

---

# Facebook 사용자들의 양면성에 대하여

감추고 싶은 욕구와 타인을 훑쳐보는 관음증적 욕구

## On the Double-Sidedness of Facebook Users: The Desire to Hide vs. Peeping Voyeurism

이은지, Eunji Lee\*, 이형철, Hyung-Chul O. Li\*\*, 김신우, ShinWoo Kim\*\*\*

---

**요약** 최근 스마트폰 사용 등으로 소셜 네트워크 서비스(SNS)에 대한 접근이 용이해졌으며 사용자의 수 또한 폭발적으로 증가 하였다. 그 중 많은 사용자를 보유하고 있는 Facebook은 소극적인 개인정보 보호정책으로 인해 다양한 사회적 문제를 야기하고 있으나, 개인정보 보호정책은 큰 변화를 보이지 않고 있고 사용자 수는 지속적으로 증가하는 추세이다. 본 연구는 소극적인 개인정보 보호정책에도 불구하고 사용자가 늘어나는 현상을 Facebook 사용자들의 양면성을 통해 조명하였다. 즉, Facebook 사용자들은 자신의 개인정보와 다양한 활동들이 손쉽게 노출되는 것에 대해 불안감을 느끼지만 또한 반대로 다른 사용자들의 개인정보와 활동에 대해서는 알고 싶어 하며 그것을 열람하는데 큰 흥미를 느끼기 때문에 Facebook을 이용한다는 것이다. 이를 검증하기 위해 설문지와 반대시나리오 검증을 통해 사용자들의 양면적 욕구 (자신의 정보보호, 타인의 활동 열람)를 파악하였으며, 적절한 수준의 개인정보와 활동공개는 Facebook이 지속적인 인기를 얻는 중요한 요인이 될 수 있음을 확인하였다. 많은 연구들이 자아의 표출이라는 측면에서의 SNS를 연구하였다. 본 연구는 보여주기와 감추기의 적절한 수위조절이 Facebook과 같은 SNS의 중요한 요소임을 보여준다.

**Abstract** Use of smart phones and other means allowed ready access to social networking service (SNS) and its users have explosively increased. In the meantime, Facebook which has the largest user community has caused various social problems due to its conservative privacy policy; yet its users are continuously increasing and committed to the service although its privacy policy has not so much changed. In this research, we studied the irony of increasing popularity of Facebook despite its negative privacy policy in the light of its users' double-sided desire. That is, users use Facebook because they are curious about other users' personal information and activities although they are at the same time anxious about public exposure of their own personal information and activities. To test this conjecture, we investigated users' double-sided desire (privacy protection, viewing others' activities) using questionnaire and reverse scenario test and confirmed that proper balance of privacy protection and activity exposure is an important contributor to continued popularity of Facebook. Much research studied SNS focusing on self-presentation that is on the side of self-exposure. This research highlights the importance of balance keeping between hide-and-peek for SNS companies such as Facebook in the use of privacy policy.

**핵심어:** Facebook, Privacy policy, Voyeurism, Double-sidedness

---

이 논문은 2012년도 광운대학교 교내 학술연구비 지원에 의해 연구되었음.

\*주저자: 산업심리학과 학부생 e-mail: totgunji@nate.com

\*\*공동저자: 광운대학교 산업심리학과 교수 e-mail: hyung@kw.ac.kr

\*\*\*교신저자: 광운대학교 산업심리학과 조교수 e-mail: shinwoo.kim@kw.ac.kr

■ 접수일 : 2013년 9월 16일 / 심사일 : 2013년 10월 10일 / 게재확정일 : 2014년 1월 23일

## 1. 서론

지금은 소셜 네트워크의 시대라고 해도 과언이 아니다. 대부분의 사람들은 Facebook, Twitter, me2day 등의 SNS를 들어 보았거나 혹은 직접 사용해 본 경험이 있을 것이다. 특히 스마트폰의 사용이 증가함에 따라 어플리케이션을 통해 SNS에 쉽게 접근할 수 있게 되면서 사용자 수도 그와 함께 큰 폭으로 증가하고 있다. CNET이 Facebook사의 투자자 발표 자료를 인용한 기사에 의하면 Facebook의 사용자 수는 그림 1과 같이 꾸준히 증가하고 있으며 2012년 그 사용자 수는 이미 10억을 넘어선 상태이다.[1] 본 논문에서는 다양한 SNS 중에서도 큰 인기를 끌고 있는 Facebook의 개인정보보호 및 공개와 이에 대한 사용자들의 지각에 대한 연구를 진행하였다.

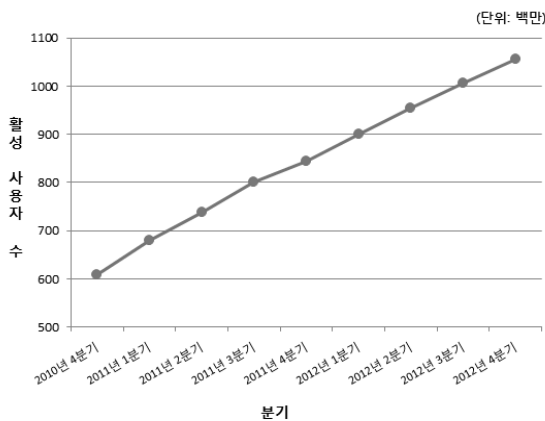


그림 2. Facebook 사용자들의 증가 추세[1]

많은 사람들이 사용하는 Facebook에는 다양한 단점들이 있을 수 있는데, 그 단점들 중 사생활의 노출 문제는 사회적으로 큰 이슈가 되고 있다. Facebook의 개인 정보 보호 기능은 '부분적으로 공개' 와 '비공개' 등을 설정할 수 있으나 그 방법이 직관적이지 못하며, 설정 방법을 잘 모르는 사용자도 상당 수이다. 이러한 Facebook의 특징은 종종 피해자들을 낳고 있다. 예를 들어 Facebook에 올린 글 때문에 직장에서 해고된 국내사례가 존재하며,[2] 범죄자들이 Facebook을 이용해 개인정보를 파악 한 후 여성과 아동들에게 접근하기도 하였고,[3] Facebook에 올린 사적 기록에 접근하여 이를 정보 상품으로 가공하여 판매하기도 한다.[4] 이러한 문제점에도 불구하고 Facebook은 개인정보 보호에 대하여 다소 소극적인 정책을 유지하고 있다. Facebook의 사용자가 점차 늘어나고 사용자들 간의 연결망이 더욱 촘촘해지고 있음에도 불구하고 Facebook은 소극적인 개인정보 보호정책을 유지하고 있는데, 과거 사례들로 미루어 볼 때 Facebook을 통해 잠재적으로 더 많은 사회적인 문제가 발생할 수 있음을 추측해 볼 수 있다.

