

조직-공중 관계성 이론의 발전 과정과 미래 연구 방향에 대한 고찰

김효숙*

송실대학교 언론홍보학과 부교수

양성운**

인디애나주립대학교 저널리즘스쿨 부교수

본 논문은 PR 연구와 실무에 있어 개념의 혁명을 몰고 온 조직-공중 관계성 이론의 태동과 그 성장과정을 기술하고 미래 연구의 방향을 제안하고자 쓰여졌다. 1984년 퍼거슨은 AEJMC의 PR 분과 발표에서 'PR 연구의 단위는 조직, 공중, 혹은 커뮤니케이션 과정이 아니라 관계성이어야 한다'고 주장하였다. 공중관계(public relations)의 축약어인 PR이 그 이름 자체에 관계성을 내포하고 있음에도 불구하고 기존의 연구들이 커뮤니케이션 메시지를 통한 공중 설득에만 집중했음을 비판한 것이다. 본격적인 조직-공중 관계성에 대한 연구는 1990년대 말에 시작되었다. 브룸과 그의 동료들(Broom, Casey, & Ritchey, 2000)은 대인커뮤니케이션, 심리치료, 조직간 관계성, 시스템이론 등의 분야에 대한 문헌연구를 진행한 뒤, 그 문헌연구를 바탕으로 관계성에 대한 정의를 내리고 관계성의 3단계 모형을 제시하였다. 혼과 그루닉(Hon & Grunig, 1999)은 미국 Institute of Public Relations에서 발간한 보고서를 통해 관계성의 6가지 구성 차원에 대한 측정 항목들을 발표하였다. 레딩엄과 브루닝(Ledingham & Bruning, 1998) 또한 독자적인 관계성 연구를 시작해 관계성의 구성 차원을 규명하였다. 본 논문은 이렇게 시작된 관계성 연구의 태동과정을 주요 연구들에 대한 기술을 중심으로 정리하였다. 2000년 이후 관계성은 PR 연구의 주요 주제로 부상하였고 수많은 연구가 쏟아져 나오기 시작했다. 본 논문은 이러한 관계성 연구의 성장과정을 미국의 연구와 한국의 연구로 나누어 고찰하였다. 미국에

* khs728@hotmail.com, 주저자

** yang223@indiana.edu, 교신저자

서 행해진 연구에 대한 리뷰 부분은 ① 관계성 모형의 진화 ② 관계성 척도의 검증 ③ 다양한 영역으로의 확장이라는 큰 3가지 주제로 구분하여 살펴보았다. 2000년 초반부터 한국의 학자들도 이 새로운 이론을 탐구하고 한국적 상황에 적용하기 위해 노력해 온 바, 지난 10여 년 간 이루어진 국내의 관계성 연구들도 ① 관계성 척도의 검증, ② 다양한 영역에의 적용, ③ 관련 분야와의 접목(위기 관리, 평판관리, 갈등관리 등), ④ 매체 플랫폼의 변화에 따른 관계성 연구의 진화 등의 4가지 소주제로 요약하여 정리하였다. 마지막으로 본 논문은 관계성 연구의 이론적/ 방법론적 한계 극복에 도움을 줄 수 있는 미래 연구에 대한 제언들을 제시하였다.

주제어: 조직-공중 관계성, 관계성 연구의 발전 과정, 관계성 연구의 미래

우리는 사람들은 잊어버리곤 한다.

그러나 PR이라는 용어의 기저에는

PR이 사람들 사이의 관계를 연결해주는 기능이라는 의미가 깔려 있다.

사람들은 우리가 갖고 있는 기술 때문에

우리를 필요로 하는 것이 아니다.

그들은 ‘관계성’을 위해 우리와 커뮤니케이션 하는 것이다.

-윌리엄스(Williams, 1996, p. 10)

1. 서론

모든 학문의 십자로라고 불리는 커뮤니케이션학 중에서도 신생 분야라고 할 수 있는 PR은 대부분의 이론적 성장을 인접 분야에 빚지고 있다. 언론홍보 활동(publicity)으로 시작된 PR 분야의 태생적 이유 때문이라든 PR 분야의 학문적 성장은 더디게 진행되었고 또한 PR 학자들이 자체적으로 창안하고 발전

시킨 이론은 손에 꼽을 정도다(예: 공중의 상황이론, 조화와 정황성이론, SCCT이론). 관계성 이론도 물론 그 태동 및 발전 과정에서 매스미디어, 대인 커뮤니케이션, 조직 행동론, 사회심리학, 마케팅 등의 인접 분야로부터 많은 개념과 이론을 수입하였지만(Ledingham & Bruning, 2000), 인접 분야에서 다루는 관계성과 차별되는 조직-공중 관계성이란 새로운 개념을 제안하고 발전시킨 점은 PR학만의 독자적인 노력으로 평가받아야 할 것이다.

관계성 이론의 등장은 PR 연구와 실무에 있어 개념의 혁명을 몰고 왔다. 관계성 연구는 메시지를 통해 여론을 조작하는 행위로 폄하되던 PR을 상징적 메시지와 행동의 통합을 통해 조직과 공중 서로에게 호혜적인 관계를 구축, 유지하는 기능으로 진일보시키는 역할을 했다. 레딩엄과 브루닝(2000)은 관계성 이론의 부각은 PR의 본질이 무엇인가에 대한 질문을 내포하고 있다고 주장했다. 즉, 관계성 이론이 PR은 무엇이며 PR은 어떤 종류의 실무를 진행해야 하는 가라는 질문, 특정 조직과 사회 내에서 PR이 담당하는 기능과 그 기능의 가치는 무엇인가라는 질문, 또한 PR 행위가 조직과 그 조직이 복무하는 사회와 공중에게 어떤 혜택을 주는가라는 질문들에 대해 답해줄 수 있다고 주장하였다.

본 논문은 이러한 관계성 이론의 태동과 그 성장과정을 기술하고 미래 연구의 방향을 제안하고자 쓰였다. 먼저, 관계성 이론의 태동 과정을 당시의 주요 논점 위주로 살펴보고, 그 후 관계성 이론의 성장과정을 미국과 한국으로 나누어 고찰하였다. 또한 본 논문은 미래 연구에 대한 제언들을 이론적 부분과 방법론적 부분으로 나누어 제시하였다.

2. 조직-공중 관계성 이론의 태동

1984년 퍼거슨(Ferguson, 1984)은 AEJMC(Association for Education in Journalism and Mass Communication)의 PR분과 발표에서 Public Relations Review의 지난 9년 치 연구를 분석한 결과를 바탕으로 PR 연구는 특정 패러다임에 집중해야 하며 그 패러다임은 관계성이 되어야 한다고 주장하였다. 그러

면서 “PR 연구의 단위는 조직, 공중, 혹은 커뮤니케이션 과정이 아니라, 관계성이어야 한다(p. ii)”고 말하였다. 또한 퍼거슨(Ferguson)은 조직-공중 관계성의 질을 장기적으로 측정할 수 있는 동적(dynamic)/정적(static), 개방적(open)/폐쇄적(closed), 조직과 공중 양자가 서로의 관계성에 대해 만족하는 정도(the degree to which both the organization and the public are satisfied with the relationship), 권력의 분배(distribution of power in the relationship), 이해·동의·합의의 상호성(the mutuality of understanding, agreement, and consensus)이라는 다섯 가지 속성을 제시하였다.

파블릭(Pavlik, 1987) 또한 PR은 공중과의 관계성에 초점을 맞추어야 하는 실무 영역이자 학문 영역이지만 관계성에 대한 연구가 전무하다시피 함을 지적하였다. 파블릭은 지금까지의 어떤 PR 연구도 관계성을 연구단위로 사용하지 않고 대부분의 기존 연구가 개인들을 분석 단위로 한 설문조사 연구에 국한되었다고 말하였다.

공중관계의 축약어인 PR(public relations)이 그 이름 자체에 관계성을 내포하고 있음에도, 퍼거슨(Ferguson, 1984)과 파블릭(Pavlik, 1987)의 이런 주장을 접한 학자들은 반신반의했고 관계성 연구가 본격화되는 데에는 꽤 많은 시간이 걸렸다. 물론 관계성 연구의 중요성을 자각하고 관계성 개념을 PR 연구에 접목시키는 선구적인 학자들도 나타났다. 예를 들면 그루닉과 그의 동료들(L. Grunig, J. Grunig, & Ehling, 1992)은 PR의 우수성 연구(The IABC Study of Excellence in Public Relations and Communication Management)에서 PR은 조직이 자신의 목적을 전략적인 이해관계자들의 기대와 조화시킬 수 있게 돕는 역할을 하며 “PR은 조직이 전략적인 이해관계자와 양질의 장기적인 ‘관계’를 구축할 수 있게 돕는 방법으로 조직의 효율성에 이바지한다”(p. 86)고 주장하였다. 그루닉(Grunig, 1993)은 또한 상징적(symbolic) 관계성에 대한 편중에서 벗어나 행태적(behavioral) 관계성도 함께 고려해야 한다고 주장하였다. 그러나 당시만 하여도 관계성의 정의 및 측정에 대한 구체적인 논의는 전혀 진행되지 못하였다.

관계성 연구의 전환기는 1990년대 후반에 찾아왔다. 많은 학자들이 뒤늦게

나마 관계성에 대한 정의를 내리고 관계성을 실증적으로 측정할 수 있는 도구들을 개발하기 시작했다. 가장 대표적인 연구로는 브룸과 그의 동료들(Broom, Casey, & Ritchey, 2000)의 연구가 있다. 브룸과 동료들(2000)은 다른 많은 학문 분야에서도 관계성을 주요 개념으로 다룬다는 점에 착안하여 대학원 세미나 수업을 통해 인접 분야인 대인커뮤니케이션(interpersonal communication) 이론, 심리치료(psychotherapy) 이론, 조직간 관계성(interorganizational relationships) 이론, 시스템 이론(systems theory) 분야에서 관계성을 어떻게 다루고 있는지 문헌연구를 진행하였다. 문헌연구 결과, 인접분야에서도 관계성에 대한 통일된 정의가 부재한 상태에서 관련자끼리 암묵적으로 동의하는 보편적 의미만 통용될 뿐이며, 관계성 측정에 있어서는 관계성 자체가 아닌 선행변수(antecedents)나 후행변수(consequences)를 측정하고 있음을 발견하였다. 또한 일부 분야에서는 관계성이 형성되는 과정을 그 과정에 의해 형성된 상태와 혼용하여 쓰고 있음을 알게 되었다.

위와 같은 문헌 연구를 바탕으로 브룸과 동료들(2000)은 관계성을 조직-공중 간 “상호교환, 거래, 커뮤니케이션 및 다른 상호 연관된 행위의 속성(p. 94)”으로 정의하였다. 그러면서 그들은 관계성 선행변수, 관계성 개념(concepts), 관계성 후행변수로 구성된 3단계 관계성 모형을 제시하였다. 관계성 선행변수는 왜 특정 조직이 특정 공중들과 관계를 맺게 되는지 설명해주는 요인이다. 브룸과 동료들(2000)은 자원 의존 이론(resource dependency theory)과 교환 이론(exchange theory)에 바탕해 선행변수를 “환경으로부터 파생된 변화의 원천과 압력, 시스템상의 긴장(p. 94)”으로 정의하였다. 또한, “목적의 달성, 자율성에 대한 의존/자율성의 손실, 일상적 행동, 제도화된 행동(p. 94)”을 4가지의 관계성 후행변수로 제시하였다. 한편, 그들은 선행변수 및 후행변수와는 분리되는 존재이면서 관계를 맺고 있는 사람들의 인식(perceptions)으로부터도 독립된, 그러면서 측정 가능한 속성으로서의 관계성을 제안하였다.

