

정책소통평가 지표 개선 방안

2023-23

정책연구

A Study on Improvement Metrics
for Policy Communication Evaluation

김규찬
이승희
이윤경
유선옥
이성민



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

정책소통평가 지표 개선 방안

A Study on Improvement Metrics for Policy Communication Evaluation

김규찬·이승희·이윤경·유선욱·이성민



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구 책임

김규찬 콘텐츠연구본부 연구위원

공동 연구

이승희 콘텐츠연구본부 연구원
이윤경 콘텐츠연구본부 연구위원
유선욱 한경국립대 교수
이성민 한국방송통신대 교수

정책소통평가 지표 개선 방안



연구 개요

1. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

가. 연구 배경

- 정책소통평가 제도의 실효성 제고를 위해 정책소통 환경, 기관 성격, 정책 특성 등을 반영한 평가 지표 개선이 요구됨
- 정책소통을 위한 정부의 노력이 국민의 정책 체감을 이끌고, 이것이 다시 원활한 정책 추진을 위한 동력으로 투입되는 등 환류 체계가 정립될 필요가 있음

나. 연구 목적

- 정부 정책소통 분야 주요 원칙 및 해외 사례 탐색
 - 정책소통평가가 따라야 하는 이론적 틀 제시 및 정책소통 또는 정책소통평가와 관련되는 주요 국가의 사례를 수집하여 지표 개선에 적용
- 정책소통평가 지표의 적정성 진단 및 개선 수요 파악
 - 현행 지표가 평가 결과에 미치는 영향 분석, 평가 항목 및 지표 구성의 타당성 검토
 - 정부 정책소통 담당자 인터뷰, 전문가 자문, 대국민 설문조사 등을 통해 평가 대상 기준과 평가 지표 구분, 세부지표 내용 및 비중, 측정 방식 검토 및 신규 지표 도입 가능성 검토
- 정책소통평가 실효성 제고를 위한 지표 개선 방안 제안
 - 국민·전문가 인식조사 기반 정책소통평가 현황 및 문제점 제시
 - 지표 개선 원칙과 방향성에 따른 지표 재구조화 방안 제안

1.2 연구 범위 및 방법

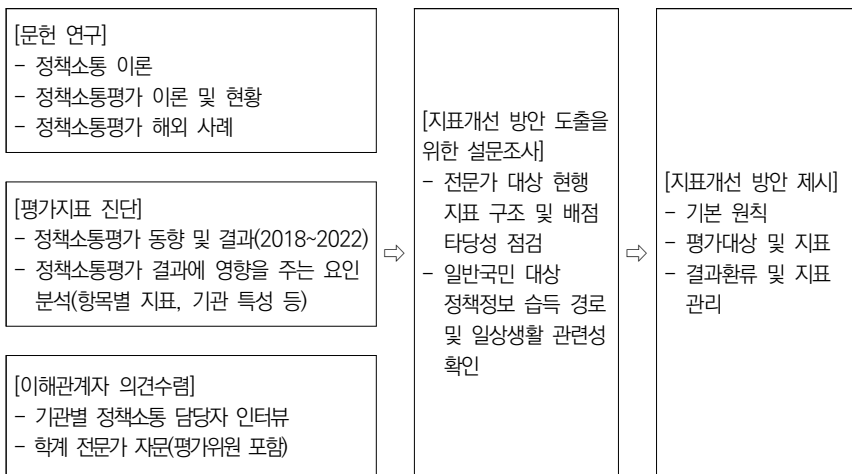
가. 연구 범위

- (시간적) 현행 정책소통평가 지표의 구성 및 내용 중심, 과정 및 결과 평가 차원에 서 지난 5년간 또는 개정 예정 평가지표를 포함함

- (공간적) 정부 업무 평가 제도 내 정책소통평가 체계 중심, 필요시 신규 지표 벤치마킹 등을 위한 해외 사례를 포함함
- (내용적) 정부 정책소통 환경, 정책소통 패러다임 및 관련 평가 동향, 현행 정책소통평가 항목 및 지표 구성, 정책소통평가 결과 등을 포함함

나. 연구 방법

- 문헌 연구 및 자료 분석, 전문가 자문 및 이해관계자 의견 수렴, 전문가 및 대국민 대상 설문조사 등의 연구 방법 활용



2. 정책소통과 정책소통평가

2.1 정책소통 이론

가. 정책소통 의미와 필요성

- 정책소통이란 “국가(정부)의 정책이 결정, 집행, 환류하는 과정에서 정책소비자 및 이해관계자에게 정책에 관한 정보를 전달하여 이해와 공감의 폭을 넓히고, 국민의 의견을 정책 과정에 반영하는 활동(이환성·장효진, 2021)”
- 정부 신뢰와 정책 지지를 높이고 궁극적으로 정책의 효과성을 향상하기 위해 국정

성과에 대한 소통과 확산이 필요함

나. 정책소통 요소

- 정책성과 관련 정보를 제공하는 주체는 대통령, 각 행정부 기관, 성과 평가와 관련한 정보를 제공하는 국무조정실(정부업무평가위원회) 및 평가 총괄 기관 등
- 정부가 국정 성과를 소통하고 확산해야 할 대상은 이해관계자, 서비스 이용자, 일반국민 등 다양함
- 정책소통 수단으로는 전통적으로는 신문이나 뉴스와 같은 매스미디어가 정책 의사 결정에 영향을 미쳤으나, 인터넷 환경이 발달하면서는 국민이 정책 정보에 접근할 기회가 많아지며 인터넷의 영향도 증가
- 정책소통을 방해하는 요인으로는 홍보 인력 및 예산 등 인프라의 문제, 홍보 방식이나 내용의 요인으로 목표 공중의 설정 및 메시지의 내용·방식 등에 대한 홍보 기획력의 문제, 국민의 인식이나 이해도의 문제 등이 지적됨

2.2 정책소통평가 이론과 현황

가. 정책소통평가 이론

- Macnamara 모형은 output, outtake, outcome으로 이어지는 과정과 각각의 단계를 구성하고 있는 측정 요소들을 살핌
- IOO 모형은 PR 커뮤니케이션의 효과를 입체적으로 측정하기 위해 제안한 모형으로 Input-Output-Outcome을 분석함
- CIPP 모형은 문제를 진단하기 위한 상황 평가, 상황 평가를 통해 얻어진 문제를 해결하기 위한 투입 평가, 투입 평가의 결과를 가지고 프로그램의 계획을 수립하고 잘 진행되고 있는가를 보기 위한 과정 평가, 결과적으로 그 프로그램이 성공했는가 실패했는가를 판단하기 위해 실시하는 산출 평가 등으로 구성

나. 정책소통평가 개요

- 정책소통평가의 목적은 ‘국정과제 및 주요 정책에 대한 국민소통 추진 노력 및 성과를 평가하여 국민의 정책에 대한 이해 증진과 정책성과 체감을 확산’하는 것
- 정책소통평가는 45개 중앙행정기관을 대상으로, 장관급·차관급 분류 기준에 따라 지표별 배점을 일부 달리 적용함
- 정책소통 평가 항목은 정책소통 ‘활동-성과-체감도’로 평가 영역을 구분하여 2023년 기준 총 17개 지표로 평가함

2.3 정책소통평가 해외 사례

- 해외 사례에서 공통적으로 확인되는 사항은 1) 정책소통 고객에 대한 정의와 식별, 2) 계획 및 실행, 성과 평가에 이르는 일관된 목표와 방향 설정, 3) 온오프라인 채널의 통합적 활용 및 특성화, 4) 정책 소통 기반 강화를 위한 제도적 장치 마련 등임
- (정책소통 고객에 대한 정의와 식별) 정책 홍보의 핵심 대상으로 가장 중요한 외부 고객은 주권자인 국민이지만, 정책을 만들고 집행하는 공무원, 공공기관 직원 등 다양한 위치의 내부인 또한 정책소통의 중요한 내부 고객임
- (정책소통 목표와 방향 설정) 부처별 또는 연도별 정책소통 목표를 사전에 제시하고 그에 따른 산출과 성과를 결과로서 평가하는 것이 중요함
- (정책소통 온오프라인 채널의 통합적 활용 및 특성화) 대화형 메시지 전달이 가능한 온라인/디지털 매체의 특성을 고려하여 과거 정책 소통 현장에서 부족했던 쌍방향성과 특수성을 강화할 수 있음
- (정책소통 기반 강화를 위한 제도적 장치) 정책소통 분야의 숙련된 인력과 재정 지원에 대한 제도는 정책소통 업무의 체계성과 지속가능성 강화에 도움이 됨

3. 정책소통평가 지표 진단

3.1 정책소통평가 추진 경과 및 평가 결과

가. 정책소통평가 동향(2018~2022)

- 수년간 이루어진 정책소통평가 결과 우수 부처와 미흡 부처의 고착화 경향이 일부 발견됨
- 기관별 규모, 사업 및 정책의 성격, 정책 수요자 유형 등에 따라 소통 유인에 차이가 발생하는지 여부 검토 및 지표 개선 과정에서 고려 필요

나. 연도별 정책소통평가 결과

- 연도별 정책소통의 주요 성과는 부처별 협업 활성화(강화)와 디지털 소통 강화가 대표적임
- 정책소통의 개선 및 보완 사항은 정책 체감도를 높이고 소통 전략을 체계적으로 수립할 것을 주문함

연도	성과	개선 및 보완
2018	· 범부처 협업 활성화 · 디지털 소통 강화	· 맞춤형 소통 확대 · 국민 체감도 제고 · 현안 대응 즉각성
2019	· 기관장 현장 소통 · 범부처 협업 활성화 · 디지털 소통 강화	· 부처 간 연계성 제고 · 정책 체감도 제고 · 핵심 콘텐츠 홍보
2020	· 투명하고 신속한 소통 · 부처별 협업 강화	· 정책 종합 홍보 · 디지털 소통 전략
2021	· 부처별 협업 강화 · 디지털 소통 다각화	· 외신 홍보 강화 · 융복합 정책 소통
2022	· 정책 체감도 제고 · 온라인 소통 환경	· 평가 미흡 기관 대상 컨설팅 · 맞춤형 디지털 소통 전략 수립 · 정책소통 대상 명확화

3.2 이해관계자 의견 검토

가. 개요

- 대상: 평가자 그룹(정책소통 관련 분야 연구자)과 피평가자 그룹(정책소통평가 담당자)으로 구성
- 주요 논의 안건

구분	세부 내용
평가 부처 구분 방식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현재 부처별 평가지표 구분 기준(장관급/차관급 구분)에 대한 의견 ○ 평가대상 부처 구분 방식의 평가목적 부합 여부에 대한 의견
평가항목 및 배점	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정책소통 활동 지표 관련 의견 ○ 외신소통 지표 관련 의견 ○ 우수사례/정성평가 지표 관련 의견 ○ 지표별 상대평가 지표 관련 의견
정책소통평가 결과 활용 및 지원 체계	<ul style="list-style-type: none"> ○ 평가 결과에 따른 컨설팅 ○ 지표 관리 필요성

나. 주요 내용

- (평가 목적의 방향성) 정책소통 활동이 아닌 부처의 태생적인 차이로 인해 정책소통평가의 결과가 유·불리하게 나타나서는 안 된다는 문제의식 확인
- (평가 지표의 타당성) 평가지표에 따라 부처별 특성을 고려, 평가기준 일관성 정비, 목적 설정 및 기획 단계의 평가지표 등 필요
 - (부처별 특성) 부처 간 협업 활동, 현안 대응성과, 기관장 소통성과, 외신 소통성과, 소통 만족도 등의 평가지표는 부처별 형평성이 고려되어야 하며, 보유자원 활용의 경우에도 많은 채널 운영보다 부처별 주요 정책 타깃을 대상으로 하는 맞춤형 채널 운영이 효율적일 것이라는 의견
 - (평가 기준 정비) 다양한 평가 분야에 배분되어 있는 우수사례의 경우 평가 기준 및 척도가 일관적으로 정비될 필요가 있으며, 온라인·오프라인으로 구분되어 있는 소통 성과도 동일한 홍보 목적 하에 기획되어 성과가 합산될 수 있도록 장기적으로 통합하는 방향으로 나아가야 한다는 의견
 - (체감도 평가지표) 소통만족도의 경우 특정 부처의 인지도나 선호도 등에 따라 평가결과가 달라질 가능성이 높으므로 홍보 과정에 대한 정량평가를 병행하거

나, 온라인 체감도의 경우 메시지의 내용이 아닌 단순 언급량이 정량평가 성과로 간주되므로 온라인 댓글로 공중에게 양질의 정보를 제공하도록 정성평가를 병행하는 등 새로운 지표 보완이 필요하다는 의견

- (평가지표 전반) 정책소통평가의 평가지표가 지나치게 세분화되어 있어 평가 분야를 통합·축소하여 업무의 자율성 및 효율성을 높여야 한다는 의견

■ (결과 환류) 정책소통 평가결과의 통보 방식 및 활용도에 대해 평가결과를 제공받아 차년도 홍보 계획에 반영하는 등 평가결과의 환류가 필요

- 환류가 원활히 되기 위해 정책소통평가 지표 관리 및 개선, 피드백을 전반적으로 지원하는 기관 지정 및 운영이 필요하다는 논의도 제기됨

4. 정책소통평가 지표 설문조사

4.1 전문가 의견조사

가. 설문 개요

■ 조사 개요

구분	내용
조사 대상	○ 정책소통 평가 관련 전문가(공무원, 교수 및 연구자)
조사 방법	○ 구조화된 설문지를 이용한 Online Survey
유효 표본	○ 총 113명 (공무원 42명, 교수 및 연구자 71명)
조사 기간	○ 2023년 8월 3일 ~ 2023년 8월 22일

■ 조사 문항

구분	조사 내용
정책소통평가 목적 및 방향성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정부업무평가 원칙 및 방향과의 부합도 ○ 장치관급 평가대상 구분 방식 적절성 ○ 오프라인/온라인 정책홍보 성과 평가 통합 ○ 정책소통평가 과정 및 결과 관련 ○ 정책소통평가 항목 또는 세부지표 개선 주기 ○ 정책홍보 및 소통 각 업무별 중요도 인식
정책소통평가 지표의 적절성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정책소통평가 평가 항목 중요 순위 ○ 정책소통활동/정책소통성과/체감도 평가 지표 중요 순위 ○ 정책소통활동 각 하위 지표 적절성 인식

구분	조사 내용
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정책소통성과 각 하위 지표 적절성 인식 ○ 체감도 각 하위 지표 적절성 인식
정책소통평가 항목/지표 향후 점수 배분 의견	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정책소통평가 평가항목 향후 비중에 대한 의견 ○ 정책소통활동 평가지표 향후 비중에 대한 의견 ○ 정책소통성과 평가지표 향후 비중에 대한 의견 ○ 체감도 평가지표 향후 비중에 대한 의견

나. 주요 결과

- (평가방식의 평가목적 부합성) 전문가 의견조사 결과 현행 정책소통평가 항목과 평가 방법은 정부업무평가의 목적 및 방향성에 어느 정도 부합하는 것으로 인식함
- (평가대상 구분 기준의 타당성) 부처를 장관급과 차관급으로 구분하여 정책소통평가를 하는 현행 방식은 대체로 적절하다고 인식한 것으로 조사됨
- (오프라인/온라인 평가 통합 여부) 온라인/오프라인 성과 평가는 통합해야 한다는 의견에 대체로 동의하는 것으로 나타남
- (평가지표 구성의 타당성) 정책홍보평가의 항목별 세부지표는 대부분 적절하게 구성되었다는 인식이었으나, 기관장 소통성과의 경우 정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다는 의견이 많음
- (지표 간 배점의 적절성) 전문가들은 대체로 정책소통활동과 체감도 항목의 배점을 현재보다 높일 필요가 있다고 인식함

다. 시사점

- (제도개선을 위한 큰 방향성) 피평가기관의 부담을 완화하기 위해 평가제도의 효율성을 개선할 필요가 있음
 - 일관된 평가와 분석으로 담당자의 업무 부담을 최소화하면서도 정책소통의 전문성을 고양할 수 있는 환류 시스템, 평가 시스템의 필요성 강조
 - 부처별 업무 특성, 인력 규모, 영향력의 차이가 감안되어야 한다는 의견에 따라 이를 반영할 수 있는 평가 지표 개선 검토 가능

- (미디어 환경변화에 따른 장기적 방향성) 미디어 환경변화에 따라 장기적으로는 오프라인과 온라인의 성과를 통합적으로 기획·관리 하는 체계 구축이 필요함
 - 통합적 전략 기획과 효과 분석, 성과관리를 위해 오프라인, 온라인 정책홍보 성과 평가의 통합과 지표 반영에 대한 단계적 접근 필요
- (개선사항 도출) 정책소통 활동, 성과, 체감도 배점의 재분배 및 지표, 세부 항목의 타당성을 재고할 필요가 있음
 - 평가항목의 세부지표는 환경변화에 따라 유연하게 대응할 수 있도록 관리하는 것이 바람직하나 체계적인 시스템을 통해 지속적이고 주기적인 지표 개선 필요
 - 지표 항목 중 특히 기관장 소통성과의 비중 조절 및 항목 이동 필요
 - 기획 요인 및 환류 활동에 대한 추가 및 배점, 체감도 배점의 증가 필요

4.2 일반국민 설문조사

가. 설문 개요

■ 조사 개요

구분	내용
조사 대상	○ 전국에 거주하는 20대~60대 일반국민
조사 방법	○ 구조화된 설문지를 이용한 Online Survey
유효 표본	○ 총 1,000명(성, 연령, 거주 지역별 인구분포 비율을 감안)
조사 기간	○ 2023년 8월 3일 ~ 2023년 8월 10일

■ 조사 문항

구 분	조사 문항
매체 이용 및 정책정보 습득경로	<ul style="list-style-type: none"> ○ 평소 이용 소셜미디어 ○ 정보검색 주이용 소셜미디어 ○ 최근 1년 정부 부처 제공 정책정보 콘텐츠를 접한 소셜미디어 ○ 최근 1년 정부 시행 각종 정책 및 제도 정보 접촉 채널별 이용도
정부 부처 인지도 및 선호도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우리나라 장/차관급 정부 부처 업무/정책 인지도 ○ 장/차관급 각 정부 부처 시행 제도/정책 일상생활과의 관련도 ○ 장/차관급 각 정부 부처 시행 제도/정책 지지 및 선호도
개인 성향 및 정보	○ 각 분야별 관심도

