

지진 뉴스에 대한 제3자 효과

사회적 거리 가설의 재검토와 제3자 효과에 대한 언론 신뢰도 및 위험 인식의 역할*

백혜진 한양대학교 광고홍보학과 교수**

이혜규 한동대학교 경영경제학부 조교수***

제3자 효과는 대표적인 미디어 효과 이론으로 다양한 맥락에서 많은 실증 연구가 진행되었지만, 이론적으로 정제되지 못했다는 지적을 받아 왔다. 본 연구는 제3자 효과의 이론적 논의 가운데 논란이 되고 있는 세 가지 측면을 지진 위험 보도 맥락에서 다루었다. 1) 제3자 지각의 '제3자' 유형에 따른 사회적 거리 대 타깃 결과 가설을 검증하였다. 2) 제3자 지각이라는 지각적 편향을 줄이는 요인으로서 언론 신뢰도와 위험 인식의 역할을 규명하였다. 3) 행동적 요소로서 지진 대비 행동 의도와 제3자 지각과의 관계를 규명하되, 예측 요인을 포괄적으로 검토하였다. 2017년 11월 포항 지진 직후 지진 지역 거주자와 비거주자를 대상으로 실시한 온라인 설문 자료를 분석한 결과는 다음과 같다. 1) 지진 위험 뉴스가 자신보다 타자에게 더 영향이 크다는 제3자 지각은 견고하게 나타났지만, 사회적 거리 결과보다 타깃 결과 가설이 더 지지되는 것으로 나타났다. 2) 언론 신뢰도와 위험 인식이 높아질수록 제3자 지각은 작게 나타났다. 3) 지진 위험 대비 의도는 제3자 지각(특히 지진 피해 지역 주민이 타자인 경우)과는 부정적 관계를, 언론 신뢰도 및 위험 인식과는 긍정적인 관계를 나타냈다. 본 연구 결과는 제3자 효과의 이론적 논의를 더욱 풍부하게 하며, 위험 이슈로서 새롭게 부상한 지진 위험에 대한 공중의 인식과 반응을 파악하는 데 기여할 수 있다.

KEY WORDS 지진 위험 • 제3자 지각 • 행동적 요소 • 언론 신뢰도 • 위험 인식 • 사회적 거리 결과 • 타깃 결과

* 이 논문은 2018년 한양대학교 교내연구비 지원으로 연구되었음(HY-2018-G).

** hjpgaek@hanyang.ac.kr, 제1저자

*** hglee@handong.edu, 교신저자

1. 연구 배경

미디어 메시지가 나 혹은 너(2자)보다 타인 즉 제3자에게 더 영향을 미친다는 제3자 효과(third-person effect)는 대표적인 미디어 효과 이론으로 자리를 잡아 왔다(조이영·안도현, 2016; Bryant, & Miron, 2004; Lo, Wei, Zhang, & Guo, 2016). 미디어 효과 이론으로서의 그 인기는 제3자 효과라는 이름의 매력과 함께 커뮤니케이션 분야에서 자생한 미디어 효과 이론의 희소성 때문이기도 하다. 또한 미디어가 나 자신보다 제3자에게 더 영향을 미친다는 제3자 지각(third-person perception)이 광고학, PR학, 언론학, 헬스 커뮤니케이션 분야를 아우르는 다양한 연구 주제에서 매우 견고하게 나타났기 때문이라고 볼 수 있다(Eisend, 2017; Sun, Pan, & Shen, 2008).

그럼에도 제3자 효과 연구는 여러 가지 문제점과 한계점, 논쟁을 야기한 가운데 좀처럼 이론적 합의에 도달하지 못하는 것 같다. 구체적으로 제3자 지각의 심리적 기제, 조절 요인, 행동적 요소와의 관계 등에 있어 여러 이론적인 모호성이 드러난 바 있다(양승찬, 1999; 정성은, 2014; Paek, Pan, Sun, Abisaid, & Houden, 2005; Perloff, 1999; Tal-Or, Tsfati, & Gunther, 2009). 최근 들어서는 제3자 효과의 개념 및 조작적 정의에 대한 근본적인 의문을 제기하는 연구가 등장했으며(정성은, 2014; Chung & Moon, 2016), 자신과 타인에 대한 미디어 효과의 인식 차이가 모두 제3자 지각은 아니라는 주장(Shen, Sun, & Pan, 2018)도 새롭게 등장했다.

본 연구의 목적은 위험 이슈 맥락에서 제3자 효과를 이론적 틀로 적용하되 위에서 언급한 이론적 논의를 되짚어 보고, 특히 제3자 효과에서 많이 다루어지지 않았던 부분에 대한 경험적 증거를 제시함으로써 제3자 효과 이론에 대한 논의를 더 풍부하게 하는데 기여하는 것이다.¹⁾ 구체적으로 첫째, ‘제3자’의 유형에 따른 제3자 지각과 관련하여 개념적 모호성으로 비판받아 온 사회적 거리 결과와 그 경쟁 개념인 타깃 결과 가설을 이론적으로 논의하고 검증하였다. 둘째, 대다수의 선행 연구가 제3자 지각을 검증하고 제3자 지각에 영향을 미치는 조절 변수들을 찾아내는 것이었다면, 본 연구는 제3자 지각이 지각적 편향(perceptual bias)이라는 점에서 그 편향을 줄이는 요인으로서 언론

1) 물론 본 연구가 제3자 효과의 풀리지 않은 모든 질문들에 답할 수 있는 것은 아니며, 제3자 효과가 정말 존재하는 지에 대한 근본적인 의문에 대해서는 다루지 않는다.

신뢰도와 위험 인식의 역할에 주목하고자 한다. 셋째, 제3자 효과 연구에서 가장 이론적 논의가 적었던 행동적 요소를 재조명하고 미디어 규제와 같은 행동적 요소의 범위를 넘어 다른 행동 유형으로서 지진 대비 행동 의도와 제3자 지각의 관계를 다른 예측 요인들과 함께 포괄적으로 검증하고자 하였다.

본 연구의 주제는 지진 위협이다. 우리나라는 지진 위험 지역에서 벗어나 있다는 인식이 지배적이었으나, 2016년 경주 지진에 이어 2017년 포항 지진은 국민들에게 한 반도는 더 이상 지진에서 안전하지 않다는 위험 인식을 심어 주면서 중요한 위험 이슈가 되었다. 본 연구는 2017년 11월 포항 지진 직후 수집한 설문 자료를 분석함으로써, 기존의 위험 커뮤니케이션 문헌에 새롭게 부상한 지진 위험 이슈에 대한 공중의 인식과 반응을 이해하는 데 기여하고자 한다.

2. 문헌 연구

1) 지진 위협과 미디어의 영향

2017년 11월 포항에서 규모 5.4의 지진이 발생했다. 2016년 9월 경주에서 5.8 규모의 지진이 발생한 지 불과 1년 남짓한 후의 재해였다. 2016년 국내에서 규모 2.0 이상의 지진이 발생한 횟수는 총 254회로, 전년도 연평균 지진 발생 횟수인 47.6회보다 5배 이상 빈도가 높았다(박혜림 · 조준희 · 박준홍 · 나건, 2017). 지진은 가시적인 재산상의 피해뿐만 아니라, 잦은 여진으로 주민들의 불안감과 공포를 증폭시키고 작은 진동에도 민감하게 반응하거나 진동이 없어도 진동을 느끼는 각성 현상의 일종인 '상상지진' 등을 야기한다(이기영 · 이연주 · 김강민, 2017)는 점에서 국내에서도 심각한 위험 이슈로 자리 잡았다.

매년 메르스나 신종 플루 같은 건강 재해, 세월호나 핵발전소 사고와 같은 인적 재해, 지진과 태풍과 같은 자연 재해 등 다양한 위험 이슈가 불거진다. 이 중 지진과 같은 자연재해는 광범위한 지역에 영향을 미치면서도 돌발적이어서 예측하기도 어려울 뿐더러 통제가 불가능하다(Sellnow, Iverson, & Sellnow, 2017). 위험이란 위해가 일어날 가능성으로, 가능성은 불확실성을 동반한다. 특정 위험이 언제 발생할지, 어느 정도

의 영향을 미칠지 예측하기 어렵기 때문에 공중은 불안을 경험한다. 또한 불안은 위협 이슈 자체의 불확실성 때문에 야기될 뿐만 아니라, 위협 이슈에 대한 부정확하거나 부족한 정보로 인해 증폭되기도 한다(Markon, Crowe, & Leymyre, 2013).

미디어는 공중이 위협 이슈에 대한 정보를 접하는 가장 용이한 경로이다(송해룡, 2012; 좌보경·윤문영·백혜진, 2013). 그러나 미디어는 위협에 대해 정확하지 않은 보도, 과장 혹은 과소평가된 보도를 통해 공중의 위협 인식을 오도하거나 과잉 반응을 일으키기도 한다. 이는 위협 이슈 자체가 불확실해서, 미디어가 정확하고 충분한 정보를 갖지 못하거나, 매체 간의 경쟁 속에서 공중의 주목을 받기 위해 자극적이고 선정적으로 보도하기 때문이다(김옥태·김규찬, 2010; 백혜진, 2018; 좌보경 외, 2013).

미디어는 위협 이슈를 보도함으로써 공중의 위협 인식을 형성하며(Tyler & Cook, 1984), 형성된 위협 인식은 커뮤니케이션 행동이나 예방 행동, 정부 권고안에 대한 순응 등 다양한 행동적 결과에도 영향을 미친다(백혜진, 2018; 송해룡·김찬원·김원제, 2014; Paek, Oh, & Hove, 2016). 선행 연구들은 실제 위협보다 위협 인식이 그 위협에 대한 반응에 더 큰 영향을 미친다고 보고했으며, 이 보고들은 슬로빅(Slovic, 1987)의 심리적 측정 접근에 근거한다.

위험 인식이 실제 위협보다 위협에 대한 반응에 더 실질적인 영향을 미친다는 점은 인식의 중요성을 강조한다. 그렇다면 위협 이슈에 대한 미디어 보도가 자신과 다른 사람들에게 어느 정도 영향을 미치는지에 대한 인식(즉, 제3자 지각) 또한 사람들이 그 위협에 대해 어떻게 반응할지에 영향을 미칠 수 있다(즉, 제3자 효과)는 추론이 가능하다. 이 점에서 미디어의 위협 이슈 보도에 따른 사람들의 반응을 살펴보는 데 있어 제3자 효과의 이론적 연관성이 대두된다.

2) 제3자 효과: 정의와 기제, 이론적 논쟁들

(1) 정의

제3자 효과란 커뮤니케이션이 자신보다 다른 사람들에게 더 큰 효과를 미칠 것이라고 생각하는 경향을 말한다(Davison, 1983, p. 3). 이러한 경향을 체계적으로 처음 논의한 데이비슨은 사람들이 ‘나(I)’도 ‘너(You)’도 아닌 ‘그들(They)’, 즉 제3자에게 미치는 커뮤니케이션의 영향을 사람들이 과대평가하는 경향을 제3자 효과라고 명명하였다.

제3자 효과는 지각적 요소와 행동적 요소로 나누어진다. 즉, 사람들은 미디어가 자신보다도 다른 사람들에게 더 영향을 미친다고 지각하며(‘제3자 지각’ 혹은 지각적 요소), 이러한 지각은 개인의 태도와 행동에 영향을 준다(행동적 요소)는 것이다. 데이비슨(Davison, 1983)은 제3자 효과가 선거 캠페인 메시지, 선동 메시지, 상업광고 메시지 등 설득적이든 아니든 다양한 커뮤니케이션 맥락에서 나타난다고 주장했다. 후속 연구들은 다양한 미디어 주제 맥락에서 제3자 효과(특히 제3자 지각)를 검증했는데, 제3자 지각은 음란물(Gunther, 1995; Lee & Tamborini, 2005), 명예 훼손과 관련된 뉴스(Cohen, Mutz, Price, & Gunther, 1988), 홀로코스트 부인 광고(Price, Tewksbury, & Huang, 1998), 성형 광고나 성적 소구 광고(김봉철 · 김유미 · 안주아, 2016), 허위 광고(Xie, 2016) 등 부정적인 미디어 프로그램에서 가장 분명하게 나타나는 경향이 있어 건터와 스토리(Gunther & Storey, 2003)는 이를 부정적 영향 결과(negative influence corollary)라고 부르기도 했다. 106편의 연구를 메타 분석한 연구(Sun et al., 2008)에서는 제3자 지각에 있어 미디어 메시지가 부정적일수록 제3자 지각이 커지는 메시지 바람직성(message desirability)의 조절 효과가 나타났다. 28년간 광고 분야에서 진행된 총 78편의 제3자 지각 연구를 메타 분석한 연구(Eisend, 2017)에서도 광고 분야의 연구들이 다른 커뮤니케이션 분야에 비해 크기가 작기는 하지만, 견고한 제3자 지각 가설을 입증했다.

