



정치적 집단 정체성이 노동조합 파업 뉴스 선택적 노출에 미치는 영향 감정 예측과 태도-정파성 일치 여부의 조절된 매개 효과

김효정 부산대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수
정우진 부산대학교 심리학과 박사수료
김범수 부산대학교 미디어커뮤니케이션학과 부교수

Effects of Political Group Identity on Selective Exposure to Labor Union Strike News*

The Moderated Mediation Effect of Affective Forecasting and Attitude-Partisanship Congruence

Hyo Jung Kim**

(Professor, Department of Media & Communication, Pusan National University)

Woojin Jung***

(Ph.D. Candidate, Department of Psychology, Pusan National University)

Bumsoo Kim****

(Associate Professor, Department of Media & Communication, Pusan National University)

Selective exposure refers to the tendency of individuals to preferentially seek out information that aligns with their preexisting attitudes or beliefs about controversial issues. This study investigates whether selective exposure tendencies manifest in the choice of news articles about domestic union strikes, a politicized social issue, and explores the factors influencing selective exposure. Union strikes are controversial in Korean society and generate various political debates and discussions between liberal and conservative partisans. News about union strikes is significantly associated with individuals' selective exposure. This study specifically tested a mediation model to examine how individuals' political group identity influences selective exposure through affective forecasting. Furthermore, a moderated mediation model was employed to analyze whether these relationships differ depending

* This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea (이 논문 또는 저서는 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임) (NRF-2020S1A3A2A02097375).

** hyo.kim@pusan.ac.kr

*** wjjung89@gmail.com

**** kbs0035@gmail.com, corresponding author

on the congruence or incongruence between individual attitudes toward union strikes and partisanship. A nationwide online survey conducted with adults aged 20 and older ($N = 1,000$) revealed a tendency to select media coverage that aligns with their existing attitudes toward domestic union strikes. Moreover, individuals who strongly identified with their political party were more likely to forecast stronger affect—either negative or positive—when exposed to news articles that criticize or support their political party. This, in turn, led to increased selective exposure. Additionally, the effect of political group identity on selective exposure through affective forecasting was moderated by the congruence or incongruence between an individual's attitude toward the union strike issue and their party affiliation. Based on the findings, two key takeaways emerge; First, controversial political issues substantially drive news users to engage in selective exposure based on political partisanship, as they aim to avoid cognitive dissonance. Second, news users are able to foresee their affective responses to news reporting on controversial issues such as union strikes. The findings suggest that individuals who support certain political ideologies and parties are more likely to engage in selective exposure to maintain emotional stability and regulate their affect. The findings also imply that individuals reinforce their existing political thoughts and attitudes, especially in contentious political environments. This study highlights the mediating role of affective forecasting and the moderating role of attitude-partisanship congruence in the relationships among political group identity, affective forecasting, and selective exposure to labor union strike news. Based on the findings, the study highlights the importance of internal and external political efficacy in understanding the effects of affective forecasting, as political efficacy shaped by news consumption and political expression is positively associated with both affective forecasting and selective exposure.

Keywords: selective exposure, political group identity, affective forecasting, union strikes

국문초록

선택적 노출(selective exposure)은 양분(兩分)된 의견이 있는 사안에 대해 개인이 자신의 기존 태도나 신념에 부합하는 정보를 우선적으로 선택하려는 경향이다. 본 연구는 정치화된 사회 이슈인 국내 노동조합 파업 기사들에 대해 선택적 노출 경향이 나타나는지 검증하고, 정치 커뮤니케이션 관점에서 선택적 노출의 영향 요인들을 탐색하였다. 구체적으로, 개인의 정치적 집단 정체성이 감정 예측을 통해 선택적 노출에 영향을 미치는 매개 모델을 검증하였다. 또한 이러한 변인 간의 관계가 노조 파업 이슈에 대한 개인의 태도-정파성 일치 여부에 따라 차이가 있는지 조절된 매개 모델을 통해 분석하였다. 온라인 설문 전문 기관을 통해 전국 20세 이상 성인($N = 1,000$ 명)을 대상으로 수행한 설문 조사 결과, 국내 노조 파업에 대한 자신의 기존 태도와 일치하는 언론 보도를 더 많이 읽으려고 하는, 선택적 노출 경향이 발견되었다. 또한 자신이 지지하는 정당의 정체성을 깊이 내면화한 사람일수록, 정치 성향과 불/일치하는 뉴스 기사를 접했을 때 느낄 부정적/감정적 감정을 더 강하게 예측하였으며, 이는 선택적 노출 수준의 증가로 연결되었다. 나아가, 정치적 집단 정체성이 감정 예측을 통해 선택적 노출에 미치는 영향은, 노조 파업에 대한

개인의 태도-정파성 일치 여부에 따라 조절되는 것으로 나타났다. 노조 파업에 대한 자신의 태도와 정파성이 일치하는 사람들은 정파 정보에 대한 긍정적, 부정적 감정 예측 수준이 높을수록 노조 파업에 대한 선택적 노출 수준이 증가하였다. 반면, 노조 파업에 대한 태도와 정파성이 불일치하는 집단에서는, 지지 정파에 대한 비판적 정보 노출에 대해 부정적 감정 예측이 높을수록, 노조 파업에 대한 선택적 노출 수준이 감소하는 것으로 나타났다. 본 연구의 주요 결과에 대한 함의와 후속 연구를 위한 제안을 논의하였다.

핵심어 : 선택적 노출, 정치적 집단 정체성, 감정 예측, 노동조합 파업

1. 서론

선택적 노출(selective exposure)은 정치적으로 논쟁적인 이슈에 대해 개인이 자신의 기존 태도에 부합하는 정보를 우선적으로 선택하려는 경향(Iyengar & Hahn, 2009; Stroud, 2010; Wojcieszak, 2021)으로, 다양한 커뮤니케이션 맥락에서 연구되어왔다. 특히 정치 커뮤니케이션에서의 선택적 노출 경향은 1940년대 선거 캠페인 유권자들의 정보 선택 연구를 시작으로(Lazarsfeld, 1944), 최근 뉴미디어 환경에 이르기까지 정치 양극화 현상이 심각한 미국을 중심으로 더욱 활발하게 연구되어 오고 있다(예: Garrett, 2009; Iyengar et al., 2008). 우리나라 역시 정치적 양극화에서 자유롭지 않다. 2022년 퓨리서치센터(Pew Research Center)의 조사 결과에 따르면 한국은 조사에 참여한 19개 나라 가운데 미국과 더불어 정치적 양극화와 대립이 가장 심한 국가로 나타났다(신정섭, 2023). 그럼에도 불구하고, 국내 정치적 양극화 환경에서 공중이 어떻게 정치 관련 이슈에 대한 정보를 온라인으로 검색하고 선택하는지, 그리고 그러한 선택에 영향을 미치는 요인들을 분석한 국내 연구는 많지 않다.

본 연구는 우리나라에서 정치화된 사회 이슈 중 하나인 노조 파업과 관련해서 선택적 노출이 나타나는지 확인한 후, 이에 대한 영향 요인 간 심리적 메커니즘을 살펴보고자 한다. 노동조합은 주로 근로자의 임금 인상과 노동 조건 개선을 목표로 설립된다. 노동조합 파업은 기업주나 자본가들이 생산성 향상과 효율성을 추구하는 것에 맞서, 노동자들이 집단적으로 권리를 요구하는 행동이다. 이 때문에 노조 파업은 단순히 기업 내부의 갈등으로만 볼 수 없다. 노동조합은 정치적 정당이나 단체들과 협력하여 영향력을 확대하려는 경향이 존재하고 진보적인 정당과 우호적인 관계를 맺는 경우가 많다. 반면, 기업은 주로 보수적인 정당이나 단체와 밀접한 관계를 유지한다. 이로 인해 노조 파업은 정치 정당 간의 갈등으로 확산되기도 하고 사회적 여론을 양분하는 갈등 요소로 작용하기도 한다. 사람들은 자신의 정치적 성향과 이데올로기에 따라 노조 파업에 대한 의견이 다를 수 있다는 것이다(조준모·김기승, 2006).

노동조합 파업 뉴스에 대한 수용자들의 선택적 노출에 영향을 미치는 요인 가운데, 본 연구가 먼저 주목하는 요인은 정치적 집단 정체성(political group identity)이다. 정치적 집단 정체성이란 사회적 정체성 차원에서 개인이 특정 정파나 정치적 집단에 속한다는 인식과 해당 집단에 대해 가지는 정서적 유대감과 가치에 기반한다(Greene, 1999). 일련의 선행 연구들은 개인의 정치적 성향(예: Feldman & Hart, 2018; Stroud, 2008)이나 지지 정당(partisanship; 예: Iyengar et al., 2008; Knobloch-Westerwick, 2012)이 선택적 노출에 미치는 영향을 살펴보았다. 예를 들어, 아이엔가와 한(Iyengar & Hahn, 2009)은 정치적 성향에 따른 언론

매체 선호도를 확인한 결과, 보수주의자들은 진보 언론 매체보다 보수 언론 매체의 기사를 읽는 것을 선호한 반면, 진보주의자들은 보수 언론 매체보다 진보 언론 매체의 기사를 읽는 것을 더 선호하는 것을 확인하였다. 그러나 단순히 어떤 정치 성향이 더 선택적 노출을 하는 경향이 있는가를 넘어서, 개인이 지지하는 정치 집단 혹은 정파성에 대해 가지는 집단 정체성의 강도가 선택적 노출의 수준에 영향을 미치는지 분석한 연구는 아직까지 제한적이다. 기존 연구자들은 개인의 사회적 정체성이 선택적 노출 경향에 중요한 역할을 한다고 주장하였는데(Levendusky, 2013; Wojcieszak & Garrett, 2018), 이는 사람들이 자신이 지지하는 정파성을 자신의 정체성으로 내면화하여 정치적 집단 정체성을 형성하고, 이것이 정치 관련 뉴스를 선택함에 있어 영향을 미칠 수 있기 때문이라고 볼 수 있다(Dvir-Gvirsman, 2019).

다음으로 본 연구에서 주목하는 영향 요인은 감정 예측(affective forecasting)이다. 감정 예측이란 사람들이 자신의 미래 감정에 대해 예측하는 것으로서(Wilson & Gilbert, 2005), 개인이 특정 정보에 노출되었을 때 자신이 어떤 감정을 경험할 것이라는 예측이 관련 정보 선택에 영향을 줄 수 있다. 도리슨 등(Dorison et al., 2019)은 미국 참가자들을 대상으로 한 실험에서 자신이 반대하는 대선 후보에 대한 정보에 노출되었을 때 스스로 경험할 부정적 감정을 과대 평가하는 사람일수록 관련 정보에 대한 선택적 노출 경향이 더 증가하는 것을 발견하였다. 즉, 특정 정보에 노출되었을 때 스스로 느끼게 될 감정에 대한 예측은 선택적인 정보 행동에 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 본 연구는 개인이 지지하지 않는 정파에 우호적인 정보에 노출되었을 때 자신이 느낄 부정적 감정에 대한 예측과 더불어 개인이 지지하는 정파에 우호적인 정보에 노출되었을 때 긍정적 감정에 대한 예측은 노조 파업이라는 정치적 사회 이슈 기사 선택에 각각 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 특히 본 연구는 개인의 정치적 집단 정체성이 정파적 정보에 대한 감정 예측에도 영향을 미칠 수 있다는 점에 주목하여 정치적 집단 정체성이 감정 예측을 통해 선택적 노출에 영향을 주는 매개 모델을 제시하고 검증할 것이다.

마지막으로 본 연구는 논쟁 이슈에 대한 개인의 태도와 지지 정당의 입장이 반드시 일치하는 것은 아님을 주목한다. 개인이 특정 정파를 지지하는 것과 관계없이 모든 이슈에 대해 지지 정당의 입장에 동의하지 않을 수 있다(Dvir-Gvirsman, 2019). 개인의 태도는 개인의 경험과 배경을 바탕으로 형성된 심상(心象)인 반면에 정파성과 같은 사회적 정체성은 사회적으로 만들어진 구성체로서(Hallajow, 2018) 서로 다른 입장을 지닐 수 있다는 것이다. 페퍼트와 그슈벤트(Meffert & Gschwend, 2012)에 따르면, 사람들은 자신의 기존 태도와 지지 정당의 입장이 불일치할 때보다 일치할 때 자신의 입장에 더 강한 확신을 가지게 되며, 이러한 확신은 선택적 노출의 증가로 이어지는 것으로 나타났다. 또한, 이러한 자신의 태도에 대한 확신은 개인의 태도

뿐만 아니라 논쟁적인 정치적 이슈에 대한 감정 극화로 이어져 선택적 노출의 경향을 증가시키는 것으로 확인되었다(예: Iyengar et al., 2012; Wojcieszak & Garrett, 2018). 이에 따라 본 연구는 노조 파업 이슈에 대한 개인의 태도와 정파성 간 일치 혹은 불일치하는가에 따라 정치적 집단 정체성과 감정 예측이 선택적 노출에 미치는 영향이 달라질 것이라고 예측한다. 더욱 구체적으로, 노조 파업에 대한 개인의 태도와 지지 정당의 입장이 일치할 때, 정치적 집단 정체성과 선택적 노출 사이에서 감정 예측의 매개적인 관계를 더욱 강하게 조절할 수 있을 것으로 가정한다.

본 연구는 정치적 사회 이슈인 노조 파업 이슈에 대해서 응답자들이 자신의 기존 태도와 일치하는 기사들을 더 많이 선택해서 읽으려는 선택적 노출 현상이 나타나는지 검증하고 선택적 노출 수준에 영향을 미치는 요인들을 탐색한다. 구체적으로, 정치 커뮤니케이션 분야에서 선택적 노출 경향을 분석한 선행 연구들을 기반으로 개인의 정치적 집단 정체성이 감정 예측을 통해 선택적 노출에 영향을 미치는 매개 모델을 검증할 것이다. 또한 노조 파업 기사의 선택적 노출 수준에 이르는 매개 관계가 개인의 정파성-태도 일치 여부에 따라 차이가 있는지 조절된 매개 모델을 통해 검증할 것이다. 지금까지 양극화된 사회 이슈에 대해 공중의 선택적 노출 경향을 확인한 해외 연구들은 다수 진행되었으나, 선택적 노출의 영향 요인들을 살펴본 국내 연구는 비교적 제한적이다. 특히 정치적 집단 정체성의 강도가 선택적 노출의 수준에 미치는 영향에 대한 연구는 부족한 편이고, 그에 대한 감정 예측의 매개 효과나 태도-정파성 일치 여부의 조절 효과를 탐색한 연구는 아직까지 수행된 바가 없다. 본 연구의 결과는 국내 노조 파업이라는 정치화된 사회 이슈에 대해 선택적 노출 이론을 검증하고, 정치 커뮤니케이션 관점에서 선택적 노출의 영향 요인들 간의 관계를 세밀하게 탐색함으로써 관련 문헌 확장에 공헌할 것이다.

