

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2019.5.3.93

JCCT 2018-8-11

한국의 국가평판 인식에 관한 연구: 상호지향성 모델의 주관적 일치도를 중심으로

A Study on the Perception of Korean Country Reputation: Focused on the Co-orientation Model

문효진*

Moon, Hyo-jin*

요약 본 연구는 평판 개념을 국가 단위로 확대해 적용하는데 의의를 가진다. 이를 위해 탐색적으로 한국인을 대상으로 한국에 대한 평판을 측정하고자 하며, 상호지향성 모델 중 주관성 일치도를 적용해 외국인들이 한국의 국가평판을 어떻게 인식하는지 추정함으로써 향후 국가평판 제고를 위한 방안을 모색하고자 한다. 연구결과, 응답자들은 한국에 대한 국가평판 구성요인 중 '문화오락성'요인과 '타문화개방성'요인, '글로벌시민정신'요인에 대해서 긍정적으로 인식하고 있었다. 그리고 성별에 따른 국가평판 차이는 통계적으로 유의미하지 않았으나, 연령대별로 일부 국가평판 구성요인에서 통계적인 차이를 보였다. 특히 '문화오락성'요인의 경우, 20대 응답자들이 40대 이상 응답자들보다 상대적으로 높게 인식하고 있었다. 더불어 응답자들이 평가하는 한국에 대한 국가평판과 이들이 추정하는 외국인들의 한국에 대한 국가평판 간 인식 차이는 통계적으로 유의미한 결과가 나타났다.

주요어 : 국가평판, 상호지향성 모델, 주관적 일치도, 한국의 국가평판, 차이검정

Abstract This study has implications for expanding and applying the concept of reputation to a national level. Especially, the purpose of this study is to measure Korean country reputation, and we find out how foreigners perceive Korean country reputation using co-orientation model. According to the study, respondents were positively aware of the 'cultural entertainment' and 'openness of other cultural' factors and 'global citizenship' factors among the components of the county reputation for Korea. In addition, although the differences in national reputation among respondents' gender were not statistically significant, they showed statistical differences in some national reputation components by age group. Finally, the respondents looked at the statistical difference between Korean evaluation and Korean perception of the foreigners's view for Korean country reputation.

Key words : Country Reputation, Co-orientation Model, Congruency, Korean Country Reputation, t-test

1. 서 론

최근 한국은 주요 인접 국가인 중국, 일본과 부정적 인 관계가 지속되고 있다. 이들 국가 간 정치, 군사, 영

토, 역사 등 여러 이슈로 인해 살얼음판을 걷고 있다. 한중 관계는 2016년 1월 사드(THAAD:고고도 미사일 방어 체계)의 한반도 배치로 수교 이래 최악의 상황에 직면하고 있고, 대중국 수출부터 중국 현지에서 한국

*정회원, 세명대학교 광고홍보학과 (제1저자)

접수일: 2019년 5월 13일, 수정완료일: 2019년 6월 12일

게재확정일: 2019년 6월 30일

※ 논문은 2018학년도 세명대학교 교내학술연구비 지원에 의해 수행된 연구임

Received: May 13, 2019 / Revised: June 12, 2019

Accepted: June 30, 2019

*Corresponding Author: hjmoon0921@hanmail.net

Dept. of Advertising&Public Relations, Semyung Univ, Korea

기업이 활동하는데 어려움을 겪고 있다. 그리고 중국인의 한국으로 단체 관광이 불허되고, 한류로 대변되는 문화콘텐츠의 중국 내 판매 및 유통길이 막히는 등 한국산 제품에 대한 규제와 제재 강도도 높아지면서 한국의 경제 피해도 증가되고 있다. 한중 관계의 부정적인 기류만큼 한일관계도 낙관적이지 못하다. 한일관계에 있어 중요한 이슈는 과거사 문제와 영토 문제에 이어 최근 일본 초계기 도발로 인해 두 국가의 관계는 그 어느 때보다 악화일로를 걷고 있다.

