

성인의 소셜미디어의 유형, 생산, 평가 활동이 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향

황홍구¹, 박지영^{2*}

¹경운대학교 의료서비스경영학과, ²경북전문대학교 치위생과

The Effects of SNS Types, Production and Evaluation Activities on Privacy Invasion Concerns

Hong-Gu Hwang¹, Ji-Young Park^{2*}

¹Department of Health Service Management, Kyungwoon University

²Department of Dental Hygiene, Kyungbuk College

요약 현대사회에서는 첨단기술 및 인터넷의 발전으로 인해 프라이버시 침해 우려가 발생하고 있다. 본 연구는 2021년 한국 미디어 패널조사 자료를 활용하여 소셜 미디어의 유형 및 소셜 미디어 이용 시 해당 계정과 관련한 생산 활동, 평가 활동 빈도와 행태의 프라이버시 침해 우려에 대한 영향을 분석하고자 진행하였다. 분석결과, 페이스북보다 인스타그램을 이용할 때 프라이버시 침해 우려를 더 크게 지각하는 것으로 나타났다. 또한, 생산 활동과 평가 활동의 빈도와 행태 수준이 높을수록 프라이버시 침해 우려를 더 크게 지각하는 것으로 나타났다. 소셜 미디어 이용자는 인터넷 서비스를 이용하기 위해서 자신의 개인정보 관리를 SNS 계정 플랫폼에 위임하게 된다. 하지만, 이런 과정에서 이용자는 SNS 계정 플랫폼에서 자신의 개인정보를 안전하게 관리하는지는 확인할 수 없게 되면서 개인정보 관리와 관련된 프라이버시 침해는 불확실하게 된다. 따라서 SNS 계정 플랫폼 서비스를 이용함으로써 발생하는 프라이버시 침해 방지를 위한 제도적 장치 마련과 함께 서비스 개선 및 활성화가 필요할 것으로 생각된다.

Abstract In modern society, concerns about invasion of privacy have arisen due to the development of advanced technology and the Internet. This study analyzed the impact of the type of social media and the frequency and behavior of production activities, evaluation activities, and behavior related to the account when using social media from the data of the Korean media panel survey in 2021. The analysis showed that privacy concerns were greater when using Instagram than Facebook. In addition, a higher frequency and behavioral level of production and evaluation activities indicated a greater perception of privacy infringement concerns. Social media users delegate their personal information management to the SNS account platform to use Internet services. On the other hand, in this process, users cannot confirm whether their personal information is safely managed on the SNS account platform, and privacy infringement related to personal information management becomes uncertain. Therefore, it is thought that it will be necessary to improve and revitalize the service and prepare an institutional device to prevent privacy infringements caused by using the SNS account platform service.

Keywords : Adult, Privacy, Privacy Invasion, SNS, Social Media

*Corresponding Author : Ji-Young Park(Kyungbuk College)

email: pjy8604@gmail.com

Received November 21, 2022

Accepted February 3, 2023

Revised December 26, 2022

Published February 28, 2023

1. 서론

1.1 연구의 필요성

현대사회는 IT 기술과 인터넷의 접목으로 개인의 정보와 디지털·전자기기가 융합되어 있다. 이러한 IT 기술의 발전은 개인의 일상생활을 비롯하여 개인과 개인의 사회적 연결에 상호작용하여 영향을 주고 있으며, 개인의 건강관리와 사회·경제적 의사소통, 그리고 국가의 안보 분야 등에도 획기적인 변화를 이끌고 있다.

국내 SNS 이용률은 2019년 47.7%, 2020년 52.4%, 2021년 55.1%로 전 세대에서 지속적으로 증가세를 보이지만[1], 기술의 편리함과 함께 인터넷은 우리 일상생활에 위험요소도 함께 가져오고 있다. 특히 인터넷이라는 공간은 사회적 문제와 함께 새로운 범죄 유형이 발생하고 있으며, 온라인을 통한 익명성 활동에서 개인의 사생활 침해 우려는 누구나 경험하고 있는 위험요소로 자리 잡고 있다.

프라이버시 염려는 일반적으로 개개인의 생활 환경 요인에 의한 프라이버시 침해를 우려하는 것으로 정의할 수 있다[2]. 이는 온라인 활동에서도 경험할 수 있으며, 온라인 활동 중 발생하는 프라이버시 침해 우려는 인공지능 학습환경[3], 마케팅 광고[4], 전자상거래[5], OTT 서비스[6], SNS 서비스[7] 등에서 연구가 진행되었다.

