

개념적 논문

PR학 연구에 관한 전환적 제안*

국문초록



박기철 | 경성대학교
광고홍보학과 교수**

PR학은 매우 복잡다단하게 일어나는 관계들을 다루는 사회과학이다. 독립변수(X)와 종속변수(Y) 간 가설을 설정하여 그 상관관계 또는 인과관계를 통계적으로 수치화하여 객관적으로 밝히기에는 그 안에서 일어나는 관계들 간의 변인들이 너무도 복잡하게 얽히고 설켜 있다. 사회과학에서는 단순화시킨 가설을 검증하기 위해 분석적 연구방법을 동원한다. 이는 사회과학보다 먼저 생긴 과학의 시조인 자연과학을 따라 하려는 것에서 비롯되었다. 하지만 20세기 이후 물리학 미술 심리학 철학 수학 문학 커뮤니케이션학 역사학 천문학 경제학 등에서 객관적 확실성에서 주관적 모호성 등을 인정하며 수용하는 흐름이 있어 왔다. PR학도 그러한 흐름에 따라 객관적 분석의 사회과학에서 주관적 해석의 사회통학으로 전환할 수 있다. 이에 양(量)적 연구와 질(質)적 연구라는 이분화 된 연구 경향에만 갇히기보다 전환적 차원에서 사고연구인 사(思)적 연구를 다원적으로 자유롭게 시도할 필요가 크다.

주제어: PR, 관계, 사회과학, PR학

* 본 논문은 경성대학교 2021학년도 연구년 지원에 의해 연구되었습니다.

** 박기철은 중앙대학교 광고홍보학과를 졸업하고 광고회사에서 AE로 근무하며 마케팅 전공으로 연세대에서 경영학 석사, 건국대에서 경영학 박사학위를 받았다. 2004년 이후 경성대학교 광고홍보학과 교수로 PR철학 기반의 브랜드 경영을 주로 연구하여 왔다. 평범한 속에서 특별한 이야기를 끄집어 내면서 2012년 9월부터 매주 국제신문에 <날말로 푸는 인문생태학> 컬럼을 500회 넘게 연재하고 있다 (E-mail: kaciy@ks.ac.kr, 주저자).

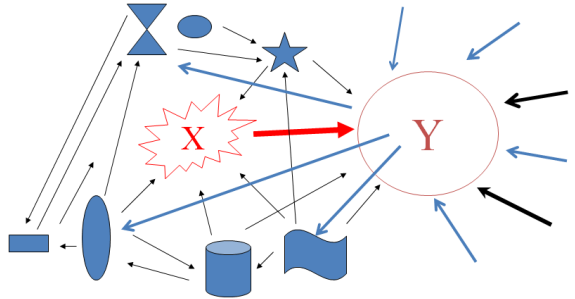
기(起): PR학에 관한 문제의 제기

널리 알리는 홍보(弘報)와 달리 PR은 관계들을 다루는 학문이다. PR학은 홍보학이라기보다 관계학이다. PR(Public Relations)이라는 단어 뜻 그대로 여러 관계들(Relations)을 다루는 학문이다. PR학은 매우 복잡다단하게 이어지고 엮여져서 일어나는 관계들을 다루는 사회과학이다. 단편적으로 연구하면 곤란하다. 밥 먹으면(X) 배부르다(Y), 술 마시면(X) 취한다(Y)와 같은 단순 가설을 설정하여 몇 숟갈 먹으면 배부르고, 몇 잔 마시면 취하는지와 같은 현상을 통계수치로 검증하거나 검증하는 식으로는 의미가 없기 쉽다. 독립변인(X)과 종속변인(Y) 간의 단순한 관계 가설을 설정하여 변인들 간의 상관관계 또는 인과관계를 통계적으로 수치화하여 객관적으로 측정하여 밝히기에는 PR은 너무나도 복잡다단하다.

PR 안에서 일어나는 변인들은 너무나도 복잡하게 엮히고 설켜 있다. Y라는 결과가 나타나거나 일어나기까지 셀 수 없이 복잡다단한 요인들이 엮히고 설켜서 발생한다. 하나의 X라는 요인에 의해 발생하는 것은 아니다. 그런데 우리는 왜 단순히 X→Y적인 틀로 수치들을 통해 가설을 검증하거나 검증하려고 할까? 그러한 식으로 복잡한 관계들을 다루는 PR학을 온전히 연구할 수 있을까? 고차원적 구조방정식 연구방법을 동원하여 직접 측정하기 힘든 잠재변수들을 복합적으로 통계처리하여 측정할 수 있을까? 즉 여러 개 종속변수를 가지는 여러 개의 회귀 모형이나 인과 모형을 써서 그 복

잡한 관계들을 모두 다 파악할 수 있을까?

본 논문은 그러한 물음에서 문제를 제기한다. 수준높은 중다회귀 통계방법으로도 감당할 수 없을 정도로 PR에서 관계들은 <그림 1>에서처럼 복잡다단하게 엮여지고 이어지며 얽히고 설켜 있다. 그러한 관점에서 전환적 연구방향을 제안하는 것이 본 논문의 연구 목적이다.



<그림 1> 얽히고 설켜 있는 복잡다단한 관계들

Y라는 결과가 나타나기까지는 X라는 하나의 변인 만이 아니라 수많은 변인들이 전제되어야 한다. 거꾸로 Y가 X 등에 영향을 주기도 한다. 서정주의 시에 따르면 한 송이 국화꽃을 피우기 위해 봄부터 소쩍새는 그렇게 울었어야 하며 천둥은 먹구름 속에서 또 그렇게 울었어야 한다. 장석주의 시에 따르면 대추가 저절로 영글어 붉어질리 없다. 태풍 천둥 벼락 번개가 몇 개나 들어 있어서 붉게 되는 법이다. 시적 문학 표현 만으로 그런 게 아니다. 세상만사 모두 다 그렇다. 그래서 기존의 연구방법으로 감당해내기 힘든 얽히고 설킨 복잡한 관계들에 관하여 무슨 연구를 어떻게 할 수 있을까? 이러한 물음을 바탕으로 복잡한 관계들을 다루는 사회

과학인 PR학에서 논문이란 무엇인지, 무엇을 어떻게 연구할 수 있는지 탐색하는 것이 본 논문의 연구목적이다. 그러한 전반적 맥락에서 본 논문의 연구내용에 어울리도록 연구문제라기보다 아래와 같은 문제의식을 가지며 연구하고자 한다.

- 문제의식 1: 20세기 이후 어떠한 패러다임 전환이 있어 왔나?
- 문제의식 2: 사회과학이 할 수 있는 전환적 연구란 무엇일까?
- 문제의식 3: 전환적 차원에서 PR학은 무슨 연구를 할 수 있나?

이러한 세 가지 문제의식들에 따라 홍보학보다 관계학 관점에서 보다 폭넓은 간제적(間題的) 사고를 하고자 한다. 어떤 문제들에 관해 좁은 범위에 두지 않고 그와 관련된 다양한 문제(題)들 사이(間) 속에서 풀려고 한다. 다양한 분야들 사이(際)를 서로 통하며 건너는 간제학(間際學)으로 저자 머릿속 생각들을 잇고 엮어 생각을 펼치고자 한다. 이는 전공분야에만 파고드는 I형 사고도 아니고, 넓게 판 후에 깊게 파는 T형 사고 만도 아니다. 파고 있는 분야에 관해 서로 잇는 H형 사고는 물론 더 나아가 분야들끼리 서로 오르내리며 왔다갔다 하는 MW형(박기철, 2021) 사유 및 사색까지 동원하고자 한다. MW형 사고란 여러 구멍들을 파서 위아래로 이리저리 왔다갔다 하는 총체적 입체적 복합적 중층적 전반적 사고다. 넓고 깊게 판 다음 서로 잇는 사고를 하면 가로질러(cross) 넘어서는

(beyond) 생각이 이루어진다. 이를 위해 기존의 문헌들을 직접적으로 참고도 하겠지만 주로 기존의 문헌들을 읽고 가지게 된 머릿 속 생각들을 잇고 엮어서 서술하고자 한다. 이를테면 다학제간 융합 연구다. 특히 PR에 관해 본 저자의 주관적 생각에 따라 나름대로의 주관적 생각에 따라 사고연구하여 온 여러 논문들(박기철, 2006 a, 2006 b, 2007 a, 2007 b, 2008 a, 2008 b, 2008 c, 2011 a, 2012 a, 2012 b, 2013 a, 2013 b, 2014, 2017 a, 2017 b, 2018, 2019)과 책(박기철, 2011)을 통해 그 글에 들어 있는 생각들도 이리저리 MW형 사고로 잇고 엮고자 한다. 그렇게 하여 기-승-전-결-제의 순서로 생각을 전개하고자 한다. 문제를 제기(起)하며, 논의를 잇고(承) 구르며(轉) 최종 결(結)론을 내며 이와 관련된 제(提)안을 하려고 한다.

승(承): 20세기 이후의 패러다임 전환

20세기를 전후로 하여 다방면에서 객관적 확실성에서 벗어나 주관적 불확실성을 인정하며 수용하는 흐름이 있어 왔다. 다음 10가지 방면에서 전환의 흐름을 설명하고자 한다.

1. 물리학

뉴턴(Issac Newton 1643~1727)의 절대역학에서 우주는 완전무결한 정밀체다. $F=ma$ 로 대표되는 힘의 공식은 세상이 어떻게 움직이는지 정확하게

설명할 수 있다. 질량이나 위치와 속도 등을 예측할 수 있다. 그러나 20세기 초반에 들어섰을 때 그러한 공식은 깨지고 말았다. 현실세상에서는 맞지만 초미립자 미시세계에서는 들어맞지 않았다. 그래서 20세기 초에 절대역학과 차원이 다른 양자역학이 대두되었다. $H\psi=E\psi$ 라는 공식도 생겼다. 원자핵을 도는 전자의 이상한 움직임을 연구하다 나온 양자(Quantum)는 정수의 에너지 덩어리 값을 가진 비가시적 존재다. 원자(Atom) 속 전자는 입자인지 파동인지 불명확하다. 위치와 속도를 측정할 수 없다. 어디 있는지 정확히 알 수 없다. 구름 거품 안개 불꽃처럼 보이는 궤도스러운(orbital) 혼적에 걸쳐진-포개진-펼쳐진 상태로 확률적으로 존재하기 때문이다. 현대물리학마저도 인과적 결론을 포기한 것이다. 전자 기반의 현대문명은 객관적 측정이 불가능한 양자론 양자역학 양자물리학 기반 위에 있다. 정확성을 모토로 하는 과학이 정확성을 버린 일대전환이었다. 이러한 물리학은 철학에도 지대한 영향을 미쳤다(HeisenBerg, 1959).

