

# 인지적 종결욕구가 대학생들의 문제 상황인식과 커뮤니케이션 행동에 미치는 영향

신경아  
한양대학교 홍보학과 강의교수

## The effect of need for closure on college students' problem situation perception and communication behaviors

Kyung-Ah Shin

Lecturer, Dept. of Advertising & Public Relations, Hanyang University\*

**요약** 본 연구는 대학생들이 자신들에게 직면한 문제에 관해 커뮤니케이션 행위에 참여하는데 있어 영향을 미치는 개인적 특성으로서 인지종결욕구의 영향을 탐색해 보고자 하였다. 이를 위해 수도권 및 충청도 지역의 대학생 605명을 대상으로 그들이 가장 많이 관심을 갖고 있는 문제인 반값등록금 문제에 대한 커뮤니케이션 행위를 탐색하고자, 인지종결욕구의 하위 차원으로서 구조화된 것 선호, 예측가능성 선호, 명확성, 모호함에 대한 불편함, 폐쇄적 사고 수준의 고/저에 따라 문제 상황에 대한 인식과 커뮤니케이션 행동에 각각 어떠한 차이가 있는지 살펴보았다. 분석 결과, 문제 상황이 해결되지 않고 모호한 정보들이 존재함에 대한 불편함 인식이 높으며 폐쇄적 사고 경향이 낮은 집단에게서 문제인식, 제약인식, 관여도 인식 수준이 모두 높은 것으로 나타났으며, 커뮤니케이션 행동 역시 적극적인 것으로 나타났다.

**주제어** : 인지종결욕구, 상황이론, 상황인식, 커뮤니케이션행동

**Abstract** The purpose of this study was to explore the effect of need for closure on college students' problem recognition and communication behavior. Specifically, this research examined differences about situation recognitions and communication behaviors across level of need for closure factors (preference for order and structure, preference for predictability, decisiveness, discomfort with ambiguity, closed-mindedness). The results show that the participants with higher level of discomfort with ambiguity and low level of closed-mindedness are more likely to high problem recognition, constraint recognition, involvement recognition, and doing active communication behaviors.

**Key Words** : Need for closure, Situational theory, Situation recognition, Communication behavior

### 1. 서론

최근 인터넷의 등장과 발전은 사람들로 하여금 더욱 쉽

고 빠르게 정보를 탐색하고 활용 가능하도록 하게 함으로써 이전에는 없던 새로운 정보화 시대를 가능하게 하였다. 이에, 웹 3.0의 시대를 살고 있는 우리는 무한한 정보들을

Received 16 October 2013, Revised 17 December 2013  
Accepted 20 January 2014  
Corresponding Author: Kyung-Ah Shin(Hanyang University)  
Email: shin563@hanyang.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

어떻게 하면 자신의 필요와 욕구에 맞추어 쉽고 빠르게 탐색하고, 또 이용할 것인가를 고민해야 하는 상황에 놓이게 되었다. 즉, 정보를 습득할 수 있는 매체와 콘텐츠가 다양해짐에 따라 수용자들이 선택할 수 있는 정보의 종류가 많아짐으로 인해 사람들은 자신이 선호하는 미디어 혹은 정보원을 선별, 선택적으로 정보를 습득함으로써[1] 빠르게 문제를 해결하고자 하는 경향이 증가하고 있다.

흔히 사람들은 자신에게 주어진 어떤 문제를 해결하고자 도구적으로 정보를 이용하고, 커뮤니케이션 행위 과정에 참여한다[2]. 따라서 Grunig[3]은 상황이론을 통해 사람들이 어떤 문제를 인식하고, 문제 상황과 개인과의 관련성을 인지하게 되면, 스스로 필요한 정보를 찾고자 하는 체계적 정보습득 과정을 통해 정보를 소비하게 된다고 하였다.

SNS의 등장은 사람들로 하여금 짧은 텍스트에 의존한 정보의 공유와 습득을 통해 더욱 빠른 상황판단과 의사결정을 가능하게 하고 있다. 특히, 새로운 기술의 습득이 빠르고 민감한 대학생들의 경우 활발한 SNS 활동을 통해 정치적 문제에 개입하고 있다. 최근 서울의 모 대학교에서 시작된 정치적 문제에 대한 한 학생의 대자보가 SNS를 통해 확산되어 전국 대학에서 잇단 대자보 행렬이 이어지는 가운데, 일각에서는 무분별하게 확산되고 있는 대자보 릴레이가 담고 있는 내용이 그저 사람들의 관심을 끌기만 할 뿐, 문제의 해결을 위한 대안이 없다는 것에 대한 비판 또한 제기되기도 하고 있다.

