

주민참여예산제 참여 촉진 요인 연구

: 정책홍보 메시지 프레임과 인지적 특성의 상호작용 효과를 중심으로

Factors Promoting Participation in Participatory Budgeting

: The Interaction Effects of Policy Communication Message Framing and Cognitive Characteristics

정 유 리*·박 용 성**

Chung, Yuree·Park, Yongsung

■ 목 차 ■

- I. 서론
- II. 이론적 배경
- III. 연구방법
- IV. 연구결과
- V. 결론

본 연구는 주민참여예산제의 주민 참여를 촉진하기 위한 정책홍보 메시지의 설득 효과를 분석하고, 수용자의 인지적 특성에 따라 정책참여의도가 어떻게 차별화되는지를 실증 검증하였다. 이를 위해 정교화가능성모델(ELM)에 근거하여 주민참여예산제 홍보 메시지를 중심단서형(중심부 프레임)과 주변단서형(주변부 프레임)으로 구별하고, 성인 228명을 대상으로 한 온라인 무작위 실험설계를 수행하였다. 수용자의 개인적 관여도와 인지욕구가 정책참여의도에 미치는 조절효과를 이원분산분석(Two-way ANOVA)을 통해 검증하였다. 분석 결과, 메시지 단서 유형 자체의 단독 직접효과는 통계적으로 유의하지 않았으나, 메시지 프레임과 관여도, 그리고 메시지 프레임과 인지욕구 간의 상호작용 효과는 모두 통계적으로 유의하게 나타났다. 관여도와 인지욕구가 높은 응답자는 중심단서형 메시지에 더욱 긍정적으로 반응한 반면, 관여도와 인지욕구가 낮은 응답자는 주변단서형 메시지에서 상대적으로 높은 참여의도를 보였다. 이러한 결과는 지방정부가 단

* 제1저자, 단국대학교 행정학과 석사

** 교신저자, 단국대학교 행정학과 교수

논문 접수일: 2026. 6. 22. 심사기간: 2026. 6. 22. ~ 2026. 8. 25. 게재확정일: 2026. 8. 25.

일한 일괄 홍보 방식을 유지하기보다는, 수용자의 인지적 동기와 메시지 단서 간의 정합성을 고려한 세분화된 정책 커뮤니케이션 접근법을 취해야 함을 시사한다.

□ 주제어: 주민참여예산제, 정책홍보, 프레이밍, 정교화가능성모델(ELM).

This study examines the effectiveness of policy communication messages designed to promote citizen participation in participatory budgeting and investigates how such effects vary according to individuals' cognitive characteristics. Drawing upon the Elaboration Likelihood Model (ELM), the study classifies policy communication messages into central cue-based messages and peripheral cue-based messages and analyzes the moderating effects of involvement and need for cognition on policy participation intention using Two-way ANOVA. Data were collected through an online experimental survey involving 228 respondents. The findings indicate that while the direct effect of message cue type on participation intention was not statistically significant, significant interaction effects were identified between message cue type and involvement, as well as between message cue type and need for cognition. Respondents with high levels of involvement and need for cognition responded more positively to central cue-based messages emphasizing the objectives, procedures, and expected outcomes of participatory budgeting. In contrast, respondents with lower levels of involvement and need for cognition demonstrated relatively higher participation intentions when exposed to peripheral cue-based messages highlighting celebrity endorsements, social participation, and ease of participation. These findings suggest that policy communication strategies for participatory budgeting should move beyond uniform message delivery and adopt fine-tuning message design strategies tailored to the cognitive characteristics of target audiences.

□ Keywords: Participatory Budgeting, Policy Communication Messages, Message Cue Type, Elaboration Likelihood Model (ELM).

I. 서론

주민참여예산제는 지방재정 과정에 주민이 직접 참여하여 대의민주주의를 보완하고 지방자치 강화하는 핵심 제도이다(장인봉·염영배, 2014). 주민참여예산제의 축진은 단순히 공모 사업 수의 확대를 넘어, 지방재정 운영의 민주성과 투명성을 높이고 세출의 효율성을 확보하는 주요 기제로 기능한다(윤성일·임동완, 2018). 그러나 이러한 법·제도적 확산에도 불구하고, 현장에서는 대다수 주민의 직접 참여가 저조하고 특정 계층에 편중되는 한계가 지속적으로 지적되어 왔다(행정안전부, 2024; 류영아, 2019).

기존 행정학 및 정책학 연구들은 이러한 참여 저조의 원인을 주로 주민들의 ‘제도적 이해 부족’이나 ‘시민적 무관심’ 등 수용자의 개인적 특성 탓으로 돌려왔다. 그러나 설득 커뮤니케이션 연구에 따르면, 수용자의 태도 변화와 행동 의도는 단순히 정보의 유무가 아니라 제시되는 메시지의 프레임 유형과 이를 수용하는 개인의 인지 처리 특성 간의 정합성에 의해 결정된다(Petty & Cacioppo, 1986). 즉, 주민참여예산제의 낮은 인지도와 참여율은 시민의 일방적인 무관심 때문이 아니라, 지방정부가 정책을 홍보할 때 수용자의 인지적 특성을 고려하지 않고 단일한 방식의 정보 전달에만 의존해 온 ‘정책홍보 메시지 설계의 문제’로 재해석될 필요가 있다.

정교화가능성모델(ELM)에 따르면, 수용자는 메시지 처리 동기(관여도)와 처리 능력/성향(인지욕구)에 따라 중심경로 또는 주변경로를 통해 정보를 가공한다(Petty & Cacioppo, 1986). 예컨대 관여도나 인지욕구가 높은 집단은 정책의 논리와 가치를 담은 정보 중심 메시지(중심부 프레임)에 더 적극적으로 반응하는 반면, 관여도나 인지욕구가 낮은 집단은 유명인 사례나 정서적 단서(주변부 프레임)에 의해 설득될 가능성이 크다. 따라서 시민에게 동일한 홍보문구를 배포하는 방식은 설득 효과의 한계를 가질 수밖에 없다.

이에 본 연구는 정교화가능성모델을 틀로 활용하여, 주민참여예산제 홍보 메시지 프레임(중심부 vs 주변부)과 수용자의 인지적 특성(관여도, 인지욕구) 간 상호작용이 시민의 정책참여 의도에 미치는 조건부 효과를 실증적으로 분석하고자 한다. 이를 통해 주민참여예산제 축진을 위한 맞춤형 홍보전략 설계의 학술적·정책적 근거를 제공하고자 하며, 구체적인 연구질문은 다음과 같다.

첫째, 주민참여예산제 홍보 메시지 프레임은 시민의 정책참여의도에 어떠한 차별적 효과를 갖는가?

둘째, 수용자의 관여도와 인지욕구는 메시지 프레임이 정책참여의도에 미치는 영향을 어떻게 조절하는가?

셋째, 이러한 분석 결과는 지방정부의 주민참여예산제 맞춤형 홍보전략 수립에 어떠한 정책 시사점을 제공하는가?

II. 이론적 배경

1. 정교화가능성모델(Elaboration Likelihood Model)

Petty와 Cacioppo(1986)는 기존의 이중처리이론(dual-process theory)들을 체계적으로 종합하여, 설득 메시지의 정교화 수준에 따른 정보 처리 과정을 설명하는 정교화가능성모델(Elaboration Likelihood Model, 이하 ELM)을 제안하였다.

정교화가능성모델(ELM)의 핵심 개념은 ‘정교화(elaboration)’인데, 이는 수용자가 제시된 메시지를 주의 깊게 숙고하고 비판적으로 사고할 가능성의 정도를 의미한다(정경함 외, 2018). 다시 말해, 정교화란 단순히 메시지를 수동적으로 받아들이는 것이 아니라, 제시된 주장과 근거를 인지적으로 처리하고 자신이 가진 지식이나 경험과 연결하여 평가하는 과정이다. Petty와 Cacioppo(1986)에 따르면 정교화 가능성은 크게 동기(motivation)와 능력(ability) 요인에 의해 결정된다. 수용자가 특정 이슈에 대해 관심과 관련성을 높게 인식하고 있을 때 동기가 높아지고, 충분한 지식이나 정보처리 능력을 갖추고 있을 때 능력이 확보된다. 이 두 가지 요인이 결합할 때 수용자는 메시지를 중심경로를 통해 처리하며, 반대로 동기와 능력이 부족한 상황에서는 정교화 수준이 낮아져 주변경로를 통해 태도 변화가 발생한다(Petty & Cacioppo, 1986).

