

온라인 커뮤니티에서 기술적, 사회적 익명성이 자기통제에 미치는 영향에 관한 연구

An Empirical Study on the Effect of Technical and Social Anonymity on the Self-control Behavior

최 회 재* 이 준 기** 김 정 원***
Heejai Choi Zoonky Lee Jungwon Kim

요 약

온라인 커뮤니티에서 익명성의 정도에 따라 자기통제의 행동이 달라짐에 관한 많은 연구들이 진행되어왔다. 본 연구는 온라인 커뮤니티에서의 익명성에 대한 개념을 구분하여 객관적이고 기계적인 기술적 익명성과 개인의 주관적인 사회적 익명성으로 정의하고, 익명성의 영향으로 나타나는 자기 통제의 정도와의 관계에 대해 규명하였다. 인터넷 커뮤니티 회원을 대상으로 기술적 익명성, 사회적 익명성, 개인의 유대감, 자기통제 정도를 설문을 통해서 조사한 결과 인터넷 커뮤니티에서 기술적으로 주어지는 익명성은 개인이 가지는 유대감이 낮을수록 개인의 주관적인 사회적 익명성에 강한 영향을 미치고, 기술적으로 주어지는 익명성은 개인의 주관적인 사회적 익명성을 통해서 자기통제에 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 본 연구는 익명성이 어떻게 해서 개인의 행동에 영향을 미칠 수 있는지 하나의 관점을 제시함으로써 실명제 논의나, 인터넷 사이트의 익명성 정책에 대한 참고자료로 활용될 수 있을 것이다.

Abstract

There have been many previous studies about an effect of anonymity on self control behavior. However the previous studies are on the aspect of results such as the usefulness, the problems of cyber crime or a lack of trust by anonymity. This study identifies the accurate definition of the objective technical anonymity and subjective social anonymity. And it reveals the relationship among technical anonymity, social anonymity, community tie, and self control as an effect of anonymity.

The result of survey shows that technical anonymity affects self control through social anonymity and the relationship between technical and social anonymity is affected by community tie. This study presents how the anonymity affects individual behaviors. So it can be used as a reference to the policy on anonymity of the internet.

☞ keyword : Anonymity, Internet, Community Tie, Self Control, Online Community, 익명성, 인터넷, 커뮤니티 유대감, 자기통제, 온라인 커뮤니티

1. 서 론

최근 인터넷 상에서 정보의 신뢰성 문제나 사이버 범죄와 같은 인터넷 사용자들의 행동의

원인에 대하여 인터넷 상에서의 익명성을 그 원인으로 보는 견해가 많아지고 있다 [1]. 인터넷 상에서는 현실 보다 익명성 보장이 더 쉽게 이루어지는데 이와 같은 익명성으로 인해 개인의 행위가 달라진다는 것이다.

사회 심리나 사회 과학 분야에서의 익명성에 관한 기존 연구는 주로 군중(crowd)이라는 넓은 컨텍스트나 혹은 두 사람 간의 의사소통(two person communication)이라는 좁은 컨텍스트를

* 정 회 원 : 고려대학교 경영정보학과 강사, 한국커뮤니티 연구원. yena9419@yonsei.ac.kr

** 정 회 원 : 연세대학교 정보대학원 교수
zoonky@gmail.com(교신저자)

*** 정 회 원 : 티맥스소프트 컨설팅사업본부 소속
[2008/08/05 투고 - 2008/08/08 심사 - 2008/09/25 심사완료]

기반으로 하고 있다 [2]. 또한 인터넷 상에서는 익명성으로 인한 결과적 측면으로서, 익명성의 유용함이나 사이버 범죄, 정보의 신뢰성에 결부된 사회적 이슈가 되는 문제를 다루었다 [1, 4]. 그러나 익명성의 개념에 대한 구분이 아직까지 모호한 실정이며 익명성이 온라인 커뮤니티에서 사용자들에게 미치는 영향과 그 관계에 대해서 명확하게 논의되지 못한 실정이다 [2, 5]. 따라서 익명성의 개념을 구분하여 살펴보고 익명성이 사용자들에게 미치는 영향과 그 관계에 대해서 살펴볼 필요가 있다.

본 연구는 기술적 익명성과 사회적 익명성의 개념을 온라인 커뮤니티에 적용하여, 인터넷 사용자의 행위를 결정하는 요인으로 이 두 개념을 동시에 보고자 하였다. 즉, 인터넷 사용자의 행위는 우선적으로 기술적 익명성에 영향을 받으며, 개인이 이를 어떻게 인지하는가에 대한 사회적 익명성 역시 인터넷 사용자의 행위를 결정하는 중요한 요인으로 작용할 것이라고 보았다.

익명성에 영향을 미치는 다른 요인에 대하여 인터넷 커뮤니티의 특성을 고려하여 구성원들 간의 감정적인 결속감, 공동체 의식인 유대감을 살펴보았다. 이는 사회적 정체성과 유대감이 관계가 있음을 주장한 Cameron과 McMillan 등의 연구에 의한 것이며 익명성의 개념이 정체성이 없음을 의미하기 때문에 유대감은 사회적 익명성과 관련이 있을 것으로 보았다 [6, 7].

