

페이스북 이용자의 개인정보 공개와 결정 요인

Analysis of the Facebook Profiles for Korean Users: Description and Determinants

이 미 나^{1*} 이 승 아¹ 최 인 혜²
Mina Lee Seungah Lee Inhye Choi

요 약

국내 대학생을 대상으로 페이스북의 개인정보 공개 현황을 살펴보고 개인정보 공개에 영향을 미치는 요인을 살펴보았다. 페이스북의 개인정보 공개 현황은 프로파일의 정보를 토대로 개인정보 공개여부와 공개 범위, 두 측면에서 분석됐다. 개인정보 공개에 영향을 미치는 주요 변인은 페이스북 프라이버시 염려, 사회적 관계 유지 동기 등이 고려됐으며 성별, 이용기간, 이용시간 역시 분석에 포함됐다. 서베이 분석 결과, 페이스북 프라이버시 염려는 이용자에 관한 프라이버시 염려, 시스템에 관한 프라이버시 염려로 구분됐으며 개인정보 공개와 공개범위를 각각 종속변인으로 하는 회귀분석을 실시하여 주요변인의 영향력을 분석했다. 연구결과, 개인정보 공개정도의 경우는 성별, 이용기간, 사회적 관계 유지 동기에 의해 설명되며 개인정보 공개 범위는 이용기간, 페이스북 이용자에 의한 프라이버시 염려에 의해 설명되는 것으로 관찰됐다. 흥미로운 분석 결과는 공개정도 분석결과에서 사회적 관계 유지 동기가 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 염려보다 우선하는 것으로 관찰된 점이다. 이에 대한 함의를 실었으며 페이스북 국내 이용자의 개인정보 공개 현황을 공개정도와 공개범위에 따라 항목별로 분석해, 이용자의 개인정보 공개와 페이스북 이용을 통한 사회적 관계와의 관련성을 유추하고자 했다.

☞ 주제어 : 페이스북, 페이스북 프로파일, 개인정보 공개, 프라이버시 염려

ABSTRACT

This study analyzed the profile of a Facebook account to examine how personal information is revealed and what kinds of factors influence personal information revelation. Categories of user's profile on Facebook were analyzed and two dimensions were developed; the degree that how much personal information is revealed and the network limits that personal information is accessed. Main variables to determine personal information revelation are Facebook privacy concern and uses for social relationships along with gender, the duration of Facebook use, and average time of use. Data were collected from college students. Factor analysis produced two factors of Facebook privacy concern, Facebook privacy concern with users and Facebook privacy concern with the Facebook system. Regression analyses were performed to identify significant determinants of the degree of information revelation and the network limits of personal information. The results found out that the degree of personal information revelation is explained by gender, the duration of use, and use for social relationships while the network limit is explained by the duration of use and Facebook privacy concern with users. Worthy of notice is that use for social relationships and Facebook privacy concern with the Facebook system offset each other. The implications of the results are discussed. Additionally and finally the categories of profiles are graphically re-grouped to show how personal information revelation is associated with social relationship generation and maintenance.

☞ keyword : Facebook, Facebook profiles, personal information, privacy concern

1. 서 론

페이스북은 서비스를 시작한지 6년 만인 2010년 7월에

5억 명의 가입자를 확보했다. 모바일 서비스가 가능해지면서 페이스북 앱은 미국 이용자의 앱 이용시간 중 23%를 차지하면서 1위를 기록하는 등 많은 사람들이 이용하는 서비스로 자리잡고 있다[1]. 우리나라는 미국에 비해 증가세가 더디지만 SNS의 확대 속에서 페이스북 역시 이용자가 꾸준히 증가하고 있다[2]. 방송통신위원회가 발표한 자료에 따르면 미투데이, 요즘, 트위터, 페이스북 등 주요 SNS 이용자 수는 2009년 11월, 119만명에서 2011년 11월, 1,060만명으로 9배 가까이 증가했으며 페이스북 이

1 School of Communication and Media, Sookmyung Women's University, Seoul, 140-742, Korea.

2 Youth Activities and Competencies Research Office, National Youth Policy Institute, Seoul, 137-715, Korea.

* Corresponding author (minalee@sookmyung.ac.kr)

[Received 5 September 2013, Reviewed 8 October 2014, Accepted 4 February 2014]

용자 역시 증가하여 2011년 11월 기준 448만명으로 전체 인구의 9.22%, 인터넷 이용인구의 11.3%가 페이스북을 이용하는 것으로 조사됐다[3]. SNS 이용이 일상화되면서 SNS 상에서의 개인정보 유출 사례가 발생하고 있으며 개인정보 노출에 대한 이용자의 불안감 역시 확대되고 있다. 대표적으로, 2011년의 네이트 개인정보 유출 사건에서는 가입자 3천5백만 명의 아이디, 비밀번호, 이름, 주민등록번호, 연락처 등의 개인정보가 유출되었으며 손해배상 청구 소송에서 SK컴즈에게 약 5억 7천만원의 지급 결정이 내려졌다[4]. 트위터의 경우 2억 여명의 사용자 정보를 해킹하려는 시도가 있었으며 사용자 중 25만명의 개인정보가 유출된 적이 있다[5]. 페이스북 역시 개인정보 유출 사례가 보고되었는데 베를린 법원은 페이스북 ‘친구찾기’ 기능으로 수집된 비회원의 이메일 주소가 동의 없이 활용되고 있다며 소비자단체가 낸 소송에서 페이스북에 패소 판결을 내린 바 있다[6]. 이러한 사례들이 발생함과 동시에 SNS 이용자 역시 개인정보노출에 대해 우려하고 있는 것으로 나타났다. SNS 이용 실태를 조사한 서베이 결과에 따르면 SNS 이용자들의 우려 중에서 개인정보 유출에 대한 우려가 가장 높은 것으로 보고됐다[7].

페이스북을 포함하는 SNS는 사회적 관계를 유지하고 발전시키는 미디어 서비스로 일상사와 관심사를 총체적으로 기록하는 라이프로그(lifelog)로서의 역할을 한다[8]. 이용자들은 매일 일어나는 일상의 일을 기록하고 저장하며 이를 다른 사람들과 공유하는 것이다. 그러나 사용자가 작성하는 콘텐츠가 중요한 역할을 하는 블로그 서비스에 비해 개인 프로필을 이용하여 사용자 중심의 다양한 서비스를 제공하는 페이스북과 같은 SNS의 증가는 이용자의 개인정보 노출 가능성을 높이고 있다. 페이스북은 사용자가 작성한 프로필을 기본으로 하여 네트워크를 형성하도록 하는 대표적인 프로필 기반 SNS서비스이다. 페이스북에서는 실명, 이메일 및 출신학교는 물론 취미, 정치성향, 고향 등을 작성하도록 권장하고 있으며 이런 정보들을 바탕으로 네트워크를 구성할 수 있는 서비스를 제공하고 있다. 이용자의 라이프스타일을 총체적으로 파악할 수 있는 다양한 개인 정보가 페이스북 플랫폼을 통해 수집되고 있는 것이다[9].

개인정보 유출에 대한 우려는 비단 SNS에 국한되는 문제라기보다는 현대 사회의 개인 정보 유통과 정보를 통한 감시의 맥락과 연관되어 있다. CCTV, 통화기록, 상품구매 목록 등의 개인 데이터는 일상적으로 수집되고 체계적으로 관리되고 있어 필요에 따라 개인을 식별할 수 있는데 곧, 데이터를 통한 감시 체계(dataveillance)가

구축되고 있는 것이다[10]. IT 기술의 진보는 대규모의 개인정보 수집과 축적을 가능하게 하며 이에 따라 일상적이고 지속적인 미디어 이용 정보는 개인을 감시하는 감시 사회 시스템으로 작용하고 있다. 데이터를 통한 감시 체계의 구축은 데이터의 접근과 활용이 선별적으로 이뤄지고 한편으로는 사회에 대한 신뢰, 통합과 결속을 위협하는 문제점을 낳고 있다.

