



뉴미디어 유형이 위험 특성, 위험 인식, 예방 행동 의도의 관계에 미치는 영향 조건적 과정 모형의 검증*

백혜진 한양대학교 광고홍보학과 교수**

본 연구는 전통미디어에 한정되어 있던 위험 커뮤니케이션 연구를 확장하여 뉴미디어 유형이 위험특성, 위험인식, 행동의도의 관계에 미치는 영향을 살펴보았다. 신종 플루와 콜레스테롤 위험 이슈의 맥락에서 전국 성인 남녀 1381명 대상의 일요인 집단 간 설계로 진행된 온라인 실험 자료를 분석하였다. 조작된 요인은 뉴미디어 유형으로 소셜미디어(페이스북)와 온라인 포털(네이버) 플랫폼이었으며, 실험 참여자들은 한 조건에 무작위 할당되었다. PROCESS MACRO 프로그램을 사용하여 조건적 과정 모형을 검증한 분석 결과는 다음과 같다: (1) 감정적 위험 특성은 개인적/사회적 위험인식, 예방 행동의도 모두와 정적인 관계가 있었다; (2) 개인적/사회적 위험인식은 모두 예방행동의도와 정적인 관계가 있었다; (3) 소셜 미디어플랫폼을 통해 전달된 콜레스테롤 위험 메시지는 직접적으로, 또한 감정적 위험특성과 상호작용하여, 사회적 위험인식에 정적인 영향을 미쳤다; (4) 소셜 미디어플랫폼을 통해 전달된 콜레스테롤 위험 메시지는 개인적 위험인식과 상호작용하여 예방 행동의도에 정적인 영향을 미친 반면, 온라인 포털을 통해 전달된 콜레스테롤 위험 메시지는 사회적 위험인식과 상호작용하여 예방 행동의도에 정적인 영향을 미쳤다; (5) 콜레스테롤 이슈에서 개인적 위험인식이 예방행동의도에 미치는 조건적 매개 효과는 소셜 미디어조건에서 더 컸던 반면, 사회적 위험 인식의 조건적 매개 효과는 온라인 포털 조건에서 더 컸다.

핵심어: 뉴미디어 플랫폼, 위험 특성, 위험 인식, 위험 커뮤니케이션, 조건적 과정 모형

* 이 논문은 2017년 한양대학교 교내연구비 지원으로 연구되었음(HY-2017-G)을 밝힙니다.

** hjpaek@hanyang.ac.kr, 교신저자

1. 연구배경

“미디어가 메시지다”는 미디어 생태학자인 마셜 맥클루언의 명제로 잘 알려져 있다 (McLuhan, 1964, 2011). 이 명제는 맥클루언이 원래 의도한 의미를 떠나 커뮤니케이션 연구자들에게는 커뮤니케이션 요소로서 미디어 혹은 채널의 중요성을 환기하는 역할을 해왔다. 같은 메시지라도 어떠한 미디어 혹은 매체를 통해 전달되느냐에 따라 메시지의 의미가 달라질 수 있음을 깨닫게 하는 역할 말이다. 이러한 매체의 효과는 국민의 건강과 안녕에 직접적인 영향을 주는 건강 및 위험 커뮤니케이션에서 특히 중요하다. 위험 이슈에 대한 메시지를 공중이 잘못 이해하거나 그에 과잉반응하면 그에 따르는 결과가 심각하기 때문이다. 2015년 한반도를 강타했던 메르스 위험 위기는 미디어를 간과한 뼈아픈 사례다. 메르스는 중동에서 시작된 코로나 바이러스에 의한 호흡기 감염증으로 정식명칭은 중동호흡기증후군 (Middle East Respiratory Syndrome Coronavirus: MERS-Cov)이다(질병관리본부, 2016). 중동의 사우디아라비아 내 낙타접촉에 의해 감염되었다고 알려졌기 때문에 당시 보건복지부는 중동 여행자들을 대상으로 “낙타와의 밀접한 접촉을 피하세요” “떨군되지 않은 낙타유 또는 익히지 않은 낙타고기 섭취를 피하세요” 라는 메시지의 포스터를 제작, 배포하였다. 그러나 이 메시지가 “중동 여행자 대상”이라는 맥락이 배제된 채 소셜미디어를 통해 전파되면서 “당분간 출근할 때 낙타를 타지 않겠다,” “휴~ 냉장고에서 낙타유 꺼내 마실 뻔했네” 등 네티즌의 냉소와 조롱을 야기했다(김철오, 2015, 6, 2). 이로 인해 정부기관의 대응 능력에 대한 불신은 더욱 커졌다. 일반인들도 정보를 생산하고 공유하며, 확산에 적극적으로 참여하는 소셜미디어의 특성과 영향력을 간과한 탓이다. 디지털 기술의 발전과 함께 소셜미디어의 영향력은 더욱 강력해지고 있으며, 온라인 포털 사이트나 소셜 미디어 등 뉴미디어를 통해 뉴스를 접하는 공중도 점차 늘어나고 있다(한국언론진흥재단, 2016). 여기서 뉴미디어란 TV, 라디오, 신문, 잡지 등의 전통적인 매체와 차별하고자 사용되어온 용어인데, ‘상호작용성’을 기반으로 하며 디지털 기술을 이용한 새로운 매체를 의미한다(도선재, 2018; McMillan & Hwang, 2002). 시간과 장소의 제한 없이 정보를 이용하고, 소통할 수 있는 뉴미디어의 특성 때문에 공중은 위험 정보를 더 빠르게 접할 수 있을 뿐 아니라 정보를 직접 생산하고 공유하는 일이 훨씬 수월해졌다(Hennig-Thurau et al., 2010). 미디어 이용과 인식조사에 따르면 TV와 종이 신문 등 전통 미디어 이용시간은 2006년을 고점으로 하여 계속해서 감소 추세에 있는 반면, 인터넷을 통한 뉴스 이용이 증가하는 것으로 나타났다(한국언론진흥재단, 2015). 또한 같은 조사에서 2015년 메르스 위기 당시 한국인들은 텔레비전 다음으로 인터넷을 통해 메르스 관련 뉴스를 가장 많이 접한 것으로 나타났다.

그럼에도 이러한 디지털 미디어 영역에서의 위험 커뮤니케이션 연구는 매우 부족한 실정이다. 다양한 위험 이슈가 어떻게 언론에서 보도되고 (주영기·유명순, 2011; Hove, Paek, Yun, & Jwa, 2015; Oh et al., 2012), 위험이 어떠한 특성으로 지각되며 (좌보경·윤문영·백혜진, 2013; 차용진, 2006, 2007), 그러한 위험 특성이 공중의 위험인식을 어떻게 형성하고 (Oh, Paek, & Hove, 2015), 그에 따른 태도 및 행동적 반응은 어떠한지(Paek, Oh, & Hove, 2016)에 대해서는 최근 들어 많은 연구가 진행되어 왔다. 특히 미디어가 위험인식에 미치는 영향은 위험 커뮤니케이션에서 중요한 연구 분야인데, 여기서 검토한 미디어는 언론보도의 위험 이슈 관련 '내용'이 미치는 영향(김영옥·이현승·이혜진·장유진, 2015; 송해룡·김원재·조항민, 2005; 전종우, 2012)이나 미디어 프로그램의 '형식'과 '내용'이 미치는 영향에 대한 논의(좌보경 외, 2013; Paek et al., 2016; Snyder & Rouse, 1995; So, Cho, & Lee, 2011; Tyler & Cook, 1984)가 대부분이었다. 반면 메시지를 담아 전달하는 채널로서의 '미디어 유형'이 다양한 위험 특성, 위험 인식, 위험 수용 등에 미치는 영향을 본 연구는 매우 부족한 실정이다. 해외에서도 위험 위기 상황에서 소셜미디어는 전통 미디어와는 다르게 기능한다고 주장한 선행연구가 있지만(Schultz, Utz, & Göritz, 2011; Utz, Schultz, & Glocka, 2013), PR학 분야에서 기업의 위기를 다루었을 뿐 위험 커뮤니케이션에서 매체 특성이나 유형의 영향을 검토한 연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구의 목적은 기존의 위험 연구를 뉴미디어 영역으로 확장하고 위험 이슈와 관련된 메시지가 전달된 '채널'(더 정확히는 플랫폼)로서의 뉴미디어 유형이 위험 이슈의 지각된 특성과 위험인식, 행동 의도의 관계에 어떠한 영향을 미치는지를 검토하고자 한다.

2. 문헌연구

1) 위험과 지각된 위험 특성

위험(risk)이란 어떠한 위해(hazard)에 노출되어 피해를 입을 확률 혹은 가능성으로 정의된다(Adams, 1995). 전문가들은 이러한 가능성을 객관적으로 판단하여 위험의 규모를 판단하지만 일반인들에게는 확률 혹은 가능성은 불확실성을 의미한다. 이러한 불확실성 때문에 사람들은 불안해하며 위험의 규모를 주관적으로 판단할 수밖에 없다. 전문가들이 평가하는 객관적인 위해보다 일반인들이 위해가 일어날 가능성에 대해 가지는 주관적인 판단, 즉 위험 인식이 위험에 대한 반응과 수용 결과를 더 잘 설명한다는 것이 드러나면서 일반인이 위험의 특성을 어떻게 이해하고

인식하는지에 대한 이론적 논의가 다양하게 진행되었다.

특히 심리측정 접근(psychometric paradigm)은 위험을 객관적이고 평면적인 현상으로 가정하고 합리적이고 객관적으로 측정될 수 있다고 전제하는 전통적·기술적 접근 방법을 비판한다. 대신 위험은 주관적이고 다차원적인 현상이며 사람들은 위험을 다양하게 지각하고, 지각된 위험의 특성이 위험을 수용하거나 회피하는 주요 요인으로 간주하였다(차용진, 2006; Fischhoff, Slovic, Lichtenstein, Read, & Combs, 1978; Slovic, 1987, 2000). 여러 가지 위험 이슈에 대해 심리측정 절차를 이용한 연구 결과 위험을 지각하는 주요 심리적 특성은 자발성, 통제성, 친숙성, 과학적/개인적 지식, 즉각성, 두려움(dread) 등으로 나타났다(이나경, 2005; 좌보경 외, 2013; 차용진, 2006, 2007). 또한 코벨로와 그의 동료들(Covello, Peters, Wojtecki, & Hyde, 2001; Johnson & Covello, 1987)은 심리적 위험 특성을 15가지 요인으로 확장하여 설명하였는데, 위에 밝힌 위험의 심리적 특성 외에도 공평함, 이점과 이해, 기관에 대한 신뢰, 회복 가능성, 윤리적/도덕적 본질, 인간 대 자연적 기원, 희생자 정체성, 재난 잠재성 등을 추가하였다(Walaski, 2011). 이렇듯 다양한 심리적 위험특성은 위험 이슈에 따라 일부만 차용되었거나(예: 김경희·송대중·최재욱, 2013), 이론적 근거를 바탕으로 분류 작업을 하지 않고, 10가지 이상의 위험 특성 요인을 개별적으로 사용함(예: 김영욱·이현승, 2014)으로써 실무적으로 활용하기 어려웠다.

