

# 13

## 효과적인 원자력 정책소통을 위한 커뮤니케이션 전략 연구\*

- 이태준  
커뮤니케이션 박사, 국민대학교 언론정보학부 조교수
- 김병준  
행정학 박사, 국민대학교 행정정책학부 조교수
- 김인수\*\*  
행정학 박사, 국민대학교 행정정책학부 강사

**원**자력 에너지에 대한 정치적, 경제적 중요성에도 불구하고 사회문화적 담론과 공론화 수준은 특정 소수 정책소비자만의 관심과 논의의 대상이 되었다. 최근 원자력에 대한 사회적 갈등과 이로부터 발생하는 사회경제적 비용이 전문학적으로 불거지면서, 원자력 에너지 이슈와 관련 정책에 대한 이해 및 수용성 증진을 위한 국가 차원의 노력이 증대되고 있다. 이에 따라 본 연구는 원자력 에너지와 관련된 정책의 합리성과 공감대를 증폭시킬 수 있는 정책 커뮤니케이션의 전략적 시사점을 마련하고자, 다층적 연구설계의 일반 국민 대상 설문조사를 실시하였다. 구체적으로 원자력과 해당 정책에 인식구조를 파악하였고, 인식 별 특성에 따른 원자력 정책소비자를 세분화 전략의 이론적 토대를 도출하였다. 세분화된 원자력 정책소비자들과 효과적으로 소통하기 위한 일환으로 원자력 이슈와 아젠다를 접하고 확산하는 채널 상에서 가장 빈번하게 이용되는 정보매개요인을 분석하였다. 연구결과를 통해 오해와 갈등, 무관심과 냉소로 잠철되어 있는 한국 사회의 원자력 문제를 실증적으로 고찰하고, 원자력에 대한 국민의 집합적 지성과 사회적 신뢰를 확대시킬 수 있는 전략적 커뮤니케이션의 이론적, 실무적, 정책적 대응방안을 수립하였다.

주제어 : 원자력 에너지, 통합적 공공정책 커뮤니케이션, 타겟팅 전략, 메시지 전략, 미디어 전략

\*이 연구는 2013년도 정부재원(미래창조과학부 원자력연구기반확충사업)으로 한국연구재단의 지원을 받아 이루어졌다(NRF-2013M2B2A8A04075852).

\*\*교신저자(cosmos330@hanmail.net)

▶투 고 일 : 2014년 10월 23일  
▶심 사 일 : 2014년 10월 28일  
▶게재확정일 : 2014년 11월 19일

## 1. 연구의 목적

다원화된 사회 환경 속에서 특정 정책에 대한 이해관계자들의 갈등과 오해가 폭증되고 있는 오늘날, 그 무엇보다도 국민과 정부 간의 소통과 교감을 극대화하는 정책커뮤니케이션의 역할의 중요성이 부각되고 있다. 특히 스마트 미디어 생태계를 중심으로 다양한 미디어 접점들과 정보원들이 우후죽순처럼 생겨나고 동일한 메시지가 예기치 못 한 여러 가지 해석과 판단을 산출하는 오늘날의 정책 환경 속에서 정책 이해도와 수용을 제고하기 위해 정부나 공공기관이 해당 정책에 관해 “무엇을 말하고(what to say)”, “그 무엇을 어떻게 말해야 하는가(how to say)”의 문제는 정부와 공공기관의 큰 숙제가 아닐 수 없다(황근·최일도, 2013; Taylor, 1999). 이에 따라 정책커뮤니케이션의 역할은 사회 전체 구성원의 공공선과 공익성을 전제로 보다 높은 수준의 시민 미덕과 가치를 발굴하고 공유하는 것을 목표로 해야 하며, 정책의 합법성, 책임성, 실현가능성을 강화시키고 정책 참여자들과 이해관계자들의 의사결정점을 확보하는 준거의 틀을 마련하는 데 있다(이두원, 2013; Avery, Lariscy, & Taylor, 2010). 이러한 배경에서 정부 3.0의 패러다임은 정책커뮤니케이션의 중요성을 더욱 증대시키고 있다. 박근혜정부의 출범과 함께 도입된 정부 3.0의 비전과 전략목표는 정부의 정책과 관련 행정서비스를 개방·공유·소통·협력의 틀로 한 데 묶어 투명한 정부, 유능한 정부, 서비스 정부를 확립하고 궁극적으로 국민 모두가 행복한 대한민국을 만드는 데 역점을 두고 있다. 즉, 정부 3.0은 정부의

행정·정책 서비스의 근간을 ‘정부에서 협치(from government to governance)’로 바꾸고, 국민과의 소통과 관계성을 강화하여 정책의 동조성(conformity), 합의(consensus), 순응(compliance)을 극대화 하고자 한다(Gelb & Meade, 2005).

이러한 배경에서 오늘날의 원자력 정책은 정책소비자의 이해, 공감대, 수용성, 만족도 측면에서 여러 가지 난제에 봉착해 있다. 무엇보다도 원자력은 우리나라의 저비용 고효율 에너지 생산체계를 지향하고 지탱하는 데 있어서 필수 불가결한 에너지원임과 동시에 한국 경제의 산업화와 성장동력의 핵심요소임에도 불구하고, 정작 원자력 정책소비자들의 일반적인 인식과 태도는 부정적 편향성을 보이며, 간헐적으로 극단적인 심리적 두려움과 사회적 갈등을 증폭되고 있는 실정이다(오미영, 2004). 예를 들어, 원자력은 화석연료 고갈로부터 비롯된 국제유가 상승 속에서 우리나라 전력 및 에너지 공급을 안정화시키는데 핵심적인 견인차로서 우리나라 전기 에너지 총 생산량의 1/3을 담당하고 있음에도 불구하고 원자력에 대한 국민 정서와 인식의 기본 방향은 원자력 자체를 거부하고 두려워하는 수준에 봉착하였고 심지어 원자력 자체를 거부하는 움직임으로 분위기가 확산되고 있다(진상현, 2009). 최근 한국원자력문화재단에서 실시한 국민인식조사(2014) 결과를 살펴보면, 2013년 3월 원자력이 필요하다고 인식한 국민이 81.6%인데 비해 2014년 5월 75.3%로 6.3%p가 감소하였으며, 원자력이 안전하다고 인식하는 비율도 43.6%(2013년 3월)에서 29.8%(감소율 13.8%p)로 감소하였다. 이와 같은 부정적 인식은 2011년 일본 후쿠시마 원전사고 이후 원자력에 대한

불안감과 공포가 확산되고 있는 추세이다. 게다가 2013년 7월 이후 불거진 한국수력원자력의 블랙아웃 은폐, 원자력 발전소 직원의 금품수수, 불량부품에 대한 시험성적서 위조 등과 관련된 일련의 부정부패, 비리문제가 사회적으로 큰 파장을 일으키면서 원자력에 대한 국민적 거부감과 불안감이 점차 고조되고 있다.

따라서 본 연구는 오늘날 한국 사회가 직면한 가장 중요한 정책적 쟁점이자 국론의 아젠다 가운데 하나인 원자력 에너지에 대한 효과적인 커뮤니케이션 모델을 고찰하기 위해, 대국민 원자력 인식조사를 실시한다. 세부적으로 원자력에 대한 정책소비자의 인식구조를 분석하고 이와 관련된 인구통계학적 특성을 파악하여 실효성 높은 정책 세분화 전략과 메시지 전략의 이론적 토대를 마련하고자 한다. 아울러 원자력 정책소비자들이 일상생활 속에서 원자력 이슈와 아젠다를 소비하고 생산하는 채널 가운데 가장 활발하게 사용되는 정보매개요인을 알아본다. 이를 통해 효과적인 원자력 정책커뮤니케이션의 미디어 전략과 접점관리의 함의를 도출하고자 한다. 이를 토대로 본 연구는 ICT 중심의 스마트 생태계에서 정부 3.0이 지향하는 정부와 국민 간의 쌍방향 대칭적 관계 중심의 원자력 소통 프로세스에 대한 시사점을 도출한다. 그리고 원자력에 대한 국민의 관심, 이해, 믿음, 평가, 판단, 의도가 수렴된 사회적 공론화와 통합에 기여하는 정책커뮤니케이션 모델의 지향점을 제시하고자 한다.

## 2. 문헌연구

### 1) 정책커뮤니케이션의 개념적 논의

정책 커뮤니케이션에 대한 역할과 가치에 대한 이론적 논의는 매우 다양하다. 이는 오래전부터 정책홍보라는 개념으로도 논의되어 왔는데, 신호창(1999)은 기업의 IMC(Integrated Marketing Communications)의 관점에서 정책홍보를 국가의 대내외 정책을 효과적으로 입안하고 효율적으로 수행하기 위한 전략적 커뮤니케이션 행위라고 보았다. 환언하자면, 단순히 정책을 알리는 데 그치지 않고, 쌍방향 커뮤니케이션 모델을 통하여 정책 수행 이전부터 국민과 소통과 교감을 촉진시킴으로써 정책의 소망성과 실효성을 높이는 전략적 행위라 할 수 있다. 이두원(2005)은 정책홍보를 민주주의적 절차와 시민성의 구현의 관점에서 논의하였다. 그는 정책홍보란 궁극적으로 민주 행정의 기본 원리로서, 정책수용자의 자발적 동의와 참여를 유도하는 소통의 순환 시스템으로 민의의 전달, 지지, 교류, 수정 등을 포괄하는 정치공학 프로세스의 한 축이라고 보았다. 또한, 참정권이 보장되는 민주주의에서 국민의 이해와 협조를 구해야 하는 경우에 정책홍보는 예상되는 갈등을 최소화하고 정책에 대한 이해와 수용성을 극대화할 수 있는 법적, 사회적, 문화적 맥락의 연결점, 지렛점, 점화점이라고 보았다. 박주연·문철수·박현순(2005)의 연구에서는 정책홍보를 정부 정책과 국정운영에 대한 행정부의 비정치적, 비정당적 의사소통으로 해석하였다. 앞서 전술하였던 연구자들과 같이 정책홍보의 궁극적인 목표

를 국민의 이해, 참여, 공감, 수용성, 만족을 구하는 활동이라는 데 의견을 같이 했다. 이명천과 동료들(2008) 또한 정책홍보란 정부가 정책을 계획하고 입안하고 실행하는 과정에서 국민들에게 정보를 제공하고 정책에 대한 지지와 협력을 구하는 관계지향적인 소통 메커니즘이라고 하였다.

