

## 03

## 정서적 이슈와 디지털 액티비즘 연구: 이슈 관여와 유발 경로를 중심으로\*

### •이준희\*\*

이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어 연구소 연구원

### •차희원\*\*\*

이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 교수

**본** 연구에서는 이슈 특성이 공중에게 활성화하는 인지적 관여와 정서적 관여의 수준에 따라 공중 행동이 다르게 영향을 받는다고 보았으며, 인지적 관여 중심의 연구에서 벗어나 정서적 관여에 집중하였다. 연구를 통해 정서적 관여 수준이 우세하게 활성화되고, 인지적 관여 수준이 덜 활성화 되는 정서적 이슈가 디지털 액티비즘을 유발하는 경로를 확인하였다. 이 과정에서 디지털 액티비즘 유발 경로에 영향을 미치는 다양한 변인들-분노, 불안과 같은 감정 요인과 주관적 규범, 태도, 효능감, 경제적 효용과 같은 인지 요인, 그리고 편향, 열망, 사회적 동조, 공감과 참여효능감 같은 촉발 요인-에 대해 살펴보았다. 온라인 설문조사 형식을 통해 245명의 피험자를 대상으로 준 실험을 진행하였다. 연구 결과, 정서적 이슈에서는 기존 연구를 기반으로 예측한 바와 같이 감정 요인에서 인지 요인으로의 인과적 영향 관계가 나타났으며, 디지털 액티비즘에 감정 요인이 주요하게 영향을 미치는 것이 확인되었다. 촉발 요인들 또한 감정 요인, 인지 요인과 디지털 액티비즘 사이에서 통계적으로 유의미한 매개효과를 보였다.

주제어 : 이슈 유형, 정서적 관여, 정서적 이슈, 디지털 액티비즘, 감정 요인, 인지 요인, 촉발 요인

\*이 논문은 이준희의 박사학위 논문(2022)의 일부 데이터를 활용하여 재분석한 것임.

\*\*제1저자 (junepaper2022@gmail.com)

\*\*\*교신저자 (heewon@ewha.ac.kr)

▶투 고 일 : 2022년 03월 01일  
▶심 사 일 : 2022년 03월 16일  
▶게재확정일 : 2022년 05월 10일

## 1. 연구 목적 및 문제제기

2019년 11월 중국에서 최초 보고되어 2020년 3월 세계보건기구(WHO)가 세계적 대유행인 “팬데믹”을 선언<sup>1)</sup>한 COVID-19는 이후 현재까지 우리의 건강과 안녕한 복지를 위협하고 있다. 연구자들에 따르면 공중은 자신의 생존과 직결되거나 복지 또는 안녕한 삶에 위협을 받는 이슈나 상황에 대해 감정적으로 빠르게 활성화되고, 이를 바탕으로 판단을 내리고 행동을 수행하게 된다(Chaudhuri, 1998; Lee & Kim, 2000; Townsend & Campbell, 2004). 예를 들어 식음료와 관련된 이슈는 공중들에게 강렬하면서도 즉각적인 감정적 반응을 유발하고, 건강에 위협이 되는 상황 또한 공중들이 감정적으로 신속하게 각성하여 행동하게 한다(Anderson, 2006; Sung & Park, 1995). 학자들은 이를 이슈의 속성과 공중의 관여를 통해 설명할 수 있다고 보았다. 히스와 동료 학자들(Heath & Douglas, 1991; Heath, Liao, & Douglas, 1995)은 이슈의 경제성을 언급하며, 공중은 자신의 이득손실에 영향을 받는다고 판단되면 관여 수준이 높아지고 이는 행동을 유발할 가능성을 높이며(Heath & Douglas, 1991), 공중이 인지적으로 고관여 상태일 때 적극 행동을 취한다고 주장하였다. 공중이 특정 이슈와 관련하여 특정 행동을 한다는 것은 다시 말해 특정 이슈들은 공중이 특정한 방향으로 판단하고 행동하도록 영향을 미칠 수 있

다는 것을 의미한다고 할 수 있다. 기존의 이슈와 관여 연구의 다수가 공중이 이슈에 대한 상황을 어떻게 받아들이는지를 중심으로 연구되었으나, Heath를 비롯한 동료 연구자들은 이슈의 특성이 공중의 관여를 활성화할 수 있는 요인이며, 공중의 행동에도 영향을 미칠 수 있다고 보았다(Bae, 2006; Heath & Douglas, 1991; Heath et al., 1995; Sung, Sung & Cho, 2010). 실제로 우리는 생활 속에서 어떤 이슈에 대해서는 손익 판단을 우선한 뒤 감정에 대해 고려하고 행동하는 반면, 어떤 이슈에 대해서는 소위 “앞뒤 가리지 않고” 강렬한 감정적 반응에 기반하여 행동하기도 한다. 우리는 생활 속 다양한 상황에서 논리적, 체계적인 인지적 정보처리가 아닌 감정적 반응이 우선하여 판단이나 행동을 결정하는 경우를 빈번하게 경험하지만, 관여와 공중 행동과 관련한 기존 연구의 상당수는 공중의 행동 유발 경로를 “선(先)인지-후(後)정서의 인과관계”를 가진다고 보았으며(Choi & Kim, 2011; Greenwald & Leavitt, 1984; Perse, 1990), 감정적 반응이 우월하게 작용하여 공중의 행동을 유발하는 과정이나 경로에 관한 연구는 여전히 부족하다.

한편 디지털 시대의 공중은 디지털 인프라를 활용하여 자신이 접하는 다양한 사회의 이슈를 살피고, 해당 이슈들이 부당하거나 불공정한 문제 상황의 원인 또는 개선이 필요한 상황의 원인이 될 경우, 이를 해결하기 위해 자신이 활용 가능한 디지털 자원을 적극적으로 활용하여 커뮤니케이션 활동을 수행한다(Seo, 2016). 이러한 커뮤니케이션 활동은 현실의 문제를 해결하기 위해 공중이 의견을 제시하고 개인으로 또는

1) 정영훈. (2020.03.07). 코로나19 세계적 대유행 ‘팬데믹’이란 무엇입니까? (KBS) <https://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=4400004>

연대하여 행동한다는 점에서 PR 커뮤니케이션 학자들이 주장하듯 일종의 액티비즘(activism)<sup>2)</sup>이라 할 수 있다. 가장 폐쇄적인 조직 중 하나인 군대에서도 SNS를 통해 COVID-19 자가 격리자들의 부실 도시락, COVID-19 백신 접종 불만 상황 등이 폭로되면서 군 당국은 신속하게 이에 반응하고 대응 방안을 제시하였다.<sup>3)</sup>

최근 정부는 COVID-19의 오미크론 변이 대유행이 시작되자 기존의 선별 검사소를 통한 PCR 검사에 앞서 공중 개개인이 자가진단키트를 사용하여 양성인 확인될 때만 PCR 검사를 진행하는 것으로 대응 정책을 변경, 공지하였다. 이에 자가진단키트 구매 대란이 발생하였는데, 일부 온라인 판매자들이 자가진단키트 수요가 증가하자 가격을 올리고 기존 구매자들의 구매를 일방 취소하는 사례<sup>4)</sup>도 발생하였다. 이에 소비자들은 청와대 국민청원 게시판에 판매자의 처벌을 요청하는 청원글을 게시하고, 모바일 오픈 채팅방에서 500여 명 이상의 피해자들이 연대하여 집단 소송을 준비 중이다. 또한 최근 유명 도넛 프랜차이즈 브랜드의 제조 공장에서 비위생적인 제조 과정이 뉴스 방송 제보를 통해 보도된 뒤, 소비자들이 국민 청원을 통해 해당 기업에 대한 강력한 조사와 처벌을 요구하기도 하였다. 이에 뉴스 보도 초기에 조작된 제보라

고 대응하던 해당 기업은 사죄와 개선을 약속하는 입장문을 내었다.<sup>5)</sup> 디지털 인프라를 통한 집단행동은 곧 디지털 액티비즘이라고 볼 수 있는데, 이처럼 디지털 액티비즘은 우리의 일상이 되어가고 있으나, 이에 관한 연구는 아직 부족한 편이다.

이상의 논의를 바탕으로, 이슈의 특성이 공중의 특정 관여를 활성화할 수 있고, 이를 통해 공중의 판단이나 행동에도 영향을 줄 수 있으며, 이러한 공중의 집단행동을 액티비즘이라 본다면, 결국 이슈의 특성이 공중의 관여를 활성화시켜 공중의 디지털 액티비즘 참여에도 영향을 미칠 것이라 유추해 볼 수 있다. 그리고 이러한 이슈 중 특히 공중의 감정을 강렬하게 활성화시키는 이슈와 문제 상황에 대한 조직의 대응 전략은 공중의 체계적, 심층적 정보처리를 활성화시키는 이슈와는 분명 달라야 할 것이다. 공중은 감정적으로 강렬하게 반응함에도 조직이 이를 논리적, 합리적 정보만을 제시하여 커뮤니케이션하면서 갈등 상황이 더욱 악화되고, 공중의 부정적 반응과 격렬한 집단행동이 강화된 사례를 우리 주위에서 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 2011년 일본 쓰나미 사태 이후 일본산 수입 식료품에 대한 국민의 부정적 반응에 정부 기관은 ‘기준치를 넘지 않았다’라는 논리적 정보만을 강조<sup>6)</sup>하였고, 이에 소비자들과 시민단체들은 단일한 정부 대응에 대한 항의 기자회견, 일본 대

2) activism은 선행 연구에서 행동주의로 번역되어 사용되는 경우가 많으나 본 논문에서는 behaviorism과 구분하기 위해 ‘액티비즘’으로 표기한다. 이와 관련한 자세한 설명은 “2 이론적 논의”의 3) 정서적 이슈와 디지털 액티비즘(p.7-10)에서 후술하기로 한다.

3) 윤샘이나(2021.05.04). "폭로하면 바뀐다" 줄 잇는 제보...군 간부들은 대응 급급. <JTBC 뉴스> [https://news.jtbc.joins.com/article/article.aspx?news\\_id=NB12003016](https://news.jtbc.joins.com/article/article.aspx?news_id=NB12003016)

4) 김태현 (2022.02.17). 자가검사키트 구입 ‘일방취소’ 당한 소비자들 ‘분노’...“소송까지 검토”. <아이뉴스24>. <https://www.inews24.com/view/1452550>

5) 배규민 (2021.10.13). ‘위생 논란’ 유명 도넛, 국민청원 등장...“모든 공장 철저히 조사”. <머니투데이> <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2021101314095155648>

6) 허현아. (2011.03.24). “일본산식품 국내 기피현상은 과민반응”. <파이낸셜뉴스>. <https://www.fnnews.com/news/201103241637568284?y>

사관 앞 항의 시위, 일본 식품 불매운동 등을 진행하면서 갈등은 더욱 고조<sup>7)</sup>되었다. 공중에게 식음료와 관련한 이슈는 논리적, 합리적 정보처리를 위한 인지적 관여가 활성화되는 유형의 이슈가 아니라 감정적, 즉각적 반응과 밀접한 정서적 관여가 우세하게 활성화되어 판단과 행동에 영향을 미치는 유형의 이슈임에도 정부 조직은 이를 논리적, 합리적 방향으로 대응하였기 때문이다.

이처럼 이슈 특성에 따라 공중에게 더욱 활성화되는 관여 유형을 파악하고 이슈 상황이 위기로 확산되기 전에 적절한 예방 전략을 제시하거나, 이슈 유형에 따라 달라지는 공중의 판단 및 행동 유발 경로를 고려한 공중 관계 관리 전략을 도출하는 것은 학문적, 실무적으로 모두 중요하다. 또한 공중의 디지털 집단행동, 즉, 디지털 액티비즘이 어떠한 변인들에 영향을 받고, 변인 간 영향 관계를 어떠한지 살펴보는 것은 일상이 디지털화된 현재의 사회적, 시대적 상황을 고려할 때 학문적, 실무적 연구가 더욱 활발하게 이루어질 필요가 있다. 따라서 본 연구는 이러한 실무적, 학문적, 시대적 연구 필요성을 고려하여 이슈의 특성이 활성화하는 관여 중에서도 특히 정서적 관여를 활성화하는 이슈가 공중의 디지털 액티비즘에 어떻게 영향을 미치는지 살펴보고, 디지털 액티비즘이 유발되는 경로에 주요하게 영향을 미치는 변인을 확인하고,

변인 간 영향 관계를 파악해보고자 한다. 그리고 이를 통해 공중의 판단 및 행동에 중요한 영향을 미침에도 기존 연구에서 다소 소홀히 다루어진 정서적 관여의 중요성을 확인하고, 이를 PR 커뮤니케이션 분야의 다양한 변인들과 접목하여 학문적 경계를 넓히며, 관여와 디지털 액티비즘 관련 논의의 확장에 기여하고자 한다. 그리고 실무적으로도 이슈가 위기로 발전되기 전의 초기 단계에서 조직이 공중의 디지털 액티비즘 유발 메커니즘을 파악하여 위기 예방 전략을 도출할 수 있는 참고자료로써 조직의 PR 커뮤니케이션 도움이 되고, 학문적으로 연구의 경계 확장에 기여하고자 한다.

## 2. 이론적 논의

### 1) 이슈와 정서적 관여

이슈에 대한 정의는 연구자들에 따라 약간의 차이를 보이기는 하나, 대체로 조직의 내, 외부에서 발생하는 갈등 내지는 풀리지 않는 문제 등으로 정의된다(Hainsworth, 1990). 선행 연구를 통해 학자들은 이슈의 유형을 공중의 관심 분야, 공중의 관련 경험, 이슈 범위, 목적 또는 이슈 중요도 등 다양한 기준으로 분류하고 있다. (Heath et al., 1995; Heunks, 1991; Sung et al., 2010; Yoon & Cha, 1999).

이슈 자체의 속성에 따른 이슈 유형 구분에 좀 더 집중한 연구자들은 공중이 행동하고 반응하게 하는 이슈의 특성이 있다고 보았다. Yoon과 Cha(1999)는 이슈와 관련한 이익이 추상적

7) 박소희, 유성호. (2013.09.02). '방사능 공포' 정부는 안심하러지만 국민은 "못 믿겠다". <오마이뉴스>. [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0001902380](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0001902380)

8) 최예음, 류재광. (2014.03.31.) 기준치 이하 방사능 노출 정말 안전인가?. <오마이뉴스>. [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0001975100](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0001975100)

이고 비(非)물질적이며, 사회적 영향력이 큰 이슈는 공익적 이슈로, 사회적 영향력이 적고 물질적 이익과 관계된 이슈는 경제적 이슈라 분류하고 이슈가 경제적 속성을 보일 때 공중이 더 적극적인 정보 추구 행동을 보인다고 하였다. Heath et al.(1995)의 연구에서도 이슈와 관련한 경제적 이익과 손해에 따라 공중들이 동일한 이슈에 대해 태도와 행동이 달라지는 것을 확인할 수 있었다. 한편, 공중의 정서적 반응을 더욱 쉽게 유발하는 또는 자극하는 이슈에 관한 연구도 다수 진행되었는데, Anderson(2006)은 식품의 안전성과 관련한 이슈는 공중의 삶과 밀접하게 관련되어 있고 영향을 미치기 때문에 공중 모두가 관심을 가지며 더욱 감정적으로 대응하기 쉬운 특성이 있다고 보았다. Lee와 Kim(2000)은 공중들이 자신의 복지(well-being)와 관련된 이슈의 해결 과정에서 부정적 감정을 더욱 잘 느끼고, 이러한 부정적 감정들이 특정 행동으로 이어지는 경우가 빈번하다고 보았다. Ko와 Song(2010)은 미국산 쇠고기 수입 반대 시위 사례 분석을 통해, 식품과 같이 실생활과 밀접하게 연결된 이슈들이 공중의 정서적 반응과 자발적 항의 참여 등을 더욱 쉽게 유발한다고 보았다. 이처럼 연구자들은 이슈의 속성이나 본질적 특성 또는 유형이 공중의 인식과 판단, 행동에 영향을 미치는 주요한 요인 중 하나라고 보았다(Son & Sung, 2013).

이처럼 이슈 자체의 특성이 공중들에게 특정한 판단과 행동을 취하는 데 영향을 미칠 수 있다는 것은, 마치 제품이나 서비스의 특정 속성 자체가 소비자의 구매 행동에 직, 간접적으로 영향을 주어 소비자의 관여를 활성화하고 구매

행동까지 유발하는 것과 유사한 맥락으로 이해할 수 있다. 즉, 이슈의 경제성이 공중의 인지적 관여를 높여 인지적 정보처리를 활성화하거나, 식품이나 복지 이슈가 공중의 정서적 반응(또는 부정적 감정 유발)을 더 쉽게 유발한다는 것은 이슈 자체가 인지적 또는 정서적 관여를 활성화하고, 공중의 판단과 행동에도 영향을 미칠 수 있음을 의미한다고 볼 수 있다.

관여(involve)는 특정한 자극으로 유발된 개인적 중요성 또는 관심 수준을 의미(Antil, 1984)하는데, 오랜 시간 학자들은 공중의 행동을 예측하기 위해 다양한 학문적 논의를 발전시켜왔고, 공중 행동에 주요하게 영향을 미치는 요인으로 관여를 다루어왔다. 주로 소비자 행동을 설명하기 위해 경제 이론, 심리 이론, 사회 이론 등 다양한 학문 분야에서 논의되었다(Antil, 1984; Krugman, 1965). PR 커뮤니케이션 분야에서 관여는 상황이나 메시지 등 특정 자극으로 유발되어 개인의 판단 및 결정에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 여겨져 왔다(Kim et al., 2012).

