

## PR 이론의 발전 양상 분석

국내 공중/문제해결 상황 이론, 공중 관계성 이론, 우수 이론, 정황적 수용 이론, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론을 활용한 논문을 중심으로\*

**배지양** 전남대학교 신문방송학과 교수\*\*

**호정화** 전남대학교 신문방송학과 박사수로

**양승준** 전남대학교 신문방송학과 박사수로

### 배경 및 목적

PR 분야에서 자생한 공중/문제해결 상황 이론, 공중 관계성 이론, 우수 이론, 정황적 수용 이론, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이 이론 평가 기준인 설명력, 예측력, 명확성, 반복 검증성, 지적 자극성을 기준으로 어떤 발전 양상을 보이는지 진단하고, 향후 각 이론이 발전해 나가야 할 방향성을 제시하고자 한다.

### 방법

'학술교육원'과 네이버의 '학술정보'에서 각 이론들의 연관 키워드를 검색하고(2020년 7월 말 발행 기준, 2019년도 KCI 기준), PR 전공 교수 1명 및 박사과정생 2명이 이론의 설명력(논문집, 연구 적용 조직의 다양성 등), 예측력(가설 지지 정도), 명확성(연구 방법론 제시 등), 반복 검증성(자료 수집 방법 다양성 등), 지적 자극성(연구자 수 등)을 코딩하고 빈도 분석, 교차 분석 및 추세 분석을 시행하였다.

### 결과

이론의 설명력 측면에서 공중 관계성 이론과 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이 가장 우수했으나 5개 이론 모두 다른 이론과의 접목이나 이론을 적용하는 연구 대상자가 해가 갈수록 크게 다양해지지 않는 것으로 나타났다. 공중 관계성 이론과 상황적 위기 커뮤니케이션 이론의 예측력은 해가 갈수록 낮아지는 것으로 나타났으나 다른 이론들은 예측력이 증가했다. 해가 갈수록 PR 이론들이 자료 수집 방법이나 표집 방법을 명확히 제시하지 않는 경우가 많았고, 자료 수집 방법이나 표집 방법이 다양해지지 않아 반복 검증성의 발전이 정체된 것으로 판단된다. 다만 해가 갈수록 PR 이론을 연구하는 연구자 수나 게재 논문량이 증가해 PR 이론들의 지적 자극성은 높은 것으로 나타났다.

### 논의 및 결론

5개 PR 이론 중 상황적 위기 커뮤니케이션 이론과 공중 관계성 이론이 우수한 이론의 기준에 가장 부합했지만 지적 자극성을 제외하고 5개 이론 모두 해가 갈수록 이론 발전이 크게 나아지지 못하는 것으로 나타났다. 이에 대해 다른 학문 분야와의 공동 세미나 개최, 학회나 협회 차원의 공공 데이터 개발 및 배포 등 구체적인 해결 방안을 제안했다.

**KEYWORDS** PR 이론, 공중/문제해결 상황 이론, 공중 관계성 이론, 우수 이론, 정황적 수용 이론, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론

\* 본 연구에 사용된 데이터의 일부는 공중 관계성 이론 데이터(Bae, 2020)와 상황적 위기 커뮤니케이션이론 데이터(Bae & Hu, 2020)를 기반으로 추가 표집, 재코딩 및 재분석했음을 밝힙니다. 자세한 내용은 방법론에 기술되어 있습니다. 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2020S1A5A2A01040544).

\*\* jiyang.bae@gmail.com, 제1저자

## 문제 제기

조직이나 개인을 둘러싸고 있는 다양한 공중과의 관계를 다루는 PR(Public Relations)은 대표적인 실용 학문이자 융합 학문이다. 매스 커뮤니케이션을 중심으로 발달한 커뮤니케이션학뿐 아니라 이슈를 둘러싼 사람들이 공중화되어 가는 과정을 이해하는 데 필요한 심리학이나 사회학, 그리고 PR이 조직의 효율성에 기여하는 과정을 밝히기 위한 경영학 문헌에 이르기까지 여러 분야의 이론들을 밑바탕으로 PR이라는 분야가 발달해 왔다. 그러나 PR의 융합적인 특징은 아이러니하게도 PR학의 정체성을 위협하는 요소가 되었다. 경제 위기 상황에서는 조직 내부에서 PR이 어떤 기여를 하는지 밝혀야 하고, 독립 학문이라고 할 수 있을 만한 자생 이론이 있는지, 그 이론들은 학문적으로 얼마나 우수한 가치를 갖는지 끊임없이 증명해야 하는 상황에 놓여 있다.

과학은 인간에게 자신을 둘러싸고 있는 세계에 대한 깊이 있는 이해를 제공한다. 과학을 구성하는 한 요소인 이론은 현상을 구성하고 있는 여러 가지 핵심 개념들과 개념 사이의 인과적 관계에 대한 가이드라인을 제시한다(Baron & Davis, 2002). 따라서 PR이라는 학문이 하나의 독립적인 사회과학 분야로 인정받기 위해서는 매스미디어를 통해 설득 메시지를 일방적으로 배포하는 커뮤니케이션 활동과 무엇이 다른지, 이미 일어난 현상을 설명하는 것을 넘어 실무자에게 예측 가능한 캠페인을 기획할 수 있는 가이드라인을 제공하는 이론적 기반이 존재하는지를 묻는 목소리에 답을 해야 하

는 상황이다(Lee, 2003).

이러한 문제의식을 가지고 PR학자들은 1960년대부터 독자적인 이론을 만들기 위한 학문적 노력을 시작했다. 공중을 단순히 ‘일반 공중’이라 통칭하던 원시적 개념 수준에서 탈피하기 위해 공중을 분류할 수 있는 기준을 제시하려 노력했고(Kim, Park, & Kim, 2014), 구전으로 전승되던 PR 역사를 조직과 공중 사이의 힘의 균형과 커뮤니케이션의 방향이라는 두 개의 기준으로 모델화하고 이를 기반으로 이론을 만들기 위한 노력도 있었다(Grunig & Hunt, 1984; Kim, 2003). 실용 분야가 사회과학의 한 분야로 학문의 정체성을 확립하기 위해서는 핵심 개념들을 중심으로 연구 성과물이 축적되어야 한다(Lee, 2003). 그러나 PR 연구는 1980년대 초까지 연구자들 사이에서 무엇을 연구해야 하는가에 대한 구심점 없이 산발적으로 진행되었다. PR학이 학문적 응집력을 보이지 못한다는 문제의식이 제기된 이후(Ferguson, 1984), 공중 관계성 등 몇몇 핵심 개념을 중심으로 후속 연구들이 축적되는 성과도 이루어 냈다(Kim & Yang, 2014). 향후 PR학이 여러 자생 이론들을 기반으로 독립적인 학문 분야로 공고히 자리매김하기 위해서는 PR 이론들이 사회과학에서 이야기하는 우수한 이론의 기준에 얼마나 부합하는지 진단하고, 이론이 가진 공백을 메우기 위한 노력을 지속해야 한다. 이에 본 연구는 PR 분야에서 자생적으로 탄생한 여러 이론들이 우수한 이론의 기준을 충족하기 위해 어떤 발전 양상을 보이는지 진단하고, 향후 이론 발전의 방향성을 제시하고자 한다.

## 자생적 PR 이론 발전사

본 연구에서는 PR 분야의 대표적 자생 이론으로 공중 상황 이론(Situational Theory of Publics: STP) 및 문제해결 상황 이론(Situational Theory of Problem Solving: STOPS), 공중 관계성 이론, 우수 이론, 정황적 수용 이론(Contingency Theory of Accommodation: CTA), 그리고 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(Situational Crisis Communication Theory: SCCT)을 선택했다. 이론을 선택하기 전 사전 조사를 통해 PR 분야에서 자생한 이론들을 활용한 논문들이 얼마나 되는지 확인해 본 결과 통계 분석을 할 수 있을 만큼의 논문 수를 확보하지 못한 이론들이 다수 있었다. 이에 최소 10편 이상의 논문 수를 가진 이론들을 선별했으며, 특히 아래 선정된 5개 이론들은 2014년 발간된 『홍보학 연구』 18권 1호에서 기획 이슈로 다룬 이론들이다. 본 논문에서 분석한 PR 분야의 자생 이론들에 대한 간략한 발전사를 소개한다.

### 공중 상황 이론 및 문제해결 상황 이론의 발전

1966년 제임스 그루닉(James E. Grunig)이 제안된 공중 상황 이론은 조직을 둘러싼 공중을 세분화하는 기준을 제시하는 이론이다(Grunig, 1997). 이 이론은 ‘인간은 중요한 의사 결정을 할 때 필요한 모든 지식을 동원해 의사 결정을 한다’는 신고전주의 경제 관점의 오류를 지적하며 등장했다(Kim, 2006). 그루닉에 의해 제안된 초기의 공중 상황 이론은 문제 인식, 제약 인식, 관여도라는 세 가지 공중 분류 기준을 제안하고 이들 세 기준의

조합에 따라 커뮤니케이션의 정도(소극적 정보 처리 및 적극적 정보 추구)가 달라진다고 보았다. 문제 인식이나 관여도가 낮은 비공중이나 잠재 공중은 소극적인 정보 처리 양상을 보이지만, 문제 인식이나 관여도가 높은 인지 공중이나 활발 공중은 적극적인 정보 추구 양상을 보인다고 알려져 있다. 이러한 공중의 상태는 고정불변한 상태가 아니며 PR 캠페인이나 사회적 변화를 통해 언제든지 그 상태가 변화할 수 있고, 하나의 이슈에만 공중의 상태가 고착되어 있는 것이 아니며 모든 이슈에 반응하는 올 이슈 공중부터 특정 이슈에만 반응하는 단일 이슈 공중으로 나눌 수도 있다고 제안한다(Kim et al., 2014).

김정남과 그루닉(Kim & Grunig, 2011)은 공중 상황 이론을 포용하면서 공중 상황 이론의 원형보다 더 일반적인 설명이 가능한 문제해결 상황 이론을 제안하였다. 이들은 인간의 커뮤니케이션 행위가 자신의 문제를 해결하고자 주체적으로 행사하는 목적 지향적인 행위라 보았다. 이를 기반으로 공중 상황 이론의 세 가지 독립 변수를 재개념화하고 공중의 주관적인 지식이나 판단 체계인 준거 지침을 새로운 독립 변수로 추가했다. 또한 공중의 적극적인 정보 추구 행위를 구분해 정보 선택, 정보 전달, 정보 취득으로 나누었다. 특히 이 이론은 문제 인식이 높더라도 문제를 해결하기 위한 예비적인 동기화 단계가 존재해야 커뮤니케이션 행위가 촉발된다고 보고 상황적 동기화라는 매개 변수를 새롭게 제안했다. 현재 여러 연구자들이 이 이론의 구조적인 타당성을 검증하고 현실에 맞게 수정하는 노력을 하고 있다(Kim & Rhee,

2011; Kim & Vibber, 2012).

### 공중 관계성 이론의 발전

1984년 퍼거슨(Ferguson, 1984)은 *Public Relations Review*에 실린 논문들을 분석한 후, PR 연구는 향후 공중 관계성을 중심으로 발전할 것이라 전망했으나 당시에는 PR 연구의 초점이 조직이나 공중, 그들 사이의 커뮤니케이션에 있었기에 큰 관심을 끌지 못했다. 이후 공중 관계성(Organization-public relationship theory: OPR) 연구를 발전시킨 연구자들은 브루닝과 레딩엄(Bruning & Ledingham, 1998, 1999)으로, 이들은 대인 관계성 연구를 기반으로 공중 관계성이라는 개념을 PR 분야에 맞게 정교화하고, 'PR이 어떤 기능을 하는가'를 넘어 PR이란 무엇인가에 대해 연구하는 분위기를 이끌었다(Kim & Yang, 2014). 그들은 조직-공중 관계성을 조직과 공중 사이에 존재하는 상태로 규정하며, 특히 정치, 경제, 사회, 문화적 안녕 상태에 영향을 줄 수 있는 개념이라 정의했다(Ledingham & Bruning, 1998). 이들은 공중 관계성이 공중의 태도나 행위 의도에 영향을 줄 수 있다는 것을 실증적으로 밝히기도 했다(Bruning & Ledingham, 1998, 2000). 이들의 연구를 기반으로 후양(Huang, 1997)은 공중 관계성이 조직과의 상호통제, 신뢰, 만족, 헌신에 영향을 준다는 것을 밝혔고, 혼과 그루닉(Hon & Grunig, 1999)은 공중 관계성 자체를 재는 척도와 좋은 공중 관계성을 유지하기 위한 전략들로 접근성, 개방성 전략 등을 제안했다. 이후 많은 후속 연구들이 진행되어 관계성 선행-관계성 유지-관계성 후행 변수들을 기본 뼈대로 하

는 3단계 모델(Grunig & Huang, 2000)이 제안되었고, 3단계 모델의 후행 변수들을 직접적인 1차 결과물과 조직의 목적 달성과 같은 2차 결과물로 나누는 4단계 모델이 제안되기도 했다(Kim & Yang, 2014).

### 우수 이론의 발전

우수 이론(Excellence theory)이 등장하기 전 제안된 PR 4모델은 PR 활동을 단순히 묘사하는 것에 그치며, 우수 이론이 이상적 활동이라 제안한 쌍방향 커뮤니케이션을 재는 것은 사회적으로 바람직한 방향으로 응답하려는 실무자들의 경향성을 배제할 수 없어 모델의 신뢰도를 확보하는 데 어려움이 있다는 비판이 높았다. 우수 이론은 이러한 비판을 받아들여 보다 이론다운 면모를 갖춘 PR 이론을 제시하려는 노력에서 출발했다(Kim, 2003). 1980년대 초 IABC(Foundation of the International Association of Business Communicators)는 그루닉에게 PR 커뮤니케이션이 어떻게, 그리고 왜 기업의 목표를 달성하는 데 기여하는지 밝혀 달라는 요청을 했다. 이에 그루닉은 다양성, 실무자 역할, 조직 문화 등 광범위한 문헌 연구를 수행하고 미국, 캐나다, 영국의 실무자들을 대상으로 설문조사했다. 그 결과 PR 실무자들이 단순 기술 업무가 아닌 주요 의사 결정 집단에 들어가 경영자적 역할을 수행할 때, 목표를 설정하고 장기적인 전략하에 PR을 수행할 때, 공중과의 상호 호혜적인 관계를 위해 균형적인 세계관을 가지고 PR을 행할 때, 그리고 다양성 및 윤리적인 기준을 가지고 PR을 수행할 때 조직의 효율을 높일 수 있다고 제안

했다(Grunig, 1992; Grunig, Grunig, & Dozier, 2002). 서양 문화권을 기반으로 제안된 우수 이론은 이후 한국 등 여러 나라에 적용되어 언어뿐 아니라 정치, 경제, 미디어, 시민단체의 발달 정도에 따라 우수 이론의 전제 조건이 변용될 수 있음을 제안해 왔다(Yoo & Shin, 2014).

