

수용자의 인지정교화 가능성 수준이 프레이밍 효과에 미치는 영향에 관한 연구*

장하용**

(동국대학교 신문방송학과 교수)

제방훈***

(동국대학교 대학원 석사)

본 연구의 목적은 수용자의 인지정교화 가능성과 뉴스 프레이밍 효과의 관계를 분석하는 것이다. 이를 위해 서로 다른 프레이밍과 메시지 특성이 적용된 기사를 수용자에게 노출시키는 실험을 통해서 뉴스 프레이밍 효과가 수용자의 인지정교화 수준에 따라 어떻게 변화하는지를 살펴보았다.

연구 결과, 수용자의 이슈에 대한 관여도가 높을수록 뉴스 프레이밍에 대한 동조화 정도가 높은 반면, 수용자가 비평적으로 사고하는 성향이 강할수록 뉴스 프레이밍에 대한 동조화는 적거나 역방향으로 나타나고 있다. 따라서 수용자 요인 중에서 비평적 사고를 즐기는 성향은 높은 수준의 인지정교화를 결정짓는 요인이긴 하지만, 반드시 프레이밍 효과로까지 이어지는 요인은 아니었다. 관여도가 낮은 이슈일수록 수용자들은 주변경로로 정보를 처리하는 경우가 많은 것으로 확인되었다.

메시지 특성 변인으로 논증과 단서의 양이 많을수록 프레이밍에 대한 동조화 정도가 높은 것으로 확인되었다. 논증과 단서의 양이 적을수록 수용자들은 주변경로를 통해 정보를 처리하는 경우가 많았다. 관여도의 경우, 고관여 이슈에서는 단서보다 논증의 양에 따라서 프레이밍 효과가 결정되는 반면, 저관여 이슈에서는 단서의 양에 따라서 프레이밍의 효과의 차이가 나타나고 있다.

주제어: 프레이밍 효과, 정교화가능성(ELM), 관여도, 단서(cue), 비평적 사고, 논증 다양성

* 이 연구는 두 번째 저자가 쓴 석사학위논문의 일부 데이터를 재분석해서 새롭게 구성한 것임.

** comjang@dgu.edu

*** rotcxxx@korea.com

1. 문제제기

인간이 인식한 현실은 현실 그 자체가 아니라 언어를 통해 구성된 현실이다. 뉴스가 현대사회의 가장 중요한 커뮤니케이션 형식의 하나로 받아들여지는 까닭은 그것이 사회구성원들에게 정체성을 마련해주는 공유된 언어의 대표적 형식이기 때문이다(강명구, 1994). 수용자가 많은 뉴스와 정보들 중에서 특정기사 및 그와 관련된 정보를 지각하는 것은 일종의 메커니즘적 프로세스를 거치게 되는데, 이를 사회심리학 관점에서는 지각이 정보를 구조화하며 경험의 세계를 안정적으로 보게 하고, 입력된 정보를 의미 있게 해석하도록 만든다고 정의한다(홍성열, 2004).

이러한 경로를 통해 우리가 인지하는 정보나 이슈들은 특정한 프레임에 따라 관점과 논리, 그리고 결과에 대한 함의가 달라지며, 같은 사건이나 이슈에 대한 뉴스일지라도 프레임이 다르다면 그 사건과 이슈에 대한 해석과 의견도 달라진다(Nelson & Oxley, 1999; Rhee, 1997; 이준웅, 2001). 프레임은 현실의 어떤 측면은 강조하는 반면, 다른 측면들은 생략하거나 무시함으로써 현실에 대한 일정한 방향의 해석을 유도하는 의미생산의 도구이다(Entman, 1993; 양정혜, 2001). 프레임링 효과는 한 이슈에 대해 특정한 논조로 의도된, 즉 ‘틀짓기’가 이루어진 기사에 노출된 수용자는 기사가 의도한 논조와 같은 관점에서 문제를 인식하고 해결방안을 모색하게 된다는 내용을 담고 있다. 언론보도의 프레임은 일반적으로 현안 또는 쟁점 등의 현실을 사회적으로 재구성한다(Gamson & Modigliani, 1989; 김원용·이동훈, 2005). 재구성된 사회적 현안과 이슈들은 지속적으로 이루어지는 재해석의 패턴이며(Gitlin, 1980), 이에 따라 언어적·비언어적 미디어 담론이 만들어진다.

언론의 프레임링 효과에 관한 국내의 기존 연구 동향은 첫째, 기사에 대한 프레임 분석을 통해 일정기간 내 다루어지고 있는 특정 뉴스에 관한 보도경향 및 담론 자체의 보도내용이 어떤지를 파악하는 뉴스 프레임의 내용분석 연구(권상희, 2004; 원만해·채백, 2007; 정재철, 2004; 최낙진, 2004), 둘째, 보도 프레임에 따른 해석의 차이가 수용자의 인식에 미치는 효과 연구(강문정·차희원,

2007; 박노일·한정호·홍기훈, 2007; 박정의, 2001; 이건혁, 2002; 이준웅, 2001·2005), 셋째, 프레임연구에 사용되는 방법을 분석하기 위한 프레임분석 방법론 연구(김원용·이동훈, 2004·2005) 등으로 나눌 수 있다.

그러나 프레이밍 효과에 관한 연구는 유용성에도 불구하고 이론적 불명확성과 주요 개념의 혼란으로 인해 비판을 받아온 것이 사실이다(Entman, 1993; Scheufele, 1999). 엔트만(Entman, 1993)은 프레이밍 연구의 개념적 산만함(scattered conceptualization)을 언급하면서, 그 원인으로 개념 정의와 분석에 있어 현상 기술에만 치중함을 지적하고 있다. 쉘펠레(Scheufele, 1999)도 프레임 연구가 이론과 분석방법의 모호함으로 인해 한계에 부딪치고 있음을 지적하면서, 프레임 분석이 방법론적 측면에서 객관성이 담보되어야 한다고 주장한다.

이와 함께 프레이밍 효과의 중개변인으로 작용할 수 있는 변인들에 대한 탐색도 미진한 분야이다. 현재까지 논의되어온 중개변인은 수용자의 사전지식(조재운·박보영, 2001), 관여도(남인용, 2001; 이종민·류춘렬·박상희, 2007; 차희원, 2004; Maheswaran & Meyers-Levy, 1990), 커뮤니케이터 유형과 자기 검색도(남인용, 2001), 미디어 신뢰도(차희원, 2004) 등 다양하다. 그러나 이들은 대부분 특정 이슈의 프레임과 그로 인한 수용자들의 인식변화 유무에 관한 분석에 머무르고 있을 뿐, 프레이밍 효과와 관련된 다양한 변인을 이론적 논의에 근거해서 탐색하는 노력은 소홀히 한 측면에 있다. 또한 동일한 변인을 대상으로 하더라도 연구결과가 혼재되어 나타나거나, 프레이밍 효과의 차이에 대한 주장이 서로 상충하는 모습도 관찰된다.

본 연구는 뉴스 프레이밍과 수용자의 인지정교화 가능성(Elaboration Likelihood)을 접목해서 프레이밍 효과를 살펴보는 데 목적이 있다. 구체적으로 프레임을 담고 있는 메시지의 특성과 이를 접하는 수용자 요인에 따라서 메시지의 처리 경로가 달라지며, 그 결과 뉴스 프레이밍 효과에 어떤 차이가 나타나는지를 분석하고자 한다.

2. 이론적 논의와 연구문제

1) 프레이밍 효과의 연구 경향

일반적으로 프레이밍 효과 연구는 텍스트의 구성이 현실의 다른 측면을 무시하고 특정 부분을 선택적으로 강조함으로써 수용자의 인식과 해독과정에 영향을 미치는 방식에 초점을 맞추고 있다(Entman, 1993; Gamson, 1992; Pan & Kosicki, 1993; 이건혁, 2007). 따라서 프레이밍 효과 연구는 뉴스 프레임을 발견한 다음, 이들이 구체적인 상황에서 수용자의 인식에 어떤 작용을 하는가를 밝히는 작업이라고 볼 수 있다.

우선 프레임을 유형화하는 연구는 프레임의 비체계성과 산만성을 보완하기 위해 보편적 프레임 유형을 발견하고자 하는데, 예컨대 뉴스 프레임을 형식과 내용의 측면에서 판별하거나(영정혜, 2001), 사건중심적과 주제중심적 프레임으로 구분하거나(이귀옥·박조원, 2001), 또는 정황, 귀인, 배경, 가치의 네 가지로 보편적 프레임을 유형화하는 것(김원용·이동훈, 2005) 등을 들 수 있다. 이를 바탕으로 프레이밍 효과에 관한 연구는 갈등적 사안에 대한 메시지를 대상으로 해서 프레임의 차이가 갈등적 이슈에 대한 수용자의 해석과 의견에 미치는 효과를 분석한다. 즉 ‘뉴스 스토리를 구성하는 방식’ 자체가 수용자의 내러티브 해석에 중요한 역할을 한다는 것이다(이준웅, 2001). 예를 들어, 지역선거보도에서의 프레이밍 효과에 대한 박정의(2001)의 연구는 지역의 특성에 따라서 프레임의 효과가 다르다는 것을 보여준다. 지역민의 인구속성이 동질적인 지역에서는 대세몰이형 프레임이 효과적인 반면, 인구 속성이 이질적인 지역에서는 사회정체성 프레임이 더 효과적이라는 것이다. 이런 결과는 선거보도의 프레이밍 효과를 보여주지만, 동시에 프레이밍 효과가 수용자의 속성에 따라 제한적이라는 점을 시사한다.

따라서 프레이밍 효과가 개인적 요인에 의해서 차별적으로 나타날 수 있다는 연구도 다수 존재하는데, 예컨대 인지적 반응의 차이를 조정변수로 설정하여 교육수준의 정도에 따라 광고메시지에 대한 정보처리에 차이가 있는지를

살펴본 연구에서(이재록, 2006), 교육수준이 높은 수용자는 긍정적 메시지에 의해, 반대로 교육수준이 낮은 수용자는 부정적 메시지에 의해 더 영향을 받는 것으로 나타났다. 또한 관여도에 따른 프레이밍 효과를 분석한 연구(이종민·류춘렬·박상희, 2007)에서도, 광고 메시지에 대한 개인적인 관여도보다는 상황적 관여도, 즉 제품의 사용과 가치에 대한 상황 판단에 따라서 프레이밍 효과의 차이가 발생함을 보여주고 있다.

