



미디어 이용자의 정보 검색과 공유 행동에 관한 연구

성격 특성과 디지털 리터러시의 역할

이하나 서울대학교 언론정보학과 박사후연구원

황유리 명지대학교 디지털미디어학과 교수

정세훈 고려대학교 미디어학부 교수

Information seeking and sharing while using media

The role of personality traits and digital literacy*

Hana Lee**

Postdoctoral Researcher, Department of Communication, Seoul National University

Yoori Hwang***

Professor, Department of Digital Media, Myongji University

Se-Hoon Jeong****

Professor, School of Media and Communication, Korea University

Information seeking and sharing are important media behaviors, particularly when using online and social media. This study examined information seeking and information sharing behaviors among media users, and how those behaviors could be predicted by user characteristics(e.g., big five personality, need for cognition, and sensation seeking) and digital literacy(e.g., prosumption literacy and consumption literacy). We conducted an online survey of 698 adults 20 to 60 years of age. With regard to user characteristics, the results showed that extraversion was a positive predictor for both information seeking and sharing, while neuroticism was a positive predictor for information seeking only. The results suggest that extraverts tend to seek and share more information. Digital literacy played an interesting role in information seeking and sharing. Consumption literacy was a positive predictor of information seeking, whereas prosumption literacy was a positive predictor of information sharing. The findings of this present research suggest that the ability to use new media (i.e.,

* This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea(NRF-2019S1A5A2A01045465). (이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 인문사회분야 중견연구자지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5A2A01045465).)

** nalee21@snu.ac.kr

*** yhwang@mju.ac.kr

**** sjeong@korea.ac.kr, Corresponding author

consumption literacy) is important for information seeking behavior, whereas the ability to create content (i.e., prosumption literacy) is important for information sharing behavior. The role of digital literacy in information seeking and sharing has important theoretical as well as practical implications. Although it is theoretically and academically meaningful to predict and explain the role of demographic and psychological factors in information seeking and sharing, it is difficult to change or control those demographic and psychological factors. In other words, even if we know that extraversion is a positive predictor of information seeking/sharing, it is difficult to change one's personality to an extravert in order to increase information seeking/sharing. On the other hand, the role of digital literacy is practically meaningful such that we could increase media users' information seeking and sharing behaviors by enhancing their digital literacy. Specifically, consumption literacy could increase information seeking, whereas prosumption literacy could increase information sharing, which suggest the importance of digital literacy education. These results have important theoretical implications because information seeking could be linked to research on the digital divide and knowledge gap; and information sharing could contribute to research on information diffusion and opinion leadership in the two-step flow theory. From a practical perspective, understanding the type of individuals who tend to seek and share information could help media practitioners to develop effective communication strategies. For example, based on users' personality traits and digital literacy skills, news organizations or advertisers could design messages that are tailored to users who tend to seek and share more information.

Keywords: Information Seeking, Information Sharing, Personality Trait, Digital Literacy

1. 서론

스마트 미디어의 사용으로 정보를 검색하고 공유하는 방식의 정보 이용이 일상의 한 부분이 되었다. 생활 속에서 궁금한 점이 있을 때 우리는 가장 먼저 자연스럽게 인터넷을 통해 정보를 검색하게 된다. 한국언론진흥재단에서 실시한 '2019 언론 수용자 조사'에 따르면, 포털 사이트 뉴스를 이용한 사람 중 약 1/3은 필요한 정보를 검색하다가 관련 뉴스를 이용(31.3%)한 것으로 나타났다(한국언론진흥재단, 2019). 전통적인 미디어 환경에서 주어진 정보를 전달 받는 수동적 존재를 벗어나 자신의 관심사에 맞는 키워드를 검색창에 입력하고, 관련 정보만을 선택적으로 이용하는 정보 이용 방식이 뉴스 이용에도 변화를 가져온 것이다. 나이가 소셜 미디어에 사진이나 글, 해시태그를 올리면서 자신이 알고 있는 정보나 지식을 다른 사람들에게 공유함으로써 내가 가진 정보를 전파하기도 한다. 정보를 검색하는 것을 넘어 자신이 쓰고 있는 물건이나 가본 장소, 먹은 음식 등을 소셜 미디어에 공유하는 것 역시 매우 익숙한 정보 행동으로 자리 잡게 된 것이다.

이처럼 온라인 및 소셜 미디어를 통해 정보를 검색하고 공유하는 행동이 일상화되면서 정보의 검색과 공유 행동에 관한 연구가 활발히 이루어져 왔다. 우선 정보 검색과 관련하여, 위험 정보 검색에 대한 연구(Yang, Aloe, & Feeley, 2014), 건강 관련 정보 검색(McMullan, Berle, Arnaez, & Starcevic, 2019; Wang, Shi, & Kong, 2020), 소셜 미디어 상에서 정보 검색(Zhao & Zhang, 2017) 등과 같은 주제에 대한 메타분석 연구 뿐만 아니라, 성별에 따른 정보 검색(Hallyburton & Evarts, 2014)이나 어린이와 청소년의 정보 검색 행동(Park & Kwon, 2018) 등에 대한 다양한 연구가 이루어지고 있다. 또한 정보 공유와 관련하여, 정보 공유의 예측 변인(King, Racherla, & Bush, 2014; Berger, 2014) 및 정보 공유의 효과(Cheung & Thadani, 2012; Qahri-Saremi & Montazemi, 2019; Rosario, Sotgiu, De Valck, & Bijmolt, 2016; You, Vadakkepatt, & Joshi, 2015)에 대한 메타 분석 연구 등이 이루어져 왔다. 지금까지 정보 검색과 공유에 대한 연구는 두 가지 정보 이용 행동을 동시에 살펴보기보다는 각각의 이용 행동에 관심을 두고 이루어졌는데, 이는 정보 검색과 정보 공유 행동이 둘 다 능동적인 미디어 이용 행동이지만 서로 다른 특성을 지닌 이용 행동으로 구분되기 때문이다.

이처럼 서로 구분되는 정보 검색과 정보 공유는 개인의 특성과 어떻게 관련되어 있는가? 미디어 이용자 개인의 특성이 정보 검색이나 공유 행동에 미치는 영향에 초점을 맞춘 선행 연구들은 개인의 감정(구윤희·안지수·노기영, 2020; 김효정, 2019; 순치엔통·조미혜, 2018) 및 성

격(Hwang & Jeong, 2018) 등 개인이 지닌 심리적 측면을 살펴 보았다. 또한 개인이 가지고 있는 정보의 양이 정보 검색과 정보 공유에 어떠한 영향을 미치고 있는지 살펴보는 선행연구들도 있었는데, 이는 위험정보탐색처리(Risk Information Seeking and Processing: RISPP) 모델을 바탕으로 한다. 연구 결과, 개인이 지니고 있는 정보가 불충분하고 추가적인 정보가 필요할 때, 미디어 이용자는 정보 검색과 같은 정보 추구 행동을 더 많이 하게 되는 것으로 나타났다(김효정, 2019; 서미혜, 2016; 순치엔룽·조미혜, 2018; 이해규·백혜진, 2019). 반면 정보 공유의 경우, 정보 불충분성이 낮고 지식이 높은 경우 공유 행동이 증가하기도 한다. 예를 들어, 루머 대상에 대한 사전 지식이 많은 사람일수록 루머를 확산하려는 의도가 높은 것으로 나타났다(권구민·조수연, 2017).

개인의 심리적 특성 뿐만 아니라 미디어를 활용할 수 있는 능력인 미디어 리터러시 역시 정보 검색과 공유 행동에 영향을 줄 수 있다. 디지털 미디어 이용 능력을 갖춘 경우 더 많은 정보 추구 행동을 할 수 있으며(권예지·나은영·이상엽, 2018; 김미나·유양숙·황경혜·조옥희, 2019; 김은정·유홍식, 2020), 리터러시의 종류에 따라 정보 공유 행동에 서로 다른 영향을 주기도 한다(염정운·정세훈, 2019). 미디어 리터러시는 소비 능력(기기를 이용할 수 있는 능력) 뿐만 아니라 생산 능력(미디어를 통한 인지적 처리 과정, 콘텐츠 창작 등)을 포함하는 다차원적인 개념이다(Koc & Barut, 2016). 미디어 리터러시를 소비(consuming)와 생비(prosuming)로 구분할 경우 정보 전파 의도에 미치는 영향이 서로 다르게 나타날 수 있다. 예를 들어, 염정운과 정세훈(2019)의 연구에서 미디어 소비 리터러시와 미디어 생비 리터러시에 따라 가짜뉴스 노출 및 전파 행동이 다르게 나타남을 발견하였다. 이러한 결과는, 다양한 형태의 미디어 리터러시가 정보의 검색과 공유 행동에 미치는 다른 영향을 살펴볼 필요가 있음을 보여준다.

본 연구는 미디어를 통한 정보 이용 행동 중 정보 검색과 정보 공유 행동에 관심을 두고, 미디어 이용자 개인의 성격이나 인지욕구, 자극추구성향, 디지털 리터러시와 같은 개인적 특성이 두 가지 정보 이용 행동에 어떠한 차별적인 영향을 미치는지 살펴보고자 한다. 이 연구를 통해 최근 인터넷이나 스마트 미디어를 통한 정보 이용에 관련된 긍정적, 부정적 영향에 대해 폭 넓게 이해할 수 있을 뿐만 아니라, 정보를 검색하고 공유하는 개인의 유형을 파악함으로써 미디어 실무자들이 효과적인 커뮤니케이션 전략을 개발하는 데 도움을 줄 수 있을 것이다. 예를 들어 뉴스 조직이나 광고주들은 정보를 자주 찾고 공유하는 경향이 있는 이용자들의 성격 특성이나 디지털 리터러시(digital literacy) 능력에 기초해 그들에게 보다 적합한 뉴스나 광고 콘텐츠를 제공할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경 및 연구문제

1) 정보 검색 및 공유 행동

인간 정보 행동(Human Information Action, HIB)은 정보 검색(information seeking), 정보 이용(information use), 정보 공유(information sharing) 등의 활동에 의해 구성되는 복합적인 현상이다(Wilson, 2000). 소셜 미디어 플랫폼을 통해 개인은 수동적으로 정보에 노출 되는 것을 넘어 주도적으로 정보를 탐색하고 제공하는 역할을 수행할 수 있게 되었다. 이처럼 정보 검색과 공유 행동은 다면적인 정보 이용 행동의 일부분임에도 지금까지 이루어진 정보 이용에 대한 많은 연구들은 주로 정보 검색과 공유에 대해 별개로 관심을 두고 연구를 진행해 왔다. 물론 지금까지 정보 검색과 공유의 관계에 관심을 둔 연구도 있지만(예를 들면, Fleming-May & Miller, 2010; Murgatroyd & Calvert, 2013; Savolainen, 2019), 정보 이용 행동의 예측 변인과 관련하여 정보 검색과 공유 두 가지를 동시에 고려한 연구는 거의 없는 상황이다. 이 연구는 정보 검색과 정보 공유는 모두 능동적인 미디어 이용 행동이지만 그것에 영향을 주는 요인은 동일하지 않을 것이라는 문제의식을 바탕으로, 개인적 특성이 정보 검색과 공유에 미치는 영향에 대해 살펴보고자 한다. 이를 위해 먼저 정보 검색과 정보 공유에 대한 연구가 어떻게 이루어져왔는지에 대해 살펴보고, 두 행동에 차별적 영향을 미치는 개인적 요인에 대해 검토하고자 한다.

