



매스미디어 노출과 메르스 예방행동 의도의 관계에서 대인커뮤니케이션의 역할 – 면대면 및 온라인 커뮤니케이션의 매개 및 조절효과

The Roles of Interpersonal Communication between Exposure to Mass Media and MERS–Preventive Behavioral Intentions : The Moderating and Mediating Effects of Face-to-Face and Online Communication

저자 (Authors)	유우현, 정용국 Woohyun Yoo, Yongkuk Chung
출처 (Source)	한국방송학보 30(4) , 2016.7, 121–151 (31 pages) Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies 30(4) , 2016.7, 121–151 (31 pages)
발행처 (Publisher)	한국방송학회 Korean Association for Broarding & Telecommunication
URL	http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE06735345
APA Style	유우현, 정용국 (2016). 매스미디어 노출과 메르스 예방행동 의도의 관계에서 대인커뮤니케이션의 역할. 한국방송학보, 30(4), 121–151.
이용정보 (Accessed)	아주대학교 202.30.30.*** 2017/04/27 09:53 (KST)

저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

매스미디어 노출과 메르스 예방행동 의도의 관계에서 대인커뮤니케이션의 역할

면대면 및 온라인 커뮤니케이션의 매개 및 조절효과

유우현 동국대학교_서울 서베이앤헬스폴리시리서치센터 조교수*

정용국 동국대학교_서울 미디어커뮤니케이션학전공 부교수**

본 연구는 메르스 관련 대인커뮤니케이션이 메르스 관련 매스미디어 노출과 메르스 예방행동 의도사이의 관계를 매개·조절하는지 검증하였다. 이를 위해 2015년 국내 메르스 사태 당시 전국의 만 19세 이상 성인 남녀 600명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 분석 결과, 대인커뮤니케이션의 매개효과와 관련해서는 면대면 커뮤니케이션만이 매스미디어 노출효과를 매개하였다. 즉, 메르스 관련 매스미디어에 많이 노출될수록 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션의 빈도는 높았지만, 올바른 손 씻기 의도와 기침예절 준수 의도에 정적인 영향을 미친 요인은 면대면 커뮤니케이션뿐이었다. 대인커뮤니케이션의 조절효과와 관련해서는 대인커뮤니케이션 효과가 메르스 예방행동 의도에 대한 메르스 관련 매스미디어 노출효과를 대체한 것으로 나타났다. 구체적으로 기침예절 준수 의도에 대한 매스미디어 노출의 정적 효과는 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션 빈도가 높은 사람들보다 낮은 사람들에게서 더 두드러졌다. 결론적으로 대인커뮤니케이션은 개인의 감염병 예방행동에 대한 매스미디어 노출 효과를 매개하거나 대체함으로써 감염병 위기 상황 극복에 공헌할 수 있다.

핵심어: 매스미디어 노출, 대인커뮤니케이션, 예방행동 의도, 메르스, 감염병

* woohyunyoo@gmail.com, 제 1저자 및 교신저자

** ykemjy@gmail.com

1. 문제 제기

2015년 여름에 발생한 중동호흡기증후군(이하 메르스) 사태는 우리 사회에 여러 가지 인적·물적 피해를 입히며 대중을 공포로 몰아넣었다. 2015년 5월 20일 첫 번째 메르스 감염자가 보고된 이후 16,752명이 의심 환자로 격리되었고, 186명이 확진 환자로 치료를 받았으며 이 중 38명이 사망하였다(질병관리본부, 2016, 5, 18). 이로 인해 우리나라는 메르스 최초 발생지인 사우디아라비아에 이어 세계 2위의 메르스 발병국가라는 불명예를 떠안게 되었다. 경제적 손실도 만만치 않아 메르스 사태로 인해 의료기관이 입은 직접적인 피해와 내수 위축 및 수출 둔화 등의 부작용으로 인한 사회적 비용을 합하면 그 규모만 최소 20조 원 이상이 될 것으로 추정되었다(한국경제연구원, 2015, 7, 30).

이번 메르스 사태를 둘러싸고 한국 정부는 초기에 정보를 투명하고 신속하게 공개하지 않아 국민을 혼란에 빠트리고 사태를 확산시킨 책임에서 자유로울 수 없다. ‘한국-세계보건기구(World Health Organization) 메르스 합동평가단’ 역시 한국 정부가 정보 공개를 늦춘 탓에 초기 메르스 방역 정책의 실패를 불러왔다고 평가하였다(김소연·김양중, 2015, 6, 14). 사실 메르스 사태 확산의 원인은 비단 한국 정부의 소통 문제뿐만 아니라 의료진의 인식 부족, 의료기관의 감염예방 및 통제조치 미흡, 응급실 과밀, 의료쇼핑 관행, 가족 간병 문화 등 여러 가지가 복합적으로 얽혀 있다.

그럼에도 불구하고 메르스 사태처럼 감염병 위기 상황에서 투명하고 신속한 정보 공개를 최우선으로 강조하는 이유는 무엇일까? 과거 사례에 비춰볼 때 신종 감염병 발생 시 그에 대한 일반 대중의 정보 욕구는 가파르게 상승한다(Bult et al., 2011; Li et al., 2014; Wong & Sam, 2010). 따라서 사람들은 높아진 정보 욕구를 충족하기 위해 신문, TV 등 매스미디어를 정보원으로 적극적으로 활용하기 시작한다(Rubin & Windahl, 1986). 특히 신종 감염병 위기 상황에서는 대중이 신뢰하고 접근할 수 있는 정보원이 한정되기 때문에 매스미디어의 역할이 무엇보다 중요하다. 미디어 환경이 다매체·다채널 구조로 변화하면서 대중이 이용할 수 있는 정보 채널은 매우 다양해졌으나 여전히 감염병 위기 상황에서 활용되는 주요 정보원은 TV, 신문, 인터넷 등의 매스미디어다(한국언론진흥재단, 2015).

이처럼 감염병 위기 상황에서 매스미디어의 높은 영향력 때문에 감염병 관련 언론 보도에 관한 연구는 항상 학계의 주요 관심사였다(이현우·최보울·이병관, 2006; 주영기·유명순, 2010; 주영기·유명순, 2011; 허인서, 2004). 이 연구들에 따르면, 감염병 위기 상황에서 우리 언론은 보도의 과장성과 선정성에 몰두한 나머지 충실한 정보전달자이자 사회적 감시견으로서 제 기능을 다하지 못한 것으로 나타났다. 2015년 메르스 사태에서도 우리 언론은 정보의 정확성을 고려하지 않고 사건을 추측·확대 보도함으로써 국민들 사이에 메르스에 대한 공포와 불안감을 확산시켰다(이귀옥, 2015).

일반적으로 매스미디어가 전달하는 감염병 정보는 이용자에게 부정적·긍정적 효과를 동시에 유발할 수 있다. 예를 들어, 매스미디어가 사망자 수, 감염가능성, 심각한 사회혼란 등을 집중적으로 보도하면 감염병에 대한 심각성(severity)이나 자신이 병에 걸릴 수 있다는 취약성(vulnerability)이 높아질 수 있다. 그러나 이러한 심리적 기제가 높아졌을 때 사람들은 오히려 감염병 예방행동에 적극적으로 나서게 된다. 일부 연구에서 감염병 관련 매스미디어 노출이 과도한 공포감이나 과잉 예방행동을 조장할 수 있다는 가능성을 제기하기도 하였으나(유선옥·박계현·나은영, 2010), 감염병 위기 상황에서 매스미디어 노출은 대체로 순기능을 하는 것으로 나타났다. 예를 들어, 2009년 전 세계적으로 신종인플루엔자(H1N1, 이하 신종플루)가 대유행한 당시에 신종플루 관련 매스미디어에 많이 노출된 사람들은 신종플루에 대한 지식수준이 높아졌고 마스크, 손세정제 같은 개인위생용품을 적극적으로 사용하거나 높은 백신 접종 의지를 보였다(Ho, 2012; Ho, Peh, & Soh, 2013; Lin & Lagoe, 2013; Rubin, Potts, & Michie, 2010; Yang, 2015). 같은 시기에 국내에서도 신종플루 관련 매스미디어 이용은 직·간접적으로 신종플루 예방행동을 촉진하였다(김여라, 2010; 김옥태·김규찬, 2010).

이상에서 언급한 대다수의 연구들은 개인의 감염병 예방행위나 의도에 대한 매스미디어 노출효과가 어떤 심리적 기제(지각된 위험, 자기효능감, 낙관적 편견, 제3자 효과 등)를 통해서 발현되는가를 주로 살펴보았다(김여라, 2010; 김옥태·김규찬, 2010; 김정현, 2010; Lin & Lagoe, 2013). 하지만 감염병 위기 상황에서 매스미디어 노출효과에 큰 영향을 미침에도 불구하고 실제로 연구가 많이 이루어지지 않은 요인은 감염병 관련 대인커뮤니케이션의 효과이다. 오래전부터 많은 커

뮤니케이션 학자들은 대인커뮤니케이션과 매스미디어 노출 사이에 다양한 상호 작용관계가 성립한다고 주장해왔으며(Chaffee, 1986; Hornik, 1989), 특정 이슈에 대한 매스미디어 노출과 대인커뮤니케이션을 연결하는 구조를 밝히려고 시도하였다(Southwell & Torres, 2006). 예를 들어, 몇몇 연구들은 정치 후보자 평가, 이슈 중요도, 기억 등 개인의 인지적 판단에 대해 매스미디어 노출과 대인커뮤니케이션이 서로 상호작용 효과를 미친다는 사실을 증명하였다(Southwell & Yzer, 2007; Valente & Saba, 1998). 또한, 정치 관련 매스미디어 노출은 정치에 대한 대인 간 커뮤니케이션을 증가시킴으로써 사람들의 정치참여를 촉진하는 것으로 나타났다(Cho et al., 2009; Jung, Kim, & de Zúniga, 2011; Lee 2012).

이처럼 대인커뮤니케이션이 매스미디어 노출효과를 매개하거나 조절한다는 여러 연구 결과에도 불구하고, 감염병 위기 상황에서 대인커뮤니케이션이 매스미디어 노출효과에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 따라서 본 연구는 한국의 메르스 사태를 중심으로 메르스 관련 매스미디어 노출과 메르스 예방행동 의도 사이에서 메르스 관련 대인커뮤니케이션이 매개 및 조절 변인으로 어떤 역할을 했는지 살펴볼 것이다. 더 나아가 이러한 결과를 바탕으로 향후 신종 감염병 발생 시 위기 상황 극복을 위한 매스미디어와 대인커뮤니케이션 활용방안을 제시하고자 한다.