프레이밍 효과를 프레임을 이용하는 수용자의 사회적, 심리학적 역학 관계로 접근하는 것도 가능하다(Fiske & Taylor, 1991; Pan & Kosicki, 1993). 슈펠레(Scheufele, 1999)는 의제 설정에 영향을 미치는 변인으로 인구학적 속성, 해당 이슈에 대한 대인적 토론, 공중의 기존 정치 성향, 그리고 미디어 노출 및 이용 정도 등을 지적하면서, 이를 통제하거나 중재변인으로 해서 의제 설정 이론을 검증해야 한다고 주장한다. 결국 프레이밍 효과는 단선적이 아니라 수용자의 속성, 매체 이용 정도, 상호접촉 정도와 같은 다양한 요인에 따라서 구체적인 모습이 달라진다는 것이다. 비록 많은 프레이밍 효과 연구가 미디어 프레임과 수용자의 인지적 상호작용을 함께 고려하고 있지만, 그 구체적인 모습에 대한 분석은 부족한 실정이다(이건혁, 2007).

2) 인지정교화 가능성 모델(Elaboration Likelihood Model)

본 연구는 수용자의 인지적 복잡성에 기초해서 메시지를 어떤 방식으로 처리하는지를 판단하는 기제인 인지정교화 가능성모델과 프레이밍 효과의 접합가능성을 확인해보고자 한다. 페티 등(Petty & Cacioppo, 1981, 1993)은 “인지정교화(elaboration likelihood)란 어떤 개인이 사안과 관련된 정보에 대해 주의 깊게 생각하느냐에 대한 정도”라고 말한다. 수용자가 메시지에 대해 비평적 사고를 할수록 정교화과정은 중심경로(central route)를 따라 이루어지며, 비평적 사고에 필요한 동기나 능력이 부재할 때 메시지 처리는 주변경로(peripheral route)를 통해 이루어진다. 중심경로를 통하여 정보를 처리하는 경우에는 능동적으로 활발하게 정보를 생각하는 반면, 주변경로를 통하여 정보를

처리할 때는 논증의 질과 직접적으로 관련이 없는 요인들에 의해 영향을 받게 된다.

정교화 가능성 모델은 서로 다른 경로에 의한 메시지 처리가 상이한 결과를 보여주는 것에 주목한다. 중심적 경로를 이용할 때에 논증들은 주의 깊게 고려되고, 태도변화는 상대적으로 지속적이며 행동에 영향을 미치기 쉽다. 반면에 수용자가 주변적 경로를 사용한다면, 결과적으로 나타나는 변화는 일시적이며 행동에 덜 영향을 주게 된다. 정교화 가능성의 수준은 수용자 요인과 메시지 특성에 의해 결정된다. 정교화 가능성을 높이는 개인적 요인과 메시지 특성이 존재할 때, 수용자는 정보를 중심경로를 통해 처리하며, 반대의 경우에는 주변적 경로를 이용하게 된다.

페티 등(Petty & Cacioppo, 1981, 1993)은 수용자가 메시지에 대해 주의 깊게 생각하는 정도에 따라 메시지의 내용이 행동에 영향을 미치기 쉽다고 지적하며, ‘메시지에 대한 주의 깊은 생각’에 영향을 줄 수 있는 요인을 수용자의 개인적 특성과 메시지 특성으로 나누어 설명한다. 개인적 특성과 관련된 변인은 다시 관여도, 비평적 사고를 즐기는 개인적 성향, 메시지를 처리할 능력 등 세 가지로 나누어진다. 인지정교화 가능성 모델에서 주목하는 메시지 특성 변인은 전달되는 메시지에 포함되는 단서(cue)의 양, 논증의 강도, 그리고 얼마나 다양한 유형의 단서가 전달되는가이다. 사람들은 여러 소스로부터 발생하는 다중적 논증에 관해서는 더욱 신중하게 생각하는 경향이 있는데, 이는 다양한 방식으로 메시지가 전달될 경우 신속하게 의미를 판단하고 태도 변화를 결정하기가 어렵기 때문이다.

3) 프레이밍 효과와 인지정교화 가능성

메시지에 대한 인지구조 활성화는 수용자가 미디어 텍스트의 의미를 능동적으로 해독하는 과정을 의미한다(이강수, 2001). 동일한 메시지를 전해도 수용하는 사람에 따라서 나타내는 반응은 다양하기 때문이다(홍성열, 2004). 메시지의 의도와 내용이 수용자에게 미치는 영향, 즉 프레이밍의 효과는 절대적

일 수 없으며, 수용자 요인이나 다른 변인들에 의해서 프레이밍 효과는 차별적으로 나타날 수 있다. 인지정교화 수준이 수용자의 인지적 복잡성과 밀접한 관련이 있는 것과 마찬가지로, 프레이밍 효과연구는 메시지를 특정 프레임으로 조건화했을 때 수용자의 인지적 복잡성에 어떤 영향을 주는가에 관한 내용을 담고 있다. 결국 프레이밍과 인지정교화라는 두 개념은 인간의 인지구조에 영향을 주어 인지를 활성화시킨다는 공통적인 가정에 기반하고 있다.

인지정교화가능성 모델은 프레이밍 효과에 영향을 미치는 요인에 대한 단서를 제공한다. 인지정교화가능성 모델의 핵심적 개념인 ‘정교화수준을 결정짓는 것’은 기본적으로 메시지에 의한 수용자의 설득과 그로 인한 ‘인지적 태도 변화를 결정짓는 동기화(motivation to process)’를 의미하기 때문이다. 중심경로를 통해 정보를 처리하게 되면, 정보를 처리할 때 능동적으로 정보에 관하여 생각하고 제시된 정보에 가중치를 두게 되므로 행동에 영향을 미치기 쉬우며, 주변경로를 사용하게 되면 결과적으로 나타나는 변화는 일시적이며 행동에 덜 영향을 준다. 결국 중심경로와 주변경로 중 어느 경로를 통해 정보를 처리하는가에 대한 논의는 프레이밍 효과의 강도와 직접적으로 연결된다.

인지정교화수준의 결정요인이 프레이밍 효과의 중개변인으로서 기능하는지를 확인하기 위해서는 수용자 요인과 메시지 특성들에 대한 이론적 논의를 프레이밍 과정과 함께 살펴보는 것이 필요하다. 첫 번째는 수용자 요인 가운데 관여도(involveement)에 관한 것이다. 인지정교화 가능성 모델에 따르면, 메시지에 의한 설득 커뮤니케이션 과정에서 중심경로와 주변경로의 선택을 결정짓는 정교화 가능성은 ‘처리할 동기가 있는가’에 의해서 우선적으로 결정된다. 동기는 메시지에 대한 개인적 관련성, 사적인 책임 등과 관련이 깊으며, 수용자의 메시지에 대한 관여도가 낮을수록 주변경로를 통한 일시적이고 불안정한 태도 변화를 일으키기 쉽다(Mittal & Lee, 1989; Maheswaran & Meyers-Levy, 1990). 인지정교화는 인간이 어떤 메시지를 접했을 때 인지적으로 에너지를 투입해서 깊이 사고하는 과정을 의미하기 때문에 관여도와 깊은 관계가 있다. 관여도가 높은 수용자일수록 매체와 매체의 메시지 구조와 상호작용이 높게 나타나고, 상호작용성이 높을수록 메시지 이용가능성이 높아지며, 그에 따라

효과도 크게 나타나게 된다(김은미·임소혜·함선혜, 2008).

둘째는 수용자 요인으로 인지적 사고 경향에 관한 것이다. 페티 등(Petty, Cacioppo & Morris, 1983)은 이를 경험적 세계를 이해하기 위한 ‘인지적 욕구’라는 표현으로 정의하는데, 개인마다 정보를 처리하기 위해 투입하는 노력이 다르기 때문에 그에 따라 정교화 가능성의 정도도 달라진다고 한다. 복잡한 내용을 가진 메시지라 할지라도 인지적 욕구 성향이 높은 사람은 내용의 주의 깊게 살펴보고 처리하려고 시도하는 반면, 그렇지 않은 사람은 쉽게 포기하거나 메시지 내용 외의 주변적 단서를 통해 메시지를 처리하게 된다. 메시지를 비판적으로 검토하고 평가하는 인지적 성향이 높은 수용자일수록 중심경로를 통해 태도를 결정하며, 이런 과정을 통해 형성된 태도는 메시지 내용과 깊은 관련성을 갖는다(Petty, Cacioppo, Kao & Rodriguez, 1986). 동시에 인지적 경향은 태도의 방향성과도 밀접한 관련을 갖고 있는데, 헨닝슨 등(Henningsen, Henningsen, Cruz & Morrill, 2003)의 연구에 따르면, 적극적으로 정보처리를 추구하는 인지 구조를 가진 사람일수록 설득 메시지를 긍정적으로 평가해서 우호적인 태도를 형성한다고 한다. 비록 이 연구가 대인 관계에서의 인지정교화 가능성과 프레임 효과를 다루었지만, 뉴스 메시지의 프레임 효과에도 적용될 수 있을 것이다.

셋째는 메시지 특성으로 ‘논증의 수’에 관한 것이다. 수용자가 언론 메시지를 접할 때, 뉴스가 특정 이슈에 관한 논증과 설명을 반복적이고 다양하게 제시할수록 주제나 이슈의 인식활성화가 계속되며, 이에 따라 수용자의 인지 구조 내에 관련된 주제나 개념의 접근성이 높아지게 된다(Price & Tewksbury, 1997). 특정 개념의 접근성이 높아짐으로써, 그 개념은 후속적인 인지적 작업에 사용될 확률 또한 높아진다. 따라서 논증이 많이 포함된 메시지는 수용자의 정보에 대한 접근성을 확장시키고, 이슈와 갈등적 내용에 관한 활성화 가능성의 증가로 이어지게 한다. 그 결과 수용자는 접근성이 높아진 개념을 중심으로 사안에 대한 판단을 내리게 되며, 이는 프레임 효과의 강도를 결정하는 요인이 된다. 특히 논증의 양은 수용자의 관여도와 관계가 있는데, 저관여 상황에서는 주장의 개수가 적을수록 인지를 활성화시키지만, 주장의 질이

더 중요한 고관여 상황에서는 영향을 미치지 않는 것으로 나타나고 있다(리대룡·이명천·조재현, 1990; 이명천, 1999).