Facebook의 소극적인 개인정보보호 정책은 사용자들의 안전

을 위협할 수 있음에도 불구하고 왜 더 많은 사람들이 Facebook을 사용하는지 흥미로운 질문이 될 수 있다. Rubin (1983)과 Stafford & Stafford (2002)에 따르면 사용자들은 외적인 요인뿐만 아니라 개인적인 목적과 의도와 같은 내적인 요인을 동기화하여 특정 미디어를 이용한다.[5, 6] 즉 내적인 목적과 의도에 해당하는 환경감시, 정보추구, 오락, 개인적 정체성 등과 같은 욕구를 충족하려는 의도가 동기화되어 궁극적으로 '이용'이라는 행위로 이어지게 된다는 것이다.[7] 그렇다면 소극적인 개인정보 보호 정책에도 불구하고 사용자가 꾸준히 증가하는 이유는 부분적으로 Facebook의 사생활 정보공개에 의해 비롯되는 사용자들의 양면적인 의도 혹은 욕구<sup>1)</sup> 때문일 수 있다. 다시 말해 Facebook 사용자들은 자신의 개인정보와 게시물, 댓글 등이 노출 되는 데에 불편함을 느끼지만 이와 동시에 다른 사용자들의 개인정보와 활동들에 대해서는 알고 싶어 하며, 그것을 구경하는 것에 큰 흥미를 느끼기 때문에 Facebook을 이용한다는 것이다.

특히 Facebook의 경우 친구나 동료뿐만이 아니라 전혀 알지 못하는 사람들의 생각이나 감정을 손쉽게 접할 수 있는 공간이기 때문에 이용자들은 타인의 삶을 구경하거나, 기웃거리거나, 엿보고 싶은 욕구를 지닐 수 있다.[8] 이와 같은 특성을 고려할 때 Facebook의 사용자들은 개인정보 혹은 게시물에 대해 다소 독특한 동기 혹은 욕구를 가질 수 있는데, 그 중에서 본 연구는 자신의 것은 감추고자 하고 상대의 것은 보고자 하는 상반되는 욕구에 대해 살펴보고자 한다. 물론 사용자들은 Facebook에서 드러나는 자신의 모든 정보와 활동들을 감추고자 하지는 않을 것이다. 일상적인 활동에 대한 게시글의 경우에는 타인에게 노출되는 것에 대해 별다른 불편함을 느끼지 않을 수 있다. 하지만 일부 민감한 내용이나 소재를 포함한 게시글의 경우 불특정 다수에게 보여지는 것이 불편하기 때문에 이를 감추고자 하는 반면 타인들의 민감한 게시글이나 공개하고 싶지 않은 프로필 등에 대해서는 흥미롭게 탐색하고자 할 수 있다.

본 연구에서는 Facebook은 개인정보의 보호에 대해 소극적인 정책을 견지함으로써 다양한 부작용을 낳았음에도 불구하고 오히려 사용자가 늘고 있는 이유를 '개인정보 노출'에 대한 사용자의 상반되는 욕구측면에서 살펴보고자 한다. 이를 위해 설문지법과 반대 시나리오 검증을 통해서 SNS 사용자들의 감추고 싶어 하고, 보고 싶어 하는 욕구와 흥미를 면밀히 관찰하여 사용자들의 양면성을 파악 하고자 한다[9]. 이러한 양면적인 욕구는 SNS의 개인정보공개수준의 통제를 통한 시장전략에 영향을 미칠 수 있을 것이다.

1) 본 연구에서 언급하는 '보고자 하는 욕구'는 타인의 정보에 대한 것이며 '감추고자 하는 욕구'는 사용자 본인의 정보에 대한 것이다. 따라서 본 연구에서 언급하는 '양면성'은 동일한 대상에 대한 것이 아니라는 것을 밝혀둔다. 이항대립에 관해 지적해주신 익명의 심사자에게 감사드린다.

## 2. 연구 방법 : 설문지법과 반대 시나리오 검증

### 2.1. 참가자

Facebook을 사용 하는 남녀 대학(원)생을 대상으로 2012년 10월 15일부터 19일까지 오프라인 설문조사를 실시하였다. 설문에는 남성 32명(53%), 여성 28명(47%)으로 총 60명이 응답하였으며, 응답자들은 대부분이 20대에 속하였다(91%: 그 외 10대 2명, 30대 3명).

반대 시나리오 검증에서는 피험자들을 이성친구와 헤어진 상태로 가정으로 진행하였기 때문에, 설문지에 응답한 남녀 대학(원)생 60명 중 이성과 헤어져본 경험자들을 중 남성 6명과 여성 6명의 사용자들을 무선적으로 표집하여 반대 시나리오 검증을 실시하였다.

### 2.2. 설문지법 (N = 60)

설문지는 총 12개의 문항들로 구성하였으며 문항들은 크게 세 가지 유형으로 분류할 수 있다. 문항들은 사용자들의 Facebook 이용현황(표 1), 사용자 자신의 개인정보 보호와 관련된 문항(표 2), 타인의 개인정보와 활동 열람에 관련된 문항(표 3)으로 분류 된다.

먼저 사용자들의 Facebook 이용 현황 유형은 등록친구의 수, Facebook 사용 빈도를 포함하여 사용자들의 Facebook 활동정도를 평가하기 위한 것이었다. 다음으로 사용자 자신의 개인정보 보호와 관련된 유형은 Facebook 사용자의 주요 사용형태, 개인정보 보호에 대한 지식정도, 사용자 본인의 정보와 활동이 노출되는 것에 대한 태도 등을 포함하여 사용자 자신의 정보를 보호하는 측면에 대해 알아보기 위한 것이었다. 마지막으로 타인의 개인정보와 활동 열람과 관련된 유형은 개인 정보 보호 강화로 인해 타인의 게시물에 대한 접근이 제한되었을 때의 기분, 접근 제한되었을 시의 지속적 사용 여부를 포함하여 사용자가 타인의 것을 몰래 보고자하는 관음증적 욕구를 파악하기 위한 것이었다.