2. 미술

문예사조는 주로 미술의 역사를 통해서 그 흐름을 알기 쉽다. 미술의 역사는 온통 개혁과 반동의 역사다. 어떤 미술적 경향이 지배적 보편적 절대적인 것으로 자리잡을 즈음에 이에 반발하는 경향이 생겨난다. 르네상스 이후 바로크 시대→로코코 시대→고전주의→낭만주의→사실주의→자연주의→표현주의 등과 같은 흐름이다. 20세기 전후에 등장

한 인상주의는 미술의 획기적 전환이었다. 신화적이거나 신앙적 스토리인 서사를 객관적으로 원근법에 따라 그리는 전통을 탈피하게 된 것이다. 그리하여 미술이라는 일이 객관적 대상의 묘사로부터 주관적 인상의 표현으로 바뀌었다. 인간이라면 누구에게나 객관적으로 보이는 대상을 그리는 것이 아니라 보이는 대상으로부터 각자의 개인적 주관에 따라 나름대로 받은 인상을 나타내는 것으로 미술의 주류가 180도 바뀐 것이다. 동시대미술(Contemporary art)로 일컬어지는 현대미술은 그러한 인상주의의 지속적 연장이다. 결국 인상주의로부터 잉태되어진 현대미술은 객관성을 내던져 버리고 주관성 토대 위에 선 것이다. 주관적인 아이디어 자체가 미술이 되는 개념미술까지 오게 되었다(전영백, 2019). 미술의 다양성이 커진 것이다.

3. 심리학

우주 과학자들에 의하면 우주는 물질과 다른 반물질이나 암흑물질, 에너지와 다른 암흑에너지로 이루어져 있다. 오감으로 인식되는 물질 세상과 에너지 세계에 사는 인간에게 인간의 오감으로 인식되지 못하는 대칭적 세상이 있다는 가정이다. 인간은 우주의 축소판이라고 한다. 인간의 마음에도 의식과 대립되는 무의식이 있다는 가설은 이제 기정사실이 되었다. 인간의 지성에 의한 과학주의가 무르익으며 인간의 이성적 의식이 정설로 여겨질 무렵에 프로이트(Sigmund Freud 1856~1939)는 무의식이라는 혁신적 개념을 내세웠다. 인간의 정신을

분석하여 보니 오직 겉으로 드러나는 의식 만으로 는 인간의 마음을 다 알 수 없다고 여겼다. 의식의 아래에 깔려 있는 무의식은 인간 심리의 흐름을 저변적으로 좌우한다는 것이다. 물론 무의식이라는 것이 실제로 존재하느냐는 해묵은 논쟁거리이기도 하다. 하지만 인간의 무의식을 가정하고 세워진 현대심리학은 객관적으로 명료하게 표출되는 의식 만을 연구하는 게 아니라 주관적으로 혼돈스러운 잠재된 무의식까지 헤아리고 있다(Johnson, 2018).

4. 철학

형이상학적 본질인 플라톤(Plato BC 428~348)의 이데아로부터 기원한 서양철학은 인간의 완전한 이성에 기반했다. 그 귀결은 네 명의 게르만 철학자들로 인해 이루어졌다. 칸트(Immanuel Kant 1724~1804)는 인간 이성의 한계를 비판하면서 완벽한 이성을 추구했다. 헤겔(Georg Wilhelm Friedrich Hegel 1770~1831)은 정반함으로 완성되어 가는 절대적 이성 관념을 세웠다. 후설(Edmund Husserl 1859~1938)은 객관적으로 드러나는 현상으로 인간의 이성적 의식을 알려고 했다. 이에 니체(Friedrich Nietzsche 1844~1900)는 이성을 망치로 내려치듯 격파했다. “신은 죽었다”는 그의 직설적이며 저항적 주장은 인간 이성 해체의 극적 선언이었다. 20세기 이후 전개되는 포스트모더니즘 철학은 결국 니체 철학의 연장이라고 해도 과언이 아니다(Robinson, 1995). 그렇게 하여 니체는 그의 사후 100년을 온통 뒤흔들

었다(김상환 외, 2000). 즉 푸코(Michel Foucault 1926~1984)와 같은 21세기 철학자들의 공통적 맥락은 반이성주의다. 하나의 완벽한 이성을 벗어나며 객관적으로 인정되는 하나의 합리적 이성보다 부족하더라도 주관적 다양성을 폭넓게 수용하고 있다.

5. 수학

유클리드(Eukleides BC 365~275) 기하학 원론에서 다섯 번째 공리는 평행선 공리다. 직선 밖의 한 점을 지나면서 이 직선에 평행한 직선은 하나 뿐이다. 그래서 삼각형 내각의 합은 180도다. 이처럼 당연한 진리로 여겨지는 평행선 공리를 부정하는 기하학이 생겼다. 직선 밖의 한 점을 지나면서 이 직선에 평행한 직선은 무수히 많다. 그래서 삼각형 내각의 합은 180도보다 작다. 말 안장처럼 오목한 쌍곡 공간에선 그리 된다. 리만(Bernhard Riemann 1826~1866)이 정반대 관점에서 또 뒤집었다. “직선 밖의 한 점을 지나면서 이 직선에 평행한 직선은 하나도 없다!” 그래서 삼각형 내각의 합은 180도보다 크다. 둥그런 지구처럼 볼록한 타원 공간에선 그리 된다. 리만이 정립한 비유클리드 기하학은 과학자들에게도 문화적 충격을 주었다(고석구, 2006). 드디어 아인슈타인은 중력에 의해 시공간이 휘어지는 일반 상대성원리에 리만 기하학을 응용하였다. 이천년 넘게 완전한 절대 진리로 인정되던 유클리드 기하학이 깨부쉈진 것이다. 이렇듯 객관적 엄밀성을 확실하게 추구하는 수학에서도 절대적 공리를 포기하였다. 포기하게 되자 수

학은 오히려 수준이 더욱 고등하게 되었다.

6. 문학

문학의 한 장르인 소설은 대개 사건의 흐름인 스토리를 서술한다. 시에서도 사건의 흐름인 스토리를 서술하는 서사시(敍事詩)가 있다. 소설이든 시든 어떤 특정한 사건의 흐름을 이야기화하는 서사문학은 정통 문학이다. 그런데 사건의 흐름이 아니라 의식의 흐름을 다루는 문학기법이 나타나게 되었다. 원래 심리학 용어였던 의식의 흐름이 문학의 기법이 된 것이다. 순차적 시간에 구애받지 않고 소설 속 인물의 주관적 내면에 있는 의식의 흐름을 서술한다. 싱클레어(May Sinclair 1863~1946)는 문학계에서 의식의 흐름이라는 용어를 처음 사용한 것으로 그녀의 작품 『기이한 이야기』에 저자 소개 되어 있다(Sinclair, 1923). 의식의 흐름 기법을 사용하여 조이스(James Joyce 1882~1941)는 『율리시즈』, 프로스트(Marcel Proust 1871~1922)는 『잃어버린 시간을 찾아서』라는 소설작품을 발표했다. 현대소설은 객관적으로 확실히 일어난 사건만이 아니라 주관적인 의식이나 잠재된 무의식도 다룬다. 세상의 외적 사건보다 인물의 내적 실존에 초점을 맞추는 것이다. 문학에서 이러한 주관적 서술 경향은 더욱 확대되고 전위적(Avant-garde) 예술 등에 큰 영향을 미쳤다.

7. 커뮤니케이션

관념론보다 실용론에 치중했던 미국은 커뮤니케이션학에서도 실용주의(progmatism)에 치중했다. 초기 커뮤니케이션 이론인 라스웰(Harold Lasswell 1902~1978)의 SMCRE 이론은 발신자(Sender)-발신 내용(Message)-발신통로(Channel)-수신자(Receiver)-발신효과(Effect)에 관한 체계다. 호블랜드(Karl Hovland 1912~1962) 학파에서도 어떻게 커뮤니케이션하면 설득 효과를 높일 것인지에 관해 연구했다. 주류 커뮤니케이션학인 설득 커뮤니케이션이다. 하지만 비주류 커뮤니케이션학인 비판 커뮤니케이션(김지운 외 2011)은 다르다. 이는 커뮤니케이션 효과만 올리려는 목적에서 벗어나 과연 그러한 커뮤니케이션 효과를 이루려는 목적 자체가 옳은지 아니면 비탄(非難)하기보다 견주어 비판(批判)한다. 가령 광고홍보 효과를 높이려는 목적보다 목적 자체의 온전성을 따진다. 윤리적 철학적 거시적 총체적 차원에서 커뮤니케이션을 논한다. 유럽에서 기원했다. 독일 프랑크푸르트 사회연구소 소장이던 호르크하이머(Max Horkheimer 1895~1973)가 주축이 된 프랑크푸르트 학파로부터다. 이에 기술적 효과성만을 통계적으로 따지는 설득 커뮤니케이션은 미시 커뮤니케이션이 되었다.

8. 역사학

역사(歷史)의 사전적 정의는 인류사회의 변천과 흥망의 과정에 대한 기록이다. 그 기록은 당연

히 객관적 기록이어야 마땅하다. 그러나 과연 역사를 객관적으로 기록할 수 있을까? 과연 헤로도토스(Herodotos BC 484~425)는 『Historia』에서 그리스 소도시 연맹이 대제국 페르시아의 침입에 맞서 승리한 역사를 100% 객관적으로 서술했을까? 그는 인류최초로 과거의 사실을 시가(詩歌)적 서사시가 아닌 실증적 학문의 대상으로 삼았다. 그러나 객관적 역사에 대해서는 의심했다. 역사는 어떤 사건에 대해 있는 그대로 객관적으로 기록하는 게 아니라 과거 일에 대해 깊이 생각하고 연구한 내용이라고 했다. 그가 역사학의 아버지가 된 이유다. 그럼에도 여전히 역사를 진실화 하려는 입장이 강하다. 사실 과거의 사건에 대해 객관적 진실을 기록하는 거의 불가능하다. 사람들 입장과 생각에 따라 역사적 사실을 서로 달리 해석할 수 있기 때문이다. 진영 논리에 따라 싸우면 객관적 진실은 어둠 속에 묻힌다. 이에 카(Carr, 1961)가 뜻깊은 결론을 내렸다. 역사는 과거 사실의 확실한 기록이 아니라 현재와 과거와의 대화다. 이제 역사학은 객관적 진실의 규명 차원에서 탈피했다.