중심경로는 수용자가 메시지의 논리적 타당성, 주장 강도, 근거의 질을 바탕으로 적극적으로 비판적인 인지 반응을 일으키며 정보를 처리하는 경로이다(Petty & Cacioppo, 1986; 정경함 외, 2018; 김미성·권나경, 2024). 이 과정에서는 메시지 내용 자체가 설득의 핵심 요인이 되며, 정보의 품질, 정확성, 완전성, 유용성 등이 주요 변수로 작용한다. 중심경로를 통해 형성된 태도는 상대적으로 지속성이 높고, 저항에 강하며, 행동 예측력이 높다(김재순·정진택, 2002). 반면, 주변경로는 메시지의 논리적 근거보다는 출처의 매력성, 평판, 홍보물의 색상이나 글자 크기, 배경 음악과 같은 외형적·비내용적 단서에 의존하여 태도가 형성되는 경로이다(김재순·정진택, 2002; 서여주·주소현, 2016). 주변경로를 통해 형성된 태도는 상대적으로 단기적이고 불안정하며, 외부 맥락적 요인에 따라 쉽게 변화하는 특징을 보인다(김재순·정진택, 2002).

본 연구에서는 선행연구(김무곤·이태훈, 2006; 김재순·정진택, 2002; 정경함 외, 2018; Cacioppo & Petty, 1982; Petty & Cacioppo, 1986; San Martin et al., 2011; Zaichkowsky, 1985)를 참고하여, 수용자의 정교화 가능성 수준에 따른 정보 처리 경로를 구별하는 조절변수로 관여도와 인지욕구를 선정하였다. 이에 따라 개인적 관여도가 높거나 인지욕구가 높은 집단은 메시지의 논리적 근거와 정보 품질에 기반한 중심경로로, 관여도나 인지욕구가 낮은 집단은 표면적 이미지나 외적 단서에 의존하는 주변경로로 정보를 처리할 것으로 설정하였다(김재순·정진택, 2002; 양운·민재연, 2004; 장명재, 2009; Cacioppo & Petty, 1982; Petty & Cacioppo, 1986).

2. 관여도와 인지욕구

관여도는 개인의 내재적인 필요, 가치, 그리고 이익을 위해 개인이 물건 및 사건에 대해 인식하고 있는 연관성이다(Zaichkowsky, 1985). 선행연구에서는 관여도를 개인적 관여도와 상황적 관여도로 구분하는데, 개인적 관여도는 특정 이슈에 대한 개인의 고유한 욕구, 가치, 관심, 목표 등과 같은 지속적 성향을 의미하며, 상황적 관여도는 특정 상황에서 일시적으로 변화하는 관심을 지칭한다(Zaichkowsky, 1985; 이종민 외, 2007). 본 연구에서는 이러한 구분 중 수용자의 지속적 성향인 개인적 관여도의 개념에 초점을 맞춘다.

정교화가능성모델에 관한 선행연구들은 관여도가 정보 처리 경로 선택의 핵심 조절 요인임을 반복적으로 보여준다. 정경함 외(2018)는 관여도가 메시지의 중심 요인과 주변 요인이 수용자 태도에 미치는 영향의 크기와 방향을 조절함을 확인하였다. 김재순과 정진택(2002) 역시 고관여 수용자가 메시지를 더욱 비판적이고 적극적으로 숙고한다고 보고하였다. 관여도와 정보처리의 관계를 살펴보면, 개인적 관여도가 높을 때 수용자는 정보를 정교화할 동기가 강화되어 중심경로를 통한 정보처리가 활발히 일어나는 반면, 관여도가 낮을 경우 주변경로를 통한 정보처리가 우세하다(장명재, 2009; San Martin et al., 2011).

한편, 수용자의 정보 처리 동기(motivation)를 측정하는 대표적인 성격 변인은 인지욕구(Need for Cognition)이다(Cacioppo & Petty, 1982). 인지욕구란 개인이 인지적 노력을 즐기고 사고 활동을 선호하는 정도를 의미한다. 인지욕구가 높은 사람은 제시된 메시지를 주의 깊게 검토하고 근거와 논리를 평가하여 태도를 형성하는 반면, 인지욕구가 낮은 사람은 복잡한 인지적 활동을 회피하고 주변적 단서에 의존하는 경향을 보인다(Petty & Cacioppo, 1986). 국내 연구에서도 인지욕구가 높은 수용자는 메시지의 논리적 강도와 정보 품질에 주로 영향을 받지만, 인지욕구가 낮은 수용자는 정보원의 매력이나 휴리스틱 단서 등 피상적 요

소에 의해서 태도가 형성됨이 입증되었다(김재순·정진택, 2002; 양윤·민재연, 2004; 장명재, 2009).

관여도와 인지욕구는 모두 메시지 처리 경로에 영향을 미치는 동기 변인이지만 서로 다른 심리적 원천을 반영한다. 정교화가능성모델에 따르면 관여도가 특정 이슈나 상황에 따라 결정되는 상황적 요인(situational determinant)인 반면, 인지욕구는 상황과 무관하게 개인이 지닌 지속적인 성향적 요인(dispositional determinant)이라는 점에서 두 변인은 독자적인 구분 기준이 된다(Cacioppo & Petty, 1982; Haugtvedt et al., 1992). 따라서 본 연구는 관여도(고/저) 및 인지욕구(고/저)에 따른 수용자 그룹핑을 통해, 이들이 정책참여의도에 미치는 주효과와 더불어 정책홍보 프레임 전략과의 상호작용 효과를 체계적으로 검증하고자 한다.

3. 정책홍보와 프레이밍 효과

정부와 공중 간의 전략적 커뮤니케이션 활동인 정책홍보는(신호창 외, 2011; 이일우·이철한, 2015), 주민의 직접 참여가 필수적인 주민참여예산제의 성패를 좌우하는 핵심 수단이다. 그러나 지자체별 홍보 프로그램의 편차가 크고 대중적 채널 활용이 제한적이어서 제도의 확산력이 충분히 발휘되지 못하고 있다(행정안전부, 2024). 예컨대 서울특별시의 경우 시민참여예산제도를 운영하고 있으나, 일반 시민 대상의 홍보 부족과 접근성 한계가 지속적인 문제로 지적되어 왔다(서울특별시, 2023; 2025).

이러한 한계를 극복하고 정책 참여를 실질적으로 유도하기 위해서는 홍보 메시지의 구성 방식에 주목할 필요가 있다. 프레이밍(framing)은 동일한 정책적 사실이라 하더라도 이를 어떻게 선택하고 강조하느냐에 따라 수용자의 인지와 태도가 달라짐을 설명하는 개념이다(Entman, 1993). 프레이밍 효과는 접근성, 적용성, 중요성 변화라는 인지적 처리 메커니즘을 통해 수용자의 판단 기준과 태도 변화를 유발하므로(Nelson et al., 1997; Price & Tewksbury, 1997), 정책 홍보 메시지의 프레임 전략은 수용자의 참여동기에 결정적 영향을 미친다(홍종일, 2024). 따라서 본 연구는 주민참여예산제 홍보에 효과적인 프레이밍 전략을 도출하고, 해당 효과가 수용자의 관여도 및 인지욕구 수준에 따라 어떻게 조절되는지 검증하고자 한다.

4. 주민참여예산제도의 의미와 한계

주민참여예산제는 행정부의 전유물이던 예산편성권의 일부를 지역주민에게 이양하여 예산 과정에 직접 참여하게 함으로써 공적 자원 배분의 투명성·민주성·책임성을 확보하고, 지방재

정의 효율성을 기하기 위한 제도이다(곽채기, 2005; 정재진, 2020). 초기에는 단순한 예산편성 참여를 중심으로 논의되었으나, 현행 제도는 예산과정 전반을 아우르는 지방자치단체와 주민 간의 협력 모델로 확장되고 있다.

국내는 2003년 광주 북구의 최초 도입을 시작으로, 2005년 「지방재정법」 개정을 통해 법적 근거가 마련되었다. 이어 2011년 임의규정에서 의무사항으로 전환되었고, 2018년 전 과정 참여 허용 및 총괄 기구 설치 등 제도적 기반이 한층 강화되었다. 현재는 전국 243개 전 지자체에서 운영 중이며, 브라질 포르투 알레그리 방식과 예산과정참여모델이 혼재된 양상을 보이고 있다(윤성일·임동완, 2018).

주민참여예산제는 기능적 측면에서 다양한 긍정적 효과를 지닌다. 지역주민이 직접 공공재에 대한 실질적 수요를 표출함으로써 지방재정 세출의 효율성을 높일 수 있으며, 무분별한 선심성·전시성 예산을 통제하여 지방자치단체의 재정건전성과 민주성을 제고하는 데 기여한다(전주상, 2008; 서정섭·이장욱, 2018).

그러나 이러한 순기능에도 불구하고 제도 운용상의 한계와 문제점 역시 지속적으로 지적되어 왔다. 우선 예산편성에 대한 법적·행정적 책임 소재가 불분명하고, 일반 주민의 전문성 및 제도에 대한 이해 부족이 한계로 꼽힌다(정재진, 2020). 특히 특정 고관여층이나 일부 위원 중심의 참여로 인한 ‘참여자의 대표성 편중’ 문제가 주요 한계로 나타나며, 지방의회의 독자적인 예산 심의권과 상충할 수 있다는 우려도 제기된다(허철행, 2014; 류영아, 2019). 아울러 단체장의 의지나 관심도에 따라 제도 성과의 편차가 크고, 지자체별 특성을 고려하지 않은 획일적 운영 역시 개선해야 할 과제로 남아있다(유희숙·김예승, 2012; 허철행, 2014).

