

---

# 인터넷 이용자의 개인정보 유출 가능성에 대한 심리적 불안에 관한 연구 : 성별, 이용량, 이용 빈도를 중심으로

진성철\* · 김인경\*\*

A Study on the Psychological anxiety on Private information leakage to likelihood of internet users

Seong-cheol Jin\* · In-kyung Kim\*\*

## 요 약

본 연구는 인터넷 이용자들을 대상으로 개인정보 유출 가능성에 따른 심리적 불안에 대해서 논의하였다. 성별, 인터넷 이용량, 사이트 가입 수, 전자상거래 빈도에 따라 개인정보 유출 가능성에 대한 심리적 불안이 어떠한 차이를 나타내는지 알아보았다. 분석 결과 여성이 남성보다 심리적 불안이 더 크게 나타났으며, 인터넷을 많이 이용할수록 심리적 불안이 크게 나타났다. 하지만 사이트 가입 수나 한 달 평균 전자 상거래 빈도에 따른 개인정보 유출 가능성에 대한 심리적 불안에는 차이가 나타나지 않았다.

## ABSTRACT

The purpose of this study is to examine Internet users' psychological anxiety about the possibility of personal information leakage. The investigator examined the difference of psychological anxiety focusing on the possibility of personal information leakage according to the use amount of Internet, the number of joined sites and the frequency of e-commerce transaction. Study findings show that women felt more psychological anxiety than men did. In addition, people who used Internet more frequently felt more psychological anxiety. However, the number of joined sites and the average frequency of e-commerce transaction in a month had no significant influence upon users' psychological anxiety about the possibility of personal information leakage.

## 키워드

Internet user, Personal information, Invasion of privacy, Private information leakage, Psychological anxiety  
인터넷 이용자, 개인 정보, 프라이버시 침해, 개인정보 유출, 심리적 불안

## I. 서 론

방송통신융합 환경은 인간의 편리성을 극대화시키고 있지만 반면, 사회적으로 많은 문제를 낳고 있다.

대표적인 사회적 문제로는 각종 기기의 새로운 개발로 인해 소비자들은 새로운 기기(device)를 수용하고 기존 기기를 사멸시킴으로써 기기 낭비를 초래하고 있다. 각 가정마다 사용하지 않는 컴퓨터나 휴대전화

---

\* 중앙대학교 첨단영상대학원 박사 수료(cinemakid@hanmail.net)

\*\* 교신저자 : 중앙대학교 신문방송학과 강사(kik0426@naver.com)

접수일자 : 2011. 08. 19

심사(수정)일자 : 2011. 09. 16

게재확정일자 : 2011. 10. 12

등은 어린이 장난감처럼 쌓여가고 있다. 또한 각종 서비스 및 콘텐츠를 이용하기 위해서는 사이트 등록 및 회원가입이 필수적으로 요구되는데, 개인정보에서 핵심이라고 할 수 있는 주민번호가 유출되는 문제가 발생하고 있다<sup>1)</sup>. 이렇게 유출된 개인정보는 상업적으로 이용되거나 경제적 피해를 유발하고 있어 인터넷 이용자들에게 불안감을 초래하고 있다.

과거에는 자연재해나 질병이 우리에게 가장 큰 위협으로 간주되었다. 하지만 이제 컴퓨터를 비롯한 각종 기기의 오류나 파괴 그리고 개인정보 유출이 현대인들에게 가장 큰 위협으로 받아들여지고 있다. 특히 각종 사이트에서 요구하는 개인정보는 단순히 서비스 및 콘텐츠를 이용하기 위해서 제시하는 기본적인 사항이라고 하기에는 너무 많은 개인정보를 요구한다. 지난 2010년 유출된 개인정보 누적 수가 6,186만 건으로 유출된 개인정보는 대부분 불법으로 유통되고 있다[14].