### 2.3. 반대 시나리오 검증 (N = 12)

실제와 유사한 상반되는 상황에서의 사용자 반응을 관찰하기 위해 반대 시나리오 검증을 사용하였다. 특히 입장에 따라 보고자하고 또 감추고자 하는 상반되는 두 가지 욕구를 '반대' 상황에서 검증함으로써 개인정보의 접근성에 대한 사용자의 양면적인 태도를 보다 직접적으로 관찰할 수 있을 것이라 기대하였다. 대다수의 사용자들이 Facebook에서 타인의 개인정보와 활동을 획득하려고 한 경험이 있다는 것 (표 3, 질문 1)과 타인의 활동을 보는데 제한이 생겼을 때 불편할 것이라고 응답한 것 (표 3, 질문 3)은 사용자들이 반대 시나리오의 상반되는 상황을 쉽게 상상할 수 있다는 것을 간접적으로 보여준다.

먼저 첫 번째 시나리오는 사용자가 비공개에 대한 권한이 없

이 게시물을 올리는 상황으로 이루어졌으며 이는 사용자 자신의 감추고자 하는 욕구를 파악하기 위하여 제작하였다. 두 번째 시나리오는 사용자가 타인의 게시물에 대해 접근 권한이 없는 상황으로 이루어 졌으며 사용자가 타인의 것을 보고자하는 욕구를 파악하기 위하여 제작 하였다.

반대 시나리오 검증에서는 두 가지의 시나리오를 한명의 사용자에게 차례로 진행 시키는 방법으로 진행 하였다. 이때 사용자들이 각 시나리오에 몰입 할 수 있도록 욕성을 통해 시나리오를 들려주었으며, 각 시나리오를 사용자 자신의 상황으로 몰입하도록 요청하였다. 각 상황에 몰입한 사용자들에게 예비조사를 통해 구성된 정서 형용사 설문지(2.3.2 정서형용사 설문지 구성과 절차 참조)를 통해 자신의 감정을 답하도록 요청하였다. 정서 형용사 설문지는 두 시나리오에 몰입한 결과 느낄 수 있는 정서 형용사들로 이루어져 있으며 사용자들은 7점 척도로 각 정서의 강도를 표현하였다.

#### 2.3.1 반대 시나리오 구성

반대 시나리오는 사용자 자신의 개인정보 보호와 타인의 정보열람 욕구라는 양면성을 파악하기 위한 목적으로 구성하였다. 그런데 Facebook은 게시물과 정보에 대한 공개여부를 설정할 수는 있으나 그 방법이 직관적이지 못하다. 특히 대부분의 사용자들이 Facebook을 통해 개인정보 통제를 해본 경험이 많지 않다는 것은 반대 시나리오 검증에서 상황 몰입의 걸림돌로 작용할 수 있었다.

따라서 연구의 수월한 진행을 위해 게시물과 정보에 대한 공개여부를 손쉽게 설정할 수 있는 Cyworld 미니홈피로 Facebook을 대체하여 검증을 실시하였다. 반대시나리오의 사용자들은 모두 20대로 미니홈피를 사용해본 경험이 있었기에 실험참여를 위한 어려움이 없을 것으로 판단하였다. 특히 자신의 개인정보 보호와 타인의 정보열람이라는 상위차원의 목표는 특정 웹의 구체적인 사용맥락과 다소 독립적이라는 추측이 가능하므로 미니홈피를 통해 밝혀진 결과는 Facebook의 개인정보보호를 이해하는데 유용한 바탕이 될 수 있을 것으로 기대하였다.

비교검증에 필요한 반대 시나리오는 대부분의 사용자에게 민감한 소재인 이성과 헤어진 상황을 전제로 하였으며, 사용자들은 모두 이성과 헤어져본 경험자로 구성하였다. 시나리오는 다음과 같은 두 가지로 나누었다. 첫 번째 시나리오는 사용자가 자신의 SNS에서 민감한 정보를 감추고자 하는 상황을 가정하여, 사용자가 헤어진 이성친구가 보지 않았으면 하는 다소 민감한 내용을 포함하는 게시물을 SNS에 올려야만 하는 상황에 대해 욕성으로 들려주었다 (시나리오 A). 이 시나리오에서는 SNS가 개인정보보호를 제한적으로 지원하는 상황을 가정하였다. 예를 들어 P와 이별 한지 2주가 지난 사용자는 새로운 이성친구Q를 사귀 상황이며 Q와 다정히 찍은 사진을 올리는 상황이었다. 이때 사용자는 게시물의 공개 여부를 제어할 수 없었기

때문에 작성된 게시물은 사용자가 원치 않음에도 불구하고 다른 이용자들이 열람 할 수 있는 상황에 몰입하도록 요청하였다.

두 번째 시나리오는 상대의 민감한 정보를 보고자 하는 상황을 가정하여 구성하였다(시나리오 B). 이 시나리오에서는 사용자에게 사용자 자신이 헤어진 이성친구의 SNS를 방문하는 상황에 대하여 들려주었다. 이때 헤어진 이성 친구는 자신의 게시물에 다른 사람의 접근을 선택적으로 제한해 두었기 때문에 SNS에 새 글이 올라왔음을 알리는 표시(예를 들어 'new')가 있어도 사용자는 그 게시물을 열람할 수 없는 상황에 대해 몰입하도록 요청하였다.

### 2.3.2 정서형용사 설문지 구성과 절차

정서 형용사 설문지는 사용자들에게 반대되는 두 가지 시나리오를 들려주어 몰입하게 한 후 각 시나리오에서 느껴지는 정서형용사의 목록을 구성하여 제작하였다. 각 시나리오 상황에서 발생 가능한 형용사를 포괄적으로 수집하여 객관적으로 선별하기 위해 두 차례의 예비조사를 실시하였다.

