
UCC 사용자 참여수준과 개인적 및 문화적 특성 요인과의 관계 -한국과 미국을 중심으로-

Understanding Personal and Cultural Factors on the Level of UCC Participation:
Centered on Korea and U.S.A

이현주, 김유정, 강소라
호서대학교 디지털비즈니스학부

Hyun-Ju Lee(hjlee112@hanmail.net), Yoo-Jung Kim(faith@hoseo.edu),
Sora Kang(sorak@hoseo.edu)

요약

본 연구의 목적은 UCC 참여활동에 있어서의 윤리적 함의를 검토하고자 하였다. UCC 참여활동에 프라이버시 우려도, 규제에 대한 선호도 및 저작권 침해가 어떠한 영향을 미치는가를 UCC 조회, 수정, 재생산 및 창작수준별로 파악하고자 하였다. 연구결과, 한국과 미국 모두에서 불확실 회피성향은 프라이버시 우려도와 규제에 대한 선호도에 유의미한 수준에서 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 저작권 침해와는 관련성이 없는 것으로 나타났다. 프라이버시 우려도는 한국의 경우 UCC 조회와는 관련성이 없는 것으로 나타났으나, 미국에서는 프라이버시 우려도가 UCC 조회에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한국과 미국 모두에서 프라이버시 우려도와 UCC 생산과는 관련성이 없는 것으로 밝혀졌다. 규제에 대한 선호도는 한국의 경우 UCC 조회에 긍정적인 영향을 미치고 있으나, 미국에서는 규제에 대한 선호도와 UCC 조회간의 관련성이 없는 것으로 밝혀졌다. 한국에서는 규제에 대한 선호도가 UCC 수정, 재생산 및 창작과 관련성이 없으며, 미국의 경우 규제에 대한 선호도가 수정 및 재생산에는 영향을 미치지 않지만, UCC 창작수준에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 한국과 미국에서 저작권 침해가 UCC 조회에 긍정적인 영향을 주었으며, UCC 수정보다는 재생산과 창작에 더 많은 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

■ 중심어 : | UCC 참여수준(조회, 수정, 재생산, 창작), 과학기술 | 프라이버시 우려도 | 규제에 대한 선호도 | 저작권 침해 | 불확실성 회피성향 |

Abstract

The purpose of this paper is to examine the ethical implications in UCC participation. This paper aimed at examining the advent of UCC as a critical media tool in interactive two-way communication and the effect of ethical questions on the level of UCC participation. The findings show that uncertainty avoidance gives an positive and significant effect on privacy concern and regulatory preference, but it is not related to copyright invasion in Korea and U.S.A. It is shown that privacy concern does not influence on UCC retrieval in Korea whereas it is positively related to UCC retrieval in the United States. Also, privacy concern has not relationship with UCC production(modification, recreation, generation) in both nations. In the case of regulatory preference, it posits an significant and positive effect on UCC retrieval in Korea while it is not related to UCC retrieval in the United States. Also, regulatory preference does not affect on UCC production in Korea whereas it influences on UCC generation without impacting UCC modification and recreation in U.S.A. Finally, the results show that copyright invasion has stronger relationship with UCC recreation and generation than UCC modification, and it is positively related to UCC retrieval in both nations.

■ keyword : | UCC Participation(Retrieval, Modification, Recreation, Generation) | Privacy Concern | Copyright Invasion | Regulatory Preference |

* "본 논문은 2007년도 정부재원(교육인적자원부 학술연구조성사업비)으로 한국학술진흥재단의 지원을 받아 연구되었습니다.(KRF-2007-321-B00049)

접수번호 : #081211-001

접수일자 : 2008년 12월 11일

심사완료일 : 2009년 02월 10일

교신저자 : 김유정, e-mail : faith@hoseo.edu

1. 서론

디지털 정보사회는 진화하고 있다. 웹2.0이라 불리는 새로운 트렌드가 사용자 참여라는 형식을 통해 상호 정보를 추가하고 편집하고 창조하는 능력을 제공함으로써 프로세스와 원칙 및 새로운 기술을 통합한다[8][33]. 이를 통해 웹상의 새로운 커뮤니티와 서비스가 기업간 커뮤니케이션과 협업에 잠재된 영향력을 행사한다[22]. 웹2.0의 가장 큰 특징은 커뮤니케이션의 새로운 채널을 제시함으로써 쌍방향 식의 정보 배급을 가능케 한다는 것이다[39]. 웹상에서 이루어지는 정교해진 쌍방향 소통의 원활화는 매우 빠른 속도로 21세기의 키워드가 되고 있다. 이는 기업으로 하여금 웹 환경에 열광적인 사용자 층에 한층 더 다가가게 한다. 더불어 웹1.0에서 웹2.0으로의 변화는 단순한 매체전환으로부터 실제적으로 사용자의 참여와 상호 간의 협업을 통한 권력이동(power shift)을 동반한다. 웹2.0의 변화가 사용자 층에 더 많은 권력을 실어주는 권력이동을 의미한다는 것은, 기존의 웹1.0이 기본적으로 웹상에서의 서핑과 방문을 통한 정적인 웹 페이지를 지원하는 정도에 머물렀던 것과 비교된다. 본 연구에서는 웹2.0의 핵심인 소통구조의 변화를 구현하는 소재를 UCC(User Created Contents)라 칭한다. UCC의 개념은 공공 미디어에서 전문적으로 만들어지는 콘텐츠와 대비하여 일반적으로 비전문가 사용자에게 의해 생성된 콘텐츠이다[30]. 이는 웹 시장에서의 커다란 분기점을 맞이하게 된 닷컴 회사의 몰락 후에 생존했고 성장한 기업들의 공통점을 분석하여 제시한 웹상의 새로운 트렌드로부터 나왔다[39]. 따라서 UCC는 혁신적인 커뮤니케이션 패턴을 제공하는데, 이는 개방과 공유, 사용자 참여를 표방함으로써 사용자의 자기표현과 타인과의 상호작용이 이루어지며, 롱테일 효과를 통한 새로운 개인 혹은 소수집단을 위한 기회의 제공, 소비자 관심이 시장을 주도하는 퍼스널 마케팅의 성숙단계 등을 가능케 한다. 기존의 전통적인 커뮤니케이션 미디어와 다르게, 사용자 경험을 축적하여 보다 민감한 정보를 제공하는 ‘풍부성(richness)’과 RSS 혹은 트랙백과 같은 기능을 이용하여 누구든지 관심 있는 자에게 정보를 배급할 수 있는

‘도달(reach)’을 동시에 만족시킬 수 있다[22][31].

정보통신기술의 발달로 말미암아 정보가 갖는 힘과 가치가 커졌기 때문에 정보를 둘러싼 윤리적 갈등의 양상도 급속히 다양화되는 동시에 심화되고 있다. Calkins(2002)는 온라인상에서 제기되는 가장 큰 윤리적 문제를 정보 프라이버시와 지적재산권 침해 문제라 지적하고 있다[26]. UCC의 발전이 자유로운 개인표현을 권장하고 개인 및 조직생산성 향상의 기회를 제공한다는 순기능 이면에, 많은 트래픽과 자체 검색엔진과의 연계 등으로 인해 저작물을 포함한 개인정보 노출의 가능성이 높아진다. 이는 개인정보가 정보사회 및 사이버 공간에 참여하기 위한 열쇠로 기능함으로써, UCC를 조화하고 UCC 저작물을 게재하기 위하여 회원가입 등 개인정보의 수집, 처리 및 이용과정의 범위가 증대하는 것을 의미한다. 개인정보에 대한 사회적 요구가 증가하면서 수집된 개인정보는 그 자체가 거대한 경제적 거래 대상인 상품으로서의 가치를 갖는다[11]. 따라서 UCC 활동을 통해 개인의 성향, 취미 등 귀중한 정보가 노출됨으로써 스팸 광고의 피해자로 혹은 원치 않는 이목집중 등 부정적 과급효과가 있다. Calkin(2002)은 이와 같이 개인 정보의 수집과 유출 관련하여 프로파일링이라 칭한다(profiling dimension)[26]. 또한 개인이 제작한 저작물 관련하여 공유의 문제에서 발생하는 저작권 침해의 문제가 있다(sharing dimension). 사이버 공간에서 개방성이 점차 증가함으로써 정보공개 및 정보보호의 이슈는 더욱 클 것이며, 개인 및 그 저작물에 대한 정보의 침해에 대한 사회적 우려는 더욱 증가하는 추세이다[14]. 이와 같이 개인 자신의 정보에 대한 프로파일 차원 혹은 자신의 저작물에 대한 공유의 차원에서 발생할 수 있는 윤리적 문제에 있어서의 사용자 관심은 UCC 참여의 수준을 결정할 수 있는 중요한 요인이라고 판단된다[34]. 특히 협업 위주의 사용자 참여가 보다 능동적이고 주도적이라는 UCC 환경 속에서 또한 기술적으로도 지속적인 개발로 이를 가능케 함으로써, 사용자의 자기표현에 대한 욕구와 실현가능성이 증가하고 있고 누군가의 저작물에 반응하고 편집하여 제2의 창조를 시도하는 작업을 통해 자기표현이 활성화되어 가는 발전 단계에 해결되지 않는 윤리적인 이슈는 큰 걸

립돌이 된다. 따라서 본 연구는 사용자들의 윤리적 관심이 웹상의 생산물을 조회하고 편집하고 재생성하고 창조하는 등의 UCC 참여수준에 얼마나 영향을 끼치는가에 주목한다. 아울러 본 연구는 활발한 자기표현이 이루어지는 UCC 환경에서 발생할 수 있는 윤리적 문제에 대해 사용자가 인지하는 제도적 규제에 대한 선호 성향이 어떤 영향을 미치게 될 것인가 하는 것도 관찰할 것이다. 온라인상의 윤리적 문제에 대한 대응으로서 제도적 규제와 표현의 자유에 대하여 상반된 논의가 있어왔다[9][11][37]. 제도적 규제가 제공하는 안전장치에 대한 요구와 표현의 자유가 제한 받는 것을 거부하는 두 가지의 상반된 이해관계는 개인의 윤리적 자세를 결정짓는 요인이 될 것이다.

