

# 메시지 프레이밍이 대학생의 조절초점과 성별에 따라 원치 않는 임신 예방에 미치는 영향 연구

안소현 동국대학교 일반대학원 광고홍보학과 석사과정

부선영 동국대학교 일반대학원 광고홍보학과 석사과정

최유진 동국대학교 광고홍보학과 부교수\*

본 논문은 사회적 문제로 떠오르는 원치 않는 임신을 예방하기 위해 메시지 프레이밍이 대학생의 조절초점과 성별에 따라 메시지 태도, 심리적 반발, 예방행동 의도에 미치는 영향을 연구했다. 메시지 프레이밍과 조절초점 간의 상호작용 효과(이익 프레임-향상초점, 손실 프레임-예방초점)가 일어날 것을 기대했으나 메시지 프레임의 주효과가 주로 발견되었다. 구체적으로 이익 프레임이 손실 프레임보다 부정적인 인지는 낮추고 메시지 태도에는 긍정적인 영향을 미쳤으며, 행동 의도에서는 손실 프레임이 더 높은 행동 의도를 불러 일으켰다. 유의미한 상호작용 결과를 보면 손실 프레임에 노출된 예방초점 학생들이 더 강한 분노를 보였고, 남학생들의 경우 손실 프레임에 노출된 집단이 이익 프레임에 노출된 집단보다 더 높은 행동 의도를 보였다. 연구 결과를 바탕으로 향후 원치 않는 임신 예방을 제안해 보면 남학생을 타깃으로 하여 책임감과 안전 지향의 목적을 상기시키며 임신으로 인해 발생 가능한 손실을 묘사하는 손실프레임이 효과적일 것으로 보인다. 본 논문에서는 이론적 접근과 실험물 조작, 연구방법 측면에서 연구의 한계점을 논의하였으며, 이는 향후 연구를 위한 방향 설정에 도움이 될 것으로 기대한다.

**KEYWORDS** 메시지 프레이밍, 조절초점, 원치 않는 임신, 심리적 반발

---

\* Corresponding Author: 30, Pildong-ro 1-gil, Jung-gu, Seoul, Korea, 110-715. ychoi@dongguk.edu, 82-2-2260-3926.

## 서론

최근 사회적 이슈가 되고 있는 ‘베이비 박스’로 인해 영아 유기와 원치 않는 임신에 대한 관심이 증가하고 있다. 베이비 박스는 아기를 양육할 수 없는 부모들의 무책임한 영아 유기를 방지하기 위해 만들어진 박스다. 작년 언론보도에 의하면 2012년 79명이었던 베이비 박스 아기가 2013년에는 250명, 2014년에는 360명이 넘을 정도로 급증하고 있다(Lee, KBS News 9, 2014; Lee, JTBC Newsroom, 2014). 아기를 베이비 박스에 맡긴 엄마들은 대부분 10대 후반에서 20대 초반의 여성이고, 아기를 양육할 수 없는 이유에는 경제적 사정으로 인한 가족 해체, 부모의 이혼, 학대, 그리고 가정폭력과 같은 가정불화 등이 있지만, 원치 않는 임신에 따른 영아유기가 가장 많은 것으로 나타났다(Kang, KBS News 9, 2010).

10대, 20대의 원치 않는 임신은 정확한 성지식과 건강한 성인식이 확립되지 않은 상태에서 주관적인 판단이나 선입견에 의한 성행동의 결과라고 볼 수 있다. 우리나라의 경우 대학생 시기에 성행동이 증가하고 있는데(Choi & Ha, 2004; Kim, 2014; Moon, 2014; Shin, 2011), 이는 대학 입시라는 스트레스에서 벗어난 대학생들의 이성 교제가 비교적 자유로워지기 때문이다. 늘어나는 성행동에 비해 그 결과에 대한 지식 부족으로 대학생들의 원치 않는 임신과 낙태율은 지속적으로 증가하고 있다(Choi & Ha, 2004; Son & Chun, 2005).

성병과 원치 않는 임신을 예방하기 위해 콘돔 사용이 자주 권고되고 있지만, 우리나라의 콘돔 사용률은 외국에 비해 매우 저조한 편이다(Lee, Newsis,

2007; Park & Han, 2002). 자료에 따르면 우리나라는 연간 총 1억 개의 콘돔 소비량을 기록하고 있지만 콘돔 사용 인구를 감안하면 1인당 연간 5개 사용에 불과하다. 따라서 원치 않는 임신으로 인한 문제를 예방하기 위해 성행동이 활발해 지는 대학생들을 대상으로 하는 성교육과 안전한 성행위를 실천할 수 있는 캠페인의 필요성이 높아지고 있다(Shin, 2011).

최근 들어 대학생을 대상으로 하는 성의식, 성교육 연구가 점차 늘어나고 있는데, 주로 대학생의 성지식이나 태도 연구, 보건학에 기반을 둔 성행위, 피임 행동에 대한 조사가 대부분이고(Choi, Kim, & Shin, 2010; Choi & Ha, 2004; Hur, Ahn, Kwak, Kim, Park, & Lee, 2007; Hwang & Chung, 2014; Kim, 2014; Shin, 2011; Woo, Park, & Choi, 2006) 원치 않는 임신을 예방할 수 있는 설득메시지에 대한 연구는 거의 찾아보기 힘들다.

PR 및 광고학술지에서 헬스커뮤니케이션 연구를 분석한 결과(Paek & Shin, 2014)를 참조해 보면 대부분의 국내 헬스커뮤니케이션 논문은 암, 음주, 흡연, 신종질환 연구에 집중되어 있고, 성관계 관련 연구는 HIV/AIDS 예방 연구(Choi, 2007; Kim & Yoon, 2010; Shin, Oh, & Lee, 2014)를 제외하고는 매우 부족한 편이다. HIV/AIDS는 발생결과의 심각성을 고려한다면 헬스 커뮤니케이션의 중요한 연구 주제인 것은 사실이나 발생취약성 측면에서는 원치 않는 임신 또한 주요한 연구주제라 할 수 있다. 따라서 안전한 성관계를 위한 설득 메시지 연구의 하나로 원치 않는 임신 예방에 도움

이 되는 메시지 개발이 필요한 시점이다.

헬스 커뮤니케이션 연구는 메시지의 구조, 증거 제시 형태, 감성 소구, 메시지 프레임 등 효과적인 메시지 개발의 바탕이 될 수 있는 다양한 메시지 특성에 관심을 기울여 왔다. 그 중에서도 건강행동 수행 여부에 기인한 혜택과 손실을 부각시키는 메시지 프레이밍은 건강신념모델, 합리적 행동이론과 같은 설득 이론에 자주 등장하는 변인으로, 헬스 커뮤니케이션에 있어 중요한 메시지 변인으로 볼 수 있으며(Cohen, Shumate, & Gold, 2007) 국내 헬스 커뮤니케이션 연구에서도 가장 많이 연구된 메시지 속성 중 하나다(Kim & Hong, 2015).

초기 메시지 프레이밍 연구(Meyerowitz & Chaiken, 1987)는 수용자의 부정성 편향(negativity bias)과 손실 혐오(loss aversion)로 인해 손실 프레임이 이익 프레임보다 더 설득적일 것이라 주장해 왔으나 최근 연구는 프레임 유형과 건강행동 유형, 수용자의 유형에 따른 상호작용에 더 주목하고 있다. 국내 헬스커뮤니케이션 연구에서도 수용자의 관여도 수준(Cho & Kim, 2000; Lee, Ryu, & Park, 2007), 지식수준(Chin & Lee, 2014), 위험행위 여부(Lee, Na, & Kim, 2006), 조절초점(Kim & Cheon, 2015; Na & Choi, 2005; Park & Yoon, 2007) 등 다양한 수용자 특성과 프레임 유형간의 상호작용이 연구되어 왔다.

본 연구에서는 수용자의 심리적 특성 중 조절초점(향상초점/예방초점)과 성별(남/여)에 주목하고자 한다. 메시지 프레임은 인생 목표를 업적 성취 혹은 손실 예방이라는 차원에서 접근하는 조절초점과 상호작용하는 것으로 연구되어 왔다(Cesario,

Grant, & Higgins, 2004; Kim, 2006; Kim, 2013; Park, 2012; Zhao & Pechmann, 2007). 예를 들어, 성취를 향유하기 원하는 향상초점 소유자들은 이익 프레임에 더 민감하게 반응하고, 손실을 피하는 것에 목적을 두는 예방초점 소유자들은 손실 프레임에 더 끌리는 것으로 나타났다. 본 논문에서는 메시지 프레임과 조절초점이 원치 않는 임신 예방 영역에서 이익 프레임-향상초점, 손실 프레임-예방초점이라는 상호작용을 보일 것인지를 점검하고자 한다.

성별은 원치 않는 임신 예방에서 가장 주요한 수용자 변인이라 할 수 있다. 기존 연구에서 남녀 대학생들은 성지식, 성태도, 피임 의도 등에서 차이점을 보여 왔으며, 이는 임신 가능성에 대한 위험 인지에도 영향을 미치는 것으로 보인다(Choi & Ha, 2004; Choi, Kim, & Shin, 2010; Hur, Ahn, Kwak, Kim, Park, & Lee, 2007; Kim, 2014). 지식과 태도, 의도에서 차이를 보이는 남녀 대학생들에게 하나의 메시지 프레임으로 접근하는 것보다는 각 그룹에 효과적인 프레임으로 접근하는 것이 더 효과적일 것으로 기대된다. 따라서 본 연구에서는 메시지 프레임이 조절초점과 더불어 대학생의 성별에 따라 어떤 작용을 하는 지 알아보고, 이를 바탕으로 안전한 성행위 메시지 개발에 도움이 되는 전략을 제시하고자 한다.

## 이론적 배경

### 메시지 프레이밍

헬스커뮤니케이션 연구 분야에서 메시지 프레이밍에 대한 연구는 카네먼과 트버스키(Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1981)가 제시한 ‘전망이론(Prospect Theory)’에 근거하고 있다. 트버스키와 카네먼(Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1981)은 의사결정 상황에서 ‘기대 효용 모델(Expected Utility Model)’이 제시하는 합리적 판단 가설이 현실을 적절히 반영하지 못한다고 비판했다. 트버스키와 카네먼(Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1981)에 의하면 현실적으로 사람들은 제시된 대안을 동등한 비중으로 비교 판단하는 ‘합리적 판단 불변의 법칙’에 맞지 않는 선택을 종종하며 대안이 제시되는 방식 혹은 맥락에 따라서 다른 선택을 한다는 것이다.

전망이론은 선택으로 인해 발생하는 ‘결과’와 ‘성공가능성(probability)’을 조작한 여러 개의 대안에 사람들이 노출되었을 때, 사람들은 이익과 손실이라는 결과 외에 각각의 성공가능 확률을 고려하여 의사결정을 한다는 것을 발견했다. 즉 특정 대안이 강조하는 성공 확률에 따라 사람들이 위험을 회피하거나 감수하는 경향을 보인다는 것이다(Kahneman & Tversky, 1979). 카네먼과 트버스키(Kahneman & Tversky, 1979)는 이익 혹은 손실이 발생할 가능성을 위험(risk)이라는 용어로 설명하고, 사람들은 이익 발생을 가능성으로 프레임한 상황에서는 위험을 회피(risk avoidance)하

는 반면 손실 발생을 가능성으로 프레임한 상황에서는 위험에 접근(risk approach)하는 경향을 발견했다(Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1981). 선택의 결과가 손실로 프레임된 상황에서는 손실 발생이 확실한 것보다 손실 발생을 가능성으로 표시한 대안을 더 많은 사람들이 선택했다. 이에 반해 선택의 결과가 이익으로 프레임된 상황에서는 이익 발생이 가능성으로 표시된 대안보다 이익 발생이 확실시되는 대안을 더 많은 사람들이 선택했다. 따라서 사람들이 선택 결과가 손실로 표현되었을 때 더 민감한 반응을 보인다고 해석되었다.

