

사이버 커뮤니티에서의 인지적 익명성과 자기 노출:  
사회적 교환이론의 관점에서

윤 해 진

1. 서론

최근 인터넷 상의 익명성이 미치는 부정적인 영향이 언론보도를 통해 심각하게 대두되고 있다. 메세지와 송신자의 연결이 자명한 면대면 상황에서의와는 달리, 상대적으로 그 연결고리가 약화되는 인터넷을 통한 커뮤니케이션은, 일부 이용자들이 하여금 실제 일상생활에서는 표출시키지 못한 반사회적인 의견이나 감정, 특정 개인에 대한 악의적인 발언 등이 가능하게 함으로써 “악플”이라는 용어를 유행시켰다 (장석주, 2006). 익명성은 인터넷이 우리사회에 미치는 여러 가지 악영향 - 명예훼손, 음란정보 유통 등 - 을 대변하는 것으로 인식되고 있는 것이 사실이다 (조동기, 오영석, 조희경, 2001). 반면, 인터넷 익명성은 사이버 커뮤니티에서 참여자들로 하여금 상대방의 반응에 대한 별다른 우려없이, 자기자신에 대한 부정적인 내용까지도 밝힐 수 있도록 함으로써,

가장자리에서 활동하는 사용자들을 포함한 다양한 사용자들의 익명성을 통해 다양한 의견과 정보를 교환할 수 있게 하는 요인으로,

준다는 긍정적인 주장을 펴는 학자도 있다 (Walther & Boyd, 2002). 위와 같은 상반된 견해는 사이버 공간에서의 익명성에 대한 보다 체계적이고 이론적인 접근이 필요함을 보여준다고 하겠다. 본 연구는 익명성의 부정적 측면보다는 긍정적인 측면에 그 초점을 두고, 특히, 자기노출에 미치는 영향에 대해 알아보고자 한다.

컴퓨터 매개 커뮤니케이션에서의 자기노출에 대한 연구들은 주로 대인관계에서의 친밀도를 가늠하게 하는 척도의 하나로 자기노출을 보고 있다 (Walther & Burgoon, 1992; Yum & Hara, 2005). 하지만, 사이버 커뮤니티에서의 커뮤니케이션 행위 중 면대면 커뮤니케이션과 다른 특징적인 현상 중 하나는, 일대일 관계에서의 자기노출은 물론, 자신이 속한 사이버 커뮤니티 전체를 대상으로 하는 자기노출도 이루어지고 있다는 점이다 (Campbell, 2002). 즉, 사이버 커뮤니티 회원들은 마치 특정 개인을 대상으로 하는 듯한, 자신에 대한 글을 전체 회원들이 접근권을 가지는 전자게시판에 올리기도 한다. 이와 같은 공적인 자기노출 (public disclosure)은 회원 간 신뢰도(trust)를 바탕으로, 사이버

커뮤니티의 공동체 의식 (sense of community)을 증가시키는 역할을 한다 (Radin, 2001). 본 연구는 사이버 커뮤니티의 운영에 보다 큰 함의가 있는 공적인 자기노출에 대해 다루어 보고자 한다.

앞서 언급했듯이, 공적인 자기노출을 통한 공동체 의식의 강화라는 익명성의 긍정적인 면은 모든 사이버 커뮤니티에서만 찾아 볼 수 있는 현상은 아니다. 다른 회원들이 자신이 공개한 사적인 정보를 악용하지 않을 것이라는 확신을 줄 수 있는 사이버 공간이 아니라면 불가능하다. 사이버 커뮤니티는 그 모임의 성격에 따라 다양하게 분류되는데, 그 중 ‘사회적 지원 (social support)을 위한 온라인 커뮤니티’ (online social support community, 이하 온라인 서포트 커뮤니티)는 이런 신뢰를 바탕으로 한다 (Turner, Grube, & Meyers, 2001; Yun et al., 2004). 온라인 서포트 커뮤니티의 대표적인 예는 불치병 환자와 그 가족들을 위한 커뮤니티를 들 수 있는데, 실제 생활 가운데 충족되지 못한 정보적, 정서적 욕구를 유사한 인생경험을 가지고 있는 이들과의 교류를 통해 충족시키기 위한 사이버 공간이라고 하겠다. 익명성이 공적인 자기노출에 미치는 영향에 대한 이론적 모델을 제시하고, 이를 온라인 서포트 커뮤니티를 통해 검증하는 것이 본 연구의 목적이라 하겠다. 보다 구체적으로는, 익명성에 대한 기존의 연구들이 간과했던 부분을 보완하여 인지적 익명성이란 새로운 개념정의를 제안하고, 인지적 익명성이 사이버 커뮤니티에서의 자기노출에 미치는 영향에 대해 사회적 교환이론의 관점에서 접근하고자 한다.

## 2. 익명성의 재정의 - 인지적 익명성

컴퓨터 매개 커뮤니케이션에서의 익명성에 대한 실증적 연구는 주로 두 분야 - 탈개인화의 사회적 정체성 이론 (Social Identity of Deindividuation Theory, SIDE) 과 그룹의사결정지원시스템 (Group Decision Support System, GDSS) 관련연구 - 에서 이루어져 왔다. 첫째, 탈개인화의 사회적 정체성 이론은 온라인 상의 익명성이 자기 인식 혹은 타인 인식에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 다루고 있다 (Postmes, Spears, Lea, & Reicher, 2000). 사회적 범주화 이론 (social categorization) 이론에 기초한 SIDE 이론은 CMC가 참여자의 개별적 특성을 드러내는 비언어적 단서들을 여과시키기는 하지만, 한 집단의 성원으로서의 사회적 정체성(social identity)은 이러한 비언어적 요소와는 독립적으로 전달되기 때문에,

CMC 상의 익명성은 집단 성원으로서의 정체성을 오히려 강화시켜준다고 본다. 즉, 개인의 자기인식 또는 타인인식에 있어 개별적 특수성 보다는 집단 성원이 공통으로 가지는 특성이 더 중요하게 부각된다는 것이다. 그 결과, 자신이 속한 집단의 규범에 더욱 동조하는 성향이 커진다 (Postmes, Spears, & Lea, 1998).

SIDE 이론에 기초한 연구들은 익명성을 CMC 상에서 참여자들의 정체를 확인할 수 있는 단서가 제공되지 않은 상황으로 정의내리고, 실험방법을 통해 다양한 조작적 정의를 도입했다. 가장 많이 사용된 조작적 정의는 시각적 익명성 (visual anonymity)과 명명적 익명성 (nominal anonymity)으로, 시각적 익명성은 시각적 단서, 즉 참여자의 사진이 컴퓨터 화면상에 나타나는가 아닌가 혹은 실시간으로 참여자의 동영상상을 전달할 수 있는 시스템이 제공되는가 아니가에 따라, 명명적 익명성 (nominal anonymity)은 참여자의 실제 이름이나 사용자 아이디 등이 사용되는가 아니가에 따라 통제된다. 이 밖에도 전기적 익명성 (biographic anonymity), 소재적 익명성 (domiciliary anonymity) 등이 있다 (Lea, Spears, Watt, & Rogers, 2000).

이러한 익명성 조작 실험들은 SIDE이론의 집단 정체성 강화가 익명성이라는 단서여과적 접근 (Cues-Filtered-Out approach)에 의해 가능하다는 가설을 검증한다 (Postmes & Lea, 1997).

익명성은 집단 성원간 사회적 영향력을 최소화시킴으로써 의사결정 질도를 통해 의사결정의 질도 (GDSS)에 해당하는 입장으로 예측하고 있다. 즉, SIDE이론은 익명성의 집단적 영향력을 높인다는 기여를 한다. 관련연구들은 참여자들을 그로부터 자유롭게 한다는 긍정적 기대에도 불구하고, GDSS 관련연구결과가 일치하지 않음을 지적하고 있다. 익명성 개념의 재정의에 대한 필요성이 대두되고 있다 (Postmes & Spears, 2003; Hayne & Rice, 1997; Pinsonneault & Heppel, 1997).

SIDE이론과 GDSS관련 연구들은 그 방법론상에 있어 실험연구라는 공통된 제한점을 내포하고 있는데, 이는 단순히 방법론상의 문제를 넘어, 이론적으로도 미흡하다는 한계가 있다. 기존 연구의 실험을 통한 익명성 연구는 익명성을 제공한 특성만을 중시함으로써 익명성을 이분법적으로만 접근하고 있다.

참여자들의 주관적인 익명성 인식은 관련 기술의 여부와는 별도로 다른 수준을 보일 수 있으며, 연속변수로서 다른 선행요인의 영향을 받을 수 있는데, 이에 대한 가능성이 배제되었다 (McLeod, 1997). 헤인과 라이스 (Hayne & Rice, 1997)는 이에 따라 기술적 익명성 (technical anonymity)와 사회적 익명성 (social anonymity)을 구분하여, 기술적 익명성이 CMC 시스템에 의해 결정되는 커뮤니케이션 환경이라면, 사회적 익명성은 참여자가 메시지 내에 포함된 문체상의 특성으로 저자가 누구인지 식별할 수 있는 능력으로 정의했다. 사회적 익명성은 반드시 기술적 익명성과 일치하지 않음에도, SIDE이론과 GDSS 관련연구들은 이 둘을 동일시하는 맹점을 가지고 있다 (Anonymous, 1998).

둘째, 실험연구를 통해서도 익명성의 다차원적인 개념구조가 충분히 다루어지지 않는 단점이 있다. 즉, 가장 많이 연구되어온 명명적 익명성의 이름이나 사용자 아이디, 시각적 익명성의 외모 (appearance)외에도 개인의 정체 (identity)를 식별할 수 있도록 하는 정보는 다양하다. 막스 (Marx, 1999)는 이러한 정보의 유형을 일곱 가지로 나누어 고찰했는데, 법적 이름 (legal name), 이메일 주소나 홈페이지 주소 등 소재확인 (locatability)을 위한 정보, 법적 이름과

~~주소, 출생일, 귀속지, 직업, (non-traceable pseudonym), 출생지, 귀속지, 약칭, 직업, 성별, 종교, 정치적 성향, 성적 취향, 신체적 특징, 외모, 행동 유형, 커뮤니케이션 패턴, 사회적 범주, 상징적 정보, 행동 유형, 외모, 다차원적인 접근은 각 참여자의 익명성 인식이 시각과도 맥락을 같이한다.~~  
 ym), 개개인의 특징적인 행동 혹은 커뮤니케이션 유형에 (non-traceable pseudonym), 개개인의 특징적인 행동 혹은 커뮤니케이션 유형에 대한 정보 (behavioral or communicative pattern knowledge), 성별이나 직업 등 사회적 범주 (social categorization)를 알려 주는 정보, 전문적인 자격요건을 증명하는 정보 (tools of eligibility)가 포함된다. 실험을 통해, 특정한 정보만 통제하는 방법은 실제 커뮤니케이션 상황에서 다른 유형의 정보를 통제하는 것만 못하다는 점을 간파했다. 예를들어, 매일 출퇴근을 하고 출퇴근을 같이 하는 두 사람의 경우, 서로의 익명성은 완전히 보장되었다고 할지라도, 관찰을 통해 인지된 익명성은 줄어든다. 익명성에 대한 접근은 각 참여자의 익명성 인식이 시각과도 맥락을 같이한다.