따라서 본 연구의 목적은 UCC 발전에 있어서의 윤리적 함의를 검토하는 것이다. UCC의 발전이 쌍방향의 의사소통 구조에서 매우 중요한 미디어 도구라는 것과 아울러 야기되는 윤리적 문제를 검토한다. 윤리적 문제는 개인정보의 프로필 차원과 공유의 차원에서 논의할 것이다. 즉, UCC 참여활동에 프라이버시 우려도, 규제에 대한 선호도 및 저작권 침해가 어떠한 영향을 미치는가를 UCC 조회, 수정, 재생산 및 창작수준별로 파악하고자 한다. 또한, 본 연구에서는 문화적 가치가 윤리적 문제와 UCC 참여수준에 미치는 영향을 살펴볼 것이다. Hofstede(1980)의 연구를 근거로 불확실성 회피 성향을 중심으로 문화적 가치가 UCC 참여자의 윤리적 문제인식에 어떠한 영향을 미치며, 나아가 UCC 참여수준에 간접적으로 어떠한 영향을 줄 것인지에 대해 알아보고자 한다[13].

II. 문헌 연구

1. 문화적 가치

문화(culture)란 한 사회적 집단 혹은 한 국가 내에서 공유된 상징과 규범 및 가치를 지칭한다[13]. 정보시스템 연구에서 가장 많이 인용되는 문화적 프레임워크는 Hofstede(1990)의 개념 틀인데, 그의 연구는 문화 간 공유된 가치 오리엔테이션을 중심으로 몇 가지의 문화적

차원에 근거하여 소개한다[13]. Hofstede(1990)의 문화연구를 위한 프레임워크에 대하여 Patterson et al.(2006)은 매우 포괄적이며 반복적인 검증을 통하여 유용하다고 판단한다[32]. 본 연구는 Hofstede(1990)가 제시한 네 가지 차원들 중 상이한 문화에서의 혁신적 틀 사용에 대한 연구에 적합하다고 보는 불확실성 회피 성향에 집중하여 관찰해보고자 하는데, 불확실성 회피 성향 관련하여 많은 연구들이 이를 인터넷 수용과 사용 및 커뮤니케이션 미디어에 대한 선호도 및 사용에 가장 직접적인 영향을 미치고 있는 요인이라고 본다[5][7][21]. 본 연구는 상이한 문화 속에서의 UCC 사용자가 유사한 인구통계학적 특성을 지니고 있는가를 알아보기 위하여, 미국과 한국의 UCC 사용자에게 초점을 맞춘다. 미국과 한국을 비교 연구하는 것은 두 나라가 모두 인터넷 및 UCC 분야에 대한 연구관심이 높고 실제 연구실적도 많으며, 또한 전역에 걸친 기술 인프라 및 빠르게 성장하는 인터넷 산업과 함께 UCC 방면의 관심 및 개발 측면에서 유사한 상황에 있다고 보기 때문이다.

2. 사이버윤리

UCC를 통해 정교해진 쌍방향 커뮤니케이션은 21세기의 키워드가 되고 있으며 이로 인해 기업체들은 웹 환경에 열광적인 사용자들에게 보다 가까이 다가갈 수 있게 되었다. 온라인의 보편화로 인하여 소통되는 정보의 위력은 대단하며 정보의 공급자와 정보의 수요자 상호 간에 활발한 정보의 교환을 통하여 편익을 얻는다. 그러나 사용자들의 인터넷 편익과 더불어 윤리적인 문제에 대한 논란이 많은데[25][26]. 윤리상의 문제에 있어서 특히 프라이버시 및 저작권 침해, 부정확한 정보 등과 관련한 중요한 논쟁이 되고 있다. 일반 인터넷보다 참여와 공유의 새로운 차원에서 이루어지는 UCC 사용에서 역시 프라이버시 침해 우려를 비롯한 윤리적인 이슈는 활성화 단계가 진행되면서 더욱 중요하게 부각되는 이슈일 수밖에 없다. 왜냐하면 UCC의 원동력인 참여를 통한 자기표현과 자기표현을 위하여 제공할 수밖에 없는 정보보호 간의 상충된 이해관계가 있기 때문이다[34]. 본 연구는 웹기반의 프로필 차원(profileing

dimension)과 공유 차원(sharing dimension)에서 접근함으로써 윤리적 기준이 UCC에 어떻게 영향을 끼치는가를 밝혀보고자 한다. UCC 환경에서 자기를 표현한다는 것은 자기 스스로를 나타내는 프로필의 목적과 더불어 자신의 저작물을 알리고 타인과 공유하려는 공유의 목적이 있다[26]. 프로필 차원과 공유차원은 각각 정보의 유형 및 성격과 관계가 있는데, 표시정보(descriptive information)로 표시되는 개인의 지위 혹은 행적을 기록하기 위해 생성된 개인정보는 프로필 차원에서 논의된다. 또한 귀속정보(authorship information)로 표시되는 개인일기 혹은 이메일과 같이 교환을 목적으로 의도적으로 생성된 정보는 공유 차원에서 논의된다[17]. Sama & Shoaf(2002)는 또한 소유권 딜레마와 프라이버시 딜레마가 닷컴 기업의 번영과 몰락이 가장 보편적으로 발생하는 윤리적 딜레마라 주장한다[23]. 윤리적 딜레마를 동반하는 각 윤리적 차원의 영역과 해당되는 관련 문헌의 내용들을 종합하여 [표 1]에 제시한다 [17][23][26].

표 1. UCC 활동 상 발생하는 윤리적 이슈

윤리적 차원	프로필 차원	공유차원
정보 유형	귀속정보	표시정보
윤리적 딜레마	프라이버시딜레마	소유권 딜레마

3. UCC 참여수준

UCC는 커뮤니케이션의 새로운 채널을 제시함으로써 쌍방향적 형식의 정보 배급을 촉진한다. 이는 단순한 기술을 표방하는 것이 아니라 트렌드이며 사고의 전환이 동반된다[39]. UCC변혁은 기존의 웹 활동이 서핑과 방문을 통한 정적인 웹페이지를 지원했던 것에 반해 특히 사용자에게로의 권력이동(power shift)을 의미한다. 기존의 인터넷 활동이 오프라인의 온라인화를 추구하는 거대한 카탈로그였으며 사용자는 수동적인 정보의 수혜자였다. UCC의 개념은 웹 마켓에서의 큰 전환점이 되었던 닷컴기업의 붕괴 이후 생존하여 성장한 기업들 간의 공통점을 분석함으로써 발견하게 된 새로운 트렌드이다[39]. UCC는 ‘개방’된 표준을 제시함으로써 기득권의 가치를 공유하는 공간이 된다. 물론 이때의 사용

자는 협업을 통하여 누구나 공평하게 ‘참여’ 할 수 있게 된다[8][33]. UCC는 표준화, 규격화된 방식으로 질서를 재구성한다. 재구성하는 방법은 링크, 인용, 필질을 통해 관심을 표현하게 되며, 이러한 관심은 측정할 수 있는 일종의 점수 혹은 랭킹 등의 수치로 표현되어 축적된다. 축적된 관심의 수치가 좋은 콘텐츠의 평가 기준이 되어, 검색엔진의 발달로 좋은 콘텐츠를 찾아 ‘관계성’을 해석하여 놀랄 만한 속도로 재구성을 반복함으로써 질서를 재구성하는 연결구조이다. 이 연결 구조를 통해서 RSS나 AJAX 와 같은 기술을 활용하여 질적으로 높은 사용자 경험을 축적함으로써 ‘풍부함(Rich)’을 달성하고 아울러 널리 퍼뜨릴 수 있음으로써 ‘도달(Reach)’를 달성할 수 있다[22][31].

우선 UCC를 구성하는 유형에 대하여 “UCC 서비스 유형”이라는 기준에 의하여 분류한 연구가 있다[30, 38]. 이들 연구에 의하면 UCC는 블로그, 위키스, 태깅, 동영상 공유 및 포드캐스팅 등으로 유형이 나뉘어지며 모든 유형은 사용자가 쌍방향 커뮤니케이션을 통하여 생산자가 되어가는 과정을 그 특성으로 한다. 블로그를 통해 배급, 프로모션 하여 자신을 노출하기도 하며, 위키스를 통해 협업을 활성화하고, 태깅 통해 민주주의적 분류체계에 참여하기도 하며, 동영상 공유, 오디오 블로그 및 포드캐스팅 통해 롱테일 효과를 볼 수 있다. 총체적으로 이들이 기존의 웹 활동과 차별화되는 것은 블로그의 RSS, 위키스의 집단지성, 태깅의 사용자 입맛에 따른 새로운 분류법 등과 같은 개방성, 참여성, 협업 등이 있다.

물론 UCC의 사용목적은 다양하다. 사용목적은 온라인 협력 커뮤니티 유형을 분류한 Dearstyne(2007)의 연구에서 제시하듯 도구 제작형 (tool-makers), 수집형 (gathers), 오락형(entertainers) 으로 분류한다[4]. 이들이 기존 웹 활동과 차별화 되는 UCC 사용목적의 총칙은 개방, 참여, 협업 등의 활동이 추가 된다는 것이다. 예를 들어 기존의 웹 활동목적 중 하나인 정보취득이라는 동일한 목적이라 할지라도 이는 일 방향 소통 즉 누군가가 업로드 해 놓은 정보를 일방적으로 다운 받는 식이 아니라 그에 대한 나의 의견을 내놓을 수 있음으로 말미암아 무익하고 유해한 유형의 정보가 올라왔을

때 견제효과가 있다는 것이다.