이러한 맥락에서 본 연구는 페이스북 이용자의 프로파일 분석을 통해 개인정보 공개정도를 파악하고 개인정보 공개 정도에 영향을 미치는 관련 변인을 분석하고자 했다. 특히 본 연구에서는 프라이버시 염려를 비롯하여 SNS 이용의 주요 목적인 사회적 관계 구축과 관련된 변인들을 고려하여 개인정보 공개에 영향력을 미치는 변인을 살펴보았다. 페이스북 이용자들의 개인정보 노출 우려가 높아지고 있지만 국내 페이스북 이용자의 개인정보 공개에 대한 실증적 분석은 매우 미비하다. 개인정보 공개 현황을 기술하고 이에 대한 원인을 분석하는 본 연구가 실증적 분석이 부족한 상황을 보완하는 의미가 있을 것으로 기대한다.

2. SNS와 개인정보 공개

SNS 시대의 개인정보* 노출 혹은 공개에 대한 분석은 프라이버시와 관련된 연구에서 분석을 위한 근거를 찾을 수 있다. 프라이버시는 좁게는 사적 영역에 대한 사생활 보호로 이해되지만 학문적 관심분야에 따라 강조점이 달라지는 다차원적 개념이다.

법적 측면에서 프라이버시 권리는 사생활 비밀의 불가침, 사생활 자유의 불가침, 개인정보의 관리 통제 등을 포함하고 있는데 SNS 시대에서는 SNS의 전달 및 공유기능(예, 트위터의 리트윗), 게재된 정보의 자유로운 열람과 SNS의 추천 기능(예, 페이스북의 ‘친구추천’ 기능) 등으로 개인정보를 보호하는 권리가 침해당할 우려가 높아지고 있다. 어떠한 정보가 누구에게 전달되어 있는지 확인을 어렵게 하는 점도 개인정보의 관리와 통제 권리를 위협하고 있다[11].

마케팅 분야의 연구에서 프라이버시는 자신에 관한 정보의 수집과 사용을 통제하는 권리로 이해된다. 전자상거

* 『개인정보 보호법』에 따르면 개인정보란 살아 있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함한다)를 의미한다.

래에서 소비자 정보가 사용됨으로써 프라이버시 우려 문제를 초래했으며 프라이버시에 대한 염려 척도를 처음 개발한 것도 마케팅 분야이다[12]. 마지막으로 사회심리학적 접근은 개인정보의 공개와 폐쇄간의 이상적 수준을 내적으로 조절하는 주관적 인식의 측면을 강조하고 있다. 해당 논의는 페이스북 이용자의 개인정보 공개와 우려에 대한 적합한 이론적 배경을 제공하고 있으므로 좀 더 자세히 살펴 볼 필요가 있다.

사회심리학적 접근에서 프라이버시를 고찰한 대표적인 초기 연구자들은 웨스틴[13]과 알트만[14]이다. 이들은 지속적인 심리적 변화 상태를 조절하는 개인의 필요성에서 프라이버시를 분석했다[15, 16]. 웨스틴은 프라이버시 기능을 개인의 자율성 보호, 감정 배출, 자아 평가, 커뮤니케이션 보호와 제한 등으로 설명하고 있으며 알트만은 프라이버시를 자신에 대한 접근의 선택적 통제로 정의한다. 알트만에 따르면 프라이버시의 핵심은 자신에 대해 타인에게 공개하는 것과 감출 것 사이에서 균형을 이루어 가는 번증법적 과정을 통해 자기 정체성을 지켜나가는 것이다.

이와 같은 주장은 프라이버시에 대한 연구가 계속되면서 연구자들에 의해 더욱 발전되었는데 페데르센은 개인의 심리 측면에서 프라이버시의 6 가지 유형을 고독, 가족과의 친밀감, 친구와의 친밀감, 익명성, 은폐, 고품 등으로 구분했고[17] 버군 등은 프라이버시를 개인의 사상, 감정, 태도 및 가치에 대한 침해로부터 보호하는 것으로 정의하여 심리적인 측면을 강조했다[18].

사회심리학적 측면에서 프라이버시를 고찰하는 연구들은 프라이버시가 사회적 관계를 유지하고 발전시키는 과정에서 필수적임을 주장하고 있다[19, 20]. 다른 사람과의 사회적 관계 구축 과정에서 자신을 드러내는 자기 노출의 정도를 결정하고 한편으로 자기 노출을 피하면서 심리적인 독립심을 확보하는 것이 필수적인데 이 점이 프라이버시의 본질적 요소라는 것이다[21]. 말하자면 사회적 관계를 유지하거나 발전시키면서 사람들은 자기 공개를 통해 스스로를 명확히 드러내고 타인의 지지를 구할 수 있으며 친밀함을 증가시켜 신뢰있는 관계를 구축할 수 있는 반면 자기를 숨김으로써 개인적인 자율성과 독립성을 유지할 수도 있다[22].

이러한 맥락에서 커뮤니케이션 프라이버시 관리(Communication Privacy Management) 이론은 인터넷 환경에서 이용자들은 개인의 정보 공개를 허용하는 범위를 통제함으로써 프라이버시 보호 노력을 하고 있음을 주장한다[22, 23].

이상의 연구들에서 볼 때 SNS 이용자들은 개인정보 공개를 조절함으로써 자아 접근을 통제하고 사회적 관계 구축에서의 독립성을 유지하는 것이라고 볼 수 있다. 또한 개인정보 노출 여부를 결정하고 누구에게 노출할지에 대한 범위를 한정하는 것은 개인정보 공개의 전략으로 파악될 수 있다.

3. SNS 이용자의 개인정보 공개의 결정요인

본 연구는 SNS 이용자의 개인정보 공개를 결정하는 요인으로 프라이버시 염려와 SNS를 통한 사회적 관계 유지를 고려했다. 프라이버시 염려는 프라이버시 보호 행동의 심리적 선행 요인으로 꾸준히 지적되어 왔다[24, 25, 26, 27, 28]. 프라이버시 염려 수준에 따라 소비자들의 프라이버시 보호 전략이 다르다는 점이 지적되었으며[26, 28], SNS 이용에서도 프라이버시 염려가 정보공개에 차별적인 영향력을 미친다는 점이 연구결과를 통해 확인됐다[25, 27]. 특히 정보 공개 범위에 프라이버시 염려가 영향을 미치는 것으로 나타났으며[27], 프라이버시 염려는 SNS 이용자 간의 상호작용에도 영향을 미치는 것으로 확인되었다[24].

한편 사회적 관계 유지는 SNS 이용의 근본적 원인으로 지적된다[29, 30, 31]. 예를 들어 엘리슨, 스타인필드, 램프 등은 서베이를 통해 페이스북 이용자들이 사회적 관계 형성을 위해 페이스북을 이용하고 있음을 관찰했다[32]. 특히 사회적 관계 유지를 위한 동기와 개인정보 공개가 유의미한 연관이 있다는 결과가 관찰되었는데 블로그 이용자들을 대상으로 한 연구에서 사적인 관계를 유지하기 위한 동기는 개인 정보 공개와 이를 통한 사회적 관계에 대한 만족감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 알려졌다[29]. 페이스북에서 개인정보공개와 사회적 관계 유지와의 연관성은 간접적으로 확인되었는데, 페이스북 이용자의 개인정보 공개 정도는 인기를 얻고자 하는 동기와 유의미한 연관을 보여 사회적 관계를 유지하기 위해 페이스북에서 개인정보를 공개한다는 주장을 예상하게 한다[33]. 곧 페이스북 이용자들은 개인정보공개에 대한 위협에도 불구하고 그로 인한 사회적 관계유지라는 잠재적 이익을 위해서 기꺼이 위협을 감수하는 것으로 볼 수 있다[34].