커뮤니케이션 분야에서 이익 프레임과 손실 프레임의 설득력을 비교한 초기 연구(Meyerowitz & Chaiken, 1987)는 유방암 검진 행위 장려 메시지에 노출된 여성들 중 손실 프레임에 노출된 여성들이 이익 프레임에 노출된 여성들보다 더 호의적인 반응을 보인 것을 발견했다. 이를 바탕으로 메이어로위츠와 차이켄(Meyerowitz & Chaiken, 1987)은 손실 프레임이 더 효과적인 원인으로 부정성 편향을 꼽았다. 부정성 편향은 사람들이 긍정적 정보보다는 부정적 정보에 더 민감하고 영향을 많이 받는 것을 의미하며, 긍정적 현상(events)보다는 부정적 현상에 더 빨리 강하게 반응하는 것을 의미한다(O’Keefe, 2012). 손실 프레임의 우위를 뒷받침하기 위해 부정성 편향과 같이 거론되는 심리적 현상은 손실 혐오다. 사람들은 동일한 가치의 손실과 이익이 제시되더라도 이익을 얻는 것보다 손실을 막기 위해 더 노력한다는 것이다.

메이어로위츠와 차이켄(Meyerowitz & Chaiken,

1987)의 연구에 이어 메시지 프레이밍과 건강 행위의 위험정도를 접목한 이론이 로스만과 살로비(Rothman & Salovey, 1997)의 메시지 프레이밍 이론이다(Rothman & Salovey, 1997). 로스만과 살로비(Rothman & Salovey, 1997)는 질병을 발견할 가능성이 있는 검진 행위는 위험스런 행위(perceived riskiness)지만, 질병 발생 차단을 위한 운동, 영양소 섭취와 같은 예방행동은 상대적으로 덜 위험스런 행위라고 주장했다. 결국 지각된 위험 수준에 따라 건강행위는 검진과 예방으로 나누어질 수 있다는 것이다. 실제로 앞서 메이어로위츠와 차이켄(Meyerowitz & Chaiken, 1987)의 유방암 검진 행위 연구에서도 손실 프레이미가 더 효과적이었던 것으로 확인되었는데, 로스만과 살로비는 검진 행위에는 손실 프레이미, 예방 행위에는 이익 프레이미가 더 효과적이라는 가설을 바탕으로 메시지 프레이밍과 건강행동 유형의 상호작용을 연구해왔다.

오키프(O'Keefe, 2011, 2012; O'Keefe & Jensen, 2006, 2007, 2009)는 일련의 메타연구를 통해 이익과 손실 프레이밍의 효과를 여러 영역에서 비교하였다. 우선 ① 건강행위 유형에 상관없이 이익과 손실 프레이밍 효과를 비교한 결과(O'Keefe, 2011; O'Keefe & Jensen, 2006) 두 프레이밍 간의 차이는 없는 것으로 나타났다. 다음으로 ② 질병예방 행위에서의 프레이밍 효과를 비교한 결과(O'Keefe & Jensen, 2007) 치아 위생과 관련된 예방 행위에서만 이익 프레이밍이 효과적인 것으로 드러났고 그 이외의 운동이나 영양소 섭취와 같은 예방 행위에서는 프레이밍 간 유의미한 효과 차이가

나타나지 않았다. 마지막으로 ③ 질병검진 행위에서의 프레이밍 효과를 비교한 결과(O'Keefe & Jensen, 2009) 유방암 검진을 제외한 각종 암과 질병 검진 행위에서도 프레이밍 간 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

오키프(O'Keefe, 2012)는 메시지 프레이밍 연구에서 유의미한 효과 차이를 찾지 못한 이유로 로스만과 살로비의 위험(risk)에 대한 정의가 잘못됐음을 지적했다. 우선 전망이론이 규정한 위험(risk)은 특정 결과 발생에 대한 불확실성(uncertainty about outcomes), 다시 말해 결과 성공 가능성을 의미하지만 로스만과 살로비는 일상적인 의미에서의 위험(dangerousness)을 risk라고 규정했기 때문에 위험을 해석하는 방법이 틀렸다는 것이다(O'Keefe, 2012; O'Keefe & Jensen, 2006; Rothman, Bartels, Wlaschin, & Salovey, 2006). 즉 전망이론의 위험 회피와 위험 접근을 바탕으로 검진과 예방 행위를 고위험과 저위험으로 나누는 것은 오류임을 비판했다.

이후 헬스 커뮤니케이션 학자들은 행동 유형과 프레이밍 유형 간의 상호작용 외에 수용자 특성과 프레이밍 유형 간의 상호작용에도 주목했다(Paek & Lee, 2012). 이제까지 논의된 연구결과를 살펴보면, 수용자의 위험인식 정도(Apanovitch, McCarthy, & Salovey, 2003; Bartels, Kelly, & Rothman, 2010), 이슈 관여도(Cho & Kim, 2000), 조절초점(Lee & Aaker, 2004; Na & Choi, 2005; Park & Yoon, 2007; Rothman et al., 2006; Zhao & Pechmann, 2007), 지식수준(Chin & Lee, 2014), 행동 경험(Bartels, Kelly, & Rothman, 2010;

Lee, Na, & Kim, 2006), 그리고 성별(Kim, 2012)과 같은 기본적인 인구통계학적 변인이 메시지 프레임과 상호작용하여 태도나 행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 로스만(Rothman, Bartels, Wlaschin, & Salovey, 2006)은 그 중에서도 개인의 예방 혹은 성취성향을 설명하는 조절초점에 주목하고, 수용자의 조절초점 유형을 고려하여 손실과 이익 프레임에 매칭하는 것이 설득과정에서 효과적일 수 있다고 주목했다(Rothman et al., 2013). 따라서 이익과 손실 프레임이 강조하는 행동 실행으로 인한 혜택 성취, 행동 거부로 인한 손실 발생은 조절초점 성향과 강한 연관 관계가 가능하기에 본 연구는 조절초점과 메시지 프레임 간의 상호작용에 주목하고자 한다.

### 조절초점

조절초점(Higgins, 1997)은 개인이 가지는 목표 유형 및 목표 추구를 위한 행동 성향을 의미하며 목표지향성에 따라 개인의 생각과 감정, 행동방식을 조절하는 자기규제의 기제다. 히긴스는 즐거움을 추구하거나 고통을 회피하려는 인간 성향을 바탕으로 인간 행동을 동기화하는 향상초점(promotion focus)과 예방초점(prevention focus)을 조절초점 유형으로 제안하였다(Higgins, 1997, 1998).

향상초점은 이득을 얻고자 하는 동기를 바탕으로 개인의 이상과 열망 같은 성취적 목표를 위해 기꺼이 위험을 감수하는 조절기제로, 향상초점이 높은 사람은 이상, 희망, 바람, 꿈, 성취와 같이 개인이 얻을 수 있는 긍정적인 결과에 조절초점을 둔다. 예방초점은 손실 혹은 위험을 피하고자 하는 방어

적 동기로 성취보다는 실패 혹은 실수를 피하는 것에 민감하며, 예방초점이 높은 사람은 안전 욕구가 높고 의무, 당위, 책임과 같은 부정적인 결과에 민감하다(Higgins, 1998).

히긴스(Higgins, 1998)는 사람들이 선택을 내려야 하는 순간에 위험 추구의 성향 차이가 나타나는 것은 향상 또는 예방초점 소유자들이 이익과 손실에 다르게 주목하기 때문이라고 하였다. 잠재적인 이익과 손실이 모두 큰 상황이 잠재적인 이익과 손실이 모두 작은 경우에 비해 더 위험한 상황일 지라도 향상초점이 높은 사람에게는 더 도전하고 싶은 상황이고 예방초점이 높은 사람에게는 피하고 싶은 상황이라는 것이다.

이처럼 이득 혹은 성취에 관심이 높은 향상초점 수용자에게는 이익 프레임이, 본인에게 발생할 손실에 민감한 예방초점 수용자에게는 손실 프레임이 더 효과적인 것은 다수의 선행연구에서 발견되었다(Cesario, Grant, & Higgins, 2004; Kim, 2006; Kim & Cheon, 2015; Park, 2012; Zhao & Pechmann, 2007). 김가영과 전홍식(Kim & Cheon, 2015)은 부모가 자녀를 위한 백신 접종을 결정할 때 조절초점과 메시지 프레임 사이의 상호작용이 존재하는 것을 확인했다. 향상초점 상황에서는 이득을 제시하는 긍정적 메시지 프레임이, 예방초점 상황에서는 손실을 제시하는 부정적 메시지 프레임이 더 높은 백신 수용성을 야기하는 것으로 나타났다. 수용자의 조절초점과 상황 조절초점, 금연광고 프레임의 상호작용을 분석한 연구(Zhao & Pechmann, 2007)에서도 향상초점 수용자에게는 이익 프레임이, 예방초

점 수용자에게는 손실 프레이미가 제시되었을 때 설득력이 더 높은 것을 발견하였다. 로스만과 동료들(Rothman et al., 2006)에 따르면 항상초점 성향의 사람들은 이익 프레이미에 노출된 경우, 책임감이나 의무 수행보다는 도전에 따른 만족감을 떠올리며 긍정적인 결과를 추구하는 반면, 예방초점 성향의 사람들은 손실프레이미 메시지에 노출된 경우, 걱정과 우려를 감지하며 부정적 결과를 피하려는 동기를 느끼게 되기 때문이라고 한다.

조절초점은 개개인이 사회화 경험을 통해 형성된 개인적 성향(individual difference trait)으로 측정되기도 하지만 특정한 과제를 통해 상황초점(state)으로 점화도 가능하다. 개인적 성향으로 조절초점을 측정할 경우, 성공과 이상, 혹은 실패와 의무에 주목하는 정도를 묻는 문항 응답 경향에 따라 항상과 예방초점으로 나뉜다. 실험조작을 통해 상황적 조절초점을 유도할 경우 항상초점 상황에서는 꿈과 희망에 관한 메시지를, 예방초점 상황에서는 책임과 의무에 대한 메시지에 노출시키거나(Lee & Aaker, 2004) 관련 에세이를 작성하게 한다(Yoon et al., 2012; Zhao & Pechmann, 2007). 조절초점을 개인적 성향으로 측정한 실험과 상황초점으로 점화한 실험을 비교한 선행연구들(Lee & Aaker, 2004; Zhao & Pechmann, 2007)은 측정방법에 상관없이 항상초점-이익 프레이미, 예방초점-손실 프레이미 간의 매칭효과를 발견했다.

따라서 조절초점과 메시지 프레이미의 매칭효과에 관한 선행연구를 바탕으로 본 연구는 아래와 같은 가설을 제시하고자 한다. 예를 들어 성취에 민감한 항상초점 수용자의 경우 원치 않는 임신으로 방

해받지 않고 얻을 수 있는 이익에 초점을 맞춘 메시지에 더 긍정적인 태도를 보일 것이고, 실패 예방과 의무에 주목하는 예방초점 수용자의 경우 원치 않는 임신으로 인해 발생 가능한 부정적인 결과를 차단하는 메시지에 더 호의적인 태도를 보일 것이다.

- 가설 1-1: 항상초점 수용자는 원치 않는 임신예방과 관련한 이익 프레이미에 노출된 경우에 손실 프레이미에 노출된 경우보다 더 호의적인 메시지 태도를 보일 것이다.
- 가설 1-2: 예방초점 수용자는 원치 않는 임신예방과 관련한 손실 프레이미에 노출된 경우에 이익 프레이미에 노출된 경우보다 더 호의적인 메시지 태도를 보일 것이다.

### 손실 프레이미와 심리적 반발

손실 프레이미는 행동 이행 거부 혹은 실패로 인한 불이익 혹은 부정적 결과를 강조하기에 부정적 프레이미이라고도 불린다. 손실 혹은 부정적 프레이미 부정적 결과를 회피하라는 혼계성의 경고 메시지로 해석되는 경우 심리적 반발(Psychological Reactance)을 불러일으킨다는 주장도 있다.

