

친교 관계에서 자기노출의 기능

김 교 헌

충남대학교 심리학과

자기노출의 기능을 자기노출을 경험하는 피험자들에게 직접 물어 분석해 보려 했다. 친밀한 상호작용을 하는 관계에서 자기노출의 경험이 가장 풍부하리라는 가정하에, 남·여 대학생들에게 동성과 이성 친구에 대한 자기노출 경험을 기술하도록 했다. 얻어진 자료를 자기노출자와 수신자 및 성별로 분류된 관계의 유형별로 정리하고, 관계의 유형과 응답 범주들 사이의 관련성을 상용분석을 통해 살펴보았다. 그 결과, 자신의 부정적인 측면이나 고통스런 감정을, 답답하고 고통스럽기 때문에, 경계가 분명한 폐쇄된 장소에서 털어놓는 것이 자기노출을 하는 사람의 원형적인 개념이었다. 노출을 한 뒤에는, 속이 편안하고 후련해졌다고 후회스럽거나 착잡했다는 반응이 많았다. 이에 반해, 노출을 받은 뒤에는 위로하고 도와주고 싶었다와 동질감이나 동병상련의 정을 느꼈다는 반응이 전형적이었다. 자기노출이 둘 사이의 관계에 미친 영향으로는, 더 친해지거나 진정한 친구가 되게 했다는 반응이 많았다. 관계의 유형에 따라 자기노출 기능의 세부적인 차이가 드러났다. 연구의 결과는 자기노출자와 수신자 및 둘 사이의 관계에 대한 자기노출의 기능으로 분리해서 논의되었다.

자신의 내밀한 생각이나 감정 혹은 지금까지 털어놓지 않았던 과거 경험 등을 다른 사람에게 언어적으로 의사소통하는 자기노출(self-disclosure)과정을 통해 무엇을 얻을 수 있을까? 자기노출은 그것이 일어나는 맥락이나 노출의 양식, 노출을 하고 받는 사람 사이의 관계의 성질, 이야기되는 내용 및 노출을 받은 사람의 반응 등 여러 요소에 따라 그 효과가 다양하게 달라질 것이다. 동일한 자기노출이 동시에 여러 가지 복합적인 기능을 할 수도 있다. 분석의 초점을 노출을 하는 사람에 두느냐? 노출을 받는 사람에 두느냐? 아니면 노출이 일어

난 집단에 두느냐에 따라 동일한 자기노출이 상이한 효과를 가져오는 것으로 분석될 수 있다. 또 시간의 경과에 따라 그 효과가 달라질 가능성도 있다.

임상이나 사회심리학자들이 자기노출의 효과에 대해 관심을 갖는 데 크게 기여한 사람은 Jourard (1964, 1968, 1971)다. 그는 인본적 심리학의 시각에서, 자기노출이 정신이나 신체 건강의 근원이 된다고 주장한다: 인간은 자기를 타인에게 노출함으로써 얻게 되는 경험을 통해서 참자기와 접촉할 수 있고, 그런 접촉에서 얻은 지식을 기반으로 해서

자신의 운명을 좀더 잘 이끌어 갈 수 있다고 지적한다(1971, p. 6). 또 인간은 자신에게 중요한 적어도 한두 사람에게는 자신을 드러내 보이려는 기본적인 욕구를 지니고 있으며, 이런 욕구를 억누르는 것은 암적인 스트레스로 작용하여 부적응에 이르게 된다고 본다(1964, pp. 32-33). 그의 이런 주장을 입증하려는 후속 연구가 많이 이루어졌지만 일관된 결과를 얻지 못했다(Cozby, 1973; Archer, 1979). 일관된 결과를 얻지 못하게 된 데 대한 대안적인 설명으로 Cozby(1973)는 지나치게 많은 노출은 노출을 거의 하지 못하는 것과 유사하게 부적응적이며 중간 정도의 노출이 적절하다고 주장한다. 한편, Chelune(1977)은 자기노출의 절대적인 수준이 아니라 노출 상대나 사태 등의 상황적 단서에 맞게 노출을 조절할 수 있는 자기노출의 융통성이 정신건강에 중요하다고 주장한다. 이와 같은 Cozby와 Chelune의 주장에는 자기노출의 순기능뿐만 아니라 역기능에 대한 고려가 포함되어 있다.

Jourard가 생각한 것처럼 자기노출은 자기 스스로를 알게 해주고, 상대와의 관계를 발전시켜 주는 등의 순기능만을 하는 것은 아님이 분명하다. 즉, 앞서 지적한 것처럼 자기노출의 상황이나 방식, 관계의 성질 등에 따라 그 효과가 다양하게 달라질 수 있다. 자기노출을 안정된 성격특성으로 보아 개인차를 측정하고 이 지수를 정신건강이나 적응을 나타내는 측정치와 관련시켜 보려는 단순한 시도

들이 일관되지 못하거나 낮은 정도의 관련성만 보인 결과를 얻은 것은 이 점에서 이해할 만하다. 자기노출은 순기능도 역기능도 할 수 있으며, 문제는 보다 세부적이고 구체적으로 자기노출의 기능들을 분석하고 이 기능들이 각각 어떤 조건하에서 주로 발생할 것인가를 찾는 것으로 보인다.

자기노출의 기능에 대한 선행연구들에서의 제안을 순기능과 역기능으로 대별하여 살펴보기로 한다. 먼저, 자기노출의 순기능과 관련해서 Derlega와 Grzelak(1979), Archer와 Earle(1983) 등의 제안은 주목할 만하다. Archer(1987)는 Derlega 등(1979)과 Archer 등(1983)이 제안한 내용을 다음과 같은 표 1.로 정리하여 제시하고 있다(p. 332).

Derlega 등(1979)이 자기노출의 적절성과 효율성에 대한 논의를 하면서 노출을 하는 사람의 입장에 초점을 맞추어 자기노출의 기능을 정리한 반면, Archer 등(1983)은 자기노출이 집단과정에서 어떻게 기능할 수 있는가를 중심으로 대인적인 측면을 더 세분하고 있다. 위의 표 1.에서, '자기 개념의 명료화'는 Bem(1972)의 자기-자각이론의 입장에서 그리고 '자기 명료화'는 Duval과 Wicklund(1972)의 자기-자각이론의 입장에서 각각 설명된다.

Stiles(1987)는 자기노출의 기능을 표현적인 것과 전략적인 것으로 나눈다. 표현적인 기능은 노출 행위 그 자체에서 오는 이득이나 목표로, 감정의

표 1. 자기노출의 지향(Orientation)과 기능의 비교

지향	Archer & Earle(1983)	Derlega & Grzelak(1979)
	용도	기능
1. Self	자기 감정의 표현 자기 개념의 명료화	1. 표현 2. 자기 명료화
2. Self to Other	타인의 참조하에서 자기의 위치 확인	3. 사회적 타당화
3. Other to Self	타인으로부터 자기를 위한 이득 얻음	5. 사회적 통제
4. Other	타인으로부터 정보 유발	4. 관계의 발달
5. Self and Other	자기와 타인 사이의 관계에 대한 규정	

표 2. 자기노출의 역기능이나 위험부담에 대한 Derlega와 Hatfield의 비교

Derlega(1984)	Hatfield(1984)
취 약 성	노출하는 것을 꺼리는 이유
1. 자기 개념의 거절	1. 자신의 나쁜 면이 노출되는 것에 대한 공포
2. 상대가 자기와 친밀한 관계맺기를 꺼림	2. 자신의 참모습이 드러나면 버림받을 가능성에 대한 공포
3. 상대가 자기를 통제하기 위해 자기노출된 정보를 이용	3. 공격받는 것에 대한 공포
4. 상대가 제삼자에게 자기노출된 정보를 옮김	4. 통제력의 상실에 대한 공포
5. 제삼자에게 정보가 유출되어 이자관계의 경제('우리'라는 느낌)가 깨어짐	5. 자신의 파괴적 충동을 억제하지 못할 것에 대한 공포
6. 노출할 동등한 수준의 정보가 없어서 불형평이 생김	6. 자신의 개성을 상실당하는 것에 대한 공포

정화와 자기-이해가 주가 된다. 전략적인 기능은 노출의 외적인 결과로 얻어지는 이득이나 목표로, 수단적인 성질을 지니며 친밀감과 지위에 대한 효과가 주가 된다. Stiles는 노출의 표현적인 기능을 일차적이며 더 근원적인 것으로 생각한다. 표현적인 기능을 통해 심리적 고통을 해소하고 문제를 보다 객관적인 관점에서 조망할 수 있게 된다고 본다. 그는 마치 우리 몸의 온도가 신체적인 동질정체를 유지해 나가는 데 도움을 주는 방식과 유사하게, 자기노출은 심리적인 적응을 유지하는 데 중요하게 작용한다는 자기노출의 기능에 관한 열 모형(fever model)을 제안한다.

Pennebaker(1988, 1989)는 가족의 갑작스런 죽음이나 사고, 혹은 강간 등의 외상적인 사건을 경험하는 사람들이 그 사건에 직면하지 못하고 자기노출을 하지 못했을 때 어떤 해가 있고, 이를 직면하고 자기노출했을 때 어떤 이득이 있나를 일련의 연구에서 보여주고 있다. 그는 스트레스 사건에 직면하지 못하고 노출하지 못하여 억제할 때 자신의 생각이나 감정 혹은 행동을 능동적으로 금지하기 위한 생리적인 작업이 요구되고, 억제는 단기적으로는 피부전기저항의 증가로 나타나고, 장기적으로는 신체에 대한 누적되는 스트레스로 작용하여

신체적 문제나 심리적 문제를 유발하며, 정보처리 과정에 악영향을 주어 사건을 언어로 옮겨 이해하고 기존의 자기 개념이나 지식에 동화시키는 과정을 밟지 못한다고 지적한다. 한편, 이런 억제를 풀고 스트레스 사건에 직면해서 그 문제에 대해 노출을 할 수 있을 경우에는 억제를 위해 필요했던 신체적 작업을(SCL 수준의 증가로 나타났던) 즉각적으로 줄여 신체에 대한 스트레스 수준이 줄어들며, 그 사건을 언어로 부호화하여 보다 쉽게 이해할 수 있고 의미를 찾을 수 있으며 궁극적으로 자기의 것으로 동화시킬 수 있다고 주장한다. 실증적인 연구를 통해, 그는 자신의 외상적인 경험에 직면하고 자기노출을 하는 것은 피부전기저항 수준을 낮추고, 신체의 면역 기능을 향상 시키며, 양대뇌 반구의 뇌파활동이 더 합치되도록 하는 결과를 얻었다.

한편, 자기노출의 역기능이나 위험부담과 관련하여 Derlega(1984)와 Hatfield(1984)의 제안을 정리해 보면 다음의 표 2.와 같다.

Derlega(1984)가 대인관계에서 자기노출을 하는 사람이 처할 수 있는 취약성의 입장에서 노출의 역기능을 생각하고 있는데 반해, Hatfield(1984)는 친밀감에 수반되는 위험의 입장에서 역기능을

분석하고 있다.

Coates와 Winston(1987)도 고민에 대한 자기노출이 문제를 해결하고 심리적인 안녕을 향상시키는 데 도움을 줄 수 있지만, 역기능을 동반할 수 있음을 지적하고 있다. 만약 자기노출을 받은 사람이 상대의 고민을 도와줄 수 없고 불유쾌하게 느낀다면, 오히려 사회적 지지의 상실을 초래할 가능성이 높다. 또한 절제되지 못하고 상습적으로 일어나는 책임을 면하거나 동정을 구걸하려는 것으로 지각되는 자기노출은 상대로부터 거절당할 가능성이 높다. McFarlane, Norman, Streiner, 및 Roy (1984)의 연구에서는 자신의 어려움을 이야기하는 데 가장 많은 시간을 보낸 피험자 집단이 가장 낮은 사회적 지지를 받고 있는 것으로 나타났다.

자기노출의 기능이나 효과에 대한 연구는 두 방향에서 접근할 수 있다. 그 하나는 자기노출의 객관적인 기능을 자기노출을 인위적으로 조작하는 실험적 연구를 통해 밝히는 것이다. 지금까지의 자기노출의 기능에 관한 실증적인 연구들은 주로 이 방식으로 이루어져 왔다. 다른 한 방향의 접근은 사람들에게 자기노출을 하게 되는 주관적인 이유나 자기노출을 받고 난 뒤에 경험하는 반응을 직접 물어보는 방법이다. 종전의 연구들에서는 자기노출을 하는 사람들에게 대한 노출 의도는 거의 고려되지 않았다.

