

# 수용자 중심의 정책수용 및 확산 모델에 관한 연구: 정책의 속성과 집행기관의 커뮤니케이션 특성을 중심으로

이 유 나 · 한국의국어대학교 미디어커뮤니케이션학부 부교수, 커뮤니케이션박사  
김 유 신 · 부산대학교 전자전기공학부 교수, 과학철학박사  
이 진 용 · 중앙대학교 경영학부 교수, 경영학박사

매체환경이 급변하고 시민의식이 성장하면서, 기존 송신자 중심 정부정책 소통 모델의 실효성이 약화되고 있다. 본 연구는 이러한 문제의식에서 출발하여 수용자 중심의 정책 홍보 및 확산 모델을 제안하였다. 구체적으로, 3가지 유형의 정책을 선정하여 기존의 정책 확산 논의에서 주로 활용되었던 정책 자체의 특성과 함께 PR학의 관점에서 집행기관의 커뮤니케이션 특성과 채널 등의 요소를 동시에 고려하여 국민(수용자)들의 정책 수용 및 확산의도를 파악하였다. 연구 결과 3가지 정책 모두 매체신뢰도와 정책에 대한 태도가 정책에 대한 의사결정과 확산의도에 영향을 주는 것으로 나타났으며, 정책에 대한 태도는 정책유형 별로 각기 다른 정책 자체의 특성과 집행기관의 커뮤니케이션 특성요인에 의해 영향을 받고 있음을 확인하였다. 이를 바탕으로 연구합의에서는 정책 유형에 따른 세분화, 차별화된 메시지전략과 함께 효과적 매체활용 방안을 제시하였다.

## 1. 서론

정부의 성공적인 정책수행과 확산에 있어 국민의 이해와 협력을 얻는 것은 무엇보다 중요한 일이다. 그러나 우리나라 정부가 정책 확산을 위한 국민소통 중요성을 인식하고 효과적인 정책홍보에 대해 관심을 갖게 된 것은 사실 그리 오래되지 않았다. 과거 정부 정책들은 국민의 동의를 얻지 못한 채로 일방적

으로 집행이 된 경우가 많았으며, 정부가 정책홍보에 적극적으로 관심을 갖기 시작한 것은 1997년 금융위기 등 국가적 차원의 시련을 겪으면서였다 (황상재, 손동영, 조용현, 박성순, 2012).

우리나라 정부는 전통적으로 주요 언론사를 정부 정책 확산의 주요 채널로 보고, 기자들을 가장 중요한 공중으로 여겨왔다. 인쇄 매체인 신문과 지상파 방송사 등의 대중 매체들이 가장 주요한 커뮤니케이션

주제어 : 정책PR, 행정PR, 국민소통, 혁신확산 모델

\*이 논문은 2010년도 정부 자원(교육과학기술부 인문사회연구역량강화사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음 (NRF-2010-330-B00285).

채널이 되어 왔으며 이러한 채널들을 매개로 하여 국민들에게 소통하는 것이 주요한 정책홍보 모델이었다. 그러나 매체환경이 급변하고 시민의식이 성장하면서, 이러한 모델에 대한 재고의 필요성이 대두되기 시작하였다. 소셜미디어 서비스의 폭발적인 성장으로 대변되는 뉴미디어의 발달과 종합편성채널의 등장, 인터넷 매체들의 난립 등, 국민들은 보다 다양한 정보 채널을 보유하게 되었을 뿐 아니라 직접 의견을 개진하고 정보를 생산하는 능동적인 주체로 변모하게 되었다. 이러한 시대적 상황에 따라 최근 정부정책에 있어서 시민들의 실질적인 참여를 보장하기 위한 노력들이 전 세계적으로 이루어지고 있다. 주요 선진국들은 전자정부 사이트나 공공정책 홈페이지를 ‘블로그’나 ‘위키피디아’ 등 웹 2.0 플랫폼 기반의 정책서비스 환경으로 개편하고, ‘유튜브(Youtube)’, ‘페이스북(Facebook)’, ‘트위터(Twitter)’ 등과 연계해서 정부정책의 온라인 홍보뿐만 아니라 국민의 의견을 직접 수렴하는 등 국민과의 쌍방향적인 정책 소통을 전개함으로써 정책의 투명성, 정당성 및 효율성을 크게 제고시키고자 노력하고 있다.

정부정책 홍보 환경이 변모함에 따라 기존의 송신자 중심 소통 모델의 실효성이 악화되고 있는 가운데, 보다 수용자 중심적인 정책 홍보 혹은 확산 모델 개발이 필요하게 되었다. 본 연구는 이러한 문제의식에서 출발하고 있다고 볼 수 있다. 특히 본 연구에서는 최근 들어 수용자 중심, 혹은 공중 중심의 커뮤니케이션 관리로 재정의 되고 있는 PR학의 관점에서 정책소통의 문제를 다루고자 한다. 지금까지의 정책 확산 연구들은 국민들의 정책에 대한 수용과 태도를 살피는 데 있어 정책자체의 속성, 집행기관들의 커뮤니케이션 특성이나 채널 등의 요소를 함께 고려한 경우가

많지 않았다. 이에, 공중과의 효과적인 커뮤니케이션을 주요한 주제로 다루어 온 PR적 관점은 유효한 결과도출에 도움이 될 것으로 판단하였다.

본 연구에서는 행정학, PR학, 커뮤니케이션학 등 학제적인 문헌 연구를 바탕으로 하여 수용자 중심의 정책소통 및 확산모델의 개발을 시도하고자 한다. 다시 말해, 본 연구의 궁극적인 목표는 정부 정책에 대한 국민의 동의와 지지 확보를 이끌어 내는 데 보다 효율적인 소통 방법은 무엇인가를 실증연구를 통해 탐색해 보고 정책홍보 실무를 위한 구체적인 제언을 도출해 내는 것이다.

## 2. 기존 연구 검토 및 이론적 배경

사회과학에서 확산이란 하나의 아이디어나 신기술, 새로운 시스템 등이 사회체계 구성원들 사이에서 시간의 경과에 따라 특정 채널을 통해 커뮤니케이션 되는 과정을 의미한다(Rogers, 2003). 김대진과 안빛(2012) 역시 같은 맥락에서 사상이나 신기술, 아이디어의 확산(diffusion)이란 특정 조직이나 공동체, 체제에 의해 수용 및 활용되는 것을 의미한다고 하였다. 이를 정책에 적용하였을 때, 각종 정책 또한 새로운 시스템 혹은 아이디어로서 확산 될 수 있으며 정부와 지지체 뿐 아니라 일반 국민 또한 확산 대상에 해당한다. 본 논의에서는 기존 정책 관련 확산 연구와 함께 경영, 기술 등 다양한 분야의 확산 연구를 비교·분석하여 새로운 연구지향점을 모색하고자 한다.

## 1) 수용 및 확산관련 기존 연구 경향

### ① 정책관련 수용 및 확산 연구 경향

본 연구에서는 정책관련 수용 및 확산 연구문헌을 확산 대상(지자체와 일반시민)과 연구방법(이론정립연구, 실증연구-질적·양적 연구방법)을 기준으로 분류 및 분석하였다.

#### 가. 확산 대상에 따른 분류

정책 확산과 관련한 기존 연구들을 확산 대상에 따라 분류해 보면, 크게 관련 지자체와 시민을 대상으로 하는 연구로 나누어 볼 수 있다. 먼저 지자체에 초점을 맞추고 있는 연구들을 살펴보면, 남궁근(1994)은 각 지자체의 행정정보공개조례 채택에 미치는 영향 요인으로서 인접지역의 채택여부, 지방회의 특성(규모, 의원평균연령 등), 인구수, 거주민 교육수준, 자치단체의 유형(대도시, 중소도시, 군)을 선정하였다. 이승중(2004) 역시 지방행정정보공개조례를 주제로 하여 지자체의 채택(확산) 추세를 Rogers(2003)의 혁신확산 이론 중 시간요인을 토대로 분석하였다. 최상한(2010)은 각 지방정부의 주민참여 예산제도 채택에 대한 정치적 요인(단체장의 정치성향, 득표율), 사회적요인(주민투표율, 시민단체 수, 인구수), 재정 요인(재정자립도, 사회복지예산), 중앙정부지원 등의 영향력을 파악하였다.

하민지와 서인석, 권기현(2011)은 정책확산의 원동력은 정책을 채택하는 정책행위자(actor)의 동기에 의해 좌우된다고 주장하였다. 그들은 각 지자체의 저소득층 건강보험료 지원 조례 채택여부에 영향을 미치는 요인으로 단체장의 특성과 지역의 환경적 특성(지방세, 인구통계학적 특성 등), 공간적 확산요인을 제시한 바 있다. 김미선과 강황선(2012) 또한

단체장의 정치성향이 조례제정에 영향을 미치는 영향을 파악하였다. 해당 연구자들은 학교급식지원조례 제정여부의 관련 영향 요인으로 각 지방정부의 재정적 요인 및 정치적 요인(단체장의 정치성향), 사회적 요인(지역 내 인구수, 학생수, 주민1인당 지방세) 등을 활용하였다.

학자들은 해당 지자체장의 성향 외에 인접 지자체의 영향력 또한 정책 채택의 주요 영향요인으로 지목한 바 있다(이정철·허만형, 2012; 조일형·이종구, 2012). 이정철과 허만형(2012)은 전국 기초자치단체의 출산장려금 제도도입 실증 연구에서 해당 정책을 먼저 도입한 인접자치단체 수의 증가와 해당 자치구의 합계 출산율 및 인구의 감소가 제도의 확산(도입)에 주요한 영향을 미친다고 밝혔다. 조일형과 이종구(2012)는 서울시 산하 기초자치단체의 방법용 CCTV 도입 확산 연구에서 외부적 요인(재정 지원, 인근 지자체의 채택 여부)과 정치·행정적 요인(각 자치단체장의 관심 및 특성, 선거시기, 재정자립도) 및 사회적 요인(투표율, 인구수, 범죄 발생 및 검거 수)이 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 한편으로 정책 확산연구에서는 김대진과 안빛(2012)이 유일하게 정책 자체의 특성에 주목하여 Rogers(2003)의 혁신확산이론 중 혁신의 인지된 특성을 토대로 버스환승제도가 각 지자체로 확산되는 현상을 분석하였다.

또한 정책 수용자 개인에 초점을 맞춘 연구들에 대하여 살펴보면, 먼저 이동기(2000)는 지자체 내 관련자(관련 부서 공무원)를 대상으로 모방요인(타 부서 혹은 직원의 수용여부)과 지식요인(관련 교육 및 체험, 전문가 조언) 등이 지리정보시스템 수용의 사에 미치는 영향을 연구하였다. 박정훈(2008)은 전자주민카드 정책에 관한 일반시민의 수용과정을 경로모형으로 제시하였다. 그는 해당 연구에서 정책

수용도에 영향을 미치는 주요인으로서 정부에 대한 신뢰도를 지목하였으며 해당 요인은 정책에 대한 태도와는 무관하였으나 사용의도에는 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다.

