



소셜미디어 캠페인 효과의 기제:

추정된 미디어 영향과 지각된 사회규범의 통합 모형 적용*

백혜진 한양대학교 ERICA캠퍼스 광고홍보학과 교수**

고하은 한양대학교 광고홍보학과 석사과정***

본 연구는 추정된 영향의 영향 가설과 사회규범 이론을 통합하여 현재 소셜미디어를 통해 진행되고 있는 마약 예방 캠페인에 대한 효과를 탐구하고자 하였다. 서울, 수도권, 경남권에 있는 5개 대학 296명의 대학생이 응답한 온라인 설문 자료를 분석하였으며 직접, 간접, 조절 및 매개된 조절 효과를 보기 위해 PROCESS macro 모형(14번, 4번)을 활용하였다. 연구 결과, 추정된 영향의 영향 가설은 대체로 지지되었다. 자신이 본 마약 예방 캠페인이 다른 사람들에게도 도달했다고 지각할수록(지각된 도달) 그들이 캠페인에 영향을 받을 것이라고 지각했고(추정된 미디어 영향), 추정된 미디어 영향은 지각된 도달과 행동 의도(마약 예방 의도, 캠페인 확산의도)를 매개하였다. 또한 다른 사람들이 마약을 많이 하고 있다는 지각(서술적 규범)과 마약은 사회적으로 용인되지 않는다는 지각(명령적 규범)은 각각 자신의 마약 예방 의도와 긍정적인 관계가 있었지만, 서술적 규범의 매개효과나 명령적 규범과의 상호작용 효과는 나타나지 않았다. 연구 결과를 바탕으로 이론적 함의와 실무적 제언, 그리고 향후의 연구 방향을 제시하였다.

KEY WORDS 소셜미디어 캠페인 • 마약 예방 • 추정된 영향의 영향 가설 • 서술적 규범 • 명령적 규범 • 규범적 사회행동 이론

* 이 논문은 2023년 한양대학교 교내연구비 지원으로 연구됨(HY-2023-1789)

** 제1저자 및 교신저자, hjpaek@hanyang.ac.kr

*** ghe8843@hanyang.ac.kr

1. 서론

디지털 미디어 환경이 급변하고 다양화됨에 따라 정보의 생산과 수용, 공유의 경계가 무너지고 있다(Fleerackers et al., 2022; Hermida, 2019). 이러한 미디어 환경에서 공공캠페인 실무자들에게도 도전과 기회가 공존한다. 공공캠페인의 경우 기존에는 TV나 신문, 라디오 등 전통 미디어를 통해 전달하는 데 초점을 맞추었지만 예산 부족 등을 이유로 공중에게 충분히 도달하지 못했다. 반면, 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 소셜 미디어를 통해 공공캠페인을 전달할 경우, 전통 미디어에 비해 상대적으로 비용이 적게 들고 목표 공중에게 캠페인의 참여와 확산을 유도하는 것이 가능해졌다. 목표 공중은 캠페인을 비롯한 다양한 정보에 노출되고 그러한 정보에 반응한다. 캠페인 실무자들은 공중이 어떻게 캠페인에 노출되어 반응하는지, 어떻게 하면 참여와 확산을 극대화할 수 있는지에 대한 전략이 필요하다. 이를 위해서는 소셜미디어의 특성뿐만 아니라 미디어 이용자들의 특성에 대한 고려가 필수적이다.

인간은 사회적 동물이다. 다른 사람들이 어떻게 생각하고 행동하는지에 따라 자신의 생각과 행동을 결정하는 경향이 있다(Sherif, 1936). 이러한 경향은 조희수, 좋아요, 팔로우 수 등을 통해 다른 사람들의 생각과 반응을 파악할 수 있는 소셜미디어에서 더 활발하게 작용한다. 이러한 것들이 규범적 단서로 작용하여 사람들의 정보 공유, 캠페인 참여와 확산 등에 영향을 주는 연구들이 진행된 바 있다(Lee & Oh, 2017; Litt, Rodriguez, & Stewart, 2021).

사회적 환경에서 영향을 받는 사람들의 속성을 고려하여 캠페인의 간접효과를 이론화하는 작업과 실증 연구가 진행되기도 하였다. 특히 그간의 이론화 작업은 두 가지 방향으로 정리해 볼 수 있다. 하나는 추정된 영향의 영향(Influence of Presumed Influence) 가설로 다른 사람들이 같은 미디어 메시지에 노출되고 영향을 받는다는 지각이 자신들의 태도와 행동에도 영향을 미친다는 이론적 주장이다(Gunther & Storey, 2003). 또 하나는 사회규범과 관련된 이론으로 사람들이 어떤 행동을 얼마나 하는지에 대한 지각(서술적 규범, descriptive norm), 또 그 행동을 얼마나 용인하는지에 대한 지각(명령적 규범, injunctive norm)이 설득에 영향을 미친다는 내용이다(Cialdini, Reno, & Kallgren, 1990; Rimal & Real, 2005). 이러한 두 가지 지각된 사회규범은 규범적 단서로 활성화되어 설득 과정에서 영향을 미친다는 규범적 행위의 초점 이론(Focus Theory of Normative Conduct; Borsari & Carey, 2003; Cialdini et al., 1990)과

서술적 규범이 명령적 규범을 비롯한 여러 심리적 기제와 상호작용하여 태도와 행동에 영향을 미친다는 규범적 사회행동 이론(Theory of Normative Social Behavior, TNSB; Rimal & Real, 2005; Rimal & Lapinski, 2015)으로 발전되어 연구가 진행되었다.

본 연구는 사회적 영향을 받는 공중의 설득 과정을 이론적으로 설명한 이 두 줄기의 연구 흐름을 캠페인의 간접효과 모형으로 통합하여 현재 소셜미디어에서 진행되고 있는 공공캠페인에 대한 효과를 탐구하고자 하였다. 소셜미디어에서는 다른 사람들의 생각과 반응을 더욱 쉽게 파악할 수 있고 이에 더 민감하게 반응할 수 있다(Cho, Shen, & Peng, 2021). 따라서 본 연구는 다른 사람들이 소셜미디어 캠페인에 노출되고(지각된 도달) 영향을 받는다는 지각(추정된 미디어 영향)과, 실제 어떠한 행동이 우세하고(서술적 규범) 용인되는지(명령적 규범)가 어떻게 사람들의 행동 의도에 직접적으로, 간접적으로, 혹은 조건부로 연관되는지 살펴보고자 하였다.

이를 통해 공공캠페인이 다양한 사회심리학적 기제를 통해 공중에게 의도한 효과를 미치고 확산을 유도할 수 있음을 검증하여 캠페인 실무자들이 활용할 전략을 제시하고자 하였다.

2. 이론적 틀

1) 사회적 영향에 민감한 소셜미디어 캠페인

공공캠페인이란 정해진 기간에 조직적인 커뮤니케이션 활동을 하고, 개인의 건강 행동 변화나 사회적 이익을 목적으로, 여러 가지 채널을 활용하여 일련의 메시지를 전달함으로써 다수의 공중에게 정보를 제공하거나 행동에 영향을 미치려는 시도를 말한다(Rice & Atkin, 2012). TV, 라디오, 신문 등 전통 미디어를 통해 캠페인이 진행되었던 과거에는 매체 비용이 많이 들어 충분한 도달률을 달성하지 못했을뿐더러 일방향적인 미디어의 특성상 참여와 확산에도 제한적이었다. 그러나 디지털 미디어 환경이 급변함에 따라 미디어 사용 행태도 다양화되는 한편, 소셜미디어를 통해 뉴스나 다양한 정보를 접하는 인구가 늘고 있다. 정보통신정책연구원의 세대별 소셜미디어 이용 현황(2022)에 따르면 2019년 47.7%, 2020년 52.4%, 2021년 55.1%로 전 세대에서 지속해서 증가하는 추세다. 밀레니얼 세대의 이용률이 83.5%로 가장 높은 가운데, SNS 이용 시간은 1990

년대 중/후반생부터 2010년대 초반생으로 분류되는 Z세대가 가장 길다. 이용 행태도 Z세대의 2명 중 1명은 하루에도 여러 번 SNS 게시글을 확인하고, 5명 중 1명은 매일 댓글을 다는 등 SNS 활동이 다른 세대와 비교해 더 적극적이다. 또한 이들은 소통이나 기록, 정보 획득 외에도 오락성 콘텐츠 소비를 위해 SNS 이용이 많은 세대로 나타났다. 미디어 사용의 다변화뿐만 아니라 소셜미디어의 특성도 공공캠페인에 기회를 제공한다. 사용이 간단하고 편리하며 모바일 등 다양한 접속 경로를 보유하고 있으며, 매체 비용이 TV, 라디오 등 전통매체에 비해 매우 저렴하다. 또한 이슈에 관심 있는 사람들이 그 이슈를 공유하고 다양한 활동을 촉진하게 하는 등 메시지에 대한 접근과 사용에 대한 장벽이 없다(최미연, 이형석, 2021). 즉 소셜미디어는 관심 있는 사람들이 정보 생산과 공유, 확산에 참여함으로써 미디어와 수용자의 경계를 무너뜨리고 피드백의 여지를 제공하며 참여가 공개되는 특성이 있다(백혜진, 2018).

이러한 특성을 활용하여 릴레이 형식의 공공캠페인이 소셜미디어에서 진행된 바 있다. 일명 ‘아이스 버킷 챌린지(Ice Bucket Challenge)’ 캠페인은 2014년 루게릭병(근위축성 측색경화증: Amyotrophic Lateral Sclerosis, ALS) 환자들을 돕기 위한 기부 이벤트로 페이스북에서 시작되었다(차승호, 2016). 얼음물을 뒤집어쓰으로써 주제와 연관되면서도 참신하고 흥미로운 행위가 동반되었다는 점, 타인의 행동을 쉽게 관찰할 수 있는 페이스북이라는 공간에서 캠페인이 진행되고 확산되었다는 점, 다른 사람을 지명하는 릴레이 방식으로 지인들에게 직접적인 기부를 요청한 점 등이 아이스 버킷 챌린지 캠페인의 성공 요인으로 꼽히기도 했다(이투데이, 2014. 9. 4.; EBS, 2014. 9. 1.). 이 캠페인의 성공을 필두로 소셜미디어 캠페인의 효과에 관한 연구가 진행되었다. 아이스 버킷 챌린지 캠페인에 대한 소셜 네트워크 분석 연구(Kwon, 2019)에서는 메시지의 전달자와 네트워크의 유사성을 효과적인 바이럴의 주요 요인으로 꼽았다. 사례 분석을 통해 공공 분야에서 구전효과에 영향을 미치는 메시지 요인을 이론적 모형으로 제시한 연구(Pressgrove, McKeever, & Jang, 2018)도 있었다. 다만, 타인의 행동을 관찰할 수 있어 사회적 영향에 더 민감할 수 있는 소셜미디어 공간에서 사회적 영향 및 규범의 역할에 대한 이론을 탐색하고 검증한 연구는 상대적으로 드물었다.

아이스 버킷 챌린지를 본보기로 삼아 다른 공공 주제에 대한 소셜미디어 캠페인이 이루어졌는데, 최근 국내에서 진행된 ‘No Exit’ 마약 예방 캠페인도 그중 하나다. 이 캠페인은 2023년 4월 26일부터 2023년 연말까지 경찰청과 마약퇴치운동본부 및 관계부처가 합동으로 마약 중독의 위험성을 환기하고 경각심을 고취하려는 취지로 기획된 범

국민적 캠페인이다. 아이스 버킷 챌린지와 유사하게 다른 사람의 지목을 받아 캠페인에 참여하거나, 지목을 받지 않더라도 누구나 인증사진을 찍고 후속 주자를 지명하는 릴레이 캠페인에 참여할 수 있도록 하였다. 경찰청의 명예 치안감 최불암 배우를 시작으로, 그의 지명을 받은 경찰청장, 국무총리, 국회의원을 비롯하여 연예인(배우 임지연과 손석구, 개그우먼 김민경 등)과 정부 및 업계의 유명 인사들이 캠페인에 참여하였다.

본 연구는 소셜미디어를 통한 릴레이 캠페인의 특성을 살린 'No Exit' 캠페인을 시험 사례로 선정하여, 사람들은 자신이 노출된 캠페인이 다른 사람들에 미치는 영향이나 사회에서 용인하는 행동에 대한 규범을 지각하여 그에 반응한다는 사회적 영향의 이론적 기제를 검토하고자 한다.

