

# 혐오성 댓글의 제3자 효과

댓글의 속성과 이용자의 성향을 중심으로\*

**조윤용** 부산대학교 사회과학연구원 전임연구원\*\*

**임영호** 부산대학교 신문방송학과 교수\*\*\*

**허윤철** 부산대학교 신문방송학과 박사수료\*\*\*\*

이 연구는 온라인 포털 뉴스에 대한 혐오성 댓글의 제3자 효과를 분석하였으며, 특히 뉴스 이용자의 성향에 따라 제3자 효과가 어떻게 달라지는지 살펴보았다. 구체적으로 이주민의 불법체류에 관련된 뉴스 댓글을 혐오성 댓글과 이성적 논조의 댓글로 나누어 댓글 속성, 즉 표현방식에 따른 제3자 효과를 온라인 실험연구를 통해 비교하였다. 그리고 이용자의 이념적 성향과 이주민에 대한 차별적 성향에 따라 혐오성 댓글의 제3자 효과가 어떤 차이를 보이는지 분석하였다. 479명이 온라인 실험에 참가하였으며, 실험참가자는 혐오성 댓글(실험집단)과 이성적 댓글(통제집단)에 무작위로 할당되었다. 연구 결과, 진보적 성향의 뉴스 이용자는 혐오 표현 유무와 관계없이 전반적으로 제3자 효과가 높게 나타났지만, 보수적 성향의 이용자는 혐오성 댓글에서만 제3자 효과가 높게 나타나는 것을 확인하였다. 전통적으로 제3자 효과 연구는 주로 매스미디어를 대상으로 이루어졌는데, 이 연구는 이러한 효과 이론을 이용자의 댓글이라는 새로운 현상에 적용하고, 이 효과가 뉴스 이용자의 이념적 성향, 다문화에 대한 차별적 태도 등 이슈와 밀접하게 관련된 개인적 특성에 따라 어떻게 불균등하게 발생하는지를 살펴보았다는 점에서 의의가 있다.

**KEYWORDS** 다문화, 혐오성 댓글, 제3자 효과, 이념적 성향, 차별적 성향

---

\* 이 논문은 부산대학교 기본연구지원사업(2년)에 의하여 연구되었음

\*\* yyongcho@gmail.com, 제1저자

\*\*\* yhoim@pusan.ac.kr, 교신저자

\*\*\*\* ych0719@gmail.com

## 1. 문제제기

매스미디어 환경에서와 달리 온라인 미디어 이용자들은 댓글을 통해 서로 의견을 표출하고 상호작용하면서 여론에도 영향을 미치게 된다. 인터넷 뉴스에 달린 댓글의 양과 추천수, 찬성·반대 의견 표시 등은 이용자들이 뉴스가치를 판단하는 데 중요한 기준으로 작용하기도 한다(김채환, 2009). 댓글은 이용자들이 어떤 방식으로 뉴스를 해독하는지 관찰할 수 있는 공간이자 이용자 사이의 상호작용 양상이 가시적으로 드러나는 장소이기도 하다(김은미·조윤용·임영호·송보영, 2015). 온라인 미디어에서 이용자들은 댓글을 통해 뉴스의 사회적 의미 생산에 적극적으로 개입하고 참여하게 되는 것이다. 댓글은 일차적으로는 불특정 다수가 참여할 수 있는 온라인 공론장이자 이용자들의 의견이 표출되는 창구다. 뉴스에 대한 다른 이용자들의 반응을 확인해 다수의 의견을 감지하고 여론을 지각하도록 돕는 역할도 한다. 온라인에서 이용자들은 댓글을 읽고 해당 이슈에 대한 함의를 재구성하거나 이를 토대로 여론을 유추하기도 한다(이은주·장운재, 2009). 이처럼 댓글 연구는 중요한 이론적, 실천적 함의를 지니기 때문에, 관련 연구 또한 활발하게 이어지고 있다. 그러나 기존의 댓글 연구는 대체로 댓글 메시지가 이용자들의 인식이나 태도 변화에 미치는 영향 등 메시지의 일차적이고 단편적인 효과에 집중되는 경향이 있어 효과가 발생하는 복합적 과정에 관해 이론적으로 정교화된 연구는 아직 미흡한 실정이다.

이 연구는 이러한 문제의식을 바탕으로 전통적인 미디어 효과이론에서 대표적인 흐름의 하나인 제3자 효과를 원용하여 댓글이 여론에 미치는 제3자 효과를 살펴보고자 한다. 제3자 효과(third-person effect)란 특정한 메시지가 본인에게 미칠 영향력보다 타인에게 미칠 영향을 더 크게 지각하고 그 결과 태도나 행동의 변화가 나타나는 경향성을 의미한다(Davison, 1983). 즉 이 연구는 불특정 다수에 의해 표출되는 댓글이 사람들의 태도에 직접적인 영향을 주는 방식으로 여론에 영향을 미칠 수도 있지만 사람들의 여론 지각을 변화시켜 여론의 방향에 영향을 미칠 수도 있다는 점에 주목하였다. 그동안 댓글의 제3자 효과를 실증적으로 살핀 연구들은 일부 있었지만, 이 연구들은 실제 댓글의 효과가 아니라 댓글의 속성에 대한 일반적 인식을 바탕으로 이루어졌다는 한계를 지닌다(유홍식, 2010; 정일권·김영석, 2006 등). 따라서 이 연구에서는 댓글에 대한 이용자들의 실제 반응을 엄밀하게 분석하기 위해 실험 설계를 통해 댓글의 효과를 검증하고자 한다.

또한 이 연구는 최근 사회 문제로 대두되고 있는 온라인상의 혐오성 댓글을 연구 대상으로 삼았다. 구체적으로는 한국사회에서 사회적 약자인 이주민 관련 뉴스 기사를 선정하여 혐오성 댓글이 이용자의 인식과 제3자 효과 지각에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보

고자 한다. 이주민 관련 뉴스 기사의 댓글을 분석 대상으로 삼은 이유는 다문화 담론이 다양한 정치적 이념과 이해관계가 대립하고 때로는 교차하는 대표적인 이슈 영역이기 때문이다. 2016년 영국의 브렉시트(Brexit)나 대선 캠페인 등 중요한 정치적 사건에서 반다문화주의나 반이민 정책 관련 이슈가 핵심적인 정치적 쟁점으로 부상했다는 점은 이 연구에서 다루는 이슈가 뉴스 이용자의 정치 성향과 떼놓을 수 없을 정도로 밀접하게 연관되어 있음을 말해준다. 구체적으로 이 연구에서는 이주민 관련 기사의 혐오성 댓글이 이용자의 인식과 제3자 효과 지각에 미치는 영향을 메시지 요인과 수용자 요인을 중심으로 살폈으며, 수용자 요인 중에서도 이념적 성향과 차별적 성향에 초점을 맞추어 분석을 수행하였다. 특히 단순히 수용자의 선유 경향 중 다문화수용성이라는 일반적 속성에 초점을 맞추는 대신에, 대상 국가에 따른 다문화수용성의 차이, 즉 수용자의 다문화에 대한 차별적 태도를 변수화하여 제3자 효과 지각과의 관련성을 살피는 데 주안점을 두었다. 제3자 효과는 흔히 사회적으로 논란이 되는 특정한 이슈를 중심으로 발생하기 때문에, 특정 이슈와 관련성이 높은 수용자 요인들을 변수로 설정하여 효과 발생과정을 살펴보는 게 더 적합하다고 보았기 때문이다.

## 2. 문헌 연구

### 1) 댓글의 속성과 효과

인터넷에서 이용자는 뉴스의 일방적이고 수동적인 소비자가 아니라 뉴스의 의미 생산에 적극 개입하고 참여하는 존재다. 길모어(Gillmor, 2006/2008)는 웹의 등장이 저널리즘을 ‘강의’에서 ‘대화’로 바꾸어놓았다고 평가하며 뉴스 생산 과정에 이용자의 참여가 앞으로 더욱 활발해질 것이라 예측했다. 특히 댓글은 강의식 저널리즘에서 대화형 저널리즘으로의 전환을 보여주는 대표적인 공간 중 하나다. 이제홍(2013)의 조사에 따르면, 인터넷 이용자들은 댓글의 순기능을 사회적 이슈에 대한 논의 장소 제공(45.5%), 정보의 신속한 교류(39.6%) 등으로 인식하고 있는 것으로 나타난다.

그러나 권상희와 김익현(2008)의 조사에서 인터넷 이용자들은 댓글 기능을 인터넷 매체의 장점이자 여론을 형성하는 데 중요한 역할을 한다는 점에 대체로 동의하면서도 댓글에 근거 없는 비방이 너무 많다는 등의 이유로 댓글의 기능을 부정적으로 평가하고 있다. <오마이뉴스>의 독자의견란을 분석한 김정년과 김재영(2005)의 조사에서도 비방성 언어가 포함된 독자의견이 전체의 41.2%로 정도가 매우 심각한 것을 확인하였다. 또한 이성식

(2008)은 청소년을 대상으로 ‘악성댓글’ 피해 실태를 조사하였는데, 욕설(20.9%), 게시판 도배(12.9%), 명예훼손과 비방(9.2%), 허위사실 유포(6.0%), 인신공격 또는 협박(3.6%) 순으로 피해 유형이 나타났다.

댓글에서는 특히 인종 문제처럼 공개적인 의견 표현이 금기시되고 사회적으로 민감한 사안에 대해 개인의 정제되지 않은 감정이 표출되는 경향이 있다(Loke, 2012; Harlow, 2015). 한국에서는 순혈주의에 바탕을 둔 과잉 민족주의가 상당 부분 인종주의와 중첩되어 부정적인 방향으로 작용하는 경향이 있다(설동훈, 2009). 다문화 관련 기사에 대한 댓글을 비롯한 온라인 반응은 한국사회의 심각한 인종차별 현황을 보여주는 대표적인 사례로 제시되기도 한다(김현희, 2014). 최근 김은미 등(2015)은 외국인 범죄 기사의 특성이 댓글에 어떠한 영향을 미치는지 살폈는데, 기사 속 외국인 출신국에 대한 사회적 거리가 멀어질수록 부정적 댓글이 증가하는 경향을 확인하였다. 또 사회적 거리가 멀수록 댓글에서 개인을 지칭하기보다는 출신국과 종교를 지칭하는 비하 호칭을 사용하는 경향도 나타났다.

이처럼 온라인 환경의 여론 형성과정에서 댓글의 중요성이 커짐에 따라 댓글이 이용자의 태도나 여론지각 등에 미치는 효과에 대한 관심도 늘어나고 있다. 그런데 전통적인 매스미디어 환경과 달리 온라인 미디어에서는 기사와 함께 다른 이용자의 반응을 살필 수 있는 댓글이 함께 소비되는 것이 일상적이다. 따라서 온라인 기사의 효과는 기사와 댓글의 효과가 결합된 형태로 나타나는 경향이 있다. 이에 대해서는 다수의 경험적 연구 결과가 제시되었는데, 예를 들면 이은주와 장윤재(2009)는 실험집단에게 기사와 반대 논조의 댓글을 함께 읽도록 하였는데, 기사만 읽은 통제집단에 비해 기사를 부정적으로 평가하는 경향이 강하였다. 또한 이용자들이 평소 댓글에 대해 가지고 있는 선유 태도와 무관하게 댓글은 기사의 영향력에 영향을 주는 조절변인으로 작용한다는 점을 확인하였다. 또한 양혜승(2008)은 댓글이 기사 속 이슈에 대한 이용자의 태도에 미치는 영향을 살폈는데, 기사 논조보다도 댓글에 제시된 견해가 이용자의 태도에 더 큰 영향을 미친다는 결과를 제시하였다. 이러한 연구결과는 댓글의 효과가 온라인 환경의 미디어 효과연구에서 앞으로 중요한 요인으로 다루어져야 한다는 사실을 시사한다.