5. 가설설정 및 연구모형

설득 메시지가 수용자의 태도 변화 및 행동 의도에 미치는 영향에 대한 연구는 정교화가능성모델을 중심으로 다각도로 이루어져 왔다(Petty & Cacioppo, 1986). 메시지 프레임িং은 동일한 정보라 하더라도 강조하는 방식에 따라 수용자의 인지적 처리 과정과 태도 형성에 차이를 유발하며(Entman, 1993), 이는 공공정책 및 메시지 전달 분야에서도 수용자의 정책 지지나 행동 의도를 변화시키는 핵심 요인으로 검증되었다(강치형 · 임범중, 2018; 고태성 외, 2020; 홍종일, 2024). 본 연구는 정교화가능성모델에 기반하여 정책홍보 메시지를 논리적 근거와 정보 품질 중심의 중심부 프레임과, 이미지 및 주변적 단서 중심의 주변부 프레임으로 구분하였다. 이러한 프레임 구성 방식이 수용자의 정책참여의도에 직접적인 차이를 가져올 것이라는 선행연구를 토대로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설1 : 정책홍보 프레임 유형(중심부 프레임/주변부 프레임)에 따라 수용자의 정책참여의도에 유의한 차이가 있을 것이다.

한편, 정교화가능성모델 연구에서는 수용자의 정보 처리 경로를 결정짓는 핵심 조절 요인으로 동기(motivation)의 역할을 강조한다(Petty & Cacioppo, 1986). 선행연구에 따르면 메시지나 이슈에 대한 수용자의 개인적 관련성을 의미하는 관여도(Involvement)가 높을수록 수용자는 제시된 메시지의 논리적 품질에 주의를 기울이는 중심경로를 이용하며, 반대로 관여도가 낮을 경우 주변적 단서에 의존하는 주변경로를 이용한다(김재순 · 정진택, 2002; 장명재, 2009; San Martin et al., 2011; Zaichkowsky, 1985). 이에 따라 관여도의 수준은 주효과로서 정책참여의도에 영향을 미칠 뿐만 아니라, 제시되는 메시지 프레임과의 상호작용을 통해 수용자의 설득 효과를 조절할 것으로 예측할 수 있다. 이와 같은 기존 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설2 : 수용자의 관여도(고/저)에 따라 정책참여의도에 유의한 차이가 있을 것이다.

가설3 : 정책홍보 프레임 유형과 수용자의 관여도 간에는 유의한 상호작용 효과가 있을 것이다.

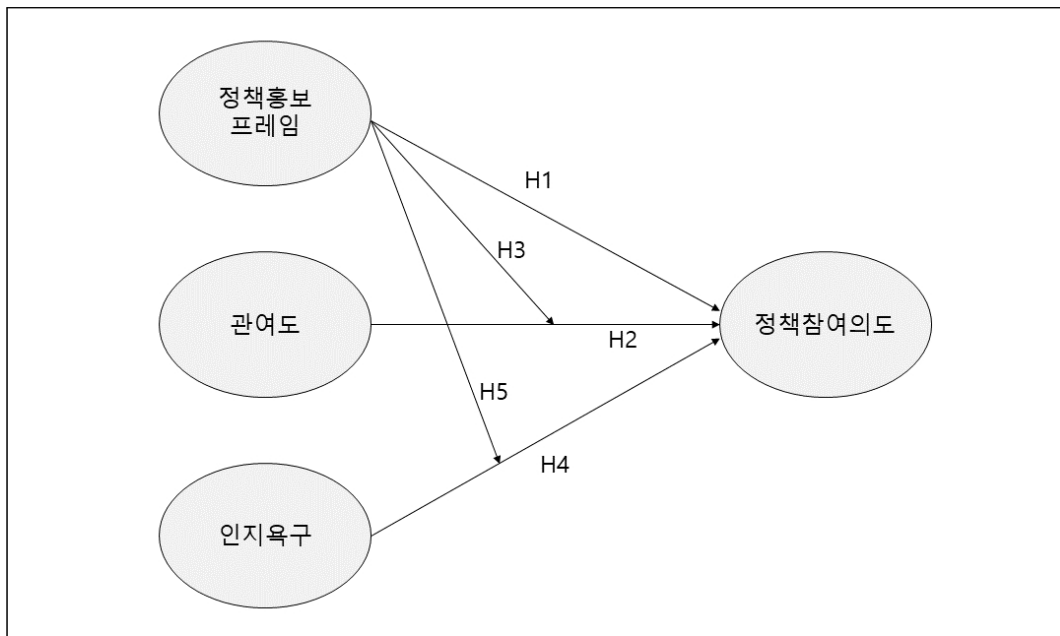
또한, 수용자의 내재적 사고 성향을 나타내는 인지욕구(Need for Cognition) 역시 정교화 가능성을 가르는 핵심적인 성격적 동기 변인이다(Cacioppo & Petty, 1982). 인지욕구가 높은 수용자는 복잡한 정보 처리를 즐기며 메시지의 주장 강도와 논리적 타당성에 더 큰 영향을 받는 반면, 인지욕구가 낮은 수용자는 표면적인 단서나 휴리스틱 요소에 의해 태도를 형성함이 입증되었다(김재순·정진택, 2002; 양윤·민재연, 2004; 장명재, 2009). 관여도가 특정 상황에 의해 결정되는 상황적 요인(situational determinant)인 반면, 인지욕구는 상황과 무관하게 유지되는 지속적인 성향적 요인(dispositional determinant)이라는 점에서 두 변인은 독립적인 구분 기준이 된다(Cacioppo & Petty, 1982; Haugtvedt et al., 1992). 따라서 인지욕구 수준에 따라 정책참여의도가 달라짐은 물론, 메시지 프레임 유형과 인지욕구 간의 상호작용 효과가 존재할 것으로 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설4 : 수용자의 인지욕구(고/저)에 따라 정책참여의도에 유의한 차이가 있을 것이다.

가설5 : 정책홍보 프레임 유형과 수용자의 인지욕구 간에는 유의한 상호작용 효과가 있을 것이다.

마지막으로 본 연구의 최종 종속변인인 정책참여의도는 계획행동이론(TPB)에 근거하여 시민이 특정 공공정책에 직접 참여하려는 심리적 동기이자 실제 행동을 예측하는 가장 유력한 선행 요인이다(Ajzen, 1991). 공공 커뮤니케이션 연구에서는 메시지 수용 및 정책 홍보의 실질적 성공 여부를 평가하는 직접적 지표로 정책참여의도를 활용하고 있다(류찌하오 외, 2023; 선보희, 2020; 손위수·한미정, 2025). 선행연구(김무곤·이태훈, 2006; 김재순·정진택, 2002; 정경함 외, 2018; Cacioppo & Petty, 1982; Petty & Cacioppo, 1986; San Martin et al., 2011; Zaichkowsky, 1985)를 참고하여 독립변인인 정책홍보 프레임 유형(중심부/주변부)과 조절변인인 수용자 특성(관여도, 인지욕구)이 종속변인인 정책참여의도에 미치는 영향 및 상호작용 효과를 실증적으로 검증하기 위하여 이상과 같은 연구 모형을 설계하였다(〈그림 1〉 참조).

〈그림 1〉 연구모형



Ⅲ. 연구방법

1. 측정 도구 및 변인 구성

1) 독립변인: 정책홍보 프레임

본 연구에서는 정교화가능성모델(ELM)에 근거하여 주민참여예산제 정책홍보 메시지를 ‘중심부 프레임’과 ‘주변부 프레임’으로 구분하고, 무작위 실험 설계를 적용하였다. 중심부 프레임은 제도의 목적, 절차, 민주적 가치 등 사실과 논리 중심의 정보전달형 메시지로 구성하였으며, 주변부 프레임은 유명 연예인의 참여 사례를 핵심 단서로 포함한 사례형 메시지로 구성하였다. 두 집단에 제시된 메시지는 핵심 단서 외에 문구의 전체적 구성과 길이를 동일하게 통제하였으며, 메시지 유형은 범주형 독립변수로 처리하였다. 이에 따라 설정된 프레임의 내용은 <표 1> 중심경로 프레임 및 <표 2> 주변경로 프레임과 같다.

<표 1> 중심경로 프레임

00시 주민참여예산 사업공모

00시는 2022년 예산편성을 위한 주민참여예산 사업을 공모합니다.

참여예산제는 시민이 예산편성 등 예산과정과 내용 등에 직접 참여하여 재정운영의 투명성 그리고 재원 배분의 공정성을 제고하기 위한 제도입니다.