따라서, 본 연구는 대학생들이 자신에게 주어진 문제를 인식하고 해결하는데 있어 어떠한 인지적 행동 경향성을 보이는지를 파악하는데 주목한다. 특히, 지금까지의 연구들은 사람들을 이성적이고 합리적인 정보의 수용자로 간주하고 그들의 합리적 의사결정에 대해 관심을 가져왔던 것에 반해, 본 연구는 비이성적인 상황판단을 통한 커뮤니케이션 행위의 가능성을 탐색하는데 그 목적이 있다. 이를 위해, 본 연구는 대학생들을 대상으로 그들 개인이 가지는 인지적 종결욕구 수준에 따라 자신이 처한 문제 상황에 대한 인식과 커뮤니케이션 행동이 어떻게 다르게 나타나는지 살펴보고자 한다.

## 2. 이론적 논의

### 2.1 인지종결욕구

종결 욕구(need for closure)란, 모호한 상황 등 문제에 부딪혔을 때, 사람들이 인지적으로 빠른 해답을 얻어냄으로써 어떤 문제로 인해 기인된 불편함이나 불안함을 종결하려는 성향을 의미한다. 즉, 인지종결 욕구는 어떤 이슈에 대해 되도록 빨리 결론을 이끌어내어 그 이슈와 관련된 인지적 정보처리 과정과 판단을 종결시키려는 동기이다[5]. 여기서의 종결은 보다 합리적이고 옳은 방향으로 나아가기 위해 가능한 모든 자원을 활용하는 의미라기 보다는 어떤 문제에 대한 생각이나 해결 방법이 구체적으로 정리되지 않은 상태에서 자신의 심리적 불확실성을 해소하기 위한 목적에서 이루어지는 종결을 의미한다.

인지종결욕구는 개인적 특성을 설명하는 척도 중 하나로 질서 및 정돈에 대한 선호(preference for order and structure), 예측 가능성에 대한 선호(preference for predictability), 결단성(decisiveness)과 상황적 맥락에서 발생하는 불확실한 상황에 대한 불안감(discomfort with ambiguity), 폐쇄성(close-mindedness)으로 각각 구성되며, 종결욕구가 높은 사람은 분명하고 예측가능한 상황을 선호하며, 자신의 결정에 대해 확신하는 정도가 높으며, 상황에 대한 불안감을 떨쳐내고자 자신이 결정한 사항에 대해 주위 사람들의 의견을 잘 받아들이려하지 않는 성향을 보인다[6].

따라서 인지종결욕구가 높은 사람들은 불확실하거나 모호한 상황을 경험하는 것을 회피하기 위해 명확하고 뚜렷한 지식을 추구한다. 또한 인지종결욕구가 높은 사람들은 그들이 당면한 문제 상황에 대한 심리적 불안으로 인해 안정을 찾기 위해 상황에 대한 종결을 추구하게 되며, 이는 개인의 의사결정 방식에도 영향을 미치게 된다[7]. 그러므로, 종결에 대한 욕구가 높은 사람들은 다소 불이익을 고려하더라도 확실한 결론을 유지하기 위해 다른 불확정적인 정보를 그대로 받아들이는 경향을 갖기도 한다[8]. 또한 인지종결욕구가 높은 사람들은 불안하고 모호한 상황에 대해 더욱 불편함을 느끼고, 문제를 더욱 심각하게 느끼게 되어 문제 대상에 대한 평가욕구와 정보처리의 정도 및 양을 증가시킨다[4].

### 2.2 상황이론

상황이론(Situational Theory of Publics)의 기본 가정

은 사람들은 동일한 문제나 쟁점에 의해 영향을 받으며, 그 문제나 쟁점에 관해 유사하게 행동하는 집단의 구성원들로서, 개인이 문제를 깨닫는 정도와 그 문제를 해결하고자 어떤 행위를 하는 정도는 각기 다를 수 있기 때문에, 사람들이 언제, 어떻게 커뮤니케이션 하는지를 통해 보다 효과적인 커뮤니케이션 방법을 모색할 필요가 있다는 것이다[9]. 따라서 상황이론은 문제인식, 제약인식, 관여도라는 상황에 대한 개인의 인식 변수의 조합에 따라서 사람들의 커뮤니케이션 방식이 달라질 수 있음을 제안한다.

