



정부 기관 명성의 효과

국가보훈처 이해관계자별 명성과 신뢰, 정책수용 간 관련성

차희원 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 교수
김수진 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어연구소 연구교수
유승희 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어연구소 연구교수

Effect of Government Reputation*

Relationship between Reputation, Trust, and Policy Acceptance among Ministry of Patriots and Veterans Affairs Stakeholders

Heewon Cha**

(Professor, Division of Communication & Media, Ewha Womans University)

Soojin Kim*** 

(Research Professor, Communication-Media Research Institute, Ewha Womans University)

Seunghee Yoo****

(Research Professor, Communication-Media Research Institute, Ewha Womans University)

While organizational reputation has received a lot of attention in the corporate communications field, there has been little discussion of reputation in the public realm or of government organizations. A government organization's reputation enables it to gain public support and engagement for its actions, lay the groundwork for dealing with various policy audiences, and appropriately balance the flexibility of its communications. With this in mind, this study seeks to understand how the reputation of a government organization affects the acceptance of its policies. It is necessary to examine whether a government organization's reputation influences policy acceptance, which is known as the reputation effect. We are particularly interested in the role of trust in government organizations in this process, as we want to understand whether the reputation of a government organization can influence trust in that organization. Hence, this study delves into the complex relationship that exists between government agency reputation, stakeholder trust, and policy compliance. We posit a research model to examine whether stakeholder group affiliation and issue involvement moderate the

* 국가보훈처는 2023년 6월5일에 국가보훈부로 승격했다. 본 연구에서는 연구 시점의 명칭인 국가보훈처로 표기했다.

** heewon@ewha.ac.kr, first author

*** sjinkim@ewha.ac.kr, corresponding author

**** 1107ysh@ewha.ac.kr

relationship between reputation, trust, and compliance. Two hypotheses and two research questions were extracted and the Ministry of Patriots and Veterans Affairs (MPVA) serves as a case study. Stakeholders are categorized into six distinct groups: government ministries, veterans' organizations (representing citizens), media outlets, academic and expert communities, internal employees, and veterans with their families. A survey was administered to MPVA stakeholders to test hypotheses and explore research questions.

Participants were collected by snowball sampling and an online research company sent out a survey link to selected participants. Our findings reveal that positive evaluations of the MPVA's reputation lead to increased stakeholder trust in the agency, which fosters higher compliance with key policies. Using conditional process model analysis, we discovered that reputation had a smaller effect on trust for civic organizations than other stakeholder groups. Notably, the indirect effect of trust on policy adherence held significance for all groups except civic organizations. Furthermore, the analysis identified that the level of veterans' compensation and the degree of involvement in equity issues moderate the reputation-trust relationship. This research contributes meaningfully to the academic domain by highlighting the necessity and direction for government agency reputation management. In addition, the theoretical discussion of issues and publics, including issue categorization and public segmentation, needs to be expanded in order to find positive results on the effect of government reputation. This study advances reputation management strategies by assessing and examining government agency reputation indicators in real-world circumstances.

Keywords: Government Agency Reputation, Government Trust, Policy Acceptance, Stakeholders, Ministry of Patriots and Veterans Affairs (MPVA)

국문초록

본 연구의 목적은 정부 기관 정책수용에 대한 정부 기관 명성과 신뢰의 역할을 검토하는 데 있다. 구체적으로, 명성과 신뢰 그리고 정책수용의 관련성에 있어 이해관계자 집단별 차이와 이슈 관여도의 차이가 있는지 알아보기 위한 연구모형을 설정했다. 정부 기관으로 국가보훈처 사례를 적용하여, 이해관계자는 정부 부처, 유관(시민) 단체, 언론, 학계-전문가, 내부 직원, 그리고 보훈대상자 및 가족으로 6개 집단으로 구분했다. 가설 검증과 연구문제 분석을 위해 유의적 표집을 실시하여, 표본을 대상으로 온라인 설문을 실시했다. 연구결과, 국가보훈처 명성을 긍정적으로 평가하는 이해관계자일수록 국가보훈처에 대한 신뢰가 증가하고 관련 정책에 대한 수용이 높아지는 것으로 나타났다. 조건부과정 모형분석을 통해, 이해관계자별 차이를 검토한 결과, 유관(시민)단체의 경우 다른 이해관계자들에 비해 신뢰에 대한 국가보훈처 명성의 영향력이 작아지는 것으로 나타났다. 또한, 정책수용에 대한 신뢰의 간접효과는 유관(시민)단체를 제외한 모든 집단에서 유의하였다. 이슈 관여도의 경우, 국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈의 관여도가 명성과 신뢰 간 관계를 조절하는 것을 확인하였다. 추가분석으로 6개 이슈에 대한 이해관계자 집단의 이슈 관여도 차이를 분석한 결과, 6개 중 3개의 이슈에서 이해관계자 집단의 차이가 나타났다. 이 연구는 정부 기관의 명성 지표를 적용하여 실제 사례에 적용하여 검토함으로써 정부 기관 명성 관리의 필요성과

방향을 제언했다는 점에 학문적 의미가 있다.

핵심어 : 정부기관 명성, 정부신뢰, 정책수용, 이해관계자, 국가보훈처

1. 서론

명성은 인식(awareness)으로서의 명성, 평가(assessment)로서의 명성, 그리고 자산(asset)으로서의 명성이라는 세 가지 군집의 개념 정의를 지니고 있다(Barnett, Jermier, & Lafferty, 2006). 브롬리(Bromley, 2001)는 조직 내부의 집합적인 마음의 상태가 곧 조직의 이미지이며 다른 사람들은 커뮤니케이션을 통해 조직의 이미지를 인식하게 된다고 했다. 이 점에서 커뮤니케이션 활동을 통한 조직에 대한 인지 형성과 조직에 대한 인상은 모두 조직의 명성과 관련된다는 것을 알 수 있다.

조직 명성은 기업커뮤니케이션 영역에서 다양한 논의가 이루어져 왔는데, 공공영역에서의 명성 또는 정부 기관의 명성에 대한 논의는 상대적으로 적었다. 정부 기관 명성에 대한 논의가 상대적으로 적었던 이유 중 하나는 공공영역의 특성상 시장에서 경쟁우위라는 논의가 성립되지 않기 때문에, 자본으로서 명성에 대한 논의가 이루어지기 어렵다는 점을 들 수 있다(차희원·김수진, 2021). 공무원, 일반시민, 미디어, 정책전문가 등 다양한 이해관계자를 포함하는 정치 환경에서 민주주의를 작동하게 하는 공공정책을 만들고 관리하는 정부 기관에 필요한 것은 정부 기관이라는 조직의 명성이다(Carpenter & Krause, 2012). 정부 기관의 명성은 기관의 활동에 대해 국민의 지지와 참여를 끌어낼 수 있게 하며, 다양한 정책 공중과 함께 협치를 이루어나갈 수 있는 기반을 제공하며 커뮤니케이션의 유연성을 현명하게 조화시켜 나갈 수 있는 능력이 된다는 것이다. 즉, 정부에 대해 다양한 이해관계자가 지니는 인식, 정부 기관의 커뮤니케이션 활동에 대한 평가가 곧 명성이며, 민주주의를 작동하게 하는 공공정책을 만들고 관리하며, 나아가 바넷, 저미어, 라페르티(Barnett, Jermier, & Lafferty, 2006)가 제시한 정부 기관의 자산(asset)으로서 중요성이 있는 정부 기관 명성의 효과에 주목할 필요가 있다.

본 연구는 이러한 점에 착안하여, 정부 기관의 명성이 해당 기관의 정책수용에 어떤 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 정부 기관에 대한 인식이 곧 명성인데, 그것이 명성의 효과로 볼 수 있는 정책수용으로 이어지고 있는지 검토할 필요가 있다. 특히, 이 과정에서 정부 기관에 대한 신뢰의 역할에 초점을 맞추고자 하는데, 정부 기관의 명성이 해당 기관에 대한 신뢰에 영향을 줄 수 있을 것인가를 알아볼 필요가 있기 때문이다. 정부신뢰는 다양한 연구에서 정책지지를 예측하는 강력한 변인으로 연구됐지만, 정부기관의 명성과 관련지어서 정책지지에 대한 논의를 수행한 연구는 매우 드물다. 기업명성 관련 연구에서는 명성의 긍정적 효과와 관련한 연구들(예: 이현우·김소윤·손승우, 2010; 이효복·김유경, 2011; Raithel & Schwaiger, 2015)과 기업명성의 영향요인과 관련한 다양한 연구들(예: 민혜민·차희원, 2018; 유승희·차희원, 2015)이 이어져

왔지만, 공공영역의 명성 또는 정부기관의 명성에 대해서는 개념화와 더불어 명성의 효과에 대한 연구가 많지 않다. 아울러, 명성관리 차원에서 볼 때, 기업의 명성관리 방안을 공공기관의 명성관리 상황에 그대로 적용할 수는 없다. 민간 영역에서 명성이 이윤 창출과 관련된 성과에서 경쟁적 우위와 연관되는 반면 공공영역에서의 성과는 다른 차원이 포함되고(Hall, 1993; Wæraas & Byrkjeflot, 2012), 특히 정부기관의 성과는 다양한 이해관계자의 신념을 포함하고 있기 때문이다(Carpenter, 2010).

이에 본 연구에서는 다양한 이해관계자의 신념을 포함하는 정부기관의 명성과 해당 기관에 대한 신뢰가 정부기관의 성과로서 이해관계자의 정책수용에 어떤 영향을 미치는지 알아보려고 한다. 정부기관은 고유의 이슈소유권을 지니고 있고, 그것이 해당 정책으로 연결되어 나옴으로써 정책 대상 집단의 관심과 이해를 얻을 수 있다. 예를 들면, 지난해 한국형 발사체 누리호와 달 탐사선 누리호 발사에 성공한 과학기술정보통신부가 2022년도 정부업무평가 항목에서 대부분 가장 높은 A등급을 받은 것도 이러한 맥락에서 이해할 수 있다. 또한, 미국 식품의약품안전처(FDA)의 명성은 약물 테스트 전문성과 같이 기관의 주제 전문성과 밀접한 관련이 있고, 해당 기관의 관할권이 있는 기술적 문제를 해결할 때 그 기관의 명성을 인식하며(Busuioc & Lodge, 2016) 관련 정책에 대한 수용으로 이어질 수 있다. 특히, 본 연구에서는 관련 정책에 대한 수용이라는 차원에서 이해관계자의 정책수용에 대해 알아보려고 하는데, 정책수용은 정책의 방향과 목적에 대한 수용과 정책에 대한 지지의 의미를 모두 지닌 포괄적 행위로 이해할 수 있다(김수진·김영욱, 2019; Anderson, 2009).

정책과 관련하여 정부기관의 이슈소유권 만큼이자 중요한 부분이 이해관계자의 특성이다. 사실 정부기관은 많은 조직, 특히 기업의 주요한 이해관계자 중 하나로, 기업의 활동에 규칙과 규제를 가하는 이해관계자이다(Dowling, 2004). 그러나 정부기관에는 일반 사조직이나 기업의 입장에서 보는 이해관계자의 개념을 적용할 수 없다. 정책을 입안하고 집행하는 정부기관에서 볼 때, 특정 수용자층을 만족시킨다는 것은 다른 수용자층을 화나게 하는 일이 될 수 있고, 절대 선 또는 윤리적 규범의 설정과 적용에 대한 부분이 매우 어렵다(Carpenter & Krause, 2012). 또한, 이해관계자는 PR 공중과 매우 유사하다고 할 수 있는데, PR 공중을 활동공중과 인지공중 등으로 나누어 조직의 커뮤니케이션 활동을 구체화할 수 있듯이 이해관계자의 특성에 따라 전략적 커뮤니케이션의 기틀을 다질 수 있다는 점에서 이해관계자에 대한 논의는 매우 중요하다.

이에 본 연구에서는 기관의 명성과 신뢰 그리고 정책수용의 관련성을 우리나라 정부 부처 중 하나인 국가보훈처에 적용하여 검토하고자 한다. 정부 기관의 명성과 신뢰, 그리고 정책수용의 관련성을 검토함에 있어 국가보훈처를 대표 기관으로 선택한 이유는 무엇보다 국가보훈처가

국가 자체를 나타내는 대표 기관으로서의 가치를 지닌다는 점이다. 앞서 지적한 바와 같이, 정부 기관의 명성에 가장 중요한 요소이자 민간 기업과 차별화된 요소로 공공성 즉, 공익적 가치를 들 수 있다. 즉 기업 영역에서는 시장에서의 경쟁우위가 조직의 자산 그 자체가 될 수 있지만, 정부 기관의 존립 이유와 가치는 기본적으로 공공성에 기반한다. 정부 기관이 모두 공익적 가치를 추구하지만, 대한민국이라는 국가에 대한 애국심 고취를 통해 국민 통합을 지향한다는 자체가 가장 큰 공익적 가치를 추구하는 것으로 볼 수 있다.

구체적으로, 우리나라의 국가보훈처는 외국의 유사 부처와 다르게 애국심이라는 가치에 기반하여, 국민통합에 기여하는 책임 보훈을 목적으로 두고 다양한 정책을 수행하고자 하는 점도 정부기관 명성 연구에 필요한 부분으로 보였다. 이는 우리나라 국가보훈처의 공식 영문 표기 (Ministry of Patriots and Veterans Affairs)를 보아도 알 수 있다. 애국심은 국가를 위해서 기꺼이 희생할 각오가 되어 있는 마음자세로 헌신을 포함하는 개념(Druckman, 1994)이며, 자신의 국가를 향한 애착의 감정이라고 할 수 있으며, 자신의 국가에 대한 사랑과 자부심 그리고 충성심을 포함하는 개념이다(김영욱·오미영, 2005).

아울러, 보훈정책을 통해 국민의 애국심을 고양하고자 하는 국가보훈처는 보훈 수혜자로부터 군인, 호국 관련 단체와 관계부처에 이르기까지 이해관계자가 다양하다는 점 또한 국가보훈처를 정부기관 명성 탐구의 대표 기관으로 선정한 이유이다. 카펜터는 공공영역의 명성 연구가 어려운 이유 중의 하나로 다양한 이해관계자를 제시한 바 있는데, 공공기관의 수용자는 매우 다양하기 때문에 특정 수용자층을 만족시킨다는 것은 다른 수용자층을 화나게 하는 일이 될 수 있다고 했다(Carpenter & Krause, 2012). 우리나라 20세기 역사의 세 가지 기둥을 독립과 호국, 그리고 민주라고 하는데, 독립과 호국 그리고 민주라는 3개 가치의 대표적인 단체들이 다 국가보훈처 소관이다. 독립의 대표적인 단체로 광복회가 있고, 호국은 상이군경회를 생각해볼 수 있다. 민주분야의 4.19, 5.18 관련 단체들도 있고, 이는 민주주의에 기본적인 정치이념의 자유를 다 포괄하는 것이라 할 수 있다.

논의를 통해 보면, 국가보훈처는 정부 기관의 고유한 특성인 공공성의 가치와 다양한 이해관계자를 지니고 있으며, 애국심을 고취하고 국위선양을 위한다는 점에서 정치이념을 아우르는 특성을 지닌다고 할 수 있다. 이러한 점에서 정부 기관 명성효과 연구를 위한 대표 정부 기관으로 국가보훈처를 선정했고, 이에 국가보훈처 명성과 신뢰 그리고 정책 수용 간의 관련성을 알아보고자 한다.

2. 이론적 배경

1) 정부 기관 명성(Government Agency Reputation) 특징과 구성요소

명성은 과거 행동에 대한 기록이자 이해관계자의 요구와 기대를 충족시키는 조직의 능력에 대한 반영이다(Luoma-aho & Makikangas, 2014). 카힐, 바티스타, 카와렉(Cahill, Batista, & Kawalek, 2004)은 명성이란 개인 조직의 일부 특성이나 능력에 대해 다른 사람들이 인정하는 것으로 설명했다. 폼브룬(Fombrun, 1996)은 공공 영역에서 조직 명성의 특징을 이해관계자 요인을 통해서 설명했다. 즉, 명성은 여러 요인에 의해 좌우될 뿐만 아니라 여러 대상과 그들이 기업에 대해 갖는 평가에 따라 달라지는데, 공공 부문 조직에서는 이해관계자 분석이 더욱 복잡하기 때문이다. 공공부문 조직에서 이해관계자는 몇 가지 역할을 하게 되는데, 일례로 공공기관에서 일하는 직원은 공공 서비스의 사용자이기도 하면서 동시에 정부의 지속 여부를 위해 선거에서 투표하는 시민이기도 하다. 정부기관의 입장에서 해당 기관의 내부 직원이 다른 정책 상황에서는 더 민감한 이해관계자가 될 수 있다는 것이다.

