

# PR메시지 유형, 준거점 설정, 지각된 위험이 의사 결정에 미치는 영향

: 전망이론을 중심으로\*

이세영\*\*

(정보통신정책연구원 방송통신정책연구실 인턴연구원)

박현순\*\*\*

(성균관대학교 신문방송학과 조교수)

이 연구는 결과와 우연성 프레임 방식에 따른 메시지 유형, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무, 지각된 위험이 공공이슈에 대한 의사결정에 어떠한 영향을 미치는지 연구하고자 하였다. 연구결과를 요약하면, 결과 프레임 방식에 있어 손실 프레임 메시지는 이익 프레임 메시지보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적인 것으로 나타났다. 또한 우연성 프레임 방식에 있어서는 확실 프레임 메시지가 불확실 프레임 메시지보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적인 것으로 나타났다. 그리고 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하는 것이 유도하지 않는 것보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적인 것으로 나타났으며 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 조건에서 손실 프레임 메시지와 확실 프레임 메시지는 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 보다 효과적인 것으로 나타났다. 마지막으로 공공이슈에 대한 의사결정에 있어서 지각된 위험은 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이는 공공이슈에 대한 동의를 높이기 위해서는 지각된 위험을 지속적으로 낮추는 전략이 필요하다는 것을 시사한다.

**key words** : 공공이슈 PR, 메시지 프레임, 전망이론

---

\* 이 논문은 제1저자의 2008년도 성균관대학교 일반대학원 학위 논문에 기초한 것입니다.

\*\* gethemane@naver.com

\*\*\* serenity@skku.edu, 교신저자, PR 분과

## 1. 서론

최근 들어 다양한 공공이슈를 둘러싸고 국가, 지방자치단체, 정부투자기관, 국민 등 이해관계자들 사이의 공공갈등이 빈번하게 발생하고 있다. 공공갈등은 갈등과정에서 심각한 사회적 비용과 시간적 손실을 가져올 뿐만 아니라 감정적으로도 갈등당사자들 간에 상처와 불신을 남기는 등의 부정적 파급효과를 발생시킨다(하혜영, 2007).

공공이슈에 대한 정책이나 사업이 사회에 반드시 필요하고 추진되어야 할 당위성이 있다면, 추진기관은 사람들에게 일방적 통보가 아닌 정보공개로 통한 민주적 의견수렴절차를 거쳐 이를 통해 사회적 동의와 지지를 이끌어내야 한다. 그러나 이러한 절차가 생략된다면 사람들로부터 공공이슈에 대한 정책이나 사업에 대해 동의와 지지를 얻는 것이 어렵게 되고, 이는 갈등 상황으로 이어져 사회 전체에 부정적인 파급효과를 발생시키게 된다. 따라서 공공이슈에 대한 정책이나 사업을 추진하는 정부기관은 갈등을 사전에 관리하고 이해관계자들을 설득함으로써 동의와 지지를 얻을 수 있는 전략을 마련하는 것이 필요하다.

공공이슈를 둘러싼 대부분의 갈등은 공공이슈에 대한 이해관계자들 간의 효과적인 의사소통의 부재와 이해관계자들을 설득할 수 있는 홍보 방안이나 전략의 부족에서 비롯된다. 따라서 공공이슈에 대한 전략적 홍보 방안이 필요한 시점이다. 특히 공공이슈와 관련된 정책, 사업추진으로부터 얻을 수 있는 경제적 이익이나 보상 그리고 환경 및 신체적 안전성 등에 대해 효과적으로 전달할 수 있는 설득적인 메시지 전략이 필요하다.

공공이슈 홍보를 위한 메시지들의 유형은 주로 공식발표문, 담화문, 선언, 기사, 리플릿 등의 형태를 띤다. 이러한 형태로 제시되는 메시지들은 공공이슈와 관련된 정책이나 사업에 대한 의사결정에 참여하는 사람들의 이해관계와 세계관을 구성함으로써 ‘합의동원(consensus mobilization)’과 ‘행위동원(action mobilization)’을 유도하는 데 유용하게 사용되는 수단이다(Klandermaans, 1984). 따라서 공공이슈 홍보를 위한 메시지들은 이해관계자들로부터 동의와 지지 그리고 참여를 유도할 수 있는 보다 설득적이고 전략적인 방식으로 제시될 필요가 있다.

그러나 지금까지 공공이슈 홍보를 위한 메시지들은 과학적인 조사나 접근방법에 바탕을 두지 않고 임기응변적이거나 즉흥적으로 제작되는 경우가 많았다(이현우, 2003). 공공이슈 홍보를 위한 메시지들의 주된 표현 방식은 주로 공공이슈에 대한 동의와 지지로 얻을 수 있는 이익이나 혜택을 강조하였을 뿐, 거부와 저항으로 인해 이익이나 혜택을 얻지 못하게 되는 손실이나 피해를 강조하는 표현 방식은 거의 없었다.

커너먼과 트버스키(Kahneman & Tversky, 1979)가 제안한 전망이론(prospect theory)에 따르면, 일반적으로 사람은 얻을 수 있는 이익의 가치보다는 겪을 수 있는 손실의 가치를 더 중요하게 생각하는 경향이 있기 때문에 지금까지의 메시지 표현 방식은 효과적이지 않을 수 있다. 따라서 공공이슈 홍보를 위한 메시지는 사람들의 이러한 인지 심리적 차원을 고려하여 전략적으로 제작될 필요가 있다.

커너먼과 트버스키(Kahneman & Tversky, 1979)가 제안한 전망이론은 메시지 표현 방법이라고 할 수 있는 프레임(framing)을 설명하는 데 유용한 이론적 근거가 된다. 전망이론에

따르면, 사람들은 의사결정에 있어서 항상 논리적이지 않으며 선택에 있어서 심리적 가치와 실제적 가치 간의 불일치가 발생할 수 있음을 가정한다. 따라서 사람들은 의사결정 상황에서 동일한 결과임에도 불구하고 프레이밍 방식에 따라 전혀 다른 대안을 선택하게 될 수 있다. 전망이론의 이러한 예측은 많은 실험들을 통해 검증되었다. 특히 전망이론으로 설명이 가능한 결과 프레이밍과(framing of outcome)와 우연성 프레이밍(framing of contingencies)<sup>1)</sup> 방식에 따른 메시지 유형에 따라 사람들의 의사결정에 차이가 있는 것으로 확인되었다. 그러나 이러한 프레이밍 방식을 적용한 기존 연구들은 주로 간단한 실험과제를 대상으로 이루어졌으며 사람들이 현실적으로 직면하는 공공이슈와 같은 문제를 대상으로 한 연구는 많이 이루어지지 않았다. 만약 공공이슈를 대상으로 이러한 프레이밍 방식에 따른 메시지 프레이밍 효과를 검증한다면 이는 공공이슈 홍보를 위한 설득적인 메시지 전략으로 제시될 수 있을 것이다.

이에 이 연구는 공공이슈를 대상으로 결과 프레이밍과 우연성 프레이밍 방식을 적용한 메시지 유형에 따라 메시지 효과에 차이가 있는지를 검증하고 이를 통해 공공이슈 홍보를 위한 설득적인 메시지 전략을 제안해 보고자 한다.

또한 이 연구는 공공이슈 홍보 메시지 내용 중 해당 이슈에 동의함으로써 얻을 수 있는 이익이나 혜택의 가치를 평가하는 기준인 준거점(anchor)이 메시지 수용자의 의사결정에 미치는 영향에 대해서도 연구해 보고자 한다. 트버스키와 커너먼(Tversky & Kahneman, 1974)에 따르면, 준거점은 불확실한 사건에 대한 의사결정에서 그 사건에 대한 판단기준이 되는 의사결정자의 가치와 신념을 말한다. 만일 사람들이 공공이슈 홍보를 위한 메시지를 접하게 된다면 해당 이슈에 대해 평소 자신이 가지고 있는 가치와 신념을 준거점으로 하여 메시지에 제시된 이익이나 혜택의 가치가 자신에게 이익 또는 손실인지를 판단할 것이고 이에 따라 의사결정을 하게 될 것이다. 따라서 메시지 노출 전 메시지 수용자의 준거점이 공공이슈 홍보 메시지에서 제시하는 이익이나 혜택의 가치를 수용할 수 있는 범위나 수준으로 유도 혹은 조정된다면 메시지를 통한 공공이슈에 대한 동의 정도는 보다 높아질 것으로 예측된다. 이에 이 연구는 이러한 예측을 검증하고 이를 토대로 공공이슈 홍보를 위한 효과적인 방안을 제안하고자 한다.

마지막으로 이 연구는 공공이슈에 대한 지각된 위험이 메시지 수용자들의 의사결정에 어떠한 영향을 미치는지를 연구해 보고자 한다. 공공이슈는 경제적, 환경적, 신체적 등 다양한 차원의 위험 요인을 포함하고 있다. 따라서 공공이슈 홍보 메시지를 접한 메시지 수용자들은 메시지에 제시된 내용과 해당 공공이슈에 대해 평소 자신이 지각하는 위험 정도를 고려하여 의사결정을 할 것으로 보인다. 이에 이 연구는 공공이슈 홍보 메시지에 노출된 사람들의 지각된 위험이 공공이슈에 대한 의사결정에 어떠한 영향을 미치는지를 연구하고 이를 토대로 효과적인 공공이슈 홍보 방안을 제안해 보고자 한다.

1) 결과 프레이밍은 결과의 가치를 이익과 손실로 프레이밍하는 방식이다. 우연성 프레이밍은 결과의 가치가 발생하는 가능성을 확실과 불확실로 프레이밍하는 방식을 의미한다.

## 2. 이론적 배경

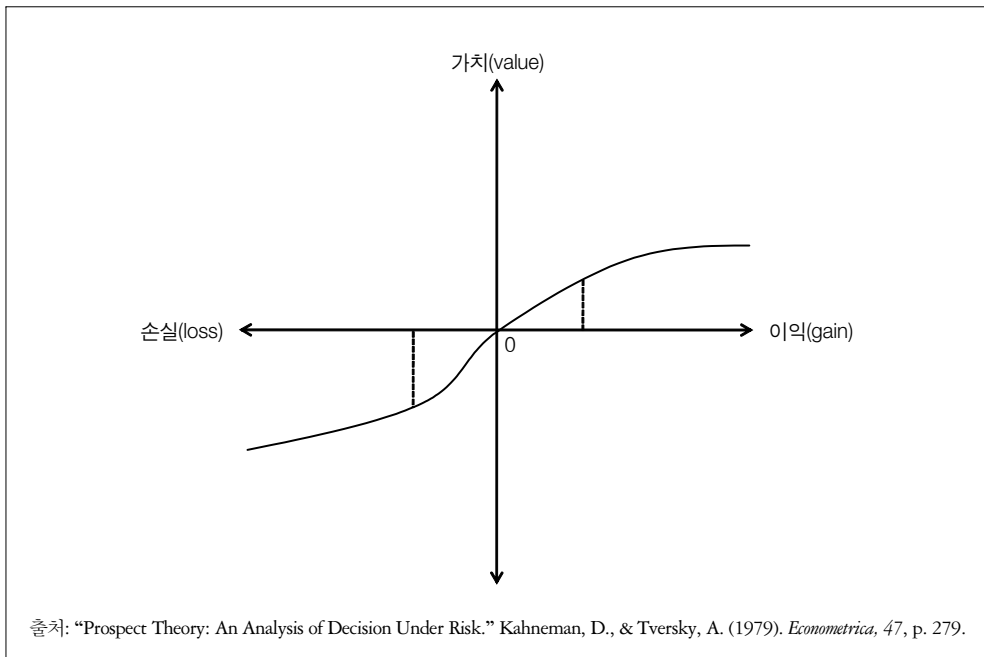
### 1) 전망이론(prospect theory)

전통적으로 의사결정에 대한 연구는 기대효용이론(expected utility theory)을 중심으로 전개되어 왔다(Tversky & Kahneman, 1981). 기대효용이론은 사람이 항상 규범적인 원리와 일치하는 완벽하고 합리적인 의사결정을 하며 무한히 존재할 수 있는 모든 대안들을 비교 검토하여 기대효용이 가장 큰 대안을 선택한다는 가정에 기반을 두고 있다. 그러나 사람은 제한된 합리성(bounded rationality)에 의해 의사결정을 한다(Simon, 1978)는 현실에 비추어 볼 때 기대효용이론의 가정은 적절하지 않다고 할 수 있다. 슈메이커(Schoemaker, 1982)는 기대효용이론을 이론적 배경으로 한 많은 실증연구들을 검토한 결과, 사람들의 의사결정에서 기대효용이 가장 큰 대안을 선택한다는 기대효용 극대화 원리가 적용되지 않고 있다는 결론에 도달하였다.