댓글의 효과에 관한 연구가 진전되면서 댓글의 효과에 영향을 끼치는 다른 변인의 역할에 관한 연구도 나오기 시작했다. 가령 김은미와 선유화(2006)는 기사에 대한 평가는 댓글보다는 응답자들이 본래 가지고 있는 선행 태도에 따라 이루어진다는 연구결과를 근거로 댓글 읽기가 기사 내용에 대한 이용자의 평가에 미치는 효과가 미미하다고 주장하였다. 최근 이재신(2013)은 안구추적 장비를 이용해 이용자들이 실제로 읽은 댓글 수를 측정하여 댓글 읽기가 기사 평가에 미치는 영향을 검토했는데, 분석 결과 이용자들이 연예인

루머를 다룬 악성 댓글을 읽을수록 오히려 피해 연예인의 해명을 담은 기사 내용을 더욱 신뢰하는 경향을 보였다. 이는 댓글 내용을 신뢰할 수 없는 경우 댓글 읽기의 효과가 오히려 반대 방향으로 나타날 수도 있다는 것을 보여주는 사례라 하겠다.

댓글의 효과에 관한 연구는 또한 댓글의 어떤 속성이 효과발생 과정에서 요인으로 작용하는지에 관한 관심으로도 이어졌다. 여러 경험적 연구들은 댓글의 품질이 이용자의 태도에 미치는 영향을 검토하였다. 가령, 양혜승(2008)의 연구는 댓글의 품질이 낮을 때 이용자의 태도가 더 큰 영향을 받는다는 사실을 경험적으로 확인하였다. 또한 호의적인 댓글은 이용자의 태도에 별다른 영향을 미치지 않는 반면 적대적인 댓글은 이용자의 태도를 비우호적인 방향으로 유도한다는 결과가 도출되었다. 최근 앤더슨, 브로사드, 쉐펠레, 제노스, 그리고 레드윅(Anderson, Brossard, Scheufele, Xenos, & Ladwig, 2014)은 댓글의 품질이 낮을수록 이용자의 태도가 양극화된다는 것을 발견하고 이를 내스티 효과(nasty effect)라 이름 붙이기도 하였다. 그러나 김은미와 선유화(2006)의 연구에서는 댓글의 품질이 높을수록 상대적으로 강한 효과가 나타났다. 즉 댓글의 품질이 이용자의 태도에 미치는 효과에 대해서는 아직 일관성 있는 결과들이 제시되지는 않고 있다.

댓글은 이용자들이 기사에 대한 다른 이용자들의 반응을 살필 수 있는 일차적인 통로로 여론 지각에도 영향을 미칠 수 있다. 이은주와 장윤재(2009)의 연구에서는 상대적으로 댓글을 긍정적으로 인식하는 사람들은 네티즌들의 여론이 본인 의견과 비슷할 것이라고 막연하게 믿는 경향이 있음을 밝혔다. 그리고 이준기와 한미애(2012)의 연구는 이용자들이 자신과 유사한 정치 성향을 지닌 매체의 댓글을 더 합리적이라고 인식하면서도 반대 정치 성향의 댓글이 여론에 큰 사회적 영향력을 미칠 것이라고 인식한다는 점을 밝혔다. 정일권과 김영석(2006)은 온라인 미디어에서 댓글이 여론에 미치는 영향을 살핀 결과 댓글을 읽는 행위가 개인의 의견에 영향을 미친다고 생각하고 있었으며, 그 영향력은 자신보다는 타인에게 더 클 것이라고 지각하는 경향이 있었다. 즉 이용자들은 댓글 메시지에 직접적인 영향을 받기도 하지만 댓글을 통해 다수의 의견이나 여론을 왜곡되게 지각하고 유추하는 방식으로 영향을 받기도 하는 것이다.

## 2) 혐오표현 댓글과 제3자 효과

이처럼 댓글은 사람들의 의견에 직접적으로 영향을 주어 여론의 향방에 영향을 미칠 수도 있지만 여론에 대한 사람들의 지각에 영향을 미쳐 여론 변화에 간접적으로 영향을 주기도 한다. 즉 댓글 내용이 본인에게 미치는 영향을 과소평가하고 타인에게 미칠 영향을 과대평가하는 방식으로 여론을 왜곡하여 예상하고 그 결과 사람들의 태도와 행동의 변화가 나타

날 수 있다는 것이다. 미디어 메시지의 영향력이 본인보다는 다른 사람들에게 더 크게 나타날 것이라고 보는 경향을 전통적인 미디어 효과이론에서는 제3자 효과(third-person effect)라 부른다(Davison, 1983). 제3자 효과는 크게 제3자 효과 지각(third-person perception)과 제3자 효과 행동(third-person behavior)으로 구분해볼 수 있다(정성은, 2014). 제3자 효과 지각이란 미디어 메시지의 영향력이 나보다 타인에게 더 클 것이라는 지각적 편향을 의미하고, 제3자 효과 행동은 편향된 지각이 이용자의 태도나 행동에 미치는 영향을 뜻한다. 댓글의 효과가 작동하는 과정을 체계적으로 규명하기 위해서는 댓글 연구가 단지 개인에 미치는 효과에 관한 탐구를 넘어서 여론형성 과정에 작용하는 미디어 효과이론과 접목할 필요성이 있음을 알 수 있다.

브라이언트와 마이런(Bryant & Miron, 2004)의 메타 연구에 따르면 2000년대 들어 수행된 매스커뮤니케이션 연구에서 제3자 효과 관련 논의가 다섯 번째로 많이 등장한 것으로 드러났다. 지금까지 제3자 효과는 미디어 효과와 관련된 다양한 연구분야에 걸쳐 검증이 이루어지면서 효과연구의 중요한 흐름을 이루고 있다. 예를 들어 여론조사(Pan et al., 2006; Price & Stroud, 2006; 임양준, 2013; 정일권 · 김지현 · 이연주, 2009 등), 상업광고나 캠페인(David, Liu, & Myser, 2004; Shah, Faber, & Youn, 1999; 정다운 · 정성은, 2015; 정재민, 2007; 최민욱, 2009 등), 포르노나 폭력 영상물(Gunther, 1995; Lee & Tamborini, 2005; 주정민, 2005 등)에서 이용자들이 미디어 메시지가 자신에게 미칠 영향보다 다른 사람들에게 미칠 영향을 더 클 것으로 예상하는 경향이 있음을 확인하였다. 선행연구들을 보면 제3자 효과는 미디어 메시지의 내용이 사회적으로 바람직하지 않은 것일 때 더 뚜렷하게 발생하는 경향이 있다. 메시지의 내용이 친사회적인 내용일 경우 본인이 미디어 메시지의 영향을 더 많이 받는다고 예상하는 경향이 나타나기도 하는데 이를 제1자 효과(first-person effect)라 부른다(Andsager & White, 2007).

다문화나 인종문제 이슈와 관련하여 제3자 효과를 검증한 연구도 나왔는데, 먼저 라소사(Lasorsa, 1989)는 인종 문제를 다룬 텔레비전 드라마를 분석 대상으로 하여 준실험 연구를 수행한 결과 지식수준이 높을수록 드라마가 다른 사람들에게 미칠 영향을 과대평가한다는 결과를 도출하였다. 국내에서는 박신영(2014)이 다문화 관련 TV프로그램인 <리브 인 아시아>와 <다문화 휴먼다큐 가족>의 시청 효과를 검증하였는데, 방송 프로그램에 대한 긍정적 평가 정도가 낮은 집단에서는 제3자 효과가, 긍정적 평가 정도가 높은 집단에서는 제1자 효과가 크게 나타났다. 즉 다문화 프로그램이 나에게 유익하다고 생각할수록 나에게 미치는 영향이 크다고 생각하고, 다문화 프로그램이 그리 유익하지 않다고 생각하는 경우 방송 프로그램의 영향력이 다른 사람들에게 더 클 것이라고 추정하는 경향이 나타난다는 것이다.

그렇지만 제3자 효과 연구는 주로 미디어 메시지를 대상으로 해서 이루어졌을 뿐이고 아직 댓글의 효과를 본격적으로 다룬 연구는 그리 많지 않다. 댓글의 제3자 효과를 검증한 몇몇 선행 연구들을 살펴보면, 먼저 정일권과 김영석(2006)은 댓글 메시지가 이용자에게 끼치는 직접적인 효과를 주로 검증한 선행 댓글 효과연구의 한계를 극복하기 위해 제3자 효과를 중심으로 댓글이 이용자에 미칠 수 있는 영향을 살폈다. 그 결과 이용자들은 댓글 읽기가 자신의 의견에 미치는 영향력보다 타인에게 끼치는 영향력이 클 것이라고 예상하는 제3자 효과 지각이 검증되었다. 그리고 댓글이 타인의 의견 형성에 미치는 효과가 크다고 예상할수록 악성 댓글 작성자에 대한 법적제재에 찬성하는 태도를 나타내는 것을 확인했다. 유흥식(2010)은 악성 댓글의 제3자 효과 지각을 검증하고 그러한 지각이 댓글 모니터링 강화, 악성 댓글 처벌 강화, 인터넷 실명제의 실시와 같은 제3자 효과 행동으로 이어지는지를 살폈다. 분석 결과 제3자 효과 지각은 발견되었으나 댓글 규제에 대한 지지 행동은 제3자 효과보다 오히려 제1자 효과와 더 연관된다는 결과가 도출되었다. 하지만 이 선행 연구들은 구체적인 이슈를 다룬 댓글에 대한 반응을 살펴본 연구가 아니라 댓글의 속성에 대한 응답자들의 인식을 서베이로 조사한 데 불과해 실제적인 효과연구라고 보기는 어렵다. 실제 기사와 댓글에 대한 이용자들의 반응을 검증하기 위해서는 외생 변수의 개입을 통제할 실험 연구가 필요하다. 지금까지 제3자 효과는 효과가 발생하는 과정에 작용하는 다양한 변인의 역할을 규정하고 정교화해가는 방향으로 전개되었다. 이 연구에서는 제3자 효과 지각에 영향을 미치는 요인을 선행 연구를 참고해 특히 수용자 요인과 메시지 요인으로 구분해 살펴보았다.

**(1) 댓글 효과 지각의 메시지 요인**

지금까지 메시지 속성 관련 변인 중에서는 메시지의 주제(topic), 미디어 포맷(media format), 메시지의 품질(message quality) 등의 차원별로 구분해 연구가 이루어졌다(Perloff, 1999).

우선 메시지의 주제는 무엇보다 이슈 자체의 사회적 바람직성에 관한 이용자의 판단과 관련이 있다. 특정한 메시지가 사회적으로 바람직하다고 이용자가 판단하는 이슈인지, 그렇지 못하다고 보는지에 따라 이용자에게 미치는 효과가 달라진다는 것이다. 특히 사회적으로 바람직하지 못하다고 인식되는 부정적 주제일수록 제3자 효과가 강하게 발생한다고 선행연구들은 주장한다. 즉 교통안전(Hoorens & Ruiter, 1996), 안전벨트 착용(Gunther & Mundy, 1993), 금연과 음주운전 반대 캠페인(Meirick, 2005) 등 사회적으로 바람직한 메시지에서 제1자 효과가 발생한다면, 미디어 폭력물(Duck & Mullin, 1995), 극우정당

(Hoorens & Ruiter, 1996)처럼 바람직하지 못한 메시지에서는 대체로 제3자 효과가 더 쉽게 발생할 가능성이 크다는 것이다.

