



# 헌혈 요청자의 공신력과 요청방식이 대학생의 헌혈 순응에 미치는 영향에 관한 연구

## DITF(일보후퇴 이보전진 전략)의 적용

차동필 신라대학교 광고홍보학과 교수\*

본 연구는 대표적인 순응 기법 중 하나인 DITF를 이용하여 헌혈 순응률 증대를 위한 방안을 모색하였다. 연구목적 달성을 위해 2(요청자 공신력: 높음/낮음)×4(집단 유형: 단순 DITF 집단, DITF+감성적 프레이밍 집단, DITF+이성적 프레이밍 집단, 통제집단) 실험방안을 이용하였다. 연구결과 요청자의 공신력은 주 효과를 발생시키지 않았다. 즉 높은 공신력 집단과 낮은 공신력 집단 간에 목표요청 순응 정도는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 아울러 DITF+감성적 프레이밍 집단과 DITF+이성적 프레이밍 집단은 모두 통제집단보다 높은 순응률을 보였지만, 서로 간에는 차이가 없는 것으로 분석되었다. 요청자의 공신력과 결합된 DITF+이성적 프레이밍 집단이 DITF+감성적 프레이밍 집단보다 더 높은 순응률을 보일 것으로 기대했지만 결과는 그렇지 못한 것으로 드러났다. 이러한 결과가 나온 이유에 대한 논리적 분석, 연구의 한계점 및 향후 연구를 위한 제언 등이 제시되었다.

**핵심어:** 단계적 순응 기법, DITF(일보후퇴 이보전진 전략), 공신력, 감성적 프레이밍, 이성적 프레이밍

---

\* dpcha@silla.ac.kr

# 1. 서론

현대 사회가 발전하면서 각종 사고, 수술 등의 증가로 이전보다 더 많은 혈액이 필요하게 되었다. 현행법상 혈액은 매매의 대상이 될 수 없기 때문에 오로지 헌혈에 의해 이러한 수요를 충족해야 한다. 헌혈은 대가 없이 자신의 피를 타인에게 주는 행위이다 보니 가장 고귀한 이타적 행위 중 하나라고 볼 수 있다. 현재 우리나라 헌혈사업은 대한적십자사 산하 적십자혈액원과 대한산업보건협회 부설 한미음혈액원이 담당하고 있다. 적십자혈액원은 헌혈의 집, 그리고 한미음혈액원은 헌혈카페를 운영하고 있다. 이러한 헌혈 관련 기관들은 다양한 방법을 통해 헌혈을 유도하고 있지만 아직 만족할 만한 수준에 이르지 못하고 있다. 2015년 기준으로 우리나라 전체 헌혈 건수는 3백만 건이 넘는 것으로 조사되어 있지만, 헌혈자 실 인원수 대비 국민 헌혈률은 4.3%에 불과하며, 이러한 수치는 주요 선진국의 6~10%에 비하면 상당히 낮은 수준이다(대한적십자사 혈액사업 통계연보, 2015).

헌혈 실적이 이렇게 저조한 데에는 여러 가지 이유가 있겠지만 우리나라의 헌혈상태에서 그 원인을 일부 찾을 수 있다. 우선 우리나라 헌혈인구는 연령별로 볼 때 10대에서 20대가 전체의 70%를 넘게 차지할 만큼 청소년 및 대학생들의 헌혈 참여 여부가 헌혈사업의 성패에 절대적인 영향을 미치고 있다. 그런데 최근 학령인구의 감소로 이 연령대의 학생들이 갈수록 줄어들고 있는 실정이다. 특히 방학이 되면 해당 연령대의 헌혈이 급속히 줄어들어 여름과 겨울 동안 혈액 부족 현상이 매년 반복되고 있다(한국대학신문, 2017.03.23). 더구나 최근 가두헌혈자마저 급속하게 감소하는 추세에 있는데, 가두 헌혈자란 문자 그대로 길거리에서 헌혈 관계자의 권유를 받아 헌혈을 하는 사람을 말한다. 대한적십자사가 최근 발간한 '2015년 혈액사업 통계연보'에 의하면 가두 헌혈 캠페인에 의한 헌혈자는 모두 만5천여 명 정도인데 이는 전체 헌혈자의 1%에도 미치지 못하는 0.5%에 불과한 것으로 나타났다. 그나마 이 수치도 2014년보다 22.7%나 감소한 것이며, 2014년 실적은 2013년 보다 무려 39.9%가 감소한 수치다. 이러한 추세대로 나간다면 향후 몇 년 내에 가두 캠페인에 의한 헌혈자는 거의 자취를 감출 것으로 예상된다.

지금까지 헌혈과 같이 개인의 관여도가 높은 행동을 증진시키기 위해 사용된 이론은 대체로 사회심리학을 바탕으로 한 '합리적 행위이론(Theory of Reasoned Action)', '계획행동이론(Theory of Planned Behavior)' 등이 주류를 이루어 왔다(Cathy & Songshan, 2012). 그런데 이 이론들을 구성하고 있는 주요 변인들 즉 행동에 대한 태도(Ab), 주관적 규범(SN), 그리고 지각된 행동통제력(PBC) 등의 설명력은 기껏해야 30~40%에 지나지 않는 것으로 조사되어 있다. (Armitage & Conner, 2001). 따라서 본 연구자는 이러한 이론적 접근 이외에 헌혈

자 수를 증대시키고 부족한 혈액을 보충하기 위한 방안의 하나로 설득기법을 고려하게 되었다. 설득기법이란 상대방을 설득하기 위한 일종의 설득전략이라고 볼 수 있다. 설득 커뮤니케이션 분야에서 설득기법은 매우 다양한데, 여기서는 단계적 순응 기법(sequential compliance tactics)을 활용하고자 한다. 단계적 순응 기법이란 하나 이상의 단계를 이용하여 상대방을 순응 시키려는 전략이다. 여기에는 '문진 걸치기 기법(FITD: foot-in-the-door)'과 '일보후퇴 이보전진 전략(DITF: door-in-the-face)'등이 가장 많이 활용되고 있다(김정현, 2006; 이현우, 2005; Cialdini, 2001).<sup>1)</sup> 이 두 전략에는 공통적으로 두 번의 요청이 사용되는데, 첫 번째 요청을 처음요청, 그리고 두 번째 요청을 목표요청이라고 한다.<sup>2)</sup> 두 기법의 차이점은 처음요청과 목표요청의 크기에 있다. FITD에서는 처음요청으로 상대방에게 크게 부담을 주지 않는 작은 요청이 먼저 주어지며, 이 요청이 수락되면 그 다음으로 큰 요청이 이어진다. 이에 반해 DITF는 처음요청이 큰 요청, 그리고 목표요청이 작은 요청으로 이루어져 있다. 물론 어느 기법을 막론하고 설득자가 관심을 가지고 있는 것은 두 번째 요청인 목표요청이다.

본 연구에서는 대표적인 단계적 순응 기법 중 하나인 DITF를 이용하여 현재 어려움을 겪고 있는 우리나라 헌혈사업 활성화 방안을 모색하고자 한다.<sup>3)</sup> 그런데 DITF는 다양한 요인으로 부터 영향을 받을 수 있다. 다시 말해 DITF의 효과에 영향을 미치는 다양한 조절변인이 존재한다는 것이다. 지금까지 연구에 의하면 처음요청과 목표요청이 서로 다른 사람이 아닌 같은 사람에 의해 이루어지는 것이, 두 요청의 수혜자가 서로 다른 사람이 아닌 동일인일 경우, 두 요청 간의 시간적 지체가 없을 경우, 그리고 요청하는 단체가 비친사회적이 아닌 친사회적 성격을 띠고 있을수록 이 전략의 효과가 더 크다고 한다(Feeley, Anker, & Aloe, 2012; O'Keefe & Hale, 2001). 이렇게 DITF는 다양한 상황과 조건에 따라 그 효과가 다르게 나타날 수 있는데, 본 연구에서는 요청자의 공신력(credibility)과 표현(label)의 효과를 고려하고자 한다. 일반적으로 설득커뮤니케이션에서는 정보원천의 공신력이 높다고 인식될수록 설득효과가 더 높게 나타나는 것으로 조사되어 있다(Cialdini & Guadagno, 2004). 그리고 설득기법에서 표현이란 쉽

1) 이하 문진 걸치기 기법은 'FITD'로, 일보후퇴 이보전진 전략은 'DITF' 등으로 표시 하였다.

2) 이와 같이 일반적으로 2단계가 많이 쓰이지만, 처음요청과 중간요청, 그리고 목표요청으로 이루어진 3단계 전략도 자주 사용된다.