### 정황적 수용 이론의 발전

정황적 수용 이론은 쌍방향 균형적 커뮤니케이션을 통해 공중과의 상호 호혜적인 관계를 이룰 수 있다는 우수 이론의 관점이 현실에서 자주 일어나기 어렵고, 가장 효과적인 결과를 이끌어 내는 PR 활동이 하나로 정해진 것이 아니라 상황에 따라 달라진다는 관점에서 출발했다. 카메론, 샬롯, 그리고 미트룩(Cancel, Cameron, Sallot, & Mitrook, 1997)은 조직이 자신의 입장을 옹호할지 공중의 요구를 수용할지에 영향을 주는 86개의 변수들을 제안했는데, 조직의 기본적인 입장을 어느 정도 결정하는 내부 변수와 이러한 기본적인 입장을 변화시킬 수 있는 외부의 상황적 변수들로 구성된다. 즉, 우수 이론이 지향하는 절대적인 규범주의에서 벗어나 상황에 따라 불균형적인 조직의 커뮤니케이션전략도 윤리적일 수 있다는 주장을 펼친 것이다(Cameron, Cropp, & Reber, 2001). 정황적 수용 이론의 초기 모델이 너무 많은 독립 변수들을 제안해 이론의 간명성이 낮다는 점을 보완하기 위해 주요 변수들을 압축해 나가기 시작했다(Shin, Cameron, & Cropp, 2006). 또한 국제 분쟁이나 북한 핵 문제 등 다양한 갈등 상황에 정황적 수용 이론을 대입해 이론의 설명력을 확인하기

도 했다(Hwang, Kim, & Chang, 2018; Zhang, Qiu, & Cameron, 2004). 이 이론을 여러 나라에 대입해 설명력을 높일 수 있는 문화 변인들을 찾는 노력도 있었으며(Choi & Cameron, 2005), 위협, 리더십과 같은 주요 독립 변수나 주요 종속 변수인 조직의 입장을 재는 척도 개발뿐 아니라 공중이 예상하는 조직의 입장을 주요 종속 변수로 제안하는 연구들도 진행되고 있다(Hwang, 2014).

### 상황적 위기 커뮤니케이션 이론의 발전

상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 2002년 콤즈와 할러데이(Coombs & Holladay, 1996)에 의해 처음 명명된 이론으로, 조직이나 개인의 위기 상황에 맞는 위기 반응 전략을 제안하는 이론이다. 이 이론이 SCCT 이론으로 명명되기까지 여러 기초 연구들이 수행되었는데, 콤즈와 할러데이(1996)는 귀인 이론을 바탕으로 사람들이 조직이 처한 위기의 원인을 무엇으로 유추하느냐에 따라 조직의 위기 관련 메시지가 달라져야 한다고 주장했다. 특히 조직이 과거 유사한 위기에 빠진 것이 있는지에 따라 조직에 대한 공중의 평가가 달라질 것이라 보았다. 또한 위기에 대한 책임성과 통제 가능성이 크다고 인식할수록 조직을 부정적으로 평가할 수 있다고 보았다(Coombs, 1998, 1999). 특히 위기의 종류에 따라 희생자에 대한 연민을 표현하거나 정보를 적절히 제공하는 것이 중요하다는 것(Coombs, 1999)과, 공중 관계성 이론을 근거로 공중과의 평소 관계 이력이 위기관리에 영향을 미친다는 것도 실증하였다(Coombs & Holladay, 2001). 이러한 콤즈의 연구 성과들은 많은 후속 연

구들을 촉발시켜 사례 분석 위주였던 기존의 위기 관리 분야에 과학적인 근간을 제공하는 계기를 마련했다. 최근에는 뉴미디어와의 접목이나 다양한 문화권에서 발견되는 문화적 특수성과 관련된 변수를 연구하는 등 이론의 설명력을 높이기 위한 시도가 활발해지고 있다(Lee & Choi, 2014).

## 이론의 평가 기준

리틀존과 포스(Littlejohn & Foss, 2005)는 일반적인 사람들은 지도의 등고선을 관찰할 때 지도의 선만 보지만 지도를 제작하는 사람은 지형을 파악한다고 비유하며, 이론이라는 도구는 사람들에게 복잡한 커뮤니케이션 현상을 이해함에 있어 현상 속에 녹아 있는 유용한 것들을 쉽게 파악해 낼 수 있는 도구로 작용한다고 주장했다. 즉, 이론은 연구자들에게 현상 속에서 무엇을 관찰해야 하는지 알려 주며 그 무엇을 어떤 방식으로 관찰해야 하는지를 알려 주는 이정표 역할을 한다. 차배근(Cha, 1990) 역시 이론은 연구자에게 복잡한 현상을 간명하게 들여다볼 수 있도록 핵심 개념을 제안해 주고, 핵심 개념들 간의 관계를 제시해 주는 역할을 한다고 보았다.

커뮤니케이션 현상을 관찰하는 연구자들은 현상 속에서 무엇을 어떻게 관찰할 것인가를 알려 주는 이론들을 선택할 때, 여러 이론들 사이에서 고민하게 된다. 자신의 호기심을 가장 잘 해결해 줄 수 있는 이론이 무엇인지, 해당 이론은 어떤 특징이 있는지 살펴보는 과정을 거친다. 좋은 이론을

고르는 구체적인 기준은 여러 연구자들에 의해 제안되어 왔다(Cha, 1990; Chaffee & Berger, 1987; Hazleton & Botan, 1989; Littlejohn, 1995; Littlejohn & Foss, 2005). 이들이 제시한 기준들을 종합해 보면, 좋은 이론은 연구자가 관찰하는 현상을 설득력 있게 잘 설명하는 이론이면서 설명하는 현상의 범위가 넓어야 한다. 리틀존과 포스(Littlejohn & Foss, 2005)도 이론의 범위라는 개념으로 이를 설명했는데, 하나 혹은 소수의 현상만을 설명하는 것이 아니라 하나의 현상을 설명하더라도 여러 상황에 적용할 수 있을 때 이론의 범위가 크다고 할 수 있다. 이론이 설명하는 현상의 범위가 얼마나 넓은가의 문제는 일반화 가능성과도 직결되는 문제이기도 하다. 그러나 넓은 범위, 즉 수많은 현상을 포괄적으로 설명하는 이론만 좋은 이론이라는 의미는 아니다. 좁은 현상의 범위를 설명하더라도 여러 상황, 가령 가족 간, 직장 동료 간, 조직 간 상황에서도 설명이 가능하다면 이론이 설명하는 범위가 넓다는 주장도 존재한다(Littlejohn & Foss, 2005). 또한 좋은 이론은 높은 예측력을 가져야 한다(Chaffee & Berger, 1987). 이론이 제안하는 방향대로 현상이 자주 일어나야 한다는 것이다. 인간이 이론을 추구하는 이유는 불확실성을 줄이기 위한 도구이기 때문이기에 이론은 인간에게 높은 예측력을 가져다주어야 한다(Cha, 1990). 세 번째로, 좋은 이론은 명확성을 가져야 한다(Littlejohn, 1995). 복잡한 현상을 설명하기 위해 이론을 활용하는 만큼 이론이 내포한 개념들이 연구자들 사이에 다른 해석을 유발하면 안 되고, 연구 결과들을 판별할 수 있는 기준

을 명확하게 제시해 주어야 한다고 보았다. 네 번째로, 좋은 이론은 많은 연구자들에 의해 반복적으로 검증되는 과정을 거쳐야 하며 이 과정을 통해 이론이 제안한 인과관계들이 살아남아야 한다(Chafee & Berger, 1987). 이를 위해 다양한 연구 설계와 분석법을 대입해 검증해야 한다. 다섯 번째로 좋은 이론이 되려면 후속 연구자들에게 지적인 자극을 제공해야 한다(Chaffee & Berger, 1987; Hazleton & Botan, 1989; Littlejohn & Foss, 2005). 후속 연구자들이 해당 이론을 기반으로 새로운 연구문제나 가설, 혹은 새로운 개념이나 변인들을 개발하거나 새로운 연구 환경에 접목하는 시도를 끊임없이 한다면 그 이론은 지적 자극성이 높다고 하겠다. 이에 본 연구에서는 PR 현상을 설명하는 대표적인 자생 이론들이 사회과학에서 이야기하는 좋은 이론의 기준에 근거하여 어떤 발전 양상을 띠는지 평가해 봄으로써, PR 이론이 나아가야 할 방향성을 제시하고자 한다.

**연구문제 1:** PR 분야에서 자생한 이론들의 설명력은 어떤 발전 양상을 띠는가?

**연구문제 2:** PR 분야에서 자생한 이론들의 예측력은 어떤 발전 양상을 띠는가?

**연구문제 3:** PR 분야에서 자생한 이론들의 명확성은 어떤 발전 양상을 띠는가?

**연구문제 4:** PR 분야에서 자생한 이론들의 반복 검증성은 어떤 발전 양상을 띠는가?

**연구문제 5:** PR 분야에서 자생한 이론들의 지적 자극성은 어떤 발전 양상을 띠는가?

## 연구 방법

### 연구 대상 선정 기준

본 연구는 공중/문제해결 상황 이론, 공중 관계성 이론, 우수 이론, 정황적 수용 이론, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론의 발전 양상을 평가하고 그 특징을 살펴보는 연구이다. 따라서 연구 대상은 한국에서 출간된 논문 중 5개 이론을 활용한 논문들이다(2020년 7월 말 기준). 논문집의 질적 수준을 확보하기 위해 2019년 한국연구재단에서 발표한 한국연구재단 등재논문집리스트(KCI)에 등재된 논문집에 실린 논문들만 검색 대상으로 했다. 논문 검색은 ‘학술교육원’과 네이버의 ‘학술정보’를 기본으로 하고, 빠진 논문이 없는지 확인하고자 신문방송학 5대 학회지 및 RISS에서 중복 검색을 시행했다.

공중 상황 이론 및 문제해결 상황 이론을 활용한 논문을 검색하기 위해 ‘공중 상황 이론’, ‘문제해결 상황 이론’, ‘Grunig’, ‘situational theory’ 등을 키워드로 1차 검색하되, 제목, 초록, 키워드 내용을 바탕으로 PR학에서 제안된 공중 상황 이론이나 문제해결 상황 이론과 무관한 논문들은 제외하였다. 2차적으로 문헌 연구의 소제목, 결과, 합의 등을 추가로 살펴 최종적으로 43개 논문을 선별하였다. 본 연구에서 공중 상황 이론과 문제해결 상황 이론은 하나로 묶어 분석했는데, 두 이론을 다른

논문 수가 많지 않고 공중 상황 이론을 근간으로 문제해결 상황 이론이 탄생했기 때문이다. 공중 관계성 이론은 기존 2019년 10월까지 검색한 논문 데이터의 일부(Bae, 2020)를 활용하되 다른 이론과의 검색 기간과 맞추기 위해 추가 검색을 시행했다. ‘공중 관계성’, ‘Grunig’, ‘OPR’, ‘관계성’ 등을 키워드로 검색하되, 1, 2차에 걸쳐 논문 내용을 확인해 추가로 11개 논문을 선별, 최종 150개 논문을 선정했고, 다른 이론들과 코딩 카테고리를 맞추기 위해 일부 재코딩했다. 우수 이론은 ‘우수 이론’, ‘우수성’, ‘excellence theory’, ‘Grunig’, ‘우수 조직’, ‘홍보 조직’, ‘PR 팀’, ‘홍보 부서’, ‘우수 모델’, ‘홍보 우수성’ 등의 키워드로 검색했다. 우수 이론과 관련 없는 논문들을 걸러내고 최종 23편을 선정했다. 정황적 수용 이론은 ‘정황적 수용 이론’, ‘우연성 이론’, ‘contingency theory’, ‘Cameron’, ‘개연성 이론’, ‘상황 이론’ 등으로 검색하고 미관련 논문을 배제시켜 최종 14편의 논문을 선정했다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 기존 2020년 2월 말까지 검색한 논문 데이터의 일부(Bae & Hu, 2020)를 활용하되 검색 기간을 맞추기 위해 추가 검색을 시행했고, 코딩 카테고리가 다른 유목들은 추후 재코딩했다. ‘위기 커뮤니케이션’, ‘SCCT’, ‘상황적 위기’, ‘위기 대응 전략’, ‘Coombs’ 등으로 검색한 논문들 중 1, 2차 판정 과정을 통해 추가로 9개 논문을 선택, 최종 157개 논문을 선정했다. 키워드 검색 및 최종 분석 대상 논문을 선별하는 작업은 PR 전공 교수 1명 및 박사과정생 2명이 토론했다.

### 핵심 변수의 개념적, 조작적 정의

5개 이론의 우수성을 평가하기 위해 여러 연구자들(Chaffee & Berger, 1987; Littlejohn, 1995; Littlejohn & Foss, 2005)이 제안한 평가 기준을 토대로 설명력, 예측력, 명확성, 반복 검증성, 지적 자극성을 측정하는 기준을 마련했다(Bae, 2020; Bae & Hu, 2020). 먼저, 이론의 설명력이란 이론이 현상을 설명하는 범위를 말한다. 따라서 이론을 활용한 논문들이 얼마나 다양한 분야에 게재되어 있는지, 얼마나 넓은 분야와 다양한 이론에 접목되었는지, 얼마나 다양한 연구 대상과 조직에 이론을 적용하는지, 얼마나 다양한 연구 주제를 다루는지 등으로 평가할 수 있다. 이러한 요소를 평가할 수 있는 논문 단위를 확인한 결과 논문 게재 분야, 논문집, 연구 적용 조직, 연구 제목 분야, 타 이론 제목, 공중 및 연구 참여자 종류, 연구 주제를 분석 유목으로 선정하게 되었다. 예를 들어 스포츠 분야에 PR 자생 이론인 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이 쓰인다면 이 이론이 설명할 수 있는 범위가 PR 현상뿐 아니라 스포츠 현상까지 확대될 수 있다는 의미이기 때문이다. 논문집 역시 마찬가지로 PR을 포함하는 신문방송학 분야를 넘어서 관광학이나 행정학 등에 PR 이론들이 활용된다면 해당 이론의 설명력이 넓어진 것이라 판단할 수 있다. 연구 적용 조직의 경우 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이 영리 기업뿐 아니라 정당이나 대학, 비영리 조직이나 정부가 처한 위기 상황을 설명하기 위해 활용된다면 이론의 설명력이 넓어지는 것이라 판단할 수 있다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이 위기 상황을 설명하기 위해 제안된 이

론인데 이 이론이 공중 관계성이나 평판 관리, 사회공헌 활동 같은 연구 분야와 접목된다면 이론의 설명력이 넓어졌다고 평가할 수 있겠다. 타 이론 접목의 경우 한 논문 안에서 PR 이론뿐 아니라 다른 분야의 이론을 함께 사용한 것을 의미하는데, 더 넓은 현상을 설명하거나 한 현상을 깊이 있게 설명하려는 시도라 볼 수 있다. 이론의 예측력은 이론이 제안하는 인과관계대로 연구 결과가 나오느냐를 말한다. 이러한 요소를 평가할 수 있는 논문 단위는 가설 지지 비율이라 할 수 있다. 따라서 이론을 다룬 논문의 가설 지지 비율이 높다면 예측력이 높다고 판단할 수 있다. 이론의 명확성은 이론이 제시한 핵심 개념들, 그리고 이들 사이의 인과관계를 검증하기 위한 연구 과정이 다른 연구자들에게 명백하고 확실한 의미로 전달되는가와 관련된다. 따라서 가설의 형태로 그 인과관계를 명확하게 제시하는지, 자료 수집 방법이나 표집 방법을 확실하게 제시하는지 등으로 평가할 수 있다. 이러한 요소를 평가할 수 있는 논문 단위로 가설사용 빈도, 자료 수집 방법, 표집 방법을 선택하였다. 이론의 반복 검증성이란 연구자들이 한 이론을 평가하는 데에서 다양한 표집 방법이나 분석 방법들을 사용해 검증하는 정도를 말한다. 논문에서 자료 수집 종류나 통계 분석 방법, 표집 방법 등이 얼마나 다양해지는가로 반복 검증성을 평가할 수 있다. 이는 연구 방법, 자료 수집 종류, 통계 분석 종류, 표집 종류로 평가했다. 이론의 지적 자극성이란 연구자들이 해당 이론이 제안하는 내용에서 아이디어를 얻어 해당 이론을 추후 연구에 활용하는 정도라 할 수 있다. 이에 논문 게재량, 참여

연구자 수, 참여 연구자 구성 형태로 이를 평가했다. 이외에 각 이론들의 특징을 보여 줄 수 있는 내용들(가령 각 이론들의 주요 독립·매개·종속 변수들)을 추가로 코딩하였다.

