

# 페이스북 이용자의 자기노출, 페이스북 이용강도, 프라이버시 인식과 프라이버시 관리 능력이 페이스북 지속적 이용의향에 미치는 영향: 프라이버시 관리 능력의 조절효과를 중심으로

Effects of Facebook Users' Self-disclosure, Facebook Use Intensity, Privacy Concern and Trust on Continuous Use Intention of Facebook: Focusing on the Moderating Effect of Privacy Protection Skill

박남수\*, 백강희\*\*

건국대학교 신문방송학과\*, 울산과학기술원 경영학부\*\*

Namsu Park(park.namsu@gmail.com)\*, Kanghui Baek(kanghui100@gmail.com)\*\*

## 요약

본 연구는 페이스북 이용자 중 프라이버시 관리 능력이 높은 집단과 낮은 집단 간의 자기노출(self-disclosure)과 페이스북 이용강도, 프라이버시 염려와 신뢰 정도의 차이를 살펴보고, 이러한 변인들이 페이스북의 지속적 이용의향에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 나아가 프라이버시 관리 능력이 자기노출, 페이스북 이용강도, 프라이버시 염려와 신뢰가 지속적 이용의향에 미치는 영향에 대한 조절효과가 있는지 알아보았다. 수도권 지역에 거주하는 19~49세 성인 남녀 페이스북 이용자를 대상으로 온라인 설문조사를 실시한 결과, 프라이버시 관리 능력이 높은 이용자들이 낮은 이용자들 보다 프라이버시에 대한 염려가 낮은 반면, 페이스북 이용강도와 사이트에 대한 신뢰는 높은 것으로 나타났다. 또한 변인들 간의 상호작용 분석 결과, 프라이버시 관리능력은 자기노출 및 신뢰가 페이스북의 지속적 이용의향에 미치는 영향을 조절한다는 것을 알 수 있었다.

■ 중심어 : SNS | 프라이버시 염려 및 신뢰 | 지속적 이용의향 | 프라이버시 관리능력 | 이용강도 |

## Abstract

This study aims to examine the difference in self-disclosure, Facebook use intensity, privacy concern, and trust between Facebook users with high and low levels of the privacy protection skills and then to investigate the effects of the variables on continuous use intention of Facebook. Results revealed that Facebook users with high level of privacy protection skill than those with low level of the skill show lower level of privacy concern, but higher level of Facebook use intensity and trust. In addition, privacy protection skill presented the significant moderating effects on the relationships between self-disclosure, trust, and continuous use intention of Facebook.

■ keyword : SNS | Privacy Concern and Trust | Continuous Use Intention | Privacy Protection Skill | Use Intensity |

## I. 문제제기

지난 수년간 모바일 기기의 이용 증가와 함께 소셜네트워크사이트(Social Network Site: SNS) 이용자가 폭발적으로 증가하였으며, 이는 새로운 정보 생성 및 소통의 도구로서 널리 이용되고 있다. 이용자들은 시간 장소에 구애받지 않고 SNS에 접속하여 원하는 정보를 찾고, 실시간으로 친구와 소통하며 현재의 상황을 프로필에 올려서 정보를 나눌 수 있게 되었다. 이용자 상호간의 네트워크와 공유라는 측면을 강조하며 이용자들이 다양한 형태의 콘텐츠를 올리고 공유할 수 있는 서비스를 제공하는 SNS의 특성은 개인정보와 관련된 프라이버시 문제를 더욱 민감한 사안으로 인식하게 한다. [1]은 SNS 상의 공개/반공개 형태의 프로필(profile) 게재와 SNS 내에서 연결된 이용자들의 목록, 그리고 이용자들의 프로필을 보고 횡단하는 것을 가능하게 하는 것을 SNS의 기술적인 특성으로 기술하였다. 이는 이용자가 공유한 프로필 상의 개인정보를 포함한 콘텐츠뿐만 아니라, 개인의 사회적 네트워크까지 드러나게 해 프라이버시 침해 문제를 더욱 심각하게 만들 수도 있다 [2]. 이에 세계 최고의 이용자를 보유하고 있는 SNS인 페이스북(Facebook)은 회원들의 정보노출에 대한 등급과 대상을 이용자 스스로 설정할 수 있도록 하여 프라이버시 보호에 대한 신뢰를 확보하고자 하였다.

그럼에도 불구하고, 페이스북을 주로 이용하는 젊은 층이 프라이버시 침해와 관련한 문제를 신경쓰지 않을 것이라는 착각과 달리 상당수의 이용자들은 페이스북에서의 개인정보 유출로 인한 피해를 걱정하고 있었다 [3]. 그리고 이용자들의 프라이버시에 대한 태도가 SNS상에서 공유하는 콘텐츠의 양과 형태에 영향을 미치고[4], 프라이버시 침해에 대한 우려 때문에 SNS에서 자기노출을 꺼리게 된다는 선행연구의 결과[5]도 보고되고 있다. SNS에서 공유하는 콘텐츠의 양과 형태, 그리고 자기노출 정도가 SNS 이용의 적극성으로 연결된다는 주장[5]으로 미루어보면, 이용자의 프라이버시에 대한 태도는 SNS 이용과 밀접한 연관성이 있음을 추측할 수 있다. 또한 최근 연구에서는 페이스북 이용자의 인지된 프라이버시 위험이 페이스북에 대한 피로감과 부정적 태도를 야기시켜 이용중단 의향을 가지게

한다는 결과도 보고되었다[6].