이러한 브룸과 동료들(2000)의 연구에 대한 응답으로 브루닝과 레딩엄(Bruning & Ledingham, 1999)은 조직-공중 관계성을 “양자의 행동이 서로

의 경제적, 사회적, 문화적 안녕(well-being)에 영향을 미칠 때 한 조직과 그 조직의 주요 공중 사이에 존재하는 상태”로 정의하였다. 레딩엄과 브루닝은 관계성 연구의 발전에 크게 공헌한 학자들이다. 레딩엄과 브루닝(Ledingham & Bruning, 1998)은 관계성 이론이 PR의 실무와 이론에 있어 혁명적인 인식의 전환을 불러왔다고 보았다. 즉, PR은 관계성이란 개념을 통해 커뮤니케이션 행위로 제한되던 전통적 시각에서 커뮤니케이션을 전략적으로 운용하는 관리(management) 기능으로 혁신적으로 이행할 수 있었다고 주장하였다. 또한 관계성 이론 덕에 그 수행하는 기능(what it does)으로 정의되던 PR 영역이 실제 어떤 존재인지(what it is)로 정의되게 되었다고 보았다.

레딩엄과 브루닝은 1990년대 말부터 관계성에 대한 독자적인 연구를 시작하였다. 예를 들면, 레딩엄과 브루닝(1998)은 PR, 대인커뮤니케이션, 마케팅, 사회심리학(social psychology) 분야의 문헌연구를 바탕으로 조직-공중 관계성의 차원을 규명해보고자 노력하였다. 위의 문헌연구의 결과, 투자(investment), 헌신(commitment), 신뢰(trust), 열정(passion), 친밀성(intimacy) 등을 포함한 17개의 차원이 도출되었다. 레딩엄과 브루닝(1998)은 정부 보호 하의 독점적 지배에서 벗어나 자율 경쟁 체제에 돌입한 전화서비스 가입자들을 대상으로 현재 사업자의 서비스를 지속적으로 구매할 것인지, 새로운 사업자와 계약을 맺을 것인지, 아니면 아직 결정을 내리지 못했는지에 대해 위에서 도출된 17개의 관계성 차원을 활용하여 검증해 보았다. 연구의 첫 번째 단계인 질적인 연구에서는 전화회사의 PR 담당자, 지역정부 공무원, 지역사회 오피니언리더 등을 대상으로 인터뷰를 하였고, 이 인터뷰 결과를 바탕으로 지역 전화 서비스 가입자를 대상으로 한 포커스 그룹을 실시하였다. 포커스 그룹 참가자들은 위의 17개의 차원 중 그들이 지역전화 서비스 회사와 맺고 있는 관계에 영향을 미치는 차원은 무엇인지 응답하였다. 그 결과, 개방성(openness), 신뢰, 관여(involverment), 헌신, 투자 등 5가지가 가장 중요한 차원으로 밝혀졌다. 연구의 두 번째 단계인 양적인 연구에서는 위의 5가지 차원을 주요변인으로 하여 설정된 가설을 검증하기 위해 해당 지역에 거주하는 384명의 전화서비스 가입자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 판별분석

결과, 현재 서비스 잔류자, 새로운 서비스 계약자, 미결정자 세 집단 사이에는 개방성, 신뢰, 관여, 헌신, 투자에 있어 확연한 차이가 있음을 알 수 있었다. 현재 서비스 잔류자들이 5가지 차원에 있어 가장 높은 점수를 보였으며 새로운 서비스 계약자들이 가장 낮은 점수를 보였다. 즉, 위의 5가지 차원이 조직-공중 관계성을 측정할 수 있는 요소들임을 실증적으로 검증해 보였다.

브루닝과 레딩엄(Bruning & Ledingham, 1999)은 이렇게 개발된 조직-공중 관계성의 5가지 차원에 그루닉과 동료들(1992)의 연구에서 차용한 호혜성(reciprocity), 상호합법성(mutual legitimacy), 상호이해(mutual understanding)의 3가지 차원을 더한 총 8가지 차원에 대하여 조직-공중 관계성 내에서 작동하는 세부 관계성에는 어떤 것이 있는지를 고찰하고자 은행 고객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 참가자들의 응답을 요인분석해 본 결과, 은행이 주요 공중들을 상대할 때 취하는 전문적인 역할을 의미하는 전문적 관계성(professional relationship), 주요공중과 개인적인 관계성을 구축하고자 하는 은행의 노력을 의미하는 개인적 관계성(personal relationship), 은행이 자신이 속한 공동체에 헌신하고자 하는 노력을 의미하는 지역사회 관계성(community relationship) 등 3가지의 관계성이 도출되었다.

브루닝과 레딩엄(Bruning & Ledingham, 1999)이 조직-공중 관계성을 그 관련 당사자끼리 서로에게 미치는 영향이라는 측면에서 살펴봤다면, 그루닉과 황(Grunig & Huang, 2000), 혼과 그루닉(Hon & Grunig, 1999), 황(Huang, 1997) 등은 조직-공중 관계성을 관계성의 속성(characteristics)이라는 측면에서 고찰하였다. 이들의 접근은 기본적으로 관계성은 한 개 이상의 속성을 지니며 이러한 속성이 조직-공중 관계성을 결정한다는 전제를 깔고 있다.

황(Huang, 1997)은 1997년에 작성한 박사논문에서 PR 전략과 갈등관리 간의 매개개념(mediating construct)으로 조직-공중 관계성을 이용하였다. 이때 조직-공중 관계성을 측정하기 위해 'OPRA(Organization- Public Relationship Assessment)'라는 측정도구를 개발함으로써 PR 분야에서 선구적으로 조직-공중 관계성에 관한 실증적 연구를 시작하였다. 황(1997)은 대인 커뮤니케이션 이론과 조직 관계성 이론을 두루 검토한 후, 모든 관계성에

등장하는 지속적인 특성들을 발견하였는데 바로 신뢰, 상호통제(control mutuality), 헌신, 만족(satisfaction)이다. 신뢰는 관계성 속의 양자가 상대방에 대해 갖고 있는 확신과 서로에게 자신을 보여주고자 하는 정도로서 진실성(integrity), 의존할 만함(dependability), 능력(competence)이라는 하위 차원을 갖고 있다. 통제의 상호성은 관계성에 대해 서로 갖고 있는 통제권에 만족하는 정도를 의미한다. 헌신은 관계성을 맺고 있는 양자가 그 관계성을 유지하고 촉진시키는 것이 가치 있다고 여기는 정도를 말하며 마지막으로 만족은 양자가 서로에 대해 호의적으로 느끼는 정도를 의미한다. 황(1997)은 이러한 관계성의 특성들에 바탕을 두고 조직-공중 관계성을 조직과 공중들이 서로를 신뢰하고, 상대방에게 합법적인 영향을 미치며, 서로에게 만족하고, 또한 서로에게 헌신하는 정도로 정의내린다. 황은 2001년에 *Journal of Public Relations Research*에 박사논문의 축약판을 게재한다. 황(1997, 2001)의 연구는 이후 많은 관계성 연구의 모태가 되었고 관계성 측정 도구에 관한 신뢰도와 타당성을 검증하는 방법론적인 면에서도 많은 영향을 미치게 된다.

혼과 그루닉(1999)은 관계성 연구의 학문적인 대중화에 공헌을 하였다고 할 수 있다. 혼과 그루닉(1999)은 황(1997)이 개발한 관계성 측정 항목에, 심리학자 클라크와 밀스(Clark & Mills, 1993)가 교환적 관계성(exchange relationship)과 상호호혜적 관계성(communal relationship)으로 분류한 관계성 유형(relationship types)의 측정 문항들을 추가했다. 이들은 한쪽이 과거에 혜택을 베풀었거나 미래에 혜택을 베풀 것으로 예상되기 때문에 지금 다른 한쪽이 혜택을 베푸는 관계를 교환적 관계성이라고 정의했으며, 서로의 행복과 안녕에 대한 관심으로 쌍방이 자발적으로 혜택을 베푸는 관계를 상호호혜적 관계성으로 정의하였다. 혼과 그루닉(1999)은 그 뒤 미국의 PR 연구소(Institute for Public Relations)에서 발간한 보고서 형식으로 대대적으로 그들의 측정문항을 발표하여 관계성 연구가 널리 행해지는데 공헌하였다. 이 보고서는 구글 스칼라(Google Scholar)에서 2013년 11월 4일 현재 533회의 인용 빈도수를 보여 조직-공중 관계성 주제와 관련해서 가장 많은 논문 인용수를 기록하고 있다.

한편, 그루닉과 황(2000)은 대인커뮤니케이션의 이론(예: Stafford & Canary, 1991)을 검토한 후 브룸과 동료들(2000)의 3단계 모델에 상응하는 관계성 모델을 제시하였다. 그 모델은 조직이 관계를 맺을 필요가 있는 공중들을 관계성 선행변수로 개념화하고 그렇게 생성된 관계성을 유지하기 위한 전략(strategies to maintain relationships)과 그러한 전략으로부터 파생되는 결과물(outcomes)로 구성되는 3단계 모형이었다. 그루닉과 황(2000)의 선행변수는 브룸과 동료들(2000)이 제안한 선행변수와는 다른 특성을 지니고 있다. 브룸과 동료들(2000)이 관계성 선행변수를 조직이 특정한 공중과 관계를 맺게 되는 이유로 설명했다면, 그루닉과 황의 선행변수는 상황적(situational)이었다. 그루닉과 황의 선행변수는 그루닉과 헌트(Grunig & Hunt, 1984)의 공중에 대한 정의로부터 유추되었는데 조직의 행위가 공중들의 삶에 영향을 미치거나 공중의 행위가 조직의 활동에 영향을 미칠 때 조직-공중 간 관계성이 형성될 수 있다고 보았다. 그루닉과 황(2000)은 또한, 스탠포드와 케이너리(Stafford & Canary, 1991)가 로맨틱한 관계에 있는 커플들은 어떠한 커뮤니케이션 전략으로 관계를 ‘유지’하는지를 고찰한 연구 결과에 기반하여, 긍정성(positivity), 개방성(openness), 진정성(assurance), 네트워크 형성(networking), 협업(shared tasks)이라는 5가지 관계성 유지 전략을 도입하였다. 그루닉과 황(Grunig & Huang, 2000)이 주장하는 관계성의 결과물은 왜 사람들이 특정 공중으로 조직화되거나 혹은 때로 활동가(activist) 공중으로 발전해 나가는지를 설명해 주는 개념인데 황(Huang, 1997)이 개발한 4가지 관계성 요인을 사용하였다.

레딩엄과 브루닝은 2000년에 《관계성 관리로 보는 PR: PR 연구와 실무에 대한 관계론적 접근(Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations)》이라는 책을 출판하여, PR 연구와 실무의 새로운 패러다임으로 관계성 관리가 부상하였다고 주장하였다. 레딩엄과 브루닝의 저서는 신뢰, 만족, 헌신성, 상호통제 이외에 다양한 관계성 측정의 도구를 소개함으로써 관계성에 관한 학계와 업계의 전반적인 관심을 증가시켰다는 데 그 의의가 있다.

위와 같은 태동 단계에서의 연구들은 관계성이 무엇인지에 대한 정의를 내리고, 다른 분야와는 차별되는 PR 관계성만의 독특한 특징이 무엇인지 고찰하고, 조직-공중 관계성을 구성하는 요소들에는 무엇이 있는지를 탐색했다는 특징이 있다. 이 단계의 연구는 심리학, 사회심리학, 대인커뮤니케이션, 경영학 등 PR의 인접 분야에서 사용되어온 여러 가지 관계성 개념들을 취합 정리하여 PR에의 적용 가능성을 타진하는 수준에 머물렀다고 보아야 한다. 그러나 관계성이론 연구 기간 전체를 통틀어 유일하게 심도 깊은 철학적, 이론적 담론이 펼쳐진 시기였다는 점은 인정하여야 한다.

