creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

경영학 석사 학위논문

외부 위기와 전담 부서가 한국 경찰의 조직적 평판에 미치는 효과

2023 년 2 월

서울대학교 대학원

경영학과 전략 · 국제경영 전공

고 현 준

외부 위기와 전담 부서가 한국 경찰의 조직적 평판에 미치는 효과

지도 교수 박 남 규

이 논문을 경영학 석사 학위논문으로 제출함
2022 년 10 월

서울대학교 대학원
경영학과 전략 · 국제경영 전공
고 현 준

고현준의 경영학 석사 학위논문을 인준함
2022 년 12 월

위 원 장 _____ 조 승 아 _____ (인)

부위원장 _____ 박 선 현 _____ (인)

위 원 _____ 박 남 규 _____ (인)

초 록

기존 국내의 경찰 조직에 대한 평판 연구는 경찰 평판의 구성요소를 분류하거나 경찰 평판의 형성과정만을 설명하였고, 경찰 평판을 실질적으로 방어하고 관리하기 위한 구체적인 방안을 제시하지 못했다는 한계가 있다. 일반적으로 조직의 평판에 위협이 되는 위기 상황에서 주요한 전략적 자원 중 하나인 긍정적인 평판을 강화시키는 것은 경찰 조직의 거대한 숙제로 자리잡고 있다. 특히 경찰 조직의 평판은 주로 간접적인 경험과 언론 기관의 보도를 통해 형성된다는 점에 비추어 경찰 조직의 평판을 관리하기 위해서는 전략적인 접근 방법이 필요하다. 이번 연구는 신문 기사의 제목을 분석 단위로 한 콘텐츠 분석 방식을 이용하여 2019년부터 2021년 간의 범죄를 조사하였고, 총 300건의 범죄를 연구한 결과 흉악 범죄의 정도는 경찰 조직의 평판과 연관성이 없으며 전파력이 큰 전국 일간지에서 범죄가 최초로 보도될수록 경찰 조직의 평판에 부정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부는 흉악 범죄와 경찰 조직의 평판의 관계에는 유의미한 결과를 가져오지 못했지만, 범죄의 초기 보도 언론사와 경찰 조직의 평판의 관계에는 조절 효과가 있어 전담 부서에서 초기 수사를 담당할수록 경찰 조직의 비난 정도를 감소시키는 것으로 연구되었다.

주요어 : 경찰, 평판, 위기 관리와 평판 관리, 전담 부서, 콘텐츠 분석
학 번 : 2021-27363

목 차

제 1 장 서 론 1

제 2 장 기존 연구 5
제 1 절 평판 5
제 2 절 외부 위기 10
제 3 절 경찰 조직과 평판과의 관계 12
제 4 절 전담 부서 13

제 3 장 가설 및 연구 방법 14
제 1 절 연구 주제 및 가설 14
제 2 절 연구 방법 17

제 4 장 분석 및 결과 22

제 5 장 결론 및 제언 30

참고문헌 33

Abstract 39

표 목차

[표 1] 24
[표 2] 25
[표 3] 26
[표 4] 27
[표 5] 28
[표 6] 29

그림 목차

[그림 1] 14

제 1 장 서 론

위기 관리와 평판 관리를 연구하는 많은 학자들은 위기 상황이 조직의 평판에 위협이 된다는 점에 동의한다(Barton, 2001; Coombs & Holladay, 2006; Davies et al., 2003; Tulika, 2021; Caponigro, 2000). 조직에 대한 우호적인 평판은 위기 상황에서 조직의 중요한 자원 중 하나이며(Alsop, 2004; Davies et al., 2003; Dowling, 2002; Fombrun and van Riel, 2003; Coombs & Holladay, 2006), 이해관계자가 위험의 원인을 귀책하는 방식에 영향을 미친다. 후광 효과(halo effect)라고도 알려져 있는 이 효과는 위기가 사람의 잘못으로부터 초래된 경우 조직에 대한 호의적인 평판이 조직의 방패 역할을 하고, 위기에 관한 원인이 설명되지 않은 경우에는 조직의 책임을 의심하게 되는 상황에서 평판이 호의적인 조직에게 신뢰를 제공하는 방식으로 작용한다고 알려져 있다(Coombs & Holladay, 2006)

이 밖에도 우호적인 평판과 위기 상황의 관계에 대한 연구는 많이 이루어져 있다. 평판에 따라 이해관계자가 조직의 위기에 대한 책임을 축소하거나 혹은 증폭시킴으로써 기존의 평판은 이후 조직의 평판에 다시 영향을 미치며(Caponigro, 2000; Fombrun, 1996), 위기 상황에서 우호적인 조직에 대한 약한 귀책은 위기로 인한 평판의 손상을 줄인다(Coombs & Holladay, 1996, 2002). 이처럼 조직에 대한 호의적인 평판은 위기 상황에서 이해관계자가 위기에 처한 조직에게 얼마나 많은 책임을 돌리는지 연관되어 있고, 호의적인 평판을 가진

조직은 잘 알려져 있지 않거나 평판이 좋지 않은 조직보다 적은 책임이 할당된다는 점을 볼 때(Klein & Dawar, 2004) 우호적인 평판이 갖는 가치는 매우 높다는 점을 알 수 있다.

2000년대 이후 경찰 조직은 국민의 신뢰를 얻기 위해 다방면으로 노력하고 있다. 특히 2021년 자치경찰제 실시, 국가수사본부 설치 등 거대한 조직적 변화가 이루어짐으로써 경찰에 대한 국민의 신뢰 회복은 필수적이며 다각도로 요구되고 있다.

그러나 신뢰성 회복을 위한 경찰의 노력에 비해 국민들은 아직까지 경찰을 크게 신뢰하지 않는 것처럼 보인다. 2021년에 시행된 경제협력개발기구(OECD)의 국가별 공공부문 신뢰도 조사에 따르면 한국은 조사대상 20개국 중 7위를 기록했으나, 경찰에 대한 신뢰도 항목에서는 21개국 중 19위를 기록했다. OECD 국가의 경찰에 대한 신뢰도가 평균 67.1%였던 것에 비해, 한국의 경우 국민의 경찰 신뢰도는 51.2%에 불과하여 아직 신뢰성 회복을 위한 많은 노력이 필요하다는 것을 보여준다.

특히 경찰 조직에 대한 평판은 국민들과의 간접적인 접촉에 의해 주로 형성된다는 점에서 국민들의 경찰 신뢰도를 높이기 위한 방안에는 어려움이 많다. 국민들은 언론기관에 의해 기사화된 생생한 묘사를 통해 경찰에 대한 평판을 가질 뿐 아니라(이황우, 2007) 사회의 많은 부분에 있어 개인적인 학습이 아니라 범죄 및 사법 문제에 대한 인식을 형성하는 미디어 노출을 통해 평판을 형성한다(Surette, 2007).

그러나 이러한 어려움이 있다고 하더라도 조직에 대한 호의적인

평판이 미치는 긍정적인 효과는 경찰의 평판 관리가 필수적임을 보여준다(Wayne, 2015; Keane et al., 2013; Xiaochen et al., 2018). 경찰의 공정성 · 신뢰성 · 청렴성 · 투명성 등의 모습은 시민들의 법집행 순응도에 긍정적인 영향을 미치며(주재진, 2009), 국민들의 기관에 대한 평판은 기관에 대하여 느끼는 현재 및 미래의 만족도와 관련이 있다(최승범, 박홍식 & Rosa Chan, 2007). 뿐만 아니라 사회적 평판은 외부 평판과 내부 평판으로 구성되는데, 외부 평판이 직무만족에 더욱 높은 영향을 미친다는 연구는(이승철, 2014) 경찰 조직에 대한 국민들의 호의적인 평판이 경찰 조직원들의 직무만족도 또한 높일 수 있다는 점을 시사한다.

기존 국내의 경찰 조직에 대한 평판 연구는 경찰 평판의 구성요소를 분류하거나 경찰 평판의 형성과정을 설명하는 등 경찰 평판에 대한 전반적인 이해에 관한 연구 혹은 미디어에서의 경찰 평판에 대한 검증에 집중되었다는 한계가 있다(민형동, 2007; 남재성, 2009; 김은기 · 최응렬, 2016; 이종환, 2020; 정철우 · 정진성, 2020; 장재성, 2021). 따라서 경찰 평판을 호의적으로 관리하기 위한 방안으로는 시민들과의 접촉 증가, 홍보 활동의 집중 등 피상적인 방안만이 제시되었다.

경찰 조직의 평판에 대한 이해도 필요하지만 후광 효과를 경찰 조직에 발생시키기 위해서는 위기 상황이 있을 때 경찰 평판을 실질적으로 방어하고, 경찰 평판을 관리하기 위한 구체적인 방안이 요구된다. 따라서, 콘텐츠 분석(content analysis) 방법을 통해 위기 상황이 있을 때, 미디어에서 경찰 조직의 평판이 감소하는 정도를

방어할 수 있는 구체적인 방안에 대해 연구를 진행하였다.

연구는 한국언론진흥재단에서 운영하는 “빅카인즈”를 이용하여 신문기사를 검색하고, 분석하였다. 최근 3년(2019-2021년) 동안 범죄 300건에 대한 경찰 조직의 평판 변화를 연구한 결과, 범죄의 흉악 정도는 경찰 조직의 평판에 큰 영향을 주지 않았고 범죄가 지역 신문에 비해 전국 일간지에 먼저 보도될수록 경찰 조직의 평판에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 범죄가 발생한 이후 전문 부서(경찰서 내의 세부 부서)로 이송되어 전문 부서에서 범죄를 다룰 때, 경찰에 대한 비난 정도를 감소시킬 수 있었다.

이번 연구는 먼저 경찰 조직이 평판을 관리하기 위한 실질적인 방안을 제공했다는 데 의미가 있다. 전국 일간지에 범죄가 먼저 보도될수록 경찰 조직의 평판에 미치는 영향력이 강하기 때문에 홍보담당관실에서는 언론과의 관계를 위해 노력하며 종합 신문사와의 빠른 소통이 필요하다. 뿐만 아니라 서 단위에서도 언론과의 지속적인 소통, 사실 관계의 전달 등 평판 관리를 위한 노력이 필요하다는 것을 시사한다. 또한 경찰 조직의 평판과 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 상관 관계와 조절 관계를 밝힘으로써, 경찰 조직의 평판 관리를 위한 실질적인 방안을 제시하였다. 마지막으로는 경찰 조직의 평판 관리와 전문 부서의 의미에 대한 미래 연구의 가능성을 열었다.

다만 신문기사라는 하나의 자료로부터 데이터를 분석하였기 때문에, 동일 자료 편향(same-source bias) 문제가 있다는 점은 한계로 지적된다. 또한 경찰의 비난 어조에 대해서 콘텐츠 분석 방식 중 어조

분석(tone-analysis) 방식을 통해 객관성과 신뢰도를 높이고자 하였으나, 이용할 수 있는 한글 기준의 감정 사전이 없어 이와 관련된 추후 연구가 이루어진다면 연구의 신뢰도를 높일 수 있을 것이다. 마지막으로 이번 연구에서 독립변수와 종속변수의 상관관계에 대해서 증명을 했지만, 변수 사이의 확실한 인과관계에 대해서는 추후 연구에서 다루어져야 할 것이다.

제 2 장 기존 연구

제 1 절 평판

평판의 정의와 의미

Carpenter(2010)는 조직의 평판을 "다중 청중들의 네트워크에 포함된 조직의 능력, 의도, 역사, 그리고 사명에 관한 신념의 집합"이라고 정의하였다. 다중 청중들의 네트워크에는 선출직 공무원, 정치 및 행정 지도자, 이익 단체, 정책 전문가, 미디어 및 국민 등이 모두 포함된다(Tom et al., 2018). 이를 종합하자면 조직 평판이란 이해관계자를 포함한 다중 청중들의 네트워크에 정의된 조직의 모습을 의미한다.

평판이 기업 성과를 향상시킬 수 있는 전략적 자원이 될 수 있다는 연구는 학계에서 많은 주제로 다루어져 왔다(Tulika, 2021; Deephouse, 2000; Fombrun, 1996). 평판은 과거 기업이 성취한 실적들을 측정할

수 있는 도구 역할을 할 뿐만 아니라, 미래 투자의 안정성에 대한 지표 역할을 한다(Rayner, 2003). 또한, 긍정적이고 지속 가능한 평판은 장기적으로 부와 성공을 발생시키는 미래 역량의 주요한 결정요인으로 작용한다(Coldwell & Joosub, 2012). 위기에 예방적으로 반응하여 이해관계자들 사이에서 좋은 평판을 얻은 기업은 미래 위기 상황에서도 평판이 완충 역할을 한다(Jones et al., 2000). 강력한 긍정적인 평판은 기업의 전략적인 자원 외에도 정치적·행정적 자산이 될 수 있는데(Wearaas & Byrkjeflot, 2012), 긍정적인 평판을 갖고 있는 기업의 평판은 기업이 수행하는 활동과 관련된 비난으로부터 기업을 보호하는 방어적인 구성 요소가 될 수 있을 뿐만 아니라 기업의 활동이 공공 정책 내용에 영향을 미치는 공격적인 구성 요소도 될 수 있다고 하였다.

평판 자본

이러한 평판이 쌓여 평판 자본이 되는데, 평판 자본은 “조직이 이해관계자와 갖는 관계의 질과 그로부터 회사와 브랜드의 이미지가 유지되는 것”으로 정의된다(Fombrun & Van Riel, 2004). Fombrun & Van Riel(2004)은 수많은 사건을 기반으로 경험적 연구를 진행하여 평판 자본이 주가 변동에 영향력을 끼칠 수 있는 효과를 가졌다는 것을 증명하였다. 그렇기에 조직은 평판 자본을 책임감 있게 관리하면서 축적하는데, 학자들은 이를 마치 금융 자산에 비유하기도 한다(Alsop, 2004; Dowling, 2002). 다양한 위험은 마치 급작스럽게 다가온 부채와

같이 기업을 저해하는 결과를 초래하기도 하는데(Coldwell & Joosub, 2012), 이 때 기업의 좋은 평판은 은행 계좌의 높은 잔고처럼 기업이 위험으로부터 손상되는 것을 방지한다. 결과적으로 위기가 발생하기 이전에 축적한 긍정적인 평판 자본은 위기 상황에서 조직이 피해를 축소할 수 있게 해주고, 위기를 더욱 빠르게 극복할 수 있도록 해준다(Alsop, 2004; Dowling, 2002). 때문에 조직은 특정 위기에 대해 기존 평판 자본을 유지하거나 강화하는 방식을 통해 대응한다(Coldwell & Joosub, 2012).