이에 커너먼과 트버스키(Kahneman & Tversky, 1979)는 기대효용이론의 대체이론으로 전망이론을 제안하면서 불확실한 상황에서 사람의 의사결정은 기대효용이론의 원리에 위배된다는 실증적인 연구결과를 제시하였다. 전망이론과 기대효용이론의 차이점은 전망이론의 가치함수(value function)와 의사결정가중치함수(decision weighting function)의 특성에서 시작한다. 기대효용이론의 효용함수(utility function)에 해당하는 가치함수는 S자형 곡선 모양으로 판단의 기준점인 원점을 변곡점으로 하여 이익 영역에서는 오목한(concave) 형태로서 위험회피(risk aversion) 경향을, 그리고 손실 영역에서는 볼록한(convex) 형태로서 위험추구(risk taking) 경향을 나타내며, 기울기가 이익 영역에서보다 손실 영역에서 더 가파른 형태를 보인다. 이러한 가치함수는 동일한 양이나 정도의 기대되는 이익의 효용과 손실의 비효용을 같은 크기로 한정하는 효용함수와는 달리 사람들이 이익에서 얻는 가치에 비해 손실에서 잃는 가치에 더 큰 비중을 둔다는 것을 나타낸다.

이를 뒷받침하는 기존 연구결과에 의하면, 동일한 양이나 정도의 손실 가치는 이익 가치에 비해 약 2~2.5배 정도 크게 인식되는 것으로 확인되었다(Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1990; Tversky & Kahneman, 1991). 이와 같이 사람들이 이익보다 손실에 더 큰 비중을 둔다는 사실은 이익추구보다는 손실회피에 많은 비중을 두고 있음을 의미한다. 즉 사람들은 무엇을 얻기 위하여 행동하기보다는 무엇을 잃지 않기 위하여 행동할 수 있는 개연성이 훨씬 높은 존재라고 추론할 수 있다. 이러한 특성을 만족시키는 가치함수는 <그림 1>과 같이 그려진다.

가치함수와 더불어 전망이론의 또 하나의 핵심 구성요소는 의사결정가중치함수(decision weighting function)이다. 기대효용이론에서는 결과의 효용과 확률을 곱하면 기대효용이 산출되는데, 이때 확률은 모든 수치의 차나 배율이 일정하게 유지되는 객관적 확률로 가정한다. 즉 기대효용이론에서 확률 0.5는 0.1보다 5배 크고, 0.2와 0.3의 차는 0.3과 0.4의 차와 같은 크기를 갖는다. 이와 같은 확률과 기대효용과의 연관성을 확률의 선형성(linear)이라 한다. 그러나 전망이론에서는 결과의 효용(가치)과 확률이 주관적 크기로 평가된 의사결정가중치

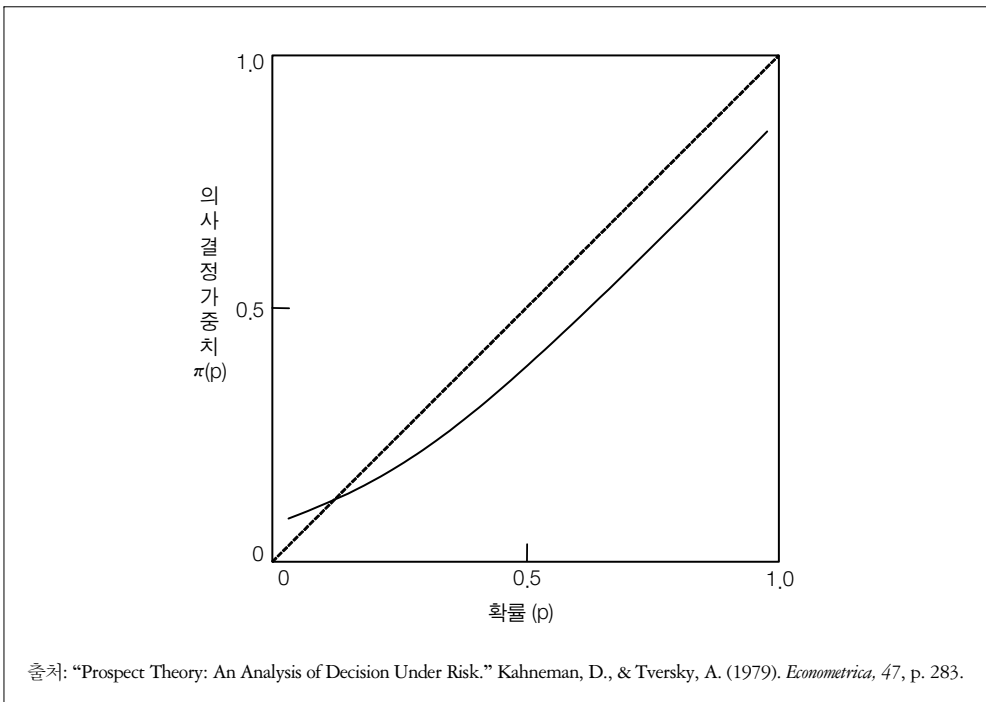


〈그림 1〉 가치함수(value function)

$\pi(p)$ 가 곱해져 기대가치가 산출되는데 여기서 의사결정가중치는 비선형성(nonlinear)을 가지고 있다. 따라서 전망이론에서 확률 0.5는 0.1의 5배 크기로 한정되지 않고, 0.2와 0.3의 차는 0.3과 0.4의 차와 같은 크기로 한정되지 않는다. 이를 설명하는 것이 바로 의사결정가중치함수이다.

의사결정가중치함수는 의사결정가중치  $\pi(p)$ 와 확률  $p$ 를 연결해 주는 것으로 다음과 같은 특성을 가지고 있다. 첫째,  $\pi(0)=0$ 으로 불가능한 사건은 무시되고,  $\pi(1)=1$ 이 되도록 척도가 정규화되어 있다. 둘째, 낮은 확률들의 경우에는  $\pi(p)>p$ 이 성립하지만, 모든 확률들  $0<p\leq 1$ 에 대해서는  $\pi(p)+\pi(1-p)\leq 1$ 이 성립한다. 따라서 낮은 확률들은 과대평가(over weight)되고 중간과 높은 확률들은 과소평가(underweight)되는 특성이 있으며 중간과 높은 확률들이 과소평가되는 특성은 보다 명백하게 나타난다. 전망이론에서는 이러한 특성을 ‘준-확실성(quasi-certainty)’이라 명명한다. 셋째, 모든 확률  $0<p, q, r\leq 1$ 에 대해  $\pi(pq)/\pi(p)<\pi(pqr)/\pi(pr)$ 이 성립한다. 즉 확률의 고정된 비율  $q$ 에 대해 의사결정가중치의 비율은 확률이 높을 때보다 낮을 때에 확률 1에 더 근접하게 된다. 예를 들면  $\pi(.1)/\pi(.2)>\pi(.4)/\pi(.8)$ 라고 할 수 있다. 전망이론에서는 이러한 특성을 ‘준-비례성(quasi-proportion)’이라 명명한다.

이러한 의사결정가중치함수의 특성은 불확실한 상황의 의사결정에서 사람들이 애매모호한 대안보다는 확실한 대안을 더 중시하는 경향이 있음을 나타낸다. 즉 사람들은 기대효용이 동일한 불확실한 대안보다 확실한 대안을, 심지어 기대효용이 큰 불확실한 대안보다



<그림 2> 의사결정가중치함수(decision weighting function)

작지만 확실한 대안을 더 선호하는 경향이 있다. 이는 사람들이 확실히 얻을 수 있는 결과, 즉 확률이 1인 것을 더 중시하는 경향이 있기 때문이다. 이러한 특성을 만족시키는 의사결정가중치함수는 <그림 2>와 같이 그려진다.

전망이론의 가치함수와 의사결정가중치함수의 이러한 비선형적 특성들은 결과(outcome)와 우연성(contingencies) 프레이밍에서 서로 다른 프레임이 대안에 대한 의사결정자의 선택을 다르게 이끌어 낼 수 있다는 가정에 이론적 근거를 제공한다(Tversky & Kahneman, 1981). 결과 프레이밍은 결과의 가치를 이익과 손실로 프레이밍하는 방식인데 전망이론에 따르면 의사결정자는 이익 프레이밍에서는 위험회피적인 대안을, 그리고 손실 프레이밍에서는 위험추구적인 대안을 선택할 가능성이 높다고 가정할 수 있다. 또한 우연성 프레이밍은 결과의 가치가 발생하는 가능성을 확실( $p=1$ )과 불확실( $0 < p < 1$ )로 프레이밍하는 방식으로 전망이론의 ‘준-확실성(quasi-certainty)’에 의해 의사결정자는 불확실 프레이밍 대안보다 확실 프레이밍 대안을 선호할 것으로 가정할 수 있다. 전망이론에 의한 이러한 가정들은 다양한 실험을 통해 확인되었다.