론에서도 지적하듯이, 익명성에는 방향성이 있다는 점이다. 자기 익명성 (Self-Anonymity)과 타인 익명성 (Other-Anonymity)의 차이를 구분하는 것은 상대방이 자신의 정체를 식별할 수 있는가에 대한

것이고, 후자는 반대로 본인이 상대방의 정체를 얼마나 알아볼 수 있는가에 대한 것이다. SIDE 이론은 이 구분에 따라 두 가지의 다른 영향과정을 설명한다. 첫째는 타인 익명성이 관계된 인지적 과정 (cognitive process)로서 타인의 정체가 확인불가능할 때, 참여자들은 타인을 소속집단의 특성에 따라 인식하고, 동일 집단내의 소속감은 서로간의 차이점보다는 유사성을 더 인지하도록 하여 매력도나 집단동조 (conformity)를 높여준다. 둘째는 전략적 과정 (strategic process)로서 자기 익명성이 보장된 상황에서는 자신의 행동에 대한 책임의식이 줄어들기 때문에 집단의 규범을 따르려는 성향이 줄어든다 (Lea et al., 2000). 실험연구에서는 이 두 차원을 구분하여 독립적으로 연구할 수 있지만, 실제상황에서는 두 차원이 혼재하고 있으며, 상호작용효과 또한 존재할 것이다.

위의 세 가지 단점을 보완하여, 본 연구에서는 익명성을 인지적 익명성으로 재정의했다. 즉, 인지적 익명성이란, 사이버 공간에서 커뮤니케이션에 참여하는 당사자들이 서로의 정체를 확인하기가 어렵다는 인식이다. 인지적 익명성은 자기 익명성과 타인 익명성의 두 차원으로 나뉘어 지며, 각각의 차원은 이름이나 이메일

을 네 가지로 줄이고, 가지로 나누어 보았다. 된 정보로 막스의 법적 이에 해당된다. 둘째, 제, 성별, 나이, 직업 등 집단의 특성에 따라 고, 네째, 특정 단어의 과 관련된 정보이다. 제공되는 시청각정보로

(Social Information 케이션에서도 대면 체계 (Interpersonal 케이션에 비해 비언어적 이, 그 속도가 느리다는 으로서, 커뮤니케이션을

본 연구에서는 막스가 제안한 일곱 가지 정체성 정보 유형 막스의 분류체계에서 누락된 유형 하나를 추가하여 다섯 첫째, 이름이나 사용자 아이디와 같은 명명적 익명성과 관계 이름, 추적가능한 가명, 추적이 가능하지 않은 가명이 이 이메일 주소나 IP 주소 등 소재적 익명성과 관계된 정보, 세째 개인적 특성보다는 한 개인을 특정집단에 귀속시키고 그 개인의 특성을 유추케 하는 전기적 익명성과 관련된 정보 반복적인 사용이나 글 쓰는 스타일등 문체적 익명성 마지막으로 새로이 추가된 유형은 사진이나 동영상을 통해 시각적 익명성과 관련된 정보가 해당된다.

월터 (Walther, 1992)의 사회적 정보 처리이론 (Social Information Processing)에 의하면, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션에서처럼 서로에 대한 대인적 인식체계 (Epistemology)가 형성되는데, 차이점은 단지 대면 커뮤니케이션 맥락단서 또한 언어적 기호로 바꾸어 전달해야 하기 때문이다. 대인적 인식체계란, 일종의 심상 (mental image)의

통해 확보되는 개인에 대한 정보를 통해 형성된다. 인지적 익명성은, 바로 이 대인적 인식체계가 충분히 형성되지 않은 상태라고 할 수 있겠다. 비언어적 맥락단서의 언어화가 중시되는 문자 중심의 커뮤니케이션 환경은 앞서 분류한 다섯 가지 정체성 관련 정보 유형 중에서 문체적 익명성과 관련된 정보가 갖는 중요성을 시사해 준다.

사회적 정보 처리 이론에서 강조하는 비언어적 단서의 언어화 (verbalization)는 인지적 익명성과 이분법적인 기술적 익명성이 때로는 일치하지 않을 수도 있음을 보여준다. 기술적으로는 익명성이 보장되는 사이버 공간에서도 시간적 여유만 주어진다면, 언어화된 맥락단서를 통해 상대방에 대한 이미지를 형성하고, 그 사람의 정체를 추론함으로써 인지적 익명성이 줄어들 수 있다. 상대방과의 향후 상호작용 가능성이 높을 수록 확보된 단서들을 통한 정체성 탐색은 보다 적극성을 띄게 된다 (Walther, 1994). 대부분의 실험연구들은 상호작용 시간이 극히 짧거나 실험 후에도 만남이 지속될 가능성이 배제되어 있기 때문에 기술적으로 익명성이 보장된 집단의 인지적 익명성이 그렇지 않는 집단보다 높다는 예상이 가능하다. 하지만, 이와는 달리, 사이버 커뮤니티, 특히 온라인 서포트 커뮤니티에서는 기술적 익명성이 인지적 익명성을 반드시 보장한다고 볼 수 없다. 실험연구에서와는 달리, 비슷한 처지에 있는 다른 회원들과의 지속적인 교류가 그 참여 목적이기 때문이다. 지금까지의 논의를 토대로, 본 연구에서는 인지적 익명성과 관련하여 다음과 같은 가설을 제안하였다.

가설 1-1: 인지적 익명성은 자기익명성과 타인익명성으로 이루어지는 계층적 구조(hierarchical structure)를 형성할 것이다.

가설 1-2: 인지적 익명성은 기술적 익명성의 제한을 받지 않을 것이다.

### 3. 사회적 교환이론의 관점에서 본 자기노출

인간행위를 보상 (rewards)와 비용 (cost)으로 설명하는 사회적 교환이론은 대인관계 또한 감수해야 할 비용에 비해 돌아올 보상이 크다고 판단될 때, 지속될 수 있다고 본다 (Thibault & Kelly, 1952). 이 관점에서 볼 때, 자기노출은 보상과 비용을 함께 동반하는 교환가치가 있는 자원 (resources)으로 이해할 수 있다. 자기노출을 사회적 교환이론의 관점에서 접근한 이론에는 불확실성 감소 이론

(Uncertainty Reduction Thoery, URT) (Berger & Calabrese, 1975)과 사회적 침투 이론 (Social Penetration Theory, SPT) (Altman & Taylor, 1973)이 있는데, 두 이론이 CMC 연구에 어떻게 적용되었으며, 이를 근거로 인지적 익명성과의 영향관계를 어떻게 예측할 수 있을지 살펴보도록 하겠다.

#### 1) 불확실성 감소 이론과 자기노출

불확실성 감소이론은 CMC 상의 자기노출을 설명하기 위해 가장 많이 적용된 이론이다. 인간의 커뮤니케이션 행위는 기본적으로 불확실성을 줄이고 예측가능성을 높이려 하는 성향에 따라 이루어지기 때문에, CMC에서와 같이 비언적인 사회적 맥락 단서가 차단된 상황에서는 이를 보충하고자 다양한 정보추구전략을 사용하게 된다 (Tidwell & Walther, 2002) (Ramirez, Walther, Burgoon, & Sunnafrank, 2002). 자기노출은 상호작용적인(interactive) 정보추구전략의 하나로 상호주의원칙 (reciprocity principle)에 입각하여, 상대방이 자신에 대해 이야기하도록 하기 위해 먼저 자신에 대한 정보를 제공하는 것을 이른다. 하지만, 대면 커뮤니케이션 상황과 비교했을 때 CMC 상황에서 자기노출의 정도가 높다는 가설을 검증하기 위한 실험연구들은 세 가지 점에서 그 정의 상관관계를 명확히 보여주고 있지 못 하다.

우선, 위 가설의 근거가 되는, 불확실성이 증가할 때, 자기노출을 비롯한 정보추구행위가 증가한다는 불확실성 감소이론의 세 번째 공리 (axiom)는, 인간의 정보추구동기를 단순화함으로써 그 타당성이 의문시된다는 평가를 받고 있다 (Kellerman & Reynolds, 1990). 불확실성을 감소시키고자 하는 욕구보다는 상대방과의 커뮤니케이션이 긍정적 혹은 부정적 결과를 가져다 줄 것 인지 예측하고자 하는 욕구로 인해 정보추구행위의 동기화가 이루어진다는 것이다 (Sunnafrank, 1986). 전략적인 정보추구행위로서의 자기노출에 적용해 보면, 긍정적인 결과가 예상될 수록 자기노출도 증가한다.

더불어, 실험연구에서 주로 사용되는 내용분석적 접근법에서는, 상호작용적 정보추구전략으로 사용되는 정보추구형 질문에 대한 대답으로서의 자기노출식 대답과 순수한 전략적 차원에서 선행되는 자기 노출에 대한 구분이 이루어지지 않았다 (Tidwell & Walther, 2002). 즉, 평가자들에게 실험참가자들의 CMC 의사소통 기록 중 자기표현적 메시지의 수를 계수하도록 하는 방법은, 전략적

정보추구행위로서의 자기노출을 분리하여 측정하지 못 했다는 단점이 제기된다.

마지막으로, 자기노출은 그 폭 (breath)과 깊이 (depth)로 차원이 구분되는데, 불확실한 상황에서는 폭은 증가할 수 있으나, 깊이는 오히려 감소한다는 점이다. 불확실성 감소이론은, 정보추구전략으로서의 자기노출 이외에도, 커뮤니케이션 내용의 친밀도에서 자기노출과의 관계를 언급하고 있는데, 바로 이 부분이 기존의 불확실성 감소이론을 적용한 CMC 연구에서 간과하고 있는 부분이다. 불확실성이 높아지면 커뮤니케이션 내용의 친밀도 (intimacy)는 떨어지게 되는데 (네 번째 공리) (Berger & Calabrese, 1975), 자기노출의 깊이는 곧 친밀도는 보여준다고 볼 때, 불확실성은 자기노출에 부정적인 영향을 미친다는 가설이 도출된다. 하지만, 기존의 CMC 상의 자기노출에 대한 연구는 대부분 폭 혹은 양 (amount)만을 측정함으로써 깊이와 관련된 가설 검증은 이루어지지 않았다.