본 연구에서는, 이론적인 입장에서가 아니라, 사람들이 일상적인 경험에서 느끼거나 추론하고 있는 자기노출의 효과나 기능은 어떠한가를 알아보려 했다. 이를 통해 사람들이 일상생활에서 자기노출의 기능에 대해 어떻게 인식하고 있는가를 찾아내고, 이런 자기노출의 효과에 대한 주관적인 인식과 종전의 연구들에서 제안하고 있는 자기노출의 기능이 얼마나 합치되는가를 알 수 있을 것이다. 사람들은 일상생활 속에서 자기노출을 하거나 받는 경험을 하게 되고, 그런 직·간접적인 경험을 통해서 자기노출의 여러 측면에 대한 개념을 형성할 것이다. 또 이렇게 형성된 자기노출에 대한 개념은 미래의 자신 혹은 타인의 자기노출 행동을 계

획하거나 조절하거나 해석하는 데 중요한 참조틀로 작용할 것이다.

사람들이 어떤 방식으로 자기노출의 개념을 형성할 것인가에 대한 접근으로 Rosch(1975, 1978)의 원형이론이 쓸모있어 보인다. 그녀의 주장에 따르면, 일상의 경험에서 자연적으로 형성되는 개념의 경우에는, 필요하고도 충분한 조건을 모두 충족시키는 경계가 분명한 집합으로 개념이 형성되지 않는다. 그보다는 오히려 특정 범주의 가장 전형적인 예에 해당하는 원형을 중심으로 하고, 그 원형에서 벗어나 멀어질수록 다른 범주와의 경계가 불분명해지는 모호집합(fuzzy set)으로 개념이 형성된다. 어떤 예가 어떤 범주의 구성원으로 얼마나 전형적일까 하는 정도(원형성; prototypicality)는 사람들에게 대표적인 예를 회상케 했을 때 얼마나 잦은 빈도로 언급되는가나 직접적인 평정을 통해서 알 수 있다.

원형적 접근법은 인지심리학에서 처음 도입되기 시작하여(Rosch, 1978) 다양한 심리학 분야에 적용되어 왔다. 예를 들어, 사람의 범주(Cantor & Mischel, 1979), 정신의학적 문제의 범주(Cantor, Smith, French, & Mezzich, 1980), 사회적 상황의 범주(Cantor, Mischel, & Schwartz, 1982), 인간의 정서(Fehr & Rushell, 1984; Shaver, Schwartz, Krison, & O'Connor, 1987), 친밀감과 거리감(Helgeson, Shaver, & Dyer, 1987) 및 사랑과 개입(Fehr, 1988) 등의 연구에 널리 적용되어 유용성이 입증되고 있다.

사람들의 자기노출의 효과나 기능에 대한 개념은 그에 관한 경험이 가장 잦은 영역에서 쉽게 찾을 수 있을 것이다. 깊은 수준의 자기노출이 자발적으로 일어나는 전형적인 일상 경험의 영역은 이미 발달했거나 발달하고 있는 친밀한 관계라고 볼 수 있다. 상담이나 심리치료 장면 혹은 다시 만날 가능성이 없는 낯선이와의 조우 등에서 가장 친밀한 관계에서조차 꺼려 왔던 내용에 대한 자기노출이 일어나기도 한다. 그러나 그런 경험들은 그렇게 일반적이지 못하다. 흔히 친밀한 관계에서는 서로

에 대해 자신의 여러 가지 심층적인 측면들을 드러내는 데 보다 자유롭게 느낀다. 그래서 서로의 역사나 가치관, 강점과 약점, 희망과 공포 및 괴벽 등에 관한 정보를 깊이 공유하게 된다. 이런 가정에 근거하여 본 연구에서는 친교관계에서 일어났던 대표적인 자기노출 경험의 내용을 분석하여 자기노출의 기능에 대한 원형적인 개념을 추출하려 했다.

앞서 언급했듯이, 자기노출의 기능은 그것이 발생하는 맥락이나 관계 및 내용 혹은 분석의 초점이나 시간 경과 등에 따라 다양하게 달라진다. 이런 중개(혹은 매개) 변인들을 고려하지 않고 자기노출의 기능을 논의하는 것은 큰 의미가 없다. 본 연구에서는 자기노출의 효과를 중개하는 변인들 중, 관계의 성질과 분석의 초점을 주로 고려하기로 했다. 먼저, 자기노출이 일어난 관계가 남자와 남자 사이냐, 여자와 여자 사이냐, 아니면 남자와 여자 사이냐를 구분해서 노출 경험을 분석했다. 두 번째로, 자기노출의 기능을 자기노출을 한 사람, 받은 사람, 그리고 둘 사이의 관계에 미치는 효과로 나누어 다루었다. 세 번째로, 행위자와 관찰자의 입장을 고려했다. Jones와 Nisbett(1972)이 지적하듯이, 행위자와 관찰자는 동일한 사건이나 경험을 두고도 서로 상이한 정보에 접할 수 있고, 상이한 조망을 가질 수 있다. 즉, 자기노출을 하는 사람이 보는 자기노출의 효과와 상대방의 자기노출을 받고 관찰하는 입장에 있는 사람이 보는 효과가 달라질 수 있다.

이밖에도, 자기노출의 내용이나 자기노출이 일어나는 맥락(시간과 장소)에 대한 자료를 포함시켰다.

연구 방법

피험자

본 연구에 참여한 피험자는 과학기술대학에서 심리학 개론을 수강하는 학생 122명(남자, 81명,

평균연령 21.4세; 여자, 42명, 평균 연령 20.7세)이었다. 피험자들은 과목의 학점을 취득하기 위한 요구조건 중의 하나로 본 연구의 질문지에 응답하였다.

질문지

질문은 다음과 같은 4 부분으로 구성되었다: 동성친구에 대한 자기노출 경험; 이성친구에 대한 자기노출 경험; 동성친구로부터 자기노출을 받았던 경험; 이성친구로부터 자기노출을 받았던 경험. 위의 4가지 질문에서 각각 가장 대표적인 경험을 생각하게 한 다음, 다음과 같은 탐사질문이 주어졌다: ① 노출의 내용; ② 노출시의 장소와 시간; ③ 노출의 원인이나 이유; ④ 노출을 한 뒤에 느낀 감정과 생각; ⑤ 노출을 받은 상대의 반응; ⑥ 노출을 받은 뒤에 느낀 감정과 생각; ⑦ 노출이 둘 사이의 관계에 미친 영향; ⑧ 노출이 일어날 때 상대방과 친했던 정도.

피험자들은 특정한 경우에 해당하는 대표적인 예를 하나 회상하도록 요청받았다. 그 다음 그 예를 가능하면 생생하게 회상하면서 8가지의 탐사질문에 응답하도록 요청받았다. 탐사질문 중 ⑧번은 7점으로 된 평정척도이고 나머지는 모두 자유응답을 하도록 구성되었다. 질문지에 대한 응답은 약 20명씩의 집단으로 이루어졌다. 응답이 먼저 끝난 사람은 먼저 돌아가도록 했으며, 응답 시간은 최저 30분에서 최고 90분까지 걸렸다.

자료의 처리

피험자들의 7개 자유반응식 질문에 대한 기술된 응답을 연구자가 내용별로 나누어 기록했다. 이 중, 탐사 질문의 내용과 관련되는 것들만을 선별하고, 이들을 비슷한 내용끼리 묶어서 하나의 독립된 범주를 만들었다. 예를 들면, 자기노출의 내용에서 “부모님들 사이의 불화”와 “가출해 버린 동생 이야기”를 ‘집안 문제’라는 범주로 묶었다.

7가지 질문에 대한 응답을 각 범주별로 분류하여 빈도수를 계산하고, 전체 응답수의 3% 이상이

되는 범주만을 최종 범주로 남겼다(원형성 평정에서 3% 이상을 기준으로 하는 선행 연구가 많았다). 여기에 해당하지 않는 반응은 모두 기타 범주로 분류했다. 분류시에 동일한 응답자에서 같은 내용이 반복되는 경우는 하나로 취급했다.

본 연구의 내용을 모르는 심리학과 대학원에 재학중인 학생에게 범주별 기준을 주고 재분류하도록 해서 연구자와의 분류 일치율을 계산했다. 연구자와 재분류자 사이의 분류 일치율은 평균 83.5%였다. '노출을 한 뒤의 감정과 생각'에서는 74.7%로 일치율이 가장 낮았고, '노출시의 장소'에서는 96.8%로 일치율이 가장 높았다. 불일치하는 분류 항목에 대해서는 두 사람이 논의해서 하나의 범주에 소속시켰으며, 이런 과정에서 의견의 불일치는 쉽게 해결할 수 있었다. 경험이 없다고 응답하는 경우도 있었다. 이 경우는 전체 질문에 모두 응답하지 않았어도 다른 응답 자료는 분석에 포함시켰다(특히 이성관계에서 깊은 수준의 자기노출 경험이 없다는 경우가 많았다). 7가지 질문에 대한 응답의 범주별 빈도는 피험자의 성(남, 여; 2)과 상대방의 성(2), 및 노출을 하거나 받은 형태(2)에 따라 8가지 조건(2*2*2)별로 나누어 최종 2원 유관표를 만들어졌다.

다음으로, 관계나 자기노출의 형태(노출을 하거나 받는)에 따른 8가지 조건과 각 질문에 대한 응답 범주들이 서로 어떻게 관련되는가를 살피기 위해 상응분석(correspondence analysis)¹⁾을 했다.

1) 이 방법은 프랑스의 Benzecrid와 그의 동료들이 1960년대말에 개발하기 시작했으며, 1970년대 이후 발전된 것으로, 우리나라에서는 조성겸(1992)의 소개가 있다. 이 분석법은 명명 수준에서 측정된 두 변인이나 여러 변인들의 범주 자료(categorical data)를 변인들 사이의 관계를 함께 고려하며 동일한 축소 공간상의 점으로 표시해 주는 탐색적인 기술적 통계방법이다. 이 방법을 통해 ① 다변인 범주 자료를 양화할 수 있고; ② 그 자료의 구조를 도식적으로 표시할 수 있으며; ③ 행(row) 변인이나 열(column) 변인의 범주들 사이의 관계가 아니라 행과 열 변인의 범주들 사이의 관계를 탐색할 수 있게 해준다—이는 자료의 숨겨진 구조를 탐색하는데 지금까지 흔히 사용해 왔던 MDS나 PCA(principal component analysis)에 비해 이 방법이 갖는 큰 장점이다.

이를 위해 SPSSPC+의 ANACOR 프로그램을 사용했다. 상응분석에 앞서, 2원 유관표의 범주 중에서 기타에 해당하는 범주를 제외한 자료로 먼저 χ^2 검증을 했다. 그 결과 열과 행 변인이 유의하게 관련되는 것으로 나타난 자료에 대해서는 상응분석을 했다.

추출하는 차원은 모두 3차원으로 지정했으며, 정상화(Normalization)는 행과 열 변인 범주 사이의 관계에 대해 관심이 있었기 때문에 정준(Canonical)법을 사용했다.

결 과

1. 자기노출의 내용

표 3.은 관계의 유형과 자기노출 내용의 범주별로 해당 빈도를 구하고 백분율을 낸 것이다. 자신의 속마음을 털어놓거나 상대의 속마음을 듣게 된 전형적인 경험에서 추출한 친교관계에서의 자기노출의 내용은 자신의 부정적인 측면(예를 들면, 가족의 불화나 불구 혹은 근친과의 이룰 수 없는 사랑 등)이나 자신의 고통스런 감정(상대에 대한 증오나 자기 부적절감 혹은 이별 뒤의 쓰라림 등)을 표현하는 것이 전형적이었다. '집안문제', '이성문제', '가치관문제' 그리고 '성격문제' 등이 전체 응답 반응의 10% 이상씩을 점하고 있는 범주들이다. 응답의 잦기 백분율이 3% 이하여서 기타 범주로 분류된 자기노출의 내용들로는 '자신에 대한 실망이나 회의(10 사례)', '더 친하게 지내자는 제의(10)', '사회 문제에 대한 견해(9)' 그리고 '남녀의 역할에 대한 견해(6)' 등이 있었다. 관계의 유형과 노출 내용 사이의 관련성을 알아보기 위해 χ^2 검증(이때 '기타'에 해당하는 범주는 제외했다)을 해 본 결과, 두 변인 사이에 유의한 관련성이 있었다($\chi^2 = 122.40$, $P = .000$.)

