

[Research Paper]

소방홍보 만족도와 효과측정에 대한 연구

정무헌 · 박인선*[†]

한국소방안전협회, *중앙대학교 교양학부

Study of the FireFighting publicity Satisfaction and an Estimate of the Effects

Jeong Mu Heon · Park In-seon*[†]

Korea Fire Safety Association, *Chung-Ang University

(Received March 6, 2017; Revised March 30, 2017; Accepted April 13, 2017)

요 약

본 연구는 효과적인 소방홍보를 위하여 소방홍보 만족도와 홍보효과를 측정하고 소방안전의식 수준이 소방홍보 만족도에 어떤 영향이 있는지, 소방홍보 만족도는 소방홍보효과에 영향을 주는지 분석하였다. 소방홍보를 접한 국민을 대상으로 만족도를 조사한 결과 58.5점으로 보통수준에서 약간 높은 것으로 나타났다. 소방홍보 효과를 측정한 결과 소방안전의식이 전반적으로 증가하였으며 그중 소화능력의 향상이 가장 높게 나타났다. 홍보매체별 소방안전의식의 향상은 인터넷/스마트폰이 가장 높았으나 효과적인 소방홍보매체로는 언론매체를 선호하였다. 소방안전의식 수준이 소방홍보 만족도에 미치는 영향력은 유의미하지 않으며 소방홍보 만족도는 홍보성가로 이어지고 있는 것으로 나타났다.

ABSTRACT

This study examined the firefighting publicity satisfaction (FFPS) and the effects of firefighting publicity (EOFFP) on efficient firefighting publicity (FFP). In addition, the relationship between FFPS and EOFFP was analyzed. The result of the investigation of the FFPS was 58.5 points, which was slightly higher than the medium. The result of EOFFP revealed an increase in fire safety consciousness. In particular, the fire extinguishing ability was higher than the other item. The most powerful FFP method in raising fire safety consciousness was the Internet/Smart phone. Another effective and favorite method of FFP was the media. Fire safety consciousness did not influence the FFPS but the FFPS had an impact on the EOFFP.

Keywords : FireFighting Publicity Satisfaction, Effects Of Fire Fighting Publicity, Fire Safety Consciousness, Survey Research

1. 서 론

현대는 건축기술과 구조기술 및 첨단 기술의 발달 등으로 건축물의 대형화, 고층화, 지하화와 밀집화가 진행되고 주거시설과 산업시설이 서로 근접하게 됨에 따라 안전 위험요인이 증대되어 화재 시 다수의 인명 및 재산피해의 발생가능성이 증가하고 있다. 또한 경제발전으로 인한 국민소득의 증가와 세월호 참사 이후에 국민안전에 대한 관심과 욕구가 크게 높아지고 있어 이에 걸맞는 자율소방안전관리의 필요성이 대두되고 있다. 이런 현실에서 국민의 화재예방 및 화재 시 적절한 초동대응을 위해서는 높은 소방안전의식이 필요하고, 높은 소방안전의식을 유인하기 위해서는 전략적이고 효과적인 소방홍보가 필요하다.

소방홍보는 국민의 경각심을 일깨우고 안전의식을 고취하기 위한 소방행정의 중요한 영역이 되었다⁽¹⁾. 더욱이 급속히 변화하며 매일매일 많은 양의 새로운 정보가 지상과 방송, 인터넷, SNS (Social Network Service) 등을 통해 공급되는 현대사회에서는 효과적인 소방홍보 전략이 필요하다. 따라서 효과적인 소방홍보를 위한 선행조건으로 그간 행해져온 소방홍보가 국민이 얼마나 만족할 만한 수준이었으며 어떤 효과가 있었는지를 파악하는 것이 필요하다. 이에 본 연구는 소방홍보를 접한 국민들의 만족도와 이의 영향에 의한 소방안전의식의 변화를 파악하고, 소방안전의식이 소방홍보 만족도와 성과에 미치는 영향을 탐색적으로 분석하여 향후 소방홍보 전략 수립에 도움을 주고자 한다.

[†] Corresponding Author, E-Mail: isp@cau.ac.kr, TEL: +82-2-820-5713, FAX: +82-2-826-6029

© 2017 Korean Institute of Fire Science & Engineering. All right reserved.

