

트위터 유력자와의 의견일치여부가 의견표명에 미치는 영향: 유력자 유형의 상호작용효과를 중심으로

The Effect of Opinion Congruency with Twitter Influentials on Opinion Expression: The Interaction Effect of Influential Type

진소연, 이숙정

중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부

So-Yeon Jin(8088326@naver.com), Sook-Jung Lee(sjleecom@cau.ac.kr)

요약

본 연구는 트위터 유력자가 이용자의 온-오프라인 의견표명 의도에 미치는 영향을 살펴보고자 하였다. 침묵의 나선 이론과 수정 행동 가설에 근거하여 상반된 가설을 도출하였고, 어느 가설이 더 타당한지를 검증해보기 위해 실험연구를 진행하였다. 실험참가자들은 입양특례법 개정안에 대한 공인 유력자의 찬성 트윗, 공인 유력자의 반대 트윗, 일반인 유력자의 찬성 트윗, 일반인 유력자의 반대 트윗이라는 4개의 실험 조건에 배치되었다. 입양특례법 개정안에 대한 실험참가자의 의견을 바탕으로, 실험집단은 공인 유력자와의 의견일치 집단, 공인 유력자와의 의견불일치 집단, 일반 유력자와의 의견일치 집단, 일반 유력자와의 의견불일치 집단으로 구분되었다. 분석결과, 유력자와의 의견일치여부는 이용자의 의견표명 의도에 영향을 주지 않았다. 그러나 유력자 유형에 따른 상호작용 효과가 발견되었는데, 일반인 유력자와의 의견불일치가 이용자들의 온-오프라인 의견표명 의지를 높이는 것으로 나타났다. 본 연구결과는 트위터 유력자가 이용자들을 침묵시키는 것이 아니라 오히려 의견표명을 동기화시킬 가능성이 있음을 보여준다.

■ **중심어** : | 트위터 | 유력자 | 의견불일치 | 의견표명 | 수정행동가설 |

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of twitter influentials on users' willingness on express opinions. Based on the spiral of silence and corrective action hypothesis, the contradictory hypotheses were drawn. The online experiment was conducted to verify which hypothesis is valid. Participant were assigned to the four experimental conditions: a famous influential's tweet which agrees with the issue; a famous influential's tweet which disagrees with the issue; an ordinary influential's tweet to agree with the issue; an ordinary influential's tweet to disagree with the issue. Results showed that opinion congruency with a twitter influential did not influence participants' willingness to express opinion online and offline, but the interaction effect with the type of influentials was found. Opinion dissonance with an ordinary twitterian increased willingness to express opinion. The findings suggest that twitter influentials, particularly an ordinary influentials with different opinions, can motivate users to express their own opinion.

■ **keyword** : | Twitter | Influentials | Opinion Incongruency | Opinion Expression | Corrective Action Hypothesis |

* 본 논문은 제1저자의 2013-2014년도 중앙대학교 신입생생적우수장학금 지원에 의하여 작성되었음.

접수일자 : 2015년 11월 19일

심사완료일 : 2016년 01월 21일

수정일자 : 2016년 01월 21일

교신저자 : 이숙정, e-mail : sjleecom@cau.ac.kr

I. 서론

소셜네트워크서비스(SNS)는 자신을 중심으로 관계망을 형성하고, 형성된 관계망을 토대로 정보를 공유하는 온라인 서비스이다[1]. 다양한 SNS 서비스 중에서, 트위터는 타인과의 일방적인 관계 맺기가 가능하며 리트윗이라는 커뮤니케이션 기능이 있어서 신속하고 광범위한 정보 전파가 가능한 서비스이다[2]. 선행연구들은 트위터의 정보 전파력에 주목하여 트위터가 여론형성에 어떤 영향을 주는지를 살펴보고 있다. 예컨대, 트위터 유력자의 개인적 속성 및 네트워크 특성[3][4], 트위터에서의 정보 전파의 특징 및 확산 네트워크 유형[2][5], 트위터에 의한 여론 형성 및 여론 지각[6-8] 등을 중점적으로 다룬다.

이들 연구에서 공통된 핵심 개념은 트위터 유력자이다. 트위터 유력자는 커뮤니케이션 2단계 유통 모델에서 제시하는 의견지도자와 유사한 역할을 한다. 전통적 의견지도자처럼, 트위터 유력자는 미디어 메시지를 일반 수용자들에게 전달하는 역할을 한다. 일반인보다 사회경제적 지위가 높고, 미디어를 통한 정보습득 정도가 많고, 사회 전반에 대한 관심 뿐 아니라 관련 지식 수준이 높아서, 특정 이슈에 관한 일반 수용자의 태도 형성에 영향력을 행사한다[9]. 그러나 인터넷 망을 활용하여 디지털화된 미디어 메시지를 중계하고, 자신의 의견을 트윗을 통해 전달하고, 그 트윗이 팔로워들에 의해서 즉각적으로 리트윗된다는 점에서, 전통적인 의견지도자와는 차원이 다른 정보 전파력을 가진다.

트위터 유력자의 영향력을 실증적으로 분석한 선행연구들에 따르면, 유력자의 트윗이 비유력자의 트윗보다 더 많이 더 깊게 전파되고 더 오래 지속된다[2]. 또한 유력자들은 미디어 메시지를 단순전달하기보다는, 메시지의 의미를 해석하고 자신의 의견을 추가하여 재매개하고 있다[11]. 나아가 이러한 트위터 유력자의 트윗은 일반 이용자들의 여론 지각에 영향을 준다[8].

본 연구는 선행연구들이 제시하는 바와 같이 트위터 유력자가 일반 이용자의 여론 지각에 영향을 미친다는 것을 가정한다. 그러나 선행연구들은 의도하지 않게 트위터 유력자와 일반 이용자의 관계를 일방향적인 관계

로 설정하는 경향이 있다. 즉 트위터 유력자는 정보원으로, 일반 이용자들은 수신자로 간주하여, 정보원에 의한 수신자의 인식 및 태도 변화를 분석한다. 그러나 본 연구는 트위터 유력자의 영향력에도 불구하고, 일반 이용자들의 적극적인 의견표명이 일어나고 있는지를 살펴보고자 한다. 이를 위해 본 연구는 트위터 유력자와의 의견일치여부가 일반 이용자들의 의견표명 의도에 미치는 영향과 유력자의 유형에 따른 차이를 검증할 것이다.