개인정보 유출은 두 가지 원인에 의해 발생하는 경우가 대부분이다. 첫째, 인터넷 서비스 제공업자들의 무분별한 개인정보 취합과 허술한 관리체계가 그 원인이다. 둘째, 인터넷 이용자들은 개인정보를 중요하게 생각하지 않는 경향이 있다. 특히 청소년 및 대학생들의 인터넷 이용이 급격히 증가하면서 벨소리나 대중가요 그 밖의 이벤트에 응모하기 위해서 각 사이트에 개인정보를 제공하는 행위를 문제시 하지 않는다[8]. 심지어 코글(cogle)은 일명 ‘신상털기’로 알려진 검색사이트로 사회적 이슈가 되거나 도덕적·윤리적으로 문제가 되는 개인의 정보뿐만 아니라 일반인들의 개인정보 역시 손쉽게 검색할 수 있다. 방송통신심의위원회는 2007년 인터넷 이용자 2,402명을 조사한 결과 응답자의 약 20%가 실제 개인정보 유출로 인해 피해를 경험한 것으로 나타났다.

기존 개인정보유출과 관련된 국내 연구는 인터넷 이용으로 발생하는 개인정보 유출의 문제점[16],[17]과 개인정보 유출에 따른 사생활 침해와 대책[7] 등에 대한 이론적 논의가 대부분이다. 그 밖에 인터넷 전자상거래로 인해 나타나는 프라이버시[1] 연구가 정량적으로 이루어진 연구라 할 수 있다.

이에 본 연구는 인터넷 이용자를 대상으로 개인정

보 유출 가능성으로 인해 나타날 수 있는 심리적 불안을 설문조사를 통해서 분석하였다. 본 연구의 목적은 인터넷 이용자들에게 개인정보 중요성을 강조하고자 하였다. 개인정보 유출에 따른 심리적 불안이 인터넷 이용행위에 부정적인 영향을 주고 긍정적인 인터넷 이용행위를 감소시킬 수 있기 때문에 국가적 차원의 법률과 정책적 차원의 개인정보 보호 및 개인정보 수집에 따른 철저한 관리 감독의 필요성을 강조 하였다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 새로운 위협과 개인정보의 관계

디지털 기술과 네트워크로 대표되는 정보통신환경의 급격한 변화는 이용자들에게 편리한 서비스를 제공해줄 뿐만 아니라 국가 경제와 사회 발전에 기여하고 있다[17]. 하지만 기술 발달은 그 만큼 새로운 위협을 동반하고 있다. 즉, 이용자들이 느끼는 편리함 못지않게 지불비용의 증가와 개인정보 제공에 따른 불안을 증폭시키고 있다. 사회 및 국가적 차원에서 기존 위협은 자연재해, 환경오염, 재난 등이 위협 요인이었다. 하지만 현대사회의 위협은 자연 발생적 위협보다 인간에 의해서 자연과 무방한 위협이 더 큰 위협으로 더 큰 재앙을 만들고 있다. 따라서 현대사회에서 위협은 생태학적 위협과 기술적 위협으로 나눌 수 있는데 기술에 대한 위협을 우리는 새로운 위협으로 인식하고 있다. 따라서 현대사회의 위협에 대한 새로운 해석은 자연과 무방한 우리사회의 위협요소를 파악하고자 하는 시도이며, 디지털 기술과 디지털 네트워크에 의존하는 현대인들의 위협을 파악하고자 하는 노력이다[9].

디지털 사회의 위협은 인위적이며, 개인적이고, 계산된 피해를 유발한다. 인터넷 이용자들은 프라이버시 침해(invansion of privacy), 개인정보유출(private information leakage) 등과 관련된 위협이 내재된 상태에서 서비스를 이용한다. 최근 우리사회에 나타나는 개인정보유출은 직·간접적으로 경제적 피해를 유발하기 때문에 더욱 심각한 문제라 할 수 있다. 물론 개인정보유출이 프라이버시와 매우 밀접한 관련성을 갖

1) 2011년 7월 26일 싸이월드와 네이트가 해킹돼, 약 3,500만 명의 개인정보와 심지어 혈액형까지 유출되었다.

