

# 개인정보 소유감을 형성하는 영향 요인에 관한 연구

## A Study on the Influential Factor of the Formation of Psychological Ownership on Personal Information

박민정 (Minjung Park) 이화여자대학교 경영학과  
채상미 (Sangmi Chai) 이화여자대학교 경영학과, 교신저자

### 요 약

오늘날 빈번하게 발생하는 각종 개인정보침해 사고의 증가는 사용자에게 자신의 의지를 바탕으로 개인정보를 통제 및 관리하고자 하는 의지를 발생시킴에 따라, 개인정보에 대한 심리적 소유감을 형성하게 하였다. 이에 본 연구는 무형의 개인정보를 실제로 소유한 것과 같이 개인이 인지하는 상태를 ‘개인정보 소유감’으로 정의하였으며, 이를 바탕으로 개인정보 소유감에 영향을 미치는 요인과의 관계를 도출하고자 한다. 또한 개인정보 소유감이 개인의 인지된 정보 프라이버시 염려에 미치는 영향을 추가적으로 살펴보는 것에 주된 연구 목적이 있다. 이를 위하여 본 연구에서는 국내 거주하는 400명을 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였으며, 수집된 데이터는 구조방정식 모형을 통하여 분석되었다. 분석 결과, 개인정보에 대한 책임감, 자기 동일성, 소속감이 각각 인지된 개인정보에 대한 소유감을 증가시키는 반면에 자기 효능감은 개인정보 소유감에 유의한 영향을 미치지 않았다. 또한 개인이 인지하는 개인정보 소유감이 증가할수록 개인의 정보 프라이버시 염려가 심화되었다. 이와 같은 본 연구의 결과는 무형의 개인정보를 유형의 자산과 같이 개인이 인지할 수 있다는 것을 밝힘에 따라, 개인정보에 대한 사용자의 심리적 소유감과 관련된 연구의 확장에 기여한다. 나아가, 본 연구는 향후 기업에서 고객의 개인정보를 효과적으로 수집 및 활용하기 위해서는 고객이 인지하는 개인정보 소유감의 이해가 선행되어야 함을 시사한다.

**키워드 :** 개인정보 소유감, 심리적 소유감, 소속감, 자기 동일성, 자기 효능감, 책임감, 프라이버시 염려

## I. 서 론

정보통신기술의 발전과 빅데이터 기술의 확산은 기업이 개인의 다양한 디지털 정보를 수집할 수 있게 하였다(구윤모 등, 2018). 이렇게 수집된 디지털 정보 중, 고객의 개인정보는 기업의 마케팅 활동, 연구 개발 등의 다양한 분야에 폭넓게 활용되고

있다. 하지만 이와 같은 기업의 개인정보 활용은 빈번한 개인정보 유·노출 사고의 원인이 됨에 따라, 개인정보에 대한 개인의 통제 및 보호 의지를 발생시켰다(김민성, 김성태, 2014; 허진성, 2010). 이에 따라, 국내 헌법재판소는 개인정보의 공개 및 이용과 같은 개인정보와 관련된 전반적인 내용을 스스로 결정할 수 있는 권리인 ‘개인정보자기결

정권'을 통하여 개인정보 주체의 권리를 보호하고 있다(이상명, 2008). 이와 유사하게 GDPR(General Data Protection Regulation, 유럽연합 개인정보보호 일반법)은 개인정보의 처리에 동의하였음에도 불구하고 개인정보에 대한 위험성을 추후에 개인이 인지한 경우, 개인정보의 삭제를 요청할 수 있는 '삭제권'을 명시하여 개인정보 주체의 권리를 인정하고 있다(문재완, 2016). 국내·외를 막론하고 이와 같은 권리는 모두 개인정보의 주체가 자율적으로 개인정보를 통제 및 관리할 수 있는 권리를 보장하는 것에 본래 목적이 있다. 하지만 직접적으로 개인정보에 '소유권'의 개념을 적용하여 법적 소유 권한을 인정한 사례는 전 세계적으로 찾아보기 힘들다.

최근 들어, 개인이 실제로 소유한 집, 자동차 등의 물리적 자산과 같이 개인정보를 소유 및 통제하려는 사람들이 증가하였다. 이는 개인정보와 관련된 빈번한 사고의 발생과 더불어 개인정보의 활용 범위가 증가함에 따라, 개인정보에 대한 사용자의 인지된 가치 및 중요성이 증가하였기 때문이다(Acquisti et al., 2015). 즉, 무형의 개인정보를 본인이 유형의 자산과 같이 소유함에 따라 개인은 타인으로부터 이를 침해 받지 않고자 하는 동시에 이를 보호하고자 하는 '심리적 소유 상태'를 경험하게 되었다. 이러한 심리적 소유감은 '특정 대상에 대하여 물리적, 합법적 권리가 보장되어 있지 않음에도 불구하고 개인이 그 대상에 대하여 느끼는 소유감'을 의미한다(Vandewalle et al., 1995). 따라서 개인이 어떤 대상에 대하여 심리적 소유감을 높게 인지할수록, 대상을 단순히 소유물로 인지하는 것이 아니라 그 대상에 대한 주인이라고 스스로 간주하여 이에 대한 애착과 몰입 및 헌신 정도는 증가하게 된다(Pierce et al., 2001). 또한 특정 대상 및 공간에 대한 개인의 심리적 소유감의 인지는 이에 대한 관심의 증가와 심리적 소유감의 지속 가능성 여부에 대한 염려를 발생시킨다(Baer and Brown, 2012). 이를 바탕으로 본 연구에서는 첫째, '사용자가 인지하는 개인정보에 대한 심리적 소유감을 형성하

는 요인은 무엇인가', 둘째, '개인정보에 대한 사용자의 심리적 소유감은 개인의 인지된 정보 프라이버시 염려와 어떠한 관계를 형성하는가'의 연구문제를 제기한다. 이와 같은 연구문제를 바탕으로 본 연구는 Avey et al.(2009)이 제시한 심리적 소유감을 형성하는 요인인 책임감(accountability), 자기 동일성(self-identity), 자기 효능감(self-efficacy), 소속감(belongingness)을 바탕으로 이들이 각각 개인정보에 대한 심리적 소유감의 형성에도 동일하게 영향을 미치는가를 밝힌다. 또한 개인정보에 대한 심리적 소유 상태의 증가가 원치 않는 개인정보의 침해 및 유·노출 등에 대한 불안감인 정보 프라이버시 염려를 증가시키는지를 추가적으로 살펴본다.

오늘날 정보 프라이버시 염려는 개인정보 분야에서 폭넓게 다루어 졌으나, 대부분의 선행 연구에서는 주로 정보 프라이버시 염려가 개인정보보호 행동 및 신기술을 비롯한 SNS 수용 의도에 영향을 미치는 선행 변수로 다루어졌다. 이와 다르게 본 연구에서는 정보 프라이버시 염려의 선행 영향 요인으로 개인정보에 대한 심리적 소유감을 제시함에 따라 향후, 개인의 정보 프라이버시 염려 수준을 낮추기 위한 방안을 마련하는데 기여한다. 이는 개인정보에 대하여 개인이 인지하는 심리적 소유감의 존재를 확인함에 따라 기업은 고객이 경험하는 개인정보의 심리적 소유 상태에 대한 적절한 이해와 이에 따른 차별화된 운영 전략 형성이 필요함을 시사한다. 향후, 개인정보에 대한 개인의 심리적 소유감은 증가할 것으로 예상됨에 따라 본 연구에서는 개인정보에 대한 심리적 소유감의 이해를 통하여 고객 정보를 활용한 온라인 마케팅 등의 성과 향상을 위한 토대를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경 및 가설 수립

### 2.1 심리적 소유감(Psychological Ownership)

심리적 소유감은 실제 내가 소유하고 있지 않은 대상에 대하여 '나의 것' 혹은 '나의 일부분'으로

느끼는 상태이다(Pierce and Jussila, 2010; Pierce *et al.*, 2001; Pierce *et al.*, 2003; Pierce *et al.*, 2004; Vandewalle *et al.*, 1995). 이러한 심리적 소유감은 반드시 공식적, 물리적인 소유를 전제로 하지 않으며, 개인이 특정 대상에 대한 오랜 관심과 책임감을 가질 때 주로 형성된다(Vandewalle *et al.*, 1995; Van Dyne and Pierce, 2004).