이러한 한계점을 고려하여 다양한 요인의 위험특성을 지식(혹은 인지적) 대 두려움(혹은 감정적) 요인으로 분류한 후 이들이 위험인식에 미치는 영향을 검토한 선행연구도 있었다(좌보경 외, 2013; Oh et al., 2015). 이러한 인지적 위험 특성은 지식과 친숙성, 불확실성 등의 심리적 특성을 포함하고, 감정적 위험 특성은 자발성, 두려움, 공포, 즉각성 등을 포함한다(이나경, 2005; 차용진, 2006). 보통 위험이 알려지지 않고 불확실할수록, 두렵고 치명적이라고 느낄수록 위험 인식이 커지지만, 이 두 가지 차원의 위험 특성 중에서는 인지적 차원보다는 감정적 차원이 위험인식과 더 강한 관계가 있는 것으로 나타났다(좌보경 외, 2013; Oh et al., 2015). 예를 들어 신종 플루 위험 주제 맥락에서 위험이슈가 두렵고 치명적이라고 지각할수록(감정적 위험 특성) 개인 자신은 물론 사회에 위험이 미치는 영향과 심각성을 인식하는 것으로 나타났지만, 위험 이슈에 친숙하고 잘 알고 있다는 지각(인지적 위험 특성)은 위험 인식에 영향을 미치지 않았다(Oh et al., 2015). 이와 비슷하게 응답자들이 발암물질 위험 주제의 특성이 두렵다고 느낄수록 개인은 물론 사회적으로도 그 위험이 심각하다고 느끼는 경향이 있었던 반면, 그 주제에 대해 잘 모르고 불확실하다는 인지적 지각은 자신 혹은 사회에 미치는 위험의 심각성과 통계적으로 유의미한 관계가 나타나지 않았다(좌보경 외, 2013). 이렇듯 인지적 위험 특성에 비해

감정적 위험 특성이 위험인식과 더 강한 관계를 보이는 이유는 위험 인식이 본질적으로 감정적인 경험이기 때문이다(Slovic, 1987, 2000). 이에 위험의 감정적 특성을 설명하고자 하는 이론적 논의가 다양하게 진행되었다. 예를 들어 샌드만과 연구자들(Sandman, 1989; Sandman, Miller, Johnson, & Weinstein, 1993)은 위험을 위해와 분노(risk = hazards + outrage)로 정의하며 위험의 기술적 측면뿐 아니라 분노, 공포, 믿음 등을 포함한 여러 감정적 측면을 함께 고려해야 한다고 주장했다. 로웬스타인 외(Loewenstein, Weber, Hsee, & Welch, 2001)는 “감정으로서의 위험 가설(risk-as-feelings hypothesis)”이라는 개념으로 위험 상황에서 걱정, 두려움, 공포, 분노 등의 다양한 감정이 인지적 판단과 별개로 위험을 감수하는 행동에 더 큰 영향을 끼칠 수 있음을 주장하였다. 또한 슬로빅(Slovic, 1987, 2000)은 감정 휴리스틱(affect heuristic)이라는 개념을 이용하여 위험 커뮤니케이션에서 사람들이 위험을 인식하는데 있어 이성과 과학보다는 감정이 더 중요하게 작용하며, 이러한 감정적 반응이 예기치 않게 과잉 반응을 야기할 수 있다고 주장한 바 있다.

한편, 이러한 선행연구들은 지각된 위험 특성이 전달되는 커뮤니케이션 요소에 대한 고려 없이 위험 인식 혹은 태도에 미치는 주효과 혹은 매개 효과만 독립적으로 파악했다는 점에서 한계가 있다. 즉 지각된 위험 특성은 단순히 위험인식의 선행 변수로서가 아니라 다른 커뮤니케이션 요소와 결합하여 위험인식에 영향을 더 혹은 덜 미칠 수 있을 것이다. 이러한 관계는 나아가 위험의 수용이나 거부, 예방 행동 등에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 본 연구는 공중의 지각된 위험 특성이 커뮤니케이션 요소 중 채널과 함께 공중의 위험 인식과 반응의 관계에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

2) 미디어와 위험인식

공중은 다양한 위험 이슈를 직접 경험하기 보다는 언론을 통해 접하는 경우가 많다. 이 때문에 언론이 위험을 어떻게 어느 정도 보도하며, 이러한 언론 보도가 공중의 위험인식과 반응에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하는 것은 위험 커뮤니케이션 분야에서 중요한 연구 주제다. 선행연구는 신종플루, 발암물질, 원자력, 방사능 등 다양한 위험 이슈를 언론이 어떻게 보도하고 있는지에 대한 기사를 분석하거나(주영기·유명순, 2011; Hove et al., 2015; Oh et al., 2012), 언론 보도나 미디어 프로그램이 공중의 위험인식에 미치는 영향(김영옥 외, 2015; 송해룡 외, 2005; 전중우, 2012; Hove & Paek, 2015; Oh et al., 2015)을 연구하였다. 또한 뉴스와 오락 미디어가 각기 다른 차원의 위험인식에 영향을 미친다는 이론적 논의도 있었다(좌보경 외, 2013; Paek et al., 2016; Snyder & Rouse, 1995; So et al., 2011; Tyler & Cook, 1984).

특히 위험인식에 대한 미디어의 영향에 대해서는 두 가지 이론적 가설이 검증되었다. 비개인적 영향 가설(impersonal impact hypothesis)은 매스미디어를 통한 위험 메시지는 특정 위험이 사회 전반에 영향을 미치지만, 자기 자신에게는 영향을 미치지 않는다는 가설(Tyler & Cook, 1984)이다. 타일러와 쿡(1984)은 매스 미디어는 사회적 차원의 위험 인식에만 영향을 미치고, 개인적 차원의 위험 인식에는 개인의 직접 경험이나 가족이나 친구, 주위 사람들과의 대화 같은 대인커뮤니케이션이 주로 영향을 미친다고 주장하였다. 이에 반하여 차별적 영향 가설(differential impact hypothesis)은 미디어 프로그램의 유형에 따라 미디어도 개인의 위험 인식에 영향을 미칠 수 있다고 설명하는 가설(Snyder & Rouse, 1995)이다. 스나이더와 루스(1995)는 에이즈와 관련된 위험 인식 연구에서 미디어 유형을 구분하기 전 미디어 노출은 개인적 위험 인식과 아무런 관련이 없었지만, 미디어를 뉴스 미디어와 오락적 미디어(영화, 시트콤 등)로 구분한 경우 오락적 미디어는 개인적 수준의 위험 인식에 영향을 미치는 것을 검증하였다. 이 결과를 바탕으로 생생하거나 극적인 메시지, 오락물과 같이 내러티브가 있는 메시지들은 개인적 수준의 위험 인식에도 영향을 미칠 수 있다고 주장하였다. 이러한 연구 결과는 위험 인식이 개념적·조작적 정의는 물론, 두 위험인식의 효과에도 차이가 명확하기 때문에 개인적 수준과 사회적 수준으로 구분할 필요가 있음을 입증한다. 개인적 수준의 위험 인식은 직접적으로 예방 행동을 이끌지만, 사회적 수준의 위험 인식은 개인의 행동적 반응에 직접적 영향을 미치지 않는다는 연구결과(Sjöberg, 2003; Snyder & Rouse, 1995)는 이러한 두 가지 차원의 위험인식이 서로 다른 결과를 가져올 수 있음을 입증한다.

이러한 두 가지 미디어 영향 가설은 뉴스와 오락 미디어의 이분법적 구분을 떠나 인포테인먼트와 같이 정보적 기능과 오락적 기능이 결합된 미디어 프로그램의 경우나 정보적 미디어인 뉴스도 위험 이슈를 전달할 때 공포나 분노와 같은 감정을 함께 전달하는 경우 개인적 및 사회적 위험인식에 모두 영향을 미칠 수 있다는 후속 연구로 인해 수정 및 확장되었다(Paek et al., 2016; So et al., 2011). 구체적으로 백 외(Paek et al., 2016)의 연구에서는 기존에 자기보고식 설문을 통해 다양한 미디어 프로그램에 노출된 정도와 개인적, 사회적 위험인식과의 관계를 검토한 연구와는 달리 광우병과 발암물질 위험 이슈와 관련한 뉴스를 연구 참여자들에게 무작위로 할당하여 읽게 한 후 감정적 반응, 개인적·사회적 위험인식과 커뮤니케이션 행동의도를 측정하였다. 연구 결과 뉴스에 대해 감정적 반응이 높을수록 사회적 위험인식은 물론 개인적 위험인식도 높았으며, 가족 및 지인과 소통하려는 의도도 높았다. 또한 개인적 위험인식과 사회적 위험인식은 이러한 감정적 반응과 소통의도를 매개하는 효과가 있었다.

3) 위험 커뮤니케이션에서 뉴미디어의 역할

선행연구는 위험 인식에 있어 미디어 영향에 대한 이론적 논의를 발전시켰지만, TV와 같은 전통 미디어, 특히 뉴스 대 오락물과 같은 미디어의 '내용'에 국한되어 있다는 점에 한계가 있다. 최근 들어 인터넷과 소셜 미디어환경이 급속히 발달하면서 위험 확산에 미치는 뉴미디어 채널의 영향력이 막강해졌다. 2015년 메르스 사태 당시 사실이 파악되지 않은 정보가 인터넷과 소셜미디어를 통해 쏟아져 나오면서 공중이 공포와 불안을 경험했던 사례가 있다.

뉴미디어는 이름이 무색할 정도로 더 이상 새롭지 않지만, 기존의 TV, 라디오, 신문, 잡지 등의 "올드 미디어" 혹은 전통 미디어와 차별하고자 사용되는 용어다. 그 정확한 의미나 범위는 연구자마다 다르게 정의되어 왔는데, 소셜미디어를 포함한 인터넷 미디어, 디지털 미디어 등과 동의어로 사용되기도 한다(도선재, 2018; 이정훈·김수경, 2013; 최민재, 2009). 이렇듯 급변하는 미디어 환경에 맞추어 공중의 언론 행태 역시 변화하고 있다. 실제 2016년 언론수용자 인식 조사에 따르면 한국인들은 TV 다음으로 네이버, 다음과 같은 온라인 포털 사이트를 통해 뉴스를 접하는 경우가 많은 것으로 나타났다(한국언론진흥재단, 2016). 소셜미디어를 통해 뉴스를 접하는 경우도 언론사 홈페이지나 라디오를 통한 뉴스 이용률 보다 높았다. 특히 온라인 포털 사이트를 통해 일주일에 한 번 이상 뉴스를 접한 경험이 있는 이용자 중 93.7%가 네이버를 통해 뉴스를 접했으며, 소셜미디어를 통해 일주일에 한 번 이상 뉴스를 접한 경험이 있는 이용자 중 57.4%가 페이스북을 통해 뉴스를 접한 경험이 있었다. 특히 위험 위기 이슈는 신속하고 정확한 정보 전달을 요구한다는 점에서 다양한 위험 이슈가 불거질 때마다 인터넷 뉴스나 소셜 미디어의 영향력을 실감하고는 했다. 예를 들어 2015년 메르스 위기 당시 첫 메르스 사망자가 발생한 이후 네이버 검색어 1위가 '메르스'였는데, 이는 인터넷을 통한 위험 이슈의 빠른 정보의 전달과 검색을 의미한다(오희영·조아라·박정아·길은하, 2015). 또한 메르스 뉴스에 대한 신뢰도 면에서도 전통 뉴스 보도와 소셜 미디어 상의 정보 간에 공중의 인식에 차이가 없었다(김미경·이은지, 2016). 이렇듯 언론 환경의 변화 및 공중의 위험 뉴스 이용 실태를 고려할 때 기존의 위험 커뮤니케이션 연구는 뉴미디어 영역으로 확장되어 논의될 필요가 있다.

