

# 자치행정PR을 위한 자치행정조직의 SNS 활용이 지역주민과의 관계 및 커뮤니케이션 증진과 행정의 관리 효과에 미치는 영향 : 자치행정조직과 지역주민간의 견해차 비교를 중심으로

## A Study on the Impacts of SNS Usage on the Relationship and Effectiveness of Local Administration PR: Local Government vs. Residents Perspectives

서 현 식\*                      송 인 국\*\*  
Hyun-Sik Seo                In-Kuk Song

### 요 약

본 연구의 목적은 행정조직의 SNS 활용이 자치행정PR에 어떠한 영향을 미치는지 알고자 함에 있다. 오늘날 정보통신의 발달과 함께 SNS 서비스의 활성화로 자치행정PR에서도 SNS를 활용하고자 하는 행정조직이 늘고 있다. SNS의 활용은 과거 커뮤니케이션 메시지로 여론을 형성하고 조작하는 관점에서 이제는 시민과의 관계성을 관리하는 관점으로 바뀌어가고 있다. 이렇게 행정PR의 특성은 행정조직과 지역주민 사이의 관계성을 파악해야 함과 동시에 SNS가 이러한 관계성에 어떠한 영향을 미치는지 확인할 필요가 있다. 그러나 SNS의 특성을 확인하는 연구와 자치행정PR에 관한 연구는 별도로 진행되면서 SNS의 활용이 자치행정PR에 어떠한 효과를 가지고 있는지에 대한 연구는 전무하다. 이에 본 연구에서는 구청의 직원과 지역주민을 연구대상으로 하는 모델을 각각 설정하여 두 집단 간의 차이를 비교하고자 하였다. 본 연구의 결과, 행정조직의 SNS 활용은 지역주민의 피드백이 부족하였으며, 대다수 지역주민이 공감할 수 있는 주제 개발의 필요성을 제시하였다.

### ABSTRACT

The study aims to determine whether SNS Usage has significantly influence on local administration PR. With the advance in information and communication technologies, many administrative organizations began to work in public relation to their residents via SNS. Nowadays SNS is transforming practical standpoints from forming public opinion through communication message to forming relationship with their residents. Therefore the needs to identify the relationship of the administrative organizations and their residents are demanded with the needs to investigate impact levels of SNS use on the relationships. While there are many researches to simply identify the features of SNS and to introduce local administration, the research investigating the sequential impacts of SNS use on local administration PR does not exist. The study targeted a borough office and its residents and compare those two groups. Findings illustrate that the SNS usage of administrative organizations suffer from the shortage of resident's feedback. Finally the study recommends the various issue developments to strike chord with their residents to utilize SNS use in local governmental organizations.

☞ keyword : SNS, Local Administration PR(자치행정PR), Relationship(관계성), Interaction(상호작용),  
Communication Effect(커뮤니케이션 효과), Feedback(피드백)

## 1. 서 론

\* 정 회 원 : 단국대학교 시간강사, 박사(제1저자)  
neokgb@dankook.ac.kr

\*\* 종신회원 : 단국대학교 경영학부 경영정보전공 부교수  
iksong@dankook.ac.kr(교신저자)

[2011/07/07 투고 - 2011/07/28 심사 - 2011/09/16 심사완료]

조선 후기의 대표적인 실학자 중 한 명인 다산(茶山) 정약용(丁若鏞)은 민본사상(民本思想)과 위민사상(爲民思想)을 근본으로 한 목민심서(牧

民心書)를 통해 민의를 수렴하고 백성들의 고충을 풀어주기 위한 방안들을 제시하였다[1]. 이렇듯 국민의 소리를 행정에 반영하는 전통은 조선조를 거쳐 오늘날까지 이어지고 있으며, 우리나라의 민주주의 정착에 기반이 되었다. 민주정치는 국민의 참정권을 보장해야 하며, 국민의 이해와 협조를 얻지 못할 경우 그 정책은 실패할 가능성이 높다[2]. 김창룡[3]역시 민주정부에 대하여 상호교류의 커뮤니케이션 과정을 관리하는 ‘홍보(Public Relations, 공중관계)’에 의존한다고 하였다. 이와 같이 국가는 국민과의 끊임없는 소통을 통하여 국민의 뜻을 파악하고 여론을 수렴하여 정책에 반영할 책임이 있다.

행정PR(홍보)은 성공하는 정부의 필수요건이 된다[4]. 과거 참여정부부터 ‘홍보가 곧 정책이다’라는 말을 등장시켜 홍보의 중요성을 각인시켰으며, 정부 각 부처에서는 민간 홍보 전문가들을 영입하기 위한 경쟁이 줄을 잇고 행정PR이라는 홍보의 새로운 시장까지 열렸다. 행정PR이란 정부가 국민에게 정부의 정책과 그 의도하는 바를 알림으로써 국민의 이해를 구하고 정부의 정책에 대한 협력을 구하는 행정활동을 말하며, 정책홍보, 정부PR, 행정공보 등으로도 쓰인다[5]. 행정PR이 일방적인 정보제공을 넘어 국민의 의견을 수렴하고, 공중에게 긍정적 인식을 형성하기 위해서는 쌍방향적 미디어를 이용한 홍보전략의 수립과 활동이 필요하다[6].

정보통신의 발달과 소셜 미디어 서비스의 활성화로 2010년 12월 기준 15개 정부 부처에서 홍보용 Twitter를 활용하고 있다. 또한 각 부처마다 담당하는 정책이나 캠페인 별로 추가적인 홍보용 Twitter 계정을 운영하기도 한다. Twitter, Facebook, Blog 등과 같은 SNS(Social Network Service)의 확산으로 정부의 행정PR은 기존의 홍보 관행보다 더 개방적이고 능동적인 형태로 변화하고 있다[7]. 기존의 매스미디어는 기본적으로 정보를 공중에게 일방향적으로 전달할 수밖에 없었으므로 상호지향적인 쌍방향 커뮤니케이션을 목표로 하는 홍보에는 적합하지 않았다[8]. 그러나 관계지

향 서비스라고도 불리는 SNS의 경우 일방향적인 정보 공개보다는 다른 사람과의 ‘관계’를 형성하고 확장하는 것을 더 중시하며, 사람과 사람사이의 쌍방향 커뮤니케이션이 가능하다. 이처럼 ‘관계’를 중시하는 SNS는 무선인터넷 기반의 스마트폰 및 스마트디바이스가 보편화됨에 따라 그 이용률이 급속히 증가하고 있다. 스마트디바이스를 이용하는 사람들은 실시간으로 정보를 공유하고 있으며 더불어 공공정보의 활용 가능성 역시 증대되고 있다[9].

따라서 행정조직의 자치행정PR에 SNS를 활용하는 것이 어떠한 효과를 가지는지에 대한 연구 수행이 요구되고 있지만 현재까지의 관련 연구들은 정보통신 분야와 행정 분야에서 각기 별도로 진행되고 있다. 예컨대, 정보통신 분야에서는 SNS의 활용결과로 나타날 행정효과를 살피지 않고 SNS에 대한 사용자의 인지과정과 같은 사용행태와 기능에 대한 연구에 치중하고 있다. 또한 SNS의 기능이 어떠한 행정효과를 가져오는지에 대한 연구가 필요한 행정 분야에서는 SNS 서비스를 통해 행정 서비스를 받고 있는 사람들의 인식에 대한 조사 정도에 불과하다. 따라서 각기 따로 연구되어지고 있는 두 분야의 연구를 종합할 필요성이 있다.

한편, 자치행정PR의 관계성은 지역주민의 태도와 행동을 강제하는 것이 아니라 그들에게 정책에 대한 정보를 제공함과 동시에 의견을 수렴하는 상호작용을 의미한다[10]. 최근 행정조직에서 SNS의 활용이 급증하는 것은 바로 이러한 상호작용을 지원해주기 때문이다. 이에 본 연구에서는 SNS의 상호작용 특성이 자치행정PR의 관계성을 증대시키는지와 또한 행정조직과 지역주민 간의 관계성이 증대함에 따라 일어나는 커뮤니케이션 효과가 있는지 확인하는 연구모형을 설정하였다. 더 나아가 행정조직의 입장에서는 커뮤니케이션의 효과가 행정관리의 효율화와 같이 관리효과까지 이어지는 연구모형을 설정하였다. 본 연구에서는 서울특별시내 한 구(區)에서의 구청직원 및 구청 주민들을 대상으로 설문조사

가 이루어졌으며, 두 집단 간의 비교 연구를 수행하였다. 본 연구의 결과는 행정관리에 SNS를 적극 도입하고자 하는 자치행정조직과 자치행정에 관심이 많은 지역주민에게 시사하는 바가 클 것으로 기대된다.

## 2. 관련 연구

본 장에서는 관계 지향적인 SNS의 상호작용 특징과 자치행정PR의 관계성 그리고 자치행정PR의 효과를 커뮤니케이션과 관리효과로 나누어 살펴본다.

### 2.1 SNS의 상호작용 특성

최근 웹2.0 기반 소셜 미디어의 성장과 함께 스마트폰의 보급이 확산됨에 따라 SNS 서비스가 급부상하고 있다. Twitter, Facebook 등으로 대표되는 SNS 서비스가 전 세계적으로 호응을 얻으면서 그 사용자가 급증함에 따라 사회적 파급 효과 역시 증대되고 있다. SNS는 개인의 프로필을 구성하고, 개인들 간의 관계를 통해 형성된 연결을 공유하여, 그 연결을 바탕으로 일어나는 개인들 간의 상호작용을 지원하는 웹 기반의 서비스를 말한다[11]. 특히 Twitter의 경우 기존 미디어보다 사용자간 소통 기능이 향상되고, 강력한 온라인 이해집단의 구성이 가능하며, 이를 통해 보다 막강한 사회적 영향력(Mobility)을 행사할 수 있는 역량을 가진다[12]. Facebook 또한 기본적으로 일방향이 아닌 쌍방향 연결구조를 지니며, 친구를 맺고 친구의 친구를 알게 되면서 인맥 확장은 물론 정보를 공유하고 확산하면서 사회적 영향력 행사 및 유대감을 형성하고 있다[13].

상호작용은 쌍방향적 커뮤니케이션을 이용하여 공중에게 정책에 대한 정보를 제공함과 동시에 그들의 의견도 수렴해야 한다. 이에 본 연구에서는 행정에서 필요한 SNS의 상호작용 특성을 공중에게 전달하여 확산시키는 ‘다양한 주제의 확산’과 ‘피드백’으로 정하였다.

#### 2.1.1 다양한 주제의 확산

개방, 공유, 참여를 목표로 하는 웹2.0 시대에 새로운 소통의 패러다임으로 떠오른 SNS는 사용자간 소통 기능 향상, 강력한 온라인 이해 집단 구현, 보다 강력한 사회적 영향력을 행사할 수 있는 활로 구축 역량 등이 우월하도록 진화하고 있다[14]. 이러한 진화에 부응하여 소셜 미디어의 사회적 기능을 정책에 도입하면, 이를 통해 다양한 사회갈등 및 정치적 불안 해소, 효과적이고 효율적인 국정운영, 국민의 만족도 향상 등을 기대할 수 있게 된다.