기부나 금연 등 메시지가 사회적으로 바람직한 공공 캠페인이나 공익 광고에서도 다수의 연구들이 제3자 지각 현상을 보고했다(이수범 · 김동우, 2009). 그러나 제3자 지각의 크기가 작아지거나, 메시지의 효과가 타인보다 자신에게 더 크다는 제1자 지각이 나타난 연구도 보고되었다(정세훈 · 황유리, 2010; 조운용 · 임영호 · 허윤철, 2017; 한균태 · 차동필, 2002; Gunther & Mundy, 1993; Meirick, 2005). 위에서 언급한 두 메타 연구에서도 메시지가 부정적이거나 사회적으로 바람직하지 않은 경우에는 제3자 지각이 뚜렷하였으나, 메시지가 공익광고와 같이 사회에 긍정적인 경우 제3자 지각의 효과는 통계적으로 유의미하지 않았다.

한편, 언론 보도의 경우 뚜렷하게 긍정적이거나 부정적이기 보다는 중립을 표방하기에, 부정적 영향 결과나 메시지 바람직성과 같은 개념을 적용하기에는 부적합하다. 그럼에도 지진 등의 재난이나 원자력, 신종 플루 등 위험 관련 뉴스(김인숙, 2004; 김옥태 · 김규찬, 2010; Atwood, 1994), 여론 보도 뉴스(Paek et al., 2005), 정치 및 사회

적 이슈 보도(김경모·이승수, 2018; 정성은·최윤진, 2018) 등의 언론 보도 메시지를 검토한 제3자 효과 연구도 다수 보고되었다는 점에서 제3자 지각은 견고하다는 의견이 지배적이다(Eisend, 2017; Perloff, 2002; Sun et al., 2008).

따라서 본 연구는 지진 위험 맥락에서 지진 뉴스와 관련된 제3자 지각을 확인하고자 아래와 같은 가설을 제시하였다.

- 연구가설 1: 사람들은 지진 위험 뉴스에 대한 영향은 자신보다 타자(제3자)에게 더 크다고 지각할 것이다.

(2) '제3자'는 누구인가: 사회적 거리 결과 대 타깃 결과 가설

제3자 효과에서 말하는 제3자란 누구일까? 사회적 거리 결과(social distance corollary)는 제3자의 사회적 거리가 멀어질수록 그들에 대한 미디어의 영향이 더 클 것이라고 사람들이 지각한다는 개념이다(Cohen et al., 1988). 이 개념을 처음 제시한 코헨과 동료들은 스탠포드 대학교의 학생들을 대상으로 진행한 실험에서 실험 참가자들은 자신이 미디어의 영향을 가장 적게 받는다고 여겼으며, 그 다음으로 같은 학교에 다니는 스탠포드 대학교의 학생들, 캘리포니아 거주자의 순으로 미디어의 영향을 받고, 불특정 다수인 공중은 미디어에 가장 큰 영향을 받을 것이라고 응답했다. 사회적 거리의 결과는 제3자 효과는 물론, 제1자 효과에서도 나타난 바 있다. 예를 들어 금연 광고를 주제로 한 국내 연구(한균태·차동필, 2002)에 따르면 연구 참여자들은 자신이 금연 광고에 가장 크게 영향을 받는다고 지각한 반면(제1자 지각), 비교 집단이 자신으로부터 거리가 멀어질수록, 즉 주위 친구로부터 다른 학교 학생들로 갈수록 금연 광고에 영향을 덜 받을 것이라고 지각했다.

그러나 사회적 거리라는 개념 자체가 지리적 거리, 심리적 거리, 타자의 유사성(similarity)등이 혼합된 개념이라는 비판이 제기되었다. 즉, 코헨 등(Cohen et al., 1988)의 연구에서 사용된 제3자는 같은 학교(스탠포드 대학교)에 다니는 학생들, 캘리포니아주 거주자, 불특정 다수 공중은 지리적 거리(학교 대 주), 심리적 거리(또래 동기 대 일반 성인), 비교 대상의 크기(친구 한 사람 대 익명의 다수)가 모두 다르다는 점에서, 이 중 어느 개념이 제3자 효과에 영향을 미쳤는지 분명하게 가려내기가 어렵다. 이러한 문제점을 제기하며 백(Paek et al., 2005)은 사회적 거리를 지리적 거리(이웃, 카

운티의 일반 투표자, 미국의 일반 투표자)와 심리적 거리(자신과 타인의 지각된 차이 혹은 지각된 유사성)로 분류하고 공격성 정치 광고 맥락에서 제3자 지각을 검증하였다. 연구 결과 지리적 거리가 멀어질수록, 나와 다르다고 느낄수록 제3자 지각은 더 크게 나타났으며, 지리적 거리와 지각된 유사성은 부정적인 관계를 나타냈다. 한편, 심리적 거리는 나와 유사한 사람과 나와 다른 사람이라는 자기 범주화(self-categorization)나 내외 집단(in-group/out-group)의 개념을 포함한 사회 정체성 이론(social identity theory)으로 설명되기도 하였다(David, Morrison, Johnson, & Ross, 2002; Duck, Terry, & Hogg, 1998).

타깃의 결과(target corollary)는 이러한 사회적 거리의 개념을 비판하며 등장한 개념이다. 즉, 사회적 거리 결과가 미디어 메시지의 수용자 특성 혹은 미디어 메시지에 대한 노출의 정도를 고려하지 않았다는 점을 지적하며, 맥클로드, 이브랜드, 그리고 네이션스(McLeod, Eveland, & Nathanson, 1997)은 미국의 델라웨어 지역 대학생들을 대상으로 델라웨어 학생들, 뉴욕이나 로스앤젤레스 등의 대도시 거주 청소년들, 그리고 일반인들 중 누가 여성 혐오 랩 음악에 가장 많이 영향을 받을지를 물었다. 설문 조사 결과, 사회적 거리 결과의 예측과는 달리 뉴욕 혹은 로스앤젤레스와 같은 대도시의 청소년들이 더 영향을 받을 것이라고 인지했다. 연구자들은 설문 응답자들이 랩 음악이 대도시의 청소년들에게 더 많이 노출되었을 것으로 추론했기 때문이라고 주장하며, 사람들은 미디어 메시지의 노출이나 타깃을 고려하여 타자에 대한 미디어의 영향을 추론한다는 “타깃 결과(target corollary)” 개념을 제시했다(백혜진·이혜규, 2013). 그러나 이 연구 결과에는 미디어 노출이나 타깃뿐만 아니라, 주어진 이슈에 대한 관여도, 기존의 태도 등도 영향을 미쳤을 가능성이 있다(Meirick, 2005).

사회적 거리, 지각된 유사성, 메시지의 타깃 등 제3자의 유형과 관련된 현재까지의 논의를 지진 위험 맥락에 적용해 보면, 포항 지진 당시 많은 지진 뉴스가 보도된 가운데 사람들은 자신이나 자신의 가족보다는 우리나라 국민이 지진 위험 뉴스의 영향을 더 크게 받을 거라고 예측할 수 있을 것이다(사회적 거리 결과). 반면, 지진 영향권에 있는 사람들이 더 관심 있게 지진 위험 보도를 볼 것이기 때문에 지진 피해 지역의 주민들이 더 영향을 받을 것(타깃의 결과)이라고도 예측할 수 있다. 또한 지진 피해 지역 거주 여부에 따라서도 ‘제3자’에 대한 미디어 영향 지각이 다를 수 있다. 사회적 거리 결과나 그와 혼동된 개념인 지각된 유사성에 따르면 지진 피해 지역 거주자의 경우 같은 지역 거주

자가 일반 국민보다 사회적 거리 면에서나, 지각된 유사성의 면에서 더 가깝다고 느낄 것이기에 일반 국민에 비해 미디어의 영향을 덜 받을 것이라고 지각할 수 있다. 그러나 타깃의 결과 가설에 따르면 지진 피해 지역 거주자라도 일반 국민에 비해 지진 피해 지역 거주자가 지진 위험 보도에 많이 노출되고 관여도가 높을 것이라고 판단하고, 이에 따라 미디어 영향도 클 것이라고 추론할 수 있다. 두 가설이 서로 다른 방향성을 나타내기에 다음과 같은 연구문제를 통해 검증해 보고자 한다.

- 연구문제 1: (사회적 거리 혹은 타깃의 결과 가설): 제3자 지각은 사회적 거리가 멀어질수록 커질 것인가(즉, 우리나라 국민 > 지진 피해 지역 주민 > 자기 가족 > 자신)? 혹은 언론 보도의 타깃일수록 더 커질 것인가? (즉, 지진 피해 지역 주민 > 우리나라 국민 > 자기 가족 > 자신)?
- 연구문제 2: 사회적 거리 결과 혹은 타깃 결과는 지진 피해지역의 거주 여부에 따라 다르게 나타날 것인가?

(3) 제3자 지각을 줄이는 요인: 언론 신뢰도와 위험 인식

그동안 제3자 효과는 제3자 지각을 여러 미디어 주제에서 반복적으로 입증하는 연구나 제3자 지각의 조절 변수를 찾는 연구, 제3자 지각의 심리적 기제를 여러 이론을 적용하여 입증하는 연구가 대다수였다(Eisend, 2017; Paul, Salwen, & Dupagne, 2000; Sun et al., 2008 등 메타 분석 연구 참고). 이러한 연구에서 제3자 지각이 견고한 현상으로 입증된 반면, 제3자 지각이라는 사람들의 지각적 편향(perceptual bias)을 줄일 수 있는 요인을 탐구한 연구는 미비한 편이다(양승목, 1997; Paek et al., 2005). 제3자 지각 때문에 미디어가 과잉 규제되거나 여러 행동이 야기된다면(Davison, 1983), 지각적 편향을 줄이는 것은 중요한 과제일 수 있다.

제3자 지각을 줄이는 요인을 탐구한 선행 연구는 매우 부족하다. 예외적으로 백 등(Paek et al., 2005)은 제3자 지각은 불확실한 상황에서의 판단에 따른 인지적 오류로써, 인지적 오류를 줄일 수 있다면 제3자 지각 역시 줄일 수 있음을 제시하였다. 즉, 미디어가 자신과 타인에 미치는 영향을 추론하기 위해서는 주어진 미디어의 특성 및 영향력(예: 미디어 신뢰도), 주제나 이슈의 특성(예: 주어진 위험 이슈가 어느 정도 위험한

지에 대한 인식), 타인의 특성(예: 미디어 영향에 대처하는 능력) 등 여러 가지 정보가 필요한데, 그러한 정보가 불충분하거나 불확실하기 때문에 제3자 지각이 일어난다는 것이다. 이는 초기 연구들이 제3자 지각의 심리적 기제를 동기적 편향으로 설명하면서 자신은 미디어와 같은 외부 영향에는 영향을 덜 받는다는 자기중심적 추리(ecocentric reasoning; Dunning, 2000; Price et al., 1998), 자기 고양적 편향(self-serving bias; Gunther & Mundy, 1993; Gunther & Thorson, 1992), 자기 존중(self-esteem) 등으로 설명하는 한편, 남들에 비해 자신에게는 나쁜 일이 덜 닥친다는 낙관적 편향(optimistic bias; Chapin, 2002; David et al., 2002) 혹은 비현실적 낙관주의(unrealistic optimism), 다른 사람들의 능력을 과소평가하는 하향적 비교(downward comparison: Perloff & Fetzer, 1986) 등의 개념을 적용한 것과는 차이가 있다. 제3자 효과에 대한 대부분의 국내 연구들은 이러한 동기적 편향을 심리적 기제로 간주한 것으로 보인다(예: 김경모·이승수, 2018; 김봉철·최영준, 2017).

그러나 이 경우 제3자 효과가 미디어 효과 이론이며, 효과 과정에서 사람들의 지각이 미디어나 메시지 특성 등에 영향을 받는다는 점을 고려하지 못하는 한계가 있다. 이 점을 지적하며 백 등(Paek et al., 2005)에서는 정치 광고가 투표에 큰 영향이 없다는 공신력 있는 정보를 제공한 처치 집단의 경우 그러한 정보를 받지 않은 통제 집단에 비해, 자신은 물론 제3자(미국의 일반 투표자, 같은 학교/다른 10대 대학교의 일반 대학생)에게 정치 광고가 미치는 영향을 작게 평가했다. 또한 자신에 비해 타인의 경우 그 영향에 대한 지각의 크기가 더 많이 줄어든 것으로 나타나, 자신보다는 타인에 대한 미디어의 영향을 평가할 때 주어진 정보를 최대한 이용하였음을 추론할 수 있다.