트버스키와 커너먼(Tversky & Kahneman, 1981)은 질병으로 인해 600명이 사망할 상황에서 이들을 구출할 동일한 대안을 어떻게 프레이밍하느냐에 따라 사람들의 선택이 상이하게 나타남을 결과와 우연성 프레이밍 방식을 적용하여 확인하였다. 먼저 대안 A를 선택하면

200명이 확실히 살고, 대안 B를 선택하면 600명 모두가 살 수 있는 확률이 1/3, 아무도 살지 못하는 확률이 2/3이라고 할 때, 두 대안의 기대효용이 같음에도 불구하고 72%는 대안 A를 선택하였고 28%는 대안 B를 선택하였다. 즉 대안 A와 B를 이익(살린다)으로 프레이밍한 상황에서 피험자들은 불확실 프레이밍 대안 B보다 확실 프레이밍 대안 A를 선호하였다. 이는 전망이론에 근거했을 때 피험자들이 불확실한 이익의 가치보다 확실한 이익의 가치를 더 크게 생각하는 경향에 의해 발생한 결과라고 할 수 있다. 반면 대안 C를 선택하면 400명이 확실히 사망하고, 대안 D를 선택하면 아무도 사망하지 않을 확률이 1/3, 600명 모두 사망할 확률이 2/3이라고 할 때, 두 대안의 기대효용이 같음에도 불구하고 피험자의 78%는 대안 D를 선택하였고 22%는 대안 C를 선택하였다. 즉 대안 C와 D를 손실(사망한다)로 프레이밍한 상황에서 피험자들은 확실 프레이밍 대안 C보다 불확실 프레이밍 대안 D를 선호하였다. 이 역시 전망이론에 근거했을 때 피험자들이 확실한 손실의 가치를 불확실한 손실의 가치보다 더 크게 생각하는 경향에 의해 발생한 결과라고 할 수 있다. 다시 말해 위의 두 실험에서 네 가지 대안은 모두 기대효용이 같지만 대안 A와 C는 기대효용이 발생할 확률이 1로 확률 자체에 위험이 내포되어 있지 않고, 대안 B와 D는 기대효용이 발생할 확률이 1이 아니기 때문에 확률 자체에 위험이 내포되어 있다. 따라서 전망이론의 가정대로 피험자들은 이익 프레이밍 상황에서는 확률에 대한 위험이 내포되어 있지 않은 확실 프레이밍 대안 A를 선호하는 위험 회피적인 선택을, 손실 프레이밍 상황에서는 확률에 대한 위험이 내포되어 있는 불확실 프레이밍 대안 D를 선호하는 위험추구적인 선택을 하였다.

간자크와 카사히(Ganzach & Karsahi, 1995)는 결과 프레이밍 방식을 적용한 실험에서 신용카드를 사용했을 때 얻을 수 있는 이익을 강조한 메시지와 사용하지 않았을 때 겪게 되는 손실을 강조한 메시지 중에 어떤 메시지가 신용카드 사용률을 높이는 데 효과적인지를 검증하였다. 연구결과, 손실을 강조한 메시지가 이익을 강조한 메시지보다 효과적인 것으로 나타났다. 이러한 결과에 대해 연구자들은 신용카드를 사용하는 행위 자체에 위험이 내포되어 있기 때문에 이익을 강조한 메시지에 노출된 피험자들은 신용카드를 사용했을 때 얻을 수 있는 이익의 가치보다 내포되어 있는 위험을 더 크게 생각하여 신용카드 사용에 부정적인 태도를 보이고, 손실을 강조한 메시지에 노출된 피험자들은 신용카드를 사용하지 않았을 때 겪게 되는 손실의 가치를 내포되어 있는 위험보다 크게 생각하여 신용카드 사용에 긍정적인 태도를 보인다고 설명하였다. 즉 전망이론에 근거했을 때 이익을 강조한 메시지에 노출된 피험자들은 신용카드를 사용하는 행위 자체에 내포된 위험을 회피하는 결정을 내렸고 손실을 강조한 메시지에 노출된 피험자들은 신용카드를 사용하는 행위 자체에 내포된 위험을 추구하는 결정을 내렸다고 할 수 있다.

김재휘 · 신진석(2004) 역시 결과 프레이밍 방식을 적용한 실험에서 수자원 보호를 통해 얻을 수 있는 이익을 강조한 메시지와 수자원 보호를 하지 않을 때 겪게 되는 손실을 강조한 메시지 중에 어떤 메시지가 수자원 보호에 대한 행동 의도를 높이는 데 효과적인지를 검증하였다. 연구결과, 손실을 강조한 메시지가 이익을 강조한 메시지보다 효과적인 것으로 나타났다. 이는 수자원 보호를 위한 행동 자체에 생활의 불편함이 수반된다고 볼 때 피험자들에게 손실을 강조한 메시지에 제시된 손실의 가치는 수자원 보호를 위해 수반되는 생활의

불편함보다 크게 인식되지만 이익을 강조한 메시지에 제시된 이익의 가치는 수자원 보호를 위해 수반되는 생활의 불편함보다 작게 인식되기 때문에 나타난 결과라고 할 수 있다.

크와트론과 트버스키(Quattrone & Tversky, 1988)는 우연성 프레이밍 방식을 적용한 실험에서 의사결정자에게 확실 프레이밍 대안이 불확실 프레이밍 대안보다 선호되는지를 검증하였다. 이 실험은 \$20을 확실히 얻을 수 있는 대안 A와 \$30을 얻을 수 있는 확률이 80%이고, 아무것도 얻지 못할 확률이 20%인 대안 B 중에서 피험자들의 선택이 어떻게 나타나는지를 연구하였다. 기대효용이론에 근거한다면 합리적인 의사결정자는 확실히 \$20을 얻을 수 있는 대안 A보다 주어진 금액에 확률을 곱하여 산출한, 즉 \$24를 얻을 수 있는 대안 B를 선택해야 한다. 그러나 피험자들의 74%는 대안 A를 선택하였고 26%는 대안 B를 선택하였다. 이러한 결과에 대해 연구자들은 피험자들이 전망이론에서 말하는 준-확실성( $\pi(p) + \pi(1-p) \leq 1$ )에 의해, 즉 확률 1에 더 큰 가중치를 두어 대안 A를 보다 많이 선택하게 되었다고 설명하였다.

이 외에도 전망이론에 근거하여 결과와 우연성 프레이밍을 적용한 많은 연구들이 있는데, 특히 공공이슈와 관련된 연구들은 주로 건강(Maheswaran & Meyers-Levy, 1990; Rothman, et. al., 1993; 이명천 · 나정희 · 김지혜, 2006; 조형오 · 김병희, 1999; 조형오, 2000)과 환경(Obermiller, 1995; 김재휘 · 박유진, 2000) 관련 주제들이 많았다.

이처럼 전망이론은 불확실한 상황에서 사람의 의사결정은 규범적인 원리에 일치하지 않으며 합리적이지 않다는 것을 증명함으로써 불확실한 상황에서 실제로 행해지는 사람의 비합리적인 의사결정 행위를 적절하게 설명해 주고 있다. 또한 전망이론은 사람이 위험을 수용하는 데 작용하는 인지심리학적 기제들을 설명해 줄 수 있을 뿐만 아니라 동시에 사람의 위험수용 경향을 예측하는 데도 도움을 준다. 따라서 전망이론은 사람들이 처한 상황과 맥락, 그리고 주어지는 정보가 사람들의 위험수용 경향에 영향을 주어 대안에 대한 선택에까지 영향을 미친다는 실마리를 제공함으로써 위험을 수반하는 커뮤니케이션 메시지 전략 수립에 효과적인 이론적 동기를 제공할 수 있다. 이는 커뮤니케이션 분야에서 전망이론이 활발하게 적용될 수 있다는 가능성을 시사한다. 특히 PR과 같이 공중과의 커뮤니케이션 효과를 극대화하기 위한 방안들을 연구하는 학문분야에서 그 활용가능성이 매우 크다고 할 수 있다. 그리고 전망이론은 위험을 수반하는 의사결정 상황에서 사람들의 의사결정을 효과적으로 이끌어내는 데 어떤 메시지 전략을 수립하고 구사해야 하는지를 예측 가능케 한다. 즉 이익 프레이밍 메시지보다는 손실 프레이밍 메시지를, 불확실 프레이밍 메시지보다는 확실 프레이밍 메시지를 제공하는 것이 커뮤니케이션 효과를 높이는 데 유용하다는 전략적 함의를 제공한다.

이에 이 연구는 공공이슈에 대한 사람들의 의사결정에는 위험이 수반된다는 가정 하에 공공이슈에 대한 사회적 동의를 이끌어내는 데 효과적인 커뮤니케이션 전략으로 전망이론의 이러한 예측과 전략적 함의의 활용가능성에 대해 검증해 보고자 다음과 같은 연구가설을 설정했다.

- 연구가설 1: 결과 프레이밍 메시지 유형에 있어, 손실 프레이밍 메시지는 이익 프레이밍 메시지보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적일 것이다.



- 연구가설 2 : 우연성 프레이밍 메시지 유형에 있어, 확실 프레이밍 메시지는 불확실 프레이밍 메시지보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적일 것이다.

## 2) 준거점 설정 효과(anchoring effect)

사람들은 다양한 사건이나 과제에 직면했을 때, 최소한의 노력으로 자신이 생각하는 목표에 도달하려는 인지적 절약가(cognitive miser)이기 때문에 느리고 정확한 해답을 찾기보다는 빠르고 적절한 해답을 찾기 위해 휴리스틱(heuristic) 기제를 사용한다(Taylor, 1981). 휴리스틱은 빠르고 쉽게 어떤 결론에 도달하거나 추론하는 데 사람들이 자주 사용하는 단순한 의사결정 규칙이다(Ashton, 1982).

트버스키와 커너먼(Tversky & Kahneman, 1974)은 이러한 직관적 판단 기제로 사용되는 휴리스틱 중에 하나로 준거점 설정(anchoring)에 대해 설명했다. 준거점(anchor)은 불확실한 사건에 대한 의사결정에서 그 사건의 판단 기준이 되는 의사결정자의 가치와 신념을 나타내는 지표라고 할 수 있다(Chapman & Johnson, 1999). 이러한 준거점은 어떤 사건에 대해 반응을 보이는 선상에서 그 사건과 관련이 있거나 심지어는 관련이 없는 증거나 정보들을 참고하여 직관적으로 설정되며, 설정된 준거점은 대상의 가치를 판단하는 기준이 되어 사람들의 의사결정에 영향을 미치게 된다(Payne, Bettman, & Johnson, 1992; Sudman, Bradburn, & Schwarz, 1996).

준거점 설정은 주로 의사결정 연구 분야에서 다양한 실험과제를 대상으로 검증되어 왔다. 기존 연구들을 살펴보면, 간단한 잭블에서 얻을 수 있는 승률과 돈에 대한 판단(Johnson & Schkade, 1989; Carlson, 1990; Chapman & Johnson, 1999), 확률에 대한 판단(Plous, 1989; Wright & Anderson, 1989), 사실적인 지식을 근거로 한 질문에 대한 대답(Kahneman & Tversky, 1974; Joyce & Biddle, 1981; Russo & Shoemaker, 1989; Jacowitz & Kahneman, 1995) 등에 준거점이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 준거점은 자기효능감(self-efficacy)에 대한 판단(Cervone & Peake, 1986)과 미래에 발생할 수 있는 결과에 대한 예측(Switzer & Sniez, 1991)과 같은 개인적 또는 사회적인 판단에도 영향을 미치는 것으로 나타났다.