나. 주요 결과 및 시사점

- (매체이용 및 정책정보 습득경로) 응답자들이 평소 가장 많이 이용하는 매체 및 정보검색에 주로 이용하는 매체는 모두 카카오톡과 유튜브의 비중이 높음
 - 전 연령대에서 유튜브의 이용률이 가장 높은 것으로 미루어 볼 때, 온라인 소통 성과 평가 시 유튜브의 소통성과를 가장 비중 있게 평가하는 것은 타당함
 - 주이용 매체 및 정책정보 습득경로는 성별·연령에 따라 다소 차이를 보여, 부처별 주요 고객 및 정책정보의 주요 대상에 따라 홍보경로를 차별화하는 전략이 부처의 정책소통성과 제고에 도움이 될 수 있음
- (정부부처 인지도 및 선호도) 부처 및 정책에 대한 인지도와 선호도는 부처에 대한 생활 관련성 인식과 연계되는 경향을 보임
 - 대체로 부처의 업무적 특성이 국민의 일상생활과 관련성이 높으면 인지도 및 선호도가 높은 경우가 많음
 - 부처 업무의 생활 관련성이 일반국민의 인지도와 선호도, 유튜브 등 SNS 반응에 유리하게 작용할 가능성이 있음

5. 정책소통평가 지표 재구조화

5.1. 기본원칙

- (정책소통 성과 관리 체계화) 정책소통평가 지표가 계획 단계부터 실행, 성과 도출 등 기본 원칙에 맞추어 구성되었는지 살피고 필요시 개선방안을 제안하고자 함
- (정책소통 미디어 환경 변화 고려) 온오프라인 미디어와 콘텐츠의 구분이 흐려지는 환경 변화에 능동적으로 대비하기 위해 현재 온라인과 오프라인으로 선명히 구분되는 지표의 재구조화를 고민함
- (부처별 상이한 정책 환경과 자원 고려) 부처별 특성 차이에 따라 정책소통평가 결과가 영향을 받는지 살피고 필요시 대안을 마련하고자 함
- (지표 변경에 따른 혼란 최소화) 지표 변경에 따른 혼란을 최소화하기 위해 현재 세부 평가지표는 최대한 유지하면서 전체 평가지표 구성과 네이밍을 재구조화하여

평가지표의 수를 줄이는 방식으로 개선안을 도출함

- (평가 결과 활용도 제고) 정책소통평가 과정과 결과를 넘어 평가 결과가 각 부처의 정책소통 역량 강화에 기여할 수 있도록 평가 결과 활용도 제고 방안을 고민함

5.2. 평가 대상 및 지표

- (장차관급 평가 대상 구분) 부처의 업무나 특성에 따른 추가적인 고려의 필요성은 인정되었지만 모두가 인정할 수 있는 합리적인 추가 구분 기준 모색이 어려워 정책소통평가 평가 대상 구분은 현행 방식을 유지하는 것이 좋을 것으로 판단됨
 - 다만, 부처별 정책의 특성은 체감도 조사 등 일반국민을 대상으로 측정하는 경우 일정한 영향을 받을 가능성이 일부 확인되어 향후 추가적인 연구나 판단 필요
- (상대평가 지표에 대한 인식) 상대평가 방식을 취하고 있는 평가지표의 수나 내용을 고려할 때 이러한 평가 방식에 대한 전면 개정은 어려울 것으로 판단됨
 - 다만, 평가 원칙상 개별지표에서 상대평가를 다수 활용하는 경우 해당 지표의 민감도는 낮아지고 변별력이 높아지는 현상에 대한 인식과 인지는 필요
- (우수사례 제출 및 평가) 현행 지표 곳곳에 등장하는 우수사례 지표 간 위상이 다르고 범주가 다소 중복되는 문제 발견
 - 평가항목에서 우수사례 표현을 지양하고 다른 자료와 통합하여 정량지표를 보조하는 지표로 두거나, 우수사례 관련 지표를 통폐합하거나 분산하는 방식 검토
- (정책소통기획 및 환류 강화) 활동-성과-체감도로 구성된 정책소통평가 항목에 기획 분야 추가 검토
- (평가 지표 재구조화 및 배점 조정) 정책소통 기획-활동성과-효과 단계에 맞추어 기존 분산·중복 되어 있던 평가지표를 재구조화하고 전체 배점 구조를 변경함
 - 항목별 지표를 이전하고 통합하여 3분야 9항목 16지표를 3분야 6항목 15지표로 단순화, 평가지표 개선에 따른 혼란 최소화 추구

정책소통 활동 (15)	부처협업 활동	정책소통 기획활동 (25~30)	소통전략 기획활동
	보유자원 활용		협업소통 기획활동
정책소통 성과 (70)	주요 정책 소통성과	정책소통 성과 (45~55)	주요정책소통 성과
	현안대응 성과		현안대응 및 이슈관리 성과
	온라인 소통성과		
	기관장 소통성과		
	외신 소통성과		
체감도 (15)	소통만족도	정책소통 효과 (20~25)	소통만족도
	온라인 체감도		체감도
가감	공공언어 쓰기	가감	공공언어 쓰기

5.3. 결과 환류 및 지표 관리 제도화

- (결과 환류에 대한 체계화) 정책소통평가 대상 기간은 평가 이후 환류 및 개선, 우수 사례의 공유와 축적까지 포함하는 연속적인 과정으로 보는 것이 타당
 - 평가 과정에서 수집된 우수사례에 대한 실질적인 공유가 가능한 웹 허브, 아카이브 등의 시스템 마련 필요
- (평가 관리 전략과 지표 개선 주기) 변화하는 소통 환경을 반영하고, 현 지표를 체계적으로 점검하여 개선안을 도출 및 공표하며, 개선된 지표를 토대로 정책소통 활동의 수행과 평가가 이루어질 수 있도록 3년 정도의 주기 검토
- (지표 관리 전담기관 지정·운영) 정책소통평가 결과 환류를 체계화하고, 평가 관리 전략을 수립하며, 수년 간격으로 지표를 개선하는 등 평가지표가 꾸준히 관리되고 개선되기 위해서는 이를 전담하는 기관을 지정하여 운영할 필요

목차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	4
제2절 연구 범위 및 방법	5
1. 연구 범위	5
2. 연구 방법	5
제2장 정책소통과 정책소통평가	7
제1절 정책소통 이론	9
1. 정책소통의 의미와 필요성	9
2. 정책소통 요소	13
제2절 정책소통평가 이론과 현황	16
1. 정책소통평가 이론	16
2. 정책소통평가 개요	20
제3절 정책소통평가 해외 사례	26
1. OECD	26
2. 영국	36
3. 캐나다	43
4. 남아프리카공화국	50
5. 소결 및 시사점	58
제3장 정책소통평가 지표 진단	61
제1절 정책소통평가 추진 경과 및 평가 결과	63
1. 정책소통평가 동향(2018~2022)	63

2. 연도별 정책소통평가 결과	64
3. 소결 및 시사점	71
제2절 이해관계자 의견 검토	74
1. 개요	74
2. 주요 내용	76
3. 소결 및 시사점	91
제4장 정책소통평가 지표 설문조사	95
제1절 전문가 의견조사	97
1. 설문 개요	97
2. 주요 결과	99
3. 시사점	123
제2절 일반국민 설문조사	128
1. 설문 개요	128
2. 주요 결과	131
3. 시사점	141
제5장 정책소통평가 지표 재구조화	145
제1절 기본 원칙	147
1. 정책소통 성과 관리 체계화	147
2. 정책소통 미디어 환경 변화 고려	148
3. 부처별 상이한 정책 환경과 자원 고려	148
4. 지표 변경에 따른 혼란 최소화	149
5. 평가 결과 활용도 제고	149
제2절 평가 대상 및 지표	150
1. 장차관급 평가 대상 구분	150
2. 상대평가 지표에 대한 인식	152
3. 우수사례 제출 및 평가	153
4. 정책소통기획 및 환류 강화	154
5. 평가 지표 재구조화 및 배점 조정	156
제3절 결과 환류 및 지표 관리	160
1. 결과 환류에 대한 체계화	160

2. 평가 관리 전략과 지표 개선 주기	160
3. 지표 관리 전담기관 지정·운영	161

참고 문헌 /	165
---------	-----

ABSTRACT /	171
------------	-----

부록 설문지 /	173
----------	-----

표 목차

〈표 2-1〉 홍보 및 소셜미디어 커뮤니케이션 관련 측정 및 평가에서 사용된 용어들	16
〈표 2-2〉 IOO 모형 구성 요소	18
〈표 2-3〉 CIPP 모형의 주요 내용	19
〈표 2-4〉 CIPP 모형과 IOO 모형과의 매칭	20
〈표 2-5〉 정부업무평가 대상 기관(2023년)	22
〈표 2-6〉 정부업무평가 특정평가 평가 부문(2023년)	22
〈표 2-7〉 정부업무평가 평가 부문 변화 추이(2018~2022)	22
〈표 2-8〉 2023년도 특정평가 항목별 비중 변화	23
〈표 2-9〉 정책소통평가 항목별 지표 및 배점	25
〈표 2-10〉 공공 커뮤니케이션 평가의 방해 요인들	29
〈표 2-11〉 영국 GCS 공공소통 분야별 성과지표 요소	42
〈표 2-12〉 공공 커뮤니케이션 평가의 방해요인들	60
〈표 3-1〉 정책소통평가 항목별 비중 변화 추이	63
〈표 3-2〉 2018년 정책소통평가/소통만족도 평가 등급	64
〈표 3-3〉 2019년 정책소통평가 등급	66
〈표 3-4〉 2020년 정책소통평가 등급	67
〈표 3-5〉 2021년 정책소통평가 등급	68
〈표 3-6〉 2022년 정책소통평가 등급	69
〈표 3-7〉 장관급 기관 연도별 정책소통평가 결과(2018~2022년)	71
〈표 3-8〉 차관급 기관 연도별 정책소통평가 결과(2018~2022년)	72
〈표 3-9〉 연도별 정책소통평가 결과 요약	73
〈표 3-10〉 인터뷰 대상 구성	74
〈표 3-11〉 정책소통평가 주요 논의 안건	75
〈표 3-12〉 정책소통활동 평가지표 구성 및 배점	80
〈표 3-13〉 정책소통성과 평가지표 구성 및 배점	82
〈표 3-14〉 체감도 평가지표 구성 및 배점	86
〈표 4-1〉 조사 설계	97

〈표 4-2〉 공무원 응답자 특성	98
〈표 4-3〉 교수 및 연구자 응답자 특성	98
〈표 4-4〉 조사 문항	99
〈표 4-5〉 정책소통평가 항목/평가 방법 정부업무평가 원칙 및 방향과의 부합도 (평가위원 경험 여부별)	101
〈표 4-6〉 현행 장차관급 평가 대상 구분 방식이 적절하지 않은 이유: 평가위원 경험 여부별	103
〈표 4-7〉 정책소통평가 과정 및 결과 관련: 평가위원 경험 여부별	107
〈표 4-8〉 정책홍보 및 소통 각 업무별 중요도 인식: 평가위원 경험 여부별	111
〈표 4-9〉 정책소통평가 항목별 지표 및 배점	126
〈표 4-10〉 조사 설계	129
〈표 4-11〉 조사 문항	130
〈표 4-12〉 응답자 특성	130
〈표 4-13〉 평소 이용 소셜미디어 응답자 특성별	132
〈표 4-14〉 정보검색 주 이용 소셜미디어 응답자 특성별	133
〈표 4-15〉 최근 1년 정부 부처 제공 정책정보 콘텐츠 접한 소셜미디어	134
〈표 4-16〉 최근 1년 정부 부처 제공 정책정보 콘텐츠 접한 소셜미디어: 가장 높은 연령대 분석	135
〈표 4-17〉 최근 1년 댓글/좋아요 등 활동 실시한 정부 부처 채널	136
〈표 4-18〉 최근 1년 댓글/좋아요 등 활동 실시한 정부 부처 채널: 가장 높은 연령대 분석	136
〈표 4-19〉 최근 1년 정부 시행 각종 정책 및 제도 정보 접촉 채널별 이용도	137
〈표 4-20〉 장관급 부처 인지도	138
〈표 4-21〉 차관급 부처 인지도	138
〈표 4-22〉 장관급 부처 일상생활 관련도	139
〈표 4-23〉 차관급 부처 일상생활 관련도	139
〈표 4-24〉 장관급 부처 선호도	140
〈표 4-25〉 차관급 부처 선호도	140
〈표 4-26〉 각 분야별 관심도	141
〈표 4-27〉 정책소통평가 체감도(소통만족도) 관련 부처별 특성	144
〈표 5-1〉 정책소통평가 평가 대상 구분(2023년 기준)	150
〈표 5-2〉 우수사례 지표 조정 방안	154
〈표 5-3〉 평가지표 재구조화 및 배점 조정	157
〈표 5-4〉 평가지표 개선 주기와 관리 과정	161

그림 목차

[그림 1-1] 연구의 수행 방법 및 과정	6
[그림 2-1] 정부업무평가 체계	21
[그림 2-2] 공공 정책 소통을 평가하는 주요 어젠다 항목	30
[그림 2-3] 영국 정부 정책소통 계획 2023/24	37
[그림 2-4] 영국 정부 정책 소통 가이드북 OASIS의 프레임워크	38
[그림 2-5] 영국 GCS 공공 소통 평가 분야별 내용	41
[그림 2-6] 캐나다 GCS 공공 소통 평가를 위한 증거 수집 방법	46
[그림 2-7] 캐나다 GCS 공공 소통 평가를 위한 공무원 종사자 수의 변화	48
[그림 2-8] 남아공 정부 공공 소통 부문별 가중치	53
[그림 3-1] 이해관계자 의견 검토 과정	75
[그림 4-1] 정책소통평가 항목/평가 방법 정부업무평가 원칙 및 방향과의 부합도	100
[그림 4-2] 현행 장차관급 평가 대상 구분 방식 적절성 인식	101
[그림 4-3] 현행 장차관급 평가 대상 구분 방식이 적절하지 않은 이유	102
[그림 4-4] 오프라인/온라인 정책홍보 성과 평가 통합에 대한 인식	104
[그림 4-5] 오프라인/온라인 정책홍보 성과 평가 통합 비동의 이유	105
[그림 4-6] 오프라인/온라인 정책홍보 성과 평가 통합 동의 이유	105
[그림 4-7] 정책소통평가 과정 및 결과 관련 의견 동의 정도	106
[그림 4-8] 정책소통평가 과정 및 결과 관련 의견 동의 정도: 지표 구분	107
[그림 4-9] 정책소통평가 항목 개선 주기에 대한 인식	108
[그림 4-10] 정책소통평가 항목별 세부 지표 개선 주기에 대한 인식	109
[그림 4-11] 요인별 정책홍보 및 소통 업무별 중요도 인식	110
[그림 4-12] 세부 분야별 정책홍보 및 소통 업무별 중요도 인식	110
[그림 4-13] 정책소통평가 중 가장 중요한 평가 항목	112
[그림 4-14] 정책소통활동 하위 지표 중요도	113
[그림 4-15] 부처 협업 활동 정책소통활동의 하위 지표로의 적절성 인식	113
[그림 4-16] 보유자원 활용 정책소통활동의 하위 지표로의 적절성 인식	114
[그림 4-17] 정책소통성과 하위 지표 중요도	115

[그림 4-18] 주요정책 소통성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식	115
[그림 4-19] 현안대응 성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식	116
[그림 4-20] 온라인 소통성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식	117
[그림 4-21] 기관장 소통성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식	118
[그림 4-22] 외신소통 성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식	118
[그림 4-23] 정책체감도 하위 지표 중요도	119
[그림 4-24] 소통만족도 체감도의 하위 지표로의 적절성 인식	120
[그림 4-25] 온라인 체감도 체감도의 하위 지표로의 적절성 인식	120
[그림 4-26] 정책소통평가 평가항목 향후 비중에 대한 의견	121
[그림 4-27] 정책소통평가 정책소통 활동 향후 비중에 대한 의견	122
[그림 4-28] 정책소통평가 정책소통 성과 향후 비중에 대한 의견	122
[그림 4-29] 정책소통평가 체감도 향후 비중에 대한 의견	123
[그림 4-30] 조사 절차	129
[그림 4-31] 평소 이용 소셜미디어	131
[그림 4-32] 정보검색 주 이용 소셜미디어	132
[그림 4-33] 최근 1년 정부 부처 제공 정책정보 콘텐츠 접한 소셜미디어	134
[그림 4-34] 최근 1년 댓글/좋아요 등 활동 실시한 정부 부처 채널	135
[그림 4-35] 최근 1년 정부 시행 각종 정책 및 제도 정보 접촉 채널별 이용도	137
[그림 4-36] 각 분야별 관심도	141
[그림 5-1] 정부 업무 성과관리 체계	155
[그림 5-2] 정부업무평가지원센터 조직 구성 및 업무	162

정책소통평가 지표 개선 방안

제1장

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

정책소통은 “정부 기관과 국민 사이에 의사소통이 원활하게 이루어질 수 있도록 관리하고 유지하며 발전시켜 나가는 일련의 과정”(김찬석, 2018)으로 이해할 수 있다. 국민의 뜻을 정확히 파악하여 정책에 반영하고 구현하는 것은 정부의 사명으로, 이를 위한 정책소통은 정부정책 수행 과정에서 필수불가결한 요소이다. 일상생활에 직간접적으로 영향을 미치는 정책 이슈에 대한 국민의 관심이 높아지고, 신규 정책 시행 및 기존 정책의 유지·축소·확대 결정 과정에서 여론 영향력이 커짐에 따라 정책소통의 중요성이 강조되는 상황이다(조은희·조성검, 2014; 조은희, 2021).

정부는 이러한 정책소통 환경 변화에 부응할 필요가 있다. 미디어 환경변화, 소통기술 발전에 힘입어 국민들은 쉽고 빠르게 정부 정책의 형성 및 결정 과정에 대한 정보를 접하고 있으며, 정책집행에 대한 평가와 개선 요구, 이를 위한 여론이 빠르고 광범위하게 형성된다. 정책소통 창구는 TV와 신문 중심의 뉴스미디어에서 SNS, 유튜브로 대표되는 동영상 공유 플랫폼, 댓글 공간 등으로 확장되는 추세이다. 국민은 일방향적 정보를 수용하는 데 머물지 않고, 다변화된 소통창구를 활용하여 적극 의견을 개진하거나 직접 정보를 생산하는 능동적인 주체로 변모하고 있다.

이에 따라 국민의 정책 이해 및 정책성과 체감 강화를 위한 평가지표 개선이 필요하다. 정부의 성공적인 정책수행과 확산은 국민의 이해와 협력을 수반한다는 점에서(이유나 외, 2013) 정책소통을 위한 정부의 노력, 이에 대한 지속적인 평가를 요구한다. 정책소통을 위한 정부의 노력이 국민의 정책 체감을 이끌고, 이것이 다시 원활한 정책추진을 위한 동력으로 투입되는 환류체계가 정립될 필요가 있는 것이다.