본 연구에서는 SNS 이용자의 프라이버시에 대한 태도와 SNS에서의 이용자들의 활동성의 측면이 SNS의 지속적 이용의향에 어떠한 역할을 하는지 논의해보고자 한다. SNS 상의 프라이버시 침해와 개인정보 보호를 위한 규제 관련 연구들은 그동안 많이 있었지만, 개인의 프라이버시 태도와 SNS 활동성의 측면을 SNS 이용의 지속성과 연관시켜 살펴본 실증연구는 찾아보기 힘들다. 따라서 SNS에서 제공하는 프라이버시 설정기능의 이용능력에 따라 프라이버시에 대한 태도와 SNS 활동성에는 어떠한 차이가 나타나는지 살펴보고, 나아가 프라이버시 설정기능의 이용능력이 프라이버시 태도와 SNS 활동성이 지속적 이용의향에 미치는 영향을 조절하는지를 살펴보고자 한다.

## II. 이론적 논의

### 1. SNS 이용 행위와 자기노출, 이용강도, 프라이버시 인식(염려, 신뢰)과의 관계

선행 연구들은 해당 사이트의 이용 행위와 관련하여 자기노출, 이용강도와 프라이버시 요인에 주목했다. 먼저 온라인에서 자기노출 경향은 해당 사이트의 이용 행위와 밀접하게 관련이 있는 요인으로 논의되어 왔으나 그 영향력에 대해서는 선행연구마다 상이한 결과를 제시하고 있다. 즉 온라인에서 자기노출 경향이 큰 사람일수록 페이스북을 더욱 적극적으로 이용하나[7], 이러한 경향은 자기노출을 덜 하는 이용자에서 나타난다는 반대되는 결과도 보고되고 있다[8]. 이용강도와 관련하여 [9]는 페이스북 이용강도를 이용자들이 얼마나 그를 능동적이고 적극적으로 활용하는지로 정의했다. 그 연구[9]는 이용강도가 높은 이용자들이 그렇지 않은 이들에 비해 해당 사이트를 더욱 활발히 이용하고 있다는 것을 보여준다. 본 연구에 있어 이용강도는 향후 사이트를 계속적으로 이용하거나 중단하는 행위를 예측할 수 있는 주요한 요인으로 작용할 수 있음을 제시해주고 있다.

SNS 이용에 있어서의 프라이버시 염려는 이용자가 자신의 개인적인 정보가 의도치 않게 타인에게 노출되

는 것에 대한 걱정으로 정의된다[6][10][11]. 주목할 점은 프라이버시 염려가 일시적으로 프라이버시 보호 기능을 적극적으로 사용하게하거나 SNS에 자기 정보를 노출하는 등의 행위를 방해하는 것뿐만 아니라, 해당 사이트를 지속적으로 이용할 것인지, 중단할 것인지 등의 향후 이용의향과 밀접하게 관련이 있다는 데 있다. SNS에서의 신뢰(trust)는 해당 사이트가 이용자 자신의 개인 정보를 안전하게 보호할 것이라는 믿음으로 정의되어[12][13], 이용자들이 관련 사이트를 지속적으로 이용하거나 중단하려는 행위를 예측하는 데 중요한 요인으로 확인됐다[14-16].

## 2. SNS 이용 행위와 프라이버시 관리능력과의 관계

본 연구는 프라이버시 관리능력이 SNS에서 개인정보 보호를 위한 행위를 능동적으로 할 수 있음을 의미한다고 보고, 프라이버시 관리능력이 지속적 이용의향에 영향을 미칠 것이라는 가정에서 출발한다. 프라이버시에 대한 염려가 높은 이용자들은 온라인에서의 다양한 행위를 통해 프라이버시를 보호하려하며[17], 이용자의 관리 능력에 따라 개인의 프라이버시가 충분히 보호될 수 있다고 생각할수록 해당 사이트를 지속적으로 이용하려 할 것이기 때문이다. 프라이버시 관리 능력은 종종 인터넷 기술에 대한 지식의 정도로 나타내어진다. 예를 들어, 인터넷 관련 용어에 대한 이용자의 높은 이해도는 프라이버시에 대한 염려를 감소시켜 해당 사이트를 지속적으로 이용하는 데 있어 어려움이 적을 것이라는 것이다. 또한 인터넷 기술에 대한 지식이 높은 사람은 온라인에서 자기 정보를 공유하는 데 거부감이 적은 것으로 나타났다[1][18]. 온라인 프라이버시에 대한 자기 보호 행동(프라이버시 정책 확인, 캐시 메모리 삭제 등)에 영향을 미치는 요인에 대해 연구한 [19]는 자기 효능감이 높고 인터넷 이용 경험이 많을수록 온라인 프라이버시 기능을 더욱 적극적으로 사용하는 것을 발견했다. 즉 인터넷 관련 용어에 대한 이용자의 높은 이해도는 프라이버시에 대한 염려를 감소시켜 해당 사이트를 지속적으로 이용하는 데 있어 어려움이 적을 것이라는 것이다. [20]에서도 나타난 바와 같이 프라이버시 보호에 대해 SNS 이용자가 지각하고 있는 본인의 관리

능력<sup>1)</sup>이 적극적인 프라이버시 보호 행동과 관련이 있음을 알 수 있다. 다시말해 본인의 프라이버시 관리 능력에 대한 믿음은 개인정보를 관리하는 데 어려움을 덜 느끼게 함으로써 SNS 상에서의 여러 가지 보호 기능을 적극적으로 활용하여 프라이버시를 보호하려 한다는 것이다.