### 코딩 과정, 코더 간 신뢰도 결과 및 통계 분석 과정

이론별 코더 교육을 진행하고 사전 코딩을 실시했다. 코더는 총 3명으로 PR 전공 교수 1명 및 박사 과정생 2명으로, 이론별로 1~3차에 걸친 코더 교육 과정을 통해 샘플링된 논문들의 코더 간 일치도(Holsti 방법)가 90%를 넘는 것을 확인한 후 전체 논문을 코딩했다. 이론별로 최종 코더 간 일치도가 90%를 상회(STP 94.2%, OPR 92.1%, Excellence 90.4%, CTA 92.8%, SCCT 95.0%)하는 것을 확인한 후, 코딩 결과가 일치하지 않은 결과들은 코더 3명이 재검토해 모두 일치시켜 최종 분석에 들어갔다.

본 연구에서 사용한 통계 분석은 빈도 분석과 교차 분석으로, SPSS 프로그램의 빈도 분석을 통해 게재 분야, 논문집 다양성 등 모든 코딩 유목들을 분석해 횡수 및 퍼센트를 도출하였다. 또한 해가 갈수록 이론의 설명력이나 명확성 등이 어떻게 변화하는지 살피기 위해 SPSS 프로그램의 교차 분석을 활용해 논문 발행연도와 코딩 유목들을 교차시켰다. 이후 SPSS에서 도출된 교차 분석표를 엑셀 프로그램에 삽입한 후 이 데이터로 그래프를 그리고, 그래프의 선형함수 도출 기능을 통해 추세선 방정식을 도출했다. 추세선 기능은 연구자가 가지고 있는 연도별 실제 관찰 값을 기반으로 향후 어떤 값이 나올 것인지 예측해 선 형식을 산출해

준다. 추세선의 기울기는 실제 데이터와 예측 값 사이의 최소선형 거리를 계산하는 최소 자승법으로 계산된다.

## 연구 결과

### 〈연구문제 1〉 결과: 이론의 설명력

국내 KCI급 논문집에 실린 논문들 중 공중/문제해결 상황 이론, 공중 관계성 이론, 우수 이론, 정황적 수용 이론, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론을 활용한 논문들의 설명력이 어떠한지 확인하기 위해 아래 제시된 기준을 통해 살펴보았다.

### 게재 분야 및 논문집의 다양성

한국연구재단이 발간한 2019년도 등재학술지 목록의 중분야 분류 체계(총 153개)에 5개 이론을 활용한 논문들을 대입한 결과, 공중 관계성 이론과 상황적 위기 커뮤니케이션 이론을 활용한 분야가 각 14개로 나타나 두 개 이론이 가장 많은 분야에서 활용된 것으로 나타났다. 그 외 공중/문제해결 상황 이론(5개), 우수 이론(4개), 정황적 수용 이론(2개) 순이었다.

공중/문제해결 상황 이론의 경우 신문방송학에서 가장 많이 활용되었고(36편, 83.7%), 정치외교학, 학제 간 연구, 행정학 각 2편(4.7%), 과학기술학 1편(2.3%) 순이었다. 공중 관계성 이론 역시 신문방송학(104편, 69.3%), 체육(14편, 9.3%), 행정학(9편, 6.0%), 관광학(5편, 3.3%), 우수 이론도 신문방송학(20편, 87.0%), 경영학, 정책학,

정치외교학 각 1편(4.3%)으로 나타났다. 정황적 수용 이론 역시 신문방송학에서 13편(92.9%), 사회과학일반 1편(7.1%), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론도 신문방송학(107편, 68.2%), 정책학(14편, 8.9%), 체육(12편, 7.6%), 학제 간 연구(8편, 5.1%) 등으로 나타났다.

해가 갈수록 각 이론들을 게재한 논문 분야가 얼마나 다양해지는지 살펴본 결과, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.25)의 다양성이 가장 크고, 공중 관계성 이론(.16), 공중/문제해결 상황 이론(.05), 정황적 수용 이론(.02) 순으로 나타났다. 반면 우수 이론(-.03)을 게재한 분야는 점점 줄어드는 것으로 나타났다.

등재학술지 총 2097개 중 각 이론을 다룬 논문들이 얼마나 되는지 분석한 결과, 공중 관계성 이론을 활용한 논문은 43개 논문집에 실렸고, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론 38개, 공중/문제해결 상황 이론 13개, 우수 이론 8개, 정황적 수용 이론 6개 순으로 나타났다. 해가 갈수록 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.46), 공중 관계성 이론(.34), 공중/문제해결 상황 이론(.10), 정황적 수용 이론(.03) 순으로 다양성이 증가했으나 우수 이론(-.03)을 실은 논문집의 다양성은 줄어드는 것으로 나타났다.

### 연구 적용 조직의 다양성

공중/문제해결 상황 이론을 다룬 논문들은 연구 적용 대상인 조직이나 개인을 특정하지 않은 경우가 가장 많았고(19편, 44.2%), 정부(15편, 34.9%), 일반 사기업 그리고 적용 대상이 없는 경우가 각 4

편(9.3%), 방송사(1편, 2.3%) 순으로 나타났다. 공중 관계성 이론은 일반 사기업(56편, 37.3%), 정부(50편, 33.3%), 대학 및 스포츠 조직 각 11편(7.3%) 등으로 나타났다. 우수 이론은 일반 사기업과 정부 각 10편(43.5%), 방송사, 둘 이상, 없음 각 1편(4.3%), 정황적 수용 이론은 정부(5편, 35.7%), 일반 사기업(4편, 28.6%), 둘 이상과 없음 각 2편(14.3%), 기타(1편, 7.1%) 순으로 나타났다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 일반 사기업(88편, 56.1%), 정부(23편, 14.6%), 스포츠 조직(13편, 8.3%), 개인(8편, 5.1%) 등으로 나타났다.

해가 갈수록 공중 관계성 이론(.10), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.07), 공중/문제해결 상황 이론(.04), 정황적 수용 이론(.03) 순으로 각 이론을 적용한 조직이 다양해졌으나, 우수 이론(-.01)은 다양성이 감소했다.

### 연구 접목 분야의 다양성

다른 분야와 가장 많은 접목을 시도한 이론은 공중 관계성 이론(89편, 전체 150편의 59.3%)이었으며, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(57편, 전체 157편의 36.3%), 공중/문제해결 상황 이론(14편, 전체 43편의 32.6%), 정황적 수용 이론(4편, 전체 14편의 28.6%), 우수 이론(2편, 전체 23편의 8.7%) 순으로 나타났다.

공중/문제해결 상황 이론은 다른 분야와 접목하지 않은 경우가 가장 많았고(29편, 67.4%), 위기 분야에 접목한 논문이 14편(32.6%) 있었다. 공중 관계성 이론도 다른 분야와 접목하지 않은 경우(61편, 40.7%)가 가장 많았고, 기타(25편, 16.7%),

둘 이상(20편, 13.3%), 이미지(17편, 11.3%), 위기관리(12편, 8.0%), 명성(8편, 5.3%), 사회공헌(7편, 4.7%) 순으로, 우수 이론은 연구 접목 분야가 없는 경우(21편, 91.3%), 공중 관계성 그리고 위기관리 분야에 접목한 논문이 각 1편(4.3%)이었다. 정황적 수용 이론은 접목 분야가 없는 경우가 가장 많았고(10편, 71.4%), 사회공헌(2편, 14.3%), 공중 관계성 그리고 명성 관리 분야에 접목한 논문이 각 1편(7.1%) 있었다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 다른 분야와 접목하지 않은 경우(100편, 63.7%), 이미지(18편, 11.5%), 명성(12편, 7.6%), 둘 이상(11편, 7.0%), 공중 관계성(8편, 5.1%), 사회공헌(4편, 2.5%) 순으로 나타났다.

해가 갈수록 공중 관계성 이론(.16), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.08), 공중/문제해결 상황 이론(.06)은 다른 연구 분야와 접목을 시도했지만 우수 이론(-.01), 정황적 수용 이론(-.02)은 다양성이 감소하는 것으로 나타났다.

### 이론 접목 분야의 다양성

5개 이론이 논문에서 다른 이론과 접목을 시도하는지 확인한 결과, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 59편(전체 157편의 37.6%), 우수 이론은 6편(전체 23편의 26.1%), 공중/문제해결 상황 이론은 11편(전체 43편의 25.6%), 정황적 수용 이론은 2편(전체 14편의 14.3%), 공중 관계성 이론은 14편(전체 150편의 9.3%)으로 나타났다.

공중/문제해결 상황 이론은 위기관리 이론(3편, 7.0%), 쟁점 활성화 모델(3편, 7.0%) 등과 접목을 시도했고, 공중 관계성 이론은 상호 지향성

모델(6편, 4.0%), 위기관리 이론(4편, 2.7%) 등과 접목을 시도했다. 우수 이론은 기타(4편, 17.4%), 공중 관계성(1편, 4.3%) 등과 접목을, 정황적 수용 이론은 공중 관계성(1편, 7.1%)과 우수 이론(1편, 7.1%)과 접목을, 상황적 위기 커뮤니케이션은 이미지 회복 이론(15편, 9.6%), 둘 이상(14편, 8.9%)과 접목을 시도했다.

공중 관계성 이론(.07), 공중/문제해결 상황 이론(.04), 상황적 위기 커뮤니케이션(.01)은 해가 갈수록 다른 이론들과 접목을 시도했지만 우수 이론(.00)은 정체되어 있었고, 정황적 수용 이론(-.08)은 다른 이론과의 접목을 덜 시도하는 것으로 나타났다.

### 공중의 다양성

주로 어떤 공중을 연구 대상으로 선정해 연구를 진행했는지 확인한 결과, 공중/문제해결 상황 이론은 시민(24편, 55.8%), 소비자(8편, 18.6%), 지역 사회(4편, 9.3%), 내부 공중(3편, 7.0%), 없음(3편, 7.0%)으로 나타났다. 공중 관계성 이론은 소비자(78편, 52.0%), 시민(26편, 17.3%), 내부 공중(16편, 10.7%), 둘 이상(13편, 8.7%), 기타(8편, 5.3%), 지역 사회(5편, 3.3%), 정부(3편, 2.0%), 없음(1편, .7%)으로, 우수 이론은 내부 공중(19편, 82.6%), 없음(2편, 8.7%), 소비자(1편, 4.3%), 둘 이상(1편, 4.3%)로 나타났다. 정황적 수용 이론은 내부 공중(5편, 35.7%), 소비자(3편, 21.4%), 시민(3편, 21.4%), 없음(2편, 14.3%), 기타(1편, 7.1%)로 나타났고, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 소비자(90편, 57.3%), 없음(43편, 27.4%),

시민(14편, 8.9%), 내부 공중(5편, 3.2%) 등의 순으로 나타났다.

공중 관계성 이론(.14), 공중/문제해결 상황 이론(.06), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.06) 그리고 정황적 수용 이론(.05)은 점점 다양한 공중을 대상으로 연구를 진행했지만, 우수 이론(-.02)은 해가 갈수록 공중의 다양화가 줄어들고 있었다.

### 연구 대상자의 다양성

연구 참여자로 누구를 선정했는지 확인한 결과, 공중/문제해결 상황 이론은 일반인(20편, 46.5%), 대학생(14편, 32.6%), 기타(3편, 7.0%), 없음(3편, 7.0%), 전문가(2편, 4.7%), 둘 이상(1편, 2.3%) 순으로 나타났다. 공중 관계성 이론은 일반인(89편, 59.3%), 대학생(27편, 18.0%), 둘 이상(18편, 12.0%), 없음(8편, 5.3%), 기타(5편, 3.3%), 전문가(3편, 2.0%) 순으로, 우수 이론은 전문가(19편, 82.6%), 기타(2편, 8.7%), 없음(2편, 8.7%) 순으로 나타났다. 정황적 수용 이론은 전문가(6편, 42.9%), 일반인(5편, 35.7%), 없음(2편, 14.3%), 대학생(1편, 7.1%) 순으로 나타났고, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 대학생(51편, 32.5%), 일반인(51편, 32.5%), 없음(43편, 27.4%), 전문가(6편, 3.8%), 둘 이상(6편, 3.8%) 순으로 나타났다.

상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.08), 공중 관계성 이론(.07), 공중/문제해결 상황 이론(.05), 우수 이론(.01)은 해가 갈수록 연구 참여자가 점점 다양해지고 있었으나, 정황적 수용 이론(.00)은 정체되어 있었다.