II. 이론적 논의

1. 트위터 유력자

특정 이슈에 대한 여론은 뉴스 미디어와 수용자들 간의 대인커뮤니케이션에 의해 형성된다. 커뮤니케이션의 2단계 유통 모델에 따르면[12], 뉴스 미디어는 직접적으로 수용자에게 영향을 미치기보다는 의견지도자에 의해 매개되어 전달되면서 일반 수용자의 의견형성 및 의사결정에 영향을 준다. 의견지도자는 일반 시민에 비해 정치적 대화에 적극적으로 참여하고, 자신이 읽고 들은 것을 주위 동료들에게 전달하는 사람이다[9][12]. 의견지도자와 주위 동료들의 관계는 영향력 있는 사람(the influential) 또는 조언을 주는 사람(the advisor)과 영향을 받는 사람(the influencee) 또는 조언을 받는 사람(the advisee)으로 구분된다[9].

인터넷의 등장으로 온라인 공간에서도 의견지도자가 존재하는지, 그리고 어떤 특징들을 가지는지에 관한 연구들이 진행되었다[13-15]. 예를 들어, 이준웅, 김은미와 김현석[13] 연구에서는 의견지도자를 게시물에 대한 조회수가 많고, 게시물에 대한 다른 이용자의 찬성 정도가 높은 집단으로 규정하였다. 다른 집단 간 비교 결과, 온라인 의견지도자 집단이 다른 집단에 비해 교육 수준이 높고, 의사소통능력이 뛰어나며, 정치지식과 정치참여 의지가 높은 것으로 나타났다. 최윤정[14]은 의견 지도력을 측정하여 온라인 커뮤니티 이용자들을 리더 집단과 비리더 집단으로 구분하였는데, 리더 집단의 경우 자기 정보를 전파해 다른 이용자들에게 영향력을 행사하고자 하는 사회관계 추구 동기가 온라인 활동을

증가시키는 반면에, 비리더 집단은 새로운 정보를 얻기 위해 온라인 활동을 하는 것으로 나타났다.

온라인 의견지도자의 존재는 트위터에서 더욱 분명하게 드러난다. 트위터는 나를 친구로 추가한 사람을 의미하는 팔로워와 내가 친구로 삼은 사람을 의미하는 팔로잉과의 커뮤니케이션이다. 이용자들은 특정 주제에 대한 자신들의 의견을 팔로워들에게 전달하며, 팔로잉들의 의견을 자신의 팔로워들에게 다시 전달하면서 정보 확산 및 여론 형성에 관여한다. 트위터에서 형성된 여론은 매스미디어나 인터넷 게시판에서 형성된 여론보다 전파력이 더 강하다[7]. 이는 한 개인이 트윗을 작성하여 그의 인적 네트워크에 있는 수많은 팔로워들에게 동시에 전달할 수 있으며, 그 팔로워들이 또 다른 팔로워들에게 리트윗할 수 있기 때문이다. 이때 팔로워 수가 많고 리트윗 수가 많은 이용자를 트위터 유력자라고 명명한다[3][10].

트위터 유력자가 여론 형성에 미치는 영향을 분석한 박상호[7]는 무상급식이나 주민투표와 같은 사회적 이슈가 소수의 파워 트위터러만을 매개로 하여 파급됨을 발견하였고, 그 파워 트위터러에는 유명인 뿐 아니라 일반 개인들도 포함되어 있음을 발견하였다. 트위터 유력자에 유명인 또는 공인뿐 아니라 일반인도 포함된다. 이는 다른 연구결과들에서도 동일하게 드러나는 사실이다[11][16].

선행연구들을 종합해 보면, 트위터 유력자는 전통적인 의견지도자와 마찬가지로 정보 전달을 매개하는 역할을 한다. 그러나 전통적인 의견지도자의 영향력은 정보 전달뿐 아니라 일반 수용자들의 의견 형성 및 의사 결정에 의도적·비의도적 영향을 주는 것을 가정하는 반면에, 트위터 유력자의 영향력에 관한 선행연구들은 유력자의 트윗이 많은 팔로워들에 의해 리트윗되는 정보 전파력에 중점을 둔다.

그러나 트위터 여론 형성 과정에서 주목해야 할 부분은 일반 이용자들이 트위터 유력자의 의견과 무관하게 자신의 의견을 자유롭게 개진할 가능성이 높아졌다는 것이다. 또한 트위터 유력자의 메시지 전파력은 팔로워들의 반응에 따라 달라질 수 있다는 것이다. 즉, 트위터 유력자의 트윗이 또 다른 매개 유력자가 될 가능성이

있는 일반 이용자들에게 전달되었을 때, 그 일반 이용자 또는 잠재적 매개 유력자는 유력자의 메시지를 리트윗할 수도 있지만, 아무 반응을 보이지 않을 수도 있고, 아니면 유력자의 의견에 반하는 자신의 의견을 적극 개진할 수도 있다. 따라서 트위터 상에서의 여론 형성 과정을 제대로 이해하기 위해서는 트위터 유력자의 메시지에 대한 일반 이용자의 반응, 구체적으로 이용자의 의견표명 의도에 어떤 영향을 주는지를 살펴볼 필요가 있다.

2. 트위터 유력자와의 의견일치 여부가 의견표명에 미치는 영향

여론 형성 과정에서 공중의 의견 표명은 가장 중요한 요소이다[17]. 한 개인은 자신의 의견을 공개적으로 표명함으로써 여론 형성에 참여하게 되는 것이다. 그러나 면대면 상황에서 공개적 의견표명이 쉽지 않을 때가 있다. 사람들은 먼저 여론을 파악하고 의견표명 여부를 결정하는 경향이 있기 때문에, 여론을 어떻게 지각하느냐에 따라 의견표명 의지가 달라진다[18].