9. 천문학

점성술(占星術)에서 발전한 천문학은 하늘(天)의 무늬(文)를 연구했다. 맨 눈으로 보이는 우주인 하늘은 둥그렇다. 둥그런 하늘에 별들이 촘촘하게 박혀 있다. 그러나 망원경이 도입되면서 천문학 패러다임은 달라졌다. 별들의 거리가 다 다르다는 사실도 알게 되었다. 하늘에 멀리 있는 별들도 있고

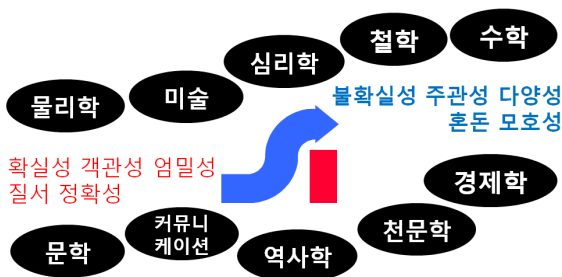
가까이 있는 별들이 있었다. 그렇지만 하늘은 여전히 고정된 닫힌 공간이었다. 그러나 허블(Edwin Hubble 1889~1953)에 의해 그러한 패러다임은 깨지고 말았다. 허블은 허블망원경을 통해 고정된 공간으로서의 천체를 부정하며 팽창하는 천체를 발견했다. 닫힌 고정된 천문학에서 열린 팽창하는 우주관으로 패러다임이 달라진 것이다. 우주팽창론에 따른 우주배경복사의 관측은 빅뱅 이론의 결정적 근거가 된다. 하늘의 평면적 무늬인 천문으로부터 시작된 우주에 대한 인식은 완전히 바뀌었다. 공간의 집(宇)과 시간의 집(宙)인 우주가 시간에 따라 집의 크기가 더 커지며 달라지는 시공간의 우주다. 현대 천문학에서 우주는 인플레이션 이론, 다중우주론, 초끈이론, M이론 등으로 설명되지만(加來道雄, 2006) 그 질서(Cosmos)가 확실치 않다. 불확실한 혼돈(Chaos)의 우주다.

10. 경제학

경제학은 원래 세상을 다스리고 백성을 다스리는 경세제민(經世濟民)에 관한 학문이었다. 경세제민의 줄임말이 경제(經濟)다. 백성들이 잘 먹고 잘 살 수 있도록 연구하는 것이 경제학이다. 맹자가 일갈했던 항산항심(恒產恒心)은 경제적 산출이 늘 있어야 온전한 마음이 늘 있다는 뜻으로 경제의 중요성을 상징하는 경구다. 그런데 경제학에 수학 기법이 도입되면서 경제학 양상이 달라졌다. 정교한 미적분 공식을 만들며 우아한 그래프를 그리기 위한 계량경제학이 되었다. 쉬운 예로 고등학교 때

사회탐구에서 배우는 수요-공급 곡선은 다른 조건들이 모두 일정하다면(ceteris paribus) 가격이라는 하나의 외생변수에 따라 수요량과 공급량이 변화하는 걸 가상적으로 그린 곡선이다. 수리 경제학자들은 그러한 조건에서 수많은 공식들과 그래프들을 정교하며 우아하게 만들어냈다. 경제학은 사회과학의 제왕이 되었다. 그러나 현실에서 다른 조건들이 절대 일정할 수 없다. 그걸 가정하는 경제학은 비현실적 가상(virtual, cyber) 경제학이다. 다행히 복잡계 경제학(鹽澤由田, 1999)이 들어섰다. 복잡한 경제 문제는 물론 더 복잡한 생태 문제까지 거시적으로 아우르는 경제학이다.

이처럼 20세기를 전후로 여러 분야에서 양상이 완전히 달라졌다. 패러다임이 전환된 것이다. 지난 시대 패러다임과 지금 시대 패러다임은 <그림 2>에서처럼 정반대로 다르다.



<그림 2> 10개 분야에서의 패러다임 전환

확실성은 불확실성으로, 객관성은 주관성으로, 엄밀성은 다양성으로, 질서는 혼돈으로, 정확성은 모호성으로 바뀌었다. 물론 이러한 패러다임 전환이 모두 다 잘 돌아간 것은 아니다. 가령 음악에서

쇤베르크(Arnold Schönberg 1874~1951)는 정통적인 조성음악을 파괴하고 조성이 없는 무조음악을 만들려고 했다. 음악 패러다임 전환의 시도였다. 하지만 이는 현대음악의 주류가 되지 못하고 단지 유별난 괴상한 음악적 실험이 되고 말았다. 그러나 지금까지 설명한 10개의 다양한 분야와 방면에서 패러다임 전환이 정착되었다. 이에 20세기 이후 어떠한 패러다임 전환이 있어 왔나?는 물음인 <문제 의식 1>에 대해서는 기존의 객관적 확실성 패러다임에서 탈피하여 주관적 불확실성 패러다임으로 전환하였다고 할 수 있다.

전(轉): 자연과학을 따라 하려는 사회과학

전장에서 언급하였듯이 자연과학인 물리학은 자연과학에서 철칙으로 삼던 확실성을 포기했다. 확실하게 알 수 없는 양자의 다이내믹스를 설명하는 불확정성 원리는 바로 그런 패러다임 전환이다. 그럼에도 불구하고 사회과학은 아직도 객관적 확실성을 추구하고 있다. 자연과학조차도 포기하고 있는 확실성을 놓지 않고 있다. 공중관계들을 연구하는 PR학에서도 마찬가지다. 왜 사회과학은 20세기 이전의 자연과학처럼 과학적 틀을 지키려고 할까?

혹시 과학의 시조인 기존의 자연과학을 따라 하려는 것에서 비롯된 것은 아닐까? 자연과학은 자연의 현상을 객관적으로 규명하려는 학문이다. 사회과학 이전에 과학은 자연과학에서 시작하였다. 과학이란 무엇인가? 다음부터 본 3장의 글은 박기철

(2007.02.24)의 글을 대폭 전반적으로 보완한 내용이다. 과학(科學)에서 '科'란 벼禾에 말斗자를 써서 벼가 몇 말이나 되는지 정확히 측정하여 잴다는 뜻이다. 그렇게 재려면 벼를 말로 나누어 재야 하듯이 과학이란 사물을 잘게 나누고(分) 쪼개어(析) 재는 분석 방법을 사용한다. 화학은 물질을 분석하여 분자나 원자를 밝혀냈고, 물리학은 힘을 분석하여 중력·약력·전자기력·강력으로 나누었고 더 이상 나눌 수 없을 것같은 원자를 분석하여 17개의 아원자를 밝혀냈다. 생물학은 생명체 세포를 분석하여 염색체인 유전자 DNA를 밝혀냈다. 자연현상을 그렇게 확실하게 분석하는 자연과학의 방법은 사회과학에도 그대로 적용되었다. 20세기 초에 테일러(Frederick Taylor 1856~1915)가 제창한 과학적 관리란 인간의 노동행위를 시간과 동작으로 분석하여 이를 통한 과학적 관리로 생산성 향상을 보려고 하는 것이었다. 사회과학에서 행하는 실험도 분석을 하기 위함이다. 자연과학에서의 실험이 실험실에서 이루어지듯이, 사회과학에서의 실험도 실험실과 같은 상황을 만들어서 한다. 실험실 상황이란 원인변수(X)와 결과변수(Y)와 상관없는 외생변수를 차단하고, 그 X와 Y 변수들에 대한 조작적 정의를 하는 일이 우선이다. 그것이 비현실적이라 하더라도 사회과학의 엄격한 실험 방법을 위하여 비현실적 상황을 인위적으로 모의(模擬)해서 만든다. 사회과학에서 가장 일반적으로 사용하는 통계조사도 알고보면 사회현상을 통계 숫자로 잘게 나누고 쪼개어 분석하는 일이다. 그렇게 해서 나오는 연구들은 대개 'X가 Y에 미

치는 영향, 'X의 효과 분석' 'Y에 미치는 요인' 등과 같은 제목을 단다. 그러한 인과분석적 연구결과만으로 사회과학의 소임(mission)을 다했다고 자신할 수 있는가? 효과를 올리기 위한 그러한 실증연구는 이 사회에 무슨 가치가 되며 어떤 의미를 제안할 수 있는가? 그러한 연구는 학문사회에서 교육에 얼마나 기여할 수 있는가? 또 우리는 분석적 방법을 통한 사회과학으로 사회현상에 대하여 진리는 아니더라도 온전한 지식을 가질 수 있을까? 혹시 사회과학이 자연과학의 방법을 그대로 따라하는 데는 사회과학이 자연과학에 대해 가지는 동경심이 작용하는 것이 아닐까? 자연과학이 그렇게 확실하게 자연현상을 분석하듯이, 사회과학도 이렇게 사회현상을 분명하게 분석해야 한다는 강박관념 아닐까? 자연과학으로부터 출발한 과학은 사회과학에 머무르지 않는다. 인문학도 인문과학, 예술도 예술과학, 언론학도 언론과학, 체육도 체육과학으로 불린다. 도가 지나치면 신앙과학, 종교과학이라는 말까지 나올 정도다. 이 시대 과학화 패션과 트렌드를 어떻게 여겨야 할까? 사회과학 연구방법이라는 비슷한 조사분석 틀을 동원하는 사회과학 연구물들은 어떤 의미가 있을까? 연구자 개인의 파편적 연구실적(積)만 있고 일관적 학맥(脈)이 없다면 학문사회에서 전반적 학맥 형성은 요원한 일이 아닐까? 그렇게 우리 사회과학 연구가 실적만 비대한 체제가 되어가는 것은 아닌지 반추할 필요가 있다.

사실 자연현상도 물론이겠지만, 사회현상에 대해서는 더욱 더 그러한 분석적 방법만을 가지고

연구한다면 사회현상을 제대로 알지 못하기 쉽다. 하나하나의 사회현상들은 너무나 복잡하기 때문이다. 그렇게 이 세상이 확실할 수 없다는 깨달음의 인식으로 생긴 복잡계 물리학은 약 2500년 전 노장사상이나 불교철학과 같은 맥락이다. 도(道)는 너무나 커서 알 수 없으며, 세상만사 모두 복잡하게 얽히고 설켜 생긴다. 자연과학마저 불확실성을 인정하는데 사회과학은 아직도 확실한 객관적 지식을 위한 분석의 섬에 빠져있는 것은 아닐까? 이성과 합리, 절대선을 추구해온 정통 서양철학 분야에서도 19세기말 니체 이후로 플라톤 식의 이데아를 추구하는 절대적 이성은 해체되었다. 과학이 절대 확실성에서 벗어났다면, 철학은 절대 이성으로부터 벗어났다. 이제 사회과학은 무슨 절대성으로부터 벗어나야 할까?