뉴미디어는 유형에 따라 다른 성격을 지닌다. 소셜 미디어는 관심 있는 사람들이 정보 생산 및 공유, 확산에 참여함으로써 미디어와 수용자의 경계를 무너뜨리는 한편, 피드백과 참여의 공개성 등을 특징으로 한다. 반면, 포털 사이트는 웹에서 사용자들이 정보를 빨리 검색하고 한 곳에 종합적으로 수집할 수 있다(신동희, 2014). 이러한 포털 사이트 뉴스의 특징은 속보성, 상호작용성, 심층보도(관련기사 서비스)로 정리된다(안종묵, 2011). 이러한 특성의 차이 때문에 같은 위험 이슈라도 어떤 미디어를 통해 전달되느냐에 따라 그 위험을 인식하고 반응하는 정도도

달라질 수 있을 것으로 추론해 볼 수 있다.

실제로 위험 위기 상황에서 매체의 효과에 대한 연구는 매우 부족하다. 그럼에도 기업 위기 상황에서 매체 효과를 살펴본 몇 가지 선행 연구는 주목할 만하다(Schultz et al., 2011; Utz et al., 2013). 슐츠 외 (2011)는 블로그, 트위터, 페이스북 등 소셜미디어는 웹사이트나 전통 미디어에 비해 대중 관계에서 더 상호작용적이며 원활한 소통이 가능하기에 같은 메시지라도 그 효과가 다를 것이라고 보았다. PR학에서 소셜 미디어 위기 커뮤니케이션 모델(social mediated crisis communication model)은 기업이 위기 상황에서 TV나 신문 등 전통미디어를 통해 사과나 부인과 같은 대응 메시지를 전달하고 한정된 채널을 관리할 수 있었던 시대는 지났다고 전제한다. 그에 비해 소셜 미디어에서는 기업의 대응 메시지를 대중이 해석하고 공유, 확장하는 역할을 한다고 설명한다(Liu et al., 2011). 이 때문에 기업은 다양한 이해관계자들에게 빠르고 직접적으로 대응 메시지를 전달할 수 있는 반면, 그 과정에서 대중이 매개 역할을 하여 통제 및 관리 능력을 잃는다는 것이다. 어츠 외 (Utz et al., 2013)는 핵발전소 위기 맥락에서 가상의 기업이 그 위기를 의도한 경우 (“기업의 부적절한 관리로 인한 핵발전소 위기”)와 기업이 회색자인 경우(“지진으로 인한 핵발전소 위기”)로 위기 유형을 조작하고 이러한 위기 메시지가 트위터, 페이스북, 온라인 신문으로 전달되었을 때 대중이 인식하는 기업의 명성이나 대중의 감정 반응, 메시지 공유 의도에 미치는 영향을 온라인 실험을 통해 검증하였다. 연구 결과 트위터와 페이스북보다 신문을 통해 본 위기 메시지를 본 연구 참여자들은 기업의 명성을 더 높게 평가하고, 더 공유하려는 경향이 있었다. 이 연구 결과는 매체의 효과가 위기의 유형에 따른 차이 보다 더 크게 나타났다는 점에서 주목할 만하지만, 매체를 통해 전달되는 메시지가 그 길이나 내용 면에서 달랐다는 점에서 메시지 공신력이나 질(quality) 등이 혼동되었을 가능성이 있다. 그럼에도 연구자들은 위험이나 위기 이슈가 사회적으로 구성되고 이해되는 과정에서, 매체 자체가 그 위험 위기 이슈를 대중이 어떻게 이해하느냐에 영향을 준다는 점에서 매체의 중요성을 강조했다.

한편, 같은 인터넷상에서도 소셜 미디어의 경우 포털 사이트 등 다른 인터넷 사이트보다 개인적 연결성, 참여, 공개성을 특징으로 하고 상호작용이 더 활발하게 이루어짐에 따라 루머가 발생한 경우 더 급속하게 확산되는 경향이 있음을 밝힌 선행 연구도 있었다(최민재, 2009).

4) 본 연구의 검증 모형

위에서 언급한 이론적 배경과 선행 연구를 바탕으로 본 연구는 뉴미디어 유형이 지각된 위험특성과 함께 사회적/개인적 위험인식과 행동의도에 미치는 영향 기제를 살펴보고자 한다. 우선 가설 1-3은 선행 연구에서 다양한 위험 이슈를 맥락으로 검증된 관계를 본 연구에서는 다른 위험 주제의

맥락에서 위험 메시지가 뉴미디어를 통해 전달될 때에도 반복적으로 검증되는지를 확인하기 위해 제시되었다. 첫째, 본 연구는 주어진 위험 이슈에 대해 사람들이 인지적 혹은 감정적으로 지각하는 위험 특성이 자신에게 혹은 사회적으로 미치는 위험에 대한 인식에도 영향을 미친다고 예측한다. 이러한 예측은 선행연구(좌보경 외, 2013; Oh et al., 2015)에서 검증된 바 있다.

한편, 위험인식과 행동의도의 정적인 관계는 신종 플루 위험 이슈(송해룡·김찬원·김원제, 2014; 유선옥·박계현·나은영, 2010)나 자궁경부암 위험 이슈(조성은·유선옥, 2011) 맥락에서 검증된 바 있다. 이 선행연구들은 개인적 및 사회적 차원의 위험인식으로 구분하지는 않았지만 주어진 위험 이슈를 심각하고 영향력이 크다고 지각할수록 예방 행동의도 역시 높아진다는 점을 일관되게 발견했다는 점에서 본 연구 역시 위험인식과 예방 행동 의도의 관계를 가설로 설정해 볼 수 있다. 따라서 인지적/감정적 위험특성, 개인적/사회적 위험인식, 행동 의도의 관계에 대한 가설을 각각 아래와 같이 제시하고자 한다.

가설 1-1: 인지적 위험 특성은 공중의 (1) 개인적, (2) 사회적 위험인식과 정적인 관계가 있을 것이다.

가설 1-2: 감정적 위험 특성은 공중의 (1) 개인적, (2) 사회적 위험인식과 정적인 관계가 있을 것이다.

가설 2-1: 인지적 위험 특성은 공중의 행동의도와 정적인 관계가 있을 것이다.

가설 2-2: 감정적 위험 특성은 공중의 행동의도와 정적인 관계가 있을 것이다.

가설 3: 공중의 (1) 개인적, (2) 사회적 위험인식은 행동 의도와 정적인 관계가 있을 것이다.

선행연구를 바탕으로 제시한 가설1-3에 이어 본 연구는 선행연구에서 간과한 뉴미디어 유형의 역할을 검토함으로써 현재까지의 이론적 논의를 확장하고자 한다. 위에서 논의했다시피 위험 위기 커뮤니케이션 분야에서 매체의 효과에 주목한 연구는 매우 부족한 실정이다. 그럼에도 예외적으로 몇 개의 선행연구(Schulz et al., 2011; Utz et al., 2013)에서는 위기 유형이나 위기 대응 메시지 보다 매체가 기업의 명성이나 메시지 공유 및 확산의도에 미치는 효과가 더 컸음을 검증한 바 있다. 따라서 뉴미디어 유형이 위험인식과 예방행동의도에 미치는 주효과를 먼저 파악하고 뉴미디어 유형이 위험특성과 위험인식의 관계를 조절하는지, 위험인식과 행동의도의 관계를 조절하는지 아래와 같은 연구문제를 통해 각각 검증하고자 한다.

연구문제1: 뉴미디어 유형은 공중의 개인적, 사회적 위험인식에 어떠한 영향을 줄 것인가?

연구문제2: 뉴미디어 유형은 공중의 행동의도에 어떠한 영향을 줄 것인가?

연구문제3: 뉴미디어 유형은 위험특성과 위험 인식의 관계를 조절할 것인가?

연구문제4: 뉴미디어 유형은 위험 인식과 행동의도의 관계를 조절할 것인가?

마지막으로 발암물질과 광우병 위험 이슈 맥락에서 개인적 대 사회적 위험인식이 위험 뉴스에 대한 감정적 반응과 소통 행동 의도를 매개하는 모형을 검증한 선행연구(Paek et al., 2016)에서는 발암물질 위험 이슈의 경우 개인적 위험인식만이 소통 행동 의도를 매개한 반면, 광우병 위험 이슈의 경우 개인적 및 사회적 위험 인식 모두가 소통 행동의도를 매개했다. 또한 좌보경 외(2013)와 오 외(Oh et al., 2015)는 전통 미디어의 내용(뉴스 미디어 대 오락 미디어)이 인지적, 감정적 위험 특성에 의해 매개되어 개인적, 사회적 위험 인식에 미치는 영향을 검증하기도 했다. 그러나 이러한 선행연구는 위험 특성과 위험 인식의 관계, 위험 인식과 행동의도의 관계를 따로 검토했으며, 미디어 ‘채널’보다는 ‘내용’에 집중했다는 한계가 있다. 따라서 본 연구는 이러한 선행연구 결과를 바탕으로 하되 위험 커뮤니케이션에서 미디어, 위험 이슈의 특성과 인식 및 반응 간의 포괄적인 관계를 검토하고자 한다. 즉 선행 변수를 위험 특성으로 두고 뉴미디어 유형이 조절변수의 역할을 하는 조건적 과정 모형에서 개인적 대 사회적 위험인식의 매개역할을 아래의 연구문제로 탐구해보고자 한다.

연구문제5: 위험인식은 위험특성과 예방 행동의도 사이에 조건적 매개 효과를 나타낼 것인가?

<그림 1>은 검증하고자 하는 주요 변수간의 관계를 도식화하였다.

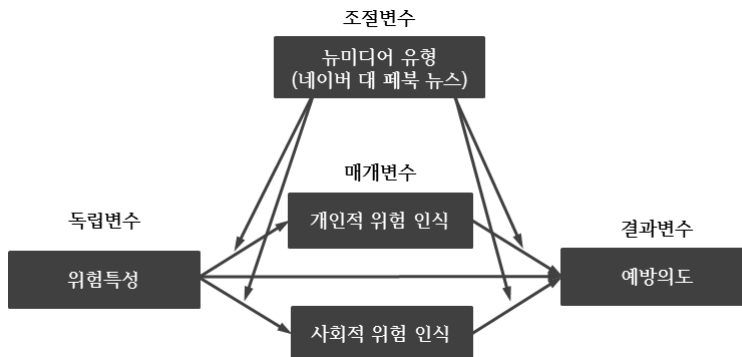


그림 1. 조건적 과정 모형의 개념적 모형

3. 연구방법

1) 자료

전문 온라인 리서치 회사의 전국 패널을 이용하여 일요인 집단 간 설계(One-factor between-subjects design)로 실시한 온라인 실험 자료를 분석하였다. 여기서 조작된 요인은 뉴미디어 유형으로, 온라인 포털과 소셜 미디어 두 가지 유형이 사용되었다. 뉴미디어 유형으로 온라인 포털과 소셜 미디어가 사용된 이유는 앞에서 언급하였다시피 한국인들이 TV 다음으로 온라인 포털 사이트를 통해 뉴스를 많이 접하고, 소셜 미디어를 통해 뉴스를 접하는 경우도 언론사 홈페이지나 라디오를 통한 뉴스 이용률 보다 높은 것으로 나타났기 때문이다(한국언론진흥재단, 2016). 같은 조사에서 온라인 포털 뉴스 중엔 네이버가, 소셜 미디어를 통한 뉴스는 페이스북을 통해 뉴스를 접하는 뉴스 이용자가 다수인 것으로 나타났다. 또한 글자 수가 정해져있는 트위터 등에 비해 플랫폼만 조작하고 메시지의 길이 등 다른 요인들은 통제하는 데 있어서도 네이버와 페이스북 플랫폼을 비교하는 것이 적합하다고 판단되었다.