따라서 본 연구에서는 인터넷 커뮤니티를 통해 기술적, 사회적 익명성의 정도에 따른 사용자들의 행동이 어떻게 나타나는지를 살펴보았다. 또한 기술적 익명성이 인터넷 사용자의 자기 통제 행위에 영향을 미치는 관계에서 사회적 익명성이 매개하는 관계에 대하여 살펴보았다. 이와 같은 연구는 인터넷 서비스 개발 시 정보 보안 정책의 참고자료로 활용될 수 있을 것이며, 나아가 인터넷 사용자에 대한 이해의

바탕이 되고 인터넷에서 개인의 행동에 대한 하나의 관점을 제시할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경 및 연구 모형

2.1 기술적 익명성과 사회적 익명성

익명성에 대한 개념은 많은 연구자들에 의해 정의되어 왔다. Marx는 익명성을 정체성의 파악과 그렇지 못함의 한쪽 끝으로 말하기도 하고 [3], Davenport는 정체성을 갖는 능력 (identifiability)의 반대 개념으로 익명성을 보고 있다 [8]. Jessup 등의 연구에서는 익명성을 그룹 멤버의 공헌(contribution)에 대한 정체성을 갖는 능력으로 정의하고 있다 [9]. Valacich 등의 연구에서도 그룹 멤버의 공헌(contribution)이 다른 사람에게 정체성이 규명되는 정도를 의미한다고 가정하였다 [10]. Wallace에 의하면 사람들은 다른 사람들이 자신이 누구인지 알아낼 수 없다고 생각할 때 억제되지 않은 방법으로 행동하는 것이 익명성이라고 하였으며 이것이 가능한 곳에서 긍정적이거나 부정적인 방법으로 풀려는 경향이 있다고 말했다 [11]. Suler는 사이버 공간 내 익명성의 효과에 대하여 의견을 자유롭게 표현하고 도덕적 구속력이 적어져 보다 개방적인 태도를 가지게 되는 “양성적 탈억제성 효과”(benign disinhibition effect)뿐 아니라 다른 한편으로 개인의 정체가 뚜렷이 드러나는 현실 세계에 비해서 개인의 행동에 대한 책임을 묻거나 강제력을 동원할 수 없어서 발생하는 각종의 “악성적 탈억제성 효과”(toxic disinhibition effect)도 두드러지게 나타남을 말하였다 [12]. Christopherson의 연구에 따르면 익명성이 보장되었을 때는 사회적 교류에서 서로 상대방을 어떻게 대하는가에 결정적인 역할을 하는 ‘드러나 보이는 단서(cue)’가 제거되기 때문에 다른 종류의 사회적 교류가 형성된다는

것이다. 그는 익명성이 보장됨으로써 이런 사회적 단서들이 제거되는 인터넷 상에서 어떠한 다른 사회적 교류가 형성되는지, 기존 오프라인에서 드러나 있던 요인들을 대체할 수 있는 어떠한 다른 단서들이 제공되는 지를 연구하여 왔다 [2]. 윤해진은 익명성이 자기익명성과 타인익명성으로 이루어진 인지된 익명성이며, 온라인 커뮤니티 회원들의 자기익명성이 타인익명성과 마찬가지로, 자신의 이미지를 긍정적으로 관리하고자 하는 성향보다는 커뮤니케이션 상황에서 불확실성을 감소시키고자 하는 성향에 영향을 받고 있음을 보여주었다 [13].

이렇듯 기존 문헌에서는 익명성이 가지고 있는 고유한 성질을 정의 내리기 위해 익명성을 정체성이라는 개념의 반대 개념으로 설명하며, 식별(identify)할 수 없는 상태, 사회적 교류를 결정하는 사회적 단서들이 제거되는 상태로 나타내었다.

새로운 기술에 의해 개인정보에 대한 공개의 정도를 다양하게 통제할 수 있게 되면서 익명성은 여러 가지 형태로 구분이 가능하게 되었다. 익명성의 종류와 유형은 연구자들의 관심 컨텍스트에 따라 여러 가지로 구분을 하고 있다. McLeod는 컴퓨터 기반의 그룹 의사결정에 있어서 익명성의 정도에 따른 구분이 아니라 다차원적 관점에서 익명성을 만드는 메커니즘에 따라 “기술적 익명성 / 사회적 익명성”으로 구분하였다. 기술적 익명성은 사용자가 입력으로부터 개인을 분리시키는 것을 말하고, 사회적 익명성은 개인의 주관적인 익명성에 대한 경험을 말한다. 특히 온라인 커뮤니티에서 기술적 익명성은 커뮤니티 내에서 기계적으로 정해지는 익명성이라고 정의하고, 사회적 익명성은 개인이 인지하는 익명성이라고 정의하였다 [5]. Hayne과 Rice역시 익명성을 기술적 익명성과 사회적 익명성으로 구분하였는데, 기술적 익명성은 인터넷 커뮤니케이션에서 타인에 대한 의

미 있는 식별 정보를 제거하는 것을 말하고, 사회적 익명성은 identity를 개인에게 돌리는 계기가 없기 때문에 구분할 수 없는 자신 혹은 타인의 개념을 갖는 것이라고 하였다 [14]. 즉, 개인은 컨텍스트에서가 아니라 자신이 타인에게 익명적이라고 인지할 때 비로소 익명성을 갖는 것이다.

McLeod의 정의에 Hayne과 Rice의 주장을 함께 고려하여 기술적 익명성과 사회적 익명성 구분을 중심으로 재정의 해본다면, 기술적 익명성은 정체성을 알 수 있는 정보가 없는 시스템에 의해 기계적으로 주어지는 익명성이며, 사회적 익명성은 사회적 상호작용에 따라 인지적으로 인식하는 익명성으로 구분해볼 수 있다. 즉 로그인 아이디로 표현되었을 때 기술적 익명성은 무척 높으나 사회적 익명성은 그 커뮤니티의 아이디에 관한 단일 의식과 역사 등을 고려하여 사회적 익명성이 정해진다. 상호작용을 하고 공통의 관심사를 가진 온라인 커뮤니티에서의 사회적 익명성은 회원들이 커뮤니티 내의 다른 회원들의 익명성과 자신의 익명성에 대해서 느끼는 개인적인 인식이라 정의할 수 있다. 본 연구에서는 서비스 제공자에 의해 정해진 온라인 커뮤니티의 기술적 익명성은 그 서비스를 이용하는 사용자들의 인지적 익명성에 영향을 준다고 보았다. 즉, 주어진 익명성의 정도에 따라 그것을 인지하는 익명성의 정도는 다를 수 있으나 기본적 주어진 기술적 익명성은 사회적 익명성에 영향을 미친다. 커뮤니티의 정책상 실명을 써야만 할 때와 그렇지 않을 때, 기술적으로 이미 정해진 차이는 개인이 선택할 수 있는 것이 아니기 때문에 반드시 받아들여야 하는 것으로, 개인의 주관적인 익명성에 영향을 미친다고 할 수 있다. 따라서 다음의 가설을 도출할 수 있다.