#### 나. 연구방법에 따른 분류

앞서 살펴본 정책관련 수용 및 확산에 관한 연구문헌들을 연구방법에 따라 분류해볼 경우, 이종혁과 황성욱(2012), 하민지, 서인석, 권기현(2011), 하현상과 Susan(2012), Berry와 김대진(2010)을 제외한 연구자들은 모두 양적분석방법을 활용하였다. 질적 분석을 활용한 이종혁과 황성욱(2012)은 정책 홍보(녹색성장의제)를 위한 공익 광고의 특성을 혁신확산이론과 PR관점에서 연구하였다. 그들은 Rogers(2003)의 개혁신론 이론 중 개혁의 단계(지식→설득→결정→실행→확정)에 기초하여 국내에서 방영된 관련 공익광고 다섯 편에 대한 질적분석(포커

스그룹 인터뷰, FGI)을 수행하여 확산 수단으로서 해당 광고의 적합성을 고찰하였다.

Berry와 김대진(2010)은 국내의 정책혁신 확산 연구에 관한 경향을 분석하며 다양한 실증연구와 이론적 모형개발 연구의 필요성을 강조하였다. 하현상, Susan(2012)은 정책확산과정에 있어 네트워크 외부효과의 영향력을 이론적 탐색을 통해 고찰하였다. 그들은 해당 연구에서 외부효과 변인을 반영한 정책확산 모델과 함께 이와 관련된 연구주제를 제안한 바 있다. 이상 논의된 내용을 바탕으로 정책관련 확산연구의 경향을 정리하면 다음과 같다(〈표 1〉참조).

② 비정책관련 분야 수용 및 확산 연구 일반 경향  
정책 외의 혁신확산 관련 연구는 대부분 개인을 주제로 하여 조직의 운영시스템이나 미디어와 관련된 기술의 수용 및 확산을 살펴본 경우이다(김윤환·최영, 2009; 나종연, 2010; 박종구, 2011; 소순후,

〈표 1〉 정책관련 확산연구 분류

연구자(연도)	연구 소재	연구방법	확산 주체
남궁근(1994)	행정정보공개	실증-양적	조직
이동기(2000)	지리정보시스템	실증-양적	개인
이승종(2004)	행정정보공개	실증-양적	조직(지자체)
박정훈(2008)	전자주민카드	실증-양적	개인
최상한(2010)	주민참여예산제도	실증-양적	조직(지자체)
Berry·김대진(2010)	기존 정책 확산 연구	이론적 논의	없음
하민지·서인석·권기현(2011)	건강보험료 지원	실증-양적	조직(지자체)
김대진·안빛(2012)	버스환승제	실증-양적	조직(지자체)
김미선·강황선(2012)	학교급식지원	실증-질적	조직(지자체)
이정철·허만형(2012)	출산장려금지원	실증-양적	조직(지자체)
이종혁·황성욱(2012)	녹색성장의제	실증-질적	없음
조일형·이종구(2012)	CCTV도입	실증-양적	조직(지자체)
하현상·Susan(2012)	기존 정책 확산 연구	이론적 논의	없음

2004; 송희석·김경철, 2006; 유연재, 2011; 장용호·박종구, 2011; 조소영·조규락, 2012; 황석, 2008; Ram & Sheth, 1989).

소순후(2004)는 국내 기업가를 대상으로 신규 경영관리시스템 채택 영향요인을 연구한 결과 해당 시스템 자체적 특성인 유용성과 적합성이 유의미한 영향을 미친다고 주장하였다. 황석(2008)은 대학의 교수진을 대상으로 한 새로운 교육시스템(e-러닝)의 수용여부에 관한 연구에서 해당 기술 자체의 특성(용이성, 복잡성, 관찰)에 대한 개인의 인지가 수용에 주요한 영향을 미친다고 주장하였다. 조소영과 조규락(2012) 또한 초등학교 교사를 대상으로 한 e-러닝 채택 연구에서 로저스(Rogers, 2003)의 혁신특성(혁신의 인지된 특성)이 주요 영향요인임을 밝혔다. 나종연(2010)은 온라인 소셜네트워크서비스(SNS)의 사용 및 확산에 대한 선행요인으로서 기술의 특성과 접근가능성에 주목한 실증연구를 수행하여 해당

요인들의 유의미한 영향력을 검증하였다. 박종구(2011) 역시 대학생을 대상으로 SNS(facebook)의 이용(채택)여부를 혁신의 인지된 특성(Rogers, 2003)과 기술수용모델(TAM) 등을 통합한 모델을 통해 분석하였다. 해당 연구 결과 해당 서비스의 혁신 특성 중 적합성과 시험가능성 및 관찰가능성이 이용의사에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 외 온라인 내 기업 관련 루머의 생성 및 확산 원리 규명 연구(김종현·박기우·권순재, 2010)와 Rogers(2003)의 혁신확산이론을 적용한 대학생 대상 공익 캠페인(에이즈 예방)관련 확산 연구(정의철·이선영, 2008) 등이 있다.

한편 학자들은 혁신의 채택이 아닌 혁신에 대한 저항(거부) 현상을 전자제품, 서비스, 광고, 척도개발 등 다양한 영역에 걸쳐 연구한 바 있다(김윤환·최영, 2009; 송희석·김경철, 2006; 유연재, 2011; 장용호·박종구, 2011; 전홍식·부이응옥중, 2011; Ram&Sheth,

〈표 2〉 비정책 관련 확산 연구 분류

연구자(연도)	연구 소재(확산 대상)	연구방법	확산 주체
Ram & Sheth(1989)	마케팅	이론적 논의	개인
소순후(2004)	경영 관리 시스템	실증-양적	개인
송희석·김경철(2006)	전자상거래 시스템	실증-양적	개인
정의철·이선영(2008)	공익 캠페인	실증-양적	개인
황석(2008)	교육시스템	실증-양적	개인
김윤환·최영(2009)	미디어-IPTV	실증-양적	개인
김종현·박기우·권순재(2010)	루머-온라인게시물	실증-질적	개인
나종연(2010)	미디어-SNS	실증-양적	개인
박종구(2011)	미디어-SNS	실증-양적	개인
유연재(2011)	미디어-IT기기	실증-양적	개인
장용호·박종구(2011)	미디어-SNS	실증-양적	개인
전홍식·부이응옥중(2011)	광고	실증-양적	개인
조소영·조규락(2012)	교육시스템	실증-양적	개인

1989 등). 그러나 해당 연구 역시 혁신의 인지된 특성(Rogers, 2003)을 주요 변인으로 활용한 점에서 기존의 혁신 확산 연구와 맥락을 같이 한다. 이상 비정책 관련 확산 연구들은 개인을 확산 주체로 하여 Rogers(2003)의 혁신 확산 이론 중 혁신의 인지된 특성을 확산의 주요 영향 요인으로 파악한 경향이 있으며 이상의 논의를 정리하면 다음과 같다(〈표 2〉 참조).

### ③ 기존 정책확산 연구의 문제점

#### 가. 개인(시민) 대상 연구의 부족

기존 정책확산 연구들은 주로 특정 정책에 대한 지방자치단위의 채택여부를 논하였으며 정책에 대한 일반 시민들의 인지나 수용 및 확산의도 파악 연구는 매우 드물다. 그러나 다수의 학자들은 정책 수립 및 시행의 전 과정에서 시민의 정책 수용이 중요함을 강조하고 있다(권혁상·오혜영·이장재, 2007; 김세훈, 2006; 김혜정, 2007; 박성민·최윤경, 2005; Berry·김대진, 2010 등). 현대 행정은 공급자가 아닌 수요자 중심으로 변화하고 있으며(김혜정, 2007) 행정기관은 각종 매체의 발달로 인해 시민의 다양한 요구를 수용함과 동시에 보다 신속·편리한 행정서비스를 제공하는 것이 당연시 되었다(김혜정, 2007; 박성민·최윤경, 2005). 정책의 존재 이유는 시민이 필요로 하는 공공서비스를 제공하는 것이다(김세훈, 2006). 그러나 수요자인 시민이 아닌 공급자 중심의 서비스가 제공된다면, 행정기관이 목표한 궁극적 정책효과를 달성하지 못할 가능성이 높아진다(김세훈, 2006). 이는 공급자 중심의 서비스는 시민이 원하는 현장지향적 문제해결이 아니라 예산 배분의 효율성을 강조하는 경우가 많기 때문이다(김

세훈, 2006). 따라서 공급자 중심의 정책 서비스는 시민의 자발적 지지와 참여를 획득하기 어려우며(김세훈, 2006), 이러한 연유로 일반 시민을 대상으로 한 정책 수용 및 확산 연구의 필요성이 증대되고 있다.

#### 나. 확산 영향 요인으로서의 정책속성

개인을 대상으로 한 확산 연구는 앞서 언급한 비정책 관련 확산 연구에서 보다 활발히 논의된 경향이 있다. 정책관련 확산연구들이 혁신(정책) 자체의 속정보다 정책 외부 요인(지자체단장의 성향, 인접 지자체의 수용여부 등)에 주목한 반면 비정책 관련 확산연구들은 혁신 자체의 인지된 특성(Rogers, 2003)을 주 영향요인으로 설정하여 유의한 효과를 검증하였다(김윤환·최영, 2009; 박종구, 2011; 송희석·김경철, 2006; 유연재, 2011; 장용호·박종구, 2011; 전홍식·부이응옥중, 2011; 조소영·조규락, 2012 등).

따라서 정책관련 확산 연구 역시 개인을 대상으로 할 경우 Rogers(2003)의 혁신 확산 이론을 고려할 필요가 있다. Rogers(2003)는 생산기술, 제도, 문화 등 사회 전반에서 발생한 다양한 확산 사례를 종합 및 정리하여 혁신의 확산이론을 정립하였다. 그는 다수의 연구를 종합한 결과 혁신의 인지된 다섯 가지 속성이 혁신의 채택률에 미치는 영향은 전체 변량 중 약 50%를 차지한다고 주장했다. Rogers(2003)의 혁신 확산이론은 다양한 사회과학 분야에 적용되었으며 이와 같은 맥락에서 Walker(1969)는 지방정부가 신규 정책이나 사업을 채택 및 시행하는 것을 정책 혁신(Policy Innovation)이라 명명하였다. 이 후 학자들은 Rogers와 Walker의 논의를 바탕으로 혁신과 확산을 연구하였으나(Berry & Berry, 1990; Gray, 1973; Makse &

Volden, 2011; Nicholson-Crotty, 2009 등), 국내의 경우 정책이나 제도의 도입과 Rogers(2003)의 혁신의 인지된 특성을 활용한 사례는 김대진과 안빛(2012)의 연구가 유일하다(김대진·안빛, 2012). 더욱이 김대진과 안빛(2012)의 경우 혁신속성을 토대로 질적분석을 수행하였으나 각 지자체의 채택여부만을 파악하여 일반시민의 수용 및 확산을 파악하지 못한 한계가 존재한다. 따라서 정책자체의 인지된 특성(Rogers, 2003)이 시민의 수용 및 확산의도에 미치는 영향을 검증하는 연구가 필요한 실정이다.