정부업무평가 분야 중 정책소통평가는 중앙행정기관의 소통 활동과 성과 측정을 넘어 각 행정기관이 변화하는 소통환경에 부응하여 정책소통 방안을 모색하도록 안내하고 유

도하는 지원 기능을 강화할 필요가 있다. 이를 위해 정책소통평가 제도의 실효성 제고를 정책소통 환경, 기관 성격, 정책 특성 등을 반영한 평가지표 개선이 요구된다.

2. 연구 목적

이 연구의 목적은 크게 세 가지로 구분된다. 첫째, 정부 정책소통 분야 주요 원칙 및 해외 사례 탐색이다. 정책소통은 정부의 주요 정책 분야로서 국민에게 올바른 정보를 신속하고 정확하게 전달하여 정책 체감도를 향상하는 데 목적이 있다. 정부업무평가의 연장선에서 정책소통평가가 따라야 하는 이론적 틀을 제시하고, 정책소통 또는 정책소통 평가와 관련되는 주요 국가의 사례를 수집하여 지표 개선에 적용하고자 한다.

둘째, 정책소통평가 지표의 적정성 진단 및 개선 수요 파악이다. 현행 지표가 평가결과에 미치는 영향을 분석하고, 평가 항목 및 지표 구성의 타당성을 검토한다. 정부 정책소통 담당자 인터뷰, 전문가 자문, 대국민 설문조사 등을 통해 평가 대상 기준과 평가 지표 구분, 세부지표 내용 및 비중, 측정방식 검토 및 신규 지표 도입 가능성을 검토하고자 한다.

셋째, 정책소통평가 실효성 제고를 위한 지표 개선 방안 제안이다. 국민과 전문가 인식조사를 기반으로 정책소통평가 지표의 타당성을 점검하고 재구조화하는 방안을 모색하고자 한다. 지표 개선 원칙과 방향성에 따라 세부 개선 방향을 제시한다.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

본 연구는 2023년 4월 발표된 정책소통평가 세부 계획을 기준으로 한다. 시간적으로 현행 정책소통평가 지표의 구성 및 내용이 중심이 되나, 과정 및 결과 평가 차원에서 지난 5년간 또는 개정 예정 평가지표를 포함한다. 공간적으로는 정부업무평가 제도 내 정책소통평가 체계를 중심으로 하며, 필요시 신규지표 벤치마킹 등을 위한 해외 사례를 포함한다.

내용적으로는 정부 정책소통 환경, 정책소통 패러다임 및 관련 평가 동향, 현행 정책소통평가 항목 및 지표 구성, 정책소통평가 결과 등을 다룬다. 정부 정책소통 정부 정책소통 환경면에서 정책 소통창구의 다변화, 국민의 정책 관심 수준 등을 살피고, 해외 주요국의 정책소통 활성화를 위한 사례를 탐구한다. 현행 정책소통 평가체계의 평가 방향·항목·지표 및 평가방식의 적정성을 분석하고, 최종적으로 평가지표 개선 수요와 방향성을 제시한다.

2. 연구 방법

가. 문헌 연구

정부업무평가 및 정책소통평가 관련 선행 연구를 검토한다. 정책소통 및 정책소통평가와 관련된 이론을 검토하고 관련 현황을 파악한다. OECD와 영국 등 해외 주요국의 정책소통평가는 어떻게 이루어지는지 파악하고 관련 지표와 측정 방식을 검토한다.

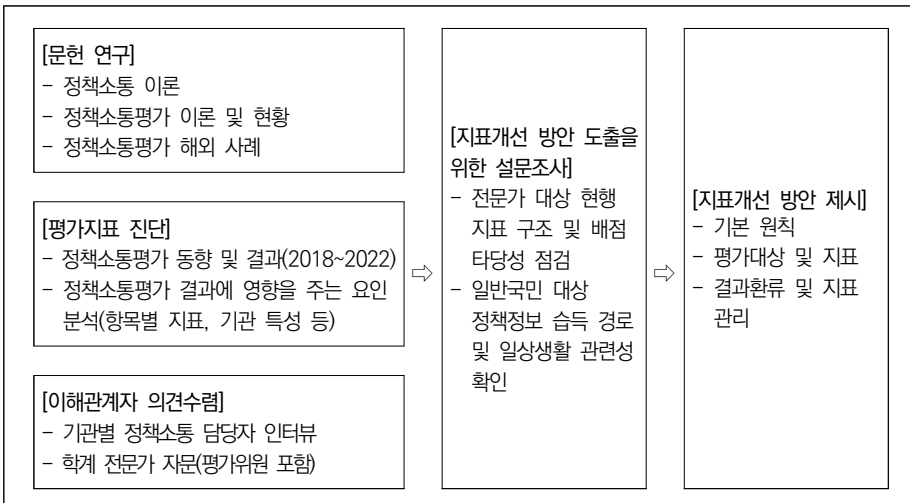
나. 전문가 자문 및 이해관계자 의견수렴

현행 정책소통평가 항목 구성, 평가지표에 대한 부처별 정책소통 담당자의 의견을 청취한다. 전문가가 인식하는 정책소통 환경변화와 이에 따른 평가지표 개선 필요 지점 또한 파악한다. 평가대상 부처의 특성(기능, 예산규모, 정책수요자 등)을 고려한 평가 항목 또는 배점 구분 필요성을 살피고 국민소통실의 정책소통지원 기능 강화 방안에 대한 의견도 청취하고자 한다.

다. 전문가 및 대국민 설문조사

정책소통평가 지표의 적정성 및 개선안의 타당성 확인을 위해 전문가와 대국민 대상 설문조사를 실시한다. 전문가 대상으로는 정책소통평가의 목적 및 방향성을 확인하고 정책소통평가 지표의 적절성과 점수 배분의 타당성을 확인한다. 일반국민 대상으로는 정책 정보 습득 경로와 활동 등을 확인하고 정부 부처별 인지도와 선호도 등을 파악하여 정책소통평가 또는 소통만족도에 미치는 구조적 요인을 탐색한다.

[그림 1-1] 연구의 수행 방법 및 과정



정책소통평가 지표 개선 방안

제2장

정책소통과 정책소통평가

제1절 정책소통 이론

1. 정책소통의 의미와 필요성¹⁾

가. 정책소통의 개념과 범위

정책소통의 개념과 범위에 관한 연구는 매우 다양하다. 정책소통은 전통적으로 정책 홍보 또는 정책PR란 용어로 사용되었는데, 본 연구에서는 이와 관련된 연구를 모두 정책소통으로 이해하고자 한다. 공중과의 관계성(PR; Public Relations)을 주요 연구 대상으로 하는 커뮤니케이션 관점에 따르면, 정책소통이란, 정책을 결정하거나 집행하는 주체와 일반국민 또는 이해관계자와의 인식 차이를 줄임으로써 효과적으로 정책을 집행 하도록 하는 방안으로 정의될 수 있다(이태준, 2018).

정책소통의 개념에 대한 선행 연구를 살펴보면 대부분 ‘정부의 국민에 대한 정보 제공’ 및 ‘국민으로부터의 의견 수렴’이 포함되어 있다. 다수의 연구자들은 행정 환경의 변화로 일방적이었던 공보 정책 및 공공커뮤니케이션의 패러다임이 변화했고, 정책 이해 관계자 및 일반국민에 대한 정책소통의 중요성이 부각되었다고 설명한다(Dunlop, 2009; Bryson et al, 2014; 이태준, 2018: 190 재인용). 이환성·장효진(2021)은 정책소통을 “국가(정부)의 정책이 결정, 집행, 환류 하는 과정에서 정책소비자 및 이해관계자에게 정책에 관한 정보를 전달하여 이해와 공감의 폭을 넓히고, 국민의 의견을 정책과정에 반영하는 활동”이라고 정의했다.

나. 정책소통과 성과관리

정책소통 성과정보의 활용 및 관리와 관련된 선행 연구 검토를 통해 성과정보의 확산 및 활용의 방향성에 대해 가늠해 볼 수 있다. Grosso & Van Rizin(2011: 236)은 성과

1) 이환성·장효진(2021). 제2장의 내용을 토대로 재정리함

정보는 성과보고서 작성, 보도자료 작성, 미디어 활용, 성과정보 웹페이지 공개, 각 가구에 성과정보 카드 배포, 공청회 등을 통해 확산된다고 설명하였다. 이 중 가장 많이 사용되는 확산방식은 성과보고서 작성 및 배포이다. 이렇게 생성·확산된 성과정보는 다양하게 활용될 수 있는데, 주로 내부적 관리를 위해 활용되거나 외부에 홍보하기 위해 활용될 수 있다(Johnsen, 2008: 172). Behn(2003: 588)은 성과정보를 성과평가, 직원통제, 예산배정, 동기부여, 외부 홍보, 학습 및 개선에 활용할 수 있다고 보았다. Moynihan(2008: 68)은 일반 정부 관료에 비해 정보가 부족한 선출직 공무원들이 정보습득을 위해 성과정보를 활용한다고 설명한다. 공무원들은 성과정보를 자원의 재분배, 사업 모니터링, 전략적 기획, 정무직 보고, 내부 관리, 시민 및 미디어 확산 등에 활용하는 것으로 나타났다(de Lancer Julnes, 2006: 225-226).

또한 국민들이 성과정보를 활용할 수 있도록 하려면 국민들이 어떤 성과정보를 필요로 하는지 파악하는 것도 중요하다. 국민이 어떤 성과정보를 원하고 이를 어떻게 잘 전달할 수 있는지를 정부가 모른다면 국민들은 필요한 정보에 접근하기가 어려워지기 때문이다(Ho, 2008: 194-5). 다수의 선행 연구들은 국민들이 성과정보를 찾아보거나 이해하려 하지 않으며, 신뢰도도 낮다고 보았다(Schneider&Lieberman, 2001; Marshall et al., 2002).

다른 이슈는 편향성과 선택적 노출이다. 성과정보는 행정부에서 생산되므로 태생적으로 편향성을 가지게 된다. 성과정보를 제공하는 입장에서는 좋은 성과를 내기 위한 적극적인 노력보다는 가능한 한 안 좋은 성과를 피하려 하는 소극적인 태도를 띠게 되기도 한다. 특히 국민들은 극적인 사안이나 갈등에 더 주목하기 쉽기 때문에 이러한 회피 성향은 더욱 강화될 수 있다(Johnsen, 2008: 172).

정보수요자가 성과정보를 선택적으로 받아들이는 경향도 있다. 사람들은 자신의 신념에 가까운 정보를 더 찾아보는 심리적 경향이 있기 때문에 선택적 미디어 노출이 발생한다(Stroud, 2008: 342). 국민들은 사전에 정부의 성과에 대한 인식이 형성되어 있고, 이러한 성향 때문에 성과정보는 국민의 정책결정에 영향을 주기보다는 기존에 가지고 있던 편견을 강화할 수 있다는 주장도 있다(Freedman & Sears, 1965; Frey, 1986; DiMaggio et al., 2001: 321 재인용).

선행 연구에 따르면, 국민들은 대체로 성과보고서에서 얻는 정보가 부족하다고 느끼고 있으며(Lee, 2006: 256), 미디어가 점차 공공 이슈보다는 자극적인 소재에 집중하고

있다는 점(Slattey & Hakanen, 1994: 214)에서 미디어를 통한 정보 확산과 소통에 한계가 있을 수 있다.

다. 정책소통의 필요성과 중요성

성과정보의 정확한 전달은 국민의 정책결정에 중요한 영향을 미칠 수 있기 때문에 매우 중요하다. 또한 이를 통해 정부의 책무성과 투명성을 높일 수 있다(Grosso & Van Ryzin, 2011: 235, 246).

Heikkila & Isett(2007: 239)은 성과정보를 정확하고 적절하게 보고해야 시민참여가 잘 이루어질 수 있음을 피력하며, 이를 성과관리에 반영할 것을 제안한다. 성과정보는 국민에게 정보를 제공함으로써 지역 투표나 공공토론 등에 참여를 유도하기도 한다(James, 2011: 1431). 임도빈·정현정·강은영(2012: 25)은 국민의 정책에 대한 이해도를 높이는 것이 정책성과에 대한 인지도에 영향을 미칠 수 있음을 주장한다. 정책결정 과정이 일부 집단에 제한되는 것을 지양하기 위해서 정책 소통 및 확산을 통해 시민 참여를 적극적으로 유도해야 한다는 주장도 있다(김동욱 외, 2010: 252). 즉, 정책소통 및 확산을 통해 국민들이 정부의 정책에 관심을 갖도록 유도할 수 있으며, 이는 지지 확보, 민주성 제고, 정부신뢰 제고를 위해서 중요한 과정이다(이환성·장효진, 2021).

성과정보의 제공이 정부에 대한 신뢰와 지지를 야기한다는 연구(Gross & Van Ryzin, 2011: 238)도 있다. Cook, Jacobs & Kim(2010: 408-409)은 정책에 대한 정보제공이 국민들의 정부에 대한 신뢰를 높인다고 보고하였으며, 김정숙·최선미(2019:210-211) 또한 정책소통이 정부신뢰에 긍정적 영향을 미친다고 보고했다. 이일우·이철한(2018: 309)의 연구에서도 정책소통사업이 정책고객의 신뢰에 긍정적 영향을 미친다고 분석되었다. 정책소통은 신뢰뿐 아니라 인식에도 영향을 미쳤는데, Porumbescu(2017: 459-461)는 정부의 웹 정보 활용이 정책성과에 대한 국민들의 긍정적인 인식을 높일 수 있다고 보고했다. 정책소통을 통한 국민의 인식 및 이해도 제고는 곧 정부에 대한 신뢰, 정책 지지, 정책수용도로 이어지는 결과로 이어진다. 오경수·천명재·김희경(2013:199-200)은 정책홍보에 대한 긍정적 인식이 정책 지지와 정부 신뢰에 긍정적인 영향을 미쳤다고 분석했으며, 이종구·김태진(2014: 77)은 국민들의 참여 및 공유, 정책에 대한 이해도를 제고하는 것이 정책 수용도를 높일 수 있는 방안이라고 주장하였다. 즉, 정부의 정책성

과에 대한 적극적인 확산 전략이 정부의 정책에 대한 신뢰를 높이고 정부 정책의 효과성을 제고할 수 있는 것이다(이환성·장효진, 2021).

성공적인 성과정보 전달을 통해 정책 담당자와 일반국민의 정책성과에 대한 인식 차이를 줄일 수 있다. 성과정보 전달을 통해 이해도가 제고되고, 정책에 대한 이해도에 따라 정책성과에 대한 인식이 달라지기 때문이다(임도빈·정현정·강은영, 2012: 25). 그러나 정책성과에 대한 인식을 연구한 선행 연구들은 정책 담당자와 국민 사이에 인식의 격차가 있음을 보여 준다. 김지윤·김수연(2020: 27)의 연구에서는 정부 관계자가 국정수행과 국정 소통에 역량이 있는 것으로 긍정적으로 인식했으나, 국민의 인식은 이와 다른 것으로 나타났다. 이태준(2016: 57-58)은 정책과 관련하여 공무원과 국민의 이해 수준이 다르며, 대체로 공무원은 국민이 정책을 긍정적으로 수용할 것으로 인식하고 있다고 밝혔다.

효과적인 정책소통을 위해 정책 리터러시가 중요하다. 정책 리터러시 이론은 정책소통의 중요성을 제기하는 이론으로, 정책 리터러시란 “정책 과정과 내용이 자신의 이해관계, 가족과 지역사회의 이해관계, 나아가 국가 차원에서 어떤 의미를 가지는가를 비판적으로 조망할 수 있는 능력”(정광호, 2008: 76)으로 정의된다. 정책 리터러시를 높이는 것은 국민들의 정책 참여와 혜택의 불평등을 완화하는 역할을 한다. 정책에 대한 지식 수준에 따라 정책 과정에 참여하는 수준이나 정부에 대한 반응성, 정책 혜택을 받는 정도가 달라지기 때문이다(정광호, 2008).

정책 리터러시가 높으면 국민이 정부의 정책정보를 효과적으로 활용하여 정책에 대한 의사전달을 하거나 정책토론에 참여할 수 있다. 그러나 반대로 정책 리터러시가 부족하면 정책에 대한 이해도가 부족하여 정책 집행 과정에서 갈등이 발생하거나 정책수요자인 국민의 의견수렴이 제대로 작동하지 않아 정책결정자들이 잘못된 정책결정을 내리게 될 가능성도 있다(정광호, 2008: 79). 관련하여 인터넷의 빈번한 사용으로 활용할 수 있는 정보가 많아지면서 활용하는 사람의 정보처리와 의사결정을 지원하는 미디어인 정보매개수단(information intermediary)을 활용하는 것이 정보 리터러시를 함양한다고 알려져 있다(이태준 외, 2015: 305-306).

2. 정책소통 요소

가. 정책소통 주체

정책소통에서 중요한 주제 중 하나는 누가 정보를 제공하느냐는 것이다. 정책성과 정보 제공 주체는 대통령을 비롯한 행정부 각 기관, 성과평가 관련 정보를 제공하는 국무조정실(정부업무평가위원회), 평가 총괄 기관 등이 될 수 있다(이환성·장효진, 2021). 특히, 대통령은 국민에게 정책의 당위성과 성과를 설명해야 한다는 측면에서 성과정보 제공의 중요한 주체로 볼 수 있다(황성욱·김태완·김은진, 2018: 109).

대통령이 관리하는 국정과제와 특정 분야에 대해 통합적으로 실시하는 평가에 대한 성과정보는 범부처 단위로 성과정보를 제공한다. 정부업무평가를 관장하는 국무조정실은 중앙행정기관을 대상으로 주요 국정과제, 정책홍보 등에 대한 평가 결과를 성과정보로 구성하여 국민에게 확산하고 있다. 중앙행정기관 역시 주요 정책 및 재정사업 등에 대해 내부적으로 자체 평가를 하고 있으며, 평가 결과를 홈페이지에 공개하고 있다. 따라서 각 정부부처 역시 성과정보 제공의 중요한 주체로 볼 수 있다.

국민이 정보제공의 주체가 되기도 한다. 시민 저널리즘은 정보 제공 주체로서 시민 역할을 강조하며, 정부에서 시민으로의 일방적인 정책전달 방식과 뉴스매체가 특정 집단의 의견을 반영한다고 보는 경우도 있다(반현, 2007: 300). 시민 저널리즘은 시민에 의한 정책 제언이 정책의 변화를 일으킬 것이라고 보고 있으며(김홍규·황온중, 2008: 376), 유튜브 등 SNS를 통한 새로운 형태의 시민 저널리즘이 촉발되기도 하였다(김사승, 2008).