한편, 위험 주제는 신종플루와 콜레스테롤 두 가지를 선정하였다. 위험 주제를 한 가지 이상 선택한 이유는 다른 위험 주제에서 연구 결과가 일관되게 나오는지를 동시에 파악함으로써 일반화 가능성을 높이고자 함이었다. 이러한 이유로 위험 이슈의 성격이 다르면서 중요성과 시의성이 있고, 언론에 종종 보도되어 어느 정도 친숙한 주제를 선택하였다. 신종플루는 사스, 조류독감, 돼지 독감, 메르스 등 매년 다른 이름으로 발생할 정도로 빈번하게 뉴스에 보도되며 감염성 때문에 중요한 보건 위험 이슈라고 할 수 있다. 한편 콜레스테롤의 경우 감염성이 없기에 개인적 위험 이슈 성격을 갖는 반면, 2015 건강행태 및 만성질환 통계에 따르면, 만 30세 이상 고(高)콜레스테롤혈증 유병률이 남성 16.9%, 여성은 22.1%에 달하고 있어 뉴스에서 빈번하게 다루는 건강 위험 이슈다.

2) 자료 수집 과정

설문조사를 위한 표본은 조사회사가 전국적으로 보유하고 있는 패널을 대상으로 성별, 연령, 소득, 학력 등을 고려하여 층화표집방법을 사용하여 추출한 후 이메일을 통해 참여 의사를 물었다. 온라인 설문지가 이메일을 통해 총 5,279명의 온라인 패널에게 발송 완료되었으며 1,919명에게서 수신이 확인되었다. 이 중 1,699명이 설문에 접속하여 1,447명이 응답 완료하였다. 응답 완료자 중에서 미성년자이기에 대상이 아니거나(140명), 중도포기하거나(112명), 불성실한 응답자(66명)의 자료를 삭제하고 최종 분석대상에 포함된 응답자 수는 1,381명이었다. 따라서 응답

율은 26.2%였다((응답완료/전체발송량)*100%). 설문예 자발적으로 참여한 응답자는 무작위로 신중플루(N=693) 혹은 콜레스테롤(N=688), 그리고 각 주제 안에서 네이버 기사(각각 N=351와 347)와 페이스북 기사(N=342와 341)로 무작위 할당되었다. 응답자의 주요 인구통계학적 특성은 <표 1>에 제시되어 있다.

표 1. 응답자 특성

항목 (M, SD)		빈도(%)
성별	남성	690(50.0)
	여성	691(50.0)
연령(44.22, 13.75)	20대	265(19.2)
	30대	274(19.8)
	40대	284(20.6)
	50대	280(20.3)
	60대 이상	278(20.1)
소득	50만원 미만	27(2.0)
	50만원 이상 100만원 미만	29(2.1)
	100만원 이상 200만원 미만	140(10.1)
	200만원 이상 300만원 미만	256(18.5)
	300만원 이상 400만원 미만	281(20.3)
	400만원 이상 500만원 미만	234(16.9)
	500만원 이상 600만원 미만	173(12.5)
	600만원 이상	241(17.5)
학력	초등학교 중퇴 이하	2(0.1)
	초등학교 졸업	8(0.6)
	중학교 졸업	22(1.6)
	고등학교 졸업	312(22.6)
	2-3년제 대학교 졸업	210(15.2)
	4년제 대학교 졸업	704(51.0)
	대학원 졸업이상	123(8.9)
거주지 규모	대도시(특별시/광역시)	880(63.7)
	중소도시	434(31.4)
	읍면지역	67(4.9)
합계		1,381(100.0)

3) 뉴미디어 플랫폼 조작

온라인 포털 뉴스는 네이버에, 소셜 미디어 뉴스로는 페이스북에 뉴스 게시글이 공유된 것으로 조작하고, 신종플루와 콜레스테롤 관련 기사를 참고하여 네이버 뉴스와 페이스북의 실제 레이아웃을 바탕으로 조작하였다. 헤드라인은 각각 다음과 같다: “WHO ‘올 겨울 신종플루 감염자 1000명 당 53.8명, 유행기준인 11.3명보다 많다’”(신종플루) 와 “WHO ‘콜레스테롤 수치 높으면 심장마비 위험 100명당 4명에서 6명으로 높아진다’”(콜레스테롤)이었다. 실제 페이스북에 공유된 뉴스 게시글에 노출된 상황과 유사하게 조작하기 위해 페이스북 상에 뉴스를 공유한 사람은 연구 참여자의 지인인 것으로 표시하였다. 이밖에 페이스북의 좋아요나 이와 유사한 네이버 뉴스의 여러 요소가 영향을 미치지 않도록 좋아요 수와 댓글 수, 두 가지 뉴스 화면의 전체적인 이미지 크기와 글자 크기 등을 모두 일치시켰다. 사용된 조작 메시지는 아래 <그림 2>와 같다.



주: 지연상의 한계로 미디어 플랫폼 당 메시지 1개씩만 제시함.

그림 2. 조작물

4) 측정 문항

독립변수는 위험 특성이고, 매개 변수로 개인적 대 사회적 위험 인식, 결과 변수로 예방 행동 의도가 사용되었다.

(1) 독립변수: 위험 특성

위험 특성은 ‘사람들이 위험에 대해 생각할 때 갖는 심리적 특성이자 위험을 구성하는 특성’으로 정의하고, 기존의 심리측정 접근에서 제시한 측정 도구 및 선행 연구(좌보경 외, 2013; Oh et al., 2015)를 바탕으로 아래와 같은 8가지 문항의 7점 리커트 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)로 측정되었다: (가) 콜레스테롤/신종플루로 인한 위험은 나의 의지와는 상관없이

발생한다, (나) 콜레스테롤/신종플루로 인한 위험은 지연되어 나타난다, (다) 일반인들은 콜레스테롤/신종플루의 위험성에 대해 잘 알지 못한다, (라) 콜레스테롤/신종플루때문에 발생한 위험은 한 순간에 다수의 목숨을 앗아갈 수 있다, (마) 콜레스테롤/신종플루에서 비롯되는 위험은 매우 두렵게 느껴진다, (바) 콜레스테롤/신종플루에서 비롯되는 위험은 매우 치명적일 것이다, (사) 콜레스테롤/신종플루에서 비롯되는 위험은 다음 세대에까지 영향을 미칠 것이다, (아) 콜레스테롤/신종플루로 인한 위험이 초래하는 결과는 다시 돌이키기 어렵다. 연구에서는 위험을 지각하는 심리적 특성 간의 구조를 탐구하기 위해 각 위험 주제별 탐색적 요인분석을 실시한 결과, 각 주제에서 모두 두 개의 요인으로 나누어졌는데, 고유값 1이상에서 (가)-(다)번까지는 첫 번째 요인으로 묶였고(총분산의 31.15%과 38.32% 설명), (라)-(아)번까지는 두 번째 요인으로 묶였다 (총분산의 11.73%과 14.88% 추가 설명). 크론바흐 알파 신뢰도 분석 결과 알파 계수는 첫 번째 요인을 구성하는 문항 사이에서 각각 .50과 .60, 두 번째 요인을 구성하는 문항 사이에서 .84와 .90을 각각 나타냈다. 따라서 각 문항을 평균화하여 변수를 구성하였으며, 선행 연구(좌보경 외, 2013; 차용진, 2006; Oh et al., 2015)를 참고로 하여 첫 번째 요인은 인지적 위험특성, 두 번째 요인은 감정적 위험특성으로 명명하였다.

(2) 매개 변수: 개인적 대 사회적 위험 인식

본 연구에서는 기존의 비개인적 및 차별적 영향 가설을 바탕으로 위험인식을 개인적 위험인식과 사회적 위험인식으로 나누어 측정하였다. 개인적 위험인식이란 ‘특정 위험에 대해 자기 자신이 얼마나 영향을 받을 것인지에 대한 인식’으로 정의되며, 사회적 위험인식이란 ‘특정 위험이 사회 전반에 얼마나 영향을 줄 수 있을 것인지에 대한 인식’으로 정의된다(좌보경 외, 2013; Tyler & Cook, 1984). 개인적/사회적 위험인식에 대한 측정문항은 ‘나에게/우리나라 국민들에게 콜레스테롤/신종플루는 심각한 문제이다’, ‘나는/우리나라 국민들은 콜레스테롤/신종플루로 인해 받을 수 있는 영향이 걱정된다’, ‘나는/우리나라 국민들은 콜레스테롤/신종플루에 영향을 많이 받을 것 같다’, ‘나는/우리나라 국민들은 콜레스테롤/신종플루를 위험하다고 느낀다’ 총 4개 문항으로 선행 연구(좌보경 외, 2013; Morton & Duck, 2001; Oh et al., 2015; Tyler & Cook, 1984)의 측정문항을 수정 보완하여 사용하였으며, 측정문항은 ‘1=전혀 그렇지 않다’부터 ‘7=매우 그렇다’까지 7점 리커트 척도로 측정되었다. 탐색적 요인 분석 결과 각 위험 이슈에서 개인적 위험 인식(콜레스테롤 1 요인: 77.34%/신종플루 1 요인: 80.15%)과 사회적 위험인식(콜레스테롤 1 요인: 73.67%/신종플루 1 요인: 76.60%) 모두 고유값 1이상의 요인이 하나로 나타났으며, 크론바흐 알파 신뢰도 계수도 높게 나타나(개인적 위험인식: 콜레스테롤 $\alpha = .93$ /신종플

루 $a = .94$; 사회적 위험인식: 콜레스테롤 $a = .92$ /신종플루 $a = .93$) 강한 내적 일관성을 보였다. 따라서 각 문항을 평균화하여 개인적 대 사회적 위험인식 변수를 구성하였다.

(3) 결과 변수: 행동의도

본 연구에서 사용된 공중의 행동의도는 위험 이슈에 따른 공중의 행동의도를 살펴본 선행연구(백혜진·양지혜, 2017; 이민영, 2014; 조성은·유선옥, 2011; Paek, Hilyard, Freimuth, Barge, & Mindlin, 2010)에서 가져와 위험 이슈에 맞게 재단되어 사용되었다. 신종플루 주제에 관한 행동의도는 '신종플루가 국내에 퍼진다면 나는 사람들이 많은 곳에 가기를 꺼려할 것이다,' '신종플루가 국내에 퍼진다면 나는 대중교통 이용을 꺼려할 것이다' 2문항으로, 콜레스테롤 주제에 관한 행동의도는 '나는 앞으로 콜레스테롤 수치를 높일 수 있는 음식 섭취를 줄일 생각이다,' '나는 앞으로 콜레스테롤 수치를 낮추기 위해 운동을 할 것이다,' 2문항으로 모두 '1=전혀 그렇지 않다'부터 '7=매우 그렇다'까지 7점 척도로 측정되었다. 탐색적 요인분석을 통해 각 주제별 행동의도는 한 요인으로 묶였으며(각각 총 분산의 70.40%와 78.56% 설명), 문항간 신뢰도도 높은 수준을 보였다(각각 inter-item correlation = .71과 .79). 따라서 각 위험이슈에 대한 두 문항은 평균화되어 예방 행동 의도 변수를 구성하였다.