루마호(Luoma-aho, 2007)는 조직의 명성에 중요한 영향을 미치는 공공부문 조직의 특성으로 정치적 환경, 당국의 행동을 제한하는 법적 프레임워크의 존재, 책임 의무, 공공서비스의 무형성, 다양한 이해관계자 등을 제시했다. 정부 명성 측정을 통해 멕시코 지방정부 평가를 시도한 연구에서는 선행 연구에서는 “정부 명성은 개인적 경험, 인식 또는 매개된 경험에 기반한 정부에 대한 여러 이해관계자의 종합적인 평가로 소통이 가능(communicable)하며, 이해관계자가 정부에 대해 가지고 있는 기대에 근거하기도 한다. 정부 명성은 정부에 대한 과거, 현재 또는 미래의 경험이나 인식에 따라 달라지고 이는 다른 정부와의 비교가 가능함을 암시하는 것으로 정부에 대한 이해관계자의 태도와 행동을 창출하기 때문에 지속적이다.”(Navarro-Chávez, Delfín-Ortega, & Moreno Manzo, 2022, p. 3). 기업명성이 고객, 투자자, 직원, 일반 대중을 포함한 이해관계자가 기업이나 조직에 대해 갖는 전반적인 인식이라면, 정부 기관 명성은 정부 기관의 효과성, 효율성 및 신뢰성에 대한 공중의 인식을 의미한다. 이는 공공의 건강과 안전 보호, 법 집행, 공공 서비스 제공, 공공 자원 관리 등 기관의 사명 수행과 책임 이행 능력에 바탕을 둔 것이다(Carpenter, 2010).

공공영역의 명성과 관련한 몇몇 학자들의 연구에 의하면 정부 기관 명성은 대개 4가지 차원으로 구분하여 개념화해 볼 수 있다. 첫 번째, 조직의 비전(vision)과 관련된 명성이다. 조직의 비전은 조직 설립의 이념이며 동시에 조직 활동에 대한 방향을 제시하며 이러한 활동이 일관성과 유연성을 제시하는 조직 이미지를 투사할 수 있는 자원이다(Lee & van Ryzin, 2018).

따라서 조직 의사결정의 질, 목적 달성에 대한 능력에 대한 공중의 평가(Carpenter, 2010)는 조직의 비전에 대한 공중의 인식이라고 할 수 있다. 유사한 맥락에서, 공공부문 명성 지표를 개발해서 다수의 공공기관에 적용한 콜마 브룬톤의 연구에서는 명성의 차원을 리더십과 성공, 공정성, 사회적 책임과 신뢰로 구분했다(Colmar Brunton, 2016). 또한, 공공기관의 성과로 간주하는 리더의 소통은 리더가 다양한 이해관계자들에게 좋은 인상을 심어줄 수 있는지에 대한 것으로 이 조직이 핵심 사명 및 목적과 밀접한 관련이 있는 성과를 잘 전달하고 있는가에 중점을 둔다(Chapleo et al., 2011). 나아가, 정부 기관의 신뢰와 책임감 있는 행동, 올바른 사명감과 윤리적으로 지지할 수 있는 정책은 조직 비전에 기반한 것이라는 점에서 비전 명성은 정부 기관 명성의 특징적 차원이다(차희원·김수진, 2021).

두 번째, 조직의 능력(ability)과 관련된 명성이다. 조직의 능력은 전문적 역량의 보유와 집행 그 자체로 기관의 전문적 역량과 능력은 그 기관의 정책에 대해 공중이 결정을 내리고 특정 활동에 참여할 수 있는 근간이 된다(Wæraas & Byrkjeflot, 2012). 비영리조직의 명성을 인지적 차원과 정서적 차원으로 개념화한 연구에서는 조직 능력(competence)에 대한 공중의 생각을 측정하는 것을 인지적 차원으로 구분하며, 비영리조직의 경영과 관련한 명성 측정연구의 필요성과 중요성을 제안하기도 했다(Lee & van Ryzin, 2018).

세 번째는 조직의 공정성(fairness)과 관련된 명성으로 이는 조직이 추구하는 윤리적 기준 및 도덕적 차원과 관련이 있다. 도덕적 차원은 공공기관이 정서적으로 호소력 있고 도덕적 가치를 잘 전달하고 있는지에 대한 것이다. 즉, 그 기관이 자비롭고 유연하며 정직(compassionate, flexible, and honest)하게 인식되는지에 대한 것이다(Carpenter & Krause, 2012). 공공기관이 높은 윤리적 기준을 따르고 있다는 인상을 주는 것은 다양한 이해관계자 또는 일반 공중을 보호하고 있다는 느낌을 주기 때문에 더욱 중요하다. 즉, 기관의 윤리적 기준이 높고 이를 따르고 있다는 느낌을 받을 때 그 기관의 정책과 관련이 있는 공중은 윤리적 기준에 의해 보호받고 있다는 느낀다는 것이다. 이는 특히 식품 안전, 환경 정책, 금융 기관 등의 분야에서 특히 중요하다(Christensen & Lodge, 2016).

마지막으로, 조직 명성과 관련한 정서(emotion)적 차원이다. 슈와이거(Schwaiger, 2004)는 조직에 대해 사람들이 지니게 되는 일반적인 성향은 종종 개인적 감사 또는 정서적 판단에 의한 것이고, 이 점에서 정부 기관의 명성 또한 조직에 대한 사람들의 전반적인 감정이나 태도를 반영한다고 했다. 이러한 맥락에서 비영리조직의 경영과 관련하여 명성의 차원을 인지적 차원과 정서적 차원으로 구분한 연구에서는 조직에 대한 호감도(likability)를 명성의 정서적 차원으로 보았는데, 이처럼 조직 명성과 관련한 정서적 차원은 조직에 대한 경험과 전반적인 인상

으로부터 연상되는 일반적인 차원 또한 포함한다(Schloderer, Landon, Fulton, & McInenly, 2014). 이와 유사하게 미국 연방기관의 브랜딩에 관한 와라스의 연구에서는 공공부문 조직은 효율성, 성과, 책임성과 같은 가치를 추구하며 관리 조직으로서의 '단단한(hard)' 정체성을 반영해야 하지만, 소위 말하는 단단한 조직에서도 소프트한 가치가 지배적임을 보여주었다(Wæraas, 2018). 394개의 미국 연방정부기관 핵심 가치선언문을 검토한 이 연구에서는 기관들이 정체성을 표현할 때 청렴성(integrity), 존중(respect), 개방성(openness) 등과 같은 '부드러운(soft)' 가치를 선호한다는 사실을 발견했다. 정부 기관이 딱딱한 행위자적 가치만 강조하면 기계적 관료주의라는 인상을 줄 수 있고, 조직과 관련되는 많은 사람들을 소외시키면서 매력을 상실(disenchantment)할 수 있다는 것이다.

논의를 통해 보면, 학자들이 제시한 공공영역과 기관의 명성은 조직의 비전과 능력, 공정성과 정서적인 명성이라는 4가지 유형으로 구분해 볼 수 있다. 카펜터(Carpenter, 2010)는 행정학을 중심으로 명성개념을 탐색한 후, 공공기관의 명성이 성취도 명성, 도덕적 명성, 절차적 명성, 기술적 명성이라는 4가지 차원을 통해 측정될 수 있음을 제시했다. 앞서 언급한 콜마 또한 리더십과 성공, 공정성, 사회적 책임성, 신뢰라는 4개 차원을 통해 공공기관의 명성연구를 진행했다(Colmar Brunton, 2016). 한국의 정부기관 명성지수를 개발한 차희원과 김수진(2021)의 연구에서는 한국의 정부기관 명성은 비전, 능력, 공정, 정서라는 4가지 차원의 지표로 구성됨을 검증했다. 사실, 이러한 4가지 유형의 명성은 상호배타적인 것이 아니라 서로 관련되어 있다. 일례로, 공공기관의 속성과 명성 관리의 관련성에 대한 연구에서는 규제기관의 가장 두드러진 특성으로 성과 명성을 꼽았는데, 흥미로운 점은 시간이 지남에 따라 이러한 성과적 차원은 도덕적이고 상당한 기술과 전문성을 갖춘 기관으로 인식되고자 하는 노력으로 연결된다는 점이다(Christensen & Gornitzka, 2019). 이처럼 공공기관의 명성 차원에 기반하여 볼 때, 정부기관의 명성은 기관의 기능을 효과적으로 수행하는 능력에 상당한 영향을 미칠 수 있다. 긍정적인 명성은 정부 기관에 대한 대중의 신뢰와 믿음이 높아지게 하는 반면 부정적인 명성은 신뢰를 약화시키고 기관의 공신력을 훼손할 수 있다.

2) 정부 기관 명성과 신뢰(trust), 정책수용(policy acceptance)의 관련성

(1) 정부 기관 명성과 신뢰

전술한 바와 같이 기업 영역에서 명성의 효과는 다수 수행되어 왔지만, 정부 기관 명성의 효과로서 정책수용을 직접적으로 검토한 연구는 매우 드물다. 그러나 비영리기관의 명성을 다룬 연구에

서 명성과 매우 밀접하게 관련된 개념으로 신뢰에 관한 몇몇 연구를 찾을 수 있다 (López-López, Iglesias-Antelo, Vázquez-Sanmartín, Connolly, & Bannister, 2018). 통화정책(monetary policy)에 대한 명성과 신뢰의 영향을 검토한 연구에서 통화 당국의 명성이 신뢰도 향상에 중요하며 신뢰의 획득은 통화정책 수행에 있어 매우 중요함을 시사했다. 이 연구는 효과적인 정책 수행을 위해서는 통화 당국(정부 부처)의 명성과 관계 부처의 신뢰성이 모두 중요하다는 것을 입증하고자 했는데, 연구결과, 통화정책 수행에 있어 통화당국의 노력과 인플레이션 편향을 줄이기 위해 신뢰가 매우 중요하다는 것을 보여주었다. 이는 조직의 전문적 역량을 뜻하는 능력 명성과 관련한 부분으로도 이해할 수 있는데, 기관의 주제 전문성과 밀접한 관련이 있다는 점에서 공공기관의 관할권이 있는 기술적 문제를 해결할 때 부각되기 때문이다(Busuic & Lodge, 2016).

또한, 스페인에서 전자정부와 투명성 그리고 명성 간의 관련성을 실증 연구에서는 지방 당국의 투명성 정도가 해당 당국의 명성에 영향을 미치고, 투명성과 명성은 모두 전자정부의 서비스 수준에 의해 영향을 받는다는 것을 입증했다(López-López et al., 2018). 78개 스페인 지자체를 대상으로 한, 이 연구에서는 전자정부 수준과 명성 사이에 직접적인 연관성도 있지만, 투명성을 통한 간접효과가 더 크게 나타났다. 투명성은 시민의 편향된 인식을 낮추고 정부와 시민 간의 정보 불균형을 감소시킴으로써 정부 신뢰에 대한 긍정적 효과를 가져오기 때문에 더욱 이점이 많다는 것이다(Welch, Hinnant, & Moon, 2005). 앞선 논의와 연관지어 보면 투명성은 정부 기관 명성의 하위 차원인 공정성의 맥락에서 받아들여질 수 있다는 점에서 정부 기관 명성과 신뢰의 관련성을 알 수 있다.

일례로, 의약품과 의료 기기의 안전성과 효능을 보장하는 역할을 담당하는 미국 식품의약처(FDA)는 2004년 심장마비 및 뇌졸중 위험 증가와 관련이 있는 진통제 바이옥스(Vioxx)를 처리하는 과정에서 비판을 받았다. FDA는 너무 느리게 대처한다는 비난을 받았고, 그 명성은 크게 손상되었다. 그 결과 FDA는 공중과 의회로부터 더 많은 조사와 압박에 직면하게 되었고 이후 FDA는 개혁을 시행하고 의사 결정 과정의 투명성을 높여 명성을 회복했다(Carpenter, 2006). 정부 기관의 능력 명성이 도덕적 차원의 명성으로 연결, 확장되어 조직의 활동에 영향을 초래한다는 것은 폭스바겐의 디젤게이트와 관련된 미국 환경 보호국(EPA)의 사례를 보아도 알 수 있다. 인간의 건강과 환경을 보호하는 업무를 담당하는 미국 환경 보호국(EPA)은 2015년, 폭스바겐이 배출가스 테스트를 속이도록 설계된 소프트웨어가 장착된 디젤 자동차를 판매하도록 허용한 사실이 드러나 큰 논란에 휩싸였다. EPA의 명성이 손상되었고, 부정 행위를 조기에 발견하지 못했다는 비판에 직면했다. 이 사건으로 인해 기관에 대한 조사와 압박이 강화되었고, 여

더 고위 관리가 사임했다(Vlasic & Kessler, 2015). 이처럼, 기관의 전문적 역량과 능력은 그 기관의 정책에 대해 대중이 결정을 내리고 특정 활동에 참여할 수 있는 근간이 되기 때문에 (Wæraas & Byrkjeflot, 2012), 해당 기관에 대한 신뢰가 형성되면 관련 정책을 수용하거나 대중의 지지를 이끌어내는 것이 더 쉬워질 수 있다.

공공 부문 조직이 긍정적인 명성을 관리하고 보유함으로써 얻을 수 있는 이점과 관련하여 배니스터와 코놀리(Bannister & Connolly, 2011)는 명성은 정부의 경제적, 정치적, 사회적 영역에 영향을 미치는데 특히, 투자와 새로운 사업을 유치하여 일자리를 창출하고 경제 발전을 촉진하는 선순환 구조를 가능하게 하는 요소로 역할을 한다고 했다. 또한, 시민들이 정부에 대해 긍정적인 인식을 갖게 되면 세금 징수도 증가할 수 있음을 주장했다(Cahill, Batista, & Kawalek, 2004). 오늘날 도시들이 관광, 기업, 주민, 투자자, 기업가, 심지어 대학생을 유치하기 위해 다른 도시와 경쟁하고 있고, 정부와 도시에 대한 좋은 명성은 의심할 여지 없이 선거에 참여하게 하는 결정적 요소이다(Kizil & Atalan, 2015).

긍정적 명성을 지닌 정부는 해당 지역에 대한 민간 투자를 지속적으로 유지하고 나아가 새롭게 투자를 유치할 수 있다(Navarro-Chávez et al., 2022). 긍정적 명성은 정치지도자와 정당에 대한 좋은 이미지를 제공할 뿐만 아니라 정부 기관에 대한 부정적 이미지를 줄이고, 기관이나 정부에 대한 시민들의 무관심을 감소시켜 정치 문제에 대한 시민의 참여를 강화할 수 있다(Bannister & Connolly, 2011). 긍정적인 명성은 정당에 대한 지지를 창출하고 선거 경쟁력을 높이며, 민주주의를 강화시킨다(Shultz, 1995). 또한, 긍정적 명성은 정부가 자신을 정당화하고, 정치에 대한 대중의 냉소주의나 시민의 무관심을 반전시킴으로써 정부와 당국에 대한 신뢰 수준을 높이고, 사회적 자본을 늘릴 뿐만 아니라 시민 참여 증대에 도움을 준다(Da Silva & Batista, 2007).

기업과 정부 기관의 명성은 모두 신뢰와 공신력을 구축하는 데 중요하지만, 이 둘 간에는 몇 가지 주요한 차이점이 있다. 예를 들어, 기업 명성은 종종 기업의 재무 성과 및 수익 창출 능력과 밀접한 관련이 있는 반면, 정부 기관 명성은 공익을 위해 봉사하고 공적 가치를 제공하는 기관의 능력에 더 중점을 둔다. 또한, 정부 기관은 공공 자원을 사용하고 사회에 중대한 영향을 미칠 수 있는 결정을 내릴 책임이 있다. 이 점에서 정부 기관은 기업에 비해 중대한 책임이 부여되고 이에 대한 조사를 받는 경우가 더 많다. 이는 정부 기관의 명성이 투명성, 책임성, 대중에 대한 반응성과 같은 문제와 더 밀접하게 연관될 수 있음을 의미한다. 공정성 및 조직의 능력 부분은 국민을 대상으로 공공서비스를 제공하는 공공영역에서만 관찰되는 독특한 명성차원이라는 선행 연구들을 바탕으로 한국의 정부기관 명성지수를 개발한 연구에서는 한국의 정부기관 명성

이 비전, 능력, 공정, 정서라는 4개 요인으로 구성되며, 정부기관 명성을 구성하는 4개 요인은 모두 정부신뢰에 영향을 미치는 것을 검증했다(차희원·김수진, 2021).