기본적으로 온라인 활동에서 프라이버시 침해가 발생하려면 기본적으로 데스크톱 PC 또는 노트북이나 스마트폰(스마트폰, 태블릿 PC 등)이 인터넷과 연결되어 있어야 하며, 이러한 기기를 통해 이용할 수 있는 SNS 서비스 계정에 대한 중요성 또한 주목받고 있다[8]. 온라인 활동 중의 프라이버시 침해 우려와 관련된 선행연구들은 이와 같은 소셜 미디어 서비스 계정의 특성을 고려하지 않은 프라이버시 침해 우려에 대한 인식[9], 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향[8], 프라이버시 침해에 관한 법적 사례[10], 프라이버시의 침해 경험[11] 등 온라인 활동 중의 프라이버시 인식과 침해 및 사례에 관한 연구들이 진행되었다. 예를 들어, 2000년 초기에는 비밀번호 설정에 있어서 4자리 숫자로 충분했던 비밀번호 설정 기준이 현재는 숫자와 알파벳, 대·소문자 및 특수문자의 결합 형태로 12자리까지 요구하는 이 시대가 개인의 프라이버시에 대한 보호 전략이라 할 수 있다[3]. 또한, SNS 이용자들은 소셜 미디어 활동에서 발생할 수 있는 프라이버시 침해보다, 다른 이용자와의 소통을 위해서 제공하는 개인정보나 정보 공유를 통한 이익이 크다면 해당 미디어의 프라이버시 침해에 대한 지각된 위험은

없다고 보고하였다[9]. 한편, 최근 들어 보급이 확산된 드론의 영상수집에서도 프라이버시 침해가 우려되기도 한다고 분석한 연구결과도 있다[12].

가장 많이 이용하고 있는 소셜 미디어의 유형으로는 페이스북, 인스타그램, 트위터, 카카오톡 등이 있고, 이와 같은 소셜 미디어 유형의 서비스는 각각의 독특한 운영 체계를 갖고 있으며, 소셜 미디어 이용 목적에 따라서도 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향은 달라질 수 있으므로 어떠한 소셜 미디어를 주로 이용하는가에 따라서 프라이버시 침해 우려에 대한 양상은 다르게 나타날 수 있다[13].

이에 소셜 미디어에서의 프라이버시 침해 등은 범죄에 이용될 가능성이 크며, 소셜 미디어 활동과 수집된 정보의 특성상 프라이버시 침해와 밀접한 관련이 있다[14]. 또한, 개인의 프라이버시 침해 우려 정도에 따라서 개인의 소셜 미디어 이용에 영향을 미칠 수 있다[15].

앞서 언급한 프라이버시 침해 우려와 관련된 선행연구들이 이와 관련된 연구결과를 주기는 하지만, 본 연구는 다음과 같이 우리나라의 성인을 대상으로 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려에 관한 연구를 알아보고자 한다. 첫째, 선행연구에는 프라이버시 침해 인식에 대한 다양한 요인들이 보고되었지만[13], 소셜 미디어의 유형과 이용 목적, 소셜 미디어 이용과 관련한 활동 역시 생산(SNS 댓글, 글쓰기), 공유(SNS 정보 공유), 평가(평점 주기) 등 능동성 차원에서 차별적인 접근을 분석한 연구는 상대적으로 미흡하다. 또한, 주로 이용하는 소셜 미디어가 달라지고 있으므로 이러한 변화 요인을 고려한 연구의 필요성이 있다.

둘째, 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려나 경험에 관한 연구들은 일반화하기 어려운 연구가 많다.

따라서 본 연구는 이러한 연구의 한계를 보완하기 위해 한국정보통신정책연구원[1]에서 제공하는 대표성 있는 '2021 한국 미디어 패널조사'의 원자료를 활용하여 분석하고자 한다.

본 연구에서는 연구문제 및 연구설계, 연구대상 범위 설정, 연구 도구 작성, 그리고 결과분석의 절차로 진행하고자 한다. 이에 따라 우리나라 성인의 소셜 미디어 이용 계정과 이용빈도 및 행태가 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향을 주는 요인들을 확인한다. 이를 위해 인구통계학적 요인(성별, 연령, 개인 월평균, 소득, 결혼 여부), 이용자의 가장 많이 이용하는 SNS 계정(트위터, 페이스북, 카카오톡, 인스타그램, 네이버 밴드), SNS 계정 이용빈도(하루 여러 번, 하루 1번(매일), 1주일 5~6회, 1

주일 3~4회, 1주일 1~2회 정도, 월 1~3회, 월 1회 미만, 분기, 연간 1회) 및 행태(직접 작성, 경험 없음), 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향을 살펴본다.

1.2 연구문제

본 연구는 가장 많이 이용하는 소셜 미디어의 유형(페이스북, 인스타그램, 트위터, 네이버 밴드, 카카오톡)과 SNS 계정 생산, 평가 활동 빈도 및 행태가 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향을 파악하고자 하였으며 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

- 1) 소셜 미디어의 유형은 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려에 어떠한 영향을 미치는가?
- 2) 소셜 미디어 이용 시 해당 계정과 관련한 생산 활동 빈도와 행태(SNS 댓글 또는 글쓰기, 이미지, 영상 업로드)는 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려에 어떠한 영향을 미치는가?
- 3) 소셜 미디어 이용 시 타인이나 본인의 게시물, 이미지, 영상에 대한 평가 활동 빈도와 행태(참여, 좋아요 평점주기)는 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려에 어떠한 영향을 미치는가?

2. 본론

2.1 연구모형

본 연구는 우리나라 성인의 소셜 미디어의 유형과 이용 목적이 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향을 알아보는 조사연구이다.