대표적인 SNS 중 하나인 Twitter는 “What are you doing?”이라는 한 가지 질의에 대하여 가십거리 식의 간략한 이야기들을 실시간으로 나눌 수 있는 공간이다. Twitter는 RSS(Really Simple Syndication) 방식으로 사용자에게 의해 업데이트된 정보가 그를 팔로우(follow)하는 다수의 팔로워(Follower)들에게 실시간으로 전달된다. 팔로워들은 PC를 비롯한 각종 모바일 기기를 통해 팔로워인 Twitter 글을 확인할 수 있으며, 이렇게 전달된 정보는 수신자의 또 다른 팔로워에게 리트윗(Re-Tweet)되어 순식간에 전 세계로 확산된다. ‘RT’라는 단축키는 원클릭만으로 내가 보고 있는 멘션(Mention)을 팔로워들에게 전달할 수 있으며, 이러한 Twitter의 기능적 특징이 여론의 확산을 돕는다. Twitter는 또한 타임라인(Timeline) 안에 들어온 멘션을 지속적으로 갱신하게 되는데, 이러한 신속성으로 인해 정보공유의 효과가 단시간에 급속히 퍼질 수 있다. 한정호 외[12]는 리트윗이 신속성, 정보성, 흥미성, 협력성이라는 4가지 요인에 의해 진행되고, 이러한 4가지 리트윗 요인 항목에 대한 설문조사 결과 흥미성을 제외한 신속성, 정보성, 협력성 차원에서 리트윗 행위와 통계적으로 유의한 상관관계가 나타난다고 하였다. 이와 같이 Twitter는 자유로운 소통의 통로로서 신속성과 이동성, 정보 확산능력 그리고 연결성을 갖추고 있다.

호주정부의 경우 ‘Emergency 2.0 Australia’ 프

로젝트를 중심으로 Twitter, Facebook 등의 SNS를 연계하여 홍수경보, 대피 경로 등의 정보를 실시간으로 시민에게 공지하고, 지방 정부가 도로차단, 피해보고, 지원 수요 등의 정보를 적시에 입력하여 공유할 수 있는 중앙 정부와의 공동 통합 운영 체계를 마련하였다[14]. 이러한 SNS의 확산 기능은 시민과 정부의 돈독한 일대일 관계 맺기가 가능하게 하여 국민과의 소통으로 이어지고 이를 통해 정책 현안 해결과 미래사회 발전을 위한 공공 부문의 새로운 전략이 되고 있다.

### 2.1.2 피드백

사회적으로 끊임없이 연결되고자 하는 현대인들의 니즈가 높아질수록 소셜 미디어의 영향력이 확산되고 있다. 특히 언제 어디서나 자신의 의견이나 생각을 공유할 수 있는 SNS는 기존 커뮤니케이션 도구들보다 큰 만족감을 제공한다. SNS는 누구나 접근하기 쉬운 의사표현 공간을 제공하고, 이를 통해 ‘예측 불가능한 다양한 보상’의 형태로 여러 인맥들과 소통이 가능하다[15].

다수의 연구 결과에 따르면 많은 조직의 웹사이트를 통한 온라인 커뮤니케이션은 충분히 그 잠재력을 발휘하지 못할 뿐만 아니라 웹 콘텐츠나 기술면에서 공중의 피드백을 유발할 만큼 제대로 작용하지 못하고 있는 것으로 나타났다[16]. 그에 반해 SNS를 활용할 경우 속보성 콘텐츠의 공유 및 사회적 이슈의 신속한 형성이 가능하여 즉각적인 피드백 전달이 용이하다[17]. 더불어 스마트폰 모바일 기기의 확산으로 SNS의 시·공간 제약이 사라지면서 정보의 실시간 제공 및 피드백이 폭발적으로 증가하고 있다.

영국정부는 소통의 ‘벽’을 낮추는 것이 21세기 영국정부가 해야 할 중요한 일임을 인식하고 이를 위한 기술적 도구로 Twitter를 지목하였으며, Digital Media Team을 신설하여 Twitter를 이용한 국민들과의 소통을 전담하고 있다[18]. 특히 ‘정보의 힘(Power of Information: POI) 보고서’를 근

간으로 정보공개 웹 사이트(data.gov.uk)를 구축하고, 공무원들의 Twitter 사용을 의무화하여 업무 활동을 공개하고 이에 대한 국민의 피드백을 실시간으로 받도록 하고 있다[9]. 열린정부라는 국정운영방식을 표명한 미국정부는 오바마 대통령을 중심으로 Twitter, Facebook, YouTube 등 8개의 SNS를 백악관 공식 웹사이트와 연계하여 운영 중이다[14]. 시민-정부간 양방향적 소통을 바탕으로 한 실질적인 시민 참여와 합의를 통합으로써 보다 효율적인 정책 구현을 이루기 위해[19] 정책 정보와 주요 현안을 SNS를 통해 실시간으로 제공하고, 참여에 대한 실시간 피드백을 공유한다.

이와 같이 SNS를 활용한 행정PR의 가장 큰 특성 중 하나는 국민들과의 상호 작용성이다. Twitter의 특성상 정책홍보 부서의 Twitter에 팔로우를 하게 되면 지속적으로 그 부서 정책홍보 서비스의 고객이 된다. 정책홍보 서비스를 수용하는 고객의 경우 이를 통해 질문, 문의, 불만사항과 같은 반응을 즉각적으로 표출할 수 있으므로 실시간 피드백이 가능하다. 정책홍보부서에서는 이러한 Twitter의 상호작용성을 이용하여 고객의 반응을 살피고, 후속정보의 전달을 고려해야 한다. 이처럼 시간과 장소의 제약 없이 누구나 실시간으로 연결할 수 있는 SNS의 상호작용성은 사람들과의 소통을 직접적으로 이끌어낼 수 있어 미디어의 주체로 부상하고 있다.

## 2.2. 자치행정PR의 관계성

1980년대 중반 Ferguson[20]에 의해 제시된 PR의 관계성은 조직에 유익한 결과를 가져온다는 사실을 입증하였다. 관계성(Relationship)이란 두 개체 사이의 상호작용 활동의 유형화된 산물 및 형태로, Berscheid와 Peplau[21]은 관계성의 속성에 대하여 개인들이 서로 영향을 미치며, 이 영향력은 서로 강하게 작용하고, 각자의 다양한 활동과 관계가 있다고 하였다. 뿐만 아니라 이 모든 속성들이 상당기간 동안 서로 연결된 활동을 수반한다고 주장했다. 즉 사람들 사이에 관계가

성립하려면 양쪽 모두 서로를 알아야하고 서로 영향을 미친다는 사실을 알아야만 관계성이 성립되는 것이다[21]. PR에서 의미하는 관계성은 하나의 조직체가 주요한 공중과 어떤 연관성을 갖고 관리해 나가는가에 관한 것[22]으로, 이러한 관계성 관리의 관점은 PR을 함으로써 형성된 여론을 통해 조직과 공중이 상호 호의적 관계성을 구축하고 발전해 나가는 것으로 전환함을 의미하며[10], 다음과 같이 자치행정PR의 관계성은 여러 특성으로 분류되고 있다.

### 2.2.1. 상호통제성

상호통제성(Control Mutuality)이란 행정조직체와 시민이 서로 정당한 힘을 가지고 있다고 여기는 정도를 의미하며, 쌍방간 힘의 균형 또는 안정된 관계의 유지를 위해서는 쌍방이 서로 적절한 통제성을 가져야 한다[23]. 김형석과 이현우[24]는 상호통제력의 불균형이 조직과 공중 간의 불균형적 관계로 연결될 가능성이 높고, 나아가 관계에 대한 만족도가 감소함을 제시하면서 상호통제성을 조직과 공중 간 커뮤니케이션의 균형적 상태로 정의하였다. 박현순[25]은 시민의 의견에 대한 행정조직의 피드백 정도를 들어 상호통제성을 설명하였다. 즉, 행정조직이 시민의 의견을 존중하여 응답하는지, 시민의 의견을 경청하는지, 또 의사결정과정에서 시민이 정당한 요구를 주장할 수 있는 기회를 제공하는지 여부이다.

국민들은 정부의 정책에 대하여 투표, 집회 및 시위참가, 온라인을 통한 건의, 여론조사 참여 등 다양한 경로를 통해 의견을 제시하고 표현한다. 이렇게 표현된 의견들은 정부 및 행정기관의 정책수행이나 향후 방향성에 영향을 미치거나, 다른 국민들의 의견 형성에 영향을 미치기도 한다[26].

행정기관과 지역주민의 관계성 향상을 위해서는 행정기관이 공개적이고 다양한 커뮤니케이션 활동을 통해 지역주민과 접촉함으로써 이들의 필요 욕구와 충족방법을 도출하고 공동의 목표

를 향해 함께 참여할 수 있는 방법을 모색해야 한다. 행정기관과 지역주민의 관계성이 향상되면 쌍방간의 신뢰 구축은 물론 공동목표를 달성할 수도 있다[27]. 특히 관계지향 서비스라고도 불리는 SNS의 경우 사회적 관계를 기본으로 제공하므로 온라인상에서 상호간의 존중을 통한 공공 부문과 시민의 관계 형성이 요구된다.

반면, 한정호 외[12]는 전문가들의 인터뷰를 통해 정부기관이 Twitter를 활용하여 시민과의 소통을 시도하는 것에 대하여 전반적으로 긍정적으로 여기고 있으나, 소셜 미디어 공간에서 공적인 기관인 정부부처가 시민들과 진정한 상호작용에 나설 의지가 있는지에 대한 회의적인 의견도 제시하였다. 즉 행정기관이 시민과의 소통에 대해 진정성 없이 일방적인 홍보 및 주류에 편승하려는 모습만을 보일 경우 오히려 부정적인 효과가 나타날 수 있다는 것이다.

### 2.2.2 상호교환적 관계성

상호교환적 관계성(Exchange Relationship)이란 자신에게 주어질 수 있는 보상이나 이익에 대한 기대 때문에 상대방에게 이익을 주려는 의도의 정도로 정의된다[28]. 한정호[29]는 상호교환적 관계성에 대하여 공중의 경우 조직체가 자신에게 주는 혜택의 정도에 따라서 자기도 혜택을 주는 상대적 호의성을 말하며, 혜택을 받는 쪽은 되돌려 주어야 할 빛이나 의무가 있다고 느낀다. 주로 기업과 고객 간의 마케팅적 관계가 상호교환적 관계의 전형으로 고객이 한 회사의 제품을 사면 다양한 혜택을 받을 수 있다고 느끼고 회사도 소비자에게 잘 대해주면 소비자로부터 혜택을 얻을 수 있다고 기대하게 된다. 또한, 김정현[27]에 의하면 관계성의 개념은 개인과 조직처럼 둘 이상의 주체가 서로 의존하거나 자원을 교환할 때 발생하는 유형화된 산물 및 형태를 의미한다. 행정조직과 시민은 서로에 대하여 과거에 혜택을 주었거나 혹은 미래에 혜택을 줄 수 있을 것으로 기대하게 된다.