미디어가 정책 관련 의제 형성에 역할을 하기도 한다. Cobb & Elder(1983)는 사회 문제에 대한 공중의 의제가 정부의제가 되는 과정을 이론화하였는데, 이 과정에서 미디어가 국민과 정책 결정자를 매개하며 정책의제의 설정에 영향을 미친다고 보았다. 미디어는 특정 주체의 의사를 반영하기도 하지만 미디어 스스로 의제를 만들어 내는 기능도 한다. 미디어 의제설정이론(agenda-setting)은 미디어가 사회의 여러 가지 사안들 중에서 특정한 이슈를 선별하고, 이를 반복하여 보도함으로써 해당 이슈에 대한 국민의 인식 및 의사결정에 영향을 미치며, 정부의제 형성에도 영향을 미친다고 본다(김동욱·성욱준·우지숙, 2010: 224). 그러나 원천적인 성과정보의 제공 주체는 정부가 될 수밖에 없으

므로 정부에서 성과정보를 공개한 이후 확산되는 성과정보는 특정 내용을 강조하거나 해석하는 역할을 주로 한다고 할 수 있다(Marnoch, 2010: 2).

나. 정책소통 대상

효과적인 정책 소통 및 확산을 위해서는 대상을 명확히 하는 것이 중요하다. Bovens(2007: 196-200)는 일반적으로 정부의 성과정보 제공 대상이 국회 및 전문가, 상위 기관장, 미디어, 국민 등이라고 보았다. Cobb, Ross & Ross(1976: 128-129)는 정책소통 대상이 되는 공중을 “주목공중(attention public), 관심공중(attentive public), 일반공중(general public)”으로 구분하는데, 필요에 따라 각각의 집단별로 정보의 유형을 다르게 제공할 수 있으며, 대상에 따라 정보에 대한 수용도와 이해 범위가 달라질 수 있다. Grunig & Hunt(1984: 23) 역시 정책 홍보는 목표 공중을 설정하는 것이 중요함을 피력했는데, 대부분의 정책홍보가 타깃화된 목표 공중이 아니라 정책 관련 이해관계자나 일반 공중 또는 수용자를 대상으로 이루어지고 있음을 비판했다. Moffitt(1994: 168)은 수용자는 “조직과 관계를 공유하는 사람들의 집단”으로, 공중은 “지식, 태도, 행동 혹은 이미지를 공유하고 있는 사람들의 집단”으로 정의하며 수용자와 공중을 개념적으로 구분했다.

대상에 따라 성과정보에 대한 수요나 선호는 다르게 나타날 수 있다. 김공록·문명재(2008: 51)는 공중들이 어떤 정보를 선호하는지 분석하였는데, 공중들은 참여형, 공지형, 설명형 정보 중 정책별로 다른 형태의 정보를 선호하는 것으로 분석되었다. Pollitt(2006: 39-40)은 성과정보의 대상에 따라 부처의 장관들이 성과정보에 대한 관심이 가장 높고, 의회의원은 관심이 더 적으며, 시민들의 관심은 분산되어 있음을 밝혔다. 정부가 성과정보를 전달하고 확산해야 할 대상은 정책 관련 이해관계자, 일반국민 등 정책사안에 따라 다양하며, 대상에 따라 유용한 정보 및 정책수요가 다를 수 있으므로 제공되어야 할 정보의 종류도 달라질 수 있다.

다. 정책소통 수단

과거에는 정부 및 대통령의 의사소통이 연설문을 중심으로 이루어졌다. 대통령은 연설을 통해 국민들에게 정책 관련 메시지를 전달하고, 이는 대통령이 정책의제를 형성하

는 데에 강력히 개입하는 수단이 되었다(정기오, 2003: 147). 따라서 공보행정을 우리나라 정책홍보의 시작으로 보는 시각도 있다(김공록·문명재, 2008: 34).

전통적으로는 신문이나 뉴스와 같은 매스미디어가 정책 의사결정에 영향을 미친다는 연구가 있었다. 정부로부터 얻는 정책성과 정보는 미미하며, 언론에서 얻는 정보가 더 많다는 연구 결과도 있다(Lee, 2006: 256). 나아가 인터넷 환경이 발달하면서는 국민이 정책 정보에 접근할 기회나 정치 참여 수준도 높아지게 되었다(Whillock, 1997: 1208). 가까운 지인 등 개인이 정보전달 수단이 되는 경우도 있는데, 이태준·김병준·김인수(2015: 313-316)의 연구는 국민들이 신문이나 잡지 등의 인쇄미디어에서 정보를 얻기 보다는 유관 기관 웹사이트와 가족에 대한 정보제공 신뢰도가 높은 편으로 분석하였다.

라. 정책소통 장애요인

선행 연구들은 효과적인 정책소통을 방해하는 요인으로는 홍보 인력 및 예산 등 인프라의 문제, 목표 공중의 설정 및 메시지의 내용·방식 등에 대한 홍보 기획력의 문제, 국민의 인식이나 이해도의 문제, 정책의 내용 등을 지적했다. 먼저 인프라 관련하여 홍보 인력의 PR마인드와 전문성 부족, 홍보 예산의 부족, 컨트롤 타워의 부재 등이 지적되었다(박현순·문철수·박주현, 2005; 이종혁·이철한, 2015: 285-293). 홍보 기획 및 메시지의 문제로는 공중에 대한 이해 및 홍보 기획력 부족, 미흡한 여론 파악, 수용자를 고려하지 않은 일방적인 커뮤니케이션 등이 언급되었다(박현순·문철수·박주현, 2005; 이두원, 2006: 145-167; 이종혁·황성욱, 2018).

정책 내용에 있어서는 정책의 시의성, 비민주적이고 불투명한 정책 집행 등의 문제가 지적되었으며, 행정기관에 대한 국민의 불신도 장애요인으로 꼽혔다(이두원, 2006: 145-167). 우리나라의 홍보 관행이 사후 수습적이고 단발적이며(황근·최일도, 2013: 317), 일관성이 없다는 문제를 지적한 연구도 있었다(이두원, 2006: 145-167).

신호창·이두원·김정선(2006: 35)은 정책홍보 과정에 따라 정책소통의 장애요인이 발생할 수 있다고 보았는데, 정책 구상 단계에서는 시간과 예산이 부족하면 정책소통 기획이 어려울 수 있고, 결정 단계에서는 홍보인력 및 사전홍보가 얼마나 충실한지, 집행 단계에서는 위기상황에 어떻게 대응하는지, 평가 단계에서는 공중의 태도변화 여부와 정책의 성공 또는 실패 요인에 대한 검토가 부족하지 않은지 등을 고려해야 한다고 지적하였다.

제2절 정책소통평가 이론과 현황

1. 정책소통평가 이론

가. Macnamara 모형²⁾

맥나마라는 홍보와 소셜미디어 커뮤니케이션과 관련된 측정 및 효과 연구에서 사용된 용어들을 기본 아웃풋(basic output), 아웃테이크(outtake), 그리고 아웃컴(outcome)으로 구분해 각각의 단계별로 빈번히 등장하는 용어들을 정리했다.

〈표 2-1〉 홍보 및 소셜미디어 커뮤니케이션 관련 측정 및 평가에서 사용된 용어들

기본 아웃풋	아웃풋 → 아웃테이크	아웃테이크 → 아웃컴
프레스 클리핑 수 오디언스 도달률(reach) 표적오디언스 도달률 임프레션(impression) OTS(Opportunities to see) SOV(Share of Voice; 광고점유율) CPM(Cost per thousands ; 천 명당 도달비용) 히트 수(Hits) 방문자 수(Visits)	순방문자 수(Unique Visitors) 조회 수(views) '좋아요' 수(likes) 팔로워 수(followers) 팬 수(fans) 클릭율(clickthroughs) 다운로드 수 댓글(comments) 톤 감정	참여(engagement) 영향력(influence) 임팩트(impact) 인지(awareness) 태도(attitudes) 신뢰(trust) 충성도(loyalty) 명성(reputation) 관계(relationships) 투자자본수익률(ROI)

이들 단어들 중에서 맥나마라는 분석을 통해 6개의 큰 단계들을 도출했는데, 이들 단계에는 콘텐츠 소싱과 방법(content sourcing and methods), 도달률과 임프레션(OTS; Opportunities to see), 참여(engagement), 영향력과 관련성(influence and relevance), 의견 및 옹호(opinion and advocacy), 그리고 임팩트와 가치(impact

2) Macnamara(2014)를 참고하여 정리함.

and value)로 구분했다. 이 중 연구자는 4가지 차원에 대해 소통측정 표준 마련을 위한 기존 연구 및 발표 등을 분석하면서 정리를 했다. 4가지 차원은 ① 도달률과 임프레션 (Reach and Impression), ② 의견 및 옹호(Opinion and Advocacy), ③ 참여 (Engagement), ④ 투자자본수익률(Return on investment)이다.

1) 도달률과 임프레션(Reach and Impression)

도달률과 임프레션은 소위 OTS(Opportunities to see)로 사람들이 조직의 메시지를 볼 기회의 수를 말한다. 도달률과 임프레션은 종종 동일한 개념으로 활용되기도 하지만, 실제 광고에서는 이들 개념이 동일하지 않다. 도달률(reach)은 대중 속에서 사람들의 수에 초점을 맞춘다면, 임프레션(impression)은 콘텐츠의 노출 수를 의미한다. 임프레션은 단순히 메시지가 노출된 횟수를 보여 준다면, 도달률은 노출된 사람이 몇 명인지 보여 주는 수치이다. 다시 말해 임프레션은 콘텐츠가 소비된 횟수, 도달률은 콘텐츠를 소비한 사람의 수이다. 따라서 임프레션의 수는 도달률보다 높게 나타나는 경향이 있다.

2) 의견 및 옹호(Opinion and Advocacy)

일반 대중 매체 및 온라인에서 의견 또는 옹호의 수준을 나타내는 가장 보편적인 측정 방법은 톤(tone)과 감정(sentiment)이다. 톤(tone)은 매체 콘텐츠가 말하고 있는 것에 초점을 맞춘다면, 감정(sentiment)은 사람들의 마음속 상태를 말한다. 따라서 톤은 매체 기사나 온라인 코멘트와 같은 콘텐츠 평가에 적용하기 가장 적합한 방법으로, 그 측정을 위한 분류로 보편적으로 사용되는 방법은 그 콘텐츠를 긍정, 부정, 중립으로 분석하는 것이다. 반면, 감정은 특정 이슈나 기관에 대한 공중 또는 청중들의 감정을 측정하는 데 적절한 방법이라 할 수 있다. 즉, 톤은 아웃풋의 측정이라면, 감정은 아웃컴의 측정 차원이라고 할 수 있다.

3) 참여(Engagement)

참여는 마케팅, 광고, 정치 커뮤니케이션 분야 등 다양한 영역에서 보편적으로 사용되고 있는 용어이다. 참여를 위한 측정 방법으로는 ‘좋아요’, 댓글, 공유, 투표, 링크, 리트윗, 시청 조회, 콘텐츠 퍼 나르기 등으로 측정할 수 있다.

4) ROI(Return on investment; 투자자본수익률)

ROI는 투자자본수익률로, 투자 대비 합당한 이윤을 창출하고 있는지를 나타내는 지표이다. ROI로 기업 순이익의 비율을 알 수 있는데, ROI가 클수록 수익성이 크다는 것을 알 수 있다. 연구자들은 네 가지 형태의 유사 ROI의 측정 방법에 대해 설명하고 있다. Return on impression(ROI)은 특정 매체 임프레션의 수가 인식으로 이어지고, 이 비율이 결과적으로는 태도와 행동으로 전환될 것이라는 것을 가정하는 개념이다. Return on media impact(ROMI)는 일정 기간 동안 매체 커버리지와 매출액을 비교하는 것이다. Return on target influence(ROTI)는 인식 또는 구매 의도를 측정하기 위해 매체 커버리지 노출 전과 후를 설문조사하는 방법을 말한다. Return on earned media (ROEM)는 광고환산가치의 다른 표현이다.

나. IOO 모형³⁾

IOO 모형은 한국에서 정책소통 또는 공공기관 홍보효과 측정에 적용된 이론적 논의를 바탕으로 만들어진 대표적인 모형이다. IOO 모형은 김찬석 등(2012)이 PR 커뮤니케이션의 효과를 입체적으로 측정하기 위해 제안한 모형으로, Input - Output - Outcome 을 분석한다. Input 단계는 홍보를 하는 주체의 홍보 기획 및 과정, Output 단계는 홍보 주체의 단기적이고 표면적인 실적, Outcome 단계는 장기적인 영향력 등을 분석한다. 조직과 공중(Public)과의 관계성 등이 이에 해당한다.

〈표 2-2〉 IOO 모형 구성 요소

구분	Input	Output	Outcome
관점	홍보 주체자의 기획 의도 및 과정	홍보 주체 입장의 실적 정도	홍보 대상 관점에서의 인식, 태도, 행동의 변화
내용	홍보 기획의 적절성, 추진 과정의 커뮤니케이션 정도 및 효과 도출을 위한 노력 등	특정 PR프로그램 및 활동에 대한 단기적이고 표면적인 효과	장기적인 효과
일반적 측정 방법	PR 또는 소통 활동 점검 (communication audit)	미디어 임프레션(Impression), 보도자료 배포, 해명 자료 배포, 뉴미디어 활용, 이벤트 집행 등	지지도, 호감도, 관계성 지수, 위기관리 지수 등

3) 이 부분은 김찬석 등(2012) 참고하여 재정리함.

다. CIPP 모형⁴⁾

미국의 CIPP 모형(Context, Input, Process, Product)은 IOO 모형과 유사하다. CIPP 모형은 평가가 일회성 조사나 오직 평가자에 의해 행해지는 활동이 아니라 문제를 진단하는 상황평가, 문제 해결을 위한 대안을 찾는 투입평가, 프로그램 계획 수립 및 과정을 살피는 과정평가, 프로그램의 성공 여부를 판단하는 산출평가를 실시한다. 상황평가는 기관과 정책의 맥락을 살피는 것으로, 정책의 대상이 되는 집단 및 이들의 니즈를 파악하고 프로그램 목적이 이에 부합하는지 등을 확인하는 것이다. 투입평가는 목표달성을 위한 계획수립을 위한 것으로, 프로그램 실행을 위한 예산, 절차, 시기 등을 검토하고 추진전략, 가용인력, 운영전략 등을 분석한다. 과정평가는 프로그램이 계획에 따라 실행되고 있는지 검토하고 프로그램 운영에 따르는 문제점 등을 파악하여 비효율적인 부분에 대한 피드백을 통해 이를 개선한다. 산출평가는 달성한 성취를 측정하고, 그 결과를 해석하여 정책 대상 집단의 니즈를 충분히 충족했는지를 확인하는 것이다. 결과에 따라 프로그램의 지속 여부와 수정 또는 강화 여부를 판단할 수 있다.

〈표 2-3〉 CIPP 모형의 주요 내용

구분	상황평가	투입평가	과정평가	산출평가
목적	평가의 환경을 분석	평가의 투입요소를 분석	평가 활동 및 과정을 기록 및 점검	평가의 산출물(효과 및 영향 등)을 측정
방법	평가의 배경, 근거 법규, 목적 확인	주어진 목표 달성을 위한 투입요소를 분석	실시 중인 평가 과정에서 발생하는 특성을 분석	평가의 목표 달성 여부를 점검
용도	평가의 바람직한 환경과 여건을 제시	평가를 변화시킬 수 있는 처방 제시	평가의 원활한 진행을 위한 정보 제공	해당 평가의 지속 여부를 결정할 수 있는 정보 제공

CIPP 모형은 본 연구의 분석 틀로 활용하는 IOO 모형과 유사한 형태를 가지고 있다. 다만 용어에 있어서의 차이가 있을 뿐이다. 4단계로 이루어진 CIPP 모형에서 상황평가와 투입평가는 IOO 모형에서 Input에 해당되고, CIPP 모형에서의 투입평가와 과정평가는 IOO 모형에서는 Output으로, 그리고 CIPP 모형에서 산출평가는 IOO 모형에서는 Outcome과 매칭될 수 있다.

4) 이 부분은 류영아(2018)를 참고하여 재정리함.

〈표 2-4〉 CIPP 모형과 IOO 모형과의 매칭

CIPP 모형	IOO 모형
Context	Input
Input	
Process	Output
Product	Outcome

2. 정책소통평가 개요

가. 정부업무평가

1) 평가 개요 및 목적

정부업무평가란 “국정운영의 능률성·효과성 및 책임성을 확보하기 위하여 중앙행정기관, 지방자치단체, 공공기관 등이 행하는 정책·사업·업무 등에 관하여 그 계획의 수립과 집행 과정 및 결과 등을 점검·분석·평정 하는 것”이다(국무조정실, 2022: 4). 정부는 정부업무평가기본법 제8조⁵⁾에 의해 매년 중앙행정기관 및 지자체, 공공기관을 대상으로 정책평가 및 성과관리를 위한 연도별 시행계획을 수립하여 추진한다. 주요정책, 규제혁신, 정부혁신, 정책소통 등 부문별 평가를 통해 각 정부 부처의 책임성을 확보하고 국정성과 창출을 뒷받침하고자 하는 것이 목적이다.

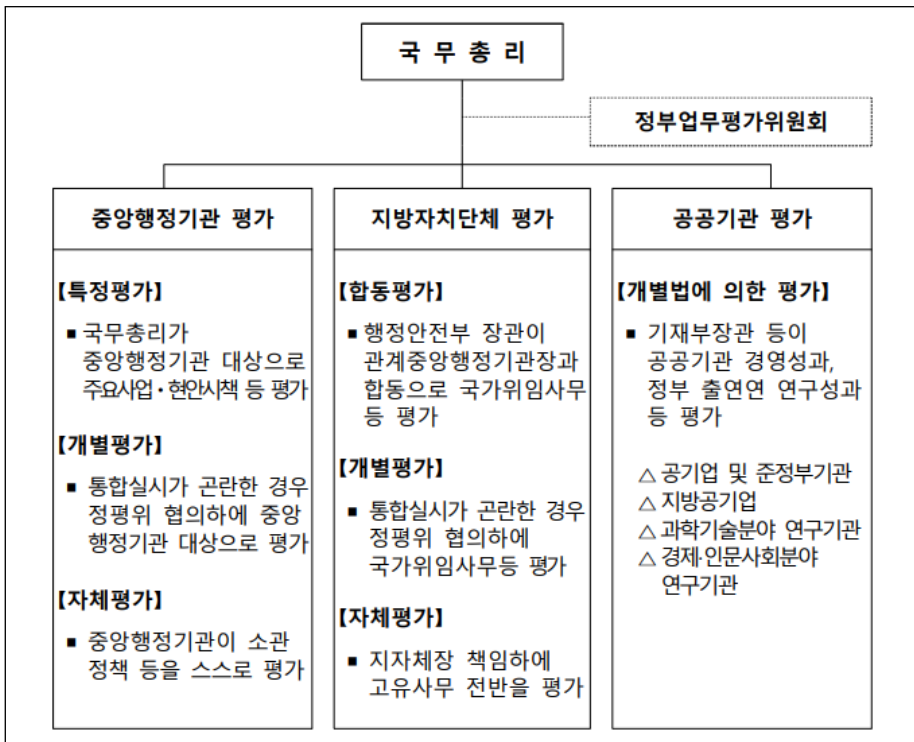
중앙행정기관을 대상으로 하는 정부업무평가 평가는 특정평가와 개별평가, 자체평가로 구분된다. 특정평가는 국무총리가 중앙행정기관을 대상으로 법령 또는 정부업무평가 시행계획 등에 의해 정부업무평가위원회를 통해 시행한다. 개별평가는 통합적인 평가가 곤란한 경우 정부업무평가위원회 협의로 별도로 평가하는 경우이다. 자체평가는 중앙행정기관이 소관 정책에 대해 스스로 수행하는 평가를 말한다.