2.2 연구자료 및 연구대상

본 연구는 국가승인통계 제405001호 '2021 한국 미디어 패널조사' 자료를 이용하였다. 한국 미디어 패널조사는 2010년 서울과 수도권을 비롯한 6대 광역시를 중심으로 처음 실행되었고, 2011년 전국 만 6세 이상 가구원을 모집단으로 5,109 가구와 12,000 가구원을 대상으로 한 전국 규모의 조사로 확대된 후 매년 실시하고 있다. 구축된 보완패널과 기존 패널의 미디어 기기 보유와 이용현황, 이용시간 등 한국인의 미디어 생활과 관련된 방대한 자료를 축적해 나가고 있으며 미디어 관련 분야의 연구와 정책의 방향을 제시하고 있는 대표성과 신뢰성이 가진 자료이다.

본 연구는 한국 미디어 패널조사 자료 가운데 연구문

제 해당 변인들에 대해 응답한 만 18세 이상 성인 중 소셜 미디어의 유형에서는 응답 표본 8,013명과 소셜 미디어 이용에서는 무응답을 제외한 응답 표본 4,729명의 분석하였다.

2.3 연구도구

2.3.1 인구통계학적 특성

통제변수는 인구 통계적 특성은 성별, 연령, 개인 월 평균, 소득, 결혼 여부 등으로 구성하였고, 통제변수로 더미 변수화하였다.

2.3.2 가장 많이 이용하는 SNS 계정

가장 많이 이용하는 SNS 계정으로 '가장 많이 이용하는 SNS 계정 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오.' 응답지에서 1순위 가운데 상위 5개 계정으로 트위터, 페이스북, 카카오톡, 인스타그램, 네이버 밴드 등 5개 계정으로 구성하였다.

2.3.3 SNS 계정 이용빈도 및 행태

SNS 계정 이용빈도 및 행태 항목1은 '해당 계정에 얼마나 자주 새로운 게시글을 직접 작성하시거나 이미지/영상을 업로드 하십니까?' 응답에서 ① 하루 여러 번 ② 하루 1번(매일) ③ 1주일 5~6회 ④ 1주일 3~4회 ⑤ 1주일 1~2회 정도 ⑥ 월 1~3회 ⑦ 월 1회 미만 ⑧ 분기, 연간 1회 ⑨ 직접 작성, 경험 없음 등으로 구성하였다.

항목2는 '타인이나 본인의 게시물/이미지/영상에 얼마나 자주 댓글을 달거나 좋아요 등의 표시를 하고 있습니까?' 응답에서 ① 하루 여러 번 ② 하루 1번(매일) ③ 1주일 5~6회 ④ 1주일 3~4회 ⑤ 1주일 1~2회 ⑥ 월 1~3회 ⑦ 월 1회 미만 ⑧ 분기, 연간 1회 ⑨ 댓글, 좋아요 작성, 경험 없음 등으로 구성하였다.

2.3.4 프라이버시 침해 우려

온라인 활동 중 프라이버시 침해에 대한 우려 경험에 관한 변수로 ① 타인이 나의 온라인 활동에 관한 개인정보를 획득 우려 ② 과거 사용 컴퓨터, 휴대폰 기기에 남은 개인정보가 누출 우려 ③ 온라인상 개인정보가 삭제되지 않고 존재 우려 ④ 온라인 가입 개인정보의 과다 요구 우려 ⑤ 온라인 아이디 도용 우려 ⑥ 인터넷사용 시 프라이버시 침해 우려 ⑦ 온라인 익명성 의심 우려 ⑧ 온라인 내 사진, 이름 등 개인정보 도용 우려 등 총 8문항으로 구성되어 있다.

프라이버시 침해 우려의 측정은 5점 Likert 척도로 '전혀 그렇지 않다' 1점, '매우 그렇다' 5점을 부여하였으며, 점수가 높을수록 프라이버시 침해 우려가 큰 것으로 해석하였다. 요인분석에서 단일요인으로 추출되어 8개의 문항을 모두 사용하였다. Cronbach's α =.975이었다.

2.4 자료분석방법

수집된 자료의 분석은 SPSS/WIN 23.0 통계 프로그램을 이용하였다. 대상자의 인구통계학적 특성과 가장 많이 이용하는 SNS 계정, SNS 계정 생산, 평가 활동 빈도 및 행태는 빈도 분석하였다. 프라이버시 침해 우려는 탐색적 요인분석과 척도의 내적 합치도를 위해 Cronbach's α 계수를 산출하여 척도의 신뢰도 검증을 하였다.

가장 많이 이용하는 SNS 계정, SNS 계정 생산, 평가 활동 빈도 및 행태가 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향은 다중 회귀분석을 사용하였고, 인구통계학적 특성은 통제변수로 더미 변수화하여 분석하였다. 유의수준은 0.05로 하였다.

3. 연구결과

3.1 인구통계학적 특성

성별분포는 '여성' 52.7%, '남성' 47.3%였고, 연령은 '60대 이상' 25.4%, '50대' 24.2%, '40대' 21.6%, '20대' 18.3%, '30대' 10.5% 순이었다. 개인 월평균 소득은 '200만원 미만' 52.2%, '200-300만원 미만' 24.9%, '300-400만원 미만' 13.8%, '400-500만원 미만' 4.9%, '500만원 이상' 4.2% 순이었으며, 결혼 여부는 '배우자 있음' 66.6%, '미혼' 26.8%, '배우자 없음' 6.6% 순으로 나타났다(Table 1).

