

Development of the Consumers' Risk Information Acceptance and Reaction Measurement According to Risk Communication Types

Eugene Song^{1#}, Hyun Jung Yoo²⁺

¹ Consumer Analysis Center, Chungbuk National University, 1 Chungdae-ro, Seowon-gu, Cheongju, Korea

² Department of Consumer Science, Chungbuk National University, 1 Chungdae-ro, Seowon-gu, Cheongju, Korea

Abstract

Since the risks in a modern society are quite specified, consumers depend on the risk communication provided by mass media. As science and technology advance, the importance of risk communication provided by mass media is growing. This study categorizes the risk communication types and develops the index of measuring consumer responses based on these types. The index consists of six factors: risk perception, social trust, information acceptance, anxiety, safety attitude, and safety behavior. The index is utilized in measuring the consumer responses based on the types of risk communication in the case of a risky accident and the data collected through this index are accumulated and analyzed. We expect that the strategies to help consumers gather the true information about products play a role of building the trust of consumers toward producers and the source of information restore the trust from consumers. In a market, therefore, the unstable factors, hindering social trust will be eliminated in our society.

Key words: risk communication, consumers' acceptance of information, consumer response, development of a scale

1. 서론

현대사회에는 매우 다양한 위험이 소비자들의 삶과 함께 공존한다. 식품위험에서부터 시설위험, 나아가 테러위험까지 현대사회의 소비자들은 다양한 위험 속에 살아가고 있다. 소비자들은 TV방송이나 뉴스를 통해서 매일 위험사고 정보를 전해 듣고 있으며 이들 중에는 특정 소비자들만이 위험에 노출되어 협소한 지역에서 사고가 종결되는 사건도 있지만 일부 시장재 위험이나

시설 위험은 유통기술의 발전으로 인하여 전국민이 해당 위험에 노출되거나 노출될 위험에 놓이기도 한다. 최근 사회적으로 이슈가 된 시설붕괴사건, 가슴기 살균제 사건, 방사능 오염 사건, 물티슈 유해성분 검출 사건 등은 소비자가 아무리 스스로의 안전을 위해 위험을 회피하려 노력한다 하여도 소비자가 인지하지 못한 공간에서 위험에 노출될 수 있음을 시사하는 것으로 소비자에게는 심리적 불안감을 가중시키는 결과를 초래한다. 소비자들은 생활 속 위험에 대해서 특히 민감하게 반

[#] The 1st author: Eugene Song, Tel. +82-43-261-3975, e-mail, eugenesong@cbnu.ac.kr

⁺ Corresponding author: Hyun Jung Yoo, Tel. +82-43-261-2728, e-mail, yoojhj@cbnu.ac.kr

응하기도 하는데, 최근 옥시사태로 인해 공기 중에 분사되는 방향제나 탈취제는 물론 표백제와 제습제 등 생활화학용품 전반에 걸쳐 매출이 감소되고 직접 천연 생활화학용품을 만들어 쓰겠다는 소비자들이 증가하는 등 소비시장에 큰 반향을 불러일으키고 있다.

한편 현대사회에서 매스미디어를 통해 전달되는 위험커뮤니케이션은 소비자에게 위험정보를 제공하고 소비자의 인식에 영향을 미치는 중요한 역할을 하고 있다. 소비자들의 위험에 대한 관심과 이로 인해 발현되는 소비자 반응은 TV방송, 인터넷 뉴스 등 다양한 매스미디어를 통해 전달된 정보에서 시작된다. 특히 매스미디어가 전달하는 메시지가 위험커뮤니케이션과 같은 형태를 지닐 때 정보는 개인의 위험판단에 중요한 영향을 줄 수 있다(Tyler, 1984; Tyler & Cook, 1984).

위험커뮤니케이션은 소비자들에게 위험정보를 전달함으로써 위험사고를 사전에 예방하는 긍정적 기능도 하지만 때로는 특정 사고에 대해 왜곡되게 인식하게 되면 불필요한 심리적 불안과 반대시위 등으로 불필요한 사회적 비용을 발생시키는 등의 부정적인 효과도 나타나게 된다. 식품위해 인식실태와 위험커뮤니케이션 방안에 대해 연구한 Lee(2008)는 소비자들이 특정 식품에 대하여 왜곡되게 인식하고 불안을 느끼게 되면 해당 식품의 소비를 중지하거나 감소시키므로 식품산업이 급격하게 위축되고, 소비자들의 불필요한 심리적 불안, 기피, 정신적 건강악화, 나아가서 극심한 반대, 시위 등 사회불안으로까지 이어지기도 한다고 하여 위험커뮤니케이션의 부정적 효과를 언급한 바 있다. 이와 같이 위험커뮤니케이션은 소비자들의 위험인식과 소비자반응에 다양한 영향을 미친다.

현대사회의 위험은 다분히 전문적이기 때문에 소비자들은 매스미디어에서 제공되는 위험커뮤니케이션에 의존할 수밖에 없으므로 매스미디어가 전달하는 위험커뮤니케이션은 소비자 개개인들에게 뿐만 아니라 사회적으로도 매우 중요하다. 현대사회의 소비자들은 생활전반에 있어서 다양한 제품과 시설을 사용하고 있고 이러한 소비재는 다양한 화학물질과 첨가물로 구성되

어 있어 소비자가 스스로 안전성을 판단하기에는 많은 어려움이 따르기 때문에 매스미디어에서 전달하는 정보를 소비자는 그대로 수용하게 된다. 따라서 소비자를 대상으로 제공되는 위험커뮤니케이션의 소비자반응을 측정하고 올바른 위험커뮤니케이션 전략을 마련할 필요가 있다. 이는 소비자들의 불안감을 잠재우고, 사회적 안정을 도모하며, 시장경제의 안정, 정부의 대국민 신뢰 회복을 위해서 반드시 이루어져야 한다.

그러나 현재까지 이루어진 위험커뮤니케이션에 대한 연구는 제한적이다. 대부분 메시지 프레이밍에 대한 현황 분석이나 위험커뮤니케이션 제공 채널, 위험커뮤니케이션과 위험인식에 대한 연구에 국한되어 있다. 따라서 위험커뮤니케이션과 소비자 반응 측정을 위한 척도 개발이 선행되어야 한다.

이에 본 연구는 위험커뮤니케이션 유형을 구분하고, 이러한 위험커뮤니케이션 유형에 따른 소비자의 반응을 측정하는 척도를 개발하고자 한다. 위험사고가 발생했을 때 위험커뮤니케이션에 따른 소비자의 반응을 측정, 데이터를 축적하고 분석함으로써 향후 소비자들에게 올바른 방법으로 위험정보를 제공하고 해당 정보에 대한 소비자의 반응에 대해 위험사고 관계자와 소비자 간에 올바른 커뮤니케이션을 수행하는데 기여할 수 있을 것이다. 나아가 소비자안전정책의 효과적인 수행과 안정된 사회 구현에 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 위험커뮤니케이션

위험커뮤니케이션은 공적인 커뮤니케이션 과정으로 이해되며, 위험커뮤니케이션의 목적은 수용자 개인의 결정에 영향을 주고, 이를 통해 국민의 위험을 감소시키는 것으로(Peters, H. P. & Song, 2005), Covello, et. al.(1986)은 위험커뮤니케이션을 위험을 통제 혹은 관리하기 위한 결정, 행동, 또는 정책 등에 대한 정보를 주고받는 행위라고 정의하였다. 위험커뮤니케이션은 결국 정보를 메시지의 형태로 주고받는 행위를 말하는

데 이때 메시지를 전달하는 프레이밍이 진단프레이밍(diagnosis framing)과 예후프레이밍(prognosis framing)으로 구분할 수 있다(Wilson, 1973; Benford, 1993). 한편 Garcia-Retamero & Galesic(2009)은 위험커뮤니케이션이 메시지가 행위의 결과로서의 혜택을 설명하는 획득프레이밍(gain framing)과 손해를 설명하는 손실프레이밍(loss framing)으로 구분하기도 하였다.