2. 본 론

2.1 선행연구 조사

예방소방행정에서 소방홍보가 차지하는 중요성에 비해 홍보 관련 연구는 그다지 많지 않았다. 박영민(2014), 장정애(2013), 김중구(2013), 신효철(2005), 김명준(2004), 우병호(2003) 등 소수의 연구자가 소방홍보 관련 연구를 진행하였다. 장정애(2013)는 서울특별시 소방재난본부를 중심으로 “홍보조직과 소방홍보 현황과 실태 등을 분석하여 문제점을 도출하고 이를 극복하기 위한 방안⁽¹⁾”을 제시하였다. 문제점을 극복하기 위한 방안으로 “소방조직에서 소방홍보가 차지하는 비율을 높이기 위해 직제구조의 강화, 소방공무원 당사자의 적극적인 인식 전환, 홍보요원 전문화, 예산 확보, 다양한 홍보방법의 강구, 실질적 체함을 통한 소방안전교육 홍보활동, 홍보활동 결과에 대한 정확한 효과 측정을 위해 전문 설문조사기관에 의한 조사와 활발한 연구의 진행, 해외 선진국에서의 홍보활동의 벤치마킹”을 제안하였다. 박영민(2014)은 “소방홍보 시스템에 대한 문제점을 지적하고 이의 개선방안으로 국내 대형포털 메인화면 및 모바일을 이용한 실시간 재난정보제공, 소방방재청에 소방홍보전담 부서의 신설과 전담팀과 인원의 보강, 지상파 방송매체를 통한 홍보강화⁽²⁾”를 제시하였다. 김중구는 소방홍보에 직접 영향을 미치는 매체를 조사한 결과 TV, 인터넷, 스마트폰, 신문, 라디오, 기타 순으로 나타났으며 TV와 인터넷에 의한 소방홍보가 메시지 전달에 가장 영향력이 있음을 제시⁽³⁾하였다. 아울러 홍보이론에 대한 조사로서 공공정보의 확산을 위해 가장 선호하는 홍보모델로서 공공정보 모델을 제시하였으나 조사결과에서는 소방PR 모델이 가장 높게 나왔고 홍보이론에서 나온 공공정보 모델이 다음을 잇는 것으로 조사되었다. 조사는 서울, 경기도 대상, 무작위 추출에 의한 대학생 80명에 대해 질문지법에 의해 조사하였다.

신효철(2005)은 “대구광역시와 경상북도의 소방본부와 소방서 직원을 대상으로 인터뷰조사 등을 통해 문제점과 개선방안 등을 바탕으로 소방방재청의 소방홍보 개선방안⁽⁴⁾”을 모색하였다. 김명준(2005)은 외국의 소방홍보제도와 국내 소방홍보 전반에 대한 실태와 소방홍보효과 측정기능 부실 등 여러 문제점을 고찰하여 소방홍보전략 강화방안⁽⁵⁾을 제시하였다.

앞선 선행연구에서 장정애(2013)와 김명준(2005)의 연구에서 소방홍보 효과측정에 대한 필요성이 제기 되었고 김중구(2013)의 연구에서 소방홍보매체의 영향력에 대해 조사가 이뤄졌으나 이후 연구에서 소방홍보의 효과 측정에 관한 연구는 드문 실정이다.

2.2 연구 설계 및 연구방법

본 연구는 효과적인 소방홍보를 위해 선행연구의 측정지표를 체계화내지 보완하여 소방홍보에 대해 국민의 만족

Table 1. The Respondents Division (Age, Sex)

Division	Age					Total	
	~29	30~39	40~49	50~59	60~		
Respondents	200	210	255	276	203	1,144	
Sex	Male	105	107	135	122	107	576
	Female	95	103	120	154	96	568

도를 조사하고 이에 따른 홍보 성과를 측정하였다. 그리고 소방홍보의 만족도와 성과, 그리고 국민소방안전의식 수준의 관계를 살펴보고자 하였다. 이에 연구를 다음과 같은 과정으로 진행하였다.

