



## 담배소송 보도를 통해 본 프레이밍 효과 메커니즘

: 생각과 느낌의 이중주\*

조인숙 국민대학교 미디어전공 겸임교수\*\*

김도연 국민대학교 미디어전공 교수\*\*\*

이 연구는 담배소송 보도가 금연 인구 증가에 미치는 영향 탐구를 통해 프레이밍 효과가 인지(생각)-정서(느낌) 처리를 통해 발생하는지를 검증하고자, 고등학생 203명을 대상으로 실험연구를 수행하였다. 연구 결과, 흡연 폐해에 대한 담배회사의 고의도성 기사는 저의도성 기사에 비해 흡연자 및 비흡연자들이 금연정책을 호의적으로 평가하게 하고, 금연의도를 높이는 것으로 나타났다. 그리고 고의도성 기사의 설득 효과는 인지 평가를 통한 정서 경험을 통해 구성되었음을 확인했다. 즉 메시지에서 담배회사의 의도성이 명확하게 제시될수록 수용자의 책임소재 인식과 분노가 더 활성화되었고, 책임소재 인식과 분노 경험을 통해 금연정책을 긍정적으로 평가했다. 특히 흡연자의 경우, 책임소재 인식과 분노 경험이 모두 활성화되었을 때 금연행동 의도를 높였다. 이런 결과를 바탕으로 뉴스 프레이밍 효과 메커니즘에서 인지와 정서의 매개효과 해석에 주는 함의와 금연교육 프로그램 구성에 주는 시사점을 논의했다.

---

\* 이 논문은 제1저자의 박사학위 논문 중 일부를 발전시킨 것임을 밝힙니다.

\*\* insookcho7@gmail.com (제1저자)

\*\*\* dohyeonk@kookmin.ac.kr (교신저자)

**KEYWORDS** 프레이밍 효과 메커니즘, 정서의 인지 이론, 감정 이론, 선한 분노, 책임소재, 담배소송

## 1. 문제제기

프레임 연구의 주된 관심은 크게 ① 뉴스 내용의 분석을 통해 특정 이슈가 뉴스에서 어떻게 구성되는가 하는 프레임 자체에 관한 것과, ② 뉴스 수용자가 이슈를 해석함에 있어서 뉴스 프레임이 영향을 주는 메커니즘에 관한 부분으로 양분된다(Scheufele, 1999). 이 가운데 프레이밍 효과의 발생 메커니즘을 규명하는 연구들은 프레임의 현저한 속성이 특정 개념 등의 사고를 활성화시켜 메시지에 반응하는 수용자에게 영향을 준다고 보았다(Iyengar, 1991; Nelson & Oxley, 1999; Nelson & Kinder, 1996; 김성에·이종혁, 2011, 등).

이러한 논의는 프레이밍 효과의 원리를 이해하는데 도움을 주지만, 프레임의 현저한 속성이 인간의 사고와 판단을 활성화시킨다는 설명은 인지적 측면에 치우쳤다는 한계점이 지적되어왔다. 미디어를 소비하는 과정에서 우리는 종종 생각뿐 아니라 감정을 느끼기 때문이다. 이에 대한 반향인지 최근 프레임의 정보처리과정에서 정서의 역할과 영향을 강조하는 일련의 연구들이 이어지고 있다(Marcus, et al., 2000; Goodall et al., 2013; 나은경 외, 2008). 여러 정서 가운데 특히 분노는 참여 등의 행동을 유발하는 잠재력이 높은 정서로 알려져 있다(금희조·조재호, 2015).

분노는 정서 가운데서도 발현 과정에 합리성을 요구한다. 분노는 기본적으로 옳고 그름에 대한 이성적 판단을 통해 유발되는 차별적 정서이기 때문이다(Lazarus, 1991; Ortony, Clore & Collins, 1988). 철학자인 아퀴나스는 분노가 감각 뿐 아니라 이성의 판단에 의존해 표현될 수도 있다고 설명하며, 후자를 '선한 분노'라고 명명했다(Barad, 1991). 즉, 선한 분노는 인지와 분리될 수 없는 정서를 의미한다. 이러한 선한 분노의 특성은 기존 논의의 연장선상에서 프레이밍 효과 발생 메커니즘을 탐구하는데 유용할 수 있다.

정서의 인지이론 역시 정서를 인지적 처리의 산물로 간주한다. 여기서 정서는 특정 상황에 대한 개인의 인지 평가 후에 도출되는 구성체로 본다(Lanctôt & Hess, 2007). 정서의 기능에 주목한 연구에 의하면, 한 번 활성화된 정서는 뒤이은 의사결정에 영향을 준다. 분노는 부정적 사건의 원인이 외부에 있고 의도성이 있다고 평가할 때 유발되며, 문제해결 방식에 영향을 주는 것으로 나타났다(Kühne & Schemer, 2015; Kim & Cameron, 2011). 이런 연구 결과는 수용자가 경험한 정서가 뒤따른 수용자의 사회적 판단에 영향을 준다는 것을 보여준다.

이런 논의를 뉴스 소비 환경에 적용해보면, 특정 이슈에 대한 프레임은 수용자들의 생각과 느낌의 활성화를 통해 뒤이은 의사결정에 영향을 미칠 것으로 추론된다. 이에 이 연구는 인지적 측면 뿐 아니라 정서적 처리까지를 포함하는 프레이밍 효과를 체계적으로 탐색하는 것을 목적으로 한다. 구체적으로 담배소송 보도 관련 프레이밍 효과를 실험을 통해 검증했다.

우리나라에서 담배소송은 1999년부터 이어온 장기적 사안으로 이슈 자체가 익숙하고 친근한 속성을 지닌다. 우리나라는 담배산업을 정부가 직접 관장하다가 공기업으로 이양한 역사로 인해 담배 유해성에 대한 경고나 이를 구체적으로 다룬 금연 캠페인이 사회적으로 전개되지도 않았을 뿐더러 언론에서 깊이 보도되지도 않았다. 따라서 담배회사의 비윤리적 행위를 폭로하는 창구는 담배소송 보도가 유일한 셈이다(조인숙·김도연, 2015). 반면에 미국, 캐나다 등의 금연 선진국들은 수용자들에게 담배소송을 통해 공개된 담배회사의 비윤리적 행위를 더 잘 알리기 위해 이른바 ‘진실캠페인’으로 불리는 새로운 차원의 금연캠페인을 전개했다. 여러 연구들은 진실캠페인이 흡연 폐해의 책임을 담배산업에게 직접적으로 지우는 메시지로 구성되어 상당한 성과를 거두었음을 보고했다(Siegel & Biener, 2000; Sly, et al., 2001; Farrelly et al., 2005). 다만, 이 연구들은 캠페인의 노출 여부와 반복 여부가 중요한 변인임을 강조할

뿐 설득 효과를 유발하는 메커니즘에 대해서는 설명하지 못했다.

이런 점들을 고려할 때, 우리나라에서 담배소송 보도에 대한 프레임 효과 연구는 뉴스 프레임 효과 메커니즘에서 인지 평가 및 정서 반응의 설득 효과를 검증하는 데 적절하다고 판단된다(Nabi, 2003; Kühne & Schemer, 2015). 또한 청소년의 담배 소비를 극적으로 감소시킬 수 있는 금연캠페인의 설계를 기획하는데도 유용하다고 생각된다.

이 연구는 미디어 소비 환경에서 빈번하게 발생하는 수용자의 생각과 느낌을 동시에 고려함으로써 프레임 효과가 어떻게 일어나는지를 체계적으로 규명하는데 도움을 줄 수 있을 것이다. 나아가 금연 확산을 위해 관련 단체와 언론 등에서 담배소송 보도를 전략적으로 활용할 수 있는 가능성을 점검하고 기대 효과를 높이는데 기초자료로 활용할 수 있을 것이다.

## 2. 기존 문헌 연구

### 1) 프레임 효과 메커니즘에 관한 연구

프레임 효과 연구자들의 주요 관심사 중 하나는 프레임 효과의 추론적 존재를 선명하게 규명하는 데 있다(Lecheler & de Vreese, 2012; Slothuus, 2008; 우형진, 2015). 프레임이 ‘왜’, ‘어떻게’ 사람들에게 영향을 미치는 것인가에 대한 이해는 매우 복잡하고 다차원적인 분석을 필요로 한다.

프레임이 어떻게 발생하는가에 관한 논의는 우선 인지를 중심으로 한 정보처리 관점에 초점을 맞추어 진행되었다. 구체적으로 적용성과 접근성 개념을 중심으로 이루어졌다. 수용자가 뉴스 텍스트에 노출될 때 뉴스 프레임의 현저한 속성이 특정 개념 등의 사고를 활성화시킴으로써 메시지에 반응하는 수용자의 판단 과정에 관여한다는 설명이다. 즉 뉴스 메

시지 처리시점에서 특정한 고려사항이 활성화되는 효과와 관련이 있다. 예컨대, 언론 보도에서 비만 축진의 원인으로 비만유전자를 강조할 때와 절제력 부족을 강조할 때 수용자의 상이한 사고의 활성화로 인해 비만에 대한 태도가 달라질 수 있다(조인숙·나은경, 2013). 일단 활성화된 개념은 지속되어 사후 평가에 활용된다. 이러한 해석은 프레이밍 효과 연구에서 광범위하게 적용되어왔다(Iyengar, 1991; Cappella & Jamieson, 1997).