본 글은 오래 전부터 서양과 동양의 근본적 관점 차이나 20세기 중반 이후부터 불었던 실증주의와 비판주의 간의 패러다임 논쟁을 다시 재현하려는 의도는 없다. 양적 연구이나, 질적 연구이나 이 분법적 구분을 넘어 사(思)적 연구를 제안하려는 것이다. 또한 분석을 통한 사회과학을 전면적으로 부정하려는 의도는 없다. 다만 분석을 통한 사회과학이 절대적 지배적이기에 사회과학에 대한 다른 생각을 제안하려는 것이다. 또한 사회과학의 업 개념에 대한 기본적인 문제제기를 하려는 것이다. 대단히 불확실한 복잡계인 사회현상을 다루는 사회과학이 진정 사회과학이 되려면 자연과학의 족쇄와 굴레, 자연과학에 대한 추종 및 강박관념에서 벗어나야 한다. 실험조사나 서베이를 통해 나오는

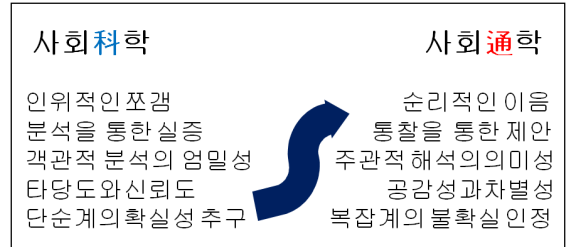
사회과학 연구결과 수치는 절대적 결정값이 아니라 통계적 확률값일지언정 전반적 통찰을 주지 못할 수 있다.

그러므로 사회현상을 정확하게 분석하기 위한 사회과학(社會科學)보다 사회현상을 안목있게 통찰하기 위한 사회통학(社會通學)이 필요하다. 통학(通學)은 요즘 유행되는 통섭(統攝)이 아니라 통섭(通涉)적 차원에서 이리저리 왔다갔다 건너며 통하여 배우는 것이다. 또한 과학이 나누는 것이라면, 통학은 통하는 것이다. 과학은 나누고 쪼개는 분석을 통해 객관적 사실을 밝히려고 한다. 그러므로 사회과학 논문에서 객관적 방법의 엄밀성은 가장 중요한 평가 잣대로 타당도와 신뢰도가 관건이다. 하지만 사회과학에 있어서 실증을 위한 객관적 분석의 엄밀성보다 상대적으로 더욱 중요한 것은 제안을 위한 주관적 해석의 의미성이다. 이때 중요한 평가 잣대는 공감성과 차별성이라는 양면이다. 현실과 너무 동떨어진 의미의 제안은 차별성은 높으나 공감성이 떨어지며, 현실과 너무 비슷한 의미의 제안은 공감성은 높으나 차별성은 떨어진다. 프로이드도 꿈을 분석(分析)하기보다 해석(解釋)하여 무의식이라는 정신세계를 의미있게 제안했다. 그것은 타당도·신뢰도에 앞서 공감성·차별성이 있었다. 공감성과 차별성을 가진 의미성은 개별적인 분석보다 총체적 통찰을 통해 나온다. 스미스(Adam Smith 1723~1790)의 국부론이나 마르크스(Karl Marx 1818~1883)의 자본론처럼 세상을 뒤흔든 사회과학 대이론도 역시 객관적 방법의 엄밀성보다 주관적 제안의 의미성이 컸었다. 이제까지 사

회과학은 객관성을 최고의 가치로 보며, 주관성은 아주 하찮게 여겼다. Q 방법론과 같은 사회과학에서의 주관성 연구 역시 연구 대상인 개인의 주관성을 객관적 통계분석 방법을 통해 엄밀하게 밝히고자 하는 것이다. 이 시대 사회과학에서 연구자의 주관성은 거의 존재하지 않는다. 주관적 사고없는 객관적 실증만 존재하는 편이다. 주관이라고 하면 단지 연구자의 주관적 사건으로 폄하될 뿐이었다. 하지만 연구자의 주관적인 의견과 생각없이 객관적인 분석과 실증은 어떤 의미있는 제안을 이 사회에 할 수 있을까?

이 시대에 과학은 절대적이다. 과학이라고 하면 다 통하는 세상이다. 모든 분야가 과학화를 지향한다. 과학처럼 분석에 의한 논리적 사고를 필요로 하는 분야와 달리 통찰에 의한 감성적 사유를 필요로 하는 분야는 더 많다. 논리적 사고와 감성적 사유는 상대적으로 다르다. 인위적으로 하나를 나누고 쪼개는 학문보다 순리적으로 이으며 통(通)하는 학문도 필요하다. 나눔보다는 이음이 순리에 맞다. 물론 나누고 쪼개다 보면 의외의 새로운 소재를 발견할 수 있다. 그것이 지금까지 과학의 성과였다. 하지만 이제 이으며 건너는 일도 중요하다. 이 때 새로운 의미를 공감력 있고 차별성 있게 제안할 수 있다. 네 가지로 나뉜 쓴·단·신·짠 맛을 넘는 감칠 맛이 새로운 맛인 것처럼 나누기를 넘어서야 새로운 것이 보인다. 이제 사회과학은 통학적 차원에서 분석을 넘어 통찰해야 한다. 사회통학자(김병희, 2011)가 되었을 때 사회현상을 아는(scire) 과학(science)일 수 있을 것이다. 그리하여

다음 <그림 3>처럼 무조건 먼저 나누고 쪼개는 분석의 사회과학을 넘어서 연구할 수 있을 것이다.



<그림 3> 자연과학적 사회과학을 넘는 사회통학

사회과학은 자연과학을 따라 해서는 곤란하다. 특히 자연과학마저도 포기한 확실한 객관적 엄밀성을 따라 해서는 시대착오적이다. 이에 사회과학이 할 수 있는 전환적 연구는 무엇일까?라는 <문제 의식 2>에 관해서는 사회과학은 하나하나 나누고 쪼개어 분석하는 과학을 넘어 전체를 꿰뚫는 통(洞)찰적 관점에서 사회통(通)학의 실천이 요구된다고 할 수 있다. 다만 너무 하나로 묶어서 전체를 통(統)합하는 식이어서는 오히려 곤란하다.

결(結): 사회통학으로서 PR학이 할 수 있는 연구

지금까지 객관적 분석적 패러다임에서 전환된 주관적 통찰적 패러다임으로서의 사회과학에 관해 언급하였다. 홍보학보다 관계학으로서 사회과학의 일종인 PR학은 무엇을 어떻게 연구할 수 있을까? 이에 기존 PR연구의 흐름과 함께 앞으로의 방향을 제안하고자 한다.

1. PR 이론의 전개

이튼(Dorman Eaton 1823~1899)이라는 변호사는 1882년 미국 예일대 법과대학 졸업식에서 PR이라는 낱말을 처음 썼다고 전해진다. 이 때 PR은 공중의 복지를 뜻했다. 이러한 PR 용어의 기원이나 유래와 상관없이 20세기 들어서 PR은 일반명사가 되다시피 널리 쓰이게 된다.

PR이라는 용어가 널리 쓰이게 된 건 버네이즈(Edward Bernays 1891~1995) 덕분이다. 그는 1919년 뉴욕에서 'Counsel on PR' 직함을 쓰며 PR 자문을 시작했다. PR 컨설팅 업무를 하면서 마구잡이식 상대방 주문 들추기에 그쳤던 선전 및 홍보업무를 요령있게 수행하며 PR직업을 정립시켰다. 1923년에는 뉴욕대학에서 최초로 PR 과목을 가르쳤다. 물론 버네이즈가 뜻했던 PR은 다양한 공중관계들 보다는 기술적 여론형성에 가까웠다. 버네이즈와 함께 홍보의 아버지로 일컬어지는 리(Ivy Lee 1877~1934)는 퍼블리시티(Publicity)라는 용어를 썼는데 이는 언론홍보에 가까운 뜻이었다. 그러면서 자연스럽게 PR과 동의어가 되었다. 이제 공중관계들인 PR은 널리 알리는 홍보의 의미로 축소되면서 PR과 홍보는 동의어처럼 쓰인다.

본격적으로 공중관계들인 PR의 이론적 토대를 마련한 대표적 인물은 그루닉(James Grunig 1942~)이다. 그는 PR에 관한 종합적 사고기반을 제안하며 네 가지 PR 모형(Grunig, James and Todd Hunt, 1984)을 통해 PR의 다각적인 면을 최초로 밝혔다. PR의 토대이론을 세운 것이다. 토대이론을 보완하

며 더욱 우수한 PR(Grunig and Dozier, Ehling, Grunig, Repper, White, 1992) 이론을 정립하기도 했다. PR의 큰 토대이론(ground theory)을 세운 것이다. 이후 그루닉과 그의 제자들은 기존의 토대이론을 보완하기도 하고 반박하기도 하면서 PR의 주류 학파인 그루닉 학파(Grunig school)를 이루었다. 이에 박종민(2014)과 그의 친구들이 다양한 PR 이론들을 소개하였듯이 상황이론 게임이론 우연이론 등 여러 가지 PR이론들이 파생되었다. 또한 마케팅이 PR에 접목된 MPR(Marketing PR)이 등장하였다(Harris, 1991). 순수 PR의 입장에서는 이를 '마케팅 인크로치먼트'라는 표현으로 불편한 감정의 속내를 드러냈다. 불순한 마케팅이 순수 PR 영역에 갇아먹듯 침입해 들어오는 것을 노골적으로 꺼렸던 것이다. 하지만 PR 이론이 아니라 PR 현업 입장에서는 기존의 두루뭉술한 CPR(Corporate PR)과 달리 그 실리적 목적과 마케팅 효과를 중시하는 MPR을 반겼다. BPR(Branding PR)이라는 용어도 사용되기 시작하였다. 이를 통해 PR의 개념은 더욱 확장되었다. 그러면서 가시적 효과를 높이기 위한 PR은 전략적 커뮤니케이션 차원에서 논의되고 있다(최홍림, 2020).

2004년에 미국마케팅협회는 마케팅의 핵심개념을 교환에서 관계(Relationship)로 바뀌면서 PR에서의 관계들(Relations) 개념은 마케팅으로까지 영역을 넓혔다. 물론 마케팅은 소비자 및 고객과의 관계를 다루지만 PR은 광범위한 관계들을 포괄적으로 다룬다. 세상에 관계를 다루는 PR 아닌 것이 없다. 내부직원과의 관계, 투자자와의 관계, 협력

업체와의 관계, 지역사회와의 관계, 언론사와의 관계, 경쟁사와의 관계, 정부와의 관계, 네티즌과의 관계, 유권자와의 관계, 다중과의 관계, 국제 관계, 인공지능(AI)과의 관계 등 수많은 관계들을 다루며 관계하는 대상을 더욱 넓게 확장할 수 있다(박기철, 2018). 인간관계, 사회관계에서 관계의 범위를 넓히면 생태와의 관계까지 다룰 수 있는 것이 PR이다(박기철, 2017 b). 이러한 PR은 전략과 어울리지 않는다(박기철, 2017 a). 전략보다 철학(박기철, 2011 b)이 필요한 업이다. 관계 철학의 관점에서 PR은 걸치지 않는 곳이 없다. 사실 세상 모든 것은 연기(緣起)되고 연결(連結)되며 연관(聯關)되는 전반적 관계의 그물망(nexus) 속에 있으므로 인간사회 세상에 PR이 아닌 것은 거의 없다고 할 수 있다.