먼저 정보 검색에 대한 연구들은 주로 정보 탐색자로서의 개인과 정보 이용자에 초점을 맞추어 연구가 진행되어 왔으며(Talja, 1997), 이론적으로 정보 검색은 크리켈라스(Krikelas, 1983)의 모델과 켈타우(Kuhlthau, 1991)의 모델을 포함한 다수의 정보 행동 모델을 바탕으로 설명되어 왔다. 이러한 정보 행동 모델들은 정보 검색 행동을 이끄는 특정 정보에 대한 욕구가 존재하며, 불확실성이 주요한 동기 부여 요인이라고 제안한다. 먼저 크리켈라스의 모델은 사람들이 불확실성을 줄이기 위해 동기부여 된다는 점에서 정보 검색을 이끄는 주요 요인으로 불확실성을 상정하였다. 켈타우의 모델은 정보 검색에 관한 몇 가지 단계를 추가로 제안하였는데, 이 모델은 개인이 불확실성의 감정을 갖게 되는 첫 단계로 시작된다. 한 사람이 어떤 주제에 관한 불확실성(혹은 정보 부족)에 대해 인식하게 되면, 추가적인 정보 검색 과정(예를 들면 선택, 탐색, 공식화, 수집, 발표 및 평가)으로 이어진다는 것이다.

위험정보탐색처리(Risk Information Seeking and Processing: RISP) 모델에 따르면, 개인이 인식하는 정보의 불충분성은 정보를 탐색하는 행동에 영향을 미치는 가장 중요한 요

인이 된다(Griffin et al., 1999; Griffin et al., 2004; Griffin et al., 2008; 김효정, 2020; 서미혜, 2016; 이해규·백혜진, 2019). 어떤 이슈에 대해 자신이 가지고 있는 정보의 수준이 부족하다고 인식할 경우 특정 정보에 대해 탐색하고자 하는 의도가 더 높아지는 것이다. 위험정보탐색처리 모델에서 정보 탐색이란 미디어를 통해 일상적으로 정보에 노출되는 수준이 아닌, 이용자 스스로 적극적인 노력을 들여 정보를 획득하는 미디어 이용 행위를 의미하는데, 이것은 본 연구에서 관심을 두고 있는 정보 검색과 유사하다.

이외에도 일부 다른 정보 행동 모델들은 다양한 수준에서 정보 검색의 선행 요인(예측 요인)을 검토하였다. 예를 들어 존슨(Johnson, 1997)의 모델은 연령이나 성별, 교육 수준과 같은 인구통계학적 특성뿐만 아니라 신념과 같은 개인적 특성과 사회 연결망과 같은 사회적 특성을 정보 검색의 선행 요인으로 설정하였다. 또한 윌슨(Wilson, 1996)의 모델은 정보를 검색하는 동기 요인으로 '활성화 메커니즘'(activating mechanisms)을 제안했다. 이 모델은 동기 요인으로 인구통계학적 요인과 함께 호기심과 같은 심리적 성향, 사회적 역할과 같은 사회적 요인, 가용 자원과 같은 환경적 요인을 포함하고 있다. 이러한 모델들은 미디어 이용자 개인과 그 개인을 둘러싼 환경적 요인이 정보 검색 행동에 어떠한 영향을 미치는지 이해하는 데 도움을 주며, 특히 개인적 수준에서 개인의 심리적 요인이 정보 검색 행동에 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있도록 한다. 이러한 맥락에서 국내에서도 어떠한 개인이 온라인에서 정보 검색 행동을 많이 하는가에 관심을 갖고 정보 검색의 예측 요인에 대해 살펴보는 연구들이 있다(예를 들면, 권예자·나은영·이상엽, 2018; 김미나·유양숙·황경혜·조옥희, 2019; 김형지 등, 2020).

한편, 정보 검색의 선행 요인이나 예측 변인을 명시적으로 가정하는 정보 검색 모델(이들테면 Johnson, 1997; Wilson, 1996)과 달리, 정보 공유의 선행 요인을 명확히 하는 연구는 충분히 이루어지지 않았다. 어떤 정보일 경우 공유가 더 많이 이뤄지는지에 대해 살펴보는 연구, 즉 메시지 속성(Berger & Milkman, 2012; Kim, 2015)이나 커뮤니케이션 채널(Berger & Iyengar, 2013)에 따른 공유 의도에 관한 연구가 이루어져 왔으며, 이외에 개인적 수준에서 정보 공유 요인에 대한 일부 연구는 정보 발신자의 동기와 관련된 요인들에 주목하고 있다. 예를 들어, 개인은 자신을 멋있게 보이도록 하고 좋은 인상을 유지하기 위한 '자기 고양'(self-enhancement)이나 사회적 소외를 피하고, 외로움을 줄이기 위한 '사회적 상호작용과 유대감'과 같은 개인적 동기를 충족시키기 위해 다른 사람들과 정보를 공유하는 경향이 있다는 것이다(Berger, 2014; King, Racherla, & Bush, 2014). 국내에서는 어떠한 개인이 온라인 상에서 정보를 공유하는지에 대해 관심을 둔 연구들(김효정, 2019; 박현갑·김선호·양정애, 2016)이 있지만, 이들 연구들은 주로 건강 정보를 공유와 정보 노출, 혹은 정보 탐색 의도와 정

보 공유의 관계에 대해 관심을 두고 개인의 심리적 특성의 영향은 제한적으로 살펴보는 경향이 있다.

지금까지 살펴본 정보 검색과 공유에 대한 선행 연구들을 바탕으로, 이 연구는 정보 검색 및 공유 행동을 예측하는 동기적 요인으로 개인의 성격 특성을 우선적으로 고려하고, 동시에 뉴미디어 리터러시(new media literacy)의 역할을 살펴보고자 한다. 많은 선행 연구들이 정보 검색 및 공유 행동의 예측 요인으로 인구통계학적 특성과 심리적 요인을 살펴 본 반면, 정보를 검색하고 공유에 영향을 미치는 요인으로서 뉴미디어 리터러시(혹은 디지털 리터러시)의 역할을 살펴본 연구는 상대적으로 적었다. 미디어 이용자의 성격 특성이 인지적 욕구나 사회적 욕구와 같은 이용자의 동기와 관련이 있다면, 디지털 리터러시는 정보를 검색하고 공유하는 능력과 관련이 있고, 나아가 이러한 능력은 정보 검색 및 공유 행동에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 본 연구는 정보 검색과 공유 행동의 예측 변인으로 성격 특성(성격 5요인, 인지 욕구, 자극추구성향 등)과 뉴미디어 리터러시(디지털 리터러시)에 대해 살펴보고자 한다.

2) 정보 검색 및 정보 공유와 관련 있는 개인 특성

(1) 성격 5요인

개인의 성격은 다양한 유형으로 구분할 수 있으며, 심리학에서는 이를 다섯 개의 차원으로 구분해 개인의 행동과의 연관성에 대해 살펴보고 있다. 성격 5요인 모델(Big Five Model)은 개인의 성격을 분류하는 가장 대중적인 방법으로(Goldberg, 1993; John, Naumann, & Soto, 2008), 미디어 이용 행동이 다섯 가지 차원의 성격과 어떤 관련이 있는지에 대해 다양한 연구가 진행되어 왔다(정성은·박남기, 2016; 진보래·양정애, 2015; 염정운·정세훈, 2019; 이병관 등, 2020; Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Hughes, Rowe, Batey, & Lee, 2012; Ross et al., 2009; Ryan & Xenos, 2011). 이처럼 미디어 이용 행동을 예측하는 데 성격 5요인이 활용되는 것은 성격이 특정 시간이나 상황에 쉽게 영향을 받지 않는 안정적이고 일관된 특징이고, 미디어 이용 행동을 설명하는 데 적합하기 때문이다(Friedman & Schustack, 2009).

성격 5요인 모델은 인간에게 공통적으로 존재하는 특징적인 5개의 성격 요인이 있다고 본다. 구체적으로 외향성(extraversion), 친화성(agreeableness), 성실성(conscientiousness), 신경증(neuroticism), 개방성(openness) 등 다섯 가지 차원에 따라 사람의 성격을 설명한다. 성격 5요인 모델에 따르면, 외향성이 높은 사람들은 사교적이고 활기가 넘치며, 친화성이 높은 사

람은 친절하고, 선량하고, 성격이 느긋하다. 성실성이 높은 사람은 계획적이고 목표 지향적이며, 개방성이 높은 사람들은 새로운 경험을 즐기고 상상력이 풍부하다. 마지막으로 신경증이 높은 사람들은 쉽게 괴로워하고, 불안해하며, 정서적 안정성이 부족하다고 본다.

정보 검색과 관련해 살펴보면, 정보 검색을 증가시키는 요인으로는 외향성, 신경증, 개방성 등이 있다. 예를 들어 린과 동료들(Lin, Lee, Jin, & Gilbreath, 2017)은 외향성과 신경증, 개방성이 페이스북이나 핀터레스트와 같은 SNS에서 이루어지는 정보 검색 행동과 정적인 관계에 있다는 것을 발견하였다. 특히 외향성의 경우, 학습할 때 정보를 검색하는 행동을 증가시키고(Heinstrom, 2005), 사회적 정보 검색 행동을 증가시키는 것으로 나타났다(Zhitomirsky-Geffet & Blau, 2017). 한편, 신경증과 개방성은 건강 관련 정보 검색을 증가시키고(Bogg & Vo, 2014), 온라인 쇼핑 상황에서 실용적 동기(예를 들면 기능성 제품을 효과적으로 구매하기)를 증가시킴으로써 정보 검색 행동에 간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다(Tsao & Chang, 2010). 국내에서 이루어진 연구를 살펴보면, 개방성이 높을수록 SNS 이용을 할 확률이 높았고(진보래·양정애, 2015), 성실성이 높을수록 SNS 이용 강도가 낮은 것으로 나타났다(정성은·박남기, 2016). 그리고 인스타그램 이용자를 대상으로 한 연구에서는 개방성과 친화성, 신경증이 인스타그램 이용 강도에 유의미한 연관이 있었다(이병관 등, 2020). 한편 온라인에서의 정보 이용과 관련하여 성격 5요인 중 외향성, 신경증, 개방성이 높을수록 가짜 뉴스 노출이 높은 것으로 드러났다(염정운·정세훈, 2019). 이러한 결과를 종합해 보면, 개인의 성격 특성 중 외향성이나 개방성이 보다 적극적인 소셜 미디어 이용, 혹은 정보 이용과 연관이 있다는 것을 알 수 있다.

정보 공유의 경우, 외향성, 신경증, 개방성, 성실성 등이 정보 공유 행동에 유의미한 영향을 미친다는 연구 결과가 있다. 온라인 구전효과를 예측하는 데 있어 외향성은 성격 5요인 중 가장 강력한 성격 특성이었으며(Anastasiu & Dospinescu, 2018), 외향성은 SNS에 정보를 올리고 공유하는 행동을 증가시키는 것으로 나타났다(Rollero, Daniele, & Tartaglia, 2019). 또한 브랜드와 관련된 구전효과에서도 외향성은 브랜드에 대해 적극적으로 이야기하는 경향을 증가시켰으며(Kautish, 2010), SNS에서 루머의 공유를 증가시키는 것으로 나타났다(Lynn, Muzellec, Caemmerer, & Turley, 2017). 같은 맥락에서 염정운과 정세훈(2019)의 연구에서도 가짜뉴스의 전파에 유의미한 영향을 미치는 것은 성격 5요인 중 유일하게 외향성인 것으로 나타났다. 한편 신경증과 개방성 역시 SNS 이용과 관련 있는 것으로 밝혀졌는데, 신경증은 페이스북의 사회적 이용을 증가시키는 한편 개방성은 트위터의 사회적 이용을 증가시키는 것으로 나타났다(Hughes, Rowe, Batey, & Lee, 2012). 또한 신경증과 성실성이 온라인

리뷰 작성 행동과 관련되어 있다는 연구결과도 있다(Picazo-Vela, Chou, Melcher, & Pearson, 2010).

