

대학 조직 커뮤니케이션과 대학-학생 관계성 및 대학 만족도*

박노일 차의과학대학교 의료홍보미디어학과 부교수**

정지연 홍익대학교 광고홍보학부 조교수***

진범섭 홍익대학교 광고홍보학부 조교수****

저출산과 대학 입학 학령인구의 감소로 인해 대학교는 대학 교육 서비스의 질적 제고에 사활을 걸고 있다. 이 연구는 PR(공중 관계)학 관점에서 대학 조직 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성과 대학 만족도에 미치는 인과적 관계를 입체적으로 분석하는 데 목적이 있다. 이를 위해 수도권외 4년제 종합대학교 재학생 1266명을 대상으로 수집한 자료를 분석한 결과, 대학 조직의 커뮤니케이션과 대학-학생 관계성은 대학생들이 인식하는 대학 만족도에 유의미한 영향을 미치고 있었다. 특히 대학생들의 성별, 재학 학기, 학점 평점, 병역필여부는 물론 전공 교육과 장학금 지원 등 전체적인 대학 교육 환경 시설에 대한 태도를 통제하고서도 대학 조직의 커뮤니케이션은 대학-학생 관계성을 매개로 대학 만족도에 유의미한 인과적 관계를 갖고 있음을 확인할 수 있었다. 본 연구는 대학교를 하나의 조직체로 상정하고, 대학의 핵심적인 내부 공중인 학생 관계와 커뮤니케이션 가치를 PR학 차원에서 체계적으로 조명함으로써, 대학 조직체의 PR 활동 관련 이론 및 실무적인 지침을 제시한다.

KEYWORDS 대학교, 학생, 조직 커뮤니케이션, 공중 관계성, 대학 만족도

* 이 논문은 2015년도 차의과학대학교 교내학술연구비의 지원을 받았음.

** First Author: no1park@cha.ac.kr

*** Corresponding Author: jyjeong@hongik.ac.kr

**** gabrieljin@hongik.ac.kr

서론

최근 지속적인 저출산으로 인한 학령인구의 감소가 심각한 사회 문제로 대두되면서, 대학가도 변화하는 교육 환경에 대비하고 생존하기 위한 지구책 마련에 골몰하고 있다. 통계청(2017)의 발표에 따르면, 학령인구의 꾸준한 감소로 2018년부터는 대학 입학 을 원하는 학생이 대학 입학 정원보다 줄어드는 입학 절벽이 현실화되면서 본격적으로 시작될 전망이다. 이에 따라 대학의 구조 조정이 불가피해졌으며, 교육부가 지난 2014년부터 대학 구조 개혁 평가를 실시하면서 현재 대한민국의 대학은 대학 정원의 감축은 물론, 학과 및 대학 간의 통폐합이 추진되는 등 일부 대학은 존폐 위기에까지 막달르고 있다(교육부, 2014). 이러한 상황의 돌파구로 대학은 재학생의 타 대학 편입이나 자퇴 등의 이탈을 방지하고 재등록률과 학생 충원율을 높이는 등의 당면 과제에 직면해 있다. 개별 대학 조직체는 어떻게든 살아남아야 한다는 절실함과 함께 신입생 유치를 위한 대외 입학 홍보와 더불어 재학생의 대학 만족도를 높이는 작업에 사활을 걸고 있다.

이와 같은 배경에서 하나의 조직체로서 대학은 내부 공중인 대학생과 교직원 등과의 관계성을 고찰하는 것이 중요할 것이다. 이와 관련한 PR(Public Relations)학의 선행 연구들은 대학교를 하나의 조직체(organization)로 간주하고, 조직체의 내부 공중인 학생 집단이 인식하는 대학 관계성의 가치를 조직체의 효과성 측면에서 조명해 왔다. 구체적으로 대학 조직의 내부 공중인 학생이 인식하는 공중 관계성이 학생들의 대학 만족도(Bruning, 2002), 자

퇴 또는 타 대학 편입 등의 이탈 방지를 통한 대학 재등록률(Bruning & Ralston, 2001), 그리고 대학에 대한 지지적 행위(Sung & Yang, 2009)나 평판(Yang, Alessandri, & Kinsey, 2008) 등에 영향을 미치는 등 다양한 대외적 가치를 지니고 있음을 제시해 왔다. 특히 대학과 학생간의 관계성의 효과와 가치를 밝힌 최근의 연구들은 대학-학생 간 관계성이 학업 열의와 학업 성취에 긍정적인 영향을 미치는 한편(Yoo & Park, 2016), 국내의 외국인 유학생들이 인식하는 대학 관계성은 공공 외교적인 가치를 지니며(Lee, 2015), 나아가 대학-학생 관계성이 대학의 학생 충원율에 긍정적인 효과를 나타낸다(Bruning & Ralston, 2001)는 것을 확인하였다.

한편, 대학-학생 간의 공중 관계성에 대한 선행 연구들은 대학 조직체의 공중 관계성에 영향을 미칠 수 있는 선행 요인 또는 종속 변인들을 고찰하는 연구들을 진행해 왔다(e.g., Choi & Sung, 2015; Park, 2016; Yoo & Park, 2016). 그러나 PR학의 차원에서 살펴보면, 대학교의 내부 공중인 재학생들이 인식하는 대학-학생 관계성을 촉진하는 선행 변인인 대학 조직 내의 커뮤니케이션에 대한 면밀한 연구는 상대적으로 미진한 형편이다. 물론 일부 국내 연구가 대학교 기관을 중심으로 대학의 온라인 소셜 미디어(트위터) 기반 양방향 커뮤니케이션 수준이 관계성을 촉진하고 이렇게 형성된 관계성이 대학 갈등 해소 의지에 긍정적인 영향을 미친다고 보고하고 있지만(Choi & Kim, 2011), 조직체의 내부 공중을 대상으로 한 커뮤니케이션의 순수한 질적 수준과 대학-학생 관계성의 가치를 탐색한

연구를 찾기는 어려운 상황이다.

따라서 본 연구는 조직체와 관련 공중 쌍방의 이익을 도모하고 기여할 수 있는 협력과 상생의 가치를 추구하는 PR 커뮤니케이션의 관점에서(Grunig, 2000), 조직체와 내부 구성원 간의 관계 관리에 주목하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 대학을 하나의 조직체로 상정하여 주요한 내부 공중인 대학생과 교직원과의 관계성을 탐색하는 데 초점을 두고, 대학이라는 조직체 내에서 학생들의 긍정적인 커뮤니케이션 경험이 대학-학생 간의 관계성 인식과 대학 만족도에 영향을 줄 수 있다는 문제의식에서 출발한다. 즉, 본 연구는 대학 조직체 내부의 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성에 미치는 영향을 살펴면서, 대학-학생 관계성이 학생들의 대학 만족도에 어떠한 영향을 주는지 입체적으로 고찰해 보고자 한다. 구체적으로는 학생들의 대학교 조직체에 대한 인식, 교수의 학생 대상 커뮤니케이션 의지와 노력 및 실제 커뮤니케이션 활동 수준에 대한 평가를 토대로 대학 조직 커뮤니케이션의 수준이 실제로 대학-학생 관계성 형성을 촉진하는지를 탐색하고자 한다. 또한 이렇게 형성된 대학-학생 관계성이 실제 학생들의 대학 생활에 대한 후회 정도와 대외적인 대학 홍보 의지를 포함한 전체적인 대학 만족도 평가에는 어떠한 영향을 미치는지를 살펴려고 한다. 특히 본 연구는 대학 조직의 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성과 학생의 대학 만족도에 미치는 영향을 살펴는 데 있어서, 선행연구가 지적한 대학 만족도에 영향을 미칠 수 있는 변인의 영향력(Park, 2016)을 고려하고자 한다. 다시 말해, 학생들의 인구사회학적 속성은 물론 재학 학기, 기숙사 입사 횟

수, 학점 평점, 대학 시설 및 운영 만족도, 전공 교육 만족도, 등록금과 장학금 지원 만족도 등을 고려하면서 대표본의 대학 재학생 데이터($N = 1,266$)를 토대로 대학 PR 커뮤니케이션의 가치를 입체적으로 조명하고자 한다.