H1: 기술적 익명성이 높을수록 사회적 익명성은 높아질 것이다.

2.2 온라인 커뮤니티의 익명성과 유대감(tie)

온라인 커뮤니티는 공통의 관심사나 유사성을 갖고 특정 사이트에 참여하는 사람들의 집단이라고 정의 할 수 있다 [15]. 즉, 일종의 가상 커뮤니티로 존재하며 공통된 관심사를 가진 사람들이 가상공간에서 만나 컴퓨터와 네트워크를 매개로 상호작용을 하는 사회적 집단이다 [16]. 온라인 커뮤니티의 기술적 익명성은 온라인 커뮤니티상에서 각 서비스 제공자들에 의해 이미 정해진 익명성의 정도이며, 실명, 이메일 주소, 가명(닉네임), 아바타, 주제곡, 배경화면, 텍스트 그래픽, 마우스 형태 등이 있다. 이는 모두 온라인 커뮤니티 서비스 제공자에 의해 그 서비스는 정해지지만 서비스상 불변하고, 정해지는 것과 상대적으로 사용자가 선택적으로 자신의 정체성을 나타내기 위한 수단으로 활용하는 선택적일 수 있는 서비스로 나누어 볼 수 있을 것이다. 온라인 커뮤니티에서의 사회적 익명성은 커뮤니티의 회원들에게 인지된 주관적인 익명성을 말하며, 상호작용을 하고 공통의 관심사를 가진 온라인 커뮤니티에서 커뮤니티 내의 다른 회원들과의 관계에 의하여 정하여진다.

온라인 커뮤니티에서는 구성원들간의 감정적인 결속감, 공동체 의식이 존재하는데 이를 유대감이라 하며, 김경희 등은 커뮤니티 안에서 형성되는 공동체성을 구성원들간의 친밀감과 유대감으로 이해했다 [17]. Wellman은 강한 온라인 유대는 자발적이고, 상대방의 필요가 알려지고 지원을 촉진시키며 상응적이고 상호적이며 장기적인 접촉을 할 수 있게 해준다고 말하고 있다 [18]. 하지만, 진정으로 친밀하고 특별한 관계, 다중적인 사회적인 맥락에서 작동하는 것에 대해서는 학자들 사이에 다소 분분한 의견이 있다고 보고 있다. 따라서 유대감이라 함은 자발적이며 상호적이고 장기적인 접촉을

추구하는 친밀한 관계를 지향하는 감정적이고 의식적인 느낌이라고 할 수 있을 것이다.

온라인 커뮤니티에 있어 커뮤니티의 정책과 서비스 제공자에 따라 기계적으로 정해지는 기술적 익명성은 해당 커뮤니티의 회원에게는 똑같이 적용된다. 하지만 이러한 상황에서 개개의 회원이 느끼는 사회적 익명성은 기술적 익명성과 반드시 같다고 할 수 없다.

익명성을 정체성의 반대개념으로 정의 하였을 때 많은 연구는 커뮤니티내의 유대감이 정체성에 영향을 미친다는 것에 관한 실증적 결과를 보여주었다. Cameron은 사회적 정체성에 대한 요소로서 집단내의 유대감을 들었으며 [6], McMillan은 그룹 내 멤버쉽의 형성과 상호작용으로 인해 결과적으로 유대감이 형성되며 유대감은 그룹의 정체성을 강화시켜준다고 하였다 [7].

결국 정체성과 관련하여 유대감의 중요성을 말한 Cameron과 McMillan등의 주장에 따라 온라인 커뮤니티에서의 익명성은 커뮤니티의 멤버쉽을 갖게 되고, 다른 회원과의 상호작용을 하면서 형성되는 유대감과 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다. 즉, 온라인 커뮤니티 상에서 개인은 소속감이나 상호 작용을 거쳐서 유대감이 생기게 되고 주어진 익명성 하에서는 이와 같이 상호작용을 하고 공통의 관심사를 가진 온라인 커뮤니티의 정체성이 강화되어 개인이 주관적으로 인지하는 익명성은 약해질 것이다. 따라서 다음의 가설을 도출하였다.

H2: 커뮤니티의 유대감은 기술적 익명성과 사회적 익명성의 관계에 조절 변수의 영향을 미칠 것이다. 즉, 유대감이 큰 커뮤니티에서는 기술적 익명성이 사회적 익명성에 미치는 정도가 약화될 것이고, 유대감이 적은 커뮤니티에서는 기술적 익명성이 사회적 익명성에 미치는 영향의 정도가 강화될 것이다.