#### 다. 수용 및 확산 과정의 단순화

전술하였듯 확산이란 하나의 아이디어나 신기술, 새로운 시스템 등이 사회체계 구성원들 사이에서 시간의 경과에 따라 특정 채널을 통해 커뮤니케이션되는 과정으로서 전파의 과정을 내포하고 있다(Rogers, 2003). 그러나 기존 정책확산 연구들은 개인이 아닌 지자체를 대상으로 하였기에 커뮤니케이션을 통한 전파 과정을 생략한 채 단순히 정책의 채택여부를 최종 종속변인으로 하여, 채택 이후 타인이나 타 집단으로의 확산 가능성에 대하여 파악할 수 없는 문제점이 있다. 그러나 Rogers(2003)는 McGuire(1989)가 제시한 설득 커뮤니케이션 효과의 위계(연쇄적 반응 단계)모델을 수용하여 혁신이 지식(인지), 설득(태도), 의사결정(혁신 시도 의도파악), 실행(혁신 수용), 확인(지속 및 확산)의 과정을 거쳐 단계적으로 수용 및 확산된다고 주장하였다. Prochaska, DiClemente와 Norcross(1992: Rogers, 2003에서 재인용) 역시 설득 관련 행동변화 과정을 단계적-문제인식(precontemplation), 심사숙고(contemplation), 준비(preparation), 실행(action), 유지(maintenance, 지속 및 확산)-으로 파악하였다. 따라서 본

연구에서는 정책의 수용 및 확산 과정을 단계적으로 파악하여 기존 정책 확산연구의 문제점을 보완하고자 한다.

#### 라. 커뮤니케이션 요인의 결여

Rogers(2003)를 비롯한 학자들은 혁신의 확산과 관련하여 확산패턴이나 혁신 자체 속성 요인 외에 커뮤니케이션 채널의 특성(주로 신뢰성)과 커뮤니케이션의 쌍방향적 특성을 중요시하였다(MeGuire, 1989; Moon & Bretschmeider, 1997; Moseley, 2004; 정의철·이선영, 2008에서 재인용; Rogers, 2003 등). 커뮤니케이션의 쌍방향적 특성은 인터넷과 SNS 등 매체의 발전과 더불어 현대 행정에도 주요한 영향을 미치고 있다(권희상·오혜영·이장재, 2007). 앞서 논의하였듯 수용자(시민) 중심으로 변화한 행정 환경 하에서 행정기관은 정책 행위 전반에 있어 일방향적 정보제공이 아닌 쌍방향 서비스를 요청받아 제공하고 있다(권희상·오혜영·이장재, 2007). 이러한 변화 속에서 학자들은 정부와 주민간의 지속적 상호작용을 통해 상호간의 의사를 존중하고, 협의를 통한 정책의 사결정이 수행될 때 주민의 지지와 참여를 유도하여 정책의 실질적 효과를 증대시킬 수 있다고 주장하였고(박치상·하혜영, 2007) 같은 맥락에서 효과적인 관계 관리 수단으로서 PR(Public Relations)의 중요성을 강조하였다(권희상·오혜영·이장재, 2007; 김세훈, 2007; 이두원, 2004, 2005 등). 따라서 PR 커뮤니케이션은 시민과의 호의적인 관계 형성을 통해 정책 확산 효과를 높일 수 있는 영향 요인으로서 고려될 필요가 있다.

이상 문헌검토 결과 지자체가 아닌 개인을 대상으로 한 정책 확산 연구의 필요성이 확인되었으며, '혁신의 인지된 특성(Rogers, 2003)'과 'PR커뮤니케

이선, '전달 매체의 신뢰도' 등을 주요 확산 영향 요인으로 예상해 볼 수 있었다. 이후 논의에서는 해당 개념들의 영향요인으로서의 가치를 확인하고자 한다.

## 2) 개인을 대상으로 한 정책확산의 주요 영향 요인 고찰

### ① 정책의 인지된 특성

Rogers(2003)는 혁신의 인지된 특성이 혁신의 채택률을 설명하는 중요한 속성임을 주장하며 상대적 이점, 적합성, 복잡성, 시험가능성, 관찰가능성을 그 특성으로 제시하였다. 앞서 제시한 바와 같이, 새로운 제도나 정책을 채택하는 것 또한 하나의 혁신 행동으로 명명하였을 때, 정책이 가지고 있는 자체 속성들이 이러한 정책을 채택하는데, 유의한 영향을 미칠 것으로 예상된다.

#### 가. 상대적 이점(*relative advantage*)

상대적 이점이란 혁신(기술이나 아이디어, 새로운 제도 등)이 이전의 것보다 더 낫다고 인식하는 것을 의미한다. 상대적 이점이 있는 것으로 인지된 혁신은 잠재적 수용자나 채택자에게 경제적 이익이나 사회적 명성 획득을 가능하게 한다. 또한 경우에 따라 사회적 선호, 편리성, 만족감과 같은 주관적 개념도 포함하기도 한다(김대진·안빛, 2012). 혁신의 본질은 상대적 이점의 어떠한 특징(경제적, 사회적 이점 등)이 수용자들에게 중요한 것인지를 파악하게 해주며 이는 상황에 따라 다르다. 기업의 경우 새로운 경영시스템 도입의 목적이 비용 절감효과일 수도 있으며(소순후, 2004), 경우에 따라 새로운 체제를 받아들임으로써 관련 업계에서 선도적 이미지나 지

위를 획득하기 위한 것일 수도 있다.

#### 나. 적합성 또는 호환성(*compatibility*)

적합성은 혁신이 잠재적 채택자의 기존 가치나 과거의 경험 또는 필요(needs)에 부합한다고 생각되는 정도를 의미한다. 혁신의 인지된 적합성이 높을 경우 그것은 잠재적 채택자가 가진 불확실성을 감소 시킴으로써 혁신의 수용률을 높일 수 있다. 문화적 가치와 혁신의 적합성의 예로는 혁신과 종교적 가치관의 충돌을 들 수 있다. 가족계획(피임)을 금하는 이슬람 문화권에서는 산아제한정책은 사회문화적으로 부적합한 것으로 인식될 가능성이 높다. 이로 인해 그와 관련된 새로운 정책의 도입이 거부되거나 기업이 새로운 제품을 여러 국가에 홍보할 경우 일관된 메시지를 전파하는 것이 아니라 해당 국가나 문화권의 관례나 풍습에 부합하는 각기 다른 메시지를 적소에 맞게 알리는 것을 들 수 있다. 한편으로 혁신으로 제시된 새로운 아이디어가 기존의 관행과 완전히 부합하는 것이라면 채택자에게 미치는 영향은 미미할 수 있다. 그러나 연속적으로 확산되는 일련의 혁신들 중 첫 번째 혁신의 적합성이 높다면, 후행되는 개혁들이 사회체제로 확산되는 것에 긍정적 영향을 미칠 것이다. 즉 적합성이 높은 혁신은 적합성이 낮은 개혁 또한 성공적으로 확산될 수 있도록 기여할 수 있다.

#### 다. 복잡성(*complexity*)

복잡성은 혁신을 이해하는 것이나 사용하는 것이 어렵다고 여겨지는 정도를 뜻한다. 잠재적 수용자는 혁신을 수용하기 이전에 주관적인 판단을 하게 되며, 이 과정에서 그 내용이나 원리가 너무 복잡하여 이해하기 힘들다면 혁신의 사용에 대한 불안감과 불확실



성이 증대된다. 즉 이 특성은 혁신의 수용 및 확산에 장애요인으로 작용한다. 복잡성과 관련된 대표적인 사례로 가정용 컴퓨터의 보급 과정을 들 수 있다. 1980년 대 미국에서 처음 보급된 가정용 컴퓨터들은 부품 연결이 복잡하고 이해하기 힘든 명령어를 입력하는 방식의 소프트웨어는 다루기가 쉽지 않았다. 이에 일반 사용자들은 이용에 불편을 겪었으며 이러한 복잡성은 가정용 컴퓨터의 보급 및 확산에 부정적 영향을 미쳤다. 그러나 이후 컴퓨터들은 간단한 마우스 조작으로 쉽게 다양한 프로그램을 다룰 수 있는 등 사용자 친화적인 인터페이스를 갖추어 폭넓게 확산될 수 있었다.

#### 라. 시험가능성(trialability)

시험가능성은 혁신이 잠재적 채택자에 의해 제한적으로나마 시험·시용 될 수 있는 정도를 의미한다. 수용자들은 새로운 아이디어를 일시적으로나마 시험해 봄으로써 그것에 의미를 부여하며 자신의 현 상황에서 어떻게 작용하는지 파악할 수 있다. 즉 혁신의 시험가능성은 불확실성을 감소 또는 제거하는 역할을 하여 잠재적 수용자의 수용률을 증대시킨다. 따라서 잠재적 수용자가 사용하거나 직접 체험할 수 있는 아이디어는 그렇지 않은 것보다 빨리 수용될 가능성이 높다. 혁신의 채택이 상대적으로 빠른 사람들은 후기 채택자들보다 시험가능성을 보다 중시하는 경향이 있다(Gross, 1942; Ryan, 1948; 모두 Rogers, 2003에서 재인용). 후기 채택자들은 혁신을 먼저 채택한 주위 사람들이 일종의 대리적 시험을 하기에 혁신의 시험가능성 여부는 크게 중요하지 않을 수 있다. 그러나 초기 채택자들은 참고하거나 준거를 둘 만한 선례를 가지기 힘든 경우가 많다. 따라서 시험가능성은 초기 채택자들의 중요한 판단

기준이 되며 이는 순차적으로 후기 채택자에게도 영향을 미치므로 혁신 확산의 주요 영향 요인이 된다.

#### 마. 관찰가능성(observability)

관찰가능성은 혁신채택의 결과가 채택하지 않은 구성원에게 보여질 수 있는 정도를 뜻한다. 이 특성 역시 시험가능성과 마찬가지로 혁신에 대한 비채택자들의 불안감과 불확실성을 감소시켜주어 혁신의 확산에 영향을 미친다. 특정 정책과 관련하여 사람들이 그 이점을 용이하게 관찰할 수 있다면 정책에 대한 수요 역시 쉽게 증가되어 채택률을 높일 수 있다. 휴대전화의 경우 초기 자동차에 장착된 형태로 주로 소수의 사업자들이 이용하였으나 이후 휴대성을 높여 장소에 무관하게 사용되어 일반인들이 그 특성을 쉽게 관찰할 수 있었고 보급률을 높이는 계기가 되었다.