3) 여기서 FITD가 아닌 DITF를 적용한 이유는 요청 행동 자체의 성격 때문이다. 본문에서 언급한 바와 같이 FITD는 처음요청으로 누구나 쉽게 수락할 수 있는 행동을 부탁해야 하는데, 헌혈과 같은 고관여 행동은 쉽게 동의하기 어렵기 때문에 처음요청이 거부될 가능성이 높다고 볼 수 있다. 이렇게 되면 이어지는 목표요청을 할 기회 자체가 처음부터 사라져 설득 자체가 무산된다. 이에 반해 DITF는 처음요청을 거부해야 그 다음의 목표요청으로 넘어갈 수 있기 때문에 헌혈과 같이 선뜻 응하기 어려운 행동에 적용하기가 적합하다는 것이다.

게 말해 처음요청을 들어 준 상대방에게 요청자가 고맙다는 식의 인사를 하거나, 들어주지 않은 상대방에게는 조금 아쉽다는 식의 반응을 보이는 것을 말한다. 이런 추가적인 표현이 목표요청의 수락에 어느 정도 영향을 미치느냐는 것이 표현과 관련된 연구의 핵심이다.

본 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, DITF 기법에서 요청자의 공신력의 주 효과를 조사한다. 즉 요청자의 공신력이 높을 경우 DITF 기법이 상대적으로 더 높은 효과를 발생하는지에 관한 것이다. 둘째, DITF 기법 자체의 주 효과를 조사한다. 즉 DITF 기법을 적용한 집단(실험 집단)이 이를 적용하지 않은 집단(통제집단)과 비교해 어느 정도 효과가 있는지 알아보려는 것이다. 셋째, 동일한 DITF 기법을 적용하였다 하더라도 추가적 표현을 곁들인 집단과 그렇지 않은 집단 간에 순응률 차이가 있는지 조사한다. 넷째, 추가적 표현 집단도 표현방식에 따라 이성적 프레이밍 집단과 감성적 프레이밍 집단으로 구분하였을 때 어느 쪽의 순응률이 더 높은지 조사하고자 한다. 마지막으로 요청자의 공신력과 표현 방식 사이의 상호작용 효과도 아울러 살펴보고자 한다. 다시 말해 요청자의 높은 공신력과 특정한 표현 방식이 결합된 집단의 순응률이 다른 집단에 비해 더 높게 나타나는지 확인해 보려는 것이다.

## 2. 이론적 논의

### 1) DITF(일보후퇴 이보전진 전략)

우리는 자신이 원하는 것을 얻기 위한 수단 중 하나로 자신이 원하는 것보다 더 높은 수준의 요청을 상대방에게 먼저 하는 경우가 있다. 이러한 처음요청은 대체로 상대방으로부터 거절당하는 경우가 많은데, 이 때 요청자는 마치 자신이 상대방에게 양보를 하듯이 처음요청을 수정하여 그보다 낮은 수준의 제안(목표요청)을 한다. 여기서 상대방은 요청자의 이러한 수정된 제안에 마치 자신이 이득을 본다는 생각에 상대방의 이 제안을 받아들일 가능성이 높다. 시장에서 이루어지는 거래 상황에서 이러한 경우는 흔히 있을 수 있다. 예컨대, 구매자가 판매자에게 물건 가격을 물어오면 판매자는 애당초 자신이 받으려는 가격보다 조금 더 높게 제시한다. 이 때 구매자는 대체로 너무 비싸다는 반응을 보이는데, 판매자는 이러한 상황을 예측이라도 한 듯 그 정도 가격이면 비싸지 않다는 반응을 보인다. 가격을 두고 약간의 실랑이가 벌어지다 판매자는 그렇다면 애당초 자신이 제시한 가격보다 더 낮은 가격에 그 물건을 가져가라는 말을 한다. 이러한 상황에서 구매자는 마치 자신에게 유리한 가격으로 흥정이 마무리 되어 자신이 이득을 보았다는 생각을 하게 되는 경우가 많다. 그렇지만 판매자가 처음부터 받으려고 기대한 것은 처음의 높은 가격이 아니

라 자신이 두 번째로 제시한 할인된(?) 가격이라 한다면 거래를 성공적으로 이끈 사람은 구매자가 아니라 판매자일 수도 있다. 이 가상의 사례는 우리 일상생활에서 흔히 일어날 수 있는 전형적인 DITF 기법이 적용된 경우라고 볼 수 있다.

이 기법의 효과를 최초로 확인한 연구자들은 치알디니 등(Cialdini et al., 1975)이다. 연구자들은 대학생들을 대상으로 실험집단과 통제집단으로 나누어 실험을 실시하였다. 실험집단에게는 처음요청으로 최소 2년 간 매주 2시간 씩 청소년 범죄자들을 상담해 달라는 부탁을 하였다. 이어 목표요청은 토요일 오후 2시간 정도 청소년 범죄자들과 함께 나들이를 가달라는 내용이었다. 통제집단은 물론 두 번째 요청인 목표요청만 받게 된다. 연구자들이 기대한 바와 같이 실험집단에 속한 대부분의 대학생들은 처음요청을 거부하였다. 그렇지만 목표요청 수락률은 두 집단에서 확연히 다르게 나타났다. 통제집단에 속한 대학생들의 목표요청 수락률은 17%에 지나지 않았지만, 실험집단에 속한 대학생들은 무려 50%가 목표요청을 수락한 것으로 조사된 것이다. 치알디니 등(1975)의 이 연구는 많은 후속연구를 자극하였는데, 헌혈증진(Cialdini & Ascani, 1976), 과학연구에의 참여(Millar, 2002; Patch, 1986), 기부촉진(Abrahams & Bell, 1994; Bell, Abrahams, Clark, & Schlatter, 1996) 등과 같이 비영리적(친사회적) 상황에서의 연구가 주를 이루고 있다. 그렇지만 DITF는 영리적 상황에서도 적용이 되어 그 효용성이 입증되었는데(Ebster & Neumayr, 2008), 이 연구는 뒤에서 자세하게 소개할 것이다. 아울러 연구자들은 DITF의 기법에 영향을 미치는 다양한 조절변인에 관해서도 연구를 진행하였는데, 대체로 두 번의 요청이 동일인에 의해 이루어지는지 혹은 두 요청의 수혜자가 동일인인지의 여부, 그리고 두 요청 간의 시간적 지체가 있는지의 여부 등에 관한 것이다(차동필, 2012; Dillard, Hunter, & Burgoon, 1984; O'Keefe & Hale, 1998, 2001; Puscual & Guéguen, 2005).

## 2) 요청자의 공신력

앞에서도 언급하였듯이 DITF는 다양한 요인에 의해 영향을 받을 수 있는데, 본 연구에서 고려하고자 하는 변인은 요청자의 공신력과 요청방식이다. 먼저 라타네(Latané, 1981)의 사회적 영향력 이론(social impact theory)에 의하면 커뮤니케이션 정보원천의 위력이 약한 것 보다 강한 것일수록 목표에 미치는 영향력이 더 크다고 한다. 일찍이 윌리엄즈와 윌리엄즈(Williams & Williams, 1989)는 이러한 사회적 영향력 이론에 근거하여 요청자의 위력과 설득 기법을 결합한 연구를 진행하였다. 이들은 2(요청자의 위력)×3(설득기법 유형) 설계 방안을 이용하여, 요청자의 위력이 FITD와 DITF에서 서로 다르게 나타날 것이라는 가설을 수립하였다. 구체적으

로 DITF에서는 요청자(실험진행자)의 위력이 높을 경우 순응률이 더 증대될 것이지만, FITD에서는 이러한 현상이 나타나지 않을 것이라고 예측하였다. 여기서 요청자의 높은 위력은 요청자들이 피요청자(실험참가자)들에게 요청을 할 때 정장 차림을 하는 것으로, 그리고 낮은 위력은 요청자들이 캐주얼 차림에 운동화를 착용하는 것으로 조작하였다. 처음의 큰 요청 내용은 해당 동물원에 대한 기부인데, 최소 50에서 최대 1,000 달러까지 구체적인 금액을 제시한다. 그리고 목표요청 역시 해당 동물원에 대한 기부 요청이지만 구체적인 금액은 제시하지 않는다. 종속변인은 기부액 및 기부자 비율 두 가지로 하였다. 연구결과 우선 기부액 측면에서 요청자의 위력 및 설득기법 유형의 주 효과는 모두 발생하지 않았다. 그렇지만 두 변인 간의 상호작용 효과는 발생하였다. 즉 FITD를 제외한 DITF에서는 요청자의 위력이 높을 경우 상대적으로 기부액이 더 많이 걸린 것으로 조사되었다(1.55 vs. .34). 한편 기부자 비율 측면에서는 요청자 위력의 주 효과를 포함한 두 변인 간의 상호작용 효과도 확인되었다. 즉 요청자의 위력이 낮을 경우에는 기부자 비율이 25%에 그쳤지만, 반대로 높을 경우에는 38%에 이르는 것으로 분석되었다. 아울러 DITF를 사용한 집단에서 요청자의 높은 위력은 낮은 위력보다 더 많은 기부자를 발생시킨 것으로 나타났다(47% vs. 18%).

