이야기를 공유하는 것이 목적인지, 그렇지 않으면 단순히 대상 간 커뮤니케이션을 하는 것이 목적인지 등을 구체화하지 않은 상태에서는 프라이버시 패러독스 현상을 일반화하기는 어렵다. 수많은 SNS 플랫폼이 존재하지만 각각의 특성이 다르므로, 어떤 SNS를 사용하는지에 따라 그리고 사용자의 주요 연령대에 따라 사용자의 노출행동에 대한 목적이 달라질 수 있기 때문이다. 향후 연구에서는 프라이버시 패러독스 현상을 다각적으로 설명하기 위해 SNS 플랫폼의 종류를 특성별로 구분하고, 사용자들의 SNS 사용목적을 구분하여 적용할 필요가 있다.

셋째, SNS 환경에서 사용자들의 자기노출 행동은 프라이버시 염려에 반하는 행동이며, 기대 이익에 근거한 결과로 설명할 수 있었다. 향후 연구에서는 SNS에서의 자기노출 행동에 대해 공공기관, 서비스 제공업체, 그리고 사용자 등으로 구성된 SNS 생태계에 대한 신뢰가 제반 사항이 되고 있는지 여부를 확인할 필요가 있다. 즉 SNS에서 나타나는 프라이버시 패러독스 현상이 전반적인 제도적 장치를 신뢰하는 수준에서 표출되는 현상인지 그렇지 않은지를 확인하는 것이다. 이를 통해 SNS 생태계에서 다뤄지고 있는 프라이버시 및 개인 정보보호와 관련된 여러 가지 장치가 이해 당사자 간에 합의된 수준의 것인지 별개의 것인지 확인함으로써 개인 프라이버시와 관련된 문제를 정확히 인지하고 이를 해결할 수 있는 방법들을 논의해 볼 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

- 김상현, 박현선(2013), “프라이버시 보호인식 및 보호행동 의도에 미치는 영향 요인과 침해경험의 조절효과에 관한연구,” **인터넷전자상거래연구**, 13, 79-105.
- 김종기, 김상희(2013), “온라인 환경에서 프라이버시 행동 의도에 미치는 영향,” **정보화정책**, 20, 63-85.
- 김종기, 김상희(2014), “프라이버시 염려와 정보제공행동 간의 프라이버시 역설에 관한 연구: 프라이버시 계산 이론을 중심으로,” **Entrue Journal of Information Technology**, 13, 139-152.
- 나은영(2013), “트위터 이용자의 온라인 자기노출에 영향을 주는 요인들: 위협감소 요인과 이익기대 요인의 효과,” **한국언론학보**, 57, 124-148.
- 민진영, 김병수(2013), “프라이버시 계산 모형을 적용한 SNS 지속 사용 의도에 대한 연구: 페이스북과 카카오톡 사례 중심으로,” **Information Systems Reviews**, 15, 105-122.
- 박준석, 광기영(2017), “사회적 지지 과부하가 소셜미디어 환경에서의 사회적 소통에 미치는 영향,” **지식경영연구**, 18, 137-157.
- 손상영, 유지선, 오탈원(2013), “온라인 프라이버시에 대한 철학적 배경과 산업적 접근,” **정책연구**, 2013, 1-123.
- 이새봄, 판류, 이상철, 서영호(2012), “자기표현욕구와 개인정보노출우려가 자기노출의도에 미치는 영향: 트위터를 중심으로,” **경영과학**, 29, 1-20.
- 이충훈, 맹윤호, 이중정(2015), “프라이버시 패러독스 영향 요인 연구: SNS를 중심으로,” **Entrue Journal of Information Technology**, 14, 99-112.
- 최예나(2016), **SNS 이용자의 프라이버시 염려와 자기노출 간의 관련성: 정보공개 의 인지도와 가치와 나르시시즘의 조절효과를 중심으로**, 동국대학교 석사학위논문.
- 과학기술정보통신부, 한국인터넷진흥원(2017), **2017 인터넷이용실태조사**.