### 2.2.1 상황인식

상황이론은 사람들이 문제 상황을 어떻게 인식하는가에 초점을 두고 있으며, 이와 관련하여 문제인식, 제약인식, 관여도 인식이라는 세 가지 독립 변수를 다음과 같이 제시하고 있다. 먼저, 문제인식(Problem recognition)이란, '사람들이 무언가 잘못되었음을 인식하거나 상황을 쉽게 가늠할 수 없는 정도로, 특정 상황에서 무엇인가 행해져야 함을 지각하여 하던 일을 멈추고 그 상황에 대해 생각하게 되는 정도'로 정의된다[9]. 따라서 문제인식이 높다는 것은 사람들이 어떤 문제 상황에 부딪혔을 때 그 문제가 얼마나 중요한 사항인지에 대한 판단을 토대로 문제 해결에 대한 필요성을 인식하게 되는 것이며, 그 결과 보다 적극적으로 정보를 탐색하는 등의 커뮤니케이션 행동을 보이게 될 수 있다. 한편, 제약인식(Constraint recognition)은 '어떤 상황이 사람들로 하여금 특정 행동을 하도록 하는데 있어 자유를 제한하는 것'으로 정의된다[8]. 따라서 개인이 어떤 문제 상황에 부딪혔을 때 그 상황을 이해하거나 해결하기 어렵다고 인식하게 되면 제약인식이 높아지게 되며, 제약인식이 높아짐으로 인해 문제 해결을 위한 커뮤니케이션 동기가 줄어들게 된다는 것이 상황이론의 가정이다. 마지막으로 관여도 인식(Level of involvement)의 경우 사람들이 상황에 대해 가지는 지각으로, 특정 상황이 개인적으로 관련이 있다고 인식하는 정도로 정의된다[3]. 따라서 상황이론은 관여도가 낮게 되면, 사람들은 상황에 대한 정보를 어떤 사전에 계획된 탐색적 활동 없이 수동적으로 받아들이게 되거나 정보를 찾거나 하는 일련의 활동을 하지 않을 수 있음을 가정한다.

### 2.2.2 커뮤니케이션 행동

사람들은 어떤 문제 상황에 직면하게 되면, 그 문제를 해결하기 위해 개인이 가지고 있는 지식이나 정보들을 활용하여 문제를 해결하고자 시도하게 된다. 따라서 정보는 개인이 특정 상황이나 주제에 관한 결정을 내릴 때 존재하는 불확실성을 제거하기 위해 이용하는 자료로서의 역할을 한다[10]. 사람들이 정보를 접하는 맥락을 살펴보면, 자신이 의도하지 않은 상황에서 자연스럽게 노출되기도 하고 혹은 개인의 필요나 욕구에 의해 스스로 탐색하는 과정 속에서 인지되기도 한다. 실제로 커뮤니케이션 채널이 확대됨에 따라 사람들이 정보를 습득하고 활용하는 방식 또한 다양해 졌다. 즉, 커뮤니케이션의 기반이 되는 정보의 이용 방식이 단순히 노출과 수용의 단계에서 의도적(능동적)·비의도적(수동적), 선택·수용·확산의 차원에서 각각 세분화될 수 있다는 것이다. 이에, 김정남과 Grunig[10]은 최근 기존의 상황이론을 수정·보완하여 사람들의 커뮤니케이션 행동을 6가지의 차원으로 제시한 바 있다.

<Table 1> Categories of communication behaviors

Categories	Information Selection	Information Transmission	Information Acquisition
Active	Information Forefending	Information Forwarding	Information Seeking
Passive	Information Permitting	Information Sharing	Information Attending

구체적으로, 정보 선별(Information forefending)의 경우 특정 정보가 가진 가치와 관련성에 의거하여 문제 해결에 유용한 정도를 평가하고 정보를 선별해 내는 것을 의미하며, 정보 수용(Information permitting)은 말 그대로 어떤 정보이든 상관없이 이슈와 관련한 내용들을 모두 받아들이고자 하는 것을 의미한다. 또한 정보 전달(Information forwarding)의 경우 개인이 특정 목적이나 의도를 가지고 자발적으로 정보를 타인에게 제공하는 것을 의미하며, 정보 공유(Information sharing)의 경우 타인의 요청에 의해서 정보를 제공하는 것을 말한다. 마지막으로, 정보 추구(Information seeking)은 특정 이슈나 주제에 관한 정보를 얻기 위해 계획적으로 정보를 탐색하는 활동을 의미하며, 정보 주목(Information attending)은 특정 목적이나 의도 없이 우연한 기회에 의해 이슈에

대한 정보를 습득하게 되는 것을 의미한다.

### 3. 연구문제

- 연구문제 1. 대학생들의 인지적 종결욕구 수준은 어떠한가?
- 연구문제 2. 대학생들의 인지적 종결욕구 수준에 따라 반값 등록금 문제에 대한 상황인식에 차이가 있는가?
- 연구문제 3. 인지적 종결욕구 수준에 따라 반값 등록금 문제에 대한 커뮤니케이션 행동에 차이가 있는가?