평판이 형성되는 과정

평판이 형성되는 과정에 대해서도 많은 연구가 이루어져 있다. 평판은 조직과 이해관계자들 간의 관계를 통해 발전된다. 조직과 이해관계자들 사이의 긍정적인 상호 작용은 좋은 평판을 만들고, 부정적인 상호 작용은 나쁜 평판으로 이어진다(Fombrun & Van Riel, 2003). 이해관계자가 조직에 대해 일반적으로 호의적인 견해를 가지고 있다면 이 긍정적인 평판은 후광 역할을 하여 이해관계자가 위험에 대한 책임을 귀책하는 방식에 영향을 미친다. 예를 들어, 위기가 발생한 경우 다양한 이해관계자는 평판에 따라 위기의 원인을 조직 내부에서 찾거나 또는 조직 외부에서 찾음으로써 조직의 책임을 증감시킨다(Caponigro, 2000; Fombrun, 1996). 긍정적인 평판을 갖고 있는 조직은 평판이 잘 알려져 있지 않거나, 평판이 좋지 않은 조직에 비해 위기가 발생한 경우 책임이 할당되지 않는다. 이러한 효과는 연쇄적인 작용을 일으키는데,

결과적으로 위기에 대한 약한 귀책은 다시 위기로 인한 기업의 평판 손상을 줄이게 되는 것이다(Coombs & Holladay, 1996, 2002; Klein & Dawar, 2004). 다만 중립적인 평판과 긍정적인 평판의 사이에서 평판의 차이에 따른 효과는 여전히 논쟁의 여지가 있다. Coombs & Holladay(2002)에 따르면 중립적인 평판보다 긍정적인 평판에 대한 이점은 없었고, 부정적인 평판으로 인한 피해만 있었다. 이 결과를 벨크로 효과라고 부르며, 부정적인 평판은 벨크로와 같은 역할을 하여 기업에게 추가적인 평판 손상을 유발하였다. Klein & Dawar(2004) 역시 기업의 중립적인 이미지는 긍정적인 이미지와 마찬가지로 위기 상황이 있을 때 기업에게 보호막을 제공하였지만, 부정적인 이미지는 기업에게 위기 상황에 대한 강력한 책임을 부여하였다. 위의 연구를 종합하자면, 긍정적인 평판 관리를 유지하는 것보다 부정적인 평판을 줄이는 것이 조직의 평판 관리에 더욱 도움이 된다는 사실을 도출할 수 있다.

위기 상황에서의 평판 관리

이처럼 평판은 기업에게 중요한 자산이기 때문에 위기 상황에서 평판을 관리하기 위한 방법 역시 많은 연구가 이루어져 있다. 위기 관리란 부정적인 상황이 발생했을 때, 빠르게 이행되는 행동의 계획이며, 평판 관리는 예방적인 접근을 이용하여 1년 내내 사용되는 전략이다(Patterson, 1993). Patterson(1993)에 따르면, 부정적인 상황을 통제하는 노력은 점점 더 복잡해지며 위기 관리는 다음과 같은

이유로 인해 그 자체가 평판 관리로 진화하고 있다고 하였다. 첫 번째 위기 관리보다 평판 관리가 경영 관리자로부터 더 많은 관심을 끌고 있고, 두 번째로는 더 많은 조직들이 위기 상황에서 그들의 평판을 해칠 수 있는 실제 가능성을 마주하고 있다는 것이다.

다양한 이해 관계자가 위기로 인해 부정적인 영향을 받으며, 위기는 이해 관계자들에게 조직에 대해 부정적으로 생각할 이유를 제공하기 때문에 위기는 일반적으로 평판에 대한 위협으로 간주된다. 따라서 위기는 조직의 평판을 손상시키고 그러한 변화는 이해관계자가 조직과 상호 작용하는 방식에 영향을 미칠 수 있다(Barton, 2001;Dowling, 2002).

따라서 위기는 평판을 손상시키고 그러한 변화는 이해관계자가 조직과 상호 작용하는 방식에 영향을 미칠 수 있다(Barton, 2001;Dowling, 2002).

따라서 위기 상황에서 평판을 관리하기 위한 방안에 대한 연구가 많이 이루어졌는데, 그 중에서 위기 소통(crisis communication)에 초점을 맞춘 수많은 모델들이 수십 년간 연구자들에 의해 발전되어 왔다(Barton, 2001; Rayner, 2003; Coldwell & Joosub, 2012; Chambers, 2001). 위기가 발생했을 때 즉각적이고 책임감 있는 반응은 부정적인 평판을 감소시키는 데 도움을 주기 때문에(Chambers, 2001), 위기 관리의 핵심은 조직이 즉각적이고 책임감 있게, 그리고 효과적으로 반응하도록 하는 것이다(Coldwell & Joosub, 2012). 따라서 위기 상황 속에서 미디어와 이해 관계자들에게 기업의 전략과 태도를 신속하게

전달하는 대변인의 역할이 매우 중요하다 (Lerbinger, 1997).

특히 평판 관리를 위해서 조직과 미디어와의 관계가 중요하다. 대부분의 이해 관계자는 뉴스 미디어에서 보도되는 정보를 통해 조직의 평판을 형성하기 때문에 미디어 보도에 영향을 많이 받는다는 것은 평판 관리의 중요한 특징이다(Carroll, 2004; Carroll and McCombs, 2003; Meijer, 2004). 조직과 미디어 사이의 효과적이고 신속한 소통은 위기 상황에서 회사의 이미지를 보호하는 데 도움을 준다(Benoit, 1997). 위기 상황에서 책임 있는 리더십은 평판 관리에 많은 영향을 미치며(Tulika, 2021), 사과는 위기 상황 속에서 미디어와 소통하는데 중요한 전략 중 하나이다(Coombs, 1999). 조직은 전략적으로 사과함으로써 이해 관계자들로부터 정서적 공감과 인지적 공감을 모두 유도할 수 있다(Ndone & Park, 2022).

제 2 절 외부 위기

Pearson & Clair(1998)는 첫 번째로 위기를 “낮은 가능성으로 발생하여 원인을 정확하게 알아낼 수 없으나 조직의 생존 능력을 위협하는 강한 영향을 미치는 사건”이라고 정의하였다. 이후 여러 학자들마다 위기를 다르게 정의하였고, 일반적으로는 Coombs(2007)가 정의한 “조직 운영을 방해하고 평판에 위협이 되는 갑작스럽고 예상치 못한 사건”으로 위기라는 단어를 사용하고 있다.

위기에 대한 정의를 완벽하게 내릴 수는 없지만 1) 위기의 원인이 확실하게 규정되어 있지 않고, 위기의 발생이 예상되지 않으며, 2)

조직과 이해관계자들에게 큰 영향을 주지만 발생 가능성은 낮으며, 3) 대처하는데 제한된 시간을 갖고 있다는 공통적인 특징을 갖고 있다(Bhaduri, 2019).

위기를 크게 내부 위기(internal crisis)와 외부 위기(external crisis)로 나눌 수 있는데, 내부 위기는 도덕적이거나 윤리적인 문제, 리더십의 예상되지 않은 변화, 제품의 실패 등 조직 내부의 원인으로 인해 발생하는 위기를 의미하고, 외부 위기는 자연재해 등 환경적 재해, 전염병의 위협, 주식 시장의 붕괴, 표적이 된 공공 행위 등 조직 외부의 원인으로 인해 발생하는 위기를 의미한다(Bowers et al, 2017).

이번 연구에서는 외부 위기만을 대상으로 하며, 내부 위기는 연구 범위에서 제외한다. 경찰 조직의 내부 위기는 직장 내의 비리, 경찰 공무원 개인의 일탈 행위 등으로 범주화 할 수 있는데, 이는 그 자체로 경찰 조직에 대한 비난의 소지가 높아 내부 위기가 발생하는 즉시 경찰 평판에 부정적인 영향을 미치지만 사후 경찰의 조직적 대응이 평판 방어에 미치는 영향을 연구하기 힘들기 때문이다. 뿐만 아니라 경찰 조직의 내부 위기는 경찰청 청문감사관의 지휘를 통해 사건이 다루어지기 때문에 외부 당사자의 입장에서 위기에 대한 자세한 원인과 결과를 확인할 수 없어 연구에 한계가 있다. 따라서 외부 위기만을 연구 대상으로 하되, 자세한 외부 위기의 조건에 대해서는 추후 연구 방법에서 서술하고 있다.

제 3 절 경찰 조직과 평판과의 관계

경찰관 직무집행법에 의거하여 경찰 조직은 국민의 생명·신체 및 재산의 보호, 범죄의 예방·진압 및 수사, 기타 공공의 안녕과 질서 유지 등의 업무를 한다.[①]

경찰 조직의 업무는 경찰에 대한 국민들의 평판과 직접적인 연관이 있다. 경찰의 공정성·신뢰성·청렴성·투명성 등의 모습은 시민들의 법집행 순응도에 긍정적인 영향을 미치며(주재진, 2009), 국민들의 기관에 대한 평판은 국민들이 기관에 대해 느끼는 현재 및 미래의 만족도에 영향을 미친다(최승범, 박홍식 & Rosa Chan, 2007). 뿐만 아니라 사회적 평판은 외부 평판과 내부 평판으로 구성되는데, 외부 평판이 직무만족에 더욱 높은 영향을 미친다는 연구는(이승철, 2014) 경찰 조직에 대한 국민들의 호의적인 평판이 경찰 조직원들의 직무만족도를 높일 수 있다는 점을 시사한다.

그러나 기존의 경찰 조직의 평판과 관련된 연구는 다음과 같은 한계점을 지닌다. 기존 연구는 경찰 평판의 구성요소를 분류하거나 경찰 평판의 형성과정을 설명하는 등 경찰 평판에 대한 전반적인 이해에 관한 연구 혹은 미디어에서의 경찰 평판에 대한 검증에 연구를 집중하였다(민형동, 2007; 남재성, 2009; 김은기·최응렬, 2016; 이종환, 2020; 정철우·정진성, 2020; 장재성, 2021). 이해와 검증으로 진행된 기존 연구는 결론적으로 경찰 평판을 호의적으로 관리하기 위한 방안은 시민들과의 접촉 증가, 홍보 활동의 집중 등 추상적인 방안만을 제시할

① 경찰관 직무집행법 제2조

수밖에 없었다. 기존 연구를 통해 경찰 조직의 업무와 평판이 밀접하게 연관되어 있다는 내용에 대한 이해는 가능하지만, 위기 상황에서 평판을 관리할 수 있는 구체적인 방법은 도출하지 못하였다. 따라서 위기 관리를 통해 부정적인 평판을 축소하고, 긍정적인 평판을 쌓을 수 있는 방법에 대해서 구체적인 방안의 필요성이 제기된다.

제 4 절 전담 부서

전담 부서와 관련된 기존 연구를 살펴보자면 행정 조직 내에서 특정 전담 부서의 필요성을 다루는 연구(최윤희, 2018; 이효직 등, 2016)나 전담부서의 현황과 관련된 연구(이종철 등, 2013)는 많이 이루어져 있지만, 전담 부서의 정의나 경찰 조직의 전담 부서에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았다.

전담 부서의 정의와 함께 이루어진 연구가 없기 때문에 전담 부서를 “특정 사건·범죄를 전문적으로 해결하기 위해 이루어진 부서로, 해당 사건에 대한 업무를 전적으로 담당하는 부서”라고 의미에 맞게 정의하였다. 예를 들어 경제범죄수사과는 사기, 횡령, 배임 및 특별법 사건 등의 사건을 전적으로 담당하기 때문에 전담 부서라고 할 수 있으나, 모든 사건의 초동 조치를 담당하는 지구대는 전담 부서라고 할 수 없다.

경찰 조직과 관련하여 외부 위기가 있을 때, 사건의 초기 수사를 전담 부서에서 담당하였는지 여부에 따라 경찰의 평판 변화가 어떻게 달라지는지 비교함으로써, 전담 부서의 존재가 경찰 평판의 완충제

역할을 할 수 있을 것인지 연구를 진행하였다.

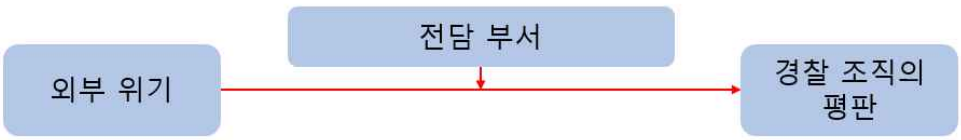
제 3 장 가설 및 연구 방법

제 1 절 연구 주제 및 가설

연구 주제

이번 연구는 “외부 위기가 있을 때 경찰의 평판에 영향을 미치는 요소가 무엇인가?”를 주제로 경험적 연구를 진행하였다. 연구를 통해 위기 상황에서 경찰 조직의 평판 관리에 실질적인 방안을 도출하는 것을 목적으로 한다. 이를 하나의 그림으로 나타내면 아래 **그림 1.**과 같다.

그림 1. 연구 주제 모형



일반적으로 위기는 평판에 대한 위협으로 간주되며(Barton, 2001), 이는 경찰 조직에서도 마찬가지이기 때문에 외부 위기가 존재하는 경우 대부분 경찰 조직의 평판에 부정적인 영향을 미친다. 따라서 외부 위기가 존재하는 경우 경찰 조직의 평판에 영향을 미치는 요소들을 가설로 설정하여 해당 요소가 경찰 조직의 평판에 부정적인 영향을

미치는지 여부를 먼저 연구한다. 이후 사건 초기 전담 부서의 담당 여부를 조절 변수로 하여 경찰 조직의 평판에 대한 조절 효과를 살펴보고자 한다.

가설

경찰 조직의 평판을 저해하는 대표적인 외부 위기는 범죄의 발생이다. 위기의 공통적인 특징을 기준으로 범죄의 발생을 예상하는 것은 불가능에 가깝고, 범죄가 발생하면 경찰 조직의 평판에 영향을 주며, 범죄가 발생한 이후 경찰 조직이 범죄를 대처하는데 제한된 시간을 갖고 있다. 이러한 점에 비추어 이번 연구에서 외부 위기는 범죄의 발생으로 설정하였다.

특정 사건에 대한 미디어의 노출은 다양한 청중들의 인식을 형성하는데 상당한 영향을 주고(Surette, 2007), 특정 미디어를 시청한 시청자들은 관련된 기관에 대한 태도가 시청하지 않은 시청자들과 차이가 있었다(Kateleen. M. & Charles. F., 2015). 따라서 흉악한 범죄일수록 미디어에 노출된다면 이는 청중들에게 더 많은 관심을 끌고, 강한 인식을 형성할 것이다. 청중들의 관심은 더 많은 미디어 보도로 이어질 것이며, 이는 경찰에 대한 평판을 형성하는데 큰 영향을 미칠 것이라 예상할 수 있다.

가설 1. 흉악 범죄일수록 경찰 평판에 부정적으로 영향을 미칠 것이다.

특히 조직의 이해 관계자들은 주로 뉴스 보도를 통해 위기에 대해서 인식하게 되며(Coombs, 2007), 우리나라에서 경찰의 이미지는 언론 기관에 의하여 기사화된 묘사에 의해서 상당한 영향을 받는다(이황우, 2007).

따라서 범죄가 발생했을 때, 범죄의 초기 보도가 지역 신문에 비해 전달력이 높고 파급력이 큰 전국 일간지(중앙일보, 조선일보, 한겨레, 경향신문 등)에 의해 전달될수록 사람들의 관심을 많이 받을 것이다. 이는 또 다시 더 많은 미디어 보도와 청중들의 관심으로 이어질 것이며, 경찰의 평판에 큰 영향을 미칠 것이라 예상할 수 있다.

가설 2. 범죄의 초기 보도가 전국 일간지에서 이루어질수록 경찰 평판에 부정적으로 영향을 미칠 것이다.

경찰은 주로 신고, 고소·고발, 인지 등의 방법을 통해 사건을 담당하게 된다. 신고를 통해 사건을 접수한 경우 지구대·파출소에서 초동 조치를 담당하게 되며, 범죄 혐의가 있거나 사건이 조정되지 않는 경우 경찰서 내의 전담 부서에 사건을 이송하게 된다. 그 외에 고소·고발, 인지 등의 방법은 전담 부서에서 직접 사건을 접수하여 초기 수사를 담당한다.