위의 논의에서 볼 수 있듯이, 정책커뮤니케이션이란 국가(정부)의 정책이 입안되고 집행되는 과정에서 정책소비자 및 이해관계자들이 정책에 대한 정보적 접근권을 획득하고 정책 리터러시를 강화시킬 수 있는 설득적, 교육적 기제라고 볼 수 있다(Vos & Westerhoudt, 2008). 그리고 정책에 대한 정당성을 제고하고 국민의 요구와 기대에 부응할 수 있는 대응전략을 수립하고 체계적인 소통 프로세스를 마련하여, 정책입안자 및 실행자와 정책소비자 간의 상호작용적이고 상호호혜적인 관계를 형성, 관리하는 전략적 프로세스라고 볼 수 있다(Liu & Horsley, 2007; Kotler & Lee, 2008).

이러한 가운데 정치경제, 과학기술, 사회문화적 요인들이 급변하고 사회 구성원들 간의 이해관계가 첨예하게 얽혀있는 오늘날 정책소통의 목적과 역할에 근본적인 변화가 나타나고 있다. 특히 ICT에 따른 일반 국민의 커뮤니케이션 행태가 변화하면서, 기존의 정형화된 제도적 차원의 공공커뮤니케이션 패러다임으로는 스마트한 국민에게 합리적으로 호소하기 어려우며, 정책목표에 대한 사회적 합의를 유도하는 것 또한 제한적이다. 이에 따라 최근 연구자들은 정책커뮤니케이션의 품(nature)과 질(quality)을 높이기 위한 전제조건으로 디지털 경제와 스마트 미

디어 생태계에 적합한 정책커뮤니케이션의 개념적, 도구적 역할에 대한 논의를 확대하고 있다. 예를 들어 선행연구에서는 웹 3.0 환경 하 정책커뮤니케이션은 공식적이고 관념적인 차원을 넘어서 특정 사회문제가 정치현상에서 정책의제화 되어가는 제도적 프로세스 속에서 시민문화의 공론화 과정을 촉진하고 사회와 공동체가 직면한 정책 문제에 대해 정책소비자가 의미를 공유하고 동질성을 확보하기는 집합적 지성과 실천적 시민성(citizenship)의 구심력이라고 강조한다(황근·최일도, 2013; Vos & Westerhoudt, 2008). 가령 이두원(2006)과 Liu & Horsley (2007)은 오늘날의 정책커뮤니케이션의 본질적인 방향성이란 사회문제를 공적으로 해결하고자 하는 모든 정책적 노력과 제도적 과정 속에서 정부와 시민 간의 소망성(desirability)과 실현가능성(feasibility)을 전제로 미래의 공익을 추구하는 사회문화적 담론의 결정체이자 공적 해법 찾기의 의식적인 대안 탐색 및 개발 중심의 공공숙의(public deliberation) 프로세스라고 보았다.

이와 같은 패러다임의 전환은 기본적으로 인간과 사회의 제한된 합리성(bounded rationality)을 보정하고 개선하기 위한 것으로, 정책소비자는 정부의 정책 결정과정에 보다 적극적으로 참여하여 민주주의적 시민성을 향상시키고 이와 더불어 합리적 소통과 열린 토론을 통해 보다 높은 수준의 집합적 지성(collective intellectuals)을 갖출 것을 제안한다(문철수·우종무, 2013; Brunner, 1996). 이에 따라 정부는 정책 결정과정에 흔히 나타나는 제약 요인들 예를 들어, 인간적 요인, 구조적 요인, 환경 및 상황적 요인, 정보 및 물질

자원의 한계, 정책문제의 복잡성, 문화적 요인, 매몰비용(sunk cost) 등의 제약요건을 극복하고 성공적인 정책성고를 올리기 위해 보다 진지하고 성의 있는 커뮤니케이션 활동을 전개해야 한다. 이러한 관점에서 연구자들은 정책커뮤니케이션의 효과성을 제고하기 위해, 정교한 타겟팅, 설득적인 메시지 개발, 효율적 미디어 발굴 및 활용에 대한 전략적, 기술적 접근법을 보다 강조하고 있다(신호창, 1999; 이명천 등, 2008; Liu & Horsley, 2007). 예를 들어, 박주연 등(2005)은 정책홍보 전문가와의 인터뷰를 통해 효과적인 정책커뮤니케이션을 위해 개별 정책 별 타겟 공중을 세분화하고, 정책소비자 별 심리학적, 사회문화적, 인구통계학적, 행동학적 특성에 맞는 메시지 전략과 미디어 전략을 도출할 필요가 있다는 점을 발견하였다. 차희원·김영옥·신호창(2005)도 일회적인 정보제공이나 단선적인 설득기법에 준하는 정책홍보의 제한성과 역효과의 폐단을 지적하면서, 정책 문제와 관련하여 예상되는 갈등을 최소화하고 장기적인 이해와 협력을 이끌어내기 위해 정책 유형 별로 관련성이 높은 목표 공중을 파악하는 일이 선행되어야 한다고 제안하였다. 문빛과 이유나(2012)는 정책소비자를 의사소통 집단으로 규정하고, 의견표명 측면에서 정책소비자의 커뮤니케이션 행동을 파악하고 세분화함으로써 정책기관과 정책소비자 간의 관계성이 강화될 수 있는 메시지 전략이 가능하다고 제안하였다. 보다 최근에 이유나·김유산·이진용(2013)은 시민사회의 공론화 과정과 사회적 담론의 수준을 변화시키는 스마트 미디어 테크놀로지와 오픈 플랫폼 공간을 고려할 때, 정책의제 설정과 의사결정의 특수성이 존중되는 정책소비자의 사회문화

적 요인을 중시할 것을 제안하였다. 아울러 정책소비자의 의사결정과 확산의도를 향상시키기 위해서 정책커뮤니케이션의 메시지 전략과 미디어 전략의 중요성을 실증적으로 고찰하였다.

## 2) 원자력 정책커뮤니케이션의 현황과 문제점

오늘날 한국 사회에서 논의되고 있는 원자력에 대한 인식과 태도는 막연한 두려움에 그치지 않고 원자력 정책에 대한 불만, 불안, 불확실성으로 번져가고 있다. 더욱 심각한 것은 이러한 분위기는 여과 없이 확산되어 가는 원자력 괴담을 확산시키고 원자력 정책소비자의 무관심, 비난, 회의감, 피로도를 증폭시키고 있다(목진휴, 2013; 오미영, 2004). 이러한 배경에는 최근 원전 고장 및 권력형 부정부패와 비리문제가 크게 작용하였다. 이러한 상황을 극복하고자 정부와 원자력계(한국수력원자력)는 정책적 개입(policy interventions)의 일환으로 커뮤니케이션 접근법을 통해 사회 전반에 내재된 반핵, 반전 여론을 불식시키고 원자력의 필요성과 중요성을 알림으로써 원자력 정책의 수용성과 만족도를 높이기 위한 노력에 박차를 가하고 있다(목진휴, 2013; 지식경제부·한국수력원자력, 2012). 이는 곧 법제도적, 정치적, 경제적 차원의 경성(hard)의 정책적 개입을 넘어서 정보제공, 교육, 소통과 같이 연성(soft)의 정책적 개입을 통합적으로 활용하여, 한국 사회 전반에 걸쳐 원자력 정책에 대한 정당성, 진정성, 공감성, 지속성, 일관성을 제고하려는 움직임으로 해석할 수 있다.

그러나 오랫동안 정부와 원자력계에서 국민들을 대상으로 수행해 왔던 원자력 정책커뮤니

케이션의 양태를 살펴보면, “단순 홍보→ 일방적·단편적 정보제공→수용성에 대한 강요→이해증진”패턴에 국하여 온 것이 사실이다(목진휴, 2014; 오미영, 2004; 유승엽, 2013). 1970년대 국내에 원자력 발전이 처음 도입되었을 당시 대다수의 국민들은 원자력에 대한 지식이 없었으며, 단순히 국가의 경쟁력과 개인의 삶의 질을 제고하는 유일한 에너지원이라고 인식하였다. 따라서 이 시기에 원자력 정책과 관련하여 정부와 원자력계는 정책소비자와의 소통과 공감의 필요성을 느끼지 못 하였으며, 피상적이고 상식적인 수준에서의 원자력 홍보에만 주력하였다. 그러나 1980년대 시민사회의 성장과 함께 풀뿌리 민주주의(grassroots democracy)에 대한 의식이 형성되면서부터, 원자력과 해당 정책에 대한 국민들의 지적욕구가 생겨났고 전체론적인 관점에서 원자력에 대한 사회적 공론화에 대한 의지, 기회, 동기가 고조되었다. 그럼에도 불구하고 정부와 원자력계는 일방적이고 단선적인 정보제공 중심의 커뮤니케이션 프로세스를 고집하였으며, 이러한 접근법의 이면에는 국민들의 지적 욕구를 인정하면서도 원자력은 매우 어렵고 복잡한 기술적 생태계의 산물이자 대상이라는 측면에서, 일반 국민이 알 수 있거나 알 만한 사안이 아니라는 국가 우월주의가 내포된 소통 프로세스가 작동하였다(진상현, 2009).

이후 1990년대와 2000년대의 급속한 경제성장기를 지나서 경제성장의 정체를 거치고 난 후 지구 온난화와 같은 환경, 기후문제가 거시적 담론의 쟁점으로 떠오르면서 정부와 원자력계는 원자력이 경제성뿐만 아니라 친환경성 측면에서도 우수하다는 점을 역설하였다(지식경

제부·한국수력원자력, 2012). 즉, 원자력은 타 에너지원에 비해 매우 경제적이고 국가 발전에 차지하는 공로가 크다는 점과 동시에, 지구온난화를 일으키는 CO2 배출이 극히 미미하여 환경적으로도 매우 우수한 발전방식이라는 점을 강조하였다. 그러나 정보통신기술의 발전으로 국민들은 원자력에 대한 지식과 정보를 쉽게 획득할 수 있게 되었고, 특히 체르노빌 원전사고와 후쿠시마 원전 사고로 대표되는 해외의 심각한 원자력 사고를 목도하면서 한국 사회 또한 원자력에 대한 부정적인 인식과 두려움이 고착화되었다. 그러나 아직까지 한국 사회의 원자력 이슈와 아젠다의 공론화 과정은 철학, 원칙, 방식이 부재하다는 지적을 받고 있다(목진휴, 2012). 특히, 원자력에 대한 정부와 국민 간의 정보적 비대칭성의 문제는 원자력에 대한 인식과 이해의 불균형, 불일치를 초래하며, 자칫 오해와 갈등이 증폭될 수 있는 위해요인을 내포하고 있다(진상현, 2009).