3. 조직-공중 관계성 연구의 이론적 성장: 미국의 연구

황과 장(Huang & Zhang, 2012)은 2000년부터 2011년까지 주요 PR 저널에 게재된 30편의 관계성 관련 논문을 분석하였다. 황과 장(2012)의 분석 결과에 따르면, 2000년대 초반에는 신뢰, 만족, 헌신, 상호통제 등의 4개 요인으로 관계성을 측정하는 논문이 다수를 차지했고, 2000년대 후반에는 교육, 정치, 비영리단체 등의 다양한 연구 환경에서 관계성이 독립변수로서 어떻게 공중의 조직에 대한 태도, 행동 등의 종속변수들을 설명하는지에 대한 연구가 다수를 차지하였다. 또한 표본 연구의 15.8% 정도가 중국을 비롯한 다양한 지리적/문화적 환경에서 관계성을 재조명하였다. 황과 장(2012) 이전에는, 기연정¹⁾과 신재화(Ki & Shin, 2006)가 1985년에서 2004년까지 출판된 30여 편의 관계성 관련 논문을 분석한 바 있다. 아쉽게도 두 논문 간 시간차가 있고, 두 논문 모두 2~3페이지로 간략하게 출판되어서 자세한 내용을 고찰하는 데는 한계가 있다.

본 논문에서는 연구 태동기이후 최근까지의 관계성과 관련된 전체적 연구의 흐름을 살펴보기 위해서 그 동안 국내외 주요저널에 게재되었던 논문들을

1) 미국 저널에 논문을 게재한 한국 학자들의 이름은 어색함을 피하기 위해 한국식 이름으로 표기하였다.

연구 주제에 초점을 맞추어 분석하였다. 먼저 미국에서 출판된 논문들을 ① 관계성 모형의 진화, ② 관계성 척도의 검증, ③ 다양한 영역으로의 확장이라는 3가지 큰 주제로 나누어 살펴보았다.

1) 관계성 모형의 진화

브룸과 동료들(2000) 및 그루닉과 황(2000) 등 많은 PR 학자들이 관계성이 잉태되어 발전하는 과정에 관한 모형을 제시하였다. 각론 부분에서는 차이가 있지만 대부분의 학자들이 동의하는 바가 있으니 바로 관계성은 ‘관계성 선행 변수-관계성(유지)-관계성의 결과물(후행변수)’로 이루어지는 3단계 모형이라는 것이다. 이러한 모형은 PR 학계에서 타당한 모형으로 수용되었고 이후 연구자들로 하여금 단순한 관계성의 측정에서 벗어나 관계성의 인과관계(causal relationship)를 고찰하게 하는 이론적인 토대가 되었다.

관계성 연구의 태동기 이후 이루어진 연구들을 살펴보면, 많은 연구들이 관계성의 선행변수들을 구체화시키고(H. Kim, 2007; Yang, 2007), 관계 유지 전략을 측정하거나 혹은 세분화하여 적용하고(Ki & Hon, 2008), 또는 관계성이 공중의 행위에 미치는 영향, 즉 관계성의 후행변수들을 파악하면서(Kang, 2013; Kang & Yang, 2010) 관계성의 모형을 발전시켜 온 것을 알 수 있다. 따라서, 관계성 모형의 진화라는 주제에 관해서는 ① 관계성의 후행변수에 관한 연구, ② 관계성의 선행변수에 관한 연구, ③ 관계성 유지전략에 관한 연구 등으로 세분화하여 그 발전과정을 고찰해 보았다.

(1) 관계성의 후행변수에 관한 연구

관계성의 후행변수는 2000년 초반부터 가장 많이 실행되었던 연구주제 중 하나이다. 이 연구주제는 우호적 관계성이 조직의 PR 활동 및 경영 일반에 미치는 긍정적 영향을 다루었다. 브루닝과 레딩엄(Brunig, 2000; Brunig, Castle, & Schrepfer, 2004; Brunig & Galloway, 2003; Brunig & Lambe, 2002; Brunig, Langenhop, & Green, 2004; Brunig & Leding ham, 2000)이 행했던 일련의 연구들이 가장 좋은 예다. 브루닝(Brunig, Dials, & Shirka, 2008)

은 최근에는 ‘조직-공중 간 소통에 대한 인식(perceptions of organization-public dialogue)’을 변수로 추가하여 관계성의 후행변수에 대한 영역을 확장해 나가고 있다.

기연정과 혼(Ki & Hon, 2007)은 관계성을 공중이 조직에 대해 가지고 있는 인식으로 정의하고, 관계성이 후행변수들인 조직에 대한 태도(attitude)와 행위의도(behavioral intentions)에 미치는 영향을 분석하였다. 강민정과 양성운(Kang & Yang, 2010)은 최근 ‘계획된 행위 이론(theory of planned behavior)’을 비영리단체와 공중 간 관계성 연구(Ajzen 1991, 2006)에 적용하여, 관계 구축 활동에 대한 공중의 인식, 관계형성에 관한 태도, 관계지속에 관한 행위의도 각각에 관계성이 매개변수로 어떤 영향을 미치는지 연구하였다. 위의 연구들은(Bruning, 2000; Bruning & Ledingham, 2000; Ki & Hon, 2007; Kang & Yang, 2010) 관계성이 조직에 대한 태도와 행위 의도에 긍정적 영향을 미침을 성공적으로 보여주었다. 그러나 이러한 연구들은 결과성의 후행변수로서 심리학에서 차용한 ‘태도 형성 모델(인지-태도-행위의도)’(Eagly & Chaiken, 1993, 1998)을 PR 활동의 특수성에 대한 고려 없이 무차별적으로 적용하였기 때문에 연구 결과가 PR 실무에서 실제로 적용될 수 있는지는 의문으로 남아있다.

한편, 양성운(예: Yang, 2007; Yang & J. Grunig, 2005)은 관계성의 후행변수로 조직에 대한 평판을 연구하였다. 양성운(2007)은 조직의 평판을 공중이 직/간접 경험과 커뮤니케이션 활동 등을 통해 형성하게 된 조직에 대한 인지적 연상으로 정의하고, 이론적, 실증적 검증을 통해 관계성이 조직의 평판에 중요한 영향을 주는 변수임을 보여주었다. 또한, 최근 홍수연과 양성운(Hong & Yang, 2011; Hong & Yang, 2009)은 관계에 대한 만족과 조직에 대한 평판이 조직-공중 간 동일시(organization-public identification)와 구전 커뮤니케이션(word-of-mouth)에 미치는 영향에 대해 연구하였다.

(2) 관계성의 선행변수에 관한 연구

다음으로, 관계성의 형성에 영향을 미치는 선행변수에 관한 연구들이 있다. 김효숙(H. Kim, 2007)은 조직이 내부공중인 직원들과 특정한 관계성을 형성하게 되는 이유에 대한 연구를 진행하였다. 김효숙은 다수준분석법(multilevel analysis)을 사용하였는데, ① 조직 수준(organizational level)에서의 대칭적/비대칭적(symmetrical/asymmetrical communication)커뮤니케이션 등의 내부 커뮤니케이션의 질(quality)과 ② 조직 수준에서의 조직의 구조(organizational structure)가 개인 수준(individual level)에서의 조직공정성(organizational justice)에 미치는 영향을 고찰하였고, 또한 그렇게 형성된 조직 공정성이 개인 수준의 관계성(relational outcomes)과 관계성 종류(relational types)에 어떤 영향을 미치는지 고찰하였다. 김효숙(2007)의 연구는 다수준분석법을 PR 연구 최초로 적용하였고, 산업/조직심리학(Industrial/Organizational psychology)에서 조직 공정성(organizational justice)이란 개념을 수입하여 관계성의 선행변수와 관계성의 결과물 사이의 관계를 매개하는 변수로 사용하였다.

브루닝과 동료들(Bruning, DeMiglio, & Embry, 2006)은 조직-공중 관계성에서 파생되는 이익(benefit in organization-public relationships)이라는 개념에 영향을 미치는 변수들을 연구하였다. 그들은 조직-공중 관계성이 이익을 준다는 집단, 잘 모르겠다는 집단, 이익을 주지 않는다는 집단 등 세 집단 간 판별분석을 실시하여 어떠한 관계성의 구성 요인이 관계성으로부터 파생되는 이익에 영향을 주는지를 규명하였다. 연구 결과, 조직과 공중간의 상호 이익(mutual benefits)이 조직과 공중 간 관계성의 질을 평가하는 데 가장 중요한 역할을 하는 것으로 밝혀졌다. 또한 최근 보트리(Bortree, 2011)는 관계성에 영향을 미치는 선행변수와 후행변수를 함께 연구하였다. 보트리(2011)는 비영리단체를 연구 대상으로 하여 관계성 구축 활동(relationship building activities)이라는 선행변수와 관계성의 질과 관여라는 매개변수를 동시에 활용하여 이들 변수가 미래의 행위의도(future intended behavior)라는 종속변수에 어떤 영향을 미치는지 고찰하였다.

(3) 관계성 유지전략에 관한 연구

기연정과 혼(Ki & Hon, 2008)은 혼과 그루닉(1999)이 개념적으로 제시했던 관계성 유지 전략(relationship maintenance strategies)을 실증적으로 활용할 수 있게 관계성 유지 전략 측정 척도를 개발하고 검증하였다. 기연정과 혼(2008)은 정보접근(access), 긍정성, 개방성, 협업, 네트워크 형성, 진정성 등의 6개 요인으로 관계성 유지 전략을 측정하였고 또한 이 척도들의 타당도와 신뢰도도 검증하였다.

한편, 웹사이트나 소셜 미디어의 특성이 관계성 유지 전략으로 어떻게 활용될 수 있는지 고찰하는 연구들이 있었다(Jo & Kim, 2003; Kelleher, 2009; Kelleher & Miller, 2006). 조삼섭과 김영옥(Jo & Kim, 2003)은 웹의 상호작용성(interactivity)과 멀티 미디어 지향성(multimedia orientation)이 관계성 형성에 미치는 영향을 실험을 통해 분석하였다. 켈리허(Kelleher, 2009; Kelleher & Miller, 2006)는 조삼섭과 김영옥(2003)의 연구를 확장하여, 블로그와 기존의 웹사이트를 비교하고 블로그의 특성이 관계성 유지 전략과 관계성 결과물에 미치는 영향을 고찰하였다.

셀처와 장(Seltzer & Zhang, 2012)은 혼과 그루닉(1999)의 관계성 형성 3단계 모델을 일반 공중과 정당 사이의 관계를 설명하는 데 적용하였다. 구체적으로, 정당과 관련된 기존의 활동이나 인식을 정당-공중 간 관계성의 선행변수로 상정하고 관계성 유지 전략이 어떻게 관계성을 예측하는지를 다중회귀분석법으로 분석하였다.

2) 관계성 척도의 검증²⁾

관계성 측정 척도의 신뢰성과 타당성을 통계적으로 검증하는 연구가 2000년 초반부터 중반까지 많이 진행되었다(Hunag, 1997, 2001; Jo, Hon, & Brunner, 2004; Ki & Hon, 2007, 2008; Y. Kim, 2001; Yang, 2007; Yang & Gurnig, 2005). 예를 들면, 김영옥(Y. Kim, 2001)은 관계성을 현신, 평판

2) 그동안 발표된 관계성 척도들을 총 정리하여 '한국의 연구'부분에서 '관계성 척도의 검증'에 관한 기술이 끝난 후 도표로 제시하였다.