2. 문헌 고찰

1) 선택적 노출

선택적 노출(selective exposure)은 개인이 양분(兩分)된 의견이 있는 사안에 대해 자신의 기존 태도나 신념, 또는 사회적 정체성에 부합하는 정보를 우선적으로 선택하려는 경향을 뜻한다(Iyengar & Hahn, 2009; Stroud, 2010; Wojcieszak, 2021). 1940년대 미국 선거 연구에서 최초로 제안된 선택적 노출 이론(Lazarsfeld, 1944)은 1960년대 선거 캠페인에서 나타나는 유권자들의 정보 선택 경향성을 중심으로 연구되어 왔다(Stroud, 2008). 선택적 노출에 대한

연구는 인터넷과 다매체 환경의 등장과 같이 디지털 미디어의 발전으로 인해 온라인 상에서 개인의 정보 선택 폭이 넓어지며 다시 활발하게 진행되기 시작하였으며, 실제로 수용자가 자신의 기존 태도와 일치하거나 본인의 사회적 정체성에 부합하는 정보를 더 선호하고 선택하려는 경향은 일련의 연구에서 이미 밝혀졌다(Iyengar & Hahn, 2009; Stroud, 2008, 2010). 예를 들어 보이치에샤크(Wojcieszak, 2021)는 개인의 사회적 정체성이 사회정치적 이슈에 대한 선택적 노출에 미치는 영향을 확인하였다. 구체적으로 해당 연구자는 실험 참가자들의 성별에 따라 사회 이슈에 대한 선택적 노출이 나타나는지 확인하기 위해 각 이슈에 대해 찬반입장을 가진 14개의 기사들을 제시하였다. 참가자들은 자신의 태도와 일치하는 기사들을 더 많이 선택하였으며, 특히 남성 참가자들보다 여성 참가자들에게서 선택적 노출 경향이 더 강하게 나타났다(Wojcieszak, 2021). 펠드먼과 하트(Feldman & Hart, 2018)는 기후 변화 이슈에 대해서도 선택적 노출 경향이 나타나는 것을 확인하였다. 연구자들은 실험 참가자들에게 기후 변화가 사회와 경제, 안보, 그리고 환경과 정파적 갈등에 미치는 영향에 대한 기사들을 제시하였으며, 참가자들은 자신의 기존 태도 및 지지 정당의 입장에 부합하는 기사들을 더 많이 선택하였다는 것을 검증하였다.

선택적 노출 현상을 설명하는 대표적인 이론으로 페스팅거(Festinger, 1957)의 인지부조화 이론이 있다(Cognitive Dissonance Theory; Cotton, 2013; Knobloch-Westerwick & Meng, 2009). 인지부조화 이론에 따르면, 태도와 행동 간 또는 태도 간의 비일관성은 사람들로 부터 하여금 심리적 불편함과 인지 부조화를 야기하고 이러한 부조화를 제거하거나 감소시키기 위해 자신의 태도나 행동을 확증하는 정보를 선택적으로 탐색하게 된다는 것이다(Sude & Knobloch-Westerwick, 2022; Taber & Lodge, 2006). 즉, 사람들은 본인의 태도와 상충되는 정보로 인한 심리적 불편함을 완화하고 기존 태도를 확증하여 스스로를 보호하기 위해 기존 태도와 일관된 정보들을 선택하게 된다(Van der Meer & Jin, 2020; Westerwick et al., 2020). 선택적 노출을 설명하는 또 다른 이론적 개념으로 동기화된 추론이 있다(Motivated reasoning; Kunda, 1990). 최근 들어 선택적 노출의 주요 원인 중 하나로 주목받고 있는 동기화된 추론(Camaj, 2019; Lodge & Taber, 2013)에 따르면, 선택적 노출은 정보 탐색에서 개인이 자신의 태도가 타당하다고 느끼고자 하는 방향성 목표(directional goal)를 달성하려는 욕구에 의해 나타난다고 주장한다(Bolsen et al., 2014). 즉, 본인이 옳다고 확증하고자 하는 목표가 사람들을 진실이 아닌, 자신의 기존 태도나 사회적 정체성과 일관된 정보를 선택하게 만든다는 것이다.

다수의 선행 연구들은 온라인 미디어 환경에서 이용자의 선택적 노출 경향이 나타나는 것을 실증적으로 검증하였다(예: Hastall & Wagner, 2017; Knobloch-Westerwick &

Meng, 2009; Wojcieszak, 2021). 예를 들어 사람들은 인터넷에서 건강관련 정보(health information)를 선택할 때 본인의 태도와 행동을 입증하는 정보를 중심으로 탐색하는 반면에 그렇지 않은 정보들은 무시하는 경향이 있다는 것을 밝혔다(Westerwick et al., 2017). 노블록-웨스터위크와 하스탈(Knobloch-Westerwick & Hastall, 2010)은 사람들이 자신의 사회적 정체성을 강화하기 위해 선택적 노출을 하는 경향이 있음을 확인하였다. 구체적으로, 연구자들은 두 연령 집단(18세~30세 vs. 50~65세)의 실험 참가자들을 모집한 다음 각 참가자에게 본인의 연령대와 다른 연령대의 개인에 대한 긍정적 및 부정적 뉴스 기사를 제시하였다. 분석 결과, 청년 집단(18~30세)에 속한 참가자들이 중년 집단(50~65세)에 속한 참가자들보다 내집단에 대한 긍정적인 기사를 더 선호한 반면, 중년 집단의 참가자들은 청년 집단의 참가자들보다 외집단에 대한 부정적인 기사를 더 선호하였으며, 이러한 외집단을 향한 부정적 기사에 대한 선택적 노출은 중년 참가자들의 자존감을 증가시킨 것으로 나타났다(Knobloch-Westerwick & Hastall, 2010).

상술한 선행 연구들은 다양한 주제에서 선택적 노출의 경향이 확인되고 있음을 보여준다. 그러나 무엇보다 선택적 노출에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있는 분야는 정치 커뮤니케이션이라고 할 수 있다. 다수의 연구들은 사람들이 정파적으로 양극화된 사회 이슈들에 대해 자신의 정치적 성향이나 태도와 일치하는 기사들을 더 많이 선택하는 경향이 있음을 확인하였다(Arceneaux et al., 2012; Knobloch-Westerwick & Meng, 2011; Metzger et al., 2020; Stroud, 2007). 예를 들어 노블록-웨스터위크와 멩(Knobloch-Westerwick & Meng, 2009)은 사람들은 온라인 환경에서 총기 규제, 낙태, 최저 임금과 같이 정치적으로 논쟁적인 이슈에 대한 기사 중 자신의 의견과 일치하는 기사들을 더 많이 선택하고 더 오래 읽는 것을 확인하였으며, 이러한 경향은 해당 정책에 대한 개인의 태도가 확실할수록 더 강하게 나타났다. 또한 가렛(Garrett, 2009)은 온라인 환경에서 사람들이 자신의 정치 의견에 부합하는 정보들을 더 많이 선택하고 이용하는 경향이 있음을 발견하였다. 구체적으로, 연구자는 실험 참가자들에게 온라인 환경에서 동성 결혼, 사회보장 제도 개혁, 그리고 시민 자유와 같이 정치적으로 논쟁적인 이슈들에 대한 기사를 제공하였으며, 참가자들은 자신의 기존 태도에 반대되는 기사들보다 강화하는 기사들에 더 큰 관심을 가지고 해당 기사들을 더 오래 읽는 것을 밝혔다(Garrett, 2009).

상술한 선행 연구들을 기반으로, 본 연구는 노조 파업에 대한 기사를 선택함에 있어 참가자들의 기존 태도에 부합하는 기사들을 더 많이 선택하는 선택적 노출 경향이 나타날 것으로 예측한다. 구체적으로, 본 연구는 노조 파업에 대한 긍정적 및 부정적인 기사 제목들을 제시한 후, 참가자들에게 읽고 싶은 기사를 선택하게 함으로 선택적 노출 경향을 먼저 확인하고자 한다(김미

라·민영, 2014). 즉, 노조 파업에 대해 긍정적인 태도를 가지는 찬성 집단은 노조 파업에 대해 긍정적인 기사들을 더 많이 선택하는 반면, 노조 파업을 반대하는 집단은 노조 파업에 대해 부정적인 기사들을 더 많이 선택할 것으로 상정하였다. 이에 본 연구는 다음의 가설을 제시한다.

연구 가설 1. 노조 파업 기사에 대해 선택적 노출 현상이 나타날 것이다.

2) 정치적 집단 정체성과 선택적 노출

일련의 연구자들은 선택적 노출 현상을 발견한 것을 넘어, 개인의 선택적 노출 경향에 영향을 미치는 요인들을 탐색하여 왔다. 먼저 선택적 노출 수준에 영향을 미치는 개인적 요인으로는 태도 확실성 및 선호도(Knobloch-Westerwick & Meng, 2009), 방어 자신감(Albarracín & Mitchell, 2004), 그리고 사전 지식(Taber & Lodge, 2006) 등이 있다. 예를 들어, 이슈에 대한 개인의 태도가 확실할수록 본인의 입장에 부합하는 정보들을 더 많이 선택하는 반면(Knobloch-Westerwick & Meng, 2009), 반대 입장에서부터 자신의 기존 태도를 방어할 자신감이 높을수록 본인의 입장과 반대되는 정보에 대한 선택적 노출, 즉 역(逆)선택적 노출의 경향이 높아지는 것으로 나타났다(Albarracín & Mitchell, 2004). 한편 선택적 노출에 영향을 미치는 상황적 요인으로는 가용한 정보의 양(Fischer et al., 2008), 정보 효용성(Valentino et al., 2009), 정보 신뢰성(Flanagin & Metzger, 2007; Metzger et al., 2020) 등이 있다. 예를 들어 피쳐 등(Fischer et al., 2008)은 개인이 선택할 수 있는 정보의 수가 증가할수록 자신의 기존 태도에 부합하는 정보를 더 많이 선택하는 경향이 있음을 확인하였으며, 유사한 맥락으로 프라이어(Prior, 2007)는 사람들에게 가용한 정보의 양이 많을수록, 자신이 선호하는 정보를 위주로 탐색하는 경향이 증가한다는 것을 발견하였다.

정치 커뮤니케이션 분야에서도 정파적 선택적 노출(partisan selective exposure)에 영향을 미치는 다양한 요인들이 탐색되어 왔다. 다수의 선행 연구들은 일관적으로 개인의 정파적 태도나 정치적 성향을 정파적 선택적 노출에 가장 큰 영향을 미치는 요인 중 하나로 지목한다(예: Garrett, 2009; Iyengar et al., 2008; Knobloch-Westerwick, 2012). 예를 들어, 일련의 연구자들은 개인의 정파성이 강할수록 정치적 사안에 대한 선택적 노출의 경향이 증가하며(Taber & Lodge, 2006), 자신의 기존 태도에 부합하지 않는 기사나 정파성에 반대되는 언론매체(media outlet)을 회피한다고 주장하였다(Marcus et al., 2000). 모테스와 오메(Mothes & Ohme, 2019)는 독일의 연방 선거 캠페인 기간동안 유권자들의 뉴스 선택 패턴을 조사하였다. 구체적으로, 해당 연구자들은 소셜 미디어를 통해 참가자들에게 비판적인 정치 뉴스

를 제공한 후, 정파성이 강하고 정치적 헌신도가 높은 참가자일수록 보수 성향의 참가자들은 보수 정당을 지지하는 뉴스를 선택하고, 진보 성향의 참가자들은 진보 정당을 지지하는 뉴스를 더 많이 선택한다는 점을 밝혔다(Mothes & Ohme, 2019). 또한 노블록-웨스터윅과 멩(Knobloch-Westerwick & Meng, 2011)은 개인의 정파성이 선택적 노출에 미치는 영향을 확인하였다. 구체적으로, 실험 참가자들은 12개의 정치적 사안에 대한 기사에 대한 태도와 정치적 자기 개념에 대해 응답한 다음, 4주 뒤에 진행된 실험의 두 번째 세션에 참가하였다. 두 번째 세션에서 참가자들은 앞서 제시된 12개의 정치적 사안 중 4개의 사안에 대한 8개의 찬반 기사 중 본인이 읽고 싶은 기사를 읽도록 안내받았다. 해당 연구에서 참가자들은 각 사안에 대해 본인의 정파성과 일치하는 기사들을 더 많이 선택하였으며, 더 오랫동안 읽은 것을 확인하였다(Knobloch-Westerwick & Meng, 2011).

앞서 제시된 연구들처럼 기존의 선행 연구들은 선택적 노출 경향에서 개인의 기존 태도의 중요성을 강조하였다(예: Garrett, 2009; Knobloch-Westerwick & Meng, 2009, 2011). 반면, 최근 들어 연구자들은 개인의 사회적 정체성 또한 선택적 노출 경향에 중요한 역할을 한다고 강조한다(예: Knobloch-Westerwick & Hastall, 2010; Levendusky, 2013; Wojcieszak & Garrett, 2018). 예를 들어, 보이치에샤크와 가렛(Wojcieszak & Garrett, 2018)은 국가적 정체성의 현저성(salience)이 이민 정책에 대한 선택적 노출 경향에 미치는 영향을 확인하였다. 구체적으로, 해당 연구자들은 이민 정책에 찬성하는 실험 참가자들과 반대하는 참가자들을 모집한 다음, 국가적 정체성을 점화시킨 집단과 그렇지 않은 집단으로 할당하였으며, 각 집단에게 이민 정책에 찬성하는 기사와 반대하는 기사들을 제시하였다. 분석 결과, 이민 정책에 반대하는 참가자들 중, 국가적 정체성이 점화된 참가자들이 이민 정책에 반대하는 기사들을 더 많이 선택하였으며, 이들의 불법 체류자들에 대한 부정적인 정서가 더 극화된 것으로 나타났다(Wojcieszak & Garrett, 2018).