Petty와 Cacioppo(1979)는 관여를 수준에 따라 고관여와 저관여로 분류하여 연구를 진행하였고, Vaughn(1980, 1986)은 두뇌세분화이론에 근거하여 사고(thinking)와 기분(feeling)을 분리하고 이를 다시 관여 수준에 따라 총 4개 유형으로 분류하여 FCB 그리드 모델(FCB Grid Model)을 제시하였다. 기존의 관여 연구는 주로 인지적 관여 중심으로 논의되었으며, PR 커뮤니케이션 분야의 관여 연구 또한 크루그만(Krugman, 1965)이 정서적 상태에 대한 고려가 배제된 인지적 과정과 연결하여 논의한 것에

서부터 활성화되었기에 주로 인지적 관여 위주의 연구(Lee, 1991)가 진행되어왔다. 그러나 기존의 관여 관련 연구가 지나치게 인지 중심으로 다루어졌으며(Lee, 1991; Sojka & Giese, 1997), 공중이 실제 판단하고 행동할 때 인지와 정서가 완벽하게 분리되어 작용하지 않는다(Zaichkowsky, 1985)는 지적이 대두되면서 관여 연구는 수준에 의한 구분뿐 아니라 유형의 세분화에 대한 논의로 발전되었다. Park과 Young(1983)은 인지적 관여(cognitive involvement)와 정서적 관여(affective involvement)를 구분하되, 각 관여가 단독으로 작용하는 것이 아니라 동시에 작용할 수 있으며 어느 한쪽의 관여가 좀 더 우세하게 작용하는 것이라고 보았다. Sojka와 Giese(1997)는 기존 연구들이 주로 인지에서 정서로의 인과적 순서를 추정해 왔음을 언급하면서, 순서보다 어떤 것이 우세하게 작용하는지가 더 중요하다고 보았다. Kim과 Sung(2009)은 공중들의 구매 결정에 인지적 관여와 정서적 관여가 유의미한 상관관계를 가지며, 제품이나 브랜드에 따라 더욱 활성화되는 관여가 차이를 보임을 확인하였다. 이처럼 인지적 관여와 정서적 관여는 공중이 상황이나 자극을 접하고 판단과 결정을 내리고 행동을 취하는 과정에서 주요하게 작용한다. 그러나 PR 커뮤니케이션을 비롯하여 다수의 학문 영역에서 정서적 관여의 중요성을 언급하면서도 여전히 정서적 관여를 인지적 관여의 하위 개념으로 상정 또는 측정하거나 인지에서 정서로의 인과적 순서를 전제하여 연구를 진행하는 경향이 적지 않다(Kim & Lord, 1991; Murphy & Zajonc, 1993; Sojka & Giese, 1997; Zajonc, 1980). 그러나

인지적 관여와 정서적 관여가 통합적으로 공중의 판단 및 결정, 행동에 영향을 미치고 이 과정에서 더 우세하게 영향을 미치는 관여가 다르다고 보는 최근의 관여 연구의 논의가 기존의 인지적 관여 중심의 논의보다 현실 세계의 공중 행동을 설명하기에 더 적합하다는 점에서 인지적 관여와 정서적 관여를 동시에 고려한 논의가 활성화될 필요가 있다.

선행 연구에 따르면, 이슈 자체의 특성은 공중의 인지적 관여를 더 활성화하거나 정서적 관여를 더 활성화할 수 있다(Heath & Douglas, 1991; Heunks, 1991; Ko & Song, 2010; Son & Sung, 2013). 따라서 이슈가 활성화하는 관여를 본 연구에서는 이슈 관여라 보고, 기존 연구를 토대로 이슈 관여에 따라 공중 행동에 차이가 날 것이라 보았다. 이슈 관여에 따른 공중의 행동을 살펴보는 것은, 조직의 입장에서 이슈와 관련한 공중의 행동을 예측하여 전략적 대응을 가능케 할 수 있다. 따라서 정서적 관여에 집중하여 공중의 행동을 살펴보려는 본 연구에서는 정서적 관여 수준을 인지적 관여 수준보다 더 우세하게 활성화하는 유형의 이슈를 “정서적 이슈”라 하고, 정서적 이슈가 공중의 행동을 유발하는 경로를 살펴보려 한다. 이는 공중의 행동을 유발하고 결정하는 데 있어 정서적 관여가 중요하게 작용한다는 선행 연구 결과(Kim & Lord, 1991; Lee & Cha, 2016; Murphy & Zajonc, 1993; Sojka & Giese, 1997)에도 여전히 관여 관련 연구는 인지적 관여가 정서적 관여보다 우세하게 활성화될 때 공중 행동이 어떻게 영향받고 어떤 경로로 유발되는지를 중심으로 이루어지기 때문이다. 초기 관여 연구자들이 관여의

개념 자체를 인지적 차원의 것으로만 개념화하여 연구를 진행한 이후 현재까지도 많은 관련 연구가 선(先) 인지-후(後) 정서의 순차적 인과관계를 통해 공중의 행동이 유발된다는 전제하에 진행되고 있다(Greenwald & Leavitt, 1984; Perse, 1990). 그러나 상술한 바와 같이 정서적 관여는 관여와 공중 행동 연구에서 중요함에도 여전히 학문적 논의는 미흡하게 이루어지고 있기에 적극적인 연구 논의가 필요하다는 점에서 본 연구는 정서적 관여를 인지적 관여보다 우세하게 활성화하는 정서적 이슈가 공중의 행동을 어떤 경로로 유발하는지에 집중하여 살펴보고자 한다.

## 2) 정서적 이슈와 디지털 액티비즘

### (1) 정서적 이슈와 공중 행동

정서적 이슈가 공중의 행동 유발에 어떻게 영향을 미치는지 살펴보기 위해 우선 공중의 행동 관련 논의를 살펴보았다. 공중의 판단과 행동을 예측하고 설명하기 위해 학자들은 다양한 분야에서 여러 이론과 모델을 제시하고 있다. 특히 관여와 공중 행동과 관련하여 연구자들은 이중 체계 이론(Dual System Theory) 또는 이중 정보 처리 이론(Dual Process Theory), 정교화 가능성 모델(ELM, Elaboration Likelihood Model)과 휴리스틱-체계 모델(HSM, Heuristic-Systematic Model) 등을 통해 감정 요인과 인지 요인이 미치는 영향에 관해 연구하였다(Kim, 2014; Kim, 2016; Petty & Cacioppo, 1979). 이러한 기존 연구를 기반으로 본 연구에서도 공중의 판단과 행동에 영향을 미치는 요인을 크게 정서적 관여

와 연관하여 정서적 정보처리 및 반응에 영향을 미치는 감정 요인과 인지적 관여와 연관하여 인지적 정보처리에 영향을 미치는 인지 요인으로 나누어 살펴보고자 한다.

### ① 감정 요인과 공중 행동

감정 요인이 공중의 정보처리 방식이나 판단, 행동 수행에 미치는 영향에 대해서 연구자들은 주요하게 논의하였다(Shiv & Fedorikhin, 1999; Zajonc, 1980). 감정 요인은 공중의 판단이나 결정의 근거로 작용할 수 있고, 공중이 사회운동에 참여하는 핵심 동력이 되며, 액티비즘의 주요 영향 요인 중 하나로, 공중들에게 집단행동 참여의 딜레마를 해결하기도 한다(Choi & Lin, 2009; Groenendyk, 2001; Loewenstein, Weber, Hsee & Welch, 2001). 선행 연구를 통해 다양한 감정들이 공중 행동에 유의미한 영향을 미치는 것이 확인되었는데, 특히 분노, 불안, 슬픔, 공포 등의 부정적 감정은 공중이 직면한 문제를 해결하거나 예방적 행동 수행 또는 집단행동 참여에 더 강력하게 영향을 미치는 것이 확인되었다(Valentino, Brader, Groenendyk, Gregorowicz, & Hutchings, 2011). 부정적 감정 중에서도 분노는 여러 연구를 통해 공중의 판단에 영향을 미치고 행동을 강력하게 유발하는 것으로 확인(Kim & Yoon, 2020; Lee & Cha, 2014)되었으며, 공중의 커뮤니케이션 행동 유발에도 영향(Kang & Yoon, 2019)을 미치는 것으로 나타났다. 불안과 두려움도 공중의 행동 유발에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 불안은 공중이 회피 행동 또는 예방행동을 취하게 한다(Eysenck, 1992). 공중은

불확실한 상황이나 이슈에 대해 불안과 두려움이 증가하고, 이는 공중의 사회 참여 행동의 증가로 연결될 수 있다(Hove & Paek, 2015). 부정적 감정이 즉각적, 반응적 결정과 행동을 유발하는 경향성은 정서적 휴리스틱(affective heuristic)으로도 설명할 수 있다. 연구자들은 정서적 휴리스틱을 이용하여 공중이 인지적 정보처리 없이도 쉽고 빠르게 판단과 결정을 내리고 행동을 수행할 수 있다고 보았다(Slovic et al., 2004; Västfjäll, Peters, & Slovic, 2008).

## ② 인지 요인과 공중 행동

인간의 선택 행동에 관한 연구는 경제학에서 가장 먼저 시작되었는데, 경제학 관점에서는 인간을 합리적 존재로 보고 인지 요인이 인간 행동에 주요하게 영향을 미친다고 보았다. 인지 요인이 공중 행동에 미치는 영향에 대한 대표적인 이론인 합리적 행동 이론과 계획된 행동이론(Ajzen, 1991; Fishbein & Ajzen, 1975)은 다양한 연구 분야에서 공중의 행동을 예측하고 설명하는데 적용되어 논의되고 있다. 선행 연구에 따르면 각 이론의 주요 변인인 주관적 규범과 태도, 지각된 행동 통제(또는 Bandura(1991)의 효능감) 등의 인지 요인은 커뮤니케이션 행동 수행에 유의미한 영향을 미치고, 공중들의 콘텐츠 전달 및 공유 등의 커뮤니케이션 행동 의도에 영향을 미치며, 적극적 시민 참여 행동 유형 중 하나인 불매 운동에도 영향을 미치는 것으로 나타났다(Jea & Jeon, 2013). 공중의 행동은 개인의 행동뿐 아니라 집단으로 참여하는 행동도 포함되는데, Olson(1965)은 특정 상황과 이슈

에 대해 합리적 판단하에 최대 효용을 추구하는 개인의 행동 특성을 집단의 행동으로 확장하여 살펴보고 이를 집단행동(collective action) 이론으로 설명하였다. 그는 개인이 자신의 이해관계와 계산적 고려를 집단의 이해에 투영하고 이를 실현하기 위해 집단에 참여하며, 이 과정에서 집단 형성에 필요한 자원이 집단에 참여하여 얻게 될 이익보다 많다고 판단될 경우, 집단행동에 참여하지 않는다고 보았다. 그러나 집단의 규모가 커질수록 집단 활동에 기여하지 않지만, 집단 활동의 이익은 함께 받는 무임승차(free ride)의 가능성이 커진다고 보았다. 이러한 딜레마를 해결하고 개인이 집단행동에 참여하는 비용은 낮추되 목표 달성을 통해 얻는 이익을 높일 방안이 이후 연구의 주요 주제가 되었다. Olson(1971)은 공중의 행동 동기 자체를 경제적 관점에서 해석하였는데, 특히 공공재가 집단의 목적일 때 집단행동의 논리로 더욱 잘 설명할 수 있다고 보았다. 공공재의 범위를 실물 재화를 비롯한 공공 이슈 또는 정책 이슈로 확장하면, 이슈에 대한 공중들의 행동 또한 집단행동의 논리로 설명할 수 있다. 이처럼 경제적 효용은 공중의 판단과 행동에 주요하게 영향을 미친다(Eid, 2013). 공중은 친환경 행동에도 자신의 경제적 이득손실을 고려하며, 자신이 얻을 경제적 효용이 불법, 위법 행위로 인한 손실보다 크다고 판단되면 범법 행동조차 호의적, 능동적으로 수행한다(Becker, 1993; Diekmann & Preisendorfer, 1998; Park & Kim, 2010).

정서적 이슈는 정서적 관여를 높은 수준으로 활성화하여, 공중들에게 생리적 각성과 감정적 반응을 빠르고 강하게 유발하는 이슈로, 선행



연구에 따르면 공중의 생존과 건강, 복지, 인간의 사회적 기본권 등과 직결된다. 정서적 이슈는 공중에게 분노나 불안, 공포, 두려움 등의 감정적 반응을 강하게 유발하고, 이를 토대로 이후의 태도와 행동에 영향을 미친다. 이 과정에서 감정은 독립적으로 작용할 수 있으며, 인지적 판단보다 감정적 반응을 중시하여 자동적인 의사 결정 상황을 유발할 수 있다(Damasio, 1994; Loewenstein et al., 2001; Slovic & Peters, 2006; Zajonc, 1980).

따라서 선행 연구를 토대로 유추하면, 정서적 이슈에서 공중은 감정적 반응이 인지적 판단보다 우선적으로 유발되고, 판단과 행동 수행을 결정하게 될 것이다. 즉, 정서적 이슈에서 공중은 감정 요인이 유발된 뒤 인지 요인을 거쳐 공중 행동까지 영향을 받을 것이라 볼 수 있다. 또한 인지적 관여가 낮게 활성화되어 인지적 정보 처리를 위한 노력을 최소한으로 할 것이라 유추할 수 있다. 즉, 공중들은 감정과 편견에 더 큰 영향을 받아 판단과 행동을 수행하게 될 것이다(Allahverdyan & Galstyan, 2014; Ditto & Lopez, 1992; Hoch & Loewenstein, 1991; Loewenstein, 2003; Tiedens & Linton 2001).

## (2) 디지털 액티비즘

공중은 현실 세계에서 마주하는 이슈들의 문제점을 해결하기 위해 노력하고 개선을 위해 행동하게 되는데 이러한 행동이 집단으로 이루어지는 것이 바로 액티비즘(activism)이라 할 수 있다. 액티비즘은 사회적, 정치적 변화를 위해 개인이나 집단이 취하는 행동이며, 보이콧이나 불매 운동, 집회, 거리 행진, 시위, 파업 등이

있다(Chon & Park, 2020; Kim, 2019). 액티비즘에 대해서는 학문 분야에 따라 다양한 관점의 해석이 존재하나 각 논의를 정리하면, 공중들이 현실의 다양한 문제적 이슈 상황에 대해 인식하고 각자의 의견을 공유하면서 문제를 해결하기 위해 다양한 방법으로 (집단) 행동에 참여하는 것이라 할 수 있다(Chon & Park, 2020; Sivitanides & Shah, 2011). 국내에서 액티비즘은 정치학과 사회학 분야를 중심으로 주로 “행동주의”로 번역되어 사용되고 있는데, 같은 행동주의의 개념을 적용하여도 학문 분야에 따라 행동주의, 활동주의, 실천주의, 사회운동, 시민운동, 시민참여 등 다양한 용어와 혼용되고 있다(Kim, 2015; Kim, 2019). activism과 behaviorism은 두 용어 간 학문적 개념 차이가 명확함에도 여전히 다수의 학문 분야에서 한국어로 모두 “행동주의”로 빈번하게 혼용되고 있다. 그러나 최근 정치학, 여성학 및 커뮤니케이션 분야의 연구(Cho, 2017; Choi & Lee, 2021; Kim, 2019)에서 학문적 개념 혼동과 범용을 피하고자 점차 activism을 액티비즘으로 표기하고 있는 경향을 고려할 때, 본 연구에서도 행동주의나 다른 한글 용어를 사용하는 대신 선행 연구(Kim, 2017; Kim, 2019; Kwon & Cho, 2017)와 같이 “액티비즘”으로 표기하는 것이 적합하다고 판단하였다.

한편, 디지털 인프라의 발전을 토대로 우리의 일상 많은 영역에서 디지털화되었으며, 세계적인 팬데믹인 COVID-19 상황은 이러한 디지털의 일상화 또는 일상의 디지털화를 빠르게 초래했다. 이러한 흐름에 맞춰 등장한 새로운 커뮤니케이션 기술 및 채널들은 공중의 액티비즘에

도 영향을 미쳤다. 모바일과 결합된 소셜미디어의 일상화, 대중화는 디지털 생태계 안에서 누구나 이슈를 제기할 수 있게 하였고, 신속하고 즉각적으로 공론의 장을 형성하여 공중 사이의 담론을 형성할 수 있게 하였다. 디지털 생태계 안의 공중은 개인으로 존재하지만, 네트워크로 연결되어 집단행동에 참여한다(Chayko, 2018; Kim, 2019; Shin, 2020). 디지털 생태계에서는 액티비즘의 방식 또한 해시태그 운동, 디지털 콘텐츠의 제작 및 공유, 온라인 불매 운동, 온라인 청원 그리고 해킹까지 매우 다양하게 전개되고 있다. 오프라인 액티비즘이 시위나 향의 방문, 파업 등과 같이 공격적이고 적극적인 직접 참여를 중심으로 진행되었다면, 디지털 시대의 액티비즘은 이보다 광범위한 유형까지 포함하여 논의되고 있다(George & Leidner, 2019; Keum, 2010; Suwana, 2020).

디지털 액티비즘의 정의에 대해 Fiona(2019)는 ‘의제를 달성하기 위한 액티비즘 참여에 공중들이 디지털 미디어를 이용하는 것’이라 보았고, Edwards, Howard 그리고 Joyce(2013)는 ‘조직에 압박을 가하기 위해 소셜미디어 등의 디지털 커뮤니케이션 채널을 이용하는 것’이라 하였다. Sivitanides와 Shah(2011)는 ‘액티비즘이 디지털 인프라를 활용하여 진행된다면 디지털 액티비즘’이라고 하였으며 Lee(2012)는 디지털 액티비즘을 ‘정치, 사회적 변화를 위한 디지털 기술의 활용’이라고 정의하였다. Kim(2019)은 ‘현실의 여러 문제를 해결하려는 움직임이 액티비즘이며, 이를 디지털 커뮤니케이션 채널을 활용하여 진행하면 그것이 디지털 액티비즘’이라고 하였다. 종합하면, 디지털 액티비즘은

시민의 직접 참여에 한정하여 액티비즘을 정의하는 협의의 정의를 넘어, 우리의 일상 속에서 마주치는 다양한 이슈와 관련한 문제를 해결하기 위해 공중이 네트워크상에서 디지털 채널을 활용하여 개인 또는 집단으로 특정 행동을 수행하는 광의(Hill & Hughes, 1998)의 개념으로 정의할 수 있다. 본 연구에서도 이러한 광의의 개념 정의를 따라 “문제적 이슈의 해결 또는 개선을 위해 디지털 인프라를 활용하여 수행하는 개인 또는 집단의 모든 디지털 행동”으로 디지털 액티비즘을 정의한다.