즉, 집행부의 예산편성 권한을 주민과 공유하여 주민의 공공서비스 수요와 선호, 그리고 각종 행정 활동에 대한 의사와 의견을 예산에 반영하는 것으로 주민자치의 이념을 재정 분야에서 구현하는 지방 거버넌스의 한 형태이고 참여민주주의를 실현하는 중요한 수단입니다.

대상 : 00시 시민이라면 누구나

기간 : 2021년 6월 1일부터 7월 1일까지

대상사업 : 주민편익 및 지역발전 등에 관한 분야별 사업

신청방법 : 00시 홈페이지

〈표 2〉 주변경로 프레임

00시 주민참여예산 사업공모

00시는 2022년 예산편성을 위한 주민참여예산 사업을 공모합니다.

참여예산제는 시민이 예산편성 등 예산과정과 내용 등에 직접 참여하여 재정운영의 투명성 그리고 재원 배분의 공정성을 제고하기 위한 제도입니다.

2020년에는 유명연예인 A씨가 00시 주민참여예산 사업에 공모해 2021년 예산에 최종 편성되었습니다. 이 과정이 B방송사에서 방영하는 프로그램에서 다루어져 호평을 받았습니다.

대상 : 00시 시민이라면 누구나

기간 : 2021년 6월 1일부터 7월 1일까지

대상사업 : 주민편의 및 지역발전 등에 관한 분야별 사업

신청방법 : 00시 홈페이지

2) 조절변인 1: 관여도

관여도는 특정 이슈나 메시지에 대해 개인이 인식하는 관련성과 지속적인 관심 정도로 조작적으로 정의하였다. 관여도 측정을 위해 최성인(2013)의 척도를 본 연구 맥락에 맞게 수정·보완하여 총 5개 문항으로 구성하였다. 주요 측정항목은 (1) 주민참여예산제에 대한 사전 지식, (2) 평상시 관심 정도, (3) 거주지 시행 제도에 대한 관심, (4) 홍보물/뉴스 접촉 경험, (5) 지각된 영향력 등이다.

3) 조절변인 2: 인지욕구

인지욕구는 개인이 인지적 노력을 즐기고 사고 활동을 선호하는 내재적 성향으로 조작적으로 정의하였다. 측정을 위해 김완석(1994)이 개발한 한국형 인지욕구척도 중 연구목적과 관련성이 높은 6개 문항을 추출하여 활용하였다. 주요 측정항목은 (1) 인지적 노력에 대한 적극성, (2) 결과 이해 노력, (3) 사고가 필요한 일에 대한 회피성(역문항), (4) 사고 능력 도전성, (5) 논리적 평판, (6) 복잡한 문제에 대한 태도 등이다.

4) 종속변인: 정책참여의도

정책참여의도는 수용자가 공공정책에 관심을 갖고 실제 참여 행위를 하려는 심리적 동기 및 행동 의도로 조작적으로 정의하였다. 측정을 위해 한국행정연구원(2008) 및 선행연구(류정호, 2010; 선보희, 2020; 성보현, 2019)를 참고하여 총 5개 문항을 구성하였다. 주요 측정 항목은 (1) 제도 운영과정 참여의 지각된 의무성, (2) 참여 의향, (3) 정보 검색 의도, (4) 참여 노력, (5) 참여 계획 등이다. 모든 측정 변인은 5점 리커트(Likert) 척도(1: 전혀 그렇지 않다 ~ 5: 매우 그렇다)를 이용하여 측정하였다.

2. 표본추출 및 조사방법

본 연구의 데이터 수집은 2021년 5월 30일부터 6월 2일까지 4일간 구글 폼스(Google Forms)를 통한 온라인 설문조사 방식으로 실시되었다. 표집방법은 비확률 표본추출법 중 편의표본추출법을 적용하였다. 총 256명의 응답을 수거하였으며, 이 중 불성실한 응답 및 부적절한 표본을 제외한 최종 228명(중심부 프레임 88명, 주변부 프레임 140명)의 자료를 실증분석에 활용하였다. 응답자들은 무작위로 두 집단 중 하나에 배정되어 각각 해당하는 메시지 프레임을 처리한 후 자기평가기입법으로 설문 응답을 완료하도록 하였다.

3. 분석 방법

본 연구에서 수집된 자료는 IBM SPSS Statistics 26.0 프로그램을 활용하여 통계 처리하였다. 분석 절차 및 적용 기법은 다음과 같다. 첫째, 데이터의 내적 일관성을 확보하기 위해 측정 변인 중 역문항(인지욕구의 '생각을 필요로 하는 일에 대한 회피성' 문항 등)에 대해 분석 전 5점 리커트 척도의 역방향 점수 변환을 거쳐 역코딩(Reverse Coding)을 완료한 후 변수를 산출하였다. 둘째, 측정도구의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석(EFA)과 Cronbach's α 신뢰도 분석을 실시하였다. 주축 요인 추출 방식과 Varimax 직교회전을 적용하였으며, 공통성 .40 미만 문항을 정제하였다. 모든 변인의 Cronbach's α 값이 .70 이상으로 나타나 내적 일관성을 확보하였다. 셋째, 측정 변인 간 관계를 파악하기 위해 상관관계분석(Pearson's correlation analysis)을 수행하였다. 넷째, 설정된 가설을 검증하기 위해 정책홍보 프레임 유형(독립변인)과 관여도 및 인지욕구(조절변인)가 정책참여의도(종속변인)에 미치는 주효과와 상호작용 효과(프레임 $\times$ 관여도, 프레임 $\times$ 인지욕구)를 이원분산분석(Two-way ANOVA)을 통해 검증하였다. 통계적 유의수준은 .05(양측검정)로 설정하였으며, 실제 효과의

크기를 평가하기 위해 부분 에타제곱(partial η^2) 지표를 함께 산출하였다.

IV. 연구결과

1. 분석결과

1) 인구통계학적 특성

연구 대상자의 인구통계학적 특성은 <표 3>과 같다. 성별의 경우 남자는 106명(46.49%), 여성은 122명(53.51%)으로 나타났고, 연령은 60세 이상이 94명(41.23%)으로 가장 높게 나타났다. 교육수준은 대학교 졸업이 134명(58.77%)으로 가장 높았으며, 거주지역은 수도권이 179명(78.51%)으로 다수를 차지하였다.

<표 3> 인구통계학적 특성(N=228)

구분	분류	빈도(명)	비율(%)
성별	남자	106	46.49
	여자	122	53.51
연령	20세 미만	1	0.44
	20세 이상 30세 미만	22	9.65
	30세 이상 40세 미만	45	19.74
	40세 이상 50세 미만	27	11.84
	50세 이상 60세 미만	39	17.11
	60세 이상	94	41.23
교육수준	중졸	1	0.44
	고졸	34	14.91
	대졸	134	58.77
	대학원 졸업	59	25.88
거주지역	수도권	179	78.51
	비수도권	49	21.49

2) 기술통계분석

주요 변인의 기술통계를 실시한 결과는 <표 4>에 제시된 바와 같다. 주요 변인들의 평균과 표준편차를 보면, 관여도는 평균 1.98(SD=.86), 인지욕구는 평균 3.22(SD=.93), 정책참여의도는 평균 3.11(SD=1.00)으로 분석되었다.

<표 4> 변인 기술통계 (N=228)

	N	최소값	최대값	평균	표준편차	분산
	통계량	통계량	통계량	통계량	표준오차	통계량
관여도	228	1.00	5.00	1.98	0.06	0.86
인지욕구	228	1.00	5.00	3.22	0.06	0.93
정책참여의도	228	1.00	5.00	3.11	0.07	1.00

3) 신뢰도 및 타당도 분석

본 연구에서 주요 변인의 잠재구조를 확인하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 우선 표본의 요인분석 적합성을 점검한 결과, KMO=.857로 양호하였고, Bartlett의 구형성 검정도 $\chi^2=1,726.984$, $p<.001$ 로 유의하여 요인분석이 타당한 것으로 판단되었다(<표 5>). 요인 추출은 주축요인추출(principal axis factoring)을 사용하였고, 단순구조를 확보하기 위해 Varimax 회전을 적용하였다. 공통성(h^2) 점검 결과 관여도_5, 관여도_6, 인지욕구_2, 인지욕구_3의 공통성이 .40 미만으로 나타나 제거하였다. 특히 인지욕구_3은 요인적재량이 .61로 컷오프(≥ 0.40)를 상회하였으나, 공통성이 .40 미만으로 추출 요인들에 의해 충분히 설명되지 않아 제외하였다.

해당 4개 문항을 삭제한 뒤 동일 절차로 재분석한 결과, KMO=.857, Bartlett $p<.001$ 로 적합성이 재확인되었고, 모든 문항의 공통성이 0.40 이상으로 향상되었고, 회전된 요인행렬에서 각 문항은 단일 요인에 뚜렷이 적재되었다(주요 적재량 대부분 $\geq .57$, 최대 교차적재 = .29 < .30). 고유값 1 초과 기준과 스크리 플롯, 해석 가능성에 따라 3개 요인을 채택하였으며, 요인별 설명분산은 26.78% / 19.05% / 16.23%, 누적설명력은 62.06%로 나타났다.