넷째, 메시지 특성의 하나인 단서(cue), 즉 ‘단서의 양’은 정보 처리과정에서 중요한 역할을 한다(Hamming, 1980). 메시지에 어려운 내용과 용어를 이해하기 쉽도록 하는 ‘단서의 양’이 많을수록 그 메시지가 선택될 확률이 높아질 뿐 아니라, 메시지의 의미가 인지구조 내 지식의 기본단위에 포함될 수 있게 되며, 결과적으로 메시지와 관련된 태도를 능동적으로 형성할 수 있게 된다(이정모, 2001). 이러한 측면에서, ‘단서의 양’은 메시지의 내용에 대한 수용자의 접근성에 변화를 주어 활성화 가능성을 높이는 ‘촉매’ 역할을 하며, 동시에 메시지 의미를 해독하는 데 안내자 역할을 하게 된다.

수용자 요인과 메시지 특성은 프레이밍 효과의 다양성에 중요한 변수로 작용한다. 이슈에 대한 수용자의 개인적인 관심도나 지식의 유형, 기억의 용량 등이 낮을 경우, 수용자는 낮은 수준의 인지정교화를 이루게 되며, 정보를 주변경로를 통해 처리하게 된다. 주변적 경로를 통한 정보 처리는 논증의 질과 직접적으로 관련이 없는 요인들에 의해 영향을 받게 되며, 결과적으로 메시지 프레임에 대한 동조화의 감소로 이어지게 된다. 또한 수용자 요인과 메시지 특성 요인은 복합적이고 비순차적인 사이클을 통해 수용자의 인지구조에 영향을 미친다. 메시지에 어려운 용어가 있는지, 있다면 이를 해석할 만큼의 개인적 능력이 있는지는 해당 메시지와 수용자에 따라서 다를 수밖에 없기 때문이다.

이상과 같은 논의를 바탕으로 본 연구의 연구문제와 가설은 다음과 같다.

연구문제 1: 언론 메시지의 프레이밍 효과는 수용자 요인에 따라 차이가 있는가?

가설 1-1: 고관여 메시지를 받은 수용자일수록 프레임에 대한 동조화의 정도가 높을 것이다.

가설 1-2: 비평적 사고를 즐기는 개인적 성향을 가진 수용자일수록 프레임

에 대한 동조화의 정도가 높을 것이다.

연구문제 2: 언론 메시지의 프레이밍 효과는 메시지의 특성에 따라 차이가 있는가?

가설 2-1: 단서의 양이 많은 메시지를 접한 수용자일수록 프레임에 대한 동조화의 정도가 높을 것이다.

가설 2-2: 논증의 다양성이 높은 메시지를 접한 수용자일수록 프레임에 대한 동조화의 정도가 높을 것이다.

3. 연구방법

1) 변인의 결정과 조작적 정의

일반적으로 프레이밍 효과는 메시지 수용의 결과로서 특정 개념에 대한 접근성과 적용성의 증가로 정의된다. 접근성은 주어진 자극에 대해 어떤 개념이 활성화되는 확률을 의미하며, 적용성은 특정한 자극에 대해 개념이 반응하는 정도를 의미한다. 따라서 어떤 메시지가 특정 개념을 반복적으로 제시할 경우 인지적 활성화가 이루어지고 접근성이 높아지며, 결과적으로 최종적인 인지 작용인 판단에 사용될 가능성이 높아지게 된다(Price & Tewksbury, 1997).

그러나 특정한 개념의 활성화와 적용성에 초점을 맞추는 기존 연구와 달리, 프레임을 ‘이야기가 구성되는 방식(이준웅, 2001)’이라는 내러티브 구조로 접근하는 것이 가능하다. 즉, 같은 사건이나 이슈에 관한 메시지일지라도, 이야기 전개的方法和 관점, 결과에 대한 함의 등이 다르다면 수용자의 이슈의 해석과 의견도 달라진다는 것이다. 따라서 프레이밍 효과는 메시지의 ‘이야기 구조’와 수용자의 ‘이야기 구조’가 서로 조응하는 과정이 되며, 기존의 연구 결과도 이런 주장을 뒷받침하고 있다(이준웅, 2001).

이를 바탕으로 본 연구는 프레이밍 효과를 메시지의 각 프레임이 제시하는

내러티브 구조에 대한 동조화로 정의하였다. 동조화는 메시지가 수용자의 인지구조에 영향을 미쳐 관련된 이슈를 보다 활발하게 사고하게 만들고, 활성화된 수용자의 사고는 메시지가 담고 있는 내러티브 구조의 방향성과 동일한 태도를 가지게 되는 것을 의미한다. 메시지의 내러티브 구조, 즉 프레임은 배경, 행위자, 행위, 행위방식, 결과의 5가지 유목으로 구성되었으며(<표 1> 참조), 동조화는 각 유목에 관한 질문에 동의하는 정도로 측정하였다.¹⁾

수용자의 정교화 가능성 수준은 크게 개인적 요인과 메시지 자체적 특성이라는 두 변인에 의해 결정된다. 개인적 특성과 관련된 변인은 관여도, 비평적 사고 경향, 그리고 메시지를 처리할 능력 등이다. 관여도는 메시지 이슈에 대한 개인적 관심도를 의미하며, 비평적 사고 경향은 논리적인 메시지 해독을 즐기는 개인적 성향을 말한다. 본 연구는 수용자 변인으로 관여도와 비평적 사고 경향을 채택하였다. 메시지 처리 능력은 구체적인 이슈에 따라 개인적 편차가 크고 측정의 어려움이 있기 때문이다.

메시지 특성에 관한 변인은 메시지에 포함되는 단서(cue)의 양, 논증의 강도, 그리고 논증의 다양성이라는 세 가지의 영역을 의미한다. 본 연구는 실험을 위한 메시지 변인으로 단서의 양과 논증의 다양성을 채택하고, 논증의 강도는 제외하였다. 논증의 강도는 개념정의와 적용이 모호하고 실험처치 시 객관성을 담보하기가 어렵다고 판단했기 때문이다.

단서는 메시지에 존재하는 개념에 대한 정의와 취재원에 대한 설명을 포함한다. 예를 들어, FTA에 관한 기사에서 “FTA란 free trade agreement를 뜻하는 것으로서”는 개념적 정의의 단서가 포함된 경우이다. 그리고 취재원 설명은 “윤장배 사장은 FTA를 반대한다고 말했다”라는 기사에서, “윤장배 사장은 현재 농수산물 유통공사의 사장이며”라는 식으로 인물이나 사건에 관한 설명과 정의, 배경 등을 덧붙이는 경우이다. 이런 단서는 프레임을 구분한 이후

1) 예컨대 취업난 이슈의 기업활성화 프레임에서, 행위 유목은 ‘청년 취업난 해소는 기업 활성화를 위한 작은 정부가 중요한 해결책이다’이며, 행위 방식은 ‘청년 취업난 해소를 위해서는 핵심규제를 풀어서 민간투자를 촉진하는 기업지원정책이 필수적이다’로 구성되었다. 다른 프레임들도 같은 방식으로 5개 유목에 해당되는 질문을 제시하였다.

< 표 1 > 군집별/요소별로 재구성된 프레임(취업난)

	‘기업활성화’ 프레임	‘일자리구조 개선’ 프레임
배경	<ul style="list-style-type: none"> - 고용 없는 성장의 고착화가 원인(15) - 청년실업과 비정규직 확산(6) - 선진국보다 심각한 수준(3) - 니트족, 프리터 확산(1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 비정규직의 비대화와 고용불안 지속(6) - 창의적인 노동력의 활성화가 미흡(35) - 구조적 문제들이 방치돼(26) - 국가기반 영역의 왜곡(29)
행위 자 대 반 행 위 자	<ul style="list-style-type: none"> - 정부의 고용창출사업 문제 많아(48) - 행정서포터즈는 예산만 축내(20) - 정부와 공기업만 살판나(공무원 증가)(55) - 기득권 및 강경 노조는 청년 실업을 부채질(62) 	<ul style="list-style-type: none"> - 대기업위주의 경제정책이 문제(37) - 큰 정부, 큰 복지가 중요(54) - 젊은 층이 일할 의욕을 잃어 가고 있어(5) - 일자리 지원사업의 체계를 합리적, 체계적으로 개편해야(27)
행위	<ul style="list-style-type: none"> - 청년실업과 고용불안정 문제 심각한 상황(장기실업, 구직포기)(14) - 청년실업문제를 안이하게 보고 있어(19) - 대입의 기준은 오직 취업전망(전공 무시)(30) - 팬클럽은 일자리 줄어들어(42) - 정부가 기업에 대한 투자를 게을리해(기업 노동생산성, 경쟁력 하락)(47) 	<ul style="list-style-type: none"> - 정부의 적극적 일자리 대책 강구(36) - 노동시장을 유연화해야(12) - 예산만으로 해소될 수는 없어(비용절감, 효율성)(21) - 국가적, 사회적 실천의 문제로 귀결 되어야(34) - 창의적인 노동력의 활성화가 필요(57)
행위 방식	<ul style="list-style-type: none"> - 과잉복지를 막아야(헬세누수)(59) - 산업현장에 적극적으로 중개해야(23) - 고용의 질 문제 심각한 상황, 질 좋은 일자리가 중요해(45) - 단기적, 단순한 일자리는 효과 없어(22) - 타국가(일본)의 사례 본받아야(58) 	<ul style="list-style-type: none"> - 성장위주의 경제개발이 문제(54) - 사회적 일자리 늘려가야 할 때(41) - 학벌위주로 인한 차별 극복되어야(25) - 공정한 경제시스템의 구비가 시급해(종합적 개선책 마련)(39) - 직업교육의 비효율성 개선(실업계고 취업문제)(66) - 타국가(스웨덴)의 사례 본받아야(58)
결 과	<ul style="list-style-type: none"> - 시장의 원리가 중요(53) - 정부와 노조는 반성해야(63) - 정부는 기업성장의 여건을 조성해야(규제완화, 성장 촉진, 투자심리 회복, 대기업, 채용규모 확대)(61) - 타국가의 일자리 대책 본받아야(일본) - 내실이 중요한 일자리 대책 강구해야(산업현장에 적극적으로 중개해야)(28) 	<ul style="list-style-type: none"> - 근무형태가 다양해지는 것이 긍정적인 일(46) - 사회의 성장동력이 중요(7) - 본질적으로는 정치, 경제적으로 종합적인 문제(17) - 재취업, 재훈련 사업 늘려야(56) - 타국가의 일자리 대책 본받아야(스웨덴) - 적극적 정부정책 요구로 일자리 창출(54)

* 괄호 안의 숫자는 빈도를 의미함.