이러한 정의는 디지털 액티비즘의 특징과도 관련되는데, Joo(2019)는 오프라인 액티비즘과 비교하여 디지털 액티비즘의 가장 큰 차이점 중 하나가 이슈라고 보았다. 오프라인 액티비즘이 주로 거대 사회 담론 또는 거시적 이슈를 다루었다면 디지털 액티비즘에서는 일상적 이슈 또는 미시적 이슈가 액티비즘의 주요 이슈라는 것이다. 그는 디지털 액티비즘 시대의 공중은 우리의 삶 속에서 빈번하게 발생하는 일상적 이슈들(예를 들어 갑질 논란, 채용 비리 등)에 대해 디지털 인프라를 활용하여 더 쉽게 공론화시킬 수 있고, 이러한 이슈들은 “절대다수가 인지하고 동의하는 부당함”(Joo, 2019; p.10에서 재인용)에 해당하기 때문에 공중들의 공감과 공분을 형성하기 쉬우며, 이는 곧 직접 행동까지 자연스럽게 연결된다고 보았다. Chayko(2018)는 디지털 액티비즘에서는 거대 조직이나 정부 등에 대해 공중이 직접 도전하고 권력의 불균형을 개선하려는 시도가 가능하며, 이것이 액티비즘의 생활화 또는 개인의 액티비스트화를 가능케 했다고 보았다.

PR 커뮤니케이션 분야에서도 액티비즘은 중요하게 논의되고 있다. 비판학자들은 PR 커뮤니케이션이 사회적 권력 불균형과 약자에 대한 억압을 해소하고 이를 통해 사회의 약자들이 공론장에서 커뮤니케이션 주체로 담론 경쟁에 참여하여 의미를 공유하고 사회로부터 정당성을 부여받을 수 있다고 보았다(Kim, 2013). 이러한 논의에 기반하여, PR 커뮤니케이션 연구자들은 액티비즘의 근간이 의사소통 과정, 즉 커뮤니케이션 과정이며 이러한 과정을 통해 문제적 이슈 상황을 집단으로 해결해나가는 과정이라고 보았다(Chon & Park, 2019; Kim, 2013). 또한 액티비즘 연구가 권력에 대한 비판적 분석, 윤리, 사회 정의에 대한 논의를 자연스럽게 통합하기 때문에, PR 커뮤니케이션 지식의 한 분야로서 사회의 공동 의미 창출이라는 측면에서 연관된다고 보았다. 그렇기에 PR 커뮤니케이션 교육 과정에서 액티비즘에 관한 연구와 논의를 더 많이 포함하고 적극적으로 다루어야 한다고 주장하였다(Coombs & Holladay, 2012; Mules, 2021; Swann, 2014). 따라서 디지털 액티비즘에 대한 논의는 결국 공중들의 디지털 커뮤니케이션 행동을 살펴보는 것과 밀접하게 관련되어 있다고 할 수 있다. 공중의 디지털 커뮤니케이션 행동과 관련한 주요 이론이 바로 Kim과 Grunig(2011)이 Grunig과 Hunt(1984)의 상황이론을 디지털 시대에 맞게 보완, 발전시킨 문제해결 상황이론이다. 문제해결 상황이론은 공중의 디지털 커뮤니케이션 행동을 정보 획득, 정보 선택, 정보 전파 행동으로 분류하고 이를 능동성과 반응성에 따라 총 여섯 가지 커뮤니케이션 행동 변인으로 구분하였다. 문제해결 상황

이론은 특히 디지털 시대의 커뮤니케이션 행동으로 커뮤니케이션 전파 행동을 제안하고 이를 다시 소극적(수동적) 행동과 적극적(능동적) 행동으로 구분하여 전달과 공유의 개념으로 제시하였다(Kim, 2013; Kim & Grunig, 2011; Park & Sung, 2017).

디지털 액티비즘의 초기 연구에서는 슬랙티비즘(slacktivism) 또는 클릭티비즘(clicktivism) 등의 행위는 개인이 어떤 행동을 “수행했다”라고 보기 어렵기 때문에 디지털 액티비즘에 포함될 수 없다고 보았다. 그러나 최근의 연구들은 디지털 네트워크에서는 타인의 콘텐츠를 읽거나 보는 것만으로도 공중에게 참여 동기가 강하게 형성되고, 공중 스스로 담론 형성에 자신도 참여하고 있다고 인식한다는 결과들(George & Leidner, 2019; Keum, 2010)을 토대로 이러한 행위가 소극적, 수동적임에도 행동을 취한 것이라 볼 수 있으며, 디지털 액티비즘에 포함되어야 한다고 보고 있다. 이 외에도 디지털 청원, 정치적 소비 행동, 봇티비즘, e-펀딩 등을 디지털 액티비즘으로 논하고 있으며, 데이터 액티비즘(정부나 관공서의 공개 자료, 개인의 보유 데이터의 제공 등)과 정보 노출(또는 누출, 예를 들어 위키리크스(Wikileaks)), 더 나아가 핵티비즘(hactivism, 사회적 또는 정치적 목적을 달성하기 위한 해킹)까지 디지털 액티비즘으로 분류하고 있다(George & Leidner, 2019).

### 3) 정서적 이슈와 디지털 액티비즘의 영향 요인

앞서, 정서적 이슈가 공중 행동을 유발하는 과정에서 영향을 미치는 요인으로 감정 요인과

인지 요인을 살펴보았다. 그러나 학자들의 연구에 의하면 특정 이슈나 상황에서 감정 요인이나 인지 요인 외에도 공중이 특정 행동을 취하도록 동기화되게 하는 요인들이 존재하며, 감정 또는 인지 요인과 공중 행동 사이에서 유의미한 영향을 미치는 변인이 존재한다. 선행 연구에서는 이러한 요인들을 동기적 요인, 동인, 촉발 요인, 추동 요인, 유발 요인 등으로 지칭(Kwon & Cho, 2017; Lee & Chon, 2015)하였다. 이러한 논의에 기반하여 본 연구에서도 인지적 정보처리와 밀접한 인지 요인과 감정적 반응과 밀접한 감정 요인 외에 공중 행동 즉 디지털 액티비즘 유발 경로에서 영향을 미칠 수 있는 요인들은 촉발(trigger) 요인으로 분류, 명명하고 살펴보았다.

### (1) 편향(bias)

학자들은 자신만의 믿음에 따라 이슈 또는 상황을 판단하고 행동을 결정, 수행하는 경향성을 편향이라고 보았다(Allahverdyan & Galstyan, 2014; Park, 2016; Roh & Min 2012). 편향은 이슈와 관련하여 공중들이 감정과 편견에 더 크게 영향을 받아 판단하고 행동하게 한다(Nickerson, 1998). Abelson(1963)에 따르면 공중은 자신이 접한 이슈들에 대해 정서적으로 꼬리표를 붙이고 이후 해당 이슈가 떠오를 때마다 꼬리표 붙여진 정서들도 함께 자동으로 활성화된다. 이처럼 편향은 공중의 판단과 행동에 영향을 미치며, 특히 인지적 관여가 낮은 상황 또는 감정과 편견에 더 큰 영향을 받는 상황에서 공중들이 특정 이슈나 현상 또는 대상에 대

해 자신만의 신념(믿음)을 가지고 그 믿음에 근거하여 해당 이슈나 현상에 대해 쉽고 빠르게 판단을 내리고 행동하게 만드는 경향성을 설명할 수 있는 요인이다.

### (2) 열망(desire)<sup>9)</sup>

편향 외에도 공중의 판단과 행동 수행의 근원적 원인을 설명하는 데 주요한 영향을 미치는 것 중 하나가 바로 열망으로, Perugini와 Bagozzi(2001)는 목표지향 행동 모델을 통해 열망이 행동 의도에 영향을 미치고, 태도와 주관적 규범, 효능감, 그리고 감정과 공중의 행동 의도 사이를 매개하기도 한다는 것을 확인하였다. 연구자들은 열망이 인지 또는 감정 요인과 공중 행동 사이를 매개할 때, 공중의 행동 의도에 대한 설명력이 더 높아진다는 것을 다양한 후속 연구를 통해 확인하였다(Bagozzi & Edwards, 1998; Bagozzi & Kimmel, 1995; Park, 2011; Richard, 1995). 열망은 집단행동과 관련한 연구(Zhang, Lee, & Ryu, 2017)에서도 공중 행동에 영향을 주고, 인지 및 감정 요인이 공중 행동에 미치는 영향을 매개하는 것으로 나타났다.

### (3) 사회적 동조(social conformity)

편향과 열망 외에 공중 행동에 영향을 주는

9) 열망은 'desire'로 다수의 국내 논문이 이를 욕망 열망 등으로 번역하여 사용하고 있다. desire를 측정하는 항목의 서술이 'want to'나 'would like to'로 되어있고, '마음의 동기 상태'라는 개념적 정의를 고려하여 바람, 열망, 소망 등의 용어가 적합하다고 판단하였다. 따라서 본 연구에서는 이 중 '무엇을 하고자 하는 열렬한 바람'의 정의를 가진 '열망'이 원문에서 개념화한 desire를 잘 설명한다고 보고, 열망으로 번역하여 사용하였다.

요인 중 하나로 사회적 동조를 들 수 있다. 공중이 다수의 의견을 따라 자신의 태도와 행동을 결정하거나 판단을 변화시키는 현상을 사회적 동조라 하는데, Sherif(1935)와 Asch(1956)는 공중들이 절대적 정답이 존재할 때도 사회적 동조 반응을 보인다는 것을 확인하였다. Erb, Bohner, Schmilzle, 그리고 Rank(1998)는 공중이 이슈나 메시지 등을 처음 접할 때 인지적 노력을 하지 않고 다수의 의견에 동조하여 판단하며 행동하려 하며, 이후 단계에서 자신의 결정이나 행동을 자신의 신념에 맞추려는 것을 확인하였다. 사회적 동조는 선행 연구를 통해 디지털 환경 안에서의 커뮤니케이션 활동(Ahn & Lee, 2011; Kim & Yoon, 2015; Min & Choi, 2017)뿐 아니라 공중의 집단행동과 관련해서도 유의미하게 영향을 미친다는 것이 확인되었다. 연구자들은 네트워크 속 구성원이라면 누구든 원하는 정보를 원하는 시간에 탐색하고 전달하는 것이 빠르고 쉽다는 점에서 디지털 환경에서 더욱 강력한 사회적 동조 현상이 나타날 수 있다고 보았다(Jae & Jeon, 2013; Kim & Yoon, 2021).

#### (4) 공감(empathy)

Chayko(2018)는 공중이 시공간의 접근성이 떨어질 때조차 누군가와 소통하려는 욕구가 높으며, 디지털 인프라가 이를 해결하는데 핵심 역할을 한다고 보았다. Shin(2020)은 네트워크에 흠어져 존재하는 개인 간 연결과 관계 형성이 가능해졌기 때문에 디지털 환경에서 공감이 특히 중요하다고 보았다. 학자들은 공감에 대해 “유사한 경험을 통해 타인의 감정적 또는 심리적 상태를 마치 나의 것처럼 느끼고 이해하는

능력” 또는 “관찰, 기억, 지식 그리고 추론이 결합하여 다른 사람들의 생각과 느낌에 대한 통찰력을 산출하는 활동적인 심리적 반응”, 또는 “자신의 상황보다는 다른 사람의 상황에 더 적합한 정서적 반응”이라고 보았다(Hoffman, 2001; Ickes, 1997; Lee & Choi, 2020). Preston과 Hofelich(2011)는 타인의 경험을 나의 경험처럼 받아들이는 것은 공감의 인지적 부분이고, 타인이 느끼는 고통이나 감정을 나의 것처럼 느끼는 것은 공감의 정서적 부분이라고 보았다. 즉, 공감은 인지적, 정서적 부분이 모두 포함된 개념이라는 것이다.

공감은 온라인 집단행동에도 유의미한 영향을 미치는데, Lee와 Joo(2011)의 연구에서 분노 등의 부정적 정서가 공감을 통해 불매 행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Hong(2019)의 연구에서도 공감이 트위터에서 이슈의 확산과 전파의 시발점이자 공중이 행동을 수행하는 동력이 된다는 것을 확인하였다. Lee & Choi(2020)의 연구에서도 청소년들이 공감을 통해 사이버 폭력 가해와 피해 모두에 영향을 미치고 있음이 나타났다. Seol(2018)은 디지털 환경 안에서 공감에 관한 기존 연구를 검토하고, 디지털 액티비즘의 환경 자체가 공중이 손쉽게 자신의 경험과 감정, 정보를 노출하고 타인의 경험과 감정, 정보에 노출될 수 있게 만들며 소셜미디어의 운용 체계 자체가 이를 더 쉽게 만든다고 보았다. 동시에 공중이 타인에 대해 감정적으로 지지하고 이를 기반으로 관계의 형성, 집단행동의 참여를 더욱 강화해 디지털 액티비즘을 활성화하는 데 영향을 미친다고 보았다.

### (5) 참여효능감(participative efficacy)

효능감은 Bandura(1991)의 연구에서 제시된 개념으로 다양한 연구에서 공중의 행동을 예측하고 설명하는 변인으로 논의되었다. Bandura(1991)는 효능감을 기반으로 공중이 집단행동에 참여하는 것이 사회변화를 초래하는 궁극적 동력이 될 수 있다고 주장하였다. 그러나 van Zomeren, Saguy 그리고 Schellhaas(2013)는 이득이 없는 상황에서도 무임승차자가 발생하지 않는 집단행동 사례들을 살펴본 뒤, 자기효능감이나 집단효능감으로는 설명할 수 없는 공중의 집단행동 참여를 참여효능감이라는 개념으로 설명하였다. 연구자들은 참여적 자기효능감의 개념을 논의한 Azzi(1998)의 연구에서 용어와 개념을 차용하여 참여효능감의 개념을 제시하였다. 집단행동으로 조직의 목표를 달성할 수 있다는 개인의 믿음인 집단효능감과 달리, 참여효능감은 “집단행동에 자신이 참여함으로써 집단행동의 목표를 달성하려는 공동 노력에 자신이 기여할 수 있다는 믿음”(van Zomeren et al., 2013)을 의미한다. 참여효능감은 집단효능감이 설명하지 못하는 공중의 디지털 행동을 설명할 수 있다는 점에서 디지털 액티비즘 연구에서 주요하게 고려되는데, 익명의 불특정 다수<sup>10)</sup>가 모여서 집단행동을 수행하는 디지털 청원 등의 경우에서 참여효능감은 특히 강력하게 영향을 미치는 것으로 나타났다(van Zomeren et al., 2008; Park, Jang, & Pak, 2019).

## 3. 연구 문제 및 연구 모형

본 연구는 이슈 자체의 특성이 공중의 관여에 영향을 미쳐 공중의 판단과 행동에 영향을 미칠 수 있다는 선행 연구(Anderson, 2006; Bae, 2006; Heunks, 1991; Ko & Song, 2010)의 논의를 토대로, 정서적 이슈가 디지털 액티비즘에 어떻게 영향을 미치는지 확인해보고자 하였다.

학자들은 정서 휴리스틱(affect heuristic)을 통해 공중이 판단 및 결정을 내리고 행동을 수행할 때 감정적 반응이 인지적 판단보다 신속하게 유발되며, 이러한 반응이 공중의 판단과 행동에 영향을 미친다고 보았다(Loewenstein et al., 2001; Slovic et al., 2007). 정서적 관여가 높은 수준으로 활성화되는 정서적 이슈는 공중에게 분노나 불안과 같은 감정적 반응을 우선적으로 일으키며, 이러한 감정적 반응은 이후의 태도 변화와 행동에 영향을 미친다(Timmers & van der Wijst, 2007). 따라서 정서적 관여 수준을 높게 활성화하고 인지적 관여는 상대적으로 낮게 활성화하는 정서적 이슈는 감정 요인이 우선 활성화된 후, 인지 요인이 활성화되어 공중 행동을 유발하는 경로를 보일 것이라 예상할 수 있다(Loewenstein et al., 2001; Slovic et al., 2007). 정서적 이슈에 대해 공중들은 인지적 정보처리를 위한 노력을 최소한으로 할 것이며, 인지적 관여가 낮은 수준으로 활성화되는 경우 또는 강렬한 감정적 반응을 보이는 경우 판단과 행동 수행 결정에 편향의 영향을 받기 쉽다(Allahverdyan & Galstyan, 2014; Ditto & Lopez, 1992; Lee, 2012; Roh & Min, 2012). 따라서 공중의 디지털 액티비즘 유발 과

10) 청와대 청원의 경우 20만 명 이상의 동의가 필요하며 국회 입법 청원의 경우 10만 명 이상의 동의 필요

정에서 편향이 상대적으로 중요하게 작용할 것이라 유추해볼 수 있다. 편향이 디지털 액티비즘에 미치는 영향이나 편향과 디지털 액티비즘을 직접적으로 함께 살펴본 연구는 찾아보기 어려우나, 디지털 액티비즘 활동 유형 중 하나인 정보의 전달, 공유 등의 커뮤니케이션 행동에 대해 편향이 유의미한 영향을 미치는 것이 선행 연구에서 확인되었다(Kim, 2019; Lee, 2019).

그리고 선행 연구 결과를 기반으로, 목표지향 모델에서 인지 요인과 감정 요인 모두에게 병렬적으로 영향을 받아 공중 행동에 영향을 미치는 것이 검증된 열망(Perugini & Bagozzi, 2001), 공중의 인지적 정보처리와 행동에 영향을 미치는 경제적 효용(Heath et al., 1995)과 사회적 동조(Lee & Bagozzi, 2009), 그리고 디지털 액티비즘 연구에서 공중들의 행동 유발에 유의미한 영향을 미치는 주요한 매개변인으로 검증된 공감(Seol, 2018)과 참여효능감(van Zomeren

et al., 2013)은 본 연구의 감정 요인과 인지 요인 그리고 디지털 액티비즘 사이에서 유의미한 영향 관계를 보일 것으로 예측할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이와 같은 논의들에 기반하여 아래와 같은 연구 문제와 가설들을 도출하였다.