2. 소비자 정보수용과 소비자반응

정보란 관찰이나 측정을 통하여 수집한 자료를 실제 문제에 도움이 될 수 있도록 정리한 지식 또는 자료이며 수용은 어떠한 것을 받아들인다는 것을 의미한다(네이버 국어사전). 따라서 본 연구에서는 소비자정보수용도는 소비자가 문제를 해결하는데 도움이 될 수 있도록 정리한 자료를 받아들이는 수준이라 하겠다.

한편, 소비자학에서는 지금까지 소비자반응을 연구 주제에 따라 다양하게 제시하고 있다. 먼저 제품이나 서비스제공에 있어서 소비자반응을 이용의도나 감정적 반응, 주관적 평가, 선호도, 소비자태도 등으로 측정되고 있으며(Lee & Moon, 2012; Jun & Choi, 2011; Sung, *et. al.*, 2014), 구매상황에서의 지각된 위험에 대한 소비자 반응으로는 구매의도, 소비자태도, 안전의식, 안전추구행동 등으로 측정된 바 있다(Lee & Koo, 2006; Song & Yoo, 2008; Yoo, *et. al.*, 2014). Song(2009)은 외식산업에 대한 위험커뮤니케이션에 대한 소비자반응을 연구하면서 부정적 감정, 정보신뢰, 위험지각, 소비자태도, 만족도, 재구매의도를 소비자 반응으로 측정하였다. 이와 같이 소비자반응은 연구주제에 따라 다양하게 제시되고 있으나 공통적으로 감정적 반응, 소비자태도, 소비자인식, 소비자의도가 포함된다는 점을 알 수 있다.

3. 소비자반응 관련 변수

다양한 선행연구에서 위험인식, 정보신뢰, 정보수용도, 불안감, 안전태도, 안전행동 등이 위험커뮤니케이션에 따른 소비자의 반응과 관련된 요인으로 나타났다.

먼저 위험인식은 특정 위험이 일어날 가능성에 대한 주관적 확률과 위험으로 야기되는 결과에 대한 관심 정도를 포함하는 개념으로(Cha, 2006), 사회·문화·제도·심리에 영향을 받는 다분히 주관적인 개념이다(Slovic, 1986). 위험인식에 대한 심리측정학적 관점의 연구에서는 친숙성, 과학적 지식, 두려움, 재앙가능성, 미래 세대에 대한 위협, 통제가능성과 같은 위험특성들에 의해 위험인식이 영향을 받는다고 설명한다(Fischhoff, *et. al.*, 1978; Slovic, 1986).

두 번째, 정보신뢰는 정보원이 전달하고자 하는 정보에 대해 편견을 가지지 않고 순수한 동기에서 정확한 정보를 제공하고 있다고 수용자들이 지각하는 믿음 정도로 정의될 수 있다(Hass, 1981). 정보신뢰는 정보원과 정보내용에 대한 신뢰로 구분될 수 있다. 현대사회를 살아가는 소비자들은 복잡한 이슈를 다루는데 있어서 일반인은 공식적인 전문가, 기관들을 의지하게 되며(Cha & Yoo, 2012), Tormala, *et. al.*(2006)은 메시지 정보원에 대한 신뢰가 메시지 설득성에 영향을 미친다고 하였다.

세 번째, 소비자는 특정 정보에 노출되면 정보가 주는 메시지를 수용하거나 외면하게 되는데, 정보수용도란 소비자가 특정 정보에 노출되었을 때 그 정보를 받아들이는 정도를 의미한다.

네 번째, 소비자 불안감이란 소비자가 재화를 선택하는 상황에 직면했을 때 선택의 결과에 대한 불확실성에 기인한다(Taylor, 1974; Bauer, 1960). 불안은 위험상황에 대한 반응으로(Freud, 1917; Hong, 2003, 재인용). Janis(1967)는 특정행위로 인해 위험에 노출될지도 모른다는 불안한 감정은 그 행위를 피하거나 조심스럽게 수행하려고 하는 행동의도에 영향을 미친다고 주장하였다.

다섯 번째, 태도는 행동을 유발하거나 행동과 밀접히 관련이 있는 요소로(Park, 1991) 학자들에 따라 다양한 정의가 내려지고 있다. 그 중에서 “어떤 대상에 대한 일관성 있게 호의적 또는 비호의적으로 반응하게 하는 학습된 선유경향(predisposition)”이 가장 많이 인용되고

Table 1. Risk communication and message type

division	diagnosis framing	prognosis framing
Safety Message	gain framing	the radiation treatments
Risk Message	lost framing	the radiation treatments

있다. 즉 태도는 어떤 대상에 대한 전반적인 긍정적인 또는 부정적인 평가이다(Lee, *et. al.*, 2012). 즉 위험 정보를 접했을 때 소비자들은 위해요소를 평가하고 이에 따른 태도를 갖게 된다.

마지막으로 위험커뮤니케이션과 관련된 소비자반응으로 안전행동이 있다. Leventhal(1970; 1979)의 병행과정모델(Parallel Process Model: PPM) 위험에 대한 인간의 반응을 감정적 과정과 인지적 과정으로 구분하고, 감정적 반응을 “공포통제과정(fear control process)”, 인지적 과정을 “위험통제과정(danger control process)”이라고 명명하였다. 위험통제행동은 소비자가 위험으로부터 자신을 보호하기 위한 이성적 조치를 취하는 행동으로 나타나는 반면, 공포통제행동은 방어적 회피(defensive avoidance), 거부(denial), 혹은 반발(resistance) 등과 같이 공포를 통제하기 위한 심리적 방어 전략을 사용한다.

III. 연구방법

1. 조사방법

본 연구에서 위험커뮤니케이션 노출 유형에 따른 소비자의 위험정보 수용과 소비자반응을 알아보기 위하여 소비자들에게 위험커뮤니케이션 메시지를 전달하고 이에 대한 위험정보 수용과 소비자반응을 조사하였다.

1) 위험커뮤니케이션 노출 유형과 메시지 유형
선행연구에 따라 위험커뮤니케이션 노출 유형을 획득 프레이밍(gain framing)과 손실 프레이밍(loss framing)으로 구분하였다. 소비자 위험정보에 있어 획득 프레이밍은 현재 상태가 안전하다고 진단하는 안심메시지라 할 수 있으며, 손실 프레이밍은 현재 상태가 위험하다고 진단하는 위협메시지라 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 위험커뮤니케이션 유형을 안심메시지와 위협메시지로 구분하고 각 노출 유형별 소비자반응을 측정하였다. 위험커뮤니케이션 메시지는 진단프레이밍과 예후프레이밍으로 구분하였다. 진단프레이밍은 다시 안심메시지와 위협메시지로 구분하고 예후프레이밍으로 위험상황에 대한 대처방법을 제시하였다(〈Table 1〉 참조).