사용자들이 반응할 정서형용사 목록을 연구자가 직접 선택하여 제시할 경우 연구자의 주관이 개입될 수 있다. 이를 방지하기 위해 1차 예비조사에서는 총 3명의 사용자들에게 시나리오를 들려주어 몰입하게 한 후 각 상황에서 느껴지는 정서를 자유롭게 형용사로 표현하도록 요청하였다. 이 예비조사에서 획득한 정서형용사를 바탕으로 중복되는 것을 제외하고 표현을 다듬어 총 30개의 정서 형용사로 구성된 설문지를 제작하였다. 30개의 정서형용사는 포괄적이기는 하지만 사용자가 반응해야할 형용사의 개수가 과도하게 많다는 단점이 있다. 따라서 추가적으로 2차 예비조사를 실시하여 최종 설문지에 포함할 정서형용사를 선별하였다.

2차 예비조사에서는 총 4명의 사용자에게 시나리오 A, B에 몰입하게 한 후 각 정서형용사가 느껴지는 정도를 7점 척도로 평정하게 하였다. 그 결과 각 시나리오에서 높은 점수를 얻은 형용사를 10개씩을 선별하여 최종적으로 총 20개의 정서 형용사(궁금하다, 부담스럽다, 난처하다, 곤란하다, 꺼려진다, 답답하다, 우울하다, 불안하다, 걱정스럽다, 부담이 든다, 간절하다, 의기소침하다, 찝찝하다, 놀라다, 언짢다, 거슬린다, 신경이 쓰인다, 당혹스럽다, 짜증난다, 심란하다. 단, 이 중 '심란하다'는 두 가지 시나리오에 모두 적용되는 정서 형용사이다) 목록을 구성하여 시나리오 검증에 위한 7점 척도의 설문지에 포함하였다.

### 2.3.3 반대 시나리오 검증 절차

반대 시나리오 검증은 각 사용자에게 1시간 동안 진행되었다. 각 시나리오는 동일한 절차로 진행하였으나, 절반의 사용자들에게는 시나리오 A를 진행한 후 B를 진행하였고 나머지 사용자들에게는 반대 순서로 진행하였다.

첫 번째 시나리오 A는 위에서 서술한 바와 같이 사용자가 비공개에 대한 권한이 없이 민감한 게시물을 올리는 상황이었다. 사용자에게 상황몰입을 요청한 후 정서 형용사 설문지에 응답하도록 하였다. 두 번째 시나리오 B는 사용자들에게 게시물 접근권한이 없는 상황에 대해 몰입하게 한 뒤 동일한 정서형용사 설문지에 응답하게 하도록 요청하였다. 상반되는 시나리오에서 동일한 정서형용사 설문지에 반응하게 함으로써 서로 다른 상황에서의 사용자들의 반대되는 성향을 확인할 수 있을 것으로 기대하였다.

## 3. 연구결과

### 3.1. 1차 설문 연구결과: 이용현황, 개인정보 보호 및 열람

설문지법을 통해 사용자들의 이용현황, 사용자 자신의 개인정보 보호, 타인의 개인정보와 활동의 열람의 세 가지 내용들에 대해 살펴보았다.

표 1. 사용자들의 Facebook 이용현황에 대한 문항의 응답

설문문항	선택지	(명)	(%)
1. 귀하의 Facebook에 등록된 친구 수는 몇 명입니까?	50명 이하	4	6.7
	51명~90명 이하	4	6.7
	91명~120명 이하	6	10.0
	121명~150명 이하	14	23.3
	151명 이상	32	53.3
2. 귀하는 컴퓨터와 스마트폰 어플을 포함, Facebook에 얼마나 자주 접속하십니까?	하루에 2회 이하	12	20.0
	5시간~6시간에 1회	6	10.0
	3시간~4시간에 1회	11	18.3
	1시간~2시간에 1회	14	23.3
	틈 날 때마다 접속	17	28.3

표 1은 사용자들의 이용현황에 조사결과이다. 20대 사용자들은 대부분 151명 이상의 친구와 연결되어 있으며 매우 빈번하게 Facebook에 접속한다는 사실을 알 수 있었다.

표 2는 사용자의 양면성 중 자신의 것을 감추려는 성향에 대한 응답을 보여준다. 특이하게도 자신의 개인정보와 활동을 감추고 싶어 할 것이라는 본 연구의 예측과 다르게 절반 이상의 사용자들은 이에 대해 크게 염려하지 않는 경향을 보였다(문항 1, 2). 개인정보보호와 관련된 내용에 대해서는 잘 알지 못했으나(문항 4), 개인정보 보호기능의 강화에 대해서는 대다수가 찬성하였다(문항 5). Facebook의 사용은 주로 뉴스피드를 통하여 이루어지고 있었다(문항 3).

표 2의 응답 결과 중 흥미로운 부분을 찾을 수 있었다. 응답자의 절반 이상이 자신의 활동과 게시물이 타인의 뉴스피드에

노출되는 것에 염려 해 본적이 없다고 응답했지만(문항 1, 2), 개인정보와 활동에 대한 보호기능 강화에 대해서는 대다수의 응답자가 찬성을 하였다(문항 5). 이와 같은 응답은 다소 모순된 것으로 특히 문항 2의 응답 패턴을 살펴보면 많은 사용자들이 자신의 활동이 타인의 뉴스피드에 보이는 것에 대해 상반된 응답을 한 것을 알 수 있다. 즉 많은 사용자들이 자신의 활동이 드러나는 것에 대해 개의치 않는다는 반응을 보인 반면 또한 상당수의 사용자들이 이를 불편하게 여긴다는 것을 알 수 있다.

표 2. 사용자 자신의 개인 정보와 활동들을 보호하는 것에 대한 주요 질문과 응답

설문문항	선택지	(명)	(%)
1. 귀하는 타인이 귀하의 Facebook의 활동을 보는 것에 대해서 염려해본 적이 있습니까?	염려해본 적이 있다	27	45.0
	염려해본 적이 없다	33	55.0
2. 귀하는 귀하의 Facebook의 개인 정보와 활동들이 타인의 뉴스피드에 보여 지는 것에 대해 어떻게 생각하십니까? 해당하는 번호를 골라주십시오.	상관없다	17	28.3
	조금 상관없다	16	26.7
	보통이다	9	15.0
	조금 불편하다	7	11.7
	불편하다	11	18.3
3. 귀하는 Facebook 사용 시 주로 어느 활동을 하십니까?	뉴스피드를 확인한다	52	86.7
	게시물을 업로드한다	8	13.3
4. 귀하는 Facebook의 개인 정보 보호 방법과 기능을 알고 계십니까?	알고 있다	22	36.7
	알지 못 한다	38	63.3
5. 만약 앞으로 Facebook에서 개인 정보와 활동에 대한 보호 기능을 강화한다면, 이에 대해 어떻게 생각하십니까?	반대 한다	2	3.3
	약간 반대 한다	7	11.7
	보통이다	12	20.0
	약간 찬성 한다	16	26.7
	찬성 한다	23	38.3