그동안 미디어 연구자들은 매스미디어가 일반 공중의 여론 지각에 미치는 영향을 밝혀왔을 뿐 아니라, 댓글과 소셜미디어가 여론 지각에 미치는 영향들을 연구해왔다. 트위터도 일반 이용자들의 여론 지각에 영향을 주는데[7][8][19], 이러한 과정에서 유명 트위터러의 트윗이 중요한 역할을 한다. 예를 들어, 홍인기와 이상우[8]는 트위터러의 트윗을 통해서 뉴스를 접한 이용자들이 포털을 통해서 뉴스를 접한 이용자에게 비해 트위터러의 트윗과 같은 방향으로 여론을 인식하는 것으로 나타났다. 이처럼 트위터러의 트윗이 일반 이용자들의 여론 지각에 영향을 준다면, 트위터러의 트윗에 근거하여 여론을 지각한 일반 이용자들은 여론 형성 과정에서 어떤 역할을 하게 되는 것일까? 즉, 침묵할 것인가 아니면 적극적으로 자신의 의견을 표명할 것인가? 침묵의 나선 이론(spiral of silence)과 수정 행동 가설(corrective action hypothesis)에 근거하여 상반된 두 가지 가설이 가능하다.

2.1 침묵의 나선 이론

침묵의 나선 이론에 따르면 사람들은 자신의 의견을 표명하기 전에, 자신의 주변 사람들이 어떻게 생각하는지 의견분위기를 먼저 파악하는 경향이 있다. 의견분위기를 파악하여 자신의 의견이 다수의 의견 또는 사회적으로 정당성을 획득한 의견과 유사하다고 지각한다면, 의견표명 의지가 높아진다. 반면에 자신의 의견을 소수의 의견으로 지각하게 된다면, 고립의 두려움으로 인해 침묵하게 되거나 다수 의견에 동조하게 된다. 매스미디어가 바로 의견분위기를 파악하는 데, 즉 다수의 의견이 무엇인지를 지각하는 데 영향을 준다는 것이다[18].

매스미디어를 중심으로 연구되어 왔던 침묵의 나선 이론에 근거하여 본 연구의 가설을 도출한다면, 자신의 의견이 트위터 유력자의 트윗을 통해 지각된 여론과 불일치할 경우 침묵하게 되고 의견표명을 회피하게 될 것으로 가정할 수 있다. 한편 트윗의 내용이 자신의 의견과 일치한다고 생각할 경우, 의견표명 의지는 높아질 것으로 예상할 수 있다. 이러한 침묵의 나선 가설은 일부 선행연구들에 의해 지지되어 왔다[20-23]. 예를 들어, Kim, Kim과 Oh[21]는 네티즌들의 의견이 일반 대중의 의견과 유사하다고 지각하며, 자신의 의견이 일반 대중 및 준거 집단의 의견과 일치한다고 판단할 경우, 온라인 포럼에서의 의견표명 의지가 높아진다는 것을 발견하였다. Yun과 Park[23] 연구에서도 자신의 의견과 일치하는 메시지 조건에 참여한 실험자들이 불일치 집단보다 온라인 메시지를 많이 포스팅하는 것으로 나타났다.

2.2 수정 행동 가설

최근에 주목받고 있는 수정 행동 가설에 근거하여 대안적 가설을 도출해 볼 수 있다. 수정 행동 가설은 미디어 보도가 자신의 의견과 반대되는 방향으로 편향되었다고 지각하는 적대적 매체 지각과 제3자에게 미칠 미디어 영향력을 과대 추정하는 제3자 지각의 결과로서 정치적 대화 참여, 투표 참여, 캠페인 참여와 같은 정치적 참여가 일어날 수 있음을 주장한다[24-26]. 즉, 미디어 메시지가 편향되었다고 지각하거나 편향된 메시지가 다른 사람들에게 미칠 미디어의 영향력이 크다고 추

정하는 사람들은 편향된 미디어의 영향력을 바로 잡고자 공공 영역에서 자신의 의견을 적극적으로 피력하고, 자신의 의견을 드러낼 수 있는 정치적 행동들을 한다는 것이다.

이러한 주장은 미디어 메시지와 다른 의견을 가진 개인이 자신의 의견이 소수의견에 속하고 미디어 의견이 지배적인 의견이라고 인지하여 침묵하게 된다는 침묵의 나선 이론과 상반된다. 수정 행동 가설을 지지하는 실증적 연구로서, Barnidge와 Rojas[26]는 미디어의 편향을 크게 지각하거나 추정된 미디어 영향력을 크게 지각할수록 침묵하는 것이 아니라 오히려 정치적 대화에 더 자주 참여하는 것을 발견하였다. Bernhard과 Dohle[27] 연구에서도 인터넷의 영향력을 높게 추정하면서 동시에 그 영향력을 부정적인 것으로 평가할 경우, 자신의 견해와 다른 메시지들에 대한 반박 댓글을 더 많이 포스팅하는 것을 발견하였다. 이러한 선행연구들에 근거할 때, 트위터 유력자 트윗과 자신의 의견이 불일치한다면, 이용자들은 그 트윗이 미칠 영향력을 상쇄하고자 또는 여론을 바로 잡고자 자신의 의견을 적극적으로 표명할 것으로 예상해 볼 수 있다.

이상의 논의를 바탕으로, 본 연구는 트위터 유력자와의 의견일치여부가 이용자의 의견표명 의도에 미치는 효과를 설명하는 데 침묵의 나선 이론이 타당한지, 수정 행동 가설이 타당한지를 검증하고자 한다. 나아가 트위터 이용자의 의견표명 의도가 온라인 내 의견표명에 한정되어 나타나는지, 아니면 오프라인 공간에서의 의견표명까지 확장되는지도 살펴보기 위해 온라인 의견표명과 오프라인 의견표명을 구분하여 분석하고자 한다.