Table 1. Demographic characteristics

Variables		N	%
Gender	Male	3,793	47.3
	Female	4,220	52.7
Age	20's	1,469	18.3
	30's	845	10.5
	40's	1,727	21.6
	50's	1,940	24.2
	60≤	2,032	25.4
Average monthly	Less than 2 million won	4,179	52.2
	Less than 2-3 million won	1,999	24.9

income for individuals	Less than 3-4 million won	1,107	13.8
	Less than 4-5 million won	394	4.9
	5 million won or more	334	4.2
Marital Status	Single	2,148	26.8
	With consort	5,339	66.6
	No consort	526	6.6
	Total	8,013	100.0

3.2 가장 많이 이용하는 SNS 계정

가장 많이 이용하는 SNS 계정은 '인스타그램' 59.8%로 가장 높았고, '페이스북' 15.9%, '카카오토리' 10.7%, '네이버 밴드' 9.5% 순으로 나타났다(Table 2).

Table 2. Most used SNS account

variables		N	%
Most used SNS account	Twitter	320	4.0
	Facebook	1,273	15.9
	Kakao story	861	10.7
	Instagram	4,794	59.8
	Naver band	765	9.5
Total		8,013	100.0

3.3 이용하는 SNS 계정에 게시물 작성 및 이미지, 영상 업로드 등 생산 활동 빈도 및 행태

이용하는 SNS 계정에 게시물 작성 및 이미지, 영상 업로드 등 생산 활동 빈도 및 행태는 '직접 작성한 경험이 없음' 24.5%, '월 1~3회' 17.3%, '월 1회 미만' 16.4%, '1주일에 1~2회' 12.3%, '1주일에 3~4회' 11.3%, '분기, 연간 1회' 5.9%, '하루 1번(매일)' 5.7%, '하루에도 여러 번' 4.1% 순으로 나타났다(Table 3).

Table 3. Write a post on the SNS account you use and Image and video upload frequency

Variables		N	%
Write a post on the SNS account you use and Image and video upload frequency	Several times a day	196	4.1
	1 time per day (daily)	269	5.7
	5-6 times a week	119	2.5
	3-4 times a week	534	11.3
	1-2 times a week	581	12.3
	1-3 times a month	816	17.3
	less than once a month	776	16.4
	Once a quarter/year	280	5.9
	No direct writing experience	1,158	24.5
Total		4,729	100.0

3.4 타인의 게시물, 이미지, 영상 댓글작성 및 좋아요 등 평가 활동 빈도 및 행태

타인의 게시물, 이미지, 영상 댓글작성 및 좋아요 등 평가 활동 빈도 및 행태는 ‘댓글/좋아요 경험이 없음’ 20.0%, ‘월 1~3회’ 16.7%, ‘월 1회 미만’ 13.3%, ‘1주일에 3~4회’ 12.8%, ‘1주일에 1~2회’ 12.2%, ‘하루에도 여러 번’ 9.2%, ‘하루 1번(매일)’ 6.4%, ‘분기, 연간 1회’ 5.4%, ‘1주일에 5~6회’ 4.0% 순으로 나타났다 (Table 4).

Table 4. Frequency of commenting and liking other people's posts, images, and videos

Variables		N	%
Frequency of postings by others	Several times a day	433	9.2
	1 time per day (daily)	305	6.4
	5-6 times a week	191	4.0
	3-4 times a week	605	12.8
	1-2 times a week	578	12.2
	1-3 times a month	792	16.7
	less than once a month	627	13.3
	Once a quarter/year	254	5.4
	No direct writing experience	944	20.0
Total		4,729	100.0

3.5 가장 많이 이용하는 SNS 계정이 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향

가장 많이 이용하는 SNS 계정과 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향 관계를 분석한 결과, 독립변수의 적합성을 위한 분산팽창요인지수(VIF)는 10 이하로 나타났고, 회귀모형 설명력은 11.5%로 나타났으며, 분산분석 결과 추정모형은 통계적으로 유의한 모형 적합도로 나타났다($F=8.852$, $p<0.001$). 독립변수인 가장 많이 이용하는 SNS 계정 중 독립변수인 페이스북에서 종속변수인 프라이버시 침해 우려에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($t=-4.787$, $p=0.000$). 독립변수인 ‘더미 페이스북’은 ‘페이스북=1, ‘인스타그램=0’으로 더미화 하였으며, t 값이 -4.787로 나타나 ‘페이스북’과 ‘인스타그램’에서 숫자가 작은 ‘인스타그램’을 이용할 때 프라이버시 침해 우려를 더 크게 지각하는 것으로 해석할 수 있다(Table 5).