이상과 같은 논의에 기초해 본 연구에서는 프라이버시 염려와 사회적 관계 유지 동기가 페이스북의 개인정보 공개를 설명하는 유의미한 변인이 될 수 있음을 가정하였고 이를 연구문제를 통해 분석했다. 또한 페이스북 이

이용자의 개인정보 공개 정도에 대한 실증적 자료가 부족한 점을 감안해 <연구문제 1>에서는 먼저 페이스북 이용자의 개인정보 공개 유형과 정도를 분석했다. 따라서 연구문제는 다음과 같이 설정되었다.

연구문제 1. 페이스북 이용자의 개인정보 공개 현황은 어떠한가?

연구문제 2. 페이스북 이용자의 개인정보 공개를 결정짓는 요인은 무엇인가?

연구문제 2a. 프라이버시 염려는 페이스북 이용자의 개인정보 공개에 어떤 영향을 미치는가?

연구문제 2b. 페이스북을 통한 사회적 관계 유지 동기는 페이스북 이용자의 개인정보 공개에 어떤 영향을 미치는가?

4. 연구방법

4.1 측정

4.1.1 페이스북 이용자의 개인정보 공개

페이스북 이용자의 개인정보 공개현황을 분석하기 위해 페이스북 프로파일 정보를 분석대상으로 했다. 페이스북 이용자는 페이스북 계좌를 개설할 때 개인 프로파일을 입력하도록 되어 있으며 해당 개인정보 항목에 대해 입력 여부를 결정하고 누구에게 해당 정보를 허용하는지를 설정할 수 있다. 프로파일의 개인정보 항목을 분석하여 항목별 공개정도와 허용범위 수준을 분석하였다. 공개 가능한 개인정보는 사진, 경력 및 학력, 거주지, 관계 및 가족, 소개, 기본 정보, 연락처 정보 등 7개로 분류되며 본 연구에서는 14개의 항목을 고려했다(표 1 참조).

개인정보 공개 수준은 본 연구에서 고려한 14개 항목 중에서 개인이 공개한 항목의 숫자로 정의됐다. 개별 항목에서 해당 정보를 공개했다면 '1'로 계산하고 입력하지 않았을 경우는 '0'으로 계산하여 전체 14개 항목의 합을 개인정보 공개 수준 값으로 사용했다. 곧 개인정보 공개 수준 값이 클수록 개인정보를 공개한 항목이 많다는 것을 의미한다.

개인정보 허용 범위는 입력한 내용을 공개하는 범위를 뜻하며 항목별로 허용 범위를 분석했다. 정보공개 허용 범위는 페이스북의 설정에 따라 ① 변경 안 함(전체공개), ② 친구만, ③ 아는 사람을 제외한 친구, ④ 나만 보기, ⑤

(표 1) 페이스북의 정보공개 항목과 허용 범위
(Table 1) Personal Information Items of Facebook Account by Extent and Width

분류	개별항목	입력여부	허용범위
사진	프로필사진	예, 아니오	공개단계 지정없음
경력 및 학력	직업	예, 아니오	① 변경 안 함 (전체공개) ② 친구만 ③ 아는 사람을 제외한 친구 ④ 나만 보기 ⑤ 사용자 설정
	학교	예, 아니오	
거주지	거주지	예, 아니오	
	출신지	예, 아니오	
관계 및 가족	결혼/연애상태	예, 아니오	
	가족	예, 아니오	
소개	내소개쓰기	예, 아니오	
기본 정보	언어	예, 아니오	
	종교관	예, 아니오	
	정치관	예, 아니오	
연락처 정보	휴대폰	예, 아니오	
	대화명	예, 아니오	
	주소	예, 아니오	

사용자 설정 등 5가지로 구분했다(표 1 참조). '① 변경 안 함(전체공개)'는 '②친구만'보다 허용범위가 넓다는 것을 의미한다고 보았으며 순서대로 '① 변경 안 함(전체공개)'가 가장 허용범위가 넓고 '⑤사용자 설정'이 가장 허용범위가 낮은 것으로 보았다. 이에 따라 허용범위의 값을 부여했고 항목의 값을 모두 합해서 페이스북 이용자의 개인정보 공개 허용 범위의 값으로 사용했다(①변경 안 함(전체공개) = 1, ②친구만 = 2, ③아는 사람을 제외한 친구 = 3, ④나만 보기 = 4, ⑤사용자 설정 = 5). 페이스북의 기본 설정값은 '전체 공개'이며 따라서 설문에서는 이용자가 정보공개 허용범위를 변경한 적이 없다면 ① 변경 안 함(전체공개)에 체크하도록 했다. 다만, 프로필 사진은 공개범위를 변경하는 옵션이 제공되지 않는다(표 1 참조).

4.1.2 페이스북 프라이버시 염려

프라이버시 염려는 기존 연구에서 측정도구가 이미 개발되어 있다[12]. 그러나 이들 측정도구는 전자상거래 목적에서 개인정보 공개를 측정하는 측정도구이므로 본 연구에서는 페이스북 이용의 프라이버시 염려를 측정하고자 기존 연구에서 사용한 문항을 활용해 페이스북 프라이버시 염려를 측정했다.

페이스북 이용에서의 프라이버시 염려는 페이스북을

이용하면서 개인정보가 자신의 의도에 관계없이 누출되는 것에 대한 위험 인식으로 정의했으며 기존 연구를 참조하여[35], 다음 4문항으로 측정했다: ‘나는 페이스북을 사용할 때 사생활 및 정보 보안에 대한 걱정을 한다’, ‘나는 내 개인정보의 프라이버시가 페이스북에 의해 보호되고 있다고 느낀다(역코딩)’, ‘나는 페이스북이 나의 개인정보를 다른 목적으로 사용하지 않을 것이라 믿는다(역코딩)’, ‘나는 페이스북 상에서 나에게 대해서 남들이 게시하는 잘못된 정보들로 당황하게 될까봐 걱정한다’(7점 척도, 1=전혀 그렇지 않다, 7=매우 그렇다).

4문항에 대한 요인분석 결과, 2개의 요인이 추출됐다. ‘나는 페이스북을 사용할 때 사생활 및 정보 보안에 대한 걱정을 한다’와 ‘나는 페이스북 상에서 나에게 대해서 남들이 게시하는 잘못된 정보들로 당황하게 될까봐 걱정한다’는 두 문항을 페이스북 이용자에 대한 염려로 명명했으며, ‘나는 내 개인정보의 프라이버시가 페이스북에 의해 보호되고 있다고 느낀다’와 ‘나는 페이스북이 나의 개인정보를 다른 목적으로 사용하지 않을 것이라 믿는다’를 페이스북 시스템에 대한 염려로 명명했다. 정리하면, 페이스북 프라이버시 염려는 페이스북 이용자에 대한 염려와 페이스북 시스템에 대한 염려로 구분되었고, 페이스북 이용자에 대한 염려는 다른 이용자에 의한 사생활 및 정보보안 침해와 잘못된 정보 게시 등에 대한 염려를 의미하며 페이스북 시스템에 대한 염려는 페이스북에 의한 개인정보 보호 및 다른 목적으로의 사용 금지 등에 대한 우려를 의미한다.