요약하면, 본 연구는 PR학 차원에서 대학 조직체의 주된 내부 공중인 학생들에 주목하여, 대학 조직 커뮤니케이션 활동과 이에 따라 학생 공중이 인식하는 공중 관계성의 관계적 결과(relational outcomes)를 탐색함으로써 대학 조직체가 행하는 커뮤니케이션의 가치와 중요성을 제시하는 동시에, 나아가 대학과 학생 간의 장기적 관계성과 대학 만족도를 제고하여 대학의 현실적인 문제를 해결하는 데 구체적인 단초를 제공한다는 측면에서 학술적이며 실무적인 의의가 있을 것이다.

이론적 논의

조직-공중 관계성

PR 이론에서 발전되어 온 조직-공중 관계성(Organization-Public Relationships: OPR)은 PR 연구의 주요한 이론적 틀로서 기여해 왔다(Ki & Hon, 2007). 예를 들어, 지난 OPR 연구의 주제는 관계성 지표 개발(Hon & Grunig, 1999; Huang, 2001; Y. Kim, 2001), 조직 평판에의 효과(Grunig & Hung, 2002; Yang, 2007; Yang & Grunig, 2005), 사원 관계(H. Kim, 2007) 등이 있다. OPR 연구에서는 PR의 핵심 가치를 언론 보도 자료 배포와 같은 협의적 커뮤니케이션 기술

(technique)로 이해하는 것이 아닌, PR의 본질과 가치를 고려하면서 PR 실무를 통하여 조직체와 관련 공중들 간의 장기적 관계성을 관리하는 데 초점을 두고 있다(Broom, Casey, & Ritchey, 1997). 구체적으로는, OPR 이론의 관점에서 보았을 때 공중과의 긍정적인 관계는 우수한 PR 프로그램의 실행을 통해 조직체에 이익을 가져올 수 있으며(Han & Jo, 2009; Hon & Grunig, 1999; Ki, 2006; Ki & Hon, 2007; Kim, 2008; Kim & Oh, 2003), 효과적인 위기관리(Coombs 2000; Han & Jeong, 2002; Hung-Baesecke & Chen, 2013)뿐만 아니라, 조직체에 대한 지지 행위(Sung & Yang, 2009) 등을 이끌어 낼 수 있다.

OPR 연구에 있어 PR의 핵심적 가치와 역할에는 조직체와 공중 모두에게 기여할 수 있는 협력적 가치와(Grunig, 2000), 양쪽에게 경제·사회·문화·정치적 안녕 증진이 포함된다(Ledingham & Bruning, 1998). 쌍방향 균형적 커뮤니케이션을 통하여 조직체와 관련 공중의 이익을 함께 도모할 수 있는 상생의 가치를 제고하는 것이 매우 중요할 수 있다. 예를 들어, 기업 입장에서 보면 지역 사회 관계(community relations) 프로그램은 조직체에 대한 평판, 신뢰, 충성도를 증진시킬 수 있다(Burke, 1999; Ledingham & Bruning, 1998, 2001). 반면, 공중 입장에서는 지역 사회 구성원들의 이익, 공공 선, 사회 복지에 대한 혜택을 제공하게 된다. 결국 기업과 지역 사회 구성원들은 해당 지역 사회의 문제를 해결하기 위하여 다양한 커뮤니케이션 활동을 진행할 수 있으며 이를 통해 조직체 및 대인 간 신뢰와 사회적 연결망을 구축할 수

있다(Jin & Lee, 2013).

이러한 OPR 관점에서 조직체와 내부 구성원 간의 관계 관리 역시 주목할 필요가 있다. 김영욱(Kim, 2003)은 내부 조직원 관계가 기업 경영의 근간을 이루며 사원과 같은 내부 공중을 지배의 대상이 아닌 대등한 관계로 보고, 쌍방향 균형 커뮤니케이션을 통해 실행될 수 있다고 언급하면서 우리나라의 내부 커뮤니케이션의 특징을 네 가지로 요약하였다. 첫째, 모든 결정이 조직체의 장에게 집중되어 있다는 점, 둘째, 직접적인 의견 제안보다는 간접적 의사 결정 통로를 선호한다는 점, 셋째, 위계질서 틀 속에서 조직체 이익이 개인의 의견과 목소리보다 더욱 우선시한다는 점, 마지막으로 조직체의 화합이 개인의 능력보다 중요하다는 점이다.

OPR 연구가 대학과 내부 공중 간의 관계성을 검증할 수 있다는 점에서, 대학과 공중 간의 관계성에 영향을 미칠 수 있는 선행 요인 또는 종속 변인들을 고찰하는 연구들이 진행되어 왔다(Yoo & Park, 2016). 조직체로서의 대학 기관과 내부 공중으로서의 대학생 및 교직원 등과의 관계성을 탐색함으로써, OPR 연구는 대학과 대학생 및 교직원 등과의 관계성이 어떠한 요인에 의해 제고될 수 있는지를 파악하는 데 도움을 줄 뿐만 아니라, 대학 기관의 내부 커뮤니케이션 환경과 특성이 대학과 대학생들 사이의 관계성에 어떤 영향을 줄 수 있는지도 고찰할 수 있다. 이런 점에서 본 연구는 고등교육 기관으로서의 대학들 또한 관련 공중들(예: 재학생)과의 관계를 효과적인 PR 커뮤니케이션을 통해서 용이하게 할 수 있을 것이라고 고려하였다.

대학-학생 관계성

OPR 이론 연구의 발전과 함께 대학 PR 연구 역시 국내외에서 꾸준히 진행되어 왔다. 특히 최근 국내에서 진행된 대학 PR 연구들은 대학과 학생과의 관계성에 관한 선행 연구 문헌들을 검토하였다(e.g., Yoo & Park, 2016). 구체적으로 살펴보면, OPR 관점에서 대학-학생 관계성에 영향을 미치는 요인들을 고찰하였는데, 예를 들어 국내 대학생들이 인식하는 대학교와의 관계성이 대학에 대한 지지적 행위 의도에 유의미한 영향을 미칠 수 있는 변인임을 확인하였다(Sung & Yang, 2009). 뿐만 아니라, 긍정적인 대학-학생 간의 관계성으로 인해 갈등 이슈와 상황이 더욱 효율적으로 관리될 수 있다(Choi & Jo, 2009; Choi & Kim, 2011). 또 다른 OPR 연구(Choi & Sung, 2015)에서는 대학-학생 간의 관계성 형성에 미치는 선행 요인을 고찰함으로써 대학이라는 조직체가 내부 구성원들에게 어떠한 의미를 갖는지를 탐색하고, 또한 어떤 기능을 담당할 수 있는지를 집중적으로 조명하고자 하였다.

OPR 관점에서의 국내외의 대학 PR 연구를 구체적으로 검토해 보면, OPR 측정 도구에 관한 선행 연구들이 있다. 혼과 브루너(Hon & Brunner, 2001)는 혼과 그루닉(Hon & Grunig, 1999)의 관계성 측정 도구를 통하여 대학-학생 간의 관계성 지표들(relationship indicators) 간의 차이를 비교 분석했으며, 조삼섭(Jo, 2006) 역시 대학-재학생 간의 여섯 가지 공중 관계성 지표들의 타당도를 검증하였다. 조삼섭, 혼, 그리고 그루너의 연구(Jo, Hon, & Brunner, 2004)에서도 이 여섯 가지 지표의 타당도와 신뢰도를 살펴보았다.