한국과 중국, 한국과 일본에 대한 국가 간 인식에 관한 구체적인 자료에서도 이와 관련된 기류를 확인할 수 있다. 아산정책연구원은 한국인을 대상으로 주변국에 대한 호감도 조사를 정기적으로 실시, 발표한다. 2018년 6월 조사결과에 따르면, 미국에 대한 호감도가 5.97점으로 가장 높았고, 다음으로 중국(4.16점), 일본(3.55점) 순으로 나타났다[1]. 그리고 한국의 동아시아연구원·일본의 비영일 싱크탱크인 겐론(言論)NPO가 2018년에 발표한 ‘제6회 한일 국민 상호인식조사’결과에서는 일본인의 한국에 대한 호감도 비율이 2016년 29.1%, 2017년 26.9%, 2018년 22.9%로 지속적으로 줄어들고 있었다[2]. 더불어 외교부에서 2017년 12월에 발표한 ‘중국인의 한국에 대한 인식조사’에서 중국인들의 주변국 호감도 순위는 미국(5.84점), 일본(4.49점), 러시아(3.77점), 인도(3.44점), 한국(3.40점) 순으로 나타나 한국에 대한 호감도가 상대적으로 낮게 나타났음을 알 수 있다.

하지만 국가 간 부정적인 정서에도 불구하고 관광 목적으로 상대국을 방문하는 비율은 여전히 증가하고 있다. 특히 한국인들의 해외 관광국가 1위와 2위는 중국(홍콩포함)과 일본으로 확인되는 등 민감한 이슈와는 별개로 상대국을 찾는 것에는 크게 영향을 미치지 않는 것처럼 보인다. 국가를 인식하고, 해당 국가에 대해 어떠한 태도를 가질 것인지 그리고 어떠한 행동적인 결정을 내릴 것인지 영향을 미치는 요인이 있지 않을까라는 문제의식에서 본 연구는 출발한다. 그리고 그 영향요인 중 하나로 평판 개념을 적용해 본 연구를 진행하고자 한다.

평판은 조직 전체 속성이 장기간에 걸쳐 일관되게 평가되는 것이며[3], 조직의 과거 행동과 결과에 대한 집합적인 재현으로서 다양한 이해관계자들에게 가치 있는 성과물을 제공하려는 조직의 능력으로 이해한다[4]. 그동안 평판 연구는 주로 기업을 대상[5]으로 진행돼 왔으며, 이후 CEO 평판[6]과 도시평판[7], 연예인평판[8] 등 연구대상과 범위가 확대되고 있다.

본 연구는 평판 연구 대상 범위를 국가로 확대해 진행하고자 한다. 긍정적인 국가평판을 얻게 된다면 해외 관광객과 외국인 투자를 유치할 수 있고, 우호적인 외교관계가 이루어질 수 있으며, 수출 증대와 해외의 유능한 인적 자원을 유입하는데 유리한 환경을 제공할 수 있다[9]. 따라서 외국인들이 한국의 국가평판을 어떻게 인식하는지 상호지향성 모델을 통해 살펴보고자 한다. 즉 한국인이 평가하는 한국 국가평판과 한국인이 생각하는 외국인들의 한국 국가에 대한 평판 간 인식간 거리를 분석하고자 한다. 이를 통해 한국의 국가평판을 제고하기 위한 방안을 모색하고자 한다.

II. 이론적 배경 및 관계문헌 고찰

1. 국가평판 개념과 측정

평판은 장기간에 걸친 조직에 대한 이해관계자들의 전반적인 평가로[10], 내부적으로는 조직의 내부 구성원과 관련이 있으며, 외부적으로 다양한 이해관계자와 관련이 있다[11]. 국가평판은 국제사회 내 많은 국가로부터 얻어 내는 한 특정 국가의 이미지와 특성에 대한 집합적 혹은 공통의 평가이기 때문에 그 국가의 미래적 행태를 예측하거나 설명하는 데 사용될 수 있는 지표가 된다[12].