전담 부서에서 범죄 초기부터 사건을 담당한다면 일관적이고 전문적인 사건 담당과 언론사와의 원활한 소통 등의 효과를 불러 일으킬 수 있다. 따라서 외부 위기가 발생한 경우 전담 부서가 초기에 위기를

대응하고 관리한다면 경찰 평판에 긍정적인 효과를 불러올 것이다.

가설 3a. 전담 부서에서 사건을 빠르게 담당할수록, 경찰 평판에 대한 흉악 범죄의 부정적인 영향을 완화할 것이다.

가설 3b. 전담 부서에서 사건을 빠르게 담당할수록, 경찰 평판에 대한 전국 일간지의 초기 범죄 보도의 부정적인 영향을 완화할 것이다.

제 2 절 연구 방법

콘텐츠 분석

대부분의 이해 관계자는 뉴스 미디어에서 정보를 얻기 때문에 평판 관리 중 하나의 중요한 특징은 미디어 보도를 잘 관리해야 한다는 것이다(Carroll, 2004; Carroll & McCombs, 2003; Meijer, 2004). 특히 이해 관계자는 뉴스 보도를 통해 위기 상황에 대해서 자세히 알게 되기 때문에(Coombs, 2007), 위기 상황 동안 조직과 미디어 사이의 관계는 매우 중요하다(Benoit, 1997). 우리나라에서도 경찰의 이미지는 언론 기관에 의하여 기사화된 묘사에 의해서 상당한 영향을 받는다는 연구가 있다(이황우, 2007).

따라서 이번 연구는 신문 기사를 연구 자료로 활용하여 경찰 평판 변화를 살펴보고자 하며, 하나의 사건에 대한 경찰 비난 기사의 비중을 비교함으로써 외부 위기가 있을 때 경찰 평판에 영향을 미치는 요소에 대해 연구를 진행하고자 한다.

Kovach & Rosenstiel(2001)에 의하면 기사의 제목은 뉴스의 내용을 가장 간명하게 표명하도록 명명한 것이며, 일반적으로 제목에 언론이 시민들에게 전달하고자 하는 의미가 가장 명확하게 드러난다. 따라서 분석 단위를 기사 제목으로 하여 신문 기사의 기사 제목을 바탕으로 경찰에 대한 평판을 연구하였다.

연구는 한국언론진흥재단에서 운영하는 “빅카인즈”를 이용하여 신문 기사를 검색하고 분석하였다. 빅카인즈는 국내 54개 주요 언론사의 데이터를 확보하고, 뉴스 빅데이터 서비스를 제공하는 사이트로 과거부터 현재까지 언론사에서 경찰에 관한 어떤 기사를 작성하였는지 데이터를 얻을 수 있었다.

최근 3년(2019-2021년) 동안 경찰과 관련된 범죄를 조사하였고, 총 300건의 범죄를 분류하였다. 300건의 범죄마다 경찰 비난 기사의 비중을 통해 경찰의 평판 변화를 도출하였으며, 이를 바탕으로 연구를 진행하였다.

경찰 비난 기사의 비중을 측정하기 위해서는 하나의 범죄에 대해 총 기사 개수와 비난 기사 개수를 측정하여 비난 기사의 개수 / 총 기사 개수로 그 정도를 수치화 하였고, 기사는 국민들에게 접근성이 높은 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 한겨레, 경향신문, 한국일보 총 6개의 신문사의 신문 기사를 대상으로 조사하였다.

분석 단위

이번 연구에서 내부 위기는 제외하고 외부 위기만을 연구 대상으로

하였으며, 외부 위기는 “특정 조직에 의해 시작되지 않은 예측할 수 없고 또는 예상치 못한 사건”이라 정의하였다(Jason & Kristian, 2022). 이를 구체적으로 살펴본다면, 먼저 경찰 평판에 영향을 주어야 한다는 점에 의해 언론에 보도된 범죄를 대상으로 하였다. 언론에 적어도 한 번 이상 보도가 되어야 청중이 위기 상황에 대해서 알게 되고, 경찰의 평판 변화에 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 범죄 중에서 내부 위기에 해당되는 경찰관의 비리나 직장 내 성추행 등 내부적인 사건 혹은 경찰관의 범죄는 연구 대상에서 제외하였고, 경찰 수사 단계에서 범죄의 혐의점이 있어 검찰에 송치한 사건을 연구 대상으로 하였다. 범죄 혐의가 온전히 밝혀지지 않은 사건들은 단순히 범죄의 발생, 경찰 수사 착수 등의 내용만 보도된 경우가 대부분이기 때문에 기사의 건수도 많지 않아 청중들의 관심을 끌지 못하였고, 경찰의 평판에도 영향을 미치지 못해 큰 의미를 갖지 못했기 때문이다. 따라서 혐의가 확실하게 밝혀지지 않은 고소·고발·송치 전 사건은 연구에서 제외하였다. 군 관련 사건은 군 경찰에서 따로 사건을 담당하기 때문에 경찰 조직과 관련이 없어 연구 대상에서 제외하였다. 방역 지침 위반 사건 역시 사건의 특성상 시기적 요인이 크게 작용하기 때문에 제외하였으며, 의도치 않게 발생한 사고나 교통사고 역시 유의미하게 경찰의 평판에 영향을 주지 않는다는 점에서 연구 대상에서 제외하였다.

평판은 경찰 조직에 대한 비난 어조의 기사 비중을 측정 단위로 하여 각 범죄마다 (비난 기사의 개수 / 전체 기사의 개수)로 측정하였다. 비난 어조는 신문 기사의 제목에서 경찰 조직에 대한 책임을 추궁하거나

경찰의 잘못을 지적하고, 경찰에 대해서 비판하거나 부정적인 단어를 사용하는 경우 비난 어조의 기사로 분류하였다.

전담 부서는 고소·고발·인지 등의 사건은 모두 전담 부서에서 초기 수사를 담당한 것으로 분류하였고, 신고를 통해 접수된 사건은 미디어 보도를 참고하여 초기 수사를 전담 부서에서 담당하였는지 여부를 분류하였다. 그 여부에 따라 0과 1로 전담 부서의 담당 여부를 수치화 하였다.

흉악 범죄는 범죄의 재판 결과가 나온 경우 형량에 따라 1: 징역 1년 미만, 2: 징역 1년 이상 ~ 3년 미만, 3: 징역 3년 이상 ~ 7년 미만, 4: 징역 7년 이상 ~ 10년 미만, 5: 징역 10년 이상으로 5단계로 나누어 범주화 하였다. 아직 재판 결과가 나오지 않은 사건에 대해서는 해당 범죄의 양형 기준에 따라 분류하였다. 양형이 최소 기준인 경우에는 최소 형량을 기준으로 분류하였으며, 양형이 최대 기준인 경우에는 최대 양형의 절반을 계산하여 분류하였다.

언론 초기 보도는 1: 지역지(경기일보·부산일보·전북도민일보 등), 2: 일간지 및 방송사(매일경제, YTN, 머니투데이 등), 3: 전국 일간지(조선일보, 중앙일보, 동아일보, 경향신문, 한겨레, 한국일보)로 나누어 범주화 하였다.

변수

독립 변수. 독립 변수는 앞서 얘기한 것처럼 경찰의 외부 위기이다. 경찰의 평판에 영향을 미쳐야 한다는 점에 의해 언론에 보도된 범죄 중

혐의가 확실히 밝혀진 범죄를 대상으로 하였다. 범죄 중에서 흉악 범죄와 전국 일간지의 초기 보도를 독립 변수로 하여 종속 변수에 미치는 영향을 살펴보았다.

종속 변수. 종속 변수는 경찰의 평판 변화이다. 경찰의 평판 변화는 신문 기사의 제목을 분석 단위로 하여 범죄의 경찰 비난 기사 비중을 바탕으로 살펴보았다. 경찰 비난 기사 비중은 비난 기사의 개수 / 전체 기사의 개수로 측정하였다.

조절 변수. 조절 변수는 전담 부서의 사건 초기 담당 여부이다. 사건 초기부터 전담 부서에서 사건을 담당하였는지 여부에 따라 종속 변수에 대한 독립 변수의 효과를 조절하는지 살펴보았다.

통제 변수. 연구 모델에 대한 통제 변수는 피해자의 사회적 약자 여부, 피해자의 성별, 범죄 발생 장소로 설정하였다. 먼저 피해자의 사회적 약자 여부에 따라 국민들의 관심이 높아질 수도 있고, 사건에 대해 경찰의 비난 정도가 높아질 수 있기 때문에 이를 통제 변수로 설정하였다. 사회적 약자는 아동 · 노인 · 장애인을 그 대상으로 하여 0과 1로 수치화 하였다.

피해자의 성별은 최근 스토킹 범죄가 빈도 높게 발생할 뿐만 아니라 단순 스토킹 외에 강력 범죄로 이어지는 경우가 많아 국민들의 관심이 높아졌고, 그 외에도 묻지마 폭행 · 성범죄 등 성별에 따라 범죄의 발생 빈도와 범죄의 강도가 차이가 남에 따라 피해자의 성별로 인해 국민들의 관심도가 달라질 수 있기 때문에 그 효과를 통제하여 0과 1로 수치화 하였다.

마지막으로 범죄 발생 장소를 통제 변수로 설정하였다. 범죄 발생 장소가 대도시인지 시골인지 그 차이에 따라 보도 가능성이 다를 수 있고, 국민들이 자신들과 인접한 장소에서 발생한 범죄의 경우에는 더 관심을 가질 가능성이 있기 때문에 1: 군, 2: 시, 3: 광역시 · 제주시, 4: 특별시로 범주화 하였다.

제 4 장 분석 및 결과

분석

경찰의 평판에 영향을 미치는 변수들을 조사하기 위해 콘텐츠 분석 방식을 이용하여 경찰의 비난 기사의 비중을 측정하였고, 이를 SPSS 통계 프로그램을 이용하여 독립 변수와 종속 변수, 그리고 조절 변수의 관계를 연구하였다. 가설 1을 검증하기 위해 범죄의 흉악 정도를 1부터 5까지 수치화 하였으며, 높은 범죄일수록 경찰의 비난 기사의 비중이 높은지 그 관계성을 통계적으로 검토하였다. 가설 2를 검증하기 위해 범죄의 최초 보도 언론사를 지역 신문을 1, 일간지 및 방송지를 2, 전국 일간지를 3으로 범주화하여 전파력이 큰 전국 일간지에서 최초 보도가 이루어질수록 경찰의 비난 기사의 비중이 높은지 관계성을 연구하였다. 마지막으로 가설 3을 검증하기 위해서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부를 0과 1로 수치화하여 경찰의 비난 기사 비중과의 관계를 통계적으로 검토하였다. 이와 동시에 흉악 범죄의 정도와 경찰의

평판과의 관계에서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부에 대한 효과를 확인하기 위해 (개별 사건의 흉악 범죄의 정도 – 전체 흉악 범죄의 평균 정도) * (개별 사건에 대한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부 – 전체 전담 부서의 초기 수사 담당 여부)를 측정하여 경찰의 비난 기사 비중과의 관계를 살펴보았고, 범죄의 최초 보도 언론사와 경찰의 평판과의 관계에 있어서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부에 대한 효과를 확인하기 위해 (개별 사건의 최초 보도 언론사 – 전체 최초 보도 언론사의 평균) * (개별 사건에 대한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부 – 전체 전담 부서의 초기 수사 담당 여부)를 측정하여 경찰의 비난 기사 비중과의 관계를 통계적으로 연구하였다.

결과

먼저 통제 변수와 종속 변수의 관계를 살펴봄으로써, 통제 변수가 종속 변수에 영향을 주는지 살펴보았다. Disadvantaged는 피해자의 사회적 약자 여부, Gender은 피해자의 성별, Place는 범죄 발생 장소를 의미하며, 아래 **표 1.** 과 같이 통제 변수는 종속 변수에 영향을 주지 않는다는 것을 볼 수 있다. 피해자의 성별은 다른 통제 변수보다 상관관계는 있었지만 유의미한 수준의 수치는 나오지 않았음을 확인할 수 있다.

표 1. 통제 변수와 종속 변수와의 관계

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
1	0.106	0.0112	0.872	3	230	0.456

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.00723	0.02653	-0.272	0.786
Disadvantaged	0.00621	0.01435	0.433	0.666
Gender	0.01982	0.01363	1.454	0.147
Place	0.00596	0.00799	0.746	0.456

다음은 독립 변수와 종속 변수의 관계를 살펴보았다. Crime은 범죄의 흉악 정도를 나타내는 것이며, Initial Report는 범죄의 최초 보도 언론사를 나타내는 것이다. 아래 **표 2.** 와 같이 범죄의 흉악 정도는 경찰의 비난 정도와 관계가 없으며, 범죄의 최초 보도 언론사는 전국 일간지에서 최초로 범죄를 보도할수록 경찰 조직의 비난 정도가 높았고, 그 상관 관계는 유의미하다는 결과를 내릴 수 있다.

따라서 이를 통해 가설 1은 성립하지 않고, 가설 2는 성립한다는 결론을 도출할 수 있다.

가설 1. 흉악 범죄일수록 경찰 평판에 부정적으로 영향을 미칠 것이다. (성립하지 않음)

가설 2. 범죄의 초기 보도가 전국 일간지에서 이루어질수록 경찰 평판에 부정적으로 영향을 미칠 것이다. (성립함)

표 2. 독립 변수와 종속 변수와의 관계

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
2	0.266	0.0705	3.46	5	228	0.005

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.08844	0.03469	-2.549	0.011
Disadvantaged	0.00504	0.01399	0.360	0.719
Gender	0.01635	0.01330	1.229	0.220
Place	0.00460	0.00796	0.578	0.564
Crime	0.00246	0.00275	0.896	0.371
Initial Report	0.03704	0.01000	3.705	< .001

다음은 흉악 범죄와 경찰 비난 정도의 관계에서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부가 조절 효과를 주는지 알아보았다. 아래 표 3. 과 같이 전담 부서가 초기 수사를 담당할 경우, 경찰 조직의 비난을 완화하는 효과가 있었으나 흉악 범죄와 경찰 비난 정도에 대한 조절 효과는 없었음을 알 수 있다.

가설 3a. 전담 부서에서 사건을 빠르게 담당할수록, 경찰 평판에 대한 흉악 범죄의 부정적인 영향을 완화할 것이다. (성립하지 않음)

표 3. 흉악 범죄에 대한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 조절 효과

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
3	0.227	0.0517	2.05	6	226	0.060

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.02302	0.03206	-0.718	0.474
Disadvantaged	0.00867	0.01431	0.606	0.545
Gender	0.02253	0.01371	1.643	0.102
Place	0.00274	0.00823	0.333	0.739
Crime	0.00318	0.00435	0.731	0.465
Dedicated Department	0.04790	0.01613	2.969	0.003
Crime*Dedicated Department	-0.00145	0.00643	-0.226	0.821

다음으로는 범죄의 최초 보도 언론사와 경찰 조직의 비난 정도의 관계에서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 조절 효과를 알아보았다. 아래 **표 4.** 와 같이 전담 부서가 초기 수사를 담당할 경우, 경찰 조직의 비난을 완화하는 효과도 있었고, 전담 부서의 초기 수사 담당 여부가 범죄의 최초 보도 언론사와 경찰 조직의 비난 정도의 관계에서도 조절 효과를 가져온다는 것을 볼 수 있다.

가설 3b. 전담 부서에서 사건을 빠르게 담당할수록, 경찰 평판에 대한 전국 일간지의 초기 범죄 보도의 부정적인 영향을 완화할 것이다.