정리하면, 사이버 커뮤니티에서의 자기노출 연구에 불확실성 감소이론을 적용하기 위해서는 자기노출의 폭과 깊이를 분리해서 접근해야 하며, 전략적 정보추구행위로서의 자기노출과 단순대답형 자기노출을 구분해야 한다. 또한, 불확실성이 높은 상황에서는 정보추구행위가 높아진다는 세 번째 공리보다는 커뮤니케이션 내용의 친밀도가 낮아진다는 네 번째 공리가 자기노출에 대한 가설을 도출하는데 보다 직접적인 관련성이 있다고 하겠다. 불확실성 감소이론은 직접적으로 명시하고 있지는 않지만, 자기노출을 상호주의 원칙에 입각한 사회적 교환수단으로 보고 있다. ~~다음으로 살펴볼 사회적 침투 이론은 보다 직접적으로 사회적 교환이론의 시각을 적용하고 있다.~~

## 2) 사회적 침투 이론과 자기노출

알트만과 테일러 (Altman & Taylor, 1973)는 인간관계는 사회적 침투 (social penetration)의 증가와 함께 점차 발전한다고 보았다. 다시 말하면, 사람들은 자신에 대한 친밀하고 사적인 정보공개가 늘어남에 따라 상대방을 더욱 가깝게 느끼고, 상대방 또한 자기노출의 정도를 점차 높여갈 것으로 기대한다. 자기노출을 폭과 깊이로 측정이 되는데, 자신에 대한 보다 많은 영역 (폭)에서, 자아개념의 핵심에 보다 가까운 내용 (깊이)을 공개함으로써 사회적 침투의 수준도 점차 높아진다. 사회적 침투는 또한 단계적으로 일어난다. 즉, 일단 일정 수준의 깊이에 도달하면, 각 영역에서 그 단계에 해당하는 정도만큼의 자기정보를 교환한



다음, 다음 단계로 진입한다 (Altman & Taylor, 1973). 사회적 침투의 수준에 영향을 미치는 요인은 관계의 지속을 통해 예상되는 손익(cost-reward)계산이다. 상대방과의 커뮤니케이션이 자신에게 가져다 줄 이익이 손실보다 크다고 판단될 때, 자기노출이 동반하는 위험요인들 - 상대방으로부터의 거절당하거나, 상대방을 당황스럽게 하거나, 자신의 이미지가 왜곡될 우려 등 - 을 감수할 의향이 생기게 된다.

인터넷 상에서 자신에 대한 정보의 공개로 인해 가장 우려되는 위험요인은 사생활 침해일 것이다. 웹사이트를 통해 제공되는 정보나 서비스를 제공받기 위해서는 각 사이트가 의무화하는 회원가입절차를 통해 이름, 주민등록번호, 주소, 전화번호 등 사적인 정보를 공개해야 하는 경우가 대부분이다. 드슈 (DeCew, 1997)는 이를 프라이버시의 정보적 차원 (informational dimension)이라고 정의했다. 한편, 표현적 차원 (expressive dimension)의 프라이버시는 사이버 공간에서 다른 사람으로부터의 방해없이 자기 자신을 자유로이 표현할 수 있는 사생활권을 이른다. 회원가입을 통해 정보적 프라이버시를 포기하는 대신, 표현적 프라이버시를 보장받는다. 하지만, 사이버 커뮤니티에서의 활동이 증가함에 따라, 보다 많은 회원들과의 상호작용이 이루어지면서, 자기노출적 메시지에 대한 다른 회원들의 반응에 점차 민감해 지고, 표현적 프라이버시도 점차 제한을 받게 된다.

온라인 서포트 커뮤니티에서 표현적 프라이버시가 감소될 우려 속에서도 자기노출, 특히, 공적인 자기노출 (public disclosure)을 결정하게 하는 요인은, 비슷한 처지의 다른 회원들로부터 기대되는 사회적 지원 (social support) 때문이다. 다시 말해, 유사한 인생경험을 통해, 자신의 처지를 이해할 수 있는 타자로부터 현재 자신의 상황을 호전시킬 수 있는 정보적 도움이나, 자신의 감정상태에 대해 인정받고 (social validation), 긍정적인 자아개념을 유지할 수 있는 정서적 도움이라는 기대효과가 더 크기 때문에 기꺼이 보다 심층적인 내면의 자아도 다른 회원들과 공유할 수 있게 된다.

### 3) 인지적 익명성과 공적인 자기노출

앞 장의 논의를 바탕으로, 본고에서는 자기노출을 대인관계에서 자신의 필요나 욕구를 충족시키기 위해 사용되는 사회적 매개체 (social medium)로 정의한다 (Foddy, 1984). 특히, 사이버 커뮤니티에서의 특징적인 현상이라 할 수 있는

공적인 자기노출 (public disclosure)은 커뮤니티 내 다른 회원들과의 개별적 접촉을 통한 자기정보의 공개가 아닌, 커뮤니티 전체를 대상으로 한 자기정보의 공개를 뜻한다. 공적인 자기노출은 커뮤니티 내에서의 표현적인 프라이버시의 제한이라는 비용을 가져다 주지만, 다른 한편으로는 정보적 (informational) 혹은 정서적 도움 (emotional support)이라는 보상을 얻기 위한 전략적인 커뮤니케이션 행위라고 할 수 있다. 전략적이라 함은, 자기노출을 의도적인 커뮤니케이션 행위로 봄 (Worthy, Gary, & Kahn, 1969)과 동시에, 당사자의 의향성 (willingness)이 전제되어 있음을 뜻한다.

사이버 커뮤니티 내에서의 공적인 자기노출이 연구자들의 관심의 대상이 되는 이유는 폭이나 양의 차원보다는 깊이의 차원에 있다. 자기 노출과 자아개념에 대한 기존의 연구들은 익명성이 일상적으로는 좀처럼 밝히지 않는 내적 자아 (inner self)에 대해 심층적인 수준에까지 공개가 가능하게 한다고 주장한다 (Bargh, McKenna, & Fitzsimons, 2002; Joinson, 2001; Matheson & Zanna, 1988, 1989; McKenna, Green, & Gleason, 2002). 인터넷 상의 익명성이 자기노출에 미치는 긍정적인 영향은 두 가지 통로를 통해 이루어지는데, 첫째는 사적인 자기 인식 (private self-awareness)의 강조를 통해서이다. 주로 혼자 자신의 방에서 혹은 컴퓨터실의 개인 칸막이 안에서 컴퓨터 스크린을 대면하는 인터넷 사용환경은 머리 속에 저장된 자아관련 정보가 보다 빨리 처리되도록 함으로써 (Wallace, 1999), 일상생활 가운데서는 숨겨져 있던 자아 (hidden self)가 쉽게 드러나게 된다. 둘째는 공적인 자기 인식 (public self-awareness)의 감소를 통해서이다. 익명성은 숨겨진 자아의 부정적인 측면을 공개함으로 인해 있을 수 있는 타인들로부터의 비판적인 반응에 대한 안전망 (safety net)의 역할을 하기 때문에 자기노출의 깊이가 증가한다.

위와 같은 익명성과 자기노출의 깊이 차원 사이의 긍정적인 영향관계는 “열차에서 만난 낯선 사람” (stranger-on-a-train) 현상이라고도 불리는데 (Rubin, 1975), 앞서 고찰한 자기노출은 점층적으로 서서히 증가한다는 사회적 침투 이론과는 상반된다. 처음 만난 사람에게 가까운 친구나 가족에게도 밝히지 못하는 사적인 내용까지도 공개하는 이와 같은 신속형 자기노출 (quick revelation)은 상대방과의 관계를 지속시키고자 하는 의도가 배제된 채, 단순히 격앙된 감정을 해소시켜 심리적인 안정감을 되찾는 것이 주된 목표이다 (Pennebaker, Colder, & Sharp, 1990).

본고는 불확실성 감소이론과 사회적 침투이론을 근거로, 대인관계의 형성 및 유지가 중요한 커뮤니케이션 목표일 경우, 인지적 익명성은 오히려 자기노출의 깊이를 감소시킨다고 보았다. 즉, 인지적 익명성이 높을 경우, 불확실성이 높아지기 때문에, 자기노출적 메시지에 대해 서로에게 어떻게 반응할 지 예측하기가 어려워진다. 상대방이 상호주의의 원칙에 따라 자신에 대한 정보를 공개하거나 상대방으로부터 사회적 지지를 받을 것이란 기대를 할 수 없다면, 자신의 내면적인 자아를 공개하는 것은 공평한 교환관계 (fair exchange)를 보장해 주지 않기 때문에 인지적 익명성은 사이버 공간에서의 자기노출의 깊이를 감소시킨다. 인터넷 이용자들은 사이버 공간이 따뜻하고 우호적이라고 느껴질 때, 보다 사적인 내용까지도 공개하려는 경향이 높아지는데 (Ma, 2003), 익명성은 오히려 차갑고 비우호적으로 인식하게 한다.

가설2: 인지적 익명성이 높아질 수록, 공적인 자기노출은 줄어들 것이다.

#### 4. 온라인 서포트 커뮤니티 -- 사회적 지원에 대한 필요와 집단동일시

사회적 지원 (social support)이란, 개인이 처한 문제 상황이 개선될 수 있도록 주위 사람들이 제공하는 물질적 (tangible), 정보적 (informational), 정서적 (emotional) 도움을 뜻한다 (Cohen, Mermelstein, Kamarck, & Hoberman, 1985; Cutrona & Russell, 1990). 상황에 따라 적절한 사회적 지원의 교환이 이루어지는 대인관계망 (social network)이 형성되어 있는 사람은 자신을 가치있는 존재로

느끼고, 이런 자기 인식 자체가 스트레스를 경감시켜, 현실적인 문제를

충제 (buffer) 역할을 하며, 사회적 지원이 주는 심리적 안정감은  
 미미한 영향을 미친다 (Cohen & Willis, 1985). 때로, 개인이 처한  
 성으로 인해, 오프라인의 대인관계망이 적절한 사회적 지원을  
 경우가 있다. 온라인 서포트 커뮤니티는 대인관계망 내 유사한  
 존재하지 않음으로써, 불충분해진 사회적 지원을 충족시키기  
 이다 (Turner et al., 2001). 대표적인 예는 특정 질병을 앓는  
 들을 위한 커뮤니티이다. 오프라인에서의 사회적 지원이 주로  
 친구 등 강한 유대 (strong tie)에 기초한다면, 사이버 공간에서  
 계는 동일한 문제 상황에 직면해 있다는 것을 제외하면 공통점이

극복해 가는데 완  
 질병치료에도 유익  
 문제 상황의 특수  
 제공하지 못 하는  
 경험을 가진 사람  
 위한 사이버 공간  
 환자와 그 가족들  
 혈연관계나 가까운  
 형성된 사회적 관

존재하지 않는 약한 유대 (weak tie)에 해당한다 (Muncer, Loader, Burrows, Pleace, & Nettleton, 2000). 온라인 서포트 커뮤니티는 약한 유대를 기반으로 하지만, 회원간 상호작용이 지속됨에 따라 그 정서적 유대감은 점차 높아져 오프라인에서의 혈연관계에 못 지 않는 친밀한 관계가 형성되기도 하고, 온라인 상의 관계가 오프라인으로 유입되기도 한다 (Radin, 2001). 오프라인의 사회적 지원망과 비교해 볼 때, 온라인 서포트 커뮤니티에서는 물질적 도움의 교환이 상대적으로 적게 발생한다 (Yun et al., 2004).