### 주요 연구 주제의 다양성

5개 이론을 활용한 논문들이 어떤 주제에 초점을 맞추어 연구를 진행했는지 확인한 결과, 공중/문제해결 상황 이론은 가설/연구문제 검증(37편, 86.0%), 내용 분석(3편, 7.0%), 이론 개발(3편, 7.0%) 순으로 나타났다. 공중 관계성 이론은 가설/연구문제 검증(145편, 96.7%), 내용 분석(4편, 2.7%), 기타(1편, .7%) 순으로, 우수 이론은 가설/연구문제 검증(16편, 69.6%), 기타(5편, 21.7%), 내용 분석(2편, 8.7%) 순으로 나타났다. 정황적 수용 이론은 가설/연구문제 검증(10편, 71.4%), 기타(3편, 21.4%), 내용 분석(1편, 7.1%) 순으로, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 가설/연구문제 검증(143편, 91.1%), 기타(7편, 4.5%), 내용 분석(6편, 3.8%), 사례 분석(1편, .6%) 순으로 나타났다.

해가 갈수록 5대 이론들이 연구 주제를 다양화하고 있는지 살펴본 결과, 상황적 위기 커뮤니케이션(.05), 공중 관계성 이론(.02), 공중/문제해결 상황 이론(.02)은 다양화되는 것으로 나타났지만, 정황적 수용 이론(.00)은 정체되어 있고, 우수 이론(-.02)은 다양성이 줄어들었다.

### 이론의 설명력 비교

이론의 설명력을 평가할 수 있는 기준을 중심(5개 이론의 추세선 기울기의 평균값)으로 살펴보면, PR 분야에서 자생한 5개 이론들은 논문집의 다양성(.18)이나 게재 분야(.09)의 다양성이 다른 설명력 기준에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 연구에 참여하는 공중의 종류(.06)나 연구 적용 기관(.05), 연구 접목 분야(.05), 연구 참여자의

종류(.04)에 반해 이론 접목(.01)이나 연구 주제(.01)는 상대적으로 다양화되지 못하는 것으로 나타났다. 따라서 향후 PR 분야에서 자생한 이론들은 다른 이론과의 접목이나 연구 주제를 다양화하는 노력을 취해야 할 것으로 판단된다.

각 이론의 추세선 기울기를 개별적으로 살펴보면, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이 게재 분야(.25)나 논문집(.46)의 다양성에서 가장 우수했고, 공중 관계성 이론은 연구 적용 기관(.10), 연구 접목 분야(.16), 이론 접목 분야(.07), 공중 종류(.14), 연구 참여자 종류(.07)에서 가장 우수한 이론이었다. 이에 반해 우수 이론과 정황적 수용 이론이 대부분의 기준에서 설명력이 약한 이론으로 나타났다(〈Table 1〉 참조).

### 〈연구문제 2〉 결과: 이론의 예측력

#### 가설 지지 정도

해가 갈수록 5개 PR 이론들의 예측력이 어떻게 변하고 있는지 가설 지지 여부를 살펴보았다. 우선 가설 혹은 연구문제 제시 형태를 살펴본 결과, 공중/문제해결 상황 이론은 연구문제(16편, 37.2%), 가설(15편, 34.9%), 둘 다(11편, 25.6%), 없음(1편, 2.3%) 순으로 나타났다. 공중 관계성 이론은 연구문제(63편, 42.0%), 가설(56편, 37.3%), 둘 다(19편, 12.7%), 없음(12편, 8.0%) 순으로, 우수 이론은 연구문제(18편, 78.3%), 가설(3편, 13.0%), 둘 다(2편, 8.7%), 없음(0편, .0%) 순으로 나타났다. 정황적 수용 이론은 연구문제(12편, 85.7%), 없음(2편, 14.3%)만 있고 가설을 제시한 논문은 없었다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 연구문

제(84편, 53.5%), 가설(35편, 22.3%), 둘 다(24편, 15.3%), 없음(14편, 8.9%) 순으로 나타났다.

공중 관계성 이론을 활용한 논문에서 제시한 가설 총 438개 중 지지된 가설은 331개(75.6%), 기각된 가설은 107개(24.4%)로 가설 지지 비율이 가장 높았다. 그 다음으로 공중/문제해결 상황 이론(68.9%, 총 206개 가설 중 지지 142개, 기각 64개), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(65.4%, 총 301개 가설 중 지지 197개, 기각 104개), 우수 이론(40.0%, 총 가설 50개 중 지지 20개, 기각 30개) 순으로 나타났다. 정황적 수용 이론을 활용한 논문 중 가설을 제시한 논문은 없었다.

해가 갈수록 우수 이론(.10), 공중/문제해결 상황 이론(.01)은 가설 지지 비율이 조금씩 상승하고 있었으나, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(-.00), 공중 관계성 이론(-.01)은 가설 지지 비율이 하락했다. 정황적 수용 이론은 가설을 제시한 논문이 없는 관계로 분석하지 않았다(〈Table 1〉 참조).

### 〈연구문제 3〉 결과: 이론의 명확성

#### 가설/연구문제 제시 형태

공중/문제해결 상황 이론을 활용한 논문에서 가설이나 연구문제를 제시한 횟수는 54번이었고, 이 중 가설은 26번(48.1%) 제시되었다. 공중 관계성 이론에서 가설이나 연구문제를 제시한 횟수는 169번, 이 중 가설은 75번(44.4%), 우수 이론에서 가설이나 연구문제가 제시된 횟수는 25번, 이 중 가설은 5번(20.0%) 제시되었다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론을 활용한 논문에서 가설이나 연구문제를 제시한 횟수는 181번이었고, 이 중 가설

은 59번(32.6%) 제시되었다. 정황적 수용 이론에서 가설이 제시된 경우는 없었다.

해가 갈수록 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.39), 공중 관계성 이론(.37), 공중/문제해결 상황 이론(.09), 우수 이론(.07) 모두 가설을 제시하는 논문들이 증가했다. 또한 해가 갈수록 우수 이론(3.61), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(2.71), 공중 관계성 이론(1.59), 공중/문제해결 상황 이론(.45) 모두 가설을 사용하는 비율이 증가했다.

#### 자료 수집 정보 제시 형태

자료 수집 정보를 제시한 논문이 가장 많은 이론은 정황적 수용 이론(11편, 78.6%)이었고, 공중 관계성 이론(108편, 72.0%), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(111편, 70.7%), 우수 이론(16편, 69.6%), 공중/문제해결 상황 이론(26편, 60.5%) 순으로 나타났다.

공중/문제해결 상황 이론의 자료 수집 정보 형태는 알 수 없음(17편, 39.5%)이 가장 많았고, 면대면(11편, 25.6%), 온라인(10편, 23.3%), 2차 자료(2편, 4.7%), 이메일(1편, 2.3%), 둘 이상(1편, 2.3%), 수집 안 함(1편, 2.3%) 순으로 나타났다. 공중 관계성 이론의 경우, 알 수 없음(42편, 28.0%), 면대면(40편, 26.7%), 온라인(29편, 19.3%), 둘 이상(24편, 16.0%), 기타(4편, 2.7%), 자료 수집 안 함(3편, 2.0%), 2차 자료(3편, 2.0%), 전화(2편, 1.3%), 이메일(2편, 1.3%), 자료 수집 부분 없음(1편, .7%) 순으로, 우수 이론의 경우 둘 이상(7편, 30.4%)과 알 수 없음(7편, 30.4%), 면대면(3편, 13.0%)과 온라인(3편, 13.0%), 전화(2편, 8.7%), 2차 자료(1편, 4.3%) 순으로 나타났다. 정

황적 수용 이론은 온라인(6편, 42.9%), 면대면(3편, 21.4%)과 알 수 없음(3편, 21.4%), 보도/언론 자료(1편, 7.1%)와 수집 안 함(1편, 7.1%) 순으로 나타났다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 자료 수집 방법을 알 수 없는 경우(46편, 29.3%)가 가장 많았고, 보도/언론 자료 분석(31편, 19.7%), 둘 이상(28편, 17.8%), 온라인(26편, 16.6%), 면대면(17편, 10.8%), 2차 자료(4편, 2.5%), 기타(4편, 2.5%), 이메일(1편, .6%) 순으로 나타났다.

해가 갈수록 정황적 수용 이론(.10), 공중 관계성 이론(.03), 공중/문제해결 상황 이론(.02)은 자료 수집 방법을 명확히 제시하는 비율이 증가했으나 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(-.01)과 우수 이론(-.02)은 명확성이 떨어졌다.

### 표집 방법 정보 제시 형태

표집 방법을 명확히 제시한 논문이 가장 많은 이론은 우수 이론(19편, 82.6%), 정황적 수용 이론(10편, 71.4%), 공중 관계성 이론(85편, 56.7%), 상황적 위기 커뮤니케이션(87편, 55.4%). 공중/문제해결 상황 이론(20편, 46.5%) 순으로 나타났다.

공중/문제해결 상황 이론을 활용한 논문들은 표집 정보를 명시 안 함(23편, 53.5%)이 가장 많았고, 비확률(16편, 37.2%), 표집 안 함(3편, 7.0%), 확률(1편, 2.3%) 순으로 나타났다. 공중 관계성 이론은 비확률 표집(71편, 47.3%)이 가장 많았고, 명시 안 함(64편, 42.7%), 확률(7편, 4.7%), 전수 조사(4편, 2.7%), 표집 안 함(3편, 2.0%), 해당 부분 없음(1편, .7%) 순으로, 우수 이론은 전수 조사(9편, 39.1%)가 가장 많았고, 비확률(5편, 21.7%),

둘 이상과 명시 안 함 각 4편(17.4%), 확률 표집(1편, 4.3%) 순으로 나타났다. 정황적 수용 이론은 확률 표집과 명시 안 함이 각 4편(28.6%)으로 가장 많았고, 비확률(3편, 21.4%), 둘 이상, 전수 조사, 표집 안 함이 각 1편(7.1%) 순으로, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 명시 안 함(70편, 44.6%)이 가장 많았고, 전수 조사(39편, 24.8%), 비확률(29편, 18.5%), 둘 이상(13편, 8.3%), 확률 표집(6편, 3.8%) 순으로 나타났다.

해가 갈수록 정황적 수용 이론(.02), 우수 이론(.00)은 표집방법의 명확성이 조금씩 증가했으나, 공중/문제해결 상황 이론(-.01), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(-.01), 공중 관계성 이론(-.02)은 감소했다.

### 이론의 명확성 비교

이론의 명확성을 평가할 수 있는 기준을 중심으로 살펴보면, PR 분야에서 자생한 5개 이론들은 가설을 제시하는 정도(.18)가 다른 명확성 기준에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 자료 수집 방법(.02)이나 표집 방법(-.01)을 명확히 제시하는 수준은 상대적으로 낮았다.

각 이론의 추세선 기울기를 개별적으로 살펴보면, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론과 공중 관계성 이론은 연구문제보다는 가설을 제시하기 위한 노력(위기 .39, 관계성 .37)이 점점 높아졌으나, 자료 수집 방법(위기 -.01, 관계성 .03)이나 표집 방법(위기 -.01, 관계성 -.02)은 명확하게 제시하지 못했다. 이에 반해 공중/문제해결 상황 이론, 우수 이론, 정황적 수용 이론은 대부분 이론의 명

확성이 높지 않았다(〈Table 1〉 참조).

#### 〈연구문제 4〉 결과: 이론의 반복 검증성

##### 연구 방법의 다양성

공중/문제해결 상황 이론을 활용한 논문에서 가장 많이 사용한 연구 방법은 설문 조사(33편, 76.7%)였고, 실험(4편, 9.3%), 문헌 연구(3편, 7.0%), 기타(2편, 4.7%), 둘 이상(1편, 2.3%) 순으로 나타났다. 공중 관계성 이론에서는 설문 조사(110편, 73.3%), 둘 이상(22편, 14.7%), 실험(9편, 6.0%), 내용 분석, 문헌 연구 각 3편(2.0%), 심층 인터뷰, 포커스 그룹 인터뷰, 해당 부분 없음 각 1편(.7%) 순으로 나타났다. 우수 이론에서는 설문 조사(12편, 52.2%), 둘 이상(8편, 34.8%), 내용 분석(2편, 8.7%), 심층 인터뷰(1편, 4.3%) 순으로, 정황적 수용 이론의 경우 설문 조사(10편, 71.4%), 심층 인터뷰(2편, 14.3%), 문헌 연구, 사례 연구 각 1편(7.1%) 순으로 나타났다. 상황적 위기 커뮤니케이션을 활용한 논문에서는 실험(82편, 52.2%)이 가장 많이 쓰였고, 내용 분석(32편, 20.4%), 둘 이상(18편, 11.5%), 설문 조사(16편, 10.2%), 기타(6편, 3.8%), 사례 연구(2편, 1.3%), 심층 인터뷰(1편, .6%) 순으로 나타났다.

해가 갈수록 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.11), 공중 관계성 이론(.10), 우수 이론(.06), 공중/문제해결 상황 이론(.02)은 연구 방법이 다양해지고 있으나, 정황적 수용 이론(.00)은 그대로였다.

##### 자료 수집 방법의 다양성

공중/문제해결 상황 이론을 활용한 논문에서 가장 많이 활용한 자료 수집 방법은 면대면(11편, 25.6%), 온라인(10편, 23.3%), 2차 자료(2편, 4.7%), 이메일, 둘 이상, 수집 안 함 각 1편(2.3%) 순으로 나타났다. 자료 수집 방법을 알 수 없는 논문은 17편(39.5%)이었다. 공중 관계성 이론에서는 면대면(40편, 26.7%), 온라인(29편, 19.3%), 둘 이상(24편, 16.0%), 기타(4편, 2.7%), 2차 자료(3편, 2.0%), 자료 수집 안 함(3편, 2.0%), 이메일과 전화 각 2편(1.3%), 해당 부분 없음(1편, 0.7%) 순으로 나타났다. 자료 수집 방법을 알 수 없는 논문이 42편(28.0%)이 있었다. 우수 이론의 경우 둘 이상(7편, 30.4%), 면대면(3편, 13.0%), 온라인(3편, 13.0%), 전화(2편, 8.7%), 2차 자료(1편, 4.3%) 순으로 나타났다. 자료 수집 방법을 알 수 없는 논문은 7편(30.4%)이 있었다. 정황적 수용 이론을 활용한 논문에서 가장 많이 사용한 자료 수집 방법은 온라인(6편, 42.9%), 면대면(3편, 21.4%), 보도/언론 자료 분석(1편, 7.1%), 수집 안 함(1편, 7.1%) 순이었고, 자료 수집 방법을 알 수 없는 논문이 3편(21.4%) 있었다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론을 활용한 논문에서 가장 많이 사용한 방법은 보도/언론 자료 분석(31편, 19.7%), 둘 이상(28편, 17.8%), 온라인(26편, 16.6%), 면대면(17편, 10.8%), 2차 자료(4편, 2.5%), 기타(4편, 2.5%), 이메일(1편, .6%) 순이었고, 자료 수집 방법을 알 수 없는 논문은 46편(29.3%)이었다.

해가 갈수록 공중 관계성 이론(.15), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.10), 공중/문제해결 상황

이론(.06), 정황적 수용 이론(.05)은 자료 수집 방법이 다양해졌으나, 우수 이론(-.02)은 해가 갈수록 다양성이 감소했다.