(성립함)

표 4. 범죄 최초 보도 언론사에 대한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 조절 효과

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
4	0.382	0.146	6.44	6	226	< .001

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.06305	0.03091	-2.040	0.043
Disadvantaged	0.00375	0.01354	0.277	0.782
Gender	0.01779	0.01287	1.382	0.168
Place	-0.00340	0.00771	-0.441	0.660
Initial Report	0.03436	0.00968	3.550	< .001
Dedicated Department	0.03396	0.01548	2.194	0.029
Initial Report*Dedicated Department	0.08447	0.02315	3.650	< .001

마지막으로는 모든 변수를 넣어서 그 관계를 살펴보았다.

표 5. 경찰 조직의 평판에 영향을 미치는 변수

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
1	0.386	0.149	4.89	8	224	< .001

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.07721	0.03570	-2.163	0.032
Disadvantaged	0.00369	0.01366	0.270	0.787
Gender	0.01847	0.01308	1.412	0.159
Place	-0.00234	0.00790	-0.297	0.767
Crime	0.00308	0.00414	0.743	0.458
Initial Report	0.03443	0.00971	3.547	< .001
Dedicated Department	0.03440	0.01559	2.206	0.028
Crime*Dedicated Department	-0.00197	0.00612	-0.322	0.747
Initial Report*Dedicated Department	0.08377	0.02323	3.606	< .001

Correlation Matrix

⊞ 6. Correlation Matrix

		disadvantaged	gender	place	crime	initial report	dedicated department
Disadvantaged	Pearson's r	—					
	p-value	—					
Gender	Pearson's r	-0.018	—				
	p-value	0.781	—				
Place	Pearson's r	-0.168	-0.053	—			
	p-value	0.007	0.415	—			
Crime	Pearson's r	-0.030	0.015	-0.167	—		
	p-value	0.632	0.822	0.004	—		
Initial Report	Pearson's r	0.005	0.064	0.085	-0.002	—	
	p-value	0.940	0.331	0.143	0.977	—	
Dedicated Department	Pearson's r	-0.094	-0.057	0.176	-0.021	0.118	—
	p-value	0.134	0.383	0.002	0.716	0.040	—

제 5 장 결론 및 제언

먼저 범죄의 흉악 정도는 경찰 조직의 평판에 영향을 미치지 못했다. 흉악 범죄일수록 국민들의 관심을 받고, 언론의 주요 보도 대상이 될 수 있겠지만 경찰 조직 역시 흉악 범죄의 수사를 담당하게 되는 경우에는 전문적이고 신중하게 수사하는 노력을 기울이다 보니 경찰 조직의 비난 정도가 높지 않다고 추측된다.

국민들에게 접촉성이 높은 언론 보도에 먼저 보도될수록, 경찰 평판에 미치는 영향이 크다. 지역 신문에 범죄가 먼저 보도되는 것에 비해 사람들에게 전파력이 큰 전국 일간지의 보도가 경찰 조직의 평판에도 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 어떤 언론에서 기사가 먼저 보도될지 경찰 조직이 선택할 수 없기 때문에 조직 내 홍보팀에서 언론에 대한 대응와 노력이 더욱 중요함을 시사한다. 지역 신문에 먼저 범죄에 대한 보도가 이루어진다고 하더라도 빠른 사실관계의 전달과 해명, 혹은 잘못에 대한 사과가 이루어진다면 경찰 조직의 평판을 방어하고 추후 전국 일간지의 보도에 대해 경찰에 대한 비판적인 기사의 작성을 예방할 수 있는 효과가 있을 것이다. 이를 위해서 지속적인 언론사와의 적극적인 소통과 문제 발생 시의 긴밀한 협력 관계의 유지가 필요하다.

전담 부서가 초기 수사를 담당할수록 전문적이고 일관성 있는 수사를 통해 경찰 조직의 평판 관리에 도움이 된다. 이는 흉악 범죄의 정도와 경찰 조직의 평판과의 관계에서는 조절 효과를 주지 못했으나,

범죄의 초기 보도 언론사와 경찰 조직의 평판과의 관계에서는 조절 효과를 주는 것으로 연구되었다. 전담 부서가 사건을 초기부터 담당해서 수사하는 것이 경찰의 평판에도 긍정적인 영향을 준다는 점이 밝혀졌고, 이는 전담 부서의 전문성·노하우의 축적·팀원들간의 소통 등 전담 부서의 의미에 대한 미래 연구에도 영향을 줄 수 있을 것이다. 경찰 조직의 구체적인 실천 방안에는 지구대에서 전담 부서로의 빠른 사건 이송, 하나의 전담 부서에서 일관성 있는 사건 담당 등을 위해 구체적이고 현실적인 매뉴얼 구비, 이를 위한 현장 경찰관들과의 소통 등의 노력이 필요하다.

위의 연구는 다음과 같은 의미를 갖는다. 먼저 경찰 조직의 평판 관리를 위해 언론과의 관계가 중요하다는 것을 밝혔다. 이는 경찰청 차원에서 언론과의 소통이 중요할 뿐만 아니라 서 단위에서도 언론과의 지속적인 소통, 사실 관계의 전달 등 평판 관리를 위한 노력이 필요하다는 것을 시사한다. 또한 경찰 조직의 평판과 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 상관 관계와 조절 관계를 밝힘으로써, 경찰 조직의 평판 관리를 위한 실질적인 방안을 제시하였다. 구체적인 사건 이송에 관한 매뉴얼, 청 단위 부서에서 담당하는 사건에 대한 구체적인 기준 등 업무 분장에 관한 철저한 준비를 통한 전문적이고 일관적인 사건 담당이 경찰 조직의 평판 관리를 위한 방안임을 연구하였다. 마지막으로는 경찰 조직의 평판 관리와 전문 부서의 의미에 대한 미래 연구의 가능성을 열었다. 콘텐츠 분석이라는 방식을 통해 경찰 조직의 평판을 연구하는 실증적인 방식을 확장하였고, 보다 직관적인 방식을 통해 경찰의 비난

정도를 확인할 수 있는 방식을 제안하였다. 또한 전문 부서의 조절 효과를 밝힘으로써 전문 부서의 역할과 의미에 대한 미래 연구의 가능성을 열었다는 의미를 갖는다.

다만 신문기사라는 하나의 자료로부터 데이터를 분석하였기 때문에, 동일 자료 편향(same-source bias) 문제가 있다는 점은 한계로 지적된다. 또한 경찰의 비난 어조에 대해서 콘텐츠 분석 방식 중 어조 분석(tone-analysis) 방식을 통해 객관성과 신뢰도를 높이고자 하였으나, 이용할 수 있는 한글 기준의 감정 사전이 없어 이와 관련된 추후 연구가 이루어진다면 연구의 신뢰도를 높일 수 있을 것이다. 마지막으로 이번 연구에서 독립변수와 종속변수의 상관관계에 대해서 증명을 했지만, 변수 사이의 확실한 인과관계에 대해서는 추후 연구에서 다루어져야 할 것이다.

참고 문헌

김은기, 최응렬. 2016. 언론사별 경찰평판 차이에 대한 실증적 분석. *한국경찰학회보 제18권 제2호,* 53-70

남재성. 2009. 경찰이미지의 형성실태 및 영향요인 분석. *한국치안행정논집, 6(2),* 53-82

민형동. 2007. 경찰에 대한 국민의 이미지 형성에 관한 연구. *박사학위논문.* 동국대학교 대학원

이승철. 2014. 사회적 평판이 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향 -경찰공무원을 중심으로-. *한국자치행정학보, 제28권 제4호,* 469-492

이용일 · 장현석. 2020. 경찰에 대한 신뢰도 영향요인 분석: 표현적 시각모형에서 범죄두려움의 매개효과 검증. *한국범죄학 제14권 제3호,* 47-67

이종철 · 남지영 · 김혜영 · 홍창남. 2013. 교무행정전담부서 운영 사례 분석, *교육행정학연구 제31권 제3호,* 25-50

이종환. 2020. 국가통계자료를 활용한 국민의 경찰신뢰 결정요인 분석. *융합과 통섭 제3권 제3호,* 42-55

이효직 · 류보라 · 김화영 · 이재균 · 김예인 · 장항배. 2016. 국내 산업보안 유관기관 조사를 통한 산업보안 전담부서 필요성 제고, *한국전자거래학회지 제21권 제2호,* 121-133

임하늘. 2022. 무질서 인식이 범죄 두려움에 미치는 영향: 경찰 신뢰의 매개효과를 중심으로. *경찰학연구 제22권 제2호,* 157-182

장재성. 2021. 경찰 신뢰 영향요인에 관한 메타분석 연구. *형사정책연구 제32권 제3호,* 31-64

정철우 · 정진성. 2020. 경찰 이미지 형성요인 및 구성요소의 중요도 평가. *한국경찰학회보, 제22권 제4호,* 207-232

주재진. 2009. 경찰에 대한 이미지가 시민의 법집행 순응도에 미치는 영향에 관한 연구. *한국경찰학회보 제11권 제2호,* 291-318

최승범, 박흥식, Rosa Chan. 2007. 정부기관 이미지 평판의 고객만족과의 관계에 대한 연구. *한국행정논집 제19권 제4호,* 955-986

최윤희. 2018. 직장 내 성희롱법리에 대한 소고: 성의 정형화와 관련한 성희롱 인정범위의 확대 및 전담부서 설치필요성 제안. *강원법학 제55권,* 517-539

Alsop, J. R. 2004. The 18 immutable laws of corporate reputation. *London: Kogan Page.*

Barton, L. 2001. Crisis in organization. South Western, Cincinnati, *OH: College Divisions.*

Benoit, W. 1997. Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review, 23(2),* 177-186.

Bhaduri, Raka, M. 2019. Leveraging culture and leadership in crisis management, *European Journal of Training and Development, Vol. 43(5/6),* pp. 554-569

Bowers, M.R., Hall, J.R. and Srinivasan, M.M. 2017. Organizational culture and leadership style: the missing combination for

selecting the right leader for effective crisis management, *Business Horizons, Vol. 60, No. 4,* pp. 551-563

Caponigro, J. R. 2000. The crisis Counselor: A Step-by-Step Guide to Managing a Business Crisis, *Contemporary Books, Chicago, IL.*

Carpenter, D. 2010. Reputation and power: Organizational image and pharmaceutical regulation at the FDA. *Princeton, NJ: Princeton University Press*.

Chambers, P. 2001. Reputational risk-the new internal audit paradigm. *http://www.management-audit.com.*

Coldwell, D. A. L., Joosub, T. & Papageorgiou, E., 2012. *Journal of business ethics, 109(2),* 133-144

Coombs, T. 1999. Ongoing crisis communication. *Planning, managing, and Responding. Thousand Oaks: SAGE.*

Coombs, W. T. and Holladay, S. J. 2002. Helping crisis managers protect reputational assets: initial tests of the situational crisis communication theory, *Management Communication Quarterly, 16,* 165-186

Coombs, W. T. and Holladay, S. J. 2006. Unpacking the halo effect: reputation and crisis management, *Journal of Communication Management, 1363-254X*

Coombs, T. 2007. Protecting organization reputations during a crisis. The development and application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review, 10(3)*, 163-176.

Coombs, W.T. 2007. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, Thousand Oaks, CA

Davies, G., Chun, R., da Silva, R.V. and Roper, S. 2003. Corporate Reputation and Competitiveness, *Routledge, New York, NY.*

Deephouse, D. 2000. The term 'Reputation Management': Users, uses and the trademark tradeoff. *Corporate Reputation Review, 5(1),* 9-18

Dowling, G. 2002. Creating corporate reputations. Identity, image and performance. *Oxford: Oxford University Press*.

Fombrun, J. C. 1996. Reputation, realizing value from the corporate image. *Harvard: Harvard Business School Press.*

Fombrun, C.J. and van Riel, C.B.M. 2003. Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations, *Prentice-Hall Financial Times, New York, NY.*

Fombrun, C., & Van Riel, C. B. M. 2004. Fame and fortune: How successful companies build winning reputations. *Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall*.

Jason, M., & Kristian, H., 2022. SMEs and exogenous shocks: A

conceptual literature review and forward research agenda. *International Small Business Journal, 40(2)*, 178-204

Jones, G., Jones, B., & Little, P. 2000. Reputation as reservoir: Buffering against loss in times of economic crisis. *Corporate Reputation Review, 3(1)*, 21-29.

Klein, J. and Dawar, N. 2004. Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in an product-harm crisis, *International Journal of Marketing, 21,* 203-217

Lerbinger, O. 1997. The crisis manager. Facing risk and reponsibility. *MAhwah: Lawrence Erlbaum Associates.*

Maor, M. 2015. Theorizing bureaucratic reputation. In A. Waeraas & M. Maor (Eds.), *Organizational reputation in the public sector*, 17-36. New York, NY: Routledge.

Ndone, J. & Park, J. 2022. Crisis communication: The mediating role of cognitive and affective empathy in the relationship between crisis type and crisis response strategy on post-crisis reputation and forgiveness, *Public Relations Review, 48(1),* 102-136

Patterson, Bill. 1993. Crisis impact on reputation management. *The Public Relations Journal, New York, Vol. 49, Iss. 11*

Pearson, C.M. & Clair, J.A. 1998. Reframing crisis management, *Academy of Management Review, Vol. 23. No. 1,* pp. 59-76

Rayner, J. 2003. Managing reputational risk. *Chichester: Wiley.*

Tom, C., & Martin, L. 2018. Reputation Management in Societal Security: A Comparative Study, *American Review of Public Administration 48(2),* 119-132

Tulika M. V., 2021. Responsible Leadership and Reputation Management During a Crisis: The Cases of Delta and United Airlines., *Journal of Business Ethics, 173,* 29-45

Wayne. C., 2015. The media representations of Police image: Research notes on the Hong Kong' s occupy movement. *SAGE Publications SAGE open, 5(3)*

Xiaochen, H., Kourtnie. R., & Nicholas P. 2018. "We are more than crime fighters" : Social media images of police departments. *SAGE Publications Police quarterly, 21(4),* 544-572

Abstract

The Effect of External Crisis & Dedicated Department on Organizational Reputation of the Korean Police

Ko Hyeon Jun
College of Business Administration
The Graduate School
Seoul National University

Previous literature on organizational reputation of the Korean Police has classified the components of reputation and explained the formation of reputation, and has limitations in that it has not presented specific measures to practically defend and manage reputation crisis. A positive reputation, which is one of the major strategic resources in a crisis when the reputation of an organization is generally threatened, has become one of the huge tasks of police organizations. In particular, a more strategic approach is needed to manage the reputation of Korean Police, given that the reputation of police organizations is mainly formed through indirect experiences and reports by media. By analyzing 300 crimes announced between 2019 and 2021, using content analysis method with the title of a newspaper article as the analysis unit, it was found that the degree of violent crime has nothing to do with the reputation of the Korean Police. Also, the first report of a crime in a major newspaper, which has a high propagation power,

negatively affects the reputation of the Korean Police. In addition, whether or not the department was in charge of the initial investigation had no significant effect on the relationship between violent crime and the reputation of the Korean Police. It has a moderating effect on the relationship between the media outlets and the reputation of the police organization, however, it has shown that the degree of criticism of the police organization decreases as the department is in charge of the initial investigation.