이러한 연구를 종합해 볼 때, 정보의 검색과 공유행동은 성격 5요인과 관련되어 있음을 알 수 있는데, 특히 정보의 검색은 외향성, 신경증, 개방성 등으로 예측가능하며, 정보의 공유는 외향성, 신경증, 개방성, 그리고 성실성 등과 관련이 되어 있을 것으로 예상된다. 그리고 정보 검색과 공유 행동이 서로 다른 성격 요인과 보다 깊이 관련되어 있을 수 있음을 짐작해볼 수 있다. 지금까지의 선행연구 검토를 바탕으로 아래와 같은 연구 문제를 설정하였다.

연구문제 1: 개인의 성격 5요인은 정보 검색 및 공유에 어떠한 영향을 미치는가?

(2) 인지 욕구 및 자극추구성향

본 연구는 정보 불충분성과 개념적으로 차이가 있지만 일반적인 정보나 자극에 대한 개인의 인식을 나타내는 인지 욕구(need for cognition)와 자극추구성향(sensation seeking)이 일반적인 미디어 이용 상황에서 이루어지는 정보 검색 및 공유 행동과 어떠한 연관이 있는지 살펴보고자 한다. 앞서 살펴본 위험정보탐색처리 모델의 경우, 정보 불충분성이 위험 이슈에 대한 정보 검색에 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있다. 여기에서 정보 불충분성은 특정 이슈에 대해 개인이 얼마나 알고 있는지, 해당 이슈에 대응하기 위해 어느 정도의 지식이 필요하다고 생각하는지를 측정하는 것으로 미디어 이용자가 인식하는 정보량을 의미한다. 만약 불충분성이 높다고 인식할 경우 미디어 이용자는 새로운 정보에 대한 욕구를 느끼고, 이것이 정보 추구 행동에 유의미한 영향을 줄 수 있다. 그런데 정보 불충분성은 주제에 따라 다를 수 있는 상황(state)적 요인인 반면, 인지욕구나 자극추구성향은 보다 일반적인 성향(trait) 개념이라고 할 수 있다. 예를 들어, 건강에 대한 정보 불충분성이 높고 정치에 대한 정보 불충분성이 낮은 경우 건강에 대한 정보만 찾아 볼 수 있다. 하지만, 인지욕구나 자극추구성향의 경우 특정 주제에 대한 정보 불충분성 때문이 아니라 일반적인 성향 때문에 정보 검색 및 공유 행동으로 이어질 수 있다.

먼저, 정보에 대한 개인의 인지적 욕구는 활발한 정보 이용 행동과 깊은 연관이 있다. 인지 욕구는 정교화 가능성 모델(Elaboration Likelihood Model; ELM)에 기인하는 개인적 특성으로, 정교화 가능성 모델에서 메시지는 중심 경로와 주변 경로를 통해 처리되는데, 인지 욕구는 이러한 경로를 결정하는 요인 중 하나이다(Cacioppo, Petty, & Kao, 1984). 인지 욕구가 높은 개인은 인지 욕구가 낮은 사람들과 비교해 본질적으로 동기부여 되어 있고, 생각하는 것을 즐기는 편이고, 따라서 미디어 이용에 있어 더 많은 정보 검색 행동과 정적인 관련이 있다. 실제로

인지 욕구와 관련하여, 선행 연구들은 인지 욕구가 정보 검색을 증가시키는 경향을 발견하였다(Das, Echambadi, McCardle, & Luckett, 2003; Mokhtari, Davarpanah, Dayyani, & Ahanchian, 2013). 예를 들어, 인지욕구는 일반적인 정보 검색 행동을 증가시킬 뿐만 아니라(Mokhtari et al., 2013) 소비자들의 정보검색 행동 역시 증가시키는 것으로 나타났다(Das et al., 2003).

또한 인지 욕구는 정보 공유 행동 역시 증가시키는 것으로 나타났다(Hansen, Lee, & Lee, 2014; Guo, Zhang, & Wang, 2016). 예를 들어 구오와 동료들(Guo et al., 2016)은 인지 욕구와 위챗 중국 이용자들의 정보 공유 행동을 증가시킴을 발견하였고, 한센과 동료들(Hansen et al., 2014)은 인지 욕구가 유튜브 내에서의 상호작용(이름테면 검색, 평가 및 코멘트)을 증가시키는 결과를 발견하였다.

인지 욕구가 개인이 인식하는 정보에 대한 욕구라고 한다면, 자극추구성향은 외부적 자극에 대한 욕구라고 할 수 있다. 자극추구성향은 다양하고, 새롭고, 강한 경험에 대한 욕구가 특징인 성격의 한 유형으로서 자극추구성향이 높은 경우 새롭고 강렬한 여러 가지의 경험을 추구하는 경향이 있다(Zuckerman, 1994). 자극추구성향은 미디어의 과도한 이용과 관련이 있으며, 새로운 자극에 대한 지속적인 추구로 인해 더 많은 정보 검색과 관련이 있을 가능성이 높다. 정보 노출에 대한 활성화 모델(The Activation Model for Information Exposure: Stephenson & Southwell, 2006)에 따르면, 자극추구성향이 높은 사람은 자극(stimulation)에 대한 높은 욕구가 있고, 그 욕구를 충족시키기 위해 미디어 콘텐츠를 검색하고 공유할 것으로 예측한다. 선행 연구들을 살펴보면, 자극추구성향이 정보를 검색하고 공유하는 데 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다. 정보 검색의 경우, 루와 팜그린, 지머맨, 레인, 알렉산더(Lu, Palmgreen, Zimmerman, Lane, & Alexander, 2006)는 자극추구성향이 높을수록 성병과 같은 건강 주제에 관한 온라인 정보 검색이 증가함을 발견하였다.

한편 정보 공유의 경우, 자극추구성향 중에서 특히 경험 추구(experience seeking)와 권태 감정(boredom susceptibility)와 같은 하위차원이 유튜브 동영상 공유로 이어지는 것으로 나타났다(Haridakis & Hanson, 2009). 이러한 연구결과는 자극추구성향이 높은 사람들일수록 정보를 검색하고 공유하는 행동을 통해 새로운 경험에 대한 욕구 및 지루함을 해소하고자 하는 욕구를 충족시키는 경향이 강한 것으로 해석 가능하다.

이상의 논의를 통해 미디어 이용자 개인의 인지욕구나 자극추구성향이 정보 검색 및 공유 행동과 연관이 있음을 유추해볼 수 있다. 본 연구에서는 앞서 살펴본 성격 5요인과 함께 미디어 이용자의 인지욕구와 자극추구성향이 정보 검색과 공유 행동에 어떠한 영향을 미치는지 탐색적

이고 기술적으로 살펴보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하여 살펴보고자 한다.

연구문제 2: 개인의 인지 욕구는 정보 검색 및 공유에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 3: 개인의 자극추구성향은 정보 검색 및 공유에 어떠한 영향을 미치는가?

(3) 디지털 리터러시 (뉴미디어 리터러시)

미디어를 활용한 정보 검색과 정보 공유는 디지털 미디어를 이용하는 행동이라는 점에서 미디어를 얼마나 잘 활용할 수 있는지를 의미하는 미디어 리터러시와 깊은 관련이 있다. 인구통계학적 및 심리학적 요인은 이용자의 인지적 욕구나 자극 추구 성향 등과 같은 동기적 요인을 증가시킴으로써 정보를 검색하고 공유하는 데 기여할 수 있는 반면, 뉴미디어(또는 디지털) 리터러시는 이용자 개인의 능력을 증가시킴으로써 정보를 검색하고 공유하는 것을 도울 수 있다. 미디어 리터러시란 한 개인의 '메시지 접근(access), 분석(analyze), 평가(evaluate), 소통(communicate)'할 수 있는 능력으로 정의된다(Aufderheide, 1993). 미디어 리터러시 연구를 대상으로 한 메타분석 결과, 미디어 리터러시 교육은 인지적 효과(미디어에 대한 지식과 비판), 태도적 효과(미디어의 바람직하지 않은 메시지에 대한 부정적 태도), 그리고 행동적 효과로 이어질 수 있는 것으로 나타났다(Jeong, Cho, & Hwang, 2012).

미디어 리터러시의 구분이 다양하게 이루어지는 가운데, 최근에 등장한 뉴미디어 리터러시(또는 디지털 리터러시)는 디지털 미디어 환경에 적합한 미디어 리터러시의 한 형태를 의미한다(Koc & Barut, 2016). 뉴미디어 리터러시는 미디어의 기능적 이용과 비판적 이용을 모두 포함하는 개념으로서, 기능적 이용이란 미디어를 얼마나 잘 이용하는가를 의미하고, 비판적 이용이란 미디어를 얼마나 비판적으로 활용할 수 있는가를 의미한다.

미디어 리터러시와 정보 검색의 관계에 대한 선행 연구를 살펴보면, 많은 연구들이 주로 건강 관련 정보 검색 상황에서 리터러시와 정보 검색의 관계를 살펴보고 있다(Kim & Xie, 2017의 리뷰 참고). e건강 리터러시와 온라인 정보 검색에 관한 연구 23건을 검토한 메타분석 결과, 리터러시가 높은 개인일수록 디지털 기술을 활용해 정보를 찾는 경향이 증가함을 발견하였다(Kim & Xie, 2017). 국내에서는 디지털 미디어 리터러시와 건강정보 추구 행동(권예지·나은영·이상엽, 2018), e헬스 리터러시와 건강정보 추구 행동(김미나·유양숙·황경혜·조옥희, 2019), 건강문해력과 건강 정보 이용(김성은·박동진·최정화, 2019)의 관계에 대해 살펴보는 연구들이 있다. 또한 정보 수집 능력과 정보 추구 행동(이혜규·백혜진, 2019), 건강정보 이해능력과 건강정보 탐색(심민산·조희숙·정수미, 2018) 등의 관계에 대해 살펴보는 연구 등 헬스 커뮤니케이션

맥락에서 미디어 리터러시가 정보 검색 행동에 미치는 영향에 대해 살펴보고 있다. 이러한 일련의 연구들은 일반적인 리터러시보다는 e건강 리터러시와 건강관련 정보검색에만 초점을 맞추고 있다는 한계가 있는데, 일상 생활에서 이루어지는 미디어 이용 과정에서는 건강 정보 뿐만 아니라 보다 폭 넓은 정보 검색 행위가 수반된다는 점에서 디지털 리터러시가 건강 정보 검색 이외에 보다 일반적인 정보검색에 미치는 영향에 대해서도 살펴볼 필요가 있다.