정부와 민간이 공동으로 구성하는 정부업무평가위원회는 정부업무평가의 기획, 조정, 총괄 관련 사항을 심의·의결 한다. 각 기관에서 1년간 역점을 두어 추진하는 주요 정책을 평가하며, 평가 결과 개선 및 보완이 필요한 미흡사항에 대해 부처별로 필요한 조치

5) 정부업무평가 기본법 제8조 ③ 국무총리는 정부업무평가 기본계획에 기초하여 전년도 평가결과를 고려하고 평가대상기관의 의견을 들은 후 위원회의 심의·의결을 거쳐 매년 3월 말까지 연도별 시행계획을 수립하여야 한다.

계획을 수립하여 이행하도록 한다. 후속조치의 결과는 다음 해 평가 시 반영하여 평가 결과의 환류를 강화한다. 평가 후에는 기관 평가등급을 공표하며, 우수기관 및 업무유공자에 대하여 포상금 및 포상을 제공하여 적극행정을 장려하고 있다. 정부혁신(행안부), 정책소통(문체부) 등 특정평가에 대한 평가주관기관은 해당 부분 등급 산정에서 제외된다.

[그림 2-1] 정부업무평가 체계



*자료: 국무조정실(2022. 10. 5.), 정부업무평가 기본계획(2022~2024).

2) 평가 대상 및 방법

정부업무평가는 2023년 5월 기준 45개 중앙행정기관(장관급 24개, 차관급 21개)을 대상으로 한다. 평가는 부문별로 평가주관기관이 전문가평가단을 구성하여 정량적·정성적 평가를 실시하고, 각 부문별 평가결과를 합산하여 기관별로 종합평가 결과를 산출한다. 이를 정부업무평가위원회에 심의·의결 하여 확정한다. 또, 각 평가 부문별 국민체감도를 조사하고 정책수요자에 의한 정책효과 평가를 실시한다.

〈표 2-5〉 정부업무평가 대상 기관(2023년)

구분	기관명(직제순)
장관급(24개)	기재부, 교육부, 과기정통부, 외교부, 통일부, 법무부, 국방부, 행안부, 문체부, 농식품부, 산업부, 복지부, 환경부, 고용부, 여가부, 국토부, 해수부, 중기부, 보건처, 방통위, 공정위, 금융위, 권익위, 개인정보위
차관급(21개)	인사처, 법제처, 식약처, 국세청, 관세청, 조달청, 통계청, 병무청, 방사청, 경찰청, 소방청, 문화재청, 농진청, 산림청, 특허청, 기상청, 행복청, 새만금청, 해양청, 원안위, 질병청

3) 평가 부문

중앙행정기관 대상 정부업무평가는 특정평가·자체평가·개별평가 등으로 나뉘며, 정책소통(20점)은 주요정책(50점), 규제혁신(20점), 정부혁신(10점), 적극행정(3점)과 함께 특정평가에 포함된다. 2023년의 경우 정책 과정 전반에 청년 참여를 확대하고 청년 정책의 발전을 도모하기 위하여 청년과의 소통노력 및 청년 정책 추진 성과를 주요정책 부분의 평가에 가·감점으로 반영한다.

〈표 2-6〉 정부업무평가 특정평가 평가 부문(2023년)

구분	주요정책	규제혁신	정부혁신	정책소통	적극행정
총 100점	50점	20점	10점	20점	3점(가점)

〈표 2-7〉 정부업무평가 평가 부문 변화 추이(2018~2022)

2018	2019	2020	2021	2022
일자리·국정과제 65	일자리·국정과제 65	일자리·국정과제 65	일자리·국정과제 65	주요정책 50
규제혁신 10	규제혁신 10	규제혁신 10	규제혁신 10	규제혁신 20
정부혁신 10	정부혁신 10	정부혁신 10	정부혁신 10	정부혁신 10
정책소통 10	정책소통 (소통만족도 포함) 15	정책소통 15	정책소통 15	정책소통 20
소통만족도 5				
가감±3	가감±3		가감±3	가감±3

4) 2023년도 정부업무평가 차별성

2023년에는 정부 2년 차로서, 국민이 체감할 수 있는 가시적인 정책성적을 중점적으로 평가하기 위해 주요정책 부문의 정책효과 평가 비중을 확대하고 정량평가 비중을 축소하였다. 평가 부문별 국민만족도 비율을 동등하게 10%씩 반영하여 균형 있는 반영률로 평가 정합성을 제고하고자 하였다.

정책소통평가의 경우 정책소통 성과 비중이 장관급 부처 기준 기존 55%에서 70%로 크게 증가하였다. 정책효과 평가 비중 확대라는 정부업무평가 기초에 부합하는 결과로 보인다. 한편 소통만족도와 온라인 체감도는 비중은 각각 20%, 10%에서 10%, 5%로 감소하였다. 이 또한 정부업무평가 전반의 만족도 비율 10%에 맞춘 것으로 보이며, 체감도 또한 이에 준하여 비중을 조절한 결과로 해석할 수 있다.

〈표 2-8〉 2023년도 특정평가 항목별 비중 변화

부문	세부 항목	2022년	2023년	비고
주요정책 (50점)	이행노력	30%	25%	5%p ↓
	목표달성도	30%	25%	5%p ↓
	정책효과	30%	40%	10%p ↑
	국민만족도	10%	10%	
규제혁신 (20점)	핵심 분야 규제개선	60%	60%	
	규제 품질관리	25%	25%	
	규제혁신 소통	7%	5%	2%p ↓
	규제혁신 만족도	8%	10%	2%p ↑
정부혁신 (10점)	혁신역량	15%	20%	5%p ↑
	혁신성과	70%	70%	
	국민체감도	15%	10%	5%p ↓
정책소통 (20점)	정책소통 활동	15%	15%	
	정책소통 성과	55%	70%	15%p ↑
	소통 만족도	20%	10%	10%p ↓
	온라인 체감도	10%	5%	5%p ↓
적극행정 (가점 3점)	적극행정 활성화 노력	30%	45%	15%p ↑
	적극행정 추진성과	40%	40%	
	국민 적극행정 체감도	20%	10%	10%p ↓
	공무원 적극행정 체감도	10%	5%	5%p ↓

*자료: 국무조정실(2023. 4. 11), 2023년도 정부업무평가 시행계획(장관급 기준).

나. 정책소통평가

1) 평가 개요 및 목적

정책소통평가의 목적은 ‘국정과제 및 주요정책에 대한 국민소통 추진 노력 및 성과를 평가하여 국민의 정책에 대한 이해 증진과 정책성과 체감을 확산’하는 것이다(문화체육관광부, 2023). 즉 중앙행정기관의 소통 활동과 성과 측정을 넘어 각 행정기관이 변화하는 소통환경에 부응하여 정책소통 방안을 모색하도록 유도하는 지원 기능을 가진다. 정부의 성공적인 정책수행과 확산은 국민의 이해와 협력을 수반한다는 점에서(이유나 외, 2013), 정책소통평가를 통해 정부의 소통 노력이 국민의 정책 체감을 이끌고, 이것이 다시 원활한 정책추진을 위한 동력으로 투입되는 선순환적인 환류체계가 정립되어야 할 필요성에서 출발한다.

2) 평가대상 및 방법

정책소통평가는 45개 중앙행정기관을 대상으로 하며, 장관급·차관급 분류 기준에 따라 지표별 배점을 일부 달리한다. 평가방법은 각 기관별로 국민소통 활동 및 성과와 체감도에 대한 정량적·정성적 평가를 수행한다. 정량평가의 경우 지표별 소관부서에서 세부 평가기준에 따라 기관별 실적을 산출하여 평가한다. 정성평가의 경우 ‘민관합동 정책소통 평가단’ 구성 및 운영을 통해 각 기관의 성과자료를 객관적·전문적으로 평가한다. 2022년 기준으로 전문가 평가단 81명이 참여하였는데, 이는 정부업무평가 전체 평가단 수가 224명이었고, 50점의 비중을 차지하는 주요정책 평가단 수가 100명인 것에 비하면 비교적 많은 숫자이다.

국민 대상의 체감도 조사는 소통만족도와 온라인 체감도로 구분된다. 소통만족도는 각 부처의 정책 소통노력을 외부 전문 리서치 기관을 통해 평가한다. 2022년의 경우 주요정책 국민만족도 조사대상자에 대해 정책소통 만족도 조사도 함께 실시하여 대상자 수는 20,400명이었다⁶⁾. 온라인 체감도는 정책여론수렴시스템의 정책 주요 키워드 분석을 통해 정량평가하고, 우수사례에 대해 정성평가를 실시한다.

6) 2019년까지는 문화체육관광부가 별도로 소통만족도 조사를 시행하였으나, 코로나19 등으로 2020년부터 주요정책 국민만족도 조사와 통합하여 시행되고 있다.

3) 평가항목 및 2023년도 정책소통평가 차별성

정책소통 평가항목은 정책소통 ‘활동-성과-체감도’로 평가영역을 구분하여 2023년 기준 총 17개 지표로 평가한다. 소통활동 항목은 부처협업 활동, 보유자원 활용 등 2개 평가항목을 5개의 지표로 정량적으로 평가한다. 소통성과 항목은 주요정책 소통성과, 현안대응 성과, 온라인 소통성과, 기관장 소통성과, 외신 소통성과 등 5개 평가항목을 9개의 지표로 정량·정성적으로 평가한다. 체감도는 국조실 주관 소통만족도, 온라인체감도 등 2개 평가항목을 2개 지표로 정량·정성적으로 평가한다. 추가적으로 쉽고 바른 공공언어쓰기 평가항목을 평가하여 2점의 가감점이 배점되며, 기관별 최종 득점을 100점 만점으로 환산하여 정부업무평가의 정책소통 특정평가에 20점이 반영된다.

2023년 평가에 적용되는 17개의 평가지표는 2022년 기준 총 21개 지표에서 일부 유사하거나 중복적인 지표가 폐지 및 통합 조정 된 것으로, 평가대상기관의 부담을 경감하고 평가체계를 강화하기 위한 조치이다. 또한 부처별 중점 추진과제의 성과를 실효성 있게 반영하고 홍보할 수 있도록 성과 중심의 정성평가가 강화되었다.

〈표 2-9〉 정책소통평가 항목별 지표 및 배점

평가항목		평가지표	평가방법	장관급	차관급
정책 소통 활동 (15/13)	부처협업 활동 (11/9)	• 대변인 협업 활동	정량	6	6
		• 온라인 대변인 협업 활동	정량	3	3
		• 외신 대변인 협업 활동	정량	2	-
	보유자원 활용 (4)	• 보유매체 활용 • 정부영상 공유 및 확산	정량	3 1	3 1
정책 소통 성과 (70/72)	주요정책 소통 성과(16/26)	• 주요정책 발표 사전협의	정량/정성	6	6
		• 소통활동 우수사례	정성	10	20
	현안대응 성과 (12)	• 일일보도 대응 성과	정량/정성	6	6
		• 온라인현안 대응 성과	정량/정성	6	6
	온라인 소통성과 (18)	• 누리소통망(SNS)을 통한 양방향 소통	정량/정성	8	8
		• 누리소통망(SNS) 콘텐츠 제작 성과	정성	10	10
	기관장 소통성과 (18/10)	• 언론 및 현장 소통 성과	정량	10	10
		• 이슈관리	정성	8	-
체감도 (15)	외신 소통성과(6)	• 외신소통 실적 및 우수사례	정량/정성	6	6
	소통만족도(10)	• 주요정책 소통 관련 국민만족도 조사	정성	10	10
	온라인 체감도(5)	• 빅데이터 분석 및 활용 사례	정량/정성	5	5
가감점	쉽고 바른 공공언어 쓰기	• 보도자료, 보고서, 누리집 첫 화면 점검	정량	±2	±2

*자료: 문화체육관광부(2023. 4. 28), 2023년도 특정평가(정책소통) 세부 평가계획.

제3절 정책소통평가 해외 사례

1. OECD⁷⁾

가. 공공 소통의 원칙과 평가 메커니즘

OECD는 정책을 다루는 부처 간 그리고 정부-공공(민간) 영역 간의 소통을 중요하게 여긴다. OECD는 정책 소통의 평가 실무를 “목적, 효율성, 효과, 영향력 및 지속가능성의 관련성과 성취를 결정하기 위해 진행 중이거나 완료된 프로젝트, 프로그램 또는 정책 설계, 정책실행 및 시행사업의 결과물들로 나타나는 영향의 유기적 관계를 체계적이고 객관적인 평가하는 전반적인 업무”로 정의한다.

OECD가 정의하고 있는 정부 중심의 공공 소통은 정부 부처와 공공 영역(대중)이 정책이라는 공공 서비스 매개물을 바탕으로 유기적으로 상호작용하는 것을 이상적으로 설명한다. 정부 부처 간 그리고 공공 영역과 이루어지는 시스템이 체계적으로 만들어졌는지 여부가 공공 소통에 큰 기여를 할 수 있다고 설명하는데, 이러한 공공 정책의 소통 분야에 대한 체계적인 적용은 정부가 보다 전략적인 커뮤니케이션 접근법을 채택하는데 있어 필수 불가결한 요소이다. 특히 기능이 효율적이고, 구체적인 영향을 미치며, 정책 목표와 정부 우선순위를 결정하게 되는 과정에서도 기여할 수 있다. 정책소통 평가는 공공기관 내 소통자 업무에 정당성을 제공하고, 고위 리더나 임원진으로부터 확실한 지지를 얻는 측면에서의 가치를 더 잘 입증할 수 있다.

정책소통평가는 그 자체로 목적 그리고, 일반적인 시행책의 결과물이라는 차원의 평가를 넘어 투명한 정부 정책 의사 결정 과정을 효과적으로 개방하여 투명하게 촉진할 수 있다. 소통평가는 진행 상황에 대한 대내외적이고 지속적인 모니터링을 장려하며, 사용된 재정 자원에 대한 책임을 부여함으로써 외부적으로 정책적 개방 문화를 촉진하는

7) 이 부분은 OECD(2021), OECD Report on Public Communication 내용을 중심으로 작성함.

수단이기도 하기 때문이다(Macnamara, 2018).

정책의 소통 평가는 증거(evidence) 중심 소통의 핵심 구성 요소이다. 정책적 요소들의 설계 및 시행령을 효율적으로 전달하는 프로세스를 설명하는 역할 외에도 의도된 대중들이 공공 메시지를 어떻게 이해하는지에 대한 호의적인 분위기를 조성할 수 있기 때문이다. 정책 소통에 대한 평가는 정책이 불러오는 영향에 대한 증거를 보여 주게 되는데, 이를 통해 정책 소통 측면에서 작동하는 것과 예상대로 효율적으로 작동하지 않는 것에 대한 가이드라인을 제공함으로써 대중 소통 분야를 평가하는 것에 있어 전문화 그리고 체계화하는 데 기여할 수 있다. 또한 정부가 미래 커뮤니케이션 전략 및 시행계획 비전이나 이니셔티브의 트렌드 또한 식별하는 데 도움이 될 수 있다.

공공 소통의 파급 영향을 평가하는 것은 시민의 기대 증가로 특징지어지는 환경에서 책임과 투명성을 보장하기 위한 정부 노력의 맥락에서 중요하다. 특히 2019년 코로나19 팬데믹은 실무자들이 미래의 행동을 알리고, 학습된 교훈을 되새기며, 미래에 발생할 위기에 대한 국가 회복력을 구축하기 위해 커뮤니케이션 전략계획의 영향을 이해하도록 돕기 위한 평가 메커니즘 개선의 필요성을 강조했다. 정부 기관이 진행 중인 전략사업의 진행 상황을 측정하기 위한 데이터의 체계적인 수집인 모니터링 개념과는 다소 차이가 있으며, 여러 단계에서 발생하고 이슈 맞춤형이라는 점에서 정책 소통의 평가는 신뢰될 수 있다. 또한 소통의 평가 결과물은 유용한 정보를 제공하여 고위급 리더들의 의사결정 과정에서 소통 정책과 관련하여 학습된 교훈을 하나로 통합할 수도 있다.

현재 여러 방식으로 진행되고 있지만 공공 커뮤니케이션을 평가하는 모범 사례 자료들을 시스템으로 구축할 필요가 있다. 이 분야에서는 무엇이 작동하고, 무엇이 작동하지 않는지에 대한 기준과 증거가 부족하여 이론과 실무 사이에 큰 격차가 실제로 남아 있다. 실제 정책 입안자와 전문가들은 “기본적인 정책 소통 평가 방안과 기준”에 대해 아직 합의를 이루지 못해 해당 분야는 ‘정지(stasis)’ 상태에 있다(Macnamara, 2018). 이러한 요인들은 공공 커뮤니케이션이 더욱 데이터 중심으로 이루어질 필요성을 보여준다.

평가 메커니즘의 정부 공공 소통 관리 측면에서 볼 때 단계적인 적용은 정부가 전략적인 커뮤니케이션 방식을 채택하는 데 필수적이다. 특히 이들은 정부가 주관하는 공공 소통으로서의 기능이 효율적이고 구체적인 영향을 달성하며 정책 목표와 정부 우선순위에 기여하는 것을 보장한다. 공공 소통 평가는 또한 공공 소통 담당자들의 업무에 합법성을 부여하며, 고위 리더들의 정책 가치를 더욱 잘 보여 준다(Macnamara, 2018). 소

통의 효과성 평가가 그 자체로 목표가 되는 것 이상으로, 평가는 투명한 정부 의사 결정 과정을 촉진하고, 진행 상황을 지속적으로 모니터링하며, 사용된 소통 관련 정책 자원에 대한 공적 책임을 부여함으로써 개방적인 공공 기관의 소통 문화 확립을 촉진하는 수단이 되기도 한다.