사람들이 자신이 소속된 집단이나 지지 정당을 자신의 정체성으로 내면화한 정치적 집단 정체성을 형성할 수 있으며, 이는 개인의 정파적 선택적 노출에 영향을 미칠 수 있다. 정치적 집단 정체성이란, 개인이 선호하는 정파에 대해 느끼는 소속감과 정서적 유대감, 가치에서 파생되는 자기 정체성이라고 할 수 있다(Greene, 1999). 실제로 최근 개인의 정치적 정체성의 강도에 따라 선택적 노출의 수준이 달라질 수 있음을 확인한 해외 연구도 존재한다(예: Dvir-Gvirsman, 2019; Rodriguez et al., 2017). 예를 들어 로드리게즈와 동료들(Rodriguez et al., 2017)은 2000년부터 2012년까지 미국 정부에 의해 진행된 전국 대표 조사(nationally representative survey)를 분석하였다. 분석 결과, 사람들의 정치적 집단 정체

성에 관계없이 정파적 선택적 노출은 꾸준히 증가하였지만, 선택적 노출의 패턴은 공화당과 민주당이 다르다는 것을 확인하였다. 구체적으로, 공화당을 지지하는 사람들이 민주당을 지지하는 참가자들에 비해 정파적 선택적 노출 경향이 더 강하였으며, 스스로를 극단적인 공화당 지지자라고 생각하는 수준이 강할수록 선택적 노출의 수준이 증가하는 것을 확인하였다(Rodriguez et al., 2017). 비슷한 맥락으로, 드빌-그빌스만(Dvir-Gvirsman, 2019) 또한 선택적 노출의 수준이 정치적 정체성의 강도에 따라 달라질 수 있음을 검증하였다. 연구자는 실험 참가자들에게 기사를 쓴 기자(실험 1)와 기사 주인공(실험 2)의 정치적 성향만을 확인하게 한 다음, 본인이 읽고 싶은 기사를 선택하도록 하였다. 분석 결과, 참가자들은 본인의 정치적 정체성과 일치하는 기사가 쓴 기사나, 본인의 정치적 정체성과 일치하는 기사 주인공이 포함된 기사를 더 많이 선택하였다(Dvir-Gvirsman, 2019). 이러한 선행 연구들을 기반으로, 본 연구는 정치적 집단 정체성이 강한 사람일수록, 정치화된 사회 이슈인 노조 파업에 대해서 자신의 기존 태도에 부합하는 기사들을 더 많이 선택하려는 경향이 높을 것으로 예측한다. 이에 본 연구가 제시하는 가설은 다음과 같다.

연구 가설 2. 정치적 집단 정체성이 강할수록, 노조 파업 기사에 대한 선택적 노출 수준이 증가할 것이다.

3) 감정 예측의 매개 효과

감정(affect)은 인간의 행동을 가장 잘 설명하는 토대(土臺) 중 하나로서 사람들로부터 하여금 감정에 의해 유발된 특정 욕구와 목표를 성취하기 위해 본인의 인지적 처리 과정과 행동을 조절하게 만든다(Lazarus, 1991; Nabi, 2003). 특정 주제나 사건에 대한 개인의 태도는 그에 대한 감정적 반응을 포함하며(Zajonc, 1980), 이러한 감정은 그에 상응하는 목표나 동기를 촉진하여 다양한 행동을 유발한다(Frijda, 1988; Frijda et al., 1989).

사람들은 자신의 즐거움을 최대화하고 고통을 최소화하고자 하는 기본적인 쾌락 욕구를 가지고 있으며, 선택적 노출은 개인의 감정 상태에 영향을 미쳐 이러한 욕구를 충족시킬 수 있다(Knobloch-Westerwick, 2015). 선행 연구에 따르면 테러리즘, 난민 사태, 선거와 같은 복잡한 이슈 중심 경성 뉴스(Brader et al., 2008; Huddy et al., 2005; Valentino et al., 2009)는 물론, 연예 뉴스(Knobloch, 2003)와 같은 연성 뉴스도 수용자들에게 특정 감정을 유발하였으며, 이러한 감정은 수용자들의 선택적 노출 경향을 증가시켰다는 것을 확인하였다. 예를 들어, 발렌티노 등(Valentino et al., 2009)의 연구에 따르면, 사람들의 불안과 분노 수준이

증가할수록 새로운 정보를 탐색하는 경향이 감소한 반면, 불안을 감소시키고 분노를 유지하여 복수와 같은 도구적인 목적을 달성하기 위해 기존의 태도에 부합하다는 정보를 더 많이 선택하였다 (Valentino et al., 2009). 긍정적 감정 또한 선택적 노출의 수준을 증가시킬 수 있다. 송 (Song, 2017)은 2012년 진행된 미국선거조사(American National Election Studies)를 분석한 결과, 공포와 분노와 같은 부정적인 감정과 자부심과 희망 등의 긍정적인 감정은 선택적 노출을 증가시키는 것을 확인하였다. 국내에서는 최근 김효정과 정우진(2023)이 개별 감정이 선택적 노출에 미치는 역할을 확인하였다(김효정·정우진, 2023). 해당 연구자들은 실험 참가자들에게 코로나19 백신과 관련된 기사 헤드라인과 리드 문장들을 제시한 다음, 참가자들에게 읽고 싶은 기사들을 선택하도록 하였다. 분석 결과, 참가자들은 코로나19 백신에 대한 자신의 기존 태도에 부합하는 헤드라인들을 더 많이 선택해서 읽으려는 경향성을 보였으나 코로나19 백신에 대한 입장에 따라 선택적 노출을 매개하는 개별 감정이 다르다는 것을 확인하였다. 구체적으로, 코로나19 백신을 반대하는 사람들은 백신에 대한 분노를 강하게 경험할수록 백신에 대한 부정적인 기사들을 더 많이 선택한 반면, 코로나19 백신을 찬성하는 사람들은 백신에 대한 희망을 강하게 가질수록 코로나19 백신에 대한 긍정적 기사를 더 많이 선택하는 것으로 나타났다(김효정·정우진, 2023).

이처럼 선택적 노출은 정보를 이용하면서 지각하는 감정 뿐만 아니라, 특정 정보를 통해 경험할 것이라고 예측되는 감정에 의해서도 달라질 수 있다. 감정 예측(affective forecasting)이란, 사람들이 자신의 미래 감정에 대해 예측하는 것을 뜻한다(Wilson & Gilbert, 2005). 감정에 대한 예측은 감정 상태, 감정 강도, 그리고 지속시간을 포함한다(Wilson & Gilbert, 2003, 2005). 정서 예측으로 인해 나타나는 가장 흔한 오류는 영향 과대평가(impact bias)로, 사람들은 미래의 사건 또는 경험이 본인의 감정적 반응에 미치는 영향을 과대평가하며, 이러한 과대평가는 긍정적 감정보다 부정적인 감정의 강도와 지속시간을 예측할 때 더 크게 나타난다(Gilbert et al., 2002; Wilson et al., 2000). 감정 예측의 효과를 확인한 선행 연구들은 이혼, 채용 거부, 인종 간 상호작용과 같은 사회적 사건에 대해 경험할 부정적인 감정을 과대평가하여 예측한다는 것을 확인하였다(Buechel et al., 2017; Gilbert et al., 2004; Mallet et al., 2008).

최근 들어, 감정 예측은 정치적 맥락에서 민주적 참여에 중요한 영향을 미치는 핵심 요인 중 하나로 지목되고 있지만(Marcus, 2000; Valentino et al., 2011), 언론 노출이나 정치적 토론 상황에 따른 정보 노출에 대한 감정 예측이 선택적 노출과 같은 정보 행동에 미치는 영향을 직접적으로 확인한 연구는 매우 소수에 불과하다(예: Dorison et al., 2019). 도리슨 등 (Dorison et al., 2019)은 사전 실험을 통해 특정 이슈에 대한 태도가 강할수록 반대 입장을

가진 사람들과의 토론을 통해 경험할 부정적 감정과 거부감을 더욱 강하게 예측하는 것을 확인하였다. 이러한 사전 실험을 바탕으로, 해당 연구자들은 참가자들에게 자신이 지지하는 정당과 반대되는 정당의 대선 후보에 대한 정보에 노출되었을 때 경험할 감정을 예측하게 한 다음, 각 정당에 소속된 정치인들의 연설 영상을 제시하여 추가로 보고 싶은 연설 영상들을 선택하게 하였다. 구체적으로, 공화당 지지자와 민주당 지지자들에게 2017년 대선 후보 연설 가운데 개인이 반대하는 대선 후보의 연설을 들려줄 것이라고 안내한 후, 해당 연설을 들었을 때 본인이 경험할 감정을 예측하도록 하였다. 그리고, 공화당과 민주당에 소속된 정치인들의 연설을 각각 세 개씩 제시하여 자신이 추가로 더 보고 싶은 연설 영상들을 선택하도록 하였다. 실험 참가자들은 자신이 경험할 부정적 감정에 대한 예측 수준이 높을수록, 자신이 지지하는 후보의 연설에 대한 선택적 노출 경향이 높아지는 것으로 나타났다(Dorison et al., 2019).

이처럼, 개인이 느끼는 감정 뿐 만 아니라, 예측되는 감정 또한 개인의 행동에 영향을 미칠 수 있다. 사람들은 특정 사건에 대해 자신이 경험할 감정을 예측하며, 이러한 예측에 맞추어 행동하는 경향이 있다는 것이다(Wilson & Gilbert, 2005). 특히 사람들은 자신의 기존 태도나 정파성에 반대되는 정보를 접하였을 때 경험할 부정적인 감정을 과대평가하여, 이를 완화하거나 제거하기 위해 기존 입장과 동일한 정보들을 더 많이 탐색하는 선택적 노출의 경향이 증가할 수 있다(Dorison et al., 2019). 도리슨 등(Dorison et al., 2019)은 사람들이 자신의 정파성을 찬성하는 정보를 접했을 때 경험할 긍정적 감정을 예측하고, 그러한 긍정적 감정을 더 느끼기 위해 선택적 노출을 한다고 밝혔다. 이는 사람들은 자신의 즐거움을 최대화하려는 기본적 쾌락 욕구를 가지고 있으며, 이러한 욕구를 충족하기 위해 선택적 노출 경향이 나타날 수 있기 때문이다(Knobloch-Westerwick, 2015). 특히, 노조 파업과 같이 사회적으로 논쟁적이고 사람들의 강한 정서의 긍정/부정(valence)과 정서적 각성(arousal)을 유발하는 뉴스는 수용자의 주의 수준을 증가(Brady et al., 2017)시킨 후, 감정 예측이 선택적 노출에 미치는 영향을 강화할 수 있을 것으로 예측한다.

이에 더하여 본 연구는 정치적 집단 정체성이 정치 정보에 대한 감정 예측에 미칠 수 있는 영향에 주목한다. 집단 정체성은 개인이 자신의 사회적 집단에 대한 소속감의 가치와 감정적 의미로부터 파생된 자기개념으로(Tajfel, 1978), 감정적 요소를 내재하고 있다. 일련의 연구(예: Iyengar et al., 2012, 2019; Tenenboim-Weinblatt et al., 2022)는 집단 정체성과 감정 간의 관계를 통해 감정 극화를 이해하고자 했다. 이들에 따르면, 집단 정체성은 본인과 동일한 정치 집단을 지지하는 내집단에게 긍정적인 감정을 느끼게 하는 내집단 편향(ingroup favoritism)과 그렇지 않은 외집단에게 부정적인 감정을 느끼게 하는 외집단 편하(outgroup

derogation)를 유발한다(Iyengar et al., 2012, 2019). 또한 린즈와 스테판(Linz & Stepan, 1996)은 정치적 맥락에서 집단 정체성은 공유된 희망과 미래에 대한 열망, 긍정적 감정과 관련이 있다고 주장하였다. 로비슨과 모스코비츠(Robison & Moskowitz, 2019)는 정파성의 강도와 정서 극화의 관계를 1980년부터 2016년까지 미국 대선 기간 동안 진행된 미국 선거 연구(American National Election Studies)를 통해 분석한 결과, 정파성이 강한 사람일수록 내집단을 더 긍정적으로 평가하고 외집단을 더 부정적으로 평가하였으며, 집단 간 구분을 명확하게 하는 것을 발견하였다. 최근, 테넨보임-베인블랏 등(Tenenboim-Weinblatt et al., 2022)은 정치적 성향과 감정 극화의 관계를 2019년부터 2022년까지 진행된 이스라엘 선거의 사례 분석과 25개의 집단을 대상으로 한 패널 연구를 통해 분석하였다. 분석 결과, 개인의 정치적 성향이 극단적일수록 감정 극화(affective polarization)를 더 강하게 경험하는 경향이 있었으며, 본인이 지지하는 대선 후보가 당선되었을 때 경험할 긍정적인 감정을 과대평가하고 본인이 지지하는 후보에 대한 선택적 노출 수준이 증가하는 것을 확인하였다(Tenenboim-Weinblatt et al., 2022).

상술한 선행 연구들을 바탕으로 본 연구는 정치적 집단 정체성과 선택적 노출 간의 관계를 정치 정보에 대한 감정 예측이 매개할 것으로 예측한다. 즉, 정치적 집단 정체성이 강할수록 자신의 정치적 성향과 일치하거나 대립하는 정보를 접했을 때 느낄 긍정적 혹은 부정적 감정에 대한 예측 수준이 증가하고, 이러한 감정 예측은 노조 파업 이슈에 대한 선택적 노출 경향에 영향을 줄 것으로 예측된다. 이에 본 연구는 다음과 같은 가설들을 제안한다.