심리적 소유감이 갖는 개념적 특성은 선행 연구를 종합하였을 때, 다음과 같이 세 가지로 정리된다. 첫째, 심리적 소유감은 특정 대상에 대하여 ‘나의 것’으로 느껴지는 개인의 의식으로 근본적인 개인의 소유 욕구를 표현하기 위하여 형성된 심리 상태이다(Wilpert, 1991). 둘째, 심리적 소유감은 대상이 갖는 유, 무형의 형태와 관계없이 개인과 특정 대상에 대한 관계 형성을 바탕으로 발생한다(Pierce *et al.*, 2003). 개인과 대상 사이에 관계를 구축함에 따라 개인은 특정 대상과 개인의 자아는 상호 밀접한 관련성이 있다고 여기거나(Brown *et al.*, 2005) 특정 대상이 개인의 확장된 자아의 일부 분으로 간주될 때, 심리적 소유감이 발생한다(Belk, 1988; Dittmar, 1992). 셋째, 심리적 소유감은 특정 대상에 대한 개인의 다양한 감정적 요인들과 의사 결정을 위한 개인의 인지 상태가 복합적으로 구성되어 나타난 개인의 판단 과정이다.

Avey *et al.*(2009)은 특정 대상(target)에 대하여 개인이 소유하고자 하는 의지가 발생함에 따라 대상과 개인 사이의 형성된 연결성(connection)이 심리적 소유감을 발현시킨다고 밝히며 다음과 같은 요인이 개인의 심리적 소유 상태를 형성한다고 하였다. 즉, 특정 대상에 대한 개인의 내재된 심리적 요인인 책임감, 자기 동일성, 자기 효능감, 소속감의 네 가지에 의하여 개인의 심리적 소유감이 구성된다는 것이다. 심리적 소유감은 공간과 형식, 크기에 구애 받지 않음에 따라, 직장에서 기술 개발자가 선호하는 컴퓨터 프로그램 혹은 특정한 제품 디자인 등에 대해서도 형성된다(Avey *et al.*, 2009).

심리적 소유감에 대한 선행 연구를 살펴보면, 주로 조직에 대하여 개인이 인지하는 심리적 소유

감을 통하여 개인의 조직몰입, 직무만족 및 혁신적 성과가 향상됨을 밝혔다(Mayhew *et al.*, 2007; Pierce *et al.*, 2004). 구체적으로, 조직에서 개인이 인지하는 심리적 소유감은 개인의 동료지향의 조직시민행동(Organizational Citizenship Behavior for Individual)과 조직지향의 조직시민행동(Organizational Citizenship Behavior for Organization) 모두와 긍정적인 관계를 형성하였다(Avey *et al.*, 2009). 또한 조직에 대한 개인의 긍정적인 행동을 유도한 심리적 소유감은 개인이 조직에 대하여 인지하는 개인의 통제 가능 범위, 친밀도(familiarity) 및 개인이 부여한 노력과 시간에 대한 투자 양에 따라 변화되는 특징을 갖는다(Pierce *et al.*, 2003).

조직 구성원이 갖는 심리적 소유감은 조직에 존재하는 지식을 대상으로도 형성될 수 있으며, 조직 환경에서 개인의 자기효능감이 강할수록, 명성이 높을수록, 전문성 연계가 활발할수록, 외재적 보상이 강화되는 경우에 각각 증가하였으며, 이와 같은 지식 소유감은 조직에서 개인의 지식 창출 활동을 증가시켰다(강은영, 2011). 나아가 조직에서 구성원간의 지식을 공유할 때, 조직 소유감이 높은 조직 구성원들은 공유할 지식을 조직 소유로 인식하는 경향이 높은 반면에 해당 지식이 전문적이고 잠재적 가치가 높다고 판단되는 경우, 조직 구성원들은 개인의 이익에 의해 지식을 공유하였다(Jarvenpaa and Staples, 2001).

정보기술의 측면에서 해당 기술에 대한 사용자의 심리적 소유감은 사용자의 인지된 유용성과 용이성을 각각 증가시켰다(Barki *et al.*, 2008). 또한 가상세계에 대한 사용자의 심리적 소유감은 정서적 평가 정도와 더불어 가상세계 사이트의 방문 의도를 증가시켰다(Lee and Chen, 2011). 이외에 정보보안의 관점에서, 심리적 소유감을 살펴본 연구는 현재 미미한 실정이나 프라이버시에 대한 심리적 소유감이 프라이버시 노출에 따른 인지된 위험과 프라이버시 공개 의도에 미치는 영향을 살펴본 연구가 존재한다. 먼저, Kehr *et al.*(2014)은 개인의 프라이버시에 대한 심리적 소유감이 이의 인지된

위험을 증가시킨다는 연구 가설을 제기하였다. 또한, 개인정보에 대한 사용자의 심리적 소유감이 정보 공개 의도에는 유의한 영향을 미치지 못한 반면에 인지된 프라이버시 위험을 증가시켰다(Sharma and Crossler, 2014). 이외에 보호동기이론(Protection Motivation Theory) 아래에서 정보에 대하여 개인이 인지하는 심리적 소유 상태는 개인의 정보보호 행동에 유의한 영향을 미치는 동시에 개인의 내재된 집단주의 문화 성향에 따라 차이가 존재함이 밝혀졌다(Menard et al., 2018). 본 연구에서는 이와 같은 선행 연구의 결과를 바탕으로 개인정보에 대하여 사용자가 심리적 소유감을 인지할 수 있음을 가정하였으며 이에 영향을 미치는 요인과의 관계를 밝히는 것에 주된 연구목적を得는다.

최근, 개인정보와 관련된 다양한 사고의 발생이 증가함에 따라 개인정보의 안전성을 확보하기 위한 개인의 노력 및 실제 보호 행동의 빈도가 증가하였다(Baek et al., 2014). 이에 따라 본 연구에서는 개인정보의 중요성이 증가하는 오늘날의 사회적 현상이 개인정보에 대한 개인의 심리적 소유감을 형성할 것이라고 판단하였다. 이는 잦은 개인정보 침해 사고의 발생으로부터 무형의 개인정보를 개인이 지키고 타인으로부터 개인정보에 대한 자기 소유권을 인정받고자 하려는 개인의 성향에서 기인한다. 따라서 본 연구에서는 심리적 소유감을 구성하는 책임감, 자기 동일성, 자기 효능감, 소속감의 4가지의 요인이 각각 개인의 인지된 개인정보의 소유감에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

## 2.2 책임감(Accountability)

책임감은 특정 대상을 통하여 개인이 지각하는 감정과 행동이 공정 하여야 한다는 기대에서 발생한다(Lerner and Tetlock, 1999). 공정성은 개인이 특정 대상을 소유함에 따라 이에 대한 자신의 소유가 정당함을 타인으로부터 인정받는 것을 의미