따라서 선행연구를 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 제시하고자 한다.

연구문제 1-1: 개인정보 관리 능력이 높은 이용자와 낮은 이용자 사이에 자기 노출의 차이가 있는가?

연구문제 1-2: 개인정보 관리 능력이 높은 이용자와 낮은 이용자 사이에 페이스북 이용강도의 차이가 있는가?

연구문제 1-3: 개인정보 관리 능력이 높은 이용자와 낮은 이용자 사이에 프라이버시 염려의 차이가 있는가?

연구문제 1-4: 개인정보 관리 능력이 높은 이용자와 낮은 이용자 사이에 프라이버시 신뢰의 차이가 있는가?

연구문제 2-1: 자기노출은 페이스북의 지속적 이용의향에 영향을 미치는가?

연구문제 2-2: 페이스북 이용강도는 페이스북의 지속적 이용의향에 영향을 미치는가?

연구문제 2-3: 프라이버시 염려는 페이스북의 지속적 이용의향에 영향을 미치는가?

연구문제 2-4: 프라이버시 신뢰는 페이스북의 지속적 이용의향에 영향을 미치는가?

연구문제 2-5: 프라이버시 관리능력은 페이스북의 지속적 이용의향에 영향을 미치는가?

연구문제 3-1: 프라이버시 관리능력은 자기노출이 페이스북 지속적 이용의향에 미치는 영향을 조절하는가?

연구문제 3-2: 프라이버시 관리능력은 페이스북 이용강도가 페이스북 지속적 이용의향에 미치는 영향을 조절하는가?

연구문제 3-3: 프라이버시 관리능력은 프라이버시 염려가 페이스북 지속적 이용의향에 미치는 영향을 조절

1) 기소진, 이수영(2013)은 이를 '자기 효능감'으로 명명하고, '본인의 능력과 기술로 온라인에서 프라이버시를 잘 보호할 수 있다는 믿음', '소셜 네트워크 서비스 활용에 대한 자신감'으로 조작적 정의를 내렸다.

하는가?

연구문제 3-4: 프라이버시 관리능력은 프라이버시 실패가 페이스북 지속적 이용의향에 미치는 영향을 조절하는가?

### III. 연구 방법

#### 1. 설문조사

연구문제 1, 2, 3을 탐구하기 위해 본 연구는 2013년 1월 한 주 동안 마크로밀 엠브레인의 패널 집단을 이용해 온라인 설문조사를 실시했다. 조사회사의 패널 중 설문문에 참여한 표본추출은 성별, 연령에 따른 할당 표집을 기본으로 임의 선택의 과정을 거쳤고 최종 522명의 응답을 분석에 사용했다.

#### 2. 표본의 인구사회학적 특성

표본의 인구사회학적 분포는 남성 264명, 여성 258명으로 성별을 비교적 균등하게 할당했고, 응답자의 평균 연령은 33.8세였다. 표본의 최종학력은 고졸 9.2%, 전문대 또는 대학재학 이하 19.0%, 대졸 58.4%, 대학원 재학 또는 대학원졸 이상 13.4%인 것으로 나타났다. 한 달 평균 가구 총소득은 100만원 미만 3.1%, 100~200만원 10.2%, 200~300만원 17.4%, 300~400만원 20.7%, 400~500만원 19.0%, 500~600만원 15.9%, 600만원 이상이 13.8%의 분포를 보였다.

#### 3. 변인의 측정

##### 3.1 페이스북 지속적 이용의향

페이스북 이용자의 지속적 이용의향을 측정하기 위해 매체수용연구[21][22]에서 이용하는 뉴미디어 서비스의 지속적 이용의향(intention of continuous use) 척도를 페이스북 이용에 맞게 수정하여 사용하였다. 향후에도 다른 SNS가 아닌 페이스북을 지속적으로, 그리고 정기적으로 이용할 의향이 있는지에 대하여 4개 문항을 5점 척도(1=전적으로 동의하지 않는다; 5=매우 동의한다)에 응답하도록 했다(M=3.09, SD=0.73, Cronbach's  $\alpha$  =0.94).

##### 3.2 페이스북 이용강도(Facebook use intensity)

페이스북 이용강도(Facebook use intensity)는 Ellison과 동료들(2007)이 페이스북 이용정도를 다면적으로 측정하고자 개발한 지수이다[9]. 기존의 연구들은 매체 이용의 강도를 측정하기 위해 이용빈도(frequency)나 이용시간(duration) 지수를 주로 이용했는데, 이러한 방식의 측정은 페이스북 이용자들의 다양한 측면에서의 페이스북 능동적 활용정도를 측정할 수 없다는 것이 한계로 지적되었다[9]. 이들이 고안한 페이스북 이용강도 지수는 페이스북 하루 평균 이용시간(the amount of time spent on Facebook on a typical day) 뿐만 아니라 페이스북 “친구(friends)”의 수를 포함한다. 그리고 페이스북 이용자들이 정서적으로 얼마나 페이스북과 밀착되어 있는지, 페이스북이 이용자들의 일상생활에서 얼마나 중요한 부분을 차지하는지를 측정하기 위한 페이스북 애착도(Facebook attachment)에 대한 6개 문항(예: “페이스북은 내 일상생활의 한 부분이다”, “페이스북을 이용하지 못한다면 서운할 것이다”, “페이스북을 이용하지 못한다면 소외감을 느낄 것이다” 등)를 리커트 척도(Likert Scale)(1=정말 그렇지 않다고 생각한다; 5=정말 그렇다고 생각한다)로 측정하여 지수에 포함시켰다. 이러한 연구에 기반해 본 연구에서는 페이스북 친구수, 하루 평균 이용시간, 그리고 페이스북 애착도를 측정하고 표준화 하여 페이스북 이용강도 척도로 구성하였다[표 1].