4.1.3 페이스북 이용을 통한 사회적 관계 유지 동기

페이스북 이용을 통한 사회적 관계 유지의 동기는 페이스북의 네트워크를 통해 얻는 사회적 관계의 만족감을 의미하며 기존 문헌을 참고하여 다음 3문항을 사용했다 [23, 36]. ‘페이스북을 사용하는 것이 사람들과의 관계 유지에 도움이 된다고 생각한다’, ‘페이스북을 사용하지 않았다면 친구들과 덜 연락하게 됐을 것이라고 생각한다’, ‘페이스북을 이용하면서 친구들과 더 친밀감을 느끼게 된다’(7점 척도, 1= 전혀 그렇지 않다, 7=매우 그렇다)($\alpha = .85$).

4.1.4 이외 변인

이외에도 페이스북 이용기간과 하루 평균 사용시간, 성별 및 나이를 측정했다. 페이스북 이용 기간은 페이스북을 이용한 기간을 물었고(단위는 개월), 이용정도는 하

루 평균 이용 시간으로 측정했다(단위는 분).

4.2 연구대상

2013년 5월 20일부터 30일까지 서울, 경북, 광주 지역 소재 3개 대학교에 재학중인 대학생을 대상으로 설문조사를 실시했다. 본인의 페이스북 공개설정을 각자 PC로 확인하기 위해 설문지는 수업시간에 배포되었지만 집이나 다른 장소에서 PC를 통해 확인할 수 있도록 수업과제로 제시됐다. 회수된 설문지는 197부였다. 이 중 불성실한 응답 및 조사시점에서 페이스북을 이용하지 않는 비이용자의 설문지 5부를 제외하여 192부가 최종적으로 분석에 사용됐다. 응답 대상자는 남자 91명(47.4%), 여자 101명(52.6%)이며, 페이스북 이용 기간은 평균 24.25개월($SD = 14.0$), 하루 평균 이용 시간은 72.95분($SD = 69.23$)*인 것으로 나타났다.

5. 연구결과

이용자의 페이스북 프라이버시 염려 수준 분석결과, 페이스북 이용자들은 페이스북 이용자에 의한 염려보다 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 문제에 대해 더 염려하고 있는 것으로 나타났다(페이스북 시스템에 의한 프라이버시 염려, $M = 4.69$, $SD = 1.05$). 그러나 이용자 측면에서도 4.51의 평균값($SD = 1.21$)을 보여 페이스북 이용자에 의한 프라이버시 침해에 대해서도 우려하고 있는 것으로 나타났다. 페이스북 이용에서의 사회적 관계 유지 동기는 평균 4.72($SD = 1.30$, 7점 척도)로 나타나 이용자들은 사회적 관계 유지를 위해 페이스북을 사용하는 편인 것으로 나타났다.

5.1 페이스북 이용자의 개인정보 공개 현황

페이스북 이용자의 개인정보 공개 현황은 프로파일 항목의 공개 여부와 공개 범위를 이용해 분석됐다.

* 페이스북 평균 이용시간은 72.95분($SD = 69.23$)으로 나타났는데 다른 연구의 보고결과 값과 비교했을 때 다소 높은 것이다. 김위근과 최민재는 대학생을 포함하여 일반인 모두를 대상으로 한 연구에서 페이스북 평균이용시간을 62.13분($SD = 50.33$)으로 보고했다[36]. 이는 본 연구가 대학생을 대상으로 하였기 때문으로 보인다. 대학생은 페이스북의 주요 사용자 그룹인 동시에 가장 활발하게 페이스북을 이용하는 것으로 알려져 있어 본 연구는 페이스북 이용이 활발한 집단에 대한 연구로 읽혀질 수 있겠다.

(표 2) 개인정보 공개 및 공개 범위

(Table 2) Extent and Width of Personal Information Disclosure on Facebook

카테고리	항목	개인정보 공개		공개 범위*		
		N	빈도(%)	N	M(SD)	전체공개(N,%)
프로필	사진	146	124 (84.9)	-	-	-
경력 및 학력	직업	190	73 (38.4)	72	1.33(.50)	49(68.1)
	학교	192	159 (82.8)	159	1.38(.54)	102(64.2)
거주지	거주지	192	125 (65.1)	124	1.41(.58)	76(61.3)
	출신지	190	120 (62.5)	119	1.34(.49)	80(67.2)
관계 및 가족	결혼/연애상태	191	46 (24.0)	46	1.61(.75)	23(50.0)
	가족	191	46 (24.0)	46	1.48(.59)	26(56.5)
소개	내소개쓰기	189	38 (19.8)	37	1.41(.76)	25(65.8)
기본 정보	언어	192	50 (26.0)	50	1.00(.00)	50(100.0)
	종교관	192	21 (10.9)	21	1.24(.44)	16(76.2)
	정치관	192	10 (5.2)	10	1.40(.70)	7(70.0)
연락처 정보	휴대폰	192	102 (53.1)	102	1.83(.97)	43(42.2)
	대화명	189	16 (8.3)	16	1.50(.52)	8(50.0)
	주소	191	25 (13.0)	25	1.88(1.05)	10(40.0)

먼저 항목별 공개 여부를 살펴보면 페이스북 이용자들이 가장 많이 공개하고 있는 개인정보는 프로필 사진(84.9%)이며 그 다음으로는 학교(82.8%), 거주지(65.1%), 출신지(62.5%)의 순서였다. 정보공개를 꺼려하는 항목은 정치관(5.2%)과 대화명(8.3%)이었다. 공개정도의 내림차순서는 사진(84.9%), 학교(82.8%), 거주지(65.1%), 출신지(62.5%), 휴대폰(53.1%), 직업(38.4%), 언어(26.0%), 결혼/연애(24.0%), 가족(24.0%), 내 소개(19.8%), 주소(13.0%), 종교관(10.9%), 대화명(8.3%), 정치관 (5.2%) 등이다(표 2 참조).

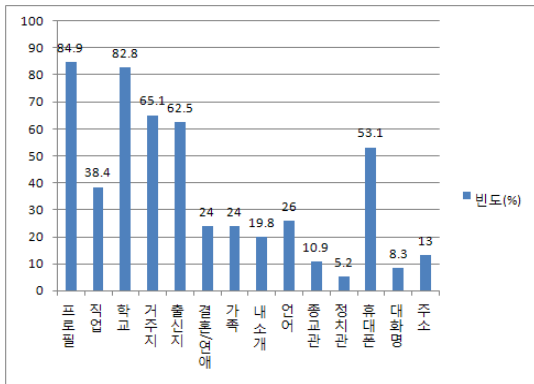
항목별 공개 여부에서 관찰되는 점은 항목별로 공개 정도의 차이가 크다는 것이다. 프로필 사진과 학교는 80%가 넘는 이용자가 해당 내용을 공개하는 반면 정치관이나 대화명은 10% 미만의 이용자가 정보를 공개하는 것으로 나타나 명확한 차이를 보였다. 개인에 따라 공개하는 항목들의 차이가 있을 수 있지만 서베이 응답자 그룹 수준에서 관찰된 이와 같은 결과는 공개를 꺼려하거나 혹은 덜 꺼려하는 항목이 있다는 것을 보여주고 있다.