연구 가설 3a. 정치적 집단 정체성과 선택적 노출 간 관계에서 부정적 감정 예측은 유의미한 매개 효과가 있을 것이다.

연구 가설 3b. 정치적 집단 정체성과 선택적 노출 간 관계에서 긍정적 감정 예측은 유의미한 매개 효과가 있을 것이다.

4) 노조 파업에 대한 태도-정파성 일치 여부의 조절 효과

선택적 노출에 가장 중요한 영향을 미치는 요인으로는 이슈에 대한 개인의 태도(Knobloch-Westerwick & Meng, 2009; Stroud, 2010)와 사회적 정체성(Dvir-Gvirsman, 2019; Wojcieszak, 2021)이 있다. 정치적 맥락에서 선택적 노출을 확인한 대부분의 선행 연구들은 개인의 기존 태도 혹은 사회적 정체성이 선택적 노출에 개별적으로 미치는 영향을 각각 확인한 반면, 태도와 지지 정파의 상호작용 또는 태도와 지지 정파의 일치 여부

가 선택적 노출에 미치는 영향을 확인한 연구는 매우 적다(예: Iyengar et al., 2008; Meffert & Gschwend, 2012). 정치적 뉴스는 논쟁적인 의제에 대한 정보를 포함하는 것 뿐만 아니라 정치적 편향성을 내포할 수 있다. 따라서 특정 이슈에 대한 개인의 태도와 지지 정파의 입장이 일치하거나 서로 상반되는 입장을 가지는 경우도 존재할 수 있다. 예를 들어, 미국의 민주당을 지지하는 사람이 낙태를 반대할 수 있으며, 공화당을 지지함과 동시에 반이민정책(anti-immigration policy)을 반대하는 것과 같이, 이슈에 따라 이념적 교차흐름(ideological crosscurrents)이 나타날 수 있다는 것이다(Dvir-Gvirsman, 2019). 하이더(Heider, 1958)의 고전적 균형 이론에 따르면, 개인과 지지 정파가 이슈에 대해 동일한 입장을 지닌 경우에는 지지 정파의 입장이 개인의 기존 태도를 강화하고, 이는 태도 극화로 이어져 선택적 노출로 이어지지만, 개인과 지지 정파가 서로 상반된 입장을 가진 경우에는 상호 간의 합의를 필요로 한다. 즉, 이슈에 대한 개인의 태도 또는 정파에 대한 지지 수준을 수정해야 하는 인지적 노력을 필요로 한다. 이러한 경우에는 태도 극화보다 이슈에 대한 개인의 기존 태도에 대한 확실성이나 자신감이 감소하거나, 반대로 정당에 대한 지지 약화 혹은 이탈로 이어질 수 있다(Meffert & Gschwend, 2012).

선택적 노출에서 태도와 지지 정파의 효과를 비교한 연구 중 아이엔가 등(Iyengar et al., 2008)은 이슈에 대해 개인이 지지하는 정당의 입장보다 개인의 기존 태도가 선택적 노출에 더 강한 영향을 미치는 것을 검증하였다. 또한 메퍼트와 그슈벤트(Meffert & Gschwend, 2012)는 실험을 통해 태도와 지지 정파의 일치 여부가 선택적 노출에 미치는 영향을 확인하였다. 연구자들은 실제 선거 기간동안 참가자들에게 선거에 참여한 각 정당에 대한 정보와 13개의 사회적 이슈들을 찬성하는 입장과 반대하는 입장으로 나누어 제시하였으며, 각 정당에 대한 지지 여부와 이슈들에 대한 입장을 질문하였다. 이 연구는 여러 논쟁적인 이슈에 대한 참가자의 태도와 지지 정당의 입장이 일치할 때 선택적 노출의 수준이 가장 높았다는 점을 발견하였다. 구체적으로, 자신의 태도와 지지 정당의 입장이 일치할 때 자신의 입장이 다수의 입장을 대변한다는 자신감을 증가시키기 때문에 자신의 기존 태도와 일치하는 정보들을 더 많이 선택하는 것이라고 설명하였다. 아울러, 개인의 태도와 지지 정파의 일치 여부(attitude-partisanship congruence)가 지지 정당 평가와 투표 자신감에 영향을 미친 것을 확인하였다.

본 연구에서는 정치적 정체성과 정파적 정보에 대한 감정 예측 수준이 선택적 노출 간 노조 파업에 대한 태도와 정파적 성향의 일치 여부에 따라 달라진다고 상정하였다. 노조 파업에 대한 개인의 기존 태도와 지지 정파의 입장이 일치하는 경우, 정치적 집단 정체성이 강할수록 기존 태도에 대한 확실성(Tormala, 2016)이 증가하여 자신의 태도와 일치하는 기사들에 대한 선택적

노출이 증가할 것이라 예측할 수 있다. 그러나 노조 파업에 대한 개인의 기존 태도와 지지 정파의 입장이 불일치하는 사람들의 경우 자신의 태도와 일치하는 기사들이 곧 지지 정파의 입장과 상충될 수 있다는 점에서 정치적 집단 정체성과 선택적 노출 간에 정(+)적 관계가 성립하지 않을 수 있다. 게다가, 정파적 정보에 대한 감정 예측이 선택적 노출에 미치는 영향은 노조 파업에 대한 태도-정파성 일치 여부에 따라 달라질 것으로 예측된다. 예를 들어, 노조 파업에 대한 개인의 기존 태도와 지지 정파의 입장이 일치한다면, 자신의 지지 정파에 대한 정보에 대하여 우호적 감정 예측 수준이 높을수록 노조 파업 기사에 대한 선택적 노출에 정(+)적 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다. 그러나 만약 노조 파업에 대한 개인의 태도와 정파가 일치하지 않는다면, 개인의 태도와 일치하는 정보가 지지 정당을 비판하는 정보로 해석할 수 있다는 점에서 정파적 정보에 대한 감정 예측이 선택적 노출에 미치는 영향은 달라질 수 있다. 즉, 정치적 집단 정체성이 정파 정보 노출에 대한 감정 예측을 통해 선택적 노출에 미치는 영향은 노조 파업 이슈에 대한 개인의 태도와 정파가 불일치하는 사람들보다 일치하는 사람들에게 강하게 나타날 것으로 상정하였다. 이에 본 연구가 제시하는 가설은 다음과 같다.

연구 가설 4a. 노조 파업에 대한 개인의 태도-정파성 일치 여부는 정치적 집단 정체성이 선택적 노출에 미치는 영향을 조절할 것이다.

연구 가설 4b. 노조 파업에 대한 개인의 태도-정파성 일치 여부는 정치적 집단 정체성이 부정적 감정 예측을 통해 선택적 노출에 미치는 영향을 조절할 것이다.

연구 가설 4c. 노조 파업에 대한 개인의 태도-정파성 일치 여부는 정치적 집단 정체성이 긍정적 감정 예측을 통해 선택적 노출에 미치는 영향을 조절할 것이다.

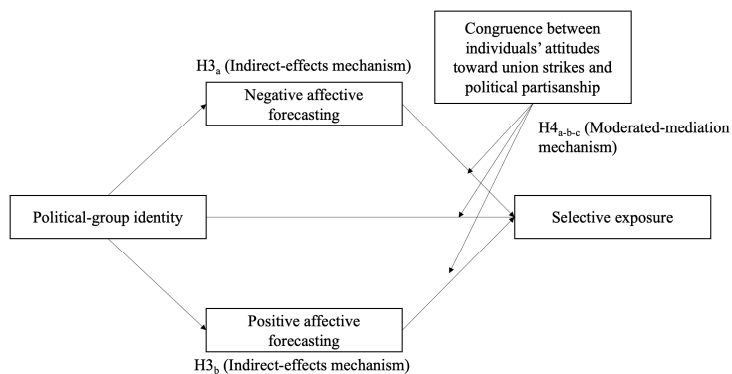


Figure 1. Conceptual framework of the study

Note. Political-group identity(정치적 집단정체성), Negative affective forecasting(부정적 감정 예측), Positive affective forecasting(긍정적 감정 예측), Selective exposure(선택적 노출), Congruence between individuals' attitudes toward union strikes and political partisanship(노조파업에 대한 개인의 태도-정파성 일치 여부)

3. 연구 방법

1) 데이터 수집과 표본

본 연구는 온라인 설문 전문 기관인 마이크로밀 엠브레인을 통해 2023년 7월 27일부터 6일간 설문 조사를 수행했다. 전국 20세 이상의 성인을 대상으로 연령과 성별, 거주 지역에 대해 할당 표집하여 총 1,000명의 표본을 수집하였다. 응답자의 평균 연령은 45.03세($SD = 13.29$)이고 여성의 비율은 48.8%였다. 응답자의 학력은 중학교 졸업 이하가 0.9%, 고등학교 졸업이 17.8%, 대학 졸업(재학 포함)이 71.1%, 대학원 이상이 10.6%, 기타가 0.5%였다.

2) 측정 변인

(1) 노조 파업에 대한 태도

노조 파업에 대한 태도는 국내 노조 파업 이슈에 대해 개인이 기존에 가지고 있는 긍정적 혹은 부정적 태도로 정의하였다. 이를 측정하기 위해 “우리나라 노조 파업에 대한 귀하의 입장은 어떻습니까?”라는 질문에 대해 아래와 같이 6점 척도로 응답하게 하였다: 1 = “매우 반대,” 2 = “반대,” 3 = “약간 반대,” 4 = “약간 찬성,” 5 = “찬성,” 6 = “매우 찬성”($M = 3.21$, $SD = 1.24$). 수집된 데이터를 기반으로, 1-3번 응답자들을 노조 파업 이슈에 대해 부정적인 집단($n = 553$ 명)으로, 4-6번 응답자들을 긍정적 집단($n = 447$ 명)으로 분류하였다.

(2) 선택적 노출

본 연구는 노조 파업 관련 기사에 대한 ‘선택적 노출’ 변인을 측정하기 위해, 응답자들에게 국내 노조 파업 이슈와 관련된 12개의 기사의 헤드라인과 리드 문장들이 제시하고, 그 중에서 응답자들이 더 읽고 싶은 기사 6편을 선택하도록 하였다(김미라·민영, 2014; 김효정, 2017; Meppelink et al., 2019; Westerwick et al., 2017). 12개의 기사 가운데 6개는 노조 파업에 긍정적 기사였으며, 6개는 부정적 기사였다. 이를 위해 국내 노조 파업과 관련된 12개 기사의 헤드라인과 리드 문장이 작성되었는데, 실제 언론 보도 기사들 가운데 노조 파업의 긍정적 혹은

부정적 측면을 명확하게 강조한 기사들을 수집하여 이를 기반으로 작성되었다(Garrett, 2009; Kim, 2015; Wojcieszak, 2021). 구체적으로 12개 중 6개는 국내 노조 파업의 필요성과 노조의 입장을 긍정적으로 강조하는 기사였으며, 나머지 6개는 국내 노조 파업으로 인한 부정적 결과를 강조하는 기사였다. 모든 헤드라인과 리드 문장의 형식 및 분량은 기사들 간에 비슷하게 조정되었다(부록 참고). 12개 기사의 헤드라인 및 리드 문장은 모두 한 화면에서 제시되었으며, 기사 순서는 응답자마다 무작위로 나열되었다. 응답자들은 12개의 기사 가운데 본인이 읽고 싶은 기사 6개를 선택하였으며, 선택된 기사 한 편당 1점을 부여하였다. 즉, 노조 파업에 대한 ‘긍정적 기사 선택’($M = 3.45$, $SD = 1.27$)과 ‘부정적 기사 선택’($M = 2.55$, $SD = 1.27$)이 각각 최소 0점에서 최대 6점의 범위를 가졌다. 그 후 노조 파업에 대한 개인의 기존 태도와 일치하는 방향의 기사 선택 수를 ‘선택적 노출’ 변인으로 재코딩하였다. 즉, 노조 파업 찬성 집단에 속한 개인이라면 노조 파업에 긍정적인 기사들을 선택한 수가, 반대로 노조 파업 반대 집단에 속한 개인이라면 노조 파업에 부정적인 기사들을 선택한 수가, 해당 개인의 ‘선택적 노출’ 변인 점수로 코딩되었다($M = 3.42$, $SD = 1.28$).

(3) 정치성향

응답자의 정치 성향을 측정하기 위해 “정치적인 측면에서 사람들은 진보와 보수에 대해서 이야기를 합니다. 귀하께서는 스스로 진보적이라고 생각하십니까? 아니면 보수적이라고 생각하십니까?”라는 질문에 10점 척도로 답변하게 하였다. 1은 “매우 진보,” 10은 “매우 보수”였다. 1에서 5까지 선택한 참여자들은 진보 성향 집단($n = 603$ 명)으로, 6에서 10까지 선택한 참여자들은 보수 성향 집단($n = 397$ 명)으로 분류하였다.

(4) 정치적 집단 정체성

응답자의 정치적 집단 정체성 수준을 측정하기 위해, 선행 연구(노정규·민영, 2012; Greene, 1999)를 기반으로 보수 성향과 진보 성향에 대한 집단 정체성을 각각 4문항씩 총 8문항을 사용하였다. “다른 사람이 진보적(보수적)인 사람들을 비판하면 나에게 개인적인 비난처럼 느껴진다”, “진보적(보수적)인 사람들에 대해 이야기할 때 나는 보통 ‘그 사람들’보다는 ‘우리’라고 표현한다”, “나는 여러 방면에서 진보주의자(보수주의자)의 특징을 지니고 있다”, “정치적으로 진보(보수) 성향 후보가 성공하는 것은 마치 내가 성공하는 것 같다.” 진보적 집단 정체성(Cronbach $\alpha = .842$, $M = 2.41$, $SD = 0.84$)과 보수적 집단 정체성(Cronbach $\alpha = .863$, $M = 2.19$, $SD = 0.83$) 모두 적절한 신뢰도 수준을 갖는 것으로 나타났다. 이처럼 모

든 응답자가 '진보적 집단 정체성'과 '보수적 집단 정체성' 측정 문항에 응답을 하고 두 변인에 대한 값을 가졌는데, 응답자 개인의 정치 성향과 일치하는 변인을 해당 개인의 '정치적 집단 정체성'으로 코딩하였다. 즉, 진보 성향 집단에 속한 개인이라면 진보적 집단 정체성을, 보수 성향 집단에 속한 개인이라면 보수적 집단 정체성을, 해당 개인의 '정치적 집단 정체성' 점수로 코딩하였다($M = 2.75$, $SD = 0.80$).