표 3. 관계 유형별 자기노출 내용의 백분율(빈도)

관계유형 노출 내용	남⇒남*	남⇐남	남⇒여	남⇐여**	여⇒여	여⇐여	여⇒남	여⇐남	전 체
1. 집안문제	11(9)	14(11)	12(7)	8(4)	17(10)	20(10)	8(4)	19(11)	13(66)
2. 이성문제	12(10)	19(15)	2(1)	6(3)	17(10)	26(13)	12(6)	12(7)	13(65)
3. 장래문제	11(9)	15(12)	13(8)	8(4)	12(7)	10(5)	2(1)	12(7)	11(53)
4. 가치관문제	18(15)	11(9)	13(8)	6(3)	3(2)	2(1)	10(5)	10(6)	10(49)
5. 성격문제	8(7)	9(7)	8(5)	4(2)	9(5)	8(4)	8(4)	2(1)	7(35)
6. 학교생활에 대한 부 적응	6(5)	8(6)	3(2)	16(8)	5(3)	2(1)	10(5)	3(2)	7(32)
7. 좋아하거나 사랑한 다는 고백	1(1)	1(1)	12(7)	16(8)	2(1)	2(1)	8(4)	12(7)	6(30)
8. 대인관계의 어려움	1(1)	4(3)	2(1)	4(2)	10(6)	12(6)	12(6)	7(4)	6(29)
9. 자신의 과거 경험	8(7)	4(3)	12(7)	2(1)	5(3)	2(1)	4(2)	9(5)	6(29)
10. 공부문제	5(4)	9(7)	3(2)	6(3)	3(2)	4(2)	4(2)	2(1)	5(23)
11.동성(친구)문제	8(7)	0(0)	2(1)	0(0)	9(5)	6(3)	4(2)	3(2)	4(20)
12.기타	12(10)	8(6)	18(11)	24(12)	8(5)	6(3)	21(11)	10(6)	13(64)
전 체	(85)	(80)	(60)	(50)	(59)	(50)	(52)	(59)	(495)

* '남⇒남'은 남자 피험자가 자기의 남자친구에게 노출함을 뜻한다.

** '남⇐여'는 남자 피험자가 자기의 여자친구로부터 노출받았음을 뜻한다.

자기노출의 내용과 관계의 유형(여기에는 관찰자 행위자 차원도 포함되어 있다)별로 자료의 숨은 구조를 찾기 위해, 그리고 두 변인들 사이의 상호 관련성의 양상을 파악하기 위해 상용분석을 하였다. 다음의 표 4.는 상용분석의 결과²⁾를 제시한 것이다. 분석의 결과 대부분의 경우에 3차원보다는 2차원을 사용했을 때 각 축의 해석이 의미가 분명하고, 2차원만으로도 비교적 충분한 설명력이 있다고 판단되어(최소 설명변량 60.2%, 평균 설명변량 76.1%) 2차원의 자료만 제시했다.

축 1은 전체 가중변량(total inertia)의 40.5%를 설명하고 있으며, 노출의 내용에서는 '이성문제'와 '좋아하거나 사랑한다는 고백'이 그리고 관계유형에서는 '여자가 여자에게 노출하거나 받은 경우'와 '남자가 여자로부터'나 '남자가 여자에게' 등의 범주에 의해서 대표되는 차원이다. '이성문제'는 여자들 사이의 중요한 자기노출 내용이 됨을 알 수 있고, '좋아하거나 사랑한다는 고백'은 남자가 이성 친구로부터 노출받았다는 경우와 밀접하게 관련된다. 즉, 여자들끼리는 자신의 이성친구에 대한 고민을 깊은 수준의 자기노출 내용의 원형으로 보고 있으며, 남자는 이성친구로부터 들은 사랑의 고백을 가장 원형적인 것으로 생각하고 있음을 알 수 있다.

축 2는 전체 가중변량의 26.3%를 설명하고, 노출내용에서는 '대인관계의 어려움'과 '가치관문제' 및 '자신의 과거경험'이 그리고 관계유형에서는 '여

2) 결과는 도식화해서 제시하는 것이 쉽게 해석할 수 있다는 장점이 있으나, 본 연구에서는 지면관계상 생략한다. 관심있는 분은 표에서 제시되는 좌표값(coordinate)을 사용해서 2차원의 도표를 만들 수 있고, 이를 통해 행·열 변인의 범주들 사이의 관련성과 구조를 보다 쉽게 이해할 수 있을 것이다.

표 4. 자기노출의 내용과 관계의 유형에 대한 상응분석 결과

범주명	Mass*	축 1		축 2	
		Coordinate	Contribution	Coordinate	Contribution
집안문제	287	153	233	272	612
이성문제	151	713	814	256	85
장래문제	123	-28	3	-302	260
가치관문제	114	-389	197	-757	602
성격문제	81	171	93	-212	116
학교생활에 대한 부적응	74	-630	296	646	250
좋아하거나 사랑한다는 고백	70	-1454	757	730	154
대인관계의 어려움	67	-432	204	-784	540
자신의 과거 경험	67	547	215	971	546
공부문제	53	-55	5	49	3
동성(친구)문제	46	730	293	-462	93
남자→남자	174	84	11	-783	749
남자←남자	172	213	86	-94	14
남자→여자	114	-809	583	-547	215
남자←여자	88	-1090	580	907	323
여자→여자	125	629	699	163	38
여자←여자	109	916	766	463	158
여자→남자	95	-92	12	573	369
여자←남자	123	-268	135	75	8

*모든 값은 1000으로 곱한 숫자이며 소수점은 생략함

표 5. 관계 유형별 자기노출 장소의 백분율(빈도)

관계유형 노출 장소	남⇒남	남⇐남	남⇒여	남⇐여	여⇒여	여⇐여	여⇒남	여⇐남	전	체
1. 카페,찻집,레스토랑	6(4)	6(4)	50(24)	29(14)	23(10)	22(9)	48(21)	43(19)	26(105)	
2. 집이나 기숙사의 방	34(24)	30(20)	2(1)	10(5)	19(8)	39(16)	2(1)	5(2)	19(77)	
3. 교실,도서관,휴게실	17(11)	15(10)	17(8)	10(5)	19(8)	12(5)	5(2)	11(5)	14(54)	
4. 주점,술집	23(15)	23(15)	4(2)	4(2)	2(1)	2(1)	16(7)	11(5)	12(48)	
5. 교정	6(4)	14(9)	8(4)	10(5)	16(7)	17(7)	9(4)	11(5)	11(45)	
6. 야외(산,강변,호수 등)	2(1)	6(4)	4(2)	8(4)	14(6)	7(3)	9(4)	7(3)	7(27)	
7. 거 리	3(2)	3(2)	4(2)	6(3)	2(1)	0(0)	7(3)	5(2)	4(15)	
8. 버스나 기차안	5(3)	2(1)	6(3)	6(3)	2(1)	0(0)	2(1)	5(2)	4(14)	
9. 기 타	2(1)	2(1)	4(2)	16(8)	2(1)	0(0)	2(1)	2(1)	4(15)	
전 체	(65)	(66)	(48)	(49)	(43)	(41)	(44)	(44)	(400)	

표 6. 관계 유형별 자기노출 시간의 백분율(빈도)

관계유형 노출 장소	남⇒남	남←남	남⇒여	남←여	여⇒여	여←여	여⇒남	여←남	전 체
1. 오후	8(5)	19(10)	37(13)	47(16)	46(17)	57(17)	35(12)	26(8)	31(98)
2. 저녁	20(12)	16(9)	26(9)	9(3)	30(11)	17(5)	35(12)	45(14)	24(75)
3. 늦은 밤(11시-3시)	40(24)	33(18)	11(4)	15(5)	11(4)	10(3)	12(4)	3(1)	20(63)
4. 이른 밤(8시-11시)	23(14)	26(14)	20(7)	21(7)	11(4)	10(3)	12(4)	23(7)	19(60)
5. 기 타	8(5)	6(3)	6(2)	9(3)	3(1)	7(2)	6(2)	3(1)	6(19)
전 체	(60)	(54)	(35)	(34)	(37)	(30)	(34)	(31)	(315)

표 7. 자기노출의 장소와 관계의 유형에 대한 상응분석 결과

범주명	Mass	축 1		축 2	
		Coordinate	Contribution	Coordinate	Contribution
카페,찻집,레스토랑	273	-911	967	-32	1
집이나 기숙사 방	200	1000	921	309	44
교실,도서관,휴게실	140	179	180	146	60
주점,술집	125	592	353	-1091	601
교정	117	30	5	514	678
산,강변,호수	70	-293	160	604	341
거리	39	-480	387	-605	308
버스나 기차	36	-402	202	-442	122
남자→남자	166	910	836	-463	109
남자←남자	169	769	882	-216	35
남자→여자	119	-916	852	-67	2
남자←여자	106	-460	601	145	30
여자→여자	109	-73	13	804	760
여자←여자	106	424	238	951	600
여자→남자	112	-776	674	-515	149
여자←남자	112	-655	917	-228	56

자가 남자에게’와 ‘남자가 남자에게’ 등의 범주에 의해 대표되는 차원이다. 여자가 남자에게 노출했다는 전형적인 노출 내용은 대인관계의 문제이고, 남자가 남자에게 노출했다는 전형적인 내용은 가치관문제와 자신의 과거경험임이 드러난다. 여자는 남자에게 대인관계 문제를 자기노출한 전형적인 예로 지각하는 데 반해, 남자는 여자로부터 받은 사랑의 고백을 자기노출 받은 전형적인 것으로 생

각하고 있다. 이는 노출하는 사람과 받는 사람의 지각이 상당히 다를 수 있음을 반영하는 것이 아닌가 짐작된다.

2. 자기노출의 환경

표 5.은 관계의 유형 및 자기노출의 장소 범주들 사이의 관계를, 표 6.은 관계의 유형 및 노출의 시

표 8. 자기노출의 시간과 관계의 유형에 대한 상응분석 결과

범주명	Mass	축 1		축 2	
		Coordinate	Contribution	Coordinate	Contribution
오후	331	709	821	-437	178
저녁	253	217	116	787	
늦은 밤	213	-997	931	-294	46
이른 밤	203	-382	617	39	4
남자→남자	187	-1002	987	57	2
남자←남자	172	-666	950	-167	34
남자→여자	111	325	834	63	18
남자←여자	105	333	216	-787	688
여자→여자	122	591	910	24	1
여자←여자	95	766	704	-637	277
여자→남자	108	417	559	16	317
여자←남자	101	400	193	1046	751

간 범주들 사이의 관계를 짐작할 수 있게 해주는 이원 빈도표이다.

‘카페나 찻집, 레스토랑’, ‘집이나 기숙사의 방’, ‘교실이나 도서관, 휴게실’ 그리고 ‘술집’ 등의 경계가 분명한 폐쇄된 장소가 자기노출 장소의 원형적인 개념으로 드러났다. 시간대는 ‘오후’가 가장 많고 ‘저녁’, ‘늦은 밤’, ‘이른 밤’ 등 오전을 제외한 전 시간대에 거의 고르게 분포되어 있다.

다음의 표 7.과 8.은 노출 장소와 시간에 대한 상응분석 결과이다.

자기노출의 장소와 관계의 유형 사이에는 유의한 관련성이 있었다($\chi^2_{30}=135.85$, $P=.000$). 자기노출의 장소와 관계의 유형에 대한 상응분석 결과(표 7. 참조), 제 1축은 전체 가중변량의 69.5%를 설명하는 차원으로 ‘카페, 찻집, 레스토랑’의 극단과 ‘집이나 기숙사의 방’의 반대 극으로 잘 구분되며, 카페 등은 남자가 여자에게 노출하는 전형적인 장소이고 방은 남자들끼리 자기노출하는 전형적인 장소임을 알 수 있다. 제2축은 ‘교정’과 ‘술집’의 반대 극으로 구분되며, 교정에 가까운 관계 유형은 여자끼리의 노출을 하거나 받는 관계가 인접해 위

치해 있는, 전체 가중변량의 17.5%를 설명하는 차원이다.