이러한 관계성 지표들의 타당도를 검토한 연구 외에, 다른 선행 연구들은 관계성 지표들과 관련 변인들과의 연관성을 고찰하였다. 예를 들어, 브루닝과 랄스톤(Bruning & Ralston, 2001)은 설문 조사 및 집단 심층 면접(FGI)를 통하여 인식된 대학-학생과의 관계적 태도(relationship attitudes)와 재등록 의향 간의 유의미한 관계를 살펴보았다. 특히, 대학-학생 간의 공동체 관계성(community relationship) 인식이 강할수록 재등록 의향이 높았다. 이와 유사한 후속 연구로 브루닝(Bruning, 2002)은 대학에 대한 관계적 태도 인식과 만족도에 따라 학생들의 대학 재등록률의 차이가 있는지도 검증하였다. 이 외에 몇몇 선행 연구들은 대학에 대한 지지적·우호적 행동 의도(예: 학교 추천 및 선정, 기부 등)에 미치는 요인들을 관계성 지표를 중심으로 살펴보았다. 기연정과 혼(Ki & Hon, 2007)의 연구에서는 6개의 관계성 요인들이 자신이 속한 대학에 대한 긍정적 태도를 통해 대학에 지지하려는 의도에 유의미한 영향을 미치는 경향을 확인하였다. 그리고 성민정과 양성운(Sung & Yang, 2009)은 관계성 지표들을 중심으로 선행 요인을 설정하고 이들과의 인과 관계가 궁극적으로 학생들의 지지 행동 의도에 미치는 과정을 실증적으로 증명하고자 하였다. 뿐만 아니라, 양성운과 동료들(Yang et al., 2008)의 연구에서는 대학-학생 관계성과 대학 평판도와의 상관관계를 고찰하기도 하였다. 마지막으로, 이형민(2015)의 연구는 국내 유학생들을 대상으로 소속 대학에 대한 유학생들의 관계성 인식이 대학에 대한 태도에 영향을 미칠 수 있음을 검증하였고, 이러한 긍정적인 태도가 대한민국

에 대한 호의적인 태도를 형성함으로써 재방문 및 구전 의사를 보여 줄 수 있음을 확인하였다.

최근의 연구(Choi & Sung, 2015)에서는 대학-학생 간의 긍정적인 관계성 형성에 영향을 줄 수 있는 구체적인 요인들을 밝히고자 하였는데, 예를 들어 교수, 동료 학생, 학교 행정 조직과 어떠한 경험과 교류를 하느냐에 따라 여섯 가지 관계성 지표 요인에 대한 인식이 달라질 수 있음을 심층적으로 분석하였다. 이와는 다른 각도로, 유선욱과 박혜영(Yoo & Park, 2016)은 네 가지의 관계성 지표(헌신, 상호 통제성, 신뢰, 만족)들이 학생들의 학업 열의와 학업 성취에 실증적으로 영향을 미칠 수 있는지를 검증하였다. 이 연구의 경우 긍정적인 조직-공중 간의 관계성이 실제로 조직체의 효과성을 가져올 수 있다는 기존의 이론적 입장(e.g., Grunig, 2000; Grunig & Huang, 1992)을 지지해 주고 있다. 즉, OPR을 대학-학생 관계성에 적용함으로써 내부 공중에 가져올 수 있는 긍정적 효과들을 검증한 것이라 하겠다.

요컨대, 최근에 이르기까지 국내외의 대학-학생 관련 OPR 연구들은 관계성 지표의 타당도 및 신뢰도 검증을 해 왔고, 이 관계성 지표들을 중심으로 선행 요인을 규명하거나 조직체의 효과성을 이끌어 낼 수 있는 결과들(예: 학업 열의 및 성취, 대학 재등록률, 지지적 행위, 평판)을 파악하고자 하였다.

대학 조직 커뮤니케이션의 대학·학생 관계성 및 만족도 영향

앞서 살펴본 바와 같이, 내부 조직원 관계는 조직 경영의 중심이 되며 쌍방향 균형 커뮤니케이션을

통해 보다 효과적으로 관계성을 유지 또는 향상시킬 수 있을 것이다. 나아가 대학이라는 조직체에 대한 학생들의 관계성 인식 정도에 따라 조직체의 효과성은 다르게 발생할 수도 있다. 고등교육 기관으로서의 대학은 내부 공중과 긍정적인 커뮤니케이션을 실행하고, 이를 통해 성과를 이끌어 내야 할 것이다. 예를 들어, 학생들에게 양질의 교육 서비스를 제공하는 것은 그들이 대학 생활을 마칠 때까지 반드시 수행해야 하는 조직체의 업무이다. 그들이 만족할 수 있도록 다방면으로 노력해야 할 주체는 교수, 직원과 행정 조직이 되어야 할 것이며, 조직 문화 역시 중요 요인이 될 수 있을 것이다.

최상의 교육 서비스를 제공하는 것이 대학 본연의 임무가 되어야 하듯이, 어떠한 방식이나 요인들이 학생들의 질 좋은 교육 경험에 긍정적 영향을 끼치는지를 규명해야 하는 것은 이론적으로나 실무적으로도 매우 중요할 것이다. 이를 위해 최영훈과 성민정(Choi & Sung, 2015)은 대학 서비스의 범주를 파악하기 위해 국내외 연구를 검토하면서 다음과 같은 요소들을 정리하였다. 먼저, 국내 선행 연구(Kwon, Oh, Park, Son, & Song, 2002) 가운데 대학생들의 교육 만족도에 영향을 미칠 수 있는 요인을 검증한 결과, 개인적 요인(성별, 학년, 가정환경), 제도적 요인(대학 설립 유형, 소재 지역), 태도 요인(지각된 학업 성취 능력, 취업 가능성, 학교 이미지)이 있었다. 뿐만 아니라, 대학생들이 주관적으로 인지하고 평가하게 되는 만족도에 영향을 끼칠 수 있는 요소에는 교수와 교육 과정, 교육 시설, 학내·외 활동과 위치, 교육 지원 서비스, 편의 시설, 수업료가 포함될 수 있다(Lee, Jang, &

Park, 2002). 그 밖에 강의, 교과 과정에의 학생 참여, 상담, 컴퓨터실, 도서관, 교내 서점, 진로센터, 재정복지, 건강보건 서비스, 거주 이슈 등 다양한 서비스 요소도 확인해야 할 것이다(Hill, 1995). 최근의 국내 연구(Park, 2016)에서는 대학생들이 인식하는 학교 만족도의 구체적인 요인들을 ‘학과·전공 만족도’, ‘대학 만족도’, ‘대인관계 만족도’, ‘교직원 만족도’, ‘경제적 여건’, ‘전공 몰입도’, ‘학업 능력’ 등 7개 요소로 구분하여 검증하기도 하였다.

한편, 대학-학생 간 커뮤니케이션의 특성을 둘러싼 조직-공중 관계성, 그리고 관련 조직 효과성에 대한 기존 연구 결과에 주목할 필요가 있다. 최혜민과 김효숙(Choi & Kim, 2011)은 대학생들이 인식하는 대학과 학생 사이의 쌍방향 커뮤니케이션 특성이 강할수록 조직-공중 관계성에 대해서 보다 긍정적으로 인식하는 경향이 있음을 확인하였고, 이러한 인식은 궁극적으로 조직의 효과성(즉, 대학의 갈등 해소 의지에 대한 인식)을 제고시킬 수 있음을 검증하였다. 즉, 대학생들이 지각하는 쌍방향 커뮤니케이션 특성이 조직-공중 관계성에 의해 부분 매개되어 대학의 갈등 해소 의사에 영향을 줄 수 있다는 점이다. 이러한 선행 연구의 결과를 고려해 보았을 때, 대학-학생 간의 커뮤니케이션 특성이 조직-공중 관계성과 대학 만족도에 어떠한 영향을 끼칠 수 있는지를 실증적으로 검증해 보는 것이 필요하다 할 수 있을 것이다.