2. PR 연구의 경향

사회과학의 하나지만 전반적인 사회문제를 두루 다룰 수 있는 PR학은 복잡할 수 밖에 없는 학문이다. PR연구는 어떻게 이루어져 왔는지 기존의 연구들을 통해 살피고자 한다. PR을 연구하는 PR학이 미국으로부터 국내에 유입된 것은 중앙대학교에 광고홍보학과가 설립된 1975년부터라고 할 수 있다. 하지만 아직 광고학에 부속된 홍보학으로서의 미숙한 PR학이었다. 1990년대 이후 전국 여러 대학에 광고홍보와 관련된 학과가 많이 들어서면서 PR학 연구가 가동되었다. 드디어 1997년 한국홍보학회가 창립되고 홍보학연구라는 학술지를 발간하기 시작함으로써 독립된 PR학 연구가 본격

화 되었다. 한국홍보학회는 2009년에 한국PR학회로 명칭을 변경하였지만 학술지 명칭은 ‘홍보학연구’라고 그대로 두었다. 그러나 동명대학교가 2021년 3월에 국내최초로 광고홍보학과에서 광고PR학과라고 학과명을 변경하였다. 이렇듯 홍보학과 PR학은 혼재된 의미로 사용되지만 PR학이 더욱 정착되어 가는 중이다.

이러한 PR학에 대한 연구경향을 다룬 논문은 2000년 이후부터 나오기 시작했다. 이현우(2003)는 한국언론학보, 광고연구, 광고학연구, 홍보학연구, 한국광고학보 등 5개 주요 국내 학술지들에 게재된 PR 논문들을 분석하여 국내PR 논문들이 아직 양적으로 빈약하고 연구 주제가 다양하지 못하며 이론적 독창성이 결여되었다고 했다. 유종숙(2003)은 대학 PR을 주제로 연구된 국내 PR 논문들에 초점을 맞추어 분석을 시도하며 방법론적인 측면에서 PR연구들이 정량적 조사방법에 치중되어 있음을 비판하였다. 권영순과 이수범(2007)이 행한 우리나라 PR 논문의 연구 경향에 대한 분석에 의하면, 대부분 설문 조사를 통해 연구가 실시되었으며, PR 실무 및 직업인의 윤리적 차원에서 자기성찰적 논문이 높은 비중을 나타내었으며, PR 캠페인 관련 논문에서는 기업 PR에 관한 논문이 다른 주제에 비해 높게 나타났다고 보았다. 조정열(2008)의 연구도 시간의 흐름에 따라 연구의 양적, 질적 향상이 엿보이긴 하지만 방법론적인 측면에서 정량적 조사방법, 특히 설문조사에 의존하는 경향이 지나치게 두드러지며 편의표집 방법이 많이 사용되는 등의 문제점을 내포하고 있다고 지적했다.

김수연 최명일 김대옥(2013)이 행한 한국과 미국의 PR 연구경향 분석에 의하면 양국의 두 학술지에서 공통으로 중요하게 다루어지는 핵심어는 PR, 기업(corporation), 커뮤니케이션(communication), 전략(strategies)인 것으로 나타났다. 그 외 한국의 『홍보학연구』는 미국 학술지에 없었던 소비자 중심의 마케팅 관련 핵심어들이 소비자, 브랜드, 마케팅, 광고, IMC 등이 존재했고, 미국의 학술지(JPRR)는 이론이나 모델과 같은 학문 중심의 핵심어들이 『홍보학연구』보다 많은 것으로 나타났다. 최근 사회과학 분야 전반에 걸쳐 정량적 조사방법을 사용하는 연구의 비중이 지속적으로 늘어나고 있으며 이러한 추세는 PR 분야에서도 예외가 아니라고 했다. 여러 PR 전문학술지들에서도 정량적 조사방법을 기반으로 수행된 연구 논문들이 정성적 조사방법을 기반으로 수행된 연구 논문들 보다 많이 게재되고 있는 상황이라고 분석했다. 김병희와 그의 친구들(2016)이 쓴 『한국의 PR 연구 20년』에 의하면, 한국 PR 연구가 극복해야 할 첫 번째 문제는 이론의 빈곤이다. 창의적이고 독자적인 방향의 모색이 필요하다고 했다. 앞으로 PR학의 연구주제와 영역, 그리고 방법론의 다양화, 전문화, 융합화 차원에서 PR학의 좌표를 주시하고 PR학의 미래를 맞이하는 자세가 필요하다고 했다.

이형민과 그의 친구들(2015)은 국내 PR 연구에서 정량적 조사방법의 나아가야 할 방향에 대해서 다음과 같이 몇 가지로 제안하였다. 논문의 결론에 해당하는 내용으로 현재 이루어지고 있는 PR연구의 경향을 여실히 적나라하게 실토하고 있다.

첫 번째로 국내 PR 연구에서 사용되는 사회과학적 조사방법이 너무 지나치게 정량적인 방법으로 편중되고 있는 것은 아닌지 반성해 볼 필요가 있다. 특히 최근 들어 <홍보학연구>에 게재되고 있는 연구 논문들 중 정량적 조사방법을 사용하여 수행된 논문들의 비중이 90%를 상회하는 것으로 나타났다. 이는 <JPRR>과 <PRR> 게재 논문들 중 정량적 조사방법 기반 논문들의 비중이 60% 미만인 것과 비교할 때 다소 지나친 수준이라 할 수 있다. 국내 PR 연구의 방법론적 생태계가 파괴되고 있는 것이 아닌가 우려스러운 정도의 수치다. 더욱 엄밀하고 이론적으로 깊이 있는 결과를 제시하는 정성적 조사방법 기반 PR 연구 논문들을 더욱 자주 볼 수 있길 바란다. 또한 혼합적 연구 설계 등의 적극적 시도를 통해 보다 균형 잡힌 학문적 시각의 제공을 위해 많은 사람들의 노력이 필요하다고 생각한다. 두 번째로, 특히 국내 PR 연구에서, 새롭고 참신한 정량적 조사방법의 다각적인 시도가 요구된다. 본 연구 결과에 비추어 볼 때, 지금까지 우리나라의 대표적 PR 전문 학술지인 <홍보학연구>에서 가장 빈번하게 사용된 정량적 조사방법은 설문조사였다. 물론 연구의 목적과 의의에 맞는 연구 방법이 선택되어야 하며 연구 방법에 우열이 있을 수는 없지만 너무 한 가지 연구 방법에 경도되는 상황이 전반적인 연구 분야의 발전을 위해 바람직하다고 보기는 어려울 것이다. 다행인 것은 시간의 흐름에 따라 <홍보학연구> 게재 논문들 가운데에서도 설문조사 외 실험연구, 내용분석 등 다양한 연구 방법을 이용하여 수행된 논문들의 비중이 증가하고 있다는 점이다. 그러나 <JPRR>, <PRR> 등과 비교할 때 네트워크 분석 기법 등 비교적 새롭고 참신한 연구 방법을

사용한 논문을 찾아보기 어려운 것 또한 사실이다. 도 전적이고 창의적인 조사방법의 시도 및 적용을 통해 정량적 조사방법의 외연을 확장할 필요가 있다. 또한 자료 수집방법과 관련해서 정확한 자료 수집방법을 명기하지 않은 연구 논문의 비중이 <JPRR>, <PRR> 등과 비교할 때 상당히 높다는 점도 반성할 부분이다. 논문을 통해 자료 수집절차와 방법을 투명하고 명확하게 공개하는 것은 향후 반복 연구를 통해 연구 결과의 재검증을 가능하게 한다는 점에서 매우 중요하다. 보다 엄밀한 자료수집방법의 사용과 공개도 국내 PR 연구자들의 향후 과제 중 하나가 아닐까 생각한다. 마지막으로 표집방법에 대한 엄밀성 제고가 필요하다. <JPRR>, <PRR>과 비교했을 때 <홍보학연구>에서 비확률 표집방법을 사용한 논문들의 비중이 두드러지게 높았다. 방법론적인 측면에서 이는 표본의 대표성 문제를 야기하며, 통계적 추론을 통한 연구 결과의 일반화에 큰 장애가 된다. 또한 연구 결과의 일반화가 제한된다는 것은 규범적 이론 정립이 어렵다는 것을 의미한다. 표집방법의 엄밀성이 제고되지 않는다면 국내 PR 연구의 전반적인 발전도 제약을 받을 수 밖에 없다.

지금까지 열거한 PR학 연구경향을 나름 세 가지로 요약하자면 다음과 같다. 첫째, PR연구의 단편(片)화다. 연구주제가 다양하지 못하며 이론적 독창성이 결여되었다는 점이다. 이는 PR이론의 빈곤으로 나타나게 된다. 둘째, 연구방법의 편(偏)중화다. 정량적 연구가 90% 이상 압도적으로 많다는 것이다. 특히 설문조사 위주의 정량적 연구는 PR연구의 건조화를 가져오게 한다. 셋째, 정량 연구

시 표집의 편(便)의화다. 모집단에서 표본으로 뽑힐 확률이 모두에게 동일한 무작위표집(Random sampling)이 아니라 설문하기 편한 대로 임시 편의 표집(Convenience sampling)이 별 문제의식 없이 이루어진다는 점이다. 이는 통계분석 연구결과를 일반화할 수 없도록 무의미하게 만든다. 이러한 문제들을 어떻게 극복할 수 있을까?

3. 사적 연구의 제안

현재 PR연구의 문제점을 극복할 수 있는 길은 무엇일까? 사회과학보다 사회통학으로서 PR학은 무엇을 연구할 수 있을까? 우선 모든 사회과학들이 그렇듯이 PR학도 역시 정량적인 양적 연구와 정성적인 질적 연구로 이분화 된 연구 패턴에 머물고 있다.