기사 내에 의도적으로 삽입하거나 배제하는 방식으로 실험처치물에 적용하였다.

‘논증의 다양성’은 이슈에 대한 설명에서 얼마나 다양한 취재원의 말을 인용하고, 얼마나 다양한 입장과 주장을 언급하느냐를 의미한다. 실제로 실험물에 적용되는 논증은 추출된 프레임이 적용되는 형태이므로 논증의 다양성은 적용된 프레임의 수가 많고 적음을 의미한다.

2) 프레임 분석

본 연구에서는 ‘청년 취업난’과 ‘의료법 개정’을 이슈로 선정하였다. 청년 취업난 이슈의 경우, 참여정부 이전부터 현재까지 지속적인 쟁점으로 일간지의 스트레이트나 사설에서 관련 기사들이 빈번히 보도되고 있다. 또한 취업난 이슈는 청년과 관련된 대표적인 사회 문제이면서 대학생에게는 가장 관심이 높은 이슈의 하나로 관여도가 높을 것으로 예상되기 때문이다. 반면에 의료법 개정은 건강보험, 의료급여, 선택진료제와 같이 이해의 조정이 요구되는 정책적 사안을 둘러싼 이해관계자들의 갈등이 지속되는 이슈이고, 사전지식이 필요할 정도로 전문성이 요구되는 내용을 담고 있기 때문에 대학생들의 관심도가 낮을 것으로 예상된다.

뉴스 프레임을 분석하기 위하여 2005년 3월 1일부터 2008년 4월 1일까지 3년 1개월간의 『조선일보』, 『동아일보』, 『한겨레신문』, 『경향신문』의 사설을 모두 수집하였다. 수집된 모두 95건이며, 취업난 사설이 46개, 의료법개정관련 사설 49개였다. 주제진술문의 구성방식과 형태별 분류는 반다이크(van Dijk, 1988)가 뉴스 담론을 분석할 때 사용했던 거대담론구조와 버크의 텍스트 구성방법을 원용한 이준웅(1997, 2001, 2005)의 방법을 사용하였다. 이 방법은 주요행위자, 대항적 행위자, 대상의 속성, 배경, 결과 등과 같은 주제함수를 기초로 이야기가 구성되는 방식을 통해 뉴스 프레임을 추출한다(이준웅 2005). 주제진술문은 모두 1,160개(취업난 사설: 558개, 의료법개정 사설: 602개)였으며, 추출된 주제구조를 분석유목으로 삼고 나머지 전체 기사 내용을 주제 구조에

< 표 2 > 군집별/요소별로 재구성된 프레임(의료법 개정)

	‘의료법 개정안 반대’ 프레임	‘의료법 개정안 찬성’ 프레임
배경	<ul style="list-style-type: none"> - 현 의료법개정안은 병원의 상업화를 재촉(40) - 어려운 계층들은 의료혜택에서 더욱 소외되는 법 개정(비급여 진료비)(33) - 말로만 의료복지 외쳐대는 정부(55) - 극빈층 의료혜택 줄이는 한심한 정부(59) 	<ul style="list-style-type: none"> - 의료기관 사이의 가격경쟁과 서비스 개선효과 기대(8) - 의료서비스의 질 향상을 위해(18) - 보건수입보전을 걱정해야할 때(19) - 재정적자의 근본원인은 현 의료체계의 낭비적 상태(51) - 급증하는 복지재원의 효율성을 높여야(진료비 오남용 줄여야)(74)
행위자 대 반행위 자	<ul style="list-style-type: none"> - 국회는 논란이 큰 조항들을 법안에서 빼거나 논의 유보(5) - 민영보험 회사들과 국민건강보험공단이 비슷한 위치(부정적)(10) - 의료인들의 의료법 개정 반대집회 유감스러워(의협의 부당행위 지적)(34) - 정부 의료급여 환자들의 건강현실과 환경개선에 주목해야(62) 	<ul style="list-style-type: none"> - 정부가 재미동포 등 국외환자를 유치하기 위해서(6) - 의사협회 자금운영 실태 비정상적(로비 의혹)(28) - 정부는 의료계의 요구를 그대로 받아들여(일방적 반영)(31) - 일부 환자의 도덕적 해이 심각해(모럴 헤저드)(82)
행위	<ul style="list-style-type: none"> - 의료체계가 상업화 영리화되어선 안 돼(병원적자는 병원만의 문제)(23) - 정부는 극빈층 의료혜택 확대해야(60) - 차상위층 의료급여를 건강보험 안에 편입시키는 것은 부당한 일(53) - 노인장기요양 보험의 서비스 공급 민간병원에 돌려선 안 돼(46) - 서비스질 평가/관리체계 없는 선택 진료제는 부당해(48) 	<ul style="list-style-type: none"> - 민영 의료보험 회사에 대한 불안은 지나친 걱정(11) - 국가복지의 확대와 공공성 강화는 시대적 요구와 배치(21) - 의료법수정 법개정의 기본원칙을 유지, 불필요한 갈등을 최소화(29) - 민간의보 정비 시급해(69)
행위 방식	<ul style="list-style-type: none"> - 민간수요에 맡기지 말고 중장기적 인력수급정책 필요(44) - 보편적 의료서비스 제공하고 부담은 사회전체가 나누어야(68) - 민간보험만 키우고 공보험을 위축시킨 것은 부당한 처사(36) - 의료급여와 약가결정 개선방안 재검토해야(25) 	<ul style="list-style-type: none"> - 병원 서비스와 병원 수입보전에 도움 주는 선택진료제(24) - 종합적이고 장기적인 접근이 필요해(구조적인 문제, 건보 청사는 제시해야)(67) - 국고지원 효율화 방안으로 사회적 합의 존중되어야(77) - 시장의 논리가 중요(89)
	<ul style="list-style-type: none"> - 의료기관 사이의 경쟁은 위협천만한 	<ul style="list-style-type: none"> - 환자의 선택권을 위해 필요한 선택

결과	결과 우려(9) - 의료 불평등 심화(양극화, 부익부 빈익빈, 빈곤화, 의료급여 개정불가)(12) - 미국의 의료현실은 상업화의 부작용 보여줘(39) - 상업화는 병원의 대형화와 양극화초래 가능해(의사가 막아야)(41)	진료제(47) - 선진국보다 건보혜택이 좋은 우리나라(79) - 날로 늘어나는 재정적자로 불가피한 선택(정부부담비용 급증)(72) - 의료비 거품 제거할 실효성 있는 정책에 역량 집중해야(78) - 의료법 개정 긍정적 효과기대(시대적 요구 반영)(86)
----	---	---

* 괄호 안의 숫자는 빈도를 의미함.

따라 재분류하는 방식으로 코딩했다.

주제 진술문은 서로 동일하지 않더라도 문맥상으로 비슷한 의미라고 판단되는 진술문들은 서로 통합하였고, 특정 프레임에 부합되지 않는 주제진술문들은 삭제하였다. 정렬된 주제진술문들은 본격적인 실험처치물로 재가공되는 과정에서 다시 각각의 동일한 군집별로 정렬되었다.

3) 실험처치물의 제작

메시지는 ‘취업난’과 ‘의료법 개정’에 대한 2개의 이슈였다. 이들은 각각 2개 프레임으로 구분되었으며, 다시 이를 논증의 다양성과 단서의 양으로 구분하면 메시지의 종류는 총 16개가 된다.²⁾ ‘논증의 다양성’은 각 프레임별로 배경, 행위자, 행위방식, 행위, 결과에 속하는 주제진술문들의 개수가 많고 적음으로 결정하였다. 논증의 다양성이 높은 기사는 15개의 주제진술문을, 논증의 다양성이 낮은 기사는 8개의 주제진술문을 가지며, 취업난과 의료법 개정의 두 가지 이슈에 동일한 방식으로 적용하였다.

2) 취업난 경우는 2개 프레임 × 논증의 다양성(고, 저) × 단서의 양(다, 과) = 8개 기사, 의료법 개정도 마찬가지로 8개 기사로, 합계 16종류의 기사가 실험처치물로 작성되었다.

<표 3> 취업난 이슈의 실험처치물 구성도

구분	실험처치물 구성요소		
	형태별 구분	논증의 다양성	단서의 양
기업 활성화 프레임	① 논증(多), 단서의 양(多)	니트족 170만 시대다. 이러한 결과 대입의 기준은 전공을 무시한 채 오로지 취업전망일 뿐이다. 청년실업자는 늘었으며 비정규직은 확산되었다. 괜찮은 일자리는 오히려 줄어들었으며 큰 정부 덕에 정부와 공기업만 살판났다. 혈세누수를 야기시키는 과잉복지지는 막아야 한다...(중략)...	10개 (본문설명: 3, 팔호: 4, 각주: 3)
	② 논증(多), 단서의 양(少)	(15개 주제진술문, 24개 문장)	3개 (본문설명: 3, 팔호: 0 각주: 0)
	③ 논증(少), 단서의 양(多)	대입의 기준은 오직 취업전망이다. 선진국보다 심각한 수준이다. 정부정책의 과잉복지를 막아 혈세누수를 막아야 한다. 고용의 질문제가 심각한 상황이며...(중략)...	10개 (본문설명: 3, 팔호: 4, 각주: 3)
	④ 논증(少), 단서의 양(少)	(8개 주제진술문, 14개 문장)	3개 (본문설명: 3, 팔호: 0 각주: 0)
일자리 구조 개선 프레임	⑤ 논증(多), 단서의 양(多)	니트족 확산과 같이 젊은층이 일할 의욕을 잃어가고 있다. 비정규직의 비대화와 고용불안이 지속되고 있다. 일자리 지원사업의 체계를 합리적·체계적으로 개편하지 못한 채, 대기업 위주의 성장정책만을 펼쳐온 것이 문제다. 창의적인 노동력의 활성화가 미흡하게 되는 문제가 발생된다...(중략)...	10개 (본문설명: 3, 팔호: 4, 각주: 3)
	⑥ 논증(多), 단서의 양(少)	(15개 주제진술문, 24개 문장)	3개 (본문설명: 3, 팔호: 0 각주: 0)
	⑦ 논증(少), 단서의 양(多)	니트족 확산과 같이 젊은 층이 일할 의욕을 잃어가고 있다. 비정규직의 비대화와 고용불안이 지속되고 있다...(중략)...	10개 (본문설명: 3, 팔호: 4, 각주: 3)
	⑧ 논증(少), 단서의 양(少)	을 마련하는 정부의 적극적인 일자리 대책 강구를 기대한다(8개 주제진술문, 14개 문장).	3개 (본문설명: 3, 팔호: 0 각주: 0)