첫째 소방홍보 만족도를 조사하였다. 설문조사서는 파일럿테스트(pilot test)를 거쳐 신뢰성과 타당성을 검증하였으며 신뢰성 검증결과 Cronbach's α 값은 0.880으로 높은 신뢰성을 보였다. 아울러 조사과정에서의 신뢰성을 담보하기 위해 조사전문 업체인 한국갤럽에 의뢰하여 조사하였다. 조사대상은 20세 이상 성인을 대상으로 무작위에 의한 온라인 조사로 시행하였다. 조사기간은 2014년 8월25일부터 9월5일까지이며 총 응답인원은 1,144명이다. Table 1은 성별, 연령별 응답자 분포이다.

둘째 소방홍보에 따른 효과측정을 위해 소방안전의식⁽⁶⁾의 변화를 파악하였다. 소방안전의식의 변화는 소방안전의식 지표⁽⁶⁾를 활용하여 화재예방, 경보, 대피, 소화, 피해확대 방지의 5가지 개념영역의 변화를 살펴보았다.

셋째 소방안전의식 수준이 소방홍보 만족도와 소방홍보의 성과에 영향을 주는지 여부를 파악하기 위해 경로분석을 하였다. 경로분석은 특정현상에 미치는 변수들을 식별하고 이들 변수들이 어떤 경로를 거쳐 영향을 미치는지를 밝히고자 하는 분석이며, 변수들 간의 관계를 수량화하여 변수들이 어떻게 서로 다른 변수에 의해 영향을 주고받는가를 보여 주는 경로 그림에 의해 인과 모델이 설명된다. 경로분석과 한국갤럽에서 조사된 1차 데이터의 분석을 위해 사용된 도구는 통계프로그램인 SPSS와 Amos를 사용하였다.

2.3 소방홍보 만족도 및 성과

소방홍보 만족도는 최근 3년 동안 소방안전과 관련한 홍보 내용에 대한 정보를 접했는지 여부와 홍보 내용을 어디서 얻었는지 그리고 이에 대한 만족 정도를 조사하였다.

응답자의 46.9%(537명)가 최근 3년 동안 소방홍보를 접한 경험이 있는 것으로 나타났다. Table 2는 소방홍보내용을 접한 경로를 복수응답으로 하여 조사한 결과 언론매체가 65.4%로 가장 높았고 이어서 인터넷/스마트폰이 41.4%, 소방관련 기관의 직접적인 홍보가 31.9% 등으로 나타났다. 성별, 연령대별 소방홍보 접촉에 대한 사항에서도 언론매체가 가장 높았다.

소방홍보에 대한 전체 만족도는 100점 만점에 평균 58.5

Table 2. The Contact Path of FFP (unit : %)

Path Division	Media	Internet/ Smart Phone	Direct PR of Fire Fighting Agencies	Etc	
Response Point (Mean)	65.4	41.4	31.9	4.3	
Sex	Male	62.0	44.1	33.9	4.0
	Female	70.0	37.8	29.2	4.8
Age	~29	62.8	47.5	24.7	7.4
	30~39	62.6	49.8	28.6	5.9
	40~49	53.5	34.9	40.4	2.4
	50~59	67.3	40.3	30.6	4.1
	60~	80.9	37.0	33.1	2.9

Table 3. FFPS by Residential Division and Method (unit : %)

Residential Division	House	Multi-family Houses/ Townhouse	Apartment House	Etc
Satisfaction Point	62.4	60.5	57.0	50.0
Method Division	Media	Internet/ Smart Phone	Direct PR of Fire Fighting Agencies	Etc
Satisfaction Point	61.9	60.8	59.6	58.8

점으로 나타났다. Table 3은 주거형태와 홍보방법에 따른 만족도를 나타낸 것이다. 주거형태별로 구분하여보면 단독주택의 홍보만족도가 62.4로 가장 높았고 다음으로 다세대주택 아파트 순이었다. 홍보매체에 대한 만족도는 언론홍보가 61.9로 가장 높았으며 인터넷/스마트폰이 60.8, 소방기관의 직접적인 홍보가 59.6으로 나타났다.