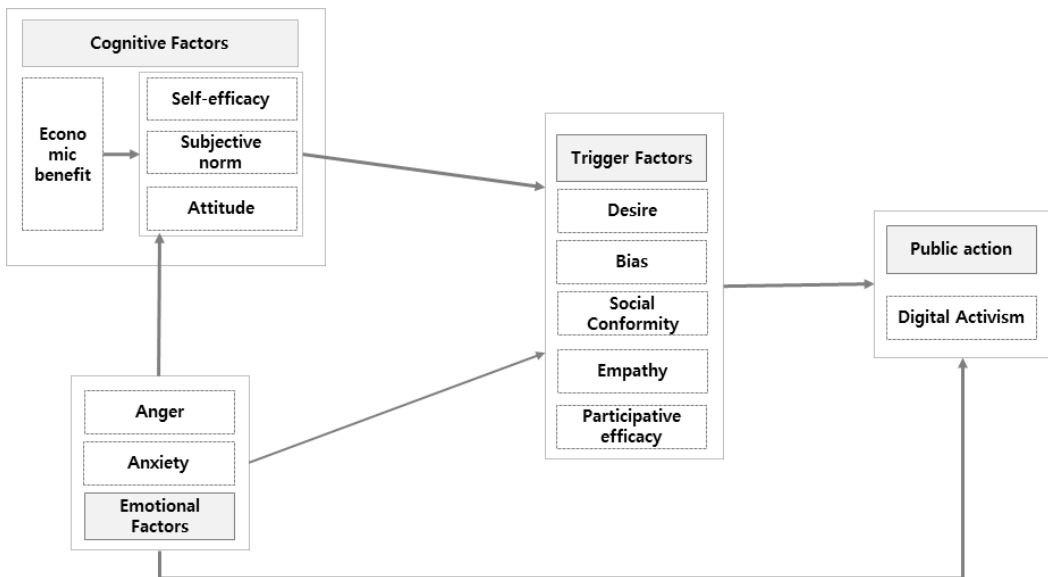
〈연구 문제 1〉 정서적 이슈의 디지털 액티비즘 유발 경로에 감정 요인은 어떠한 영향을 미칠 것인가?

〈가설 1〉 감정 요인(분노와 불안)은 인지 요인(주관적 규범, 태도, 효능감)에 유의미한 영향을 미칠 것이다.

〈가설 2〉 감정 요인(분노와 불안)은 촉발 요인(열망, 편향, 사회적 동조, 공감, 참여효능감)에 유의미한 영향을 미칠 것이다.

〈가설 3〉 감정 요인(분노와 불안)은 디지털 액티비즘에 유의미한 영향을 미칠 것이다

〈연구 문제 2〉 정서적 이슈의 디지털 액티비즘 유발 경로에 인지 요인은 어떠한 영향을 미칠 것인가?



〈Figure 1〉 Proposed Research Model

[Provider: earticle] Download by IP 125.143.159.160 at Friday, July 29, 2022 10:57 AM

〈가설 4〉 인지 요인(주관적 규범 태도, 효능감)은 촉발 요인(열망, 편향, 사회적 동조, 공감, 참여효능감)에 유의미한 영향을 미칠 것이다.

〈가설 5〉 인지 요인(주관적 규범 태도, 효능감)은 감정 요인(분노와 불안)과 촉발 요인(열망, 편향, 사회적 동조, 공감, 참여효능감) 사이를 매개할 것이다.

〈연구 문제 3〉 정서적 이슈의 디지털 액티비즘 유발 경로에 촉발 요인은 어떠한 영향을 미칠 것인가?

〈가설 6〉 촉발 요인(열망, 편향, 사회적 동조, 공감, 참여효능감)은 인지 요인(주관적 규범, 태도, 효능감)과 디지털 액티비즘 사이를 매개할 것이다.

〈가설 7〉 촉발 요인(열망, 편향, 사회적 동조, 공감, 참여효능감)은 감정 요인(분노와 불안)과 디지털 액티비즘 사이를 매개할 것이다.

〈연구 문제 4〉 촉발 요인 중 어떤 변인이 디지털 액티비즘에 유발 경로에 가장 큰 영향을 미칠 것인가?

이상의 연구 문제를 통해 본 연구에서는 실험 자극물 시나리오를 통해 디지털 액티비즘 유발 경로와 그 사이에서 각 영향 변인들의 영향 관계를 살펴보고자 한다. 이러한 논의를 모형으로 도식화하면 〈Figure 1〉과 같다.

## 4. 연구 방법

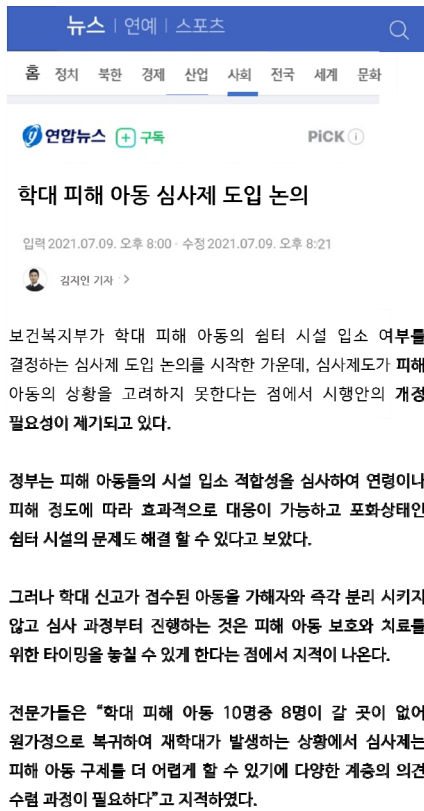
본 연구는 정서적 이슈가 공중의 디지털 액티비즘에 미치는 영향을 알아보기 위해 온라인 준 실험(quasi-experiment)<sup>11)</sup>을 실시하였다. 이

11) 본 연구는 자극물을 조작 및 처치하였고, 연구 참여자를 무작위

를 위해 정서적 이슈를 적용한 뉴스 기사 형태의 실험 자극물을 작성하였다. 실험 자극물에 사용한 이슈는 정책 이슈 중에서 선정하였는데, 정책 이슈는 정부와 국민인 공중이 서로 이슈와 직접적으로 연관된 당사자가 되어 관계를 맺고, 정책 입안부터 시행 단계까지 사회적 상호 합의나 협조, 참여가 중요하다(Chon & Kim, 2012). 또한 정부의 정책이나 공공 서비스는 국민의 일상에 다방면으로 영향을 미치게 되기에, 정부가 정책을 도입하고 추진하는 과정은 국민과의 소통 과정이고, 국민은 이 과정에서 개인과 자신과 관련된 공동체가 받게 될 이득손실을 계산하면서 행동하게 된다(Kim, 2007; Son & Sung, 2013). 디지털 인프라의 발달은 공중들이 다양한 방법으로 정부 정책과 관련한 정보를 습득하고, 공유하며, 디지털 공론장에 참여하거나, 불특정 다수의 익명 공중과 연대할 수 있게 한다(Chayko, 2018). 정책 이슈는 특히 기업의 재화나 서비스와 달리 대체재가 거의 존재하지 않으며 공중이 정책과의 관련성 또는 정책에 의한 영향 범위 등을 자의로 선택하기 힘들다는 점에서 기업 이슈보다 공중들이 문제를 해결하기 위해 더욱 관심을 가지고 행동하는 경향이 있다. 따라서 본 연구에서는 사전조사를 통해 정서적 이슈에 적합한 정책 이슈를 선정하여 시나리오 실험 자극물로 작성하였다(〈Figure 2〉 참조).

할당하여 배정된 사람들로부터의 결과를 비교한다는 점에서 실험의 성격에 부합하나, 통제집단이 존재하지 않고, 온라인 연구로 진행되어 내적타당도 측면에서 취약하고, 실험실 상황처럼 연구 참여자를 외부 상황으로부터 완벽히 통제할 수 없다는 점에서 준 실험(Paek, Cha, Nam, & Kim, 2015)을 의미한다.





(Figure 2) The experimental stimulus

실험 자극물 작성을 위해 2018년 7월 1일부터 2021년 6월 30일까지의 국내 정책 이슈 관련 기사의 내용분석을 진행하여 정서적 이슈에 적합한 이슈 목록을 구성한 뒤, 관련 내용을 다루는 논문과 청원 사이트, 정부 부처 민원 콘텐츠 등의 2차 자료를 추가로 살펴 이슈 목록을 보완하였다. 분석을 위해 한국 ABC 협회에서 발표한 2020년도(2019년분) 언론사 유료 발행 부수 현황을 참고하여, 유료 발행 부수 상위 10개 언론사 중 정치적 이데올로기가 비교적 구분되는 '조선일보'와 '한겨레'를 선정하였다. 그리고 디지털 액티비즘의 특성을 고려하여 시민기자가 참

여하는 인터넷 매체인 '오마이뉴스'를 추가로 분석 대상 매체로 선정하여 분석하였다. 조선일보와 한겨레는 지면 매체와 온라인 사이트를 모두 보유하고 있으며 동일한 기사가 온/오프라인 채널을 통해 중복으로 게시된다는 점을 고려하여 두 매체의 기사는 지면 매체로 한정하였다. 사용된 키워드는 '정책', '이슈', '쟁점', '청원', '불매', '시위'로, 헤드라인과 리드를 읽고 정책 이슈 관련성을 파악하였으며, 추가로 본문을 읽었다. 중복 기사이거나, 키워드가 단순 언급되거나, 상관도가 낮거나, 광고 등을 제외하고 분석 대상으로 수집된 기사는 총 1,292건(조선일보 467건, 한겨레 484건, 오마이뉴스 341건)이었다. 이러한 과정을 거쳐 정서적 이슈로 총 6개의 이슈를 도출, 분류한 뒤, 다시 특정 집단과 관련성이 높거나 분류가 모호한 이슈들을 제외하고, 정서적 이슈로 의료보건 정책, 일자리 정책, 아동학대 대응 정책, 미세먼지 및 방사능 오염수 배출 대응 정책의 4가지 이슈를 도출하였다.

다음으로 대한민국에 거주하는 성인 남녀 50 명에게 4개 이슈에 대해 인지적 관여 수준과 정서적 관여 수준을 확인하고, 정서적 이슈로 '아동학대 대응 정책'을 채택하였다. 시나리오 자극물은 공중들의 실제 뉴스 소비 양식(Korea Press Foundation, 2020)과 본 연구에서 살펴 보려는 디지털 액티비즘의 플랫폼 특성을 고려하여 인터넷 포털 뉴스의 형태로 제시하였다. 선행 연구에서는 자극물 자체에 대한 관여 외에 피험자에게 유발될 수 있는 영향 요인을 최대한 통제하고 실험의 타당도를 높이기 위해 연구 주제에 맞춰 당시 사회 이슈를 연구자들이 재구성 또는 직접 작성하여 사용하였다(Kang & Kim,

2012; Yang & Seo, 2017) 이에 본 연구에서도 이러한 선행 연구의 논의와 실험 자극물 제작 방법을 참고하여, 실제 보도 기사를 활용하되, 중립적 정보만을 제공하는 헤드라인과 정치적 이데올로기와 연관성이 낮은 통신사를 뉴스 출처로 정하여 실험 시나리오를 작성하였다. 시나리오는 사전조사 과정을 거쳐 연구 참여자들이 좀 더 이해하기 쉽게 수정되었으며, 인지적 관여와 정서적 관여의 측정 문항 또한 각 2개 문항에서 각 4개 문항으로 추가하였다. 이후 본 조사와 동일한 측정지표를 사용하여 총 145명을 대상으로 사전조사를 진행하여 시나리오 조작 검증과 변인들의 적합성을 확인하였다. 확인 결과, 인지적 관여의 크론바흐 알파값이 .77, 정서적 관여의 크론바흐 알파값은 .88으로 나타났다. 인지적 관여 수준( $M=4.18$ ,  $SD=.79$ )과 정서적 관여 수준( $M=4.51$ ,  $SD=.90$ )은 통계적으로 유의미한 차이( $t=-5.87$ ,  $p=.000$ )를 보여, 조작화 결과에 맞게 도출되었다. 사전조사에 사용된 다른 설문 항목들의 신뢰도 검증 결과도 크론바흐 알파값이 모두 .7 이상으로 나타나 본 설문 적용하기 적합하다고 판단되었다.

연구의 목적을 고려하여, 피험자 중 디지털 커뮤니케이션 행동에 해당하는 온라인 및 모바일 콘텐츠 읽기와 소셜미디어 사용 경험이 없는 응답자는 표본에서 제외하였다. 피험자들은 본 설문 앞에, 평소 인터넷 포털 사이트와 소셜미디어의 이용 정도, 평소 인터넷 포털사이트와 소셜미디어를 이용한 뉴스 이용 정도, 포털 뉴스 신뢰도에 관한 질문 등의 통제 요인에 응답하였다. 다음으로 피험자들은 시나리오를 일정 시간 접한 후, 통제 요인인 이슈 관련성과 해당

시나리오에 대한 인지적 관여 수준과 정서적 관여 수준에 응답하였다. 다음으로 감정 요인인 불안과 분노, 인지 요인인 태도, 주관적 규범, 효능감과 촉발 요인인 열망, 편향, 사회적 동조와 인지 요인인 경제적 효용, 그리고 디지털 액티비즘의 주요 영향 변인인 공감, 참여효능감 문항에 응답하도록 하였다. 다음으로 공중의 디지털 액티비즘 행동을 확인하였다. 이후 통제 변인에 해당하는 정부 신뢰와 정치 성향, 전문가 정보 신뢰도, 사전지식을 묻는 문항을 제시하고, 마지막으로 인구통계학적 변인을 측정하기 위한 문항들을 제시하였다. 설문조사 종료 후 참가자들에게 앞서 제시된 시나리오는 연구를 위해 제작된 실험 자극물로 실제 상황이 아니며 관련 내용 또한 진실이 아님을 알리는 디브리핑(debriefing)을 실시하였다.

## 1) 연구 대상

본 연구의 자료 수집은 온라인 리서치 전문기관을 통해 온라인 설문조사 형식으로 실행하였다. 조사 기간은 2021년 9월 1일부터 8일까지이며 조사 기관이 자체 패널로 보유하고 있는 20세 이상의 일반인을 대상으로 조사를 진행하였다. 불성실 응답 등을 제외하고 총 245개의 설문지가 분석에 사용되었다.

## 2) 주요 변인의 조작적 정의

### (1) 이슈 관여

#### ① 정서적 관여

정서적 관여는 공중에게 감정적 반응을 야기

하고 정서적 정보처리를 활성화한다. 선행 연구(Choi, Kim, & Joo, 2009; Ratchford, 1987)의 문항들을 본 연구에 맞게 수정하여 “기사 속 이슈와 관련한 문제가 생기면 나는 이성적 판단보다 감정이 더 커질 것 같다.”, “기사 속 이슈와 관련한 문제가 생기면 나는 화가 날 것 같다.” “기사 속 이슈와 관련한 문제가 생기면 나는 몹시 불안할 것 같다.”, “기사 속 이슈에 대해서는 내 느낌이 중요하다.”의 4개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

## ② 인지적 관여

인지적 관여는 공중의 논리적, 합리적 판단을 위한 심층적 정보처리를 활성화하며, 이를 위해 공중의 정보 탐색, 경제적 효용 평가 등을 통해 확인할 수 있다(Lazarus, 1991; Lee, 1991; Zaichkowsky, 1985). 선행 연구(Bae, 2006; Zaichkowsky, 1985)의 문항들을 수정, 활용하여 “기사 속 이슈에 대해 나는 관련 정보를 더 많이 찾아보려 할 것 같다.”, “기사 속 이슈는 나의 경제적 이득 또는 손실에 영향을 미칠 수 있다.”, “기사 속 이슈와 관련한 문제가 생기면, 나는 해결 방안을 찾기 위해 심사숙고할 것이다.”, “나는 기사 속 이슈에 대한 심층적 논의가 필요하다고 생각한다”의 4개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

## (2) 감정 요인

### ① 분노

분노는 공중이 상황을 인식하고 행동을 유발하는 동력이 되는 감정이며(Turner, 2007), 다수의 선행 연구에서 분노 수준은 공중들의 정보

처리 및 행동의 강도에 직, 간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kang & Kim, 2019; Lazarus, 1991; Turner et al., 2006). 선행 연구의 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 “나는 기사 속 이슈에 화가 난다.”, “나는 기사 속 이슈에 대해 짜증이 난다.”의 2개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

### ② 불안

불안을 느끼는 개인은 자신이 접한 이슈나 상황을 과대평가하거나 상황을 회피하거나 예방 행동을 적극적으로 취하게 만드는 감정이다(Kang & Kim, 2019; Kim, 2016). 선행 연구의 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 “나는 기사 속 이슈에 대해 걱정스럽다.”, “나는 기사 속 이슈에 대해 불안을 느낀다”의 2개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

## (3) 인지 요인

### ① 주관적 규범

주관적 규범은 자신이 중요하게 여기는 준거 집단의 의견이나 평가에 대한 개인의 지각을 의미한다(Ajzen, 1991; Fishbein & Ajzen, 1975). 선행 연구(Bae, 2006; Jae & Jeon, 2013; Kim & Yoon, 2020)의 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 “나에게 중요한 사람들은 내가 기사 속 이슈에 대해 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 다른 사람에게 알려야 한다고 생각할 것이다.”, “나에게 중요한 사람들은 내가 기사 속 이슈에 대해 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 다른 사람들과 공유하는 것을 가치 있다고 생각할 것이다.”, “나에

게 중요한 사람들은 내가 기사 속 이슈와 관련하여 온라인이나 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 청원이나 불매 운동, 항의 활동 등에 참여하는 것을 지지해 줄 것이다.”, “나에게 중요한 사람들은 내가 기사 속 이슈와 관련하여 온라인이나 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 청원이나 불매 운동, 항의 활동 등에 참여하는 것을 이해해 줄 것이다.”의 4개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

## ② 태도

태도는 자신이 특정 행동을 수행하는 것의 결과에 관한 판단과 평가라 볼 수 있다. 즉, 자신이 해당 행동을 하는 것이 긍정적인 결과 또는 바람직한 결과를 도출할 것으로 판단되면 공중은 긍정적, 우호적 태도를 보이게 된다는 것이다(Ajzen, 1991; Bae, 2006; Cha, 2009; Fishbein & Ajzen, 1975; Kim, 2015; Park & Han, 2007). 이에 선행 연구의 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 “나에게 기사 속 이슈에 대해 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 다른 사람들과 커뮤니케이션 하는 것은....”, “나에게 기사 속 이슈와 관련하여 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 청원, 불매, 항의 활동 등에 참여하는 것은....”에 2개 문항에 대해 “유익하다”, “합리적이다”, “중요하다”, “즐겁다”, “만족스럽다”의 10개 항목을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

## ③ 효능감

Ajzen(1991)은 계획된 행동 이론에서 지각된 행동 통제가 자신이 얼마나 해당 행동을 잘 수행하고 통제할 수 있는지에 대한 개인의 평가라

설명하였다. 선행 연구에서도 연구자들은 이를 Bandura(1991)가 설명한 자기효능감과 유사한 개념(Bae, 2006; Jae & Jeon, 2013)이라고 보았다. 따라서 이슈 관련 상황을 통제하고 지향하는 행동을 수행할 수 있다는 개인의 주관적 평가를 효능감이라 보고, 선행 연구의 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 “내가 기사 속 이슈에 대해 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 다른 사람들과 커뮤니케이션 하는 것은 가능한 일이다.”, “내가 원한다면 나는 기사 속 이슈에 대해 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 다른 사람들과 커뮤니케이션 할 수 있다.”, “내가 위 이슈에 대해 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 다른 사람들과 커뮤니케이션 할 것인지 하지 않을지는 전적으로 나에게 달려 있다.”, “나는 위 이슈에 대해 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 다른 사람들과 커뮤니케이션 할 수 있는 여건(경제적, 시간적, 기술적)을 갖추고 있다.”, “내가 기사 속 이슈와 관련하여 온라인이나 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 청원이나 불매, 항의 활동 등에 참여하는 것은 가능한 일이다.”, “내가 원한다면 나는 기사 속 이슈와 관련하여 온라인이나 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 청원이나 불매, 항의 활동 등에 참여할 수 있다.”, “내가 기사 속 이슈와 관련하여 온라인이나 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 청원이나 불매, 항의 활동 등에 참여할지 하지 않을지는 전적으로 나에게 달려 있다.”, “나는 기사 속 이슈와 관련하여 온라인이나 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 청원이나 불매, 항의 활동 등에 참여할 수 있는 여건(경제적, 시간적, 기술적)을 갖추고 있다.”의 8개 문항을 7

점 리커트 척도로 측정하였다.