Table 5. The effect of the most used SNS accounts on privacy concerns

	Variables	B	SE	β	t	p
Most used SNS account	constant	3.810	.071		53.464	.000
	Twitter	.067	.077	.010	.871	.384
	Facebook	-.207	.043	-.057	-4.787	.000
	Kakao story	.005	.049	.001	.103	.918
	Naver band	-.051	.052	-.011	-.980	.327
R=0.228, R ² =0.116, 수정된 R ² =0.114, F=8.852, p=0.000						
Durbin-Watson=1.185						

주1) 기준변수:인스타그램:0

*통계변수: 성별(여성=0/남성=1), 연령(20대=0/30대=1, 20대=0/40대=1, 20대=0/50대=1, 20대=0/60대 이상=1), 개인 월평균 소득(200만원 미만=0/200-300만원미만=1, 200만원 미만=0/300-400만원미만=1, 200만원 미만=0/400-500만원 미만=1, 200만원 미만=0/500만원 이상=1) 결혼 여부(배우자 있음=0/미혼=1, 배우자 있음=0/배우자 없음=1)

3.6 이용하는 SNS 계정에 게시물 작성 및 이미지, 영상 업로드 등 생산 활동 빈도 및 행태가 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향

이용하는 SNS 계정에 게시물 작성 및 이미지, 영상 업로드 등 생산 활동 빈도 및 행태가 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향 관계를 분석한 결과, 분산팽창요인지수(VIF)는 10 이하로 나타났고, 회귀모형 설명력은 12.1%로 나타났으며, 분산분석 결과 추정모형은 통계적으로 유의한 모형 적합도로 나타났다($F=9.011$, $p<0.001$).

Table 6. The effect of the frequency of posting and uploading images and videos on the SNS account used on the privacy concerns

	Variables	B	SE	β	t	p
Usage account upload frequency	constant	3.693	.074		49.831	.000
	Several times a day	.254	.098	.030	2.580	.010
	1 time per day	.347	.084	.036	2.563	.003
	5-6 times a week	.357	.124	.033	2.885	.004
	3-4 times a week	.355	.063	.067	5.673	.000
	1-2 times a week	.132	.060	.026	2.195	.028
	1-3 times a month	-.028	.052	-.006	-.533	.594
	less than once a month	-.086	.052	-.019	-1.641	.101
	Once a quarter/year	-.201	.082	-.028	-2.454	.014
	R=0.245, R ² =0.121, Adjusted R ² =0.119, F=9.011, p=0.000					
Durbin-Watson=1.200						

주1) 기준변수:작성경험없음:0

*통계변수: 성별(여성=0/남성=1), 연령(20대=0/30대=1, 20대=0/40대=1, 20대=0/50대=1, 20대=0/60대 이상=1), 개인 월평균 소득(200만원 미만=0/200-300만원 미만=1, 200만원 미만=0/300-400만원 미만=1, 200만원 미만=0/400-500만원 미만=1, 200만원 미만=0/500만원 이상=1) 결혼 여부(배우자 있음=0/미혼=1, 배우자 있음=0/배우자 없음=1)

독립변수인 '이용하는 SNS 계정에 게시물 작성 및 이미지, 영상 업로드 등 생산 활동 빈도 및 행태' 중 독립변수인 '하루에도 여러 번'(t=2.580, p=0.010), '하루 1번(매일)'(t=2.563, p=0.003), '1주일에 5~6회'(t=2.885, p=0.004), '1주일에 3~4회'(t=5.673, p=0.000), '1주일에 1~2회'(t=2.195, p=0.028), '분기, 연간 1회'(t=-2.454, p=0.014)에서 종속변수인 프라이버시 침해 우려에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이처럼 '하루 1번(매일)', '1주일에 5~6회', '1주일에 3~4회', '1주일에 1~2회'에서 '작성 경험 없음' 보다 프라이버시 침해 우려를 더 크게 지각하는 것으로 해석할 수 있다(Table 6).

3.7 타인 게시물 댓글작성 및 좋아요 등 평가 활동 빈도 및 행태가 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향

타인 게시물 댓글작성 및 좋아요 등 평가 활동 빈도 및 행태가 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향 관계를 분석한 결과, 분산팽창요인지수(VIF)는 10 이하로 나타났고, 회귀모형 설명력은 12.1%로 나타났으며, 분산분석 결과 추정모형은 통계적으로 유의한 모형 적합도로 나타났다(F=8.807, p<0.001).

독립변수인 '타인 게시물 댓글작성 및 좋아요 등 평가 활동 빈도 및 행태' 중 독립변수인 '하루에도 여러 번'(t=3.045, p=0.002), '하루 1번(매일)'(t=3.485, p=0.008),

'1주일에 5~6회'(t=3.460, p=0.001), '1주일에 3~4회'(t=4.956, p=0.000), '분기, 연간 1회'(t=-2.815, p=0.005)에서 종속변수인 프라이버시 침해 우려에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이처럼 '하루 1번(매일)', '1주일에 5~6회', '1주일에 3~4회'에서 '작성 경험 없음' 보다 프라이버시 침해 우려를 더 크게 지각하는 것으로 해석할 수 있다(Table 7).

4. 결론 및 논의

본 연구는 가장 많이 이용하는 소셜 미디어의 유형(페이스북, 인스타그램, 트위터, 네이버 밴드, 카카오톡)과 SNS 계정 이용빈도 및 행태가 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향을 파악하고, SNS 서비스에서의 개인정보보호의 중요성을 강조하고자 하였다. 연구결과는 다음과 같다.