표 1. 페이스북 이용강도 문항

설문 항목 및 척도	평균	표준 편차
페이스북 이용강도(Cronbach's $\alpha$ = 0.68) <sup>2)</sup>	0.00	0.71
페이스북 친구의 수는 몇명입니까? 0 = 10명 이하, 1 = 11-50, 2 = 51-100, 3 = 101-150, 4 = 151-200, 5 = 201-250, 6 = 251-300, 7 = 301-400, 8 = 401명 이상	1.61	1.72
하루 평균 페이스북 이용 시간은? 0 = 10분 이하, 1 = 11-30분, 2 = 31-60분, 3 = 1-2시간, 4 = 2-3시간, 5 = 3-5시간, 6 = 5-7시간, 7 = 7시간 이상	2.53	1.95
페이스북은 내 일상생활의 중요한 부분을 차지하고 있다.	2.38	0.96
사람들에게 페이스북을 한다고 말하는 것이 자랑스럽다.	2.29	0.92
페이스북을 하는 것은 나의 하루 일과이다.	2.08	0.98
페이스북을 하다가 중단한 후 더 이상 이용하지 않고 있다.	2.62	1.01
내 자신이 페이스북 이용자의 일원이라고 생각한다.	2.57	0.98
페이스북이 없어지면 매우 서운할 것이다.	2.35	1.03

### 3.3 자기 노출(self-disclosure)

페이스북에서의 자기 노출 정도를 측정하기 위해 본 연구는 Wheeless와 Grotz(1976)가 최초로 개발하고 [23] Stefanone과 Jang(2007)이 수정한[24] 타인에 대한 자기노출 정도를 묻는 3개 문항으로 구성하여 5점 척도 (1=전혀 동의하지 않는다; 5=매우 동의한다)에 응답하도록 했다(M=3.09, SD=0.73, Cronbach's  $\alpha$ =0.78).

### 3.4 프라이버시 염려(concern)

프라이버시 염려는 페이스북을 이용하면서 이용자들이 느끼는 프라이버시 침해에 대한 걱정 정도를 측정하고자 하였다. [25]이 개발한 프라이버시 염려를 묻는 세 개 문항을 페이스북 이용에 맞게 수정하여 5점 척도(1=전혀 동의하지 않는다; 5=매우 동의한다)에 응답하도록 했다(M=3.51, SD=0.82, Cronbach's  $\alpha$ =0.87).

### 3.5 신뢰

신뢰(trust)는 웹사이트가 이용자의 개인정보를 안전하게 보호할 것이라는 이용자의 믿음으로 정의된다 [12][13]. 본 연구는 선행 연구에서 개발하고 수정한 신뢰 측정의 척도를 페이스북 이용에 맞도록 정리하여 총 네 개의 문항으로 구성하여 5점 척도(1=전혀 동의하지 않는다; 5=매우 동의한다)에 응답하도록 했다(M=2.88, SD=0.71, Cronbach's  $\alpha$ =0.87).

### 3.6 프라이버시 관리 능력

프라이버시 관리 능력은 페이스북 이용에 있어 프라이버시 보호를 위한 기술적 측면을 측정하고자, 페이스북 이용 시 개인정보 관리에 대한 어려움의 정도를 묻는 단일 문항으로 구성하였다(M=2.88, SD=0.91).

## 4. 분석 방법

본 연구의 연구문제를 탐구하기 위하여 SPSS 통계 패키지를 활용하여 다양한 방식의 통계분석을 실시하였다. 연구문제 1에 대한 답을 얻기 위해 t검정분석

(t-test)을 실시하였다. 연구문제 2와 3에서 제시한 위계적회귀분석을 실행하여 탐구하였다.

## IV. 연구 결과

### 1. 프라이버시 관리능력에 따른 자기노출, 페이스북 이용강도, 프라이버시 염려, 신뢰의 차이

본 연구의 연구문제 1에 대한 답을 얻기 위해 응답자의 페이스북 프라이버시 관리능력을 두 집단(평균값 보다 낮은 집단, 높은 집단)으로 구분하여 집단 간 자기노출, 페이스북 이용강도, 프라이버시 염려, 신뢰에서의 차이를 t검정(t-test)을 통해 살펴보았다[표 2]. 분석 결과 자기노출을 제외한 세 변인에서 두 집단 간 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 특히 세 변인 중 프라이버시 염려에서 프라이버시 관리능력이 낮은 집단과 높은 집단 간 차이가 가장 뚜렷하게 나타나는 것을 알 수 있었다( $t=6.52, p<.001$ ). 이는 프라이버시 관리능력이 낮은 이용자들이 높은 이용자들 보다 페이스북을 이용할 때 프라이버시에 대해 더 많이 걱정한다는 것을 의미한다. 또한 프라이버시 관리능력이 높은 이용자들이 낮은 이용자들에 비해 페이스북 이용강도가 높고( $t=-2.52, p<.05$ ), 페이스북의 프라이버시 보호에 대한 신뢰정도도 높은 것으로 나타났다( $t=-2.07, p<.05$ ).

