

I. 서 론

1. 문제의 제기

다가오는 미래사회에서 현대인은 생활영역의 확대와 더불어 의식과 사고의 측면에서도 과거의 폐쇄적인 장벽은 무너지고 국가·민족간의 교류와 접촉이 일상화 되면서 다양한 가치와 이념이 상호 공존하는 이른바 ‘개방사회’¹⁾에서 살게된다.

이러한 개방사회는 각 국가의 자율성과 독자성을 유지하는 개체성의 원칙, 상호 인정과 대등한 관계의 설정을 지향하는 평등성의 원칙, 그리고 이를 적용하기 위한 충족조건으로서 공평성의 원칙을 전제로 한다.

한편 과학기술의 발전을 바탕으로 천연 에너지 자원을 가공하여 산업발전의 동력으로 이용한 산업사회에서는 노동력을 기계로 대체하는 전환의 시기였다면, 미래사회에서는 기계적 작업이 지적 활동의 정보기술에 의해 대체되는 대전환의 시기인 것이다.

이제 21세기 탈공업화 시대에서 인간이 대결해야 할 대상은 바로 인간 자신이다. 사람들은 일을 마치면 사람들과의 관계를 멀리하고 자연으로 되돌아가려고 하며 여가 생활을 자연과 함께 즐기려는 경향을 나타낸다.²⁾ 산업구조도 이러한 경향에 따라 재편성되어 20세기의 대량생산 체제는 끝나고 자기만의 상품선택이 가능한 개성화,

1) 엄정식, 1994, “개방화시대의 대학생과 민족자아의 정립”, 국제화·개방화시대에 대비한 대학교육의 혁신, 1994년도 한국교육학회 춘계학술대회, 1994.5.28, p.55.

2) D. Bell, 김상현 편저, 1994, “21세기 탈공업화시대의 인간상”, 「21세기 새물결」 (서울:고려미디어), pp.57-59.

다양화의 시대로 변화될 것이다.

이러한 산업구조의 재편성은 자본, 노동에 의한 사회발전을 뒤로 하고 기술이 고도화되고, 경제적, 사회적으로 정보의 가치가 증대되는 과정을 겪게 됨으로써 지식과 정보 및 기술에 의한 새로운 부의 창출 체계를 이룸에 따라 사람들의 일상생활에 있어서도 탈규격화, 다양화, 탈대중화의 특성을 기반으로한 이익을 추구하게 하는 시대로 이행되고 있다.³⁾

이와같이 빠르게 변화하는 사회·정치·경제 환경의 변화에 적응하고 능동적으로 대응해야 하는 현실은 개인과 조직의 기본원리가 되었다.

특히 국가의 미래를 책임져야 할 청소년에 대해서는 미래의 변화 환경에 적응토록 하는 지.덕.체의 조화로운 개발을 국가와 사회가 맡아야한다.

이를위해 국가에서는 청소년들을 육성하기위한 각종의 대책을 마련하고 있으나 청소년분야의 다양성과 광범성으로 비하여 정부예산의 총체적인 미약으로 인하여 청소년육성 사업의 실질적인 수행이 불가능하기 때문에 정부에서는 법적 제도적 지원을 통하여 청소년육성을 위한 부문에 대하여 민간의 참여를 넓히려고 하고 있다.

그러나 공익분야인 청소년육성 사업은 민간의 입장에서 볼 때 직접적인 이익이 없는 덜 매력적인 사업으로 간주되고 있기때문에 이들 기업이나 개인에게 청소년육성의 의미와 중요성 홍보로 국민인식을 전환하고, 자발적 참여를 필요로 하는 청소년육성의 특성을 제시하며, 청소년육성에 소요되는 막대한 재원조달에 필수적인 민간의 출연을 유도하여, 궁극적으로 청소년육성 사업의 주요부분이 민

3)J.C. Thurow, 김상현 편저, 1994, "21세기 제로섬 사회의 파란요인", 「21세기 새물결」 (서울:고려미디어), pp.100-101.

간의 출연에 기반하여 수행 될 수 있도록 하기위하여 민간출연대상으로 하여금 청소년육성 사업이나 청소년사업 주관기관에 대한 이해를 강화시키기 위한 방법로서 홍보전략이 필요하다.

2. 연구목적 및 내용

오늘날 각국의 청소년육성을 위한 노력은 미래의 국제화, 정보화, 개방화에 따른 불안정성을 극복하기위한 다양한 청소년육성사업을 전개하고 있으며, 우리나라에서도 이러한 외부환경의 변화에 대응하여 청소년사업에 대한 국가적 차원의 적극적 개입이 요구되며, 국가연구기관인 한국청소년개발원은 이에대한 책임과 의무가 더욱 크다고 볼 수가 있을 것이다.

특히 청소년문제의 지속적인 증가 추세에 따른 위기의식 증대와 청소년육성사업에 대한 출연대상들의 참여욕구가 구체적 사업실현으로 그 방향이 전환되고 있음에 따라 외부적으로 한국청소년개발원은 이에대한 청소년육성 중추기관으로서의 역할 수행이 요구된다.

또한 한국청소년개발원 내부환경에 있어서도 조직체계 및 구성원들의 변화 의욕 및 필요성이 높게 나타나며 이 변화의 방향은 주로 청소년육성 사업내용의 폭발적 증가에 따라 사업방향 설정의 다양화, 구성원들의 청소년연구 분야별 전문화, 타 유사부문에 대한 협력관계 유지의 필요성, 청소년에 대한 인식확산을 위한 외국 연구기관과의 공동연계 필요성에 대하여 변화에 맞는 조직체계구성과 구성원들의 참여를 요구하고 있다.

이러한 외부적 변화와 내부적 변화에 대한 한국청소년개발원의

홍보목적은 1) 청소년육성분야의 고유사업을 유지하고, 청소년사업 영역을 확장하고, 2) 청소년육성분야에서 추진하는 고유사업에 대한 외부적 인정을 획득하며, 3) 청소년육성 사업의 다양성을 추구하여, 주민의 청소년분야 참여를 촉발하며, 4) 청소년육성기관의 청소년분야에 대한 전문성을 확보기 위해서이다.

이러한 연구목적을 달성하기 위하여 우선 청소년육성과 홍보이론을 배경으로 홍보의 개요와 PR의 구성요소 및 조직과의 관계를 이론적으로 제시하고 다음과 같은 연구내용을 설정하였다.

①한국청소년개발원의 이미지 형성에 관한 내용을 고찰한다.

첫째, 청소년육성이란 무엇을 의미하는가?

둘째, 한국청소년개발원은 무엇을 하는가?

셋째, 한국청소년개발원의 기본성격은 무엇인가?

넷째, 한국청소년개발원의 기능에는 어떤 것이 있는가?

②한국청소년개발원에서 PR대상으로서 내부 조직체계 및 구성원들에 대한 홍보방향을 관찰한다.

첫째, 한국청소년개발원의 조직체계 어떠한가?

둘째, 한국청소년개발원의 구성원들의 특징은 무엇인가?

③한국청소년개발원에서 PR 대상으로서 청소년 관련 활동사업 대하여 고찰을 한다.

첫째, 한국청소년개발원의 사업방향은 무엇인가?

둘째, 한국청소년개발원의 구체적인 사업내용은 어떠한가?

3. 연구방법

본 연구는 위의 연구목적을 달성하고 연구내용에서 제기된 문제

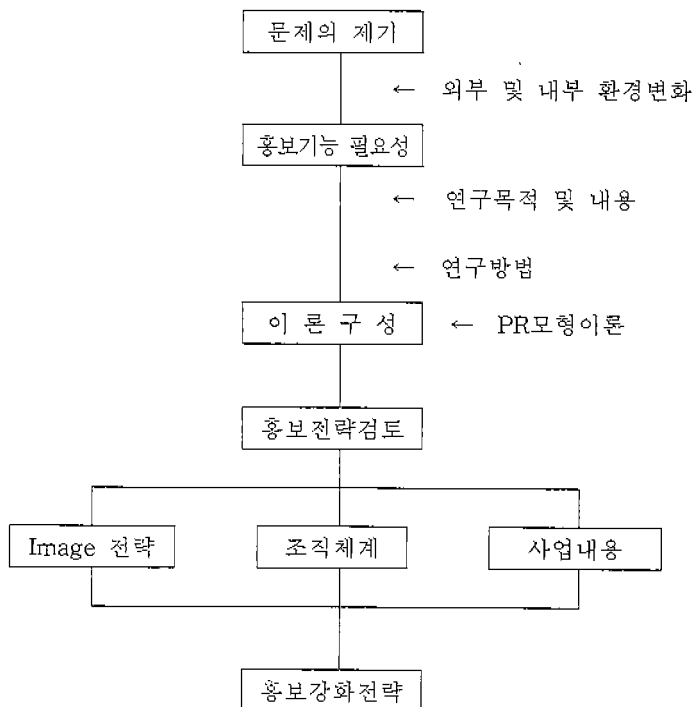
에 관한 의문점을 풀기 위하여 청소년육성분야에 대한 민간의 출연이 미약한 원인을 청소년에 관한 일반적이고 포괄적인 홍보활동 및 홍보내용의 부족으로 전제한 뒤, 먼저 문헌연구에서는 민간출연을 할 가능성이 높은 기업들의 환경변화를 중심으로 청소년육성분야의 대외 PR 전략선택의 기본적인 이해를 전개하고, PR의 주성분이 되는 공중, 조직구성원, PR매체에 관한 이론을 탐색하였다.

둘째는 한국청소년개발원에 관한 참여 관찰을 통하여 조직체계 및 조직구성원들의 특징을 제시하고 있다.

셋째는 한국청소년개발원의 청소년관련사업에 관하여 개발원이 지금까지 수행한 사업과 개발원이 장래계획하고 있는 청소년육성사업을 한국청소년개발원의 청서를 중심으로 분석하였다.

4. 연구체계도

<연구체계도>



Ⅱ. 청소년육성과 홍보이론

1. 청소년육성이란?

청소년육성에 대한 개념적 이해를 위해서는 현대 교육에 관한 이해와 동시에 비교되어 설명되어야 한다.

청소년교육은 학생청소년을 대상으로 주로 학교에서 교과서를 중심으로 학습·이해의 방법에 의한 학업활동을 통하여 기능발달과 지성계발에 주력하고 있으며, 반면 청소년육성은 모든 청소년을 대상으로 사회와 자연속에 마련된 다양한 수련터전에서 수련거리를 중심으로 체험·숙달의 방법에 의한 수련활동을 통하여 감성 개발과 덕성함양에 주력한다.

또한 청소년교육은 과목별 전문지식을 갖춘 교사를 지도자로 하며 학령과 학력기준에 따른 동질집단이 정해진 학제와 교육과정의 의무적으로 참여하는데 비해, 청소년육성은 철학적·역사적 지식과 인간적 감화력을 갖추거나 고도로 숙련된 기능을 보유한 사람을 지도자로 하며 연령과 생활이 다른 청소년들이 자신의 개성과 흥미에 따라 자발적으로 선택하여 참여한다는 점에서 본질적인 차이가 있다.

이와같은 청소년교육에 대해 국가는 헌법 제31조와 교육법 등 교육관계법령에 따라 교육부·교육청·학교에서 수행되는 데 반해, 청소년육성은 자발적 참여를 전제로 하기 때문에 국가가 정한 기본적인 법령·시책을 바탕으로 국책기관에서 이론·정책을 개발·보급하고 민간부문에서 자발적으로 참여하는 것이 바람직하며, 헌법 제34조와 청소년기본법 등 청소년육성관계법령에 따라 문화체육부·

지방자치단체·청소년단체·청소년시설에서 그 기능을 수행하고 있다.

따라서 “청소년들이 학교 교육에서 배양하는 지적 능력을 바탕으로 도덕적·정서적·감성적·신체적 능력을 함양하도록 하고, 이러한 능력함양에 영향을 미치는 유익한 여건을 조성하거나 유해한 요인을 순화·제거함으로써 덕·체·지를 갖추어 조화롭게 성장할 수 있도록 돕는 기능”이라고 할 수 있다.

한국청소년기본계획⁴⁾의 청소년활동, 청소년복지, 청소년교류에 관한 것이 청소년육성의 개념적 요소로 볼수 있고, 청소년기본법 제3조제2호에서는 ‘「청소년육성」이라 함은 청소년의 복지를 증진하고, 청소년의 수련활동을 지원하며, 청소년교류를 진흥하고, 사회여건과 환경을 청소년에게 유익하도록 개선하여 청소년에 대한 교육과 상호 보완함으로써 청소년의 균형있는 성장을 돕는 것을 말한다.’고 법적 정의를 내리고 있다.

그리고 육성을 현재의 교육적 한계에 비추어 보면 지식·기술·정보의 양적·질적 확대만이 아니라 A. Toffler가 ‘미래의충격’(future shock)에서 항시성보다는 잠시성, 점진성 보다는 신기성, 통일성 보다는 다양성을 제시하여 현대의 변화무쌍하고 폭증하는 지식·기술·정보를 지적 발달이 가장 왕성한 청소년기에 어떻게 하면 가장 적절하게 가르치고 배우느냐하는 과제가 교육의 주된 방향과 내용이 될 수 밖에 없음을 설명하였다.

이와같은 맥락에서 P.F. Drucker는 미래 모든 선진국은 맘을 흘리며 근육을 사용하던 시대에서 공업시대를 거쳐 지식노동이 주를 이루는 사회로 옮겨감에 따라 교육이 좋은 취직을 위한 패스포트가 되어 교육기관에서는 이제 학습 방법만을 가르칠 수 있을 뿐이라고

4)체육청소년부, 1991.6, 『한국청소년기본계획』 pp. 17-345.

한 것도 지식·기술·정보의 폭증현상에 따른 학교교육의 한계를 말해주는 것이다.⁵⁾

유네스코는 지식·기술·정보의 移轉은, 이전하는 사회가 이전받는 사회를 지배하는 경향이 있음을 경고하면서 그 이전이 지배가 아니라 공유(sharing)가 될 수 있도록 하는 자주적 노력을 강조하였는데⁶⁾ 이는 지구상에서 살아 남기 위하여서는 지식이 얼마나 큰 영향을 미치는 것인가를 반증하는 것이다.

그래서 현재의 우리사회에 있어서 교육은 교육부·교육청·각급 학교가 맡고 있으며, 육성은 문화체육부·지방자치단체·청소년시설단체가 담당하는 분업체계를 보다 발전시켜야 한다.

P.F. Drucker가 교육학적 견지에서 교육의 새로운 변화를 고뇌하고 있지만, 그와같이 교육자체의 보완을 줄기차게 모색하면서 육성의 역사적 독자성과 현실적 제도화 모습을 동시에 인정하는 과감한 인식의 전환이 매우 중요한 것이다. 만일 이러한 인식이 없으면 학교교육이 지식·기술·정보를 암기·이해시키는데 치중하면서도 광의의 교육기능 수행에 따른 육성기능을 간과하게 되어 그 역할을 축소하게 되면 교육기능도 육성기능도 제대로 수행하지 못하게 된다.

이러한 시대적 환경의 변화는 학교에서 청소년들의 덕성 함양에 대해서도 많은 노력을 하고 있지만 본질적으로 지식전달의 보조역할만을 수행하게 된다. 그러나 독자적인 육성활동에서는 수련활동을 지원하는 기능 이외에도 학교가 담당할 수는 없으나 청소년성장 발달과 밀접한 관련이 있는 부문 즉, 청소년들이 일상생활을 영위

5) P. F. Drucker, The New Realities,(London:Mandarin Paperbacks, 1990), pp. 167-224.

6) UNESCO, *Domination or Sharing*,(Paris:Imprimerie des Presses Universitaires de France, Vendome, 1981).

하는 가운데에서 두려워 할 복지, 청소년들이 살아가는 가운데 가정과 사회에서 접촉하게 되는 유익하거나 유해한 일반사회환경, 청소년들 스스로의 생활태도와 문화 그리고 청소년들에게 적극적인 모델적 영향을 미치는 어른들의 생활행태, 청소년기의 인간관계조정능력 배양에 가장 큰 영향을 가지는 국내외교류 등에 관한 청소년업무는 육성이 말아야 할 기능이면서 교육의 바탕(infrastructure)을 이루는 것이기도 한 것이다.⁷⁾

이상의 논의에서 사회환경의 변화에 따라 과거의 敎와 育을 포괄하는 광의의 교육을 가르치던 학교가 지식·기술·정보를 암기·이해시키는 교육에 집중할 수 밖에 없는 상황에 있게 되었고 그것만으로도 힘겨운 것이다. 암기되고 이해된 지식·기술·정보를 바탕으로 하여 이를 인간과 자연에 해롭지 아니하게 실행하는 품성을 내면화하는 하는 일은 다른 영역에서 맡아 주거나 적어도 새로운 장이 마련되어야 하는 것이다.

이러한 새로운 사고와 활동이 곧 육성이라고 할 수 있다.

2. PR의 일반적 이론

1) 서론

오늘날 PR은 한 개인 또는 한 조직이 신뢰 및 우의를 얻고자 하는 개인 및 단체에서 이익이 되도록 자기의 정책, 서비스 활동을 등을 말한다.

7)조영승, 1996, “청소년육성정책 모형 개발에 관한 연구”, 경기대학교 박사학위논문, pp.15-17.

PR에 대해 우리나라에서는 ‘공공관계’, ‘대민관계’, ‘공중관계’ 등으로 이해되고 있으며, 관점과 방법에 따른 이해 차이로 그 견해는 다양하다.⁸⁾

웹스터 새 백과사전(Wester’s New Collegiate Dictionary)에 따른 설명을 보면 “①사회, 조합, 정부, 기타단체가 고객, 고용자, 주주 나아가서 일반 공중과 건전하고 생산적인 관계를 수립하고 유지해서 자기들의 환경에 적응시키고 회사를 이해시키는 활동을 말하며 그러한 활동의 상태나 기술을 말한다.

②해설적 자료의 배부, 이웃간의 상호교환 및 대중의반향의 평가 등을 통하여 한 사람, 사회, 조직체와 다른 사람들, 특수대중층이나 지역사회 일반사이의 의견을 일치 시키고 친목을 도모하는 것이다.

③상호이해와 친선도를 높이는 기술이나 과학” 이라고 제시하고 있다.

Harlow는 그 당시까지의 PR에 대한 다양한 정의들을 분석하여 ‘PR이란 조직과 공중사이의 커뮤니케이션의 이해, 수용과 협조를 위해서 경영자로 하여금 여론에 대한 정보를 입수하여 대응토록 함으로써 공익에 봉사케하고 이러한 기능을 달성하는 수단은 조사와 건전하고 윤리적인 커뮤니케이션이다’라고 통합적으로 제시하였다.

따라서 홍보란 홍보주체(개인, 기업체, 정부)가 홍보객체(고객, 직원, 공가 등)로 부터 호의, 신뢰, 애정 및 협력을 취득하고 이를 유지, 증진하기 위하여 행하는 제활동 및 결과라 할 수 있다.⁹⁾

이와같은 PR의 일반적인 정의를 한국청소년개발원과 같은 사회

8) 朴昌圭, 1993, “군홍보활동 현황과 발전방향에 관한 연구”, 연세대학교 행정대학원 석사학위논문, p.4.

9) 鄭秉植, (1988), ‘시민참여 제고를 위한 행정PR에 관한 연구-충주시 행정을 중심으로-’, 석사학위논문, 청주대학교 대학원, p.6.

공공단체들의 PR활동과 기능¹⁰⁾에 따라 재 정의를 내리면 “단체의 목적과 활동을 공중들에게 인식시켜서 공중의 이해와 호의를 얻는 것이다”라고 할 수 있을 것이다.