현재 처한 문제 상황이 일상생활을 원활히 유지해 가는데 미치는 부정적 영향이 클수록, 혹은 오프라인을 통해 제공되는 사회적 지원이 부족할수록, 개인의 온라인 서포트 커뮤니티에 대한 집단동일시의 정도가 높아진다. 집단동일시 (group identification)이란 개인이 집단에 대해 느끼는 인지적, 감정적 일체감을 말한다. 인지적 일체감은 사회적 범주화에 의해 자신 및 타인 인식에 특정 범주 - 예를 들면, 같은 질병으로 고통받고 있다는 - 의 중요성이 강조됨으로써 형성된다. SIDE 이론의 용어에 따르면 사회적 정체성 (social identity) 이 강화되는 것이다. 감정적 일체감은 집단에 대해 가지고 있는 호의적인 감정상태를 말한다. 온라인 서포트 커뮤니티는 인지적, 감정적 일체감에 의한 공동운명체 집단 (common identity group)에 해당한다 (Postmes & Spears, 2000; Sassenberg, 2002). 자신과 타인을 같은 사회적 범주에 분류하여, 서로간에 차이점보다는 유사점을 더 인식하면, 이를 바탕으로 한 집단선호도도 증가한다 (Lea, Spears, & de Groot, 2001). 따라서, 집단동일시는 증가된 유사성으로 인해 인지적 익명성을 감소시키며, 집단선호도로 인해 온라인 서포트 커뮤니티에서의 공적인 자기노출을 증가시킬 것이다.

가설3: 오프라인에서 사회적 지원에 대한 필요를 높게 인식하는 회원들이 그렇지 않은 회원들보다 집단동일시의 정도가 높을 것이다.

가설4: 집단동일시의 정도가 높은 회원들이 그렇지 않은 회원들보다 인지적 익명성의 정도가 낮을 것이다.

가설5: 집단동일시의 정도가 높은 회원들이 그렇지 않은 회원들보다 공적인 자기노출의 정도가 높을 것이다.

본고는 연구가설 2 에서 5를 근거로, 그림 1과 같은 연구모델을 제안하였다.

## 5. 연구 방법

### 1) MissyUSA, 미국에 거주하는 한인 기혼 여성들을 온라인 서포트 커뮤니티

본 연구는 미국에 거주하는 한인 기혼 여성들을 위한 커뮤니티인 MissyUSA ([www.missyusa.com](http://www.missyusa.com)) 에서 온라인 서베이를 통해 자료를 수집했다. 2000년 11월 한 상업적 커뮤니티 포털에서 시작된 MissyUSA는, 2005년 7월 현재 등록된 회원수가 약 6만 명에 이른다. 현재 혹은 6개월 이내 미국에 거주할 계획이 있는, 기혼 여성 및 결혼 경력이 있는 여성을 대상으로 하며, 대부분 남편이나 자신이 유학생이거나 미국에서 직장을 갖고 있는 여성들로, 미국인과 결혼을 하여 미국에 거주하는 여성들도 포함한다. 국적보다는 한국어 사용이 가능한 한국문화권에 뿌리를 둔 여성이면 참여가 가능하다. 비동시적 (asynchronous) 채널인 전자게시판 (bulletin board system)을 기본으로 한 보탈 (vortal)로서, 6개의 주요 섹션 (Talk Lounge, Healthy Beauty, Home & Food, Motherhood, US Info, Town Zone) 마다 10여 개에서 20여 개의 전자게시판들로 구성되어 있다.

MissyUSA는 특정 질병을 중심으로 한 커뮤니티는 아니지만, 미국 전역에 흩어져 있는 회원들이 정보적, 정서적 지원을 나눌 수 있도록 사이버 공간을 제공하는 온라인 서포트 커뮤니티에 해당된다. 갑자기 아이가 아플 때, 한국서 즐기던 맛을 재현하고 싶을 때, 여행이나 상품구입에 대한 정보가 필요할 때, 한국에 있는 가족들이 그리울 때, 외국인으로서 차별적 대우를 받거나 법률상의 문제가 발생했을 때, 적절한 영어표현을 모를 때 등등 낯 설은 외국 땅에서 갖가지 어려움에 부딪혔을 때, 같은 처지에 있는 다른 회원들의 경험적 지식을 바탕으로 한 조언과 격려는 큰 도움이 된다. 한국문화, 미국거주, 기혼여성이라는 공통분모는 회원들 사이에 “우리끼리” 라는 공동체의식과 “MissyUSA이니까” 라는 신뢰도 (trust) 와 충성도 (loyalty)를 높여준다.<sup>1</sup> 특히, 익명방을 통해 공개되는 자기노출적인 글들은 때로 누구에게도 말 못 할 고민들을 포함한다. 회원들은 역지사지의 마음으로 격려의 답글을 보내기도 하지만 사안에 따라서는 따끔한 충고도 이루어진다.

---

<sup>1</sup> MissyUSA 운영자와의 인터뷰에 근거한 내용임.

## 2) 조작적 정의

연구가설 및 모델에서 제안된 각 변인에 대한 조작적 정의는 기존의 관련 문헌을 토대로 설문 데이터가 수집된 MissyUSA의 특성에 맞게 수정 보완하거나 연구자가 임의로 개발했다. 사전조사는 MissyUSA의 회원으로 1년 이상 활동해왔고, 일주일에 2번 이상 MissyUSA를 방문하는 8명의 회원들을 대상으로 행해졌다. 이들은 모두 양적 연구방법론에 대한 기본적인 이해를 갖춘 석사 또는 박사과정에 재학 중인 학생들로 이루어졌다. 내용 타당도 검증을 위한 사전조사는 카드분류방식을 채택했다. 사전조사 참가자들로 하여금 측정항목이 적힌 카드들을 변인의 개념적 정의에 따라 분류하도록 한 후, 분류된 측정항목이 각 변인을 측정하는데, 어느 정도로 적절하고 유용할 것 인지를 7점 척도<sup>2</sup>에 따라 평가하고 부적절하다고 판단된 항목에 대해서는 구체적인 의견을 기록하도록 했다. 이와 같은 절차를 통해 적절치 않다고 판단된 항목은 수정하거나 제외시켰다.

인지적 익명성을 구성하는 하위개념인 자기익명성과 타인익명성은 각각 13개의 문항으로 측정했다. 13개의 문항에는 명명적 익명성과 관련된 2개 문항, 소재적 익명성과 관련된 2개 문항, 전기적 익명성과 관련된 6개 문항, 대화체 익명성과 관련된 2개 문항, 그리고 시각적 익명성과 관련된 1개 문항이 포함되었다 (표 1). 기술적 익명성은 설문참가자가 가장 자주 방문하는 전자게시판이 익명방 혹은 실명방인가로 측정했다. 공적 자기노출을 측정하기 위해서는, 휠리스(Wheelless)의 Revised Self-Disclosure Scale (Rubin, Palmgreen, & Sypher,

1994)의 10개의 문항을 (positive and negative) 5개의 긍정적 문항과 5개의 부정적 문항으로 나눈다.

에서 사용된 항목들을 본 연구의 표본에 맞게 재구성한 5개 문항이 사회적 지원에 대한 필요는 정보적 차원과 정서적 차원으로 나누어 집단동일시는 애로우-카리니 (Henry, Arrow, & Carini, 1999)의 참고로 개발한 3개 문항을 포함시켰다.<sup>4</sup> 설문조사 참가자들은 각 '정말 그렇다'에서 '전혀 그렇지 않다'의 7점 척도로 답변했으며 각 신뢰도 검사결과는 부록 1에 제시된 바와 같다.

negative) 차원으로 사용되었다. 측정했다.<sup>3</sup> 집단동일시를 항목에 대해 '전혀 그렇지 않다'에서 '정말 그렇다'의 7점 척도에 대한 신

치 않다; +3, 매우 적절하다  
, 두 번째 요인에 적재된 문항은 2개 뿐이었으며, 지수-항목간의 상관관계가 매우 낮아, 이후 모든 분석은 이 둘을 제외한 나머지 5개 문항만을 사용하여 집단동일시의 구분 없이 이루어졌다.  
함된 3개 문항 외에 2개의 역코딩 문항도 포함되었으나 신뢰도 검사 결과가 낮아 제외되었다.

<sup>2</sup> -3, 전혀 적절치 않다; +3, 매우 적절하다  
<sup>3</sup> 요인분석 결과, 두 번째 요인에 적재된 문항은 2개 뿐이었으며, 지수-항목간의 상관관계가 매우 낮아, 이후 모든 분석은 이 둘을 제외한 나머지 5개 문항만을 사용하여 집단동일시의 구분 없이 이루어졌다.  
<sup>4</sup> 최종적으로 포괄적 집단동일시와 크론바하 알파값

### 3) 통제변인

본 연구는 인지된 커뮤니티 회원수를 인지적 익명성에 대한 중요한 통제변인으로 보았다. 커뮤니티 회원수는 무임승차 (free-riding) 나 사회적 태만 (social loafing) 등 회원들의 커뮤니티 활동 참여도에 중요한 영향을 미치는데, 회원수가 많아질 수록 회원들간의 개별적 상호작용 및 커뮤니티 활동에 참여할 수 있는 기회는 줄어들기 때문이다 (Butler, 2001). 인간의 정보처리능력은 제한적이기 때문에 회원수가 많아질 수록 회원 개개인과의 상호작용을 통해 정체성을 확인하기 위한 정보를 얻기란 그만큼 어려워 진다. 따라서, 인지된 커뮤니티 회원수는 익명성 인식에 부정적인 영향을 미치게 된다. 인지된 커뮤니티 회원수는 응답자가 예상하는 하루 평균 MissyUSA 방문 회원수로 측정했다.<sup>5</sup> 왜도 (skewness) 검사 결과, 정규분포를 벗어나, 로그함수로 값을 치환했다 (log transformation).

### 4) 자료수집

본 연구는 제안된 가설 및 모델을 검증하기 위한 실증적 자료를 수집하기 위해 온라인 서베이 방법을 사용했으며, 조사는 2005년 6월 22일부터 7월 3일까지 12일간 실시되었다. 설문 참가자 모집을 알리는 배너광고가 MissyUSA의 메인 페이지에 올려졌으며, 비회원의 참여를 배제시키기 위해서 로그인 한 후에만 배너광고가 뜨도록 했다. 로그인 한 후, 배너광고를 클릭하면 연구참가동의서 페이지로 이동되고, 참가의사를 밝힌 참가자에 한하여, 설문이 시작되었다. 마지막 설문 문항에 답변한 뒤, 참가자들은 미답변 문항 번호가 기재된 최종 확인 페이지를 통해 미답변 문항에 응답하거나 이미 응답한 내용도 바꿀 수 있는 기회가 주워졌다.<sup>6</sup> 총 301명의 회원이 설문에 참여했으며, 설문참가자에게는 미화 5불 상당의 온라인 상품권이 참가자가 자발적으로 제공한 이메일 주소로 발송되었다. 조사기간 중 설문 참가자 모집 배너광고에 노출된 회원수가 알려지지 않아

<sup>5</sup> 천 명단위로 제시된 카테고리에 따라 응답이 이루어졌다. 설문참가자들에게 직접 예상하는 회원수를 기입하도록 하는 개방형 질문보다 신뢰도가 높을 것으로 판단했다.

<sup>6</sup> 설문참가자들이 특정 문항에 답변을 원하지 않는 경우, 그대로 설문지를 제출할 수 있으며, 이 경우에도 온라인 상품권은 발송되었다.