첫째, <연구문제 1>과 같이 소셜 미디어의 유형(페이스북, 인스타그램, 트위터, 네이버 밴드, 카카오톡)은 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려에 따른 분석결과, '페이스북'보다 '인스타그램'을 이용할 때 프라이버시 침해 우려를 더 크게 지각하는 것으로 나타났다. 이는 소셜 미디어 중 이용률이 가장 높았던 페이스북은 2017년 35.8%, 2019년에는 29.6%로 점차 감소하였고, 카카오톡도 큰 폭으로 감소하고 있지만, 인스타그램의 경우 2014년에 출시되었지만 0.4%의 이용률에서 꾸준히 증가하여 2019년 19.3%로 다른 SNS와 달리 유일하게 8.5%가량 이용률이 증가하였다[4]. 이처럼 인스타그램의 경우 '세상의 모든 순간을 공유하고 캡쳐한다'라는 슬로건으로 이용자의 사진과 동영상을 공유하는 공간으로 이미지 중심의 운용체제로 텍스트보다 신속하고 편리한 정보탐색이 가능하여 이를 통한 프라이버시 침해 우려가 큰 것으로 보인다. 또한, 소셜 미디어의 이용 양상의 변화로서 2011년부터 꾸준히 이용 증가했던 페이스북, 트위터, 카카오톡 등의 감소세를 나타내는 가운데, 현재에는 유일하게 인스타그램이 약 48%가 이용률 증가한 결과로, 특히 인스타그램은 광고를 통한 제품의 구매율과 관련이 있으며, 실제 인스타그램에서 노출된 리타겟팅 광고를 통해 제품을 구매율이 92%에 이른다고 보고하고 있어[4] 프라이버시 침해 우려는 상대적으로 높은 것으로 생각된다. 리타겟팅 광고는 SNS 계정 플랫폼인 페이스북과 인스타그램에 운영하고 있는데, 이는 이용자의 성별, 연령, 장소, '좋아요'를 클릭한

Table 7. The effect of the frequency of commenting and liking other people's posts on privacy concerns

	Variables	B	SE	β	t	p
	constant	3.687	.075		49.421	.000
Frequency of postings by others	Several times a day	.214	.070	.036	3.045	.002
	1 time per day	.338	.079	.006	3.485	.008
	5-6 times a week	.342	.099	.039	3.460	.001
	3-4 times a week	.295	.060	.059	4.956	.000
	1-2 times a week	.098	.060	.019	1.617	.106
	1-3 times a month	-.049	.053	-.011	-.925	.355
	less than once a month	-.050	.057	-.010	-.878	.380
	Once a quarter/year	-.242	.086	-.032	-2.815	.005

R=0.243, R²=0.121, Adjusted R²=0.118, F=8.807, p=0.000
Durbin-Watson=1.200

주1) 기준변수:작성 경험 없음:0
*통계변수: 성별(여성=0/남성=1), 연령(20대=0/30대=1, 20대=0/40대=1, 20대=0/50대=1, 20대=0/60대 이상=1), 개인 월평균 소득(200만원 미만=0/200-300만원 미만=1, 200만원 미만=0/300-400만원 미만=1, 200만원 미만=0/400-500만원 미만=1, 200만원 미만=0/500만원 이상=1) 배우자 있음=0/배우자 없음=1

게시물 등의 다양한 데이터를 활용하여 SNS 계정 이용자의 관심 분야에 가장 적합한 제품의 광고를 보여주는 방식으로 SNS 계정 이용자의 온라인 행적 정보를 활용한 인스타그램의 운영 특성으로 인해 이용자가 가질 수 있는 프라이버시 침해 우려는 증가하고 있다.

둘째, <연구문제 2>와 같이 소셜 미디어 이용 시 해당 계정과 관련한 생산 활동 빈도와 행태(SNS 댓글 또는 글 쓰기, 이미지, 영상 업로드)는 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려에 영향을 미치는 빈도와 행태의 분석결과, '직접 작성한 경험이 없는 경우'에 비해 '생산 활동 빈도와 행태' 수준이 높을수록 프라이버시 침해 우려를 더 크게 지각하는 것으로 나타났다. 이는 온라인 활동에 있어서 개인의 프라이버시 유출을 걱정하기도 하지만, 개인적인 공간에 자신의 일상 글쓰기와 관련한 자료를 정리하는 것도 중요하지만 프라이버시 차원과 동시에, 정보 관리 차원에 대해 대체 자신의 개인정보를 쉽게 유출될 수 있다는 점에 나타난 결과로 해석할 수 있음을 보여준다.

셋째, <연구문제 3>과 같이 소셜 미디어 이용 시 타인이나 본인의 게시글, 이미지, 영상에 대한 평가 활동 빈도와 행태(참여, 좋아요, 평점 주기)는 온라인 활동 중 프라이버시 침해 우려에 영향을 미치는 빈도와 행태의 분석결과, '댓글, 좋아요 경험이 없는 경우'에 비해 '평가 활동 빈도와 행태' 수준이 높을수록 프라이버시 침해 우려를 더 크게 지각하는 것으로 나타났다. 이러한 연구의 결과는 프라이버시 침해 우려와 생산 활동 빈도와 행태, 평가 활동 빈도와 행태를 기반으로 한 이용자의 프라이버시 침해 우려 행동을 보다 다차원적으로 해석할 수 있음을 보여준다.

소셜 미디어 이용자는 인터넷 서비스를 이용하기 위해서 자신의 개인정보 관리를 SNS 계정 플랫폼에 위임하게 된다. 하지만, 이런 과정에서 이용자는 SNS 계정 플랫폼에서 자신의 개인정보를 안전하게 관리하는지는 확인할 수 없게 되면서 개인정보 관리와 관련된 프라이버시 침해는 불확실하게 된다.