- Acquisti A., and Gross, R.(2006), "Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook," *International Workshop on Privacy Enhancing Technologies PET*, 36-58.
- Anderson, J. C., and Gerbing, D. W.(1988), "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach," *Psychological Bulletin*, 103, 411.
- Awad, N. F., and Krishnan, M. S.(2006), "The personalization privacy paradox: an empirical evaluation of information transparency and the willingness to be profiled online for personalization," *MIS Quarterly*, 30, 13-28.
- Bansal, G., Zahedi, F. M., and Gefen, D.(2010), "The impact of personal dispositions on information sensitivity, privacy concern and trust in disclosing health information online," *Decision Support Systems*, 49, 138-150.
- Barnes, S. B.(2006), "A privacy paradox: Social networking in the United States," *First Monday*, 11.
- Bélanger F., and Crossler, R. E.(2011), "Privacy in the digital age: a review of information privacy research in information systems," *MIS Quarterly*, 35, 1017-1042.
- Bélanger F., and Hiller, J. S.(2006), "A Framework for E-Government: Privacy Implications," *Business Process Management Journal*, 12, 48-60.
- Beresford, A. R., Kübler, D., and Preibusch, S. (2012), "Unwillingness to pay for privacy: A field experiment," *Economics Letters*, 117, 25-27.
- Boyd, D. M., and Ellison, N. B.(2007), "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Carter, T. A., and Russell, C. A.(2003), "In pursuit of moderation: Nine common errors and their solution," *MIS Quarterly*, 23, 479-501.
- Chin, W. W.(1998), "Issues and Opinion on Structural Equation Modeling," *MIS Quarterly*, 22, 7-16.
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A. K., and Hughes, B. N.(2009), "Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15, 83-108.
- Dey, A. K., Abowd, G. D., and Salber, D.(2001), "A conceptual framework and a toolkit for supporting the rapid prototyping of context-aware applications," *Human-computer Interaction*, 16, 97-166.
- Dinev, T., and Hart, P.(2006), "An extended privacy calculus model for e-commerce transactions," *Information Systems Research*, 17, 61-80.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., and Lampe, C.(2007), "The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.
- Fornell, C.G. and Larcket, D.(1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variable and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Forsythe, S. M., and Shi, B.(2003), "Consumer patronage and risk perceptions in Internet shopping," *Journal of Business Research*, 56, 867-875.
- Gefen, D., Straub, D., and Boudreau, M. C.(2000), "Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice," *Communications of the Association for Information*

- Systems*, 4, 1-80.
- Hallam, C., and Zanella, G.(2017), "Online self-disclosure: The privacy paradox explained as a temporally discounted balance between concerns and rewards," *Computers in Human Behavior*, 68, 217-227.
- Huang, H.-Y.(2016), "Examining the beneficial effects of individual's self-disclosure on the social network site," *Computers in Human Behavior*, 57, 122-132.
- Jiang, Z., Heng, C. S., and Chooi, B. C.(2013), "Research note: privacy concerns and privacy-protective behavior in synchronous online social interactions," *Information Systems Research*, 24, 575-595.
- Keith, M. J., Thompson, S. C., Hale, J., Lowry, P. B., and Greer, C.(2013), "Information Disclosure on Mobile Devices: Re-Examining Privacy Calculus with Actual User Behavior," *International Journal of Human Computer Studies*, 71, 1163-1173.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., and Rao, H. R.(2008), "A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents," *Decision Support Systems*, 44, 544-564.
- Kline, R. B.(2005), *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, 2nd Edition ed, New York, The Guilford Press.
- Kokolakis, S.(2017), "Privacy attitudes and privacy behavior: A review of current research on the privacy paradox phenomenon," *Computers & Security*, 64, 122-134.
- Koonikamali, M., Peak, D. A., and Prybutok, V. R. (2017), "Beyond self-disclosure: Disclosure of information about others in social network sites," *Computers in Human Behavior*, 69, 29-42.
- Krasnova, H., Spiekermann, S., Koroleva, K. and Hildebrand, T.(2010), "Online Social Networks: Why We Disclose," *Journal of Information Technology*, 25, 109-125.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., and Günther, O.(2012), "Self-disclosure and Privacy Calculus on Social Networking Sites: The Role of Culture," *Business & Information Systems Engineering*, 4, 127-135.
- Kwak, K. T., Choi, S. K., and Lee, B. G.(2014), "SNS flow, SNS self-disclosure and post hoc interpersonal relations change: Focused on Korean Facebook user," *Computer in Human Behavior*, 31, 294-304.
- Lee, H., Park, H., and Kim, J.(2013), "Why do people share their context information on Social Network Services? A qualitative study and an experimental study on users' behavior of balancing perceived benefit and risk," *International Journal of Human-Computer Studies*, 71, 862-877.
- Li, H., Sarathy, R., and Xu, H.(2010), "Understanding situational online information disclosure as a privacy calculus," *Journal of Computer Information Systems*, 51, 62 - 71.
- Li, Y.(2012), "Theories in online information privacy research: A critical review and an integrated framework," *Decision Support Systems*, 54, 471-481.
- Lin, R., and Utz, S.(2017), "Self-disclosure on SNS: Do disclosure intimacy and narrativity influence interpersonal closeness and social attraction?" *Computers in Human Behavior*, 70, 426-436.
- Lo, J.(2010), "Privacy Concern, Locus of Control, and Salience in a Trust-Risk Model of

