

소셜미디어상에서의 침묵의 나선효과: SNS 자기표현 성향을 중심으로*

신동인(주저자)
국민대학교 비즈니스IT 전문대학원 박사과정
(ggang982@gmail.com)
곽기영(교신저자)
국민대학교 경영대학/비즈니스IT 전문대학원 교수
(kykwahk@kookmin.ac.kr)

본 연구는 침묵의 나선이론과 인상관리이론을 바탕으로 여론분위기에 따라 개인이 소셜미디어상에서 사회적 담론과 관련하여 의견표명을 하거나 침묵하게 되는 과정을 살펴보았다. 본 연구는 사회적 담론에 관한 SNS 사용자의 의견표명 동기 요인으로서 침묵의 나선이론을 바탕으로 지각된 의견지지와 부정적 평가의 두려움을 제시하였고, 인상관리이론을 바탕으로 SNS 자기표현 성향을 제안하였다. 본 연구모델 검증에 위해 SNS를 사용하는 전국의 성인을 대상으로 설문 데이터를 수집하였으며, PLS-SEM 기법을 이용하여 분석하였다. 연구결과에 따르면 지각된 의견지지는 부정적 평가의 두려움에 부의 영향을 주었다. 부정적 평가의 두려움은 공개적인 의견표명의지에 부의 영향을 미쳤으며, SNS 자기표현 성향에 정의 영향을 주었다. SNS 자기표현 성향은 공개적인 의견표명의지에 정의 영향을 미쳤다. 부정적 평가의 두려움에서 공개적인 의견표명의지에 이르는 직접경로의 부호와 SNS 자기표현 성향을 통한 간접경로의 부호가 서로 반대인 경쟁적 매개 유형이 관찰되었으며, 추가 분석을 통해 SNS 자기표현 성향이 억제변수로서 역할을 하는 것을 확인하였다. 본 연구는 인상관리이론과의 이론적 결합을 통해 침묵의 나선이론을 보완하는 새로운 이론적 프레임워크를 제시하였다. 또한 이를 바탕으로 소셜미디어 환경에서의 여론형성 과정을 설명하는 구체적인 인과관계 메커니즘을 실증하였다.

주제어: 소셜미디어, 침묵의 나선이론, 인상관리이론, 부정적 평가의 두려움, SNS 자기표현 성향, 공개적인 의견표명의지, 억제효과

1. 서론

2015년 6월, 미 대법원에서 동성결혼 합헌 결정이 내려진 이후 백악관, 샌프란시스코 시청뿐만이 아니라 SNS공간도 무지개 빛으로 가득찼다. 대표적인 SNS 중 하나인 페이스북(Facebook)은 전체 사용자들에게 성소수자의 인권을 상징하는 무지개 아이콘으로 프로필 사진을 필터링하는 서비스를 제공하였고, 불과 몇 시간 만에 수백만 명이 이를 통해 프로필 사진을 변경하였다. 2600만 명이 넘는 전 세

계 페이스북 사용자들이 짧은 기간 내에 이 무지개 필터링을 이용하였고, 이 커다란 이미지 변화의 파급효과는 동성결혼 합헌이라는 사회적 이슈에 대해 더욱 많은 사람들이 관심을 갖게 하는 역할을 하였다. 당시의 현상에서 관측된 흥미로운 점은 세 가지이다. 첫째, 소셜미디어 환경에서 도미노처럼 퍼지는, 분명하면서도 거대한 동조현상(conformity)을 확인했다. 둘째, 이러한 현상이 개인의 자아정체성을 반영하여 자기표현(self-presentation)을 드러내는 주요 수단인 SNS 프로필과 연계하여 발생하였다. 셋째, 이를 통해 갈등을 일으킬 소지가 있는

날카로운 사회적 쟁점에 대해서 공개적인 의견표명이 광범위하게 이루어졌다. 이러한 특성들은 소셜미디어상에서의 여론형성 과정을 이해하는 데 있어서 중요한 단서를 제공한다.

무지개 필터링을 통해 자신의 프로필을 변경하는 것은 동성결혼 합헌이라는 사회적 담론에 대한 간접적인 형태의 공개적인 의견표명 행위로 볼 수 있다. 이러한 의견표명 행위의 심리적 기저를 2가지 측면에서 살펴볼 수 있다. 첫째, 거대한 동조현상에 이끌리게 되는 심리적 요인은 다수의 선택에 대한 압박감이다. 이는 개인을 둘러싼 SNS 친구들이 너도나도 무지개 필터링을 하는 상황 속에서 자신이 소외되거나 고립될 수도 있음에 대한 사회적 부담감을 뜻한다. 이러한 심리적 요인은 여론을 “사람들이 사회적 고립의 두려움 없이 사회적으로 혹은 공개적으로 표현할 수 있는 논쟁적인 담론에 대한 견해”로 정의한 침묵의 나선이론(the spiral of silence theory; Noelle-Neumann, 1977, p.145)과 개념적으로 밀접한 관련을 갖는다. 두 번째 심리적 요인은 SNS상의 친구들에게 비춰지는 자신의 인상(impression)을 고려하여 특정한 이미지를 전달하고자 무지개 필터링을 선택하는 것이다. 즉 사용자가 무지개 필터링을 선택함으로써 SNS상의 타인에게 긍정적이고 호감을 줄 수 있는 이미지를 효과적으로 전달할 수 있다고 여긴다면, 그러한 이미지를 획득하고자 기꺼이 프로필을 바꾸는 것이다. 사회적으로 비춰지기를 바라는 특정 이미지 속에는 개인이 이상적으로 여기는 사회적 정체성의 모습이 반영된다(Goffman, 1959). 이러한 개인의 심리적 프로세스를 잘 설명하는 이론이 바로 인상관리이론(impression management theory; Goffman, 1959)이다. 종합하여, SNS상에서 새롭게 관찰된 사회현상과 관련하여 연구자가 주목하는 심리적 요인 및 이론적 관점에 따라서 SNS

상의 의견표명 과정과 여론형성 과정에 대한 이해의 방향성이 달라질 수 있다.

SNS상의 공개적인 의견표명 행위가 비단 다수 여론에서 고립되지 않으려는 개인적인 동조현상에 불과한 것인지, 혹은 자기 자신의 이미지를 타인에게 효과적이고 긍정적으로 전달하려는 것에서 파생한 것인지 이론적 경계가 명확하지 않다. 이러한 배경에서 본 연구는 소셜미디어상의 여론형성 과정과 소셜미디어를 통해 인상을 관리하고자 하는 개인의 자기표현이 학문적으로 어떠한 접점을 가질 수 있는지에 대한 관심을 바탕으로 한다. 여론이라는 거시적인 사회적 흐름과 미시적인 관점에서 개인의 자기표현 성향 및 의견표명 행위가 소셜미디어상에서 어떠한 메카니즘으로 서로 연결되어 있으며, 어떠한 유기적인 프로세스를 통해 서로 상호작용하는지를 규명한다. 미디어를 바탕으로 사회적 소통 및 여론과 관련한 연구 분야에서 지난 40여 년간 학문적 공헌도가 높은 이론으로 앞서 제시한 침묵의 나선이론이 있다. 침묵의 나선이론은 미시적이면서도 거시적으로 여론형성 과정을 설명하는 역동적인 이론으로, 개인이 다수의 여론분위기에 동조하거나 침묵하게 되는 주요한 원인을 사회적 고립의 두려움(fear of isolation)으로 설명한다(Noelle-Neumann, 1993). Hampton et al.(2014)은 침묵의 나선이론을 검증하는 대규모 연구를 통해서 전통적인 미디어 환경에서 발전된 새로운 온라인 환경인 소셜미디어상에서도 고립의 두려움이 유의하게 작동함을 밝혔다. 해당 연구에 따르면 사회적 담론에 대한 개인의 의견표명은 가까운 준거집단에서보다 SNS상에서 더욱 조심스럽게 이루어진다. 이것은 인적 네트워크를 포함하는 광범위한 온라인 네트워크로 인해 사회적 관계망이 더욱 조밀하게 형성되는 소셜미디어의 특수성에서 비롯하는 것으로, 익명성을 특징으로 하는 초

창기 온라인 모습과 구별되는 부분이다(Papacharissi and Mendelson, 2010). 즉 소셜미디어는 온라인 채팅과 게시판으로 대표되는 전통적인 CMC(computer-mediated communications) 환경보다도 더욱 타인의 시선을 의식할 수밖에 없는 사회적 상호작용이 발생하는 무대라고 할 수 있다. 그러나 온라인에서 강화된 사회적 상호작용에 따라 소셜미디어상에서 고립의 두려움이 강화된다는 논리만으로 앞서 제시한 대규모 프로필 필터링 현상과 같은 여론형성 과정을 온전하게 설명하기에는 부족한 점이 많다. 이에 따라 본 연구는 침묵의 나선이론에 대한 다음과 같은 연구질문에서 시작한다. 과연 사회적 고립의 두려움만으로 더욱 복잡해지는 오늘날의 미디어 생태계에서 개인의 의견표명 과정 및 여론형성 과정을 온전하게 설명할 수 있을까?

수동적 관점에서 고립되지 않기 위해 목소리를 내거나 침묵하는 과정과 달리 사회적 담론과 관련한 개인의 여러 가지 능동적인 자기표현의 시도들이 인상관리(impression management)를 목적으로 행해질 수 있다. 소셜미디어 환경에서 벌어지는 사회적 상호작용은 자신의 프로필 사진을 남들에게 비추고 싶은 모습으로 설정하거나, SNS에 연결되어 있는 친구들을 의식하여 좋아요 버튼을 누르고 게시물을 공유하는 등의 연출을 수반한다. 궁극적으로 타인의 시선을 의식하고 이에 맞춰 대응하는 심리적 전략에 따라 의견표명의 모습 또한 달라질 수 있다. 이러한 현상을 종합한 것이 서두에서 언급한 Goffman(1959)의 인상관리이론이다. Goffman에 따르면 개인은 저마다 타인에게 비추지는 자신의 이미지를 의식하여 사람들에게 좋은 인상을 주기 위해 여러 가지 자기표현 전략을 취한다. 이러한 자기표현으로 이상적인 자기모습은 전면에 내세우고, 그것에 위배되는 요소들을 감추어서 사회적 상호작용으로서의 자

아를 연출한다. 상황적인 요소 혹은 개인의 특성에 따라 발휘되는 다양한 자기표현 전략들에 따라 전면에 세워지는 이미지와 인상 그리고 후면으로 감춰지는 요소들이 인상관리이론에서 공존한다. 따라서 다수 여론분위기에 동조하거나 침묵하는 행위가 사회적으로 어떻게 비취질지에 대한 개인의 판단과 대응에는 인상관리를 목적으로 하는 내적인 상호작용이 포함될 수 있다. 종합하여, 본 연구는 침묵의 나선이론에서 설명하는 고립의 두려움에 따라 의견표명을 하지 않게 되는 과정과 인상관리를 목적으로 자기표현을 추구하게 되는 과정의 접점을 살펴보고 이를 연계하여, 개인의 의견표명 과정과 여론형성 과정을 더욱 구체적으로 설명하는 새로운 이론적 프레임워크를 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 침묵의 나선이론

사회적 담론에 대한 여론형성 과정을 설명하는 대표적인 이론적 틀 중 하나가 바로 침묵의 나선이론이다. 해당 이름이 제시하듯 침묵(silence)과 나선(spiral)은 각각 이론적으로 중요한 키워드이다. 구체적으로 침묵의 나선이론에 따르면 개인은 사회적 담론에 대한 자신의 견해가 사회적으로 다수로부터 지지받고 앞으로 우세하다고 판단할 경우 공개적으로 의견표명을 할 수 있으나, 반면에 소수 의견으로 여겨지거나 향후 인기를 잃을 것으로 판단할 경우에는 자신의 진짜 생각을 드러내지 않고 침묵을 하게 된다(Noelle-Neumann, 1993; 신동인·곽기영, 2018). 따라서 다수 의견으로 지각된 견해일수

록 활발히 개인의 의견표명 활동이 이루어지고 점차적으로 세를 확보하여 더 큰 사회적 목소리로 변하지만, 반대로 소수의 의견으로 여겨질수록 점차적으로 힘을 잃게 되는 모습을 나선의 모양으로 설명하였다. 이러한 여론형성 과정을 설명하고자 침묵의 나선이론은 세 가지 가정을 전제로 한다. 첫째, 사회적 담론에 대한 침묵이 발생하고 침묵의 나선효과가 발생하는 근본적인 원인은 개인이 느낄 수 있는 사회적 고립의 두려움에 있다. 사람들은 사회적으로 배척, 소외, 거부당하는 등의 사회적으로 고립되는 것에 대한 두려움을 가지고 있으며, 이러한 사회적 고립을 피하고자 개인은 자신의 진짜 견해를 감추고 다수의 견해로부터 발생하는 동조 압력에 따른다. 둘째, 이러한 고립의 두려움으로 인해 사람들은 끊임없이 주변의 여론분위기와 향후의 여론분위기를 가늠하여 파악하는 능력(quasi-statistical ability)을 가지고 있으며, 이를 통해 개인마다 여론분위기(climate of opinion)를 지각한다. 셋째, 사람들은 여론분위기에 대한 구체적인 정보를 주로 미디어를 통해 파악할 수 있으며, 따라서 미디어는 사람들의 여론분위기 지각에 상당한 영향력을 미친다. 종합하여, 사회적 고립의 두려움, 여론의 향방에 대한 개인의 지각, 미디어의 역할, 이 세 가지 요소는 침묵의 나선이론을 구성하는 가장 중요한 전제들이다. 사람들은 고립을 피하고자 다수의 견해에 동조하거나 침묵을 선택함으로써 사회적 담론에 대한 목소리를 조절하고, 이러한 현상이 사회 전체로 퍼져나감에 따라 침묵의 나선효과가 발생한다. 고립의 두려움은 개인이 타인으로부터 부정적으로 평가받음으로 인해 공동체 안에서 사회적 평판을 잃는 것에 대한 두려움을 말한다. 노엘레노이만이 침묵의 나선효과의 핵심으로 고립의 두려움을 주목하게 된 것은 애시(Asch, 1955), 밀그램(Milgram, 1961) 등의 동

조 실험 연구들을 통해서이다. 노엘레노이만은 해당 실험의 결과들을 통해서 다수 선택의 옳고 그름과 관계없이 동조할 수 있게 되는 근원적인 심리를 고립에 대한 두려움으로 파악하였고, 이를 사회 전반의 현상에 적용하여 침묵의 나선이론을 수립하였다. 특히 사회적 담론 중에서 도덕적인 논쟁의 사안이나 가치 판단이 요구되는 것일수록 고립의 두려움으로 인한 침묵의 나선효과가 분명하게 작동할 것으로 보았다(Noelle-Neumann, 1993). 하지만 노엘레노이만의 이러한 가정에 의문을 던지는 비판적인 연구들이 여러 후속 연구자들을 통해 수행되었다.