(reputation), 공동체(community), 신뢰, 상호호혜적 관계성(communal relationship)등의 5개 차원으로 분류한 뒤 그 신뢰성과 타당성에 관한 체계적인 검증을 실시하였다. 황과 장(2012)이 2000년부터 2011년까지 주요 PR 저널에 게재된 30편의 관계성 관련 논문을 분석한 결과에 따르면 이들 연구 중 40% 정도가 만족, 헌신, 신뢰, 상호통제라는 황(1997)이 개발한 'OPRA 척도'를 사용하였다. 황(1997)의 4가지 측정 척도 이외에도, 레딩엄과 브루닝(1998)이 개발한 척도도 많이 활용되었다. 이러한 척도 검증에는 확증적 요인 분석과 구조방정식이 일반적으로 사용되었다. 황(1997, 2001)과 김영옥(2001)같은 학자들이 2000년 초반부터 측정 척도를 면밀하게 검증하기 시작한 후 많은 학자들이 유사한 방법으로 척도의 신뢰성과 타당성을 연구하였고 이로 인해 방법론적인 성장이 진행되었다.

3) 다양한 영역으로의 확장

2000년 후반부터 관계성 연구는 비영리 단체, 교육기관/ 대학, 정부, 은행 등과 같이 다양하고 구체적인 연구 환경으로 확장되었다. 또한 조삼섭(2006)의 연구처럼, 미국 학계에서 처음 개발된 관계성 척도를 특정한 지리적/문화적 특성을 고려하여 수정, 보완하는 연구가 국제 홍보(inter-national PR) 연구의 하나의 유형이 되었다.

(1) 다양한 연구 환경(research contexts)에의 적용

2000년대 후반에 들어서면서 관계성 연구는 일반 기업과 일반 공중이라는 천편일률적인 연구 환경에서 탈피해 구체적인 연구 환경으로 심화, 확장되었다. 예를 들면, 배닝과 쉐(Banning & Schoen, 2007)은 공중 관계성을 박물관 환경에 적용하여 연구하였고, 보트리(Bortree, 2010)는 성인 자원봉사자와 비영리단체 사이의 관계성을 분석하였다. 켈리와 동료들(Kelly, Thompson, & Waters, 2006)은 병원에서 형성되는 말기환자와 의사 사이의 관계성을 분석하였으며, 기연정(Ki, 2013)은 은행과 고객 사이의 관계성을 분석하였다. 워터스(Waters, 2008)는 비영리단체의 기금모음과 관련하여 관계성 이론을 검

증하였다. 또한 성민정과 양성운(Sung & Yang, 2009)은 대학 재학생이 대학과 맺고 있는 관계성이 대학의 평판에 미치는 영향을 고찰하면서, 이런 관계성과 평판이 궁극적으로 학생들이 대학과 관련된 우호적 행위를 하고자 하는 의도에 주는 영향을 분석하였다.

그런데, 대부분의 이러한 연구들은 여전히 혼과 그루닉(1999)이 제시한 관계성의 정의나 관계성 척도 등을 그대로 사용하고 있어서(Ki, 2013; Sung & Yang, 2009; Waters, 2008), 다양한 연구 환경이 관계성 이론이나 관계성 척도 등에 어떻게 차별화된 영향을 미치는지는 고찰하지 못한 아쉬움이 있다. 켈리와 동료들(2006)의 연구가 이러한 면에서 관계성 이론에 상당한 기여를 했다고 볼 수 있는데 그들은 말기 환자와 의사 사이의 관계성을 분석하기 위해 상호지향성(coorientation) 측정 방법을 사용하였고, 관계성 측정 척도도 말기환자-의사라는 연구 대상에 적합하게 개발하였다.

(2) 다양한 지리적/문화적 특성을 고려한 연구

관계성 연구 자체가 미국에서 태동되고 발전해 나간 점을 고려하면, 미국 출신이 아닌 학자들을 중심으로 관계성 이론과 척도를 미국과 다른 지리적/문화적 환경에 적용하려는 노력이 있어 왔다는 점은 크게 놀랍지 않다. 특히, 중국 출신 학자들이 중국의 특수한 문화를 고려한 관계성 연구를 많이 실시하였다(Hung, 2005; Hung & Chen, 2009). 형(Hung, 2004)은 중국의 가족관계, 대인관계(quanxi), 체면(face) 등의 관계적 성향을 고려하여 중국의 문화에 맞는 관계성 이론을 고찰하였다. 또한 형(Hung, 2005)은 기존에 교환적 관계성과 상호호혜적 관계성의 2가지 형태로 제시되었던 관계성 유형을 중국 문화의 특성을 고려해서 10가지로 자세히 분류하였다. 최근에 형과 첸(Hung & Chen, 2009)은 홍콩을 포함한 전체 중국권에서 실시된 관계성 연구들을 분석하여 중국의 문화가 관계성 연구의 차원과 유형에 미치는 영향을 정리하였다. 한국의 경우에는, 조삼섭(2006)이 ‘인맥(personal networks)’을 기존 혼과 그루닉(1999)의 관계성 차원에 추가하여 한국의 문화 맥락에서 관계성을 측정하는 시도를 하였다.

지금까지 미국에서 행해진 관계성 연구들을 분석해보면 크게 관계성 모형 내에서 선행변수, 후행변수, 매개변수로 기능할 가능성이 있는 개념들을 도입하여 검증한 연구와 관계성 이론을 다양한 연구 환경에 적용시킨 연구로 수렴됨을 알 수 있다. 이러한 추세에서 벗어나는 연구는 많지 않으며, 이는 관계성 연구가 초기연구 성과들 답습하는 상태에 머물러 있을 뿐 관계성 이론 발전에 돌파구를 가져올만한 심층적이고 혁신적인 변화는 없었음을 의미한다.

4. 조직-공중 관계성 연구의 이론적 성장: 한국의 연구³⁾

관계성이 태동된 1990년대 이후 한국의 학자들도 이 새로운 이론을 탐구하고 다양한 영역에 적용시키기 위해 노력해왔다. 지난 약 10여 년 간 이루어진 국내의 관계성 관련 연구들은 ① 관계성 척도의 검증, ② 다양한 영역에의 적용, ③ 관련분야와의 접목(위기관리, 평판관리, 갈등관리 등), ④ 매체 플랫폼의 변화에 따른 관계성 연구의 진화 등의 4가지 소주제로 요약될 수 있다.

1) 관계성 척도의 검증

가장 초창기 관계성 연구 주제로는 관계성 척도의 검증이 있다. 미국에서 활동하는 학자들이 관계성에 대한 정의를 내리고 측정 척도를 개발하기 위해 노력했던 것처럼 국내 학자들도 그에 상응하는 노력을 경주하였다. 예를 들면, 한정호(2000)는 방송사의 공중 관계성 측정 지수를 개발하는 연구에서 혼과 그루닉(Hon & Grunig, 1999)이 제시한 신뢰, 상호통제, 헌신, 만족, 교환적 관계성, 상호공존적 관계성이라는 6가지 측정 요소에 공중이 개인적으로 조직에 대해 가깝다고 느끼는지의 정도를 의미하는 친밀/친숙성(intimacy and familiarity)과 기업의 사회 기여가 장기적으로 공중에게 도움이 된다고 느끼는 정도를 뜻하는 사회기여성(social contribution)을 추가한 복합 항목 척도를 개

3) 한국 학자가 영어로 된 논문을 미국 저널에 게재하는 경우가 많으므로 미국/한국 연구의 구별은 한국 저널에 논문을 게재하였는지 미국 저널에 게재하였는지를 기준으로 삼았다.

발하였다. 한정호(2002)는 이렇게 개발한 관계성 지수 측정 항목들을 H전력 공사라는 공기업과 S텔레콤이라는 사기업을 대상으로 검증하고, 또한 관계성 측정 변인들의 신뢰도와 변인들 간의 다중공선성(multicollinearity) 문제는 어느 정도인지 분석하였다. 또한 한정호와 정지연(2002)은 위의 8가지 요소 이외에 한국적 문화의 고유한 특성을 반영하기 위해 “조직체와 공중간에 지속적인 접촉을 통해 형성된 유대관계를 바탕으로 한 일체감 및 정서적 의지의 정도를 의미하는(645쪽)” 정(human-tie) 관계 요인을 추가하였다.

이후로도 여러 학자들이 관계성 측정 도구의 차원과 측정 항목에 대한 타당성을 검증하였는데 예를 들면, 조삼섭(2006)은 확증적 요인분석을 통해 대학교과 학생들 사이의 관계성을 검증함으로써, 혼과 그루닉(1999)이 제시한 위의 6가지 측정 요소가 조직-공중 관계성을 측정하기에 타당하고 신뢰할 만한 모델임을 보여주었다. 한편, 박현순(2009)은 정부기관과 정책공중간의 관계성을 대상으로 한 연구에서 기존의 관계성 측정 척도에 대한 연구들은 다수의 구성요인들에 대한 제안만을 하고 있을 뿐 실제로 해당 요인들이 ‘관계성’이라는 고차원의 개념을 단일 차원으로 구성하고 있는지는 검토하지 않았다고 비판하면서 2차 요인분석(second-order factor analysis)을 통해 공중 관계성 구성 요인들의 ‘관계성’ 구성 타당도를 검증하였다.

한국의 문화적 특성을 반영한 조직-공중 관계성 측정도구를 개발하고자 한 노력도 있었다. 김형석과 이현우(2008)는 문헌연구를 통하여 기존에 여러 연구에서 중첩적으로 사용되었던 헌신, 신뢰, 상호통제, 공동체 관여(community involvement) 항목들을 도입하고 동양적 문화 정서를 잘 표현할 수 있는 정서적 측면의 관계성 요인인 애착을 새로운 항목으로 추가하였다. 이후, 척도개발에 필요한 절차에 따라 연구를 진행한 뒤 최종적으로 유대감, 커뮤니케이션 균형성, 공동체 관여를 한국적 관계성을 가장 잘 나타내는 관계성 측정 도구로 제시하였다.

최근에는 관계성의 부정적인 특성을 탐색하고자 하는 연구가 진행되었다(문빛·이유나, 2011). 문빛과 이유나(2011)는 기존의 양극성을 지닌 단일화된 개념(unidimensional bipolar)의 관계성 측정 척도들이 관계성의 긍정적

인 측면에만 초점을 맞추었다는 점을 지적하면서 현재의 측정 척도로는 공중과의 관계악화나 쇠퇴를 진단하기 어렵다고 주장하였다. 이들은 PR의 인접분야인 대인커뮤니케이션, 마케팅 등의 영역에서는 불만, 불신, 관계이탈 등과 같이 관계의 부정적인 양상에 주목해왔음을 상기시켰다. “만족에 영향을 줄 수 있는 요인은 심리적인 혜택과 연관되지만 불만에 영향을 줄 수 있는 요인은 실질적인 혜택과 관계가 깊기 때문에(421쪽)” 만족과 불만족을 동일차원으로 보지 않고 이에 독립적인 차원으로 구분하는 것이 보다 설득력 있다는 것이다. 또한 미디어환경의 변화와 글로벌화의 진전 등 환경의 변화로 조직들이 위기에 더욱더 취약해졌음을 지적하면서 우호적 관계의 구축보다는 부정적 관계의 개선이 더 시급하다고 주장하였다. 이를 위해 8개 차원(32개 문항)로 구성된 통합적 조직-공중 관계성 측정 모델이 제안되었고 척도 개발 절차에 따라 연구를 진행한 바 불만(dissatisfaction), 불신(distrust), 지배통제(control dominance), 관계해지(dissolution)라는 부정적인 차원들과 만족, 신뢰, 상호통제, 헌신이라는 긍정적인 차원들로 구성된 새로운 모델이 신뢰할만하고 타당하다는 결론을 얻었다.