2.3 트위터 유력자의 유형에 따른 상호작용 효과

침묵의 나선 이론이나 수정 행동 가설은 이용자들이 미디어 메시지의 영향력을 지각하고 그 지각을 근거로 하여 의견표명 행위를 결정한다는 것을 가정하고 있다. 선행연구는 미디어 영향력에 대한 지각이 의견표명 의도 및 행위에 미치는 영향에서 미디어 별로 차이가 있음을 발견하였다. 예를 들어, Bernhard과 Dohle[27]은 신문이나 텔레비전의 영향력에 대한 지각은 의견표명

행위에 영향을 주지 않았으나, 인터넷의 영향력을 높게 지각할수록 의견표명 행위가 많아짐을 발견하였다.

인터넷 서비스 중에서도 트위터는 트위터 유력자의 인적 네트워크를 통해 메시지가 많은 사람들에게 동시에 전파됨에 따라 정보 확산 및 여론 지각에 영향력이 높은 것으로 인식된다[2][7][8]. 그러나 영향력 지각과 의견표명 행위 간의 관계는 유력자의 유형에 따라 달라질 수 있다. 예를 들어, 동일한 팔로워 수와 리트윗 수로 정보 전파력의 차원에서 동일한 영향력을 지각하게 되더라도, 유력자의 트윗을 얼마나 신뢰하는지에 따라 트윗에 노출된 이용자들의 의견표명 행위는 달라질 것이다.

침묵의 나선 이론에 근거할 때, 트위터 유력자의 영향력이 큰 것으로 가정하고 유력자의 트윗을 신뢰한다면 이용자들은 침묵하게 될 가능성이 높다. 한편 수정 행동 가설에 근거할 때, 트위터 유력자의 영향력이 큰 것으로 지각하지만 유력자의 트윗이 편향되었다고 생각한다면, 편향된 메시지의 확산과 그 오류를 바로 잡기 위해 자신의 의견을 적극적으로 개진할 가능성이 크다. 따라서 본 연구는 트위터 유력자와의 의견일치여부가 이용자들의 의견표명 의도에 미치는 영향을 살펴보면, 유력자의 유형에 따른 상호작용효과를 함께 살펴보고자 한다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 침묵의 나선 이론과 수정 행동 가설이 서로 상반된 연구가설을 제시한다. 따라서 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하여, 트위터 유력자가 이용자의 의견표명 의도에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

- 연구문제 1. 트위터 유력자와의 의견일치여부가 트위터 내 의견표명 의도에 어떤 영향을 주는가?
 연구문제 2. 의견일치여부가 트위터 내 의견표명 의도에 미치는 효과는 유력자의 특성(공인 vs. 일반인)에 따라 달라지는가?
 연구문제 3. 유력자의 트윗과 본인의 의견과의 일치여부가 오프라인 의견표명 의도에 어떤 영향을 주는가?
 연구문제 4. 의견일치여부가 오프라인 의견표명 의도

에 미치는 효과는 유력자의 특성(공인 vs. 일반인)에 따라 달라지는가?

III. 연구방법

1. 실험참가자와 실험절차

본 연구는 유력자 유형(유명인 vs. 일반인)과 유력자와의 의견일치여부(일치 vs. 불일치)에 따라 2x2 요인 설계로 실험을 진행하였다. 실험참여자들은 접속할 온라인 사이트와 실험 참여 기간(2014년 12월 7일부터 13일)을 안내받았다. 그들은 각기 다른 실험처치물이 링크되어 있는 4개 URL 중 하나로 들어가도록 무작위 할당되었다. 실험은 참가자들의 URL 접속과 함께 시작되어, 실험참가자들이 먼저 첫 페이지에 삽입된 입양특례법 개정안 관련 기사를 읽고 난 후, 조작된 트윗을 읽고 마지막 페이지의 설문에 응답하는 순으로 진행되었다. 자료수집 완료 후, 추첨을 통해 4명에게 소정의 상품권을 지급하였다.

실험참가자들은 총 171명의 대학생들로, 19세부터 28세까지 분포되었으며, 평균 연령은 21.14세($SD = 1.30$)이었다. 평균 트위터 이용 기간은 9.66개월($SD = 16.24$), 하루 평균 트위터 이용량은 40.13분($SD = 71.55$)으로 확인되었다. 실험조건에 노출된 집단별 참가자 수는 <이외수 + 반대 트윗> 46명, <이외수 + 찬성 트윗> 41명, <일반인 + 반대 트윗> 41명, <일반인 + 찬성 트윗> 43명으로 배치되었다.

2. 실험처치물

실험은 뉴스 기사와 트윗 두 종류의 처치물을 제작하여 진행하였다. 뉴스 기사와 트윗을 제작하기 위해 실험참가자들인 대학생의 관여도가 낮을 것으로 판단된 '입양특례법 개정안' 이슈를 선정하였다. 이는 이슈 관여도에 의한 영향력을 최소화하기 위한 것이었다. 실험 처치물로 제시될 뉴스 기사는 입양특례법 개정안 내용들 중 '출생신고 의무 조항'을 중심으로 제작되었다. 개정안은 입양 절차와 관련된 가정법원 허가제, 출생신고 의무제, 입양숙려기간 제도 등 다양한 세부 조항들이

포함되어 있다. 그러나 찬반 입장이 가장 침체하게 대립되고 있는 ‘출생신고 의무 조항’(반드시 친부모에 의해 출생신고가 이루어진 아이들만이 입양 가능하다는 조항)만을 처치물로 제시하여 실험참가자들의 혼란을 최소화하였다.

트윗 처치물은 트윗 내용과 유력자 유형을 조작하는 것으로 제작되었다. 먼저 트윗 내용은 출생신고 의무 조항과 관련된 이해관계자들의 실제 상반된 주장을 바탕으로, 조항에 대해 찬성하는 입장을 취하는 내용의 트윗과 반대하는 트윗으로 대비되도록 조작하였다. 찬성 트윗은 입양특례법 개정안의 핵심인 ‘친부모에 의한 출생신고 의무 조항’에 대해 찬성하는 입장을 취하는 트윗이다. 성인이 된 입양 아동이 친부모를 찾고자 하는 경우 혹은 친부모가 입양된 친자녀를 찾고자 하는 경우, 기록 자료를 통한 추적이 가장 효율적인 방법으로 제시됨에 따라, 친부모에 의한 출생신고가 의무화되어야 한다는 주장이 포함되었다[표 1]. 반대 트윗은 친부모에 의한 출생신고 의무조항이 삭제되어야 한다는 입장이다. 즉, 현실적으로 아이의 입양을 원하는 대다수 부모가 미성년자이며, 문서화된 자료가 지속적으로 보존된다는 점에 대한 부담감으로 인해 오히려 영유아 유기가 조장되고 증가하고 있기 때문에, 친부모에 의한 출생신고 의무 조항을 삭제해야 한다는 주장이 포함되었다[표 2].