#### ④ 경제적 효용

경제적 효용은 관련된 상황으로 이득을 획득할 수 있다는 개인의 주관적 지각의 정도라 할 수 있다. Becker(1993)는 이득손실의 관점에서 인간의 판단이나 결정, 행동에 대한 메커니즘을 설명하였다. 연구자들은 경제적 효용이 개인의 판단과 결정에 대한 태도와 행동을 설명하기 적합한 변인이라고 보았다(Hsu & Lin, 2008; Kim & Song, 2010; Park, 2015). 따라서 기존 연구의 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 “기사 속 이슈는 나에게 경제적인 측면에서 영향을 미친다.”, “기사 속 이슈는 나에게 금전적 이득 또는 손실을 줄 수 있다.”의 2개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

### (4) 촉발 요인

#### ① 편향

연구자들은 편향을 자기 과신을 기반으로 극단적 판단이나 행동을 하게 영향을 미치는 인지적, 정서적 성향(Kim, 2019; Roh & Min, 2012)이라 보았는데, 편향은 인지적 관여가 낮은 상황에서 공중들이 쉽고 빠르게 판단을 내리고 행동하게 만든다. 본 연구에서는 자신의 능력이나 통제력, 지식에 대한 과대평가를 기반으로 자신의 선택이나 판단, 행동이 옳다는 강한 믿음으로 편향을 정의하고, 기존 연구의 문항들을 본 연구에 맞게 수정 및 개발하여 “나는 기사 속 이슈에 대해 어떻게 행동해야 하는지 잘 알고 있다.”, “나는 기사 속 이슈와 관련한 지식이나 경험, 기술 등이 평균 이상이다.”, “나의 믿음, 가

치, 지식과 일치하는 판단은 대부분 옳다.”, “나는 평소 내 믿음, 가치, 지식과 일치하는 정보를 따르는 편이다.”의 4개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

#### ② 열망

열망은 공중이 자신이 목적하는 결과를 획득하거나 바람직한 상태로 만들기 바라는 마음의 동기 상태로, 인간 행동을 설명하는 영향 요인 중 하나(Perugini & Bagozzi, 2001)로 행동 의도에 직접적 영향을 미치거나, 인지 요인과 감정 요인이 행동 의도에 미치는 영향을 매개하기도 한다(Park, 2011; Perugini & Bagozzi, 2001; Zhang et al., 2017). 선행 연구의 문항들을 본 연구에 맞게 수정하여 “나는 기사 속 이슈와 관련한 정책의 개선을 위해 청원이나 불매 운동, 항의 시위 등에 참여하기를 원한다”, “나는 기사 속 이슈와 관련한 정책의 개선을 위해 청원이나 불매 운동, 항의 시위 등에 참여하기를 바란다”, “나는 기사 속 이슈와 관련한 정책의 개선을 위해 청원이나 불매 운동, 항의 시위 등에 참여하기를 열망한다”의 3개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

#### ③ 사회적 동조

사회적 동조는 다수의 의견에 따라 개인의 태도와 행동을 변화하거나 새롭게 형성하는 현상으로, 공중은 자신의 명확한 판단이 존재하는 상황에서도 다수의 의견에 동조하는 경향을 보인다(Asch, 1970). 본 연구에서는 기존 연구(Kim & Yoon, 2015; Kim & Yoon, 2021; Min & Choi, 2017)를 기반으로 사회적 동조를 이슈

상황을 접했을 때 타인과의 사회적 연결 또는 유대에 대한 인식과 욕구로 보았다. 선행 연구의 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 “나는 기사 속 이슈에 대해 다른 사람들과 의견을 나누고 싶다.”, “나는 기사 속 이슈에 대해 판단하기 전에, 다른 사람들은 어떻게 생각하는지를 알고 싶다.”, “나는 기사 속 이슈에 대해 다른 사람들과 내가 같은 태도 또는 입장을 지니는 것이 중요하다.”, “나는 기사 속 이슈에 대해 되도록 다른 사람들과 유사한 방향으로 행동할 것이다.”의 4개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

#### ④ 공감

인간이 타인과 사회적 관계를 맺으며 살아가는 존재라는 점에서 공감은 공중의 행동과 밀접하게 연관된다. 특히 디지털 액티비즘 연구에서 공감은 공중의 행동에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(Lee & Choi, 2020; Shin, 2002). 기존 연구를 토대로, 공감을 타인이 느끼는 감정이나 경험을 나의 것처럼 느끼고 이해하는 능력으로 정의하고 선행 연구의 문항을 본 연구에 맞게 수정하여, “나는 기사 속 이슈로 인한 문제점을 이해한다.”, “나는 기사 속 이슈로 인해 발생하는 또는 발생 가능한 사건들을 이해하려고 노력한다.”, “나는 기사 속 이슈로 힘들어하는 사람을 보면 위로하고 싶을 것 같다.”, “나는 기사 속 이슈와 관련된 다른 사람의 힘든 상황이 걱정될 것 같다.”의 4개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

#### ⑤ 참여효능감

참여 효능감은 van Zomeren et al.(2013)의

개념 정의를 바탕으로 이슈와 상황에 관련하여 개인의 행동 수행이 집단의 목표 달성에 기여할 것이라는 믿음 또는 신념으로 정의하였다. 선행 연구에서 사용된 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 “나는 기사 속 이슈와 관련한 문제 상황의 해결을 위해, 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 다른 사람들과 커뮤니케이션하는 것이 기여할 수 있다고 믿는다.”, “나는 기사 속 이슈와 관련한 문제 상황의 해결을 위해, 온라인과 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 다른 사람들과 커뮤니케이션하는 것이 상당한 역할을 할 수 있다고 믿는다.”, “나는 기사 속 이슈와 관련한 문제 상황의 해결을 위해 온라인이나 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 청원이나 불매 운동, 항의 활동 등에 참여하는 것이 기여할 수 있다고 믿는다.”, “나는 기사 속 이슈와 관련한 문제 상황의 해결을 위해 온라인이나 소셜미디어, 메신저 앱 등을 통해 청원이나 불매 운동, 항의 활동 등에 참여하는 것이 상당한 역할을 할 수 있다고 믿는다.”의 4개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였다.

#### (5) 디지털 액티비즘

본 연구에서는 기존 논의들에 기반하여 디지털 커뮤니케이션 행동을 디지털 액티비즘으로 보았다(Chon & Park, 2019; Kim, 2013; Suwana, 2020). 선행 연구의 논의를 토대로 George와 Leidner(2019)의 디지털 액티비즘 위계 속 활동 중 클릭티비즘, 슬랙티비즘, 단순 정보 전달, 구체적 정보 공유, 메타보이싱, 관련 콘텐츠 작성, 디지털 청원 참여, 온라인 진정서 및 탄원서 작성과 제출, 항의 메시지 또는 메일,

불매 운동 참여, 온라인 모금 또는 펀딩 참여 등의 활동을 디지털 액티비즘의 세부 활동으로 정하였다(Earl, 2006; Kang & Yoon, 2019; Kim & Grunig, 2011; Park & Sung, 2017). 타인과의 정보 공유 및 확산을 주목적으로 하는 행동의 경우, 그 대상도 불특정 다수라는 점(Lee et al., 2014; Lee et al., 2020)을 고려하여 “다른 사람도 알 수 있게”, “다른 사람에게 알리기 위해” 또는 “다른 사람과 공유하고 논의하기 위해” 등의 표현을 추가하였다. 반면 주요 목적이 정책이나 이슈에 대한 개입, 변화에 있으며, 행동의 주요 대상이 정책 실무자들이며 참여 중심의 활동들은 “정책 담당자 또는 실무자들에게”, “정책 담당자 또는 실무자들에게 영향을 미치기 위해” 등의 표현을 추가하여 피험자들이 명확히 구분할 수 있게 하였다. 그러나 사전조사 시 온라인 불매 운동 참여는 정책 이슈에서 어색한 활동이라는 피드백들이 다수 제기되어 이를 반영하여 본 조사에서는 제외하였다. 각 활동은 모두 7점 리커트 척도로 측정하였다.

## (6) 통제 변인

본 연구에서 공중의 디지털 액티비즘 유발에 영향을 미칠 것으로 예측한 감정 요인, 인지 요인, 촉발 요인 외에 직, 간접적으로 공중의 디지털 액티비즘 유발 과정에 영향을 미칠 수 있는 변인들을 통제하고자 하였다. 선행 연구(John, Kim, Kim, Xiong, & Kim, 2019; Kim & Park, 2018; Lee & Yang, 2017; Valenzuela et al., 2012; Yang & Na, 2004)를 기반으로 연구 참여자의 인구통계학적 변인, 평소 인터넷 포털 사이트와 소셜미디어의 이용 정도, 평소

인터넷 포털사이트와 소셜미디어를 통한 뉴스 이용 정도, 포털 뉴스 신뢰도, 정부 신뢰, 정치 성향, 전문가 정보원 영향, 연구 참여자의 이슈 관련성, 그리고 이슈와 관련한 사전지식을 통제 변인으로 포함하고 기존 연구의 측정 항목들을 본 연구에 맞게 수정, 적용하였다.

## 5. 분석 결과

수집된 데이터는 SPSS와 AMOS를 사용하여 분석하였다. 본 연구에서는 구조방정식모형 분석을 통해 디지털 액티비즘이 유발되는 구체적 경로와 해당 경로 안에서 감정 요인, 인지 요인, 촉발 요인의 영향 관계를 파악하였다. 연구 문제를 분석하기 전, 디지털 액티비즘의 세부 활동들에 대한 탐색적 요인 분석과 각 변인의 측정 항목에 대한 신뢰도 분석을 진행하였다.

### 1) 기초분석

#### (1) 인구통계학적 분석

성별과 연령대에 따라 비슷한 비율이 되도록 피험자들을 배치하였다. 분석에 사용된 245명의 피험자 중 남성 120명(49.1%), 여성 125명(51.0%)이었으며 20대 46명(18.8%), 30대 52명(21.2%), 40대 48명(19.6%), 50대 51명(20.8%), 60대 이상은 48명(19.6%)이었다.

#### (2) 요인 분석

디지털 액티비즘의 세부 활동이 광의의 관점에서 디지털 커뮤니케이션 행동 범주에 모두 포

함되나 구체적으로는 행동의 대상이나 범위, 공중이 소모하는 자원의 규모 등에서 차이를 가진다. 또한 본 연구에서 적용된 디지털 액티비즘의 세부 활동들은 상이한 학문 분야의 논의와 개념을 문헌 검토를 기반으로 도출, 융합시킨 것이기에, 해당 활동들이 문헌과 동일하게 공중에 개념화될 수 있는지에 관한 실증적 검토가 부족하다. 따라서 측정 항목의 타당도를 확인하

기 위해 탐색적 요인 분석을 시행하였다.

요인 분석 결과, 총 12개 활동 중 8개 활동이 적극적 수준의 디지털 액티비즘 활동(커뮤니케이션 행동의 적극적 전파, 시민참여의 적극적 참여, 시민참여의 공격적 참여)과 소극적 수준의 디지털 액티비즘 활동(커뮤니케이션 행동의 소극적 공유, 시민참여의 소극적 지지)으로 각각 분류되었다(〈Table 2〉 참조). 요인 분석으로 설

〈Table 1〉 Types of Digital Activism

passive sharing	1	Clickivism (including the reading the contents)
	2	Slacktivism (Like, Heart etc.)
active transmission	3	RT or Regram
	4	QT or Reposting
	5	Writing Reply
active forwarding	6	Hashtag relay
	7	Producing(creating) contents(text, image etc.)
passive supporting	1	Participating on e-assertion
	2	Participating online government petition
active participation	3	Sending DM or complaint(protest) documents
	4	Submitting documents (entreaty documents etc.)
aggressive participation	5	E-funding participation

〈Table 2〉 Factor Analysis Result of Digital Activism

		rotated component matrix	
		factor loading	
		factor 1	factor 2
active participation	Sending DM or complaint(protest) documents	<b>.88</b>	.26
active participation	Submitting entreaty(petition) documents	<b>.85</b>	.31
aggressive participation	E-funding participation	<b>.85</b>	.32
active forwarding	Producing(creating) contents(text, image etc.)	<b>.84</b>	.33
active forwarding	Hashtag relay	.66	.60
active transmission	Writing Reply	.64	.61
passive sharing	Slacktivism	.23	<b>.86</b>
passive supporting	Participating on e-assertion	.27	<b>.80</b>
passive supporting	Online government petition	.32	<b>.79</b>
passive sharing	Clickivism	.31	<b>.78</b>
active transmission	RT or Regram	.54	.69
active transmission	QT or Reposting	.62	.64



명된 총 분산은 77.98%, KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 통계량은 .94, Bartlett의 구형성 검정 또한 유의확률 .000으로 적합한 것으로 나타났다.

**(3) 주요 변인의 신뢰도 분석**

선행 연구에서 단일 문항으로 측정된 평소 소셜미디어 이용 정도, 평소 소셜미디어 및 포털 사이트 뉴스 이용 정도, 정치 성향을 제외하고 주요 변인의 신뢰도를 분석하였다(〈Table 3〉 참조). 분석 결과, 본 연구에서 사용된 측정 항목들의 신뢰도는 모두 .7 이상으로 나타나 각 변인의 문항 간 내적 일치도가 확보되었다고 볼 수 있다.

**(4) 상관관계 분석**

본 연구의 주요 변인 간 상관관계 분석 결과

는 다음과 같다(〈Table 4〉 참조).

**(5) 연구 모형 검증**

연구 모형의 검증에 앞서 확인 요인 분석을 통해 각 측정 변인들의 단일 차원성을 검증하였다. 선행 연구에서 적용된 여러 적합도 평가 지수 중 기존 연구자들이 보편적으로 적용하고 있는  $\chi^2$ , RMR, GFI, AGFI, CFI, NFI, IFI, RMSEA 등의 지수 값을 종합적으로 살펴보고 적합도를 평가하였다. 모형 적합도의 향상을 위해 태도에서 4문항, 효능감에서 4문항을 제외하였다. 이러한 모형 수정 과정을 거쳐 모형 적합도와 안정성을 개선 시켰다. 비록  $\chi^2$  값과 AGFI 값이 수용 기준치에 미치지 못하나 나머지 적합도 지수들이 모두 기준치에 적합하여 이를 정서적 이슈의 이슈에 대한 공중들의 디지털 액티비즘 유

〈Table 3〉 Cronbach's  $\alpha$  of Key Variable

Variables	Number of items	Cronbach's $\alpha$	
issue relevance	3	.90	
cognitive involvement	4	.82	
affective involvement	4	.82	
subjective norm	4	.92	
attitude	10	.82	
self-efficacy	8	.91	
anger	2	.86	
anxiety	2	.84	
economic benefit	2	.84	
desire	3	.84	
bias	4	.80	
social conformity	4	.84	
empathy	4	.83	
participative efficacy	4	.94	
digital activism	active digital activism	.93	.94
	passive digital activism		.90
trust in the news article on portal site	5	.91	
trust in the government	5	.95	
influence of expert sources	3	.89	
prior knowledge	3	.88	

[Provider: earticle] Download by IP 125.143.159.160 at Friday, July 29, 2022 10:57 AM

(Table 4) Correlations of variables

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫
① subjective norm	1											
② attitude	.70**	1										
③ self-efficacy	.60**	.56**	1									
④ anger	.41**	.38**	.27**	1								
⑤ anxiety	.44**	.45**	.32**	.69**	1							
⑥ desire	.63**	.70**	.46**	.50**	.52**	1						
⑦ economic benefit	.36**	.45**	.24**	.27**	.39**	.43**	1					
⑧ bias	.51**	.53**	.51**	.28**	.35**	.50**	.39**	1				
⑨ social conformity	.60**	.69**	.41**	.36**	.47**	.59**	.50**	.57**	1			
⑩ empathy	.53**	.49**	.58**	.33**	.44**	.46**	.24**	.57**	.55**	1		
⑪ participative efficacy	.64**	.70**	.63**	.29**	.39**	.62**	.32**	.54**	.61**	.59**	1	
⑫ digital activism	.63**	.70**	.45**	.42**	.48**	.70**	.42**	.54**	.64**	.51**	.65**	1

(Table 5) Fitness of the study model

$\chi^2$	$\chi^2 / DF$	RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	RMSEA
1682.42	2.53	.05	.93	.90	.97	.94	.97	.07

발 경로 분석에 사용하였다(〈Table 5〉 참조).