2) 추정된 영향의 영향 가설

사람들은 외부의 자극에 본인은 잘 영향을 받지 않지만, 그러한 자극에 다른 사람들은 더 영향을 받을 수 있다고 믿는 경향이 있다. 이러한 낙관적 편향이나 자기중심 동기는 잘 알려진 인간의 본성이다(Weinstein, & Lachendro, 1982). 이러한 인간의 성향을 고려하여 제삼자 효과(Third-person effect, Davidson, 1983) 가설이 주조되기도 했다. 사람들은 음란물이나 폭력물 등 부정적인 미디어가 자신보다는 타인, 즉 제삼자에게 더 큰 영향을 미친다고 지각하고 이러한 지각 때문에 부정적인 미디어를 검열하게 된다고 설명하는 미디어 효과 가설이다. 이러한 편향은 캠페인을 통해 설득하고자 하는 실무자들에게 종종 예기치 않은 결과를 안겨주기도 한다. 건터와 스토리(Gunther & Storey, 2003)는 네팔의 산모 건강을 주제로 진행된 라디오 캠페인을 평가한 연구에서 라디오 캠페인이 목표 공중인 가임기 여성들에게 직접적으로 의도한 효과가 나타나지 않았음을 파악했다. 반면 목표 공중은 이 캠페인으로 인해 의료종사자들의 태도가 바뀌었을 것이라고 지각하였고, 이러한 지각으로 인해 의료종사자들과의 관계를 더 우호적으로 평가하는 경향이 있음을 입증하였다. 이러한 결과를 바탕으로 그들은 캠페인이 목표 대상에게 직접적으로 영향을 미치지 않더라도, 다른 사람들이 어떻게 생각하고 행동하는지에 대한 지각이 곧 목표 대상의 태도와 행동을 변화시킬 수 있다는 간접효과의 이론적 기제를 발표하였다. 이른바 '추정된 영향의 영향(Influence of Presumed Influence, IPI)' 가설이다. 즉 목표 공중이 캠페인 메시지에 노출된다고 해서 직접적으로 캠페인이 목표로 한 태도와 행동은 변화하지 않았지만, 자신들이 노출된 캠페인 메시

지가 다른 사람에게도 도달된다고 지각했고(지각된 도달, *perceived reach*), 이러한 지각된 도달은 타인들이 그 메시지에 영향을 받을 것이라는 추론(추정된 영향 혹은 추정된 미디어 영향, *presumed influence*)을 일으킨다는 것이다. 궁극적으로 이러한 추론은 자신들의 태도와 행동에 영향을 미침으로써(추정된 영향의 영향, *IPI*) 캠페인이 간접적으로 영향을 미친다는 것이다. 이러한 이론적 주장은 이후 금연, 안전한 성, 피부암 예방, 에이즈 예방, 식이요법과 영양 등 다양한 건강 캠페인 맥락에서 재현되고 확장되었다(Gunther et al., 2006; Hong, 2023; Hong & Kim, 2020; Paek & Gunther, 2007; Paek et al., 2011). 건터와 그 동료들(Gunther et al., 2006)은 이 모형을 청소년 대상의 흡연 예방을 주제로 진행한 연구에서 확장하였다. 미국 중학교 청소년 818명을 대상으로 설문조사를 한 결과, 담배 광고나 금연 메시지에 많이 노출될수록 다른 청소년들도 유사 메시지에 더 많이 노출될 것이라고 지각했다. 이러한 지각은 다른 청소년들의 흡연율에 대한 지각으로 이어졌으며, 흡연율을 높게 지각할수록 흡연에 대한 태도는 더 우호적이고, 흡연 의도 역시 더 높게 나타나는 경향이 있었다. 이 연구에서 다른 사람들이 미디어에 영향을 받는다는 지각(*presumed influence*) 대신 지각된 청소년들의 흡연율(*perceived smoking prevalence*)을 매개변수로 사용함으로써 미디어 메시지의 간접 효과를 입증했다. 이 지각된 흡연율은 다른 사람들 사이에서 얼마나 그 행동이 만연한지에 대한 지각으로 정의되는 서술적 규범(*descriptive norm*, Cialdini et al., 1990)과 유사하다. 이후 *IPI* 가설에서 '타인'에 대한 개념을 확장하여 또래 간의 심리적 거리(*peer proximity*) 가설을 결합한 연구(Paek & Gunther, 2007)가 이어졌다. 이 연구에서는 청소년 흡연 맥락에서 청소년들은 자신과 거리가 먼 또래에 비해 가까운 친구가 미디어의 금연 메시지에 더 영향을 받는 것으로 지각했다. 가까운 친구가 받는 미디어 영향에 대한 지각은 청소년들의 흡연 태도와 행동 의도에 긍정적인 효과를 나타냈다. 또한 금연 메시지는 청소년들이 그 메시지에 또래들이 긍정적인 영향을 받는다고 지각할 때만 효과가 있었다. 이러한 선행연구는 설문조사를 바탕으로 한 횡단 연구이므로 인과관계를 단정할 수 없다. 즉 타인이 주어진 미디어 콘텐츠에 노출되어 영향을 받는다는 지각을 바탕으로 자신의 태도와 행동을 변화시키는 것인지, 본인이 그 콘텐츠에 영향받는 것을 타인에게 투영(*projection*)하는 것인지 횡단 연구에서는 명확하게 알 수 없다. 또한 본인이 받는 영향에 대한 지각을 고려하지 않고, 타인의 영향에 대한 지각(추정된 미디어 영향)만으로 모형화하는 것이 통계적으로 적합하지 않다는 지적도 있었다(정성은, 노희운, 변상호, 2014; Shen & Huggins, 2013). 그러나 종단 연구(Paek et

al., 2011)와 실험 연구(Tal-Or, Cohen, Tsfati, & Gunther, 2010)에서 이 모형의 적합성이 입증되었다. 청소년 흡연을 주제로 수집한 중단 설문 연구(Paek et al., 2011)에서는 1차에서 수집된 자료를 통해 분석한 또래에 대한 추정된 미디어 영향은 2차에서 수집된 자료에서 나온 또래에 대한 추정된 미디어 영향에 영향을 주고, 이 지각이 다시 태도와 행동 의도에 영향을 미쳤다. 또 다른 실험 연구(Tal-Or et al., 2010)에서는 이스라엘 대학생들을 대상으로 2가지 연구를 진행했다. 연구 1에서는 추정된 미디어 영향을 3가지 조건으로 만들어 조작하였다. 즉 피험자들은 음란물의 효과가 긍정/부정/결론 미정이라고 기술된 3가지 유형의 정보 중 하나에 무작위로 노출된 후, 음란물 시청을 검열해야 하는지를 질문받았다. 연구 결과, 음란물의 효과가 긍정적이라는 정보에 노출된 피험자 집단이 다른 두 집단에 비해 검열을 덜 지지하는 것으로 나타났으며, 추정된 미디어 영향과 검열 지지(태도)의 관계는 음란물의 영향에 대한 지각을 통해 매개되었다. 연구 2에서는 설탕 부족 이슈를 주제로 뉴스 스토리에 대한 지각된 도달을 조작하였다. 피험자들은 관련 기사가 최대 발행 부수를 자랑하는 일간지의 “1면에 게재될 예정”과 “같은 신문 경제면 내부에 게재될 예정”인 두 조건 중 하나에 무작위로 할당되었다. 연구 결과, 피험자들은 1면 게재 조건에서 지각된 도달을 더 높게 평가하였고, 이 기사에 사람들이 더 많이 영향을 받을 것이라고 평가하였으며(추정된 미디어 영향), 이러한 지각은 다시 피험자들의 행동 반응(설탕 구매 결정에 대한 영향, 설탕 구매 및 소비 의도)에 통계적으로 유의미한 영향을 줌으로써 IPI 가설의 인과관계를 입증했다.

타인이 어떻게 생각하고 행동하는지에 따라 자신이 영향을 받는다는 이론적 개념은 직관적이다. 본인이 의식하지 않았던 이슈가 다른 사람들이 주목한다는 점 때문에 본인도 그 이슈를 주목하고 관심을 기울이며 궁극적으로 태도와 행동 변화로 이어질 수 있다. 소셜미디어에서는 더욱 그러하다. 미디어 생산자가 제공한 콘텐츠를 ‘수용’했던 전통 미디어 시대와는 달리 디지털 미디어, 특히 소셜미디어에서는 수용자가 생산자, 공유자, 확산자 등 여러 역할을 할 수 있으며 공유와 확산이 잘 드러날 수 있다는 점에서 미디어 메시지의 사회적인 영향이 자신의 태도와 행동에 영향을 미칠 수 있다.

IPI 가설은 디지털 미디어와 관련해서도 입증된 바 있다. 예를 들어 전자담배 광고와 예방 캠페인 맥락에서 진행된 미국의 온라인 실험 연구(Cho et al., 2021)에서는 유튜브 영상의 조회수를 5가지로 조작하여 피험자들에게 무작위로 할당하였다. 연구 결과, 조회수가 높게 조작된 유튜브 영상에 노출된 피험자들은 같은 메시지에 대한 타인의 노출을 높게 평가하였고(지각된 도달), 이러한 지각된 도달은 다시 타인이 그 메시지

에 영향을 받을 것이라는 지각(추정된 미디어 영향)과 정적인 관계를 나타냈다. 소셜미디어를 통해 전파되는 코로나19 오정보를 주제로 진행된 중국의 설문 연구(Shi, Chen, & Tsang, 2022)에서는 타인의 노출 정도에 대한 지각(perceived exposure) 대신 타인이 오정보에 어느 정도 주목했는지에 대한 지각(presumed attention)을 변수로 사용했다. 이러한 지각은 코로나19 오정보에 대한 추정된 영향(presumed influence)을 이끌었고, 다시 오정보를 교정하려는 자신의 행동 의도에 영향을 미침으로써 전반적으로 IPI 가설을 입증했다. 한편 국내의 설문 연구(류현숙, 홍승희, 2015)에서는 소셜미디어를 통한 북핵, 불산, 성범죄, 자살 등 4가지 이슈와 관련된 미디어 보도에 대해 타인에게 미치는 영향이 자신의 위험 대비 행동에 어떻게 영향을 미치는지 검토하였다. 연구 결과, 성범죄 보도에 타인들이 노출되고 이에 대해 타인들이 대비한다고 지각할수록 자신의 위험 대비 행동에도 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 IPI 가설은 자살 보도 관련해서도 유사하게 나타났다. 다만, 북핵과 불산 관련 보도에 관해서는 이 가설이 입증되지 못해 이슈나 주제별로 IPI 가설이 적용되는데 한계가 있을 수 있음을 함의하였다. 마지막으로 기후 변화를 주제로 진행된 국내의 온라인 설문 연구(Paek, Oh, & Hove, 2024)에서 연구참여자들은 자신들이 노출된 기후 변화 기사에 다른 사람들도 노출되었을 것이라고 지각하였고(지각된 도달), 지각된 도달은 다른 사람들이 그 정보에 영향을 받을 것이라는 지각(추정된 미디어 영향)과 정적인 관계를 나타냈다. 다시 추정된 미디어 영향은 자신들이 정보를 확산하고자 하는 의도에 통계적으로 유의미한 영향을 미침으로써 IPI 가설을 지지하였다. 또한 추정된 미디어의 영향의 매개효과는 뉴스 포털(네이버 뉴스)과 소셜미디어(카카오톡)에서 모두 유의미하게 나타났다.