긍정적인 국가평판은 다양한 이점을 제공받는다. 평판연구소(Reputation Institute)는 1999년부터 지속적으로 평판조사를 실시했다. 그리고 최근에는 국가평판을 측정하기 위한 국가 랩트랙(The Country RepTrak)을 개발해 세계 여러 국가의 평판을 측정, 발표하고 있다. 국가 랩트랙에서는 주요 이해관계자들로부터 지지를 받는데 도움을 줄 수 있다고 설명한다. 총 5가지 이해관계자와 관련해서 긍정적인 평판을 얻는 국가는 해외 관광객과 외국인 투자를 유치할 수 있고, 우호적인 외교관계가 이루어질 수 있으며, 수출 증대와 해외의 유능한 인적 자원을 유입하는데 유리한 환경을 제공할 수

* 아산정책연구원 여론조사(2016년 1월~2018년 6월). 2017년부터 주변국 호감도 조사의 횟수가 조정되면서 2016년 매달 이뤄지던 조사가 비정기 조사로 바뀌었음. 호감도 평가 척도는 ‘0=전혀 호감이 없다~10=매우 호감이 있다’임.

있다[9].

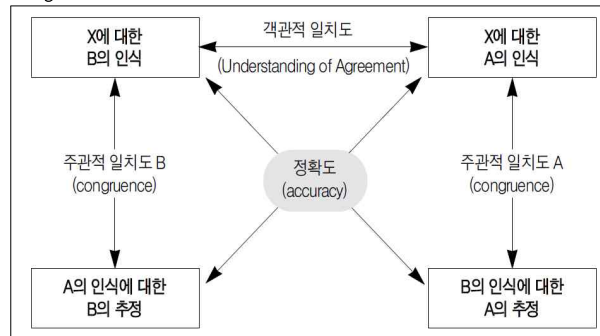
국가평판을 측정하기 위한 도구로는 파소, 펠만, 그라로우(Passow, Fehlmann & Grahlow, 2005)의 연구가 대표적이다. 이들 연구자들은 기업평판 측정을 위해 개발된 평판지수(RQ:Reputation Quotient)를 참고해 국가평판을 측정하기 위한 수정측정지표를 발표했다. <감성적 소구>, <물리적 소구>, <재무적 소구>, <리더십 소구>, <문화적 소구>, <사회적 소구> 등이다. 그리고 평판연구소에서는 국가평판 척도로 국가 랩트랙(The Country RepTrak)을 개발했으며, 국가도 다른 나라 등과의 경쟁적 구조에서 활동한다는 점과 재정적 논리에 따라 이해관계자들과의 관계가 중요하다는 점 등 기업과 유사한 측면이 반영됐다. 즉 <경제의 선진성>차원, <환경의 매력성>차원, <정부의 효율성>차원 등 3개 차원으로 구분한다[13]. 국내 연구에서는 문효진(2017)이 한국식 국가평판 척도를 개발했으며, 총 6개 구성요인과 25개 측정문항을 도출했다. 총 6개 구성요인으로 <감성적 매력성>, <국정운영능력>, <글로벌 시민정신>, <경영투자안정성>, <문화관광오락성>, <타문화개방성> 등 이다[14].

2. 상호지향성 모델의 주관성 일치성

상호지향성 모델은 사람들의 커뮤니케이션 관계를 개인내적 요소와 대인적 요소로 설명하고 있다. 우선 개인내적 요소인 주관적 일치도(congruence)는 대상 X에 대한 A의 인식과 B의 인식에 대한 A의 지각이 일치하는 정도 혹은 유사성을 말한다. 구체적으로, 어떤 사람이나 사물 혹은 이슈에 대하여 갖고 있는 ‘나의 견해’와 ‘타인의 견해에 대한 나의 추정’이 일치하는 정도라고 할 수 있다. 이는 전적으로 나의 마음 혹은 머리 속에서 상호작용하는 개인내적 커뮤니케이션이다. 한편 대인적 요소는 객관적 일치도(agreement)와 정확도(accuracy)이다. 객관적 일치도는 X에 대한 A와 B의 인식이 일치하는 정도 혹은 유사성을 말한다[15]. 와크만(1973)은 이를 인지적 중복(cognitive overlap)이라고도 표현하는데, 어떤 사람이나 사물 혹은 이슈에 대하여 갖고 있는 ‘나의 견해’와 ‘타인의 견해’가 일치하는 정도를 뜻하는 것이다. 그리고 정확도란 X에 대한 A의 인식과 ‘A의 인식에 대한 B의 추정’이 일치하는 정도 혹은 유사성을 의미한다. 즉 어떤 사람이나 사물 혹은 이슈에 대하여 갖고 있는 ‘나의 견해’와 ‘나의 견해에 대한 타인의 추정’이 일치하는 정도를 뜻한다. 이처럼 3

가지 요소를 기본 변인으로 하는 상호지향성 모델은 기존의 커뮤니케이션 효과를 심층적으로 비교해 줄 수 있을 뿐 아니라 집단 간 이해 및 몰이해의 정도를 명확히 파악할 수 있게 해준다[16].