## 2) 연구문제 분석 결과

정서적 관여가 인지적 관여보다 상대적으로 더 높은 수준으로 활성화되는 정서적 이슈에 관한 선행 연구의 논의를 기반으로 연구문제와 가설을 도출하고 경로계수 분석을 통해 변인 간 영향 관계를 확인하였다(〈Table 6〉과 〈Table 7〉 참조).

### (1) 정서적 이슈의 디지털 액티비즘 유발 경로에서 감정 요인의 영향

〈연구문제 1〉과 〈가설 1〉, 〈가설 2〉, 〈가설 3〉을 통해 정서적 이슈에서 공중의 디지털 액티비즘이 유발되는 경로를 확인하고, 이 경로에서 감정 요인이 어떻게 영향을 미칠 것인지 살펴보았다.

〈Table 6〉에서 확인할 수 있듯, 감정 요인인 분노와 불안은 인지 요인에 통계적으로 유의한 영향 관계를 보였다. 즉, 선행 연구를 바탕으로 정서적 이슈에서는 감정 요인에서 인지 요인의 방향으로의 영향 관계가 나타날 것으로 예측한 영향 경로가 실증적으로 확인되었다. 따라서 감정 요인이 인지 요인에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 〈가설 1〉은 지지되었다. 분석 결과, 분노와 불안을 강하게 느낄수록 공중은 자신이 중요하게 여기는 집단의 판단과 의견을 중요하게 여기고, 자신이 이슈와 관련한 상황을 통제하거나 원하는 결과를 도출할 수 있다고 생각하는 것으로 나타났다. 또한 자신이 문제 해결을 위해 행동하는 것이 긍정적인 또는 기대하는 결과를 야기할 수 있다고 믿는다. 즉, 본 연구에서 정서적 이슈의 시나리오로 적용한 ‘학대 아동 심사제 정책’에 대해 분노와 불안 수준이 높을수록 공중은 준거집단의 의견을 중요하게 여기

(Table 6) Path Coefficient of Study Model

		Estimate (standardized)	S.E.	C.R.	<i>p</i>
economic benefit	→ attitude	.41	.05	6.54	***
	→ subjective norm	.34	.04	5.55	***
attitude	→ desire	.53	.07	9.08	***
	→ bias	.39	.06	4.97	***
	→ social conformity	.50	.06	8.02	***
	→ participative efficacy	.52	.07	8.38	***
subjective norm	→ desire	.37	.06	6.35	***
	→ bias	.40	.06	4.65	***
	→ social conformity	.36	.06	5.48	***
	→ participative efficacy	.36	.07	5.52	***
self-efficacy	→ desire	-.09	.05	-1.82	.069
	→ empathy	.39	.05	6.43	***
	→ participative efficacy	.15	.05	2.76	**
anger	→ subjective norm	.52	.07	7.44	***
	→ attitude	.41	.07	6.29	***
	→ bias	.71	.18	4.33	***
	→ social conformity	-.67	.18	-3.76	***
	→ empathy	-.72	.20	-3.22	**
	→ participative efficacy	.66	.18	3.97	***
	→ digital activism	.37	.14	3.19	**
anxiety	→ self-efficacy	.38	.12	4.87	***
	→ bias	.55	.15	4.11	***
	→ social conformity	.81	.27	4.27	***
	→ empathy	.59	.13	4.87	***
	→ participative efficacy	.61	.26	3.59	***
	→ digital activism	.37	.14	3.19	**
desire	→ digital activism	.36	.05	5.28	***
bias	→ digital activism	.52	.13	3.98	*
social conformity	→ digital activism	.31	.09	3.19	**
empathy	→ digital activism	.11	.11	2.87	**
participative efficacy	→ digital activism	.10	.06	2.03	*

\*\*\* $p < .001$ , \*\*  $p < .01$ , \* $p < .05$ 

고, 자신이 정책 개선을 위해 행동하는 것이 정책을 바람직한 방향으로 개선하는 데 영향을 미칠 수 있다고 판단하였다. 또한 분노와 불안을 강하게 느낄수록 자신이 ‘학대 아동 심사제 정책’을 개선할 역량을 가지고 있다고 판단하게 된다. 다만 분노는 주관적 규범과 태도에 대해서만, 불안은 효능감에 대해서만 통계적으로 유

의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. <Table 7>에 나타나듯 감정 요인 중 분노와 불안은 촉발 요인에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 <가설 2>는 지지되었다. 다만, 분노와 불안 모두 열망에는 간접 효과만, 공감에는 직접 효과만 보였다. 한편, 분노와 불안 모두 디지털 액티비즘에 통계적으로 유의한 영향을

(Table 7) Direct, indirect and total effect of study model

		Direct Effect	Indirect effect	Total Effect
economic benefit	→ attitude	.41 <sup>***</sup>	.00	.41 <sup>***</sup>
	→ subjective norm	.34 <sup>***</sup>	.00	.34 <sup>***</sup>
	→ desire	.00	.28 <sup>**</sup>	.28 <sup>**</sup>
	→ bias	.00	.15 <sup>**</sup>	.15 <sup>**</sup>
	→ social conformity	.00	.23 <sup>**</sup>	.23 <sup>**</sup>
	→ participative efficacy	.00	.25 <sup>**</sup>	.25 <sup>**</sup>
	→ digital activism	.00	.15 <sup>*</sup>	.15 <sup>*</sup>
attitude	→ desire	.53 <sup>***</sup>	.00	.53 <sup>***</sup>
	→ bias	.39 <sup>***</sup>	.00	.39 <sup>***</sup>
	→ social conformity	.50 <sup>***</sup>	.00	.50 <sup>***</sup>
	→ participative efficacy	.52 <sup>***</sup>	.00	.52 <sup>***</sup>
	→ digital activism	.00	.32 <sup>**</sup>	.32 <sup>**</sup>
subjective norm	→ desire	.37 <sup>***</sup>	.00	.37 <sup>***</sup>
	→ bias	.40 <sup>***</sup>	.00	.40 <sup>***</sup>
	→ social conformity	.36 <sup>***</sup>	.00	.36 <sup>***</sup>
	→ participative efficacy	.36 <sup>***</sup>	.00	.36 <sup>***</sup>
	→ digital activism	.00	.23 <sup>**</sup>	.23 <sup>**</sup>
self-efficacy	→ desire	-.09	.00	-.09
	→ empathy	.39 <sup>***</sup>	.00	.39 <sup>***</sup>
	→ participative efficacy	.15 <sup>**</sup>	.00	.15 <sup>**</sup>
	→ digital activism	.00	-.01	-.01
anger	→ subjective norm	.52 <sup>***</sup>	.00	.52 <sup>***</sup>
	→ attitude	.41 <sup>***</sup>	.00	.41 <sup>***</sup>
	→ desire	.00	.46 <sup>**</sup>	.46 <sup>**</sup>
	→ bias	.71 <sup>***</sup>	.16 <sup>**</sup>	.86 <sup>**</sup>
	→ social conformity	-.67 <sup>***</sup>	.37 <sup>**</sup>	-.30 <sup>*</sup>
	→ empathy	-.72 <sup>**</sup>	.00	-.72 <sup>**</sup>
	→ participative efficacy	.66 <sup>***</sup>	.21 <sup>*</sup>	.87 <sup>**</sup>
	→ digital activism	.00	.15 <sup>*</sup>	.15 <sup>*</sup>
anxiety	→ self-efficacy	.38 <sup>***</sup>	.00	.382 <sup>***</sup>
	→ desire	.00	-.06 <sup>*</sup>	-.06 <sup>*</sup>
	→ bias	.55 <sup>***</sup>	.00	.55 <sup>***</sup>
	→ social conformity	.81 <sup>***</sup>	.00	.81 <sup>***</sup>
	→ empathy	.59 <sup>***</sup>	.17 <sup>**</sup>	.75 <sup>**</sup>
	→ participative efficacy	.61 <sup>***</sup>	.06	.67 <sup>*</sup>
	→ digital activism	.37 <sup>**</sup>	.35 <sup>*</sup>	.72 <sup>*</sup>
desire	→ digital activism	.36 <sup>***</sup>	.00	.36 <sup>***</sup>
bias	→ digital activism	.52 <sup>*</sup>	.00	.52 <sup>*</sup>
social conformity	→ digital activism	.31 <sup>**</sup>	.00	.31 <sup>**</sup>
empathy	→ digital activism	.11 <sup>**</sup>	.00	.11 <sup>**</sup>
participative efficacy	→ digital activism	.10 <sup>*</sup>	.00	.10 <sup>*</sup>

\*\*\* $\alpha$ .001, \*\* $\alpha$ .01, \* $\alpha$ .05

미치는 것으로 나타나 <가설 3>은 지지되었다. 불안은 디지털 액티비즘에 통계적으로 유의한 직접 효과와 간접 효과를 모두 보였다. 그러나,

분노는 기존 연구에서 다른 감정들보다 강력한 행동 유발 영향 요인으로 다수 검증된 것과 달리 본 연구에서는 디지털 액티비즘에 통계적으

로 유의한 간접 효과만 보였다.

### (2) 정서적 이슈의 디지털 액티비즘 유발 경로에서 인지 요인의 영향

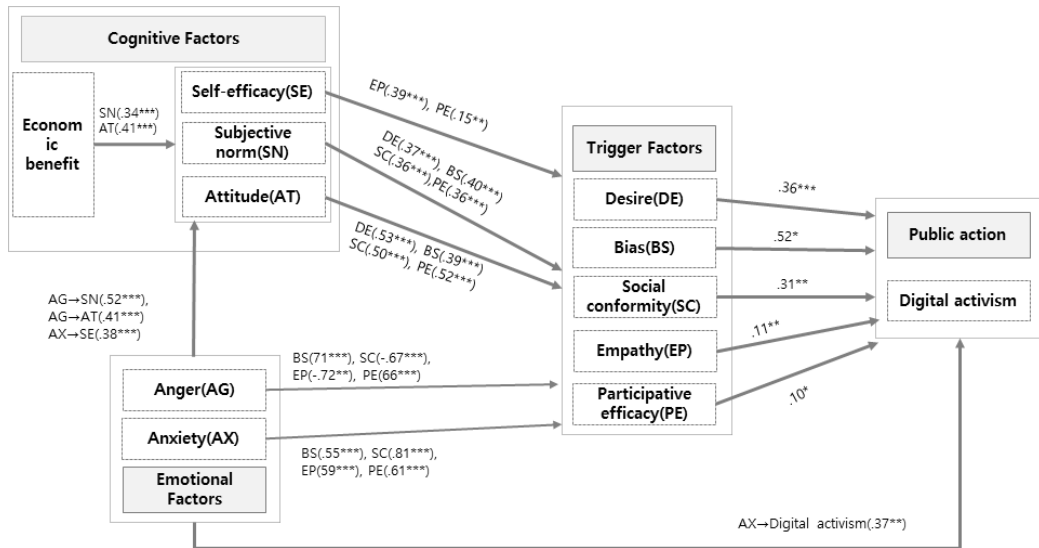
〈연구문제 2〉와 〈가설 4〉, 〈가설 5〉를 통해 정서적 이슈에서 공중의 디지털 액티비즘이 유발되는 경로에 인지 요인이 어떻게 영향을 미칠 것인지 살펴보았다. 인지 요인인 주관적 규범과 태도, 효능감은 촉발 요인에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나 〈가설 4〉는 지지되었다. 주관적 규범과 태도가 높을수록 공중은 행동을 수행하려는 강렬한 욕구와 타인과 연대하려는 욕구, 그리고 자신의 행동이 옳다는 강한 믿음의 수준 또한 증가한다. 그러나 자신이 문제를 해결할 역량이 있다고 믿을수록 공중은 ‘학대 아동 심사제 정책’으로 인한 타인의 고통에 공감하고, 자신의 참여가 문제해결에 기여할 수 있다고 믿는다. 감정 요인인 분노와 불안에 영향받는 태도와 주관적 규범은 촉발 요인인 열망, 편향, 사회적 동조, 참여효능감에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타나(〈Table 7〉 참조) 인지 요인이 감정 요인과 촉발 요인 사이를 매개할 것이라는 〈가설 5〉는 지지되었다.

### (3) 정서적 이슈의 디지털 액티비즘 유발 경로에서 촉발 요인의 영향

〈연구문제 3〉과 〈가설 6〉, 〈가설 7〉을 통해 정서적 이슈에서 공중의 디지털 액티비즘 유발 경로에 촉발 요인이 어떻게 영향을 미칠 것인지 살펴보았다. 그리고 〈연구 문제 4〉를 통해 촉발 요인 중 어떤 변인이 디지털 액티비즘 유발에 가장 두드러진 영향을 미치는지 확인하였다.

분석 결과, 촉발 요인은 모두 디지털 액티비즘에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 촉발 요인이 감정 요인과 디지털 액티비즘 사이를 매개할 것이라는 〈가설 6〉과 인지 요인과 디지털 액티비즘 사이를 매개할 것이라는 〈가설 7〉은 모두 지지 되었다. 〈Table 7〉에 나타나듯, 편향과 사회적 동조는 감정 요인 중 분노와 불안, 인지 요인 중 주관적 규범과 태도 그리고 디지털 액티비즘 사이에서 통계적으로 유의한 매개효과를 보였다. 열망은 인지 요인과 디지털 액티비즘 사이만 통계적으로 유의하게 매개하였으며, 공감은 감정 요인과 디지털 액티비즘 사이만 통계적으로 유의하게 매개하였다. 참여효능감은 모든 감정 요인과 인지 요인 그리고 디지털 액티비즘 사이에서 통계적으로 유의한 매개효과를 보였다.

〈연구문제 4〉를 통해 이상의 촉발 요인 중 어떤 요인이 정서적 이슈의 디지털 액티비즘 유발 경로에서 두드러진 영향을 미칠 것인지 확인하였다. 디지털 액티비즘에 미치는 변인들의 효과를 표준화 계수값을 통해 비교해 본 결과(〈Table 7〉 참조), 불안(.72), 편향(.52), 열망(.36), 태도(.32), 사회적 동조(.31)의 순으로 나타났다. 따라서 촉발 요인 중에서는 편향이 디지털 액티비즘에 가장 주요하게 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 즉, 정서적 이슈에서 감정 요인과 인지 요인을 통해 디지털 액티비즘이 유발되는 과정에서 자신의 능력이나 통제력, 지식을 기반으로 하는 선택과 판단, 행동이 옳다고 강하게 믿는 것이 공중이 디지털 액티비즘을 더욱 활발하게 수행하는데 가장 큰 영향을 미치는 촉발 요인이 된다.



\*\*\* $\alpha$ .001, \*\* $\alpha$ .01, \* $\alpha$ .05

〈Figure 3〉 Result of the model

## 6. 연구 결과의 논의 및 함의

### 1) 연구 결과 논의 및 연구의 함의

정서적 이슈에서 공중들은 선행 연구를 기반으로 예상한 바와 같이 감정 요인에서 인지 요인으로서의 영향 경로를 보였다. 이는 선행 연구(Loewenstein et al., 2001; Slovic et al., 2007)를 토대로 정서적 이슈에서는 감정 요인이 인지 요인보다 우선적으로 활성화되어 작동하고 그 이후 인지 요인이 영향받는 선(先)정서-후(後)인지의 메커니즘을 보일 것이란 예측과 일치하였다. 즉, 정서적 관여가 높은 수준으로 활성화되고 인지적 관여가 낮은 수준으로 활성화되는 정서적 이슈를 접할 경우, 공중은 분노와 불안 같은 감정적 반응이 우선적으로 일어난 후, 해당 이슈를 자신이 해결할 역량이 있는 것인지, 해당 이슈에 대해 자신의 준거집단이 중

요하게 생각하고 있는 것인지, 그리고 자신이 해당 이슈를 해결하기 위해 행동을 수행하는 것이 긍정적 결과를 야기할 것인지를 구체적으로 생각해보게 된다는 것이다.

감정 요인 중 불안은 다른 요인을 거치지 않고 디지털 액티비즘에 직접 효과를 미치는 것으로 나타났다. 이는 Slovic과 동료 학자들(Slovic et al., 2007)의 연구에서 공중의 감정적 반응이 강하게 유발되는 상황이나 이슈는 공중의 인지적 정보처리 과정 없이 판단과 행동을 유발할 수 있다는 결과와도 맥락을 같이 한다. 즉 정서적 이슈를 접하고 불안감을 강하게 느낄수록 공중은 합리적, 체계적 사고를 하지 않고 바로 행동을 수행하려는 의도를 보인다는 것이다. 기존 연구(Kim, 2016; Petty & Cacioppo, 1979)에서는 인지적 저관여 상황에서는 분노가, 인지적 고관여 상황에서 불안이 공중 행동과 유의미한 관계를 보인다고 보았다. 그러나 정서적 관여

수준이 높게 활성화되고 인지적 관여 수준은 상대적으로 낮게 활성화된 본 연구에서는 불안도 공중 행동에 직접적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 디지털 액티비즘 유발에 감정 요인이 상당히 주요하게 영향을 미치고 있음은 경로계수 값의 단순 비교를 통해서도 확인할 수 있다. 정서적 이슈에서 공중들의 디지털 액티비즘 활동 수행은 불안에 가장 크게 영향을 받으며, 다음으로 자신의 선택이나 판단이 옳다는 강한 믿음인 편향의 영향을 받게 된다. 불안과 편향 모두 감정적 반응과 관련된 변인으로 정서적 이슈에서 공중 행동은 결국 공중의 정서적 관여 수준, 감정적 반응과 밀접하게 연관되어 있다는 논의가 실증적으로 확인되었다고 할 수 있다.