이러한 환경에서 정부와 원자력계는 기존의 폐쇄적이고 고답적인 방식의 소통 프레임워크로는 더 이상 원자력 정책소비자들과의 소통이 어렵다는 판단을 내렸으며, 이를 극복하기 위한 다양한 시도들을 전개하고 있다. 이러한 흐름 가운데 최근 원자력 이슈와 아젠다에 대한 합리적, 민주적 공론화를 위한 사회문화적 담론 형성과 자산 축적을 위한 커뮤니케이션 접근법에 대한 관심이 고조되고 있다(목진휴, 2013; 지식경제부·한국수력원자력, 2012). 이에 따라 정부 주도의 관행, 상상력, 직관에 의한 정보제공 및 강요된 홍보활동을 지양하고, 원자력에 대한 이해상충요인과 갈등요소를 내포한 정책소비자들

의 블랙박스(내면세계)에 대한 과학적, 실증적 규명을 통해 소통 메시지와 접점을 발굴하고 확대하는 노력이 가시화되고 있다. 이와 마찬가지로, 연구자들 또한 원자력 정책커뮤니케이션의 방향성이 오랫동안 관행으로 굳어 진 일방향성의 정치적, 정보적, 교육적 개입의 틀에서 벗어나 정책기관과 정책소비자 간의 정보적 비대칭성을 해소하고 이해와 신뢰를 구축하는 쌍방향 대칭적 관계 중심의 소통 프로세스로 전환되어야 한다고 주장하고 있다(오미영, 2004; 유승엽, 2013; Grunig, 2006).

이러한 배경에서 원자력 정책커뮤니케이션의 효과성을 증진하기 위해, 무엇보다도 원자력 정책소비자는 누구이며, 어떠한 생각과 판단을 내리고 있는지 그리고 원자력 이슈와 아젠다를 수렴하는 주된 정보중개인요인은 무엇인가에 대한 실증적인 논의는 더 없이 중요하다. 따라서 본 연구는 원자력에 대한 정책소비자의 인식의 구조를 탐구한다. 그리고 인식의 공통분모를 수렴하고 있는 정책소비자를 세분화 할 수 있는 유의미한 기준을 도출한다. 이를 토대로 다음과 같은 연구문제를 수립하였다.

〈연구문제 1.〉 원자력에 대한 정책소비자의 지배적으로 나타나는 인식의 유형은 무엇인가?

〈연구문제 2.〉 1) 원자력에 대한 유형 별 인식에 따른 정책소비자의 '군'은 어떻게 분류되는가? 그리고 2) 이 때 정책소비자의 '군'을 구분하는 데 유의미한 차이를 보이는 정책소비자의 특성요인은 무엇인가?

### 3) 정보매개요인

스마트 미디어 환경 속에서 정부 3.0 패러다임에서는 정책커뮤니케이션을 단순히 정책메시지를 전달하는 데 그치는 것이 아니라 정책소비자의 집합적 지성을 강화하고 숙의형 프로세스를 촉진시키는 개방형 소통 인프라로 보고 있다. 이는 곧 과거 정부 주도형의 획일적인 정보 제공이나 강요된 설득에서 벗어나 원자력과 관련된 정책의제, 정책결정, 정책집행, 정책평가 전반에 걸쳐 시민사회를 중심으로 한 협력적 거버넌스, 시민 저널리즘, 아웃소싱 등이 실제적으로 구현될 수 있음을 시사한다. 따라서 원자력 이슈와 아젠다를 소비하고 생산하는 커뮤니케이션 접점을 이해하는 일은 궁극적으로 보다 높은 수준의 원자력 정책의 수용성과 공감대를 가져올 수 있는 전략적 단초가 될 것이다.

정보경제학에서는 정보매개요인(information intermediary) 분석을 통해 특정 메시지가 수집, 공유, 확산, 소멸되는 접점과 요인들을 연구해 오고 있다(Brock, 1994). 세부적으로 정보매개요인이란 기업 혹은 조직과 소비자 간의 관계를 촉진시키고 활성화 시키는 경제적 작용제(economic agent)로써, 사회구성원이나 이해관계자들 간의 의견과 정서가 교환될 수 있는 정보를 생산하고 통합하고 제공함으로써 정보적 상호작용을 촉진시키는 요인을 말한다(Caillaud & Jullien, 2001). 로즈(Rose, 1999)에 따르면, 일반적으로 정보매개요인은 소비자의 정보처리와 의사결정을 지원하는 대인적, 비대인적 미디어라고 설명한다. 특히, 정보매개요인은 정보의 생산, 교환, 이용을 지원하고 촉진시킴으로써 궁극적으로 정보

를 활용하는 최종 소비자에게 정보적 가치를 극대화시키고 정보를 획득하고 처리하는데 필요한 시간, 비용, 노력을 절감시킨다(Rose, 1999). 이에 대표적인 예로 인터넷의 검색엔진이나 기업 혹은 기관의 웹사이트 그리고 최근 스마트폰의 어플리케이션 등을 들 수 있다.

무엇보다도 오늘날 정보매개요인이 주목을 받는 이유 가운데 하나는 정보의 홍수, 데이터 스모그 시대 속에서 정보과부하(information overload)를 해결하기 위한 대안으로 정보매개요인의 적실성과 효과성이 강조되고 있다는 점이다(Lee & Cho, 2005). 디지털 스마트 환경 속에서 너무나 많은 정보와 지식이 생성되고 소멸되는 과정에서 정작 소비자들은 관련성이 적고, 부정확하고, 불투명한 데이터로 인해 사물과 현상에 대한 이해와 의사결정에 혼란과 어려움을 호소하고 있다. 이에 따라 수용자들은 정보과부하로 인한 판단의 오류와 의사결정의 실수를 예방하고자 자신에게 최적화된 정보중개요인을 구비하고 활용하는 등의 정보리터러시(information literacy)를 개발하고 있다(박현순, 2009; Lee & Cho, 2005).

이러한 배경에서 본 연구는 정책소비자들이 원자력 이슈와 아젠다를 접하고 생성하고 공유하고 소비하는 커뮤니케이션 접점으로서의 정보중개요인을 살펴보고자 한다. 이를 통해 원자력 정책 메시지의 명료성과 설득력을 제고할 수 있는 쌍방향 대칭적 미디어 전략의 이론적 준거점을 마련하고, 정책소비자 별로 특화된 원자력 정책소통의 미디어 생태계에 대한 총체적인 이해를 도모한다. 따라서 다음과 같은 연구문제를 수립하였다.

〈연구문제 3〉 원자력 인식 유형에 따른 정책소비자 ‘군’에 따라 이용되는 주요 정보매개요인은 어떠한가? 세부적으로, 1) 원자력 이슈와 아젠다의 접점(contact point)이 되는 정보매개요인은 무엇인가? 그리고 2) 정책소비자들이 원자력 이슈와 아젠다를 공유·확산(sharing·diffusion)시키는 정보매개요인은 무엇인가? 끝으로 3) 각각의 정보매개요인들의 정보원 신뢰도(source credibility)는 어떠한가?

### 3. 연구방법

#### 1) 다층적 연구설계

본 연구는 원자력에 대한 일반 국민의 인식과 태도를 살펴보고자 하였다. 이를 위해 총 4 단계의 다층적(multi-stage approach) 연구설계를 통해, 설문조사를 실시하였다.

1단계에서는 언론기관의 보도자료, 학술논문 및 연구기관의 보고서를 중심으로 원자력 이슈의 라이프 사이클과 정책소비자의 일반적인 시각과 함께 커뮤니케이션 행태에 관한 문헌조사를 실시하였다. 세부적으로 본 연구는 목진휴(2013)의 연구에서 제시한 교안의 내용을 활용하였는데, 그의 교안에서는 친원자력계과 반원자력계에서 각각 활용하고 있는 교안들을 분석하여 오늘날 원자력에 대해 가치중립적으로 바라보고 판단할 수 있는 대안적 교안을 개발하였다. 특히 그의 교안에서는 한국 사회가 당면하고 있는 원자력과 핵심 정책이슈를 경제성, 안전성, 환경성, 활용성의 네 가지 측면으로 구분하였으며, 원자력 정책소비자의 인식을 집중적으로 논의하고 대표적으로 평가할 수 있는 설문



문항의 이론적 가이드라인을 제시하였다. 이와 더불어 이 단계에서는 광고홍보, 커뮤니케이션, 언론, 정책분야의 선행연구들을 참조하여, 현존하는 스마트 미디어 생태계 속에서 원자력 정책과 관련된 사회적 이슈와 아젠다가 생성, 증폭, 고조, 변형, 소멸되는 과정에서 설문문항으로 포함되어야 하는 접점들과 커뮤니케이션 행태를 고찰하였다(박주연 등, 2005; 전형준, 2010; 황근·최일도, 2013; Avery et al., 2010; Kaye & Johnson, 2011; Lee & Cho, 2005).

2단계에서는 목적표본추출(purposive sampling) 방식을 통해 원자력 정책기관, 공공기관, 언론인, 홍보 전문가, 조사 전문가와의 개별 심층인터뷰를 실시하였다. 특히 한국 사회의 원자력 문제에 관한 오피니언 리더이자 게이트 키퍼의 역할을 수행하고 있는 원자력 전문가들을 선별한 후, 1단계에서 수집된 원자력 이슈와 아젠다의 핵심 개념들과 관련 내용들을 통해 본 연구에 적합한 설문문항을 도출하였다. 세부적으로 비구조화된 설문지를 활용하여, 본 연구의 설문조사에 포함해야 설문항목과 설문형식, 설문순서, 설문길이 등을 설계하였다. 아울러 오늘날 정책소비자들이 원자력 이슈와 아젠다를 생산하고 소비하는 접착점으로서 정보매개요인을 파악하고자, 커뮤니케이션 연구자들을 대상으로 표적집단면접을 실시하였다. 이를 통해 총 3개의 문항을 개발하였으며, 세부적으로 접촉(contact point)형 정보매개요인에 관한 1문항, 공유·확산(sharing·diffusion)형 정보매개요인에 관한 1문항, 정보원 신뢰도(source credibility)에 관한 1문항을 포함하였다.