내부 구성원인 재학생들이 현재 자신이 속해 있는 대학 환경에서의 학업, 행정, 그리고 개인 생활 활동 부분에 대해 만족하는 정도는 앞서 검토한 여러 구조적·기능적·환경적 요인들에 의해 결정될

수 있을 것이다. 그리고 교육학 분야에서는 이러한 요인들을 실증적으로 검증해 온 것도 사실이다. 그러나 OPR 관점에서 보았을 때, 대학이라는 조직체 내에서 학생들의 긍정적인 커뮤니케이션 경험 여부는 그들의 관계성 인지와 만족도 평가에 상당히 중요한 요소가 될 수 있을 것이다. 예를 들어, 조직 커뮤니케이션의 효과성(예: 적절성 및 정확성)이 내부 조직의 기풍에 긍정적인 영향을 미치고, 이를 통해 궁극적으로 내부 구성원들에게 긍정적인 결과를 가져올 수 있기 때문이다(Smidts, Pruyn, & Van Riel, 2001). 최근 국내외 대학 PR 연구의 일부가 OPR 관점에서 진행되어 왔으나, 여전히 커뮤니케이션 요소를 충분히 검증할 필요가 있다. 구체적으로, 대학 행정 조직 부서, 교수, 학생들 간의 커뮤니케이션 상태, 그리고 조직 문화로서의 캠퍼스 기풍 등에 의해 학생들이 평가하는 조직-공중 관계성 및 만족도를 좀 더 구체적으로 살펴보아야 할 것이다.

이러한 대학 내부 구성원들이 경험하게 되는 커뮤니케이션 요인들이 조직체의 효과성을 제고시켜 줄 수 있다는 기대는 PR의 가치와 역할을 이론적·실무적 관점에서 조망해 볼 수 있다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있을 것이다. 앞서 언급한 구조적·기능적·환경적 요인들의 영향력을 통제했을 때 대학 내부 커뮤니케이션이 얼마만큼의 고유한 기능을 담당하는지 파악하는 것이 중요하기 때문이다. 이러한 이론적 논의와 선행 연구 검토를 통하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1: 대학 조직 커뮤니케이션은 대학-학생 관

계성과 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 2: 대학생의 인구사회학적 속성 및 대학생활 관련 변인을 고려했을 때, 대학 조직 커뮤니케이션은 대학-학생 관계성과 대학 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

연구 방법

분석 대상 및 자료수집

본 연구 목적을 달성하기 위해 수도권 소재의 1개 종합대학(4년제)을 대상으로 10개 전공 학과별 1~3학년을 대상으로 한 오프라인 전공 강의 수업시간을 활용하여, 강의교수의 주관하에 집체 방식으로 설문 조사를 진행하였다. 설문 조사에 앞서 조사 문

Table 1. Participants

		Number	Ratio (%)
Gender	Male	455	35.9
	Female	808	63.8
	Missing value	3	0.2
	Total	1,266	100.0
Department	College of nursing1	198	15.6
	College of Life sciences1	119	9.4
	College of Life sciences2	130	10.3
	College of Life sciences3	113	8.9
	College of health sciences1	146	11.5
	College of health sciences2	110	8.7
	College of health sciences3	106	8.4
	College of Social Sciences1	199	15.7
	College of Social Sciences2	118	9.3
	College of Social Sciences3	27	2.1
Total	1,266	100.0	
Grade	Freshman	525	41.5
	Sophomore	448	35.4
	Junior	284	22.4
	Missing value	9	.7
	Total	1,266	100.0

항 구성을 위해 신입생(22명)과 재학생(17명) 등 39명을 대상으로 FGI를 진행하여 학생들이 피부로 느끼는 학교에 대한 인식과 장·단점 및 개선점 등을 종합하여 설문 항목을 구성하였다. 최종적으로 총 1266명의 재학생이 설문에 응답하였다. 전체 응답자에 대한 기초 정보를 정리하면 <Table 1>과 같다.

연구 변인 및 측정 방법

대학-학생 관계성 및 대학 만족도

본 연구는 대학-학생 관계성을 기존의 공중 관계성 개념과 유사하게 조직체의 성과를 결정짓는 중요한 변인으로 상정하고 있다. 공중 관계성과 관련한 다수의 선행 연구(Bruning, Dials, & Shirka, 2008; Yang, 2007; Yoo & Park, 2016)가 차용한 조직체-공중 관계성의 네 가지 핵심 항목들(trust, control mutuality, commitment, satisfaction)을 도입하여 대학-학생 관계성을 측정하고자 하였다. 구체적인 설문 문항은 ‘우리 대학교는 학생들을 진실하게 대하고 있다’, ‘우리 대학교는 학생들에게 약속한 바를 지키고 있다’, ‘우리 대학교는 학생들과 약속한 바를 실제로 실행할 역량이 있다’, ‘우리 대학교와 학생들은 심적으로 만족스런 관계를 맺고 있다’, ‘우리 대학교는 학생 관련 사안/정책을 일방적으로 결정한다(r)’, ‘우리 대학교는 학생들을 위해 헌신하고 있다’의 6개 질문 항목으로 구성하였다. 이에 대한 응답은 5점 척도(1 = 전혀 아니다, 5 = 매우 그렇다)로 측정하였다($M(SD) = 2.900(.786)$, Cronbach's $\alpha = .922$).

대학생들이 인식하는 대학에 대한 학생들의 만족도 수준을 측정하기 위해 대학 생활에 대한 전반적인 만족도와 대학 입학에 대한 후회 정도, 그리고 대학교의 잠재 공중인 고교생들에게 본교를 추천할 의지가 어느 정도 있는가를 종합하여 측정하였다. 이에 대한 구체적인 질문 항목은 ‘나는 우리 대학교에 입학한 것을 후회한다(r)’, ‘나는 우리 학교에 입학한 것을 자랑스럽게 생각한다’, ‘나는 고교 후배들에게 우리 대학교를 추천할 것이다’, ‘전체적으로 나는 우리 대학교에서 만족스런 대학 생활을 하고 있다’의 4개 질문 항목으로 구성하였다. 이에 대한 응답은 5점 척도(1 = 전혀 아니다, 5 = 매우 그렇다)로 측정하였다($M(SD) = 3.176(.873)$, Cronbach's $\alpha = .845$).

대학 조직 커뮤니케이션

고등교육 서비스를 제공하는 대학 행정 조직의 커뮤니케이션과 학생들과 대면 접촉의 핵심인 교수의 커뮤니케이션 질(quality)에 대한 평가를 종합하여 대학의 내부 공중인 재학생을 대상으로 조직 커뮤니케이션 변인을 측정할 수 있다. 따라서 조직체를 운영하는 교직원의 구조적인 커뮤니케이션과 교수와 학생 관계에서 이루어지는 학생에 대한 대학교의 상호작용의 속성을 종합하여 평가함으로써 학생 공중이 인식하는 대학의 조직 커뮤니케이션 수준을 측정하고자 하였다. 이러한 맥락에서 조직체로서 대학이 제공하는 학생 대상 커뮤니케이션 수준에 대한 평가는 대학교라는 조직체가 학생들의 의견을 얼마나 경청하는지(듣기), 역으로 학생이 대학교에 언제든지 건의할 수 있는지(말하기),

그리고 상호 원활한 의사소통(대화)이 어느 정도 일어나는지를 평가하였다.

구체적인 설문 문항은 ‘우리 대학교는 학생들의 의견을 경청하고 있다’, ‘학생들은 우리 대학교에 언제든지 자유롭게 건의할 수 있다’, ‘우리 대학교는 학생들과 원활한 의사소통을 하고 있다’로 하였으며, 교수의 커뮤니케이션은 학생과의 소통에 적극적인 정도(듣기)와 학생이 언제든지 교수와 면담할 수 있는지(말하기), 그리고 학생과 교수 간의 대화 빈도와 더불어 인간적인 대화가 가능한지(대화)를 측정하였다. 구체적인 설문 문항은 ‘우리 학과 교수는 학생들과 소통하기 위해 적극적으로 노력하고 있다’, ‘학생들은 필요하면 언제든지 우리 학과 교수와 면담할 수 있다’, ‘우리 학과 교수는 학생들과 자주 이야기를 나눈다’, ‘우리 학과 교수와 학생들은 인간적인 대화가 가능하다’로 하여 대학의 학생 대상 커뮤니케이션을 총 7개 문항으로 종합하여 구성하였다. 이에 대한 응답은 5점 척도(1 = 전혀 아니다, 5 = 매우 그렇다)로 측정하였다($M(SD) = 3.115(.648)$, Cronbach's $\alpha = .815$).