2. 이론적 논의

1) 신종 감염병 위기 상황에서 매스미디어와 대인커뮤니케이션의 역할

전통적으로 매스미디어는 신문, 라디오, TV 등, 미디어가 생산한 메시지가 불특정 다수의 수용자에게 전달되는 일대다(one-to-many) 커뮤니케이션을 가능하게 하는 미디어를 의미한다. 최근 디지털 기술의 발전과 함께 일대다뿐만 아니라 일대일(one-to-one), 다대다(many-to-many) 등 다양한 형태의 쌍방향커뮤니케이션을 가능케 하는 미디어들이 등장하면서 미디어 시장에서 매스미디어는 그 자리를 위협받고 있다. 하지만 이러한 현상이 매스커뮤니케이션 시대의 종말을 의미하는 것은 아니다. 오히려 일부에서는 미디어 시장이 경쟁구도로 접어들수록 매

스커뮤니케이션은 더욱 활성화될 것이라고 주장하기도 한다(Rayner, 2006; Rubin & Haridakis, 2001). 매스미디어는 물론이고 새로운 미디어조차 보통은 대중을 수용자로 유지하기 위해 여러 가지 노력을 기울인다. 특히 정치, 문화, 경제, 건강 등 대중적 이슈에 대한 커뮤니케이션은 대중을 유인하는 데에 있어 가장 중요하다. 즉, 다매체 다채널 시대에서 특정 미디어의 역할 및 영향력을 결정하는 것은 얼마나 대중과 소통할 수 있는 내용을 다루고 있느냐이다. 그동안 매스미디어는 대중의 문제를 공론화하고 그 해결책을 모색하는 데에 있어 주도적인 역할을 해왔다. 따라서 이러한 역할은 커뮤니케이션 기술이 발달한다 할지라도 어떤 형태로든 지속될 가능성이 높다(Southwell & Yzer, 2007).

매스미디어는 사회 모든 분야에 걸쳐 대중의 주요 정보원으로서 여론을 형성하는 동시에 정부에 대한 감시권으로서 그 역할을 다해야 한다. 건강 혹은 보건 분야에 있어서도 매스미디어는 사회구성원의 건강증진 및 질병예방을 위해 이러한 역할을 충실히 이행할 의무가 있다. 그러나 그동안 신종 감염병 출현 시 매스미디어가 대중이 상황에 대한 객관적인 판단을 할 수 있도록 제 역할을 다하였느냐 하는 질문에 대해서는 부정적인 평가가 많다. 감염병 위기 상황에서 TV, 신문, 라디오 등 전통적인 매스미디어는 주로 관련 전문가의 의견을 활용하여 정보를 생산한다. 하지만 이들 전문가들은 대부분 정부나 보건의료계에서 지배적인 권력을 소유하거나 이해집단에 소속된 경우가 많다(Coleman, 1995). 따라서 매스미디어를 통해 전달되는 정보는 정부나 의료계의 의견이 우선적으로 반영되었을 가능성이 높다. 또한 경우에 따라 정부나 보건의료계의 입장을 고려하여 대중에게 충분한 정보를 공개하지 않을 수도 있다. 흔히 감염병 사태는 온 국민이 힘을 모아 극복해야 하는 위급한 현안이기 때문에, 논쟁이나 갈등이 없을 것이라 생각하지만, 이와 같은 사안에 대해서도 한 공동체 안에서 서로 첨예하게 다른 입장이 존재할 수 있다. 예를 들어, 보건당국은 감염병 사태를 초기에 진압하기 위해서 매스미디어를 통해 감염병의 위험성을 사회 전반에 널리 인식시키려 하겠지만, 경제사회계에서는 이로 인해 경제가 위축되고 사회불안이 야기되는 것을 원하지 않을 것이다. 이상적으로는 이러한 상황에서 매스미디어는 양측의 입장을 균형적으로 반영할 수 있도록 두 개의 상반된 정보원을 이용해야 한다(Shoemaker & Reese, 1996). 그러나 현실적으로 이념과 힘의 논리에 따라 편향된 정보가 매스미

디어에 의해 생산되는 일이 비일비재하다.

감염병 위기 상황에서 매스미디어의 역할을 제대로 이해하기 위해서는 정보 생산 측면뿐만 아니라 매스미디어 이용자가 정보를 어떻게 찾고 소비하는지에 대한 이해도 필요하다. 능동적 수용자론과 이용과 충족(uses and gratification) 관점에서 개인별 특성은 특정 정보를 찾는 행위를 촉진하거나 저해하는 중요한 요인이다(Rubin, 2002). 예를 들어 전염병 이슈와 관련해 과거 유사한 병력이 있었거나 정부나 의료당국에 비판적인 사람들은 더 적극적으로 전염병 관련 매스미디어를 이용하려고 할 것이다. 그리고 이러한 매스미디어 이용의 효과는 전염병에 대한 태도, 인식, 행동의 변화로 나타나게 된다. 또한, 전염병 관련 매스미디어가 어떻게 전염병에 대한 위험인식을 높여 전염병 예방행동으로 이어지는가를 밝히려는 학문적 노력도 필요하다. 신종플루 뉴스 이용이 건강보호 행위의도에 미치는 영향을 살펴본 김여라의 연구(2010)에 따르면 신종플루에 대한 매스미디어 정보 노출은 개인의 심리적 보호동기인 심각성, 취약성, 자기효능감을 높임으로써 건강보호 행위의도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김옥태와 김규찬(2010)은 신종플루 예방위생 행동에 긍정적인 영향을 미치는 신종플루에 대한 공포지각은 TV를 통해 신종플루에 대한 정보를 많이 접할수록 높다는 사실을 발견하였다. 이외에도 싱가포르 학자들의 연구에서는 신종플루에 대한 뉴스 노출이 신종플루에 대한 지식수준을 높임으로써 예방행위 의도 향상에 기여한 것으로 나타났다(Ho et al., 2013).

한편, 감염병 위기 상황에서 매스미디어만큼이나 중요하게 살펴봐야 할 것은 대인커뮤니케이션의 역할이다. 대인커뮤니케이션은 기본적으로 상호간에 지향하는 바가 같은 사람들이 참여하기 때문에 커뮤니케이션의 결과는 참여자들의 행위나 선택에 영향을 미치기 쉽다(Knapp & Daly, 2002). 또한, 대화(conversation)란 참여자들 사이에서 정보가 교환되는 반복적인 과정에서부터 인간의 욕구와 환경적 제약처럼 제3의 요인에 의해 영향을 받을 수 있는 복잡한 쌍방 또는 그룹사이의 관계까지 포함한다(Berger, 2002; Daly, 2002). 따라서 대인커뮤니케이션은 사람들 사이에서 이루어지는 단순한 정보 전달과정이 아닌 사회 구조적으로 중요한 행위로 간주할 필요가 있다(Berger, 2005). 이처럼 높은 영향력 때문에 감염병 위기 상황에서 대인커뮤니케이션은 감염병에 대한 위험인식을 높이거나 지식적

차를 해소하는 데에 효과적일 수 있었다(Ho, 2012; Lin & Lagoe, 2013).

비록 대인커뮤니케이션에 대한 초기 연구가 면대면 커뮤니케이션에 집중되어 왔지만(Knapp, Daly, Albada, & Miller, 2002), 사실 대인커뮤니케이션은 여러 가지 환경에서 일어날 수 있다. 특히 인터넷의 등장과 함께 온라인상에서 이루어지는 대인커뮤니케이션에 대한 연구가 많이 진행되고 있다(Baym, Zhang, & Lin, 2004; Walther, 1996; Walther & Parks, 2002, Wang, Walther, & Hancock, 2009). 감염병 위기 상황에서 온라인 커뮤니케이션은 개인이 자신의 네트워크를 통하여 신속하게 타인과 대화할 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 장점 때문에 2009년 신종플루가 전 세계적으로 대유행하였을 당시, 사람들은 SNS를 통해 신종플루에 대한 정보, 의견, 경험 등을 적극적으로 공유할 수 있었다(Chew & Eysenbach, 2010; Signorini, Segre, & Polgreen, 2011). 또한, 매스미디어나 보건 당국으로부터 감염병에 대한 충분한 정보가 제공되지 않았을 때 온라인 커뮤니케이션은 그 대안으로서 적극적으로 활용되기도 하였다(Tai & Sun, 2007). 여전히 인터넷과 SNS 등 온라인상에서 공유되는 정보의 신뢰성에 대한 우려의 목소리가 존재하지만, 그럼에도 불구하고 감염병 발생 시 온라인 커뮤니케이션은 대중에게 매스미디어에 버금가는 영향력을 발휘할 것으로 전망된다. 이를 뒷받침하듯이, 최근 한 연구에 따르면 국내 메르스 사태 당시 SNS를 통해 메르스 관련 정보를 주고받은 커뮤니케이션 행위는 메르스 예방행위 실천 의도에 유의미한 영향을 미쳤다(Yoo, Choi, & Park, 2016).

2) 매스미디어 노출효과와 매개변인으로서 대인커뮤니케이션

대인커뮤니케이션이 인간행위에 대한 매스미디어의 노출효과를 매개한다는 주장은 몇몇 커뮤니케이션 이론들에 의해 지지되어 왔다. 2단계 유통 이론(Katz, 1987; Katz & Lazarsfeld, 1955)에 따르면 대인커뮤니케이션은 매스미디어로부터 생산된 정보를 타인에게 전달하는, 즉 정보의 사회적 확산(social diffusion)을 담당함으로써 더 많은 대중의 행동변화를 유도할 수 있다. 인지적 매개모형(Eveland, 2001)은 대인커뮤니케이션을 매스미디어로부터 생산된 정보를 개인이 내적으로 정교화(elaboration)하고 숙고(consideration)하는, 이른바 추리(reasoning) 과정이라고 규정하면서 이 과정을 통해 대인커뮤니케이션 참여자들은 특정 주제

에 대한 태도나 행동을 결정하게 된다고 보았다. 이 밖에도 매스미디어 효과에 대해 비판적인 일군의 학자들은 매스미디어는 대중의 인식과 지식을 변화시키는 데에 효과적이지만, 행동을 변화시키기 위해서는 반드시 후속적으로 대인커뮤니케이션 과정이 필요하다고 주장하였다(Chaffee, 1986; Reardon & Rogers, 1988).