(5) 부정적/긍정적 감정 예측

개인이 자신의 정치 성향을 중심으로 우호적이거나 비관적인 뉴스 기사를 접했을 때 느끼게 될 감정에 대한 예측 변인은 도리슨 등(Dorison et al., 2019)의 연구를 기반으로 측정하였다. “귀하께서 진보(보수) 성향의 정당 및 정치인에 우호적인 뉴스기사나 영상·정보를 접했을 때 다음의 감정을 얼마나 느끼실 것으로 예상하십니까?”라는 질문에 대해 “열정”, “편안함”, “행복”, “활기”(긍정적 감정), “짜증”, “분노”, “불안”, “두려움”(부정적 감정) 등 8문항에 대해 5점 척도(1 = “전혀 느끼지 않을 것이다”, 5 = “매우 강하게 느낄 것이다”)로 답변하게 하였다. 진보 우호 기사에 대한 긍정적 감정 예측(Cronbach $\alpha = .899$, $M = 2.55$, $SD = 0.87$)과 부정적 감정 예측(Cronbach $\alpha = .919$, $M = 2.66$, $SD = 0.91$), 보수 우호 기사에 대한 긍정적 감정 예측(Cronbach $\alpha = .909$, $M = 2.29$, $SD = 0.86$)과 부정적 감정 예측(Cronbach $\alpha = .922$, $M = 3.03$, $SD = 0.98$) 모두 적절한 신뢰도 수준을 가지는 것으로 나타났다. 그리고 응답자 개인의 정치 성향에 따라 ‘정치 성향 반대 기사에 대한 부정적 감정 예측’과 ‘정치 성향 우호 기사에 대한 긍정적 감정 예측’ 변인으로 재코딩하였다. 예를 들어, 진보 성향 집단에 속한 개인이라면 ‘진보 우호 기사에 대한 긍정적 감정 예측’이 ‘정치 성향 우호 기사에 대한 긍정적 감정 예측’ 변인으로 코딩되었으며($M = 2.73$, $SD = 0.86$), ‘보수 우호 기사에 대한 부정적 감정 예측’이 ‘정치 성향 반대 기사에 대한 부정적 감정 예측’ 변인으로 코딩되었다($M = 3.18$, $SD = 0.92$).

(6) 노조파업에 대한 개인 태도-정파성 일치 여부

앞서 측정된 노조 파업 이슈에 대한 개인의 태도와 정치 성향을 기반으로 개인 태도-정파성 일치 여부 변인을 측정하였다. 즉, 국내 노조 파업에 대해 찬성하고 정치적 성향은 진보에 속하는 경우와 국내 노조 파업에 대해 반대하고 정치적 성향은 보수에 속하는 경우, 노조 파업에 대한 개인의 태도와 정파가 일치하는 것으로서 ‘1’로 코딩하였다($n = 642$ 명). 반면, 국내 노조 파업에 대해 반대하는데 정치적 성향은 진보에 속하는 경우와 국내 노조 파업에 대해 찬성하고 정치적 성향은 보수에 속하는 경우, 노조 파업에 대한 개인의 태도와 정파가 불일치하는 것으로, ‘0’으로

코딩하였다($n = 358$ 명).

(7) 통제변인

마지막으로 본 연구의 매개(감정 예측)와 종속 변인(선택적 노출)에 영향을 미칠 수 있는 잠재 요인 중 기존 선택적 노출 연구를 바탕으로 다음과 같은 인구사회학적 변인을 통제하였다: (1) 성별(Sindermann et al., 2020), (2) 연령(Sindermann et al., 2020), (3) 교육 수준(Dejean et al., 2022).

2) 분석 방법

앞서 제안된 연구 가설 검증을 위해 본 연구는 SPSS 버전 25를 사용하여 통계 분석을 수행하였다. 먼저 〈연구 가설 1〉은 선택적 노출의 영향 요인을 분석하기에 앞서 먼저 선택적 노출 경향성이 실제로 나타났는가를 통계적으로 검증하고자 하였다. 〈연구 가설 1〉 검증을 위해, 개인의 태도와 일치하는 기사를 선택한 갯수와 불일치하는 기사를 선택한 갯수 간에 유의한 차이가 있는지 검증하는 대응 표본 t-test를 수행하였다(Goldman & Mutz, 2011; Klebba & Winter, 2024; Messing & Westwood, 2014). 아울러, 정치적 집단 정체성이 선택적 노출에 미치는 영향과 부정적/긍정적 감정 예측의 매개 효과를 검증하는 〈연구 가설 2〉와 〈연구 가설 3a-b〉를 위해서는 헤이스(Hayes, 2012)가 개발한 프로세스 매크로(PROCESS Macro)를 사용하였다. 프로세스 매크로는 다양한 매개 및 조절효과의 경로를 분석할 수 있도록 개발된 통계 프로그램으로 부트스트래핑(bootstrapping)을 기반으로 변인 간 매개 효과 검증에 널리 활용되고 있다(정유진·최윤정, 2024). 본 연구는 프로세스 매크로 V4.2 프로그램에서 다중 매개 효과를 분석할 수 있는 4번 모델을 활용하여 분석을 실시하였다. 노조 파업에 대한 태도-정파성 일치 여부의 조절 효과(〈연구 가설 4a〉) 및 조절된 매개 효과(〈연구 가설 4b-c〉)의 검증을 위해서는, 조절된 매개모형의 효과 분석을 제공하는 프로세스 매크로 15번 모델을 활용하였다. 프로세스 매크로를 활용한 모든 분석에서 개인의 성별과 연령, 교육 수준을 공변인으로 포함하였으며, 사회 이슈에 대한 태도 강도(attitude strength)가 선택적 노출에 영향을 미친다는 선행 연구(Brannon et al., 2007)를 기반으로 노조 파업에 대한 기존 태도 강도 역시 통제 변인으로 추가하였다.

4. 분석 결과

〈연구 가설 1〉은 노조 파업 이슈에 대해 응답자 본인이 읽고자 하는 기사들을 선택할 때, 자신의 기존 태도와 일치하는 방향의 기사들을 더 많이 선택할 것으로 예측하였다. 〈연구 가설 1〉의 검증을 위해서, 개인의 태도와 일치하는 기사 선택 갯수와 불일치하는 방향의 기사 선택 갯수 간에 통계적으로 유의한 차이가 있는지 검증하는 대응 표본 t 검정을 실시했다. 분석 결과, 노조 파업에 대한 자신의 기존 태도와 일치하는 기사들($M = 3.42$, $SD = 1.28$)을 불일치하는 기사들($M = 2.58$, $SD = 1.28$)보다 더 많이 선택하는 경향이 있는 것으로 나타났다. $t(999) = 10.25$, $p < .001$. 그러므로 선택적 노출 현상에 대한 〈연구 가설 1〉은 지지되었다. 아래 〈Figure 2〉는 대응 표본 t 검정 결과를 시각화하였다.

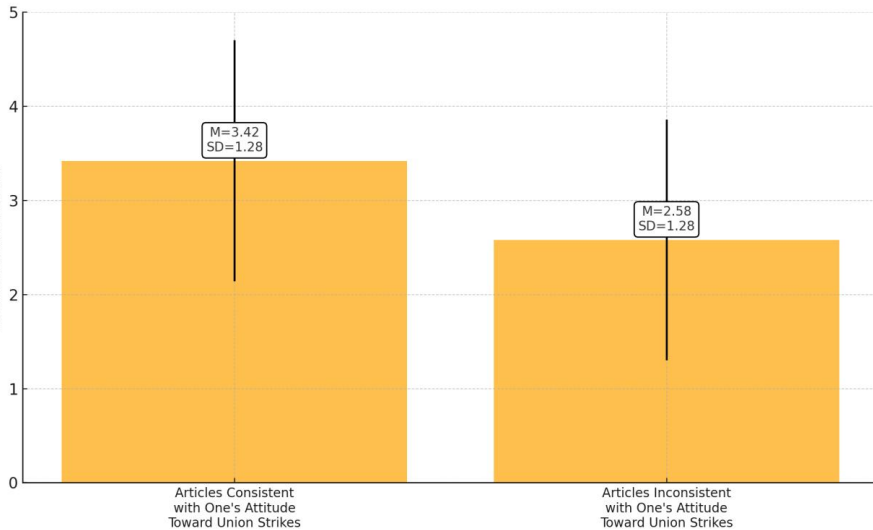


Figure 2. Comparison of article selection using a paired t-test

Note. A comparative analysis of article selection: Consistent vs. inconsistent with individual attitudes toward union strikes

〈연구 가설 2〉와 〈연구 가설 3a-b〉의 검증을 위해 정치적 집단 정체성을 독립변인으로, 선택적 노출을 종속변인으로, 그리고 정치 성향 반대 기사에 대한 부정적 감정 예측과 정치 성향 찬성 기사에 대한 긍정적 감정 예측을 매개변인으로 하는 매개 모형을 헤이스(Hayes, 2012)의 프로세스 매크로(Process Macro) 4번 모델을 이용하여 검증하였다. 분석 결과, 먼저 직접효과

의 경우 정치적 집단 정체성이 선택적 노출에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다($b = 0.09, t = 1.63, p > .05, LLCI = -0.02, ULCI = 0.20$). 간접효과와 경우(〈Table 1〉 참조), 독립변인에서 매개변인(정치 성향 반대 기사에 대한 부정적 감정 예측)을 거쳐 종속변인에 이르는 간접효과 역시 유의하지 않은 것으로 나타났다($b = 0.02, BootSE = 0.02, BootLLCI = -0.02, BootULCI = 0.06$).

반면, 매개변인(정치 성향 찬성 기사에 대한 긍정적 감정 예측)을 거쳐 종속변인에 이르는 간접효과 경로는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($b = 0.06, BootSE = 0.03, BootLLCI = 0.00, BootULCI = 0.11$). 즉, 정치적 집단 정체성과 선택적 노출 간의 관계에서 긍정적 감정 예측만이 유의한 완전 매개 효과가 있는 것으로 나타났다. 이 결과는 정치적 집단 정체성이 강한 사람일수록 자신의 정치 성향에 맞는 기사를 봤을 때 자신이 경험할 긍정적 감정을 높게 예측하였으며, 이는 노조 파업에 대한 자신의 기존 태도에 일치하는 기사들을 더 많이 선택하는 선택적 노출의 증가로 이어졌다고 해석할 수 있다. 이에 〈연구 가설 2〉와 〈연구 가설 3a〉는 기각되고, 〈연구 가설 3b〉는 지지되었다.

Table 1. Mediating Effects of Political Group Identity on Selective Exposure Through Affective Forecasting

| Indirect-effects paths | <i>b</i> | Boot SE | LLCI | ULCI |
|--|----------|---------|-------|------|
| Political group identity → Negative affective forecasting → Selective exposure | 0.02 | 0.02 | -0.02 | 0.06 |
| Political group identity → Positive affective forecasting → Selective exposure | 0.06 | 0.03 | 0.00 | 0.11 |

다음으로 〈연구 가설 4a-b-c〉는 노조 파업에 대한 개인의 태도-정파성 일치 여부의 조절 효과에 관한 것이었다. 검증을 위해 정치적 집단 정체성을 독립 변인으로, 선택적 노출을 종속 변인으로, 정치 성향 반대 기사에 대한 부정적 감정 예측과 정치 성향 찬성 기사에 대한 긍정적 감정 예측을 매개 변인으로 설정하고 태도-정파성 일치 여부를 조절 변인으로 설정한 후, 프로세스 매크로(PROCESS Macro) 15번 모델을 검증하였다. 먼저 선택적 노출에 대해 정치적 집단 정체성과 태도-정파성 일치 여부의 상호작용은 유의하지 않았다. 태도-정파성 일치 집단($b = 0.06; SE = 0.07, t = 0.89, p > .05$)과 불일치 집단($b = 0.04; SE = 0.09, t = 0.41, p > .05$)에서 모두 정치적 집단 정체성이 선택적 노출에 미치는 직접 효과가 발견되지 않음에 따라 〈연구 가설 4a〉는 기각되었다.

그러나, <Table 2>에 제시한 바와 같이, 부정적 감정 예측과 태도-정파성 일치 여부의 상호작용은 유의하였다($b = 0.46$, $SE = 0.09$, $t = 4.98$, $p < .001$). 다음으로, 긍정적 감정 예측과 태도-정파성 일치 여부의 상호작용도 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($b = 0.26$, $SE = 0.11$, $t = 2.47$, $p < .05$).

Table 2. Result of Moderating-effects Analysis via PROCESS Macro Model 15

| Variables | Selective exposure | | |
|--|--------------------|-----------|----------|
| | <i>b</i> | <i>SE</i> | <i>t</i> |
| Political Group Identity (PGI) | 0.04 | 0.09 | 0.41 |
| Negative Affective Forecasting (NAF) | -0.26 | 0.07 | -3.69*** |
| Positive Affective Forecasting (PAF) | -0.11 | 0.08 | -1.30 |
| Attitude-Partisanship Congruence (APC) | 0.71 | 0.08 | 8.84*** |
| PGI × APC | 0.03 | 0.11 | 0.24 |
| NAF × APC | 0.46 | 0.09 | 4.98*** |
| PAF × APC | 0.26 | 0.11 | 2.47* |
| R ² | 0.17 | | |

Note. Attitude-partisanship congruence (APC; 태도-정파성 일치) was coded with '0' for incongruence and '1' for congruence between attitude and partisanship; * $p < .05$. *** $p < .001$.