미디어 포맷은 무엇보다 메시지 장르와 관련이 있는데, 상품광고나 뉴스, 캠페인 메시지, 텔레비전 프로그램 등 메시지 유형에 따라 제3자 효과 발생 여부도 달라진다는 것이다. 전통적으로 제3자 효과 연구는 주로 대중 매체의 메시지를 대상으로 이루어졌다. 뉴스 보도(Perloff, 1989; Price, Huang, & Tewksbury, 1997), 광고(한균태 · 차동필, 2003; Gunther & Thorson, 1992), 텔레비전 폭력물과 프로노그래피(송경희 · 이수영, 1998; Gunther, 1995; Rojas, Shah, & Faber, 1996) 등 다양한 메시지 유형별로 어떻게 제3자 효과가 나타나는지를 검토하는 연구가 이어졌다. 물론 미디어 포맷 역시 사회적 바람직성이라는 메시지 주제 측면과 무관하지 않은데, 광고보다는 뉴스에 영향을 받는 게 더 바람직하다고 이용자는 인식할 수 있다는 것이다(Perloff, 1999, pp.359~360). 더 나아가 최근에는 새로운 미디어 환경에서의 변화를 반영해 인터넷 사이트(윤태일 · 심재철 · 글렌 레슈너, 2003) 등으로 연구 대상이 확대되고 있다.

하지만 제3자 효과 연구는 주로 미디어 메시지를 대상으로 삼았을 뿐 대인적 커뮤니케이션이나 댓글 등 사적인 채널의 효과에 관해서는 지금까지 연구가 거의 이루어지지 않았다. 다만 예외적인 연구로 유홍식(2010)과 정일권과 김영석(2006)은 댓글의 제3자 효과를 연구하였고, 휴즈와 글린(Huge & Glynn, 2015)은 대인간 토론의 제3자 효과를 분석하였다. 그러나 정일권과 김영석(2006), 유홍식(2010) 등 댓글의 제3자 효과를 검토한 선행 연구들은 댓글의 구체적인 내용이 실제로 미치는 효과를 검증한 연구라고 보기는 어렵다. 그보다는 오히려 댓글의 속성에 관한 인식에 대한 간접적인 효과를 살펴보았다는 한계가 있는데, 이는 이 연구들이 서베이에 의존했다는 방법론적 특성에 기인했을 가능성도 있다. 댓글 내용이 실제로 미치는 효과를 측정하기 위해서는 특정한 이슈를 다룬 댓글이 댓글 속성에 따라 어떤 차이를 보이는지를 실험 설계를 통해 비교해보는 방식이 필요하다. 이렇게 되면 구체적으로 수용자 관련 변인이나 메시지 속성 변인들의 효과를 다차원적으로 규명할 수 있을 것이다.

현재 댓글 이용방식에서 중요한 특징이자 문제점으로 지목되는 악성댓글, 혹은 혐오 표현이라는 특성이 이용자에게 어떤 효과를 미치는지는 앞으로 추가적인 연구가 필요한 중요한 영역이다. 혐오표현 댓글은 최근에 늘어나고 있는 혐오발언(hate speech) 문제와 관련해서도 중요한 관심사로 부각할 만하다. 흔히 혐오 발언은 인종, 민족, 종교, 성별 등을 근거로 대상에 대한 증오를 표명하는 것으로 집단적 특징을 근거로 그 집단이 열등하다는 편견을 퍼뜨리는 행위라고 할 수 있다. 대체로 선동적이고 모욕적인 발언으로 개인 또



는 집단을 공격하고 혐오를 조장하며 이들의 정체성, 인종, 성별, 성적체성 등을 부정하는 행위이다. 인터넷 상의 혐오발언은 구체적으로 인종주의, 반유대주의, 종교적 모독, 동성애 혐오, 장애인에 대한 모욕, 정치적 혐오, 성차별주의와 테러리즘, 스토킹 등을 포함하는 행위로 규정된다(김수아, 2015). 이러한 특성은 큰 사회적 파급효과를 유발하는 현상이면서도 기존의 제3자 효과 연구대상인 전통적인 미디어 메시지에는 잘 나타나지 않는 속성으로서 앞으로 더 많은 연구가 필요하다.

이밖에도 메시지의 품질 역시 3자 효과에서 메시지의 속성과 관련해 중요한 변인으로 다루어졌다. 여러 연구들은 메시지의 품질이 높고 설득력이 강한 메시지에서는 제1자 효과가, 품질이 낮고 설득력이 약한 메시지에서는 제3자 효과가 더 강하게 발생한다고 보았다(Duck, Terry, & Hogg, 1995; Gunther & Thorson, 1992; White, 1997). 하지만 여기서 메시지의 품질을 어떻게 정의할 것인지는 연구에 따라 차이가 있다. 기존 연구에서는 품질을 여러 가지 방식으로 정의했다. 덕과 동료들(Duck et al., 1995)은 광고 메시지의 속성을 정서적-비정서적, 유쾌-불쾌, 정보적-비정보적, 정교한-정교하지 못한, 효과적-비효과적 등의 차원에 따라 측정하고 여기서 요인분석을 통해 추출한 메시지의 품질 관련 속성을 지각된 품질(perceived quality)로 명명했다. 화이트(White, 1997)는 주장의 설득력(argument strength)를 기준으로 메시지의 품질을 측정했다. 하지만 메시지 품질에 관한 이상의 논의는 주로 전통적인 매스미디어의 메시지 장르에서 추출된 것으로 댓글의 질을 평가하는 데에는 그다지 적합하지 않을 가능성이 크다. 이와 관련하여 김은미와 선유화(2006)는 댓글 노출이 뉴스 수용에 미치는 효과 연구에서 댓글 메시지의 질을 ‘근거 유무’와 ‘존칭 사용’으로 정의해 새롭게 평가를 시도했다.

위의 연구결과들이 시사하는 점은 메시지에 대한 개개인의 사회적 판단은 메시지 효과 지각이 발생하는 정도에 영향을 미친다는 것이다(Perloff, 2009, p. 260). 위에서 언급한 메시지의 속성 차원들(가령 메시지 주제와 사회적 바람직성)은 서로 긴밀하게 연관되어 있는데, 이러한 차원들을 더 정교하게 세분화해서 효과발생에 미치는 영향을 살펴볼 필요가 있다.

그런데 댓글 메시지는 다른 미디어 메시지의 속성과 차별화는 독특한 특징을 갖고 있다. 따라서 댓글의 효과를 측정하기 위해서는 댓글이라는 새로운 메시지 형태의 특성을 감안해 메시지의 가능한 다양한 차원들을 고려해서 개념화할 필요가 있다. 즉 주제의 사회적 바람직성 여부, 이성적/감성적 내용, 품질, 주장의 설득력 등이 이러한 차원에 해당한다. 이 중 이 연구는 비슷한 주장을 담고 있는 메시지 내용이 혐오성 댓글인지, 이성적 논조의 댓글인지에 따라 어떤 효과의 차이를 유발하는지 살펴보고자 한다. 이를 위해 우선 메시지

의 성격이 반사회적이거나 부정적일 때 대체로 제3자 효과가 더 쉽게 발생한다는 여러 선행연구 결과를 참고하여 이성적 논조의 댓글을 읽은 뉴스 소비자에 비해 혐오성 댓글을 읽은 뉴스 소비자에게서 제3자 효과가 더 크게 나타날 것이라는 가설1을 설정하였다.

연구가설 1: 혐오성 댓글을 읽은 뉴스 소비자는 이성적 논조의 댓글을 읽은 소비자에 비해서 제3자 효과가 크게 나타날 것이다.

## (2) 악성 댓글 효과 지각의 수용자 요인

수용자 성향이 댓글 효과에 미치는 영향에 관한 연구도 다수 이루어졌다. 이미경 외(2013)는 긍정·부정 댓글이 이용자에게 미치는 영향에서 개인의 심리 성향 변인인 자기감시성(self-monitoring)의 역할을 살폈다. 그 결과 자기감시성이 낮은 집단은 댓글의 영향을 별로 받지 않은 반면 자기감시성이 높은 집단은 댓글의 영향을 강하게 받는 것으로 나타났다.

제3자 효과론과 관련해서는 전통적으로 자아 관여도(ego involvement), 자기 지각적 지식, 자기존중감 등의 수용자 요인의 효과를 살핀 연구가 다양하게 나왔다(Driscoll & Salwen, 1997). 제3자 효과를 설명하는 데에서 일부 연구는 교육이 중요한 요인이라고 지적하고 있지만(유홍식, 2010, p.248), 대체로 연령이나 교육 수준 등 외적 요인보다는 심리적 과정이 더 중요하다는 점을 여러 연구는 확인하였다(Perloff, 2009, p.261).

그렇지만 지금까지 수용자 요인의 영향에 관한 연구는 개인의 지속적인 성향, 즉 심리적 성향에 초점을 두는 경향이 있었다. 이와 달리 이 연구는 이용자에 대한 설득가능성과 관련해서 더 관련성이 크고 구체적인 변인들을 설정하고 그 효과를 살펴본다. 또한 댓글의 효과를 살펴본 많은 연구가 이용자의 이념적 성향을 중요한 변수로 설정하고 있다는 점도 주목하였다. 기사를 제외하더라도 댓글이 가지고 있는 여러 속성들(주제, 논조, 품질 등)에 대한 지각은 이용자의 이념적 성향에 따라 달라질 수 있다(유홍식, 2010; 정일권·김영석, 2006). 아울러, 다문화라는 주제는 이념적 성향에 따라 제3자 효과에 영향을 미칠 수 있다. 그리고 대상 집단의 출신국에 따라 다문화 수용성이 달라질 수 있고, 이는 다시 다문화 이슈에서 제3자 효과를 유발하는 데 영향을 미칠 수도 있을 것이라 예상했다. 이를 ‘차별적 성향’이라 정의하고 효과를 측정하였다.

이와 더불어 수용자 요인 중 정치적 이념 성향을 변인으로 설정한 연구도 나오고 있다. 정치적 성향은 특정한 이슈에 관한 이용자의 태도에 영향을 미치는 중요한 요인이기 때문이다. 예를 들어 양승찬(1998)은 자신이 정치적 소수파에 속한다고 인식할 경우 여론

조사가 여론에 미칠 수 있는 승자편승 효과가 자신보다는 제3자에게 더 크게 나타날 것이라고 예측하는 경향이 있다는 것을 확인하였다. 그러나 정치적 이념 성향이 제3자 효과에 미치는 영향은 조사 대상과 실험 조건에 따라 상이한 결과가 나올 수 있다. 펄로프(Perloff, 2009, p. 262)는 미국에서의 중동 문제처럼 이슈 자체에 역사성이나 민족성이 개입되어 있을 경우 정치적 이념 성향이 제3자 효과에 미치는 영향에 대해 명확한 결론을 내리기 쉽지 않다고 설명한다.

예컨대 최근 유홍식(2010)의 연구에서는 이용자의 정치적 이념 성향이 악성 댓글의 제3자 효과 지각에 미치는 영향이 유의하지 않다는 결과가 도출되었다. 그렇지만 이용자가 진보적 성향이 강할수록 댓글 모니터링 강화, 악성 댓글 처벌 강화와 같은 규제는 더 지지하는 것으로 나타나 이념성향이 제3자 효과의 행동 측면에는 어느 정도 유의한 예측력을 지닌다는 결과를 제시하였다. 유홍식의 연구는 댓글에 대한 인식의 제3자 효과 차원에서 분석하였지만 실제 댓글이 이용자의 제3자 효과에 미치는 영향을 살핀 선행연구는 드문 실정이다. 이 연구에서는 실제 포털 뉴스와 같은 형식으로 다문화 관련 기사를 제시한 후 실험을 통해 악성 댓글의 제3자 효과를 측정하고자 한다.