3단계에서는 이전 단계에서 마련된 설문지의 타당성 검토를 실시하였다. 먼저 원자력 전문가

및 조사 전문가를 중심으로 설문 문항의 타당도를 검토하였다. 문제점으로 지적된 사항은 수정되었고, 최종적으로 원자력에 대한 일반 국민의 인식과 태도를 측정하기 위한 총 20개의 설문문항의 측정도구를 마련하였다.

끝으로 4단계에서는 일반인과 대학생을 대상으로 설문지의 예비조사를 실시하였다. 결과를 토대로 설문문항의 어휘나 표현을 수정하였고, 설문 응답률을 높이기 위해 설문지 포맷을 재조정하였다. 그리고 설문지의 정확성(veracity)을 점검하기 위해 본 연구에 참여한 전문가들을 대상들에게 최종 설문지를 검토하도록 요청하였으며, 각각의 평가서를 토대로 본 연구에 사용될 설문지의 타당도와 신뢰도를 점검하였다.

## 2) 연구 참가자 선정 및 특성

본 연구에서는 국민들의 원자력정책에 대한 인식을 알아보기 전국거주 만 19세~59세 사이의 성인남녀 1,000명을 대상으로 온라인 서베이를 실시하였다. 연구 참가자를 선정하기 위해 서울 소재의 리서치회사를 고용하였다. 세부적으로 2014년 4월 기준으로 전국 16개 시·도에 주민등록이 된 인구를 대상으로 성별, 연령 별 비례 할당 추출방식을 활용하였다. <표 1>에서와 같이, 설문 응답자는 남성이 51.4%로 여성(48.8%)보다 많았으며, 거주지역은 수도권(51.4%)이 가장 많고 이후 영남권(25.2%), 충청권(10.1%), 호남권(9.5%), 강원 및 제주권(3.8%)으로 나타났다. 또한 전 참가자의 연령대가 고르게 분포되었으며, 학력은 대학졸업자가 66.2%로 가장 많았으며, 대학 재학자가 4.7%로 가장 적었다.

〈표 1〉 설문응답자 인구통계학적 특성

항목		N	%
연령	20대 이하	229	22.9
	30대	247	24.7
	40대	275	27.5
	50대 이상	249	24.9
성별	남성	512	51.2
	여성	488	48.8
거주 지역	수도권	514	51.4
	충청권	101	10.1
	호남권	95	9.5
	영남권	252	25.2
	강원/제주	38	3.8
학력	석사 졸업 이상	101	10.1
	대학 졸업	662	66.2
	대학 재학	47	4.7
	고등학교 졸업	190	19.0

### 3) 측정도구

본 연구는 목진휴(2013)의 연구에서 제안한 바와 같이, 다층적 연구방법을 통해 개발된 원자력 정책에 대한 인식을 측정하는 설문항목을 사용하였다. 세부적으로 원자력의 경제성, 안전성, 환경성, 활용성의 네 가지 차원으로 구분하였으며, 경제성 측면에서 6문항(경제성 일반, 소모연료 비교, 발전비용 절감, 설비 이용율, 낮은 발전단가, 요금인상율), 안전성 측면에서 5문항(기술 안전성, 시설안전성, 세계적 이용 현황, 폐기물 처분 안전, 사고발생 없음), 환경성 측면에서 3문항(친환경성 일반, 이산화탄소 배출 절감, 신재생에너지와 비교), 활용성 측면에서 5문항(활용성 일반, 에너지 담당 비율, 다양한 분야 활용 가능, 의학적 활용, 식품보관) 그리고 원자력의 필요성에 대한 1문항을 추가하여 총 20개의 설문문항을 사용하였다. 각각의 설문

문항은 원자력과 관련된 이슈와 아젠다에 대한 응답자 개인의 이해도 및 수용성을 측정하기 위한 것으로서, 응답자 별로 각각의 문항에 대해 심리적으로 얼마나 가깝게(혹은 멀게) 느끼는가를 제시된 그림을 통해 표시하도록 설계되었다(Schubert & Otten, 2002). 특히 원자력과 같이 사회적으로 민감하고 윤리적으로 쟁점이 될 만한 사안에 대해서는 응답자의 편향적 태도, 이슈 관여도, 그리고 사회적 바람직성 응답(socially desirable responding) 경향이 설문 결과를 왜곡시킬 수 있다는 점을 고려하여, 이와 같은 방식을 채택하였다(Steenkamp, De Jong, & Baumgartner, 2012). 각각의 설문항목은 5점 척도의 리커트 스케일로 측정되었다.

또한, 원자력 이슈와 아젠다와 관련된 주요 정보매개요인을 측정하기 위해, 본 연구에서는 선행연구를 통해 총 3개의 문항을 개발하였다(박주연 등, 2005; 전형준, 2010; 황근·최일도,

2013; Avery et al., 2010; Kaye & Johnson, 2011; KOBACO, 2014; Lee & Cho, 2005). 첫째, 점점형 정보매개요인에 관한 설문에서는 원자력 이슈와 아젠다를 주로 접하는 정보매개요인을 알아보기 위해, 전통 미디어(방송: TV/라디오, 인쇄: 신문/잡지), ICT 미디어(인터넷, 모바일, SNS), 대인 및 구전미디어, 기타를 제시하고, 이 가운데 응답자가 가장 자주 접하거나 이용하는 커뮤니케이션 접점을 1~3순위까지 기입하도록 하였다. 둘째, 원자력과 관련된 이슈와 아젠다를 공유하거나 확산시킬 때 빈번하게 활용하는 정보매개요인을 알아보기와, 가족, 친구, 동료와 같은 대인 및 구전 미디어와 더불어 인터넷, 모바일, SNS의 ICT 미디어, 그리고 기타로 설문문항을 제시하였다. 이 역시 응답자 개인의 선호도 및 중요도에 따라 1~3순위까지의 해당 항목을 기입하도록 하였다. 끝으로, 본 설문에서 제시된 정보매개요인들에 대한 응답자의 신뢰도를 측정하는 문항을 제시하였다. 항목 별로 “전혀 신뢰하지 않음(1점)”에서 “매우 신뢰함(5점)”의 5점 리커트 스케일을 사용하였다.

끝으로, 응답자의 인구통계학적 변수에는 성별, 연령, 거주지역, 직업, 학력, 전공과 월 평균 가구소득을 활용하였다.

#### 4) 절차

연구에 필요한 데이터는 온라인 서베이 전문기관을 통해 수집되었다. 거주지, 성별, 연령 등을 기준으로 전국 단위 8개 권역 안에 온라인 패널을 구성한 후, 이 가운데 단순 무작위 확률 표본 방식(simple random sampling)으로 응답

자를 선정하였다. 그리고 각 권역 별 할당이 충족될 때까지 응답자를 선정하였다. 그리고 선정된 온라인 패널의 응답자는 웹사이트에 개설된 온라인 서베이에 참석하였고, 무성의한 응답이 이루어지지 않도록 불성실하거나 모순된 응답이 나타날 경우를 이를 감지하는 소프트웨어 프로그램을 통해 설문조사에서 배제하였다.

## 4. 연구결과

이 연구는 원자력에 대한 인식을 파악하고 이를 바탕으로 정책소비자인 국민들을 세분화하며, 군집화된 원자력 정책소비자들이 원자력 관련 이슈나 아젠다를 소비하고 생산하는 과정에서 어떠한 커뮤니케이션 접점을 사용하는가를 알아보았다.

### 1) 연구문제 1

원자력에 대한 정책소비자의 인식을 알아보고자 일반 국민을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 세부적으로 탐색적 요인분석(EFA: Exploratory Factor Analysis)을 통해 정책소비자의 지배적인 인식의 유형을 살펴보았다. 탐색적 요인분석을 위해 추출방법은 주성분분석을 사용하였으며, 회전요인으로 베리맥스를 활용하였다. 그리고 요인분석 결과를 통해 요인의 수를 결정하는 방법에는 총 분산에서 공통요인이 설명하는 비율이 보통 60%(성분 값 0.6 이상) 이상을 설명하는 요인들을 포함하였다. 또한 아이겐 값(eigen value)이 1이상이면서도 스크리 도표(scree plot)

에서 아이겐 값이 갑자기 작아지고 평균화되는 지점 내에서 존재하는 요인들을 포함하였다(Hair et al., 1998).

탐색적 요인분석의 결과로 본래 설문지 개발 시 고려되었던 4가지 차원의 속성의 문항들이 총 3개의 요인으로 재구성되는 것으로 나타났다. <표 2>를 보면, 첫 번째 경제성과 활용성에 대한 인식의 일부가 하나의 요인으로 통합되는 것으로 나타났다. 세부적으로 첫 번째 요인에 포함되는 문항으로는 원자력에 대한 필요성, 원

자력의 경제성에 대한 문항 중 일반, 소모연료에 대한 비교, 발전비용절감, 설비 이용률 문항이 포함되었으며, 활용성에 대한 문항 중 활용성 일반, 발전비율, 다양한 분야에의 활용성, 의학적 활용성 등의 총 9개 문항이 하나의 요인으로 묶이는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서는 이 요인을 「기여경제성」으로 명명하였다(Mean = 3.397, *s.d.* = .961,  $\alpha$  = .904).

두 번째 요인은 안전성에 대한 문항 모두와 환경성에 대한 문항 일부가 하나의 요인으로 묶

<표 2> 원자력 이슈와 아젠다에 대한 인식의 요인분석

Factor 1 : 기여경제성 ( $\bar{X}$ =3.397, <i>sd</i> =.961, <i>r</i> =1,000, Cronbach $\alpha$ =.904)	factor loading
원자력 활용성	.773
에너지의 30%담당	.725
원자력 필요성	.716
다양한 분야 활용성	.714
원자력의 경제성	.676
타 발전원과의 소모연료 비교	.662
발전비용절감성	.627
원전 설비 이용률	.606
원자력의 의학적 활용성	.594
Factor 2 : 사회책임성 ( $\bar{X}$ =2.487, <i>sd</i> =1.055, <i>r</i> =1,000, Cronbach $\alpha$ =.871)	
원자력 시설 안전성	.816
세계적인 원전 사용	.775
방사성 폐기물 처분의 안전성	.775
원자력의 기술적 안전성	.709
원전 사고 발생 없음	.681
원자력의 환경성	.638
Factor 3 : 비용효율성 ( $\bar{X}$ =3.029, <i>sd</i> =.994, <i>r</i> =1,000, Cronbach $\alpha$ =.778)	
신재생에너지 대비 비용절감성	.702
원자력의 낮은 발전단가	.693
낮은 요금 인상율	.635
이산화탄소배출 절감성	.555
원자력의 식품보관 분야 활용성	

였다. 한 가지 흥미로운 점은 환경성 중에서 원자력이 친환경적인가를 묻는 일반문항이 안전성과 동일한 요인으로 나타났는데, 이를 통해 응답자들이 원자력이 친환경적이라는 포괄적인 개념을 원자력의 안전성이란 측면과 결부시켜 인식하고 있다는 점을 발견하였다. 따라서 본 연구는 두 번째 요인을 「사회책임성」이라고 명명하였다 (Mean = 2.487, *s.d.* = 1.055,  $\alpha$  = .871).