이러한 주장들에 따라 대인커뮤니케이션은 감염병 위기 상황에서 감염병 예방행동을 촉진하는 데에 있어 중요한 역할을 할 수 있다. 첫째, 감염병 예방행동을 유도하는 데에 있어 대인커뮤니케이션은 매스미디어보다 더 중요한 요인일 수 있다. 따라서 매스미디어가 감염병의 위협에 대한 정보를 제공한다 할지라도 사람들은 그 위협이 그들에게 직접적인 위협이 되는지 타인과의 대화를 통해 논의한 후 예방행동 참여의지를 결정하게 된다. 다시 말해, 매스미디어로부터 생산된 감염병 정보는 개인 간 대인커뮤니케이션을 통해 감염병 예방행동에 영향을 미칠 가능성이 크다. 둘째, 사람들은 대인커뮤니케이션을 매스미디어로부터 얻은 감염병 정보를 처리하기 위해 전략적으로 활용할 수 있다. 그들은 대화를 나누는 과정에서 자신들의 기억에 저장된 정보를 검색하고 매스미디어로부터 얻은 정보와 그들의 지식구조 사이에 연결고리를 만들고자 노력한다(Eveland, 2004). 또한, 대화 파트너들은 서로의 지식을 공유하면서 새로운 정보를 얻기도 한다. 결국 이러한 일련의 대인커뮤니케이션 과정을 통해 사람들은 매스미디어가 생산한 감염병 정보를 해석 및 이해한 후에 최종적으로 예방행동 의도를 결정한다. 이와 같이 감염병에 대한 매스미디어 노출효과가 대인커뮤니케이션에 의해 매개된다는 주장은 최근 몇몇 연구들을 통해 실증적으로 입증된 바 있다. 프랭크 등(Frank et al., 2012)은 인도에서 실시된 HIV/AIDS에 대한 미디어 캠페인은 콘돔사용에 대한 대인커뮤니케이션 빈도를 증가시킴으로써 콘돔사용에 대한 태도, 자기효능감, 관련된 사회적 규범에 정적인 영향을 미쳤고 결과적으로 콘돔사용 의지를 높이는 데에 기여하였다는 사실을 발견하였다. 또 다른 연구에 따르면 싱가포르에서 신종플루에 대한 뉴스 노출은 신종플루에 대한 대인커뮤니케이션을 통해서 신종플루 예방행위 의도에 영향을 미친 것으로 나타났다(Ho et al., 2013).

이상의 이론적 논의와 선행 연구 결과를 바탕으로 본 연구에서는 메르스 관련 매스미디어 노출과 메르스 예방행동 의도 사이에서 메르스 관련 대인커뮤니케이션이 매개변인으로서 기능할 것으로 가정하였다. 특히 면대면과 온라인상에서

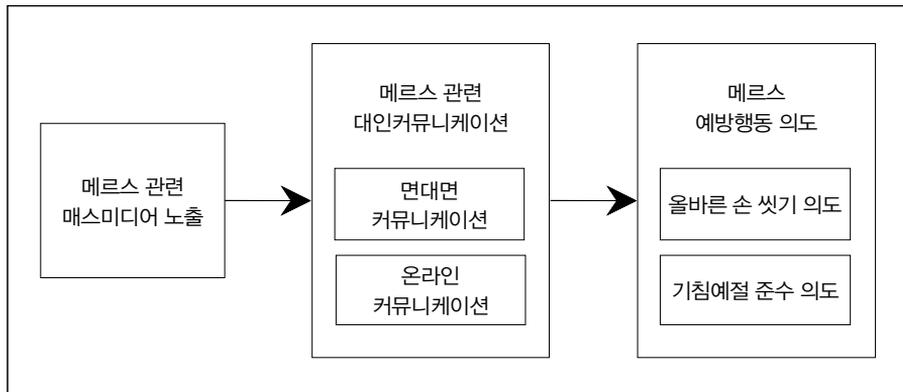


그림 1. 메르스 관련 대인커뮤니케이션의 매개효과에 대한 연구모형

이루어지는 대인커뮤니케이션 효과를 분리하여 살펴보기 위하여 메르스 관련 대인커뮤니케이션을 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션으로 구분하였다. 또한, 세계보건기구(World Health Organization, 2015)와 보건복지부 중앙메르스관리대책본부가 주요 메르스 예방법으로 권장한 올바른 손 씻기와 기침예절 준수에 대한 의도를 최종 종속변수로 설정하였다. 이에 따라 <그림 1>과 같은 연구모형을 바탕으로 메르스 관련 대인커뮤니케이션의 매개효과를 검증하기 위한 가설들을 제시하였다.

연구가설 1-1 메르스 관련 매스미디어 노출은 메르스 관련 면대면 커뮤니케이션을 매개로 하여 (a) 올바른 손 씻기 의도와 (b) 기침예절 준수 의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

연구가설 1-2 메르스 관련 매스미디어 노출은 메르스 관련 온라인 커뮤니케이션을 매개로 하여 (a) 올바른 손 씻기 의도와 (b) 기침예절 준수 의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

3) 매스미디어 노출효과의 조절변인으로서의 대인커뮤니케이션

대인커뮤니케이션이 매스미디어 노출효과를 조절한다는 주장은 정치 캠페인 연구자들에 의해 본격적으로 제기되었다(Eveland, 2004; Tsfati, 2003). 이들은 정치

적 사안에 대한 정보채널로서 대인커뮤니케이션이 매스미디어의 대안으로서 기능하는지, 더 나아가 매스미디어를 통한 정보 노출효과를 증폭시키는 역할을 하는지를 연구해왔다. 연구 결과, 정치적 주제에 대한 대인커뮤니케이션은 매스커뮤니케이션과 다른 방식으로 일어나고 매스커뮤니케이션과 상호작용함으로써 대중의 정치적 판단에 공동으로 영향을 미친다는 사실이 발견되었다. 이에 대해 드루크맨(Druckman, 2004)은 정치적 주제에 대한 대화는 매스미디어와 유사하거나 상반되는 판단기준을 제공할 수 있는데, 유사한 대화의 존재는 매스미디어 노출효과를 강화시키는 반면에 상반되는 대화의 존재는 매스미디어 노출효과를 약화시킨다고 주장하였다. 이러한 결과를 바탕으로 몇몇 학자들은 대인커뮤니케이션이 대중의 태도나 인식뿐만 아니라 실제 행위에 대한 매스미디어 노출효과 역시 조절할 수 있다고 주장하기 시작하였다(Hardy & Scheufele, 2005; Scheufele, 2001, 2002). 특정 주제에 대해 다른 사람과 이야기하는 것은 그 주제를 충분히 이해하고, 기존의 지식을 강화하는 데에 도움을 줌으로써 결과적으로 의미 있는 정치적·사회적 행위를 유도할 수 있다는 것이다(Scheufele, 2001). 따라서 어떤 주제에 대한 매스미디어 노출효과는 사람들이 그 주제에 대해 다른 사람들과 얼마나 이야기하느냐에 따라 달라질 수 있다. 이러한 주장을 뒷받침하기 위해 하디와 쇼이펠레는 대인커뮤니케이션이 매스미디어 노출과 정치적 참여 사이의 관계를 조절한다는 실증적 증거를 제시하였다. 이들의 연구에 따르면, 인터넷 뉴스 노출이 시민의 정치참여에 미치는 효과는 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션을 통해 조절되는 것으로 나타났다(Hardy & Scheufele, 2005).

대인커뮤니케이션이 인간의 행동에 대한 매스미디어 노출효과를 조절한다는 주장에 대해서는 많은 커뮤니케이션 학자들이 동의하고 있으나 그 효과의 방향성에 대해서 서로 상반된 주장이 존재한다. 첫째는 대인커뮤니케이션이 매스미디어 노출효과를 강화한다는 입장이다(Eveland, 2001; 2004; Shah et al., 2007). 이에 따르면 매스미디어 노출의 효과는 개인이 자신의 사회적 네트워크를 통해 다른 사람들과 해당 매스미디어 내용에 대해 이야기할 때 더 커진다. 이러한 강화효과는 다음과 같은 이유에서 설명이 가능하다. 우선 사람들은 타인과의 대화를 통해 매스미디어가 제공할 정보와 유사한 정보를 사전에 인지한다면 매스미디어로부터 정보가 제공되었을 때 이를 더 잘 이해할 수 있다. 반대로 이들은 매스미디어

어로부터 정보에 노출된 이후에 타인과 그 정보에 대해 이야기함으로써 해당 정보를 더 잘 이해하고 적절하게 반응할 수도 있다.

한편, 대인커뮤니케이션은 매스미디어 노출효과를 대체한다는 입장도 몇몇 학자들에 의해 제안되어왔다(Rogers, 2003; Valente & Saba, 1998). 즉, 매스미디어를 통한 정보 노출은 대인커뮤니케이션을 통해 비슷한 정보에 덜 노출된 사람들의 행동 변화에 더 효과적이라는 주장이다. 기본적으로 두 개의 서로 다른 정보원으로부터 유사한 정보가 제공되었을 때, 각 정보의 효과는 상호보완적 정보에 노출되었을 때보다 작아지기 마련이다(Kline, Miller, & Morrison, 1974). 이러한 결과는 ‘정보 충분(information sufficiency)’과 ‘정보 과부하(information overload)’ 등의 개념들로 설명할 수 있다. 사람들은 자신들이 가지고 있는 정보가 불충분할 때 적극적으로 정보 추구 행동을 한다. 따라서 이미 충분한 정보를 대인커뮤니케이션을 통해 획득한 사람들은 매스미디어로부터 제공되는 중복된 정보를 적극적으로 처리할 의지가 없을 것이다. 또한, 대인커뮤니케이션과 매스미디어를 통해 너무 많은 정보에 노출되면 개인이 처리할 수 있는 정보처리 능력에 한계가 발생한다. 이러한 정보 과부하의 문제는 개인들이 적절한 정보를 선별하고 판단하는 것을 방해함으로써 결과적으로 최선의 결정을 내리지 못하게 할 수 있다.

지금까지 논의한 바와 같이 매스미디어 노출효과의 조절변인으로서의 대인커뮤니케이션에 대한 연구는 주로 정치 및 시민참여 영역에 집중되어왔다. 건강 및 보건 영역에서는 건강정보 획득을 위한 매스미디어 이용과 건강행위 사이에서 대인커뮤니케이션의 조절효과를 검증한 리(Lee, 2010)의 연구가 거의 유일하다. 이 연구는 건강행위에 대한 매스미디어 효과는 건강에 대해 주변 사람들과 대화가 적은 사람들에게서 더 강하게 나타난다는 대인커뮤니케이션의 매스미디어 대체효과를 지지하였다. 하지만 여전히 대인커뮤니케이션이 매스미디어 노출효과를 대체하는지 반대로 강화하는지에 대해서는 감염병을 포함한 헬스커뮤니케이션 분야에서 거의 연구된 바가 없다. 따라서 본 연구에서는 메르스 관련 매스미디어 노출과 메르스 예방행동 의도 사이에서 메르스 관련 대인커뮤니케이션이 조절변인으로서 어떤 역할을 하였는지 살펴보고자 <그림 2>에 제시된 연구모형을 바탕으로 다음의 연구문제를 설정하였다.

