

정책포럼 요약 자료

열린 정부와 정책소통¹⁾

김현기²⁾(문화체육관광부 소통정책관 국장)

요 약

- OECD 열린정부(Open Government)는 정부혁신 패러다임이자 공공 거버넌스 문화의 새로운 정책 프레임워크로서 디지털정부, 공공데이터, 시민참여, 행동 통찰, 공공소통 등을 중요한 정책수단으로 강조
- 공공소통은 정책과정과 공공서비스 개발 상에서 정부와 이해관계자들이 **정보적 대칭성**을 확보하고, **정책속의와 공론**을 촉진하며, **참여와 협력의 거버넌스** 활성화시키는 활동이 포함.
- 각 부처별로 전문성이 있는 소통-홍보 전담 창구 마련 - **디지털소통팀 출범 (2018년)** : 1단계(2018년 5월 13개 선도기관)→2단계(2019년 3월 18개 장·차관급 조직)→3단계(2020년 1월 17개 차관급 조직)
- **정책소통 지원 패키지**는 각 부처에서 소통계획을 수립하여 사전협의 요청, 국민소통실에서 언론/온라인 여론 분석을 통해 종합적 소통을 제언, 각 부처에는 주요 정책을 발표하고 후속 홍보를 추진함으로써 홍보지원을 요청, 국민소통실은 매체 활용 후속 홍보를 지원하고 여론모니터링 지원
- 위기관리 소통사례로써 코로나19에서는 신속한 대국민 소통창구 일원화하여 **‘한목소리(One-voice)’** 유지, 초기 소통의 핵심으로써 **‘신속, 정확, 투명’**한 정보 제공, 허위조작정보 적시 대응, **정보전염병(infodemic) 확산 억제**

1) 본 브리프는 제2회 국가정책대학원 정책포럼 ‘열린 정부와 정책소통’의 발표 내용 중 일부 내용을 발췌하여 정리하였음.