미국 걸스카우트(Girl Scouts of the U.S.A)의 경우를 보면 “PR이란 무엇이 본단체의 필요성을 지지하고 있으며 본단체를 후원해 주고 있는 사람들이 어디에 있느냐를 아는 것이다. 즉 PR이란 이들 지지자 또는 후원자들의 관심사가 무엇인지를 파악하는 것이며, 이들로 하여금 본 단체를 위해서 후원하도록 이들에게 정보를 제공하고 이들을 설득하는 것이다.

PR이란 이들의 동의(consent)를 획득하고 또한 그것을 유지하는 것-즉 본 단체가 계속해서 존재하고 성장할 수 있도록 공중의 호의를 얻는 동시에 그 공중의 각 성원들이 본 단체에 대하여 긍정적인 관심을 갖고 협조해 줄 수 있도록 만드는 것으로서 이러한 PR 목적을 바로 본 단체의 PR 목적으로 한다.”

사회공공단체들에 대한 PR활동과 기능에 따른 목적을 구체적으로 제시하면 다음과 같다.¹¹⁾

- ① 해당 단체의 회원을 증가 시킨다. 즉 단체 규모의 확대 목적이다.
- ② 해당 단체의 목표·정책·활동·업적 등을 공중들에게 설명해 준다.
- ③ 해당 단체와 그 활동 프로그램에 대한 공중의 호의적 태도를 조성한다.
- ④ 모금활동을 지원한다.
- ⑤ 해당 단체에 대한 대중의 오해를 시정하고 그 정책과 활동에 대한 일반의 비판에 답변한다.

10)김정기 편저, 1983, 『실천 PR론』 (서울:전예원), p.290.

11)김정기 편저, 상계서, p.292.

⑥ 해당 단체가 하고 있는 일에 대한 제도적·행정적·법적 뒷받침을 위하여 입법자들의 지지를 획득한다.

⑦ 해당 단체의 회원들에게 그 봉사활동을 알려 주고 또한 그들을 설득하여 적극적으로 참여하게 만든다.

⑧ 자원봉사자들을 유치하고 단체 성원들간의 관계를 개선한다.

⑨ 이상과 같은 PR 프로그램 자체를 효과적으로 수행한다.

이러한 PR활동과 기능에 대한 개념적 이해와 더불어 학문적으로 왜 PR을 연구 해야하는가 하는 PR의 본질과 연구동기에 대하여 Grunig은 “PR 교육자와 학자들의 역할은 그 직업에 도움이 되어야 한다, 즉 PR직을 발전시킬수 있고 다음세대의 실무자들을 훈련시킬수 있는 연구를 수행해야한다.”¹²⁾고 함으로써 PR이 이론과 실무를 결합하도록 이해하고 있다.

이상의 PR 개념적 이해를 중심으로 B. R. Canfield¹³⁾가 제시하고 있는 PR활동의 네 가지의 기본적인 특색을 보면 다음과 같다.

첫째, 관리의 철학(A Philosophy of Management)

PR은 무엇보다도 먼저 산업·상업·금융·사회복지 및 기업 등의 제도에 활동에 있어서 대중의 이익을 제일로 둔다고 하는 그 경제·사회 및 정치적 기구의 지도자들의 정신적 자세를 관리의 철학으로 해야 한다는 것이다. 이러한 관리의 철학은 서어비스 및 사회적·정신적 만족을 추구하는 대중의 기본적인 욕구에 봉사하도록 활동해야 한다는 것을 의미한다.

둘째, 실제정책과 활동으로 표현된 철학(A Philosophy expressed Policies and Actions)

공공이익우선주의라고 하는 관리의 철학으로서의 PR이 그 목적

12) J.V. 페브릭 저, 윤희중 역, 1991, 「PR연구방법론」, (서울: 탐구당), p.34.

13) 백상기, 1993, 「PR論」, 형설출판사, pp.28-33.

을 달성하기 위해서는 행정 또는 경영관리상 그 활동의 주체와 행동수준이 정책에 반영되어져야 하는것이다. 말하자면 이러한 것은 광범하게 기본적인 운영원칙에 표현되어야 할 뿐만 아니라 “운영의 세부적 국면에 관련된 행동규칙 또는 규정”에도 표현되어야 한다.

PR에 있어서 우리들은 피용자·고객·중간상인·정부 등 공중과의 관계가 있는 모든 정책면에 있어서 특히 공중봉사의 관리철학이 반영되게끔 유의해야 한다. 그리고 양호한 PR정책은 구체적이어야하고, 모든 상황을 포괄하여야 하고, 조직내에서 일어나는 정상적인 변화에 적응성이 있어야 하고, 탄력성과 미래의 발전적 전망도 갖고 있어야 하며, 누구에게나 이해될 수 있는 것이어야 한다.

모든 PR활동은 공중에 대한 제도체의 태도를 표현하는 일반적인 PR정책에 포함되어 있어야 한다. 그리고 제도체의 기본적인 PR정책에는 피용자관계, 주주관계, 지역사회관계, 중간상인관계, 정부관계 및 소비자관계정책과 같이 특수한 집단구성과의 관계를 취급하는 구체적인 정책이 보충되어야 한다.

그리고 이러한 실제정책과 활동으로 표현된 PR은 조직체의 정책을 표현하는 행동뿐만 아니라 조직체의 모든 구성원의 개인적인 활동을 포괄한다. 대중에 대해서는 이러한 조직체의 개개 구성원이 곧 조직체 그 자체로 인식되는 경향이 있기 때문에 그러한 각 개인의 행동이 우호적이고 예절이 있으며, 건전하고 효율적이라면 대중은 그러한 이미지를 곧 그 조직체의 이미지로 승격 동일시하게 되기 때문인 것이다.

셋째, 관리의 기능(A Function of Management)

기업체나 정부부처 및 단체 등 어떤 조직체이든 그 PR에 대한 책임은 피용자, 공무원, 관리자 및 구성원 등 모든 조직체 구성원에 부과되고 있다. 양호한 PR은 조직체가 PR의 모든 조직체구성원에게 책임이 부과되고 있는 활동인 것이다. PR의 프로그램을 성공적

으로 완수하는 데는 조직체의 모든 구성원이 프로그램을 수행하는 일을 떠 맡아야 한다. 건전한 PR의 철학과 이에 대한 중요성의 인식은 조직체의 운영의 모든 국면에 스며 들어 가야 한다.

넷째, 커뮤니케이션을 통한 설명(Intepretation through Communication)

제도체는 공공이익에 봉사해야 할 뿐만 아니라 대중은 제도체가 자신을 위해서 무엇을 하고 있는가를 이해하고 평가할 수 있도록 해야 한다. 제도체가 대중에게 그의 의향을 설명하고, 정책을 해설 하며, 또한 실제활동을 합리화시키는 구체적인 수단을 취하지 않는다면, 대중은 그 제도체를 오해하거나 또는 비판적인 태도를 취하기 쉽다. 대중은 그들의 이해에 영향을 미치는 기업·사회 및 정치적 제도체가 하고 있는 일이 무엇인지를 알고자 한다.

2) PR 이론 모형

PR은 역사적으로 볼 때 일반적으로 설득 또는 선전과 동일시 되었다. 물론 오늘날에도 이 개념은 중요한 PR의 개념 중 하나로 이해되고 있다.

그러나 오늘날 PR에 대한 이해는 설득적 커뮤니케이션으로 이해와 더불어 환경과의 상호작용적 이해로 그 개념폭이 확대되고 있다.

이러한 PR에 대한 모형은 네가지로 설명¹⁴⁾되고 있으며, 이에 관하여는 첫째, 선전기능을 중요시하는 언론대행/홍보모형, 둘째, 반드시 설득을 의도하는 것은 아니지만 주로 조직체 내의 언론인으로서의 기능을 하며 그의 임무는 그가 속한 조직체에 관한 정보를 객관

14)James E. Grunig Todd Hunt, 박기순·박정순·최윤희 공역, 1996, 『현대PR의 이론과 실제』 (서울:탐구당), pp.50-53.

적으로 보도하는 공공정보 모형, 셋째, 쌍방불균형 모형으로 이들은 공중을 설득하여 조직체의 관점을 받아들이도록 하기위하여 태도 및 행위에 관한 사회과학 이론과 연구결과를 원용하는 것으로 언론대행/홍보모형과 기능적으로는 비슷하지만 설득전략에 있어 언론대행/홍보모형이 직관적이라면, 쌍방불균형 모형은 과학적이라고 말할수 있다.

끝으로, 쌍방균형 모형에서는 PR이 조직체와 공중사이의 상호커뮤니케이션으로 이해되며, 목표는 조직체와 공중간의 상호이해증진이다.

다음 <표Ⅱ-1 >에서는 네가지 PR모형을 제시하고 있다.

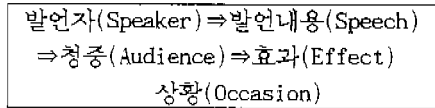
<표Ⅱ-1> 네가지 PR모형의 특성

특 성	모 형			
	언론대행모형	공공정보	쌍방불균형	쌍방균형
목 적	선전	정보의확산	과학적설득	상호이해
커뮤니케이션 본질	일방:모든것이 진실은 아님	일방:진실이 중요함	쌍방:균형 없는 효과	쌍방:균형잡힌효과
커뮤니케이션 모형	정보원 → 수신자	정보원 → 수신자	정보원 ⇄ 수신자 (피드백)	집단⇄집단 (피드백)
연구의 본질	거의없음: 사람의 수를 셈	거의없음: 읽기의 난이도, 독자의 수	규범적:태도변화	규범적:이해의 수준
주요역사적인물	P.T. Barnum	Ivy Lee	E.L.Bernays	E.L.Bernays, 교육자, 전문원
현재 실시되는 조직체	스포츠, 극장 제품프로모션	비영리기관, 기업정부기관	경쟁적인 기업,정부기관	정부의 규제를 받는 기업
현재시행조직체수	15%	50%	20%	15%

위의 <표Ⅱ-1>에 제시된 모형은 PR 활동이 조직체와 일반공중간의 커뮤니케이션 본질을 제시하고 있으며, 언론대행/홍보모형과 공공정보모형은 커뮤니케이션이 일방적 형태로서 송신자는 수용자의 반응을 고려하지 않고 자신의 생각대로 메시지를 전달하는 것으로 송신자와 수용자간의 커뮤니케이션 양도 별로 많지 않게 된다.

이와같은 메시지 일방적 전달 모형은 아리스토텔레스의 저서 『수사학』(The Rhetoric)에서 <그림 2>과 같이 제시하고 있다.¹⁵⁾

<그림 1> 아리스토텔레스의 수사학 모형

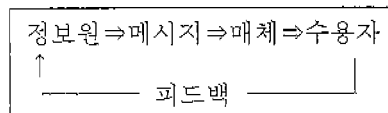


위의 모형은 수사학이 청중과의 대면적 상황에서 청중을 설득하는 화술임을 알수 있다.

그러나 현대의 일방적 커뮤니케이션 모형은 아래 <그림 2>와 같이 표시되며, 이것은 수사학에서의 설득뿐만아니라 정보전달이나 의사표시 등 다양한 메시지를 포함한다는 것에서 차이가 있다.

언론대행/홍보모형에서 담당자는 조직체나 생산품에 관한 내용을 반드시 제공해야 한다는 의무감을 갖지않으며, 그들의 홍보물이 매체에 게재되었는지 여부를 살피거나, 때로는 제품 판매촉진을 위한 행사에 참가한 사람들의 수를 세거나 한다. 반면 공공정보모형 담당자는 조직체에 관한 내용을 제공하고자 하는 의무가 있으며, 이들은 공중에게 보도물을 준비하는 언론 모형을 따르며, 제공한 정보가 수용자의 수준에 적당하지, 또는 수용자들이 제공된 정보를 이용하는지 조사하기도 한다.

<그림 2 > 일방적 커뮤니케이션 모형



15)洪起宣, 1993, 『커뮤니케이션론』 (서울:도서출판 나남), pp.412-414.

쌍방 불균형 모형¹⁶⁾에서는 커뮤니케이션이 조직체를 우선으로 하여 PR효과가 발생하기 때문에 그 조직체는 PR 결과로 인하여 스스로 변화되지 않으며, 다만 공중의 태도와 행위를 변화시키고자 한다.

여기서 PR 담당자는 공중이 수용할 만한 것이 무엇인지에 대하여 규범적 연구를 하며, 조직체의 정책이 공중의 이익과 부합하는지를 조사한다.

쌍방 균형 모형에서는 공중이 그 조직체를 어떻게 생각하고 있는지를 알아내고 조직체가 공중에게 어떠한 결과를 가져올지에 대한 연구를 하며, 공중이 조직체를 얼마나 이해하고 있는지 또는 경영자가 공중을 어떻게 이해하고 있는지를 알아내어 구체적인 커뮤니케이션의 목표와 형태를 정한다.

조직이 효율성에 관한 이론에서 보면 PR을 전략적으로 수행하는 조직은 조직에게 가장 큰 위협은 최상의 기회를 제공하는 내·외부 공중을 다루기 위한 커뮤니케이션 프로그램을 개발하게 된다. 여기서 이러한조직은 그 목표의 추구 노력에 장애가 되는 내·외부 공중으로부터 자율성을 확보하기 위한 노력을 기울이기 때문에 전략적 PR은 필수적이다. 그러나 자율성은 완전히 도달 할 수가 없는 이상적인 목표이므로 조직은 전략적 공중과 상호의존성을 관리함으로써 이러한 이상적인 목표를 달성하고자 한다.

PR의 전략적 접근법에 의하면 조직은 일반 수용자와 커뮤니케이션트 해야할 이유가 적다. 일반수용자를 공중으로 세분할 만한 연구가 전혀 되어있지 않다면 실무자는 공중과 커뮤니케이션보다는 메스커뮤니케이션에 의지하게 될 것이다. 공중에 대한 규범적 연구가

16)James E. Grunig Todd Hunt, 박기순·박정순·최윤희 공역, 전
게서, pp.57-58.

이루어진 실무자는 전략적 공중과 커뮤니케이션하기 위하여 그 요구를 원용하여 전문미디어나 전문 채널, 대인 커뮤니케이션을 선택한다. 결과적으로 이들은 메스미디어의 지면에 대한 압력을 줄이게 된다. 그루닉과 훈트는 공중이 어떻게 구체적인 상황이나 쟁점에 반응하느냐에 의거하여 공중을 세분화하는 상황이론을 개발하였다.

이 상황이론의 세가지 독립변인들인 문제의 인식, 관여도, 제약의 인식이 능동적 공중과 수동적 공중을 구분해 준다. 능동적 공중은 하나의 쟁점을 문제로 인식하고 그 쟁점이 그들에게 영향을 미친다는 점을 알며 그 쟁점의 해결과 관련하여 무엇인가 할 수 있다고 믿는다. 따라서 능동적 공중은 어떤 이유들이 조직에게 중요한지 알며 조직의 자율성을 위협한다. 이에 반하여 수동적 공중은 미디어나 그외 정보원으로부터 되는데로 정보를 수용하지만 이러한 수동적 커뮤니케이션 행태는 인지적 효과를 가져오는 경우는 드물며 태도나 행태적 효과를 가져오는 경우는 극히 드물다.

PR의 지배적 세계관은 비대칭적(asymmetrical) 가정을 토대로 한다. 이러한 세계관은 조직과 집단들은 공중, 정부 또는 그외의 조직들을 설득하거나 조작하기 위하여 커뮤니케이션을 이용하지 타 집단이나 양편 모두의 이익을 위하여 커뮤니케이션을 이용하지 않는다는 가정을 한다. 이것은 게임이론에의 비대칭적 가정을 토대로한 제로섬 게임이다.

그러나 대칭적 세계관에 따른 PR을 보면 다원적 체계에서 조직들과 경쟁집단들이 모두의 혜택을 위해서 상호작용을 통하여 갈등을 관리 한다. 철학적으로 대칭적 PR이 비대칭적 PR 보다는 갈등을 조장하기 보다는 관리하기 때문에 더 윤리적이고 사회적 책임을 수행한다고 믿어진다.

인론대행술과 공공정보 모형은 비대칭모형들로서 선전이나 유리한 정보만을 전파하므로써 조직을 우호적으로 보이도록 시도한다.

쌍방비대칭 모형은 조직이 원하는 방향으로 공중을 설득하여 행동하도록 설계된 메시지를 개발하기 위하여 연구결과를 이용한다. 이 모형은 PR주축이 가장 설득적인 정보라고 여겨지는 것만을 전파하기 원하는 한편 언론인들은 여타 정보를 보도하는 과정에서 PR주는 역시 미디어 의제를 조작하려 시도한다. 쌍방대칭 모형은 연구에 토대를 둔 PR을 수행하며 전략적인 공중과의 갈등을 관리하고 이해를 증대시키기 위하여 커뮤니케이션을 이용한다.

이와같은 PR의 모형을 이해하기 위해서는 설득적 커뮤니케이션 이론에 관한 이해와 환경과의 상호작용을 설명하고 있는 상황이론 즉, 체계이론이 동시에 설명되어야 한다.

(1) 체계이론

체계는 ‘전체(whole)’를 의미한다¹⁷⁾. 이것은 각 부분들이 서로 잘 연결되어 있는 통합된 전체를 뜻하며, 상호의존적이다. 따라서 한 부분의 변화는 전체 체계에 영향을 미친다. 이 체계는 여러 가지 하부체계로 구성된 위계조직적 특성을 지닌다. 이 하부체계는 그에 딸린 종속체계를 포함하고 있다.

모든 체계는 그것이 기계적 체계, 유기적 체계 또는 사회체계든 환경과의 상호교환의 성격과 양에 의하여 구분될 수 있다.

어떤체계든지 그것은 최소한 네 가지로 구성된다. 첫째는 물체나 대상이다. 이것은 전체 조직체계를 구성하는 부서와 같이, 어떤 기구의 구성원들이나 여러 가지 부분들을 말한다. 두 번째는 체계난 그들 구성요소들의 속성을 들 수 있다. 세 번째는 체계를 둘러싸고

17) J.V. 패브릭저, 윤희중 역, 1991, 「PR연구 방법론」 (서울: 탐구당), pp.198-199.

있는 환경이 있다. 네 번째는 체계와 환경간의 혹은 체계 내에서의 대상들간의 관계가 있다.

이 구성요소를 중심으로 양극으로 하여 볼 때 한쪽 극은 “폐쇄체계”에서 다른 한쪽 극은 “개방체계”로 구분된다. 폐쇄체계는 경직된 경계를 지녀서 환경과 물질, 에너지 또는 정보가 교환되지 않는다. 한편 개방체계는 경계를 통하여 투입과 산출을 교환하는 체계이다. 물론 어떤 사회체제도 완전히 폐쇄적이거나 완전히 개방적일 수는 없어서 체계는 비교적 개방적 또는 비교적 폐쇄적이다. 하나의 체계가 “폐쇄되어 있다”는 것은 체계가 환경에 민감하지 못하다는 뜻으로서 새로운 물질, 에너지 또는 정보를 취할 수 없는 체계를 의미한다. 다시 말해서 폐쇄체계는 외부의 변화에 적응하지 못하지만 개방체계는 환경의 변화에 따라 변화한다.

폐쇄체계 이론은 조직체나 부서가 환경의 상호작용체계에 어떻게 적응하는가에 대한 고려없이 조직체를 관리하는 방법에 중점을 두었다. 폐쇄체계이론은 고용인을 어떻게 조직하고, 동기를 부여하며 통제하는가를 제시했다¹⁸⁾. 이 이론에 의거한 PR모형으로는 언론대행업/홍보모형이나 공공정보 모형을 택하고 있는 부서에서 관리자들이 전형적인 폐쇄체계 개념을 이용하며, PR방법 중 일상적인 프레스 릴리스와 기타 전통적인 사후반응적(recreative) PR은 폐쇄체계적 사고의 산물이다. 이와같은 접근법은 PR의 목적이 환경의 변화를 피하는 것으로 국한되어 있다는 철학에 토대를 둔 것이다.¹⁹⁾

이 경우에는 조직이 호감을 얻으면 공중은 그 조직의 산출을 계속하여 수용할 것이라는 가정하에 PR의 주요 기능은 지역사회에서 우호적인 조직 이미지를 제고하고 유지시키는 것으로서 PR은 조직

18)James E. Grunig Todd Hunt, 박기순·박정순·최윤희 공역, 전
게서, p.161.