Scheufele and Moy(2000)는 침묵의 나선이론의 주요 전제들에 대한 여러 가지 비판적인 시각들을 정리하였다. 그 중 대표적인 쟁점들을 세 가지로 파악할 수 있다. 첫째, 과연 고립의 두려움만이 공개적인 의견표명의지(willingness to speak out)를 충분히 설명할 수 있는 단일한 변수라고 할 수 있는지 비판적으로 살펴볼 필요성을 제시하였다. 해당 연구에 따르면 노엘레노이만은 공개적인 의견표명의지에 대한 선행변수들에 대해서 체계적인 통제(systematic control)를 마련하지 않았다. 이러한 논의에서 Glynn and McLeod(1985)는 고립의 두려움을 단지 가정만으로 전제할 것이 아니라, 구체적인 측정변수로 다룰 필요가 있음을 제기했다. Scheufele and Moy(2000)에 따르면 이러한 제안은 2000년 이전까지의 침묵의 나선이론과 관련한 연구들에서 광범위하게 무시되고 있음을 지적하였다. 이와 관련하여 고립의 두려움 외에 추가적인 선행변수들 파악하고자 하는 다양한 후속연구들이 수행되었다. 공개적인 의견표명의지를 설명하고자 이슈 관여도(involvement) 및 지식수준(knowledge)을 도입한 Salmon and Neuwirth(1990)의 연구를 포함해서 자기효능감(self-efficacy; Huang, 2005),

자기검열(self-censorship; Hayes, 2007) 등의 다양한 변수들이 공개적인 의견표명의지에 대한 선행변수로서 후속 연구자들을 통해 제시되었다.

둘째, 애시의 동조연구들과 같은 소규모의 실험적 증거들을 과연 대규모 사회현상을 설명하는 침묵의 나선이론에 적용하는 것이 적절한 것인지에 대한 비판이 제기되었다(Scheufele and Moy, 2000; Glynn and McLeod, 1985). 특히 고립의 두려움과 관련하여 실제 사회현상에서의 여론은 종종 모호할 뿐만 아니라 대인관계적 상호작용과 소통을 바탕으로 한다는 점에서 실험 환경에서의 설정과 분명한 차이점이 있으므로, 동조 실험들의 결과가 침묵의 나선에 대한 충분한 근거가 되기 어렵다는 것이다. 실제 사회에서 사회적 담론과 관련하여 소수 의견에 속하는 개인임에도 불구하고 활발히 자신의 견해를 표명하고 주변과 소통하는 경우도 분명히 존재한다는 점에서 침묵의 나선이론의 보편성 및 일반화의 논리에 의문을 제기할 수 있다(Moy et al., 2001). 이러한 문제제기에 대처하고자 노엘레노이만은 애시의 실험 이외에 Milgram(1961)의 동조 실험연구를 추가적으로 제시하며 고립의 두려움에 대한 확신을 구체화했으며, 고립의 위협을 실제처럼 설정한 현장 실험 등을 진행하여 이론적으로 보완하고자 하였다(Noelle-Neumann, 1993). 뿐만 아니라 열차 탑승 상황을 가정하는 시나리오 바탕의 설문으로 공개적인 의견표명의지를 측정하는 등 폭넓은 데이터 수집을 바탕으로 이론을 전개하였다. 또한 주변의 여론분위기에 영향을 덜 받으며 소수 의견임에도 불구하고 고립의 두려움에서 상대적으로 자유롭고 공개적인 의견표명을 하는 개인을 하드코어(hardcore; Noelle-Neumann, 1993)로 정의하고 개념적으로 구체화하였다.

셋째, 개인은 광범위한 형태의 사회적 여론분위기에

영향을 받기보다는 오히려 개인이 속한 준거집단에 따라 공개적인 의견표명이 달라질 수 있다(Scheufele and Moy, 2000; Oshagan, 1996). 이러한 문제 제기는 사회적 통제로서 개인에게 순응해야 할 압력을 가한다는 침묵의 나선이론에서의 여론에 대한 정의를 희석시킨다. 더욱이 익명성을 바탕으로 진행된 애시와 밀그램 등의 동조 실험연구를 여론형성 과정으로 차용한 것에 대한 비판적인 맥락으로도 이어진다. 즉 여론형성 과정을 살핌에 있어 실험적인 조건에서 서로 안면이 없는 상태인 개인의 지각을 파악하는 것보다, 한 개인이 속해있으면서도 밀접한 사회적 관련성을 갖는 공동체적 관점으로 접근하는 것이 더욱 현실을 반영한다는 주장이 가능하다. 이러한 논의는 오늘날 소셜미디어의 등장과 같은 미디어 환경의 변화로 인해 더욱 복잡한 양상으로 확대될 수밖에 없다. Hampton et al.(2017)은 소셜미디어의 독특한 특성을 관계지속성(relational persistence), 사회적 유대감에 따른 의견에 대한 전반적인 인식(pervasive awareness of the opinions of social ties), 다양한 준거집단의 단일한 컨텍스트로의 축소(the collapsing of multiple reference groups into a single context)로 제시하였다. 즉 소셜미디어를 통해서 다양한 준거집단들의 경계가 희석되었을 뿐만 아니라, 사회적 관계망을 중심으로 빠른 정보 확산이 가능하므로 여론분위기에 대한 개인의 지각이 더욱 역동적(dynamic)일 수 있다. 따라서 앞서 제시한 침묵의 나선이론에 대한 세 번째 비판적 쟁점은 오늘날의 미디어 환경을 구체적으로 살펴봄으로써 선행연구들을 통합해가면서 검토할 필요성을 제기한다.

2.2 미디어 환경과 여론형성 과정

침묵의 나선이론에 따르면 매스미디어는 여론분위기에 대한 개인의 지각에 큰 영향을 미친다. 이러한 영향은 매스미디어의 세 가지 특징—편재성(ubiquity), 공명성(consonance), 누적성(cumulation)—에 기인한다(Noelle-Neumann, 1993). 즉 미디어의 영향력은 도처에 존재하고 미디어의 메시지는 비슷한 보도내용 혹은 논조로 반복적으로 이루어진다. 노엘레노이만이 침묵의 나선이론을 주장했던 1970년대의 미디어 환경은 오늘날 전통적 미디어로 분류되는 TV나 라디오의 영향력을 본격적으로 탐색하던 시절로 침묵의 나선이론은 당시의 매스미디어 영향력을 강조하는 커뮤니케이션 강화효과 모델(powerful effects model)로 분류된다. 침묵의 나선이론뿐만 아니라 의제설정(agenda setting; McCombs and Shaw, 1972), 프레이밍(framing; Goffman, 1974)과 같이 개인의 지각에 대한 미디어의 영향력을 강조하는 다양한 이론들이 1970년대를 배경으로 등장했다는 측면에서 기술의 발달에 따른 미디어 환경의 변화와 사용자 행동과 지각에 대한 사회과학적 관심이 밀접한 관련을 가짐을 알 수 있다.

새로운 미디어로서 인터넷을 바탕으로 한 온라인 환경이 확산됨에 따라 온라인 환경에 침묵의 나선이론을 적용하는 다양한 후속 연구들이 수행되었다. 소셜미디어의 본격적인 등장 이전까지의 배경에서 수행된 해당 연구들에서는 오프라인 환경과는 다른 당시의 온라인 환경 특성들로 말미암아 침묵의 나선이론을 일관되게 적용하기 어렵다는 점들이 주로 제시되었다. 예를 들어, McDevitt et al.(2003)은 실험연구를 통해 채팅룸과 같은 온라인 환경은 면대면의 조건보다도 여론분위기에 대한 지각과 관련하여 사회적 단서 감소 및 비언어적 의사소통의 부재

로 인해 매우 극단적인 견해조차도 중도적으로 인식될 수 있음을 밝혔다. 이는 여론분위기 지각 차이로 인한 공개적 의견표명 변화라는 침묵의 나선이론의 주요 전제를 온라인상에 적용할 수 있는지에 대한 비판적인 시각을 제공한다. Liu and Fahmy(2011)는 온라인 환경과 전통적인 미디어 환경과의 차이를 주목하고, 온라인 공간이라는 새로운 패러다임을 통해서 잠재적인 개인의 공개적인 의견표명의지가 강화될 것으로 기대했다. 분석결과 현재의 여론분위기에 대한 지각이 오프라인상의 공개적인 의견표명에 영향을 미치는 반면, 동일한 지각이 온라인상의 공개적 의견표명과는 영향 관계가 없는 것으로 나타났다. 따라서 면대면의 상황에서는 침묵의 나선효과가 드러났으나 온라인 환경에서는 드러나지 않았으며, 고립의 두려움 또한 온라인상에서는 불분명한 것으로 나타났다. 온라인 포럼에 침묵의 나선이론을 적용하여 살펴본 Woong Yun and Park(2011)의 실험연구 결과에 따르면 익명성이 보장되는 조건에서 사용자는 고립의 두려움으로부터 자유로우므로 다수 및 소수 여론의 입장에 관계없이 의견표명을 할 수 있는 것으로 나타났다. Schulz and Roessler(2012)는 온라인 환경에서 사용자들은 선택적으로 정보를 선택하는 경향이 있고, 이로 인해 전체 여론분위기 인식에 대한 주관적인 일치성이 증가하여 개인의 고립에 대한 두려움이 감소하는 것으로 드러났다.

오늘날 소셜미디어의 등장과 확산은 전통적 미디어인 TV와 라디오의 등장이나 인터넷의 등장만큼이나 급격한 미디어 환경의 변화를 이끌고 있다. 페이스북으로 대표되는 소셜네트워크서비스(social network service, SNS; 전수현 · 광기영, 2016)는 오프라인 인적 네트워크와 온라인 인적 네트워크를 포괄하는 광범위한 대인관계적 상호작용의 배경이 되고 있다. SNS는 프로필 변경, 게시물 공유, 댓글 달기 등의

손쉬운 자기표현 기능들을 통해서 자신을 효과적으로 노출시킬 수 있는 미디어 환경이다. 동시에 뉴스 기사나 다른 사용자들이 생성한 댓글과 같은 의견표명들에 손쉽게 노출되는 공간이기도 하다. Neubaum and Krämer(2017)는 이러한 소셜미디어의 특성들을 대인간 의사소통(interpersonal communication)과 매스미디어가 결합한 형태의 새로운 미디어 플랫폼이라는 의미로서 'Mass Interpersonal Communication'으로 규정하였다. 이러한 혼재된 특성들로 말미암아 사회적 담론에 대한 의견표명 과정과 여론형성 과정이 소셜미디어 환경에서는 더욱 복합적인 모습으로 나타날 수 있다. 따라서 침묵의 나선이론과 관련한 수많은 선행연구들을 오늘날의 변화하는 소셜미디어 상황에 맞게 융합적인 관점에서 살펴보고 세밀하게 연구할 필요성이 제기된다. 예를 들어, 침묵의 나선이론을 소셜미디어상에서 검증한 Hampton et al. (2014)의 연구는 미국의 스노든 폭로 사건에 대한 페이스북 사용자들의 여론분위기 지각과 공개적인 의견표명의지를 측정하였다. 해당 연구의 분석결과에 따르면 페이스북 사용자들 중 스노든 사건에 대한 자신의 견해가 자신의 페이스북 친구들과 비슷한 경우 해당 사회적 담론에 대한 온라인 토론에 참여할 가능성이 다른 경우보다 1.91배 높은 것으로 나타났다. 또한 응답자의 86%가 면대면의 토론에 참여할 의향이 있지만, SNS상의 토론에 참여할 의향은 42%로 현저하게 낮은 것으로 나타났다. 그러나 이러한 결과는 소셜미디어의 커뮤니케이션이 사용자들의 정치적 표현과 시민적 참여 행동을 증가시킬 것이라는 연구(De Zúñiga et al., 2014)와는 상반된다. 이러한 현상은 오늘날 소셜미디어를 배경으로 진행되는 침묵의 나선이론과 관련한 연구들이 체계적인 이론적 검토가 필요하며, 소셜미디어의 역동적인 특수성들을 함께 고려하여 새로운 이론적 모델을

제시할 필요가 있음을 드러낸다.

2.3 인상관리이론과 자기표현

사람들은 될 수 있으면 부정적이거나 원치 않는 자신의 모습은 숨기고 다른 이들에게 긍정적이고 호의적인 이미지가 형성되길 바란다. 인상관리이론은 사회적 상호작용 속에서의 바람직한 이미지 형성을 위한 개인의 행위 및 특성에 관한 이론적 기반을 제공한다(Goffman, 1959). 인상관리란 타인과의 관계에서 긍정적인 인상을 형성하고 타인에게 비취지는 자신의 인상을 조절 및 통제하고자 하는 일련의 과정을 말하며 자기표현과 동의어로 사용된다(Goffman, 1959; Leary and Kowalski, 1990). 즉 타인에게 비취지는 인상이란 사람들이 자신을 어떻게 지각하고 평가하는지에 대한 종합적인 모습을 의미한다. 고프만은 사람들이 일상생활 속에서 인상관리를 통해 대인관계를 맺는 과정을 연극적인 상황에 비유하여 설명하였다(Goffman, 1959). 공연을 구성하는 세 가지 요소인 연기자, 청중, 무대는 각각 인상관리를 시도하는 개인, 이를 대상으로 하는 사람들, 그리고 개인을 둘러싼 특정한 사회적 상황에 대응된다. 개인을 둘러싼 사회적 환경에서 개인이 전달하고자 하는 이상적인 인상을 연출하는 공간은 무대 전면(front stage)에 해당하고, 그러한 이상적인 모습에 반대되는 요소를 감추거나 인상관리를 준비하는 공간은 무대 후면(back stage)에 해당한다. 인상관리 이론이 점차 발전하고 여러 학문분야로 확대됨에 따라 인상관리와 자기표현이 개념적으로 구분되어 구체화 되었다. Schlenker and Pontari(2000)는 인상관리를 특정 사람이나 사물, 아이디어, 사건 등과 관련하는 특정한 정보를 청중들을 대상으로 통제하고자 하는 목표 지향적인 활동으로 정의하였으며,

자기표현은 그러한 정보들 중에서 특히 자기 자신과 관련하는 정보(self-relevant)를 통제하거나 조절하는 행위로 파악하였다(p. 201). 즉 인상관리를 위한 구체적인 대상과 목표, 인상의 종류에 따라서 연구배경이 달라지며, 자기표현에 관한 연구 또한 자신과 관련한 특정한 이미지와 성공적으로 자신의 이미지를 전달하기 위한 여러 가지 전략의 차이 및 특성들에 따라 범위가 확장된다(Leary and Kowalski, 1990; Hadden et al., 2014).

Leary and Kowalski(1990)는 인상관리를 세부적으로 인상동기(impression motivation)와 인상형성(impression construction)의 두 과정으로 파악하였다. 인상동기는 특정한 사회적 상황에 처했을 때 어떻게 자신이 인지되는지를 조정하고자 하는 동기를 뜻한다. 심리학적 관점에서 자기 자신이 타인에게 어떻게 지각되는지 혹은 어떻게 평가받는지를 조절하고자 하는 동기는 상황에 따라 혹은 개인에 따라 차이가 있다. 경우에 따라 개인은 타인이 자신을 어떻게 인지하는지에 대해서 무관심할 수 있으나 특정한 상황에서는 반대로 자기표현에 대한 관심이 극대화 될 수 있다. Leary and Kowalski(1990)에 따르면 사람들이 인상관리를 하고자 하는 정도는 보여주고자 하는 인상의 목표 관련성(goal-relevance of impressions), 개인이 달성하고자 하는 목표의 가치(value of desired goals), 개인이 바라는 인상과 현재의 이미지 사이의 불일치(discrepancy between desired and current image)에 따라 달라진다. 인상형성은 개인이 다른 이들에게 전달하고자 시도하는 특정한 이미지들을 만드는 과정이다(Nezlek and Leary, 2002). 인상형성은 자신이 비취지기를 바라는 이미지의 종류를 결정하는 과정과 이를 수행하는 자기표현의 선택 과정을 수반한다(Leary and Kowalski, 1990). Leary and Kowalski(1990)

에 따르면 개인의 자기표현은 자아개념(self-concept), 개인의 사회적 역할로 인해 부과된 제약들(role constraints), 개인이 바라거나 바라지 않는 정체성(desired and undesired identity), 목표대상의 가치(target's values), 현재의 혹은 잠재적인 사회적 이미지(current or potential social image)에 따라 영향을 받는다.