그림 2는 문항 2의 응답을 히스토그램으로 나타낸 것으로 양봉분포를 확인할 수 있다. 본 연구에서는 대다수의 사용자들이 개인활동의 노출에 대해 불편함을 느낄 것이라 예측하였으나 이러한 엇갈린 응답은 크게 두 가지로 해석가능하다. 먼저 개별 응답자들이 개인정보의 노출에 대해 일관되게 서로 다른 태도를 보인다고 해석할 수도 있고, 혹은 응답자들은 2번 문항에 대해 서로 다른 상황을 가정하거나 염두에 두고 응답했기 때문이라고도 해석할 수 있다. 즉 '매우 불편하다'와 '조금 불편하다'는 응답자들은 민감한 정보를 올릴 때의 상황을 전제로 응답했을 수 있으며, 반면 '전혀 상관없다'와 '조금 상관없다'는 응답자는 자신이 무엇을 먹고 어디에 있는지 등의 상대적으로 가벼운 정보를 전제로 응답하였을 가능성이 높다고 해석할 수 있다. 이러한 해석을 검증하기 위해 2차 설문을 실시하였다.

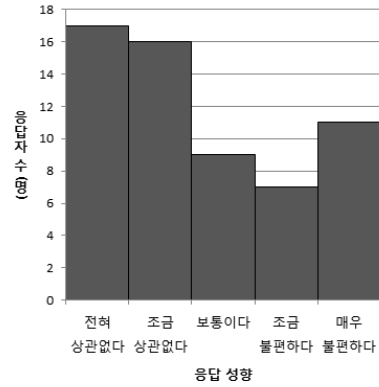


그림 2. 문항 2 '귀하는 귀하의 Facebook의 개인정보와 활동들이 타인의 뉴스피드에 보여 지는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?'에 대한 응답분포

### 3.1.1. 2차 설문 및 결과

1차 설문조사의 문항 2에 대한 응답자들의 상반된 태도에 대한 해석을 검증하기 위해 사용자가 민감한 게시물을 올리는 상황과 상대적으로 덜 민감한 게시물을 올리는 상황을 가정하여 대학(원)생 30명을 대상으로 2차 설문조사를 실시하였다. 설문조사를 실시하기에 앞서 게시물 유형에 따른 민감도를 알아보기 위해 대학(원)생 20명을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 이를 위해 먼저 Facebook의 게시물을 유형에 따라 분류하는 작업을 실시하였고, 이후 사용자들에게 각 유형이 얼마나 민감한가에 대해 5점 척도로 응답하게 하였다. 그 결과 사용자들은 새벽에 올린 감성적인 글, 특정 인물을 겨냥한 글, 시험기간에 유희 활동을 한 글과 같은 게시물에 대해 높은 점수의 민감도를 부여한 반면, 맛집에서 직접 찍은 사진과 같은 일상사진, 자랑 글과 같은 게시물에 대해서는 상대적으로 낮은 민감도의 점수를 부여 하였다. 이 결과에 근거하여 설문지를 각기 다른 상황을 전제한 두 가지 문항으로 구성하였으며, 이는 같은 사용자임에도 민감한 게시물을 올리는 상황과 그렇지 않은 상황에서 다른 성향을 보이는지를 검증하기 위함이었다.

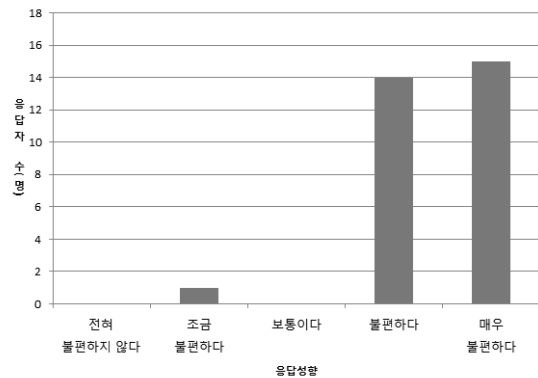


그림 3. 민감한 문항 "귀하가 Facebook에 올린 게시물 중 새벽에 올린 감성적인 글, 특정인물이 보지 않았으면 하는 글(헤어진 이성친구와 관련된 글, 특정 친구를 겨냥한 험담 글, 부모님이 보지 않았으면 하는 게시물) 등의 게시물이 뉴스피드에 노출되는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?"에 대한 응답

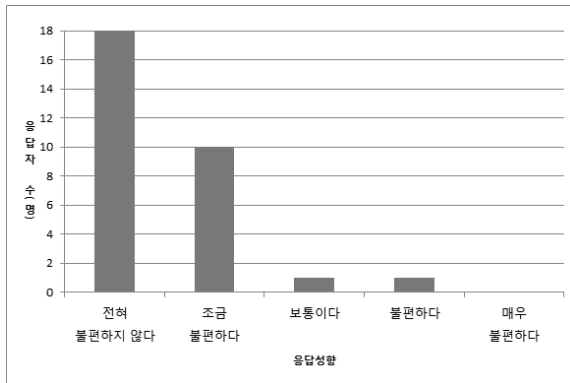


그림 5. 일상적인 문항 “귀하가 Facebook에 올린 게시물 중 유명가수의 콘서트에서 찍은 사진과 글, 맛집에서 찍은 음식사진과 글, 현재 같이 있는 친구와 찍은 사진과 장소, 자랑하고 싶은 글 등이 뉴스피드에 노출되는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?”에 대한 응답

그림 3은 2차 설문에서 민감한 내용을 게시하는 상황에 대한 결과로, 대부분의 사용자들은 게시물이 뉴스피드에 노출 되는 것에 대해 불편함을 느끼는 것을 알 수 있었다. 반면 그림 4는 일상적인 내용을 게시하는 상황에 대한 결과로, 과반 수 이상의 사용자들이 게시물의 노출에 대해 불편함을 느끼지 않는 것을 알 수 있었다.