19)최윤희, 현대PR론, pp. 55-56.

에 관한 정보를 환경에 보급하는 것에만 관심을 두지, 환경에 관한 정보를 조직에게 제공하는 일에는 인색하다. 이 경우 PR담당자는 피드백을 공급하지 않기 때문에 조직에게 환경에 관련된 의사결정 기능이나 자문 역할은 하지 못한다. 이러한 접근법에서 PR은 공중의 변화를 피하는 한편 조직의 현상유지를 강조한다. 조직과 그 공중과의 관계는 공중이 조직의 정책에 호응하는 범위에 따라 유지 또는 변화 될 뿐이다.

하지만 개방체계에 기반을 둔 PR은 환경의 변화에 따라 변화한다. 개방체계의 생존과 성장은 환경과의 상호교환에 따라 좌우되기 때문에 환경의 변화에 대응하거나 수용하기 위하여 그 자체가 조정하고 적응한다.

또한 개방체계는 반드시 균형 혹은 평형(homeostasis)을 유지해야 한다. 이러한 특성은 온도조절장치의 기능과 유사한데, 이 조절장치는 상대적으로 일정한 방의 온도를 유지하기 위해 환경으로부터의 피드백을 이용한다.

이러한 개방적체계 접근법은 PR을 환경과 조직 그 자체의 변화를 유발 시키는 중간에 위치시킴으로서 투입과 산출 모두를 이용하여 조직과 환경의 변화를 추구하게 되는 것이다.

PR에 개방시스템을 적용한다 함은 조직과 공중과의 관계에 영향을 미치는 변화를 예견하고 발견해 내기 위하여 환경의 감지를 최우선으로 하는 것을 의미한다. 개방체계 접근법에 따라 PR은 조직의 정책 절차와 조치에 영향을 받거나 관련된 공중들에 대하여 민감해야 한다.²⁰⁾ 이점은 구체적으로 세분화된 공중에 관한 지식을 요구할 뿐만아니라 조직과 공중을 관찰하는 연구기술을 필요로 한다. 개방체계 PR은 또한 조직내에서 조직 스스로의 수정 조치 능력

20)최윤희, 전게서, p.57.

을 지니며 공중에 관한 지식, 선유경향과 행태에 영향을 미칠 능력을 지니다. 이 모형에서 얻어진 효과는 조직과 공중의 상호 호혜적인 목표의 유지 또는 성취가 된다.

체계란 전체를 구성하는 상호관련된 부분의 질서화된 배열로서, 이의 본질적 특성은 그곳이 동태적이며 이의 여러 구성부분이 체제 자체를 유지시켜주는 상호결부된 과정에서 활용된다는 점이다²¹⁾. 개방체계로서의 기업체제는 환경으로부터 투입요소를 받아들이고 거기에 산출을 되돌려 보내는 체계인데, 이는 정보, 에너지 및 물자를 환경과 교환하는 것으로 다음과 같이 표현된다.

①투입:기업은 물자, 에너지 및 정보와 같은 자원을 환경으로부터 받아들인다.

②투입의 내부처리:모든투입은 어떠한 변화를 생기게 하는 내부처리과정을 거치는데 이것이 변환과정이다. 기업체제의 경우 이 과정을 통해 물자, 에너지 및 정보를 다른 형태의 것으로 변환시킨다. 이러한 내부처리 과정에서는 기계나 컴퓨터, 인간의 노동 및 지적 능력 등이 이용된다.

③산출:기업체제 내에서 내부처리 결과 다음과 같은 산출이 변환되어 환경에 공급된다.

③①자동차나 식품과 같은 유형체

③②자동차 수리나 의료와 같은 서비스

③③제품 설명문이나 판매원 및 광고 등에 의한 정보

③④폐수, 휴지, 매연 및 찌꺼기 등과 같은 산업폐기물

이러한 자기유지적 개방체계로서의 조직체는 그 자체의 존속을 위해 반복하여 위와같은 순환적 활동을 수행한다. 기업이 이러한 활동 중에서는 사회에 해로운 산출물을 발생시킴으로써 사회적 비

21)김원주, 1990, 현대기업론, (서울:문음사) pp.280-281

용을 발생시키는 경우도 매우 많다. 따라서 기업은 환경과의 순환 과정을 통해서 기업이 환경에 내보내는 산출은 일반공중에게 어떤 영향을 미치며 공중이 이에 대한 반응을 보일 때 PR 문제는 발생하게 된다.

PR 체계에 있어 공중은 외부공중과 내부공중으로 나누며, 외부공중은 조직밖의 공중으로서 조직과 관련을 맺고 있는 정부, 재계, 업계, 언론기관, 교육기관, 각종 시민단체, 지역사회가 있다.

내부공중은 조직이나 기업이 가장 긴밀한 관계를 맺고 있는 집단으로서 경영진, 종업원, 투자자 등과 같이 조직의 실체를 공유한다. 그러나 PR 내부 공중은 흔히 조직의 종업원을 지칭한다.

개방체계 접근법에 입각한 상호작용과 PR 커뮤니케이션을 통해서 조직의 공중들에게 영향을 미친다는 것은 매우 복잡한 작업이며, 이러한 공중들은 그 구성자체가 다양하며 그들의 욕구도 다양하다.

이러한 다양한 공중들과 효과적으로 커뮤니케이트 하기 위하여 PR 실무자는 공통의 이해관계를 지닌 집단을 식별해야 한다.

특히 언론매체와의 관계는 PR실무자가 소속된 조직의 활동이나 PR주의 활동에 관한 적절한 퍼블리시티나 뉴스 보도를 확보하는 것으로 구성된다.

미디어 관계는 PR주나 기업에 관한 커뮤니케이션을 위해서 대중매체와 특수매체의 게이트키퍼를 목표로 하는데 이들은 중간수용자에 해당한다고 할 수 있다. PR실무자와 언론인과의 관계의 기본원리는 상호신뢰와 상호이익 추구에 그 토대를 둔다.

조직과 PR실무자들을 위한 건전한 접근법은 미디어를 하나의 투사행위로 생각하면서 미디어 관계를 적절한 보도 목표를 달성하기 위한 조직측의 의도적인 행동을 필요로 한다. 보도의 정확성과 공정성은 언론인 혼자만의 결과가 아니며, PR인들은 미디어와의 관계

를 원활히 유지하는 기술을 개발하고 언론인들과의 상이한 가치관과 인식의 조화를 통해서 만족할 만한 보도를 위해 노력해야한다. 이 결과 나타나는 보도내용은 조직과 미디어의 상호관계의 결과라고 할 수 있다.

(2) 커뮤니케이션 이론

커뮤니케이션(Communication)이란 인간에 있어서 의미의 전달과정이며 인간에 있어서 이 과정은 기본적인데 또한 매우 중요하다. 고대에서 현대에 이르기까지 모든 인간사회는 인간의 의도·희망·감정·지식 및 경험은 개인에서 개인에게 전하는 능력을 기초로 하고 있는 한 그것은 기본적이라고 하겠다. 커뮤니케이션이란 인포메이션을 전하고 상호간을 이해시키는 과정이며, 모든 관리기능에 있어서 근본적이며 본질적인 커뮤니케이션이란 사상을 전하고 자신을 타인에 이해시키는 과정이라고 하겠다. 이러한 커뮤니케이션의 중요성을 전통적 조직론속에서는 간과하였는데, 그나마 계층제를 통한 명령과 보고 등에만 관심을 두었다. 다시 말해서 과거의 전통적 조직이론에서는 공식조직 내의 상의하달적 커뮤니케이션 외에 역동적인 커뮤니케이션의 기능 및 과정을 별로 중요시하지 않았다. 그 후 인간관계론과 행태론에서 이의 중요성을 강조하게 되었다. 사이론(H. Simon)은 커뮤니케이션이란 보통 형식적으로는 조직내의 구성원에서 다른 구성원에 의사결정의 諸前提를 전달하는 모든 과정이라고 정의하였다.

인간사회에 기본적이며 조직의 혈맥과도 같은 커뮤니케이션에 있어서 중요한 것은 인포메이션을 조직체의 최고관리자로부터 종업원, 고객, 지역사회 및 기타 공중에게 하향통운하고, 이러한 공중으로부터 관리자에 상향통운 하는 「兩方通行」(a two-way channel)

이어야 한다.

PR은 공중을 이해시키고 제도체에 대한 신뢰도를 높이기 위해서 공중에 대해 제도체의 정책 및 업무활동을 설명하고 설명시켜야 하는데, PR이 이와 같은 기능을 하자면 커뮤니케이션의 매체의 힘을 빌리지 않을 수 없는 것이다.

커뮤니케이션의 목적을 세가지 즉 ① 정보를 제공하기 위한 것과 ② 즐거움(오락)을 주기 위한 것과 ③ 수용자의 태도나 행동에 영향을 주기 위한 것으로 나누는 근대적인 분류체계는 17,18세기 이후에 비롯된 것이다. 이러한 분류체계는 능력심리학이론에 근거를 둔 것이다.

커뮤니케이션의 가장 중요한 기능은 무엇보다도 사회구성원들 사이의 협동을 통한 사회유지기능이라고 하겠다. 조직체제도도 그것을 구성하는 개인간 혹은 제단위간의 상호작용과 협동을 통하여 유지되는 것이다. 이러한 상호작용과 협동이 유지되도록 하는 것은 커뮤니케이션이라는 연락매체를 통해서 가능한 것이다.

조직이든 개인이든 어떤 유기체를 막론하고 환경에 상응하지 않으면 존재할 수 없다. 커뮤니케이션은 조직체제나 개인으로 하여금 외부환경이나 관련된 다른 단위에서 발생하는 사실이나 정보를 수집하거나 전달함으로써 환경에 대응 혹은 적응하는 기능을 수행한다.

커뮤니케이션은 조직체제내의 개인 및 제단위의 행동을 통합하고 조정하는 기능을 수행한다. 분화 내지 이질화된 조직체제내의 개인들과 제단위는 상호작용적인 커뮤니케이션 과정을 통하여 통합되며, 그들의 행동과 노력을 질서있게 결합하고 배열하는 조정을 할 수 있게 하는 것이다.

커뮤니케이션은 목표달성을 위해 조직체제내의 제단위가 상호연결 역동적 과정이며, 수단이 된다. 사이몬(Simon)등은 “커뮤니케이

선이란 형식적으로는 조직의 한 구성원으로부터 다른 구성원에게로 의사결정의 제전제를 운반하는 모든 과정”이라고 규정하였다. 이와 같이 의사결정의 기능을 적절하고도 합리적으로 수행하기 위해서는 의사결정에 필요한 정보가 조직전체의 구성원이나 제하위단위에 효율적으로 전달되는 커뮤니케이션 과정을 마련하여야 한다.

커뮤니케이션의 사회적 기능을 분류한 정치학자인 라스웰(Harold Lasswell)의 견해를 살펴보면 다음과 같다. 첫째는 환경감시의 기능이고, 둘째는 합의의 기능이고, 셋째는 사회화의 기능이라는 것이다. 여기서 환경감시와 합의의 기능이란 우리의 주위환경에서 일어나고 있는 일들에 대한 정보를 수집, 전파해서 사람들로 하여금 그러한 사회환경에 대처하고 적응하도록 만드는 커뮤니케이션의 구실을 말한다. 그리고 사회화의 기능이란 한 사회의 문화나 전통, 가치, 규범 등을 새로운 사회구성원들에게 전달하는 커뮤니케이션의 사회교육적 역할을 의미한다.

3) PR의 전략체계

(1) PR 계획

계획은 조직체의 현실적 목적들과 함께 시작된다. 그것은 목표, 전략, 전술 등의 결정을 포함한다. 그것은 목적 또는 표적을 세운다.

PR은 처음에는 공식적 목적 즉 다른 사람들이나 집단에게 자기 관계에 대한 정보를 알리는 데서 출발하였다. 기업이나 사회조직은 그 구성원이나 일반대중의 기본적 요구나 이익에 봉사해야 된다는 데서 찾아 볼 수 있다. 즉, 현대PR의 선형자 폴 가렛이 말한대로 기업이나 사회조직은 대중의 것이고, 대중에 의한 것이며, 대중을

위한 것이므로 대중에게 그 운영방침을 알리고 대중의 의사를 알아서 그것을 경영에 반영시키는데에 PR의 철학적 목적이 있다고 하겠다.

이러한 PR 계획의 현실성은 첫째, PR주체의 경영이념에 따른 근본적인 조직체의 정책을 검토하여 이를 반영하는 정책을 확정하는 것으로 출발한다. 둘째로 PR조사결과를 기초로하여 PR전체가 당면하고 있는, 앞으로 당면할 문제점을 발견하고, PR활동의 대상이 되는 “목표공중”을 확정하는 일이다. 세째로는 첫째와 둘째의 사항을 기초로하여 PR의 이념적 본질에 맞고 실행가능한 목표를 설정한다. 네째로는 목표달성을 위한 사업집행과 그 홍보활동을 전개하는 계획을 세운다.

효과적인 PR계획을 수립하는데 다음과 같은 점도 고려되어야 할 것이다.

첫째, PR의 목표와 주체는 구체적이며 장기적인 일관성을 지녀야 한다.

둘째, 목표와 주제에 합치되는 데 초점을 맞추어 무리하지 않은 기획을 수립해야 한다.

세째, 각각의 PR계획은 시간, 예산, 스태프에 융통성과 탄력성을 갖게한다.

네째, 경영이념에 기본적으로 고려되어야 하므로 사내의 경영자와의 연결을 중시한다.

다섯째, PR계획은 장기적일 때 포함되지 않은 불확정요구를 수시로 검토하여 세부기획을 유기적으로 변경시킬 수 있는 체계를 만들어야 한다. 또한 PR계획은 그 문제의 소재와 시기, 공중의 설정, 예산의 분담 등에 대해 구체적으로 표시해 주어야 한다.

PR의 수행은 하나의 과정²²⁾, 즉 결과를 가져오기 위한 일련의 행동, 변화 또는 기능으로서 규정될 수 있다. 이러한 PR과정에 대해

John Marston은 다음과 같은 네가지 기본적 요소를 제시하고 있다.

첫째, 조사연구 - 무엇이 문제인가?

둘째, 행동과 연구 - 그 문제를 해결하기 위해서 무엇을 해야 하는가?

셋째, 커뮤니케이션 - 공중과 어떻게 대화할 것인가?

넷째, 평가 - 어떠한 효과가 발생되었나?

PR적 상황에서 조사연구는 상황을 기술하고 이해하기 위하여 정보를 체계적으로 수집하고 공중과의 PR 수행결과를 추정해 내는 것으로 규정된다. 조사연구는 모든 의문점에 대한 답을 제공하지 못해도 효과적 PR의 기초가 되는 것이다.

조사연구에 대한 상황분석은 문제진술의 의미를 확대하고 구체적으로 예시하는데 필요한 배경정보를 포함하는 것으로 상황분석에서 조직의 내부요인 분석에는 조직의 주요 구성원의 지각과 행동에 대한 철저한 검토, 문제와 연관된 조직의 구조와 과정, 조직의 역사가 포함된다.

또한 외부요인 분석에는 PR클라이언트, PR 프로그램을 수행하는 조직, PR문제의 판단, PR 프로그램이 목표로 하는 수용자에 관한 분석이 포함된다.

커뮤니케이션의 내용을 수용자에게 효과적으로 전달하기 위해서는 상태, 시간, 장소, 청중에 맞춰 특별히 만든 계획을 필요로 한다.

커트립과 센터는 효과적인 전달을 위한 7개의 C를 논하고 있는데 이는 다음과 같다.

① 신빙성--커뮤니케이션은 신의의 풍토와 함께 시작된다. 이것은 발언자측의 행위가 수용자에게 봉사하려는 진정한 의욕을 반영시킨다. 수용자는 전달자를 신뢰하고 있어야 한다. 또한 문제에 대

한 전달자의 능력을 높이 평가하고 있어야 한다.

② 상황--커뮤니케이션의 기획은 그 환경이 현실과 일치되어야 한다. 기계적 매체는 일상생활에서 전개되는 말과 행위에 대한 부수적인 역할밖에 하지 않는다. 그 상황은 참가와 재연의 여지를 남겨주어야 한다. 그리고 그 상황은 메시지에 반영되는 것이 아니라 확인하는 것이어야 한다.

③ 내용--메시지는 수용자에게 의미있는 것이어야 하며, 그의 가치관과 양립될 수 있는 것이라야 한다. 그것은 그와 관련성을 갖고 있어야 한다. 일반적으로 사람들은 그들에게 최대의 보상을 약속해 주는 지식들을 선택해 낸다. 곧 내용은 청중을 결정해 놓는다.

④ 명확성--메시지는 단순한 형태로 표현되어야 한다. 말은 전달자에게나 수용자에게나 똑 같은 뜻을 갖고 있는 것이라야 한다. 복잡한 문제들은 단순성과 명확성을 갖고 있는 주제, 슬로건, 스테레오타입들로 요약되어야 한다. 한 조직체는 꼭 한 소리로 말해야 하는 것이지 여러가지로 말하면 혼선을 일으키게 되는 것이다.

⑤계속성과 일관성--커뮤니케이션은 끝이 없는 과정이다. 그것은 침투에 성공하기 위하여는 끝없이 반복되어야 한다. 변화있는 반복은 사실과 태도와 습득에 공헌한다. 그러나 내용은 일관성이 있어야 한다.

⑥ 매체--커뮤니케이션의 매체는 수용자가 사용하고 있고 존중하고 있는 매체가 사용되어야 한다. 새것을 만들어 낸다는 것은 힘든 일이다. 각가 다른 경로는 서로 다른 효과를 가지고 있으며 보급과정에 있어서의 각각 다른 단계에 쓰여진다.

⑦ 청중의 능력--커뮤니케이션은 청중의 능력을 참작해야 한다. 커뮤니케이션은 수용자측의 노력을 가장 적게 필요로 할 때 가장 효과적이다. 이것은 수용자의 습성, 독서능력, 지식 등의 요소를 포함한다.

위의 계획에 의한 Ketchum PR대행사가 활용하고 있는 프로그램 계획서의 작성 질차를 보면 다음과 같다.²³⁾

①문제의 규정 - ④문제를 PR주와 의논하여 ⑤문제 해결을 위한 필요한 PR노력, 조사연구실시 ⑥PR주의 장기적인 목표 시각에서 아이디어 구상

②목표의 설정 - ④그 목표가 문제를 해결할 수 있을까? ⑤목표는 현실적이고 달성가능한 것인가? ⑥목표의 달성은 PR주가 이해할 수 있도록 측정가능한가?에 대한 기대되는 결과를 의미하며, 목표 관리(MBO)를 활동보다는 결과에 맞추어 평가하고 있다.

③수용자규정 - 메시지가 겨냥하는 가장 중요한 수용자 집단을 가능한한 정확하게 규정할 것, 즉 타겟 오디언스를 명확히 할것

④전략개발 - 전략은 PR노력에 대한 지침과 테마를 제공하는 행동계획으로서 각 목표의 수용자를 위한 하나 이상의 전략이 있을수 있다.

⑤전술 - 전술은 각 목표를 달성하기 위하여 제안된 구체적인 활동계획으로서 뉴스릴리스, 소책자, 라디오, 매스미디어 등 커뮤니케이션 도구를 목표달성에 맞게 선정하는 것이다.