#### 연구문제 1: 혐오성 댓글의 제3자 효과는 이념적 성향에 따라 다르게 나타나는가?

제3자 효과 가설은 다문화나 인종문제 이슈와 같은 사회적 민감도가 높은 사안과 연계하여 자주 연구가 이루어졌다. 특히 한국 사회에서는 이용자들이 다문화 사회에 대한 자신의 수용성을 높이 평가하면서도 정서적으로는 차별적인 태도를 보이는 이중성이 나타나고 있다(박신영, 2014). 이 연구가 다문화 관련 이슈를 다루고 있는 점을 감안할 때, 상이한 인종적, 문화적 배경을 가진 타 집단을 사회의 구성원으로 받아들이는 수용의 정도, 즉 다문화수용성에 따라 댓글의 효과가 다르게 나타날 수 있으며, 이는 다시 제3자 효과를 유발하는 데 영향을 미칠 수도 있다. 그동안 다문화수용성을 다룬 선행 연구들은 이주민을 동일한 집단으로 가정하고 다문화수용성의 효과를 살펴보았는데(이현정·안재용·이상우, 2013; 허윤철·임영호, 2016 등), 이러한 속성은 대상의 속성을 고려하지 않은 상태에서는 사실상 의미가 없다. 이 연구에서는 이용자의 다문화수용성이 대상 집단의 출신국에 따라 다르게 나타날 수 있다고 보고 대상 국가별 다문화수용성의 편차를 ‘차별적 성향’으로 개념화하여 제3자 효과에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

#### 연구문제 2: 혐오성 댓글의 제3자 효과는 이주민에 대한 차별적 성향에 따라 다르게 나타나는가?

연구문제 3: 혐오성 댓글의 제3자 효과는 이념적 성향과 이주민에 대한 차별적 성향에 따라 다르게 나타나는가?

### 3. 연구 방법

#### 1) 연구 설계와 절차

이 연구는 포털 뉴스의 댓글의 속성 중 혐오표현의 제3자 효과를 알아보기 위해, 구체적으로 개인이 가지고 있는 이념적 성향과 외국인의 출신국에 따른 차별 성향에 따라 혐오 댓글의 제3자 효과가 달라지는지 알아보기 위해서 요인 간 설계를 통한 온라인 실험을 실시하였다. 댓글의 속성(혐오성 댓글 / 이성적 댓글), 이념적 성향(진보 / 보수), 그리고 차별 성향(차별성 높음 / 차별성 낮음)으로 이루어진 2×2×2의 집단 간 요인설계를 실시하였다.

#### 2) 조작적 정의와 측정

본 실험에 앞서 사전조사를 통해 포털 뉴스 댓글 속 혐오 표현의 정도를 조절할 수 있는 실험자극물을 개발하고 타당도를 측정하였다. 연구자들은 조작물 작성을 위한 사전 회의를 통해 이주민 관련 뉴스 기사 중 부정적 댓글이 빈번하게 나타나는 불법체류 관련 기사를 선정하고, 인종, 종교, 문화, 민족 등 이주민의 타고난 특성에 귀인 하여 모욕적, 공격적, 비난적으로 감정을 표출하는 댓글을 추려 혐오성 댓글의 실험 조작물을 작성하였다. 뉴스기사는 “외국인 불법 체류자 20만 8천명, 2007년 이후 최다”라는 표제의 기사이며 이 기사는 두 그룹의 동일한 자극물로 선택되었다. 이성적 논조의 댓글 그룹에 할당된 실험 참가자들은 이성적 논조의 댓글, 예를 들면 “중국과 동남아시아, 남아시아 출신의 불법체류자가 계속 늘어나고 있다는데, 이렇게 되면 장차 사회 불안이나 범죄도 늘어날 것이다” 등의 6개의 댓글을, 혐오성 댓글 그룹의 실험 참가자들은 같은 내용의 댓글이지만 혐오적인 표현으로 구성된 “짱깨, 파키스탄, 방글라, 베트남, 태국 불체 이 시발것들 추방 좀 하자. 어디서 쓰레기 새끼들만 입국시켜서 고당시 맹글어놓냐?” 등 6개의 댓글을 읽도록 했다. 실험에 사용된 혐오성 댓글과 이성적 논조의 댓글은 실제 2011년부터 2015년 12월 31일까지의 불법체류의 키워드로 추출한 포털 뉴스기사의 실제 댓글을 참고로 하여 최대한 실제와 비슷하게 구성하였다. 기사와 댓글의 시각적 요소와 레이아웃 또한 두 집단 모두 동일하게 설정하였다.

실험 조작물의 타당성 검증을 위해, 본 실험에 참가하는 대학생들과는 별도로 자발적인 참여 의사를 밝힌 대학생 56명을 대상으로 사전조사를 실시하였다. 먼저 28명 씩 두 집

표 1. 뉴스 댓글 속성의 수준 점검을 위한 사전조사 t-test

실험자극물	인식된 유형	n	평균	t	자유도
혐오성 댓글	혐오성 댓글	28	3.95	2.22*	53
	이성적 댓글	27	3.41		
이성적 댓글	혐오성 댓글	28	1.81	-4.98***	54
	이성적 댓글	28	2.79		

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

단으로 나누어 동일한 기사 밑에 혐오성 댓글로 이루어진 조작물과 이성적 논조의 댓글로 이루어진 조작물을 각각 실험집단과 통제집단에 제시하였다. 그 후 제시된 기사와 댓글이 평소 온라인 포털 뉴스 서비스를 통해 자주 접할 수 있는 유형인지를 5점 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 5 = 매우 그렇다)로 측정하였다. 그 결과 실험 집단의 기사와 댓글에 대한 평가의 평균값은 4.39( $SD = .629$ ), 4.21( $SD = .568$ )이었고, 통제 집단의 기사와 댓글에 대한 평가의 평균값은 4.36( $SD = .678$ ), 4.07( $SD = .979$ )로 두 집단 모두 평소 접할 수 있는 유형의 기사와 댓글로 인식하는 것으로 나타났다. 두 집단 간의 평균 차이가 통계적으로 유의미한 차이인지 독립 표본 t 검증을 통해 확인하였는데, 기사( $t = .204, p = .84$ )와 댓글( $t = .668, p = .508$ ) 모두 통계적으로 유의한 차이는 아닌 것으로 나타났다. 즉, 두 집단은 유사한 수준으로 기사와 댓글을 평소에 접할 수 있는 유형으로 평가하였다고 할 수 있다.

다음으로 혐오성 댓글과 이성적 논조의 댓글이 의도한 대로 조작되었는지 확인하기 위해 혐오성 댓글을 제시한 실험집단과 이성적 논조의 댓글을 제시한 통제집단의 차이를 살펴보았다. 댓글의 혐오성 인식 정도를 살피기 위해 제시된 댓글이 이주민 문제를 이주민의 타고난 특성에 귀인 시켜 “모욕적인 감정을 표출하고 있다”, “공격적인 감정을 표출하고 있다”, “비난하고 있다” 등 세 진술문에 대해 동의하는 정도를 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다. 마찬가지로 댓글이 이성적 논조라고 인식하는 정도를 살피기 위해 제시된 댓글들이 이주민 문제에 대한 부정적인 우려를 “이성적인 어조로 표출하고 있다”, “논리적인 시각으로 비판하고 있다”, “합리적인 어조로 표출하고 있다” 등의 세 진술문에 동의하는 정도를 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5 = 매우 그렇다)로 측정하였다.

분석 결과, 첫째, 혐오성 댓글이 포함된 조작물에 노출된 참가자들은 댓글을 읽은 후, 이성적 논조의 댓글 ( $M = 3.41, SD = .90$ )보다 혐오성 댓글( $M = 3.95, SD = .92$ )이라고 인식하였고( $t(53) = 2.22, p < .05$ ), 이성적 논조의 댓글이 포함된 통제집단에 속한 참가자들

은 댓글을 읽은 후, 혐오성 댓글( $M = 1.81, SD = .65$ )이라기보다 이성적 논조의 댓글( $M = 2.79, SD = .81$ )이라고 인식하였으며, 이 평균차이는 유의하였다( $t(54) = -4.98, p < .001$ ). 사전조사 결과, 피험자들은 실험자극물로 제시된 메시지 유형과 시나리오를 연구자의 의도대로 인식한다고 판단하여 본 조사의 실험자극물로 사용하였다.

### (1) 독립변인과 통제변수

본 연구의 독립변인은 ‘댓글의 속성’, ‘이념적 성향’, 그리고 이주민에 대한 ‘차별화 성향’이다. 댓글의 속성은 실험 조작물을 통하여 혐오성 댓글을 접하게 될 실험집단과 이성적 논조의 댓글을 접하게 될 통제집단으로 구분하였다. 이념적 성향과 차별화 성향은 측정변인(measured variable)으로 척도를 이용한 측정값을 이용하여 독립변인화 하였다. 먼저 이념적 성향은 정치·사회적 이슈에 대한 개인의 가치관과 신념을 의미한다고 보고, 변상호(2014)의 척도를 사용하여 7점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 7=매우 그렇다)의 4개 문항으로 측정하였다. 네 개의 문항은 “기존 현실에 의혹을 제기하기보다는 정부의 권위 있는 판단을 신뢰해야 한다”, “전통적 가치와 전통적 방식은 여전히 삶에 최선의 방법을 제시한다”, “사람들이 부적절한 내용을 접하는 것을 막기 위해서라면 국가가 보도 내용을 미리 검열할 수도 있다”, “국가의 안위는 개인의 안위보다 중요하다”이며 이들의 평균값을 지수화하여 사용하였다( $\alpha = .82$ ). 이념적 성향은 빈도분석을 거쳐 평균값에 따라 상위, 중간, 하위의 세 그룹으로 나누고 중간 그룹을 제외한 상위 그룹을 보수그룹, 하위그룹을 진보그룹으로 구별하였다.

세 번째 독립변인인 이주민에 대한 차별화 성향은 이주민의 출신국에 따른 사회적 거리감 척도인 보가더스 척도(Bogardus Scale)를 한국사회에 적용한 민지선과 김두섭(2013)의 척도를 이용하였다. 이주민을 사회적 구성원으로 받아들일 수 있는지를 묻는 총 7개 문항으로 “방문-국민-직장동료-이웃-친구-자녀의 배우자-결혼”의 순으로 배열되어 개별 항목에 대해 반대한 응답 수를 합산하여 한국인이 외국인에 대해 느끼는 사회적 거리를 측정하는 것이다. 본 연구에서는 한국에 거주하는 이주민의 국적·인종·민족적 비율을 고려하여, 조선족, 미국인, 동남아시아(필리핀, 베트남, 태국), 남아시아(인도네시아, 파키스탄, 스리랑카)에 대한 각각의 사회적 거리감을 7개 문항으로 측정 후 평균값을 도출하였다. 각 그룹의 평균 분산값을 구하여 피험자의 이주민에 대한 차별화 성향을 도출하였다. 즉, 각 그룹의 사회적 거리감 평균 분산값이 크면 국적, 인종, 민족적 특징에 따라 이주민을 차별화하는 성향이 높은 것이고, 각 그룹의 사회적 거리감 평균의 분산값이 작으면 이주민을 출신에 따라 차별화하는 성향이 낮다고 보았다. 마지막 독립변수인 차별화 성향 역시 분산

값에 따라 상위, 중간, 하위의 세 그룹으로 나누고 중간 그룹을 제외한 상위 그룹을 차별화 성향이 높은 그룹, 하위그룹을 차별화 성향이 낮은 그룹으로 구별하였다.

한편 포털 뉴스의 댓글을 읽을 때 피험자가 기존에 가지고 있는 댓글에 대한 전반적인 신뢰도가 제3자 효과에 상이한 영향을 미칠 것으로 판단해 이를 통제하였다. 댓글에 대한 신뢰도는 이창호와 이호영(2009)의 연구에서 사용된 기존 척도를 사용하였으며, 문항은 “댓글을 통해 사회 이슈에 대한 내 생각을 정리할 수 있다”, “댓글로 제시된 정보를 신뢰한다”, “이슈에 대한 보통 사람들의 의견을 파악하는 데에 유용하다” 등 10개 문항으로 구성된 7점 척도를 이용하여 평균값을 산출해 사용하였다( $\alpha = .67$ ). 이주민에 대한 차별적 성향 역시 피험자의 외국인 접촉 정도에 따라 달라질 것으로 판단하여 피험자의 외국인접촉도를 기존 척도(안상수·민무숙·김이선·이명진·김금미, 2012)를 이용하여 통제하였다.