세 번째 요인은 환경성의 일부와 경제성의 일부문항이 요인화 되었는데, 특히 두 개의 문항 중에서 비용과 관련한 문항들이 공통 속성으로 묶이는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서는 이 요인을 「비용효율성」이라고 명명하였다 (Mean = 3.029, *s.d.* = .994,  $\alpha$  = .778).

요인분석 결과를 종합해 보면, 국민들은 원자력에 대해서 크게 두 가지 속성으로 인식하고 있는 것을 알 수 있다. 원자력이 가지는 경제적인 측면과 사회적, 환경적 안전에 대한 인식이다. 물론 기여경제성과 비용경제성으로 원자력에 대한 경제적 인식이 거시적 측면과 미시적 측면으로 양분될 수 있다는 점도 고려할 만하다.

## 2) 연구문제 2

연구문제 2-1에서는 탐색적 요인분석을 통해

도출된 원자력 이슈와 아젠다에 대한 응답자의 공통된 인식을 인구통계학적 요인으로 세분화하기 위해 군집분석을 실시하였다. 세부적으로 탐색적 요인분석에서 나타난 세 가지 인식 요인을 대상으로 계층적 군집분석을 실시한 결과 3개~5개의 군집으로 분류되는 것으로 나타났다. 일반적으로 계층적 군집분석을 실시할 경우, 군집화 계수를 통해 군집의 수를 유추할 수 있으며, 본 연구에서는 군집화 계수가 단절적으로 증가하는 5.709, 7.811, 9.926, 11.656, 13.849 구간 값을 기준으로 군집을 나누었다(Hair et al., 1998). 이후 K-mean 군집분석을 통해 각각 3개, 4개, 5개의 군집에 대해 분석을 실시하였으며, 본 연구에서는 총 4개의 군집이 전체 원자력 정책소비자를 가장 잘 대변하는 것으로 판단하였다. 3개의 군집으로 분석한 경우 해당 군집들이 탐색적 요인분석을 통해 나타난 공통 속성을 모두 수렴하지 못하는 것으로 나타났으며, 5개의 군집으로 분석한 경우 분류된 집단 수가 늘어남에 따라, 공통된 인식의 속성들이 중첩 또는 혼재되는 경우가 나타났다.

〈표 3〉을 살펴보면, 첫 번째 군집은 기여경제성 요인에 0.96617로 높은 계수값을 보인 반면, 사회책임성과 비용효율성은 평균보다 낮은 값을 보였다. 따라서 이 집단은 다른 집단보다 원

〈표 3〉 원자력정책소비자의 원자력정책 인식에 대한 군집분석

(분포)

	군집			
	1 (23.9%)	2 (19.2%)	3 (23.6%)	4 (33.3%)
기여경제성	.96617	-1.20811	.23761	-.16527
사회책임성	-.28079	-.52281	-.77189	1.05001
비용효율성	-.80573	-.60223	1.04771	.18300

자력과 관련된 거시적 경제효과와 기여도에 매우 민감하게 반응하는 반면에, 사회책임성과 비용효율성과 관련된 사안에 대해서는 심리적으로 거리감을 갖는 것으로 볼 수 있다. 본 연구에서는 이 집단을 「거시경제적 사고 집단」으로 명명하였다.

두 번째 군집은 기여경제성, 사회책임성, 비용경제성에서 모두 평균보다 낮은 값을 보였다. 즉 원자력에 대한 모든 인식의 속성에 있어서 평균값보다 낮은 점수를 보임으로써, 원자력에 대한 관심과 인식이 저조한 것으로 나타났다. 본 연구는 두 번째 군집을 「무관심 집단」으로 명명하였다.

세 번째 군집은 사회책임성과 관련하여 평균보다 낮은 값을 보였으나, 기여경제성과 비용경제성과 관련해 평균보다 높은 값을 보였다. 따라서 이 집단은 원자력과 관련된 다양한 사안에 대해 다분히 경제적인 관점으로 접근하는 심리적 기제가 강한 것으로 볼 수 있다. 본 연구는 이 집단을 「경제적 사고 정교화 집단」으로 명명하였다.

네 번째 군집은 사회책임성 요인에서 가장 높은 계수(1.05001)을 보인 반면에 기여경제성과 비용효율성은 평균보다 낮거나 약간 웃도는 값을 보였다. 따라서 네 번째 군집을 「사회환경적 책임 중시 집단」으로 명명하였다.

또한, 군집 별 케이스 수를 살펴보면, 총 응답자 가운데 「사회환경적 책임 중시 집단」이 33.3%로 가장 많은 비중을 차지하였고, 이어서 「거시경제적 사고 집단」이 23.9%, 「경제적 사고 정교화 집단」이 23.6%, 「무관심 집단」이 19.2%로 나타났다. 결론적으로 응답자 가운데

원자력에 대한 인식의 공통분모가 사회적 책임과 관련된 규범적, 윤리적, 제도적 관점에 기인하는 경우가 전체의 약 1/3을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 경제적인 관점에서 원자력을 해석하는 정책소비자가 약 1/2을 차지하는 것으로 나타났다. 그러나 경제적 관점을 세부적으로 살펴보면, 거시적인 차원에서 원자력을 해석, 판단, 평가하는 집단과 미시적인 차원에서 사고하고 논의하는 집단이 비슷한 분포도를 보였다. 끝으로, 원자력에 대해 무관심하게 대응하는 정책소비자도 전체 응답자 가운데 1/5정도를 차지하였다.

연구문제 2-2에서는 세분화된 군집 들을 가장 유의미하게 구분할 수 있는 기준변인을 찾아내고자, 성별, 연령, 거주지역, 학력, 직업, 전공, 가구 소득수준 등의 인구통계학적 요인들을 대상으로 교차분석과  $\chi^2$ 검증을 실시하였다. 세부적으로 원자력에 대한 인식군집과 성별에 대한  $\chi^2$ 검증 결과 유의확률은 .108(Pearson 계수=6.084)로 통계적으로 유의미 하지 않았다. 연령에 대한  $\chi^2$ 검증 결과, 유의 확률 .872(Pearson 계수=4.549)로 통계적으로 유의미하지 않았다. 거주지에 대한 검증 유의확률은 .524(Pearson 계수=43.769), 학력에 대한 검증 유의 확률은 .389 (Pearson 계수=12.727), 전공에 대한 유의 확률은 .626(Pearson 계수=18.363)으로 역시 통계적으로 유의미하지 않았다.

그러나 이 가운데 연평균 가구소득만이 .004 (Pearson 계수=42.072)로 통계적으로 유의미하였다. 세부적으로 각 군집 별 연평균 가구 소득수준 분포도를 살펴보면, 「거시경제적 사고 집단」의 가구소득은 200만원대(20.1%)와 300만원

대(20.1%)에 가장 많이 분포된 것으로 나타났다. 「무관심 집단」의 경우에는 200만원대 미만(21.9%)와 200만원대(21.9%)에 가장 높은 분포도를 형성하였다. 「경제적 사고 정교화 집단」의 경우, 400만원대(24.6%)에서 가장 높은 분포도를 보였다. 이어서 200만원대(18.6%), 300만원대(18.8%)가 뒤를 이었다. 끝으로, 「사회환경적 책임 중시 집단」은 200만원대 미만(19.8%)과 500만원대(17.7%)가 가장 높은 분포도를 이루었다. 세부적으로 <표 5>를 보면, 연평균 가구소득 수준에 따른 응답자 특성을 살펴보면, 「거시경제적 사고 집단」의 경우 200만원대와 300만원대 정책소비자가 전체의 약 40%를 차지하였다. 「무관심 집단」은 200만원 미만에서 300만원대 정책소비자들이 전체의 약 60%를 차지하였다. 「경제적 정교화 사고 집단」은 200만원대 미만부터 500만원대 이하의 응답자들이 전체의 80% 이상을 차지하였다. 「사회환경적 책임 중시 집단」은 200만원대 미만부터 500만원대 이하의 응답자가 전체 80% 이상을 형성하였다. 종합하여 볼 때, 연평균 가구소득 수준으로 세분화 할 경우 500만원대 이하의 가구소득을 가진 집단들이 대체로 원자력에 대한 인식을 형성하고 있는 지배적인

사회계층으로 나타났으며, 연평균 가구소득 수준에 따라 사회경제적으로 부유한 계층의 응답자의 경우 원자력에 대한 관심과 인식이 상대적으로 부족한 것으로 나타났다.

### 3) 연구문제 3

연구문제 3에서는 탐색적 요인분석과 군집분석을 통해 세분화된 응답자들이 원자력에 대한 이슈나 아젠다를 소비하거나 생산하는 커뮤니케이션 접점을 알아보고자, 교차분석을 실시하였다. 세부적으로 각 군집별로 원자력과 관련된 주요 정보매개요인 및 각각의 정보매개요인의 신뢰도를 분석하였다.