그림 1. 맥리어드와 채피의 상호지향성 측정모델
 Figure 1. McLeod and Chaffee's co-orientation model



출처 : McLeod, J. M. & Chaffee, S. H.(1973). Interpersonal approaches to communication research. American Behavioral Scientist, 16(4), p.484

상호지향성 모델은 서로 상대방의 태도 및 관점을 종합적, 체계적으로 파악할 수 있다는 장점을 가지기 때문에 본래 대인 커뮤니케이션의 이해를 위해 제안되었지만, 집단 사이의 동의 및 차이의 정도를 파악하고, 정책적 시사점을 도출하는 것에도 적용된다[17]. 본 연구는 한국인을 대상으로 한국의 국가평판을 살펴보고자 한다. 한국인이 인식하는 한국에 대한 국가평판과 외국인이 한국에 대한 국가평판을 어떻게 인식하고 있는지 주관적 일치도를 중심으로 분석하고자 한다.

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

본 연구는 평판 개념을 국가에 적용해 측정하는데 1차 목적이 있다. 이를 위해 우리나라 국민을 대상으로 한국에 대한 국가평판을 측정하고자하며, 성별이나 연령대별 한국에 대한 국가평판의 인식에는 어떠한 차이가 있는지 알아보고자 한다. 그리고 국가평판에 대한 자신의 인식과 본인이 주관적으로 평가한 상대국 국민의 인식 사이의 일치하는 정도, 즉 주관적 일치도를 활용해 한국의 국가평판에 대해서 한국인들은 어떠한 인식을 형성하고 있으며, 그들이 추측하는 외국인들의 평가를 통해 한국인과 외국인이 한국에 대한 국가평판이

일치 혹은 불일치하는 정도를 조사하고자 한다. 이러한 분석 결과가 국가평판에 대한 한국인의 인식을 보다 체계적으로 비교할 수 있을 것으로 판단했다. 나아가 한국의 국가평판을 제고하기 위한 방안을 제시하고자 한다. 따라서 본 연구 목적을 달성하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1 : 한국인이 인식하는 한국에 대한 국가평판은 어떻게 나타나는가?
- 연구문제 2 : 한국인의 성별, 연령대별 특성에 따른 한국의 국가평판에 어떠한 차이가 있는가?
- 연구문제 3 : 한국인은 외국인이 한국의 국가평판에 대해 어떻게 인식하고 있다고 생각하는가?(주관적 일치도)

2. 연구방법

2.1 연구설계

본 연구는 한국에 대한 국가평판을 실증적으로 측정하는데 있다. 본 연구의 조사는 문헌고찰을 통해 도출된 구조화된 설문지를 이용해 온라인 설문조사를 실시했다. 설문조사는 2019년 3월 5일부터 3월 8일까지 4일간 20대에서 60대 미만을 대상으로 총 301명을 대상으로 실시했으며, 조사방식은 온라인 조사 전문업체 마크로밀 엠브레인(Macromill embrain)을 통해 패널 조사로 진행되었다. 본 연구를 위해 수집된 자료 분석방법은 사회과학을 위한 통계패키지인 SPSS 18.0을 이용해 분석했다.

2.2 변인에 대한 측정

국가평판은 국가에 대한 장기적이고, 일관된 평가의 총합으로 정의하고, 문효진(2017)의 국가브랜드 평판 구성요인에서 도출한 총 25개 측정문항을 5점 리커트 척도를 사용해 측정했다(1점 매우그렇지 않다, 5점 매우 그렇다)[14].