2.3 익명성과 자기 통제

온라인 커뮤니티에서 익명성의 영향은 자유로움이나 책임감으로 나타나는 자기 통제 정도에 있다고 할 수 있다. 행동의 통제에 대해 Ajzen은 하고자 하는 행동을 행하는데 있어 어렵다거나 쉽다고 인식하는 것을 말한다고 했으며 [19], Wallander 는 자기 모니터링(self monitoring), 기준에 대한 인식, 노력 등으로 이루어지는 자기 규제(self regulation)의 과정을 행동의 통제라고 규정하고 있다 [20]. 따라서 커뮤니티에서 익명성으로 인한 자기 통제는 자신이 익명의 개인으로 아무도 의식하지 않는다면 자신이 하고자 하는 행동을 하는데 있어 거리낌없이 행하며 스스로 규제하려는 노력이 없는 상태라 할 수 있다. 즉, 자신이 하나의 인지된 개인으로 받아들여지고 있다고 생각한다면 마음대로 하기 어렵다고 생각하며 스스로 규제하려 노력하며 보다 책임감 있는 행동을 할 것이라고 말할 수 있다. 따라서 자기 통제는 행동을 하는데 있어 인식하는 어렵고 쉬운 정도와 스스로 규제하려는 노력으로 정의한다.

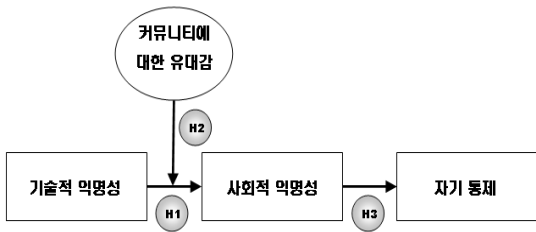
온라인 커뮤니티상에서 나타날 수 있는 익명성은 자기통제와 직접적 관련이 있음을 주장한 연구들을 토대로 엄우용 등은 웹기반 환경이 제공하는 익명성이 사용자에게 자유로움을 느끼게 해준다고 말하고 있다 [21]. 따라서 웹기반 위에 있는 온라인 커뮤니티 역시 그 참여자들이 익명의 환경에서 자신의 행동을 규제하려는 노력을 덜 하게 되고 쉽게 행동함으로써 보다 자유로울 것이라 생각할 수 있다. Bargh와 Mckenna는 인터넷의 상대적인 익명성은 자신에 대해 숨김없이 얘기하는 것이 내재하고 있는 위협성을 줄임으로써 친밀한 관계에서 숨김없이 얘기할 수 있게 하는데 공헌을 한다고 말하고 있다 [22]. Chavis 의 실제 서베이 조사에서 응답자 중에서 좋지 않은 행동의 원인으로 가장 많

은 지적한 것이 온라인에서의 익명성이었다 [26]. 이성식의 연구에서도 연구 대상이 청소년층이긴 했지만, 익명성이 플레이밍(flamming)에 영향을 미친다는 것을 설문지를 통한 실증적 방법으로 말하고 있다 [23]. 또한 박문서는 e 문화의 특성과 사회적 영향으로 익명성의 경우는 긍정적 영향으로 자기표현, 정체실험, 부정적인 면으로 무책임성, 무절제를 들고 있다 [24]. 따라서 e 문화 안에 놓여진 온라인 커뮤니티도 같은 면을 가지고 있다고 말할 수 있다. 책임감이나 플레이밍도 모두 자기 자신의 행동에 대한 통제력이 약화되면서 나타난다고 말할 수 있다.

익명성으로 인해 심리적 안정감과 그에 따른 자기 표현의 솔직성이 높아진다고 할 수 있으며 이는 자신을 규제하려는 노력을 덜 함으로써 얻어질 수 있다고 할 수 있다. 즉, 자기 통제가 낮아짐으로 해서 나타나는 결과라 말할 수 있다. 또한 자유로움이 지나쳐 상대방을 비방하거나 욕설 등을 게재하는 무책임 또한 익명성의 한 단면이라 할 것이다. 적어도 익명성이 책임감에 대한 부담을 어느 정도 줄여 줄 수 있다고 말할 수 있을 것이다. 이와 같은 익명성의 영향은 자기 자신에 대한 통제에서 비롯된 것으로 개인의 스스로 느끼는 익명성에 따라서 달라진다고 할 수 있을 것이다. 즉, 익명성은 개개인이 선택이 아니라 사이트에 따라 정해지는 기술적 익명성의 영향을 받지만 그것이 자기 통제에 영향을 미칠 때는 그런 외적 기술적 익명성의 영향 보다는 개인의 개인적이고 주관적인 익명성을 통해서 영향을 받게 된다고 할 수 있다. 즉 기술적 익명성이 자기 통제에 영향을 미치지만 이는 사회적 익명성을 통해서 이루어진다고 볼 수 있다. 따라서 다음의 가설을 도출할 수 있다.

H3: 기술적 익명성은 사회적 익명성을 통해서 자기 통제에 영향을 미칠 것이다.

앞에서 논의한 온라인 커뮤니티의 익명성의 개념과 익명성에 영향을 주는 요인, 익명성으로 인해 나타나는 현상에 대한 관계는 다음의 그림1의 연구 모델과 같다.



(그림 1) 온라인 커뮤니티의 익명성에 대한 연구 모델

우선적으로 인터넷 서비스 제공자에 의해 정해진 온라인 커뮤니티의 기술적 익명성은 이용자들이 지각하는 인지적 익명성에 영향을 미칠 것이다. 그러나 기술적 익명성이 사회적 익명성에 미치는 영향의 정도는 온라인 커뮤니티 상에서 소속감이나 상호작용을 통해 나타나는 유대감의 정도에 의해 달라질 것이다. 즉, 유대감이 강한 온라인 커뮤니티의 사용자들은 그 안에서 정체성이 강화되어 개인이 주관적으로 인지하는 익명성은 약해질 것이다. 또한 자기 통제라는 행위에 영향을 미치는 익명성은 기술적 익명성이라기 보다 개인적이고 주관적인 사회적 익명성에 의한 것이라고 보았다.