엡스터와 뉴메이어(Ebster & Neumayer, 2008)는 DITF가 비영리적 상황이 아닌 영리적 상황에서도 적용되는지, 그럴 경우 요청자의 공신력은 어느 정도 영향을 미칠 수 있는지 조사해 보기로 하였다. 실험은 알프스의 어느 산장에서 총 375명의 등산객들을 대상으로 실시되었다. 연구자들은 이들이 산장 입구 근처를 지나갈 때 처음요청과 목표요청을 하였다. 처음요청은 집에서 만든 수제 치즈 2파운드를 8유로에 사달라는 것이었다. 품질에 대한 보장도 없고 가지고 다니기에도 무거워 보이는 이 치즈를 사달라는 처음요청은 모든 등산객들에게 당연히 거절당한다. 처음요청이 거절되자 연구자들은 그렇다면 1파운드에 2유로면 괜찮겠느냐는 목표요청을 한다. 여기서 DITF 집단을 담당할 요청자들은 평상복을 입고 진행하였지만, 이 전략에 요청자의 공신력을 결합한 집단(DITF+높은 공신력)을 맡은 요청자들은 알프스의 전통적인 옷(dirndl)을 입고 알프스 산악 주민들이 사용하는 진기한 사투리까지 사용하였다. 연구결과 목표요청만 하는 통제집단의 구매율은 9%에 지나지 않았지만, DITF를 적용한 집단은 24%로 나타났다. 그런데 DITF에다 요청자의 공신력을 더한 집단의 구매율은 이 보다 더 높은 43%에 이르러 결국 DITF+높은 공신력 집단의 구매율이 가장 높은 것으로 분석되었다.

### 3) 요청 방식

단계적 순응 기법의 효과를 높이기 위해 연구자들은 전통적인 요청 방식에다 다른 요인을 추가하

는 기법을 개발하였는데 그 중의 하나가 표현(label)에 관한 것이다. 앞서서도 잠깐 언급하였듯이 설득기법에서 말하는 표현이란 처음의 비교적 쉬운 요청에 응해 준 사람의 행동에 대해 어떤 대응적 표현, 즉 그 상황에 맞는 어떤 반응(예컨대, “요청에 응해 주셔서 감사 합니다.”, “이렇게 요청을 거부하시니 조금 아쉽군요.” 등)을 보이는 것을 말한다. 여기서 논의의 핵심은 이러한 표현을 했을 경우와 하지 않았을 경우 목표요청 순응에 어떠한 차이가 있는지에 있다. 사실 지금까지 표현의 효과와 관련한 연구는 DITF보다 FITD에서 더 활발하게 진행되었다(차동필, 2015; Goldman, Seever, & Seever, 1982; Guéguen, 2001; Steele, 1975). 다시 말해 DITF를 적용한 연구에서 표현의 영향력을 조사한 연구는 거의 찾아보기 어렵다는 것이다. 그렇지만 표현의 효과라고 단정하기는 어렵지만 이와 유사한 연구는 한두 편 찾을 수 있다.

먼저 파스쿠알과 구에구엔(Pascual & Guéguen, 2002)은 새로운 설득기법으로 BYAF 기법을 제안하였다. 여기서 BYAF는 “But You Are Free”의 머리글자에서 따온 용어이다. 이 기법은 문자 그대로 요청자가 제안하는 요청 내용을 피요청자가 받아들여든 말든 그것은 그 사람의 자유라는 의미를 담고 있다. 여기서는 상대방에게 그냥 부탁을 하는 것과 부탁을 하고 난 후 이 말을 덧붙이는 것과는 차이가 있다는 가정을 하고 있다. 연구자들은 이러한 가정을 검증하기 위해 실험집단과 통제집단 별로 실험을 실시하였다. 실험집단의 실험진행자(요청자)는 길거리를 지나가는 행인들에게 버스 요금을 빌려 달라는 요청을 한다. 이러한 요청과 더불어 “돈을 주고 안 주고는 당신 자유입니다.”라는 말을 덧붙인다. 물론 통제집단에서의 실험진행자는 BYAF는 생략한 채 목표요청인 버스 탈 돈을 빌려달라는 부탁만 한다. 실험결과는 다소 놀라웠다. 통제집단에서는 단지 10%의 사람들만이 돈을 빌려 주었지만, 실험집단에서는 무려 47.5%의 사람들이 이 요청에 순응한 것으로 조사된 것이다.

메이네리, 두프레, 구에구엔, 그리고 발레(Meineri, Dupré, Guéguen, & Vallée, 2016) 등은 이러한 실험결과를 바탕으로 또 다른 연구를 진행하였다. 이들은 BYAF와 DITF, 그리고 이 두 기법을 결합한 집단(BYAF+DITF) 중 어느 집단의 순응률이 가장 높은지 알아보고 하였다. 먼저 통제집단에서 실험진행자는 지나가는 사람들에게 다가가 회귀질환으로 고생하고 있는 한 어린이의 치료를 위해 기부금을 부탁한다는 목표요청을 한다. BYAF 집단의 실험진행자는 통제집단 상황과 동일하게 진행하지만 요청 말미에 “물론 기부하고 말고는 당신 자유입니다.”라는 말을 덧붙인다. DITF 집단에서의 실험진행자는 처음요청으로 2개월 간 매주 토요일마다 기부해 달라는 구체적인 큰 요청을 한다. 이 요청이 거절되고 나면 목표요청으로 통제집단과 동일하게 1회의 기부금을 요청한다. 마지막으로 DITF와 BYAF 결합집단은 처음요청과 목표요청을 한 후 “물론 기부하고 말고는 당신 자유입니다”라는 말을 덧붙인다. 실험결과 세 개의

실험집단은 통제집단에 비해 구두 순응률과 실제 기부액 측면에서 더 높은 것으로 조사되었지만, 실험집단 상호 간에는 유의한 차이가 발견되지 않았다. 이에 연구자들은 첫 번째 실험과 유사한 또 하나의 실험을 실시하였는데 분석결과 구두 순응률에서는 처음 연구와 유사한 결과가 도출되었지만, 실제 기부액 측면에서는 DITF와 BYAF를 결합한 집단이 타 집단에 비해 가장 높은 것으로 나타났다(DITF+BYAF 6.81유로>DITF 4.61유로≒BYAF 4.82유로≒통제 3.33유로).

한편 단계적 순응 기법을 사용한 것은 아니지만 요청의 내용을 어떤 방식으로 프레임(framing)하느냐에 따라 현혈 순응률에 차이가 난다는 흥미로운 연구결과가 있다. 찰스, 구에, 구엔, 파스쿠알, 그리고 메이네리(Charles-Sire, Guéguen, Pascual, & Meineri, 2012) 등은 세 가지 실험 유형 별로 현혈 캠페인의 효과를 측정해 보았다. 이들은 실험진행자들에게 세 종류의 서로 다른 내용의 글자가 새겨진 티셔츠 중 어느 한 가지를 입게 하여 실험참가자에게 현혈을 요청하게 하였다. 첫 번째 유형의 티셔츠에는 사랑하기=도움주기(Loving=Helping), 두 번째에는 기부하기=도움주기(Donating=Helping)가 새겨져 있었으며, 세 번째 티셔츠에는 아무 글자도 새겨져 있지 않았다. 실험 결과 구두 순응률에서 실험 유형의 주 효과가 발생하였다. 즉 현혈을 하겠다고 약속한 사람들의 수는 사랑하기>기부하기>통제집단의 순으로 나타났다. 행동 순응률에서도 실험 유형의 주 효과가 나타났는데, 사랑하기 >기부하기≒통제집단의 순서로 조사되었다. 결국 구두 순응률과 행동 순응률 모두 사랑하기 프레임이 기부하기 프레임 및 통제 상황 보다 더 나은 것으로 분석된 것이다. 페린과 헤더(Perrine & Heather, 2000)의 연구에서도 이러한 경향은 확인되고 있다. 이들은 자선단체를 위한 모금 활동에서 사진과 문장(단돈 1페니라도 도움이 됩니다)을 혼합한 네 개의 조합 중 어느 유형이 가장 효과적인지 조사하였다. 처음 조합은 사진만 있고 문장은 없는 것, 두 번째는 문장만 있고 사진은 없는 것, 세 번째는 사진과 문장이 모두 있는 것, 그리고 마지막 조합은 사진과 문장이 모두 없는 모금함을 제작하여 기부자들이 네 개의 모금함 중 어느 하나에 기부하게 하였다. 연구결과 문장보다 사진이 부착된 모금함에서 더 많은 기부금이 걸린 것으로 확인되었다.