2.4 소방홍보 성과분석

소방홍보를 접하기 전과 후의 소방안전의식을 조사하였다. 소방안전의식은 “화재의 위험 및 피해를 낮추고자 하는 의식”으로 정의하고 5가지 핵심개념영역으로 구분하여 소방홍보를 접하기 전의 의식수준과 소방홍보를 접하고 난 뒤의 의식 수준을 자기기입식으로 조사하였다.

Figure 1을 보면 소방홍보를 접하기 전의 경우 평균 40.8점이었으며 홍보를 접한 후에는 63.8점으로 23점이 향상되었다.

소방안전의식의 핵심개념영역인 화재예방, 화재경보, 대피, 소화, 피해확대방지의 5가지로 나눠 조사해서 세부적으로 어떤 능력이 향상이 되었는가를 살펴보면 소화능력의 향상이 가장 높았으며 심폐소생술 능력과 화재예방능력의 향상, 이어서 대피능력과 경보능력의 향상 순으로 나타났다. 이는 소화기, 소화전, 심폐소생술 수행능력을 키우는 “소소심 캠페인”의 영향으로 파악된다.

Figure 2는 홍보매체별로 소방안전의식의 향상을 나타낸 것으로 이를 살펴보면 인터넷/스마트폰이 23.7로 가장 높았으며 다음으로 소방기관에 의한 직접홍보가 23.0, 언론매체에 의한 향상이 21.8로 조사되었다.

Table 4는 소방안전의식 개별 영역별로 소방안전의식의 향상을 나타낸 것이다. 홍보매체 별 소방안전의식 세부개념영역의 향상에 대한 부분을 살펴보면 소방기관에 의한 직접적인 홍보가 화재예방, 소화, 피해확대 방지영역에서 높게 나타났다. 기타 소방홍보에 의해서도 소화, 피해확대 방지영역에서 효과가 높은 것으로 나타났다. 인터넷/스마트폰에 의한 소방안전의식의 향상은 전반적으로 높게 향상된 것으로 조사되었다.

Table 5는 효과적인 소방홍보방법에 대한 내용으로 언론매체가 50.4%, 인터넷/스마트폰이 24.4%, 소방관련 기관의

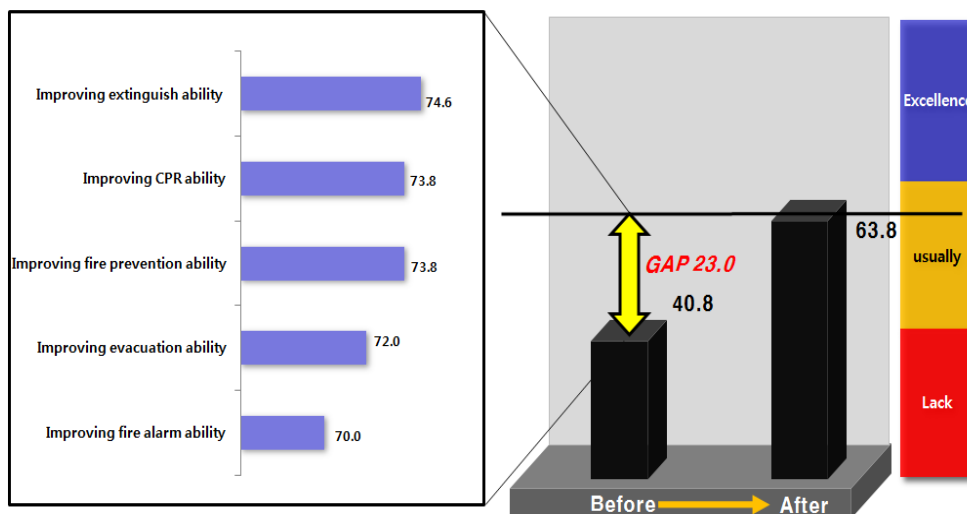


Figure 1. Detail of Fire safety consciousness improvement.