- Information Disclosure on Social Networking Sites," *Proceedings of the American Conference on Information Systems*, 110.
- Malhotra, N. K., Kim, S. S., and Agarwal, J.(2004), "Internet users' information privacy concerns (IUIPC): the construct, the scale, and a causal mode," *Information Systems Research*, 15, 336-355.
- McKnight, D. H., Lankton, N., and Tripp, J.(2011), "Social networking information disclosure and continuance intention: a disconnect," *Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Sciences*, 1-10.
- Mosteller, J., and Poddar, A.(2017), "To Share and Protest: Using Regulatory Focus Theory to Examine the Privacy Paradox of Consumers' Social Media Engagement and Online Privacy Protection Behaviors," *Journal of Interactive Marketing*, 39, 27-38.
- Norberg, P. A., Horne, D. R., and Horne, D. A. (2007), "The Privacy Paradox: Personal Information Disclosure Intentions versus Behaviors," *The Journal of Consumer Affairs*, 41, 100-126.
- Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H.(1978), *Psychometric Theory*, 3rd Ed., New York, McGraw-Hill.
- Pavlou, P. A.(2002), "Institution-based Trust in Interorganizational Exchange Relationships: the Role of Online B2B Marketplaces on Trust Formation," *Journal of Strategic Information Systems*, 11, 215-243.
- Pavlou, P. A.(2011), "State of the information privacy literature: where are we now and where should we go," *MIS quarterly*, 35, 977-988.
- Pavlou, P. A., and Gefen, D.(2005), "Psychological Contract Violation in Online Marketplaces: Antecedents, Consequences, and Moderating Role," *Information Systems Research*, 16, 372-399.
- Proudford, J. G., Wilson, D., Valacich, J. S., and Bryd, M.(2018), "Saving face on Facebook: privacy concerns, social benefits, and impression management," *Behaviour & Information Technology*, 37, 16-37.
- Reynolds, B., Venkatanathan, J., Gonçalves, J. and Kostakos, V.(2011), "Sharing Ephemeral Information in Online Social Networks: Privacy Perceptions and Behaviours," *Proceedings of the 13th International Federation for Information Processing Conference on Human-Computer Interaction*, 204-215.
- Rizk, R., Marx, D., Schrepfer, M., Zimmerman, J., and Guenther, O.(2009), "Media Coverage of Online Social Network Privacy Issues in Germany: A Thematic Analysis," *Proceedings of the 15th Americas Conference on Information Systems*, 1-9.
- Shin, D. H.(2010), "The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption," *Interacting with Computers*, 22, 428-438.
- Siibak, A.(2009), "Constructing the self through the photo selection-visual impression management on social networking websites," *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3.
- Sipior, J. C., Ward, B. T., Connolly, R., and MacGabhann, L.(2013), "Privacy in Online Social Networking: Applying a Privacy Calculus Model," *PACIS 2013 Proceedings*, 99.
- Smith, H. J., Dinev, T., and Xu, H.(2011), "Information privacy research: an interdisciplinary review," *MIS Quarterly*, 35, 989-1016.