실제로 공공 소통의 평가는 공공 소통 담당자들이 제도적 전략이나 시행계획의 효과를 평가하고, 정책 실패의 위험을 줄이고, 조직적인 선형 학습을 촉진하는 데 필수적인 도구이다. 첫째, 공공 소통의 평가는 정책적 이니셔티브가 목표로 하는 대상인 시민들에게 도달하고 의도한 소통 목적을 달성했는지를 분석함으로써 소통 자체의 효과성을 촉진할 수 있다. 이를 통해 문제점과 의도치 않은 부정적 결과에 대한 적시의 통찰력을 제공하여 적절한 보완 조치를 취할 수 있게 된다. 둘째, 평가는 무엇이 잘 작동하고 그렇지 않은지에 대한 근거를 구축하여 실패를 피하고 미래 전략적 커뮤니케이션의 설계에 도움을 준다. 이를 일관적으로 적용할 때 정책, 커뮤니케이션과 메시지의 영향 사이의 관계에 대한 통찰력을 제공하여 의사 결정의 품질을 향상한다. 셋째, 공공 소통의 평가는 ‘가치 대비 효과’를 제공하여 주요 커뮤니케이션 노력과 할당된 자원이 예상된 결과를 생성하는지에 대한 정보를 제공함으로써 개방적 정부 원칙인 책임을 강화할 수 있다 (Macnamara, 2018).

공공 소통의 평가를 제도화하는 것은 공공 커뮤니케이션 관행이 목적에 적합하도록 보장하는 핵심이다. 공공 소통 평가를 위한 명확한 방법론, 지침 및 템플릿을 가진 시스템적 프레임워크를 구축하는 것은 소통 활동이라는 세부적이고 고립된 공공 활동을 보완하고 조정하는 데 기여하고 소통 주기 전반에 걸쳐 방법론의 효과적인 적용을 촉진할 수 있다. 소통을 담당하는 부서가 소통 캠페인 성과 및 직원 역량 면에서의 성과를 일관된 방식으로 평가하여 인적 및 재정적 자원의 효율적인 분배 할당을 보장할 수 있다. 공통 접근 방식을 통해 평가를 공식화하는 것은 그 소통 시행책을 단순화하고 채택을 장려하는 데 도움이 될 수 있기 때문이다. 동시에 소통을 하나의 정부 시책으로 보는 제도적 접근 방식은 정책 입안자에게 시간, 기관 및 분야에 걸쳐 비교 가능한 결과를 고품질의 근거 자료로 제공하는 공공 소통 평가 역할이 될 수도 있다(da Costa, 2012).

공공 소통이라는 정부가 풀어야 하는 제도적 과제를 넘어, 대부분 선진국 사회 전반에 걸쳐 공공 소통 분야에서 소통에 대한 평가 적용을 제한하고 중요시하지 않는 사례도 종종 드러나는데, 공공 소통 평가를 저해하는 요소들은 다음과 같다. 첫째, 대다수의 정

부기관은 일반화되지 않은 주관적이며 비제도화된 방식으로 공공 소통 정도를 평가하며, 이는 시간이 지남에 따라 일관성 측면의 고품질 소통 관련 자료의 일관적인 적용과 수집을 방해하기도 했다는 점에서 방해 요소로 간주된다. 둘째, 정부 산하 공공기관들은 정책 소통 영향에 대한 산출량(인식 수준, 이해, 도달 범위 등)에 대한 일반적인 측정치를 감안할 때, 민간 영역에 보다 큰 영향을 주지 못했다. 셋째, 대부분의 정부기구가 임시로 지표를 작성하고 커뮤니케이션 전략 또는 계획 내에서 사전에 이러한 지표를 설명한 정부 기관이 소수만 존재했기 때문에 정책소통으로서의 평가는 일반적인 시행책에 대한 평가보다는 광범위하게 파생되지 않았다.

이런 제한 요소들을 종합하면 이 분야의 연구(Macnamara, 2018)에서 확인된 바와 같이 많은 국가에서 소통 평가 그 자체와 그것을 평가하는 체계에서 공통적으로 광범위한 제도적 기술적, 법적/윤리적 및 문화적 방해 요인들이 존재하였다. 이는 세부적으로는 국가별로 다소 상이했지만 거시적으로는 일치했다. 이를 정리하면 아래 표와 같다.

〈표 2-10〉 공공 커뮤니케이션 평가의 방해 요인들

구분	내용
제도적 요인	인적 자원/숙련된 직원 부족 종합적인 커뮤니케이션 전략 부재 평가 프레임워크 또는 가이드라인 부족 전용 재정 자원 부족
기술적 요인	영향력 측정 및 인과관계 입증의 어려움 모니터링 및 평가 관행과 그 적용에 대한 개념적 혼란 광고 가치 등가물과 같은 잘못된 방법의 사용 소프트 및 콘텍스트 변수를 정량화하기 어려움
법적/윤리적 요인	인구 데이터의 수집, 사용 및 보고 방식에 대한 데이터 개인정보 보호 문제 다양한 인구 집단의 데이터 해석에 본질적으로 영향을 미칠 수 있는 편견 관리 행동 변화 기법의 윤리적 적용 보장
문화적 요인	공공 부문 내 평가 수행에 대한 인센티브 부족 평가를 제도화하려는 정치적 의지 부족

출처: OECD(2021), 113쪽 내용 번역.

마지막으로 중앙정부의 노력은 전문 지식과 토론 관행, 프레임워크 및 평가 기준을 구축하는 공식 및 비공식적으로 각 공공 기관에 소통 시스템 구축에 다각적인 혜택을 준다. 네덜란드 및 영국에서 공공 소통 평가에 대한 전담 커리큘럼을 갖춘 공공 부문 연구 생태계의 존재는 정책 입안자와 이해당사자 간 토론을 촉진하여 정책소통 분야의

혁신을 추진하는 데 도움이 된다. 영국에서는 GCS가 승인 전 및 시행 후 캠페인으로 인한 파급 영향을 검토하기 위해 내부 및 외부 전문가로 구성된 평가 위원회를 설립하였다. 캐나다에서는 소통을 담당하는 부처가 다양한 부문에 걸쳐 소통 평가 작업을 수행하는 공공 부문 주제별 네트워크를 구축했다.

나. 효과적인 공공 소통 기능 수립을 위한 로드맵

최근 데이터 중심 정보 생태계의 변화와 공공 거버넌스 및 민주주의에 관련된 트렌드에 비추어 볼 때, 정부 차원의 국민과의 소통 능력 강화를 위한 거버넌스 수립 사례는 필수적이며 매우 설득력 있는 소통 자산으로 여겨진다. OECD의 공공 소통 보고서는 효과적인 소통 기능 수립을 위한 로드맵 7가지를 아래와 같이 제안하였다.

[그림 2-2] 공공 정책 소통을 평가하는 주요 어젠다 항목



출처: OECD(2021).

1) 공공소통 거버넌스 강화

첫 번째 로드맵은 공공 커뮤니케이션 거버넌스를 강화하는 것이다. 커뮤니케이션 기능의 거버넌스는 ‘공공 정책과 시민 신뢰를 위한 도구로서 효과적인지’ 여부를 결정하는데 핵심이다. 거버넌스 측면에서 효과적인 소통을 달성하기 위해 정부는 순수한 기술적 접근 방식에서 벗어나 보다 전략적인 접근 방식을 추구함으로써 이익을 얻을 수 있다. 이는 명시된 권한에 반하여 기능의 실행을 구체적으로 안내할 수 있는 청사진으로서 소통 전략(IT 미디어 디바이스 포함)의 활용을 증가시킬 수 있다. 현재 선진국에서는 정부 기관이 이러한 거버넌스 톨을 중심으로 하여 정책적 소통을 추진하고 있다. 하지만 OECD 보고서에는 주요 국가의 정부 기관 43%는 구체적인 거버넌스 수립 계획을 정책 평가 체계에 포함하지 않아 거버넌스 시스템 구축에 대한 평가와 측정이 실질적으로 시행되지 않고 있다고 보았다.

정책 소통에서 각 국가가 일반적으로 지향하는 단일 모델은 존재하지 않지만, 소통의 규모와 방식, 빈도수 등을 중심으로 정부기구를 포함한 정책 소통의 주체인 정부의 효과를 평가하는 추세이다. 정책 소통 거버넌스를 구축하기 위한 재정 지원과 인력 보충이 우선적이라는 응답을 OECD 정책 소통 조사에서 찾을 수 있다. 정부 커뮤니케이션의 진정한 전략을 추구함으로써 공공 기관은 정책 이행도 측면에서도 더 큰 효율성을 달성하고 일관된 정부의 정책적 기조를 다양한 부처에서 한목소리로 효과적으로 홍보할 수 있다는 강점이 있다.

더불어 적절한 재정 및 인력 보충 없이는 의사소통이 효과적일 수 없다는 결과가 있다. 거버넌스 구축 관련 숙련된 직원의 부족은 각각 각국의 정부기구가 풀어야 하는 3대 과제 중 하나로 선정되었다. 다양한 영역을 통해 전문화를 위한 노력을 촉진하는 것은 새로운 디지털 트렌드를 포함한 전담 교육과 지속적인 학습 기회 및 우수 관리 기준 설정을 통해 인재를 유지하는 데에도 도움이 된다.

2) 데이터 기반 투명한 공개적 공공 소통으로의 전환

두 번째 로드맵 항목은 증거 기반 및 데이터 기반 공개 커뮤니케이션으로 전환하는 것이다. OECD가 참여국들을 대상으로 설문한 결과, 정부 기구가 체계적으로 소통의 기반이 되는 객관적 증거나 데이터 수집에 집중해야 한다는 것으로 해석할 수 있다. 정부

가 제공하는 공공 소통의 어젠다인 증거나 정량적 데이터는 소통의 대상이 되는 청중의 통찰력뿐만 아니라 대중의 관심사와 시대적 감정을 읽을 수 있는 좋은 자료가 될 수 있다. 다시 말해 소통의 어젠다는 정책 소통 흐름을 파악하는 주요한 기준으로 작용할 수 있다.

단순한 인구 통계학적 특성을 넘어 사회의 다양한 부문의 습관, 태도 및 정보 소비 패턴을 이해하는 것은 특히 취약하거나 접근하기 어려운 이해당사자 그룹에 대해 더 포괄적인 공공 소통을 설계하는 것이 핵심이다. 데이터를 처리하고 분석하는 새로운 IT 기술은 대중 소통 전문가들이 증거를 수집하고 분석하여 이해당사자들을 대상으로 소통 활동을 이해할 수 있는 새로운 체계의 수립 가능성을 열었다. 예를 들어 빅데이터, 클라우드 컴퓨팅, 스마트 알고리즘 및 분석 소프트웨어는 방대한 대중 중심의 통찰력을 개방하고 관련 정보를 획득하고 처리하는 관점을 개선했다.

이해당사자 행동에 대한 이해를 바탕으로 새로운 정책 기획의 통찰력을 형성할 수 있다. 이를 위해 데이터와 행동 증거 등이 소통 과정에서 어떻게 반응하고 작용하는지 인지적이고 논리적으로 파악하는 것이 수반되어야 한다(Macnamara, 2018). 행동 통찰력은 빈번히 발생하는 미디어 생태계에서 관심을 끌기 위한 경쟁 속에서 공공 소통이 시민들에게 더 반응적이고 효과적으로 다가갈 수 있도록 하는 인지적 요인과 편견에 대한 핵심 증거를 제공한다. 행동 과학 기반 접근법을 테스트하는 것은 정책 소통 목표에 부합하는 바람직한 행동을 장려하는 데 더 효과적인 공공 소통을 설계할 때 도움이 될 수 있다.

3) 공공 소통의 영향을 이해하기 위한 공공 소통 평가

공공 소통 평가의 중요성이 널리 인식되고 있지만 정부는 그 적용을 확대할 수 있는 범위에 대해 권한만 가지고 있을 뿐, 정확한 범위를 설정하는 것은 쉽지 않다. 평가의 파급 효과는 공공 소통으로 인한 증거가 될 수 있다. 즉 소통에 대한 증거(evidence) 기반 제도화의 실패와 전략적 계획 프로세스 내에서 소통 평가의 예측이 어려운 불확실성이 주요 한계로 지적될 수 있다.

정부의 공공 소통 평가는 해당 기관의 정책적 우선순위와 연결되어야 영향 요소들을 이해할 수 있다. 공공 소통의 평가를 통해 이해당사자들이 보유하고 있는 인식 정도와 가치관, 행동 변화 그리고 정책으로 인하여 영향을 받은 서비스 후속 결과 등을 풀이할

수 있기 때문이다. 최종 사용자 관점에서 정책 소통의 평가를 고정하고 신뢰할 수 있는 정부 외부의 목소리를 포함하면 평가의 적절성과 투명성을 향상할 수 있다. 정책 소통 활동을 평가하기 위한 조건과 기준을 도입하면 정부 소통의 평가를 보다 일관성 있게 하고, 방법론적 신뢰성을 심어 주며, 정책 단위 소통 자료의 비교를 용이하게 할 수 있다.

4) 빠르게 변하는 디지털 시대 민첩한 소통 촉진

네 번째 로드맵은 신속하고 민첩한 소통체계를 구축하는 것이다. OECD 보고서에 수록된 회원국 공공기관 관계자 모두 디지털 커뮤니케이션의 효용을 중요하게 생각하지만, 참여보다는 정보 공유를 위한 제한적인 도구로 간주하고 있으며, 여전히 전통적 소통 도구 사용에 초점을 맞추고 있다. 예컨대 소셜미디어 플랫폼은 이해관계자의 참여를 장려하기 위해 처음 고안된 기능을 뛰어넘어 보다 전략적인 방식으로 사용될 수 있다. 코로나19나 자연재해의 급작스러운 발생은 신속하고 민첩한 소통체계가 얼마나 작동하였나를 직접적인 평가 기준으로 삼을 수 있다. 소셜미디어 활용 지침이나 가이드라인은 정부 기관들이 상당수 가지고 있지만, 단순한 홍보 기능에만 초점이 맞춰져 있기에 시시각각 변모하고 있는 전략적 목표를 달성하도록 활용되는 구체적인 방안들은 부족한 현실이다. 새롭게 도입될 양방향 온라인 소셜미디어 도구의 대화형 기능을 보다 많이 사용하여 정책적 소통의 장점을 극대화할 수 있다.

디지털 도구는 청소년, 여성, 노인 및 장애인 등의 특정 집단이나 사회의 다양한 계층들을 위한 디지털 커뮤니케이션 활동의 범위 확장에도 기여한다. 소수민족, 이주자, 청소년 또는 LGBTQ+ 그룹과 같이 접근하기 어려운 사회 영역과 관계를 맺기 위해 기술이 제공하는 기회를 더 활용할 필요가 있다. 정부나 공공기관은 보다 포괄적이고 시민 중심적인 디지털 커뮤니케이션을 개발하기 위해 세 가지 주요 경로를 추구할 수 있다. (1) 인플루언서, 시민 사회, 기업 및 커뮤니티 구성원과의 협업 추구, (2) 디지털 인터페이스, 콘텐츠 및 메시지의 접근성 향상, (3) 다양한 그룹의 필요와 디지털 격차의 제약에 따라 메시지 전달 및 채널 선택을 맞춤화하는 것이다.

공공 커뮤니케이션을 위한 데이터 기반 전략적 가치를 활용하려는 노력에는 데이터 품질 원칙의 역할에 대한 지속적인 성찰, 프로토콜 공유 및 관련 교육 프로그램의 수립이 수반되어야 한다.

5) 오보(mis-information)에 대처하기 위한 공공 소통 평가

코로나19로 인해 다양한 정보가 소통 체계를 통해 전달되었다. 그 과정에서 잘못된 정보가 무차별적으로 확산되는 부작용이 발생하기도 하여 이에 대처하는 것이 시급한 문제가 된 적이 있다. 특히 OECD 국가의 38%만이 공공 소통에서 발생할 수 있는 잘못된 정보에 대응하기 위한 관리 지침을 가지고 있었다. 이는 코로나19 관련 잘못된 정보의 물결에 공공 소통 부문에서 대처할 준비가 불충분했다는 것을 의미한다. 따라서 정부 부처 중심의 공공 소통 과정에서 잘못된 정보에 대응하는 방법이 구체적으로 마련되어 있는지를 평가하는 것이 필요하다. 공공 정책의 소통 참여자들의 잘못된 정보 범위를 산정하고 이를 보완하기 위한 이해 방안을 강화하고 일관된 대응 시스템을 확립하는 것이 요구된다.

OECD 자료는 허위 정보에 대처하는 정부의 대응에 대한 평가를 강화할 수 있는 체계의 필요성을 강조한다. 잘못된 정보활동에 대한 정기적인 검토와 평가를 통해 정부는 정책 소통 측면에서 무엇이 효율적으로 작동하고 무엇이 작동하지 않는지에 대한 증거 데이터를 구축할 수 있다. 허위 정보와 잘못된 정보로 제기되는 복잡하고 교차적인 문제는 외부 이해관계자뿐만 아니라 정부기관 간 소통에도 큰 저해 요인이 된다. 따라서 이를 조정하는 것이 필요하고 소통 네트워크 전체에 걸쳐 널리 조정되어야 하며 대다수 정부기관과 해당 부처, 기관 또는 부서 간의 조정이 요구된다(Macnamara, 2018). 이를 해소하기 위해 정책 소통 거버넌스 참여자(이해관계자)들이 잘못된 정보와 수정된 정보를 비교할 수 있는 투명한 기준을 수립할 수 있는 메커니즘이 필요하다. 정책 소통 관련 이해관계자들의 참여를 공식화하고 정기화할 수 있는 범위가 설정될 필요가 있다.

공공 기관을 대표하는 국가의 중앙 정부는 정책과 관련한 공공 커뮤니케이션 기능과 그 문제 해결을 위하여 보다 일반화된 평가 체계가 수반되어야 한다. 미디어 활용 능력(media literacy), 규제 대응, 독립적이고 지역적인 사실 기반 저널리즘 강화를 위한 제도적 이니셔티브, 무엇이 작동하는지에 대한 추가적인 연구 등을 통해 미디어와 정보 생태계를 강화하려는 노력은 정부의 총체적인 대응에 효과적으로 기능할 수 있을 것이다.