한편, 프레이밍 효과를 다차원적 인지 처리의 결과로 해석하기도 한다. 수용자는 이용 가능하고, 접근 가능하며, 적용 가능한 인지 처리를 거쳐 상이한 프레이밍 효과가 나타난다는 것이다. 충과 드릭만(Chong & Druckman, 2007)에 따르면, 특정한 대상에 대한 태도는 개인의 머릿속에 존재하는 생각(개념)으로 구성되는데, 이는 수용자가 그 의미와 중요성에 대해 완전히 이해할 수 있을 때 형성된다. 또한 맥락과 동기부여에 따라 개인은 의식적으로 각각에 가중치를 달리 적용할 수 있다. 이 밖에 특정 대상에 대한 기존 태도, 즉 수용자의 상황과 조건에 따라 프레이밍 효과가 상이하다는 연구결과도 있다(Nelson & Oxley, 1999; Nelson & Kinder, 1996; 이준웅, 2000).

이런 연구들은 프레이밍 효과를 수용자의 인지적 처리를 통해 발생하는 것으로 설명하고 있다. 그러나 이러한 논의는 미디어 소비 환경에서 수용자가 경험할 수 있는 다양한 정서의 영향을 반영하지 못한 제한점이 있다. 이를 보충하러 정서의 역할을 반영한 연구도 나타나고 있다. 예컨대, 대졸 취업률의 증감을 알리는 경제 보도를 보면서 사람들은 분노, 걱정, 수치, 좌절, 기쁨, 긍지, 안도를 느낄 뿐 아니라(나은경 등, 2008) 대통령 후보 경선에 관한 정치 보도를 보면서 긍지, 기쁨, 분노, 염려 등의 다양한 정서를 경험할 수 있다는(송현주 등, 2008) 결과가 보고되었다. 그러나 전체적으로 볼 때 프레이밍 효과 연구에서 정서적 관점에 대한 연구는 중요성에 비해 상대적으로 덜 이루어진 듯 보인다(나은경 등, 2008).

이 연구는 이러한 흐름의 연장선에서 미디어 소비 과정에서 경험 가능한 정서 중 하나인 분노에 주목한다. 분노는 근본적으로 옳고 그름에 대한 이성적 판단으로 인해 유발되는 합리적 정서로서(Lazarus, 1991; Ortony, Clore & Collins, 1988), 기존의 인지적 관점에서 확장시킬 수 있는 이론적 토대를 제공하기 때문이다.

## 2) 선한 분노

분노는 인간이 경험하는 가장 익숙한 정서 중 하나이다(Barad, 1991). 전통적으로 분노는 비합리적이고 비이성적인 동시에 공격적 위험성을 띠고 있어 죄악시되어야 할 정서로 여겨져왔다. 아울러 제거되고 억제되어야 할 대상으로 간주되었다. 특히 기분이나 감정의 절제를 미덕으로 삼는 동아시아 문화권에서는 이러한 인식이 강했다(권혁남 2010).

아퀴나스(Aquinas)의 감정 이론에 따르면, 분노는 이성의 판단을 통해 합리적으로 표현되는 '선한 분노(good anger)'와 이성과는 무관하게 감각에 의존해서 발생하는 나쁜 분노(bad anger)로 나뉜다(이정은, 2017). 여기서 특히, 선한 분노는 인지와 분리될 수 없는 정서로서 이성과 설득 사이에서 순응적 관계를 맺고, 나아가 인간의 삶을 추동하는 강력한 에너지원으로 작동한다(Barad, 1991).

분노의 유발과 표현, 그리고 지속에 관련된 연구(Bushman, 2002; Martin & Dahlen, 2005; Coillie, et al., 2006)들은 아퀴나스의 선한 분노 관점을 근거로, 분노는 인지적 사고의 활성화를 통해 유발된다는 점을 강조한다. 예컨대, 사람들이 이유나 원인에 주의를 집중하여 반복해서 생각할수록 더 많은 분노를 경험하게 된다는 것이다.

분노는 대개 도덕적 판단과 욕구, 처벌 의지를 통해 구성된다(김수영, 2007; 권혁남 2010). 예컨대, 사랑받고 보호받아야 할 대상이 학대받고 버려질 때 우리는 분노를 느낀다. 하지만 바람직하지 못한 일에 언제나 분노를 느끼지는 않는다. 동물 학대가 바람직하지 못한 일임에는 분

명하지만 상대적으로 동물에 무관심한 사람은 화가 나지 않을 수 있기 때문이다. 이처럼 분노는 가치판단 외에도 욕구와 관련되어 있다. 또한 자신이 당한 그 무엇을 상대방에게 되돌려주고 싶은 처벌 의지와도 관련 있다. 따라서 처벌 의지를 함축하지 않은 정서는 스트레스, 당황, 좌절, 절망일 뿐 분노는 아닌 것이다(김수영, 2007; 권혁남 2010). 처벌 의지를 수반한다는 특성으로 인해 분노를 공격성과 혼동하기도 한다. 공격성은 보복과 공격을 이끄는 반면에 분노는 건설적 행동(예컨대, 정치권에 분노할 경우 투표 참여를 하는 등의 행동)을 유도할 수 있다는 점에서 서로 다른 개념이다(Alschuler & Alschuler, 1984).

정리하면, 분노는 부정적 사건 자체로 인해 유발되는 것이 아니라 상황 판단에 의존해 발생하는 개별 정서이다. 분노는 개인의 도덕적 가치판단과 욕구를 통해 사건을 주관적으로 해석하고 의미를 부여하는 과정, 그리고 자신의 욕구 손상을 상대방에게 되돌려주고 싶은 의지가 있을 때 유발된다.

인지적 처리를 통해 유발되는 분노는 언제나 옳고 정당하며 선할까? 선한 분노가 되려면 그 형성과 표현 과정에 있어 정당한 조건이 충족되어야 한다. 먼저 자신 혹은 자신과 관련된 사람이 존중받아야 할 탁월한 어떤 것이 무시당하거나 부당한 취급을 받아 손상되거나 상실되는 사건이 벌어져야 한다. 여기서 탁월함은 공동체에서 인정받는 대상, 즉 지혜, 건강, 기술, 부, 우월한 지위일 수 있다. 그리고 자신과 관련된 사람은 부당한 대우를 받는 타인으로 확대 가능하며, 불의에 처한 타인을 위해 저항할 수 있다는 것이다. 분노는 대개 모욕의 행위가 무지가 아닌 고의일 경우에 강해진다(Barad, 1991). 이런 맥락에서 담배소송 보도를 통해 담배회사가 청소년의 건강에 치명적 위해를 가하고 있음을 인지할 때 분노를 경험할 수 있고, 이때의 분노는 선한 분노로 볼 수 있다.



### 3) 정서의 인지이론

정서의 인지이론(cognitive theory of emotion)은 정서를 인지적 처리의 산물로 간주한다. 여기서 정서는 인간의 단순한 심리 상태가 아닌 신념이나 판단, 사고, 지향, 욕구 등에 따라 차이를 형성하는 복잡한 인지 상태를 말한다. 이는 개인의 안녕을 제공하는 대상과의 관계 평가를 통해 경험하게 된다(Lazarus, 1991; Ortony, Clore & Collins, 1988).

일찍이 아리스토텔레스는 『수사학』에서 정서를 ‘개인의 판단에 변화를 일으키는 양상’이라고 정의했다. 또한, 개인이 경험하는 정서는 주변 세계와 대상을 바라보는 관점에 따라 달라질 수 있다고 언급하며, 분노는 ‘나 자신이나 나의 친구들이 부당하게 당한 분명한 무시에 대해 분명한 복수를 가하려는 고통스러운 욕구’라고 정의했다(Lazarus, 1991).

정서의 인지이론에 따르면, 정서는 상황에 대한 개인의 인지 평가 후 도출되는 구성체(Construct)이다(Lanctôt & Hess, 2007, p. 207). 즉 인간은 외부 자극이 나타나면 자발적 평가가 이루어지고 개인의 목표 관점에 따른 평가로 정서의 강도는 달라진다(Scherer, 1999). 예컨대, 취업률 상승을 개인의 책임으로 귀인할 때 대학생들은 더 큰 안도감을 느끼는 반면에 취업률 하락을 타인 혹은 환경에 귀인한 경우에는 수치심을 더 경험한다(나은경 등, 2008). 같은 이치로, 대통령 후보 경선 여론조사보도에서 후보의 지지율 상승 내지 하락을 후보자 개인의 책임으로 귀인할 때 느끼는 정서와 다른 후보자의 책임으로 귀인할 때 느끼는 정서가 달라진다(송현주 등, 2008).

인지 평가와 정서 경험 간의 관계를 살펴본 연구들(Lazarus, 1991; Smith & Ellsworth, 1985; Lanctôt & Hess, 2007)에 따르면, 분노는 대개 책임성, 확실성, 통제성 속성과 강한 관계를 갖는다. 책임성은 사건의 책임이 누구에게 있다고 판단하는지를 의미하고, 확실성은 발생한 사건을 어느 정도 이해하고 있는지를 말하며, 통제성은 해당 상황의 통제 가능한 정도를 의미한다. 다시 말해, 부정적 사건의 책임이

외부에 있고, 통제 가능했던 인재(人災)이며, 그 사안이 어떻게 발생한 것인지를 확실히 이해할수록 분노가 잘 유발되는 것이다.