한편 공개범위에 대한 분석결과, 이용자들은 대체적으로 개인정보 공개 범위의 조절에 소홀한 것으로 관찰됐

다. 개인정보 공개 범위는 1에서 5까지의 값을 가질 수 있지만('1'은 '전체 공개'로 가장 공개 범위가 넓으며 '5'는 '사용자 설정'으로 가장 높은 수준의 제한적 범위 설정 정도를 의미. 기본값은 '1 = 전체 공개'), 표 2에서 관찰되듯이 모든 항목은 2보다 낮은 값을 보였으며 1.5 이하로 ('2' = 친구만 공개) 설정된 항목이 13개 중 10개를 차지했다. 곧 대체적인 수준에서 페이스북 이용자들은 개인정보 공개 범위를 조절하는 것에 소홀한 것으로 여겨진다.

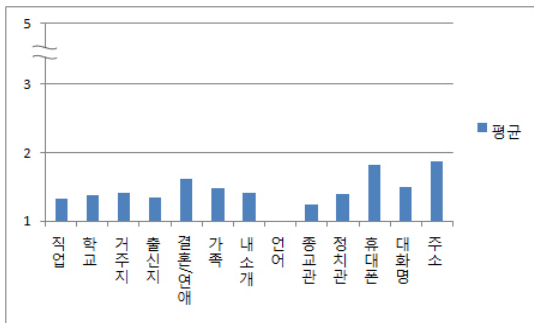
공개 항목 여부에서와 마찬가지로 공개범위에서도 항목 간 차이를 확인할 수 있었는데 공개범위가 대체적으로 낮은 항목과 상대적으로 높은 항목이 관찰되었다. 공개범위가 넓은 항목들은 언어(M = 1.00, SD = .00), 종교관(M = 1.24, SD = .44) 등이었으며 주소(M = 1.88, SD = 1.05)와 휴대폰(M = 1.83, SD = .97), 결혼/연애(M = 1.61, SD = .75) 등은 상대적으로 공개범위가 좁은 항목이었다. 항목별로 '전체 공개'로 공개 범위를 설정한 퍼센티지를 살펴보면 언어와 종교관은 전체 공개로 설정한 응답자의 비율이 다른 항목보다 높게 나타났다(언어 = 100%; 종교관 = 76.2%). 대신에 휴대폰과 주소, 결혼/연애, 대화명 항목은 각각 42.2%와 40.0%, 50.0%, 50.0%의 응답자만이 공개범위를 전체 공개로 설정하고 있어 다른 개인정보 항목보다 공개 범위를 제한하고 있는 것으로 관찰됐다.

* 공개범위는 해당 공개항목을 입력했다고 답한 응답자만을 대상으로 했다. 페이스북에서 프로파일을 입력할 때 항목을 입력하지 않아도 공개범위를 설정할 수 있도록 되어있기 때문에 응답자 중 해당 항목을 입력하지 않았다고 답했으면서 공개범위를 설정한 경우는 개인정보 관리의 측면이라기보다는 설정 상의 착오로 파악했다.



(그림 1) 페이스북 개인정보 공개정도

(Figure 1) Extent of Personal Information Disclosure on Facebook



(그림 2) 페이스북 개인정보 공개범위

(Figure 2) Width of Personal Information Disclosure on Facebook

5.2 페이스북 이용자의 개인정보 공개에 영향을 주는 요인

연구문제 2에서는 페이스북의 개인정보 공개 정도와 공개 범위를 결정짓는 요인을 분석했으며 특히 프라이버시 염려와 사회적 관계 유지 동기를 고려했다. 개인정보 공개 정도와 공개 범위를 각각 종속변인으로 하는 회귀 분석을 실시했으며 분석결과는 다음과 같다.

먼저 개인정보 공개 정도에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해, 1단계에서는 성별, 이용기간, 이용시간을 입력했고 2단계에서는 페이스북 프라이버시 염려의 2개 변인, 3단계는 사회적 관계 유지 동기를 입력했다.

분석결과, 1단계에서는 성별, 이용기간, 이용시간이 유의미한 변인으로 관찰됐다(성별, $\beta = -.28, p < .01$; 이용기

간, $\beta = .19, p < .05$; 이용시간, $\beta = .17, p < .05$). 이들 변인은 15%의 변량을 설명하는 것으로 나타났다($R^2 = .15$). 2단계에서는 성별과 이용기간, 페이스북 시스템염려 등의 세 변인이 유의미한 변인으로 관찰됐다(성별, $\beta = -.24, p < .01$; 이용기간, $\beta = .19, p < .05$; 페이스북 시스템에 대한 염려, $\beta = -.23, p < .05$). 세 변인은 정보공개 정도 변량의 21%를 예측하는 것으로 나타났으며 1단계보다 6%의 설명변량을 추가로 설명하는 것으로 관찰됐다($R^2 = .21$). 3단계의 분석결과, 성별, 이용기간, 사회적 관계 유지 동기 등의 세 변인이 유의미한 것으로 나타났으며(성별, $\beta = -.28, p < .01$; 이용기간, $\beta = .22, p < .01$; 사회적 관계 유지 동기, $\beta = .29, p < .01$), 세 변인은 28%의 변량을 설명하고, 2단계보다 7%의 설명변량을 추가로 설명하는 것으로 관찰됐다($R^2 = .28$)(표 3 참조).

이와 같은 분석결과는 남성 이용자이며 페이스북 이용기간과 이용시간이 길 때 개인정보 공개 정도가 높다는 것을 의미한다. 또한 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 염려가 개인정보 공개에 부적 영향을 미친다는 것으로 나타나 페이스북에 의한 프라이버시 침해를 우려하게 되면 개인정보 공개를 꺼려하는 것으로 관찰됐다. 흥미로운 점은 사회적 관계 유지 동기와 페이스북 프라이버시 염려와의 관계인데 2단계에서 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 우려가 정보공개에 부적 영향을 미치지만 3단계에서 프라이버시 염려와 사회적 관계 유지의 동기가 동시에 고려됐을 때 프라이버시 염려의 영향력이 사라졌다는 점이다. 프라이버시 염려와 사회적 관계 유지의 동기가 동시에 고려됐을 때는 사회적 관계 유지 동기의 긍정적 영향력만 유의미한 것으로 나타남으로써 개인정보 공개에 있어 사회적 관계 유지 동기가 우선하며 이를 위해 프라이버시에 대해 염려하면서도 개인정보를 공개하는 것이라는 점이 관찰되었다.

한편, 페이스북 이용자의 개인정보 공개범위에 영향력을 미치는 변인을 살펴보기 위해 같은 방식으로 회귀분석을 실시했다(표 3 참조).

분석결과, 1단계에서는 이용기간이 유의미한 변인으로 지적됐으며 6%의 변량을 설명하는 것으로 관찰됐다(이용기간, $\beta = .17, p < .05, R^2 = .05$). 2단계에서는 이용기간과 페이스북 이용자에 대한 염려가 유의미한 변인으로 나타났다(이용기간, $\beta = .16, p < .05$; 페이스북 이용자에 대한 염려, $\beta = .17, p < .05$). 3단계에서는 2단계와 동일하게 이용기간과 페이스북 이용자에 대한 염려가 유의미한 변인으로 나타났다(이용기간, $\beta = .17, p < .05$; 페이스북 이용자에 대한 염려, $\beta = .17, p < .05$).