#### 4) 연구기설 설정

앞에서 살펴본 윌리엄즈와 윌리엄즈(1989)의 연구결과는 요청자의 위력이 설득효과에 유의한 영향을 미칠 수 있다는 것과, 이러한 효과는 설득 기법 중 DITF를 사용하였을 경우 더욱 확연하게 나타난다는 것을 보여준 대표적인 사례라고 볼 수 있다. 이러한 경향은 엠스터와 뉴메이어(2008)의 연구에서도 확인되고 있다. 여기서도 DITF는 높은 순응률을 나타내었을 뿐만 아니라, 이 전략이 요청자의 공신력과 결합될 경우 더 큰 순응률로 이어진다는 것을 보여주고 있다. 이



두 연구결과를 정리해 보면 설득기법을 사용한 연구에서 요청자의 공신력은 독자적으로도 효과를 발휘할 수 있을 뿐만 아니라, DITF와 결합되었을 경우 더욱 높은 효과를 나타낼 수 있다는 것이다.

한편 파스쿠알과 구에구엔(2002)이 개발한 BYAF의 경우 단계적 순응 기법은 아니지만 나름대로 효과가 있는 것으로 조사되었다. 그런데 이 기법의 성격은 두 가지 측면에서 접근이 가능하다. 우선 해당 연구에서 그랬듯이 이 기법이 독자적으로 사용 되었을 경우에는 별도의 설득 기법으로 간주될 수 있다. 그렇지만 이 기법이 다른 설득기법과 결합되었을 경우에는 독립된 설득 기법이라기 보다 앞에서 언급한 표현의 한 종류라고도 볼 수 있다. 다시 말해 요청자가 상대방에게 요청을 하고 난 후 요청받은 행동을 하고 말고는 당신 자유라는 말을 덧붙이는 것은 FITD 나 DITF에서 사용하는 표현의 일종이라고도 볼 수 있다는 것이다. 따라서 메이네리 등(2016)의 연구에서 DITF와 BYAF를 결합한 집단의 순응률(기부액 측면)이 DITF 및 BYAF 집단의 개별 순응률과 비교해 더 높게 나온 것은 두 기법의 결합효과라고도 볼 수 있지만, DITF에 덧붙여 사용된 표현의 효과라고도 할 수 있다는 것이다. 이렇게 볼 때 DITF는 독자적으로 사용될 때 보다 특정한 표현이 덧붙여질 때 더 높은 순응률로 이어질 수 있다는 논리가 가능하다.

나아가 프레이밍의 효과와 관련한 찰스 등(2012)의 연구에서 현혈을 단순한 기부가 아닌 사랑의 실천으로 프레이밍 했을 때 더 높은 순응률로 이어진다는 분석결과와, 모금액 증대를 위한 메시지 제작을 문장보다 사진을 사용하는 것이 더 효과적이라는 연구결과(Perrine & Heather, 2000)는 표현도 프레이밍을 어떻게 하느냐에 따라 설득기법의 효과가 다르게 나타날 수 있다는 것을 단적으로 보여주고 있다. DITF는 아니지만 FITD 기법을 이용하여 요청자의 국적과 표현 유형이 다문화 학생들을 위한 멘토(mentor) 수락 여부에 미치는 영향에 관한 연구(차동필, 2015)에 의하면 긍정적 표현은 요청자의 국적에 따라 아무런 차이가 없었지만, 부정적 표현은 요청자가 한국인이 아니라 외국인일 경우 더 높은 멘토 수락률로 이어졌다는 연구결과는 표현의 프레이밍이 설득기법의 효과에 차별적 영향력을 행사할 수 있다는 것을 보여주는 또 다른 사례라 할 것이다.

본 연구에서는 이 같은 연구결과들을 바탕으로 표현의 프레이밍을 두 가지 방식으로 구분하고자 한다. 한 가지는 이성적 프레이밍이며 나머지 하나는 감성적 프레이밍이다. 여기서 이성적 프레이밍이란 현혈을 타인에 대한 우리의 의무로, 감성적 프레이밍은 위에서 언급한 찰스 등(2012)의 연구에서 사용된 것과 같이 현혈을 타인에 대한 우리의 사랑으로 규정하는 방식이다. 본 연구에서는 DITF 기법과 이 같은 표현 프레임 기준으로 다음과 같이 세 유형의 실험집단과 한 개의 통제집단을 구성하였다. 구체적인 실험집단은 단순 DITF 집단, DITF+감성적 프레

이밍 집단, DITF+이성적 프레이밍 집단 등이다.

이상의 논의를 종합해 볼 때 다음과 같은 예측이 가능하다. 우선 DITF에서 요청자의 공신력은 DITF의 효과에 차별적 영향을 미칠 것으로 판단된다. 즉 요청자의 공신력이 높을수록 DITF의 효과가 더 커질 수 있다는 것이다. 또한 DITF를 적용한 집단은 그렇지 않은 집단(통제 집단)에 비해 더 높은 순응률을 나타낼 것으로 보인다. 나아가 동일한 DITF를 적용한 집단이라도 어떤 형태로든 표현을 덧붙인 집단(DITF+감성적 프레이밍 집단 및 DITF+이성적 프레이밍 집단)이 다른 집단에 비해 더 높은 순응률로 이어질 것으로 보인다. 흥미로운 것은 현혈과 같은 이타적 행동을 요구할 때 그 메시지 프레이밍이 이성적일 경우와 감성적인 경우 어느 것이 더 효과적일 것이냐는 문제인데, 앞에서 언급하였듯이 현혈을 단순한 기부 행위가 아닌 사랑으로 규정했을 경우 더 높은 순응률로 이어진다는 분석결과(Charles-Sire et al., 2012)와 모금함을 문장보다 사진으로 장식하여 호소하는 것이 더 높은 기부액으로 이어진다는 연구결과(Perrine & Heather, 2000)에 비추어 볼 때 이성적 프레이밍 보다 감성적 프레이밍이 더 효과적일 것이라는 예측이 가능하다. 여기서 한 걸음 더 나아가 요청자의 공신력과 DITF 기법 각각의 주 효과와 더불어 두 변인의 상호작용 효과도 예측할 수 있다. 즉 요청자의 공신력이 높을 경우 표현 프레이밍을 감성적으로 하는 것과 이성적으로 하는 것 중 어느 쪽이 더 높은 순응률을 나타낼 것이냐는 것이다. 여기서 정보원천의 공신력이 높다는 것은 정보원천이 해당 분야에 대한 전문성이 높다는 것을 의미한다(Hovland & Weiss, 1951). 그렇다면 전문가의 메시지는 이성적일 경우와 감성적일 경우 어느 것이 더 효율적인가? 이러한 문제와 관련하여 권예지 및 나은영(2011)은 온라인에서 이루어지는 건강 관련 정보습득 과정에서 공신력과 이성적 · 감성적 메시지의 결합 효과를 조사하였다. 이들의 연구결과에 의하면 전문가(의사)의 공신력은 감성적 메시지보다 이성적 메시지와 결합될 때 더 큰 효과가 있는 것으로 조사되었다. 이상과 같은 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같은 가설 군을 설정하였다.

**가설1.** DITF를 적용한 현혈자 모집 캠페인에서 요청자의 공신력은 주 효과를 나타낼 것이다.

즉 요청자의 공신력이 높을수록 DITF의 순응률이 더 높게 나타날 것이다.

**가설2.** DITF를 적용한 현혈자 모집 캠페인에서 DITF 기법의 주 효과가 나타날 것이다.

즉 통제집단보다 DITF를 적용한 실험집단의 순응률이 더 높게 나타날 것이다.

**가설2-1.** DITF를 적용한 집단이라도 단순 DITF 집단보다 표현을 덧붙인 집단(DITF+이성적 프레이밍 및 DITF+감성적 프레이밍 집단)의 순응률이 더 높게 나타날 것이다.

**가설2-2.** 표현을 덧붙인 두 집단 중 DITF+감성적 프레이밍 집단이 DITF+이성적 프레이밍 집단보다 더 높은 순응률을 보일 것이다.

**가설3.** DITF를 적용한 현혈자 모집 캠페인에서 요청자의 공신력과 DITF 집단 유형은 상호작용 효과를 나타낼 것이다. 구체적으로 요청자의 공신력은 감성적 프레이밍보다 이성적 프레이밍 메시지와 결합될 때 더 높은 순응률을 보일 것이다.