Keywords : Korean Police, Reputation, Crisis Management & Reputation Management, Dedicated Department, Content Analysis
Student Number : 2021-27363

creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

경영학 석사 학위논문

외부 위기와 전담 부서가 한국 경찰의 조직적 평판에 미치는 효과

2023 년 2 월

서울대학교 대학원

경영학과 전략 · 국제경영 전공

고 현 준

외부 위기와 전담 부서가 한국 경찰의 조직적 평판에 미치는 효과

지도 교수 박 남 규

이 논문을 경영학 석사 학위논문으로 제출함
2022 년 10 월

서울대학교 대학원
경영학과 전략 · 국제경영 전공
고 현 준

고현준의 경영학 석사 학위논문을 인준함
2022 년 12 월

위 원 장 _____ 조 승 아 _____ (인)

부위원장 _____ 박 선 현 _____ (인)

위 원 _____ 박 남 규 _____ (인)

초 록

기존 국내의 경찰 조직에 대한 평판 연구는 경찰 평판의 구성요소를 분류하거나 경찰 평판의 형성과정만을 설명하였고, 경찰 평판을 실질적으로 방어하고 관리하기 위한 구체적인 방안을 제시하지 못했다는 한계가 있다. 일반적으로 조직의 평판에 위협이 되는 위기 상황에서 주요한 전략적 자원 중 하나인 긍정적인 평판을 강화시키는 것은 경찰 조직의 거대한 숙제로 자리잡고 있다. 특히 경찰 조직의 평판은 주로 간접적인 경험과 언론 기관의 보도를 통해 형성된다는 점에 비추어 경찰 조직의 평판을 관리하기 위해서는 전략적인 접근 방법이 필요하다. 이번 연구는 신문 기사의 제목을 분석 단위로 한 콘텐츠 분석 방식을 이용하여 2019년부터 2021년 간의 범죄를 조사하였고, 총 300건의 범죄를 연구한 결과 흉악 범죄의 정도는 경찰 조직의 평판과 연관성이 없으며 전파력이 큰 전국 일간지에서 범죄가 최초로 보도될수록 경찰 조직의 평판에 부정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부는 흉악 범죄와 경찰 조직의 평판의 관계에는 유의미한 결과를 가져오지 못했지만, 범죄의 초기 보도 언론사와 경찰 조직의 평판의 관계에는 조절 효과가 있어 전담 부서에서 초기 수사를 담당할수록 경찰 조직의 비난 정도를 감소시키는 것으로 연구되었다.

주요어 : 경찰, 평판, 위기 관리와 평판 관리, 전담 부서, 콘텐츠 분석
학 번 : 2021-27363

목 차

제 1 장 서 론 1

제 2 장 기존 연구 5
제 1 절 평판 5
제 2 절 외부 위기 10
제 3 절 경찰 조직과 평판과의 관계 12
제 4 절 전담 부서 13

제 3 장 가설 및 연구 방법 14
제 1 절 연구 주제 및 가설 14
제 2 절 연구 방법 17

제 4 장 분석 및 결과 22

제 5 장 결론 및 제언 30

참고문헌 33

Abstract 39

표 목차

[표 1] 24
[표 2] 25
[표 3] 26
[표 4] 27
[표 5] 28
[표 6] 29

그림 목차

[그림 1] 14

제 1 장 서 론

위기 관리와 평판 관리를 연구하는 많은 학자들은 위기 상황이 조직의 평판에 위협이 된다는 점에 동의한다(Barton, 2001; Coombs & Holladay, 2006; Davies et al., 2003; Tulika, 2021; Caponigro, 2000). 조직에 대한 우호적인 평판은 위기 상황에서 조직의 중요한 자원 중 하나이며(Alsop, 2004; Davies et al., 2003; Dowling, 2002; Fombrun and van Riel, 2003; Coombs & Holladay, 2006), 이해관계자가 위험의 원인을 귀책하는 방식에 영향을 미친다. 후광 효과(halo effect)라고도 알려져 있는 이 효과는 위기가 사람의 잘못으로부터 초래된 경우 조직에 대한 호의적인 평판이 조직의 방패 역할을 하고, 위기에 관한 원인이 설명되지 않은 경우에는 조직의 책임을 의심하게 되는 상황에서 평판이 호의적인 조직에게 신뢰를 제공하는 방식으로 작용한다고 알려져 있다(Coombs & Holladay, 2006)

이 밖에도 우호적인 평판과 위기 상황의 관계에 대한 연구는 많이 이루어져 있다. 평판에 따라 이해관계자가 조직의 위기에 대한 책임을 축소하거나 혹은 증폭시킴으로써 기존의 평판은 이후 조직의 평판에 다시 영향을 미치며(Caponigro, 2000; Fombrun, 1996), 위기 상황에서 우호적인 조직에 대한 약한 귀책은 위기로 인한 평판의 손상을 줄인다(Coombs & Holladay, 1996, 2002). 이처럼 조직에 대한 호의적인 평판은 위기 상황에서 이해관계자가 위기에 처한 조직에게 얼마나 많은 책임을 돌리는지 연관되어 있고, 호의적인 평판을 가진

조직은 잘 알려져 있지 않거나 평판이 좋지 않은 조직보다 적은 책임이 할당된다는 점을 볼 때(Klein & Dawar, 2004) 우호적인 평판이 갖는 가치는 매우 높다는 점을 알 수 있다.

2000년대 이후 경찰 조직은 국민의 신뢰를 얻기 위해 다방면으로 노력하고 있다. 특히 2021년 자치경찰제 실시, 국가수사본부 설치 등 거대한 조직적 변화가 이루어짐으로써 경찰에 대한 국민의 신뢰 회복은 필수적이며 다각도로 요구되고 있다.

그러나 신뢰성 회복을 위한 경찰의 노력에 비해 국민들은 아직까지 경찰을 크게 신뢰하지 않는 것처럼 보인다. 2021년에 시행된 경제협력개발기구(OECD)의 국가별 공공부문 신뢰도 조사에 따르면 한국은 조사대상 20개국 중 7위를 기록했으나, 경찰에 대한 신뢰도 항목에서는 21개국 중 19위를 기록했다. OECD 국가의 경찰에 대한 신뢰도가 평균 67.1%였던 것에 비해, 한국의 경우 국민의 경찰 신뢰도는 51.2%에 불과하여 아직 신뢰성 회복을 위한 많은 노력이 필요하다는 것을 보여준다.

특히 경찰 조직에 대한 평판은 국민들과의 간접적인 접촉에 의해 주로 형성된다는 점에서 국민들의 경찰 신뢰도를 높이기 위한 방안에는 어려움이 많다. 국민들은 언론기관에 의해 기사화된 생생한 묘사를 통해 경찰에 대한 평판을 가질 뿐 아니라(이황우, 2007) 사회의 많은 부분에 있어 개인적인 학습이 아니라 범죄 및 사법 문제에 대한 인식을 형성하는 미디어 노출을 통해 평판을 형성한다(Surette, 2007).

그러나 이러한 어려움이 있다고 하더라도 조직에 대한 호의적인

평판이 미치는 긍정적인 효과는 경찰의 평판 관리가 필수적임을 보여준다(Wayne, 2015; Keane et al., 2013; Xiaochen et al., 2018). 경찰의 공정성 · 신뢰성 · 청렴성 · 투명성 등의 모습은 시민들의 법집행 순응도에 긍정적인 영향을 미치며(주재진, 2009), 국민들의 기관에 대한 평판은 기관에 대하여 느끼는 현재 및 미래의 만족도와 관련이 있다(최승범, 박홍식 & Rosa Chan, 2007). 뿐만 아니라 사회적 평판은 외부 평판과 내부 평판으로 구성되는데, 외부 평판이 직무만족에 더욱 높은 영향을 미친다는 연구는(이승철, 2014) 경찰 조직에 대한 국민들의 호의적인 평판이 경찰 조직원들의 직무만족도 또한 높일 수 있다는 점을 시사한다.

기존 국내의 경찰 조직에 대한 평판 연구는 경찰 평판의 구성요소를 분류하거나 경찰 평판의 형성과정을 설명하는 등 경찰 평판에 대한 전반적인 이해에 관한 연구 혹은 미디어에서의 경찰 평판에 대한 검증에 집중되었다는 한계가 있다(민형동, 2007; 남재성, 2009; 김은기 · 최응렬, 2016; 이종환, 2020; 정철우 · 정진성, 2020; 장재성, 2021). 따라서 경찰 평판을 호의적으로 관리하기 위한 방안으로는 시민들과의 접촉 증가, 홍보 활동의 집중 등 피상적인 방안만이 제시되었다.

경찰 조직의 평판에 대한 이해도 필요하지만 후광 효과를 경찰 조직에 발생시키기 위해서는 위기 상황이 있을 때 경찰 평판을 실질적으로 방어하고, 경찰 평판을 관리하기 위한 구체적인 방안이 요구된다. 따라서, 콘텐츠 분석(content analysis) 방법을 통해 위기 상황이 있을 때, 미디어에서 경찰 조직의 평판이 감소하는 정도를

방어할 수 있는 구체적인 방안에 대해 연구를 진행하였다.

연구는 한국언론진흥재단에서 운영하는 “빅카인즈”를 이용하여 신문기사를 검색하고, 분석하였다. 최근 3년(2019-2021년) 동안 범죄 300건에 대한 경찰 조직의 평판 변화를 연구한 결과, 범죄의 흉악 정도는 경찰 조직의 평판에 큰 영향을 주지 않았고 범죄가 지역 신문에 비해 전국 일간지에 먼저 보도될수록 경찰 조직의 평판에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 범죄가 발생한 이후 전문 부서(경찰서 내의 세부 부서)로 이송되어 전문 부서에서 범죄를 다룰 때, 경찰에 대한 비난 정도를 감소시킬 수 있었다.

이번 연구는 먼저 경찰 조직이 평판을 관리하기 위한 실질적인 방안을 제공했다는 데 의미가 있다. 전국 일간지에 범죄가 먼저 보도될수록 경찰 조직의 평판에 미치는 영향력이 강하기 때문에 홍보담당관실에서는 언론과의 관계를 위해 노력하며 종합 신문사와의 빠른 소통이 필요하다. 뿐만 아니라 서 단위에서도 언론과의 지속적인 소통, 사실 관계의 전달 등 평판 관리를 위한 노력이 필요하다는 것을 시사한다. 또한 경찰 조직의 평판과 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 상관 관계와 조절 관계를 밝힘으로써, 경찰 조직의 평판 관리를 위한 실질적인 방안을 제시하였다. 마지막으로는 경찰 조직의 평판 관리와 전문 부서의 의미에 대한 미래 연구의 가능성을 열었다.

다만 신문기사라는 하나의 자료로부터 데이터를 분석하였기 때문에, 동일 자료 편향(same-source bias) 문제가 있다는 점은 한계로 지적된다. 또한 경찰의 비난 어조에 대해서 콘텐츠 분석 방식 중 어조

분석(tone-analysis) 방식을 통해 객관성과 신뢰도를 높이고자 하였으나, 이용할 수 있는 한글 기준의 감정 사전이 없어 이와 관련된 추후 연구가 이루어진다면 연구의 신뢰도를 높일 수 있을 것이다. 마지막으로 이번 연구에서 독립변수와 종속변수의 상관관계에 대해서 증명을 했지만, 변수 사이의 확실한 인과관계에 대해서는 추후 연구에서 다루어져야 할 것이다.

제 2 장 기존 연구

제 1 절 평판

평판의 정의와 의미

Carpenter(2010)는 조직의 평판을 "다중 청중들의 네트워크에 포함된 조직의 능력, 의도, 역사, 그리고 사명에 관한 신념의 집합"이라고 정의하였다. 다중 청중들의 네트워크에는 선출직 공무원, 정치 및 행정 지도자, 이익 단체, 정책 전문가, 미디어 및 국민 등이 모두 포함된다(Tom et al., 2018). 이를 종합하자면 조직 평판이란 이해관계자를 포함한 다중 청중들의 네트워크에 정의된 조직의 모습을 의미한다.

평판이 기업 성과를 향상시킬 수 있는 전략적 자원이 될 수 있다는 연구는 학계에서 많은 주제로 다루어져 왔다(Tulika, 2021; Deephouse, 2000; Fombrun, 1996). 평판은 과거 기업이 성취한 실적들을 측정할

수 있는 도구 역할을 할 뿐만 아니라, 미래 투자의 안정성에 대한 지표 역할을 한다(Rayner, 2003). 또한, 긍정적이고 지속 가능한 평판은 장기적으로 부와 성공을 발생시키는 미래 역량의 주요한 결정요인으로 작용한다(Coldwell & Joosub, 2012). 위기에 예방적으로 반응하여 이해관계자들 사이에서 좋은 평판을 얻은 기업은 미래 위기 상황에서도 평판이 완충 역할을 한다(Jones et al., 2000). 강력한 긍정적인 평판은 기업의 전략적인 자원 외에도 정치적·행정적 자산이 될 수 있는데(Wearaas & Byrkjeflot, 2012), 긍정적인 평판을 갖고 있는 기업의 평판은 기업이 수행하는 활동과 관련된 비난으로부터 기업을 보호하는 방어적인 구성 요소가 될 수 있을 뿐만 아니라 기업의 활동이 공공 정책 내용에 영향을 미치는 공격적인 구성 요소도 될 수 있다고 하였다.

평판 자본

이러한 평판이 쌓여 평판 자본이 되는데, 평판 자본은 “조직이 이해관계자와 갖는 관계의 질과 그로부터 회사와 브랜드의 이미지가 유지되는 것”으로 정의된다(Fombrun & Van Riel, 2004). Fombrun & Van Riel(2004)은 수많은 사건을 기반으로 경험적 연구를 진행하여 평판 자본이 주가 변동에 영향력을 끼칠 수 있는 효과를 가졌다는 것을 증명하였다. 그렇기에 조직은 평판 자본을 책임감 있게 관리하면서 축적하는데, 학자들은 이를 마치 금융 자산에 비유하기도 한다(Alsop, 2004; Dowling, 2002). 다양한 위험은 마치 급작스럽게 다가온 부채와

같이 기업을 저해하는 결과를 초래하기도 하는데(Coldwell & Joosub, 2012), 이 때 기업의 좋은 평판은 은행 계좌의 높은 잔고처럼 기업이 위험으로부터 손상되는 것을 방지한다. 결과적으로 위기가 발생하기 이전에 축적한 긍정적인 평판 자본은 위기 상황에서 조직이 피해를 축소할 수 있게 해주고, 위기를 더욱 빠르게 극복할 수 있도록 해준다(Alsop, 2004; Dowling, 2002). 때문에 조직은 특정 위기에 대해 기존 평판 자본을 유지하거나 강화하는 방식을 통해 대응한다(Coldwell & Joosub, 2012).