본 연구는 제3자 지각을 인지적 편향으로 고려하는 일련의 연구(Paek et al., 2005; Shen et al., 2018)에 주목하였다. 즉, 불확실한 상황에서 미디어의 영향을 파악해야 하는 사람들에게 불확실성의 원인을 감소시켜 주는 요인들은 제3자 지각 역시 감소시킬 것이라고 전제하고, 이에 대한 경험적 증거를 제시하고자 하였다. 특히 언론 신뢰도와 위험 인식이 불확실성의 원인을 감소하는 역할을 하는지를 검증하고자 하였다.

언론 신뢰도는 공중이 언론 등 미디어 전반에 대해 느끼는 주관적 믿음(김경모·이승수, 2018; Tsftati & Cohen, 2013)으로, 언론 시스템에 대한 신뢰와 더불어 사회적 맥락에 따라 수용자가 인식하는 언론의 공정성을 포함하는 개념이다(김경모·이승수, 2018). 한편 미디어 신뢰도는 미디어의 메시지, 시스템, 매체 등을 아우르는 포괄적인

개념이며(Tsfati & Cohen, 2013; Ladd, 2011), 뉴스 공신력은 특정 뉴스에 대한 사람들의 믿음으로 협소한 개념(김경모 · 이승수, 2018)이다. 이 세 가지 개념 모두 중첩되는 부분이 있으며 중요한 정책 이슈에 대한 여론에 영향을 미치는데, 미디어 학자들은 미디어가 다양해지고 미디어의 사용 패턴이 파편화되면서 언론에 대한 신뢰도가 감소해 왔다고 주장한다(Tsfati & Cohen, 2013; Ladd, 2011).

본 연구에서 다루는 개념은 지진 위험 보도 뉴스 전반에 대해 사람들이 인식하는 공정성, 신뢰성, 위험 보도라는 긴급성, 포괄성 등을 고려했다는 점에서 언론 신뢰도라 명명하는 것이 가장 적합하다. 공중은 다양한 위험 이슈에 대한 언론의 보도가 신뢰할 만하거나 정확하고 공정하지 않다고 여기는 경우 가뜩이나 불확실한 위험 이슈에 대해 더 큰 불안감과 불확실성을 갖게 될 것이다. 반면, 불확실한 상황에서 타자와 자신에 미치는 언론 보도의 영향을 추론해야 하는 상황에서 위험 이슈에 대한 보도가 공신력이 있다고 생각한다면, 공신력 있는 정보로 인해 불확실성이 감소할 수 있을 것이다.

실제로 백 등(Paek et al., 2005)의 연구에서 “공신력 있는 연구에 따르면 정치 공격 광고는 효과가 없다”는 정보를 제시해 준 처치 집단에서 제3자 지각이 통제 집단에 비해 더 낮게 나타났다. 이는 정보에 대한 신뢰도가 제3자 지각에 영향을 미친다는 것을 암시한다. 한편, 김경모와 이승수(2018)는 한국사 교과서 국정화 논란을 주제로 대학생들을 대상으로 실험 연구를 하고, 수용자의 정파성에 기인한 지각 편향이 뉴스 공정성의 평가에 미치는 영향을 검토하였다. 연구 결과 전체 언론에 대한 신뢰도가 높을수록 뉴스 공정성 역시 높게 평가된 반면, 제3자 지각(뉴스 기사가 타인에게 미치는 영향-나에게 미치는 영향)이 높을수록 연구 참여자의 정치 성향이나 기사 논조에 관계없이 뉴스 공정성은 낮게 평가되었다. 저지들은 제3자 지각과 기사 공정성의 부정적인 관계를 자기 고양 욕구로 설명했다. 즉, 자신이 타인보다 뉴스에 더 큰 영향을 받는다고 생각하는 이유는 자신이 남들보다 뉴스의 공정성 가치를 더 정확하게 평가한다고 생각하기 때문인 반면, 뉴스가 공정하지 않을 경우 자신보다 현명하지 못한 타인들이 뉴스에 더 영향을 받는다고 생각한다는 것이다.

본 연구에서 다루는 언론 신뢰도와 제3자 지각의 관계 역시, 자기 고양과 같은 동기적 기제로 설명할 수 있다. 즉, 언론이 신뢰할 만하다고 생각하면 자기 고양 동기로 인해 자신이 그러한 언론에 영향을 받아도 좋다고 생각하고, 그에 따라 타자와 자신에 대한 미디어 영향 지각의 차이가 감소할 수 있다는 것이다. 그러나 언론 신뢰도와 제3

자 지각의 관계는 앞에서 설명한 인지적 오류로도 설명이 된다. 즉, 불확실한 상황에서 사회적 판단을 하는 과정에서 나타나는 인지적 오류로 제3자 지각을 간주한다면, 언론 신뢰도는 미디어/언론의 특성에 대한 실마리로 사용되어 불확실성을 감소시키고, 인지적 오류, 즉 타자와 자신에 대한 미디어 영향 지각의 차이를 줄여 줄 수 있다. 이러한 이론적 설명 및 실증 연구를 바탕으로 아래와 같은 가설을 제안하고자 한다.

- 연구가설 2: 언론 신뢰도가 높을수록 제3자 지각은 낮아질 것이다.

한편, 위험 이슈에 대한 언론 보도의 영향력을 검토하는 맥락에서 위험 인식의 역할을 간과할 수 없다. 사람들은 심리적, 사회적, 제도적, 문화적 요인에 의해 영향을 받아 위험을 주관적으로 평가하게 되는데, 이러한 주관적 위험 평가를 위험 인식(risk perception)이라고 한다(Slovic, 1987). 위험 주제에 대해 불안하고 두려울수록 위험 인식은 커지게 되지만, 위험 인식은 그 위험에 대한 예방 등의 행동적 반응에 중요한 선행 요인이 된다(백혜진, 2018; Paek et al., 2016). 따라서 위험 이슈에 적합한 위험 인식을 형성하는 것은 중요한 위험 커뮤니케이션 목표 중의 하나이다. 예를 들어 광우병과 발암 물질 뉴스 보도를 본 연구 참여자들은 자신과 사회 전반에 걸친 위험 인식을 심각하게 받아들였고, 위험의 심각성은 다른 사람들과의 커뮤니케이션 행동으로 이어졌다(Paek et al., 2016). 신종 플루와 콜레스테롤 위험 주제 맥락에서도 이러한 위험에 대해 자기 자신이 더 심각하게 영향을 받는다고 인식할수록, 대중교통 이용을 자제하거나 운동을 더 많이 하는 등의 예방 행동 의도가 높아졌다(백혜진, 2018). 이렇듯 위험 인식이 위험 이슈에 대한 반응에 중요한 역할을 한다면 지진 위험 보도 맥락에서 제3자 효과를 검증하는 연구에서도 위험 인식은 간과되어서는 안 되는 요인이다.

제3자 지각이 불확실한 상황이나 불충분한 정보를 가지고 사회적 판단을 해야 하기에 야기되는 지각적 편향이라면(Paek et al., 2005), 언론 신뢰도 못지않게 위험 인식 역시 제3자 지각에 영향을 미칠 수 있다. 즉, 위험의 노출 가능성 및 심각성이 불확실한 상황에서, 특정 위험이 자신에게 영향을 주고, 위험의 결과가 얼마나 심각한지를 인식하는 것은 위험에 대해 어떻게 반응해야 하는지에 대한 정보가 될 수 있다. 더불어 자신도 결국 타인들과 마찬가지로 어떤 위험에 대해 취약하다는 점을 깨닫게 하므로 타자와 자신과의 미디어 영향의 차이, 즉 지각적 편향을 어느 정도 감소시키는 데 영향을 미

칠 수 있을 것이다. 따라서 개인의 위험 인식과 제3자 지각의 부정적 관계를 다음의 가설을 통해 제안한다.

- 연구가설 3: 지진에 대한 개인의 위험 인식이 높을수록 제3자 지각은 낮아질 것이다.

3) 제3자 지각과 행동적 요소의 관계

제3자 효과에서 지각적 요소와 행동적 요소의 관계는 이론적 논의가 가장 적고, 실증 연구 결과도 일관되지 않다(예: 김옥태 · 김규찬, 2010; 한미정 · 김중은, 2004; Gunther, 1995; Lo & Wei, 2002; McLeod et al., 1997; Neuwirth, Frederick, & Mayo, 2002; Paek, Lambe, & McLeod, 2008). 초기 제3자 효과 연구에 대한 메타 분석 연구(Paul et al., 2000)에서는 62개의 논문을 검토한 결과 13편의 논문만 행동적 요소를 검증했으며 그중에서 5편만이 미디어 규제 행동 의도와 제3자 지각의 관계를 발견하였다. 국내의 제3자 효과 문헌에서도 행동적 요소를 검토한 연구는 제3자 지각 연구에 비해 드문 편이다. 예를 들어 한미정과 김중은(2004)의 연구에서는 TV 맥주 광고와 같이 바람직하지 않은 미디어 메시지에 대해서는 맥주 광고를 규제해야 한다는 전통적인 제3자 효과를 부분적으로 지지하였다. 반면 AIDS 예방이나 흡연 폐해에 대한 TV 뉴스 보도와 같이 긍정적 혹은 중립적인 미디어 메시지의 경우 제1자 효과와 공익 이슈의 미디어 보도를 강화해야 한다는 행동적 요소 사이에 부분적인 상관관계를 나타냈다.

데이비슨(Davison, 1983)은 행동적 요소를 제3자 지각으로 인한 불필요한 미디어 검열 혹은 규제로 한정하였으나, 미디어 메시지가 부정적인 것만 있는 것은 아니며 다양한 미디어 메시지 맥락에서 제3자 지각이 나타났다는 점에서 행동적 요소의 유형을 정리하는 시도가 있었다(Tal-Or et al., 2009; Wei, Lo, Lu, & Hou, 2015). 예를 들어 탈-오 등(2009)은 행동적 요소를 ① 예방(prevention), ② 조화(coordination), 그리고 ③ 순응(compliance)과 저항(defiance)을 포함한 규범적 영향(normative influence)으로 구분한 바 있다.

첫째, 예방은 데이비슨이 처음 구상한 제3자 지각의 결과로서 바람직하지 않은 미디어의 내용물이 자신들보다 제3자에게 더 영향을 미친다고 생각하기 때문에 미디어의 내용을 검열해야 한다는 태도 및 행동 의도를 말한다(백혜진 · 이혜규, 2013). 둘째, 조

화는 다른 사람들이 미디어에 영향을 받아 행동을 바꿀 것이라고 예측하여, 자신의 행동을 조화시키는 행동을 말한다. 2000년을 맞기 직전 밀레니엄 버그(Y2K)에 대해 우려하는 미디어 보도를 접한 사람들은 이러한 보도가 타인에게 영향을 더 미칠 것이라는 제3자 지각이 클수록 물, 휘발유, 현금과 같은 물자를 덜 비축하는 경향이 있었다(Tewksbury, Moy, & Weis, 2004). 또한 타인들이 지진 예측 신문 보도에 영향을 더 받았다고 생각할수록 지진에 대비하는 행동을 덜 취하는 경향이 있었다(Atwood, 1994; Tal-Or et al., 2009). 제3자 지각이 클수록 예방적 차원에서 미디어를 더 규제한다거나, 공급이 불규칙한 물자에 대해 사람들은 다른 사람들이 사재기를 하기 전에 먼저 사재기를 할 것이라는 데이비슨의 예측과는 반대의 결과다.

셋째, 규범적 영향은 다른 사람들이 미디어 메시지의 영향을 받는다고 지각하여 자신의 태도와 행동도 다른 사람들의 태도와 행동에 ‘순응’하거나, 미디어 메시지가 다른 사람들에게 미치는 영향을 우려하여 자신은 그렇게 되지 않도록 ‘저항’하는 것이다(백혜진·이혜규, 2013). 순응의 경우 설득 효과와 유사한데, 사람들이 미디어에 영향을 받아 어떤 행동을 할 것이라고 추정해서 자신의 행동이나 태도를 바꾼다는 개념으로 ‘추정된 미디어 영향(presumed influence)’이라고 명명되기도 했다(Gunther & Storey, 2003). 반면, 저항과 관련된 해외 연구(Huh & Langteau, 2007)에서는 의사들은 처방전 광고에 대해 자신의 환자들이 자신보다 더 큰 영향을 받을 것이라고 지각했으며(제3자 지각), 제3자 지각이 클수록 광고된 제품의 처방을 꺼리는 경향이 나타났다.