지금까지 미국과 한국 논문들에서 제시한 관계성 측정 척도들을 도표화하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 관계성 척도의 구성요소들

논문		관계성 척도의 구성요소들
미국학술지 발표	레딩엄과 브루닝 (1998)	개방성, 신뢰, 관여, 헌신, 투자
	황(1997)	신뢰(진실성, 의존할만함, 능력), 상호통제, 헌신, 만족
	혼과 그루닉(1999)	신뢰, 상호통제, 헌신, 만족, 교환적 관계성, 상호호혜적 관계성
	김영옥(2001)	헌신, 평판, 공동체, 신뢰, 상호호혜적 관계성
	조삼섭(2006)	신뢰, 상호통제, 헌신, 만족, 체면, 인맥

논문		관계성 척도의 구성요소들
한국학술지 발표	한정호(2000)	신뢰, 상호통제, 헌신, 만족, 교환적 관계성, 상호호혜적 관계성, 친밀/친숙성, 사회기여성
	한정호와 정지연 (2002)	신뢰, 상호통제, 헌신, 만족, 교환적 관계성, 상호호혜적 관계성, 친밀/친숙성, 사회기여성, 정
	김형석과 이현우 (2008)	유대감, 커뮤니케이션 균형성, 공동체 관여
	문빛과 이유나 (2011)	신뢰, 상호통제, 헌신, 만족, 불만, 불신, 지배통제, 관계해지

2) 다양한 영역에의 적용

또 다른 연구의 줄기는 다양한 영역에 관계성 이론을 적용하기 위한 노력의 경주라고 할 수 있다. 한국의 PR 연구자들은 우리 사회의 다양한 분야와 조직에 관계성 이론을 접목시켰는데 예를 들면, 김영옥과 김찬아(2003)는 기업과 투자자 사이의 관계성이 공개매수 위기 상황에서 투자자 충성도에 미치는 영향을 고찰하였으며, 배미경(2007)은 정당과 유권자 사이의 정당관계성을 통해 한국 유권자들이 정당과 구축하게 되는 관계성은 업무적 투명성, 관계적 헌신성, 지지에 대한 충족감, 대인적 관련성의 4가지 차원으로 구성됨을 보여주었다. 신미현과 배미경(2008)은 광주·전남 지역의 PR 실무자와 기자를 대상으로 PR 실무에서 양자가 맺게 되는 관계성을 살펴보고, 문비치와 이유나(2008)는 사원 관계의 맥락에서 조직-사원 사이의 관계성을 조명하였다. 이외에도 과학기술 조직과 그 공중들 간의 관계성을 측정한 김찬석과 이재록(2008)의 연구, 경찰과 시민 간의 관계성을 분석한 김봉철·정세중·이민창(2013)의 연구 등이 있다.

3) 관련분야와의 접목(위기관리, 평판관리, 갈등관리 등)

일단의 학자들은 조직-공중 관계성이 기업이미지, 평판관리, 위기관리, 갈등관리 등과 어떻게 관계되어 있는지를 고찰하였다. 관계성과 이미지, 평판

은 일견 유사해 보이는 정의 및 기능으로 인해 수많은 논쟁의 주제가 되어왔는데 이러한 논쟁을 실증적으로 탐색해보는 연구들이 있었다. 예를 들면, 김충현과 오미영(2003)은 조직-공중 관계성과 조직 이미지의 관계 고찰을 통해 이미지와 관계성은 상호 연관되어 있음을 보여줌으로써 PR의 효율성을 극대화하기 위해서는 관계성이라는 행위적 차원뿐 아니라 이미지라는 상징적 관계의 차원도 같이 고려되어야 함을 역설하였다. 이외에도 이수범(2006)과 이준일·우소영·배현미(2007)의 논문 등이 관계성과 이미지가 상호밀접하게 연관되어 있음을 실증 연구를 통해 보여주었다.

평판과 관계성의 연관성을 고찰하고자 하는 연구 노력들도 있었다. 차희원(2005)은 관계성과 평판이 서로 상호배타적인 개념이 아니라고 주장하면서 관계성의 매개 역할이 있을 경우 평판의 영향력이 극대화될 수 있음을 보여주었다. 이정화와 차희원(2008) 또한 평판과 관계성이 서로 연관되어 있음을 보여주었는데, 평상시 관계성을 높게 평가하는 공중들은 낮게 평가하는 공중들에 비해 상황적 요인에 좌우되기보다는 관계성에 대한 평소 신념에 따라 조직의 평판을 평가함을 알 수 있었다. 한편, 한정호와 조삼섭(2009)은 인식적 태도를 바탕으로 하는 개념인 평판과 보다 행동적, 실제적이면서 장기적인 개념인 조직-공중 관계성이라는 두 개의 다른 개념이 위기 상황에서 각각 어떤 역할을 수행하는지 고찰하였다. 삼성의 비자금 스캔들 사례를 연구 배경으로 실시된 이 연구에서 평판보다 관계성이 위기 시에 기업이 지게 되는 책임을 덜어주는 완화제 역할을 함을 보여주었다.

갈등 상황에서 조직-공중 관계성이 갈등관리 전략에 어떠한 영향을 미치는지 알아보는 연구들도 있었다. 최지현·조삼섭(2009), 조삼섭·정만수·유종숙(2008) 등의 연구는 대학 등록금 이슈와 사립대학 구조조정 이슈를 연구 대상으로 조직이 평상시 공중과 호의적인 관계를 형성하고 관리하는 것이 갈등 요소를 사전에 예방해 주거나 혹은 갈등이 발생했을 시 소모적인 경비를 최소화하는 길임을 보여주었다.

4) 매체 플랫폼의 변화에 따른 관계성 연구의 진화

최근 매체 환경의 변화로 공중들의 미디어 이용 행태가 기존 4대 매체에 대한 의존에서 인터넷, 소셜미디어 등의 활용으로 변화하자 관계성 연구도 그에 발맞춰 뉴미디어가 조직-공중 관계성에 미치는 영향을 연구하기 시작했다. 구자은(2011)은 조직-공중 관계성을 가장 잘 구현할 수 있는 수단으로서 조직의 홈페이지를 상정하고, '대화적 관계' 모형을 이용하여 인터넷 홈페이지의 대화적 관계가 양질의 조직-공중 간 관계 구축에 이바지함을 보여주었다. 인터넷 홈페이지의 존재 여부가 중요한 것이 아니라 얼마나 대화적 관계를 잘 이끌어 낼 수 있는지의 여부가 관계성에 중요한 영향을 미쳤다. 대화적 기능을 적극적으로 활용한 홈페이지에 노출된 집단은 그렇지 않은 홈페이지에 노출된 집단에 비해 조직에 대해 더 신뢰하고 관계성을 더 호의적으로 평가하는 것으로 나타났다. 홍혜연(2012)은 인터넷의 활용이 관계성에 미치는 영향을 정부-공중 간 차원으로 확대하여, 정보의 정보공개, 시민의 정책 참여, 공공서비스 제공 등 정부 업무를 온라인에서 진행하는 소위 전자정부의 활성화가 정부-공중 관계성에 어떤 영향을 미치는지 고찰하였다. UN의 2012년 전자정부 개발지수 리포트와 에텔만의 2012년 국제 신뢰도 지수 조사의 데이터를 활용하여 총 24개국을 군집분석해 본 결과 전자정부 활용이 낮은 국가들은 대체로 낮은 정부 신뢰도를 보여준 반면, 전자정부 활용이 활발한 국가들은 정부에 대한 신뢰가 높은 군집과 낮은 군집으로 나뉘었다. 이는 전자정부의 활용이 긍정적인 정부-공중 관계성의 필요조건이긴 하지만 충분조건은 아님을 보여준다. 홍혜연(2013)은 전자정부를 통한 서비스 제공이 반드시 정부에 대한 높은 신뢰를 담보하는 것은 아니어서 시스템의 질적 향상과 시민들의 적극적인 참여와 이용을 장려하여 신뢰성을 높여야 한다고 주장하였다.

최근에는 소셜미디어와 관계성의 관련성에 대한 연구들이 두드러지게 진행되고 있다. 예를 들어, 기원선과 차희원(2012)은 트위터와 페이스북 같은 소셜미디어가 '사회적 상호작용성'과 '반응성' 같은 특성으로 인해 조직-공중 사이의 커뮤니케이션을 촉진시키는 잠재력을 갖고 있으며, 기존의 대중매체를 통한 커뮤니케이션과 비교하여 관계성 구축에 보다 유리한 특징을 가지고

있음을 보여주었다. 최혜민과 김효숙(2011)은 사용자의 트위터 활동으로 지각된 커뮤니케이션의 양방향성이 우호적인 조직-공중 관계성을 형성하고 이렇게 형성된 조직-공중 관계성이 갈등상황에 처했을 때 갈등 해소 의지에 긍정적 영향을 미친다는 공중 관계 관리의 매커니즘을 설정하고 모 대학교 학교 트위터를 팔로우하는 학생들을 대상으로 온라인 서베이를 실시하여 이를 검증해 보였다. 또한 김현정과 손영곤(2013)은 삼성의료원의 소셜미디어 서비스를 연구 대상으로 하여 소셜미디어의 정보성, 공감성, 반응성 같은 특성들이 조직-공중간 관계성에 긍정적인 영향을 미치고 이렇게 확립된 양질의 관계성은 병원 서비스 이용의도와 구전행동 등에 영향을 줄을 보여주었다.

그러나 한국의 관계성 연구는 많은 아쉬움을 남기고 있기도 한데, 소수의 몇몇 연구를 제외하면 한국만의 독특한 문화, 사회적 환경을 설명할 수 있는 관계성 연구가 없다는 점, 미국의 관계성 이론을 차용하여 배경만을 한국으로 전환시킨 연구가 많다는 점, 관계성 이론의 원류와 본질에 대한 근본적 사유가 배제된 채로 그 형식과 측정척도만을 수입한 점 등을 꼽을 수 있다.

5. 미래 연구 방향에 대한 제언: 이론적/방법론적 한계의 극복

지금까지 살펴본 관계성 이론의 태동과 그 발전 과정에 대한 고찰을 바탕으로, 본 논문은 태동기 시기의 주요 연구 성과를 답습하는 상태에 머물러 있는 현재의 관계성 연구에 돌파구를 마련하고자 다음과 같이 현 관계성 이론 연구의 한계점들을 지적하고 또한 그 한계점들을 어떻게 극복해 나갈지 방향을 제시하고자 한다.

1) 이론적 한계의 극복

(1) 관계성 개념에 대한 고찰

먼저, 조직-공중 관계성의 개념과 정의에 대해 깊이 있는 성찰이 요구된다. 사회과학 분야의 다른 개념들처럼 관계성에 대한 정의는 수없이 많다. 사

실 모든 연구자가 논문을 쓸 때마다 새로운 정의를 하나씩 개발해왔다고 보아도 상관없을 것이다. 그러나 연구자들이 그런 정의를 내리기 전에 관계성의 본질에 대해 얼마나 생각해 보았는지는 의문이다. 퍼거슨(1984)이 관계성의 중요성에 대해 역설한 이래, 관계성에 대한 본격적인 탐구는 1990년대 후반에 시작되었다. 그 당시 관계성이론의 뼈대가 될 만한 주요한 저작들(Broom, Casey, & Ritchey, 2000; Grunig & Huang, 2000; Ledingham & Bruning, 2000)이 발표되었는데 이 저작들에는 관계성의 본질에 대한 질문이 담겨 있다. 예를 들면, 연구자들은 관계성이 과연 주관적인 실체(reality)인가, 객관적인 실체인가, 아니면 주관적, 객관적 실체의 혼합인가라는 의문에 답해야 한다(Broom, Casey, & Ritchey, 2000). 관계성이 추상적인 개념이 아니라 객관적인 실체라면 관련자 모두가 동의할 수 있는 특질들이 있어야 한다. 이러한 의문은 관계성의 측정예까지 이어지는 중요한 질문이다. 즉 관계성이 주관적인 실체라면 개인의 인식 측정만으로 끝나겠지만 그것이 아니고 객관적인 실체라면 인식으로부터 독립된 관계성 자체의 측정이 필요하다. 이는 퍼거슨(1984)이 주장했듯이 PR의 연구 단위는 관계성 자체가 되어야 함을 의미하며 또한 관계성 연구를 함에 있어서 개인을 측정 대상으로 삼을 것이 아니라 관계성 자체를 측정 대상으로 삼아야 함을 의미한다. 지금까지의 많은 연구가 관계성이 유사한 다른 개념들, 즉 이미지나 평판과는 다르게 보다 구체적, 실체적 개념이라고 주장하여 온 바 그러한 주장에 대한 이론적, 철학적 담론이 생산되어야 할 것이다.