5) 통계분석: 매개된 조절 효과 혹은 조절된 매개 효과 검증

본 연구에서는 IBM SPSS 19 프로그램으로 변수 구성, 조작 점검 및 기술 통계를 검토한 후 SPSS PROCESS Macro (Hayes, 2013)를 이용하여 뉴미디어 유형을 조절변수로, 위험 특성을 독립 변수로, 개인적 대 사회적 위험 인식을 평행한 매개 변수로 하여 예방행동의도를 예측하는 조절된 매개 모형을 검증하였다. PROCESS를 통한 조건적 과정 모형은 체계적 표집 오류를 보정한(bias-corrected) 부트스트랩 방법을 사용하여 95%신뢰수준에서 신뢰구간을 제공한다(Edwards, & Lambert, 2007; Hayes, 2013). 헤이즈(2013)는 기존의 여러 모형을 통합하여 총 78개의 조절 매개 모형 혹은 조건적 과정 모형을 제시하고 있는데 본 연구는 그 중 58 번째 모형에 속한다. PROCESS는 독립변수를 1개만 지정하도록 되어 있지만 회귀분석에서처럼 다른 독립변수를 공변수로 넣음으로써 같은 효과를 볼 수 있되, 인지적 및 감정적 위험특성 변수를 교대로 독립변수와 공변수로 포함한 후 모형검증을 함으로써 최적의 모형을 선택하고자 하였다. 이 밖에 성별과 나이는 위험 인식과 연관이 있는 인구통계학적 특성이므로 공변수로 포함하였다. <그림 1>에서 제시한 이론적 개념의 모형을 PROCESS를 이용한 통계적 모형으로 제시하면 아래 <그림 3>와 같다.

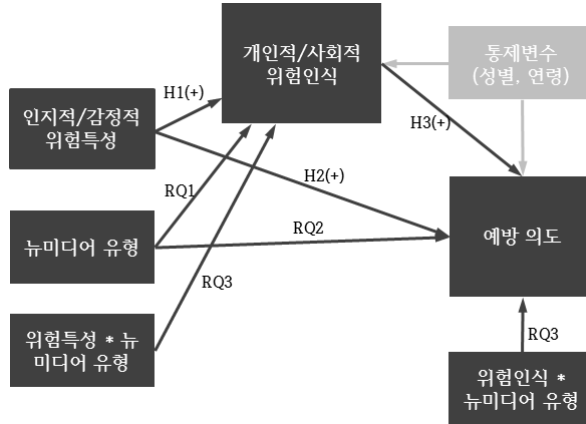


그림 3. 통계적 모형

4. 연구결과

1) 조작점검

뉴미디어 유형에 대한 조작점검은 “위의 기사는 어떤 미디어 플랫폼을 통해 전달되었습니까?”라는 질문에 대해 (1) 네이버, (2) 페이스북, (3) 트위터, (4) TV뉴스 응답문항을 제공하였다. (1)번과 (2)번을 답한 응답자들과 뉴미디어 유형을 교차분석한 결과 네이버 뉴스 조건에서는 네이버라고 대답한 응답자가 많았고(콜레스테롤과 신중플루 주제 각각 63.5%와 61.9%), 페이스북 뉴스 조건에서는 페이스북이라고 답한 응답자(각각 84.2%, 87.5%)가 많았다. 카이제곱 검정결과 이 차이는 통계적으로 유의미하였다(콜레스테롤, 카이제곱(1) = 90.57, 신중플루, 카이제곱(1) = 89.90, 모두 $p < .001$). 이로써 미디어 플랫폼 조작은 성공적이라고 보았다.

2) 모형 검증 결과

〈가설 1〉은 인지적 위험 특성(가설 1-1), 감정적 위험 특성(가설 1-2)과 (1) 개인적, (2) 사회적 위험인식과의 정적인 관계를 예측하였다. 모형 검증 결과 콜레스테롤(〈표 2〉 참조)과 신중플루(〈표 3〉 참조) 이슈 모두, 감정적 위험특성은 개인적 위험인식(콜레스테롤, 비표준화계수 $(B) = .68$, 표준오차(SE) = .06; 신중플루, $B = .67$, $SE = .05$, $p < .001$)과 사회적 위험인식(콜레스테롤, $B = .60$, $SE = .05$; 신중플루, $B = .59$, $SE = .05$, $p < .001$)에 정적인 관계가 나타났으며, 이는 통계적으로 유의미했다. 즉 위험 이슈가 치명적이고 두렵다고 느낄

수록 나 자신에게는 물론 사회에도 위험이 심각하고 영향이 크다고 인식하는 경향이 있었다. 반면 인지적 위험특성은 두 위험 이슈 모두에서 개인적, 사회적 위험인식과의 정적인 관계는 통계적으로 유의미하지 않았다. 따라서 가설 1-2만 지지되었다.

〈가설 2〉는 인지적 위험 특성(가설 2-1), 감정적 위험 특성(가설 2-2)과 예방행동의도와 의 정적인 관계를 예측하였다. 모형 검증 결과 두 위험 이슈 모두에서 감정적 위험특성은 예방행동의도와 통계적으로 유의미한 관계를 나타냈으나(콜레스테롤, $B = .14$, $SE = .04$; 신종플루, $B = .20$, $SE = .05$, $p < .001$), 인지적 위험특성과 행동의도와의 정적인 관계는 통계적으로 유의미하지 않았다. 즉 콜레스테롤과 신종플루 위험 이슈에 대해 두렵고 치명적이라고 지각한 응답자들은 예방 행동 의도가 높았던 반면, 위험 이슈가 불확실하고 잘 알지 못한다는 인지적인 위험특성은 예방 행동 의도에 별다른 영향을 주지 못했다. 따라서 가설 2-2만 지지되었다.

〈가설 3〉는 개인적 및 사회적 위험인식과 예방행동의도와의 정적인 관계를 예측하였다. 이 가설은 두 가지 위험 이슈 모두에서 지지되었다. 나 자신($B = .14$, $SE = .05$, $p < .01$; 신종플루, $B = .32$, $SE = .06$, $p < .001$),은 물론 사회전체(콜레스테롤, $B = .42$, $SE = .06$, $p < .001$; 신종플루, $B = .19$, $SE = .07$, $p < .01$)에도 콜레스테롤과 신종플루 위험이 각각 심각하고 큰 영향을 미칠 것이라고 생각할수록 행동의도도 높았다.

〈연구문제1〉은 뉴미디어 유형(온라인 포털 대 소셜 미디어)이 공중의 위험인식과 어떠한 관계가 있는지를 검증하고자 제시되었다. 모형 검증 결과 뉴미디어 유형은 콜레스테롤 이슈의 사회적 위험 인식에만 정적인 영향을 미쳤다($B = .77$, $SE = .30$, $p < .05$). 즉 같은 메시지도 소셜미디어(페이스북) 플랫폼에 담아 전달된 메시지를 본 응답자들이 콜레스테롤 이슈가 사회적으로 영향을 많이 받을 것이라고 인식하는 경향이 있었다.

〈연구문제2〉는 뉴미디어 유형(온라인 포털 대 소셜 미디어)이 예방행동의도와 어떠한 관계가 있는지를 검증하고자 제시되었다. 모형 검증 결과 뉴미디어 유형은 두 가지 위험 이슈에 대한 행동의도에 모두 통계적으로 유의미한 관계가 나타나지 않았다.

〈연구문제3〉은 뉴미디어 유형(온라인 포털 대 소셜 미디어)이 위험특성과 위험 인식의 관계를 조절할 것인지를 검증하고자 제시되었다. 모형 검증 결과 콜레스테롤 이슈의 사회적 인식에 대해서 뉴미디어 유형은 감정적인 위험특성과 부적인 상호작용 효과를 나타냈다($B = -.14$, $SE = .07$, $p < .05$).

표 2. 모형 검증 결과 (콜레스테롤 위험 이슈)

변수	매개변수모형(종속변수: 개인적 위험인식)			
	B	SE	t	p
감정적 위험특성	.68	.06	11.90	<.001
인지적 위험특성	.07	.04	1.48	.140
뉴미디어유형(소셜미디어)	.24	.36	.67	.506
감정적 위험특성 * 뉴미디어유형(소셜미디어)	-.07	.08	-.82	.412
성별	.12	.08	1.52	.130
연령	.01	.00	3.65	<.001
변수	매개변수모형(종속변수: 사회적 위험인식)			
	B	SE	t	p
감정적 위험특성	.60	.05	12.65	<.001
인지적 위험특성	.05	.04	1.34	.179
뉴미디어유형(소셜미디어)	.77	.30	2.55	.011
감정적 위험특성 * 뉴미디어유형(소셜미디어)	-.14	.07	-2.10	.036
성별	.09	.07	1.37	.173
연령	.01	.00	4.25	<.001
변수	종속변수모형(종속변수: 행동의도)			
	B	SE	t	p
개인적 위험인식	.13	.05	2.66	.008
사회적 위험인식	.42	.06	7.42	<.001
감정적 위험특성	.14	.04	3.33	.001
인지적 위험특성	-.00	.04	-.12	.907
뉴미디어유형(소셜미디어)	.11	.30	.36	.718
개인적 위험인식 * 뉴미디어유형(소셜미디어)	.18	.07	2.73	.007
사회적 위험인식 * 뉴미디어유형(소셜미디어)	-.19	.08	-2.32	.021
성별	-.05	.07	-.73	.465
연령	.02	.00	6.00	<.001

주: N = 688, B= 비표준화 계수, SE = 표준오차

표 3. 모형 검증 결과 (신종플루 위험 이슈)

변수	매개변수모형(종속변수: 개인적 위험인식)			
	B	SE	t	p
감정적 위험특성	.67	.05	12.32	<.001
인지적 위험특성	.06	.04	1.30	.193
뉴미디어유형(소셜미디어)	.00	.35	.01	.994
감정적 위험특성 * 뉴미디어유형(소셜미디어)	.01	.07	.11	.911
성별	.37	.08	4.95	<.001
연령	.01	.00	2.99	.003
변수	매개변수모형(종속변수: 사회적 위험인식)			
	B	SE	t	p
감정적 위험특성	.59	.05	12.10	<.001
인지적 위험특성	-.03	.04	-.73	.464
뉴미디어유형(소셜미디어)	-.20	.32	-.64	.522
감정적 위험특성 * 뉴미디어유형(소셜미디어)	.05	.07	.69	.492
성별	.15	.07	2.21	.028
연령	.01	.00	5.13	<.001

변수	매개변수모형(종속변수: 행동의도)			
	B	SE	t	p
개인적 위험인식	.32	.06	5.12	<.001
사회적 위험인식	.19	.07	2.64	.008
감정적 위험특성	.20	.05	4.17	<.001
인지적 위험특성	.08	.04	1.79	.074
뉴미디어유형(소셜미디어)	-.45	.31	-1.46	.143
개인적 위험인식 * 뉴미디어유형(소셜미디어)	.07	.09	.77	.441
사회적 위험인식 * 뉴미디어유형(소셜미디어)	.03	.10	.31	.757
성별	.23	.08	3.09	.002
연령	-.00	.00	-.89	.373

주: N = 693, B = 비표준화 계수, SE = 표준오차

즉 온라인 포털 뉴스(네이버)를 통해 콜레스테롤 이슈 메시지를 전달받은 응답자가 그 이슈에 대해 두렵고 치명적이라고 느낄수록 그 위험 이슈가 사회적으로 심각하게 영향을 미칠 것이라고 지각하는 경향이 있었다. 그러나 콜레스테롤의 개인적 위험 인식이나 신종플루의 위험인식에 대해서는 응답자가 그 이슈에 관한 뉴스를 온라인 포털에서 보든 소셜 미디어를 통해 보든 뉴미디어 유형의 효과는 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았다.