행동적 요소를 자기 보호 행동, 정정 행동, 촉진 행동 등으로 구분한 연구도 있다. 다만 성인을 대상으로 후쿠시마 원전 사고 뉴스 맥락에서 진행한 연구(Wei et al., 2015)에서 제3자 지각과 자기 보호 행동(요오드 섭취) 및 정정 행동(핵발전소 건설 반대)은 부정적인 관계가 있었으나, 촉진 행동(안전에 대한 공공 캠페인 착수)과는 긍정적인 관계가 있었다. 광고 분야에서 제3자 효과를 메타 분석한 연구(Eisend, 2017)에서 제품 광고의 경우 제3자 지각은 제품 관련이나 자신의 신체와 관련된 반응에는 부정적인 효과가, 규제를 지지하는 행동적 반응과는 긍정적인 효과가 있었다. 반면, 공익광고의 경우 제3자 지각은 행동적 반응과 통계적으로 유의미한 관계가 나타나지 않았다.

제3자 효과의 행동적 요소에 대한 연구 및 논의를 종합해 보면 다음과 같다. 1) 미디어 영향에 대한 추론의 결과(즉 제3자 지각)로 메시지 규제 외의 다른 행동적 반응이 존재한다. 2) 과연 그러한 행동적 요소가 타인이 자신보다 미디어 메시지에 영향을 받

는 차이(제3자 지각) 때문인지, 타인과 자신에 대한 미디어의 영향 모두를 고려하는 것인지, 혹은 그 각각을 고려한 것인지 모호하다. 3) 만약 후자라면 이것이 과연 제3자 효과의 범위 안에 포함될 수 있는 것인지 여전히 논쟁의 여지가 있다. 그러나 3)을 논의하기에 앞서 1)과 2)를 고려하여 제3자 지각과 행동적 요소와의 연결고리를 좀 더 면밀히 살펴볼 필요가 있다.

2)에 대한 논의의 경우 선행 연구 결과는 일관적이지 않다. 미디어 규제 행동에 대해, 자신에 대한 미디어 영향 지각이 제3자 지각보다 관계가 더 크다는 연구도 있었고(Gunther, 1995; Lo & Wei, 2002), 제3자 지각(타자와 자신에 대한 미디어 영향의 지각 차이)보다는 타자에 대한 미디어 영향의 지각 혹은 자신의 미디어 영향에 대한 지각이 행동적 요소와 더 큰 관계를 나타낸 연구도 있었다(김옥태·김규찬, 2010; Eisend, 2017). 제3자 지각의 효과를 더 분명히 하기 위해 자신과 타인에 대한 미디어 영향 지각을 합한 총합 효과(total effects)를 고려해야 한다는 주장도 있었다(일명 ‘다이어몬드 모형’: McLeod et al., 1997; Neuwirth et al., 2002). 제3자 지각과 총합 효과를 함께 고려한 경우 총합 효과는 다양한 미디어 규제에 긍정적인 관계가 있었지만, 제3자 지각은 통계적으로 유의미한 관계가 나타나지 않았다(Paek et al., 2008).

행동적 요소의 유형에 따라서도 연구 결과는 일관적이지 않다. 예를 들어 위에서 언급한 웨이 등(Wei et al., 2015)의 연구에서는 다중 공선성 때문에 타자와 자신에 대한 미디어 영향 지각을 각각 포함한 회귀 모델과 제3자 지각만 포함한 회귀 모델을 비교했는데, 전자의 회귀 모형에서는 자신에 대한 미디어 영향 지각은 긍정적으로, 타인에 대한 미디어 영향 지각은 부정적으로 보호 행동과 정정 행동을 예측했고, 촉진 행동의 경우 타자에 대한 미디어 영향 지각만이 긍정적으로 예측했다. 한편, 김옥태와 김규찬(2010)의 연구에서는 언론의 신종 플루 보도 맥락에서 자신과 타자에 대한 특정 미디어 영향(즉, 공포 지각과 정보 습득에 대한 영향)이 대학생의 예방 위생 행동에 미치는 영향을 살펴보았다. 연구 결과 타자와 자신에 대한 공포 영향 지각의 차이만이 예방 위생 행동에 부정적인 관계가 있었다. 타인과 자신에 대한 미디어 영향과 예방 위생 행동과의 관계를 개별적으로 살펴본 결과, 자신에 대한 공포 영향 지각과 타인에 대한 정보 습득 영향 지각이 예방 위생 행동과 정적인 관계가 있었다.

이러한 일관되지 않은 선행 연구를 바탕으로, 본 연구는 지진 대비 행동 의도를 행동적 요소로 두고 자신에 대한 미디어 영향 지각, 타인에 대한 미디어 영향 지각, 그리고

제3자 지각과의 관계를 먼저 살피고자 한다. 지진 대비 행동 의도는 탈-오 등(2009)이 분류한 행동적 요소의 유형으로는 규범적 영향에 속하고, 웨이 등(Wei et al., 2015)의 분류로는 자기 보호 행동 유형에 속한다. 또한 지각된 편향과 행위 간의 단순하고 직접적인 인과관계를 가정하고 그 사이의 다양한 경로나 예측 변수에 대한 고려가 미비했다는 선행 연구의 비판(김옥태 · 김규찬, 2010; 양승찬, 1999; Perloff, 2002)을 고려하여 본 연구에서는 제3자 지각과 함께 언론 신뢰도와 위험 인식을 지진 대비 행동 의도의 중요한 예측 변수로 검증해 보고자 한다. 포항 지진 당시 언론에서는 일본의 지진 등과 비교하며 지진 대비 수칙 등에 대한 보도가 많았다는 점을 감안하면, 언론을 신뢰할수록 이러한 지진 대비 행동 의도도 높을 것이라고 추론할 수 있다. 또한 위험 이슈 맥락에서 자신에게 올 위협의 영향을 심각하게 인식할수록 행동 의도도 높았다는 선행 연구(백혜진, 2018; 송해룡 외, 2014)가 있기에 이러한 예측 요인들과 더불어 제3자 지각이 지진 대비 행동 의도를 어느 정도 예측하는지를 비교 검토하는 것은 중요한 연구문제다. 따라서 아래와 같은 연구문제를 제시하였다.

- 연구문제 3: 제3자 지각은 타자 혹은 자신에 대한 미디어 영향 지각과 비교해 지진 대비 의도와 어떠한 관계가 있는가?
- 연구문제 4: 제3자 지각, 타자 및 자신에 대한 미디어 영향 지각, 언론 신뢰도, 위험 인식 중 어떤 요인이 지진 대비 의도를 가장 크게 예측하는가?

3. 연구 방법

1) 연구 대상과 자료 수집

본 연구는 전국의 17세 이상 538명을 대상으로 국내 리서치 회사를 통해 수집된 온라인 설문 자료를 분석하였다. 설문 참여자는 두 그룹에서 모집하였다. 첫 번째 그룹은 리서치 회사에 등록된 전국 단위의 온라인 패널로서, 거주 지역 선택 과정을 거쳐 경상북도 거주자의 경우 지진 피해 지역인 경주 혹은 포항 거주자만을 설문에 참여시켰다. 그러

표 1. 연구 참여자의 인구 통계학적 특성

변인	구분	빈도 (명)	%
성별	남성	264	49,1
	여성	274	50,9
연령	10대	15	2,79
	20대	157	29,18
	30대	127	23,61
	40대	128	23,79
	50대	78	14,50
	60대	31	5,76
	70대	2	0,37
학력	중졸 이하	5	0,9
	고졸	66	12,3
	대학 재중	90	16,7
	2~3년제 대학 졸업	82	15,2
	4년제 대졸	248	46,1
	대학원 졸업 이상	47	8,7
월 소득	100 만 원 미만	40	7,4
	100~200만 원 미만	58	10,8
	200~300만 원 미만	89	16,5
	300~400만 원 미만	89	16,5
	400~500 미만	99	18,4
	500~600만 원 미만	67	12,5
	600만 원 이상	96	17,8
지진 피해 지역 거주	포항	257	47,8
	경주	229	42,6

나 첫 번째 그룹인 온라인 패널 가운데 지진 피해 지역의 거주자(경주 및 포항)가 부족해, 두 번째 그룹을 통해 지진 피해 지역 거주자의 표본을 추가적으로 확보하였다. 두 번째 그룹은 포항 지역 소재의 대학교에 재학 중인 학생을 대상으로 편의표본 추출을 하였다($N = 88$, 전체 연구 참여자의 16,4%). 첫 번째와 두 번째 그룹에서의 참여자 모

집은 모두, 포항 지역에서 지진이 발생한 직후인 2017년 12월 5일부터 12월 10일까지 실시되었다.

지진 피해 지역 거주자 여부는 다음의 두 가지 질문으로 측정되었다. 1) 2017년 11월 15일 포항에서 규모 5.6 의 지진이 발생했을 당시 귀하는 포항 혹은 인근 피해 지역에 계셨습니까? 2) 2016년 9월 12일 경주에서 규모 5.8 의 지진이 발생했을 당시 귀하는 경주 혹은 인근 피해 지역에 계셨습니까? 자신이 경주 지진 피해 지역에 거주했다고 응답한 사람은 229명(42.6%)이었고, 포항 지진 피해 지역 거주자는 257명(47.8%)이었다. 이 두 가지 질문 중 하나라도 ‘예’라고 답한 응답자들을 ‘지진 피해 지역 거주자’로 조작적 정의하였다. 경주 지진 혹은 포항 지진 피해 지역의 거주자는 291명(54.1%)이었다. 설문 참여자의 특성은 <표 1>과 같다.

2) 변수 측정과 구성

본 연구의 주요 변수는 제3자 지각, 언론 신뢰도, 위험 인식, 지진 대비 행동 의도이다. 이 외에 3자 지각의 차이를 보기 위해 지진 피해 지역 거주 여부 그리고 미디어에 대한 영향 지각이라는 차원에서 혼동 변수로 작용할 지진 위험 보도의 노출량을 측정하였다. 이들 변수 중 다문항으로 측정된 변수들은 특별히 다르게 기술되지 않는 한, 신뢰도를 검증한 후 각 문항들을 평균화하여 구성되었다.

제3자 지각은 자신과 다양한 타자에 대한 지진 위험 보도의 영향력 지각을 측정한다. 후 타자에 대한 영향력 지각에서 자신의 영향력 지각을 빼 값으로 구성되었다. 대다수 제3자 지각과 관련된 선행 연구(김봉철 · 최영준, 2017; Eisend, 2017)를 바탕으로 미디어 영향력 지각 문항은 본 주제에 맞게 재단되어 다음과 같은 단일 문항으로 측정되었다. “귀하께서는 지진과 관련된 언론 보도가 아래의 사람들에게 각각 얼마나 영향이 있을 거라고 생각하십니까? 내 자신/내 가족/지진 피해 지역 주민/우리나라 국민(7점 리커트 척도, 1 = 전혀 영향 없다, 7 매우 영향 있다).”

언론 신뢰도는 제3자 효과와 관련하여 언론 신뢰도를 본 일부 선행 연구(김인숙, 2004; 김정현, 2010; 김재범 · 이정기, 2012)는 수용자가 언론을 어느 정도 신뢰하는지 단일 문항으로 측정했으나, 본 연구는 저널리즘 덕목의 터프 원칙(진실성, 비판파성, 충실성, 공정성)을 고려하는 한편(김경모 · 이승수, 2018; 이준웅 · 최영재, 2005;

Merrill, 1997; Tsfati & Cappella, 2003 참조), 위험 위기 이슈에 대한 언론 보도 준칙을 고려하여 다음과 같은 4개의 문항으로 조정해 측정했다. 1) 언론은 지진에 대해 정확하게 보도한다. 2) 언론은 지진에 대해 객관적으로 보도한다. 3) 언론은 지진 소식을 신속하게 보도한다. 4) 언론은 지진에 대해 충분한 정보를 제공한다(7점 리커트 척도, 1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다; Cronbach's alpha (α) = .87).