한편, 인지 평가를 통해 경험한 정서는 사람들을 기꺼이 행동하게 한다(Lazarus, 1991; Oatley & Jenkins, 1996). 개인이 느끼는 정서는 자신이 마주한 문제가 무엇인지 인식하게 하고, 문제 해결을 위해 필요한 것이 무엇인지 판단하게 하며, 적절한 행동을 하도록 유도한다(Lazarus, 1991; Lerner & Keltner, 2000).

부정적 사건을 통해 유발된 정서는 수용자로 하여금 정서와 일치하는 선택적 주목과 정보처리, 그리고 정보의 접근성을 유도하여 수용자의 정보처리 및 사회적 판단에 상이한 영향을 미칠 수 있다. 슬픔과 분노 정서가 미치는 영향을 살펴본 연구(Nabi, 2003; Nerb & Spada, 2001)에 따르면, 테러 사건을 보고 분노를 느낀 사람들은 테러와 관련한 정보를 더 찾는 경향을 보이지만, 슬픔을 느낀 사람들은 테러 관련 정보를 회피하는 것으로 나타났다. 또한 분노한 사람들은 테러를 예방하기 위한 방안으로 가해자들의 강력한 처벌을 요구하는 반면에, 슬픔을 경험한 사람들은 피해자들의 보상에 관심을 보였다.

또한 분노는 부정적 사건에서 가해자의 비윤리적 행위가 명확하게 드러날 때 더 많이 경험하는 것으로 나타났다. 예컨대, 음주운전자의 부주의로 어린이가 사망하고(Nabi, 2003; Kühne & Schemer, 2015), 제조업자의 안전 불감증으로 배터리가 폭발해 소비자가 실명하는(Kim & Cameron, 2011) 사건에서 사람들은 분노를 더 크게 느끼며 가해자에 대한 처벌 인식이 높게 나타났다. 특히 가해자가 개인이 아닌 조직 차원에서 발생한 경우에 강도 높은 비난과 처벌 선호를 보였다(Han et al., 2007). 기업의 윤리의식 결여로 인해 부정적 사고가 발생했을 때 사람들은 기업에 대한 불신과 더불어 분노, 두려움, 걱정 등의 부정적 감정을 더 빈번하게 경험했다(문빛·박건희 2016; Choi & Lin, 2009).

앞서의 연구들은 수용자가 경험한 정서가 뒤따른 수용자의 사회적 판단과 행동의도에 영향을 미칠 수 있다는 실증적 증거를 제시하고 있다. 그러나 이 연구들은 실험 처치물이 가상의 시나리오로 구성하거나 응답자의 개인 회상을 유도하는 방식으로 진행되는 등 현실 이슈를 다루지 않았다. 카펠라와 자미에슨(Cappella & Jamieson, 1997, p. 57)은 프레이밍 효과 연구를 위한 적절한 실험 처치물의 요건으로, 뉴스 환경과 유사한 구성을 할 것과 해당 내용이 현실을 토대로 이루어져야 한다고 주장했다. 이는 현실을 충분히 반영하지 못한 실험은 이론과 실무적 차원에서 적용하기 어렵기 때문이다. 따라서 이 연구는 그들의 지적을 준용하여, 국내 담배소송 보도를 분석한 연구 결과(조인숙·김도연, 2015)를 토대로 실험 처치물을 구성했다. 이에 대한 구체적인 내용은 실험 처치물의 구성에 제시했다.

### 3. 연구문제

특정 문제에 대한 책임소재 인식은 언론의 보도 방식과 밀접한 관계가 있다. 언론이 특정 이슈를 사회 구조적으로 제시할 때 사람들은 문제 발생에 대한 책임을 공유하고 이를 해결하기 위해 집합 행동이 촉진될 수 있다. 반면, 인간적 흥미의 관점에서 단편적으로 제시할 때는 문제 발생뿐 아니라 해결 방안까지도 개인의 몫으로 인식하기 쉽다(Iyengar, 1991; Niederdeppe, et al., 2008).

국내 담배소송의 경쟁 담론은 흡연 폐해에 대한 담배회사의 의도성 여부이다(조인숙·김도연, 2015). 이는 수용자의 책임소재 인식에 영향을 줄 수 있다. 예컨대, 흡연 폐해의 심각성을 알면서도 해독에 대한 속임수나 오도 문구를 표기하는 식으로 소비자를 현혹시키고 청소년을 의도적으로 니코틴의 세계로 유혹하려 했다는 정보를 강조할 경우, 수용자

가 흡연 폐해에 대한 책임소재를 ‘담배산업’으로 떠올릴 가능성이 높다. 부정적 결과를 초래한 행위자에 대한 의도성 판단 여부는 책임소재 인식과 관련이 높기 때문이다(Alicke, 2000; Quigley & Tedeschi, 1996; Betancourt & Blair, 1992).

한편, 담배소송 보도를 통해 사회 구성원으로서 담배회사가 마땅히 준수해야 할 행동을 하지 않음으로써 무고한 시민의 건강과 삶을 상실시키는 사안을 인지한 수용자는 분노를 경험할 수 있다. 분노는 도덕적 판단과 욕구를 통해 사건을 주관적으로 해석하고 의미를 부여하는 과정에서 발생하기 때문이다(Barad, 1991). 특히 가해자의 위법 행위가 드러날 때 분노의 정도는 커진다(Nabi, 2003; Kühne & Schemer, 2015; Kim & Cameron, 2011; Gault & Sabini, 2000). 따라서 흡연폐해에 대한 담배회사의 의도성을 강조한 기사는 수용자로 하여금 흡연 폐해에 대한 책임소재를 담배회사로 인식하고, 분노를 경험할 것으로 추론할 수 있다. 그러므로 다음과 같은 연구가설을 제시했다.

- 연구가설 1-1 : 흡연폐해에 대한 담배회사의 고의도성 기사는 저의도성 기사에 비해 담배회사에 대한 책임소재 인식을 더 높일 것이다.
- 연구가설 1-2 : 흡연폐해에 대한 담배회사의 고의도성 기사는 저의도성 기사에 비해 담배회사를 향한 분노 경험을 더 높일 것이다.

담배회사의 욕망과 실행력을 부각한 기사는 금연 선진국에서 수행한 진실캠페인의 속성과 유사하다. 따라서 진실캠페인으로 금연 인구 증대에 기여한 연구(Siegel & Biener, 2000; Sly, et al., 2001; Farrelly et al., 2005)와 일관되게 사람들의 금연정책 지지, 금연의도 및 금연유지의도에도 정적 영향을 미칠 것으로 예측할 수 있다. 따라서

다음과 같은 연구가설을 제시했다.

- 연구가설 2-1 : 흡연폐해에 대한 담배회사의 고의도성 기사는 저의도성 기사에 비해 금연 정책에 대한 선호를 더 높일 것이다.
- 연구가설 2-2 : 흡연폐해에 대한 담배회사의 고의도성 기사는 저의도성 기사에 비해 흡연자의 금연의도를 더 높일 것이다.
- 연구가설 2-3 : 흡연폐해에 대한 담배회사의 고의도성 기사는 저의도성 기사에 비해 비흡연자의 금연유지의도를 더 높일 것이다.

정서는 인지 평가를 통해 경험하므로(Lazarus, 1991), 분노는 담배회사에 대한 책임소재 인식을 통해 유발될 수 있다. 다시 말해 소비자를 현혹시키고 청소년을 의도적으로 니코틴의 세계로 유혹하려 했다는 담배회사의 기만행위를 인지한 후 수용자는 분노를 경험할 수 있다.

대상이 벌을 받기를 원하는 욕구로 구성된 분노는 가해자 처벌 선호 태도에 영향으로 미칠 수 있으나(Kühne, et al., 2015) 분노가 제도 및 정책에 미치는 영향을 살펴본 연구는 시도된 바 없다. 하지만 분노가 원인 행위 대상의 처벌 선호를 높인다면 가해자를 규제하기 위한 정책 평가에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다.

분노와 건강 행동의도 간의 관계를 실증적으로 검증한 연구 또한 찾아보기 어렵다. 그러나 도움이 필요한 누군가가 있을 때 사람들은 연민을 느껴 기꺼이 도움을 준다(Hannah & Cafferty, 2006)는 연구결과를 토대로 추론하면 분노가 타인지향의 도움행동에 영향을 줄 가능성도 배제할 수 없다. 그러나 여전히 자기지향의 건강 행동의도에 미치는 영향에 대해서는 예단하기 어렵다. 다만 분노가 자신이 처한 상황을 보다 잘 극복하고 대응할 수 있는 경보 기능을 하고, 자신의 보호를 유도하고, 행

동의 동기부여 기능을 하므로(Lazarus, 1991) 담배소송 보도를 통해 경험한 분노는 금연 행동의도 및 금연 유지의도에도 영향을 미칠 수 있으리라 추론할 수 있을 것이다.