공공영역의 명성을 구성하는 복수의 차원들은 상호배타적이지 않으며 서로 관련되어 있다는 점과 정부기관 명성의 효과에 대한 선행 논의를 바탕으로, 정부기관 명성과 신뢰, 그리고 정책수용의 관련성을 국가보훈처에 적용한 첫 번째 가설을 도출했다.

연구가설 1. 국가보훈처 명성은 국가보훈처 신뢰에 영향을 미칠 것이다. 국가보훈처 명성을 높일수록 국가보훈처에 대한 신뢰도 높아질 것이다.

(2) 정부 기관 신뢰와 정책수용

공공기관에 대한 신뢰는 정치적 과정과 시스템의 전반적인 작동을 용이하게 하는 핵심 요소이다(Kasperson, Kasperson, Pidgeon, & Slovic, 2003). 정책수용의 맥락에서 신뢰는 정책을 수행할 책임이 있는 사람들에게 그들로부터 유익한 결과를 기대하는 결과로 의존하려는 사람들의 의지로 정의되어 왔다(Siegrist, Cvetkovich, & Roth, 2000). 공공정책 분야에서 신뢰의 대상은 다양하며, 정부에 대한 사람들의 신뢰를 조사하는 연구도 있지만, 기관, 이해관계자 또는 개인에 대한 신뢰에 초점을 맞춘 연구도 있다(López-Navarro, Lorens-Monzonis, & Tortosa-Edo, 2013). 정책수용의 맥락에서 보면, 지방정부나 중앙정부는 일반적으로 정책의 도입과 시행에 대한 책임이 있다. 따라서 정책수용에 있어 정부신뢰의 영향과 관련성에 대한 연구는 자연스럽게 관심을 받게 되었다고 할 수 있다(Harring & Jagers, 2013).

많은 학문 분야에서 다루어지는 신뢰는 정의와 개념이 다양하여 합의된 정의를 내리기는 쉽지 않다. 다만 신뢰를 다룬 많은 연구들에서 신뢰의 개념은 '확신'이나 '예측가능성', '기대'의 개념과 혼용하여 사용하고 있다(손호중·채원호, 2005). 본 연구와 관련해서는 다양한 신뢰의 영역 중에서 정부신뢰에 대한 논의를 바탕으로 하고자 한다.

정부신뢰에 대한 가장 포괄적인 정의는 '국민이 정부에 대해 갖는 정치적 태도'이다(오경민·박홍식, 2002). 그러나 학자들마다 정부신뢰의 구체적인 정의에 대해서는 상의한 의견을 보인다. 정부신뢰란 '정부를 감시하거나 통제할 수 있는 능력의 여부와 관계없이, 정부로 인해 발생할 수 있는 피해를 감수하며 정부를 지지하는 심리 태도'로(Mayer, Davis, & Schoorman, 1995), 정부가 국민에게서 부여받는 신탁책무를 국민을 위하여 올바르게 능하게 수행할 것이라는 기대(Chanley, Rudolph, & Rahn, 2000), 정부의 운용이 시민들의 기대에 부합하는지와 같은 기본적인 평가 등으로 정의되기도 했다(Hetherington, 2005; Miller, 1974).

정부신뢰는 정부의 구성을 어떻게 보느냐에 따라 그 의미가 달라지기도 한다(박종민·배정현, 2011). 기본적으로 정부란 입법부, 사법부, 행정부를 포괄하나, 이시원(1993)은 정부를 행정부에 한하여 보았고, 전대성, 권일웅, 그리고 정광호(2013)의 연구에서는 정부를 운영하는 정치인을 포함하기도 한다. 정부신뢰의 개념은 주로 정부의 능력(기능)에 대한 신뢰와 윤리적 신뢰로 구분되며(박정훈·신정희, 2010; 오경민·박홍식, 2002), 정부가 국민들의 기대에 부응하여 정책을 집행하고 운영되고 있는지에 대한 긍정적 지지 태도로 설명되기도 한다(김관보·채경잔·손호중, 2012). 이외에 국민의 기대에 바탕을 둔 정부에 대한 긍정적 평가 태도(서문기, 2001), 불확실한 상황 하에서 국민이 정부의 행동(정책)에 대하여 취하는 긍정적인 기대나 심리적 지지(손호중·채원호, 2005)라는 정의가 있다. 또한, 정부가 산출하는 각종 산출물에 대한 평가(Hetherington, 1998), 국민의 기대에 대한 부응(서문기, 2001; 손호중·채원호, 2005)으로 이해되기도 하며, 사회문화적 맥락에서 형성된 신뢰, 정부기관에 대한 신뢰, 공무원에 대한 신뢰를 포괄하는 개념으로 제시되기도 한다(박순애, 2006).

이 같은 논의는 정부 신뢰에 대한 정의를 내리는 동시에 정부 신뢰로 인해 나타날 수 있는 몇몇 인과적 효과에 대한 논의가 혼재되어 있는 듯하다. 특히, 정부 신뢰에서 일컫는 정부가 누구 인가는 구체적으로 제시되어야 할 부분임에도 불구하고 연구마다 저마다 다른 양상을 띠고 있다. 정부체제와 집권 정부 간의 명확한 분리가 가능하다는 입장에서 정치체제가 아닌 집권 정부에 대한 신뢰로 보아야 한다는 주장은 이와 유사한 맥락에서 나온 것이라 할 수 있다(박통희, 2000).

이 연구에서는 정책수용의 선행변인으로서 정부 신뢰를 상정했는데, 이는 집권 정부의 신뢰라기보다는 정책 집행자인 해당 정부기관에 대한 신뢰이다. 지방정부 신뢰와 정책수용의 관련성을 검토한 연구에서는 정부신뢰의 개념적 구성요소로 해당 지방정부인 경기도청에 대한 신뢰를 정책의 추진에 기인한 피해감수의 의지와 신뢰에 대한 직접적 질문을 통해 정부 신뢰의 수준을 측정했다(김관보 등, 2012).

정책수용은 정책대상집단이 정책목표의 달성을 위하여 결정된 정책지시에 일치하는 방향으로 행동하는 것을 의미한다(박용치·윤순진·신동주, 2004). 국내외 정책 대상 집단의 정책수용에 대한 연구는 다양한 분야에서 이루어졌는데, 특히 특정 정책에 대한 실증적 분석을 통해 정책수용을 검토한 연구들이 많다. 환경정책 중 쓰레기 소각장이나 매립지와 같은 혐오시설 입지에 관한 연구(박병식·강태호, 1998; 박용치 등, 2004), 국민연금정책에 대한 연구(하상근, 2003)이 대표적이다.

정책수용 영향요인에 대한 메타연구에서는 구체적으로 기관의 정보 보안 정책을 적용하여 정보 보안 정책에 대한 수용에 어떤 요인이 영향을 미치는지 검토했다. 연구결과, 정책수용에 대

한 영향요인으로, 지각된 행동 통제력(perceived behavioral control), 처벌에 대한 정의 인식(perceived justice of punishment), 정당성 인식(perceived legitimacy), 위협 평가(threat appraisal), 정보보안 인식(information security awareness), 서술적 규범(descriptive norm), 정보 보안 정책의 공정성(information security policy fairness), 규범적 신뢰(normative beliefs), 인지된 가치 일치성(perceived value congruence)을 발견했다(Sommestad, Hallberg, Lundholm, & Bengtsson, 2014). 소머스태드와 동료들은 정책수용을 예측하는 변인 중에서, 정서적 가치가 지배적임을 지적했는데 예를 들면, 규범적 및 도덕적 신뢰는 정책수용으로서 수용의 훌륭한 예측 변인인 것으로 나타났다.

정부의 국정운영은 정부신뢰에 따라 그 방향성이 결정되기에 매우 중요하다(김정숙 황창호, 2021). 정부에 대한 신뢰도가 높다면 정부는 강제력을 사용하지 않으면서도 국민들의 자발적인 정책지지와 수용으로 이끌 수 있다(Levi, 1997; Marien & Hooghe, 2011; Scholz & Lubell, 1998; 박현신, 2021 재인용). 정부신뢰가 결여되면 정부의 정책 집행에 수용하지 않게 함으로써 정부정책에 대한 저항으로 이어질 수 있다(Sears & Citrin, 1982).

박현신(2021)은 정부신뢰가 환경, 보건의료, 치안, 교육, 국방, 교통, 소방 및 방재, 노령연금, 실업연금, 문화예술, 국민연금이라는 11개의 정책에 있어서 국민들의 정책태도에 어떤 영향을 미치는지, 그리고 정부신뢰와 정책태도 간의 관계에서 이념적 성향이 조절효과를 내는지 확인하고자 했다. 연구에 따르면, 정부신뢰가 높을수록 정책태도가 우호적이었으며, 이념성향이 진보적일수록 정부의 개입이 확대되는 것을 선호했다. 한편 박정훈과 신정희(2010)의 연구에서는 정부신뢰는 정책우려를 낮추면서 우회적으로 정책지지에 긍정적으로 영향을 미침이 확인되었다.

슈뢰더 등(Schroede et al., 2021)은 야생동물관리기관의 이해관계자를 가축생산자, 사냥꾼, 일반대중으로 구분하였고, 이해관계자별로 정부기관인 야생동물관리기관(SMWA)에 대한 신뢰가 다르게 나타나는지를 검토했다. 이 연구에 따르면, 사냥꾼이나 가축생산자보다 일반 대중은 정부기관에 대해 높은 신뢰도를 보이는 것으로 나타났다. 김대욱, 최명일, 그리고 김학신(2022)은 국가보훈정책 중 예우정책에 있어서 주요 이해관계자인 국가보훈처 공무원과 일반 국민들의 인식이 차이를 보이는지 살펴봤고, 그 결과 국가보훈처의 정책에 있어서 내부 공무원들은 높은 지지도와 이해도를 보이는 반면, 일반 대중들은 낮은 지지도와 이해도를 보임이 확인되었다. 정부 기관에 대한 신뢰와 정책수용에 대한 앞선 논의를 바탕으로 두 번째 가설을 도출했다.

연구가설 2. 국가보훈처에 대한 신뢰는 국가보훈처 정책수용에 영향을 미칠 것이다. 국가보훈처에 대한 신뢰가 높을수록 국가보훈처 정책수용은 증대될 것이다.

3) 정부 기관 이해관계자의 특성

실바와 바티스타(Da Silva & Batista, 2007)는 정부활동의 고유한 측면으로 고객과의 관계 구축을 꼽으며, 대부분의 공공기관과 부서는 새로운 비즈니스 접근 방식을 채택하고 새로운 정보 기술을 적용하여 공공기관의 부정적 이미지를 개선해야 할 필요가 있음을 제안했다. 이 연구에서 실바와 바티스타는 정부기관의 특성상 다양한 이해관계자에 대한 정부 활동은 각각의 고객에게 민감하게 반응할 수 있어야 하며 이로 인해 정부의 긍정적 명성은 높아질 수 있다고 강조했다. 연구를 통해 보면, 정부 기관의 명성관리는 기업의 명성관리와 크게 다르지 않지만, 정부기관의 이해관계자 특성을 고려한 정부 활동이 필요함을 고려할 필요가 있다.

이해관계자가 조직에 대한 신뢰를 형성함으로써 조직의 목적에 부합하는 활동을 하도록 이끄는 것은 기업커뮤니케이션의 전략적 목표이다(Van der Merwe & Puth, 2014). 공공영역도 크게 다르지 않다. 다만 공공영역의 이해관계자는 기업에 직간접적인 영향을 미치는 기업의 이해관계자와는 달리 공공기관의 특성과 공공기관이 관할하는 이슈에 좀 더 섬세하게 관여되는 차별점을 지닌다(Overman, Busuioc, & Wood, 2020).

이해관계자(stakeholder)는 프리먼(Freeman, 1984)이 전략적 경영: 이해관계자적 접근(Strategic management: A stakeholder approach)에서 소개한 개념으로, 경영학자와 기업 경영인에게 큰 영향을 미쳤다(박홍식, 2016). 캐롤(Carroll, 1993)은 이해관계자란 비즈니스에 영향을 줄 수도 받을 수도 있는 하나 혹은 그 이상의 이해관계를 가지고 있는 개인 또는 집단으로 정의했다. 이와 유사하게, 스타릭(Starik, 1994)도 이해관계자란 어떠한 조직에 영향을 주거나 받을 수 있는 혹은 영향력이 있거나 잠재적으로 영향력이 있는 개인 또는 집단이라고 했다. 이해관계자에 대한 정의를 종합해 볼 때, 이해관계자는 현재 또는 잠재적으로 조직에 영향을 줄 수 있고 또 조직에 의해 영향을 받을 수 있는 개체다.

명성에 대한 논의가 기업커뮤니케이션에 집중되어 있는 것처럼, 이해관계자에 대한 연구도 경영학을 중심으로 발전되어 왔는데, 이는 이해관계자에 대한 정의와 분류 방법에서도 알 수 있다(Carroll, 1993). 다울링(Dowling, 2004)은 이해관계자를 기능에 따라 규범 집단, 직무 집단, 확산 집단, 고객 등 네 가지 유형으로 구분했는데, 규범 집단은 기업의 활동에 일반적 규칙과 규제를 가하는 이해관계자 집단으로 정부기관, 투자자, 애널리스트, 신용등급기관, 전문가 집단, 주주, 이사회 등이 있다. 직무 집단은 고객에게 직접 봉사하는 등 기업 활동을 촉진한다는 점에서 이해관계자 집단 중에서 가장 부가되는 집단이라 할 수 있다. 직원(종업원), 공급사, 노동조합, 제조업자, 서비스공급자 등이 직무 집단에 포함된다. 확산 집단은 기업에 관심을 가지는 특정 유형의 이해관계자로 이들이 주목하는 이슈는 다양한데, 확산 집단에 속하는 이해관계자는 언

론이다. 다울링이 제시한 네 번째 이해관계자는 고객으로 이해관계자 중 가장 중요한 대상으로 꼽았다.

이해관계자의 구분도 중요하지만, 조직에 중요한 이해관계자가 누구인지 제대로 파악하는 것이 더 중요함을 강조하며 미첼과 동료들(Mitchell, Agle, & Wood, 1997)은 현저성(salience) 이론을 제시했다. 현저성은 권력(power), 정당성(legitimacy), 시급성(urgency)으로 이루어지며, 세 가지 구성요소 중 충족하는 요소의 개수가 높아질수록 주목가치(현저성)가 높은 이해관계자가 된다. 여기서 권력은 자신이 원하는 결과를 얻어낼 수 있는 힘을 가진 사람의 능력이고 정당성은 사회적으로 구축된 규범, 가치, 신념 그리고 정의 등의 범위 내에서 어떤 주체의 행위가 바람직하다고 여겨지는 일반화된 지각이나 가정을 뜻한다. 긴급성은 이해관계 혹은 권리가 시간상으로 민감하거나 해당 이해관계자에게 매우 중요하여 이를 강제적으로 몰아가려는 의무적인 상황을 의미한다(이용진·한은경, 2010; Mitchell et al., 1997). 이때 권력, 정당성, 시급성이라는 세 가지 요소가 모두 충족되면 진성 이해관계자(definitive stakeholder)이고, 두 개가 충족되면 기대되는 이해관계자(expectant stakeholder), 그리고 하나만 충족되면 잠재적 이해관계자(latent stakeholder)가 된다.

PR커뮤니케이션에서 이해관계자의 중요성은 특정 쟁점을 중심으로 상황에 따라 조직이 중점적으로 커뮤니케이션해야 할 공중으로 변모할 수 있다는 데 있다(황성욱·김태완·김은진, 2018). 황성욱 등(2018)는 정부 PR의 중심인 대통령과 청와대 입장에서 직면할 수 있는 주요 이해관계자들로 정부 부처 및 여당, 국회, 다수의 지방 자치단체들, 그리고 대통령의 메시지와 주요 이해관계자들과의 소통 노력을 보도하는 언론을 이해관계자들로 꼽았다.