표 2. 프라이버시 관리능력에 따른 자기노출, 페이스북 이용강도, 프라이버시 염려, 신뢰의 차이

	프라이버시 관리능력				차이검증	
	저(N=201)		고(N=321)		t	p
	평균	표준편차	평균	표준편차		
자기노출	3.16	0.78	3.05	0.70	1.68	0.09
페이스북 이용강도	-0.10	0.71	0.06	0.70	-2.52	0.01
프라이버시 염려	3.79	0.74	3.33	0.83	6.52	0.00
신뢰	2.80	0.74	2.93	0.69	-2.07	0.04

### 2. 자기노출, 페이스북 이용강도, 프라이버시 염려와 신뢰, 프라이버시 관리능력이 페이스북 지속적 이용의향에 미치는 영향

연구문제 2, 3에 대한 답을 얻기 위해 위계적 회귀분

2) 각 항목의 응답 범위가 다르기 때문에 세 항목(이용시간, 친구수, 페이스북 애착도)의 응답을 표준화한 후 평균값을 계산하여 하나의 척도로 구성하였다.

석을 수행하여 자기노출, 페이스북 이용강도, 프라이버시 염려와 신뢰, 프라이버시 관리능력이 페이스북 지속적 이용의향에 미치는 영향을 분석하였다. 각 모형에 투입된 변인 간 다중공선성(multicollinearity) 검증 결과, 분산팽창지수(VIF) 값들은 1.00~1.52로 모두 기준치인 10보다 현저하게 낮아 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다. 네 변인 중 페이스북 이용강도는 지속적 이용의향을 예측하는 데 가장 영향력이 크면서 다섯 개의 모형에서 모두 유의한 변인으로 나타났다. 이는 현재 페이스북을 자주 이용하고, 페이스북에 대한 애착이 높은 이용자일수록 향후 페이스북을 정기적으로 이용할 의향 또한 높아짐을 의미한다. 모형2에서의 자기노출은 페이스북 지속적 이용의향에 유의미한 관계를 보였으나, 모형 3과 4에서는 유의미한 관계가 나타나지 않았다. 이러한 결과로 페이스북 이용자의 프라이버시 관련 변인이 투입되지 않았을 때, 자기노출 정도는 페이스북의 지속적 이용의향을 예측하는 데 영향력이 있는 변인임을 예측할 수 있다. 즉, 페이스북에서 자기노출을 많이 하는 이용자일수록 향후에도 해당 서비스를 정기적으로 이용할 의향이 높아진다는 것이다.

모형3부터 투입된 프라이버시 염려와 신뢰 중에서는 페이스북의 프라이버시 보호에 대한 신뢰 변인만이 지속적 이용의향과 유의한 관계를 보였다. 페이스북을 지속적으로 이용하게 하는 데는 사이트가 이용자의 개인 정보를 안전하게 다룰 것이라는 신뢰가 더 영향력 있는 변수로 작용하고 있음을 알 수 있다. 모형4에 투입된 이용자의 프라이버시 관리능력 또한 지속적 이용의향과 유의한 관계가 있었다. 프라이버시 관리에 대해 어려움을 느끼지 않을수록 향후에도 지속적이고 정기적으로 페이스북을 이용하고자 함을 의미한다.

연구문제 3에 대한 답을 얻기 위해 페이스북 지속적 이용의향에 대한 프라이버시 관리능력과 자기노출, 페이스북 이용강도, 프라이버시 염려와 신뢰의 상호작용 효과를 차례로 검증한 결과([표 3]의 모형5 참고), 프라이버시 관리능력과 자기노출 및 신뢰의 상호작용 지표가 유의미한 것으로 나타났다. 분석결과 나타난 상호결과 패턴은 [그림 1][그림 2]와 같이 나타났다.

표 3. 자기노출, 페이스북 이용강도, 프라이버시 염려, 신뢰, 프라이버시 관리능력이 페이스북 지속적 이용 의향에 미치는 영향

모형	변인	페이스북 지속적 이용의향
모형 1	성별(0=남자, 1=여자)	-0.03
	연령	-0.07
	소득	0.09
	학력	0.05
	R <sup>2</sup>	0.01
모형 2	성별(0=남자, 1=여자)	-0.00
	연령	0.01
	소득	0.00
	학력	-0.02
	자기노출	0.07
	페이스북 이용강도	0.72***
	ΔR <sup>2</sup>	0.53
모형 3	성별(0=남자, 1=여자)	-0.01
	연령	0.01
	소득	0.00
	학력	-0.02
	자기노출	0.05
	페이스북 이용강도	0.68***
	프라이버시 염려	0.04
	신뢰	0.14***
	ΔR <sup>2</sup>	0.02
모형 4	성별(0=남자, 1=여자)	-0.02
	연령	0.01
	소득	0.00
	학력	-0.02
	자기노출	0.05
	페이스북 이용강도	0.68***
	프라이버시 염려	0.05
	신뢰	0.13***
	프라이버시 관리능력	0.07*
	ΔR <sup>2</sup>	0.00
	모형 5	성별(0=남자, 1=여자)
연령		0.01
소득		-0.00
학력		-0.01
자기노출		0.06*
페이스북 이용강도		0.67***
프라이버시 염려		0.05
신뢰		0.13***
프라이버시 관리능력		0.07*
프라이버시 관리능력*자기노출		0.09**
프라이버시 관리능력*페이스북 이용강도		0.01
프라이버시 관리능력*프라이버시 염려		-0.01
프라이버시 관리능력*신뢰		-0.09**
ΔR <sup>2</sup>	0.01	
R <sup>2</sup>	0.57	