인상관리에 대한 관심은 앞서 언급한 심리학적 관점의 연구뿐만이 아니라, 경영학적 관점의 조직 단위 인상관리 전략, CMC 환경에서의 개인의 인상관리 전략 등 다양하고 전 방위적으로 여러 분야에 걸쳐서 다뤄지고 있다. 예를 들어, Wayne and Ferris(1990)는 조직에서의 인상관리 전략을 크게 세 가지로 구분하여 상사 중심의 전략, 자기 자신을 중심으로 한 전략, 업무를 중심으로 한 전략을 제시하였다. 조직 내에서 개인의 인상관리 대상이 주로 상사가 되는 이유는 특정한 인상을 타인에게 전달하여 이익을 얻을 수 있다는 믿음으로 인해 인상관리 전략이 강화되기 때문이다(Stevens and Kristof, 1995). Gordon(1996)의 연구에 따르면 실제로 부하직원에 대한 상사의 평가에 인상관리가 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, Rosenfeld et al.(2002)의 연구에서는 객관적인 측정이 어려운 직무의 성과에 대해서 인상관리의 효과가 두드러짐을 보여주었다.

고프만의 인상관리 관점을 따른 다수의 연구들은 면대면 상호작용을 바탕으로 하고 있다. 그러나 미디어가 발달함에 따라 면대면 커뮤니케이션에서 온라인 공간의 대인관계로 자기표현 전략에 관한 연구가 점차 확대되었다(Tidwell and Walther, 2002). 텍스트 중심이었던 초창기의 CMC 환경에 관한 이론편들 중 단서탈락관점(cues-filtered-out perspective)은 사회적 상호작용 및 소통에 있어 컴퓨터 매개 커

뮤니케이션이 지니는 분명한 한계와 제약을 면대면 커뮤니케이션과의 비교를 통하여 강조하였다(Walther and Parks, 2002). 즉 해당 이론은 CMC 환경이 면대면의 상황과 비교했을 때 상대방을 인지할 수 있는 다양한 단서들이 부족하며, 이러한 속성이 대인관계 발전을 저해할 수 있음을 전제로 한다. Joinson (1998)에 따르면 CMC 환경은 비언어적 정보가 부재하여 사회적 실재감(social presence)이 감소하므로 사회적 규범에서 비교적 자유로워진 사용자들로 인해 인터넷상에서 익명성과 개방성을 악용해 누군가를 빈정대거나 인신공격하고 욕설을 퍼붓는 행위인 플레이밍(flaming)이 많아질 수 있다(이은주, 2011). 반면에 Walther(1996)는 단서탈락관점과는 다른 하이퍼퍼스널(hyperpersonal) 효과를 주장하였다. 하이퍼퍼스널 효과란 사용자가 온라인상의 제한된 단서 소통(minimal cue interaction)으로 인해 자신이 생각하는 이상적인 이미지를 형성하고자 자신과 관련된 정보를 주의 깊게 접근하고 제시하는 선택적 자기표현(selective self-presentation)을 수행할 수 있으며, 이를 통해 다른 사람들로 하여금 자신에 대하여 이상화되고 부풀려진 지각을 형성할 수 있게 하는 일련의 효과를 말한다. 이에 따라 CMC의 고유한 속성이 오히려 대인관계 및 상호작용에 있어 친밀감을 높일 수 있음을 제시하였다. 이러한 Walther(1996)의 관점을 채택한 많은 후속 연구들이 CMC상에서의 인상관리 및 자기표현에 관해 연구하였다. 오프라인에서의 인상관리와 마찬가지로 온라인에서 또한 여러 가지 자기표현이 나타나며, 이는 타인이 지각하는 개인의 인상에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다(Jacobson, 1999). 그러나 온라인상에서의 자기표현은 오프라인에서의 그것과 몇 가지 차이점이 존재한다. 온라인상의 자기표현은 결국 미디어를 통해서 이루어지므로 해당 미디어의

특성과 자기표현이 밀접한 관련을 가진다(Dominick, 1999; Ellison et al., 2006). 온라인상에서는 오프라인과 다르게 실제의 자기 모습을 보여주지 않고도 자신이 원하는 모습으로 선별적인 자기표현을 할 수 있다(Walther and Burgoon, 1992). 뿐만 아니라 온라인상에서의 자기표현이 오프라인 환경에서보다 더욱 신중하게 이루어지는 경향이 있다(Ellison et al., 2006).

오늘날 SNS 사용자는 소셜미디어상에서 타인을 관찰할 수 있을 뿐만 아니라, 타인의 시선으로부터 노출되어 있다. 따라서 SNS는 사회적 상호작용의 장으로 작동하며 인상관리 형성의 중요한 배경이 되고 있다(Tong et al., 2008). 소셜미디어가 자기표현의 중요한 배경이 되는 점을 2가지 관점에서 살펴볼 수 있다. 첫째, 소셜미디어 환경에서 개인은 SNS의 프로필 변경 및 업로드 서비스, 좋아요 버튼과 공유 서비스, 이모티콘 사용 등 다양한 자기표현 기능들을 활용할 수 있다. 이와 관련하여 Marder et al.(2016)은 사람들의 특정 정당에 대한 실제 투표 의사, 투표를 통한 결과와 실제 페이스북 정당 페이지에 좋아요를 누르는 것 사이에 커다란 차이가 있음에 주목하고, 사람들이 SNS상에서 좋아요 버튼 누르기를 주저하는 심리적 원인을 사회적 불안 및 인상관리이론을 통해 분석하였다. 둘째, 소셜미디어는 다양한 네트워크를 구축하고 유지할 수 있게 해주므로, 사용자는 소셜미디어상에서 공개될 수 있는 모든 상호작용이 다양한 청중들의 기대에 부합하는지를 판단하게 된다(Marwick and boyd, 2011). 예를 들어, John and Dvir-Gvirsman(2015)은 페이스북상의 친구들이 동의하지 않은 정치적인 포스팅 게시는 부정적인 이미지로 인식될 수 있으며, 이로 말미암아 페이스북상의 우호적인 친구 관계가 끊어질 수 있음을 실증적으로 제시하였다. 심지어

음악이나 영화, 그와 관련하는 콘텐츠를 공유함에 있어서 다양한 청중들을 의식한 자기표현 전략이 수행될 수 있다(Johnson and Ranzini, 2018). 소셜미디어를 배경으로 하여 인상관리와 자기표현과 관련한 다양한 연구들이 수행되었다. Nadkarni and Hofmann(2012)은 페이스북의 사용 동기를 소속감(belongingness)과 자기표현으로 제시하였다. Rosenberg and Egbert(2011)는 소셜미디어 환경에서 발생하는 인상관리의 주요 특성중 하나로 자기표현을 제시한바 있다.

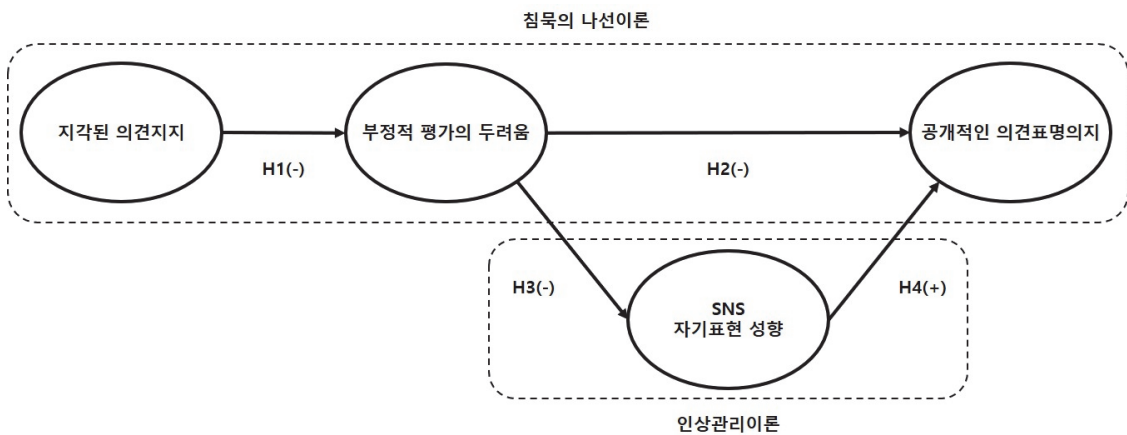
III. 연구모델 및 연구가설

본 연구는 소셜미디어상에서 사회적 담론에 관한 개인의 의견표명 과정을 침묵의 나선이론과 인상관리이론의 관점에서 설명한다. 침묵의 나선이론에서 설명하는 지각된 의견지지(perceived support for one's opinions)에 따른 부정적 평가의 두려움(fear

of negative evaluation)이 개인의 공개적인 의견 표명의지에 미치는 영향을 인상관리이론의 주요 변수인 자기표현 성향을 포함하여 본 연구에서 <그림 1>과 같은 연구모델을 제시한다.

3.1 침묵의 나선효과와 공개적인 의견표명의지

침묵의 나선효과는 개인의 여론분위기에 대한 지각을 바탕으로 사회적 담론에 대한 자신의 견해가 소수의견에 해당하는지 혹은 다수로부터 지지 받는 견해인지에 대한 판단으로부터 출발한다(Noelle-Neumann, 1977). 개인이 자신의 견해를 사회적으로 인기가 없는 소수의견으로 판단할 경우에는 사회적 고립의 두려움을 염려하여 자신의 진짜 생각을 쉽게 드러내지 않을 것이고, 반대로 다수로부터 지지 받는다고 판단할 경우에는 다수의 견해 속에 속해 있다고 느끼므로 고립의 두려움을 덜 느끼며 자신의 생각을 공개적으로 말하는 것에 대한 부담이 적을 것이다. Perry and Gonzenbach(2000)는 개인이 단지 특수한 상황에서만 고립에 대한 두려움



<그림 1> 연구모델

을 경험하는 것이 아니라, 지속적으로 어느 정도 수준의 고립의 두려움을 느낀다고 제시하였으며, 그러한 근거를 개인이 자신을 둘러싼 환경과 여론분위기를 끊임없이 탐색하는 경향성을 통해 설명하였다. 개인의 이러한 탐색과정에서 타인으로부터의 비판과 같이 사회적 상호작용 속에서 발생하거나 예상될 수 있는 부정적인 결과들은 개인에게 더 큰 두려움을 초래한다. Rubin et al.(1969)은 개인의 두려움을 설명하는 여러 차원중 하나로 개인의 사회적 상호작용과 관련하는 요인들을 제시하였다. 예를 들어, 타인으로부터 거절 및 거부당하는 느낌, 타인으로부터 인정받지 못하는 느낌, 적대적인 상황에 둘러싸이는 것에 대한 두려움 등이 사회적 상호작용 속에서의 두려움을 구성하는 구체적인 항목들로 제시되었다. Brown and Crawford(1988) 또한 두려움의 구조적 요인들 중 첫 번째 차원을 대인 관계적 사건(interpersonal events)으로 제시하고 구체적인 항목들-타인으로부터 비판 받는 것, 거부되는 느낌, 인정받지 못하거나 무시 받는 느낌 등-을 제시하였다. Mutz and Silver(2014)는 침묵의 나선이론의 전제들을 확장하여 제시하였는데, 자신이 다수에 속한다고 믿는 사람들의 경우 그들 자신의 견해를 표현함에 있어 안전함을 느낀다고 한다. 즉 사회적 담론에 있어 자신의 입장과 위치가 다수에 속한다고 인식할수록 더욱 넓은 심리적 준거점을 확보하므로 사회적 담론에 관한 토론이나 의견표명에 있어 예상될 수 있는 비판이나 타인으로부터 부정적인 시선으로 비취질지도 모를 염려와 같은 부정적인 결과들로부터 심리적 안정감을 느끼는 것이다. Kim(2017)은 고립의 두려움과 지각된 여론분위기와 한 개인의 공개적인 의견표명 의지를 연결시키는 인과적 메커니즘의 중심으로 제시하여 침묵의 나선효과를 설명하였다. 이를 종합하여 침묵의 나선이론의 기본 전제를 구

체적인 변수들의 인과관계로 표현하면 지각된 의견 지지와 부정적 평가의 두려움, 공개적인 의견표명 의지의 관계로 나타낼 수 있다. 지각된 의견지지는 개인이 사회적 담론에 대한 자신의 견해나 입장이 다수로부터 지지 받는다고 인식하는 정도를 나타내며, 다수의 여론분위기에 속한다고 지각하는 정도를 말한다(Dalisay et al., 2012; Shoemaker et al., 2000). 부정적 평가의 두려움은 타인에게 비판적이거나 적대적으로 판단되는 것에 대한 염려로 야기된 불안의 정도를 나타내며 여러 선행연구들에서 사회적 고립의 두려움을 측정하는 변수로 사용되었다(Shoemaker et al., 2000; Kim and Markman, 2006). Kushin et al.(2019)은 2016년 미국 대선을 배경으로 하여 페이스북상에서의 침묵의 나선효과를 검증하였다. 해당 연구는 특정 후보 지지에 대한 전국적 여론분위기 일치도와 페이스북상의 여론분위기 일치도가 고립의 두려움에 부(-)의 영향을 미치는 것을 부분적으로 검증하였으며, 고립의 두려움이 여론분위기 일치도와 공개적인 의견표명 의지를 매개하는 핵심적인 변수임을 실증적으로 제시하였다. 더욱이 고립의 두려움이 포함되지 않은 모델에서 여론분위기 일치도와 공개적인 의견표명 의지 사이에 정(+)의 유의한 영향관계가 확인됐으나, 고립의 두려움 변수가 투입된 모델에서는 해당 관계가 유의하지 않은 것으로 드러났다. Wu and Atkin(2018)은 개인이 지각하는 비호의적인 여론분위기가 증가할수록 상황 기반의 고립의 두려움이 증가하는 것을 실증적으로 제시하였다. 이러한 논의들을 근거로 다음과 같은 가설을 제시한다.