또한 관계성이 변화하지 않고 정적으로 머물러있는 실체인지 아니면 시간의 연속성 속에서 끊임없이 변화하는 동태적 실체인지도 논의하여야 한다(Ledingham, 2007). 이 문제는 관계성을 상태(state)로 보아야 하는지 아니면 과정(process)로 보아야 하는지와도 연관되어 있다. 지금까지의 대부분의 연구는 특정 시간대의 관계성을 측정한 후 마치 그 관계성이 불변하는 존재인 양 취급을 해 왔지만 사실 관계성은 시간의 흐름과 함께 항상 변화한다고 보는 것이 보다 타당할 것이다. 인간이 태어나 성장하고 삶을 영위하다가 죽어가듯이 관계성도 라이프 사이클을 가진 존재로 파악해야 한다. 그런 의미에서 관계성을

단순한 선행변수-관계성(유지)-결과물(후행변수)이라는 모형 안에서만 측정할 것이 아니라, 시계열(longitudinal)적인 방법론을 도입해 시간의 흐름에 따라 특정 조직이 공중들과 맺게 되는 관계성이 어떻게 변화해 가는지를 추적해야 할 것이다.

현재의 관계성 연구는 관계성의 근본 문제에 답하지는 못하고 모두 1990년대 후반에 개발된 측정 척도를 적용하는 연구에 몰두 중이다. 관계성 연구가 진정한 PR 연구의 중심이 되기 위해서는 먼저 관계성의 근본 문제들에 대해 진지하게 고찰해 보고 이론적 토대를 확고하게 정립해야 할 것이다.

(2) 다른 PR 이론과의 관계 정립

관계성 이론과 다른 PR 이론들과의 관계에 대한 재조명이 필요하다. 특히, PR 연구 및 실무의 시작과 끝이라고 할 수 있는 ‘공중’의 개념에 있어서 관계성 이론은 공중상황이론과 불협화음을 빚고 있다. 문빛과 이유나(2012)가 잘 지적하였듯이 관계성 이론은 조직의 공중을 이해관계자와 거의 동일시해왔다. 따라서 관계성 연구들은 이구동성으로 ‘공중들과의 장기적인 상호호혜적 관계’ 구축을 최대의 목표로 설정하였다. 반면, 상황이론을 중심으로 한 공중 관련 연구들은 주로 “사회, 정치, 환경과 같은 쟁점과 연관하여 형성되는 상황의 존적 집단을 파악하는 데 중점을 두어 왔다(문빛 · 이유나, 2012, 171쪽).” 즉, 상황이론은 공중을 쟁점에 따라 등장했다가 상황이 종료되면 없어지는 상황적인 집단으로 판단한 반면, 관계성이론은 공중을 언제나 같은 자리에 같은 모습으로 존재하는 불변적 집단으로 여긴 것이다. 이는 관계성 연구가 한 차원 더 도약하기 위해서는 먼저 공중이란 과연 어떤 존재인지부터 고려해야 함을 의미한다. 만약 공중이 상황공중이론에서처럼 상황에 따라 변화하는 존재라면 위의 첫 번째 제언에서 밝혔듯이 공중 집단의 라이프사이클에 따라 펼쳐지는 관계성의 잉태-성장-유지-종말이 연구의 주요 대상이 되어야 할 것이다.

(3) 복수의 공중과의 관계성

지금까지 대부분의 관계성 연구들이 한 조직이 관계를 형성하게 되는 많은 공중들 중에서 특정한 한 종류의 공중과 맺은 특정 관계에만 초점을 맞춰 연구를 진행해 왔다면, 앞으로는 조직의 다양한 공중을 동시에 고려한 다면적인 연구가 필요하다. 특히 상반되는 이해관계를 가진 복수의 공중과 동시에 관계를 형성하고 관리해야 할 경우를 상정한 연구가 필요하다. 예를 들어 정부 PR에서 특정 국정 사안에 대해 찬반양론으로 나뉜 공중들이 존재할 경우, 이렇게 상반되는 이해관계를 가진 공중들과의 관계를 어떻게 유지해야 할 것인지는 매우 곤혹스러운 문제일 것이다. 또한, 어떤 공중과의 관계성은 단기적으로 설정해야 하고 어떤 공중과의 관계는 장기적으로 설정해야 하는지도 연구하여야 한다. 예를 들면, 장기간에 걸친 관계를 설정해야 하는 공중은 정부, 지역사회, 회사 임직원들이 있을 수가 있고, 단기간의 관계성으로 끝나는 공중은 특정 쟁점을 중심으로 조직되는 공중들이 있을 것이다. PR 활동이 여러 종류의 공중들과 유기적인 관계를 설정해야 하는 복잡다단한 활동임을 감안하면 지금까지처럼 한 종류의 공중에만 초점을 맞추는 단선적인 연구를 지양하고 보다 현실을 잘 반영할 수 있게 복수의 공중과의 복합적인 관계성 연구로 방향을 전환해야 할 것이다.

(4) 관계성 각각의 차원에 대한 심도 깊은 연구

기존 연구에서 신뢰, 만족, 헌신, 상호통제 등의 추상적인 개념들이 관계성을 측정하는 하부 요인으로 활용되면서 관계성의 연구 범위와 관계성 측정의 범위가 너무 광범위해졌다. ‘신뢰’나 ‘만족’이라는 개념만으로도 여러 세부 차원(dimensions)이 있는 광범위한 개념이다. 기존 연구는 추상적이고 광범위한 여러 개념들을 관계성의 하위 차원으로 상정했는데 이는 관계성 연구의 이론적, 실증적 성장에 걸림돌이 되고 있다. 따라서 신뢰나 만족과 같이 하나의 요인만을 깊이 있게 고찰할 필요가 있다. 예를 들면, 양성운과 임준수(Yang & Lim, 2009)는 조직과 공중 간 커뮤니케이션에서 블로그가 어떻게 신뢰에 영향을 줄 수 있는지에 대해 실험 연구를 진행하였다.

(5) 부정적 관계성의 개발

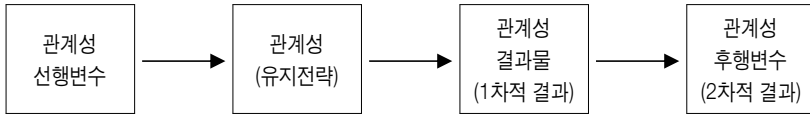
지금까지는 긍정적인 방향성에서의 관계성으로 연구가 제한되었는데, 앞으로는 부정적 관계성에 대한 연구를 더욱 확장할 필요가 있다. 최근 문빛과 이유나(문빛 · 이유나, 2011; Moon & Rhee, 2013)는 기존의 관계성 연구들이 관계성의 각 차원을 양극성을 지닌 단일화된 개념으로 취급한 점을 비판하면서 부정적 관계성의 구성차원들을 규명하였다. 사실 많은 PR의 문제가 위기관리나 이슈관리처럼 부정적인 관계성과 관련되었기 때문에, 이러한 연구가 PR 연구와 실무에 기여하는 바는 매우 크다. 대인관계 커뮤니케이션이나 관계 마케팅에서는(Adams, Highhouse, & Zickar, 2010; Liwicki, McAllister, & Bies, 1998) 이미 만족과 불만족, 신뢰와 불신을 원천적으로 다른 개념으로 정의하여 측정하고 있는 바, PR 분야에서도 부정적인 관계성에 대한 연구가 보다 폭넓게 이루어져야 할 것이다.

(6) 관계성 모형에 대한 합의

관계성 모형에 대한 보다 충분한 논의가 필요하다. 앞서 기술하였듯이, 그동안 대부분의 관계성 연구들이 관계성 모형을 중심으로 이루어져 온 바, 관계성 연구의 진일보를 위해서는 관계성 모형이 어떤 구성요소와 단계로 이루어졌는지에 대한 심도 깊은 고찰이 필요하다. 그루닉과 황(2000)의 3단계 모형과 브룸과 동료들(2000)의 3단계 모형에는 차이가 나는 부분 있는데 바로 브룸과 동료들(2000)은 이 모형을 ‘관계성 선행변수-관계성 개념-관계성 후행변수(consequences)’로 개념화하였고 그루닉과 황(2000)은 ‘관계성 선행변수-관계성 유지전략-관계성의 결과물(outcomes⁴⁾)’로 개념화하였다는 점이다. 가장 큰 차이가 나는 부분은 관계성 이후에 등장하는 단계인 ‘관계성의 결과물’ 혹은 ‘관계성의 후행변수’ 부분으로 그루닉과 황은 OPRA 척도인 신뢰, 만족,

4) 그루닉과 황(2000)은 이 논문에서 outcomes을 consequences와 상호대체 가능(interchangeable)하다고 기술하였다. 그러나 그루닉과 황(2000)이 제시한 개념이 브룸과 동료들(2000)이 제시한 개념과 확연하게 차이가 나므로 양자를 구별하기 위해 그루닉과 황의 개념은 결과물을 뜻하는 outcomes로 한정짓고 브룸과 동료들의 개념은 후행변수로 해석 가능한 consequences로 한정지었다.

〈그림 1〉 본 연구의 관계성 모형



헌신, 상호통제를 관계성의 결과물로 제시하였고, 브룸과 동료들은 목적의 달성, 자율성에 대한 의존/자율성의 손실, 일상적 행동, 제도화된 행동을 후행변수로 제시하였다. 본 연구는 신뢰, 만족, 헌신, 상호통제 등에 대한 인식(즉, 그루닉과 황의 결과물 부분)은 관계성이 곧바로 파생시키는 직접적인 1차 결과로 파악하고, 목적의 달성, 자율성에 대한 의존/자율성의 손실, 일상적 행동, 제도화된 행동(즉, 브룸과 동료들의 후행변수 부분)은 인식이 변한 후에야 변화되는 태도와 행동, 즉 2차적 결과로 파악하였다. 따라서 본 연구는 〈그림 1〉과 같은 ‘관계성 선행변수-관계성(유지전략)-관계성 결과물-관계성 후행변수’의 4단계 모형을 제시한다. 본 모형의 타당성과 유용성에 대한 추가 논의가 필요하다.