결국 그림 2의 양봉분포는 그림 3과 4의 결과를 합한 것과 유사하다는 것을 알 수 있으며 이를 통해 사용자들이 자신의 개인정보와 활동들에 대해 선택적으로 노출하고자 하는 성향을 보인다고 해석할 수 있다. 즉 상대적으로 가벼운 내용의 경우 타인에게 노출되는 것에 대해 불편해 하지 않지만 민감한 내용의 경우에는 노출을 꺼린다고 할 수 있다. 따라서 그림 2의 양봉분포는 정보노출에 대한 개인차를 반영한 것이 아니라 응답 당시 사용자들이 염두에 둔 상황의 차이에 따른 결과라는 것을 알 수 있다.

그림 2의 양봉분포에 대한 또 다른 대안적인 설명은 (앞서 언급한 대로) 개별 사용자들이 개인정보의 노출에 대해 게시물의 내용과 상관없이 일괄되게 서로 양분되는 태도를 보인다는 것이다. 그렇다면 그림 3과 4의 분포는 매우 유사해야 할 것이다. 그러나 그림 3과 4의 결과는 동일한 사용자들이라 하더라도 게시물의 내용에 따라 노출에 대해 매우 다르게 느낀다는 것을 보여준다.

### 3.2. 설문지법 연구결과 2: 타인의 개인정보 및 활동의 열람

표 3은 사용자의 양면성 중 타인의 것을 보고자하는 욕구에 대한 응답을 나타낸다. 사용자들은 Facebook을 통해 타인의 개인정보나 활동내역 등을 획득하고 있으며(문항 1), 친구의 개인 정보나 활동을 보는 것을 매우 흥미롭게 생각한다는 것을 알 수 있었다(문항 2). 또한 개인정보보호 기능이 강화되어 친구의 활동을 보는데 제한이 생겼을 경우 불편해 할 것이라는

사실을 알 수 있었다(문항 3). 그러나 Facebook 친구의 활동들을 보는데 제한이 생기더라도 계속해서 지금과 같이 사용할 것이라고 응답 하였다(문항 4).

문항 1, 2, 3의 결과는 본 연구의 가설과 일치하였다. 즉, 사용자들이 Facebook을 사용 하는 이유 중 하나는 타인의 게시물과 활동들을 열람 하고자 하는 동기, 즉 관음증적 욕구 때문이라는 것을 알 수 있었다. 한 가지 흥미로운 점은 문항 4에서 사용자들이 타인의 게시물과 활동을 보는데 제한이 생기더라도 Facebook을 지속적으로 사용 할 것이라는 것이었다. 이는 Facebook을 사용할 때 사용자들은 타인의 게시물과 활동을 구경하며 흥미로움을 느낄 뿐만이 아니라 자신의 글과 활동을 게시하며 즐기는 것이 목적이라는 선행연구의 결과로 이해할 수 있다.[10]

표 3. Facebook 친구의 정보와 활동의 열람에 대한 문항과 응답

설문문항	선택지	(명)	(%)
1. 귀하가 Facebook을 통해 타인의 개인 정보나 활동 등을 획득하려고 한 적이 있습니까?	있다	41	68.3
	없다	19	31.7
2. 귀하가 Facebook에서 친구의 개인 정보나 활동들을 뉴스피드를 통해 보는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?	감흥 없다	9	15.0
	감흥 없는 편이다	6	10.0
	보통이다	13	21.7
	흥미로운 편이다	17	28.3
	매우 흥미롭다	15	25.0
	상관없다	9	15.0
	조금 상관없다	9	15.0
	보통이다	11	18.3
3. 친구의 활동들을 보는데 제한이 생기게 되었을 시에 어떤 기분이 들 것 같습니까?	불편하다	13	21.7
	매우 불편하다	18	30.0
	사용하지 않을 것이다	7	11.7
4. 귀하가 Facebook의 개인 정보 보호 기능이 강화되어 Facebook 친구의 활동들을 보는데 제한이 생기게 되었을 시에 계속해서 Facebook을 사용할 것입니까?	아마 사용하지 않을 것이다	6	10.0
	보통이다	10	16.7
	약간 사용할 것이다	14	23.3
	지금과 같이 사용할 것이다	23	38.3

### 3.3. 반대 시나리오 검증 결과

반대 시나리오 검증은 Facebook 사용자의 양면성을 가장 직접적으로 보여주는 방법일 것이다. 먼저 상반되는 상황에서 발생하는 사용자들의 정서를 객관적이고 포괄적으로 탐색하기 위해 2회의 예비조사를 진행하였다.

첫 번째 예비조사에서는 3명의 사용자들에게 자신의 정보

및 활동의 공개여부를 설정할 수 없는 상황(시나리오 A)과 타인의 게시물에 대해 접근 권한이 없는 상황(시나리오 B)에 대해 차례대로 감정어휘를 하게 한 다음 느껴지는 정서를 자유롭게 구두로 표현하게 한 후 이를 기록하였다.

표 4는 첫 번째 예비조사의 결과 획득한 정서 형용사중 일부를 나열한 것이다. 공개여부를 설정할 수 없었던 시나리오 A에서는 불안하다, 부담스럽다, 비공개 기능이 있었으면 좋겠다, 짜증이 난다, 찻찻하다, 하기 싫다(올리기 싫다)와 같은 회피와 거부 반응을 관찰할 수 있었으며, 타인의 게시물에 대해 접근 권한이 없었던 시나리오 B의 경우에는 보고 싶다, 답답하다, 차라리 알림이 뜨지 않았으면 좋겠다, 짜증이 난다, 궁금하다 등의 관음증적 심리를 보여주는 반응들을 획득할 수 있었다. 앞서 (2.3.2 정서형용사 설문지 구성과 절차) 기술한 대로 두 번째 예비조사를 거쳐 최종적으로 20개의 정서형용사를 선정하여 반대시나리오 검증을 실시하였다.