본 연구는 이상과 같은 UCC 특성을 그 단계별로 분류하여 사용자의 참여수준에 따라 UCC의 발전 단계를 분류한다. UCC는 사용자의 세계 즉 사용자가 곧 궁극적인 생산자, 창조자가 되는 세계이기 때문에 웹 환경에서 이상적인 마케팅을 구현할 수 있다고 평가된다[2]. 또한 사용자 관심의 희소성으로 인한 실제 권력이 사용자에게로 이전되는 현상이 전개되기 때문에 UCC발전 단계를 사용자의 참여를 빼고는 생각할 수 없다. UCC 발전 단계를 기술적 진화단계에 따라서 폐쇄된 사이버 공간, 폐쇄된 사이트 간의 연계 및 온오프라인 간 다차원적 사이트 공유라는 3단계로 제시하는 연구도 있는데 이러한 기술적 진화야말로 사용자 참여수준을 향상시키는 원동력이 된다[2]. 본 연구는 기술적 지원에 의해 가능하다는 전제 하에 사용자 관점에서 참여수준에 따라 다음과 같이 조회, 수정, 재생성 및 창작단계로 분류한다. 조회단계에서는 사용자가 일방적인 소비자 역할 하는 단계이며 수정단계에서는 누군가의 저작물에 대하여 반응하는 참여자로 활동하는 단계이다. 재생성단계에서는 폐쇄된 사이트 간의 연결을 통해 사용자가 이동하면서 2차 저작물을 재생성하고 적극적인 배포자로 기능하며, 창작단계에서는 스스로가 새로운 저작물을 생성하는 리더의 단계이다.

3.1 조회단계(retrieval)

UCC활동 최초의 단계는 사용자에게 정보를 보내는 것으로서, 사용자는 소비자로서 제공되는 정보를 일방적으로 습득함으로써 콘텐츠를 읽거나 주시하고 나아가 태그를 달거나 즐겨찾기를 한다. 인터넷이라는 커뮤니케이션 툴을 사용해서 누군가와 연결되고 싶다는 니즈를 충족하기 위한 장으로 기능하는 단계이다. 따라서 적절한 타이밍의 정보 발신을 관리하기 위해 정보 제공자 측에서의 다양한 콘텐츠 관리 시스템이 개발되어야 할 필요를 느낀다.

3.2 수정단계(modification)

2단계에서 UCC의 기폭제로서 ‘웹을 플랫폼으로서 이용 한다’는 기술의 진보에 따라 사용자의 참여, 풍부

한 사용자 체험, 데이터의 중요성, 웹 서비스의 활용에 의해 웹 간의 결합이 유연해진다. 웹은 데이터에 따라 결정되고 분화되어 서비스의 세분화도 진행되며, 그 결과 사이트 간 왕래가 용이해진다. 폐쇄된 사이트 간에 연계가 원활해지면서 사용자들도 콘텐츠의 소비자이면서 제작자, 참여자로 활동한다.

3.3 재생산단계(recreation)

3단계에서의 UCC 사용자는 정보를 단순히 전달하던 차원에서 관심 있는 집단 전체를 유통하는 효과를 보이는 단계이다. 이것은 역시 RSS나 AJAX 와 같은 기술적 지원이 가능케 한 결과인데 이로 인해 인적 네트워크로 연결된 사용자 간에 공유가 활발하다. 배포 단계에서는 관계가 심화되는 특성을 보이는데, 사회연결망을 통해서 지속적으로, 빈번히 관계가 형성되면서 사용자 간 공유와 협업을 통한 재창조가 일어난다. 관계의 중독성이 커지면 여러 사람의 손을 거친 2차 저작물의 생성이 원활하면서 서비스가 폭등하게 되고 폭등한 가치에 대하여 더 집착하게 되며 이 구조는 순환한다.

3.4 창작단계(generation)

2차 저작물의 재창조가 용이해지면서 UCC의 마지막 단계는 사용자가 UCC를 제작하여 창조적으로 스스로 이끌어 가면서 사용자가 사회, 문화에 큰 영향력을 행사할 수 있는 리더가 되는 단계이다. 물론 UCC 발전 단계는 피라미드 구조를 이루어 상위의 단계일수록 해당되는 사용자층의 폭이 상대적으로 얇다.

각 단계를 통하여 결국 사용자는 소비자에서 생산자로 바뀌어가는 진화과정 중에 있으며, 소극적 제작자에서 적극적 제작자로 변화한다. 그러나 오늘날의 현실은 아직 UCC사용자의 참여 정도가 극히 제한적으로 활성화된 수준이므로 본 연구에서는 위의 네 가지 단계를 크게 두 단계로 재분류한다. 따라서 단순히 UCC서비스를 수동적으로 이용하는 조회단계와 참여자들의 적극적인 생산노력이 관여되는 생산단계(수정, 재생성, 창작)로 재분류하여, UCC 조회와 UCC 생산이라는 종속 변수로 설정하기로 한다.

III. 연구모형 및 가설

본 연구는 기존 연구를 통해 UCC 참여수준을 결정하는 요인으로 문화적 가치(불확실성 회피성향), 프라이버시 침해 우려도, 규제에 대한 선호도, 저작권 침해를 도출하였으며, 이들 요인과 UCC 참여수준(조회, 생산) 간의 구조적 관계를 분석하고자 [그림 1]과 같은 연구모형을 제시한다.

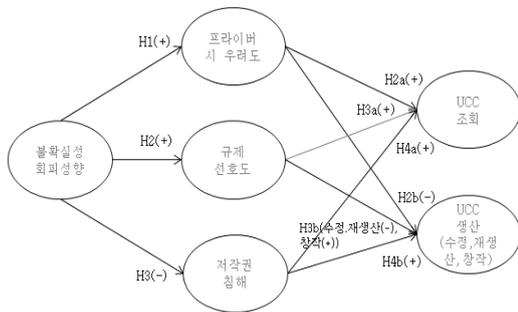


그림 1. 연구모형

1. 불확실성 회피성향

문화적 가치는 나라마다 상이하며 문화적 가치로 인해 기술적 환경에 대한 반응에 상이한 영향력이 행사된다. 문화적 차이가 개인적인 행동의 다양성을 설명하기도 하며 기술의 채택과 활용 정도에도 영향을 끼친다 [6]. UCC 영역에서 영향을 미칠 것이라고 보는 문화적 차이를 검토하기 위하여 Hofstede(1990)의 문화연구 기제로 불확실성 회피성향을 관찰하는데 이와 같은 가치는 온라인 윤리와도 관계가 있다[13]. Milberg et al.(2000)이 주장하기는 문화적 가치와 규제에 대한 시각은 정보 프라이버시 환경 안에서 고려될 수 있으며 불확실성 회피성향이 높은 국가는 정보 프라이버시에 대한 더 많은 우려를 보일 수 있다고 한다[37].

불확실한 환경에 직면해 있는 경우, 불확실성을 회피하고자 하는 문화 속에서는 노출되는 불확실성 속에서 자기 정보 노출의 가능성을 더 많이 인식하게 될 것이다. 따라서 불확실성 회피성향이 강한 문화에서는 규제적 해결책을 적극적으로 끌어안는 성향이 있으며, 이는 특히 정보보호와 관련한 규제에 있어서 더욱 그렇다는

것이다[13][37]. Smith et al. (1996)은 사용자들 간의 정보 보호에 대한 우려가 일반적으로 규제조치가 부족하다고 지각되었기 때문이라고 지적하면서 정부간섭이 증가하도록 유도한다고 말한다[7]. 사용자들은 정보보호를 위해 확보된 지식 혹은 자원이 부족하다고 느끼기 때문에 보다 제도적인 안전장치와 법적 규제에 의존하게 된다는 것이다[18].

따라서 불확실성 회피 문화 속에서 만약에 UCC의 영역에서 타인의 정보나 자료를 보호해야 한다는 규제가 강하거나, 자료의 도용이나 한 사이트의 내용을 다른 사이트로 퍼 나르는 행위(예, 퍼나르기)에 대하여 불법적인 행위로 간주하는 분위기가 강하다면, 함부로 타인의 정보를 빼거나 약간 수정하여 제시하는 행위들은 하기 어려울 것이다. 반대로, 이러한 행위에 대해서 관대한 분위기는 UCC(user created contents)보다는 UMC(user modified contents)의 활성화 추세를 보인다 [42]. 즉 저작권에 대한 느슨한 윤리의식이 허락 받지 않은 모방을 지향함으로써 결과적으로 순수한 창작을 방해한다고 볼 수 있을 것이다. 이상의 논의들을 바탕으로 다음의 가설을 제시하였다.