(표 3) 페이스북 이용자의 개인정보 공개의 결정 요인에 대한 회귀분석
(Table 3) Determinants of Personal Information Disclosure on Facebook

	개인정보공개 정도				개인정보공개 범위			
	B	SE	β	ΔR^2	B	SE	β	ΔR^2
1단계				.15**				.06*
성별	-1.55	.44	-.28**		.06	.07	.06	
이용기간	.03	.01	.19*		.01	.00	.17*	
이용시간	.01	.00	.17*		.00	.00	.14 ^b	
2단계				.06*				.03
성별	-1.26	.45	-.24*		.03	.07	.03	
이용기간	.03	.02	.19*		.01	.00	.16*	
이용시간	.01	.00	.16 ^a		.00	.00	.13	
페이스북 이용자에 대한 염려	-.10	.19	-.05		.07	.03	.17*	
페이스북 시스템에 대한 염려	-.60	.22	-.23*		-.01	.03	-.02	
3단계				.07**				.00
성별	-1.48	.43	-.28**		.03	.07	.03	
이용기간	.04	.01	.22*		.01	.00	.17*	
이용시간	.00	.00	.09		.00	.00	.14 ^b	
페이스북 이용자에 대한 염려	-.14	.18	-.07		.07	.03	.17*	
페이스북 시스템에 대한 염려	-.41	.22	-.15		-.01	.04	-.02	
사회적 관계 유지 동기	.61	.17	.29**		-.02	.03	-.04	

Note. 개인정보공개 정도에 관한 최종 모델, $F(6, 123) = 8.17, p < .01, \text{adjusted } R^2 = .25$,
개인정보 공개의 범위에 관한 최종 모델, $F(6, 168) = 2.80, \text{adjusted } R^2 = .06$,
* $p < .05$, ** $p < .01$, ^a $p = .06$, ^b $p = .07$.

공개범위에 대한 분석결과는 첫째, 이용기간과 페이스북 이용자에 의한 프라이버시 염려 등 두 변인이 공개범위의 결정요인임이 관찰됐다. 곧 이용기간이 길수록, 그리고 페이스북 이용자에 대한 우려가 높을수록 공개범위가 좁아진다는 것이다. 둘째, 개인정보 공개정도에 대한 앞서의 분석결과와 달리 공개범위에 대해서는 사회적 관계 유지 동기가 유의미한 설명변인으로 나타나지 않았다.

6. 결론 및 함의

본 연구의 목적은 페이스북 이용자의 개인정보 공개 현황을 살펴보고 결정 요인을 탐구하는 것이었다. 연구결과를 첫째, 페이스북 이용자의 개인정보 공개 현황의 측면에서 살펴보면, 먼저 프로필 항목별로 공개하는 정도가 차이가 있는 것으로 나타났으며 공개 범위에 있어서는 전체 공개에 가까운 값을 보여 공개 범위를 차별적으로 설정하는 개인정보 전략을 사용하는 데에 소홀한 것으로 나타났다.

이와 같은 연구결과를 미국 대학의 학생과 교직원들

대상으로 한 연구와 비교하면 유사점과 차이점을 발견할 수 있다. 한국대학생을 대상으로 한 본 연구의 결과, 가장 많이 공개하는 항목은 프로필 사진과 학교 정보인 것으로 나타났는데 이 점은 미국 대학의 학생과 교직원을 대상으로 한 연구에서도 관찰됐다. 미국의 경우도 프로필 사진과 고등학교 정보를 이용자가 가장 많이 공개하는 것으로 나타났다. 반면에 한국대학생의 경우, 정치관과 대화명은 공개를 꺼리는 항목으로 관찰되었으나 미국의 경우 전화번호와 정치적 성향이 공개하기를 꺼려하는 항목인 것으로 나타났다[39]. 또한 페이스북에 대한 프라이버시 염려 수준을 살펴보면 본 연구의 연구결과, 한국 대학생은 페이스북 이용자에 의한 프라이버시 염려와 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 염려가 모두 평균 이상을 기록해 페이스북 이용에 따른 프라이버시 염려가 높은 편으로 나타났지만(페이스북 이용자에 의한 프라이버시 염려, $M = 4.51, SD = 1.21$; 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 염려, $M = 4.69, SD = 1.05$, 7점 척도), 미국 페이스북 이용자들은 상대적으로 해당 사이트를 신뢰하고 있는 것으로 나타났다. 미국 페이스북 사용자들의 경우, 페이스북이 개인 정보를 다른 목적으로 이용하지 않

을 것이라고 생각(M = 4.97, SD = 1.63)하는 것으로 보고됐다. 그러나 미국 이용자들도 페이스북의 개인 정보 보호에 관해서는 우려하는 편으로 보고됐다(M = 3.88, SD = 1.41, 7점 척도)[27].

이와 같은 차이점은 개별 연구의 연구결과를 기초로 비교한 제한점이 있지만 공개정도의 차이와 프라이버시 염려 수준의 차이가 있을 수 있다는 예측을 가능하게 한다. 이에 대한 심화 분석과 원인에 대한 관련 연구가 필요할 것이다.

둘째 페이스북 이용자의 개인정보 공개 현황에 대한 결정 요인의 연구결과를 요약하면, 페이스북 이용자는 다른 이용자에 의한 프라이버시 침해와 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 침해에 대해 염려하고 있으며 염려수준에 따라 개인정보공개의 정도와 범위가 달라지는 것으로 나타났다. 특히 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 우려는 정보공개정도에 영향을 부적으로 영향을 끼쳐 프라이버시 우려가 높을수록 정보공개 정도가 낮은 것으로 나타났다. 또한 페이스북 이용자에 의한 프라이버시 우려 역시 정보공개범위에 영향을 미치는데 다른 이용자들에 의한 프라이버시 침해 우려가 높을수록 정보공개범위가 협소한 것으로 관찰됐다. 이외에 개인정보 공개 정도에 영향을 미치는 변인은 성별, 이용기간, 사회적 관계 유지 동기 등으로 나타났다.

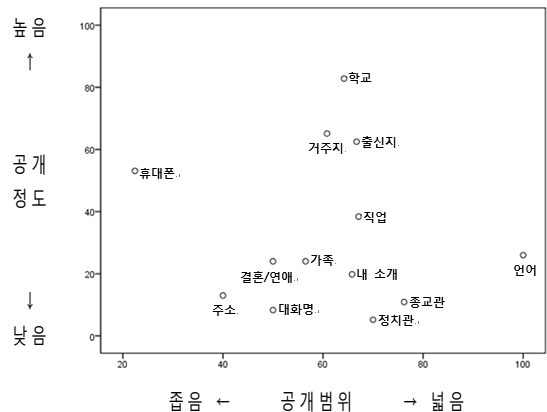
주목할 만한 연구결과는 개인정보 공개 정도를 설명할 때 사회적 관계 유지 동기가 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 염려의 영향력을 상쇄시키는 것으로 나타난 점이다. 페이스북을 통한 사회적 관계 유지 동기가 높은 사람이라면 페이스북의 시스템 차원의 우려가 있다하더라도 개인정보를 공개하는 것을 의미한다. 이와 같은 결과는 페이스북 프라이버시 염려의 갈등적 상황과 연관된다. 기존 연구에서 밝힌 것처럼 프라이버시 통제 의 심리적 맥락은 자신에 대한 접근의 통제력을 발휘하는 것과 사회적 관계 유지과정에서의 노출과 보호 간의 긴장 관계라 할 수 있다. 곧 페이스북 시스템에 관한 프라이버시 우려가 있다고 하더라도 사회적 관계를 구축하기 위해 개인정보를 공개하는 경향이 있으며 페이스북의 개인정보 공개 정도는 이와 같은 갈등상황에서 비롯되고 있음을 확인하였다.