각 요인의 내적 일관성 검증을 위해 Cronbach's α 계수를 활용한 신뢰도 분석을 실시하였다. 관여도 $\alpha = .795$, 인지욕구 $\alpha = .855$, 정책참여의도 $\alpha = .922$ 로 모두 양호~매우 높은 수준이었다.

〈표 5〉 요인분석 결과(회전된 요인행렬)

항목(item)	정책참여의도	인지욕구	관여도
정책참여의도_4	0.84	0.25	0.15
정책참여의도_2	0.83	0.19	0.13
정책참여의도_3	0.82	0.27	0.14
정책참여의도_5	0.80	0.21	0.12
정책참여의도_1	0.70	0.11	0.20
인지욕구_6	0.22	0.78	0.07
인지욕구_4	0.20	0.77	0.11
인지욕구_5	0.15	0.73	-0.01
인지욕구_1	0.20	0.70	0.19
관여도_1	0.07	0.12	0.80
관여도_2	0.21	0.10	0.72
관여도_4	0.04	0.04	0.69
관여도_3	0.29	0.06	0.57
고유값	3.48	2.48	2.11
분산설명률(%)	26.78	19.05	16.23
누적분산(%)	26.78	45.83	62.06
KMO=.857; Bartlett's $\chi^2(78)=1726.98$ ($p<.001$)			

추출법=주축요인(Principal Axis Factoring), 회전=Varimax(카이저 정규화). 요인수 결정=고유값>1 및 스크리 플롯. 보존 기준=주적재량 $\geq .40$ 및 교차적재량 $< .30$. 적합도: KMO = .857, Bartlett $\chi^2(78) = 1,726.98$, $p < .001$. 적재량 표기: 소수 둘째 자리 반올림(λ ; $|\lambda| < .005 \rightarrow .00$). 누적설명분산=62.06%.

4) 상관관계분석

본 연구의 주요 변인인 관여도, 인지욕구, 정책참여의도 간 상관관계를 확인하기 위해 피어슨의 상관관계분석(Pearson's correlation analysis)을 실시하였다. 분석 결과는 〈표 6〉과 같다. 분석 결과, 관여도는 인지욕구($r=.231$, $p<.01$), 정책참여의도($r=.357$, $p<.01$)와 통계적으로 유의한 정(+)적 상관관계를 나타냈다. 또한 인지욕구 역시 종속변인인 정책참여의도($r=.444$, $p<.01$)와 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다. 주요 변인 간 상관계수가 .80미만으로 높지않게 나타나 다중공선성(Multicollinearity)의 우려 없이 이후 가설검증(분산분석)을 진행하기에 적합한 것으로 확인되었다.

〈표 6〉 변인 간 상관관계분석 ($N=228$)

변인	1	2	3
1. 관여도	1		
2. 인지욕구	.231**	1	
3. 정책참여의도	.357**	.444**	1

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

2. 이원분산분석(2-way ANOVA) 결과

1) 분석 1 - 프레임과 관여도에 따른 정책참여의도

정책홍보 프레임(중심부 vs 주변부)과 관여도(고 vs 저)가 정책참여의도에 미치는 영향을 검증하기 위해 이원분산분석(Two-way ANOVA)을 실시한 결과는 〈표 7〉과 같다.

분석 결과, 프레임의 주효과는 통계적으로 유의하지 않았다($F(1, 224) = 0.60$, $p = .440$, $\eta^2 = .003$). 반면, 관여도의 주효과는 통계적으로 유의하게 나타나($F(1, 224) = 31.88$, $p < .001$, $\eta^2 = .125$), 관여도가 높은 집단이 낮은 집단보다 정책참여의도가 현저히 높음을 확인하였다.

가설검증의 핵심인 프레임과 관여도 간의 상호작용 효과는 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F(1, 224) = 5.36$, $p = .022$, $\eta^2 = .023$). 모형의 전체 설명력은 $R^2 = .134$ (수정된 $R^2 = .122$)로, 본 분석 모형이 정책참여의도 변동의 약 12~13%를 설명하는 것으로 나타났다. 상호작용의 구체적인 양상은 〈그림 2〉에 제시된 바와 같이, 고관여 집단에서는 정보 전달 중심의 ‘중심부 프레임’이 제시될 때 정책참여의도가 높았던 반면, 저관여 집단에서는 연예인 사례 중심의 ‘주변부 프레임’이 제시될 때 상대적으로 높은 정책참여의도를 보이는 패턴으로 확인되었다.

〈표 7〉 프레임과 관여도에 따른 정책참여의도

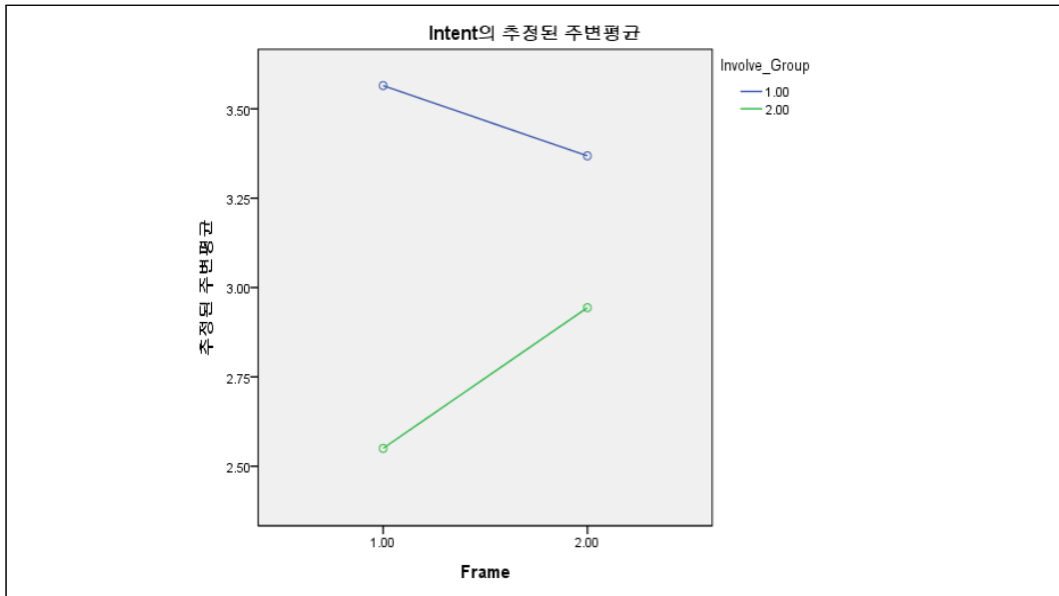
변인	제곱합	자유도(df)	평균제곱	F	p	η^2
프레임	0.521	1	0.521	0.598	.440	.003
관여도	27.778	1	27.778	31.877**	<.001	.125
프레임*관여도	4.670	1	4.670	5.360*	.022	.023
오차	195.193	224	0.871			

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 1. 종속변인: 정책참여의도(Cronbach's $\alpha = .922$).

2. 독립변인: 프레임(중심부/주변부), 조절변인: 관여도(고/저).

3. 모형 설명력: $R^2 = .134$ (수정된 $R^2 = .122$).

〈그림 2〉 프레임과 관여도의 상호작용효과



(종속변인 : 정책참여의도)

Frame 1.00 = 중심부 프레임

Frame 2.00 = 주변부 프레임

Involve Group 1.00=관여도 고 집단,

Involve Group 2.00=관여도 저 집단

2) 분석 2 - 프레임과 인지욕구에 따른 정책참여의도

정책홍보 프레임(중심부 vs 주변부)과 수용자의 인지욕구(고 vs 저)가 정책참여의도에 미치는 영향을 검증하기 위해 이원분산분석(Two-way ANOVA)을 실시한 결과는 〈표 8〉과 같다. 분석 결과, 프레임의 주효과는 통계적으로 유의하게 나타났으며($F(1, 224) = 5.88, p = .016, \eta^2 = .026$), 인지욕구의 주효과 역시 통계적으로 유의하였다($F(1, 224) = 28.29, p < .001, \eta^2 = .113$). 또한 프레임과 인지욕구 간의 상호작용 효과가 통계적으로 유의하게 나타나($F(1, 224) = 6.03, p = .015, \eta^2 = .026$), 프레임의 설득 효과가 수용자의 인지욕구 수준에 따라 차별화됨을 입증하였다. 모형의 전체 설명력은 $R^2 = .122$ (수정된 $R^2 = .110$)였다. 상호작용의 세부 양상은 〈그림 3〉에 제시된 바와 같다. 인지욕구가 높은 집단(고집단)은 프레임 유형과 관계없이 높은 참여의도를 유지하였으나, 인지욕구가 낮은 집단(저집단)의 경우 중심부 프레임(1.00)보다 주변부 프레임(2.00)이 제시될 때 정책참여의도가 크게 상승하는 것으로 확인되었다.