⑥시간표 작성 - 전체적인 PR 프로그램 틀내에서 각 PR활동의 시작과 끝을 보여주는 시간표를 차트형식으로 준비할 것.

⑦예산확보 - PR 계획을 수행하는데 예산은 얼마나 소요될까? 모든활동에 드는 비용은 정확하게 계산할 것, 예산의 10%는 예비비로 책정할 것

⑧평가절차 - PR 프로그램의 성공여부를 평가하는데 사용될 기준을 결정할 것. 평가기준은 현실적이고, 신뢰성이 있어야 하며 PR주의 기대에 부합되어야 한다. 목표를 설정할 때 각 목표가 프로그

23)최윤희, 전게서, PP. 109-110.

램을 수행한 후 적절히 평가될 수 있도록 할 것 등이다.

(2) PR 집행

문제가 조사연구되고, 문제해결을 위한 목표가 설정되면 다음 단계에서는 집행으로서 공중에게 알리고, 설득하여, 공중의 행태변화를 위한 커뮤니케이션을 필요로 한다.

PR에서 “Public”이라고 하면 PR의 대상이 되는 특정한 지역 내에서 특정한 이해관계를 중심으로 어떤 사물에 대하여 특정한 의견을 가지고 있는 인간집단을 뜻한다.

PR의 대상이 되는 “Public”은 크게 내적집단과 외적집단으로 나누어 볼 수 있다. 여기서 내적집단이란 이미 어떤 조직체에 관련되어 있는 사람들을 말하고, 외적집단이라면 어떤 특정한 조직체와 긴밀하게 관련되어 있지는 않지만, 그 조직체에 직접 또는 간접으로 영향을 미친다고 생각되는 인간집단을 말한다.

효과적인 커뮤니케이션을 위해서는 프로그램의 수행에 요구되는 커뮤니케이션은 무엇으로 구성되며 사람들은 어떻게 메시지를 수용하는가에 관한 충분한 지식을 갖추어야 하고, 커뮤니케이션 과정에서 기본적인 요소인 커뮤니케이터, 메시지, 수용자 및 채널에 대한 이해가 전제되어야 한다.

지금까지 제시된 커뮤니케이션 이론을 기초로한 PR전문가 Philip Lesly의 효과적인 커뮤니케이션을 위한 지침을 보면 다음과 같다.

①모든 것을 수용자가 지닌 관점에서 접근한다. 그들이 마음에 두고 있는 것은 무엇이며 그것은 그들의 이해관계에 어떻게 작용하는가?

②수용자들에게 그들도 커뮤니케이션 과정과 진행되고 있는 사항에 관여한다는 느낌을 주도록 하라. 그들로 하여금 관여하게 하고

그들의 관심분야를 포착한다.

③커뮤니케이션 내용이 수용자가 처하고 있는 상황의 한 부분이 되도록 할 것. 이것은 주제가 그들의 커뮤니케이션 채널에 채택되도록 하는 것을 의미한다.

④사람들에게 커뮤니케이트하는 것이 아니라 사람들과 커뮤니케이트 하도록 할 것. 수용자를 하나의 표적으로 접근하는 커뮤니케이션은 사람들로 하여금 그 커뮤니케이션에 대하여 방어 자세를 취하게 한다.

⑤개인환경과의 밀접성:간혹한 한 개개인 자신의 환경과 밀접한 내용의 메시지가 전달되도록 할 것.

⑥채널을 한 또는 둘만을 이용할 것이 아니라 다양한 커뮤니케이션 채널을 이용할 것. 여러 가지 형태의 채널을 통해서 메시지가 사람들에게 도달될 때 그 영향은 훨씬 커진다.

⑦일관성을 유지할 것. 커뮤니케이션은 끝이 없는 하나의 과정이며 행위가 수반된다. 일단 커뮤니케이트된 주제의 내용은 수용자가 어떤 수용자이며 상황이 어떤 상황이나에 상관없이 일관성을 유지해야 한다.

⑧가능한 한 구체적인 수용자를 겨냥하여 메시지를 작성할 것.

⑨선정성의 내용은 피해야 하지만 전달하고자 하는 점을 분명히 할 것

⑩신뢰성을 유지할 것

이와 같이 여러 가지 지침 중에서도 가장 기본적이고 중요한 사항은 공중에 대한 이해이다.

(3) PR의 매체

가. 인쇄매체

① 사회 간행물

사회간행물은 사회의 이익을 증대시키기 위해서 일반적으로 대내 간행물로 시적인 것이 혼합형태로 되어 결국에는 대내간행물로 발간하는 일이 빈번하다는 것이다. 주로 고용자를 위해 제작되는 대내보는 기업의 경영자와 종업원과의 사이에 의사소통을 하게 하고, 인간관계를 확립하려는 수단으로 사용된다. 기업의 방침이나 정책, 사내실정을 종업원에게 알리고 인식시키는 동시에 종업원의 의사를 경영자에게 전하고 종업원들 사이의 커뮤니케이션을 활발하게 함으로써 사내의 사기를 높이고 이해와 신뢰와 협력의 상호관계를 확립할 것을 목적으로 하고 있는 것이다.

② 신문

신문이란 매스커뮤니케이션의 한 형태로서 특정한 조직체가 뉴스나 정보를 수집·처리·제작하여 신문지라는 대중매체를 통하여 독자들에게 정기적으로 제공하여 그들의 정신적 욕구를 만족시켜 주고 그 대가로 이윤을 추구하는 경제적인 동시에 공공성을 지닌 문화적 커뮤니케이션 활동이라고 정의할 수 있겠다.

③ 잡지

잡지란 무엇인가? 미국의 신문학 역사의 석학인 모트(Mott)는 “잡지란 다양한 읽을 거리를 포함한 대체로 정기적으로 간행되는 제본된 팜플렛이다”라고 정의하고 있다. 그런가하면 웨슬레이는 “잡지란 일반 독서대중을 대상으로 한 기사, 소설, 시, 사진 등의 잡다한 내용이나 또는 특정한 취미, 관심이나 직업을 가진 집단 및 특정한 연령 집단을 대상으로 한 특수내용을 포함한 정기간행물”이라고 정의하고 있다.

잡지가 다른 출판물-신문, 팜플렛, 서적, 전단 등 --- 과 구별되는 특성으로는 ㉠정기성, ㉡내용의 다양성과 시의성, ㉢제본여부 등

의 외형상의 특성을 들 수 있다.

④ 책자와 안내서, 팜플렛

많은 PR실무자들이 PR프로그램의 다양한 단면을 설명하고 묘사하기 위하여 팜플렛이나 소책자를 사용한다. 책자의 체제도 사회간행물만큼이나 많은 변형을 가지고 있는데 일반적으로 다음과 같은 세 가지 종류를 들 수 있다.

㉠ 계몽책자

새 군인, 고용자, 협회 회원, 학생, 공급자 또는 방문자를 위한 것이다. 고객이나 상품 소비자를 위한 문헌이 대개 판매나 선전부가 봉사하는 영역에 속한다. 초보자의 책자는 초심자로 하여금 바른 길로 나갈 수 있도록 하려는 목적을 가지고 있다.

㉡ 참고안내서

참고안내서는 일종의 편람인데, 편람은 사람들로 하여금 특정의 지식을 손쉽게 찾아낼 수 있게 해준다. 그것은 결정적이며 지시적인 내용을 갖게 된다. 그것은 시간을 절약시켜주고, 회원의 가치에 대한 인식을 깊게 해주며, 또 그것은 독자가 실제로 찾고 있는 지식을 속히 제공해 준다.

㉢ 제도적 책자

제도적 책자는 한 제품이나 서어비스보다는 한 사상이나 원리를 선전하는 목적을 띠우고 있다.

⑤ 편지, 회보

개별적으로 작성되고, 개별적으로 부치는 편지들은 오래 전부터 대내적 전달의 중추를 이루고 있었다. 편지는 전달관계의 회로의 정확성을 보장해 주기 때문이다. 인쇄된 서간들은 특정의 대중층과 직접적이며 신속한 전달관계를 유지하기 위하여 나날이 이용도가 높아가고 있다.

⑥ 게시판, 포스터

게시판은 광범위하게 이용되고 있다. 학교내 건물에, 공장과 사무소의 각 부에 부처, 공공 건물 그리고 대소매상에서 이용하고 있다. 게시판에 매일 뉴스를 공고한다는 것은 조직체내 處報의 속도에 대응할 수 있는 또 하나의 방법이다.

⑦ 진열, 전시

PR의 또 다른 좋은 매체는 전시나 진열이다. 전시는 매우 다양하게 사용할 수 있어서 회사의 활동, 정책 그리고 포부의 거의 모든 세세한 부분까지도 나타낼 수가 있는 것이다.

전시회의 성격은 보이는 것과 동시에 구매의욕을 높이고 이해를 불러일으키는 산 전당이라고 할 수 있다.

나. 전파매체

인쇄매체는 여러가지 제약점을 가지고 있다. 이러한 제약점을 극복하기 위하여 새로 개발한 것이 곧 전자 또는 전파매체라고 하겠다.

① 라디오

라디오가 여러가지 특성들을 지니고 있다고 하더라도 전달매체로서 라디오가 지닌 특성이라면 즉시성과 편재성을 들 수 있다. 월터의 말을 빌면 「라디오는 두 가지 점에서 다른 모든 커뮤니케이션 미디어보다 우월성을 과시하고 있다고 하며, 이것은 시간과 공간에 예속되지 않음으로써 즉시적이고 편재적이라는 것이다」 고 했다.

② 텔레비전

텔레비전은 정보를 직접적이고 직각적으로, 그리고 시청각의 형태로 전달하고 있다. 따라서 텔레비전은 어떤 미디어보다도 다채로운 융통성있는 미디어라고 할 수 있다.

텔레비전은 전파영상매체이기 때문에 속보성과 시각성이 그의 최

대 특성이며 이른바 “hot medium” 인 것이다. 텔레비전에서 행하는 정보수집은 대개 자사기자의 취재에도 힘입지만 신문사·통신사의 서어비스, 기업제공의 정보를 광범위하게 받아 들인다.

③ 필름

필름이란 브레이트로즈에 의하면, “표준화된 장치를 사용하여 전시할 수 있는 융통성있는 플라스틱 지지체 위에 일련의 영상이나, 또는 영상과 음을 미리 결정한 상호관계에 따라 수록해 놓은것”이라고 정의할 수 있다.

위에 제시된 PR 매체들이 지닌 장·단점은 <표 II-2> 다음과 같다.

<표 II-2> PR 매체 장점 및 단점

매체	장 점	단 점
신문	1.지역마켓을 단위로 선별가능함 2.광고카피의 변경이 용이함 3.모든 집단에 도달할 수 있음 4.광고 스케줄이 용이함 5.비교적 비용이 저렴함 6.제조업자, 대리점 광고에 적합함	1.전국을 커버하는데 비용이 많이들 2.메시지의 생명이 짧음 3.지역신문 광고와 전국지 광고료율의 차이 4.규모와 포맷이 상이함 5.컬러 제작의 경우 색감이 떨어짐
잡지	1.수용자의 선별성 2.부유층 소비자를 대상으로 함 3.광고주에게 명성 제공 4.이웃과 나누어 읽음 5.훌륭한 컬러제작	1. 너무 긴 마감 날짜 2. 메시지의 즉시성 결여 3. 제작비가 높음
TV	1.시각, 음성, 움직이는 속성 경비 2.메시지의 적시성 때문에 신뢰성 높음 3.메시지의 임팩트가 높음 4.대규모 수용자 4.미디어의 인기도가 높음	1.메시지가 시간적인 제약을 받음 2.시간당 비용이 많이 들 3.제작비가 많이 들
라디오	1.지역마켓의 선별성 2.세분화된 로컬 마켓 만족도 3.광고 카피의 변화가 쉽다 4.비용이 저렴하다.	1.메시지가 시간적 제한을 받음 2.시각적 소구의 부재 3.커버리지의 낭비
DM	1.매우 선별적임 2.개인화된 메시지 가능 3.타광고와의 경쟁 가능성이 적음 4.광고효과 측정이 쉬움	1.조잡한 이미지를 줄 수 있음 2.비용이 많이 들수도 있음 3.우송명단 관리의 어려움

III. 한국청소년개발원의 홍보

1. 홍보전략으로서의 조직 Image

현대에는 개인이나 기업 및 단체에서는 자신들에게 유리한 이미지를 형성하고 이를 관리하는 것을 매우 중요하게 생각하고 있다.

기업이미지란 기업을 둘러싸고 있는 환경주체, 즉 공중의 마음속에 투영된 기업의 그림자 내지 영상인데, 그속에는 가치체계가 포함되어 있다. 따라서 기업이미지란 기업에 대한 공중의 가치관이 구체적인 형태를 취하게 되는 것이다.

기업이미지와 관련한 공중의 특징에 대하여 블루머 다음과같이 제시하고 있다.²⁴⁾

①이슈에 직면해 있다.

②그 이슈에 응하는 방법에 관한 그들의 아이디어들이 분열되어 있다.

③그 이슈에 관해 토론한다.

튜이는 공중을 다음과 같은 성격을 지닌사람들의 집단이라고 분류하고 있다.

①유사한 문제에 직면해 있다.

②그 문제가 존재한다는 것을 인정한다.

③그 문제에 관하여 어떤 일을 하기 위해 조직화 한다.

튜이와 블루머는 공중이 문제나 이슈를 발견한다는 것을 전제하고 있으며, 그 다음에 그 이슈에 관하여 토론하고, 어떤 일을 하기 위해 조직화 한다고 말하고 있다.

24) Grunig Hunt, 박기순외 2명 공역, 전게서, pp.249-250.

J.C. Bevis는 기업의 이미지를 “사람들이 한 회사에 관하여 지니고 있는 경험, 인상, 신념, 느낌 등 모든 것의 상호작용의 결과로 규정한다. 기업의 제품, 포장, 기업 및 제품광고, 직·간접경험, 로고, 편지지, 유니폼과 기업이 발하는 모든 커뮤니케이션 활동으로 형성되는데” 여기에는 광고, 퍼블리시티, 이벤트, PR 등의 매체에 의한 커뮤니케이션 활동과 건물, 상품, 운반차, 진포류, 포장지, 명함, 제복 등 물질에 의한 커뮤니케이션 활동 그리고 종업원, 주주, 경영자, 고객 등의 사람에 의한 커뮤니케이션 활동 등을 포함하고 있는데 이들기업이 발하는 모든 정보의 전달활동을 기업커뮤니케이션이라고 한다.²⁵⁾

이러한 기업커뮤니케이션 활동은 기업의 지명율, 이해율, 평가율, 선호율, 행동율을 높여 좋은 기업이미지를 형성하게 되고 또 좋은 기업이미지는 판매에 있어서 매상고를 높이며 이익을 높이고 주식시장에서의 주가를 높이며 기업에 대한 취직희망율을 높여 준다.

오늘날 기업에 대한 정의를 보면 “기업이란 기본적으로 사회가 필요로 하는 상품이나 서비스를 생산·공급하기 위해 창안된 제도적 장치로서 명확한 목적을 가지고 이를 달성하기 위해 환경과의 상호작용을 수행하는 조직적 또는 협동적 행위체계이다”²⁶⁾라고 하고 있다. 여기에서 기업은 외부환경과의 관계를 기업활동 그 자체로 규정하고 있으며, 이에 따른 외부의 기업에 대한 호의적인 이미지를 갖도록 하기 위하여 많은 노력을 기울이고 있다.

이러한 이미지에 대한 관리는 개인들이 객관적인 사실이나 환경의 영향에 의해 행동하기 보다는 자신이 느끼고 생각하는 주관적 사실이나 환경의 영향에 의해 행동하는 경우가 많다고 볼 수 있다. 즉 주관화된 환경을 구성하고 의미를 부여하는 것이 ‘이미지’이며

25)이호일, 1990, ‘Corporate Identity(CI)에 관한 일연구’, pp.40-46.

26)김원주, 1990, 현대기업론, (서울:문음사) P.129

인간의 사고와 판단, 감정 그리고 태도와 행동을 불러일으키는 직접적인 요인으로서 ‘이미지’는 인간의 행동에 관한 기본적인 개념의 하나로 볼수 있다. 이와같은 이미지는 극히 개인적인 것이긴 하나 사회전체적으로 볼 때 어느정도 집단적인 특성을 갖고 있다.²⁷⁾

이러한 기업의 이미지를 관리하기 위한 전략으로 사용되는 방법은 로고나 마크와 같은 단순한 차원에서 기업의 경영철학이 포함되는 광범위한 ‘기업 아이덴티티’ 등이 있으며, 기업의 이미지 형성의 주요요인은 다음과 같다.²⁸⁾

가. 상품요인:제품품질, 포장, 인체공학, 가격

나. 감성요인:디자인, 색채, 광고, 브랜드

다. 소비자관계 요인:판매촉진, 유통, 인적판매, 서비스

라. 경영요인:기술축적, 연구개발 능력, 우수인력, 내실화

마. 경영자 요인:자질, 도덕성, 사회적책임과 봉사, 전문성

바. 기업문화요인:근무 분위기, 후생복지, 노사관계, 보람의일터

사. 사회관계요인:사회발전기여, 환경보호, 이해집단의 공존공영

아. 국제경쟁력 요인:개방화 대책, 업종전문성, 브랜드 국제화,

초일류기업

이상과 같은 기업이미지 형성에 따라 다음과 같은 효과를 기대할 수 있다.

가. 내적인효과:리쿠르팅효과, 조직의 활성화와 사기양양(의식의 변화:애사심, 단결력 증가), 매출의 신장, 능률의 향상, 기업문화 정착에 기여

나. 외적인 효과:이미지와 지명도의 향상, 광고효과의 증대, 관

27)David Bernstein, 崔在鉉 譯, 1994, 「기업이미지관리 어떻게 할 것인가?」(서울:(주)이미지관리연구소), pp.10-11.

28)채수명, 1993, ‘기업이미지와 기업문화정착방안(상)’, 경영계190호, 한국경영자총협회, pp.35-36.

계기관에서의 신뢰도 향상, 국제경쟁력강화, 직접적인 구매행동에 영향, 간접적인 잠재고객 유도

따라서 본 연구에서는 이미지 형성을 중심으로 전개하고자 한다.

1) CI (Corporate Identity)란 ?

우리가 자신이 남과 다르다는 것을 인식하고 개개인을 구별할 수 있는 것은 각 개체가 가지고 있는 아이덴티티에 의한 것이다.²⁹⁾

아이덴티티는 개별 개체의 생존방식의 표현이며 개체가 모인 사회 즉 세대간, 지역간, 활동내용별, 각 집단 나아가 국가나 민족도 가지고 있다.

E. H. Ericson은 정신분석적 자아심리학 에서 아이덴티티를 환경과 개인이 상대적 관계속에서 성립한다고 보고 이를 자아 아이덴티티와 인격적 아이덴티티로 구별하여 설명하였다.

먼저, 자아 아이덴티티란 자신이 타인과 같은 점도 있지만 다른 점도 있는 개성적 존재라는 것을 종합적으로 인식하고 그 동일성(sameness)과 연속성(continuity)을 자각하는 것이며 또 타인에 대해서도 자신의 동일성과 연속성을 인식시켜 나가는 것을 의미한다.

둘째, 인격적 아이덴티티란 자기존재의 동일성과 연속성과 함께 타인도 그것을 인정하고 있다는 사실을 자각하는 것을 의미한다. 즉 아이덴티티는 자기자신의 자각에 의하여 지각되는 아이덴티티인 데 반하여 인격적 아이덴티티는 타인이 인정하고 있는 사실을 자각한다고 하는 제삼자의 확인을 필요로 하는 것이다.