대학생의 인구사회학적 속성 및 기타 대학 생활 변인
본 연구는 실제 대학생활을 하는 학생 공중을 대상으로 진행한 설문 조사이므로 이들의 기본적인 인구사회학적 속성과 더불어 대학교의 지리적 위치에 따른 통학 편리성 및 기숙사, 실험·실습실, 도서관, 학생식당, 편의 시설 등 환경적인 요인, 등록금과 장학금 지원 수준, 기숙사 입사 경험, 지난 학기 학점 평점, 전공 교육 만족도를 종합적으로 고려한 상태에서 대학의 학생 공중 대상 커뮤니케이션

의 관계성 측정과 만족도 제고의 순수한 효과성을 살피고자 하였다. 이를 위해 인구사회학적 속성은 성별, 나이, 학년(총 재학 학기), 가족의 월수입(100만 원 미만부터 700만 원 이상까지 8점 척도)으로 측정하였다.

대학 환경 요인은 통학 편리성과 시설 편리성(강의실, 도서관, 실습실, 기숙사, 학생식당) 관련 만족도를 6개 문항을 5점 척도로 측정하여 반영하였다($M(SD) = 2.936(.649)$, Cronbach's $\alpha = .719$). 대학 등록금과 장학금 지원 변인은 개별 항목으로 구성하여 5점 척도로 만족도(1 = 전혀 아니다, 5 = 매우 그렇다)를 측정하였다(등록금: $M(SD) = 2.963(.933)$, 장학금: $M(SD) = 2.892(1.013)$). 이 외에 기숙사 입사 여부와 병역필 여부(군복학)를 더미 변인으로 반영하였고, 지난 학기 평점을 4.5점을 만점으로 하여 1.5학점 이하부터 4.0학점 이상까지 7점 척도로 측정하였다. 전공 만족도는 ‘전공 교육 과정은 전반적으로 만족스럽다’, ‘내가 선택한 전공에 후회를 느끼고 있다(r)’, ‘전체적으로 나는 전공 공부를 만족스럽게 하고 있다’의 3개의 문항으로 구성하여 5점 척도(1 = 전혀 아니다, 5 = 매우 그렇다)로 측정하였다($M(SD) = 3.534(.798)$, Cronbach's $\alpha = .744$).

분석 결과

대학 조직 커뮤니케이션의 학생 관계성 및 만족도 영향

〈연구문제 1〉은 대학 조직 커뮤니케이션이 대학-

Table 2. Effects of University Organizational Communication on University-Student Relationship and University Student Satisfaction

Variable	University-student relationship		University-student satisfaction	
	β	t-value	β	t-value
University organizational communication	.977	161.022***	.968	136.099***
R^2 (F-value)	.954(25928.235)***		.937(18522.914)***	

Note: *** $p < .001$.

학생 관계성과 만족도에 미치는 영향을 탐색하는데 있다. 이를 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과를 <Table 2>에 제시하였다.

독립 변인으로 대학 조직 커뮤니케이션 변인을 투입하고 대학-학생 관계성 및 만족도 변인을 종속 변인으로 투입하여 분석한 회귀 모형 <Table 2>의 결과를 보면, 대학 조직의 커뮤니케이션은 대학에 대한 학생 공중의 관계성에 통계적으로 유의미한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .977$, $p < .001$; $R^2 = .954$, $F = 25928.235$, $p < .001$). 또한 학생의 대학생활 만족도에도 통계적으로 유의미한 인과적 영향을 미치고 있었다($\beta = .968$, $p < .001$; $R^2 = .937$, $F = 18522.914$, $p < .001$). 이러한 결과는 학생들의 대학에 대한 관계성 인식에 대학 조직체와 교수진의 왕성한 커뮤니케이션 활동 수준이 중요한 선행 요인임을 나타내며, 대학 입학에 대한 만족 인식과 타인에게 대학 추천 의지를 포함한 전체적인 대학 만족도 또한 대학 조직의 왕성한 커뮤니케이션에 의해 촉진됨을 통계적으로 확인할 수 있었다.

인구사회학적 속성과 교육 환경, 대학 조직 커뮤니케이션 및 대학-학생 관계성의 대학 만족도 영향

<연구문제 2>는 대학생의 인구사회학적 속성 및 대학 생활 관련 변인을 고려했을 때, 대학 조직 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성과 대학 만족도에 미치는 인과적 관계를 탐색하는데 있다. 먼저 대학-학생 관계성에 미치는 영향을 탐색하기 위해, 첫 번째 모형에는 설문 응답자들의 인구사회 및 대학생 기본 속성(성별, 나이, 재학 학기, 학점, 병역필 여부, 기숙사 입사 횟수)을, 두 번째 모형에는 대학교가 제공하는 전공 교육을 포함한 전반적인 교육 환경 속성으로 환경 시설, 등록금, 장학금, 전공 교육에 대한 만족도를 반영하였다. 마지막으로 세 번째 모형에는 학생의 인구사회학적 속성 및 대학교의 환경 시설, 장학금, 등록금, 전공 교육 만족도 등 대학 교육 환경 변인의 인과적 영향력을 고려한 상태에서 대학 조직 커뮤니케이션을 투입하여 대학-학생 관계성 관련 영향력을 탐색하고자 하였다. 이를 위해 진행된 위계적 회귀분석 결과를 <Table 3>에 제시하였다.

먼저 <Table 3>에 제시된 응답 학생의 기본적

Table 3. Effects of Demographics, Education Environment, and University Organizational Communication on University-Student Relationship ($N = 1,266$)

Variable	Model 1		Model 2		Model 3	
	β	t -value	β	t -value	β	t -value
Gender(Male)	.175	3.747***	.097	2.286*	.034	.884
Age	-.041	-1.869	-.023	-1.190	-.029	-1.585
Income	.008	.804	.008	.949	.007	.872
Current semester	-.186	-7.019***	-.160	-6.644***	-.131	-5.853***
Military service	.295	3.035**	.252	2.894**	.284	3.514***
Boarding	-.040	-.634	.002	.049	.043	.827
GPA	.038	1.519	.001	-.070	.006	.316
Environment Facility Satisfaction			.300	8.795***	.174	5.320***
Satisfaction of tuition fee			.002	.049	.002	.102
Scholarship satisfaction			.101	4.563***	.079	3.858***
Satisfaction with major education			.165	6.715***	.060	2.508*
University organizational communication					.444	13.839***
R^2	.271***		.420***		.507***	
R^2 change			.149***		.087***	

Note: 1. β is standardized coefficients
 2. * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

인 인구사회학적 속성이 대학-학생 관계성에 미치는 인과적 관계 분석을 보면, 남성이며($\beta = .175, p < .001$), 재학 학기가 낮은 저학년일수록($\beta = -.186, p < .001$), 그리고 병역필의 학생일수록($\beta = .295, p < .01$) 대학-학생 관계성이 긍정적임을 알 수 있었다. 교육 환경 속성 측면을 보면 대학의 실험·실습 시설, 기숙사 시설, 도서관 시설, 학생식당 등 전반적인 대학교 환경 시설에 대한 만족도가 높을수록($\beta = .300, p < .001$), 장학금 지원에 대한 만족도가 높을수록($\beta = .101, p$

$< .001$), 그리고 전공 교육에 대한 만족도가 높을수록($\beta = .165, p < .001$) 대학-학생 관계성에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

마지막 단계에서 대학 조직 커뮤니케이션의 대학-학생 관계성에 대한 영향은 학생들의 인구사회학적 특성과 대학 생활 관련 속성의 영향을 고려하면서도 통계적으로 유의미한 영향을 나타냈다($\beta = .444, p < .001$). 특히 대학 조직 커뮤니케이션의 대학-학생 관계성에 미치는 영향을 분석한 마

Table 4. Effects of Demographics, Education Environment, University Organizational Communication, and University-Student Relationship on University Student Satisfaction ($N = 1,266$)