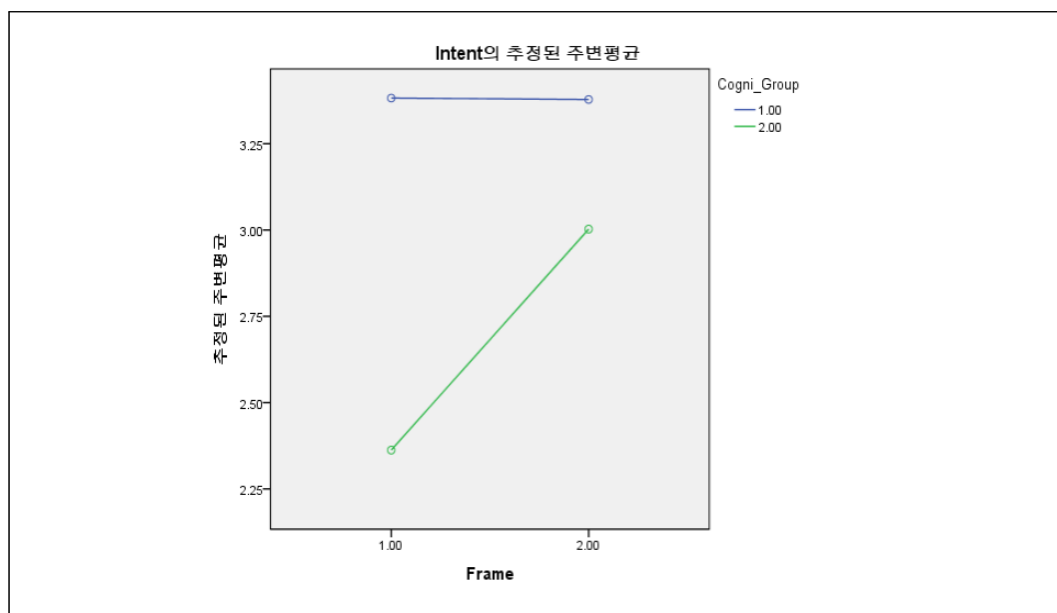
〈표 8〉 프레임과 인지욕구에 따른 정책참여의도

변인	제곱합	자유도	평균제곱	F	p	η^2
프레임	5.195	1	5.195	5.881*	.016	.026
인지욕구	24.989	1	24.989	28.290**	<.001	.113
프레임*인지욕구	5.327	1	5.327	6.031*	.015	.026
오차	197.866	224	0.883			

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

1. 종속변인: 정책참여의도(Cronbach's α = .922).
2. 독립변인: 프레임(중심부/주변부), 조절변인: 인지욕구(고/저).
3. 모형 설명력: R^2 = .122 (수정된 R^2 = .110).

〈그림 3〉 프레임과 인지욕구의 상호작용효과



(종속변인 : 정책참여의도)

Frame 1.00 = 중심부 프레임

Frame 2.00 = 주변부 프레임

cogni Group 1.00=인지욕구 고 집단

cogni Group 2.00=인지욕구 저 집단

3. 가설 검증 결과

본 연구에서 설정한 5개 연구가설에 대한 종합적인 검증 결과는 <표 9>와 같다.

<표 9> 연구가설 검증 결과 종합

가설	가설내용	분석방법	F	p	결과
가설1	정책홍보 프레임 유형(중심부 프레임/주변부 프레임)에 따라 수용자의 정책참여의도에 유의한 차이가 있을 것이다.	이원분산분석	0.598	.440	기각
가설2	수용자의 관여도(고/저)에 따라 정책참여의도에 유의한 차이가 있을 것이다.	이원분산분석	31.877	<.001	채택
가설3	정책홍보 프레임 유형과 수용자의 관여도 간에는 유의한 상호작용 효과가 있을 것이다.	이원분산분석	5.360	.022	채택
가설4	수용자의 인지욕구(고/저)에 따라 정책참여의도에 유의한 차이가 있을 것이다.	이원분산분석	28.290	<.001	채택
가설5	정책홍보 프레임 유형과 수용자의 인지욕구 간에는 유의한 상호작용 효과가 있을 것이다.	이원분산분석	6.031	.015	채택

본 연구는 주민참여예산제의 주민 참여를 촉진하기 위해 정교화가능성모델을 바탕으로 정책홍보 프레임(중심부 vs 주변부)과 수용자의 인지적 특성(관여도, 인지욕구)이 시민의 정책참여의도에 미치는 상호작용 효과를 검증하였다. 주요 연구가설에 따른 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 메시지 프레임 단일 유형에 따른 정책참여의도의 차이를 검증한 <가설 1>은 기각되었다. 중심부 프레임과 주변부 프레임 간 단일 직접효과는 통계적으로 유의하지 않았다. 이는 메시지 프레임 자체가 독자적으로 참여의도를 유발하기보다는 수용자의 개인적 특성과 결합할 때 차별적 효과가 나타남을 의미한다.

둘째, 수용자 특성에 따른 주효과를 검증한 <가설 2>와 <가설 4>는 모두 채택되었다. 관여도가 높은 집단이 낮은 집단보다, 인지욕구가 높은 집단이 낮은 집단보다 정책참여의도가 유의하게 높게 나타났다. 중간 수준 이상의 효과크기($\eta^2 = .113 \sim .125$)를 보인 이 결과는 특정 메시지와 자신과의 연관성이 높다고 인식하거나 정보처리를 즐기는 수용자일수록 정책 정보에 주의를 기울이고 적극적인 행동 태도를 형성한다는 선행연구(Roser, 1990)를 뒷받침한다. 특히 이원분산분석을 통해 산출된 관여도($\eta^2 = .125$) 및 인지욕구($\eta^2 = .113$)의 부분

에타제공 수치는 중간 이상의 효과크기를 나타내어, 수용자의 인지적 특성이 정책참여의도 형성 과정에서 단순한 통계적 유의성을 넘어 실질적으로 강한 영향력을 행사함을 입증한다.

셋째, 메시지 프레임과 관여도 간의 상호작용 효과를 검증한 <가설 3>은 채택되었다. 고관여 집단은 제도의 목적과 절차를 구체적으로 다룬 '중심부 프레임'에서, 저관여 집단은 유명한 사례나 사회적 동참을 강조한 '주변부 프레임'에서 상대적으로 높은 정책참여의도를 보였다. 이는 관여도가 높은 수용자가 중심경로를 통해 강력한 태도변화를 일으키고, 뉴스 프레임과 관여도가 상호작용한다는 정교화가능성모델 및 기존 연구(최성인, 2013)의 명제와 일치한다. 특히 본 연구에서 개인적 관여도 수준에서도 프레임링 효과가 뚜렷이 나타난 점은 개인적 관여도 시 프레임링 효과가 미비하다던 일부 선행연구(이종민 외, 2007)의 한계를 보완하는 결과이다.

넷째, 메시지 프레임과 인지욕구 간의 상호작용 효과를 검증한 <가설 5> 역시 채택되었다. 인지욕구가 높은 집단은 프레임 유형과 관계없이 전반적으로 높은 정책참여의도를 유지하였으나, 인지욕구가 낮은 집단은 주변부 프레임이 제시될 때 참여의도가 크게 상승하였다. 이 역시 인지욕구가 낮은 집단이 주변부 단서를 통해 설득된다는 ELM 이론의 예측과 일치한다. 한편, 본 모형의 설명력($R^2 \approx .12 \sim .13$)은 프레임과 인지적 특성 외에도 정책 사전지식, 정부 신뢰, 절차 용이성 등 추가적인 외생변인이 참여의도에 복합적으로 작용할 가능성을 보여준다. 종합하면, 메시지 프레임의 단독 효과는 미미하지만 수용자의 동기 및 인지적 능력(관여도·인지욕구)과의 '정합성'이 확보될 때 유의미한 조건부 효과가 나타남을 실증하였다.

V. 결론

본 연구는 주민참여예산제의 주민 참여를 촉진하기 위하여, 정교화가능성모델(ELM)을 바탕으로 정책홍보 프레임(중심부 vs 주변부)과 수용자의 인지적 특성(관여도, 인지욕구)이 정책참여의도에 미치는 영향 및 상호작용 효과를 실증적으로 조사 분석하였다. 최근 지방자치단체의 재정민주주의 실현과 주민 직접참여 확대를 위해 다양한 정책홍보가 시행되고 있으나, 단순 정보 전달을 넘어 수용자 특성에 따른 커뮤니케이션 효과를 다각도로 검증한 시도는 미흡하였다. 이러한 실질적 현상을 이해하고자 메시지 프레임과 수용자 특성의 결합에 따른 주민들의 태도 형성 과정을 체계적으로 탐색하였다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다.