모든 사회과학 연구자들에게 익숙하게 알려져 있듯이 양적 연구란 통계처리를 통해 수량화시킨 자료를 분석하는 연구이다. 서베이 연구와 실험 연구가 대표적 양적 연구다. 실증주의 및 경험주의 전통에 따라 가설을 설정하며 현실의 상황을 양적 연구에 맞게 조작한 후 변인들 간 인과관계(causation) 및 상관관계(correlation)에 대해 객관적으로 확인된 데이터에 근거하여 논리적으로 일반화된 결론으로 귀납하는 것이다. 역시 모든 사회과학 연구자들에게 익숙하게 알려져 있듯이 질적 연구란 비통계적 비수치적 비계량적 자료를 분석하는 연구이다. 참여관찰, 심층면접, 내용분석이 대표적 질적 연구다. 합리주의 및 민속지학(folk study) 전통에 따라 일체

의 가설을 설정하지 않고 잘 알지 못하는 대상에 총체적으로 접근하여 그 맥락과 속성을 이해하여 새로운 의미체계를 발견하는 것이다. 가령 어떤 외딴 섬에 사는 사람들을 연구할 때 양적 연구자들은 척도로 답할 수 있는 질문지를 주어 조사(survey)하거나 통제집단과 실험집단으로 나누어 그들의 응답을 수치화시켜 통계분석한다. 질적 연구자들은 섬 사람들을 관찰하고 주시하며 서로 대화하고 그들이 일상을 살핀다.

그렇다면 사회과학의 하나인 PR학도 양적 연구와 질적 연구로 이분화 하여 연구하면 될까? 양적 연구와 질적 연구 말고 다른 연구는 없을까? 있다. 본 논문은 그 전환적 제안을 하려는 것이다. 그 연구는 사적 연구다. 여기서 사는 생각 사(思)이기에 사적 연구라고 해도 되겠다. 이 사적 연구의 기원은 양적 연구와 질적 연구보다 훨씬 오래 되었다. 알고 보면 모든 연구는 사적 연구로부터 유래하였다고 해도 빈 말은 아니다. 고대 그리스의 연구자를 대표하는 플라톤과 아리스토텔레스는 양적 연구도 질적 연구도 하지 않았다. 다만 각자 가진 생각을 글로 썼을 뿐이다. 고대 중국의 연구자를 대표하는 장자와 맹자도 마찬가지다. 동서양 모두 사적 연구를 했으며 그 연구 결과들은 지금도 읽을 만한 재미와 의미가 있는 가치있는 고전으로 인정받고 있다. 그러한 사적 연구의 전통은 2300년 넘게 지속되었다.

하지만 20세기에 들어서 계량적 통계기법들이 개발되면서 사적 연구의 흐름은 끊기고 말았다. 특히 학문에서도 세계의 중주국이 된 미국에서 통계분

석을 통한 양적 연구가 활발했기 때문이다. 미국으로 유학을 갔던 학자들은 그러한 연구경향을 그대로 수용하며 우리나라에 그대로 이식하였다. 김종영(2015)에 의하면 미국 유학파들이 미국 학문의 지배를 받았으니 그들이 지배한 한국의 사회과학은 독창성을 결여하게 되었다고 토론했다. 특히 광고홍보학의 모(母) 학문이라 할 수 있는 언론학에서 미국 유학 1세대인 차배근은 우리나라에서 커뮤니케이션 연구의 기틀을 잡았다(손정현, 2007.08.25). 하지만 양적 연구의 굳건한 기초를 이식했다. 이후 사회과학인 광고홍보학과 PR학도 양적 연구에 치중하는 연구를 하게 되었다. 양적 연구가 주류이자 대세인 경향은 지금도 굳건하게 이어지고 있다.

그러나 양적 연구 및 질적 연구를 넘는 사적 연구라는 것이 과연 가능할까? 그 가능성은 이미 입증되었다. 그것도 엄밀한 객관성과 확실성을 추구하는 자연과학에서다. 20세기 초반에 있었던 물리학은 주로 사고과학의 현상이었다. 이른바 사고 실험(Thought Experiment)을 통해서다. 사고 실험이란 실행 가능성이나 입증 가능성에 구애되지 아니하고 사고, 즉 생각으로만 성립되는 실험이다. 실제로 실험을 수행하는 대신 머릿속에서 단순화된 실험장치와 조건을 생각하고 머릿 속으로 추론하여 수행하는 실험이다. 20세기 초반에 전개된 치열한 양자역학 논쟁은 주로 사고실험을 통해 이루어졌다. 보어(Niels Bohr 1885~1962)의 상보성이론도, 아인슈타인(Albert Einstein 1879~1955)의 상대성이론도 주로 사고 실험을 통해서 연구되었다. 특히 아인슈타인의 사고 실험은 유명하다. 그의 연구

실엔 실험 시설이 일체 없었다. 그는 자신의 머릿속에서 펼치는 사고실험 만으로 1905년에 특수상대성 이론을 세우면서 질량-에너지 등가 방정식($E=mc^2$)을, 1915년에 일반상대성 이론을 펼치면서 중력장 방정식($G_{\mu\nu}=8\pi GT_{\mu\nu}$) 등을 만들었다. 실험 장치 하나 없이 사고 실험 만으로 이론 그의 탁월한 연구업적은 우주관 및 세계관을 바꾸었다. 아인슈타인 평전(Brian, 1996)에 따르면, 과거에는 우주에서 물질적인 것은 사라져도 시간과 공간은 남아 있을 것이라 믿었는데 아인슈타인 방정식으로 불리는 중력장 방정식에 따르면 물질 및 에너지와 함께 시간과 공간도 모두 사라진다고 하였다. 이처럼 의미있는 연구를 오로지 머릿속 사고 실험 만으로 이론 것이다.

자연과학이 머릿속 사고 실험을 할 수 있다면, 사회과학도 머릿속 사고 연구를 할 수 있다. 사고 실험을 하는 것처럼 PR학에서도 사고 연구를 할 수 있다. 사고 연구란 생각을 통한 사적 연구다. 호모 사피엔스인 인간의 생각은 한계나 범위가 없다. 생각하는 만큼의 한계이거나 범위다. 특히 관계들을 다루는 PR 연구를 하는데 연구자 생각은 어디에든 무엇이든 갈 수 있다. 양적 연구나 질적 연구 방법론의 한계에 막힐 이유도 필요도 없다. 특히 통계분석 방법의 벽에 갇히면 생각의 벽에 갇혀 생각이 막히게 된다. 통계방법의 섬에 빠지면 정해진 생각만 하게 된다. 그러한 연구방법론을 사용한 논문만 쓰다 생각이 막히기 쉽다.

이러한 이유로 이미 여러 편의 PR학 관련 논문을 통해 사적 연구를 해온 본 연구자의 입장에서

사적 연구의 방향이나 방법이라기보다는 개요나 지침을 제안하고자 한다. 사적 연구가 무엇인지 그 개요를 설명하자면, PR학에서 할 수 있는 사적 연구는 다양한 공중관계들을 다루는 PR에서 모든 관계들에 대한 여러 가지 생각을 펼치는 연구다. 그 생각은 연구자 개인의 주관적이며 자의적 사(私)견이겠지만 나름의 독창적이며 창의적 사(思)고일 수 있다. 그러한 차원에서 의미있고 재미있는, 그래서 공감기 가며 끌리는 남다른 색다른 사고를 펼치는 연구가 사적 연구다. 이러한 사적 연구를 위하여 아래와 같은 열 가지 지침을 둘 수 있다. 그 내용은 지금까지 PR학 연구에 관한 본 연구자의 사(思)적 생각을 모은 것이다.

- (1) 양적 연구와 질적 연구라는 이분화 된 틀에서 벗어난다.
- (2) 연구방법론에 얽매이기보다 자유롭게 생각을 펼친다.
- (3) 하나의 전문분야만 파지 않으며 이것저것 알아 간다.
- (4) 이것저것을 이리저리 잇고 엮어 서로 통하도록 한다.
- (5) 객관적 확실성보다 주관적 의미성을 비중있게 여긴다.
- (6) PR의 소재와 주제를 수입하지 말고 독창적으로 정한다.
- (7) PR이 공중관계들임에 맞추어 관계성에 초점을 맞춘다.
- (8) 기존 PR이론의 입증보다 새로운 PR사고를

제안한다.

- (9) 엄밀·확실보다 차별·공감 차원의 PR 연구를 한다.
- (10) 색다르게 재미와 의미 있어 공감되는 PR 연구를 한다.

지금까지 자연과학을 따르는 사회과학을 지양(止揚)하며 사회통학을 지향(指向)하는 PR학이 할 수 있는 연구에 관해 그 핵심을 압축 요약 정리하자면 <그림 4>와 같다. 사회통학의 관점에서 사회과학인 PR학에서도 사적 연구를 하게 되면 양적 연구와 질적 연구로 이분화된 지금까지의 연구방법 틀에서 벗어나 더욱 다양하며 다채로운 연구가 가능할 것이다.



<그림 4> 양적 연구와 질적 연구를 넘는 사적 연구

미국에서 그 용어가 탄생했고 널리 사용되어지며 그 이론이 정립된 PR학은 우리나라로 수입되고 이식되며 양적 연구가 다수의 주류를 이루고 있다. 아울러 비주류 질적 연구라는 이분화된 틀 속에서 연구되어지고 있다. 이에 자연과학에서의 사고 실험처럼 사고 연구, 즉 사적 연구가 가능하다. 이에

전환적 차원에서 PR학은 무슨 연구를 할 수 있느냐는 <문제의식 3>에 대해서 양적 연구와 질적 연구를 뛰어 넘는 사적 연구를 제안할 수 있다.

그렇다면 PR학에서 사적 연구란 무엇일까? 설득 커뮤니케이션 차원에서 PR학 연구는 어떻게 하면 홍보효과를 이룰 것인지에 주로 치중하여 왔다. 양적 연구는 물론 질적 연구에서도 그렇다. 이에 사적 연구는 관점과 차원을 달리하는 것이다. PR이 널리 알려진 홍보가 아니라 공중관계들(Public Relations)이라는 PR의 본질적 의미에 방점을 두어 연구하는 것이다. 세상만사는 모두 관계들로 이루어져 있다. 그렇다면 관계들을 다루는 PR학의 연구 분야는 홍보, 특히 홍보 효과에만 한정될 수 없다. 사적 연구가 사고 연구인 만큼 생각하는 만큼 사적 연구를 한다면 PR학 연구의 범위를 넓히며 수준을 높일 수 있을 것이다. 기존의 PR에서 다루던 직원 관계, 지역사회 주민 관계, 협력업체 관계, 투자자 관계(IR), 소비자 관계 언론사 관계정부 관계, 정치인 관계, 네티즌 관계, 이문화 관계와 함께 가족관계, 인간관계, 사회관계, 노사관계, 단체관계, 국제관계, 경쟁관계, AI 관계, 다중관계, 생태관계까지 확장하면서 위기관리와 쟁점관리, 평판관리와 신뢰경영, 갈등관리와 분열조정, 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)과 공유경제 창출(Creating Shared Value), PI(President Identity)와 자기PR, 마케팅 PR(MPR)과 브랜딩PR(BPR), 지속가능한 경영과 ESG (Environmental Social and corporate Governance) 경영 등에 관한 개인적 주관적 자의적 생각을 제안하는 사적 연구를 할 수 있을 것이다. 더욱 의미있고

흥미로운, 연구논문을 읽는 독자로 하여금 공감을 불러 일으키는 생생한 연구의 장을 펼칠 수 있을 것이다.