#### ② PR 커뮤니케이션 관련요인

Grunig 과 Hunt(1984)는 PR(Public Relations)을 조직과 공중간의 호혜적인 관계형성을 위한 커뮤니케이션 관리활동으로 정의한 바 있다. Huang(2001)은 조직-공중 관계성 관리에 대한 논의를 발전시켜 다섯 가지 차원의 관계 관리 전략-균형·윤리 커뮤니케이션(symmetrical-ethical communication), 쌍방향 커뮤니케이션(two-way communication), 대인 커뮤니케이션(interpersonal communication), 미디어 커뮤니케이션(mediated communication), 친교적 행동(social activities)-을 제시하였다.

그 중 쌍방향 커뮤니케이션과 균형·윤리 커뮤니케이션은 조직의 효율성(공중과의 긍정적 관계 형성, 각종 목표 달성에 긍정적 영향을 미치는 PR 활동의 조건으로 제시된 바 있다. 대체로 PR 학자들은 이러

한 커뮤니케이션 전략들이 긍정적인 조직과 공중 간 관계형성에 기여한다고 보고하고 있다(Lindeb-org, 1994; Yun, 2006). 이를 정책홍보에 적용해 본다면, 해당 커뮤니케이션 차원들이 정부와 잠재적 정책 채택자인 시민들과의 관계를 증진시켜 정책 수용 및 확산의 효율성을 높일 것으로 기대해 볼 수 있다.

#### 가. 조직의 커뮤니케이션 특성: 쌍방향 커뮤니케이션

쌍방향 커뮤니케이션이란 조직이 공중에게 메시지를 일방적으로 전달하는 것(일방향, one-way)이 아니라 커뮤니케이션 과정에서 의견을 비롯한 공중의 반응(feedback)을 반영하며 대화를 통해 상호간의 정보나 입장을 교류하는 것을 의미한다(Huang, 2001). 예로 정책 수립 과정에서 설문조사나 민원 등을 통해 주민의 견해를 반영하는 것을 들 수 있다. 이러한 커뮤니케이션의 쌍방향성은 인터넷이나 소셜미디어 등 각종 매체의 발달로 인해 효과적인 정책 뿐 아니라 다양한 확산 커뮤니케이션의 필수요소로서 중요시되고 있다(김종현·박기우·권순재, 2010; 박치성·하혜영, 2007; 하혜영·이재성, 2008 등).

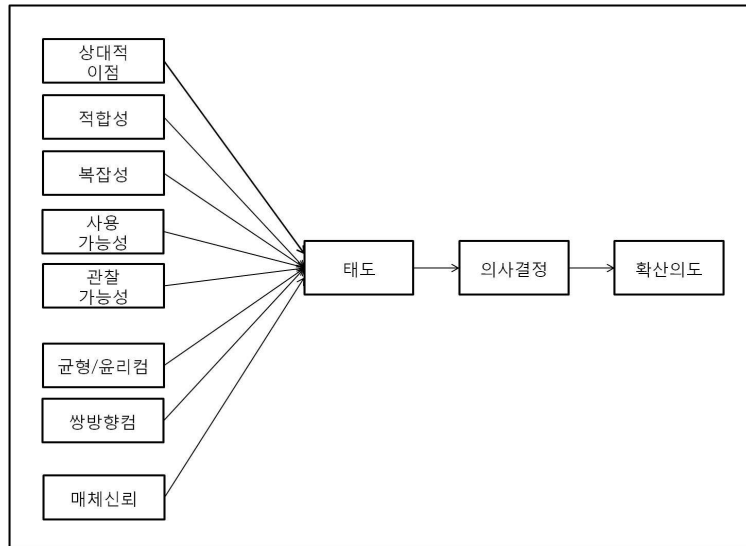
#### 나. 조직의 커뮤니케이션 특성: 균형·윤리적 커뮤니케이션

PR에서 의미하는 균형·윤리적 커뮤니케이션이란 조직이 자신의 이해관계나 입장을 고수하는 것이 아니라 상대방의 입장에서 상황을 고려하여 어느 한 편에 치우치지 않는 정도를 의미한다(Huang, 2001). 또한 커뮤니케이션의 윤리성이란 조직의 견해에 반하는 의견을 수용하는 개방적 자세를 취함과 동시에 공중에게 올바른 정보 유통 및 개방을 통해

신뢰감을 형성하고자 하는 의지를 뜻한다(김영옥, 2003). 즉 조직이 공중을 설득하거나 조직의 의도대로 공중의 행동을 유도하고자 할 때 조직 역시 공중에 의해 설득되거나 행동이 변화될 수 있다는 개방적 자세를 취해야 한다는 것이다. 균형성과 윤리성 모두 조직과 공중의 이해관계를 동시에 고려한다는 공통점이 있으며, 이 두 개념은 관련 실증연구 결과 단일 차원으로 분류되어 활용되고 있다(Huang, 2001).

#### ③ 커뮤니케이션 채널 관련요인

Rogers(2003)를 비롯한 학자들은 혁신의 확산과 관련하여 커뮤니케이션 채널의 특성(주로 신뢰성)에 따른 영향도 매우 중요시하였다(MeGuire, 1989; Moon & Bretschmeider, 1997; Moseley, 2004; 정의철·이선영, 2008에서 재인용; Rogers, 2003 등). 혁신확산이론에 따르면, 혁신을 채택할지 결정하는 과정 속에서 각 단계에 따라 각기 다른 채널이 유용하다는 구체적인 연구내용을 제시한 바 있다. 가령, 혁신 대상에 대한 지식을 획득하고 확산시키는 단계에서는 매스미디어 채널이 유용하며, 행동의 변화를 설득할 때에는 대인 간 채널이 효과적이라고 주장하였다(정의철·이선영, 2008에서 재인용). 이에 정책 확산에 있어서도 정책에 대한 정보를 전달하고 공유하는 채널의 특성에 따라 정책에 대한 수용자 태도 또한 달라질 수 있음을 예상해 볼 수 있다. 구체적으로, 관련 정보를 전달하는 채널을 신뢰하는 경우 주어진 정보에 대해 더욱 호의적으로 태도를 형성할 가능성이 높다는 것이다.



〈그림 1〉 본 연구의 경로모형

### 3. 연구가설 및 연구모형

앞서 살펴본 기존문헌들의 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같은 가설들을 설정하였다.

연구가설1. 정책 자체의 인지된 특성(상대적 이점, 적합성, 복잡성, 사용가능성, 관찰가능성)은 정책 태도에 영향을 미칠 것이다.

연구가설2. 정책 시행 부처의 커뮤니케이션 특성(균형/윤리 커뮤니케이션, 쌍방향 커뮤니케이션)은 정책 태도에 영향을 미칠 것이다.

연구가설3. 정책을 홍보하는 매체에 대한 신뢰는 정책 태도에 영향을 미칠 것이다.

연구가설4. 정책 태도는 정책에 대한 의사결정에 영향을 미칠 것이다.

연구가설5. 정책에 대한 의사결정은 정책 확산 의도에 영향을 미칠 것이다.

이러한 가설들을 종합하여 본 연구의 인과모형을 정립하면 다음 〈그림1〉과 같다.

### 4. 연구방법

#### 1) 정책 선정

본 연구는 정부 기관이 계획하고 실행하는 각종 정책이 국민들에게 확산되는 과정에 영향을 미치는 정책속성, 커뮤니케이션 특성, 매체, 등 다양한 요인들 간의 관계를 살펴보는 데 초점을 두고 있다. 이에 실제 시행되고 있는 정책들을 선정하여 본 연구에서 제시하고 있는 변인들의 영향관계를 살펴보고자 하였다. 특히 정책의 종류나 특성에 따라 유의미한 영향을 미치는 요인이 달라질 수 있으며, 그 영향력의 크기 또한 상이할 수 있을 것으로 예상되어, 가급적

다양한 정책에 대해 본 연구를 적용해 보고자 하였다. 정책 선정은 연구시점 현재 시행되고 있는 정책들을 중심으로 이루어졌으며, 정책 유형은 e-나라지표<sup>1)</sup> 등에서 제시하고 있는 정책 분류 기준에 따라 경제(거시경제, 금융, 중소기업, 부동산 정책 등), 사회/문화(보건, 교육, 관광, 문화 여성/가족, 복지 정책 등), 정부 부문(국방, 법무, 외교 정책 등)으로 나누어 각 부문에 해당하는 정책을 한 개씩 선정하였다. 최종적으로 본 연구에 사용된 정책은 ‘소기업 보호 및 육성 정책(경제 중 중소기업)’, ‘다문화가족 지원 정책(사회문화 중 여성, 가족, 복지)’, ‘자유무역협정(FTA) 추진 정책(정부 중 외교)’으로 구성되었다.

## 2) 측정유목

정책 자체의 속성에 대한 측정문항은 Rogers (2003)와 Agarwal 과 Prasad (1997)의 연구에서 밝힌 개념들을 사용하여, 상대적 이점은 5개, 적합성은 3개, 복잡성과 사용가능성, 관찰가능성의 경우 각 2개의 문항으로 구성하였다. 또한 ‘커뮤니케이션 특성’의 경우, Huang(2001)의 연구에서 제시되었던 PR커뮤니케이션 측정유목 가운데, 윤리/균형 커뮤니케이션과 쌍방향 커뮤니케이션을 사용하여 측정하였다. 문항은 각 7개와 3개로 구성되었다. ‘매체 신뢰’는 McGuire(1989)의 연구에서 제시된 문항이 사용되었으며, 단일문항으로 측정되었다. 정책의 수용 및 확산에 관한 수용자의 인식을 묻는 변인들은 이원준·이한석(2012)의 연구에서 제시된 문항들을 사용하였으며, ‘태도’와 ‘의사결정’은 각각 5개, ‘확산

의도’는 3개의 문항으로 구성되었다.

각 변인의 측정문항들은 모두 정책과 시행 부처에 대한 수용자의 인식에 맞게 그 의미를 수정하였으며, 리커트 7점 척도로 측정하였다. 즉, 응답자들은 각 문항에 대해 ‘전혀 아니다(1점)’에서부터 ‘매우 그렇다(7점)’ 사이에서 동의하는 정도를 점수로 표기하도록 하였다.

## 3) 자료수집 및 표본의 인구통계학적 특성

본 조사의 표본 추출방법은 할당표본 추출방식(quota sampling)이 활용되었다. 할당표본 추출방식은 비확률 표본추출방법이기는 하지만, 추출된 각 집단의 표본 크기가 충분히 클 경우 각 집단별 측정자료는 정규분포를 가져 표본오류의 계산이 가능해지므로 확률표본 추출방법과 유사하게 모집단의 특성을 파악할 수 있는 장점이 있다(안광호·임병훈, 2004).