### 통계 분석 방법의 다양성

공중/문제해결 상황 이론을 활용한 논문에서 가장 많이 사용된 통계 분석은 자료 요약(38편, 22.5%), 신뢰도 분석(30편, 17.8%), 회귀 분석(20편, 11.8%), 상관관계 분석(18편, 10.7%), 변량 분석(16편, 9.5%), 요인 분석(14편, 8.3%), *t*-test(13편, 7.7%), 구조방정식(6편, 3.6%), 경로 분석 및 교차 분석 각 3편(1.8%), 군집 분석 및 네트워크 분석 각 1편(.6%) 순으로 나타났다. 공중 관계성 이론에서는 자료 요약(138편, 22.6%), 신뢰도 분석(128편, 20.9%), 요인 분석(94편, 15.4%), 구조방정식(60편, 9.8%), 상관관계 분석(58편, 9.5%), 회귀 분석(56편, 9.2%), *t*-test(29편, 4.7%), 변량 분석(25편, 4.1%), 경로 분석(14편, 2.3%), 기타(4편, .7%), 교차 분석(3편, .5%), 군집 분석(2편, .3%) 순으로, 우수 이론의 경우 자료 요약(18편, 29.0%), 신뢰도 분석(11편, 17.7%), 상관관계 분석, 회귀 분석 및 요인 분석 각 7편(11.3%), *t*-test(5편, 8.1%), 변량 분석, 경로 분석, 및 구조방정식 각 2편(3.2%), AHP(1편, 1.6%) 순으로 나타났다. 정황적수용 이론은 자료 요약(11편, 23.4%), 신뢰도 분석(10편, 21.3%), 회귀 분석(9편, 19.1%), 요인 분석(7편, 14.9%), 변량 분석(4편, 8.5%), 상관관계 분석 및 *t*-test 각 2편(4.3%), 교차분석 및 구조방정식 각 1편(2.1%) 순으로, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론을 활용한 논문에서 가장 많이 사

용한 통계 분석 방법은 자료 요약(151편, 26.7%), 신뢰도 분석(114편, 20.2%), 변량 분석(90편, 15.9%), *t*-test(85편, 15.0%), 요인 분석(35편, 6.2%), 상관관계 분석 및 회귀 분석 각 23편(4.1%), 교차 분석(17편, 3.0%), 구조방정식(9편, 1.6%), 기타(8편, 1.4%), 경로 분석(7편, 1.2%), 네트워크 분석(3편, .5%) 순으로 나타났다.

해가 갈수록 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.35), 공중/문제해결 상황 이론(.32), 정황적 수용 이론(.15), 공중 관계성 이론(.15)은 통계 분석 방법이 다양해졌으나 우수 이론(-.13)은 감소했다.

### 표집 방법의 다양성

공중/문제해결 상황 이론을 활용한 논문에서 가장 많이 사용한 표집 방법은 비확률(16편, 37.2%), 표집 안 함(3편, 7.0%), 확률(1편, 2.3%) 순이었고, 표집 방법을 명시하지 않은 논문은 23편(53.5%)이 있었다. 공중 관계성 이론에서는 비확률(71편, 47.3%), 확률(7편, 4.7%), 전수 조사(4편, 2.7%), 표집 안 함(3편, 2.0%), 해당 부분 없음(1편, .7%) 순으로 나타났고, 명시하지 않은 논문이 64편(42.7%) 있었다. 우수 이론에서는 전수조사(9편, 39.1%), 비확률(5편, 21.7%), 둘 이상(4편, 17.4%), 확률(1편, 4.3%) 순이었고, 명시하지 않은 논문이 4편(17.4%) 있었다. 정황적 수용 이론에서는 확률(4편, 28.6%), 비확률(3편, 21.4%), 둘 이상 및 표집 안 함 각 1편(7.1%) 순이었고, 명시하지 않은 논문이 4편(28.6%) 있었다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론을 활용한 논문에서 가장 많이 사용된 표집 방법은 전수 조사(39편, 24.8%),

비확률(29편, 18.5%), 둘 이상(13편, 8.3%), 확률(6편, 3.8%) 순이었고 명시하지 않은 논문이 70편(44.6%) 있었다.

해가 갈수록 공중 관계성 이론(.05), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.05), 공중/문제해결 상황 이론(.03), 정황적 수용 이론(.03), 우수 이론(.02) 순으로 그 다양성이 증가했다.

### 이론의 반복 검증성 비교

이론의 반복 검증성을 평가할 수 있는 기준을 살펴 보면, PR 분야에서 자생한 5개 이론들은 통계 분석 방법(.17)은 다른 반복 검증성 기준(자료 수집 .07, 연구 방법 .06, 표집 방법 .03)에 비해 상대적으로 다양성이 높은 것으로 나타났다.

각 이론의 추세선 기울기를 개별적으로 살펴 보면, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론과 공중/문제해결 상황 이론이 통계 분석의 다양성(위기 .35, 상황 .32)에서 가장 우수한 이론이었다. 이에 반해 공중 관계성 이론, 우수 이론 그리고 정황적 수용 이론은 반복 검증성이 낮은 것으로 나타났다((Table 1) 참조).

### 〈연구문제 5〉 결과: 이론의 지적 자극성

#### 게재 논문량 추이

각 이론별 게재 논문 수를 분석한 결과, 공중 상황 이론을 다룬 논문이 처음 발간된 해는 1997년(문제해결 상황 이론은 2011년). 공중 관계성 이론(2000년), 우수 이론(2001년), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(2002년), 정황적 수용 이론(2004년) 순이었다. 가장 많이 활용된 이론은 상황적 위

기 커뮤니케이션 이론(157편)이었고, 공중 관계성 이론(150편), 공중 상황 이론 및 문제해결 상황 이론(43편), 우수 이론(23편), 정황적 수용 이론(14편) 순이었다.

해가 갈수록 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.66), 공중 관계성 이론(.51), 공중/문제해결 상황 이론(.11), 정황적 수용 이론(.05)을 활용한 논문 수는 증가했으나, 우수 이론(-.04)을 활용한 논문 수는 줄어들었다.

#### 연구자 수 추이

가장 많은 연구자가 참여한 이론은 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(157명), 공중 관계성 이론(150명), 공중/문제해결 상황 이론(43명), 우수 이론(23명), 정황적 수용 이론(14명) 순이었다. 상황적 커뮤니케이션이론, 공중 관계성 이론, 공중/문제해결 상황 이론은 2인 공저(SCCT 56.1%, OPR 47.3%, STP 53.5%)가 가장 많았고, 정황적 수용 이론은 1인 단독과 2인 공저가 많았다(각 42.9%). 우수 이론은 1인 단독이 가장 많았다(47.8%).

해가 갈수록 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(1.26), 공중 관계성 이론(1.01), 정황적 수용 이론(.30) 공중/문제해결 상황 이론(.27) 순으로 해당 이론을 연구하는 연구자 수는 증가했으나, 우수 이론(-.02)을 연구하는 연구자 수는 줄었다.

#### 연구자 구성 형태 추이

공중/문제해결 상황 이론의 경우 학계 공동 연구가 가장 많았고(23편, 53.5%), 학계 단독(13편, 30.2%), 산학 공동(7편, 16.3%) 순으로 나타났고,

산업 공동이나 산업 단독 연구는 없었다. 공중 관계성 이론은 학계 공동 연구가 가장 많았고(95편, 63.3%), 학계 단독(40편, 26.7%), 산학 공동(8편, 5.3%), 산업 공동(5편, 3.3%), 산업 단독(2편, 1.3%) 순으로 나타났다. 우수 이론의 경우 학계 공동과 학계 단독이 각 10편(43.5%)으로 가장 많았고, 산학 공동(2편, 8.7%), 산업 단독(1편, 4.3%) 순으로 나타났다. 정황적 수용 이론은 학계 공동이 가장 많았고(8편, 57.1%), 학계 단독(5편, 35.7%), 산업 단독(1편, 7.1%) 순으로 나타났으며, 산업 공동이나 산학 공동 연구는 없었다, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론의 경우 학계 공동 연구가 가장 많았고(109편, 69.4%), 학계 단독(32편, 20.4%), 산학 공동(10편, 6.4%), 산업 단독(6편, 3.8%) 순이었으며, 산업 공동 연구는 없었다. 5개 이론 모두에서 실무자들의 이론 연구는 활발한 편이 아닌 것으로 나타났다.

해가 갈수록 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(.06), 공중 관계성 이론(.04), 공중/문제해결 상황 이론(.03) 순으로 연구자 구성 형태가 다양화되었으나, 정황적 수용 이론(-.05)과 우수 이론(-.07)의 연구자 구성 형태는 다양성이 줄었다.

### 이론의 지적 자극성 비교

이론의 지적 자극성을 살펴보면, PR 분야에서 자생한 5개 이론들은 참여하는 연구자 수(.56)가 게재 논문량의 증가세(.26)나 연구자 구성 형태의 다양성(.00)에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

각 이론의 추세선 기울기를 개별적으로 살펴보면, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론과 공중 관계

성 이론이 연구자 수 증가세(위기 1.26, 관계성 1.01)에서 가장 우수했고, 게재 논문량의 증가세(위기 .66, 관계성 .51)에서 우수함을 보였다. 이에 반해 공중/문제해결 상황 이론과 우수 이론은 이론의 지적 자극성을 기준으로 보면 대부분의 기준에서 약한 이론으로 나타났다(〈Table 1〉 참조).

### 각 이론의 연구 트렌드

이론의 발전을 평가하는 일반적인 기준 외에 각 이론이 갖는 특징을 보여 주는 논문 단위들을 코딩하였다. 한국PR학회에서 발간한 『홍보학연구』 18권 1호에 실린 논문의 저자들이 제안한 이론의 특징을 보여 주는 내용을 분석 단위로 빈도 분석을 시행하였다.

### 공중/문제해결 상황 이론

공중/문제해결 상황 이론의 특징(Kim et al., 2014)을 살펴보기 위해 연구자들이 채택한 이슈들을 분석했다. 그 결과 위험(14편, 32.6%), 기타(11편, 25.6%), 둘 이상(6편, 14.0%), 이슈 없음(4편, 9.3%), 정치(3편, 7.0%), 사이버(2편, 4.7%), 소비자 행동(2편, 4.7%), 헬스(1편, 2.3%) 분야 순으로 나타났다. 한 공중이 여러 개의 이슈에 반응할 가능성을 살펴보는 연구들이 있는지 확인한 결과, 단일 문제(37편, 86.0%), 이슈 없음(4편, 9.3%), 복수 문제(2편, 4.7%) 순으로 나타났다. 공중이 활성화되는 상황으로 상정한 매체 환경은 둘 이상(24편, 55.8%), 없음(9편, 20.9%), 뉴미디어(8편, 18.6%), 알 수 없음(1편, 2.3%), 전통 매체(1편, 2.3%) 순으로 나타났다. 쟁점이 활성화되

는 단계를 구분해 연구하는지 살펴본 결과, 구분 없음(36편, 83.7%), 이슈 없음(4편, 9.3%), 구분 있음(3편, 7.0%) 순으로 나타났다.

독립 변수로 자주 활용된 변수들은 문제 인식(27회, 20.5%), 제약 인식(25회, 18.9%), 관여도(23회, 17.4%), 준거 지침(4회, 3.0%), 매체 종류(2회, 1.5%), 개인적 문제 인식(2회, 1.5%), 사회적 문제 인식(2회, 1.5%), 감정, 개방 정도, 건강 상태, 교차 상황, 권역 등이 각 1회(.8%)로 나타났다. 자주 활용된 종속 변수로 정보 추구(20회, 21.7%), 정보 처리(17회, 18.5%), 문제 인식(3회, 3.3%), 정보 공유(3회, 3.3%), 정보 선별(2회, 2.2%), 정보 추구(2회, 2.2%), 정보 전달(2회, 2.2%), 제약 인식(2회, 2.2%), 정보 수용, 정보 전파, 정보 주목, 메가포닝 행동 등이 각 1회(1.1%)로 나타났다. 자주 사용된 매개 변수는 상황적 동기화(4회, 12.9%), 문제 인식(3회, 9.7%), 정보 추구(2회, 6.5%), 제약 인식(2회, 6.5%), 관여도(2회, 6.5%), 긍정적 메가포닝 행동, 부정적 메가포닝 행동, 정보 추구, 정보 처리 등이 각 1회(3.2%)로 나타났다. 조절 변수는 정부 신뢰 그리고 정서적 지지가 각 1회(50.0%)로 나타났다.

해가 갈수록 공중/문제해결 상황 이론의 기본 독립변수인 문제 인식(-.01), 제약인식(-.00), 관여도(-.02)를 독립 변수로 활용한 논문의 비중이 줄어드는 것으로 나타났다. 준거 지침은 문제해결 상황 이론에서 새롭게 강조했기 때문에 2015년 이후 증가 추세를 보였다(.01). 기본적인 독립 변수(문제 인식, 제약 인식, 관여도, 준거 지침) 외의 변수들이 새로운 독립 변수로 연구되는 경향이 증가

(.02)하는 것을 기반으로 볼 때, 이론을 현상에 맞게 수정하기 위한 연구자들의 노력이 증가하는 것으로 보인다. 또한 해가 갈수록 기본 종속 변수인 정보 처리(.01)와 정보 추구(-.00)를 사용하는 비율은 줄어들고 그 외 변수들을 종속 변수로 활용하는 경우가 늘어나(.03) 공중/문제해결 상황 이론의 영향력을 확장하기 위한 노력이 증가하는 것으로 보인다.

### 공중 관계성 이론

공중 관계성 이론의 특징(Kim & Yang, 2014)을 살펴보기 위해 연구자들이 선택한 관계성 선행 변수를 분석했다. 관계성 선행 변수를 채택한 논문은 총 71편(47.3%)이었고, 관여도(3회, 2.0%), 지식, SNS 정보성, SNS 공감성, SNS 반응성이 각 2회(1.3%), 갈등 관리 전략, 광고 태도, 광고 평가, 균형/윤리적 커뮤니케이션, 기업 사회적 책임 등이 각 1회(.7%)로 나타났다. 관계성 유지 변인이 있는 논문은 1편(.7%)이었고, 접근성, 개방성, 네트워크 등이 각 1회(16.7%)로 나타났다. 관계성 1차 결과물이 있는 논문은 146편(97.3%)이었고, 가장 많이 사용된 관계성 1차 결과물은 신뢰(106회, 15.3%), 상호 통제(82회, 11.8%), 만족(76회, 11.0%), 헌신(74회, 10.7%), 친근성(35회, 5.1%), 상호 공존성(26회, 3.8%), 관계성(19회, 2.7%) 등이었다. 관계성 2차 결과물이 있는 논문은 95편(63.3%)이었고, 가장 많이 사용된 관계성 2차 결과물은 기업 평판(11회, 5.1%), 충성도(11회, 5.1%), 고객 만족도(10회, 4.7%), 이미지(8회, 3.7%) 등으로 나타났다. 관계성 방향의 경우 긍정적인 관

계성을 연구한 논문은 142편(94.7%), 긍정 및 부정 둘 다(4회, 2.7%), 부정 관계성(2편, 1.3%), 관계성 방향 없음(2편, 1.3%)으로 나타났다. 관계를 측정하는 대상으로 공중을 대상으로 한 논문은 131편(87.3%), 공중과 주체 둘 다(9회, 6.0%), 측정 안 함(9편, 4.7%), 캠페인 주체(2편, 1.3%), 모름(1편, .7%)으로 나타났다. 관계성 측정 수준으로 개인(139편, 92.7%), 측정 안 함(7편, 4.7%), 둘 이상(3편, 2.0%), 모름(1편, .7%)으로 나타났다. 모형 복잡성을 살펴본 결과, 매개 변수가 있는 경우(65편, 43.3%), 조절 변수가 있는 경우(10편, 6.7%), 둘 이상 있는 경우(7편, 4.7%), 가외 변수가 있는 경우(1편, .7%) 순으로 나타났다.