29)김인철, 1989, '기업 CIP에 있어서 Image Criteria에 관한 연구', 국민대조형론총, pp.136-138.

따라서 나와 타인이 동일하게 인정할 수 있는 존재의식과 존재방식을 아이덴티티라고 할 수 있다.

또한 기업이미지 즉 CI를 말할 때는 ‘특정 기업에 대해 사람들의 마음속에 떠오르는 상이나 형태’를 주로 의미한다.

CI는 처음에는 ‘Visual Corporate Identity’로서 ‘시각을 통한 기업 이미지 동일화’라는 의미로 사용되어 그 구성요소로는 Symbol Mark, Logotype, Corporate color 등 시각적인 것을 다루었거나 점차 대중매체가 발달함에 따라 슬로건이나 소리가 포함되면서 CI 또는 CIP라 사용되고 있다.³⁰⁾

CI의 본질은 기업이 이상으로 하는 장래상을 제시하고, 그것에 향한 내외로의 전략적인 커뮤니케이션 활동이다. 이러한 본질적인 활동을 개념화하면

첫째는 기업이 자신은 무엇인가를 인식하는 것,

둘째는 기업자신의 바람직한 모습을 인식하고,

셋째는 장래상을 향해 기업 스스로가 개혁하고,

넷째는 그것을 제3자에게 인식시키는 것

일련의 커뮤니케이션 전략이라고 할 수 있다.

기업이미지를 창조하는데는 두가지가 있으며, 하나는 보편적 이미지 창조와 다음으로 특수적 이미지를 창조하는 것이 있다.³¹⁾

먼저 보편적 이미지 창조와 특수적 이미지 창조는 어느 기업의 이미지 창조를 바람직하게 추출하기 위해서는 두가지 측면을 고려해야한다.

그 하나는 기업이 속해 있는 환경으로 부터의 조건에서 출발하는 수용적 측면이고, 다른 하나는 그 기업이 고유하게 존재하고 활동하

30)이효일, 1990, ‘CI에 관한 일고찰’, 성신여대산업미술, pp.35-49.

31)김인철, ‘기업CIP에 있어서 Image Criteria에 관한 연구’, pp. 142-144.

는 내용에서 출발하는 발산적 측면이다

어느 기업이든 그 기업이 존재하는 시대적 상황과 사회적 배경을 공유하고 있다. 즉, 어느기업이나 보편적으로 통용되고 영향을 받게 되는 조건들이 있는데 이에 적절치 못한 이미지를 갖는 기업은 그 환경에 잘 대응한다고 볼 수 없다.

다음으로 특수적 이미지 창조는 기업고유의 특징적 아이덴티티를 표현하는 데 관계되는 기준이다. 즉, 기업의 경영철학, 창립정신, 경영조건, 상품의 특징, 기업명칭, 마케팅상황과 목표등 다른 기업과 다른 그 기업만의 에센스가 집약된 것이다.

기업에서 이러한 기업이미지를 추진하는 목적과 방법을 보면

① CI의 목적은 대상증가, 상권확대 등 이윤추구가 주목적이며,
② CI 대상은 기업내의 사원과 기업외의 소비자, 고객, 관련회사를 주대상으로 하며,

③ CI 추진체계는 회사운동으로 전개하며

④ CI 추진방법은 사명변경이나 기업 로고 타입 변경등 Visual Identity(시각에 호소하는 것)와 사내 커뮤니케이션 시스템의 변경등이 있다.

이러한 기업 CI의 핵심 구성요소로는 기업명, 심볼마크, 캐릭터 및 슬로건이 있다³²⁾.

먼저 기업명은 CI의 가장 중요한 요소로서 기업의 이념과 미래상이 응축되고 현대감각과 차별화 및 모든 언어로 부르기 쉽고 표기할 수 있으며, 친근감이 있으며 부르기 쉬운 것이 좋다.

둘째, 심볼마크는 기업의 얼굴로서 품질보증, 제조원 표시, 광고선전 기능을 하고 있기 때문에 매우중요하다.

32) 채수명, 1993, '기업이미지와 기업문화정착방안(중)', 경영계 191호, 한국경영자총협회, pp.33-34.

조사에 따르면 심볼마크는 구상적이고 객관적인 형태는 인지도가 높으나 지나치게 추상적이어서 설명하지않으면 알수 없는 것으로 선호도와 기억율이 낮으며, 문자를 이용한 심볼마크는 흥미가 떨어지고 둘이상의 의미를 담은 것은 소비자에게 혼란스러운 것으로 나타났다.

또한 너무 도형화 된 것은 전달성과 일시적인 기억성은 강하나 참신한 느낌이 없고 점진적으로 흥미를 잃어가며, 색상이 2색이상 이면 혼란한 것으로 나타났다. 더불어 코퍼레이트 칼라와 심볼칼라가 레드와 블루가 대부분으로 독창성의 결여로 나타나, 이에 대한 연구와 보완이 요구된다.

셋째, 캐릭터와 슬로건으로서 캐릭터는 기업을 상징하는 패턴으로서 여기에는 Eye Eatcher 마스코트가 있는데 기업에 알맞은 마스코트이 선정과 시각화의 세련미, 활용범위와 방법이 필요하다.

슬로건 또한 기업의 이념과 지향하는 바를 간결한 문구로서 나타낼말로 신뢰와 동기부여를 주는 것이 필요하다.

이와같은 기업의 CI계획을 유형화 하면 <그림 4>과 같은데, 일반적인 패턴은 자기환경중심형, 관계지향형, 자기변혁형, 미래전략 지향형 순으로 전개된다.³³⁾

33)최병대의 2명, 1994, 「서울시 홍보기능 활성화 방안」, 서울시정연구원, pp.127-128.

<그림 3> 기업의 CI계획 유형

(자기환경중심형) · 기업실태를 반영하는 개념 만들기 · 개념에 적합한 디자인개발 · 디자인시스템 전개	(관계지향형) · 기업의 사회적 역할, 평가 수행 능력의 명확화 · 기업의 사회적 감수성의 강화, 개발 · 기업과 사회의 쌍방향 커뮤니케이션 도입
(자기변혁형) · 기업이념의 구축 · 기업문화의 혁신 · 내부커뮤니케이션	(미래전략지향형) · 도메인 및 사회적 역할의 확대방향 명확화 · 기본전략조정 · 전략실행체제의 확립

2) CIP(Corporate Identity Program)란 ?

기업은 대부분 법인체로 구성되어 있으며, 법인체는 독립된 개체로서 그 실체를 갖게되고 고유의 이미지를 형성하면서 타법인체와 차별화 되어간다.³⁴⁾

따라서 모든 기업은 설립과 동시에 고유의 독립된 개체로서 상징적 의미를 갖고면서 체계화되고 그 내용은 오랜동안 기업의 발전과정과 함께 상징적 이미지로서 형성되고 독자성과 주체성으로 확립되어간다. 이러한 기업이 갖는 주체성과 독립성을 기업이미지 즉 CI라 한다.

CI는 기업의 대외적 이미지 이외에도 고유의 사상과 활동이 포함되고 시각적 시스템인 디자인 내용이 수용된다.

34)편의상, 1992. 「기업과 나 그리고 기업문화」 (서울:도서출판 음마니), pp.132-133.

사회환경과 시대적 사상에 적합한 기업고유의 주체성을 확립하고 기업을 상징할 수 있는 시각적 디자인 내용을 체계화하여 기업의 실체성과 독립성을 명확히 표현하고자 하는 일련의 과정과 경영 전략적 내용을 CIP라고 한다.

즉 CIP는 기업의 이해관계자 집단들인 조직구성원, 소비자, 거래업체, 경쟁업체, 정부, 외국기업 등에 대하여 그 기업실체와 실상이 동일하게 투영되고 인지되게끔 작용하는 각종 디자인 내용과 의미를 조작 통합하는 전략을 말한다.

이러한 CIP의 필요성을 증대시키는 기업환경의 변화요인을 보면 다음과 같다.³⁵⁾

①국내수요의 다양화-다품종·소량생산에 따르는 판매촉진 방안의 필요성

②빠른 기술변화와 소비자 요구변화에 대한 상품 Life Cycle의 단축에 따른 신상품 출현의 가속화

③제품의 실체적 속성상 차별화의 불가능성-기업의 본원적 경쟁전략으로는 비용상의 우위, 차별화, 집중화가 있으나 기술제조의 평준화에 따라 차별화가 불가능하게 되고, 소비자들이 상품의 이미지나 제조업의 이미지 및 서비스의 품질을 선택하게 되었다.

④광고매체의 증가에 따른 광고효율의 저하-광고매체의 증가에 따라 개별매체의 광고비가 높게 상승하게되어 기업이 같은 비용을 투입하여도 종전과 같은 광고 스페이스 구할수 없다.

⑤국내시장 개방에 따른 경쟁력 제고의 필요성 증가-외국기업과 경쟁에서 상품 품질이외의 디자인등 CIP수준에서도 경쟁력이 요구된다.

⑥사업다각화에 따른 기업이미지 재정립의 필요성 증대-기업은

35)서봉철·김영택, 중소기업의 CIP전략에 관한 연구, pp.153-158.

변동하는 경영환경에 적응하여 존속하기 기술 등의 혁신을 이루나 과거의 기업이미지는 쉽게 변하지 않기 때문에 새로운 기업이미지의 제시가 요구된다.

⑦근로자 의식구조의 변화로 인한 생산성의 저하-근로자의 의식구조가 개인위주로 바뀔에 따라 기업에 대한 소속감이나 관심도가 낮아진 결과이며, 노동에 대한 자기 만족도가 낮아진 결과이다.

⑧기업 외부경영 환경의 변화에 대처하기 위한 기업이미지의 제고가 요구된다.

⑨기업 내부환경의 변화-기업의 내부 환경요인으로서 자본, 인적 구성, 가격경쟁, 유통경로, 시장점유율, 기술수준, 생산성등이 있으며, 인적자원의 구성에서 조직이 오래 될 수록, 안정지향적으로 조직의 계층이 두터워 지고 규칙이 늘어나는등 수익이 줄어들게 된다. 이러한 현상은 새로운 사고와 방법에 저항이 강해지고, 파벌적 행동으로 유기적인 조직행동을 취할 수 없게 된다.

따라서 CI형성과 CIP전략 과정에서는 기업 구성원들의 주체성과 행동규범을 기업의 실체적 상징성에 수용 일체화 시키면서 기업의 독자적인 주체성과 이미지를 구성케 하고 이를 기업문화 요소로 전환 발달시킬 수가 있다.

2. 한국청소년개발원의 이미지 형성 전략

1) 심볼

한국청소년개발원 심볼의 전체구성은 태극기의 “태극”이미지를 기본으로 하여 태극안에서 남·녀 청소년이 자유롭게 활

동하는 모습을 담았다. 태극의 빨간색은 청소년의 활동적인 모습을, 파란색은 청소년의 지적인 모습을 상징하며, 태극 안에 담긴 남·여 청소년의 모습은 청소년들의 적극적이고 자유롭고 정열적인 활동을 표현한 것이다. 그리고 중앙에서 밖으로 퍼져 나간다는 점을 태극 문양과 함께 태양의 형상을 이루어 청소년들이 태양처럼 밝게 퍼져나갈수 있다는 무한한 가능성과 희망의 뜻을 담고 있다.³⁶⁾

심볼마크의 의미는 『청소년의 자유』를 주제로 하여 우리 청소년들이 『지식=출세=돈』라는 경직되고 획일적 사고 방정식을 벗어나 지성과 덕성의 균형을 갖도록하여 청소년들의 창의성과 자율성을 함양하기 위한 여건을 체계화하는 『한국청소년개발원』의 역할수행을 제시하고 있다.

2) 한국청소년개발원의 성격 이미지

(1) 청소년기본법에 의한 국책연구기관

한국청소년개발원은 1989년 청소년육성법에 근거하여 설립된 한국청소년연구원이 1993년 청소년기본법의 제정에 따라 동법 제50조에 의거 연구개발기관으로 개편하여 출범하였다.

한국청소년개발원의 설립은 청소년기본법과 주무부처인 문화체육부의 청소년기본정책에 따라 청소년수련활동, 복지증진, 환경개선, 생활개혁, 교류확대 등에 관한 국가적 기능과 책임을 수행하는 국책연구기관이다.

36) 김찬숙(서울산업대학교)씨가 한국청소년개발원 심볼마크공모시 제시한 작품에 대한 설명내용임.

(2) 청소년육성을 위한 민간기구

한국청소년개발원은 국책기관이면서도 청소년기본법 제2조에 담긴 청소년육성의 자율성에 기초하여 수행되고 있는 민간의 청소년육성 사업을 지원, 지도, 분석, 평가, 시행함으로써 청소년육성기능이 전반적으로 올바르게 이루어질 수 있도록 유도하는 민간기구라고 할 수 있다.

3) 한국청소년개발원의 목적 및 역할 이미지

한국청소년개발원 목적은 정관 제2조에서 다음과 같이 정하고 있다.

“개발원은 청소년의 자율성에 기초한 능동적인 삶의 실현을 도모하고 청소년의 성장여건과 사회환경을 개선하며, 민주·복지·통일조국에 대비하는 청소년의 자질향상을 위하여, 청소년칼년연구사업과 청소년지도자 연수사업 및 청소년수련사업을 수행함으로써 청소년육성에 기여함을 목적으로 한다.”

한국청소년개발원의 역할은 청소년기본법 제50조에 한국청소년개발원의 설립에 따른 사업내용을 수행 한다.

“청소년기본법 제50조(한국청소년개발원의 설립) ①청소년육성과 관련한 다음 각호의 사업을 행하기 위하여 한국청소년개발원을 설립한다.

1. 청소년관련 이론의 연구
2. 수련거리의 개발 및 보급
3. 청소년지도사의 양성 및 현장실습지원
4. 청소년실태에 관한 기본조사 및 분석
5. 수련거리 운영의 전문기법 연구·지원

6. 주요 수련거리의 시범운영
7. 장·단기 청소년시책의 연구·개발
8. 수련활동 기록의 유지·관리
9. 청소년육성 관련정보의 종합·관리 및 제공
10. 수련시설 상호간의 협력·보완 지원
11. 기타 문화체육부 장관이 지정하거나 개발원의 목적수행을 위하여 필요한 사업”

4) 한국청소년개발원의 기능 이미지

(1) 한국청소년개발원의 기능

한국청소년개발원은 청소년기본법의 사업내용과 주무부처의 기본정책을 골간으로 하여 청소년수련활동, 청소년복지증진, 청소년환경개선, 청소년관련 생활개혁 청소년교류확대 등에 관한 국가적 기능과 책임을 수행하는 국책연구기관으로서 이론연구, 정책개발, 정책시행, 정책보급, 정책지도, 정책자문의 기능으로 나누어 볼 수 있다.

가. 이론연구

청소년육성의 중요성을 인식시키고 관련 분야에서 활발한 활동을 하기 위해서는 그 기반이 되는 이론 영역의 체계적인 정립을 통하여 청소년에 대한 연구·조사작업을 통해 청소년학의 고유한 연구 목적 및 대상, 그리고 영역과 방법론을 연구함으로써 청소년학이 독자적인 학문분야로서 그 위치를 확고히 하고 그 기반위에서 청소년육성에 대한 더욱 전문적이고 지속적인 활동을 할 수가 있다. 이

를위해 한국청소년개발원에서는 계속적인 이론연구 및 기초조사의 성과를 바탕으로 다음과같은 연구활동을 하고 있다.

첫째, 청소년의 발달, 가정과 학교 그리고 사회환경 속에서 발생하는 청소년의 생활과 문제 특성을 다음의 활동을 통하여 이론적으로 연구, 체계화하고 있다.

현재 한국청소년개발원에서는 통권 제24호까지 발행된 계간 『한국청소년연구』는 이러한 연구성과를 토대로하여, 청소년학 분야의 주요 연구성과와 연구동향 및 관련자료 등을 소개하는 한편, 청소년학 제분야의 주요 쟁점에 대한 기획연구를 실시하여 『기획연구논문집』으로 발간하고 있다.

또한 「청소년연구를 위한 모델탐색」(1989)이나 「청소년연구의 동향과 과제」(1992)를 지속적으로 수행하였다.

둘째, 청소년들의 의식·생활 특성을 이해하기 위한 각종 기초자료에 대한 체계적인 조사 및 분석 작업을 통해 청소년정책 수행의 근거로서 청소년관련기관에 그 분석 자료를 제공한다.

그중 『한국 청소년지표』 『청소년육성 관련정책 개발 및 연구』는 청소년관련 통계와 의식조사 자료를 체계적으로 정리하여 청소년관련 업무 종사자에 제공하고 있다.

나. 정책개발

청소년 이론 연구를 바탕으로 청소년육성의 주요 부문별 추진시책을 개발·제시하여 청소년육성에 필요한 단기 과제해결과 장기적인 육성방안을 마련하여 청소년 수련활동정책, 청소년 복지증진정책, 환경개선 대책, 청소년교류 확대 방안 등을 개발하고 있다.

첫째, 청소년수련활동 정책은 청소년단체의 육성, 수련시설의 확충, 수련거리의 개발 및 보급, 청소년지도자 양성 등의 주요 부문에 관한 지원시책을 개발하고 있다.

또한 청소년육성을 위한 장·단기 시책의 개발 및 시행방안 수립에 적극 참여하여 “한국청소년기본계획”의 수립 등 정부의 중장기 청소년정책을 수립하는 데 기여하고 있으며, “청소년기본법”의 제정 등 법과 제도의 정비에 대한 연구를 수행하고 있다.

둘째, 청소년 복지증진 정책은 소외되어 있는 청소년의 권익을 보호·신장하며 어려운 청소년을 지원하기 위한 다양한 지원시책을 개발하고 각종 청소년 유해환경을 정화하고 유익환경을 조성하는 복지증진 과제를 수행하고 있다. 이를 위한 한국청소년개발원의 대표적인 연구로는 「가출청소년연구」(1991), 「청소년의 권리와 사회적 불평등」(1992), 「청소년보호육성 시민운동」(1993), 「청소년가 가족문제」(1994) 등이 있다.

셋째, 환경개선 대책으로는 각종 유해환경 정비 방안, 사회환경 개선과 청소년활동의 정착 및 활성화를 위한 각종 제도의 개선방안을 모색하였다.

사회환경개선을 위해서는 가출 청소년 문제에 대한 심각성을 사회에 알리고 이들을 위한 청소년 쉼터의 개설에 기여하고, 유해환경의 하나인 담배자판기의 규제방안을 제시한 것 등이 있다. 이를 위한 대표적인 연구로는 「청소년을 위한 대중매체 연구」(1991), 「한국청소년 중장기 종합계획 연구」(1990), 「청소년관계법령집 1.2」(1990) 등이 있다.

넷째, 청소년교류 확대방안으로는 한국청소년개발원에서는 청소년의 국제교류를 촉진하고 세계청소년지도자대표자 회의와 각종 국제학술세미나를 개최하고 있으며, 남북한 청소년의 동질성 회복을 위한 기초연구를 실시하고 국내적인 청소년교류를 촉진하기 위하여 동·서간, 남·북간, 도·농간의 지역이해 프로그램을 개발·보급하였다.

다. 정책시행 및 보급

정책시행은 이론을 통하여 개발된 정책 중에서 전체청소년을 대상으로하여 특정 청소년단체에서는 수행하기 어려운 일반적이고 국가적인 사업을 직접 시행하고 있다.

현재 한국청소년개발원에서는 시행하고 있는 사업은 수련거리기본형 개발 및 보급, 수련활동 시범운영, 청소년정보 종합운영등이 있다.