3) 지각된 사회규범과 규범적 사회행동 이론

사람들이 사회적인 동물이며 환경에 영향을 받는다는 것을 전제로 한 이론적 흐름의 다른 한 축에는 사회규범 이론이 있다. 사회규범은 “집단 구성원들이 이해하고, 법의 강제력 없이 사회적 행동을 지도하거나 제약하는 규칙 및 기준”으로 정의된다(Cialdini & Trost, 1998, p.152). 즉 주어진 환경에서 사람들은 다른 사람들이 어떻게 행동하고 또 어떻게 행동해야 바람직하다는 규칙이나 기준을 따르는 본성이 있다. 이는 그러한 규범을 따르지 않았을 때 수반되는 여러 가지 사회적 제재와 압박을 본능적으로 느끼기 때문이다. 사회규범 연구에서는 사회규범을 대체로 서술적 규범(descriptive norms)과

명령적 규범(injunctive norms)의 두 가지 유형으로 구분한다. 서술적 규범은 본인이 속한 사회나 집단에서 구성원들이 어떻게 보편적으로 행동하는지에 대한 지각으로 정의된다. 명령적 규범은 어떤 행동이 용인되고 용인되지 않는지, 구성원들이 어떻게 행동해야 바람직한지에 대한 사람들의 지각이다(Cialdini et al., 1990). 따라서 서술적 규범은 실제로 무엇이 행해졌는가에 대한 정보를 바탕으로 사람들이 영향을 받기 때문에 정보적 영향으로 작동하는 반면, 명령적 규범은 구성원들이 용인하지 않는 행동을 했을 때 가해질 수 있는 사회적 제재 혹은 위협 때문에 용인되는 행위를 해야 한다는 규범적 영향으로 작동한다(Cialdini, 2007; Lapinski & Rimal, 2005). 흥미로운 것은 실제의 사회규범보다 개인들이 지각하는 지각 규범이 개인들의 행동에 더 영향을 준다는 것이다(Rimal & Lapinski, 2015). 예를 들어 대학생들 사이에 폭음하는 학생들이 실제로는 많지 않음에도 불구하고, 대학생들은 폭음하는 학생들이 많다고 지각하고 폭음 규범이 용인된다고 지각할수록 더 폭음하는 경향이 있다는 것이다. 따라서 미국 대학에서는 실제 음주 규범에 대한 정보를 알려주면서 실제 규범과 지각된 규범의 격차를 좁혀나가려고 하는 ‘사회규범 접근법(social norm approach)’을 활용하여 폭음 예방 캠페인을 진행하기도 했다(Lewis & Neighbors, 2006; Perkins, 2002; Perkins & Berkowitz, 1986).

이러한 사회규범이 어떻게 태도와 행동에 영향을 미치는지를 설명하는 이론적 기제는 크게 두 가지로 제시해 볼 수 있다. 첫째는 치알디니와 동료들(Cialdini et al., 1990)이 명명한 규범적 행위의 초점 이론(Focus Theory of Normative Conduct)이다. 이 이론은 행동이 이루어지는 시점에 눈에 띄는 환경 단서가 특정 규범을 점화함으로써 활성화된 규범이 행동에 영향을 미친다고 주장한다. 예를 들어 쓰레기가 여기저기 널려 있는 환경에서는 이것이 단서로 작용하여 사람들은 쓰레기를 버려도 된다고 지각하고, 쓰레기를 더 버리는 경향이 있다는 것이다. 이 때문에 치알디니는 사회규범이 반사회적인 행동(쓰레기 버리기, 마약 사용, 폭음 등)을 유도할 수 있음을 우려하며 반사회적인 행동에는 사회규범을 전략으로 활용하지 않도록 제언했다. 또 한편으로 규범적 사회행동 이론(Theory of Normative Social Behavior, TNSB)은 서술적 규범이 명령적 규범, 결과 기대치, 집단 동질성 세 가지로 이루어진 규범적 기제를 통해 개인의 행동에 영향을 미친다고 설명한다(Lapinski & Rimal, 2005; Rimal & Real, 2005; Rimal & Yilma, 2022). 미국 대학생을 대상으로 진행한 설문 연구(Rimal & Real, 2005)에서 음주에 대한 서술적 규범(전형적인 대학생들이 술을 얼마나 마시는지에 대한 지각)과 음주가 사회적으로 용인된다는 지각(명령적 규범)이 각각 높을수록 연구참여자들의 음주 의도가

높았다. 다만 이 연구에서는 서술적 규범과 명령적 규범 및 다른 조절변수(집단 동질감 등)의 상호작용 효과는 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았다. 세르비아의 고등학생들을 대상으로 안전 운전 맥락에서 진행된 중단 연구(Rimal & Yilma, 2022)에서는 위험한 운전 행동에 대한 서술적 규범(대부분의 친한 친구들은 과속한다/운전하는 동안 문자를 보낸다/음주운전을 한다 등)은 2차에서 측정된 위험한 운전 행동에 직접적인 영향을 미쳤으며, 위험한 음주운전을 용인한다는 명령적 규범은 이러한 관계를 강화하는 조절 효과를 나타냈다.

초기에 제안된 TNSB의 규범적 기제는 이후 확장되었다. 즉 시간적 제약이나 다양한 규범 요인을 포함한 맥락 요소, 자기효능감이나 자기 규제와 같은 개인적 요소, 기능이나 비용, 결과 기대치 등을 포함한 행동적 요소 등 다양한 조절 기제를 포함하였다(Chung & Rimal, 2016). 종합해보면 이론적 기제는 확장되고 보완되었지만, 규범적 행위의 초점 이론이나 규범적 사회행동 이론은 서술적 규범과 명령적 규범이 행동(의도)에 직접적 혹은 상호작용하여 영향을 미칠 수 있다고 설명한다(Meisel & Goodie, 2014; Rimal & Yilma, 2022; Smith et al., 2012; Staunton et al., 2014). 해외에서는 환경보호부터 폭음 및 흡연 예방, 손 씻기 등 다양한 분야에서 사회규범의 영향에 관한 연구가 진행되었으며, 문화적 맥락이나 개인 심리 성향 등 다양한 조절변수도 함께 검토되었다(Lee & Paek, 2013; Paek, Lee, & Hove, 2014; 이해규, 2023 참고).

최근에는 소셜미디어상에서 사회규범과 행동에 관한 연구가 진행되었다. 예를 들어 코로나19 당시 미국 성인 대상의 설문 연구에서 음주와 관련된 소셜미디어 게시물에 많이 노출된 사람들은 게시물을 많이 올렸고, 음주도 더 많이 한 것으로 나타났다(Litt et al., 2021). 즉 연구참여자들은 음주 관련 게시물로 인해 음주 행동이 우세하다는 서술적 규범을 지각했고, 이러한 지각된 서술적 규범이 그들의 행동에 영향을 미쳤다고 설명할 수 있다. 트윗 메시지로 제시된 두 가지 유형의 정보를 이용하여 리트윗 횟수가 규범적 단서로서 미치는 영향력을 검증하기 위해 트위터 사용자 639명을 대상으로 진행한 온라인 실험 연구(이해규, 오현정, 2017)에서는 리트윗 횟수가 많은 트윗에 대해 정보의 유형(루머나 뉴스)에 관계없이 메시지 신뢰도와 공유 의도가 더 높았다. 이 연구 역시 리트윗을 하는 것이 우세하다는 서술적 규범의 효과를 입증하였지만, 리트윗 횟수가 많았다는 것은 정보가 다른 사람들에게도 많이 도달되었다는 지각을 유도하고(지각된 도달), 이렇게 도달된 정보가 다른 사람들에게 영향을 끼쳤다는 지각(추정된 미디어 영향)을 하게 되어 결국 자신들의 공유 의도를 높였을 가능성도 있다. 이 연구에는 이러

한 IPI 가설이 적용되지는 않았지만, 미디어상에서 작동하는 사회규범의 영향이 IPI 가설과 관련이 있을 수 있다는 추론이 가능하다. 한편, 소셜미디어에서 선정적인 사진을 보는 정도와 콘돔 사용에 대한 서술적 규범 사이의 연관성을 입증한 연구도 있었다(Young & Jordan, 2013). 사회규범과 관련하여 실험 연구 110편을 메타 분석한 연구(Rhodes, Shulman, & McClaran, 2020)에서는 사회규범이 일관적으로 효과적이었고, 특히 명령적 규범이 행동을 변화시키는 데 더 효과적일 수 있음을 입증했다.

국내에서는 지각된 사회규범을 적용한 연구가 활발한 편은 아니었다(이혜규, 2023). 예외적으로 여대생들을 대상으로 진행한 설문 연구(오현숙, 2015)에서 명령적 규범은 여대생들의 다이어트 의도와 통계적으로 유의미한 연관성이 있었으나, 서술적 규범과는 통계적으로 유의미한 연관성을 찾지 못했다. 음주 맥락에서 고위험 음주자인 대학생들을 대상으로 진행한 온라인 실험 연구(최정화, 박동진, 김도진, 2014)에서는 명령적(용인되는 음주 수준), 서술적(평균적 음주 수준 - 이 연구에서는 묘사적 규범으로 명명함), 권위적(보건 전문기구가 제시하는 음주 기준) 규범 정보가 절주 의도에 미치는 직접적인 영향과 위험 자각, 자율적 조절 동기의 매개효과를 검증하였다. 연구 결과, 권위적 규범 정보가 음주 수준의 위험을 지각하는 데 있어 서술적 규범 정보나 명령적 규범 정보보다 더 높은 연관성이 있었다. 명령적 규범 정보를 받은 참여자들은 위험 자각이나 자율적 동기, 절주 의도에 있어 통제 집단과 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았다. 명령적 규범과 서술적 규범을 비교했을 때는 서술적 규범 정보가 위험 지각에 더 높은 연관성을 보여주었다. 한편, 자살 예방의 설득 효과를 검토한 실험 연구(황애리, 나은영, 2019)에서는 규범적 내용의 메시지(자살은 바람직하지 않다는 등의 내용)가 정보적 내용의 메시지(“우리 사회에서 자살로 죽는 사람이 한 해 몇 명이다”)보다 행동적 태도(“메시지를 보고 난 후 대학(원)생들/나/중고등학생은 자살하고 싶은 마음이 줄어들 것으로 생각한다”)에 있어 설득 효과가 더 크게 나타났다고 보고했다. 한편, 사회규범과 관련되어 주관적 규범, 서술적 규범, 명령적 규범 등 여러 사회규범에 대한 개념적 차이를 구분하지 않은 연구들도 있었다(예: 이준영, 한미정, 2020; 조재희, 2014). 선행연구를 종합해보면 서술적 규범과 명령적 규범의 역할이 주제와 맥락마다 일관적이지 않았으며, 용어나 정의도 일관되지 않은 한계가 있다(자세한 논의는 이혜규, 2023 참고). 또한 앞에서 논의한 규범적 사회행동 이론의 기제를 적용하여 서술적 규범과 명령적 규범의 상호작용 효과를 본 연구도 드물었다.

소셜미디어상에서도 사회규범을 적용한 연구가 진행되었다. 소셜미디어에서의 루

며 확산을 검토한 실험 연구(Lee & Oh, 2017)에서는 리트윗의 수치와 리트윗 요청이 각각 서술적 규범과 명령적 규범의 단서로 작용해 트윗 사용자들의 정보 추구 의도 및 트윗 메시지 전파 의도에 영향을 줄 것으로 예측하였다. 연구 결과, 불순물이 섞인 생수병과 관련된 리트윗 수치가 많을수록 피험자들이 서술적 규범을 더 지각하는 경향이 있었으나, 리트윗 요청은 피험자들의 명령적 규범 지각에 유의미한 영향을 미치지 않았다. 그러나 피험자들이 서술적 규범과 명령적 규범을 높게 지각할수록 정보 추구 의도와 트윗 메시지 전파 의도가 모두 높은 것으로 나타나 사회규범에 대한 지각이 소셜미디어를 통해 전달되는 메시지의 효과에 중요한 역할을 할 수 있다는 함의를 제시하였다.

3. 가설과 연구 문제

본 연구는 앞에서 논의한 추정된 영향의 영향 (IPI) 가설과 규범적 사회행동 이론 (TNSB)에서 제시된 서술적 규범 및 명령적 규범을 통합한 모형으로 가설과 연구 문제를 제시하고자 한다.

첫째, IPI 모형의 첫 단계인 지각된 도달 가설은 미디어 사용자들이 캠페인 메시지에 노출될수록 다른 사람들도 그 메시지에 노출되었을 것이라고 지각한다고 예측한다. 본 연구에서는 선행연구(Paek et al., 2024)를 참고하여 여러 단계의 복잡한 인과관계의 모형을 최적화하기 위해 (타인에 대한) 지각된 도달에서부터 시작하였다. 즉 사람들의 다양한 캠페인 노출을 상수화하여 메시지를 제시한 후 연구참여자 자신들이 노출된 메시지에 대해 다른 사람들이 얼마나 노출되었다고 지각하는지를 물었기 때문에 이러한 지각된 도달과 추정된 미디어 영향 및 서술적 규범의 긍정적 관계를 가설로 설정하였다. 이 가설은 주어진 메시지가 타인에게 도달한다고 지각할수록, 타인이 주어진 메시지에 영향을 받으며(Gunther & Storey, 2003; Paek & Gunther, 2007), 주어진 메시지 주제에 대한 규범적 인식에도 영향을 미친다(Gunther et al., 2006; Hong, 2023)는 선행연구를 바탕으로 하였다. 마약을 주제로 한 본 연구에서 추정된 미디어 영향은 마약 예방 캠페인에 대한 메시지가기에 마약 예방 캠페인 메시지에 대한 지각된 도달과 추정된 미디어 영향은 정적인 관계를, 서술적 규범(다른 사람들이 마약을 어느 정도 사용하는지에 대한 규범)과는 부적인 관계를 가설로 설정하였다.