### 4. 연구방법

#### 4.1 연구표본 및 분석방법

본 연구의 이슈 설정을 위해 조사 대상자인 대학생들을 대상으로 그들이 직면한 문제들을 사전조사를 통해 살펴보았다. 따라서 경기 및 충청권 대학에서 커뮤니케이션 분야를 전공하는 79명의 응답자들을 대상으로 그들이 개인적 차원에서 가장 중요하게 해결되어야 하는 이슈로 평가하는 사안에 대해 자유로이 기입하도록 하였다. 분석 결과, 조사 시점에 가장 중요한 문제로 대학생들이 인식하는 이슈가 반값 등록금 문제로 나타나 이를 문제 이슈로 설정하였다. 따라서 본 조사를 통해 서울·경기 및 강원·충청 지역의 커뮤니케이션 관련 학과의 수강생들을 대상으로 선정하고, 임의표본추출법(convenience sampling)에 의한 설문지 조사 방법으로 자료를 수집하였다. 설문조사는 2012년 11월 2일부터 11월 9일까지 총 7일에 걸쳐 실시되었고, 총 546개의 응답이 최종적으로 본 연구의 분석 자료로 사용되었다. 구체적으로, 응답자들은 남자 209명(38.3%), 여자 337명(61.7%)으로 구성되었으며, 월 평균 가구 소득 수준은 100만원 미만인 6.2%, 100~200만원 미만인 6.8%, 200~300만원이 16.3%, 300~400만원이 21.8%, 400~500만원이 19.6%, 500만원 이상이 29.3%를 각각 차지하는 것으로 나타났다.

<Table 1> Demographic characteristics

		N	%
Gender	Male	209	38.3
	Female	337	61.7
Income	100 under	34	6.2
	100~200	37	6.8
	200~300	89	16.3
	300~400	119	21.8
	400~500	107	19.6
	500 or higher	160	19.6

다음으로, 공중이 문제 상황에 대해 어떻게 지각하는가와 관련해서는 Kim & Grunig(2011)에 의해 제안된 문제 상황이론의 기본 가정을 그대로 적용하여 문제인식, 제약인식, 관여도 인식, 그리고 커뮤니케이션 행동 변인을 각각 7점 리커트 척도로 측정하였다. 또한, 인지 종결욕구의 경우 Kruglanski & Webster(1996)가 정의한 바와 같이 '특정 상황에서 개인이 모호함, 혼란, 불확정성 없이 확고한 답을 요구하는 정도'로 보았으며, 측정 도구는 Houghton과 Grewal(2000)이 제안한 인지종결욕구에 대한 간접 척도를 그대로 번역하여 각각 7점 리커트 척도로 측정하였다.

연구문제의 검증에 앞서, 본 연구에서 사용된 측정 척도들의 신뢰도와 타당도 검증을 위해 탐색적 요인분석과 Cronbach's Alpha 계수를 이용한 신뢰도 분석을 실시하였다. 분석 결과, 인지종결욕구는 구조화된 것에 대한 선호, 예측 가능성, 명확성, 모호함에 대한 불편함, 폐쇄적 사고의 5개 요인으로 각각 구분되었으며, 각 요인을 구성하는 항목들의 요인적재치는 .51~.83까지로 나타나 측정 항목과 요인의 타당성이 입증되었다. 또한, 인지종결욕구 하위 차원들의 신뢰도 분석 결과, 구조화된 것에 대한 선호( $\alpha=.730$ ), 예측 가능성( $\alpha=.710$ ), 명확성( $\alpha=.696$ ), 모호함에 대한 불편함( $\alpha=.758$ ), 폐쇄적 사고( $\alpha=.828$ ) 모두 비교적 신뢰할만한 수준을 확보하고 있는 것으로 나타났다.

한편, 커뮤니케이션 행동 역시 6개의 하위 요인으로 구분되는 것으로 나타났으며, 항목들의 요인적재치는 .56~.83까지 나타났다. 정보 선별( $\alpha=.710$ ), 정보 수용( $\alpha=.846$ ), 정보전달( $\alpha=.799$ ), 정보공유( $\alpha=.621$ ), 정보추구( $\alpha=.940$ ), 정보주목( $\alpha=.925$ ) 요인 모두 모두 크론바흐 알파 값이 0.6이상으로 나타나 만족할만한 수준을 확보하였다.