N=522, \*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05, 수치는 다중회귀 분석의 표준화 계수 β 값

[그림 1]에서 제시된 대로 페이스북 지속적 이용의향에 대한 프라이버시 관리능력과 자기노출의 상호작용

효과를 먼저 살펴보면, 자기노출을 많이 하는 이용자가 적게 하는 이용자에 비해 지속적 이용의향이 더 큰 것으로 나타났다. 반면 프라이버시 관리능력이 높은 이용자 집단의 경우 낮은 이용자 집단에 비해 자기노출 정도에 따른 지속적 이용의향의 차이가 더 큰 것으로 나타났다.

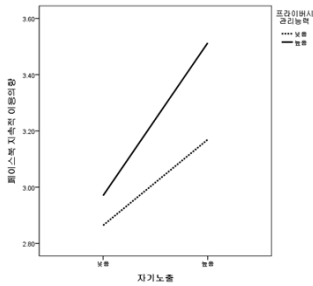


그림 1. 페이스북 지속적 이용의향에 대한 프라이버시 관리 능력과 자기노출의 상호작용 효과

페이스북 지속적 이용의향에 대한 프라이버시 관리 능력과 신뢰의 상호작용 패턴을 분석한 결과, 프라이버시 관리능력이 높은 응답자들 사이에서는 신뢰가 지속적 이용의향에 미치는 영향이 적은 것으로 나타났다(그림 2).

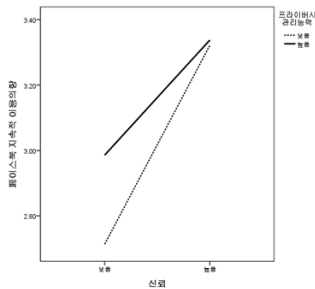


그림 2. 페이스북 지속적 이용의향에 대한 프라이버시 관리 능력과 신뢰의 상호작용 효과

## V. 논의 및 결론

본 연구는 페이스북 이용(자기노출, 이용강도)과 프라이버시 인식(염려, 신뢰)이 해당 사이트의 지속적 이용의향에 영향을 미치는지 살펴보았다. 나아가, 이용과

프라이버시 인식이 지속적 이용의향에 미치는 영향이 프라이버시 관리능력에 따라 달라지는지 알아보고자 하였다. 선행 연구들은 SNS 활용의 적극성 혹은 지속적 이용의향을 설명하는 데 SNS 이용과 프라이버시 인식을 함께 고려하려는 시도가 적었다[7][11][26]. 본 연구 결과는 SNS 이용 행태를 예측하는 데 있어 이용과 프라이버시 인식에 대한 측면을 동시에 고려하는 것이 타당함을 제시한다. 연구 결과의 함의는 다음과 같다.

첫째, 페이스북 이용과 프라이버시 인식이 프라이버시 관리 능력의 정도에 따라 차이가 있는지 살펴본 결과(연구문제 1), 프라이버시 관리 능력이 낮은 이용자들이 높은 이용자들 보다 프라이버시에 대한 염려가 크고, 이용강도와 프라이버시 보호에 대한 신뢰는 모두 낮은 것으로 나타났다. 반면 인터넷 기술에 대한 지식이 높은 사람이 온라인에서 자기 정보를 공유하는 데 거부감이 적다는 선행 연구 결과[3][18]와 달리, 본 연구에서는 자기 노출 정도가 프라이버시 관리 능력의 높고 낮음에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 타인에게 개인정보를 노출하는 데 적극성을 보이는 성향은 프라이버시 보호를 위한 행위와는 직접적인 연관성이 없다는 것을 유추해 볼 수 있다.

둘째, 페이스북의 지속적 이용의향에 미치는 요인을 분석한 결과에서(연구문제 2), 자기노출과 이용강도는 지속적 이용의향과 유의미한 관계를 보였으나, 프라이버시 인식을 함께 고려했을 때에는 이용강도와 신뢰만이 지속적 이용의향에 영향을 미치는 유의미한 변인으로 확인됐다. 이러한 결과는 프라이버시 염려 자체가 향후 이용의향을 예측하는 데 직접적인 영향력을 갖지 않으며, 해당 사이트에 대한 염려가 높더라도 그에 대한 신뢰가 높으면 그를 지속적으로 이용하려 한다고 유추해 볼 수 있다[26]. 또한 이용자들의 페이스북 이용강도가 해당 사이트에 대한 현재의 적극적 태도와 애착을 직접적으로 보여줄 뿐만 아니라[9], 향후 그에 대한 지속적 이용의향을 예측하는 데도 중요한 요인으로 고려되어야 한다는 것을 제시한다. 또한 본 연구는 프라이버시 관리 능력을 지속적 이용의향에 영향을 미치는 요인으로 확인했다. 개인정보 보호에 있어서 어려움을 덜 느낄수록 페이스북 상에서의 여러 가지 설정 기능을 활

용하여 프라이버시를 보호하려 하며, 이는 향후에도 지속적으로 페이스북을 이용하는 데 예상되는 불편함을 완화시킬 수 있다고 볼 수 있다.