## (2) 종속변인

제3자 지각 효과를 측정하기 위해 정성은과 이은지(2012)의 연구에서 사용된 척도를 이용하여 1) 댓글이 자신에게 끼칠 영향에 대한 지각(Perceived impact of messages on the self, PIM1), 2) 댓글이 제3자에게 끼칠 영향에 대한 지각(Perceived impact of messages on the others, PIM3)을 측정하였다. 제3자 지각효과(The third-person perception: TPP)는 댓글이 제3자에게 끼칠 영향에 대한 지각(PIM3)과 댓글이 자신에게 끼칠 영향에 대한 지각(PIM1)의 차이를 뜻하므로, 두 종속변수를 측정한 후, 변수 계산을 통해 TPP를 구하였다. PIM1을 측정하기 위한 문항은 본 연구의 맥락에 맞게 “위의 댓글은 이주민에 대한 나의 견해에 영향을 주었다”, “위의 댓글은 이주민에 대한 나의 태도에 영향을 주었다”, 그리고 “위의 댓글은 이주민에 대한 나의 의사결정에 영향을 주었다”의 세 문항으로 구성하였다. PIM3을 측정하기 위한 문항 역시, “위의 댓글은 이주민에 대한 다른 사람의 견해에 영향을 주었다”, “위의 댓글은 이주민에 대한 다른 사람의 태도에 영향을 주었다”, “위의 댓글은 이주민에 대한 다른 사람의 의사결정에 영향을 주었다”로 구성하고 이 문항들에 동의하는 정도를 7점 리커트 척도를 이용해 측정하였다(1점: 전혀 그렇지 않다, 7점: 매우 그렇다). 크론바흐 알파(Cronbach  $\alpha$ )값을 사용하여 신뢰도 분석을 실시한 결과, 3개 항목으로 구성된 댓글이 자신에게 끼칠 영향에 대한 지각(PIM1)은  $\alpha$  값 .96, 댓글이 제3자에게 끼칠 영향에 대한 지각(PIM3)은  $\alpha$  값 .96의 높은 신뢰도를 보였다. 따라서 PIM1과 PIM3의 각 세 문항의 값을 각각 평균화 하여 분석에 사용하였다.

표 2. 실험 설계와 집단별 피험자 수

구분	독립 변인								N
	혐오성 댓글 (222)				이성적 댓글 (257)				
이념적 성향	진보 (123)		보수 (99)		진보 (147)		보수 (110)		479
차별적 성향	높음	낮음	높음	낮음	높음	낮음	높음	낮음	
피험자수	43	80	20	79	43	104	14	96	

## 4. 연구결과

### 1) 본조사

자료수집은 전문 조사회사를 통해 서울과 경기지역을 대상으로 온라인 조사를 수행하였다. 서울·경기지역은 2015년 기준으로 외국인근로자, 결혼이민자, 유학생 등 다양한 목적으로 거주하는 이주민수가 약 45만 명으로 이주민의 비율이 4.2%이며, 타 지역에 비하여 전체 인구대비 외국이주민 비율이 가장 높다(행정자치부, 2015). 2016년 4월 1주일간 수도권외의 세부 지역별 인구비율을 맞추어 자료를 수집했으며, 18세 이상 65세 미만의 남녀 730명이 온라인 설문조사에 참여하였다. 댓글의 속성(댓글의 혐오성 여부)을 제외한 나머지 독립변인의 그룹화에 따라 중간 그룹이 제외되어 730명 중, 총 479명이 본조사에 참가하였다. 온라인 설문은 두 설문지를 실험그룹(혐오성 댓글)과 통제그룹(이성적 댓글)에게 무작위로 할당하여 진행되었다(〈표 2〉 참고). 실험 참가자들은 이주민이 한국의 뉴스보도에서 어떻게 묘사되고 있는지에 대한 인식 조사라는 연구 배경 설명을 읽고 온라인 설문에 참여하였다. 참여자의 평균 연령은 39.2세였으며, 남성은 243명(50.7%), 여성은 236명(49.3%)이었다.

### 2) 가설과 연구문제 검증

가설과 연구문제 검증에 앞서서 종속변수인 PIM1, PIM3, 그리고 TPP의 상관관계분석을 통해 세 변수의 상관관계가 높음( $r = -.54 \sim .60, p < .01$ )을 확인하고(〈표 3〉 참고), 다변량공분산분석(Multivariate Analysis of Covariance; MANCOVA)을 실시하였다.

다변량 분산분석을 이용하여 세 개의 종속변수를 종합해서 각 독립변인의 8개와 집단 간에 차이가 있는지 살펴보았다(〈표 4〉 참고). 분석결과, 댓글의 신뢰도(Wilk's Lambda(2) = 30.74,  $p < .001$ )와 외국인접촉도(Wilk's Lambda(2) = 4.24,  $p < .05$ )는 다변량검증결



표 3. PIM1, PIM3, TPP의 상관관계 분석

	1	2	3
1. PIM1	1	.60**	-.54**
2. PIM3		1	.35**
3. TPP			1

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

표 4. 다변량 분산분석 (Wilk's Lambda기준)

변량원	값	F	자유도
절편	.95	13.04***	2
댓글의 신뢰도	.88	30.74***	2
외국인 접촉도	.98	4.24*	2
댓글의 속성(A)	.91	24.20***	2
이념적 성향(B)	.95	13.55***	2
차별적 성향(C)	.99	3.07*	2
A x B	.98	4.49*	2
A x C	1.00	.59	2
B x C	1.00	.32	2
A x B x C	.97	3.33*	2

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

과 통제변수로서 유의미하게 작용하였다. 또한 독립변인인 댓글의 속성과 이용자의 이념적 성향은 1% 유의수준에서, 그리고 차별적 성향은 5% 유의수준에서 네 가지 통계량(Pillai의 trace, Wilks의 Lambda, Hostelling의 trace, Roy의 Largest root)이 기각되었다. 따라서 본 연구의 독립변인이 구성하는 집단 간 PIM1, PIM3, TPP에 차이가 있다고 결론을 내릴 수 있다. 다음 단계에서는 개체 간 분석결과를 통해 각 독립변인이 구체적으로 세 개의 종속변인 중 어느 변수에 주로 기인하는지를 분석하였다(〈표 5〉 참고).

표 5. 댓글의 속성, 이념적 성향, 차별적 성향의 개체 간 분석 결과

변량원	종속변수	자승합	자유도	F
절편	PIM1	21,10	1	14,60***
	PIM3	32,81	1	24,15***
	TPP	1,29	1	,99
댓글 신뢰도	PIM1	66,16	1	45,76***
	PIM3	66,25	1	48,77***
	TPP	3,41	1	,00
외국인 접촉도	PIM1	,42	1	,29
	PIM3	9,96	1	7,33**
	TPP	6,30	1	4,83*
댓글의 속성(A)	PIM1	69,95	1	48,38***
	PIM3	22,00	1	16,20***
	TPP	13,49	1	10,34**
이념적 성향(B)	PIM1	36,04	1	24,93***
	PIM3	2,71	1	2,00
	TPP	18,98	1	14,55***
차별적 성향(C)	PIM1	7,41	1	5,12*
	PIM3	5,80	1	4,27*
	TPP	,10	1	,08
A × B	PIM1	12,16	1	8,41**
	PIM3	1,12	1	,83
	TPP	5,90	1	4,52*
A × C	PIM1	1,69	1	1,17
	PIM3	,52	1	,38
	TPP	,34	1	,26
B × C	PIM1	,02	1	,02
	PIM3	,48	1	,36
	TPP	,72	1	,56
A × B × C	PIM1	8,70	1	6,02*
	PIM3	,54	1	,40
	TPP	4,92	1	3,77
오차	PIM1	678,10	469	
	PIM3	9,692,78	469	
	TPP	910,78	469	

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

(1) 혐오성 댓글의 제3자 효과

가설 1은 혐오성 댓글을 읽은 뉴스 이용자는 이성적 논조의 댓글을 읽은 이용자에 비해서 제3자 효과가 크게 나타난다고 예상하였다. 분석 결과, 댓글의 속성(혐오성 유무)에 따라 종속변수 세 개 모두 유의미한 차이가 있었다(〈표 4〉 참고). 특히 혐오성 댓글을 읽은 집단이 이성적 댓글을 읽은 집단보다 TPP의 평균값이 높았으며 이 차이는 유의미하게 나타났다( $F(1) = 10.34, p < .01$ ). 구체적인 기술통계값을 살펴보면(〈표 6〉 참고), 혐오성 댓글을 읽은 집단의 제3자 효과( $M = .89, SD = 1.33$ )는 이성적 댓글을 읽은 집단( $M = .55, SD = 1.02$ )보다 크게 나타났으며 이 차이는 유의미했다. 다른 두 개의 종속변수인 댓글이 자신에게 끼칠 영향에 대한 지각과 댓글이 제3자에게 끼칠 영향에 대한 지각도 댓글의 혐오성 여부에 따라 효과의 차이가 유의미하였다. 이성적 논조의 댓글을 읽은 그룹( $M = 4.00, SD = 1.31$ )은 혐오성 댓글을 읽은 그룹보다( $M = 3.15, SD = 1.35$ ) 댓글이 본인의 이주민에 대한 의견(PIM1)에 미치는 영향이 클 것이라고 답했다( $F(1) = 48.38, p < .001$ ). 이와 마찬가지로 내가 아니라 타인의 이주민에 대한 견해(PIM3)에도 혐오성 댓글보다 이성적 댓글의 영향력이 더 클 것이라고 답했다( $F(1) = 16.20, p < .001$ ).

표 6. 댓글의 속성, 이념적 성향, 차별적 성향에 따른 PIM1, PIM3, 제3자 효과(TPP) 기술통계

댓글의 속성	이념적 성향	차별적 성향	PIM1	PIM3	TPP	SD (PIM1)	SD (PIM3)	SD (TPP)
혐오성 댓글	진보	높음	3.32	4.17	.85	1.26	1.34	1.36
		낮음	2.64	3.79	1.15	1.21	1.48	1.23
			2.88	3.92	1.04	1.26	1.44	1.41
	보수	높음	3.28	4.27	.98	1.94	1.55	1.78
		낮음	3.54	4.17	.62	1.20	1.18	1.01
			3.49	4.19	.70	1.37	1.26	1.20
		3.15	4.04	.89	1.35	1.37	1.33	
이성적 댓글	진보	높음	3.77	4.63	.86	1.56	1.24	1.28
		낮음	3.54	4.36	.82	1.28	1.15	1.10
			3.61	4.44	.83	1.37	1.18	1.15
	보수	높음	5.19	5.12	-.07	1.11	1.38	.82
		낮음	4.44	4.66	.22	.97		.64
			4.53	4.72	.18	1.02	.93	.67
		4.00	4.56	.55	1.31	1.00	1.02	

(2) 이념적 성향에 따른 혐오성 댓글의 제3자 효과

연구문제 1은 혐오성 댓글의 제3자 효과는 뉴스 이용자의 이념적 성향에 따라 다르게 나타난다고 가정하였다. 이를 위해 두 독립변인인 댓글의 속성과 이념적 성향의 이원상호작용 효과를 살펴보았다. 분석 결과, 혐오성 댓글의 제1자 지각(PIM1)과 제3자 효과(TPP) 모두 뉴스 이용자의 이념적 성향에 따라 유의미한 차이가 있었다(〈표 5〉 참고). 먼저, 혐오성 댓글의 제1자 지각은 이용자의 이념적 성향에 따라 유의미한 차이가 나타났다( $F(1) = 8.41, p < .01$ ). 기술통계를 구체적으로 살펴보면, 진보 성향의 뉴스 이용자가 혐오성 댓글을 읽었을 때와 이성적 댓글을 읽었을 때의 제1자 지각의 차이(0.73)보다 보수 성향 뉴스 이용자가 혐오성 댓글을 읽었을 때와 이성적 댓글을 읽었을 때의 제1자 지각의 차이(1.04)가 큰 것으로 나타났다(〈그림 1〉 참고). 이성적 댓글을 읽었을 때 보수적 성향의 제1자 지각의 평균이 더 올라감을 알 수 있다(그림 1 참고). 즉, 보수 성향의 뉴스 이용자는 혐오성 댓글이나 이성적 논조의 댓글이나 모두 제1자 지각이 높게 나타났지만, 이성적 댓글에서 더 높게 나타났다는 점은, 반다문화주의를 이성적 논조로 접근한 댓글을 더 설득력 있다고 인식하고 있음을 알 수 있다.