행정학 분야에서는 정책과 직간접적으로 연관을 가진 사람들을 정책 이해관계자로 정의하며, 정책별로 정책의 이해관계자는 그 범위와 분포에 있어서 차이를 보인다고 했다(황창호·엄영호·이남국, 2021). 일례로, 정창호와 박치성(2015)은 승례문 복원이라는 문화재 보수정비 정책에서 이해관계자를 문화재 보수업계, 문화재청, 시민, 언론, NGO, 전문가, 정치권, 중앙정부, 지방정부로 구분하였다. 김인수와 최영훈(2021)은 부동산 정책에 대한 연구에서, 부동산 정책 결정 및 집행에 영향을 미치는 개인이나 집단으로 부동산 정책과정에서 고려할 필요가 있는 개인이나 집단이 부동산 정책의 이해관계자로 보았다. 그러나 이들을 현저성 이론에 따라 분류해 보면 주요 정책 행위자가 된다는 것이다. 그 결과 사람들은 부동산 정책에서 있어서 '대통령·청와대', '집권 정당', '국토부', '기획재정부'와 같은 정책 결정 주체를 주목 가치가 높은 이해관계자로 꼽은 반면, 일반국민, 무주택자, 다주택자, 민간사업가 등의 정책대상은 주요 이해관계자가 아닌 것으로 판단했다. 김인수와 최영훈(2021)의 연구와 달리, 청년정책의 이해관계자를 연구한 최영

훈, 박정민, 그리고 김의경(2022)의 연구에 따르면 청년정책의 가장 주요한 이해관계자는 청년으로 이는 주요 정책 행위자와 동일한 것으로 나타났다. 그러나 현실성 이론에 따라 이해관계자를 다시 분류하였을 때에는 청년은 권력, 정당성, 시급성이 모두 있는 '진성 이해관계자'가 아닌 '의존적인 이해관계자'로 구분되었다.

다울링(Dowling, 2004)은 이해관계자를 기능에 따라 규범집단, 직무 집단, 확산 집단, 고객의 4가지 유형으로 구분했는데, 규범집단은 기업의 활동에 일반적 규칙과 규제를 가하는 이해관계자로 정부기관, 투자자, 애널리스트, 신용 등급기관, 전문가 집단, 주주, 이사회 등이 있다. 직무 집단은 기업 활동을 촉진하고 고객에게 봉사하는 이해관계자로 내부 직원, 공급사, 노동조합, 제조업자, 서비스 공급자 등이 포함된다. 확산 집단은 기업에 관심을 가지는 특정 유형의 이해관계자로 미디어와 언론이 대표적이다. 네 번째 이해관계자인 고객은 이해관계자 집단 중 가장 중요한 대상으로 간주했는데, 정부기관의 이슈에 따른 고객은 구체적인 정책수용집단으로 볼 수 있다.

공공기관의 명성에 있어 이해관계자의 중요성은 "청중(audience)"의 개념을 통해 설명한 연구에서도 찾을 수 있다. 공공기관 명성에서 청중의 개념은 관료주의 명성이론의 핵심이며 여기서 공공기관에 대해 청중이 인지하는 명성은 조직의 관료주의에 대한 시민의 태도를 측정하는 연구와는 차별화된다고 주장했다(Overman, Busuioc, & Wood, 2020). 이는 카펜터가 공공기관의 명성 차원을 설명하며, 이해관계자의 인식이 조직의 명성에 주요한 요인임을 제시한 연구와 맥을 같이한다. 카펜터는 공공기관의 명성은 조직의 능력과 의도, 역사, 미션에 대한 상징적인 믿음이며 이러한 이미지는 다양한 청중(multiple audiences)의 네트워크 안에 배태되어 있음을 주장했다(Carpenter, 2010), 다시 말해서, 공공기관의 명성에 있어 주요한 요소는 청중들에게 배태된 조직만이 보유한 독특한 능력에 대한 인식이고 그러한 인식은 다차원적이기 때문에 청중마다 다른 인식을 지닐 수 있다는 것이다. 또한, 오버맨과 뷰조익은 공공기관의 명성의 다차원적 개념을 설명하면서, 조직특성에 따라 이해관계자가 지니는 명성인식은 달라질 수 있음을 설명했다. 이 연구에서는 유럽 화학물질 규제기관인 ECHA(European Chemicals Agency)의 이해관계자를 EU 조직, 국제기구, 정부, 지자체, 비정부기구, 법조계, 학계, 컨설팅, 산업계, 물류, 의료계, 언론, 기타로 상세히 구분하여 ECHA 명성을 측정했다. 그 결과, 조직에 가까운 이해관계자일수록 명성의 다양한 차원들을 식별해 낸다는 것을 밝혔는데, 조직과 더 많은 상호작용을 하는 이해관계자일수록 ECHA의 규제이미지를 더 선명하게 인지했고, 따라서 모든 청중이 조직의 평판을 형성하고 정의하는 능력에 똑같이 중요한 영향을 미치는 것은 아님을 알 수 있다(Overman et al., 2020). 이 점에서 정부 기관 및 공공조직에서 이해관계자 유형에 대한 고려가 필요함을 알 수 있다.

이 연구에서는 정부기관 명성을 인식하고 그 기관에 대한 신뢰를 쌓음으로써 해당 정부기관의 정책을 수용하는 이해관계자는 누구이고, 그 이해관계자들이 집중하는 해당 기관의 이슈는 무엇인지 국가보훈처를 중심으로 검토하고자 한다. 앞선 논의를 통해 보면, 국가보훈처의 이해관계자 집단은 규범 집단으로서 정부부처와 학계·전문가 집단을 상정할 수 있고, 직무 집단으로서 내부직원과 유관(시민)단체, 그리고 확산 집단으로서 언론을 상정할 수 있다. 또한, 국가보훈처의 보훈정책의 직접적인 수용자인 보훈대상자 및 가족은 고객으로 볼 수 있다. 이에 국가보훈처 이해관계자 집단을 정부부처(Government Department), 유관(시민)단체(Civic Organizations), 언론(Media), 학계/전문가(Academia), 내부 직원(Employees), 그리고 보훈대상자 및 가족(War Veterans) 등 6개 집단으로 구분했다. 이러한 이해관계자의 유형에 따라 국가보훈처 명성과 신뢰, 정책수용에 있어서 차이가 나타나는지 알아보려고 아래의 연구문제를 설정했다.

연구문제 1. 국가보훈처 명성과 신뢰, 정책수용에 있어 이해관계자 유형에 따른 차이가 나타나는가?

4) 국가보훈처 이슈와 이슈 관여도(Issue Involvement)

국가보훈처는 1961년 군사원호청에서 출발하여 그 이듬해 원호처로 승격되고 1985년에 국가보훈처로 개칭되었는데, 초기 설립목적은 국가유공자와 그 유족에 대한 보훈, 참전군인과 제대군인에 대한 지원사업에 있다. 따라서 국가보훈처의 사업들은 보훈정책으로 실행되고 있으며, 국가보훈처의 보훈정책은 크게 3단계의 패러다임으로 이어져 왔다.

1단계의 보훈정책은 전쟁 유족에게 연금과 보상금을 지급하며 그들의 생계에 도움을 주려는 정책이다. 2단계 보훈정책은 70년대 중반부터 80년대까지 이어졌는데 이때에는 보훈대상자를 전상자와 그의 유가족으로 확대하고 이들을 국가유공자로 전환하였으며, 그들의 생활을 안정시킬 수 있도록 이전보다 수준 높은 물질적 보상을 하는 정책들이 시행되었다. 3단계 보훈정책은 물질적인 보상 이상으로 이들의 나라사랑 정신에 대한 존경을 표현함으로써 가치재(merit goods)로서 보훈정책을 시행하였다. 이처럼 3단계 이후부터는 보훈 정책은 단순한 물질적 보상을 넘어서서, 보훈대상자들의 공로를 기억하고 잊지 않는 것이다(정숙경, 2011).

현재 국가보훈처가 운영하고 있는 국가보훈 정책은 크게 보훈보상제도, 보훈선양활동과 예우정책으로 나누어 볼 수 있으며(김대욱 등, 2022; 김의식, 2022), 그중 보상, 보훈선양, 보훈대상자의 복지지원, 제대군인 지원 등이 가장 주요한 정책으로 여겨진다(정숙경, 2011). 국가보훈처가 2023년 발표한 업무보고의 내용에 따르면, 호국원의 묘역을 확충하고 연천 현충원을 신규 조성하고, 위탁병원 이용 연령 제한을 단계적으로 폐지함으로써 보훈대상자의 보훈선양과 복

지지원 개선에 힘쓰고 있으며 보훈 의식을 높이기 위한 보훈 정책 PR활동도 활발히 진행하고 있다. 정원준과 최진봉(2014)은 국가에 대한 헌신과 보훈 의식을 증진하기 위해서는 보훈 정책에 대한 신뢰가 형성되어야 한다고 주장했다.

이처럼, 국가보훈처는 보훈정책의 패러다임 변화와 함께 보훈정책을 입안하고 시행하기 위한 이슈의 범위도 넓어졌는데, 예를 들면 보훈대상만 해도 독립유공자, 국자유공자, 지원대상자, 보훈보상대상자, 참전유공자, 5·18 민주유공자, 고엽제 후유증, 특수임무유공자, 체대군인까지 다양하다. 따라서 동일한 보훈 대상이라고 해도 이들이 지각하는 국가보훈처 정책 이슈에 대한 생각은 다를 수 있다. 보훈 대상은 국가보훈처의 주요한 이해관계자이며 이들이 국가보훈처 정책 이슈와 얼마나 관련되어 있는지에 따라 후속 행동은 달라질 수 있다. 이와 관련하여 생각해 볼 부분이 이슈 관여에 대한 것이다.

관여는 “활성화된 태도와 자아 개념 간의 관련성으로 인해 유발되는 동기적 상태”(Johnson & Eagly, 1989, p. 290)로 정의되는데, 관여의 유형을 세 가지로 구분한 존슨과 이글리(Johnson & Eagly, 1989)는 관여의 유형에 따라 설득의 효과가 상이하다는 것을 확인했다. 이들이 구분한 세 가지 관여유형은 가치관련 관여(value-relevant), 결과관련 관여(outcome-relevant), 그리고 인상관련 관여(impression-relevant)인데, 이슈 관여도는 결과관련 관여와 매우 유사하다(양정애·이종혁·정일권·최윤정, 2015). 결과관련 관여는 이슈가 현재 중요한 개인의 목표 혹은 결과와 관련된 정도(Johnson & Eagly, 1989)로 페티와 카시오포(Petty & Cacioppo, 1979)는 고려 중인 태도 대상 이슈가 개인적으로 중요한 정도를 다른 관여 유형과 구분하여 이슈 관여도로 지칭했다. 이슈관여는 ‘정확성에 대한 관심을 증가시키고, 객관적이고 균형적인 정보처리를 촉진시키고(Hubbell, Mitchell, & Gee, 2001), 메시지 노출 및 처리 후에 발생하는 태도 변화에 있어 설득 효과를 향상시킬수도 있고 저해할 수도 있다(Cho & Boster, 2005).

PR학에서는 특정이슈에 대한 관여도가 높은 경우, 공중의 적극적인 정보행위가 증가하는데, 이는 그 이슈가 해결되어야 할 중요한 이슈라는 판단하에 이루어지는 것이라 볼 수 있다(Grunig, 1993; Hamilton, 1992). 차희원(2006)은 공중이 사회적 이슈를 중요하게 인식할수록 기업명성에 더 많은 영향을 미치는 것을 밝혔는데, 이는 공중이 특정 이슈에 대한 자신의 관여도가 높다고 판단하는 경우, 적극적인 정보행위가 증가하게 되고, 결국 그 이슈가 매우 중요한 사안이라는 인식이 형성되기 쉬우며 결국 언론보도 등을 통해 얻어진 정보가 그 기업의 명성을 판단하는 중요한 잣대가 된다는 것이다.

논의를 통해 보면 공중은 특정 이슈에 관여함으로써 자신의 커뮤니케이션 행동에 영향을 받을 수 있다. 즉, 이슈에 관여됨으로써 적극적 정보행동을 통해 태도와 행동변화를 일으킬 수

있다는 것이다. 이슈 관여도는 태도와 주관적 규범, 지각된 행동통제와 같이 행위를 예측하는 변인들의 공통적인 선행요인으로 작용하는 것으로 밝혀졌고(Bae, 2008), 이 점에서 정부기관 명성의 효과로 기대하는 정부신뢰와 정책수용에 있어 이해관계자의 이슈 관여도가 어떤 의미를 지니는지 검토할 필요가 있다.

먼저, 정부신뢰와 관련된 부분을 보면, 기업의 이해관계자 이론에서는 기업이 단순히 주주를 넘어서는 이해관계자에 대한 책임이 있다고 주장한다(Freeman, 1984). 이러한 논리를 확장하면, 정부기관은 다양한 정책이슈와 관련하여 이해관계자 참여를 투명하게 함으로써 정부기관의 책임을 강화하고 공중에 대한 신뢰를 강화할 수 있다. 이 점에서 정책이슈에 대한 이해관계자의 관여도를 알면 정부기관은 공중의 인식을 예측하고 커뮤니케이션 전략을 맞춤화할 수 있고, 이해관계자 집단의 이슈 관여도를 이해함으로써 관련 정책에 영향을 미칠 수 있는 이해관계자 집단과 전략적 제휴를 맺는 등 실질적인 정책 입안이 가능해진다(Bryson, Cunningham, & Lokkesmoe, 2002; Linder & Peters, 2017). 종합하면, 특정 이슈에 대한 이해관계자의 이슈 관여도를 이해함으로써 정부기관은 이해관계자와의 투명한 상호작용과 책임성을 보임으로써 신뢰를 구축하고 정당성을 확보할 수 있으며(Freeman, 1984), 다양한 요구사항과 관점을 수용하는 효과적인 정책을 개발할 수 있고 나아가 성공적인 정책 수행을 증진할 수 있다.

이를 국가보훈처에 적용해 보면, 국가보훈처 정책 이슈에 대해 이해관계자들의 이슈 관여도가 다를 수 있고, 따라서 국가보훈처 정책수용에 대한 명성과 신뢰의 경로에 차이가 나타날 수 있다. 이를 검토하기 위해 아래의 연구문제를 설정했다.

연구문제 2. 국가보훈처 명성과 신뢰, 정책수용에 있어 이슈 관여도에 따른 차이가 나타나는가?

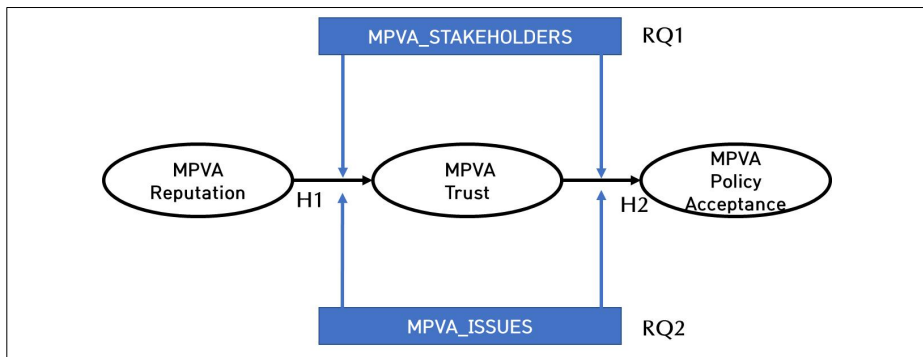


Figure 1. Research model

(MPVA stands for Ministry of Patriot and Veterans Affairs.)

3. 연구 방법

1) 연구 대상

본 연구에서는 연구가설 검증과 연구문제 분석을 위해 국가보훈처 이해관계자를 대상으로 설문을 진행했다. 국가보훈처 이해관계자 유형은 정부부처(26명), 유관(시민)단체(29명), 언론(25명), 학계/전문가(26명), 내부 직원(26명), 그리고 보훈대상자 및 가족(26명)으로 모두 6개 유형으로 구분했다. 설문 대상인 이해관계자는 비확률표집인 유의적 표집에 기반해 모집했다. 구체적으로, 먼저 국가보훈처로부터 해당 기관과 관련 있는 이해관계자의 추천 목록을 받은 후에, 연구자들이 이해관계자 집단의 특성을 검토했다. 즉 국가보훈처에 대해 우호적이거나 그렇지 않은 집단, 또는 국가보훈처 활동에 긍정적이거나 긍정적이지 않은 상황에 있는 집단들이 모두 추천 목록에 포함되어 있는 것을 확인하여 표본의 대표성과 객관성을 갖추고자 했다. 그 이후 연구자들은 추천 목록으로부터 추출한 표본을 연구 대상으로 하여 온라인 조사회사에서 발송한 설문 링크에 응답하는 방식을 취했다.