응답률은 산출할 수 없었다. 각 설문 항목 당 결측치 (missing value)가 차지하는 비율이 5 퍼센트를 넘지 않아, 결측치는 평균값으로 대체되었다. 설문 참가자들의 인구학적 특성은 부록 2와 같다.

## 6. 연구 결과

### 1) 분석절차

가설 1-1의 검증을 위해서는 인지적 익명성 측정 항목들에 대한 탐색적 요인 분석 (Exploratory Factor Analysis, EFA)과 확인적 요인 분석 (Confirmatory Factor Analysis, CFA)을, 가설 1-2의 검증을 위해서는 독립표본 T-검정이 실시하였다. 가설 2, 3, 4, 5 및 연구 모델은 Amos 4.0 프로그램을 이용하여 구조방정식 모형을 검증하는 방법을 채택했다. 측정모델과 구조모델을 구분하여 검증하는 2단계 접근법을 채택하였으며, 구조모델 검증시, 인지적 익명성의 하위개념을 지수화하여 개별 측정변수로 취급하는 방법을 사용했다. 또한, 기술적 익명성에 따른 다중집단분석을 토대로 익명방과 실명방에 따른 최적 모델을 제시하고자 사후분석을 실시하였다.

### 2) 인지적 익명성의 요인 분석

각 13개의 자기익명성과 타인익명성 측정문항에 대해 사교회전방법 (Oblimin rotation method)을 이용한 EFA를 실시한 결과, 아이겐 값이 1.0 보다 큰 5개의 요인이 추출되었다. 총 66.3 퍼센트의 변량이 이 요인들로 설명되었다. 적재치가 .40 보다 낮거나 교차적재된 문항 5개를 제외한 후, 재분석한 결과 총 61.2 퍼센트의 변량을 설명하는 3개의 요인이 추출되었다 (표 1). 이는 첫 번째 EFA에 의한 scree plot이 제시하는 최적의 요인수와도 일치한다.

두 번째 EFA에서 적재치가 .40 보다 낮게 나온 항목 1개를 제외한 3개 요인, 20개 문항에 대해 최대가능도 추정법 (Maximum Likelihood Estimation)을 사용한 2단계 CFA를 실시했다. 모델의 적합도 지수는  $\chi^2$  를 자유도로 나눈 normed  $\chi^2$  값이 5.481, comparative fit index (CFI)가 .954, normed fit index (NFI)가 .945, nonnormed fit index (NNFI)가 .942, 그리고 root mean square error of



approximation (RMSEA)가 .122로 normed  $\chi^2$  와 RMSEA 값에서 적합도가 인정되지 않았다.<sup>7</sup> 따라서, 요인 적재치가 낮게 나온 항목 2개를 추가로 제외시킨 후, 오차간 상관성에 대한 수정지표 (modification)에 근거하여, 4개의 오차간 상관성을 인정하는 경로를 모델에 추가했다 (표1). 그 결과, normed  $\chi^2$  가 2.926, RMSEA가 .80으로 적합성이 인정되었다.

최종 모델에 대한 수렴 타당도 (convergent validity)와 판별 타당도 (discriminant validity) 검증결과, 모든 개별 측정치의 값이 .60 이상이며 동시에 잠재변인과 유의하게 연결되었다. 또한, 평균분산추출값 (average variance extracted, AVE)이 .50을 초과하고 구성신뢰도 (construct reliability, CR) 또한 .80을 넘음으로써 수렴 타당도가 검증되었다. AVE 값 모두가 가장 높은 잠재변인 간 상관지수의 곱을 초과함으로써 잠재변인들이 서로 각기 다른 구조를 이루고 있는 것으로 나타나 변인간 판별성 역시 검증되었다.

결론적으로 2개의 하위 개념에 의한 계층적 구조를 예측한 가설 1-1은 부정되었다. 각 요인별로 적재된 문항들을 살펴보면, 첫 번째 요인에는 자기의명성에 해당하는 문항 중에서 명명적 의명성, 소재적 의명성, 전기적 의명성과 관련된 문항들이, 그리고, 두 번째 요인에는 전기적 타인의명성에 해당하는 문항들이 포함되었다. 세 번째 요인은 자기의명성과 타인의명성을 구분하지 않고, 대화체 의명성에 해당하는 요인들로 구성되었다. 이에 첫 번째 요인은 자기 의명성, 두 번째 요인은 타인 의명성, 세 번째 요인은 대화체 의명성이라 지칭했다. 가설 1-1은 그 유의미성이 완전히 부정되었다기 보다 대화체적 의명성이 따로 독립된 형태의 구조를 보임으로써 부분적으로나마 지지되었다고 할 수 있겠다. 그 외에도, 시각적 의명성에 해당되는 문항이 첫 번째와 두 번째 요인 모두에서 제외된 점과 전기적 타인의명성 관련 문항들로만 구성된 두 번째 요인에서 상위 잠재변인이라 할 수 있는 인지적 의명성으로의 적재치가 .50로서 나머지 두 적재치 (각 .84, .81)에 비해 낮게 나온 점이 주목할 만 하다.

### 3) 기술적 의명성과 인지적 의명성

<sup>7</sup> CFI, NFI, NNFI는 .90 이상일 때 (Bentler, 1990), normed  $\chi^2$  는 3보다 작을 때 (Kline, 2004), RMSEA는 .08보다 작을 때 (Hu & Bentler, 1999)를 적합도 인정 기준으로 보았다.

기술적 익명성에 따른 인지적 익명성의 차이를 살펴보기 위한 T-검정 결과, 익명방과 실명방에 따른 인지적 익명성의 평균값은 차이를 보이지 않음으로써 (실명방,  $M = 78.000$ ,  $SD = 21.535$ ; 익명방,  $M = 77.485$ ,  $SD = 18.867$ ),  $t(91.021) = 1.888$ ,  $p = ns$ . 가설 1-2가 지지되었다. 인지적 익명성이 차이를 보이지 않았음에 비해, 공적인 자기노출에 대해서는 유의미한 차이를 보여 자주 방문하는 전자게시판이 익명방일 때, 공적인 자기노출의 경향이 더 높은 것으로 나타났다 (실명방,  $M = 28.692$ ,  $SD = 12.911$ ; 익명방,  $M = 32.800$ ,  $SD = 11.728$ )  $t(95.061) = -2.315$ ,  $p < .05$ .

#### 4) 연구 모델의 검증

우선, 측정모델의 검증을 위해 인지적 익명성의 세 가지 하위개념을 지수화하여 축소된 모델을 구성하였다. 계층적 구조를 이루고 있는 인지적 익명성은 통계처리를 위해 그 변량이 1로 고정되었기 때문에 (Kline, 2004), 내생잠재변인 (Endogenous Latent Variable)으로서 다른 변인으로부터의 경로가 추가될 수 없다. 따라서, 하위개념을 지수화한 부분적 통합모형으로 이와 같은 문제를 해결하도록 하였다.

측정모델 분석결과, 여러 개의 측정변인들이 특정 잠재변인으로 적절히 수렴됨과 동시에 서로 각기 다른 구조를 이루고 있는 것으로 나타나, 수렴 타당도와 판별 타당도 모두 검증되었다. 모델의 적합도 또한, normed  $\chi^2$  가 2.162, CFI가 .981, NFI가 .965, NNFI가 .977, RMSEA가 .062로 인정되었다.

앞서 제안된 가설을 기초로 구조모델을 구성한 후, 적합도 검증결과, normed  $\chi^2$  가 2.352, CFI가 .988, NFI가 .980, NNFI가 .984, RMSEA가 .067로 적합도가 인정되었다. 그러나, 이러한 적합도 분석만으로 연구모델이 최적이라는 결론을 내리기에는 무리가 있다. 이 연구모델을 대체할 수 있는 다른 모델이 더 높은 적합도를 보일 수 있는 가능성을 배제할 수 없기 때문에 다른 경쟁모델과의 비교 분석을 통해 최선의 모델인지를 평가해야 한다. 여러 가능한 경쟁모델 중에서, 세 가지 모델을 연구모델과 비교 분석하였다. 연구모델에서는 사회적 지원에 대한 필요가 집단동일시를 통해 인지적 익명성과 공적인 자기노출에 간접적인 영향만을 미치다고 보았는데, 집단동일시를 거치지 않은 직접적인 영향 또한 미치는지를 알아 보기 위해서, 경로를 추가하면서 단계적  $\chi^2$  검증을 실시하였다. 실시 결과, 인지적 익명성으로의 경로가 추가된 수정모델이 세 모델 중 가장 적합한 것으로

입증되었다 (표 2).

연구모델 및 수정모델을 통한 검증 결과, 가설 2, 3, 4, 5 모두 지지되었다. 사회적 지원에 대한 필요에서 집단동일시 (가설 3,  $\beta = .36, p < .01$ ), 동일시에서 인지적 익명성(가설 4,  $\beta = -.27, p < .01$ ), 동일시에서 공적 자기노출 (가설 5,  $\beta = .34, p < .01$ ), 인지적 익명성에서 공적 자기노출 (가설 5,  $\beta = -.17, p < .01$ )로의 경로에서 유의성이 인정되었다 (수정모델에 따른 수치임) (표 3). 한편,

수정된 모델은 전향도에서는 각각 직접적 경로를 나타내지만, 집단동일시, 인지적

익명성, 공개적 자기노출에 이르는 세 경로의 설명력이 각각 13 퍼센트, 17 퍼센트, 18 퍼센트에 그쳤다 (그림 2).

#### 5) 기술적 익명성에 따른 다중집단분석

연구모델 보다 개선된 적합도가 인정된 수정된 모델이 익명방과 실명방에도 각각 동일하게 적용가능한지를 검토하기 위해, 기술적 익명성에 따른 다중집단분석을 실시하였다. 단계적  $\chi^2$  검증을 통한 분석결과, 두 집단에서 측정일관도 (measurement invariance)가 입증되었고, 집단동일시에서 공적 자기노출, 인지된 커뮤니티 회원수에서 인지적 익명성에 이르는 두 경로의 크기를 동일하게 볼 수 있음이 밝혀졌다 (표4 - 모델 7) (normed  $\chi^2 = 1.707$ , CFI = .987, NFI = .971, NNFI = .983, RMSEA = .050). 이 두 경로와 모든 지수-항목간 상관관계를 익명방과 실명방 두 집단에서 동일하게 고정시킨 후, 나머지 경로의 크기 및 유의미성을 살펴본 결과, 익명방에서는 모든 경로가 유의미했지만, 실명방에서는 사회적 지원에 대한 필요에서 인지적 익명성을 거쳐 공적 자기노출에 이르는 두 경로가 유의미하지 않았다. 유의미한 경로만을 중심으로 두 집단을 비교해 보면, 우선 익명방에서와는 달리 실명방에서는 인지적 익명성이 공적 자기노출에 영향을 미치지 않았으며, 실명방에서는 사회적 지원에 대한 필요가 집단동일시를 거쳐 간접적으로 인지적 익명성에 영향을 미친 반면, 익명방에서는 직, 간접적인 경로 모두 유의미했다 (그림 3).