2) 방법론적 한계의 극복

(1) 공중 입장에서만 측정하는 편향된 관계성 측정의 극복

지금까지의 관계성 연구들의 가장 큰 문제점은 조직과 공중간의 관계성을 공중의 입장에서만 측정하여 검증한 ‘반쪽’짜리 측정이라는 점이다. 황과 장(2012)의 문헌연구 논문에서도 지적하였듯이 대부분의 관계성 측정 논문들이 공중의 입장에서만 바라보는 공중-조직 관계성(public perceptions of relationships with organizations)으로 제한이 되어 있다. 이러한 방법론적인 문제는 실제로 관계성 연구의 이론적 성장에도 큰 걸림돌이 되어 왔다. 황과 장(2012)에 따르면 조직과 공중의 관점 모두에서 관계성을 측정한 논문은 2000년부터 2010년까지 출판된 논문들 중 5.2%에 불과하다. 개념적으로 볼 때, 조직과 공중 간 관계성이란 ‘조직과 공중이 관계에 대해서 서로 간에 인식/

평가하는 것'이다. 다시 말해서, '관계'라는 것은 원천적으로 쌍방향으로 형성되기 때문에, 관계성을 공중의 관점에서만 일방적으로 측정하는 것은 개념화(conceptualization)와 개념의 측정도구화(operationalization) 사이의 불일치라는 문제를 불러온다. 그런 면에서 보면, 조삼섭(Jo, 2006)의 연구는 방법론적인 성장에 기여한 바가 크다고 할 수 있다. 조삼섭(2006)은 한 기업의 소매상(retailers)과 공급자(suppliers) 간의 관계를 쌍방향적으로 측정하여 비교하였다. 또한 공중의 입장에서만 연구하더라도, 강민정(Kang, 2013)의 최근 논문처럼, 관계적 차이분석법(relational gap analysis)을 사용해서 관계성 측정 방법론을 다각화할 필요가 있다. 강민정(2013)은 공중이 평가하는 현재의 관계성(current evaluation of relationship)과 공중이 기대하는 관계성의 질(expected quality of relationships) 사이에 어떠한 차이(relational gap)가 있는지를 고찰했고 이를 통해 관계성의 차이(relational gap)가 공중의 행동의도에 미치는 영향을 분석하였다.

(2) 개인적 수준에서만 측정하는 편향된 관계성 측정의 극복

관계성 연구 방법론의 또 다른 큰 문제점은 조직과 공중간 관계성을 측정하는데 있어서 분석의 단위(unit of analysis)를 고려하지 않는다는 것이다. 일찍이 브루닝과 레딩엄(1999)은 관계성이 전문적 관계성, 개인적 관계성, 지역사회 관계성 등 3가지의 다층적인(multidimensional) 단위로 이루어져 있음을 주장하였다. 아마 이때 브루닝과 레딩엄(1999)이 말하고 싶었던 것은 '다층적인'이 아닌 '다수준적(multi-level)'이었을 것이다. 하지만, 그 당시는 아직 다수준분석법이 PR 연구에 수입되기 이전이라 브루닝과 레딩엄은 대신 다층적인이란 용어를 사용하였을 것으로 추정된다. 이러한 연구 결과는 조직-공중 관계성이 하나의 단위(unit) 수준에서만 기능하는 것이 아니라 다수준적(multilevel) 단위로 이루어져 있는 복잡한 개념임을 알게 해준다. 니(Ni, 2007) 또한 질적 연구 방법을 통해 한 회사의 직원들은 동료 및 상사와의 개인적 수준의 관계성뿐만 아니라 회사 자체와는 소위 조직적 수준의 관계성을 형성하고 있는 등 동시에 여러 수준의 관계성을 맺고 있음을 보여주었다. 예를

들면, 직원들은 신뢰라는 차원에 있어서도 상사에 대해 갖고 있는 신뢰에 회사에 대해 갖고 있는 신뢰를 구분하였다.

그러나 지금까지의 관계성에 대한 대부분의 연구는 김효숙(H. Kim, 2007)의 연구를 제외하고는 조직적 수준을 무시하고 개인적 수준에서만 관계성을 측정해 왔다. 이는 조직과 공중 간 관계성에 영향을 미치는 관계성의 선행변수에 관한 연구에서 특히 문제가 많을 수 있다. 관계성의 선행변수 중 많은 수가 조직의 원천적 특성(organizational characteristics)에 관련되어 있기 때문에 이 경우에는 개인적 수준이 아닌 조직적 수준에서 측정되는 것이 더 타당하다. 분석 단위가 조직 수준인 변수들은 조직 수준에서 측정되어야 하는데, 그렇지 못하고 조직 수준 변수를 개인 수준에서 측정할 경우에는 분석 단위 사이의 생태적 오류(ecological fallacy)라는 논리적 문제에 직면할 수 있다(Babbie, 2007). 예를 들면, 김효숙(2007)의 경우처럼 조직공정성(organizational justice)의 분석 단위는 조직 수준이다. 이 경우, 다수준분석법을 사용하면, 개인 간의 관계성에 관한 변량뿐만 아니라 조직 간의 변량 차이까지 함께 비교할 수 있다는 장점이 있다. 분석 단위와 연구 단위(research level) 사이의 일치도를 높이려는 노력이 필요하고, 따라서 향후 개인적 수준 및 조직적 수준을 동시에 고려한 연구들이 진행되어야 할 것이다.

(3) 연구 설계상의 문제점 극복

연구 설계에 있어서도 극복해야 할 문제점들이 많이 있다. 지금까지의 대부분의 연구는 공중의 인지도가 높은 특정 대기업이나 비영리단체를 연구대상 조직으로 선택하고, 소비자 등 '일반 공중'을 연구대상으로 하여 관계성을 측정하거나 관계성과 관련된 모델을 검증하였다. 공중이라는 개념의 정의상 일반적 공중이 존재한다는 사실 자체도 의문이지만 소위 일반 공중을 비확률적(nonprobability) 표본으로 추출하여 사용하기 때문에 연구결과를 적용하는데 문제가 많았다. 비록 최근에는 온라인 소비자 패널을 이용하는 연구가 증가하는 추세이지만, 여전히 일반 공중을 대상으로 한 비확률적 표본 추출방법이 다수를 이루고 있다. 앞으로의 연구들은 먼저 조직을 선별한 뒤 그 조직의 PR

활동 목적에 가장 부합하는 구체적이고 전략적 공중(strategic publics)을 선택해야 할 것이다. 또한 그 전략적 공중의 표본을 과학적으로 추출하고, 관계성을 조직과 공중의 쌍방향에서 측정하며, 분석 단위에 맞는 연구 단위를 설정하는 등 연구 설계의 전반적인 과정에서 더욱 체계적이고 구체적인 방식으로 연구를 진행하여야 할 것이다. 연구 방법론적인 면에서도 설문조사 일변도의 양적 연구에서 벗어나, 사례연구나 기타 질적 연구가 더 많이 실시되는 것이 바람직하다. 질적 연구에서는 다양한 조직 환경에 따른 관계성의 다양한 차원이나 유형을 탐색할 수 있고, 또한 관계성을 측정함에 있어서도 상호지향성 방법을 보다 용이하게 사용해 쌍방향적 측정이 가능하기 때문이다.

6. 결론

그루닉은 “PR에는 적용 가능한 이론이 많이 있긴 하다... 그러나 다른 영역으로부터 빌려오지 않은 이론을 발견하기란 매우 어렵다(Grunig, 1989, p. 18)”라고 얘기한 적이 있다. 본 논문에서 저자들은 관계성 연구의 진전을 가로막고 있는 이론적, 방법론적 장애물들을 지적하고 또 어떤 방향으로 극복해 나가야 할지에 대해 논의하였다. 만약 현재의 이론적, 방법론적 한계들이 극복될 수 있다면 관계성 이론은 PR 학자들이 개발하기를 염원하는 PR 분야만의 독자적인 이론으로 우뚝 설 수 있을 것이다. 관계성 이론이 일반 이론(general theory)으로 정립되기 위해서는 위에 제시된 연구 과제들에 대한 도전이 필요하다.

참고문헌

- 구자은 (2011). 홈페이지의 대화적 관계를 통한 조직-공중관계성이 조직의 이미지에 미치는 영향. 《언론과학연구》, 11권 4호, 138~173.
- 기원선 · 차희원 (2012). 소셜미디어의 커뮤니케이션 특성, 미디어 몰입 그리고 조직-공중 관계성 간 관련성. 《한국언론학보》, 56권 6호, 162~195.
- 김영옥 · 김찬아 (2003). 기업-투자자간의 관계성이 공개매수 위기 상황에서 투자자 충성도에 미치는 영향. 《홍보학연구》, 7권 1호, 104~142.
- 김봉철 · 정세종 · 이민창 (2013). 경찰과 시민 간의 조직-공중 관계성에 관한 상호이해도 분석. 《한국광고홍보학보》, 15권 1호, 223~252.
- 김찬석 · 이재록 (2008). 과학기술 PR 효과 측정 방안으로서 조직-공중 관계성 연구. 《한국언론학보》, 52권 2호, 407~452.
- 김충현 · 오미영 (2003). 조직-공중 관계성과 이미지의 관계: 행위적 관계와 상징적 관계의 상호작용. 《한국언론학보》, 47권 2호, 78~106.
- 김현정 · 손영곤 (2013). 소셜미디어를 통한 조직-공중 간 공중관계성 강화를 위한 모색: 삼성의료원 소셜미디어를 통한 공중관계성 영향력 분석을 중심으로. 《홍보학연구》, 17권 3호, 278~339.
- 김형석 · 이현우 (2008). 한국의 문화적 특성을 반영한 공중관계성 측정도구에 관한 연구. 《한국광고홍보학보》, 10권 1호, 99~139.
- 문비치 · 이유나 (2008). 조직문화, 사원 커뮤니케이션, 조직-사원 관계성에 대한 연구. 《한국언론학보》, 52권 3호, 122~150.
- 문빛 · 이유나 (2011). 조직-공중 관계의 양면성: 부정적 관계특성의 탐색과 측정. 《한국언론학보》, 55권 5호, 416~496.
- 문빛 · 이유나 (2012). 관계경영의 새로운 효과지표: 공중의 커뮤니케이션 행동 측정 모델 개발에 관한 연구. 《한국언론학보》, 56권 2호, 167~197.
- 박현순 (2009). 정부기관과 정책공중과의 공중관계성 척도 검증에 관한 연구. 《한국광고홍보학보》, 11권 4호, 144~170.
- 배미경 (2007). 한국 정당 PR의 유권자 관계성(public relationship) 차원 연구. 《언론과학연구》, 7권 2호, 258~294.
- 신미현 · 배미경 (2008). PR 실무자와 기자의 언론관계성 인식 유형 연구. 《언론과학연구