각 트윗을 작성한 유력자의 유형은 유명인(이외수)과 일반인(대학생)으로 구분하였다. 유명인 트윗은 한국 사회 내 문화인이나 공인으로 코리안트위터 영향력 순위 1위에 랭크되어 있는 이외수가 작성한 것으로 하였고, 일반인 유력자는 실험참가자와 유사한 사회적 배경을 갖는 대학생의 트윗으로 제작하였다. 생태학적 타당도를 높이기 위해 실제로 이외수가 사용하는 트위터 페이지를 활용하여 이외수와 대학생 트윗처치물을 제작하였다. 실험참가자들이 해당 트위터가 유력자 계정임을 인식할 수 있도록, 트윗, 팔로잉, 팔로워 수를 조작하였으며, 유력자 유형 및 찬반 입장을 제외한 프로필, 트윗 및 팔로잉 수 등 트위터 페이지의 모든 요소들을 동일하게 하였다. 이상의 실험처치가 연구자의 의도대로 조작되었는지를 확인하기 위하여, 미디어 전공 대학원

생 3명과 학부생 8명을 대상으로 뉴스 기사와 트윗의 찬반 입장에 대한 이해 정도를 알아보았다. 그 결과, 실험참가자들이 뉴스 기사를 통해 해당 이슈의 쟁점을 이해하고 트윗의 입장을 구분할 수 있다고 판단하였다.



그림 1. 이외수 트위터 메인 화면



그림 2. 일반인 트위터 메인 화면

표 1. 입양특례법 개정안 찬성 트윗

친부모가 아이의 출생신고를 하는 것은 선택사항이 아니라 필수사항입니다. (필수사항인 것이죠.) 국가는 친부모에게 아이를 양육하도록 하고, 입양되더라도 성인이 된 후 뿌리를 찾을 수 있도록 도와주어야 합니다. 내가 키울 수 없다면 안전한 방법으로 건강한 가정에 아이가 입양될 수 있게끔 미혼부모들의 개정된 입양특례법에 대한 이해가 필요한 시점입니다. 미인가시설인 베이비박스에 대한 관심보다 입양특례법에 대한 이해가 요구됩니다.

주. 괄호 밖 동사는 이외수 트윗처치물에, 괄호 안 동사는 일반인 트윗처치물에 사용되었다.

표 2. 입양특례법 개정안 반대 트윗

한 달 평균 1~2명의 아이들이 들어오던 베이비박스에 입양특례법 시행 이후, 18명의 아이들이 들어온다고 합니다.(하네요). 친부모 출생신고가 의무화되면서 미혼부모들이 혹시나 자신들에게 불이익이 돌아올까 출생신고를 하지 않은 채 놓고 가는 것이 가장 큰 원인이라고 합니다. 미혼부모들의 현실을 고려하지 않고 무조건적으로 등 떠미는 법은 개정되고 제 개정되어서라도 고쳐야하는 것이 마땅하지요.(고쳐야합니다.)

3. 변인의 측정

3.1 의견일치여부

의견일치여부는 입양특례법 개정안에 대한 트윗 내용과 실험참가자 입장 간 의견일치 정도를 의미하는 것으로, 의견동의수준을 측정된 후 재코딩하여 사용하였다. 의견동의수준은 '입양특례법 개정안에 대해 내가 얼마나 동의하는지에 대한 지각'이며, '귀하는 입양특례법 개정안(출생신고 의무 조항)에 대해 얼마나 동의하십니까?'에 대한 4점 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다 - 4점: 매우 동의한다)로 측정되었다($M = 2.91$, $SD = 0.84$). 실험참가자 가운데, 1과 2로 응답한 응답자는 개정안 반대 입장으로, 3과 4로 응답한 응답자는 개정안 찬성 입장으로 구분하였다. 이 응답을 바탕으로 응답자의 의견과 트윗의 의견이 일치하면(찬성 트윗-찬성 응답, 반대 트윗-반대 응답) 의견일치 집단($n = 89$)으로 코딩되었고, 응답자의 의견과 트윗의 의견이 일치하지 않으면(찬성 트윗-반대 응답, 반대 트윗-찬성 응답) 의견불일치 집단($n = 82$)으로 재코딩되었다.

3.2 온라인 의견표명 의도

온라인 의견표명 의도는 '트위터 상에서 입양특례법 개정안과 관련된 글 및 의견을 개진, 공유, 확산시키거나 하는 의도'를 의미한다. 설문문항은 '나는 입양특례법 개정안(출생신고 의무 조항)에 관한 트윗을 작성할 것이다' '-을 리트윗(트윗을 다시 보내는 행위)할 것이다', '-에 리플라이(트윗에 답글을 다는 행위)할 것이다', '- 멘션(내가 정보를 전달하고 싶은 이용자를 지정하여 트윗을 쓰는 행위)을 작성할 것이다'로 총 4개의 문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다 - 5점: 매우 그렇다)로 측정되었으며, 설문문항 간 신뢰도 계수(Cronbach α)는 .96으로 나타났다($M = 2.65$, $SD = 1.02$).

3.3 오프라인 의견표명 의도

오프라인 의견표명 의도는 '입양특례법 개정안에 대한 나의 주관적인 생각 및 입장을 타인에게 밝히고자 하는 의도'이다. 설문문항은 '입양특례법 개정안(출생신고 의무 조항)에 대한 대화가 이루어진다면'이라는 상

황적 조건 속에서 4개 문항에 응답하도록 하였다. '나는 가족들에게/친구들에게/이웃 사람들에게/잘 모르는 사람들에게 입양특례법 개정안에 대한 나의 개인적인 입장을 분명히 말할 것이다'이었으며, 각 문항은 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다 - 5점: 매우 그렇다)로 측정되었다. 설문문항 간 신뢰도 계수(Cronbach α)는 .92이었다($M = 3.26$, $SD = 0.87$).