이때, 메시지는 최근 사회적으로 이슈가 되고 있으며 정부와 민간단체 간에 안전성에 대한 의견이 상반되고 있어 안심메시지와 위협메시지가 모두 제공되고 있는 ‘방사능 오염식품’에 대한 메시지를 제공하였다.

2) 조사절차 및 조사방법

본 연구에서는 문헌고찰, 전문가 조사, 실증조사의 3단계를 통하여 조사가 이루어졌다. 각 조사절차별 조사 방법은 〈Table 2〉와 같다.

먼저 1단계로 국내외 문헌 고찰을 통하여 척도를 추출하였다. 1단계에서 추출한 척도를 토대로 설문지(안)를 구성하였으며, 이를 소비자학 전문가 5인의 안면타

Table 2. Research procedure and method

step	Method	Research Method	Analysis Method
step 1	review	Domestic and Foreign Literature review	content analysis
step 2	expertise consult	5 professor Dept. Consumer Studies Face Validity	content analysis
step 3	survey	Adult Consumer 1,178 quota sampling (considering gender, age, area)	Exploratory factor analysis Reliability analysis Confirmatory factor analysis

당도 조사를 실시하고 이들의 의견을 토대로 설문지(안)을 수정하였다. 3단계로 수정된 설문지(안)을 구내 성인소비자 1,178명을 대상으로 실증조사를 실시하였다. 실증조사의 표본은 성별, 연령, 지역을 고려하여 인구비례 할당표집을 하였으며, 조사는 설문조사 전문기관인 ㈜마크로밀 엠브레인을 통하여 2015년 6월 29일부터 7월 3일까지 5일에 걸쳐 온라인 설문조사로 수행되었다.

3) 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

[연구문제 1] 선행연구를 바탕으로 위험커뮤니케이션 노출 유형에 따른 소비자위험정보 수용 측정을 위한 척도를 추출한다.

[연구문제 2] 전문가 조사를 바탕으로 척도의 타당성을 검증 한다.

[연구문제 3] 실증조사를 바탕으로 척도의 신뢰성과 타당성을 검증한다.

IV. 연구결과

1. 선행연구를 통한 척도 추출

척도의 측정방향은 <Table 3>와 같이 구성되었으며, 척도의 조작적 정의와 구성배경은 다음과 같다. 먼저, 위험인식은 특정 위험이 일어날 가능성에 대한 주관적 평가를 말한다. 선행연구(Fischhoff, *et. al.*, 1978; Slovic, 1986; Oh, *et. al.*, 2008)에서 사용되었던 문항을 수정하여 치명성, 친숙성, 과학적 지식, 두려움, 재앙가능성, 미래세대의 위험가능성, 통제가능성, 전반적 위험인식의 8개 문항으로 측정하였다. 다만 메시지에 노출되기 전과 후의 위험인식 측정을 위하여 메시지 노출 전은 방사능 오염식품에 대한 일반 인식으로 문항을 구성하였고, 메시지 노출 후는 후쿠시마 원전사고에 관한 식품으로 구체화하여 질문하였다. 둘째, 사회적 신뢰도는 사회구성요인에 대한 소비자의 긍정적 기대

와 믿음의 수준으로, Kim(1995)이 제시한 위험관리에 작용하는 사회 내의 4개 하부조직인 정부, 기업, 소비자단체, 언론에 대한 소비자의 신뢰수준으로 측정하였다. 셋째, 정보신뢰는 정보원과 정보내용에 대한 소비자들의 긍정적 기대나 믿음으로 Starr(1985), Whol(1998) 등의 연구결과를 토대로 정보원에 대한 신뢰와 정보내용에 대한 신뢰로 구성하였다. 넷째, 제공되는 정보에 대한 소비자의 정보수용도는 특정 정보에 노출되었을 때 그 정보를 받아들이는 정도로써 위험커뮤니케이션 메시지 내용 중 방사능 오염식품에 대한 요점을 정리하여 소비자가 메시지의 핵심내용을 얼마나 받아 들이지에 대해서 측정하였다. 다섯째, 불안감은 소비자가 위험상황에서 느끼는 감정으로 선택의 결과에 대한 불확실성에 대한 심리적 위협을 의미한다. Fischer(1970)가 설명한 선택의 결과에 대한 책임에 초점을 맞추어 소비자가 식품을 선택하고 소비(섭취)한 후 일어날 부정적인 결과에 대한 불안감에 위험커뮤니케이션 청취후의 혼란감을 추가하여 측정하였다. 여섯째, 안전태도는 소비자들이 안전을 확보하기 위한 의지를 말한다. 선행연구(Rima & Real, 2003; Turner, 2006)를 바탕으로 자기효능감과 반응효능감으로 구성하였다. 이중 '방사능 오염식품'은 식품과 식재료가 자란 환경으로 구분하여 각각의 효능감을 측정변수로 활용하였다. 일곱째, 안전행동은 소비자가 안전을 의식적으로 반영하여 나타나는 결과로써 위해사고의 발생을 방지하기 위한 측면에서의 자기보호행동으로써, Leventhal(1970; 1979)과 Witte(1992; 1994)의 이론을 근거로 위험통제행동과 공포통제행동으로 구분하고, Hong(1997)의 연구를 참고하여 척도를 구성하였다. 먼저 위험통제행동은 소비자가 위험으로부터 자신을 보호하기 위한 이성적 조치이므로 본 연구에서 제공하는 정보의 내용(안심 또는 위협 메시지) 중 안전을 확보하기 위한 조치사항을 이행하는 수준으로 측정하였다. 반면 공포통제행동은 심리적 방어 전략인 방어적 회피, 거부, 반발의 형태로 나타나므로 방사능 오염식품에 대한 방어적 회피, 거부, 반발로 측정하였다.

Table 3. Scale

question		source	
Risk perception	risk assessment fatal disaster potential hazard of future generation fear familiarity scientific common sense control possibility	Fischhoff, <i>et. al.</i> (1978) Slovic(1986) Oh, <i>et. al.</i> (2008)	
Reliability	contents of information source of information	Kim(1995)	
Information Acceptance		extracted from the given message	
Anxiety	eating contaminated processed foods	Fischer(1970)	
	eating contaminated food materials		
	fear eating contaminated foods after given message		
	confusion after given message		
Safety attitude	self efficacy	food/environment	Rima & Real(2003) Turner(2006)
	responsive efficacy	food/environment	
Safety behavior	risk control	-	extracted from the given message
	fear control	denial	Leventhal(1970, 1979) Witte(1992, 1994), Hong(1997)
		resistance	
defensive avoidance			

2. 전문가 조사를 통한 척도의 타당성 검증

선행연구를 통해 추출된 척도의 타당성을 검증하기 위하여 소비자학 전문가 5인의 안면타당도 조사를 실시하였다. 조사 결과를 토대로 일부 설문 문항의 서술적 오류와 중의적 표현을 정정하였으며, 변수는 선행연구에서 추출된 사항과 동일하게 적용하였다.

3. 실증조사를 통한 척도의 신뢰성과 타당성 검증

선행연구와 전문가 조사를 통해 수정된 척도의 통계적 신뢰성과 타당성을 조사하기 위하여 실증조사를 실시하였다. 실증조사에 앞서 연구계획과 설문조사가 연구윤리에 위배되는지에 대하여 생명윤리심의위원회의 심사를 거쳤으며, 심의결과 연구윤리에 위배되지 않음을 인증받았다(IRB 과제관리번호: CBNU-201506-SB-152-01).