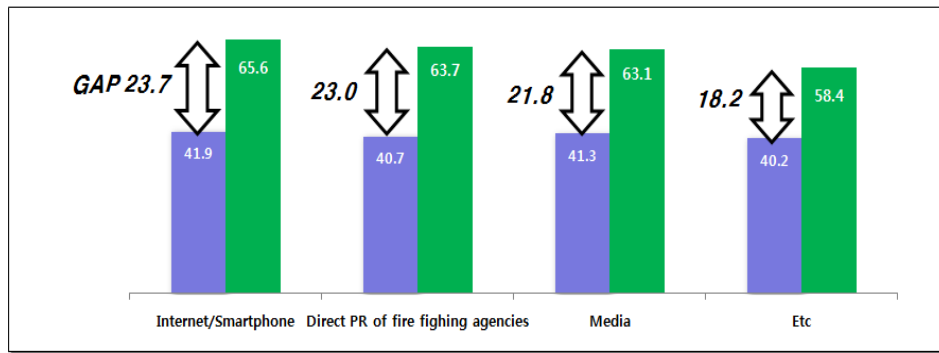


Figure 2. The change of Fire safety consciousness level by FFP (before vs after).

Table 4. Details of Fire Safety Consciousness Improvement by Division (unit : %)

Division	The Change of Fire Safety Consciousness Level	Details of Fire Safety Consciousness Improvement					
		Improving Fire Prevention Ability	Improving Fire Alarm Ability	Improving Evacuation Ability	Improving Extinguish Ability	Improving Damage Expansion Prevention Ability	Improve Overall Fire Safety Consciousness
Internet /Smart Phone	23.7	67.0	63.8	66.9	69.4	69.3	67.4
Media	21.8	67.3	62.5	65.7	68.3	67.5	64.6
Direct PR of Fire Fighting Agencies	23	72.3	66.5	69.8	73.1	72.2	62.4
Etc	18.2	69.5	63.2	68.8	74.3	74.3	55.7

직접적인 홍보가 23.4%, 기타 1.8%로 조사되어 언론매체에 의한 홍보를 가장 선호하였다. 연령대별 선호하는 홍보매체를 보면 50대 이상에서 언론매체에 의한 홍보가 눈에 띄게 높게 나타났다.

2.5 소방안전의식이 만족도와 성과에 미치는 영향

소방안전의식 수준은 소방홍보 만족도에 어떤 영향을 미치는지 그리고 소방홍보만족도는 홍보효과에 어떤 영향을 미치는지를 분석하였다. 분석도구는 Amos로 하였으며 경로 분석결과는 Figure 3에 나타났다. 이를 보면 소방홍보 만족도에 소방안전의식수준은 거의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이에 비해 홍보만족도가 홍보성과에 미치는 경로계수는 0.389로서 유의수준이 높게 나타났다. 이는 소방홍보 만족도가 소방홍보성으로 이어지고 있다고 해석할 수 있다.

3. 결 론

이 연구는 소방홍보 관련 국내 선행연구 자료를 파악하여 어떤 내용이 연구되었는지 살펴보았다. 선행연구 자료

Table 5. Effective FFP Method (unit : %)

Method Division on Age	Media	Internet/ Smart Phone	Direct PR of Fire Fighting Agencies	Etc	
Prefer Point (Mean)	50.4	24.4	23.4	1.8	
Age	~29	41.7	35.3	20.6	2.4
	30~39	43.6	31.1	25.3	0
	40~49	49.9	21.6	25.4	3.1
	50~59	58.8	19.1	19.9	2.2
	60~	56.1	16.8	26.1	1.0

검토에서 이 연구의 필요성을 제시하는, 소방홍보 효과측정에 대한 필요성을 찾을 수 있었다.

소방홍보를 접한 국민의 전체만족도는 58.5점으로 나타났다며 주거형태별로는 단독주택의 홍보만족도가 가장 높았고 홍보매체별 만족도는 언론홍보가 가장 높게 나타났다. 소방홍보에 가장 효과적인 홍보매체로는 언론이, 다음으로 인터넷/스마트폰이 높게 나타났다.