가설 1-1: 지각된 도달은 추정된 미디어 영향과 정(+)-적인 관계가 있을 것이다.

가설 1-2: 지각된 도달은 서술적 규범과 부(-)-적인 관계가 있을 것이다.

그다음으로는 추정된 미디어 영향과 서술적 규범이 행동 의도에 미치는 직간접적인 효과를 선행연구(Gunther et al., 2006; Hong, 2023)를 바탕으로 가설로 제시하였다. 예를 들어 HIV 예방을 주제로 한 설문 연구(Hong, 2023)에서는 HIV 예방약(PrEP)과 관련된 메시지에 타인들이 영향을 많이 받는다고 지각할수록, 또 사람들이 이 약을 어느 정도 사용하는지에 대한 지각(서술적 규범)이 높을수록 정보 추구 행동이나 약을 지지하는 행동 의도가 높아졌으며, 이러한 추정된 미디어 영향과 서술적 규범의 매개효과도 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 따라서 마약을 주제로 한 본 연구에서도 직접 효과 및 간접(매개)효과와 관련된 가설을 아래와 같이 제시하였다.

가설 2-1a: 추정된 미디어 영향은 마약 예방 의도와 정(+)-적인 관계가 있을 것이다.

가설 2-1b: 추정된 미디어 영향은 캠페인 확산의도와 정(+)-적인 관계가 있을 것이다.

가설 2-2a: 서술적 규범은 마약 예방 의도와 부(-)-적인 관계가 있을 것이다.

가설 2-2b: 서술적 규범은 캠페인 확산의도와 부(-)-적인 관계가 있을 것이다.

가설 3-1a: 추정된 미디어 영향은 지각된 도달과 마약 예방 의도를 매개할 것이다.

가설 3-1b: 추정된 미디어 영향은 지각된 도달과 캠페인 확산의도를 매개할 것이다.

가설 3-2a: 서술적 규범은 지각된 도달과 마약 예방 의도를 매개할 것이다.

가설 3-2b: 서술적 규범은 지각된 도달과 캠페인 확산의도를 매개할 것이다.

다음으로 IPI 가설의 확장 모형에 사회규범과 관련된 이론적 기제에서 제시된 명령적 규범의 역할을 포함한 가설을 제시하였다. IPI 가설을 확장한 건터 외(Gunther et al., 2006)는 서술적 규범(또래 청소년 중 몇 퍼센트가 흡연할 것이라고 지각하는지)을 매개변수로 통합하였지만, 명령적 규범은 고려하지 않았다. 그러나 TNSB에 따르면 명령적 규범이 서술적 규범과 행동의 관계를 조절하는 요인으로 작용한다(Lapinski & Rimal, 2005; Rimal & Real, 2003). 예를 들어 리말과 리얼(Rimal & Real, 2003)의 연구에서는 서술적 규범이 음주 행동에 미치는 영향을 명령적 규범이 정적으로 조절하는 것으로 나타났으며, 리말(Rimal, 2008)의 연구에서도 명령적 규범이 서술적 규범과 음주 행동 의도 간 관계를 정적으로 조절하는 것으로 나타났다. 대학생들의 도박을 주제로 진행한 연구(Meisel & Goodie, 2014)에서도 명령적 규범이 서술적 규범과 도박 행동

간의 관계를 정적으로 강화한다는 결과가 나타났다. 이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 IPI 가설에 TNSB의 이론적 기제를 통합하여 서술적 규범이 행동 의도에 미치는 영향을 명령적 규범이 강화할 것으로 예측하였다.

가설 4-1: 명령적 규범은 서술적 규범이 마약 예방 의도에 미치는 부(-)적인 효과를 강화할 것이다.

가설 4-2: 명령적 규범은 서술적 규범이 캠페인 확산의도에 미치는 부(-)적인 효과를 강화할 것이다.

본 연구의 목적은 IPI 가설과 TNSB를 통합하여 캠페인 효과의 기제를 살펴보는 것이기에 명령적 규범이 IPI 가설의 기제에 어떤 역할을 하는 지까지 확장하여 검토하는 것이 마땅하다. 추정된 미디어 영향과 서술적 규범이 메시지가 행동 의도에 미치는 영향을 매개하는 심리적 기제라는 것은 선행연구를 통해 파악되었다(Gunther et al., 2006). 또한 사람들이 마약에 대한 사용을 어느 정도 용인하는지에 대한 규범 지각(명령적 규범)이 서술적 규범과 행동 의도와의 관계를 조절한다는 연구 결과도 축적되었다(Meisel & Goodie, 2014; Rimal, 2008; Rimal & Real, 2003). 그렇다면, 명령적 규범이 추정된 미디어 영향과 행동 의도와의 관계를 조절할 가능성도 추론해 볼 수 있다. 이는 타인이 주어진 캠페인 메시지에 영향을 받는다는 지각이 자신의 태도와 행동에 영향을 미치는 과정에서 그 메시지의 주제에 대한 사회적 용인 정도가 본인 판단의 근거로 작용할 수 있기 때문이다. 다만 추정된 미디어 영향과 서술적 규범 및 명령적 규범을 함께 고려한 선행연구(Goh & Ho, 2023; Hong, 2023)에서도 명령적 규범의 조절 효과를 검토하지는 않았다. 따라서 가설을 설정할 논리적 근거가 충분하지 않기에, 본 연구에서는 명령적 규범이 추정된 미디어 영향과 행동 의도를 조절하는지, 또 추정된 미디어 영향과 서술적 규범의 매개효과를 조절하는지를 탐구하고자 아래와 같은 연구 문제를 제시하였다.

연구문제 1-1: 명령적 규범은 추정된 미디어 영향이 마약 예방 의도에 미치는 긍정적 효과를 강화할 것인가?

연구문제 1-2: 명령적 규범은 추정된 미디어 영향이 캠페인 확산의도에 미치는 긍정적 효과를 강화할 것인가?

연구문제 2-1: 명령적 규범은 추정된 미디어 영향의 매개효과를 조절할 것인가?

연구문제 2-2: 명령적 규범은 서술적 규범의 매개효과를 조절할 것인가?

위에서 제시한 가설과 연구 문제를 <그림 1>에 이론적 모형으로 도식화하였다. 단, 표현상의 문제로 조절된 매개효과는 그림에서 표시되지 않았다.

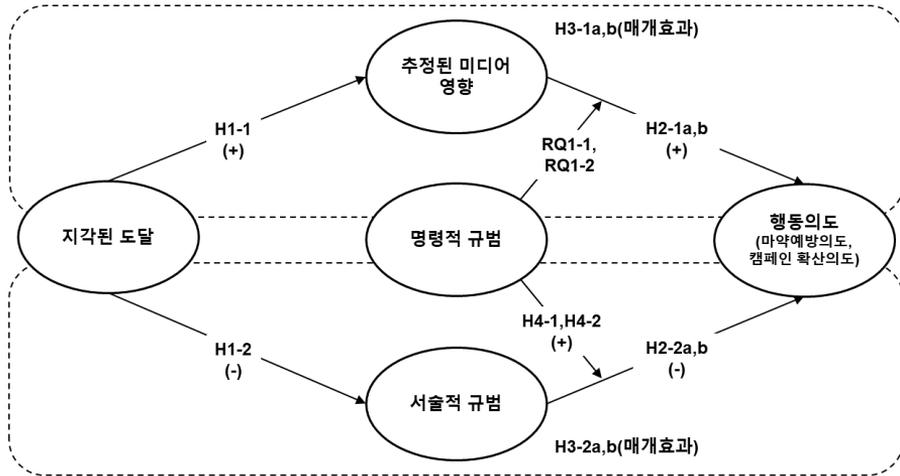


그림 1. 연구모형

4. 연구방법

1) 설문 자료 수집 절차

본 연구는 소셜미디어의 핵심 공중인 대학생을 대상으로 2023년 10월 31일부터 11월 2일까지 실시한 온라인 설문 자료를 분석하였다. 설문 안에서 인스타그램을 통한 'No Exit' 캠페인 메시지 자극물을 제시한 후 그에 대해 평가하도록 하였다. 이 캠페인은 연예인과 정부 기관장 등이 참여하여 캠페인의 모델로써 마약 예방 메시지를 전달한다. 본 연구를 위해 전체적인 톤이 유사한 인스타그램의 이미지와 상대적으로 잘 알려지지 않은 남자 기관장 2인과 여자 기관장 2인을 선정하였다. 이들은 'No Exit' 출구 없는 미로, 절대 시작하지 마세요'라는 팻말을 들고 있고 세부 메시지로 'No Exit' 캠페인이 최근 증가하고 있는 마약 중독의 위험성을 환기하고 마약 범죄를 예방하고자 추진하는 릴레이 캠페인이며, 주변에 캠페인의 취지와 중요성을 전달해 달라는 내용을 포함하고 있다. 이 캠페인은 이와 같은 메시지를 기관장이나 사회 각계 인사들이 릴레이로 전달

하는 것을 특징으로 한다. 이러한 특징을 고려하여 연구참여자들은 메시지는 모두 같되 모델만 다르게 제작된 4가지 캠페인 메시지 중 1개에 무작위로 할당되어 노출된 후 캠페인에 대한 평가 질문에 응답하도록 하였다.

연구참여자들은 서울권, 경기도권, 경남권 총 5개의 대학에서 편의표본 추출 방법을 통해 선정되었다. 총 346개의 응답이 수거되었으나, 불성실하거나 설문을 완료하지 않은 응답자(50명)의 자료를 삭제하였으며, 최종 분석 대상에 포함된 응답자 수는 296명이었다. 설문 대상의 성별, 나이, 지역 등 특성은 <표 1>에 제시되어 있다.

표 1. 연구참여자의 인구통계학적 특성

항목(M, SD)		인원수(N= 296)	비율(%)
성별	남자	87	29.4
	여자	209	70.6
학교지역	경기도권	175	59.1
	서울권	112	37.9
	경남권	9	3.0
학년	1학년	110	37.2
	2학년	95	32.1
	3학년	64	21.6
	4학년	26	8.8
	기타	1	0.3
마약 경험 지인 여부	있음	13	4.4
	없음	283	95.6
나이(20.9, 1.85)		296	

2) 측정 문항

독립변수는 지각된 도달, 매개변수는 추정된 미디어 영향과 서술적 규범, 조절변수로는 명령적 규범이 사용되었다. 결과변수는 마약 예방 의도와 캠페인 확산의도가 사용되었다. 각 변수는 선행연구에서 측정 문항을 가져와 본 연구의 주제와 맥락에 맞게 수정 및 보완하여 사용하였다.

(1) 독립변수 : 지각된 도달

지각된 도달의 경우 선행연구(Gunther et al., 2006; Paek & Gunther, 2007)를 바탕으로 해당 캠페인을 타인이 얼마나 보았는지에 대한 연구참여 자 자신들의 생각을

측정하고자 하였다. 측정 문항은 ‘한국 성인’, ‘내 또래 세대’, ‘내 주변 사람들’ 총 3문항으로 7점 리커트 척도(1 = 전혀 본 적이 없을 것 같다, 7 = 매우 자주 보았을 것 같다)로 측정되었다. 탐색적 요인분석을 통해 각 집단에 대한 문항은 한 요인으로 묶였으며(총 분산의 83.98% 설명), 문항 간 신뢰도 또한 높은 수준을 보였다(Cronbach’s alpha = .90). 따라서 각각의 문항들을 평균화하여 지각된 도달 변수를 구성하였다($M = 2.84$, $SD = 1.44$).

(2) 매개변수 : 추정된 미디어 영향과 서술적 규범

추정된 미디어 영향의 경우 해당 캠페인이 다른 사람들이 마약의 심각성을 인식하고 마약을 멀리하는데 얼마나 영향을 줄 것인가에 대한 연구참여자 자신들의 지각을 측정하였다. 이 개념은 선행연구(Gunther et al., 2006; Paek & Gunther, 2007)를 참고하여 총 6문항으로 측정되었다: ‘한국 성인/내 또래 세대/내 주변 사람들이 마약의 심각성을 인식하는 데에 영향을 받을 것 같다’, ‘한국 성인/내 또래 세대/내 주변 사람들이 마약을 멀리하는 데에 영향을 받을 것 같다’(7점 리커트 척도, 1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다). 탐색적 요인분석 결과 6개의 문항은 한 요인으로 묶였으며(총분산의 82.91% 설명), 문항 간 신뢰도 또한 높은 내적 일관성을 보였다(Cronbach’s alpha = .96). 따라서 이 문항들을 평균화하여 추정된 미디어 영향 변수를 구성하였다($M = 3.33$, $SD = 1.41$).