- H1: 불확실성 회피성향이 높을수록 UCC 사용자의 프라이버시 침해 우려도는 높을 것이다.**
- H2: 불확실성 회피성향이 높을수록 UCC 사용자의 규제에 대한 선호도가 높을 것이다.**
- H3: 불확실성 회피성향이 높을수록 UCC 사용자의 저작권 침해 수준이 낮을 것이다.**

2. 프라이버시 침해 우려도

사용자들의 웹 서핑 및 구매습관에 대한 일련의 자료를 수집하여 정리하는 것은 웹 방문자들의 행적을 추적하여 그의 웹 접속 방식 및 빈도의 파악을 가능케 한다 [11]. 결국 프로필 차원은 오늘날과 같이 빠른 속도로 성장하는 웹 기반 세계에서 개인 자신 및 그 행적에 대한 정보를 노출함으로써 사용자들의 우려가 가장 많이 표출되는 이슈이다. 이는 Kang(1998)의 연구에서 범주화된 표시정보(descriptive information)라 칭해지는 개인정보를 노출하게 됨으로써 발생하게 된다. 특히 개인

정보란 공개적인 출처를 통하여 얻을 수 없는 데이터로서 웹 환경에서 참여하기 위하여 개방하게 되는 정보이다[35]. 이에 따라 사용자의 프라이버시 딜레마(privacy dilemma)가 동반되는데, 유용한 정보 수집을 위하여 마케팅 데이터베이스 구축 혹은 시장조사, 거래의 편이성 등의 가치는 프라이버시 즉 개인정보의 노출이라는 대가와의 교환을 요구한다[26]. 프라이버시가 어떤 경우 에라도 반드시 보호되어야 할 기본적인 권리라는 것임에도 불구하고 거대한 데이터베이스에 대한 궁극적 혜택 혹은 유혹이 정보 프라이버시와의 교환을 유도한다[23]. Culnan(1993) 다이렉트 메일 마케팅에 있어서 프라이버시 침해 우려가 개인정보의 2차적 사용에 대한 고객 태도에 영향을 미친다고 했으며, Cranor et al.,(1999)은 사용자들이 인터넷의 편익보다는 프라이버시에 대한 우려 및 중요도를 높게 인지하고 있다고 주장하였다[25]. 결국 정보의 프로필차원이 인터넷상의 커뮤니케이션 매체, 여기에서는 UCC 참여수준에 영향을 미칠 것으로 예측된다. 즉 개인의 정보 노출에 대한 우려가 증가하면서 UCC를 제한적으로 사용하려는 민감도는 더 커질 것이다. 그런데, UCC 참여수준은 크게 조회단계와 기존 UCC를 수정, 재생산, 및 창작하는 단계로 구분할 수 있는데, 조회단계에서와 생산/창작단계에서 개인노출의 우려는 다르게 나타날 것으로 판단된다. 왜냐하면, 조회단계는 사용자가 일방적인 소비자 역할 하는 단계로, 자신에 대한 노출이 매우 미약한 반면에, 수정단계에서부터는 누군가의 저작물에 대하여 반응하는 참여자로 활동하는 단계이기 때문에 자신에 대한 노출이 점차 강해진다. 이는 재생산단계를 거쳐 적극적인 배포자인 창작단계에 이르면 최고점에 이를 것이다. 따라서 이상의 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 제시하였다.

H4a: 프라이버시 침해 우려도는 UCC 참여 시 조회 수준에 영향을 미치지 않을 것이다.

H4b: 프라이버시 침해 우려도의 정도가 커질수록 UCC 참여 시 수정, 재생산, 창작 수준은 낮을 것이다.

3. 규제에 대한 선호도

Davis(1980)은 권력과 책임이 반드시 평형을 이루어야 한다는 권력-책임 평형모델 (power-responsibility equilibrium model)을 제시 한다[20]. 더 많은 권력을 가진 자는 확신에 찬 환경을 확보하기 위하여 더 많은 책임을 부과한다. 이 모델은 온라인상의 거래에서 발생하는 윤리적 이슈를 설명하고 이해하는데 유용한 모델이다[11]. 이때 규제를 부여한다는 것은 결국 권력을 상징하는데, 규제적 정책이 정보의 사용을 주관하기 때문이다. 규제에 관련한 집단은 자신의 책임을 온라인 윤리를 위하여 어떻게 지각하는가 하는 것에 따라 궁극적으로 사용자의 프라이버시 침해 우려, 소유권 및 기타 행위에 영향을 미친다[18]. 온라인 윤리를 설명하는 여러 가지 다양한 접근방식이 있지만 프라이버시에 관한 정보규제가 증가하는 추세는 많은 나라에서 발견된다[11]. 웹 기반의 파일교환 역시 프라이버시 문제와 마찬가지로 여러 가지의 윤리적 이슈를 동반한다. 웹을 매개로 한 정보공유를 통제하려는 움직임에 대하여 대중의 저항이 증가함과 더불어 규제라는 것이 얼마나 저작권 소유자의 보호를 보장할 지는 명확하지 않다[26]. 그러나 UCC 사용자는 웹상에 게재된 사진이나 에세이가 관련 사이트의 직접 저작물인지 모르고 있는 경우가 많다. 무엇이 잠재적인 침해인지 아닌지 모르기 때문에, 저작물 관련한 강력한 규제를 제정하는 것 외에는 저작물 침해는 막을 수가 없게 된다[41]. 이렇게 인터넷 산업에서 프라이버시나 저작물 이슈 관련하여 법적 보호 혹은 규제가 주목되고 있는데, 이는 결국 정부의 법적 제정을 제한하는 방향으로 가고 있다[11]. 따라서 이러한 규제를 선호하는 경우에는 웹상에서의 자료의 도용이나, 다른 사용자들이 제작한 UCC를 퍼나르는 행위, 그리고 타인의 UCC를 약간 수정해서 제시하는 행위들은 이루어지지 않을 것이다. 그러나 반대로 사용자들이 올린 다양한 UCC를 조회하거나, 사용자간 공유와 협업을 통한 UCC 재생산과 자신만의 UCC를 창작하는 창작행위는 증가할 것으로 판단된다. 따라서 이상의 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 제시하였다.

H5a: 규제에 대한 선호도가 높을수록 UCC 참여

시 조회 수준은 높을 것이다.

H5b: 규제에 대한 선호도가 높을수록 UCC 참여 시 단순 수정보다는 재생산과 창작활동이 더 활발할 것이다.

4. 저작권 침해

1999년에 있었던 넵스터 소송사건을 둘러싼 논쟁을 시작으로 하여 인터넷 사용자들은 디지털 저작물에 대해서 소유권을 주장할 수 있는 정도가 어디까지인가 라는 저작권에 관한 기존관념에 도전을 받았다[26]. 소유권에 주목하는 공유차원(sharing dimension)은 개인 저작권 특히 귀속정보(authorship information) 라고 하는, 누군가의 노력에 의해 결실 맺은 저작물에 대한 기본적인 권리이기 때문에 아주 중요한 이슈이다[17]. UCC는 커뮤니케이션 채널의 폭을 넓히고 있다. 이는 기술적 발달로 인해 방대한 양의 정보가 보다 손쉽게 저장되고 복사되고 배포된다. 이 역량이 곧 지적 저작권 보호에 대한 새로운 우려를 동반하게 되는데 이와 같은 소유권 딜레마란 자신의 저작물을 알려져 공유하려는 목적이 충돌할 수밖에 없는 저작권에 대한 보호 측면에서의 딜레마이다[23]. 본 연구에서는 윤리적 입장에서의 정보의 공유차원이 UCC 참여수준에 영향을 미칠 것으로 예측한다. UCC 초기 참여단계에서는 방대하게 제공되는 타인의 자료, 음악, 동영상 등에 대하여 불법적인 퍼 나르기과 같이 윤리적 의식 없이 많은 자료를 공유하고 배포함으로써 UCC 시장이 활성화된다. 새로운 창작보다는 모방이 용이함으로 말미암아 보다 많은 층에서 참여한다. 그러나 점차 사용이 증가하고 저작권에 대한 이해가 증가될수록 퍼 나르기과 조회, 수정 대신, 창작 단계로 가면서 보다 창의적 활동을 하게 된다. 따라서 초기에는 저작권 침해의 의식 없이 불법적인 퍼 나르기, 타인자료 공유를 하지만, 점차 저작권 침해가 비윤리성을 의식하게 되고, 이에 대한 윤리성이 성숙하면서 퍼 나르기, 타인 자료의 불법적 공유, 조회, 수정 등의 활동들이 감소하게 될 것이며, 창작의 단계로 나아가 창작수준은 증가하게 될 것이다. 또한 새로운 UCC 저작물의 증가는 더욱 많은 참여수준을 이끌 것이며, 특히 새로운 UCC를 보고자하는 조회수준을 증가시킬 것

이다. 따라서 다음과 같은 가설을 세울 수 있다.

H6a: 저작권 침해 정도가 낮을수록 UCC 참여 시 조회 수준은 높을 것이다.

H6b: 저작권 침해 정도가 낮을수록 UCC 참여 시 단순 수정 보다는 재생산과 창작수준이 더 높아질 것이다.

IV. 연구방법론

1. 표본조사와 자료수집

본 연구에서는 UCC서비스를 이용하는 개인들을 대상으로 한국과 미국에서 2008년 3월부터 5월까지 약 3달간 설문조사를 수행되었다. 설문대상으로 선정된 개인들에게 설문지를 보내기 이전에, 이들 각각에게 본 연구의 취지를 설명하였고 설문에 응답해 줄 것을 요청하였다. 이들 가운데서 설문에 응답해 줄 것을 약속한 조직구성원들을 만나거나 E-mail 발송 등의 방법을 통해 한국에서는 총 700부의 설문지를 발송하였다. 설문지를 발송한 1주 이상 경과하였으나 설문응답이 없는 경우에는 직접 면접하거나 전화 및 메일을 통해 신속한 설문협조를 부탁하였다. 이러한 과정을 통하여 총 452부가 회수되었으며, 불성실하게 응답한 32개를 제외하고 420개를 최종적으로 본 연구의 표본으로 삼았다. 또한 미국에서도 한국에서와 같은 설문절차를 통하여 약 500부의 설문지를 발송하였으며, 이 중 383부가 회수되었다. 본 연구에서는 불성실하게 응답한 56개를 제외하고 최종 327부를 연구의 표본으로 삼았다.