본 조사는 2013년 3월 1일부터 3월 7일까지 일주일 동안 실시되었으며, 총 613부 중 불성실한 응답 13개를 제외하고, 600개의 자료가 최종분석에 활용되었다. 본 조사에 참여한 응답자들의 특성을 구체적으로 살펴보면, 아래 <표 3>과 같다. 먼저, 남성(50%)과 여성(50%)의 비율은 동일하기 때문에 성별 간 차이로 인한 편의는 없을 것으로 판단된다. 둘째, 연령별로는 20대부터 50대까지 차지하는 비율이 25% 내외로 거의 동일하였다. 셋째, 직업의 경우 사무/관리직이 304명으로 50% 이상의 비율을 차지하였으며, 전업주부(15.2%), 전문직(9.5%), 자영업(7.3%) 등

1) e-나라지표는 통계청에서 국정모니터링시스템의 일환으로 구축한 것으로서, 2006년부터 서비스를 제공하고 있다. e-나라지표의 정책지표 분류체계는 분야별 분류를 활용하고 있으며, 2012년 4월 말을 기준으로 총량지표, 경제, 사회, 문화, 정부의 5개 분야 42개 부문에서 708개의 지표를 제공하고 있다(이민호 외, 2012).

〈표 3〉 조사대상의 인구통계학적 특성

성별	남자	300	50%	600 (100%)
	여자	300	50%	
연령	20대	145	24.2%	600 (100%)
	30대	153	25.5%	
	40대	152	25.3%	
	50대	150	25.0%	
교육수준	고등학교졸업	74	12.3%	600 (100%)
	대학교 재학	9	1.5%	
	대학교 졸업	397	66.2%	
	대학원 (재학/졸업)	120	20.0%	
직업	사무/관리직	304	50.7%	600 (100%)
	공무원	31	5.2%	
	자영업/개인사업	44	7.3%	
	생산/서비스직	30	5.0%	
	전문직	57	9.5%	
	전업주부	91	15.2%	
	대학(원)생	33	5.5%	
	기타	10	1.7%	
소득수준 (월평균)	100만원 이하	7	1.2%	600 (100%)
	100~200만원	44	7.3%	
	200~400만원	201	33.5%	
	400만원 이상	348	58.0%	

의 순으로 나타났다. 마지막으로 월평균 소득수준의 경우, 400만 원 이상이 58%, 200~400만원이 33.5%로 전체 응답자의 대부분을 차지하는 것으로 드러났다. 이를 통해, 본 연구는 추출된 표본이 성별, 연령이라는 측면에서 어느 한 쪽에 치우치지 않고, 비교적 고르게 분포되었음을 확인할 수 있었다.

## 5. 연구결과

본 연구는 설문조사를 통해 수집된 자료를 이용하여, 정책자체의 속성 및 커뮤니케이션 특성, 태도, 의사결정, 확산의도 등 각 변인에 대한 측정도구들의 신뢰도와 타당도를 확인하였다. 특히, 설문문항들에 대한 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's  $\alpha$  값을 사용하였으며, 확인적 요인분석결과 및 AVE, 구성신뢰도 값을 통해 해당 개념의 수렴타당도(convergent

validity)를 검증하였다. 다음, 본 연구는 정책 자체의 속성, 정책 실행 부처의 커뮤니케이션 특성, 전달 매체의 신뢰도 등이 어떻게 정책 확산 행동에 영향을 미치는지 살펴보고자 경로분석(path analysis)을 실시하였다. 이와 같은 분석을 실행하기 위하여 SPSS 18.0과 AMOS 18.0 프로그램이 사용되었다.

모형의 적합도 지수는 만족할만한 수준이었으며, 문항들의 요인적재량에 대한 t값도 통계적으로 유의미하게 나타났다. 또한, 각 차원을 구성하고 있는 문항들의 구성신뢰도와 AVE값 역시 대체로 0.7, 0.5이상으로 나타나 Bagozzi와 Yi(1988)가 제시한 수렴타당도의 기준을 만족하였다.

### 1) 측정도구의 신뢰도 및 타당도 분석

기존 문헌에서 사용된 각 변인들에 대한 문항들의 요인구조에 대한 신뢰성과 타당성을 검증하기 위하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석 결과, 측정

〈표 4〉 정책 자체 속성의 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석

	측정항목	표준 적재치 (λ)	C.R.	Cronba ch's α	구성 신뢰도	AVE
상대적 이점	해당 정책은 나에게 경제적 이점을 제공한다고 생각한다.	.750	25,017	.906	.859	.620
	해당 정책은 사회에 경제적 이점을 제공한다고 생각한다.	.777	22,334			
	해당 정책은 사회적으로 좋은 반응을 얻고 있다고 생각한다.	.779	22,410			
	해당 정책은 나의 생활을 보다 편리하게 해 준다.	.803	33,548			
	해당 정책은 나의 생활에 만족감을 더해 준다.	.824	30,495			
적합성	해당 정책은 내가 필요로 하는 바를 잘 충족시킨다.	.903	32,270	.871	.836	.695
	해당 정책은 그와 유사한 기존의 다른 제도나 정책과 함께 활용하기 수월하다.	.826	28,075			
	해당 정책은 나의 가치관과 일치한다.	.767	24,529			
복잡성	해당 정책의 내용은 이해하기 어렵다고 생각한다.	.974	6,848	.721	.725	.642
	해당 정책은 생활에 적용하기 어렵다고 생각한다.	.579	3,965			
사용 가능성	해당 정책은 생활에서 직접 체험하거나 경험할 수 있다고 생각한다.	.783	17,310	.763	.720	.604
	해당 정책은 시험 삼아 일상생활에 반영 해 볼 수 있다고 생각한다.	.771	17,440			
관찰 가능성	해당 정책의 내용이나 성과는 일상생활에서 쉽게 찾아 볼 수 있다.	.785	17,092	.733	.639	.581
	해당 정책의 내용이나 성과에 대해 주위에서 자주 언급하는 편이다.	.739	16,922			

$\chi^2=246.466$ ,  $p=.000$ ,  $df=61$ ,

$NFI=.956$ ,  $GFI=.944$ ,  $AGFI=.904$ ,  $RMR=.056$ ,  $CFI=.967$

〈표 5〉 커뮤니케이션 특성의 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석

	측정항목	표준 적재치 (λ)	C.R.	Cronba ch's α	구성 신뢰도	AVE
균형 /윤리	해당 관련기관은 정책에 의해 영향을 받게 될 사람들과 상의를 한다고 생각한다.	.767	22,250	.937	.902	.682
	해당 관련기관은 시민들에게 진실된(사실에 근거한) 정책 관련 정보를 제공한다고 생각한다.	.829	25,058			
	해당 관련기관은 정책을 시행할 필요성을 사람들에게 충분히 설명한다고 생각한다.	.821	24,674			
	해당 관련기관은 정책으로 인해 발생할 수도 있는 부정적인 영향에 대해 책임지려 노력한다고 생각한다.	.832	25,189			
	해당 관련기관은 시민과의 소통과정에서 정부 뿐 아니라 시민들의 의견도 존중한다고 생각한다.	.876	27,396			
	해당 관련기관은 정책의 홍보활동이 시민들에게 어떠한 영향을 미칠지 항상 고려한다고 생각한다.	.819	24,545			
	해당 관련기관은 정책 홍보활동을 통해 시민들의 태도/행동 뿐 아니라 해당 부서 자신의 태도/행동도 변화시키려 노력한다고 생각한다.	.833	24,905			
쌍방향	해당 관련기관은 시민의 입장을 생각하고 이해하려고 노력한다.	.878	30,606	.867	.810	.690
	해당 관련기관은 정책 홍보활동 후에 평가를 진행한다고 생각한다.	.739	21,925			
	해당 관련기관은 시민의 의견에 귀를 기울인다고 생각한다.	.868	29,076			

$\chi^2=234,678$   $p=.000$ ,  $df=34$ ,  
NFI=,953, GFI=,916, AGFI=,863, RMR=,048, CFI=,959

〈표 6〉 정책 태도의 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석

	측정항목	표준 적재치 (λ)	C.R.	Cronba ch's α	구성 신뢰도	AVE
태도	나는 해당 정책이 중요하다고 생각 한다.	.726	18,129	.901	.862	.683
	나는 해당 정책의 홍보물이 설득력이 있다고 생각 한다.	.774	18,691			
	나는 해당 정책이 영향력이 크다고 생각 한다.	.640	18,835			
	나는 해당 정책이 유용하다고 생각 한다.	.934	22,353			
	나는 해당 정책에 대해 긍정적으로 생각 한다.	.884	21,549			

$\chi^2=11,932$   $p=.018$ ,  $df=4$ ,  
NFI=,994, GFI=,992, AGFI=,971, RMR=,015, CFI=,996

〈표 7〉 정책 관련 의사결정의 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석

	측정항목	표준 적재치 ( $\lambda$ )	C.R.	Cronbach's $\alpha$	구성신뢰도	AVE
의사 결정	나는 해당 정책의 내용을 잘 기억해 둘 의사가 있다.	.783	20,334	.921	.897	.699
	나는 해당 정책 홍보물의 주장에 대해 동의한다.	.763	20,243			
	나는 해당 정책 관련 정보에 대해 매체나 기타 수단을 활용하여 추가적으로 알아볼 의사가 있다.	.796	21,354			
	나는 해당 정책을 일상생활에 적용해 볼 의사가 있다.	.907	25,273			
	나는 해당 정책을 지속적으로 이용할 의사가 있다.	.918	25,643			

$\chi^2=75,980$   $p=.000$ ,  $df=5$ ,  
 $NFI=.966$ ,  $GFI=.954$ ,  $AGFI=.863$ ,  $RMR=.039$ ,  $CFI=.969$

〈표 8〉 정책 확산 의도의 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석

	측정항목	표준 적재치 ( $\lambda$ )	C.R.	Cronbach's $\alpha$	구성신뢰도	AVE
확산 의도	나는 주변 지인에게 해당 정책의 긍정적인 점에 대해 알릴 의사가 있다.	.865	26,373	.883	.843	.725
	나는 인터넷이나 기타 매체를 통해 해당 정책에 관해 논의할 생각이 있다.	.739	21,564			
	나는 해당 정책을 주변 지인에게 추천할 의사가 있다.	.939	29,022			

$\chi^2=234,678$   $p=.000$ ,  $df=34$ ,  
 $NFI=.953$ ,  $GFI=.916$ ,  $AGFI=.863$ ,  $RMR=.048$ ,  $CFI=.959$

## 2) 수용자의 채널 이용 특성 분석

본격적으로 가설을 검증하기에 앞서, 수용자들이 실제로 각 정책에 대한 정보를 습득했던 채널이 무엇인지에 대해 분석을 실시하였다. 이를 위해, 각 정책에 대해 실제로 정보를 접한 채널이 무엇인지와 더불어 정보를 전달 받은 매체에 대해 얼마나 신뢰하는지(리커트 7점 척도)에 대하여 측정하였다. 결과를 요약해 보면, 모든 정책에 있어 실제로 가장 많은 정보를 얻고 있는 매체는 방송매체와 인터넷 사이트인 것으로 나타났다. 하지만 단순히 노출된 정보의 양이나 횟수의 차원에서만 분석해 보았을 경우, 이러한 채널들이 정책에 대한 호의적인 태도 형성에 영향

을 미쳤는지에 대해 파악하기 어렵다. 아래 〈표 9〉, 〈표 10〉, 〈표 11〉에 제시된 바와 같이, 실제로 정보를 획득한 매체는 방송이나 인터넷이었으나, 수용자들이 가장 신뢰하고 있는 매체는 모든 정책분야에서 대인 간 채널인 것으로 드러났다. 이는 정책홍보 방안 수립에 있어 시사하는 바가 크다. 가령, 매체전략을 수립하는 데 있어, 단순히 많은 사람들에게 도달하는 매체만을 고려할 것이 아니라, 이러한 분석 결과들을 바탕으로 어떠한 채널을 통해 정보를 전달 하였을 때 효과적으로 수용자를 설득할 수 있을지에 대해 더욱 고민해볼 필요가 있다.