또한, 인터넷 이용자가 제공한 개인정보가 이용자의 의지와는 상관없이 SNS 계정 플랫폼의 기회주의적인 행동에 노출됨으로 SNS 계정 이용자들의 개인정보 공개에 부정적 요인으로 작용한[16,17] 결과가 결과로 생각되며, 프라이버시 침해 우려가 SNS 계정 이용자의 이용빈도와 행태에 중요한 역할을 한 결과로 생각되지만, SNS 계정 이용자는 이와 같은 프라이버시 침해를 우려가 있다고 인식하면서도 자신의 개인정보를 SNS 계정에 제공한다고 하여 본 연구결과를 지지하였다[18]. 이처럼 SNS

계정 이용 횟수가 증가하면서 개인정보 유출과 프라이버시 침해 문제는 자주 발생하고 있음을 알 수 있었다

5. 시사점 및 한계점

SNS 계정 플랫폼은 인터넷상에서 이용자들이 시간과 공간의 제약이 없어 이용자 간의 소통이 자유롭고, 필요한 정보수집과 빠른 공유가 가능하다. 하지만 이용자들이 프라이버시 침해 우려가 커진다면 개인정보 유출의 심각한 피해로 이어질 수 있으므로 SNS 계정에서의 개인정보보호는 매우 중요하다고 할 수 있다. 본 연구의 학문적 시사점과 실무적 시사점은 다음과 같다.

본 연구의 학문적 시사점으로는 우리나라 만 18세 이상 성인을 대표할 수 있는 한국 미디어 패널조사 자료를 이용하여 SNS 계정 플랫폼 서비스가 일상화됨에 따라 소셜 미디어의 유형 이용과 소셜 미디어의 생산 활동, 평가 활동의 빈도, 행태와 프라이버시 침해 우려와의 관계를 살펴보았다는 데 연구의 의의가 있다.

또한, 이를 통해 SNS 계정 플랫폼 서비스 이용자의 프라이버시 침해 우려에 영향을 미치는 SNS 계정 플랫폼이 인스타그램임을 확인할 수 있다. 그리고 현대사회는 사람과 기계와 데이터가 상호 연결되어 사회 전반에 미치는 영향이 크다고 할 수 있다. 이에 SNS 계정 플랫폼 서비스에 대한 이용에 있어 생산 활동, 평가 활동의 빈도, 행태 수준이 높을수록 프라이버시 침해 우려에 영향을 미치는 것을 확인할 수 있다. 이는 인스타그램의 성장세와 함께 프라이버시 침해 우려가 있지만, 지속적으로 이용을 하는 것은 SNS 계정 플랫폼 서비스 이용자는 지각된 위험보다 SNS 계정 플랫폼의 제공 서비스를 통해 얻는 혜택이 더 큰 역할을 하고 있음을 유추해 볼 수 있다는 의의가 있다.

실무적 시사점으로는 SNS 계정 플랫폼 서비스 기업들이 이용자의 생산 활동, 평가 활동 빈도와 행태를 기반으로 한 프라이버시 침해 우려를 이해하고 SNS 계정 플랫폼 업체들의 서비스 개선에 도움을 줄 것으로 기대한다. 즉, SNS 계정 플랫폼 이용자의 프라이버시에 관한 이해는 이용자의 개인정보 관리는 서비스 기업들에 있어 매우 중요한 문제가 된다. 예컨대 개인정보 관리의 문제로 인해 프라이버시 침해 우려가 증가하면 이용자에게 서비스 업체의 신뢰뿐만 아니라, 이미지 실추 및 분쟁에 따른 경제적 손실을 줄 수 있다.

따라서 SNS 계정 플랫폼 서비스를 이용함으로써 발생

하는 프라이버시 침해를 위한 제도적 장치 마련과 함께 서비스 개선 및 활성화에 도움을 줄 것으로 생각된다.

그러나 본 연구에서 가장 많이 이용하는 SNS 계정과 SNS 계정과 관련한 생산 활동, 평가 활동의 이용빈도 및 행태를 독립변수로 측정하여, 프라이버시 침해 우려에 미치는 영향 관계를 분석하였지만, 단면적인 연구설계로 수행되었기 때문에 스마트기기 활용과 미디어 이용행태(정보검색이용) 등 다양한 변수를 사용하지 못한 한계가 있다.

추후 연구에서는 이를 위해 다양한 항목으로 신뢰성과 타당성이 검증된 측정 도구를 이용하여 심도 있는 성인의 프라이버시 침해 우려와의 관련성을 밝힐 수 있는 다양한 연구가 활발히 이루어져야겠다.