제(提): 과학주의에서 벗어나는 전환적 사고

근대 서양 철학사에서 비트겐슈타인(Ludwig Wittgenstein 1889~1951)은 존재감이 남다르다. 그는 오스트리아 사람이었지만 콧대센(snobbish) 영국의 지성들로부터 최고의 칭송을 들었다. 스승이었던 수학자 러셀(Bertrand Russell 1872~1970)로부터는 천재의 전형이라는 평가를 받았다. 그가 다시 영국으로 돌아왔을 때 경제학자 케인즈(John Keynes 1883~1946)는 신의 귀환이라고 반겼다. 1999년에는 미국의 시사주간지 『TIME』이 선정한 20세기 가장 영향력 있는 100인에 철학자로는 유일하게 선정되기도 하였다.

이처럼 그를 대단한 인물로 세운 가장 유명한 저서는 『논리철학논고』(Wittgenstein, 1921)다. 20대에 쓴 이 책에서 그는 모든 철학적 문제들을 해결했다고 자부했다. 언어의 복잡한 혼란이 있기에 말할 수 없는 것에 대해서는 침묵해야 한다고 결론지었다. 그러나 언어가 나타낼 수 없는 본질적 진리는 있을 것이라고 여겼다. 세계를 일종의 논리공간으로 보았던 비트겐슈타인의 논리철학에 감명받은 슈리크(Moritz Schlick 1882~1936), 카르납(Rudolf Carnap 1891~1970) 등은 논리실증주의자 모임인 빈학파(Wiener Kress, Vienna Circle)를 창립했다.

하지만 비트겐슈타인은 50대에 철(哲) 들며 자신의 논리철학에 심각한 오류가 있음을 깨달으며 본질적 진리가 없다는 반본질주의로 돌아섰다. 그렇게 해서 나온 사후 저술인 『철학적 탐구』(Wittgenstein, 1953)에서 본질적 진리란 언어와 독립하여 순수하게 존재하는 것이 아니라 문화적 맥락 속에서 언어에 의해 해석된 것이라고 보았다. 역시 그의 사후에 발간된 『확실성에 관하여』(Wittgenstein, 1969)에서는 일상의 삶과 삶 속에서 쌓여온 축(蓄)명제가 있다고 하면서 논리적으로 확실한 명제를 부정했다. 사실 비트겐슈타인 철학의 진가는 50대에 쓴 후기 저술에 있다. 강원철(2005)에 의하면 『철학적 탐구』에서 드러나는 비트겐슈타인 후기 철학의 맥락주의적 사유 방식은 열린 교육 및 차이와 다양성을 중시하는 교육 이념이자 실천으로서 반본질주의라는 철학적 구도 속에서 조명될 수 있다.

논리실증에 의한 확실한 입증이나 검증은 의심하는 것은 반본질주의 차원에서 해석될 수 있다. 그런데 포퍼(Karl Popper 1902~1994)가 반증가능주의를 내세운 것은 논리실증주의에 따른다. 입증(立證)처럼 반증(反證)도 인간의 합리적 이성에 따른 과학의 절대성을 본질적으로 전제하기 때문이다. 그러나 이러한 독단적 과학주의를 완전히 벗어나도록 하는 인물이 있었으니 괴델(Kurt Gödel 1906~1978)이다. 그는 1931년 발표한 불완전성 정리에서 참 명제이지만 증명 불가능한 명제가 있다고 결론지었다. 인간 이성의 한계를 밝힌 것이다(吉永佳正, 1992). 인간 이성의 최고위 결정체인 수학이 도리어 인간 이성의 한계를 스스로 증명한

것이다. 도발적 연구였다. 논리적 기계 메커니즘과 다른 인간의 불확실한 정신으로는 합리적 논리 및 이성에 의해 객관적이며 확실한 진리에 도달할 수 없다고 결론지은 것이다.

수학자 괴델의 불완전성 정리 말고도 1900년대에 부정을 뜻하는 노이 들어간 것은 여러 가지다. 물리학자 하이젠베르크(Werner Heisenberg 1901~1976)의 부정확성-불확정성 정리, 경제학자 애로우(Kenneth Arrow 1921~2017)의 불가능성 정리, 언어철학자 콰인(William Quine 1908~2000)의 번역 불확정성 논제, 수리논리학자 타르스키(Alfred Tarski 1901~1983)의 정의 불가능성 정리, 경제학자 갈브레이스(John Galbraith 1908~2006)의 불확실성 시대 등이 있다. 이 밖에도 불확실한 것들은 매우 많다. 물론 그 이전에도 불확실한 것들은 있었지만 20세기는 가히 객관적 논리적 확실한 진리를 본격적으로 부정한 노의 시기였다.

일찍이 칸트는 코페르니쿠스적 전환을 언급하며, 인간은 객관적으로 객관적 대상을 인식하기보다 주관적으로 객관적 대상을 인식한다고 했다(Kant, 1781). 물론 이러한 생각은 칸트가 평생 추구하였던 완전한 형이상학의 완전한 정립을 위해 나온 것이었다. 하지만 이를 위해 객관적 대상을 부정하며 주관적 인식을 강조한 것은 코페르니쿠스적 패러다임의 혁명적 전환이라 할 만하다. 쿤(Thomas Kuhn 1922~1996)이 그의 저서 『코페르니쿠스 혁명』(Kuhn, 1957)을 기반으로 출간한 『과학 혁명의 구조』(Kuhn, 1962)에서 언급한 패러다임이란 한 시대 과학자들이 공통적으로 받아들이는 인

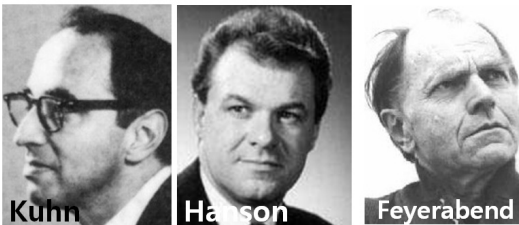
식 이론 관습 가치관 기술 등을 뜻한다. 쿤에 의하면 그러한 패러다임의 바뀜은 점진적 순차적인 변화가 아니라 혁명적 전향적으로 전환한다. 객관적 확실성을 추구하는 과학에서도 패러다임 전환은 합리적이며 이성적 객관적이지 아니라 사회적 문화적 심리적 정치적 주관적으로 일어난다는 뜻이다.

이처럼 과학의 확실성 및 객관성을 본격적으로 의심 부정하는 헨슨(Norwood Hanson 1924~1967)은 관찰이 이론에 따르며 이론이 관찰 결과를 왜곡한다고 보았다(Hanson, 1958). 이른바 관찰의 이론 의존성 문제를 제기한 것이다. 관찰의 결과가 이론이 되는 게 아니라 거꾸로 이론에 따라 관찰을 한다는 것이다. 원래 가지고 있는 생각이나 신념을 확인하려는 확증 편향성 경향이 과학에서도 엄연히 일어난다는 것이다. 그렇다면 이론에 맞는 관찰이나 실험을 하는 과학자들이나 보고 싶은 것만 보는 일반인이나 큰 차이가 없다. 과학도 결국 과학자의 객관에 아니라 주관에 따라 이루어지는 셈이다. 드디어 과학 절대주의에 저항하며 반과학주의를 통렬하게 내세운 과학철학자가 화이어벤트(Paul Feyerabend 1924~1994)다. 그는 과학의 독단적 교조주의를 경계하며 과학도 신화나 종교와 마찬가지로 세상을 파악하는 하나의 관점이자 수단일 뿐이라고 한다. 과학자들도 일반인들처럼 자신의 경험과 생각에 따라 세계관 가치관 인생관이 결정되며 과학에 대한 인식도 마찬가지로 보았다. 과학이 확실하며 객관적일 것이라는 맹목적 믿음은 몽매하다고 했다. 과학이라도 그 과학을 합리적 논리적 객관적 이성에 가두어 두어서는 안된다고 했다(Feyerabend, 1975).

비트겐슈타인이 비유해서 말한 파리잡이병에 갇혀 빠져나오지 못한 신세와 비슷한 맥락이다. 결국 그는 선언한다. 이성이며 안녕(Farewell to reason)! 지금까지의 과학주의에서 벗어나는 과학철학자들의 주장을 하나의 일관된 맥락으로 정리하자면 다음 <그림 5>와 같다.



본질적 이성적 객관적 확실한 논리는 없다



<그림 5> 인간 이성의 한계를 주장했던 6인

본 연구자가 이 논문에서 제안하려는 것도 지금까지 열거한 반본질주의 반과학주의 반합리주의 반이성주의적인 생각과 엇비슷한 맥락이다. 학문적 인식을 단지 귀납적 경험론이나 연역적 합리론에 가둘 필요는 없다. 다원적 자유론으로 빠져 나갈 필요가 있다. 만일 과학주의를 고집한다면 고대 그리스에서 살았던 아낙시만드로스(Anaximenes BC 610~546)의 과학적 사고로 돌아가면 좋겠다. 그는 스승인 탈레스보다 훨씬 더 자유롭게 비판적

인 사고를 했다. 과학을 하기보다 과학적 사고를 한 것이다. 텅빈 공간에 떠있는 지구를 생각한 것은 온전히 과학적 사고의 결과였다. 진정한 과학적 사고의 요체는 단편적 엄밀한 분석보다 자유롭게 전반적으로 견주어 사고하는 비판에 있다. 그러한 이유로 루프 양자중력 이론을 창시한 로벨리(Rovelli, 2011)는 아낙시만드로스를 인류최초의 과학자라고 평가하였다.

현대물리학의 주류가 된 양자역학도 고전역학의 기계론적 관점으로부터 벗어나 관계론적 관점에 사고를 자유롭게 펼침으로서 이루어졌다. 21세기 PR학도 그렇게 할 수 있다. PR학 연구방법을 단지 양적 연구와 질적 연구로 가둘 필요가 없다. 다원적 자유론 차원에서 사고 연구인 사적 연구를 할 필요가 크다. 이는 물론 자유롭고 비판적인 관점에서의 연구다. 관계들 다루는 PR학이 어떤 한정된 범위에 갇히지 말며 관계라는 소재와 주제에 초점을 맞추어 다원적으로 자유롭게 연구할 수 있겠다. 이를 위해 공중관계들인 PR에서 복잡다단한 관계들을 양적 연구와 질적 연구라는 이분적 한계에 가두지 않으면 좋겠다. 비록 생경한 언어로 쓴 부족한 논문이었지만 PR학 연구가 더욱 생기있고 활력있게 보다 의미있고 재미있게 나아가기 위한 제안으로 헤량되어지길 바란다. 자유롭고 다원적인 PR학 차원에서 사적 연구의 학맥이 생겨나며 이어지길 바란다. 개념적 논문으로 제안된 사적 연구라는 방향이 앞으로 관계학으로서 PR학이 나갈 수 있는 하나의 가능한 전환적 대안이길 바란다.