‘단서의 양’은 기사 내 등장하는 용어나 고유명사에 대한 직접적인 정의를 포함하는 문장의 개수로 정의하였다. 단서가 등장하는 방식은 실험물의 분량

<표 4> 의료법 개정 이슈의 실험처치물 구성도

구분	실험처치물 구성요소		
	형태별 구분	논증의 다양성	단서
의료법 개정 반대 프레임	⑨ 논증(多), 단서의 양(多)	의료법 개정안이 국가보건복지위원회에 상정됐다. 이 안이 국회를 통과하면 공보험은 위축되고 민영 의료보험 회사들만 커져서 이들이 국민건강보험공단과 비슷한 위치에 서게 된다.	10개 (본문설명: 3, 괄호: 4, 각주: 3)
	⑩ 논증(多), 단서의 양(少)	의료 양극화가 극대화될 것이라고 전문가들은 말한다. 정부는 의료급여 환자들의 건강현실과 환경개선에 주목해야한다...(중략)... (15개 주제진술문, 24개 문장)	3개 (본문설명: 3, 괄호: 0, 각주: 0)
	⑪ 논증(少), 단서의 양(多)	민영의료보험 회사들이 국민건강보험공단과 비슷한 위치에 선다. 현 의료법 개정안은 병원의 상업화를 재촉한다. 극빈층의 의료혜택을	10개 (본문설명: 3, 괄호: 4, 각주: 3)
	⑫ 논증(少), 단서의 양(少)	줄이는 한심한 정부가 아닐 수 없다...(중략)... (8개 주제진술문, 14개 문장)	3개 (본문설명: 3, 괄호: 0, 각주: 0)
의료법 개정 찬성 프레임	⑬ 논증(多), 단서의 양(多)	의료법 개정안은 외국인 환자들을 알선, 유치할 수 있게 허용했다. 민영 의료보험업자가 비급여 진료에 대해 병원과 직접 가격계약을 맺을 수도 있다. 이 안이 통과되면 국민들은 더 질 좋고 값싼 서비스를 받을 수 있으리라 기대된다. 국가복지의 확대와 공공성 강화는 시대적 요구와 배치된다...(중략)... (15개 주제진술문, 24개 문장)	10개 (본문설명: 3, 괄호: 4, 각주: 3)
	⑭ 논증(多), 단서의 양(少)	국가의 복지확대와 공공성의 요구는 시대적 요구와 배치된다. 의료급여수급자들의 도덕적 해이도 문제다. 정부의 이번 개정안은 급증하는 복지재원의 효율성을 높이기 위해 마땅히 환영해야 한다...(중략)... (8개 주제진술문, 14개 문장)	3개 (본문설명: 3, 괄호: 0, 각주: 0)
	⑮ 논증(少), 단서의 양(多)	국가의 복지확대와 공공성의 요구는 시대적 요구와 배치된다. 의료급여수급자들의 도덕적 해이도 문제다. 정부의 이번 개정안은 급증하는 복지재원의 효율성을 높이기 위해 마땅히 환영해야 한다...(중략)... (8개 주제진술문, 14개 문장)	10개 (본문설명: 3, 괄호: 4, 각주: 3)
	⑯ 논증(少), 단서의 양(少)	국가의 복지확대와 공공성의 요구는 시대적 요구와 배치된다. 의료급여수급자들의 도덕적 해이도 문제다. 정부의 이번 개정안은 급증하는 복지재원의 효율성을 높이기 위해 마땅히 환영해야 한다...(중략)... (8개 주제진술문, 14개 문장)	3개 (본문설명: 3, 괄호: 0, 각주: 0)

과 피험자들의 가독성을 함께 고려해서 본문에서 직접 용어를 설명하는 방식, 괄호를 사용하는 방식, 각주를 사용하는 방식 등 세 가지로 구분하였다. 이들

단서 유형은 모든 실험처치물에 동일하게 적용되었다(본문 설명 3개, 각주 사용 3개, 괄호 사용 4개).³⁾

4) 질문문항과 척도의 구성

프레이밍 효과를 측정하기 위한 질문들은 각 프레이밍에 따라 방향성을 갖도록 가치판단과 의견 등을 묻는 7점 척도로 구성된 5가지의 질문으로 이루어졌다. 예를 들어 취업난의 경우, “청년 취업난을 해소하기 위해서 다음과 같은 항목들을 중요하게 고려해야 한다는 의견이 있습니다. 이에 대한 귀하의 생각은 무엇입니까?”라는 질문이다.⁴⁾ 메시지 프레이밍에 대한 동조화의 정도는 재구성된 사실을 보여준 시점을 기준으로 사후태도와 사전태도의 차이 값을 이용하였다. 이 수치가 양의 값을 갖는다면 프레이밍에 대한 동조화가 발생한 것이며, 수치가 작거나 음의 값이면 동조화가 발생하지 않거나 거꾸로 역의 동조화가 발생한 것을 의미한다.

이슈에 대한 수용자 관여도는 다음과 같은 4가지 문항을 사용해서 측정하였다. 예컨대 취업난 이슈에서, (1) ‘청년 취업난’ 문제에 관해 평소에 자주 생각해 보셨습니까? (2) 일상생활에서나 친구들과 대화에서 ‘청년 취업난’에 관한 이야기를 자주 나누고 있는 편입니까? (3) ‘청년 취업난’이 나의 문제라고 생각하십니까? (4) ‘청년 실업난’에 대해 평소에 깊이 생각하는 편입니까?이며, 리커트 7점 척도를 사용하였다.

‘비평적 사고를 하는 개인적 성향’은 다음의 4개의 문항들로 측정하였다.

3) 취업난 이슈에서는 ‘니트족’, ‘프리터’, ‘근린동조성’ 등 10개이며, 의료법 개정 이슈에선 ‘의료급여제’, ‘정률제’, ‘포괄수가제도’ 등 10개이다. 이들은 공통적으로 일반인이 이해하기 어려운 용어 또는 개념들이며, 단서는 이들을 이해할 수 있도록 제공되는 정보를 의미한다.

4) 이러한 방식은 넬슨 등(Nelson & Oxley, 1999)이 사용한 하부측면의 중요도나 신념을 측정하는 방법을 적용하여 구성한 것으로, 이슈와 관련된 가치를 제시하고 순위 짓게 하는 방법(ranking)과 점수를 부여하는 방법(rating)을 사용함으로써 미묘한 반응의 차이를 측정하기에 적합하다고 주장한다.

(1) 이해하기 어려운 기사나 뉴스를 접할 때, 귀하는 이를 이해하기 위해서 깊이 고민하는 성향입니까? (2) 귀하가 본 뉴스나 기사가 생소하거나 어려운 용어를 포함하고 있을 때, 귀하는 이를 이해하기 위해서 얼마나 노력을 기울이는 편입니까? (3) 귀하는 평소 언론을 통해 갈등적 이슈에 대한 보도를 접할 때, 당사자들(이해관계자들) 간의 이해관계를 파악하기 위한 비평적 사고를 즐기시는 편입니까? (4) 귀하는 평소 논리적으로 사고하는 것을 즐기시는 편입니까? 이며, 모두 7점 척도를 사용하였다.

실험처치물인 사설을 보여주고 난 이후, 프레이밍 효과를 측정하기 위해 사전측정을 위한 질문과 동일한 질문들이 피험자들에게 제시되었으며, 이때 피험자가 앞 페이지를 넘겨보고 동일한 답을 체크하는 일이 없도록 실험현장에서 통제하였다.

4. 연구결과

1) 피실험자의 인구통계학적 속성과 집단배치

이 연구는 서울 소재 대학에 재학하는 대학생들을 대상으로 실험을 실시하였으며, 피실험자들의 인구통계학적 속성과 집단배치는 <표 5>와 같다. 본 연구는 인지정교화를 결정하는 수용자 요인으로 관여도를 다루고 있기 때문에 피험자인 대학생들에게 관여도가 높을 것으로 예상되는 이슈로 ‘취업난’ 기사를, 반대 경우의 이슈로 ‘의료법 개정’ 기사를 선택하였다. 가설의 검증에 앞서 두 이슈에 대한 피험자들의 실제 관여도를 비교한 결과, 취업난 이슈에 대한 관여도가 의료법 개정 이슈에 비해 유의미하게 높은 것으로 확인되었다 (취업난, $M=4.93$, $sd=0.45$; 의료법 개정, $M=3.43$, $sd=0.45$, $t=4.451$, $p<0.00$).⁵⁾

5) 관여도를 확인하기 위한 문항은 두 이슈 각각 4개 문항이었으며, 문항 간 신뢰도를 의미하는 Cronbach's α 값은 취업난 이슈의 경우 .907, 의료법 개정은 .882로 나타났다.

<표 5> 피험자들의 인구통계학적 특성과 집단배치

		취업난(n=160)	의료법 개정(n=160)
성별	남	68	69
	여	91	89
학년	1학년	36	30
	2학년	38	39
	3학년	39	41
	4학년	46	48
전공	인문	17	14
	공대/자연	13	19
	사회과학	103	100
	예체능	7	2
	사범계열	2	4
	기타	17	19
가족 수입	100만 원 이하	9	9
	100~200만 원	19	25
	200~300만 원	57	61
	400만 원 이상	74	61
매체접촉빈도 (신문/방송)	접촉하지 않음	5 / 13	4 / 15
	1일 이상	16 / 9	14 / 12
	2일 이상	24 / 21	16 / 27
	3일 이상	29 / 22	29 / 28
	4일 이상	22 / 18	26 / 17
	5일 이상	22 / 25	21 / 27
	6일 이상	40 / 47	48 / 32

* 피험자 수의 합과 총 인원수가 일치하지 않는 것은 missing data에 의한 것임.