한편, 정보 공유와 관련하여 여러 연구들이 리터러시와 정보 공유의 관계를 살펴보았지만 일관된 결과를 제시해 주지 못하고 있다. 초기 연구들은 리터러시와 정보 공유 사이의 정적인 관계를 제시했지만(Hargittai & Walejko, 2008; Lyons & Henderson, 2005), 최근의 연구들은 이러한 관계를 발견하지 못하거나(Ledford, Cafferty, & Russell, 2015; Lu & Lee, 2012), 리터러시와 정보 공유 간의 부정적인 관계를 발견하기도 하였다(Crook, Stephens, Pastorek, Mackert, & Donovan, 2016). 예를 들어, 인터넷 능력이 더 뛰어난 개인들이 온라인 콘텐츠를 만들고(Hargittai & Walejko, 2008), 디지털 능력이 더 뛰어난 개인들이 다른 사람들과 정보를 공유할 가능성이 높은 온라인 의견 지도자라는 주장이 있었다(Lyons & Henderson, 2005). 반면, 크룩과 동료들(Crook et al., 2016)은 건강 리터러시와 정보 공유 사이에 부정적인 관계를 발견했는데, 연구자들은 이러한 연구 결과에 대해 건강 리터러시가 높은 사람들이 건강 리터러시가 낮은 사람들만큼 유용하고 도움이 되는 새로운 정보를 발견하지 못하며 정보를 공유하려고 하지 않으려는 경향이 있기 때문으로 설명한다. 다만, 이러한 리터러시와 정보 공유 사이의 부정적인 관계는 건강 리터러시에서 발견된 반면, 일반적인 디지털 리터러시에서는 발견되지 않았다는 점을 유의할 필요가 있다.

한편, 디지털 뉴미디어 리터러시가 뉴미디어 콘텐츠를 소비(consumption)하거나 생비(prosumption)하는 능력과 관련되어 있다는 점(Koc & Barut, 2016)을 고려할 때, 우리는 소비 대 생비 리터러시의 영향력을 신중하게 검토해야 한다. 정보 검색은 정보 소비와 관련된 기술(예를 들면 콘텐츠를 검색하고 효율적으로 얻는 기술)을 필요로 하기 때문에 소비와 관련된 디지털 리터러시는 정보 검색을 증가시킬 것으로 예측할 수 있다. 한편 정보 공유는 정보 생비(콘텐츠를 만들고 다른 사람에게 정보를 제공하는 기술)와 관련된 기술을 필요로 하기 때문에, 생비 관련 디지털 리터러시는 정보 공유를 증가시킬 것으로 기대할 수 있다. 이러한 내용을 바탕으로 본 연구는 소비 관련(consumption-related) 디지털 리터러시가 정보 검색과 관련되어 있고, 생비 관련(prosumption-related) 디지털 리터러시가 정보 공유와 관련이 있는가를 살펴보고자 한다. 이에 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 4: 개인의 뉴미디어 리터러시는 정보 검색 및 공유에 어떠한 영향을 미치는가?

3. 연구 방법

1) 연구 대상 및 분석 방법

본 연구를 위해 설문조사를 실시하였으며, 설문조사 대상은 2018년 12월 온라인 설문업체인 마이크로 엠브레인을 통해 모집되었다. 먼저 엠브레인의 자체 보유 패널 중 성별과 연령을 기준으로 선정된 2,324명 중 756명이 연구에 참여하기로 동의했으며, 참여에 동의한 756명 중 698명이 최종적으로 설문조사를 완료하였다(응답률 30%). 응답자의 평균 연령은 39.7세로($SD = 11.07$, $Min = 20$, $Max = 59$), 20대가 전체의 24.8%, 30대가 25.4%, 40대가 25.1%, 50대가 24.8%를 차지했다. 성별은 49.6%가 여성, 50.4%가 남성이었다. 학력은 고등학교 졸업 이하가 14.3%, 2년제 전문대 졸업이 15.2%, 4년제 대학교 졸업이 57.9%, 대학원 졸업 이상이 12.3%였으며, 가구 월 평균 소득은 약 440만원이었다.

분석 방법은 종속 변인이 정보 검색과 정보 공유로 설정된 다중 회귀분석을 실시하였다. 구체적으로, 독립 변인으로 개인의 나이, 성별, 교육 수준, 소득 수준, 성격 5요인, 인지 욕구, 자극추구성향, 디지털 리터러시를 설정하였고, 종속 변인으로 정보 검색과 정보 공유 각각을 설정하여 두 번의 다중 회귀분석을 실시하였다.

2) 변인 구성

(1) 독립 변수

① 성격 5요인

성격 5요인은 외향성, 친화성, 신경증, 개방성, 성실성 등 5개의 요인으로 구성되어 있으며, 랭과 동료들(Lang, John, Ludtke, Schupp, & Wagner, 2011)의 척도를 활용해 측정하였다. 구체적인 문항은 다음과 같다. 외향성은 '외향적이고 사교적이다', '말하는 것을 좋아한다', '내성적이다(역코딩)'의 3개 문항($M = 2.98$, $SD = 0.88$, $\alpha = .85$), 친화성은 '사람들에게 친절하고 배려를 잘한다', '너그러운 편이다', '종종 다른 사람들에게 무례하게 군다(역코딩)'의 3개 문항($M = 3.68$, $SD = 0.74$, $\alpha = .73$), 신경증은 '걱정을 많이 한다', '긴장을 잘한다', '긴장되는 상황에서도 침착하다(역코딩)'의 3개 문항($M = 3.34$, $SD = 0.85$, $\alpha = .73$), 개방성은 '새로

은 아이디어를 잘 낸다', '상상력이 뛰어나다', '예술적, 심미적 경험을 좋아한다'의 3개 문항($M = 3.18, SD = 0.88, a = .86$), 성실성은 '일을 완벽하게 잘 끝낸다', '일을 효율적으로 한다', '게으른 편이다(역코딩)'의 3개 문항($M = 3.40, SD = 0.78, a = .74$)을 이용하였고, 측정은 '전혀 동의하지 않는다'에 1점, '매우 동의한다'에 5점을 부여하는 5점 척도로 이루어졌다.

② 인지 욕구

인지 욕구는 카시오포와 페티, 그리고 카오(Cacioppo, Petty, & Kao, 1984)의 척도를 바탕으로 다음 문항을 이용해 측정하였다. '나는 단순한 문제보다 복잡한 문제를 선호한다', '나는 지능을 요구하는 어려운 일을 좋아한다', '나는 문제에 대한 새로운 해법을 찾기를 좋아한다', '나는 풀어야 할 퍼즐이 가득한 삶을 좋아한다', '나는 정신적 노력이 요구되는 일을 마치면 만족감을 느낀다' 등의 문항에 대해, '전혀 동의하지 않는다'에 1점, '매우 동의한다'에 5점을 부여하는 5점 척도로 측정하였다(Cronbach's alpha = .83; $M = 3.03, SD = .68$). 인지 욕구 문항의 점수를 합산해 평균을 구해 분석에 이용했으며, 점수가 높을수록 인지 욕구가 높음을 의미한다.

③ 자극추구성향

자극추구성향은 BSSS-4를 기반으로 측정하였으며(Hoyle, Stephenson, Palmgreen, Lorc, & Donohu, 2002), 구체적인 문항은 다음과 같다. '나는 낯선 장소를 탐험하고 싶다', '나는 무서운 일을 하는 것을 좋아한다', '나는 규칙을 어기더라도 새롭고 흥미진진한 경험을 좋아한다', '나는 신나고 예측할 수 없는 친구를 선호한다' 등의 문항에 대해, '전혀 동의하지 않는다'에 1점, '매우 동의한다'에 5점을 부여하는 5점 척도로 측정하였다($M = 2.75, SD = 1.03, a = .81$). 자극추구성향 역시 각 문항의 점수를 합산해 평균을 구해 분석에 이용했고, 점수가 높을수록 자극추구성향이 높음을 의미한다.

④ 디지털 리터러시

디지털 리터러시는 콕과 배럿(Koc & Barut, 2016)의 뉴미디어 리터러시 척도에서 소비 리터러시와 생비 리터러시 측정 문항을 이용하였다. 소비 리터러시는 '나는 미디어의 변화를 따라잡을 수 있다', '나는 원하는 정보를 찾기 위해 다양한 미디어 환경을 활용할 수 있다', '정보를 얻기 위해 검색 도구를 사용하는 방법을 알고 있다' 등의 문항을 이용하였고($M = 3.85, SD = .62, a = .89$), 생비 리터러시는 '나는 사용자 계정과 프로필을 만들 수 있다', '다른 사람이 공유하는 미디어 콘텐츠에 기여하거나 의견을 제시할 수 있다', '미디어 콘텐츠를 평가하거나 검토할 수 있다'는 문항을 이용하였다($M = 3.48, SD = .74, a = .93$). 디지털 리터러시 역시 각 문항의 점수

를 합산해 평균을 구해 분석에 이용했고, 점수가 높을수록 디지털 리터러시가 높음을 의미한다.

(2) 종속 변수

정보 검색 및 정보 공유는 응답자에게 가장 최근 일주일 동안 인터넷이나 소셜 미디어를 이용하는 동안 검색하거나 공유한 용어나 주제(키워드)를 자유롭게 기록하도록 하고, 응답자가 검색하거나 공유했다고 기록한 키워드의 수를 세어 종속변수로 사용하였다. 응답자가 검색한 키워드 수의 평균은 1.64개였고($SD = 1.25$)와 공유한 키워드 수의 평균은 0.67개($SD = 1.02$)였다.

응답자가 검색하거나 공유했다고 기록한 키워드의 내용을 사회적 이슈, 오락, 제품/서비스, 건강, 일반 등의 항목에 따라 살펴본 결과는 <Table1>, <Table2>와 같다. 사회적 이슈에는 정치인, 정치 행사, 사회 행사 등이 포함되며, 오락에는 연예인, 영화, 텔레비전 쇼, 여행 및 여가가 포함된다. 상품/서비스의 경우 특정 브랜드 또는 제품/서비스가 포함되며, 건강에는 질병이나 건강 문제가 포함된다. 이외에 일반적인 용어나 앞서 언급한 항목에 포함되지 않는 키워드의 경우(날씨, 환율, 문법 등의 경우) 일반 항목에 포함되도록 하였다.

4. 연구 결과

1) 종속 변인의 특성

연구문제를 위한 다중 회귀분석을 실시하기에 앞서, 본 연구의 종속 변인에 해당하는 정보 검색과 정보 공유의 특징을 살펴보기 위해 응답자가 지난 일주일 동안 미디어에서 검색하고, 공유한 키워드의 특성에 대해 살펴보았다. 정보 검색 및 공유에 대한 기술 통계 결과는 <Table1>과 <Table2>와 같다. 정보 검색의 경우, 사회적 이슈에 관한 정보 검색이 가장 많았고(34.4%), 다음으로 오락(29.8%), 일반(20.7%), 제품/서비스(12.3%), 건강(2.8%) 순이었다. 정보 공유의 경우, 사회적 이슈에 대한 정보를 가장 많이 공유하는 것으로 나타났고(34.2%), 다음으로 오락(26.4%), 일반(22.5%), 제품/서비스(13.5%), 건강(3.4%) 순으로 나타났다.