위험 인식은 기존의 위험 커뮤니케이션에서 자주 활용된 비개인적 및 차별적 영향 가설의 개인적 위험 인식 문항을 차용했다. 개인적 위험 인식이란 '특정 위험에 대해 자기 자신이 얼마나 영향을 받을 것인지에 대한 인식'으로 정의되는데(좌보경 외, 2013; Tyler & Cook, 1984), 선행 연구를 참고하여 다음의 4개 문항으로 측정되었다. 1) 지진은 내게 심각한 문제이다. 2) 나는 지진으로 인해 영향을 받을까봐 걱정된다. 3) 나는 지진의 영향을 많이 받을 것 같다. 4) 나는 지진으로 인한 피해를 입을 가능성이 높다고 느낀다(7점 리커트 척도, 1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다: α = .92).

지진 대비 행동 의도는 위험 이슈에 따른 공중의 행동 의도를 살펴본 선행 연구(백혜진 · 양지혜, 2017; Atwood, 1994)를 바탕으로 지진 위험 이슈에 맞게 재단해 다음과 같은 2개의 문항으로 측정하였다. 1) 다음 지진을 대비해 대피 장소를 파악해 둘 것이다. 2) 다음 지진을 대비해 생존 배낭이나 기본적인 재난 대비품을 준비할 것이다(7점 리커트 척도, 1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다: inter-item correlation = .60).

지진 위험 보도 노출량은 선행 연구(백혜진, 2018; Yoo, Paek, & Hove, 2018)를 바탕으로 본 연구의 주제 맥락에 맞게 다음과 같은 다양한 매체를 통해 지진 보도를 얼마나 접했는지로 측정되었다. 1) 종이 신문, 2) TV 뉴스, 3) 라디오 뉴스, 4) 포털(네이버, 다음, 구글, 네이버, 야후 등) 뉴스, 5) 인터넷 언론사 사이트(조선, 한겨레, KBS, 연합뉴스, 오마이 뉴스 등), 6) 정보 지향형 소셜 미디어(트위터, 유튜브, 인스타그램, 블로그, 플리커 등), 7) 관계 지향형 소셜 미디어(페이스북, 카카오톡, 밴드 등)(7점 리커트 척도, 1 = 전혀 접하지 않았다, 7 = 매우 많이 접했다). 이 변수는 제3자 효과에 영향을 미칠 수 있다는 선행 연구(김옥태 · 김규찬, 2010; Meirick, 2005; Wei et al., 2015)를 고려하여 미디어 노출 정도를 통제하고자 본 연구에서 사용되었다. 따라서 다양한 매체를 통한 지진 위험 보도에 대한 노출의 정도를 측정하고자 7개의 문항을 합산하여 수치가 높을수록 지진 보도 노출량이 많은 것으로 측정하였다.

4. 연구 결과

1) 제3자 지각과 사회적 거리 결과 대 타깃 결과 가설

〈연구가설 1〉은 사람들이 지진 위험 뉴스에 대한 영향이 자신보다 타인에게 더 클 것이라고 지각한다는 제3자 지각 가설을 반복 검증하기 위해 제시되었다. 또한 〈연구문제 1〉은 그 타인(제3자)이 사회적으로 멀어질수록 미디어 영향을 더 크게 지각할 것이라는 사회적 거리 결과와 미디어 노출 혹은 타깃 관여도에 따라 미디어 영향을 더 크게 지각할 것이라는 타깃의 결과 가설을 함께 검증하고자 제시되었다. 이를 검증하기 위해 반복 측정 분산 분석(repeated measures ANOVA)을 일반 선형 모형(General Linear Model: GLM) 절차로 수행하였다. 윌크스 람다(Wilks' Λ)를 이용하여 자신과 타인에 대한 미디어 영향 지각의 평균 차이를 검토한 결과, 이 차이는 통계적으로 유의하였다(윌크스 $\Lambda = .77, F(3, 535) = 54.22, p < .001$, 부분 에타 제곱 = .23). 〈표 2〉는 자신과 각기 다른 타자에 대한 위험 보도 뉴스의 영향 지각의 평균과 표준 편차를 제시하였다. 자신과 각각의 타인에 대한 미디어 영향 지각의 차이를 통계적으로 확인하기 위해 반복적인 평균 비교를 고려한 본페로니 기법으로 쌍별 비교를 시행하였다. 분석 결과 자신과 자기 가족, 지진 피해 지역 주민(평균차 = $-.19, -.66, p < .001$), 그리고 우리나라 국민 간의 미디어 영향 지각 차이(평균차 = $-.17, p < .05$)는 모두 통계적으로 유의미했다. 따라서 제3자 지각 가설은 지지되었다. 한편, 지진 피해 지역 주민보다 사회적 거리가 나에게서 가장 먼 우리나라 국민에 대한 미디어 영향 지각이 더 작은 것으로 보아, 사회적 거리 결과보다는 타깃의 결과 가설에 더 부합하는

표 2. 자신과 “제3자” 유형에 따른 지진 위험 보도의 영향 지각

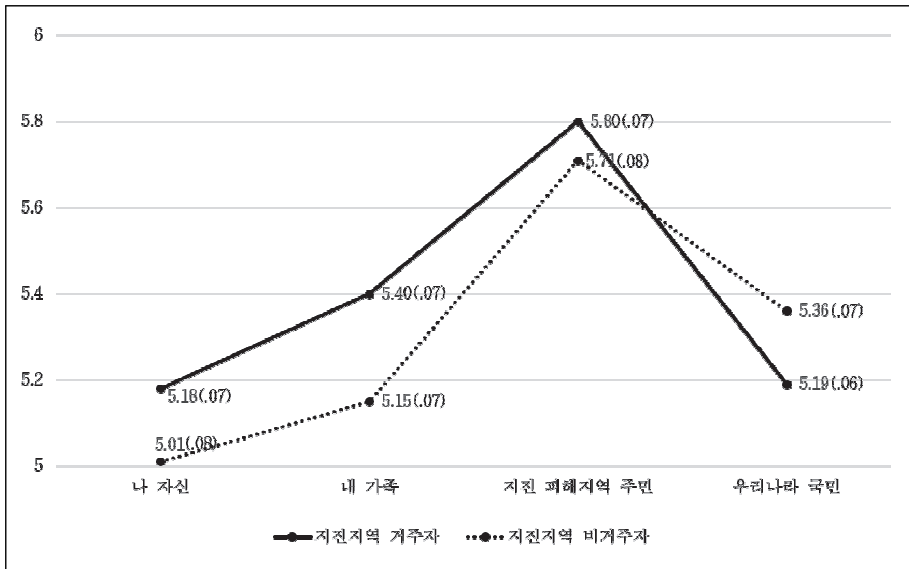
	나 자신 <i>M(SD)</i>	내 가족 <i>M(SD)</i>	지진 피해 지역 주민 <i>M(SD)</i>	우리나라 국민 <i>M(SD)</i>
표본 전체 (<i>N</i> = 538)	5.10(1.18)	5.29(1.11)	5.76(1.26)	5.27(1.06)
지진 피해 지역 거주자 (<i>N</i> = 291)	5.18(1.25)	5.40(1.14)	5.80(1.18)	5.19(1.14)
지진 피해 지역 비거주자 (<i>N</i> = 247)	5.01(1.09)	5.15(1.08)	5.71(1.35)	5.36(.96)

결과가 나타났다.

2) <연구문제 2> 지진 피해 지역 주민 여부와 ‘제3자 유형’에 따른 지각 차이

<연구 문제 2>는 사회적 거리 결과 혹은 타깃 결과가 지진 피해 지역 거주 여부에 따라 다르게 나타날 것인지를 검증하고자 하였다. 이를 위해 지진 피해 지역 거주 여부를 집단간 요인(between-subjects factor)으로 포함한 반복 측정 공분산 분석(repeated measures ANOVA)을 GLM 절차로 수행하였다. <표 2>에 지진 피해 지역 거주 여부에 따라 각각의 타인에 대한 지진 위험 보도의 영향 지각 평균을 보고하였다. 분석 결과, 지진 피해 지역 거주 여부는 제3자 지각에 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다 (Wilks' $\Lambda = .97, F(3, 534) = 6.21, p < .001$, 부분 에타 제곱 = .03). 즉, <그림 1>에 제시된 바와 같이, 지진 피해 지역 거주 여부에 관계없이 응답자들은 지진 피해 지역 거주자(거주자 평균(표준오차) = 5.80(.07); 비거주자 = 5.71(.08))가 우리나라 국민보다(평균(표준오차) = 5.19(.06) 대 5.36(.07)) 지진 위험 보도에 더 크게 영향을 받을 것이라고 지각하였다. 거주자와 비거주자의 차이는 내 가족과 우리나라 국민에 대

그림 1. 지진 피해 지역 거주 여부에 따른 제3자 지각



한 미디어 영향 지각에서 나타났다. 구체적으로 거주자의 경우 내 가족이 우리나라 국민보다 지진 위험 보도에 더 많이 영향을 받을 것이라고 지각한 반면($t = 2.93, p < .01$), 비거주자의 경우 그 반대로 나타났다($t = -3.24, p < .001$).

3) 제3자 지각을 줄이는 요인: 언론 신뢰도와 위험 인식

다음으로 제3자 지각(즉, 타자에 대한 미디어의 영향력 지각-자신에 대한 미디어의 영향력 지각)을 줄이는 요인으로 언론 신뢰도(연구가설 2)와 위험 인식(연구가설 3)의 관계를 살펴보았다. 우선 제3자 지각에서의 제3자는 우리나라 국민과 지진 피해 지역 주민으로 각각 정의되어 2개의 타자-자신의 미디어 영향 지각의 차이(제3자 지각) 변수를 종속 변수로 두고, 성별, 연령, 교육 수준, 월 소득, 지진 피해 거주 여부, 지진 위험 보도 노출량을 통제한 후 편상관관계(partial correlation) 분석을 수행하였다. 분석 결과(〈표 3〉 참조) 타자가 우리나라 국민이든 지진 피해 지역 거주자든 자신과의 미디어 영향 지각 차이는 언론 신뢰도(타자가 국민인 경우: $\text{partial } r = -.09, p = .05$; 타자가 지진 피해 지역 주민인 경우: $\text{partial } r = -.11, p < .05$) 및 위험 인식(타자가 국민인 경우: $\text{partial } r = -.11, p < .01$; 타자가 지진 피해 지역 거주자인 경우: $\text{partial } r = -.20, p < .001$)과 모두 부정적인 편상관관계를 나타냈다. 즉, 언론 신뢰도가 높을수록, 위험 인식이 높을수록 타자와 자신에 대한 미디어 영향 지각의 차이는 작아지

표 3. 언론 신뢰도, 위험 인식, 제3자 지각 사이의 편상관관계 분석 결과

	우리나라 국민 (타자) - 자신 미디어 영향 지각	지진피해 지역 주민(타자) - 자신 미디어 영향 지각
나 자신	-.46***	-.62***
내 가족	-.22***	-.29***
우리나라 국민	.59***	-.06
지진 피해지역 주민	.10*	.52***
언론신뢰도	-.09*	-.11*
위험 인식	-.11**	-.20***

통제변수: 성별, 연령, 교육 수준, 소득, 지진 피해 지역 거주 여부, 지진 위험 보도 노출량
* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

는 경향이 있었다. 따라서 <연구가설 2>와 <연구가설 3> 모두 채택되었다.

4) 지진 대비 행동 의도의 예측 요인: 제3자 지각, 언론 신뢰도, 위험 인식

<연구문제 3>은 제3자 지각이 지진 대비 의도와 긍정 혹은 부정적인 관계가 있는지를 탐구하고자 하였다. 위와 같은 방법으로 인구 통계학적 변수와 뉴스 노출량을 통제한 후의 편상관관계 분석 결과(<표 4> 참조), 제3자 지각 변수는 타자가 국민(partial $r = -.08, p = .05$)일 때나 지진 피해 지역 거주자(partial $r = -.17, p < .001$)일 경우 모두 부정적인 관계로 나타났다. 즉, 타자와 자신에게 미치는 지진 위험 보도의 영향 지각의 차이가 클수록 지진 대비 행동 의도는 낮아졌다. 이 결과가 타자에 대한 영향 지각 때문인지, 자신에 대한 영향 지각 때문인지는 제3자 지각을 측정하는 방법(타자와 자신에게 미치는 지진 위험 보도의 영향 지각의 차이)으로는 분명하지 않기에, 각각 자신과 각기 다른 타자에 대한 미디어 영향과 지진 대비 행동 의도와와의 관계도 각각 살펴보았다. 편상관관계 분석 결과 자기 가족에 미치는 미디어 영향 지각과 지진 대비 행동 의도가 가장 큰 정적인 관계로 나타났고(partial $r = .30, p < .001$), 그 다음으로 자신에 대한 미디어 영향 지각(partial $r = .28, p < .001$), 우리나라 국민에게 미치는 미디어 영향 지각(partial $r = .18, p < .001$), 지진 피해 지역 주민에 미치는 미디어 영향 지각(partial $r = .11, p < .01$) 순으로 정적인 관계가 나타났다. 자신이나 자기 가족, 우

표 4. 자기 대 타자 미디어 영향 지각, 제3자 지각과 지진 대비 행동 의도 사이의 편상관 분석 결과

	지진 대비 의도
나 자신	.29***
내 가족	.30***
지진 피해 지역 주민	.18***
우리나라 국민	.11*
제3자 지각 [우리나라 국민(타자) - 자신 미디어 영향 지각]	-.08*
제3자 지각 [지진 피해 지역 주민(타자) - 자신 미디어 영향 지각]	-.17***

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

리나라 국민, 지진 피해 지역 주민에게 지진 위험 보도가 영향을 미친다고 지각할수록, 지진 대비 행동 의도도 높은 것으로 나타났다.