자기노출의 시간과 관계의 유형은 유의한 관련성이 있었다($\chi^2_{21}=72.12$, $P=.000$). 상응분석 결과(표 8. 참조), 제1축은 전체 가중변량의 72.2%를 설명하고 ‘오후’와 ‘늦은 밤’ 그리고 ‘여자끼리의 노출 관계’와 ‘남자끼리의 노출 관계’로 잘 대표된다. 노출의 시간으로 여자들은 오후가 전형적인데 반해, 남자들은 늦은 밤이 전형적이다. 제2축은 전체 가중변량의 23.4%를 설명하며 ‘남자로부터 여자가 노출받는 관계’와 ‘여자로부터 남자가 노출받는 관계’ 범주로 잘 구분되며, 남자로부터 여자가 노출받는 관계는 저녁이 밀접하게 관련된다.

자기노출의 장소와 시간을 함께 살펴보면, 남자들끼리의 관계에서는 여자들끼리의 관계에 비해 경계가 분명하고 더 폐쇄적이며 더 늦은 시간에서 야 깊은 자기노출이 일어남을 알 수 있다.

3. 자기노출의 이유(원인)

표 9.는 자기노출의 이유와 관계의 유형 범주들 사이의 관계를 짐작케 해주는 이원 빈도표이다.

표 9. 관계의 유형별 자기노출 이유에 대한 백분율(빈도)

관계유형 노출 이유	남⇒남	남⇐남	남⇒여	남⇐여	여⇒여	여⇐여	여⇒남	여⇐남	전	체
1. 답답하거나 고통스러워	19(19)	23(21)	6(4)	10(4)	20(11)	20(11)	15(8)	10(5)	16(83)	
2. 자신의 견해나 태도에 대한 상 대의 생각을 알고 싶어	10(10)	6(5)	13(9)	12(5)	7(4)	5(3)	15(8)	10(5)	9(49)	
3. 친한 사이이기 때문에	8(8)	17(15)	2(1)	5(2)	7(4)	20(11)	6(3)	6(3)	9(47)	
4. 이해하고 수용해 줄 것 같아	7(7)	6(5)	6(4)	10(4)	13(7)	13(7)	2(1)	10(5)	8(40)	
5. 신뢰해서	6(6)	8(7)	2(1)	5(2)	11(6)	7(4)	6(3)	4(2)	6(31)	
6. 위로나 조언등의 도움이 필요해서	7(7)	9(8)	4(3)	5(2)	6(3)	2(1)	7(4)	2(1)	6(29)	
7. 비슷한 고민을 안고 있거나, 동 질감을 느껴	7(7)	6(5)	2(1)	2(1)	7(4)	6(3)	2(1)	6(3)	5(25)	
8. 좋아하거나 사랑해서	2(2)	0(0)	12(8)	12(5)	0(0)	4(2)	2(1)	12(6)	5(24)	
9. 술기운이나 분위기 때문에	5(5)	8(7)	0(0)	2(1)	2(1)	2(0)	6(3)	10(5)	4(22)	
10.상대가 먼저 자기 이야기를 털 어놓아	4(4)	3(3)	4(3)	2(1)	6(3)	6(3)	6(3)	0(0)	3(20)	
11.오해를 풀려고	3(3)	1(1)	6(4)	2(1)	6(3)	2(1)	6(3)	2(1)	3(17)	
12.더 친해지고 싶거나, 호감을 얻 기 위해	3(3)	0(0)	10(7)	2(1)	0(0)	0(0)	2(1)	10(5)	3(17)	
13.상대에 대한 부정적 감정(실망, 분노, 질투) 때문에	4(4)	6(5)	3(2)	2(1)	2(1)	0(0)	2(1)	4(2)	3(16)	
14.기 타	17(17)	9(8)	31(21)	20(12)	13(7)	16(9)	27(15)	17(9)	19(98)	
전 체	(102)	(90)	(68)	(42)	(54)	(55)	(55)	(52)	(518)	

‘답답하거나 고통스러워’가 전체 반응의 16%를 차지하고 있다. 자기노출의 이유 범주 중, ‘친한 사이이기 때문에’, ‘이해하고 수용해 줄 것 같아’ 및 ‘신뢰해서’ 등은 노출의 직접적인 이유라기보다는 그에 부수되는 위험부담이나 취약성을 보장해 주는 조건을 이야기한 것으로 볼 수 있다. 이는 깊은 수준의 자기노출에 따를 수 있는 역기능에 대한 염려가 매우 널리 퍼져 있는 인식임을 알게 해준다.

기타 범주에 속하는 것으로는 ‘자신의 있는 그대로를 보여주고 싶어(15)’, ‘이야기가 자연스레 그 방향으로 흘러서(14)’, ‘서로를 더 잘 알기 위해(14)’ 및 ‘상대가 물어 와서(14)’ 등이 있었다.

자기노출의 이유와 관계 유형 사이에 유의한 관련성이 있었다($\chi^2_{(4)}=136.55$, $P=.000$.) 상용분석 결과는 다음의 표 10.에 요약 제시했다.

표 10. 자기노출의 이유와 관계의 유형에 대한 상응분석 결과

범주명	Mass	축 1		축 2	
		Coordinate	Contribution	Coordinate	Contribution
답답하거나 고통스러워	198	-450	983	21	1
자신의 견해나 태도에 대한 상대의 생각 알고 싶어	117	493	587	156	30
친한 사이이기 때문에	112	-685	603	-331	72
이해·수용해 줄 것 같아	95	19	1	-739	703
신뢰해서	74	-471	700	-175	49
위로·조언 등의 도움필요	69	-191	102	561	45
비슷한 고민·동질감 느껴	60	-332	330	-40	2
좋아하거나 사랑해서	57	1621	870	-459	35
술기운·분위기 때문에	52	-162	22	1266	687
상대가 먼저 털어놓아	48	-109	27	-356	147
오해를 풀려고	40	500	285	-124	9
더 친해지고 호감받으려	40	1799	890	299	12
상대에 대한 부적 감 정때문에	38	50	5	822	651
남자→남자	202	-170	293	240	295
남자←남자	195	-676	745	405	136
남자→여자	112	1355	926	-174	8
남자←여자	71	599	505	-359	92
여자→여자	112	-448	359	-430	169
여자←여자	110	-520	302	-1020	589
여자→남자	95	-2	0	491	224
여자←남자	102	775	536	300	41

제1축은 ‘더 친해지거나 호감을 얻기 위해’, ‘좋아하거나 사랑해서’ 및 ‘자신의 태도나 견해에 대한 상대의 생각을 알고 싶어’ 등의 범주가 한 극에 있고, ‘답답하거나 고통스러워’, ‘친한 사이여서’ 및 ‘신뢰해서’ 등이 반대 극을 이루는 차원으로 전체 가중변량의 59.4%를 설명한다. 더 친해지고 싶거나 사랑해서 등의 노출 이유는 남녀 사이의 관계 유형과 관련이 깊고, 답답하거나 고통스럽다거나 친한 사이이기 때문에 등은 남자가 남자에게서 노출받는 관계와 깊이 관련된다. 제2축은 전체 가중변량의 15.3%를 설명하고, 한쪽 극은 ‘술기운이나

분위기’, ‘상대에 대한 부적 감정’ 및 ‘위로나 조언 등의 도움 필요’ 등이 반대 극은 ‘이해하고 수용해 줄 것 같아’가 대표하고 있는 차원이다. 술기운, 부적 감정 및 도움의 필요성 등은 남자가 남자에게 노출한 경우의 이유로, 이해하고 수용해 줄 것 같아서는 여자가 여자로부터 노출받은 경우의 전형적인 이유로 등장하고 있다.

4. 자기노출을 한 뒤의 감정과 사고

다음의 표 11.은 자기노출을 한 뒤에 느낀 감정

표 11. 관계 유형별 자기노출을 한 뒤의 감정과 사고에 대한 백분율(빈도)

관계유형 노출한 뒤의 감정과 사고	남⇒남	남⇐남	남⇒여	남⇐여	여⇒여	여⇐여	여⇒남	여⇐남	전 체
1. 속이 편안 후련해졌다	27(29)	26(21)	20(15)	29(19)	31(19)	35(21)	13(7)	20(10)	26(141)
2. 후회스럽거나 착잡했다	4(15)	5(4)	18(14)	6(4)	10(6)	7(4)	11(6)	12(6)	11(59)
3. 친밀감을 느꼈다	10(11)	11(9)	7(5)	6(4)	10(6)	7(4)	13(7)	4(2)	9(48)
4. 문제를 다른 관점에서 인식하게 됐다	7(7)	10(8)	0(0)	5(3)	13(8)	8(5)	15(8)	10(5)	8(44)
5. 기쁘거나 행복했다	9(10)	9(7)	13(10)	3(2)	3(2)	5(3)	4(2)	4(2)	7(38)
6. 부끄럽거나 쑥스러웠다	6(6)	5(4)	8(6)	8(5)	3(2)	0(0)	6(3)	6(3)	5(29)
7. 상대의 반응이 궁금하거나 불안 했다	3(3)	1(1)	15(11)	5(3)	5(3)	2(1)	9(5)	4(2)	5(29)
8. 이해받고 수용됨	7(7)	1(1)	5(4)	5(3)	2(1)	5(3)	6(3)	2(1)	4(23)
9. 감정이나 생각을 정리했다	2(2)	4(3)	1(1)	8(5)	8(5)	2(1)	4(2)	6(3)	4(22)
10. 자신감이나 용기가 생겼다	4(4)	4(3)	0(0)	3(2)	5(3)	7(4)	6(3)	0(0)	3(19)
11.기 타	11(12)	24(19)	13(10)	23(15)	10(6)	23(14)	20(9)	35(18)	19(103)
전 체	(106)	(80)	(76)	(65)	(61)	(60)	(55)	(52)	(555)

이나 떠오른 생각과 관계 유형의 범주들 사이의 관계를 나타내 주는 이원 빈도표이다.

‘속이 편안하고 후련해졌다’는 반응이 전체 반응의 26%를 점하는 가장 전형적인 것이었다. 이는 앞서서 ‘답답하거나 고통스러워’가 가장 전형적인 노출의 이유인 것과 상응한다. 즉 답답하거나 고통스러워 자기노출을 한 결과, 속이 편안하고 후련해진다는 Stiles(1987)의 자기노출의 기능에 관한 열 모형에서의 주장과 비슷한 생각이 일반인들의 노출 기능에 대한 개념에서도 전형적임을 알 수 있다. ‘후회스럽거나 착잡했다’, ‘부끄럽거나 쑥스러웠다’ 및 ‘상대의 반응이 궁금했다’ 등은 자기노출에 따른 역기능을 인식하고 염려하는 내용도 적지 않음을 알 수 있다. 기타 범주에 속하는 것으로는 ‘허탈했다(13)’, ‘잘 모르겠다(13)’, ‘답답했다(12)’, ‘질투나 열등감 느꼈다 (11)’, 및 ‘상대의 생각에 동감했다(10)’ 등이 있었다.

관계의 유형과 노출을 한 뒤의 감정과 사고 사이에 유의한 관련성이 있었다($\chi^2_{(3)}=88.10$, $P=.020$.)

상응분석 결과는 다음의 표 12.과 같다.

제1축은 전체 가중변량의 50.2%를 설명하고, ‘후회스럽거나 착잡하다’와 ‘상대의 반응이 궁금하거나 불안하다’ 등이 한쪽 극을 ‘자신감이나 용기가 생겼다’와 ‘문제를 다른 관점에서 인식하게’가 다른 한쪽 극을 이루는 차원이다. 후회스럽거나 착잡하다는 남자가 여자에게 노출하고 난 뒤에 생기는 감정과 사고의 전형이며, 문제를 다른 관점에서 이해하게 되었다는 여자가 여자에게 노출한 뒤의 전형적인 반응이다. 제2축은 전체 가중변량의 18.7%를 설명하고, ‘감정이나 생각을 분명하게 정리했다’와 ‘여자가 남자에게 노출한 경우’와 ‘여자가 남자로부터 노출을 받은 경우’가 한쪽 극을 그리고 ‘남자가 남자에게 노출하는 경우’가 반대쪽 극을 대표하는 차원이다.