이에대한 구체적내용을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 수련거리기본형 개발 및 보급은 수련활동에 필요한 활동프로그램 및 관련 사업을 의미하는 것으로, 그 종류와 수준, 적용방법에 따라 청소년 성장에 결정적으로 영향을 미치기 때문에 수련거리의 개발 및 실시의 준거가 되는 덕목을 설정하고, 이를 기준으로 수련거리 기본형을 과학적으로 개발·보급하고 있다.

지금까지 개발된 수련거리 기본형 개발 사업은 1992년 “문화권 탐방활동” 외 6종, 1993년 “청소년 국토탐사 활동” 외 20종, 1994년 “전통문화 사랑방 활동” 외 9종, 1995년 “지역사회 공개 토론활동” 외 5종을 시행하였다.³⁷⁾

또한 개발된 수련거리는 <표 III-1>에서와 같이 배포하였다.

<표 III-1> 수련거리 기본형 배포 현황

(단위:부)

청소년 시 설	청소년 조 직	도서 관	각 급 교육청	언론사	연구 기관	국 회	정부 부처	기 타	합계
241	89	20	310	25	10	25	30	250	1,000

37) 부록 첨부(한국청소년개발원 연구보고서 목록표)

둘째, 수련활동 시범운영은 청소년기본법 제18조, 동법 시행령 4조에 의거하여 1992년 부터 개발된 수련거리기본형을 15개 시·도에 보급하고 있다.

현재 전국의 시·군·구 단위 교육청에서 수련거리 기본형의 주요내용을 각급 학교에 배포하여 국민학교의 경우 '가방없는 날' 중 학교의 경우 '특별활동시간'에 활용하고 있다.

셋째, 청소년관련 문헌 및 정보·자료의 체계화를 통한 청소년관련 정보의 중심센터의 기능강화를 통하여 전문연구가, 청소년단체, 청소년시설, 청소년지도자들이 활용하고 있으며, 청소년정보통신망을 통한 청소년 통신구심체 역할을 수행하고 있다.

라. 정책지도 및 자문

청소년정책시행 및 보급에 의한 주요사업이 합리적으로 수행되고 있는지를 점검, 분석, 평가하며, 구체적으로는 다음과 같은 사업을 수행하고 있다.

첫째, 현장에서 청소년을 지도할 청소년지도사를 <표 III-2>과 같이 양성하고 있다.

<표 III-2> 청소년지도사 양성 현황

(1996년 현재)

구 분	1993	1994	1995	1996	계
1 급		96	98	48	242
2 급	485	375	401	149	1410
3 급	228	237	300	100	865
계	713	708	799	297	2517

둘째, <표 Ⅲ-3>에서 제시된 청소년지도자 연수용 교재(10종)를 개발하여 청소년지도자 연수 및 각 대학의 교재로도 활용하고 있다.

<표 Ⅲ-3> 청소년지도자 연수교재

교 재 명	발행연도
· 청소년 심리학	1992
· 청소년 문화론	1992
· 청소년 문제론	1992
· 청소년 지도론	1992
· 인간관계 수련활동	1992
· 전통문화활동	1992
· 청소년복지론	1993
· 청소년관계법과 행정	1993
· 청소년 활동론	1993
· 집단지도론	1994
· 프로그램개발과 운영	1994
· 청소년지도자 연수과정 개발 연구	1992
· 청소년과 지역사회	1995
· 청소년 기관운영	1995

셋째, 청소년활동의 터전인 청소년단체 및 시설 운영 방안 및 설립 지원방안을 모색하기 위한 시설의 설치와 운영에 관한 연구개발 실시와 1995년 부터는 시·도 단위 대표수련시설에 대한 지원을 통해 지방화시대에 맞는 시설과 단체의 지원방안을 제시하고 있다.

넷째, 청소년육성에 대한 국민적 인식 제고를 위한 세미나, 공청회를 매년 수차례 실시한다.

1995년의 경우 5월 ‘세계청소년대표자회의’, 7월 ‘교육개혁과 청

소년육성정책'을 주제로 한 공청회, 9월 '청소년정책의 역사와 발전 방향' 등의 학술세미나 등을 개최하였다.

3. 한국청소년개발원의 조직체계

1) 내부체계

한국청소년개발원의 조직체계는 문화체육부 청소년정책실의 정책 방향에 따라 3실 3부로 구성된 연구체계와 1실 2부로 구성된 지원 체계로 구분된다.

먼저 연구체계는 정책연구실, 연수수련실, 정보운영실 구성되어있다.

첫째, 정책연구실은 하부조직으로 연구조정부와 연구팀으로 구성되고 연구조정실의 업무 다음과 같다.

1. 개발원 각 사업의 조정 및 심사분석·평가
2. 청소년육성에 관한 기본 계획 및 연도별 시행계획 수립·평가 연구
3. 개발원의 장·단기 발전계획 및 특별사업에 관한 연구·개발
4. 대내외 용역사업의 운용
5. 국외출장 총관
6. 기타 타부성에 속하지 아니한 연구관련 업무

정책연구실 연구팀의 업무는 다음과 같다.

1. 청소년의식 및 생활실태 연구개발
2. 청소년복지 증진을 위한 정책의 연구개발
3. 청소년관련 사회환경의 개선을 위한 연구개발

4. 청소년교류활동에 관한 정책의 연구개발
5. 청소년관련 제도·법령에 관한 연구개발
6. 청소년정책관련 기초이론의 연구개발
7. 외국의 청소년관련 전문연구기관과의 협력 연구사업

둘째, 연수수련실은 하부조직으로 연수부와 연구팀으로 구성되고 연수부의 업무는 다음과 같다.

1. 청소년지도자 연수계획의 수립
2. 청소년지도자 연수과정 운영 및 연수교재의 개발
3. 청소년지도자 자격제도에 관한 업무
4. 청소년지도자 관련 기록 및 연수기자재의 유지관리
5. 청소년지도사 자격검정 실시 계획 수립 및 시행

연수수련실 연구팀의 업무는 다음과 같다.

1. 청소년수련거리 관련 실태조사 및 이론의 연구개발
2. 청소년 수련거리 기본형의 연구개발
3. 청소년 수련거리 운영의 전문기법 연구개발
4. 청소년 수련거리 시범적용 및 평가연구
5. 청소년 수련터전 관련 실태조사 및 이론의 연구개발
6. 청소년 수련활동 운영체계 및 실태에 관한 연구개발
7. 청소년 수련활동의 평가 및 기록관리 지원 연구
8. 대표수련시설 관련업무 및 수련시설 단체 상호간 협력 지원연구

구

9. 청소년지도자 및 단체관련 실태조사 및 이론의 연구개발

셋째, 정보운영실은 하부조직으로 정보자료부와 연구팀으로 구성되며, 정보자료부의 업무는 다음과 같다.

1. 청소년 정보·자료의 기초조사
2. 정보자료의 수집분류 및 관리
3. 정기간행물의 편찬발행
4. 간행물의 발간보급관리
5. 간행물 대행 출판권 설정 및 유가판매
6. 자료실운영

다음으로 지원체제는 행정실과 그 하부조직으로 총무부와 관리부로 구성되어있다.

2) 조직구성원

조직구성원의 태도는 흔히 조직 그 자체의 이미지를 정확하게 반영한다. 만일 조직구성원들이 속한 조직의 긍정적인 이상에 대하여 무관심 하다면 그 조직으로부터 보수를 받고 있지만 그들에게 요구되는 최소한의 것 이상은 하려들지 않을 것이다.

조직구성원들은 그들이 속한 조직의 일부분으로서 그들의 자아(ego)와 관계되어 있기 때문에 그 조직이 어떻게 외부에 비치느냐에 대하여 매우 민감하다. 또한 조직구성원들은 외부공중들과 항상 접촉하는 집단들이고 공중들은 조직구성원의 말을 상당히 신뢰하는 집단이기 때문에 PR 실무자는 조직구성원 공중에게 초점을 맞춰 그들로 하여금 참여하게 하고 그들에게 늘 정보를 제공해야 한다. 이 조직구성원 각자가 중요한 PR 재산이 될 수가 있는 것이다.

한국청소년개발원의 조직구성원은 <표 III-4>에서와 같은 직제에 따라 구성되며 연구개발직 연구원급 이상은 석사학위 이상 취득을 기본조건으로 요구하고 있다.

따라서 한국청소년개발원의 조직구성원은 높은 지적능력을 소유하고 있다고 볼 수 있기 때문에 외부환경에 대한 홍보활동도 이러

한 지식을 전달하는 방향으로 전달하는 것이 바람직하다. 특히 조
직구성원들의 특성이 지적능력이 높음으로써 나타나기 쉬운 개인적
성향에 대해 이를 발휘할 수 있는 기회를 마련하는 것이 중요하고,
상하관계보다는 수평적 동료로서 협력관계를 가질때만이 바람직한
결과를 기대할수 가 있다.

<표 Ⅲ- 4> 한국청소년개발원 직제규정에 의한
조직구성원의 직렬 및 직급별 정원표

(단위 : 명)

직 렬	직 급 명	정 원
총 계		61
임 원	원 장	1
	부 원 장	1
연구개발직	수석연구위원	4
	연구위원	9
	선임연구원	10
	연구원	10
	연구원보	7
행 정 직	수석행정위원	1
	행정위원	3
	선임행정원	3
	행정원	4
	행정원보	1
전 산 직	수석전산위원	
	전산위원	
	선임전산원	1
	전산원	1
	전산원보	
사 서 직	수석사서위원	
	사서위원	
	선임사서원	
	사서원	1
	사서원보	
기 능 직	운전원	2
별 정 직	업무보조원	2

4. 한국청소년개발원의 사업내용

1) 한국청소년개발원의 목적사업

한국청소년개발원은 청소년기본법 제50조에 따라 다음의 사업을 수행하도록 되어있다.

- 1) 청소년관련 이론의 연구
- 2) 수련거리의 개발 및 보급
- 3) 청소년지도사의 양성 및 현장실습지원
- 4) 청소년실태에 관한 기초조사 및 분석
- 5) 수련거리 운영의 전문기법 연구·지원
- 6) 주요 수련거리의 시범운영
- 7) 장·단기 청소년시책의 연구·개발
- 8) 수련활동 기록의 유지·관리
- 9) 청소년육성 관련정보의 종합·관리 및 제공
- 10) 수련시설 상호간의 협력·보완 지원
- 11) 기타 문화체육부 장관이 지정하거나 개발원의 목적 수행을 위하여 필요한 사업 등을 시행토록 하고 있다.

또한 한국청소년개발원의 정관에서는 청소년기본법의 1조(목적)과 2조(기본이념)을 구체적으로 실현하고 청소년의 자율성에 기초한 능동적인 삶의 실현을 도모하고 청소년의 성장여건과 사회환경을 개선하며, 민주·복지·통일조국에 대비하는 청소년의 자질향상을 위하여, 청소년관련 연구사업과 청소년지도자 연수사업 및 청소년 연수사업을 수행함으로써 청소년육성에 기여함을 목적으로 한

다.

이와같이 한국청소년개발원이 청소년육성을 위한 국가적 일반적 사업을 수행토록 하여 우리나라 청소년분야의 전반에 관한 사항을 연구토록 정하고 있다.

2) 사업내용

한국청소년개발원의 사업은 크게 7개 분야로 나누어지며 그 주요 대상은 다음과 같다.

가.범국민적 청소년운동의 전개

- 1.국민의 청소년육성 중요성 인식 제고를 위한 홍보활동 전개
- 2.정부의 청소년육성체제 보강과 지역청소년 사업 활성화 추진
- 3.민간의 청소년 관련투자 적극 참여를 위한 노력 경주
- 4.학계의 청소년육성에 관한 학문적 바탕 마련을 위한 노력

나.수련활동 활성화를 위한 혁신적 대책 모색

- 1.교육과 육성의 동시 개혁을 위한 조치 강구
- 2.현장감 있는 합리적 수련활동 지원 방안 강구
- 3.전인적 인격도야를 위한 종합수련거리의 조속한 개발.보급
- 4.수련시설 조성.확충 방안 모색
- 5.청소년지도자 양성수준 제고

다.청소년 복지증진을 위한 적극적 대책수립

- 1.청소년 인권 시장방안 모색
- 2.어려운 청소년 지원 종합대책 개발

3. 비행예방대책 강구

라. 청소년 환경개선을 위한 획기적 방안 모색

1. 청소년 유해환경 정화
2. 청소년 유익환경 조성
3. 청소년 매스미디어 환경조성
4. 청소년 지역사회활동 기회 확대

마. 청소년을 위한 사회전반의 생활개혁 추진

1. 청소년의 생활양식, 태도의 혁신과 자연친화적 활동의 강화
2. 미풍양속과 가치관의 창조적 계승, 발전
3. 기성세대의 절제, 솔선과 성인중심 생활구조 개혁

바. 청소년 교류확대를 위한 획기적 대안 제시

1. 국내 지역간 교류 프로그램 개발 및 사업개최
2. 한민족 청소년 동질성 회복방안 연구
3. 청소년이론과 정책의 국제교류 증대를 위한 상호협력 체계 구축

사. 청소년 관련제도 보강과 재원 확보

1. 청소년 관련 법령, 제도 종합분석
2. 청소년관련기관 공동의 장 마련을 위한 ‘청소년단체회관’ 건립
3. 청소년육성 행정체계 재정립
4. 청소년관련기관, 단체의 역할보강
5. 재원확보방안 마련

이상과 같은 주요 사업을 구체적으로 실천하기 위하여 72가지 세부 실천사업을 구체화 한다.

1. 「靑少年育成靑書」 발간
2. ‘청소년연구개발후원의 밤’ 개최
3. ‘한민족청소년육성회의’ 발족
4. 음악을 통한 청소년육성의 의미와 중요성 전파
5. 청와대 청소년육성 행정체제 강화
6. 청소년육성부문 정부예산 개혁
7. 청소년육성 주무부서의 종합조정기능 혁신
8. 지방자치단체의 청소년육성업무 개혁
9. 민간출연에 관한 홍보강화
10. 청소년육성사업에 대한 민간출연금 관련 세제개혁
11. 청소년관련학계와의 연계협력 강화
12. 각 대학의 청소년학과 신설 추진
13. ‘교육·육성합동위원회’ 설치
14. 수련활동을 위한 학교교육의 5대 혁신 단행
15. 교육의 ‘5대혁신’에 따른 수련활동 수요 조사
16. 다양한 수련거리 기초형에 대한 학부모·청소년 선호도 조사
17. 수련거리 운영에 대한 지원체계 확립
18. ‘현장수련거리 박람회’ 개최
19. ‘청소년수련거리총람’ 발간
20. 문화·예술·체육·레저를 소재로 하는 수련개발·보급
21. 가족의 유대를 강화하기위한 새로운 유형의 가족수련거리 개발
22. 국토사랑과 국가관 확립을 위한 수련거리 개발
23. 우리춤·우리가락·우리노래의 생활화

24. 수련시설 필요수량 확보 및 지역별 균형조정 모델 제시
25. 수련거리에 적합한 유형별 수련시설 단계적확보 방안 모색
26. 수련거리 개발과 수련시설 확충을 위한 재원 조달 방안 제시
27. 연수과정 강화를 통한 청소년지도자 수준 제고
28. 고급지도자 양성을 위한 한국청소년개발원 부설 대학원 설치
29. ‘청소년인권센타’ 설치
30. 청소년 인권의식 고양방안 제시
31. 청소년인권관련 법령·제도 개선
32. 경제적으로 어려운 청소년을 위한 자립 지원 프로그램 개발과 지원
33. 정신적으로 어려움을 겪는 청소년을 위한 고민 해결 프로그램 개발·보급
34. 신체적으로 어려운 장애청소년을 위한 복지대책 개발
35. 결손가정 청소년을 위한 청소년복지시설의 유형과 지원 기준 확립
36. 청소년지도위원 등의 선도의무와 후견권리 강화
37. 가출청소년을 위한 ‘중간의 집’ 설치 방안 강구
38. ‘청소년가출예방지침서’ 개발·보급
39. 부모의 ‘청소년지도지침서’ 개발·보급
40. ‘청소년환경심의위원회’ 설치
41. 약물오남용 종합대책 강구
42. 유해환경 고발기능 강화(‘청소년인권센타’의 고발 권한 부여)
43. 유해환경 규제기능 강화(관련법령의 개선)
44. 환경오염과 불량식품의 청소년에게 미치는 영향 감시
45. 생활권 유익환경 조성(청소년거리 지정과 운영)

46. 자연권 유익환경 조성(청소년자연공원 지정과 운영)
47. 청소년 방송프로그램 확대
48. '전국 고교생 소리' 프로그램 설정
49. 일간신문의 '청소년면' 확대
50. '청소년미디어 대상' 제정·운영
51. '청소년 열린광장' 운영
52. '청소년 주장대회' 개최
53. '청소년 창안대회' 개최
54. '청소년음악제' 개최
55. 청소년 전용 연극·영화관 설립
56. 청소년 생활과 의식조사를 통한 생활양식 개선
57. 청소년의 생활과 의식에 관한 국제비교 연구
58. '청소년의 노래' 제정·보급을 통한 청소년생활 혁신풍조 확산
59. 자연친화적 생활습관과 태도 형성을 위한 '청소년 환경 지킴이' 지정·운영
60. 가치관 정립을 위한 미풍양속의 계승방안 연구
61. 전통문화의 창조적 수용방안 연구
62. '전통먹거리 마당' 개발방안 제시
63. '우리 것이 최고' 상설 전시장 마련
64. 기성세대의 절제와 술선을 통한 유해생활행태의 정화
65. 성인위주 생활구조와 가치의식을 청소년 배려구조로 전환하는 방안 연구
66. 기성세대의 청소년지도 외면 풍토 시정
67. '팔도청소년어울마당' 프로그램 개발
68. 대표수련시설별 특화 수련활동 운영
69. 해외교포 청소년 실태 조사 실시

70. 통일에 대비한 남북한 동질성 회복 방안 연구 착수

71. '세계청소년연구개발협의회' 구성

72. '세계청소년연구개발협의회' 사무국 개설 운영

이상의 한국청소년개발원의 사업내용은 연구사업과 행사성 사업 및 실질적인 협력사업을 중심으로 이루어 지고 있으며 아직까지는 주로 연구사업을 중심으로 전체의 축을 이루고 있다.

V. 한국청소년개발원 홍보강화 방안

1. 홍보강화 전략의 기본방향

한국청소년개발원과 같은 공익단체들의 홍보는 단체의 목적과 활동을 공중들에게 인식 시켜서 공중의 이해와 호의를 얻는 것³⁸⁾이라고 정의되고 있으며 한국청소년개발원은 외부적 지지를 획득하고 지속적인 성장을 위해서는 1) 청소년육성분야의 고유사업을 유지하고, 청소년사업 영역을 확장하고, 2) 청소년육성분야에서 추진하는 고유사업에 대한 외부적 인정을 획득하며, 3) 청소년육성 사업의 다양성을 추구하여, 주인의 청소년분야 참여를 촉발하며, 4) 청소년육성기관의 청소년분야에 대한 전문성을 확보하고자 한다.

이렇게 볼 때 현대조직은 환경변화의 적응 및 고객의 창조와 만족을 통하여 지속적인 성장을 확보하기 위하여 외적으로는 우호적 이미지를 창출하고 내적으로는 올바른 조직문화를 정착시킴으로서 조직에대한 식별화 차별화를 이룬다.

조직식별화³⁹⁾는 먼저, 조직환경과 조직역사 그리고 경영자의 의도와 사회인식을 결합한 조직이념의 정립에 따라 이루어진다. 둘째는 미래의 불확실한 환경과 목표설정에 따른 혁신의 절실함에 따라 사업영역과 가치기준 및 행동기준 등 경영목표를 설정한다. 셋째는 조직이념의 정립과 관련된 것으로서 회사명, 심볼마크, CI를 통한 상징화와 표준화, 조직내 제도보완과 혁신의 계획적 전개 및 전략전개의 참가를 통한 조직목표설정. 넷째는 앞의 3단계와 연계하여

38)김정기 편저, 전계서 p.289.