〈연구문제 4〉는 제3자 지각, 타자 및 자신에 대한 미디어 영향 지각, 미디어 신뢰도, 위험 인식 중 어떤 요인이 지진 대비 의도를 가장 크게 예측하는지를 검증하고자 하였다. 이를 위해 위계적 회귀 분석을 시행하였는데, 제1단계에서는 성별, 연령, 교육 수준, 월 소득, 지진 피해 거주 여부, 지진 위험 언론 보도 노출량을 통제한 후 2단계에서 타자(국민, 지진 피해 지역 주민 각각)-자신의 미디어 영향 지각 차이로 측정된 제3자 지각을, 3단계에서는 언론 신뢰도와 위험 인식을 포함하였다. 2단계와 3단계로 나눈 이유는 제3자 지각과 그 외 요인의 설명력의 차이를 검토하기 위해서였다. 회귀 분석 결과(〈표 5〉 참조) 위험 인식이 가장 큰 긍정적 예측 요인으로 나타났고 $B(se) = .42(.04)$, $p < .001$, 언론 신뢰도 역시 긍정적으로 지진 대비 행동 의도를 예측하는

표 5. 위계적 회귀 분석 결과

		지진 대비 행동 의도		
		1단계 $B(se)$	2단계 $B(se)$	3단계 $B(se)$
1블록: 통제 변수	성별	.22 (.10)*	.21 (.10)*	.08 (.09)
	연령	-.01 (.00)	-.01 (.00)	-.10 (.00)*
	학력	-.59 (.10)***	-.55 (.10)***	-.20 (.09)*
	월 소득	.01 (.04)	.02 (.04)	.01 (.04)
	지진 피해지역 거주 여부(거주)	-.01 (.03)	-.01 (.03)	-.01 (.02)
	지진 뉴스 노출량	.06 (.01)***	.06 (.01)***	.04 (.01)***
	R2 변화	.15***		
2블록: 제3자 지각	지진 지역주민 > 자신		-.15 (.04)***	-.08 (.04)*
	우리나라 국민 > 자신		.00 (.04)	.01 (.04)
	R2 변화		.03***	
3블록: 신뢰도와 위험 인식	언론 신뢰도			.10 (.04)*
	위험 인식			.42 (.04)***
	R2 변화			.15***
총 R2		.15	.18	.33

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

것으로 나타났대($B(se) = .10(.04)$, $p < .05$). 반면, 제3자 지각은 타자가 지진 지역 피해 주민인 경우에만 부정적인 예측 요인으로 나타났대($B(se) = -.08(.04)$, $p = .05$). 위계적 회귀 모형은 지진 위험 대비 의도의 총 33%를 설명하였으며, 이 중 1단계의 통제 변수들은 15%, 2단계 제3자 지각 변수는 3%를, 언론 신뢰도와 위험 인식은 15%를 각각 설명하였다.

5. 결론 및 논의

1) 연구 결과 논의

본 연구는 지진 위험 맥락에서 제3자 지각과 사회적 거리 대 타깃 결과 가설을 검증하고, 제3자 지각이 지각적 편향(perceptual bias)이라는 점에서 지각적 편향을 줄이는 요인으로서 언론 신뢰도와 위험 인식의 역할에 주목하였다. 또한, 행동적 요소로서 위험에 대한 예방 행동 의도와 제3자 지각의 연결 고리를 다른 요인들과 함께 포괄적으로 파악하고자 하였다.

본 연구의 핵심 결과를 요약하면 다음과 같다. 1) 지진 위험 뉴스가 자신보다 타자에게 더 영향이 크다는 제3자 지각은 견고하게 나타났지만, ‘타자’의 사회적 거리가 멀수록 제3자 지각이 커진다는 사회적 거리 결과 가설 보다는 추정된 미디어 노출 혹은 관여도를 고려한 타깃 결과 가설이 더 지지되는 것으로 나타났다. 2) 언론 신뢰도와 위험 인식이 높아질수록 제3자 지각(타자-자신의 미디어 영향 지각)은 작게 나타났다. 3) 지진 위험 대비 의도는 제3자 지각(특히 지진 피해 지역 주민이 타자인 경우)과는 부정적 관계를, 언론 신뢰도와 위험 인식과는 긍정적인 관계를 나타냈으며, 이 중 위험 인식이 가장 큰 예측 요인으로 나타났다.

첫째, 본 연구는 지진 위험 맥락에서도 제3자 지각은 견고한 현상임을 보여 주었다. 이는 수많은 선행 연구 및 메타 분석 연구(Eisend, 2017; Paul et al., 2000; Sun et al., 2008)와 일관된 것이다. 특히 제3자 지각은 메시지가 부정적일수록 더 크게 나타나는 경향이 있지만, 긍·부정을 따지기에 적합하지 않은 위험 보도와 같은 주제에서도 자신보다 자기 가족은 물론, 우리나라 국민, 지진 피해 지역 거주자에 대한 미디어 영향

지각이 더 큰 것으로 나타났다. 어떤 커뮤니케이션 맥락에서도 제3자 지각이 나타난다는 데이비슨(Davison, 1983)의 원래 주장과 일관된 결과이다.

둘째, 설문 응답자들은 우리나라 국민처럼 사회적 거리가 먼 ‘제3자’보다 지진 피해 지역 주민과 같은 ‘언론 보도와 연관성 있는 제3자’가 지진 위험 보도에 영향을 더 받는 것으로 답했다. 본 연구의 결과는 기존에 사회적 거리 결과의 개념적 모호성을 지적했던 이론적 주장이나 선행 연구의 결과(예: Paek et al., 2005)와 일관되며, ‘타자’에 대한 미디어 영향 지각에 단순히 사회적 거리, 더 정확히는 지리적 거리가 아니라 미디어 노출 등 미디어의 타깃을 고려해야 한다는 타깃의 결과 가설(McLeod et al., 1997)을 어느 정도 입증한다. 다만 지진 위험 보도가 전국적으로 보도되었고, 언론 보도는 단순히 지진 피해 지역 주민만 겨냥하지 않는다는 점에서 주제와의 연관성, 주어진 이슈에 대한 관여도, 기존의 태도 등 역시 함께 고려하여 미디어 영향을 추론한다는 마이릭(Meirick, 2005)의 주장이 연구 결과를 설명하는 데 더 설득력이 있다.

또 하나 흥미로운 점은 지진 피해 지역 거주 여부에 따른 결과의 차이이다. 선행 연구에서 사회적 거리보다는 심리적 거리 및 유사성(Paek et al., 2005), 나와 유사한 사람과 나와 다른 사람이라는 자기 범주화(self-categorization)나 내외 집단(in-group/out-group)의 개념을 포함한 사회 정체성 이론(social identity theory)에 따른 설명 및 결과(David et al., 2002; Duck et al., 1998)와 본 연구는 상반된 결과를 보인다. 이러한 논의들에 따르면 본 연구 결과는 지진 피해 지역 주민일수록 같은 지진 피해 지역 주민이 다른 지역 주민이나 일반 국민에 비해 심리적으로 유사하거나 내집단이라고 생각할 것이므로 미디어 영향 지각이 국민에 대한 미디어 영향 지각보다 작았어야 한다. 그러나 본 연구의 결과, 지진 지역 주민이든 아니든 지진 피해 지역 주민이 우리나라 국민보다 지진 위험 보도에 더 많은 영향을 받는다고 지각하였으며, 거주자의 경우 내집단이라고 할 수 있는 ‘가족’이 우리나라 국민보다 더 많이 영향을 받을 것이라고 지각했다. 이는 ‘타자’의 유형에 따른 제3자 지각에서 타깃의 결과 가설을 지지할 뿐 아니라, 제3자 지각은 낙관적 편견이나 자기 고양과 같은 동기뿐만 아니라 미디어의 영향력, 미디어 주제의 특성과 그 대상 등을 고려해서 나타나는 지각 편향이라고 설명하는 것이 더 적합하다는 것을 함의한다.

셋째, 제3자 지각이 지각적 편향이라면 이러한 편향을 줄이는 요인을 살펴보는 것은 중요한 연구과제이다. 본 연구 결과 지진 위험 보도 주제 맥락에서 언론 신뢰도와 위

험 인식이 제3자 지각과 부정적인 관계로 나타나 지각적 편향의 감소 요인으로서의 가능성을 보여 주었다. 즉, 언론의 신뢰도가 높을수록, 지진이 자신에게 미칠 위험이 심각하다고 인식할수록 타자와 자신에게 미치는 미디어 영향에 대한 지각 차이도 작아졌다. 언론 신뢰도의 경우 특정 기사의 공정성이나 미디어 전반에 대한 신뢰도라는 개념으로 제3자 지각과 함께 연구된 바 있으며(김경모 · 이승수, 2018), 미디어 효과 중 간접적이며 인식/지각적 차원에서의 이론 혹은 이론적 개념으로 미디어/언론에 대한 공중의 신뢰도와 제3자 효과는 종종 함께 거론된다(McLeod, Wise, & Perryman, 2017; Tsftati & Cohen, 2013). 특히 제3자 지각의 부정적인 관계나 제3자 지각을 줄이는 요인으로서 언론 신뢰도(혹은 공신력)를 검토한 선행 연구에서 자기 고양이라는 동기적 기제(김경모 · 이승수, 2018)나 불확실성 혹은 정보의 부재로 인한 인지적 오류라는 인지적 기제(Paek et al., 2005)로 모두 설명이 가능했다는 점에서 지각적 편향을 줄이는 요인으로서 언론 신뢰도는 주목할 만하다. 또한, 언론 신뢰도와 같은 미디어 특성과 더불어 위험 인식이 제3자 지각을 줄여 줄 수 있음을 보여 준 본 연구의 결과는 자신에 대한 위험 인식을 근거로 자신은 물론 타자에게 미치는 미디어의 영향을 판단하고 있음을 보여주는 결과로, 제3자 지각은 불확실한 상황에서의 사회적 판단이라는 기존의 결과를 뒷받침한다(Paek et al., 2005). 특히 자신과 각기 다른 타자에 대한 미디어 영향 지각과 위험 인식의 상관관계를 보면 위험 인식은 자신에게 미치는 미디어 영향 지각과 가장 큰 상관관계($r = .41$)를 나타내고, 자신에게서 먼 타자일수록 상관관계가 낮아진다(내 가족, 지진 피해 지역 거주자, 우리나라 국민 각각에 대한 미디어 영향 지각($r = .35, .25, .16$)는 점에서 타자보다는 자신에 대한 지진 위험 보도의 영향 지각에 더 큰 영향을 미치고, 이는 미디어 영향에 대한 자신과 타자간의 격차를 줄이는 역할을 하는 것이라고 추론해 볼 수 있다.