고 있다.

인간의 권리차원에서 프라이버시는 세 가지 의미를 갖고 있는데, 타인으로부터 간섭을 받지 않고 사생활을 즐길 수 있는 자율권(autonomy), 개인의 공간을 가질 수 있는 은둔(seclusion), 정보의 비밀을 유지할 권리로 정보적 프라이버시(informational privacy)라는 의미를 갖고 있다[3]. 이 중 정보적 프라이버시는 정보주체가 자기의 개인정보에 접근하여 정보를 열람하고, 정보처리기관에 대하여 정정·사용중지·삭제를 요구할 수 있는 권리 즉, 자기정보의 열람청구권, 정정요구권, 사용중지 요구권, 삭제 요구권 등을 포함하고 있다[2]. 자기정보는 개인정보를 의미하며 ‘정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률’에 의하면 ‘생존하는 개인에 관한 정보로 성명, 주민등록번호 등에 의하여 개인을 알아볼 수 있는 부호, 문자, 음성, 음향 및 영상 등의 정보’를 개인정보로 규정하고 있다(정보통신망법, 제2조, 1항). 아울러 어떠한 사유에 의해서 개인을 알아볼 수 없을 때 다른 정보와 용이하게 결합하여 개인을 알아볼 수 있는 단서를 개인정보에 포함하기도 한다[12].

이러한 개인정보는 개인의 특성뿐만 아니라 경제상황, 사회활동, 취미, 가족관계 등을 파악하는 중요한 단서가 된다. 따라서 개인정보는 각 개인이 갖는 고유한 기밀이며, 누구에게도 양도 할 수 없다. 하지만 디지털 네트워크 사회에서 생활하는 사람은 디지털 사회에 적응하고 동참하기 위해서 디지털 기기를 사용할 수밖에 없다. 디지털 기기를 사용하기 위해서는 개인정보를 제공해야 하는데, 인터넷 서비스를 이용하기 위해서는 매우 많은 개인정보를 각 사이트 업체에 제공한다. 주민등록번호를 비롯해 이름, 주소, 나이, 성별, 직업, 학력, 관심분야, 취미, 결혼여부, 심지어 통장번호를 기입하기도 한다. 이에 따라 개인정보를 수집하는 업체 및 사이트는 이용 약관을 통해서 개인정보 수집과 관련된 사항을 밝히고 있지만 관리체계가 매우 허술하다.

국내에서 개인정보가 유출되어 악용된 대표적인 사례로는 지난 2007년 유명 통신회사에 가입한 이용자들이 약 730만 명의 개인정보가 불법으로 유출되어 3000건의 경제적 피해를 유발하기도 하였다. 지금까지 개인정보 침해로 인한 피해액은 11조원에 이르고 집단소송 참가자만 약 20만 명에 이르고 있다. 불법으로

개인정보를 수집한 사람들은 전화 및 인터넷을 통해서 ‘피싱’방법으로 직접적인 경제적 피해를 유발하기도 한다. 우리나라에서 발생하는 개인정보유출의 핵심은 주민등록번호이다. 특히 어린이와 청소년들이 주로 이용하는 채팅이나 게임 사이트는 타인의 주민등록번호 도용이 심각한 수준에 이르고 있다.

개인정보 유출은 개인뿐만 아니라 사회적인 문제를 유발하면서 우리에게 새로운 위협으로 다가왔다. 인간의 힘으로 제어할 수 없는 재앙이 아니라 인간에 의해서 발생하는 위협이 사회의 규율과 도덕을 파괴하고 국가에 큰 혼란을 초래하고 있다. 분명 개인정보유출은 새로운 위협으로 우리사회의 표면아래 내재되어 있으며 구성원들의 심리적 불안을 가중시키고 있다.