3. 연구 방법 및 자료 분석

3.1 자료 수집

Marathe의 커뮤니티에 대한 4가지 분류 중 하나인 “community of interest”에 해당되는 [25] 커뮤니티에서 익명성에 대한 정책을 달리하는 커뮤니티를 선정하여 설문을 실시하였다. 커뮤니티에 관한 선정은 기호나 공동의 관심사를 중심으로 모인 커뮤니티를 대상으로 하였으며, 다

음(Daum), 싸이월드(Cyworld), 네이버(Naver) 상에서 스포츠, TV 프로그램, 자동차, 여행, 사진 등 같은 기호를 중심으로 모인 온라인 커뮤니티를 조사하는 것으로 시작하였다. 다음으로 커뮤니티의 기술적 익명성을 구분하기 위해 연구자가 해당 커뮤니티를 방문하여 로그인 유무, 글쓰기의 게시자, 코멘트의 게시자 에서 사용하는 실명/닉네임 사용 정도를 보고 조사한 후 최종적으로 기술적 익명성이 다른 두 개의 커뮤니티를 구분하였다. 즉, 커뮤니티의 실명/닉네임 사용여부에 따라 실명을 사용한 커뮤니티를 기술적 익명성이 상대적으로 낮은 그룹인 ‘커뮤니티1’로 명명하고, 닉네임을 주로 사용하는 커뮤니티를 기술적 익명성이 상대적으로 높은 그룹인 ‘커뮤니티2’로 명명하여 기술적 익명성이 서로 다른 두 그룹으로 구분하였다. 그 후 커뮤니티의 참석자를 대상으로 설문조사를 하였으며 커뮤니티 1, 2에서 각각 138명 140명이 설문

3.2 변수의 조작적 정의

설문에서 사회적 익명성은 개인이 인지하는 익명성으로 이성식의 “사이버 공간사이버공간에서의 익명성과 청소년의 언어폭력”의 설문내용을 참고하고 [23], 개인이 느끼는 자신과 타인에 대한 인식을 어느 정도 하는지를 측정했다. 커뮤니티와의 유대에 대한 항목은 Cameron의 “그룹 내 유대감(ingroup tie)”의 항목과 [6] Chavis의 항목을 살핀 후 [26], 인터넷상의 커뮤니티에 맞게 수정하여 항목을 선정했다. 자기 통제에 대한 측정은 Arnekley 등이 재정리한 자아 통제 항목(self control item) [27]을 살펴 본 후, 온라인 커뮤니티라는 상황에 맞게 수정 및 추가하여 사용하였다. 각 설문 항목에 대하여 Likert 7점 척도로 측정하였다.

(표 1) 변수 측정을 위한 항목

측정 변수	항목	출처
사회적 익명성	현재 커뮤니티에서 다른 회원들은 나를 알 수 있을 것이다.	이성식 [23]
	이 커뮤니티에서 내가 쓴 글이나 코멘트를 보면 다른 사람들이 나를 알아볼 것이다.	
	이 커뮤니티에서 다른 회원의 행동을 보면 그 사람임을 느낄 수 있다	
	이 커뮤니티에서 나는 나 자신을 드러내 보이는 것이라 느낀다.	
	이 커뮤니티에서 나는 다른 사람들이 그들을 드러내 보인다고 생각한다.	
유대감	나는 다른 회원들과 많은 비슷한 점을 가지고 있다.	Cameron[6]
	나는 다른 회원들에게 강한 유대감을 가지고 있다	
	나는 다른 회원들과 결속감을 형성하기 어렵다고 생각한다.	
	나는 다른 회원들과 잘 맞는다고 생각한다.	
자기통제	나는 회원의 일원으로 커뮤니티에 속해있다고 느낀다.	Arneklev[27]
	나는 이 커뮤니티에서 때때로 내가 하고자 하는 것을 하기가 힘들다.	
	나는 이 커뮤니티에서 거리낌없이 하고 싶은 말을 한다.	
	나는 커뮤니티의 게시판 등을 볼 때 항상 그냥 앉아서 생각하는 것보다 무엇인가 행동하는 것이 더 좋다.	
	커뮤니티에서 불만이나 문제제기를 하는 것을 보면 그건 그 사람들의 문제이고 나의 문제는 아니라고 생각한다.	
나는 커뮤니티 내에서 내 의견에 동의하지 않을 경우 바로 대응한다.		

3.2 분석 및 가설 검증

인구 통계학적 특징을 보면, 여성이 전체 응답자의 60%로 남성보다 약간 많았으며, 주 연령층은 20대가 대부분이었고, 교육 수준은 대학 이상이 주를 이루었음을 알 수 있다. 인터넷과 커뮤니티에 대한 통계를 보면 응답자의 대부분이 하루에 평균 1시간 ~ 3시간 정도 인터넷을 사용하고 평균 커뮤니티 가입 수는 3~12개인 경우가 전체의 80%였다

각 변수의 타당성 조사를 위해서 신뢰도 분석을 실시하였다. 해당 커뮤니티에 따라 이미 정해진 기술적 익명성을 제외하고, 사회적 익명성, 커뮤니티에 대한 유대감, 자기 통제의 항목을 묶어 크롬바 알파값이 가장 높게 나오도록 항목을 조절했다. 최종적으로 모든 항목이 0.6 이상으로 일반적으로 신뢰할만한 수준 이상을 보였다.

기술적 익명성이 서로 다른 두 커뮤니티의 사회적 익명성에 대한 평균값을 보여 준 후 이 두 커뮤니티의 사회적 익명성이 서로 다를 수

test를 통해 보여 줌으로써 가설을 검증하였다. 표 1은 기술적 익명성이 높은 커뮤니티의 사회적 익명성이 기술적 익명성이 낮은 커뮤니티의 사회적 익명성 보다 높음을 알 수 있다. 즉, 기술적 익명성이 높을수록 사회적 익명성이 높음을 말해주고 있다. T검정 결과 두 커뮤니티 간 사회적 익명성이 서로 유의하게 차이가 있음을 알 수 있다 ($t= 3.725, p=0.000$). 따라서 가설 1의 검증결과는 채택되었다.