자료의 통계적 분석은 SPSS 17.0을 활용하였으며, 연구문제의 분석을 위해 기술통계분석(descriptive

analysis)과 독립표본 t-test(independent samples t-test)를 각각 실시하였다.

## 5. 연구결과

### 5.1 대학생의 인지적 종결욕구 수준

먼저, <연구문제 1>의 검증을 위해 본 조사에 응답한 대학생들의 인지적 종결욕구 수준을 파악하고자, Kruglanski(1989)가 제안한 5개의 하위 차원인 구조화된 것에 대한 선호, 예측 가능성, 명확성, 모호함에 대한 불편함, 폐쇄적 사고 각각에 대한 평가 정도를 살펴보았다. 분석 결과, 대학생들은 모호함에 대한 불편함(M=4.75)을 가장 크게 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 예측 가능한 것에 대한 선호(M=3.78), 명확성 추구 경향(M=3.39), 폐쇄적 사고(M=3.24), 구조화된 것에 대한 선호(M=3.19)의 순서로 각각 나타났다. 이러한 결과로 미루어볼 때, 대학생들의 경우 구조화된 것이나 예측 가능한 일 또는 상황을 즐기는 경향은 전반적으로 높지 않은 것으로 나타났으며, 반값등록금 문제와 같이 개인적으로 참여도가 높은 문제 상황에 대해 해당 문제가 빠르게 해결되지 않고 모호한 정보들이 난무하는 상황에 대해서는 상당히 불편함을 느끼고 있는 것으로 나타났다.

<Table 2> Descriptive for Need for closure

	N	Mean	Std.Deviation
Preference for Order and Structure	546	3.19	1.195
Preference for Predictability	546	3.78	1.128
Decisiveness	546	3.39	1.086
Discomfort with Ambiguity	546	4.75	1.046
Closed-Mindedness	546	3.24	0.986

### 5.2 인지적 종결욕구 수준과 상황인식

<연구문제 2>의 분석을 위해 인지적 종결욕구 수준에 따라 문제인식, 제약인식, 참여도 인식 정도가 어떻게 다른지 살펴보았다. 본 연구에서는 인지적 종결욕구 수준의 고/저를 구분하기 위해 5개의 종결욕구 구성 요인들에 대해 각각 평균값을 기준으로 평균값 이상인 경우에는 종결욕구 수준이 높은 집단으로, 평균값 이하인 경

우에는 종결욕구 수준이 낮은 집단으로 각각 구분하였다.

분석 결과, 반값 등록금 문제에 관한 정보들의 모호함에 대한 인식이 높은 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 문제인식(t=6.60, p<.001), 제약인식(t=5.98, p<.001), 참여도 인식(t=7.41, p<.001) 모두 높은 것으로 나타났다. 또한 폐쇄적 사고 경향이 낮은 집단이 높은 집단에 비해 문제인식(t=-4.43, p<.001), 제약인식(t=-3.39, p<.001), 참여도 인식(t=-5.31, p<.001)이 모두 높은 것으로 나타났다. 한편, 문제 상황에 대한 판단이나 결정을 명확하게 하고자 하는 성향이 높은 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 문제 해결에 대한 제약인식을 더욱 크게 갖고 있는 것으로 나타났다(t=2.40, p<.05).

<Table 3> Level of Need for closure and situation recognition

		Problem recognition		Constraint recognition		Involvement recognition	
		M	t	M	t	M	t
Preference for Order and Structure	low	4.84	1.80	5.48	1.00	5.39	1.22
	high	4.68		5.39		5.27	
Preference for Predictability	low	4.78	0.55	5.42	-0.44	5.38	1.02
	high	4.73		5.46		5.27	
Decisiveness	low	4.77	-0.16	5.33	2.40*	5.25	1.55
	high	4.75		5.54		5.41	
Discomfort with Ambiguity	low	4.49	6.60***	5.21	5.98***	4.99	7.41***
	high	5.07		5.70		5.72	
Closed-Mindedness	low	4.97	-4.43***	5.62	-3.99***	5.62	-5.31***
	high	4.58		5.28		5.09	