한편, 서술적 규범은 다른 사람들의 마약 사용에 대한 연구참여자 자신들의 지각으로 측정하고자 하였다. 서술적 규범과 유사한 개념을 사용한 선행연구(최정화 외, 2014; 황애리, 나은영, 2019; Gunther et al., 2006)를 바탕으로 본 연구의 주제에 맞게 수정하여 사용하였다: ‘우리나라 국민의 몇 프로가 마약을 해보았을 것으로 생각하십니까?’, ‘우리나라 국민 10만 명 중 몇 명이 마약을 해보았을 것이라고 생각하십니까?’ 이 두 문항은 모두 비율 척도로 측정되었으며, 두 문항일 경우 크론바흐 알파를 대신하여 측정하는 문항 간 상관관계(inter-item correlation)는 .50로 중간 정도의 관계성을 보였다. 첫 번째 문항은 0퍼센트에서 60퍼센트까지 고르게 분포되었으며, 두 번째 문항 역시 0명부터 5만 명까지 분포되었다. 평균화한 서술적 규범 변수의 왜도는 2.01이고 첨도는 4.39이었다. 왜도의 기준을 절댓값 3, 첨도는 절댓값 8을 초과하지 않으면 정규분포로 볼 수 있다(Kline, 2005). 따라서 두 문항을 평균화하여 서술적 규범 변수를 구성하였다($M = 3730.32$, $SD = 4909.92$).

(3) 조절변수 : 명령적 규범

명령적 규범의 경우, 마약 사용에 대한 용인 여부에 대해 측정하고자 하였다. 선행연구(황애리, 나은영, 2019; 최정화 외, 2014)를 참고하되 마약 주제로 수정 보완하여 '우리나라에서 마약은 용납되지 않는다', '내 지인과 친구들은 마약 사용을 허용하지 않을 것이다' 2문항으로 7점 리커트 척도 (1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)로 측정하였다. 문항 간 상관관계(inter-item correlation)는 .45로 중간 정도의 관계성을 보였다. 따라서 두 문항을 평균화하여 명령적 규범 변수를 구성하였다($M = 6.10$, $SD = 1.13$).

(4) 결과변수 : 마약 예방 의도와 캠페인 확산의도

마약 예방 의도는 특정 메시지가 포함된 캠페인에 노출된 후 연구참여자들이 마약과 관련하여 예방 노력을 실행할지에 대한 의향과 의지를 측정하고자 하였다. 측정 문항은 선행연구(유현재, 박하늬, 양웅, 2014)에서 사용한 문항을 바탕으로 본 연구의 주제에 맞게 수정하여 사용하였다. '나는 앞으로 마약 예방을 실천할 것이다', '나는 앞으로 마약 예방에 대해 지속해서 관심을 가질 것이다', '나는 향후 주변 사람들에게 마약 예방의 중요성을 알릴 것이다' 3문항으로 구성하였으며, 7점 리커트 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)로 측정되었다. 캠페인 확산의도의 경우, '해당 캠페인을 타인에게 전달하고자 하는 의도'로 정의하고 김민정과 윤영민(2015)의 연구에서 사용한 문항을 바탕으로 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다. '나는 'No Exit' 캠페인을 가족/친구에게 이야기해주고 싶다', '나는 'No Exit' 캠페인을 소셜미디어에 올리고 싶다', 나는 'No Exit' 캠페인을 온라인 커뮤니티에 올리고 싶다' 3문항으로 구성되었으며, 7점 리커트 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)로 측정되었다. 탐색적 요인분석을 통해 주제별 행동 의도의 문항은 한 요인으로 묶였으며(각각 총분산의 72.93%, 83.80% 설명), 문항 간 신뢰도 또한 높은 수준을 보였다(각각 Cronbach's alpha = .81와 .90). 따라서 각각의 문항들을 평균화하여 마약 예방 의도($M = 5.40$, $SD = 1.30$)와 캠페인 확산의도($M = 2.83$, $SD = 1.44$)를 구성하였다.

3) 통계분석

본 연구에서는 IBM SPSS 23 프로그램으로 변수를 구성하고 기술 통계를 검토한 후 SPSS PROCESS macro(Hayes, 2013)를 사용하여 분석하였다. PROCESS를 통한 조건

적 과정 모형은 체계적 표집 오류를 보정한 부트스트랩 방법을 사용하여 95% 신뢰수준에 신뢰구간을 제공한다(Edwards, & Lambert, 2007; Hayes, 2013). 본 연구는 PROCESS macro 모델 14번을 사용하여 지각된 도달을 독립변수로, 추정된 미디어 영향과 서술적 규범을 매개변수로, 명령적 규범을 조절변수로 하여 결과변수인 마약 예방 의도와 캠페인 확산의도를 예측하는 조절된 매개 모형을 각각 검증하였다. 가설 3의 경우 단순 매개효과 검증을 위해 PROCESS macro 모델 4번을 사용하였다. 부트스트래핑(boot strapping) 5,000회를 수행하고, 95% 신뢰구간을 분석하여 추정된 상한, 하한 결과값 범위에 '0'을 포함하지 않으면 통계적으로 유의미한 간접효과를 가지는 것으로 분석하였다. 또한 선행연구를 참고하여 결과에 영향을 미칠 수 있는 요인 및 변수들을 통제하였다. 예를 들어 연구참여자들의 성별과 나이는 규범 지각이나 행동 의도에 영향을 미칠 수 있고(Connelly & Kelloway, 2003; Ishrat et al., 2021), 캠페인 모델의 성별은 정보원 공신력이나 선호도로 인해 행동 의도에 영향을 미칠 수 있다(김종호 외, 2023). 캠페인 인지 여부 역시 결과에 영향을 미칠 수 있다(한상필 외, 2012). 따라서 성별, 나이, 캠페인 모델의 성별, 캠페인 인지 여부를 공변수(covariate)로 포함하여 모형을 검증하였다.

5. 연구 결과

가설 1-1은 지각된 도달이 추정된 미디어 영향과 정적인 관계가 있을 것으로 예측하였으며, 가설 1-2는 지각된 도달이 서술적 규범과 부적인 관계가 있을 것으로 예측하였다. 분석 결과, 지각된 도달은 추정된 미디어 영향과 정적인 관계를 나타냈으며(비표준화계수(B) = .517, 표준오차(SE) = .068, $p < .001$, 95% CI [.383, .651]) 통계적으로 유의미했다. 그러나 지각된 도달은 서술적 규범과 통계적으로 유의미한 관계가 나타나지 않았다.($B = 119.032$, $SE = 254.121$, $p = .068$, 95% CI [-.381.122, .619.187]). 즉 다른 사람에게 마약 예방 캠페인이 도달했다고 생각할수록 다른 사람들이 마약 예방 캠페인에 영향을 받을 것이라고 지각하는 경향이 있으나, 마약 사용이 낮을 것이라고 지각하지는 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1-1만 지지되었다(〈표 2〉 참조).

가설 2-1a는 추정된 미디어 영향이 마약 예방 의도와 정적인 관계를, 가설 2-1b는 추정된 미디어 영향이 캠페인 확산의도와와의 정적인 관계를 예측하였다. 검증 결과, 추정된

미디어 영향은 마약 예방 의도와 통계적으로 유의미한 관계가 나타나지 않았으며($B = .461, SE = .282, p = .103, 95\% CI [-.094, 1.016]$), 캠페인 확산의도와도 유의미한 관계가 나타나지 않았다($B = .200, SE = .278, p = .473, 95\% CI [-.348, .747]$). 가설 2-2a는 서술적 규범이 마약 예방 의도와 부적인 관계를 나타낼 것으로 예측하였으며, 가설 2-2b는 서술적 규범이 캠페인 확산의도와 부적인 관계를 나타낼 것으로 예측하였다. 검증 결과, 서술적 규범은 마약 예방 의도와 정적인 관계를 나타냈으며($B < .001, SE < .001, p = .040, 95\% CI [(<.001, <.001)]$) 통계적으로 유의미했다. 반면 서술적 규범은 캠페인 확산의도에 통계적으로 유의미한 관계를 나타내지 않았다($B < .001, SE < .001, p = .978, 95\% CI [(<.001, <.001)]$). 즉 다른 사람들에 대한 캠페인의 영향이 크다고 지각하더라도 마약 예방 의도 및 캠페인 확산의도에는 유의미한 영향을 미치지 못한 반면, 마약 사용이 높을 것이라고 지각할수록 마약 예방 의도가 높아 예측한 방향과 반대의 결과가 나타났다(〈표 2〉 참조). 따라서 가설 2-1, 가설 2-2는 모두 기각되었다.

표 2. PROCESS macro Model 14 검증 결과 ($N = 296$)

변수	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	95% <i>CI</i>
지각된 도달 → 추정된 미디어 영향	.517	0.68	7.616	<.001	[.383, .651]
<i>Model</i>	$R^2 = .168, F(5, 290) = 11.704, p < .001$				
지각된 도달 → 서술적 규범	11.032	254.121	.468	.068	[-.381, 122, .619, 187]
<i>Model</i>	$R^2 = .035, F(5, 290) = 2.132, p = .062$				
결과변수: 마약 예방 의도					
지각된 도달	.143	.065	2.200	.029	[-0.15, .272]
추정된 미디어 영향	.461	.282	1.634	.103	[-.094, 1.016]
서술적 규범	<.001	<.001	2.062	.040	[(<.001, <.001)]
명령적 규범	.601	.151	3.977	<.001	[.303, .898]
추정된 미디어 영향 * 명령적 규범	-.041	.045	-0.916	.360	[-.128, .047]
서술적 규범 * 명령적 규범	<.001	<.001	-1.966	.050	[(<.001, <.001)]
<i>Model</i>	$R^2 = .274, F(10, 285) = 10.769, p < .001$				
결과변수: 캠페인 확산의도					
지각된 도달	.075	.064	1.175	.241	[-.051, .202]
추정된 미디어 영향	.200	.278	.718	.473	[-.348, .747]
서술적 규범	<.001	<.001	-.028	.978	[(<.001, <.001)]
명령적 규범	-.102	.149	-.687	.493	[-.395, .191]
추정된 미디어 영향 * 명령적 규범	.066	.044	1.503	.134	[-.020, .152]
서술적 규범 * 명령적 규범	<.001	<.001	.207	.836	[(<.001, <.001)]
<i>Model</i>	$R^2 = .168, F(5, 290) = 11.704, p < .001$				

가설 3의 매개효과를 검증하기 위해 PROCESS macro 모델 4번 모형을 사용하여 분석하였다. 먼저 (1) 추정된 미디어 영향은 지각된 도달과 행동 의도((a) 마약 예방 의도, (b) 캠페인 확산의도)의 관계를 통계적으로 유의미하게 매개하는 것으로 나타났다. 즉 추정된 미디어 영향이 지각된 도달과 마약 예방 의도와의 관계를 매개하는 효과에 대한 부트스트래핑 결과 신뢰구간에 0을 포함하지 않아 통계적으로 유의미한 간접효과가 있는 것으로 나타났으며($Effect = .114$, $Boot SE = 0.36$, $Boot 95\% CI [.052, .191]$), 지각된 도달과 캠페인 확산의도 간 매개효과에 대한 부트스트래핑 결과 역시 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($Effect = .316$, $Boot SE = 0.52$, $Boot 95\% CI [.218, .421]$). 다른 사람들에게 캠페인이 도달했다는 지각은 그 사람들이 캠페인에 영향을 받았다는 지각을 통해 자신들의 행동 의도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 반면, 가설 3-2의 경우 서술적 규범은 지각된 도달과 행동 의도((a) 마약 예방 의도, (b) 캠페인 확산의도)를 매개하지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3-1a, 가설 3-1b만 지지되었다(〈표 3〉 참조).