- Smith, H. J., Milberg, S. J., and Burke, S. J.(1996), "Information privacy: measuring individuals' concerns about organizational practices," *MIS quarterly*, 20, 167-196.
- Taddicken, M.(2014), "The 'Privacy Paradox' in the Social Web: The Impact of Privacy Concerns, Individual Characteristics, and the Perceived Social Relevance on Different Forms of Self-Disclosure," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 248-273.
- Trope, Y., and Liberman, N.(2010), "Construal-Level Theory of Psychological Distance," *Psychological Review*, 117, 440-463.
- Tschersich, M., and Botha, R. A.(2013), "Understanding the Impact of Default Privacy Settings on Self-Disclosure in Social Network Services Building a Conceptual Model and Measurement Instrument," *Proceedings of the Nineteenth Americas Conference on Information Systems*, 1-10.
- Tufekci, Z.(2008), "Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites," *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28, 20-36.
- Tuten, T. L., and Solomon, M. R.(2015), *Social Media Marketing*, Los Angeles, Sege.
- Wang, L., Yan, J., Lin, J., and Cui, W.(2017), "Let the users tell the truth: Self-disclosure intention and self-disclosure honesty in mobile social networking," *International Journal of Information Management*, 37, 1428-1440.
- Westin, A. F.(2003), "Social and political dimensions of privacy," *Journal of Social Issues*, 59, 431-453.
- Xu, F., Michael, K., and Chen, X.(2013), "Factors affecting privacy disclosure on social network sites: an integrated model," *Electronic Commerce Research*, 13, 151-168.
- Xu, H., Gupta, S., Rosson, M. B., and Carrol, J. M.(2012), "Measuring Mobile Users' Concerns for Information Privacy," *Proceeding of the 33rd International Conference on Information Systems*, 1-16.
- Xu, H., Luo, X. R., Carroll, J. M., and Rosson, M. B. (2011), "The personalization privacy paradox: An exploratory study of decision making process for location-aware marketing," *Decision Support Systems*, 51, 42-52.
- Xu, H., Teo, H.-H., Tan, B. C. Y., and Agarwal, R. (2009), "The Role of Push-Pull Technology in Privacy Calculus: The Case of Location-Based Services," *Journal of Management Information Systems*, 26, 135-173.
- Zeithaml, V. A.(1988), "Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence," *The Journal of Marketing*, 52, 2-22.
- Zhao, L., Lu, Y., and Gupta, S.(2012), "Disclosure Intention of Location-Related Information in Location-Based Social Network Service," *International Journal of Electronic Commerce*, 16, 53-89.

〈부록〉 구성개념의 측정항목

구성개념	측정항목	
정보 프라이버시 염려	PPE1	SNS상의 나의 개인정보가 생각지도 못한 문제를 일으킬 수 있을 것 같아 걱정된다.
	PPE2	SNS상의 나의 개인정보에 다른 사람이나 기업들이 접근할 것 같아 걱정된다.
	PPE3	내가 알지 못하는 다른 사람들이 SNS상의 나의 개인 정보를 통해 나의 사생활을 알 수 있을 것 같아 걱정된다.
	PPE4	SNS상의 나의 개인 정보가 사생활 침해나 범죄 목적으로 감시되고 있을 것 같아 걱정된다.
	PPE5	SNS상의 나의 개인정보가 동의 없이 광고, 보험회사에 판매될 것 같아 걱정된다.
지각된 이익	PPB1	SNS 사용이 나에게 전반적으로 혜택을 준다고 생각한다.
	PPB2	SNS 사용은 잠재적인 이득을 발생시킨다.
	PPB3	SNS상에서 어떤 활동을 하려 할 때 사용이 편리하고 접근이 용이하다.
	PPB4	SNS에 나의 개인 정보 공개는 친구들이 나를 알아보기 쉽게 한다.
	PPB5	SNS에 나의 개인 정보 공개는 것은 나와 공통 관심사가 있는 다른 사람들이 친밀감을 느끼게 한다.
지각된 위험	PPR1	SNS 사용은 위험하다고 느낀다.
	PPR2	SNS를 사용하면서 예기치 못한 문제들이 많이 발생할 수 있다.
	PPR3	SNS에 제공한 나의 개인 정보 사용이 불확실하게 느껴질 때가 있다.
	PPR4	SNS상의 나의 개인정보가 잠재적으로 손실될 위험이 높다고 느낀다.
	PPR5	내가 공개하길 원치 않는 다른 사용자가 SNS에 제공한 나의 정보를 볼 수 있다.
지각된 가치	PPV1	SNS는 사용할 만한 가치가 있다.
	PPV2	SNS는 적절한 가치를 제공한다.
	PPV3	나는 SNS를 사용하면서 느낀 이점들이 나의 정보 공개에 대한 불이익을 상쇄할 수 있다고 생각한다.
	PPV4	SNS 사용을 위해 내가 제공한 정보의 가치와 비교해 얻게 된 가치가 더 크다.
	PPV5	내가 SNS에 제공한 정보의 위험이 SNS 사용으로 얻은 혜택보다 클 것이라고 생각한다.
프라이버시 침해 경험	PPE1	SNS를 사용하면서 개인적으로 프라이버시 침해를 경험했다.
	PPE2	SNS에 제공한 나의 개인 정보가 기업, 정부 기관 및 제3자에게 공유되었던 경험이 있다.
	PPE3	SNS상의 나의 개인 정보가 타겟 마케팅 목적으로 사용되었다.
	PPE4	SNS에 공유한 나의 정보를 부모님, 친척, 직장 상사 등 그 정보에 대해 알기 원치 않았던 상대방이 알고 있어서 당황한 적이 있다.
	PPE5	SNS상의 나의 개인 정보를 내가 모르거나 알기 원치 않았던 누군가가 엿본 적이 있다.
자기노출	SED1	나는 프로필이나 SNS 페이지상에 나의 개인 정보를 구체적으로 기입한다.
	SED2	다른 사람들은 나의 SNS 페이지를 통해 나에게 대해 많은 정보를 알 수 있다.
	SED3	나의 SNS 계정을 항상 최신으로 업데이트 하려고 노력한다.
	SED4	나는 SNS를 통해 나의 일상생활에 대해 이야기하는 것을 좋아한다.
	SED5	내가 이야기하고 싶은 주제가 생겼을 때 SNS를 통해 그것을 공유한다.