### 5.3 인지적 종결욕구 수준과 커뮤니케이션 행동

<연구문제 3>의 검증을 위해 인지적 종결욕구 수준에 따라 커뮤니케이션 행동에 차이가 있는지 살펴보고자 independent-samples t-test를 실시하였다. 먼저, 적극적인 정보 커뮤니케이션 행동을 중심으로 종결욕구 수준에 따라서 어떠한 차이가 있는지 살펴본 결과, 예측 가능한 사안들을 덜 선호하는 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 더욱 높은 정보 선별(t=-2.15, p<.05)과 정보 전달(t=-2.09, p<.05)에 대한 의도가 높은 것으로 나타났으며, 판단에 대한 명확성 추구 경향이 높은 사람들이 그렇지 않은 사람들에 비해 정보 전달(t=2.84, p<.01)에 대한 의도가 높은 것으로 나타났다. 한편, 정보의 모호성에 대한 불편함을 더욱 높게 인식하는 이들이 그렇지 않은 이들에 비해 정보선별(t=2.47, p<.05), 정보전달(t=-7.39,

p<.001), 정보 추구(t=-5.79, p<.001)의도가 더욱 높은 것으로 나타났으며, 폐쇄적 사고 경향이 낮은 사람들이 높은 사람들에 비해 정보전달(t=-4.06, p<.001), 정보 전달(t=-6.04, p<.001), 정보 추구(t=-5.22, p<.001)의도가 모두 높은 것으로 나타났다.

다 정보 수용(t=8.56, p<.001)과 정보 주목(t=9.47, p<.001)의도가 더욱 높았던 반면, 정보 공유(t=-2.36, p<.05)의도는 낮은 것으로 나타났다. 또한 폐쇄적 사고 경향이 낮은 사람들이 높은 사람들 보다 정보 수용(t=-10.70, p<.001)과 정보 주목(t=-8.70, p<.001)의도가 더욱 높은 것으로 나타났다.

<Table 4> Level of Need for closure and active communication behavior

		Information Forefending		Information Forwarding		Information Seeking	
		M	t	M	t	M	t
Preference for Order and Structure	low	3.41	1.02	3.63	.087	3.62	1.73
	high	3.50		3.73		3.82	
Preference for Predictability	low	3.54	-2.15*	3.78	-2.09*	3.73	-0.06
	high	3.35		3.55		3.72	
Decisiveness	low	3.33	2.84**	3.60	1.45	3.66	1.08
	high	3.59		3.76		3.78	
Discomfort with Ambiguity	low	3.35	2.47*	3.32	7.39***	3.42	5.79***
	high	3.58		4.10		4.08	
Closed-Mindedness	low	3.65	-4.06***	4.03	-6.04***	4.05	-5.22***
	high	3.29		3.39		3.45	

다음으로, 수동적인 정보 커뮤니케이션 행동과 관련하여 종결욕구 수준에 따라 어떠한 차이가 있는지 살펴 보았다. 분석 결과, 예측 가능성에 대한 선호 경향이 낮은 사람들이 그렇지 않은 사람들에 비해 정보 수용(t=-2.96, p<.01), 정보 주목(t=-2.21, p<.05)의도가 높은 반면, 판단에 대한 명확성을 선호하는 경향이 높은 사람들이 낮은 사람들 보다 정보 공유(t=2.39, p<.05)의도가 높은 것으로 나타났다. 한편, 반값 등록금 문제에 대한 정보의 모호성을 더욱 높게 인식하는 사람들이 그렇지 않은 사람들 보

### 5. 결론 및 논의

본 연구는 대학생들을 대상으로 그들이 자신에게 처한 문제나 상황에 대해 인식하고, 행동하는데 있어 영향을 미치는 개인적 변수를 탐색하고자 하였다. 따라서, 인지종결욕구 수준이 대학생들의 문제 현실에 대한 인식과 커뮤니케이션 행동에 어떠한 역할을 하는지에 대해서 살펴보고자 하였다.

첫째로, 대학생들의 경우 개인의 성향 측면에서는 빠른 종결, 단순한 의사결정을 선호하지는 않으나 해결되어야 하는 문제에 직면하게 되었을 경우 명확한 정보의 제공 및 빠른 해결을 선호하는 것으로 보인다. 구체적으로, 이들 집단은 비교적 사회문제나 이슈와 관련해 다양한 의견이나 관점을 수용하고자 노력 하지만, 해결되지 않는 문제에 대한 불편함을 느끼는 정도가 높아 문제 해결에 있어서는 빠른 결론을 짓기를 원하는 것으로 보인다. 대학생들의 이러한 빠르고 명확한 의사결정, 모호함에 대한 불편함 성향이 높은 이유로서 인터넷 커뮤니케이션의 영향을 제시할 수 있을 것으로 보인다. 문제 상황에 대한 빠른 해결을 원하는 소비자일수록 온라인 구전에 대한 신뢰가 높다는 이영원(2012)의 연구 결과로 추론해 볼 때, 인터넷 정보는 사람들로 하여금 빠른 의사결정을 가능하게 하는 수단이 되며, 인터넷 이용률이 상대적으로 높은 대학생 집단에게 있어서 이러한 경향은 더욱 뚜렷할 수 밖에 없다.