Table 1. Descriptive Statistics regarding the Keywords for Information Seeking

	Keyword			Total
	1	2	3	
Social Issues	171	141	82	394 (34.4%)
Entertainment	151	100	90	341 (29.8%)
Product and Services	68	40	33	141 (12.3%)
Health	12	9	11	32 (2.8%)
General and others	93	93	51	237 (20.7%)
Total	495	383	267	1145 (100%)

Table 2. Descriptive Statistics regarding the Keywords for Information Sharing

	Keyword			Total
	1	2	3	
Social Issues	97	39	26	162 (34.2%)
Entertainment	67	31	27	125 (26.4%)
Product and Services	36	18	10	64 (13.5%)
Health	9	4	3	16 (3.4%)
General and others	54	39	14	107 (22.5%)
Total	263	131	80	474 (100%)

2) 변인 간 상관관계

다중 회귀분석을 실시하기에 앞서 모든 변수들 사이의 상관관계를 살펴보았다. <Table3>과 같이, 정보 검색은 연령과 부적 상관관계를 보였고($r = -.10, p < .05$), 소득($r = .08, p < .05$), 외향성($r = .20, p < .001$), 신경증($r = .10, p < .01$), 개방성($r = .19, p < .001$), 친화성($r = .11, p < .01$), 성실성($r = .16, p < .001$), 인지 욕구($r = .16, p < .001$), 자극추구성향($r = .10, p < .01$), 소비 리터러시($r = .22, p < .001$), 생비 리터러시($r = .17, p < .001$)와 정적인 상관관계인 것으로 나타났다.

정보 공유의 경우 연령과 부적 상관관계를 보였고($r = -.12, p < .01$), 교육 수준($r = .08, p < .05$), 소득($r = .09, p < .05$), 외향성($r = .22, p < .001$), 개방성($r = .22, p < .001$), 친화성($r = .08, p < .05$), 성실성($r = .10, p < .01$), 인지 욕구($r = .17, p < .001$), 자극추구성향($r = .17, p < .001$), 소비 리터러시($r = .24, p < .001$), 생비 리터러시($r = .28, p < .001$)와 정적인 상관관계인 것을 알 수 있다.

Table 3. Descriptive Statistics and Correlations among Key Variables

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.
1. Age	1														
2. Female	-.02	1													
3. Education	.02	-.23***	1												
4. Income	.06	-.02	.23***	1											
5. Extraversion	-.11**	-.05	.07	.14***	1										
6. Neuroticism	-.21***	.09*	-.12**	-.12**	-.20***	1									
7. Openness	-.03	-.10**	.12**	.12**	.43***	-.08*	1								
8. Agreeableness	.06	-.02	.04	.10**	.28***	-.01	.25***	1							
9. Conscientiousness	.13**	.04	.05	.12**	.33***	-.10**	.39***	.42***	1						
10. Need for Cognition	-.03	-.08*	.14***	.17***	.39***	-.17***	.56***	.29***	.45***	1					
11. Sensation Seeking	-.16***	-.16***	.04	.09*	.40***	-.11**	.42***	.14***	.22***	.58***	1				
12. Consumption L.	-.22***	-.13**	.20***	.12**	.36***	-.02	.43***	.33***	.37***	.39***	.34***	1			
13. Prosumption L.	-.19***	-.15***	.21***	.15***	.35***	.01	.43***	.25***	.31***	.40***	.35***	.73***	1		
14. Seeking	-.10*	.07	.02	.08*	.20***	.10**	.19***	.11**	.16***	.16***	.10**	.22***	.17***	1	
15. Sharing	-.12**	-.03	.08*	.09*	.22***	.05	.22***	.08*	.10**	.17***	.17***	.24***	.28***	.48***	1
<i>M</i>	39.71	-	5.68	5.43	3.11	3.41	3.18	3.60	3.51	3.12	2.75	3.61	3.48	1.64	0.68
<i>SD</i>	11.07	-	0.88	2.49	0.82	0.84	0.79	0.68	0.69	0.71	0.81	0.64	0.74	1.25	1.02

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

3) 정보 검색 및 공유의 예측 요인

전술한 바와 같이 본 연구는 미디어 이용 행동 중 정보 검색과 정보 공유 행동 모두에 관심을 두고 이용자 개인의 특성 가운데 성격 5요인, 인지 욕구와 자극추구성향, 디지털 리터러시가 두 가지 정보 이용 행동에 어떠한 차별적 영향을 미치는지에 대해 살펴보기 위해 다중 회귀분석을 실시하였다. 다중 회귀분석 결과 연령과 교육 수준, 소득은 정보 검색의 유의미한 예측 변인이 아닌 것으로 나타났다. 반면 성별은 정보 검색을 예측하는 유의미한 변인으로 나타났는데($B = 0.22$, $SE = .10$, $\beta = .09$, $p < .05$), 여성이 남성보다 정보 검색을 더 많이 하는 것으로 나타났다.

성격 특성의 경우, 외향성($B = 0.19$, $SE = .07$, $\beta = .13$, $p < .01$)과 신경증($B = 0.21$, $SE = .06$, $\beta = .14$, $p < .001$)은 정보 검색의 유의미한 정적인 예측 변인으로, 외향성과 신경증이 높을수록 더 많이 정보 검색을 하는 것으로 나타났다. 반면 개방성, 친화성, 성실성, 인지 욕구, 자극추구성향은 정보 검색의 유의미한 예측 변인이 아닌 것으로 드러났다.

디지털 리터러시에 대해 살펴보면, 소비 리터러시는 정보 검색을 정적으로 예측하는 유의미한 변수였지만($B = 0.27$, $SE = .11$, $\beta = .14$, $p < .05$). 생비 리터러시는 정보 검색의 유의미한 예측 변인이 아니었다. 이러한 결과는 소비 리터러시가 높을수록 더 많이 정보를 검색하려는 경향이 있지만, 생비 리터러시는 정보 검색 행동에 유의미한 영향을 미치지 않는다는 것을 보여준다.

Table 4. Regression Results Predicting Information Seeking/Sharing

	Information Seeking		Information Sharing	
	B (SE)	B (SE)	B (SE)	B (SE)
Demographic Predictors				
Age	-.004 (.01)	-.03	-.004 (.004)	-.05
Gender (1 = Female)	.22 (.10) *	.09*	.04 (.08)	.02
Education	-.002 (.06)	-.001	.04 (.05)	.03
Income	.03 (.02)	.06	.02 (.02)	.05
Psychological Predictors				
Extraversion	0.19 (.07)	.13**	0.15 (.05)	.12**
Neuroticism	0.21 (.06)	.14***	0.09 (.05)	.08
Openness	0.11 (.08)	.07	0.11 (.06)	.08
Agreeableness	-0.03 (.08)	-.01	-0.04 (.06)	-.03
Conscientiousness	0.09 (.08)	.05	-0.03 (.07)	-.02
Need for Cognition	0.08 (.09)	.04	-0.01 (.08)	-.01
Sensation seeking	-0.04 (.07)	-.03	0.04 (.06)	.03
Digital Literacy				
Consumption	0.27 (.11)	.14*	0.03 (.09)	.02
Prosumption	-0.04 (.09)	-.03	0.24 (.08)	.17**
Adjusted R^2	.09		.10	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

한편 정보 공유에 영향을 미치는 예측 요인을 확인하기 위한 회귀분석 결과, 연령과 성별, 교육 수준, 소득은 정보 공유의 유의미한 예측 요인이 아닌 것으로 나타났다. 성격 특성의 경우, 외향성이 정보 공유의 정적인 예측 요인인 것으로 나타났다($B = 0.15, SE = .05, \beta = .12, p < .01$). 신경증, 개방성, 친화성, 성실성, 인지 욕구와 자극추구성향은 정보 공유를 유의미하게 예측하지 못하는 것으로 나타났다.

또한 디지털 리터러시의 역할에 대한 검증 결과, 소비 리터러시는 정보 공유의 유의미한 예측 요인이 아니었지만, 생비 리터러시는 정보 공유의 정적인 예측 요인으로 나타났다($B = 0.24, SE = .08, \beta = .17, p < .01$). 즉, 생비 리터러시가 높을수록 더 많은 정보를 공유하는 경향이 있는 반면, 소비 리터러시는 정보 공유 행동에 유의미한 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있다(〈Table 4〉 참조).

5. 결론 및 논의

본 연구의 목적은 온라인 정보 검색 및 공유의 예측 요인을 확인하는 것이었다. 이를 위해 인구통계학적 특성, 심리적 특성, 디지털 리터러시가 정보 검색 및 공유에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 미디어 이용자의 심리적 특성을 성격 5요인과 인지욕구와 자극추구성향로 구분하고, 디지털 리터러시는 생비 리터러시와 소비 리터러시로 구분하여 정보 검색과 공유에 미치는 차별적 영향력을 보다 구체적으로 이해하고자 했다. 본 연구의 종속 변인인 정보 검색과 공유의 경우, 정보 검색과 공유에 대한 의향이나 빈도를 리커트 척도로 측정된 선행 연구들(박현갑·김선호·양정애, 2016; 순치엔룽·조미혜, 2018; 염정운·정세훈, 2019; Hwang & Jeoung, 2018; Kim & Grunig, 2011)과 달리 응답자가 최근 검색하거나 공유한 키워드에 대해 자유롭게 답하도록 하고, 키워드의 수를 분석에 활용함으로써 응답자의 실질적인 정보 검색 및 공유 행동을 측정 및 분석하였다.

분석 결과, 인구통계학적 특성 중에서는 오직 성별만이 정보 검색의 유의미한 예측 변인인 것을 확인하였다. 여성은 남성보다 더 많이 정보를 찾는 경향이 있었다. 성별 이외의 다른 인구통계학적 특성은 정보 검색이나 공유를 예측하지 못하는 것으로 나타났다. 심리적 요인 중에서는 외향성이 정보 검색과 공유 모두에 있어 유의미한 예측 변인이었고, 신경증은 정보 검색과 정적인 관계가 있는 것으로 나타났다. 외향성과 신경증이 높은 개인이 더 많은 정보를 찾는 경향이 있다는 결과는 정보 검색에 대한 선행 연구 결과와 일치한다(염정운·정세훈, 2019; Bogg & Vo, 2014; Heinström, 2005; Lin et al., 2017; Tsao & Chang, 2010; Zhitomirsky-Geffet

& Blau, 2017). 또한 외향적인 사람은 더 많이 정보를 공유하는 경향이 있는 것으로 나타났는데, 이 역시 성격과 정보 공유에 대한 선행 연구 결과와 일치한다(염정운·정세훈, 2019; Anastasiei & Dospinescu, 2018; Kautish, 2010; Lynn et al., 2017; Rollero et al., 2019). 이러한 연구 결과는 외향성이 특히 정보의 검색과 공유에 중요한 역할을 한다는 점을 다시 한 번 확인하는 것으로 건강 정보나 가짜 뉴스, 루머와 같은 특정 정보 이용 행동이 아닌 포괄적인 미디어 이용 행동에도 개인의 성격이 중요한 역할을 한다는 것을 시사한다.

한편 인지욕구와 자극추구 성향은 정보 검색과 정보 공유 행동 모두에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 정보에 대한 개인의 인지적 욕구와 외부적 자극에 대한 욕구가 정보 검색 행동과 정보 공유 행동에 정적인 영향을 미친다고 밝힌 선행 연구들과 다소 다른 결과이다(Hansen et al., 2014; Lu, Palmgreen, Zimmerman, Lane, & Alexander, 2006; Mokhtari et al., 2013; Guo, Zhang, & Wang, 2016). 이는 개인의 인지욕구와 자극추구 성향이 정보 검색이나 공유 행동과 유의미한 상관관계를 지니고 있지만, 인구통계학적 요인 및 성격 5요인과 같은 다른 개인의 특성과 함께 함께 살펴볼 때에는 상대적으로 유의미한 영향을 미치지 못한다는 것을 보여준다.