〈연구문제4〉는 뉴미디어 유형(온라인 포털 대 소셜 미디어)이 위험인식과 예방의도의 관계를 조절할 것인지를 검증하고자 제시되었다. 모형 검증 결과 뉴미디어 유형과 위험인식의 상호작용 효과는 콜레스테롤 위험 이슈에 대해서만 나타났다. 구체적으로 소셜 미디어를 통해 콜레스테롤 위험이슈를 접한 응답자가 그 이슈가 개인적으로 심각하고 영향력이 크다고 느낄수록 콜레스테롤이 높은 음식 섭취를 줄이고 운동을 하는 등 예방 행동의도도 높은 것으로 나타났다($B = .18, SE = .07, p < .01$). 반면 온라인 포털 뉴스를 통해 콜레스테롤 위험이슈를 접한 응답자는 그 이슈가 사회적으로 심각하고 영향력이 크다고 느낄수록 콜레스테롤이 높은 음식 섭취를 줄이고 운동을 하는 등 예방 행동의도도 높은 것으로 나타났다($B = -.19, SE = .08, p < .05$). 이 조절된 매개효과에 대한 부트 스트래핑 결과 역시 통계적으로 유의미했다(조절된 매개 지수 = $-.14, Boot SE = .06, 95\% Boot CI (-.26, -.03)$).

〈연구문제 5〉는 뉴미디어 유형을 조절 변수로 고려하여 인지적, 감정적 위험 특성과 예방 행동의도의 관계에 미치는 개인적, 사회적 위험인식의 조건적 매개 효과를 탐구하고자 하였다. 모형 검증 결과 콜레스테롤(〈표 4〉 참조)과 신종플루(〈표 5〉 참조) 이슈에서 위험인식의 조건적 매개효과는 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 콜레스테롤 이슈에서 개인적 위험인식의 조건적 매개 효과는 소셜 미디어 플랫폼을 통해 위험 뉴스를 접한 응답자 사이에서 더 컸던 반면, 사회적 위험 인식의 조건적 매개 효과는 온라인 포털 플랫폼을 통해

위험 뉴스를 접한 응답자 사이에서 더 큰 것으로 나타났다. 이러한 차이는 신종플루 이슈의 경우에는 두드러지지 않았는데, 소셜 미디어플랫폼을 통해 뉴스를 접한 응답자 사이에서 개인적 위험 인식과 사회적 위험인식의 조건적 매개 효과가 약간 더 큰 것으로 나타났다.

표 4. 조건적 매개 효과에 대한 부트 스트래핑 결과 (콜레스테롤 위험 이슈)

	뉴미디어 유형	Indirect Coefficient	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
개인적 위험인식	온라인포털 (네이버)	.09	.04	.01	.18
	소셜미디어 (페이스북)	.19	.04	.12	.29
사회적 위험인식	온라인포털 (네이버)	.25	.05	.17	.35
	소셜미디어 (페이스북)	.11	.04	.04	.19

주: 콜레스테롤 $N = 688$

표 5. 조건적 매개 효과에 대한 부트 스트래핑 결과 (신종플루 위험 이슈)

	뉴미디어 유형	Indirect Coefficient	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
개인적 위험인식	온라인포털 (네이버)	.21	.05	.12	.32
	소셜미디어 (페이스북)	.26	.07	.14	.41
사회적 위험인식	온라인포털 (네이버)	.11	.05	.03	.22
	소셜미디어 (페이스북)	.14	.06	.02	.27

주: $N = 693$

5. 결론 및 논의

1) 연구 결과와 논의

본 연구는 뉴미디어의 발달과 함께 여러 위험 이슈들이 온라인 포털과 소셜미디어를 통해 전달 및 확산되는 현실을 감안하여 위험특성, 위험인식, 그에 따른 행동의도의 관계에 뉴미디어 유형이 어떠한 영향을 미치는지를 조건적 매개 모형을 통해 검증하고자 하였다. 본 연구의 핵심 결과를 요약하면 다음과 같다: (1) 인지적/감정적 위험 특성 중 감정적 위험 특성만 개인적/사회적 위험인식, 예방 행동의도 모두와 정적인 관계가 있었다; (2) 개인적/사회적 위험인식은 모두 예방행동의도와 정적인 관계가 있었다; (3) 소셜 미디어플랫폼을 통해 전달된 콜레스테롤 위험 메시지는 직접적으로, 또한 감정적 위험특성과 상호작용하여 사회적 위험인식에 정적인 영향을 미

쳤다; (4) 소셜 미디어플랫폼을 통해 전달된 콜레스테롤 위험 메시지는 개인적 위험인식과 상호 작용하여 예방 행동의도에 정적인 영향을 미친 반면, 온라인 포털을 통해 전달된 콜레스테롤 위험 메시지는 사회적 위험인식과 상호작용하여 예방 행동의도에 정적인 영향을 미쳤다; (5) 콜레스테롤 이슈에서 개인적 위험인식이 예방행동의도에 미치는 조건적 매개 효과는 소셜 미디어조건에서 더 컸던 반면, 사회적 위험 인식의 조건적 매개 효과는 온라인 포털 조건에서 더 컸다. 핵심 결과의 함의는 다음과 같다.

우선 위험에 대한 불확실성이나 통제성, 친숙성과 관련된 인지적 차원의 위험특성보다 두려움이나 치명성과 관련된 감정적 차원의 위험 특성이 위험인식은 물론 예방 행동의도에도 정적인 관계가 있었다. 이 연구 결과는 선행 연구결과와 부분적으로 일치한다(좌보경 외, 2013; Oh et al., 2015). 예를 들어 신종 플루 위험 이슈에서 미디어의 영향을 살핀 연구(Oh et al., 2015)에서는 인지적 차원보다는 감정적 차원의 위험특성이 개인 자신은 물론 사회에 미치는 위험의 영향과 심각성을 인식하는 것으로 나타난 바 있다. 이와 비슷하게 응답자들이 발암물질 위험 주제의 특성이 두렵다고 느낄수록 개인은 물론 사회적으로도 그 위험이 심각하다고 느끼는 경향이 있었던 반면, 그 주제에 대해 잘 모르고 불확실하다는 인지적 지각은 자신 혹은 사회에 미치는 위험의 심각성과 통계적으로 유의미한 관계가 나타나지 않았다(좌보경 외, 2013). 이러한 결과는 위험 자체가 수반하는 감정적 요소 때문으로 설명해볼 수 있다. 앞에서 논의했듯이 위험 커뮤니케이션 학자들은 위험을 “위해 + 분노(outrage)”라고 정의하여 공중이 위험에 대해 느끼는 두려움, 불안, 분노, 불신 등의 감정적 반응을 강조하였다(Sandman et al., 1993). 위험에 수반되는 이러한 감정적 반응은 사람들이 위험을 지나치게 심각하게 인식하거나 회피하는 등 여러 예기치 않은 부정적 결과를 낳을 수 있다는 주장도 있었다(Loewenstein et al., 2001; Slovic, 2000). 다시 말해 불확실성은 위험이 수반하는 인지적 특성이지만, 불확실성이 수반하는 불안감과 같은 감정으로 위험 특성을 인식함으로써 위험인식 및 행동 반응에 영향을 미치게 된다는 뜻으로 해석해 볼 수 있다. 따라서 위험 커뮤니케이션의 핵심 역할로 공중의 감정적인 과민 반응을 최소화하는 것이 강조되고 있는 것이다.

한편 개인적 및 사회적 위험인식은 모두 행동의도와 정적인 관계가 있었다는 연구 결과는 신종 플루 및 조류 인플루엔자 위험 이슈(송해룡 외, 2014; 유선욱 외, 2010)나 자궁경부암 위험 이슈(조성은·유선욱, 2011)에서 위험지각과 예방 행동의도의 정적 관계를 검증한 선행연구와 일관된다. 다만 이 선행연구들은 위험 인식을 개인적, 사회적 차원으로 나누지 않고 위험을 심각하게 인식하는 정도로 위험 지각을 조작적 정의하였다는 차이가 있다. 본 연구의 경우 콜레스테롤 위험 이슈에서는 사회적 위험인식이, 신종플루 위험 이슈의 경우 개인적 위험인식이 예방

행동의도에 더 큰 영향을 주었다는 점은 주목할 만하다. 이는 개인적 및 사회적 위험인식의 역할에 차이가 있다는 점은 선행연구(좌보경 외, 2013; Paek et al., 2016)와 같지만 위험 이슈에 따라라도 사회적 위험인식이 예방의도에 더 큰 영향을 줄 수 있음을 보여줌으로써 위험 인식의 차원이 다르듯이 위험 이슈의 유형에 따라라도 개인적 및 사회적 차원의 위험인식이 다른 역할을 할 수 있음을 의미하기 때문이다. 다만 본 연구에서는 이러한 위험 이슈의 유형을 조작하지 않았기 때문에, 신종플루와 콜레스테롤 위험 이슈에 대해 결과가 다르다는 것만 파악할 수 있을 뿐 그 위험 이슈의 어떤 속성이 결과에 영향을 미쳤는지는 파악할 수 없다. 즉 사람들간에 감염될 수 있는 신종플루의 사회적 위험 속성, 개인 예방이 강조되는 콜레스테롤의 개인적 위험 속성 때문일 수도 있지만 그러한 사회적, 개인적 위험 속성으로 인한 위험의 규모 및 치명성 혹은 또 다른 속성 때문일 수도 있다.