Motivational Factors Affecting Self-Disclosure Behavior of SNS Users

Jiyoung Park* · Kee-Young Kwahk**

Abstract

As mobile communication technology grows, the use of social network services(SNS) is becoming common and common. Although SNS provides an attractive means of interaction and communication among users, the seriousness of personal information privacy problems is emphasized in relation to the use of SNS. The information that SNS users disclose is very personal and can be seriously compromised if misused by a third party. Therefore, considering the environmental characteristics of SNS, the depth of user information, and the level of disclosure, there is a need to consider the privacy problem in SNS as another dimension.

The purpose of this study is to investigate the process of self-disclosure behavior, which is a core activity of SNS, from the information privacy concern to SNS users, and to show the relationship between perceived risk, perceived benefit, perceived value, and privacy experience. We also introduced privacy paradox and privacy calculation theory to deal with privacy problem in SNS. And users try to expand interpersonal relationships by strategically performing self-disclosure to become an influential user in SNS.

Self-disclosure, which is one of the main constructs of this study, is a result of information privacy concerns and is the act of disclosing personal information to other. Since the SNS environment does not have the same physical space of users for communication, the degree of self-disclosure in the SNS is a major opportunity to build trust in interpersonal relationships. Most SNS users tend to be very active in self-disclosure behavior, even though they are concerned that privacy may be violated. We examined the relationship between information privacy concerns and self-disclosure behavior and examined where there is a privacy paradox

* BK21 Plus Research Team, Graduate School of Business IT, Kookmin University, First Author

** College of Business Administration and Graduate School of Business IT, Kookmin University, Corresponding Author

between the two constructs. We have introduced the theory of privacy calculation to explain the self-disclosure behavior of SNS users, and examined the relationship between the risk, benefit, and value that users feel through the use of SNS. And the role was explored by introducing a privacy experience as a factor that could increase privacy concerns and risks for individuals. And the role was explored by introducing the privacy experience as a factor that could increase personal information privacy concern and risks, and the moderate effect between perceived value and self-disclosure was also considered.

Based on a survey of 325 SNS users, we analyzed the structural equation modeling method and used AMOS 23 as a tool. The results show that there is a privacy paradox between information privacy concern and self-disclosure behavior on SNS users. Also, based on the theory of privacy calculation, it is confirmed that the self-disclosure of the user in the SNS is due to the relatively large utility value obtained by using the SNS. And the privacy experience has a significant effect on information privacy concern and perceived risk, but the moderate effect between perceived value and self-disclosure behavior could not be confirmed.

In this study, we have identified the relationship between information privacy concerns, risk, benefits, value, and privacy experience and self-disclosure behavior in SNS. Based on the results of the study, we presented the problems to be considered by the various stakeholders involved in the SNS ecosystem in relation to information security.

Key words: Information Privacy Concern, SNS, Self-Disclosure, Privacy Experience, Privacy Paradox

-
- 저자 박지영은 현재 국민대학교 비즈니스IT전문대학원 BK21플러스 사업팀 계약교수로 재직 중이다. 부산대학교에서 통계학을 전공하여 이학사를 취득하였고, 경영정보, 생산관리를 전공하여 경영학 석사 및 박사 학위를 취득하였다. 주요 연구관심분야는 Business analytics, Social network analysis, Opinion mining, CRM 등이다.
 - 저자 광기영 교수는 국민대학교 경영대학과 비즈니스IT전문대학원에 재직 중이다. 서울대학교 경영대학을 졸업하였으며 KAIST에서 석사 및 박사 학위를 취득하였다. 주요 연구관심분야는 Social network analysis and its application, Data analytics, Users' behavior in social media, Knowledge management 등이다.