2) 김현기 : 방송학박사, 전)미디어정책국 미디어정책과장, 해외문화홍보원 기획관은 역임했으며, 현재는 문화체육관광부에서 소통정책관 업무를 총괄

1. 열린정부를 위한 정책 프레임워크

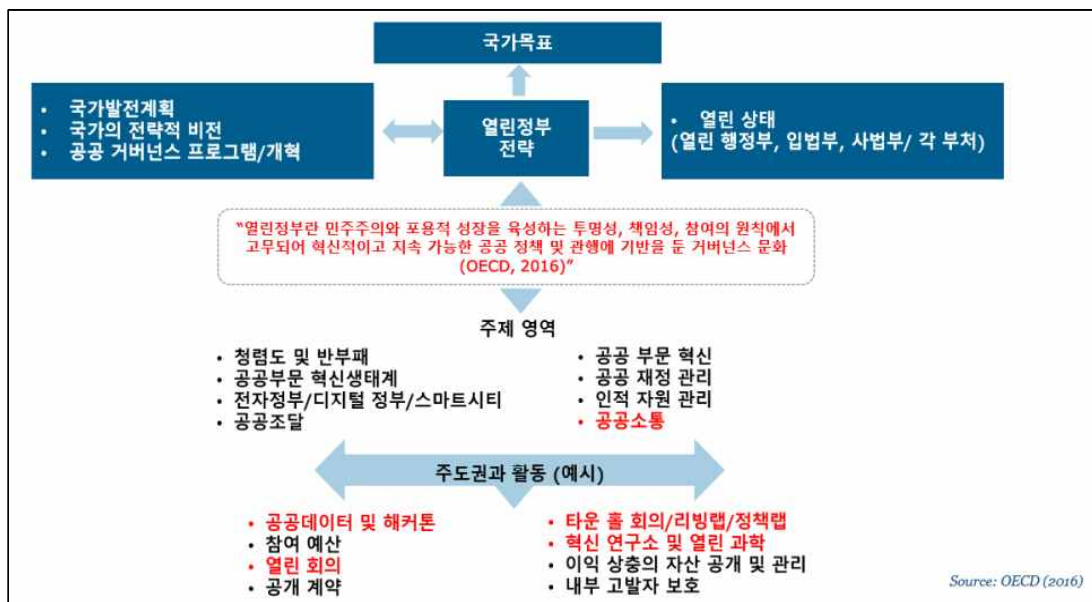
1) 열린정부를 위한 공공소통 패러다임

- OECD 열린정부(Open Government)는 정부혁신 패러다임이자 공공거버넌스 문화의 새로운 정책 프레임워크로서 디지털정부, 공공데이터, 시민참여, 행동 통찰, 공공소통 등을 중요한 정책 수단으로 강조
 - 세부적으로 2017년 OECD 열린정부위원회(Council on Open Government)의 권고(Recommendation)사항에서도 열린정부를 구현하기 위한 소통전략과 거버넌스를 강조
 - 공공소통과 캠페인/데이터-디지털-테크놀로지 기반 소통/정책숙의 & 공론/ 디지털미디어 생태계 & 소셜미디어/열린정부 & 열린국가

2) 열린정부관점의 공공 커뮤니케이션

- 공공소통이란 공공선(public good)을 위해서 공적 제도나 기관이 주도하는 커뮤니케이션활동이나 이니셔티브를 의미함.
 - 공공소통은 정치적 토론, 선거 혹은 개인의 정치적 표현 및 정당활동 등과 연계된 **정치소통**과는 구별되어야 함.
 - 공공소통은 정책과정과 공공서비스 개발 상에서 정부와 이해관계자들이 **정보적 대칭성**을 확보하고, **정책숙의와 공론**을 촉진하며, **참여와 협력의 거버넌스 활성화**시키는 활동이 포함됨(정책과 공공서비스의 성과를 제고하고 정부신뢰를 증대시키며, 혁신성장과 포용적 사회를 구현하기 위한 **정부의 정책수단이자 전략적 지렛대**)

[그림 1] 열린정부를 위한 정책 프레임워크



자료: OECD(2016)..(<http://oe.cd/ogrec>)

2. 새로운 정책소통체계

1) 정책소통의 중요성

- 정책은 만드는 데서 끝나는 것이 아니라 홍보로 비로소 완성되기 때문에 정책홍보 강화와 관련하여 **정책홍보 차관책임제** 시행 등 적극 대응 필요
- 가짜뉴스를 지속적으로, 조직적으로 유통시키는 것에 대해 정부가 단호한 의지로 대처해야하기 때문에 각 부처별로 전문성이 있는 소통·홍보 전담 창구를 마련하기 위해 **디지털소통팀 출범(2018년)**
- 정책에 대한 관심과 참여로 이어질 수 있도록 대화와 소통에 더욱 심혈을 기울이고, 국민 눈높이에서 정책홍보를 강화해야 하며 부처 정책홍보 역량 강화가 필요하기 때문에 **콘텐츠 제작 고도화 및 국내·외 확산전략을 강구해야함.**

2) 새로운 정책소통체계로써 디지털소통팀 신설

- 기본적으로 **각 부처에서 정책소통 책임이 있으며, 문체부 국민소통실에서 지원 및 조율하는** 범정부 협업체계 구축

[그림 2] 범정부 협업체계



- 미디어 환경에 대응하여 부처 대변인실 조직을 보강하기 위해 디지털소통팀 조직 신설
- 총 1, 2단계에서 31개 기관 93명 조직 보강을 완료하였으며, 2020년 10월 현재 3단계 조직 보강을 추진 중임.

1단계(2018년 5월) 13개 선도기관	2단계(2019년 3월) 18개 장·차관급 조직	3단계(2020년 1월~) 17개 차관급 조직
총리실, 기재, 행안, 교육, 과기, 국토, 고용, 복지, 문체, 중기, 농식품, 해수, 환경	외교, 통일, 국방, 산업, 법무, 여가, 방통, 공정, 금융, 권익, 보훈, 기상, 통계, 국세, 식약, 소방, 인사, 법제	원안, 관세, 조달, 병무, 방사, 경찰, 문화재, 농진, 산림, 특허, 행복, 새만금

- 디지털 소통팀 신설효과는 소통품질은 1단계 13개 기관은 2018년 대비 24%가 증가하였으며, 2단계 18개 기관은 62% 증가, 제작 수량은 1단계 13개 기관은 334% 증가, 2단계 18개 기관은 138% 증가, 대응속도는 2018년에는 1~7일 소요되었지만, 1단계 기관은 당일 2시간 36분, 2단계 기관은 당일 2시간 48분 걸리는 것으로 나타남³⁾.