본 연구의 핵심결과는 무엇보다 “채널”로서의 뉴미디어의 역할을 입증했다는 점이다. 뉴미디어 유형은 직접적으로 행동의도에 영향을 미치지 않았지만, 콜레스테롤 위험 이슈에 대한 사회적 위험 인식에 직접적으로, 그리고 감정적 위험특성과 상호작용하여 정적인 영향을 미쳤다. 이는 같은 메시지라도 다른 미디어에 담겨 전달되는 위험 메시지가 다르게 인식될 수 있다는 주장을 입증한다. 다만 이러한 채널로서의 뉴미디어 유형이 위험 이슈와 위험특성에 따라서 그 역할에 차이가 있으며, 자신에게 미치는 위험의 심각성보다는 사회에 미치는 심각성에 더 영향을 준다는 점은 주목할 만하다. 기존에 전통미디어를 바탕으로 위험인식에 대한 미디어 영향력을 이론화한 비개인적 영향가설(impersonal impact hypothesis)은 뉴스 미디어가 개인 자신에게 미칠 위험성보다 사회에 미칠 위험성을 인식하는데 더 영향을 준다고 설명한다(Tyler & Cook, 1984). 본 연구 결과는 이러한 뉴스 미디어의 특성을 어느 정도 입증한 셈이다. 또한 본 연구 결과는 어떠한 루머가 발생했을 때 소셜 미디어의 경우 포털 사이트 등 다른 인터넷 사이트보다 개인적 연결성, 참여, 공개성을 특징으로 하고 상호작용이 더 활발하게 이루어짐에 따라 루머가 더 급속하게 확산되는 경향이 있음을 밝힌 선행 연구(최민재, 2009)와 연결되며, 소셜 미디어의 사회적 역할을 어느 정도 입증한다.

흥미로운 것은 소셜 미디어를 통해 전달된 콜레스테롤 위험 메시지는 개인적 위험인식과 상호작용하여 예방 행동의도에 정적인 영향을 준 반면, 온라인 포털을 통해 전달된 콜레스테롤 위험 메시지는 사회적 위험인식과 상호작용하여 예방 행동의도에 정적인 영향을 주었다는 점이다. 이 결과는 소셜 미디어와 온라인 포털의 특성이 어느 정도 반영된 것으로 설명해볼 수 있다. 즉 소셜 미디어는 개인적인 미디어로 자신과 멀고 가깝게, 강하고 약하게 연결된 사람들이 정보를 공유하는 채널(최민재, 2009)이므로 개인적인 위험 인식과 더불어 행동의도에 영향을 준 반

면, 온라인 포털 뉴스의 경우 일반 사람들이 널리 활용하는 뉴스 플랫폼(한국언론진흥재단, 2016)이기에 사회적 위험인식과 함께 예방의도에 영향을 주었을 가능성이 있다. 이러한 뉴미디어 유형의 역할 차이는 개인적/사회적 차원의 위험인식이 예방의도에 미치는 조건적 매개 효과를 검증하는 과정에서 일관적으로 나타났다. 구체적으로 개인적 위험인식이 예방행동의도에 미치는 조건적 매개 효과는 콜레스테롤 이슈의 경우 소셜 미디어플랫폼(페이스북)을 통해 위험 뉴스를 접한 응답자 사이에서 더 컸던 반면, 사회적 위험 인식의 조건적 매개 효과는 온라인 포털 플랫폼(네이버)을 통해 위험 뉴스를 접한 응답자 사이에서 큰 것으로 나타난 것이다. 이는 각 뉴미디어의 특성으로 볼 때 소셜미디어는 자신에 대한 위험인식과 더불어, 온라인 포털 플랫폼은 사회 전체에 미치는 위험에 대한 인식과 더불어 예방 행동의도에 영향을 준 것으로 해석할 수 있다.

반면, 이러한 뉴미디어의 역할이 신종플루 이슈의 경우에는 뚜렷이 나타나지 않았다. 이는 위험 이슈의 유형에 따라 개인적 대 사회적 차원의 위험인식이 행동적 반응에 다른 역할을 할 수 있다는 의미다. 위험 이슈별로 결과의 차이가 있는 것은 여러 가지로 설명이 가능하다. 우선 신종플루의 경우 감염 문제 등으로 공중 대다수에게 영향을 미쳐 사회적 파급력이 큰 사회적 위험 이슈라면, 콜레스테롤은 개인의 건강에 위협을 주는 개인적 위험이슈이기에 연구 결과의 차이가 있을 수 있다. 이러한 차이는 향후 연구에서 검증되어야 하지만, 만약 이러한 차이가 만든 연구 결과라면 미디어를 통해 위험을 사회적으로 알리고 그에 대한 예방 행동의도를 유도하는 데는 개인적인 위험 이슈에서 더 큰 효과를 볼 수 있다는 함의가 나올 수 있다. 그러나 또 다른 설명으로는 매년 매 절기마다 불거지는 신종플루 위험 이슈에 대해 사람들이 더 익숙하고 이미 사회적인 이슈로 인식하고 있거나, 이러한 사회적인 이슈는 소셜 미디어로 조작된 메시지를 본 참여자들이 그 이슈가 온라인 포털 뉴스를 통해 확산 되었을 것으로 이미 추측했기 때문에 뉴미디어 유형의 유의미한 역할을 찾지 못했을 수도 있다. 이러한 몇 가지 설명은 추론일 뿐, 정확히 두 위험 이슈의 어떤 속성이 이러한 차이를 만들었는지를 밝히는 것은 본 연구의 범위 밖에 있다. 향후 연구에서 다양한 위험 이슈를 개인적 혹은 사회적 이슈로 유형화하거나 지식 혹은 친숙함의 정도에 맞게 분류한 위험 이슈에 대해 위험 인식 및 행동의도의 차이, 그리고 그 사이에서 뉴미디어의 역할을 심도 있게 탐구할 필요가 있을 것이다.

2) 연구의 한계점과 향후 연구 제안

본 연구는 몇 가지 한계점을 갖는다.

첫째, 다양한 위험 특성을 유형화하기 위해 이론적 논의(Covello et al., 2001; Slovic, 1987)와 선행연구(이나경, 2005; 좌보경 외, 2013; 차용진, 2006; Oh et al., 2015), 그리고

통계분석을 통한 경험적 증거를 바탕으로 인지적 차원과 감정적 차원의 위험특성으로 분류하였으나 인지적 위험특성의 크론바흐 알파 신뢰도 계수가 낮았다(3문항, 콜레스테롤과 신종플루 이슈에 대한 알파 계수 각각 .50 과 .60). 내적 일관성은 낮더라도 인지적 위험 특성 문항은 여전히 타당한 이유가 몇 가지 있다. 우선 본 연구에서 사용된 문항은 선행 연구에서 가져온 것이기에 액면 타당도와 내용타당도를 확보하고 있다. 또한 인지적 위험 특성 변수를 단일 문항으로 구성한 후 분석을 하여도 결과는 다르지 않았다. 마지막으로 감정적 위험 특성이 인지적 위험 특성에 비해 공중에 반응에 더 큰 역할을 한다는 본 연구의 결과는 선행연구(좌보경 외, 2013; Oh et al., 2015)와 일치한다는 점에서 예측 타당도도 어느 정도 입증되었다고 볼 수 있다. 한편, 인지적 위험 특성 문항간의 내적 일관성이 낮다는 것은 그 변수를 구성하는 속성들이 일치원이 아닌 다차원적임을 의미할 수 있다(Sijtsma, 2009; Tavakol & Dennick, 2011). 그럼에도 지각된 위험 특성의 실무적인 활용도를 높이기 위해서는 다차원의 위험특성을 지속적으로 분류하고 이론화하는 작업이 필요하다.

둘째, 본 연구는 뉴미디어가 위험 특성, 위험 인식, 행동 의도간의 관계에 미치는 영향을 살피는 데 있어 연구 결과를 위험 이슈에 일반화하려는 목적으로 두 가지 다른 위험 이슈를 사용하였지만 연구 결과가 이슈별로 상이했다. 왜 이러한 차이가 있었는지를 앞에서 몇 가지 추론해보았는데, 그 외에도 두 이슈의 예방 행동 의도에 대한 조작적 정의에 차이가 있기 때문에 연구 결과에 차이가 있었을 수도 있다. 즉 콜레스테롤 이슈의 경우 콜레스테롤 수치를 낮추기 위한 개인의 예방적 행동(고기를 덜먹고 운동을 더하는 등)으로, 신종플루 이슈의 경우 공공장소에 가거나 대중교통 이용을 삼가는 등 사회적인 행동으로 다르게 정의되었기 때문일 수도 있다. 이는 각 위험 이슈에 맞는 예방 행동으로 조작화하려는 목적이었지만, 향후 연구에서는 다양하되 일관된 행동 의도 문항을 사용하여 연구 결과가 같은 지를 확인할 필요가 있다.

셋째, 본 연구는 실험 연구로 실험 참여자를 뉴미디어 유형 조건에 무작위 할당하였기 때문에 여러 외부 요인을 통제하지 않았다. 그러나 페이스북이나 네이버 포탈 이용 정도 등 실험 결과에 영향을 줄 수 있는 외부 요인을 측정하지 않아서 이용 정도가 조건 당 균등했는지 알 수 없다는 한계가 있다. 향후 연구에서는 내적 타당도에 위협을 줄 수 있는 여러 외부 요인을 함께 측정하고 통제된 후에도 본 연구 결과와 일관되는지 살펴볼 필요가 있다.

마지막으로 본 연구는 위험 커뮤니케이션에서 “채널”로서 뉴미디어의 역할을 살펴보는 것이 목적이었으나 두 가지 대표적인 뉴미디어인 페이스북과 네이버 포탈을 선택하여 “플랫폼”의 역할을 살펴보는 것에 그쳤다. 위험커뮤니케이션에서 뉴미디어가 차지하는 역할이 점차 커지는 상황에서 향후 연구에서는 더욱 다양한 뉴미디어의 유형을 활용하여 채널 효과를 검토할 것을 제안한다.

3) 결론과 함의

이러한 몇 가지 제한점에도 불구하고 본 연구는 이론적, 실무적으로 기여한다. 이론적으로는 비개인적 영향 가설, 차별적 영향 가설 등 미디어가 위험인식에 미치는 영향에 대한 기존의 이론적 논의가 TV 등 전통 미디어와 뉴스 대 오락물 등 미디어 “내용”에 한정되어 있었다면, 본 연구는 이러한 이론적 논의를 뉴미디어 영역으로 확장하고 “채널,” 더 정확히는 플랫폼의 효과를 검토했다는 함의가 있다. 또한 기존에 단편적으로 진행되어 온 위험특성과 위험 인식의 관계, 위험 인식과 행동의도의 관계를 뉴미디어 유형과 함께 조건적 과정 모형으로 검증함으로써 이 주요 개념들의 관계를 함께 검증했다는 함의도 있다.

실무적으로 연구 결과는 같은 메시지라도 어떤 미디어의 플랫폼을 통해 전달되느냐에 따라 그 메시지의 영향력이 달라 질 수 있음을 입증함으로써 위험 소통 전문가들에게 전략적인 미디어 활용을 제안한다. 구체적으로 소셜 미디어를 통해 공유되는 위험 메시지는 개인적인 위험 인식을 높여 행동의도를 유도하는 반면, 이러한 위험 메시지는 온라인 포털 뉴스를 통해 사회적으로 인식을 확산시켜 예방 행동을 유도할 수도 있을 것이다. 다양한 위험 이슈가 빈번하게 불거지는 현대 사회에서 위험 소통 전문가들은 위험 소통의 명확한 목표를 가지고 위험 이슈를 충분히 이해한 후, 그 이슈를 효과적으로 전달할 수 있는 메시지를 개발하고 그 메시지에 적합한 매체를 전략적으로 선택하고 활용해야 할 것이다.