2.3 측정항목의 신뢰성 및 타당성 검증

본 연구에서는 2개 이상의 설문 문항들로 구성된 다항목 변인에 대한 신뢰성 및 타당성을 검증하였다. 신뢰성 검증은 신뢰도 계수인 크론바흐 알파(Cronbach's α)를 이용하여 실시했다. 신뢰성 분석 결과, 신뢰도 계수가 0.7이상으로 나타났으며, 전체 신뢰도 값을 저해하는 측정문항 중 '치안이 잘 유지되고 안전한 국가', '아름다운 장소(명소,관광지)를 보유하고 있는 국가' 2개는 요

인분석 과정에서 제외했다. 다음으로 구성하는 요인의 타당성을 알아보기 위해서 요인분석을 실시했다. 요인분석은 베리맥스(Varimax) 회전방법을 사용하였으며, 요인설정에 있어 몇 개의 요인을 분석에 사용할 것인가의 기준을 제시하는 고유치(Eigenvalue)는 1이상을 요인으로 보았다. 그리고 요인 적재량(Factor Loading)은 0.5이상의 유의한 항목들만 선택하였으며, 총 6개 요인으로 분류되었다. 각 측정문항을 고려해 요인명을 명명했다. 즉 <사회화합감성소구>, <국정운영능력>, <글로벌시민정신>, <경영투자안정성>, <문화오락성>, <타문화개방성> 등이다. 국가평판에 대한 신뢰도 계수는 모두 0.7이상으로 도출되어 내적 일관성이 확보되었다. 그리고 요인분석 후 요인 적재량이 모두 0.6이상으로 타당성이 높은 것으로 확인되었다.

표 1. 측정항목에 대한 신뢰성 및 타당성 검증 결과

Table 1. Factor analysis of country reputation

요인	측정문항	적재값	고유값	분산	신뢰도계수
사회화합감성소구	사회문제해결노력	.804	3.331	55.522	.838
	존경할만한	.788			
	청년문제해결노력	.770			
	신뢰할만한	.752			
	좋아할만한	.730			
	계층갈등해소노력	.610			
국정운영능력	국가관리질됨	.877	3.767	62.791	.879
	정부효율적운영	.825			
	위기관리능력	.797			
	민주주의성숙도	.772			
	매력적비전전달	.770			
	언론자유보장	.704			
글로벌시민정신	글로벌공동체책임	.899	3.050	76.247	.895
	글로벌사회책임	.897			
	글로벌문화공헌	.863			
	국제문제해결노력	.832			
경영투자안정성	발달도산업지역보유	.842	2.057	68.568	.770
	투자안전	.839			
	경영하기좋은환경	.803			
문화오락성	즐길거리있는국가	.920	1.693	84.657	.818
	즐거운오락제공	.920			
타문화개방성	타국가문화이해심	.910	1.657	82.849	.793
	외국인에게호의적	.910			

IV. 연구결과

1. 인구통계학적 특성

설문조사 결과, 성별의 경우에는 남성과 여성 응답자 수가 각각 147명(48.8%)과 154명(51.2%)로 나타났다.

연령의 경우에는 20대가 94명(31.2%), 30대가 102명(33.9%), 40대 이상 60세 미만이 105명(35.9%)을 차지했다. 직업군으로는 회사원이 159명(52.8%)으로 가장 많았으며, 가정주부가 28명(9.3%), 전문직이 24명(8%) 등으로 확인되었다.

표 2. 인구통계학적 특성
 Table 2. Characteristics of survey participants

구분	내용	빈도	퍼센트
성별	남성	147	48.8
	여성	154	51.2
나이	20~29세	94	31.2
	30~39세	102	33.9
	40~60세	105	35.9
직업	전문직	24	8.0
	회사원	159	52.8
	공무원	14	4.7
	가정주부	28	9.3
	자영업	12	4.0
	은퇴	5	1.7
	기타	18	6.0
	합계		301

2. <연구문제 1>의 결과

<연구문제 1>은 한국에 대한 국가평판 구성요인에 대한 것이다. 연구결과, 응답자들은 ‘문화오락성’요인이 M=3.733(SD=0.743)으로 다소 높게 인식되었으며, 다음으로 ‘타문화개방성’요인과 ‘글로벌시민정신’요인이 각각 M=3.379(SD=0.790), M=3.201(SD=0.766) 순으로 나타났다. 그리고 ‘경영투자안정성(M=2.957, SD=0.758)’요인과 ‘사회화합감성소구(M=2.893, SD=0.650)’요인, ‘국정운영능력(M=2.774, SD=0.722)’요인은 다소 낮게 인식되었다. 즉 응답자들은 정부와 관련된 국정운영과 호감, 신뢰, 존경 등과 관련된 감성적인 부분 그리고 경제와 관련해서 한국의 국가평판을 낮게 인식하고 있어 이를 해소하기 위한 정부의 노력이 요구된다.