2) 이슈와 프레임 차이에 따른 프레임링 효과의 분석

이 연구는 수용자 요인과 메시지 특성에 따라서 프레임링 효과가 다르다는 것을 가정하고 있으나, 가설 검증에 앞서 프레임링 효과 자체가 존재하는지를 살펴보는 것이 필요하다. 즉 메시지 수용의 결과로서 프레임링 효과가 발생하는지, 그리고 그 효과는 이슈와 프레임의 내용에 따라서 어떻게 구별되는가를

<표 6> 메시지 수용에 따른 프레이밍 효과*

		평균(sd)	df	t값	Sig
프레이밍 효과(전체)	사전(n=320)	3.796(1.127)	319	-5.733	.000
	사후(n=320)	3.991(1.162)			

※ 종속변인은 프레이밍 효과(태도의 동조화) 값임.

* 대응표본 t-test 결과임.

<표 7> 메시지 이슈와 프레임 차이에 따른 프레이밍 효과(t-test)

이슈	프레임	평균(sd)	df	t값	Sig
취업난	기업활성화(n=80)	0.150(0.560)	158	-1.101	0.273
	일자리구조개선(n=80)	0.250(0.588)			
의료법 개정	반대(n=80)	0.068(0.602)	158	-2.421	0.017*
	찬성(n=80)	0.310(0.659)			

※ 종속변인은 프레이밍 효과(태도의 동조화) 값임.

* $p < .05$ 수준에서 유의미함.

확인하는 작업을 말한다.

우선 이슈와 프레임의 구분 없이 피험자의 사전태도와 사후태도의 변화를 분석한 결과, 실험처치 후 핵심적 주장에 대한 피험자의 동조화 점수가 상승한 것으로 나타나(+0.195), 메시지 수용의 결과로서 프레이밍 효과는 존재하고 있다. 그러나 이를 각 이슈의 프레임별로 구분해서 분석한 결과는 다른 모습을 보이고 있다. 프레임의 차이에 따른 효과의 차이가 유의미한 경우는 의료법 개정 이슈이며, 취업난 이슈에서는 프레임의 구분에 따른 효과 차이가 존재하기는 하지만 유의미하지 않다. 결국 전체적으로 프레이밍 효과는 존재하지만, 효과의 많은 부분은 의료법 개정 메시지의 프레임 차이에서 발생한 것으로 판단된다.

이런 결과는 이슈의 성격에 따라서 프레이밍 효과가 다르다는 것을 보여주고 있다. 취업난 이슈를 구성하는 2개의 프레임인 ‘기업활성화’와 ‘일자리구조개선’은 구체적인 내용은 서로 다르지만, 메시지의 핵심적 주장은 일자리

창출이 필요하다는 것이다. 즉 취업난 이슈 메시지의 두 프레임은 동일한 결론에 대한 방법론의 차이이기 때문에, 피험자인 대학생 입장에서는 어느 쪽이든 메시지 수용의 결과에 큰 거부감을 느끼기 어렵다. 반면에 의료법 개정은 갈등적 이슈이기 때문에 피험자들은 ‘개정 찬성’과 ‘개정 반대’의 양립적인 프레임 중 하나를 자신의 입장으로 선택할 가능성이 높고, 따라서 프레임에 대한 동조화에서도 큰 편차를 보이게 된다. 결국 프레임링 효과는 갈등적인 성격의 이슈를 담은 메시지에서 상대적으로 크게 나타나는 것을 말해준다.

3) 가설의 검증

(1) 수용자 요인이 프레임링 효과에 미치는 영향의 검증

수용자 요인(관여도와 비평적 사고 경향)에 따른 프레임링 효과의 검증은 태도의 동조화에 대한 수용자 요인의 영향력을 확인하기 위한 것이다. 관여도의 차이는 취업난 메시지를 받은 집단을 고관여로 의료법 개정 메시지를 받은 집단은 저관여로 구분하였으며, 비평적 성향의 차이는 메시지의 구분 없이 평균 점수를 기준으로 낮은 집단과 높은 집단으로 나누었다.

관여도에 따른 프레임링 효과의 집단차이검증(t -test) 결과, 관여도의 차이에 따라서 유의미한 차이를 보이고 있다. 즉, 관여도가 높은 메시지(취업난 이슈)를 받은 집단이 관여도가 낮은 메시지(의료법 개정 이슈)를 받은 집단에 비해서 프레임에 대한 동조화가 크게 나타나고 있다. 의료법 개정 메시지 집단에 비해 취업난 메시지 집단은 평균적으로 +0.176의 프레임링 효과가 발생하고 있다.

반면에 수용자의 비평적 사고 경향에 따른 프레임링 효과의 경우, 관여도의 차이와는 반대의 결과를 보이고 있다. 즉, 비평적 성향이 낮은 집단이 높은 집단에 비해 프레임링 효과가 더 크게 나타나고 있다. 비평적 성향이 낮은 집단의 평균 동조화 점수는 0.293인데 비해 높은 집단의 점수는 0.094로 그 차이는 -0.199를 보이고 있어서, 비평적 사고를 즐기는 개인적 성향이 높을수

록 메시지 프레이밍에 대한 동조화 정도가 거꾸로 낮다는 것을 의미한다. 두 가지 수용자 요인에 따른 프레이밍 효과를 함께 분석한 이원변량분석 결과, 관여도와 비평적 성향의 차이는 각각 프레이밍 효과의 차이를 발생하는 요인이지만, 두 변인의 상호작용 효과는 존재하지 않는 것으로 나타났다(<표 9>).

<표 8> 관여도와 비평적 사고 경향의 차이에 따른 프레이밍 효과(t-test)

		평균(sd)	df	t값	Sig
관여도	낮음(n=157)	0.106(0.603)	(1, 314)	-2.633	0.009*
	높음(n=159)	0.284(0.606)			
비평적 사고 경향	낮음(n=167)	0.293(0.672)	(1, 313)	2.918	0.004*
	높음(n=148)	0.094(0.514)			

※ 종속변인은 프레이밍 효과(태도의 동조화) 값임.

※ 무응답이 있기 때문에 n의 수치가 서로 일치하지 않음.

* $p < .01$ 수준에서 유의미함.

<표 9> 관여도와 비평적 사고 경향에 따른 집단 간 차이분석(이원 변량분석)

변인	df	F	Sig.
관여도	1	5.973	0.015*
비평적 사고 경향	1	3.784	0.050*
관여도 X 비평적 사고 경향	1	0.312	0.577

※ 종속변인은 프레이밍 효과(태도의 동조화) 값임.

* $p < .05$ 수준에서 유의미함.

비평적 사고 경향과 프레이밍 효과가 역의 방향이라는 결과는 수용자가 비평적으로 사고하는 성향이 높을수록 프레이밍에 대한 동조화가 적게 또는 역으로 발생한다는 것을 의미한다. 세 가지 가능성을 생각할 수 있는데, 첫째 이슈의 성격에 따른 관여도의 차이, 둘째 설득 메시지에 대한 수용자의 저항, 마지막으로 메시지가 주변경로로 처리되었을 경우이다. 취업난은 피실험자인 대학생들에게 고관여 이슈이고 메시지 내용을 어렵지 않게 이해할 수

있으므로 개인의 비평적 사고 경향이 낮다고 하더라도 프레이밍 효과가 나타날 수 있다. 그러나 상대적으로 저관여 이슈인 의료법 개정 이슈는 피험자들의 배경지식이 낮고 이해가 부족한 상황이기 때문에, 메시지를 꼼꼼히 읽고 이해하려는 노력이 없으면 문제의 복잡성과 갈등 양상에 대해 파악하기 어려울 수 있다. 따라서 저관여 이슈의 경우에는 비평적 사고를 즐기는 개인적 성향에 따른 프레이밍 효과가 상대적으로 크게 나타날 수 있다.

또한 높은 수준의 비평적 사고를 가진 수용자는 이슈에 대해서 이미 태도를 결정하고 이를 고수할 가능성도 높다. 비록 이들이 중심경로를 통해서 메시지를 처리했다 하더라도 자신의 생각과 상반되는 프레이밍을 접하게 되면 역방향으로 인식이 형성될 수 있다. 반면에 비평적 수준이 낮은 수용자는 메시지를 이해하고 고민하는 데 노력을 기울이기보다는 다른 단서(예컨대 메시지 특성, 정보원 신뢰도 등)를 통해 메시지를 처리하는 주변통로를 선택할 가능성이 높으며, 이들 주변적 단서가 자신에게 수용 가능한 것으로 판단될수록 태도변화의 정도도 커지게 된다.

수용자 요인에 따른 프레이밍 효과 분석 결과가 수용자의 경로 선택과 어떤 관계가 있는지 확인하기 위해서 각 집단별로 중심/주변경로의 선택 비율을 조사하였다.⁶⁾ 중심경로를 가장 많이 채택한 경우는 관여도가 낮고 높은 비평적 사고 경향을 가진 집단이었다(93.8%). 즉, 메시지 이슈에 대한 관심도가 낮지만 평소에 꼼꼼하게 해독하고 비판적으로 수용하는 수용자일수록 중심경로를 통해 정보를 처리하는 경향이 높다는 것이다. 반대로 주변경로를 가장 많이 채택한 집단은 이슈에 대한 관여도와 비평적 사고 경향 모두 낮은 경우로 26.6%를 차지한다. 이슈에 대한 관여도가 높은 집단들에서는 비평적 성향에 따른 주변경로의 선택에 차이가 없으나, 관여도가 낮은 집단들은 비평

6) ELM에서는 수용자가 중심경로를 통해 정보를 처리한 경우에는 긍정 또는 부정의 반응을 분명하게 판단하는 반면, 주변경로를 선택하면 판단 불가, 관심도 저하 등 다양한 이유에 의해서 판단을 유보하거나 다른 단서를 계속 탐색하게 된다고 말한다. 이 연구에서는 사후태도 측정에서 프레이밍에 대한 동의 여부를 묻는 질문에서 찬성 또는 반대가 아닌 '모르겠다'를 선택한 경우를 주변경로 선택으로 간주하였다.