2. 연구변수의 정의 및 측정항목

본 연구에서는 총 5개의 연구변수를 이용하고 있는데, 독립변수로는 문화적 가치(불확실성 회피성향), 윤리요인(프라이버시 침해 우려도, 규제에 대한 선호도, 저작권 침해)을 독립변수로 선정하였으며, UCC 참여수준을 UCC 조회와 UCC 생산(수정, 재생산, 창작) 2개로 나누어 종속변수를 설정하였다. 이 모든 연구변수에 대한 설문은 리커트(Likert) 7점 척도를 이용하였으며, 연

구변수의 개념적 정의와 측정항목은 다음과 같다.

문화적 가치를 나타내는 불확실성 회피성향은 사회 혹은 조직의 구성원들이 불확실하거나 알려지지 않은 상황에 대하여 불편하게 느끼는 정도라 정의한다[13] 프라이버시 침해 우려도는 Stone et al.(1983)의 연구에 근거하여 "자신에 관한 정보를 스스로 통제할 수 있다는 개인적 능력에 대한 우려 정도"라 정의하기로 한다 [10]. 규제에 대한 선호도는 "사회 혹은 조직의 구성원이 정부의 규제를 선호하는 정도"[37]로 정의하였다. 저작권침해는 "개인 혹은 조직의 저작물에 대한 무단 도용"으로 정의하고, 이때 저작물이란 개인 혹은 조직에 의해 생성된 비가시적인 재산이며 노력의 산물로 대표되는 자산"이다[26]. UCC 참여수준은 네 단계로 구분하였는데, 먼저, 조회는 "사용자가 소비자의 입장에서 제공되는 정보를 관람 등 일방적으로 습득하는 단계"라 정의하며, 수정은 "사용자의 기존의 UCC를 약간만 수정하여 다시 배포하는 단계"로 정의하였다. 재생산은 "사용자가 기존의 다양한 UCC들은 여러 가지 기법을 활용하여 조합하는 단계"이며, 창작이란 "사용자가 정보 생산에 관여하는 참여자 나아가서 정보 배포자의 입장에서 정보를 업로드하고 제작하는 단계"라 정의한다 [2][15].

본 연구에서 사용된 모든 변수들은 기존연구에 의해 검증된 도구들이다. 각 영역별로 관련된 변수들을 기술하고 필요에 의해서는 본 연구목적에 맞게 수정하였다. 문화적 가치 측정을 위하여 Hofstede(1990)가 연구하여 제시한 검증된 도구 중 불확실성 회피성향 항목 4개를 사용하여 다음과 같이 측정하였다[13]. 다음에 할 일을 예측할 수 있도록 지침이 주어지는 것은 중요하다; 주어진 지침과 절차에 대해 이행하는 것은 중요하다; 규칙과 규제는 중요하다; 표준화된 운영절차가 도움이 된다. 또한 프로필 차원에서의 프라이버시 침해 우려도를 측정하기 위하여 Smith(1996)에 의해 개발된 도구를 이용하여 다음과 같은 3개의 측정항목을 사용하였다[7]. UCC 제공업체에게 내 개인정보를 주는 것이 싫다; 내 개인정보를 요구할 때에 입력 전 심사숙고한다; 내게 너무 많은 개인정보를 요구하는 것이 마음에 걸린다. 그리고 각각 공유와 프로필 차원에 있어서 규제에 대한

선호도의 영향은 Wirtz(2007)과 Milberg(2000)에 의해 제시된 항목을 중심으로 사용자가 동의 하는가 아닌가에 대한 측정항목 4개를 이용하여 다음과 같이 평가하였다[18][37]; 온라인 상 개인보호를 위해 정부의 강력한 규제가 필요하다; 온라인 폐해방지를 위해 기존 법규가 더 강화되어야한다; 온라인 정보 유출로부터 소비자를 보호하기 위해 정부개입이 필요하다. 공유차원을 의미하는 저작권 침해항목으로 Jackson(2008)과 Tracy.(2004)의 연구를 근거로 다음과 같이 6개의 측정항목을 도출하였다[3][24]; 내 개인적 필요에 의해 누군가의 글, 그림 사진 등 자료를 허가 없이 복사해도 괜찮다; 허가 없이 다운받은 자료를 복사, 배포해도 괜찮다; 허가 없이 음악이나 동영상을 다운 받아도 괜찮다; 허가 없이 다운 받은 음악이나 동영상을 배포해도 괜찮다; 사적 기밀 정보에 허가 없이 접속해도 괜찮다; 사적 기밀 정보를 허가 없이 배포해도 괜찮다. 그리고 UCC 참여수준을 평가하기 위하여 조회, 수정, 재생산 및 창작 4개의 측정항목을 이용하여 다음과 같이 평가하였다[2]; 나는 주로 다른 사람의 UCC를 조회하는 편이다; 기존 자료나 정보를 수정하여 올리곤 한다; 조합하여 새로운 UCC를 올리곤 한다; 나만의 독창적 UCC 를 만들어 올리곤 한다.

V. 분석결과

1. 설문응답자의 표본특성

본 연구의 설문지에 응답한 UCC 서비스 이용자의 인구통계학적 특성에 대한 기초통계량분석 결과, 본 연구의 설문지에 응답한 한국 표본(420명)의 약 57.1%가 남성, 42.9%가 여성으로 구성되어 있으며. 연령층은 20세 미만이 33.3%, 20~30세가 45.%, 31~40세가 18.8%, 41~50세가 2.9%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 학력은 중·고등학교 재학이 33.3%, 고등학교졸업은 26.0%, 대학교졸업이 33.1%, 대학원졸업은 7.6%로 나타났다.

한편, 본 연구의 설문지에 응답한 전체 미국 표본(327명)의 약 47.1%가 남성, 52.9%가 여성으로 구성되어 있

으며, 연령층은 20세 미만이 14.7%로 나타났고, 20~30세가 56.6%로 표본의 주를 이루고 있으며, 31~40세가 15.6%, 41~50세가 8.3%, 51~60세가 4.9%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 학력은 중·고등학교 재학이 7.0%, 고등학교졸업은 52.6%로 표본의 주류를 이루고 있으며, 대학교졸업과 대학원졸업이 각각 20.5%와 19.9%로 나타났다.

2. 타당성 및 신뢰도 분석

본 연구에서는 Windows SPSS/PC version 15.0의 통계프로그램을 사용하여 사전통계 분석과 기초통계분석을 위한 빈도분석, 신뢰도 분석, 요인분석, 상관관계분석, 및 AMOS 16.0을 사용한 확인적 요인분석 및 구조방정식 모형분석을 실시하였다(표 2 참조). 측정항목에 대한 타당성을 분석하기 위하여 주요인분석을 실시하였으며, 직교회전 방식에 의한 고유값이 1이상인 요인만을 선택하였는데 요인적재량이 0.5이상으로 나타나서 측정항목들이 각 요인에 수렴하고 있다고 볼 수

있다[19]. 또한 측정항목에 대한 신뢰도 분석결과, 대부분의 요인들에 대한 신뢰도 계수가 한국과 미국 모두 0.84 수준을 상회하고 있으므로 보편적으로 사회과학연구에서 이용되고 있는 신뢰도 계수의 기준인 0.60을 크게 초과하였다[16].

다음은 추가적으로 판별타당성을 검증하였다. 판별타당성 분석결과, 각 잠재변수의 평균분산추출 값의 제곱근이 그 잠재변수와 다른 잠재변수들과의 요인상관 계수 값보다 크게 나타나 판별타당성이 있는 것으로 나타났다. 다음으로 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였으며, 이를 통해 측정모형의 유의성을 평가함으로써 문항들의 단일차원성을 검증하였다. 확인적 요인분석 결과, 측정 모형의 적합도 수준은 권고수준을 상회하여 바람직하게 나타났다(표 3 참조). 이러한 결과는 모든 구성요소들에 대해서 집중타당성(convergent validity)을 확보한 것으로 해석할 수 있다.

표 2. 탐색적 요인 분석 및 신뢰도 분석결과(한국과 미국)

항목	불확실성 회피성향 (CV)		프라이버시 침해우려도(PC)		규제에 대한 선호(RP)		저작권침해 (CI)		크론바야 알파	
	한국	미국	한국	미국	한국	미국	한국	미국	한국	미국
회피성향1	.696	.834	.129	.117	.202	.063	.014	-.010	.839	.874
회피성향2	.870	.882	.037	.070	.138	.115	.012	.057		
회피성향3	.879	.860	.048	.085	.080	.173	-.037	-.035		
회피성향4	.783	.769	.126	.093	.049	.178	.025	-.003		
프라이버시1	.100	.079	.815	.882	.323	.132	-.040	-.039	.861	.880
프라이버시2	.167	.124	.859	.836	.189	.216	-.023	-.121		
프라이버시3	.089	.158	.793	.874	.359	.202	-.029	-.110		
규제선호1	.176	.204	.209	.118	.862	.828	-.062	-.031	.921	.898
규제선호2	.157	.084	.229	.232	.896	.856	-.087	-.132		
규제선호3	.172	.148	.212	.176	.886	.855	-.059	-.020		
규제선호4	.047	.132	.224	.094	.770	.845	-.025	-.094		
저작권침해1	.042	.029	-.061	.076	-.050	.079	.737	.701	.879	.864
저작권침해2	-.023	-.030	-.049	-.054	-.091	.031	.852	.826		
저작권침해3	.099	.012	.101	.008	-.103	-.032	.760	.742		
저작권침해4	-.007	-.038	.082	-.108	-.132	-.117	.833	.772		
저작권침해5	-.020	.016	-.074	-.127	.077	-.159	.784	.791		
저작권침해6	-.082	.004	-.101	-.169	.045	-.148	.797	.797		

요인추출방법: 주성분 분석, 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스

a. 5 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다(한국). a. 6 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다(미국).