- 구》, 8권 4호, 441~479.
- 이수범 (2006). 공중 관계성이 기업 이미지에 미치는 영향에 관한 연구: 포스코 사례를 중심으로. 《POSRI 경영연구》, 6권 2호, 23~45.
- 이정화·차희원 (2008). 기업-공중 관계성과 공중 프레임이 기업 명성에 미치는 영향: 현대 자동차 사례를 중심으로. 《한국언론학보》, 52권 6호, 258~281.
- 이준일·우소영·배현미 (2007). 기업자산으로서 기업 공중 관계성과 기업 이미지 가치에 대한 연구. 《광고학연구》, 18권 4호, 53~81.
- 조삼섭 (2006). 조직-공중 관계 측정: Hon과 Grunig의 공중관계성 측정 도구 검증을 중심으로. 《광고학연구》, 17권 4호, 141~161.
- 조삼섭·정만수·유종숙 (2008). 갈등시 조직-공중 관계성에 대한 공중 인식 연구: 대학 등록금 이슈를 중심으로. 《한국광고홍보학보》, 10권 3호, 248~266.
- 차희원 (2005). 기업이미지와 기업명성이 조직-공중 관계성과 기업 슈퍼브랜드에 미치는 영향. 《광고학연구》, 68호, 171~199.
- 최지현·조삼섭 (2009). 조직-공중 간 관계성과 갈등에 대한 상호인식 연구. 《한국언론학보》, 53권 6호, 330~353.
- 최혜민·김효숙 (2011). 트위터로 형성된 조직-공중 관계성이 공중의 갈등 해소 의지에 미치는 영향: A 대학 트위터를 중심으로. 《홍보학연구》, 15권 3호, 5~40.
- 한정호 (2000). 방송사의 공중관계성(Public Relationship) 측정지수 개발에 관한 연구. 《홍보학연구》, 4권 2호, 101~132.
- 한정호 (2002). 기업의 공중관계성(public relationship) 지수 측정을 위한 연구. 《광고연구》, 54권 1호, 131~152.
- 한정호·정지연 (2002). 조직체의 위기상황에 대한 공중들의 인식과 공중관계성의 영향력에 관한 연구. 《한국언론학보》, 46권 2호, 633~674.
- 한정호·조삼섭 (2009). 기업위기 발생시 기업명성과 공중관계성이 공중들의 위기인식과 결과인식에 미치는 영향에 관한 연구. 《한국언론학보》, 53권 3호, 82~100.
- 홍혜연 (2012). 정부-공중 관계성 향상을 위한 PR도구로서 전자정부의 가능성 탐색 연구. 《홍보학연구》, 16권 3호, 169~206.
- Adams, J. E., Highhouse, S., & Zickar, M. J. (2010). Understanding general distrust of corporations. *Corporate Reputation Review*, 13(1), 38~51.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179 ~ 211.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations. Retrieved on July 07, 2008, from <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Babbie, E. (2007). *The practice of social research* (11th ed.). Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- Banning, S. A., & Schoen, M. (2007). Maximizing public relations with the organization-public relationship scale: Measuring a public's perception of an art museum. *Public Relations Review*, 33(4), 437 ~ 439.
- Bortree, D. S. (2010). Exploring adolescent-organization relationships: A study of effective relationship strategies with adolescent volunteers. *Journal of Public Relations Research*, 22(1), 1 ~ 25.
- Bortree, D. S. (2011). Mediating the power of antecedents in public relationships: A pilot study. *Public Relations Review*, 37(1), 44 ~ 49.
- Broom, G. M., Casey, S., & Ritchey, J. (2000). Concepts and theory of organization public relationships. In J. A. Ledingham & S. D. Bruning (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (pp. 3 ~ 22). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bruning, S. D. (2000). Examining the role that personal, professional, and community relationships play in respondents. *Communication Quarterly*, 48(4), 437 ~ 448.
- Bruning, S. D., Castle, J. D., & Schrepfer, E. (2004). Building relationships between organizations and publics: Examining the linkage between organization-public relationships, evaluations of satisfaction, and behavioral intent. *Communication Studies*, 55(3), 435 ~ 446.
- Bruning, S. D., DeMiglio, P. A., & Embry, K. (2006). Mutual benefit as outcome indicator: Factors influencing perceptions of benefit in organization-public relationships. *Public Relations Review*, 32(1), 33 ~ 40.
- Bruning, S. D., Dials, M., & Shirka, A. (2008). Using dialogue to build organization-public relationships, engage publics, and positively affect organizational outcomes. *Public Relations Review*, 34(1), 25 ~ 31.
- Bruning, S. D., & Galloway, T. (2003). Expanding the organization-public relationship scale: Exploring the role that structural and personal

- commitment play in organization-public relationships. *Public Relations Review*, 29(3), 309 ~ 319.
- Bruning, S. D., & Lambe, K. . (2002). Relationship-building and behavioral outcomes: Exploring the connection between relationship attitudes and key constituent behavior. *Communication Research Reports*, 19, 327 ~ 337.
- Bruning, S. D., Langenhop, A., & Green, K. A. (2004). Examining city-resident relationships: Linking community relations, relationship building activities, and satisfaction evaluations. *Public Relations Review*, 30(3), 335 ~ 345.
- 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.
- Clark, M. S., & Mils, J. (1993). The difference between communal and exchange relationships: What it is and is not. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19(6), 684 ~ 691.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1998). Attitude structure and function. In D. Gilbert, S. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4th ed., pp. 269 ~ 322). New York: McGraw-Hill.
- Ferguson, M. A. (1984, August). 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, Gainesville, Florida.
- Gurnig, J. E. (1989). Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory. In C. H. Botan & V. Hazelton, Jr. (Eds.), *Public Relations Theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E. (1993). Implications of public relations for other domains of communication. *Journal of Communication*, 43, 164 ~ 173.
- 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* (pp. 23 ~ 53). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*, Orlando, FL: Harcourt
- Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Ehling, W. P. (1992). What is an effective organization? In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 285 ~ 326). Hillsdale, NJ: 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, S., & Yang, S.-U. (2011). Public engagement in supportive communication behaviors toward an organization: Effects of relational satisfaction and organizational reputation in public relations management. *Journal of Public Relations Research*, 23(2), 191 ~ 217.
- Hong, S., & Yang, S.-U. (2009). Effects of reputation, relational satisfaction, and customer-company identification on positive word-of-mouth intentions. *Journal of Public Relations Research*, 21(4), 381 ~ 403.
- Huang, Y. H. (1997). *Public relations strategies, relational outcomes, and conflict management strategies*. (Unpublished doctoral dissertation), University of Maryland, College Park.
- Huang, Y. H. (2001). OPRA: A cross-cultural, multiple-item scale for measuring organization-public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 13(1), 61 ~ 90.
- Huang, Y. H., & Zhang, Y. (2012). Revisiting organization-public relations research over the past decade: Theoretical concepts, measures, methodologies and challenges. *Public Relations Review*, 39(1), 85 ~ 87.
- Hung, C. F. (2004). Cultural influence on relationship cultivation strategies: Multinational companies in China. *Journal of Communication Management*, 8(3), 264 ~ 281.
- Hung, C. F. (2005). Exploring types of organization-public relationships and their implications for relationship management in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 17(4), 393 ~ 426.
- Hung, C. F., & Chen, Y. R. (2009). Types and dimensions of organization-public relationships in greater China. *Public Relations Review*, 35(1), 181 ~ 186.
- Jo, S. (2006). Measurement of organization-public relationships: Validation of measurement using a manufacturer-retailer relationship. *Journal of Public*

- Relations Research*, 18(3), 225 ~ 248.
- Jo, S., Hon, L. C., & Brunner, B. R. (2004). Organisation-public relationships: Measurement validation in a university setting. *Journal of Communication Management*, 9(1), 14.
- Jo, S., & Kim, Y. (2003). The effect of web characteristics on relationship building. *Journal of Public Relations Research*, 15(3), 199 ~ 223.
- Kang, M. (2013). Effects of the organization-public relational gap between experiential and expected relationship outcomes: Relational gap analysis. *Journal of Communication Management*, 17(1), 40 ~ 55.
- Kang, M., & Yang, S.-U. (2010). Mediation effects of organization-public relationship outcomes on public intentions for organizational supports. *Journal of Public Relations Research*, 22(4), 477 ~ 494.
- Kelleher, T. (2009). Conversational voice, communicated commitment, and public relations outcomes in interactive online communication. *Journal of Communication*, 59(1), 172 ~ 188.
- Kelleher, T., & Miller, B. M. (2006). Organizational blogs and the human voice: Relational strategies and relational outcomes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 395 ~ 414.
- Kelly, K. S., Thompson, M. F., & Waters, R. D. (2006). Improving the way we die: A coorientation study assessing agreement/disagreement in the organization-public relationship of hospices and physicians. *Journal of Health Communication*, 11(6), 607 ~ 627.
- Ki, E.-J. (2013). A model of an organization-public relationship for the banking industry. *Public Relations Review*, 39(2), 216 ~ 218.
- Ki, E.-J., & Hon, L. C. (2007). Reliability and validity of organization-public relationship measurement and linkages among relationship indicators in a membership organization. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(3), 419 ~ 438.
- Ki, E.-J., & Hon, L. C. (2008). A measure of relationship cultivation strategies. *Journal of Public Relations Research*, 21(1), 1 ~ 24.
- Ki, E.-J., & Shin, J.-H. (2006). Status of organization-public relationship research from an analysis of published articles, 1985-2004. *Public Relations Review*, 32(2), 194 ~ 195.
- Kim, H. (2007). A multilevel study of antecedents and a mediator of employee-organization relationships. *Journal of Public Relations Research*,

19(2), 167 ~ 197.

- Kim, Y. (2001). Searching for the organization-public relationship: A valid and reliable instrument. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(4), 799 ~ 815.
- Ledingham, J. A. (2007). Relationship management: A general theory of public relations. In C. H. Botan and V. Hazleton(Eds.), *Public Relations Theory II* (pp. 465 ~ 483). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- 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.
- Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (Eds.). (2000). *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Lewicki, R. J., McAllister, D. J., & Bies, R. J. (1998). Trust and distrust: New relationships and realities. *Academy of Management review*, 23(3), 438 ~ 458.
- Moon, B., & Rhee, Y. (2013). Exploring negative dimensions of organization-public relationships (NOPR) in public relations. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1077699013503161.
- Ni, L. (2007). Refined understanding of perspectives on employee-organization relationships: Themes and variations. *Journal of Communication Management*, 11(1), 53 ~ 70.
- Pavlik, J. V. (1987). *Public Relations: What research tells us*. Newbury Park, CA: Sage.
- Seltzer, T., & Zhang, W. (2011). Toward a model of political organization-public relationships: Antecedent and cultivation strategy influence on citizens' relationships with political parties. *Journal of Public Relations Research*, 23(1), 24 ~ 45.
- Stafford, L., & Canary, D. J. (1991). Maintenance strategies and romantic relationship type, gender, and relational characteristics. *Journal of Social and Personal Relationships*, 8, 217 ~ 242.
- Sung, M., & Yang, S.-U. (2009). Student-university relationships and reputation: a study of the links between key factors fostering students' supportive behavioral intentions towards their university. *Higher Education*, 57(6), 787 ~ 811.
- Waters, R. D. (2008). Applying relationship management theory to the fundraising

- process for individual donors. *Journal of Communication Management*, 12(1), 73~87.
- Williams, T. M. (1996). *Putting relationships back into public relations*. Vernon C. Schranz Distinguished Lectureship in Public Relations. Muncie, IN: Department of Journalism, Ball State University.
- Yang, S.-U. (2007). An integrated model for organization-public relational outcomes, organizational reputation, and their antecedents. *Journal of Public Relations Research*, 19(2), 91~121.
- Yang, S.-U., & Grunig, J. E. (2005). Decomposing organizational reputation: The effects of organization-public relationship outcomes on cognitive representations of organizations and evaluations of organizational performance. *Journal of Communication Management*, 9(4), 305~326.
- Yang, S.-U., & Lim, J. (2009). The effects of blog-mediated public relations on relation trust. *Journal of Public Relations Research*, 21(3), 341~359.

Abstract

Advances in the Theory of Organization-Public Relationship Management and Challenges to the Future Development of the Theory

Hyo-Sook Kim

Associate Professor, Department of Journalism, Advertising and PR, Soongsil University

Sung-Un Yang

Associate Professor, School of Journalism, Indiana University

The notion of relationships as the core of public relations has brought a fundamental shift in the function and direction of the scholarship. The relationship management theory-initiated by Ferguson's (1984) call for increased attention to relationships in the practices and theory of public relations-has since developed with contributions from pathfinder scholars (Broom & his colleagues, 2000; Hon & Grunig, 1999; Ledingham & Bruning, 1998). The purpose of this paper is two-fold: first, to review how research has advanced the shift theoretically and second, to provide directions for future study. To this end, it begins by taking stock of these scholars' foundational work at the inception stage; then goes on to revisit the following edifice of building-up research, conducted in the United States and Korea over the past decade; and lastly, supplies future research with both theoretical and methodological insights to make a breakthrough in current relationship research in need of ground-breaking progress.

Key words: organization-public relationships, relationships, OPR