자치행정PR은 행정기관이 담당하고 있는 업무의 목표, 운영 및 시설이나 프로그램을 홍보하거나 촉진하는 활동을 말하며[30], 정부 및 행정조직이 하는 일을 국민 또는 지역주민들에게 사전에 알리고 여론을 수렴하여 국정에 반영하는 쌍방향 커뮤니케이션으로 정의된다[31]. 정책홍보에서 이루어지는 쌍방향 커뮤니케이션은 입안하고자 하는 정책에 대하여 국민의 의견을 듣고 국민이 원하는 방향으로 애초에 정책을 수정할 수 있다는 자세를 갖고 국민과 대화해야 한다[4]. 아무리 훌륭한 정책이라도 그 정책에 대한 설명과 이해가 잘못되었을 경우 국민들의 반대에 부딪혀 제대로 실행되지 못하는 경우가 있다. 이러한 결과는 정책에 대하여 국민들과의 심층적인 소통이 이루어지지 않았기 때문이다[18].

지방의회의 홍보활동을 연구한 이회복과 신명희[6]에 따르면 지방의회는 다양한 미디어를 통한 자치행정PR을 통해 의회의 활동 및 현안을 지역민에게 알리고 지역의 여론을 파악할 수 있다. 이를 통해 지역민은 지역현안 및 지방자치에 관한 다양한 정보를 얻고 의견을 전달하게 된다. 최근 개방과 공유를 기조로 한 SNS의 확산으로 인해 그동안 분산되어 있던 정보가 집결되어 재분배되고 있다[17]. 과거 소수의 오피니언 리더가 주도하던 과점형 여론 주도권 구도는 시민들이 SNS를 통해 상호 정보를 교환하는 과정에서 오피니언 리더를 능가하는 집단의 통찰력이 구현되기 시작한 것이다.

### 2.2.3 친밀성

친밀성은 친근, 인정, 호의, 정 등과 같은 정서적 측면의 요인으로[25], 인정과 체면, 애착 등의 동양적 문화와 정서를 반영하여 제시되기도 하였다[24, 32]. 자치행정PR의 관계성 관점에서 친밀성은 시민이 개인적 혹은 인간적으로 행정조직체와 얼마나 가깝게 느끼고 있는지, 그리고 행정조직에 대하여 얼마나 잘 알고 있는지를 나타낸다[27].

정부가 국민에게 제공하는 가장 기본적인 고객서비스는 ‘정보제공’이다. 이두원[2]은 정책과 관련한 다양한 정보를 체계적으로 제공하여 국민의 알 권리를 충족시키고, 나아가 다양한 이해공중(利害公衆)들에게 차별화된 ‘맞춤형 정보’를 제공하는 것을 정부의 국민에 대한 정보제공 서비스로 정의하고 있다. 이러한 맞춤형 정보제공을 통해 행정기관과 지역주민의 친밀도와 친숙성을 높일 수 있다.

특히 소셜 미디어는 인간이 지닌 관계형성 욕구, 친밀감, 소속의 욕구 등을 충족시켜줄 수 있는 서비스로 이용자들은 언제 어디서나 쉽 없이 적당한 수준의 친밀함을 유지하면서 Twitter 등의 SNS를 이용하고 있다[33]. 한 연구에 따르면[12] Twitter 이용자의 설문조사 결과 정부의 트위터 계정에 대한 호감도 및 친근감 측정에 있어 낮은 평가를 받은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 현행 정부기관의 Twitter 운영이 이미 결정된 정책에 대한 일방적 홍보에만 편향하고 있거나, 핵심적인 정책적 사안에 대해서는 침묵으로 일관하는 경향이 많기 때문인 것으로 조사되었다.

박선주와 정원모[14]는 행정기관 및 정부의 원활한 정책 추진 및 국정운영과 시민의 만족도 향상을 위해서 시민과의 친밀한 관계형성이 중요하며, 이를 위해 소셜 미디어의 전략적 도입 및 활용의 필요성을 제시하였다. 특히 미국, 영국, 호주 등 해외 주요국들은 정부와 시민간의 신뢰와 친밀감을 바탕으로 한 관계 정립의 중요성을 인식하고 공공부문을 비롯한 국정운영에 Twitter를 활용하여 시민과 소통하고 있다. 이와 같이 행정조직은 지역주민이 원하는 동질감과 기대감, 참여에 대한 자신감을 충족시켜주고 한 줄의 댓글만으로도 친근감과 유대감을 제공할 수 있는 SNS의 적극적인 활용을 통해 지역주민과 소통해야 할 필요성이 있다.

## 2.3 자치행정PR의 효과

Ledingham과 Bruning[34]에 따르면 행정조직이

공중과의 신뢰를 구축하고, 지역사회에 서비스와 헌신의 의지를 보이며 개방된 커뮤니케이션을 유지할 경우 지방자치시대의 경쟁적인 환경에서 생존할 수 있는 가능성이 높아진다.

행정조직이 지역주민과의 갈등을 최소화하고 대화와 토론, 소통을 통한 여론형성을 유도하기 위해서는 그 지역사회의 구조와 쟁점을 철저히 파악하는 것이 중요하다[2]. PR은 조직과 공중 간 문제점이나 쟁점을 관리하고, 공중의 의견을 수렴하여 이에 대응할 수 있도록 도움을 준다. 또한 지역주민과의 커뮤니케이션을 증대시킴으로써 바람직한 자치행정상을 마련할 수 있고, 자치행정의 활동을 효율적으로 수행 및 관리할 수 있게 한다[27].

### 2.3.1 커뮤니케이션 효과

1995년 시작된 우리나라의 지방자치제도는 지방 행정에 있어 많은 변화를 가져왔으며, 그 중에서도 가장 큰 변화는 지방자치행정이 행정기관 중심에서 지역주민 중심으로 바뀐 것이다. 이러한 변화의 주요 원인으로 지역주민과의 커뮤니케이션을 통한 대민관계, 곧 공중관계(Public Relations)를 꼽을 수 있다[31]. 커뮤니케이션(Communications)은 21세기 정보화 네트워크 시대의 사회적 갈등과 위기를 해결할 수 있는 핵심 키워드로 대두되고 있다. 자치행정PR의 핵심활동은 시책 및 방침의 집행 과정에서 이해관계가 발생하는 공중 즉 시민들과의 관계를 우호적으로 유지 및 관리하기 위하여 각 공중집단에 대하여 차별화된 커뮤니케이션 전략과 기술을 개발하고 실천하는 것이다[2].

지방자치단체와 행정의 고객인 시민과의 좋은 관계성과 유지관리 강화는 행정기관의 지명도를 높이고, 다른 자치행정기관의 차별화를 꾀할 수 있다[27]. 자치행정PR의 관계성 측정 및 유지관리 강화를 통한 커뮤니케이션 효과는 다음과 같다. 첫째, 행정조직과 시민의 좋은 관계성은 바람직한 행정조직 및 기관상을 확립하고, PR매체의

활용을 통해 행정기관의 커뮤니케이션 증대와 효율성 향상으로 이미지와 지명도의 상승을 가져온다. 둘째, 행정조직과 시민의 관계성관리는 장기적으로 타지역 행정기관과의 차별화 효과를 가져온다. 셋째, 행정조직과 시민의 좋은 관계성관리는 통합적 커뮤니케이션의 효과가 높아지고 더불어 행정서비스에 대한 시민의 만족도가 향상된다. 이와 같이 자치행정PR의 관계성 측정은 지역발전을 위한 시민의 의견 수렴을 통해 필요와 요구사항을 파악하여 시의적절한 피드백을 제공함으로써 쌍방간의 신뢰 구축 및 공동의 목표를 성취할 수 있는 효과를 기대할 수 있다.

### 2.3.2 관리 효과

Cutlip 외[22]는 행정PR에 대하여 “공중의 태도를 평가하고, 개인 또는 조직의 정책실행 과정을 공익과 합치시켜 공중의 이해와 협력을 얻기 위한 활동을 관리하는 기능”이라고 하였다. 행정조직이 시책이나 계획을 효율적으로 집행하고 달성하기 위해서는 지역주민들의 협조와 참여가 필요하며, 행정조직은 이러한 시책이나 방침과 관련된 각종 정보를 사전에 지역주민들에게 전달하고 이에 대한 반응을 흡수하여 정책에 반영하도록 해야 한다.

최근 지방정부들은 지역주민들에게 이러한 시책이나 방침에 대한 정보를 제공하기 위해 소셜 미디어를 활용하고 있다. 박준 외[17]는 소셜 미디어 확산에 따른 정책환경의 변화로 시민의 자발적 참여, 정부와 시민간 직접 소통, 여론형성의 분산 대중형을 들었다. 소셜 미디어를 통해 국가 및 행정조직의 정책에 대한 시민의 감시 기능이 강화되었다. 시민들은 더 이상 공공서비스의 수요자에 머물지 않고 서비스의 생산 및 전달과정에서도 정부와 협업하는 프로슈머(Prosumer)로 변화하고 있다. 예컨대, 미국 샌프란시스코에서는 시민들이 도로파손, 담벼락 낙서, 수도관 누수 등을 SNS를 통해 제보할 수 있는 서비스를 실시하고 있다. 이러한 시민 프로슈머의 활약으로 시

정이 활성화되고, 행정조직의 대시민 행정에 대한 서비스 질이 향상될 수 있다.

이와 같이 SNS는 다수의 약한 유대를 증가시키고 이를 유지할 수 있는 기능을 갖고 있으며, 이러한 기능으로 기존의 오프라인 상에서 관계를 형성하는 것과 비교하여 보다 쉽고 특별한 비용을 요구하지 않고도[35], 여론의 확산 및 실시간 피드백과 시민과의 쌍방향 소통이 가능해지므로 정부의 경쟁력 개선에 기여할 수 있을 것으로 보인다. 또한 자치행정PR에 SNS를 활용할 경우 공공정보의 공유가 사회, 경제적 가치를 향상시키는 주요자산임을 인식하여, 시민의 의견을 수렴하고 정책에 반영하고자 하는 노력 등이 공공정보와 민간정보가 결합되어 새로운 정책적 가치를 창출할 수 있다[9].

### 3. 연구모형 및 가설

본 장에서는 연구모형 및 가설을 설정하고 설문분석을 수행하기 위한 변수의 조작적 정의를 한다.

#### 3.1 연구 모형

본 연구는 SNS를 활용한 행정조직의 자치행정PR이 어떠한 효과를 갖는지 알아보고자 함에 있다. 이전의 문헌고찰을 통해 본 연구는 SNS의 활용이 상호작용하는 상대방과의 다양한 주제를 바탕으로 이루어지며 또한 피드백을 받아 공중의 의견을 반영할 수 있음을 확인하였다. 이는 공중과의 관계성을 호의적으로 하는 데 일조하며, 따라서 과거와 같이 행정기관의 이전 및 원전수거물센터의 건립 과정에서 반대하는 주민들을 설득시키고 일방적으로 정책을 알리는 홍보가 아닌 주민과 커뮤니케이션 하는 핵심적인 수단으로 활용될 수 있는 가능성을 보여주고 있다.