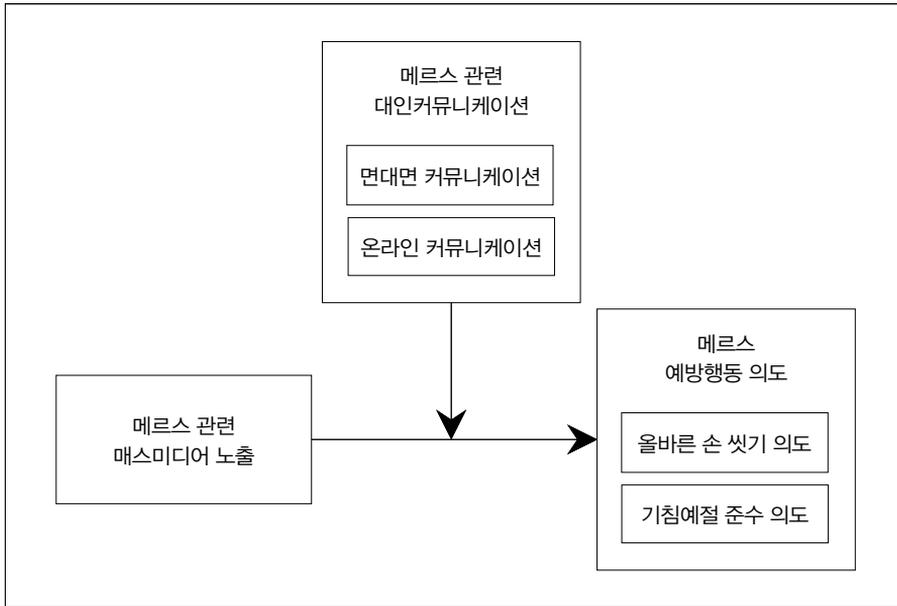


그림 2. 메르스 관련 대인커뮤니케이션의 조절효과에 대한 연구모형

연구문제 1-1 메르스 관련 매스미디어 노출이 (a) 올바른 손 씻기 의도와 (b) 기침예절 준수 의도에 미치는 정적인 영향은 메르스 관련 면대면 커뮤니케이션에 의해 어떻게 조절되는가?

연구문제 1-2 연구문제 1-2: 메르스 관련 매스미디어 노출이 (a) 올바른 손 씻기 의도와 (b) 기침예절 준수 의도에 미치는 정적인 영향은 메르스 관련 온라인 커뮤니케이션에 의해 어떻게 조절되는가?

3. 연구 방법

1) 설문조사

본 연구는 국내 메르스 사태 발생 시 만 19세 이상 성인을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 전문 여론조사 기관 오픈리서치가 보유한 패널 중 성별·연령별·지역별 인구통계에 따른 비례할당추출법을 사용하여 선정된 응답 대상자에

계 무작위로 조사 참여 초대장을 발송하였다. 2015년 6월 1주 동안 설문조사가 진행되었으며, 불성실하게 응답한 설문을 제외하고 총 600개의 응답 자료가 분석에 사용되었다. 분석에 사용된 응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 남성과 여성이 각각 50.0%, 연령 분포는 20대 25.0%, 30대 25.0%, 40대 25.0%, 50대 20.8%, 60대 4.2%였다. 최종 학력은 고졸 이하 27.0%, 2~3년제 대졸 20.3%, 4년제 대졸 43.8%, 대학원 졸업 이상은 8.9%였고, 세전 월평균 가계 소득은 200만 원 미만 16.2%, 200만 원 이상 300만 원 미만 24.0%, 300만 원 이상 400만 원 미만 21.3%, 400만 원 이상 500 만 원 미만 16.5%, 500만 원 이상은 22.0% 분포를 보였다. 마지막으로 지난 1년 동안 감기를 제외한 호흡기 질환을 단 한 번이라도 앓은 적이 있는 비율은 14.8%였다.

2) 변수의 측정

(1) 메르스 관련 매스미디어 노출

메르스 관련 매스미디어 노출은 응답자들이 얼마나 자주 매스미디어를 통해 메르스 관련 정보나 뉴스를 접하였는지를 나타낸다. 감염병 관련 매스미디어 노출효과를 검증한 선행 연구(Liu & Lo, 2014)를 참고하여 응답자에게 지난 2주 동안 텔레비전, 종이신문, 인터넷 포털사이트를 통해 메르스 관련 뉴스나 정보를 얼마나 접하였는지 5점 척도(1점 = 전혀 접하지 않았다, 5점 = 매우 자주 접하였다)로 답하도록 하고 세 항목의 평균을 분석에 사용하였다(Cronbach's $\alpha = .66$, $M = 4.25$, $SD = 0.75$).

(2) 메르스 관련 대인커뮤니케이션

메르스 관련 대인커뮤니케이션은 얼마나 자주 응답자들이 메르스에 대하여 타인과 대화를 나누었는지 확인하기 위해 측정되었다. 본 연구에서는 메르스 관련 대인커뮤니케이션 변인을 크게 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션으로 구분하였다. 우선 메르스 관련 면대면 커뮤니케이션을 측정하기 위해 응답자들이 지난 2주 동안 면대면(오프라인)으로 가족, 친구, 이웃, 또는 직장 동료와 메르스에 대해 이야기를 나누는 정도를 5점 척도(1점 = 전혀 나누지 않았다, 5점 = 매우

자주 나누었다)로 답하도록 하였다($M = 4.19, SD = 0.84$). 이와 유사하게 응답자들이 지난 2주 동안 온라인(인터넷)으로 가족, 친구, 이웃, 또는 직장 동료와 메르스에 대해 이야기를 나눈 정도를 5점 척도(1점 = 전혀 나누지 않았다, 5점 = 매우 자주 나누었다)로 답한 결과를 이용하여 메르스 관련 온라인 커뮤니케이션 변수를 구성하였다($M = 3.80, SD = 1.09$).

(3) 메르스 예방행동 의도

메르스는 급성 호흡기 감염병으로서 일반적인 호흡기 질환 예방법으로 널리 알려진 올바른 손 씻기와 기침예절 준수가 주요 예방법이다. 감염병 예방행동 의도는 크게 감염병으로부터 자기 자신을 보호하기 위한 행동 의도와 타인을 보호하기 위한 행동 의도로 구분할 수 있다. 본 연구에서는 메르스로부터 자기 자신을 보호하기 위한 예방행동 의도와 타인을 보호하기 위한 예방행동 의도로서 올바른 손 씻기 의도와 기침예절 준수 의도를 각각 규정하고 별도의 문항을 이용하여 이들을 측정하였다. 구체적으로 올바른 손 씻기 의도를 측정하기 위해 응답자들은 “나는 자주 비누로 손을 씻고, 씻지 않은 손으로는 눈·코·입을 만지지 않을 것이다”라는 문장을 읽고 본인의 실천의지를 5점 척도(1 = 전혀 안 그럴 것이다, 5 = 반드시 그럴 것이다)로 답하도록 하였다($M = 3.95, SD = 0.87$). 기침예절 준수 의도의 경우에는 “나는 기침할 때 입과 코를 휴지로 가릴 것이다”라는 문장을 읽고 응답자의 실천의도를 5점 척도(1 = 전혀 안 그럴 것이다, 5 = 반드시 그럴 것이다)로 받아 변수를 구성하였다($M = 3.91, SD = 0.94$).

(4) 통제변수

본 연구는 메르스 예방행동 의도에 영향을 미칠 수 있는 응답자의 인구사회학적 특성과 지난 1년간 감기를 제외한 호흡기 질환 경험 유무를 통제변수로 사용하였다. 이러한 변수들은 감염병 발생 시 관련 예방행동의 주요 예측 요인이 선행 연구를 통해 이미 밝혀진 바 있다(Bish & Michie, 2010; Cowling et al., 2010). 따라서 성별(남성 = 1, 여성 = 2)과 호흡기 질환 경험(없음 = 1, 있음 = 2)은 명목변수로, 연령 · 최종 학력 · 세전 월평균 가계 소득은 서열변수로 대인커뮤니케이션의 매개효과 및 조절효과 모형에 투입되었다.

4. 연구 결과

1) 메르스 관련 대인커뮤니케이션의 매개효과

본 연구는 <가설 1-1>과 <가설 1-2>를 검증하기 위하여 가정한 매개모형에 대해 통계 프로그램 Mplus 7.11(Muthén & Muthén, 1998~2013)을 이용하여 경로분석(path analysis)을 실시하였다. 성별, 연령, 최종 학력, 세전 월평균 가계 소득, 지난 1년간 호흡기 질환 경험 등의 통제변수를 메르스 관련 매스미디어 노출과 함께 외생변수(exogenous variable)로서 가정된 매개모형에 투입하였고 이들을 상호간에 연결하였다. 또한 내생변수(endogenous variable) 중 매개변수인 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션을 서로, 종속변수인 올바른 손 씻기 의도와 기침예절 준수 의도를 서로 연결하였다. 따라서 이 모형은 포화모형(saturated model or just-identified model)으로서 모형 적합도 검증은 실시하지 않았다. 포화모형에서는 관측 변수와 추정해야 할 모수(parameter)의 분산 및 공분산의 수

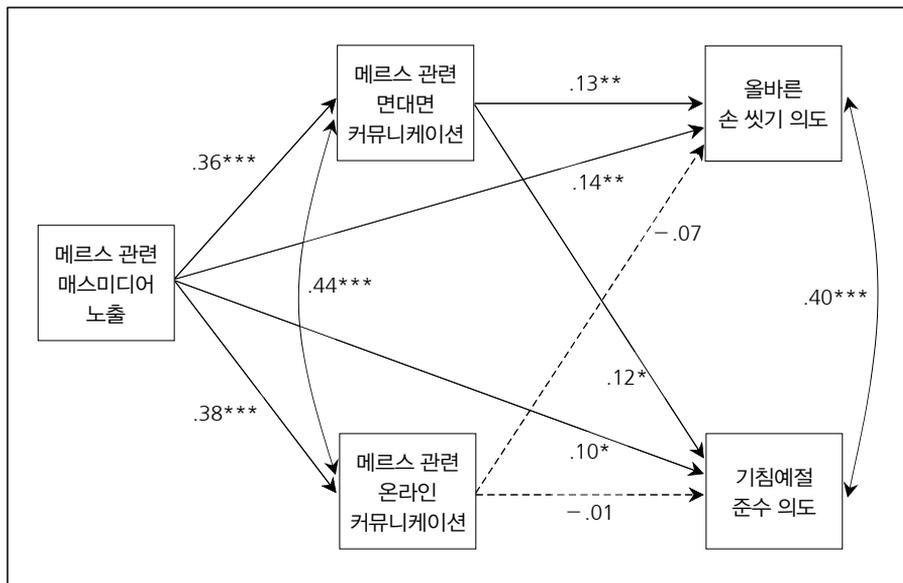


그림 3. 메르스 관련 대인커뮤니케이션 매개모형에 대한 경로분석 결과

주. 통제변수 효과는 여기에 나타나지 않음.