한편, 기업의 윤리의식 결여로 인해 위기를 맞을 때 수용자의 관여 수준에 따라 경험하는 분노 강도가 달라질 수 있다. 고관여 소비자들은 저관여 소비자에 비해 분노, 두려움, 걱정 등의 부정적 감정을 더 빈번하게 경험하기 때문이다(Choi & Lin, 2009). 따라서 흡연자는 비흡연자에 비해 더 큰 분노를 경험하게 될 것이며, 이는 뒤따른 행동 경향에도 상이한 영향을 줄 수 있으리라 예측할 수 있다. 다만, 앞서 살펴보았듯이 인지와 정서의 복합매개 분석을 통해 기사 유형의 영향력을 검증한 경험 연구가 부재하여 이를 직접 가설로 설정하여 검증하기보다는 흡연자와 비흡연자로 구분하여 연구문제를 통해 탐색적으로 살펴보았다.

- 연구문제 1 : 흡연자는 흡연 폐해에 대한 담배회사의 책임 인식과 분노 경험의 연속 매개를 통해 금연정책 평가와 금연의도에 어떠한 영향을 미치는가?
- 연구문제 2 : 비흡연자는 흡연 폐해에 대한 담배회사의 책임 인식과 분노 경험의 연속 매개를 통해 금연정책 평가와 금연유지의도에 어떠한 영향을 미치는가?

## 4. 연구방법

### 1) 실험 설계의 개요

이 연구의 목적은 기사 유형에 따른 상이한 수용자 효과를 살피고, 효과가 어떻게 발생했는지 그 메커니즘을 체계적으로 탐색하는 데 있다. 이에 담

배소송을 보도하는 기사의 유형(고의도성/저의도성)이 미치는 영향력을 알아보고자 집단 간 실험 설계 방안(between-subjects experimental design)을 사용했다. 또한 정서의 인지이론을 토대로 복합매개모델을 통해 효과 발생의 메커니즘을 검증했다.

자료 수집을 위한 실험은 2015년 9월 10일부터 30일간 서울 지역에 거주하는 남자 고등학생 120명과 여자 고등학생 105명을 대상으로 수행했다. 실험 결과를 측정하는 설문지는 총 225부가 회수되었으나 불성실하게 응답한 22부를 분석에서 제외한 후 총 203부가 분석에 사용되었다. 최종 분석 대상의 피험자들은 남자 105명(51.7%), 여자 98명(48.3%) 이었고, 흡연 상태별 분포는 흡연자가 41명(20.1%), 비흡연자가 162명(79.9%)으로 나타났다. 여기서 흡연자는 최근 한 달간 1회 이상 흡연을 한 적이 있는 경우를 의미한다. 흡연자의 흡연 정도 분포는 10개비 이하 22명(53.6%), 11~15개비 이하가 18명(43.9%), 16개비 이상이 1명(2.5%) 순으로 나타났다. 흡연 경력 별 분포는 1년 이하가 13명(31.7%), 2년 - 5년이 24명(58.5%), 그리고 6년 이상이 4명(9.8%)으로 나타났다.

## 2) 실험 처치물의 구성

실험 처치물은 생태적 타당도를 높이기 위해 뉴스기사 데이터베이스인 카인즈(KINDS)를 통해 확보한 뒤 연구 목적에 맞게 편집되었다. 종이 신문보다 인터넷 신문을 보는 인구가 더 많은 현실(통계청, 2015)을 고려하여 실험 처치용 기사는 온라인 신문기사의 형태로 지면을 구성했다.

실험 처치물로 제시된 기사에는 흡연 폐해에 대한 담배회사의 의도성 수준(고/저)을 조작했다(Weiner, 1985). 고의도성 기사에는 담배회사의 젊은 층을 유혹하는 비윤리적 마케팅 행위, 안정성이 결여된 결합 있는 제조 행위, 거짓 정보 전달 및 은폐 행위 등의 단서를 두드러지게 표현했다. 저의도성 기사에는 흡연율의 증가 원인이 담배회사의 마케팅

도 포함되지만 흡연 폐해의 위험을 알고도 즐거움 추구를 위해 흡연을 한다는 흡연자의 개인·심리적, 주변·환경적 요인도 무시할 수 없다는 통합적 단서를 부각했다. 실험 처치 기사는 기자들이 프레임의 구성하는 방식과 동일하게 제목, 리드, 인용, 예시와 같은 프레임링 도구를 활용했다. 따라서 두 개의 기사는 동일한 기사 구조와 기본 정보를 제공했으나 제목, 리드문, 인용, 예시를 달리했다.

기사는 총 4개 문단으로 구성했다. 첫째 문단은 담배소송 5차 변론의 주요 내용을 기술했고, 마지막 문단은 공정한 법의 심판에 대한 기대를 담은 내용으로 동일하게 제시했지만, 나머지 두 개 문단은 각각의 조작 관점을 부각시켰다. 구체적으로 고의도성 기사는 중독성을 강화하기 위해 기향물질 등을 첨가하고, 청소년이 사고 싶고 갖고 싶은 충동을 느끼도록 담뱃갑을 화려하게 포장한 행위 등 담배회사의 비정상적 제조 및 마케팅 전략에 대해 기술했다. 저의도성 기사는 흡연을 하게 된 계기를 흡연자 개인의 사회 심리적·환경적 관점에서 제시하고, 폐암 등의 신체적 폐해의 원인을 흡연 외에도 개인별 가족력, 기존 병력, 직업적 환경적 노출로 인한 가능성을 노출하여 흡연 폐해에 대한 담배회사의 의도성이 부각되지 않도록 조작했다. 기사는 평균 길이의 차이가 나타나지 않도록 글자 공백을 제외하고 각각 773자, 761자로 구성했다.

### 3) 주요 변인 측정

#### (1) 책임소재 인식

이 변인은 기사 조건에 따라 흡연 폐해에 대한 책임을 담배회사에게 어느 정도 부여하고 있는지 차이를 살펴보기 위해 측정했다. 측정 문항은 선행 연구(Quigley & Tedeschi, 1996)를 바탕으로 이 연구에 적합하게 변형하여 구성했다. 구체적으로 “청소년과 대학생의 흡연율이 증가하는 것은 담배회사의 비윤리적 마케팅 때문이다”, “청소년과 대학생이 담배를



끊지 못하는 것은 강화된 니코틴 함량 때문이다”, “담배회사는 흡연으로 인한 모든 문제에 전적으로 책임을 져야 한다” 등 3개 문항으로 구성했다. 각 문항은 “1=전혀 그렇지 않다” ~ “7=매우 그렇다”로 구성된 리커트 7점 척도로 측정되었고, 측정 문항 간 신뢰도는 .89(M=4.3, S.D=1.3)로 나타났다.

## (2) 분노

이 변인은 피험자의 정서가 기사 조건에 따라 어떤 차이가 발생하는지 살펴보기 위해 선행연구(Kühne, et al., 2015; Kim & Cameron, 2011)에서 사용한 3가지 개별 정서(분노, 슬픔, 두려움)를 7개 측정 문항으로 구성하여 질문했다. 선행 연구를 통해 고의도성 기사는 분노를 경험할 것이라고 예측할 수 있지만 기사의 특성상 피험자로 하여금 두려움과 슬픔도 함께 활성화될 가능성이 있기 때문이다(Lazarus, 1991; Scherer, 1999). 분노는 “화가 난다”, “열이 받는다”, “반감이 느껴진다” 등의 3개 문항으로 구성했다. 정서의 측정 문항 간 신뢰도는 분노가 .95(M=4.7, S.D=1.5)이고, 슬픔이 .69(M=3.3, S.D=1.0)이며, 두려움이 .75(M=3.2, S.D=1.0)로 나타났다. 분석 결과 슬픔과 두려움의 경우 집단 간에 유의한 차이가 보이지 않아 가설 검증을 위한 분석에는 제외시켰다.

## (3) 금연정책 평가

금연정책 평가는 정부 정책에 대한 평가 및 변화에 대한 요구를 의미한다. 문항은 현재의 금연 정책 관련 문항 3개와 향후에 보완되어야 할 정책 관련 문항 7개를 포함하여 총 10개로 구성했다. 구체적으로, 현재의 정책은 담배가격 인상을 비롯하여 법률로 제정<sup>1)</sup>된 2개 문항(①공중이용

---

1) ‘국민건강증진법’, ‘청소년보호법’, ‘담배사업법’이 해당한다.

시설의 전면 흡연금지, ②경고문구 및 경고사진이 담뱃갑 포장지의 50%에 해당하는 크기로 삽입)을 포함했다. 그리고 향후 보완되어야 할 정책은 ①중독성을 강화시키는 가향담배의 제조 규제, ②담배가격의 추가 인상, ③경고문구 및 경고사진의 크기를 담뱃갑 포장지의 100%에 해당하는 크기 강화, ④남성대상 잡지에도 담배광고 게재 금지, ⑤길거리 흡연 전면 금지, ⑥담배진열 및 광고 규제, ⑦담배제조 및 판매 전면 규제 등을 포함하여 총 7개 문항으로 구성했다. 타당도 검정을 위해 탐색적 요인 분석을 실시한 결과, 산업규제와 개인규제<sup>2)</sup> 등 2개 요인으로 추출되었다. 산업규제에 대한 측정 문항 간 신뢰도는 .89(M=4.9, S.D=1.4), 개인규제에 대한 신뢰도는 .87(M=5.0, S.D=1.4)로 나타났다.