H1: 소셜미디어 사용자의 지각된 의견지지는 부정적 평가의 두려움에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

침묵의 나선이론과 관련하여 가장 광범위하게 탐색된 인과관계가 바로 고립의 두려움과 공개적인 의견표명의지 간의 관계이다. Kim et al.(2014)은 유전자 조작 식품 이슈와 관련하여 인터넷상에서 어떻게 침묵의 나선효과가 발생하는지를 검증하였다. 해당 연구결과에 따르면 고립의 두려움은 일관되게 TV 인터뷰 상황, 친구들과의 토론자리, 온라인 포럼에서의 의견표명과 강한 부의 영향관계를 나타냈다. 온라인 리뷰 시스템상에서의 침묵의 나선효과를 엄격한 정성적 연구방법론으로 살펴본 Askay(2015)의 연구에서도 고립의 두려움은 사용자들이 중립적이거나 부정적인 리뷰를 작성하고자 하는 의지를 감소시키는 것으로 파악하였다. 이러한 현상이 나타난 원인으로 아마존이나 Yelp 등의 온라인 리뷰 시스템이 소셜미디어적인 환경과 연결되는 것에 기인한다고 보았다. 특히 리뷰어들은 온라인 커뮤니티를 중심으로 하여 네트워크화 되어있으며, 이들 리뷰어들은 커뮤니티에서 감정적, 정보적 지지를 주고받거나 배지와 같은 상징물로 상호 식별하는 등의 소셜미디어 상호작용을 하고 있으므로 익명성을 특징으로 하는 온라인 환경과 달리 고립의 두려움에 영향 받을 가능성이 높다(Askay, 2015). 이것은 온라인 환경의 익명성으로 인해 고립의 두려움과 공개적인 의견표명의지 간의 영향관계가 약해짐을 보고한 Ho and McLeod(2008)의 연구와는 상반된 결과이다. Metzger(2009) 또한 페이스북과 같은 SNS공간이 오프라인 인적 네트워크를 포함하는 실제의 사회적 관계를 바탕으로 한다는 점에서 고립의 두려움을 통한 침묵의 나선효과가 발생할 수 있음을 언급하였으며, 여러 선행연구들에서 실증적으로 밝혀졌다(Moy et al., 2001; Neuwirth et al., 2007; Gearhart and Zhang, 2014). 이러한 논의를 바탕으로 다음의 가설을 제시한다.

H2: 소셜미디어 사용자의 부정적 평가의 두려움은 공개적인 의견표명의지에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3.2 부정적 평가의 두려움과 SNS 자기표현 성향

부정적 평가의 두려움은 다른 사람들로부터 평가 받을 가능성이 있는 상황에서 인정받지 못하거나 비판 받을 수 있다는 불안감과 두려움을 말하며, 이는 사회적 인정 상실에 대한 두려움(fear of loss of social approval)과 의미론적으로 동일하다(Watson and Friend, 1969). 또한 부정적 평가의 두려움은 사회적 불안(social anxiety)의 핵심 구성 요소를 평가하는데 널리 사용되는 척도이다(Leary, 1983). 자기표현은 실재하거나 혹은 상상의 타인들에게 비춰지는 자기 관련된 이미지를 조절 및 통제하고자 하는 행동 또는 과정을 일컫는다(Dominick, 1999). SNS 자기표현 성향은 타인에게 긍정적인 인상을 주고자 SNS를 활용하여 개인적인 정보 노출을 통해 자신과 관련된 이미지를 조절할 수 있다고 여기는 정도를 의미한다(Yu et al., 2015). Leavy(1980)의 연구에 따르면 부정적 평가의 두려움이 높은 사람들은 낮은 경우와 비교했을 때 타인에게 호의적인 인상을 만드는 것에 대한 그들 자신의 능력에 더 회의적이다. 이것은 타인에게 비춰지는 인상을 형성하는 것과 관련하여 자기표현의 역량이 중요한데, 타인에게 부정적인 인상으로 비춰질 것을 염려하거나 그러한 두려움이 높은 상태에서 자기표현 역량이 위축될 수 있음을 의미한다. 더욱이 주변 사람들의 부정적인 평가 가능성이 증가할수록 자신이 원하지 않는 사회적 결과에 대한 지각이 높아질 수 있는데, 특히 부정적인 평가에 대한 예상은 불안과 함께 다른 사람이 바라보는 자신과 관련하는 심

리적 표상(mental representation)에 대한 평가 절하를 이끌어내고, 부정응적이고 부정적인 상호작용 피드백의 순환을 만든다(Weeks et al., 2008). 따라서 부정적 평가의 두려움이 높아지고 사회적 인정에 대한 상실의 두려움이 증가할수록 자신의 정체성을 효과적으로 제시하여 타인에게 긍정적인 인상을 전달하려는 성향이 감소할 수 있다. Jain and Sudhir(2010)은 부정적 평가의 두려움이 사회공포증을 설명하는 핵심 특징으로 역할하며 대인관계 지각에 있어서의 부정적 영향과 관련이 있다고 제시하였다. 한 개인이 사회적으로 포함되고 받아들여지는 정도와 다른 사람들에 의해 배제되고 거절되는 정도는 타인이 해당 개인을 어떻게 생각하는지에 의해 결정된다. 개인의 자기표현 실패는 사회적 배제와 관련되어 있으며, 만약 개인이 자신을 둘러싼 사람들에게 원하는 인상을 줄 수 없다는 두려움을 느끼면 사회적 불안감에 시달릴 수 있다(Tancer, 1997). 이러한 논의들에 따라서 자신이 가지고 있는 사회적 쟁점들에 대한 의견이 다수로부터 지지받지 못할 것으로 여기고, 그러한 자신의 견해와 관련하여 부정적으로 평가를 받을 수 있다는 예상과 두려움이 증가할수록 타인에게 자신의 인상을 호의적으로 제시하고자 하는 심리가 위축될 수 있다. Burke and Ruppel(2015)은 페이스북상에서의 여러 가지 자기표현 동기들에 관해 연구하였는데, 해당 연구에 따르면 개인이 지각하는 전날의 사회적 불안이 더욱 커질수록 다음날의 페이스북상의 부정적인 자기표현 우려(negative Facebook self-presentation concern)가 더 크게 증가하는 것으로 나타났다. 또한 전날의 사회적 불안은 다음날 페이스북상의 긍정적인 자기표현 동기와 관련이 없는 것으로 나타났다. 이는 SNS를 통해서 개인이 효과적인 자기표현을 함에 있어서 두려움이나 불안과 같은 심리적 요소들

이 방해요인으로 작동함을 드러낸다. 결론적으로 소셜미디어 공간에서 사회적 담론에 대해 언급할 때 부정적 평가의 두려움이 높을수록 자기표현 성향이 감소할 것으로 생각할 수 있으며, 반대로 부정적 평가의 두려움이 낮을수록 인상관리에 관한 자신감을 획득하여 자기표현 성향이 증가할 수 있음을 예상할 수 있다. 이에 따라 다음과 같은 가설을 제시한다.

H3: 소셜미디어 사용자의 부정적 평가의 두려움은 SNS 자기표현 성향에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 SNS 자기표현 성향과 공개적인 의견표명의지

페이스북의 좋아요 누르기 등으로 대표되는 소셜미디어 매체들의 기능적인 특수성은 인상관리를 위한 자기표현뿐만 아니라 개인의 의견표명 과정과도 깊은 관련이 있다. 예를 들어, 특정한 정당과 관련한 SNS 페이지에 좋아요 버튼을 누르는 것만으로도 손쉽게 특정한 정치적 함의를 담은 인상을 형성할 수 있으므로 이는 충분히 개인의 의견표명을 드러내는 수단이 될 수 있다. 전통적인 미디어 환경을 바탕으로 한 침묵의 나선이론의 많은 선행연구들에서 공개적인 의견표명의지는 개인이 공개적으로 낮은 상황—이동하는 기차에서 낮은 사람과의 토론(Noelle-Neumann, 1993), 모르는 사람들이 대부분인 낮은 모임에서의 토론(Hayes, 2007), 뉴스 인터뷰(Salmon and Oshagan, 1990) 등—에 처했을 때 특정한 담론에 대해서 공개적으로 자신의 견해를 말할 수 있는 정도를 말한다. 미국의 여론조사 전문기관 퓨리서치센터에서 진행한 Hampton et al. (2014)의 연구에서는 스노든 폭로 사건과 관련하여 SNS상의 토론에 참여할 의향의 정도를 포함하여 개

인의 공개적인 의견표명의지를 설명하였다. 이현지 · 박종민(2015)은 더욱 구체적으로 프로필 서비스 기반의 SNS에서 의견표명을 할 수 있는 네 가지 방법—좋아요 누르기, 타인의 게시물에 댓글 작성하기, 타인의 게시물을 공유하기, 스스로 직접 게시물을 작성하기 등—에 따른 네 가지 행동으로 구분하여 공개적인 의견표명의지를 설명하였다.

Marder et al.(2016)은 특정한 정당에 대한 지지의사와 투표의사가 있음에도 불구하고 사람들이 해당 정당의 페이스북 페이지에 좋아요를 누르는 것을 꺼린다는 것을 밝혔다. 이것은 많은 사람들이 SNS 상에서 자신의 행동이 관찰될 수 있으며, 다른 사람들에게 투영되는 자신의 이미지가 바람직하지 못할 수 있다는 사회적 불안에서 파생한다. 이는 SNS 사용자가 정치적인 콘텐츠를 찾는 것에 대한 동기를 부여받거나 사회적 담론에 대해 관심있게 살펴볼지라도 “좋아요”를 누르는 것에 대한 선택은 외부의 자기표현(external self-presentation)에 대한 인식에 영향 받음을 시사한다(Marder et al., 2018). Chen(2018)은 소셜미디어상의 고립의 두려움이 증가할수록 자기검열 성향이 증가하는데, 공공성(publicness)이 해당 영향관계를 더욱 증가시키는 조절변수 역할을 함을 제시하였다. 또한 고립의 두려움에서 자기검열을 통해 의견표명 행동에 미치는 간접효과에 대해서도 해당 변수가 조절역할을 하는 것으로 드러났다. 해당 연구자는 SNS상에서 개인의 모습이 타인에게 더 많이 노출될 수 있는 조건이 증가할수록 타인에게 부정적인 이미지로 비춰지는 것을 통제하려는 인상관리 프로세스 관점에서 의견표명 환경을 살펴볼 필요가 있음을 제안하였다. SNS를 활용하여 효과적으로 타인에게 자신과 관련한 호의적인 이미지를 제시함에 있어 개인은 부정적인 이미지로 비춰질 수 있는 활동은 자제한다. 예를 들어,

한 개인이 지각하기에 자신이 사회적으로 소수의 입장에 속해있고, 이와 관련하여 자신의 정체성과 그 이미지가 사회적으로 제시되었을 때 부정적으로 비춰질 수 있다고 여긴다면 자신이 지닌 소수의 견해를 선뜻 표명하기 어렵다(Fox and Warber, 2014). 즉 SNS를 활용하여 긍정적인 이미지로 자신의 정체성을 표현하기 어렵다고 여길수록 사회적 담론에 대한 공개적인 의견표명 역시 감소하는 것을 예상할 수 있다. Kushin et al.(2019)의 연구는 이러한 관점에서 흥미로운 분석결과와 해석을 제시하는데, 2016년 힐러리 클린턴과 도널드 트럼프와의 대선기간 동안 트럼프 지지에 대한 페이스북상의 여론분위기 일치도와 공개적인 의견표명의지 사이에 영향 관계가 없는 것으로 나타났다. 반면에 익명의 조건에서 트럼프 지지에 대한 다수의 여론분위기 일치도가 증가할수록 지지와 관련하는 공개적인 의견표명을 할 수 있는 것으로 나타났으며, 고립의 두려움이 통제변수로 투입되었을 때 효과가 더욱 커지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 당시 미국 대선 시점에서 트럼프 지지와 관련하는 사회적인 정체성 및 이미지가 침묵의 나선효과에 관여한 것으로 파악할 수 있다. 자기표현 성향이 감소하는 조건, 즉 긍정적인 이미지로 자신을 효과적으로 제시하지 못하는 정도가 커질수록 설령 개인이 특정 사회적 담론에 대한 지지의사 혹은 투표의사가 있을지라도 공개적인 의견표명의지는 감소한다. 즉 고립의 두려움과 공개적인 의견표명의지 간을 살펴봄에 있어 사회적으로나 공적으로 비춰지는 이미지와 이와 관련하는 개인의 자기표현 성향 혹은 자기표현에 대한 염려가 침묵의 나선효과에서 매개적인 역할을 하는 것을 가늠해볼 수 있다. 이러한 점들을 종합하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

H4: 소셜미디어 사용자의 SNS 자기표현 성향은 공개적인 의견표명의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

IV. 연구방법

4.1 측정도구의 개발

본 연구는 설문조사 연구방법을 통해 제시한 연구 모델을 검증하였다. 모든 설문은 기존의 선행연구를 통해 타당성이 확인된 문항들을 바탕으로 소셜미디어 상황에 맞게 수정하여 7점 리커트 척도로 측정하였다. 또한 복수개의 설문항목으로 변수들을 측정하여 신뢰성을 높이고 타당성을 확보하고자 하였다. 설문 측정을 위한 사회적 담론으로 한국의 사드 배치 논란을 토픽으로 선정하였다. 본 연구에서 사드 배치 논란을 토픽으로 선정한 이유는 3가지이다. 첫째, 해당 이슈는 상당히 오랜 기간 동안(사드 배치 부지가 결정된 2016년 7월 13일 전후를 기준으로 설문을 실시한 2017년 1월 사이에) 많은 언론보도를 통해 소개되었으므로, 대부분의 한국인들이 인지하고 있는 이슈이다. 따라서 여론분위기의 변화와 흐름에 대한 응답자의 지각이 측정 가능하다. 둘째, 해당 이슈에 대한 찬성과 반대의 비율이 한쪽으로 급격하게 치우쳐지지 않으므로, 해당 사회적 담론을 배경으로 설문할 경우 응답자의 견해(opinion)가 변수들에 미치는 영향력을 어느 정도 통제할 수 있다. 셋째, 해당 담론은 안보 위협, 국제적 외교 분쟁, 국제적 경제 분쟁, 지역 갈등, 환경 문제 등 다양한 영역에 걸쳐서 프레임(frame)을 형성하여 오랫동안 언론보도되었으며 국민적 관심이 집중되었다. 이러한 점들을 중

합하여 설문조사를 수행하였으며, 설문의 도입부분에 사드 배치 논란에 대한 요약적인 정보를 제공하였다.

설문조사에 포함된 변수들의 조작적 정의 및 측정 항목 수는 다음과 같다. 지각된 의견지지는 사회적 담론에 관한 자신의 견해가 다른 사람들의 의견과 일치한다고 지각하는 정도로 정의하였으며 세 가지 설문항목으로 측정하였다(Dalisay et al., 2012; Hampton et al., 2014). 부정적 평가의 두려움은 타인에 의해 비판 받거나 적대적으로 판단되는 것에 대한 우려로 발생하는 불안의 정도를 나타내며, 6개의 설문항목으로 구성하였다(Carleton et al., 2006). SNS 자기표현 성향은 타인에게 긍정적인 인상을 주고자 SNS를 활용하여 개인적인 정보 노출을 통해 자신과 관련된 이미지를 조절할 수 있다고 여기는 정도로 정의하였고 Yu et al.(2015)의 연구에서 제시된 5개의 설문항목을 차용하였다. 마지막으로 공개적인 의견표명의지는 오프라인 또는 SNS상에서 특정 담론에 대한 찬반의 토론이 예상될 때, 해당 토론에서 공개적으로 자신의 견해를 밝히고자 하는 정도로 정의하였고 Hampton et al.(2014)과 이현지·박종민(2015)의 연구를 바탕으로 4개의 설문항목으로 구성하였다. <표 1>을 통해 변수의 조작적 정의와 관련연구를 제시하였으며, 구체적인 설문항목은 <부록>에 제시하였다.

4.2 자료수집 및 표본의 특성

본 연구는 실증분석을 수행하고자 전문 리서치 회사에 의뢰하여 전국의 20대 이상의 SNS를 사용하는 성인 남녀를 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였다. 본 연구에서는 연속적으로 동일한 값을 입력한 불성실한 응답을 제외하였으며, 총 151부의 응답 중 116부의 응답을 연구에 사용하였다.