#### 7. 결론

본 연구는 사회적 교환이론의 관점에서 인터넷 익명성이 자기노출에 미치는



조절했는데, 인간은 자기표현과 자기보호, 개방성과 폐쇄성, 자기노출과 사생활권 보호라는 변증법적인 긴장 가운데 대인관계를 관리한다는 주장을 실증적으로 보여주었다 (Baxter, 1990). 익명방과는 달리 실명방에서는 인지적 익명성이 더 이상 공적인 자기노출에 영향을 미치지 않고, 전체 커뮤니티에 대해 갖는 일체감만이 영향을 미쳤다. 직접적으로 측정하지는 않았으나, 커뮤니티에 대한 집단속속의 인식이 높아지면서, 본인이 커뮤니티에 기여할 바가 있다고 판단된 경우

자신의 메시지에 대한 다른 회원들의 응답 여부 가능성과 무관하게, 본인에 대한 이야기도 깊이 있게 나누는 것이다. 이와 같은 경향은 익명방보다는 실명방에서 커뮤니티의 회원으로서의 자기인식이 부각됨을 보여줌으로써, 익명성이 사회적 정체성을 증가시킨다는 SIDE 이론과는 상반되는 양상을 나타냈다. 자신에 대한 부정적인 내용일지라도, 다른 회원들에게 도움이 된다면 기꺼이 공개가 가능하다는 커뮤니티 중심적 태도는 특히, MissyUSA와 같은 온라인 서포트 커뮤니티에서 두드러지는 규범적인 가치로서, 회원 개인의 평판 (reputation)을 높여주기 때문에, 실명방에서 더욱 드러나게 되는 것이다.

셋째, 인지적 익명성이 자기 익명성과 타인 익명성 이외에도 대화체 익명성이란 별도의 차원을 포함한 점은 문자 위주의 인터넷 커뮤니케이션 상황을 고려할 때, 당연한 결과라 하겠다. 글 쓰는 스타일이나 자주 쓰는 표현을 통해 익명방일지라도, 자신의 정체성이 밝혀질 수 있으며, 상대방이 누구인가에 대한 단서를 확보할 수 있음이 커뮤니티 내 회원들에게 잘 이해되고 있음을 반증한다. 더불어, 타인 익명성이 자기 익명성과 대화체 익명성보다 인지적 익명성에 낮게 적재됨으로써, 개인의 익명성 인식에 자기 익명성이 상대적으로 중요함을 보여주었다. 이와 같은 편향성은, 자기 익명성을 구성하는 정체성 정보 유형에 포함되었던 명명적, 소재적 익명성 관련 문항들이 타인 익명성에는 포함되지 않은 것과도 일치하는 결과이다. 즉, 커뮤니티 회원들은 그만큼 자기 익명성에 대해 타인 익명성 보다 민감하게 반응하고 있다고 하겠다. 마지막으로, 다섯 가지 정체성 정보 유형 중 시각적 익명성 관련 문항은 어느 요인에도 포함되지 않았는데, MissyUSA가 전자게시판을 통해 이루어지는 문자 중심의 비동시적 매체이기 때문인 것으로 보여진다. 커뮤니티의 기술적 환경이 달라지면, 시각적 익명성이 갖는 중요성도 증가할 것이다.

위와 같은 이론적 시사점에도 불구하고, 본 연구는 자료수집 및 분석에 있어 몇 가지 제한점이 제기된다. 첫째, 익명성을 인지적 익명성으로 재정의함에 따른

횡단적인 (cross-sectional) 설문조사가 갖는 인과관계의 불명확성을 지적할 수 있겠다. 인지적 익명성이 공적인 자기노출에 영향을 미칠 수도 있지만, 반대로 공적인 자기노출이 익명성 인식에 영향을 미칠 수도 있다. 현재로서는 후자의 경쟁가설을 부인할 수 없고, 인과관계를 명확히 하기 위해서는 종단적인 (longitudinal) 설문조사 설계가 필요하다. 둘째, 각각 두 개씩의 하위개념으로 구성되었던 사회적 지지에 대한 필요 (정보적, 정서적) 및 집단동일시 (인지적, 감정적)를 요인 분석 및 신뢰도 검사결과 낮은 상관관계를 보인 문항을 제외한 후, 일차원적인 개념으로 측정할 수 밖에 없었던 점도 본 연구의 한계이다. 특히, 집단동일시 척도 중에는 항목-지수간의 상관관계가 .42 에 그치는 문항도 포함되어 있었다. 셋째, 표본의 대표성 또한 의문시된다. 설문참가자의 80 퍼센트가

문일수가 4일 이하의 회원들의  
속이, 여성 전용 커뮤니티에서  
대졸 혹은 대학원졸 이상의  
포트 커뮤니티에 적용시키기에

을 가능성도 배제할 수 없다.  
의미성이 인정되었지만, 인지적  
20 퍼센트 이하인 점이 그러한  
위한 변인으로는 인터넷 자아  
(Jaffe & Gregg, 2001) 혹은 사이버  
community) (Jaffe, Lee, Huang, &  
인으로는 회원들의 커뮤니티에  
(Joinson & Paine, 2005, in  
등이 유용할 것으로 생각된다.  
, 인터넷 사용시 생기는 기술적  
커뮤니티에도 참여해 본 경험이  
간에서 상대방의 반응을 보다 잘  
관서를 보다 민감하게 탐지할 수  
또한, 실제 생활에서 느끼는  
가 하는 욕구는 인터넷 사용량을

12일간이었음을 고려해 볼 때, 주당 MissyUSA 방  
비율이 낮게 표집되었음을 알 수 있다. 더욱  
설문조사가 실시되었고, 거의 대부분의 응답자가  
학력을 가지고 있어, 연구결과를 다른 온라인 서  
무리가 있다.

연구모델의 구성상, 중요한 변인이 누락되었  
최종적으로 채택된 수정모델이 그 적합도에서는 유  
익명성과 공적인 자기노출에 대한 설명력이 모두  
가능성을 시사한다. 인지적 익명성을 설명하기  
효능감 (Internet Self-Efficacy) (LaRose, Eastin,  
커뮤니티 경험도 (Familiarity with Online Comm  
Oshaga, 1999)등이, 공적인 자기노출을 위한 변  
대한 신뢰도 (trust) (Blanchard & Markus, 2004  
press), 외로움이나 우울증 (LaRose et al., 2001)  
즉, 인터넷을 통해 자신이 원하는 목적을 이루거나  
문제를 해결하는데 자신이 있는 사람, 다른 사이버  
있는 사람은 그렇지 않은 사람에 비해 사이버 공간  
예측할 수 있고, 문자 메시지 속에 포함된 정체성  
있기 때문에 익명성 인식에도 영향을 줄 것이다.  
외로움이나 우울증을 사이버 공간에서 해소시키고자

증가시키게 되고, 사이버 공간에서의 활동시간이 많아지면서 인지적 익명성 또한 줄어들 가능성이 커질 것으로 예상된다.

본 연구는 여성 전용 커뮤니티를 대상으로 했음에도, 여성주의적 시각을 반영한 변인들을 포함시키지 못한 한계점도 안고 있다. 여성 전용 사이버 커뮤니티는 현실세계에서 억압되어 왔던 여성들의 목소리를 대변할 수 있는 대안적 공간으로서 주목을 받아왔다 (김경희와 박지윤, 2005; 김유정과 조수선, 2001). 여성들은 여성만을 회원으로 한 커뮤니티가 자신들의 자아정체감을 확인시켜주며, 폭 넓은 대인관계를 형성, 유지하고, 필요한 정보를 제공받는데 남녀 모두를 대상으로 한 커뮤니티보다 더욱 유용하고, 나아가 보다 솔직한 자기 표현이 가능한 공간으로 보고 있다. 남녀공존공간이 현실세계의 성 이데올로기를 그대로 반영하는 반면, 여성전용공간은 현실세계에서 비주류로서 불평등을 감수할 수 밖에 없는 여성 자신이 주체가 되어 이루어지는 해방적 공간인 것이다. 여성전용공간에서 느끼는 의사소통만족도 (communication satisfaction)는 익명성 인식 및 공적인 자기노출 모두에 중요한 변인이 될 것으로 생각된다.

온라인 서포트 커뮤니티가 개인의 심리적 안정과 신체적 건강에 미치는 긍정적인 영향에도 불구하고, 아직 우리나라에서는 이에 대한 커뮤니케이션적 접근이 미비했다. 외국의 연구사례를 보면, 특정 질병별로 커뮤니티에 등록된 글에 대한 내용분석적 접근이나, 회원들을 대상으로 한 설문조사를 통해 사이버 공간에서의 커뮤니케이션 행위가 주는 심리적 유익에 대한 연구가 활발히 이루어져 왔다 (예를 들면, Rodgers & Chen, 2005). 인터넷이 우리 사회에 미치는 부정적인 영향에 치중된 그 간의 연구 경향으로 온라인 서포트 커뮤니티에 대한 학문적 관심이 상대적으로 축소된 것으로 보인다. 학문적 관심의 결여에 반해, 우리나라에서도 커뮤니티 포털을 통해서 혹은 독립적인 보탈로서, 자생적으로 혹은 관련 단체의 후원을 통해, 비영리를 표방하거나 혹은 상업적 목적을 동반하여, 필요한 사회적 지원의 교류를 증진시키기 위한 다양한 온라인 서포트 커뮤니티들이 존재한다. 사이버 공간에서의 익명성과 자기노출에 대한 이해를 넓히기 위해 앞서 언급한 변인들을 고려한 후속연구와 함께 온라인 서포트 커뮤니티에 대한 후속연구도 이루어져야 할 것이다.

표1. 인지적 익명성의 요인분석 결과

경로 (2차요인) 문항 (1차요인)	EFA			CFA			
	요인 1	요인 2	요인 3	평균	표준 오차	표준화 계수	임계수준 (C.L.)
<u>2차 요인</u>							
요인 1에서 인지적 익명성						.793	11.370
요인 2에서 인지적 익명성						.493	7.506
요인 3에서 인지적 익명성						.862	15.077
<u>1차 요인</u>							
(SA) 사용자 아이디	.770			4.412	1.803	.670	11.864
(SA) 이름	.748			4.243	1.899	.630	11.033
(SA) 직업	.732			4.286	1.698	.686	12.183
(SA) 이메일 이나 홈페이지 주소	.726			4.472	1.776	.773	14.061
(SA) 나이	.700			4.096	1.635	.791	°
(SA) 가계수입	.658			5.096	1.461	.657	11.980
(SA) 교육	.650			4.286	1.542	.635	11.107
(SA) IP 주소	.637			4.663	1.818	.714	12.797
(OA) 결혼여부		-.858		3.580	1.676	.802	17.533
(OA) 직업		-.854		4.116	1.575	.882	°
(OA) 교육		-.815		4.123	1.585	.820	18.229
(OA) 나이		-.781		3.993	1.542	.796	17.331
(OA) 가계수입		-.702		4.468	1.594	.700	14.684
(OA) 취미나 관심사		-.644		3.794	1.550	.700	14.147
(SA) 자주 사용하는 표현			.879	4.781	1.701	.601	11.701
(OA) 자주 사용하는 표현			.856	4.631	1.712	.634	12.607
(OA) 글 쓰는 스타일			.681	4.385	1.666	.905	21.760
(SA) 글 쓰는 스타일			.634	4.219	1.688	.927	°
(OA) 사용자 아이디			.603	b			
(OA) IP 주소			.525	b			
(OA) 이름			a	b			

(SA) 다른 회원들이 나의 ..... 을 알아 볼 것 같다.