표 3. 국가평판 구성요인 기술통계
 Table 3. Means and SD of country reputation's factors

국가평판 구성요인	평균	표준편차
국정운영능력	2.774	0.722
글로벌시민정신	3.201	0.766
문화오락성	3.733	0.743
타문화개방성	3.379	0.790
사회화합감성소구	2.893	0.650
경영투자안정성	2.957	0.758

3. <연구문제 2>의 결과

<연구문제 2>은 한국인의 성별, 연령대별 특성에 따른 한국의 국가평판 차이를 알아보는 것이다. 연구결과, 성별에 따른 한국의 국가평판 구성요인의 인식 차이는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 즉 남성과 여성 응답자들은 한국의 국가평판을 동일하게 인식하는 것으로 확인되었다.

표 4. 성별에 따른 국가평판 구성요인 차이 검정
 Table 4. T-test of country reputation between gender

국가평판 구성요인	성별	M	SD	t	p
국정운영 능력	남성	2.786	0.720	.286	.775
	여성	2.762	0.725		
글로벌 시민정신	남성	3.163	0.796	-.834	.405
	여성	3.237	0.738		
문화 오락성	남성	3.680	0.763	-1.193	.234
	여성	3.782	0.723		
타문화 개방성	남성	3.347	0.797	-.682	.496
	여성	3.409	0.785		
사회화합 감성소구	남성	2.883	0.681	-.244	.807
	여성	2.902	0.620		
경영투자 안정성	남성	2.980	0.750	.509	.611
	여성	2.935	0.768		

다음으로 연령에 따른 한국의 국가평판 구성요인의 차이를 분석한 결과, ‘문화오락성’요인만이 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 즉 20대 응답자가 40대 이상의 응답자보다 한국의 국가평판 중 ‘문화오락성’에 대해 보다 긍정적으로 인식하는 것으로 확인되었다. 이는 한류와 연관 지어 이해할 수 있다. 20대 젊은층은 한류로 인해 한국이 글로벌한 경쟁력을 갖춘 문화강국으로 인식하고 있다고 판단된다. 따라서 외국인들이 한국의 문화적 요인을 통해 한국을 평가하고 방한하는데 영향을 미친다는 점을 고려해 한류문화 확산에도 노력을 기울여야 한다[18]. 나머지 국가평판 구성요인에 대해 20대, 30대, 40대 이상 응답자간 인식 차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

표 5. 연령에 따른 국가평판 구성요인의 차이
 Table 5. Differences in country reputation by age

국가 평판	연령	M	SD	F(p)	Scheffe
국정 운영 능력	20대 ^a	2.663	0.758	2.775 (.064)	a=b=c
	30대 ^b	2.747	0.620		
	40대이상 ^c	2.898	0.766		
글로벌 시민 정신	20대 ^a	3.223	0.804	2.337 (.098)	a=b=c
	30대 ^b	3.076	0.717		
	40대이상 ^c	3.302	0.768		

문화 오락성	20대 ^a	3.862	0.831	3.307* (.038)	a>c=b
	30대 ^b	3.755	0.710		
	40대이상 ^c	3.595	0.673		
타문화 개방성	20대 ^a	3.330	0.822	0.936 (.393)	a=b=c
	30대 ^b	3.466	0.762		
	40대이상 ^c	3.338	0.789		
사회화합 감성소구	20대 ^a	2.821	0.678	2.031 (.133)	a=b=c
	30대 ^b	2.855	0.619		
	40대이상 ^c	2.994	0.647		
경영투자 안정성	20대 ^a	2.904	0.795	1.707 (.183)	a=b=c
	30대 ^b	2.892	0.749		
	40대이상 ^c	3.067	0.727		