마지막으로, 디지털 리터러시는 정보 검색과 공유 행동에 흥미로운 역할을 하는 것으로 나타났다. 소비 리터러시는 정보 검색의 정적인 예측 요인인 반면 생비 리터러시는 정보 공유의 정적인 예측 요인인 것을 확인할 수 있었다. 선행 연구는 리터러시와 정보 검색의 관계(Kim & Xie, 2017) 그리고 리터러시와 정보 공유의 관계(Hargittai & Walejko, 2008; Lyons & Henderson, 2005)에 대해 일반적인 논의만 했을 뿐, 여러 다양한 유형의 리터러시 중에서 어떤 리터러시가 정보 검색 및 공유에 어떻게 영향을 미치는가를 살펴보지 못했다. 본 연구의 분석 결과, 디지털 이용 능력(즉 소비 리터러시)은 정보 검색 행동에 중요한 반면, 디지털 콘텐츠를 만들어내는 능력(즉 생비 리터러시)은 정보 공유 행동에 영향을 미치는 점이 확인되었다. 본 연구에 쓰인 소비 리터러시는 미디어 메시지에 접근하고 이를 이용하는 능력을 측정한 것으로 미디어 이용자들이 보다 쉽게 정보를 검색하는 데에 도움을 준 것으로 해석할 수 있다. 반면 생비 리터러시는 미디어를 소비하는 것에서 그치지 않고 생산하는 능력을 의미한다는 점에서 미디어에 정보를 공유하는 참여적 행동을 하는 데 영향을 주었다고 볼 수 있다. 이러한 연구 결과는 미디어 리터러시가 다양한 측면을 포괄하는 개념이기 때문에 정보 이용 행동 간의 관계가 단순하지 않다는 선행연구 결과와 일치하며(염정운·정세훈, 2019), 디지털 미디어를 이용하는 상황에서 정보를 검색하는 행동과 정보를 공유하는 행동은 서로 다른 유형의 능력, 즉 서로 다른 미디어 리터러시를 요구함을 시사한다.

이론적 관점에서, 본 연구에서 살펴본 인구통계학적, 심리적 특성, 디지털 리터러시 요인은 지식 격차(Knowledge Gap; Tichenor, Donohue, & Olien, 1970)와 디지털 디바이드(Digital Divide; Bonfedelli, 2002; Hargittai, 2002; Livingstone & Helsper, 2007; van Dijk, 2006) 관련 연구에도 중요한 함의를 제공한다. 지식 격차와 디지털 디바이드 이론은 다양한 사회적 집단 간 디지털 기술의 활용에 격차가 있음을 시사한다. 정보를 검색하는 것이 지식의 습득을 증가시킬 수 있음은 이미 널리 알려져 있다(Kahlor & Rosenthal, 2009; Kitchens, Powell, & Williams, 2003; Shim, 2008; Shim, Kelly, & Hornik, 2006). 따라서 외향성이나 신경증과 같은 심리적 요인과 함께 소비 리터러시와 같은 디지털 리터러시 요인은 1차적으로 정보 검색 행동에 영향을 미침으로써, 2차적으로 기존의 지식 격차 및 디지털 이용의 격차를 해소하기보다는 그 차이를 더욱 더 공고히 할 수 있다. 디지털 리터러시의 차이가 정보 검색 및 공유 행동의 차이로 이어지고, 이는 장기적인 관점에서 집단 간 디지털 이용 및 지식격차를 유지하거나 강화하는 방향으로 나아갈 수 있다. 즉 디지털 격차가 접근 격차(1차적 수준)에서 활용 격차(2차적 수준)로 이어지고, 궁극적으로 결과 격차(3차적 수준)로 이어질 수 있는 것이다(Wei, Teo, Chan, & Tan, 2011). 이러한 관점을 바탕으로, 정보를 더 많이 검색하는 미디어 이용자의 특징이 무엇인지 확인하는 본 연구 결과를 통해 과연 어떠한 개인적 특성이 정보 검색을 통한 지식의 획득, 나아가 사회 집단 간 디지털 격차와 지식 격차와 관련되어 있는지를 더 잘 이해할 수 있을 것이다.

한편 정보 공유와 관련하여, 정보 공유 행동을 설명하는 직접적인 연구는 아니지만, 정보 공유는 커뮤니케이션 이론 중 2단계 유통(two step flow: Katz & Lazarsfeld, 1955)이론이나 개혁의 확산(diffusion of innovations: Rogers, 1995)과 같은 이론적 모델과 연결 지어 그 의미를 살펴볼 수 있다. 커뮤니케이션의 2단계 유통 이론은 의견 추종자와 같은 사람들이 의견 지도자로부터 많은 정보를 얻고 영향을 받는다고 설명하는데, 여기에서 의견 지도자는 미디어 콘텐츠에 처음 노출되고 메시지를 해석하며 정보를 전달하는 역할을 한다. 즉, 의견 지도자는 의견 추종자에게 정보를 공유하는 것을 주요 특징으로 한다는 점에서 타인에게 활발히 정보를 전달하는 정보 공유자의 특징과 연결될 수 있다. 트위터에서의 의견 지도자에 대해 살펴본 연구에 따르면 트위터와 같은 소셜 미디어에서 의견 지도력은 리트윗이나 리플라이와 같이 타인에게 활발히 정보를 공유하는 이용적 특징을 지닌 것으로 나타났다(황유선·심홍진, 2010). 본 연구에서 주목한 정보 공유 행동이 직접적으로 의견 지도력을 의미하거나 의견 지도자를 뜻하는 것은 아니지만 정보 공유 행동을 통해 소셜 미디어 네트워크에 정보를 확산하는 역할을 한다고 볼 수 있다. 한편, 정보가 어떻게, 그리고 왜 공유되는지를 설명하려고 시도하는 개혁의 확산 이론은 새

로운 아이디어 및 기술의 확산 및 채택과 관련된 이론이지만 새로운 정보를 공유하는 과정을 설명하는 데에도 적용될 수 있다. 본 연구와 같이 어떠한 특성을 지닌 개인이 더 많은 정보를 공유하는가에 대해 살펴보는 것은 정보의 확산 과정에서 의견지도자의 특성을 이해하는 데 도움이 될 수 있다. 본 연구 결과는 온라인에서 정보 공유를 많이 하는 개인, 즉 의견 지도자의 역할 수행하는 개인이 가진 특성으로서 외향성과 같은 심리적 특성과 생비 리터러시와 같은 디지털 리터러시 등이 있음을 시사한다. 이러한 결과는 정보를 효과적으로 확산시키고 유통시키기 위해서는 외향성과 생비리터러시가 높은 집단의 미디어 이용 행동이 중요하다는 점을 보여준다.

본 연구는 리터러시와 정보 검색 및 공유에 대한 기존 문헌에 다음과 같은 기여를 하였다. 비록 선행 연구들을 통해 건강 리터러시가 건강 관련 정보 검색에 도움이 된다는 것을 밝혔지만 (Kim & Xie, 2017 참조), 이들 연구는 건강 관련 상황에서만 관계를 살펴보았다는 한계가 있다. 또한 지금까지 리터러시와 정보 공유의 관계에 대해서는 긍정적인 관계라는 연구 결과 (Hargittai & Walejko, 2008; Lyons & Henderson, 2005)와 부정적인 관계라는 연구 결과 (Crook et al., 2016), 그리고 아무런 관련이 없다는 연구 결과 (Ledford, Cafferty, & Russell, 2015; Lu & Lee, 2012) 등 일관되지 않은 연구 결과가 보고되어 왔다. 본 연구는 이전 연구들과 달리 소비 및 생비 리터러시를 바탕으로 디지털 리터러시를 구분하고, 소비 리터러시는 정보 검색을 강화할 수 있는 반면 생비 리터러시는 정보 공유를 강화할 수 있다는 점을 발견했다는 점에서 리터러시와 정보 검색 및 공유의 관계를 이해하는데 도움이 될 수 있다.

정보 검색과 공유에서 디지털 리터러시의 역할은 실무적 관점에서 다음과 같은 시사점을 가진다. 정보를 검색하고 공유하는 데 있어 인구통계학적, 심리적 요인의 역할을 예측하고 설명하는 것은 이론적·학술적으로 의미가 있지만, 그러한 인구통계학적, 심리적 요인을 바꾸거나 통제하는 것은 어려운 부분이다. 즉, 외향성이 정보 검색과 공유의 긍정적인 예측 요인임을 알고 있지만, 더 많이 정보를 검색하고 공유하기 위해 자신의 성격을 외향적으로 바꾸는 것은 현실적으로 불가능한 일이다. 반면 디지털 리터러시와 관련해, 디지털 리터러시를 강화함으로써 미디어 이용자의 정보 검색과 공유 행동을 증가시킬 수 있다는 점에서 디지털 리터러시의 역할은 실무적으로 중요한 의미가 있다. 본 연구에서 디지털 리터러시는 미디어를 이용해 정보를 소비하고, 정보를 생산할 수 있는 능력을 측정하고 있다. 이러한 디지털 리터러시는 정보 검색과 공유의 밑바탕이 되는 개인의 미디어 활용 능력을 의미한다. 본 연구 결과에 따르면 소비 리터러시의 경우 정보 검색을 증가시킬 수 있고, 생비 리터러시는 정보 공유를 증가시킬 수 있다는 점에서 이 연구는 정보 소비와 생산 어느 한쪽에 치우치지 않은 균형 잡힌 디지털 리터러시 교육을 활성화시키는 것이 중요하다는 점을 시사한다.

본 연구는 다음과 같은 제한점이 있다. 먼저 이 연구에서는 정보 검색과 정보 공유 행동을 측정하기 위해 응답자에게 최근 일주일 동안 인터넷이나 소셜 미디어를 이용하는 동안 검색하거나 공유한 용어나 키워드를 자유롭게 응답하도록 하였다. 선행 연구와 같이 정보 검색 및 공유 행동에 대한 의지나 경험에 대해 직접적으로 물을 경우 응답자의 편향이 발생할 수 있기 때문에 기존과 다른 방법으로 실질적인 정보 이용 행동을 포착하려는 새로운 시도였다. 그러나 이것이 적극적인 정보 이용 행동을 그대로 의미하는 것인지에 대해서는 의문의 여지가 있다. 후속 연구에서는 기존 연구에 쓰인 정보 이용 행동 측정 문항과 함께 본 연구에서 활용한 검색어를 직접 응답하도록 하는 방식을 함께 사용하는 방법을 고려할 수 있다. 이러한 개선을 통해 미디어 이용자가 인식하는 정보 공유 정도와 실제 소셜 미디어에 정보를 공유한 양을 동시에 고려하여 정보 전파 행동에 대해 보다 면밀히 살펴볼 수 있을 것이다. 또한, 정보 공유 행동은 소극적인 형태 (예, 링크 공유) 뿐만 아니라 적극적인 형태 (예, 콘텐츠 생산)를 포함하는데, 본 연구에서는 이러한 차이를 구분하지 못했다는 한계가 있다. 후속 연구에서는 다양한 형태의 정보 공유 행동을 측정하고 이에 영향을 미치는 인구통계학적, 심리적, 그리고 디지털 리터러시 요인을 살펴 볼 수 있다.