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

가 같기 때문에 모형 적합도는 완벽한 것으로 가정한다.

〈그림 3〉은 대인커뮤니케이션 매개모형의 경로분석 결과를 나타낸다. 우선 메르스 관련 매스미디어 노출은 올바른 손 씻기 의도($\gamma = .14, p = .005$)와 기침예절 준수 의도($\gamma = .10, p = .049$)에 모두 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 메르스 관련 매스미디어 노출은 메르스 관련 면대면 커뮤니케이션($\gamma = .36, p < .001$)과 메르스 관련 온라인 커뮤니케이션($\gamma = .38, p < .001$)에도 정적인 영향을 미쳤다. 메르스 관련 대인커뮤니케이션 효과와 관련해서 면대면 커뮤니케이션은 올바른 손 씻기 의도($\beta = .13, p = .010$)와 기침예절 준수 의도($\beta = .12, p = .016$)에 정적인 영향을 미쳤으나 온라인 커뮤니케이션은 유의미한 영향이 없었다.

한편, 메르스 관련 매스미디어 노출과 메르스 예방행동 의도 사이에서 메르스 관련 대인커뮤니케이션이 매개효과를 나타내는지 검증하기 위해 메르스 관련 매스미디어 노출이 메르스 관련 대인커뮤니케이션을 통해 메르스 예방행동 의도에 미치는 간접효과를 살펴보았다. 〈표 1〉에 나타난 바와 같이 메르스 관련 매스미디어 노출은 메르스 관련 면대면 커뮤니케이션 빈도를 높임으로써 결과적으로 올바른 손 씻기 의도(간접효과 = $.05, p = .018$)와 기침예절 준수 의도(간접효과 = $.04, p = .026$)를 증가시켰다. 하지만 메르스 관련 온라인 커뮤니케이션은 메르스

표 1. 메르스 관련 매스미디어 노출이 대인커뮤니케이션을 통해 메르스 예방행동 의도에 미치는 간접효과

간접경로			경로계수	표준오차		
메르스 관련 매스미디어 노출	→	메르스 관련 면대면 커뮤니케이션	→	올바른 손 씻기 의도	.05*	.02
메르스 관련 매스미디어 노출	→	메르스 관련 면대면 커뮤니케이션	→	기침예절 준수 의도	.04*	.02
메르스 관련 매스미디어 노출	→	메르스 관련 온라인 커뮤니케이션	→	올바른 손 씻기 의도	-.03	.02
메르스 관련 매스미디어 노출	→	메르스 관련 온라인 커뮤니케이션	→	기침예절 준수 의도	-.00	.02

주. 모든 셀 안의 숫자는 표준화된 계수임.

* $p < .05$.

관련 매스미디어 노출이 올바른 손 씻기 의도와 기침예절 준수 의도에 미치는 영향을 매개하지 못하였다. 따라서 <가설 1-1>은 지지되었으나 <가설 1-2>는 지지되지 못하였다.

2) 메르스 관련 대인커뮤니케이션의 조절효과

본 연구는 메르스 관련 매스미디어 노출과 메르스 예방행동 의도 사이의 관계를 메르스 관련 대인커뮤니케이션이 어떻게 조절하는지 살펴보고자 <연구문제 2-1>과 <연구문제 2-2>를 제안하였다. 이에 대한 해답을 얻기 위하여 통계 프로그램 SPSS 20.0을 사용하여 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 실시

표 2. 메르스 예방행동 의도에 대한 메르스 관련 매스미디어 노출과 대인커뮤니케이션의 영향

		메르스 예방행동 의도	
		올바른 손 씻기 의도	기침예절 준수 의도
통제변수	성별(남성=1)	.10*	.20***
	연령	.12**	.09*
	최종 학력	.10*	.16***
	세전 월평균 가계 소득	.02	-.03
	지난 1년간 호흡기 질환 경험(없음=1)	-.03	-.06
	ΔR^2	.03	.06
매스미디어 노출 변수	메르스 관련 매스미디어 노출	.15***	.14**
	ΔR^2	.02	.02
대인 커뮤니케이션 변수	메르스 관련 면대면 커뮤니케이션	.13**	.12*
	메르스 관련 온라인 커뮤니케이션	-.07	-.01
	ΔR^2	.01	.01
상호작용 변수	메르스 관련 매스미디어 노출 × 메르스 관련 면대면 커뮤니케이션	-.03	-.12**
	메르스 관련 매스미디어 노출 × 메르스 관련 온라인 커뮤니케이션	.00	-.10*
	ΔR^2	.00	.01
	Total R^2	.07	.10

주. 모든 셀 안의 숫자는 표준화된 계수임.

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

하였다. 첫 번째 단계에서는 통제변수로 성별, 연령, 최종 학력, 세전 월평균 가계 소득, 지난 1년간 호흡기 질환 경험을 투입하고 두 번째, 세 번째 단계에서는 각각 독립변수인 메르스 관련 매스미디어 노출과 조절변수인 메르스 관련 대인커뮤니케이션을 투입하였다. 마지막 단계에서는 메르스 관련 매스미디어 노출과 메르스 관련 대인커뮤니케이션의 상호작용 변수를 투입하였다.

〈표 2〉에 제시된 바와 같이 통제변수 중 성별, 연령, 최종 학력이 메르스 예방 행동 의도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 여성이 남성에 비해, 연령과 최종 학력이 높을수록 올바른 손 씻기 의도와 기침예절 준수 의도가 높았다. 매스미디어 노출 변수와 관련해서는 메르스 관련 매스미디어 노출이 높을수록 올바른 손 씻기 의도($\beta = .15, p < .001$)와 기침예절 준수 의도($\beta = .14, p = .001$)가 높았다. 또한 대인커뮤니케이션 변수 중에서는 면대면 커뮤니케이션이 메르스 예방행동 의도에 정적인 영향을 미쳤다. 즉, 면대면으로 메르스에 대해 대화를 많이 나누는 사람일수록 올바른 손 씻기($\beta = .13, p = .009$)와 기침예절 준수($\beta = .12, p = .013$)에 있어 높은 의도를 나타내었다.

한편, 메르스 관련 대인커뮤니케이션의 조절효과는 종속변수로서 기침예절

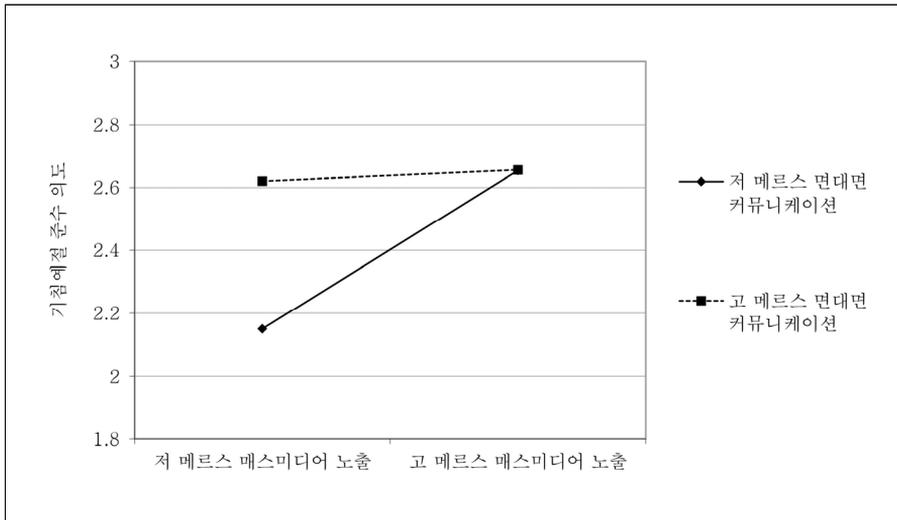


그림 4. 기침예절 준수 의도에 대한 메르스 관련 매스미디어 노출과 면대면 커뮤니케이션의 상호작용효과

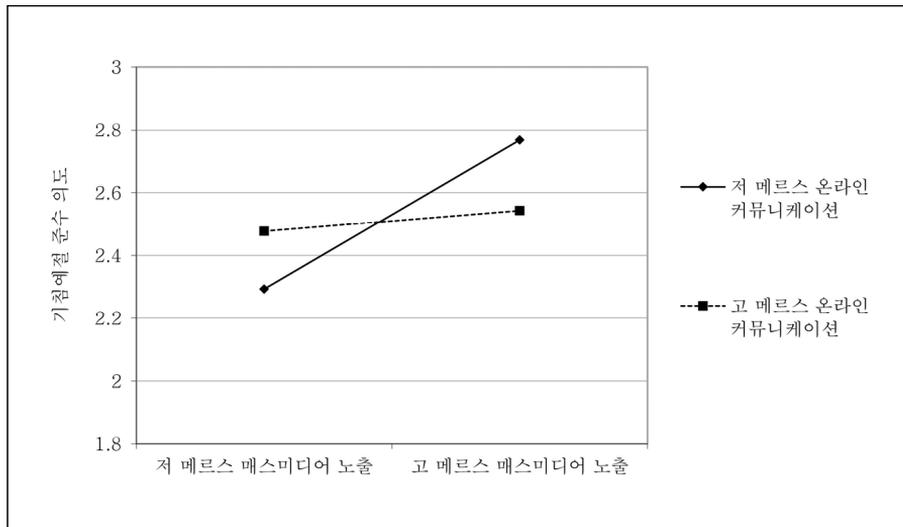


그림 5. 기침예절 준수 의도에 대한 메르스 관련 매스미디어 노출과 온라인 커뮤니케이션의 상호작용효과

준수 의도를 검증한 회귀모형에서만 나타났다. <그림 4>에 보이는 바와 같이 기침예절 준수 의도에 미치는 메르스 관련 매스미디어 노출의 정적 효과는 메르스 관련 면대면 커뮤니케이션이 낮은 집단에서만 나타났고, 높은 집단에서는 거의 나타나지 않았다($\beta = -.12, p = .005$). 메르스 관련 온라인 커뮤니케이션 역시 이와 유사한 조절효과를 나타내었다. <그림 5>에 제시된 바와 같이 메르스 관련 매스미디어 노출이 기침예절 준수 의도에 미치는 정적인 효과는 메르스 관련 온라인 커뮤니케이션이 높은 집단에 비해 낮은 집단에서 더 두드러졌다($\beta = -.10, p = .014$). 이처럼 메르스 관련 대인커뮤니케이션이 높은 집단에서 메르스 관련 매스미디어 노출효과가 없거나 낮은 이유는 대인커뮤니케이션 효과가 매스미디어의 노출효과를 대체하였기 때문이다.