표 3. 측정모형의 적합도

구분	X square	DF	P-Value	GFI	AGFI	RMR	NFI	IFI	RMSEA
한국	463.427	180	0.000	.906	.879	.142	.917	.947	0.061
미국	443.211	181	0.000	.894	.864	.279	.900	.940	0.064

표 4. 연구변수들의 평균, 표준편차, 상관관계(한국과 미국)

연구 변수	한국					미국				
	평균	표준 편차	CV	PC	RP	평균	표준 편차	CV	PC	RP
CV	4.53	1.019				4.74	1.046			
PV	5.15	1.434	.278(**)			5.31	1.384	.264(**)		
PC	5.55	1.396	.309(**)	.553(**)		5.21	1.313	.327(**)	.398(**)	
RP	2.37	1.176	.002	-.069	-.121(*)	2.77	1.451	-.017	-.188(**)	-.160(**)

*p(0.05, **p(0.01

본 연구에서는 가설 검증에 앞서서 본 연구에서 사용되는 변수들 간의 상관관계를 분석하였다. 일반적으로 상관계수가 0.2에서 0.4 사이에 있다면 낮은 상관관계라 할 수 있고 0.4 이상인 경우는 높은 상관관계를 가지고 있다고 판단되며 0.8 이상일 경우 다중공선성의 가능성이 있다고 본다. 본 연구의 변수들 간의 상관관계 분석 결과는 [표 4]와 같으며 우선적으로 변수들 간의 상관관계가 0.8 이상인 변수는 없는 것으로 나타나 다중공선성의 가능성은 없는 것으로 판단하였다([표 4]참조)[1].

3. 연구가설 검증

본 연구의 가설을 검증하기 위해 구성개념들 간의 영향관계를 동시에 고려하여 검증하는 구조방정식모형을 이용하였다. 먼저 연구모형의 적합도를 분석하였다. 일반적으로 TLI지수와 CFI지수 값은 0과 1.0사이인데 대략 0.9이상이면 적합도가 좋다고 볼 수 있으며, RMSEA 값은 RMSEA<.05 이면 좋은 적합도, RMSEA<.08이면 괜찮은 적합도, RMSEA<.10이면 보통 적합도, RMSEA>.10이면 나쁜 적합도를 나타낸다[29]. 본 연구 모형의 적합도 검증결과 한국은 $\chi^2(360.029)$, DF(1.71) p.value(.000), RMR(.128) PGI(.926), AGFI(.900), CFI(.945), NPI(.935), IFI(.957), RMSEA(.053)으로 나타났다. 미국은 $\chi^2(391.599)$, DF(1.71) p.value(.000),

RMR(.205) PGI(.897), AGFI(.860), CFI(.945), NPI(.908), IFI(.946), RMSEA(.063)으로 나타났다. 한국과 미국 모두 전반적으로 모형의 적합도 지수가 높은 것으로 나타나 본 연구모형은 적합한 것으로 판단된다.

다음은 본 연구에서 제시한 연구가설을 검증한 결과이다. 먼저 한국의 연구모형 분석결과는 다음과 같다.

첫째, UCC 서비스에서 불확실성 회피성향은 프라이버시 침해 우려도(0.247, $p<0.001$)와 규제에 대한 선호도(0.329, $p<0.001$)에 모두 유의한 수준에서 긍정적인 영향을 미치고 있으나, 저작권침해에는 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다(-.019, $p>0.1$). 따라서 가설1(H1), 가설2(H2)는 지지되었으나 가설3(H3)은 기각되었다.

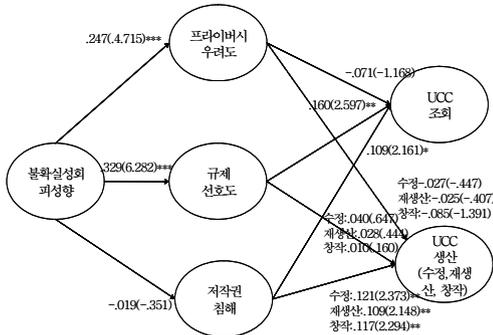
둘째, UCC 서비스에서 프라이버시 침해 우려도는 UCC 참여수준 중에서 조희(-.071, $p>0.1$), 수정(-.027, $p>0.1$), 재생산(-.025, $p>0.1$) 및 창작(-.085, $p>0.1$) 모두에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 따라서 가설4a(H4a)는 지지되었으나, 가설4b(H4b)는 기각되었다.

셋째, UCC 서비스에서 규제에 대한 선호도는 UCC 참여수준 중에서 조희(.160, $p<0.01$)에 영향을 미쳤으며, 수정(.040, $p>0.1$), 재생산(.028, $p>0.1$) 및 창작(.040, $p>0.1$) 모두에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 따라서 가설5a(H5a)는 지지되었으나, 가설5b(H5b)는 기각되었다.

넷째, UCC 서비스에서 저작권침해는 UCC 참여수준

중에서 조회(.109, $p < 0.05$)에 영향을 미쳤으며, 수정(.121, $p < 0.01$) 보다는 재생산(.109, $p < 0.01$)과 창작(.117, $p < 0.01$)에 더 많은 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 따라서 가설6a(H6a)와 가설6b(H6b)는 모두 지지되었다.

이상에서 논의한 한국 연구모형의 가설 검증결과와 [그림 2]와 같다.



* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$.
괄호 밖은 경로계수값, 괄호 안의 수는 t-값을 의미함.

그림 2. 한국 연구모형 분석결과

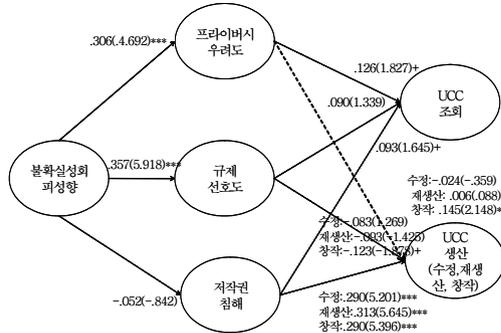
다음으로 미국의 연구모형 분석결과와 다음과 같다. 첫째, UCC 서비스에서 불확실성 회피성향은 프라이머시 침해 우려도(0.306, $p < 0.001$)와 규제에 대한 선호도(0.357, $p < 0.001$)에 모두 유의한 수준에서 긍정적인 영향을 미치고 있으나, 저작권 침해에는 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다(-.052, $p > 0.1$). 따라서 가설1(H1), 가설2(H2)는 지지되었으나 가설3(H3)은 기각되었다.

둘째, UCC 서비스에서 프라이머시 침해 우려도는 UCC 참여수준 중에서 조회(.126, $p < 0.1$)와 창작(.145, $p < 0.05$)에 영향을 주고 있으며, 수정(-.024, $p > 0.1$)과 재생산(.006, $p > 0.1$)에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설4a(H4a)와 가설4b(H4b) 모두 기각되었다.

셋째, UCC 서비스에서 규제에 대한 선호도는 UCC 참여수준 중에서 조회(.090, $p > 0.1$), 수정(.083, $p > 0.1$), 재생산(-.093, $p > 0.1$)에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. UCC 창작수준(-.123, $p < 0.1$)에 부정적인 영향을 주는 것으로 밝혀졌다. 따라서 가설5a(H5a)와 가설5b(H5b) 모두 기각되었다.

넷째, UCC 서비스에서 저작권 침해는 UCC 참여수준 중에서 조회(.093, $p < 0.1$)에 영향을 미쳤으며, 수정(.290, $p < 0.001$) 보다는 재생산(.313, $p < 0.001$)에 영향을 더 많이 미치고, UCC 창작과 수정에 동일한 영향을 미쳤다. 따라서 가설6a(H6a)는 지지되었고, 가설6b(H6b)는 부분 채택되었다.

이상에서 논의한 미국 연구모형의 가설 검증결과와 [그림 3]과 같다.



* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$.
괄호 밖은 경로계수값, 괄호 안의 수는 t-값을 의미함.

그림 3. 미국 연구모형 분석결과

본 연구의 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

표 5. 한국과 미국의 측정모델 분석결과

	연구 가설	한국	미국
H1	불확실성 회피성향→ 프라이머시침해 우려도	.247*** (4.715)	.306*** (4.692)
H2	불확실성 회피성향→ 규제에 대한 선호도	.329*** (6.282)	.357*** (5.918)
H3	불확실성 회피성향→ 저작권 침해	-.019 (-.351)	-.052 (-.842)
H4a	프라이머시 침해 우려도→UCC 조회	-.071 (-1.168)	.126 (1.827)
H4b	프라이머시우려도→ UCC 생산(수정, 재생산, 창작)	-.027 (-.447)	-.024 (-.359)
H5a	규제에 대한 선호도→ UCC 조회	.160** (2.597)	.090 (1.339)
H5b	규제에 대한 선호도→ UCC생 산(수정, 재생산, 창작)	.040 (.647)	.083 (1.269)
H6a	저작권 침해→UCC 조회	.109* (2.161)	.093+ (1.645)
H6b	저작권 침해→UCC 생산(수정, 재생산, 창작) (수정보다는 재생산과 창작에 영향을 많이 줄 것임)	.121** (2.373)	.290*** (5.201)

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$.

팔호 밖은 경로계수, 팔호 안의 수는 t-값을 의미함.

VI. 결론

본 연구의 목적은 UCC 참여활동에 있어서의 윤리적 함의를 검토하고자 하였다. UCC 참여활동에 프라이버시 침해 우려도, 규제에 대한 선호도 및 저작권 침해가 어떠한 영향을 미치는가를 UCC 조회, 수정, 재생산 및 창작수준별로 파악하고자 하였다. 또한 불확실성 회피 성향을 중심으로 문화적 가치가 UCC 참여자의 윤리적 문제인식에 어떠한 영향을 미치며, 나아가 UCC 참여수준에 간접적으로 어떠한 영향을 줄 것인지도 파악하고자 하였다. 이러한 연구목적에 달성하기 위하여, 기존의 윤리, 문화 및 인터넷과 웹 이용에 관련된 문헌연구를 심도 있게 수행하였다. 또한 한국과 미국에서 UCC 참여자를 대상으로 설문조사를 수행하였으며, 회수된 420개(한국)와 327 개(미국)의 유효 설문지를 대상으로 통계 분석을 실시하였다.