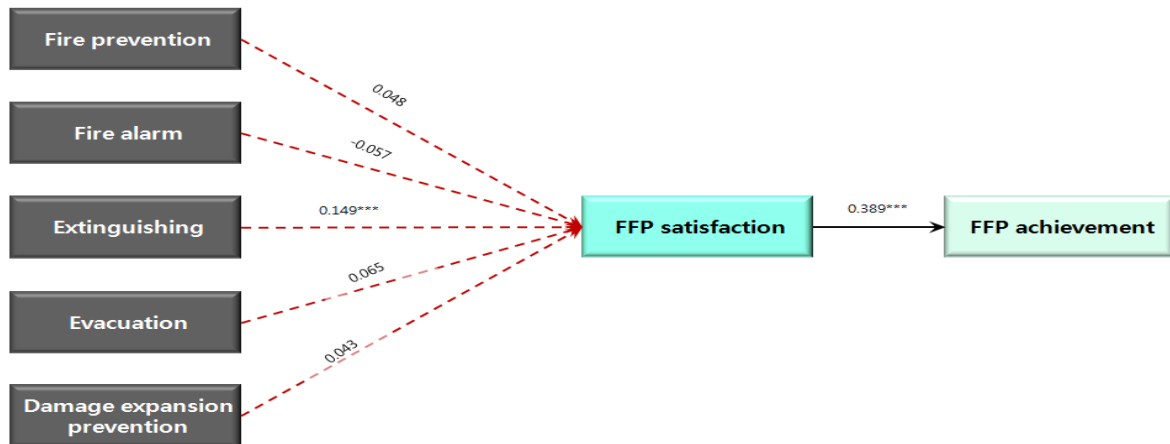


Figure 3. The path diagram of fire safety consciousness on the impact satisfaction and FFP achievement.

주) 경로계수는 *유의수준 0.1, **유의수준 0.05, ***유의수준 0.01에서 유의함

소방홍보 성과분석에서는 홍보를 접한 후 소방안전의식 수준이 전체적으로 향상되었으며 소방안전의식의 5가지 개념 영역 중 소화능력의 향상이 가장 높게 나타났다. 홍보 매체별 소방안전의식의 향상은 인터넷/스마트폰이 가장 높게 나타났다.

소방안전의식 수준이 소방홍보 만족도에 미치는 영향력은 거의 나타나지 않았으며 소방홍보 만족도는 홍보성과로 이어지는 것으로 나타났다.

본 연구는 선행연구에서 제기되었던 소방홍보효과측정의 필요성에 이어 효과측정을 객관적으로 하였고, 소방안전의식의 5개 핵심영역인 화재예방, 경보, 대피, 소화, 피해확대방지의 5가지 영역에서 홍보효과를 측정함으로써 부족한 부분을 향상시킬 수 있는, 아울러 전략적 홍보를 할 수 있는 기초자료를 제공하였다는 점에서 의미가 있다 할 수 있다.

후속 연구에서는 홍보효과에 미치는 요인들이 어떤 것들이 있으며 어떤 요인이 가장 효과를 높일 수 있는가에 대한 연구가 필요할 것이다. 또한 종단연구를 진행하여 홍보효과 측정과 이를 반영한 효율적 홍보를 통해 국민안전 향상에 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

후 기

이 연구는 한국소방안전협회 학술연구사업의 연구비지원에 의하여 연구되었음.

References

1. J. A. Jang, "Study on ways of active fire fighting publicity for nationwide safety awareness", Seoul Municipal University Graduate School of City Technology Majoring Prevention Engineering, Master Thesis (2013).
2. Y. M. Park, "A study on development plan of fire fighting publicity in the era of new media", Fire Prevention Department College of Industry and Science Kangwon National University, Master Thesis (2014).
3. J. G. Kim, "A study on Practical Uses of 4 PR Models in Fire Public Administration", Journal of Policy Development, Vol. 13. No. 1. pp. 119-142 (2013).
4. H. C. Shin, "A study on Promoting the fire-Disaster Defense Administration PR", Graduate School Yeungnam University, Master Thesis (2005).
5. M. J. Kim, "A study on Reinforcement of Public Relations for Fire Fighting", Graduate School of Public Administration Dong Kuk University, Master Thesis (2004).
6. M. H. Jeong and I. S. Park, "Fire Safety consciousness Indicators Development and National Fire Safety Consciousness Research", Fire Science and Engineering, Vol. 29, No. 4, pp. 89-94 (2015).