1) 조사대상자의 인구통계학적 특성

위험커뮤니케이션 노출 유형별 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 교차분석을 실시하

였으며, χ^2 의 통계적 유의성을 살펴본 결과 모든 인구통계학적 특성에서 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타나 각 유형별 표본의 동질성이 확보되었다고 판단하였다(〈Table 4〉 참조).

각 집단의 인구통계학적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 집단 모두 남성이 약 51%, 여성이 약 49%로 남성이 여성보다 많았으며, 연령은 40대가 약 28%로 가장 많았고 20대가 약 21~22%로 가장 적었다. 혼인여부는 모든 집단에서 기혼이 미혼보다 많은 것으로 나타났다. 학력은 4년제 대학졸업자가 50~53.4%로 가장 많았으며, 월평균 가계소득은 300만원에서 400만원이 가장 많은 것으로 나타났다.

2) 탐색적 요인분석 및 신뢰성 검증

문헌조사를 통해 추출된 척도의 내적일관성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하여 척도를 유목화한 후에 신뢰성 검증을 실시하였다. 탐색적 요인분석은 아이겐 값이 1이상인 요인을 추출하도록 하였으며,

Table 4. Feature in survey targets

division		Safety Message	Risk Message	division		Safety Message	Risk Message
		freq(%)	freq(%)			freq(%)	freq(%)
total		323(100)	330(100)	-		-	-
sex	men	165(51.1)	170(51.5)	marital status	Married	199(61.6)	204(61.8)
	women	158(48.9)	160(48.5)		sing	124(38.4)	126(38.2)
age	20s	71(22.0)	71(21.5)	education	under high school	79(24.4)	84(25.4)
	30s	78(24.1)	78(23.6)		graduate from vocational colleges	50(15.5)	48(14.5)
	40s	93(28.8)	95(28.8)		graduate from University	164(50.8)	165(50.0)
	50s	81(25.1)	86(26.1)		graduate from graduate school	30(9.3)	33(10.0)
area	Seoul	116(35.9)	99(30.0)	income	under 2 million won	26(8.1)	38(11.5)
	Gyeonggi/Incheon	84(26.0)	106(32.1)		2~3 million won	51(15.8)	54(16.4)
	Daejeon/Chungchung	27(8.4)	29(8.8)		3~4 million won	70(21.7)	79(23.9)
	Pusan/Ulsan /Deagu/Gueonsang	64(19.8)	64(19.4)		4~5 million won	58(18.0)	53(16.1)
	Gangwon/QwangJu /Junra/Jeju	32(9.8)	32(9.7)		5~6 million won	46(14.2)	44(13.3)
					6~7 million won	28(8.7)	25(7.6)
					7~8 million won	15(4.6)	14(4.2)
			over 8 million won	29(9.0)	23(7.0)		

직교회전 방식을 채택하여 주성분 분석을 실시하였다. 분석결과 도출된 요인별로 Cronbach's α 계수를 활용한 신뢰도 분석을 실시하였으며, Cronbach's α 계수는 .7 이상을 기준으로 하였다. 각 연구모델의 잠재요인별 탐색적 요인분석 결과는 <Table 5>와 같다.

첫째, 메시지 노출 전 위험인식은 분석결과 모든 실

험집단에서 동일한 결과가 나타났다(<Table 5> 참조). 탐색적 요인분석 결과 사전 위험인식은 두 가지 요인으로 유목화 되었다. 첫 번째 요인을 구성하는 변수는 '전반적 위험평가', '치명성', '재앙가능성', '미래세대위협', '두려움'으로 이는 소비자들이 위험에 대한 느끼는 부정적인 감정과 위험의 시공간적 확산에 관련된 것으

Table 5. EFA and reliability analysis of risk perception before given message

question	Safety Message				Risk Message					
	risk fear	risk familiarity	h^2	Cronbach's α	modify	risk fear	risk familiarity	h^2	Cronbach's α	modify
risk assessment	.804	-.043	.648	.871		.819	-.233	.724	.833	
fatal	.842	-.005	.709			.874	-.151	.787		
disaster potential	.836	.117	.713			.764	.283	.664		
Hazard of future generation	.784	.169	.643			.712	.376	.648		
fear	.772	.250	.658			.650	.423	.601		
familiarity	.224	.586	.393	.403	bc	.134	.615	.396	.433	bc
scientific common sense	.162	.734	.564		c	.065	.755	.575		c
control possibility	-.142	.677	.478		bc	-.034	.485	.236		abc
eigen-value	3.502	1.305				3.173	1.459			
%variance	43.770	16.313	-			39.664	18.234	-		-
%accumulative	43.770	60.084				39.664	57.898			

a. Factor loading: under .5 / b. community: under .5 / c. Cronbach's α : under .7

Table 6. EFA and reliability analysis of information reliability

question	Safety Message			Risk Message		
	Reliability	h^2	Cronbach's α	Reliability	h^2	Cronbach's α
contents of information	.934	.873	.854	.951	.905	.895
source of information	.934	.873		.951	.905	
eigen-value	1,746	-	-	1,810	-	-
%variance	87.294			90.521		
%accumulative	87.294			90.521		

로 본 연구에서는 ‘위험공포감’이라 명명하였다. 두 번째 요인은 ‘친숙성’, ‘과학적 지식’, ‘통제가능성’으로 구성된다. 이 요인들은 소비자가 위험에 대해 얼마나 많이 알고 있으며 자신이 컨트롤이 가능한가에 대한 변수로 구성되므로 본 연구에서는 이를 ‘위험친밀성’이라 명명하였다. 그러나 탐색적 요인분석 결과 각 집단에서 ‘위험친밀성’에 대한 요인의 요인 적재치와 공통성이 기준치 이하로 나타났다. 다음으로 신뢰성분석을 실시한 결과는 ‘위험공포감’은 모든 집단에서 Cronbach's α 계수가 .8을 초과한 것으로 나타난 반면 ‘위험친밀감’은 모든 집단에서 .5 미만으로 나타났다. 따라서 ‘위험친밀감’을 구성하는 척도를 삭제하였다.

둘째, 정보신뢰성에 대한 위험커뮤니케이션 노출 유

형별 분석결과는 <Table 6>과 같다. 먼저 안심메시지 노출 유형과 위험메시지 노출 유형 모두 단일요인으로 유목화 되었다. 다음으로 신뢰성분석을 실시한 결과는 모든 집단에서 Cronbach's α 계수가 .8을 초과한 것으로 나타났다.