본 연구의 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 우선 문화적 가치 즉 불확실성 회피성향은 이전 연구가 주장한 바와 다른 현상을 보이고 있다. Hofstede & Bond(1999)는 미국의 경우 불확실성 회피 성향지수가 46점, 한국의 경우 85점이라고 연구결과를 발표한 바 있다[12]. 이에 따르면 미국과 한국 간의 불확실성 회피성향지수가 상이함으로 인한 문화적 차이가 나타나야 한다. 그러나 가설1,2,3의 경우 두 국가의 차이가 크지 않다. 이에 대한 해석은 인구통계학적 분석을 통한 연령별 추이를 고려하여 유추해볼 수 있는데, 두 국가 모두 주로 젊은 연령층이 연구대상의 60% 이상을 차지함으로써(30세 이하의 연령층이 한국의 경우 77.1%이며 미국의 경우 64.2%) UCC의 주 사용층인 젊은 연령층은 인터넷 사용으로 인한 범세계화 현상으로 인하여 문화적 차이보다 연령별 차이가 더 큰 영향을 미친다는 사실을 발견한다[36]. 즉 기존 연구에서 문화적 차이에 기인한 국가별 상이점은 인터넷을 많이 사용함으로써 사고와 생활방식을 공유하는 이들에게는 크게 작용하지 않는다는 것이다. 가설3은 두 국가 모두

에서 기각되었는데, 두 국가 간 차이가 없는 것으로 나타난 불확실성 회피성향과 저작권 침해 간의 유의하지 않은 관계는 불확실한 환경에 대한 회피나 직면의 태도에 상관없이 UCC 성격 상 저작권 침해에 대한 인식은 큰 영향을 받지 않는 것으로 보인다. 즉 타인의 저작물에 대한 공유차원에서는 허가의 유무와 상관없이 자기 표현의 산출물 즉 표시정보를 모방하고 재활용할 수 있다고 인식하고 있는 것 같다. 이는 한국과 미국 간 큰 차이가 없음으로 말미암아 UCC는 표시정보 공유의 차원에서 보다 개방적으로 인식 및 운영되고 있다고 해석된다.

둘째, 한국의 경우, 프라이버시 침해 우려도가 UCC 조회, 수정, 재생산 및 창작활동에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 한국의 참여자들이 UCC 참여활동 시 프라이버시 보호에 대한 관심이 적다고 보인다. 사적으로 귀속된 정보(authorship information)의 노출에 민감하지 않으며 따라서 귀속정보의 무방비 노출에 대한 우려로 인해 UCC 활동이 약화되지 않는 것으로 해석된다(가설4a 채택, 가설4b 기각). 이는 UCC 참여자들이 다양한 UCC를 이용하고 즐기기 위해 개인정보 노출이라는 대가와 교환하는 것을 당연시 여기는 현상으로 이해되며, 나아가 UCC 재생산 및 창작활동에서는 참여자 자신의 개인정보가 많이 노출될 위험이 있음에도 불구하고 대규모의 정보를 제공하고, 즐거움과 참여자간의 관계적 활동을 강화해 주는 UCC 참여활동의 혜택을 선호하고 있는 것으로 해석된다. 하지만, 미국의 경우 프라이버시 침해 우려도가 UCC 조회에 영향을 미치고 있다(가설4a 기각). 또한 미국에서는 UCC 참여자의 프라이버시 침해 우려도가 UCC 수정과 재생산과는 무관한 것으로 밝혀졌으나, 프라이버시 침해 우려도가 UCC 창작 활동을 감소시키기 보다는 증가시키는 것으로 나타났다(가설 4b 기각). 이는 미국의 UCC 참여자들도 프라이버시 보호 보다는 UCC 조회와 창작활동을 통한 즐거움, 유용성 등의 편익을 보다 중요시하고 있는 것으로 해석된다. 결과적으로 한국에서는 UCC 참여활동을 통해 얻어지는 다양한 편익으로 인해 프라이버시 침해 우려도가 UCC 참여활동을 약화시키지 않고 있으며, 미국은 프라이버시 침해에 대한 우려도가

높을수록 UCC 조회와 창작이 강화되는 현상을 보여주고 있는 것이다.

셋째, 한국에서는 규제에 대한 선호도가 높은 경우 UCC 조회 활동은 증가하지만(가설5a 채택), 규제에 대한 선호도가 UCC 생산 활동과는 관련성이 없는 것으로 나타났다(가설5b 기각). 이는 한국의 UCC 참여자들은 개인정보와 저작권 보호 및 사이버 공간에서의 피해방지에 대한 대책이 주효할 경우 다양한 양질의 UCC가 증가할 것으로 기대하기 때문에 UCC 조회활동을 더욱 많이 하게 되는 것으로 본다. 또한 한국의 UCC 참여자들은 수정, 재생산 및 창작활동 시에는 프로필과 표시정보인 저작물에 대한 법적/제도적 규제에 관심이 없는 것으로 해석된다. 이는 정부나 주요기관이 UCC를 매개로 한 정보생산과 공유를 통제한다는 느낌을 UCC 참여자들이 무의식중에 가지고 있는데서 비롯되는 것이다. 즉, UCC 생산 활동 시에는 표현과 이용의 자유를 침해당하기를 원치 않는 것이다. 한편, 미국의 경우, 규제에 대한 선호도가 UCC 조회와는 관련성이 없는 것으로 나타났다(H5a 기각). 또한 규제에 대한 선호도가 UCC 수정과 재생산과는 관련성이 없으나, UCC 창작에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 미국의 UCC 참여자가 개인정보 및 저작물에 대한 정부의 법적/제도적 방안을 통해 자신의 프로필과 저작물에 대한 보호를 받기를 원하지만, UCC 창작활동단계에서는 표시정보인 저작물에 대한 개방과 공유에 대한 인식이 참여자들 사이에 팽배해 있어 법/제도적 규제가 UCC 창작과 공유활동을 저해한다고 생각하는에서 기인한다. 넷째, 한국과 미국 모두 저작권 침해수준이 낮아질수록 UCC 조회활동이 활발해질 것으로 나타났다(가설6a 채택), 한국의 경우 저작권 침해수준이 낮아질수록 수정보다는 재생산과 창작활동이 더 활발해질 것으로 나타났으나(가설6b 채택) 미국의 경우 저작권 침해수준이 낮아질수록 UCC 재생산 활동이 더 활성화되는 것으로 나타났다(가설6b 부분채택). 이는 저작권 침해 수준이 낮아지면 인터넷과 웹 공간에 불필요한 단순 수정에 의해 생산된 유사한 UCC 보다는 차별화되고 다양한 UCC가 존재하게 되어 참여자들이 UCC 조회활동을 더 많이 하게 될 것으로 해석된다. 또한, 그림, 이

미지, 동영상 및 음악 등 다양한 UCC에 대한 불법 다운로드와 무단배포 및 재촬영 등에 의한 저작권 침해사태가 적어질수록 UCC 참여자들이 창의적 노력이 관여하게 되는 재생산활동과 창작활동을 더 많이 할 것으로 예상된다. 특이한 점은 한국과 미국 모두에서 저작권 침해사태가 적을수록 UCC 창작 보다는 재생산활동이 증가하는 것으로 나타났다. 이는 기존 UCC를 활용하여 참여자 자신들의 창조적 아이디어를 결합한 UCC를 생산하고 있는 UCC 재생산자가 순수 창작자 보다는 많이 존재하고 있는데 기인한다. 즉, UCC 참여자간의 협업과 노력을 통해 UCC를 재생산하는 활동 중에 경험하게 되는 저작권 침해사태가 설문응답자들에게 보다 현실적이고 중요한 이슈로 여겨졌을 것으로 해석된다.

본연구의 의의 및 한계점은 다음과 같다.

첫째, UCC 참여활동 중에 발생할 수 있는 있는 프라이버시 및 저작권 침해와 같은 윤리적 이슈가 UCC 참여활동에 미치는 영향을 활동수준(조회, 수정, 재생산, 창작)별로 검증한데 있다. 최근에 인터넷 및 웹상에서 UCC 참여활동에 의해 야기되는 윤리문제가 이슈화가 되고 있지만, 이러한 윤리적 이슈가 실제로 UCC 참여활동에 어떠한 영향을 미치는 가에 대해 검증한 연구는 매우 미흡하다. 따라서 본 연구는 UCC 참여활동상에서 발생할 수 있는 윤리적 이슈를 구체화하고, 참여자들의 윤리의식이 UCC 조회, 수정, 재생산 및 창작활동 각각에 미치는 영향을 실증적으로 검증함으로써 향후 UCC 참여에서의 윤리적 차원에 대한 연구의 초석을 제공하고 있다.

둘째, 한국과 미국 모두에서 저작권 침해사태가 적을수록 UCC 조회와 생산이 모두 활성화 될 수 있음을 검증한데 있다. 이는 저작권 보호가 UCC 참여를 활성화 하는데 매우 중요한 역할을 하게 되는 것을 의미하며 정부, UCC 서비스기업 및 참여자들 모두 저작권 침해를 최소화하는 방안을 강구해야 함을 시사하고 있다. 즉, 정부는 개방과 공유를 지향하는 웹2.0 환경에 적합한 저작권 보호를 위한 정책, 법/제도를 정비·시행해야 하고, UCC 참여자는 다른 저작물을 함부로 복사하거나 편집하는 등의 행위를 스스로 자제하는 등의 노력을 해야 함을 시사하고 있다. 또한 UCC 서비스기업은

DRM(Digital Right Management), 워터마킹(watermarking) 시스템을 도입하고, UCC 참여자들이 자신의 저작물에 대한 공유범위를 설정할 수 있는 CCL(Creative Commons License) 서비스 등을 제공하는 등 UCC 저작권 보호를 위한 관리활동을 강화할 때 UCC 서비스가 더욱 활성화 될 수 있음을 시사한다.