〈표 1〉 변수의 조작적 정의

변수	조작적 정의	관련연구
지각된 의견 지지	사회적 담론에 관한 자신의 견해가 다른 사람들의 의견과 일치한다고 지각하는 정도	Dalisay et al., 2012 Hampton et al., 2014
부정적 평가의 두려움	타인에 의해 비판적으로 또는 적대적으로 판단되는 것에 대한 우려로 야기된 불안의 정도	Carleton et al., 2006
SNS 자기표현 성향	타인에게 긍정적인 인상을 주고자 SNS를 활용하여 개인적인 정보 노출을 통해 자신과 관련된 이미지를 조절할 수 있다고 여기는 정도	Yu et al., 2015
공개적인 의견표명의지	오프라인 또는 SNS상에서 특정 담론에 대한 찬반의 토론이 예상될 때, 해당 토론에서 공개적으로 자신의 견해를 밝히고자 하는 정도	Hampton et al., 2014

응답자의 성별은 남성이 56명(48%), 여성이 60명(52%)이었으며 연령은 20대가 29명(25%), 30대가 43명(37%), 40대 이상이 44명(38%)으로 집계 되었다. 응답자의 학력은 고등학교 졸업이 35명(30%), 대학교 졸업이 68명(59%), 대학원 이상이 13명(11%)으로 나타났다. 응답자의 직업은 다

음과 같다. 학생 15명(13%), 공무원 6명(5%), 회사원 46명(40%), 전문직 14명(12%), 자영업 9명(8%), 기타 26명(22%)으로 다양하게 나타났다. 〈표 2〉를 통해 표본의 인구통계학적 특성을 요약 정리 하였다.

〈표 2〉 인구 통계적 특성

구분	빈도	비율
성별	남자	56 48%
	여자	60 52%
나이	20대	29 25%
	30대	43 37%
	40대 이상	44 38%
학력	고등학교 졸업	35 30%
	대학교 졸업	68 59%
	대학원 이상	13 11%
직업	학생	15 13%
	공무원	6 5%
	회사원	46 40%
	전문직	14 12%
	자영업	9 8%
	기타	26 22%
합계	116	100%

V. 분석 및 결과

5.1 타당성 및 신뢰성 분석

연구모형을 검증하기 위하여 수집된 설문을 PLS-SEM(partial least squares structural equation modeling) 기법을 이용하여 분석하였다. 측정모델에서는 적정수준 미만의 요인적재량 값을 갖는 항목들을 한 번에 하나씩 제거하는 과정을 거쳐 수정 작업을 진행하였다(Anderson and Gerbing, 1988).

PLS-SEM은 OLS(ordinary least squares) 회귀분석에 기반한 방법으로, 내생 잠재변수의 오차항을 최소화하여 설명력을 최대화 하도록 경로계수를 추정하는 접근법이다. PLS-SEM의 사용 목적은 모형의 구조적인 특성을 밝히는 것보다 종속변수에 해당되는 내재적 잠재변수에 대한 설명과 예측에 주안점을 둔 기법이다. PLS-SEM의 장점이라 할 수 있는 첫 번째 특징은 작은 규모의 표본에서도 분석이 가능하다는 점이다(Hair et al., 2016). PLS-SEM은 데이터를 최적으로 설명할 수 있는 모델을 추정하고자 하므로 샘플 크기에 대한 엄격한 가정을 요구하지 않는다. 두 번째 특징은 분석대상 데이터의 변수와 오차항의 분포에 대한 특별한 가정을 두지 않는다는 점이다(Hair et al., 2016). PLS-SEM은 모형을 추정함에 있어 관측값에 대한 예측정확도를 기반으로 하며, 이 과정에서 부트스트래핑(bootstrapping)을 사용한다. 세 번째 특징은 PLS-SEM의 경우 반영적 측정모델과 형성적 측정모델 모두를 측정할 수 있으며, 요인의 수가 다수이거나 다중공선성이 높은 경우에도 활용이 가능하다(Chin, 1998). Hair et al.(2016)은 PLS-SEM이 새로운 이론의 개발이나 아직 많은 연구가 이뤄지지 않은 분야에 대

한 탐색적 연구에 강점이 있음을 제안하였다. 본 연구는 침묵의 나선이론과 인상관리 이론의 주요 변수들 간의 관계를 새롭게 조명하고, 소셜미디어상의 의견표명 과정에 있어 새로운 이론적 프레임워크를 제시하고자 하므로, 새로운 이론 개발에 강점이 있는 PLS-SEM 분석 방법을 선택하였다.

본 연구는 집중타당성을 검증하기 위해 PLS-SEM을 기반으로 하는 통계프로그램인 SmartPLS 3.0(Ringle et al., 2015)을 이용하여 관측변수의 요인적재량, 복합신뢰도, 평균분산추출, 크론바흐알파 값을 평가하였다. 모델 검증에서 측정 지표들의 검증 기준은 다음과 같다. 첫째, 잠재변수와 각 항목과의 상관 정도를 보여주는 요인적재량 값은 0.5보다 커야 한다(Bagozzi and Yi, 1988). 둘째, 각 잠재변수의 복합신뢰도(composite reliability: CR) 값은 0.7을 상회해야 한다(Chin, 1998). 크론바흐알파(cronbach's α) 값의 경우 0.7 이상이 권장되나(Hair et al., 2011), 여러 선행연구에서 0.6-0.7 역시 허용할 만한(acceptable) 수준으로 본다(Kline, 2000). 셋째, 평균분산추출(average variance extracted: AVE) 값은 0.5 이상이어야 한다(Fornell and Larcker, 1981). 다음 <표 3>을 통해 모든 항목이 요인적재량 0.5 기준, 복합신뢰도 0.7 기준, 크론바흐알파 0.6 기준을 충족하였음을 제시하였다. 평균분산추출 값 역시 모든 항목이 0.5 기준을 준수하였다. 따라서 본 연구에서 사용한 측정항목들은 대체적으로 집중타당성이 확보되었음을 확인하였다.

다음으로 판별타당성을 평가하였다. 판별타당성은 각 변수에 대한 평균분산추출의 제공된 값이 그 변수와 다른 변수와의 상관계수 값을 넘어서는지를 파악하여 확인할 수 있다(Fornell and Larcker, 1981). <표 4>를 통해 각 변수에 대한 평균분산추출의 제공된 값은 모든 변수의 상관계수 값을 상회함을 제시

〈표 3〉 집중타당성 분석결과

변수	항목	요인적재량	복합신뢰도	평균분산추출	크론바흐알파
지각된 의견지지	PSO1	0.852	0.865	0.682	0.766
	PSO2	0.779			
	PSO3	0.844			
부정적 평가의 두려움	BFNE2	0.835	0.919	0.741	0.885
	BFNE3	0.871			
	BFNE4	0.887			
	BFNE6	0.849			
SNS 자기표현 성향	SSEP2	0.860	0.879	0.709	0.794
	SSEP3	0.867			
	SSEP4	0.796			
공개적인 의견표명의지	WSOS1	0.932	0.944	0.807	0.921
	WSOS2	0.855			
	WSOS3	0.923			
	WSOS4	0.880			

〈표 4〉 판별타당성 분석결과

변수	WSO	BFNE	SSEP	PSO
WSO	0.898			
BFNE	-0.192	0.861		
SSEP	0.248	0.256	0.842	
PSO	0.566	-0.194	0.056	0.826

주) 대각선 값은 각 변수에 대한 AVE 값의 제곱근값을 의미하며, 대각선 아래 값들은 변수들 간의 상관계수 값을 나타냄.

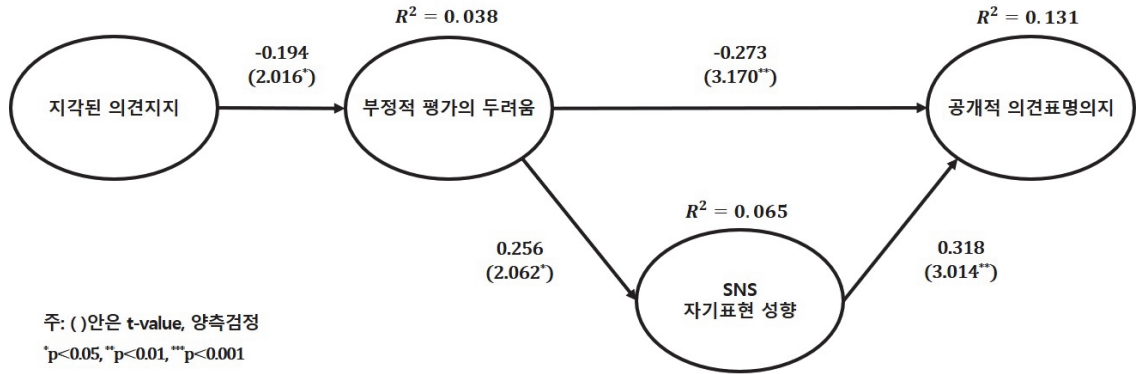
하였다. 이에 따라 본 연구에서 사용된 측정 항목들의 판별타당성이 확보된 것으로 판단하였다.

5.2 가설검정 및 추가분석의 필요성

본 연구는 제안된 가설의 검정을 위해 SmartPLS 3.0을 이용하여 경로분석을 수행하였다(boot strapping 500회). 구조모델 검정 결과는 〈그림 2〉와 같다. 지각된 의견지지는 부정적 평가의 두려움 요인을 3.8%

설명하고(=0.038), 부정적 평가의 두려움은 SNS 자기표현 성향 요인을 6.5%를 설명한다(=0.065). 연구모델의 종속변수인 공개적인 의견표명의지는 부정적 평가의 두려움, SNS 자기표현 성향에 의해 분산의 13.1%가 설명되었다(=0.131).

〈그림 2〉의 연구모델 분석결과에서 확인할 수 있듯이 가설 H1, H2는 채택되었다. 지각된 의견지지는 부정적 평가의 두려움($\beta = -0.194$, $t\text{-value} = 2.016$)에 부(-)의 효과로 유의한 영향을 미치는 것



〈그림 2〉 연구모델 분석결과

〈표 5〉 가설검증 결과

가설	경로	경로계수	표준오차	t-value	결과
H1(-)	지각된 의견지지 → 부정적 평가의 두려움	-0.194	0.096	2.016	채택
H2(-)	부정적 평가의 두려움 → 공개적인 의견표명의지	-0.273	0.086	3.170	채택
H3(-)	부정적 평가의 두려움 → SNS 자기표현 성향	0.256	0.124	2.062	기각
H4(+)	SNS 자기표현 성향 → 공개적인 의견표명의지	0.318	0.106	3.014	채택

으로 나타났으며, 부정적 평가의 두려움은 공개적인 의견표명의지($\beta = -0.273$, $t\text{-value} = 3.170$)에 부(-)의 효과로 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 반면에 문헌연구를 바탕으로 부(-)의 효과를 예상했던 가설과 다르게, 부정적 평가의 두려움은 SNS 자기표현 성향($\beta = 0.256$, $t\text{-value} = 2.062$)에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 H3은 기각되었다. 가설 H4는 채택되었다. SNS 자기표현 성향은 공개적인 의견표명의지($\beta = 0.318$, $t\text{-value} = 3.014$)에 정(+)의 효과로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 〈표 5〉에 가설검증 결과를 정리하여 제시하였다.

H1과 H2를 통해서 지각된 의견지지에서 부정적 평가의 두려움으로, 다시 공개적인 의견표명의지로

이어지는 인과관계 경로를 실증적으로 검증하였으며, 이를 통해 소셜미디어상에서 침묵의 나선효과가 존재함을 증명하였다. H1과 H2를 통해서 사회적 담론에 관한 찬반 논쟁에 있어 자신의 견해가 다수의 의견과 일치한다는 생각이 증가하면 타인으로부터 부정적으로 평가받을 염려나 두려움이 감소하고, 그 결과 SNS상에서 공개적으로 사회적 담론에 관한 자신의 견해를 밝힐 의향이 증가되는 것으로 해석할 수 있다. 반대로 자신의 의견이 다수로부터 지지받지 못한다는 지각이 커질수록 타인에게 부정적으로 평가받거나 그러한 인상으로 비춰질 것에 대한 염려가 증가하고, 그 결과 SNS상에서 사회적 담론에 대한 의견표명이 감소하게 된다. H3가 통계적으로 유의하게 기각됨에 따라 부정적 평가의 두려움에

서 SNS 자기표현 성향으로 이어지는 경로는 정(+)
의 영향관계로 드러났으며, SNS 자기표현 성향에서
종속변수인 공개적인 의견표명의지로 이어지는 경로
도 정(+)
의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러
한 결과는 사회적 담론에 관한 자신의 견해로 인해
자신의 이미지가 타인으로부터 부정적으로 평가 받
는 것에 대한 두려움이 커질수록 SNS를 통한 적극
적인 자기표현 성향이 증가하고, 이는 소셜미디어상
에서 공개적으로 의견표명 하려는 의지를 증가시키
는 것으로 이해할 수 있다. 즉 자신이 소수여론에 위
치하여 부정적인 인상으로 비춰지거나 비판받을 수
있음을 염려하는 사람들은 SNS를 통한 자기정보
노출과 이미지 조절이 자신의 견해를 드러내고 강화
하는 것에 효과적인 도구로 판단한다고 볼 수 있다.
흥미롭게도 이러한 결과는 오늘날 소수의견임에도
불구하고 소셜미디어 공간에서 더욱 적극적으로 자
신의 주장을 강화하는 현상과, 특히 소수여론 집단
에서 SNS를 적극적으로 활용하는 모습을 반영한다.
그러나 최종 종속변수인 공개적인 의견표명의지로
향하는 두 경로—직접경로(-), 간접경로(+)—가 서
로 반대의 영향관계로 상충하므로 전체 모델의 관점
에서 분석결과에 대한 해석 역시 정교하게 할 필요
가 있다. 따라서 본 연구는 억제효과(suppression
effect)의 관점에서 연구모델에 대한 추가 분석을
수행하였다.

5.3 억제효과 분석

MacKinnon et al.(2000)의 연구에 따르면 매개
모형 분석에서 직접효과와 간접효과의 경로가 서로
반대의 영향관계를 보고할 때 억제효과가 존재할 수
있음을 제시하였다. 구조방정식모델에 매개변수를
도입하면 이를 통해 독립변수와 종속변수 간의 관계

의 전부 또는 일부를 설명하게 되므로 일반적으로
직접효과의 크기가 줄어든다. 하지만 반대로 증가하
게 되는 예외적인 경우가 발생하기도 한다(Breslow
et al., 1982; MacKinnon et al., 2000). 이러
한 예외적인 매개유형을 억제효과로 부르며 해당 변
수를 억제변수(suppressor variable)로 지칭한다.
억제효과에서 억제변수의 역할은 모형에 투입되었을
때 독립변수의 오차 변량을 간접적으로 설명하여 제
거(억제)함에 따라, 종속변수에 대한 독립변수의 설
명력을 강화시키는 것이다(Gaylord-Harden et
al., 2010). 이는 독립변수와 억제변수가 서로 공유
하는 분산이 통제되어, 독립변수로부터 종속변수에
대한 회귀계수가 증가함을 의미한다(Cohen et al.,
2014). 억제효과 및 억제변수에 대한 대표적인 사
례로 McFatter(1979)의 연구가 있다. McFatter
(1979)는 공장 직원들의 지적능력(intelligence)과
실수(errors)의 부적 영향관계 속에 감춰진 지루함
(boredom)의 변수로 인해 해당 인과관계가 제대로
드러나지 않음을 주목하였다. 따라서 지능과 실수의
관계를 구체적으로 파악하기 위해 지루함이라는 변
수를 모형 안에 포함하여 통제함으로써, 지루함 변
수를 통한 정의 간접효과와 독립변수와 종속변수 간
의 부의 직접효과를 모두 확인할 수 있었다. 이러한
억제효과 모델은 특히 교육학과 심리학 연구에서 자
주 논의 되는 개념으로(Cohen et al., 2014), 직접
효과와 간접효과의 부호가 서로 반대인 것에 착안하여
해당 모델을 불일치 매개모델(inconsistent mediation
model)로 부르기도 하며(Davis, 1985), 직접효과
와 간접효과가 서로 경쟁적으로 상쇄한다는 측면에서
경쟁적 매개모델(competitive mediation)로 부르
기도 한다(Zhao et al., 2010).