셋째, 정보수용도는 위험커뮤니케이션 상황에서 제공되는 메시지에서 추출해 내므로 측정대상에 따라 다르다. 따라서 집단별 분석결과는 <Table 7>과 같이 차이가 있다. 먼저 안심메시지에 대한 정보수용도로 총 세 가지 요인으로 유목화되었다. 먼저 우천시 우비나 우산을 반드시 착용하기를 권장하거나, 외출 후 귀사시에 손발 씻기 및 샤워를 권장하고, 큰 입체소를 씻어 먹기를 권장하는 변수로 구성되어 “권고행동”이라 명명

Table 7. EFA and reliability analysis of information acceptance

question	Safety Message						Risk Message			
	recommendations	safety diagnosis	side effect	h^2	Cronbach's α	modify	risk information	h^2	Cronbach's α	modify
gSm 01	.878	.042	.174	.802	.820		NA			
gSm 02	.844	.070	.172	.747						
gSm 03	.812	.126	.060	.679						
gSm 04	.039	.890	.058	.798	.714					
gSm 05	.057	.784	.053	.620						
gSm 06	.110	.695	.008	.496						
gSm 07	.136	-.014	.842	.728	.704	bc				
gSm 08	.247	-.081	.750	.630						
gSm 09	.018	.201	.651	.465						
gRm 10	NA						.802	.452	.795	
gRm 11							.782	.612		
gRm 12							.728	.644		
gRm 13							.676	.457		
gRm 14							.673	.530		
gRm 15							.631	.398		
eigen-value	2,867	1,804	1,293	-	-	-	3,093	-	-	-
%variance	31,851	20,042	14,369				51,545			
%accumulative	31,851	51,893	66,263				51,545			

gSm: given Safety message / gRm: given Risk message

a. Factor loading: under .5 / b. community: under .5 / c. Cronbach's α : under .7

Table 8. EFA and reliability analysis of anxiety

question	Safety Message			Risk Message		
	Anxiety	h^2	Cronbach's α	Anxiety	h^2	Cronbach's α
eating contaminated processed foods	.887	.786	.866	.885	.783	.879
eating contaminated food materials	.862	.743		.895	.801	
fear eating contaminated foods after given message	.857	.735		.874	.765	
confusion after given message	.780	.608		.777	.604	
eigen-value	2,872			2,952		
%variance	71,810	-	-	73,798	-	-
%accumulative	71,810			73,798		

하였다. 다음으로 현재 유통식품과 재배식품이 안전하다는 변수와 정부가 방사능 검사를 철저히 수행한다는 변수로 구성되므로 본 연구에서는 이 요인을 “안전 검사”로 명명하였다. 마지막으로 방호제 부작용과 요오드 과용량 부작용에 대한 변수와 국민들의 방사능 오염에 대한 막연한 불안감으로 구성된 변수로 본 요인을 “부작용”이라고 명명하였다. 안심메시지에 노출된 소비자 집단은 “부작용”요인에서 ‘국민들의 방사능 오염에 대한 막연한 불안감’이 공통성과 Cronbach's α 신뢰도가 기준치 미만으로 나타나 이를 삭제하였다. 다음으로 위협메시지에 대한 정보수용도가 단일요인으로 유목화되었다. 이에 본 연구에서는 위협메시지 노출 유형의 정보수용도를 ‘위험정보수용’으로 명명하였다. 위협메시지에 대한 정보수용도 척도에서는 ‘방사능 오염 검사

결과 열람 권장’ 문항이 공통성과 Cronbach's α 신뢰도가 기준치 미만으로 나타나 이를 삭제하였다. 공통성과 Cronbach's α 삭제한 후 신뢰도 분석을 다시 실시한 결과 신뢰도 계수가 기준치 이상으로 나타났다.

넷째, 불안감은 위협커뮤니케이션 노출 유형과 무관한 2개 문항과 노출 후에 해당하는 2개 문항으로 구성된다. 분석결과 모든 실험집단에서 단일요인으로 유목화 되었으며, 신뢰도 검증 결과 역시 기준치 이상으로 나타났다(〈Table 8〉 참조).

다섯째, 메시지 노출 후 위험인식은 분석 결과 메시지 노출 전 위험인식과 동일하게 유목화 되었으며 신뢰도 검증에서 역시 ‘위험공포감’은 기준치 이상으로 나타났다 ‘위험침묵감’은 기준치 미만으로 나타나 이를 삭제하였다(〈Table 9〉 참조). 즉, 메시지 노출 후 위험인

Table 9. EFA and reliability analysis of risk perception after given message

question	Safety Message					Risk Message				
	risk fear	risk familiarity	h^2	Cronbach's α	modify	risk fear	risk familiarity	h^2	Cronbach's α	modify
fatal	.827	-.135	.702	.840		.871	.022	.759	.891	
risk assessment	.759	-.147	.597		.852	-.056	.728			
disaster potential	.809	.119	.668		.839	.206	.746			
Hazard of future generation	.777	.270	.676		.818	.196	.708			
fear	.692	.365	.612		.749	.225	.612			
scientific common sense	.082	.737	.550	.490	c	.078	.782	.618		c
control possibility	-.183	.650	.455		bc	-.018	.694	.482	.527	bc
familiarity	.300	.654	.518		c	.279	.628	.472		bc
eigen-value	3,266	1,514				3,734	1,393			
%variance	40,823	18,926				46,670	17,414			
%accumulative	40,823	59,749				46,670	64,084			

a. Factor loading: under .5 / b. community: under .5 / c. Cronbach's α : under .7

Table 10. EFA and reliability analysis of safety attitude

question	Safety Message				Risk Message				
	attitude	h^2	Cronbach's α	modify	attitude	oral	h^2	Cronbach's α	modify
food self efficacy	.829	.535	.813		.828	-.080	.693	.845	
food responsive efficacy	.825	.681			.770	.415	.766		
environment self efficacy	.798	.637			.858	-.009	.736		
environment responsive efficacy	.732	.687			.768	.400	.750		
oral attitude	.295	.087		abc	.037	.937	.880		c
eigen-value	2.627				2.822	1.002			
%variance	52.532	-	-	-	56.447	20.048	-	-	-
%accumulative	52.532				56.447	76.495			

a. Factor loading: under .5 / b. community: under .5 / c. Cronbach's α : under .7

식 분석결과가 메시지 노출 전 위험인식 분석결과와 동일하게 나타났다.

여섯째, 안전태도에 대한 탐색적 요인분석 및 신뢰성 분석 결과, '구전태도'의 공통성과 신뢰도 계수가 모든 집단에서 기준치이하로 나타나 제거하였으며, 그 외의 측정변수는 모두 단일요인으로 유목화 되었으며, 신뢰성 계수 역시 .8을 초과하여 기준치 이상으로 나타났다 (<Table 10> 참조).

일곱째, 안전행동 정보수용도와 마찬가지로 위험커뮤니케이션 상황에서 제공되는 메시지에서 추출해 내

므로 안심메시지와 위험메시지의 측정문항에 차이가 있었으나 모두 선행연구결과와 동일하게 위험통제행동과 공포통제행동으로 구분되었으며, 요인적재치와 공통성, 신뢰도 계수는 모두 기준치 이상으로 나타났다 (<Table 11> 참조).