39)채수명, 1993, '기업이미지와 기업문화정착방안 (上)', 경영계190호, 한국경영자총협회, pp.35-36.

전직원의 조직 기본목적 이해, 조직환경조성, 조직이미지 혁신 등 대외 조직이미지를 구축 가능함에 따라 원활한 조직활동과 조직생산성이 향상될 수 있다.

따라서 한국청소년개발원에서는 청소년육성의 개념 정의와 홍보 이론을 통하여로 홍보의 기본적 내용과 조직내의 커뮤니케이션 체계, 그리고 개발원의 사업을 중심으로 전략을 수립하고자 한다.

첫째 홍보의 기본적인 내용은 한국청소년개발원의 Image와 관련된 것으로서 CI를 위한 명칭, 심볼, 성격, 기능을 홍보전략 구성 요소로 선정하였다.

둘째는 조직체제와 조직구성원들을 중심으로한 내부 PR을 통한 인식변화를 위하여 커뮤니케이션 체계 변화물에 따른 홍보전략을 구상한다.

셋째는 한국청소년개발원의 직접적인 홍보활동인 청소년 관련 활동사업 중심으로 주 홍보 전략을 마련한다.

위와같이 오늘날 조직체들의 생존과 성장이 과거에는 조직구조 조정에 의하여 성패를 여부를 결정할 수가 있었으나 현대의 사회적 환경은 조직자체의 변화뿐만아니라 조직내부 구성원들의 욕구실현에 대한 충족과 외부환경과의 상호의존적인 관계를 유지하기 위해서는 조직에대한 외부조건을 강화할 필요가 있으며, 이를 위한 주 전략이 홍보 또는 PR이라고 볼 수 있다.

2. Image 홍보 전략

조직이미지는 조직의 실체와 組織象을 바람직하게 일치시키기 위한 전략이다. 이러한 조직이미지는 조직의 다양한 인적구성, 물적구성, 활동내용, 관련집단과 다양한 욕구와 목표의 총괄적인 표현이기

때문에 조기의 아이덴티티를 정확히 파악하여 설정하는 것이 우선 전제되어 한다. 이것은 조직자체와 조직외적인 시각이 가능한 일치하는 것이 바람직하기 때문에 그렇지 못한 경우에는 일치시키기 위한 동일성과 연속성을 인식시키는 것이 필요하다.

이와같이 아이덴티티를 확립하기 위해서는 조직의 명칭이나 심볼 성격, 기능등 다양한 조직의 이미지 요소를 어떻게 조정하고 통합하는가 문제가 중요하다. 이러한 문제는 조직의 각부분에 대한 모든 내용을 통합하여 이미지를 창출한다는 것은 매우 어려운 문제이며, 이 것은 아이덴티티에 있어 완전한 이미지 통합 보다는 절충적 이미지 통합이 현실적으로 가능함을 의미하고 있다.

이상의 논리를 바탕으로 한국청소년개발원의 이미지 형성을 위한 전략은 CI, 심볼, 성격, 기능으로 나누어 수립해보면 다음과 같다.

먼저 CI는 한국청소년개발원에 대한 디자인 통합을 통해 조직이 이미지를 창출하고 지금까지의 한국청소년개발원에 대한 일방적 자기표현 중심에서 정부기관인 문체부와 민간청소년기관 및 관련학계와의 관계지향 중심으로 자기변혁의 연동형으로 이행함과 동시에 미래실천 지향으로 변화해야하며, 이를 위해서는 청소년육성 부분에 대한 고객성향을 분석하여 현재 한국청소년개발원의 문제점을 확인하여 장래 한국청소년개발원의 상을 설정하여, 이를 실천하기위한 기본적인고 장기적인 마스트플랜의 객관적, 계획적, 과학적인 전개가 요구된다.

둘째, 심볼은 조직의 얼굴이다. 심볼에 대한 인지는 단순함, 명확함, 상징성이 포함된 것으로서 조직 외부인은 기업에대한 이미지를 떠올릴 때 자연스럽게 심볼을 그리게 된다.

따라서 한국청소년개발원은 현재 선정된 심볼마크인 ‘활동하는 청소년’상에 대한 이미지를 실천하기위한 전략으로서 심볼과 연계된 캐릭터와 슬로건의 창조와 이에대한 선전이 필요하다.

캐릭터는 조직을 상징하는 경향으로서 여기에는 마스코트가 있는데 한국청소년개발원은 심볼을 시각화 할 수 있는 마스코트를 전문집단에 의뢰하여 선정하여야 한다.

또한 슬로건은 조직의 이념을 실천하는 강력한 문구로서 외부에 대한 신뢰성과 동기성을 부여하는 것으로서 과거 공기관의 경우 슬로건이 지나치게 과장되므로서 신뢰성과 실천성을 의문시 하는 단순한 언어 표현으로 그쳤다. 따라서 진실성과 실현가능성을 심볼과 연계하여 슬로건으로 표현하는 것이 좋으며, 이것은 외부에서 응모를 받아 만드는 것도 한 방법이다.

셋째, 성격과 기능은 이미지의 내면적 속성을 나타내는 것으로 조직의 아이덴티티의 핵심이다. 한국청소년개발원은 국가연구기관 입과 동시에 재단법인으로서 청소년관련이론연구, 정책개발, 정책시행, 정책보급, 정책자문의 기능을 수행하고 있다.

PR에 있어서 조직체의 성격과 기능은 PR계획을 수립하고, 계획된 PR내용을 시행하며, 시행사업을 효과적으로 전개할 수 있도록 PR매체를 선택하는 과정을 통하여 외부적으로 나타나게 하는 본원적인 내용으로서 한국청소년개발원은 PR계획에 있어 한국청소년개발원이 무엇을 하고자 하는가?에 따른 본질에서 출발하여 다음으로 한국청소년개발원의 현 위치와 문제점으로 분석함으로써 한국청소년개발원의 목적을 실행할 수 있는 목표대상을 구분지어야 한다.

여기에서 효과적인 PR은 PR 목적이 일관성과 장기성을 지니고, 목표와 실천이 합치되도록 하며, 한국청소년개발원의 설립이념과 문화체육부 청소년정책실과의 연계를 고려하여 이를 유기적으로 실현할 수 있는 체계를 만들어야 한다.

3. 조직체계의 홍보강화

조직체계와 조직구성원들을 중심으로한 내부 PR을 통한 인식변화를 위하여 커뮤니케이션 체계 변화들에 따른 합리적 의사결정 구조를 갖는 것이다.

조직에 있어 커뮤니케이션에 대해 사이몬은 보통 형식적으로 조직내의 구성원에서 다른 구성원에 의사결정(decision making)의 제전제를 전달하는 모든과정이라고 하며,⁴⁰⁾ 커뮤니케이션은 양방향커뮤니케이션일 때 그 효율성이 가장 높게 나타난다.

조직내부에 있어 의사결정은 곧 외부로의 출발을 의미하기 때문에 조직구성원이 이에대한 부정적 이해나 참여가 부족할 때에는 외부적 이미지에 큰 손상을 가져온다.

오늘날의 의사결정은 조직체의 모든 분야에서 이루어지는데 여기에는 크게 두가지 이론으로 나누진다.

첫째는 본질적 점증주의 의사결정 모형으로서 주로 국가기관이나 예산담당부서 많이 활용한 것으로서 이것은 사회적으로 합의된 것으로 인식되는 것 즉 이미 과거에 시행하고 있는 것을 중심으로 사업을 결정하는 의사결정과정으로서 보수적이며, 안정적이다.

둘째는 합리적 의사결정모형으로서 포괄적 합리적 모형과 제한적 합리적 모형으로 나누어진다. 논리적 근거를 중심으로 모든 제안된 대안이나 의견에 대하여 그 내용을 모두 비교하여 파악함으로써 최적 대안을 선택하는 과정을 거친다.

구성원이 작은 한국청소년개발원과 같은 조직의 의사결정은 합리적 의사결정과정을 통하여 모든 조직구성원들이 개발원의 주요 사업에 대한 대안 선택의 과정을 제시함으로써 내부PR의 효과를 극대화 가능하다.

40)백상기, 전개서, p.86.

4. 사업형태의 개선

한국청소년개발원이 수행하는 청소년 관련 활동은 크게 연구과제와 사업과제로 나누어지며 사업의 형태도 연구보고와 세미나, 워크샵 등 행사로 나누어진다.

개발원 활동내용의 홍보방법도 사업형태에 따라 출판과 행사홍보 등으로 나누어지나 주로 보고서형태와 정기간행물인 계간지형태의 인쇄매체이다.

그러나 조직의 외부적 환경은 끊임없이 변화하고 있으며, 여기에 맞추어 사업형태나 홍보방법도 지속적인 변화를 가져와야 한다. 이것은 인쇄매체가 PR용으로 적합하지 못하다는 것이 아니라 인쇄매체중에서도 여러 가지 다양한 형태의 인쇄물을 고객에게 제공해야 함을 의미하며, 더불어 대중적 인지도가 높은 대중매체 등의 활용도 지속하 해야함을 말한다.

예를들어 연구보고서에 대한 지속적인 발표, 행사에 대한 대중적 참여유도, 타청소년관련기관과의 협동적 활동수행 등이다.

특히 한국청소년개발원에서 서버하고 있는 청소년정보마당이나 자원봉사센터의 활동등은 PR매체들의 포괄적 참여를 유도할 수 있는 좋은 사업이라고 볼 수 있다.

또한 청소년관련 연구과제 수행에 있어서 실천성이 높은 과제에 대해서는 예를들어 ‘청소년카드제’ 등은 이미 유럽에서는 그 인지도가 높아 그 발행기관에 대한 PR효과가 크다.

따라서 본문3장에 제시된 72가지의 구체적 사업들은 실천성 높은 사업들로서 지금까지의 연구중심에서 실천지향적으로 바뀌어 감을 말하여, 여기에는 조직체계 및 내부구성원 그리고 한국청소년개발원의 이미지 형성등과 연계된 PR체계의 구성이 필요하다.

참고문헌

- David Bernstein, 최재현 역, 1994, 기업이미지관리 어떻게 할 것인가?, 서울:(주)이미지관리소
- J.V.페블릭 저, 윤희중 역, 1991, PR연구방법론, 서울:탐구당
- James E. Grunig Todd Hunt, 박기순외 2인 공역, 1996, 현대PR의 이론과 실제, 서울:탐구당
- 강일권, 1987, '병원 PR에 관한 연구', 영남대학교 경영대학원 석사학위논문
- 김기선, 1983, '사회복지사업 홍보활동, 이에대한 제언-기관지중심으로 한 조사연구-', 사회복지 83 겨울, 사회복지법인 한국사회복지협의회.
- 김원주, 1994, 경영학원론, 서울:경문사
- 김인철, '기업 C.I.P에 있어서 Image Criteria에 관한 연구',
- 김정기 편저, 1983, 실천PR, 서울:도서출판 전예원
- 루드비히 폰 버틀란프, 현승일 옮김, 1990, 일반체계이론, 서울:민음사
- 맥케일·원달, 임상원역, 1987, 커뮤니케이션 모델, 서울:나남출판
- 박창규, 1993, '군홍보활동 현황과 발전방향에 관한 연구', 연세대학교 행정대학원 석사학위논문
- 백상기, 1993, PR론, 서울:형설출판사
- 서봉철·김영택, 1994, '중소기업의 CIP전략에 관한 연구', 숭실대학교 중소기업대학원 논문집(제5집)
- 서울시정개발연구원, 1994, '서울시 홍보기능 활성화 방안', 시정연 94-R-23호, 서울시정개발연구원
- 알렉시스턴.김규 역, 1989, 메스커뮤니케이션 이론과 연구, 서울:나남
- 야마노우치 테루오, 조성락 옮김, 1993, 21세기 기업이살아남는길, 서울:매일경제신문사
- 에드가사인, 박재호 번역, 1982, 현대조직심리학, 서울:탐구당
- 엘머 G. 레더먼 지음, 전민식 옮김, 1988, 창조적PR작전, 서울:

언어와문화사

- 유종혜, 1988, 현대조직관리, 서울:박영사
- 이무열, 1992, '호의적인 기업이미지 형성을 위한 기업광고의
방향설정에 관한 연구-서울지역 대학생을 중심으로-', 중앙
대학교 신문방송대학원 석사학위논문
- 이효일, 1990, 'Corporate Identity(CI)에 관한 일연구', 성신여대
산업미술연구
- 정병직, 1988, '시민참여 제고를 위한 행정PR에 관한 연구-충주시
행정을 중심으로-', 청주대학교 대학원 석사학위논문
- 정종인, 1991, '기업의 효율적 신문홍보를 위한 이벤트 전개 방향
고찰 -백화점이벤트 보도 성향 분석 중심으로-', 고려대학교
정책과학대학원 석사학위논문
- 정효숙, 1990, '외래관광객 유치를 위한 효과적 홍보방안에 관한
연구', 경희대학교 경영대학원 석사학위논문
- 조병호, 1995, 'CI계획에 의한 지역활성화', 지방자치경영연구
제1권 제1호.
- 진유근, 1986, 기업과사회-경영환경론-, 서울:경문사
- 차혜경, 1994, '행정홍보의 활성화 방안에 관한 연구-대구직할시를
중심으로-', 연세대학교 행정대학원 석사학위논문
- 채수명, 1993, '기업이미지와 기업문화 정착방안(상)-국기업이미지와
기업문화에 대한 인식 전환-', 경영계 190호 1993년 11월호,
한국경영자총협회
- 채수명, 1993, '기업이미지와 기업문화 정착방안(중)-국내기업 CI
평가사례와 정착방안-', 경영계 191호 1993년 12월호, 한국
경영자총협회
- 최윤희, 1992, 현대PR론, 서울:나남출판
- 편의상, 1992, 기업과 나 그리고 기업문화, 서울:도서출판웅마나
- 홍기선, 1984, 커뮤니케이션론, 서울:나남출판

부록 1. 한국청소년개발원 출판물 목록표

'89	한국청소년의 오늘과 내일
"	무직 미진학의 청소년 실태와 정책과제
"	청소년 수련원 건립을 위한 연구
"	청소년 관련 문헌목록 발간사업 보고서
"	이촌 청소년의 도시정착 과정에 관한 연구
"	청소년 생활체육 프로그램 개발의 기본방향에 관한 연구
"	청소년 정책의 파급 효과분석
"	청소년 연구를 위한 모델탐색
"	청소년 일상생활 공간에 관한 심리사회적 고찰
"	지역중심 청소년육성 모형개발을 위한 실태 조사연구
'90	요보호 청소년 지원방안 연구
"	미진학 미취업 청소년을 위한 종합대책연구
"	청소년 관련 법령상 주요규정 분석연구
"	청소년관계 법령집 I,II
"	어른들은 청소년을 어떻게 생각하는가
"	부모교육 프로그램(1 - 5)
"	청소년문화(국문)
"	청소년문화(영문)
"	청소년 전용놀이마당의 발전방향에 관한 연구
"	청소년 문제행동 진단을 위한 조사연구

'90	청소년 유해환경의 실태와 대책에 관한연구
"	한국청소년 중장기 종합계획 연구
"	청소년 문제행동의 실태 및 대책
"	외국의 청소년정책에 관한 연구
'91	청소년 수련거리 실태조사 및 개발방향에 관한 연구
"	청소년 상담사업 활성화 방안연구
"	청소년을 위한 대중매체 연구
"	청소년 관계제도 개선방안에 관한 연구
"	청소년단체 육성방안에 관한 연구
"	청소년 수련터전 실태조사와 소요실태 분석에 관한 연구
"	청소년지도자 양성방안 및 교육과정 개발에관한 연구
"	북한청소년 연구
"	청소년 활동동기 부여방안
"	청소년 수련활동 참여시간 확보 방안연구
"	청소년 건전성장을 위한 국민참여 방안연구
"	한국청소년의 실태와 문제
"	청소년 관계제도 연구자료집
"	외국의 청소년 단체
"	소년 비행의 국제비교
"	아동의 삶에 관한 논쟁점과 해답

'92	가정지도 편람 I
"	청소년수련 지구 및 전용활동 지역 운영에 관한 연구
"	청소년
"	가출청소년 연구
"	청소년 생활 실태 및 의식조사 연구
"	남북한 청소년 교류 방안에 관한 연구
"	청소년 통일 의식에 관한 연구
"	한국청소년개발원 중장기 발전계획
"	청소년 수련사업에 대한 민간의 참여 및 투자확대 방안연구
"	청소년 단체의 지역중심 활동 방안연구
"	자방자치제하 청소년 행정체계의 활성화 방안연구
"	청소년 관계법령 및 제도보완 연구
"	가출 청소년의 예방과 대처방안
"	민족정체성과 남북한 청소년
"	문화권 탐방활동
"	비들산 체험활동
"	예술 감상활동
"	아름다운의 세계
"	독서교실활동
"	손에는 책을 마음에는 꿈을

'92	수련활동 전산뱅크제 실시방안 연구
"	정학,퇴학 청소년 선도방안 연구
"	명절쇠기 활동
"	도시농촌 교환봉사 활동
"	역사연극 활동
"	청소년지도자 연수과정 개발연구
"	청소년 심리학
"	청소년 문화론
"	청소년 문제론
"	청소년 지도론
"	인간관계 수련활동
"	전통문화활동
'93	청소년 보호육성 시민운동 사례집
"	북한청소년 생활
"	청소년수련활동 실태조사 연구
"	외국의 청소년 복지정책 연구
"	청소년 가정지도 실태와 지도방안에 관한 연구
"	한국의 청소년지표(청소년 생활지표개발연구)
"	청소년 국토탐사 활동
"	청소년 안전사고 대비훈련 활동

"	청소년 민족놀이 교실활동
"	청소년 호연훈련활동
"	청소년 자연농장 활동
"	청소년 모의 지방의회 활동
"	청소년 수상훈련 활동
"	신세대 청소년을 위한 토론광장
"	청소년 호연 훈련활동 자료집
"	수상 안전과 구조
"	민속놀이 이야기
'93	안전지킴이
"	그림 그리 듯 떠나는 여행
"	사랑으로 가꾸는 작은 농장
"	청소년지역사회 명사만남 활동
"	청소년 노래광장 활동
"	청소년 놀이한마당 활동
"	부모와 함께하는 역할놀이 활동
"	청소년 환경캠프활동
"	청소년 역사 인물 기행
"	가정지도 편람Ⅱ
"	청소년 복지론

93	청소년 관계법과 행정
"	청소년 활동론
"	수련활동 기록부 전산망 개발연구
"	청소년 수련광장(종합평가보고서)
'94	청소년발달과 지역사회 참여
"	청소년육성관련 정책개발 및 연구 I
"	청소년육성관련 정책개발 및 연구 II
"	독일통일과 청소년
"	청소년기 가족문제
"	-한국의 청소년지표 개발연구-1994 한국의 청소년지표
"	주요 외국의 청소년 활동정책
"	소년교정기관에서의 상과벌 -(비행청소년 교정 프로그램의 실태와 개선 방안 연구) -
"	청소년 모의법정 활동
'94	우리악기 익히기
"	청소년 전통문화 사랑방활동(5중)개발보고서
"	청소년가치관 정립활동 수련거리 개발 보고서
"	청소년 바른시민 생활활동 수련거리 개발 보고서
"	청소년 환경살리기활동수련거리 개발보고서
"	지역사회 봉사활동 개발보고서