## 2.2 자기노출과 개인정보 유출에 따른 불안

인터넷 이용자들은 경제적 비용뿐만 아니라 개인정보제공에 따른 유출에 대한 심리적 불안이라는 이중 부담을 지고 있는 실정이다. 사회활동을 위해서 인터넷 이용은 불가피한 선택이지만 개인정보유출 가능성으로 인해 이용자들이 받는 심리적 불안은 이용자 스스로 감수해야 할 문제로 취급되고 있다[20]. 한편 최근 의도적인 자기노출로 인해 개인정보 유출에 대한 위협성은 더욱 증가하고 있는 실정이다. 미니홈피나 네이트를 비롯해 소셜 네트워크는 자신을 노출함으로써 타인과 커뮤니케이션하는 형태를 갖고 있어 이용자의 노출이 필수적이다[5]. 의도적 자기노출은 자신의 정보 또는 자신의 사생활을 노출함으로써 자신의 존재를 타인에게 공개하는 것이다. ‘자기노출(self-disclosure)’은 ‘자신을 타인에게 알리는 과정’으로[23], 인터넷 상에서 자기노출은 ‘다른 경로를 통해서 상대방이 접할 수 없는 자기정보의 의식적인 공개[26]’, 또는 ‘자신에 대한 정보를 언어적으로 전달하는 커뮤니케이션 행위[19]’ 등으로 정의할 수 있다. 자기노출에 대한 연구는 태도, 성향, 관심사, 경제 등을 기반으로 인구통계학적 특성, 성격, 사회·심리적 동기, 자아정체성, 경제적 동기 요인으로 설명하고 있으며 이러한 동기는 사회적 고립을 피하기 위한 예측변인으로 설명되고 있다[10].

의도적 자기노출이나 인터넷 이용을 위한 개인정보제시에 따른 개인정보 유출 가능성은 인구통계학적

특성, 인터넷 이용량, 그리고 가입된 사이트 수에 따라 차이가 나타날 것이다. 인터넷 이용태도는 남성이 여성보다 긍정적인 태도를 갖고 있으며, 남성이 여성에 비해 인터넷 이용에 대해서 보다 더 친밀함과 익숙함을 느낀다[21]. 하지만 인터넷 이용에 따른 프라이버시 노출에 대한 불안수준은 대체로 여성이 높고, 남성은 프라이버시 보호 전략을 더 많이 사용하는 것으로 나타났다[11].

아울러 인터넷을 사용하는 시간이 길수록 그리고 방문하는 웹사이트 수가 증가할수록 자신의 개인정보가 유출될 확률이 높을 것으로 생각한다. 따라서 개인정보가 유출될 가능성이 높아질수록 심리적 불안은 증가하는데, 특히 민감한 정보를 제공해야 하는 인터넷 전자상거래 이용시간이 많을수록 개인정보유출에 대한 불안감이 더 크게 작용하여 개인정보 보호에 더 많은 관심을 갖게 된다[1]. 결국 개인정보유출에 대한 불안은 인터넷 전자상거래에 대한 신뢰도에 하락으로 이어지고[22] 인터넷 전자상거래의 활성화에 부정적인 결과를 초래한다. 정보통신윤리위원회(2006)가 실시한 조사에 따르면 인터넷 이용자의 99.4%가 개인정보를 제공한 경험이 있으며, 95.4%는 프라이버시 침해나 개인정보유출 가능성에 대해 불안감을 지니고 있는 것으로 나타났다[15].

이와 같이 인터넷 이용자는 인터넷을 이용하는 시간이 많을수록, 방문하는 웹사이트 수가 증가할수록 자신의 개인정보가 유출될 가능성이 높아진다고 생각한다. 이에 본 연구는 인터넷 이용자를 대상으로 개인정보유출에 대한 심리적 불안의 차이를 통계적으로 분석하기 위해서 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1. 성별에 따라 개인정보유출에 대한 심리적 불안에 차이가 나타나는가?
- 연구문제 2. 인터넷 이용량에 따라 개인정보유출에 대한 심리적 불안에 차이가 나타나는가?
- 연구문제 3. 가입된 사이트 수와 전자상거래 빈도에 따라 개인정보유출에 대한 심리적 불안에 차이가 나타나는가?