표 4. 첫 번째 예비조사 결과 (일부)

시나리오 A에 대한 응답	시나리오 B에 대한 응답
불안하다	보고 싶다
부담스럽다	답답하다
비공개 기능이 있었으면 좋겠다	알림이 뜨지 않았으면 좋겠다
짜증이 난다	짜증이 난다
찻찻하다	궁금하다
하기 싫다 (올리기 싫다)	

그림 5는 시나리오 A와 시나리오 B에서 각 형용사이 획득한 평정의 차이값을 보여준다. 그래프의 가독성을 높이기 위해 차이값이 작은 것부터 큰 순서대로 위에서 아래로 나열하였다. 음의 절대값이 클수록 (그래프의 위쪽에 위치한 형용사들) 시나리오 A보다 B에 대해 높은 평정을 한 것이고, 양의 절대값이 클수록 (그래프의 아래쪽에 위치한 형용사들) 시나리오 B보다 A에 대해 높은 평정을 한 것이다. 그림 5를 살펴보면 사용자들은 그들이 처한 상황에 따라 상반되는 정서를 경험했음을 알 수 있다.

먼저 정서형용사 '심란하다'를 기준으로 상단에 위치한 정서형용사들(궁금하다, 답답하다, 우울하다, 간절하다, 의기소침하다, 놀라다, 언짢다, 짜증난다)은 타인의 게시물에 대해 접근 권한이 없었던 시나리오 B와 관련된 형용사들이었다. 이와 같은 결과는 타인의 게시물과 활동들을 열람 하고자 하는 사용자들의 욕구가 반영된 결과로 해석 할 수 있었다. 반면 '심란하다'의 하단에 위치한 정서 형용사들(당혹스럽다, 신경이 쓰인다, 거슬린다, 찻찻하다, 거부감이 든다, 불안하다, 걱정된다, 꺼려진다, 곤란하다, 난처하다, 부담스럽다)은 게시물 공개 여부를 설정 할 수 없었던 시나리오 A와 관련된 형용사들이었다. 마지막

으로 그림 5의 중앙부분에 위치한 '심란하다, 짜증난다, 당혹스럽다'와 같이 시나리오A와 시나리오B에서 큰 차이를 보이지 않은 정서 형용사들도 발견할 수 있으며 이들은 주로 단순한 불편감을 나타내는 형용사들로 해석할 수 있다.

#### 4. 논의 및 결론

SNS의 사용은 이미 폭발적으로 증가하여 사용자들의 개인 정보와 활동이 인터넷에 노출되고 있어 타인의 정보에 대한 접근이 수월해진 상황이다. 특히 Facebook은 보수적인 개인정보 보호 정책을 유지하고 있으며, 그에 따라 개인 정보 유출에 의한 피해가 이슈가 되고 있다. 본 연구에서는 Facebook 사용자들이 자신의 사적인 정보가 유출될 수 있는 위험에도 불구하고 이 서비스를 계속 사용하는 이유 중 하나로 타인의 정보와 활동에 대한 관음증적 열람욕구에 주목하였다. 즉, 사용자들은 자신의 정보가 유출되는 것에 대해서는 염려하면서도 타인의 정보는 열람하고자 하는 양면성을 지니고 있다는 것이다.

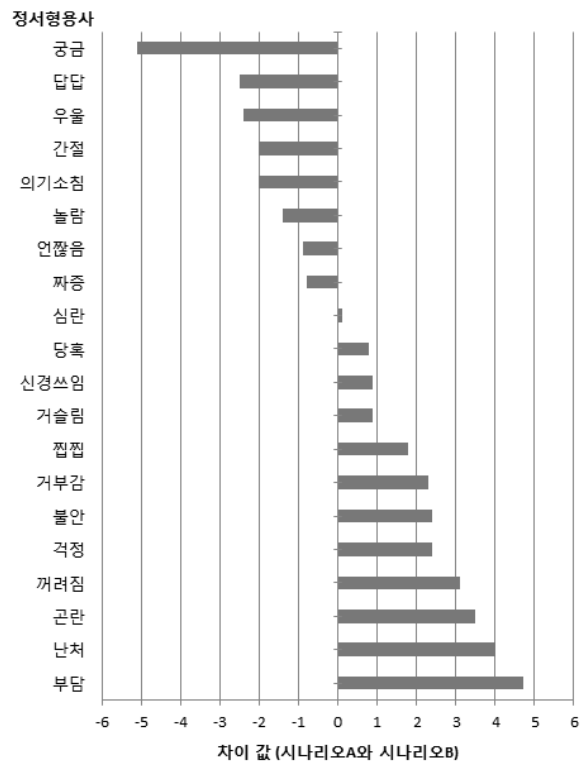


그림 6. 시나리오 A와 B에서 사용자들이 느낀 정서 형용사들의 차이값 (A - B). 가독성을 위해 차이값이 작은 것부터 큰 순서대로 위에서 아래로 정서형용사를 나열하였음.

사용자의 양면성을 탐색하기 위한 설문조사 결과, 대다수의 사용자가 Facebook을 통해 타인의 정보나 활동 등을 획득해 본 적이 있다고 응답하였다. 또한 주로 뉴스피드를 통해 새로운 업데이트를 확인하며 이를 흥미롭게 여긴다고 응답한 사용자가

많았다. 즉 Facebook의 다소 소극적인 개인정보 보호방식에 해당되는 '뉴스피드'는 사용자들의 엿보기 심리와 같은 관음증적 욕구를 편리하게 충족해주고 있다고 해석할 수 있었다. 또한 과반수이상의 사용자들이 타인의 활동을 보는데 제한이 생긴다면 불편할 것이라 응답하였다.

한 가지 흥미로운 것은 타인의 활동을 보는데 제한이 생기더라도 지금과 같이 Facebook을 사용 할 것이라는 응답이었는데, 이는 Facebook의 사용동기가 타인의 것을 구경하는 것에 국한된 것이 아니라, 자신의 것을 보여주기 위한 것에도 있다는 것을 보여준다. 즉 타인에게 보여주고자 하는 정보를 선택적으로 올림으로써 like(좋아요)'를 받아 공감을 얻고 연결되어 있다는 느낌을 얻는 것이 Facebook 사용의 중요 이유 중 하나일 것이다.

특히 문항 2의 응답결과(그림 2)는 자신의 개인정보와 활동에 대해 사용자들이 양가적인 태도를 가진다는 것을 보여주는데 이는 Facebook에서 사용자들의 선택적 노출성향을 반영하는 결과로 볼 수 있다.