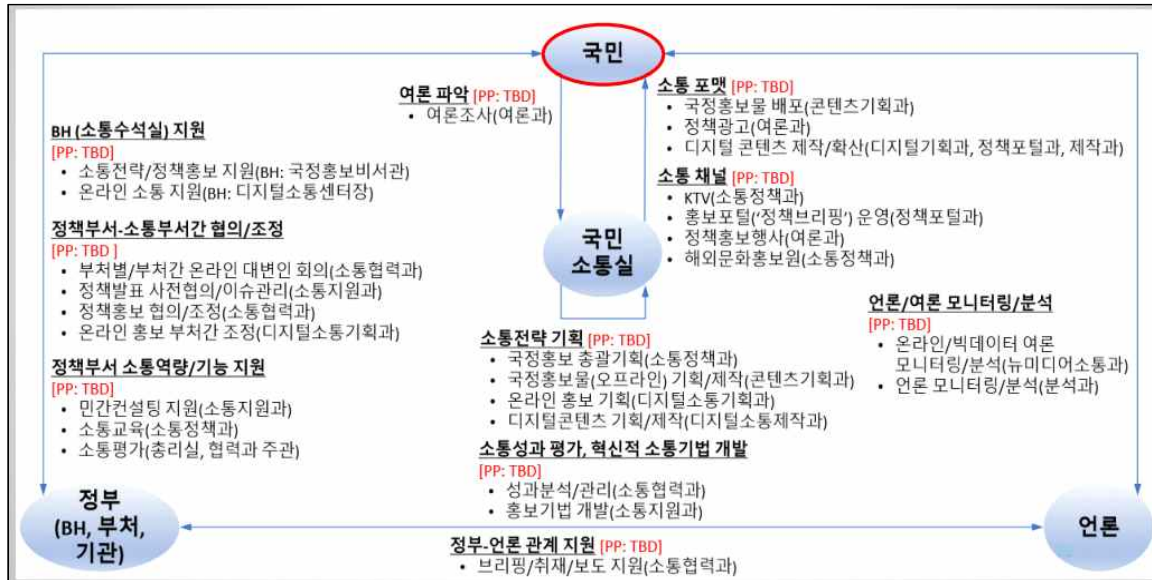
3) 소통 품질은 유튜브·페이스북 등 주요 플랫폼 콘텐츠 조회, 댓글, 공유 수 등 대국민 상호작용 건수를 의미하며, 제작 수량은 기존 외주제작 의존 시스템을 '자체 기획·제작'으로 체질 개선, 고품질 콘텐츠 공급(이미지+영상 콘텐츠)를 의미, 대응 속도는 부처 해명·설명 자료 배포후 디지털 콘텐츠를 제작하는 속도(#사이다 채팅 게재 시간 측정)임.

3. 정책소통지원 패키지

1) 문화체육관광부 국민소통실 이해관계자, 역할 등에 대한 인과지도

- 국민소통실은 국민, 정부, 언론 등 이해관계자들간의 정책소통 지원 네트워크를 통해 인과지도 형성

[그림 3] 정책소통 지원 네트워크



2) 정책소통 지원 패키지

(1) 정책소통 지원 흐름도

- 각 부처에서 소통계획을 수립(정책내용 확정, 보도자료 작성, 홍보계획 수립)하여 사전협의를 요청함으로써 국민소통실은 언론/온라인 여론분석을 통해 종합적 소통제언을 하고, 각 부처는 주요 정책을 발표하고 후속 홍보를 추진하는데 국민소통실은 매체를 활용하여 후속홍보를 지원 하고 발표 후 여론 모니터링을 지원
- 문화체육관광부 국민소통실의 2020년 8월 현재 홍보지원은 **민간 전광판**(148곳)에서 종로 코리어나 호텔 등 전광판 그래픽, 동영상 송출지원, **정부부처 매체협업**에서 영상 3종 14966대, 간행물51건 2,154,610부 지원, **부처 협업광고**에서 국정과제, 다부처 협업 등 주요 정책 광고 지원(35억원), **한국정책방송(KTV),아리랑TV**에서 취재 및 송출 등 지원