최근 이와 같은 갈등 상황을 융합 사회의 비용이라고 지적되기도 한다[32, 38]. 융합사회에서는 정보전송과 저장, 검색 등의 기술이 융합되고, 사용하는 미디어 디바이스가 융합되며 개인은 참여와 공개의 사회문화적 융합에 놓이게 되며 다양한 디바이스를 통해 사람들은 자신의

이야기를 끊임없이 하게 되고 다른 사람의 이야기에 끊임없이 노출된다. 사람들의 SNS 이용과 자발적인 개인정보 공개와 이에 대한 노출에 대한 우려는 사회 및 문화 융합의 환경에 동반되는 비용이라는 것이다.

본 연구에서 관찰된 사회적 관계 유지 동기와 페이스북 시스템에 의한 프라이버시 염려 간의 상쇄되는 결과는 이러한 고찰을 지지하는 결과로 보여진다. 나아가 사용자들의 개인정보 노출 우려에 대한 문제는 그러므로 개인정보 보호에 국한되기 보다는 페이스북 이용의 본질적 측면인 사회적 관계의 유지와 형성의 측면을 동시에 고찰되어야 함을 시사하고 있다.

한편, 우리나라 대학생들의 개인정보 공개 현황을 사회적 관계 구축의 측면에서 살펴보면 어떻게 파악될 수 있을까? 이 점에 주목해 공개범위와 공개정도를 축으로 연구결과를 재구성해 보았다(그림 3 참조).



(그림 3) 공개 정도와 범위에 따른 페이스북의 개인정보 공개 항목의 개별위치

(Figure 3) Location of Personal Information Items by Its Extent and Width of Disclosure

그림 3은 개인정보 항목의 공개정도와 공개범위를 축으로 개별 항목을 표시한 것으로 X축은 공개범위를 ‘전체 공개’로 설정한 이용자 퍼센티지이며 Y축은 항목을 공개한 이용자의 퍼센티지이다(표 2 참조). 가령, 제일 오른쪽의 언어는 공개범위 설정에서 이용자 모두가 전체 공개로 설정했으며(100%), 언어를 공개한 이용자들은 26.0 퍼센트였다.

그림과 같이 개별 항목들을 위치시키면 몇 가지 그룹으로 유형화될 수 있는데 먼저 공개정도가 높고, 공개범위는 넓은 편인 학교, 거주지, 출신지 항목의 첫 번째 그

룹, 공개정도는 중간에서 높은 편이나 공개범위는 매우 좁은 휴대폰 정보의 경우는 두 번째 그룹, 세 번째는 공개 정도가 낮고 공개 범위는 중간에 위치한 직업 및 기타 항목들과 네 번째는 공개 정도가 낮고 공개 범위도 넓은 언어의 경우이다.

네 그룹을 사회적 관계 유지와 개인정보 공개의 측면에서 살펴보면 먼저 학교, 거주지, 출신지 항목은 공개 정도가 높고 공개 범위가 넓어 사회적 관계 유지 차원에서 개인을 소개할 때 필요한 정보로 인식하고 있음을 알 수 있다. 오프라인에서 모르는 사람끼리 자신을 소개할 때 명함을 주고받듯이 해당 항목은 SNS 상에서 모르는 사람과 관계를 시작하기 위해 필요한 기초 정보로 인식되는 요소라고 볼 수 있다. 휴대폰 정보는 공개정도가 중간보다 약간 높은 편이나 공개범위는 매우 좁기 때문에 사적인 정보로 인식하는 것으로 여겨진다. 매우 한정적인 사람에게만 공개하는 사적인 정보이지만 공개 정도가 중간보다 높다는 점을 감안하면 필요시 공개할 수 있는 정보로 인식되는 듯하다. 직업 외 기타 항목들의 그룹은 공개 정도가 낮고 공개 범위는 중간에 위치해서 사회적 관계 유지를 위해서는 자발적으로 공개하는 항목은 아니며 모르는 사람에게 공개하지는 않는 사적인 개인정보 유형으로 보인다. 마지막으로 공개 정도가 낮은 편이고 공개 범위도 넓은 언어의 경우는 누구에게든 알려져도 상관없는, 특정한 개인정보라는 인식이 결여된 항목으로 보인다. 공개범위가 넓은 것에서 알 수 있듯이 자신에 관한 특별한 정보로 인식하지는 않으며 공개 정도가 낮아 사회적 관계 생성과 유지에 필요한 항목이라고 생각하지는 않는 것으로 해석할 수 있다.

이와 같은 해석은 대학생을 대상으로 하는 제한적인 응답자에 한정되는 결과이지만 페이스북 이용자의 개인정보공개와 사회적 관계 유지의 연관성을 보여주는 관찰 결과라 할 수 있다. 개인정보의 세부 항목을 사회적 관계 유지와의 관계 측면에서 유형화해 볼 수 있다는 데에 의미가 있을 것이다.

한편, 본 연구의 분석결과는 정보공개 정도와 공개범위가 서로 다른 변인에 의해 설명된다는 것을 보여주었는데 이점은 개인정보 공개가 하나의 요인으로 파악되거나 단일한 심리적 결정과정에 의한 것은 아니라는 점을 추론하게 한다. 개인정보 공개 정도는 성별, 이용기간, 사회적 관계 유지 동기 등에 의해 설명되지만 공개범위는 이용기간과 페이스북 이용자에 의한 프라이버시 염려에 의해 설명되는 변인으로 이용기간을 제외하면 개인정보 공개 정도와 공개 범위는 서로 다른 변인에 의해 영향을

받는 것을 나타냈다. 본 연구는 대학생을 대상으로 한 제한적 샘플에 기초하고 있다. 이후 연구에서는 표본 수를 늘리고 대학생 이외의 이용자를 포함시켜 본 연구에서 지적된 사항을 보완할 수 있도록 해야 할 것이다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 국내 페이스북 이용자의 개인정보 공개에 대한 실증적 관찰이 미비하다는 것을 고려했을 때 연구의 의의가 있다고 여겨진다.

acknowledge

해당 논문의 일부는 2013년 한국여성커뮤니케이션학회 뉴미디어연구회 특별기획세미나에서 발표되었음

참 고 문 헌(Reference)

- [1] Burns, C. "Facebook Ends 2012 As #1 Mobile App in the USA", comScore Mobile Metrix, 2013 January 23. Available at <http://www.slashgear.com/comscore-facebook-ends-2012-as-1-mobile-app-in-the-usa-23266462/>.
- [2] Jaemyung, L., Jiyeol, Y., Sejung, J., Jaemin, Y., & Seungtae, K. "2012 Survey on the Internet Usage", KISA, Seoul, 2013.
- [3] Won, K. et al., "2011 Survey on the Internet Usage", KISA, Seoul, 2012
- [4] Dong-a Ilbo, "Court Ruled SK Communications Pay 2,882 in 200 Thousands Won for Hacking", 16, Feb., 2013.
- [5] Yeji, C. "Twitter Account Hacked, 250 Thousand Users' Personal Information Attacked", Chosun Ilbo, 3, Feb., 2013.
- [6] YTN. "German court, Friend List of Facebook Charged with Personal Information Disclosure", 7, Mar., 2012.
- [7] Hynjun, K. "Twitter Sink and Facebook Arise?", Today News, 3, Jan., 2012. <http://www.today-news.co.kr/news/articleView.html?idxno=13951>.
- [8] Allen, L. "Dredging Up the Past: Life Logging, Memory and Surveillance. University of Chicago Law Review, Vol.75, pp.47-74, 2008.
- [9] Nohyung, P. "A Study on Mobile Data Protection", KCC, Seoul, 2011.