### 3. 연구 방법

#### 1) 실험 개요

본 연구의 실험은 2017년 5월 지방 소재 모 대학교 캠퍼스 내에서 실시되었다. 실험은 본 연구자의 수업 수강생 중 실험의도를 가장 잘 알고 있는 학생들로 구성된 2개 조가 담당하였다. 각 조는 남녀 한 명씩 2명으로 구성되어 실험진행은 모두 4명이 담당하였다. 실험진행자들은 별도의 시간을 내어 본 연구자가 실시하는 실험 연구의 목적과 의의, 그리고 실험 진행과 관련된 제반 사항<sup>4)</sup>을 충분히 교육받았다.

#### 2) 실험 방안

본 연구의 실험방안은 2(공신력: 높음/낮음)×4(집단 유형: 단순 DITF 집단/DITF+감성적 프레이밍 집단/DITF+이성적 프레이밍 집단/통제집단)로 하여 모두 8개 집단으로 구성되었다. 각 집단에는 30명 씩 모두 240명의 실험참가자가 할당되었다. 이들 집단은 구체적으로 실험진행자의 공신력과 요청방식에 따라 높은 공신력/단순 DITF 집단, 높은 공신력/DITF+감성적 프레이밍 집단, 높은 공신력/DITF+이성적 프레이밍 집단, 높은 공신력/통제집단, 그리고 낮은 공신력/단순 DITF 집단, 낮은 공신력/DITF+감성적 프레이밍 집단, 낮은 공신력/DITF+이성적 프레이밍 집단, 낮은 공신력/통제집단 등으로 이루어졌다. 여기서 높은 공신력은 실험진행자들이 대한적십자사에서 제공한 현혈 가운을 착용하는 것으로, 낮은 공신력은 이 가운을 착용하지 않고 평상복 차림을 하는 것으로 조작하였다. 따라서 현혈과 관련된 공신력을 상징하는 현혈 가

---

4) 여기에는 처음요청과 목표요청의 구체적 내용, 실험집단 및 통제집단의 유형 및 각 집단 별 요청 방법, 실험참가자에 대한 접근 요령 등이 포함되었다.

운 착용 여부에 따라 실험진행 조는 2개로 나누어지며, 실험내용 및 방식은 각 조에서 모두 동일하게 진행된다.

### 3) 실험 진행

2개 조의 실험진행자들은 위와 같은 실험방안에 따라 본격적인 실험에 착수하였다. 각 조는 서로 다른 지역에서 실험을 진행하였는데, 한 조는 비교적 최근에 신축된 종합강의동 근처에서, 그리고 다른 조는 국제교육관 주변에서 실험을 진행하였다. 두 지역 모두 교내에서 학생들의 왕래가 가장 많은 곳에 속한다.<sup>5)</sup> 각 조의 실험진행자들은 학생들에게 다가가 처음요청과 목표요청을 하게 된다. 처음요청(큰 요청)은 3개월에 한 번씩 2년 간 헌혈을 해달라는 것이며, 목표요청(작은 요청)은 단 한 번만 헌혈을 해달라는 내용이다. 먼저 단순 DITF 집단의 실험은 앞에서 언급한 바와 같이 실험진행자들이 실험참가자들에게 처음요청을 먼저 하고 이것이 거절되면 곧 바로 목표요청을 하는 방식을 취한다. DITF+이성적 프레이밍 집단은 처음요청 후 거절되면 “헌혈은 우리 대학생들의 의무입니다.”라고 적힌 피켓을 들어 보이며 “헌혈은 우리들이 마땅히 해야 하는 것입니다. 우리의 의무를 다 합시다.”는 말과 함께 한 번만이라도 헌혈을 해달라는 목표요청을 한다. DITF+감성적 프레이밍 집단은 DITF+이성적 프레이밍 집단과 동일하게 진행하되, “헌혈은 사랑입니다. 우리의 사랑을 실천합시다.”라는 말이 적힌 피켓과 함께 “헌혈은 타인에 대한 사랑의 표현입니다. 우리 다 같이 우리의 사랑을 행동으로 보여줍시다.”라는 말이 덧붙여진다. 그리고 통제집단에서는 처음요청 없이 한 번만 헌혈해 달라는 목표요청만 이루어진다. 전 집단 모두 실험참가자가 목표요청을 거절하면 “시간 내 주셔서 감사합니다.”라는 인사를 한 후 헤어진다. 각 집단 모두 30명에 대한 처음요청과 목표요청이 끝나고 나면 다음 집단에 대한 요청이 이루어지는 방식을 취한다. 목표요청에 응한 학생들은 미리 준비한 양식지에 자신의 학과, 학년, 이름, 그리고 전화번호를 적게 하였다<sup>6)</sup>. 실험이 모두 끝난 후 본 연구자는 실험에 참가하여 자신의 인적사항을 남긴 학생들에게 일일이 전화를 하여 모든 것이 연구를 위해 설정된 것이었음을 알리면서 가급적 시간을 내어 가까운 혈액원이나 헌혈의 집 등을 방문하여 헌혈을 해 달라는 부탁을 하였다.

---

5) 실험이 진행된 두 건물은 서로 확연히 구별될 뿐만 아니라, 실험진행자들이 실험참가자들에게 교내의 또 다른 장소에서 이와 유사한 요청을 받은 적이 있는지를 확인하면서 진행하였기 때문에 동일인이 서로 다른 요청을 또 다시 받는 경우는 발생하지 않는다.

6) 실험에 참가한 학생들의 성별은 여학생이 56%, 남학생이 44%로 나타났으며, 학년별로는 1학년이 35%, 2학년이 33%, 3학년이 27%, 그리고 4학년은 5%의 분포를 보였다. 아울러 참가 학생들의 학과는 광고홍보학과 등을 비롯하여 모두 23개 학과로 조사되었다.

다.

## 4. 연구 결과

본 연구의 <가설1>은 현혈자 모집에서 집단 유형을 막론하고 요청자의 공신력이 높을수록 DITF의 순응률이 더 높을 것으로, 그리고 <가설2>는 DITF를 적용한 집단이 통제집단보다 더 높은 순응률을 보일 것이라고 예측하였다. <가설2-1>은 DITF 기법을 적용한 집단이라도 단순 DITF 집단보다 이성적 혹은 감성적 표현이 첨가된 DITF 집단의 순응률이 더 높을 것이라는 예측이다. 나아가 <가설2-2>는 표현을 덧붙인 집단이라도 감성적 프레이밍 집단이 이성적 프레이밍 집단보다 더 높은 순응률을 보이리라는 것이다. 그리고 <가설3>은 요청자의 공신력은 감성적으로 프레이밍 된 메시지보다 이성적으로 프레이밍 된 메시지와 결합될 때 더 높은 순응률을 나타낼 것이라고 예측하고 있다. <표 1>에는 여기에 대한 결과가 나타나 있다. 먼저 요청자의 공신력을 높게 조작하였을 경우에는 51명(43%), 낮게 조작하였을 경우에는 47명(39%)이 각각 현혈에 동의한 것으로 조사되었다. 아울러 집단 별 순응 정도를 보면 DITF+이성적 프레이밍 집단이 33명(55%), DITF+감성적 프레이밍 집단이 29명(48%), 단순 DITF 집단이 20명(33%), 그리고 통제집단이 16명(27%)으로 분석되었다. 전반적으로 본 연구에서는 전체 실험참가자 240명 가운데 41%에 해당하는 98명이 목표요청에 응한 것으로 나타났다.

본격적인 가설 검증을 위해 목표요청 수락 정도를 종속변인으로 하고 요청자의 공신력과 집단 유형을 각각 독립변인으로 하는 이원 변량분석(two way ANOVA)을 실시하였다.<sup>7)</sup> <표2>에는 여기에 대한 결과가 제시되어 있다. 먼저 공신력의 주 효과는 나타나지 않았다. 즉 높은 공신력 집단과 낮은 공신력 집단 간에 목표요청 순응 정도는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 따라서 <가설1>은 지지되지 못하였다. 그렇지만 집단 유형별 주 효과는 부분적으로 관찰되었다. 먼저 DITF+이성적 프레이밍 집단과 DITF+감성적 프레이밍 집단은 모두 통제집단보다 높은 순응률을 보였다.<sup>8)</sup> 그렇지만 단순 DITF 집단은 통제집단과 유의한 차이가 발견되지 않아 <가설2>는 부분지지 되었다고 볼 수 있다. <가설2-1>은 표현을 덧붙인 DITF 집단이 단순 DITF 집단보다 더 높은 순응률을 보일 것이라는 예측이다. 분석결과 두 개의 표현 집단 중 DITF+이성적 프레이밍 집단은 단순 DITF 집단보다 더 높은 순응률을 보였으나, DITF+감성적 프레이

---

7) 본 연구에서와 같이 명목화된 자료(dichotomized data)라 하더라도 자유도가 충분히 클 경우(df>20)에는 변량분석이 가능하다(Goldman, Kiyohara, & Pfannensteil, 1985; Grison & Kim, 2011).