(표 2) 기술적 익명성이 다른 두 커뮤니티의 평균 비교

기술적 익명성	표본의 크기	사회적 익명성 평균	표준 편차
커뮤니티 1 (기술적 익명성이 낮은 커뮤니티)	142	3.03	1.48
커뮤니티 2 (기술적 익명성이 높은 커뮤니티)	136	4.09	0.92

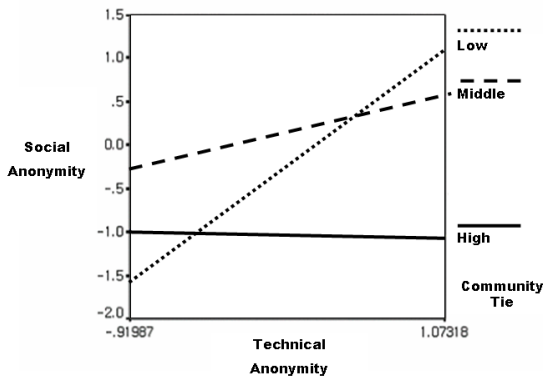
기술적 익명성과 사회적 익명성의 관계는 커뮤니티의 유대감의 영향을 받을 것이라는 가설을 검증하기 위하여 커뮤니티에 대한 유대감을

빈도 분석하여 상위 15%(유대감이 높은 그룹), 하위 15%(유대감이 낮은 그룹), 나머지(유대감이 중간인 그룹)의 3개의 그룹으로 나눈 후, 기술적 익명성과 사회적 익명성의 관계를 알아보았다. 표 2는 기술적 익명성과 사회적 익명성 관계를 조절하는 커뮤니티 유대감의 영향에 대한 회귀분석 결과이다. 모형의 F 통계량은 151.55, $R^2 = 0.912$ 로 ($p=0.000$) 유의한 결과를 나타내었으며, 기술적 익명성과 사회적 익명성 관계에 커뮤니티의 유대감을 추가했을 때 상호작용 효과를 분석한 결과 F 통계량 값이 3.091로 유의수준 90% ($p=0.083$)에서 유의한 결과를 나타내었다.

(표 3) 기술적 익명성과 사회적 익명성 관계를 조절하는 커뮤니티 유대감
(*** 유의수준 99%, ** 유의수준 95%, * 유의수준 90%)

변수	제공합	자유도	평균제공	F
(모형)	1012.03		202.41	151.55
기술적 익명성	16.57	1	16.57	12.41***
커뮤니티의 유대감	22.03	2	11.01	8.25***
기술적 익명성 × 커뮤니티의 유대감	4.13	1	4.13	3.09*

모형의 적합도 : $F=151.55, p=0.000, R^2 = 0.912$
종속변수 : 사회적 익명성



(그림 2) 유대감에 따른 기술적 익명성과 사회적 익명성의 관계

그림 2에 따르면, 유대감이 높은 그룹은 기술적 익명성이 변해도 사회적 익명성이 거의 변화를 보이지 않음을 알 수 있다. 그러나 유대감이 낮은 그룹은 기술적 익명성이 높을수록 사회적 익명성이 높다는 가설1에 부합됨을 알 수 있으며, 유대감이 중간인 그룹은 가설 1에 부합되나, 그 부합되는 정도가 유대감이 높은 그룹에 비해서 보다 약함을 알 수 있다. 이로써 커뮤니티 유대감이 기술적 익명성과 사회적 익명성 관계의 정도를 조절하는(moderate) 변수임을 알 수 있고 가설 2의 검증결과는 채택되었다.

기술적 익명성이 사회적 익명성에 영향을 미치고, 사회적 익명성이 자기통제에 영향을 미치는 매개 변수로서의 사회적 익명성에 대한 검증하기 위해 기술적 익명성과 자기 통제에 대해 회귀분석을 하고, 기술적 익명성, 사회적 익명성, 자기통제 3개의 변수 전체에 대한 회귀분석을 하였다.

(표 4) 기술적 익명성과 자기 통제의 회귀분석 결과
(** 유의수준 95%)

변수	표준화 회귀계수	t
	베타	
(상수)	0.000	0.000
기술적 익명성	0.269	2.432**

회귀모형의 적합성: $F=5.912, p=0.000, R^2=0.072$
종속변수: 자기통제

표 4에서와 같이 기술적 익명성이 자기통제에 미치는 영향은 유의수준 0.05에서 유하게 나타났으므로 기술적 익명성이 자기통제에 영향을 미친다고 할 수 있다.

(표 5) 기술적 익명성, 사회적 익명성, 자기통제의 다중회귀 분석결과 (** 유의수준 95%)

변 수	표준화 계수	t
	베타	
(상수)		0.000
기술적 익명성	0.159	1.367
사회적 익명성	0.278	2.385**
회귀모형의 적합성: F= 5.984, p=0.000, R2=0.138 종속변수: 자기통제		

기술적 익명성이 사회적 익명성과 함께 자기 통제에 미치는 영향을 살펴보기 위해 다중회귀 분석 결과, 사회적 익명성이 자기통제에 미치는 영향은 유의수준 0.05에서 유의한 것으로 나타났지만 기술적 익명성은 베타 값이 0.269에서 0.159로 그 영향력이 줄어들면서 유의 수준을 벗어났다(표 5). 즉, 기술적 익명성이 자기 통제에 영향 미치지 않지만, 그것은 사회적 익명성을 통해서 이루어지는 것이라고 말할 수 있다. 이는 사회적 익명성이 기술적 익명성과 자기통제의 관계를 매개하는(mediate) 관계임을 알 수 있다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

따라서 가설 검증 결과는 표 6과 같이 세 개의 가설이 모두 채택되었다.