자치행정PR의 관계성이 향상되면 정책을 집행하는 행정조직에 대한 지역주민의 호응도와 지지도가 높아지고[27], 상호 존중하게 되는 상호통

제성과 친밀성이 높아지게 되며 자신들의 이해관계에 따라 상호간에 협조하게 되는 상호교한적 관계성 또한 높아지게 된다. 이러한 현상으로 행정조직과 지역주민 간의 커뮤니케이션이 증대하게 되고 그 효과로 바람직한 자치행정의 이미지가 형성될 수 있으며, 타 지역과 차별화되는 행정서비스를 받게 됨으로 인해 지역주민의 만족도가 제고될 것으로 기대된다.

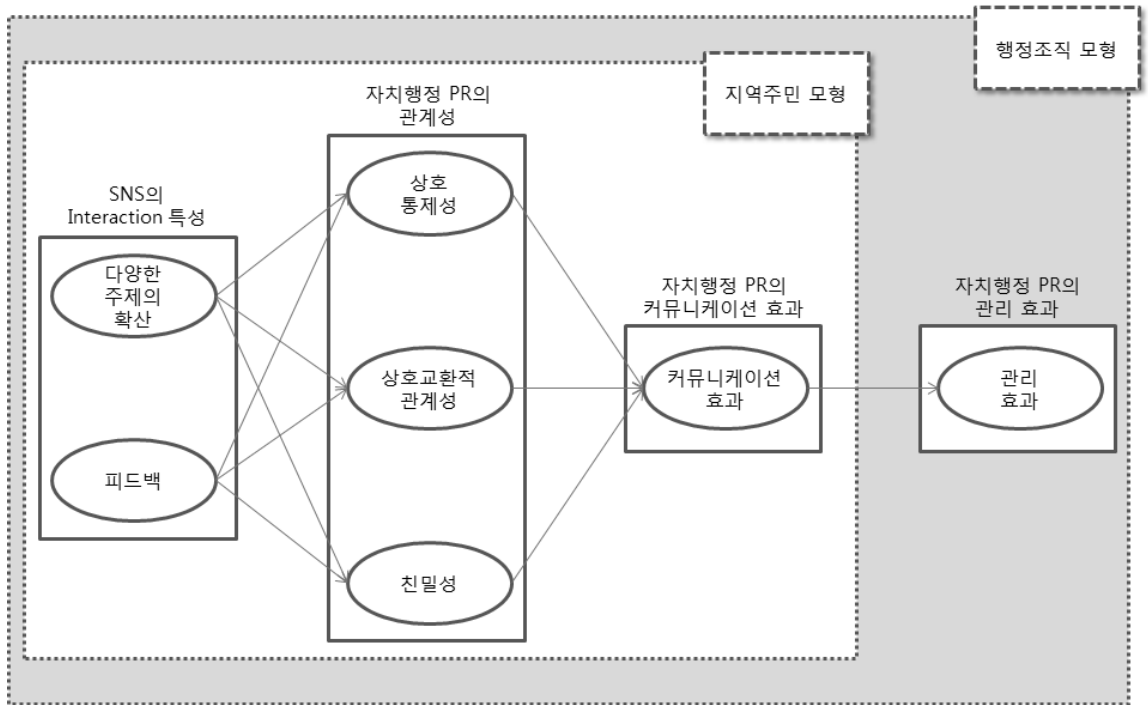
더 나아가 행정조직의 입장에서는 SNS를 활용함으로써 지역주민과의 관계성을 향상시켜 주민들의 불만족을 감소시킬 수 있다. 이를 통해 행정조직의 정책집행 방향성에 반대하는 지역주민들을 설득하고 이들의 민원을 처리하기 위한 인력 배치 및 시간, 비용 등을 절감할 수 있다. 결과적으로는 전반적인 행정서비스의 질을 향상시키는 관리효과로까지 이어질 것으로 바라왔다.

본 연구에서는 SNS를 활용한 자치행정PR의 효과를 확인하기 위해 서울 소재의 한 구청의 직원 및 지역주민을 대상으로 연구를 수행하는 바, 상기 연구모형을 설정하기 위해 행정조직 모형과 지역주민 모형으로 나누어 설정하여 (그림 1)과 같이 제시하였다. 즉, 구청과 구민 입장에서는 모두 SNS의 상호작용 특성이 자치행정PR의 관계성을 향상시키고 이는 다시 커뮤니케이션 효과로 이어지는 모형을 설정하였다. 구청의 경우에는 이러한 구민과의 커뮤니케이션 효과로 인해 관리의 효과로까지 이어지는 행정조직 모형을 별도로 설정하여 구분지었다.

#### 3.2 가설의 설정

정보통신의 발전과 더불어 시민의 생활에 소셜 미디어 서비스의 확산은 행정조직의 정책행정 수행 과정에도 영향을 미치고 있다[17]. 즉, 지역주민은 더 이상 수동적으로 정보와 서비스를 제공받는 존재가 아니라 적극적으로 자신의 견해를 Twitter, Facebook, Blog 등을 통해 개진하게 되었다. 이에 기존의 자치행정PR 활동이 미디어의 중재적 기능에 의존했다고 한다면 이제는





(그림 1) 연구 모형

SNS에 의한 직접적인 관계 설정이 이루어지게 된다. 이를 위해 국가차원에서는 정부가 고객중심의 맞춤형보를 중심과제로 내세우며 국정에 관한 국내외 홍보와 국정에 대한 여론 수렴을 중시하였다[36].

특히 자치행정PR의 특성상 공중을 강제적으로 통제하여 그들의 태도와 행동을 변화시키는 것이 아니라 쌍방향적 커뮤니케이션을 이용하여 공중에게 정책에 대한 정보를 제공함과 동시에 그들의 의견도 수렴해야 한다. 따라서 공중의 주 관심사에 대한 여러 행정 주제들이 공중 속에서 확산되어나갈 필요가 있으며 또한 그들의 피드백을 받도록 하는 공중과의 상호작용이 중요하다. 이러한 상호작용은 행정조직과 공중 간의 상호 관계를 높이게 된다[10]. 본 연구에서의 관계성은 행정조직이 지역주민과 어떠한 연관성을 갖고 이를 관리해 나가는 것이며, 관계성 관리의 관점은 자치행정PR의 커뮤니케이션 메시지로 구청과 시민이 상호 호의적 관계성을 구축하고 발

전시켜 나가는 것을 의미한다[22]. SNS의 주요기능은 이러한 상호작용을 지원해주고 있다는 점에서, 즉 지역주민에게 다양한 주제를 전달하여 확산시킬 수 있다는 점과 피드백을 쉽게 받을 수 있다는 점 때문에 자치행정PR과 관련해서 많은 관심을 받아오고 있다. 즉, SNS에서 다루어지는 콘텐츠는 다른 사용자들로 하여금 참여를 유도해내고 있으며, 이러한 참여는 사용자들 간에 상호작용할 수 있도록 하는 환경을 마련해주고 있다. 이러한 이유로 SNS의 경우 관계지향 서비스로 불리우고 있으며, 사회적 관계를 기본으로 제공하므로 온라인상에서 상호간의 존중을 통한 자치행정조직과 지역주민 간의 관계 형성에 기여할 것으로 보인다. 따라서 SNS의 상호작용 특성은 구청이 자신의 행정PR을 지지해줄 수 있는 지역주민과의 관계성을 높여줄 것으로 기대된다.

자치행정PR의 관계성은 여러 특성으로 분류되고 있다. 예컨대, Huang[32]은 상호통제성, 신뢰성, 만족성, 헌신성, 체면과 인정 등을 들고 있으

며, 김정현[27]은 관계성 관련 선행연구들을 이용하여 대구광역시를 대상으로 연구한 조사에서 요인분석을 통해 관계성을 9개의 요인으로 정리한 바 있다(친밀성, 순수적 신뢰성, 만족성, 상호통제성, 헌신성, 사회기여성, 능력적 신뢰성, 공언이행적 신뢰성, 상호공존적 관계성, 상호교환적 관계성 등). 이들 요인중에서 공통적인 내용들을 살펴보면, 친밀성, 신뢰성, 상호통제성, 헌신성, 상호교환적 관계성 등을 들 수 있다. 본 연구에서는 SNS의 상호작용 특성이 이들 자치행정 PR의 관계성을 높이고 있는지 알아보려고 하기에 일방적인 관계인 헌신성을 제외하고 또한 신뢰성의 결과 친밀성을 가지게 되므로 두 요인 간에는 유사성이 있는 것으로 판단하여 두 요인을 친밀성 하나의 요인으로 통합하였다. 이에 상대방을 존중하고 경청하는 상호통제성, 상호간의 이해관계에 따라 협조하는 상호교환적 관계성, 상호간의 친밀성 등 세 가지를 PR관계성의 특징으로 설정하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H1-1:** SNS를 활용한 ‘다양한 정책 주체의 확산’이 이루어지면 상호작용하는 상대방을 존중하고 경청하는 자치행정PR 관계성의 ‘상호통제성’에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-2:** SNS를 활용한 ‘다양한 정책 주체의 확산’이 이루어지면 자신의 이해관계에 따라 상호간에 협조하는 자치행정PR의 ‘상호교환적 관계성’에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-3:** SNS를 활용한 ‘다양한 정책 주체의 확산’이 이루어지면 상호작용하는 상대방과 친숙해지는 자치행정PR의 ‘친밀성’에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-4:** SNS를 활용한 ‘피드백’이 이루어지면 상호작용하는 상대방을 존중하고 경청하는 자치행정PR 관계성의 ‘상호통제성’에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

**H1-5:** SNS를 활용한 ‘피드백’이 이루어지면 자신의 이해관계에 따라 상호간에 협조하는 자치행정PR의 ‘상호교환적 관계성’에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

**H1-6:** SNS를 활용한 ‘피드백’이 이루어지면 상호작용하는 상대방과 친숙해지는 자치행정PR의 ‘친밀성’에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

김정현[27]은 자치행정PR의 관계성에 따라 다양한 효과가 있을 것으로 기대하였다. 즉, 자치행정PR을 통해 지역주민과의 관계가 좋아지게 되면 바람직한 행정기관상을 형성하게 되고, 이를 다시 PR 매체를 통해 활용하게 됨으로써 커뮤니케이션의 기회가 증대되는 효과를 볼 수 있을 것으로 기대하였다. 지역주민 입장에서 본다면 이는 다른 지방자치단체와 차별화된 요소로 작용하게 됨에 따라 행정조직과의 커뮤니케이션이 더욱 용이해지며, 또한 전반적인 행정서비스에 대해 지역주민들의 만족도가 높아지게 되는 커뮤니케이션 효과가 일어날 것으로 기대하였다. 커뮤니케이션은 대화주체간의 상호작용이므로 본 연구에서는 자치행정 조직과 지역주민 모두의 공통되는 효과로 볼 수 있겠다.