적 성향이 낮을수록 주변경로의 채택 비율이 급격하게 늘어남을 알 수 있다. 이런 결과는 수용자의 정보처리경로 선택과정에서 관여도보다는 비평적 사고 경향이 중요한 변수로 작용한다는 것을 말해준다. 즉, 비평적 성향이 낮을수록 주변경로를 채택한다는 것이다.⁷⁾

<표 10> 관여도와 비평적 사고 경향에 따른 집단 간 경로차이 비교

	중심경로	주변경로	전체
관여도(고) 비평적 사고 경향(고)	89(87.3%)*	13(12.7%)	102(100%)
관여도(고) 비평적 사고 경향(저)	51(86.4%)	8(13.6%)	59(100%)
관여도(저) 비평적 사고 경향(고)	61(93.8%)	4(6.2%)	65(100%)
관여도(저) 비평적 사고 경향(저)	69(73.4%)	25(26.6%)	94(100%)

* 빈도(비율), $\chi^2=14.157$, $df=3$, $Sig=0.003$

(2) 메시지 특성이 프레이밍 효과에 미치는 영향의 검증

메시지 특성은 단서의 양과 논증의 다양성을 의미하며, 피실험자에게는 단서와 주제진술문의 양이 많고 적음에 따라 구분된 메시지가 제시되었다. 우선 두 종류의 이슈를 구분하지 않고 단서의 양과 논증의 다양성에 따른 프레이밍 효과의 차이를 검증하기 위한 t-test 결과는 <표 11>과 같다.

t 검증 결과, 메시지의 단서와 논증의 다양성에 따라서 프레이밍 효과는 유의미한 차이를 보이고 있다. 즉, 메시지 안에 많은 단서와 다양한 논증이

<표 11> 단서와 논증의 다양성에 따른 프레이밍 효과 차이(t-test)

		평균(sd)	df	t값	Sig
단서의 양	적음(n=160)	0.104(0.485)	(1, 318)	-2.693	0.008*
	많음(n=160)	0.285(0.699)			
논증의 다양성	낮음(n=160)	0.114(0.516)	(1, 318)	-2.409	0.017**
	높음(n=160)	0.276(0.678)			

※ 종속변인은 프레이밍 효과태도의 동조화) 값임.

* $p < .01$, ** $p < .05$ 수준에서 유의미함.

7) 관여도가 높은 집단에서는 비평적 사고 성향의 차이에 따라서 중심/주변경로의 채택에 유의미한 차이가 존재하지 않는다.

담겨진 메시지를 접한 집단은 그렇지 않은 집단보다 메시지 프레임에 대한 동조화 정도가 높게 나타나고 있다. 상대적으로 논증보다는 단서의 양이 많은 메시지를 접한 집단 간에 태도의 차이가 크게 나타나고 있다.

그러나 이 결과를 취업난과 의료법 개정이라는 두 가지 이슈에 따라 구분해 보면 이슈별로 서로 다른 모습을 보이고 있다. 취업난 이슈에서는 논증의 다양성만이 프레임링 효과의 차이를 보여주는 변인인 반면, 의료법 개정 이슈에서는 단서의 양만이 유의미한 변인으로 나타나고 있다. 두 이슈 모두에서 논증의 다양성과 단서의 양의 상호작용 효과는 유의미한 결과를 보이지 않았다. 일반적으로 취업난 이슈는 대학생들에게 고관여의 이슈이므로 내용을 이해하기 위한 단서인 단서가 많지 않더라도 메시지 해독에 큰 어려움이 없다. 따라서 이런 이슈에서는 내용의 이해보다는 설득을 위한 주장, 즉 논증의 다양성이 중요한 변인인 것으로 판단된다. 반면에 의료법 개정 이슈는 대학생들의 관여도가 상대적으로 낮고 전문적인 용어를 담고 있기 때문에 단서를 제공하는 단서의 양이 적으면 내용을 이해하기 어렵다. 따라서 의료법 기사의 경우, 프레임링 효과는 메시지의 논증의 다양성보다는 내용의 이해를 위한 단서의 양에 의해 영향을 받은 것으로 생각된다.

다음으로 단서와 논증의 다양성이라는 메시지 특성에 의해서 정보처리경로의 선택에 차이가 발생했는지를 알아보기 위해서 각 집단별로 중심/주변경

<표 12> 논증의 다양성과 단서의 양에 따른 집단 간 차이분석(이원 변량분석)

		F	Sig
취업난	논증의 다양성	3.964	0.048*
	단서의 양	2.195	0.140
	논증의 다양성 × 단서의 양	0.054	0.817
의료법 개정	논증의 다양성	2.165	0.143
	단서의 양	5.346	0.022*
	논증의 다양성 × 단서의 양	2.688	0.103

※ 종속변인은 프레임링 효과(태도의 동조화) 값임.

* p < .05 수준에서 유의미함.

로의 차이를 확인하였다. 중심경로를 가장 많이 채택한 경우는 단서와 논증의 다양성이 모두 많은 메시지를 접한 집단이다(95.0%). 즉 메시지에 담겨 있는 단서의 양이 많고 다양한 논증이 담겨 있는 메시지를 제공받은 수용자일수록 중심경로를 통해 정보를 처리하는 경향이 높다는 것이다. 반대로 주변경로를 가장 많이 채택한 집단은 단서의 양과 논증의 다양성이 모두 적은 경우로 22.5%를 차지한다. 이들은 메시지를 이해하기 어렵거나 태도 변화를 일으킬 만큼 충분한 정보수렴이 이루어지지 않았기 때문에 주변경로를 통해 정보를 처리했을 것으로 판단된다.

단서의 양이 많은 메시지를 접한 집단들에서는 논증의 다양성이 낮을수록 주변경로의 선택이 많아지며, 단서의 양이 적은 메시지를 접한 집단들에서도 논증의 다양성이 낮을수록 주변경로의 채택이 늘어남을 알 수 있다. 이런 결과는 수용자의 정보처리경로 선택과정에서 메시지가 담고 있는 단서의 양보다는 논증의 다양성이 상대적으로 중요한 변수로 작용함을 말해준다. 즉, 메시지가 담고 있는 논증의 다양성이 높을수록 수용자는 중심경로를 선택하고, 낮을수록 주변경로를 채택한다는 것이다.

메시지 특성에 따른 프레이밍 효과의 분석결과를 종합하면, 메시지에 담겨 있는 단서의 양이 많고 논증이 다양할수록 프레이밍 효과가 크게 나타나지만, 메시지 이슈의 성격에 따라서 다른 모습을 보이고 있다. 메시지 내용을 이해하기 위해 많은 노력이 요구되는 이슈에서는 단서의 양이 상대적으로 중요하며, 반대 성격의 이슈에서는 설득을 위한 논증의 다양성이 더 중요하다는 점이다.

<표 13> 단서의 양과 논증의 다양성에 따른 집단 간 경로차이 비교

	중심경로	주변경로	전체
단서의 양(고) 논증의 다양성(고)	76(95.0%)*	4(5.0%)	80(100%)
단서의 양(고) 논증의 다양성(저)	66(82.5%)	14(17.5%)	80(100%)
단서의 양(저) 논증의 다양성(고)	66(82.5%)	14(17.5%)	80(100%)
단서의 양(저) 논증의 다양성(저)	62(77.5%)	18(22.5%)	80(100%)

* 빈도(비율), $\chi^2=10.145$, $df=3$, $Sig=0.017$

정보처리 경로의 선택에서도 메시지가 담고 있는 단서가 많고 논증이 다양할수록 중심경로를 선택하지만, 단서의 양보다는 논증의 다양성이 상대적으로 주변적인 정보처리에 더 큰 영향을 미치는 요인으로 판단된다.

5. 결론: 요약 및 논의

이 연구는 기존의 프레이밍 연구가 메시지 효과의 기제를 설명하는 유용성에도 불구하고, 그 과정에 개입되는 다양한 변인들을 이론에 입각하여 체계적으로 살펴보지 않았다는 문제인식에서 프레이밍 효과와 인지정교화 가능성의 접합 가능성을 살펴보았다. 인지정교화 가능성의 수준을 결정하는 요인으로 수용자 요인과 메시지 특성을 선택한 다음, 이들을 세부적으로 이슈에 대한 관여도, 비평적 사고를 즐기는 개인적 성향, 그리고 메시지에 담겨 있는 단서와 논증의 다양성으로 구분하였다. 네 가지 변인에 따른 프레이밍 효과의 차이를 확인하기 위해 취업난과 의료법 개정 이슈를 메시지로 하는 실험처치물을 만들었으며, 대학생들을 대상으로 실험을 실시하였다.

연구 결과, 프레이밍 효과는 수용자 요인과 메시지 특성에 따라 달리 나타나고 있다. 이슈에 대한 수용자의 관여도가 높을수록 프레임에 대한 동조화 정도가 높았다. 그러나 비평적 사고 경향과 프레이밍 효과는 역방향의 관계를 가진 것으로 나타났다. 즉, 비평적 사고 성향이 높을수록 프레임에 대한 동조화의 정도가 적거나 역동조화가 발생한다는 것이다. 비평적 사고를 즐기는 성향이 높은 수용자들은 이슈에 대한 자신의 태도를 고수하거나, 메시지에 대해 비판적으로 사고하여 동조화되지 않는 경향이 높았다. 반대로 비평적 사고 성향이 낮을수록 주변경로를 통해 메시지를 처리하는 비율이 높게 나타나고 있다. 이는 수용자 요인이 메시지가 다루고 있는 이슈에 따라서 다르게 작동하고 있음을 보여준다. 취업난 이슈의 경우는 고관여 이슈이고 내용을 어렵지 않게 이해할 수 있으므로 비평적 성향의 수준이 낮아도 프레이밍 효과가 나타난 경우가 많았다. 그러나 저관여 이슈인 의료법 개정의 경우,

취업난에 비해 상대적으로 배경지식이 적고 갈등에 대한 이해가 부족한 상황
이므로, 메시지를 꼼꼼히 읽고 이해하지 않고서는 상대적으로 문제의 사안과
갈등의 양상에 대해 파악하기 어렵다. 따라서 비평적 사고 성향은 저관여
이슈에서는 상대적으로 중요한 변수로 작용하는 것이다.

메시지 특성인 단서와 논증의 다양성에 따른 프레이밍 효과에서도 유의미
한 차이가 발견되었다. 메시지에 담겨 있는 단서와 논증의 다양성이 높을수록
프레임에 대한 동조화가 많이 발생하였다. 그러나 수용자 요인의 분석결과와
마찬가지로, 메시지 특성의 영향력은 취업난과 의료법 개정이라는 두 이슈에
따라 서로 다른 모습을 보이고 있다. 취업난 이슈에서는 논증의 다양성만이
프레이밍 효과의 차이를 보여주는 변인인 반면, 의료법 개정 이슈에서는 단서
의 양만이 유의미한 변인으로 나타나고 있다.