〈표 9〉 정책관련 정보 습득 채널 (소기업 보호 및 육성 정책)

	응답빈도	응답비율	매체신뢰(M)	매체신뢰(SD)
관련기관/시설 직접방문	24	4.2 %	4.3056	.92165
방송매체	182	31.5 %	4.8297	.84874
인쇄매체	108	18.7 %	4.7315	.88657
대인매체	51	8.8 %	4.9608	.90590
인터넷사이트	168	29.1 %	4.5734	.85388
블로그 & SNS	45	7.8 %	4.6667	.95346
전체	578*	100 %		

\*다중응답

〈표 10〉 정책관련 정보 습득 채널 (다문화 가정 지원 정책)

	응답빈도	응답비율	매체신뢰(M)	매체신뢰(SD)
관련기관/시설 직접방문	28	4.8 %	4.4524	.74929
방송매체	182	31.4 %	4.8608	.87747
인쇄매체	116	20.0 %	4.9511	.86951
대인매체	36	6.2 %	5.0648	.95226
인터넷사이트	166	28.7 %	4.6747	.82711
블로그 & SNS	51	8.8 %	4.4444	.81286
전체	579*	100 %		

\*다중응답

〈표 11〉 정책관련 정보 습득 채널 (자유무역협정 추진 정책)

	응답빈도	응답비율	매체신뢰(M)	매체신뢰(SD)
관련기관/시설 직접방문	14	2.4 %	4.3810	.80444
방송매체	186	32.1 %	4.6022	.89276
인쇄매체	120	20.7 %	4.5889	.95338
대인매체	51	8.8 %	4.8824	.80228
인터넷사이트	175	30.2 %	4.4133	.83349
블로그 & SNS	33	5.7 %	4.1515	.87039
전체	579*	100 %		

\*다중응답

### 3) 연구 모형의 검증

본 연구의 연구모형을 검증하기 위해서 AMOS

18.0을 이용하여 경로분석(path analysis)을 실시하였다. 경로분석은 변인들 사이에서 상관관계 또는 공분산 그리고 인과관계를 계산하여 표시하고 이들

〈표 12〉 연구모형의 적합도 검증

	지수	전체	소기업육성	다문화지원	FTA
절대부합지수	$\chi^2$	75,045	40,445	49,336	37,301
	(p, df)	(.000, 15)	(.000, 15)	(.000, 15)	(.000, 15)
	GFI	.978	.966	.960	.967
	AGFI	.903	.851	.824	.857
	RMR	.022	.024	.024	.035
증분부합지수	NFI	.986	.981	.974	.978
	CFI	.989	.988	.981	.981

을 하나의 경로로 묶어 모형을 구축하게 되는 분석이다(오을임 외, 2001). 가설모형의 적합도 평가척도 중에서 본 연구는 모수추정치를 도출하기 위해서 최대우도추정방법(Maximum Likelihood Method: MLE)을 사용하였다.

AMOS 분석은 분석자료에 대한 가설적 인과모형의 적합도를 평가하기 위한 여러 가지 척도를 제공하는데, 본 연구에서는  $\chi^2$ 와 다양한 부합지수를 사용하였다. 그러나  $\chi^2$  값의 경우, 표본의 크기와 측정변인들의 수에 매우 민감하기 때문에, 반드시 다른 지표들과 함께 적합도를 판단할 필요가 있다(이학삼임지훈, 2013). 이에 본 연구에서는 기초부합치(GFI), 조정부합치(AGFI), 원소간평균차이(RMR)등의 절대부합지수와 함께 표준부합지수(NFI)와 비교적합지수(CFI)등 증분부합지수로 연구모형의 적합도 여부를 판단하였다.

### ① 경로모형의 검증

본 연구의 연구모형을 대상으로 검증해본 결과,  $\chi^2$ 에 대한 p값으로만 살펴보았을 때에는 적합하다고

할 수 없다. 하지만 본 연구에서와 같이 표본의 수가 많은 경우  $\chi^2$  값이 적절한 판단기준이 될 수 없기 때문에<sup>2)</sup> 다른 부합지수들과 함께 적합성 여부를 검증하였다. 아래 표에 제시된 바와 같이 다른 부합지수들의 값을 살펴본 결과, 모든 수치가 최적기준을 충족하거나 근사한 값으로 나타나 본 연구의 인과모형은 적합한 것으로 판단된다.

### ② 가설의 검증

본 연구에서 설정한 경로모형의 적합성을 살펴본 후, 경로계수들의 수치를 바탕으로 본 연구의 가설들을 검증하였다. 변인 간의 영향력의 크기를 나타내는 계수와 함께 표준오차(standard error), C.R(critical ratio), p 값 등을 통하여 각각의 가설이 지지되는지 여부를 판단하였다. 또한 본 연구에서 살펴본 세 가지 정책에 대한 각각의 경로분석 결과는 아래와 같다.

가. 소기업 보호 및 육성 정책에 대한 가설 검증  
연구가설 1은 정책 자체가 가지고 있는 여러 가지

2)  $\chi^2$  값은 표본의 수에 민감하기 때문에 표본의 수가 100~200 일 경우 통계적으로 적절한 값을 얻을 수 있으며, 표본크기가 이를 벗어날 경우 계산되는  $\chi^2$  통계량은 신뢰하기 어렵다(조선배, 2000: 101-104)

속성들이 정책에 대한 공중의 수용 태도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보는 것이다. 먼저 소기업 보호 및 육성 정책의 경우, 상대적 이점과 적합성이 정책 태도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 그 외 복잡성이나 사용가능성, 관찰가능성 등은 유의미 하지 않은 것으로 드러났다.

또한 연구가설 2에 제시했던 바와 같이 정책 실행

부처의 커뮤니케이션 특성들이 정책을 수용하는 공중의 태도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 균형/윤리 커뮤니케이션이 태도에 정(正)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 외 매체에 대한 신뢰 또한 정책 수용 태도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 확산 과정의 경로에 해당되는 변인들의 관계를 살펴본 결과, 수용태도가 정책에 대한 의사결정에

〈표 13〉 연구모형의 경로분석 결과 (소기업 보호 및 육성 정책)

변인관계	Estimate	S.E	C.R.	Standard
상대적이점 → 태도	.370	.093	3.991	.355*
적합성 → 태도	.191	.086	2.207	.189*
복잡성 → 태도	-.027	.039	-.691	-.025
사용가능성 → 태도	.055	.054	1.007	.056
관찰가능성 → 태도	.021	.049	.428	.024
균형/윤리 커뮤니케이션 → 태도	.177	.068	2.623	.197*
쌍방향 커뮤니케이션 → 태도	-.019	.067	-.286	-.022
매체신뢰 → 태도	.210	.056	3.740	.171*
태도 → 의사결정	1.030	.045	23.090	.998*
의사결정 → 확산의도	.935	.035	26.386	.882*

\*p < .05

〈표 14〉 연구모형의 경로분석 결과 (다문화 가정 지원 정책)

변인관계	Estimate	S.E	C.R.	Standard
상대적이점 → 태도	.194	.079	2.455	.182*
적합성 → 태도	.198	.063	3.124	.194*
복잡성 → 태도	-.209	.035	-5.905	-.203*
사용가능성 → 태도	.261	.051	5.149	.222*
관찰가능성 → 태도	.035	.053	.662	.031
균형/윤리 커뮤니케이션 → 태도	.261	.079	3.320	.254*
쌍방향 커뮤니케이션 → 태도	.058	.068	.859	.061
매체신뢰 → 태도	.093	.048	1.933	.072*
태도 → 의사결정	.959	.051	18.727	.983*
의사결정 → 확산의도	.914	.040	22.739	.850*

\*p < .05

〈표 15〉 연구모형의 경로분석 결과 (FTA 추진 정책)

변인관계	Estimate	S.E	C.R.	Standard
상대적이점 → 태도	.282	.074	3,789	.290*
적합성 → 태도	.185	.072	2,570	.197*
복잡성 → 태도	-.008	.036	-.224	-.009
사용가능성 → 태도	.066	.052	1,283	.067
관찰가능성 → 태도	-.045	.048	-.950	-.047
균형/윤리 커뮤니케이션 → 태도	.072	.062	1,166	.082
쌍방향 커뮤니케이션 → 태도	.133	.060	2,198	.149*
매체신뢰 → 태도	.329	.060	5,470	.252*
태도 → 의사결정	.952	.048	19,905	.967*
의사결정 → 확산의도	.843	.051	16,544	.761*

\*p &lt; .05

영향을 미쳤고, 그러한 의사결정이 확산의도에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 드러났다.

#### 나. 다문화 가정 지원 정책에 대한 가설 검증

다음으로 다문화 지원 정책에 대한 가설 검증 결과를 살펴보면, 정책 속성들 가운데 관찰가능성을 제외한 나머지 모든 차원들이 수용 태도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 '복잡성' 차원의 경우, 정책 내용에 대한 이해나 실생활 적용의 어려움을 측정하는 개념이기 때문에 정책 수용 태도에 부(負)적 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

또한 커뮤니케이션 차원의 경우, 앞서 소기업 육성 정책에서와 마찬가지로 균형/윤리 커뮤니케이션이 태도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 매체에 대한 신뢰 또한 유의한 것으로 나타났다.

확산 과정에서도 수용태도가 정책에 대한 의사결정에 영향을 미쳤고, 의사결정이 확산의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 드러났다.