심리적 반발이론은 헬스캠페인 연구가 기대만큼의 설득 효과를 발견해내지 못하고 오히려 문제 행동을 유지 혹은 강화시키는 역효과를 만들어 냈을 때 이를 설명하기 위해 제안된 이론이다. 브렘(Brehm, 1966)은 대학생들의 음주 혹은 약물 사용과 같은 중독 예방 캠페인이 설득효과를 만들어 내지 못한 현상을 설명하기 위해 설득메시지가 수용자의 행동을 제약시킴으로써 반발을 불러일으킬

수 있다고 주장하였다. 즉 수용자가 특정 메시지로 인해 행동의 자유가 위협받거나 상실되었다고 느끼면 심리적으로 부조화와 저항을 느끼게 되고 원래의 자유를 회복하기 위해 그 메시지를 거부하려는 동기를 갖게 되는데 이러한 거부 및 저항 현상이 심리적 반발이라는 것이다(Brehm, 1966). 예를 들어, 금연캠페인이 권유하는 신념 또는 행동이 공익을 위한 것일지라도 수용자의 오래된 습관 혹은 행동 변화를 강요하는 것으로 느껴지면 자신의 자유 더 나아가 정체성이 위협받는다라는 생각을 하게 되고 이것은 메시지 거부, 무시 혹은 다른 형태의 중독 행위 추구라는 부메랑 효과로 나타나게 된다.

커뮤니케이션 분야에서 심리적 반발 연구는 반발 발생과정에 대한 연구(Dillard & Shen, 2005; Quick & Kim, 2009; Rains & Turner, 2007), 반발을 약화 혹은 강화시키는 메시지 특성 연구(Quick & Kim, 2009; Rains & Turner, 2007; Shen, 2011, 2015), 심리적 반발에 대한 수용자 개인의 특성 연구(Dillard & Shen, 2005; Kim, 2015) 등으로 나누어 질 수 있다.

딜라드와 쉐(Dillard & Shen, 2005)은 절주와 치실 사용 권장 실험 연구를 통해 심리적 반발이 인지적 측면과 감정적 측면 중 어떤 영역에서 발생하는지 비교한 결과, 부정적 인지와 감정이 혼합된 형태로 발생하는 것을 발견하였다. 여기서 인지적 측면은 메시지가 수용자의 자유를 제약하는 것에 대한 반발로 인한 부정적 평가이고 감정적 측면은 메시지가 주는 자극을 통해 일어난 불쾌감과 분노를 말하고 있다. 즉 수용자들은 절주와 치실 사용 권장에서 자유에 대한 위협을 많이 느낄수록 메시

지의 권장행동을 거부할 의사를 밝히거나 메시지의 정보원을 폄하하는 것과 동시에 메시지에 대한 불쾌한 감정을 강하게 표현했다. 대학캠퍼스 내 금주, 질병 예방이라는 주제로 심리적 반발 발생을 연구한 논문(Rains & Turner, 2007)에서도 수용자에게 선택의 여지를 주지 않는 메시지는 부정적인 사고와 감정을 유도하는 것으로 나타났다. 한국 청소년들을 대상으로 상업 메시지에 대한 심리적 반발을 연구한 논문(Quick & Kim, 2009)에서도 강경하거나 독단적인 표현을 사용하며 노골적인 설득의도를 보이는 메시지는 청소년들의 심리적 반발을 더 불러 일으켜 기존 습관이나 자유를 유지하려는 의도를 불러일으켰다.

심리적 반발을 줄일 수 있는 메시지 특성을 연구한 쉐(Shen, 2011, 2015)은 공포소구보다는 공감소구(empathy appeal)를 사용할 때, 손실 프레임보다는 이익 프레임을 사용할 때, 그리고 메시지에서 다수의 권고행동 옵션을 줌으로써 자유에 대한 위협을 줄일 때 수용자들이 심리적 반발을 적게 보이는 것을 발견했다. 그는 손실 프레임이 강렬한 부정적인 감정을 불러일으키고 혼계성 혹은 명령조의 어투가 강하기 때문에 이익 프레임에 비해 더 강한 심리적 반발을 불러일으킨다고 주장됐다.

국내에서는 김현숙(Kim, 2015; Kim & Lee, 2012)이 메시지 특성, 개인의 반향성향이 자유에 대한 위협 인지와 심리적 반발, 광고태도에 미치는 영향을 연구해 왔다. 수용자 성향과 메시지 프레임이 메시지 수용에 영향을 미치는 연구(Kim, 2015)에서 반향성향이 높은 사람들은 반향성향이 낮은 사람들에 비해 더 높은 심리적 반발을 보였고,



반항성향이 높은 사람들은 메시지 프레임 유형에 영향을 받지 않았지만, 반항성향이 낮은 사람들은 긍정적 프레임일 때 심리적 반발이 약화된다는 것을 발견했다. 그 밖에 메시지에서 묘사된 결과가 심각하거나 요구되는 행동이 과도하게 느껴질 때에도 높은 심리적 반발이 발생하는 것으로 나타났다 (Yoo, Park, & Na, 2010).

조절초점과 마찬가지로 심리적 저항을 측정하는 방법도 크게 두 가지가 있다. 우선 심리적 저항을 개인적 성향으로 간주하여 설문문항으로 측정하는 방법이 있고(Hong & Ostini, 1989), 다른 방법은 사용자가 다양한 수준의 위협메시지에 노출된 후 자신의 자유가 제약되는 것을 인지하였을 때 느껴지는 부정적인 인지와 분노를 측정(Dillard & Shen, 2005)하여 심리적 저항으로 사용하는 것이다.

심리적 반발 발생과정, 메시지 특성, 수용자의 반항 특성과 관련된 연구는 진행되어 왔으나 수용자 특성과 메시지 특성의 상호작용에 따른 반발에 대한 연구는 많이 진행되지 않았다(Kim, 2015). 본 연구에서는 메시지 프레이밍과 조절초점의 상호작용이 심리적 반발에 미칠 수 있는 영향을 분석해 보고자 한다.

예를 들어, 행동으로 인한 혜택 성취가 목표인 향상초점 소유자의 경우 부정적 결과를 강조하는 손실메시지가 훈계 혹은 명령으로 해석되어 분노, 자유에 대한 위협과 같은 심리적 반발을 불러일으킬 수 있다. 하지만, 부정적 결과를 예방하는 것에 민감한 예방초점 소유자의 경우 손실프레임의 메시지가 자유에 대한 위협으로 인식될 가능성은 낮을 것이다. 따라서 향상초점 소유자의 경우 이익 프

레이م보다는 손실 프레임에 노출되었을 때 더 높은 심리적 반발을 보이고, 예방초점 소유자의 경우 프레임 유형에 따른 심리적 반발의 차이가 없을 것으로 보인다. 본 논문에서는 심리적 반발의 두 가지 구성 요인인 분노와 부정적 인지를 각각 개별적인 변인으로 보고 아래와 같은 가설을 제시한다.

- 가설 2-1: 향상초점 수용자는 원치 않는 임신예방과 관련한 손실 프레임에 노출된 경우에 이익 프레임에 노출된 경우보다 더 강한 분노를 보일 것이다.
- 가설 2-2: 예방초점 수용자의 분노 수준은 임신예방과 관련한 프레임 유형에 따른 차이가 없을 것이다.
- 가설 3-1: 향상초점 수용자는 원치 않는 임신예방과 관련한 손실 프레임에 노출된 경우에 이익 프레임에 노출된 경우보다 더 강한 부정적 인지를 보일 것이다.
- 가설 3-2: 예방초점 수용자의 부정적 인지 수준은 임신예방과 관련한 프레임 유형에 따른 차이가 없을 것이다.

조절초점과 메시지 프레임 유형간의 상호작용이 메시지 태도(가설 1-1, 1-2)와 심리적 반발(가설 2-1, 2-2, 3-1, 3-2)에 미치는 영향은 궁극적으로 예방 행동 의도에도 영향을 미칠 것으로 보인다.

- 가설 4-1: 향상초점 수용자는 원치 않는 임신예방과 관련한 이익 프레임에 노출된 경우에 손실 프레임에 노출된 경우보다 더 긍정적인 예방 행동 의도를 보일 것이다.
- 가설 4-2: 예방초점 수용자는 원치 않는 임신예방과

관련한 손실 프레임에 노출된 경우에 이익 프레임에 노출된 경우보다 더 긍정적인 예방 행동 의도를 보일 것이다.

### 남녀 대학생의 성인식 차이

우리나라 남녀 대학생들의 성인식 및 성관계에 대한 조사 연구 결과 대학생들의 혼전 성관계는 증가하는 반면 피임실천은 낮아 원하지 않는 임신을 겪을 위험은 여전히 존재하는 것으로 나타났다. 최명숙과 하나선(Choi & Ha, 2004)이 대학생 356명을 대상으로 실시한 연구 결과, 성교경험자 중 성병경험이 있는 경우가 12.2%, 임신 경험이 있는 경우가 21.6%, 인공유산 경험이 있는 경우는 20.3%였다. 이에 반해 성관계시 매번 성병예방 조치를 하는 경우가 39.2%, 임신예방조치를 하는 경우는 44.6%로 나타났다. 전국 4년제 대학의 대표 표본을 조사한 손애리와 천성수의 연구(Son & Chun, 2005)도 유사한 결과를 보이고 있는데, 응답자의 1/3이 술에 취하여 원치 않은 성관계를 한 경험을 갖은 것으로 나타났고, 응답자의 17.6%가 원치 않은 임신을 경험한 것으로 나타났다. 2011년 보건복지부가 전국 대학생 6,000명을 대상으로 실시한 설문조사(Shin, 2011) 결과를 보면 항상 피임을 한다는 응답이 57.9%였고, 9.4%가 임신경험이 있다고 했다.

비록 최근 연구에서 피임 의도가 높아지고, 임신 경험이 낮아지고는 있지만 여전히 성관계에 대한 교육은 부족한 상태다. 우남식·박미숙·최왕규의 조사(Woo, Park, & Choi, 2006)에서는 학교나 부모를 통한 성교육보다는 대중매체나 인터넷을 통한 성지식 학습이 잦은 것으로 나타났다. 신경

림(Shin, 2011)의 성교육 수요조사 결과에 따르면, 대학교 때의 성교육 경험은 20.3%로 초·중·고등학교에서의 성교육 경험에 비해 떨어지는 편이었는데, 설문 응답자의 1/3이 성관련 강좌를 희망하고 있었다. 따라서 안전한 성행위를 통한 원치 않는 임신 예방에 관한 교육 수요는 존재하나, 실질적인 교육이나 캠페인은 제대로 공급되고 있지 않는 상황이다.

남녀 대학생은 성지식, 성태도, 피임 의도 등에서 차이점을 보이고 있었으며, 이는 임신 가능성에 대한 위험 인지도에 영향을 미쳤다. 먼저 성별에 따른 성 태도를 살펴보면, 대부분의 연구에서 남학생들의 성태도가 여학생들보다 더 개방적으로 나타났으며, 남학생들이 여학생들보다 다소 개방적 성 의식을 가지고 있다는 사실을 발견할 수 있었다(Choi & Ha, 2004; Kang, 2007). 피임태도의 경우 여학생이 남학생에 비해 긍정적인 것으로 나타났고(Choi, Kim, & Shin, 2010; Hur et al., 2007; Lim & Cho, 2002), 피임지식의 경우에는 남학생들에 비해 여학생의 평균이 조금 더 높은 것으로 나타났다(Choi & Ha, 2004; Choi, Kim, & Shin, 2010; Lim & Cho, 2002).

그 외에도 성행위 의도, 주관적 규범(Kim, 2014) 등에서 성별에 따라 유의한 차이가 있었는데, 여학생의 경우 남학생들에 비해 안전한 성행위 의도가 높았으며, 안전한 성행위에 대해 주위 사람들로 부터 받는 압력의 정도가 큰 것으로 나타났다. 황신우와 정재원의 연구(Hwang & Chung, 2014)에서는 여성의 임신취약성이 피임 태도에 미치는 영향이 남성의 경우보다 더 높게 나타났다. 반

면 남성의 피임태도가 피임 의도에 영향을 주는 것이 여성의 경우보다 더 강하게 나타났다. 여성의 경우 임신으로 인한 신체적·사회적 부담감에 민감하지만 남성의 경우 파트너의 임신으로 인해 본인의 미래가 영향을 받는 것에 민감하게 반응하는 것으로 나타났다(Hwang & Chung, 2012, 2014).