반대 시나리오 검증은 두 가지 반대되는 상황을 가정하여 진행하였다. 연구결과, 공개여부를 설정 할 수 없었던 시나리오의 경우 사용자들이 회피 및 불안을 보인 반면 타인의 활동에 접근 권한이 없었던 시나리오의 경우에는 접근실패에 해당하는 정서가 표출된다는 것을 확인할 수 있었다. 종합하면 사용자는 자신의 민감한 정보는 감추고자 하나 타인의 정보는 열람하고자 하는 성향을 지닌다는 것을 알 수 있다. 특히 열람욕구에서 접근하고자 하는 정보는 일상적인 정보가 아니라 타인이 감추고자하는 정보일 가능성이 높다. 시나리오 검증을 통해 최초로 가정하였던 감추고 싶어 하고 엿보고 싶어 하는 사용자의 양면성을 관찰할 수 있었다.

본 연구결과는 Facebook의 개인정보보호 정책이 사용자 욕구의 양면성을 적절히 충족시켜주는 SNS임을 시사한다. 이러한 특성으로 개인정보와 관련된 문제가 종종 발생함에도 불구하고 Facebook 개인정보보호 정책의 큰 틀에 별다른 변화를 주지 않았으며 이는 Facebook의 급격한 성장에 기여를 한 중요한 측면이었을 가능성이 있다.

기존 연구들은 본 연구의 주제와 달리 Facebook 사용자가 자신을 드러내는 측면에 대한 연구를 주로 진행해왔다. 예를 들어, Facebook 사용자의 자기도취(narcissism)와 자존감(self-esteem)을 자기제시(self-presentation)와 관련지은 연구가 있으며[9], 사용자들이 사용하는 대표적인 자시제시전략으로 긍정적 자기제시(positive self-presentation)와 정직한 자기제시(honest self-presentation)의 두 가지가 존재함을 보여준 연구도 있다[11]. 또한 사이버 공간은 자기표현의 공간으로 간주하고 사회자본(social capital)을 확립하는 한 가지 방법이라는 제안을 한 연구도 존재한다[12].

이와 같이 사용자의 표현도구라는 측면에서의 SNS 연구는

다수 이루어져 왔으나 타인의 게시물을 몰래 열람하고 사생활을 관찰하는 등의 관음증적 욕구 충족에 관한 연구는 자주 접하기 어렵다. 본 연구는 SNS 사용자가 작가인 동시에 독자라는 측면에 주목하여 동일한 활동에 대한 사용자들의 양가적인 태도를 Facebook의 개인정보보호라는 맥락에서 조명해 보았다. SNS의 사용자가 계속 늘고 있고 이를 통한 다양한 파생 서비스가 늘어나고 있다. 특정 SNS가 지속가능하기 위해서는 보여주고 또 감추는 사용자들의 사용행태와 욕구를 교묘하게 균형을 맞추는 전략이 필요할 것이다.

## 참고문헌

- [1] Tam, D. "Facebook by the Numbers: 1.06 Billion Monthly Active Users". CNET. 2013.
- [2] 엄민우. "감시의 시대, 회사도 아내도 못 믿는다". 시사저널. 제1218호. 시사저널사. 2013.
- [3] GILL, C. "The Facebook Crimewave Hits 100,000 in the Last Five Years". Daily Mail. 2010.
- [4] Beckett, L. "Yes, Companies Are Harvesting—and Selling—Your Facebook Profile". PROPUBLICA. 2012.
- [5] Rubin, A. M. "Television Uses and Gratifications: The Interactions of Viewing Patterns and Motivations" Journal of Broadcasting & Electronic Media. Vol. 27. No. 1. pp. 37~51. 1983.
- [6] Stafford, T. F. & Stafford, M. R. "Identifying Motivations for the Use of Commercial Web Sites", Information Resources Management Journal. Vol. 14. No. 1. pp. 22~30. 2001.
- [7] 김유정. "소셜네트워크서비스에 대한 이용과 충족 연구: 페이스북 이용을 중심으로". 미디어, 젠더 & 문화. 제20호. pp. 71~105. 2011.
- [8] 양혜승, 김진희, 서미혜. "페이스북은 우리의 관계를 윤락하게 하는가?: 페이스북 이용자의 사회심리학적 동기, 이용 행위, 사회적지지 인식의 관계 고찰". 한국언론학보. 제56권. 제5호. pp. 270~297. 2012.
- [9] Kim, S. & Murphy, G. L. "Ideals and Category Typicality" Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, & Cognition. Vol. 37. No. 5. pp. 1092~1112. 2011.
- [10] Mehdizadeh, S. "Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook", Cyberpsychology. Behavior, and Social Networking. Vol. 13. No. 4. pp. 357~364. 2010.
- [11] Kim, J., Lee, J. E. R. "The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being". Cyberpsychology. Behavior, and Social Networking. Vol. 14. No. 6. pp. 359~364. 2011.



[12] 김명준. "자기표현의 출구로서 사이버공간에 관한 연구: 사회자본(social capital)과의 연관성을 중심으로". 사이버커뮤니케이션학보. 제22권. pp. 5~38. 2007.



**이 은 지**

2010년 3월 ~ 2013년 2월 광운 대학교 산업심리학과 졸업(학사). 2014년 3월 ~ 현재 고려 대학교 대학원 석사과정. 관심분야는 SNS, Gift Giving



**이 형 철**

1983년 3월 ~ 1987년 2월 연세 대학교 심리학과 졸업(학사). 1987년 3월 ~ 1989년 2월 연세 대학교 대학원 심리학과 졸업(석사). 1992년 9월 ~ 1996년 12월 미국 University of Wisconsin, Madison, 심리학과 졸업 (박사). 1999년 3월~현재 광운 대학교 산업심리학과학부 교수. 2010년 ~ 2011년 TTA, 3DTV PG, 품질안전규격 WG 의장. 2010년 ~ 2011년 : 3D 시청 안전성 협의회 의장



**김 신 우**

1996년 3월 ~ 2003년 2월 연세대학교 인문학부(심리학, 사회학) 졸업(문학사). 2003년 3월 ~ 2004년 8월 연세대학교 심리학과 수료. 2004년 9월 ~ 2007년 9월 뉴욕대학교 심리학과 (석사). 2004년 9월 ~ 2010년 9월 뉴욕대학교 심리학과 (철학박사). 2010년 9월 ~ 현재 광운대학교 산업심리학과 조교수.