#### (4) 금연(유지)의도

흡연자의 금연의도는 리 등의 연구(Lee et al., 2006)에서 사용한 2개 문항 “나는 6개월/3개월 이내 금연하는 것에 대해 진지하게 생각할 것이다”로 측정했다. 금연유지의도는 정재선(2013)의 연구를 참조하여 “나는 현재/평생 금연할 것이다”를 사용했다. 각 문항은 7점 척도로 측정했고, 문항 간 신뢰도는 .98(M=1.2, S.D=2.2)과 .97(M=4.8, S.D=2.9)이었다.

#### (5) 통제변인

뉴스에 대한 분노 특성, 담배회사의 CSR 활동에 대한 태도, 그리고 흡연 상태를 통제변인으로 선정하여 분석을 수행했다. 뉴스에 대한 분노 특성은 평소 뉴스에 노출되었을 때 나타나는 분노 표출의 정도를 측정했다

---

2) 산업규제는 담배산업이 직접적으로 영향을 받는 규제를 의미하고, 개인규제는 담배 산업이 포함되지만 흡연자가 더 직접적인 영향을 받는 규제로 구분하여 명명했다. 구체적으로 산업규제는 담배가격 인상, 담배가격 추가 인상, 공중이용시설/길거리 흡연 전면 금지 등 4개가 포함되었고, 나머지 6개는 개인규제에 포함되었다.

(Spielberger et al., 1988). 측정 문항은 “뉴스를 보면 자주 화가 난다” 등 총 4개 항목<sup>3)</sup>으로 구성했고, 문항 간 신뢰도는 .85(M=4.9, S.D=1.1)로 나타났다. 담배회사의 CSR 활동에 대한 태도는 공익사업 활동, 자원봉사활동, 취업지원활동 등 크게 3가지로 구분하여 “나는 담배회사의 공익사업활동(장학금 지원, 교육시설 기증 및 지원 등)을 좋게 생각한다” 등 5개 항목으로 측정했다. 문항 간 신뢰도는 .97(M=4.9, S.D=1.4)이었다. 흡연 상태는 세계보건기구, 유럽 연합에서 통상적으로 사용하는 청소년 흡연 행태(보건복지부·한국건강증진개발원 국가금연지원센터, 2015)를 적용하여 “지난 30일 간 한 번이라도 담배를 피운 경험이 있는지”를 이분형으로 응답하게 한 후 분석에 사용했다.

## 5. 연구결과

### 1) 실험 처치의 조작점검

본 실험에 앞서 고등학생 20명을 대상으로 실험 처치한 조작 점검을 실시하여 조작의 타당도를 검증했다. 실험 메시지에 계획한 대로 담배산업의 의도성 강화 단서와 약화 단서가 타당성 있게 반영되었는지를 확인하기 위해 총 6문항<sup>4)</sup>(7점 척도)에 대한 집단 간 평균비교를 실시했다. 의도성 조작 기사에는 ‘청소년 표적’, ‘중독성’, ‘유해 성분의 제거 노력’ 단서가 드러나는 3개 문항을 포함시켰다. 의도성 조작의 타당도를 점검한 결

3) “뉴스에는 나를 짜증나게 하는 사람이 자주 나온다”, “부정부패에 대한 뉴스를 보면 화가 나는 편이다” “불법행위에 대한 뉴스를 보면 화가 나는 편이다”

4) “방금 읽은 기사에 따르면, 청소년 흡연율이 증가하는 이유는 담배회사가 중독에 취약한 청소년을 표적으로 삼았기 때문이다”, “방금 읽은 기사에 따르면, 청소년이 흡연하는 것은 호기심, 유희, 스트레스 해소를 위해서다” 등 의도성 유형에 대한 자극이 제대로 이루어졌는지 확인하기 위한 문항으로 구성되었다.

과, 실험 메시지는 계획한 대로 조작적 정의가 차이 나게 잘 반영된 것으로 나타났다( $t=23.399, p<.001$ : 고의도성  $M=4.32, SD=.64$ , 저의도성  $M=6.51, SD=.69$ ).

또한 각 유형별 기사를 받은 두 집단 사이에 기사 내용의 수용 정도에 대한 인식 차이가 발생하는지 파악하기 위해 ‘실패’와 ‘설득’ 단어가 드러나는 5개 문항<sup>5)</sup>을 포함시켰다. 그 결과, 두 집단의 유의한 인식 차이가 없었다( $t=-1.097, p>.05, t=-1.408, p>.05$ ): ①실패성-고의도성  $M=5.03, SD=.45$ , 저의도성  $M=5.32, SD=.35$ , ②설득성-고의도성  $M=5.91, SD=.37$ , 저의도성  $M=5.7, SD=.37$ ). 따라서 실험 처치의 조작은 타당하게 이루어졌음을 알 수 있다.

## 2) 담배소송 기사 유형의 설득 효과 및 효과 발생 메커니즘

기사 유형의 영향력을 검증하기 위해 공분산분석(ANCOVA)과 다변량 분산분석(MANOVA)을 실시했고, PROCESS macro를 통해 효과 발생의 메커니즘을 검증했다. PROCESS macro는 매개변인이 두 개 이상일 때 수치적으로 매개효과의 유의성을 검증할 수 있는 통계 방법이다 (Hayes, 2012). PROCESS macro는 SPSS, SAS, M Plus 프로그램과 연동할 수 있어 매개효과를 분석하는 연구자들이 많이 이용하고 있다.

### (1) 책임소재 인식과 분노에 미치는 영향

〈표 1〉에 제시한 대로, 담배회사의 책임소재 인식에 대한 기사 유형의 영향력은 유의미하게 나타났다( $F(1,201)=194.01, p<.05$ ). 분노 또한 기사 유형의 유의미한 효과가 발견되었다( $F(1,201)=211.24, p<.05$ ). 예측한 대로, 흡연 폐해에 대한 담배회사의 의도성이 강조된 기사에 노출된 사람들은 흡연 폐해에 대한 책임소재를 담배회사에 더 높게 인식했고, 분

5) “기사 내용은 믿을 수 있다” “공감이 간다” “이해가 된다”, “설득력이 있다”

노 경험 또한 더 크게 나타났다. 따라서 고의도성 기사가 저의도성 기사에 비해 담배회사에 대한 책임소재 인식 및 담배회사를 향한 분노 경험이 더 높을 것이라는 <연구가설1-1>과 <연구가설 1-2>는 채택되었다.

또한 뉴스에 대한 분노 특성이 기사 유형에 영향을 주는 것으로 확인되었다. 그러나 담배회사의 CSR 활동에 대한 태도와 흡연 상태는 영향을 미치지 않았다. 이러한 결과는 평상시 뉴스를 보면서 더 자주, 더 많이 분노를 경험하는 사람들이 기사 유형에 따른 책임소재 인식과 분노 경험에 더 많은 영향을 받을 수 있음을 보여준다.

**표 1.** 기사 유형이 담배회사의 책임소재 인식과 분노에 미치는 영향 (n=203)

	책임소재 인식		분노	
	고의도성	저의도성	고의도성	저의도성
평균 (표준편차)	5.26 (1.19)	2.89 (1.08)	5.65 (1.26)	3.02 (1.12)
F	194.01***		211.24***	
절편	36.38***		33.71***	
CSR 태도	-1.29		-1.15	
흡연 상태	.56		.11	
분노 특성	37.59***		52.56***	
R <sup>2</sup>	.57		.60	

ANCOVA: \* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.00

## (2) 금연정책에 미치는 영향

금연정책은 산업규제와 개인규제로 구분하였으므로 종속변인이 2개이다. 따라서 종속변인이 두 개 이상일 때 독립변인의 영향력을 종합적으로 검증할 때 이용하는 다변량 분산분석(MANOVA)을 사용했다.

기사 유형에 따른 금연정책 평가는 <연구가설2-1>에서 예측한 바와 같이 흡연 폐해에 대한 담배회사의 고의도성 기사가 저의도성 기사에 비해 금연정책에 대해 호의적인 평가를 유도하는 것으로 나타났다(<표 2>). 특히 고의도성 기사를 접한 집단은 담배산업을 압박하는 정책 규제에 더 호의적으로 평가한다는 사실을 확인할 수 있었다(산업규제(F(1, 201)=

205.65,  $p < .05$ ). 개인규제( $F(1, 201) = 12.30, p < .05$ )의 경우도 비록 평균의 차이나 F값은 산업규제에 대한 호의적 평가보다 낮았으나 고의도성 기사와 저의도성 기사의 영향은 유의미하게 나타났다. 따라서 <연구가설 2-1>은 지지되었다.

산업규제에 대한 정책 평가의 경우 CSR태도, 흡연 상태, 분노 특성이 기사 유형에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 담배회사의 CSR활동에 대해 더 부정적으로 인식하고, 더 자주 흡연하며, 평상 시 뉴스를 보면서 더 자주 분노를 경험할수록 담배산업이 직접적으로 영향을 받는 규제에 대해 더 호의적으로 평가하는 것을 알 수 있다.