*p<.05, **p<.001, ***p<.001

4. <연구문제 3>의 결과

<연구문제 3>은 한국인이 추정하기에 외국인은 한국의 국가평판을 어떻게 인식하는지 주관적 일치도를 알아보는 것이다. 연구결과, 응답자들은 ‘사회화합감성소구’요인과 ‘국정운영능력’요인, ‘경영투자안정성’요인에 대해 통계적으로 인식 차이가 나타나는 것으로 확인되었다. 이들 요인의 경우, 대체적으로 한국 응답자보다 외국인에 대한 인식 추정이 보다 높게 나타났다. 한국 응답자들은 외국인들이 한국의 국가평판을 자신보다는 상대적으로 높게 평가할 것으로 추정했다. 외국인들은 한국이 사회적으로 화합하려는 국가, 호감가고 신뢰가는 국가, 국정운영능력이 뛰어난 국가, 경영하기에 좋은 국가, 투자하기에 안정적인 국가일 것이라 추정하는 것으로 확인되었다.

반대로 응답자들은 이들 구성요인을 중심으로 살펴 보았을 경우, 외국인들보다는 상대적으로 한국의 국가평판에 대해 낮게 평가하는 것으로 이해된다. 특히 응답자들이 평가하는 한국의 국가평판 중 ‘국정운영능력’, ‘사회화합감성소구’, ‘경영투자안정성’ 요인에 대해 다소 낮게 인식하는 것으로 나타났으며, 이는 최근 한국의 정치, 사회, 경제 분야 이슈와 연관이 있다고 판단된다.

표 6. 한국인과 한국인의 외국인 인식 추정 차이 검정
Table 6. T-test of Korean evaluation and Korean perception of the foreigners's view

국가 평판 요인	집단	M	SD	t	일치 여부
사회 화합 감성 소구	한국인	2.893	0.650	-2.349**	불일치
	외국인 추정	2.953	0.608		
국정	한국인	2.774	0.722	-5.851***	불일치

운영 능력	외국인 추정	2.938	0.710		
글로벌 시민 정신	한국인	3.201	0.766	0.000	일치
	외국인 추정	3.201	0.743		
문화 오락성	한국인	3.733	0.743	-1.290	일치
	외국인 추정	3.775	0.702		
경영 투자 안정성	한국인	2.957	0.758	-3.519**	불일치
	외국인 추정	3.068	0.742		
타문화 개방성	한국인	3.379	0.790	1.069	일치
	외국인 추정	3.342	0.832		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

V. 결 론

본 연구는 평판 연구 대상 범위를 국가로 확대해 진행했으며, 국가평판을 측정하고 한국인이 인식하는 한국에 대한 국가평판과 외국인들이 인식하는 한국에 대한 국가평판을 추정함으로써 상호간 인식 차이는 어떻게 나타나는지 상호지향성 모델 중 주관적 일치성을 중심으로 살펴보았다.

연구결과를 요약하면, 첫째, 응답자들은 한국에 대한 국가평판 구성요인 중 ‘문화오락성’요인과 ‘타문화개방성’요인, ‘글로벌시민정신’요인에 대해서 긍정적으로 인식하고 있었다. 한국인들은 한국이 즐길거리가 많고, 다른 국가의 문화에 대해 호의적이며, 글로벌 공동체로서 국제문제에 관심을 가지고 해결하는데 동참하는 국가로 인식하고 있는 것으로 이해된다.

둘째, 응답자들의 성별과 연령대별로 한국에 대한 국가평판에 차이가 있는지를 알아보았으며, 성별에 따른 통계적인 차이는 나타나지 않았다. 하지만 연령대별 인식은 일부 국가평판 구성요인에서 통계적인 차이를 보였다. 즉 6개 국가평판 구성요인 중 ‘문화오락성’요인의 경우, 20대 응답자들이 40대 이상 응답자들보다 상대적으로 높게 인식하고 있었다.

셋째, 응답자들이 평가하는 한국에 대한 국가평판과 이들이 추정하는 외국인들의 한국에 대한 국가평판 간 인식 차이를 살펴보았으며, ‘사회화합감성소구’요인과 ‘국정운영능력’요인, ‘경영투자안정성’요인에서 통계적으로 차이가 나타났다. 응답자들은 자신들이 평가하는 한국에 대한 국가평판보다 외국인들이 한국의 국가평판에 대해 보다 우호적으로 평가할 것이라 추정했다.