평판이 형성되는 과정

평판이 형성되는 과정에 대해서도 많은 연구가 이루어져 있다. 평판은 조직과 이해관계자들 간의 관계를 통해 발전된다. 조직과 이해관계자들 사이의 긍정적인 상호 작용은 좋은 평판을 만들고, 부정적인 상호 작용은 나쁜 평판으로 이어진다(Fombrun & Van Riel, 2003). 이해관계자가 조직에 대해 일반적으로 호의적인 견해를 가지고 있다면 이 긍정적인 평판은 후광 역할을 하여 이해관계자가 위험에 대한 책임을 귀책하는 방식에 영향을 미친다. 예를 들어, 위기가 발생한 경우 다양한 이해관계자는 평판에 따라 위기의 원인을 조직 내부에서 찾거나 또는 조직 외부에서 찾음으로써 조직의 책임을 증감시킨다(Caponigro, 2000; Fombrun, 1996). 긍정적인 평판을 갖고 있는 조직은 평판이 잘 알려져 있지 않거나, 평판이 좋지 않은 조직에 비해 위기가 발생한 경우 책임이 할당되지 않는다. 이러한 효과는 연쇄적인 작용을 일으키는데,

결과적으로 위기에 대한 약한 귀책은 다시 위기로 인한 기업의 평판 손상을 줄이게 되는 것이다(Coombs & Holladay, 1996, 2002; Klein & Dawar, 2004). 다만 중립적인 평판과 긍정적인 평판의 사이에서 평판의 차이에 따른 효과는 여전히 논쟁의 여지가 있다. Coombs & Holladay(2002)에 따르면 중립적인 평판보다 긍정적인 평판에 대한 이점은 없었고, 부정적인 평판으로 인한 피해만 있었다. 이 결과를 벨크로 효과라고 부르며, 부정적인 평판은 벨크로와 같은 역할을 하여 기업에게 추가적인 평판 손상을 유발하였다. Klein & Dawar(2004) 역시 기업의 중립적인 이미지는 긍정적인 이미지와 마찬가지로 위기 상황이 있을 때 기업에게 보호막을 제공하였지만, 부정적인 이미지는 기업에게 위기 상황에 대한 강력한 책임을 부여하였다. 위의 연구를 종합하자면, 긍정적인 평판 관리를 유지하는 것보다 부정적인 평판을 줄이는 것이 조직의 평판 관리에 더욱 도움이 된다는 사실을 도출할 수 있다.

위기 상황에서의 평판 관리

이처럼 평판은 기업에게 중요한 자산이기 때문에 위기 상황에서 평판을 관리하기 위한 방법 역시 많은 연구가 이루어져 있다. 위기 관리란 부정적인 상황이 발생했을 때, 빠르게 이행되는 행동의 계획이며, 평판 관리는 예방적인 접근을 이용하여 1년 내내 사용되는 전략이다(Patterson, 1993). Patterson(1993)에 따르면, 부정적인 상황을 통제하는 노력은 점점 더 복잡해지며 위기 관리는 다음과 같은

이유로 인해 그 자체가 평판 관리로 진화하고 있다고 하였다. 첫 번째 위기 관리보다 평판 관리가 경영 관리자로부터 더 많은 관심을 끌고 있고, 두 번째로는 더 많은 조직들이 위기 상황에서 그들의 평판을 해칠 수 있는 실제 가능성을 마주하고 있다는 것이다.

다양한 이해 관계자가 위기로 인해 부정적인 영향을 받으며, 위기는 이해 관계자들에게 조직에 대해 부정적으로 생각할 이유를 제공하기 때문에 위기는 일반적으로 평판에 대한 위협으로 간주된다. 따라서 위기는 조직의 평판을 손상시키고 그러한 변화는 이해관계자가 조직과 상호 작용하는 방식에 영향을 미칠 수 있다(Barton, 2001;Dowling, 2002).

따라서 위기는 평판을 손상시키고 그러한 변화는 이해관계자가 조직과 상호 작용하는 방식에 영향을 미칠 수 있다(Barton, 2001;Dowling, 2002).

따라서 위기 상황에서 평판을 관리하기 위한 방안에 대한 연구가 많이 이루어졌는데, 그 중에서 위기 소통(crisis communication)에 초점을 맞춘 수많은 모델들이 수십 년간 연구자들에 의해 발전되어 왔다(Barton, 2001; Rayner, 2003; Coldwell & Joosub, 2012; Chambers, 2001). 위기가 발생했을 때 즉각적이고 책임감 있는 반응은 부정적인 평판을 감소시키는 데 도움을 주기 때문에(Chambers, 2001), 위기 관리의 핵심은 조직이 즉각적이고 책임감 있게, 그리고 효과적으로 반응하도록 하는 것이다(Coldwell & Joosub, 2012). 따라서 위기 상황 속에서 미디어와 이해 관계자들에게 기업의 전략과 태도를 신속하게

전달하는 대변인의 역할이 매우 중요하다 (Lerbinger, 1997).

특히 평판 관리를 위해서 조직과 미디어와의 관계가 중요하다. 대부분의 이해 관계자는 뉴스 미디어에서 보도되는 정보를 통해 조직의 평판을 형성하기 때문에 미디어 보도에 영향을 많이 받는다는 것은 평판 관리의 중요한 특징이다(Carroll, 2004; Carroll and McCombs, 2003; Meijer, 2004). 조직과 미디어 사이의 효과적이고 신속한 소통은 위기 상황에서 회사의 이미지를 보호하는 데 도움을 준다(Benoit, 1997). 위기 상황에서 책임 있는 리더십은 평판 관리에 많은 영향을 미치며(Tulika, 2021), 사과는 위기 상황 속에서 미디어와 소통하는데 중요한 전략 중 하나이다(Coombs, 1999). 조직은 전략적으로 사과함으로써 이해 관계자들로부터 정서적 공감과 인지적 공감을 모두 유도할 수 있다(Ndone & Park, 2022).

제 2 절 외부 위기

Pearson & Clair(1998)는 첫 번째로 위기를 “낮은 가능성으로 발생하여 원인을 정확하게 알아낼 수 없으나 조직의 생존 능력을 위협하는 강한 영향을 미치는 사건”이라고 정의하였다. 이후 여러 학자들마다 위기를 다르게 정의하였고, 일반적으로는 Coombs(2007)가 정의한 “조직 운영을 방해하고 평판에 위협이 되는 갑작스럽고 예상치 못한 사건”으로 위기라는 단어를 사용하고 있다.

위기에 대한 정의를 완벽하게 내릴 수는 없지만 1) 위기의 원인이 확실하게 규정되어 있지 않고, 위기의 발생이 예상되지 않으며, 2)

조직과 이해관계자들에게 큰 영향을 주지만 발생 가능성은 낮으며, 3) 대처하는데 제한된 시간을 갖고 있다는 공통적인 특징을 갖고 있다(Bhaduri, 2019).

위기를 크게 내부 위기(internal crisis)와 외부 위기(external crisis)로 나눌 수 있는데, 내부 위기는 도덕적이거나 윤리적인 문제, 리더십의 예상되지 않은 변화, 제품의 실패 등 조직 내부의 원인으로 인해 발생하는 위기를 의미하고, 외부 위기는 자연재해 등 환경적 재해, 전염병의 위협, 주식 시장의 붕괴, 표적이 된 공공 행위 등 조직 외부의 원인으로 인해 발생하는 위기를 의미한다(Bowers et al, 2017).

이번 연구에서는 외부 위기만을 대상으로 하며, 내부 위기는 연구 범위에서 제외한다. 경찰 조직의 내부 위기는 직장 내의 비리, 경찰 공무원 개인의 일탈 행위 등으로 범주화 할 수 있는데, 이는 그 자체로 경찰 조직에 대한 비난의 소지가 높아 내부 위기가 발생하는 즉시 경찰 평판에 부정적인 영향을 미치지만 사후 경찰의 조직적 대응이 평판 방어에 미치는 영향을 연구하기 힘들기 때문이다. 뿐만 아니라 경찰 조직의 내부 위기는 경찰청 청문감사관의 지휘를 통해 사건이 다루어지기 때문에 외부 당사자의 입장에서 위기에 대한 자세한 원인과 결과를 확인할 수 없어 연구에 한계가 있다. 따라서 외부 위기만을 연구 대상으로 하되, 자세한 외부 위기의 조건에 대해서는 추후 연구 방법에서 서술하고 있다.

제 3 절 경찰 조직과 평판과의 관계

경찰관 직무집행법에 의거하여 경찰 조직은 국민의 생명·신체 및 재산의 보호, 범죄의 예방·진압 및 수사, 기타 공공의 안녕과 질서 유지 등의 업무를 한다.[①]

경찰 조직의 업무는 경찰에 대한 국민들의 평판과 직접적인 연관이 있다. 경찰의 공정성·신뢰성·청렴성·투명성 등의 모습은 시민들의 법집행 순응도에 긍정적인 영향을 미치며(주재진, 2009), 국민들의 기관에 대한 평판은 국민들이 기관에 대해 느끼는 현재 및 미래의 만족도에 영향을 미친다(최승범, 박홍식 & Rosa Chan, 2007). 뿐만 아니라 사회적 평판은 외부 평판과 내부 평판으로 구성되는데, 외부 평판이 직무만족에 더욱 높은 영향을 미친다는 연구는(이승철, 2014) 경찰 조직에 대한 국민들의 호의적인 평판이 경찰 조직원들의 직무만족도를 높일 수 있다는 점을 시사한다.

그러나 기존의 경찰 조직의 평판과 관련된 연구는 다음과 같은 한계점을 지닌다. 기존 연구는 경찰 평판의 구성요소를 분류하거나 경찰 평판의 형성과정을 설명하는 등 경찰 평판에 대한 전반적인 이해에 관한 연구 혹은 미디어에서의 경찰 평판에 대한 검증에 연구를 집중하였다(민형동, 2007; 남재성, 2009; 김은기·최응렬, 2016; 이종환, 2020; 정철우·정진성, 2020; 장재성, 2021). 이해와 검증으로 진행된 기존 연구는 결론적으로 경찰 평판을 호의적으로 관리하기 위한 방안은 시민들과의 접촉 증가, 홍보 활동의 집중 등 추상적인 방안만을 제시할

① 경찰관 직무집행법 제2조

수밖에 없었다. 기존 연구를 통해 경찰 조직의 업무와 평판이 밀접하게 연관되어 있다는 내용에 대한 이해는 가능하지만, 위기 상황에서 평판을 관리할 수 있는 구체적인 방법은 도출하지 못하였다. 따라서 위기 관리를 통해 부정적인 평판을 축소하고, 긍정적인 평판을 쌓을 수 있는 방법에 대해서 구체적인 방안의 필요성이 제기된다.

제 4 절 전담 부서

전담 부서와 관련된 기존 연구를 살펴보자면 행정 조직 내에서 특정 전담 부서의 필요성을 다루는 연구(최윤희, 2018; 이효직 등, 2016)나 전담부서의 현황과 관련된 연구(이종철 등, 2013)는 많이 이루어져 있지만, 전담 부서의 정의나 경찰 조직의 전담 부서에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았다.

전담 부서의 정의와 함께 이루어진 연구가 없기 때문에 전담 부서를 “특정 사건·범죄를 전문적으로 해결하기 위해 이루어진 부서로, 해당 사건에 대한 업무를 전적으로 담당하는 부서”라고 의미에 맞게 정의하였다. 예를 들어 경제범죄수사과는 사기, 횡령, 배임 및 특별법 사건 등의 사건을 전적으로 담당하기 때문에 전담 부서라고 할 수 있으나, 모든 사건의 초동 조치를 담당하는 지구대는 전담 부서라고 할 수 없다.

경찰 조직과 관련하여 외부 위기가 있을 때, 사건의 초기 수사를 전담 부서에서 담당하였는지 여부에 따라 경찰의 평판 변화가 어떻게 달라지는지 비교함으로써, 전담 부서의 존재가 경찰 평판의 완충제

역할을 할 수 있을 것인지 연구를 진행하였다.

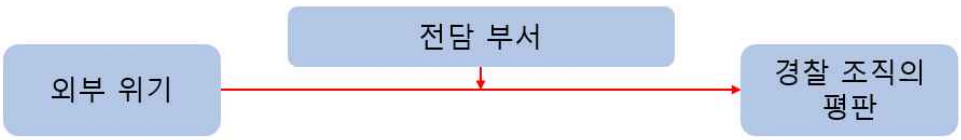
제 3 장 가설 및 연구 방법

제 1 절 연구 주제 및 가설

연구 주제

이번 연구는 “외부 위기가 있을 때 경찰의 평판에 영향을 미치는 요소가 무엇인가?”를 주제로 경험적 연구를 진행하였다. 연구를 통해 위기 상황에서 경찰 조직의 평판 관리에 실질적인 방안을 도출하는 것을 목적으로 한다. 이를 하나의 그림으로 나타내면 아래 **그림 1.**과 같다.

그림 1. 연구 주제 모형



일반적으로 위기는 평판에 대한 위협으로 간주되며(Barton, 2001), 이는 경찰 조직에서도 마찬가지이기 때문에 외부 위기가 존재하는 경우 대부분 경찰 조직의 평판에 부정적인 영향을 미친다. 따라서 외부 위기가 존재하는 경우 경찰 조직의 평판에 영향을 미치는 요소들을 가설로 설정하여 해당 요소가 경찰 조직의 평판에 부정적인 영향을

미치는지 여부를 먼저 연구한다. 이후 사건 초기 전담 부서의 담당 여부를 조절 변수로 하여 경찰 조직의 평판에 대한 조절 효과를 살펴보고자 한다.

가설

경찰 조직의 평판을 저해하는 대표적인 외부 위기는 범죄의 발생이다. 위기의 공통적인 특징을 기준으로 범죄의 발생을 예상하는 것은 불가능에 가깝고, 범죄가 발생하면 경찰 조직의 평판에 영향을 주며, 범죄가 발생한 이후 경찰 조직이 범죄를 대처하는데 제한된 시간을 갖고 있다. 이러한 점에 비추어 이번 연구에서 외부 위기는 범죄의 발생으로 설정하였다.

특정 사건에 대한 미디어의 노출은 다양한 청중들의 인식을 형성하는데 상당한 영향을 주고(Surette, 2007), 특정 미디어를 시청한 시청자들은 관련된 기관에 대한 태도가 시청하지 않은 시청자들과 차이가 있었다(Kateleen. M. & Charles. F., 2015). 따라서 흉악한 범죄일수록 미디어에 노출된다면 이는 청중들에게 더 많은 관심을 끌고, 강한 인식을 형성할 것이다. 청중들의 관심은 더 많은 미디어 보도로 이어질 것이며, 이는 경찰에 대한 평판을 형성하는데 큰 영향을 미칠 것이라 예상할 수 있다.

가설 1. 흉악 범죄일수록 경찰 평판에 부정적으로 영향을 미칠 것이다.

특히 조직의 이해 관계자들은 주로 뉴스 보도를 통해 위기에 대해서 인식하게 되며(Coombs, 2007), 우리나라에서 경찰의 이미지는 언론 기관에 의하여 기사화된 묘사에 의해서 상당한 영향을 받는다(이황우, 2007).

따라서 범죄가 발생했을 때, 범죄의 초기 보도가 지역 신문에 비해 전달력이 높고 파급력이 큰 전국 일간지(중앙일보, 조선일보, 한겨레, 경향신문 등)에 의해 전달될수록 사람들의 관심을 많이 받을 것이다. 이는 또 다시 더 많은 미디어 보도와 청중들의 관심으로 이어질 것이며, 경찰의 평판에 큰 영향을 미칠 것이라 예상할 수 있다.

가설 2. 범죄의 초기 보도가 전국 일간지에서 이루어질수록 경찰 평판에 부정적으로 영향을 미칠 것이다.

경찰은 주로 신고, 고소·고발, 인지 등의 방법을 통해 사건을 담당하게 된다. 신고를 통해 사건을 접수한 경우 지구대·파출소에서 초동 조치를 담당하게 되며, 범죄 혐의가 있거나 사건이 조정되지 않는 경우 경찰서 내의 전담 부서에 사건을 이송하게 된다. 그 외에 고소·고발, 인지 등의 방법은 전담 부서에서 직접 사건을 접수하여 초기 수사를 담당한다.