본 연구는 태도-정파성 일치에 따른 유의한 조절된 매개 효과를 발견하였다($index = 0.18$, $BootSE = 0.04$, $BootLLCI = 0.11$, $BootULCI = 0.27$). 이에 따라 <연구 가설 4b>는 지지되었다(<Table 3> 참조). 구체적으로, 태도-정파성 일치 집단에서는 부정적 감정 예측과 선택적 노출 간에 유의한 정(+)적 관계가 나타난 반면($Effect = 0.08$; $BootSE = 0.02$, $BootLLCI = 0.03$, $BootULCI = 0.13$), 태도-정파성 불일치 집단에서는 부정적 감정 예측과 선택적 노출 간에 유의한 부(-)적 관계가 나타났다($Effect = -0.11$; $BootSE = 0.03$, $BootLLCI = -0.16$, $BootULCI = -0.05$). 즉, 노조 파업에 대한 개인의 태도와 정파가 일치하는 경우, 지지 정파 비판 정보에 대한 부정적 감정 예측이 클수록 노조 파업에 대한 선택적 노출이 증가하는 경향이 있었다. 반면, 노조 파업에 대한 개인의 태도와 정파가 불일치하는 경우에는, 지지 정파 비판 정보에 대한 부정적 감정 예측이 클수록 노조 파업에 대한 선택적 노출이 감소하는 경향이 있는 것으로 나타났다(<Figure 3> 참조).

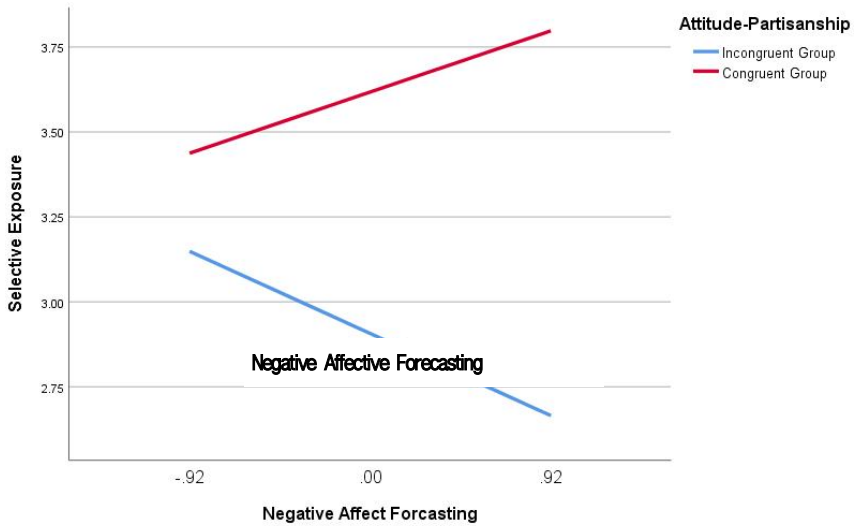


Figure 3. Moderating effect of attitude-partisanship in/congruence on the relationship between negative affective forecasting and selective exposure

Table 3. Moderated-Mediation and Conditional Indirect Effects of Attitude-Partisanship In/Congruence

| <i>Mediator: Negative affective forecasting</i> | Indirect effect | Boot SE | Boot LLCI | Boot ULCI |
|---|-----------------|---------|-----------|-----------|
| Moderated meditation index | .18 | .04 | .11 | .27 |
| Attitude-partisanship congruent group | .08 | .02 | .03 | .13 |
| Attitude-partisanship incongruent group | -.11 | .03 | -.16 | -.05 |
| <i>Mediator: Positive affective forecasting</i> | Indirect effect | Boot SE | Boot LLCI | Boot ULCI |
| Moderated meditation index | 0.13 | 0.05 | 0.03 | 0.24 |
| Attitude-partisanship congruent group | 0.08 | 0.03 | 0.01 | 0.14 |
| Attitude-partisanship incongruent group | -0.06 | 0.04 | -0.13 | 0.02 |

또한 <Table 3>에 제시한 바와 같이, 본 연구는 긍정적 감정 예측에 의한 유의한 조절 매개 효과를 발견하였다($index = 0.13$, $BootSE = 0.05$, $BootLLCI = 0.03$, $BootULCI = 0.24$). 이에 <연구 가설 4c>도 지지되었다. 태도-정파성 일치 여부에 따른 긍정적 감정 예측의 조건부 매개효과를 구체적으로 살펴보면, 태도-정파성 일치 집단에서는 긍정적 감정 예측과 선택적 노출 간에 유의한 정(+)적 관계가 나타난 반면($Effect = 0.08$; $BootSE = 0.03$, $BootLLCI = 0.01$, $BootULCI = 0.14$), 태도-정파성 불일치 집단에서는 긍정적 감정 예측

과 선택적 노출 간에 유의한 관계가 나타나지 않았다($Effect = -0.06$; $BootSE = 0.04$, $BootLLCI = -0.13$, $BootULCI = 0.02$). 즉, 노조 파업에 대한 개인의 태도와 정파가 일치하는 집단에서는 지지 정파 우호 정보에 대한 긍정적 감정 예측이 클수록 노조 파업에 대한 선택적 노출 경향이 증가하는 것으로 나타났다. 그러나 노조 파업에 대한 개인의 태도와 정파가 불일치하는 집단에서는, 지지 정파 우호 정보에 대한 긍정적 감정 예측이 선택적 노출에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(Figure 4) 참조).

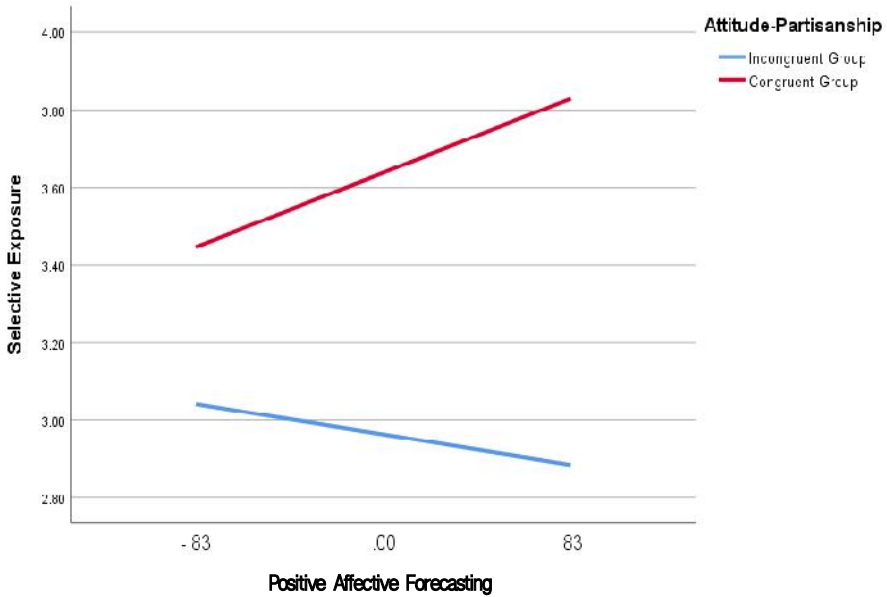


Figure 4. Moderating effect of attitude-partisanship in/congruence on the relationship between positive affective forecasting and selective exposure

5. 논의

노동조합 파업은 주로 근로 조건 개선과 임금 인상 등의 요구를 중심으로 이루어지지만, 정치, 기업, 그리고 근로자 간의 이해관계 충돌로 인해 정치적 갈등이 심화되는 양상을 띤다. 또한, 노동조합 파업은 보수와 진보 간 이데올로기적 대립의 성격을 지닌다(조준모·김기승, 2006). 개인 수준에서 바라본다면, 자신의 정치적 정파성은 정파 정보 노출에 대한 긍정적 또는 부정적 감정 예측을 야기할 수 있으며, 해당 이슈에 대해 내가 알거나 믿고자 하는 선택적 노출 행위를 불러

일으킬 수 있다고 추론하였다(Dorison et al., 2019; Dvir-Gvirsman, 2019; Tormala, 2016). 이에 따라 본 연구는 노동조합 파업을 중심으로 사람들이 정치적 집단 정체성과 감정 예측에 기반하여 선택적 노출을 하는 심리적 메커니즘을 검증하고자 하였다.

본 연구의 주요 결과는 다음과 같다. 먼저, 자신이 지지하는 정파의 정체성을 깊이 내면화한 사람일수록 선택적 노출의 경향이 두드러지게 나타났는데, 이는 감정 예측이라는 변인을 통해 매개되었다. 즉, 정치적 집단 정체성 수준이 높은 사람들이 자신의 정치 성향과 일치하는 뉴스 기사를 접했을 때 느낄 긍정적 감정을 더 강하게 예측하는 경향이 존재하고, 이는 선택적 노출 수준의 증가로 이어지는 것을 발견하였다. 나아가, 본 연구는 정치적 집단 정체성으로부터 자신의 감정 예측에 의한 선택적 노출 행위 간 선형적 매개 관계가 자신의 정파성과 노조 파업 태도가 일치하는지 여부에 따라 달라진다는 점도 확인하였다. 노조 파업에 대한 자신의 태도와 정치적 정체성이 일치하는 사람들은 정파 정보에 대한 긍정/부정적 감정 예측 수준이 높을수록 노조 파업에 대한 선택적 노출 수준이 증가하는 경향을 보였다. 반면, 노조 파업 태도와 정치적 정체성이 불일치하는 집단에서는, 지지 정파에 대한 비판적 정보 노출에 대해 부정적 감정 예측이 높을수록, 노조 파업에 대한 선택적 노출 수준이 감소하는 경향을 보였다.

본 연구의 주요 발견을 바탕으로 두 가지 중요한 결론을 제시하고자 한다. 첫째, 논쟁적인 정치적 이슈에 대한 언론 보도는 사람들의 선택적 노출을 더욱 강화할 수 있다는 것이다(Knobloch-Westerwick & Meng, 2009). 기존 선택적 노출 연구에서도 밝혀진 바와 같이, 사람들은 자신의 정치적 신념과 부합하거나 그 신념을 지지하는 뉴스에 더욱 노출되기를 선호하는 경향이 있다(Garrett, 2009; Stroud, 2010). 특히, 국내 노동조합 파업, 법인세 폐지, 복지 확대와 같은 논쟁적인 정치적 이슈는 사람들에게 찬성과 반대를 명확히 구분하는 이분법적 사고를 촉진시킬 수 있다. 사회정치적 논쟁적 현안은 개인의 선택적 노출을 강화한다(Knobloch-Westerwick & Meng, 2009). 개인의 선택적 노출은 자신의 신념과 태도를 강화하고, 인지 부조화 회피를 하여 정서적 안정감을 추구하는 행위라고 볼 수 있다(Festinger, 1957; Metzger et al., 2020). 이러한 결과는 기존 선택적 노출 및 확증 편향에 의한 행동학적 효과 연구와 맥을 같이 한다. 이분화된 정치적 논쟁은 뉴스 이용자들을 반향실에 갇히게 하는 효과를 발생시킬 수 있다는 것이다.

다음으로, 뉴스 이용자의 선택적 노출은 특정 이슈에 대한 자신의 생각과 태도에 영향을 받는 동시에 자신의 정치 성향을 기반으로 특정 뉴스 노출에 대한 정서적 상태를 미리 예측하고 이를 통해 선택적인 정보 행동을 할 수 있다. 기존 연구는 자신이 지지하는 정당이나 정치인에 대한 우호적인 뉴스로부터 발생하는 긍정적 또는 부정적 감정이 선택적 노출에 미치는 영향을 명

료하게 설명하지 못했으나(Iyengar et al., 2008; Meffert & Gschwend, 2012), 본 연구에서 밝힌 바와 같이 복잡한 정치적 이슈에 대한 개인의 정치적 태도는 그들이 지지하는 정치 집단의 사고에 더 깊이 의존하게 되며, 정서적 양극화가 심화된 정치적 환경에서 개인이 자신이 지지하는 정당 또는 정치인에 대한 긍정적 뉴스를 기대하면서 더욱 선택적으로 특정 뉴스 기사 또는 언론사에 의존하게 될 수 있음을 시사한다. 이러한 발견은 사람들이 자신이 지지하는 정치적 이데올로기나 정당의 성공을 바라며 선택적 미디어 노출을 통한 정서적 기대감을 충족한다는 추론을 증명했다고 볼 수 있다(Iyengar et al., 2012; Tenenboim-Weinblatt et al., 2022). 이는 또한 인지 부조화 감소를 정서적 관점으로 이해하려는 최근의 학문적 논의와 연결된다. 감정 조절 이론에 따르면, 인지 부조화로 인한 부정적 감정은 상황에 대한 재해석을 통해 조절되는데, 이는 감정적 동기가 정보 선택 과정에서 중요한 역할을 한다는 점을 시사한다(Cancino-Montecinos et al., 2020). 결과적으로, 논쟁적인 정치적 이슈는 사람들의 선택적 노출을 강화하며 이 과정에서 사람들은 자신의 신념을 확인하고 강화하는 동시에 정서적 안정감을 추구하는 경향이 있다는 것을 본 연구를 통해 확인할 수 있었다.

본 연구의 결과에 대한 주요 시사점은 다음과 같다. 먼저, 논쟁적이거나 복잡한 정치적 이슈는 사람들의 이분법적 사고를 촉진시킬 수 있다. 이러한 이슈는 찬성과 반대의 집단 여론을 형성하며, 그 결과 개인의 선택적 노출을 더욱 강화하는 요인으로 작용할 수 있다. 구체적으로, 개인의 태도는 자신이 지지하는 정당의 입장과 일치할 수도 있고, 반대될 수도 있다. 예를 들어, 보수적인 정당을 지지하는 사람이 노조 파업을 지지하는 입장을 취할 수 있는데, 이는 해당 개인이 정치적 이데올로기를 추구하는 명확한 방향성은 있지만, 집단적 사고에 반드시 의존하지 않음을 시사한다(Dvir-Gvirsman, 2019). 반면, 내집단 편향이 강한 사람들은 자신의 신념과 정체성을 강화하기 위해 선택적 노출을 하게 된다. 이러한 경향은 기존 연구에서 확인된 개인의 태도와 지지하는 정파성의 일치에 따른 선택적 노출 효과와 일치한다(Meffert & Gschwend, 2012). 아울러 자신의 정파성과 특정 현안(노조 파업)에 대한 정치적 태도가 일치하는 사람들은 자신이 지지하는 정치적 인물이나 정당에 대한 믿음과 의존성이 높기 때문에 이들은 지지 정당/인물에 대한 우호적인 뉴스를 의도적으로 더욱 탐색하고 공유하는 데 노력한다고 볼 수 있다. 이러한 선택적 노출 행위는 강한 내집단 편향과 애착심을 기반으로 하는 간접적 정당 지지 표현 및 활동으로 고려할 수 있다.