3.4 공변인: 사전지식 수준

실험참가자들의 입양특례법 개정안에 대한 인식 정도에 따라, 개정안에 대한 태도와 의견표명 의도 수준이 달라질 가능성이 있기 때문에, 사전지식의 영향력을 통제하고자 하였다. '귀하는 입양특례법 개정안에 대해 얼마나 알고 계십니까?' 단일문항에 5점 척도(1점: 전혀 모른다 - 5점: 매우 잘 알고 있다)로 측정하였으며, 실험참가자들의 사전지식 수준은 평균 1.68($SD = 0.91$)로 높지 않은 편이었다.

IV. 연구결과

1. 유력자 유형 및 의견일치여부가 온라인 의견표명 의도에 미치는 효과

연구문제 1은 트위터 유력자와의 의견일치여부가 온라인 의견표명 의도에 미치는 효과를, 연구문제 2는 유력자 유형에 따른 상호작용효과를 살펴보기 위한 것이다. 공변량분석 결과, 유력자와 의견이 불일치할 경우보다 일치할 경우에 트위터 내 의견표명 의도가 더 높았으나, 이는 통계적으로 유의미하지 않았다. 한편, 유력자 유형에 따라, 의견일치여부가 의견표명의도에 미치는 효과에 차이가 나타났는데, 이는 한계적으로 유의미하였다($F(1, 171) = 3.29$, $p = .072$).

상호작용효과를 살펴보기 위해, 유력자 유형별 공변량분석을 각각 실시하였다. 그 결과, 공인 유력자와의 의견일치여부는 트위터 내 의견표명 의도에 영향을 주지 않았으나($F(1, 84) = .28$, $p = .598$), 일반인 유력자와의 의견일치여부에 따른 차이가 발견되었다($F(1, 86) = 4.62$, $p = .035$). 일반인 유력자와 의견이 일치할 경우

보다 불일치할 경우에 이용자의 트위터 내 의견표명 의도가 높아지는 것으로 나타났다.

표 3. 온라인 의견표명 의도에 대한 평균과 표준편차

	평균 (표준편차)		
	불일치 (n = 82)	일치 (n = 89)	전체
이외수 (n = 87)	2.60 (1.08)	2.72 (0.94)	2.66(1.00)
일반인 (n = 84)	2.83 (1.17)	2.43(0.87)	2.63(1.04)
전체	2.72 (1.12)	2.58 (0.92)	-

표 4. 온라인 의견표명 의도에 대한 공변량분석 결과

	df	F	p
사전지식	1	7.79	.006
의견일치여부 (A)	1	1.17	.280
유력자 유형 (B)	1	0.03	.866
A × B	1	3.29	.072

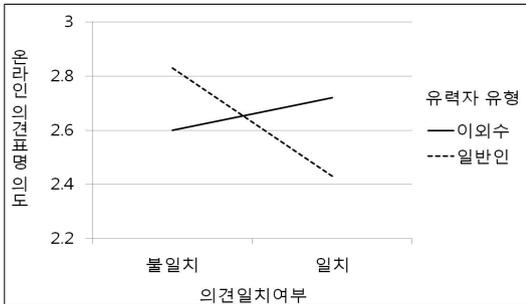


그림 3. 온라인 의견표명 의도에 대한 유력자 유형과 의견일치여부의 상호작용 효과

2. 유력자 유형 및 의견일치여부가 오프라인 의견표명 의도에 미치는 효과

연구문제 3은 트위터 유력자와의 의견일치여부가 오프라인 의견표명 의도에 미치는 효과를, 연구문제 4는 유력자 유형에 따른 상호작용효과를 파악하기 위한 것이다. 공변량분석 결과, 유력자와의 의견일치여부가 이용자의 오프라인 의견표명 의도에 미치는 영향은 통계적으로 유의미하지 않았다. 그러나 유력자 유형에 따른 상호작용 효과가 발견되었다($F(1, 171) = 6.17, p = .014$).

유력자 유형별 공변량분석을 각각 실시한 결과, 공인

유력자와 의견이 일치할 경우 오프라인 의견표명 의도가 높았으나, 이는 통계적으로 유의미하지 않았다($F(1, 84) = 2.25, p = .138$). 그러나 일반인 유력자와의 경우에는 의견이 일치할 경우보다 불일치할 경우에 이용자의 의견표명 의도가 높아지는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($F(1, 86) = 5.49, p = .022$).

표 5. 오프라인 의견표명 의도에 대한 평균과 표준편차

	평균 (표준편차)		
	불일치 (n = 82)	일치 (n = 89)	전체
이외수 (n = 87)	3.22 (0.92)	3.49 (0.78)	3.37 (0.86)
일반인 (n = 84)	3.32 (0.64)	2.99 (1.03)	3.15 (0.87)
전체	3.27 (0.79)	3.26 (0.94)	-

표 6. 오프라인 의견표명 의도에 대한 공변량분석 결과

	df	F	p
사전지식	1	8.47	.004
의견일치여부 (A)	1	0.14	.708
유력자 유형 (B)	1	2.45	.119
A × B	1	6.17	.014

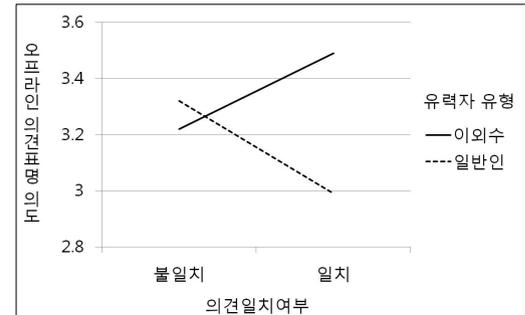


그림 4. 오프라인 의견표명 의도에 대한 유력자 유형과 의견일치여부의 상호작용 효과

V. 결론

본 연구는 온라인 실험을 통해 트위터 유력자가 이용자의 의견표명 의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 트위터 유력자와의 의견일치여부가 의견표명 의도에 미치는 영향과 유력자 유형에 따른 상호작용효과를 분

석하기 위해 변량분석을 실시하였다. 분석결과, 유력자와의 의견일치여부가 이용자의 온-오프라인 의견표명 의도에 미치는 영향은 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았다. 그 이유는 유력자의 유형에 따른 상호작용 효과가 서로 반대 방향으로 나타났기 때문이다. 즉, 공인 유력자의 트윗에 대해서는 의견불일치 집단보다 의견일치 집단의 의견표명 의도가 더 높고, 일반인 유력자의 경우에는 의견일치 집단보다 의견불일치 집단의 의견표명 의도가 더 높았다.