연구문제 3-1에서는 각 군집 별로 원자력 이슈 및 아젠다의 주요 접점이 되는 정보매개요인을 알아보았다. <표 5>를 보면, 응답자 모든 집단에서 전통 미디어의 접촉률이 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 응답자들이 주로 TV나 라디오의 뉴스 혹은 시사 프로그램 등에서 다루어지는 원자력 관련 정보원으로부터 원자력에 대한 인식과 판단이 형성될 수 있다는 점을 시사한다. 이어서 ICT 미디어 가운데 인터넷이 가장

<표 4> 원자력 정책소비자 군집 별 가구소득 수준

	인원수(%)								
	200만원 미만	200만원 대	300만원 대	400만원 대	500만원 대	600만원 대	700만원 대	800만원 이상	계
거시경제적 사고	35	48	48	33	38	16	5	16	239
	(14.6)	(20.1)	(20.1)	(13.8)	(15.9)	(6.7)	(2.1)	(6.7)	(100.0)
무관심	42	42	36	20	24	13	5	10	192
	(21.9)	(21.9)	(18.8)	(10.4)	(12.5)	(6.8)	(2.6)	(5.2)	(100.0)
경제적 사고 정교화	27	44	29	58	38	18	9	13	236
	(11.4)	(18.6)	(12.3)	(24.6)	(16.1)	(7.6)	(3.8)	(5.5)	(100.0)
사회환경적 책임 중시	66	49	53	52	59	21	18	15	333
	(19.8)	(14.7)	(15.9)	(15.6)	(17.7)	(6.3)	(5.4)	(4.5)	(100.0)

높은 접촉률을 보였다. 세부적으로, 「거시경제적 사고 집단」, 「경제적 사고 정교화 집단」, 「사회환경적 책임 중시 집단」의 경우 방송 미디어(TV, 라디오)의 접촉률이 57.7%, 55.5%, 53.5%로 나타났으며, 인터넷의 경우는 「무관심 집단」이 38.0%로 다른 세 집단들과는 달리 높은 접촉률을 보였다. 또한 인쇄 미디어(신문, 잡지)와 모바일의 경우 대다수의 정보매개요인에 대해 10% 미만의 낮은 접촉률을 보였다. 다만, 인쇄 미디어의 경우 「사회환경적 책임 중시 집단」(8.1%)이 다른 집단보다 다소 높은 수치를 보였으며, 모바일의 경우 「경제적 사고 정교화 집단」이 8.1%의

접촉률을 나타내었다.

연구문제 3-2는 원자력 이슈와 아젠다를 공유하거나 확산시키는 데 이용되는 정보매개요인을 알아보았다. <표 6>을 보면, 모든 응답자 집단에서 동일하게 가까운 친구와 가족을 중심으로 한 대인 커뮤니케이션이 가장 주된 커뮤니케이션 접점으로 나타났다. 이와 더불어 아는 사람 또한 네 집단 모두 세 번째로 주요한 정보매개요인으로 나타났다. 세부적으로 「거시경제적 사고 집단」, 「무관심 집단」, 「경제적 사고 정교화 집단」은 가까운 친구와 가족을 통한 원자력 소통이 60~70%의 비중을 차지하였다. 「사

<표 5> 정책소비자 집단별 원자력 이슈 및 아젠다 주요 접점 정보매개요인

	인원수(%)								
	전통 미디어		ICT 미디어			대인 및 구전 미디어		기타	계
	방송	인쇄	인터넷	모바일	SNS	직접 소통	간접 소통		
거시경제적 사고	138 (57.7)	5 (2.1)	73 (30.5)	14 (5.9)	2 (0.8)	4 (1.7)	1 (0.4)	2 (0.8)	239 (100.0)
무관심	87 (45.3)	8 (4.2)	73 (38.0)	13 (6.8)	6 (3.1)	2 (1.0)	1 (0.5)	2 (1.0)	192 (100.0)
경제적 사고 정교화	131 (55.5)	11 (4.7)	64 (27.1)	19 (8.1)	6 (2.5)	2 (0.8)	1 (0.4)	2 (0.8)	236 (100.0)
사회환경적 책임 중시	178 (53.5)	27 (8.1)	86 (25.8)	22 (6.6)	9 (2.7)	6 (1.8)	2 (0.6)	3 (0.9)	333 (100.0)

<표 6> 정책소비자 집단별 원자력 이슈 및 아젠다 공유·확산 정보매개요인

	인원수(%)						
	가족	가까운 친구	아는 사람	인터넷	모바일	SNS	계
거시경제적 사고	78 (32.6)	82 (34.3)	40 (16.7)	11 (4.6)	16 (6.7)	12 (5.0)	239 (100.0)
무관심	58 (30.2)	56 (29.2)	33 (17.2)	21 (10.9)	16 (8.3)	8 (4.2)	192 (100.0)
경제적 사고 정교화	73 (30.9)	94 (39.8)	27 (11.4)	12 (5.1)	18 (7.6)	12 (5.1)	236 (100.0)
사회환경적 책임 중시	84 (25.2)	99 (29.7)	67 (20.1)	42 (12.6)	28 (8.4)	13 (3.9)	333 (100.0)



회환경적 책임 중시 집단」은 가까운 친구, 가족, 아는 사람의 비중이 각각 20% 후반으로 크게 분포되었으며, 전체의 약 75%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 다만, ICT 미디어 가운데 인터넷, 모바일, SNS는 10% 안팎의 낮은 수치를 보였다. 이를 볼 때, 응답자 대다수가 원자력과 관련된 사회적 이슈와 아젠다를 접하는 정보매개요인으로는 인터넷이 가장 큰 비중을 차지하였으나, 정작 원자력 관련된 사회적 공론화 과정에서 가장 빈번하게 사용되는 커뮤니케이션 접점은 대인관계 및 구전 중심의 소통 미디어인 것으로 나타났다.

연구문제 3-3은 원자력 이슈와 아젠다의 커뮤니케이션 접점이 되는 정보매개요인의 신뢰도를 평가하였다. 이를 위해 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시하였고, 그 결과 각 집단 간 평균차이가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다( $p < .000$ ). <표 7>을 보면, 응답자 군집별로 정보매개요인들의 상대적 신뢰도의 차이를 알 수 있다. 먼저 「거시경제적 사고 집단」에서는 원자력 유관기관 웹사이트( $M = 3.67, s.d. = .812$ )가

가장 높은 신뢰도를 보였으며, 가족( $M = 3.27, s.d. = .758$ )과 가까운 친구( $M = 3.26, s.d. = .687$ ), 일반 인터넷 포털사이트( $M = 3.23, s.d. = .827$ )가 그 뒤를 이었다. 「무관심 집단」에서는 가족( $M = 3.06, s.d. = .688$ ), 원자력 유관기관 웹사이트( $M = 3.05, s.d. = .905$ ), 가까운 친구( $M = 3.04, s.d. = .744$ ) 그리고 일반 인터넷 포털사이트( $M = 2.94, s.d. = .820$ ) 순으로 높은 신뢰도를 보였다. 그러나 다른 집단과 비교하여, 「무관심 집단」의 경우 정보매개요인에 대한 신뢰도가 전반적으로 낮게 나타났다. 「경제적 사고 정교화 집단」의 경우 원자력 유관기관 웹사이트( $M = 3.70, s.d. = .824$ ), 가족( $M = 3.42, s.d. = .719$ ), 가까운 친구( $M = 3.39, s.d. = .696$ ) 그리고 일반 인터넷 포털사이트( $M = 3.19, s.d. = .817$ )의 순으로 정보매개요인에 대한 신뢰도가 높게 나타났다. 끝으로 「사회환경적 책임 중시 집단」은 다른 세 집단과는 다소 상이한 결과를 보였다. 가장 높은 신뢰도를 얻은 정보매개요인은 원자력 유관기관 웹사이트( $M = 3.55, s.d. = .840$ )으로 동일하게 나타났

<표 7> 정책소비자 집단 별 정보매개요인의 신뢰도

항목	거시경제적 사고		무관심		경제적 사고 정교화		사회환경적 책임 중시	
	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차
방송(TV/라디오)	3.09	.907	2.46	.903	3.13	.895	3.27	.853
인쇄(신문/잡지)	3.04	.837	2.55	.861	3.14	.873	3.30	.776
인터넷 - 원자력 유관기관 웹사이트	3.67	.812	3.05	.905	3.70	.824	3.55	.840
인터넷 - 일반 포털사이트	3.23	.827	2.94	.820	3.19	.817	3.26	.834
모바일	2.69	.819	2.84	.890	2.72	.892	2.91	.864
SNS(블로그, 유튜브)	2.84	.795	2.91	.830	2.94	.844	2.95	.825
가족	3.27	.758	3.06	.688	3.42	.719	3.29	.763
가까운 친구	3.26	.687	3.04	.744	3.39	.696	3.24	.761
아는 사람	2.88	.684	2.77	.649	2.91	.636	2.90	.726

으나, 신문과 잡지와 같은 인쇄 미디어가 높은 신뢰도를 보였다( $M = 3.30, s.d. = .776$ ). 그리고 아주 미세한 차이이지만, 가족( $M = 3.29, s.d. = .763$ )과 일반 인터넷 포털사이트( $M = 3.26, s.d. = .834$ )가 높은 신뢰도를 나타내었다. 결과를 종합해 볼 때, 인터넷이 가장 높은 신뢰도를 보였으며, 이 가운데 원자력 유관기관의 웹사이트가 가장 높은 공신력 가진 정보매개요인으로 나타났다. 또한, 인터넷에 이어 가족도 매우 높은 신뢰도를 가진 정보매개요인으로 나타났다. 아울러 집단 별로 약간의 차이는 보였으나, 가까운 친구도 신뢰감이 높은 정보매개요인으로 나타났다. 그러나 인쇄 미디어는 유독 「사회환경적 책임 중시 집단」에서만 높은 신뢰감을 자아내는 것으로 나타났다. 또 다른 특이사항으로는 정보매개요인의 신뢰도를 5점 척도를 기준으로 볼 때, 대다수의 정보매개요인들이 2.5에서 3.5 사이에 분포되었다. 이를 통해 원자력 소통에 사용되는 정보매개요인에 대한 응답자의 신뢰도 수준이 중간 이상에 주로 형성되어 있지만, 그렇다고 아주 높은 수준은 아닌 것으로 나타났다.

## 5. 논의 및 시사점

원자력에 쏠린 정치경제적 중요성과 사회문화적 파급효과에도 불구하고 이에 대한 대국민적 담론과 공론화 수준은 극단적인 갈등과 오해로 점철되어 있다. 이러한 가운데, 정책기관과 시민단체 그리고 학계 모두 원자력에 대한 사회적 공감대를 증대시키고, 원자력 관련 정책에

대한 국민의 이해도, 수용성, 만족도를 제고하기 위한 다양한 시도들이 전개되고 있다. 따라서 본 연구는 오늘날 원자력과 관련된 다양한 정책갈등을 효과적으로 관리하고 원자력과 관련된 담론의 품과 질을 높이기 위한 소통 프로세스 구축을 위해 원자력 정책소비자의 인식과 커뮤니케이션 행태에 대해 실증적으로 고찰하였다. 이를 통해 향후 원자력 정책커뮤니케이션을 위한 타겟팅 전략, 메시지 전략, 미디어 전략에 대한 함의를 도출하였다. 본 연구의 시사점을 다음과 같이 정리해 본다.