6) 개방성과 공공정책 및 소통 서비스 개선을 위한 방안 적용

더불어 개방성 측면에서의 소통 방안을 강구할 필요가 있다. 공공 정책의 소통 측면에서 공공 기관이 빈번하게 선택하여 행하는 것이 공공 캠페인이다. 이러한 캠페인은 정부 정책에 대한 인식을 높이고 시민들이 이를 준수하도록 유도하며, 정책 서비스의 도입을 촉진하는 데 가장 보편적이고 효과적인 소통 수단 중 하나이다. 최근 정부의 온라인 플랫폼과 소셜 미디어를 통한 지배적인 소통 관행을 정리하여 비교해 보면, 더 많은 이해관계자의 참여를 장려하고 공공 기관의 청렴 문화를 강화하기 위해 캠페인의 사용을 확대하도록 제도적으로 강조되고 있다.

공공 정책을 공공으로 알리기 위하여 쓰이는 방법 중에 가장 오래되고 견고하게 확립된 수단으로 올드 미디어가 있다. 이는 기존 정보 전달 네트워크망 내에서 일방적으로 공공 정보를 제공하고 정부가 우선적으로 추진하고 있는 정책의 가치를 알리기 위해 다각적으로 활용된다. 올드 미디어의 관습적 활용은 대부분 보도 자료나 회의 문서와 같은 공식화된 수단을 중심으로 일방적으로 공개되며, 투명성을 개선하기 위한 조직적 잠재력은 활용되지 않는다. 이를 보완하기 위해, 예를 들어 시민 참여 기회를 높이기 위해 언론과 파트너 관계를 맺는 등, 세간의 이목을 끄는 뉴스 기사 등을 통해 언론 매체와 정기적인 대화 채널을 유지하는 것을 고려할 수 있다.

공공 기관의 내부 소통은 제한된 자료와 정립되지 않은 소통 지침 및 수집된 자료의 오류 조정 문제로 어려움을 겪는 경우가 빈번하다. 대부분의 국가들에서 내부적인 의사소통은 우선적으로 중요시하고 있지 않다. 코로나19는 공공 기관의 대외적인 공공 소통의 중요성을 강조하는 시기였다. 과거 개방성 측면에서의 공공 소통은 대부분의 공공 기관에서 전통적인 방법을 통해서만 시행되고 있었다. 명확한 구조를 정립하고, 공공 소통의 자료에 대한 공적 책임과 신호 체계 등의 제도상에서 신속성과 준비성을 보장하고 일관성을 보여 주는 것이 필수적이다. 공공 정책 요소 데이터와 증거는 소통의 개방성과 서비스 역량을 협력적으로 만들기 위해 소통 정책적 개혁이 필요하다. 미래를 대비하는 위기 소통(risk communication)과 그에 수반되는 잠재적 준비성을 높이기 위해서는 위기 소통과 그 영향에 대한 철저한 평가로부터 교훈을 얻을 수 있다. 외부 이해관계자의 거버넌스에서 기여도를 검토하고 이해관계자들의 행위에 대한 명확한 조사는 궁극적인 위기 대응 및 관리에 있어 더 큰 가능성을 보장할 수 있다.

7) 공공 소통의 신속성과 정확성을 확보하기 위한 다각적 노력과 성과 평가

공공 소통을 관리하는 부처가 중요하게 가치를 두는 것으로 신속성과 정확성이 있다. 대중을 상대로 하는 정보 전달에서 시기를 맞추는 게 중요한 경우가 있고, 정확한 내용을 전달하는 게 더 중요한 경우가 있다. 자연재해나 대형 사건이 일어난 경우 시민들의 안전과 재산 보호를 위해 공공 소통의 신속성이 무엇보다 우선시되어야 한다. 반면 코로나19 경험에서 얻은 바와 같이 정확한 정보를 전달하여 시민들이 안전하게 생활할 수 있도록 보장하는 것 또한 상당히 중요해졌다. 신속성과 정확성이 공공 소통의 중요 척도가 될 수 있다.

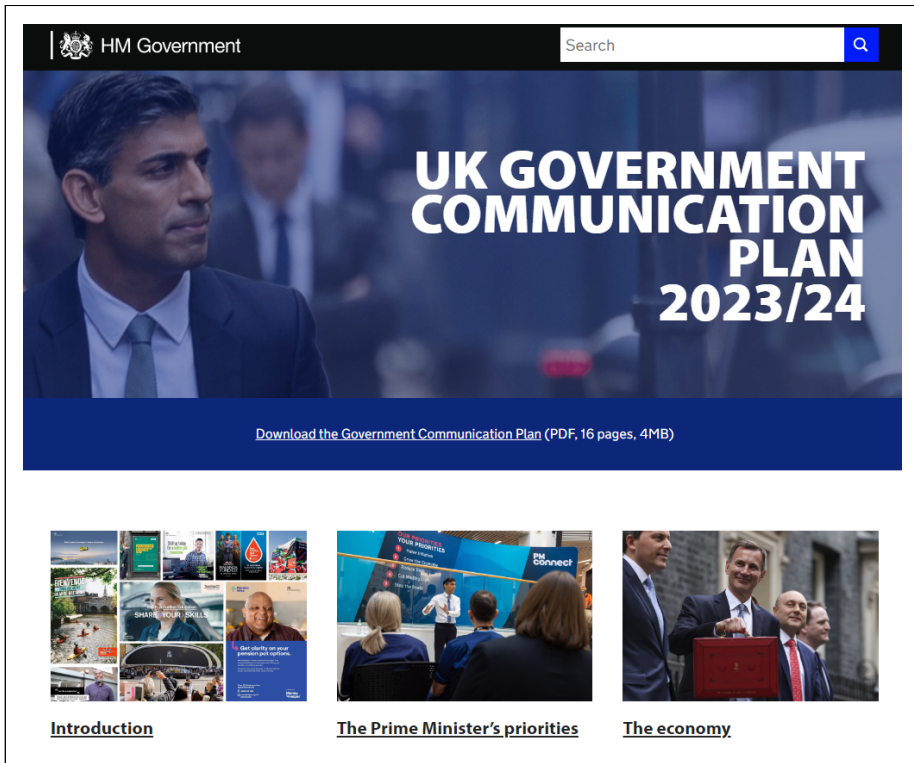
2. 영국

가. GCS를 통한 소통시스템 구축

영국과 같은 선진국들을 포함한 국제 사회에서는 정부 및 각 부처의 부서에서 사용하는 정책 소통 면에서 다양한 평가의 접근 방식을 탐구하고, 이 평가체계의 적용 면에서 상호 중복되거나 소통을 방해하는 요소들을 주기별로 식별하며, 이 공공 소통 분야의 정책정체라는 고착화된 관행에 대한 일련의 해결 방법을 다각도로 검토하고 있다.

영국 GCS(Government Communication Service)는 매년 정부의 정책 소통전략(Government Communication Plan)을 수립하여 운영한다. 해마다 국정 운영의 비전 또는 방향을 제시하고, 정부의 정책홍보를 통해 실제로 변화한 성과에 대해 간략하게 보고한다. 일반국민들이 쉽게 이해할 수 있도록 중요한 핵심 내용만 정리하는 특징이 있다. 또, 정부 정책에 대한 단순 홍보에 그치지 않고 홍보의 성과에 대한 구체적 수치를 제시함으로써 국민들이 달라진 변화를 체감할 수 있도록 하고 숫자로서 입증하는 특징이 있다. 예컨대 코로나19에 대한 2020년 캠페인 당시에는 약 22,629명~27,658명의 생명을 구했고, 1.5백만~1.8백만 명의 감염을 예방했다고 보고한다. 이 캠페인을 통해 국민 2,100만 명이 코로나19 앱을 다운받았으며, 정부의 코로나19 대응 실업 방지 정책에 대해서도 노동자의 99%가 인지하게 되었다. 이처럼 정부의 정책적 노력에 대해 구체적인 수치 제시와 함께 홍보하여 정책이 실제 국민의 삶에 어떤 영향을 미쳤는지를 보여 주고 있다(GCS 홈페이지).

[그림 2-3] 영국 정부 정책소통 계획 2023/24⁸⁾



영국 GCS는 영국 정부 부처 및 공공 기관 업무 담당자들이 활용할 수 있는 현대적 홍보운영모델(Modern Communication Operation Model, MCOM)을 만들어 홍보 담당자들과 공유하고 있는데, MCOM 2.0에 따르면 12가지의 핵심적인 기능적인 기준(functional standard)이 있다. 예를 들어, 전략적인 소통, 마케팅, 대언론 관계, 대외업무, 내부적 소통, 행동변화, 위기상황에서의 소통, 파트너십 마케팅, 역량과 능력, 브랜드, 표현방식, 성과로부터의 학습 등 12가지 기본적인 홍보 업무의 특성을 구분하여 제시하고 이에 맞게 일하려면 중요한 것이 무엇인지 정리하였다(HM Government, 2021: 28). 또한 보다 구체적으로 어떻게 정부 정책과 업무를 홍보해야 하는지를 담은 표준적인 매뉴얼인 'Government Communication Functional Standard'를 개발하여 책자로 제시하고 있다(HM Government, 2019: 6).

8) <https://communication-plan.gcs.civilservice.gov.uk/>

나. GCS 평가 프레임워크 2.0⁹⁾

영국의 GCS는 주요 공익 정책 캠페인과 정부 전반에 걸친 부서 간 광범위한 커뮤니케이션 활동에 대한 일반 지침을 제공하는 것을 목표로 한다. 정책 추진에 있어 실행도 변화, 채용 및 인식을 포함하는 것 외에도 두 가지 주요 실질적 유형으로 예산 지출 비율과 대외적인 캠페인 활동의 효과를 평가 항목에 포함한다.

이러한 영국의 정책소통평가 프레임워크는 각각에 대해 일련의 구체적이고 일관된 평가 기준과 지표를 제공한다. 커뮤니케이션 측정 및 평가 협회(AMEC) 시스템의 네 가지 범주, 즉 ① 증거 기반 통찰력을 통한 투입, ② 1차적 커뮤니케이션 및 이해관계자 참여 활동의 산출, ③ 이해관계자 경험의 산출, ④ 정책 추진 실행 변화 면에서의 반영된 성과로 구축되는 변화 이론(theory of change) 논리를 기반으로 마련된 소통관리의 평가 체계가 설계되어 있다.

[그림 2-4] 영국 정부 정책 소통 가이드북 OASIS의 프레임워크



출처: Guide to campaign planning: OASIS¹⁰⁾.

9) GCS(2018), Evaluation Framework 2.0 내용을 참고하여 작성.

10) <https://gcs.civilservice.gov.uk/guidance/marketing/delivering-government-campaigns/guide-to-campaign-planning-oasis/#OASIS-framework>

영국 정책 소통 프레임워크에서는 OASIS 캠페인 계획 가이드의 목표와 점수 요소에 대해 자세히 설명한다¹¹⁾. 이는 전문가들에게 커뮤니케이션 캠페인을 효과적으로 준비, 구현 및 평가 하기 위한 일련의 지침을 제공하는데, 예상 변화에 대한 수치 예측 및 증거 기반 설명이라는 세 가지 요소를 포함해야 하는 고정 목표를 지닌다. 또한 캠페인 전반에 걸친 결과와 결과에 초점을 맞춰 적극적인 공공 소통을 장려하기 위해 정량화된 점수로 산출될 수도 있다. 아래 그림에 나타난 바와 같이 정책 소통 프레임워크는 목표(Objectives)-수용자(Audience Insight)-전략(Strategy/Idea)-함의(Implementation)-평가(Scoring/Evaluation) 단계로 구분된다.

또한 정량화가 가능한 행동 결과에 초점을 맞춘 목표 설정, 측정 기준 수립, 추세 파악, 측정 결과에 영향을 미칠 수 있는 요인 분리, 캠페인을 변경할 수 있는 외부 요인 고려 등 5단계 프로세스를 통해 투입된 예산 대비 수익률을 계산하기도 한다(Urban, 2023). 영국의 정책소통 평가 프레임워크는 조직의 평판을 측정하고 관리하는 것의 중요성을 강조한다. 이를 위해 조직의 목적에 맞는 이해관계자를 신중하게 선택하고, 조직의 특성, 관계 및 제3자 영향력과 같은 평판 요인을 측정하며, 이해관계자의 행동과 태도를 검토하는 데 초점을 맞춘 간단명료한 가이드를 제공한다.

영국 정부의 GCS 공공 소통에 대한 평가 프레임워크는 공공 기관이 달성하려는 각 유형의 커뮤니케이션 활동과 목표에 대해 수집하고 보고하는 평가 지표 세트를 표준화하는 데 도움을 주는 도구적 기준 체계이다. 일관된 데이터와 보고서 등을 활용하여 영국 공공 기관이 소통과 관련하여 효율적으로 집행하고 있는지 검토하고, 보완해 나가고자 하여 2015년부터 적용되고 있다. 공공 소통 평가 체계의 적용은 공공 기관이 추진하고 있는 소통 업무에 대해서 보다 의미 있는 결론을 도출할 수 있도록 한다. 성공적인 부처의 소통 시책을 벤치마킹할 수 있고 유연한 목표 설정이 가능하다. 이 평가 시스템은 현대적이고 통합된 결과에 초점을 맞춘 공공 커뮤니케이션 기능의 요구 사항을 반영하며 소통 담당자가 소통 관련 모든 분야에서 활동의 영향을 입증하여 반영할 수 있는 새로운 틀을 명확히 제공한다.

소통 평가의 각 단계에서는 영국 GCS에서 추진하고 있는 OASIS 모델의 시작 시점의 목표와 결과가 균형적인 조화를 이루며 미래 계획 및 개발을 위한 보완책을 탐색하기

11) <https://gcs.civilservice.gov.uk/guidance/marketing/delivering-government-campaigns/guide-to-campaign-planning-oasis/>

위한 피드백 기회 유무에 대해서도 면밀히 평가·검토 하게 되어 있다. 소통 담당자들이 소통 정책을 계획하면서 초기부터 평가 체계와 일관성 있는 계획을 수립하였는지에 대한 여부가 중요한 요소이다. 초기 단계에서부터 소통에 대한 평가를 고려함으로써 벤치마킹과 목표 설정을 고려할 기회를 미리 얻을 수 있기 때문이다. 데이터 수집 기회(특히 이해관계자 정의나 협력 파트너 네트워크 구축을 통한 소통 장려 기회)를 놓치지 않도록 미리 계획을 세워야 하며, 평가 활동에 대한 체계는 공공 소통 활동 계획과 동시에 기획되어야 한다. 명확한 시책의 목표 없이는 무엇을 측정해야 하는지 또는 어떤 결과를 목표로 하는지 확인할 수 없기 때문에 결과를 설정하고 그에 맞는 평가 체계를 동시에 설계하도록 한다.


공공 소통에 대한 평가 프레임워크는 부처와 공공기관의 업무 성격에 맞는 어떤 커뮤니케이션 활동을 수행하느냐에 따라 평가 관련하여 수집하고 보고해야 하는 데이터와 지침 및 규정에 대한 안내를 제공할 수 있어 실무자들이 객관적이면서 효과적인 소통 평가를 수행할 수 있다. 크게 미디어 측면의 소통 평가, 디지털 미디어 소통 평가, 공공 마케팅, 이해관계자들과의 네트워크 그리고 내부 소통 등의 분야로 나뉘어 소통 상황을 평가하게 되는데, 이를 중심으로 통합된 GCS 소통 시행 과정과 결과물에 대한 적절한 평가가 가능하게 되는 구조이다.

공공 소통에 대한 평가는 효과적인 공공 소통체계 확립의 필수 요소이며 OASIS의 다섯 번째 항목(점수/평가)을 형성한다. 이는 결과에 초점을 맞추고 "공공기관이 계획한 대로 달성했는가?"라는 질문에 구체적으로 답해야 한다. 이것은 공공소통 활동을 전달하는데 얼마나 효과적이고 효율적인지를 입증하기 위한 근거를 제공하며 정부 및 공공기관이 하는 시책을 정당화하는 데 도움을 줄 수 있다. 공공 소통에서 좋은 성과 평가는 소통의 채널을 최적화하기 위한 통찰력을 얻을 수 있게 해 주며 실행 중에는 추천 사항을 제공하는 데 도움이 된다. 긍정적인 평가는 데이터 수집, 모니터링, 측정 및 숫자 보고에 관한 것만이 아니며, 올바른 데이터와 근거를 수집하도록 전반적인 소통 계획 과정에서부터 소통 평가를 조기에서부터 준비하는 것이다. 투입(input)뿐만 아니라 산출(output, outtake), 성과(outcome) 측정을 포함한다.

공공소통평가 분야는 Input, Output, Outtake, Outcome, Organisational impact 목록으로 구성되는데, 명확한 목표를 설정했다는 가설을 전제로 공공 소통의 상황을 평가하게 된다(GCS, 2018). 여기서 투입(input)은 실제로 수행하는 공공 소통 활동이다.

소통 활동에 적합한 평가 지표 요소들을 Output, Outtake 및 Outcome 부분에서 수집한다. 소통은 공공 조직 목표 달성에 영향을 상당히 미치며, 이는 활동에 따라 단기간 또는 장기간 기준으로 구분되어 측정되고 기록될 수 있다.

[그림 2-5] 영국 GCS 공공 소통 평가 분야별 내용



	INPUTS (Evidence-based Insights about issues and stakeholders)	OUTPUTS (Communication and stakeholder engagement activities)	OUTTAKES (Stakeholder experience of communication activities- lessons learned)	OUTCOMES (Stakeholder behaviour and behaviour change)
What?	Research, planning, design, cost and effort that were put in. What has been learned from previous communications activities? What is your theory of change? Content creation	E.g. partnerships secured, press coverage, target audience reach	Reception, perception and reaction of stakeholders. Campaign efficiency metrics for communicators	Changes in behaviour, changes in attitude and contribution to policy objectives
Why?	This reflects what we have done to enable the activity	Tracking assets and collateral allows us to evaluate message selection as well as asset type	See if we have chosen effective messages and channels for engagement. Consider what we have learned about our communication practices	Consider if we have achieved what we set out to do in terms of fulfilling a policy or organisational impact, and see if our communications been effective
Example 1 (encourage people to apply for a home insulation subsidy)	£200,000 Previous campaigns had provided narratives and numbers. Theory of change suggested that Infographics are a powerful way to present the complex information about the benefits of home insulation	85% of (2,000,000) target audience group reached with impression	Awareness of Issue moved from 52% to 65% in target audience	Applications for a subsidy Increased from 25,000 to 50,000.
Example 2 (e.g. decrease instances of drink driving)	5 FTE days Theory of change suggested that local messages and messengers are effective for persistent offenders	1,000,000 Impressions recorded on social media using geographically targeted messages and messengers	Active engagement rate was 4.6% compared to forecast 2.5%	Reported instances of 'Y' decreased from 500 to 450 per X number of tests in targeted areas

출처: GCS(2015), GCS Evaluation Framework.