(2) 정부 대표채널 누리소통망(SNS) 현황

- 정부 대표채널 누리소통망(SNS)은 페이스북, 트위터, 유튜브, 카카오톡, 카카오톡스토리, 인스타그램에서 ‘대한민국 정부’와 밴드 ‘생활의 발견’, 블로그와 포스트 ‘정책 공감’, 트위터 ‘사실은 이렇습니다’ 등이 있으며, **각 부처별 고유 채널과 연계하여 시너지를 창출할 필요가 있음.**

(3) 협업광고와 위기관리 소통사례: 코로나19

- 국민소통실 협업광고 지원 사례는 2019년 총 6건, 23.3억원, 2020년 총 6건, 34.9억원 규모임.
- 코로나19 위기관리 소통사례는 다음과 같음.

신속한 소통창구 일원화	• 신속한 대국민 소통창구 일원화, ‘한목소리(One-voice)’ 유지 - 위기대응 초기부터 중대본(중수본)·방대본 중심의 강력한 방역 콘트를 타워 위상을 확보하고 ‘정부 위기대응력 신뢰’ 분위기 형성
적극적 정보제공	• 초기 소통의 핵심, ‘신속, 정확, 투명’한 정보 제공 - 정례브리핑(1일 2회)을 통해 언론 및 온라인 쟁점사항과 국민 궁금증에 대해 직접 설명해 정부 신뢰의 핵심 요소로 작용(국민소통실, 여론 모니터링 지원) - 온라인 통합창구, 범부처 SNS활용, 민간포털 협력 확산 등 디지털 직접소통 강화로 국민의 정확한 상황인식에 기여
정보전염 확산억제	• 허위조작정보 적시 대응, 정보전염병(infodemic)확산 억제 - ‘모니터링→대응방향결정→신속대응’ 체계가 정착되어 허위조작정보 영향력이 조기에 차단되고, 국민들에게 ‘정부 공식발표가 가장 정확한 정보’라는 인식 형성(2020년 3월 언론재단조사)

4. 미래를 위한 설계

1) 전략적 커뮤니케이션

- 다양한(언론/온라인, 여론조사, 빅데이터 등) 여론수렴과 분석, 타겟 오디언스 설정, 핵심 메시지 설정, 단계별 전략, 소통기대효과 설정, 소통콘텐츠의 기획과 제작, 매체전략과 확산의 효율화 방안 수립과 시행, **소통효과의 평가와 분석** 등 일련의 프로세스로서 **전략적 커뮤니케이션**을 하고 있는가?
- 국민의식, 사회트렌드 변화에 대한 **통찰력과 정책소비자 이해도**를 높이는 수단과 노력은 있는가? 이를 바탕으로 **소통이 주요 정책결정에서 일정한 역할**을 하고 있는가?
- 정책소통을 위한 타겟 오디언스 설정, 분석 및 목표가 **과학적으로** 이루어지고 있으며, 적절한 콘텐츠 기획과 확산전략 등이 **유기적으로 연결되어** 시행되는가?
- 소통실이 주요정책에 대한 **종합적이고 복합적인 캠페인**을 주도하고 **성과에 대한 평가**를 하고 있는가? 평가의 기준은 무엇이 되어야 하는가?

2) 소통콘텐츠 기획, 제작/확산효과

- **소통 전략수립**에서부터 **콘텐츠 기획과 제작, 확산** 및 이에 대한 **평가가 효율적**인가?
- 관련 부처, 관계기관 및 소통실 내부 부서간의 **긴밀한 협력으로 시너지**를 만들고 있는가?
- 온라인 채널들은 타겟과 메시지에 따라 **세분되고 효과적으로 운영**되고 있는가?

3) 소통전문성

- 주요 업무별 **필요한 전문인력**은 **확보**하고 있는가?
- 소통실 업무 전문성을 향상을 위한 **교육**은 존재하며, 그 내용은 전문성을 확보하기에 적절한가?
소통실뿐만 아니라 **정부(공공기관 포함) 소통담당자**를 위한 **체계적인 교육과정**은 있는가?
- **디지털 미디어 환경**에 대응할 **조직, 인력역량, 서비스**를 확보하고 있는가?