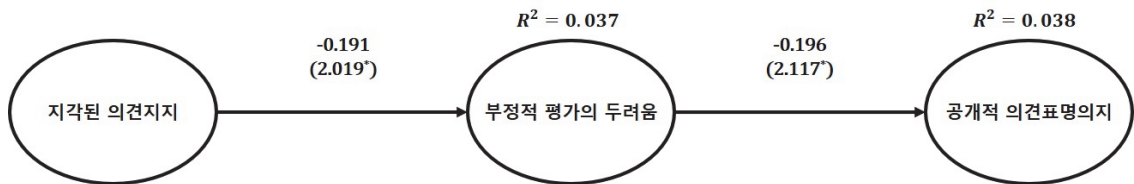
이에 따라 본 연구모델에서는 MacKinnon et al.
(2000)이 제안한 절차를 따라 억제효과가 존재하는

지를 검증하였다. MacKinnon et al.(2000)에 따르면 연구모델 안에서 직접경로와 간접경로의 회귀 계수 부호가 서로 반대이면서, 모형 안에 매개변수가 포함될 때 독립변수에서 종속변수로 향하는 직접 효과의 크기가 커지는 경우 억제효과가 존재한다. 앞서 제시한 <그림 2>의 결과를 살펴보면, 부정적 평가의 두려움에서 공개적인 의견표명의지로 가는 직접경로는 부(-)의 영향 관계이며, 부정적 평가의 두려움에서 SNS 자기표현 성향을 거쳐 공개적인 의견표명의지로 가는 간접경로는 정(+)의 영향 관계로 두 경로의 부호가 서로 반대임을 확인할 수 있다. 다음으로 SNS 자기표현 성향 변수의 억제효과를 검증하기 위하여 해당 변수를 투입하기 전과 후에 부정적 평가의 두려움에서 공개적인 의견표명의지로 이르는 경로계수의 절대값이 증가하는지를 확인하였다. <그림 3>은 SNS 자기표현 성향 변수를 투입하지 않은 모델의 분석결과로, <그림 3>과 <그림 2>의 분석결과와 비교하여 부정적 평가의 두려움에서 공개적인 의견표명의지에 미치는 직접효과는 SNS 자기표현 성향 변화량이 투입됨으로써 증가됨을 확인할 수 있다($\beta = -0.196$, $t\text{-value} = 2.117 \rightarrow \beta = -0.273$, $t\text{-value} = 3.170$). 이러한 결과는 SNS 자기표현 성향 변수가 함께 투입됨에 따라 부정적

평가의 두려움에서 공개적인 의견표명의지로 향하는 관계가 강화된 것을 의미한다. 즉 부정적 평가의 두려움을 통해서 공개적인 의견표명의지를 설명하지 못하는 오차 변량을 SNS 자기표현 성향이 억제(통제)한 것으로 설명할 수 있다. 전체 모델 안에서 부정적 평가의 두려움에서 공개적인 의견표명의지로 향하는 직접효과 크기가 -0.273 으로 간접효과인 $0.081(0.256 \times 0.318)$ 보다 높으므로 간접효과의 영향력을 상쇄시켜 소셜미디어상에서 침묵의 나선효과가 커지는 것으로 이해할 수 있다. 이것은 부정적 평가의 두려움과 공개적인 의견표명의지 관계에 있어 소셜미디어상에서 SNS 자기표현 성향을 고려하지 않은 모델보다 SNS 자기표현 성향 변수를 투입하고 통제된 조건에서 침묵의 나선효과가 더욱 분명하게 확인된 것으로 이해할 수 있으며 억제효과 및 경쟁적 매개유형이 나타난 것으로 볼 수 있다.

VI. 토 의

본 연구는 소셜미디어상에서 사회적 담론에 관한 개인의 의견표명 과정을 침묵의 나선이론을 바탕으



주: (*)안은 t-value, 양측검정
 *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

<그림 3> 억제변수를 제외한 연구모델 분석결과

로 인상관리 이론과 결합하여 새로운 이론적 프레임워크를 제시하고, 이를 실증적으로 검증하였다. 우선 본 연구는 지각된 의견지지, 부정적 평가의 두려움, 공개적인 의견표명의지의 인과관계를 문헌연구를 통해 도출하였으며, 침묵의 나선이론의 구조적 모형을 제시하였다. 또한 고립의 두려움 이외에 의견표명 과정에 영향을 줄 수 있는 SNS 자기표현 성향 변수를 인상관리이론을 바탕으로 추가하여 종합적으로 새로운 연구모형을 제시하였다.

문헌연구를 토대로 부정적인 평가의 두려움을 통해 공개적인 의견표명의지를 설명하는 경로는 침묵의 나선이론을 반영하고, 부정적 평가의 두려움에서 SNS 자기표현 성향을 거쳐서 공개적인 의견표명의지로 이어지는 경로는 인상관리이론을 반영한다. 그러나 부(-)의 영향관계를 예상한 부정적 평가의 두려움과 SNS 자기표현 성향 간의 관계가 정(+)의 관계로 통계적으로 유의하게 기각되었다. 이러한 결과가 나타난 이유는 두 가지 관점에서 생각해볼 수 있다. 첫째, 부정적 평가의 두려움이 증가할수록 자기표현 동기(self-presentational motive)가 증가한다고 제시하는 Nezelek and Leary(2002)의 주장과 본 연구결과를 연결하여 생각할 수 있다. Nezelek and Leary(2002)에 따르면 사람들이 다른 사람들에 의해 인식되고 평가되는 방식을 통제하도록 동기를 부여받는 정도의 개인차는 공적 자의식(public self-consciousness), 부정적인 평가에 대한 두려움, 인정받고자 하는 동기(approval motivation)에 영향을 받는다. 자신을 둘러싼 여론분위기와 괴리에 따라 부정적인 평가를 받을 두려움이 높아질수록 사회적으로 또는 공적으로 비취질 수 있는 자신의 이미지에 대한 관심과 이를 SNS를 활용하여 조정하고자 하는 동기가 강화될 수 있다. Leary and Allen(2011)에 따르면 자기표현은 사회적 인정을

추구하고 비인정(disapproval)을 피하는 주요한 수단이다. 이를 소셜미디어 환경에서 살펴보면 SNS 상에서 제공되는 여러 자기표현의 기능들은 사회적 비인정을 피할 수 있는 수단으로 활용될 수 있다. 따라서 부정적 평가의 두려움이 높을수록 자신의 이미지를 효과적으로 조절할 수 있는 SNS의 자기표현적 활용성을 높게 지각할 수 있다. 둘째, 부정적 평가의 두려움과 SNS 자기표현 성향의 관계를 이해함에 있어 소셜미디어 매체의 특성을 고려할 필요가 있다. 대표적으로 페이스북과 같은 SNS는 사용자가 프라이버시 설정에 따라 자신의 포스iting이나 활동 및 정보의 공개범위를 세부적이고 구체적으로 설정할 수 있다(Zhao et al., 2008). 이러한 미디어 환경으로 인해 사용자는 자신과 관련한 정보를 노출하고 자신을 표현하는 과정을 양적으로나 질적으로나 충분한 시간을 갖고 수행할 수 있으며, 전략적이며 선택적인 자기표현이 가능하다. 따라서 주로 면대면의 사회적 상호작용 속에서 부정적 평가의 두려움을 측정하여 여러 선행연구들의 결과가 오늘날의 소셜미디어 맥락에서는 다르게 전개될 가능성이 높다. 면대면의 상황에서는 부정적 평가의 두려움이 증가할수록 자기표현에 대한 자신감을 상실하여 실제적인 자기표현이 감소할 수 있다. 그러나 SNS상에서는 자신의 프로필이나 관련된 정보를 전략적으로 편집하여 특정한 혹은 바람직한 모습으로 비취질 수 있는 정보만을 선택적으로 전달할 수 있으므로(Zhao et al., 2008), 소셜미디어는 면대면상의 상호작용에 대한 부담감을 줄이고 오히려 사회적 인정을 획득할 수 있는 효과적인 자기표현의 장으로 활용될 수 있다. Baumeister(1982)의 연구에 따르면 사람들은 다른 사람들에게 자신에 대한 바람직하지 않은 인상이 형성된다고 생각할 때 이전에 제시했을 수 있는 부정적인 정보를 반박(contradict)하고 보

상(compensate)하기 위해 자신에 대한 매우 유리한 정보를 제시하는 경향이 있다. 따라서 이러한 경향성과 소셜미디어 매체의 특성들이 결합됐을 때, 부정적 평가의 두려움을 상쇄하고자 SNS를 활용하는 자기표현 성향이 증대할 수 있다.

다음으로 SNS 자기표현 성향을 통한 경로를 함께 고려했을 때 오히려 침묵의 나선효과가 크게 나타나게 된 이유를 두 가지 관점에서 살펴볼 수 있다. 이것은 소셜미디어상의 자기표현 가능성을 넘어서 침묵의 나선효과를 이끄는 소셜미디어의 특성들과 관련한다. 첫째, 소셜미디어 사용자는 인상관리 과정에서 온라인 및 오프라인 네트워크를 포괄하는 소셜미디어 환경으로 인해 더욱 복잡한 인간관계를 인식할 수 있다. 결과적으로 SNS상에서 더욱 정교한 인상관리를 수행할수록 누가 자신의 SNS나 포스팅을 관찰할 수 있는지에 대한 의식으로 말미암아 게시 내용의 노출범위나 친구 목록을 관리하는 등의 더 많은 세부사항을 고려하게 된다. 따라서 자기표현을 통한 인상관리 활동이 많아질수록 SNS 친구나 가상의 청중에 대해서 더욱 의식할 수 있으며, 그 결과로서 침묵의 나선 효과가 강화 될 수 있다. 둘째, 소셜미디어는 정부의 감시 활동이나 외부의 정보 유출 가능성과 같은 약점이 있을 수 있다. 페이스북과 같은 SNS가 강력한 프라이버시 환경을 제공하고 있음에도 불구하고 소셜미디어 사용자들은 자신들이 통제할 수 있는 범위를 넘어선 정보 유출이나 정부 감시 등이 발생할 가능성을 인지할 수 있다. 예를 들어, Stoycheff(2016)는 감시 관행에 대한 인식과 정당화가 소수의 정치적 견해를 표출하는 것을 억압함으로써 페이스북상의 민주주의적 담론에 냉각효과(chilling effect)를 가져올 수 있음을 밝혔다. 따라서 비록 소셜미디어가 편리하고 안전한 의견표명 환경을 제공할지라도, 만약 사용자들이 데이터 보안 기

술의 관점에서 해당 소셜미디어 또는 이를 운영하는 회사 자체에 대한 의심을 조금이라도 가지고 있다면, 소셜미디어상에서 공개적으로 의견표명 하는 것에 대한 방어적인 태도가 형성될 수 있다. 이러한 효과가 소셜미디어상의 침묵의 나선효과를 증가시키는 역할을 할 수 있다. 따라서 SNS가 효과적인 자기표현의 가능성을 제공할지라도 여전히 소셜미디어상에서 침묵의 나선효과가 존재한다고 할 수 있다.

Ⅶ. 시사점 및 연구의 한계

본 연구는 이론적 관점에서 몇 가지 시사점을 제공한다. 첫째, 본 연구는 소셜미디어상에서 사회적 담론에 관한 개인의 의견표명 과정을 설명하는 여론형성 과정 모델을 구조방정식모델을 통해 체계화하였고 실증적으로 분석하였다. 침묵의 나선이론과 관련된 여러 선행연구들에서 특정 변수들에 대한 인과관계를 살펴보거나, 여러 가지 사회주제의 맥락에서 다루지는 미시적인 연구들은 많이 있으나 이론 자체에 대한 정교화를 목표로 전체를 아우르며 보여주는 연구모델을 제시하는 경우는 거의 드물다. 본 연구는 침묵의 나선이론의 핵심적인 변수들의 인과관계를 종합적으로 보여주는 확장된 연구모델을 제시하여, 향후 여론형성 과정과 개인의 의견표명 과정을 살펴보고자 하는 후속 연구자들에게 분명한 이론적 기반을 제공한다.

둘째, 소셜미디어 환경에서의 여론형성 과정을 침묵의 나선이론과 인상관리이론과의 접점을 통해서 제시하여 확장된 이론적 프레임워크를 제공하였다. 이러한 이론적 확장이 필요한 까닭은 오늘날 디지털 저변이 확대되고 소셜미디어와 같은 새로운 미디어

환경이 개인과 사회를 연결하는 중요한 공간으로 등장함에 따라 변화하는 여론형성 과정 및 개인의 의견표명 프로세스를 더욱 잘 설명하고자 함이다. 소셜미디어는 개인의 의견표명 환경인 동시에 인상관리적 목적으로도 사용될 수 있다. 따라서 여론형성 과정의 배경이자 인상관리의 무대로도 작동하는 통합적인 미디어 공간이므로, 침묵의 나선이론과 인상관리이론의 접목은 소셜미디어상에서의 사용자 행태 변화를 더욱 잘 설명할 수 있다. 이러한 점은 부정적 평가의 두려움과 SNS 자기표현 성향의 관계를 제시했던 본 연구의 가설3이 통계적으로 유의하게 기각되었다는 부분에서 명확하게 드러난다. 즉 기존문헌들을 토대로 부정적 평가의 두려움이 SNS 자기표현 성향에 부(-)의 영향을 미칠 것을 가정하였으나, 오늘날 소셜미디어 환경에서 두 변수의 영향관계는 정반대로 작동하는 것으로 드러났다. 소셜미디어 사용자가 인상관리를 목적으로 하는 SNS 자기표현의 가능성을 통해 자신의 견해를 강화할 수 있다는 점은 미디어와 여론의 관점에서 SNS가 중요한 역할을 할 수 있음을 보여준다. 이를 통해 소셜미디어 환경에서 개인이 사회적 담론에 관해 공개적으로 의견표명을 하게 되는 심리적 메커니즘을 더욱 구체적으로 보여주었다. 향후 소셜미디어를 바탕으로 침묵의 나선이론과 인상관리이론을 연구하고자 하는 연구자들에게 본 연구가 통섭적인 연구의 장으로 역할을 할 수 있을 것으로 기대한다.