### III. 연구 방법

#### 3.1 조사대상 및 기간

본 연구는 인터넷 이용자들을 대상으로 개인정보유출에 대한 심리적 불안을 측정하기 위해서 설문조사를 실시하였다. 설문조사 대상자는 서울과 충남의 4년제 대학생들로 2010년 9월 14~15일 이틀에 걸쳐 조사를 실시하였다. 전체 설문대상자는 400명이지만 불성실한 응답자 24명의 설문지를 제외하고 376명의 설문지를 분석에 이용하였다. 이 중 남성이 178명(47.3%), 여성이 198명(52.7%)으로 조사대상자들의 평균 연령은 만 23세로 나타났다.

#### 3.2 측정변인

독립변인으로 인구통계학적 특성은 성별, 인터넷 이용량은 시간적 단위로 하루 평균 이용 시간을 조사하여 분(minute)으로 환산하였으며, 가입된 사이트 수는 설문조사 당일까지 가입한 사이트 수로 카페, 미니홈피, 소셜 네트워크, 학교 등을 포함하여 총 가입한 사이트 수를 조사하였다. 마지막으로 전자상거래 빈도는 한 달 평균 전자상거래 빈도를 조사하였다.

종속변인으로 조사한 심리적 불안은 스피이버거(Spielberger)의 상태 불안 척도(State Anxiety Scale)를 김정택(1978)이 번안(飜案)한 척도를 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다[6]. 개인정보유출에 대한 심리적 불안을 측정하기 위해서 제시된 설문 문항은 ‘내 개인정보가 인터넷상에 떠돌까 불안하다’, ‘나는 개인정보를 제시하는 것에 대해서 불안하다’, ‘내 개인정보가 인터넷에 유출될까 불안하다’ 등 6문항으로 구성하였다. 문항에 대한 신뢰도는( $\alpha$ ) .90으로 분석하는데 별다른 문제가 없는 것으로 판단하였다.

## IV. 분석결과

### 4.1 성별에 따른 심리적 불안의 차이

성별에 따라 개인정보 유출에 따른 심리적 불안의 차이를 분석한 결과 여성( $M=3.56$ ,  $SD=.80$ )이 남성( $M=3.29$ ,  $SD=.88$ )보다 높은 평균을 보였다( $t=-3.10$ ,  $p<.01$ ).

표 1. 성별에 따른 심리적 불안의 차이  
Table 1. gender of psychological anxiety differences

성별	사례 수	평균 (표준편차)	t
남성	178	3.29(.88)	-3.10**
여성	198	3.56(.80)	

※ df=374, \*p<.01

인터넷 이용자 중 여성이 남성보다 개인정보 유출에 대한 심리적 불안감이 더 큰 것으로 나타났다. 이는 결국 이용량의 문제보다는 이용형태 즉, 이용 사이트에 대한 차이 혹은 개인정보 유출로 인해 발생할 피해의 유형과 크기에 있어 여성이 더 큰 피해를 받을 수 있기 때문이다.

#### 4.2 인터넷 이용량에 따른 심리적 불안의 차이

인터넷 이용량의 경우 하루 평균 이용량(분)을 기준으로 1시간 미만 이용자(저 이용자), 1시간 이상에서 2시간 미만 이용자(중 이용자), 2시간 이상 이용자(고 이용자)로 나누어 각 평균을 비교분석하였다.

표 2. 인터넷 이용량에 따른 심리 불안의 차이  
Table 2. internet use of psychological anxiety differences

인터넷 이용량	사례 수	평균 (표준편차)	f
저 이용자	85	3.29 <sup>a</sup> (.75)	25.04**
중 이용자	147	3.15 <sup>a</sup> (.74)	
고 이용자	144	3.79 <sup>b</sup> (.88)	

※ df=2, \*p<.01, 서로 다른 위첨자는 세로에 한정되며, 통계적 유의미한 차이를 나타냄.