공중 관계성에서 주목받고 있는 관계성 1차 결과물들이 해가 갈수록 어떻게 활용되고 있는지 살펴본 결과, 대표적인 1차 결과물인 신뢰, 만족, 헌신, 상호 통제(Grunig & Huang, 2000)에 대한 연구자들의 관심은 연도별 변화가 거의 없는 것으로 나타났다(.00). 즉, 새로운 관계성 결과물을 찾기 보다는 기존의 연구 결과에 따라 연구를 수행한 것으로 보인다. 4개 결과물 중 만족, 상호 통제, 헌신(.00)은 비슷한 수준으로 연구되나 신뢰(-.01)에 대한 연구자들의 관심은 해가 갈수록 약간 줄어드는 것으로 나타났다.

### 우수 이론

우수 이론의 특징(Yoo & Shin, 2014)을 살펴보기 위해 연구자들이 선택한 연구 차원을 확인한 결과, 프로그램 차원, 부서 차원, 조직 차원, 효과 차원 중 둘 이상의 차원을 연구한 논문이 23편(100.0%)

이었다. 우수한 조직을 만드는 PR의 특징으로 가장 많이 연구한 변수는 경영자적 역할(15편, 31.3%), 전략적 사고(11편, 22.9%), 균형/상호 이해(10편, 20.8%), 다양성 존중(9편, 18.8%), 윤리적 활동(3편, 6.3%) 순으로 나타났다. 우수 이론의 이러한 조건에 영향을 주는 상황적 고려 조건(문화/언어 차이, 정치, 경제, 미디어 시스템 등)은 연구되지 않았다(0편). 우수 이론 연구에서 가장 많이 선택한 종속 변수는 직업 만족도(2회, 9.5%)였으며, 구성원 간 신뢰, 우수성 인식, 이직 의도, 인크로치먼트 발생, 직무 만족 등은 각 1회(4.8%)으로 나타났다. 매개 변수로 직무 소진, 커뮤니케이션 만족, 직무 열의가 각 1회씩, 조절 변수를 택한 우수 이론 연구는 없었다.

해가 갈수록 우수 이론이 제안한 우수 조건들 중 윤리적 활동(.07)에 대한 관심은 증가했으나 경영자적 역할(-.02), 균형/상호이해(-.02), 다양성 존중(-.02), 전략적 사고(-.07)에 대한 연구자들의 관심은 줄어드는 것으로 나타났다. 기업이나 조직이 수행하는 활동에 대한 사회 구성원들의 윤리적 기대 수준이 높아짐에 따라 연구자들이 PR의 윤리적 활동이 조직의 우수성에 어떤 기여를 하는지 점점 관심을 갖게 된 것으로 보인다.

### 정황적 수용 이론

정황적 수용 이론의 특징(Hwang, 2014)을 살펴보기 위해 연구자들이 선택한 정황 변수들을 확인한 결과, 조직 특성(11편, 13.3%), 최고경영자 특성(10편, 12.0%), 개인 특성(10편, 12.0%), 위협(9편, 10.8%), 관계성 성격(9편, 10.8%), 외부 공

중 특성(8편, 9.6%), 업계 현황(7편, 8.4%), PR 커뮤니케이션 부서 특성(7편, 8.4%), 일반 정치/사회/외부 문화(6편, 7.2%), 내부 위협(6편, 7.2%) 순으로 나타났다. 정황적 수용 이론이 최초로 제시했던 종속 변수인 조직의 입장을 옹호하거나 공중의 입장에 순응하는 일직선 개념의 종속 변수에서 다양한 종속 변수의 채택으로 연구 흐름이 변하고 있는지 확인한 결과, 공중 관점의 종속 변수 채택(6회, 42.9%), 종속 변수 없음(3회, 21.4%), 조직 관점, 조직 몰입/직무 만족, 기업 사회공헌 활동, 둘 이상, 기타가 각 1편(7.1%)으로 나타났다. 도덕적 확신이나 경영진의 압박 등 조직이 공중의 입장에 순응하지 못하는 조건들을 연구한 논문이 있는지 확인한 결과 논문이 없는 것으로 나타났고, 매개 변수나 조절 변수를 사용한 논문도 없는 것으로 나타났다.

해가 갈수록 정황 요인 중 일반 정치/사회(.19), 관계성 성격(.15), 최고경영자 특성(.14), 업계 현황(.13) 등은 연구자들의 관심이 증가했고, 실무자 개인 특성(.02)과 외부 공중(.02)에 관심은 정체되었으며, 외부 위협(-.01), 내부 위협(-.02), 조직 특성(-.06), PR 부서 특성(-.18)에 대한 관심은 감소한 것으로 나타났다.

우리나라에서 수행된 정황적 수용 이론 연구는 2004년에 처음 등장했을 때부터 정황적 수용 이론이 애초 제시했던 절대적 옹호-절대적 수용 일직선상의 단순한 종속 변수를 사용하지 않았고 2016년 이후 매년 공중 관점의 종속 변수를 사용한 연구들이 발간된 것으로 나타났다. 즉, 한국에서 수행된 정황적 수용 이론 연구들은 조직의 입장에서

연구를 수행하기보다는 공중의 입장에서 조직의 입장을 어떻게 평가하는가에 대한 연구에 초점을 둔 것으로 판단된다.

### 상황적 위기 커뮤니케이션 이론

상황적 위기 커뮤니케이션 이론의 특징(Lee & Choi, 2014)을 살펴보기 위해 연구자들이 논문에서 위기의 원인으로 제시하거나 실험에서 피험자에게 위기의 원인을 유추하도록 조작한 요소가 무엇인지 살펴본 결과, 조직 내/외부 요인(16회, 10.2%), 둘 이상(15편, 9.6%), 통제 가능성(7편, 4.5%), 기타(6편, 3.8%), 안정성(0편, .0%)으로 나타났다. 연구자가 논문에서 위기의 유형을 나눈 기준을 살펴본 결과, 조직 내/외부(32편, 20.4%), 책임성(20편, 12.7%), 내/외부 및 의도성 둘 다 사용(14편, 8.9%), 통제 가능성(8편, 5.1%), 기타(7편, 4.5%), 의도/비의도(5회, 3.2%), 심각성(3편, 1.9%) 순으로 나타났다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이 각 위기 상황에 맞는 적절한 대응 전략을 매칭해 제시하는 이론이기에 연구의 초점을 어디에 두었는지 살펴본 결과, 기타(58편, 36.9%), 대응 전략(56편, 35.7%), 위기 상황과 대응 전략 매칭(42편, 26.8%), 위기 상황/유형 제시(1편, .6%)로 나타났다. 논문에서 자주 연구된 대응 전략은 복구/수용 전략(110편, 70.1%), 부인/방어 전략(93편, 59.2%), 축소 전략(58편, 36.9%), 침묵 전략(30편, 19.1%), 체면 전략(2편, 1.3%) 등이었다. 자주 연구된 위기 상황은 둘 이상(68편, 43.3%), 위반(34편, 21.7%), 사고(29편, 18.5%), 기타(11편, 7.0%), 없음(8편, 5.1%), 과실(5편,

3.2%), 알 수 없음 및 테러 각 1편(.6%) 순으로 나타났다. 논문에서 위기 책임성을 유발하는 원인으로 자주 연구된 요인은 둘 이상(8편, 5.1%), 위기 유형(3편, 1.9%), 대응 전략, 사전 명성, 위기 이력 및 기타 각 1편(.6%)으로 나타났다. 위기 효과나 결과로 제시한 것은 둘 이상(72편, 45.9%), 없음(51편, 32.5%), 메시지 수용 정도(14편, 8.9%), 기타(6편, 3.8%), 기업 평가(5편, 3.2%), 공중 관계성, 명성/평판, 브랜드 평가, 위기 인식 각 2편

(1.3%), 이미지 회복(1편, .6%) 순으로 나타났다. 위기 상황에 영향을 줄 수 있는 감정 관련 요소를 연구한 논문은 16편(10.2%), 문화 변수를 연구한 논문은 7편(4.5%) 있었다.

상황적 위기 커뮤니케이션 이론 연구자들은 해가 갈수록 둘 이상(.34)의 위기를 한 논문에서 연구하는 경우가 증가했으며, 위반(.12), 사고(.08)에 대한 관심도 증가하는 것으로 나타났다. 반면 과실(.03)이나 테러(.01)에 대한 관심은 상대적으로

**Table 1.** Trend line slopes of five theories

		STP	OPR	EXC	CTA	SCCT	Ave.
Explanatory power	Research fields	0.05	0.16	-0.03	0.02	0.25	0.09
	Journal numbers	0.10	0.34	-0.03	0.03	0.46	0.18
	Organization numbers	0.04	0.10	-0.01	0.03	0.07	0.05
	Research application areas	0.06	0.16	-0.01	-0.02	0.08	0.05
	Theory applications	0.04	0.07	0.00	-0.08	0.01	0.01
	Public numbers	0.06	0.14	-0.02	0.05	0.06	0.06
	Participant type numbers	0.05	0.07	0.01	0.00	0.08	0.04
	Research subjects	0.02	0.02	-0.02	0.00	0.05	0.01
Predictive power	Hypothesis support ratio	0.01	-0.01	0.10		0.00	0.02
Clarification	Hypothesis usage	0.09	0.37	0.07		0.39	0.18
	Data gathering info	0.02	0.03	-0.02	0.10	-0.01	0.02
	Sampling info	-0.01	-0.02	0.00	0.02	-0.01	-0.01
Falsifiability	Research methods	0.02	0.11	0.06	0.00	0.11	0.06
	Data gathering methods	0.06	0.15	-0.02	0.05	0.10	0.07
	Statistics types	0.32	0.15	-0.13	0.15	0.35	0.17
	Sampling methods	0.03	0.05	0.02	0.03	0.05	0.04
Heuristic provocativeness	Article numbers	0.11	0.51	-0.04	0.05	0.66	0.26
	Author numbers	0.27	1.01	-0.02	0.30	1.26	0.56
	Researcher affiliates	0.03	0.04	-0.07	-0.05	0.06	0.00

로 증가하지 않는 것으로 나타났다. 위기 결과 변인을 선정할 때 해가 갈수록 연구자들은 둘 이상(.38)의 결과를 함께 연구하는 경향이 증가했으며, 위기로 인한 기업/조직 평가(.04)에 대해서도 관심이 증가했다. 반면, 공중 관계성(.01), 브랜드 평가(.00), 위기 인식(.00), 이미지 회복(-.01), 메시지 수용(-.01)이 달라지는지에 대한 연구는 큰 관심을 받지 못하는 것으로 나타났다.

### 이론별 연구비 지원 상황

연구비 지원을 가장 많이 받은 이론은 정황적 수용 이론(9편, 총 43편의 64.3%)이었고, 공중/문제해결 상황 이론(13편, 총 43편의 30.2%), 우수 이론(6편, 총 23편의 26.1%), 공중 관계성 이론(38편, 총 150편의 25.3%), 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(33편, 총 157편의 21.0%) 순으로 나타났다.

공중/문제해결 상황 이론을 다룬 논문들은 대학들이 교내 연구비(7편, 16.3%)로 많이 지원했고, 한국연구재단(5편, 11.6%), 공공기관(1편, 2.3%)들도 지원했다. 공중 관계성 이론은 대학(28편, 18.7%), 한국연구재단(7편, 4.7%), 공공기관, 기타 그리고 둘 이상이 각 1편(.7%)으로 나타났다. 우수 이론은 대학(5편, 21.7%), 기타(1편, 4.3%)로 나타났으며, 정황적 수용 이론은 대학(6편, 42.9%), 기타(2편, 14.3%), 한국연구재단(1편, 7.1%)이 지원했다. 상황적 위기 커뮤니케이션을 다룬 논문은 주로 대학(17편, 10.8%), 한국연구재단(13편, 8.3%), 둘 이상(2편, 1.3%), 공공기관(1편, .6%)이 지원한 것으로 나타났다. 5개 PR 이론을 합쳐서 살펴보면 대학(63편, 전체 387편의

16.3%)이 가장 많았으며, 한국연구재단(26편, 6.7%), 공공기관(3편, .8%), 기타(4편, 1.0%), 둘 이상(3편, .8%) 순으로 나타났다. PR 분야가 실용 학문임에도 불구하고 산업계의 연구비 지원이 없는 것으로 나타났다.

### 함의 및 미래 연구 제언

PR학이 독립적인 학문 분야로 인정받기 위해서는 PR 분야에서 자생한 이론들이 우수한 이론의 기준에 맞게 발전하고 있는지 평가하고 이론의 단점을 메우기 위한 노력이 수반되어야 한다. 본 연구는 이러한 문제의식을 기반으로 PR 분야에서 자생한 공중/문제해결 상황 이론, 공중 관계성 이론, 우수 이론, 정황적 수용 이론, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론을 설명력, 예측력, 명확성, 반복 검증성 및 지적 자극성을 기반으로 발전 양상을 분석해 보았다.