셋째, 억제효과의 개념을 본 연구모델을 통해서 구체적으로 소개하고 정리하였다. 많은 연구자들이 연구모델 해석에서 어려움을 겪는 경우는 분석결과에 따라 최종적으로 종속변수를 설명하는 직접경로와 간접경로의 영향관계가 서로 상충될 때이다. 즉 종속변수에 대한 변화를 직접효과를 통해서 설명하는 것과 간접효과를 통해서 설명하는 것이 서로 반

대의 해석을 낳게 된다는 딜레마가 발생할 수 있다. 실제로 많은 연구자들이 이러한 딜레마가 발생할 경우 가설을 폐기하거나 구조모델을 합리적으로 설명할 수 있도록 수정하는 등의 과정을 거칠 수 있다. 본 연구 또한 그러한 어려움을 겪었으며 연구모델을 최대한 합리적으로 설명할 수 있는 이론적 근거를 찾는 과정 속에서 억제효과의 개념을 도입하게 되었다. 본 연구는 억제효과를 통해서 연구모델 해석을 시도하고자 하는 향후 연구자들에게 이론적으로 검토할 수 있는 선행 사례를 제시한다.

실무적 시사점은 다음과 같다. 오늘날 국내의 SNS 환경에서도 침묵의 나선이론이 적용될 수 있음을 실증적으로 제시하였다. 이에 따라 SNS상의 사용자 행동과 여론형성 과정을 연구하는 연구자들에게 구체적인 참조점을 제공하였다. 오늘날 많은 사람들이 소셜미디어를 통해 뉴스 정보를 소비하고 여론분위기를 읽는 창구로 활용하는 등 소셜미디어 환경이 개인과 사회를 연결하는 중요한 역할을 하고 있음에도 불구하고, 소셜미디어를 중심으로 하는 여론형성 과정 및 의견표명 환경에 관한 연구는 국내에서 상대적으로 많이 다뤄지지 않았다. 사회적 담론에 대한 여론형성 과정과 사회적 갈등과 대립을 미디어 환경과 관련하여 살펴볼 수 있었던 대표적인 국내 사례로 2008년 광우병 사태를 꼽을 수 있다. 당시에 광장 시위로 확장하는 여론형성 과정에 영향을 미친 여러 요인들 중 하나로 새롭게 등장한 CMC 미디어 환경에 대한 연구가 주목 받았다. 오늘날의 소셜미디어 환경은 과거의 CMC 미디어 환경보다도 정보의 확산과 파급력의 관점에서 더욱 영향력을 갖추게 되었으며, 이전과는 비교할 수 없을 정도로 수많은 사회적 소통 과정이 SNS를 통해서 이루어지고 있다. 뿐만 아니라 가짜뉴스와 같은 개념들이 생겨나고 사회적 갈등과 대립의 배경으로 소셜미디어

환경에 대한 관심이 커지고 있는 상황이다. 이러한 바탕에서 소셜미디어상에서의 여론형성 과정에 대한 연구의 필요성이 제기되는 상황이다. 본 연구는 소셜미디어상에서 민감하게 다뤄졌던 이슈 중 하나인 사드배치 논란에 관한 개인의 의견표명 과정을 국내의 SNS 환경에 맞게 측정하였다는 점에서 시기적절한 작업을 수행하였다고 할 수 있다.

둘째, 침묵의 나선이론의 주요 종속변수인 공개적인 의견표명의지를 좋아요 버튼 누르기, 공유하기, 댓글 작성하기와 같은 SNS상의 주요 기능들을 고려하여 현실적인 환경에 맞게 측정하였다. 본 연구는 주요 종속변수인 공개적인 의견표명의지를 소셜미디어 환경을 고려하여 측정할지라도 침묵의 나선이론의 프레임워크가 이론적으로 여전히 유효함을 제시하였다. 따라서 여론형성 과정 및 여론분위기를 파악함에 있어 SNS상의 좋아요, 공유, 댓글의 수와 같은 정보들의 추이를 확인할 필요성이 제기되며, 이러한 것들이 사용자들에게 어떠한 정보적 효과를 일으키는지 살펴볼 필요성이 제기된다. 특히 SNS 사용자가 특정 사회적 담론에 대한 여론분위기 지각을 하는 구체적인 요소들이 무엇인지 정책 입안자들의 관심이 필요하다.

셋째, 침묵의 나선이론을 통해 개인의 공개적인 의견표명의지의 확산이 점차적으로 사회적 단위로 확산해나가는 모습을 드러내듯이, 구전의 관점에서 SNS 사용자들의 심리적 요인들에 대한 관심이 본 연구를 통해서 확장될 수 있다. 본 연구를 통해서 공개적인 의견표명의지가 SNS 자기표현 성향과 밀접한 관련이 있음을 제시하여 인상관리 관점에서 의견표명 과정을 생각해볼 수 있는 계기를 마련하였다. 소셜미디어 사용자가 SNS를 더욱 적극적으로 사용하고 의견표명을 활성화하기 위해서는 다양한 자기표현이 가능하고 사용자가 이를 효과적으로 조절

하고 통제할 수 있는 환경이 제공될 필요가 있다. 이러한 자기표현의 환경이 더욱 정교해질수록 소셜미디어를 중심으로 한 다양한 사회적 소통들이 더욱 확산될 수 있다. 이러한 자기표현의 환경을 바탕으로 기업에 대한 평판이나 제품 평가 혹은 콘텐츠에 대해서 입소문과 같은 구전의 효과들이 소셜미디어를 통해 퍼져나가는 모습들을 고려해 볼 수 있다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가진다. 첫째, 소셜미디어 사용자가 인상관리를 목적으로 수행하는 다양한 자기표현의 전략들을 함께 고려하지 못하였다. 개인은 자신을 둘러싼 사회적 상호작용의 맥락에 따라 다양한 자기표현 전략을 발휘할 수 있는데 이를 반영하여 다양한 상황에서 침묵의 나선이론과 인상관리이론의 접점을 더욱 구체적으로 살펴볼 필요가 있다. 본 연구를 바탕으로 추후에 진행할 연구에서 사회적 담론과 의견표명과 관련한 세부적인 SNS 자기표현 전략에 대해서 깊게 다룰 필요가 있다.

둘째, 본 연구모델은 사드배치라는 단일한 사회적 담론에 대한 소셜미디어 사용자들의 지각을 측정한 것으로 데이터의 보편성을 확보하기 위해서는 여러 사회적 담론을 배경으로 더욱 많은 샘플수를 확보하여 분석할 필요가 있다. 침묵의 나선이론이 여론을 설명하는 핵심적인 이론이므로 다양한 사회적 담론에서 더욱 많은 표본수를 확보하여 규모가 있는 데이터 수집과 분석을 진행할 필요가 있다. 뿐만 아니라 소셜미디어의 특수성을 반영하여 이용자 그룹 간의 차이를 확인하고자 한다면 역시나 많은 데이터를 확보할 필요가 있다. 개별적인 소셜미디어의 이용자 그룹 간에 연구모델을 적용했을 때 차이가 발생할 가능성을 확인하여 침묵의 나선이론과 인상관리이론을 접목한 연구모델의 이론적인 결함을 더욱 풍성하게 파악할 필요가 있다.

참고문헌

- 신동인, 광기영(2018), "사회적 담론에 관한 SNS 사용자의 의견표명 동기요인에 관한 연구," *경영학연구*, 47(1), pp.125-152.
- 이은주(2011), "컴퓨터 매개 커뮤니케이션으로서의 트위터," *언론정보연구*, 48(1), pp.29-58.
- 이현지, 박종민(2015), "한국형 SNS 사용자 당파적 정치 행동이론의 제안," *한국언론학보*, 59(3), pp.423-451.
- 전수현, 광기영(2016), "고객 간 관계 네트워크가 조직성공에 미치는 영향," *지능정보연구*, 22(2), pp.57-79.
- Anderson, J. C., and Gerbing, D. W.(1988), "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach," *Psychological Bulletin*, 103(3), pp.411-423.
- Asch, S. E.(1955), "Opinions and Social Pressure," *Scientific American*, 193(5), pp.31-35.
- Askay, D. A.(2015), "Silence in the Crowd: The Spiral of Silence Contributing to the Positive Bias of Opinions in an Online Review System," *New Media & Society*, 17(11), pp.1811-1829.
- Bagozzi, R. P., and Yi, Y.(1988), "On the Evaluation of Structural Equation Models," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), pp.74-94.
- Baumeister, R. F.(1982), "Self-esteem, self-presentation, and Future Interaction: A Dilemma of Reputation," *Journal of Personality*, 50(1), pp.29-45.
- Breslow, N., Day, N., and Schlesselman, J. J.(1982), "Statistical Methods in Cancer Research. Volume 1—The Analysis of Case-Control Studies," *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 24(4), pp.255-257.
- Brown, A. M., and Crawford, H. J.(1988), "Fear Survey Schedule-III: Oblique and Orthogonal Factorial Structures in an American College Population," *Personality and Individual Differences*, 9(2), pp.401-410.
- Burke, T. J., and Ruppel, E. K.(2015), "Facebook Self-Presentational Motives: Daily Effects on Social Anxiety and Interaction Success," *Communication Studies*, 66(2), pp.204-217.
- Carleton, R. N., McCreary, D. R., Norton, P. J., and Asmundson, G. J.(2006), "Brief Fear of Negative Evaluation Scale—Revised," *Depression and Anxiety*, 23(5), pp.297-303.
- Chen, H.(2018), "Spiral of Silence on Social Media and the Moderating Role of Disagreement and Publicness in the Network: Analyzing Expressive and Withdrawal Behaviors," *New Media & Society*, 20(10), pp.3917-3936.
- Chin, W. W.(1998), "The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling," *Modern Methods for Business Research*, 295(2), pp.295-336.
- Cohen, P., West, S. G., and Aiken, L. S.(2014), *Applied Multiple regression/correlation Analysis for the Behavioral Sciences*, Psychology Press, New York.
- Dalisay, F., Hmielowski, J. D., Kushin, M. J., and Yamamoto, M.(2012), "Social Capital and the Spiral of Silence," *International Journal of Public Opinion Research*, 24(3), pp.325-345.
- Davis, J. A.(1985), *The Logic of Causal Order*, Sage, Thousand Oaks, California.
- De Zúñiga, H. G., Copeland, L., and Bimber, B. (2014), "Political Consumerism: Civic Engagement and the Social Media Connection," *New Media & Society*, 16(3), pp.488-506.

- Dominick, J. R.(1999), "Who do You Think You are? Personal Home Pages and Self-Presentation on the World Wide Web," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(4), pp. 646-658.
- Ellison, N., Heino, R., and Gibbs, J.(2006), "Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), pp.415-441.
- Fornell, C., and Larcker, D. F.(1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 18(1), pp.39-50.
- Fox, J., and Warber, K. M.(2014), "Queer Identity Management and Political Self-Expression on Social Networking Sites: A Co-Cultural Approach to the Spiral of Silence," *Journal of Communication*, 65(1), pp.79-100.
- Gaylord-Harden, N. K., Cunningham, J. A., Holmbeck, G. N., and Grant, K. E.(2010), "Suppressor Effects in Coping Research with African American Adolescents from Low-Income Communities," *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 78(6), pp.843-855.
- Gearhart, S., and Zhang, W.(2014), "Gay Bullying and Online Opinion Expression: Testing Spiral of Silence in the Social Media Environment," *Social Science Computer Review*, 32(1), pp.18-36.
- Glynn, C., and McLeod, J.(1985), "Implications of the Spiral of Silence Theory for Communication and Public Opinion Research," In K. R. Sanders, L. L. Kaid and D. Nimmo (Eds.), *Political Communication Yearbook 1984*, Carbondale, IL, Southern Illinois University Press, pp.43-65.
- Goffman, E.(1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, Doubleday Anchor Books, Garden City, NY.
- Goffman, E.(1974), *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Harvard University Press, Cambridge, MA, US.
- Gordon, R. A.(1996), "Impact of Ingratiation on Judgments and Evaluations: A Meta-Analytic Investigation," *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(1), pp.54-70.
- Hadden, B. W., Øverup, C. S., and Knee, C. R. (2014), "Removing the Ego: Need Fulfillment, Self-Image Goals, and Self-Presentation," *Self and Identity*, 13(3), pp.274-293.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., and Sarstedt, M.(2016), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Sage publications, Thousand Oaks, California.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M.(2011), "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet," *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), pp.139-152.
- Hampton, K. N., Rainie, H., Lu, W., Dwyer, M., Shin, I., and Purcell, K., "Social media and the 'spiral of silence'," 2014, Available at <https://www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence/>
- Hampton, K. N., Shin, I., and Lu, W.(2017), "Social Media and Political Discussion: When Online Presence Silences Offline Conversation," *Information, Communication & Society*, 20 (7), pp.1090-1107.
- Hayes, A. F.(2007), "Exploring the Forms of Self-Censorship: On the Spiral of Silence and the use of Opinion Expression Avoidance Strategies," *Journal of Communication*, 57 (4), pp.785-802.

- Ho, S. S., and McLeod, D. M.(2008), "Social-Psychological Influences on Opinion Expression in Face-to-Face and Computer-Mediated Communication," *Communication Research*, 35(2), pp.190-207.
- Huang, H.(2005), "A Cross-Cultural Test of the Spiral of Silence," *International Journal of Public Opinion Research*, 17(3), pp.324-345.
- Jacobson, D.(1999), "Impression Formation in Cyberspace: Online Expectations and Offline Experiences in Text-Based Virtual Communities," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(1), JCMC511.
- Jain, M., and Sudhir, P. M.(2010), "Dimensions of Perfectionism and Perfectionistic Self-Presentation in Social Phobia," *Asian Journal of Psychiatry*, 3(4), pp.216-221.
- John, N. A., and Dvir-Gvirsman, S.(2015), "'I Don't Like You any More': Facebook Unfriending by Israelis during the Israel-Gaza Conflict of 2014," *Journal of Communication*, 65(6), pp.953-974.
- Johnson, B. K., and Ranzini, G.(2018), "Click here to Look Clever: Self-Presentation Via Selective Sharing of Music and Film on Social Media," *Computers in Human Behavior*, 82, pp.148-158.
- Joinson, A.(1998), "Causes and Implications of Disinhibited Behavior on the Internet," San Diego, CA, US, Academic Press, pp.43-60
- Kim, S., Kim, H., and Oh, S.(2014), "Talking about Genetically Modified (GM) Foods in South Korea: The Role of the Internet in the Spiral of Silence Process," *Mass Communication and Society*, 17(5), pp.713-732.
- Kim, K., and Markman, A. B.(2006), "Differences in Fear of Isolation as an Explanation of Cultural Differences: Evidence from Memory and Reasoning," *Journal of Experimental Social Psychology*, 42(3), pp.350-364.
- Kim, S.(2017), "Spiral of Silence: Fear of Isolation and Willingness to Speak Out," In P. Rössler, C. A. Hoffner and L. Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects*, NJ, US, John Wiley & Sons, pp.1-9.
- Kline, P.(2000), *Handbook of Psychological Testing*, Routledge, London.
- Kushin, M. J., Yamamoto, M., and Dalisay, F.(2019), "Societal Majority, Facebook, and the Spiral of Silence in the 2016 US Presidential Election," *Social Media + Society*, 5(2), 2056305119855139.
- Leary, M. R., and Kowalski, R. M.(1990), "Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model," *Psychological Bulletin*, 107(1), pp.34-47.
- Leary, M. R., and Allen, A. B.(2011), "Personality and Persona: Personality Processes in self-presentation," *Journal of Personality*, 79(6), pp.1191-1218.
- Leary, M. R.(1983), "A Brief Version of the Fear of Negative Evaluation Scale," *Pers Soc Psychol Bull*, 9(3), pp.371-375.
- Leavy, P.(1980), *Situational and dispositional antecedents of shyness*, Unpublished Thesis, University of Florida, Gainesville.
- Liu, X., and Fahmy, S.(2011), "Exploring the Spiral of Silence in the Virtual World: Individuals' Willingness to Express Personal Opinions in Online Versus Offline Settings," *Journal of Media and Communication Studies*, 3(2), pp.45-57.
- MacKinnon, D. P., Krull, J. L., and Lockwood, C. M.(2000), "Equivalence of the Mediation,