표 3. 단순 매개 모형 검증 결과(PROCESS macro Model 4)

경로	Effect	Boot SE	Boot 95%CI
지각된 도달 → 추정된 미디어 영향 → 마약 예방 의도	.114	.036	[.052, .191]
지각된 도달 → 서술적 규범 → 마약 예방 의도	.001	.005	[-.010, .011]
지각된 도달 → 추정된 미디어 영향 → 캠페인 확산의도	.316	.052	[.218, .421]
지각된 도달 → 서술적 규범 → 캠페인 확산의도	.001	.005	[-.010, .010]

가설 4-1은 명령적 규범이 서술적 규범과 마약 예방 의도의 부적인 관계를 강화할 것으로 예측하였으며, 가설 4-2는 명령적 규범이 서술적 규범과 캠페인 확산의도의 부적인 관계를 강화할 것으로 예측하였다. 검증 결과, 명령적 규범은 서술적 규범과 마약 예방 의도 간의 관계($B < .001$, $SE < .001$, $p = .050$, $95\% CI [< .001, < .001]$)를 정적으로 조절하지 않는 것으로 나타났으며, 캠페인 확산의도와의 관계 또한 통계적으로 유의미하게 조절하지 않는 것으로 나타났다($B < .001$, $SE < .001$, $p = .836$, $95\% CI [< .001, < .001]$). 따라서 가설 4-1과 가설 4-2는 모두 기각되었다(〈표 2〉 참조).

연구문제 1은 명령적 규범이 추정된 미디어 영향과 (1-1) 마약 예방 의도 및 (1-2) 캠페인 확산의도와의 긍정적 관계를 조절할 것인지를 탐구하고자 하였다. 모형 분석 결과, 이 조절 효과 역시 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다(마약 예방 의도:

$B = -.041, SE = .045, p = .360, 95\% CI [-.128, .047]$; 캠페인 확산의도: $B = .066, SE = .044, p = .134, 95\% CI [-.020, .152]$.

마지막으로 연구문제 2는 명령적 규범이 (2-1) 추정된 미디어 영향과 (2-2) 서술적 규범의 매개효과를 조절할 것인지에 대한 매개된 조절 효과를 검증하고자 하였다. 모형 분석 결과(〈표 4〉, 〈표 5〉 참조), 매개된 조절 효과는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 즉 추정된 미디어 영향이 지각된 도달과 마약 예방 의도(매개된 조절 지수 = $-.021, Boot SE = .024, Boot 95\% CI [-.013, .087]$)나 캠페인 확산의도(매개된 조절 지수 = $.034, Boot SE = .025, Boot 95\% CI [-.064, .032]$)의 관계를 매개하는 효과는 명령적 규범에 대한 지각이 높고 낮음에 따라 유의미한 차이를 나타내지 않았다. 또한 서술적 규범의 매개효과 역시 명령적 규범에 대한 지각이 높고 낮음에 관계없이 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다(마약 예방 의도: 매개된 조절 지수 = $-.003, Boot SE = .007, Boot 95\% CI [-.021, .010]$; 캠페인 확산의도: 매개된 조절 지수 $<.001, Boot SE = .004, Boot 95\% CI [-.010, .008]$).

표 4. 조절된 매개효과 검증 결과 (PROCESS macro Model 14, 결과변수: 마약 예방 의도)

경로	지각된 명령 규범	<i>B</i>	<i>Boot SE</i>	<i>Boot 95%CI</i>
지각된 도달 → 추정된 미디어 영향 → 마약 예방 의도	4.963	.134	.048	[.039, .228]
	6.101	.110	.034	[.049, .182]
	7.000	.091	.037	[.029, .175]
지각된 도달 → 서술적 규범 → 마약 예방 의도	4.963	.005	.011	[-.017, .028]
	6.101	.001	.005	[-.010, .012]
	7.000	-.001	.007	[-.021, .010]

표 5. 조절된 매개효과 검증 결과(PROCESS macro Model 14, 결과변수: 캠페인 확산의도)

경로	지각된 명령 규범	<i>B</i>	<i>Boot SE</i>	<i>Boot 95%CI</i>
지각된 도달 → 추정된 미디어 영향 → 캠페인 확산의도	4.963	.272	.053	[.173, .383]
	6.101	.311	.052	[.215, .421]
	7.000	.342	.061	[.225, .468]
지각된 도달 → 서술적 규범 → 캠페인 확산의도	4.963	.001	.007	[-.012, .018]
	6.101	.002	.005	[-.010, .011]
	7.000	.002	.006	[-.014, .012]

6. 연구 논의

본 연구는 캠페인의 효과를 검증하는 데 있어 사람들이 사회적인 맥락에서 직간접적으로 다른 사람들의 생각과 태도, 행동에 영향을 받는다는 사회적 영향에 관한 이론적 모형을 적용하고자 하였다. 특히 사회적 영향을 고려한 두 이론적 흐름, 추정된 영향의 영향(IPI) 가설과 규범적 사회행동 이론(TNSB)에서 제시하는 서술적 규범과 명령적 규범의 역할을 통합하여 현재 소셜미디어를 통해 진행되고 있는 공공캠페인에 대한 효과를 탐구하고자 하였다. 현재 마약 이슈가 사회적인 의제로 주목받은 상황에서 마약 예방 캠페인이 소셜미디어에서 릴레이 형식으로 진행된 바 있어, 이 캠페인이 다른 사람들에게 미칠 영향을 고려한 추정된 미디어 영향과 마약과 관련된 사회규범이 어떠한 기제를 통해 자신들의 행동 의도에 영향을 미치는지를 탐구하고자 하였다.

첫째, 연구 결과 본인에게 도달된 캠페인 메시지가 다른 사람들에게도 도달한다고 지각할수록 그 캠페인에 다른 사람들이 영향을 받을 것이라는 추정된 미디어 영향 가설은 지지되었다. 이 결과는 기존에 산모 건강(Gunther & Storey, 2003), 흡연(Paek & Gunther, 2007), 음란물 시청과 설탕 부족 이슈(Tal-Or et al., 2010), 기후 변화 위험 정보(Paek et al., 2024) 등 다양한 주제에서 재현되어 온 연구 결과와 일치한다. 이는 미디어 메시지가 다른 사람들에게 노출되면 영향을 받을 것이라는 사람들의 지각이 견고함을 의미한다. 또한 이러한 추정된 미디어 영향은 지각된 도달과 두 가지 행동 의도(마약 예방 의도와 캠페인 확산의도)에 모두 통계적으로 유의미한 매개효과를 나타냈다. 이 결과는 캠페인의 간접효과에 대한 이론적 주장(Gunther & Storey, 2003)을 소셜미디어를 통한 마약 예방 캠페인 맥락에서도 검증한 셈이다. 또한 본 연구의 결과는 HIV 예방을 주제로 진행한 선행연구(Hong, 2023)나 뉴스 포털 및 소셜미디어 등 디지털 미디어 플랫폼을 통해 제시되는 기후 변화 메시지의 효과를 검증한 연구(Paek et al., 2024)의 결과와도 일치한다. 소셜미디어를 통한 미디어 메시지에 IPI 가설이 적용 가능하다는 점은 국내 연구에서 자살과 성범죄 등의 위험 행동과 관련한 소셜미디어 메시지 맥락에서도 입증된 바 있다(류현숙, 홍승희, 2015). 소셜미디어는 다른 사람들의 생각과 행동을 직간접적으로 관찰할 수 있으며, 이에 대한 지각도 현저할 수 있다는 점을 고려할 때, 본 연구 결과는 미디어에 대한 사회적 영향을 고려한 캠페인의 설득 전략이 효과적일 수 있음을 함의한다.

이러한 추정된 미디어 영향 가설에 비해 지각된 도달과 서술적 규범(다른 사람들

이 어느 정도 마약을 하고 있을 것이라는 지각)의 관계에 대한 가설은 지지되지 않았다. 미국 청소년들을 대상으로 흡연 맥락에서 진행된 선행연구(Gunther et al., 2006)와 일치하지 않는 결과다. Gunther 외(Gunther et al., 2006)는 청소년을 대상으로 한 흡연 관련 설문 자료를 분석한 결과, 또래 청소년들이 흡연 예방 메시지에 노출되었다고 지각할수록 서술적 규범(또래 중 몇 프로가 흡연하고 있다고 지각하는지)은 낮았던 반면, 담배 광고 등 친 흡연 메시지에 또래들이 노출되었다고 지각할수록 서술적 규범은 높은 것으로 나타나 지각된 도달과 서술적 규범의 유의미한 관계를 확인하였다. 본 연구가 이 가설을 지지하지 못한 이유는 마약이라는 주제의 특수성으로 설명해 볼 수 있다. 즉 음주나 흡연에 비해 사람들이 어느 정도 마약을 사용하는지에 대한 지각은 실제 일상에서 관찰하기 어렵기 때문에 이러한 관계가 미비했을 수 있다. 또한 본 연구에서 활용한 'No Exit' 캠페인에 대한 효과가 마약에 대한 보편적 사용 행태에 영향을 미칠 만큼 크다고 보지 않았을 수 있다. 이러한 두 가지 설명(마약 이슈의 현저성, 메시지 효과의 미비함)은 서술적 규범이 지각된 도달과 행동 의도를 통계적으로 유의미하게 매개하지 못한 결과에도 적용할 수 있다.

통계적으로는 유의미하지는 않았지만, 마약 예방 캠페인 메시지가 다른 사람들에게 도달되었다고 지각할수록 다른 사람들의 마약 사용에 대한 지각(서술적 규범)이 높아 오히려 예측 방향과 반대로 나타나는 경향이 있었음도 주목할 필요가 있다. 즉 마약과 같이 반사회적인 이슈가 뉴스에 중요한 의제로 보도되고 캠페인을 많이 할수록 사람들은 실제보다 사회에 마약이 만연해 있을 것으로 생각할 수 있다. 이 점은 미국의 마약 예방 캠페인 평가 연구에서 '메타 메시지 효과'로 잘 알려진 바 있다(Hornik et al., 2002). 미국 정부가 막대한 예산을 들여 전국의 청소년을 대상으로 마약 예방 캠페인을 진행하였는데, 평가 설문 연구 결과, 청소년들 사이에서 캠페인 메시지를 더 기억할수록 또래들이 마약을 더 많이 하고 있으며, 마약이 사회적으로 더 용인된다고 인지하는 경향이 나타났다는 것이다. 이와 관련해 규범적 행위의 초점 이론(Focus Theory of Normative Conduct)을 주조한 치알디니와 동료들(Cialdini et al., 1990)은 사회규범이 반사회적인 행동(쓰레기 버리기, 마약 사용, 폭음 등)을 유도할 수 있음을 우려하며 반사회적인 행동에는 사회규범을 전략으로 활용하지 않도록 제언한 바 있다.

이렇듯 반사회적인 행동에 대한 사회규범은 예기치 않은 결과를 초래할 수도 있다. 본 연구에서 나타난 서술적 규범과 마약 예방 의도의 관계는 선행연구가 입증하고 이론적으로 예측된 것과 반대 방향으로 나타났다. 즉 연구참여자들은 다른 사람들이 마약을

많이 사용한다고 지각할수록 마약 예방을 실천하고 지속적인 관심을 가질 것이라고 답했다. 이는 마약 사용이 우세하다고 생각할수록 사람들이 그 이슈를 중요하고 심각하게 여겨서 마약 예방을 실천하겠다고 했을 가능성이 있다. 이 점은 주어지는 메시지나 환경에 따라 서술적 규범과 행동의 관계에 대한 전제를 더 주의 깊게 고려해야 함을 의미한다. 즉 어떤 사회적인 문제가 심각하게 드러날 때 오히려 사람들은 그러한 문제를 방어하거나 예방하려는 행동을 실천할 수도 있다는 것이다. 이 점은 복핵, 불산, 성폭행, 자살 등 4개의 위험 요인에 대한 미디어 보도를 접한 연구참여자들이 다른 사람들이 이러한 보도를 접하고 예방 및 대비 행동을 할 것이라 지각하고, 이러한 지각이 다시 자신의 대비 및 예방 행동에 영향을 미쳤다고 밝힌 선행연구(류현숙, 홍승희, 2015)의 결과와도 맥을 같이 한다.