Variable	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4	
	β	t -value						
Gender(Male)	.238	4.142***	.144	2.989**	.113	2.360*	.102	2.200*
Age	-.040	-1.475	-.019	-.864	-.024	-1.076	-.014	-.666
Income	.001	.003	.002	.188	.002	.249	.001	.011
Current semester	-.156	-4.707***	-.103	-3.758***	-.090	-3.287***	-.046	-1.721
Military service	.084	3.035**	.041	.417	.033	.339	.061	.645
Boarding	-.075	-.964	-.008	-.137	.013	.203	-.001	-.025
GPA	.087	2.827**	.005	.224	.008	.336	.006	.259
Environment Facility Satisfaction			.199	5.131***	.142	3.538***	.083	2.134*
Satisfaction of tuition fee			-.024	-.903	-.021	.102	-.022	-.869
Scholarship satisfaction			.097	3.835***	.085	3.392***	.058	2.409*
Satisfaction with major education			.504	17.900***	.447	15.161***	.427	15.000***
University organizational communication					.212	5.397***	.062	1.535
University-student relationship							.357	10.801***
R^2	.092***		.377***		.393***		.453***	
R^2 change			.285***		.016***		.060***	

Note: 1. β is standardized coefficients
 2. * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

지막 3모형에서 인구사회와 교육 환경 변인군의 영향을 살펴보면, 성별의 차이는 사라지고, 저학년일수록($\beta = -.131, p < .001$), 병역필의 학생일수록($\beta = .284, p < .001$), 환경 시설($\beta = .174, p < .001$)과 장학금($\beta = .079, p < .001$), 전공 교육($\beta = .060, p < .05$)에 대한 만족도가 높을수록 대학-학생 공중 관계성은 통계적으로 유의미하게 상승하는 요건임을 알 수 있다. 따라서 대학-학생 관계성을 높이기 위해서 고려해야 하는 속성

은 학년, 병역필 여부, 대학 환경 시설, 장학금, 전공 교육 수준의 질적 제고와 더불어 학생에 대한 대학 교수와 직원의 적극적인 커뮤니케이션 노력과 수평적 대화의 질적 평가임을 알 수 있다.

이어서 본 연구가 살피고자 한 대학 만족도에 영향을 미치는 인구사회학적 속성, 대학 교육 환경 변인, 대학 조직 커뮤니케이션 및 대학-학생 관계성의 인과적 분석 결과를 <Table 4>에 제시하였다. 먼저 응답 학생의 기본적인 인구 속성이 대학 만족

Table 5. Mediating Effects of University-Student Relationship on the Relationship Between University Organizational Communication and University Student Satisfaction ($N = 1,266$)

Variable	β	SE β	t-value
University organizational communication → University-student relationship	.444	.032	13.839***
University-student relationship → University student satisfaction	.351	.032	10.679***
University organizational communication → University student satisfaction	.062	.041	1.535
University-student relationship → University student satisfaction	.335	.035	9.365***
z-score	8.456***		

Note: 1. β is standardized coefficients
 2. *** $p < .001$.

도에 미치는 인과적 관계 분석을 보면, 남성이며 ($\beta = .238, p < .001$), 재학 학기가 낮은 저학년 일수록 ($\beta = -.156, p < .001$), 병역필의 학생 일수록 ($\beta = .084, p < .01$), 그리고 지난 학기 학점 평점이 높을수록 ($\beta = .087, p < .01$) 대학 만족도가 통계적으로 유의미하게 높았다. 교육 환경 변인을 살펴보면, 대학교의 전반적인 시설 환경에 대한 만족도가 높을수록 ($\beta = .199, p < .001$), 장학금 지원에 대한 만족도가 높을수록 ($\beta = .097, p < .001$), 그리고 전공 교육에 대한 만족도가 높을수록 ($\beta = .504, p < .001$) 대학 만족도에 통계적으로 유의미한 인과적 관계를 나타냈다.

궁극적으로 본 연구가 주목한 대학 조직의 커뮤니케이션의 대학 만족도 영향은 대학생의 인구사회학적 속성과 교육 환경 변인의 인과적 영향력을 통제하고서도 통계적으로도 유의미하게 대학 만족도에 영향을 미치고 있었다 ($\beta = .212, p < .001$).

이후 마지막 단계에서 대학 조직 커뮤니케이션과 함께 대학-학생 공중 관계성을 투입한 대학 만족도 분석에서 대학생의 기본 인구사회 속성, 대학교의 교육 환경, 대학 조직 커뮤니케이션 수준을 고려한 상태에서 대학-학생 관계성은 통계적으로 유의미한 인과성을 나타냈다 ($\beta = .357, p < .001$). 한편, 대학-학생 관계성을 반영한 마지막 분석 모형을 살펴보면, 남성이며 ($\beta = .102, p < .05$), 환경 시설 ($\beta = .083, p < .05$)과 장학금 ($\beta = .058, p < .05$), 그리고 전공 교육 ($\beta = .427, p < .001$)에 대한 만족도가 높을수록 대학 만족도가 통계적으로 유의미하게 높아졌음을 알 수 있다.

추가적으로 대학 조직 커뮤니케이션의 대학 만족도 영향은 대학-학생 공중 관계성을 투입함으로써 통계적으로 유의미한 관계가 사라졌다 ($\beta = .062, p = ns$). 이는 대학 조직 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성 변인을 매개로 하여 대학 만족도

에 미치는 매개 모형의 효과를 제시한다. 이러한 매개 분석을 확인하기 위해서 바론과 케니(Baron & Kenny, 1986)가 제안한 매개 효과 검증 방법(Sobel test)¹⁾을 토대로 탐색적인 추가 분석을 진행하였다. 이에 대한 분석 결과를 <Table 5>에 제시하였다.

<Table 5>에 제시된 바와 같이, 대학 조직 커뮤니케이션은 매개 변인인 대학-학생 관계성 변인을 매개로 종속 변인인 대학 만족도에 정적인 인과적 관계를 갖는 것을 확인할 수 있었다. 구체적으로 대학 조직 커뮤니케이션과 대학-학생 관계성을 동시에 투입하여 대학 만족도 영향 관계를 살폈을 때, 대학 조직 커뮤니케이션의 대학 만족도 영향력이 사라졌으므로($\beta = .062, p = ns$), 대학 조직 커뮤니케이션은 대학-학생 관계성을 완전 매개하여 대학 만족도에 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있다(sobel test 값 = 8.456, $p < .001$).

결론 및 논의

본 연구는 최근 저출산과 학령인구의 감소로 인한 대학 교육 구조와 환경의 급격한 변화 속에서, 대학이 이에 적응하고 지속 가능성(organizational sustainability)(Jeong, 2015; Jeong & Park,

2017)을 향상시키기 위한 현실적인 고민과 PR(공중 관계)적 차원의 해결책 마련이라는 문제 인식에서 출발하였다. 이를 위해 본 연구는 대학-학생 공중 관계성이 대학에 긍정적인 영향을 준다는 관계성의 가치와 관계성을 촉진하는 변인의 탐색이 대학과 학생 쌍방의 이익과 상생에 기여한다는 선행 연구의 흐름에 토대를 둔다. 조직체인 대학과 대학의 주요한 내부 구성원인 학생 간의 관계 관리를 중심으로 본 연구는 구체적으로 대학 조직 커뮤니케이션, 즉 대학이라는 조직체를 운영하는 직원 및 교수와 학생 사이의 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성과 재학생의 대학 만족도에 미치는 인과적 관계를 탐색하고자 하였다. 또한 대학 조직의 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성과 학생들의 만족도에 미치는 영향을 살피는 데 있어서, 학생들의 인구사회학적 속성과 대학 생활 관련 변인들인 재학 학기, 기숙사 입사 횟수, 학점 평점, 대학 시설 및 운영 만족도, 전공 교육 만족도, 등록금과 장학금 지원 만족도 등을 고려하여 입체적으로 고찰하고자 하였다. 이를 위해 수도권 소재 종합대학의 학생들을 대상으로 FGI를 통한 사전 조사와 오프라인 설문 조사를 진행하여 수집한 1266명의 답변 자료를 분석한 결과와 의미를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 대학 조직의 커뮤니케이션이 대학-학생 간의 관계성과 학생들의 대학 만족도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 대학 조직체를 운영하고 행정을 담당하는 직원과 대학 교수의 학생을 대상으로 한 적극적이고 활발한 커뮤니케이션을 통한 상호 작용이 대학-학생 관계성에 영향을 미치는 중요한 선행 요인임을 확인해

1) Sobel test 계산 방식은 다음 논문을 참조: Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731.