- Confounding and Suppression Effect,” *Prevention Science*, 1(4), pp.173-181.
- Marder, B., Marchant, C., Archer-Brown, C., Yau, A., and Colliander, J.(2018), “Conspicuous Political Brand Interactions on Social Network Sites,” *European Journal of Marketing*, 52 (3/4), pp.702-724.
- Marder, B., Slade, E., Houghton, D., and Archer-Brown, C.(2016), “‘I Like them, but Won’t like’ them”: An Examination of Impression Management Associated with Visible Political Party Affiliation on Facebook,” *Computers in Human Behavior*, 61, pp.280-287.
- Marwick, A. E., and boyd, d.(2011), “I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience,” *New Media & Society*, 13(1), pp.114-133.
- McCombs, M. E., and Shaw, D. L.(1972), “The Agenda-Setting Function of Mass Media,” *Public Opinion Quarterly*, 36(2), pp.176-187.
- McDevitt, M., Kioussis, S., and Wahl-Jorgensen, K. (2003), “Spiral of Moderation: Opinion Expression in Computer-Mediated Discussion,” *International Journal of Public Opinion Research*, 15(4), pp.454-470.
- McFatter, R. M.(1979), “The use of Structural Equation Models in Interpreting Regression Equations Including Suppressor and Enhancer Variables,” *Applied Psychological Measurement*, 3(1), pp.123-135.
- Metzger, M. J.(2009), “The Study of Media Effects in the Era of Internet Communication,” In R. L. Nabi, and M. B. Oliver (Eds.), *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*, Los Angeles, CA, Sage, pp.561-576.
- Milgram, S.(1961), “Nationality and Conformity,” *Scientific American*, 205(6), pp.45-52.
- Moy, P., Domke, D., and Stamm, K.(2001), “The Spiral of Silence and Public Opinion on Affirmative Action,” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(1), pp.7-25.
- Mutz, D., and Silver, L.(2014), “Normative Implications of the Spiral of Silence: Hearing the Other Side in the 21st Century,” In W. Donsbach, C. T. Salmon and Y. Tsfati (Eds.), *The Spiral of Silence. New Perspectives on Communication and Public Opinion*, New York and London, Routledge, pp.75-91.
- Nadkarni, A., and Hofmann, S. G.(2012), “Why do People use Facebook?” *Personality and Individual Differences*, 52(3), pp.243-249.
- Neubaum, G., and Krämer, N. C.(2017), “Opinion Climates in Social Media: Blending Mass and Interpersonal Communication,” *Human Communication Research*, 43(4), pp.464-476.
- Neuwirth, K., Frederick, E., and Mayo, C.(2007), “The Spiral of Silence and Fear of Isolation,” *Journal of Communication*, 57(3), pp.450-468.
- Nezlek, J. B., and Leary, M. R.(2002), “Individual Differences in Self-Presentational Motives in Daily Social Interaction,” *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(2), pp.211-223.
- Noelle-Neumann, E.(1977), “Turbulences in the Climate of Opinion: Methodological Applications of the Spiral of Silence Theory,” *Public Opinion Quarterly*, 41(2), pp.143-158.
- Noelle-Neumann, E.(1993), *The Spiral of Silence: Public Opinion, our Social Skin*, University of Chicago Press, Chicago, IL.
- Oshagan, H.(1996), “Reference Group Influence on Opinion Expression,” *International Journal*

- of *Public Opinion Research*, 8(4), pp.335-354.
- Papacharissi, Z., and Mendelson, A.(2010), "Toward a New (Er) Sociability: Uses, Gratifications and Social Capital on Facebook," In s. Papathanassopoulos (Ed.), *Media Perspectives for the 21st Century*, New York, NY, Routledge, pp.212-230
- Perry, S. D., and Gonzenbach, W. J.(2000), "Inhibiting Speech through Exemplar Distribution: Can we Predict a Spiral of Silence?" *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), pp.268-281.
- Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.(2015), *Smartpls 3*, SmartPLS GmbH, Boenningstedt.
- Rosenberg, J., and Egbert, N.(2011), "Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), pp.1-18.
- Rosenfeld, P., Giacalone, R. A., and Riordan, C. A. (2002), "Impression Management: Building and Enhancing Reputations at Work," *Psychology Learning Teaching*, 2(2), pp.142-143.
- Rubin, S. E., Lawlis, G. F., Tasto, D. L., and Namenek, T.(1969), "Factor Analysis of the 122 Item Fear Survey Schedule," *Behaviour Research and Therapy*, 7(4), pp.381-386.
- Salmon, C. T., and Neuwirth, K.(1990), "Perceptions of Opinion "Climates" and Willingness to Discuss the Issue of Abortion," *Journalism Quarterly*, 67(3), pp.567-577.
- Salmon, C. T., and Oshagan, H.(1990), "Community Size, Perceptions of Majority Opinion, and Opinion Expression," *Public Relations Research Annual*, 2(1-4), pp.157-171.
- Scheufele, D. A., and Moy, P.(2000), "Twenty-Five Years of the Spiral of Silence: A Conceptual Review and Empirical Outlook," *International Journal of Public Opinion Research*, 12(1), pp.3-28.
- Schlenker, B. R., and Pontari, B. A.(2000), "The Strategic Control of Information: Impression Management and Self-Presentation in Daily Life," In A. Tesser, R. B. Felson and J. M. Suls (Eds.), *Psychological Perspectives on Self and Identity*, Washington, DC, US, American Psychological Association, pp.199-232.
- Schulz, A., and Roessler, P.(2012), "The Spiral of Silence and the Internet: Selection of Online Content and the Perception of the Public Opinion Climate in Computer-Mediated Communication Environments," *International Journal of Public Opinion Research*, 24(3), pp.346-367.
- Shoemaker, P. J., Breen, M., and Stamper, M. (2000), "Fear of Social Isolation: Testing an Assumption from the Spiral of Silence," *IRISH Communication Review*, 8(1), pp.65-78.
- Stevens, C. K., and Kristof, A. L.(1995), "Making the Right Impression: A Field Study of Applicant Impression Management during Job Interviews," *Journal of Applied Psychology*, 80(5), pp.587-606.
- Stoycheff, E.(2016), "Under Surveillance: Examining Facebook's Spiral of Silence Effects in the Wake of NSA Internet Monitoring," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(2), pp.296-311.
- Tancer, M.(1997), "Social Phobia: Diagnosis, Assessment, and Treatment," *Depression and*

- Anxiety*, 5(1), pp.50-50.
- Tidwell, L. C., and Walther, J. B.(2002), "Computer-Mediated Communication Effects on Disclosure, Impressions, and Interpersonal Evaluations: Getting to Know One another a Bit at a Time," *Human Communication Research*, 28(3), pp.317-348.
- Tong, S. T., Van Der Heide, B., Langwell, L., and Walther, J. B.(2008), "Too Much of a Good Thing? the Relationship between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), pp.531-549.
- Walther, J. B., and Parks, M. R.(2002), "Cues Filtered Out, Cues Filtered in Computer-Mediated Communication Relationships," In M. L. Knapp, J. A. Daly and G. R. Miller (Eds.), *The Handbook of Interpersonal Communication (3rd Ed.)*, CA, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Walther, J. B.(1996), "Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction," *Communication Research*, 23(1), pp.3-43.
- Walther, J. B., and Burgoon, J. K.(1992), "Relational Communication in Computer-Mediated Interaction," *Human Communication Research*, 19(1), pp.50-88.
- Watson, D., and Friend, R.(1969), "Measurement of Social-Evaluative Anxiety," *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33(4), pp.448-457.
- Wayne, S. J., and Ferris, G. R.(1990), "Influence Tactics, Affect, and Exchange Quality in Supervisor-Subordinate Interactions: A Laboratory Experiment and Field Study," *Journal of Applied Psychology*, 75(5), pp. 487-499.
- Weeks, J. W., Heimberg, R. G., and Rodebaugh, T. L.(2008), "The Fear of Positive Evaluation Scale: Assessing a Proposed Cognitive Component of Social Anxiety," *Journal of Anxiety Disorders*, 22(1), pp.44-55.
- Woong Yun, G., and Park, S.(2011), "Selective Posting: Willingness to Post a Message Online," *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(2), pp.201-227.
- Wu, T., and Atkin, D. J.(2018), "To Comment Or Not to Comment: Examining the Influences of Anonymity and Social Support on one's Willingness to Express in Online News Discussions," *New Media & Society*, 20(12), pp.4512-4532.
- Yu, J., Hu, P. J., and Cheng, T.(2015), "Role of Affect in Self-Disclosure on Social Network Websites: A Test of Two Competing Models," *Journal of Management Information Systems*, 32(2), pp.239-277.
- Zhao, S., Grasmuck, S., and Martin, J.(2008), "Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships," *Computers in Human Behavior*, 24(5), pp. 1816-1836.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., and Chen, Q.(2010), "Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis," *Journal of Consumer Research*, 37(2), pp. 197-206.

〈부록〉 변수의 측정문항

측정개념	변수	측정 문항	참고문헌
지각된 의견지지	PSO1	귀하의 가족이나 친구들은 사드 배치에 관한 당신의 견해에 어느 정도로 동의할 것 같습니까?	Dalisay et al., 2012 Hampton et al., 2014
	PSO2	사드 배치에 관한 귀하의 견해가 전반적인 여론분위기와 어느 정도로 일치하는 것 같습니까?	
	PSO3	귀하의 SNS 친구들은 사드 배치에 관한 당신의 견해에 어느 정도로 동의하는 것 같습니까?	
부정적 평가의 두려움	BFNE1	SNS상에서 다른 사람들이 나를 어떻게 생각하는가 하는 것이 중요하지 않다는 것을 알면서도 이에 대해 걱정한다.	Carleton et al., 2006
	BFNE2	SNS상에서 사람들이 나에 관해서 좋지 않은 인상을 가진다면, 나는 그것에 대해 신경을 쓴다.	
	BFNE3	SNS상에서 사람들이 나의 결점을 알아차릴까봐 자주 두렵다.	
	BFNE4	SNS상에서 내가 사람들에게 어떤 인상을 주는지 걱정한다.	
	BFNE5	SNS상에서 나에 대해 다른 사람들이 어떤 생각을 가지고 있는지 신경 쓴다.	
	BFNE6	나는 종종 SNS상에서 잘못 말하거나 잘못 행동할까 걱정한다.	
SNS 자기표현 성향	SSEP1	SNS상에서 나의 감정과 정보를 공개하는 것은 사람들에게 좋은 인상을 만든다.	Yu et al., 2015
	SSEP2	SNS상에서 나의 정보를 공개함으로써 사람들이 나의 경험과 능력을 알 수 있게 할 수 있다.	
	SSEP3	SNS상에서 자신을 충분히 드러내는 것은 사람들이 내 성취를 알아 볼 수 있게 한다.	
	SSEP4	나의 개인적이고 친밀한 일상을 SNS에 공개하는 것은 사람들이 나를 더욱 친근하게 인식하도록 한다.	
	SSEP5	SNS상에서 나에 대해 이야기하는 것은 다른 사람들이 나를 관계 지향적으로 인식하게끔 한다.	
공개적인 의견표명의지	WSO1	사드 배치 이슈와 관련하여 SNS상에서 찬반 논쟁이 일어났을 때 귀하의 견해를 댓글로 주장할 의향이 있습니까?	Hampton et al., 2014
	WSO2	사드 배치 이슈와 관련하여 SNS상에서 찬반 논쟁이 일어났을 때 귀하의 견해와 상당히 일치하는 글에 “좋아요” 버튼을 누를 의향이 있습니까?	
	WSO3	사드 배치 이슈와 관련하여 SNS상에서 찬반 논쟁이 일어났을 때 귀하의 견해와 상당히 일치하는 글을 귀하의 SNS상에서 공유할 의향이 있습니까?	
	WSO4	귀하께서 자주 이용하는 SNS상에서 사드 배치 논란이 토론의 주제로 나왔을 때, 귀하께서는 해당 토론에서 어느 정도로 본인의 견해를 밝힐 의향이 있습니까?	

Investigating the Spiral of Silence Effect in Social Media: Focusing on SNS Self-presentation Tendency

Dong-In Shin* · Kee-Young Kwahk**

Abstract

Based on the spiral of silence and impression management theory, this study drew the motivational factors of SNS users' opinion for social discourse and examined the processes by which individuals make social voices or become silent in social media according to the climate of opinion. This study suggested perceived opinion support, fear of negative evaluation, and SNS self-presentation tendency as motive factors of opinion expression. To verify this research model, data were collected from adults using SNS in Korea, and we conducted analysis by PLS (Partial Least Square) technique. The empirical analysis results revealed that the perceived opinion support had a negative effect on the fear of negative evaluation and the fear of negative evaluation showed negative influence on the willingness to speak out. On the other hand, unlike the hypothesis presented in this study, the fear of negative evaluation showed positive influence on SNS self-presentation tendency. Finally, SNS self-presentation tendency had a positive influence on willingness to speak out. As a result, there was a competitive mediation in which the sign of the direct path leading to the willingness to speak out and the sign of the indirect path through SNS self-presentation tendency were opposite to each other. Further analysis revealed that the SNS self-presentation tendency acted as a suppression variable in the structural model. As the SNS self-presentation tendency variable was included and controlled in the structural model, the effect of the direct path from the fear of negative evaluation to the willingness to speak out was strengthened. This study found a theoretical limitation that had been overlooked in the spiral of silence theory and suggested a new theoretical framework to

* Graduate School of Business IT, Kookmin University, First Author

** College of Business Administration/Graduate School of Business IT, Kookmin University, Corresponding Author

reveal the process of public opinion formation using theoretical combination with impression management theory. Furthermore, we applied this to the social media environment and empirically verified the specific causal mechanism of the individual opinion process.

Key words: Social Media, Spiral of Silence theory, Impression Management Theory, Fear of Negative Evaluation, SNS Self-Presentation Tendency, Willingness to Speak out, Suppression Effect

-
- 저자 신동인은 국민대학교 미술학부에서 학사 학위를 취득하였으며, 국민대학교 비즈니스IT 전문대학원에서 비즈니스IT전공으로 석사 학위를 취득하였다. 현재 동 대학원에서 박사과정으로 재학 중이다. 주요 관심 분야는 social network analysis, data analytics, social communication ecology 등이다.
 - 저자 광기영은 현재 국민대학교 경영대학과 비즈니스IT 전문대학원 교수로 재직 중이다. 서울대학교 경영대학을 졸업하고 KAIST 경영과학과와 테크노경영대학원에서 석사 및 박사학위를 취득하였다. 주요 연구 관심분야는 social network analysis and its application, data analytics, social communication ecology, IT-enabled organizational agility, knowledge management 등이다.