특히 본 연구는 IPI 가설과 TNSB를 통합하려는 시도로써 서술적 규범 영향의 심리적 기제로 파악된 명령적 규범의 역할을 탐구하고자 하였다. 우선 TNSB에서 제시한 서술적 규범과 행동 의도의 관계에 대한 명령적 규범의 조절 효과는 통계적 유의미성의 경계선상에 있는 것으로 나타났다($B < .001$, $SE < .001$, $t = -1.97$, $p = .05$). 이는 마약 사용에 대한 지각(서술적 규범)이 낮고, 마약이 용인되지 않는다는 명령적 규범 지각이 높을수록 마약 예방에 대한 실천 의도가 높다는 뜻이다. TNSB를 기반으로 서술적 규범과 명령적 규범의 조절 효과를 검토한 선행연구들은 일관적이지 않았다. 즉 음주(Rimal, 2008; Rimal & Real, 2003), 위험한 운전 행동(Rimal & Yilma, 2002) 및 청소년 도박 행동(Meisel & Goodie, 2014)을 주제로 한 연구에서는 이 조절 효과가 통계적으로 유의미하게 나타났던 반면, 다른 음주 행동 연구((Rimal & Real, 2005)에서는 통계적 유의미성이 나타나지 않았다. 이렇듯 일관되지 않은 상호작용 효과에 대해서는 몇 가지 설명이 가능하다. 예를 들어 이해규(2023)는 서술적 규범과 명령적 규범의 방향이 일치하지 않으면 사람들이 행동하지 않아도 괜찮다고 인식하여 두 규범 지각의 영향력이 약화할 수 있다고 하였다. 본 연구도 마약에 대한 보편적 사용에 관한 서술적 규범과 마약 사용을 용인하지 않는다는 명령적 규범의 방향성이 반대여서 이러한 규범의 역할이 약했을 수 있다. 또한 소셜미디어에서 진행된 선행연구에서는 조회수나 댓글 등으로 규범적 단서를 제시한 후 사회규범의 역할을 보았기에(Cho et al., 2021; Lee & Oh, 2017; Litt et al., 2021), 본 연구에 비해 상대적으로 규범의 영향이 강하게 나타났을 수 있다.

한편, IPI 가설에 기반하되 서술적 규범과 명령적 규범을 함께 검토한 선행연구에

서는 이 변수들과 행동 의도와 의 직접적인 관계만을 개별적으로 검토하였을 뿐(Goh & Ho, 2023), 변수들의 상호작용 및 조건적 매개 과정은 검토하지 않았다. 따라서 본 연구에서 명령적 규범의 조절 역할이 미비한 이유가 본 연구에서 제안된 통합 모형이 잘 적용되지 않는다는 것인지, 만약 주제의 특수성 때문인지, 캠페인 메시지의 효과 때문인지 정확하게 가려내기는 어렵다. 다만 IPI 가설은 지속해서 확장되었고(Cho et al., 2021; Paek et al., 2024), TNSB에 기반한 연구들도 집단과의 관계성, 사회적 거리, 행동 프라이버시(행동의 노출 정도) 등 여러 규범의 영향 기제와 조건을 탐구해왔다(이혜규, 2023). 향후 연구에서는 추정된 미디어 영향, 서술적 규범과 명령적 규범 등 사회적 영향과 관련된 여러 개념이 캠페인 효과에 어느 정도의 영향을 어떤 기제를 통해 미치는지, 다양한 주제와 캠페인 메시지 맥락에서 여러 조건과 기제를 고려하여 검토함으로써 명령적 규범의 역할을 더 명확히 규명함과 동시에, 사회적 영향의 통합적 모형을 정제해야 할 것이다.

전반적으로 명령적 규범의 역할이 미비했던 또 하나의 이유로 명령적 규범의 평균이 매우 높아(7점 척도 중 6.1), 변수로서의 예측 역할에 한계가 있었기 때문일 수 있다. 다만 이렇듯 명령적 규범 평균이 매우 높거나 낮은 것은 해당 행동이 사회적으로 바람직하지 않은 경우에는 당연한 결과일 수 있다. 예를 들어 성폭행 이슈에 대한 명령적 규범을 검토한 연구(Pedneault, Nunes, Hermann, & White, 2022)에서는 “당신의 친구들이 성적 강요 행동/성폭행 행동에 대해 얼마나 (1) 부정적 / (7) 긍정적으로 생각할 것 같습니까?”라는 질문에 대한 평균은 성적 강요 행동의 경우 1.37, 성폭행의 경우 1.12로 나타났다. 음주 운전을 주제로 한 선행연구(Pedersen et al., 2017)에서는 같은 학년의 전형적인 학생이 음주 운전 행동을 얼마나 받아들일 수 있는지를 7점 척도(1 = 받아들일 수 없다)로 물었을 때 응답 평균은 1.83이었다. 이 연구들에서도 명령적 규범의 효과가 부분적으로만 지지되었다. 선행연구에서 명령적 규범의 역할이 일관적이지 않았던 이유가 이러한 통계적인 문제였을 수도 있음을 고려해볼 수 있다.

본 연구에는 몇 가지 한계점을 노출한다. 첫 번째 한계점은 연구 대상을 편의 표집 방법으로 모집된 대학생으로 한정했다는 점이다. 소셜미디어 캠페인의 주요 목표 공중은 젊은 층이고 그중에서도 대학생은 젊은 층을 대표한다고 할 수 있으나, 연구 대상을 일반화하는데는 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 일반인을 대상으로 본 연구의 결과를 재현할 수 있어야 할 것이다. 연구 대상의 일반화뿐만 아니라 메시지 효과의 일반화도 고려해야 한다. 즉 본 연구는 현재 진행 중인 ‘No Exit’ 마약 예방 캠페인을 시험

사례로 하여 소셜미디어 캠페인이 사회적 영향을 받아 다양한 기제를 통해 효과를 나타낼 수 있음을 검증하였다. 향후 연구에서는 다양한 사회적 주제로 진행되고 있는 소셜미디어 캠페인의 효과를 검증하고 본 연구의 결과를 재현해 냄으로써 본 연구의 이론적 통합 모형이 소셜미디어를 이용한 여러 공공캠페인의 효과를 평가하는 데 유용한지를 입증할 필요가 있다. 이론적 차원에서 TNSB는 서술적 규범이 행동(행동 의도)에 영향을 미치는 과정에서 역할을 하는 여러 심리적, 맥락적 기제를 포함하였는데, 본 연구는 그중에서도 명령적 규범의 역할만 탐구한 것은 한계점으로 남는다. 향후 연구에서는 자기효능감, 기대 결과치, 집단과의 관계성 등 여러 심리적 기제가 캠페인의 간접효과에 미치는 영향을 함께 고려한다면, 더 풍성한 이론적 함의를 제공할 수 있다. 또한 본 연구가 선행연구(Lee & Oh, 2017)와 같이 단서를 제시하는 실험 연구가 아니었다는 점에서 사회적 규범의 역할이 미비했을 수 있기에, 향후에는 실험 연구를 통해 어떠한 요소가 추정된 미디어 영향과 사회적 규범의 영향력을 강화할 수 있는지를 탐구해볼 수 있다.

이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 이론적, 실무적 함의를 제공한다. 이론적으로는 해외에서 다양한 건강 및 사회 주제를 대상으로 검증되어 온 IPI 가설을 국내의 마약 예방 캠페인 맥락에서 검증했을 뿐만 아니라, TNSB와 규범적 행위의 초점 이론에서 견고하게 연구되어 온 서술적 규범과 명령적 규범을 통합한 이론적 틀을 제시했다는 함의가 있다. 또한 통합적 차원에서 추정된 미디어 영향과 명령적 규범의 상호작용 효과 및 간접효과에 대한 명령적 규범의 조절 효과를 검토하였다. 선행연구에서 이러한 개념들의 관계를 분명하게 규명하지 않고 각각의 개념들의 직접 효과만을 검토했다는 점에서 본 연구는 이론적인 진전을 이루었다는 함의가 있다. 비록 연구 결과는 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았지만, 이렇듯 사회적 영향에 대한 여러 이론적 개념을 통합하는 시도가 차후에도 여러 주제와 맥락을 통해 시도되어야 할 것이다.

실무적으로는 수많은 소셜미디어 캠페인이 진행되고 있는 현 상황에서 사회적 영향을 고려하여 캠페인을 제작하고 집행한다면 효과의 기제를 다양화할 수 있음을 입증했다는 함의가 있다. 구체적으로 캠페인 메시지에서 규범적인 메시지(예: “다수가 친사회적인 행동을 하고 있고 반사회적인 행동을 용인하지 않는다”)를 고려하는 한편, 캠페인 메시지가 더 많은 사람에게 도달되고 있고 이에 영향을 받는다는 인식을 심어줄 수 있는 다양한 전략을 구사해 볼 수 있다. 예를 들어 기존에 구독자를 많이 가지고 있는 유튜브나 인플루언서 등과 협업하여 캠페인 메시지를 더 많이 확산시키는 방법,

규범적 단서가 되는 장치(조회 수, 클릭 수, 콜래보 채널 수, '좋아요' 수 등)를 적극적으로 활용하는 방법, 릴레이 캠페인으로 이어지는 경우 더 많은 사람이 참여하고 반응하고 있다고 지속해서 알리는 방법 등을 고려할 수 있다. 이러한 규범적 단서뿐만 아니라 규범을 활용한 캠페인 메시지를 개발하는 데도 전략이 필요하다. 이해규(2023)는 규범 메시지를 개발하는 데 있어 공중의 신뢰성을 고려해야 하고, 특히 마약이나 폭음 등 바람직하지 않은 행동의 서술적 규범 메시지를 설계할 때는 자칫 그 행동을 촉진하거나 심리적 저항 및 반작용 등 예기치 않은 효과를 고려해야 한다고 제안했다. 이러한 메시지 설계에 메시지 프레임이나 소구 등 다른 메시지 요소도 함께 고려할 수 있다. 또한 사회적 영향을 고려할 때는 사회적 집단의 근접성이나 규범에 민감한 여러 상황적 맥락을 잘 활용해야 할 것이다.

매체 예산의 한계로 전통매체를 통해 공중에게 충분히 도달되지 못했던 공공캠페인은 소셜미디어를 통해 공중에게 더 폭넓게 도달될 수 있는 기회를 얻었다. 다만 그 기회는 소셜미디어의 특성과 그 미디어를 이용하는 공중의 특성을 충분히 이해하고 그에 적합한 캠페인 전략을 활용할 때 극대화될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 김민정, 윤영민 (2015). 복합매체 이용과 사회적 동조가 온라인상에서 루머신뢰 및 루머전파의도에 미치는 영향. *PR연구*, 19(2), 96~119.
- 김종호, 원종은, 김기한 (2023). 유튜브 피트니스 콘텐츠 조회수에 영향을 미치는 요인: 메시지와 정보원 요인을 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 23(2), 249~266.
- 류현숙, 홍승희 (2015). 소셜미디어를 통한 위험인식과 위험소통에 관한 탐색적 연구. *한국위기관리논집*, 11(8), 91~114.
- 백혜진 (2018). 뉴미디어 유형이 위험 특성, 위험 인식, 예방 행동 의도의 관계에 미치는 영향: 조건적 과정 모형의 검증. *한국언론학보*, 62(3), 215~245.
- 선민지 (2014, 9월 1일). '아이스 버킷 챌린지' 진화하는 기부문화. *EBS*, URL: <https://news.ebs.co.kr/ebsnews/allView/10246275/N>
- 오현숙 (2015). 여대생의 신체 불만족과 다이어트 의도에 영향을 미치는 요인: 대인, 미디어, 사회 규범의 영향력을 중심으로. *한국광고홍보학보*, 17(3), 65~97.
- 유현재, 박하늬, 양웅 (2014). 청소년을 위한 온라인 게임중독 예방 메시지 : 신체-사회적 소구와 긍정-부정 소구를 중심으로. *광고학연구*, 25(1), 321~341.
- 이준영, 한미정 (2020). 의학정보 유튜브 콘텐츠의 이용과 확산의도의 영향요인 탐색 : 개인적 심리, 콘텐츠 평가, 사회규범, 그리고 인지된 유용성을 중심으로. *광고연구*, 126, 80~109.
- 이투데이 (2014, 9월 4일). [손동영의 CSR 이야기] 아이스버킷 챌린지는 어떻게 성공했다. *이투데이*, URL: <https://www.etoday.co.kr/news/view/979277>
- 이혜규, 오현정 (2017). 규범 정보로서의 리트윗 수치와 리트윗 요청 메시지가 트윗 루머의 전파 의도와 관련 정보 추구의도에 미치는 영향. *광고PR실학연구*, 10(4), 191~221.
- 정보통신정책연구원 (2022). *세대별 SNS 이용 현황 보고서*. URL: https://stat.kisdi.re.kr/kor/board/BoardList.html?board_class=BOARD17&srcContClass=STRP001
- 정성은, 노희운, 변상호 (2014). 미디어 영향력 지각이 행동에 미치는 영향: '제삼자 효과 가설'과 '추정된 영향의 영향 가설'에 대한 비판과 대안 모형의 제시. *한국방송학보*, 28(4), 198~239.
- 조재희 (2014). 건강관련 앱의 지속적 이용에 대한 인지적·사회적 요인 : 사회적 영향을 포함한 확장된기술수용 모델(TAM II)을 중심으로. *PR연구*, 18(1), 212~241.
- 차승호 (2016). *공중의 개인적 성향 및 페이스북 특성에 관한 인식과 이타적 동기가 기부행동에 미치는 영향 연구*. 미출간 석사학위논문, 한양대학교 대학원.