준다. 이는 대학-학생 간의 긍정적인 관계성 형성에 영향을 줄 수 있는 구체적인 요인들을 밝힌 기존의 선행 연구들이 다양한 대학 서비스의 범주를 제시하고 강조하고 있지만(e.g., Hill, 1995; Kwon et al., 2002; Lee et al., 2002) PR적 차원의 변인을 누락하고 있는 현실에서 PR 커뮤니케이션의 가치와 영향력을 확인하였다는 점에서 PR 이론적으로나 실무적으로 중요한 의미와 시사점을 가진다. 아울러 본 연구는 대학-학생 간의 왕성한 커뮤니케이션이 학생들의 대학 만족도를 긍정적으로 향상시킨다는 것을 발견하였다. 이러한 결과는 대학 만족도가 대학이 제공하는 교육과 다양한 서비스 등에 대한 만족 즉, 교육적·물리적·환경적·관계적·지원적 측면의 서비스를 경험하면서 축적된 것(Park, 2016)이라는 선행 연구의 맥락에서 대학과 학생 간의 커뮤니케이션이 학생들의 대학에 대한 만족도를 촉진시킬 수 있음을 의미하며, 나아가 대학-학생 간 커뮤니케이션의 역할과 중요성을 시사한다.

둘째, 대학생의 인구사회학적 속성인 성별과 나이, 재학 학기, 병역필 여부, 기숙사 입사 여부, 학점 평점 등은 물론, 대학생이 인식하는 대학교의 환경 시설과 장학금, 등록금 및 전공 교육 등 전반적인 대학 교육 환경에 대한 평가를 고려하고서도, 대학 조직의 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성과 학생들의 대학 만족도에 유의미한 인과적 관계를 나타낸 점은 대학 PR의 구체적인 전략과 관련한 다양한 논의를 제공한다. 본 연구의 결과를 자세히 살펴보면, 대학의 환경 시설과 장학금, 그리고 전공 교육에 만족도가 높은 저학년일수록, 그리고 병역필

의 학생일수록 대학 관계성이 높은 것으로 나타났다. 따라서 대학은 대학-학생 관계성을 향상시키기 위하여 대학생을 학년과 병역필 여부를 기준으로 세분화하여 전략적으로 접근하고, 대학의 환경과 시설, 장학금과 전공 교육 수준의 질적인 제고에 힘써야 하는 것은 물론, 대학의 교수 및 직원들과 학생 간에 쌍방향적이고 수평적인 커뮤니케이션이 활성화될 수 있도록 대학 차원의 전략과 방안들을 마련하는 동시에 실행의 노력을 기울여야 할 것이다. 한편, 본 연구가 주목한 대학 조직 커뮤니케이션과 대학 만족도의 인과적 관계가 대학생의 인구사회학적 속성과 교육 환경 변인을 고려하면서도 통계적으로 유의미한 것으로 나타난 결과는 대학 조직 커뮤니케이션이 학생들의 대학 만족도를 상승시키는 데 지대한 역할과 기여를 한다는 것을 경험적으로 재확인한 것이며, 대학 조직의 커뮤니케이션 노력에 대한 필요와 당위성을 부여하는 의미 있는 결과라고 할 수 있다. 이러한 결과는 대학생이 겪는 교직원과의 교류가 대학-학생 관계성에 영향을 주며, 대학 서비스에 대한 경험이 대학 만족도와 인과적 관계를 갖는다는 선행 연구(e.g., Choi & Sung, 2015; Park, 2016)의 입장을 지지하지만, 대학-학생 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성과 대학 만족도에 영향을 미친다는 것은 본 연구가 밝힌 흥미로운 결과이다.

본 연구에서 특별히 주목할 만한 결과는 대학 조직의 커뮤니케이션이 대학-학생 관계성을 완전 매개로 하여 대학 만족도에 영향을 미치는 대학 PR 커뮤니케이션의 매개 모형을 실증적으로 검증하였다는 것이다. 이는 본 연구가 중요하게 탐색한 조직

체로서의 대학과 대학의 핵심 내부 공중인 대학생과의 관계성이 대학 PR에서 실무적으로 중요한 역할을 함과 동시에 PR학, 특히 공중 관계성에 대한 연구를 체계화하는 데 기여한다는 점에서 이론적으로도 의미가 있으며, 본 연구의 타당성과 필요성을 확인해 주는 결과이다. 대학-학생 관계성이 매개하는 대학 조직의 커뮤니케이션과 대학 만족도의 인과적 관계는 대학의 커뮤니케이션이 학생의 대학 만족도에 미치는 영향이 어떠한 과정을 거치는지를 구체적으로 설명해 주며, PR적 차원에서 대학-학생 관계성과 대학 조직의 커뮤니케이션의 가치를 더욱 공고히 한다는 점에서도 의미가 있다. 공중 관계성이 매개 변인으로서 중요한 역할을 한다는 이러한 결과는 대학 조직이 학생과의 공중 관계성을 높이기 위한 효과적인 방안을 모색해야 함을 제시한다.

요컨대, 본 연구는 PR 커뮤니케이션의 관점에서 저출산으로 인한 대학교 입학 학령인구의 감소와 대학 구조 조정 심화로 인한 대학교의 경쟁력 강화 쟁점을 해결하기 위해, 대학과 학생과의 관계성에 주목하여 대학이 직면하고 있는 핵심적인 문제 해결의 실마리를 제공한다는 데 의의와 가치가 있다. 또한 대학이 실제적으로 대학 환경 시설과 장학금 및 양질의 전공 교육 서비스를 제공하는 것과 더불어 대학 조직의 적극적인 커뮤니케이션을 통해 학생 관계성을 강화하는 것이 내부적으로 대학생들의 대학 만족도를 고양하는 동시에, 대외적으로 대학의 위상을 높이고 굳건히 하는 핵심적인 요건을 확인할 수 있었다. 결과적으로 본 연구가 수도

권 소재 4년제 종합대학 10개 학과 1266명의 답변 자료를 토대로 대학생의 재학 학기, 학점 평점, 병역필 여부 등은 물론, 대학 환경 시설과 장학금, 등록금 및 전공 교육에 대한 평가를 고려한 가운데서 대학-학생 관계성과 PR 커뮤니케이션의 가치를 조명했다는 점은 이론적으로나 실무적으로 의미 있는 결과이며, 주목할 만하다.

아울러 본 연구는 조직체-공중 관계성은 개방적이고 수평적인 커뮤니케이션 활동을 통해서 촉진될 수 있으며, 특히 대학 조직의 특성상 교직원인 학생과 상호작용하는 핵심 주체임을 밝히고 있다. 그러나 본 연구에서는 교원과 직원을 구분하지 않고 교직원 주체의 커뮤니케이션을 대학 조직 커뮤니케이션으로 상정하여 분석하였다. 차후 연구는 대학교 직원의 행정 서비스 차원의 공적인 학생 소통과 교수진의 인간적 커뮤니케이션 속성을 조합하거나 구분한 대학 조직 커뮤니케이션 개념의 정교화가 필요한 과제임을 후속 연구에 제언한다. 한편, 본 연구는 수도권 소재의 한 대학을 대상으로 연구를 진행하였다. 향후의 연구는 대학-학생 간 커뮤니케이션과 관계성의 중요성을 제시한 본 연구를 토대로 대학의 구조와 규모, 그리고 지리적 특성 등 대학의 다양한 측면을 고려한 전국 대학 표본을 대상으로 확장된 연구를 진행하여, 실질적으로 대학-학생 관계성과 학생의 대학 만족도를 향상시킬 수 있는 대학의 PR 커뮤니케이션 가이드라인과 지침을 정립할 수 있을 것이다. 앞으로 이 연구를 시발점으로 대학의 지속 가능성을 향상시킬 수 있는 방안에 대한 논의가 더욱 풍부해지기를 기대한다.