8) DITF+이성적 프레이밍 집단 vs. 통제집단:  $t=7.60$ ,  $p<.05$ /DITF+감성적 프레이밍 집단 vs. 통제집단:  $t=5.81$ ,  $p<.05$

딩 집단은 그렇지 못한 것으로 드러났다. 따라서 <가설2-1>도 부분지지 되었다.<sup>9)</sup> <가설2-2>는 DITF+감성적 프레이밍 집단이 DITF+이성적 프레이밍 집단보다 더 높은 순응률을 보일 것이라는 예측인데, 분석결과 두 집단 사이에 유의한 차이가 발견되지 않아 <가설2-2>는 지지되지 못하였다. 마지막으로 <가설3>도 지지되지 못하였는데, 요청자의 높은 공신력과 결합한 DITF+이성적 프레이밍 집단이 DITF+감성적 프레이밍 집단 보다 더 큰 순응률을 보일 것으로 기대했지만 결과는 그렇지 못한 것으로 나타났다. 결론적으로 <가설1>과 <가설2-2>, 그리고 <가설3>은 지지되지 못하였고, <가설2>와 <가설2-1>만 부분지지 되었다.

표 1. 요청자의 공신력 및 집단 유형별 목표요청 순응 정도

	단순DITF	DITF+이성	DITF+감성	통제	계
높은 공신력	11(.37)	17(.57)	14(.47)	9(.30)	51(.43)
낮은 공신력	9(.30)	16(.53)	15(.50)	7(.23)	47(.39)
계	20(.33)	33(.55)	29(.48)	16(.27)	98(.41)

주: 셀 안의 숫자는 목표요청을 수락한 학생 수이며, 괄호 안 숫자는 수락률임.

표 2. 요청자의 공신력 및 집단 유형의 주 효과/상호작용 효과

	평균제곱	F	p
공신력	4.50	2.07	.25
집단유형	85.0	28.33	.03*
공신력×집단유형	5.50	2.75	.48

\*p<.05

## 5. 결론 및 토의

본 연구는 설득커뮤니케이션 분야에서 중요한 위치를 차지하고 있는 단계적 순응 기법 중 DITF(일보후퇴 이보전진 전략)를 이용하여 현재 어려움을 겪고 있는 현혈 사업 활성화 방안을 모색하기 위해 진행되었다. 연구목적 달성을 위해 본 연구에서는 2(공신력)×4(집단유형) 실험방안에 근거하여 5개의 연구가설이 설정되었다. 가설 검증 결과 <가설2>와 <가설2-1>만 부분지지되었고, <가설1>과 <가설2-2>, 그리고 <가설3>은 지지되지 못하였다.

9) DITF+이성적 프레이밍 집단 vs. 단순 DITF 집단:  $t=5.80$ ,  $p<.05$

요청자의 공신력과 관련된 선행연구 결과에 의하면 요청자의 공신력은 독자적으로 혹은 DITF와 같은 설득기법에 사용되었을 경우 유의한 효과가 있는 것으로 나타났지만 본 연구에서는 그렇지 못한 것으로 드러났다. 치알디니(Cialdini, 2001)는 순응기법이 성공하는 몇 가지 이유 중 권위(authority)를 들고 있다. 여기서 권위란 일종의 영향력이라고 볼 수 있는데, 전문가의 의견이 설득력이 높은 이유는 그들이 해당 분야에서 권위자이기 때문에 우리에게 영향력을 행사할 수 있다는 것이다. 이렇게 볼 때 본 연구에서 공신력의 효과가 발생하지 않은 이유는 피요청자가 요청자로 부터 어떤 전문성이나 권위 같은 것을 못 느꼈기 때문일 수도 있다. 실험진행자인 현혈 요청자들이 현혈 기관에서 제공받은 현혈 가운을 입고 있기는 하였지만, 이들은 현혈 기관에서 일하는 상근 직원이 아니라 피요청자들과 마찬가지로 대학생이기 때문에 피요청자 입장에서는 요청자에게서 어떤 전문성이나 권위 같은 것을 지각하지 못했을 수도 있다는 것이다. 따라서 이러한 상황에서는 공신력의 효과가 발생하기 어려웠을 것으로 판단된다.

한편 본 연구에서는 이러한 공신력의 주 효과 부재가 공신력과 DITF 집단 유형과의 상호작용 효과까지 나타나지 않은 것으로 이어졌다. 여기에는 요청자의 공신력 고하를 막론하고 두 개의 표현 집단 간에 유의한 차이가 발생하지 않은 것이 가장 큰 요인 중 하나로 지적될 수 있다. 앞서 제시한 선행연구를 바탕으로 한 분석에 의하면 설득기법에 표현을 덧붙이지 않는 것 보다 덧붙이는 것이, 그리고 표현을 한다면 이성적 프레이밍보다 감성적 프레이밍 방식이 더 효과적이라는 예측이 가능하였다. 그렇지만 요청자의 공신력은 감성적 프레이밍 보다 이성적 프레이밍과 결합할 경우 더 높은 순응률을 보일 것이라고 예측하였다. 분석결과 본 연구에서는 가설에서 예측한 바와 다른 결과가 도출되었다. 그 이유는 다양하게 접근할 수 있겠지만, 우선 실험연구에서 흔히 나타나기 쉬운 이른바 실험진행자 선정과 실험처치 간의 상호작용 효과(이명천·김요한, 2005; Kerlinger & Lee, 2000)를 들 수 있다. 본 연구자가 이 연구를 진행할 때 학과 학생들을 대상으로 실험진행자를 공모하였는데, 최종적으로 선발된 학생들은 다른 학생들에 비해 매우 적극적인 학생들이었다. 본 연구자는 학생들에게 최대한 객관적이고 가치중립적으로 교육을 한다고 하였지만 실험진행자인 학생들 입장에서는 결과 지향적으로 실험을 진행하였을 가능성도 배제할 수 없다. 실험진행자 입장에서는 단 한 명이라도 더 많이 현혈 수락을 받아내어야겠다는 의욕이 앞선 나머지 실험참가자에게 현혈을 호소할 때 이성적 프레이밍과 감성적 프레이밍 간의 구분이 모호해졌을 가능성도 있다는 것이다. 이를테면 언어 자체는 이성적으로 프레이밍된 것이지만 전달하는 사람이 자신의 감정을 실어 감성적으로 애뜻하게 호소하게 되면 이성적 프레이밍 본래의 성격이 무색해 지면서 감성적 프레이밍과 거의 유사한 방식으로 전달되었을 수도 있다는 것이다. 만일 이런 일이 발생하였다면 이성적 프레이밍도 감성적 프레이밍과 비슷하게 감성에 소

구하는 방식으로 진행되어 결국 모두 유사한 방식의 프레이밍으로 실험이 진행되었을 가능성도 배제할 수 없을 것이다. 이렇게 되면 자연히 DITF+이성적 프레이밍 집단과 DITF+감성적 프레이밍 집단 간의 순응률은 차이가 나타날 수 없었을 것이다. 그런데 또 하나 문제는 이러한 추론이 가능하다고 하더라도 DITF+이성적 프레이밍 집단은 단순 DITF 집단보다 순응률이 더 높게 나왔는데 반해, DITF+감성적 프레이밍 집단은 단순 DITF 집단과 비교해 유의한 차이가 나타나지 않은 이유를 명쾌하게 설명하기 어렵다. 여기에는 단순 DITF 집단은 통제집단과 유의한 차이가 드러나지 않아 DITF 기법 자체의 효과가 의문시 될 수도 있는 상황이다.