3) 확인적 요인분석을 통한 신뢰성 및 타당성 검증
탐색적 요인분석과 신뢰도 분석 결과로 수정된 척도에 대하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석 결과 모델의 적합도를 저하시키는 요인을 M.I(Modification

Table 11. EFA and reliability analysis of safety behavior

question	Safety Message				Risk Message			
	risk control	fear control	h^2	Cronbach's α	risk control	fear control	h^2	Cronbach's α
gSm 01'	.811	-.212	.703	.806	NA			
gSm 02'	.794	-.282	.710					
gSm 03'	.781	-.311	.706					
gSm 08'	.724	.157	.549					
gSm 07'	.638	.277	.484(d)					
gRm 12'	NA				-.206	.859	.780	.778
gSm 13'					-.113	.859	.751	
gSm 14'					.026	.766	.588	
denial	-.097	.865	.758	.847	.925	-.079	.862	.874
resistance	-.126	.855	.747		.882	-.134	.796	
defensive avoidance	.040	.842	.710		.860	-.067	.744	
eigen-value	3.219	2.149			2.791	1.729		
%variance	40.237	26.857	-	-	46.514	28.822	-	-
%accumulative	40.237	67.094			46.514	75.337		

gSm: given Safety message / gRm: given Risk message

a. Factor loading: under .5 / b. community: under .5 / c. Cronbach's α : under .7

Table 12. Model fit of confirmative factor analysis

division	χ^2	DF	RMR	GFI	AGFI	RMSEA
Safety Message	855.546***	506	.036	.870	.838	.046
		CFI	NFI	RFI	IFI	TLI
		.945	.877	.855	.946	.935
Risk Message	577.981***	314	.034	.889	.857	.049
		CFI	NFI	RFI	IFI	TLI
		.956	.910	.891	.957	.947

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $0 < .001$

Indics) 지수를 참고하여 삭제하였다. 삭제된 문항은 위협메시지의 정보수용도를 구성하는 문항 중 '현재 방사능 오염식품 검사체계 미약', '유통 농수산물 오염' 문항과 불안감을 구성하는 문항 중에서 '메시지 청취 후 혼란감', 그리고 마지막으로 위협메시지에 노출된 집단의 위협통제행동 중 '검사결과 열람' 행동으로 총 4개 문항이 삭제되었다. 최종 수정된 척도의 타당성을 검증하기 위하여 '모델적합도'와 '집중타당성(수렴타당성)'을 살펴보았다.

먼저, 모델 적합도란 연구모델의 채택여부를 결정하는 기준이 되는 것으로 절대적합지수, 증분적합지수, 간명적합지수를 통해 판단한다. 먼저 절대적합지수는 조사자가 수집한 데이터의 공분산행렬과 이론을 바탕으로 한 연구모델의 공분산행렬이 얼마나 적합한지를 보여주는 지수로 카이제곱값(χ^2), RMR(Root Mean-squared Residual), GFI(Goodness of Fit Index),

AGFI(Adjusted GFI), RMSEA(Root Mean Squared Error of Approximation) 등이 있다. 다음으로 증분적합지수는 연구모델이 영모델 보다 얼마나 잘 측정되었는지를 나타내는 지수로 CFI(Compative Fit Index), NFI(Normaed Fit Index), RFI(Relative Fit Index), IFI(Incremental Fit Index), TLI(Turker-Lewis Index) 등이 있다. 마지막으로 간명적합지수는 모델의 복잡성을 고려한 상태에서 경쟁모델 중 최고의 모델에 대한 정보를 제공하는 것이다. 확인적요인분석은 경쟁모델이 없으므로 본 척도교정부분에서는 간명적합지수를 살펴보지 않았다. 결과 모델적합도는 (Table 12)와 같이 χ^2 값이 통계적으로 유의하게 나타나 적합도를 살펴보았다. 그 결과 모든 지수들이 우수하거나 양호한 것으로 나타났다.

둘째, 집중타당성이란 수렴타당성이라고도 하며, 잠재변수를 측정하는 관측변수들의 일치성 정도를 나타

Table 13. C.R & AVE

division	Safety Message		Risk Message		
	C,R	AVE	C,R	AVE	
Risk perception before given message	.918	.695	.896	.641	
Information Reliability	.915	.844	.940	.887	
Information Acceptance	recommendations	.874	.700	-	-
	safety diagnosis	.789	.563	-	-
	side effect	.817	.691	-	-
	risk information	-	-	.848	.586
Anxiety	.904	.764	.928	.814	
Risk perception after given message	.908	.667	.925	.756	
Safety attitude	.835	.578	.885	.615	
Safety Behavior	risk control	.880	.622	.879	.784
	fear control	.890	.730	.907	.766

Table 14. Final scale

Risk perception	Anxiety
risk assessment fatal disaster potential hazard of future generation fear	eating contaminated processed foods eating contaminated food materials fear eating contaminated foods after given message
Reliability	Safety attitude
contents of information source of information	food self efficacy environment responsive efficacy food self efficacy environment responsive efficacy
Information Acceptance	Safety Behavior
recommendations given message 01 given message 02 given message 03 Safety diagnosis given message 04 given message 05 given message 06 side effect given message 07 given message 08 risk information given message 09 given message 10 given message 11	risk control given message 01 given message 02 given message 03 given message 04 given message 05 given message 06 given message 07 fear control denial resistance defensive avoidance

낸다. 측정항목들이 구성개념을 일관성 있게 잘 측정되었다면 항목들 간의 높은 상관이 있을 것이고, 이럴 경우 집중타당성이 있다고 할 수 있다. 집중타당성은 요인부하량과 유의성, 개념신뢰도(C.R), 평균분산추출(AVE)을 통해서 검증할 수 있다. 먼저 요인부하량과 유의성을 살펴보았다. 표준화된 요인부하량은 모든 요인이 .5이상으로 나타났으며, 유의성 역시 기준치인 1.965 이상으로 나타났다. C.R값과 AVE값은 확인적요인분석 결과로 제공되는 것이 아니므로 표준화된 요인적재치(Standardized Estimate)와 분산오차(Variance Error)를 통해 연구자가 직접 계산하여야 한다. 두 지수의 산출식과 판단기준은 <Table 13>과 같다. 산출결과 본 척도의 C.R값과 AVE값이 모두 기준치 이상으로 나타났다(<Table 13> 참조). 따라서 요인부하량과 유의성, C.R, AVE가 모두 기준치 이상으로 나타나 본 척도의 집중타당성이 검증되었다고 판단하였다.

이상 선행연구고찰, 전문가 타당성 조사, IRB 생면윤리심의, 실증조사를 통한 척도의 신뢰성과 타당성 검

증의 과정을 통하여 최종 <Table 14>와 같이 척도가 개발되었다.

V. 결론 및 제언

현대사회의 위험은 전문적이기 때문에 소비자들은 매스미디어에서 제공되는 위험커뮤니케이션에 의존할 수밖에 없다. 따라서 매스미디어가 전달하는 위험커뮤니케이션은 과학기술이 발전할수록 더욱더 중요해진다. 이에 본 연구는 소비자를 대상으로 제공되는 위험커뮤니케이션의 소비자반응을 측정하고 올바른 위험커뮤니케이션 전략을 마련하기 위한 기초 연구로서 위험커뮤니케이션 유형을 구분하고, 위험커뮤니케이션 유형에 따른 소비자의 반응을 측정하는 척도를 개발하고자 하였다.

척도개발을 위하여 1단계로 선행연구를 통하여 관련 척도를 추출하고, 2단계로 소비자학 전문가 5인으로부터 안면타당도를 검증받았다. 다음으로 1, 2단계를 통

하여 정리된 척도의 IRB 생면윤리심의를 거쳐 연구윤리에 위배되지 않음을 심의 받았다. 마지막으로 실증조사를 통한 척도의 신뢰성과 타당성 검증의 과정을 통하여 위험커뮤니케이션 유형에 따른 소비자의 정보수용과 반응에 대한 최종 척도가 개발되었다.