제1자 지각과 마찬가지로 혐오성 댓글의 제3자 효과(TPP) 역시 뉴스 이용자의 이념적 성향에 따라 유의미한 차이가 나타났다( $F(1) = 4.52, p < .05$ ). 기술통계를 살펴보면, 진보 성향의 뉴스 이용자는 댓글의 혐오성 여부와 관계없이 보수 성향의 뉴스 이용자보다 제3자 효과가 크게 나타났다(〈그림 2〉 참고). 그러나 보수 성향의 뉴스 이용자는 댓글의 혐오성 여부에 따라 제3자 효과가 크게 차이가 있었다. 구체적으로 이성적 댓글을 읽은 보수 성향의 뉴스 이용자( $M = .18, SD = .67$ )보다 혐오성 댓글을 읽은 보수 성향의 뉴스 이용자( $M$

그림 1. 이념적 성향에 따른 혐오성 댓글의 제1자 지각

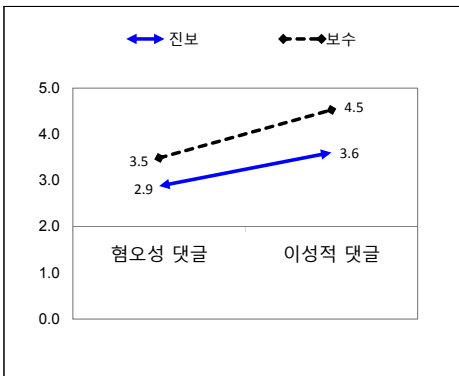


그림 2. 이념적 성향에 따른 혐오성 댓글의 제3자 효과

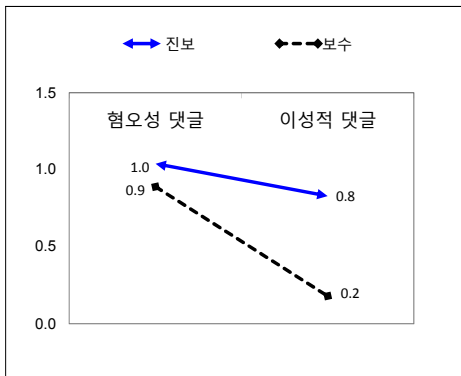


그림 3. 이성적 댓글을 읽은 뉴스 이용자의 이념적 성향과 차별화 성향에 따른 제1자 지각

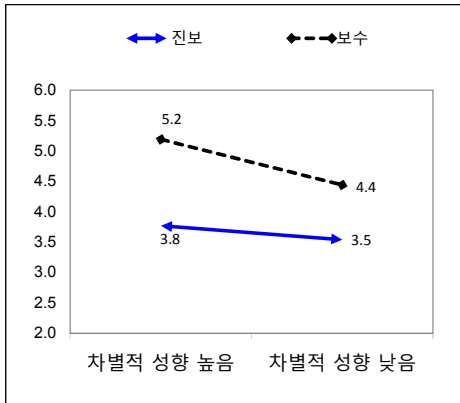
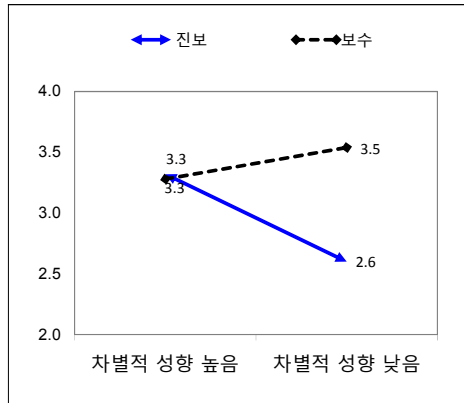


그림 4. 혐오성 댓글을 읽은 뉴스 이용자의 이념적 성향과 차별화 성향에 따른 제1자 지각



= .89,  $SD = 1.33$ )에게서 제3자 효과가 더 크게 나타났다. 자세히 살펴보면, 이성적 댓글보다는 혐오성 댓글을 읽은 진보 성향 뉴스 이용자의 제3자 효과가 더 크게 나타남을 알 수 있다. 불법 체류와 이주민에 대한 혐오성 댓글을 읽은 불특정다수의 인식에 대한 우려가 크게 나타남을 의미한다.

### (3) 이념적 성향과 차별적 성향에 따른 혐오성 댓글의 제3자 효과

연구문제 2는 혐오 댓글의 제3자 효과는 뉴스 이용자의 이주민에 대한 차별적 성향에 따라 다르게 나타날 것이라고 가정하였다. 연구문제 1과 마찬가지로 두 독립변인인 댓글의 속성과 이주민에 대한 차별화 성향의 이원상호작용효과의 유의미성을 살펴보았다. 다변량 분석 결과, 이주민에 대한 차별적 성향 자체의 주효과는 나타났지만(Wilk's Lambda(2) = 3.07,  $p < .05$ ), 댓글의 속성과 차별적 성향의 이원상호작용효과는 유의미하지 않았다(Wilk's Lambda(2) = .59,  $p = .56$ ).

마지막으로 연구문제 3은 혐오성 댓글의 제3자 효과는 뉴스 이용자의 이념적 성향과 이주민에 대한 차별화 성향에 따라 다르게 나타난다는 삼원상호작용효과를 가정하였다. 다변량분석 결과, 종속변수 세 개(PIM1, PIM3, TPP)에 대한 삼원상호작용효과는 유의미한 것으로 나타났다(Wilk's Lambda(2) = .97,  $p < .05$ ). 구체적으로 개체 간 효과 검증을 통해 각 종속변수 별로 집단 간 차이의 유의미성 여부를 알아보았다. 분석 결과, 세 개의 종속변수 중, 혐오성 댓글의 제1자 효과만이 뉴스 이용자의 이념적 성향과 이주민 차별화 성향에 따라 유의미한 차이가 있었다. 이들의 삼원상호작용효과를 구체적으로 알아보기 위

해 먼저 혐오성 댓글의 제1차 효과(PIM1)의 구체적인 기술통계를 살펴보았다. 혐오성 댓글을 읽은 뉴스 이용자 중 진보적 성향이면서 이주민에 대한 차별의 정도가 낮은 집단은 혐오성 댓글이 자기 자신에게 미치는 영향은 낮다고 인식하였다( $M = 2.64, SD = 1.21$ ). 그러나 보수적 성향이면서 이주민에 대한 차별도가 낮은 집단은 혐오성 댓글이 자기 자신에게 미치는 영향이 오히려 높다고 인식하였다( $M = 3.54, SD = 1.20$ ). 이 같은 결과는 이성적 댓글을 읽은 집단에서 반대로 나타난다. 이성적 댓글을 읽은 뉴스 이용자 중 진보적이고 이주민에 대한 차별도가 낮은 집단( $M = 3.54, SD = 1.28$ )은 보수적 성향의 집단( $M = 4.44, SD = .97$ )보다 이성적 논조의 댓글이 본인에게 미치는 영향이 낮을 것이라고 판단하였다. 그러나 차별적 성향이 높은 보수적 성향의 뉴스 이용자는 이성적 논조의 댓글이 본인에게 미치는 영향이 가장 높다고 인식하였다( $M = 5.19, SD = 1.11$ ).

## 5. 결론

이 연구는 혐오성 표현이 포함된 댓글의 제3차 효과를 살펴보았다. 구체적으로, 이주민의 불법체류 이슈에 대한 부정적인 내용이 포함된 댓글을 표현 방식에 따라 혐오적 표현이 포함된 댓글과 이성적 논조의 댓글의 두 그룹으로 나누어 각 그룹의 제3차 효과를 요인간 설계를 통한 온라인 실험을 통하여 비교 분석하였다. 나아가, 댓글의 표현 방식에 따른 제3차 효과가 뉴스 이용자가 가지고 있는 이념적 성향과 외국인의 출신국에 따른 차별적 성향에 따라 달라지는지 알아보았다.

가설1의 분석결과, 혐오성 댓글의 제3차 효과가 증명되었다. 이주민의 불법체류에 대한 부정적인 댓글은 이성적인 논조로 표현되었을 때보다 혐오적 표현, 즉 인종, 종교, 문화, 민족 등 이주민의 타고난 특성에 기인하여 모욕적, 공격적, 비난적으로 표출된 감정을 포함하였을 때 제3차 효과가 크게 나타났다. 즉, 뉴스 이용자들은 이성적 논조의 댓글보다 혐오성 댓글을 읽었을 때 본인 자신보다 타인의 인식에 더 큰 영향을 미칠 것이라고 인식했다.

연구문제 1, 연구문제 2, 그리고 연구문제 3을 통해 혐오성 댓글의 제3차 효과가 뉴스 이용자가 가지고 있는 이념적 성향과 차별적 성향에 따라 어떻게 달라지는지를 알아보았다. 연구문제1의 분석결과, 혐오성 댓글의 제3차 효과는 뉴스 이용자의 이념적 성향에 따라 달라짐을 확인할 수 있었다. 진보적 성향의 뉴스 이용자는 댓글의 표현 방식에 관계없이 보수적 성향의 뉴스 이용자에 비해 이주민 불법체류에 대한 제3차 효과가 크게 나타났다. 다시 말해, 진보적 성향의 뉴스 이용자는 이성적 논조이든 혐오적 논조이든 관계없이

이주민 불법체류에 대한 부정적 댓글은 나보다 타인에게 미치는 영향력이 클 것이라고 인식하였다. 그러나 보수적 성향의 뉴스 이용자는 이성적 논조의 댓글보다 혐오적 표현이 포함된 댓글을 읽었을 때 타인에게 미치는 영향력 즉, 제3자 효과가 크다고 답했다. 이 같은 결과는 ‘불법체류’라는 이슈의 반다문화적 성격이 뉴스 소비자의 이념적 성향과 맞물려 작용했다고 해석할 수 있다. 진보적 성향의 뉴스 이용자는 다문화주의에 대한 지지층이기 때문에 댓글 논조와 관계없이 이주민 불법체류의 사회적 문제점을 다룬 기사와 댓글에 본인보다 타인이 영향을 받을 것이라는 우려를 드러낸 것이라고 볼 수도 있다. 반면에 보수적 성향의 뉴스 이용자는 불법체류라는 사회적 문제점을 우려하고, 반다문화주의를 지지하는 입장이기 때문에 이에 대한 이성적 논조의 댓글에 대해서는 제3자 효과가 낮게 나타나지만, 그 댓글이 인종, 종교, 문화, 민족 등 이주민의 타고난 특성에 귀인 하여 혐오적 표현으로 발산된 경우에는 본인보다 타인에게 미치는 영향이 클 것이라는 우려, 즉 제3자 효과를 드러낸 것이 아닐까 추론할 수 있다.

더불어 이념적 성향에 따른 제1자 지각 역시 흥미로운 결과를 보여주는데, 보수적 성향의 뉴스 이용자는 댓글의 표현 방식과 관계없이 이주민의 불법체류 댓글에 대한 제1자 지각이 높았다. 즉 반다문화에 관한 부정적인 댓글은 그 댓글이 혐오적 표현을 포함했는지, 이성적 논조로 표현했는지에 관계없이 본인 스스로 공감하며 설득력 있게 지각한다는 점이다. 이에 반해 진보적 성향의 뉴스 이용자는 반다문화에 대한 댓글의 제1자 지각이 보수 성향의 이용자보다 낮았다. 다만, 두 성향의 이용자 모두 이성적 논조의 댓글일 경우 제1자 지각이 높아짐을 알 수 있었다. 부정적이지만 이성적 논조의 댓글이 개인의 공감과 설득력을 얻어내는 데는 더 효과가 큼을 알 수 있다.