결국 프레이밍 효과는 인정교화가능성 수준을 결정하는 두 요인(수용자
요인과 메시지 특성)에 따라 다르며, 이는 다시 메시지의 이슈 성격에 따라서
구분되고 있다. 특히 비평적 사고 변인은 높을 경우 중심경로를 통한 정보처리
를 유도하지만 프레이밍 효과로까지 이어지지는 않으며, 반대로 낮은 경우에
는 주변경로를 통한 정보처리를 유도하는 주요인으로 나타나고 있다.

이 연구는 다음과 같은 한계를 갖는다. 첫째, 실험대상자들이 서울에 거주
하는 대학생이고 연령도 20대로 한정되었기 때문에 연구결과의 일반화에
한계점을 가지고 있다. 둘째, 인지정교화 가능성 수준을 결정짓는 요인 가운
데 수용자 요인인 ‘메시지 처리 능력’과 메시지 특성인 ‘논증의 강도’를 고려
하지 못했다. 사실 이들은 구체적 이슈에 따라 편차가 크기 때문에 구분 기준
에 대한 객관성과 타당성을 담보하기가 어렵다. 그럼에도 불구하고 엄밀한
측정기준을 설정해서 분석할 수 있다면 인지정교화가능성의 결정요인과 프레
이밍 효과의 관계를 좀 더 정교하게 확인할 수 있을 것이다.

Ⅰ 참고문헌

- 강문정·차희원 (2007). 기업명성(Corporate Reputation)과 공중의 이슈 프레임이 기업 정당성 인식(Perceived Corporate Legitimacy)에 미치는 영향: 삼성의 경영권 승계 이슈를 중심으로. 『한국언론학보』, 제51권 2호, 한국언론학회.
- 강명구 (1994). 『한국 저널리즘 이론』. 1장: 탈사실 시대에 있어서 뉴스 공정성의 개념. 나남출판.
- 권상희 (2004). 인터넷 뉴스 프레임: 인터넷 미디어발달의 장기적인 뉴스보도 경향 연구.
- 김원용·이동훈 (2004). 신문의 보도 프레임 형성과 뉴스 제작 과정에 대한 연구. 『한국언론학보』, 제48권 4호, 한국언론학회.
- _____ (2005). 언론보도의 프레임 유형화 연구: 국내 원자력 관련 신문보도를 중심으로. 『한국언론학보』, 49권 6호, 166~197.
- _____ (2005). 핵폐기장 중심 원자력 관련 보도에 나타난 매체별 갈등보도의 프레임 비교 연구. 『한국방송학보』, 통권 19-4호.
- 김은미·임소혜·함선헌 (2008). 웹사이트의 상호작용성과 이용자 관여도가 정보처리와 정서적 반응에 끼치는 효과. 『한국언론학보』, 52권 4호, 250~463.
- 남인용 (2001). 광고주 유형, 메시지 유형, 자기 검색도, 관여도가 공익광고의 효과에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 통권 제46-1호, 한국언론학회.
- 리대룡·이명천·조재현 (1990). 소비자의 태도변용에 대한 광고 주장의 양과 질의 역할. 『광고연구』, 225~254.
- 박노일·한정호·홍기훈 (2007). 여성 정치후보자의 미디어 프레임에 따른 남녀 수용자 인식 차이 연구. 『한국언론학보』, 제 51권 2호, 한국언론학회.
- 박정의 (2001). 지역공동체 구조와 뉴스 프레임이 투표행위에 미치는 영향. 『한국언론정보학보』, 가을, 통권 17호, 38~60.
- 양정혜 (2001). 사회갈등의 의미 구성하기: 의료분쟁 보도의 프레임 분석. 『한국언론학보』, 제45-2호, 한국언론학회.
- 원만해·채 백 (2007). ‘천성산 고속철도 관통’ 보도에서 나타나는 중앙지와 지역의 뉴스 프레임 비교 연구. 『한국언론학보』, 제51권 1호, 한국언론학회.
- 이강수 (2001). 『수용자론』, 방송문화진흥회총서 36, 한울아카데미, 109.
- 이건혁 (2002). 미디어 프레임이 부정 감정, 정치 냉소, 그리고 정치 효능성에 미치는

- 영향. 대학생 집단을 대상으로 『한국언론학보』, 제46-3호, 한국언론학회. _____ (2007). 미디어 프레임이 부정 감정, 정치 냉소, 그리고 정치 효능성에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 제46-3호(2002년 여름), pp.252~288.
- 이명천 (1999). ELM 연구의 한국적 특성에 관한 고찰. 『광고학연구』, 10권 4호, 151~178.
- 이재록 (2006). 태도와 프레임링 및 설득과의 관계에 관한 연구. 『한국사회과학연구』, 제28집 2호.
- 이종민·류춘렬·박상희 (2007). 광고메시지 프레임링 효과에 관한 연구: 개인적 관여도와 상황적 관여도의 역할비교를 중심으로. 『한국언론학보』, 통권 제51권 3호, 한국언론학회.
- 이준웅 (2001). 갈등적 이슈에 대한 뉴스 프레임 구성방식이 의견형성에 미치는 영향: 내러티브 해석모형의 경험적 검증을 중심으로 『한국언론학보』, 겨울호, 441~482.
- _____ (2005). 갈등적 사안에 대한 여론 변화를 설명하기 위한 프레임링 모형 검증 연구: 정부의 통일 정책에 대한 뉴스 프레임의 형성과 해석적 프레임의 구성을 중심으로. 『한국언론학보』, 겨울호, 133~162.
- 이정모 (2001). 『인지심리학』, 대우학술총서 511, pp. 26, 210.
- 정재철 (2004). 한국 신문의 유전자 연구 프레임 비교 분석: 조선일보, 국민일보, 한겨레신문을 중심으로 『한국언론정보학보』, 통권 제25호, 한국언론정보학회.
- 조재운·박보영 (2001). 사전지식과 메시지 프레임링이 소비자의사결정에 미치는 영향에 관한 연구. 『마케팅연구』, 한국마케팅학회, 1-15.
- 최낙진 (2004). 지역신문 뉴스 프레임 비교: 핵폐기장 관련 보도를 중심으로 『한국언론정보학보』, 통권 제27호, 한국언론정보학회.
- 차희원 (2004). 공중 관여도와 미디어 신뢰도에 따른 기업 명성의 미디어 의제 설정 효과 연구. 『한국언론학보』, 통권 48권 6호, 한국언론학회.
- 홍성열 (2004), 『사회 심리학』, 시그마 프레스(주), 370.
- Entman, R. M. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43(4), 51~58.
- Fiske. S. T. & Taylor. S. E. (1991). *Social cognition(2nd ed)*. New York: McGraw-Hill.

- Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear Power: A constructionist approach, *American Journal of Society*, pp. 95, 1~37.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching*. London: University of California Press.
- Hamming, R. W. (1980). *Coding and information theory*. New York: Prentice-Hall.
- Henningsen, M. L. M., Henningsen, D. D., Cruz, M. G. & Morril, J. (2003). Social influence in groups: A comparative application of relational framing theory and the elaboration likelihood model of persuasion, *Communication Monographs*, vol 70, 175~197.
- Maheswaren, Durairaj & Meyres-Levy, Joan (1990). The influence of message framing and issue involvement. *Journal of Marketing Research*, 27, 361~367.
- Mittal, B. & Lee, M. (1989). A casual model of consumer involvement. *Journal of Economic Psychology*, 10, 363~389.
- Nelson, T. E. & Oxley, Z. M. (1999). Issue framing effects on belief importance and opinion. *The Journal of Politics*, 61(4), 1040~1067.
- Pan, Z. & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse, *Political Communication*, 10, 55~75.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T., Goldman, R. (1981). Personal involvement as a determinant of argument based persuasion, *Journal of Personality and Social Psychology*, 14, 847~855.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T., Kao, C, F. & Rodriguez, R. (1986). Central and peripheral routes to persuasion: An individual difference perspective, *Journal of personal and Social Psychology*, vol. 51, 1002.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T. & Morris, K. T. (1983). Effects of need for cognition on message evaluation: Recall and persuasion, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 5, 816.
- Petty, R. E & others, (1993). Conceptual methodological issues in the elaboration likelihood model of persuasion: A reply to the Michigan State Critics, *Communication Theory*, 3, 336~362.
- Price, V. & Tewksbury, D. (1997), News values and public opinion; A theoretical

account of media priming and framing, In G. Barnett & F. J. Foster (Eds.), *Progress in communication sciences* (pp. 173~212). Greenwich: Ablex.

Rhee, J. W. (1997). Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of framing effects, *Journal of Communication*, 47, 26~48.

Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects, *Journal of Communication*, 49(1), 103~122.

Van Dijk, Teun A(1988). *News as discourse*. Hellsdalue, NJ: Lawrence Erlbaum. 32~34.

(투고일자: 2009.02.26, 수정일자: 2009.04.08, 게재확정일자: 2009.04.20)

An Analysis of the Relationship between the Level of Elaboration Likelihood and the News Framing Effects

Ha-Yong Jang

Professor

(Department of Communication Studies, Dongguk University)

Bang-Hoon Je

M. A.

(Department of Communication Studies, Dongguk University)

Nevertheless reported the same events, news audience have diverse sense of sights and opinions about the events because of the different news frames. This notion was repeatedly evidenced by several framing studies. This paper tried to analyse an interacting relationship between viewer's level of elaboration likelihood and the effects of the news frames. This paper started with a discussion about the framing effects, then compared them with Elaboration Likelihood Model's not framing effect. And this study conducted an experiment selecting individual dispositions (involvement and cognitive complexity) and message characteristics (number of cues and arguments) as intermediating variables on the message framing effects.

This study found out that, the more involvement about the issues the viewers had, the more their thoughts coincided with the issue's frame. On the other hand, when the viewers had low involvement about the issues and cognitive complexity, the framing effects were not found because they processed the messages through the peripheral route. Although the viewers' cognitive complexity was a factor in choosing the central route, but it was not directly connected to the framing effect. Both the number of cues and argument diversity in the messages had positive relationships with the framing effects.

Key words: framing effect, Elaboration Likelihood Model (ELM), involvement, cue, cognitive complexity, argument diversity