5. 논의 및 결론

본 연구는 2015년 국내 메르스 위기 상황에서 메르스 예방행동 의도에 대한 매스

미디어 노출효과의 매개변인과 조절변인으로서 대인커뮤니케이션이 어떠한 역할을 하였는지 실증적으로 탐구하였다. 연구 결과는 그동안 감염병 위기 상황을 극복하기 위해 매스미디어와 대인커뮤니케이션의 역할이 중요하게 논의되어 왔음에도 불구하고 이에 대한 경험적 증거가 부재한 상황에서 학술적·실무적으로 시사하는 바가 많다.

연구 결과를 요약하자면, 메르스 관련 매스미디어에 많이 노출된 사람들일수록 올바른 손 씻기와 기침예절 준수 등 메르스 예방행동에 대해 높은 실천 의도를 보였다. 이는 다매체, 다채널 시대로 접어들면서 대중이 사용할 수 있는 정보원은 다양해졌지만 감염병 발발과 같은 국가적 위기 상황에서는 여전히 TV, 신문, 인터넷 등 매스미디어의 영향력이 크다는 것을 보여준다. 또한 이 결과는 위험 지각에 대한 매스미디어의 영향력을 설명한 기존의 이론적 모형과도 일맥상통한다. 위험의 사회적 증폭모형에 따르면, 위험한 상황이 발생하면 이에 대한 정보는 매스미디어를 통해 주로 대중에게 전달되고 반복적으로 관련 정보에 노출된 수용자들의 위험 인지도는 높아진다(김인숙, 2012). 특히, 메르스와 같은 신종 감염병의 경우 초기에 정보를 얻을 수 있는 경로가 제한되기 때문에 관련 매스미디어에 많이 노출된 사람들의 위험지각은 강화되고 결과적으로 감염병 예방행위를 실천하고자 하는 의도는 높아지게 된다. 이런 논리에 따라 이번 메르스 사태에서 매스미디어는 대중의 메르스 예방행위 의도 형성에 큰 영향을 미친 것으로 보인다.

한편, 대인커뮤니케이션의 유형(면대면 혹은 온라인)에 따라 메르스 예방행동 의도가 다르게 나타난 것은 매우 흥미롭다. 연구 결과에 따르면, 메르스 관련 대인커뮤니케이션 중 면대면으로 가족, 친구, 직장 동료 등과 메르스에 대해 이야기를 많이 나눈 사람들일수록 메르스 예방행동 의도가 높은 것으로 나타났다. 하지만 SNS, 모바일 메신저 등을 통해 온라인상에서 메르스에 대해 타인과 대화한 것은 메르스 예방행동 의도에 직접적인 영향이 없었다. 또한 메르스 예방행동 의도에 대한 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션의 효과 차이는 대인커뮤니케이션의 매개효과 검증 결과에서도 유사하게 나타났다. 즉, 메르스 관련 매스미디어 노출은 메르스 관련 면대면 커뮤니케이션을 증가시킴으로써 올바른 손 씻기 의도와 기침예절 준수 의도를 촉진하였지만, 메르스 관련 온라인 커뮤니케이션을 통해서서는 메르스 예방행동 의도에 영향을 미치지 못했다. 다시 말해, 메르스

관련 매스미디어 노출은 면대면 커뮤니케이션을 통해서만 메르스 예방행위 의도에 정적인 영향을 미쳤다. 매스미디어를 통해 메르스 관련 정보를 많이 접할수록 면대면이나 온라인상에서 메르스에 대해 타인과 대화를 많이 나누었지만, 메르스 예방행위 의도에 최종적으로 영향을 미친 요인은 면대면 커뮤니케이션이었던 것이다.

이러한 차이는 면대면과 온라인 커뮤니케이션이 지닌 고유한 특성에서 비롯됐을 가능성이 크다. 먼저, 두 유형의 커뮤니케이션에서 교환되는 정보의 유용성 측면에서의 차이를 생각해볼 수 있다. 면대면과 온라인에서 이루어지는 대인커뮤니케이션의 특징을 비교한 몇몇 연구들에 따르면, 온라인 커뮤니케이션은 면대면 커뮤니케이션에 비해 비확실적이고 비논리적이거나 일관성 없는 논의가 일어나는 경우가 많다(Duffy, Smith, Terhanian, & Bremer, 2005; Herring, 1999, Matsuba, 2006). 온라인 정치 채팅방의 대화를 분석한 힐과 휴스는 온라인 커뮤니케이션의 내용은 대부분 토론이 필요 없는 규범적인 내용으로서 실질적으로 유용한 정보는 거의 없다고 주장하였다(Hill & Hughes, 1998). 임영호와 김은미(2011) 역시 소셜미디어를 통한 소통은 실질적으로 주고받는 대화나 정보의 내용보다는 서로 지속적인 커뮤니케이션을 유지하고 있다는 상호작용적 의례의 의미가 강하다는 것을 지적하였다. 물론 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션이 인간의 기본적인 욕구를 반영한다는 측면에서 서로 다르지 않는다는 주장도 존재하지만(Papacharissi, 2005), 최소한 감염병 위기 상황에서 감염병 예방행위 의도를 촉진하는 직접적인 요인으로는 면대면 커뮤니케이션만이 유효한 것으로 보인다.

다음으로, 온라인 커뮤니케이션 참여자의 정체성과 신뢰에 대한 문제를 생각해 볼 수 있다. 온라인 커뮤니케이션은 온라인상에서 자신과 상대를 속이고 자신도 결국 속는 이중 정체성 문제를 야기할 수 있다. 이러한 정체성 위장은 개인적으로 정체성 혼란과 같은 위험성을 내포하며, 신뢰에 기초한 관계형성을 방해하기도 한다(나은영, 2006). 메르스 사태와 같은 감염병 위기 상황에서는 무엇보다 정보에 대한 신뢰가 예방행동을 유도하는 데에 있어 절대적이다. 온라인 커뮤니케이션을 통해 감염병에 대한 많은 정보를 공유할 수 있지만, 여전히 온라인상에서 접하는 정보에 대한 신뢰도는 다른 정보원에 비해 낮은 편이다(한국언론진흥

재단, 2015). 이러한 이유 때문에 사람들은 감염병 위기 상황에서 온라인 커뮤니케이션을 정보 획득의 채널로 활용은 하지만 예방행동을 실천하는 데에 있어 중요한 정보 채널로는 고려하지 않았을 가능성이 있다.

메르스 관련 대인커뮤니케이션의 조절효과와 관련해서는 기침예절 준수 의도에 대한 메르스 관련 매스미디어 노출효과가 대인커뮤니케이션의 빈도에 따라 달라지는 것으로 나타났다. 즉, 기침예절 준수 의도에 대한 매스미디어 노출의 정적인 효과는 메르스 관련 대인커뮤니케이션의 빈도가 낮았던 집단에서 두드러졌다. 그러나 메르스 관련 대인커뮤니케이션의 빈도가 높았던 집단에서는 매스미디어 노출효과가 거의 없거나 상대적으로 작았다. 따라서 감염병 위기 상황에서 대인커뮤니케이션은 매스미디어가 감염병 예방행동에 미치는 영향을 강화하기 보다는 대체하는 것으로 보인다. 또한, 이러한 매스미디어의 대안으로서 대인커뮤니케이션의 역할은 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션 모두가 가능한 것으로 나타났다. 하지만 흥미롭게도 대인커뮤니케이션의 조절효과는 매스미디어 노출과 기침예절 준수 의도 사이에서만 유의미하였다. 메르스와 같은 급성 전염병을 예방하기 위해서는 올바른 손 씻기와 같은 개인의 위생행동뿐만 아니라 타인을 배려하는 위생행동도 철저히 준수되어야 한다. 기침예절은 감염병 병원체가 타인에게 전파되는 것을 방지할 수 있는 감염병 예방의 기본 수칙이며, 남을 위해 실천할 수 있는 기본예절이라는 규범적 성격이 강하다. 일반적으로 매스미디어는 새로운 지식의 전파에 더 적합한 반면 대인커뮤니케이션은 규범적 행위를 증진시키는 데에 더 효과적이다(Price & Oshagan, 1995). 이런 점에서 대인커뮤니케이션을 통해 기침예절 준수에 대해 이야기를 많이 나눈 사람들은 이미 그 중요성을 충분히 인지하고 있었을 가능성이 높다. 따라서 매스미디어가 기침예절의 중요성에 대한 정보를 전달한다 할지라도 이들에게 그 효과는 미비할 수밖에 없다.