개발된 척도는 다음과 같다. 먼저 위험인식은 전반적 위험평가, 치명성, 재앙가능성, 미래세대위험, 두려움으로 총 5개 문항으로 구성되며, 사회적 신뢰는 정보내용 신뢰와 정보원 신뢰로 총 2개 문항으로 구성되었다. 정보수용도는 제공되는 위험커뮤니케이션 메시지의 내용에 따라 달라질 수 있으나 본 연구에서 적요한 '방사능 오염 식품'에 대해서는 권고행동, 안전검사, 부작용, 위험정보의 4개 요인으로 유목화 되었으며 각각 2~3개 문항으로 구성되었다. 불안감은 노출 전과 노출 후의 불안감으로 구성되었으며 본 연구에서 적용된 '방사능 오염 식품'의 경우에는 가공식품과 식자재에 대한 불안감으로 구분되었으며 총 3개의 문항으로 구성되었다. 안전태도는 자기효능감과 반응효능감으로 구성되었으며, 이 역시 '방사능 오염 식품'의 경우 식품 자체에 대한 태도와 환경에 대한 태도로 구분되었다. 안전행동은 위험통제행동과 공포통제행동으로 구분되는데, 이중 위험통제행동은 이성적 행동으로 메시지가 권고한 내용을 이행하는가에 대한 문항으로 제공된 메시지의 내용에 따라 척도가 구성된다. 공포통제행동은 위협에 대한 심리적 방어기재로써 거부, 반발, 방어적회피의 3개 문항으로 구성된다.

본 연구에서 개발된 척도는 위험커뮤니케이션이 어떠한 상황과 어떠한 내용을 전달되느냐에 측정문항이 달라질 수 있으나 소비자 반응 요인의 맥락은 동일하게 적용할 수 있을 것이라 판단된다. 다만 본 연구는 안심 메시지와 위협메시지에 대한 소비자 반응의 척도를 구성하기 위하여 두 메시지가 동시에 전달되고 있는 '방사능 오염 식품'으로 한정하여 조사를 수행했다는 한계가 있다. 따라서 향후 보다 다양한 사례의 분석을 통하여 척도를 보다 정교화해 나갈 필요가 있다.

위험커뮤니케이션에 따른 소비자의 정보수용과 반

응이 척도는 향후에 위험사고가 발생했을 때 위험커뮤니케이션에 따른 소비자의 반응을 지속적으로 측정하여 데이터를 축적하고 분석함으로써 소비자들에게 올바른 방법으로 위험정보를 제공하는 전략을 모색하며 위험사고 관계자와 소비자 간에 올바른 커뮤니케이션을 수행함으로써 소비자는 올바른 정보를 효과적으로 습득하고, 정보원은 소비자들의 신뢰를 회복하며, 시장의 불안요소를 제거하는 등 안정된 사회를 구현하는 데 전략적으로 활용할 수 있을 것이다.

감사의 글

이 논문은 송유진의 박사학위논문의 일부를 발췌한 것임.

References

- Benford, R. D. 1993. Frame Disputes within the Nuclear Disarmament Movements. *Social Forces*. 71(3): 677-701.
- Cha, Yung Jin. 2006. Risk Acceptance: A Social Psychological Approach. *Crisisonomy*. 2(1): 36-44.
- Cha, Yu Ri and Hyun Jae Yu. 2012. Exploring Mechanics of Information Seeking, and Processing besides Transmission Dealing with Issue of Foods Contaminated by Radioactivity Focusing on the Effects of News Valence Frames and Trust in Government Agencies on Credibility of News Articles. *Korea Journal of Journalism & Communication Studies*. 56(2): 92-118.
- Covello, V. T., Winterfeldt, and P, Slovic. 2001. Risk Communication, the West Nile Virus Epidemic, and Bioterrorism: Responding to the Communication Challenges Posed by the Intentional or Unintentional Release of a Pathogen in an Urban Setting. *Journal of Urban Health*. 78(2): 382-391.
- Fischer, W. F. 1970. *Theories of Anxiety*. New York: Hamper & Row Publishers.
- Fischhoff, B., P. Slovic, S. Lichtenstein, S. Read, and B. Comb. 1978. How Safe is Safe Enough?: A Psychometric Study

- of Attitudes toward Technological Risks and Benefits. *Policy Science*. 9: 127-152.
- Freud, S. (Hong Hye Kyung). 2003. *Psychoanalysis Lecture*. Paju: Openbooks.
- Garcia-Retamero, R. and M. Galesic. 2009. Communicating Treatment Risk Reduction to People with Low Numeracy Skills: A Cross-cultural Comparison. *American Journal of Public Health*. 99(12): 2196-2202.
- Hong, Suk Ki. 1997. *Understanding of Modern Psychology*. Seoul: Hakmoonsa.
- Janis, I. L. 1967. Effect of Fear Arousal on Attitude Change. *Recent Development in Theory and Experimental Research*. 3: 166-225.
- Jun, Jong Kun and Youn Sin Choi. 2011. Consumer Responses to Product Related Online Blogs Characterized by Information Sources. *The e-Business Studies*. 12(1): 207-227.
- Kim, Yang Eun. 1995. Trend Analysis of Domestic Risk Communication. *Korea Society for Journalism and Communication Studies*. 95 Autumn Conference.
- Lee, Ki Hun. 2008. Study on the Empirical Analysis and the Implications for the Effective Food Risk Communication. *Journal of Consumer Policy Studies*. 34: 104-133.
- Lee, Kyu Wan and Ja Eum Koo. 2006. The Effect of Perceived Risk, Scarcity Message in the CATV Homeshopping Ad, and Purchasing Experience on CATV Homeshopping Consumers Response. *Korean Journal of Communication & Information*. 2006(Feb): 209-245.
- Lee, Hak Sik, Gwang Ho An, and Young Won Ha. 2012. *Consumer Behavior-Marketing Strategic Approach*. 5ed. Paju: Bubmoonsa.
- Lee, Hyun Hwa and Hee Kang Moon. 2012. Consumer Responses to Retailer's Location-based Mobile Shopping Service: Focusing on PAD Emotional State Model and Information Relevance. *Journal of Distribution Research*. 17(2): 63-92.
- Levental, H. 1970. *Findings and Theory in the Study of Fear Communications*. In L. Berkowitz (eds.). New York: Academic Press.
- Levental, H. 1979. Fear Appeals and Persuasions: The Differentiation of a Motivation Construct. *American Journal of Public Health*. 61: 1208-1224.
- Oh, Mi Young, Jin Myung Choi, and Hak Soo Kim. 2008. Stigma Effect of Technology with Risk: The Impact of Stigma on Nuclear Power on the Perception and Acceptance of Products Based on Radiation Technology. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*. 52(2): 467-500.
- Park, Ok Hee. 1991. Studies of Attitude-Behavior Relationship: Changes and New Trends since 1970s. *The Korean Sociological Association*. 8(1): 143-160.
- Peters, Hans. P. and Hye Ryong Song. 2005. *Risk Report and Mass Communication*. Seoul. Communicationbooks.
- Rimal, R. N. and K. Real. 2003. Perceived Risk and Efficacy Beliefs as Motivators of Change; Use of the Risk Perception Attitude(RPA) Framework to Understand Health Behaviors. *Human Communication Research*. 29(3): 370-399.
- Slovic, P. 1986. Informing and Educating the Public about Risk. *Risk Analysis*. 6: 403-416.
- Song, Eugene and Hyun Jung Yoo. 2008. The Covariance Structural Analysis of Perceived Risk on Food Safety Consciousness and Food Safety Pursuit between Seoul & Shanghai Consumers: Focused on Food Consumption. *Consumer Studies*. 19(3): 215-244.
- Song, Kyong Suk. 2009. A Study on the Effect of Risk Communication on Consumers; Psychological Response and Attitude in the Feedservice Industry. *The Korea Journal of Culinary Research*. 15(3): 324-343.
- Sung, Young Shin, Min Jung Jang, Jung Suk Kang, and Na Rae Yoon. 2014. The Influence of Typicality and Harmony of Product Design on Consumer's Responses. *The Korean Psychological Association*. 15(3): 383-408.
- Tormala, Z., P. Brinol, and R. Petty. 2006. When Credibility Attack: The Reverse Impact of Source Credibility on Persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*. 42(5): 684-691.
- Turner, M. M. 2006. *Examining the Interaction between Message-relevant Anger and Efficacy on Persuasive Outcomes: A Test of the Anger Activism Model*. In press.
- Tyler, T. R. 1984. Assessing the Risk of Crime Victimization: The Integration of Personal Victimization Experience and Socially Transmitted Information. *Journal of Social Issues*. 40: 27-38.
- Tyler, T. R. and R. L. Cook. 1984. The Mass Media and Judgements