#### 다. 자유무역협정 추진 정책에 대한 가설 검증

자유무역협정 추진 정책에 있어서는 정책 자체 속성들 중 상대적 이점과 적합성이 태도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 커뮤니케이션 특성에 있어서는 다른 정책들과는 달리 쌍방향 커뮤니케이션이 정책 수용자들의 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 결과에 차이를 보였다. 매체에 대한 신뢰의 경우에는 역시 수용 태도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 확산 경로에 있어서도 태도가 의사결정에, 의사결정이 확산의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

## 6. 결론 및 연구의 함의

본 연구에서는 수용자 중심의 정부정책 확산모델을 개발하는 데 목적이 있었다. 이러한 목적을 달성하기 위해, 정책속성, 커뮤니케이션 특성, 매체, 등 다양한 요인들 간의 관계를 살펴보았다. 대체적으로

정책유형에 상관없이 매체 신뢰도와 정책에 대한 태도가 정책에 대한 의사결정과 확산의지에 영향을 주는 것으로 나타나 기존의 연구결과를 지지하였다. 그러나 연구결과, 정책에 대한 태도는 경제, 사회-문화, 정부의 정책유형 별로 조금씩 다른 정책속성들에 의해 영향을 받고 있었으며, 또한 각기 다른 집행기관의 커뮤니케이션 특성요인에 의해 영향을 받고 있음을 확인할 수 있었다.

경제 영역인 소기업 보호 및 육성정책의 경우 상대적 이점과 적합성과 같이 국민들이 해당 정책이 실질적인 이득이 있다고 인식할수록 우호적인 태도를 보이며, 이러한 정책을 소통하는 과정에 있어서는 관계부처에서 반대의견을 수용하는 개방적 자세를 가지고 공중에게 올바른 정보 유통 및 개방을 통해 신뢰감을 형성하고자 하는 의지가 있다고 판단될 때 더 수용가능성이 높아질 가능성이 있음이 나타났다. 사회-문화 영역인 다문화 가정 지원정책의 경우 대상자가 다문화 가정인만큼 일반 국민의 관찰가능성이 낮아 해당요인이 정책에 대한 태도에 영향을 끼치지 않았다. 그러나 사회-문화 정책이 복잡하고 어렵게 제시될수록 수용가능성이 낮아질 수 있으며, 채택자가 정책을 직접 사용해보거나 체험해 볼 수 있다고 느낄수록 우호적인 태도를 형성할 수 있음을 유추해 볼 수 있었다. 정부부처의 커뮤니케이션 특성면에서는 역시 균형-윤리적인 방향성을 지녔다고 인식될 때 수용 및 확산 가능성이 증대됨을 알 수 있었다.

정부영역인 FTA 추진정책에 있어서도 역시 상대적 이점과 적합성과 같이 국민들이 체감할 수 있는 실질적 이득의 제시가 정책 태도와 수용에 있어 매우 중요함을 알 수 있었다. 특기할 만한 것은, 다른 두 영역의 정책과 달리 정부부처의 소통방식이 공중

의 반응(feedback)을 반영하며 대화를 통해 상호간의 정보나 입장을 교류한다고 인식할 때, 즉 경청의 자세를 갖는다고 볼 때 정책 수용도가 높아짐을 확인할 수 있었다. 이러한 결과에서 유추해 볼 수 있는 것은 국익과 밀접한 연관이 있고 또 이해관계자들 간 갈등요소가 내포되어 있는 정책인 경우, 이의 추진과정에서 국민들의 의견을 수렴하는 의지를 보일 때 정책에 대한 지지도가 증진될 수 있다는 것이다. 다시 말해, PR학자들이 주장한 것처럼, 공중은 정부나 조직이 쌍방향적이고 균형-윤리적인 커뮤니케이션을 한다고 인식할 때 해당 조직의 의사결정에 대한 지지를 표명할 가능성이 높아진다는 점을 본 연구에서도 확인을 할 수 있었다.

본 연구결과에서는 다음과 같은 이론적, 실무적 함의를 찾을 수 있다. 우선 이론적으로는 기존의 연구와 달리 정책의 속성 뿐 아니라, 집행부처의 커뮤니케이션 특성, 커뮤니케이션 매체, 정책 수용과 확산을 통합적으로 살펴보았다는 데서 그 의미를 찾을 수 있을 것이다. 과거 정책 연구는 주로 정책속성과 지방자치단위의 정책수용에 대한 변인들을 중심으로 한 연구가 대부분이었으며 정책을 담아내는 커뮤니케이션 메시지와 채널의 특성관련 변인들이나 개인단위의 수용을 통합적으로 탐색해 본 경우가 드물었다. 이에 따라, 각기 다른 정책유형에 따라 국민들을 대상으로 어떻게 달리 소통해야 하고 어떤 점을 특히 고려해야 하는 가에 대한 제언을 도출해 내는 것이 쉽지 않았다. 그러나 본 연구에서는 정책속성과 부처의 커뮤니케이션 특성, 채널이 각각 정책에 대한 태도에 어떻게 영향을 주는가를 살펴봄으로써 보다 구체적인 방향성을 제시하였다.

예를 들어, 정책홍보 담당자는 정책의 유형에 따라 강조해야 하는 속성을 차별해 낼 필요가 있다.

경제 정책에 해당될 경우 국민에게 어떤 실질적인 이득이 있는지, 또 실생활에 적용가능성은 어떠한지에 대한 소구를 강조해야 할 것이다. 또한 소통과정에 있어서도 반대의 의견을 수용하며 국민의 의견에 따른 조정이나 변화에 대해 개방적임을 보여주어야 한다 (균형-윤리적 커뮤니케이션). 예컨대 페이스북 북과 같은 매체를 사용하여 정책홍보를 할 때, 일방적이고 형식적인 보도자료식 메시지 포스팅에만 머무르는 것이 아니라 전담인력이 국민 개개인의 질문이나 논박에 대해 일일이 답변을 제공하거나 대화를 나누는 등의 전략이 필요하다는 것이다. 국민들의 일상생활과 밀접한 관련성이 상대적으로 높은 사회-문화 정책의 경우에는 특히 국민들의 제언이나 아이디어 등을 수렴하여 실제 정책의 수정이나 수립도 가능하도록 해야 할 것이다. 과거 서울시가 운영하였던 ‘천만상상 오아시스’ 같은 프로그램은 그 예라고 할 수 있겠다.

또한 커뮤니케이션 채널 측면에서는 대국민 정책 홍보 방안 수립 시, 좀 더 전략적인 매체 활용이 필요하다. 실제로 홍보 매체를 선택하는데 있어, ‘다양한 매체를 통합적으로 사용’ 혹은 ‘많은 사람들에게 전달할 수 있는 대중 매체에 일단 노출과 같이 막연하고 안일한 방식의 매체 전략이 아닌 각 정책 별, 혹은 정책 확산 단계별로 사람들의 신뢰를 얻을 수 있는 채널을 찾는 것이 중요하다. 가령, 단순히 도달률이 높다는 이유로 일반적인 미디어 채널만을 활용하는 것은 정보를 전달한다는 차원에서 효과적일 수는 있으나, 다량의 정보가 국민에게 유입되었다는 것이 정책에 대한 호의적 태도 형성을 담보할 수는 없다. 특히 분석 결과에 제시된 바와 같이 국민들이 정책에 대해 정보를 얻는 매체는 방송이나 신문과 같은 대중 매체이나, 실제로 더욱 신뢰하고 있는

것은 대인 간 커뮤니케이션인 것을 알 수 있다. 즉, 미디어 채널을 통하여 정책에 대한 정보를 전달하는 것도 중요하지만, 정책에 대한 신뢰를 쌓기 위해서는 공청회나 주민설명회를 비롯해 직접 커뮤니케이션 할 수 있는 공식적/비공식적 기회를 자주 마련할 필요가 있을 것이다. 사실 정책PR은 정책의 구상, 다양한 대안에 대한 검토와 결정, 결정된 정책의 집행, 정책 실행후의 평가결과의 환류(반영) 등의 순환적인 단계를 거치는 만큼(신호창, 이두원, 조성은, 2011) 본 연구는 정책이 결정되고 이를 확산시키는 것에만 국한시킨 것임을 실무자들은 상기할 필요가 있다. 정책PR에 있어 국민들의 정책 순응도 혹은 이해와 동의를 얻기 위해서는 정책 구상단계에서부터 체계적인 커뮤니케이션 프로그램을 진행해야 한다. 우리나라의 경우 대개 정책결정이 나고 집행하는 단계에서의 PR커뮤니케이션에 치중해 왔으며 (신호창 외, 2011), 이러한 성향으로 인해 조정이 가능했을 이해관계자 간 갈등이 위기로 진화하는 경우가 없지 않았기 때문이다. 이에 향후에는 정책과정 단계별로 가장 효과적인 커뮤니케이션 모델은 어떤 것인가에 대한 추가적인 연구를 통해 보다 의미 있고 실질적인 실무적 함의를 이끌어내도록 해야 할 것이다.

본 연구는 의미 있는 이론적, 실무적 시사점을 도출해 내었으나 다음과 같은 한계점이 있다. 우선, 조사대상 정책유형의 선정에 있어 국민의 인구통계학적 특성과 대상여부를 고려하지 않은 점은 연구결과의 일반화 가능성을 약화시키고 있다. 예를 들어 소기업 보호 및 육성이라는 정책은 연령대가 낮고 사업을 운영하지 않는 일반국민들에게는 생경할 수밖에 없으며, 이 정책에 대한 판단을 내리는 것이 수월하지 않았을 것이다. 둘째, 정부부처의 커뮤니케이션 특성을 측정하는 데 있어 보다 다양한 차원들

을 활용하지 못하였다. 본 연구에서는 이상적으로 여겨지는 쌍방향 커뮤니케이션과 균형-윤리적인 커뮤니케이션에 대한 측정만을 수행하였으나 실제로 정부부처에서는 일방향적이고 불균형적인 커뮤니케이션을 사용하는 경우가 많음을 고려할 때, 이러한 차원들에 대한 진단은 보다 정밀한 소통모델을 구축하는 데 필요한 데이터의 수집을 가능하게 할 것으로 판단된다.

그러나 이러한 한계점에도 불구하고, 본 연구는 기존의 정책관련 연구가 송신자 중심적 관점에서 수행되고 정책속성과 기구단위 수용이라는 두 축을 중심으로 진행되어 오던 것에 반하여 커뮤니케이션 특성, 개인단위의 수용과 확산의도 등을 학제적 문헌 고찰을 바탕으로 통합적으로 살펴보았다는 데에서 의미를 찾을 수 있을 것이다. 본 연구의 결과가 보다 정련된 대국민 정책확산 모델의 개발에 유용한 출발점이 되기를 기대해 본다.