(표 6) 가설 검증 결과

	가설	채택여부
H1	기술적 익명성이 높을수록 사회적 익명성은 높아질 것이다.	채택
H2	유대감이 큰 커뮤니티에서는 기술적 익명성이 사회적 익명성에 미치는 정도가 약화될 것이고, 유대감이 적은 커뮤니티에서는 기술적 익명성이 사회적 익명성에 미치는 영향의 정도가 강화될 것이다.	채택
H3	기술적 익명성은 사회적 익명성을 통해서 자기 통제에 영향을 미칠 것이다.	채택

4. 결 론

본 연구는 인터넷의 익명성에 대한 개념을 구분하여 객관적이고 기계적인 기술적 익명성과 개인의 주관적인 사회적 익명성으로 정의하고 익명성의 영향으로 나타나는 자기 통제의 정도와의 관계에 대해 알아보는 데 그 목적이 있었다. 온라인 커뮤니티 회원들을 대상으로 한 설문조사 결과 본 연구 모델에서 제시한 3개의 가설은 모두 채택 되었으며 연구 결과는 다음과 같이 요약될 수 있다. 첫째, 온라인 커뮤니티에서 기계적으로 정해지는 익명성은 개인이 주관적으로 인지하는 익명성에 영향을 미친다. 둘째, 개인의 유대감의 정도에 따라서 기술적 익명성과 사회적 익명성의 관계가 영향을 받는다. 즉, 유대감이 낮을수록 기술적 익명성은 사회적 익명성에 보다 강한 영향을 미치고, 유대감이 높으면 기술적 익명성은 사회적 익명성에 미치는 영향은 약화된다. 셋째, 정책적으로 정해지는 기술적 익명성은 개인이 주관적으로 느끼는 사회적 익명성을 통해서 자기 통제에 영향을 미치고 있다.

일반적으로 인터넷 상에서 로그인을 통해 자신을 드러내는가 아닌가의 문제로 주로 익명성을 파악하지만 그런 기술적 익명성 보다는 개인이 온라인 커뮤니티에서 느끼는 사회적 익명성이 결국 자기 통제에 영향을 미친다는 것이다. 물론 기술적 익명성은 사회적 익명성과 양의 연관 관계가 있지만 둘 사이의 관계는 커뮤니티의 유대감에 의해 영향을 받는다. 즉, 유대감이 낮을수록 기술적 익명성은 사회적 익명성에 보다 강한 영향을 미치고, 유대감이 높으면 기술적 익명성은 사회적 익명성에 미치는 영향은 약화된다.

본 연구는 최근 이슈가 되고 있는 사이버 폭력이나 실명제에 대한 논의는 실명제 자체에 대한 정의에 대해서 사회 각층에서 서로 다른

정의를 하며 확실한 합의를 보고 있지 못하고 있는 상황에서 익명성이나 실명이 뜻하는 바에 대하여 고찰하였다. 이를 통해 인터넷 익명성을 정책적으로, 기술적으로 정의될 수 있는 기술적 익명성과, 사람들이 주관적으로 인식하게 되는 사회적 익명성으로 나누고, 익명성이 사용자의 행동에 미치는 영향을 보여주었다. 이는 향후 인터넷 실명제나 익명성에 대한 논의, 인터넷 익명성 정책에 대한 논의에 있어 고려해야 할 것이 무엇인지에 대한 가이드가 될 수 있을 것이다.

또한 본 연구에서는 커뮤니티에서 개인들이 갖는 유대감에 의해 익명성이 전체적인 것이 아닌 개인 수준에서 다르게 해석 될 수 있음을 살펴 보았다. 즉, 커뮤니티 유대감이 높을수록 사용자 개인이 주관적으로 느끼는 익명성은 기술적인 익명성의 영향을 거의 받지 않고, 유대감이 낮을수록 기술적인 익명성과 사회적인 익명성의 관계가 강하게 부합된다는 것이다. 이와 같은 결과는 인터넷의 익명성에 대한 정책이나 논의에서 개인이 갖는 유대감을 고려해야 함을 제시했다는데 그 의의가 있다고 할 수 있다.

연구의 방법론적 한계점은 연구 자료의 대상이 20대 초 중반의 대학교육 이상의 사람들이 주를 이루어 일반화의 문제를 가져올 수 있다는 것과 기술적 익명성의 측정하는데 있어서 정도의 차이가 다양하지 못하며 차이의 정도를 수량적으로 나타내는데 대한 문제를 지적할 수 있다. 또한 익명성이나, 자기통제, 유대감의 변수를 측정하는데 있어 온라인 커뮤니티 내에서의 이러한 변수를 적용해서 일반적으로 받아들여지는 측정변수가 없기 때문에 기존의 개념을 온라인 커뮤니티에 맞게 수정하는 과정에서 원래의 의미가 제대로 반영되지 않았을 가능성이 있다.