한다(De Dreu and van Knippenberg, 2005). 따라서 개인은 자신이 기대하는 공정성 즉, 소유의 정당성을 확보하기 위하여 특정 대상을 보호하고자 하거나 이에 대한 소유권(ownership right)을 인정받으려고 하는 행동으로부터 책임감이 발현된다(Ghafoor et al., 2011). 이와 같은 개인의 책임감은 자신의 책무 이행 및 타인의 협조 가능성에 대한 기대를 통하여 심리적 소유감을 개인은 인지하게 된다(Avey et al., 2009). 이러한 심리적 소유감의 동기는 대상을 보호하거나 현재 상태 보다 대상을 향상시키고자 하는 개인의 긍정적 인지 상태에서 생성된다. 이는 기업지배구조의 측면에서, 경영자의 기업 소유 지분율이 높을수록 기업에 대한 경영책임을 강하게 인지시킨다는 기존의 연구와 상반된 결과를 보인다(이정화, 손성규, 2005). 따라서, 심리적 소유감은 개인이 인지하는 일반적 소유 의식과는 다르다는 점을 추론할 수 있다. 이는 투자자 혹은 경영자의 기업에 대한 소유권은 공식적으로 인정되는 절차가 수반됨에 따라, 개인의 지각된 소유권이 책임감에 영향을 주는 반면에 특정 대상에 대하여 소유 상태를 입증할 수 없거나 실제로 소유하지 않았음에도 불구하고 개인이 이를 소유하였다고 인지하는 심리적 소유 상태와는 구분된다. Avey et al.(2009)은 심리적 소유감은 대상을 안전하게 보호하고자 하려는 동기 및 이에 대한 타인으로부터 개인의 소유권을 인정받으려는 의지에서부터 생성되는 것으로 제시하였다.

조직에 대한 높은 심리적 소유감을 지닌 조직구성원은 그렇지 않은 구성원에 비하여 조직에 대한 강한 자기희생(self-sacrifice) 및 봉사정신(stewardship)의 행동을 보인다(Pierce et al., 2003). 즉, 심리적 소유감이 높은 사람은 자신의 일에 대한 책임감 회피를 최소화하고, 대상을 보호하고자 하는 일에 적극적으로 책임감을 발휘하여 조직 성과 증진에 긍정적인 역할을 한다(Ghafoor et al., 2011; Pierce et al., 2001; Pierce et al., 2003). 따라서 본 연구에서는 개인정보를 보호하려는 개인의 의지 및 자신의 개인정보에 대한 소유권을 인정받고자 하는 개인

정보에 대한 책임을 높게 인지할수록 개인정보에 대한 심리적 소유감이 증가할 것이라는 다음의 첫 번째 가설을 제시한다.

H1: 개인정보에 대한 책임감(accountability)이 증가할수록 개인의 인지된 개인정보 소유감은 증가할 것이다.

### 2.3 자기 동일성(Self-Identity)

자기 동일성은 개인의 자아개념을 구성하는 심리적 구성요소이다(Ashforth and Mael, 1989). 자기 동일성은 개인이 유형의 소유물 혹은 조직 및 목적과 같은 무형의 대상과의 내적 상호 작용 함에 따라 확립되거나 유지 및 변형된다(Dittmar, 1992; Rousseau, 1998). 따라서 자기 동일성은 개인이 유·무형의 상징적인 대상을 자기 자신과 동일시하며 이를 스스로 본인으로 정의하고자 하는 성향이다(Belk, 1988). 이를 바탕으로 본 연구에서는 개인정보에 대한 개인의 자기 동일성은 자기 스스로와 개인정보를 동일시하는 정도로 정의하였다. 즉, 개인정보를 통하여 개인을 표현할 수 있다고 인지하는 상태이며 개인정보의 상징 가능성에 대한 믿음 정도이다.

심리적 소유감은 앞서 언급한 바와 같이 소유의 대상이나 그 일부를 자신의 것으로 느끼는 상태 혹은 소유한 대상을 자신의 확장된 자아로 느끼는 상태이다(Avey et al., 2009; Pierce et al., 2003). 따라서 조직의 환경에서 이에 대한 구성원의 심리적 소유감은 조직에 대한 애착에서 시작되는 동시에 개인의 헌신과 몰입을 유발한다(O'Reilly and Chatman, 1986). 이를 통하여 개인은 자신의 정체성을 강화하며, 개인의 목표 대상인 조직에 대한 깊은 자아 정체성을 수립하여 조직을 개인의 확장된 자아로 표현하고자 한다(Cram and Paton, 1993). 따라서 개인은 특정 대상과 자기 자신의 동일시 정도를 크게 지각할수록 심리적 소유감 역시 증가할 것이다. 이에 본 연구에서는 개인정보에 대하여 개인과 동

일시하는 정도가 커질수록 개인이 인지하는 개인정보에 대한 심리적 소유감은 증가한다는 다음의 가설을 제기한다.

H2: 개인정보에 대한 자기 동일성(self-identity) 정도가 증가할수록 개인의 인지된 개인정보 소유감은 증가할 것이다.

### 2.4 자기 효능감(Self-Efficacy)

특정 대상을 소유(possess)하고자 하는 개인의 의지는 대상에 대한 개인의 통제 가능성에 따라 달라진다(Isaacs, 2013). 개인은 자신이 보유한 통제 능력을 통하여 대상에 대한 영향력을 발휘하여 본래 개인이 의도한 목적을 달성하는 경우, 이에 따른 만족 및 성취감을 인지하게 된다(Beggan, 1991). 이러한 성취감의 주요 원인에는 특정 대상에 대하여 개인이 통제력(controlling the target)을 발휘할 수 있다고 느끼는 자신감(self-confidence)인 자기 효능감이 존재한다(Pierce et al., 2001). 따라서 개인은 스스로 목적을 달성하여 성취감을 지속적으로 얻기 위하여 개인의 자기 효능감을 반복하여 경험하고자 한다(White, 1959). 지속적인 자기 효능감의 운용 의지는 특정 대상에 대한 실제 소유 동기가 되며 나아가 대상에 대한 심리적 소유감을 유발한다(Pierce et al., 2001). 따라서 자기 효능감은 개인이 보유한 지식 및 능력을 적절히 활용할 수 있는 역량에 대한 개인의 믿음으로 정의할 수 있다(Bandura, 1986).

정보보안에 대한 개인의 자기 효능감은 원치 않는 정보 유출 혹은 개인의 동의가 수반되지 않은 정보의 수정 및 변형으로부터 정보를 보호할 수 있는 능력에 대한 개인의 믿음이다(Rhee et al., 2009). 이러한 개인의 정보보안에 대한 자기 효능감은 관련 태도 및 행동에 모두 유의한 영향을 미친다. 정보보안에 대한 개인의 자기 효능감이 증가할수록 정보보안의 중요성을 높게 인지하였으며(Chai et al., 2006), 정보보안 행동 의도 역시 함

게 증가하였다(Bulgurcu *et al.*, 2010; Johnston and Warkentin, 2010; Siponen *et al.*, 2014). 즉, 개인이 인지하는 자기 효능감이 높을수록, 조직 구성원의 행동 및 업무 처리 능력에 대한 스스로의 확신이 강하고 일을 성공적으로 이행할 수 있다는 신념은 증가한다(Stajkovic and Luthans, 1998).