최초로 준거점 설정을 연구한 트버스키와 커너먼(Tversky & Kahneman, 1974)은 피험자들에게 UN(United Nations)에 가입된 아프리카 국가의 비율을 물어보는 질문을 통해 준거점이 의사결정에 미치는 영향을 검증하였다. 이 실험은 0부터 100까지 적혀 있는 원형의 숫자판을 만들고, 숫자판을 돌리면 10 또는 65라는 숫자가 나오도록 조작을 한 후 UN에 가입한 아프리카 국가의 비율이 어느 정도인지를 물어보는 실험이었다. 실험결과, 10이라는 숫자를 본 피험자들은 평균적으로 UN에 가입한 아프리카 국가의 비율을 25%로 예측한 반면 65라는 숫자를 본 피험자들은 UN에 가입한 아프리카 국가의 비율을 45%로 예측하였다. 이 실험 결과의 흥미로운 사실은 숫자판을 돌려서 나온 숫자 10과 65는 UN에 가입한 아프리카 국가의 비율을 예측하는 데 아무런 관련이 없음에도 불구하고 65라는 숫자를 본 피험자들은 10

이라는 숫자를 본 피험자들보다 UN에 가입한 아프리카 국가의 비율을 더 높게 예측하였다. 연구자들은 이러한 결과가 발생한 원인을 피험자들이 자신이 본 숫자를 하나의 준거점으로 삼아 아프리카 국가의 비율을 예측했기 때문이라고 설명하였다. 그리고 연구자들은 이러한 현상을 ‘준거점 설정 효과(anchoring effect)’로 명명하였다.

조이스와 비들(Joyce & Biddle, 1981)은 기업 최고 경영자의 고의에 의한 회계부정이 어느 정도인지를 물어보는 질문을 통해 준거점 설정 효과를 검증하였다. 이 실험은 1000개의 기업을 대상으로 회계감사를 할 경우 회계부정을 한 기업이 10개 이상이라고 생각하는지를 먼저 물어본 다음, 얼마나 많은 기업이 회계부정을 했을 것 같은지를 물어본 실험집단과 단지 얼마나 많은 기업이 회계부정을 했을 것 같은지를 물어본 실험집단 간에 차이가 있는지를 연구하였다. 실험결과, 10이라는 숫자가 제시된 실험집단의 경우에는 평균 16개의 기업이 회계부정을 했을 것으로 예측한 반면, 10이라는 숫자가 제시되지 않은 실험집단의 경우에는 평균 43개의 기업이 회계부정을 했을 것으로 예측하였다. 즉 이 실험결과는 10이라는 숫자가 피험자들의 예측과 판단에 영향을 미치는 준거점으로 작용했다는 것을 보여주고 있다.

루소와 슈마커(Russo & Shoemaker, 1989)는 피험자들에게 자신의 전화번호 마지막 세 자리 숫자에 400을 더한 숫자를 기억하도록 한 후, 그 숫자를 참고하여 흥노족이 유럽에서 패배한 연도가 언제인지를 물어보는 질문에 대답하도록 한 실험에서 준거점 설정 효과를 검증하였다. 실험결과, 피험자들의 대답은 전화번호로부터 계산된 숫자에 의해 영향을 받는 것으로 나타났다. 즉 이 실험에서 전화번호로부터 계산된 숫자는 피험자들의 대답에 영향을 미치는 준거점으로 작용하였다.

트버스키와 커너먼(Tversky & Kahneman, 1974)은 이러한 준거점 설정 효과가 발생하는 메커니즘(mechanism)에 대해 사람들은 준거점으로 제시된 정보를 그대로 받아들이지 않고 약간의 조정(adjustment) 과정을 거치지만, 그 조정이 불충분(insufficiency)하기 때문에 준거점(제시된 정보)이 의사결정에 영향을 미치게 된다고 설명하였다.

머스웨일러와 스트랙(Mussweiler & Strack, 1999)은 준거점 설정 효과가 발생하는 메커니즘을 보다 구체적으로 설명하기 위해 선택적 접근가능성 모델(selective accessibility model)을 제안하였다. 선택적 접근가능성 모델에 따르면 사람들은 의사결정을 내리기 위해 두 가지 판단 절차, 즉 비교판단(comparative judgment)과 절대판단(absolute judgment) 절차를 수행하면서 준거점 설정 효과의 영향을 받는다고 한다. 이 두 가지 판단 절차를 트버스키와 커너먼(Tversky & Kahneman, 1974)의 실험을 통해 설명하면 다음과 같다. 첫 번째 절차는 비교판단으로 피험자들은 질문의 대상과 준거점을 비교하게 된다. 즉 피험자들은 10라는 숫자를 본 후 UN에 가입한 아프리카 국가의 비율이 10%보다 높은지 낮은지를 판단하게 되는데 이때 피험자들은 준거점을 하나의 가설로 받아들이고 확증편향성(confirmation bias) 또는 가설-일치 검증 규칙(Hypothesis-consistent testing rule)에 따라 준거점과 일치하는 증거들을 선택하게 되어 이런 증거들에 대한 접근가능성이 높아지게 된다. 즉, 피험자들은 이 과정에서 UN에 가입한 아프리카 국가들만을 선택적으로 회상하게 된다. 두 번째 절차는 절대판단으로 질문의 대상에 대해 최상의 예측을 하려고 한다. 이때 비교판단에서 선택적으로 접근가능해진 증거들이 활성화되어 예측에 영향을 미치게 된다. 즉 피험자들은 UN에 가입한 아프리카

국가들의 비율이 얼마인지를 예측하는 절대판단을 하면서 비교판단에서 연상한 국가들이 영향을 미쳐 UN에 가입한 아프리카 국가들의 비율이 10% 정도 될 것으로 예측하게 된다.

이러한 메커니즘으로 작용하는 준거점 설정 효과는 사람들의 의사결정에 영향을 미친다는 실마리를 제공함으로써 사람들을 설득하는 PR 전략 수립에 효과적인 이론적 동기를 제공할 수 있다. 특히 공공이슈와 같이 사회적 지지와 동의를 효과적으로 이끌어내기 위한 전략을 모색하는 데 있어 그 활용가능성이 매우 크다고 하겠다.

준거점 설정 효과는 공공이슈와 같은 과제를 판단하는 사람들의 의사결정에도 영향을 미칠 것으로 보인다. 즉 사람들은 자신이 설정한 준거점을 기준으로 공공이슈와 관련하여 추진되는 정책이나 제도의 실행으로 인해 기대되는 가치를 판단할 것이고 이를 토대로 해당 정책이나 제도에 대한 지지와 동의 여부를 결정할 것이기 때문이다.

만약 개인의 준거점이 정책이나 제도의 실행으로 인해 기대되는 가치보다 높게 설정되어 있다면 정책이나 제도의 실행에 대해 지지와 동의를 보내는 것은 어렵게 된다. 반면 개인의 준거점이 정책이나 제도의 실행으로 인해 기대되는 가치보다 낮게 설정되어 있다면 지지와 동의를 보내는 것은 보다 쉬워질 것이다. 따라서 공공이슈와 관련하여 정책이나 제도를 추진하는 기관은 보다 효과적으로 사람들의 지지와 동의를 이끌어내기 위해 사람들의 준거점이 정책이나 제도의 실행으로 인해 기대되는 가치보다 막연히 높게 설정되지 않도록 관리할 필요가 있다. 즉 사람들의 준거점을 기대되는 가치를 수용할 수 있는 수준으로 유도하고 조정하는 것이 필요하다. 따라서 공공이슈 홍보 메시지를 통해 정책이나 제도의 추진으로 기대되는 가치를 바로 전달하기보다는 해당 정책이나 제도와 관련이 있거나 유사한 정보를 준거점 설정 정보로 제시하고, 이를 토대로 준거점이 기대되는 가치를 수용할 수 있는 수준으로 설정되도록 하는 준거점 설정 효과를 유도한 후에 메시지를 통해 기대되는 가치를 전달하는 것이 의사결정을 보다 효과적으로 이끌어낼 수 있는 방법이라고 할 수 있다.

이에 이 연구는 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 영향을 받도록 유도하는 것이 유도하지 않는 것보다 공공이슈에 대한 동의 정도를 높게 이끌어 내는 데 효과적인 커뮤니케이션 전략이 될 수 있는지를 검증해 보고자 다음과 같은 연구가설을 설정했다.

- 연구가설 3: 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하는 것이 유도하지 않은 것보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적일 것이다.

또한 이 연구는 공공이슈에 대한 의사결정에 있어 위에서 제시한 세 가지 변수, 결과 프레임 메시지 유형, 우연성 프레임 메시지 유형, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무 사이에 상호작용 효과가 나타나는지를 검증해 보고자 한다. 결과와 우연성 프레임 방식에 따른 메시지 유형과 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무는 밀접한 관계가 있다고 볼 수 있다. 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 경우에는 메시지에 제시된 기대가치의 평가 기준인 사람들의 준거점이 기대가치를 수용할 수 있는 범위로 조정될 수 있기 때문이다. 반면 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하지 않는 경우에는 메시지에 제시된 기대가치의 평가 기준인 사람들의 준거점이 기대가치를 수용할 수 있는 범위로 조정되

지 않을 수 있기 때문이다. 따라서 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 경우와 유도하지 않은 경우에 메시지 유형에 따라 사람들의 의사결정에 차이가 있을 수 있다. 이에 이 연구는 이를 검증해 보고자 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- 연구가설 4 : 공공이슈에 대한 의사결정에 있어 결과 프레이밍 메시지 유형, 우연성 프레이밍 메시지 유형, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무 사이에는 상호작용효과가 나타날 것이다.

### 3) 지각된 위험(perceived risk)

사람들은 의사결정 과정에서 발생하는 다양한 차원의 위험을 지각한다. 특히 공공이슈와 같이 불확실한 사건에 대한 의사결정은 선택의 결과를 예측하는 것이 쉽지 않기 때문에 다양한 차원의 위험을 지각할 수밖에 없고 지각된 위험의 수준도 높을 수밖에 없다. 따라서 공공이슈에 대한 의사결정 행위를 연구하기 위해서는 선택에 영향을 미칠 수 있는 지각된 위험에 대해서 살펴볼 필요가 있다. 왜냐하면 공공이슈에 대한 의사결정은 일련의 선택 과정이고 선택에는 위험이 수반된다는 점에서 지각된 위험은 공공이슈에 대한 사람들의 의사결정 행위를 파악하는 데 중요한 변수로 작용할 수 있기 때문이다.

지각된 위험은 학자들에 의해 다양하게 정의되고 있다. 쇼트(Short, 1984)는 지각된 위험은 개인이 위험의 결과를 경험하게 될 가능성으로 정의하였다. 라이너와 캔터(Rayner & Cantor, 1987)는 지각된 위험은 불리한 사건이 일어날 확률과 그 사건으로 인해 발생할 수 있는 피해 규모에 대한 주관적인 평가로 정의하였다. 미셸슨(Michalsen, 2003)은 원하지 않는 사건이 발생할 확률과 그 사건의 심각성을 교육, 경험, 습관, 정치적 성향, 신념, 가치 등의 개인적 속성과 사회문화적 요인에 의해 주관적으로 평가하는 것이라고 정의하였다. 이 외에도 조버그(Sjoberg, 2004)는 불행한 사건이 발생할 구체적인 확률과 그 사건이 야기하는 위험에 대해 개인이 얼마나 관련 있는지를 주관적으로 평가하는 것으로 정의하였다. 이러한 지각된 위험에 대한 다양한 정의들을 종합해 보면, 지각된 위험은 불리한 사건이 발생할 확률과 그 사건이 야기하는 피해의 심각성 그리고 개인이 그 피해에 어느 정도 취약한지에 대해 주관적으로 평가하는 것이라고 할 수 있다.