그러나 공인 유력자와의 의견일치여부가 의견표명 의도에 미치는 효과는 통계적으로 유의미하지 않았다. 이는 트위내에서 공인 유력자에 의한 침묵의 나선 현상이 발생하지 않음을 예측해 볼 수 있다. 나아가, 일반인 유력자와의 의견불일치가 이용자의 의견표명 의도를 높인다는 연구결과는 온라인 공간에서 침묵의 나선이 발생하지 않을 뿐 아니라, 의견불일치로 인해 활발한 의견교류가 이루어질 가능성을 시사한다. 이와 같은 결과는 오프라인에서도 유사하게 나타났는데, 일반인 유력자와의 의견불일치가 온라인 공간에서의 의견표명 의도에 미치는 긍정적인 효과는 오프라인으로 확장될 수 있음을 보여준다.

본 연구결과는 침묵의 나선 이론보다 수정 행동 가설이 트위터 유력자가 일반 이용자들의 의견표명 의도에 미치는 영향을 설명하는 데 더 타당한 가설임을 보여준다. 수정 행동 가설을 지지하는 선행연구들 중에는 미디어 영향력에 대한 추정만으로도 수정 행동이 일어날 가능성이 있음을 주장하거나[26], 한편으로 미디어 영향력에 대한 추정과 적대적 매체 지각이 상호작용하여 수정 행동이 발생함을 주장하는 연구가 있다[27]. 본 연구결과는 후자의 주장을 지지하는 것으로 나타났다. 즉, 공인 유력자나 일반인 유력자는 팔로워 수와 리트윗 횟수를 동일하게 조작함으로써 객관적 지표로서 영향력은 동일하나, 자신의 의견과 불일치할 경우 공인 유력자의 메시지보다는 일반인 유력자의 메시지가 더 편향되었다고 인식하여 이를 바로 잡고자 자신의 의견을 표명하게 된다고 할 수 있다. 본 연구결과가 지지하는 수정 행동 가설에 근거할 때, 트위터 내 일반인 유력자의 등장과 일반인 유력자와의 의견불일치는 이용자들의

의견표명 의지를 높임으로써 여론 형성 과정에 기여할 수 있음을 시사한다.

또한 본 연구에서 통제변인으로 고려한 사전지식 수준에 따라 의견표명 의도에 유의미한 차이가 있다는 연구결과에 주목할 필요가 있다. 트위터 이용자들이 적극적으로 자신의 의견을 표명하도록 동기화시키는 주된 요인 중 하나는 대상 이슈에 대한 사전지식이라는 것이다. 정보와 지식을 갖춘 식견있는 시민(informed citizen)이 자신의 의견표명을 통해 여론 형성 및 정치 과정에 참여할 수 있음이 재확인되었다.

그러나 이와 같은 연구결과와 해석을 일반화하는 데 한계가 있다. 본 연구는 하나의 이슈만을 사용하여 실험을 진행했기 때문에 이슈의 특성에 따라 그 결과가 달라질 수 있는 가능성을 배제할 수 없다. 다양한 정치 사회적 이슈를 대상으로 연구결과와 반복가능성을 확인할 필요가 있다. 둘째, 본 연구에서는 이슈에 대한 관여도가 미치는 영향력을 최대한 배제하고자 관여도가 낮은 이슈를 선택하여 실험을 진행했다. 그러나 대학생들의 입양특례법에 대한 낮은 관여도로 인해 유력자의 영향력이 분명하게 드러나지 않았을 가능성이 있다. 후속 연구에서는 이슈 관여도의 효과를 고려해 볼 수 있을 것이다. 또 다른 한계점은 실험처치물 조작화에 대한 보다 엄밀한 검증이 요구된다는 것이다. 본 연구는 유력자 유형을 공인 유력자와 일반인 유력자로 구분하되, 영향력의 객관적인 지표로서 팔로워 수와 리트윗 횟수를 동일하게 조작하였다. 이러한 객관적 지표에 근거하여, 실험참가자들이 유력자의 영향력을 동일하게 지각하는지를 확인할 필요가 있었다. 후속연구에서는 유력자에 대한 이용자들의 지각된 영향력, 편향성, 신뢰성 등을 측정변인으로 고려해 볼 필요가 있다.

이러한 한계에도 불구하고, 본 연구는 트위터 유력자가 이용자의 의견표명 의도에 미치는 영향을 실험 연구를 통해 살펴보고, 수정 행동 가설의 타당성을 확인했다는 데 의의가 있다. 트위터가 여론 형성에 미치는 영향은 트위터 유력자를 통한 정보 확산, 이로 인한 이용자들의 여론 지각, 나아가 이용자들의 의견표명 가능성 차원을 고려하여 분석되어야 한다. 선행연구들이 주로 정보확산 및 여론 지각에 중점을 두고 분석을 했다면,

본 연구는 선행연구가 간과한 이용자의 의견표명에 주목하여 살펴봄으로써 트위터가 여론 형성에 미치는 영향을 이해하는 데 기여했다고 할 수 있다.