- of Risk: Distinguishing Impact on Personal and Societal Level Judgements. *Journal of Personality and Social Psychology*. 47: 693-708.
- Wilson, J. 1973. *Introduction to Social Movement*. New York: Basic Books.
- Witte, K. 1992. Putting the Fear Back into Fear Appeals: The Extended Parallel Process Model. *Communication Monographs*. 59: 329-249.
- Witte, K. 1994. Fear Control and Danger Control: A Test of the Extended Parallel Process Model(EPPM). *Communication Monographs*. 61: 113-134.
- Yoo, Hyun Jung, So Hyun Joo, and Eugene Song. 2014. The Effect of Trust in Food Label Information and Negative Emotions about Food on Safety Behavior among Adult South Korean Consumer. *2014 Consumers Conference*.
- Korean References Translated from the English*
- 김양은. 1995. 국내 위험커뮤니케이션 연구의 경향분석. 한국 언론학회 '95 가을철 학술발표회.
- 박옥희. 1991. 태도와 행동의 관계에 관한 연구. *한국사회학*. 8(1): 143-160.
- 송경숙. 2009. 외식산업의 위험 커뮤니케이션이 소비자의 심리적 반응과 태도에 미치는 영향. *한국 조리학회지*. 15(3): 324-343.
- 송유진, 유현정. 2008. 식품구매시 소비자의 지각된 위험이 안전의식과 안전추구행동에 미치는 영향력의 구조모형 분석: 서울과 상해소비자를 중심으로. *소비자학연구*. 19(3): 215-244.
- 성영신, 장민정, 강정석, 윤나래. 2014. 제품 디자인의 전형성, 조화성, 그리고 소비자반응에 대한 이해. *한국심리학회지*. 15(3): 383-408.
- 오미영, 최진명, 김학수. 2008. 위험을 수반한 과학기술의 낙인 효과: 원자력에 대한 위험인식이 방사선 기술 이용 생산물에 대한 위험인식과 수용에 미치는 영향. *한국언론학보*. 52(2): 467-500.
- 유현정, 주소현, 송유진. 2014. 표시정보신뢰와 부정적 감정이 안전행동에 미치는 영향-식품 소비를 중심으로. 2014 소비자분야통합학술대회.
- 이규완, 구자은. 2006. 케이블TV홈쇼핑 프로그램에서 지각된 위험과 회소성 메시지가 이용경험이 다른 소비자의 반응에 미치는 영향에 관한 연구. *한국언론정보학보*. 2006(2): 209-245.
- 이기현. 2008. 식품위해 인식실태 및 위험커뮤니케이션 방안연구. *소비자문제연구*. 34: 104-133.
- 이학식, 안광호, 하영원. 2012. 소비자행동-마케팅전략적 접근. 제5판. 파주. 법문사.
- 이현화, 문희강. 2012. 유통업체의 위치기반 모바일 쇼핑서비스 제공에 대한 소비자 반응. *유통연구*. 17(2): 63-92.
- 전종근, 최영신. 2011. 제품 관련 온라인 블로그의 정보 원천 특성에 따른 소비자 반응. *e-비즈니스연구*. 12(1): 207-227.
- 차용진. 2006. 위험 수용성에 관한 연구: 위험인식의 사회심리학적 접근. *한국위기관리논집*. 2(1): 36-44.
- 차우리, 유현재. 2012. 방사능 오염 식품 이슈 정보 추구, 처리 및 전달 역학에 대한 탐색: 신문기사의 유인가 프레임 유형과 정부기관에 대한 신뢰수준별 메시지 공신력을 중심으로. *한국언론학보*. 56(2): 92-118.
- 한스 페터 페터스, 송해룡(송해룡 옮김). 2005. 위험 보도와 마스크커뮤니케이션. 서울, 커뮤니케이션북스.
- 홍숙기. 1997. 현대 심리학의 이해. 서울. 학문사.

Received: May 29, 2016 / Revised: Jun. 10, 2016 / Accepted: Jun. 13, 2016

위험커뮤니케이션 유형에 따른 소비자위험정보 수용 및 반응 척도 개발

국문초록 현대사회의 위험은 다분히 전문적이기 때문에 소비자들은 매스미디어에서 제공되는 위험커뮤니케이션에 의존할 수밖에 없다. 따라서 매스미디어가 전달하는 위험커뮤니케이션은 과학기술이 발전할수록 더욱 중요해 진다. 이에 본 연구는 위험커뮤니케이션 유형을 구분하고, 이러한 위험커뮤니케이션 유형에 따른 소비자의 반응을 측정하는 척도를 개발하고자 하였다. 본 연구를 통해 개발된 척도의 요인은 위험인식, 사회적 신뢰, 정보수용도, 불안감, 안전태도, 안전행동의 6개 요인으로 구성되었다. 본 연구를 통해 개발된 척도는 향후에 위험사고가 발생 시에 위험커뮤니케이션에 따른 소비자의 반응을 지속적으로 측정하여 데이터를 축적하고 분석함으로써 소비자들에게 올바른 방법으로 위험정보를 제공하는 전략을 모색하여 소비자는 올바른 정보를 효과적으로 습득하고, 정보원은 소비자들의 신뢰를 회복하며, 시장의 불안요소를 제거하는 등 안정된 사회를 구현하는 데 전략적으로 활용할 수 있을 것이다.

주제어 : 위험커뮤니케이션, 소비자 정보수용도, 소비자반응, 척도개발

Profiles Eugene Song : She received her M.A., and Ph.D. from Chungbuk National University. She is a researcher of the Consumer Analysis Center at Chungbuk National University Industry-University Cooperation Foundation. Her research interests include risk communication, consumer behavior, risk information acceptance, and consumer risk management. She has published 12 articles in journals(eugenesong@cbnu.ac.kr).

Hyun Jung Yoo : She received her M.A., and Ph.D. from Sungkyunkwan University. She is a professor of the Department of Consumer Science at Chungbuk National University. Her research interests include consumer behavior, consumption trend, consumer safety, consumer education and policy. She has published 119 articles in journals and written 10 co-author books(yoohj@cbnu.ac.kr).