또한, 정치적 갈등이 심한 환경에서는 개인의 감정이 자신의 신념을 강화하려는 행동에 큰 영향을 미칠 수 있다. 정치적 관여가 높은 사람일수록 자신이 지지하는 정당의 성공과 번영을 더 열망한다(Linz & Stepan, 1996). 태넨보임-베인블랏 등(Tenenboim-Weinblatt et al.,

2022)의 연구에 따르면, 정치적 참여도가 높은 사람들은 감정적 극화를 더 많이 경험하며, 정치적 효능감 또한 더 높다고 볼 수 있다(Tenenboim-Weinblatt et al., 2022). 이러한 사람들은 복잡한 정치적 이슈에 대해 더 잘 알고 있다는 내적 효능감과 자신의 정치적 표현이 정부나 정당 정책에 영향을 미칠 수 있다는 외적 효능감이 강하다(Chan & Guo, 2013; Jung et al., 2011). 효능감은 개인의 정서와 밀접하게 연관되어 있으며, 효능감을 증진하고 유지하기 위해 긍정적인 감정을 기대하고 예측하는 경향이 커진다. 이는 선택적 노출을 더욱 강화하는 요인으로 작용할 수 있다. 인지 부조화 이론(Metzger et al., 2020)에 따르면, 사람들은 자신의 정서를 안정적으로 유지하려는 경향이 있으며, 긍정적인 감정을 지속하기 위해 자신의 신념과 믿음을 유지하고 강화하려고 선택적 노출을 한다는 점을 시사한다. 향후 연구에서는 정치적 집단 정체성과 정치적 효능감, 그리고 감정 예측 간의 관계를 보다 세밀하게 실증적으로 분석할 필요가 있을 것이다.

본 연구의 한계점과 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 자기 보고 기반의 횡단 설문조사 방식을 사용했기 때문에 변인 간의 인과관계를 명확히 단정 짓기에는 한계가 있다. 연구의 목적은 기존 선택적 노출 요인 탐색 연구를 확장하여, 정치적 집단 정체성, 감정 예측 수준, 그리고 정파성 일치 여부에 따라 선택적 노출이 어떻게 달라지는지를 분석하는 것이었다. 그러나 감정 예측이 집단 정체성 및 태도-정파성 일치에 미치는 영향을 더 명확히 밝히기 위해서는 추가적인 실험 연구가 필요할 것이다. 둘째, 본 연구는 선행 연구에 기반해 변인을 측정하고 분석했지만, 일부 변인(예: 정치적 이념 수준, 감정)의 경우 측정 과정에서 비의도적인 오류가 발생할 수 있다. 특히, 감정을 긍정과 부정으로 이분화했으며, 긍정 감정 예측의 매개 효과만을 분석했다는 한계가 있다. 향후 연구에서는 슬픔, 좌절, 분노, 기쁨 등 다양한 감정이 선택적 노출에 미치는 매개 효과를 심층적으로 탐구할 필요가 있다. 셋째, 노조 파업 관련 기사의 긍정적 혹은 부정적 헤드라인에 대한 사전 검증을 실시하지 못한 것도 본 연구의 한계라고 할 수 있다. 선행 연구(Garrett, 2009; Kim, 2015; Wojcieszak, 2010)를 기반으로 실제 언론 매체에서 보도된 기사들 중에서 노조 파업에 대해 긍정적 혹은 부정적 측면이 명확하게 강조된 기사들을 활용하였으나, 헤드라인의 긍정성 혹은 부정성에 대한 사전 검증이 수행되었다면 선택적 노출의 측정 타당도가 보다 강화되었을 것이다. 넷째, 본 연구에서는 응답자들의 정치 성향을 진보와 보수로 이분화하여 분석하였으나, 후속 연구에서는 정치적 중립 혹은 무당층에 속하는 응답자들을 포함하여 분석한다면 개인의 정치적 신념이 선택적 노출에 미치는 영향 연구에 있어 보다 의미있는 확장이 될 것이다. 이와 관련하여, 특정 사회 이슈에 대한 개인의 태도와 정파의 관계 또한 일치 혹은 불일치라는 범주형 변인에서 더 나아가 연속형 변인으로 측정하여 분석할 수 있

다면, 선택적 노출의 영향 요인에 대해 보다 세밀한 탐색이 가능할 것이다.

본 연구는 노동조합 파업이라는 우리나라의 대표적인 정쟁적 이슈를 중심으로 분석을 진행했다. 그러나 이외에도 다양한 논쟁적 이슈들이 존재하며, 이러한 이슈들에 따라 선택적 노출의 매개 효과가 다르게 나타날 수 있음을 고려할 필요가 있다. 우리나라의 노조 파업 사례와 같이, 정치적으로 침묵한 대립이 벌어지는 경우는 다른 국가에서도 유사하게 존재한다. 예를 들어 이민 정책(Wojcieszak & Garrett, 2018)이나 다문화 정책(Appiah et al., 2013), 백신 접종(Meppelink et al., 2019) 등의 갈등 이슈에 대한 선택적 노출 경향을 분석한 해외 연구들이 존재한다. 논쟁적인 정치사회 이슈에 대한 국가 간 비교는 해석학적 접근을 필요로 한다. 향후 비교 연구를 통해 각 국가에서 나타나는 유사점과 상이점이 사람들의 선택적 정보 행동에 어떻게 영향을 미치는지에 대한 해석학적 분석이 필요하다.

결론적으로 본 연구는 무엇보다 인지 부조화 이론의 측면에서 사람들이 왜 선택적 노출을 하는지에 대한 질문에 정서적 차원에서 접근하였다. 선행 연구는 선택적 노출이 확증 편향과 동기화된 추론을 통해 발생한다고 설명해 왔으나 본 연구는 여기에 더해, 개인이 긍정적인 감정을 기대하고 자신의 태도가 타당하다는 믿음을 가질 때, 이러한 감정과 신념이 선택적 노출을 결정짓는 중요한 요인이 된다는 점을 발견하였다. 즉, 사람들이 자신의 신념을 확인하고 정당화하려는 심리적 동기와 더불어 집단적 사고와 긍정적 감정의 기대가 선택적 노출을 하게끔 한다고 볼 수 있다. 특히, 선택적 노출에 영향을 미치는 다양한 요인에 대한 다면적인 탐구는 사회심리적 측면에서 더욱 필요하다. 이는 선택적 노출이 단순히 정보의 이용 차원을 넘어, 개인의 복잡한 정서와 심리에 의한 의도적 정보 수용 행위라는 점을 시사한다. 결론적으로, 집단적 정서 양극화가 심화되고 있는 현재 우리나라의 정치적 환경 속에서 선택적 노출에 대한 학문적 이해는 매우 중요하다. 향후 연구는 이러한 심리적 기제들을 더 깊이 탐구함으로써, 정서적 양극화를 해소하고 사회적 통합을 촉진하는 데 기여할 필요가 있다.

References

- Albarracín, D., & Mitchell, A. L. (2004). The role of defensive confidence in preference for proattitudinal information: How believing that one is strong can sometimes be a defensive weakness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *30*(12), 1565-1584.
- Appiah, O., Knobloch-Westerwick, S., & Alter, S. (2013). Ingroup favoritism and outgroup derogation: Effects of news valence, character race, and recipient race on selective news reading. *Journal of Communication*, *63*(3), 517-534.
- Arceneaux, K., Johnson, M., & Murphy, C. (2012). Polarized political communication, oppositional media hostility, and selective exposure. *The Journal of Politics*, *74*(1), 174-186.
- Bolsen, T., Druckman, J. N., & Cook, F. L. (2014). The influence of partisan motivated reasoning on public opinion. *Political Behavior*, *36*, 235-262.
- Brader, T., Valentino, N. A., & Suhay, E. (2008). What triggers public opposition to immigration? Anxiety, group cues, and immigration threat. *American Journal of Political Science*, *52*(4), 959-978.
- Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *114*(28), 7313-7318.
- Brannon, L. A., Tagler, M. J., & Eagly, A. H. (2007). The moderating role of attitude strength in selective exposure to information. *Journal of Experimental Social Psychology*, *43*(4), 611-617.
- Buechel, E. C., Zhang, J., & Morewedge, C. K. (2017). Impact bias or underestimation? Outcome specifications predict the direction of affective forecasting errors. *Journal of Experimental Psychology: General*, *146*(5), 746-761.
- Camaj, L. (2019). From selective exposure to selective information processing: A motivated reasoning approach. *Media and Communication*, *7*(3), 8-11.
- Cancino-Montecinos, S., Björklund, F., & Lindholm, T. (2020). A general model of dissonance reduction: Unifying past accounts via an emotion regulation perspective. *Frontiers in Psychology*, *11*, 540081.
- Chan, M., & Guo, J. (2013). The role of political efficacy on the relationship between Facebook use and participatory behaviors: A comparative study of young American and Chinese adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *16*(6), 460-463. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0468>

- Cho, J., & Kim, G. (2006). The dynamic analysis of strike impact on corporate performance. *Korea and the World Economy*, 17, 5-40. [조준모·김기승 (2006). 노동조합의 파업이 기업성과에 미치는 효과에 관한 동태적 분석: 패널자료 분석. <한국경제연구>, 17권, 5-40.]
- Chung, Y., & Choi, Y. (2024). The influence of parents' positive attitudes and expectations toward children's video media consumption on children's learning: The dual mediating role of parental media mediation and epistemic curiosity. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 68(3), 83-124. <https://doi.org/10.20879/kjcs.2024.68.3.003> [정유진·최윤정 (2024). 어린이 자녀의 영상미디어 시청에 대한 부모의 긍정적 태도와 기대가 자녀의 학습이해도에 미치는 영향: 부모의 미디어 중재와 지적 호기심의 이중 매개를 중심으로. <한국언론학보>, 68권 3호, 83-124.]
- Cotton, J. L. (2013). Cognitive dissonance in selective exposure. In D. Zillmann & J. Bryant (Eds.), *Selective exposure to communication* (pp. 11-33). Routledge.
- Dejean, S., Lumeau, M., & Peltier, S. (2022). Partisan selective exposure in news consumption. *Information Economics and Policy*, 60, 100992.
- Dorison, C. A., Minson, J. A., & Rogers, T. (2019). Selective exposure partly relies on faulty affective forecasts. *Cognition*, 188, 98-107.
- Dvir-Gvirsman, S. (2019). Political social identity and selective exposure. *Media Psychology*, 22(6), 867-889.
- Feldman, L., & Hart, P. S. (2018). Is there any hope? How climate change news imagery and text influence audience emotions and support for climate mitigation policies. *Risk Analysis*, 38(3), 585-602.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Row, Peterson.
- Fischer, P., Schulz-Hardt, S., & Frey, D. (2008). Selective exposure and information quantity: How different information quantities moderate decision makers' preference for consistent and inconsistent information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(2), 231-244.
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2007). The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information. *New Media & Society*, 9(2), 319-342.
- Frijda, N. H. (1988). The laws of emotion. *American Psychologist*, 43(5), 349-358.
- Frijda, N. H., Kuipers, P., & Ter Schure, E. (1989). Relations among emotion, appraisal, and emotional action readiness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(2), 212-228.
- Garrett, R. K. (2009). Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news

- users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265-285.
- Gilbert, D. T., Driver-Linn, E., & Wilson, T. D. (2002). The trouble with Vronsky: Impact bias in the forecasting of future affective states. In L. F. Barrett & P. Salovey (Eds.), *Emotions and social behavior. The wisdom in feeling: Psychological processes in emotional intelligence* (pp. 114-143). Guilford Press.
- Gilbert, D. T., Lieberman, M. D., Morewedge, C. K., & Wilson, T. D. (2004). The peculiar longevity of things not so bad. *Psychological Science*, 15(1), 14-19.
- Goldman, S. K., & Mutz, D. C. (2011). The friendly media phenomenon: A cross-national analysis of cross-cutting exposure. *Political Communication*, 28(1), 42-66.
- Greene, S. (1999). Understanding party identification: A social identity approach. *Political Psychology*, 20(2), 393-403.
- Hallajow, N. (2018). Identity and attitude: Eternal conflict or harmonious coexistence. *Journal of Social Sciences*, 14(1), 43-54.
- Hastall, M. R., & Wagner, A. J. M. (2017). Enhancing selective exposure to health messages and health intentions. *Journal of Media Psychology*, 30(4), 217-231.
- Hayes, A. F. (2012, February). *PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling*.
- Heider, F. (1958). The naive analysis of action. In *The psychology of interpersonal relations* (pp. 79-124). Lawrence Erlbaum Associates.
- Huddy, L., Feldman, S., Taber, C., & Lahav, G. (2005). Threat, anxiety, and support of antiterrorism policies. *American Journal of Political Science*, 49(3), 593-608.
- Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication*, 59(1), 19-39.
- Iyengar, S., Hahn, K. S., Krosnick, J. A., & Walker, J. (2008). Selective exposure to campaign communication: The role of anticipated agreement and issue public membership. *The Journal of Politics*, 70(1), 186-200.
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., & Westwood, S. J. (2019). The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 22(1), 129-146.
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on

- polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405-431.
- Jung, N., Kim, Y., & Gil de Zúñiga, H. (2011). The mediating role of knowledge and efficacy in the effects of communication on political participation. *Mass Communication and Society*, 14(4), 407-430.
- Kim, H. (2017). Psychological reactance against news articles on nuclear energy: Effects of prospect frames and issue frames. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 61(5), 130-164. [김효정 (2017). 원자력 기사 프레임이 수용자의 심리적 저항에 미치는 영향: 심리적 저항 이론(Psychological Reactance Theory)을 중심으로. <한국언론학보>, 61권 5호, 130-164.]
- Kim, H., & Jung, W. (2023). Examining selective exposure to news on Covid-19 vaccination: Focusing on the effects of information overload and discrete emotions. *Journal of Public Relations*, 27(3), 95-122. [김효정·정우진 (2023). 코로나 19 백신 기사에 대한 선택적 노출 연구: 정보과부하와 개별 감정의 영향을 중심으로. <PR 연구>, 27권 3호, 95-122.]
- Kim, M., & Min, Y. (2014). Effects of candidate preference and motivated reasoning on individuals' selective and cross-cutting exposure: An analysis of cognitive dissonance in an election. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 28(2), 7-49. [김미라·민영 (2014). 지지 후보와 추론 동기가 유권자의 선택적 노출과 교차노출에 미치는 영향: 선거에서의 인지부조화를 중심으로. <한국방송학보>, 28권 2호, 7-49.]
- Kim, Y. (2015). Does disagreement mitigate polarization? How selective exposure and disagreement affect political polarization. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(4), 915-937.
- Klebba, L. J., & Winter, S. (2024). Crisis alert: (Dis)information selection and sharing in the COVID-19 pandemic. *Communications*, 49(2), 318-338.
- Knobloch, S. (2003). Mood adjustment via mass communication. *Journal of Communication*, 53(2), 233-250.
- Knobloch-Westerwick, S. (2012). Selective exposure and reinforcement of attitudes and partisanship before a presidential election. *Journal of Communication*, 62(4), 628-642.
- Knobloch-Westerwick, S. (2015). The Selective Exposure Self-and Affect-Management (SESAM) model: Applications in the realms of race, politics, and health. *Communication Research*, 42(7), 959-985.
- Knobloch-Westerwick, S., & Hastall, M. R. (2010). Please your self: Social identity effects on selective exposure to news about in- and out-groups. *Journal of Communication*, 60(3), 515-535.
- Knobloch-Westerwick, S., & Meng, J. (2009). Looking the other way: Selective exposure to attitude-consistent and counterattitudinal political information. *Communication Research*, 36(3),

426-448.