분석결과 인터넷 이용량은 분명 인터넷 이용에 따른 개인정보 유출에 대한 심리적 불안에 차이를 보여주고 있다( $f=25.04, p<.01$ ). 인터넷 중 이용자( $M=3.15, SD=.74$ )가 가장 낮은 평균을 보였으며, 저 이용자( $M=3.29, SD=.75$ )와 유의미한 차이가 나타나지 않았지만 인터넷을 가장 많이 이용하는 고 이용자( $M=3.79, SD=.88$ )는 저 이용자와 중 이용자와 비교해

평균에서 통계적인 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 인터넷을 많이 이용할수록 개인정보 유출에 대한 심리적 불안이 높아지는 결과를 보여주고 있다.

#### 4.3 사이트 가입 수와 전자상거래 빈도에 따른 심리적 불안의 차이

인터넷 이용자의 사이트 가입 수에 따른 심리적 불안의 차이를 분석한 결과 가입 수에 따른 심리적 불안의 차이는 나타나지 않았다( $f=2.43, p=.09$ ).

표 3. 사이트 가입 수에 따른 심리적 불안의 차이  
Table 3. site join number of psychological anxiety differences

사이트 가입 수	사례 수	평균 (표준편차)	f
1~10개 미만	92	3.33(1.01)	2.43
10~21개미만	200	3.40(.83)	
21개 이상	84	3.60(.65)	

※ df=2, p=.09(유의미한 차이가 나타나지 않음)

인터넷 이용자들은 자신의 필요에 의해서 각 사이트에 가입하는데 가입 수는 개인정보 유출에 따른 심리적 불안에 차이가 없는 것으로 나타났다. 다만 사이트 가입 자체에 대한 부담이 심리적 불안에 영향을 줄 수 있을 것이다.

조사대상자들은 한 달 평균 전자상거래를 약 3번 이용하는 것으로 나타났다. 이를 기준으로 세 집단으로 구분하여 개인정보 유출에 따른 심리적 불안의 차이를 비교분석하였다. 하지만 전자상거래를 한 달에 몇 번 이용하는가에 의해 심리적 불안에 대한 차이 역시 나타나지 않았다( $f=2.39, p<.09$ ).

전자상거래 역시 빈도에 의해서가 아니라 인터넷을 통해서 전자상거래를 한다는 자체에 대해 심리적 불안이 증가한다는 결과로 풀이된다.

표 4. 한 달 평균 전자상거래 빈도에 따른 심리적 불안에 대한 차이

Table 4. month mean of electronic commerce the frequency of psychological anxiety differences

전자상거래 빈도	사례 수	평균 (표준편차)	f
0~2이상	168	3.42(.79)	2.39
3~4미만	137	3.34(.85)	
4번 이상	71	3.61(.96)	

※ df=2, p=.09(유의미한 차이가 나타나지 않음)

그럼에도 불구하고 인터넷 사이트에 많이 가입하거나 전자상거래를 많이 하는 사람들이 개인정보 유출에 대한 심리적 불안에 대한 평균이 높은 것으로 나타났다.

### V. 결론

유선 인터넷 이용자들뿐만 아니라 모바일 인터넷 이용자들은 원하는 콘텐츠를 이용하기 위해서 자신의 개인정보를 제공할 수밖에 없는 실정이다. 사업자와 이용자 사이에 일종의 거래로 개인정보를 제공하는 것이다[24]. 특히 청소년들은 벨소리를 무료로 다운받을 수 있다면 주민등록번호는 기꺼이 제시할 수 있다고 생각한다. 또한 인터넷 이용자들은 자신이 가입한 사이트의 비밀번호를 지인들과 공유하기도 하고, 자신의 이름이나 전화번호, 주민등록번호, 생년월일 등 알기 쉬운 비밀번호를 사용하는 경우가 많아 이로 인해 개인정보 유출이 더욱 쉽게 이루어져 많은 이용자들이 심리적 불안감을 갖고 있다.