그렇지만 두 표현 집단과 달리 단순 DITF 집단만 통제집단과 비교해 유의한 차이가 나타나지 않은 이유는 두 가지 측면에서 설명이 가능하다. 먼저 호손 효과(Hawthorne effect)이다. 원래 호손 효과란 실험참가자가 연구자의 의도를 간파하여 실험 결과에 영향을 미치는 현상을 말하는데(이명천 · 김요한, 2005; Kerlinger & Lee, 2000), 여기서는 실험참가자가 아니라 실험진행자에 의해 이 효과가 나타났을 수 있다. 다시 말해 실험진행자가 본 연구자의 실험의도를 오해하여 단순 DITF 집단보다 실험진행자의 설득적 노력이 상대적으로 더 많이 요구되는 두 표현 집단의 순응률이 더 높아야 한다는 기대된 당위성으로 인해 이 집단들의 순응률 향상을 위해 더 노력했을 수도 있다는 것이다. 다음으로 이러한 호손 효과 이외에도 나타날 수 있는 현상은 성숙(maturation)이다. 성숙은 실험연구에서 사전검사와 사후검사 사이에 나타나는 실험참가자들의 정신적 혹은 육체적 변화를 말한다(Babbie, 1998). 여기서는 실험이 진행되면서 실험진행자들이 경험하게 되는 실험 상황에 대한 익숙함 등을 의미한다고 볼 수 있다. 앞서 언급하였듯이 각 조별 실험진행자들이 실험을 진행할 때 집단별 요청 순서는 단순 DITF 집단, DITF+이성적 프레이밍 집단, DITF+감성적 프레이밍 집단, 그리고 통제집단 등으로 이어진다. 즉 단순 DITF 집단에 대한 실험을 가장 먼저 하게 되는데, 어느 실험에서나 맨 처음 진행되는 집단에서는 실험진행자가 다소 긴장하여 어색한 말투나 몸짓 등이 나올 가능성이 높아 실험참가자에 대한 설득 확률이 다소 낮아질 수도 있다. 그렇지만 시간이 지날수록 실험진행자의 요청 행동은 안정을 되찾아 통제집단을 제외한 나머지 두 표현 집단에서는 상대적으로 더 많은 실험참가자들의 순응을 얻어내었을 가능성도 있다는 것이다.

한편 본 연구에서 설정된 가설은 아쉽게도 제대로 지지되지 못한 결과가 나왔다. 구체적으로 5개의 가설 중 2개만 부분지지 되었고, 나머지 3개는 지지되지 못하였다. 이러한 이유에 대해 본 연구자는 실험진행 과정에서 발생할 수 있는 다양한 요인들의 작용을 들어 설명하였다. 예컨대, 실험진행자 선정과 실험처치 간의 상호작용 효과, 호손효과, 성숙 등이 그것이다. 그런데 이러한 요인들 외에도 또 다른 중요한 요인을 고려할 수 있는데 그것은 바로 실험도구의 조작점점



(manipulation check)이다. 본 연구에서 조작화 처치가 필요한 부분은 실험진행자 공신력의 높고 낮음, 처음 요청과 목표요청에 대한 실험참가자들의 지각적 차이, 그리고 실험진행자가 현행 요청을 할 때 표현의 프레이밍 방식(이성적 및 감성적 프레이밍) 등으로 나누어 볼 수 있다. 그런데 이 같은 사항들에 대한 조작점검을 제대로 시행했어야 함에도 불구하고 본 연구자는 선행 연구(Ebster & Neumayer, 2008; Williams & Williams, 1989)의 관행에 따라 간편하게 진행한 측면을 부인할 수 없다. 이러한 측면에서 볼 때 공신력의 차이에 따른 목표요청의 순응 정도를 알아보는 <가설1>이 지지되지 못한 이유는 앞서도 언급하였듯이 실험참가자들이 현행 가운을 착용한 실험진행자와 착용하지 않은 실험진행자 간의 공신력 차이를 분명히 인지하지 못했을 가능성이 있을 것이다. 따라서 이러한 가능성을 사전에 차단하기 위해서는 사전에 또 다른 대학생들을 대상으로 공신력 조작점검이 제대로 이루어졌어야 했다는 것이다.

동일한 맥락에서 본 연구에서는 처음요청과 목표요청 간의 차이를 어느 정도로 해야 가장 바람직한 결과를 얻을 수 있을 것인가에 대한 사전점검 또한 미흡한 상태로 실험이 진행되었다. 이를테면 본 연구에서 처음요청은 3개월에 한 번씩 2년간 현행을 해 달라는 것이었고, 목표요청은 단 한 번의 현행 요청이었다. 여기서 실험참가자들로 하여금 목표요청을 쉽게 수락하게 하려면 처음요청과 목표요청 간의 현행 횟수 차이를 어느 정도로 설정하는 것이 가장 효율적인지에 대한 사전점검이 이루어졌어야 했는데 그렇지 못했다는 것이다. 표현의 프레이밍에 관해서도 마찬가지이다. 본 연구에서 제시된 표현의 프레이밍 명칭인 이성적 프레이밍과 감성적 프레이밍은 본 연구자가 임의로 설정한 것인데, 이것조차도 실험참가자들이 현행은 우리의 의무를 이성적으로, 그리고 현행은 우리의 사랑을 감성적으로 받아들이는지에 대한 사전 검토가 세밀하게 이루어졌어야 했다는 것이다. 향후에는 이러한 점들을 보완한 연구가 진행되어 설득기법의 효율성에 관한 논의가 더 풍성하게 진행되어야 할 것이다.

이러한 아쉬움에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 의미를 가지고 있다. 무엇보다 본 연구는 대학생을 대상으로 한 현행 캠페인에서 단계적 순응 기법 중 하나인 DITF 기법을 적용한 최초의 연구로 보여 진다. 지금까지 DITF는 영리적 · 비영리적 등 다양한 상황에 적용되어 왔는데 본 연구에서처럼 대학생 대상의 현행 캠페인에 적용된 경우는 국내외적으로 거의 찾아볼 수 없다. 이런 측면에서 본 연구는 설득기법 특히 DITF의 적용 영역 확장에 큰 기여를 하고 있다고 볼 수 있다. 둘째, 지금까지 설득기법 분야에서 표현의 효과와 관련한 연구는 주로 FITD에서 이루어졌을 뿐만 아니라, 그 효과도 주로 긍정적 혹은 부정적 표현의 영향력을 비교하는 정도에 머물렀다. 그렇지만 본 연구는 DITF에 표현의 효과를 집중시키고 있으며 효과의 유형도 지금까지 시도된 적이 거의 없는 이성적 혹은 감성적 프레이밍 방식으로 구분하여 이 두 가지 방식의 효과

를 기존의 방식과 비교하고자 하였다. 결과적으로 프레이밍 방식에 따른 표현 효과의 차이는 완전하게 나타나지 않았지만 이러한 작업은 FITD 및 DITF를 포함한 단계적 순응 기법의 효과 확장과 관련하여 중요한 시도라고 여겨진다. 셋째, 본 연구결과는 향후 현혈과 관련한 캠페인에서 중요한 실무적 지침을 제공하고 있다. 일반적으로 현혈에 영향을 미치는 요소는 매우 다양하겠지만 적어도 본 연구의 결과에 따르면 요청자의 공신력은 유의한 영향을 미치지 못할 것이라는 점이다. 더구나 요청자의 공신력은 DITF 기법과 결합하였을 경우에도 차별적 효과를 나타나지 못하였다. 그렇지만 앞에서 살펴본 바와 같이 요청자의 공신력과 DITF 기법의 상호작용 효과가 발생하였다는 선행연구(Ebster & Neumayer, 2008) 결과가 있기 때문에 이 부분에 관해서는 앞으로 추가연구가 진행되어야 할 것이다. 더구나 본 연구에서 공신력 효과의 부재가 공신력 그 자체가 아니라 공신력 조작의 미비로 발생한 것이라면 이 부분을 보완한 후속연구가 더욱 필요해 보인다. 아울러 향후 연구에서는 요청자의 공신력이 아닌 친숙성이나 호감성 같은 매력성이 현혈 증대에 어떤 영향을 미칠지 확인해 볼 필요가 있다. 정보원천 효과의 또 다른 축으로 매력성의 주 효과와 이것이 설득기법과 결합된 효과도 아울러 살펴볼 가치가 있다는 것이다. 넷째, 향후 현혈자 모집과 관련한 DITF 기법을 사용할 때에는 단순한 형태의 DITF 보다는 해당 기법에 그것이 이성적이든 감성적이든 일정한 프레이밍을 통한 표현을 덧붙이는 것이 그 효과를 조금이라도 높이는데 도움이 될 가능성은 열려 있다고 본다. 특히 본 연구에서는 이성적 프레이밍 집단과 감성적 프레이밍 집단 간에 순응률 차이가 없는 것으로 나타났지만, 이 두 집단에 대한 실험상황을 더 엄격하게 적용했다면 애당초 설정한 가설이 제대로 지지되었을 가능성도 충분히 있다고 판단된다.