이론의 설명력을 기준으로 살펴보면, 공중 관계성 이론과 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이 한국연구재단 등재학술지 중분류의 14개 분야에서 등장해 5개 이론 중 가장 넓은 분야에서 활용되는 것으로 나타났다. 5개 이론 모두 신문방송학에서 가장 많이 활용되었고, 공중 관계성 이론과 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 체육(OPR 9.3%, SCCT 7.6%)과 정책학(SCCT 8.9%), 행정학(OPR 6.0%) 분야에서 자주 활용되었다. 두 이론을 활용한 논문이 게재되는 분야 및 논문집들이 해가 갈수록 다양해지고 있었지만, 나머지 이론들은 정체되거나 줄어드는 것으로 나타났다(추세선 기울기

STP, CTA, Excellence < .10). 각 이론을 대입한 조직이 얼마나 다양해지는지 살펴본 결과, 4개 이론의 다양성이 증가하는 편이었으나 우수 이론은 감소했다. 다른 분야와 가장 활발한 접목을 시도한 공중 관계성 이론조차 다른 분야와 접목하지 않은 경우가 40%를 넘었고, 나머지 이론들도 다른 분야와 접목하지 않은 경우가 적게는 60%에서 많게는 90%에 이르렀다. 특히 우수 이론과 정황적 수용 이론은 여러 조직에 접목하는 시도가 해가 갈수록 낮아졌다. 또한 5개 이론 모두 다른 이론과의 접목을 시도한 경우가 40%를 넘지 못했고, 해가 갈수록 그 시도가 정체된 것으로 나타났다(기울기 .10 이하). 이론을 적용하는 공중이나 연구 대상자의 다양성도 크게 증가하지 않는 것으로 나타났다(기울기 .10 이하, 단 공중 관계성 이론의 공중다양성 .14). 5개 이론 모두 주요 연구 주제로 연구 문제나 가설의 효과 검증(69.6%~96.7%)에 치우쳐 있어 새로운 이론, 방법론 개발이나 자기 성찰 같은 주제에 대한 관심이 적은 것으로 나타났다. 5개 이론 모두 해가 갈수록 연구 주제의 다양성도 크지 않은 것으로 나타났다(기울기 .10 이하).

이론의 설명력을 재는 기준들을 비교해 보면 논문집이나 게재 분야의 다양성이 상대적으로 높지만 이론 접목, 연구 주제의 다양성 등을 높여 이론의 설명력을 높일 필요가 있다. 다양한 이론과의 접목을 시도하기 위해 PR 연구자들은 유사한 현상을 연구하는 이론들을 배울 수 있는 기회를 넓혀야 한다. 공중/문제해결 상황 이론은 특정 이슈를 둘러싸고 있는 공중들을 세분화하는 이론이기에 2단계 상표 선택 이론 등(Han & Nam, 1997) 등 시

장 세분화를 다루는 학문 분야와의 교류를 넓혀야 한다. 공중 관계성 이론은 인간관계심리학에서 관계성의 개념을 빌려왔지만 이후 관계 유지 전략 등 세부 개념을 연구하는 데 심리학 분야 문헌(Canary & Yum, 2016)을 깊이 있게 살펴보지 않았다. 우수 이론의 경우 조직의 우수성을 설명하기 위한 이론이기에 경영학이나 행정학 분야의 이론을 살펴볼 필요가 있다. 정황적 수용 이론의 경우 조직의 입장을 변화시키는 내/외부 변수들을 예측하는 이론인데 최근 조직의 입장을 유추하는 공중의 관점을 접목하려는 시도가 있다(Hwang, 2012). 따라서 상호 지향성 모델 등 조직과 공중 사이의 상호관점을 함께 보는 모델(Kim, Jung, & Lee, 2013) 등과 접목을 시도해 볼 필요가 있겠다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 위기의 종류와 이에 대처하는 적합한 대응 전략을 제안하는 이론으로 공중이 유추하는 위기 책임성이 대응 전략의 효율성을 다르게 한다. 따라서 심리학의 귀인 이론뿐 아니라 확증 편향(Choi, 2020) 혹은 조직이 말하는 위기 원인과 공중이 유추하는 위기 원인 사이의 괴리감이 위기 대응 전략의 효과에 어떤 영향을 주는지 살펴보는 등 이론을 보다 정교화할 필요가 있다. 이러한 이론의 접목과 함께 정교해진 연구 모델을 분석해 줄 새로운 방법론을 개발하는 노력도 수반되어야 한다. 시간의 흐름에 따라 공중 상호 간의 인식이 어떻게 변화하는지를 분석할 수 있는 시계열 상호 지향성 모델을 도입한다거나(Chung, 2020) 공중들 사이에 루머나 정보가 확산되는 과정을 추적하는 네트워크 분석(Hong, 2017) 등 새로운 연구 방법에 대한 진화도 필요하다.

이론의 예측력을 기준으로 살펴보면, 공중 관계성 이론을 바탕으로 한 논문의 가설 지지율이 가장 높았고(75.6%), 공중/문제해결 상황 이론이나 상황적 커뮤니케이션 이론도 60%를 넘어섰다. 우수 이론의 경우 가설 지지율이 40.0%이지만 해가 갈수록 가설 지지비율이 증가하는 것으로 나타났다(.10). 그러나 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이나 공중 관계성 이론의 가설 지지 비율은 해가 갈수록 소폭 감소하는 것으로 나타났다.

가설 지지 비율이 낮아지는 이유를 추정해 보면 기존 문헌에서 지지되거나 기각된 가설의 결과를 후속 연구자들이 심도 있게 분석해 후속 연구에 반영하지 않았거나, 이론의 설명력을 높이기 위해 여러 연구 상황에 대입하는 과정에서 가외 변수의 유입으로 가설이 기각될 수 있다. 또한 후속 연구들이 매개 변수나 조절 변수 등을 사용해 모형 복잡성이 증가하거나 이를 검증하기 위해 고급 통계 분석을 사용하는 과정에서 가설이 기각되는 경우가 늘 수 있다. 가장 많이 연구되는 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이나 공중 관계성 이론의 가설 지지 비율이 해가 갈수록 낮아지는 이유도 이론을 여러 상황에 대입하고, 후속 연구를 통해 모형을 정교화하는 경향이 증가하기 때문일 수 있다. 또 하나의 가능성은 후속 연구자들이 선행 연구에서 제시한 개념 정의를 그대로 따르지 않고 서로 다른 개념 정의를 통해 핵심 변수를 측정하는 데서 기인할 수 있다. 개념을 측정하는 범위가 다르다면 연구 결과도 다르게 나올 수밖에 없다. 따라서 두 이론을 연구하는 후속 연구자들은 가설을 설정할 때 기존 연구들의 개념 정의나 측정, 연구 결과들을

심도 있게 분석해 가설이 지지 혹은 기각된 원인을 분석하고 이를 반영해 후속 연구에 임할 필요가 있다.

이론의 명확성을 기준으로 보면, 해가 갈수록 4개 이론(정황적 수용 이론을 활용한 논문은 가설이 제시된 경우가 없음) 모두 가설의 형태로 변수 간의 관계를 제시하는 경우가 증가했다. 그러나 5개 이론 모두 자료 수집 방법에 대한 정보를 명확히 표기하지 않은 경우가 많았는데, 정황적 수용 이론을 활용한 논문을 빼고 4개 이론들은 모두 자료수집정보를 알 수 없는 경우가 가장 많았다. 특히 해가 갈수록 자료 수집 정보를 명확히 제시하는 비율이 크게 증가하지 않았다. 마찬가지로 표집 방법을 제시하는 경우도 우수 이론을 제외하고 4개 이론 모두 표집 정보를 명시하지 않은 경우가 가장 많았고, 해가 가더라도 명확히 제시하는 비율이 낮거나 감소하는 추세를 보였다.

이론의 명확성을 증가시키는 것은 설명력이나 지적 자극성을 높이는 것에 비해 단기간에 해결할 수 있다. 예를 들어 PR 분야를 공부하는 대학원생들을 대상으로 PR 이론들의 명확성이 낮다는 것을 학회 등을 통해 알려 논문을 쓸 때 유념하도록 한다거나, 교수들을 대상으로 방법론 수업 등에서 이와 관련된 사항을 강조하게 한다거나 학회 세미나 등을 통해 이 문제에 대해 토론하게 하는 방법도 있다. 보다 직접적으로 PR 논문을 쓰는 학술지 편집위원회가 나서 심사위원들에게 이론의 명확성을 높이기 위해 투고자들에게 이런 부분을 명시하도록 유도하는 방법도 가능하다.

특히 SCCT 이론의 경우 추가 교차 분석을 해 본 결과 2008년 이후 신문방송학 분야 외 다른 학

문 분야의 유입이 활발해지면서 학풍이 다른 분야의 연구자들이 자료 수집 방법을 명확히 제시하지 않는 경우가 많았다. 따라서 PR 이론을 자주 활용하는 분야와의 교류를 통해 명확성을 높이기 위한 공동 대응도 필요해 보인다.

이론의 반복 검증성을 기준으로 살펴보면, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론을 제외하고 4개 이론 모두 설문 조사를 가장 많이 사용했다(Excellence 52.2%, STP, OPR, CTA > 70.0%). 상황적 위기 커뮤니케이션의 경우 실험을 50% 이상 사용했다. 이에 따라 해가 갈수록 연구 방법이 크게 다양해지지 못하는 것으로 나타났다. 이러한 경향성은 자료 수집 방법이나 표집 방법에서도 나타났다. 이에 반해 통계 분석 방법은 우수 이론(-.13)을 빼고 해가 갈수록 다양해지는 경향이 큰 것으로 나타났다.

이론의 반복 검증성을 높이는 방법 역시 명확성을 높이는 것과 마찬가지로 설명력이나 지적 자극성을 높이는 것보다는 단기간에 해결할 수 있다. 대부분의 이론들이 설문 조사를 가장 많이 사용하고 있다는 점을 대학원 과정에서 알리고 학회 차원에서 이를 해결하기 위한 방법들을 토론하는 과정을 통해 다양한 각도에서 이론을 검증하도록 유도할 수 있다. 특히 5개 이론을 연구하는 연구자들이 대부분 양적 방법론을 사용하고 있는데, 향후 질적 방법론을 도입하기 위한 학회 차원의 노력(새로운 분석 기법에 대한 세미나 개최나 PR 분야에 접목 가능한 다양한 방법론을 제안하는 책 발간 등)이 필요하다. 비확률 표집법을 사용하는 비율은 연구비 수주 문제와 연결되는 것으로 판단된다. 가장 많은 연구비를 지원받은 정황적 수용 이

론(64.3%)은 비확률 표집이 21.4%이지만 공중 관계성 이론을 활용한 논문이 연구비를 지원받은 경우는 25.3%였고 비확률 표집을 활용한 비율이 47.3%에 이르렀다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 연구비 수주가 가장 적었지만(21.0%) 설문 조사보다는 실험을 많이 사용했기 때문에 비확률 표집을 사용한 비율이 낮은 것으로 판단된다(18.5%). 연구비 수주 부족으로 인해 설문 조사 수행 시 비확률 표집을 자주 사용하는 것은 향후 학회 차원에서 PR 분야에 사용 가능한 공공 데이터를 개발하거나 배포된 공공 데이터를 공유할 수 있는 시스템을 구축하는 방법도 가능할 것으로 보인다.

이론의 지적 가능성을 기준으로 보면, PR 분야에서 자생한 5개 이론들은 연구자 수와 게재 논문량 측면에서 지적 자극성이 매우 높은 것으로 판단된다. 특히 상황적 위기 커뮤니케이션 이론이나 공중 관계성 이론을 연구하는 연구자들의 유입(SCCT 1.26, OPR 1.01)이나 게재 논문량의 증가세(SCCT .66, OPR .51)는 다른 이론 평가 기준 중 가장 높은 수준이었다. 반면, 우수 이론의 경우 게재 논문량(-.04)이나 연구자 수의 증가세(-.02)가 줄어들고 있었다. 많은 연구자가 PR 자생 이론들을 연구하기 위해 유입되고 있었지만 연구자 구성 형태는 다양하지 않았다. 5개 이론 모두 연구자 구성 형태가 학계 공동이나 학계 단독 연구에 치중되어 있었다(STP 83.7%, OPR 90.0%, Excellence 87.0%, CTA 92.9%, SCCT 89.8%).

이러한 연구자 구성 형태의 단순성은 PR 분야에서 자생한 5개 이론들의 설명력을 높이는 데에

도 걸림돌로 작용할 수 있다. 앞서 기술한 바와 같이 5개 이론이 다른 분야의 이론과 접목하거나 다른 분야와의 연구 접목을 시도하는 경향성이 낮았는데, 이는 다른 학문 분야에서 유입된 연구자들(17.2%)이 부족하고, 산업계에서 연구에 참여하는 비율이 매우 낮기 때문으로 보인다. 따라서 다른 학문 분야와의 교류를 활성화하기 위해 학회 차원에서 공동 세미나를 개최하거나, 산업계에서 PR을 연구하도록 만들기 위한 제도적 유인책이 필요하다. 연구비 지원 기관을 살펴보면 대학(63.6%), 한국연구재단(26.3%), 기타(4.0%), 공공기관(3.0%), 둘 이상(3.0%)으로 나타나 산업계의 연구 지원이 매우 저조한 것으로 나타났다. 따라서 PR 대행사가 보유하고 있는 산업 데이터를 한국기업PR협회 등에 기부하고 모인 데이터를 학회가 분석해 실무적 가이드라인을 제공하는 방식 등의 협력 체계가 필요하다.

종합하자면, PR 분야에서 자생한 이론들 가운데 우수한 이론의 기준에 가장 많이 부합하는 이론은 상황적 위기 커뮤니케이션 이론과 공중 관계성 이론으로 판단된다. 특히 두 이론은 해가 갈수록 많은 연구자들이 유입되어 많은 논문들을 다양한 게재 분야 및 논문집에 실는 것으로 나타났다. 두 이론의 높은 지적 자극성은 다양한 시도를 유도하기에 모델이 복잡해지거나 다양한 환경에서 검증되는 과정을 유발해 가설 지지 비율이 조금 떨어지는 경향을 보였다. 각각도로 이론을 반복 검증하는 과정에 놓여 있는 이론은 상황적 위기 커뮤니케이션 이론과 공중/문제해결 상황 이론으로 나타났다. 그러나 5개 이론들은 지적 자극성을 제외하고

이론의 설명력이나 예측력, 명확성, 반복 검증성은 전반적으로 크게 발전하지 못하고 있는 것으로 판단된다. 본 연구가 PR 분야에서 자생한 이론들을 평가해 이론의 발전을 도모하고 나아가 PR학이 독립적인 학문 분야로 재평가받는 계기를 마련하기 위해 수행된 만큼 앞서 제시한 각 이론별 특징 및 발전 방안을 통해 각 이론의 발전을 기대해 본다.

이러한 가치에도 불구하고 본 연구는 여러 가지 한계를 갖고 있다. 먼저 본 연구에서 채택된 PR 이론들은 5개에 불과하다. PR학을 이끄는 이론들로 게임 이론이나 갈등 해소 이론도 있으며, 페미니즘, 포스트모더니즘, 수사학적 관점이나 비판론적 관점에서 이론을 발전시켜 나가는 이론가들도 존재한다(Kim, 2003). 본 연구에서는 양적인 분석들로 이론을 평가하기 위해 5개 이론에 한정하여 분석을 시행하였으나, 질적 평가기준을 통해 다른 이론들의 가치도 평가해야 PR학의 이론 발전을 제대로 평가할 수 있을 것이다.