익명성에 관한 추후 연구는 기존의 특정한 환경이 아닌 인터넷 환경에서의 실증적인 연구

가 보다 많이 이어져야 할 것이다. 익명성의 영향으로 나타날 수 있는 다양한 행동들에 대하여 종속변수를 구체화하고 좀 더 실질적인 연구를 진행해야 하고, 기술적 익명성과 사회적 익명성의 관계에 영향을 줄 수 있는 다양한 요인들에 대하여 연구할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- [1] Davenport, D., "Anonymity on the Internet: Why the Price May Be Too High," *Communications of the ACM*, Vol. 45, No. 4, 2002.
- [2] Christopherson, K.M., "The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: On the Internet, Nobody Knows You're a Dog," *Computers in Human Behavior*, Vol. 23, pp. 3038 - 3056, 2007.
- [3] Marx, G. T., "What's in a Name? Some Reflections on the Sociology of Anonymity," *The Information Society*, special issue on anonymous communication forthcoming, 1999.
- [4] Johnson, D. G., Miller, K., "Anonymity, pseudonymity, or inescapable identity on the net," *Computers and Society*, 1998.
- [5] McLeod, P. L., "A comprehensive model of anonymity in computer supported group decision making," *International Conference on Information Systems*, 1997.
- [6] Cameron, J. E., "A Three Factor Model of social Identity," *Self and Identity*, Vol. 3, pp. 239~262, 2004.
- [7] McMillan, D.W., "Sense of community," *Journal of Community Psychology*, Vol. 24, No. 4, pp. 315~325, 1996.
- [8] Davenport, D., "The Price of Freedoms," Presented at "The Humanities at the Dawn of

- the 3rd Millenium," a joint Binghamton NY & METU conference, Ankara, 2000.
- [9] Jessup, L. M., Connolly, T., Galegher, J., "The Effects of Anonymity on GDSS Group Process With an Idea Generating Task," MIS Quarterly, Vol.14, No. 3, pp. 313~321, 1990.
- [10] Valacich, J. S., L. M. Jessup, A.R Dennis, J. F. Nunamaker Jr., "A Conceptual Framework of Anonymity in Group Support Systems," Group Decision and Negotiation, Vol. 1, No. 3, pp. 219~241, 1992.
- [11] Wallace, P. M., "The Psychology of the Internet," 황상민 역, 에코 리브르, 2001.
- [12] Suler, "The Online Disinhibition Effect," The Psychology of Cyberspace, 2003.
- [13] 윤해진, "온라인 서포트 커뮤니티에서의 인 지된 익명성 계층적 개념구조와 공적인 자기노출에 미치는 영향," 한국언론학보, 제 40권, 6호, 2006.
- [14] Hayne, S. C., and R. E. Rice, "Attribution accuracy when using anonymity in group support systems," International Journal of Human Computer Studies, Vol. 47, pp. 429~450, 1997.
- [15] 서건수, "인터넷 커뮤니티의 특성과 개인 특 성이 사용자 충성도에 미치는 영향," 경영정 보학연구, 제13권, 2호, 2003.
- [16] 노상규, 박정일, "가상 커뮤니티 (Virtual Community)와 집합재 (Collective Goods)," 서 울대학교 경영대학 ECRC 전자상거래 교재 개발 시리즈, 2002.
- [17] 김경희, 김주연, "인터넷 커뮤니티 개설자의 개설동기와 커뮤니티 속성에 대한 연구," 사 이버커뮤니케이션학회, 사이버커뮤니케이션 학보, 2004.
- [18] Wellman, B., "Networks in the Global Village," Westview Press, 1999.
- [19] Ajzen, I., "The theory of planned behavior," Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol. 50 No.2, pp.179 211, 1991.
- [20] Wallander, J. L., "Social Emotional Competence And Physical Health," Social Emotional Competence, 2000.
- [21] 엄우용, 최은희, "웹 기반 온라인 토론에서 성격특성과 익명성이 문제 해결력에 미치는 영향," 한국교육정보미디어학회, 교육정보미 디어연구, 2001.
- [22] Bargh, J.A., McKenna Kya, "The Internet and social life," Annu. Rev. Psychol., Vol. 55, pp. 573~59, 2004.
- [23] 이성식, "사이버공간에서의 익명성이 언어플 레이밍에 미치는 영향에서의 경로모델의 제 시와 검증," 한국형사정책학회, 제16권, 제2 호, 2004.
- [24] 박문서, "인터넷 익명성과 전자상거래," 한국 통상정보학회, 2002.
- [25] Marathe, J., "Creating Community Online," 1999.
- [26] Chavis, D. M., "Sense of community index," <http://www.capablecommunity.com>, Association for the Study and Development of Community, 1986.
- [27] Arneklev, B. J., Grasmick, H. G., Robert, J. and Bursik, J. R., "Evaluating the Dimensionality and Invariance of Low Self Control," Journal of Quantitative Criminology, 1999.

● 저 자 소 개 ●



최 희 재

1995년 연세대학교 이과대학 전산과학과 졸업 (학사)
2002년 연세대학교 간호대학원 간호학과 졸업 (석사)
2008년 연세대학교 정보대학원 졸업 (박사)
2008년~현재 고려대학교 경영정보학과 강사, 한국커머스넷 연구원
관심분야 : 데이터베이스, 시스템분석설계, 정보시스템전략
E-mail : yena9419@yonsei.ac.kr



이 준 기(교신저자)

1985년 서울대학교 계산통계학과를 졸업 (학사)
1991년 카네기멜론대학 사회심리학과 졸업 (석사)
1999년 남가주 대학 경영정보학 (박사)
2004년~현재 연세대학교 정보대학원 교수
경력: 네브라스카 경영대학에서 조교수로 4년을 재직, PWC 경영컨설턴트로 3년 근무
저서: 웹2.0과 비즈니스 전략
관심분야 : 정보기술을 통한 조직의 전략 재구성, Value innovation, Internet enabled business models, e-Recommendation, e-Transformation, Dynamic pricing, B2B marketplace PSP, BPO
E-mail: zoonky@gmail.com



김 정 원

1995년 이화여자대학교 문헌정보학과 졸업(학사)
2006년 연세대학교 정보대학원 졸업(석사)
2006년~현재 티맥스소프트 컨설팅사업본부 소속
관심분야 : SOA, 모델링방법론, IT 프로젝트 관리 방법론, 오픈 소스