- H2-1:** 상대방을 존중하고 경청하는 자치행정 PR 관계성의 ‘상호통제성’은 바람직한 구청상(區廳像)을 형성하는 커뮤니케이션 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2-2:** 자신의 이해관계에 따라 상호간에 협조하는 자치행정PR의 ‘상호교환적 관계성’은 바람직한 구청상(區廳像)을 형성하는 커뮤니케이션 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2-3:** 자치행정PR의 ‘친밀성’이 높아지면 바람직한 구청상(區廳像)을 형성하는 커뮤니케이션 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

지방행정조직 입장에서 보면, 자신들의 정책을 지지해줄 지역주민과의 관계성을 호의적으로 만듦으로써 커뮤니케이션 효과가 일어나게 되면 시민들의 보이콧, 법정소송 및 대응, 시위 등과 같은 부정적 행위가 감소하게 된다. 따라서 시민들의 불만족을 관리하는 관리인원, 시간, 비용 등을 절감하는 행정조직관리의 효율성을 기대할 수 있다. 또한 행정조직의 내적 사기진작으로 이어짐에 따라 행정서비스 전반에 걸쳐 업무의 질을 향상시키는 시너지 효과를 기대할 수 있게 된다. 따라서 구청의 입장에서는 구민의 경우와 달리 커뮤니케이션 효과에서 그치는 것이 아니라 자치행정PR로 인한 관리효과까지 이어질 것으로 기대된다.

**H3:** 바람직한 구청상(區廳像)을 형성하는 커뮤니케이션 효과는 행정관리의 효율화가 이루어지는 관리의 효과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

### 3.3 변수의 조작적 정의

지금까지의 선행연구, 가설설정, 연구모형 등을 바탕으로 변수에 대한 조작적 정의를 하여 (표 1)과 같이 정리하여 제시하였다.

## 4. 자료수집 및 실증분석

실증분석을 위한 자료 수집, 기술통계적 특성, 신뢰성 및 타당성, 구조방정식 모형에 대한 분석 결과를 제시한다.

### 4.1 자료수집 및 인구통계적 특성

설문은 총 109부를 분석에 이용하였다. 주요 설문대상은 서울특별시내 한 구(區)에서의 구청 직원 및 구청 주민들을 대상으로 이루어졌다. 해당 구청은 주민들을 대상으로 Twitter, Facebook, Blog 등 다양한 소셜 네트워크 서비스를 제공하고 있다. 이에 구청 내 홍보부 직원을 포함하여

각종 민원을 처리하고 있는 담당자 등을 대상으로 하여 설문지를 의뢰하였다. 구청직원들에 대해서는 총 61부의 설문지 회수되었으며 답변이 누락되거나 동일한 답변을 반복하는 등 불성실한 3부를 제외하고 58부의 설문지를 분석에 이용하였다. 구청 주민들은 해당 구(區)에 소재하고 있는 교회 모임에 취지를 설명하고 설문지를 의뢰하였다. 해당 모임에 참석하고 있는 사람들 중에서도 해당 구청에 거주하고 있는 주민이며 SNS 계정을 가지고 활용하고 있는 사람들을 대상으로 하였다. 구청 주민은 총 55부의 설문지가 회수되었으며, 마찬가지로 답변이 누락되거나 동일한 답변을 반복하는 등 불성실한 4부를 제외하고 51부를 분석의 대상으로 하였다. 설문 응답자의 인구통계적 특성을 살펴보면, 구청직원은 여성(56.9%)이 다소 많았으나 구청주민은 남성(64.7%)이 많은 것으로 나타났다. 연령대는 3~40대의 분포가 구청직원(72.4%)과 주민(78.4%) 모두 가장 많은 것으로 나타났다((표 2) 참조).

### 4.2 측정 모형

실증분석을 위해 본 연구에서는 PLS(Partial Least Squares) 방법론을 이용하여 연구모형을 검증하였다. PLS는 구조방정식 모형분석을 위한 여러 방법론들 중에서도 샘플 크기와 잔차분포의 영향을 적게 받는다는 장점을 지니고 있다[37].

먼저 본 연구에서 고려된 변수들에 대한 신뢰성(Reliability), 집중타당성(Convergent Reliability)과 판별타당성(Discriminant Validity)을 검증하였다. 신뢰성은 Fornell과 Larcker[38]의 합성신뢰성(Composite Reliability: CR)과 Barclay 외[39]의 평균분산추출(Average Variance Extracted: AVE) 값을 이용하였다. CR 값이 0.7 이상이며 AVE가 0.5 이상이면 측정변수들의 신뢰성이 확보된다[40]. 본 연구에서 고려된 변수들의 CR 값은 구청 직원 및 주민에 대한 설문그룹 모두 0.7 이상, AVE 값은 모두 0.5 이상의 수치를 보임으로써 본 연구에서 설계한 신뢰성은 확보되었다.

(표 1) 변수의 조작적 정의

잠재변수		측정변수		측정항목근거
독립	다양한 주제의 확산 (Sprd)	Sprd1	SNS를 통해 구정(區政), 교육, 사회, 문화 등 다양한 비즈니스를 다룰 수 있는 정도	박선주와 정원모(2010), 한정호 외(2010), 박선주와 정원모(2010)
		Sprd2	SNS를 통해 구민에게 확산되도록 다양한 주제를 다룰 수 있는 정도	
		Sprd3	SNS의 다양한 기능(ex. 프로필, 게시판, 사진첩, 쪽지 등)을 통해 구민들과의 대화주제가 확산되는 정도	
	피드백 (Fdb)	Fdb1	SNS를 통해 구민의 생각을 읽고 의견을 청취할 수 있는 정도	ATLAS Review(2010), 박준 외(2011), 최항섭 외(2010)
		Fdb2	SNS의 댓글, 추천, 평점 기능들을 통해 구민의 생각을 읽을 수 있는 정도	
		Fdb3	SNS를 통한 구민의 피드백이 구정(區政)에 도움이 되는 정도	
매개	상호통제성 (Ctr)	Ctr1	구청이 구민의 의견을 존중하는 정도	Huang(2001), 박현순(2009), 김정현(2005)
		Ctr2	구청이 구민의 요구주장이 정당하다고 믿는 정도	
		Ctr3	구청이 구민의 의견을 경청하는 정도	
	상호교환적 관계성 (Stk)	Stk1	구민이 자신의 이해관계에 따라 구청의 구정에 협조하는 정도	김정현(2005), 한정호(2002), 신호창(2005), 최항섭 외(2010)
		Stk2	구청이 구정(區政)의 이해관계에 따라 구민과 타협하거나 혜택을 제공하는 정도	
		Stk3	구청이 구정(區政)의 이해관계에 따라 어느 정도는 구민의 희생을 요구한다고 믿는 정도	
	친밀성 (Cls)	Cls1	구청이 구민에게 친숙한 정도	Huang(2001), 최영균(2010), 한정호 외(2010)
		Cls2	구청이 구민에 대해 잘 알고 있는 정도	
		Cls3	구민에게 구청이 정겨운 정도	
종속 (구민과 구청)	커뮤니케이션 효과 (ComR)	ComR1	SNS를 통해 바람직한 구청상(區廳像)을 형성하고 구청의 이미지를 상승시키는 정도	김정현(2005), 이두원(2005)
		ComR2	SNS를 이용함으로써 타 지자체와 비교하여 구정(區政)에 뚜렷한 차이가 있는 정도	
		ComR3	SNS를 활용함으로써 구민들의 만족도를 높여줄 수 있는 정도	
종속 (구청)	관리 효과 (MgtR)	MgtR1	SNS를 활용함으로써 구청직원들의 귀속감과 사기 진작이 이루어져 구정(區政)의 활성화가 일어나는 정도	Doanth와 Boyd(2004), 전중수 외(2010), 박준 외(2011)
		MgtR2	SNS를 활용함으로써 구민의 불만족이 감소하여 민원의 관리인원, 비용 등 행정관리의 효율화가 일어나는 정도	
		MgtR3	SNS를 활용함으로써 대(對) 구민 행정 서비스의 질이 획기적으로 향상되어지는 정도	

(표 2) 설문 응답자의 인구통계적 특성

구분	항목	구청직원		구청주민		계	
		n	%	n	%	n	%
성별	남성	25	43.1	33	64.7	58	53.2
	여성	33	56.9	18	35.3	51	46.8
연령	20대	7	12.1	3	5.9	10	9.2
	30대	17	29.3	18	35.3	35	32.1
	40대	25	43.1	22	43.1	47	43.1
	50대	9	15.5	8	15.7	17	15.6
학력	고졸	3	5.2	1	2.0	4	3.7
	전문대졸	9	15.5	3	5.9	12	11.0
	대졸	44	75.9	30	58.8	74	67.9
	대학원졸	2	3.4	17	33.3	19	17.4
근속연수	10년 이내	24	41.4				
	10~20년	24	41.4				
	20년 이상	10	17.2				
계		58	100	51	100	109	100

전체 모델에 대한 집중타당성은 요인적재값이 0.6 이상인 경우 확보된다[41]. 본 연구에서의 잠재변수인 ‘상호교환적 관계성’에 대한 측정변수 중 하나인 ‘구청이 구정(區政)의 이해관계에 따라 어느 정도는 구민의 희생을 요구한다고 믿는 정도’ 한 항목은 0.556인 것으로 나타났다. 구청 직원들의 경우 이 항목에 대해서 다른 두 항목과 같은 요인으로 보고 있지 않았다. 즉, 구청 직원들은 구민과 구청이 각각 자신들의 이해관계에 따라 상호 협조하지만 구청이 구민의 희생을 원치 않고 있는 것으로 나타났지만, 구청 주민들은 이 항목이 함께 묶임으로써 구청의 이해관계에 따른 구정(區政)의 수행에 다소 구민의 희생이 따를 수 있다는 생각을 가지고 있었다. 이에 본 연구의 실증분석에서는 구청직원의 경우 해당 항목을 제외하고 분석을 실시하였다. 그 외 모든 항목들은 0.6 이상의 수치를 보이고 있기 때문에 본 연구모형의 집중타당성 역시 확보되었다(구청직원의 경우 (표 3), 구청주민의 경우 (표 4) 참조).

판별타당성은 AVE 제공근의 값이 다른 구성 개념간의 상관관계 값보다 커야 한다[39]. 본 연구에서는 (표 5), (표 6)과 같이 구청직원, 구청주민 모두 AVE 제공근의 값이 그에 상응하는 상관행렬의 값보다 큰 것으로 나타남으로써 판별타당성이 확보되었다.

### 4.3 구조 모형

Bootstrap Resampling 기법으로 500회 리샘플링 후 본 연구에서 제안된 가설을 검증하였다. 분석 결과는 (표 7)과 같이 구청 직원 및 주민의 결과를 비교하기 위해 도식화하여 제시하였다.

본 연구에서는 SNS의 상호작용 특성이 자치행정PR의 관계성을 높이고 SNS를 이용한 커뮤니케이션 효과가 구청 직원과 주민에게 모두 나타나며 추가로 구청직원은 관리효과까지 일어나는 것으로 가정하였다. 설문분석 결과를 바탕으로 먼저 SNS를 활용한 커뮤니케이션 효과를 살펴보면, 구청직원은 상호교환적 관계성( $\beta = 0.351, t = 4.399$ )과 친밀성( $\beta = 0.535, t = 4.897$ )이 영향을 미치고 구청주민은 상호교환적 관계성( $\beta = 0.257, t = 2.606$ )만이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구청주민은 친밀성이 커뮤니케이션 효과에 영향을 미치지 않으면서도 구청직원의 경우 친밀성이 다른 영향요인에 비해 크게 나타남으로써, 구정(區政)에 있어서 SNS의 역할에 대해 구청직원은 구청주민과 친밀하게 다가갈 수 있는 도구로 여기고 있음을 알 수가 있다. 또한 구청직원과 주민 모두 상호 간의 이해관계에 따라 협조하는 상호교환적 관계성이 커뮤니케이션 효과에 정(+)의 영향을 미치고 있음에 따라 SNS를 통해 상호간의 이해관계를 이해하는데 도움이 되고 있음을 보이고 있다.