둘째로, 인지적 종결욕구의 하위 차원별 수준에 따라 대학생들이 반값등록금 문제 상황을 어떻게 다르게 인식하는지 살펴본 결과, 문제 상황에 대한 정보의 모호함에 대해 불편함을 높이 인식하는 집단이 상황에 대한 문제 인식, 제약인식, 관여도 인식이 모두 높은 것으로 나타났다. 또한 문제 상황에 대해 자신의 의견이나 견해를 중심으로 사고하기 보다는 다양한 관점을 수용하고자 하는

<Table 5> Level of Need for closure and passive communication behavior

		Information Permitting		Information Sharing		Information Attending	
		M	t	M	t	M	t
Preference for Order and Structure	low	4.56	0.65	4.48	1.29	4.67	-0.90
	high	4.62		4.62		4.57	
Preference for Predictability	low	4.72	-2.96***	4.47	1.61	4.73	-2.21*
	high	4.43		4.64		4.48	
Decisiveness	low	4.50	1.75	4.42	2.39*	4.55	1.14
	high	4.67		4.67		4.68	
Discomfort with Ambiguity	low	4.23	8.56***	4.66	-2.36*	4.17	9.47***
	high	5.01		4.42		5.14	
Closed-Mindedness	low	5.10	-10.70***	4.48	1.28	5.11	-8.70***
	high	4.16		4.61		4.20	

경향이 높은 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 문제인식, 제약인식, 관련도 인식이 모두 높은 것으로 나타났다. 반값등록금과 같은 갈등 사안에 있어, 문제인식, 제약인식, 관련도 인식이 모두 높아 보다 활동적으로 커뮤니케이션 과정에 참여할 가능성이 있는 사람들의 특징을 살펴보면, 문제 상황에 직면했을 때 보다 다양한 관점에서 이슈에 대해 정보를 수집하고자 하며, 그들이 가지고 있는 정보가 명확한 해결책을 제시해 주지 못하는 것에 대해서 불편함을 인식하는 이들이라 할 수 있겠다. 따라서 갈등이 유발되는 정책적 사안과 같은 경우, 보다 명확한 정책 결정자들의 입장표명과 정확한 정보를 제공해 줌으로써 상황에 대해 보다 잘 이해할 수 있도록 해주는 것이 필요하다.

셋째, 인지종결욕구 수준은 대학생 집단의 커뮤니케이션 행동에도 각기 다른 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로, 구조화된 삶을 선호하는 개인의 성향 차이에 따른 커뮤니케이션 행동 유형의 수준 차이는 없는 것으로 나타났으나, 예측 가능한 상황에 대한 선호 수준이 낮은 집단이 정보 선별, 정보수용, 정보 전달, 정보 주목과 같은 행동에 대한 의도가 높은 것으로 나타났으며, 의사결정에 있어 명확성을 추구 정도가 높은 집단이 정보 선별, 정보 공유 의도가 높은 것으로 나타났다. 한편, 폐쇄적 사고 경향이 낮은 집단이 그렇지 않은 집단 보다 정보공유를 제외한 모든 행동의도가 높은 반면, 문제 상황의 모호함에 대해 불편함을 느끼는 수준이 높은 집단은 모든 커뮤니케이션 행동에 있어 적극적인 것으로 나타났다. 이러한 결과는 어떤 대상에 대한 정보의 모호함의 증가가 인지종결욕구를 증가시켜 사람들로 하여금 새로운 해결책을 제시해주는 또 다른 정보에 대한 민감성(susceptibility)을 증가시켜 준다는 Kardes 등[11]의 연구 결과와 일맥상통한다. 위의 결과를 종합하여 본 연구의 대상인 대학생들을 중심으로 문제 상황에 대한 인지 성향에 따른 커뮤니케이션 행동의 차이를 살펴보면, 인터넷이나 SNS와 같은 공간을 통해 문제가 되는 이슈에 대한 정보를 습득하고 수집하는 등의 행위를 함에 있어서는 개인이 얼마나 사회적 문제나 이슈에 대해 관심을 갖고 그에 관해 정보를 처리하고자 하는가가 중요한 것으로 보인다. 결국, 문제 이슈에 대한 정보를 수집하고 의견을 피력하는 사람들은 예측 가능한 상황을 선호하기 보다는 빠르게 변화해가는 사회 트렌드나 이슈에 민감한 사람들이라는 것이다. 또한, 어떤 문제에 대해 자신의 입

장을 빠르게 결론짓고자하는 경향이 높은 사람들의 경우 자신이 가지고 있는 입장에 대한 정보를 다른 사람들과 공유함으로써 자신의 생각을 지지받기를 원하는 것으로 보인다. 특히, 본 연구의 대상이자 반값등록금 문제에 가장 민감한 대학생들이 온라인 커뮤니케이션 채널이나 SNS이용률이 높다는 점을 감안해 본다면 문제 이슈에 대한 명확한 해결책의 부재와 더불어 부정적인 뉴스 기사 등은 대학생들로 하여금 이슈와 관련하여 부정적 입장을 더욱 쉽게 취하게 유도하는 것이 될 수 있다.