5. 자기노출을 받은 뒤의 감정과 사고

표 13.은 자기노출을 받은 뒤에 상대나 자신이

표 12. 자기노출을 한 뒤의 감정과 사고와 관계의 유형에 대한 상응분석 결과

범주명	Mass	축 1		축 2	
		Coordinate	Contribution	Coordinate	Contribution
속이 편안·후련	312	-296	405	-294	244
후회·착잡했다	131	583	752	31	1
친밀감을 느꼈다	106	-186	137	-1	0
문제를 다른 관점에서 인식하게 됐다	97	-745	571	552	191
기쁘거나 행복했다	84	592	473	-586	283
부끄럽고 쑥스러워	64	473	359	407	162
상대의 반응이 궁금하거나 불안했다	64	473	359	407	162
이해받고 수용됨	51	324	168	-411	165
감정과 생각 정리	49	-558	226	1043	481
자신감이나 용기	42	-860	604	-355	63
남자→남자	208	98	49	-438	596
남자←남자	135	-432	432	-155	34
남자→여자	146	1219	977	60	1
남자←여자	111	-175	62	241	72
여자→여자	122	-500	588	416	248
여자←여자	102	-586	430	-684	357
여자→남자	102	-6	0	645	346
여자←남자	75	4	0	630	462

표 13. 관계 유형별 자기노출을 받은 뒤의 감정과 사고에 대한 백분율(빈도)

관계유형 노출한 뒤의 감정과 사고	남⇒남	남⇐남	남⇒여	남⇐여	여⇒여	여⇐여	여⇒남	여⇐남	전	체
1. 위로하거나 도와주고 싶어	9(6)	18(17)	5(3)	13(9)	9(5)	17(10)	10(5)	8(4)	12(59)	
2. 동병상련의 정을 느껴	16(11)	10(10)	8(5)	9(6)	4(2)	19(11)	6(3)	8(4)	10(52)	
3. 상대의 고통이나 갈등을 이해하게	10(7)	8(8)	3(2)	10(7)	13(7)	5(3)	12(6)	8(4)	9(44)	
4. 놀라거나 당황해	10(7)	5(5)	8(5)	7(5)	11(6)	2(1)	4(2)	13(7)	7(38)	
5. 상대의 새로운 면을 알게 돼	11(8)	9(9)	8(5)	7(5)	6(3)	3(2)	4(2)	8(4)	7(38)	
6. 함께 걱정하고 안타까워해	10(7)	6(6)	2(1)	3(2)	7(4)	14(8)	10(5)	4(2)	7(35)	
7. 친밀감을 느껴	4(3)	7(7)	6(4)	7(5)	6(3)	3(2)	8(4)	6(3)	6(31)	
8. 내가 신뢰받음에 기뻐	3(2)	7(7)	8(5)	6(4)	6(3)	3(2)	8(4)	6(3)	6(30)	
9. 이야기해 주어 고마움을 느껴	3(2)	8(8)	2(1)	7(5)	9(5)	2(1)	0(0)	4(2)	5(24)	
10.나만의 고민이 아님을 알게 돼	7(5)	5(5)	5(3)	3(2)	7(4)	7(4)	0(0)	2(1)	5(24)	
11.상대의 잘못된 생각을 바로잡고 싶어	0(0)	4(4)	3(2)	1(1)	11(6)	10(6)	6(3)	2(1)	5(23)	

12.기분이 상함	0(0)	1(1)	9(6)	4(3)	2(1)	2(1)	6(3)	4(2)	3(17)
13.비웃음이나 역겨움 느껴	3(2)	1(1)	5(3)	6(4)	2(1)	0(0)	2(1)	8(4)	3(16)
14.부담감 느껴	3(2)	1(1)	6(4)	3(2)	0(0)	2(1)	2(1)	9(5)	3(16)
15.기 타	13(9)	7(7)	23(15)	14(10)	7(4)	10(6)	20(10)	13(7)	13(68)
전 체	(71)	(96)	(64)	(70)	(54)	(58)	(49)	(53)	(515)

보인 감정과 사고와 관계 유형의 범주들 사이의 관계를 나타내 주는 것이다. '위로하거나 도와주고 싶다'와 '동병상련의 정을 느꼈다'는 반응이 10% 이상으로 가장 전형적임을 알 수 있다.

기타 범주에 속하는 응답으로는 '자신에 대해 돌아보게 되었다(13)', '상대에 대한 신뢰감을 느꼈다(9)' 및 '상대에 대한 관심을 갖게 되었다(6)' 등이 있었다. 앞 절의 '자기노출을 한 뒤의 감정과 사고'가 노출을 한 사람의 입장에서 지각하는 자기노출의 효과나 기능이라고 한다면, 본 절의 '자기노출을 받은 뒤의 감정과 사고'에 대한 반응은 노출을 받은 사람의 편에서 본 효과나 기능이라 할 수 있

다. 노출을 한 사람의 입장에서는 자기노출 뒤에 '후회스럽거나 착잡'하거나 '부끄럽고 쑥스럽다' 또는 '상대의 반응이 궁금하거나 불안하다'는 등의 반응이 적지 않은데 비해, 노출을 받은 사람의 입장에서 상대의 입장이나 고통을 이해하고, 도와주고 싶어하며, 동병상련의 동질감을 느꼈다는 등의 반응이 전형적이어서 대조를 이룬다.

관계의 유형과 자기노출을 받은 뒤의 감정과 사고 사이에 유의한 관련성이 있었다($\chi^2_1=119.92$, $P=.023$.) 상응분석을 한 결과를 요약하여 표로 제시하면 다음의 표 14.와 같다.

표 14. 자기노출을 받은 뒤의 감정과 사고와 관계의 유형에 대한 상응분석 결과

범주명	Mass	축 1		축 2	
		Coordinate	Contribution	Coordinate	Contribution
위로하거나 도와주고 싶어	132	440	513	-34	2
동병상련의 정	116	330	197	49	3
고통·갈등을 이해	98	94	26	-193	71
놀라거나 당황	85	-533	456	-425	192
새로운 면 인식	85	-211	140	-463	443
함께 걱정,안타까워	78	733	602	351	91
친밀감 느껴	69	-209	208	101	32
신뢰받음에 기뻐	67	-289	234	315	183
고마움을 느껴	54	185	27	-932	461
나만의 고민이 아님을 알게 돼	54	400	234	-255	63
잘못된 생각 바로잡고 싶어	51	793	329	957	316
기분이 상함	38	-1174	493	1310	406
비웃음이나 역겨움 느껴	36	-1250	865	-218	17
부담감 느껴	36	-1362	735	283	21

남자→남자	139	124	23	-532	276
남자←남자	199	360	354	-326	192
남자→여자	110	-937	682	571	167
남자←여자	134	-327	313	-295	168
여자→여자	112	357	145	-140	15
여자←여자	116	931	629	632	192
여자→남자	87	14	0	847	525
여자←남자	103	-891	753	-156	15

제1측은 전체 가중변량의 41.9%를 설명하고, '함께 걱정하고 안타까워했다'와 '위로하거나 도와주고 싶어' 등이 한쪽 극을 '비웃음이나 역겨움 느껴'와 '부담감 느껴' 등이 다른 쪽 극을 이루고 있는 차원이다. '여자가 여자로부터 노출받는 관계'에서는 함께 걱정하고 안타까워하고 위로하거나 도와주고 싶어 하는 반응이 전형적인데 반해, '남자가 여자에게 노출하는 관계'와 '여자가 남자로부터 노출받는 관계'에서는 부담감이나 역겨움을 느꼈다

는 반응이 적지 않다. 제2측은 전체 가중변량의 18.3%를 설명하고, '기분이 상했다'와 '이야기해 주어 고마움을 느꼈다'와 '상대(나)의 새로운 면을 알게 됐다'로 대표되는 차원이다.

6. 자기노출을 받은 뒤의 행동적 반응

표 15는 관계의 유형별로 자기노출을 받은 뒤에 자신이나 상대가 보인 행동반응의 범주별 백분율과 빈도를 나타낸 것이다.

표 15. 관계의 유형별 자기노출을 받은 뒤의 행동적 반응의 백분율(빈도)

관계유형	남⇒남	남⇐남	남⇒여	남⇐여	여⇒여	여⇐여	여⇒남	여⇐남	전	체
자기노출을 받은 뒤의 행동반응										
1. 문제에 대한 의견제시	18(16)	22(20)	15(10)	31(21)	19(11)	30(17)	21(11)	19(10)	22(116)	
2. 위로나 격려 등의 도움을 주려	15(13)	28(25)	12(8)	22(15)	16(9)	32(18)	14(7)	21(11)	20(106)	
3. 비슷한 경험을 이야기	8(7)	14(13)	9(6)	9(6)	9(5)	7(4)	12(6)	6(3)	9(50)	
4. 상대를 이해한다는 표현	9(8)	6(5)	8(5)	5(3)	12(7)	13(7)	10(5)	8(4)	8(44)	
5. 상대의 의견에 동조	12(10)	4(4)	6(4)	6(4)	16(9)	5(3)	6(3)	8(4)	8(41)	
6. 같이 고민하거나 걱정	10(9)	9(9)	3(2)	5(3)	9(5)	7(4)	4(2)	4(2)	7(36)	
7. 이야기를 진지하게 들어 줌	8(7)	4(4)	6(4)	2(1)	7(4)	5(3)	4(2)	4(2)	5(27)	
8. 놀라거나 당황해 함	5(4)	1(1)	9(6)	3(2)	2(1)	0(0)	4(2)	4(2)	3(18)	
9. 자신의 속마음을 이야기	3(3)	2(2)	6(4)	3(2)	0(0)	0(0)	4(2)	6(3)	3(16)	
10. 아무런 반응 없음	2(2)	4(4)	3(2)	5(3)	2(1)	0(0)	2(1)	6(3)	3(16)	
11. 기 타	9(8)	5(5)	24(16)	10(7)	9(5)	0(0)	21(11)	17(9)	12(61)	
전	체	(87)	(91)	(67)	(67)	(57)	(56)	(52)	(53)	(530)

'문제에 대한 의견을 제시했다'거나 '위로나 격려 등의 도움을 주려 했다'는 두 반응이 전체 응답의 20% 이상씩을 차지해 자기노출에 대한 전형적인

행동 반응임을 알 수 있다. 자기노출에 대한 행동 반응의 범주들은 관계의 유형에 따라 유의하게 달라지지 않았다($\chi^2_{(3)}=65.34$, $P=.395$.) 따라서 상응

표 16. 관계 유형별 자기노출이 둘 사이의 관계에 미친 영향에 대한 백분율(빈도)

관계유형 관계에 미친 영향	남⇒남	남⇐남	남⇒여	남⇐여	여⇒여	여⇐여	여⇒남	여⇐남	전 체
1. 더 친해지게	32(26)	30(26)	27(19)	33(20)	18(10)	17(8)	20(10)	21(10)	30(129)
2. 별 영향 없어	15(12)	15(13)	24(17)	13(8)	7(4)	13(6)	18(9)	15(7)	15(76)
3. 진정한 친구가 되게 해	12(10)	17(15)	7(5)	13(8)	24(13)	23(11)	6(3)	17(8)	15(73)
4. 서로의 마음을 터놓고 이야기할 수 있게	16(13)	16(14)	7(5)	10(6)	15(8)	26(12)	12(6)	8(4)	14(68)
5. 서로를 더 잘 이해하게	10(8)	7(6)	7(5)	2(1)	15(8)	9(4)	12(6)	19(9)	10(47)
6. 관계가 단절되거나 소원해져	1(1)	0(0)	14(10)	7(4)	2(1)	0(0)	10(5)	6(3)	5(24)
7. 서먹하거나 부담감을 갖게 해	3(2)	3(3)	3(2)	5(3)	7(4)	4(2)	8(4)	6(3)	5(23)
8. 서로 신뢰하게	3(2)	6(5)	0(0)	3(2)	9(5)	9(4)	6(3)	4(2)	5(23)
9. 불신하거나 회피하게 해	3(2)	3(3)	4(3)	2(1)	2(1)	0(0)	6(3)	4(2)	3(15)
10.기 타	6(5)	2(2)	6(4)	12(7)	2(1)	0(0)	0(0)	0(0)	4(19)
전 체	(81)	(87)	(70)	(60)	(55)	(47)	(49)	(48)	(497)

분석은 하지 않았다. ‘비슷한 경험을 이야기했다’거나 ‘자신의 속마음을 이야기했다’ 등은 자기노출의 대등한 교환현상(reciprocity of self-disclosure)이 일상 경험에서 빈번함을 시사한다. 자기노출에 대한 전형적인 행동 반응들은 대부분 수용적이고 민감하게 상대의 노출에 대응하는 내용으로 구성되어 있음을 알 수 있다.

7. 자기노출이 둘 사이의 관계에 미친 영향

표 16.은 관계 유형별로 자기노출이 둘 사이의 관계에는 어떤 영향을 주었는가에 대한 반응의 백분율과 빈도를 나타낸 것이다.