이 연구에서 표본 크기는 예측 변인의 수와 연구가설 검증 및 연구문제 분석 방법에 따라 G*Power 프로그램을 통해 구했다. 본 연구의 연구가설과 연구문제 중 예측 변인이 가장 많은 연구문제 1에 따라 표본 크기를 계산한 결과, 138로 확인되었다(Power = 0.95, Effect size $f^2 = 0.15$). G*Power 산출 결과와 선행 연구의 연구 방법을 참고하여, 본 연구는 2020년 3월 26일부터 4월 10일까지 총 158명의 자료를 수집했다.

2) 주요 변인의 측정

주요 변인의 타당도 검증을 위해 확인적 요인분석을 실시했다. 확인적 요인분석을 통해 도출된 모형 적합도를 살펴보면, 카이사승치 값은 389.913, 자유도는 174, CFI는 .933, RMSEA는 0.089로 수용 가능한 모형인 것으로 나타났다. 다음으로, 각 잠재요인에 대한 분석결과, 모든 요인의 표준적재치(Standardized regression weights)가 0.7이상, 분산추출지수(AVE)가 0.5 이상으로 나타나 수렴타당도가 바람직한 수준에서 확보된 것을 확인했다. 각 잠재요인의 신뢰도 또한 .7이상으로 나타나 집중타당성이 있음을 확인했다(Anderson & Gerbing, 1988)(〈Table 1〉 참조).

(1) 국가보훈처 명성

국가보훈처의 명성은 리와 반 라이진(Lee & Van Ryzin, 2018)와 카펜터(Carpenter, 2010)

의 연구를 바탕으로 정부기관 명성지수를 개발한 차희원과 김수진(2021)의 연구를 바탕으로 측정했다. 정부기관 명성지수는 비전, 능력, 공정, 정서의 4가지 요인으로 구성되어 있는데, 정서(3문항)를 제외한 비전, 능력, 공정요인은 모두 4개 문항으로 구성되어 있다. 정부기관 명성지수의 4가지 요인 중에서 비전 요인이 평균 3.70(SD = .92)으로 가장 높고, 다음으로 정서 요인(M = 3.61, SD = .90), 공정 요인(M = 3.51, SD = .88), 능력 요인(M = 3.40, SD = .95) 순으로 나타났다. 국가보훈처 명성 15개 문항의 신뢰도, Cronbach's α 는 .94로 나타났다. 명성 하위차원 측정 문항의 신뢰도와 타당도는 <Table 1>에 나타나 있다.

Table 1. Validity and Reliability of the Measures

Latent Variable	Indicators	Estimate	β	S.E.	C.R.	p	Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability
Vision	V1	1.000	.897				.792	.938
	V2	.860	.854	.057	15.174	***		
	V3	1.005	.905	.058	17.431	***		
	V4	.967	.903	.056	17.330	***		
Ability	A1	1.000	.910				.750	.923
	A2	.959	.900	.055	17.580	***		
	A3	1.017	.841	.068	14.928	***		
	A4	.862	.809	.063	13.743	***		
Fairness	F1	1.000	.772				.658	.885
	F2	1.010	.810	.094	10.720	***		
	F3	1.196	.858	.104	11.516	***		
	F4	1.023	.802	.097	10.565	***		
Emotion	E1	1.000	.854				.711	.881
	E2	.998	.888	.067	14.824	***		
	E3	.899	.785	.076	11.889	***		
Trust	AT1	1.000	.907				.767	.929
	AT2	.981	.904	.056	17.367	***		
	AT3	.936	.885	.057	16.488	***		
	AT4	.811	.803	.061	13.339	***		
Policy Acceptance	PA1	1.000	.736				.695	.818
	PA2	1.367	.921	.169	8.103	***		

(2) 정부 신뢰

정부 신뢰 측정문항은 국민의 요구에 대한 민감한 반응, 예산사용의 효율성, 도덕성 등을 측정함

목으로 사용한 박정훈(2008)의 연구와 공약의 이행, 공정성, 차별력 등을 측정지표로 활용한 버틀리의 연구(Butler, 1991)를 본 연구에 맞게 적용했다. '국가보훈처는 국민의 세금을 책임감있게 사용한다.'를 포함하는 4개 문항으로 리커트 5점 척도를 활용하여 측정했다($M = 3.78, \alpha = .86$).

(3) 정책수용

정책수용은 김관보 등(2012)의 연구와 소머스태드 등(Sommestad et al., 2014)의 연구를 바탕으로, '나는 국가보훈처 사업에 협조할 의향이 있다', '나는 국가보훈처 사업에 찬성하며 그 결과를 받아들일 것이다,'의 2개 문항으로 '전혀 그렇지 않다'의 1점에서 '매우 그렇다'의 5점 리커트 척도로 측정했다($M = 3.72, \alpha = .83$).

(4) 이슈 관여도

이슈 관여도는 국가보훈처 관련 현안을 여섯 가지 제시하고, 이들 이슈가 국가보훈처에 얼마나 중요한 문제라고 생각하는지를 질문하여 5점 척도로 측정했다. 제시한 여섯 가지 이슈는 사전 언론분석을 통해 일반인에게 인식되어 온 이슈인 '독립유공자 서훈과정 이념논란', '국가유공자 심사 공정성 관련 이슈', '국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈', '보훈단체의 정치적 도구화 이슈', '국가유공자 고령화에 따른 보훈대상자 의료, 안장서비스 개선 요구 이슈', '국가보훈처 본부와 소속기관 및 산하기관 간 소통·협력 요구 이슈'로 선정했다($M = 4.1, \alpha = .779$).

3) 분석 방법

본 연구의 연구가설 검증과 연구문제 분석을 위해 조건부 간접효과 분석과 구조방정식을 통한 경로분석을 실시했다. G*Power는 간접효과에 대해서는 표본 크기 산정 방법을 제공하지 않고 있으므로, 본 연구는 신뢰 구간(Confidence Intervals, CI)을 부트 스트래핑(boot strapping)하는 Hayes의 PROCESS Macro를 사용했는데 상대적으로 표본 크기가 작은 경우 부트 스트래핑으로 간접효과 등을 추정하는 것이 바론과 케니(Baron & Kenny, 1986)의 분석으로 대표되는 정규 이론 접근(Normal Theory approach)에 비해 더 나은 검증 결과를 산출할 수 있기 때문이다(Mallinckrodt, Abraham, Wei, & Russell, 2006). 또한, 부트 스트래핑을 10,000번으로 설정하여 추정된 표준 오차를 좀 더 줄이고자 하였다.

요약하면, 연구가설 1과 연구가설 2는 PROCESS Macro의 model 4를 이용한 간접효과 분석과 동시에 구조방정식 모형을 통한 경로분석을 실시했다. 연구문제 1과 연구문제 2는

model 58을 이용하여 분석했다. 각 분석에서 신뢰구간 수준은 95%, 부트 스트래핑 횟수는 10,000으로 설정하였다.

4. 연구 결과

1) 연구가설 검증 결과

연구가설 1과 연구가설 2는 국가보훈처 명성, 국가보훈처 신뢰, 그리고 국가보훈처 정책 수용 간 영향 관계를 살펴보고자 하였다. 특히 문헌연구를 바탕으로 신뢰는 명성과 정책 수용 사이에서 매개 역할을 할 수 있다고 추론할 수 있다. 이에 PROCESS macro를 이용하여 단순매개모형 분석(model 4)을 수행하였다.

먼저, 명성이 신뢰에 미치는 영향은 통계적으로 유의하였다(Coeff. = .826, $SE = .046$, $t = 18.076$, $p = .000$). 즉 국가보훈처 명성을 높이 인식할수록 그에 대한 신뢰가 높아졌다. 이에 연구가설 1은 지지되었다. 부가적으로, 신뢰에 대한 국가보훈처 명성의 4개 차원의 영향을 알아보고자, 다중회귀분석을 실시했다. 분석 결과, 명성의 하위 차원 중에서 비전 요인의 영향이 통계적으로 유의하게 나타났다($\beta = .620$, $p = .000$).

다음으로 명성과 신뢰를 함께 투입한 후 국가보훈처에 대한 신뢰가 정책수용에 미치는 영향도 유의한 것으로 나타나 연구가설 2가 지지 되었다(Coeff. = .381, $SE = .103$, $t = 3.685$, $p = .000$). 국가보훈처에 대한 신뢰가 높을수록 국가보훈처 정책수용이 증대된 것이다 (<Table 2> 참조).

이때, 명성이 정책수용에 미치는 총효과, 직접효과, 간접효과를 확인한 결과, 총효과 (Effect = .484, 95% CI = .367~.600)와 간접효과(Effect = .315, 95% CI = .147~.500)는 통계적으로 유의하였으나 직접효과(Effect = .169, 95% CI = -.034~.371)는 통계적으로 유의하지 않았다. 이를 통해 신뢰가 명성과 정책수용 간 관계를 완전매개하는 것을 확인할 수 있다.

다음으로, 단순매개 분석에 더하여 국가보훈처 명성과 신뢰, 정책수용간의 관련성을 알아보기 위해 구조방정식 모형을 설정하여, 전체적인 경로를 검토했다. 분석 결과, 국가보훈처 명성에 대한 이해관계자 인식이 긍정적일수록 국가보훈처 신뢰가 높아지고($\beta = .890$, $p < .001$) 정책수용이 증대되는 것으로 나타났다($\beta = .692$, $p < .001$)(<Figure 2> 참조).

Table 2. Results of Mediation Analysis

VARIABLES	OUTCOME VARIABLE					
	government trust			policy acceptance		
	Coeff.	SE	p	Coeff.	SE	p
Constant	.8742	.1657	.000	1.6705	.2241	.000
reputation	.8258	.0457	.000	.1687	.1025	.102
trust	-	-	-	.3813	.1035	.000
	R ² = .696			R ² = .379		
	F(1, 143) = 326.753, p = .000			F(2, 142) = 43.382, p = .000		

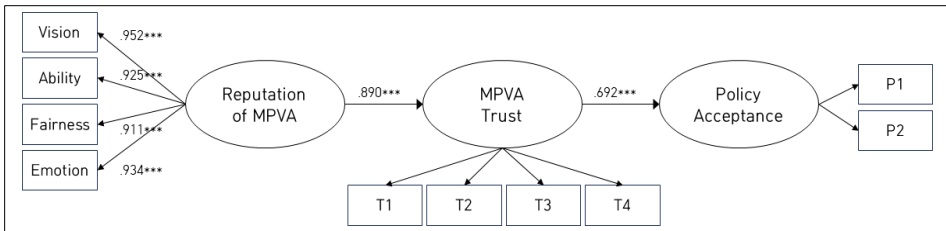


Figure 2. The result of path analysis

Note. CMIN/DF = 1.894 (p = .001, df = 33). CFI = .981. RMSEA = .078. *** p < .001.

2) 연구 문제 분석 결과

(1) 국가보훈처 이해관계자별 차이

먼저, 연구문제 1의 분석에 앞서 국가보훈처 명성 차원에 대한 이해관계자의 인식을 평균 분석했다. 분석 결과, 비전 차원(M = 3.98, SD = 0.80)과 능력 차원(M = 3.75, SD = 0.78), 정서 차원(M = 3.92, SD = 0.62)은 학계 전문가 인식이 가장 긍정적이었고, 공정 차원의 명성은 내부 직원(M = 3.77, SD = 0.91)의 인식이 가장 긍정적인 것으로 나타났다(<Table 3> 참조).

Table 3. Stakeholder Evaluation of the MPVA Reputation Dimension

	Mean(SD)			
	vision	ability	fairness	emotion
Government Department	3.55 (1.005)	3.11 (1.102)	3.47 (1.035)	3.38 (1.065)
Civic Organizations	3.75 (.7454)	3.58 (.7455)	3.60 (.7214)	3.77 (.6963)
Media	3.60 (1.043)	3.14 (.9844)	3.32 (.9479)	3.45 (1.044)
Academia	3.98 (.8090)	3.75 (.7842)	3.60 (.8549)	3.92 (.6256)
Employees	3.89 (1.046)	3.70 (1.084)	3.77 (.9146)	3.66 (1.066)
War Veterans	3.41 (.7872)	3.13 (.8283)	3.31 (.8323)	3.50 (.8178)

다음으로, 연구문제 1을 확인하기 위해 조건부과정모형 분석(model 58)을 실시했다 (〈Figure 3〉 참조). 이는 이해관계자 집단에 따라 명성이 신뢰에 미치는 영향과 신뢰가 정책수용에 미치는 영향이 달라지는지 확인하기 위함이다.

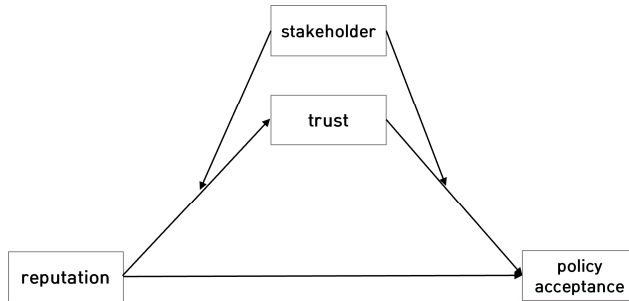


Figure 3. Moderated mediation analysis of stakeholders

그 결과, 이해관계자 집단이 국가보훈처 명성이 신뢰에 미치는 영향을 조절하는 것으로 나타났다. 시민단체인 경우, 다른 이해관계자에 비해 명성이 신뢰에 미치는 영향력이 작아지는 것으로 확인되었다($t = -3.1942$, CI: $-1.0942 \sim -.2573$). 다시 말해, 이해관계자 집단이 추가된 회귀모형에서도 명성이 신뢰에 미치는 영향은 통계적으로 유의하였으나($t = 9.3897$, CI: $.6553 \sim 1.0051$), 이해관계자 중 시민단체와 나머지 집단 간 차이만 통계적으로 유의하였다 (〈Table 4〉 참조).

Table 4. Results of Moderated Mediation Analysis

VARIABLES	OUTCOME VARIABLE		
	Coeff.	SE	p
Constant	.8172	.3119	.010
reputation	.8302	.0884	.000
W1	2.2357	.7557	.004
W2	-.2578	.4638	.579
W3	.4626	.5944	.438
W4	-.3286	.4715	.487
W5	.5993	.5092	.241
reputation × W1	-.6757	.2115	.002
reputation × W2	.0876	.1320	.508
reputation × W3	-.0741	.1588	.642
reputation × W4	.1292	.1269	.311
reputation × W5	-.1778	.1470	.229
	R ² = .745		
	F(11, 133) = 35.368, p = .000		

Note. Hayes의 PROCESS macro는 범주형 변인이 조절변인으로 설정되면, 자동으로 해당 변인을 더미형 변인으로 변환함. 정 부부처가 기준범주가 되었으며, W1: 유관(시민)단체 = 1, 나머지 집단 = 0, W2: 언론 = 1, 나머지 집단 = 0, W3: 학계/전문가 = 1, 나머지 집단 = 0, W4: 내부 직원 = 1, 나머지 집단 = 0, W5: 보훈대상자 및 가족 = 1, 나머지 집단 = 0.

한편, 신뢰가 정책수용에 미치는 영향이 이해관계자 집단에 따라 달라지는지의 분석 결과는 통계적으로 유의하지 않았다(〈Table 5〉 참조).

Table 5. Results of Moderated Mediation Analysis

VARIABLES	OUTCOME VARIABLE		
	policy acceptance		
	Coeff.	SE	p
Constant	2.0521	.4672	.0000
reputation	.1935	.1085	.0767
trust	.2667	.1634	.1050
W1	-.9547	1.1145	.3932
W2	-.8002	.6635	.2299
W3	-.1458	.8892	.8700
W4	-.3182	.6752	.6382
W5	-.0156	.7753	.9840
trust × W1	.2451	.3037	.4212
trust × W2	.1417	.1765	.4235
trust × W3	.0975	.2199	.6584
trust × W4	.0667	.1702	.6957
trust × W5	-.0074	.2102	.9720
	R ² = .423		
	F(12, 132) = 8.055, p = .000		

Note. W1: 유관(시민)단체 = 1, 나머지 집단 = 0, W2: 언론 = 1, 나머지 집단 = 0, W3: 학계/전문가 = 1, 나머지 집단 = 0, W4: 내부 직원 = 1, 나머지 집단 = 0, W5: 보훈대상자 및 가족 = 1, 나머지 집단 = 0.