미국에서 실시된 대학생들의 성관계에 대한 연구에서도 남학생과 여학생은 피임 의도, 피임을 하지 않은 성관계(unprotected sex)에 대한 태도가 다르게 나타났다. 특히 여학생은 남학생보다 콘돔 사용을 통한 혜택을 더 긍정적으로 보고, 사용하지 않은 경우의 손실을 더 부정적으로 인식했다(Parsons et al., 2000). 이에 반해 남학생은 콘돔을 사용하지 않은 경우의 성관계를 더 자극적으로 느끼는 것으로 드러났다(Wang, 2013). 이런 연구 결과에서 남학생과 여학생이 피임을 하지 않은 성관계로부터 느끼는 위협 인식이 서로 다르다고 유추할 수 있고 이는 남학생과 여학생의 원치 않는 임신 예방 메시지에 대한 태도에도 영향을 미칠 것으로 판단된다.

건강 행위를 위한 메시지 프레이밍 연구에서 성별 차이를 주요 연구과제로 탐색한 논문은 드문 편인데, 유방암검진 메시지 프레이밍 효과를 연구한 논문(Kim, 2012)에서 서로 다른 메시지 프레이밍이 남녀에게 효과적이었다는 결과가 나온 바 있다. 김효정(Kim, 2012)의 연구에서 손실 프레이밍에 노출된 여성 참여자들은 이익 프레이밍에 노출된 여성 참여자들보다 더욱 정교화 된 정보처리과정을 보여 주며 유방암 검진을 긍정적으로 생각하게 된 반면, 남성의 경우 이익 프레이밍에 노출된 참가자들이 더

강한 메시지 회상을 보인 것으로 나타났다. 유방암 검진 손실 프레이밍이 여성 참여자들에게 더 효과적이었다는 결과는 메이어로위츠와 차이켄의 유방암 관련 연구 결과와 유사하다(Meyerowitz & Chaiken, 1987). 남성들의 경우에도 남성암 검진의 경우 손실 프레이밍이 더 효과적이라는 연구결과가 있다. 고훈암 자가 검진을 위한 메시지 프레이밍 연구(Umphrey, 2003)에서 손실 프레이밍에 노출된 참여자들이 더 높은 고훈암 취약성과 호의적인 메시지 태도를 보인 것으로 드러났다. 따라서 현재까지의 연구결과로는 특정 성별이 특정 메시지 프레이밍을 선호하는 것을 예측하기 힘들 것으로 보인다.

임신의 경우 여성암이나 남성암처럼 특정 성별에만 더 강한 영향력을 주는 주제라고 보기는 어렵다. 성관계 당사자인 남녀가 느끼는 심각성이나 문제 인식 수준의 명확한 차이가 확실하지 않기에 현재 연구에서는 메시지 프레이밍이 수용자 성별에 따라 심리적 반발, 메시지 태도, 캠페인 구전 의도에 미치는 영향은 연구문제로 설정하고자 한다.

- 연구문제 1: 메시지 프레이밍과 수용자의 성별은 분노와 부정적 인지에 어떤 상호작용 효과를 보일 것인가?
- 연구문제 2: 메시지 프레이밍과 수용자의 성별은 메시지 태도에 어떤 상호작용 효과를 보일 것인가?
- 연구문제 3: 메시지 프레이밍, 조절초점과 수용자의 성별은 예방 행동 의도에 어떤 상호작용 효과를 보일 것인가?

## 연구방법

### 실험설계 및 실험절차

본 연구의 가설을 검증하기 위해서 2(프레임 유형: 이익 vs. 손실) x 2(조절초점: 향상 vs. 예방) x 2(성별: 남성 vs. 여성)의 피험자 간 요인설계를 사용하였다. 실험에 참가한 피험자는 서울시내 광고 홍보학과 수강생 200명(남자 100명, 여자 100명)으로 강의시간이나 광고창작실에서 무작위로 이익 프레임과 손실 프레임에 할당 되었다.

실험절차는 먼저 피험자들의 내재적 조절초점을 측정한 후에(Kim, 2008), 실험처치물인 원치 않는 임신 예방 메시지를 실험자들에게 노출시키고, 메시지에 대한 태도, 심리적 반발과 예방 행동 의도를 물어보는 순서로 진행하였다. 마지막으로, 인구통계학적 변인인 성별, 나이를 물어봤다.

### 실험물

실험물은 각각 이익 프레임과 손실 프레임을 담은 2개의 메시지로 구성하였다. 이익 프레임의 경우 콘돔 사용으로 인한 원치 않는 임신 예방, 안정적인 사회적 성장과 경제적 활동, 불필요한 사회 비용 감소와 같은 이익을 제시하였다. 손실 프레임의 경우 콘돔 사용을 하지 않아 발생하는 원치 않는 임신으로 인한 양육의 고통, 사회적 성장과 경제적 활동의 제한과 같은 손실을 제시하였다. 각 프레임의 이익과 손실은 미국에서 진행되고 있는 원치 않는 임신 예방에 대한 캠페인 메시지 연구(Kaye, Gootman, Ng, & Finley, 2014)를 바탕으로 개인적인 이익/손실, 사회적 이익/손실을 참조하여 작성되었다.

설득적 효과에 영향을 줄 수 있는 다른 메시지 변인을 통제하기 위해 이익/손실 프레임에 동일한 메시지 배열방식, 글꼴, 크기를 이용하였고, 국내 이동유기 수치 증가세에 대한 동일한 이미지를 사용하였다.

### 측정도구

#### 조절초점

실험참가자의 조절초점은 김은숙(Kim, 2008)의 예방초점 8문항( $\alpha = .82$ )과 향상초점 8문항( $\alpha = .85$ )을 활용하였다. 구체적으로 향상초점은 “일반적으로 나는 내 인생에서 긍정적 결과들을 달성하는 것에 초점을 맞춘다”, “전반적으로 나는 실패를 예방하는 것보다 성공을 성취하는 것에 더욱 방향을 맞춘다” 등의 문항으로, 예방초점은 “나는 이득을 얻는 것보다 손실을 예방하는 쪽으로 더욱 방향을 맞춘다”, “일반적으로 나는 내 인생에서 부정적 사건을 예방하는 것에 초점을 맞춘다” 등의 문항을 5점 척도를 통해 측정하였다.

본 논문은 참가자들의 향상초점과 예방초점 응답 간의 중간값 차이를 기준으로 하는 분할을 통해 향상초점 집단과 예방초점 집단으로 나누었다(Zhao & Pechmann, 2007). 참가자들의 예방초점 8문항의 중간값은 3.25, 향상초점 8문항의 중간값은 3.88이었고 향상초점의 중간값에서 예방초점의 중간값을 뺀 차이는 .63이었다. 이를 바탕으로 응답자의 향상초점의 중간값과 예방초점의 중간값의 차이가 .63 이상이면 향상초점 그룹으로 .63 이하면 예방초점 그룹으로 구분했다.

### 심리적 반발

심리적 반발은 정서적 요소인 분노(Dillard & Shen, 2005)와 인지적 요소인 부정적 인지(Dillard & Shen, 2005; Yoo, Park, & Na, 2010)를 5점 척도를 통해 측정했다. 분노는 실험 메시지에 대해 느끼는 감정인 “화가 난다”, “짜증이 난다”, “약오르다”의 3개 문항( $\alpha = .84, M=2.36, SD=0.83$ )을 통해 부정적 인지는 “이 공익 메시지에서 권고하는 대로 하면 자유를 빼앗기는 듯한 느낌이 든다”, “내 생활에 간섭을 받는 듯한 느낌이 든다”, “이 메시지에서 말하는 바에 부정적이다”, “이 메시지에서 말하는 바에 동의하지 않는다”의 4개 문항( $\alpha = .85, M=1.98, SD=0.92$ )을 통해 측정되었다.

### 메시지 태도

메시지 태도는 4개 항목(부정적이다/긍정적이다, 나쁘다/좋다, 마음에 안 든다/마음에 든다, 싫다/좋다, 호감이 안 간다/호감이 간다)을 5점 척도를 사용해서 측정( $\alpha = .87, M=3.53, SD=1.01$ )했다.

### 예방 행동 의도

예방 행동 의도는 선행연구들(Han, 2011; Yoo, Park, & Na, 2010)에서 사용된 측정항목들을 바탕으로 하였다. 예방 행동 의도는 구체적으로 “나는 원치 않는 임신 예방에 관한 정보를 추가적으로 탐색할 의향이 있다”, “나는 캠페인에서 제시된 예방행동을 가까운 사람(가족, 친지, 친구, 동료 등)에게 권유할 생각이다”, “나는 캠페인에서 제시된 예방행동을 일반 사람들에게 권유할 생각이다”의 총 3개 문항( $\alpha = .80, M=2.72, SD=0.89$ )을 5점

척도로 질문했다.

### 기타 변인

참가자들의 성별과 연령을 추가적으로 측정하였다. 독립변인인 프레임 유형, 조절초점, 성별 이외에 연령이 메시지 태도, 심리적 반발, 캠페인 구전 의도에 영향을 미칠 수 있는 공변인으로 측정하였으나 분석 결과 종속변인에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 분석 보고에는 포함시키지 않았다.

### 연구결과

#### 조작점검

가설검증에는 SPSS 20이 사용되었고, 유의도 수준은 .05로 설정하였다. 본격적인 분석에 앞서 데이터 클리닝을 실시한 결과 일변량 극단치와 다변량 극단치는 발견되지 않았다.

가설검증에 앞서, 메시지 프레임이 제대로 조작되었는지 확인하기 위해 t-검증을 통해 알아보았다. 본 연구는 메시지 프레임이 이익과 손실로 제대로 조작되었는지를 점검하기 위해 선행연구에서 이용된 두 가지 문항 “이 메시지는 메시지에서 의도하는 바대로 행동할 경우 얻을 수 있는 혜택을 강조하고 있다”, “이 메시지는 메시지에서 의도하는 바를 수용하지 않을 경우 초래될 수 있는 불이익을 강조하고 있다”(Kim, Lee, & Choi, 2008)를 5점 척도로 측정하였다. 그 결과 이익 프레임( $M=3.12$ )이 손실 프레임( $M=1.94$ )보다 메시지에서 권유하는 행

**Table 1** Three-way ANOVA(DV =Message Attitudes)

Source	df	MS	F	p
Message Frame(Gain/Loss)	1	8.63	7.44	.007
Regulatory Focus(Prevention/Promotion)	1	.79	.68	.412
Gender(Male/Female)	1	.07	.06	.808
Frame*Regulatory Focus	1	1.08	.93	.337
Frame*Gender	1	2.81	2.42	.121
Gender*Regulatory Focus	1	2.23	1.92	.167
Frame*Gender*Regulatory Focus	1	.04	.04	.850
SE	192	1.16		
SUM	200			

동으로 인한 혜택을 더 강조하고 있는 것으로 평가( $t(198)=8.75, p<.001$ )됐고, 손실 프레임( $M=4.21$ )이 메시지 행동 이행 거부로 인한 불이익을 이익 프레임( $M=3.21$ )보다 더 강조하고 있는 것으로 인식( $t(198)=6.91, p<.001$ )됐다. 따라서 실험설계에서 의도한 대로 실험 참가자들은 이익 프레임으로부터는 혜택을, 손실 프레임으로부터는 불이익을 더 강하게 인식한 것으로 점검되었다.

앞에서 제시한 방식대로 향상초점과 예방초점 그룹을 구분한 결과, 이익 프레임에는 29명의 예방초점 남성, 23명의 예방초점 여성, 28명의 향상초점 남성, 20명의 여성, 손실프레임에는 19명의 예방초점 남성, 27명의 예방초점 여성, 24명의 향상초점 남성, 30명의 향상초점 여성이 참가했다.