**표 2.** 담배소송 보도의 기사 유형이 금연정책 평가에 미치는 영향 (n=203)

산업규제	고의도성	저의도성	개인규제	고의도성	저의도성
평균 (표준편차)	5.79 (1.05)	3.70 (.81)	평균 (표준편차)	5.51 (1.27)	4.92 (.98)
F	205.65***		F	12.30***	
질편	66.77***		질편	68.08***	
CSR 태도	-3.90*		CSR 태도	-1.25	
흡연 상태	7.58**		흡연 상태	1.96	
분노 특성	13.55***		분노 특성	.86	
R <sup>2</sup>	.56		R <sup>2</sup>	.06	

MANOVA: \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .00$

### (3) 금연(유지)의도에 미치는 영향

<표 3>에 제시한 대로, 기사 유형은 흡연자의 금연의도( $F(1, 41) = 4.10, p < .05$ )와 비흡연자의 금연유지의도( $F(1, 158) = 8.16, p < .05$ )에 모두 유의미한 차이가 나타나는 것으로 확인되었다. 이러한 결과를 통해 고의도성 기사는 저의도성 기사에 비해 흡연자 및 비흡연자의 건강 행동 의도에 유의미한 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 따라서 <연구가설 2-2>와 <연구가설 2-3>은 지지되었다.

표 3.담배소송 보도의 기사 유형이 금연(유지)의도에 미치는 영향 (n=203)

금연의도	고의도성	저의도성	금연유지의도	고의도성	저의도성
평균 (표준편차)	5.32 (1.15)	4.40 (1.56)	평균 (표준편차)	6.69 (.82)	6.24 (.90)
F	4.10*		F	8.16**	
절편	28.11***		절편	389.73***	
CSR 태도	-.00		CSR 태도	-.06	
분노 특성	.13		분노 특성	1.52	
R <sup>2</sup>	.09		R <sup>2</sup>	.07	

ANCOVA: \* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.00

#### (4) 금연정책 평가와 금연(유지)의도에 미치는 효과 발생 메커니즘

앞서 언급한 결과를 통해 흡연 폐해의 대한 담배회사의 의도성을 부각한 고의도성 기사는 저의도성 기사에 비해 금연정책에 대한 평가를 더 호의적으로 유도할 뿐 아니라 흡연자의 금연의도와 비흡연자의 금연유지의도를 더 향상시키는 것으로 확인되었다. 따라서 <연구문제 1>과 <연구문제 2>에서 제시한 대로, 고의도성 보도가 흡연자와 비흡연자의 금연정책 및 금연(유지)의도에 어떻게 긍정적 영향을 미치는지 메커니즘을 이해하기 위해 책임소재 인식과 분노를 매개변인으로 하는 복합매개 효과를 분석하였다<sup>6)</sup>.

<그림 1>에 제시한 대로, 흡연자의 금연정책(산업규제) 평가의 경우에 3개의 인과매개 효과 중에 1)분노를 매개했을 때(B=.89, S. E. = .43, p<.05)와 2)책임소재 인식(B=2.71, S. E. = .31, p<.05)과 분노를 연속매개 했을 때(B=.69, S. E. = .12, p<.05) 기사 유형에 대한

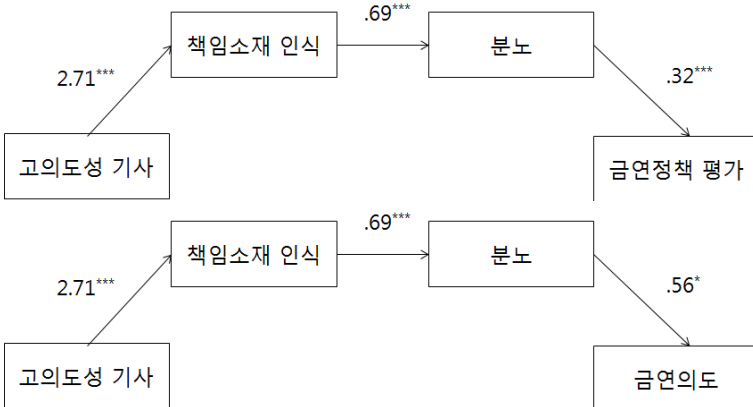
6) 복합매개 중에서 매개변인이 두 개 이상인 경우를 다중매개 모델이라고 하는데, 이는 한 개의 매개변인이 다른 매개변인에 영향을 주어 종속변인에 영향을 주는 것을 의미한다. 예컨대, 다중매개모델은 독립변인(X) → 매개변인1(M1) → 매개변인2(M2) → 종속변인(Y)이 연결되었을 때를 말하며, 이때 독립변인(X) → 매개변인1(M1) → 종속변인(Y), 독립변인(X) → 매개변인1(M1) → 매개변인2(M2) → 종속변인(Y), 독립변인(X) → 매개변인2(M2) → 종속변인(Y) 등 세 개의 인과매개효과가 존재함을 내포한다 (Albert & Nelson, 2011).

담배산업규제 평가가 유의미한 것으로 나타났다( $B=.32$ ,  $S. E. = .16$ ,  $p<.05$ ). 그러나 개인규제의 경우에는 기사의 직접 혹은 간접효과가 나타나지 않았다. 부트스트랩 편이수정 신뢰구간을 통해 유의성을 검토한 결과, 하한단계(LLCI)가 .09이고, 상한단계(ULCI)가 1.65로서 신뢰구간에 0을 포함하지 않으므로 매개효과의 유의성이 검증되었다(Hayes, 2012). 이러한 결과를 통해 고의도성 기사는 흡연 폐해가 담배회사의 책임이라는 인식을 통해 분노가 유발되고, 이는 금연정책 평가에 긍정적 영향을 주는 것으로 확인할 수 있다.

금연의도 역시 고의도성 기사가 담배회사에 대한 책임 인식( $B=2.71$ ,  $S. E. = .31$ ,  $p<.05$ )과 분노( $B=.69$ ,  $S. E. = .12$ ,  $p<.05$ )를 매개할 경우에 유의미한 효과가 나타나는 것을 확인할 수 있다. 부트스트랩 신뢰구간을 통해 간접효과의 유의성도 확인되었다( $[.12, 2.63]$ ).

이러한 분석 결과를 통해 흡연자들로 하여금 금연정책의 지지를 얻거나 금연의도를 유도하기 위해서는 흡연 폐해에 대한 담배회사의 의도성을 강조한 담배소송 기사가 효과적일 수 있음을 알 수 있다.

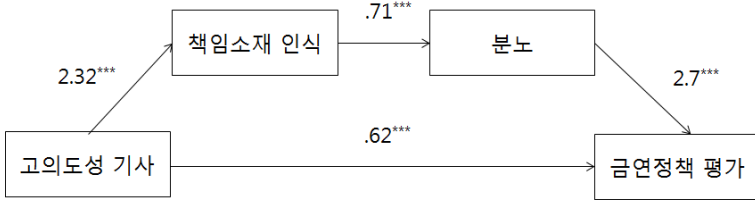
**그림 1.** 고의도성 기사가 흡연자의 금연정책 평가와 금연의도에 미치는 영향 ( $n=43$ )





경로	effect	SE	95% BC CI	
			LLCI	ULCI
기사→책임 인식→분노→금연정책 평가	.60	.40	.06	1.63
기사→책임 인식→분노→금연의도	1.05	.60	.12	2.63

그림 2. 고의도성 기사가 비흡연자의 금연정책 평가에 미치는 영향 (n=160)



경로	effect	SE	95% BC CI	
			LLCI	ULCI
기사→책임 인식→분노→금연정책 평가	.37	.10	.17	.58
기사→금연정책 평가	.51	.13	.24	.79

비흡연자도 금연정책(산업규제) 평가는 직접 및 간접효과 모두 유의미하게 나타났다(〈그림 2〉). 구체적으로 기사 유형은 1) 책임소재 인식(B=2.35, S. E. = .11, p<.05), 2) 분노(B=.88, S. E. = .15, p<.05), 그리고 3) 책임소재 인식(B=2.32, S. E. = .20, p<.05)과 분노를 통해(B=.71, S. E. = .06, p<.05) 산업규제 평가에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(B=.27, S. E. = .05, p<.05). 부트스트랩 편의수정 신뢰구간을 통해 간접 효과([.66, 1.16], [.17, .58], [.08, .33]) 및 직접 효과([1.77, 2.21]) 모두 유의미하게 나타났다. 개인규제의 매개효과는 책임소재 인식을 통한 경우에 유의한 값이 나왔다(B=.88, S. E. = .15, p<.05)고 신뢰구간을 통해서도 효과의 유의성을 확인했다([.18, .82]). 반면에 금연유지의도의 경우 기사 유형에 대한 두 매개변인의 직간접 영향력을 확인할 수 없었다.

이러한 결과를 통해 담배소송 보도의 기사 유형에 대한 설득 효과는

설득 대상의 흡연 여부와 그들의 인지 평가와 정서 반응에 따라 달라질 수 있음을 알 수 있다. 흡연자는 흡연 폐해에 대한 책임소재 인식과 분노 경험을 매개할 때 금연의도에 유의미한 영향을 주지만 비흡연자의 금연 유지의도에는 이러한 관계가 나타나지 않았다.

## 6. 결론 및 논의

이 연구는 담배소송 보도가 금연 인구 증가에 미칠 수 있는 영향을 살펴 보고, 미디어 효과 발생의 메커니즘을 구조적으로 파악했다. 구체적으로 이 연구는 1)흡연 폐해에 대한 담배산업의 의도성 수준을 달리한 기사 유형이 금연정책 평가 및 금연(유지)의도에 상이한 영향을 미치는지 검증 하고, 2)효과 발생의 메커니즘을 정서의 인지이론을 기반으로 인지-정서의 복합매개를 통해 탐색했다. 전자가 기사 유형에 따른 상이한 차이를 확인하는 것이라면 후자는 그 효과가 왜, 그리고 어떻게 발생했는지 이해 하기 위함이다.