상호통제성은 구청직원의 경우, SNS의 상호작용 특성 중에서 피드백( $\beta = 0.300, t = 1.979$ )에 의해 영향을 받고 있으며, 구청주민의 경우에는 다양한 주제의 확산( $\beta = 0.262, t = 2.402$ )으로 인해 영향을 받는 것으로 분석되었다. 상대방의 의견

(표 3) 구청직원 그룹에 대한 기술 통계량

변수명			평균	표준편차	요인적 재량	CR	AVE	Cronbach' $\alpha$
독립	다양한 주제의 확산 (Sprd)	Sprd1	4.62	1.361	0.922	0.925	0.804	0.881
		Sprd2	4.76	1.288	0.870			
		Sprd3	4.53	1.327	0.897			
	피드백 (Fdb)	Fdb1	4.41	1.214	0.933	0.957	0.881	0.932
		Fdb2	4.67	1.356	0.946			
		Fdb3	4.62	1.268	0.936			
매개	상호통제성 (Ctr)	Ctr1	4.55	1.512	0.964	0.944	0.850	0.911
		Ctr2	3.97	1.311	0.881			
		Ctr3	4.62	1.400	0.919			
	상호교환적 관계성 (Stk)	Stk1	4.83	1.244	0.818	0.861	0.757	0.689
		Stk2	4.45	1.327	0.919			
		Stk3	4.38	1.073	0.556			
친밀성 (Cls)	Cls1	3.84	1.136	0.938	0.956	0.879	0.931	
	Cls2	3.88	1.285	0.926				
	Cls3	3.41	1.402	0.948				
중속 (구민과 구청)	커뮤니케이션 효과 (ComR)	ComR1	4.53	1.217	0.879	0.939	0.836	0.902
		ComR2	4.33	1.369	0.915			
		ComR3	4.38	1.226	0.948			
중속 (구청)	관리 효과 (MgtR)	MgtR1	3.81	1.100	0.927	0.902	0.754	0.836
		MgtR2	3.64	1.150	0.852			
		MgtR3	4.03	1.059	0.823			

(표 4) 구청주민 그룹에 대한 기술 통계량

변수명			평균	표준편차	요인적 재량	CR	AVE	Cronbach' $\alpha$
독립	다양한 주제의 확산 (Sprd)	Sprd1	4.80	1.077	0.899	0.944	0.848	0.916
		Sprd2	4.88	1.052	0.933			
		Sprd3	4.43	1.136	0.930			
	피드백 (Fdb)	Fdb1	4.65	1.055	0.906	0.950	0.864	0.921
		Fdb2	4.67	1.108	0.938			
		Fdb3	4.61	1.201	0.944			
매개	상호통제성 (Ctr)	Ctr1	3.61	1.097	0.921	0.950	0.863	0.924
		Ctr2	3.47	1.046	0.936			
		Ctr3	3.59	1.134	0.931			
	상호교환적 관계성 (Stk)	Stk1	4.61	1.097	0.920	0.927	0.809	0.882
		Stk2	4.37	0.999	0.887			
		Stk3	4.57	1.269	0.890			
친밀성 (Cls)	Cls1	3.75	1.055	0.916	0.941	0.843	0.907	
	Cls2	3.63	1.113	0.917				
	Cls3	3.49	1.120	0.921				
중속 (구민과 구청)	커뮤니케이션 효과 (ComR)	ComR1	4.25	1.146	0.920	0.942	0.843	0.907
		ComR2	4.20	1.020	0.912			
		ComR3	4.35	1.163	0.923			

(표 5) 구청직원 그룹에 대한 판별타당성

	Sprd	Fdb	Ctr	Stk	Cls	ComR	MgtR
Sprd	0.897						
Fdb	0.527	0.939					
Ctr	0.220	0.329	0.922				
Stk	0.377	0.319	0.551	0.870			
Cls	0.461	0.439	0.579	0.413	0.938		
ComR	0.669	0.594	0.336	0.482	0.593	0.914	
MgtR	0.500	0.477	0.440	0.441	0.515	0.556	0.868

\* 대각선의 값은 AVE 제곱근의 수치임

(표 6) 구청주민 그룹에 대한 판별타당성

	Sprd	Fdb	Ctr	Stk	Cls	ComR
Sprd	0.921					
Fdb	0.667	0.930				
Ctr	0.309	0.283	0.929			
Stk	0.380	0.160	0.251	0.899		
Cls	0.399	0.283	0.903	0.284	0.918	
ComR	0.545	0.560	0.388	0.352	0.440	0.918

\* 대각선의 값은 AVE 제곱근의 수치임

을 존중하는 상호통제성에 대해 구청직원은 구청주민으로부터 피드백이 중요하다고 여긴 반면, 구청주민은 다양한 주제의 확산이 영향을 미치는 것으로 나타났다. SNS를 활용하는 주민들 입장에서는 SNS가 구정(區政)의 확산에 적합한 수단으로(그러나 설명력인 R<sup>2</sup> 값이 1%에 불과하므로 큰 의미를 부여하기에는 힘듦) 구청이 자신들의 의견을 존중하고 있는지 확인할 수 있지만 자신들의 피드백이 반영되었다고 여기지는 않고 있었다. 구청직원은 구정(區政)의 홍보 등에 SNS를 활용하고 구민의 피드백을 받아 이를 다시 구정(區政)에 적용함으로써 구민들의 의견을 존중하고 있는 것으로 판단된다. 문제는 구청직원과 주민 모두 상호통제성이 커뮤니케이션 효과로 이어지지 않고 있는 것으로 나타났다. SNS를 활용함에 따라 상대방의 입장을 존중은 하지만 이것이 구정(區政)의 좋은 이미지를 형성하는 데에는 부족함이 있었다.

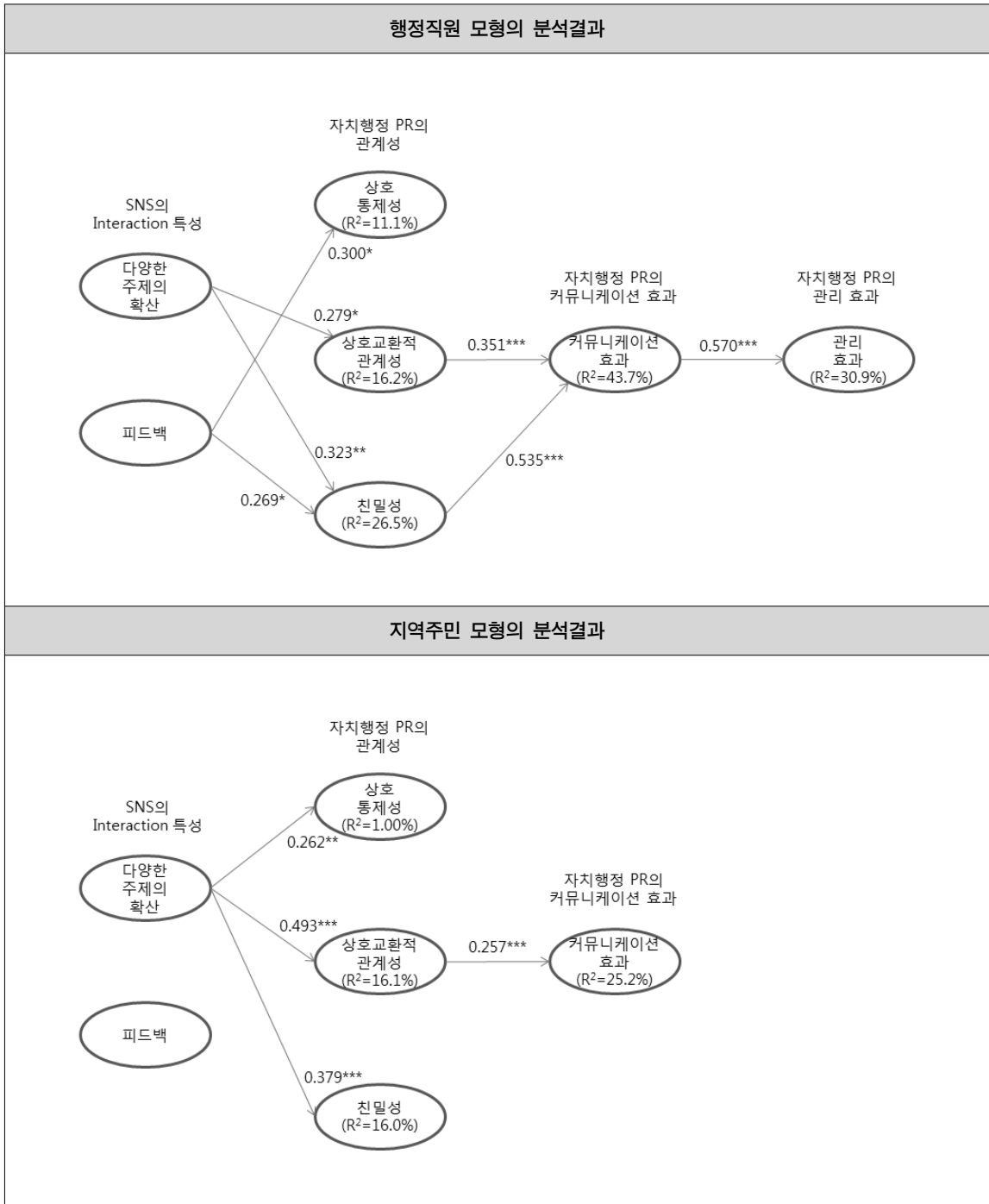
상호교환적 관계성에 대해서는 구청 직원( $\beta = 0.279, t = 2.188$ )과 주민( $\beta = 0.493, t = 3.791$ ) 모두 다양한 주제의 확산이 상호교환적 관계성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. SNS를 통한 구정(區政)의 홍보가 자신들의 이해관계에 맞는 경우 상호간의 협조를 이끌어낼 수 있는 것으로 나타남에 따라 모두가 공감할 수 있는 내용을 기반으로 한 구정(區政)의 홍보가 중요한 것으로 판단된다. 그러나 구청직원 및 주민 모두 피드백의 기능은 반영되지 않고 있음에 따라 SNS의 주요 기능인 상호간의 의사소통 방안에 대해 더욱 고민할 필요가 있다.

친밀성에 대해서 구청직원들은 SNS의 활용이 주민들의 관심사인 주제를 다루고( $\beta = 0.323, t = 2.531$ ) 또한 피드백을 받아( $\beta = 0.269, t = 2.262$ ) 이루어짐으로써 주민과의 친밀한 관계를 높이는 데 일조하는 것으로 여기고 있었다. 반면에 구민들은 피드백은 없지만 자신들의 관심사를 다루는 경우( $\beta = 0.379, t = 3.616$ ) 친밀성이 높아지는 것으로 분석되었다.