셋째, 페이스북의 지속적 이용의향에 대한 이용과 프라이버시 인식의 상호작용효과를 분석한 결과(연구문제 3), 자기정보를 노출하는 데 거리낌이 덜 하고, 이용 시 개인정보 관리에 대한 기술적 어려움을 덜 느끼는 이용자들이수록 해당 사이트를 지속적으로 이용할 의향이 높다는 것이다. 선행연구에 따르면, 프라이버시에 대한 염려가 이용자의 프라이버시 보호 행동에 미치는 영향은 프라이버시 관리 능력에 따라 달라진다고 보았다[27]. 다시 말해, 프라이버시에 대한 관리 능력이 높은 이용자들의 경우 낮은 이용자들 보다 프라이버시 염려가 프라이버시 보호 행동에 미치는 영향이 더 크다는 것이다. 이와 반대로, 지속적 이용의향에 대한 프라이버시 관리능력과 신뢰의 상호작용 패턴 분석 결과, 관리 능력이 낮은 이용자들의 경우 신뢰가 지속적 이용의향에 미치는 영향이 더 큰 것으로 나타났다. 즉, 페이스북이 개인정보를 안전하게 보호할 것이라는 믿음이 작더라도 개인정보관리에 대한 기술적 어려움을 덜 느끼는 이용자들은 지속적으로 해당 사이트를 이용할 것이라고 예측할 수 있다. 이러한 결과를 종합해 볼 때, 자기노출과 프라이버시 신뢰가 지속적 이용의향에 미치는 영향은 프라이버시 관리 능력의 정도에 따라 달라진다는 것을 확인할 수 있다.

따라서 프라이버시에 대한 우려에도 불구하고 SNS가 제공하는 정보습득 및 사회관계망 유지 및 강화와 같은 여러 혜택을 지속적으로 누릴 수 있게 하기 위해서는 프라이버시 관리능력을 향상시키는 방안이 제고되어야 한다. 이를 위해 스마트 환경에서 현명한 SNS 사용을 위한 가이드라인을 제시하고 이용자가 자신의 개인정보 공개여부 및 공개범위를 스스로 결정할 수 있도록 SNS 리터러시 능력을 강화할 필요가 있다. 또한 개인정보에 있어 자기결정권을 가지고 타인에게 공개할 정보를 선택할 수 있는 권리, 그리고 타인으로부터 개인의 사생활을 보호받을 권리 등을 엄밀하게 정의하고 고찰해야한다.

이러한 연구의 의의에도 불구하고, 본 연구가 지니는

한계점으로 주요 변수 측정 문항의 설계에 대한 제한점에 대해 논할 필요가 있다. 첫째, 프라이버시 관리 능력은 페이스북 이용 시 개인정보 관리에 대한 어려움의 정도를 묻는 단일 문항으로 측정되었다. 온라인에서의 프라이버시 보호 및 관리와 관련한 기술(skill)은 다차원적인 개념으로 이해되고 있는 만큼[27][28], 후속연구는 이에 대한 측정을 정교화 할 필요가 있다. 또한 페이스북에서의 자기노출은 설문 응답자의 일반적인 자기노출 성향으로 측정하였으나, 자신의 사적인 일을 노출하는 행동은 온라인과 오프라인에서 각각 다른 양상을 보일 수 있다[29]. 따라서 향후 연구는 개인의 자기노출 행위가 일어나는 구체적인 상황과 맥락을 고려하여 보다 정교하게 자기노출을 개념화하고 조작화하여 측정할 수 있도록 해야 할 것이다.

#### 참 고 문 헌

- [1] D. boyd and N. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," J. of Computer-Mediated Communication, Vol.13, pp.210-230, 2007.
- [2] 설진아, "페이스북 이용과 프라이버시 침해에 관한 연구," 언론과 법, 제11권, 제1호, pp.63-92, 2012.
- [3] <http://firstmonday.org/article/view/3086/2589>
- [4] <http://dataprivacylab.org/dataprivacy/projects/facebook/facebook2.pdf>
- [5] F. Stutzman, R. Capra, and J. Thompson, "Factors Mediating Disclosure in Social Network Sites," Computers in Human Behavior, Vol.27, pp.590-598, 2011.
- [6] 이현지, 정동훈, "트위터와 페이스북의 이용중단 의도에 관한 연구," 한국언론학보, 제57권, 제4호, pp.269-293, 2013.
- [7] A. M. Ledbetter, J. P. Mazer, J. M. DeGroot, K. R. Meyer, Y. Mao, and B. Swafford, "Attitudes Toward Online Social Connection and Self-disclosure as Predictors of Facebook Communication and Relational Closeness," Communication Research,