전담 부서에서 범죄 초기부터 사건을 담당한다면 일관적이고 전문적인 사건 담당과 언론사와의 원활한 소통 등의 효과를 불러 일으킬 수 있다. 따라서 외부 위기가 발생한 경우 전담 부서가 초기에 위기를

대응하고 관리한다면 경찰 평판에 긍정적인 효과를 불러올 것이다.

가설 3a. 전담 부서에서 사건을 빠르게 담당할수록, 경찰 평판에 대한 흉악 범죄의 부정적인 영향을 완화할 것이다.

가설 3b. 전담 부서에서 사건을 빠르게 담당할수록, 경찰 평판에 대한 전국 일간지의 초기 범죄 보도의 부정적인 영향을 완화할 것이다.

제 2 절 연구 방법

콘텐츠 분석

대부분의 이해 관계자는 뉴스 미디어에서 정보를 얻기 때문에 평판 관리 중 하나의 중요한 특징은 미디어 보도를 잘 관리해야 한다는 것이다(Carroll, 2004; Carroll & McCombs, 2003; Meijer, 2004). 특히 이해 관계자는 뉴스 보도를 통해 위기 상황에 대해서 자세히 알게 되기 때문에(Coombs, 2007), 위기 상황 동안 조직과 미디어 사이의 관계는 매우 중요하다(Benoit, 1997). 우리나라에서도 경찰의 이미지는 언론 기관에 의하여 기사화된 묘사에 의해서 상당한 영향을 받는다는 연구가 있다(이황우, 2007).

따라서 이번 연구는 신문 기사를 연구 자료로 활용하여 경찰 평판 변화를 살펴보고자 하며, 하나의 사건에 대한 경찰 비난 기사의 비중을 비교함으로써 외부 위기가 있을 때 경찰 평판에 영향을 미치는 요소에 대해 연구를 진행하고자 한다.

Kovach & Rosenstiel(2001)에 의하면 기사의 제목은 뉴스의 내용을 가장 간명하게 표명하도록 명명한 것이며, 일반적으로 제목에 언론이 시민들에게 전달하고자 하는 의미가 가장 명확하게 드러난다. 따라서 분석 단위를 기사 제목으로 하여 신문 기사의 기사 제목을 바탕으로 경찰에 대한 평판을 연구하였다.

연구는 한국언론진흥재단에서 운영하는 “빅카인즈”를 이용하여 신문 기사를 검색하고 분석하였다. 빅카인즈는 국내 54개 주요 언론사의 데이터를 확보하고, 뉴스 빅데이터 서비스를 제공하는 사이트로 과거부터 현재까지 언론사에서 경찰에 관한 어떤 기사를 작성하였는지 데이터를 얻을 수 있었다.

최근 3년(2019-2021년) 동안 경찰과 관련된 범죄를 조사하였고, 총 300건의 범죄를 분류하였다. 300건의 범죄마다 경찰 비난 기사의 비중을 통해 경찰의 평판 변화를 도출하였으며, 이를 바탕으로 연구를 진행하였다.

경찰 비난 기사의 비중을 측정하기 위해서는 하나의 범죄에 대해 총 기사 개수와 비난 기사 개수를 측정하여 비난 기사의 개수 / 총 기사 개수로 그 정도를 수치화 하였고, 기사는 국민들에게 접근성이 높은 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 한겨레, 경향신문, 한국일보 총 6개의 신문사의 신문 기사를 대상으로 조사하였다.

분석 단위

이번 연구에서 내부 위기는 제외하고 외부 위기만을 연구 대상으로

하였으며, 외부 위기는 “특정 조직에 의해 시작되지 않은 예측할 수 없고 또는 예상치 못한 사건”이라 정의하였다(Jason & Kristian, 2022). 이를 구체적으로 살펴본다면, 먼저 경찰 평판에 영향을 주어야 한다는 점에 의해 언론에 보도된 범죄를 대상으로 하였다. 언론에 적어도 한 번 이상 보도가 되어야 청중이 위기 상황에 대해서 알게 되고, 경찰의 평판 변화에 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 범죄 중에서 내부 위기에 해당되는 경찰관의 비리나 직장 내 성추행 등 내부적인 사건 혹은 경찰관의 범죄는 연구 대상에서 제외하였고, 경찰 수사 단계에서 범죄의 혐의점이 있어 검찰에 송치한 사건을 연구 대상으로 하였다. 범죄 혐의가 온전히 밝혀지지 않은 사건들은 단순히 범죄의 발생, 경찰 수사 착수 등의 내용만 보도된 경우가 대부분이기 때문에 기사의 건수도 많지 않아 청중들의 관심을 끌지 못하였고, 경찰의 평판에도 영향을 미치지 못해 큰 의미를 갖지 못했기 때문이다. 따라서 혐의가 확실하게 밝혀지지 않은 고소·고발·송치 전 사건은 연구에서 제외하였다. 군 관련 사건은 군 경찰에서 따로 사건을 담당하기 때문에 경찰 조직과 관련이 없어 연구 대상에서 제외하였다. 방역 지침 위반 사건 역시 사건의 특성상 시기적 요인이 크게 작용하기 때문에 제외하였으며, 의도치 않게 발생한 사고나 교통사고 역시 유의미하게 경찰의 평판에 영향을 주지 않는다는 점에서 연구 대상에서 제외하였다.

평판은 경찰 조직에 대한 비난 어조의 기사 비중을 측정 단위로 하여 각 범죄마다 (비난 기사의 개수 / 전체 기사의 개수)로 측정하였다. 비난 어조는 신문 기사의 제목에서 경찰 조직에 대한 책임을 추궁하거나

경찰의 잘못을 지적하고, 경찰에 대해서 비판하거나 부정적인 단어를 사용하는 경우 비난 어조의 기사로 분류하였다.

전담 부서는 고소·고발·인지 등의 사건은 모두 전담 부서에서 초기 수사를 담당한 것으로 분류하였고, 신고를 통해 접수된 사건은 미디어 보도를 참고하여 초기 수사를 전담 부서에서 담당하였는지 여부를 분류하였다. 그 여부에 따라 0과 1로 전담 부서의 담당 여부를 수치화 하였다.

흉악 범죄는 범죄의 재판 결과가 나온 경우 형량에 따라 1: 징역 1년 미만, 2: 징역 1년 이상 ~ 3년 미만, 3: 징역 3년 이상 ~ 7년 미만, 4: 징역 7년 이상 ~ 10년 미만, 5: 징역 10년 이상으로 5단계로 나누어 범주화 하였다. 아직 재판 결과가 나오지 않은 사건에 대해서는 해당 범죄의 양형 기준에 따라 분류하였다. 양형이 최소 기준인 경우에는 최소 형량을 기준으로 분류하였으며, 양형이 최대 기준인 경우에는 최대 양형의 절반을 계산하여 분류하였다.

언론 초기 보도는 1: 지역지(경기일보·부산일보·전북도민일보 등), 2: 일간지 및 방송사(매일경제, YTN, 머니투데이 등), 3: 전국 일간지(조선일보, 중앙일보, 동아일보, 경향신문, 한겨레, 한국일보)로 나누어 범주화 하였다.

변수

독립 변수. 독립 변수는 앞서 얘기한 것처럼 경찰의 외부 위기이다. 경찰의 평판에 영향을 미쳐야 한다는 점에 의해 언론에 보도된 범죄 중

혐의가 확실히 밝혀진 범죄를 대상으로 하였다. 범죄 중에서 흉악 범죄와 전국 일간지의 초기 보도를 독립 변수로 하여 종속 변수에 미치는 영향을 살펴보았다.

종속 변수. 종속 변수는 경찰의 평판 변화이다. 경찰의 평판 변화는 신문 기사의 제목을 분석 단위로 하여 범죄의 경찰 비난 기사 비중을 바탕으로 살펴보았다. 경찰 비난 기사 비중은 비난 기사의 개수 / 전체 기사의 개수로 측정하였다.

조절 변수. 조절 변수는 전담 부서의 사건 초기 담당 여부이다. 사건 초기부터 전담 부서에서 사건을 담당하였는지 여부에 따라 종속 변수에 대한 독립 변수의 효과를 조절하는지 살펴보았다.

통제 변수. 연구 모델에 대한 통제 변수는 피해자의 사회적 약자 여부, 피해자의 성별, 범죄 발생 장소로 설정하였다. 먼저 피해자의 사회적 약자 여부에 따라 국민들의 관심이 높아질 수도 있고, 사건에 대해 경찰의 비난 정도가 높아질 수 있기 때문에 이를 통제 변수로 설정하였다. 사회적 약자는 아동 · 노인 · 장애인을 그 대상으로 하여 0과 1로 수치화 하였다.

피해자의 성별은 최근 스토킹 범죄가 빈도 높게 발생할 뿐만 아니라 단순 스토킹 외에 강력 범죄로 이어지는 경우가 많아 국민들의 관심이 높아졌고, 그 외에도 묻지마 폭행 · 성범죄 등 성별에 따라 범죄의 발생 빈도와 범죄의 강도가 차이가 남에 따라 피해자의 성별로 인해 국민들의 관심도가 달라질 수 있기 때문에 그 효과를 통제하여 0과 1로 수치화 하였다.

마지막으로 범죄 발생 장소를 통제 변수로 설정하였다. 범죄 발생 장소가 대도시인지 시골인지 그 차이에 따라 보도 가능성이 다를 수 있고, 국민들이 자신들과 인접한 장소에서 발생한 범죄의 경우에는 더 관심을 가질 가능성이 있기 때문에 1: 군, 2: 시, 3: 광역시 · 제주시, 4: 특별시로 범주화 하였다.

제 4 장 분석 및 결과

분석

경찰의 평판에 영향을 미치는 변수들을 조사하기 위해 콘텐츠 분석 방식을 이용하여 경찰의 비난 기사의 비중을 측정하였고, 이를 SPSS 통계 프로그램을 이용하여 독립 변수와 종속 변수, 그리고 조절 변수의 관계를 연구하였다. 가설 1을 검증하기 위해 범죄의 흉악 정도를 1부터 5까지 수치화 하였으며, 높은 범죄일수록 경찰의 비난 기사의 비중이 높은지 그 관계성을 통계적으로 검토하였다. 가설 2를 검증하기 위해 범죄의 최초 보도 언론사를 지역 신문을 1, 일간지 및 방송지를 2, 전국 일간지를 3으로 범주화하여 전파력이 큰 전국 일간지에서 최초 보도가 이루어질수록 경찰의 비난 기사의 비중이 높은지 관계성을 연구하였다. 마지막으로 가설 3을 검증하기 위해서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부를 0과 1로 수치화하여 경찰의 비난 기사 비중과의 관계를 통계적으로 검토하였다. 이와 동시에 흉악 범죄의 정도와 경찰의

평판과의 관계에서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부에 대한 효과를 확인하기 위해 (개별 사건의 흉악 범죄의 정도 – 전체 흉악 범죄의 평균 정도) * (개별 사건에 대한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부 – 전체 전담 부서의 초기 수사 담당 여부)를 측정하여 경찰의 비난 기사 비중과의 관계를 살펴보았고, 범죄의 최초 보도 언론사와 경찰의 평판과의 관계에 있어서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부에 대한 효과를 확인하기 위해 (개별 사건의 최초 보도 언론사 – 전체 최초 보도 언론사의 평균) * (개별 사건에 대한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부 – 전체 전담 부서의 초기 수사 담당 여부)를 측정하여 경찰의 비난 기사 비중과의 관계를 통계적으로 연구하였다.

결과

먼저 통제 변수와 종속 변수의 관계를 살펴봄으로써, 통제 변수가 종속 변수에 영향을 주는지 살펴보았다. Disadvantaged는 피해자의 사회적 약자 여부, Gender은 피해자의 성별, Place는 범죄 발생 장소를 의미하며, 아래 **표 1.** 과 같이 통제 변수는 종속 변수에 영향을 주지 않는다는 것을 볼 수 있다. 피해자의 성별은 다른 통제 변수보다 상관관계는 있었지만 유의미한 수준의 수치는 나오지 않았음을 확인할 수 있다.

표 1. 통제 변수와 종속 변수와의 관계

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
1	0.106	0.0112	0.872	3	230	0.456

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.00723	0.02653	-0.272	0.786
Disadvantaged	0.00621	0.01435	0.433	0.666
Gender	0.01982	0.01363	1.454	0.147
Place	0.00596	0.00799	0.746	0.456

다음은 독립 변수와 종속 변수의 관계를 살펴보았다. Crime은 범죄의 흉악 정도를 나타내는 것이며, Initial Report는 범죄의 최초 보도 언론사를 나타내는 것이다. 아래 **표 2.** 와 같이 범죄의 흉악 정도는 경찰의 비난 정도와 관계가 없으며, 범죄의 최초 보도 언론사는 전국 일간지에서 최초로 범죄를 보도할수록 경찰 조직의 비난 정도가 높았고, 그 상관 관계는 유의미하다는 결과를 내릴 수 있다.

따라서 이를 통해 가설 1은 성립하지 않고, 가설 2는 성립한다는 결론을 도출할 수 있다.

가설 1. 흉악 범죄일수록 경찰 평판에 부정적으로 영향을 미칠 것이다. (성립하지 않음)

가설 2. 범죄의 초기 보도가 전국 일간지에서 이루어질수록 경찰 평판에 부정적으로 영향을 미칠 것이다. (성립함)

표 2. 독립 변수와 종속 변수와의 관계

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
2	0.266	0.0705	3.46	5	228	0.005

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.08844	0.03469	-2.549	0.011
Disadvantaged	0.00504	0.01399	0.360	0.719
Gender	0.01635	0.01330	1.229	0.220
Place	0.00460	0.00796	0.578	0.564
Crime	0.00246	0.00275	0.896	0.371
Initial Report	0.03704	0.01000	3.705	< .001

다음은 흉악 범죄와 경찰 비난 정도의 관계에서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부가 조절 효과를 주는지 알아보았다. 아래 표 3. 과 같이 전담 부서가 초기 수사를 담당할 경우, 경찰 조직의 비난을 완화하는 효과가 있었으나 흉악 범죄와 경찰 비난 정도에 대한 조절 효과는 없었음을 알 수 있다.

가설 3a. 전담 부서에서 사건을 빠르게 담당할수록, 경찰 평판에 대한 흉악 범죄의 부정적인 영향을 완화할 것이다. (성립하지 않음)

표 3. 흉악 범죄에 대한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 조절 효과

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
3	0.227	0.0517	2.05	6	226	0.060

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.02302	0.03206	-0.718	0.474
Disadvantaged	0.00867	0.01431	0.606	0.545
Gender	0.02253	0.01371	1.643	0.102
Place	0.00274	0.00823	0.333	0.739
Crime	0.00318	0.00435	0.731	0.465
Dedicated Department	0.04790	0.01613	2.969	0.003
Crime*Dedicated Department	-0.00145	0.00643	-0.226	0.821

다음으로는 범죄의 최초 보도 언론사와 경찰 조직의 비난 정도의 관계에서 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 조절 효과를 알아보았다. 아래 **표 4.** 와 같이 전담 부서가 초기 수사를 담당할 경우, 경찰 조직의 비난을 완화하는 효과도 있었고, 전담 부서의 초기 수사 담당 여부가 범죄의 최초 보도 언론사와 경찰 조직의 비난 정도의 관계에서도 조절 효과를 가져온다는 것을 볼 수 있다.

가설 3b. 전담 부서에서 사건을 빠르게 담당할수록, 경찰 평판에 대한 전국 일간지의 초기 범죄 보도의 부정적인 영향을 완화할 것이다.