본 연구는 이상에서 논의한 연구 결과들을 바탕으로 다음과 같은 이론적·실무적 함의들을 제공한다. 첫째, 그동안 매스미디어와 대인커뮤니케이션의 역할 및 상호관계에 대한 많은 연구들은 정치적 맥락에서 시민 참여행위를 이해하는 데에 집중해 왔다. 하지만 감염병 위기 상황 역시 정치 참여나 투표와 같이 대중의 구체적인 행동 변화를 요구한다는 사실과 매스미디어에 대한 정보 의존도가

높아진다는 점에서 이론을 적용할 수 있는 상황이 유사하다. 따라서 본 연구는 정치 커뮤니케이션 상황에서 발전된 이론적 틀을 감염병 위기 상황에서 사람들의 감염병 예방행동 의도를 이해하기 위해 사용함으로써 관련 이론의 확장을 도모하였다. 둘째, 대인커뮤니케이션 효과를 면대면과 온라인으로 분리함으로써 변화된 커뮤니케이션 환경에서 대인커뮤니케이션 효과를 더욱 정교하게 검증하였다. 이는 대인커뮤니케이션을 가능하게 하는 미디어가 무한대로 확장되고 있는 현실을 고려할 때 매우 중요한 함의를 가진다. 셋째, 보건당국은 신종 감염병 출현과 같은 국가적 위기 상황에 효과적으로 대응하기 위하여 매스미디어와 대인커뮤니케이션을 모두 사용하는 통합 커뮤니케이션 전략을 마련해야 한다. 예를 들어, 감염병 위기 상황에서 매스미디어는 여전히 대중이 가장 신뢰하는 주요 정보원으로서 그들의 예방행동에 유의미한 영향을 미친다. 하지만 이러한 매스미디어 효과는 대인커뮤니케이션에 의해 전달되거나 대체될 수 있기 때문에 대인커뮤니케이션의 역할에도 많은 관심을 가질 필요가 있다. 특히 기침예절 준수 의지를 향상시키는 데에 있어 대인커뮤니케이션은 매우 중요하다. 기침예절이 감염병 예방에 중요한 요소로 강조되고 있음에도 불구하고 우리나라 국민의 기침예절 실천 의지는 여전히 낮은 수준이다. 2014년 질병관리본부의 기침예절 실태조사 결과에 따르면 만 19세 이상 성인의 기침예절 실천율은 37.6%에 불과하였다. 더 심각한 것은 교육을 받지 않거나 잘 몰라서 기침예절을 실천하지 않는 비율은 5.8%인 반면 습관이 안 되거나 귀찮아서 실천하지 않는 비율은 74.5%에 이르렀다(박광식, 2015, 7, 8). 즉, 기침예절의 중요성은 인지하고 있음에도 불구하고 실제로 실천하는 비율은 높지 않다는 사실이다. 이는 기침예절 홍보나 교육의 문제가 아니라 기침예절 행위에 설득적 효과가 큰 대인커뮤니케이션 부재의 문제일 수 있다. 최근 1인 가구의 증가와 경기 침체 등으로 인간관계가 약해지면서 대인커뮤니케이션은 계속 감소하고 있는 추세이다. 따라서 메르스 사태와 같은 전염병 사태를 사전에 예방하기 위해서는 국가와 국민사이는 물론 국민 개개인 간에 단절된 소통 네트워크를 하루속히 회복하는 것이 시급하다.

본 연구는 몇 가지 한계점을 가지고 있다. 첫째 매스미디어 노출과 대인커뮤니케이션 변수에 대한 측정도구가 단일지표로 구성되었다. 매스미디어 노출효과의 경우 채널과 콘텐츠에 따라, 대인커뮤니케이션 효과의 경우 채널과 대화상대

에 따라 각각의 효과가 달라질 가능성이 있다. 특히 감염병 위기 상황에서 온라인 커뮤니케이션은 가족, 친구, 직장동료, 이웃 등 강한 관계(strong tie)뿐만 아니라 잘 모르는 약한 관계(weak tie)에서도 활발하게 이루어지기 때문에 내용 및 효과 측면에서 여러 가지 결과가 나타날 수 있다. 따라서 후속 연구에서는 해당하는 변수에 대해 세분화된 지표를 사용하여 그 효과를 좀 더 심도 있게 연구할 필요가 있다. 둘째, 횡단면 자료(cross-sectional data)를 이용해 변수들 간의 인과적 관계를 검증하였기 때문에 역인과 관계(reverse causality)의 가능성을 배제하지 못하였다. 이러한 한계점을 극복하기 위해서 종단적 자료(longitudinal data)를 활용해 동일한 효과를 검증하는 후속 연구가 가능할 수 있다. 마지막으로 종속변수 중 올바른 손 씻기 의도에 대한 단일 측정 문항은 자주 비누로 손을 씻는 행위 의도와 씻지 않은 손으로 눈, 코, 입을 만지지 않는 행위 의도를 모두 포함하였다. 이는 측정 문항의 타당성 문제를 야기할 수 있기 때문에 향후 유사한 감염병 예방행동 연구에서는 이론적·실증적으로 검증된 측정 도구를 사용해야 한다.

이러한 한계점에도 불구하고, 본 연구는 감염병에 대한 언론보도 경향 및 캠페인 효과 연구에 편중되어온 기존의 연구 경향에서 벗어나 실제 매스미디어 노출과 대인커뮤니케이션 참여가 감염병 예방행동을 증진시키는 데 어떤 역할을 하는지 이론적 논의를 바탕으로 실증적으로 접근하였다는 점에서 의의가 있다. 최근 커뮤니케이션 기술의 발달로 다양한 미디어가 속속 등장함으로써 전통적 매스미디어의 줄어든 역할에 대한 학문적 우려가 높아지고 있다. 이러한 상황에서 본 연구는 여전히 매스미디어가 국가 위기 상황에서 중요한 역할을 한다는 사실을 실증적으로 증명함으로써 매스커뮤니케이션 연구의 이론적·실용적 필요성을 강조하였다. 또한, 대인커뮤니케이션 연구 측면에서도 전통적인 면대면 커뮤니케이션과 온라인 커뮤니케이션 효과를 구분하여 측정함으로써 감염병 위기 상황에서 대인커뮤니케이션의 역할에 대한 더욱 정교한 설명이 가능하게 하였다. 이를 계기로 매스미디어와 대인커뮤니케이션 효과 영역에서도 다양한 헬스커뮤니케이션 연구가 진행되기를 기대해 본다.

참고 문헌

- 김소연·김양중 (2015, 6, 14). WHO 한국 정부가 정보 공개 늦춰 메르스 방역 실패. <한겨레>. URL: <http://www.hani.co.kr/arti/society/health/695905.html>
- 김여라 (2010). 신종플루 뉴스 이용 정도가 개인 및 공중에 대한 건강보호 행위의도에 미치는 영향에 관한 연구. <한국언론정보학회>, 통권 51호, 5-25.
- 김옥태·김규찬 (2010). 언론의 신종플루 보도가 대학생의 예방위생 행동에 미치는 영향: 제3자 효과를 중심으로. <한국언론학보>, 54권 6호, 344-367.
- 김인숙 (2012). 원자력에 대한 위험인식과 지각된 지식, 커뮤니케이션 채널의 이용, 제3자 효과가 낙관적 편견에 미치는 영향: 일본 후쿠시마 원전사고를 중심으로. <언론과 학연구>, 12권 3호, 79-106.
- 김정현 (2010). 대학생 집단의 신종플루에 대한 인식과 지각적 편향: 신종플루 지식에 대한 지각, 관여도, 보도 신뢰도 및 지각된 위험을 중심으로. <한국언론학보>, 54권 3호, 77-98.
- 나은영 (2006). 인터넷 커뮤니케이션: 익명성, 상호작용성 및 집단극화를 중심으로. <커뮤니케이션 이론>, 2권 1호, 93-127.
- 박광식 (2015, 7, 8). 성인 10명 가운데 6명, '기침 예절' 안 지켜. <KBS 뉴스>. URL: <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3109411&ref=A>
- 유선옥·박계현·나은영 (2010). 신종플루 메시지에 대한 심리적 반발과 공포감이 예방행동의도에 미치는 영향. <한국언론학보>, 54권 3호, 27-53.
- 이귀옥 (2015). 언론, 정보전달자 넘어 감시견 역할 다해야. <관훈저널>, 가을호 통권 136호, 29-38.
- 이현우·최보을·이병관 (2006). <신종 인플루엔자 대유행의 위기 의사소통 전략 개발>. 서울: 질병관리본부.
- 임영호·김은미 (2011). 소셜 미디어형 소통방식과 인간관계의 변화. 한국언론학회 (편), <한국 사회의 디지털 미디어와 문화> (249-286쪽). 서울: 커뮤니케이션북스
- 주영기·유명순 (2010). 신문·TV 뉴스의 신종 출몰형 질환 및 만성질환 보도 패턴 분석. <한국언론학보>, 54권 2호, 362-381.
- 주영기·유명순 (2011). 한국 언론의 신종플루 보도 연구: 진단과 예후 프레이밍을 중심으로. <한국언론학보>, 55권 5호, 30-54.
- 질병관리본부 (2016, 5, 18). 메르스 국내 발생현황. URL: <http://www.mers.go.kr/mers/html/jsp/main.jsp>
- 한국경제연구원 (2015, 7, 30). 메르스 사태의 경제적 손실 추정. URL: http://www.keri.org/web/www/research_03_01_01

한국언론진흥재단 (2015). 메르스 보도: '빠른 정보'보다 '정확한 정보' 원해. <Media Issue>, 1권 9호, 1-6.

허인서 (2004). <한국 신문의 위험관련 보도경향에 관한 연구: 중앙일간지의 조류독감 보도를 중심으로>. 성균관대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문.

Baym, N. K., Zhang, Y. B., & Lin, M. C. (2004). Social interactions across media interpersonal communication on the internet, telephone and face-to-face. *New Media & Society*, 6(3), 299-318.

Berger, C. R. (2002). Goals and knowledge structures in social interaction. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (3rd ed.) (pp. 181-212). Thousand Oaks, CA: Sage.

Berger, C. R. (2005). Interpersonal communication: Theoretical perspectives, future prospects. *Journal of Communication*, 55(3), 415-447.

Bish, A., & Michie, S. (2010). Demographic and attitudinal determinants of protective behaviours during a pandemic: A review. *British Journal of Health Psychology*, 15(4), 797-824.

Bults, M., Beaujean, D. J., de Zwart, O., Kok, G., van Empelen, P., van Steenbergen, J. E., & Voeten, H. A. (2011). Perceived risk, anxiety, and behavioural responses of the general public during the early phase of the Influenza A (H1N1) pandemic in the Netherlands: Results of three consecutive online surveys. *BMC Public Health*, 11(1), 2.

Chaffee, S. H. (1986). Mass media and interpersonal channels: Competitive, convergent, or complementary? In G. Gumpert & R. Cathcart (Eds.), *Inter/Media: Interpersonal communication in a media world* (pp. 62-80). New York, NY: Oxford University Press.

Chew, C., & Eysenbach, G. (2010). Pandemics in the age of Twitter: Content analysis of tweets during the 2009 H1N1 outbreak. *PLoS ONE*, 5(11), e14118.

Cho, J., Shah, D. V., McLeod, J. M., McLeod, D. M., Scholl, R. M., & Gotlieb, M. R. (2009). Campaigns, reflection, and deliberation: Advancing an O-S-R-O-R model of communication effects. *Communication Theory*, 19(1), 66-88.