‘더 친해지게 되었다’는 응답이 전체의 30%를 차지해 전형적인 경험임을 알 수 있다. 이밖에도 ‘진정한 친구가 되었다’나 ‘서로의 마음을 터놓게 되었다’ 등의 관계의 진전이나 친밀감 효과에 해당하는 반응들이 다수를 이루고 있다. ‘별 영향이 없었다’는 반응의 경우는 이미 전부터 서로에 대해 깊은 수준의 자기노출을 하는 친한 관계여서 지적인 노출 경험이 별 영향을 주지 않았다는 응답이 대다수였다. 관계 유형과 자기노출이 둘 사이의 관

계에 미친 영향 사이에는 유의한 관련성이 있었다($\chi^2_{36}=87.77$, $P=.004$). 상응분석의 결과는 다음의 표 17.과 같다.

제1축은 전체 가중변량의 59.4%를 설명하고, ‘관계가 단절되거나 소원해졌다’와 ‘별 영향이 없었다’가 한쪽 극을 그리고 ‘진정한 친구가 되게 했다’와 ‘서로 신뢰하게 되었다’ 및 ‘서로의 마음을 터놓고 이야기하게 되었다’가 다른쪽 극을 대표하는 차원이다. 관계 단절의 경우는 ‘남자가 여자에게 노출하는 관계’에서 그리고 진정한 친구가 되는 등 관계의 질적인 진전은 ‘여자가 여자로부터 노출받는 관계’와 ‘여자가 여자에게 노출하는 관계’에서 전형적이다. 제2축은 전체 가중변량의 22.3%를 설명하고, 한쪽 극은 ‘더 친해지게 되었다’가 그리고 다른 극은 ‘서로를 더 잘 이해하게 되었다’와 ‘서먹하거나 부담감을 갖게 되었다’로 대표되는 차원이다. 더 친해지게 되었다는 반응은 ‘남자가 남자에게 노출하는 관계’와 ‘서먹하거나 부담감을 갖게 되었다’는 ‘여자가 남자로부터 노출을 받는 관계’와 깊이 관련됨을 알 수 있다.

표 17. 자기노출이 둘 사이의 관계에 미친 영향과 관계의 유형에 대한 상응분석 결과

범주명	Mass	축 1		축 2	
		Coordinate	Contribution	Coordinate	Contribution
다 친해지게	270	142	97	497	729
별 영향없어	159	473	796	147	47
진정한 친구가 되게	153	-596	805	-57	5
서로의 마음을 터놓고 이야기할 수 있게 돼	142	-503	656	217	75
더 잘 이해하게	98	-148	34	-850	681
관계 단절·소원해져	50	1726	884	-544	54
서먹·부담감 갖게 돼	48	-59	7	-681	584
서로 신뢰하게	48	-842	671	-506	148
불신·회피하게 돼	31	642	498	-372	103
남자→남자	159	-123	66	422	470
남자←남자	178	-338	492	362	347
남자→여자	138	1082	960	43	1
남자←여자	111	251	154	514	397
여자→여자	113	-657	624	-588	306
여자←여자	98	-818	765	5	0
여자→남자	103	481	398	-581	355
여자←남자	100	77	15	-687	716

논 의

자기노출의 기능에 대한 연구는 그것을 결정하는 많은 요소들을 고려하면서 이루어져야 한다. 자기노출의 양식이나 노출이 일어나는 맥락, 분석의 초점이나 시점을 고려하지 않는 연구는 혼란과 오해를 불러일으킬 가능성이 높다. 본 연구에서는 관계의 성질과 분석의 초점을 고려하면서 친교관계에서의 자기노출의 기능을 분석하려 했다. 본 연구에서 얻어진 결과를 분석의 초점별로 나누어 자기노출을 하는 사람과 받는 사람 그리고 둘 사이의 관계에 대한 기능으로 나누어 논의하고, 전체적으로 본 연구의 결과가 심리치료와 미래의 자기노출에 대한 연구에 시사하는 바를 찾아보려 한다.

1. 자기노출을 하는 사람에 대한 기능

무엇 때문에 자기노출을 하게 되었나? 와 노출을 한 뒤의 감정과 생각은 어떠했는가? 에 대한 응답을 통해 자기노출을 하는 사람에 대한 노출의 기능을 알아볼 수 있다.

‘답답하거나 고통스러워’가 자기노출을 하게 된 가장 전형적인 이유이고, ‘속이 편안·후련해졌다’가 노출한 뒤의 가장 전형적인 감정과 사고 반응이었다. 일상생활에서 사람들은 다양한 경로를 통해 정서를 경험하게 되고 이를 표현하려는 자연스런 욕구가 있다. 정서의 표현은 생존에 기여하는 계통 발생적인 뿌리가 있는 학습된 행동으로 볼 수 있다 (Miller, 1980; Ursin, 1980). 정서는 상호작용 상대에게 공격의도나 접근의 안전, 그리고 고통과 슬픔 등을 의사소통하고, 개인 내적으로는 현재 진행중인 활동을 차단하고 복지나 생존과 관련해서 더욱 중요한 활동에 우선순위를 부여하는 구실을

한다고(Mandler, 1975) 언급된다. 고통스런 정서 경험은 표현되거나 그렇지 않으면 능동적으로 억제되어야 한다(Pennebaker & Hoover, 1985). Pennebaker(1988, 1989, 1992)는 자신의 사고나 정서 혹은 행동을 능동적으로 억제하기 위해서는 신체적인 작업(SCL의 증가로 나타나는)이 요구되고, 이 작업이 계속될 경우 장기적으로는 신체적이거나 심리적인 문제를 유발하게 된다고 주장한다. Freud(1915/1963)도 정서의 억압이 많은 에너지를 소모케 하며 심리치료 과정을 통해 억눌렸던 정서에 접근하고 정화시키는 것이 치료의 핵심 요소 중의 하나라고 본다. Stiles(1987)는 고통에 처한 사람은 분노나 실망, 공포, 후회, 혹은 다른 부적인 감정들과 관련되는 주관적인 압박감을 경험하게 되고, 그런 압박감을 성공적으로 표현하는 데서 유래하는 원초적인 안도감이 있다고 지적한다.

물론 정서의 표현이 언어적인 의사소통이 중심이 되는 방식에만 국한되지는 않을 것이다. 그러나, 인간 성인의 경우 안면표정 등의 비언어적인 정서 표현은 언어적인 표현을 통해 더욱 분명하고 통제가능하며 세련되어질 것이다. 부적인 정서의 표현은 정적인 정서에 비해 사회적으로 부적절하게 평가되고 수용되지 않을 위험 가능성이 높기 때문에(Sommer, 1984), 더욱 친밀한(혹은 더 깊은 수준의) 자기노출로 지각될 것이다(Howell & Conway, 1990). 본 연구의 피험자들이 응답한 자기노출의 내용을 살펴보면, '좋아하거나 사랑한다는 고백'을 제외하면 모두가 '집안', '이성', '장래', '가치관', '성격', '학교생활', 및 '대인관계' 등과 관련해서 자신에게 고통을 주고 있는 문제임을 알 수 있다. 따라서 본 연구에 나타난 자기노출의 일차적인 기능은 답답하거나 고통스러워 자신의 부적인 측면에 관해 노출을 하고 속이 편안해지는 것이다. 자기노출의 이런 기능은 선행 연구들(예, Derlega & Grzelak, 1979; Archer & Earle, 1983; Stiles, 1987)의 제안(표현 기능 혹은 정화 등으로 언급)에서도 가장 기본적인 기능으로 언급되고 있다.

자기노출의 이런 자기 표현의 기능은, 상응분석 결과를 살펴보면, 동성끼리의 관계에서 가장 전형적임(특히 남자와 남자사이의 관계에서)을 알 수 있다(표 12. 및 14. 참조). 이런 정화적인 이득은, 일단 상대의 반응이 수용적이기만 하다면, 상대가 보이는 반응의 성질보다는 자기노출 그 자체의 깊이 특히 동반되는 감정의 정도나 진실성에 의해 크게 영향을 받을 것이다(Stiles, 1987). 그러나, 자신에 관한 부적인 내용의 자기노출은 동반되는 여러 가지의 위험부담 때문에 신뢰할 수 있는 안전한 관계와 맥락이 요구될 것이다. 자신의 부적인 측면에 대한 자기노출은 노출하는 사람의 지위를 노출받는 사람에 비해 상대적으로 강동시킬 가능성이 높다. 따라서 노출자는 노출받는 사람이 자신의 약점을 이용하거나 신뢰를 악용하지 않으리라는 믿음이 있어야 한다. 지위를 놓고 적극적으로 경쟁해야 하는 사람들 사이에서는 전략적인 노출은 가능하겠지만 표현적인 노출은 일어나기 힘들다(Stiles, 1987). 예외가 있다면, 정서의 강도가 격심하게 높거나 알코올과 같은 뇌의 억제 기능을 다시 억제하는 약물의 작용으로 인해, 안전을 보장하는 특정한 조건이 충족되지 않으면 자기노출을 하지 않으려는, 개인의 노력을 허물어뜨릴 때일 것이다.

다음으로 많은 자기노출의 이유는 '자신의 견해나 태도에 대한 상대의 생각을 알고 싶어서'였다. 이는 자기노출의 사회적 타당화 기능에 대한 인식이라고 볼 수 있다. 자기노출을 한 뒤의 감정과 사고 반응에서 이에 해당하는 범주를 찾는다면, '문제를 다른 관점에서 인식하게 되었다'와 '감정이나 생각을 분명하게 정리했다'이다. 사람들은 자기의 태도나 신념, 가치관, 및 판단 등의 적절성이나 타당함을 타인의 것과 비교해서 평가할 수 있다. Derlega 등(1979)은, Festinger(1954)의 사회비교이론에 따라, 인간은 피드백을 얻고 자신의 자기-개념을 타당화시키기 위해 사회적 현실을 탐구하려고 동기화되어 있다고 본다. 특히 자기와 비슷한 처지에 있는 등 사회적 비교가 가능한 사람에게 자

기노출을 하고 상대방으로부터 받는 피드백을 통해 자기 견해나 행동의 타당성을 확인할 수 있을 것이다. 사회적 타당화가 주로 자기와 처지가 비슷한 타인과의 비교를 통해 이루어진다면, 노출의 이유 중 ‘비슷한 고민을 안고 있거나 동질감을 느껴서’라는 범주도 이 기능에 대한 인식으로 포함시켜야 될 것으로 보인다.

그러나 상응분석 결과를 보면, ‘자신의 태도나 견해에 대한 타당화’와 ‘비슷한 고민이나 동질감’은 제1차원 상에서 상당히 떨어져 있음을 알 수 있다. ‘비슷한 고민이나 동질감’은 제1차원의 ‘답답하거나 고통스러워서’나 ‘신뢰해서’ 등의 범주와 가까이 위치하고 있고, 관계의 유형에서는 ‘동성 관계’와 관련성이 높다. 이에 반해 ‘자신의 태도나 견해에 대한 타당화’는 ‘좋아하거나 사랑해서’나 ‘더 친해지고 싶어서’ 등의 범주와 그리고 관계의 유형에서는 ‘이성 관계’와 관련성이 높게 나타난다. 따라서 본 연구에서의 자기노출을 통한 사회적 타당화는 주로 이성관계에서 자신의 상대방에 대한 감정이나 태도의 적절성을 당사자인 상대방에게 직접 확인해 보는 형태가 주를 이루는 것으로 보아야 하겠다.

‘친한 사이이기 때문에’, ‘이해하고 수용해 줄 것 같아’, 그리고 ‘신뢰해서’ 등의 이유로 자기노출을 하게 되었다는 반응은 자기노출의 순기능보다는 역기능에 대한 인식이라고 볼 수 있다. 즉, 자신의 부적인 측면에 대한 이야기를 공개하는 데 따르는 다양한 위험부담이나 상처받을 가능성을 최소화할 수 있는 관계의 성질에 대한 언급이라고 볼 수 있다. 이밖에도 ‘비슷한 고민을 안고 있거나 동질감을 느껴서’나 ‘상대가 먼저 자기 이야기를 털어놓아서’도 일방적인 자기노출(특히 자신의 취약점이 될 수 있는 내용에 관한)에 따르는 위험을 줄일 수 있는 조건으로 볼 수 있다. 이는 상응분석 결과의 2차원 좌표상에서 이 범주들이 비슷한 위치에 자리하는 결과를 통해서도 지지된다. 자기노출을 한 뒤의 감정과 사고 반응에서도 ‘후회스럽거나 착잡했다’, ‘부끄럽거나 쑥스러웠다’, 및 ‘상대방의 반응이 궁금하거나 불안했다’ 등의 범주는 노출한 뒤에 따

라오는 역기능에 대한 염려나 경험이라고 볼 수 있다. 이 세 범주도 상응분석 결과 유사한 공간상에 위치하고 있었다. 역시 유사한 위치에 자리하고 있는 ‘술기운이나 분위기 때문에’와 ‘상대에 대한 부적 감정 때문에’는 역기능의 가능성 때문에 평소에 높이 유지되던 자기노출의 식역(threshold)이 허물어질 수 있는 조건에 해당한다고 볼 수 있다.