본 연구의 분석 결과를 토대로 학술적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 학문적 관점에서 주민참여예산제와 관련된 선행연구는 주로 제도적 요인이나 참여

만족도 분석에 집중되어 왔으며, 정책홍보 메시지의 커뮤니케이션 속성을 분석한 연구는 찾아보기 어려웠다. 따라서 주민참여예산제 참여 결정 과정에서 작용하는 홍보 메시지 프레임과 수용자 특성을 함께 조명하였다는 점에서 학문적 의의가 있다.

둘째, 본 연구는 정교화가능성모델을 주민참여예산제 홍보 분야에 접목하여 수용자 특성에 따른 설득 경로의 차별성을 실증한 연구이다. 특히 수용자의 관여도와 인지욕구 수준에 따라 중심부 프레임과 주변부 프레임의 효과가 다르게 나타남을 확인하였으며, 이는 행정학 및 정책 커뮤니케이션 분야에서 ELM 이론의 적용 가능성을 확인하는 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구에서 개인적 관여도 수준에서도 메시지 프레임의 상호작용 효과가 유의하게 나타난 결과는, 개인적 관여도 상황에서는 프레임 효과가 제한적이라던 일부 선행연구(이종민 외, 2007)의 논의를 보완하며, 지자체 정책홍보 맥락에서도 수용자 관여도가 주요한 조절변인으로 작용함을 재확인하였다.

또한 본 연구의 결과는 지방정부의 주민참여예산제 홍보 실무 및 커뮤니케이션 전략에 다음과 같은 정책적 시사점을 제공한다.

첫째, 주민참여예산제 홍보 시 모든 주민을 대상으로 단일한 홍보 문구를 일괄 발송하는 방식에서 벗어나, 수용자의 인지적 특성을 고려한 메시지 미시 조정이 필요함을 시사한다.

둘째, 주민참여예산위원, 지역활동가 등 제도에 대한 이해도와 관심이 높은 ‘고관여·고인지욕구 집단’에게는 제도의 구체적 절차, 예산 반영률, 사업 집행성과 등 사실과 논거 중심의 ‘중심부 프레임’ 정보 제공을 강화하는 것이 바람직하다.

셋째, 제도 인지도가 낮고 정보처리 동기가 상대적으로 적은 일반 주민(‘저관여·저인지욕구 집단’)에게는 참여 절차의 간편성, 주변 주민의 실제 참여 사례, 온라인 신청의 용이성 등 직관적이고 친숙한 ‘주변부 프레임’ 단서를 중심으로 안내하는 것이 초기 진입장벽을 낮추는 데 유용할 수 있다.

본 연구는 여러 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계점을 가진다.

첫째, 본 연구는 실제 주민들의 참여 행동 데이터가 아닌 ‘참여의도’만을 단편적으로 측정하였다는 한계가 있다. 향후 연구에서는 실제 지자체 캠페인과 연계하여 메시지 유형별 클릭률이나 사업 제안서 실제 제출률 등 객관적 행동 자료를 분석한다면 연구의 외적 타당성을 한층 높일 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구에서는 관여도 측정 시 선행연구에 따라 사전지식 및 매체 노출 경험 문항을 포함한 5개 항목을 단일 관여도 변수로 구성하여 분석하였다. 그러나 수용자의 반응이 순수한 개인적 관여도에 의한 것인지, 혹은 제도의 사전 인지 및 단순 정보 노출에 의한 효과인지를 엄격히 구분하기에는 한계가 있다. 향후 연구에서는 주관적 지식 및 사전 노출 변수를 관

여도와 통계적으로 분리·통제하여 분석함으로써 변인 간 독립적 영향력을 보다 정밀하게 검증할 필요가 있다.

셋째, 본 연구에서는 선행연구에 기초하여 정책참여의도를 측정하였으나, ‘시민적 의무감’을 묻는 항목이나 정해진 공모 기간 대비 ‘빠른 시일 내’라는 표현 등 척도 문항의 정교함에 다소 한계가 존재한다. 향후 연구에서는 순수한 정책참여의도와 시민적 의무감 변인을 정밀하게 분리하고, 지자체의 실제 예산 공모 일정을 고려한 명확한 시점 표기 문항으로 척도를 재구성하여 분석을 진행할 필요가 있다.

넷째, 표본 수집 과정에서 온라인 편의표본 추출 방식을 활용함에 따라 다양한 연령대 및 지역별 특성을 완벽히 반영하는 데 미흡한 부분이 있었다. 향후 연구에서 보다 광범위하고 균형 잡힌 표본을 구성하여 분석을 진행한다면 더욱 의미 있는 시사점을 도출할 수 있을 것이다.

【참고문헌】

- 강치형·임범중. (2018). 평창 동계 올림픽의 메시지 측면성, 메시지 프레이밍, 개최 지지변화의 영향관계 분석. 「관광연구저널」, 32(1): 5-18.
- 고태성·강보영·권상희. (2020). 에너지전환 정책 홍보 메시지 프레이밍이 정책 지지도에 미치는 영향: 프레이밍과 해석수준의 상호 적합성 탐색. 「한국언론학보」, 64(2): 46-116.
- 곽채기. (2005). 지방재정의 공시와 주민참여 활성화: 주민참여예산제의 모형 설계와 운영 전략. 「지방재정」, 2005(2): 37-58.
- 곽현근. (2015). 주민자치의 개념화와 제도화 방향. 「한국행정학회 하계학술발표논문집」, 2015권: 872-894.
- 권자경. (2017). 주민참여예산제가 주민주권 강화에 미친 영향에 관한 실증연구. 「지방정부연구」, 21(1): 217-239.
- 김명수. (2016). 주민참여와 공공성 회복의 차원에서 본 주민참여예산제와 마을 만들기. 「공공사회연구」, 6(1): 129-150.
- 김무곤·이태훈. (2006). 정보전달형식의 차이가 뉴스수용행위에 미치는 영향. 「언론과학연구」, 6(3): 37-64.
- 김미성·권나경. (2024). 정교화가능성모형을 적용한 뷰티 라이브커머스 정보 특성이 시청만족도와 지속구매의도에 미치는 영향. 「미용예술경영연구」, 18(9): 103-120.
- 김재순·정진택. (2002). 정교화가능성모형에서 주변단서의 광고효과에 관한 연구. 「전문경영인연구」, 5(1): 149-172.
- 김완석. (1994). 한국형 인지욕구척도 개발연구. 「한국심리학회지: 산업 및 조직」, 7(1): 87-101.
- 류영아. (2019). 「주민참여예산제의 운영실태와 개선 방안」. 국회입법조사처.
- 류정호. (2010). 온라인자본과 정치참여의 관계에 관한 연구. 「한국언론학보」, 54(3): 5-26.
- 류쩌하오(Zehao Liu)·조영(Young Cho)·한미정(Miejeong Han). (2023). 기후변화에 대한 심각성 지각과 지각된 정책효능감이 탄소중립 정책지지 및 정책참여의도에 미치는 영향: 정책 리터러시의 매개효과를 중심으로. 「한국광고홍보학보」, 25(1).
- 서여주·주소현. (2016). 소비자의 정보인식에 있어서 정교화가능성의 영향에 관한 연구. 「소비자문제연구」, 47(3): 23-53.
- 서울특별시. (2023). 「참여예산 운영계획」.
- 서울특별시. (2024). 「참여예산 운영계획」.
- 서울특별시. (2025). 「참여예산 운영계획」.
- 서정섭·이장욱. (2018). 「지방자치단체 주민참여예산제 발전방안」. 한국지방행정연구원.