본 연구에서는 개인의 의지에 따라 외부의 위협으로부터 개인정보를 스스로 보호할 수 있는 능력에 대한 자신감의 정도 혹은 개인정보 침해에 따른 적절한 조치 및 대응을 취할 수 있는 개인의 확신에 대한 신념을 개인정보에 대한 자기 효능감으로 정의하였다. 즉, 개인이 인지하는 개인정보 보호 능력에 대한 스스로의 자신감이다. 이를 바탕으로 본 연구는 개인정보에 대한 자기 효능감이 증가할수록 개인정보에 대한 심리적 소유감이 증가한다는 가설을 제시한다.

H3: 개인정보에 대한 자기 효능감(self-efficacy)이 증가할수록 개인의 인지된 개인정보 소유감은 증가할 것이다.

## 2.5 소속감(Sense of Belongingness)

개인의 소속감은 장소나 대상에 대하여 개인이 느끼는 욕구 중 하나로, 장소나 대상에 대한 단순한 물질적 소유 욕구를 넘어선 감정이다(Ghafoor *et al.*, 2011). 무형의 공간 및 장소에 대하여 개인이 느끼는 소유 욕구는 인간의 근본적인 심리 욕구로 유형의 대상에 대한 소유 욕구보다 강한 경향이 있다(Duncan, 1981).

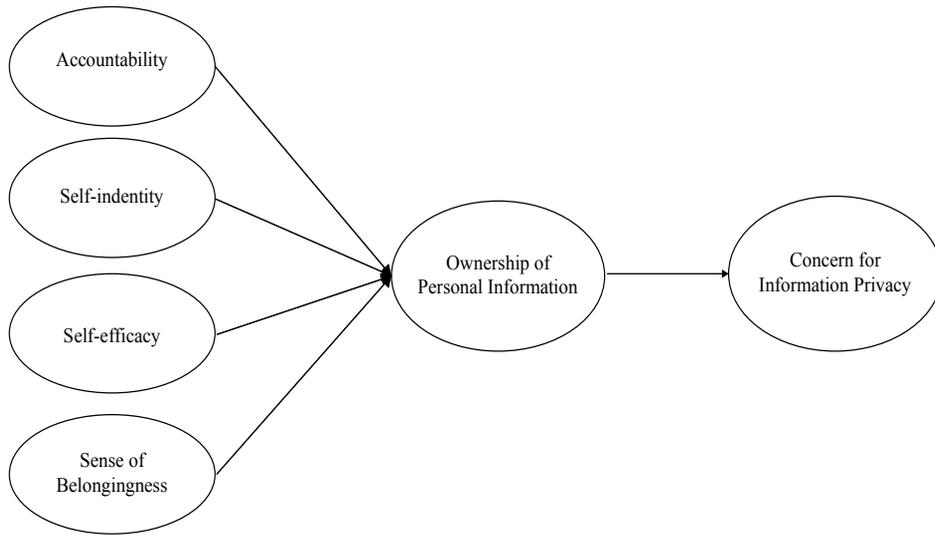
개인은 자신이 속한 조직 및 사회, 국가 등에 대하여 소속감을 경험한다. 조직에 대한 구성원의 소속감은 개인이 조직의 공간 또는 조직 자체에 대한 애착을 경험함에 따라, 개인이 특정 조직 및 공간에 소속되어 있다고 느끼는 감정이다(Pierce *et al.*, 2001). 이러한 조직 구성원의 소속감이 충족될 때, 개인은 스스로를 조직에 대한 주인인 것처럼 느끼게 되어 조직에 대한 심리적 소유감

을 경험하는 것이다(Avey *et al.*, 2009; Pierce *et al.*, 2003). 특정한 직무, 작업 과정 및 개인이 만들어 낸 제품, 서비스 등과 같은 성과물 등에 대해서도 개인은 소속감을 인지한다(Pierce and Jussila, 2010). 이에 따라 본 연구에서는 조직, 사회 등과 같이 개인이 속한 공간적 대상이 아니라 개인정보를 대상으로도 개인이 소속감을 인지할 수 있다고 가정하였다. 개인정보에 대한 강한 소속 의식은 개인정보가 자신에게 소속되어 있다고 믿는 정도이다. 따라서 자신의 개인정보가 타인과 공유되는 과정에서 개인이 불안함을 느끼는 경우, 개인정보에 대한 개인의 소속감이 발현되었다고 볼 수 있다. 개인정보에 대한 개인의 높은 소속감은 자신의 개인정보가 개인에게 분명하게 소속되어 있다고 확신하는 경우이다. 이와 같은 개인정보에 대한 소속감은 자신의 개인정보에 대한 관심 및 애착을 바탕으로 형성된다. 따라서 개인정보에 대하여 개인이 경험하는 소속 의식 정도가 커질수록 개인정보에 대한 소유감이 증가한다는 다음의 가설을 제기한다.

H4: 개인정보에 대한 소속감(sense of belongingness)이 증가할수록 개인의 인지된 개인정보 소유감은 증가할 것이다.

## 2.6 정보 프라이버시 염려(Concern for Information Privacy)

정보 프라이버시는 개인정보가 타인에 의하여 유출 혹은 남용되는 것을 방지하기 위하여 스스로 개인정보를 통제하고자 하는 자기결정권을 보장하는 개념이다(Buchanan *et al.*, 2007; Lee and Lee, 2009). 정보 프라이버시 염려는 어떠한 대상이 개인정보를 수집 및 보유하여 안전하게 관리할 수 있는지에 대한 여부로, 이의 실패 가능성에 대한 두려움이다(Smith *et al.*, 2011). 즉, 정보 프라이버시 염려는 자발적 혹은 비자발적으로 개인정보가 노출됨에 따라 수반되는 프라이버시 상실 가능성



〈그림 1〉 Research Model

에 대한 개인의 불안한 상태이다(Taddicken, 2014). 개인이 경험하는 정보 프라이버시 염려는 동일한 온라인 환경에서 개인의 특성에 따라 다르게 나타난다(Culnan and Armstrong, 1999).

IUIPC(Internet Users Information Privacy Concerns)는 인터넷 사용자가 개인정보 노출에 대한 염려를 수집, 통제, 인지의 세 가지 차원으로 구분하여 살펴본 정보 프라이버시 염려 모델이다(Malhotra *et al.*, 2004). 정보 프라이버시 염려는 과도한 양의 개인정보가 온라인 환경에서 수집 및 저장(collection), 단일한 목적으로 수집된 개인정보가 본래의 목적 이외에 다른 용도로 활용되는 등의 2차적 사용(secondary use), 개인에 관한 정보가 제 3자에게 불법적인 이용 및 접근 가능성 등의 비허가된 접근(untauthorized access), 개인정보 제공 과정에서 발생할 수 있는 오류를 제대로 개인 스스로가 확인 수정할 수 있는가에 대한 오류(error)의 염려로 각각 구분된다(Smith *et al.*, 1996).

본 연구는 개인정보에 대하여 개인이 인지하는 심리적 소유감이 증가할수록 정보 프라이버시에 대한 개인의 염려가 증가할 것이라는 가설을 제기한다. 이는 심리적으로 소유한 대상(psychological

possessions)에 대하여 개인이 강한 유대감(strong bonds)을 형성할수록 이에 대한 개인의 관심 및 염려는 증가하기 때문이다(Dipboye, 1977; Korman, 1970). 이러한 관심과 염려는 특정 대상에 대하여 개인이 시간과 비용 등을 투자하게 하여, 이를 지속적으로 관리 및 소유하고자 하는 심리적 소유감을 발생시킨다(Baer and Brown, 2012).