참고문헌

- 김경희·송대중·최재욱 (2013). 휴대전화 전자파 위험인식과 리스크커뮤니케이션. <한국전자통신학회 논문지>, 8권 7호, 1065-1074.
- 김미경·이은지 (2016). 메르스(중동호흡기 증후군)에 대한 뉴스이용매체와 뉴스이용정도, 뉴스신뢰도가 건강보호 행위의도에 미치는 영향에 관한 연구: 보호동기이론을 중심으로. <미디어와 공연예술연구>, 11권 1호, 119-144.
- 김영욱·이현승 (2014). 미디어 레퍼토리, 위험특성과 위험커뮤니케이션 인식이 원자력 수용에 미치는 영향. <한국위기관리논집>, 10권 4호, 1-26.
- 김영욱·이현승·이혜진·장유진 (2015). 미세먼지 위험에 대한 수용자의 인식과 의견 형성에 관한 연구. <한국언론정보학보>, 72호, 52-91.
- 도선재 (2018). 20년간 국내 뉴미디어 연구의 지적 구조: '광고학연구'의 저자 동시인용 분석과 사회연결망 분석을 중심으로. <광고PR실학연구>, 11권 1호, 36-63
- 김철오 (2015, 6, 2). "휴~ 냉장고에서 낙타유 꺼내 마실 뻔했네"... 메르스 경고문에 패러디 붓물. <국민일보>. URL: <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0009503853&code=61121111&c p=du>
- 백혜진·양지혜 (2017). 절대적 대 상대적 위험 제시 형식, 정보원 신뢰도, 수리 문해력이 공중의 위험 인식과 행동 의도에 미치는 영향. <홍보학연구>, 21권 3호, 31-62.
- 송해룡·김원제·조항민 (2005). 과학기술 위험보도에 관한 수용자 인식 연구. <한국언론학보>, 49권 3호, 105-128.
- 송해룡·김찬원·김원제 (2014). 조류인플루엔자에 대한 공중의 위험관여도, 위험인식, 심각성 지각과 예방행동 의도의 관계. <한국위기관리논집>, 10권 5호, 33-49.
- 신동희 (2014). 인터넷 포털의 저널리즘적 역할에 관한 고찰. <커뮤니케이션 이론>, 10권 1호, 169-212.
- 안종묵 (2011). 인터넷 포털미디어의 저널리즘 특성에 관한 고찰. <언론과학연구>, 11권 1호, 187-218.
- 오희영·조아라·박정아·길은하 (2015). 메르스 확산 초기 인터넷 포털 사이트에 보도된 메르스 예방 식품 기사의 내용 분석 및 질 평가. <Korean Review of Crisis & Emergency Management>, 11권 1호, 167-184.
- 유선욱·박계현·나은영 (2010). 신종플루 메시지에 대한 심리적 반발과 공포감이 예방행동의도에 미치는 영향. <한국언론학보>, 54권 3호, 27-53.
- 이나경 (2005). 위험지각의 심리적 차원. <인지과학>, 16권 3호, 199-211.

- 이민영 (2014). 일본 방사능 유출 초기의 위험 기사와 댓글이 위험인식에 미치는 영향. <미디어 경제와 문화>, 12권 1호, 119-153.
- 이정훈 · 김수경 (2013). 뉴미디어 환경 속성이 자기효능감 및 모바일 마켓플랫폼 매력도에 미치는 영향. <Journal of Information Technology Applications & Management>, 20권 4호, 315-338
- 전중우 (2012). 미디어 이용이 소비자 위험지각과 일본산 제품에 미치는 영향. <광고학연구>, 23권 1호, 301-317.
- 조성은 · 유선욱 (2011). 위험지각태도와 규범이 자궁경부암 예방행동의도에 미치는 영향에 대한 연구. <홍보학연구>, 15권 1호, 58-98.
- 좌보경 · 윤문영 · 백혜진 (2013). 미디어, 지각된 위험 특성, 위험 인식의 관계에 대한 연구. <홍보학연구>, 17권 4호, 72-109.
- 주영기 · 유명순 (2011). 한국 언론의 신종플루 보도 연구. <한국언론학보>, 55권 5호, 30-54.
- 질병관리본부 (2016). 메르스(Middle East Respiratory Syndrome Coronavirus : MERS).
URL: <http://cdc.go.kr/CDC/health/CdcKrHealth0101.jsp?menuIds=HOME001-MNU1132-MNU1147-MNU0746-MNU2419&fid=7952&cid=68870>
- 차용진 (2006). 위험 인식 연구: 심리측정패러다임의 신뢰성 및 타당성 검토, <한국정책과학회보>, 10권 4호, 181-201.
- 차용진 (2007). 위험인식과 위험분석의 정책적 함의. <한국정책과학회보>, 16권 1호, 97-117.
- 최민재 (2009). 소셜미디어의 확산과 미디어 콘텐츠에 대한 수용자 인식연구. 한국언론정보학회 가을철 정기학술대회. 5-31.
- 한국언론진흥재단 (2015). <2015 언론수용자 의식조사>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국언론진흥재단 (2016). <2016 언론수용자 의식조사>. 서울: 한국언론진흥재단.
- Adams, J. (1995). *Risk*. London: UCL Press.
- Covello, V. T., Peters, R. G., Wojtecki, J. G., & Hyde, R. C. (2001). Risk communication, the West Nile virus epidemic, and bioterrorism: responding to the communication challenges posed by the intentional or unintentional release of a pathogen in an urban setting. *Journal of Urban Health*, 78(2), 382 - 391.
- Edwards, J. R., & Lambert, L. S. (2007). Methods for integrating moderation and mediation: a general analytic framework using moderated path analysis. *Psychological Methods*, 12, 1-22.
- Fischhoff, B., Slovic, P., Lichtenstein, S., Read, S., & Combs, B. (1978). How safe is safe

- enough? A psychometric study of attitudes towards technological risks and benefits. *Policy Sciences*, 9(2), 127-152.
- Green, S. B., Lissitz, R. W., & Mulaik, S. A. (1977). Limitations of Coefficient Alpha as an index of test unidimensionality. *Educational and Psychological Measurement*, 37(4), 827 - 838.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York, NY: Guilford Publications.
- Hennig-Thrau, T. C., & Malthouse, E. (2010). The impact of new media on customer relationships. *Journal of Service Research*, 13, 311-330.
- Hove, T. & Paek, H. J. (2015). Effects of risk presentation format and fear message on laypeople's risk perceptions. *Journal of Public Relations*, 19(1), 162-182.
- Hove, T., Paek, H. J., Yoon, M., & Jwa, B. (2015). How newspapers represent environmental risk: the case of carcinogenic hazards in south korea. *Journal of Risk Research*, 18, 1320-1336.
- Johnson, B. B., & Covello, V. T. (1987). *The social and cultural construction of risk: Essays on risk selection and perception*. Dordrecht: Reidel.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York, NY: McGraw Hill.
- Liu, B. F., Austin, L., & Jin, Y. (2011). How publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information form and source. *Public Relations Review*, 37, 345 - 353.
- Loewenstein, G. F., Weber, E. U., Hsee, C. K., & Welch, N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin*, 127, 267 - 286.
- Oh, H. J., Hove, T., Paek, H. J., Lee, B. K., Lee, H., & Song, S. (2012). Attention cycles and the H1N1 pandemic: A cross-national study of U.S. and Korean newspaper coverage. *Asian Journal of Communication*, 22, 214 - 232.
- Oh, S. H., Paek, H. J., & Hove, T. (2015). Cognitive and emotional dimensions of perceived risk characteristics, genre-specific media effects, and risk perceptions: the case of H1N1 influenza in South Korea. *Asian Journal of Communication*, 25, 14-32.
- Paek, H.-J., Hilyard, K., Freimuth, V., Barge, K., & Mindlin, M. (2010). Theory-based

- approaches to understanding public emergency preparedness: Implications for effective health and risk communication. *Journal of Health Communication*, 15, 428-444.
- Paek, H. J., Oh, S. H., & Hove, T. (2016). How fear-arousing news messages affect risk perceptions and intention to talk about risk. *Health Communication*, 31, 1051-1062.
- Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Assessing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42, 185-227.
- Sandman, P. M. (1989). Hazard versus outrage in the public perception of risk. In V. T. Covello, D. B. McCallum, & M. T. Pavlova (Eds.), *Effective Risk Communication: The Role and Responsibility of Government and Nongovernment Organizations*. New York, NY: Plenum.
- Sandman, P. M., Miller, P., Johnson, B. B., & Weinstein, N. D. (1993). Agency communication, community outrage, and perception of risk: Three simulation experiments. *Risk Analysis*, 13, 585-598.
- Schultz, F., Utz, S., & Göritz, A. (2011). Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media. *Public Relations Review*, 37, 20-27.
- Sjöberg, L. (2003). The different dynamics of personal and general risk. *Risk Management*, 5, 19 - 34.
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 23(6), 280-285.
- Slovic, P. (2000). *The Perception of Risk*. London: Earthscan.
- Snyder, L. B. & Rouse, R. A. (1995). The media can have more than an impersonal impact: The case of AIDS risk perceptions and behavior. *Health Communication*, 7(2), 125-145.
- So, J., Cho, H., & Lee, J. (2011). Genre-specific media and perceptions of personal and social risk of smoking among South Korean college students. *Journal of Health Communication*, 16, 533-549.
- Sijtsma, K. (2009). On the use, the misuse, and the very limited usefulness of Cronbach's Alpha. *Psychometrika*, 74, 107 - 120.

- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education, 2*, 53 - 55.
- Tyler, T. R., & Cook, F. L. (1984). The mass media and judgments of risk: Distinguishing impact on personal and societal level judgments. *Journal of Personality and Social Psychology, 47*(4), 693-708.
- Utz, S., Schultz, F., & Glocka, S. (2013). Crisis communication online: How medium, crisis type and emotions affected public reactions in the Fukushima Daiichi nuclear disaster. *Public Relations Review, 39*, 40-46.
- Walaski, P. (2011). *Risk and Crisis Communication: Methods and Messages*. New York, NY: Wiley.

최초 투고일 2018년 2월 9일
게재 확정일 2018년 5월 11일
논문 수정일 2018년 6월 2일

Abstract

How New Media Platform Affects the Relationships among Risk Characteristics, Risk Perceptions, and Preventive Behavioral Intentions

A Test of Conditional Process Model.

Hye-Jin Paek

Professor, Department of Advertising & Public Relations at Hanyang University

This study explores how new media platform affects the relationships among risk characteristics, risk perceptions, and preventive behavioral intentions (PBI). An online experiment was conducted among 1,381 Korean adults nationwide with manipulated news messages on new influenza and cholesterol risk issues that are delivered via Facebook versus Naver portal. A test of conditional process models indicated the following: (1) Emotional, but not cognitive, risk characteristics had positive relationships with personal-/societal- level risk perceptions (PRP/SRP) and PBI; (2) PRP and SRP both had positive relationships with PBI; (3) Cholesterol risk messages on Facebook platform had positive effects on only SRP, directly and by interacting with emotional risk characteristics; (4) Cholesterol risk messages on facebook had positive interaction effects with PRP, while the messages on Naver portal had positive interaction effects with SRP, on PBI; (5) PRP had larger conditional indirect effects than SRP on PBI when cholesterol risk messages were delivered on Facebook, while SRP had larger effects when the messages were on Naver portal.

Keywords: New media platform, risk characteristics, risk perceptions, risk communication, conditional process model