References

- [1] National Information Society Agency, 2021 Internet Use Status Survey, 2021.
- [2] H. N. Lee, S. M. Yang, "Effects of Demographics and Personality Factors on Categorizing SNS Users into Three Groups : Non-Users, Light Users, and Heavy Users", *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, Vol.31, No.2, pp.5-40, Mar. 2017.
- [3] J. K. Lim, K. M. Koo, "A study on privacy protection in artificial intelligence federated learning environment", *Hannam Journal of Law & Technology*, Vol.28, No.3, pp.165-201, Oct. 2022.
- [4] B. R. Kim, K. H. Han, M. S. Chung, "A Study on the Effect of Consumers Psychological Characteristics on the Effect of Retargeting Advertising on Instagram", *Journal of Outdoor Advertising Research*, Vol.19, No3, pp.5-35, Aug. 2022.
- [5] Y. S. Shin, "Analysis of the requirements for regulation of electronic bulletin boards and applicability to private SNS platforms under the Electronic Commerce Act", *Northeast Asian law Journal*, Vol.15, No.2, pp.261-280, Sept. 2021.
- [6] S. H. Lee, J. S. Eun, S. R. Joo, J. H. Lee, "Useful but Shameful-Privacy Concern in YouTube Recommendation System Design", *Korean HCI Academy Conference*, pp.386-391, Jan. 2021.
- [7] T. M. Lim, H. S. Lee, "Factors Affecting Intention to Disclose Personal Information and Continuous Usage Intention in Social Network Service", *The Journal of Internet Electronic Commerce Resarch*, Vol.19, No.1, pp.17-38, Feb. 2019.
- [8] S. E. Lee, "Examining the Effects of Online Activities and Media Usages on the Online Privacy Infringement", *The Journal of Humanities and Social science*, Vol.10, No.3, pp.731-744, Jun. 2019.
DOI: <http://dx.doi.org/10.22143/HSS21.10.3.52>
- [9] X. Y. Zhang, S. J. Lee, "Privacy Infringement on Advertising Effects in Social Media:Focusing on the Extended Parallel Process Model", *The KOREAN Journal of Advertising*, Vol.33, No7, pp.95-122, Sep. 2022.
DOI: <https://doi.org/10.14377/KJA.2022.10.15.95>
- [10] J. S. JANG, "A Constitutional Study on the Commercialization of Drone and the Violation of Privacy Rights", *European Constitution*, Vol.32, pp.197-236, Apr. 2020.
- [11] M. J. Roh, "Effects on Usefulness of Personalized Advertising upon Perceived Relevance and Inferences of Manipulative Intent: The Moderating Effect of Privacy Invasion Experiences", *Journal of Marketing Studies*, Vol.23, No3, pp.25-52, Sep. 2015.
- [12] W. Choung, "A Study on the Current Issues and Countermeasures of Cybercrime", *The Law Research institute of Hongik University*, Vol.17, No.3, pp.365-392, Sep. 2016.
DOI: <http://dx.doi.org/10.16960/jhlr.17.3.201609.365>
- [13] H. S. Koh, "An Exploration of Dynamic Changes in the Privacy Paradox Phenomenon: Focusing on Social Media Use and Privacy Concerns", *Korean Telecommunications Policy Review*, Vol.29, No.2, pp.35-72, Jun. 2022.
- [14] H. Y. Yoon, M. H. Kim, B. R. Lee, S. O. Choi. "Longitudinal Relationship between Information Privacy Concerns and SNS Usage Behaviors", *Korean Telecommunications Policy Review*, Vol.27, No.3, pp.93-119, Sep. 2020.
DOI: <http://dx.doi.org/10.37793/ITPR.27.3.4>
- [15] S. M. Kang, Y. W. Kim, "Perceived Controllability towards Personal Information Leakage and Intention to Use Location-Based Services : Focus on the Mediating Effect of Risk Perception and the Moderating Effect of Privacy Concern", *Journal of Public Relations*, Vol.23, No.4, pp.69~99, Aug. 2019.
DOI: <http://dx.doi.org/10.15814/jpr.2019.23.4.69>
- [16] N. K. Malhotra, S. S. Kim, J. Agarwal, "Internet Users' Information Privacy Concerns(IUIPC):The Construct, the Scale, and a Causal Model", *Information Systems Research*, Vol.15, No.4, pp.336-355, Dec. 2004.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1287/isre.1040.0032>
- [17] J. Y. Park, K. Y. Kwahk, "Motivational Factors Affecting Self-Disclosure Behavior of SNS Users", *Korean Management Review*, Vol.48, No.2, pp.561-587, Apr. 2019.
DOI: <http://dx.doi.org/10.17287/kmr.2019.48.2.561>
- [18] H. J. Smith, T. Dinev, H. Xu, "Information Privacy Research: An Interdisciplinary Review", *MIS Quarterly*, Vol.35, No.4, pp.989-1015, 2011.
DOI: <http://dx.doi.org/10.2307/41409970>

황 흥 구(Hong-Gu Hwang)

[정회원]



- 1989년 2월 : 계명대학교 화학공학
학과 (공학사)
- 2005년 2월 : 대구한의대학교
보건학과 (보건학석사)
- 2008년 2월 : 대구한의대학교
보건학과 (보건학박사)
- 2014년 9월 ~ 현재 : 경운대학교
의료서비스경영학과 교수

〈관심분야〉
보건, 의료

박 지 영(Ji-Young Park)

[정회원]



- 2012년 8월 : 대구대학교 보건학과
(보건학석사)
- 2016년 2월 : 영남대학교 보건학과
(보건학박사)
- 2018년 4월 ~ 현재 : 경북전문대
학교 치위생과 조교수

〈관심분야〉
보건, 의료