정서적 이슈에서 인지 요인은 감정 요인으로부터 영향을 받은 뒤, 촉발 요인과 디지털 액티비즘에 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이는 상술했듯, 관여 및 공중 행동 관련 기존 연구에서 인지 요인에서 정서 요인으로서의 인과관계를 전제하고 이를 일반적인 관여와 공중 행동 유발 메커니즘으로 논해온 것과 달리, 본 연구에서는 정서적 이슈에서는 정서 요인에서 인지 요인으로 인과적 영향의 메커니즘이 작용한다는 것을 확인할 수 있었다. 공중들은 분노할수록 자신의 준거집단의 의견을 중요하게 여기며, 자신의 행동 수행이 바람직한 결과를 야기할 것으로 판단한다. 공중의 분노와 불안의 수준이 증가할수록 타인과 사회적으로 연대하려는 욕구도 증가하고 타인의 감정이나 경험을 자신의 것처럼 느끼는 경향도 증가하며, 자신이 디지털 액티비즘의 활동들을 수행하는 것이 문제해결에 기여할 것이라는 믿음의 수준도 높아진다.

그리고 이를 통해 디지털 액티비즘도 더욱 적극적으로 수행하게 됨을 확인할 수 있다. 또한 공중은 분노하고 불안할수록 자신의 행동이나 판단이 옳다고 강하게 믿으며 이는 디지털 액티비즘 유발에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그러나 정서적 이슈로 본 연구의 시나리오에서 제시된 아동학대 대응 정책 자체가 공중들의 응답에 영향을 미쳤을 수 있음을 배제할 수 없다. 유사 사례의 지속적인 반복 발생과 미온한 대응 정책 등으로 인해 다수의 연구 참여자가 아동학대와 관련한 이슈를 접하는 것만으로도 이미 심층적 사고보다 우선하여 분노와 불안이 쉽게 유발, 활성화되어 공중들의 판단 및 행동 유발 경로에 영향을 미쳤을 가능성도 있다. 또한 아동학대와 관련하여 다수의 사례에서 우리 사회의 공중들은 문제를 해결하기 위해 디지털 청원이나 서명, 해시태그 릴레이, 관련 콘텐츠의 공유 등의 다양한 디지털 액티비즘을 진행하였고, 정책의 개선이나 법안의 제정을 위해 익명의 불특정 다수와 연대하여 집단행동에 참여하였으며 이를 통해 법 또는 정책의 개정 및 개선과 같은 결과가 도출되는 것을 직, 간접적으로 체험하였기 때문에, 피험자가 자신의 선택이나 판단, 행동이 옳다고 믿거나 집단행동을 수행하려는 경향이 더욱 강하게 나타났을 수도 있다.

이상의 연구 결과를 토대로 본 연구의 학문적 실무적 논의와 함의를 정리해보면 다음과 같다.

첫째, 정서가 공중의 디지털 액티비즘에 미치는 영향을 여러 측면에서 확인할 수 있다. 본 연구에서 정서는 크게 두 가지 측면에서 디지털 액티비즘과 연관되어 영향을 미치는데, 하나는 이슈 관여와 관련된 정서적 관여와 정서적 이슈

관련 측면이고, 다른 하나는 감정적 반응과 연결된 측면이다. 우선, 이슈 관여와 관련된 정서의 측면에서, 정서적 이슈가 디지털 액티비즘 유발에 미치는 영향력을 확인하고 이를 통해 정서적 관여와 공중 행동 관련 논의가 더욱 적극적으로 진행되어야 할 필요성을 재확인하였다. 이를 통해 기존의 ‘인지에서 정서’로의 영향 관계의 논의를 벗어나 공중의 행동 유발 메커니즘에서 ‘정서에서 인지’로의 영향 관계도 작용할 수 있다는 것을 실증적으로 확인했다는 점에서 의의가 있다. 다만, 본 연구에서 시나리오 자극물로 사용된 학대 아동 관련 정책 이슈의 특징 자체가 경로 도출에 영향을 미칠 가능성을 고려할 필요가 있다. 다음으로, 본 연구를 통해 공중의 감정적 반응을 유발하는 감정 요인의 영향력을 실증 연구로 확인하였다. 분노와 불안은 기존 연구에서 확인된 바와 같이 공중의 판단 및 행동 유발 메커니즘에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Ahmad(2004)는 감정의 어원인 ‘emovere’ 자체가 ‘to move out’이기에 감정과 공중의 행동이 밀접하게 연결되어 있으며, 다양한 감정이 특정 쟁점을 사회의 쟁점으로 부각하는 과정에서 공중들에게 공감을 유발하는 역할을 한다고 보았다. 다만, 여러 감정 중에서 분노가 행동 유발에 더 강한 영향을 미친다는 기존 연구 결과와 달리, 본 연구에서는 불안이 분노보다 더 주요하게 작용하는 것으로 나타났다. 최근의 연구(Becker, Tausch, & Wagner 2011; Halperin, 2011)에서도 증오나 경멸 등의 감정이 공중을 극단적, 호전적 행동에 참여하기 쉽게 만든다고 보았다. 따라서 향후 연구에서 공중의 행동을 강력하게 유발하는 다양한 감정

들에 대한 학문적 논의가 더욱 활성화될 필요가 있음을 확인하였다.

둘째, 본 연구에서는 다양한 분야의 이론과 논의를 통해 학제 간 연구 확장 및 통합의 토대를 제시하였다고 할 수 있다. 정서적 이슈가 디지털 액티비즘을 유발하는 경로에 영향을 미치는 다양한 변인의 영향력을 실증 연구를 통해 확인하였다. 경제학, 심리학, 정치학, 사회학 등 다양한 분야에서 논의되어 온 이론과 변인을 토대로 본 연구에서는 정서적 이슈가 디지털 액티비즘을 유발하는 경로를 예측하고 도출하였다. 특히 디지털 액티비즘 연구에서 더욱 활발하게 논의될 필요가 있는 참여효능감의 영향력을 확인하였다. 참여효능감은 아직 활발한 연구가 이루어지지 않고 있으나, 선행 연구(Park et al., 2019; van Zomeren et al., 2013)에서 특히 청원 상황에서 공중 행동을 예측하는 주요 변인이며, 본 연구에서도 공중의 디지털 액티비즘에 유의미한 영향을 미치는 주요 변인임이 확인되었다. 또한 기존 연구를 토대로 정서적 이슈에서 특히 영향력이 클 것으로 예측한 편향이 중요한 영향 변인이나 디지털 액티비즘 유발에 가장 크게 영향을 미치는 촉발 요인임을 확인할 수 있었다. 다만, 선행 연구를 통해 디지털 액티비즘에 주요하게 영향을 미칠 것으로 예측한 공감의 영향력이 상대적으로 낮게 나타나 후속 연구에서 이에 관한 논의가 진행될 필요성을 확인하였다.

셋째, 본 연구 결과를 통해 조직의 실무 담당자들이 이슈 관여 유형에 따라 공중 행동 유발 메커니즘을 확인하고 이에 맞춰 이슈가 위기로 확산되기 전, 전략적, 예방적 대안을 제시하는



데 도움이 된다는 점에서 실무적으로도 의의가 있다. 기존의 관여와 공중 행동 연구와 달리, 본 연구에서는 이슈가 공중의 정서적 관여를 인지적 관여보다 우세하게 활성화하고, 이렇게 정서적 관여가 높은 수준으로 활성화될 경우, 공중에겐 감정적 반응이 우선하여 작용하게 됨을 확인하였다. 이는 정책 실무자 또는 조직의 PR 커뮤니케이션 담당자 등이 업무를 추진하면서 공중들과 갈등이 예상되는 상황에서, 해당 이슈가 공중의 인지적 관여를 우세하게 활성화 시키는 이슈인지, 정서적 관여를 우세하게 활성화 시키는 이슈인지를 파악하여 이에 맞게 차별화된 대응 전략 도출을 가능하게 한다. 상술한 '일본 방사능 유출 후 일본산 식음료 수입 사례'처럼 공중에게 해당 이슈가 정서적 이슈이고 공중은 이와 관련하여 강렬한 감정적 반응이 우선적으로 나타나고, 이후 구체적 정보를 검토하거나 감정적 반응이 곧장 행동 수행으로 이어질 수 있음에도 정부 관계자들과 일부 전문가들은 이를 논리적, 과학적 정보를 강조하며 공중의 합리적 판단을 유발하려 하였다. 그러나 결과적으로 이는 도리어 공중의 반발과 부정적 반응만 고조시켜 갈등 상황만 악화되게 하였다. 반대로 본 연구에서는 다루지 않았으나, 공중의 경제적 이득 손실과 밀접하게 관련된 이슈 또는 상황에 관해 정책 담당자나 실무자가 공중의 감정적 반응을 우선적으로 자극하는 커뮤니케이션 메시지를 전달할 경우, 긍정적 결과를 기대하기 힘들 것이라 예상해볼 수 있다. 이슈 관여 유형에 따른 공중의 행동 유발 메커니즘과 각 변인의 영향 관계를 파악하는 것은 실무자들이 이슈 상황에서 단계별 대응 전략 도출을 가능하게 기여할

수 있다는 점 또한 본 연구에서 확인할 수 있는 실무적 의의이다. 공중이 정서적 이슈를 접하고 디지털 액티비즘이라는 행동을 취하기까지 기폭제로 작용하게 되는 요인과 메커니즘을 고려한 위기 예방 전략을 도출하여 공중의 부정적 집단행동을 예방할 수 계기로 작용하게 할 수 있을 것이다.

넷째, 디지털 액티비즘을 PR 커뮤니케이션 관점에서 더욱 활발히 논의해야 할 필요성을 확인하였다. 학자들은 PR 커뮤니케이션 연구가 공중과 공동의 의미를 형성하고 소통하는 과정이라는 점에서 시민참여 또는 액티비즘과 연결되어 있다고 보았다(Kim, 2013). 또한 사회의 공동 의미를 창출하는 과정이라는 측면에서 PR 커뮤니케이션 연구에서 액티비즘을 중요하게 다루고 적극적으로 연구해야 함을 강조하였다(Coombs & Holladay, 2012; Mules, 2021; Swann, 2014). 그러나 아직 PR 커뮤니케이션 분야에서 액티비즘 연구는 부족한 상황이며, 특히 디지털 인프라를 기반으로 한 액티비즘 연구는 더욱 부족하다. 따라서 PR 커뮤니케이션 관점에서 액티비즘을 개념화하고 이를 디지털 액티비즘으로 확장하여 살펴본 본 연구를 통해 PR 커뮤니케이션 연구에서 액티비즘, 특히 디지털 액티비즘에 관한 논의의 기반을 제시하였다고 할 수 있다.

## 2) 연구의 한계 및 제언

본 연구는 다음과 같은 몇 가지 한계를 지닌다. 첫째, 이슈 관여의 분류 자체가 공중의 영향을 받게 된다. 본 연구에서는 이슈 특성에 기반

하여 인지적 관여 또는 정서적 관여 중 더 우세하게 활성화되는 관여가 있다고 보았다. 그리고 정서적 관여를 더 우세하게 활성화하는 정서적 이슈의 디지털 액티비즘 유발 경로를 확인하였다. 이 과정에서 이슈와 관련한 공중의 인식이나 평가 등에 대한 논의는 배제하였다. 그러나 이슈 자체의 특성에 따라 이슈 관여를 분류하는 과정에서 이미 상황에 대한 공중의 평가가 영향을 미칠 수 있다. 즉, 관여 자체가 공중 내재적 요인이라고도 볼 수 있기에, 이슈 관여 분류 시 이슈와 관련한 공중의 관여를 완벽하게 분리하기 어려우며, 현실적으로도 완벽하게 통제할 수 없다는 연구의 한계점이 존재한다. 그러나 바로 그러한 점에서 본 연구는 이슈와 공중에 대한 논의에서 그동안 공중의 인식에 집중된 연구가 주로 다루어지고, 이슈 특성과 관련한 논의는 간과되었기에, 이슈 특성 자체와 공중 행동에 관한 연구가 필요하다고 판단하였다.

둘째, 통제 변인들이 공중 인식에 미치는 영향을 완벽하게 통제하기 어렵다는 한계가 존재한다. 본 연구에서 통제한 변인 중 정부 신뢰, 정치 성향 등은 기존 연구에서 공중의 판단과 행동에 주요하게 영향을 미치는 변인으로 논의되었다는 점에서, 본 연구의 통제 변인이 완벽하게 통제되지 못했을 가능성을 배제할 수 없다는 제한점이 존재한다. 특히 본 연구의 시나리오로 적용한 이슈가 정책 이슈이기에 정치 성향이나 정부 신뢰 등을 통제하였음에도, 연구 참여자들이 기본적으로 가진 정치적 태도와 신념 등이 응답에 영향을 주었을 수 있다. 특히 기존 연구 결과(Koo, Min & Cho, 2020; Lee & Kim, 2021)에서 우리나라 국민이 타국의 국민에 비해

상대적으로 참여민주주의를 선호하고 정치 관심 수준이 높게 나타났다는 점에서 이러한 변인들이 영향을 미쳤을 수 있다.

마지막으로, 우리 상황에 맞는 디지털 액티비즘 유형화가 필요하다. 본 연구에서 디지털 액티비즘의 유형화를 위해 검토하고 적용한 대부분의 연구가 서구 사회에서 정치학 분야를 중심으로 발전되었다는 점에서 PR 커뮤니케이션 논의에 근거하여 한국적 상황이 반영된 디지털 액티비즘 유형 또는 위계, 목록 등의 개발 및 검증이 필요하다. 또한 국내의 디지털 인프라가 다수의 해외 국가에 비해 우수하고, 국내 공중들이 디지털 인프라를 활용하여 디지털 커뮤니케이션 행동 또는 디지털 집단행동에 참여하는 것에 대한 물리적, 심리적 거리감이 타국 공중보다 상대적으로 낮을 수 있다는 점을 고려하면 분명 타국에서의 디지털 액티비즘 활동 양상과 국내는 차이를 보일 것이라 유추할 수 있기 때문이다.

## 참고문헌

- Abelson, R. P. (1963). Computer simulation of "hot cognition". Computer simulation of personality. In S. Tomkins & S. Messick (Eds.), *Computer simulation of personality* (pp. 277-298). New York: Wiley.
- Ahmad, M. I. (2004). A rage shared by law: Post-September 11 racial violence as crimes of passion. *Calif. L. Rev.*, *92*, 1259-1330.
- Ahn, J. S., & Lee, W. J. (2011). Effect of social conformity and individuals' information processing tendencies on trust in rumor message. *Journal of Communication Science*, *11*(4), 296-320.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179-211.
- Allahverdyan, A. E., & Galstyan, A. (2014). Opinion dynamics with confirmation bias. *PLoS One*, *9*(7), e99557. doi:10.1371/journal.pone.0099557
- Anderson, C. J. (2006). The functions of emotion in decision making and decision avoidance. In R. Baumeister, G. Loewenstein & K. Vohs (Eds.), *The functions of emotion in decision making and decision avoidance. Do emotions help or hurt decisions?* Sage Publications, Forthcoming. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=895781>
- Antil, J. H. (1984). Conceptualization and operationalization of involvement. *ACR North American Advances*, *11*(1), 203-209.
- Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: I. A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, *70*(9), 1-70.
- Bae, H. S. (2006). A prediction model for the effects of emotion and issue involvement on entertainment-education viewers' intention to register as cornea donors. *Journal of Broadcasting Research*, *62*, 273-301.
- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. M. (2002). Intentional social action in virtual communities. *Journal of Interactive Marketing*, *16*(2), 2-21.
- Bagozzi, R. P., & Edwards, E. A. (1998). Goal setting and goal pursuit in the regulation of body weight. *Psychology and Health*, *13*(4), 593-621.
- Bagozzi, R. P., & Kimmel, S. K. (1995). A comparison of leading theories for the prediction of goal-directed behaviours. *British Journal of Social Psychology*, *34*(4), 437-461.
- Bagozzi, R. P., & Lee, K. H. (1999). Consumer resistance to, and acceptance of, innovations. In E. J. Arnould & L. M. Scott (Eds.), *NA-Advances in consumer research* (Volume 26, pp. 218-225). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 248-287.
- Becker, G. S. (1993). Nobel lecture: The economic way of looking at behavior. *Journal of Political Economy*, *101*(3), 385-409.
- Becker, J. C., Tausch, N., & Wagner, U. (2011). Emotional consequences of collective action participation: Differentiating self-directed and outgroup-directed emotions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *37*(12), 1587-1598.
- Chaudhuri, S. (1998). An overview of query optimization in relational systems. In *Proceedings of the Seventeenth ACM SIGACT-SIGMOD-SIGART Symposium on Principles of Database Systems* (pp. 34-43).
- Chayko, M. (2014). Techno-social life: The internet, digital technology, and social connectedness. *Sociology Compass*, *8*(7), 976-991.
- Chayko, M. (2018). In Sync, but apart: Temporal symmetry, social synchronicity, and digital connectedness. In *Networks, hacking, and media-CITA MS@ 30: Now and then and tomorrow*. Emerald Publishing Limited.