References

- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior, 26*(6), 1289-1295.
- Anastasiu, B., & Dospinescu, N. (2018). A model of the relationships between the Big five personality traits and the motivations to deliver word-of-mouth online. *Psihologija, 51*(2), 215-227. doi: 10.2298/PSI161114006A
- Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Aspen, CO: Aspen Institute.
- Berger, J. (2014). Word of mouth and interpersonal communication: A review and directions for future research. *Journal of Consumer Psychology, 24*(4), 586-607. doi: 10.1016/j.jcps.2014.05.002
- Berger, J., & Iyengar, R. (2013). Communication channels and word of mouth: How the medium shapes the message. *Journal of Consumer Research, 40*(3), 567-579.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral?. *Journal of Marketing Research, 49*(2), 192-205.
- Bogg, T., & Vo, P. T. (2014). Openness, neuroticism, conscientiousness, and family health and aging concerns interact in the prediction of health-related Internet searches in a representative US sample. *Frontiers in psychology, 5*, 1-10. doi:10.3389/fpsyg.2014.00370
- Bonfedelli, H. (2002). The Internet and knowledge gaps: A theoretical and empirical investigation. *European Journal of Communication, 17*(1), 65-84.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., & Kao, C. F. (1984). The efficient assessment of need for cognition. *Journal of Personality Assessment, 48*(3), 306-307. doi: 10.1207/s15327752jpa4803_13
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems, 54*, 461-470. doi:10.1016/j.dss.2012.06.008
- Crook, B., Stephens, K. K., Pastorek, A. E., Mackert, M., & Donovan, E. E. (2016). Sharing health information and influencing behavioral Intentions: The role of health literacy, information overload, and the internet in the diffusion of healthy heart information. *Health Communication, 31*, 60-71. doi: 10.1080/10410236.2014.936336
- Das, S., Echambadi, R., McCardle, M., & Lockett, M. (2003). The effect of interpersonal trust, need for

- cognition, and social loneliness on shopping, information seeking and surfing on the Web. *Marketing Letters*, 14(3), 185-202. doi: 10.1023/A:1027448801656
- Fleming-May, R. A., & Miller, L. E. (2010). "I'm scared to look. But I'm dying to know": Information seeking and sharing on Pro-Ana weblogs. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 47(1), 1-9.
- Friedman, H. S., & Schustack, M. W. (2009). *Personality Classic Theories and Modern Research*. 4th.
- Goldberg, L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48(1), 26-34.
- Griffin, R. J., Yang, Z. J., ter Huurne, E., Boerner, F., Ortiz, S., & Dunwoody, S. (2008). After the flood: Anger, attribution, and the seeking of information. *Science Communication*, 29, 285-315.
- Griffin, R. J., Neuwirth, K., Dunwoody, S., & Giese, J. (2004). Information sufficiency and risk communication. *Media Psychology*, 6, 23-61.
- Griffin, R. J., Dunwoody, S. & Neuwirth, K. (1999). Proposed model of the relationship of risk information seeking and processing to the development of preventive behaviors. *Environmental Research*, 80(2), S230-S245.
- Guo, L., Zhang, M., & Wang, Y. (2016). Effects of customers' psychological characteristics on their engagement behavior in company social networks. *Social Behavior and Personality*, 44(10), 1661-1670. doi: 10.2224/sbp.2016.44.10.1661
- Hallyburton, A., & Evarts, L. A. (2014). Gender and online health information seeking: A five survey meta-analysis. *Journal of Consumer Health On the Internet*, 18(2), 128-142. doi:10.1080/15398285.2014.902268
- Hansen, S. S., Lee, J. K., & Lee, S. -Y. (2014) Consumer-generated ads on YouTube: Impacts of source credibility and need for cognition on attitudes, interactive behaviors, and eWom. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15(3), 254-266.
- Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: Differences in people's online skills. *First Monday*, 7(4).
- Hargittai, E., & Walejko, G. (2008). THE PARTICIPATION DIVIDE: Content creation and sharing in the digital age. *Information, Community and Society*, 11(2), 239-256. doi: 10.1080/13691180801946150
- Haridakis, P., & Hanson, G. (2009). Social interaction and co-viewing with YouTube: Blending mass communication reception and social connection. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(2), 317-335. doi: 10.1080/08838150902908270
- Heinstrom, J. (2005). Fast surfing, broad scanning and deep diving: The influence of personality and study

- approach on students' information-seeking behavior. *Journal of Documentation*, 61(2), 228-247. doi: 10.1108/00220410510585205
- Hoyle, R. H., Stephenson, M. T., Palmgreen, P., Lorch, E. P., & Donohew, R. L. (2002). Reliability and validity of a brief measure of sensation seeking. *Personality and Individual Differences*, 32(3), 401-414.
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 561-569. doi: 10.1016/j.chb.2011.11.001
- Hwang, Y. & Shim, H-J. (2010). Opinion Leadership on Twitter and Twitter Use - Motivations and Patterns of Twitter Use and Case Study of Opinion Leaders on Twitter. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 24(6), 365-404.
- Hwang, Y. & Jeong, S-H. (2018). Information seeking and sharing while media multitasking. *Journal of Media Economics & Culture*, 16(3), 78-109.
- Jeong, S. E. & Park, N. (2016). An analysis of the factors influencing the lurking behavior and use intensity in social networking services: Focusing on personality and psychological characteristics of facebook users. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 60(6), 251-290.
- Jeong, S.-H., Cho, H., & Hwang, Y. (2012). Media literacy interventions: A meta-analytic review. *Journal of Communication*, 62, 454-472. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01643.x
- Jin, B. & Yang, J. (2015). Exploring the types of SNS use based on personality traits, offline activities, political orientations, and life satisfaction. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 59(5), 239-271.
- John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J. (2008). Paradigm shift to the integrative big five trait taxonomy. *Handbook of personality: Theory and research*, 3, 114-158.
- Johnson, J. D. (1997). *Cancer-related information seeking*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Kahlor, L., & Rosenthal, S. (2009). If we seek, do we learn? Predicting knowledge of global warming. *Science Communication*, 30(3), 380-414.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Kautish, P. (2010). Empirical study on influence of extraversion on consumer passion and brand evangelism with word-of-mouth communication. *Review of Economic & Business Studies*, 3(2), 187-197.

- Kim, E. & Yu, H. S. (2020). A study on the predictive factors influencing the exposure and acceptance of fake news. *Broadcasting & Communication*, 21(1), 93-126.
- Kim, H., & Xie, B. (2017). Health literacy in the eHealth era: A systematic review of the literature. *Patient Education and Counseling*, 100, 1073-1082. doi: 10.1016/j.pec.2017.01.015
- Kim, H. S. (2015). Attracting views and going viral: How message features and news-sharing channels affect health news diffusion. *Journal of Communication*, 65(3), 512-534.
- Kim, H. J. (2019). Roles of risk perception, fear, and anger in information behaviors about nuclear energy : Based on risk information seeking and processing (RISP) model. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 63(2), 7-45.
- Kim, H-J., Chong, E., Kim, E-M., Yang, S., Lee, J. W., & Kang, M. (2020). Fake news and fact check news differences : Focusing on news usage, perception, and literacy in multi-media environments. *Korean Journal of Communication & Information*, 101, 231-267.
- Kim, J-N., & Grunig, J. E.(2011). Problem solving and communicative action: A situational theory of problem solving. *Journal of Communication*, 61(1), 120-149.
- Kim, M-N., Yoo, Y-S., Hwang, K. H., & Cho, O-H. (2019). The effects of office workers' attitudes to internet health information, e-health literacy on health information seeking behavior and health-related behavioral intention. *Journal of Digital Convergence*, 17(11), 357-367.
- Kim, S., Park, D. J., & Choi, J. (2019). The relationship between sub-dimensions of health literacy and health-related behaviors among korean adults. *Health and Social Welfare Review*, 39(1), 334-364.
- King, R. A., Racherla, P., & Bush, V. D. (2014). What we know and don't know about online word-of-mouth: A Review and synthesis of the literature. *Journal of Interactive Marketing*, 28, 167-183. doi: 10.1016/j.intmar.2014.02.001
- Kitchens, J. T., Powell, L., & Williams, G. (2003). Information, please? Information seeking, mass media, and the undecided voter. *Communication Research Reports*, 20(1), 73-80.
- Koc, M., & Barut, E. (2016). Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students. *Computers in Human Behavior*, 63, 834-843. doi:10.1016/j.chb.2016.06.035
- Korea Press Foundation. (2019). *Media users in korea 2019*. Retrieved 2/7/21 from <https://www.kpf.or.kr/fro nt/research/consumerListPage.do>
- Krikelas, J. (1983). Information seeking behavior: Patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*, 19(2), 5-20.

- Kuhlthau, C. C. (1991). Inside the search process: Information seeking from the users' prospective. *Journal of the American society for Information Science*, 42(5), 361-371. doi: 10.1002/(SICI)1097-4571(199106)42:5<361::AID-ASI6>3.0.CO;2-%23
- Ku, Y., Ahn, J., & Noh, G-Y. (2020). Relationships between particulate matter risk perception, information seeking and preventive behaviors: An application of extended risk information seeking and processing model. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 34(1), 5-28.
- Kwon, G. & Cho, S. (2017). Effects of rumor recipient's information processing disposition, prior attitude, and prior knowledge on rumor word-of-mouth intentions. *Journal of Public Relations*, 27(1), 1-25.
- Kwon, Y., Na, E-Y., & Lee, S. Y. (2018). Influencing factors and outcomes of health information seeking behavior according to platform: Focusing on socioeconomic factors, digital media literacy, social support, and life satisfaction. *Health Communication Research*, 17(1), 1-46.
- Lang, F. R., John, D., Lüdtke, O., Schupp, J., & Wagner, G. G. (2011) Short assessment of the Big Five: Robust across survey methods except telephone interviewing. *Behavior Research Methods*, 43(2), 548-567. doi: 10.3758/s13428-011-0066-z
- Ledford, C. J. W., Cafferty, L. A., & Russell, T. C. (2015). The influence of health literacy and patient activation on patient information seeking and sharing. *Journal of Health Communication*, 20, 77-82. doi: 10.1080/10810730.2015.1066466
- Lee, B-K., Moon, Y., Yun, T., Lee, J. K., Jeong, J. N., Noh, H-H., & Rim, H. B. (2020). An exploratory study on instagram usage behavior: Based on structural relationships between user motivation and big 5 personality Traits. *Journal of the HCI Society of Korea*, 15(3). 13-22.
- Lee, H. & Paek, H-J. (2019). Effects of information insufficiency, perceived information gathering capacity, and temporal distance on people's information seeking and avoidance about earthquake. *Journal of Public Relations*, 23(3), 84-109.
- Lin, J. S., Lee, Y. I., Jin, Y., & Gilbreath, B. (2017). Personality traits, motivations, and emotional consequences of social media usage. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 615-624. doi: 10.1089/cyber.2017.0043
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: The role of online skills and internet self-efficacy. *New Media & Society*, 12(2), 309-329.
- Lu, H. P., & Lee, M. R. (2012). Experience differences and continuance intention of blog sharing. *Behaviour & Information Technology*, 31(11), 1081-1095.