- Vol.38, No.1, pp.27-53, 2011.
- [8] K. Lewis, J. Kaufman, and N. Christakis, "The Taste for Privacy: An Analysis of College Student Privacy Settings in an Online Social Network," *J. of Computer-Mediated Communication*, Vol.14, pp.79-100, 2008.
- [9] N. B. Ellison, C. Steinfield, and C. Lampe, "The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites," *J. of Computer-Mediated Communication*, Vol.12, pp.1143-1168, 2007.
- [10] N. Mohamed, and I. H. Ahmad, "Information Privacy Concerns, Antecedents and Privacy Measure Use in Social Networking Sites: Evidence from Malaysia," *Computers in Human Behavior*, Vol.28, No.6, pp.2366-2375, 2012.
- [11] S. Stieger, C. Burger, M. Bohn, and M. Voracek, "Who Commits Virtual Identity Suicide? Differences in Privacy Concerns, Internet Addiction, and Personality Between Facebook Users and Quitters," *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol.16, No.9, pp.629-634, 2013.
- [12] <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?>
- [13] K. W. Wu, S. Y. Huang, D. C. Yen, and I. Popova, "The Effect of Online Privacy Policy on Consumer Privacy Concern and Trust," *Computers in Human Behavior*, Vol.28, No.3, pp.889-897, 2012.
- [14] N. W. Coppola, S. R. Hilz, and N. G. Rotter, "Building Trust in Virtual Teams," *IEEE Transactions on Professional Communication*, Vol.47, No.2, pp.95-104, 2004.
- [15] C. Liu, J. T. Marchewka, J. Lu, and C. S. Yu, "Beyond Concern—a Privacy-Trust-Behavioral Intention Model of Electronic Commerce," *Information & Management*, Vol.42, No.2, pp.289-304, 2005.
- [16] G. Piccoli and B. Ives, "Trust and the Unintended Effects of Behavior Control in Virtual Teams," *Management Information Systems Quarterly*, Vol.27, No.3, pp.365-395, 2003.
- [17] K. Chen and A. I. Rea, "Protecting Personal Information Online: A Survey of User Privacy Concerns and Control Techniques," *J. of Computer Information Systems*, Vol.44, No.4, pp.85-92, 2004.
- [18] T. Correa, "The Participation Divide among "Online Experts": Experience, Skills and Psychological Factors as Predictors of College Students' Web Content Creation," *J. of Computer-Mediated Communication*, Vol.16, pp.71-92, 2010.
- [19] M. Z. Yao and D. G. Linz, "Predicting Self-Protections of Online Privacy," *CyberPsychology & Behavior*, Vol.11, No.5, pp.615-617, 2008.
- [20] 기소진, 이수영, "프라이버시 염려와 자기효능감에 따른 SNS 이용자 유형에 관한 탐색적 연구: 페이스북 이용자를 중심으로," *한국언론학보*, 제57권, 제1호, pp.81-110, 2013.
- [21] T. P. Liang and Y. H. Yeh, "Effect of Use Contexts on the Continuous Use of Mobile Services: The Case of Mobile Games," *Personal and Ubiquitous Computing*, Vol.15, No.2, pp.187-196, 2011.
- [22] C. Liao, P. Palvia, and J. L. Chen, "Information Technology Adoption Behavior Life Cycle: Toward a Technology Continuance Theory(TCT)," *International Journal of Information Management*, Vol.29, No.4, pp.309-320, 2009.
- [23] L. R. Wheless and J. Grotz, "Conceptualization and Measurement of Reported Self-disclosure," *Human Communication Research*, Vol.2, No.4, pp.338-346, 1976.
- [24] M. A. Stefanone and C. Y. Jang, "Writing for Friends and Family: The Interpersonal Nature of Blogs," *J. of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.1, pp.123-140, 2007.
- [25] T. Buchanan, C. Paine, A. N. Joinson, and U. D. Reips, "Development of Measures of Online Privacy Concern and Protection for Use on the Internet," *J. of the American Society for*

Information Science and Technology, Vol.58, No.2, pp.157-165, 2007.

- [26] S. Taddei and B. Contena, "Privacy, Trust and Control: Which Relationships with Online Self-disclosure?," Computers in Human Behavior, Vol.29, pp.821-826, 2013.
- [27] Y. J. Park, S. W. Campbell, and N. Kwak, "Affect, Cognition and Reward: Predictors of Privacy Protection Online," Computers in Human Behavior, Vol.28, No.3, pp.1019-1027, 2012.
- [28] Y. J. Park, "Digital Literacy and Privacy Behavior Online," Communication Research, Vol.40, No.2, pp.215-236, 2011.
- [29] N. N. Bazarova and Y. H. Choi, "Self-disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites," J. of Communication, Vol.64, No.4, pp.635-657, 2014.

## 저자 소개

### 박 남 수(Namsu Park)

정회원



- 2010년 5월 : The University of Texas at Austin, Department of Radio-TV-Film (PhD)
- 2011년 3월 ~ 현재 : 건국대학교 신문방송학과 연구전임교수

<관심분야> : 소셜네트워킹, 디지털 격차, 모바일 기술

### 백 강 희(Kanghui Baek)

정회원



- 2015년 5월 : The University of Texas at Austin School of Journalism (PhD)
- 2016년 7월 ~ 현재 : 울산과학기술원 경영학부 박사후연구원

<관심분야> : 소셜 네트워크, 사회자본, 소셜 미디어 이용과 사회정치참여, 국제커뮤니케이션