참고 문헌

- [1] N. B. Ellison and D. Boyd, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *J. of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.1, pp.210-230, 2007.
- [2] 이재현, 김찬균, "트위터 네트워크의 정보 전파과정 분석," *한국언론학보*, 제56권, 제3호, pp.238-265, 2012.
- [3] 이원태, 차미영, 양해륜, "소셜미디어 유력자의 네트워크 특성: 한국의 트위터 공동체를 중심으로," *언론정보연구*, 제48권, 제2호, pp.44-79, 2011.
- [4] 황유선, "유명인과의 트위터 매개 상호작용 특성 탐색," *한국콘텐츠학회논문지*, 제13권, 제8호, pp.72-82, 2013.
- [5] 홍주현, 차희원, "위기 이슈의 발생가능성과 파급 효과에 따른 이슈 확산 네트워크 유형 연구: 식품 관련 위기 이슈를 중심으로," *한국언론학보*, 제59권, 제2호, pp.365-395, 2015.
- [6] 이승희, 임소혜, "트위터의 매체 간 의제설정: TV 토론 방송과 트위터의 여론 형성 과정에 관한 연구," *한국콘텐츠학회논문지*, 제14권, 제1호, pp.139-149, 2014.
- [7] 박상호, "SNS의 여론형성과과정과 참여형태에 관한 고찰," *한국언론정보학보*, 통권 제58호, pp.55-73, 2012.
- [8] 홍인기, 이상우, "트위터의 뉴스 재매개가 이용자의 뉴스 지각에 미치는 영향: 적대적 미디어 지각 이론을 중심으로," *방송통신연구*, 통권 제90호, pp.74-105, 2015.
- [9] E. Katz, "The Two-Step Flow of Communication: An Up-to-Date Report on an Hypothesis," *Public Opinion Quarterly*, Vol.21, No.1, pp.61-78, 1957.
- [10] 황현정, 이준웅, "누가 어떻게 트위터에서 영향력을 행사하는가?," *한국언론학보*, 제58권, 제5호, pp.5-35, 2014.
- [11] 이지은, 두수진, 이상민, 최한나, 이민규, "소셜 미디어 매개유력자의 속성과 트위터 메시지 유형 연구: 파워 트위터리안의 리트윗 메시지를 중심으로," *한국언론학보*, 제58권, 제6호, pp.245-276, 2014.
- [12] P. F. Lazarsfeld, B. Berelson, and H. Gaudet, *The People's Choice*, New York: Columbia University Press, 1948.
- [13] 이준웅, 김은미, 김현석, "누가 인터넷 토론에서 영향력을 행사하는가?," *한국언론학보*, 제51권, 제3호, pp.358-384, 2007.
- [14] 최윤정, "온라인 커뮤니티 속 오피니언 리더 집단 검증," *한국언론학보*, 제53권, 제4호, pp.372-394, 2009.
- [15] B. Lyons and K. Henderson, "Opinion Leadership in a Computer Mediated Environment," *J. of Consumer Behaviour*, Vol.4, No.5, pp.319-329, 2005.
- [16] 이상록, 이지연, 성경, "트위터 안의 정치 담론에 나타난 매개 유력자 분석: 2012년 4.11 총선 주요 이슈를 중심으로," *미디어 경제와 문화*, 제10권, 제4호, pp.7-38, 2012.
- [17] 박선희, 한혜경, "의견, 여론지각, 지각편향이 공개적 의견표명에 미치는 영향," *한국언론정보학보*, 통권 제42호, pp.168-204, 2008.
- [18] E. Noelle Neumann, "The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion," *J. of Communication*, Vol.24, No.2, pp.43-51, 1974.
- [19] 장윤남, 김영석, 백영민, "트위터 공간에서의 허위합의지각: 네트워크 동질성과 이념강도를 중심으로," *한국언론학보*, 제57권, 제5호, pp.271-296, 2013.
- [20] S. Gearhart and W. Zhang, "Gay Bullying and Online Opinion Expression Testing Spiral of

Silence in the Social Media Environment,” Social Science Computer Review, Vol.32, No.1, pp.18-36, 2014.

- [21] H. Y. Kim, J. H. Kim, and M. H. Oh, “Regulation and Detection Methods for Genetically Modified Foods in Korea,” Pure and Applied Chemistry, Vol.82, No.1, pp.129-137, 2010.
- [22] K. Miyata, H. Yamamoto, and Y. Ogawa, “What Affects the Spiral of Silence and the Hard Core on Twitter? An Analysis of the Nuclear Power Issue in Japan,” American Behavioral Scientist, No.13, 2015.
- [23] G. W. Yun and S. Y. Park, “Selective Posting: Willingness to Post a Message Online,” J. of Computer Mediated Communication, Vol.16, No.2, pp.201-227, 2011.
- [24] H. Rojas, ““Corrective” Actions in the Public Sphere: How Perceptions of Media and Media Effects Shape Political Behaviors,” International Journal of Public Opinion Research, Vol.22, No.3, pp.343-363, 2010.
- [25] Y. Sun, L. Shen, and Z. Pan, “On the Behavioral Component of the Third-Person Effect,” Communication Research, Vol.35, No.2, pp.257-278, 2008.
- [26] M. Barnidge and H. Rojas, “Hostile Media Perceptions, Presumed Media Influence, and Political Talk: Expanding the Corrective Action Hypothesis,” International J. of Public Opinion Research, Vol.26, No.2, pp.135-156, 2014.
- [27] U. Bernhard and M. Dohle, “Corrective or Confirmative Actions? Political Online Participation as a Consequence of Presumed Media Influences in Election Campaigns,” J. of Information Technology & Politics, Vol.12, No.3, pp.285-302, 2015.

저 자 소 개

진 소 연(So-Yeon Jin)

정회원



- 2011년 2월 : 극동대학교 언론홍보학과(언론홍보학사)
- 2013년 2월 : 중앙대학교 신문방송학과(언론학석사)
- 2013년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 미디어커뮤니케이션학과 박사수료

<관심분야> : 영유아 콘텐츠, 어린이 및 청소년의 미디어 이용과 효과, 가족커뮤니케이션

이 숙 정(Sook-Jung Lee)

정회원



- 1995년 2월 : 연세대학교 영어영문학과(학사)
- 1999년 8월 : 연세대학교 신문방송학과(석사)
- 2007년 12월 : 미국 텍사스주립대학(오스틴)

Radio-TV-Film(박사)

- 2008년 9월 ~ 현재 : 중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수

<관심분야> : 뉴미디어의 사회적 영향, 어린이 및 청소년의 미디어 이용과 효과