- Lu, H. Y., Palmgreen, P. C., Zimmerman, R. S., Lane, D. R., & Alexander, L. J. (2006). Personality traits as predictors of Intentions to seek online information about STDs and HIV/AIDS among junior and senior college students in Taiwan. *CyberPsychology & Behavior, 9*(5), 577-583.
- Lynn, T., Muzellec, L., Caemmerer, B., & Turley, D. (2017). Social network sites: early adopters' personality and influence. *Journal of Product & Brand Management, 26*(1), 42-51. doi: 10.1108/JPBM-10-2015-1025
- Lyons, B., & Henderson, K. (2005). Opinion leadership in a computer-mediated environment. *Journal of Consumer Behaviour, 4*(5), 319-329. doi: 10.1002/cb.22
- McMullan, R. D., Berle, D., Arnaez, S., & Starcevic, V. (2019). The relationships between health anxiety, online health information seeking, and cyberchondria: Systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders, 245*, 270-278. doi: 10.1016/j.jad.2018.11.037
- Mokhtari, H., Davarpanah, M. R., Dayyani, M. H., & Ahanchian, M. -R. (2013). Students' need for cognition affects their information seeking behavior. *New Library World, 114*(11/12), 542-549. doi: 10.1108/NLW-07-2013-0060
- Murgatroyd, P., & Calvert, P. (2013). Information-seeking and information-sharing behavior in the climate change community of practice in the pacific. *Science & Technology Libraries, 32*(4), 379-401.
- Park, E., & Kwon, M. (2018). Health-related internet use by children and adolescents: Systemic review. *Journal of Medical Internet Research, 20*(4), e120. doi:10.2196/jmir.7731
- Park, H-K., Kim, S., & Yang, J. (2016). The effects of exposure to MERS information and issue involvement on perceived information influence, disease prevention and information sharing. *Journal of Media Economics & Culture, 14*(3), 7-49.
- Picazo-Vela, S., Chou, S. Y., Melcher, A. J., & Pearson, J. M. (2010). Why provide an online review? An extended theory of planned behavior and the role of Big-Five personality traits. *Computers in Human Behavior, 26*(4), 685-696. doi: 10.1016/j.chb.2010.01.005
- Qahri-Saremi, H., & Montazemi, A. R. (2019). Factors affecting the adoption of an electronic word of mouth message: A meta-analysis. *Journal of Management Information Systems, 36*(3), 969-1001. doi:10.1080/07421222.2019.1628936
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* (4th ed.). New York, NY: The Free Press.
- Rollero, C., Daniele, A., & Tartaglia S. (2019). Do men post and women view? The role of gender, personality and emotions in online social activity. *Cyberpsychology: Journal of Psychological*

- Rosario, A. B., Sotgiu, F., Valck, K. D., & Bijmolt, T. H. A. (2016). The effect of electronic word of mouth on sales: A meta-analytic review of platform, product, and metric factors. *Journal of Marketing Research*, 53, 297-318. doi:10.1509/jmr.14.0380
- Ross, C., Orr, E. S., Sisis, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in human behavior*, 25(2), 578-586.
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
- Savolainen, R. (2019). Modeling the interplay of information seeking and information sharing. *Management*, 71(4), 518-534.
- Seo, M. (2016). Effects of risk information seeking and processing on MERS preventive behaviors and moderating roles of SNS use during 2015 MERS outbreak in Korea. *Korean Journal of Communication & Information*, 78, 116-140.
- Shim, M. (2008). Connecting Internet use with gaps in cancer knowledge. *Health Communication*, 23(5), 448-461.
- Shim, M., Kelly, B., & Hornik, R. (2006). Cancer information scanning and seeking behavior is associated with knowledge, lifestyle choices, and screening. *Journal of Health Communication*, 11(S1), 157-172.
- Shim, M., Jo, H. S., & Jung, S. M. (2018). The associations of online health information search and e-health literacy with perceived information usefulness: Analysis in the context of diet and weight control. *Health Policy and Management*, 28(2), 119-127.
- Stephenson, M. T., & Southwell, B. G. (2006). Sensation seeking, the activation model, and mass media health campaigns: Current findings and future directions for cancer communication. *Journal of Communication*, 56, S38-S56.
- Sun, Q.-R. & Cho, M.-H. (2018). The impact on risk information search processing and information diffusion behavior of the Chinese in relation to the THAAD placement in Korea. *Korean Business Education Review*, 33, 329-351.
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34, 159-170.

- Talja, S. (1997). Constituting “Information” and “User” as research objects: A theory of knowledge formations as an alternative to the information man-theory. In P. Vakkari, R. Savolainen, & B. Dervin (Eds.), *Information Seeking in Context: Proceedings of an International Conference on Research in Information Needs, Seeking and Use in Different Contexts*, 67-80. London: Taylor Graham.
- Tsao, W. C., & Chang, H. R. (2010). Exploring the impact of personality traits on online shopping behavior. *African Journal of Business Management*, 4(9), 1800-1812.
- van Dijk, J. A. G. M. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34, 221-235.
- Wang, X., Shi, J., & Kong, H. (2020). Online Health Information Seeking: A Review and Meta-Analysis. *Health Communication*, 1-13.
- Wei, K. K., Teo, H. H., Chan, H. C., & Tan, B. C. (2011). Conceptualizing and testing a social cognitive model of the digital divide. *Information Systems Research*, 22(1), 170-187.
- Wilson, B. (1996). *Constructivist learning environments: Case studies in instructional design*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Pub.
- Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. *Informing Science*, 3(2), 49-56.
- Yang, Z. J., Aloe, A. M., & Feeley, T. H. (2014). Risk information seeking and processing model: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 64, 20-41. doi: 10.1111/jcom.12071
- You, Y., Vadakkepatt, G. G., & Joshi, A. M. (2015). A meta-analysis of electronic word-of-mouth elasticity. *Journal of Marketing*, 79, 19-39. doi:10.1509/jm.14.0169
- Yum, J-Y. & Jeong, S-H. (2019). Predictors of fake news exposure and sharing : Personality, new media literacy, and motives. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 63(1), 7-45.
- Zhao, Y., & Zhang, J. (2017). Consumer health information seeking in social media: a literature review. *Health Information and Libraries Journal*, 34, 268-283. doi: 10.1111/hir.12192
- Zhitomirsky-Geffet, M., & Blau, M. (2017). Cross-generational analysis of information seeking behavior of smartphone users. *Aslib Journal of Information Management*, 69(6), 721-739. doi: 10.1108/AJIM.04.2017.0083
- Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

최초 투고일 2020년 8월 6일
 게재 확정일 2021년 1월 29일
 논문 수정일 2021년 2월 5일

부록

- 구윤희·안지수·노기영 (2020). 미세먼지 위험인식이 위험정보 처리와 예방행동에 미치는 영향: 확장된 위험정보 탐색처리 모형의 적용. <한국방송학보>, 34권 1호, 5-28.
- 권구민·조수연(2017). 수요자의 정보처리 유형, 루머 대상에 대한 사전태도·사전지식이 루머 확산에 미치는 영향. <홍보학연구>, 21권 1호, 1-25.
- 권예지·나은영·이상엽 (2018). 플랫폼에 따른 건강정보추구 행동의 영향요인과 결과: 사회경제적 요인, 디지털 미디어 리터러시, 사회적 지지, 생활만족을 중심으로. <헬스커뮤니케이션연구>, 17권 1호, 1-46.
- 김미나·유양숙·황경혜·조옥희 (2019). 직장인의 인터넷 건강정보에 대한 태도, e-헬스리터러시가 건강정보추구행동과 건강관련행위의도에 미치는 영향. <디지털융복합연구>, 17권 11호, 357-367.
- 김성은·박동진·최정화 (2019). 일반 성인의 건강문해력의 하위 차원과 건강 관련 행위간의 관계. <보건사회연구>, 39권 1호, 334-364.
- 김은정·유홍식 (2020). 이념 성향·강도, 적대적 매체 지각과 미디어 리터러시가 가짜뉴스 노출과 수용 태도에 미치는 영향. <방송과 커뮤니케이션>, 21권 1호, 93-126.
- 김형지·정은령·김은미·양소은·이재우·강민지 (2020). 가짜뉴스와 팩트체크 뉴스 노출 집단의 미디어 이용과 뉴스 인식, 그리고 리터러시 관계. <한국언론정보학보>, 101, 231-267.
- 김효정 (2019). 위험인식, 두려움, 분노가 원자력정보 탐색과 처리, 공유 의도에 미치는 영향. <한국언론학보>, 63권 2호, 7-45.
- 박현갑·김선호·양정애 (2016). 메르스(중동호흡기증후군) 정보 노출과 이슈 관여도가 정보의 영향력 지각, 예방 행동, 정보 공유에 미치는 영향. <미디어 경제와 문화>, 14권 3호, 7-48.
- 서미혜 (2016). 메르스 관련 위험정보 탐색과 처리가 메르스 예방행동에 미치는 영향. <한국언론정보학보>, 78권, 116-140.
- 순치엔룽·조미혜 (2018). 한국의 사드 배치와 관련한 중국인들의 위험 정보 탐색 처리 및 정보 확산 행동에 미치는 영향. <경영교육연구>, 33권 2호, 329-351.
- 심민선·조희숙·정수미 (2018). 인터넷 건강정보이해능력과 정보탐색 유형별 인지된 정보유용성 분석: 다이어트 및 체중조절 관련 정보탐색을 중심으로. <보건행정학회지>, 28권 2호, 119-127.
- 염정윤·정세훈 (2019). 가짜뉴스 노출과 전파에 영향을 미치는 요인. <한국언론학보>, 63권 1호,

7-45.

이병관·문영숙·윤태웅·이진균·정지나·노환호·임혜빈 (2020). 인스타그램 이용 행태에 관한 탐색적 연구 : 인스타그램 이용동기와 성격 5요인(Big 5)의 구조적 관계를 중심으로. <한국HCI학회 논문지>, 15권 3호, 13-22.

이혜규·백혜진. (2019). 정보 불충분성, 정보 수집 능력, 시간적 거리가 지진에 관한 정보 추구 및 회피에 미치는 영향. <홍보학 연구>, 23권 3호, 84-108.

정성은·박남기 (2016). SNS에서의 잠복관찰 행위와 이용 강도에 미치는 영향요인 분석. <한국언론학보>, 60권 6호, 251-280.

진보래·양정애 (2015). 성격특성, 오프라인 활동, 정치성향, 삶의 만족도에 따른 SNS 이용. <한국언론학보>, 59권 5호, 239-271.

한국언론진흥재단 (2019). 2019 언론 수용자 조사. Retrieved 2/7/21 from <https://www.kpf.or.kr/front/research/consumerListPage.do>

황유선·심홍진 (2010). 트위터에서의 의견 지도력과 트위터 이용패턴: 이용동기, 트윗 이용패턴, 그리고 유형별 사례분석. <한국방송학보> 24권 6호, 365-404.

미디어 이용 중 정보 검색과 공유에 관한 연구 성격 특성과 디지털 리터러시의 역할

이하나

(서울대학교 언론정보학과 박사후연구원)

황유리

(명지대학교 디지털미디어학과 교수)

정세훈

(고려대학교 미디어학부 교수)

이 연구의 목적은 성격 특성과 디지털 리터러시와 같은 이용자 특성이 미디어 이용자들의 정보 검색 및 공유 행동을 어떻게 예측할 수 있는지 검증하는 데 있다. 이를 위해 20세 이상 60세 이하 성인 698명을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 분석 결과, 외향성은 정보 검색 및 공유 행동 모두에 정적인 영향을 미치는 반면, 신경증은 정보 검색에 한하여 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편 디지털 리터러시는 정보 검색 및 공유에 흥미로운 역할을 하는 것으로 나타났다. 소비 리터러시는 정보 검색의 긍정적인 예측 요인인 반면, 생비 리터러시는 정보 공유의 긍정적인 예측 요인으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 정보 검색과 공유에 관한 이론과 연구에 대한 함의에 대해 논의하였다.

핵심어 : 정보 검색, 정보 공유, 성격 특성, 디지털 리터러시