**H5:** 개인의 인지된 개인정보 소유감이 증가할수록 정보 프라이버시 염려는 증가할 것이다.

〈그림 1〉은 본 연구의 연구 모형이다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 3.1 데이터 수집

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 (주)글로벌리서치를 통하여 국내에 거주하는 성인 400명을 대상으로 온라인 설문조사를 수행하였다. 연구 분석에 사용된 응답자의 인구통계학적 특징은 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 Demographic Characteristics

Construct	Items	Frequency(%)
성별	남성	200(50.0)
	여성	200(50.0)
연령	20~29	100(25.0)
	30~39	100(25.0)
	40~49	101(25.2)
	50세 이상	99(24.8)
교육 수준	중졸	4(1.00)
	고졸	75(18.8)
	대졸	294(73.5)
	대학원졸	27(6.7)
직업	학생	30(7.5)
	회사원	219(54.8)
	전문직	30(7.5)
	자영업	36(9.0)
	기타	85(21.2)
Total		400(100.0)

### 3.2 측정 도구의 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구는 개인정보에 대한 개인의 책임감, 자기 동일성, 자기 효능감, 소속감이 개인정보 소유감에 미치는 영향을 도출하고 추가적으로 개인의 인지된 개인정보에 대한 소유감이 정보 프라이버시 염려와의 관계를 밝힌다. 이를 위하여 총 6가지 요인에 대한 설문 문항을 구성하였다. 해당 설문 문항은 선행 연구들을 기반으로 다음의 <표 2>와 같이 구성되었으며, 본 연구의 목적에 부합하도록 일부 문항에 대해서는 수정 작업을 실시하였다. 모든 문항은 리커트 7점 척도로 이루어졌다.

구성된 설문 문항을 바탕으로 확인적 요인 분석을 수행하여 신뢰도와 타당성을 검증하였다. 본 연구의 설문 문항과 같이 여러 항목들을 이용하여 동일한 개념을 측정하는 경우, 내적 일관성을 평가하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$ 를 활용한다. 일반적

〈표 2〉 Questionnaire Items

Factor	Questionnaire
Accountability	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 나의 개인정보를 보호하는 것은 나의 책임이다.</li> <li>· 나는 개인정보의 침해 위협으로부터 나의 개인정보를 보호하여야 한다.</li> <li>· 나의 개인정보를 보호하기 위하여 내가 노력하지 않으면, 나의 개인정보는 침해당할 것이다.</li> </ul>
Self-identity	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 나의 개인정보는 나의 특성을 나타내는 정보이다.</li> <li>· 나의 개인정보를 통해서 타인은 내가 누구인지 알 수 있다.</li> <li>· 나의 개인정보를 안전하게 지키는 것은 나 자신을 보호하는 일이다.</li> </ul>
Self-efficacy	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 나는 나의 개인정보가 유출되지 않도록 관리할 수 있다.</li> <li>· 나는 개인정보가 유출되면 이를 파악하고 이에 상응하는 조치를 취할 수 있다.</li> <li>· 나는 나의 개인정보를 보호할 수 있는 방법들을 충분히 알고 있다.</li> <li>· 나는 나의 개인정보를 보호하기 위한 예방 수칙들을 꾸준히 지킬 수 있다.</li> </ul>
Sense of Belongingness	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 나의 개인정보는 나의 일부분이다.</li> <li>· 나는 나의 개인정보가 타인과 공유될 때 불안하다.</li> <li>· 나는 나의 개인정보는 타인의 정보가 될 수 없다고 생각한다.</li> </ul>
Ownership of Personal Information	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 나의 개인정보는 나에게 있어 중요한 의미를 갖는다.</li> <li>· 나의 개인정보에 대한 주체는 나 자신이다.</li> <li>· 나의 개인정보는 나의 것이다.</li> <li>· 나의 개인정보와 관련된 모든 활동(웹사이트 제공 여부, 보호 행위 등)의 선택 권리는 나에게 있다.</li> </ul>
Concern for Information Privacy	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 나는 웹사이트에 나의 개인정보를 제공할 때, 타인의 접근이 가능할까 걱정된다.</li> <li>· 나는 온라인 환경에서 나의 개인정보가 타인에게 노출될까 걱정된다.</li> <li>· 나는 온라인 환경에서 나의 개인정보가 나의 동의없이 이용될까 걱정된다.</li> </ul>

으로 수용 가능한 신뢰성은 Cronbach's  $\alpha$ 는 0.7을 기준으로 평가되기 때문에(Kim and Ryu, 2011; Nunnally and Bernstein, 1978) 본 연구에서 사용한 문항은 신뢰도를 확보하였다. 구조방정식 모형의 집중타당도는 복합 신뢰도(CR: Composite Reliability)와 평균분산추출(AVE: Average Variance Extracted)을 바탕으로 판단한다. 복합 신뢰도는 해당 값이 0.7 이상, 평균분산추출은 0.5 이상을 기준값으로 판단함에 따라(Fornell and Larcker, 1981) 타당성 역시 확보되었다. 본 연구에서 사용

된 총 20개의 문항에 대한 각각의 신뢰도 및 타당성의 자세한 결과는 <표 3>을 통하여 제시한다.

판별타당성은 구성개념 간의 상관계수 값의 대각선 축에 표시되는 AVE의 제곱근 값이 다른 구성개념 간의 상관계수 값을 기준으로 높은가의 여부로 검증한다(김준영, 김태성, 2018). 본 연구에서 판별타당성 분석을 수행한 결과, 평균분산추출 값이 모두 상관관계 제곱근보다 크에 따라 타당성을 확보하였다. 자세한 분석 결과는 <표 4>를 통하여 확인할 수 있다.

<표 3> Result of Construct Validity and Reliability

Factor	Items	Factor loading	Cronbach's $\alpha$	CR	AVE
Accountability(AC)	AC1	0.733	0.786	0.872	0.696
	AC2	0.889			
	AC3	0.872			
Self-identity(SI)	SI1	0.855	0.811	0.887	0.723
	SI2	0.821			
	SI3	0.873			
Self-efficacy(SE)	SE1	0.821	0.877	0.908	0.712
	SE2	0.811			
	SE3	0.834			
	SE4	0.907			
Sense of Belongingness(SB)	SB1	0.863	0.707	0.834	0.630
	SB2	0.871			
	SB3	0.822			
Ownership of Personal Information(OPI)	OPI1	0.873	0.900	0.930	0.769
	OPI2	0.889			
	OPI3	0.856			
	OPI4	0.849			
Concern for Information Privacy(CIP)	CIP1	0.915	0.913	0.945	0.852
	CIP2	0.936			
	CIP3	0.918			

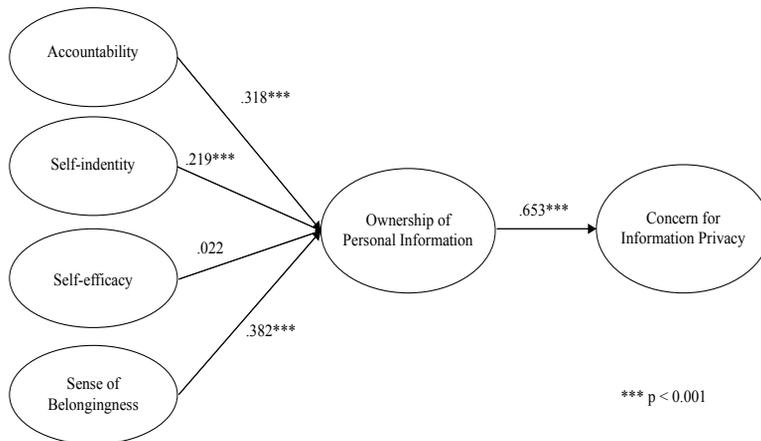
<표 4> Result of Discriminant Validity

Factors	AC	SI	SE	SB	OPI	CIP
AC	0.8341					
SI	0.5386	0.8501				
SE	0.3104	0.1980	0.8440			
SB	0.5292	0.6523	0.1665	0.7940		
OPI	0.6447	0.6349	0.2276	0.6969	0.8768	
CIP	0.4277	0.5247	0.0770	0.6653	0.6533	0.9230