셋째, 본 연구의 한계점은 UCC 참여활동에 직간접적으로 영향을 주는 윤리와 문화요인을 보다 다차원적인 관점에서 접근하지 못한데 있다. 향후 연구에서 UCC 참여활동과 관련이 있는 윤리와 문화차원을 보다 많이 연구할 수 있기를 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] 강병서, 사회과학통계분석, 한라래, 서울, 2007.
- [2] 천홍말, 윤종수, "Web2.0과 UCC: 진화성향과 전략적 시사점", 한국컴퓨터정보학회 2007학계학술 발표논문집 & 학회지, 제15권, 1호, pp.91-98, 2007.
- [3] A. S. Tracy, S. W. Kopp and D. M. Hardsty, "The Relationship between General Ethical Judgment and Copying Behavior at Work," *Journal of Business Ethics*, Vol.55, No.1, pp.61-70, 2004.
- [4] B. W. Dearstyne, "Oh, my!," *Information Management Journal*, Vol.41, No.4, pp.25-33, 2007.
- [5] C. Park and J. K. Jun, "A Cross-Cultural Comparison of Internet Buying Behavior-Effects of Internet Usage, Perceived Risks and Innovativeness," *International Marketing Review*, Vol.20, No.5, pp.534-553, 2003.
- [6] D. Nilsson, "A Cross-cultural Comparison of Self-service Technology Use," *European Journal of Marketing*, Vol.41, No.3, pp.367-381, 2007.
- [7] D. W. Straub, "The Effect of Culture on IT Diffusion: E-Mail and FAX in Japan and the U.S.," *Information Systems Research*, Vol.5, No.1, pp.23-47, 1994.
- [8] E. Schipul, "The Web's Next Generation: Web2.0," *Public Relations*, Vol.13, No.3, p.23, 2006.
- [9] E. A. Rose, "An examination of the Concern for Information Privacy in the New Zealand Regulatory Context," *Information & Management*, Vol.43, pp.322-335, 2006.
- [10] E. F. Stone, D. G. Gardner, H. G. Guetal and S. McClure, "A Field Experiment Comparing Information-Privacy Values, Beliefs and Attitudes across Several Types of Organization," *Journal of Applied Psychology*, Vol.68, No.3, pp.459-468, 1993.
- [11] E. M. Caudill, and P. E. Murphy, "Consumer Online Privacy: Legal and Ethical Issues," *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol.19, No.1, pp.7-19, 2000.
- [12] G. Hofstede and M. Bond, "The Confucius Connection: from Cultural Roots to Economic Growth," *Organizational Dynamics*, Vol.16, No.4, pp.5-21, 1999.
- [13] G. Hofstede, *Culture's Consequences: Int'l Differences in Work-related Values*, Sage Publications, Beverly Hills, CA, 1990.
- [14] H. J. Smith, S. J. Milberg and S. J. Burke, "Information Privacy: Measuring Individuals' Concerns about Organizational Practices," *MIS Quarterly*, Vol.20, No.2, pp.167-196, 1996.
- [15] H. M. Choi, J. K. Choi, and H. Yu, "An Empirical Study on the Adoption of Information Appliances with a Focus on Interactive TV," *Telematics and Informatics*, Vol.20, No.20, pp.161-183, 2003.
- [16] Hagel, J.III. and Armstrong, A. G., *Net Gain: Expanding Market Through Virtual*

- Communities, Harvard Business School Press, Boston, 1997.
- [17] J. Kang, "Information Privacy in Cyberspace Transactions," *Stanford Law Review*, Vol.50, pp.1193-1294, 1998.
- [18] J. Wirtz, M. Lwin. and J. Williams, "Causes and Consequences of Consumer Online Privacy Concern," *International Journal of Service Industry Management*, Vol.18, No.4, pp.326-348, 2007.
- [19] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, R. E. Anderson and R. L. Tatham, *Multi-variate Data Analysis*, 6th ed., Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2006.
- [20] K. Davis, W. C. Frederick, and R. L. Blomstrom, *Business and Society*, 2nd ed., McGraw-Hill, New York, NY, 1990.
- [21] K. H. Lim, K. Leung, C. L. Sia, and M. K. Lee, 'Is e-Commerce Boundary-less? Effects of Individualism-Collectivism and Uncertainty Avoidance on Internet Shopping," *Journal of International Business Studies*, Vol.35, No.6, pp.545-559, 2004.
- [22] L. Lazar, "Creating Enterprise2.0 from Web2.0," *Business Communications Review*, Vol.37, No.8, pp.14-16, 2007.
- [23] L. Sama, L. and V. Shoaf, "Ethics on the Web: Applying Moral Decision-Making to the New Media," *Journal of Business Ethic*, Vol.36, pp.93-103, 2002.
- [24] L. A. Jackson, Y. Zhao, Q. W. Kolenic III, H. E. Fitzgerald, R. Harold and A. Von Eye, "Morality in cyberspace: A comparison of Chinese and U.S. youth's beliefs about acceptable online behavior," *Proceedings of the 41st Hawaii International Conference (HICSS) on System Sciences*, pp.1530-1605, 2008.
- [25] L. F. Cranor, J. Reagle, and M. S. Ackerman, "Beyond Concern: Understanding Net Users' Attitudes about Online Privacy," *AT&T Labs-Research Technical Report*, 1999(4).
- [26] M. Calkins, "Rippers, Portal Users, and Profilers: Three Web-based Issues for Business Ethicists," *Business and Society Review* Vol.107, No.1, pp.61-75, 2002.
- [27] M. Lwin and J. Williams, "A Model Integrating the Multidimensional Developmental Theory of Privacy and Theory of Planned Behavior to Examine Fabrication of Information Online," *Marketing Letters*, Vol.14, No.4, pp.257-272, 2003.
- [28] M. J. Culnan, "How Did They Get My Name?: An Exploratory Investigation of Consumer Attitudes toward Secondary Information Use," *MIS Quarterly*, Vol.17, pp.341-363, 1993.
- [29] M. W. Browne and R. Cudeck, "Alternative Ways of Assessing Model Fit," In: Bollen, KA & Long, JS (Eds.) *Testing Structural Equation Models*, 1983, pp.136 - 162. Beverly Hills, CA: Sage.
- [30] P. Anderson, "What is Web 2.0? Ideas, Technologies and Implications for Education," *Joint Information Systems Committee*, Retrieved from <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>, 2007.
- [31] P. Evans and T. Wurster, *Blown to Bits: How the New Economics of Information Transforms Strategy*, Boston M.A.: Harvard Business School Press, 2000.
- [32] P. C. Patterson and K. Prasongsukarn, "Service Failure Recovery: The Moderating Impact of Individual-level Cultural Value Orientation on Perceptions of Justice," *International Journal of Research in Marketing*, Vol.23, No.3, pp.263-277, 2006.
- [33] R. Karpinski, "Measuring Relationships," B to

- B, Vol.92, No.3, 2007(3).
- [34] R. T. Herschel and P. H. Andrews, "Ethical Implications of Technological Advances on Business Communication," *Journal of Business Communication*, Vol.34, No.2, pp.160-170, 1997.
- [35] S. G. Beatty, "Consumer Privacy on Internet Goes Public," *The Wall Street Journal*, 1996(2).
- [36] S. H. T. Thompson, "Demographic and Motivation Variables Associated with Internet Usage Activities," *Internet Research*, Vol.11, No.2, p.125, 2001.
- [37] S. J. Milberg, H. J. Smith and S. J. Burke, "Information Privacy: Corporate Management and National Regulation," *Organization Science*, Vol.11, No.1, pp.35-57, 2000.
- [38] S. X. Zhang, L. Olfman, and P. Ractham, "Designing e-Portfolio 2.0: Integrating and Coordinating Web 2.0 Services with ePortfolio Systems for Enhancing Users' Learning," *Journal of Information Systems Education*, Vol.18, No.2, pp.203-214, 2007.
- [39] T. O'Reilly, "What is Web2.0 Design Pattern and Business Model for the Next Generation of Software," *Conference Web2.0* [Online Available], 2005.
- [40] U. Averweg, "Towards a Code of Cyberethics," *Journal of Community Informatics*, Vol.1, No.2, pp.116-133, 2005.
- [41] <http://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf> (DMCA, Digital Millennium Copyright Act)
- [42] <http://www.nida.org>(National Internet Development Agency of Korea).
- [43] http://www.ohmynews.com/NWS_Web/view/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0000735951.

저 자 소 개

이 현 주(Hyun-Ju Lee)

정회원



- 2006 2월 : 이화여자대학교 경영학과 MIS전공(경영학박사)
- 2007년 7월 ~ 현재 : 호서대학교 산학협력단 전임연구원

<관심분야> : 지식경영, 디지털비즈니스 경영전략, 경영혁신과 정보기술, 웹2.0

김 유 정(Yoo-Jung Kim)

정회원



- 1999년 2월 : 고려대학교 경영학과 MIS전공(경영학박사)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 디지털비즈니스학부 교수

<관심분야> : 융복합 인터넷 서비스, 정보시스템 평가, WEB2.0 콘텐츠(UCC) 이용과 확산

강 소 라(Sora Kang)

정회원



- 2004년 2월 : 이화여자대학교 경영학과 MIS전공(경영학박사)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 디지털비즈니스학부 교수

<관심분야> : 지식경영, UCC 이용과 확산, 정보시스템의 사용과 성과