이 연구를 통해 확인한 주요 결과는 다음과 같다. 첫째, 흡연 폐해에 대한 담배회사의 고의도성 기사는 저의도성 기사에 비해 고등학생 흡연자 및 비흡연자들이 금연정책에 더 호의적으로 평가를 하고, 금연(유지)의도를 높이는데 긍정적인 영향을 미쳤다. 이는 담배로 인해 야기되는 각종 질병과 죽음, 비윤리적이고 탐욕스러운 담배회사의 진실을 주제로 공공캠페인을 전개한 결과, 청소년의 흡연에 대한 신념, 태도, 흡연의사를 변화시키고, 포괄적 금연정책에 긍정적 영향을 주었음을 경험적으로 제시한 기존 연구와 일치한다(Siegel & Biener, 2000; Sly, et al., 2001; Farrelly et al., 2005).

둘째, 고의도성 기사의 설득 효과는 인지 평가를 통한 정서 경험을 통해 구성되었음을 확인했다. 즉 메시지에서 가해자의 의도성이 명확하

게 제시될수록 수용자의 책임소재 인식과 분노가 더 크게 활성화되고 (Kühne, et al., 2015), 활성화된 분노는 수용자가 문제 해결을 위한 적절한 판단을 하도록 유도할 뿐 아니라 건설적 행동을 이끌기 때문이다 (Lazarus, 1991; Lerner & Keltner, 2000). 다시 말해, 고의도성 기사는 흡연 폐해에 대한 담배회사의 의도성을 애매하지 않고 명확하게 제시함으로써 흡연 폐해의 책임이 담배회사에 있다는 인식을 높이고, 담배회사를 향한 더 큰 분노 경험을 유발시켜 담배산업을 규제하는 금연정책을 지지한 것으로 보인다. 특히 흡연자의 경우에는 책임소재 인식과 분노 경험을 매개할 경우에만 금연의도를 높이는 긍정적 결과로 이어졌다.

고의도성 기사에서 경험하는 분노는 제3자를 위한 선한 분노로 해석할 수 있다. 마땅히 존중받아야 하는 건강이 타인의 의도적 행위로 상실했을 때 표현되는 경우에 선한 분노 요건을 충족하기 때문이다(Barad, 1991). 즉, 소비자의 건강 손실이 기업의 이익 추구 행위로 인해 발생했다고 판단할 때 수용자가 경험하는 분노는 선하고, 옳고, 정당한 것이다.

이 연구는 사변적 논의를 중심으로 전개된 감정 이론과 정서의 인지 이론을 토대로, 언론의 프레임이 수용자의 인지 및 정서 경향을 활성화시킴으로써 뒤이은 판단과 의사결정에 영향을 미칠 수 있다는 논의를 실증적으로 확인했다. 이는 프레임ing 효과의 메커니즘을 인지적 관점으로 논의하거나 혹은 인지적 관점과는 거리를 두며 개별적 정서를 토대로 전개한 기존 연구에서 한 걸음 나아가 인지와 정서를 통합하는 관점에서 논의를 전개함으로써 프레임ing 효과가 어떻게 발생하는가에 대한 이해를 높이는 데 기여했다고 볼 수 있다.

또한 금연 인구 증가를 위한 전략적 차원으로 담배소송 보도에서 기대할 수 있는 효과를 경험적으로 제시했다. 이러한 논의는 담배회사의 비윤리성을 강조한 공공캠페인이 청소년 및 젊은 층의 금연행동 및 금연의도와 의정 관계를 보고한 기존 연구를 이해하는 데도 도움이 될 것이다 (Siegel & Biener, 2000; Sly, et al., 2001; Farrelly et al.,

2005). 무엇보다 실제 금연정책 및 금연예방프로그램에서 고려해야 할 사항이 무엇이고, 전략 방안을 모색할 때도 참고가 될 수 있다. 현실을 반영한 뉴스 환경 조건에서 도출된 프레이밍 효과 연구는 이론적·실무적 차원에서 적용할 수 있기 때문이다(Cappella & Jamieson, 1997).

특히, 이 연구의 결과는 청소년 대상의 금연교육에서 담배회사의 비윤리적·기만적 행위를 명확하게 알리는 프로그램 도입이 효과적일 수 있음을 시사한다. 현재 중고등학생을 대상으로 진행되는 흡연예방교육은 간접흡연의 폐해, 흡연으로 인한 신체적 피해, 흡연 거절 강화 등을 중점으로 추진되고 있을 뿐(보건복지부·한국건강증진개발원 국가금연지원센터, 2015) 담배회사의 비정상성을 알리는 관련 교육은 찾아보기 어렵다. 따라서 학교흡연예방 및 억제교육 프로그램에 담배산업의 비윤리적 행위를 강화한 메시지를 포함시킬 필요가 있다.

이 연구가 제공한 유의한 함의에도 불구하고 연구 수행에 있어 다음과 같은 한계점을 갖는다. 첫째, 이 연구는 고등학생을 대상으로 담배소송 기사 유형에 따른 영향력을 검증한 것이지만 이들의 뉴스 이용 시간이 현저하게 적다는 점을 감안하여 일반화하는 데는 한계가 따른다. 또한 실험 참가자의 수가 정교한 통계 분석을 행하기에는 제한적이었고, 특히 흡연자의 경우 표본 크기가 43명에 불과하므로 일반화의 해석에 주의가 요구된다. 따라서 향후 반복 연구를 통해 점검할 필요가 있다.

둘째, 이 연구는 실험 처치 조작으로 혼합 정서가 아닌 단일 정서를 생산하는 데 그쳤다. 미디어 소비 환경에서 발생가능한 정서는 단일보다는 혼합된 정서일 가능성이 높다. 그러나 혼합된 정서는 특정한 정서 효과의 확인을 어렵게 한다. 특정 정서가 태도 형성에 대한 모순된 효과를 내포할 수 있기 때문이다(Nabi, 2003; Nerb & Spada, 2001). 예컨대 분노와 슬픔은 개인통계의 평가에서 모순된 효과를 갖기 때문에 원인 제공자를 처벌하기 위한 정책에도 상극의 영향을 줄 수 있다. 이러한 예측은 특정 이슈에 대해 서로 다른 관점을 적용하는 현실의 뉴스 스토리가

수용자의 불확실한 태도를 촉진할 수 있게 한다는 것을 암시한다. 더 정확히, 특정 정서는 제안된 정책을 지지하는 주장을 촉진시키는 반면에 다른 정서는 반대 주장의 접근을 강화할 수 있다. 향후 연구에서는 경쟁하는 담론으로 유발된 혼합 정서가 어떻게 개인의 의견 형성에 영향을 미치고, 그러한 결과가 태도 구조에 어떻게 나타나는지 다양하고 활발한 논의가 동반되어야 할 것이다.

같은 맥락에서 향후 연구는 기사 유형에 따른 정서 반응의 측정 범위를 확장할 필요가 있다. 연구자가 조작한 기사에서 기대하는 정서 외에 다른 정서 또한 경험 가능하기 때문이다. 이 연구에서는 분노 외에도 슬픔과 두려움을 포함하여 측정했고, 분노를 제외한 정서는 기사 유형 간 유의미한 차이가 없었다. 하지만 의도성 수준의 조작으로 유발될 수 있는 정서가 분노, 슬픔, 두려움 외에 다른 정서를 경험할 수 있는 가능성을 완전히 배제할 수는 없다.

이 연구는 전통적으로 인지 처리의 관점에서 설명되어온 효과 메커니즘에서 나아가 인지와 정서의 통합적 관점에서 프레이밍 효과가 어떻게 나타나는지에 대해 탐색했다. 그러나 어떻게 그리고 어떤 조건에서 수용자의 판단 및 행동의도에 영향을 미치는지를 제시하는 포괄적 체계를 구축했다고 할 수는 없다. 따라서 프레임에 대한 다양한 속성과 인지와 정서 처리의 강도를 결정하는 사용자 속성, 혼합된 정서의 역할 등에 관한 더 많은 후속 연구가 진행되길 기대한다.