이에 본 연구는 인터넷 이용자들을 대상으로 설문 조사를 실시하여 개인정보 유출 가능성에 따른 심리적 불안의 차이를 알아보았다. 분석 결과 개인정보 유출 가능성에 대한 심리적 불안은 남성보다 여성이 높게 나타났다. 이러한 결과는 여성이 쇼핑 등을 통해서 전자결제를 많이 하기 때문으로 예측된다. 또한 인터넷 이용량이 많을수록 개인정보 유출에 대한 심리적 불안이 높은 것으로 나타났다. 아울러 사이트 가입수가 많을수록 개인정보 유출에 대한 심리적 불안이 높

게 나타났다. 많은 웹 사이트에 가입한 사람은 그만큼 개인정보를 제공할 수밖에 없기 때문에 심리적 불안은 크게 나타날 수밖에 없을 것이다. 마지막으로 전자상거래 빈도가 높을수록 개인정보 유출에 대한 심리적 불안이 높은 것으로 나타났다.

결국 개인정보의 유출은 인터넷 사업자와 인터넷 이용자들이 개인정보의 중요성에 대해서 인식하지 못하기 때문이다. ‘정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률’ 및 ‘개인정보보호지침’에서는 웹사이트에 자기 정보를 제공하고 회원으로 가입할 경우 법으로 반드시 개인이 제공하는 정보에 대한 보호정책을 이용약관 등을 제시하도록 하고 있다. 그러나 인터넷 이용자들은 개인정보 수집과 관련된 약관을 확인하지 않고, 사업자들 역시 보안의식 부족으로 무분별한 개인정보 오·남용이 심각한 사회적 문제를 유발하고 있다. 따라서 인터넷 사업자와 인터넷 이용자 모두 개인정보의 중요성에 대한 인식을 새롭게 하지 않으면 안된다. 특히 인터넷 포털 사이트나 전자상거래의 경우 이용자들이 믿고 개인정보를 맡길 수 있어야 한다. 기업에 대한 소비자들의 신뢰가 중요한 만큼 기업은 소비자들의 개인정보를 보다 철저히 관리할 필요가 있다.

앞으로 BcN과 RFID/USN으로 인해 개인정보유출에 대한 문제가 더욱 심각해 질 수 있다. 사생활보호나 명예훼손과 같은 법률적 문제가 더욱 중요해 지고 있다. 따라서 보다 안정적이고 신뢰할 수 있는 개인정보보호를 위한 법률 마련과 기업의 개인정보관리 시스템을 개선하여 개인정보에 대한 철저한 비밀유지 체계를 형성함으로써 디지털 네트워크 사회의 부정적인 결과를 최소화해야 할 것이다.

### 참고 문헌

- [1] 강이주, 황정선, “전자상거래 소비자의 개인정보 보호의식에 관한 연구”, 소비문화연구, 제4권, 제2호, pp. 85-106, 2001.
- [2] 강휘원, “정보프라이버시 보호와 자율규제: 한계와 정책적 시사”, 한국행정학보, 제34권, 제3호, pp. 111-128, 2002.
- [3] 김선욱, “서독에 있어서 정보공개와 사생활보호, 정보화 사회의 공법적 대응”, 공법연구, pp.