본 연구의 한계 및 향후 연구를 위한 제언을 하면 다음과 같다. 먼저 본 연구는 대학 캠퍼스 내에서 대학생들을 대상으로 진행되었기 때문에 연구 결과의 일반화에 주의를 요한다. 현장실험의 경우 행인의 왕래 빈도나 장소의 분위기 등 주변상황에 민감하기 때문에 동일한 실험이라도 이러한 상황적 요인의 영향을 많이 받을 수 있다. 예컨대, 이 실험이 대학 캠퍼스가 아닌 일반인이 다니는 길거리에서 진행되었다면 그 결과가 다르게 나왔을 가능성도 있다는 것이다. 둘째, 본 연구에서 조사된 순응률은 현혈을 하겠다고 약속한 동의율이지 실제 현혈에 참여한 수치가 아니다. 일반적으로 사회과학에서 행동의도와 실제 행동 사이에는 높은 상관관계가 있다고 여겨지지만, 실제로는 상당한 차이가 있을 수 있다. 특히 장기기증이나 현혈 등과 같이 자신의 신체의 일부를 타인에게 공여하는 행위는 관여도가 매우 높은 상황이기 때문에 처음의 동의가 실제 행동으로 이어질 가능성은 기대한 것 보다 낮을 수 있을 것이다. 셋째, 일반적으로 실험 상황에서 자주 발생할 수 있는 실험참가자 선정 상의 오류도 주의해야 한다. 즉 실험에 참여하여 현혈 동의를

한 사람들이 설득기법의 효과와 무관하게 원래부터 헌혈에 대해 긍정적인 생각을 하고 있었던 사람들이 있을 수 있다는 것이다. 이럴 경우 본 연구의 결과는 전적으로 설득 기법의 효과라고 보기 어렵다. 넷째, 본 연구에서는 단계적 순응 기법을 기본적인 2단계에 의존하였지만, 그 단계를 확장한 3단계 연구도 가정할 수 있다. 이럴 경우 요청은 처음요청, 중간요청, 그리고 목표요청 등으로 이루어지는데, 여기서는 추가된 중간요청이 목표요청의 순응률 향상에 얼마나 기여하는지가 논의의 핵심이 된다. 향후에는 이러한 점을 감안한 다양한 실험설계가 이루어져야 할 것이다.

## 참고문헌

- 권예지·나은영 (2011). 정보원의 공신력과 이성적·감성적 메시지 유형이 사회 적지지, 태도, 건강행동의도에 미치는 영향: 건강 관련 검색 서비스의 답변을 중심으로. <한국언론학보>, 55권 5호, 128-157.
- 김정현 (2006). <설득 커뮤니케이션의 이해와 활용>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이명천·김요한 (2005). <광고연구방법론>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이현우 (2005). <한국인에게 가장 잘 통하는 설득전략 24>. 서울: 더난출판.
- 차동필 (2012). 대학기부금 증대를 위한 설득기법의 활용: 일보후퇴 이보전진 전략의 적용. <언론과학연구>, 12권 2호, 478-501.
- 차동필 (2015). 요청자의 국적과 표현 유형이 다문화 학생들을 위한 멘토 수락 여부에 미치는 영향에 관한 연구: 문전 걸치기 기법을 중심으로. <한국광고홍보학보>, 17권 4호, 173-193.
- 대한 적십자사 혈액관리 본부(2017). URL: <http://www.bloodinfo.net/main.do>
- 대한 적십자사 혈액사업 통계연보(2015). URL: [http://www.bloodinfo.net/promotion\\_yearstats.do](http://www.bloodinfo.net/promotion_yearstats.do)
- 한국대학신문(2017.03.23). “혈액이 부족합니다”대학가“헌혈 한파” URL: <http://news.unn.net/news/articleList.html>
- Abrahams, M., & Bell, R. (1994). Encouraging charitable contributions: An examination of three models of door-in-the-face compliance. *Communication Research*, 21, 131-153.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
- Babbie, E., (1998). *The Practice of Social Research*. 7th (Ed.). Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Bell, R., Abrahams, M., Clark, C., & Schlatter, C. (1996). The door-in-the-face compliance strategy: An individual differences analysis of two models in an AIDS fund raising context. *Communication Quarterly*, 44, 107-124
- Cathy, H. C. H., & Songshan, H. (2012). An extension of the theory of planned behavior model for tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 36(3), 390-417.
- Charles-Sire, V., Guéguen, N., Pascual, A., & Meineri, S. (2012). Words as environmental cues: The effect of the word “Loving” on compliance to a blood donation request. *The*

*Journal of Psychology*, 146(5), 455-470.

- Cialdini, R. B., & Ascani, K. (1976). Test of a concession procedure for inducing verbal, behavioral, and further compliance with a request to give blood. *Journal of Applied Psychology*, 61, 295-300.
- Cialdini, R. B. (2001). *Influence: Science and practice*. Boston: Allyn and Bacon.
- Cialdini, R. B., & Guadagno, R. E. (2004). Sequential Request Compliance Tactics. In J. S. Seiter & R. H. Gass (Eds.), *Perspectives on persuasion, social influence, and compliance gaining* (pp. 207-222). Boston: Pearson Education.
- Dillard, J. P., Hunter, J., & Burgoon, M. (1984). Sequential-request persuasive strategies: Meta-analysis of foot-in-the-door and door-in-the-face. *Human Communications Research*, 10, 461-488.
- Dillard, J. P., Hunter, J., & Burgoon, M. (1984). Sequential-request persuasive strategies: Meta-analysis of foot-in-the-door and door-in-the-face. *Human Communication Research*, 10, 461-488.
- Ebster, C., & Neumayr, B. (2008). Applying the door-in-the-face compliance technique to retailing. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18(1), 121-128.
- Freely, T. H., Anker, A. E., & Aloe, A. M. (2012). The Door-in-the-face persuasive message strategy: The first 35 years. *Communication Monographs*, 79, 316-343.
- Goldman, M., Kiyohara, O., & Pfannensteil, D. (1985). Interpersonal touch, social labeling, and the foot-in-the-door effect. *The Journal of Social Psychology*, 125, 143-147.
- Goldman, M., Seever, M., & Seever, M. (1982). Social labeling and the foot-in-the-door effect. *The Journal of Social Psychology*, 117, 19-23.
- Grissom, R. J., & Kim, J. J. (2011). *Effect sizes for research: Univariate and multivariate applications*. London: Routledge.
- Guéguen, N. (2001). Social labeling and compliance: An evaluation of the link between the label and the request. *Social Behavior and Personality*, 29(8), 743-748.
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15, 635-650.

- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of Behavioral Research, 4th* (Ed.). FL: Harcourt Inc.
- Latané, B. (1981). Psychology of social impact. *American Psychologist, 36*, 343-356.
- Meineri, S., Dupré, M., Guéguen, N., & Vallée, B. (2016). Door-in-the-face and but-you-are-free: Testing the effect of combining two no-pressure compliance paradigms. *Psychological Reports, 119*(1), 276-289.
- Millar, M. (2002). The effectiveness of the door-in-the-face compliance strategy on friends and strangers. *The Journal of Social Psychology, 142*, 295-304.
- O'Keefe, D., & Hale, S. (1998). The door-in-the-face influence strategy: A random effects meta-analytic review. In M. E. Roloff (Ed.), *Communication Yearbook 21*(pp. 1-33). Thousand Oaks, CA: Sage.
- O'Keefe, D., & Hale, S. (2001). An odds-ratio-based meta-analysis of research on the door-in-the-face influence strategy. *Communication Reports, 14*, 31-38.
- Pascual, A., & Guéguen, N. (2005). Foot-in-the-door and door-in-the-face: A comparative meta-analytic study. *Psychological Reports, 96*, 122-128.
- Perrine, R. M. & Heather, S. (2000). Effects of picture and even-a-penny-will-help appeals on anonymous donations to charity. *Psychological Reports, 86*, 551-559.
- Steele, C. M. (1975). Name-calling and compliance. *Journal of Personality and Social Psychology, 31*, 361-369.
- Williams, K., & Williams, K. B. (1989). Impact of source strength on two compliance techniques. *Basic and Applied Social Psychology, 10*(2), 149-159.

최초 투고일 2018년 2월 9일  
 게재 확정일 2018년 5월 11일  
 논문 수정일 2018년 6월 1일

Abstract

# Effects of the Credibility of Requester and the Style of Request on the Compliance Rate

## Applying the Door-in-the-Face Technique to the Blood Donation

**Dongpil Cha**

Professor, Silla University

This study was schemed to increase the rate of blood donation among college students applying door-in-the-face tactics which is one of the most representative compliance skills. For accomplishing the object of research, this paper adopted 2(credibility of requester)×4(style of groups) factorial design. The results showed that main effect of requester's credibility was not produced. In other words, there was no difference between high and low credibility groups in terms of compliance rate. Both higher credibility of requester and DITF+rational framing group was expected to be more effective than both higher credibility of requester and DITF+ emotional framing one. But no difference was revealed between them. Both DITF+rational framing group and DITF+emotional framing one revealed higher compliance rates than control group, but no difference was found between two labeling experimental groups. The alternative explanation for this result, limitation of research and suggestion for future research were presented.

**Keywords:** sequential request technique, DITF(door-in-the-face), credibility, emotional framing, rational framing