지각된 위험의 결정요소를 밝히는 기존 연구들은 주로 소 성장호르몬 재조합, 알코올, 흡연, 유전자 기술, 유전자 조작식품과 같이 다양한 공공이슈를 주제로 이루어져 왔다(Viscusi, 1991; Siegrist, 2000; Lundborg & Lindgren, 2002). 또한 공공이슈를 주제로 한 지각된 위험에 대한 연구들은 특정 지역의 거주자들이 그들의 중심에 있는 몇 가지 위험 유형에 대해 어떻게 반응하는지를 연구하였다(Lober & Green, 1994; Williams, et al., 1999; Burger, et al., 2001). 이 이외에도 일반인과 전문가 간에 공공이슈에 대한 지각된 위험의 결정 요소에 차이가 있는지가 연구되었다(Plutzer, Maney, & O'Connor, 1998; Tesh, 1999).

기존 연구들에서 지각된 위험을 결정하는 요소들은 크게 두 가지 차원을 다루었다고 할

수 있다. 하나는 위협으로 인해 얼마나 심각하게 피해를 입게 될 것인지(지각된 심각성)이고, 다른 하나는 그 피해가 개인과 얼마나 관련되어 있는지(지각된 취약성)이다. 위티(Witte, 1992)는 병행과정확장모델(Extended Parallel Process Model)을 통해 위협을 구성하는 차원으로 지각된 심각성과 취약성에 대해 설명하였다. 병행과정확장모델에 따르면, 지각된 심각성은 어떤 위협이 어느 정도의 피해를 가져오고 심각한지에 대한 개인의 생각을 말하고, 지각된 취약성은 그 어떤 위협이 자신에게 일어날 가능성이 있고 관련되어 있는지에 대한 개인의 생각을 말한다. 예를 들어 “방사선조사식품으로 인한 위협과 피해가 얼마나 심각한가?(지각된 심각성)”, “나도 방사선조사식품으로 인한 위협과 피해를 당할 수 있는가?(지각된 취약성)”의 생각이 방사선조사식품에 대한 지각된 심각성과 취약성이라고 할 수 있다.

이와 같이 지각된 심각성과 취약성 차원으로 측정할 수 있는 지각된 위협은 그 수준에 따라 공공이슈와 관련하여 추진되는 정책이나 제도에 대한 사람들의 동의 정도에 차이를 보일 수 있다. 앞서 언급했듯이 공공이슈는 다양한 차원의 위협을 포함하고 있고, 사람들은 그 위협에 대해 주관적으로 평가하기 때문에 개인마다 지각된 위협의 수준이 다르게 나타날 수 있다. 따라서 지각된 위협은 공공이슈에 대한 의사결정에 영향을 미칠 것으로 예측할 수 있다. 이에 이 연구는 이러한 예측을 검증해 보기 위해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- 연구가설 5 : 지각된 위협은 공공이슈에 대한 의사결정에 영향을 미칠 것이다.

### 3. 연구방법

#### 1) 실험설계 및 참가자

이 연구는 결과와 우연성 프레이밍 방식에 따른 메시지 유형과 메시지 노출 전에 준거점 설정 효과의 유도 유무에 따라 공공이슈에 대한 사람들의 의사결정에 차이가 있는지를 알아보기 위해 2(결과 프레이밍: 이익/손실)×2(우연성 프레이밍: 확실/불확실)×2(준거점 설정 효과의 유도: 유/무) 실험설계를 사용하였다. 실험설계에 따라 이 연구는 <표 1>과 같이 8개의 실험집단을 구성하였다. 실험은 2008년 5월 중 서울 및 수도권 소재의 대학교 학생들을 대상으로 실시되었다. 실험에 참가한 학생들은 모두 560명이었는데 1학년 138명(24.6%), 2학년 137명(24.5%), 3학년 145명(25.9%), 4학년 140명(25.0%)으로 학년별로 비교적 균등하게 분포되어 있었다. 성별 비율은 남학생 262명(46.7%), 여학생 298명(53.3%)으로 여학생이 약간 많았고 평균 연령은 21.9세였다.

〈표 1〉 실험설계에 따른 실험집단

프레이밍 방식		준거점 설정 효과의 유도 유/무	
우연성	결과	유	무
확실	이익	준거점 설정 효과(유)/확실한 이익	준거점 설정 효과(무)/확실한 이익
	손실	준거점 설정 효과(유)/확실한 손실	준거점 설정 효과(무)/확실한 손실
불확실	이익	준거점 설정 효과(유)/불확실한 이익	준거점 설정 효과(무)/불확실한 이익
	손실	준거점 설정 효과(유)/불확실한 손실	준거점 설정 효과(무)/불확실한 손실

## 2) 실험메시지

이 연구에서 사용한 실험메시지 주제는 방사선조사식품이다. 방사선조사식품은 발아 억제, 살충, 살균, 숙도 조정 등을 목적으로 전자선 기계에서 생성되는 전자선이나 X선, 코발트(60Co)와 같은 방사선 동위원소에서 생성되는 감마선 등의 방사선을 조사한 식품을 말한다. 이러한 방사선조사식품은 향후 확대 허용 여부를 놓고 찬반양론이 대립하는 공공이슈이다. 방사선조사식품 확대 허용을 찬성하는 입장에서는 식품의 발아억제, 살충, 살균, 숙도 조정을 통해 병원균, 기생충 및 해충을 사멸시켜 저장 기간을 연장함으로써 위생적으로 안전한 식품을 제조하고 가공할 수 있다는 점 등을 찬성 이유로 들고 있다. 반면, 반대하는 입장에서는 식품의 영양가 손실과 같은 영양학적 문제와 방사선 조사를 받은 식품의 방사능 잔류 여부에 대한 안전성 문제 등을 반대 이유로 들고 있다.

공공건강 측면에서 볼 때 방사선조사식품 이슈는 전 국민의 중요한 관심 대상이라고 할 수 있다. 이에 이 연구의 모집단인 대학생들에게도 이 이슈가 중요한 관심 대상이 될 수 있다는 판단 하에 실험메시지 주제로 선정하였다.

실험메시지는 미국질병관리센터(CDC)가 보고한 자료를 토대로 하여 <표 2>와 같이 제작하였다. 미국질병관리센터에 의하면, 식품에 방사선 조사를 할 경우 다섯 가지 병원균에 의해 한 해 동안 발생하는 사망자 중에 25%를 예방할 수 있다고 한다(식품의약품안전청,

〈표 2〉 프레이밍 방식에 따른 메시지 유형별 실험메시지

메시지 유형	실험메시지
확실한 이익	식품에 방사선 조사를 할 경우, 5가지 병원균에 의해 발생하는 한 해 동안의 사망자 1000명 중 250명을 살릴 수 있다고 합니다.
확실한 손실	식품에 방사선 조사를 하지 않을 경우, 5가지 병원균에 의해 발생하는 한 해 동안의 사망자 1000명 중 살릴 수 있는 250명이 죽게 된다고 합니다.
불확실한 이익	식품에 방사선 조사를 할 경우, 5가지 병원균에 의해 발생하는 한 해 동안의 사망자 1000명을 살릴 수 있는 확률이 25%라고 합니다.
불확실한 손실	식품에 방사선 조사를 하지 않을 경우, 5가지 병원균에 의해 발생하는 한 해 동안의 사망자 1000명을 살릴 수 있는 확률 25%를 잃게 된다고 합니다.

2004). 이에 이 연구는 이러한 자료를 토대로 피험자들이 비교적 쉽게 판단할 수 있는 메시지를 제시하기 위해 사망자 1000명을 기준으로 확률 25%를 적용하여 프레이밍 방식에 따라 4개의 실험메시지(확실한 이익/확실한 손실, 불확실한 이익/불확실한 손실)를 제작하였다.

### 3) 실험절차

여덟 개의 실험처치집단을 구성하기 위해 피험자들을 무작위로 배치하여 강의실에서 실험을 실시하였다. 실험시작 전에 피험자들에게 “이 조사는 공공이슈에 대한 여러분의 의견을 알아보기 위해 실시되는 것이니 성실하게 설문에 응답해 주십시오”라는 내용을 간곡하게 전달하였다.

다음으로 방사선조사식품에 대한 피험자들의 이해를 돕기 위해 해당 이슈에 대한 설명과 현재 해당 이슈를 둘러싸고 일어나는 찬성과 반대 입장의 이유를 동일한 양의 메시지로 제시한 후 “메시지를 자세히 읽고, 설문에 응답해 주십시오”라는 내용을 전달하였다.

그리고 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 피험자들에게는 준거점 설정 정보를 설문지에 제시하였으며 “설문지에 제시된 참고사항을 자세히 읽어주십시오”라는 내용을 전달하였다. 이 연구에서 제시된 준거점 설정 정보는 다음과 같다. 식품 및 의약품으로 각종 질병에 의한 사망을 예방할 수 있는 정보로서 아스피린 장기복용 시 암 사망률 13% 감소, 토마토 요리 섭취 시에 전립선 암 20% 감소, 칼슘 및 비타민 D 섭취 시에 당뇨병 발병률 30% 감소를 준거점 설정 정보로 제시하였다.

이 연구에서 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 피험자들에게 물어본 질문은 다음과 같다. “식품에 방사선 조사를 하게 되면 살충 및 살균 효과를 통해 다섯 가지 병원균에 의해 발생하는 사망자들의 일부를 살릴 수 있습니다. 만약, 귀하께서는 식품에 방사선을 조사할 경우 다섯 가지 병원균에 의해 발생하는 사망자 1000명 중 몇 명을 살릴 수 있어야 방사선 조사 허용에 동의하시겠습니까?”라는 질문이다. 한편 준거점 설정 효과를 유도하지 않은 피험자들은 곧바로 메시지에 노출시켜 방사선조사식품 확대 허용에 대한 동의 정도에 응답하도록 하였다.

### 4) 주요변수 측정

이 연구의 주요변수는 통제변수, 독립변수, 종속변수로 구분할 수 있다. 통제변수는 방사선조사식품에 대한 피험자의 지각된 위험이고, 독립변수는 결과와 우연성 프레이밍 방식에 따른 메시지 유형, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무이며, 종속변수는 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자의 동의 정도이다. 그리고 이 연구는 피험자들의 동질성 검증은 위한 변수로 방사선조사식품에 대한 피험자의 관여도와 사전 지식을 고려하였다.

먼저 통제변수인 지각된 위험은 위티(Witte, 1992)가 개발한 척도를 이 연구에 맞게 수정

한 후 피험자가 느끼는 지각된 심각성과 취약성을 리커트 척도를 사용하여 “전혀 그렇지 않다”에서 “매우 그렇다”까지 7점으로 측정하였다. 지각된 심각성을 측정하기 위해 사용한 문항은 다음과 같다. ① 방사선조사식품이 건강문제를 유발할 것이다. ② 방사선조사식품에서 방사능이 검출될 수 있다고 생각한다. ③ 방사선조사식품은 영양가가 손실되었다고 생각한다. ④ 방사선조사식품은 미생물학적으로 문제가 있다고 생각한다. ⑤ 방사선조사식품은 안전하지 않다고 생각한다. 그리고 지각된 취약성을 측정하기 위해 사용한 문항은 다음과 같다. ① 방사선조사식품으로 인해 내가 피해를 입을 것이다. ② 방사선조사식품으로 인해 나의 건강에 문제가 생길 수 있다고 생각한다. ③ 방사선조사식품으로 인해 내가 병에 걸릴 수 있다고 생각한다. ④ 방사선조사식품으로부터 내가 안전하지 않다고 생각한다. ⑤ 나는 방사선조사식품으로부터 발생할 수 있는 피해에 대응할 능력이 없다고 생각한다. 지각된 심각성과 취약성의 문항 간 신뢰도는 지각된 심각성(5문항) .855, 지각된 취약성(5문항) .918로 나타났다으며 이는 비교적 만족할 만한 수준이라고 할 수 있다.