## 참고문헌

- 권혁남 (2010). 분노에 관한 인간학적 고찰. <인간연구>, 19호, 77-105.
- 금희조·조재호 (2015). 정치 커뮤니케이션. 이준웅·박종민·백혜진 편, <커뮤니케이션 과학의 지평> (445-494쪽), 파주: 나남.
- 김성애·이종혁 (2011). 뉴스 프레임과 수용자 스키마 일치가 프레이밍 효과에 미치는 영향: 남북한 대학생 비교분석. <한국언론학보>, 55권 2호, 103-125.
- 김수영 (2007). 분노에 대하여. <문학과 사회>, 20권 3호, 355-370.
- 나은경·송현주·김현석·이준웅 (2008). 정서의 프레이밍-경제 뉴스 보도 기사의 정서 반응 유발 효과. <한국언론학보>, 52권 2호, 378-406.
- 문빛·박건희 (2016). 기업 위기 상황에서 신뢰와 불신의 선행요인과 결과 요인 탐색에 관한 연구: 위기유형, 공중의 분노 및 부정적 커뮤니케이션 행동을 중심으로. <홍보학연구>, 20권 1호, 22-49.
- 보건복지부·한국건강증진개발원 국가금연지원센터 (2015). <2015년 학교 흡연예방 교육사업 안내>.
- 송현주·김현석·이준웅(2008). 대통령 후보 경선 여론조사보도에 대한 인지 평가와 정서반응의 정치적 행동경향에 미치는 영향. <한국언론학보>, 52권 4호, 353-376.
- 우형진 (2015). 미디어 효과, 이준웅·박종민·백혜진 편, <커뮤니케이션 과학의 지평> (261-314쪽), 파주: 나남.
- 이정은 (2017). 토마스 아퀴나스의 관점으로 본 “약자들”의 분노, 자기에, 그리고 정의. <한국기독교신학논총>, 104호, 205-240.
- 이준웅 (2000). 프레임, 해석, 그리고 커뮤니케이션 효과. <언론과 사회>, 29호, 85-153.
- 정재선 (2013). 세대와 흡연특성이 금연의도에 미치는 영향력 차이 연구: 계획행동이론을 중심으로. <헬스커뮤니케이션>, 8권, 1-39.
- 조인숙·김도연 (2015). 한국 언론의 담배소송 보도 분석: 비정상성 주체, 호

의 보도 및 해외사례 제시를 중심으로. <스피치와 커뮤니케이션>, 28호, 114-153.

조인숙·나은경 (2013). 비만, '일탈'과 '낙인' 사이: 비만 보도 프레임 유형이 비만과 비만인에 대한 인식 및 예방행동의도에 미치는 영향. <한국언론학보>, 57권 2호, 316-341.

통계청 (2015). <사회조사 결과>.

Alicke, M. (2000). Culpable control and the psychology of blame. *Psychological Bulletin*, 126, 556-574. *Journal of Counseling and Development*, September, 63, 26-29.

Alschuler, C. F., & Alschuler, A. S. (1984). Developing healthy response to anger : the counselor's role. *Journal of Counseling & Development*, 63(1), 26-29.

Barad, J. (1991). Aquinas on the role of emotion in Moral Judgment and Activity. *The Thomist: A Speculative Quarterly Review*, 55(3), 397-413.

Betancourt, L., & Blair, I. (1992). A cognition (attribution)-emotion model of violence in conflict situations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 343-350.

Bushman, B. J. (2002). Does venting anger feed or extinguish the flame? Catharsis, rumination, distraction, anger, and aggressive responding. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 724-731.

Cappella, J. N. & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: the press and the public good*. New York: Oxford University Press.

Choi, Y., & Lin, Y. H. (2009). Consumer Responses to Mattel Product Recalls Posted on Online Bulletin Boards: Exploring Two Types of Emotion. *Journal of Public Relations Research*, 21(2), 198-207.

- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments. *Journal of Communication, 57*, 99-118.
- Coillie, H. V., Mechelen, L. V., & Ceulemans, E. (2006). Multidimensional individual differences in anger-related behaviors. *Personality and Individual Differences, 41*(1), 27-38.
- Farrelly M. C., Davis, K. C., Haviland, M. L., Messeri, P., Heaton, C. G. (2005). Evidence of a dose-response relationship between "truth" antismoking ads and youth smoking prevalence. *American Journal of Public Health, 95*(3), 425-431.
- Gault, B. A., & Sabini, J. (2000). The roles of empathy, anger, and gender in predicting attitudes towards punitive, reparative, and preventative public policies. *Cognition & Emotion, 14*, 495-520.
- Goodall, C. E., Slater, M. D., & Myers, T. A. (2013). Fear and anger responses to local news coverage of alcohol related crimes, accidents, and injuries: Explaining nes effects on policy support using a representaive sample of messages and people. *Journal of Communication, 63*, 373-392.
- Han, S., Lerner, J. S., & Keltner, D. (2007). Feelings and consumer decision making: The appraisal-tendency framework. *Journal of Consumer Psychology, 17*, 158-168.
- Hannah, G., & Cafferty, T. (2006). Attribution and responsibility framing effects in television news coverage of poverty. *Journal of Applied Social Psychology, 36*(12), 2993-3014.
- Hayes, A. F. (2012). PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling. Retrieved from <http://afhayes.com/index.html>



- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? : How television frames political issues*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Kim, H. J., & Cameron, G. T. (2011). Emotions matter in crisis: The role of anger and sadness in the public's response to crisis news framing and corporate crisis response. *Communication Research, 38*, 826-855.
- Kühne, R. & Schemer, C. (2015). The emotional effects of news frames on information processing and opinion formation. *Communication Research, 42*(3), 387-407.
- Lanctôt, N., & Hess, U. (2007). The timing of appraisals. *Emotion, 7*, 207-212.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. New York, NY: Oxford University Press.
- Lecheler, S. & de Vreese, C. H. (2012). Getting real: the duration of framing effects. *Journal of Communication, 61*, 959-983.
- Lee, H., Hubbard, A. E., O'Riordan, C., K. & Kim, M. (2006). Incorporating culture into the theory of planned behavior: Predicting smoking cessation intentions among college students. *Asian Journal of Communication, 16*(3), 315-332.
- Lerner, J. S., & Keltner, D. (2000). Beyond valence: toward a model of emotion-specific influence on judgement and choice. *Cognition and Emotion, 14*, 473-493.
- Marcus, G. E., Neuman, R., & MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgement*, Chicago: University of Chicago Press.
- Martin, R. C., & Dahlen, E. R. (2005). Cognitive emotion regulation in the prediction of depression, anxiety, stress, and anger. *Personality and Individual Differences, 39*(7), 1249-1260.

- Nabi, R. L. (2003). Exploring the framing effects of emotion: Do discrete emotions differentially influence information accessibility, information seeking, and policy preference? *Communication Research*, 30, 224-247.
- Nelson, T. E., & Kinder, D. R. (1996). Issue frames and group-centrism in American public opinion. *Journal of Politics*, 58, 1055-1078.
- Nelson, T. E., & Oxley, Z. M. (1999). Issue framing effects on belief importance and opinion. *Journal of Politics*, 61, 1040-1067.
- Nerb, J., & Spada, H. (2001). Evaluation of environment problems: A coherence model of cognition and emotion. *Cognition & Emotion*, 15, 521-551.
- Niederdeppe, J., Frosch, D. L., & Hornik, R. (2008). Cancer news coverage and information seeking. *Journal of Health Communication*, 13, 181-199.
- Oatley, K., & Jenkins, J. M. (1996). *Understanding Emotions*. Wiley-Blackwell Press.
- Ortony, A., Clore, G. L., & Collins, A. (1988). *The cognitive structure of emotions*. New York: Cambridge University Press.
- Quigley, B. M. & Tedeschi, J. T. (1996). Mediating effects of blame attributions on feeling anger. *Journal of Personality and Social Psychology*, 22, 1280-1288.
- Scherer, K. R. (1999). Appraisal theory. In T. Dalieish & M. Power (Eds.), *Handbook of cognition and emotion*. New York: Wiley.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1). 103-122.
- Siegel, M. & Biener, L. (2000). The impact of an antismoking

media campaign on progression to established smoking: results of a longitudinal youth study. *American Journal of Public Health*, 90, 380-386.

Slothuus, R. (2008). More than weighting cognitive importance: a dual process model of issue framing effects. *Political Psychology*, 29(1), 1-28.

Sly DF, Heald GR, Ray S (2001). The Florida "truth" anti-tobacco media evaluation: design, first year results, and implications for planning future state media evaluations. *Tob Control*, 10(1), 9-15.

Smith, C. A., & Ellsworth, P. C. (1985). Patterns of cognitive appraisal in emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 813-838.

Spielberger, C. D., Krasner, S. S., & Solomon, E. P. (1988). The experience, expression and control of anger. In M. A. Chesney & R. H. Roseman (Eds.), *Anger and hostility in cardiovascular and behavioral disorder*. Washington DC: Hemisphere.

Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92, 548-573.

투 고 일 자: 2018년 10월 15일

심 사 일 자: 2018년 11월 21일

게재확정일자: 2018년 11월 28일

## **Abstract**

# **Dual Mediation of ‘Cognition’ and ‘Emotion’ in Framing Effect Mechanism**

through the Case of Tobacco Litigation News

**In Sook Cho**

Kookmin University

**Doh Yeon Kim**

Kookmin University

This study was carried out to explore if the framing effect was mediated with cognition(thought) and emotion(feeling). An between-subject design experiment was conducted with 203 high school students applying tobacco litigation reports. The result showed that news emphasizing the desire and immorality of tobacco companies significantly affected the assessment of anti-smoking policies and the practice of non-smoking behavior. And the framing effect of news emphasizing high intention of tobacco companies was discovered through the awareness of their responsibility and good anger toward them. In other words, it was found that news emphasizing high intention of tobacco companies influenced news readers' favorable evaluation of anti-smoking policy through vitalizing the recognition of responsibility and the experience of anger. In addition, smokers have increased their intention to stop smoking when their awareness of responsibility and anger have been activated. Finally, implications were discussed how to interpret the mediating effects of awareness and emotions on news framing effects mechanisms and how to apply the results in the

development of anti-smoking education programs.

**KEYWORDS** framing effect mechanism, cognitive theory of emotion, emotion theory, good anger, accountability, tobacco litigation