(2) 국가보훈처 명성과 신뢰, 정책수용에 있어 이슈 관여도에 따른 차이

연구문제 2에서는 이슈 관여도에 따라 명성이 신뢰에 미치는 영향과 신뢰가 정책수용에 미치는 영향이 달라지는지 확인하고자 하였다(〈Figure 4〉 참조). 즉, 6개 이슈에 대한 관여도를 조절변인으로 상정하여 명성, 신뢰, 정책수용의 조건부과정모형을 통해 분석하고자 했다. 여섯 가지 이슈는 사전 언론분석을 통해 일반인에게 인식되어 온 이슈인 ‘독립유공자 서훈과정 이념논란’, ‘국가유공자 심사 공정성 관련 이슈’, ‘국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈’, ‘보훈단체의 정치적 도구화 이슈’, ‘국가유공자 고령화에 따른 보훈대상자 의료, 안장서비스 개선 요구 이슈’, ‘국가보훈처 본부와 소속기관 및 산하기관 간 소통·협력 요구 이슈’이다.

그 결과, 6개 이슈 중 국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈에 대한 관여도가 $p < .1$ 수준에서 명성이 신뢰에 영향을 미치는 것이 확인되었다(〈Table 6〉 참조). 즉 해당 이슈가 국가보훈처에 중요하다고 인식할수록 명성이 신뢰에 미치는 효과 크기는 작아지는 것으로 나타났다(R^2 증가분 = .007, $F(1, 141) = 3.365$, $p = .069$). 반면, 신뢰가 정책수용에 미치는 영향에 해당 이슈의 관여도는 조절변인으로서 유의한 영향을 미치지 않았다.

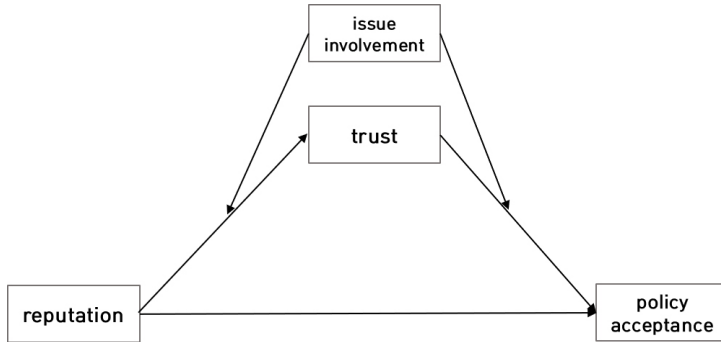


Figure 4. Moderated mediation analysis of issue involvement

Table 6. Results of Moderated Mediation Analysis

VARIABLES	OUTCOME VARIABLE		
	Coeff.	SE	p
Constant	-.5957	.6332	.348
reputation	1.1318	.1809	.000
issue3 relevance (W1)	.3721	.1515	.015
reputation × W1	-.0780	.0425	.069
R ² = .844			
F(3, 141) = 116.422, p = .000			

Note. issue3: 국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈

본 연구의 연구가설 검증 및 연구문제 분석결과를 요약하면 <Table 7>과 같다.

Table 7. Summary of the Statistical Analysis

연구가설 및 연구문제	통계적 검증 결과
연구가설 1	지지
연구가설 2	지지
연구문제 1	국가보훈처 명성이 신뢰에 미치는 영향에 대한 이해관계자 집단의 조절효과가 유의함
연구문제 2	국가보훈처 명성이 신뢰에 미치는 영향에 대한 이슈 관여도의 조절효과가 유의함

마지막으로 이해관계자 유형별로 이슈 관여도에 차이가 있는지 추가분석을 했다. 6개 이슈에 대한 일원분산분석 결과 3개 이슈, 국가유공자 심사 공정성 관련 이슈, 국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈, 그리고 보훈단체의 정치적 도구화 이슈에 대한 관여에서 이해관계자 집단별로 유의한 차이가 나타났다.

먼저, 국가유공자 심사 공정성 이슈 관여에 대해서는 학계/전문가의 평균(M = 4.81)이

가장 높고, 유관(시민) 단체의 평균(M = 3.90)이 가장 낮았다. 사후분석 결과, 학계/전문가 집단과 유관(시민) 단체의 차이가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($p = .05$).

다음으로, 국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈 관여의 이해관계자 집단별 차이는 보훈대상자 및 가족의 평균이 가장 높고(M = 4.54), 정부 부처의 평균이 가장 낮았다(M = 3.80). 다만 사후검정에서 이 둘 간의 차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

마지막으로, 보훈단체의 정치적 도구화 이슈 관여에 대해서는 학계/전문가의 평균(M = 4.35)이 가장 높고, 보훈대상자 및 가족의 평균(M = 3.35)이 가장 낮았다. 사후분석 결과, 학계/전문가 집단과 보훈대상자 및 가족의 차이가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($p = .05$) (<Table 8> 참조).

Table 8. Results of Analysis of Variance on Issue Involvement of Stakeholders

Source		Issues of fairness in screening for national merit					
		M	df	F	η^2	p	post-hoc (Scheffe)
Stakeholders	Government Department ^a	4.27	5	3.849	.112	.003	d > b
	Civic Organizations ^b	3.90					
	Media ^c	4.12					
	Academia ^d	4.81					
	Employees ^e	4.38					
	War Veterans ^f	4.31					
Source		Compensation Level and Equity Issues for Men of National Merit					
		M	df	F	η^2	p	post-hoc (Scheffe)
Stakeholders	Government Department ^a	3.80	5	2.287	.070	.049	-
	Civic Organizations ^b	4.00					
	Media ^c	4.12					
	Academia ^d	4.14					
	Employees ^e	4.15					
	War Veterans ^f	4.54					
Source		The issue of the politicization of veterans organizations					
		M	df	F	η^2	p	post-hoc (Scheffe)
Stakeholders	Government Department ^a	4.00	5	2.955	.089	.014	d > f
	Civic Organizations ^b	3.97					
	Media ^c	4.16					
	Academia ^d	4.35					
	Employees ^e	3.88					
	War Veterans ^f	3.35					

5. 결론 및 논의

본 연구에서는 정부 기관의 정책 수용에 대한 영향요인으로 정부 기관 명성과 신뢰의 역할을 전제하고 국가보훈처를 정부 기관의 사례로 적용하여 이들의 관련성을 탐구했다. 구체적으로, 일반 국민이 아닌 정부 기관인 국가보훈처의 이해관계자를 대상으로 설문을 진행했고, 주요한 결과는 다음과 같다.

첫째, 정부 기관의 명성은 해당 기관의 신뢰를 쌓을 수 있게 하고, 궁극적으로 그 기관의 정책 수용에 주요한 역할을 하는 것으로 나타났다. 이를 통해 정부기관에 대한 신뢰를 증진시킬 수 있는 영향요인으로서 명성의 역할을 기대해 볼 수 있다. 정부기관의 명성은 비전, 능력, 공정, 정서 요인으로 구성되어 있고, 해당 정부기관의 정책 이슈 특성에 따라 어떤 요인의 축진이 중요하게 작용하는지 파악함으로써 이해관계자의 인식 변화를 도모할 수 있을 것이다.

둘째, 국가보훈처 정책에 대한 수용을 높이기 위해서는 국가보훈처에 대한 신뢰를 높이는 것이 필요한데, 이는 국가보훈처 명성 제고를 통해 가능하다는 것이다. 이는 정부기관 명성의 효과로서 정책수용에 대한 것으로, 명성 그 자체로 해당 기관의 정책수용에 직접적인 영향을 미치지 않더라도, 명성은 기관의 신뢰를 높일 수 있는 강력한 변인(Hamma & Jagers, 2006; Kallbekken & Sælen, 2011; Rodriguez-Sanchez, Schuitema, Claudy, & Sancho-Esper, 2018)이라는 점에 의심할 여지가 없다. 이 점은 일반 기업이 아닌 정부 기관에서도 명성 관리는 매우 중요하며 필요한 부분임을 말해주고 있다.

셋째, 조건부과정 모형분석 결과를 보면, 정부기관 명성과 신뢰, 정책지지의 관련성에 있어 신뢰의 완전 매개 효과가 나타났다. 신뢰의 부분 매개가 아닌 완전 매개는 긍정적인 명성을 보유한 정부 기관이어도 공중의 신뢰를 얻지 못한다면 그 기관이 주도하는 정책에 대한 지지를 얻기 어렵다는 것을 암시한다. 이는 정부기관 명성의 긍정적 효과로서 해당 기관의 정책지지와 수용을 상정한다면, 무엇보다 그 기관에 대한 신뢰를 증대시키는 것이 필요함을 알 수 있다. 특히, 본 연구가 일반인이 아닌 정부기관의 이해관계자를 대상으로 한 연구라는 점, 이해관계자는 일반인보다 정책이슈에 대한 관여도가 높다는 점에서 이해관계자를 대상으로 한 신뢰구축은 더욱 필요함을 알 수 있다. 프리먼은 변화하는 환경 속에서 이해관계자의 관여를 증대시키기 위해서는 무엇보다 이해관계자가 누구인지 규명하는 것이 우선되어야 한다고 주장했다(Freeman, 1984). 특히 특정 정책을 둘러싼 이해관계자는 생성과 소멸을 반복한다는 점에서(Elias et al., 2002), 이해관계자를 규명하고 이해하는 것은 정부기관의 명성과 신뢰, 정책지지의 선순환적 과정 구축에서 필수적이라 할 수 있다.

뿐만 아니라, 이해관계자 집단의 차이 또한 명성과 신뢰의 구간에서 나타났다는 점에서 이해관계자 유형에 따라 신뢰 회복 또는 신뢰 구축에 주력할 필요가 있다. 국가보훈처 이해관계자 중에서 시민단체는 다른 이해관계자에 비해 명성이 미치는 영향력이 작아지는 것으로 나타났다. 구체적으로, 다른 이해관계자들의 경우 명성을 긍정적으로 인식할수록 국가보훈처에 대한 신뢰도 커졌다. 시민단체의 경우 명성을 긍정적으로 인지할수록 신뢰가 높아지는 경향을 보이긴 하나, 신뢰가 커지는 크기가 점차 줄어들었다. 또한, 모든 집단에서 명성이 정책수용에 미치는 직접효과는 유의하지 않았지만, 신뢰를 통한 간접효과는 시민단체를 제외한 정부부처, 언론, 학계 및 전문가, 내부직원, 보훈대상자에서 유의하였다. 이러한 결과를 통해 국가보훈처가 정책에 대한 지지를 얻기 위해서는 무엇보다도 정부부처, 언론, 학계 및 전문가, 내부직원, 보훈대상자에게 신뢰를 쌓을 수 있는 명성 관리가 중요함을 확인할 수 있다.

반면, 시민단체의 경우 국가보훈처 명성을 긍정적으로 인식할수록 신뢰를 쌓긴 하지만, 이러한 기제가 정책수용으로는 이어지지 않는다. 또한, 명성을 긍정적으로 인식할수록 오히려 신뢰를 높이는 영향력은 줄어든다. 이에 국가보훈처에 대한 명성이 높은 시민단체나 유관단체인 경우, 이러한 명성 관리 외에 다른 목적의 커뮤니케이션이 활용되어야 할 것이다. 시민단체는 시민들의 요구나 의견을 모아서 정치에 반영하고 다양한 사회 문제를 해결하고자 적극적으로 활동한다는 점에서 국가보훈처와 같은 정부 기관에 있어 매우 중요한 이해관계자이다. 따라서 시민단체, 특히 이미 긍정적인 명성을 형성한 단체에게 신뢰를 얻고 정책에 대한 지지를 얻기 위해서 조직 신뢰와 조직의 정책 지지에 영향을 미칠 수 있는 커뮤니케이션을 동시에 진행할 필요가 있다. 예를 들어, 선행 연구 결과(유승희·차희원, 2019)를 이용하여 시민단체에 대해서는 조직에 대한 신뢰와 정책 지지에 긍정적 영향을 미치는 대화 커뮤니케이션에 기반해 정책에 관여하고 참여하는 전략을 구축할 필요가 있다. 대화 커뮤니케이션은 상대방을 존중하고 배려하며 조직이 정직하고 투명하게 느낄 수 있는 커뮤니케이션이라는 점에서 정책에 대한 정보를 충분히 제공하는 등 활동공중에 대한 기관의 적극적 커뮤니케이션 활동이 필요할 것이다(Grunig, 1993).

넷째, 이슈 관여도의 영향과 관련하여, 국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈의 관여도가 명성과 신뢰 간 관계를 조절하는 것을 확인하였다. 즉 6.25 참전 유공자 참전명예 수당 인상 등의 이슈가 국가보훈처에 중요하다고 인식할수록 신뢰에 대한 명성의 영향력은 작아졌다. 이러한 결과를 통해 국가보훈처는 해당 이슈가 발생했을 경우, 명성에만 기대거나 명성 관리 목적의 커뮤니케이션만 할 것이 아니라 국가보훈처의 신뢰 제고를 위한 다른 커뮤니케이션을 전개할 필요가 있다.

이해관계자별로 이슈 관여에 따른 차이는 국가유공자 심사 공정성 관련 이슈, 국가유공자

보상 수준 및 형평성 이슈, 그리고 보훈단체의 정치적 도구화 이슈에서 나타났다. 국가유공자 심사 공정성 관련 이슈와 보훈단체의 정치적 도구화 이슈에 대해서는 학계·전문가의 관여가 가장 높은 것으로 나타났는데, 이는 여론주도자로서 학계·전문가의 역할을 암시하는 것이기도 하다. 국가보훈처 이슈와 직접적인 관련이 없더라도, 근본적으로 해결해야 할 사안이라는 데에 동의하고, 이에 대한 관심과 인식이 두드러진 이해관계자라고 할 수 있다. 따라서 학계·전문가는 진성 이해관계자인 동시에 PR의 활동공중과 유사하다 할 수 있다. 활동공중을 대상으로 하는 공청회와 포럼 등 직접적이고 적극적이고 전략적인 커뮤니케이션 활동을 펼칠 필요가 있다.

국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈에 대한 관여도는 보훈대상자가 가장 높다. 이는 예측 가능한 결과로 보훈대상자는 정해진 보상 수준에 의존적일 수밖에 없다. 이슈 관여가 정보처리 이후의 태도와 행동에 긍정적 영향을 미칠 수도 있지만, 부정적 영향도 배제할 수 없다(Cho & Boster, 2005)는 점에서 보훈대상자는 온라인 서명, 디지털 청원 참여, 항의 메시지 또는 메일 등을 통해 관련 이슈에 대해 본인의 주장을 피력하는 행동주의 공중이 될 수 있다(이준화·유승희·김수진, 2022). 따라서, 이해관계자 유형과 이슈관여의 매칭을 통해 활동공중과 행동주의 공중의 경계에 있는 이해관계자를 파악하고 이들에 대한 커뮤니케이션 프로그램을 기획하고 실행할 필요가 있다.

이러한 연구 결과들을 통해 얻을 수 있는 학문적 의미는 다음과 같이 생각해 볼 수 있다. 첫째, 정부기관의 명성에 대한 개념화와 지표를 적용하여 정부기관의 명성 요인에 대한 논의를 더 함으로써 명성 연구에 대한 지평을 확장한 점이다. 기존의 명성 연구는 대부분 기업명성에 대한 것으로 긍정적 명성의 효과를 상정하고 이를 증진시키기 위한 영향요인에 대한 연구가 주를 이루었다고 할 수 있다. 이 연구를 통해 정부기관의 명성 요소를 이해하고 명성을 제고하는 것이 정부기관의 성과로 이어질 수 있음을 알 수 있다.

두 번째 학문적 의미는 이해관계자 유형과 특성을 고려한 명성관리는 조작-공중관계성 발전을 위한 논의에 기여할 수 있다는 데 있다. 연구를 통해 나타난 국가보훈처 명성과 신뢰 그리고 정책 수용의 관련성에 있어 이해관계자별 차이는 이를 입증하는 것이다. 즉, 국가보훈처 입장에서 정책과 주요 이해관계자의 매칭 그리고 대상 이해관계자에게 명성의 어떤 요인을 증대시킬 것인가에 대한 고민은 궁극적으로 조작-공중관계성의 발전을 위한 국가보훈처의 노력으로 이어져야 할 것이다.

세 번째 학문적 의미는 이해관계자의 이슈 관여도에 대한 것으로 이슈 관여는 정부기관 명성이 기대하는 결과 변수에 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 동시에 발휘할 수 있다. 이해관계자는 자신이 접한 이슈 유형뿐만 아니라 이슈가 강조하는 가치에 따라 판단과 행동에 주요하게

영향을 미치는 요인들에 차이를 보인다(Schwartz & Boehnke, 2004). 따라서 이해관계자 특성을 파악하고 이해하는 동시에 이들이 관여하는 이슈의 속성을 파악하는 것이 필요하다. 이는 실무적 함의와 직결되는 부분이다.