(OA) 나는 어떤 회원들의 ..... 을 알아 볼 수 있다.

모든 문항은 역코딩 후 분석되었음.

a. 적재치가 .40 이하의 값으로 해석의 용이성을 위해 포함시키지 않았다.

b. 적재치가 낮아 사후 분석에서 제외되었음.



표2. 연구모델의 단계적  $\chi^2$  검증을 통한 수정

Model	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	$\chi^2_{diff}$	Df <sub>diff</sub>	CFI	NFI	NNFI	RMSEA
연구모델	268.081	114	2.352			.988	.980	.984	.067
수정모델1 <sup>a</sup>	261.081	113	2.310	7.012*	1	.989	.980	.985	.066
수정모델2 <sup>b</sup>	264.980	113	2.345	3.113	1	.988	.980	.984	.067
수정모델3 <sup>c</sup>	258.043	112	2.304	3.038	1	.989	.981	.985	.066

- a. 수정모델 1: 사회적 지원에 대한 필요-인지적 익명성 간 경로 추가, 연구모델과의 비교 \*  $p < .001$   
b. 수정모델 2: 사회적 지원에 대한 필요-공적인 자기노출 간 경로 추가, 연구모델과의 비교  
c. 수정모델 3: 두 경로 모두 추가, 수정모델 1과의 비교

표3. 연구가설의 검증

가설	경로	가설방향	연구모델		최종수정모델		가설검증
			표준화계수	C.R.	표준화계수	C.R.	
가설 2	PA - OPD	+	.358	4.127	.375	4.242	채택
가설 3	NS - GI	-	-.274	-3.213	-.362	-4.112	채택
가설 4	GI - PA	+	.344	3.972	.340	3.973	채택
가설 5	GI - OPD	-	-.166	-2.393	-.153	-2.182	채택

NS, 사회적 지원에 대한 필요; GI, 집단동일성; PA, 인지적 익명성; OPD, 공적 자기노출

표4. 기술적 익명성에 따른 다중집단분석

모델	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	$\chi^2_{diff}$	df <sub>diff</sub>	CFI
단일집단분석						
실명방	162.542	113	1.438			.981
익명방	231.568	113	2.049			.989
다중집단분석						
기본모델	394.993	226	1.748			.987
측정일관도모델	404.048	238	1.698	9.055	12	.987
경로일관도모델	421.157	244	1.726	17.109 **	6	.987
모델 1	407.239	239	1.706	3.741	1	.987
모델 2	411.565	239	1.722	7.517 **	1	.987
모델 3	406.853	239	1.702	2.805	1	.987
모델 4	409.546	239	1.714	5.498 *	1	.987
모델 5	406.811	239	1.702	2.763	1	.987
모델 6	409.891	239	1.715	5.843 *	1	.987
모델 7	409.741	240	1.707	5.693	2	.987
모델 8	413.619	241	1.716	9.571 *	3	.987

모델 1: 사회적 지원에 대한 필요에서 집단동일시 경로만 동일

모델 2: 집단동일시에서 인지적 익명성 경로만 동일

모델 3: 집단동일시에서 공적 자기노출 경로만 동일

모델 4: 인지적 익명성에서 공적 자기노출 경로만 동일

모델 5: 인지도된 커뮤니티 회원수에서 인지적 익명성 경로만 동일

모델 6: 사회적 지원에 대한 필요에서 인지적 익명성 경로만 동일

모델 7: 모델 3 + 모델 5

모델 8: 모델 3 + 모델 5 + 모델 1

\*  $p < .05$

\*\*  $p < .01$

그림 1. 연구모델

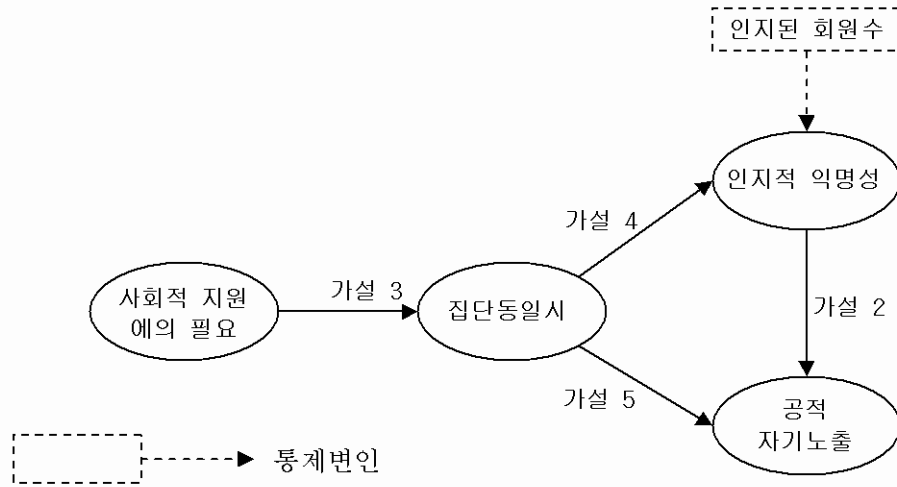
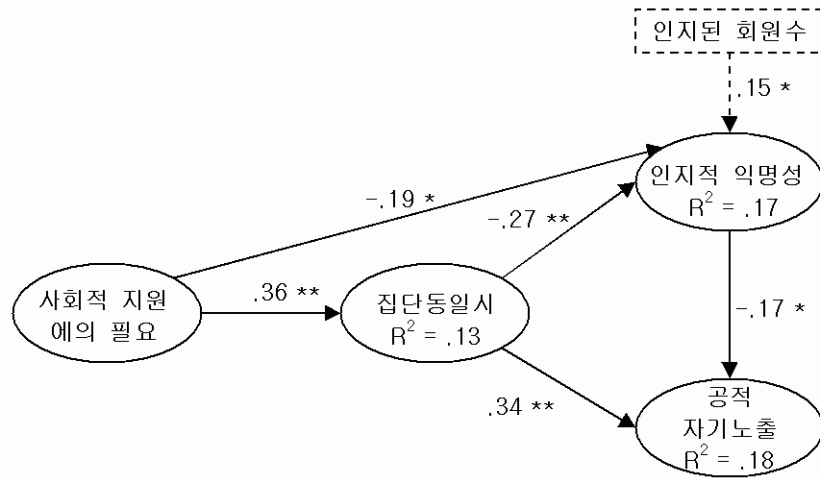


그림 2. 최종수정모델 (수정모델 1)

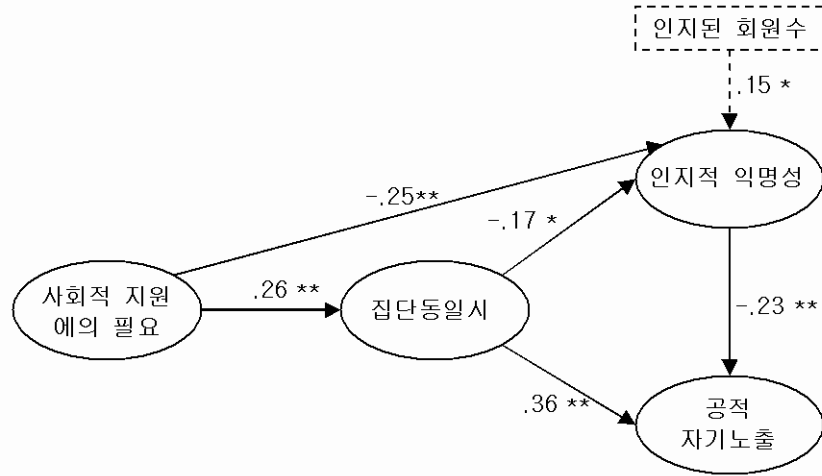


\*  $p < .05$

\*\*  $p < .01$

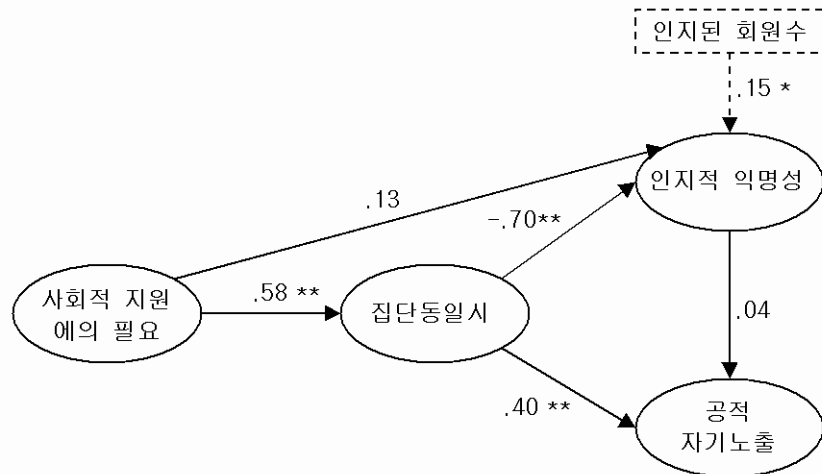
그림3. 최종모델 (모델 7)에 따른 다중집단분석결과

### 익명방



N = 236  
 $* p < .05$   
 $** p < .01$

### 실명방



N = 65  
 $* p < .05$   
 $** p < .001$

부록 1. 변인들의 조작적 정의

변인	설문문항	항목-지수간 상관관계	크론바하 알파
사회적 지원에 대한 필요	1. 내 주위에 미국에서의 생활에 대한 정보를 물어 볼 사람이 있었으면 한다.	.66	.919
	2. 내가 미국생활의 어려움으로 힘들어 할 때, 내 이야기를 들어줄 사람이 주위에 있었으면 한다.	.65	
	3. 내가 결혼생활에 문제가 생겼을 때, 내 이야 기를 들어 줄 사람이 주위에 있었으면 한다.	.68	
	4. 시댁식구들에 대한 내 불평을 들어줄 만한 사람이 주위에 있었으면 한다.	.96	
	5. 친구들이나 회사동료들과 문제가 있을 때 조 언을 해 줄 만한 사람이 있었으면 한다.	.95	
집단동일시	1. 이 온라인 커뮤니티는 아주 유익한 단체이다.	.42	.687
	2. 이 온라인 커뮤니티는 내가 누구인가를 보여 준다.	.62	
	3. 나는 이 온라인 커뮤니티의 회원들과 교류하 는 것을 즐긴다.	.85	
인지적 익명성*	1. 자기 익명성	.66	.700
	2. 타인 익명성	.57	
	3. 대화체 익명성	.85	
공적인 자기노출	4. 이 온라인 커뮤니티에서는 기꺼이 내 자신에 대한 부정적인 사실도 밝힐 수 있다.	.82	.925
	5. 이 온라인 커뮤니티에서는 기꺼이 나의 가장 사적인 감정도 드러낼 수 있다.	.91	
	6. 이 온라인 커뮤니티에서는 기꺼이 내가 잘 못 했던 일들에 대해 이야기 할 수 있다.	.95	
	7. 이 온라인 커뮤니티에서는 기꺼이 내 가족, 친구들 혹은 직장동료들과는 나누지 않을 이 야기도 할 수 있다.	.86	
	8. 이 온라인 커뮤니티에서는 기꺼이 내 가족사 나 비밀을 나눌 수 있다.	.70	

\* 하위개념을 지수한 값을 인지적 익명성의 측정변수로 취급함. 하위개념 별 개별 문항은 표 1을 참조.