- 158-166, 1989.
- [4] 김소라, 이기춘, “소비자의 개인정보 침해가능성 관련 변수 및 영향 요인”, 소비문화연구, 제10권, 제1호, pp. 1-27, 2007.
- [5] 김인경, “블로그 이용을 통한 대인커뮤니케이션에 관한 연구: 싸이월드 ‘미니홈피’이용자를 중심으로”, 중앙대학교 석사학위논문, pp. 1-102, 2005.
- [6] 김정택, “특성불안과 사회성과의 관계: Spielberger의 STAI를 중심으로”, 고려대학교 석사학위논문, pp. 1-81, 1978.
- [7] 김혜선, 서민교, 전정기, “전자상거래에서의 소비자 프라이버시 보호 방안에 관한 연구”, 소비문화연구, 제16권, 제2호, pp. 1-26, 2003.
- [8] 박영균, 성운숙, 이인호, 박용미, “청소년 개인정보 보호정책”, 한국청소년개발원 연구보고서 (05-R14-3), pp. 1-149, 2005.
- [9] 서보운, “디지털 사회의 위험 커뮤니케이션에 관한 연구: 정보보호 캠페인 전략을 중심으로”, 중앙대학교 대학원 박사학위논문, pp. 1-227, 2006.
- [10] 윤승욱, “모바일 커뮤니케이션의 수용과 기대가치에 대한 연구”, 중앙대학교 대학원 박사학위논문, pp. 1-289, 2003.
- [11] 이미나, 심재웅, “성별에 따른 온라인 프라이버시 염려와 프라이버시 보호전략 사용의 차이에 관한 연구”, 미디어, 젠더 & 문화, 제12호, pp. 165-280, 2009.
- [12] 이철호, “RFID와 개인정보 보호”, 헌법학연구, 제12권, 제3호, pp. 435-460, 2006.
- [13] 이학승, “전자상거래 계약에 따른 개인정보 보호에 있어 법적 문제점에 관한 연구”, 통상정보연구, 제1권, 제2호, pp. 249-252, 1998.
- [14] 오병민, “개인정보 유출 피해는 모르쇠...유출만 계속 막아”, 보안뉴스, 2011. 01. 24.
- [15] 정보통신 윤리위원회, “인터넷 개인정보 침해 대응방안 연구”, 2006.
- [16] 주리에·권석만, “인터넷을 매개로 나타나는 문제행동과 유형분석”, 心理科學, 제10권, 제1호, pp. 93-115, 2001.
- [17] 한광희, “정보보호와 정보화 역기능에 대한 연구”, 한신정보대학교 정보과학연구소, 제4호, pp. 87-102, 2002.
- [18] 홍성태 역, “위험사회, 근대성을 향하여”, 새물결, 1997.
- [19] Cozby, P. C., “Self-disclosure : A literature review”, Psychological Bulletin, Vol. 79, No. 2, pp. 73-91, 1973.
- [20] Dowling, G. R., “Perceived risk : the construct and its measurement”, Psychology and Marketing, Vol. 3, pp. 193-210, 1986.
- [21] Gilroy, D & Desai, H., “Computer anxiety: Sex race and age”, International Journal of Man- Machine Studies, Vol. 25, pp. 711-719, 1986.
- [22] Hoffman, D. L & Novak, Thomas. P., “Marketing in hypermedia computer mediated environments: Conceptual Foundation”, Journal of Marketing, Vol. 60, pp. 50-68, 1998.
- [23] Jourard, S. M. & Lasakow, P., “Some factors in self-disclosure”, Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 56, No. 1, pp. 91-98, 1958.
- [24] Katsh, M. E., Rights, “Camera, Action: Cyberspatial Settings and the First Amendment”, The Yale Law Journal, Vol. 104, No. 7, pp. 1681-1717, May, 1995.
- [25] Siovic, P., “Perception of Risk”, Science, No. 236, pp. 280-285, 1987.
- [26] Worthy, M., Gary, A.L., & Kahn, G. M., “Self-disclosure as an exchange process”, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 13, pp. 59-63, 1996.

저자 소개



**진성철(Seong-Cheol Jin)**

2009년 중앙대학교 첨단영상대학원 박사수료  
2011년~ 현재 가톨릭대 디지털미디어학부 겸임교수

\* 관심분야 : 방송, 통신, 영화, 수용자, 작가주의, 기호학 등



**김인경(In-Kyung Kim)**

2010년 중앙대학교 대학원 신문방송학과 졸업(언론학박사)  
2010년~현재 중앙대학교 신문방송학과 강사

\* 관심분야 : 방송, 인터넷, 모바일, 수용자 특성 및 미디어 이용 행위, 미디어 콘텐츠 등