(성립함)

표 4. 범죄 최초 보도 언론사에 대한 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 조절 효과

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
4	0.382	0.146	6.44	6	226	< .001

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.06305	0.03091	-2.040	0.043
Disadvantaged	0.00375	0.01354	0.277	0.782
Gender	0.01779	0.01287	1.382	0.168
Place	-0.00340	0.00771	-0.441	0.660
Initial Report	0.03436	0.00968	3.550	< .001
Dedicated Department	0.03396	0.01548	2.194	0.029
Initial Report*Dedicated Department	0.08447	0.02315	3.650	< .001

마지막으로는 모든 변수를 넣어서 그 관계를 살펴보았다.

표 5. 경찰 조직의 평판에 영향을 미치는 변수

			Overall Model Test			
Model	**R**	**R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**
1	0.386	0.149	4.89	8	224	< .001

Model Coefficients - reputation crisis

Predictor	**Estimate**	**SE**	**t**	**p**
Intercept	-0.07721	0.03570	-2.163	0.032
Disadvantaged	0.00369	0.01366	0.270	0.787
Gender	0.01847	0.01308	1.412	0.159
Place	-0.00234	0.00790	-0.297	0.767
Crime	0.00308	0.00414	0.743	0.458
Initial Report	0.03443	0.00971	3.547	< .001
Dedicated Department	0.03440	0.01559	2.206	0.028
Crime*Dedicated Department	-0.00197	0.00612	-0.322	0.747
Initial Report*Dedicated Department	0.08377	0.02323	3.606	< .001

Correlation Matrix

⊞ 6. Correlation Matrix

		disadvantaged	gender	place	crime	initial report	dedicated department
Disadvantaged	Pearson's r	—					
	p-value	—					
Gender	Pearson's r	-0.018	—				
	p-value	0.781	—				
Place	Pearson's r	-0.168	-0.053	—			
	p-value	0.007	0.415	—			
Crime	Pearson's r	-0.030	0.015	-0.167	—		
	p-value	0.632	0.822	0.004	—		
Initial Report	Pearson's r	0.005	0.064	0.085	-0.002	—	
	p-value	0.940	0.331	0.143	0.977	—	
Dedicated Department	Pearson's r	-0.094	-0.057	0.176	-0.021	0.118	—
	p-value	0.134	0.383	0.002	0.716	0.040	—

제 5 장 결론 및 제언

먼저 범죄의 흉악 정도는 경찰 조직의 평판에 영향을 미치지 못했다. 흉악 범죄일수록 국민들의 관심을 받고, 언론의 주요 보도 대상이 될 수 있겠지만 경찰 조직 역시 흉악 범죄의 수사를 담당하게 되는 경우에는 전문적이고 신중하게 수사하는 노력을 기울이다 보니 경찰 조직의 비난 정도가 높지 않다고 추측된다.

국민들에게 접촉성이 높은 언론 보도에 먼저 보도될수록, 경찰 평판에 미치는 영향이 크다. 지역 신문에 범죄가 먼저 보도되는 것에 비해 사람들에게 전파력이 큰 전국 일간지의 보도가 경찰 조직의 평판에도 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 어떤 언론에서 기사가 먼저 보도될지 경찰 조직이 선택할 수 없기 때문에 조직 내 홍보팀에서 언론에 대한 대응와 노력이 더욱 중요함을 시사한다. 지역 신문에 먼저 범죄에 대한 보도가 이루어진다고 하더라도 빠른 사실관계의 전달과 해명, 혹은 잘못에 대한 사과가 이루어진다면 경찰 조직의 평판을 방어하고 추후 전국 일간지의 보도에 대해 경찰에 대한 비판적인 기사의 작성을 예방할 수 있는 효과가 있을 것이다. 이를 위해서 지속적인 언론사와의 적극적인 소통과 문제 발생 시의 긴밀한 협력 관계의 유지가 필요하다.

전담 부서가 초기 수사를 담당할수록 전문적이고 일관성 있는 수사를 통해 경찰 조직의 평판 관리에 도움이 된다. 이는 흉악 범죄의 정도와 경찰 조직의 평판과의 관계에서는 조절 효과를 주지 못했으나,

범죄의 초기 보도 언론사와 경찰 조직의 평판과의 관계에서는 조절 효과를 주는 것으로 연구되었다. 전담 부서가 사건을 초기부터 담당해서 수사하는 것이 경찰의 평판에도 긍정적인 영향을 준다는 점이 밝혀졌고, 이는 전담 부서의 전문성·노하우의 축적·팀원들간의 소통 등 전담 부서의 의미에 대한 미래 연구에도 영향을 줄 수 있을 것이다. 경찰 조직의 구체적인 실천 방안에는 지구대에서 전담 부서로의 빠른 사건 이송, 하나의 전담 부서에서 일관성 있는 사건 담당 등을 위해 구체적이고 현실적인 매뉴얼 구비, 이를 위한 현장 경찰관들과의 소통 등의 노력이 필요하다.

위의 연구는 다음과 같은 의미를 갖는다. 먼저 경찰 조직의 평판 관리를 위해 언론과의 관계가 중요하다는 것을 밝혔다. 이는 경찰청 차원에서 언론과의 소통이 중요할 뿐만 아니라 서 단위에서도 언론과의 지속적인 소통, 사실 관계의 전달 등 평판 관리를 위한 노력이 필요하다는 것을 시사한다. 또한 경찰 조직의 평판과 전담 부서의 초기 수사 담당 여부의 상관 관계와 조절 관계를 밝힘으로써, 경찰 조직의 평판 관리를 위한 실질적인 방안을 제시하였다. 구체적인 사건 이송에 관한 매뉴얼, 청 단위 부서에서 담당하는 사건에 대한 구체적인 기준 등 업무 분장에 관한 철저한 준비를 통한 전문적이고 일관적인 사건 담당이 경찰 조직의 평판 관리를 위한 방안임을 연구하였다. 마지막으로는 경찰 조직의 평판 관리와 전문 부서의 의미에 대한 미래 연구의 가능성을 열었다. 콘텐츠 분석이라는 방식을 통해 경찰 조직의 평판을 연구하는 실증적인 방식을 확장하였고, 보다 직관적인 방식을 통해 경찰의 비난

정도를 확인할 수 있는 방식을 제안하였다. 또한 전문 부서의 조절 효과를 밝힘으로써 전문 부서의 역할과 의미에 대한 미래 연구의 가능성을 열었다는 의미를 갖는다.

다만 신문기사라는 하나의 자료로부터 데이터를 분석하였기 때문에, 동일 자료 편향(same-source bias) 문제가 있다는 점은 한계로 지적된다. 또한 경찰의 비난 어조에 대해서 콘텐츠 분석 방식 중 어조 분석(tone-analysis) 방식을 통해 객관성과 신뢰도를 높이고자 하였으나, 이용할 수 있는 한글 기준의 감정 사전이 없어 이와 관련된 추후 연구가 이루어진다면 연구의 신뢰도를 높일 수 있을 것이다. 마지막으로 이번 연구에서 독립변수와 종속변수의 상관관계에 대해서 증명을 했지만, 변수 사이의 확실한 인과관계에 대해서는 추후 연구에서 다루어져야 할 것이다.

참고 문헌

김은기, 최응렬. 2016. 언론사별 경찰평판 차이에 대한 실증적 분석. *한국경찰학회보 제18권 제2호,* 53-70

남재성. 2009. 경찰이미지의 형성실태 및 영향요인 분석. *한국치안행정논집, 6(2),* 53-82

민형동. 2007. 경찰에 대한 국민의 이미지 형성에 관한 연구. *박사학위논문.* 동국대학교 대학원

이승철. 2014. 사회적 평판이 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향 -경찰공무원을 중심으로-. *한국자치행정학보, 제28권 제4호,* 469-492

이용일 · 장현석. 2020. 경찰에 대한 신뢰도 영향요인 분석: 표현적 시각모형에서 범죄두려움의 매개효과 검증. *한국범죄학 제14권 제3호,* 47-67

이종철 · 남지영 · 김혜영 · 홍창남. 2013. 교무행정전담부서 운영 사례 분석, *교육행정학연구 제31권 제3호,* 25-50

이종환. 2020. 국가통계자료를 활용한 국민의 경찰신뢰 결정요인 분석. *융합과 통섭 제3권 제3호,* 42-55

이효직 · 류보라 · 김화영 · 이재균 · 김예인 · 장항배. 2016. 국내 산업보안 유관기관 조사를 통한 산업보안 전담부서 필요성 제고, *한국전자거래학회지 제21권 제2호,* 121-133

임하늘. 2022. 무질서 인식이 범죄 두려움에 미치는 영향: 경찰 신뢰의 매개효과를 중심으로. *경찰학연구 제22권 제2호,* 157-182

장재성. 2021. 경찰 신뢰 영향요인에 관한 메타분석 연구. *형사정책연구 제32권 제3호,* 31-64

정철우 · 정진성. 2020. 경찰 이미지 형성요인 및 구성요소의 중요도 평가. *한국경찰학회보, 제22권 제4호,* 207-232

주재진. 2009. 경찰에 대한 이미지가 시민의 법집행 순응도에 미치는 영향에 관한 연구. *한국경찰학회보 제11권 제2호,* 291-318

최승범, 박흥식, Rosa Chan. 2007. 정부기관 이미지 평판의 고객만족과의 관계에 대한 연구. *한국행정논집 제19권 제4호,* 955-986

최윤희. 2018. 직장 내 성희롱법리에 대한 소고: 성의 정형화와 관련한 성희롱 인정범위의 확대 및 전담부서 설치필요성 제안. *강원법학 제55권,* 517-539

Alsop, J. R. 2004. The 18 immutable laws of corporate reputation. *London: Kogan Page.*

Barton, L. 2001. Crisis in organization. South Western, Cincinnati, *OH: College Divisions.*

Benoit, W. 1997. Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review, 23(2),* 177-186.

Bhaduri, Raka, M. 2019. Leveraging culture and leadership in crisis management, *European Journal of Training and Development, Vol. 43(5/6),* pp. 554-569

Bowers, M.R., Hall, J.R. and Srinivasan, M.M. 2017. Organizational culture and leadership style: the missing combination for

selecting the right leader for effective crisis management, *Business Horizons, Vol. 60, No. 4,* pp. 551-563

Caponigro, J. R. 2000. The crisis Counselor: A Step-by-Step Guide to Managing a Business Crisis, *Contemporary Books, Chicago, IL.*

Carpenter, D. 2010. Reputation and power: Organizational image and pharmaceutical regulation at the FDA. *Princeton, NJ: Princeton University Press*.

Chambers, P. 2001. Reputational risk-the new internal audit paradigm. *http://www.management-audit.com.*

Coldwell, D. A. L., Joosub, T. & Papageorgiou, E., 2012. *Journal of business ethics, 109(2),* 133-144

Coombs, T. 1999. Ongoing crisis communication. *Planning, managing, and Responding. Thousand Oaks: SAGE.*

Coombs, W. T. and Holladay, S. J. 2002. Helping crisis managers protect reputational assets: initial tests of the situational crisis communication theory, *Management Communication Quarterly, 16,* 165-186

Coombs, W. T. and Holladay, S. J. 2006. Unpacking the halo effect: reputation and crisis management, *Journal of Communication Management, 1363-254X*

Coombs, T. 2007. Protecting organization reputations during a crisis. The development and application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review, 10(3)*, 163-176.

Coombs, W.T. 2007. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, Thousand Oaks, CA

Davies, G., Chun, R., da Silva, R.V. and Roper, S. 2003. Corporate Reputation and Competitiveness, *Routledge, New York, NY.*

Deephouse, D. 2000. The term 'Reputation Management': Users, uses and the trademark tradeoff. *Corporate Reputation Review, 5(1),* 9-18

Dowling, G. 2002. Creating corporate reputations. Identity, image and performance. *Oxford: Oxford University Press*.

Fombrun, J. C. 1996. Reputation, realizing value from the corporate image. *Harvard: Harvard Business School Press.*

Fombrun, C.J. and van Riel, C.B.M. 2003. Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations, *Prentice-Hall Financial Times, New York, NY.*

Fombrun, C., & Van Riel, C. B. M. 2004. Fame and fortune: How successful companies build winning reputations. *Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall*.

Jason, M., & Kristian, H., 2022. SMEs and exogenous shocks: A

conceptual literature review and forward research agenda. *International Small Business Journal, 40(2)*, 178-204

Jones, G., Jones, B., & Little, P. 2000. Reputation as reservoir: Buffering against loss in times of economic crisis. *Corporate Reputation Review, 3(1)*, 21-29.

Klein, J. and Dawar, N. 2004. Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in an product-harm crisis, *International Journal of Marketing, 21,* 203-217

Lerbinger, O. 1997. The crisis manager. Facing risk and reponsibility. *MAhwah: Lawrence Erlbaum Associates.*

Maor, M. 2015. Theorizing bureaucratic reputation. In A. Waeraas & M. Maor (Eds.), *Organizational reputation in the public sector*, 17-36. New York, NY: Routledge.

Ndone, J. & Park, J. 2022. Crisis communication: The mediating role of cognitive and affective empathy in the relationship between crisis type and crisis response strategy on post-crisis reputation and forgiveness, *Public Relations Review, 48(1),* 102-136

Patterson, Bill. 1993. Crisis impact on reputation management. *The Public Relations Journal, New York, Vol. 49, Iss. 11*

Pearson, C.M. & Clair, J.A. 1998. Reframing crisis management, *Academy of Management Review, Vol. 23. No. 1,* pp. 59-76

Rayner, J. 2003. Managing reputational risk. *Chichester: Wiley.*

Tom, C., & Martin, L. 2018. Reputation Management in Societal Security: A Comparative Study, *American Review of Public Administration 48(2),* 119-132

Tulika M. V., 2021. Responsible Leadership and Reputation Management During a Crisis: The Cases of Delta and United Airlines., *Journal of Business Ethics, 173,* 29-45

Wayne. C., 2015. The media representations of Police image: Research notes on the Hong Kong' s occupy movement. *SAGE Publications SAGE open, 5(3)*

Xiaochen, H., Kourtnie. R., & Nicholas P. 2018. "We are more than crime fighters" : Social media images of police departments. *SAGE Publications Police quarterly, 21(4),* 544-572

Abstract

The Effect of External Crisis & Dedicated Department on Organizational Reputation of the Korean Police

Ko Hyeon Jun
College of Business Administration
The Graduate School
Seoul National University

Previous literature on organizational reputation of the Korean Police has classified the components of reputation and explained the formation of reputation, and has limitations in that it has not presented specific measures to practically defend and manage reputation crisis. A positive reputation, which is one of the major strategic resources in a crisis when the reputation of an organization is generally threatened, has become one of the huge tasks of police organizations. In particular, a more strategic approach is needed to manage the reputation of Korean Police, given that the reputation of police organizations is mainly formed through indirect experiences and reports by media. By analyzing 300 crimes announced between 2019 and 2021, using content analysis method with the title of a newspaper article as the analysis unit, it was found that the degree of violent crime has nothing to do with the reputation of the Korean Police. Also, the first report of a crime in a major newspaper, which has a high propagation power,

negatively affects the reputation of the Korean Police. In addition, whether or not the department was in charge of the initial investigation had no significant effect on the relationship between violent crime and the reputation of the Korean Police. It has a moderating effect on the relationship between the media outlets and the reputation of the police organization, however, it has shown that the degree of criticism of the police organization decreases as the department is in charge of the initial investigation.

Keywords : Korean Police, Reputation, Crisis Management & Reputation Management, Dedicated Department, Content Analysis
Student Number : 2021-27363