또한, 폐쇄적인 사고를 하는 이들 보다 다른 사람의 의견, 자신과 다른 입장의 견해를 보다 적극적으로 수용하고자 하는 개방적 사고를 가진 이들에게서 문제에 대한 인식, 문제 해결을 위한 커뮤니케이션 행동이 적극적인 것으로 나타났다. 이는 반값 등록금과 같은 문제 상황을 인지하고 문제 해결에 대해 관심을 갖게 하는데 있어 개인의 '개방적 정보 수용 경향'이 중요한 역할을 한다는 것을 의미한다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 먼저, 본 연구의 대상이 '대학생'에 한정되어 있기 때문에 연구의 결과를 일반화하는데 있어 제약이 따른다는 점이다. 특히, 대학생 집단은 상대적으로 인터넷 이용률이 높고 인터넷을 통해 다양한 사회적 문제를 접하고 또 다른 사람들과의 정보공유를 통한 커뮤니케이션 행위가 비교적 활발한 집단으로 분류된다. 따라서 대학생 집단의 인터넷 커뮤니케이션 행위의 특성을 고려하여 본 연구의 결과를 해석할 필요가 있겠다. 또한, 온라인상의 정보 커뮤니케이션 행동을 설명하는데 있어 본 연구는 개인의 인지적 동기로서 종결욕구와 상황인식 변수, 그리고 커뮤니케이션 행동의 관계를 검증하지는 못했다. 따라서 후속 연구를 통해 이들 변수들 간의 인과관계를 검증해야 할 필요가 있다.

## REFERENCES

- [1] Hwang, Y-S, Ideological polarization on twitter: The effect of selective exposure. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, Vol. 52, No. 2, pp.58-79, 2013.
- [2] Kim, J-N. Communicant activeness, cognitive

entrepreneurship, and a situational theory of problem solving. Dissertation, University of Maryland, College Park, 2006.

- [3] Grunig, J. E. A situational theory of publics: Conceptual history, recent challenges and new research. In T. M. D. Moss, & D. Vercic(Ed), Public relations research: An international perspective(pp.3-48). London: International Thomson Business Press. 1997
- [4] Kim, C. G. The impact of knowledge level and need for closure and on overall evaluations: Considering the moderating role of situational severity. Korea Knowledge Management research, Vol.10, No.4, pp.115-131. 2009
- [5] D. M. Webster, A. W. Kruglanski, Individual differences in need for cognitive closure. Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 67, No, 6, pp. 1049-1062, 1994.
- [6] Vermeir, I, Van Kenhove, P., & Hendrickx, H. The influence of need for closure on consumer's choice behavior. Journal of Economic Psychology, Vol. 23, pp.703-727. 2002.
- [7] Vermeir, I. Van Kenhove, P. The influence of need for closure and perceived time pressure on the search for price and promotional information, Psychology & Marketing, Vol. 22, No. 1, pp. 71-95, 2005.
- [8] Min, J. Effect of Journalists' objectivity and interpretation orientation on need for closer and schema-driven information processing. Korean Journal of Journalism & Communication Studies, Vol. 54, No, 2, pp.5-30. 2010.
- [9] Grunig, J. E. & Hunt, T. Managing public relations. New York: Holt, Rinehart and Winston. 1984.
- [10] Kim, J. & Grunig, J. E. Problem solving and communicative action: A Situational theory of problem solving. Journal of Communication, Vol. 61, pp.120-149. 2011.
- [11] Kardes, F. R et.al. The role of the need for cognitive closure in the effectiveness of the Disrupt-Then-Reframe influence technique. Vol. 34,

Journal of Consumer Research. 377-385, 2007.

신 경 아(Shin, Kyung Ah)



- 2009년 2월 : 한양대학교 광고홍보학과(문학석사)
- 2013년 2월 : 한양대학교 광고홍보학과(문학박사)
- 2013년 3월 ~ 현재 : 한양대학교 광고홍보학부 강의교수
- 관심분야 : 정책PR, 헬스캠페인

· E-Mail : shin563@hanyang.ac.kr