## 가설 검증

### 메시지 태도

가설을 검증하기 위해 메시지 프레임, 성별, 조절

초점을 독립변인으로 하고, 각 변인간의 상호작용을 검토하는 삼원분산 분석(analysis of variance)을 사용하였다. <가설 1>은 메시지 태도에 대한 메시지 프레이밍과 조절초점의 상호작용을 예측했으나 <Table 1>에서 나타난 것처럼 유의미하게 나타나지 않았다. 따라서 <가설 1>은 기각되었다. 단지 이익 프레임( $M=3.75$ )이 손실 프레임( $M=3.33$ )보다 더 긍정적인 메시지 태도를 이끌어 냈다( $F(1, 192)=4.24, p<.05$ ).

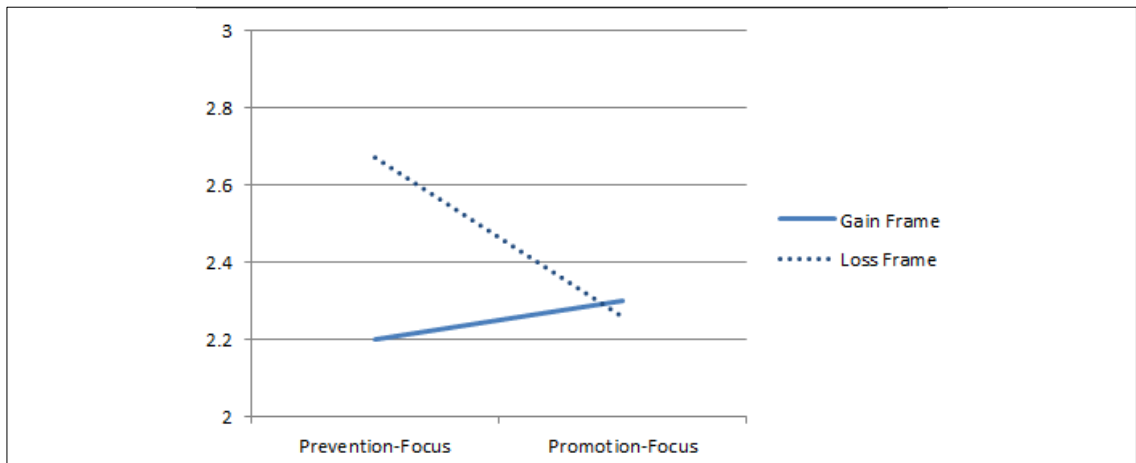
메시지 프레이밍과 대학생의 성별이 메시지 태도에 미치는 상호작용 분석 결과 유의미한 상호작용은 없었다.

### 심리적 반발

<가설 2>와 <가설 3>은 원치 않는 임신에 대한 메시지 프레이밍과 조절초점 성향이 심리적 반발에 상호작용 영향을 줄 것이라 예측했다. <Table 2>에서 보이는 것처럼 메시지 프레임과 조절초점은

**Table 2** Three-way ANOVA(DV = Anger)

Source	df	MS	F	p
Message Frame(Gain/Loss)	1	2.33	3.47	.064
Regulatory Focus(Prevention/Promotion)	1	1.12	1.67	.198
Gender(Male/Female)	1	.10	.15	.700
Frame*Regulatory Focus	1	3.09	4.60	.033
Frame*Gender	1	.82	1.23	.269
Gender*Regulatory Focus	1	.13	.19	.667
Frame*Gender*Regulatory Focus	1	.59	.88	.351
SE	192	.67		
SUM	200			



**Figure 1** The Interaction between Message Framing and Regulatory Focus on Anger

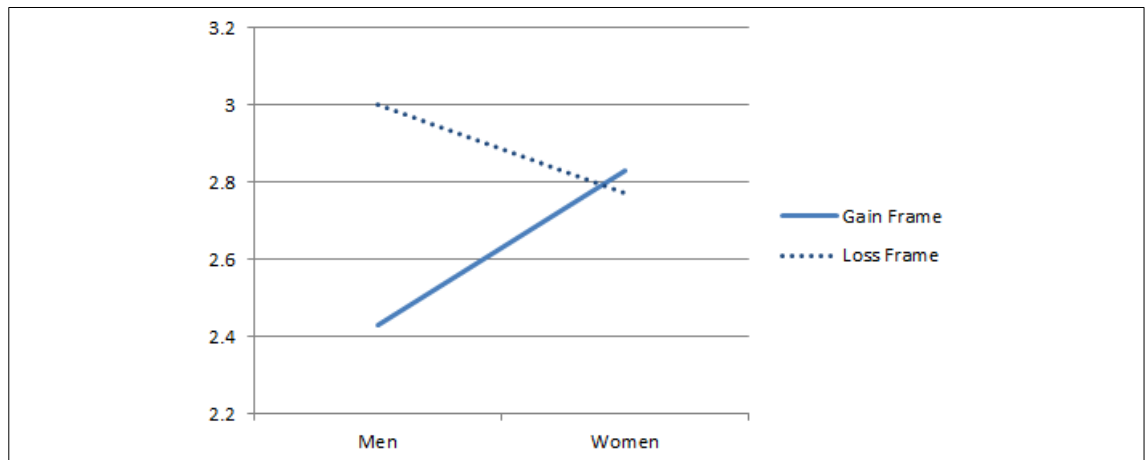
분노에 유의미한 상호작용을 보였다( $F(1, 192) = 4.42, p < .05$ ). Bonferroni 사후검증 분석에 의하면 예방초점 그룹이 손실 프레임에 노출되었을 때( $M=2.67$ )가 이익 프레임( $M=2.20$ )에 노출되었을 때보다 더 높은 분노 반응을 보였고( $p < .05$ ),

향상초점 그룹은 손실 프레임( $M=2.26$ )과 이익 프레임( $M=2.30$ ) 간에 유의미한 차이는 없었다 (<Figure 1> 참조).

부정적 인지의 경우 조절초점과 메시지 프레이밍 간의 상호작용은 일어나지 않았다(<Table 3> 참

**Table 3** Three-way ANOVA(DV =Negative Cognition)

Source	df	MS	F	p
Message Frame(Gain/Loss)	1	3.51	4.24	.041
Regulatory Focus(Prevention/Promotion)	1	.02	.02	.885
Gender(Male/Female)	1	1.55	1.88	.172
Frame*Regulatory Focus	1	1.52	1.84	.177
Frame*Gender	1	.07	.09	.766
Gender*Regulatory Focus	1	2.93	3.55	.061
Frame*Gender*Regulatory Focus	1	.25	.31	.580
SE	192	.83		
SUM	200			



**Figure 2** The Interaction between Message Framing and Gender on Preventive Behavioral Intention

조). 단지 메시지 프레이밍만이 부정적 인지에 유의미한 주효과를 일으켰다. 손실 프레임에 노출된 경우( $M=2.11$ )가 이익 프레임( $M=1.85$ )에 노출된 경우보다 부정적 인지를 더 높게 느꼈으나( $F(1, 192) = 4.24, p < .51$ ) 전반적인 부정적 인지 응답치는

중간점 아래였다. 따라서 <가설 2>와 <가설 3>은 기각되었다.

<연구문제 2>는 원치 않는 임신에 대한 메시지 프레이밍과 대학생의 성별이 심리적 반발에 어떤 영향을 일으킬 것인지에 대해 탐구했다. 메시지 프



**Table 4** Three-way ANOVA(DV = Preventive Behavioral Intentions)

Source	df	MS	F	p
Message Frame(Gain/Loss)	1	2.83	3.96	.048
Regulatory Focus(Prevention/Promotion)	1	5.80	8.10	.005
Gender(Male/Female)	1	.32	.45	.502
Frame*Regulatory Focus	1	.07	.10	.757
Frame*Gender	1	5.26	7.35	.007
Gender*Regulatory Focus	1	5.24	7.32	.007
Frame*Gender*Regulatory Focus	1	2.28	3.19	.076
SE	192	.72		
SUM	200			

레이밍과 성별은 분노와 부정적 인지에 유의미한 상호작용을 일으키지 않았고, 유의미한 주효과도 없었다.

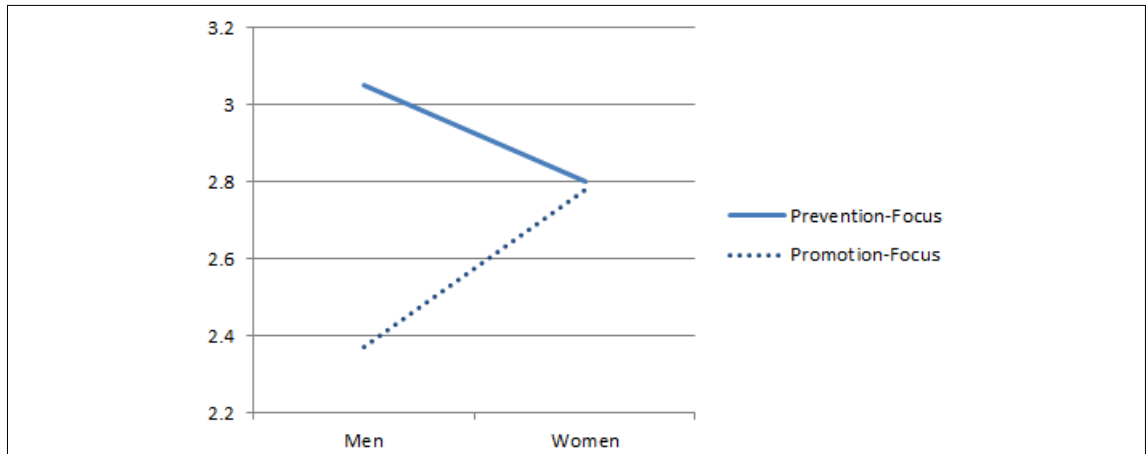
#### 예방 행동 의도

〈가설 4〉는 메시지 프레이밍과 조절초점이 원치 않는 임신 예방 행동 의도에 미치는 상호작용을 분석했다. 〈Table 4〉에서 보이는 것처럼 메시지 프레이밍과 조절초점은 상호작용은 일으키지 않았으나 유의미한 주효과를 보였다. 손실 프레임( $M=2.87$ )은 이익 프레임( $M=2.63$ )보다 더 긍정적인 예방 행동 의도를 보였고( $F(1, 192)=5.95, p<.05$ ), 예방초점그룹( $M=2.93$ )이 향상초점그룹( $M=2.57$ )보다 더 높은 예방 행동 의도를 보였다( $F(1, 192)=15.66, p<.01$ ). 따라서 〈가설 4〉는 기각되었다.

대학생 응답자의 성별과 메시지프레임은 예방 행동 의도에 상호작용을 일으켰다( $F(1, 192)=$

$7.35, p<.01$ ). 〈Figure 2〉에서 나타난 것처럼 여자 대학생의 경우 이익 프레임과 손실 프레임에 대한 반응은 크게 차이가 없었으나, 남자 대학생은 프레임 간에 그룹차이를 나타냈다. Bonferroni 사후 검증 분석 결과 이익 프레임에 노출된 남학생그룹( $M=2.43$ )이 손실 프레임( $M=3.00, p<.01$ )에 노출된 남학생그룹보다 낮은 예방 행동 의도를 보이는 것으로 나타났다. 즉 여학생들의 경우 프레임 유형에 유의미한 영향을 받지 않았으나 남학생들의 경우 손실 프레임에 더 긍정적인 영향을 받았다.

이외에도 성별과 조절초점이 예방 행동 의도에 미치는 상호작용은 유의미한 것으로 나타났다( $F(1, 192)=7.32, p<.01$ ). 사후검증 분석결과 예방초점 남학생들( $M=3.05$ )이 향상초점 남학생들( $M=2.37, p<.01$ )보다 예방 행동 의도가 유의미하게 높은 것으로 나타났지만, 향상초점 여학생들( $M=2.78$ )과 예방초점 여학생들( $M=2.80$ )의 예방 행동 의도는 유의미한 차이가 없었다(〈Figure 3〉 참조).