구청직원들에 대해 추가적으로 설정한 관리효과에 대해서는 커뮤니케이션 효과가 관리 효과로 이어지는 것으로 나타났다( $\beta = 0.570, t = 4.808$ ). 바람직한 구청상(區廳像)의 형성은 구청직원들의 사기진작과 행정관리의 효율화가 이루어져 구민들을 위한 행정 서비스의 질이 향상되는 것으로 나타났다.

전반적으로 볼 때에는 SNS의 주요 기능인 피드백에 대해 구청직원들은 주민의 의견을 청취하여 구정(區政)에 반영함으로써 주민들과의 친밀한 관계를 유지하고 있다고 여기는 반면 주민들은 피드백이 본 연구에서 설정한 자치행정의 PR 효과에 대해 어떠한 영향도 미치지 않고 있는 것으로 분석되었다. 따라서 SNS의 활용이 구정(區政)의 활성화로 이어지기 위해서는 피드백의 기능에 대한 논의가 요구된다. 이상의 결과들을 정리하여 본 연구에서 설정한 가설에 대한 검증 결과를 (표 8)과 같이 제시하였다.

(표 7) 연구모형 분석결과 비교



\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.02, \*\*\*: p < 0.01



(표 8) 주효과 가설 채택 여부

가설	원인 변수	결과 변수	구청직원			구청주민		
			경로 계수	t값	결과	경로 계수	t값	결과
H1-1	다양한 주제의 확산	상호통제성	0.074	0.349	기각	0.262	2.402	채택
H1-2		상호교환적 관계성	0.279	2.188	채택	0.493	3.791	채택
H1-3		친밀성	0.323	2.531	채택	0.379	3.616	채택
H1-4	피드백	상호통제성	0.300	1.979	채택	0.065	0.564	기각
H1-5		상호교환적 관계성	0.183	1.389	기각	-0.158	0.999	기각
H1-6		친밀성	0.269	2.262	채택	0.025	0.267	기각
H2-1	상호통제성	커뮤니케이션 효과	-0.158	1.138	기각	-0.038	0.199	기각
H2-2	상호교환적 관계성		0.351	4.399	채택	0.257	2.606	채택
H2-3	친밀성		0.535	4.897	채택	0.404	1.564	기각
H3	커뮤니케이션 효과	관리 효과	0.570	4.808	채택			

#### 4.4 구청 직원 및 주민 그룹간 경로계수의 차이

집단별 경로계수의 차이에 대해 Chin 외[42]는 <수식 1>과 같은 공식을 제시하였고, 이 수식을 이용하여 Keil 외[43]와 이승창 외[44]는 PLS 분석에 있어서 집단별 경로계수의 차이를 분석하였다. 본 연구에서도 구청직원과 주민간의 의식 차이를 확인하기 위해 다음과 같이 (수식 1)을 이용하였으며, 그 결과는 (표 9)와 같이 정리하여 제시하였다. 비교대상은 구청직원 및 주민에 대한 연구 모형에서 각각 모두 통계적으로 유의한 경로계수를 가지는 경우로 한정하였다.

$$S_{pooled} = \sqrt{\frac{N_1 - 1}{N_1 + N_2 - 2} \times SE_1^2 + \frac{N_2 - 1}{N_1 + N_2 - 2} \times SE_2^2}$$

$$t = \frac{PC_1 - PC_2}{S_{pooled} \times \sqrt{\frac{1}{N_1} + \frac{1}{N_2}}}$$

(수식 1) 집단별 경로계수의 차이

$S_{pooled}$  = 변수들의 합동추정치

$t$  = 자유도가  $N_1+N_2-2$ 인  $t$ 변량

$N_i$  = Sample  $i$  의 표본크기

$SE_i$  = Sample  $i$  의 경로계수에 대한 표준오차

$PC_i$  = Sample  $i$  의 경로계수

수식을 적용한 결과에 따르면, 먼저 SNS의 활용을 통해 다양한 주제가 확산되는 것이 상호교환적 관계성( $t = -8.505$ )과 친밀성( $t = -2.513$ )을 높이는 것에 대해서는 구청주민이 구청직원에 비해 더 큰 것으로 분석되었다. 구청주민들은 SNS를 통해 자신들의 주요 관심사인 주제에 대해 접하는 경우, 보다 친밀하고 자신들의 이해관계에 따라 구정(區政)에 협조하는 것으로 나타났다.

상호교환적 관계성이 커뮤니케이션 효과에 영향을 미치는 것에 대해서는 구청직원이 주민에 비해 더 큰 것으로 분석되었다( $t = 5.575$ ). 바람직한 행정의 이미지를 형성하기 위해서는 상호간의 이해관계가 맞아 협조를 이끌어내는 것이 중요하며 구청직원들은 이의 필요성을 주민보다 더 크게 느끼고 있었다.

## 5. 결론, 시사점 및 향후 과제

실증분석 결과를 바탕으로 본 연구의 결론, 시사점 및 향후 연구 과제 등을 정리하여 다음과 같이 제시한다.

### 5.1. 연구의 결론 및 시사점

과거 행정PR 관련 연구가 커뮤니케이션 메시

(표 9) 구청 직원 및 주민 그룹간 경로계수 비교

가설	원인 변수	결과 변수	구분	구청직원	구청주민	비교
H1-2	다양한 주제의 확산	상호교환적 관계성	경로계수	0.279	0.493	구청주민이 더 크다고 여김
			표준오차	0.132	0.130	
			표본크기	58	51	
			계수차의 t값	-8.505***		
H1-3		친밀성	경로계수	0.323	0.379	구청주민이 더 크다고 여김
			표준오차	0.125	0.105	
			표본크기	58	51	
			계수차의 t값	-2.513**		
H2-2	상호교환적 관계성	커뮤니케이션 효과	경로계수	0.351	0.257	구청직원이 더 크다고 여김
			표준오차	0.080	0.096	
			표본크기	58	51	
			계수차의 t값	5.575***		

\*:  $p < 0.05$ , \*\*:  $p < 0.02$ , \*\*\*:  $p < 0.01$

지로 여론을 형성하고 조작하는 관점에서 이제는 시민과의 관계성을 관리하는 관점으로 바뀌어가고 있다. 따라서 행정PR의 특성은 행정조직과 지역주민 사이의 관계성을 파악해야 한다. 이러한 관계성은 일방향이 아닌 쌍방향에 의해 이루어져야 한다. 즉 공개적인 커뮤니케이션 활동을 통해 다양한 지역주민과 접촉하고 이들의 니즈를 파악하고 반영하여 공동의 목표를 달성할 필요성이 있다[27].

그러나 본 연구에서의 분석결과에 따르면 주민들은 구청과의 상호작용을 함에 있어서 상호 존중하고 친밀해지는 과정에 피드백이 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그에 반해 구청의 입장에서는 이들 관계가 피드백에 의해 나타나고 있는 것으로 인지하였다. SNS의 특성중 피드백은 매우 중요한 기능 중 하나이다. 구청 직원의 입장에서는 SNS를 통해 지역주민의 피드백이 발생하면 행정활동에 반영하고 있으나, 지역주민의 입장에서는 아직 적극 활용하지 않고 있어 피드백이 반영되지 않는 것으로 여기고 있었다.

또한 본 연구에서는 문헌고찰을 통하여 지역 행정을 위한 다양한 주제의 확산을 위해 SNS가

적합한 매체이며, 따라서 SNS의 활용가능성 역시 커지고 있음을 알 수 있었다[17,12,14]. 과거와 같이 원전수거물센터 등 혐오시설의 건립은 지역주민의 반대가 컸고 홍보매체의 활용은 이러한 반대 주민을 설득하기 위한 목적으로 사용된 바 있다. 분석의 대상이 된 구청의 경우, SNS를 활용하여 일방적으로 주민들을 설득하는 내용은 찾기 힘들었다. 주로 문화행사 및 체육행사와 같이 지역주민들의 여가 및 취미 생활을 위한 홍보물이 많았으며, 구청의 주요 일정을 소개하는 내용에 그쳤다. 본 연구의 분석결과 지역주민들은 정책 주제의 확산이 상호 존중하고 친숙해지는 자치행정PR의 상호통제성과 친밀성 향상에 도움이 되는 것으로 생각하고 있었다. 그러나 이것이 커뮤니케이션 효과로 이어지지 못하고 있는 실정이다. 본 연구에서 설정한 커뮤니케이션 효과는 바람직한 구청상(區廳像)을 형성하는 것이었다. 이를 위해서는 구청의 노력이 더욱 요구된다. 호주의 경우 홍수경보와 같이 재난재해에 대한 정보를 SNS와 연계시켰으며, 미국이나 영국의 경우 모든 국정 운영에 SNS를 활용하고 있다 [14]. 이는 일방적인 행정PR이 아니라 전 공무원

을 통해 지역주민의 다양한 의견을 청취하는 쌍방향 커뮤니케이션 통로로 이용하고 있다. 연구 대상이었던 구청의 경우 지난 2010년 태풍 곤파스가 서울을 관통함에 따라 큰 피해를 입었음에도 SNS를 연계한 정보 제공에는 소홀히 하였다. 주민들의 생활 속에서 필요한 정보를 제공해야 커뮤니케이션 효과로 이어질 수 있을 것으로 보인다.

더욱이 구청직원과 지역주민 모두 자신의 이해관계에 따라 상호 협조하는 상호교환적 관계성은 커뮤니케이션 효과로 이어지는 것으로 나타났다. 이는 SNS를 활용한 주제가 자신들의 이해관계에 맞아야 함을 더욱 뒷받침하고 있다. SNS를 활용한 쌍방향 커뮤니케이션을 구축하기 위해서는 구청과 지역주민 모두 관심을 가질 수 있는 내용을 적극 개발하는 것이 중요하다. 예컨대, 샌프란시스코의 경우 콜센터를 이용하지 않고도 SNS를 활용해 도로 청소 및 보수, 쓰레기 수거, 담벼락 낙서 제거, 누수 수도관 신고 등 다양한 민원접수와 처리상황을 실시간 통지하고 있다[12]. 대민서비스의 품질 향상은 이와 같이 지역주민의 생활 속 민의를 주고받아 고충을 해결하는 것에서부터 시작될 수 있다.

한편 구청의 경우, 친밀성은 다양한 주제의 확산과 피드백을 통해 이루어진다고 생각하고 있으며 이는 커뮤니케이션 효과로 이어지고 있었다. 구청의 경우 SNS의 활용이 지역주민과의 친밀성을 높이는 주요 수단으로 활용되고 있음을 보이고 있다. 그러나 지역주민의 경우 피드백이 반영되지 않고 있으며, 자치행정PR의 관계성 중에서 친밀성을 제외한 다른 요소들, 상호통제성과 상호교환적 관계성에 대한 SNS의 활용은 미진한 것으로 보인다. 구청의 입장에서는 SNS에 참여하는 일부 주민의 의견을 반영하기 때문에 지역주민을 존중하고 보다 친밀해졌다고 생각하고 있으며, 지역주민의 경우에는 아직 SNS의 활용이 미흡하기 때문에 친밀성이 커뮤니케이션 효과로 이어지지 않는 것으로 보인다. SNS의 활용은 지역주민의 생각을 읽는 것이기 때문에 보

다 많은 지역주민과의 커뮤니케이션 노력이 요구된다.

