

# SNS 활동성이 4차산업혁명 기대에 미치는 영향에 있어 개인정보보호태도의 조절효과

홍재원<sup>o</sup>, 박승배<sup>\*</sup>

<sup>o</sup>경남과학기술대학교 글로벌무역통상학과,

<sup>\*</sup>서일대학교 산업경영학과

e-mail: jwhong@gntech.ac.kr<sup>o</sup>, sbpark@seoil.ac.kr<sup>\*</sup>

## Moderating Effect of Privacy Attitude on SNS Activity and Expectations of the 4<sup>th</sup> Industrial Revolution

Jaewon Hong<sup>o</sup>, Seungbae Park<sup>\*</sup>

<sup>o</sup>Dept. of Global Trade, Gyeongnam National University of Science and Technology,

<sup>\*</sup>Dept. of Industrial Management, Seoil University

### ● 요약 ●

본 논문에서는 소비자들의 4차 산업혁명에 대한 인식이 어떠한지를 살펴보고, 그러한 인식들은 개별 소비 주체들의 SNS 지향적인 활동에 따라 다를 것이라는 가정을 두고 분석을 시작하였다. 즉, SNS 지향적인 활동을 하는 사람일수록 4차 산업혁명에 대한 인식이 잘 되어 있을 것이다. 하지만 그러한 개방적인 인식도 프라이버시의 수준에 따라 의존적일 수 있을 것이므로 이에 대한 조절효과를 살펴보고자 하였다. 그 결과, SNS 지향적인 소비자일수록 4차 산업혁명에 대한 인식이 높게 나타났으며 이러한 관계는 개인들이 프라이버시에 대해 자유로울수록 더 증폭되는 것으로 나타났다. 본 연구는 4차 산업혁명에 당면한 경제구조 속에서 보다 적극적인 대응을 하기 위한 기초자료로 기여를 할 것으로 판단된다.

**키워드:** 4차 산업혁명(4th industrial revolution), 사회적 네트워크 활동성(SNS activity), 개인정보보호태도(privacy attitude)

### I. Introduction

최근 4차 산업혁명에 대한 키워드가 급속히 증가하고 있으며, 민간은 물론 정부차원에서도 이에 대한 준비를 하고 있다. 정부는 4차 산업혁명 시대를 이끌어갈 소프트웨어 인재 양성을 내걸고 지방자치단체 및 민간기구들과 협력을 해 나가고 있다[1]. 이는 4차 산업혁명 시대는 인공지능, IoT, 빅데이터 등 소프트웨어 기반의 능력들이 중요하기 때문이다.

본 연구에서는 4차 산업혁명에 대응하기 위해 개별 소비주체인 소비자 측면에서의 인식제고를 위해 어떤 노력을 하여야 할지를 탐색하고자 하였다.

차별적으로 바라보는 시각[3]이 대두되고 있으며, 제품 측면에서는 가정용 지능형 로봇, 챗봇 등에 대한 연구들이 진행되고 있다[4].

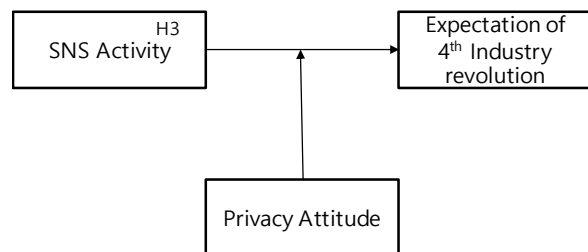


Fig. 1. Research Model

### II. Related works

4차 산업혁명은 인공지능, 사물 인터넷, 빅데이터, 모바일 등 첨단 정보통신기술이 경제·사회 전반에 융합되어 혁신적인 변화가 나타나는 차세대 산업혁명이다[2].

이와 관련하여 수용 측면에서는 4차 산업혁명에 근거한 수용을

### III. Research Design

본 연구에서는 SNS 활동성을 SNS 답변 및 글쓰기 활동, 정보공유 활동, 추천 및 평점주기 활동 등을 통해 측정하였다. 개인정보보호태도

는 프라이버시 침해에 대한 우려정도를 유출과 도용 측면에서 측정하였으며, 4차 산업혁명에 대한 기대는 4차 산업혁명이 인간사회에 미칠 기대 영향으로 측정하였다.

해당 문항들을 요인분석을 통해 신뢰성을 측정한 결과는 Table 1과 같다. 즉, 개별 측정항목들이 해당 요인에 일관성 있게 적재되는 것을 볼 때 측정개념에 한 신뢰성이 있는 것으로 나타났다.

Table 1. Factor Analysis

Variable	Item	Factor 1	Factor 2	Factor 3
SNS Activity	S1	0.946	-0.035	0.033
	S2	0.915	-0.092	0.059
	S3	0.941	-0.048	0.025
Privacy Attitude	P1	-0.057	0.972	-0.021
	P2	-0.064	0.960	-0.027
	P3	-0.058	0.960	-0.023
	P4	-0.047	0.969	-0.023
Expectations of the 4 <sup>th</sup> Industrial Revolution	E1	0.073	-0.024	0.922
	E2	0.019	-0.031	0.926

Table 2. Result of Moderating Effect

Variable	Estimate	Standardized Estimate	t-value	p-value
Constant	3.168	-	380.6	0.001
SNS activity①	0.009	0.016	3.7	0.001
Privacy attitude②	-0.648	-1.793	-191.8	0.001
①X②	0.206	1.960	210.7	0.001

#### IV. Conclusions

본 연구는 다음의 몇 가지로 요약된다. SNS 지향적인 소비자일수록 4차 산업혁명에 대한 인식이 높게 나타났으며 이러한 관계는 개인들이 프라이버시에 대해 자유로울수록 더 증폭되는 것으로 나타났다. 본 연구는 4차 산업혁명에 당면한 경제구조 속에서 보다 적극적인 대응을 하기 위한 기초자료로 기여를 할 것으로 판단된다.

#### REFERENCES

[1] Financial News, 2019.12.20., <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20191220000366>.  
 [2] Naver encyclopedic knowledge, 2019.  
 [3] Althuizen, N. "Using Structural Technology Acceptance Models to Segment Intended Users of New Technology:

Propositions and an Empirical Illustration," *Information Systems Journal*.

[4] Kim M., "A Study of Adoption of The Fourth Industrial Revolution New Products," *Vol. 38, No. 2, pp. 165-182, 2019.*