**Figure 3** The Interaction between Regulatory Focus and Gender on Preventive Behavioral Intention

## 논의 및 결론

본 논문은 메시지 프레임과 조절초점, 메시지 프레임과 성별의 상호작용을 통해 원치 않는 임신 예방의 효과적인 메시지를 개발하는 것이 주요 목적이다. 분석결과, 가설에서 제안한 메시지 프레임과 조절초점의 상호작용이 아닌 메시지 프레임의 주효과가 대부분의 종속변인에서 유의미하게 발견되었다. 이익 프레임이 손실 프레임보다 심리적 반발을 낮추고 메시지 태도에도 긍정적인 영향을 미쳤으나, 행동 의도에서는 손실 프레임이 오히려 더 긍정적인 영향을 보였다. 상호작용의 경우, 가설에서 제안한 방향이 아닌 예방초점 소유자가 손실 프레임에 노출되었을 때 더 높은 분노를 보였다. 또한 남학생들의 경우 손실 프레임에 노출된 집단이 이익 프레임에 노출된 집단보다 더 높은 행동 의도를 보였다.

우선 메시지 프레임 유형은 부정적 인지과 메시지 태도, 행동 의도에 다른 영향을 미치는 것으로 드러났다. 부정적인 결과를 강조하는 손실 프레임에 노출된 참가자들은 메시지가 자신들의 사적 영역에 간섭하는 것으로 받아들여 그 의도를 노골적 설득으로 판단하고 부정적 평가를 보였을 수 있다. 한국 대학생들은 성행위나 콘돔사용에 관한 메시지나 대화를 아직까지도 민감하게 여기거나 회피하는 경향이 존재하는데(Choi, Kim, & Shin, 2010; Hwang & Chung, 2012), 원치 않는 임신 예방 메시지는 사생활에 대한 간섭이라는 인식과 함께 부정적인 평가를 불러 일으켰을 수도 있다. 즉, 주제에 관한 불편함과 손실프레임에서의 부정적인 결과 묘사가 손실메시지를 부정적으로 평가하게 만들었을 수 있다.

하지만 행동의도에서 손실 프레임이 이익 프레임보다 더 높은 영향을 미친 것은 실험 참가자들이 메

시지 자체에 대한 판단과 메시지의 권고행동에 대한 판단을 달리했다는 것을 암시한다. 즉, 참가자들의 실제 행동 의도를 강화할 수 있는 자극을 불러일으키는 데는 손실프레임이 더 설득력 있는 동기로 판단했던 것으로 보인다. 블랜튼과 그의 동료들은(Blanton, Vanden Eijnden, Buunk, Gibbons, Gerrard, & Bakker, 2001) 안전한 성관계를 가지는 사람의 유형(prototype)과 안전하지 않은 성관계를 가지는 유형을 바탕으로 각각의 유형이 콘돔 이용 의도에 미치는 영향을 연구했다(Blanton, Vanden Eijnden, Buunk, Gibbons, Gerrard, & Bakker, 2001). 그들의 연구 참가자들은 안전한 성관계를 가지는 긍정적 유형을 더 책임감이 있고 믿음직하게 인식했지만, 실제로 참가자들의 콘돔 이용 의도에 영향을 미치는 유형은 안전한 성관계를 갖지 않는 부정적 유형인 것으로 드러났다. 블랜튼과 그의 동료들은(Blanton, Vanden Eijnden, Buunk, Gibbons, Gerrard, & Bakker, 2001) 연구 참여자들이 안전하지 않은 성관계를 갖는 유형에 노출된 경우 그와 연관된 부정적 이미지를 피하려는 동기와 도덕적 책임감이 강해지면서 더 강한 콘돔 사용 의도를 보고했을 수 있다고 주장했다. 본 연구의 참가자들도 이익 프레임에 더 호의적으로 평가했으나 손실 프레임으로부터 더 강한 도덕적 책임감 혹은 회피 동기를 느꼈을 수 있다. 향후 연구에서는 프레임 유형이 메시지 태도 외에도 도덕적 책임감, 회피 동기 등에 미치는 영향과 궁극적으로 행동 의도에 미치는 영향을 검토해 볼 필요가 있다.

본 논문의 조절초점 연구 결과를 정리해 보면, 항상초점 그룹이 손실·이익 프레임에 상관없이

유사한 종속변인 응답을 보였고, 예방초점 그룹은 손실 프레임에 더 높은 분노 반응을 보였다. 또 행동의도에서는 프레임에 상관없이 예방초점 그룹이 항상초점 그룹보다 더 긍정적인 반응을 보였다.

조절초점이 심리적 반발의 정서적 요소인 분노에 미치는 영향의 경우, 가설에서는 예방초점 수용자의 분노 수준이 프레임 유형에 영향을 받지 않을 것이라고 보았다. 그러나 예측한 것과 달리 항상초점 그룹의 분노 수준은 프레임 유형에 영향을 받지 않았고 예방초점 그룹은 손실 프레임에 더 높은 분노를 보였다. 의무에 민감하고, 부정적인 사건 발생 방지에 신경을 쓰는 예방초점 수용자는 메시지에 묘사된 원치 않는 임신으로 인한 부정적인 결과를 회피하지 못하는 상황을 분노라는 부정적인 감정으로 평가했을 수 있다. 히긴스(Higgins, 2001; Higgins, Shah, & Friedman, 1997)는 항상초점과 예방초점 소유자가 부정적인 사건과 긍정적인 사건에 노출되었을 때 발생하는 감정이 다르다고 설명했다. 부정적인 결과를 예방하지 못하는 사건에 노출되거나 예방에 실패했을 경우 항상초점 소유자는 낙담을 보이는 반면 예방초점 소유자는 불안 혹은 동요(agitation)와 같은 감정을 드러낸다는 것이다. 항상초점 소유자의 낙담 혹은 실망은 권고 행동을 실천하는 동기로 작동하지 않는 반면, 예방초점 소유자가 부정적인 사건에 노출된 후 예방에 성공하지 못했을 때 느끼는 불안, 동요와 같은 감정은 더 높은 주의(vigilance) 혹은 경계 동기를 강화시킨다고 했다. 즉 본 논문에서의 예방초점 그룹이 손실 프레임 노출 후 느끼는 분노가 오히려 예방동기를 강화하는 자극으로 작용했을 지도 모른

다. 향후 연구에서는 심리적 반발과 메시지 태도, 예방 행동 의도 간의 관계 규명을 통해 예방초점 소유자의 분노 수준이 어떤 역할을 하는 지 점검해 볼 필요가 있겠다.

예방 행동 의도에서는 프레임 유형에 상관없이 예방초점 그룹이 항상초점 그룹보다 더 높은 행동 의도를 보였다. 이는 블랜튼과 동료들의 연구 (Blanton, Vanden Eijnden, Buunk, Gibbons, Gerrard, & Bakker, 2001)에서 밝혀진 것처럼 원치 않는 임신 예방과 콘돔이라는 주제 자체가 예방 초점의 안전위주의 보호동기를 더 민감하게 끌어 낸 것으로 보인다. 따라서 메시지 유형과는 상관없이 예방초점 소유자가 안전한 성관계(safer sex)에 더 높은 관심을 가지는 것으로 보인다.

성별은 분노라는 감정, 부정적 인지 평가, 메시지 태도에서는 유의미한 주효과나 상호작용은 없었지만, 예방 행동 의도에서는 메시지 프레임, 조절 초점과 유의미한 상호작용을 보였다. 우선 여학생들의 경우, 프레임 유형에 유의미한 영향을 받지 않았으나 남학생들의 경우 손실 프레임에 더 긍정적인 영향을 받았다. 이는 피임에 상대적으로 부정적인 남학생(Choi, Kim, & Shin, 2010; Hur et al., 2007; Lim & Cho, 2002)을 대상으로 하는 메시지 개발에는 의미 있는 결과로 보인다. 선행연구 (Choi, Kim, & Shin, 2010; Hwang & Chung, 2012)에 의하면 남학생들은 성관계의 상대방이 피임을 해야 한다고 생각하거나 상대방이 요구할 경우에만 피임을 준비하는 것으로 드러나 피임에 대해서는 여학생들보다 소극적인 것으로 드러났다. 또한 여학생들의 경우 성경험이 없을수록 상대방

의 눈치를 보며 피임에 소극적인 것으로 드러났다. 하지만, 최근 연구에서는 미혼 남성이라도 파트너의 임신이 본인의 성장에 부정적인 영향을 미치는 것에 민감한 경우 긍정적 피임 태도와 의도를 보이는 것으로 나타났다(Hwang & Chung, 2012, 2014). 따라서 원치 않는 임신 예방 캠페인이 안전한 성관계의 주요 결정권자인 남학생들을 타겟으로 자기 성장 기회의 손실과 준비되지 않은 상태에서의 양육의 고통, 학업과 동반해야 하는 책임감의 무게에 초점을 맞춘다면 더 자발적인 피임 의도를 이끌어 낼 수 있을 것으로 보인다.

또한, 본 논문의 결과에 의하면 항상초점 여학생들과 예방초점 여학생들의 행동의도에는 유의미한 차이가 없었지만, 예방초점 남학생들이 항상초점 남학생들보다 행동의도가 유의미하게 높은 것으로 나타났다. 조절초점은 개개인이 내재적으로 갖고 있는 개인적 성향인 동시에 상황적인 조절로 인해 점화(priming)될 수 있다(Kim, 2013; Shah, Higgins, & Friedman, 1998; Zhao & Pechmann, 2007). 따라서 남학생들의 예방초점 성향을 점화해 내기 위해서는 의무와 책임감을 강조하는 문구를 메시지 혹은 광고 서두에 도입함으로써 상대방과 자신에 대한 의무와 배려를 상기시키며 임신으로 인해 발생할 수 있는 각종 손실을 전달하는 것이 효과적일 것으로 보인다.

원치 않는 임신은 남녀 파트너의 개인적 성장과 안정된 미래뿐만 아니라 그들 가족의 행복, 영아의 생명과 건강에까지 영향을 미칠 수 있는 사회적 문제다. 원치 않는 임신의 사회적 중요성에 비해 임신으로 인해 발생하는 극단적인 선택, 이를 예방하기

위한 전략 연구는 턱없이 부족한 편이다. 특히 청소년과 대학생들의 안전하지 못한 성관계 예방에 대한 연구는 그 중요성에 비해 많이 연구되지 않고 있다. 서론에서도 밝혔듯이 국내 헬스커뮤니케이션 연구에서 암, 음주, 흡연에 비해 성관계에 대한 연구는 그 비중이 상대적으로 떨어지는 편이다(Paek & Shin, 2014). 해외 헬스커뮤니케이션 연구에서도 암, HIV/AIDS, 흡연이 가장 자주 연구된 주제로 발견되었고(Freimuth, Massett, & Meltzer, 2006), 주제별 효과 크기(effect size)를 비교한 연구에서는 성관계 연구가 다른 주제에 비해 약한 효과를 갖는 것으로 발견되었다. 스나이더와 동료들(Snyder et al., 2004)이 헬스커뮤니케이션 연구의 8개 주제별로 효과 크기를 분석한 결과 성관계 관련 연구(sexual topic)의 효과 크기가 가장 낮은 것으로 나타났다. 그들의 연구 이후 연구주제별 효과를 점검한 메타분석 연구가 없어 속단하기는 힘들지만 여전히 가장 다루기 힘든 연구주제중 하나가 성관계 혹은 이로 인한 질병이나 그 결과를 다루는 것이라 추측된다.

비록 본 연구가 가설을 통해 의도했던 연구결과를 발견하지는 못했지만, 국내에서 부족한 원치 않는 임신 관련 커뮤니케이션의 초기 단계 연구라는 점에서 그 의미를 찾을 수 있겠다. 현재 미혼 남성과 여성을 상대로 성관계에 대한 태도, 피임 지식 및 태도 등 보건학적 인식 조사는 주기적으로 진행되고 있다. 하지만, 안전하지 않은 성관계와 이로 인한 부정적 결과를 예방하기 위한 메시지 전략 연구가 부족한 상황에서 본 연구의 결과는 좀 더 개선된 방향성을 제시할 수 있을 것이다. 물론 향후 연

구에서는 파트너 간의 피임에 대한 대화 부재, 청소년을 포함한 미혼 커플의 성관계에 대한 폐쇄적인 시각 등을 해소할 수 있는 대인적, 사회적 수준에서의 연구도 병행되어 원치 않는 임신 예방을 위한 다각적인 캠페인 접근이 모색되어야겠다.