References

- Broom, G. M., Casey, S., & Ritchey, J. (1997). Toward a concept and theory of organization-public relationships. *Journal of Public Relations Research, 9*(2), 83-98.
- Bruning, S. D. (2002). Relationship building as a retention strategy: linking relationship attitudes and satisfaction evaluations to behavioral outcomes. *Public Relations Review, 28*, 39-48.
- Bruning, S. D., Dials, M., & Shirka, A. (2008). Using dialogue to build organization-public relations, engage publics, and positively affect organizational outcomes. *Public Relations Review, 34*, 25-31.
- Bruning, S. D., & Ralston, M. (2001). Using a relational approach to retaining students and building mutually beneficial student-university relationships. *Southern Communication Journal, 66*(4), 337-345.
- Burke, E. M. (1999). *Corporate community relations: The principle of the neighbor of choice*. Westport, CT: Praeger.
- Choi, H., & Kim, H. (2011). The Influence of OPR (Organization-Public Relationships) Formed by the Usage of Twitter on Publics' Conflict Resolution Will. *Journal of Public Relations, 15*(3), 5-40.
- Choi, J-H., & Jo, S. (2009). The study of organization-public relationship on conflict issue: Focused on restructuring issue of a private university in South Korea. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 53*(6), 330-353.
- Choi, Y., & Sung, M. (2015). Students' experience of a university and its influence on student-university relationships. *The Korean Journal of Advertising, 26*(1), 103-136.
- Coombs T. (2000). Crisis management: Advantages of a relational perspective. In J. Ledingham, & Bruning S. (Eds.), *Public relations as relationship management* (pp. 73-94). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Grunig, J. E. (2000). Collectivism, collaboration, and societal corporatism as core professional values in public relations. *Journal of Public Relations Research, 12*(1), 23-48.
- Grunig, J., E., & Huang, Y.-H. (1992). 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* (pp. 23-53). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Grunig, J. E., & Hung, C. J. (2002). *The effect of relationships on reputation and reputation on relationships: A cognitive, behavioral study*. Paper presented to the Public Relations Society of America Educator's Academy, Miami, Florida.
- Han, J-H., & Jeong, JY. (2002). A study on the influence of the organization-public relationships on the public's perception during an organization's crisis situations. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 46*(2), 633-674.
- Han, J-H., & Jo, S. (2009). The effect of organization-public relationships and corporate reputation on public's perception of corporation and behavior in case of corporate crisis. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 53*(3), 82-100.
- Hill, F. M. (1995). Managing service quality in higher education: The role of the student as primary consumer. *Quality Assurance in Education, 3*(3), 10-21.
- Hon, L., & Brunner, B. (2001). Measuring public relationships among students and administrators at the University of Florida. *Journal of Communication Management, 6*(3), 227-238.
- Hon, L. C., & Grunig, J. E. (1999). Guidelines for

- measuring relationships in public relations. Gainesville, FL: The Institute for Public Relations.
- Huang, Y. H. (2001). OPRA: A cross-cultural, multiple-item scale for measuring organization-public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 13, 61-90.
- Hung-Baeshecke, C. J. F., & Chen, Y. R. (2013). The effects of organization-public relationship types and quality on crisis attributes: A study on Facebook. In K. Sriramesh, A. Zerfass, & J.-N. Kim (Eds.), *Current trends and emerging topics in public relations and communication management* (pp. 225-243). New York, NY: Routledge.
- Jeong, JY. (2015). Enhancing organizational survivability in a crisis: Perceived organizational crisis responsibility, stance, and strategy. *Sustainability*, 7, 11532-11545.
- Jeong, JY., & Park, N. (2017). Core elements for organizational sustainability in global markets: Korean public relations practitioners' perceptions of their job roles. *Sustainability*, 9, 1-15.
- Jin, B., & Lee, S. (2013). Enhancing community Capacity: Roles of perceived bonding and bridging social capital and public relations in community building. *Public Relations Review*, 39(4), 290-292.
- Jo, S. (2006). The measurement scale of public relationships: An exploratory and confirmatory factor analysis. *The Korean Journal of Advertising*, 17(4), 141-161.
- Jo, S., Hon, L. C., & Brunner, B. R. (2004). Organisation-public relationships: Measurement validation in a university setting. *Journal of Communication Management*, 9(1), 14-27.
- Ki, E.-J. (2006). *Linkages among relationship maintenance strategies, relationship quality outcomes, and attitude, and behavioral intentions*. Unpublished doctoral dissertation, University of Florida, FL.
- Ki, E.-J., & Hon, L. C. (2007). Testing the linkages among the organization-public relationship and attitude and behavioral intentions. *Journal of Public Relations Research*, 19(1), 1-24.
- Kim, C.-H., & Oh, M.-Y. (2003). The impact of ethical ideology on ethical decision-making: A comparative study between Korean and American public relations practitioners. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 47(2), 78-106.
- Kim, H. (2008). A study on the causal relationship among PR effect variables of relationship-organization-public dimension. *Journal of Public Relations*, 12(1), 5-45.
- Kim, H.-S. (2007). A multi-level 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, 799-815.
- Kim, Y. (2003). *Public relations communications: Integrating systems, rhetorical, and critical theories* (1st ed.). Seoul: Ewha Womans University Press.
- Kwon, D.-B., & Oh, Y.-J., Park, H.-M., Son, J.-J., & Song, S.-H. (2002). An exploring study on determining factors for college student's degree of educational satisfaction. *Korean Journal of Educational Research*, 40(3), 181-202.
- 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. (2001). Managing community relationships to maximize mutual benefit: Doing well by doing good. In R. L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 527-534), Thousand Oaks, CA: SagePublications.
- Lee, H. (2015). Understanding university-foreign student relationship from a public diplomacy

- perspective: An empirical analysis of the organization-public relationship (OPR) effect on foreign students' attitudes and behavioral intentions. *Journal of Public Relations*, 19(4), 1-26.
- Lee, Y., Jang, B., & Park, Y. (2002). The effect of university's environments on overall service quality, service value, and students satisfaction in undergraduate higher education. *Asia Marketing Journal*, 4(1), 77-100.
- Ministry of Education (2014). *University restructuring plan*. Seoul: Ministry of Education.
- Park, J. (2016). Study on the development of the college satisfaction scale. *Journal of Rehabilitation Psychology*, 23(4), 843-855.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731.
- Smidts, A., Pruyn, A. Th. H., & Van Riel, C. B. M. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1051-1062.
- Statics Korea (2017). *Juvenile statistics*. Seoul: Statics Korea.
- 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.
- 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., Alessandri, S. W., & Kinsey, D. F. (2008). An integrative analysis of reputation and relational quality: A study of university-student relationships, *Journal of Marketing for Higher Education*, 18(2), 145-170.
- 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, 305-325.
- Yoo, S-W., & Park, H-Y. (2016). The study on the structural relationship among university-student relationship, study engagement and academic achievement. *Journal of Public Relations*, 20(3), 173-200.
- 최초 투고일 2017년 10월 13일
 논문 심사일 2017년 11월 06일
 논문 수정일 2017년 11월 17일
 게재 확정일 2017년 11월 26일

University Organizational Communication, University-Student Relationship, and University Student Satisfaction

Nohil Park

Associate Professor, Cha University

JiYeon Jeong

Assistant Professor, Hongik University

Bum-Sub Jin

Assistant Professor, Hongik University

Due to the low birthrate and college admission decrease in school age population, universities are vigorously trying to improve the quality of university education services. The purpose of this study is to systematically analyze the causal relationship between university organizational communication and college students' satisfaction as well as university-student relationship in public relations perspectives. As a result of analyzing data collected from 1,266 students at four-year universities in the metropolitan area, the university organizational communication and university-student relationship had a significant effect on university satisfaction. Especially, it was confirmed that the university organizational communication has a significant causal relationship to college student satisfaction university-student relationship, despite of controlling variables of university students' attitudes toward overall university education environment facilities including major education, and scholarship support as well as the gender of college students, current semester, GPA, and whether he completed military service. This research provides theoretical and practical guidelines from public relations perspectives for the university by considering it as one organization and by closely studying the relationship with students, one of the university's core internal publics, and the value of communication.

Keywords university, student, organizational communication, organizational-public relationship, university student satisfaction