위의 결과를 통해, 사람들이 자기노출이 갖는 순기능뿐만 아니라 역기능에 대해서도 민감하게 인식하고 있음을 분명하게 알 수 있다. 이와 관련한 가지 흥미로운 결과는, 자기노출의 장소와 시간에 대한 분석에서 나타나는 남녀간의 뚜렷한 차이이다. 남자 동성끼리의 관계에서는 ‘집이나 기숙사의 방’에서 ‘늦은 밤(밤 11시-새벽 3시)’에 자기노출이 가장 잦은 데 반해, 여자 동성끼리는 ‘야외’나 ‘교정’ 등의 장소에서 ‘오후’ 시간에 가장 전형적으로 자기노출이 일어났다. 여자들이끼리는 비교적 이른 시간에 또 개방된 장소에서 자기노출이 이루어지는 반면, 남자들이끼리는 오랜 시간을 함께 지낸 늦은 밤과 경계가 매우 분명하고 폐쇄적인 장소에서 전형적으로 노출이 일어났다. 이런 차이는 남자들이 노출의 역기능에 대해 더욱 민감하기 때문에 발생하는 것으로 보인다. 남자들은 여자에 비해 세력관계나 권력동기에 더 민감하게(McAdams, 1988), 그리고 자신의 취약한 감정을 잘 드러내지 않도록 사회화되는 데서(Jourard, 1964) 그 한 원인을 찾을 수 있을 것이다.

자기노출의 이유에서 ‘좋아하거나 사랑해서’와 ‘더 친해지고 싶거나 호감을 얻기 위해서’, 그리고 자기노출을 한 뒤의 감정과 사고에서 ‘친밀감을 느꼈다’와 ‘이해받고 수용됨을 느꼈다’는 관계의 발달이나 친밀감에 대한 자기노출의 기능과 관련될 것이다. ‘기쁘거나 행복했다’는 자기노출 뒤의 감정도 자신의 심층적인 측면을 노출하는 데 따르는 예기 불안이 상대의 공감적인 이해와 수용으로 반향된 뒤에 오는 정서 반응으로 볼 수 있겠다.

‘위로나 조언 등의 도움이 필요해서’와 ‘자신감이 나 용기가 생겼다’는 반응은 자기노출을 통해 사회

적 지지를 요청하고 상대방으로부터 받은 지지를 통해 당면하고 있는 문제 상황에 대해 용기나 자신감을 얻는 기능에 대한 인식이라고 볼 수 있다. 이는 자기노출의 사회적 통제 기능에 해당한다.

대학생들의 친교관계의 경험에서 추출해 본 자기노출의 기능은 대체로 선행 연구들에서 제안하고 있는 기능과 큰 차이가 없었다. 노출의 순기능에 대해 연구자들이 제안하고 있는 것 중, 자기개념의 명료화와 관련된 기능이 노출의 이유로 등장하지 않았다. 그러나 노출한 뒤의 감정과 사고에서는 ‘감정과 생각이 정리됐다’는 반응으로 이 기능이 드러나 있다. 또한 자기노출의 역기능에 대해서는 전반적인 염려를 간접적으로 살필 수 있는 반응만 나타났다. 이는 본 연구에서의 질문 방식이 이미 자기노출을 한 경험에 대해 물었기 때문으로 볼 수 있다.

2. 자기노출을 받는 사람에 대한 기능

자기노출을 받은 사람이 노출을 받은 뒤에 보이는 반응으로 가장 잘 알려져 있는 것은 노출한 사람에 대해 호감이나 매력력을 느끼는 현상과 상대와 비슷한 수준의 자기노출을 보이는 현상이다. 두 현상 모두 관계의 발달에 결정적인 요소들이기 때문에 주로 관계의 발달이라는 맥락에서 연구되어 왔다. 본 연구의 질문 중에서는, ‘자기노출을 받은 뒤의 감정과 사고’와 ‘자기노출을 받은 뒤의 행동 반응’을 분석해서 자기노출이 노출을 받은 사람에 대해 갖는 효과나 기능을 알아볼 수 있다.

상대로부터 자기노출을 받고 난 뒤 보인 감정과 사고 반응으로 ‘위로하거나 도와주고 싶어’, ‘동병상련의 정을 느껴’, ‘상대의 고통이나 갈등을 이해하게 돼’, ‘나만의 고민이 아님을 알게 돼’, 및 ‘함께 걱정하고 안타까워해’ 등의 범주가 상응분석 결과 유사한 위치에 묶인다. 이 범주들은 모두 합하면 전체 응답의 43%를 점하고 있어 자기노출을 받고 난 뒤의 감정과 사고 반응의 전형으로 볼 수 있다.

‘친밀감을 느껴’와 ‘내가 신뢰받음에 기뻐’의 범

주로 묶이는 반응은 자기노출의 호감유발 기능에 해당한다. 즉, 자기노출이 내용을 전달하는 것에서 그치지 않고 상대를 그만큼 신뢰하고 가치있게 본다는 ‘의사소통에 대한 의사소통(meta-communication)’을 해서 노출받는 사람으로 하여금 노출하는 상대를 좋아하게 만드는 것이라고 볼 수 있다.

‘놀라거나 당황해’와 ‘상대의 새로운 면을 알게 돼’도 유사한 위치로 묶이는데, 이는 자기노출을 통해 종전에는 몰랐던 상대에 대한 정보를 얻게 되어 보여 보이는 반응으로 볼 수 있다.

자기노출이 노출받는 사람에게 일으키는 전형적인 감정과 사고 반응은 고통에 처해 있는 상대에 대한 이해와 연민, 안타까움, 및 도와주고 싶음 등이다. 이런 반응은 사회적 지지 행동을 유발하기 위한 바탕이 된다고 볼 수 있다. 다음으로, 호감 유발 기능과 상대에 대한 정보(혹은 지식) 획득의 기능도 중요하게 언급되고 있다. 이런 기능들은 동성끼리의 관계에서 일어나는 자기노출에서 주로 나타난다. 또 이 기능들 사이의 상대적 우선 순위는 이미 발달해 있는 관계의 맥락에서의 경험을 얻었기 때문이라고 볼 수 있다. 만약 발달하고 있는 관계의 맥락을 조사한다면 호감 유발이나 지식의 획득 기능 등이 더 높은 우선 순위로 나타날 수 있을 것이다.

이상의 감정과 사고 반응에 연결되는 행동 반응의 범주는 크게 두 군으로 나뉘어지는 듯하다. 그 하나는 ‘문제에 대한 의견을 제시했다’, ‘위로나 격려 등의 도움을 주려 했다’, 및 ‘비슷한 경험을 이야기했다’ 등으로 묶이는 것이다. 다른 하나는 ‘이해한다는 표현을 했다’, ‘의견에 동조했다’, ‘같이 고민하거나 걱정했다’, 및 ‘이야기를 진지하게 들어주었다’ 등으로 묶인다. 전자가 동성끼리의 관계 중에서도 노출을 받는 입장에서 본 자신의 노출에 대한 행동 반응인데 반해, 후자는 노출을 한 사람이 본 상대의 행동 반응이다. 즉, 그 설정은 비슷하나 행위자와 관찰자 사이의 차이를 반영하는 것으로 볼 수 있다.

자기노출을 받고 난 뒤에 보이는 또 하나의 감정

과 사고 반응군은 '기분이 상함', '비웃음이나 역겨움 느껴', 및 '부담감 느껴' 등이다. 이는 주로 남자가 여자에게 노출한 경우나, 여자가 남자로부터 노출을 받고 난 뒤의 경우와 밀접하게 관련된다. 행동 반응에서는 '놀라거나 당황해 했다', '자신의 속마음을 이야기했다', 및 '아무런 반응도 하지 않았다' 등이 유사하게 묶인다. 이 군도 역시 남자가 여자에게 노출하거나 여자가 남자로부터 노출받은 경우와 유사한 공간상에 배열된다. 대학생들의 이성관계는 대부분이 아직 확립된 것이라기보다는 조심스레 진척되고 있다고 볼 수 있고, 이런 과정에서 급속한 진척을 바라거나 암시하는 남자의 자기노출은 여자로부터 부정 감정이나 부담감을 느끼게 할 가능성이 적지 않다.

자기노출을 한 사람에 대한 기능에서와 마찬가지로 자기노출을 받은 사람에 대한 기능에서도, 선행 연구들의 제안(호감 유발, Jourard, 1971; Worthy, Gary, & Kahn, 1969; 상대에 대한 지식 확장, Jourard, 1971)과 일치하는 자기노출의 기능이 확인되었다. 그런데 본 연구의 결과를 보면, 자기노출이 노출받는 사람에게 유발하는 더 전형적인 기능은 사회적 지지 반응임을 알 수 있다. 적어도 발달해 있는 친교관계에서 자기노출이 노출 상대에게 미치는 일차적인 효과는 고통에 처해 있는 자신에 대해 상대로부터 사회적 지지를 얻어내는 것이다. 즉, 사람들은 자기노출을 통해 자신이 당면하고 있는 스트레스의 효과를 완충시킬 수 있는 사회적 지지를 얻는다. 한편, 대등한 수준의 자기노출을 유발하는 기능은 '비슷한 경험을 이야기했다'나 '자신의 속마음을 이야기했다' 등의 반응에서 찾을 수 있다.

3. 관계에 대한 기능

자기노출을 하고 받는 사람 개인이 아니라 둘 사이의 관계에 대한 기능은 그 분석 단위가 달라져 개인이 아니라 집단 수준이 된다. 물론 자기노출이 노출자나 수신자 혹은 둘 사이에 미치는 효과는 상호 의존적이며 엮어져 있을 가능성이 높다. 그러나

독립적인 측면도 적지 않다. 극단적인 예로, 노출자나 수신자 모두에게 부적인 감정을 갖게 한 자기노출이 둘 사이의 관계가 진전되는 데는 도움이 될 수도 있다.

'더 친해지게 되었다'와 '서로의 마음을 터놓고 이야기하게 되었다'는 남자들끼리의 관계와 남자가 여자로부터 노출받는 관계와 밀접하게 관련된다. '진정한 친구가 되게 했다'와 '서로를 신뢰하게 되었다'는 여자들끼리의 관계에서 일어난 노출의 주된 기능이었다. '서먹하거나 부담감을 갖게 되었다'와 '서로를 더 잘 이해하게 됐다'는 여자가 남자로부터 노출받은 경우의 특징적인 효과였다. 반면, '관계가 단절되거나 소원하게 되었다', '불신하거나 회피하게 됐다', 혹은 '별 영향이 없었다' 등은 남자가 여자에게 자기노출한 경우에 두드러진 기능이었다. 그러나, 전체적으로는 자기노출을 통해 관계가 더 진전되고, 친밀감을 느낄 수 있게 되는 방향의 효과가 지배적이었다.

4. 후속 연구와 심리치료에 대한 시사점

자기노출을 독립변인으로 다루는 모든 연구들은 자기노출의 효과나 기능에 관한 것으로 볼 수 있다. Jourard(1964, 1970, 1971)는 자기노출이 참자기를 알게 해주고, 타인과의 진실한 관계를 맺게 해주는 기능을 한다고 생각한다. 기본적으로 이런 생각은 지금도 여전히 타당하다고 생각된다. 그러나, 종전의 자기노출에 관한 연구들은 소수를 제외하고는 깊은 수준의 자기노출에 따를 수 있는 위험 부담이나 역기능을 경시하거나 고려하지 않았으며, 자기노출의 다양한 세부적인 기능들을 복합적으로 고려하지 못했으며, 자기노출의 효과를 매개할 수 있는 여러 가지 중개 변인들의 영향을 제대로 다루지 못했으며, 누구에 대한 효과인지에 관한 분석의 초점을 분명하게 하지 않는 경향이 있었다.