연구문제2는 혐오성 댓글의 제3자 효과는 뉴스 이용자의 차별적 성향에 따라 달라진다고 가정하였으나, 분석결과 댓글의 표현 방식에 따른 제3자 효과는 뉴스 이용자의 차별적 성향에 따라 영향력이 달라지지 않음을 알 수 있다. 그러나 연구문제3은 댓글의 표현 방식에 따른 제3자 효과는 뉴스 이용자의 이념적 성향과 차별적 성향에 따라 달라질 수 있음을 가정하였다. 삼원상호작용 효과를 설명하기 위해 혐오성 댓글을 읽은 뉴스 이용자와 이성적 논조의 댓글을 읽은 뉴스 이용자를 두 그룹으로 나누어 이원상호작용효과를 살펴보았다. 분석결과, 댓글의 표현 방식에 따른 제3자 효과는 유의미한 결과가 도출되지 않았지만, 제1자 지각은 그룹간 유의미한 차이가 있었다. 먼저 혐오성 댓글을 읽은 뉴스 이용자 중 이주민을 출신국별로 차별하는 성향이 높은 이용자는 이념적 성향에 관계없이 혐오적 댓글을 읽은 후 내 자신에게 미치는 영향이 크다는 제1자 지각이 나타났다. 그러나 이주민을 출신국에 따라 차별하지 않는 진보 성향의 뉴스 이용자는 보수 성향의 이용자에 비해 혐

오성 댓글에 대한 제1자 지각이 낮았다. 즉, 혐오성 댓글에 대한 공감도가 낮아 이러한 댓글 때문에 이주민에 대한 본인의 인식 자체가 크게 영향을 받지 않음을 암시한다. 그에 반해 차별적 성향이 낮더라도 보수적 성향의 이용자는 혐오성 댓글에 의해 본인이 가지고 있는 이주민에 대한 인식이 영향을 받을 것이라고 답했다. 이와 반대로 이주민에 대한 차별적 성향이 높고 낮음에 관계없이 진보적 성향의 이용자보다 보수적 성향의 뉴스 이용자는 이성적 논조의 댓글을 읽은 그룹이 제1자 지각이 높게 나타났다. 이성적 논조의 댓글이 보수 성향 이용자의 공감과 설득력을 얻어내는 데는 더 효과가 큼을 알 수 있다. 특히, 보수 성향의 이용자 중에서도 차별적 성향이 높은 이용자가 이성적 논조의 댓글의 제1자 지각이 높은 점으로 미루어 이성적 논조의 댓글에 더 공감하고 있음을 알 수 있다. 요컨대, 이성적 논조의 댓글은 보수적 성향의 뉴스 이용자 그리고 이주민에 대한 차별적 성향이 높은 뉴스 이용자에게 더 설득력 있게 다가감을 알 수 있다.

이 연구의 의의는 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 전통적인 제3자 효과 연구가 주로 매스미디어 메시지 장르의 효과를 다룬데 비해, 이 연구는 지금까지 사각지대로 남아 있던 댓글과 같이 사적인 메시지 영역이 미치는 영향을 분석대상으로 삼았다는 점에서 의의가 있다. 체계화된 형식이 없고 작성자의 감정이 거친 표현으로 적나라하게 노출되는 댓글은 사회적으로 큰 영향을 미치면서도 효과연구에서는 체계적으로 분석하기 쉽지 않은 현상이었다. 특히 온라인 미디어 환경에서는 이러한 비정형화된 표현양식이 증가하면서 광범위하게 영향을 미치는 만큼, 이러한 주제는 앞으로 효과연구 차원에서도 더 많은 작업이 필요한 부분이다.

둘째, 이 연구의 결과는 메시지의 내용뿐만 아니라 표현 방식이 제3자 효과를 유발할 수 있다는 것을 보여준다. 그동안 제3자 효과는 사회적으로 非(비)바람직한 메시지를 대상으로 검증되어 왔지만 그러한 효과가 메시지의 바람직하지 않은 내용에 기인하는 것인지, 아니면 표현 방식에 기인하는 것인지에 대한 설명은 부족하였다. 이 연구는 동일하게 부정적 메시지를 담은 댓글이라 하더라도 표현 방식에 따라 제3자 효과가 다르게 나타날 수 있다는 점을 확인했다는 점에서 의미를 갖는다. 즉, 부정적인 논조의 메시지 안에서도 표현 방식을 세분화해서 접근했다는 점에서 선행 연구들과 차별성을 갖는다. 댓글은 전통적인 미디어 메시지와 판이하게 성격이 다른 메시지가기 때문에 앞으로도 댓글의 효과를 살펴 보기 위해서는 메시지 속성의 차원들을 새롭게 규정, 재구성해서 접근할 필요가 있다.

셋째, 이 연구는 댓글의 메시지 속성 차원(혐오 표현 유무)과 더불어 뉴스 이용자의 심리적 속성의 영향을 함께 살펴보았다는 점에서 의미가 있다. 이용자의 개인적 속성은 제3자 효과를 유발하는 중요한 요인으로 주목받았지만, 지금까지는 다소 추상적인 심리학적



속성에 그치는 경향이 있었다. 이전 연구들은 메시지 속성과 크게 관련성이 없는 이용자의 심리적 변인인 자기감시성, 관여도, 자기존중감 등을 살펴보는 데에 그쳤다. 하지만 이 연구는 이용자의 개인적 속성으로 다문화 이슈와 관련성이 높고 메시지의 설득 효과와 관련성이 더 크다고 판단되는 뉴스 이용자의 정치적 성향과 이주민에 대한 차별화 성향을 개인적 속성으로 설정하여 접근했다는 점을 연구의 의의로 들 수 있다. 개인의 일반적인 심리적 변수가 아니라, 의제와 관련된 구체적인 개인의 가치관인 이념적 성향과 이주민에 대한 차별적 성향 등 뉴스의제와 관련된 구체적이고도 개인적인 가치관을 연구에 포함시켰다는 데에 의의가 있다.

마지막으로 이 연구는 다음과 같은 실무적인 함의를 제공한다. 온라인상의 혐오 표현 수위가 사회의 건전성을 위협할 정도로 심각해지고 있는 상황에서 혐오성 댓글의 저질스럽고 폭력적 특성은 온라인 소통의 대표적인 문제점으로 주목받았고, 때로는 규제 정책을 뒷받침하는 근거로 활용되기도 했다. 혐오 대상은 성별, 인종, 장애부터 시작해서 종교, 이념까지 다양하며 이를 야기하는 뉴스의 이슈 또한 다양하며 끊임없이 다변화되고 있다. 그러나 혐오 대상에 대한 구체적인 분류와 혐오 표현을 생산해 내는 특정 이슈도 구체화되어 있지 않은 상황이기에 혐오표현 규제의 입법화에 앞서 혐오 대상과 이를 조장하는 이슈의 특성을 구체적으로 규명하려는 논의가 이루어질 필요가 있다. 특히, 이러한 혐오성 댓글이 실제 여론에 어떤 영향을 미치고, 이러한 영향이 이용자의 개인적 특성에 따라 어떻게 불균등하게 발생하는지 구체적으로 파악하는 일은 온라인과 관련된 이슈에서 정책적 판단에도 중요한 근거자료가 될 수 있을 것이다.

이 연구의 한계와 후속 연구를 통해 보완되어야 할 점은 다음과 같다. 먼저 후속 연구에서는 이용자의 인구사회적 배경 특성을 세분화하여 효과 차이를 면밀하게 살필 필요가 있을 것이다. 다문화 이슈는 성별, 연령별 배경 특성에 따라 주제에 대해 느끼는 민감도가 상이하게 나타날 수 있는 이슈라는 점에서 특히 성별과 세대는 중요한 특성 변인으로 간주될 필요가 있다. 또한 추후 연구에서는 댓글에 의한 효과와 뉴스 메시지에 의한 효과를 구분하여 살펴볼 필요도 있다. 온라인 기사의 효과는 기사와 댓글의 효과가 결합된 형태로 나타나는 것이 일반적이지만, 개념적으로 기사와 댓글의 효과는 별개의 효과로 볼 수도 있다. 기사와 댓글의 효과를 분리하여 살펴야 하는 중요한 이유는 이슈의 성격에 따라 이용자 성향의 효과가 반대로 나타날 가능성도 배제할 수 없기 때문이다. 이 연구에서는 진보 성향 뉴스 소비자는 혐오 표현 유무와 관계없이 제3자 효과가 높게 나타났고, 보수 성향 뉴스 소비자는 혐오성 댓글에서만 제3자 효과가 높게 나타났는데, 기사 주제가 보수 성향 뉴스 소비자에게 친화적 이슈일 경우 효과가 상이하게 나타날 수도 있다는 것이다. 따라서

후속 연구에서는 기사와 댓글의 효과를 구분하여 살필 필요성이 있을 뿐 아니라 기사 이슈를 세분화하여 효과의 발생 양상을 다각도로 검토해볼 필요도 있을 것이다.

끝으로 이 연구에서는 이념적 성향을 정치·사회적 이슈에 대한 개인의 인식에 초점을 맞추어 조작화하였는데, 실제로 개인의 이념 성향은 다양한 영역의 의미와 논리가 매우 복잡하게 얽혀 있어 특정한 요소에 대한 측정만으로 전체를 설명하기 쉽지 않은 경우가 많다는 점을 지적할 필요가 있다. 특히 이 연구에서는 이념의 정치·사회적 측면 외에 경제적 측면을 충분히 고려하지 않은 점이 한계로 지적될 수 있다. 같은 다문화 이슈라고 하더라도 외국인노동자의 불법체류, 결혼이주여성과 출산율, 그리고 외국인노동자 때문에 발생하는 경제적 부가가치의 이슈는 각기 다른 이념적 양상을 나타낼 수 있다. 또 펄로프(Perloff, 2009)는 미국에서의 중동 문제처럼 이슈 자체에 역사성이나 민족성이 개입되어 있는 경우 개인적 가치관이 제3자 효과에 미치는 영향에 대해 일관된 결론을 내리기 쉽지 않다는 지적을 한 바 있다. 따라서 이념 성향과 제3자 효과의 관계에 대한 규명은 이 연구의 의의이면서 향후 정교한 추가 논의가 필요한 부분이기도 하다. 앞으로도 제3자 효과 연구를 비롯해 여론 지각과 형성에 관한 연구에서 개인의 다양한 심리적 변인과 가치관의 영향력을 심도 있게 파악하기 위한 노력이 지속되어야 할 것이다. 그리고 한국사회의 다문화를 둘러싼 이념 지형을 면밀하게 고려한 후속 연구가 이어져 더욱 심층적인 논의가 이루어지길 기대한다.