- Knobloch-Westerwick, S., & Meng, J. (2011). Reinforcement of the political self through selective exposure to political messages. *Journal of Communication*, 61(2), 349-368.
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological bulletin*, 108(3), 480-498.
- Lazarsfeld, P. F. (1944). The controversy over detailed interviews - An offer for negotiation. *Public Opinion Quarterly*, 8(1), 38-60.
- Lazarus, R. S. (1991). Progress on a cognitive-motivational-relational theory of emotion. *American Psychologist*, 46(8), 819-834.
- Levendusky, M. S. (2013). Why do partisan media polarize viewers? *American Journal of Political Science*, 57(3), 611-623.
- Linz, J. J., & Stepan, A. C. (1996). Toward consolidated democracies. *Journal of democracy*, 7(2), 14-33.
- Lodge, M., & Taber, C. S. (2013). *The rationalizing voter*. Cambridge University Press.
- Mallett, R. K., Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2008). Expect the unexpected: Failure to anticipate similarities leads to an intergroup forecasting error. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(2), 265-277.
- Marcus, G. E. (2000). Emotions in politics. *Annual Review of Political Science*, 3(1), 221-250.
- Marcus, G. E., Neuman, W. R., & MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgment*. University of Chicago Press.
- Meffert, M. F., & Gschwend, T. (2012, May). *When party and issue preferences clash: Selective exposure and attitudinal depolarization*. Paper presented at the annual conference of the International Communication Association, Phoenix, AZ.
- Mepplink, C. S., Smit, E. G., Fransen, M. L., & Diviani, N. (2019). "I was right about vaccination": Confirmation bias and health literacy in online health information seeking. *Journal of Health Communication*, 24(2), 129-140.
- Messing, S., & Westwood, S. J. (2014). Selective exposure in the age of social media: Endorsements trump partisan source affiliation when selecting news online. *Communication Research*, 41(8), 1042-1063.
- Metzger, M. J., Hartsell, E. H., & Flanagin, A. J. (2020). Cognitive dissonance or credibility? A comparison of two theoretical explanations for selective exposure to partisan news. *Communication Research*, 47(1), 3-28.
- Mothes, C., & Ohme, J. (2019). Partisan selective exposure in times of political and technological upheaval:

- A social media field experiment. *Media and Communication*, 7(3), 42-53.
- Nabi, R. L. (2003). Exploring the framing effects of emotion: Do discrete emotions differentially influence information accessibility, information seeking, and policy preference? *Communication Research*, 30(2), 224-247.
- Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge University Press.
- Robison, J., & Moskowitz, R. L. (2019). The group basis of partisan affective polarization. *The Journal of Politics*, 81(3), 1075-1079.
- Rodriguez, C. G., Moskowitz, J. P., Salem, R. M., & Ditto, P. H. (2017). Partisan selective exposure: The role of party, ideology and ideological extremity over time. *Translational Issues in Psychological Science*, 3(3), 254-271.
- Roh, J., & Min, Y. (2012). Effects of politically motivated selective exposure on attitude polarization: A study of non-political online community users. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 56(2), 226-248. [노정규 민영 (2012). 정치 정보에 대한 선택적 노출이 태도 극화에 미치는 효과: 비정치적 온라인 커뮤니티 이용자들을 대상으로. <한국언론학보>, 56권 2호, 226-248.]
- Shin, J. (2023). Current landscape and future challenges in political polarization research. *Journal of Research Methodology*, 8(3), 35-58. [신정섭 (2023). 정치적 양극화 연구의 현황과 과제. <연구방법논총>, 8권 3호, 35-58.]
- Sindermann, C., Elhai, J. D., Moshagen, M., & Montag, C. (2020). Age, gender, personality, ideological attitudes and individual differences in a person's news spectrum: How many and who might be prone to “filter bubbles” and “echo chambers” online? *Heliyon*, 6(1), e03214.
- Song, H. (2017). Why do people (sometimes) become selective about news? The role of emotions and partisan differences in selective approach and avoidance. *Mass Communication and Society*, 20(1), 47-67.
- Stroud, N. J. (2007). Media effects, selective exposure, and Fahrenheit 9/11. *Political Communication*, 24(4), 415-432.
- Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341-366.
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556-576.

- Sude, D., & Knobloch-Westerwick, S. (2022). Selective exposure and attention to attitude-consistent and attitude-discrepant information: Reviewing the evidence. In J. Strömbäck, Å. Wikforss, K. Glüer, T. Lindholm, & H. Oscarsson (Eds.), *Knowledge resistance in high-choice information environments* (pp. 88-105). Routledge.
- Taber, C. S., & Lodge, M. (2006). Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755-769.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press.
- Tenenboim-Weinblatt, K., Baden, C., Aharoni, T., & Overbeck, M. (2022). Affective forecasting in elections: A socio-communicative perspective. *Human Communication Research*, 48(4), 553-566.
- Formal, Z. L. (2016). The role of certainty (and uncertainty) in attitudes and persuasion. *Current Opinion in Psychology*, 10, 6-11.
- Valentino, N. A., Brader, T., Groenendyk, E. W., Gregorowicz, K., & Hutchings, V. L. (2011). Election night's alright for fighting: The role of emotions in political participation. *The Journal of Politics*, 73(1), 156-170.
- Valentino, N. A., Gregorowicz, K., & Groenendyk, E. W. (2009). Efficacy, emotions and the habit of participation. *Political Behavior*, 31(3), 307-330.
- Van der Meer, T. G., & Jin, Y. (2020). Seeking formula for misinformation treatment in public health crises: The effects of corrective information type and source. *Health Communication*, 35(5), 560-575.
- Westerwick, A., Johnson, B. K., & Knobloch-Westerwick, S. (2017). Confirmation biases in selective exposure to political online information: Source bias vs. content bias. *Communication Monographs*, 84(3), 343-364.
- Westerwick, A., Sude, D., Robinson, M., & Knobloch-Westerwick, S. (2020). Peers versus pros: Confirmation bias in selective exposure to user-generated versus professional media messages and its consequences. *Mass Communication and Society*, 23(4), 510-536.
- Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2003). Affective forecasting. *Advances in Experimental Social Psychology*, 35, 345-411.
- Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2005). Affective forecasting: Knowing what to want. *Current Directions in Psychological Science*, 14(3), 131-134.
- Wilson, T. D., Wheatley, T., Meyers, J. M., Gilbert, D. T., & Axson, D. (2000). Focalism: A source of

- durability bias in affective forecasting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5), 821-836.
- Wojcieszak, M. (2010). 'Don't talk to me': Effects of ideologically homogeneous online groups and politically dissimilar offline ties of extremism. *New Media & Society*, 12(4), 637-655.
- Wojcieszak, M. (2021). What predicts selective exposure online: Testing political attitudes, credibility, and social identity. *Communication Research*, 48(5), 687-716.
- Wojcieszak, M., & Garrett, R. K. (2018). Social identity, selective exposure, and affective polarization: How priming national identity shapes attitudes toward immigrants via news selection. *Human Communication Research*, 44(3), 247-273.
- Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American psychologist*, 35(2), 151-175.

최초 투고일 2024년 10월 01일
게재 확정일 2024년 11월 26일
논문 수정일 2024년 11월 29일

노조 파업 기사 제목과 리드 문장

또 노조파업 손들어준 대법: “매출 감소 없다면 손해 아니”

대법원이 노조 파업에 대한 회사 측 손해배상 청구를 보다 엄격히 제한하는 취지의 판결을 또다시 냈다. 지난 15일 현대차가 사내 하도급 노조(비정규직지회) 조합원 4명을 상대로 낸 손해배상 청구 소송을 피기 환송한 이후 2주 만이다...

살인적 인플레이에 실질임금↓... 줄지어 파업

생활 물가의 급등으로 임금 인상을 주장하는 노동자의 요구가 인건비 등 비용 상승으로 어려워진 경영 환경에 대해 임금 인상 억제 등을 통한 업주의 경영 안정화 정책이 평행선을 이루면서 시위와 파업이 줄을 잇고 있다. 노동자들은...

“목소리 안 내면 다 죽을 거 같아..4년, 지금까지 살 순 없다”

전국민주노동조합총연맹(민주노총)은 ‘남은 4년 동안 다 말아먹기 전에 모이자!’며 ‘노동·민생·민주·평화 파괴 윤석열 정권 퇴진’을 전면에 내걸고 총파업을 시작했다. 7월3일부터 15일까지 2주 동안 민주노총 산하 산별 노조가 이어달리기식 파업을 진행한다...

보건의료노조 총파업, 일주일 앞으로.. 파업 나서는 이유는?

보건의료노조 산하 128개 병원에서 지난달 말 동시에 쟁의조정신청을 내고 총파업을 예고하고 나섰으며, 정부는 파업에 대비해 '의료기관 파업 상황 점검반'을 구성하고 진료대책 점검 등에 나섰다. 간호인력 부족 문제는 대한민국 보건 산업의 고질적인 문제로 지목되어 왔으나...

‘버리집단 낙인에 폭력 진압... 아무리 온건해도 참는 데 한계’

6월7일 대통령 소속 경제사회노동위원회 불참을 선언한 전국노동조합총연맹(한국노총)도 6월27일 1만명의 노조 대표자들이 모여 '윤석열 정권과 전면전'을 선포했다. 최저임금 인상, 노동개악 저지, 노동탄압 분쇄를 외치며 거리 집회를 하고, 지도부는 세종시 고용노동부 청사 앞에서...

파업했다고 641명에 손해소... 그래도 '노조하는 이유

641명. 2021년 9월 현대제철 하청 노조의 파업에 회사가 제기한 손해배상소송(손배소) 피고 수다. 하청 노조가 아닌 개인을 겨냥했다. 합법 파업의 범위를 넓히고 개인 조합원의 책임을 제한하는 '노란봉투법' 입법이 차일피일 미루지던 때였다...

파업 때 운송사 협박 포함 경주화물연대 건부 9명 유죄

화물연대 경북 포항지역본부와 경주지부 건부 조합원 9명이 운송사 관계자를 협박하여 특수강요와 특수협박 등 혐의로 유죄가 선고됐다. 이들은 화물연대 집단운송거부(총파업) 기간에 다수의 운송사 관계자에게 집단운송거부에 동참하지 않으면 보복하겠다고 협박한 혐의로 기소됐다...

민노총 총파업 나흘째, 도심 대규모 집회에 교통 정체

민노총이 대규모 집회와 행진을 진행함에 따라 서울 도심 교통에 혼란이 빚어졌고, 노조원 일부가 인도를 점거하면서 시민들이 통행에 불편함을 겪기도 했다. 이로 인해 인도를 지나가려던 시민들의 통행에 불편이 생겼고, 일부 시민들은...

50일 넘긴 급식 조리원 노조 파업에 뿔난 학부모들

전국학교비정규직노조(학비노조) 대전지부 소속 급식 조리원들의 파업이 50일을 넘기며 학생들이 두 달 째 도시락 등으로 끼니를 때우고 있다. 파업이 장기화되며, 일부 학부모들은 대체인력을 투입해서라도 급식을 먹을 수 있게 해달라고 요청했으나, 해당 행위가 불법이라며 거부당하였다...

‘노동자 권익’ 아닌 ‘정권 퇴진 외치는 민주노총... 고용장관 “불법행위 엄정 대응”

이정식 고용노동부 장관 “민주노총의 파업은 노동자 권익을 위한 것이 아니라 정권 퇴진을 위한 정치적인 불법행위이다.” 국민 일상에 큰 불편과 혼란을 초래하고 국민 경제를 무시하는 투쟁은 중단하고 대화와 타협을 통해 합리적인 해법을 모색해야 한다는 여론이...

민노총 총파업 나흘째... 7000명에 또 막힌 도심

전국민주노동조합총연맹(민노총) 총파업 결의대회에 약 7000명(경찰 추산)이 참가했다. 파업 집회로 인해 극심한 교통정체가 나타나 일반 시민들이 피해를 입음은 물론, 주변 상권의 영업 피해 또한 우려되었다...

윤재욱 “민주노총, 도 넘는 정치파업...특혜 지키기 위한 것”

윤재욱 국민의힘 원내대표 “민주노총의 파업은 정치적 파업이다. 민주노총의 극단적 정치 파업은 국민들의 권리와 사회질서를 교란하는 것은 물론, 무역수지의 흑자 전환으로 인한 경제 희망에 찬물을 끼얹는 것이다...”