## 참고문헌

- 권혁상·오해영·이장재(2007). 공공부문 정책고객관계 관리(PCRM)의 성공적 운영에 관한 연구: AHP 적용을 통한 조달청 정책고객관계관리 운영실태를 중심으로. *한국공공관리학보*, 1(4), 25~45.
- 김대진·안빛(2012). 지방자치시대의 정책혁신의 확산-버스환승제의 확산 사례를 중심으로. *세계정치*, 17, 187-250.
- 김미선·강황선(2012). 지방정부의 정책확산 영향요인에 대한 실증적 연구: 학교급식지원조례 제정을 중심으로. *한국정책학회 하계학술대회 논문발표집*, 607-629.
- 김세훈(2006). 공공임대주택사업의 정책마케팅 적용 방안 연구. *국가정책연구*, 20(2), 57-90.
- 김영욱(2003). PR 커뮤니케이션 체계 수사 비판이론의 통합. 이화여자대학교출판부: 서울.
- 김영욱·한은경·박종민(2004). 기업 PR 담당자의 위상과 활동 인식이 수행 평가에 미치는 영향: '우수 이론' 변수를 중심으로. *홍보학 연구*, 8(2), 92-124.
- 김윤환·최영(2009). IPTV 확산의 심리적 저항요인에 관한 연구. *방송통신연구*, 69, 163-191.
- 김종현·박기우·권순재(2010). 온라인상에서 기업이슈 생성 및 확산. *Korea Business Review(舊 경영연구)*, 14(2), 81-103.
- 김혜정(2007). 지방정부 혁신으로서의 공공고객관계관리(PCRM): 부산광역시 사례를 중심으로. *한국지방자치학회보*, 19(1), 71-93.
- 나중연(2010). 사용확산모형을 적용한 소비자의 온라인 소셜 네트워크 활용에 대한 연구. *소비자학연구*, 21(2), 443-472.
- 남궁근(1994). 정책혁신으로서 행정정보공개조례 채택. *한국정치학회보*, 28(1), 101-201.
- Berry, F. S.·김대진(2010). 정책혁신과 확산 연구의 과거, 현재 그리고 미래. *한국정책학회보*, 19(4), 75-114
- 박성민·최윤경(2005). 중앙부처 정책고객서비스 사례 연구. *한국정책학회보*, 14(3), 315-361.
- 박성원(2001). 행정 PR의 의의와 기능강화 방안. *전북행정학보*, 15(1), 65-85.
- 박정훈(2008). 정부신뢰와 정책수용: 전자주민카드 정책을 중심으로. *행정논총*, 46(1)호 93-122
- 박종구(2011). 뉴미디어 채택에 관한 통합모델 IAM-NM. *한국언론학보*, 55(5), 449-479.
- 박치성·하혜영(2007). PR모형 적용을 통한 지방정부 온라인 주민참여분석: 강남구 온라인 주민설문의 내용분석을 중심으로. *한국정책분석평가학회 학술대회 발표논문집*, 1-18.
- 소순후(2004). 중소기업의 공급사슬관리시스템 수용에 관한 실증연구: 기술수용모델과 혁신확산이론의 적용. *산업경제연구*, 17(4), 1443-1466.
- 송희석·김경철(2006). 모바일상거래 서비스의 저항요인. *한국전자거래학회지*, 11(2), 111-134.
- 신호창·이두원·조성은(2011). 「정책PR」. 커뮤니케이션북스: 서울.
- 오을임·김구(2002). 지방행정기관에 있어서 학습몰입요인이 조직학습에 미치는 영향에 관한 실증적 연구: 구조방정식 모형의 접근. *한국정책과학학회*, 6(3), 235-256.
- 유연재(2011). 소비자의 혁신저항 척도 개발과 타당화. *한국심리학회지: 소비자광고*, 12(1), 191-216.
- 이동기(2000). 혁신확산의 영향요인에 관한 분석. *한국행정학보*, 34(3), 317-332.
- 이두원(2004). 국책사업의 정책PR과 공중관계 관리: 신행정수도건설추진사업을 중심으로. *사회과학논총*, 26(1), 81-102.
- (2005). 국가 정책홍보의 커뮤니케이션 전략 탐색연구: 공중관계 커뮤니케이션의 문제점과 개선방안을 중심으로. *커뮤니케이션학 연구*, 13(1), 180-209.
- 이민호·이광희·류현숙·윤수재·윤광석(2012). 국가정책지표체계 구축방안 연구: 국가정책지표 분류체계를 중심으로. *한국정책학회 하계학술대회 발표논문집*, 6-7.
- 이승중(2004). 지방차원의 정책혁신 확산과 시간: 지방행정정보공개조례의 사례 연구. *한국지방자치학회보*, 16(1), 5-25.
- 이정철·허만형(2012). 출산장려금 제도의 정책확산 연구: 기초자치단체의 제도 도입을 기초한 사건사 분석. *정책분석평가학회보*, 22(3), 95-119.
- 이종혁·황성욱(2012). 정책홍보 차원의 녹색성장의제



- 확산을 위한공익 캠페인 광고 특성에 관한 연구: 개혁확산이론과 PR관점의 접근을 중심으로. 국가정책연구, 26(1), 5-33.
- 이학식·임지훈(2013). 「구조방정식 모형분석과 AMOS 20.0」. 집현재: 서울, 33-34.
- 장용호·박종구(2011). 마이크로블로그에 대한 채택과 혁신저항의 예측요인에 관한 연구. *Entree Journal of Information Technology*, 10(1), 41-52.
- 전홍식·부이응옥중(2011). 소비자 혁신 저항, 사전지식 및 광고유형이 광고태도와 구매의도에 미치는 영향. *한국심리학회지: 소비자 광고*, 12(1), 71-99.
- 정의철·이선영(2008). 에이즈 예방 커뮤니케이션 분석 연구: 개혁확산이론과 문화적 감수성 접근을 중심으로. *한국언론학보*, 52(6), 323-340.
- 조선배(2000). 「구조방정식모델」. 영지문화사: 서울, 101-104.
- 조소영·조규락(2012). Rogers의 혁신의 확산이론에 기반한 초등학교 교사의 e-러닝 확산과 채택. *교육공학연구*, 28(2), 409-438.
- 조일형·이종구(2012). 범죄예방정책의 확산 영향요인 분석: 서울시 기초자치단체의 방법용 CCTV도입 확산을 중심으로. *한국정책학회보*, 21(2), 221-244.
- 최상한(2010). 지방정부 주민참여예산제도의 확산과 영향요인. *한국행정학보*, 44(3), 87-113.
- 하민지·서인석·권기현(2011). 한국 지방정부의 정책확산 영향요인에 관한 연구: 정책행위자와 환경적 결정요인을 중심으로. *한국행정학보*, 45(4), 151-179.
- 하현상·S. Susan(2012). 정책확산에 대한 네트워크 외부 효과의 영향: 이론적 탐색과 연구 아젠더를 중심으로. *지방행정연구*, 26(3), 369-408.
- 하혜영·이재성(2008). 지방정부의 정책과정에서 온라인 주민참여 활용에 대한 연구. *지방행정연구*, 22(1), 107-134.
- 황상재·손동영·조용현·박성순(2012). 「여론과 함께하는 국정소통」. 커뮤니케이션북스: 서울.
- 황석(2008). 이러닝 도입의 개인 수용-확산요인에 관한 연구: 공공 직업훈련 인력양성 P대학 사례. *직업교육연구*, 27(3), 25-41.
- Berry, F. S. & W. D. Berry(1990). State Lottery Adoptions as Policy Innovation: An Event History Analysis. *American Political Science Review*, 84(2), 395-415.
- Gray, Virginia(1973). Innovation in the States: A Diffusion Study. *American Political Science Review*, 67(4), 1174-1185.
- Grunig, J. E.(2001). Two-way symmetrical public relations: Past, present, and future. In R. L. Heath(Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 11-30). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Grunig, J. E., Dozier, D. M., Ehling, W. P., Grunig, L. A., epper, F. C., & White, J. (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., & Hunt, T.(1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Huang, Y.(2001). Values of Public Relations: Effects on organization-Public Relationships Mediating Conflict Resolution. *Journal of Public Relations Research*, 13(4), 265-301.
- Lindeborg, R. A.(1994). The IABC Excellence Study: Excellent Communication. *Public Relations Quarterly*, 39(1), 5-11.
- Makse, T. & C. Volden(2011). The Role of Policy Attributes in the Diffusion of Innovations. *The Journal of Politics*, 73(1), 108-124.
- McGuire, W. J.(1989). Theoretical foundations of Campaigns. In R. E. Rice & C. K. Atkin, eds., *Public Communication Campaigns*, London, Sage: 한정호·이현우 역. 공익캠페인. 나남: 서울.
- Moon, M. T. & S. Bretschneider(1997). Can State Government Actions Affect Innovation and Its Diffusion? An Extended Communication Model and Empirical Test. *Technological Forecasting and Social Change*, 54, 57-77.
- Nicholson-Crotty, S.(2009). The Politics of Diffusion: Public Policy in the American States. *Journal of Politics*, 71(1), 192-205.
- Ram, S. & J. N. Sheth(1989). Consumer Resistance to Innovations: The Marketing Problem and Its Solutions. *Journal of Consumer Marketing*, 6(2), 5-14.

- Rogers, E. M.(2003). *Diffusion of Innovations*, 4th ed., New York: Free Press: 김영석·강내원·박현구 역(2005). 「개혁의 확산」 . 커뮤니케이션북스: 서울.
- Yun, S.(2006). Toward Public Relations Theory-Based Study of Public Diplomacy: Testing the Applicability of the Excellence Study. *Journal of Public Relations Research*, 18(4), 287-312.
- Walker, J. L.(1969). The Diffusion of Innovations Among the American States. *American Political Science Review*, 63(1), 880-899.

- ▶투 고 일 : 2013년 5월 3일
- ▶심 사 일 : 2013년 5월 8일
- ▶게재확정일 : 2013년 5월 20일

# Developing a public-centered government policy acceptance and diffusion model from a public relations perspective : An exploratory study on three different types of government policies

Yunna Rhee, Ph.D.

Associate Professor, Division of Media Communication, Hankuk University of Foreign Studies

Yoo Shin Kim, Ph.D.

Professor, Department of Electronics Engineering, Pusan National University

Lee, Jinyong, Ph.D.

Professor, School of Business Administration, Chung-Ang University

Due to the environmental changes such as the growth of civic consciousness and the proliferation of new media, communication professionals are becoming skeptical about the effectiveness of sender-centered public affairs communication models. In this study, a more public(audience)-centered government policy promotion and diffusion model is proposed by adapting public relations concepts. More concretely, the study examined the interrelationships among perceived policy features, communication style of the agencies, and different communication channels as it relates to publics' acceptance and intention for diffusion of three different types of government policies.

Study results revealed that for all policies, media credibility and attitude toward the policy affected publics' policy decision making and intention for diffusion of the policies. It was also confirmed that policy attitude was affected by the different policy features and the agencies' communication styles. Based on these findings, suggestions on how practitioners should consider different message strategies and communication channels according to the different types of government policies were offered.