독립변수인 메시지 유형은 결과와 우연성 프레이밍 방식에 따라 확실한 이익, 확실한 손실, 불확실한 이익, 불확실한 손실 프레이밍 메시지로 메시지 조작을 통해 구분하였다. 또한 준거점 설정 효과의 유도 유무는 메시지 노출 전 준거점 설정 정보를 제시하고 피험자로 하여금 방사선조사식품 확대 허용에 대해 동의할 수 있는 대상의 이익 가치를 평가하도록 하는 질문을 했는지의 여부에 따라 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 집단과 유도하지 않은 집단으로 구분하였다.

〈표 3〉 실험처치 집단 간 동질성 검증

통제변수	준거점 설정 효과	우연성	결과	M	SD	F	Sig.
관여도	유	확실	이익	4.11	1.20	.184	.989
			손실	4.18	1.39		
		불확실	이익	4.17	1.29		
			손실	4.11	1.16		
	무	확실	이익	4.26	.75		
			손실	4.22	1.19		
		불확실	이익	4.20	1.27		
			손실	4.27	.87		
사전지식	유	확실	이익	2.04	.95	1.110	.355
			손실	1.76	.87		
		불확실	이익	1.96	1.01		
			손실	1.98	1.05		
	무	확실	이익	1.76	.98		
			손실	2.08	.91		
		불확실	이익	1.99	.84		
			손실	1.92	.99		



종속변수인 피험자의 동의 정도는 메시지 노출 후 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자의 동의 정도를 리커트 척도를 사용하여 “매우 찬성한다”에서 “매우 반대한다”까지 7점으로 측정하였다.

실험에 참여한 피험자들의 동질성 검증을 위해 측정된 변수인 관여도와 사전지식은 리커트 척도를 사용하여 “전혀 그렇지 않다”에서 “매우 그렇다”까지 7점으로 측정하였다. 관여도 측정을 위해 사용한 문항은 다음과 같다. ① 방사선조사식품은 나에게 중요한 이슈라고 생각한다. ② 방사선조사식품은 내 삶에 밀접한 관련이 있다. ③ 방사선조사식품은 나에게 가치 있는 이슈라고 생각한다. 그리고 사전지식 측정을 위해 사용한 문항은 다음과 같다. ① 나는 방사선조사식품에 대해 자세히 알고 있다. ② 나는 매체(신문/방송/인터넷 등)를 통해 방사선조사식품 관련 정보를 자주 찾아보는 편이다. ③ 나는 방사선조사식품 대한 지식이 많다. 관여도와 사전지식의 문항 간 신뢰도(cronbach's alpha)는 관여도(3문항) .791, 사전지식(3문항) .887로 나타났으며 이는 비교적 만족할 만한 수준이라고 할 수 있다. 실험에 참여한 피험자의 관여도와 사전지식에 대한 동질성 검증 결과는 <표 3>과 같이 나타났다. 즉 실험처치집단 간에 관여도( $F=.184, p=.989$ )와 사전지식( $F=1.110, p=.355$ )에 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 따라서 이 연구의 실험처치집단 간에 동질성이 검증되었다고 할 수 있다.

## 5) 분석방법

이 연구의 연구가설을 해결하기 위해 SPSS 15.0 for Windows를 이용하여 지각된 위험(지각된 심각성과 지각된 취약성의 합산 평균)을 공변량으로, 결과 프레이밍 메시지 유형, 우연성 프레이밍 메시지 유형, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무를 독립변수로, 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자의 동의 정도를 종속변수로 하는 삼원 공변량(three-way ANCOVA) 분석을 시행하였다.

## 4. 연구결과

### 1) 결과 프레이밍 메시지 유형 관련 가설

<연구가설 1>은 결과 프레이밍 메시지 유형에 있어 손실 프레이밍 메시지가 이익 프레이밍 메시지보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적일 것으로 예측하였다. 분석 결과, 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자의 동의 정도에 있어 결과 프레이밍 메시지 유형의 주효과가 발견되었다( $F=15.33, p<.001, \eta^2=.027$ )(<표 4> 참조). 손실 프레이밍 메

시지 유형에 노출된 피험자들(M=4.32, SD=1.59)의 방사선조사식품 확대 허용에 대한 동의 정도는 이익 프레이밍 메시지 유형에 노출된 피험자들(M=3.86, SD=1.33)에 비해 높게 나타났다(<표 5> 참조). 따라서 <연구가설 1>은 지지되었다.

## 2) 우연성 프레이밍 메시지 유형 관련 가설

<연구가설 2>는 우연성 프레이밍 메시지 유형에 있어 확실 프레이밍 메시지가 불확실 프레이밍 메시지보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적일 것으로 예측하였다. 분석결과, 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자의 동의 정도에 있어 우연성 프레이밍 메시지 유형의 주효과가 발견되었다(F=5.58, p<.05,  $\eta^2=.010$ )(<표 4> 참조). 확실 프레이밍 메시지 유형에 노출된 피험자들(M=4.22, SD=1.51)의 방사선조사식품 확대 허용에 대한 동의 정도는 이익 프레이밍 메시지 유형에 노출된 피험자들(M=3.96, SD=1.44)에 비해 높게 나타났다(<표 5> 참조). 따라서 <연구가설 2>는 지지되었다.

## 3) 메시지 노출 전 준거점 설정 효과 유도 유무 관련 가설

<연구가설 3>은 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무에 있어, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하는 것이 유도하지 않는 것보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적일 것으로 예측하였다. 분석결과, 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자의 동의 정도에 있어 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무의 주효과가 발견되었다(F=6.43, p<.05,  $\eta^2=.012$ )(<표 4> 참조). 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도받은 피험자들(M=4.32, SD=1.49)은 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도받지 않은 피험자들(M=3.87,

**<표 4> 방사선조사식품 확대 허용 동의 정도에 대한 결과 프레이밍, 우연성 프레이밍, 메시지 노출 전 준거점설정 효과의 주효과 및 상호작용효과**

		SS	df	MS	F	$\eta^2$
공변량	지각된 위험	154.79	1	154.79	87.04***	.136
	결과(A)	27.27	1	27.27	15.33***	.027
주효과	우연성(B)	9.93	1	9.93	5.58*	.010
	준거점 설정 효과(C)	11.44	1	11.44	6.43*	.012
상호작용 효과	결과×우연성(A×B)	.01	1	.01	.01	.000
	결과×준거점 설정 효과(A×C)	7.70	1	7.70	4.33*	.008
	우연성×준거점 설정 효과(B×C)	13.75	1	13.75	7.73**	.014
	결과×우연성×준거점 설정 효과(A×B×C)	.17	1	.17	.09	.000

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

〈표 5〉 결과 프레이밍, 우연성 프레이밍, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과에 따른 방사선조사식품 확대 허용에 대한 동의 정도 평균

준거점 설정 효과	우연성	결과	M	SD
유	확실	이익	4.23	1.24
		손실	4.97	1.45
	불확실	이익	3.74	1.41
		손실	4.33	1.60
무	확실	이익	3.71	1.45
		손실	3.97	1.61
	불확실	이익	3.77	1.14
		손실	4.01	1.50

SD=1.43)에 비해 방사선조사식품 확대 허용에 대한 동의 정도가 높게 나타났다(<표 5> 참조). 따라서 <연구가설 3>은 지지되었다.

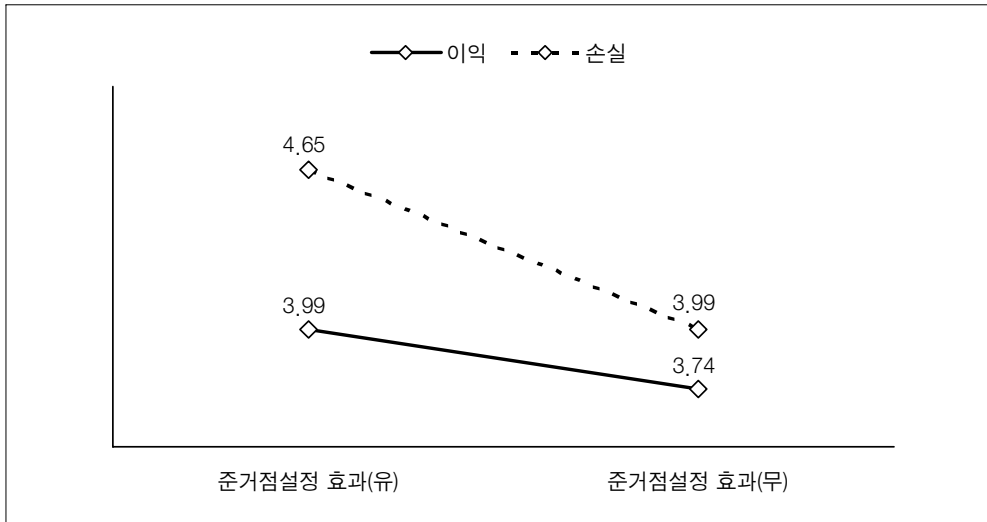
#### 4) 결과 프레이밍 메시지유형, 우연성 프레이밍 메시지 유형, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과 유도 유무의 상호작용 효과

<연구가설 4>를 해결하기 위해 세 가지 독립변수인 결과 프레이밍 메시지 유형, 우연성 프레이밍 메시지 유형, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과 유도 유무의 상호작용효과에 대해 살펴본 결과는 다음과 같이 나타났다(<표 4> 참조). 방사선조사식품 확대 허용에 대한 동의 정도에 있어 결과 프레이밍 메시지 유형과 우연성 프레이밍 메시지 유형 그리고 메시지 노출 전 준거점 설정 효과 유도 유무의 상호작용효과(A×B×C)는 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았다. 또한 결과 프레이밍 메시지 유형과 우연성 프레이밍 메시지 유형의 상호작용 효과(A×B)도 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았다. 그러나 결과 프레이밍 메시지 유형과 메시지 노출 전 준거점 설정 효과 유도 유무의 상호작용효과(A×C)는 통계적으로 유의미

〈표 6〉 준거점 설정 효과 유/무조건에 따른 결과와 우연성 프레이밍 단순주효과

		SS	df	MS	F
결과(A)	준거점 설정 효과(유) 조건에서 결과(A)	30.89	1	30.89	14.56**
	준거점 설정 효과(무) 조건에서 결과(A)	4.38	1	4.38	2.14
우연성(B)	준거점 설정 효과(유) 조건에서 우연성(B)	22.29	1	22.29	10.36*
	준거점 설정 효과(무) 조건에서 우연성(B)	.18	1	.18	.85