마지막으로 본 연구에서 설정한 행정조직 모형에서 구청직원들은 지역주민과의 커뮤니케이션 효과가 관리효과로 이어지는 것으로 여기고 있었다. SNS의 활용은 단순히 정보시스템을 통해 문자를 올리는 것에 그치는 것이 아니라 지역주민과 소통하기 위한 내용을 기획하고 관리함으로써 자치행정PR의 관계성을 관리해야 하는 많은 노력이 요구되는 행정활동이다. 행정활동에서 SNS의 활용 결과가 의미 없는 경우에는 오히려 행정인원, 비용, 시간이 낭비되는 결과가 초래된다. 더욱이 본 연구의 결과에 나타난 바와 같이 구청직원들은 SNS를 활용한 바람직한 구청상(區廳像) 형성을 통해 행정 서비스의 질이 향상되는 것으로 여기고 있었다. 이를 통해 구청직원 자신들의 사기진작은 물론 행정관리의 효율화로 인한 비용절감까지 이루어지고 있기 때문이다. 그러나 본 연구를 수행하는 과정에서 저자들이 느끼는 점은 행정에서의 SNS 활용이 여전히 단순 문화체육행사 등과 같은 지역행사를 알리는데 그치고 있으며, 지역주민들의 적극적인 SNS의 활용을 찾아보기 힘들었다는 점이다. 행정활동에서 SNS의 효율적이며 효과적인 사용을 위해서는 지역주민과의 자치행정PR의 관계성을 높이는 해외 우수사례에 대한 연구를 통해 적극 활용하는 것이 바람직하다.

## 5.2. 연구의 한계 및 향후 연구방안

본 연구는 SNS를 활용한 행정조직의 자치행정PR이 어떠한 효과를 갖는지 알아보려고 함에 있었다. 본 연구에서 하나의 구청을 상대로 한 연구결과 아직은 행정에서 SNS의 활용은 그 주제면이나 피드백 측면에서 부족함을 알 수가 있었다. 하지만 일개의 구청직원 및 지역주민에 대한 설문조사를 국내 전반적인 자치행정활동에 대한 평가로 이어지기에는 힘들다. 더욱이 해당 구청의 SNS 서비스를 이용하는 주민이 열손가락에

품을 정도로 너무 적어 그들을 상대로 하는 설문 조사가 현실적으로 힘든 문제가 있었다. 향후 연구를 위해서는 보다 SNS의 활용내용이 풍부하고 적극적인 곳을 개발하여 본 연구에서와 같이 SNS를 활용한 효과를 구체화시키고 일반화시키는 추가 연구가 요구된다.

## 참 고 문 헌

- [1] 명성준, “목민심서에 나타난 정약용의 민의 수렴과 그 방안들”, 국가정책연구, 21(2), pp.49-70, 2007.
- [2] 이두원, “국가 정책홍보의 커뮤니케이션 전략 탐색연구”, 커뮤니케이션학연구, 13(1), pp.180-209, 2005.
- [3] 김창룡, 정부PR 발전방안 연구, 한국언론연구원, 1998.
- [4] 신호창, “민주정부의 정책홍보의 중요성과 발전적 정책홍보 모델에 관한 논의”, 정책&지식, 제220호, pp.2-19, 2005.
- [5] 박주연, 문철수, 박현순, “정부부처의 효율적인 정책 홍보 전략에 관한 연구”, 광고학연구, 16(4), pp.31-54, 2005.
- [6] 이희복, 신명희, “지방의회 홍보활동과 미디어 보도 분석-경기도의회를 중심으로”, 홍보학연구, 14(4), 2010.
- [7] Robbins, A., *Twitter, Power 2.0*, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2010.
- [8] 김무곤, 김권규, “정부부처 홈페이지의 홍보 효과에 관한 사용자 평가연구”, 한국언론학보, 45(1), pp.33-60, 2000.
- [9] 전종수, 오달수, 윤미영, “Gov 2.0 시대의 공공정보 및 공공서비스 활성화 전략”, NIA 한국정보화진흥원, CIO 리포트, 21, 2010.
- [10] Broom, G. M., Casey, S. and Ritchey, J., “Concept and theory of organization-public relationships,” In Ledingham, J. A. and Bruning, S. D.(Eds.), *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, pp.3-22, 2000.
- [11] Boyd, d. m. and Ellison, N. B., “Social network sites: Definition, history, and scholarship,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, pp.210-230, 2007.
- [12] 한정호, 박노일, 정지연, 최승범, “정책홍보에 있어 트위터를 활용한 정책 담론 형성 가능성에 관한 연구”, 한국방송광고공사, 2010.
- [13] 변태운, 송승근, “소셜네트워크의 핵심요인 분석: 기술과 서비스 측면을 중심으로”, 경영정보연구, 제29권 4호, pp.89-108, 2010.
- [14] 박선주, 정원모, “공공 부문의 성공적인 소셜미디어 도입 및 활용 전략”, 한국정보화진흥원, 2010.
- [15] ATLAS Review, “SNSF, 커뮤니케이션 톨을 초월해 IT산업의 트렌드세터로 부상-최근 동향과 전망”, 테마기획, 11월호, 2010.
- [16] Shaw, R., “Using web-based customer feedback,” *PR Week*, February 21, 24, 2002.
- [17] 박준, 최홍, 박성민, “소셜미디어가 여는 새로운 정책환경”, 삼성경제연구소, CEO Information, 제808호, 2011.
- [18] 최항섭, 이명진, 배영, “방통융합 환경에서 참여문화의 신뢰성 확보방안 연구”, 정보통신정책연구원, 2010.
- [19] 박선주, “주요 선진국의 ‘소통형 디지털 정부’ 추진 현황과 시사점”, CIO 리포트, 한국정보화진흥원, 2009.
- [20] Ferguson, M., “Building Theory in Public Relations: Inter-organizational Relationships,” *Paper presented at the annual Conference of the '14AEJMC*, Gainesville, FL, 1984.
- [21] Berscheid, E. and Peplau, L. A., “The emerging science of relationships,” In H.H. Kelley, et al. (Eds.), *Close relationships*,

- pp.1-19. New York: W.H. Freeman and Company, 1983.
- [22] Cutlip, S., Center, A., and Broom, G., *Effective Public Relations*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1994.
- [23] Childers, L. and Grunig, J., *Guidelines for Measuring Relations in PR*, The Institute for Public Relations, Univ. of Florida, 1999.
- [24] 김형석, 이현우, “한국의 문화적 특성을 반영한 공중관계성 측정도구에 관한 연구,” 한국광고홍보학보, 10(1), pp.99-139, 2008.
- [25] 박현순, “정부기관과 정책공중과의 공중관계성 척도 검증에 관한 연구,” 한국광고홍보학보, 11(4), pp.144-170, 2009.
- [26] Gunther, A. C. and Christen, C. T., “Projection or Persuasive Press?: Contrary Effects of Personal Opinion and Perceived News Coverage on Estimates of Public Opinion,” *Journal of Communication*, 52(1), pp.177-195, 2002.
- [27] 김정현, “지방정부와 시민간의 PR관계성분석과 관리-대구광역시를 중심으로,” 행정논총, 43(4), pp.123-154, 2005.
- [28] Hon, L. C. and Grunig, J. E., *Guidelines for Measuring Relations in PR*, The Institute for Public Relations, Univ. of Florida, 1999.
- [29] 한정호, “기업의 공중관계성 지수측정을 위한 연구,” 한국방송광고공사, 광고연구, 54, pp.131-152, 2002.
- [30] 오두범, “행정홍보의 특성과 과제에 관한 고찰,” 홍보학연구, 1, pp.168-186, 1997.
- [31] 신호창, 이두원, 행정PR 원론, 이화여자대학교출판부, 2002.
- [32] Huang, Y., “OPRA: A cross-cultural, multi-item scale for measuring organization- public relationships,” *Journal of Public Relations Research*, 13(1), pp.61-91, 2001.
- [33] 최영균, “마케팅 톨로서 소셜 미디어의 실제와 전략”, *Marketing*, pp.31~37, 2010.
- [34] Ledingham, J. and Bruning, S., *Public Relations as Relationship Management*, Mahwah, N.J.:Lawrence Erlbaum, 2000.
- [35] Donath, J. and Boyd, D., “Public displays of connection,” *BT Technology Journal*, 22, pp.71-82, 2004.
- [36] 이명천, 김정현, 김요한, 김지혜, “정부 정책 홍보 사업의 효율성 제고를 위한 분석 연구”, 한국언론학보, 52, 2008.
- [37] Chin, W. W., “The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling in G. A. Marcoulides(ed.),” *Modern Methods for Business Research*, Lawrence Erlbaum, Mahway, NJ, 22(1), pp.7-16, 1998.
- [38] Fornell, C. and Larcker, D. F., “Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error,” *Journal of Marketing Research*, 18(1), pp.39-50, 1981.
- [39] Barclay, D., Higgins C. and Thompson, R. “The Partial Least Squares(PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration,” *Technology Studies*, 2(2), pp.285-324, 1995.
- [40] Chin, W. W., Gopal A. and Salisbury, W. D., “Advancing the Theory of Adaptive Structuration: The Development of a Scale to Measure Faithfulness of Appropriation,” *Information Systems Research*, 8(4), pp.342-367, 1997.
- [41] Hair, J., R. and Anderson R. B., *Tatham, Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 1998.
- [42] Chin, W. W., Marcolin, B. L. and Newsted P. R., *A Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach for Measuring Interaction Effect: Results from a Monte Carlo Simulation Study and Voice Mail Emotion/adoption Study*,

17th International Conference on Information Systems, Ohio, 1996.

- [43] Keil, M., "A Cross-cultural Study on Escalation of Commitment Behavior in Software Projects," *MIS Quarterly*, 24(2), pp.299-325, 2000.

- [44] 이승창, 이호근, 정창욱, 정남호, 서응교, "정보시스템 사용과 성과에 있어서 자발성의 조절효과에 관한 연구", *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 19(2), pp.195-221, 2009.

## ◎ 저 자 소 개 ◎

### 서 현 식

2008년 단국대학교 대학원 경영정보학과 (박사)  
2009년~2011년 연세대학교 방송통신정책연구소 연구교수  
현재 단국대학교 시간강사  
관심분야 : 정보통신정책, u-Biz 전략, 모바일 인터넷 광고 전략, 지식경영  
E-mail : neokgb@dankook.ac.kr



### 송 인 국

University of Tennessee at Martin, Computer Science (학사)  
The George Washington University, Information Management (석사)  
The George Washington University, Info. and System Management (박사)  
2004년~현재 단국대학교 경영학부 경영정보 부교수  
관심분야 : IS 성과, ISP와 연계한 경영효율화, 정보통신기술경영, U-Health Services & Strategy, 정보화 전략 및 정책  
E-mail : iksong@dankook.ac.kr