또한 본 연구에서는 5개 기준을 가지고 이론들을 평가했는데, 이는 각 연구 논문을 구성하는 기본 단위를 기준으로 코딩한 결과이다. 이러한 분석은 양적인 접근이기 때문에 논문을 질적으로 분석해야 파악할 수 있는 이론 평가 기준을 대입하지 못했다. 예를 들어 우수한 이론의 기준 중 하나인 내적 일관성은 이론이 제안하는 핵심 변수들 사이의 인과관계를 담은 문장들이 서로 배치되는 내용을 담고 있지 않은가와 관련되어 있다. 이러한 내적 일관성은 이론이 제시하는 명제나 가정 등을 가설들과 함께 질적인 내용 분석을 해야만 평가 가능하다. 따라서 본 연구가 탐구하지 못한 다른 이론

평가 기준에 대한 관심도 필요하다.

그리고 본 연구에서 연구 논문을 구성하는 기본 단위들을 이론의 평가 기준에 맞게 배분해 분석하였는데 각 이론별 평가 기준이 서로 상호 배타적인 것을 의미하는 것은 아니다. 가령 반복 검증성과 지적 자극성의 의미는 서로 중첩될 수 있으며 예측력과 명확성 역시 서로 중첩될 수 있다. 예를 들어 선행 연구에서 이론의 핵심 변수를 재는 주요 개념들을 명확히 제시하지 않으면 후속 연구에서 개념의 정의가 달라져 가설이 지지되지 않을 가능성이 높아진다. 이러한 분석도 이론의 우수성을 평가하는 데 반영이 되어야 하는데, 논문 간 핵심 개념의 정의가 어떻게 다른지를 분석하는 질적 분석이 필요하다.

이와 더불어 설문 조사 기법처럼 연구자가 개념적 정의에 맞게 측정 척도를 보완할 수 있는 연구와 비교하면, 본 연구는 개념적 정의와 측정적 정의 사이의 적합도가 상대적으로 낮을 수 있다. 연구 논문에서 제시된 분석 틀 안에서만 개념적 정의에 부합하는 요소들을 선별하다 보니 발생하는 문제인데, 향후 연구에서는 이론 평가 기준에 맞는 측정 척도를 보다 세분화하여 분석할 필요가 있다. 가령 상황적 커뮤니케이션 이론이 PR 분야가 아닌 스포츠 분야 등에 접목되었을 경우 이론이 설명하는 범위가 넓어진 것이라 볼 수 있다. 그러나 상황적 커뮤니케이션 이론이 PR 분야 안에서 심리학 이론을 빌려와 기존에 설명했던 범위를 설명하려 한다면 이론이 설명하는 범위가 넓어졌다고 판단하기 어렵고, 상황적 위기 커뮤니케이션 이론의 설명력이 낮아 다른 이론으로 보완하려는 시도라

해석할 수도 있다. 또는 한 현상을 보다 깊이 있게 설명하기 위해 다른 분야에서 이론을 빌려와 추가적인 설명을 하려는 시도라 볼 수도 있다. 현상의 범위가 넓어지는 것과 현상을 깊이 있게 설명하는 것 모두 이론의 범위가 넓다고 볼 수 있다는 주장이 존재한다(Littlejohn & Foss, 2005). 따라서 향후 연구에서는 설명력이라는 개념을 측정하는 데 있어 이론이 설명력이 떨어져 다른 이론을 빌려왔는지, 아니면 깊이 있는 해석을 위해 다른 이론을 빌려왔는지 등을 질적 분석으로 보완해 해석을 신중히 내릴 필요가 있어 보인다.

PR 분야에서 자생한 이론들의 우수성을 평가하기 위해서는 한국뿐 아니라 해당 이론이 탄생한 미국, 그리고 미국에서 공부하고 모국으로 돌아간 연구자들이 많은 대만이나 중국 등에서 출간된 논문들도 평가 대상에 들어와야 한다. 본 연구에 참여한 코더들의 언어적 한계로 인해 한국에서 출판된 논문들만 분석 대상으로 삼았는데, 향후 연구에서는 미국이나 유럽, 아시아 등에서 PR 이론들이 어떻게 발전하고 있는지 비교해 보는 것도 문화적 차이를 확인할 수 있는 연구가 될 것이라 본다.

또한 PR 분야에서 자생한 이론이 얼마나 우수한가를 상대적으로 확인하기 위해서는 광고나 마케팅 등 유사 학문에서 자생한 이론들을 같은 평가 기준으로 분석해 비교하는 작업이 필요하다. 또한 심리학이나 사회학 같은 인문사회 분야의 이론 내에서의 비교나 학문 경계를 넘어 공학이나 자연계를 탐구하는 분야와의 비교를 통해 PR 이론들의 강점과 약점을 확인하는 것도 PR학이 독립된 학문 분야로 성장하기 위한 밑거름이 될 것이라 본다.

## References

- Bae, J. (2020). Evaluation of organization-public relationship theory: Focus on OPR research in Korea. *Journal of Public Relations*, 24(2), 52-91.
- Bae, J., & Hu, J. (2020). Evaluation for the development of PR theories in Korea: Content analysis of SCCT research. *Journal of Public Relations*, 24(6), 33-73.
- Baron, S. J., & Davis, K. D. (2002). *Mass communication theory* (3<sup>rd</sup> ed). US: Thompson.
- Bruning, S. D., & Ledingham, J. A. (1998). Organization-public relationships and consumer satisfaction: The role of relationships in the satisfaction mix. *Communication Research Reports*, 15(2), 198-208.
- Bruning, S. D., & Ledingham, J. A. (1999). Relationships between organizations and publics: development of a multi-dimensional organization-public relationship scale. *Public Relations Review*, 25(2), 157-170.
- Bruning, S. D., & Ledingham, J. A. (2000). Perceptions of relationships and evaluations of satisfaction: An exploration of interaction. *Public Relations Review*, 26(1), 85-95.
- Cameron, G. T., Cropp, F., & Reber, B. (2001). Getting past platitudes: Scratching below the surface for factors limiting accommodation in public relations. *Journal of Communication Management*, 5(3), 242-261.
- Canary, D., & Yum, Y. (2016). Relationship maintenance strategies. *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication*, 1-9.
- Cancel, A. E., Cameron, G. T., Sallot, L. M., & Mitrook, M. A. (1997). It depends: A contingency theory of accommodation in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 9(1), 31-63.
- Cha, B. K. (1990). *Research methods for the students of social sciences*. Seoul, KR: Saeyoung Book Publishing Co.
- Chaffee, S. H., & Berger, C. R. (1987). *Handbook of communication science*. ND: Saga publications.
- Choi, Y., & Cameron, G. T. (2005). Overcoming ethnocentrism: The role of identity in contingent practice of international public relations. *Journal of Public Relations Research*, 17(2), 171-189.
- Choi, S. (2020). The Effect of confirmation bias on intentionality Judgment: The role of crime typicality and seriousness. *The Korean Journal Of Culture And Social Issues*, 26(3), 329-349.
- Chung, W. (2020). A comparative study of the THAAD conflict perceptions between South Korean and Chinese: Based on a time-series co-orientation model. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 22(2), 337-377.
- Coombs, W. T. (1998). An analytic framework for crisis situations: Better understanding of the situation. *Journal of Public Relations Research*, 10(3), 177-191.
- Coombs, W. T. (1999). Information and compassion in crisis responses: A test of their effects. *Journal of Public Relations Research*, 11(2), 125-142.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (1996). Communication and attributions in a crisis: An experimental study of crisis communication. *Journal of Public Relations Research*, 8(4), 279-295.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2001). An extended examination of the crisis situations: A fusion of the relational management and symbolic approaches. *Journal of Public Relations Research*, 13(4), 321-340.
- Ferguson, M. A. (1984). Building theory in public relations: Interorganizational relationships as a public relations paradigm. *Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication Annual Convention*. Florida: Gainesville.
- Grunig, J. E. (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

- Grunig, J. E. (1997). A situational theory of publics: Conceptual history, recent challenges and new research, In D. Moss, T. MacManus, & D. Vercic (Eds.), *Public relations research: An international perspective* (pp. 3-46). London, U.K.: International Thompson Business Press.
- Grunig, J. E., & Huang, Y. H. (2000). From organizational effectiveness to relationship indicators: Antecedents of relationships, public relations strategies and relationship outcomes. In J. A. Ledingham & S. D. Bruning (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations*. Routledge.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing PR*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2002). *Excellent public relations and effective organization: A study of communication management in three countries*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Han, S., & Nam, Y. (1997). A comparative study of choice-set formation through variety-seeking in consumer behavior. *Korean Journal of Marketing*, 12(1), 49-76.
- Hazleton, V. J., & Botan, C. (1989). The role of theory in public relations. In C. Botan & V. Hazleton, Jr. (Eds.), *Public relations theory* (pp. 3-15). Lawrence Erlbaum Associates.
- Hon, L. C., & Grunig, J. E. (1999). *Guidelines for measuring relationship in public relations*. Gainesville, FL: The Institute for Public Relations, Commission on PR Measurement and Evaluation.
- Hong, J. (2017). The relationship between factuality, the Influence of rumors and types of public via social media: A network analysis of rumor diffusion on THAAD. *Journal of Internet Computing and Services*, 18(6), 113-125.
- Huang, Y. H. (1997). *Public relations strategies, relational outcomes, and conflict management strategies*. Unpublished doctoral dissertation, University of Maryland, College Park.
- Hwang, S. (2012). The estimation of the South Korean government's diplomacy for its opposing public North Korea. *Journal of Public Relations Research*, 24(4), 338-352.
- Hwang, S. (2014). The contingency theory of accommodation: Past, present, and future. *Journal of Public Relations*, 18(1), 367-402.
- Hwang, S., Kim, H. J., & Chang, I. (2018). What factors are influential in public acceptance of nuclear energy?: Based on the survey for the residents in Pusan, Ulsan, and Kyungnam. *Journal of Practical Research in Advertising and Public Relations*, 11(4), 135-164.
- Kim, B., Jung, S., & Lee, M. (2013). Mutual understanding on organization-public relationships between police officers and citizens – from the perspective of co-orientation model. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 15(1), 224-253.
- Kim, H., & Yang, S. U. (2014). Advances in the theory of organization-public relationship management and challenges to the future development of the theory. *Journal of Public Relations*, 18(1), 476-515.
- Kim, J. N. (2006). *Communicant activeness, cognitive entrepreneurship, and a situational theory of problem solving*. Unpublished doctoral dissertation. University of Maryland, College Park.
- Kim, J. N., & Grunig, J. E. (2011). Problem solving and communicative action: A situational theory of problem solving. *Journal of Communication*, 61(1), 120-149.
- Kim, J., & Rhee, Y. (2011). Strategic thinking about employee communication behavior(ECB) in public relations: Testing the models of megaphoning and scouting effects in Korea. *Journal of Public Relations Research*, 23(1), 243-268.
- Kim, J., & Vibber, K. (2012). Networked sociability and cybercoping: The effects of enabled personal networks and enhanced health outcomes among

- chronic health problem solvers. In S. Duhe (Ed.), *New men and public relations* (2<sup>nd</sup> ed.), (pp. 218-229). Peter Lang.
- Kim, J., Park, N., & Kim, S. (2014). Building further on the situational theory of publics theoretical evolution to situational: Theory of problem solving and future research. *Journal of Public Relations*, 18(1), 330-366.
- Kim, Y. (2003). *The evolution of PR communication theories*. Seoul, KR: CommunicationBooks.
- Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (1998). Relationship management in public relations: Dimensions of an organization-public relationship. *Public Relations Review*, 24(1), 55-65.
- Lee, H. (2003). A critical review of PR research in Korea. *Journal of Advertising and Public Relations. The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 5(1), 167-193.
- Lee, H., & Choi, Y. (2014). Beyond the situational crisis communication theory where to go from now on?. *Journal of Public Relations*, 18(1), 444-475.
- Littlejohn, S. W. (1995). *Theories of human communication*. Belmont, CA: Wadsworth. publics: development of a multi-dimensional organization-public relationship scale. *Public Relations Review*, 25(2), 157-170.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2005). *Theories of human communication* (8<sup>th</sup> ed). Belmont, CA: Wadsworth.
- Shin, J. H., Cameron, G. T., & Cropp, F. (2006). Occam's Razor in the contingency theory: A national survey on 86 contingent variables. *Public Relations Review*, 32(3), 282-286.
- Yoo, S., & Shin, H. (2014). The significance and development of excellence theory and public relations studies applying excellence theory in South Korea. *Journal of Public Relations*, 18(1), 403-443.
- Zhang, J., Qiu, Q., & Cameron, G. T. (2004). A contingency approach to the Sino-US conflict resolution. *Public Relations Review*, 30(1), 391-399.

최초 투고일 2020년 12월 28일  
 논문 심사일 2021년 02월 18일  
 논문 수정일 2021년 02월 24일  
 게재 확정일 2021년 03월 02일

# Analysis for the Development of Five PR Theories

Based on Journal Articles Published in Korea\*

## Jiyang Bae

Professor, Dept. of Communication, Chonnam National University\*\*

## Jinghua Hu

Doctoral student, Dept. of Communication, Chonnam National University

## Seung-Jun Yang

Doctoral student, Dept. of Communication, Chonnam National University

## Objectives

This study evaluated five PR theories in terms of explanatory power, predictive power, clarification, falsifiability, and heuristic provocativeness and proposed future research directions to support independent theory development within PR discipline.

## Methods

One PR professor and two doctoral students searched several keywords related to situational theory of publics/problem solving, organization-public relationship theory, excellence theory, contingency theory of accommodation, and situational crisis communication theory in Earticle.net and Naver Academic Information service and coded five theories in terms of good theory evaluation criteria.

## Results

Although OPR and SCCT had good explanatory power, five theories had low level of explanatory power in terms of applications to other theories and various research participants. Predictive power of STP/STOPS, excellence theory, and CTA was increasing while OPR and SCCT were decreasing. Research articles utilizing five PR theories did not elaborate how to gather data and sampling clearly. Also they did not adopt various data gathering and sampling methods as time goes by. But, five PR theories had a good heuristic provocativeness in that many researchers

---

\* This article used SCCT and OPR data set by recollecting and reanalyzing a part of data published in Bae(2020) and Bae and Hu(2020) for comparing five theories. Specific information was presented in the method part.

This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea (NRF-2020S1A5A2A01040544).

\*\* First Author: jiyang.bae@gmail.com

participated in publish research articles based in five PR theories.

### **Conclusions**

Five PR theories need to focus on enhancing explanatory power, predictive power, clarification, and falsifiability. Active collaboration with other research fields and public data development and sharing within PR disciple is necessary in the future.

**KEYWORDS** PR theory, Situational theory of publics/problem solving, Organization-public relationship theory, Excellence theory, Contingency theory of accommodation, Situational crisis communication theory

Appendix