참고문헌

- 강원철 (2005). *열린 교육과 비트겐슈타인의 철학*. 석사학위논문, 전남대학교 대학원.
- 고석구 (2006). *비유클리드 기하학*. 경문사.
- 권영순, 이수범 (2007). 우리나라 PR 논문의 연구 경향에 대한 분석. *한국광고홍보학보*, 9(2), 244~276.
- 김병희 (2011). 소박한 즐거움을 찾는 사회통학자. 창의성을 키우는 통섭 광고학 (제4권). *기획의 네비게이션*. 한경사.
- 김병희, 차희원, 최명일, 김대욱, 김정남, 최준혁, 문현기, 박노일, 유선욱, 이연재, 정지연, 조정열, 하진홍 (2016). *한국의 PR 연구 20년*. 컴북스닷컴.
- 김상환 외 (2000). *니체가 뒤흔든 철학 100년*. 민음사.
- 김수연, 최명일, 김대욱 (2013). 한국과 미국의 PR 연구 경향 분석: 홍보학연구와 JPRR 게재 논문에 대한 언어 네트워크 분석을 중심으로. *홍보학연구*, 17(3), 120~153.
- 김종영 (2015). *지배받는 지배자-미국 유학과 한국 엘리트의 탄생*. 돌베개.
- 김지운, 방정배, 정재철, 김승수, 이기경 (2011). *비판 커뮤니케이션*. 커뮤니케이션북스.
- 박기철 (2006a). 인터넷 PR을 위한 COINs 모형 제안. *사회과학연구*, 22(2), 313~339.
- 박기철 (2006b). BPR을 위한 NBi(엔비). *미디어, 젠더 & 문화*, 6, 136~168.
- 박기철 (2007. 2. 24). 과학 역시 양질 구분 넘어 통합의 사고로. *교수신문*.
- 박기철 (2007a). 이야기 관점의 언론홍보 보도자료. *홍보학연구*, 11, 70~105.
- 박기철 (2007b). 원시 유교사상과 현대 PR 철학. *인문사회과학연구*, 4.
- 박기철 (2008a). 현대 프랑스 철학과 PR 철학의 공통적 함의. *프랑스문화연구*, 16, 187~226.
- 박기철 (2008b). 원시 불교사상과 현대 PR 철학. *코리아피알리뷰*, 45.
- 박기철 (2008c). PR이란 무엇일까?: 진정한 PR 실천을 위한 세 가지 패러다임의 PR 의미 제안. *광고PR실학연구*, 1(1), 20~49.
- 박기철 (2011a). 여섯 가지 원시 동양사상에 따른 PR의 철학적 의미 제안. *스피치와 커뮤니케이션*, 15, 157~187.
- 박기철 (2011b). *PR, 전략을 넘어 철학으로*. 커뮤니케이션북스.
- 박기철 (2012a). PR정치학 가능성 모색과 제안: 루소, 푸르동, 레논의 사상을 바탕으로. *스피치와 커뮤니케이션*, 17, 99~139.
- 박기철 (2012b). 정치홍보가 아닌 PR정치란 무엇일까?: 의미정립, 관련사상, 역할방향 제안. *스피치와 커뮤니케이션*, 18, 121~164.
- 박기철 (2013a). PR정치가 어떻게 이루어질 것인가?: 역사관점, 정치사상, 구체방법 제안. *광고PR실학연구*,

- (1), 29~60.
- 박기철 (2013b). 원자력 발전에 관한 공중간 PR을 어떻게 이룰까?: PR정치 차원의 방향과 해법 제안. *마케팅 커뮤니케이션 연구*, 6(2).
- 박기철 (2014). 왜 당위적 원론은 실현될 수 없을까?: 생태주의 기반의 PR정치를 통한 문제 해법 제안. *홍보학연구*, 18(2), 5~44.
- 박기철 (2017a). PR 토대개념의 전환: PR에서 전략에 관한 문제제기를 바탕으로. *광고PR실학연구*, 10(3), 117~144.
- 박기철 (2017b). PR생태학 의미 제안과 실천가능성 모색. *광고홍보학보*, 19(4), 144~181.
- 박기철 (2018). PR의 뜻인 공중관계들의 확장 모색. *지역과 커뮤니케이션*, 22(4), 101~131.
- 박기철 (2019). 한국사에서 PR의 효시적 인물에 관한 탐색: PR의 어머니와 아버지는 누구일까? *한국사회과학연구*, 38(1), 65~105.
- 박기철 (2021). *일상 속 기획창의학*. 인타임, p. 186.
- 박종민 (2014). 순수 PR이론들의 전개와 현황: PR학 그 정체성을 돌아보며. *홍보학연구*, 18(1), 323~329.
- 손정현 (2007. 8. 25). 정년교수 인터뷰-차배근 교수-사회대 언론정보학과. *대학신문*.
- 유종숙 (2003). 한국의 대학 PR 연구 분석. *한국광고홍보학보*, 5(2), 28~68.
- 이현우 (2003). 우리나라 PR 논문의 학문적 경향에 대한 비판적 고찰. *한국광고홍보학보*, 5(1), 165~191.
- 이형민, 박진우, 김지혜, 강예나 (2015). 정량적 조사방법 기반 PR연구의 경향과 과제 1997년부터 2013년까지 (Journal of Public Relations), (Journal of Public Relations Research), 그리고 (Public Relations Review) 게재 연구논문 분석. *홍보학연구*, 19(1), 243~269.
- 전영백 (2019). *현대미술의 결정적 순간들*. 한길사.
- 조정열 (2008). 『홍보학 연구』의 홍보학 연구: 연구사 10년, 1997~2006. *홍보학연구*, 12(2), 5~43.
- 최홍림 (2020). 전략적 관점의 PR 정체성 확립 방안: PRSA 사례를 중심으로. *광고PR실학연구*, 13(2), 137~160.
- Brian, D. (1996). *EINSTEIN: A life*. 송영조 (역) (2004). *아인슈타인 평전*. 북폴리오, p. 250.
- Carr, E. (1961). *What is history*. 박종국 (역) (2008). *역사란 무엇인가*. 육문사.
- Feyerabend, P. (1975). *Against method*. 정병훈 (역) (2019). *방법에 반대한다*. 그린비.
- Grunig, J., & Todd, H. (1984). *Managing public relations*. 박기순 · 박정순 · 최윤희 (역) (2004). *현대 PR의 이론과 실제*. 커뮤니케이션북스.
- Grunig, J., Dozier, D. M., Ehling, W. P., Grunig, L. A., Repper, F. C., & White, J. (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Hanson, N. (1958). *Patterns of discovery: An inquiry into the conceptual foundations of science*. 송진웅 · 조숙경

(역) (2007). *과학적 발견의 패턴*. 사이언스북스.

Harris, T. (1991). *The marketer's guide to public relations*. John Wiley & Sons, Inc.

Heisenberg, W. (1959). *Physics and philosophy: The revolution in modern science*. 조호근 (역) (2018). *물리와 철학*. 서커스.

Johnson, A. (2018). *Introduction to key concepts and evolutions in psychoanalysis: From Freud to neuroscience*. 강철민 (역) (2020). *한 권으로 읽는 정신분석: 프로이트에서 신경과학까지*. 학지사.

Kant, I. (1781). *Kritik der reinen Vernunft*. 정명오 (역) (2016). *순수이성비판*. 동서문화사.

Kuhn, T. (1957). *The copernican revolution*. 정동욱 (역) (2016). *코페르니쿠스 혁명*. 지식을 만드는 지식.

Kuhn, T. (1962). *The structure of scientific revolutions*. 김명자·홍성욱 (역) (2013). *과학혁명의 구조*. 까치.

Robinson, D. (1995). *Nietzsche and postmodernism*. 박미선 (역) (2002). *니체와 포스트모더니즘*. 이제이북스.

Rovelli, C. (2011). *The first scientist: Anaximander and his legacy*. 이희정 (역) (2017). *첫번째 과학자, 아낙시만드로스*. 푸른지식.

Sinclair, M. (1923). *Uncanny stories*. 송예슬 (역) (2021). *기이한 이야기*. 만복당.

Wittgenstein, L. (1921). *Tractatus logico-philosophicus*. 이영철 (역) (2020). *논리-철학 논고*. 책세상.

Wittgenstein, L. (1953). *Philosophische untersuchungen*. 이승중 (역) (2016). *철학적 탐구*. 아카넷.

Wittgenstein, L. (1969). *Über gewißheit*. 이영철 (역) (2020). *확실성에 관하여*. 책세상.

加來道雄 (2006). *Parallel worlds: A journey through creation, higher dimensions, and the future of Cosmos*. 박병철 (역) (2006). *평행우주*. 김영사.

吉永良正 (1992). *ゲデル・不完全性 定理・理性の 限界の 発見*. 임승원 (역) (2015). *괴델-불완전성 정리: 이성의 한계의 발견*. 전파과학사.

鹽澤由田 (1999). *複雑系經濟學入門*. 임채성 외 (역) (1999). *왜 복잡계 경제학인가*. 푸른길.

투고일 : 2021년06월22일/ 수정일 : 2021년10월27일/ 게재확정일 : 2021년11월02일

Abstract

Transitional Suggestions for PR Studies

Park, Kichul

Ph. D., Professor, Dep't of Ad & PR, Kyungsoong Univ.

PR studies are social science that deals with relations that occur in a very complex way. The variables that occur in it are too complex to establish a hypothesis between the independent variable(X) and the dependent variable(Y) to quantify its correlation or causality statistically and objectively. In the social sciences, it is verified through analytic research to test simplified hypotheses. This originated from trying to imitate natural science, the progenitor of science that preceded social science. However after the 20th century, there has been a trend in physics, art, psychology, philosophy, mathematics, literature, communication, history, astronomy, economics, recognizing subjective ambiguity from objective certainty. PR studies may shift from the social sciences of objective analysis to the social communications of subjective interpretation according to such trends. It is necessary not to be trapped only in the bifurcated study trend of quantitative or qualitative research, but to attempt thought study freely on a transitional paradigm.

keywords: PR, Relations, Social Sciences, PR Studies