제3자 지각이 클수록 지진 대비 의도가 낮았다는 본 연구의 결과는 제3자 지각이라는 지각적 편향을 줄이는 요인을 찾는 것이 중요함을 재차 강조한다. 우선 제3자 지각과 행동적 요소가 부정적인 관계로 나타난 결과는 언뜻 보면 데이비슨이 예측했던 방향과 정반대이기에 의문스러울 수 있다. 데이비슨(Davison, 1983)과 초기의 행동적 요소에 대한 제3자 효과의 메타분석 연구(Paul et al., 1999)에서는 부정적 미디어 메시지에 대한 영향력 지각과 그에 대한 행동적 반응으로서 미디어 규제 혹은 검열에 초점을 맞추었다. 반면, 본 연구에서 검토한 지진 대비 행동 의도는 탈-오 등(2010)의 행

동적 요소 유형의 분류에 의하면 “조화”나 “규범적 영향”이며, 웨이 등(Wei et al., 2015)의 분류에 따르면 “자기 예방”과 가깝다. 이 경우 제3자 지각과 행동적 요소의 관계가 부정적으로 나타난 연구들이 다수 나타났다(Atwood, 1994; Wei et al., 2015)는 점을 고려하면, 본 연구의 결과는 오히려 선행 연구의 결과와 일관된 부분이 많다. 언론의 신중 플루 보도 맥락에서 자신과 타자에 대한 특정 미디어 영향(즉, 공포 지각과 정보 습득에 대한 영향)이 대학생의 예방 위생 행동에 미치는 영향을 살펴본 국내 연구에서도 타자-자신에 대한 공포 지각 편향은 예방 위생 행동에 부정적인 관계가 있었다(김옥태·김규찬, 2010). 광고 분야의 제3자 효과 연구에 대한 메타 분석 연구(Eisend, 2017) 역시 행동의 유형에서 광고 규제에 대해서는 제3자 지각이 긍정적인 효과를 미쳤지만, 제품 구매 의도나 몸무게 감소, 다이어트, 운동 등 자신의 신체와 관련된 행동적 반응에 대해 3자 지각은 부정적인 효과가 있었다.

제3자 지각이 행동적 반응에 긍정적 혹은 부정적 영향을 미친다는 것은 무슨 의미일까. 제3자 지각은 타자에 대해 추론한 미디어의 영향의 크기에서 자신에게 미치는 미디어 영향을 뺀 크기로 측정되기 때문에 제3자 지각과 행동적 요소의 관계가 타자-자신에 대한 미디어 영향의 차이 때문인지, 혹은 타자에 대해 추론한 미디어의 영향이나 자신에게 미치는 영향 때문인지는 명확하지 않다. 이 때문에 타자 혹은 자신에 대한 미디어 영향력 지각을 따로 검토해야 한다는 주장이 있었다(McLeod et al., 1997). 본 연구 결과, 자신이나 자신과 가까운 가족에 대한 미디어 영향 지각이 제3자 지각에 비해 지진 대비 행동 의도와 더 큰 관계가 있었으며, 그 관계도 긍정적이었다. 이러한 결과는 메타 분석 연구(Eisend, 2017)나 미디어 규제가 아닌 다른 행동적 요인을 본 연구에서 거의 일관되게 나타났으며(김옥태·김규찬, 2010; Wei et al., 2015), 미디어 규제를 본 경우에도 ‘타자-자신의 미디어 영향의 지각 차이’보다는 그 지각의 ‘총합’(sum effects)이 더 중요한 예측 요인으로 나타난 연구(Paek et al., 2008)와도 일관된다. 이는 제3자 지각과 행동적 요소의 연결 고리에 대해 문제를 제기함과 동시에, 그 연결 고리를 더 면밀히 파악하기 위해서는 타자와 자신에 대한 미디어 영향 지각을 함께 고려해야 함을 뜻한다.

마지막으로 본 연구 결과 위험 커뮤니케이션 맥락에서 중요한 예측 요인인 언론 신뢰도와 위험 인식을 제3자 지각과 함께 고려한 결과, 위험 인식이 가장 중요한 예측 요인으로 나타났으며 예측력도 제3자 지각에 비해 훨씬 높았다. 쉐ن 등(Shen et al.,

2018)은 최근 타자-자신의 미디어 영향 추론이 모두 제3자 지각이 아닌 것처럼 행동적 요소 역시 모든 행동적 요소가 제3자 지각에 의해 영향을 받는 것은 아니라고 주장한 바 있다. 일부 선행 연구들은 그동안 제3자 지각 연구들이 행동적 결과와 제3자 지각의 관계에만 주목함으로써 행동적 요소의 다른 예측 요인을 간과하고 예측의 경로를 단순화했다고 지적한다(김옥태·김규찬, 2010; 양승찬, 1999; Perloff, 2002). 본 연구 결과는 이러한 선행 연구의 주장을 경험적으로 입증하며, 각 주제 맥락에서 여러 주요 예측 요인을 함께 고려할 때 제3자 지각과 행동적 요소의 관계를 보다 명확하게 규명할 수 있음을 함의한다.

2) 연구의 한계

본 연구는 몇 가지 제한점을 갖는다. 첫째, 제3자 지각을 지진 위험 보도가 자신 혹은 다양한 타자에게 어느 정도 영향이 있는지를 단일 문항으로 측정하였다. 이는 초기 개념 및 조작적 정의에 가장 부합하지만, 어떤 영향인지를 구체적으로 묻지 않았다는 점은 연구의 한계점이다. 지진에 대한 지식, 태도, 행동 등에 대한 영향 등 다양한 영향에 대해 구체적으로 물었다면 제3자 지각에 대한 더 면밀한 검토가 가능했을 수 있다. 측정 문항과 관련하여 종속 변수인 지진 대비 행동 의도 역시 두 문항으로 측정되었는데 지진 위험 시 다양한 행동 강령이 제시된다는 점에서 더 많은 문항으로 측정함으로써 여러 차원의 대비 행동을 고려했다면 더 풍부한 실무적 함의를 제시할 수 있었을 것이다.

둘째, 타자의 개념을 자기 가족, 지진 피해 지역 주민, 우리나라 국민으로 조작 정 의하였다. 사회적 거리와 타깃 결과 가설을 비교 검증한다는 차원이었지만, 이를 위해 지각된 미디어 노출 및 관여도, 심리적 거리 등을 고려하여 더 다양한 타자를 측정하고 각각의 타자에 대한 심리적 거리 및 관여도를 평가하게 했다면, 추론이 아니라 자료를 바탕으로 더욱 명확한 해석이 가능했을 것이다.

셋째, 본 연구의 자료는 전국의 성인을 대상으로 설문 자료를 수집한 후, 지진 피해 지역의 표본을 더 수집하기 위해 포항 지역 소재의 대학교 재학생을 대상으로 편의 표본 추출하였다는 점에서 표집상의 한계가 있다. 다만 종속 변수와 제3자 지각, 언론 신뢰도 및 위험 인식 간 상관관계의 방향성이 일관되고, 대학생 표본인 점을 감안하여 위계적 회귀 분석에 학력 수준을 통제했다는 점에서 연구 결과에 큰 영향은 미치지 않

은 것으로 보인다.

마지막으로, 지진 대비 행동 의도의 예측 요인으로 제3자 지각보다는 위험 인식과 언론 신뢰도의 역할이 더 중요함을 확인하였지만 더 중요한 예측 요인이 있을 수 있다. 또한 위 변수들의 여러 조절 혹은 매개적 관계도 함께 검증하였더라면 더 흥미로운 결과를 제시할 수 있었을 것이다. 예를 들어 본 연구에서 지진 대비 행동 의도의 가장 큰 긍정적 예측 요인이었던 위험 인식은 시간적 거리(temporal distance)와 상호작용할 수 있을 것이다(Trope & Liberman, 2003). 위험을 크게 인식하더라도 지진이 지금 당장 일어나는 것이 아니라, 먼 미래에 일어날 것이라고 느낀다면, 즉 지진에 대한 시간적 거리가 멀다면 위험 인식이 크더라도 지진 대비 행동 의도가 낮을 수 있다. 또한 위험 인식이 감정적 반응을 매개로 행동 의도에 영향을 미칠 수 있다고 설명하는 위험정보 탐색 처리 모형(Risk Information Seeking and Processing Model: Griffin, Dunwoody, & Neuwirth, 1999)을 바탕으로 공포나 감정의 정도를 매개 변수로 고려할 수 있다.

3) 연구 제언 및 결론

위의 몇 가지 제한점에도 불구하고 본 연구는 제3자 효과의 이론적 논의와 향후 연구에 방향성을 제공한다는 점에서 함의가 있다. 특히 데이비슨(Davison, 1983)의 첫 연구 후 36여 년 동안 세계적으로 수많은 연구가 진행되었고, 몇 개의 주요 메타 분석을 통해 제3자 지각은 견고한 현상으로 나타났다. 따라서 향후 연구를 위해 아래의 다섯 가지를 제안하고자 한다.

첫째, 제3자 지각을 새롭게 등장하는 미디어 이슈에 반복적으로 적용하기보다는 제3자 지각을 감소시키는 방안을 모색해야 할 것이다. 특히 심리적 기제로 동기적 편향과 더불어 인지적 오류에 더 주목할 필요가 있다. 이는 자기 고양이나 낙관적 편견과 같은 동기적 편향이 인간의 본능으로서 수정이 어려운 반면, 인지적 오류 관점에서는 불확실성을 제거하고 타자, 미디어, 이슈에 대해 더 정확하고 공신력 있는 정보를 제공함으로써 제3자 지각을 줄일 수 있는 여지가 많기 때문이다.

둘째, ‘타자’를 정의하는 데 있어 사회적 거리 결과나 타깃 결과 개념을 이해하는 한편, 지리적 및 심리적 거리감과 더불어 유사성, 미디어 노출 및 타깃에 대한 개념을

고려하여 ‘타자’를 좀 더 명확하게 정의하고 측정해야 할 것이다.

셋째, 제3자 효과의 행동적 요소는 미디어 규제뿐만 아니라 예방, 촉진/설득, 정정/조화 등 다양한 행동적 유형에서도 검토되었음을 인지하고, 다양한 유형에 대한 제3자 지각의 역할과 기제를 규명해야 할 것이다. 또한 제3자 지각과 더불어 자신 및 타자에 대한 미디어 영향 지각을 함께 고려해야 설명력을 높이고 선행 요인을 규명하는 데 더 유용할 것이다.

넷째, 본 연구는 지진 위험 맥락에서 위험 커뮤니케이션에서 위험에 대한 반응에 중요한 선행 요인인 위험 인식과 위험 보도 맥락에서 언론 신뢰도의 역할이 중요함을 입증하였다. 향후 연구에서는 제3자 지각이라는 지각적 편향과 행위 사이의 관계를 파악하는 데 있어 단순한 인과관계를 가정하기보다는 각 미디어 이슈 맥락에서 중요한 예측 변수와 다양한 경로를 함께 고려해야 할 것이다.

마지막으로 본 연구는 국가 혹은 문화적인 차이에 따라 그 결과가 달라질 수 있다. 제3자 효과 연구는 자신과 타자에 대해 미디어가 미치는 영향을 지각한다는 점에서 미디어의 역할이나 영향력, 자신과 타자의 지리적, 심리적 거리의 차이, 혹은 한 사회의 규범 등이 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 따라서 본 연구 결과를 다른 나라 및 문화에서 재검증하고 국가 간 혹은 문화 간의 비교 연구를 한다면 제3자 효과 이론을 정제하는 데 더 많이 기여할 것으로 보인다.

참고문헌

- 김경모 · 이승수 (2018). 뉴스 수용자의 지각 편향과 뉴스 공정성 평가. *커뮤니케이션 이론*, 14권 3호, 145~198.
- 김봉철 · 김유미 · 안주아 (2016). 성적소구 광고에 대한 제3자 효과가 규제인식에 미치는 영향: 성적소구 강도(強度), 사회적 거리를 중심으로. *광고PR실학연구*, 9권 4호, 39~61.
- 김봉철 · 최영준 (2017). 흡연자의 낙관적 편견과 제3자 효과: 폐암 및 담뱃갑 경고그림을 중심으로. *광고학연구*, 28권 5호, 205~231.
- 김옥태 · 김규찬 (2010). 언론의 신종플루 보도가 대학생의 예방위생 행동에 미치는 영향. *한국언론학보*, 54권 6호, 344~367.
- 김인숙 (2004). 조류 독감 보도와 제3자 효과. *홍보학연구*, 8권 1호, 110~136.
- 김재범 · 이정기 (2012). 환경보도와 제 3 자 효과. *한국언론학보*, 56권 1호, 314~339.
- 김정현 (2010). 대학생 집단의 신종플루에 대한 인식과 지각적 편향. *한국언론학보*, 54권 3호, 77~98.
- 박혜림 · 조준희 · 박준홍 · 나건 (2017). 국내 지진 재해 대비를 위한 안전 서비스 디자인 연구. *한국디자인문화학회지*, 23권 1호, 225~238.
- 백혜진 (2018). 뉴미디어 유형이 위험 특성, 위험 인식, 예방 행동 의도의 관계에 미치는 영향. *한국언론학보*, 62권 3호, 215~245.
- 백혜진 · 양지혜 (2017). 절대적 대 상대적 위험 제시 형식, 정보원 신뢰도, 수리 문해력이 공중의 위험 인식과 행동 의도에 미치는 영향. *홍보학연구*, 21권 3호, 32~63.
- 백혜진 · 이혜규 (2013). *헬스커뮤니케이션의 메시지 · 수용자 · 미디어전략*. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 송해룡 (2012). *위험 커뮤니케이션: 미디어와 공론장*. 서울: 성균관대학교출판부.
- 송해룡 · 김찬원 · 김원제 (2014). 조류인플루엔자에 대한 공중의 위험관여도, 위험 인식, 심각성 지각과 예방행동 의도의 관계. *한국위기관리논집*, 10호, 33~49.
- 양승목 (1997). 여론조사와 제 3 자 효과: 여론조사의 영향에 대한 국회의원의 지각적 편향을 중심으로. *언론과 사회*, 18호, 6~28.
- 양승찬 (1999). 매스미디어의 제3자 효과 연구에 대한 비판적 고찰. *언론정보연구*, 36호, 159~184
- 이기영 · 이연주 · 김강민 (2017). 지진경험 경주시민의 삶의 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 재난관련 경험 및 인식을 중심으로. *한국사회복지조사연구*, 54호, 83~110.
- 이수범 · 김동우 (2009). 건강 관련 메시지에 대한 제 3 자 효과 연구. *홍보학연구*, 13권 2호, 5~37.