실험실에서 자기노출을 독립변인으로 조작하는 연구들은, 그 조작의 어려움 때문에, 실험배역인물이 보이는 일회성의 자기노출이(상담가나 심리치료가자가 실험배역인물의 구실을 하는 경우도 있다)

노출을 받는 사람에게 어떤 효과를 초래하느냐에
만 제한된 관심을 보였다. 그 결과, 자기노출에
대한 연구는 자기노출이 유발하는 호감과 대등한 수
준의 노출 현상으로 편향되게 되었고, 임상심리학
보다는 사회심리학의 주제가 되었다. Jourard가
제안했던 대로 참가자를 찾는 과정으로서의 자기
노출의 기능은 구체적으로 연구되지 못하고 사변
적인 주장 수준에 머물렀다. 자기노출 행동이 노출
자 자신에게 어떻게 작용하는가를 알아보려는 실
험적인 연구는 소수(예, Fishbein & Laird,
1979; McAllister, 1981; 김교헌, 1983;
1987)에 불과하다. 최근 Pennebaker와 그의 동료
들(1988, 1989, 1992)이 외상적인 사건에 관해 노
출하게 하는 것이 어떤 신체적 및 심리적인 이득을
가져오는가에 관한 흥미로운 연구를 진행하고 있
다.

본 연구에서 얻어진 결과를 검토해 보면, 지금까
지 연구들에서 제안된 자기노출의 기능이 대부분
나타나 있음을 알 수 있다. 대부분의 사람들은 일
상생활의 경험을 통해 자기노출의 다양한 기능에
대해 상당히 잘 인식하고 있으며, 자신의 생활에서
그 효과를 예측하며 계획적이고 목표지향적인 자
기노출 행동을 하고 있다고 볼 수 있다.

앞으로 자기노출의 효과를 다루는 연구들은 앞
서 지적한 문제점들을 충분히 고려할 필요가 있다.
먼저, 자기노출의 전반적이고 장기간에 걸친 효과
나 기능 대신에 보다 구체적이고 관찰가능한 기능
을 연구할 필요가 있다. 이런 세부적이고 단기적인
과정에 대한 지식을 통해 궁극적으로 참가자를 알
고 자기실현적인 삶을 살게 해주는 장기적인 노출
의 기능에 대해 설명할 수 있을 것이다. 다음으로,
자기노출의 효과를 매개하는 중요한 요소를 고려
해서 이루어져야 한다. 자기노출의 기능은 상황적
맥락이나, 노출이 일어나는 사람들 사이의 관계의
성질, 및 노출의 양식 등에 따라 다양하게 달라질
것이다. 어떤 노출의 기능은 어떤 상황 조건이나
관계에서 어떤 방식으로 노출이 이루어질 때 주로
나타나는가를 찾는 것이 앞으로의 중요한 연구 과

제가 될 것이다. 세째, 분석의 초점을 분명하게 해
야 한다. 자기노출을 하는 사람에 대한 기능인가?
받는 사람에 대한 것인가? 아니면 두 사람이나 그
이상의 집단에 관한 것인가를 분명히 할 필요가 있
다. 지금까지의 연구 결과들을 자기노출자와 수신
자 및 관계에 관한 것으로 나누어 정리해 보면, 연
구에서 부족한 부분이 어딘가를 보다 분명하게 알
수 있을 것이다. 끝으로, 사람들이 무선적으로 자
기노출을 한 뒤 자신도 인식하지 못하는 가운데 노
출의 효과가 나타난다고 가정해서는 안 된다. 사람
들은 경험을 통해 특정한 자기노출의 사회적인 의
미나 상대나 관계에 미치는 영향에 대해서 예민하
게 지각하고 있으며, 어느 정도 계획적으로(반드시
전략적일 필요는 없지만) 자기노출을 하고, 피드백
되는 결과에 따라 자기노출 행동을 조절해 갈 것이
다. 이 점과 관련되는 개인차를 탐색해 보는 것도
흥미로운 연구 주제가 될 것이다.

자기노출은, 치료자가 어느 치료 기법을 쓰는데
에 관계없이, 성공적인 심리치료 과정에서 필수적
으로 수반되는 과정 중의 하나로 언급된다
(Stiles & Sultan, 1979; Stiles, 1984;
Garfield, 1981). 정신분석적 치료에서는 자유연상
의 원칙들을 통해, 내담자 중심적 접근에서는 치료
자가 제공하는 태도나 조건-정확한 공감, 무조건
적인 긍정적 관심, 진실성 등-을 통해 내담자의
자기노출을 조장한다고 볼 수 있다. 자기노출의 기
능에 대한 연구를 통해, 심리치료 과정에서 일어나
는 변화의 본질과 보다 효과적인 치료를 위해 치료
과정과 조건의 무엇을 어떻게 변화시켜야 할 것인
가를 찾는 데도 적지 않은 도움을 받을 수 있다고
본다. 또, 자기노출은 사람들이 자신이 당면한 과
제를 해결해 나가다가 어려움에 봉착했을 때 보이
는 중요한 대처 행동 중의 하나로 볼 수 있다. 자
기노출을 스트레스-대처-적응이라는 맥락에서 대
처의 한 양상으로 집중적으로 연구할 수도 있을 것
이다.

참고문헌

- 김교현(1983). 자기노출행동이 노출대상에 대한 매력에 미치는 영향. 성균관대학교 석사학위논문
- 김교현(1987). 자기노출이 보복행동에 미치는 영향. 인문과학논문집, 16(2), 237-250. 충남대학교 인문과학 연구소.
- 조성겸(1992). 상응분석 방법을 이용한 지각지도 구성에 관한 연구. 광고연구, 15, 71-94.
- Archer, R.L.(1979). Role of personality and social situation. In G.J. Chelune(Ed.), *Self-disclosure*(pp. 28-58). San Francisco : Jossey-Bass.
- Archer, R.L.(1987). Commentary : Self-disclosure, A very useful behavior. In V.J. Derlega & J.H. Berg(Eds.), *Self-disclosure*(pp.329-342). New York : Plenum Press.
- Archer, R.L., & Earle, W.B.(1983). The interpersonal orientations of disclosure. In P.B. Paulus(Ed.), *Basic group process* (pp. 289-314). New York : Springer-Verlag.
- Bem, D.J.(1972). Self-perception theory. In L. Berkowitz(Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*(pp. 1-62). New York : Academic Press.
- Cantor, N., & Mischel, W.(1979). Prototypicality and personality : Effects on free recall and personality impression. *Journal of Research in Personality*, 13, 187-205.
- Cantor, N., Smith, E., French, R. de S., & Mezzich(1980). Psychiatric diagnosis as prototype categorization. *Journal of Abnormal Psychology*, 89, 181-193.
- Carroll, J.D., Green, P.E., & Schaffer, C.M.(1986). Comparing interpoint distances in correspondence analysis : A clarification. *Journal of Marketing Research*, 23, 271-280.
- Chelune, G.J.(1977). Disclosure flexibility and social-situational perceptions. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 45, 1139-1143.
- Coates, D., & Winston, T.(1987). The dilemma of distress disclosure. In V.J. Derlega & J.H. Berg(Eds.), *Self-disclosure*(pp. 229-256). New York : Plenum Press.
- Cozby, P.C.(1973). Self-disclosure : A literature review. *Psychological Bulletin*, 79, 151-160.
- Derlega, V.J.(1984). Self-disclosure and intimate relationships. In V.J. Derlega (Ed.), *Communication, intimacy, and close relationships*(pp 1-10). New York : Academic Press.
- Derlega, V.J., & Grzelak, J.(1979). Appropriateness of self-disclosure. In G.J. Chelune(Ed.), *Self-disclosure*(pp 151-176). San Francisco : Jossey-Bass.
- Duval, S., & Wicklund, R.A.(1972). *A theory of objective self-awareness*. New York : Academic Press.
- Fehr, B.(1988). Prototype analysis of concepts of love and commitment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 557-579.
- Fehr, B., & Russell, J.A.(1984). Concepts of emotion viewed from prototype perspective. *Journal of Experimental Psychology : General*, 113, 464-486.
- Fishbein, M.J., & Laird, J.D.(1979). Concealment and disclosure : Some effects of information control on the person who

- controls. *Journal of Experimental Social Psychology*, 15, 114-121.
- Freud, S.(1915). *The unconscious*, Standard Edition, Vol. 14, 161.
- Garfield, S.(1981). *Clinical Psychology*, 2ed ed., New York : Aldine Pub. Com.
- Helgeson, V.S., & Shaver, P., & Dyer, M. (1987). Prototypes of intimacy and distance in same-sex and opposite-sex relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 4, 195-233.
- Hoffman, D.L., & Franke, G.R.(1986). Graphical representation of categorical data in marketing research. *Journal of Marketing Research*, 23, 213-227.
- Jones, E.E., & Nisbett, R.E.(1971). *The actor and observer : Divergent perceptions of the causes of behavior*. Morristown, N. J. : General Learning Press.
- Jourard, S.M.(1964). *The transparent self*. New York : Van Nostrand.
- Jourard, S.M.(1968). *Disclosing man to himself*. New York : Van Nostrand.
- Jourard, S.M.(1971). *Self-disclosure : An experimental analysis of transparent self*. New York : John Wiley and Sons.
- McAdams, D.P.(1988). Personal needs and personal relationships. In S Duck(Ed.), *Handbook of personal relationships*(pp. 7 -22). New York : John Wiley and Sons.
- McAllister, H.A.(1980). Self-disclosure and liking : Effects for senders and receivers. *Journal of Personality*, 48, 409-418.
- McFarlane, A.H., Norman, G.R., Streiner, D. L., & Roy, R.G.(1984). Characteristics and correlates of effective and ineffective social support. *Journal of Psychosomatic Research*, 28, 501-510.
- Miller, N.E.(1980). A perspective on the effects of stress and coping on disease -health. In S. Levine and H. Ursin(Eds.), *Coping and health*. New York : Plenum Press.
- Pennebaker, J.W.(1988). Confiding traumatic experience and health. In S. Fisher and J. Reason(Eds.), *Handbook of life stress, cognition and health*. New York : John Wiley and Sons.
- Pennebaker, J.W.(1989). Confession, inhibition, and disease. In L. Berkowitz(Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol.22(pp. 211-244). New York : Academic Press.
- Pennebaker, J.W.(1992). Inhibition as the linchpin oh health. In H.S. Friedman (Ed.), *Hostility, coping, & health*(pp 127 -139). Washington, D.C. : A.P.A.
- Pennebaker, J.W., & Hoover, C.W.(1985). Inhibition and cognition : Toward an understanding of trauma and disease. In R.J. Davidson, G.E. Schwartz, & D. Shapiro(Eds.), *Consciousness and self -regulation*(vol. 4). New York : Plenum Press.
- Rosch, E.(1975). Cognitive representations of semantic categories. *Journal of Experimental Psychology : general*, 104, 192-233.
- Rosch, E.(1978). Principles of categorization. In E Rosch & B.B. Lloyd(Eds.), *Cognition and categorization*(pp. 27-48). Hillsdale, N.J. : Earlbaum.
- Shaver, P., Schwartz, J., Krison, D., & O' Cooner, C.(1987). Emotion knowledge : Further exploration of a prototype approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 1061-1086.

- Stiles, W.B.(1987). "I have to talk somebody": A fever model of disclosure. In V.J. Derlega & J.H. Berg(Eds.), *Self-disclosure*(pp 257-282). New York : Plenum Press.
- Stiles, W.B., & Sultan, F.E.(1979). Verbal response mode use by clients in psychotherapy *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 47, 611-613.
- Ursin, H.(1980). Personality, activation, and somatic health: A new psychosomatic theory. In S. Levine and H. Ursin(Eds.), *Coping and health*,(pp 259-279). New York : Plenum Press.

Functions of Self-disclosure in Close Relationships

Kyo-Heon Kim

Chung Nam National University

An attempt, based on the subjective reasons for self-disclosure, was made to analyze functions of self-disclosure. 122 college students described self-disclosure experiences in their close relationships. Obtained data were analyzed by content and correspondence analysis. Results revealed that prototypically, (1) people disclose their personal difficulties and negative emotions, in closed boundary context, because of distress and bitterness, (2) after self-disclosure, there was not only a sense of relief but also a sense of regret and insecurity, but, (3) after receiving others' self-disclosure, there was an intention of help and a feeling of closeness or companion, (4) self-disclosure made relationships more authentic, and (5) according to type of relationships, there were many differences in functions of self-disclosure. Finally, implications for future study were discussed in the light of the present results.