Coleman, C. (1995). Science, technology and risk coverage of a community conflict. *Media, Culture & Society*, 17(1), 65-79

Cowling, B. J., Ng, D. M., Ip, D. K., Liao, Q., Lam, W. W., Wu, J. T., & Fielding, R. (2010). Community psychological and behavioral responses through the first wave of the 2009 influenza A (H1N1) pandemic in Hong Kong. *Journal of Infectious Diseases*, 202(6), 867-876.

- Daly, J. A. (2002). Personality and interpersonal communication. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (3rd ed., pp. 133-180). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Druckman, J. N. (2004). Priming the vote: Campaign effects in a U.S. Senate election. *Political Psychology, 25*(4), 577-594.
- Duffy, B., Smith, K., Terhanian, G., & Bremer, J. (2005). Comparing data from online and face-to-face surveys. *International Journal of Market Research, 47*(6), 615-639.
- Eveland, W. P. (2001). The cognitive mediation model of learning from the news: evidence from nonelection, off-year election, and presidential election contexts. *Communication Research, 28*(5), 571-601.
- Eveland, W. P. (2004). The effect of political discussion in producing informed citizens: The roles of information, motivation, and elaboration. *Political Communication, 21*(2), 177-193.
- Frank, L. B., Chatterjee, J. S., Chaudhuri, S. T., Lapsansky, C., Bhanot, A., & Murphy, S. T. (2012). Conversation and compliance: Role of interpersonal discussion and social norms in public communication campaigns. *Journal of Health Communication, 17*(9), 1050-1067.
- Jung, N., Kim, Y., & de Zúñiga, H. G. (2011). The mediating role of knowledge and efficacy in the effects of communication on political participation. *Mass Communication and Society, 14*(4), 407-430.
- Hardy, B. W., & Scheufele, D. A. (2005). Examining differential gains from Internet use: Comparing the moderating role of talk and online interactions. *Journal of Communication, 55*(1), 71-84.
- Herring, S. (1999). Interactional coherence in CMC. *Journal of Computer-Mediated Communication, 4*(4). Retrieved from <http://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00106.x>
- Hill, K. A., & Hughes, J. E. (Eds.) (1998). *Cyberpolitics*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Ho, S. S. (2012). The knowledge gap hypothesis in Singapore: The roles of socioeconomic status, mass media, and interpersonal discussion on public knowledge of the H1N1 flu pandemic. *Mass Communication and Society, 15*(5), 695-717.
- Ho, S. S., Peh, X., & Soh, V. W. (2013). The cognitive mediation model: Factors influencing public knowledge of the H1N1 pandemic and intention to take precautionary behaviors. *Journal of Health Communication, 18*(7), 773-794.
- Hornik, R. C. (1989). Channel effectiveness in development communication programs. In R. E. Rice & C. K. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns* (pp. 309-330). Newbury Park, CA: Sage.

- Katz, E. (1987). Communication research since Lazarsfeld. *Public Opinion Quarterly*, 51, 25-45.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (Eds.) (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Kline, F. K., Miller, P. V., & Morrison, A. J. (1974). Adolescents and family planning information: An exploration of audience needs and media effects. In J. Blumler & E. Katz (Eds.), *The use of mass communication: Current perspectives on gratifications research* (pp. 112-136). Newbury Park, CA: Sage.
- Knapp, M. L., & Daly, J. A. (Eds.) (2002). *Handbook of interpersonal communication* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage
- Knapp, M. L., Daly, J. A., Albada, K. F., & Miller, G. R. (2002). Background and current trends in the study of interpersonal communication. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (3rd ed., pp. 3-20). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lee, C. J. (2010). The interplay between media use and interpersonal communication in the context of healthy lifestyle behaviors: Reinforcing or substituting? *Mass Communication & Society*, 13(1), 48-66.
- Lee, H. (2012). Communication mediation model of late-night comedy: The mediating role of structural features of interpersonal talk between comedy viewing and political participation. *Mass Communication and Society*, 15(5), 647-671.
- Li, T., Feng, J., Qing, P., Fan, X., Liu, W., Li, M., & Wang, M. (2014). Attitudes, practices and information needs regarding novel influenza A (H7N9) among employees of food production and operation in Guangzhou, Southern China: A cross-sectional study. *BMC Infectious Diseases*, 14(1), 4.
- Lin, C. A., & Lagoe C. (2013). Effects of news media and interpersonal interactions on H1N1 risk perception and vaccination intent. *Communication Research Reports*, 30(2), 127-136.
- Liu, X., & Lo, V. H. (2014). Media exposure, perceived personal impact, and third-person effect. *Media Psychology*, 17(4), 378-396.
- Matsuba, M. K. (2006). Searching for self and relationships online. *CyberPsychology & Behavior*, 9(3), 275-284.
- Muthén, L. K., & Muthén, B. O. (Eds.) (1998-2013). *Mplus user's guide: Version 7.11*. Los Angeles, CA: Muthén & Muthén
- Papacharissi, Z. (2005). The real-virtual dichotomy in online interaction: New media uses and consequences revisited. In P. J. Kalbfleisch (Ed.), *Communication yearbook 29* (pp. 215-237). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Price, V., & Oshagan, H. (1995). Social-psychological perspectives on public opinion. In T. L. Glasser & C. T. Salmon (Eds.), *Public opinion and the communication of consent* (pp. 177-216). New York, NY: Guilford.

- Rayner, P. (2006). A need for postmodern fluidity?. *Critical Studies in Media Communication*, 23, 345-349.
- Reardon, K. K., & Rogers, E. M. (1988). Interpersonal versus mass media communication a false dichotomy. *Human Communication Research*, 15(2), 284-303.
- Rogers, E. M. (Ed.) (2003). Diffusion of innovations. New York, NY: Free Press.
- Rubin, A. M. (2002). The uses-and-gratifications perspective of media effect. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 525-548). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Rubin, A. M., & Windahl, S. (1986) The uses and dependency model of mass communication, *Critical Studies in Mass Communication*, 3(2), 184-199.
- Rubin, A. M., & Haridakis, P. (2001). Mass communication research at the dawn of the 21st century. In W. B. Gudykunst (Ed.), *Communication yearbook 24* (pp. 73-97). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rubin, G., Potts, H., & Michie, S. (2010). The impact of communications about swine flu (influenza A H1N1v) on public responses to the outbreak: results from 36 national telephone surveys in the UK. *Health Technology Assessment*, 14(34), 183-266.
- Scheufele, D. A. (2001). Democracy for some? How political talk both informs and polarizes the electorate. In R. P. Hart & D. Shaw (Eds.), *Communication and U.S. elections: New agendas* (pp. 19-32). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Scheufele, D. A. (2002). Examining differential gains from mass media and their implications for participatory behavior. *Communication Research*, 29(1), 46-65.
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gotlieb, M. R., Hwang, H., Lee, N. J., & McLeod, D. M. (2007). Campaign ads, online messaging, and participation: Extending the communication mediation model. *Journal of Communication*, 57(4), 676-703.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (Eds.) (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (2nd ed). White Plains, NY: Longman.
- Signorini, A., Segre, A. M., & Polgreen, P. M. (2011). The use of Twitter to track levels of disease activity and public concern in the U. S. during the influenza A H1N1 pandemic. *PLoS One*, 6(5), e19467.
- Southwell, B. G., & Torres, A. (2006). Connecting interpersonal and mass communication: Science news exposure, perceived ability to understand science, and conversation. *Communication Monographs*, 73(3), 334-350.
- Southwell, B. G., & Yzer, M. C. (2007). The roles of interpersonal communication in mass media campaigns. In C. Beck (Ed.), *Communication yearbook 31* (pp. 420-462). New York, NY: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tai, Z., & Sun, T. (2007). Media dependencies in a changing media environment: The case of the 2003 SARS epidemic in China. *New Media & Society*, 9(6), 987-1009.

- Tsfati, Y. (2003). Debating the debate: The impact of exposure to debate news coverage and its interaction with exposure to the actual debate. *The International Journal of Press/Politics*, 8(3), 70-86.
- Valente, T. W., & Saba, W. P. (1998). Mass media and interpersonal influence in a reproductive health communication campaign in Bolivia. *Communication Research*, 25(1), 96-124.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (3rd ed., pp. 529-563). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wang, Z., Walther, J. B., & Hancock, J. T. (2009). Social identification and interpersonal communication in computer-mediated communication: What you do versus who you are in virtual Groups. *Human Communication Research*, 35(1), 59-85.
- Wong, L. P., & Sam, I. C. (2010). Public sources of information and information needs for pandemic influenza A (H1N1). *Journal of Community Health*, 35(6), 676-682.
- World Health Organization (2015). *MERS-CoV infographics*. Retrieved from <http://www.who.int/mediacentre/news/mers/infographic/en/>
- Yang, Z. J. (2015). Predicting young adults' intentions to get the H1N1 vaccine: An integrated model. *Journal of Health Communication*, 20(1), 69-79.
- Yoo, W., Choi, D. H., & Park, K. (2016). The effects of SNS communication: How expressing and receiving information predict MERS-preventive behavioral intentions in South Korea. *Computers in Human Behavior*, 62, 34-43.

최초 투고일: 2016. 05. 29.

논문 수정일: 2016. 07. 04.

게재 확정일: 2016. 07. 12.

Abstract

The Roles of Interpersonal Communication between Exposure to Mass Media and MERS-Preventive Behavioral Intentions

The Moderating and Mediating Effects of Face-to-Face and Online Communication

Woohyun Yoo

Assistant Professor, Dongguk University_Seoul

Yongkuk Chung

Associate Professor, Dongguk University_Seoul

This study examines whether MERS-related interpersonal communication mediates and moderates the relationship between exposure to MERS-related mass media and MERS-preventive behavioral intentions. We surveyed 600 Korean adults aged 19 or older during the 2015 MERS outbreak in South Korea. Regarding the mediating effect of MERS-related interpersonal communication, only face-to-face communication mediated the positive effect of exposure to MERS-related mass media on MERS-preventive behavioral intentions. With regard to the moderating effect of MERS-related interpersonal communication, the effect of interpersonal communication substituted the effect of exposure to MERS-related mass media on cough etiquette intention. Specifically, the exposure effect was much stronger for people with lower levels of face-to-face and online communication than those with higher levels of face-to-face and online communication. In conclusion, interpersonal communication can contribute to overcoming infectious disease crises by mediating and substituting the influence of exposure to mass media on individual behaviors to prevent infectious diseases.

Keywords: exposure to mass media, interpersonal communication, preventive behavioral intention, MERS, infectious disease