- 선보희. (2020). 「공공기관의 정책 홍보 시 유튜브 인플루언서가 수용자의 정책 참여의도에 미치는 영향 연구 : 인플루언서의 특성 중 전문성, 전파능력, 매력성을 중심으로」. 중앙대학교.
- 성보현. (2019). 계획행동이론을 통한 생활문화활동 참여의도 영향요인 분석 : 제천시민을 대상으로. 「지역정책연구」, 30(1): 43-62.
- 소순창·이광원. (2018). 중소도시형 주민참여예산 제도화 과정에서의 효율성 제고에 관한 연구. 논산시 주민참여예산제를 중심으로. 「지방자치학회보」, 27(2): 293-318.
- 손위수·한미정. (2025). 기후변화 대응행동 형성과정에 대한 탐색적 연구 : 사회적 위험 감소동기 모형을 중심으로. 「한국광고홍보학회」, 27(1), 200-245.
- 신호창·이두원·조성은. (2011). 「정책 PR」. 커뮤니케이션북스.
- 양운·민재연. (2004). 무드, 정보처리유형 및 광고유형이 광고에 대한 감정, 인지반응과 광고태도에 미치는 영향. 「광고학연구」, 15(3): 7-37.
- 유희숙·김예승. (2012). 주민참여예산제의 현황과 정책과제: 경기도 주민참여예산제 운영을 중심으로. 「한국정책연구」, 12(1): 243-260.
- 윤성일. (2017). 「미래 정부의 정부간재정관계」. 문명재 외(편), 미래 사회와 정부의 역할 (pp. 179-207). 문우사.
- 윤성일·임동완. (2016). 참여기구와 참여수준에 따른 주민참여예산제의 유형과 시사점. 「한국콘텐츠학회논문지」, 16(6): 40-53.
- 윤성일·임동완. (2018). 주민참여예산제의 토착화. 「한국사회와 행정연구」, 29(4): 89-115.
- 이세구. (2005). 「주민참여예산제 도입에 관한 연구」. 서울시정개발연구원.
- 이승중. (2015). 성숙한 지방자치의 발전과제. 「지방행정연구」, 29(2): 61-76.
- 이일우·이철한. (2015). 정책홍보 커뮤니케이션 효과 구조 및 모형 분석. 「사회과학연구」, 22(1): 174-194.
- 이정만. (2014). 주민참여예산제의 운영 실태와 정책과제에 관한 연구. 충청남도의 사례를 중심으로. 「한국지방자치학회보」, 26(2): 317-342.
- 이종민·류춘렬·박상희. (2007). 광고 메시지 프레이밍 효과에 관한 연구. 「한국언론학보」, 51(3): 282-307.
- 장노순. (2006). 한국에서의 주민참여예산제의 운영실태 및 성공적 발전방안. 「한국행정과 정책연구」, 41: 1-24.
- 장명재. (2009). 수용자의 인지정교화 가능성 수준이 프레이밍 효과에 미치는 영향에 관한 연구. 「한국언론정보학보」, 46: 75-102.
- 장인봉·염영배. (2014). 주민참여예산제가 지방자치단체 예산제도에 미치는 개선효과에 관한 연구-의정부시 예산편성과정을 중심으로. 「한국정책과학학회보」, 18(3): 105-125.
- 전주상. (2008). 예산과정상의 주민참여제도에 관한 연구. 주민참여예산제의 국내외 사례비교 분석. 「한국정당학회보」, 7(2): 189-216.

- 정경함·김봉석·박창원. (2018). 정교화 가능성 모델을 이용한 참관객의 전시회 정보 탐색행동에 관한 연구: 관여도의 조절효과 분석. 「무역전시연구」, 13(1): 23-46.
- 정재진. (2020). 도 단위 주민참여예산제의 실효성제고 방안, 「지방행정연구」, 34(2): 101-134.
- 주기완. (2015). 경상남도 주민참여예산제의 개선방안에 관한 연구. 「공공사회 연구」, 5(4): 5-47.
- 최성인. (2013). 뉴스 프레임링과 관여도, 정치적 지식 수준이 정책정보 수용에 미치는 영향. 「한국 언론학보」, 57(6): 38-65.
- 최성환·최준규·김수란·윤소은·이진수. (2017). 「경기도 주민참여예산제도의 운영 및 개선방안」. 경기연구원.
- 행정안전부. (2024). 「주민참여예산제도 운영 매뉴얼」. 행정안전부.
- 행정안전부. (2025). 「2025년 주민참여예산제 운영계획」. 행정안전부.
- 행정안전부. (2026). 보도자료-「주민참여예산 대폭확대, 실질적 주민주권 강화」. 행정안전부.
- 허철행. (2014). 주민참여예산제의 한계와 개선방안. 부산광역시를 중심으로. 「한국지방자치연구」, 16(2): 259-282.
- 홍종일. (2024). 메시지 프레임링 효과에 영향을 미치는 메시지 이해도와 브랜드 이미지에 관한 연구. 「광고학연구」, 35(3): 67-89.
- 홍종필. (2006). 공공 커뮤니케이션 캠페인 설계의 과학적 접근. 「한국심리학회지: 소비자광고」, 7(2): 249-276.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179-211.
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(1): 116-131.
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1986). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 19, pp. 123-205). Academic Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4): 51-58.
- Haugtvedt, C. P., Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1992). Need for Cognition and Advertising: Understanding the Role of Personality Variables in Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 1(3): 239-260.
- Nelson, T. E., Clawson, R. A., & Oxley, Z. M. (1997). Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance. *American Political Science Review*, 91(3): 567-583.
- Price, V., & Tewksbury, D. (1997). *News Values and Public Opinion: Priming and Framing*. In G. Barnett & F. Boster (Eds.), *Progress in Communication Sciences* (Vol. 13,

- pp. 173-212). Ablex.
- Roser, C. (1990). Involvement, Attention, and Perceptions of Message Relevance. *Communication Research*, 17(5): 571-600.
- San Martin, S., Camarero, C., & San Jose, R. (2011). Does Involvement Matter in Online Shopping Satisfaction and Trust? *Psychology & Marketing*, 28(2): 145-167.
- Sintomer, Y., Herzberg, C., & Röcke, A. (2008). Participatory Budgeting in Europe: Potentials and Challenges. *International Journal of Urban and Regional Research*, 32: 164-178.
- Wampler, B. (2007). *Introduction to Participatory Budgeting*. In A. Shah (Ed.), Participatory Budgeting. World Bank.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3): 341-352.

정 유 리: 단국대학교에서 행정학 석사학위(논문:주민참여예산제 참여 촉진 요인 연구: 정책홍보 메시지 프레임과 인지적 특성의 상호작용 효과를 중심으로, 2025)를 취득하였다. 관심분야는 정책홍보, 지방재정, 스포츠 국제거버넌스 등이다(inliyuri@gmail.com).

박 용 성: 영국 맨체스터 대학에서 행정학 박사 학위를 취득하고, 현재 단국대학교 행정학과 교수로 재직 중이다. 관심 분야는 정부 및 공공 부문의 혁신, 정책변동 연구 등이다. 저서로는 환경정책론(2017), 이론으로 풀어 본 정부 혁신(2007, 공저) 등이 있고, 논문으로는 “공공기관 경영평가제도의 정부 시기별 정책변동 유형에 대한 연구: 수정된 Hogwood & Peters의 이론 적용”(2023), “정책내러티브와 의미연결망 분석을 활용한 인지된 규제비용편의 분석에 대한 탐색적 연구: 플랫폼 택시(‘타다’) 규제 사례 분석을 중심으로”(2023), 「산업안전보건법」과 「중대재해 처벌 등에 관한 법률」 관련 정책 형성 및 집행 유형 비교 연구(2026) 등이 있다(dragonstar@daum.net).

〈부록〉 설문지

변인	문항	척도
관여도	1-1. 귀하의 “주민참여예산제”에 대한 사전 지식은 어느 정도입니까?	5점 리커트 척도 (1 : 전혀 그렇지 않다, 5 : 매우 그렇다)
	1-2. 주민참여예산제에 대해 평상시 어느 정도의 관심을 갖고 계십니까?	
	1-3. 현재 거주하고 있는 지역에서 시행되고 있는 주민참여예산제에 대해 관심이 있으십니까?	
	1-4. 주민참여예산제와 관련된 홍보물이나 뉴스를 이전에 접한 적이 있습니까?	
	1-5. 주민참여예산제가 개인의 삶에 어느 정도 영향을 끼치고 있다고 생각하십니까?	
	1-6. 주민참여예산제가 중요한 제도라고 생각하시니까?	
인지육구	2-1. 나는 많은 생각을 필요로 하는 일에 더욱 적극적이다.	
	2-2. 나는 어떤 결과에 대해 왜 그렇게 됐는지 이해하려고 노력하기보다는 그냥 있는 대로 받아들이는 편이다.	
	2-3. 나는 깊이 생각해야 하는 상황은 가급적 피하려고 한다.	
	2-4. 나는 내 사고능력에 도전하는 일이 좋다.	
	2-5. 나는 다른 사람들로부터 논리적이라는 이야기를 듣는다.	
	2-6. 나는 어려운 문제를 푸는 것이 더 즐겁다.	
정책 참여의도	3-1. 내가 살고 있는 지역 주민의 한 사람으로서 내가 이 지역의 운영 과정에 참여하는 것은 당연한 의무이다.	
	3-2. 나는 주민참여예산제에 참여할 의향이 있다.	
	3-3. 나는 주민참여예산제에 참여하기 위해 정보를 찾아볼 것이다.	
	3-4. 나는 빠른 시일 내에 주민참여예산제에 참여하기 위해 노력할 것이다.	
	3-5. 나는 빠른 시일 내에 주민참여예산제에 참여할 계획을 가지고 있다.	
인구통계	4-1. 귀하의 성별은 무엇입니까?	남성, 여성
	4-2. 귀하의 나이는 어디에 속하십니까?	20세 미만, 20세 이상 30세 미만, 30세 이상 40세 미만, 40세 이상 50세 미만, 50세 이상 60세 미만, 60세 이상
	4-3. 귀하의 학력은 어디에 속하십니까?	중졸, 고졸, 대졸, 대학원졸
	4-4. 귀하가 살고 있는 지역을 선택해주시요.	수도권, 비수도권