- 최미연, 이형석 (2021). SNS 공공캠페인 참여의도 향상을 위한 연구: 시민참여 중심의 온라인 액티비즘을 중심으로. *융합사회와 공공정책*, 14(4), 90~119.
- 최정화, 박동진, 김도진 (2014). “개인화된 규범적 피드백”이 대학생 절주 의도에 미치는 효과. *한국광고홍보학보*, 16(3), 251~281.
- 한상필, 김병조, 김동현, 김수범, 이지선 (2012). 인터넷 배너 광고의 노출효과에 관한 연구: 영화 업종의 실 집행 캠페인. *광고학연구*, 23(7), 155~171.
- 황애리, 나은영 (2019). 메시지 유형이 자살예방 설득효과에 미치는 영향: 사회적 영향을 중심으로. *한국언론학보*, 63(3), 196~228.
- Borsari, B., & Carey, K. B. (2003). Descriptive and injunctive norms in college drinking: A meta-analytic integration. *Journal of Studies on Alcohol*, 64(3), 331~341.
- Brown, D. K., Lough, K., & Riedl, M. J. (2020). Emotional appeals and news values as factors of shareworthiness in Ice Bucket Challenge coverage. *Digital Journalism*, 8(2), 267~286.
- Cho, H., Shen, L., & Peng, L. (2021). Examining and extending the influence of presumed influence hypothesis in social media. *Media Psychology*, 24(3), 413~435.
- Chung, A., & Rimal, R. N. (2016). Social norms: A review. *Review of Communication Research*, 4, 1~28.
- Cialdini, R. B. (2007). Descriptive social norms as under appreciated sources of social control. *Psychometrika*, 72, 263~268.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015.
- Cialdini, R. B., & Trost, M. R. (1998). Social influence: Social norms, conformity, and compliance. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (4th ed., Vol. 2, pp. 151~92). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Connelly, C. E., & Kevin Kelloway, E. (2003). Predictors of employees' perceptions of knowledge sharing cultures. *Leadership & Organization Development Journal*, 24(5), 294~301.
- Davidson, D. (1983). The mechanism of feather pattern development in the chick: I. The time of determination of feather position. *Development*, 74(1), 245~259.
- Edwards, J. R., & Lambert, L. S. (2007). Methods for integrating moderation and mediation: A general analytical framework using moderated path analysis. *Psychological Methods*, 12(1), 1.

- Fleerackers, A., Riedlinger, M., Moorhead, L., Ahmed, R., & Alperin, J. P. (2022). Communicating scientific uncertainty in an age of COVID-19: An investigation into the use of preprints by digital media outlets. *Health Communication, 37*(6), 726~738.
- Goh, T. J., & Ho, S. S. (2023). Public buying behaviors during the COVID-19 pandemic: The influence of attitude and perceived social norms from a presumed media influence perspective. *Frontiers in Communication, 8*, 1109595
- Gunther, A. C., Bolt, D., Borzekowski, D. L., Liebhart, J. L., & Dillard, J. P. (2006). Presumed influence on peer norms: How mass media indirectly affect adolescent smoking. *Journal of Communication, 56*(1), 52~68.
- Gunther, A. C., & Storey, J. D. (2003). The influence of presumed influence. *Journal of Communication, 53*(2), 199~215.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press.
- Hermida, A. (2019). The existential predicament when journalism moves beyond journalism. *Journalism, 20*(1), 177~180.
- Hong, Y. (2023). Extending the influence of presumed influence hypothesis: Information seeking and prosocial behaviors for HIV prevention. *Health Communication, 38*(4), 765~778.
- Hong, Y., & Kim, S. (2020). Influence of presumed media influence for health prevention: How mass media indirectly promote health prevention behaviors through descriptive norms. *Health Communication, 35*(14), 1800~1810.
- Hornik, R., Maklan, D., Cadell, D., Prado, A., Barmada, C., Jacobsohn, L., ... & Steele, D. (2002). *Evaluation of the national youth anti-drug media campaign: Fourth semi-annual report of findings, executive summary* (NCJ-194705). Bethesda, MD: US. National Institutes of Health, National Institute on Drug Abuse.
- Ishrat, R., Rahman, W., & ur Rehman, W. (2021). An empirical investigation of effect of subjective norms on knowledge sharing: Gender perspectives. *City University Research Journal, 11*(3), 449~461.
- Kline, T. J. (2005). *Psychological testing: A practical approach to design and evaluation*. Sage Publications.
- Kwon, K. H. (2019). Public referral, viral campaign, and celebrity participation: A social network analysis of the Ice Bucket Challenge on YouTube. *Journal of Interactive Advertising, 19*(2), 87~99.

- Lapinski, M. K., & Rimal, R. N. (2005). An explication of social norms. *Communication Theory, 15*(2), 127~147.
- Lee, H. (2023). Digital news report 2023: South Korea. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/south-korea>
- Lee, H., & Oh, H. J. (2017). Normative mechanism of rumor dissemination on Twitter. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 20*(3), 164~171.
- Lee, H., & Paek, H.-J. (2013). Impact of norm perceptions and guilt on audience response to anti-smoking norm PSAs: The case of Korean male smokers. *Health Education Journal, 72*(5), 503~511.
- Lewis, M. A., & Neighbors, C. (2006). Social norms approaches using descriptive drinking norms education: A review of the research on personalized normative feedback. *Journal of American College Health, 54*(4), 213~218.
- Litt, D. M., Rodriguez, L. M., & Stewart, S. H. (2021). Examining associations between social networking site alcohol-specific social norms, posting behavior, and drinking to cope during the COVID-19 pandemic. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 24*(11), 715~721.
- Meisel, M. K., & Goodie, A. S. (2014). Descriptive and injunctive social norms' interactive role in gambling behavior. *Psychology of Addictive Behaviors, 28*(2), 592.
- Paek, H.-J., & Gunther, A. C. (2007). How peer proximity moderates indirect media influence on adolescent smoking. *Communication Research, 34*(4), 407~432.
- Paek, H.-J., Lee, H. G., & Hove, T. (2014). The role of collectivism orientation in differential normative mechanisms: A cross-national study of antismoking PSA effectiveness. *Asian Journal of Social Psychology, 17*(3), 173~183.
- Paek, H.-J., Nelson, M. R., & Vilela, A. M. (2011). Examination of gender-role portrayals in television advertising across seven countries. *Sex Roles, 64*, 192~207.
- Paek, H.-J., Oh, H. J., & Hove, T. (2024). Differential effects of digital media platforms on climate change risk information-sharing intention: A moderated mediation model. *Risk Analysis*.
- Pedersen, E. R., Osilla, K. C., Miles, J. N., Tucker, J. S., Ewing, B. A., Shih, R. A., & D'Amico, E. J. (2017). The role of perceived injunctive alcohol norms in adolescent drinking behavior. *Addictive Behaviors, 67*, 1~7.

- Pedneault, C. I., Nunes, K. L., Hermann, C. A., & White, K. (2022). Evaluative attitudes may explain the link between injunctive norms and sexual aggression. *Journal of Interpersonal Violence, 37*(3-4), 1933~1959.
- Perkins, H. W. (2002). Social norms and the prevention of alcohol misuse in collegiate contexts. *Journal of Studies on Alcohol, Supplement, 14*, 164~172.
- Perkins, H. W., & Berkowitz, A. D. (1986). Perceiving the community norms of alcohol use among students: Some research implications for campus alcohol education programming. *International Journal of the Addictions, 21*(9-10), 961~976.
- Pressgrove, G., McKeever, B. W., & Jang, S. M. (2018). What is contagious? Exploring why content goes viral on Twitter: A case study of the ALS Ice Bucket Challenge. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 23*(1), e1586.
- Rhodes, N., Shulman, H. C., & McClaran, N. (2020). Changing norms: A meta-analytic integration of research on social norms appeals. *Human Communication Research, 46*(2-3), 161~191.
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (Eds.). (2012). *Public communication campaigns*. SAGE publications.
- 백혜진 역. (2015). *공공 커뮤니케이션 캠페인*. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Rimal, R. N. (2008). Modeling the relationship between descriptive norms and behaviors: A test and extension of the theory of normative social behavior (TNSB). *Health Communication, 23*(2), 103~116.
- Rimal, R. N., & Lapinski, M. K. (2015). A re-explication of social norms, ten years later. *Communication Theory, 25*(4), 393~409.
- Rimal, R. N., & Real, K. (2003). Understanding the influence of perceived norms on behaviors. *Communication Theory, 13*(2), 184~203.
- Rimal, R. N., & Real, K. (2005). How behaviors are influenced by perceived norms: A test of the theory of normative social behavior. *Communication Research, 32*(3), 389~414.
- Rimal, R. N., & Yilma, H. (2022). Descriptive, injunctive, and collective norms: an expansion of the theory of normative social behavior (TNSB). *Health Communication, 37*(13), 1573~1580.
- Shen, L., & Huggins, C. (2013). Testing the model of influence of presumed influence in a boundary condition: The impact of question order. *Human Communication Research, 39*(4), 470~491.
- Sherif, M. (1936). *The psychology of social norms*. New York, NY: Harper & Brothers.

- Shi, J., Chen, L., & Tsang, S. J. (2022). Integrating interpersonal communication into the influence of presumed media influence model: Understanding intentions to censor and correct COVID-19 misinformation on social media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 66(3), 464~483.
- Smith, J. R., Louis, W. R., Terry, D. J., Greenaway, K. H., Clarke, M. R., & Cheng, X. (2012). Congruent or conflicted? The impact of injunctive and descriptive norms on environmental intentions. *Journal of Environmental Psychology*, 32(4), 353~361.
- Staunton, M., Louis, W. R., Smith, J. R., Terry, D. J., & McDonald, R. I. (2014). How negative descriptive norms for healthy eating undermine the effects of positive injunctive norms. *Journal of Applied Social Psychology*, 44(4), 319~330.
- Tal-Or, N., Cohen, J., Tsfati, Y., & Gunther, A. C. (2010). Testing causal direction in the influence of presumed media influence. *Communication Research*, 37(6), 801~824.
- Weinstein, N. D., & Lachendro, E. (1982). Egocentrism as a source of unrealistic optimism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8(2), 195~200.
- Young, S. D., & Jordan, A. H. (2013). The influence of social networking photos on social norms and sexual health behaviors. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(4), 243~247.

최초투고일: 2024년 1월 31일 • 심사일: 2024년 3월 12일 • 게재확정일: 2024년 3월 28일

Abstract

Mechanisms of Social Media Campaign Effectiveness:

Integrated Model of Presumed Media Influence and Perceived Social Norms*

Hye-Jin Paek**

Professor, Department of Advertising & Public Relations, Hanyang University ERICA Campus

Haeun Go***

Master's Student, Department of Advertising & Public Relations, Hanyang University

To explore mechanisms for the effectiveness of drug prevention campaigns currently conducted on social media, this study integrates the Influence of Presumed Influence (IPI) model with the concept of perceived social norms drawn from the Theory of Normative Social Behavior (TNSB). Data analyzed were online survey responses collected from 296 university students from five universities located in Seoul, the metropolitan area, and the Gyeongnam area. PROCESS macro models 14 and 4 were used to test direct, indirect, moderation, and mediated moderation effects. Results confirm the rigor of the IPI model: the more that respondents perceived that the drug prevention campaign had reached others (perceived reach, PR), the more they perceived that others would be affected by the campaign (presumed media influence, PMI). PMI mediated PR and two behavioral intentions (intentions for drug prevention and for campaign dissemination, BIs). The perceptions that other people are using illegal drugs (descriptive norm, DN) and that drug use is not socially acceptable (injunctive norm, IN) were positively related to intention for drug prevention. However, DN had neither mediation effects nor interaction effects with IN on the two BIs. Based on the findings, theoretical discussions, practical implications, and future research directions were presented.

KEY WORDS Social media campaign * Drug prevention * Influence of Presumed Influence * Descriptive norm * Injunctive norm * Theory of Normative Social Behavior (TNSB)

* This work was supported by the research fund of Hanyang University (HY-2023-1789).

** First and Corresponding Author, hjpaek@hanyang.ac.kr

*** ghe8843@hanyang.ac.kr