최근 미디어에서 보도되는 한국의 정치, 사회, 경제 분야의 이슈는 긍정적인 내용보다는 우려와 걱정, 불안 등 부정적인 것이 대부분이다. 국가평판을 제고하기 위해서는 우선 정부의 노력이 요구되며, 특히 여야가 화합할 수 있는 정치, 청년실업문제 및 주택/고령화 사회 문제 해소, 사회구조 양극화 해소 및 경기 활성화 등을 통해 국민들로부터 신뢰와 사랑을 받을 수 있는 다양한 정책 개발 및 제도 개선이 필요하다.

References

- [1]The Asan institute for policy studies, *U.S.-North Korea summit and south Koreans' perceptions of neighboring countries*, Publications July, 2018.
- [2]The Genron NPO and East Asia Institute, *The 6th joint Korea-Japan public opinion poll*, 2018. www.eai.or.kr
- [3]P. Herbig and J. Milewicz, "The relationship of reputation and credibility to brand success", *Journal of Consumer Marketing*, Vol.12, No.4, 5-10, 1995.
- [4]V. P. Rindova and C. J. Fombrun, "Constructing competitive advantage: the role of firm constituent interaction", *Strategic Management Journal*, Vol.20, No.8, 691-710, 1999.
- [5]Y. S. Seo and H. O. Lee, "The effect of csr on corporate reputation, government-business relationship and government intention to support: A case study of Samsung in China", *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, Vol.16, No.2, 303-333, 2014.
- [6]E. K. Han, I. H. Kim and H. J. Moon, "A study on the effect model of the corporate reputation and the CEO reputation: With focus on Samsung and SK", *The Korean Journal of Advertising*, Vol.16, No.2, pp.125-144, 2005.
- [7]E. K. Han, H. J. Oh and Y. J. Lee, "A study on the development of scale for city reputation", *Seoul Studies*, Vol.8, No.4, pp.31-51, 2007.
- [8]E. K. Han, B. Y. Lee and H. J. Moon, "A study on the development of a scale to measure the entertainer reputation: Focused on Korea, China, Singapore", *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, Vol.21, No.5, pp.298-341, 2007.
- [9]<http://www.reputationinstitute.com>
- [10]M. Gotsi and A. M. Wilson, "Corporate reputation: Seeking a definition", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol.6, No.1, 24-30, 2001.
- [11]C. J. Fombrun, N. Gardberg and J. M. Sever, "The reputation quotient: A multi-stakeholder measure of corporate reputation", *The Journal of Brand Management*, Vol.7, No.4, 241-255, 2000.
- [12]J. Mercer, *Reputation and international politics*, Ithaca: Cornell University Press, 1996.
- [13]T. Passow, R. Fehlmann and H. Grahlow, "Country Reputation—from Measurement to Management: The Case of Liechtenstein", *Corporate Reputation Review*, 7, 309-326, 2005.
- [14]H. J. Moon, "The exploratory study of the index for nation brand reputation", *Global Cultural Contents*, 29, 103-128, 2017.
- [15]J. M. McLeod and S. H. Chaffee, "Interpersonal approaches to communication research". *American Behavioral Scientist*, Vol.16, No.4, 469-499, 1973.
- [16]D. B. Wackman, "Interpersonal communication and co-orientation", *American Behavioral Scientist*. Vol.16, No.4, 537 - 550, 1973.
- [17]M. I. Choi, B. C. Kim and J. Y. Jang, "Comparative analysis of doctor-patient perception on doctor's communication skill: Coorientation model test", *Journal of Public Relations*, Vol.15, No.4, 2011.
- [18]J. H. Han and F. R. Jin, "Study on determinants of the number of Chinese tourists visiting Korea-political, economic and cultural factors as variables of interests", *The Journal of the Convergence on Culture Technology*, Vol.5, No.2, 207-216, 2019.

※ 이 논문은 2018학년도 세명대학교 교내학술연구비 지원에 의해 수행된 연구임