## 참고 문헌

- 권상화·김익현 (2008). 온라인 댓글 인식과 댓글 활동의 관계에 관한 연구: 댓글의 신뢰도와 인터넷 뉴스 수용자의 수용경향 중심으로. <한국언론정보학보>, 42호, 44-78.
- 김경년·김재영 (2005). 오마이뉴스 독자의견 분석: '난장으로서의 공론장' 가능성 탐색. <한국방송학보>, 19권 3호, 7-41.
- 김수아 (2015). 온라인상의 여성 혐오 표현. <페미니즘 연구>, 15권 2호, 279-317.
- 김은미·선유화 (2006). 댓글에 대한 노출이 뉴스 수용에 미치는 효과. <한국언론학보>, 50권 4호, 33-64.
- 김은미·조운용·임영호·송보영 (2015). 다문화 범죄 보도에서 기사 구성 방식과 출신국에 대한 태도가 댓글에 미치는 영향. <한국언론학보>, 59권 6호, 107-136.
- 김채환 (2009). 인터넷 뉴스 댓글의 이용과 상호작용성의 만족도에 관한 연구. <언론과학연구>, 9권 1호, 5-44.
- 김현희 (2014). 인종주의와 한국사회의 법문화: 다문화사회의 법의식. <비교문화연구>, 20권 2호, 5-46.
- 민지선·김두섭 (2013). 거주지역의 외국인 비중이 외국인에 대한 사회적 거리감에 미치는 영향. <한국인구학>, 36권 4호, 71-94.
- 박신영 (2014). 다문화 관련 TV 프로그램 시청과 다문화 인식, 태도 및 제3자 효과. <한국방송학보>, 28권 6호, 79-119.
- 변상호 (2014). 정치 팟캐스트 이용과 정치성향의 상호작용이 기성 미디어 대체와 보완에 미친 영향. <한국언론학보>, 58권 6호, 90-118.
- 설동훈 (2009). 한국사회의 외국인 이주노동자: 새로운 '소수자 집단'에 대한 사회학적 설명. <사람>, 34호, 53-77.
- 송경화·이수영 (1998). TV 폭력과 제3자 효과: TV폭력에 대한 프로듀서와 학부모의 차이를 중심으로. <한국방송학보>, 10호, 229-257.
- 안상수·민무숙·김이선·이명진·김금미 (2012). <국민 다문화수용성 조사 연구>. 여성가족부.
- 양승찬 (1998). 제3자 효과 가설과 침묵의 나선 이론의 연계성: 여론조사 보도에 대한 제3자 효과 지각과 공개적 의견표명과의 관계를 중심으로. <한국언론학보>, 43권 2호, 109-141.
- 양혜승 (2008). 인터넷 뉴스 댓글의 견해와 품질이 독자들의 이슈에 대한 태도에 미치는 영향. <한국언론학보>, 52권 2호, 254-280.
- 유홍식 (2010). 악성 댓글에 대한 제3자 효과 연구. <한국방송학보>, 24권 5호, 238-278.
- 윤태일·심재철·글렌 레슈너 (2003). 안티 사이트의 제3자 효과: 타인반응에 대한 지식과 동의수준이 행동의도에 미치는 영향을 중심으로. <한국언론학보>, 47권 1호, 31-55.
- 이미경·최인호·정세훈 (2013). 기업 페이스북에서 긍정·부정 댓글이 이용자들의 태도, 규범 및 구매 행동에 미치는 효과. <한국언론학보>, 57권 4호, 51-71.

- 이성식 (2008). 인터넷게시판 악성댓글 피해요인에 관한 연구. <피해자학연구>, 16권 1호, 67-85.
- 이은주·장윤재 (2009). 인터넷 뉴스 댓글이 여론 및 기사의 사회적 영향력에 대한 지각과 수용자의 의견에 미치는 효과. <한국언론학보>, 53권 4호, 50-71.
- 이재신 (2013). 기사 주제에 따른 댓글 읽기와 관여도가 댓글과 기사 평가에 미치는 영향. <스피치와 커뮤니케이션>, 20호, 50-88.
- 이제홍 (2013). 인터넷 사용 네티즌의 댓글 행태와 의식사고에 관한 조사 연구. <e-비즈니스연구>, 14권 5호, 33-51.
- 이준기·한미애 (2012). 개인의 정치성향이 뉴스 댓글에 대한 신뢰성과 사회적 영향력의 인식에 미치는 영향. <한국전자거래학회지>, 17권 1호, 173-187.
- 이창호·이호영(2009). 포털 이용자들의 포털 뉴스이용패턴 및 포털의 언론역할에 관한 인식. <언론정보학보>, 46호, 177-210.
- 이현정·안재웅·이상우 (2013). 다문화 콘텐츠가 다문화수용성에 미치는 영향에 관한 실증연구. <한국언론학보>, 57권 3호, 34-57.
- 임양준 (2013). 국회의원 선거 관련 여론조사 보도에 대한 미디어 효과연구: 제19대 총선에 대한 제3자 효과를 중심으로. <정치커뮤니케이션 연구>, 28호, 183-219.
- 정다운·정성은 (2015). 설득 캠페인 효과 지각에서의 편향: 캠페인의 실제 효과와 지각된 효과 간 차이에 관한 연구. <한국언론학보>, 59권 6호, 187-220.
- 정성은 (2014). 제삼자 효과는 과연 존재하는가?: 제삼자 효과 행동 가설의 논리와 검증 방법 비판. <커뮤니케이션 이론>, 10권 2호, 160-196.
- 정성은·이은지(2012). 제삼자 지각 가설의 재구성: 메시지 강도, 관련 지식 보유 정도, 기존 태도를 중심으로. <한국언론학보>, 55권 5호, 322-349.
- 정일권·김영석 (2006). 온라인 미디어에서의 댓글이 여론에 미치는 영향에 관한 연구: 여론동향 지각과 제3자 효과를 중심으로. <한국언론학보>, 50권 4호, 302-327.
- 정일권·김지현·이연주 (2009). 여론조사 보도가 여론지각과 의견표명에 미치는 효과에 관한 연구. <스피치와 커뮤니케이션>, 11호, 157-194.
- 정재민 (2007). 대부업 광고에 대한 제3자 효과 연구. <한국언론학보>, 51권 6호, 111-134.
- 주정민 (2005). 인터넷 포르노그래피 이용과 지각적 편향. <한국방송학보>, 19권 4호, 565-603.
- 최민욱 (2009). 헬스 커뮤니케이션 캠페인의 제3자 효과에 관한 연구. <커뮤니케이션학 연구>, 17권 2호, 125-153.
- 한균태·차동필 (2003). 공익광고와 제3자 효과: 타인의 반응에 대한 지식이 미친 영향. <한국언론학보>, 47권 3호, 38-59.
- 행정자치부 (2015). <2015 외국인주민 현황>. 사회통합지원과, 행정자치부.
- 허윤철·임영호 (2016). 범죄 뉴스 노출과 다문화수용성: 위험지각의 매개효과를 중심으로. <한국언론정보학보>, 76호, 92-123.

- Anderson, A. A., Brossard, D., Scheufele, D. A., Xenos, M. A., & Ladwig, P. (2014). The “nasty effect”: Online incivility and risk perceptions of emerging technologies. *Journal of Computer-Mediated Communication, 19*(3), 373–387.
- Andsager, J. L., & White, A. H. (2007). *Self versus others: Media, messages, and the third-person effect*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication, 54*(4), 662–704.
- David, P., Liu, K., & Myser, M. (2004). Methodological artifact or persistent bias? Testing the robustness of the third-person and reverse third-person effects for alcohol messages. *Communication Research, 31*(2), 206–233.
- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly, 47*(1), 1–15.
- Driscoll, P. D., & Salwen, M.B. (1997). Self-perceived knowledge of the O. J. Simpson trial: Third-person perception and preceptions of guilt. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 74*(3), 541–556.
- Duck, J. M., & Mullin, B. (1995). The perceived impact of the mass media: Reconsidering the third person effect. *European Journal of Social Psychology, 25*, 77–93.
- Duck, J. M., Terry, D. J., & Hogg, M. A. (1995). The perceived influence of AIDS advertising: Third-person effects in the context of positive media content. *Basic and Applied Social Psychology, 17*, 305–325.
- Gillmor, D. (2006). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. 김승진 (역) (2008). <우리가 미디어다>. 서울: 이후.
- Gunther, A. C. (1995). Overrating the X-rating: The third-person perception and support for censorship of pornography. *Journal of Communication, 45*(1), 27–38.
- Gunther, A. C., & Mundy, P. (1993). Biased optimism and the third-person effect. *Journalism Quarterly, 70*, 58–67.
- Gunther, A. C., & Thorson, E. (1992). Perceived persuasive effects of product commercials and public service announcements: Third-person effects in new domains. *Communication Research, 19*, 574–596.
- Harlow, S. (2015). Story-chatterers stirring up hate: Racist discourse in reader comments on U.S. newspaper websites. *Howard Journal of Communications, 26*(1), 21–42.
- Hoorens, V., & Ruiter, S. (1996). The optimal impact phenomenon: Beyond the third person effect. *European Journal of Social Psychology, 26*, 599–610.
- Huge, M. E., & Glynn, C. J. (2015). Perceiving Penn State: The formative role of interpersonal discussion in third-person perceptions in the wake of a sexual abuse scandal. *Communication Research, 42*(8), 922–938.
- Lasorsa, D. L. (1989). Real and perceived effects of ‘Amerika’. *Journalism and Mass Communication Quarterly, 66*(2), 373.
- Lee, B., & Tamborini, R. (2005). Third-person effect and internet pornography: The influence of collectivism and internet self-efficacy. *Journal of Communication, 55*(2), 292–310.
- Loke, J. (2012). Public expressions of private sentiments: Unveiling the pulse of racial tolerance through online news readers’ comments. *Howard Journal of Communications, 23*(3), 235–252.

- Meirick, P. C. (2005). Rethinking the target corollary: The effects of social distance, perceived exposure, and perceived predispositions on first-person and third-person perceptions. *Communication Research, 32*, 822-843.
- Pan, Z., Abisaid, J. L., Paek, H. J., Sun, Y., & Houden, D. (2006). Exploring the perceptual gap in perceived effects of media reports of opinion polls. *International Journal of Public Opinion Research, 18*(3), 340-350.
- Perloff, R. M. (1989). Ego involvement and the third person effect of televised news coverage. *Communication Research, 16*, 236-62.
- Perloff, R. M. (1999). The third person effect: A critical review and synthesis. *Media Psychology, 1*(4), 353-378.
- Perloff, R. M. (2009). Mass media, social perception, and the third-person effect. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (3<sup>rd</sup>). (pp.252-268) New York: Routledge.
- Price, V., Huang, L. N., & Tewksbury, D. (1997). Third-person effects of news coverage: Orientations toward media. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 74*(3), 525-540.
- Price, V., & Stroud, N. J. (2006). Public attitudes toward polls: Evidence from the 2000 U.S. presidential election. *International Journal of Public Opinion Research, 18*(4), 393-421.
- Rojas, H., Shah, D. V., & Faber, R. J. (1996). For the good of others: Censorship and the third person effect. *International Journal of Public Opinion Research, 8*, 163-186.
- Shah, D. V., Faber, R. J., & Youn, S. (1999). Susceptibility and severity perceptual dimensions underlying the third-person effect. *Communication Research, 26*(2), 240-267.
- White, H. A. (1997). Considering interacting factors in the third-person effect: Argument strength and social distance. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 74*, 557-564.

투고일자: 2016. 7. 23. 게재확정일자: 2016. 9. 22. 최종수정일자: 2016. 9. 26.

# The Third-Person Effects of Online Hate Comments

**Yoon Yong Cho**

Researcher, Institute for Social Science Research, Pusan National University

**Yung Ho Im**

Professor, Department of Communication, Pusan National University

**Yun Cheol Heo**

Doctoral Candidate, Department of Communication, Pusan National University

This paper aims to examine the third-person effect(TPE) of hate comments on online news, and analyze how the issue-relevant audience factors as well as the characteristics of the online message have influence on the TPE. More specifically, based on the distinction between hateful and logical comments regarding the issue of illegal immigration, the authors have conducted an online experiment that compares how the message-related features, i.e., ways of expressing the ideas, lead to the difference in TPE. Analysis was also conducted with regards to how political orientation and discriminatory predisposition to immigrants among the audiences, have different impacts on the TPE. The 479 participants in the experiments were randomly assigned to experimental group(exposed to hate comments) or control group(exposed to logical comments). The results reveal that the TPE of hate comments is higher than that of logical message. The same message proved to be more effective for news users with liberal orientation and discriminatory predisposition. The significance of this paper lies in that it has examined the effect of online hate comments in a rigorous experimental setting. Also the research further elaborated on the audience-related variables, for which the previous studies tended to focus those on the general psychological level rather than relate them more specifically to the issues.

**KEYWORDS** Online Hate Comments, Third-Person Effect, Political Orientation, Discriminatory Predisposition to Immigrants