연구결과를 통해 얻을 수 있는 실무적 함의는 먼저 정부기관 명성 관리와 관련지어 생각해 볼 수 있다. 정부기관 명성을 구성하는 4가지 차원인 비전, 능력, 공정과 정서 명성 중에서 국가보훈처는 비전 명성이 가장 높았다. 이해관계자들은 4가지 명성요인 중에서 '비전' 요인을 가장 좋게 평가한 반면 '능력' 요인은 이해관계자인 정부 부처, 유관 단체, 언론, 보훈 대상자로부터 낮은 평가를 받았다. 이처럼, 이해관계자 유형별로 명성요인에 대한 평가가 다르게 나타났다는 점은 이들에 대한 차별적 명성관리가 필요하다는 점을 나타낸다. 예를 들어, 명성의 능력요인을 증대시키기 위해서는 국가보훈처만이 보훈대상자에게 할 수 있는 적극적인 프로그램의 실천이 필요하다 하겠다. 실제로, 최근 보훈처에서 수행한 '이웃에 영웅이 산다'와 같은 온라인 캠페인은 유관단체와 언론, 보훈대상자를 아우를 수 있는 프로그램으로 매우 긍정적인 반응을 얻었다. 또한, 이해관계자 규명의 중요성을 강조한 헬빅, 도즈, 드즈포바, 클리빈크, 그리고 머쿠드(Helbig, Dawes, Dzhusupova, Klievink, & Mkude, 2015)는 이해관계자에게 실질적인 지원과 교육프로그램을 제공함으로써 이해관계자의 관여와 참여를 높여야 함을 강조했다. 이를 국가보훈처 상황에 적용해 보면, 보훈대상자는 국가보훈처 명성 중에서 능력 차원의 명성을 다른 이해관계자에 비해 상대적으로 낮게 평가했는데, 보훈대상자를 지원할 수 있는 현실적인 프로그램에 대한 고려, 보훈대상자가 직접 참여할 수 있는 프로그램을 통해 국가보훈처 능력 명성을 고양할 필요가 있다.

아울러, 이슈 특성 및 내용과 관련해서도 이해관계자의 신뢰를 쌓고 정책수용으로 연결되는 방안에 대한 고찰이 가능하다. 즉, 이해관계자에 따라 어떤 이슈에 대해서는 관여도가 높고, 어떤 이슈에 대해서는 그렇지 않기 때문에 이해관계자 유형별로 나타나는 관여도 차이를 고려할 필요가 있다. 특히, 정부기관의 입장에서 볼 때, 높은 관여도를 보이는 이슈에 대해서는 시의적절한 대응을 해야 한다. 실제로 반응성(responsiveness)은 조작-공중 관계성 향상을 위한 대화 커뮤니케이션 이론의 주요 개념인 상호성과 개방성에 공통적으로 적용되는 부분으로(Yang, Kang, & Cha, 2015), 정부 기관의 긍정적 명성 구축에 기여할 수 있다. 일례로, 국가유공자 보상 수준 및 형평성 이슈는 보훈대상자와 보훈 가족의 관여도가 높은 반면, 보훈 단체의 정치적 도구화 이슈에 대해서는 학계/ 전문가의 관여도가 높다. 보훈대상자와 보훈 가족의 관여도가 높은 이슈에 대해서는 이해관계자의 의견을 수렴해서 반영하고자 하는 등 이들의 요구에 부응하는 노력이 우선되어야 한다. 또한, 보훈단체의 정치적 도구화 이슈처럼 정치적 이슈에 대해서는 사

회적 논쟁거리가 되지 않도록 유의해야 한다. 정치적 이슈에 대해서는 여론에 영향을 주는 언론과 학계/전문가의 영향력을 고려해야 하는데, 언론과 학계/전문가는 여론에 영향을 미치는 의견 지도자의 역할을 수행하기 때문이다. 부정적 여론은 국가보훈처 명성 인식에 영향을 줌으로써 신뢰를 저하하므로 정치적 이슈가 사회적 논쟁거리로 확산되지 않도록 유의해야 한다.

두 번째 실무적 함의는 정부 기관의 신뢰를 쌓는 기제로 명성을 전제할 수 있다는 점이다. 특히, 정부기관에 대한 신뢰가 정책 수용을 예측하는 직접적인 변인이라는 점에서 신뢰 제고를 위한 방안 또한 명성관리와 함께 이루어질 수 있을 것이다. 앞서 언급한 바와 같이, 구체적으로 명성을 구성하는 어떤 요인에 신뢰에 가장 큰 영향을 미치는지 검토함으로써 신뢰증진을 위한 명성관리전략을 도출할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 정부기관 명성의 효과로서 나타나는 정책수용의 관련성을 검토하며 신뢰의 중요성을 입증했다. 이 과정에서 정부기관의 이해관계자는 다양하게 나타날 수 있고, 정책 수용자로서 이해관계자에게는 해당 기관에 대한 신뢰가 무엇보다 중요하다는 것을 밝혔다. 해당 기관의 명성을 높이 인지할수록 그 기관에 대한 신뢰도 두터워지지만, 이는 공중이 생각하는 이슈에 대한 관여도에 따라 달라질 수 있다. 따라서 정부기관 명성의 효과로서 나타나는 긍정적인 결과를 기대하기 위해서는 이슈 유형화와 공중 세분화 등 이슈 및 공중 관련 이론적 논의를 확장할 필요가 있다. 뿐만 아니라, 정부기관 명성의 효과로서 나타날 수 있는 부정적 결과에 대한 논의를 포함하여 정부기관 명성을 위협하는 조직내외부 요인에 대한 검토를 통해 명성과 신뢰 그리고 정책수용으로 이어지는 선순환적 과정을 구축할 필요가 있다.

본 연구는 다음의 한계점을 갖는다. 첫째, 측정문항의 타당도와 관련된 부분으로 본 연구에서는 국가보훈처 이슈 6개를 제시하고 이에 대한 관여도를 단일 문항으로 측정했다. 구체적인 이슈를 제시함으로써 이슈 관여도에 대한 차이를 검토하기 위해 6개 개별 이슈를 제시했으나, 이는 타당도의 문제를 야기할 수 있다. 아울러, 국가보훈처 사업에 따라 정책수용도 다르게 나타날 수 있다는 점에서 특정 정책에 대한 수용도 측정 문항에 엄밀함을 기할 필요가 있다. 후속 연구에서는 이슈 내용과 속성에 대한 측정을 보완하고 정책수용에 대한 측정문항의 타당도를 높여 더욱 구체적인 함의를 도출할 필요가 있다. 이러한 맥락에서 국가보훈처에 대한 신뢰 측정에 있어서도 기관의 정책이나 조직 정체성을 반영한 신뢰 측정 문항을 특화함으로써 인과관계를 좀 더 엄격하게 파악할 필요가 있다. 후속 연구에서는 정부기관 정체성과 실질적인 정책에 대한 신뢰측정문항을 적용함으로써 정부기관 명성의 효과로서 이해관계자 신뢰에 대한 논의를 확장할 필요가 있다.

둘째, 이해관계자 유형에 대한 것으로 본 연구에서는 보훈대상자와 가족을 단일한 이해관계자 유형으로 구분했다. 그러나 보훈대상자만 해도 다양한 유형으로 구분되며 이들의 특성은 매

우 다르다. 특히 이슈와 관련해서 보훈대상자는 좀 더 세부적으로 구분될 필요가 있다. 또한, 이해관계자 집단별 차이를 분석함에 있어 개별 집단의 표본 수는 명성 연구에서 나름의 의미를 부여할 수도 있겠지만 양적인 일반화를 위해서는 부족하다. 후속 연구에서는 이슈 유형과 이해관계자 유형에 대한 좀 더 엄격한 분석을 적용하여 정부 기관 명성과 신뢰 그리고 정책수용에 대한 보다 풍성한 함의를 도출할 필요가 있다.

References

- Anderson, A. (2009). Media, politics and climate change: Towards a new research agenda. *Sociology Compass*, 3(2), 166-182.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Bae, H. S. (2008). Entertainment-education and recruitment of cornea donors: The role of emotion and issue involvement. *Journal of Health Communication*, 13(1), 20-36.
- Bannister, F., & Connolly, R. (2011). Trust and transformational government: A proposed framework for research. *Government Information Quarterly*, 28(2), 137-147.
- Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9, 26-38.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Bromley, D. B. (2001). Relationships between personal and corporate reputation. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 316-334.
- Bryson, J. M., Cunningham, G. L., & Lokkesmoe, K. J. (2002). What to do when stakeholders matter: The case of problem formulation for the African American Men Project of Hennepin County, Minnesota. *Public Administration Review*, 62(5), 568-584.
- Busuioac, E. M., & Lodge, M. (2016). The reputational basis of public accountability. *Governance*, 29(2), 247-263.
- Butler, J. K., Jr. (1991). Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of a conditions of trust inventory. *Journal of Management*, 17(3), 643-663.
- Cahill, M., Batista, L., & Kawalek, P. (2004). *The recovery of government reputation: Exploring two dimensions of strategy*. In Americas Conference on Information Systems (AMCIS 2004).
- Carpenter, D. (2006). Reputation, gatekeeping, and the politics of post-marketing drug regulation. *AMA Journal of Ethics*, 8(6), 403-406.
- Carpenter, D. P. (2010). *Reputation and power: Organizational image and pharmaceutical regulation at the FDA*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Carpenter, D. P., & Krause, G. A. (2012). Reputation and public administration. *Public Administration Review*, 72(1), 26-32.
- Carroll, A. B. (1993). *Business & society: Ethics & stakeholder management* (2nd ed.). Cincinnati, OH: South-Western.
- Cha, H. W. (2006). The effects of media reputation and issue reputation on corporate reputation by issue attribute. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(5), 297-327. [차희원 (2006). 미디어명성(Media Reputation)과 이슈명성(Issue Reputation)이 기업명성(Corporate Reputation)에 미치는 영향: 이슈속성의 차이를 중심으로. <한국언론학보>, 50권 5호, 297-327.]
- Cha, H. W., & Kim, S. J. (2021). A study on the development of reputation index for government agencies: Application of the case of the Ministry of Patriots and Veterans Affairs in Korea. *The Korean Journal of Advertising*, 32(4), 7-33. [차희원·김수진 (2021). 한국의 정부기관 명성지수 개발연구: 국가보훈처 사례의 적용. <광고학연구>, 32권 4호, 7-33.]
- Chanley, V. A., Rudolph, T. J., & Rahn, W. M. (2000). The origins and consequences of public trust in government. *The Public Opinion Quarterly*, 64(3), 239-256.
- Cho, H., & Boster, F. J. (2005). Development and validation of value-, outcome-, and impression-relevant involvement scales. *Communication Research*, 32(2), 235-264.
- Chapleo, C., Carrillo Durán, M. V., & Castillo Díaz, A. (2011). Do UK universities communicate their brands effectively through their websites?. *Journal of Marketing for Higher Education*, 21(1), 25-46.
- Choi, Y. H., Park, J. M., & Kim, E. K. (2022). What stakeholders are the young people in youth policy? Application of the stakeholder salience model. *The Journal of Public Policy and Governance*, 15(4), 107-134. [최영훈·박정민·김의경 (2022). 청년정책에서 청년은 어떤 이해관계자인가? 주목가치모형의 적용. <융합사회와 공공정책>, 15권 4호, 107-134.]
- Christensen, T., & Gornitzka, Å. (2019). Reputation management in public agencies: The relevance of time, sector, audience, and tasks. *Administration & Society*, 51(6), 885-914.
- Christensen, T., & Lodge, M. (2016). Accountability, transparency and societal security. In *The Routledge handbook to accountability and welfare state reforms in Europe* (pp. 179-193). Routledge.
- Chung, W. J., & Choi, J. B. (2014). An interactive analysis of public segmentation and the national veterans affairs education on the participatory intentions among college students: An application of situational theory of publics and experiential learning theory. *Journal of Public Relations*, 18(2), 248-279. [정원준·최진봉 (2014). 공중의 세분화로 분석한 국가 보훈행사에 대한 젊은 세대의 참여도 차이와 활

- 성화 방안에 대한 연구: 보훈 교육의 효과를 중심으로. <PR 연구>, 18권 2호, 248-279.]
- Colmar Brunton. (2016). *Public sector reputation index*. Retrieved 4/16/24 from https://ipanz.org.nz/Folder?Action=View%20File&Folder_id=79&File=Public_Sector_Reputation_Benchmark_Report_Final_260216.pdf.
- Da Silva, R., & Batista, L. (2007). Boosting government reputation through CRM. *International Journal of Public Sector Management*, 20(7), 588-607.
- Dowling, G. R. (2004). Journalists' evaluation of corporate reputations. *Corporate Reputation Review*, 7(2), 196-205.
- Druckman, D. (1994). Nationalism, patriotism, and group loyalty: A social psychological perspective. *Mershon International Studies Review*, 38(Supplement_1), 43-68.
- Elias, A. A., Cavana, R. Y., & Jackson, L. S. (2002). Stakeholder analysis for R&D project management. *R&D Management*, 32(4), 301-310.
- Hetherington, M. J. (1998). The political relevance of political trust. *American Political Science Review*, 92(4), 791-808.
- Fombrun, C. J. (1996) *Reputation: Realizing value from the corporate image*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.
- Grunig, J. E. (1993). Implications of public relations for other domains of communication. *Journal of Communication*, 43(3), 164-173.
- Ha, S. K. (2003). Present condition of policy noncompliance and relative influence verification of noncompliance factors. *The Korean Journal of Local Government Studies*, 7(3), 83-105. [하상근 (2003). 정책불응의 현황 및 불응요인의 상대적 영향력 검증: 국민연금정책을 중심으로. <지방정부 연구>, 7권 3호, 83-105.]
- Hall, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14(8), 607-618.
- Hamilton, P. K. (1992). Grunig's situational theory: A replication, application, and extension. *Journal of Public Relations Research*, 4(3), 123-149.
- Hamma, H., & Jagers, S. C. (2006). Can trust in politicians explain individuals' support for climate policy? The case of CO2 tax. *Climate Policy*, 5, 613-625.
- Harring, N., & Jagers, S. C. (2013). Should we trust in values? Explaining public support for

pro-environmental taxes. *Sustainability*, 5(1), 210-227.

Helbig, N., Dawes, S., Dzhusupova, Z., Klievink, B., & Mkude, C. G. (2015). Stakeholder engagement in policy development: observations and lessons from international experience. M. Janssen, M. A. Wimmer, & A. Deljoo (Eds.), *Policy practice and digital science: Integrating complex systems, social simulation and public administration in policy research* (pp. 177-204). Cham, Switzerland: Springer.

Hetherington, M. J. (2005). *Why trust matters: Declining political trust and the demise of american liberalism*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Hubbell, A. P., Mitchell, M. M., & Gee, J. C. (2001). The relative effects of timing of suspicion and outcome involvement on biased message processing. *Communication Monographs*, 68(2), 115-132.

Hwang, C. H., Eom, Y. H., & Lee, N. K. (2021). A study on the effective use of policy tools: Focusing on policy fashion, stakeholders, social norms, organizational inertia. *Modern Society and Public Administration*, 31(1), 87-110. [황창호·엄영호·이남국 (2021). 정책수단의 효과적 활용에 관한 연구: 정책유행·이해관계자·사회규범·조직관성을 중심으로. <현대사회와 행정>, 31권 1호, 87-110.]

Hwang, S. W., Kim, T. W., & Kim, E. J. (2018). How does president's policy message affect the perception of president's communication with stakeholder and people's mutual policy communication? *Advertising Research*, 116, 108-137. [황성욱·김태완·김은진 (2018). 대통령의 정책 메시지 특성이 이해관계자들과의 소통에 대한 인식 및 국민의 정책 소통 활성화에 미치는 영향. <광고연구>, 116호, 108-137.]

Johnson, B. T., & Eagly, A. H. (1989). Effects of involvement on persuasion: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 106(2), 290-314.

Jun, D. S., Kwon, I. O., & Jung, K. H. (2013). The study of trust in government: A comparative analysis of confidence in president and evaluation of government policy. *Korean Policy Studies Review*, 22(2), 181-206. [전대성·권일웅·정광호 (2013). 정부신뢰에 대한 연구 -대통령에 대한 신뢰와 정부정책에 대한 평가 비교를 중심으로-. <한국정책학회보>, 22권 2호, 181-206.]