첫째, ‘정부에서 협치(government to governance)’로의 협력적 거버넌스의 패러다임이 강조되면서, 오늘날의 정책적 성과의 여부는 정책소비자의 행복과 삶의 질과 깊은 연관성을 가지고 있다(Sirgy, 2008). 실질적으로 국가경쟁력을 제고하고 이와 더불어 유형의 가시적 성과물을 창출하는 것도 중요하지만, 정책소비자의 참여성, 숙의성, 합의성을 진작시키는 정책소통 프로세스를 통한 공공의 정책문화 구축 또한 중요한 아젠다로 급부상하였다(이두원, 2013; 전형준, 2010). 이러한 측면에서 본 연구는 원자력 에너지의 수혜자이자 때로는 피해자로 정의될 수 있는 정책소비자들이 원자력에 대해 가지고 있는 인식들의 공통분모를 분석하고 이로부터 하의 상달식(bottom-up) 정책커뮤니케이션 전략의 플랫폼을 도출하였다. 구체적으로 원자력에 대한 인식의 공통분모는 크게 경제학적 관점에서 원자력의 거시적 기여도와 비용효율성에 대한 인식과 사회문화적, 생태학적 관점에서 원자력에 대한 규범적 가치와 윤리적 책임감에 대한 인식으로 크게 구분되었다. 그러나 일반 국민의

1/5가량은 원자력 문제에 대해 무관심하거나 주목하지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 향후 원자력 정책커뮤니케이션의 전략적 방향성에 중요한 시사점을 남긴다. 먼저, 효과적인 원자력 정책커뮤니케이션을 위해서 정책소비자의 인식의 틀과 심리적 특수성에 부합된 커뮤니케이션 전략을 수립해야 할 것이다. 무엇보다도 원자력과 관련된 현상이나 사물에 대한 인식과 태도의 차이가 정책소비자와 이해관계자 간의 오해와 갈등을 유발할 수 있다는 점에서 원자력에 대한 대국민적 인식의 공통분모를 정기적으로 모니터링해야 할 것이다. 그리고 발산된 (divergent) 정책소비자의 인식을 이성적 합의와 정서적 공감대로 수렴시킬 수 있는 제도권 내의 부단한 노력이 요구된다. 예를 들어, 정부와 공공기관 뿐만 아니라 시민사회 중심의 정책 네트워크를 형성하고 지역공동체 및 NGO와 연대적으로 상호작용하면서 원자력 정책의제를 생산하고 반영하는 공공 토론의 장을 상시화 할 것을 제안해 본다.

둘째, 본 연구는 원자력 정책소비자들의 세분화 및 타겟팅 전략에 유의미한 시사점을 제공한다. 효과적, 효율적 정책커뮤니케이션을 위해서 기본적으로 누구에게 어떠한 메시지를 어떠한 방식으로 전달할 것인가에 관한 문제는 가장 기본적인 고려사항이다(이유나 등, 2013; Gelb & Meade, 2005). 이러한 측면에서 본 연구는 총 네 가지 유형의 정책소비자 집단을 세분화하였다. 먼저 「사회환경적 책임 중시 집단」이 33%로 가장 높은 비율을 차지하였다. 그리고 원자력과 관련된 경제적 측면에 초점을 둔 「거시경제적 사고 집단」과 「경제적 사고 정교화 집단」 또한

각각 23.9%, 23.6%를 차지하였다. 특히 이 두 집단의 경우 전체 정책소비자 가운데 총 47.5%를 차지하였는데, 우리나라 정책소비자들의 절반가량이 원자력에 대한 인식과 판단의 근거가 경제적인 패러다임에서 비롯된다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 향후 원자력 정책커뮤니케이션이 모든 사람들에게 두루 통용되는(one-size-fits-all) 접근법을 지양할 것을 제안한다. 정책소비자 별 개인적 특성을 무시하고 단선적인 정보제공 및 일회적인 설득 중심의 원자력 소통에서 벗어나 인식의 특수성에 기인한 소통 전략을 통해 오해와 갈등을 예방하고 상호호혜적인 시각의 소통 프로세스를 진작시켜야 할 것이다. 이를 위해 원자력 정책소비자들이 정기적으로 한 데 모여 허심탄회하게 토론할 수 있는 여건을 제도적 차원에서 마련해야 할 것이다. 이는 곧 원자력과 관련된 다양한 정보, 지식, 아이이어, 의견들이 저장, 가공, 공유됨으로써 합의된 개념과 상생적인 원리로 발전할 수 있는 모멘텀을 제공할 수 있을 것이다(Brunner, 1996). 아울러 여전히 정책소비자들 가운데 1/5꼴로 원자력 문제에 대해 무관심하거나 주목하지 않는 대상에 대한 특화된 커뮤니케이션 전략을 수립해야 할 것이다. 이는 곧 원자력에 대한 시민사회 중심의 집합적 지성을 활성화 시킨다는 차원에서 매우 중요한 과제가 될 수 있다. 국민의 20%나 되는 원자력 무관심 집단을 침묵과 방관의 소수자로 전략시키지 않고 원자력과 해당 정책에 대한 리터러시를 제고하고 참여도를 증진할 수 있는 소통 인프라를 구축할 필요가 있다.

이와 함께 본 연구는 가구소득 수준 요인이 정책소비자의 세분화 및 타겟팅의 유의미한 세

부기준일 수 있다는 가능성을 실제적으로 확인하였다. 여러 가지 속성요인들 가운데 가구소득 수준이 원자력 정책커뮤니케이션의 타겟팅 요인으로 적합하다는 점은 향후 원자력 정책커뮤니케이션의 실효성과 적실성을 높이는 데 간과해서는 안 될 사안이다. 세부적으로 가구소득 수준과 관련된 결과들을 살펴보면 몇 가지 흥미로운 쟁점을 도출할 수 있다. 먼저 우리나라 연평균 가구소득 수준이 415만원이라는 통계수치에 의거할 경우(2014년 2/4분기 가계동향, 통계청, 2014. 08. 23), 네 가지 유형으로 분류된 정책소비자 집단들 가운데 상당수가 연평균 가구소득 수준 이하에 속하고 있다. 특히 네 가지 군집에 속해 있는 대다수의 정책소비자들의 연평균 가구소득이 200만원 미만에서 300만원대에 속하고 있는데, 이를 통해 평균 이하의 저소득 계층의 정책소비자들이 상대적으로 원자력에 대한 문제에 보다 더 민감하게 반응하고 있음을 알 수 있다. 반면에 사회경제적으로 부유한 계층에서는 원자력에 대한 인식이 비교적 덜 활성화 되어 있다는 점도 알 수 있다. 따라서 우리나라에 현존하고 있는 원자력에 대한 인식의 구조가 정책소비자 개인의 경제수준과 밀접한 관련성이 있을 수 있다는 가능성을 배제할 수 없다. 이는 곧 자칫 원자력 정책커뮤니케이션의 능률성, 공평성, 대응성을 높이기 위해서 사회경제적으로 차별화된 접근법을 고안해야 할 것이다.

끝으로, 본 연구는 스마트 미디어 환경 속에서 원자력 이슈와 아젠다를 접촉, 공유, 확산하는 과정에서 가장 빈번하게 이용되는 정보매개요인과 해당 신뢰도를 점검해 보았다. 이는 디지털 네트워크로 연합되어 있는 사회적 공론화

시스템 속에서 원자력 정책커뮤니케이션의 전략적 접점관리의 이해와 활용가능성을 높였다. 먼저, 본 연구에서는 원자력에 대한 인식과 소통의 발화점(triggering point)이 되는 정보매개요인으로 방송과 인터넷이 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 세부적으로 모든 정책소비자 집단에서 방송이 가장 큰 비중을 차지하였는데, 이는 스마트 미디어 생태계 속에서도 원자력 관련된 인식과 담론의 메신저로서 여전히 전통적인 미디어가 영향력을 크게 가져가고 있음을 시사한다. 일반적으로 방송 미디어는 일반 국민들의 실제적으로 호소할 수 있는 생활형, 체감형 콘텐츠를 공감각적으로 다룰 수 있고, 동시에 높은 커버리지 효과를 일으킬 수 있다. 그러나 최근 미디어 소비행태가 급변하면서 방송 시청 시 빈번하게 나타나는 지핑과 재핑(zipping and zapping) 현상으로 방송 콘텐츠에 대한 주목률과 집중도가 떨어질 수 있다는 점에서 방송 중심의 원자력 정책커뮤니케이션의 한계점을 대비해야 할 것이다. 또한 방송은 시간매체라는 점에서 자칫 원자력과 관련된 내용이 복잡하거나 어려울 경우 시청자가 얼마나 효과적으로, 쉽게 방송된 원자력 이슈와 아젠다를 이해할 수 있을지도 논의해 볼 필요가 있다.

아울러 ICT 미디어 가운데 인터넷이 원자력 정책커뮤니케이션에서 차지하는 비중이 크다는 점을 들 수 있다. 물론 방송 미디어와는 15~20% 차이를 보였으나 인쇄, 모바일, SNS, 대인 및 구전 미디어와 비교할 경우 원자력 인식과 담론의 정보매개요인으로서의 큰 역할을 보여주었다. 특히 인터넷은 정보적 상호작용성과 쌍방향 대칭적 커뮤니케이션의 주요한 수단이라

는 점에서 방송이 갖는 한계점을 보완하는데 보다 적극적으로 활용될 수 있을 것이다. 또한, 네 가지 군집 모두에게서 인터넷이 유사한 비중으로 원자력 정보 및 지식을 습득하고 공유, 확산시키는 데 주요한 정보매개요인으로 작용하였다는 점도 특이할만하다. 그러나 스마트 미디어 생태계를 대표하는 모바일과 SNS는 아직까지 원자력 정책커뮤니케이션의 인식과 소통의 접점으로서 역할이 미미한 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 전국민 대상으로 스마트 기기를 이용한 커뮤니케이션 활동량이 크게 증가하고 있다는 점에서, 모바일과 SNS를 활용한 원자력 정책커뮤니케이션을 블루오션으로 가져갈 수 있는 전략적 고민이 수반되어야 할 것이다.