부록 2. 설문참가자들의 인구학적 특성

나이 (세)	Mean = 31.73 Median = 32 Mode = 32 SD = 3.56 Range = 30 (18, 48)
미국체류 (개월)	Mean = 59.26 Median = 48 Mode = 48 SD = 44.16 Range = 233 (0, 233)
MissyUSA 회원가입 (개월)	Mean = 26.39 Median = 24 Mode = 24 SD = 14.51 Range = 83 (1, 84)
교육정도 (명, %)	고졸                7, 2.3 대졸                184, 61.1 대학원졸        109, 36.2 기타                1, 0.3
연간소득 (명, %)	US\$ 30,000 미만                86, 28.6 US\$ 30,000 에서 59,999        102, 33.9 US\$ 60,000 에서 99,999        72, 23.9 US\$ 100,000 이상                41, 13.6

## 참고문헌

- 김경희, 박지윤 (2005). 인터넷 여성전용공간과 남녀공존공간에서의 여성이용자의 이용동기와 이용태도에 대한 비교 연구, *한국방송학보*, 18권 3호, 432-474.
- 김문수 (2005). CMC를 통한 대인 관계 형성에 대한 연구: 사회적 맥락단서와 요망성을 중심으로. *한국언론학보*, 49권 4호, 191-225.
- 김유정, 조수선 (2001). 사이버 커뮤니티로서의 인터넷 사이트 연구. *한국언론학보*, 45권 3호, 5-38.
- 장석주 (2006년 2월 20일). '악플'을 비판한다. *조선일보*.
- 조동기, 오영석, 조희경 (2001). 사이버공간에서의 여론형성과 집합행동. 연구보고 01-24. 정보통신정책연구원.
- Altman, I., & Taylor, D. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Anonymous. (1998). To reveal or not to reveal: A theoretical model of anonymous communication. *Communication Theory*, 8(4), 381-407.
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58(1), 33-48.
- Baxter, L. A. (1990). Dialectical contradictions in relationship development. *Journal of Social and Personal Relationships*, 7, 69-88.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indices in structural models. *Psychological Bulletin*, 107, 238-246.
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1, 99-112.
- Blanchard, A. L., & Markus, M. L. (2004). The experienced "sense" of a virtual community: Characteristics and processes. *The Data Base for Advances in Information Systems*, 35(1).
- Butler, B. (2001). Membership size, communication activity, and sustainability: A Resource-based model of online social structure. *Information Systems Research*, 12(4), 346-362.
- Campbell, K. L. (2002). *Soliciting and Expressing Social Support over the Internet: An Investigation of Online Eating Disorder Support Groups*. Paper presented at the the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Miami Beach, FL.
- Cohen, S., Mermelstein, R., Kamarck, T., & Hoberman, H. (1985). Measuring the functional components of social support. In G. Sarason & B. R. Sarason (Eds.), *Social Support: Theory, Research and Application* (pp. 73-94). The Hague, Netherlands: Martinus Nijhoff.
- Cohen, S., & Willis, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357.
- Cutrona, C., & Russell, D. (1990). Type of social support and specific stress: Toward a theory of optimal matching. In I. Sarason & G. Peirce (Eds.), *Social Support: An Interactional View* (pp. 319-366). New York: Wiley.
- DeCew, J. (1997). *In Pursuit of Privacy: Law, Ethics, and the Rise of Technology*. Ithaca: Cornell University Press.
- Foddy, W. H. (1984). A critical evaluation of Altman's definition of privacy as a dialectical process. *Journal for the theory of social behavior*, 14, 297-307.
- Hayne, S. C., Pollard, C. E., & Rice, R. E. (2003). Identification of comment authorship in anonymous group support systems. *Journal of Management Information Systems*, 20(1), 301-329.

- Hayne, S. C., & Rice, R. E. (1997). Attribution accuracy when using anonymity in group support systems. *International Journal of Human Computer Studies*, 47, 429-452.
- Henry, K. B., Arrow, H., & Carini, B. (1999). A tripartite model of group identification: theory and measurement. *Small Group Research*, 30(5), 558-581.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Jaffe, J. M., Lee, Y. E., Huang, L., & Oshaga, H. (1999). Gender identification, interdependence, and pseudonyms in CMC: Language patterns in an electric conference. *The Information Society*, 15(4), 221-234.
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31, 177-192.
- Joinson, A. N., & Paine, C. B. (2005, in press). *Self-disclosure, Privacy and the Internet*. Privacy and Self-Disclosure Online Project.
- Kellerman, K., & Reynolds, R. (1990). When ignorance is bliss: The role of motivation to reduce uncertainty in uncertainty reduction theory. *Human Communication Research*, 17, 5-35.
- ~~LaRose, R., Eastin, M., & Gregg, J. (2001). Reformulating the Internet paradox: Social cognitive explanations of Internet use and depression. *Journal of Online Behavior*, 1(2). Retrieved from the World Wide Web: <http://www.behavior.net/JOB/v1n1/paradox.html>.~~
- Lea, M., Spears, R., & de Groot, D. (2001). Knowing me, knowing you: Anonymity effects on social identity processes within groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(5), 526-537.
- Lea, M., Spears, R., Watt, S. E., & Rogers, P. (2000). The InSIDE story: Social psychological processes affecting on-line groups. In T. Postmes, R. Spears, M. Lea & S. Reicher (Eds.), *SIDE Issues Centre Stage: Recent Developments in Studies of De-individuation in Groups* (pp. 47-62). Amsterdam, The Netherlands: Royal Netherlands Academy of Arts and Sciences.
- Ma, M. L. (2003). *Unwillingness-to-Communicate, Perceptions of the Internet and Self-Disclosure in ICQ*. Unpublished master's thesis, The Chinese University of Hong Kong, Hong Kong.
- Marx, G. T. (1999). What's in a name? Some reflections on the sociology of anonymity. *The Information Society*.
- Matheson, K., & Zanna, M. P. (1988). The impact of computer-mediated communication on self-awareness. *Computers in Human Behavior*, 4, 221-233.
- Matheson, K., & Zanna, M. P. (1989). Persuasion as a Function of Self-Awareness in Computer-Mediated Communication. *Social Behavior*, 4(2), 99-111.
- McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58(1), 9-31.
- McLeod, P. L. (1997). *A Comprehensive Model of Anonymity in Computer-Supported Group Decision Making*. Paper presented at the International Conference on Information Systems, Atlanta, GA.
- Muncer, S., Loader, R., Burrows, R., Pleace, N., & Nettleton, S. (2000). Form and structure of newsgroups giving social support: A network approach. *CyberPsychology & Behavior*, 3(6), 1017-1029.
- Pennebaker, J. W., Colder, M., & Sharp, L. (1990). Accelerating the coping process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 523-537.



- Pinsonneault, A., & Heppel, N. (1997–1998). Anonymity in group support systems research: A new conceptualization, measure, and contingency framework. *Journal of Management Information Systems*, 14, 89–108.
- Postmes, T., & Lea, M. (2000). Social processes and group decision making: Anonymity in group decision support systems. *Ergonomics*, 43(8), 1252–1274.
- Postmes, T., & Spears, R. (2000). Refining the cognitive redefinition of the group: Deindividuation effects in common bond vs. common identity groups. In T. Postmes, R. Spears, M. Lea & S. Reicher (Eds.), *SIDE Issues Centre Stage: Recent Developments in Studies of De-individuation in Groups* (pp. 63–78). Amsterdam, The Netherlands: Royal Netherlands Academy of Arts and Sciences.
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1998). Breaching or Building social boundaries? SIDE effects of computer-mediated communication. *Communication Research*, 25, 689–715.
- Postmes, T., Spears, R., Lea, M., & Reicher, S. (2000). *SIDE Issues Centre Stage: Recent Developments in Studies of De-individuation in Groups*. Amsterdam, The Netherlands: Royal Netherlands Academy of Arts and Sciences.
- Radin, P. M. (2001). *"Hello, My Friends": Social Capital and Transformation of Trust in a Grassroots Breast Cancer Website*. Unpublished Ph.D., University of Washington, Seattle, WA.
- Ramirez, A., Walther, J. B., Burgoon, J. K., & Sunnafrank, M. (2002). Information-seeking strategies, uncertainty, and computer-mediated communication: Toward a conceptual model. *Human Communication Research*, 28(2), 213–228.
- Rodgers, S., & Chen, Q. (2005). Internet community group participation: Psychosocial benefits for women with breast cancer. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), article 5.
- Rubin, R. B. (1975). Disclosing oneself to a stranger: Reciprocity and its limits. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11, 233–260.
- Rubin, R. B., Palmgreen, P., & Sypher, H. E. (1994). *Communication Research Measures: A Sourcebook*. New York: Guilford.
- Sassenberg, K. (2002). Common bond and common identity groups on the Internet: Attachment and normative behavior in on-topic and off-topic chats. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 6, 161–198.
- Sunnafrank, M. (1986). Predicted outcome value during initial interactions: A reformation of uncertainty reduction theory. *Human Communication Research*, 13, 191–210.
- Thibault, J. W., & Kelly, H. H. (1952). *The Social Psychology of Groups*. New York: John Wiley & Sons.
- Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit a time. *Human Communication Research*, 28(3), 317–348.
- Turner, J. W., Grube, J. A., & Meyers, J. (2001). Developing an optimal match within online communities: An exploration of CMC support communities and traditional support. *Journal of Communication*, 51(2), 231–251.
- Wallace, P. (1999). *The Psychology of the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52–90.
- Walther, J. B. (1994). Anticipated ongoing interaction versus channel effects on relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research*, 40, 473–501.
- Walther, J. B., & Boyd, S. (2002). Attraction to computer-mediated social support. In C.

- A. Lin & D. Atkin (Eds.), *Communication Technology and Society: Audience Adoption and Uses* (pp. 153–188). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research, 19*, 50–88.
- Worthy, M., Gary, A. L., & Kahn, G. M. (1969). Self-disclosure as an exchange process. *Journal of Personality and Social Psychology, 13*, 59–63.
- Yum, Y.-O., & Hara, K. (2005). Computer-Mediated Relationship Development: A Cross-Cultural Comparison. *Journal of Computer-Mediated Communication, 11*(1), article 7.
- Yun, H., Park, S., Kim, H., Yoo, H., Kwak, Y., & Kang, K. (2004). *The Rise and Fall of Online Social Support: Group Level Predictors*. Paper presented at the International Communication Association, New Orleans, LA.