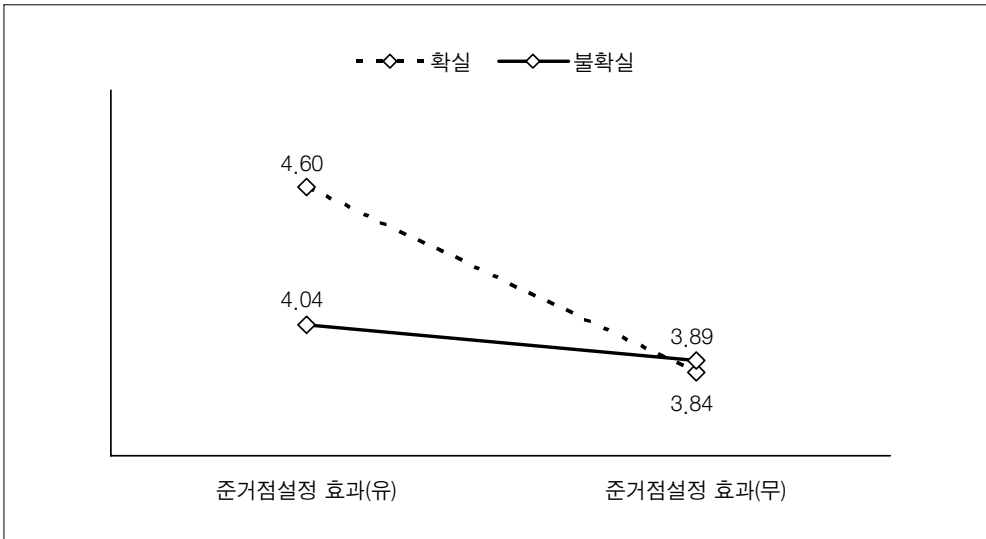
\* p<.01, \*\* p<.001



〈그림 3〉 결과 프레이밍과 준거점 설정 효과에 따른 동의 정도의 평균

하게 나타났으며( $F=4.33, p<.05, \eta^2=.008$ ), 우연성 프레이밍 메시지 유형과 메시지 노출 전 준거점 설정 효과 유도 유무의 상호작용효과( $B \times C$ )도 통계적으로 유의미하게 나타났다( $F=7.73, p<.01, \eta^2=.014$ ).

통계적으로 유의미하게 나타난 상호작용효과에 대해 보다 구체적으로 살펴보기 위해 단순효과(simple test) 분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같이 나타났다. 먼저, 결과 프레이밍 메시지 유형과 메시지 노출 전 준거점 설정 효과 유도 유무의 상호작용효과( $A \times C$ )에 대해 살펴보면 다음과 같다. 방사선조사식품 확대 허용 대한 동의 정도에 있어 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하지 않은 조건에서는 이익 프레이밍 메시지( $M=3.74, SD=1.30$ )와 손실 프레이밍 메시지( $M=3.99, SD=1.55$ ) 유형 간에 통계적으로 유의미한 차이가 없으므로 나타났다. 반면 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 조건에서는 이익 프레이밍 메시지( $M=3.99, SD=1.35$ )에 비해 손실 프레이밍 메시지( $M=4.65, SD=1.56$ ) 유형이 통계적으로 유의미한 수준에서( $F=14.56, p<.001$ ) 피험자들의 동의 정도를 높게 이끌어 낸 것으로 나타났다(<그림 3> 참조). 다시 말해, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 후 손실 프레이밍 메시지에 노출시킨 조건이 이익 프레이밍 메시지에 노출시킨 조건보다 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자들의 동의 정도를 높게 이끌어냈다고 할 수 있으며 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하지 않은 후 이익 프레이밍 메시지와 손실 프레이밍 메시지에 노출시킨 조건에서는 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자들의 동의 정도에 차이가 없다고 볼 수 있다. 따라서 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 조건에서는 결과 프레이밍 메시지 유형의 영향을 받지만 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하지 않은 조건에서는 결과 프레이밍 메시지 유형의 영향을 받지 않는다고 볼 수 있다.



〈그림 4〉 우연성 프레이밍과 준거점 설정 효과에 따른 동의 정도의 평균

우연성 프레이밍 메시지 유형과 메시지 노출 전 준거점 설정 효과 유도 유무의 상호작용 효과(B×C)에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다. 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자들의 동의 정도에 있어 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하지 않은 조건에서는 확실 프레이밍 메시지(M=3.84, SD=1.53)와 불확실 프레이밍 메시지(M=3.89, SD=1.33) 유형 간에 통계적으로 유의미한 차이가 없이 확실과 불확실 프레이밍 메시지 모두 비교적 낮은 동의 정도를 이끌어 냈다. 반면 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 영향을 받도록 유도한 조건에서는 불확실 프레이밍 메시지(M=4.04, SD=1.53)에 비해 확실 프레이밍 메시지(M=4.60, SD=1.40) 유형이 통계적으로 유의미한 수준에서(F=10.36, p<.01) 피험자들의 동의 정도를 높게 이끌어 낸 것으로 나타났다(<그림 4> 참조). 다시 말해 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 후 확실 프레이밍 메시지에 노출시킨 조건이 불확실 프레이밍 메시지에 노출시킨 조건보다 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자들의 동의 정도를 높게 이끌어냈다고 할 수 있으며 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하지 않은 후 확실 프레이밍 메시지와 불확실 프레이밍 메시지에 노출시킨 조건에서는 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자들의 동의 정도에 차이가 없다고 볼 수 있다. 따라서 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 조건에서는 우연성 프레이밍 메시지 유형의 영향을 받지만 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하지 않은 조건에서는 우연성 프레이밍 메시지 유형에 영향을 받지 않는다고 볼 수 있다.

## 5) 지각된 위험 관련 가설

<연구가설 5>는 지각된 위험이 공공이슈에 대한 의사결정에 영향을 미칠 것으로 예측하였다. <표 4>에 제시된 분석결과를 살펴보면 지각된 위험은 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자의 동의 정도에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $F=87.04$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.136$ ). 즉, 지각된 위험은 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자의 동의 정도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다( $B = -.513$ ,  $t = -9.329$ ,  $p<.001$ )(<표 7> 참조). 그리고 <표 4>에서 알 수 있듯이 이 연구에서 고려한 모든 변수들 중 방사선조사식품 확대 허용에 대한 피험자의 동의 정도에 가장 큰 영향( $\eta^2=.136$ )을 미치는 변수는 지각된 위험인 것으로 나타났다.

<표 7> 방사선조사식품 확대 허용의 동의 정도에 대한 지각된 위험의 회귀계수

	B	SD	t
지각된 위험	-.532	.055	-9.532***

\*\*\*  $p<.001$

## 5. 요약 및 논의

이 연구는 결과와 우연성 프레이밍을 적용한 메시지 유형과 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무 그리고 지각된 위험이 공공이슈에 대한 사람들의 의사결정에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 하였다.

첫째, 공공이슈에 대한 의사결정에 있어서 결과와 우연성 프레이밍에 따른 메시지 유형은 주효과가 나타났다. 먼저 결과 프레이밍에 따른 메시지 유형에서 손실 프레이밍 메시지는 이익 프레이밍 메시지보다 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적이었다. 또한 우연성 프레이밍에 따른 메시지 유형에서 확실 프레이밍 메시지는 불확실 프레이밍 메시지보다 공공이슈에 대한 의사결정을 이끌어내는 데 효과적이었다. 이러한 결과는 전망이론을 근거로 하는 결과와 우연성 프레이밍을 적용한 기존의 연구결과들과 일치하는 것이다 (Kahneman & Tversky, 1979; Ganzach & Karsahi, 1995; Quattrone & Tversky, 1988; 김재휘 · 신진석, 2004). 즉 전망이론의 가정대로 피험자들은 공공이슈에 대한 의사결정에 있어 이익의 가치보다는 손실의 가치, 불확실한 가치보다는 확실한 가치를 더 중시하여 의사결정을 내리는 것으로 나타났다.

둘째, 공공이슈에 대한 의사결정에 있어서 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무는 주효과가 나타났다. 즉, 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 경우는 유도하지 않은

경우에 비해 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적이었다. 이러한 결과는 준거점이 어떤 대상의 가치를 판단하는 의사결정자의 가치와 신념을 나타내는 기준이 되기 때문에 (Chapman & Johnson, 1999) 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 경우는 의사결정자의 준거점이 공공이슈로 발생할 수 있는 기대가치를 수용할 수 있는 범위로 유도 및 조정되었다는 것을 시사한다.

셋째, 공공이슈에 대한 의사결정에 있어서 결과 프레이밍 메시지 유형과 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무의 상호작용효과와 우연성 프레이밍 메시지 유형과 메시지 노출 전 준거점 설정 효과의 유도 유무의 상호작용효과가 나타났다. 즉 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도하지 않은 조건에서는 메시지 유형 간에 효과 차이가 없이 동의 정도가 모두 낮게 나타났다. 그러나 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 조건에서는 이익과 손실 프레이밍 메시지 간에 효과 차이가 있었으며 확실과 불확실 프레이밍 메시지 간에도 효과 차이가 나타났다. 즉 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 조건에서 손실 프레이밍 메시지와 확실 프레이밍 메시지는 공공이슈에 대한 동의를 이끌어내는 데 효과적인 것으로 나타났다.

넷째, 공공이슈에 대한 의사결정에 있어서 지각된 위험은 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다시 말해 지각된 위험이 높을수록 공공이슈에 대한 의사결정이 낮게 나타났다. 또한 공공이슈에 대한 의사결정에 있어서 지각된 위험은 이 연구에서 고려한 다른 변수들에 비해 효과에 대한 상대적 크기( $\eta^2 = .136$ )가 가장 큰 것으로 나타났다. 이는 공공이슈에 대한 사람들의 의사결정에 지각된 위험이 큰 영향을 미치고 있다는 것을 시사한다.

이상의 연구결과들을 통해 이 연구는 공공이슈 홍보를 위한 효과적인 방안과 메시지 전략을 다음과 같이 제안하고자 한다.

첫째, 공공이슈 홍보 메시지를 결과 프레이밍 방식을 적용하여 제작할 경우, 이익 프레이밍보다는 손실 프레이밍 전략을 사용하는 것이 효과적이라고 할 수 있다. 즉 공공이슈 홍보 메시지를 통해 공공이슈에 대해 동의함으로써 얻을 수 있는 이익의 가치를 제시하기보다는 동의하지 않을 때 겪게 되는 손실의 가치를 제시하는 것이 보다 효과적인 메시지 전략이라고 할 수 있다.

둘째, 공공이슈 홍보 메시지를 우연성 프레이밍 방식을 적용하여 제작할 경우, 불확실 프레이밍보다는 확실 프레이밍 전략을 사용하는 것이 효과적이라고 할 수 있다. 즉 공공이슈 홍보 메시지를 통해 공공이슈에 대해 동의함으로써 얻을 수 있는 기대가치를 제시할 때 애매모호하거나 불확실하게 제시하기보다는 확실하게 제시하는 것이 효과적인 메시지 전략이라고 할 수 있다.