- Choi, E. B., & Kim, H. S. (2011). The effect of publicity tones and involvement types on publics' perception changes. *Journal of Public Relations, 15*(1), 135–168.
- Choi, M. I., Kim, K. H., & Joo, J. H. (2009). The effect of media exposure as a cue to action on purchase intention of U.S. beef: Focusing on the mediating effect of perceived susceptibility and perceived severity. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 53*(6), 50–65.
- Chon, M. G., & Park, H. (2020). Social media activism in the digital age: Testing an integrative model of activism on contentious issues. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 97*(1), 72–97.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). Fringe public relations: How activism moves critical PR toward the mainstream. *Public Relations Review, 38*(5), 880–887.
- Damasio, A. R. (1994). Descartes' error and the future of human life. *Scientific American, 271*(4), 144–144.
- Diekmann, A., & Preisendörfer, P. (1998). Environmental behavior: Discrepancies between aspirations and reality. *Rationality and Society, 10*(1), 79–102.
- Ditto, P. H., & Lopez, D. F. (1992). Motivated skepticism: Use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions. *Journal of Personality and Social Psychology, 63*(4), 568–584.
- Edwards, F., Howard, P. N., & Joyce, M. (2013). *Digital activism and non-violent conflict*, 1–34. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2595115> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2595115>
- Eid, R. (2015). Integrating Muslim customer perceived value, satisfaction, loyalty and retention in the tourism industry: An empirical study. *International Journal of Tourism Research, 17*(3), 249–260.
- Erb, H. P., Bohner, G., Schmilzle, K., & Rank, S. (1998). Beyond conflict and discrepancy: Cognitive bias in minority and majority influence. *Personality and Social Psychology Bulletin, 24*(6), 620–633.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research, 50*(2), 179–221.
- Frankish, K. (2010). Dual-process and dual-system theories of reasoning. *Philosophy Compass, 5*(10), 914–926
- George, J. J., & Leidner, D. E. (2019). From clicktivism to hacktivism: Understanding digital activism. *Information and Organization, 29*(3), 1–63.
- Greenwald, A. G., & Leavitt, C. (1984). Audience involvement in advertising: Four levels. *Journal of Consumer Research, 11*(1), 581–592.
- Groenendyk, E. (2011). Current emotion research in political science: How emotions help democracy overcome its collective action problem. *Emotion Review, 3*(4), 455–463.
- Groenendyk, E. W., & Banks, A. J. (2014). Emotional rescue: How affect helps partisans overcome collective action problems. *Political Psychology, 35*(3), 359–378.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Hainsworth, B. E. (1990). The distribution of advantages and disadvantages. *Public Relations Review, 16*(1), 33–39.
- Halperin, E. (2011). Emotional barriers to peace: Emotions and public opinion of Jewish Israelis about the peace process in the Middle East. *Peace and Conflict, 17*, 22–45.
- Heath, C., Bell, C., & Sternberg, E. (2001). Emotional selection in memes: The case of urban legends. *Journal of Personality and Social Psychology, 81*(6), 1028–1041.
- Heath, R. L., & Douglas, W. (1991). Effects of involvement on reactions to sources of messages and to message clusters. *Journal of Public Relations Research, 3*(1–4), 179–193.

- Heath, R. L., Liao, S. H., & Douglas, W. (1995). Effects of perceived economic harms and benefits on issue involvement, use of information sources, and actions: A study in risk communication. *Journal of Public Relations Research, 7*(2), 89–109.
- Heunks, F. J. (1991). Varieties of activism in three western democracies. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 20*(2), 151–172.
- Hill, K. A., & Hughes, J. E. (1998). *Cyberpolitics: Citizen activism in the age of the Internet*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc..
- Hoch, S. J., & Loewenstein, G. F. (1991). Time-inconsistent preferences and consumer self-control. *Journal of Consumer Research, 17*(4), 492–507.
- 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.
- Ickes, W. J. (Ed.). (1997). *Empathic accuracy*. Guilford Press.
- Jae, M. K., & Jeon, H. R. (2013). Analysis of behavior in consumer boycotts type based on the extended theory of planned behavior. *Journal of Consumption Culture, 16*(4), 191–213.
- John, J., Kim, S. W., Kim, H. J., Shuangling, X., & Kim, S. T. (2019). The impacts of SNS uses on off-line political participation: Focusing on moderating effects of SNS reading and writing. *Peace Studies, 27*(1), 169–205
- Joo, S. S. (2019). Democratization in everyday life in the era of individualization. *Civil Society & NGO, 17*(1), 3–40.
- Jun, S. M. (2015). Consumers' negative emotions and behavioral responses caused by infringement on personal information based on the S-O-R Model of Mehrabian and Russell. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology, 16*(1), 105–123.
- Kang, J. W., & Kim, S. J. (2012). A study on the effect of comments posted under internet news articles: In consideration of the degree of involvement in issues and whether or not opinions are in accord. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 56*(2), 143–166.
- Kang, K. Y., & Yoon, Y. M. (2019). The role of risk emotions affecting SNS users' risk communication behavior intent. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations, 21*(1), 103–146.
- Kang, Y. J., & Kim, Y. W. (2019). The effects of attribution frame of particulate matter formation on coping behavioral intentions: Focusing on the mediating role of emotion and the moderating role of cultural Worldviews and Chemyon. *Korean Journal of Communication & Information, 98*, 7–54.
- Keum, H. J. (2010). The effects of social media on participatory social capital: A comparative study of bridging and bonding networks between Korean and american college students. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies, 24*(5), 9–46.
- Kil, W. Y., Yoon, H. Y., & Lee, J. H. (2019). Factors affecting the change of perceptions of nuclear issues: A comparison among different types of online discussions. *Journal of Institute for Social Sciences, 30*(3), 181–210.
- Kim, B. C., Kim, Y. M., & Anh, J. A. (2019). Analysis of the public's subjective perception on the nuclear issue: Application of the Q methodology. *Journal of KSSSS, 46*, 95–114.
- Kim, C. K., & Lord, K. R. (1991). A new FCB grid and its strategic implications for advertising. In *Proceedings of the Annual Conference of the Administrative Sciences Association of Canada (Marketing)* (pp. 51–60). Niagara Falls, Ontario: Administrative Sciences Association of Canada.
- Kim, E. J. (2019). Online-feminism as fourth wave: Contemporary feminism's politic and technology. *Korean Feminist Philosophy, 31*, 1–32.

- Kim, H. J., & Yoon, Y. M. (2020). Effects of anger, disappointment, and online collective efficacy on the public's online communication behavioral intention regarding corporate Gapjil. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 22(1), 35–83.
- Kim, H. K. (2019). Contents activism: Contents that acts. *Humanities Contents*, 53, 35–49.
- Kim, H. S., & Cho, K. H. (2014). The effect of the salience of issues and the level of personal involvement on problem recognition. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 16(1), 55–83.
- Kim, J. K., & Yoon, J. H. (2021). The influence of on-line boycott characteristics and attitudes on tourism: Focus on the Korean boycott against Japan. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 35(2), 67–81.
- Kim, J. N., & Grunig, J. E. (2011). Problem solving and communicative action: A situational theory of problem solving. *Journal of Communication*, 61(1), 120–149.
- Kim, M. J., & Yoon, Y. M. (2015). Effect of multiple media use and social conformity on perceived credibility and sharing intention of online rumor. *Journal of Public Relations*, 19(2), 96–119.
- Kim, M. K. (2019). The effect of social communication behavior depending on news credibility, news involvement, confirmation bias: Focusing on the difference of user's effect of fake news and fact news. *Journal of Political Communication*, 52, 5–48.
- Kim, R. (2017). *The category of women and the solidarity re/figured through online activism: The case study about the Megalia and the Womad*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Korea.
- Kim, S. C., & Park, K. M. (2006). A research on the media attention on 50 social issues and public policy-making in the United States. *Korea Public Administration Journal*, 15(4), 271–298.
- Kim, S. J. (2015). *A study on situational health communication message model corresponding to health issue type: Based on attribution theory and the cognitive appraisal theory of emotion*. Unpublished doctoral dissertation, Ewha Womans University, Korea.
- Kim, Y. W. (2013). *Evolution of PR communication theory* (1st ed.). Seoul, Korea: Communication Books.
- Ko, K. M., & Song, H. J. (2010). Protest using the internet, political participation and its democratic implications: The case of the 2008 candlelight protest in Korea. *Journal of Democracy and Human Rights*, 10(3), 233–269.
- Koo, B. H., Min, J. H., & Cho, Y. H. (2020). What democracy do Koreans prefer and why?: Elite democracy vs. participatory democracy. *Korean and World Politics*, 36(4), 1–33.
- Krugman, H. E. (1965). The impact of television advertising: Learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29(3), 349–356.
- Kwon, G. M., & Cho, S. Y. (2017). Effects of rumor recipient's information processing disposition, prior attitude, and prior knowledge on rumor word-of-mouth intentions. *Journal of Public Relations*, 21(1), 1–25.
- Lazarus, R. S. (1991). Cognition and motivation in emotion. *American Psychologist*, 46(4), 352.
- Lee, H. C., & Kim, M. J. (2021). Analysis of the factors affecting Koreans' satisfaction with democracy. *The Journal of Political Science & Communication*, 24(1), 277–305.
- Lee, J. H., & Cha, H. W. (2016). Influence of issue types, affective involvement about issues, norm types on the anger intensity and crisis communication effect. *The Korean Journal of Advertising*, 27(4), 91–132.
- Lee, K. H., & Bagozzi, R. P. (2009). Why we do things together with others: Goal directed behavior and group identity. *Korean Consumption Culture Association*, 12(4), 71–90.

- Lee, K. S., & Kim, K. H. (2000). Effects of anger-In tendency and problem-Solving on anger experiences and blood pressure. *The Korean Journal of Health Psychology, 5*(1), 60-72.
- Lee, S. B. (1991). Conceptualization and measurement of consumer involvement. *The Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology, 4*(1), 110-135.
- Lee, Y. K. (2012). Improving critical thinking skills by overcoming confirmation bias. *Journal of Educational Studies, 43*(4), 1-31.
- Loewenstein, G. F., Weber, E. U., Hsee, C. K., & Welch, N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin, 127*(2), 267-286.
- Loewenstein, G., & Lerner, J. S. (2003). The role of affect in decision making. *Handbook of Affective Sciences, 619-642*.
- Min, H. M., & Choi, Y. J. (2017). The role of social conformity in rumor transmission. *Broadcasting & Communication, 18*(4), 51-89.
- Moore, H. F., & Kalupa, F. B. (1985). *Public relations: Principles, cases, and problems* (9th ed.). Richard D. Irwin, Homewood, IL.
- Mules, P. (2021). Making space for activism studies in public relations curricula. *Public Relations Review, 47*(3).
- Murphy, S. T., & Zajonc, R. B. (1993). Affect, cognition, and awareness: Affective priming with optimal and suboptimal stimulus exposures. *Journal of Personality and Social Psychology, 64*(5), 723-739.
- Nickerson, R. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon. *Many Guises, Review of General Psychology, 175-220*.
- Olson, M. (1965). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. New York: Schocken Books.
- Paek, H. J., Cha, S. Y., Nam, Y. J., & Kim, D. H. (2015). Effects of news frames and trust in government on support for tobacco tax policy. Implications for media advocacy. *Journal of Public Relations, 19*(1), 1-29.
- Park, C. W., & Mittal, B. (1985). A theory of involvement in consumer behavior: Problems and issues. *Research in Consumer Behavior, 1*, 201-231.
- Park, H. C., & Kim, H. S. (2010). Stereotypes of criminals and judgment. *The Korean Journal of Social and Personality Psychology, 24*(2), 27-49.
- Park, H. R. (2011). Understanding internet purchase behaviour based on model of goal-directed behaviour: Focused on need for cognition. *The Korean Journal of Advertising, 22*(2), 67-95.
- Park, I. H., Jang, H. S., & Pak, H. S. (2019). Effects of collective efficacy on the individual's participation in online group activity. *Journal of Public Relations, 23*(3), 1-30.
- Park, N. R., & Sung, D. K. (2017). Factors influencing communicative action on donation behavior: Based on the extended situational theory of problem solving. *Journal of the Korea Contents Association, 17*(3), 238-252.
- Park, S. H., & Han, M. J. (2007). A survey on user attitudes and behavioral intention for identifying preventive campaign measures for illegal online downloading. *Journal of Public Relations Research, 11*(2), 195-231.
- Perse, E. M. (1990). Involvement with local television news: Cognitive and emotional dimensions. *Human Communication Research, 16*(4), 556-581.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology, 40*(1), 79-98.
- Peters, E. M., Burraston, B., & Mertz, C. K. (2004). An emotion-based model of risk perception and stigma susceptibility: Cognitive appraisals of emotion, affective reactivity, worldviews, and risk perceptions in the generation of technological stigma. *Risk Analysis: An International Journal, 24*(5), 1349-1367.

- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1979). Issue involvement can increase or decrease persuasion by enhancing message-relevant cognitive responses. *Journal of Personality and Social Psychology, 37*(10), 1915–1926.
- Ratchford, B. T. (1987). New insights about the FCB grid. *Journal of Advertising Research, 27*(4), 24–38.
- Regester, M., & Larkin, J. (2002). *Risk issues and crisis management: A casebook of best practice* (2nd ed.). Kogan Page: London.
- Roh, J. K., & Min, Y. (2012). Effects of politically motivated selective exposure on attitude polarization: A study of non-political online community users. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 56*(2), 226–248.
- Seo, H. J. (2016). Media use and political participation in the digital media era. *Media & Education, 6*(2), 38–55.
- Seol, J. A. (2018). Millennial generation's mobile news consumption and the impact of social media. *Journal of Internet Computing & Services, 19*(4), 123–133.
- Sherif, M. (1935). A study of some social factors in perception. *Archives of Psychology (Columbia University), 187*, 60.
- Shin, J. A. (2020). Realization and Communication of Contents Activism in one-person media: Focusing on YouTube's "Thinking Second Sister" channel. *Humanities Contents, 5*(6), 35–57.
- Shiv, B., & Fedorikhin, A. (1999). Heart and mind in conflict: The interplay of affect and cognition in consumer decision making. *Journal of Consumer Research, 26*(3), 278–292.
- Sivitanides, M., & Shah, V. (2011). The era of digital activism. In *Conference for Information Systems Applied Research*, Wilmington North Carolina, USA.
- Slovic, P., & Peters, E. (2006). Risk perception and affect. *Current Directions in Psychological Science, 15*(6), 322–325.
- Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2004). Risk as analysis and risk as feelings: Some thoughts about affect, reason, risk, and rationality. *Risk Analysis: An International Journal, 24*(2), 311–322.
- Sojka, J. Z., & Giese, J. L. (1997). Thinking and/or feeling: An examination of interaction between processing styles. *ACR North American Advances, 24*(1), 438–442.
- Son, K. S., & Sung, M. J. (2013). The influence of economic benefit and ideological inclination on the public's issue perceptions and communication behaviors. *Journal of Public Relations Research, 17*, 154–187.
- Sung, M. J., Sung, J. H., & Cho, J. S. (2010). The influence of organizational identification and the issue type on publics' perception and communication behavior. *The Korean Journal of Advertising, 21*(5), 177–198.
- Sung, Y. S., & Park, E. A. (1995). Types of emotions about advertising: Emotions induced and feelings felt. *The Korean Journal of Advertising, 6*(2), 7–49.
- Suwana, F. (2020). What motivates digital activism? The case of the save KPK movement in Indonesia. *Information, Communication & Society, 23*(9), 1295–1310.
- Tiedens, L. Z., & Linton, S. (2001). Judgment under emotional certainty and uncertainty: The effects of specific emotions on information processing. *Journal of Personality and Social Psychology, 81*(6), 973–988.
- Townsend, E., & Campbell, S. (2004). Psychological determinants of willingness to taste and purchase genetically modified food. *Risk Analysis: An International Journal, 24*(5), 1385–1393.
- Turner, M. M. (2007). Using emotion in risk communication: The anger activism model. *Public Relations Review, 33*(2), 114–119.



- Turner, M. M., Bessarabova, E., Hambleton, K., Sipek, S., Weiss, M., & Long, K. (2006). Does anger facilitate or debilitate persuasion? A test of the anger activism model. In *Annual Meeting of the International Communication Association*, Dresden, Germany.
- Van Zomeren, M., Leach, C. W., & Spears, R. (2012). Protesters as "passionate economists": a dynamic dual pathway model of approach coping with collective disadvantage. *Personality and Social Psychology Review*, 16(2), 180-199.
- Van Zomeren, M., Postmes, T., & Spears, R. (2008). Toward an integrated social identity model of collective action: A quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*, 134(4), 504-535.
- Van Zomeren, M., Saguy, T., & Schellhaas, F. M. (2013). Believing in "making a difference" to collective efforts: Participative efficacy beliefs as a unique predictor of collective action. *Group Processes & Intergroup Relations*, 16(5), 618-634.
- Västfjäll, D., Peters, E., & Slovic, P. (2008). Affect, risk perception and future optimism after the tsunami disaster. *Judgment and Decision Making*, 3(1), 64-72.
- Vaughn, R. (1980). How advertising works: A planning model. *Journal of Advertising Research*, 20(5), 27-33.
- Vaughn, R. (1986). How advertising works: A planning model revisited. *Journal of Advertising Research*, 26(1), 57-66.
- Velasquez, A., & LaRose, R. (2015). Youth collective activism through social media: The role of collective efficacy. *New Media & Society*, 17(6), 899-918.
- Yang, S. C., & Seo, H. J. (2017). A study on the influence of collective information about 'impersonal others' on people's issue perceptions, attitudes and political behaviors. *Journal of Political Communication*, 44, 5-47.
- Yang, Y., & Na, J. H. (2013). The influence of focus of comparison, social distance, and consumer's need for uniqueness on product preference: Assimilation versus contrast. *The Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 14(1), 69-85.
- Yoon, H. J., & Cha, H. W. (1999). A study on the behavior pattern of activists related to the attribute of issue at the beginning of conflict: The comparison of the NGO's behavior pattern associated with business affairs and public affairs. *The Korean Journal of Advertising*, 10(3), 31-66.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-352.
- Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35(2), 151-175.
- Zhang, M. J., Lee, S. S., & Ryu, M. H. (2017). A study on influencing factors on consumer boycott intention by applying extended model of goal-directed behavior. *Family and Environment Research*, 55(6), 675-687.



# A Study on Affective Issue and Digital Activism: Focusing on Issue Involvement and Induced Pathways

## •JunHee Lee\*

Researcher, Communication & Media Research Center, Ewha Womans University

## •Heewon Cha\*\*

Professor, Division of Communication & Media, Ewha Womans University

In this study, it was considered that the issue characteristics activate the level of cognitive involvement and the level of affective involvement differently, and the public is affected differently depending on the type of involvement. Through this study, I focused on affective involvement, away from cognitive involvement-oriented research, and the path was confirmed that the affective issue in which the level of affective involvement is predominantly activated and the level of cognitive involvement is less activated induce digital activism. In this process, various variables influencing the path of digital activism were examined. As a result of the study, in the affective issue, as predicted based on previous studies, the causal influence from emotional factors to cognitive factors appeared, and it was confirmed that emotional factors had a major influence on digital activism. The triggering factors also showed statistically significant mediating effects between emotional factors, cognitive factors, and digital activism.

Keywords: Issue Involvement, Affective Involvement, Affective Issue, Digital Activism, Emotional factor, Cognitive Factor, Trigger factor

\*First Author

\*\*Corresponding author (heewon@ewha.ac.kr)