94	청소년 정신건강 활동 개발보고서
"	청소년 수련거리 개발 기본계획(Ⅰ)
"	우리 노래 익히기
"	우리 춤 익히기
"	우리 극 익히기
"	우리 풍속 익히기
"	가치관 정립 활동
"	바른시민생활 활동
"	환경살리기 활동
"	지역사회 봉사활동
"	청소년 정신건강 활동
"	청소년 전통문화 사랑방
"	'94 청소년 수련광장 사업보고서
"	집단지도론
"	프로그램의 개발과 운영
'95	비행청소년 선도방안 연구
"	비행유형별 지침서
"	청소년 이성교제의 실태에 관한 연구
"	도범청소년 포상제도 연구
"	북한청소년 생활의 심층연구

95	개방화 추세에 대비한 청소년육성의
"	가족캠프활동 개발보고서
"	생활법률 이론적 기초
"	청소년 축제와 전통문화
"	청소년과 지역사회 참여
"	영상음악 캠프활동 개발보고서
"	국제교류 준비활동 개발보고서
"	국제교류 준비활동
"	지역사회 공개토론활동
"	전통 축제 한마당 활동
"	생활법률 이해활동
"	가족캠프활동
"	가정수련활동 운영모형개발
"	학교수련활동 운영모형개발
"	청소년 수련시설의 수련거리운영
"	청소년과 지역사회
"	청소년 기관운영
"	영상음악 캠프활동
"	한국청소년의 세계화 수련에

95	청소년 비행개념 규정에 관한 연구
"	청소년 비행 억제인식과 비행
"	청소년 여가 제약요인에 관한 연구
"	청소년 스트레스 대처방식
"	북한청소년 단체활동에 관한 연구
"	청소년복지 간접 자본개발에 관한 연구
"	청소년의 폭력에 관한 의식 및 실태
"	청소년 국제교류 활성화 방안
"	청소년 PC통신 이용실태에 관한 연구
"	청소년 창안공모 수상작 모음
'96	청소년 자원봉사 활동조사 연구
"	청소년 자원봉사 활동 어떻게 할 것인가?
"	1급 청소년 지도사 과정 연수교재

정 기 간 행 물

저 자	논 문 제 목
한 준 상	교육학분야에서의 청소년연구 동향과 과제
김 준 호	사회학 분야에서의 청소년비행연구 동향과 과제
정 영 윤	심리학 분야에서의 청소년연구 동향과 과제
이 윤 구	청소년현장
정 진 홍	무엇이 우리청소년의 정신을 황폐시키는가?
최현외3인	지역중심 청소년육성 모형개발을 위한 실태조사연구
한 승 희	청소년연구를 위한 모델탐색
김 형 모	상담편지로 본 십대들의 고민
차 광 선	청소년단체의 활동과 과제
이 해 연	프랑스정부의 청소년 지원활동(상)
최 윤 진	청소년문제와 학교교육
이 종 원	한국인의 청소년기 사회화과정 연구
김 성 이	사회복지학 분야에서의 청소년연구 동향과 과제
이 학 래	체육학 분야에서의 청소년연구 동향과 과제
이 길 홍	정신의학 분야에서의 청소년연구 동향과 과제
김경녕·이광호 노 력·이혜정	요지원 무직·미진학 청소년의 실태와 정책과제
최 현	청소년 정책의 파급효과 분석
이 용 교	이혼 청소년의 도시정착 과정에 관한 연구
이 명 숙	청소년 일상생활 공간에 관한 심리·사회적 고찰
이 윤 구	아동의 권리에 관한 국제협약
안 재 정	청소년 선도의 현장과 의식구조의 변화
이 해 연	프랑스 정부의 청소년 지원활동(하)
진 덕 규	한국의 청소년문제에 관한 정치학적 인식
유영주·김진숙	가정학 분야에서의 청소년연구 동향과 과제
최 창 십	신문방송학 분야에서의 청소년연구 동향과 과제
함 병 수	비진학·미취업을 위한 종합대책 연구
이 춘 화	사회봉사명령제도의 효율성 분석연구
이 윤 구	90년대 청소년의 세계와 한국의 과제
이 종 각	광산지역의 환경과 청소년의 생활모습
박 명 윤	청소년 약물남용 실태와 대책
강 대 근	청소년 정책의 효율적 수행을 위한 제언

저 자	논 문 제 목
이 순 형	사회적 불평등에 대한 청소년의 인지
최 현	한국청소년의 연령별 불평등과 과제
이 덕 주	한국청소년의 성적 불평등과 과제
한승희 · 이용교	어른들은 청소년을 어떻게 생각하는가
도종수 · 이장호 임상숙 · 김영아	청소년 유해환경의 실태와 대책에 관한 연구
최윤진 · 구창모 정문성	청소년 문제행동 진단을 위한 조사연구
장 일 순	독일 청소년연구의 동향과 과제
이 광 호	한국 교육체제 재편의 구조적 특성
윤용탁 · 도경환	청소년의 정치적 태도에 관한 연구
강 문 규	한국의 청소년과 청소년 단체
신 동 호	청소년 범죄와 그 문제점 분석
이 용 교	가출청소년과 비가출청소년의 긴장과 대처양식
조 혜 정	청소년의 평등한 삶을 위한 과제
정 환 규	학교교육과 불평등문제
김정명 · 이종원 노 백	청소년전용 놀이마당의 발전방향에 관한 연구
천 정 응	사회주의권 청소년단체의 정치사회화
정준성 · 구경화	청소년의 도덕적 사고와 도덕적 행동의 관계연구
이 태 원	청소년 비행의 원인
이순영 · 이장이	청소년이 사용하는 방어양식과 관련변수
이 종 복	청소년의 성적학대에 관한 연구
심 정 택	도시청소년의 지위집단별 비행요인 분석
	21세기를 향한 한국청소년 정책
최 현	제17회 세계잼버리 참가자 조사연구
김 현 리	청소년과 해양활동
이 종 원	아시아 · 태평양 제국의 청소년단체와 그 역할
이 봉 철	인권, 청소년, 그리고 청소년권
표 시 열	청소년 기본권의 중요과제
최 윤 진	학생청소년 권리의 내용과 그 제한 근거에 관한 고찰
박 태 영	육아시설 사회화에 관한 연구
이 옥	청소년기 한국여학생의 직업희망과 관련된 가정환경 요인
김성일 · 최명숙	청소년을 위한 도덕교육
박 성 희	북한 청소년정책에 관한 연구

저 자	논 문 제 목
노 혁	청소년 전화상담에 관한 경험적 고찰
김 문 성	거주환경과 청소년비행의 관계 연구
박명윤 · 구창모 최인섭 · 이광호	청소년 수련거리 실태조사 및 개발방향 연구
최현섭 · 이용표 이준화 · 정병오	청소년 상담사업 활성화 방안 연구
도종수 · 이광호 구정화 · 박정화	청소년 수련터진 실태조사와 소요실태 분석에 관한 연구
박 명 윤	청소년의 사회참여 및 봉사활동
정 하 성	청소년 육성을 위한 종교시설의 활용방안
천 정 응	청소년 및 가정을 위한 종합서비스법(안)
박 명 윤	청소년의 식생활 양상
이 용 숙	한국 중등학교 문화의 특성
원 석 조	자본주의사회와 청소년문제
추 병 완	청소년 통일교육의 전개 방향에 관한 연구
박종주 · 김성관 손흥기 · 심대섭	한국 청소년의 도덕성 · 공익성 실태분석 연구
함병수 · 천정응 황진구 · 황진구	청소년단체 육성방안에 관한 연구
최용진 · 정문성 김영진 · 이명아	청소년지도자 양성방안 및 교육과정 개발에 관한 연구
한승희 · 노혁 이혜연 · 맹영일	어른을 보는 아이들의 인식에 관한 조사 연구
양 승 국	도움이 필요한 청소년들을 위한 청소년 사업 고찰
한 영 택	함께 잘 사는 인류사회를 위하여
천 정 응	청소년 및 가정을 위한 종합서비스법(안)
이 광 호	청소년 유해환경과 규제의 정당성
서 동 인	청소년의 친구관계
나 동 석	비행청소년의 사회적 지지망에 관한 연구
한 승 희	확률모델로서의 진로교육에 대한 비판적 고찰
박 성 희	청소년문화에 대한 인류학적 접근
최 현 섭	한국청소년의 민주주의 문맹 현상
함병수 · 천정응 황진구 · 김재홍	청소년관계제도 개선방안에 관한 연구
김정미 · 임삼숙 송미라 · 윤혜영 오수근	청소년활동 동기부여 방안 연구
한승희 · 노혁 이혜연 · 맹영일	청소년 수련활동 참여시간 확보방안 연구
이영애 · 채연희 이선경	대구시 여자고등학교의 진로교육 요구조사

저 자	논 문 제 목
이 영 숙	북한청소년에 대한 연구 동향
이 찬 우	전라북도 시·군 청소년 상담실의 개선 방안
최은규·김호순 김정주	청소년지도자 연수운영 개선방안
이 광 호	청소년의 건전육성과 유해환경의 자율규제
차 경 수	청소년학 연구의 성격과 학문적 발전의 과제
최 윤 진	청소년 연구영역의 탐색
장 석 민	민족문화와 청소년문화 정책의 방향
추 병 완	청소년의 환경보전 의식에 관한 조사연구
도종수·이광호 정문성·김형운	청소년수련지구 및 전용활동지역운영에 관한 연구
함병수·이종원 황진구·신삼철	수련활동전산뱅크제 실시를 위한 기초 조사연구
황장순·박수경	청소년 수련사업에 대한 민간의 참여 및 투자 확대방안 연구
한승희·노 역 한석실	청소년 독서교실활동
구광모·이은화 최관기	청소년 문화권 탐방활동
박 명 윤	근로청소년들의 흡연실태에 관한 조사연구
정 일 교	한강시민공원에서 청소년사업에 관한 연구
이 용 교	성적으로 학대받는 아동을 어떻게 도울 것인가
이 종 원	청소년연구의 사회구조적 접근
조 난 심	전통의 의미와 가치관 교육의 방향
민 무 숙	고교생 또래문화의 지역간 차이에 관한 연구
이영숙·천정웅 김정준·지은민	청소년단체의 지역중심활동 방안 연구
박성희·박경선	청소년의 통일의식에 관한 연구
최윤진·김혁진 최준희	청소년 지도자 연수과정 개발연구
송광성·구정화 김현숙	도시농촌교환 봉사활동
구광모·이은화 강영숙	청소년 바들산 체험활동
이 광 호	청소년 보호육성을 위한 시민운동과 입법화의 사례연구
천 정 응	청소년지표 1991-미국 청소년복지의 추세-
조 용 환	청소년연구의 문화 인류학적 접근
박 광 배	청소년 조사 연구의 재검토
김정명·김홍규 김중영	청소년의 선호도에 기반한 수련활동시설의 유형구분 및 이용실태에 관한 연구

저 자	논 문 제 목
백경임·서동연	성별과 학년에 따른 청소년의 친구관계
도종수·정문성	청소년 생활실태 및 의식조사 연구
송광성·구정화	정학 퇴학 청소년 선도방안 연구
이용교·이혜연	역사 연극 활동
정 명 희	민속놀이 프로그램 구안 적용을 통한 공동체 의식의 함양
한 명 섭	서울 YMCA 청소년 쉼터의 프로그램 평가연구
중세권·조애저	가족의 변화 : 그 관점과 쟁점
한 남 제	한국의 산업화와 가족기능의 변화
허 영 식	독일의 통일과 이에 비추어 본 정치교육
안 병 철	라이프 코스 연구에 관한 일 고찰
이 지 혜	청소년 수련시설의 수련거리 운영현황에 관한 조사연구
최윤진·이용교 신선미	청소년 가정지도의 실태와 지도방안에 관한 연구
이영숙·이종원 장진주	외국의 청소년 복지정책 연구
한승희·노 혁	국토탐사활동
한승희·이춘화	자연농장활동
이 용 교	청소년 건전육성을 위한 새동경도 행동계획
신 익 현	외국의 미성년자 근로실태
이 광 규	한국사회의 가족주의 전통과 그 변화
함 인 회	가부장제의 현대적 변용과 가족위기
최인화·김두정	학생처벌규정;법리,문제점,개선방향
이 성 식	구조적·문화적 특성의 차이를 통한 청소년비행의 원인고찰
배 제 현	청소년기의 분리-개체화에 관한 일 연구
정 문 성	청소년의 전화이용실태 조사연구
송광성·박성희 정문성·김경훈	청소년 수련활동 실태조사
한승희·구창모	수상훈련활동
함 병 수	'93 청소년 수련광장
이 회 연	청소년 또래문화 조사연구
전 명 기	청소년정책 입안을 위한 고려 요소
유 영 주	한국가족의 역할
안 병 철	현대사회와 성 역할

저 자	문 제 목
김 홍 주	한국의 가족문제와 가족복지의 방향
박 철	청소년의 외제품 소비실태와 그 영향요인에 관한 연구
이 완 수	청소년 비행 연구의 통합적 이론 모형
구 정 화	청소년의 자기평가에 관한 조사 연구
송광성·박성희 정문성·김정준	북한청소년 생활
한승희·노 혁	안전사고 대비 훈련활동
함병수·김정주 신상철	청소년수련활동기록부 전산망 개발
원 영 준	미국 한인사회의 변화와 한인청소년의 생활과 문제
이 중 원	청소년 의식의 국제비교
김 재 인	세계화를 위한 남녀 평등교육
이 혜 영	학력주의와 청소년의 삶
김 성 천	한국 가족복지정책의 현황과 문제점에 관한 연구
고성태·한유진	편모가정청소년의 가정환경에 대한 지각
이영숙·고성태	청소년기 가족문제
한승희·정희옥 이혜연	지역사회 봉사활동
한승희·이완수 이춘화·송선희	가치관 정립활동
이 용 교	한국과 일본의 청소년 장기계획
도종수·이광호 전명기·구정화	신세대 특성 이해를 위한 의식조사연구
김혁진·김정주	청소년관련 정보의 수집과 활용방안
최 인 화	학생의 적법절차 권리에 대한 법교육
천 정 응	세계청소년지표(1970-1990)
김 선 업	한국사회의 지역문제와 청소년
노 혜 련	아동권리 국제협약 및 세계정상 행동계획의 국내 이행상황에 관한 연구
송 명 자	정직성의 본질과 정직성 교육에 관한 고찰
구 태 익	<중요도-성취도>분석에 의한 청소년수련시설기준에 관한 연구
허철선·이광호	중국 조선족 민족교육의 발전 특성과 위기에 대한 재고찰
최윤진·이용교	소년 교정기관에서의 상과 벌
한승희·구창모	청소년 수련거리 개발 기본계획(I)
이 춘 화	범죄화 형벌에 관한 청소년 의식 조사연구
김 영 지	가출청소년의 삶과 문화에 대한 생애사적 연구

저 자	논 문 제 목
노 혁	청소년 전화상담의 효율성 제고방안 연구
김 혁 진	영국의 지역 청소년정보센터 설명서
최 종 현	도시화와 청소년 문제
이 덕 규	한국사회의 변화와 청소년 정치교육의 방향모색
손승영 · 김용학	청소년의 유형집단분류와 집단간 차이 분석
노 혁	청소년복지를 위한 교회자원의 활용방안에 관한 연구
한승희 · 원정웅	주요 외국의 청소년활동 정책
한승희 · 이완수 이춘화 · 송선희	청소년 환경살리기 활동
한승희 · 노 혁 황진구 · 송선희	전통문화 사랑방활동
후지사키 이고코	일본 교육의 문제와 전망
원 영 준	미국의 자원봉사 활동과 청소년 자원봉사 활동
조 영 승	민족사상과 21세기 한민족 청소년육성
정 영 근	도아이념과 인간교육
이 성 식	학업성적과 자긍심
김 정 명	청소년의 건전육성과 체육의 역할
이 명 목	육아시설 퇴소청소년 지원방안 연구
이 병 철	미국에서 본 청소년문제와 대책
이 기 열	청소년의 영양
박 명 윤	청소년 흡연 실태와 대책
이 미 나	청소년 교육과 직업성취
조 영 달	학급문화의 중심으로서의 수업문화
이 인 규	고등학교 동아리 문화의 현실과 과제
이 광 호	한국고등교육의 제도적 구조재편의 특성
이 용 교	대학생의 친구관계에 관한 조사연구
염 동 훈	청소년 복지와 청소년 범죄
이명숙 · 이춘화 이정애	청소년 이성교제의 실태에 관한 연구
한승희 · 정희옥 황진구	가정수련활동 현장운영모형개발연구
고성혜 · 한유진	비행청소년 선도방안에 관한 연구
이 원 봉	북한청소년 생활의 심층연구
신 선 미	프랑스의 청소년 정보 · 문서센터

저 자	논 문 제 목
김 해 성	청소년의 시민의식에 관한 소고
구 창 모	청소년연구의 스포츠 사회학적 접근
조 영 달	한일 청소년의 경제의식 비교 연구
강 세 현	한국의 문화적 전통과 소년비행의 양산
천 정 응	지구촌 환경문제와 청소년 참여동향에 관한 연구
한승희·이완수 이윤화·송선희	바른시민생활활동
이영숙·이종원 황진구	1993 한국의 청소년 지표
한승희·이태연	민속놀이교실활동
한승희·황창순	청소년 모의지방의회활동
문 영 택	공격성 조정을 통한 학교의 도덕성 교육방안 탐색
김 인 숙	빈곤모자가족의 자녀문제와 가족복지 접근
김 원 동	담화적교육과 청소년교육의 방향
장 동 현	현장중심의 프로그램 계획 모형 탐색
천 정 응	청소년지표 1991-미국 청소년복지의 추세(하)
황 창 순	비영리조직과 청소년복지 : 사례연구
한 대 동	청소년 비행에 대한 사회계층론적 접근
이 옥	한국 학생청소년의 직업개념인식과 직업가치 연구
황 창 순	청소년문화와 질적연구방법론
정 문 성	일본대중문화가 한국청소년문화에 미치는 영향에 관한연구
차 경 수	미국내 한인청소년문제와 대책
권 혁 정	시험불안도에 있어서의 한국고등학생의 심리적영향요인 연구
최 현의3	요보호 청소년 지원방안 연구
구 창 모	체육환경이 청소년 비행에 미치는 영향
전 광 문	청소년범죄의 흉악화와 성범죄 원인에 관한 고찰
구 창 모	스포츠참가와 청소년비행에 관한 연구 동향 및 과제
함병수의8	청소년 전용시설 조사연구
박명운·현종민	청소년 및 교육문제에 관한 조사연구
박 철	청소년의 광고수용과 물질주의의 가치관에 관한 연구
이광호·전명기 류미경	지방자치제하 청소년 행정체계 활성화 방안 연구
천정응·김재홍	청소년관계 법령 및 제도 보완 연구

저 자	문 제 목
이영숙·신선미 이영희	명절쇠기 활동
안 치 민	사회복지 차원의 청소년문제와 사회계층
장 준 오	청소년 범죄의 사회구조적 분석
이 원 봉	세계화와 청소년문화
한승희·정희옥 이혜연	청소년 정신건강활동
구 정 화	청소년의 자기평가에 따른 스트레스 정도에 관한 연구
최 현·이종교 이준화·박옥현	청소년의 대중매체 이용실태와 활용방안
고 성 혜	어머니가 지각한 양육 스트레스에 관한 연구
고 성 호	도시화와 청소년 이탈
김 정 희	청소년과 성폭력 : 원인과 대책을 중심으로
이 광 호	청소년 유해환경 법제와 운용
이 순 형	민족정체감의 개념화와 측정에 관한 고찰
최 현	화랑도 교육이념과 수련활동에 관한 재조명
김 창 익	청소년 직업훈련생의 생활실태와 지도방안
정 진 홍	종교문화와 청소년 문화
김일순·이순영	보건학 분야에서의 청소년연구 동향과 과제
송광성·이종원 김법준·김하연	한국청소년의 실태와 문제