- [10] Taewon, O., Jiyeon, Y. "Changes of Privacy Concepts in SNSs", *Kisdi*, 23(4), pp.26-42, 2011.
- [11] Lyon, D. (2001). "Surveillance Society". Open University Press, Buckingham. 2001.
- [12] Smith, H. J., Milberg, S. J., Burke, S. J. "Information Privacy: Measuring Individuals' Concerns About Organizational Practices", *MIS Quarterly*, Vol.20, No.2, pp.167-196, 1996.
- [13] Westin, A. "Privacy And Freedom", Atheneum, New York, 1967.
- [14] Altman, I. "The Environment And Social Behavior. Brooks/Cole Publishing Company, Monterey, CA, 1975.
- [15] Margulis, S. T. "Three Theories Of Privacy: An Overview", In Trepte, S., Reinecke, L., Eds., *Privacy Online: Perspectives On Privacy And Self-disclosure In The Social Web*, pp.9-18, Springer, Hamburg, Germany, 2011.
- [16] Ziegele, M., Quiring, O. "Privacy In Social Network Sites", In Trepte, S., Reinecke, L., Eds., *Privacy Online: Perspectives On Privacy And Self-disclosure In The Social Web*, pp.175-190, Springer, Hamburg, Germany, 2011.
- [17] Pedersen, D. M. "Model For Types Of Privacy By Privacy Functions", *Journal of Environmental Psychology*, Vol.19, No.4, pp.397-405, 1999.
- [18] Burgoon, J.K., Parrott, R., LePoire, B.A., Kelley, D.L., Walther, J.B., Perry, D. "Maintaining And Restoring Privacy Through Communication In Different Types Of Relationship. *Journal of Social and Personal Relationships*, Vol.6, No.2, pp.131-158, 1989.
- [19] Joinson, A. N., Paine, C. B. "Self-disclosure, Privacy And The Internet", In A. N. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes, U. Reips, Eds., *The Oxford Handbook Of Internet Psychology*, pp.237-252, Oxford University Press, Great Britain, 2007.
- [20] Greene, K., Derlega, V. J., Mathews, A. "Self-disclosure In Personal Relationships", In A. L. Vangelisti, D. Perlman, Eds., *The Cambridge Handbook Of Personal Relationships*, pp.409-428, Cambridge University Press, New York, 2006.
- [21] Omarzu, J. "A Disclosure Decision Model: Determining How And When Individuals Will Self-disclose. *Personality and Social Psychology Review*, Vol.4, No.2, pp.174-185, 2000.
- [22] Metzger, M. J. "Communication Privacy Management In Electronic Commerce", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.12, No.2, pp.335-361, 2007.
- [23] Stutzman, F., Kramer-Duffield, J. "Friends Only: Examining A Privacy-Enhancing Behavior In Facebook. *Proceedings Of The 28th International Conference On Human Factors In Computing Systems*, 1553-1562, 2010.
- [24] Jiyoung S., Heedong, Y. "The Effects of Perceived Privacy Infringement and the Moderators on On-Line Community Activities in BLOG", *KOREAN MANAGEMENT REVIEW*, 35(1), pp.81-108, 2006.
- [25] Mina L, Jaewoong, S. "The Moderating Effect by Gender in the Relationship between the Perception of Online Privacy and Use of Privacy Protection Strategy", *Media, Gender & Culture*, 12, pp.165-280, 2009.
- [26] Joonky, L, Heejai, C., & Seonah, C. "Study on How Service Usefulness and Privacy Concern Influence on Service Acceptance", *Journal of Society for e-Business Studies*, 12(4), pp. 37-51, 2009.
- [27] Dwyer, C., Hiltz, S. R., Passerini, K. "Trust And Privacy Concern Within Social Networking Sites: A Comparison Of Facebook and MySpace. *Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems*. 2007, Retrieved from <http://csis.pace.edu/~dwyer/research/DwyerAMCIS2007.pdf>
- [28] Wirtz, J., Lwin, M. O., Williams, J. D. "Causes And Consequences Of Consumer Online Privacy Concern", *International Journal of Service Industry Management*, Vol.18, No.4, pp.326-348, 2007.
- [29] Lee, D. H., Im, S., Taylor, C. R. "Voluntary Self-disclosure Of Information On The Internet: A Multimethod Study Of The Motivations And Consequences Of Disclosing Information On Blogs", *Psychology & Marketing*, Vol.25, No.7, pp.692-710., 2008.
- [30] Lewis, K., Kaufman, J., Christakis, N. "The Taste For Privacy: An Analysis Of College Student

- Privacy Settings In An Online Social Network. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.14, No.1, pp.79-100, 2008.
- [31] Waters, S., Ackerman, J. "Exploring Privacy Management On Facebook: Motivations And Perceived Consequences Of Voluntary Disclosure", *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol.17, No.1, pp.101-115, 2011.
- [32] Ellison, N. B., Steinfield, C., Lampe, C. The Benefits Of Facebook' Friends: Social Capital And College Students' Use Of Online Social Network Sites" *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol.12, No.4, pp.1143-1168, 2007.
- [33] Christofides, E., Muise, A., Desmarais, S. "Information Disclosure And Control On Facebook: Are They Two Sides Of The Same Coin Or Two Different Processes?", *CyberPsychology & Behavior*, Vol.12, No.3, pp.341-345, 2009.
- [34] Wilson, R. E., Gosling, S. D., Graham, L. T. "A Review Of Facebook Research In The Social Sciences. *Perspectives on Psychological Science*, Vol.7, No.3, pp.203-220, 2012.
- [35] Acquisti, A., Gross, R. "Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, And Privacy on the Facebook", In George, D., & Philippe, G. Eds., *Privacy Enhancing Technologies: 6th International Workshop*, pp.36-58, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2006.
- [36] Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A. K., Hughes, B. N. "Facebook And Online Privacy: Attitudes, Behaviors, And Unintended Consequences", *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol.15, No.1, pp.83-108, 2009.
- [37] Wigeun, K., Minjae, C. The Effect of SNS Users' Use Motivations on Using SNS and Recognizing Characteristics of SNS Messages : Focused on the Comparison among 'Facebook', 'Twitter', 'Cyworld', and 'Me2day'", *Korean journal of communication and information*, 60, pp.150-171, 2012.
- [38] boyd, d. "Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence. *Convergence: The International Journal of Research into Media Technologies*, Vol. 14, No. 1, pp.13-20, 2008.
- [39] Gross, R., Acquisti, A. "Information Revelation and Privacy in Online Social Networks(The facebook case)". *Proceeding of ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society*, 2005.

● 저 자 소 개 ●



이 미 나(Mina Lee)

1995년 고려대학교 신문방송학과(문학학사)
1998년 고려대학교 대학원 신문방송학과(문학석사)
2002년 앨라바마대학교 대학원 텔레커뮤니케이션(석사)
2007년 앨라바마대학교 대학원 커뮤니케이션 & 인포메이션 사이언스 학부(언론학박사)
2010년~현재 숙명여자대학교 미디어학부 조교수
관심분야 : 인터넷/SNS 커뮤니케이션
E-mail : minalee@sookmyung.ac.kr



이 승 아(Seungah Lee)

2012년 숙명여자대학교 미디어과(문학학사)
2012년~현재 숙명대학교 대학원 미디어학과 석사과정
관심분야 : 인터넷 커뮤니케이션
E-mail : jamielee@sookmyung.ac.kr



최 인 혜(Inhye Choi)

2012년 숙명여자대학교 미디어과(문학학사)
2014년 숙명대학교 대학원 미디어학과(언론학석사)
2014년~현재 한국청소년정책연구원 활동역량연구실 보조연구원
관심분야 : 인터넷 커뮤니케이션
E-mail : ihchoi@nypi.re.kr