본 논문이 의도했던 프레임과 조절초점 간의 상호작용을 발견하지 못한 이유를 규명하기 위해 이론적 접근, 실험물 조작, 연구방법 측면에서 한계점을 점검해 보고자 한다. 우선 선행연구에서 조절초점의 향상초점과 예방초점이 이익 및 손실 프레이밍에 상당히 일관되게 반응하는 결과를 보여 준 수용자 변인이기에 본 연구의 결과는 예상 밖이라고 할 수 있다. 메시지 프레이밍에 조절초점을 접목한 본 연구의 이론적 접근의 적절성을 재평가하기 위해 조절초점 논문에서 주로 연구한 주제를 살펴본 결과 안전하지 못한 성관계와 같은 위험한 행위(risky behavior)는 아직 많이 연구되지 않은 영역인 것으로 나타났다. 조절초점은 본래 마케팅논문(Higgins, Shah, & Friedman, 1997; Lee & Aaker, 2004; McKay-Nesbitt, Bhatnagar, & Smith, 2013; Yoon, Sarial-Abi, & Gürhan-Canli, 2012; Yun, 2012; Wang & Lee, 2006)에서 수용자 변인으로 검토되어 왔고, 헬스커뮤니케이션 연구의 경우 주로 채소과일 혹은 비타민 섭취나 운동 장려(Bosone, Martinez, & Kalampalikis, 2015; Kees, Burton, & Tangari, 2010; Latimer et al., 2008), 정보검색(Hong, 2014; Lee & Aaker, 2004)과 같은 특정 건강행동을 채택(adooption)하는 영역에서 조절초점과 메시지 프레임의 매칭효과가 테스트되어 왔다. 따라서 안전하지 못한 성행위와 같은 위험행위 영

역에서도 조절초점과 메시지 프레이밍이 일관된 결과를 낼 수 있을지 다른 영역과 비교되어야겠다.

두 번째로 본 논문의 메시지 조작성이 선행연구의 메시지 프레이밍(Kim, Lee, & Choi, 2008; Lee, Na, & Kim, 2006)과 미국 캠페인의 주요 논의점(Kaye, Gootman, Ng, & Finley, 2014)을 참조하여 제작되었지만 개선의 여지가 있다. 우선 본 논문에서의 메시지 프레이밍은 원치 않는 임신 예방에 고유한 이익과 임신에 따른 구체적인 손실에 집중하였으나 각 조절초점이 중시하는 인생 목표를 메시지 자체에서 점화시킴으로써 설득효과를 강화시킬 필요가 있겠다. 앞서서도 논의했듯이 조절초점은 과제나 메시지를 통해 상황적으로 점화시킬 수 있는데, 이익 프레임이 성취, 희망과 같은 진취적 목표와 함께 메시지의 주제가 되는 행동으로 인한 긍정적 결과를 언급하고, 손실 프레임이 의무, 책임감, 실패 예방과 같은 방어적 목표와 함께 메시지의 주제가 되는 행동을 이행하지 못할 경우 겪게 될 손실을 언급한다면 더 강한 메시지 프레이밍 효과를 얻을 수 있을 것으로 보인다. 자오와 폐히만은 청소년을 대상으로 실시한 비흡연 연구(Zhao & Pechmann, 2007)에서 비흡연으로 인한 사회적 호감과 흡연으로 인한 사회적 반감 발생 유무를 이익과 손실 프레임에 접목시켜 연구하였다. 그 결과 항상초점 청소년들에게는 이익 프레임에 비흡연으로 인한 사회적 호감 획득을 접목시킨 메시지가, 예방초점 청소년들에게는 손실 프레임에 흡연으로 인한 사회적 비호감 발생을 접목시킨 메시지가 더 효과적인 것으로 나타났다. 따라서 향후 프레이밍 연구에서는 특정 행동으로 인한 이익, 손실과 같은

결과와 더불어 항상초점과 예방초점이 지향하는 인생 목표를 강화하여 메시지의 설득력을 다시 연구해 볼 필요가 있겠다.

본 연구의 실험물 개발시 원치 않는 임신에 관련된 국내 연구 결과가 부족하였기에 미국의 원치 않는 임신 예방 캠페인(Kaye, Gootman, Ng, & Finley, 2014)에서 제안하는 이익과 손실을 참조하여 실험물을 개발했다. 이익과 손실 프레이밍을 확실히 조작하기 위해 다양한 혜택과 손실을 열거함으로써 실험 참가자들의 이익과 손실에 대한 인식을 강화시키려 했다. 이익 프레임에는 콘돔 사용으로 인한 원치 않는 임신 예방, 안정적인 사회적 성장과 경제적 활동, 불필요한 사회 비용 감소를 포함시켰고, 손실 프레임에는 원치 않는 임신으로 인한 양육의 고통, 사회적 성장과 경제적 활동의 제한과 같은 손실을 포함시켰다. 비록 이익과 손실 프레이밍 조작에는 성공하였으나 다수의 이익과 손실을 사용하였기에 연구 참가자들이 특정 이익이나 손실에 강하게 이끌렸을 가능성을 배제할 수 없다. 특히 손실 프레임에서 언급된 양육의 고통이 다른 손실과 이익에 비해 더 강한 특성으로 인식되었을 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 수용자들이 등가로 느낄 수 있는 혜택과 손실을 탐색하거나 손실 프레임을 혜택의 부재로 프레이밍함으로써 메시지 조작화를 더 정교화시킬 필요가 있겠다.

마지막으로 본 연구는 그룹 참가 형식의 설문조사로 인해 성관계와 관련된 민감한 질문을 하지 못한 한계를 갖고 있다. 온라인으로 연구 참가자를 모집할 경우, 모집 대상자와 실제 참가자가 다를 수 있고, 답변의 성실성이 떨어지는 단점 등이 있는데

반해 프라이버시와 관련된 민감한 주제를 물을 수 있다는 장점이 있다. 본 연구의 연구자들은 온라인 연구의 단점으로 인한 신뢰도 저하를 우려하여 실험 참여자가 강의실 혹은 창작실에서 그룹으로 참가하는 일반적인 형식의 연구방법을 선택했다. 그런데 그룹 단위의 설문조사로 인해 개인 프라이버시와 관련된 성관계나 콘돔 사용 경험에 대한 질문을 하지 못하는 한계점을 갖게 되었다. 성관계나 콘돔 사용 경험은 메시지 프레임과 상호작용할 수 있고, 메시지 태도나 원치 않는 임신 예방 행동 의도에 직접적인 영향을 미칠 수 있는 이슈 관여도를 대변할 수 있다. 향후 연구에서는 성관계와 콘돔 사용 경험이 메시지 프레임 유형을 통해 예방 행동 의도 형성과정에 미칠 수 있는 영향을 검증함으로써 원치 않는 임신 예방을 둘러싼 포괄적인 전략을 개발해 나가야 할 것이다.

## References

- Apanovitch, A. M., McCarthy, D., & Salovey, P. (2003). Using messaging framing to motivate HIV testing among low-income, ethnic minority women. *Health Psychology, 22*, 60~67.
- Bartels, R. D., Kelly, K. M., & Rothman, A. J. (2010). Moving beyond the function of the health behaviour: The effect of message frame on behavioural decision making. *Psychology & Health, 25*, 821~838.
- Blanton, H., Van den Eijnden, R. J. J. M., Buunk, B. P., Gibbons, F. X., Gerrard, M., & Bakker, A. (2001). Accentuate the negative: Social images in the prediction and promotion of condom use. *Journal of Applied Social Psychology, 3*, 274~295.
- Bosone, L., Martinez, F., & Kalampalikis, N. (2015). When the model fits the frame: The impact of regulatory fit on efficacy appraisal and persuasion in health communication. *Personality & Social Psychology Bulletin, 41*(4), 526~539.
- Brehm, J. W. (1966). A theory of psychological reactance, New York: Academic Press.
- Cesario, J., Grant, H., & Higgins, E. T. (2004). Regulatory fit and persuasion: Transfer from feeling right. *Journal of Personality and Social Psychology, 86*, 388~404.
- Chin, H. K. & Lee, C. M. (2014). Advertising message framing effects by types of knowledge. *Advertising Research, 103*, 176~212.
- Cho, H. O. & Kim, B. H. (2000). Investigating the relative persuasiveness of different types of obesity-prevention advertisement. *The Korean Journal of Advertising, 11*(4), 165~185.
- Choi, J. H., Kim, K. E., & Shin, M. A. (2010). Contraceptive knowledge, contraceptive attitude, and contraceptive use among college students: Function of gender, age, and residence. *Korean Journal of Human Ecology, 19*(3), 511~522.
- Choi, M. I. (2007). The effect of AIDS prevention campaign: Focused on fear appeal and message sidedness. *The Korean Journal of Advertising, 18*(2), 185~206.
- Choi, M. S. & Ha, N. S. (2004). A study of knowledge, attitude, and experience in sex and sexual autonomy of college students. *Korean Journal of Women Health Nursing, 10*(4), 318~330.
- Cohen, E., Shumate, M. D., & Gold, A. (2007). Anti-smoking media campaign messages: Theory and practice. *Health Communication, 22*, 91~102.
- Dillard, J. P. & Shen, L. (2005). On the nature of reactance and its role in persuasive health communication. *Communication Monographs, 72*, 144~68.
- Freimuth, V. S., Massett, H. A., & Meltzer, W. (2006). A descriptive analysis of 10 years of research published in the Journal of Health Communication. *Journal of Health Communication, 11*(1), 11~20.
- Han, K. H. (2011). The impact of health belief components on the effectiveness of women's cancer prevention campaigns. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations, 13*(2), 377~413.
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist, 52*, 1280~1300.
- Higgins, E. T. (1998) Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. *Advances in Experimental Social Psychology, 30*, 1~46.
- Higgins, E. T. (2001). Promotion and prevention experiences: Relating emotions to nonemotional motivational states. In J. P. Forgas (Ed.), *Handbook of affect and social cognition*(pp. 186~211). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Higgins, E. T., Shah, J., & Friedman, R. (1997). Emotional responses to goal attainment: Strength of regulatory focus as moderator. *Journal of Personality and Social Psychology, 72*(3), 515~525.
- Hong, S. M. & Ostini, R. (1989). Further evaluation of Merz's psychological reactance scale. *Psychological*