### IV. 가설 검증 결과

본 연구는 개인정보 소유감이 개인정보에 대한 개인의 인지된 책임감, 자기 동일성, 자기 효능감, 소속감이 각각 미치는 영향을 파악하고자 앞서 제시한 <그림 1>과 같은 연구 모형을 구축하였다. 이와 더불어 개인이 지각하는 개인정보에 대한 소유감과 정보 프라이버시 염려의 관계를 추가적으로 검증하고자 한다. 이에 따라 수립된 연구 가설을 검증하고자 본 연구는 구조방정식 모형 (Structural Equation Modeling)을 이용하였으며, 모형 분석은 Smart PLS 3.7을 이용하였다. 분석 결과, 개인정보에 대한 개인의 책임감( $\beta = .318 p < 0.001$ ), 자기 동일성( $\beta = .210 p < 0.001$ ) 및 소속감 ( $\beta = .382 p < 0.001$ ) 이 증가할수록 인지된 개인정보 소유감이 증가함에 따라, H1, H2, H4는 각각 채택되었다.

반면에 자기 효능감은 개인의 인지된 개인정보 소유감에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나, H3은 기각되었다. 그러나 개인이 인지하는 자기 효능감이 개인정보보호 인식, 개인정보보호 행동 의도를 향상시킨 연구 결과가 다수 존재 한다(Chai et al., 2006; 배재권, 2016). 다수의 선행 연구 결과를 종합하였을 때, 개인정보보호 맥락에서 개인의 자기 효능감은 개인의 특성 및 주어진 환경, 상황 등에 따라 다르게 나타남을 확인할 수 있다. 개인정보에 대한 개인의 심리적 소유감을 강하게 인지할수록 정보 프라이버시에 대한 개인의 염려가 증가하였다 ( $\beta = .653 p < 0.001$ ). 즉, 개인정보에 대한 개인의 심리적 소유 의식이 강할수록, 개인의 원치 않는 개인정보의 유출 및 노출 등에 대한 불안함은 증가한다. 최종적으로, 구조 모형 분석을 통해 나타난 결과를 정리하면 다음의 <그림 2>와 <표 5>와 같다.



<그림 2> Research Results

<표 5> Summary of Hypothesis Tests

	Path	Path Coefficients	t-value	SD	Result
H1	Accountability → Ownership	0.318***	6.377	0.050	supported
H2	Self-identity → Ownership	0.219***	4.821	0.046	supported
H3	Self-efficacy → Ownership	0.022	0.679	0.032	Not supported
H4	Sense of Belongingness → Ownership	0.382***	6.899	0.055	supported
H5	Ownership → Concern	0.653***	17.134	0.038	supported

## V. 결 론

본 연구에서는 개인정보를 개인이 소유한 유형의 대상과 동일하게 간주하여 이를 자신의 의지에 따라 통제 및 관리하고자 하는 심리적 상태를 ‘개인정보 소유감’으로 정의하였다. 또한 이의 형성에 책임감, 자기 동일성, 소속감이 유의한 영향을 주며, 개인이 지각하는 개인정보 소유감이 강화될수록, 정보 프라이버시 염려가 증가하는 것을 밝혔다. 이와 같은 연구 결과를 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 시사점을 기대할 수 있다.

첫째, 본 연구는 선행 연구에서 주로 살펴보았던 조직, 직무, 정보기술뿐만 아니라 개인정보에 대해서도 개인이 심리적 소유감을 형성할 수 있음을 실증적으로 밝혔다. 특히, Avey *et al.*(2009)이 제시한 심리적 소유감의 형성 요인인 개인의 책임감, 자기 동일성, 자기 효능감, 소속감을 중심으로 살펴봄에 따라, 무형의 개인정보에 대해서도 개인이 유형의 자산과 같이 ‘나의 것’으로 인지할 수 있다는 결과를 도출하였다. 이는 ‘개인정보 소유감’의 토대 연구로서 관련 연구의 범위를 확장시킨다. 이를 바탕으로, 향후 연구에서는 개인정보의 특징을 고려하여 심리적 소유감을 형성하는 요인을 추가적으로 도출하여 영향 관계를 밝힐 예정이다. 특히, 본 연구에서는 개인정보에 대한 자기 효능감이 개인정보의 심리적 소유 상태에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타남에 따라, 개인정보에 대한 개인의 통제 능력, 개인정보에 대한 인식 정도 등과 같은 요인을 고려할 예정이다. 나아가 개인이 속한 조직 및 직무와 다르게 개인정보는 본인이 원치 않는 유출 및 침해의 가능성이 존재하며, 유출되는 경우 개인의 경제적, 사회적 피해가 발생할 수 있다는 특징이 있다. 따라서 개인정보 유출 가능성에 따른 개인의 인지된 위험성 등이 개인정보에 대한 심리적 소유 상태에 영향을 줄 것으로 판단되어 이를 반영하고자 한다.

둘째, 본 연구는 고객의 프라이버시 염려를 완화시키기 위한 방법으로 기업은 개인정보에 대한

고객의 심리적 소유 상태의 반영 필요성을 시사한다는 점에서 실무적 의의를 갖는다. 이는 본 연구에서 개인정보에 대한 심리적 소유감이 정보 프라이버시 염려에 영향을 줄을 밝힘에 따라 기업이 전략 형성과정에서 고객의 정보 프라이버시 염려와 개인정보 소유감의 관계를 반영할 필요성을 제시하였기 때문이다. 오늘날, 고객의 개인정보는 기업의 온라인 마케팅, 신제품 개발 및 판촉전략 등 다양한 분야에 활용됨에 따라, 풍부한 개인정보를 확보할수록 기업의 경영활동은 용이해진다(Nam *et al.*, 2006). 따라서, 기업은 개인이 인지하는 정보 프라이버시 염려를 낮추기 위한 방법으로 고객이 경험하는 개인정보에 대한 소유 상태를 반영하는 것은 기업의 고객 정보를 수집을 용이하게 하는 동시에 기업의 경영 활동 전반에 긍정적으로 작용할 것으로 판단된다.

셋째, 개인정보의 상업적 거래에 대한 논의가 전 세계적으로 시작됨에 따라 개인정보에 대한 개인의 심리적 소유감을 파악하는 것은 개인정보의 가치 책정에 기반이 된다. 국내에서는 이미 제한적으로 금융 관련 개인정보의 상업적 거래가 허용되었기 때문에 개인정보의 적절한 가치를 산출하여 이에 따른 경제적 금액을 도출하기 위한 시도가 시작되었다(한경닷컴, 2018. 3). 이와 같은 개인정보의 가치를 평가하는 과정에서, 개인이 인지하는 개인정보에 대한 주인의식, 즉, 심리적 소유감은 영향을 줄 수밖에 없다. 본 연구 결과를 바탕으로 살펴보았을 때, 개인이 체감하는 개인정보의 심리적 소유 상태가 증가할수록 개인이 평가하는 개인정보의 가치는 커질 것으로 예상됨에 따라 이는 개인정보를 제공하는 고객과 이에 상응하는 서비스를 제공하는 기업 모두 만족하는 적절한 개인정보 가치의 합의 기준을 형성하는 토대가 된다.