셋째, 공공이슈 홍보 메시지를 사람들에게 노출시키기 전에 준거점 설정 효과를 유도하는 것이 공공이슈에 대한 동의를 효과적으로 이끌어낼 수 있는 방법이 될 수 있다. 즉 메시지 노출 전 해당 공공이슈와 관련성 혹은 유사성이 있는 정보들을 지속적으로 제공함으로써 제공된 정보를 통해 해당 이슈의 실행결과로 얻을 수 있는 기대가치를 수용할 수 있는 범위로 개인의 준거점을 유도 및 조정한다면 공공이슈에 대한 동의를 보다 효과적으로 이끌어낼 수 있다. 따라서 공공이슈 홍보 메시지를 노출하기 전에 준거점 설정 정보를 지속적으로 제공하고 그 정보를 통해 해당 이슈의 실행결과로 얻어지는 대상의 기대가치에 대해 생각해 보

도록 하는 전략이 필요하다. 또한 메시지 노출 전 준거점 설정 효과를 유도한 후 사람들을 손실 프레이밍과 확실 프레이밍 메시지 유형에 노출시킨다면 공공이슈에 대한 동의를 보다 효과적으로 이끌어 내는 전략이 될 수 있다.

넷째, 공공이슈에 수반되는 위험성에 대한 인식을 낮추는 전략이 필요하다. 사람들은 공공이슈가 수반하는 위험을 높게 인식할수록 해당 이슈에 대해 동의하는 것이 어려워진다. 따라서 공공이슈에 따르는 위험성을 지속적으로 낮추는 홍보 전략이 필요하다.

그러나 이 연구에서 제안하는 방안과 전략들을 해석하고 실무에 적용할 때에 다음과 같은 연구의 한계를 고려해야 한다. 첫째, 공공이슈에 대한 의사결정은 전 국민을 대상으로 이루어져야 하지만 이 연구는 대학생만을 대상으로 연구하였기 때문에 연구결과의 일반화에 대한 문제가 있을 수 있다. 둘째, 사용된 실험메시지가 공공이슈에 대한 다양한 내용들을 포함하기보다는 기대되는 특정 가치에 한정하여 제작되었기 때문에 공공이슈 홍보를 위해 실제로 제시되는 메시지와는 약간의 차이가 있을 수 있다. 따라서 향후 발전된 연구를 위해서는 다양한 대상을 통한 연구가 이루어져야 하며 공공이슈 실행으로 인해 기대되는 다양한 가치를 고려한 연구가 이루어질 필요성이 있다.

## ■ 참고문헌 ■

- 김재휘 · 신진석 (2004). 공익광고 메시지의 프레이밍과 결과 지각이 환경 행동에 미치는 영향. 『한국심리학회지』, 5권 2호, 65~86.
- 김재휘 · 박유진 (2000). 공해방지광고의 프레이밍 효과 연구. 『광고연구』, 49권, 55~75.
- 식품의약품안전청 (2004). 『방사선조사에 대한 국내 · 외 관리동향』.
- 이명천 · 나정희 · 김지혜 (2006). 흡연 여부와 메시지 프레이밍에 따른 금연광고 효과 연구. 『한국광고홍보학보』, 8권 3호, 210~236.
- 이현우 (2003). 프레이밍 이론의 공공캠페인 적용가능성에 대한 탐색적 연구. 『동의논집』, 39호, 821~839. 동의대학교.
- 조형오 · 김병희 (1999). 금연광고 메시지가 대학생 흡연태도에 미치는 영향: 개인적 특성과 메시지 프레이밍의 매개 역할을 중심으로. 『광고연구』, 57권, 169~194.
- 조형오 (2000). 금연광고 메시지 유형의 효과분석: 메시지 프레이밍과 메시지 소구방향의 매개 역할. 『광고학연구』, 11권 1호, 133~157.
- 하혜영 (2007). 공공갈등 해결에 미치는 영향요인 분석: 갈등관리 요인의 효과를 중심으로. 『한국행정학보』, 41권 3호, 273~296.
- Ashton, P. S. (1982). Dipterocarpaceae. *Flora Malesiana*, 9, 237~552.
- Burger, J., Sanchez, J., Roush, D., & Gochfeld. (2001). Risk Perception, Future Land Use and Stewardship: Comparison of Attitudes about Hanford Site and Idaho National Engineering and Environmental Laboratory. *Journal of Environmental Management*, 61(4), 265~280.



- Carlson, B. W. (1990). Anchoring and Adjustment in Judgments under Risk. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 16, 635 ~ 676.
- Cervone, D., & Peake, P. K. (1986). Anchoring, Efficacy, and Action: The Influence of Judgmental Heuristics on Self-Efficacy Judgements and Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 492 ~ 501.
- Chapman, G. B., & Johnson, E. J. (1999). Anchoring, Activation, and The Construction of Values. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 79(2), 115 ~ 153.
- Ganzach, Y., & Karsahi, N. (1995). Message framing and buying behavior: A field experiment. *Journal of Business Research*, 32, 11 ~ 17.
- Jacowitz, K. R., & Kahneman, D. (1995). Measures of Anchoring in Estimation Tasks. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1161 ~ 1166.
- Johnson, E. J., & Schkade, D. A. (1989). Bias in Utility Assessments: Future Evidence and Explanations. *Management Science*, 35, 406 ~ 424.
- Joyce, E. J., & Biddle, G. C. (1981). Anchoring and In Probabilistic Inference in Auditing. *Journal of Accounting Research*, 19(1), 120 ~ 145.
- Kahneman, D., Knetsch, J., & Thaler, R. (1990). Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem. *Journal of Political Economy*, 98(6), 25 ~ 48.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263 ~ 291.
- Klandermans, B. (1984). Mobilization and Participation: Social, Psychological Expansions of Resource Mobilization Theory. *American Sociological Review*, 49, 583 ~ 600.
- Lober, J., Green, D. (1994). Nimby or Nimby: A Logit Model of Opposition to Solid Waste Disposal Facility Siting. *Journal of Environmental Management*, 40(1), 33 ~ 50.
- Lundborg, P., & Lindgren, B. (2002). Risk Perception and Alcohol Consumption Among Young People. *Journal of Risk and Uncertainty*, 25(2), 165 ~ 183.
- Maheswaran, D., & Meyers-Levy, J. (1990). The Influence of Message Framing and Issue Involvement. *Journal of Marketing Research*, 27(3), 361 ~ 367.
- Michalsen, A. (2003). Risk Assessment and Perception. *Injury Control and Safety Promotion*, 10, 201 ~ 204.
- Mussweiler, T., & Strack, F. (1999). Hypothesis-Consistent Testing and Semantic Priming in The Anchoring Paradigm: A Selective Accessibility Model. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 136 ~ 164.
- Obermiller, & Carl (1995). The baby is sick/The baby is well: A test of environmental communication appeals. *Journal of Advertising*, 24(2), 55 ~ 70.
- Payne, J. W., Bettman, J. R., & Johnson, E. J. (1992). Behavioral Decision Research: A Constructive Processing Perspective. *Annual Review of Psychology*, 43, 87 ~ 131.
- Plous, S. (1989). Thinking the Unthinkable: The Effect of Anchoring on Likelihood Estimates of Nuclear War. *Journal of Applied Social Psychology*, 19, 67 ~ 91.
- Plutzer, E., Maney A., & O'Connor (1998). Ideology and Elites' Perceptions of the Safety of New Technologies. *American Journal of Political Science*, 42, 190 ~ 209.
- Quattrone, G., & Tversky, A. (1988). Contrasting Rational and Psychological Analyses of Political Choice. *American Political Science Review*, 82(3), 719 ~ 736.
- Rayner, S. (1986). Management of Radiation Hazards in Hospitals: Plural Rationalities in Single Institutions. *Social Studies of Science*, 16, 573 ~ 591.

- Rayner, S., & Cantor, R. (1987). How Fair Is Safe Enough? The Cultural Approach to Societal Technology Choice. *Risk Anal*, 7, 3~9.
- Rothman, A., Antone, C., Keough, K., & Martin, C. D. (1993). The Influence of Message Framing on Intentions to Perform Health Behaviors. *Journal of Experimental Social Psychology*, 29, 408~433.
- Russo, J. E., & Shoemaker, P. J. H. (1989). Decision Traps. New York: Simon and Schuster.
- Schoemaker, P. (1982). The Expected Utility Model: Its Variants, Purposes, Evidence and Limitations. *Journal of Economic Literature*, 20, 529~563.
- Short Jr, J. F. (1984). The Social Fabric of Risk: Towards the Social Transformation of Risk Analysis. *AM. Social. Review*, 49, 711~725.
- Siegrist, M. (2000). The Influence of Trust and Perceptions of Risk and Benefits on The Acceptance of Gene Technology. *Risk Analysis*, 20(2), 195~203.
- Simon, H. (1979). Rational Decision Making in Business Organizations. *American Economic Review*, 493~513.
- Sjoberg, L. (1996). Risk Perception and Attitude to Swedish Membership in The EU. Stockholm: Styrelsen for Psykologiskt Forsvar.
- Sudman, S., Bradburn, N. M., & Schwarz, N. (1996). Thinking about Answers: The Application of Cognitive Process to Survey Methodology. San Francisco: Jossey-Bass.
- Switzer, F., & Sniezek, J. A. (1991). Judgement Processes in Motivation: Anchoring and Adjustment Effect on Judgment and Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 49, 208~229.
- Taylor, S. E. (1981). A Categorization Approach to Stereotyping. In D. L. Hamilton (ed.). *Cognitive Process in Stereotyping and Intergroup Behavior* (pp. 88~104). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Tesh, S. N. (1999). Citizen Experts in Environmental Risk. *Policy Sciences*, 32, 39~58.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). *Judgement under uncertainty: Heuristic and Biases Science*, 185, 1124~1131.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The Framing of Decisions and The Psychology of Choice. *Science*, 211, 453~458.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1991). Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependence Model. *The Quarterly Journal of Economics*, 106, 1039~1061.
- Viscusi W. (1991). Age Variations in Risk Perceptions and Smoking Decisions. *The Review of Economics and Statistics*, 73(4), 577~588.
- Witte, K. (1992). Putting the Fear Back into Fear Appeals: The extended parallel process model. *Communication Monographs*, 59, 329~249.
- Williams, L., Sylvia, B., Michael, G., & Mokbul, A. (1999). Risk Perception in Context: The Savannah River Site Stakeholder Study. *Risk Analysis*, 19(6), 1019~1035.
- Wright, W. F., & Anderson, U. (1989). Effects of Situation Familiarity and Financial Incentives on Use of The Anchoring and Adjustment Heuristic for Probability Assessment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 44, 68~82.

최초 투고일 2008년 12월 18일  
 게재 확정일 2009년 1월 17일  
 논문 수정일 2009년 1월 27일

# Effects of PR Message Type, Anchoring Effect, and Perceived Risk on Decision Making

: Focused on Prospective Theory

**Se-Young Lee**

Assistant Researcher, KISDI

**Hyun-Soon Park**

Assistant Professor, Sungkyunkwan University

This study examined the effects of message framing, anchoring effect, and perceived risk on message receivers' decision making in relation to public issues. In terms of outcome framing, respondents exposed to loss framed message showed higher consent rate than those who were exposed to gain framed message. From the perspective of contingency framing, respondents exposed to certainty-framed message showed higher consent rate than those who were exposed to uncertainty-framed message. In the condition where anchoring effect was activated, loss framed message and certainty-framed message were more effective to draw respondents' consent, rather than in the condition of anchoring effect not activated. Finally, the more respondents perceived the risk in relation to the public issues, the less they agreed to the public issues.

Key words : public affairs, message framing, prospect theory