- 이승수 · 김정모 (2017). 정보원과 메시지 내용이 제 3 자 지각에 미치는 영향. *커뮤니케이션 이론*, 13권 3호, 5~49.
- 이준용 · 최영재 (2005). 한국 신문위기의 원인: 뉴스 매체의 기능적 대체, 저가치 제공, 그리고 공정성 위기. *한국언론학보*, 49권 5호, 5~35.
- 정성은 (2014). 제삼자 효과는 과연 존재하는가?. *커뮤니케이션 이론*, 10권 2호, 160~196.
- 정성은 · 최윤진 (2018). 당파적 뉴스에 관한 제삼자 지각의 세 주요 결정 요인. *한국언론학보*, 62권 3호, 98~129.
- 정세훈 · 황유리 (2010). 패스트푸드 메시지에 대한 어린이들의 제 3 자와 제 1 자 지각. *한국광고홍보학보*, 12권 2호, 7~34.
- 조윤용 · 임영호 · 허윤철 (2017). 기부 캠페인의 제3자 효과: 여론 지각과 미디어 이용량이 미치는 영향. *홍보학연구*, 21권 5호, 1~26.
- 조이영 · 안도현 (2016). 국내 뉴스 보도 연구 동향에 관한 주제어 연결망 분석. *한국콘텐츠학회 논문지*, 16권 8호, 278~291.
- 좌보경 · 윤문영 · 백혜진 (2013). 미디어, 지각된 위험 특성, 위험 인식의 관계에 대한 연구: 발암 물질 위험 이슈를 중심으로. *홍보학연구*, 17권 4호, 72~109.
- 한균태 · 차동필 (2002). 금연광고와 제3자 효과. *광고연구*, 56호, 263~286.
- 한미정 · 김중은 (2004). 미디어효과 지각과 광고규제 및 보도강화에 대한 태도. *방송통신연구*, 58호, 301~328.
- Atwood, L. E. (1994). Illusions of media power: The third-person effect. *Journalism Quarterly*, 71(2), 269~281.
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662~704.
- Chapin, J. (2002). Third-person perception and school violence. *Communication Research Reports*, 19, 216~225.
- Chung, S., & Moon, S. I. (2016). Is the third-person effect real? A critical examination of rationales, testing methods, and previous findings of the third-person effect on censorship attitudes. *Human Communication Research*, 42(2), 312~337.
- Cohen, J., Mutz, D., Price, V., & Gunther, A. (1988). Perceived impact of defamation: An experiment on third-person effects. *Public Opinion Quarterly*, 52(2), 161~173.
- David, P., Morrison, G., Johnson, M. A., & Ross, F. (2002). Body image, race and fashion models: Social distance and social identification in third-person effects. *Communication Research*, 29(3), 270~294.

- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1~15.
- Duck, J. M., Hogg, M. A., & Terry, D. J. (1998). Perceived self-other differences in persuasibility: The effects of interpersonal and group-based similarity. *European Journal of Social Psychology*, 28, 1~21.
- Dunning, D. (2000). Social judgment as implicit social comparison. In J. Suls & L. Wheeler (Eds.), *Handbook of social comparison: Theory and research* (pp. 353~378). New York, NY: Kluwer Academic.
- Eisend, M. (2017). The third-person effect in advertising: A meta-analysis. *Journal of Advertising*, 46(3), 377~394.
- Griffin, R. J., Dunwoody, S., & Neuwirth, K. (1999). Proposed model of the relationship of risk information seeking and processing to the development of preventive behaviors. *Environmental Research*, 80(2), S230~S245.
- Gunther, A. C. (1995). Overrating the X-rating: The third-person perception and support for censorship of pornography. *Journal of Communication*, 45(1), 27~38.
- Gunther, A. C., & Mundy, P. (1993). Biased optimism and the 3rd-person effect. *Journalism Quarterly*, 70(1), 58~67.
- Gunther, A. C., & Storey, J. D. (2003). The influence of presumed influence. *Journal of Communication*, 53, 199~215.
- Gunther, A. C., & Thorson, E. (1992). Perceived persuasive effects of product commercials and public service announcements: Third-person effects in new domains. *Communication Research*, 19(5), 574~596.
- Huh, J., & Langteau, R. (2007). Presumed influence of direct-to-consumer (DTC) prescription drug advertising on patients: The physician's perspective. *Journal of Advertising*, 36(3), 151~172.
- Ladd, J. M. (2011). *Why Americans hate the media and how it matters*. New Jersey, US: Princeton University Press.
- Lee, B., & Tamborini, R. (2005). Third-person effect and Internet pornography: The influence of collectivism and Internet self-efficacy. *Journal of Communication*, 55(2), 292~310.
- Lo, V. H., & Wei, R. (2002). Third-person effect, gender, and pornography on the Internet. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(1), 13~33.
- Lo, V. H., Wei, R., Zhang, X., & Guo, L. (2016). Theoretical and methodological patterns of third-person effect research: a comparative thematic analysis of Asia and the world. *Asian Journal of Communication*, 26(6), 583~604.
- Markon, M.-P., Crowe, J., & Leymyre, L. (2013). Examining uncertainties in government risk communication: Citizens' expectations. *Health, Risk, & Society*, 15, 313~332.

- McLeod, D. M., Eveland, W. P., & Nathanson, A. I. (1997). Support for censorship of violent and misogynic rap lyrics: An analysis of the third-person effect. *Communication Research*, 24(2), 153~174.
- McLeod, D. M., Wise, D., & Perryman, M. (2017). Thinking about the media: A review of theory and research on media perceptions, media effects perceptions, and their consequences. *Review of Communication Research*, 5, 35~83. doi:10.12840/issn.2255-4165.2017.05.01.013.
- Meirick, P. C. (2005). Rethinking the target corollary: The effects of social distance, perceived exposure, and perceived predispositions on first-person and third-person perceptions. *Communication Research*, 32(6), 822~843.
- Merrill, J. C. (1997). *Journalism ethics: Philosophical foundations for news media*. New York, NY: St. Martin's Press.
- Neuwirth, K., Frederick, E., & Mayo, C. (2002). Person-effects and heuristic-systematic processing. *Communication Research*, 29(3), 320~359.
- Paek, H.-J., Pan, Z., Sun, Y., Abisaid, J., & Houden, D. (2005). The third-person perception as social judgment: An exploration of social distance and uncertainty in perceived effects of political attack ads. *Communication Research*, 32(2), 143~170.
- 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.
- Paek, H.-J., Lambe, J., & McLeod, D. (2008). Antecedents to predict censorship for different media contents: Individual differences, democratic principles, and third-person perceptions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85, 273~290.
- Paul, B., Salwen, M. B., & Dupagne, M. (2000). The third-person effect: A meta-analysis of the perceptual hypothesis. *Mass Communication & Society*, 3(1), 57~85.
- Perloff, R. M. (1999). The third-person effect: A critical review and synthesis. *Media Psychology*, 1, 353~378.
- Perloff, R. M. (2002). The third-person effect. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *LEA's communication series. Media effects: Advances in theory and research* (pp. 489~506). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers
- Perloff, L. S., & Fetzer, B. K. (1986). Self-other judgments and perceived vulnerability to victimization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(3), 502~510.
- Price, V., Tewksbury, D., & Huang, L. N. (1998). Third-person effects on publication of a Holocaust-denial advertisement. *Journal of Communication*, 48(2), 3~26.
- Sellnow, D. D., Iverson, J., & Sellnow, T. L. (2017). The evolution of the operational earthquake forecasting community of practice: the L'Aquila communication crisis as a triggering event for organizational renewal. *Journal of Applied Communication Research*, 45(2), 121~139.

- Shen, L., Sun, Y., & Pan, Z. (2018). Not all perceptual gaps were created equal: Explicating the third-person perception (TPP) as a cognitive fallacy. *Mass Communication and Society*, 1~26.
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 23(6), 280~285
- Sun, Y., Pan, Z., & Shen, L. (2008). Understanding the third-person perception: Evidence from a meta-analysis. *Journal of Communication*, 58(2), 280~300.
- Tal-Or, N., Tsfati, Y., & Gunther, A. C. (2009). *The influence of presumed media influence. The Sage handbook of media processes and effects*. California: SAGE Publications.
- Tewksbury, D., Moy, P., & Weis, D. S. (2004). Preparations for Y2K: Revisiting the behavioral component of the third-person effect. *Journal of Communication*, 54(1), 138~155.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2003). Temporal construal. *Psychological Review*, 110(3), 403~421.
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication Research*, 30(5), 504~529.
- Tsfati, Y., & Cohen, J. (2013). Perceptions of media and media effects: The third-person effect, trust in media, and hostile media perceptions. In A. N. Valdivia & E. Scharrer (Eds.), *The international encyclopedia of media studies: Media effects/media psychology* (1st Ed; Chap.5). Blackwell.
- 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.
- Wei, R., Lo, V. H., Lu, H. Y., & Hou, H. Y. (2015). Examining multiple behavioral effects of third-person perception: Evidence from the news about Fukushima nuclear crisis in Taiwan. *Chinese Journal of Communication*, 8(1), 95~111.
- Xie, G. X. (2016). Deceptive advertising and third-person perception: The interplay of generalized and specific suspicion. *Journal of Marketing Communications*, 22(5), 494~512.
- Yoo, W., Paek, H.-J., & Hove, T. (2018). Differential effects of content-oriented versus user-oriented social media on risk perceptions and behavioral intentions. *Health Communication*, 14, 1~11.

논문투고일: 2019년 2월 23일

논문심사일: 2019년 4월 10일

게재확정일: 2019년 4월 22일

Abstract

The Third-Person Effects (TPE) about Earthquake Risk News

Revisiting the Social Distance Corollary and Examining Roles of Risk Perceptions and Media Credibility in TPE

Paek, Hye-Jin*

Professor, Department of Advertising and Public Relations, Hanyang University

Lee, Hyegyu**

Assistant Professor, School of Management and Economics, Handong Global University

The third-person effect is one of the representative media effects theories producing a considerable amount of empirical studies. But it has been criticized due to lack of its theoretical refinement. In the context of earthquake risk news coverage, this study shed light on the following three aspects that still remain unanswered: It (1) tested social distance corollary versus target corollary, the competing hypotheses related to the type of "3rd person"; (2) investigated roles of media credibility and risk perceptions in reducing the third-person perception (TPP); and (3) examined comprehensively the relationships between TPP and intention to prepare for earthquake risks as a behavioral component. This study analyzed online survey data collected among residents and non-residents of the earthquake-stricken areas right after Pohang earthquake on November, 2017. The results are the following: (1) The perception that earthquake risk news are more influenced by others than by self (TPP) was robust, but target corollary appears more supported than social distance corollary; (2) The higher media credibility and risk perceptions are, the lower TPP was; and (3) intention to

* First Author: hjpaek@hanyang.ac.kr

** Corresponding Author: hglee@handong.edu

prepare for earthquake risks was negatively related to TPP and positively related to media credibility and risk perceptions. The findings contribute to enriching theoretical discussions on TPE and understanding the public's perceptions and responses regarding the newly emerging risk topic of earthquake.

KEY WORDS Earthquake risks • third-person perception • behavioral component • media credibility • risk perception • social distance corollary • target corollary