- Reports*, 64, 707~710.
- Hong, T. (2014). Examining the role of exposure to incongruent messages on the effect of message framing in an internet health search. *Communication Research*, 41(2), 159~179.
- Hur, M. H., Ahn, H. Y., Kwak, E. A., Kim, K. M., Park, J. Y., & Lee, J. I. R. (2007). A study on sexual behavior, and correlation between knowledge of contraception and attitude of contraception among university students. *Journal of Korean Academy of Nursing*, 37(3), 267~275.
- Hwang, S. W. & Chung, C. W. (2012). Contraception behaviors in unmarried men and women: A descriptive qualitative approach. *Perspectives in Nursing Science*, 9(2), 71~82.
- Hwang, S. W. & Chung, C. W. (2014). Structural equation modeling on contraception behavior of unmarried men and women in Korea: Gender difference. *Journal of Korean Academy of Nursing*, 44(2), 159~169.
- Kahneman, A. & Tversky, D. (1979). Prospect theory: An analysis of decisions under risk. *Econometrica*, 47, 263~292.
- Kang, H. Y. (2007). A study on the characteristics of sexual knowledge, attitudes, behaviors and variables forecasting sexual intercourse of university students. Unpublished Master Thesis, Sungkonghoe University, Seoul.
- Kang, M. (2010. 8. 24). Issue & News: Babies being abandoned. KBS News 9.
- Kaye, K., Gootman, J., Ng, A. S., & Finley, C. (2014). The benefits of birth control in America: Getting the facts straight. Washington, DC: *The national campaign to prevent teen and unplanned pregnancy*.
- Kees, J., Burton, S., & Tangari, A. H. (2010). The impact of regulatory focus, temporal orientation, and fit on consumer responses to health-related advertising. *Journal of Advertising*, 39(1), 19~34.
- Kim, E. S. (2008). The influence of chronic & situational regulatory focus, message framing, information processing mode, and task performance feedback on consumer's responses. Unpublished Master Thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Kim, G. Y. & Cheon, H. S. (2015). Acceptability for HPV Vaccination in parent-child Dyads in terms of regulatory focus, message framing and appeal. *The Korean Journal of Advertising*, 26(2), 25~59.
- Kim, H. J. (2012). The effects of gender and gain versus loss frame on processing breast cancer screening messages. *Communication Research*, 39, 385~412.
- Kim, H. S. (2015). Effect on the public service advertising campaign with the rebellious personality and message framing. *Journal of Public Relations*, 19(1), 85~121.
- Kim, H. S. & Lee, H. O. (2012). A study on psychological reactance in adolescent anti-smoking public service advertising campaign. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 14(3), 5~32.
- Kim, J. & Hong, H. (2015). The impacts of message framing and perceived risk of Facebook health-promoting messages on persuasion and eWOM. *Journal of Public Relations*, 19(1), 183~214.
- Kim, J. H., Lee, M. C., & Choi, H. K. (2008). A study on the effects of cervical cancer prevention advertising by message types and audience factors. *Advertising Research*, 81, 77~103.
- Kim, J. H. & Yoon, Y. M. (2010). An experimental study on the factors affecting persuasiveness of health messages in AIDS campaign. *Journal of Public Relations*, 14(1), 82~123.
- Kim, Y. J. (2014). The relationship between attitude, subjective norms, perceived behavioral control, intention and safer sexual behavior in the experienced university students of sexual intercourse. *Journal of Korea Academic-Industrial Cooperation Society*, 15(1), 356~366.
- Latimer, A. E., Williams-Piehota, P., Katulak, N. A., Cox, A., Mowad, L., Higgins, E. T., & Salovey, P.

- (2008). Promoting fruit and vegetable intake through messages tailored to individual differences in regulatory focus. *Annals of Behavioral Medicine*, 35, 363~369.
- Lee, A. Y. & Aaker, J. L. (2004). Bringing the frame into focus: The influence of regulatory fit on processing fluency and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 205~218.
- Lee, C. M., Ryu, C. R., & Park, S. H. (2007). A study of message framing effects: A comparison of moderating role of enduring and situational involvements. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 51(3), 282~307.
- Lee, H. (2007. 10. 6). No. 1 in condom manufacturing, why bottom in condom use. Newsis.
- Lee, J. (2014. 12. 26). Baby box, 360 million babies abandoned, miracles to be adopted. JTBC Newsroom.
- Lee, M. C., Na, J. H., & Kim, J. H. (2006). A study on the effects of anti-smoking advertising according to a smoking status and message framing. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 8(3), 210~236.
- Lee, S. (2014. 12. 31). Why baby box babies are increasing. KBS News 9.
- Lim, H. J. & Cho, Y. H. (2002). A study on knowledge and attitude about oral contraceptives in university students. *The Journal of Korea Community Health Nursing Academic Society*, 16(2), 412~422.
- Meyerowitz, B. E. & Chaiken, S. (1987). The effect of message framing on breast self-examination attitudes, intentions, and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 500~510.
- Moon, D. G. (2014). National survey on the sexual consciousness. Korea Centers for Disease Control and Prevention.
- Na, J. H. & Choi, J. H. (2005). Effects of regulatory focus and Ad type on the attitude toward product. *The Korean Journal of Advertising*, 16(2), 263~283.
- O'Keefe, D. J. (2011). Generalizing about the persuasive effects of message variations: The case of gain-framed and loss-framed appeals. In T. van Haaften, H. Jansen, J. de Jong, & W. Koetsenruijter (Eds.), *Bending opinion: Essays on persuasion in the public domain*(pp. 117~131). Leiden, The Netherlands: Leiden University Press.
- O'Keefe, D. J. (2012). From psychological theory to message design: Lessons from the story of gain-framed and loss-framed persuasive appeals. In H. Cho(Ed.), *Health communication message design: Theory, research, and practice*(pp. 3~20). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- O'Keefe, D. J. & Jensen, J. D. (2006). The advantage of compliance or the disadvantage of noncompliance? A meta-analytic review of the relative persuasive effectiveness of gain-framed and loss-framed messages. *Communication Yearbook*, 30, 1~43.
- O'Keefe, D. J. & Jensen, J. D. (2007). The relative persuasiveness of gain-framed loss-framed messages for encouraging disease prevention behaviors: A meta-analytic review. *Journal of Communication*, 12, 623~644.
- O'Keefe, D. J. & Jensen, J. D. (2009). The relative persuasiveness of gain-framed and loss-framed messages for encouraging disease detection behaviors: A meta-analytic review. *Journal of Communication*, 59, 296~316.
- Paek, H. J. & Lee, H. G. (2012). *Health communication: Message, audience, and media*. Communication Books, Seoul, Korea.
- Paek, H. J. & Shin, K. A. (2014). Health-PR: The public relations field's contribution to the theoretical and strategic development of the health communication field. *Journal of Public Relations*, 18(1), 516~553.
- Park, H. W. (2012). The effects of message framing, regulatory focus and involvement on the Ad

- attitude and behavioral intention toward AIDS prevention public service advertising. Unpublished Master Thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Park, J. J. & Yoon, S. H. (2007). Ideology and the impact of message frames in political advertisements. *Advertising Research, 76*, 79~96.
- Park, S. H. & Han, J. H. (2002). Estimation of condom users in Korea. *Journal of Reproductive Medicine and Population, 15*(0), 72~76.
- Parsons, J. T., Halkitis, P. N., Bimbi, D., & Borkowski, T. (2000). Perceptions of the benefits and costs associated with condom use and unprotected sex among late adolescent college students. *Journal of Adolescence, 23*, 377~391.
- Quick, B. L. & Kim, D. K. (2009). Examining reactance and reactance restoration with South Korean adolescents. *Communication Research, 36*, 765~782.
- Rains, S. A. & Turner, M. M. (2007). Psychological reactance and persuasive health communication: A test and extension of the intertwined model. *Human Communication Research, 33*, 241~269.
- Rothman, A. J., Bartels, R. D., Wlaschin, J., & Salovey, P. (2006). The strategic use of gain- and loss-framed messages to promote healthy behavior: How theory can inform practice. *Journal of Communication, 56*, S202~S220.
- Rothman, A. J. & Salovey, P. (1997). Shaping perceptions to motivate healthy behavior: The role of message framing. *Psychological Bulletin, 121*, 3~19.
- Rothman, A. J., Wlaschin, J. T., Bartels, R. D., Latimer, A. E., & Salovey, P. (2013). How persons and situations regulate message framing effects: The study of health behavior. In A. Elliot (Ed.), *Handbook of approach and avoidance motivation*(pp. 475-587). Mahwah, NJ: Elbaum.
- Shah, J., Higgins, T., & Friedman, R. S. (1998). Performance incentives and means: How regulatory focus influences goal attainment. *Journal of Personality and Social Psychology, 74*(2), 285~293.
- Shen, L. (2011). The effectiveness of fear- vs. empathy arousing anti-smoking PSAs. *Human Communication Research, 36*, 397~422.
- Shen, L. (2015). Antecedents to psychological reactance: The impact of threat, message frame, and choice. *Health Communication, 30*, 975~985.
- Shin, K. A., Oh, H. J., & Lee, B. K. (2014). Exploring the use of online channels for disseminating HIV/ADIS knowledge: The diffusion of the "HUG AIDS" online campaign among online users. *Journal of Public Relations, 18*(3), 44~70.
- Shin, K. R. (2011). *Survey on actuation sexual attitude among college students*. Korean Health Promotion Foundation.
- Snyder, L. B., Hamilton, M. A., Mitchell, E. W., Kiwanuka-Tondo, J., Fleming-Milici, F., & Proctor, D. (2004). A meta-analysis of the effect of mediated health communication campaigns on behavior change in the United States. *Journal of Health Communication, 9*, 71~96.
- Son, A. R. & Chun, S. S. (2005). Comparing sexual attitude, sexual initiation and sexual behavior by gender in Korean college students. *Health and Social Science, 18*, 73~100.
- Tversky, D. & Kahneman, A. (1981). The framing decisions and the psychology of choice. *Science, 211*, 453~458.
- Umphrey, L. R. (2003). The effects of message framing and message processing on testicular self-examination attitudes and perceived risk. *Communication Research Reports, 20*(2), 97~105.
- Wang, X. (2013). The role of attitude functions, efficacy, anticipated emotions, and relationship status on college students' condom use intentions. *Journal of Sex Research, 50*, 704~714.
- Witte, L. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model.

*Communication Monographs*, 59, 329~349.

- Woo, N. S., Park, M. S., & Choi, W. K. (2006). A comparative study of the sexual knowledge, behavior and education between Korean and American collegians. *Korean Journal of Youth Studies*, 13(4), 127~150.
- Yoo, S. W., Park, K. H., & Na, E. Y. (2010). The effect of psychological reactance and fear of influenza A(H1N1) message on the preventive behavior intention. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 54(3), 27~53.
- Yoon, Y., Sarial-Abi, G., & Gürhan-Canli, Z. (2012). Effect of regulatory focus on selective information processing. *Journal of Consumer Research*, 39(1), 93~110.
- Yun, T. Y. (2012). Attribution framing effects: Joint function of message valence, regulatory focus and involvement. *Advertising Research*, 92, 300~331.
- Wang, J. & Lee, A. Y. (2006). The role of regulatory focus in preference construction. *Journal of Marketing Research*, 43(1), 28~38.
- Zhao, G. & Pechmann, C. (2007). The impact of regulatory focus on adolescents' response to antismoking advertising campaigns. *Journal of Marketing Research*, 44, 671~687.

최초 투고일 2015년 03월 09일

논문 심사일 2015년 04월 06일

논문 수정일 2015년 09월 14일

게재 확정일 2015년 11월 02일

# The Influence of Message Framing on College Students' Unintended Pregnancy Prevention by Regulatory Focus and Gender

**Souhyun Ahn**

Master Student, Department of Advertising and Public Relations at Dongguk University

**Seonyeong Boo**

Master Student, Department of Advertising and Public Relations at Dongguk University

**Youjin Choi**

Professor, Department of Advertising and Public Relations at Dongguk University\*

As unintended pregnancy has emerged as a critical social issue in news coverage, this study intended to examine the effects of message framing on college students' message attitudes, psychological reactance, and preventive behavioral intentions by regulatory focus and gender. This study hypothesized interaction effects between message framing and regulatory focus(gain frame and promotion-focus, loss frame and prevention-focus) on dependent variables. However, this study found little interaction effects. Instead, message framing showed main effects on most dependent variables. Specifically, the gain frame message decreased negative cognition, and had positive influences on message attitudes compared to the loss frame. However, the participants showed higher preventive behavioral intentions to the loss frame than gain frame. There were significant interaction effects between regulatory focus and message frame on anger. Prevention-focused participants in the loss frame condition showed stronger anger than those in the gain frame condition. In addition, male students in the loss frame condition displayed significantly higher behavioral intentions than those in the gain frame condition. We suggest that the future prevention message of unintended pregnancy should focus on reminding male students of responsibility- and security-oriented life goals, and persuading them with potential losses they would suffer from unintended pregnancy. We discussed limitations of our study in terms of theoretical approach, experimental manipulation, and research design, and tries to shed light on the directions for future research.

**KEYWORDS** Message framing, regulatory focus, unintended pregnancy, psychological reactance

---

\* Corresponding Author: 30, Pildong-ro 1-gil, Jung-gu, Seoul, Korea, 110-715. ychoi@dongguk.edu, 82-2-2260-3926.