본 연구는 개인정보에 대하여 개인이 인지하는 심리적 소유감이 존재함을 밝힘에 따라, 향후 연구를 다음과 같이 진행하여 본 연구가 지닌 한계점을 보완할 예정이다. 먼저, 앞서 언급한 바와 같이

개인정보의 특징을 고려하여 개인정보의 심리적 소유 상태에 영향을 미치는 요인을 추가적으로 도출하여 형성 요인을 다각화하고자 한다. 또한 이를 바탕으로 개인정보에 대한 심리적 소유 상태가 개인의 개인정보 제공 의도 및 개인정보보호를 위한 정책 준수 의도에 미치는 영향을 향후 연구에서 살펴볼 예정이다.

## 참고 문헌

- [1] 강은영, 광기영, “지식소유감이 지식생산태도에 미치는 영향”, *지식경영연구*, 제18권, 제1호, 2011, pp. 1-24.
- [2] 구윤모, 홍성우, 김범수, “개인의료정보 자기결정권 행사 의도에 영향을 미치는 요인”, *Information Systems Review*, 제20권, 제1호, 2018, pp. 159-177.
- [3] 김민성, 김성태, “개인정보 노출이 잊혀질 권리 수용 의도에 미치는 영향에 관한 연구”, *한국언론학보*, 제58권, 제2호, 2014, pp. 307-336.
- [4] 김준영, 김태성, “누가 보안에 더 신경을 쓰는가?: 성격특성이 PC 보안의도에 미치는 영향”, *Information Systems Review*, 제20권, 제1호, 2018, pp. 99-114.
- [5] 문재완, “유럽연합(EU) 개인정보보호법의 특징과 최근 발전”, *외법논집*, 제40권, 2016, pp. 1-18.
- [6] 배재권, “빅데이터 환경에서 개인정보유출 위험이 정보보호행위에 미치는 영향에 관한 연구”, *e-비즈니스연구*, 제17권, 제3호, 2016, pp. 191-208.
- [7] 이상명, “개인정보자기결정권의 헌법적 근거에 관한 고찰”, *공법연구*, 제36권, 2008, pp. 225-248.
- [8] 이정화, 손성규, “기업지배구조와 회계정보공시와의 관계에 대한 실증연구”, *회계학연구*, 제30권, 제3호, 2005, pp. 33-69.
- [9] 한국경제, “박신영, 금융관련 개인정보 상업적 거래 허용해야 하나”, 2018. 03. 30, Available at <http://news.hankyung.com/article/2018033084801>.
- [10] 허진성, “SNS의 개인정보 침해문제와 그 대응방안에 관한 연구”, *언론과법*, 제9권, 제2호, 2010, pp. 75-103.
- [11] Acquisti, A., L. Brandimarte, and G. Loewenstein, “Privacy and human behavior in the age of information”, *Science*, Vol.347, No.6221, 2015, pp. 509-514.
- [12] Ashforth, B. E. and F. Mael, “Social identity theory and the organization”, *Academy of Management Review*, Vol.14, No.1, 1989, pp. 20-39.
- [13] Avey, J. B., B. J. Avolio, C. D. Crossley, and F. Luthans, “Psychological ownership: Theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes”, *Journal of Organizational Behavior*, Vol.30, No.2, 2009, pp. 173-191.
- [14] Baek, Y. M., E. Kim, and Bae, Y., “My privacy is okay, but theirs is endangered: Why comparative optimism matters in online privacy concerns”, *Computers in Human Behavior*, Vol.31, 2014, pp. 48-56.
- [15] Baer, M. and G. Brown, “Blind in one eye: How psychological ownership of ideas affects the types of suggestions people adopt”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.118, No.1, 2012, pp. 60-71.
- [16] Bandura, A., “The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory”, *Journal of Social and Clinical Psychology*, Vol.4, No.3, 1986, pp. 359-373.
- [17] Barki, H., G. Paré, and C. Sicotte, “Linking IT implementation and acceptance via the construct of psychological ownership of information technology”, *Journal of Information Technology*, Vol.23, No.4, 2008, 269-280.

- [18] Beggan, J. K., "Using what you own to get what you need: The role of possessions in satisfying control motivation", *Journal of Social Behavior and Personality*, Vol.6, No.6, 1991, pp. 129-146.
- [19] Belk, R. W., "Possessions and the extended self", *Journal of Consumer Research*, Vol.15, No.2, 1988, pp. 139-168.
- [20] Brown, G., T. B. Lawrence, and S. L. Robinson, "Territoriality in organizations", *Academy of Management Review*, Vol.30, No.3, 2005, pp. 577-594.
- [21] Buchanan, T., C. Paine, A. N. Joinson, and U. Reips, "Development of measures of online privacy concern and protection for use on the Internet", *Journal of the Association for Information Science and Technology*, Vol.58, No.2, 2007, pp. 157-165.
- [22] Bulgurcu, B., H. Cavusoglu, and I. Benbasat, "Information security policy compliance: An empirical study of rationality-based beliefs and information security awareness", *MIS Quarterly*, Vol.34, No.3, 2010, pp. 523-548.
- [23] Chai, S., S. Bagchi-Sen, C. Morrell, H. R. Rao, and S. Upadhyaya, "Role of perceived importance of information security: An exploratory study of middle school children's information security behavior", *Issues in Informing Science & Information Technology*, Vol.3, 2006, pp. 127-135.
- [24] Cram, F. and H. Paton, "Personal possessions and self-identity: The experiences of elderly women in three residential settings", *Australasian Journal on Ageing*, Vol.12, No.1, 1993, pp. 19-24.
- [25] Culnan, M. J. and P. K. Armstrong, "Information privacy concerns, procedural fairness, and impersonal trust: An empirical investigation", *Organization Science*, Vol.10, No.1, 1999, pp. 104-115.
- [26] De Dreu, C. K. and D. van Knippenberg, "The possessive self as a barrier to conflict resolution: effects of mere ownership, process accountability, and self-concept clarity on competitive cognitions and behavior", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.89, No.3, 2005, pp. 345-357.
- [27] Dipboye, R. L., "A critical review of Korman's self-consistency theory of work motivation and occupational choice", *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol.18, No.1, 1977, pp. 108-126.
- [28] Duncan, N. G., "Home ownership and social theory", *Housing and Identity: Cross-cultural Perspectives*, Vol.98, 1981, pp. 98-134.
- [29] Fornell, C. and D. F. Larcker, "Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics", *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.3, 1981, pp. 382-388.
- [30] Ghafoor, A., T. M. Qureshi, M. A. Khan, and S. T. Hijazi, "Transformational leadership, employee engagement and performance: Mediating effect of psychological ownership", *African Journal of Business Management*, Vol.5, No.17, 2011, pp. 73-91.
- [31] Jarvenpaa, S. L. and D. S. Staples, "Exploring perceptions of organizational ownership of information and expertise", *Journal of Management Information Systems*, Vol.18, No.1, pp. 151-183.
- [32] Johnston, A. C. and M. Warkentin, "Fear appeals and information security behaviors: An empirical study", *MIS Quarterly*, 2010, Vol.34, No.3, pp. 549-566.
- [33] Kehr, F., D. Wentzel, and T. Kowatsch, "Privacy paradox revised: Pre-existing attitudes, psychological ownership, and actual disclosure", *Thirty Fifth International Conference on Information Systems*, Auckland, 2014.
- [34] Kim, S. S. and S. W. Ryu, "Structural relationships among factors to adoption of telehealth service",

- Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol.21, 2011, pp. 71-96.
- [35] Korman, A. K., "Toward an hypothesis of work behavior", *Journal of Applied Psychology*, Vol.54, No.1, 1970, pp. 31-41.
- [36] Lee, G. and W. J. Lee, "Information privacy and reactance in online profiling", *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol.19, No.4, 2009, pp. 29-45.
- [37] Lee, Y. and A. N. Chen, "Usability design and psychological ownership of a virtual world", *Journal of Management Information Systems*, Vol.28, No.3, 2011, pp. 269-308.
- [38] Lerner, J. S. and P. E. Tetlock, "Accounting for the effects of accountability", *Psychological Bulletin*, Vol.125, No.2, 1999, pp. 255-275.
- [39] Malhotra, N. K., S. S. Kim, and J. Agarwal, "Internet users' information privacy concerns (IUIPC): The construct, the scale, and a causal model", *Information Systems Research*, Vol.15, No.4, 2004, pp. 336-355.
- [40] Mayhew, M. G., N. M. Ashkanasy, T. Bramble, and J. Gardner, "A study of the antecedents and consequences of psychological ownership in organizational settings", *The Journal of Social Psychology*, Vol.147, No.5, 2007, pp. 477-500.
- [41] Menard, P., M. Warkentin, and P. B. Lowry, "The impact of collectivism and psychological ownership on protection motivation: A cross-cultural examination", *Computers & Security*, Vol.75, 2018, pp. 147-166.
- [42] Nam, C., C. Song, E. L. Park, and E. Lee, "Consumers' privacy concerns and willingness to provide marketing-related personal information online", *Association for Consumer Research*, Vol.33, 2006, pp. 212-217.
- [43] Nunnally, J. C. and I. H. Bernstein, *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, New York, 1978.
- [44] O'Reilly, C. A. and J. Chatman, "Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior", *Journal of Applied Psychology*, Vol.71, No.3, 1986, pp. 492-499.
- [45] Phelps, J., G. Nowak, and E. Ferrell, "Privacy concerns and consumer willingness to provide personal information", *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol.19, No.1, 2000, pp. 27-41.
- [46] Pierce, J. L. and I. Jussila, "Collective psychological ownership within the work and organizational context: Construct introduction and elaboration", *Journal of Organizational Behavior*, Vol.31, No.6, 2010, pp. 810-834.
- [47] Pierce, J. L., M. P. O'driscoll, and A. Coghlan, "Work environment structure and psychological ownership: The mediating effects of control", *The Journal of Social Psychology*, Vol.144, No.5, 2004, pp. 507-534.
- [48] Pierce, J. L., T. Kostova, and K. T. Dirks, "The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research", *Review of General Psychology*, Vol.7, No.1, 2003, pp. 84-107.
- [49] Pierce, J. L., T. Kostova, and K. T. Dirks, "Toward a theory of psychological ownership in organizations", *Academy of Management Review*, Vol.26, No.2, 2001, pp. 298-310.
- [50] Rhee, H., C. Kim, and Y. U. Ryu, "Self-efficacy in information security: Its influence on end users' information security practice behavior", *Computers & Security*, Vol.28, No.8, 2009, pp. 816-826.
- [51] Rousseau, D. M., "Why workers still identify with organizations", *Journal of Organizational Behavior*, Vol.19, No.3, 1998, pp. 217-233.
- [52] Sharma, S. and R. E. Crossler, "Disclosing too much? Situational factors affecting information disclosure in social commerce environment", *Electronic Commerce Research and Applications*,

- Vol.13, No.5, pp. 305-319.
- [53] Siponen, M., M. A. Mahmood, and S. Pahlila, "Employees' adherence to information security policies: An exploratory field study", *Information & Management*, Vol.51, No.2, 2014, pp. 217-224.
- [54] Smith, H. J., S. J. Milberg, and S. J. Burke, "Information privacy: Measuring individuals' concerns about organizational practices", *MIS Quarterly*, Vol.20, No.2, 1996, pp. 167-196.
- [55] Smith, H. J., T. Dinev, and H. Xu, "Information privacy research: An interdisciplinary review", *MIS Quarterly*, Vol.35, No.4, 2011, pp. 989-1016.
- [56] Stajkovic, A. D. and F. Luthans, "Social cognitive theory and self-efficacy: Go beyond traditional motivational and behavioral approaches", *Organizational Dynamics*, Vol.26, No.4, 1998, pp. 62-74.
- [57] Taddicken, M., "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*, Vol.19, No.2, 2014, pp. 248-273.
- [58] Van Dyne, L. and J. L. Pierce, "Psychological ownership and feelings of possession: Three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior", *Journal of Organizational Behavior*, Vol.25, No.4, 2004, pp. 439-459.
- [59] Vandewalle, D., L. Van Dyne, and T. Kostova, "Psychological ownership: An empirical examination of its consequences", *Group & Organization Management*, Vol.20, No.2, 1995, pp. 210-226.
- [60] White, R. W., "Motivation reconsidered: The concept of competence", *Psychological Review*, Vol.66, No.5, 1959, pp. 297-333.
- [61] Wilpert, B., "Property, ownership, and participation: On the growing contradictions between legal and psychological concepts", *International Handbook of Participation in Organizations: For the Study of Organizational Democracy, Co-Operation, and Self Management*, Vol.2, 1991, pp. 149-164.

## A Study on the Influential Factor of the Formation of Psychological Ownership on Personal Information

Minjung Park\* · Sangmi Chai\*\*

### Abstract

Since there are growing concerns regarding personal information, users have perceived the importance of it. It makes users try to manage and control personal information by their own intentions. Therefore, we assume users now have begun to perceive psychological ownership on personal information. A main objective of this study is to identify the relationship between accountability, self-identity, self-efficacy and sense of belongingness and psychological ownership on personal information. We conduct an online-based survey and establish a structural equation model for testing hypothesis. The results show that users' accountability, self-identity and sense of belongingness positively influence to psychological ownership on personal information. Additionally, users' perceived psychological ownership on personal information increase their concern for information privacy. This study suggests a new concept as 'perceived psychological ownership on personal information' to explain for intentions of their psychological possessions toward personal information. The findings of this study can provide a way for how firms have to require clients' personal information with increasing their satisfactions.

**Keywords:** *Personal Information Ownership, Privacy Concern, Psychological Ownership, Accountability, Self-Efficacy, Self-Identity, Sense of Belongingness*

---

\* School of Business, Ewha Womans University

\*\* Corresponding Author, School of Business, Ewha Womans University

## ◎ 저 자 소 개 ◎



**박민정 (mjpark67@ewhain.net)**

이화여자대학교 경영학과에서 박사과정을 수료하였다. 성신여자대학교에서 법학 학사, 이화여자대학교에서 빅데이터분석학 석사학위를 취득하였다. 주요 연구 분야는 개인정보보호, 정보보안, 블록체인이다.



**채상미 (smcahi@ewha.ac.kr)**

현재 이화여자대학교 경영대학 부교수로 재직 중이다. 이화여자대학교에서 학사, 서울대학교에서 경영학 석사 학위를 취득하였으며, 미국 The State University of New York at Buffalo에서 경영학 박사학위를 취득하였다. 주요 연구 분야는 정보기술과 인간 행동에 관한 주요 이슈 IT와 조직 및 전략, 정보보안과 조직, 그리고 최근에는 빅데이터 분석 기술 등 emerging technology를 활용한 연구를 진행 중이다.

논문접수일 : 2018년 03월 12일

1차 수정일 : 2018년 08월 02일

게재확정일 : 2018년 09월 03일

2차 수정일 : 2018년 08월 30일