이와 관련하여 흥미로운 점은 원자력 이슈와 아젠다를 공유하고 확산시키는 과정에서 가장 빈번하게 활용되는 정보매개요인에는 가족, 친구, 동료, 아는 사람과 같이 대인적 구전 미디어가 절대적으로 큰 비중을 차지하였다는 것이다. 즉 정책소비자들이 원자력 이슈와 아젠다를 공론화하는 과정에서는 비대인적 정보매개요인보다는 대인적 정보매개요인을 더 많이 활용한다는 것이다. 이러한 현상은 향후 원자력 정책커뮤니케이션 전략에 중요한 시사점이 될 것이다. 비대인적 정보매개요인으로부터 획득한 원자력 이슈와 아젠다가 대인적 정보매개요인을 통해 공유되고 확산되는 프로세스에 주목할 필요가 있다. 혁신확산(diffusion of innovation) 이론에 따르면, 혁신적인 아이디어가 시간에 따라 한 개인과 사회 전체에 퍼지는 과정과 속도는 아이디어의 자체의 혁신성 뿐만 아니라 커뮤니케이션 채널, 상황적 맥락, 사회 시스템에 의해

서도 결정되는데, 이 가운데 혁신을 채택하고 수용하는데 인적 자본(human capital)이 가장 큰 영향요인이라고 제안한다(Rodgers, 1995). 그렇다면, 원자력 정책커뮤니케이션 관점에서 원자력 정책이 한국 사회의 혁신적 부산물이 되기 위해서는 대인 소통 및 관계 중심의 원자력 사회문화 자산을 마련하는 일이 시급하다. 즉, 원자력 정책의 인식과 공감대가 발화되는 과정 속에서 점진체로 방송과 인터넷과 같은 비대인적 정보매개요인이 동력을 제공한다면, 대인적 정보매개요인을 통해 원자력에 대한 인식과 담론을 활성화시킬 수 있을 것이다. 예를 들어, 원자력에 대한 논제가 깊이 있게 다루어지고 논의될 수 있는 지역공동체(local community) 중심의 원자력 소통 프로세스를 제안해 본다.

끝으로, 정보매개요인의 신뢰도와 관련해서는 네 가지 유형의 군집 모두에게서 원자력 유관기관 웹사이트가 가장 큰 신뢰도를 보였고, 모바일과 SNS는 낮은 신뢰도를 보였다. 그리고 가족, 가까운 친구, 일반 포털사이트 정보매개요인도 높은 신뢰도를 보였다. 다만, 원자력과 관련된 사회환경적 책임을 중시하는 집단을 제외하고서는, 대체로 방송과 인쇄 미디어의 신뢰도가 높게 나타나지 않은 점도 주목할 만하다. 무엇보다도 미디어의 신뢰도 문제는 미디어 콘텐츠의 설득효과에 절대적인 영향을 미친다는 점에서, 원자력 정책커뮤니케이션의 전반적인 효과성을 높이기 위해 과학적인 미디어 신뢰 통계 지표나 관련 미디어 소비행태 지수 등을 복합적으로 고려해야 할 것이다. 끝으로 일방적인 설득기법이나 정보제공 중심의 소통으로 이념적이고 가치지배적인 정책 사안에 대한 소통이

---

활성화되기 어렵다는 점에서(Brunner, 1996; Gelb & Meade, 2005), 향후 원자력 정책커뮤니케이션의 미디어 전략이 엔터테인먼트 에듀케이션, 브랜드 엔터테인먼트, 스토리텔링, 내러티브 방식의 비전통적인 접근법으로 변화해 볼 것을 제안한다. 이를 통해 원자력과 관련된 이슈와 아젠다에 대한 시민들의 흥미와 참여를 유발하고, 원자력 정책의 순향성과 지지도를 높이며, 갈등과 거부점(veto points)을 완화시킬 수 있을 것이다(Moyer-Guse, 2008).

**참고문헌**

목진휴 외. (2013). *국내 원자력 전문인력 대상 커뮤니케이션 이션 증진 프로그램 개발 및 운영*. 한국연구재단.

목진휴 외. (2012). *원자력 위험관리 시스템의 이해와 발 전방안 연구*. 한국연구재단.

문빛, 이유나. (2011). 조직-공중 관계의 양면성. *한국언 론학보*, 55(5), 168-197.

박주연, 문철수, 박현수. (2005). 정부 부처의 효율적인 정책 홍보 전략에 관한 연구. *광고학연구*, 16(4), 31-54.

박현순. (2009). 정부기관과 정책공중과의 공중관계성 척도 검증에 관한 연구. *광고홍보학보*, 11(4), 144-170.

박현수, 문철수, 박주연. (2005). 국정홍보조직과 기능에 대한 정책홍보 담당자의 인식 및 평가. *홍보학연구*, 9(2), 161-164.

신호창. (1999). 정부의 홍보정책에 대한 고찰 및 발전적 국정홍보 모델의 제시. *홍보학연구*, 3, 84-109.

오미영. (2004). 원자력에 대한 이해 증진을 위한 효율적인 홍보 전략. *홍보학연구*, 8(1), 192-215.

이두원. (2013). 정책홍보의 언론관계 활동에 대한 행정 기관 공무원과 기자 집단의 인식도 비교 연구. *커뮤니케이션 연구: 일반*, 21(2), 93-111.

\_\_\_\_\_. (2006). 행정구역 통합을 위한 정책홍보 커뮤니 케이션 전략 탐색연구: 2005년 청주시·청원군 통 합 실패 사례를 중심으로. *커뮤니케이션학 연구: 일반*, 14(3), 92-121.

이명천, 김정현, 김요한, 김지혜. (2008). 정부 정책 홍 보 사업의 효율성 제고를 위한 분석 연구. *언론 학보*, 52(3), 277-288.

이유나, 김유신, 이진용. (2013). 수용자 중심의 정책수 용 및 확산 모델에 관한 연구: 정책의 속성과 집 행기관의 커뮤니케이션 특성을 중심으로. *광고 학연구*, 24(4), 39-95.

유승엽. (2013). 원자력 발전에 대한 국민 신뢰감 회복 PR 정책방안. *디지털정책연구*, 11(10), 287-294.

전형준. (2010). 미디어 이용과 공공갈등 인식의 상관관 계 분석. *한국언론학보*, 54(3), 167-184.

지식경제부, 한국수력원자력. (2012). *원자력발전백서*. 지식경제부. 한국수력원자력.

진상현. (2009). 한국 원자력 정책의 경로의존성에 관한 연구. *한국정책학회보*, 18(4), 123-144.

차희원, 김영옥, 신호창. (2005). 정책 PR의 평가 지표 개 발에 관한 연구: 국정홍보처 실무자와 외부 전문가 의견 비교를 중심으로. *홍보학연구*, 9(1), 126-169.

황근, 최일도. (2013). 대중미디어를 통한 정책홍보 문제 점 해결방안 연구. *광고홍보학보*, 15(1), 289-322.

Avery, E., Lariscy, R., Amador, E., Ickowitz, T., Primm, C., & Taylor, A. (2010). Diffusion of social media among public relations practitioners in health departments across various community population sizes. *Journal of Public Relations Research*, 22(3), 336-358.

Brock, K. T. (1994). Developing information literacy through the information intermediary process: A model for teacher-librarian and others. *Emergency Librarian*, 22(1): 16-20.

Brunner, R. D. (1996). A milestone in the policy sciences. *Policy Sciences*, 29(1), 45-68.

Caillaud, B., & Jullien, B. (2001). Software and the Internet: Competing cybermediaries. *European Economic Review*, 45(4-6), 797-808

Gelb, B. D., & Meade, J. (2005). Advertising to communicate public policy: Applying lessons from federal tax law. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 27(2), 99-105.

Grunig, J. E. (2006). Furnishing the edifice: Ongoing research on public relations as a strategic management function. *Journal of Public Relations Research*, 18(2), 151-176.

Hair Jr, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th edn). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., & Lee, N. (2008). *Social marketing*. SAGE Publications.

Lee, J., & Cho, J. (2005). Consumers's use of information intermediaries and the impact of their information search behavior in the financial market. *Journal of Consumer Affairs*, 39(1), 95-120.

Liu, B. F., & Horsley, J. S. (2007). The government

- 
- communication decision wheel: Toward a public relations model for the public sector. *Journal of Public Relations Research*, 19(4), 377–393.
- Moyer-Guse, E. (2008). Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment–education messages. *Communication Theory*, 18, 407–425.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations* (4th edn). The Free Press, New York.
- Rose, F. (1999). *The economics, concept, and design of information intermediaries: A theoretic approach*, information age economy series, Heidelberg: Physica.
- Schubert, T. W., & Otten, S. (2002). Overlap of Self, Ingroup, and Outgroup: Pictorial Measures of Self–Categorization. *Self and Identity*, 1, 353–376.
- Sirgy, M. J. (2008). Ethics and public policy implications of research on consumer well-being. *Journal of Public Policy & Marketing*, 27(2), 207–212.
- Steenkamp, J–B. E. M., De Jong, M. G., & Baumgartner, H. (2012). Socially Desirable Response Tendencies in Survey Research. *Journal of Marketing Research*, 47(2): 199–214.
- Taylor, R. E. (1999). A six–segment message strategy wheel. *Journal of Advertising Research*, 39(6), 7–17.
- Vos, M., & Westerhoudt, E. (2008). Trends in government communication in the Netherlands. *Journal of Communication Management*, 12(1), 18–29.





# A National Survey of the Policy Customers's Perceptions and Beliefs of Nuclear Energy Issues and Agenda

•**Lee, Taejun (David), Ph.D.**

Assistant Professor, School of Communication, Kookmin University

•**Kim, B. Joon, Ph.D.**

Assistant Professor, School of Public Administration and Public Policy, Kookmin University

•**Kim, In-S. Sue, Ph.D.\***

Instructor, School of Public Administration and Public Policy, Kookmin University

**Using** a multiple-stage approach, this study used a national survey in order to uncover the underlying structures of policy customers' perceptions and beliefs about nuclear energy issues and agenda and identify targeted groups of policy customers who deem nuclear energy issues and agenda as highly coherent and relevant. In addition, this study attempted to examine what information intermediaries the targeted groups employ to receive, share, and disseminate the ideas, opinions, and knowledge of nuclear energy and related public policies in terms of media usage habit and credibility. The results suggest that policy customers generated three differing perceptual aspects of nuclear energy issues and agenda, generating the four policy clusters who differ on a socio-economic factor: annual family income. However, it was found that the four nuclear energy policy customers, to a similar degree, prefer to use non-human information intermediaries including broadcasting and the Internet as a contact point whereas they rely on human information intermediaries such as interpersonal and word-of-mouth communication as a leverage point in the process of nuclear energy literacy development. Implications for policy-makers and policy communication planners who take nuclear energy issues and agenda into account are discussed in terms of integrated public policy communications along with the concept of information intermediary.

Keywords : Nuclear energy, public policy, policy communication, national survey

\*Corresponding author(cosmos330@hanmail.net)