Jung, C. H., & Park, C. S. (2015). What is the heart of policy problems on cultural property maintenance policy in Korea? The comparative analysis on the policy problem definition of policy stakeholders focusing on the Sunghyemun restoration. *Chung-Ang Public Administration Review*, 29(1), 79-106. [정창호·박치성 (2015). 문화재보수정비 이해관계자 정책문제 비교연구: 승례문 복원사례를 중심으로. <국가정책연구>, 29권 1호, 79-106.]

- Jung, S. K. (2011). The directions for development of veterans policy post Lee Myeong Bak's regime. *Korea Citation Index Academic Journal*, 10(4), 199-230. [정숙경 (2011). 이명박 정부 이후 보훈정책의 발전방향. <한국보훈논총>, 10권 4호, 199-230.]
- Kasperson, J. X., Kasperson, R. E., Pidgeon, N., & Slovic, P. (2003). The social amplification of risk: Assessing fifteen years of research and theory. In N. Pidgeon, R. E. Kasperson, & P. Slovic(Eds.), *The social amplification of risk* (pp. 13-46). Cambridge, UK: University of Cambridge Press.
- Kallbekken, S., & Sælen, H. (2011). Public acceptance for environmental taxes: Self-interest, environmental and distributional concerns. *Energy Policy*, 39(5), 2966-2973.
- Kim, D. W., Choi, M. I., & Kim, H. S. (2022). Co-orientation Analysis of veterans affairs policy between officials in the Ministry of Patriots and Veterans Affairs, and Korean Publics. *Journal of Public Relations*, 26(3), 133-166. [김대욱·최명일·김학신 (2022). 국가 보훈 정책에 대한 상호지향성 분석: 예우 정책에 대한 국가 보훈처 공무원과 일반 국민 인식을 중심으로. <PR 연구>, 26권 3호, 133-166.]
- Kim, E. S. (2022). Analysis of national veterans policy and research on development plan. *Journal of Patriots and Veterans Affairs in the Republic of Korea*, 21(1), 113-138. [김의식 (2022). 국가보훈정책 실태분석과 발전방안 연구. <한국보훈논총>, 21권 1호, 113-138.]
- Kim, I. S., & Choi, Y. H. (2021). Identifying and defining stakeholders in housing policy: An application of stakeholder salience model. *Korean Journal of Policy Analysis and Evaluation*, 31(4), 1-22. [김인수·최영훈 (2021). 부동산정책의 이해관계자 분석: 주목가치 모형의 적용. <정책분석평가학회보>, 31권 4호, 1-22.]
- Kim, J. S., & Hwang, C. H. (2021). Effect of perception of administrative value on government trust: focused on the mediating effect of policy support. *Korean Public Administration Quarterly*, 33(2), 283-307. [김정숙·황창호 (2021). 행정이념에 대한 인식이 정부신뢰에 미치는 영향: 정책지지의 매개효과를 중심으로. <한국행정논집>, 33권 2호, 283-307.]
- Kim, K. B., Chai, K. J., & Son. H. J. (2012). Trust of local government and policy compliance: With reference to the policy of Gyeonggi-Do. *Korean Studies Information Service System Academic Journal*, 16(4), 267-287. [김관보·채경진·손호중 (2012). 지방정부 신뢰와 정책순응: 경기도정을 중심으로. <지방정부연구>, 16권 4호, 267-287.]
- Kim, S. J., & Kim, Y. W. (2019). The effects of cultural bias on climate change policy compliance and support: Mediating effects of risk perception, emotion, and efficacy. *Korean Journal of Journalism &*

Communication Studies, 63(4), 230-274. [김수진·김영옥 (2019). 문화적 편향이 기후변화 정책 순응과 지지에 미치는 영향: 위협인식, 감정, 효능감의 매개 효과 중심 분석. <한국언론학보>, 63권 4호, 230-274.]

Kim, Y. W., & Oh, M. Y. (2005). Relationships among patriotism, consumer ethnocentrism, country of origin image, product, and purchase intention and the influence of perception of economic. *The Korean Journal of Advertising*, 16(2), 73-99. [김영옥·오미영 (2005). 애국심, 소비자 자민족중심성향, 원산지 이미지, 제품에 대한 태도, 구매의도간의 관계와 경쟁관계에 대한 인식이 이들 변수간의 관계에 미치는 영향. <광고학연구>, 16권 2호, 73-99.]

Kizil, C., & Atalan, A. (2015). Image and reputation of Yalova City: A study on Yalova University students. *Emerging Markets Journal (EMAJ), University of Pittsburgh Press (USA)*, 5(2), 71-78.

Lee, D., & van Ryzin, G. G. (2018). Measuring bureaucratic reputation: Scale development and validation. *Governance*, 32(1), 177-192.

Lee, H. B., & Kim, Y. K. (2011). A study on the relationship between corporate reputation and brand equity: Focus on the influence of corporate reputation on the brand equity. *The Korean Journal of Advertising*, 22(2), 97-127. [이효복·김유경 (2011). 기업명성과 브랜드 자산의 관계에 관한 연구: 기업명성이 브랜드 자산에 미치는 영향을 중심으로. <광고학연구>, 22권 2호, 97-127.]

Lee, H. O., Kim, S. Y., & Son, S. W. (2010). The effects of ingratiation strategy during corporate crisis. *Journal of Public Relations*, 14(1), 5-32. [이현우·손승우·김소윤 (2010). 기업 위기 상황에서 환심사기 전략의 효과. <PR 연구>, 14권 1호, 5-32.]

Lee, J., Yoo, S. H., & Kim, S. (2022). Factors affecting digital civic engagement in the perspective of Public Relations: Focusing on the issue value type, *Journal of Public Relations*, 26(2), 1-33. [이준희·유승희·김수진 (2022). PR 커뮤니케이션 관점의 디지털 시민참여에 대한 영향요인 연구: 이슈 가치 유형을 중심으로. <PR 연구>, 26권 2호, 1-33.]

Lee, S. W. (1993). (An) Empirical study on the determinants of trust in the sixth republican government in Korea. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul, Korea. [이시원 (1993). <정부신뢰의 영향요인에 관한 연구: 제6공화국 정부에 대한 태도조사를 중심으로>. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.]

Lee, Y. J., & Han, E. K. (2010). An exploratory study for development of a city reputation scale: Focusing on stakeholder relationships. *Advertising Research*, 87, 392-415. [이용진·한은경 (2010). 도시평판의 척도개발을 위한 탐색적 연구: 이해관계자 관계성을 중심으로. <광고연구>, 87호, 392-415.]

- Linder, S. H., & Peters, B. G. (2017). An institutional approach to the theory of policymaking: The role of guidance mechanisms in policy formulation. *Annual Review of Policy Design*, 5(1), 1-25.
- López-López, V., Iglesias-Antelo, S., Vázquez-Sanmartín, A., Connolly, R., & Bannister, F. (2018). E-Government, transparency & reputation: An empirical study of Spanish local government. *Information Systems Management*, 35(4), 276-293.
- López-Navarro, M. Á., Llorens-Monzonis, J., & Tortosa-Edo, V. (2013). The effect of social trust on citizens' health risk perception in the context of a petrochemical industrial complex. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 10(1), 399-416.
- Luoma-Aho, V. (2007). Neutral reputation and public sector organizations. *Corporate Reputation Review*, 10, 124-143.
- Luoma-aho, V., & E. Makikangas, M. (2014). Do public sector mergers (re) shape reputation?. *International Journal of Public Sector Management*, 27(1), 39-52.
- Mallinckrodt, B., Abraham, W. T., Wei, M., & Russell, D. W. (2006). Advances in testing the statistical significance of mediation effects. *Journal of Counseling Psychology*, 53(3), 372-378.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(2), 404-437.
- Miller, A. H. (1974). Political issues and trust in government: 1964-1970. *American Political Science Review*, 68(3), 951-972.
- Min, H. M., & Cha, H. W. (2018). The effect of negative issue ownership on crisis communication and corporate reputation: Focused on organizationpublic relationship. *The Korean Journal of Advertising*, 29(3), 121-152. [민혜민·차희원 (2018). 부정적 이슈소유권이 위키커뮤니케이션과 기업명성에 미치는 영향: 공중관계성의 조절효과를 중심으로. <광고학연구>, 29권 3호, 121-152.]
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- Navarro-Chávez, C., Delfin-Ortega, O. V., & Moreno Manzo, J. M. (2022). Municipal evaluation in Mexico: A measurement of the government reputation. *Corporate Reputation Review*, 25(2), 106-121.
- Oh, K. M., & Park, H. S. (2002). Articles of general interest: The level of public trust in government and its comparisons. *Korean Policy Studies Review*, 11(3), 113-137. [오경민·박홍식 (2002). 정부신뢰 수준의 측정과 비교에 관한 연구. <한국정책학회보>, 11권 3호, 113-137.]

- Overman, S., Busuioc, M., & Wood, M. (2020). Multidimensional reputation barometer for public agencies: A validated instrument. *Public Administration Review*, 80(3), 415-425.
- Park, B. S., & Kang, T. H. (1998). The decision analysis of public facility siting - In the focus of landfill sites. *Korean Public Administration Review*, 32(4), 239-255. [박병식·강태호 (1998). 공공시설 입지 결정에 관한 연구: 쓰레기매립장을 중심으로. <한국행정학보>, 32권 4호, 239-255.]
- Park, C. M., & Bae, J. H. (2011). Sources of trust in government: Policy outcomes, processes and outputs. *Journal of Governmental Studies*, 17(2), 117-143. [박종민·배정현 (2011). 정부신뢰의 원인: 정책결과, 과정 및 산출. <정부학연구>, 17권 2호, 117-143.]
- Park, H. S. (2016). A review of the last sixty years of administrative responsibility in Korea: Administrative control, administrative ethics, and bureaucratic corruption. *Korean Public Administration Review*, 50(5), 339-366. [박홍식 (2016). 한국 행정책임 연구 60년. <한국행정학보>, 50권 5호, 339-366.]
- Park, H. S. (2021). The relationship between trust in government, ideology and policy attitude: Focusing on public support for expanding government spending. *Journal of Social Science*, 60(2), 549-574. [박현신 (2021). 정부신뢰와 이념 그리고 정책태도 간 관계: 정부지출 확대에 대한 지지를 중심으로. <사회과학연구>, 60권 2호, 549-574.]
- Park, J. H. (2008). Government trust and policy support: The case of national electronic ID policy. *Korean Journal of Public Administration*, 46(1), 93-122. [박정훈 (2008). 정부신뢰와 정책수용: 전자주민카드 정책을 중심으로. <행정논총>, 46권 1호, 93-122.]
- Park, J. H., & Shin, J. H. (2010). Government trust, policy efficacy, and policy support: Residential area CCTV policy in Korea. *Korean Journal of Public Administration*, 48(3), 1-24. [박정훈·신정희 (2010). 정부신뢰, 정책효능성, 정책지지간의 연관성 실증연구: 주거지역내 CCTV 설치 정책을 중심으로. <행정논총>, 48권 3호, 1-24.]
- Park, S. A. (2006). Perceptions toward government and government trust: Focusing on undergraduate students in Korea. *Korean Public Administration Review*, 40(2), 73-97. [박순애 (2006). 정부에 대한 이해와 정부 신뢰의 관계. <한국행정학보>, 40권 2호, 73-97.]
- Park, T. H. (2000, June). Reliability of Korean government and market economy. Paper presented at the Summer Conference of Korean Association for Public Administration, Gyeongnam. [박통희 (2000, 6월). <한국정부의 신뢰성과 시장경제>. 한국행정학회 하계학술대회. 경남: 삼성산청연수소.]
- Park, Y. C., Yun, S. J., & Shin, D. J. (2004). A study on policy compliance of environmental policy enforcement target group: Focusing on the case of resource recovery facility in Guri-si. Paper

presented at the Spring Conference of Korean Association for Public Administration, Conference proceeding, 756-774. [박용치·윤순진·신동주 (2004). <제3회의: 환경정책집행 대상집단의 정책순응에 관한 연구: 구리시 자원회수시설의 사례를 중심으로>. 한국행정학회 춘계학술발표논문집. 756-774]

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1979). Issue involvement can increase or decrease persuasion by enhancing message-relevant cognitive responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(10), 1915-1926.

Raithel, S., & Schwaiger, M. (2015). The effects of corporate reputation perceptions of the general public on shareholder value. *Strategic Management Journal*, 36(6), 945-956.

Rodriguez-Sanchez, C., Schuitema, G., Claudy, M., & Sancho-Esper, F. (2018). How trust and emotions influence policy acceptance: The case of the Irish water charges. *British Journal of Social Psychology*, 57(3), 610-629.

Schroeder, S. A., Landon, A. C., Fulton, D. C., & McInenly, L. E. (2021). Social identity, values, and trust in government: How stakeholder group, ideology, and wildlife value orientations relate to trust in a state agency for wildlife management. *Biological Conservation*, 261, 109285.

Schwaiger, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation-An empirical study. *Schmalenbach Business Review*, 56, 46-71.

Schwartz, S. H., & Boehnke, K. (2004). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of research in personality*, 38(3), 230-255.

Sears, D. O., & Citrin, J. (1982). *Tax revolt: Something for nothing in California*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Shultz, K. (1995). The politics of the political business cycle. *British Journal of Political Science*, 25(1), 79-99.

Siegrist, M., Cvetkovich, G., & Roth, C. (2000). Salient value similarity, social trust, and risk/benefit perception. *Risk Analysis*, 20(3), 353-362.

Sommestad, T., Hallberg, J., Lundholm, K., & Bengtsson, J. (2014). Variables influencing information security policy compliance: A systematic review of quantitative studies. *Information Management & Computer Security*, 22(1), 42-75.

Son, H. J., & Chai, W. H. (2005). The analyzing of factors influencing trust in government. *Korean Public Administration Review*, 39(3), 87-114. [손호중·채원호 (2005). 정부신뢰의 영향요인에 관한 연구: 부

안군 원전수거물처리장 입지사례를 중심으로. <한국행정학보>, 39권 3호, 87-114.]

- Starik, M. (1994). What is a stakeholder? Essay by Mark Starik. In the Toronto conference: Reflections on stakeholder theory. *Business and Society*, 33(1), 89-95.
- Suh, M. G. (2001). Governance and trust in South Korea. *Korean Journal of Sociology*, 35(5), 119-146. [서문기 (2001). 한국사회의 정부신뢰구조. <한국사회학>, 35권 5호, 119-146.]
- Van Der Merwe, A. W., & Puth, G. (2014). Towards a conceptual model of the relationship between corporate trust and corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 17, 138-156.
- Vlasic, B., & Kessler, A. M. (2015, September 21). It took E.P.A. pressure to get VW to admit fault. *The New York Times*. Retrieved 4/16/24 from <https://www.nytimes.com/2015/09/22/business/it-took-epa-pressure-to-get-vw-to-admit-fault.html>
- Wæraas, A. (2018). Putting on the velvet glove: The paradox of “soft” core values in “hard” organizations. *Administration & Society*, 50(1), 53-77.
- Wæraas, A., & Byrkjeflot, H. (2012). Public sector organizations and reputation management: Five problems. *International Public Management Journal*, 15(2), 186-206.
- Welch, E. W., Hinnant, C. C., & Moon, M. J. (2005). Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 15(3), 371-391.
- Yang, S. U., Kang, M., & Cha, H. (2015). A study on dialogic communication, trust, and distrust: Testing a scale for measuring Organization-Public Dialogic Communication (OPDC). *Journal of Public Relations Research*, 27(2), 175-192.
- Yoo, S. H., & Cha, H. W. (2015). Influence of crisis responsibility, reputational crisis, and crisis response strategies on the crisis communication effect and corporate reputation: Mediation effects of emotion. *The Korean Journal of Advertising*, 26(7), 27-57. [유승희·차희원 (2015). 위기책임성, 명성위기유형, 위기대응전략이 메시지효과와 기업명성에 미치는 영향: 정서의 매개효과. <광고학연구>, 26권 7호, 27-57.]
- Yoo, S. H., & Cha, H. W. (2019). The effect of SNS characteristics and dialogic communication on trust in government and public policy support: Focused on policy typology. *The Korean Journal of Advertising*, 30(2), 105-132. [유승희·차희원 (2019). SNS의 특성과 대화 커뮤니케이션이 정부신뢰 및 정책지지에 미치는 영향: 정책 유형별 비교를 중심으로. <광고학연구>, 30권 2호, 105-132.]

최초 투고일 2024년 01월 22일
게재 확정일 2024년 03월 29일
논문 수정일 2024년 04월 01일