공공 소통 평가 투입(Input) 단계에서 각 분야별로 포함되어야 하는 평가 지표가 있다. 지표 체계의 일관성을 유지하며 아래와 같이 전문 분야의 세부적인 성과 기준을 설정하여 평가에 적용한다.

- Media: Content creation, Pre-engagement activity etc.
- Digital: Planning and scheduling, Content development, Pre-engagement etc.
- External affairs: Stakeholder mapping, Content creation etc.
- Internal affairs: Planning events, Video created, Case study drafted etc.

투입(Input)이 직접적으로 반영된 초기의 산물은 산출(Output)로 공공 소통의 대상들이 어떤 반응을 보이느냐를 1차적인 평가 척도로 삼을 수 있다.

- Media: Key message penetration, % of coverage including ministerial etc.
- Digital: Average impressions, Reach across content etc.
- External affairs: Communications delivered and audience reached etc.
- Internal affairs: Audience reached, Events successfully delivered, Attendance etc.

성과(Outcome)는 소통과 관련하여 주제 중심의 이해관계자 경험 및 의사소통 관행에 대한 인지도를 이해할 수 있는 분야로서 다음과 같은 항목들이 주로 평가에 포함된다. 여기서 의사소통 활동이 얼마나 잘 작동했는지 측정하는 것이 중요하다. 예를 들어 캠페인 메시지의 확산 정도를 평가하여 소통 작동 여부를 확인할 수 있다.

- Media: % sentiment of coverage, Responses etc.
- Digital: Social media engagement, Average engagement rate (by channel) etc.
- External affairs: Stakeholder sentiment, Stakeholder feedback etc.
- Internal affairs: Responses feedback, Engagement, Survey results etc.

〈표 2-11〉 영국 GCS 공공소통 분야별 성과지표 요소

구분	투입(Input)	산출(Output)	성과(Outcome)
미디어	콘텐츠 제작, 사전 참여 활동 등	주요 메시지 도달률, 정부 부처 등을 포함한 커버리지 비율	커버리지, 응답 등의 감정 비율
디지털	계획 및 스케줄링, 콘텐츠 개발, 사전 참여 등	노출 수, 콘텐츠 전반의 도달 범위 등	소셜 미디어 참여도, 평균 참여율(채널별) 등
외부 업무	이해관계자 매핑, 콘텐츠 제작 등	커뮤니케이션 전달 및 도달 대상 등	이해관계자 정서, 이해관계자 피드백 등
내 부업무	이벤트 기획, 비디오 제작, 사례 연구 초안 작성 등	도달 대상, 이벤트 성공 여부, 참석자 수 등	응답 피드백, 참여도, 설문조사 결과 등

공공 소통에서 가장 중요한 것은 Outtake이다. Outtake 섹션에서는 분야별로 구분을 하기보다 전체적인 결과가 어떻게 형성되는지를 정의하고 보완하는 방향을 제시한다. 우선 정책 목표를 달성하고 조직적 영향을 실현하는 데 소통 활동이 얼마나 효과적인지 여부를 확인한다. 이해관계자 행동, 의사소통 및 참여 활동의 영향 그리고 우리가 원하는 조직적 영향 또는 정책 목표를 달성했는지 여부 등이다.

영국 GCS 평가에서 적용하는 지표체계는 공공 소통 활동에 대한 자료들의 수집을 고려하는 데 도움을 주는 가늠자이자 보완책을 제시하는 지침이기도 하다. 추가적인 지표가 필요한지에 대한 검증을 하며, 삭제되거나 수정되어야 하는 지표들을 설명하기도 한다. 효과적으로 평가할 수 있는 보완책이자 가늠자 역할을 할 수 있도록 비중 있는 지표 성과 결과에 집중하도록 한다.

Input, Outcome, Outtake, Outcome에 나열된 지표를 소통 평가의 주요 지침으로 사용할 경우 의사 결정 및 목표 설정을 정량적·정성적으로 해석할 수 있도록 하여 소통과 관련된 활동 시작부터 올바른 성과 지표를 추적할 수 있게 해 준다. 최종적으로 GCS 소통 평가 체계는 이해관계자와 대중의 의견을 듣는 것을 가장 중요하게 수용한다. 이를 통해 어떤 메시지가 전달되고 있는지, 그리고 그 메시지에서 무엇을 배울 수 있는지 알게 되며, 이를 토대로 공공 간 의사소통을 더 효과적으로 만들 수 있다.

OASIS 계획에서 목표를 설정하는 최상의 실천 지침이 제공되어 의사소통 활동을 효과적으로 평가하고, 그 평가로부터 발생하는 미비 사항을 공공 소통 보완 측면에서 차기 혜택으로 승화할 수 있다. 모든 소통과 관련한 활동에 대한 평가를 고려해야 하며, 소통 활동의 측정은 평가를 가능하게 한다. 소통 활동의 성공적인 평가는 미래 소통 활동을 위한 통찰력이 되기 때문이다.

3. 캐나다¹²⁾

가. 캐나다 GCS를 통한 공공 소통 시스템 구축

정부의 공공 소통 서비스 측면에서 복수 언어(영어와 프랑스어)를 공식 사용하는 캐나다는 다소 어려움이 있을 수 있다. 이에 캐나다 정부 GCS(Government Communication

12) 이 부분은 Canadian Heritage(2019), Evaluation of Canadian Heritage's Communications Services 내용을 주로 참고함.

Service)는 두 가지 언어로 대중과 소통하고 정책, 프로그램, 서비스 및 이니셔티브를 모든 캐나다 국민에게 알릴 수 있도록 하는 기본적인 공공 소통 시스템을 추구한다.

중앙정부가 통제하고 관할하는 소통 서비스의 역할과 책임을 강조하는 GCS는 캐나다 일반 대중에게 공정하게 의사 전달을 하며, 캐나다 정부의 소통 체계가 효과적으로 관리되고 원활하게 조정, 명확하고 다양한 대중의 정보 요구에 응답하는 것을 보장하는 공공 기관이다. 정부의 정책과 공공 정보를 제공하는 것을 기본적인 기능으로 하는 GCS는 대중들을 위한 객관적인 조언을 제공하며 정부 각 부처 리더인 장관들이 정부의 정책, 프로그램, 비전 등을 대중에게 전달하는 데 있어 다양한 소통 수단을 지원한다.

GCS는 캐나다 정부에 다양한 소통 서비스를 제공하는 책임을 지고 있다. GCS가 제공하는 공공 소통 서비스는 정부가 추진하고 있는 정책적 메시지가 대중들에게 효과적으로 전달되고 잘 소통되며 편파적이지 않게 전달되도록 하는 중요한 역할을 한다. GCS의 소통 서비스는 정부의 메시지를 비당파적으로 전달하는 것을 목표로 하며, 소통 체계가 중립적이며 특정 정치적 집단이나 정당이 추구하는 정치 이념을 선호하지 않는다는 것을 의미하기도 한다.

캐나다 GCS는 소통 체계를 효과적으로 관리하며, 정부 부처의 활동이나 시책들이 대중들에게 효과적으로 다가갈 수 있도록 조직되고 관리되도록 보장한다. 이는 소통 체계 전략 수립, 시행 계획 구축 및 다양한 소통 활동과 부처의 비전을 조율하여 원하는 정책 활동의 영향을 효과적으로 이끌어 내는 것을 의미한다. 특징적으로 캐나다 GCS는 부처 간 소통을 촉진하면서 다양한 정부 기관과 부서들이 협력하여 여러 소통 채널을 통해 일관성 있는 공공 의사 전달이 이루어지도록 한다. 부처 간 소통 협조는 상충할 수 있는 정책 요소들 간의 모순되는 정보를 줄이고 일관된 정부의 정책 기조를 대중에게 알리면서 부처 간 협력을 보장하는 데 도움이 될 수 있도록 한다.

캐나다 정부가 지향하는 공공 소통의 특성은 명확한 내용을 일반 대중들이 이해하기 쉽도록 전달하는 것이다. 공공 소통의 기본 요소 중 하나로 공중에 전달되는 메시지는 주제의 복잡성과 관계없이 간결하고 명료해야 한다. 더불어 캐나다 사회의 대중이 요구하는 자료에 대한 소통과 알림이 충족되어야 할 것이다. GCS의 대국민 소통 서비스는 대중의 다양한 정보 요구를 충족하도록 대중 반응성 중심으로 관련성과 적시성을 바탕으로 하여 맞춤화되어 있다.

캐나다 GCS의 공공 소통 전문가들은 공공 소통 전략과 접근 방식에 관한 정부 관계

자들과 부서 담당자들에게 효과적인 소통 관행에 대한 그들의 전문적 지식과 경험에 기반하여 공정한 조언을 제공한다. GCS는 부처 장관, 특히 해당 부서의 대변인에게 공공 소통 자원을 활용하여 지원하는 것을 중요한 역할로 규정한다. 이러한 지원책은 각 부처의 장관들이 중앙 부처가 보유하고 있는 정책, 프로그램, 우선 사항 및 정책적 결정 등을 대중에게 효과적으로 홍보하고 알리는 데에 도움이 된다.

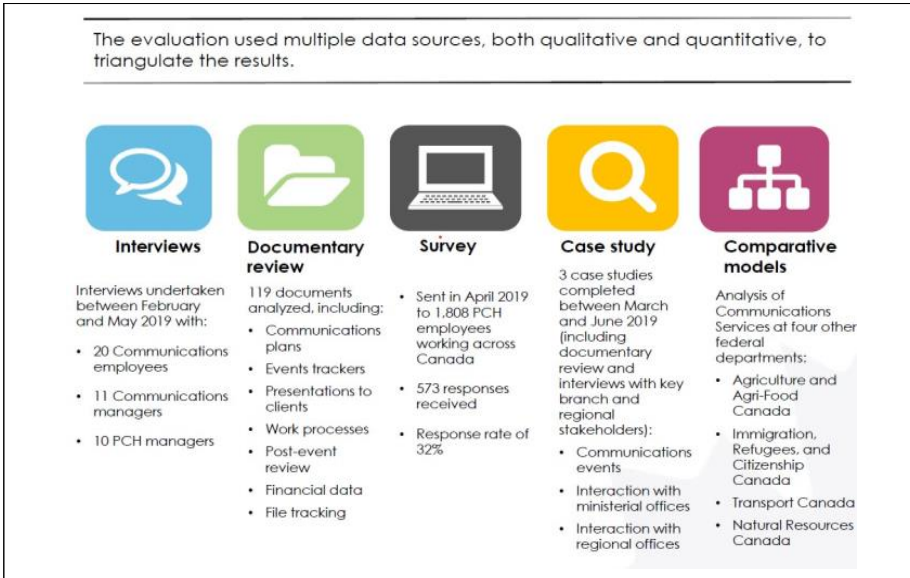
2019년 9월 기준으로 캐나다 GCS가 지원하는 소통 서비스의 우선 고객은 문화재문화부처, 다문화부처, 과학스포츠부처 등이며, 공식 언어인 영어와 프랑스어로 정책과 정향을 대내외로 홍보하고 있다. 캐나다 각 부처 장관들을 위한 소통 플랫폼 지원과 수립에 우선적인 혁신을 보장하며, 과학 및 경제 개발(ISED) 소통(Communication) 서비스와 협력하도록 되어 있다. 캐나다 중앙정부 GCS의 공공 소통 서비스에서 개발한 소통 프로그램의 주요 대상이자 고객은 외부 공공 소통을 위한 캐나다 대중이며, 내부적으로는 각 부처에서 근무하고 있는 직원들과 소속원들을 지칭한다. 소통 정책의 주요 이해관계자는 프로그램 부문별 세부 그룹(문화, 예술, 스포츠 등)과 미디어 그룹을 포함한다. 2018~19년 GCS의 소통 부서 예산 수준은 11,068,770달러였다.

총체적으로 캐나다 GCS의 소통 서비스는 캐나다 정부와 시민들 사이의 투명하고 개방적인 커뮤니케이션을 촉진하는 데 필수적이다. 이들은 공공 대중이 정부의 행동과 결정에 대해 투명하게 정보를 알고 참여하도록 보장하는 중요한 역할을 하고 있다.

나. 캐나다 GCS의 공공 소통 시스템 평가

정부 공공 평가의 접근 방식과 범위는 캐나다 중앙 부처의 고위 경영진들이 주도하는 계획 단계에서 수립되었다. GCS의 소통 서비스 평가의 기초는 조직 미션과 비전 수립 검토로 시작된다. 공식적 또는 비공식적으로 각 부처와 관련된 정책 이슈들을 대중에게 적절하게 공개하고 이해관계자들을 포함한 대중사회와 소통하고 있는지를 확인하고 이를 각 부처의 장관실에 공유하여 부처별 소통 보완책을 수립토록 하고 있다.

[그림 2-6] 캐나다 GCS 공공 소통 평가를 위한 증거 수집 방법



출처: Canada GCS(2019).

GCS는 다양한 방법으로 캐나다인에게 중앙정부의 정책, 추진 중인 공공 프로그램, 정책 이벤트, 공공 서비스 및 이를 제공받을 수 있는 방법을 알려 주는 것을 의무로 한다. GCS가 실시한 소통 관련 전문가들과의 인터뷰에서는 대다수(58%)가 GCS의 의무가 중앙 공공기관 프로그램과 각 부처 장관실 모두에 조언과 지침을 제공하는 것이라는 의견을 나타냈다(Canadian Heritage, 2019). 인터뷰에 참여한 이해당사자들 중 절반은 캐나다 중앙부처의 소통 업무를 관장하고 있는 GCS가 공공 소통을 명확하게 이해할 수 있게 하는 보완책이 시급하다고 답을 했고, 이를 추진하는 것을 주요한 소통 정책 방향으로 수립하고 있다. 또한 캐나다 GCS의 소통 서비스의 효율성을 제고하기 위해 GCS가 추진하고 시행하는 소통 사업들에 대한 인식을 대내외적으로 홍보하고 공유하는 것이 필요하며, 각 부처의 리더인 장관 사무실과 고위급 공무원들과도 피드백을 탐색할 수 있는 플랫폼을 구축하였다.

GCS가 제공하는 소통 서비스에서 소통의 자원인 콘텐츠가 효과적으로 정의되고 설명 되는지에 대한 여부를 평가하는 요소들은 다음과 같다. 1) 이슈 관련 정보 전달 대상자들 선정에 대한 적절성 검토, 2) 대상자들을 초대하는 과정과 소통 관련 행위의 정당성, 3) 이해당사자 설문조사 시 적절한 질문 설계와 응답 여부, 4) 외부 공공 소통으로 인한

파급 효과 계측, 5) GCS 소통 서비스가 정부가 추진하고 있는 정책 기조와의 일관성 여부이다.

또한 정책 집행 대상인 고객들이 요구하는 소통 서비스가 GCS의 서비스 수준과 부합하고 이해관계자들을 만족시키고 있는지에 대한 조사를 평가에 포함하고 있다. GCS의 소통 서비스 조사 결과가 각 부처 장관실의 정책 설정에서 반영된 정도를 평가한다. 그러나 일부 캐나다 중앙 부처에서는 전략적 소통의 역할이 부족하다는 의견을 보여 이를 바꾸기 위한 보완책 필요성이 제기되었다. GCS 소통에서의 전문성 결여를 주요한 이유로 들고 있는데 캐나다 정부 부처별 GCS 소통 만족도는 천차만별이기 때문이다. 대부분의 정부 부처들은 공공 소통과 관련하여 각각의 데이터와 정보를 수집하고, 성과를 평가하기 위해 주요 성과 지표를 설정하고 있다. 이를 통합하고 연계하는 것이 GCS의 장기 과제이기도 하다.

캐나다 정부는 GCS 서비스 설계 과정에 대한 평가를 실시하고 있으며, 소통 담당 공무원의 전문성과 소통 전략 구성의 투명성을 확보하고자 한다. 소통 서비스 역할에 대한 다양한 환경적 변화를 감안할 때, 소통 전략팀과 소통 실행운영팀 간 보다 협력적인 작업 방법을 채택하고, 소통과 관련한 보강책과 파생 서비스를 부처와 대중들에게 제공하기 위한 차별화된 팀 조직체를 운영한다. GCS의 경우 일부 소통 담당 관리자는 업무 효율성 및 서비스 표준에 관한 철저하고 구체적인 분석 수행 시간이 충분하지 않다고 지적하여 이를 보완하기 위한 대책 필요성이 강조된다.

GCS 업무의 일부는 이해관계자, 특히 부처 장관실의 요청에 응답하는 것이므로 소통 서비스가 신속성과 정확성을 확보해야 한다고 평가 차원에서 강조한다. 이에 공공 소통 서비스 기준에 표시된 것보다 더 빨리 소통 프로그램과 서비스를 요청하는 경우가 있다.

GCS가 달성해야 할 효과적인 소통 서비스 규모와 시행 사업들 사이에서 일관성 평가의 구체적 항목을 정의하여 소통 담당 관리자들이 명확하게 기준으로 삼고 업무를 수행할 수 있도록 하고 있다. 신속성과 정확성 측면에서 부처의 소통 담당자들은 각기 다른 가치를 부여하고 있는데, 정책적 요소들을 중심으로 운영되는 정부 부처의 경우에는 효과적 소통에 있어 상대적으로 차별화된 소통의 신속성과 정확성을 주관적으로 평가받고 있다. 소통 서비스에 이해관계자들이 접근하는 권한 또한 부처별로 상이하며, 이를 일관적으로 관리하는 것도 GCS와 부처별 업무이다. 이를 평가하는 차원에서는 주관적인 업무 특성을 이해하는 전문적 소통 분석이 이루어지고 있다. 특히 장관급 인사가 출장을

가는 경우 해외 지역 공관과의 소통 그리고 그 지역의 캐나다 시민들과의 소통은 절차적, 법적으로 명확하게 규정되어 있지 않다. 이에 소통 담당자들과 지역 전문가들이 함께 의견을 모아 출장의 효율성을 계획 단계에서부터 준비하는 것이 필요하다.

GCS 소통 서비스의 효율성 평가에 정량적 기준을 활용하기도 한다. 정량적 기준의 내용은 예산의 효율적 지출, 소통 관련 업무에 투입된 전문가 비율의 연간 증감률 등이 포함되어 있다. 소통 관련 부서의 2019년 연간 예산은 전체 예산의 5.53%였다. 2015년에서 2019년 사이에 소통 관련 부서는 2015~16년의 3.39% 예산 초과 지출에서 2018~19년의 4.06 % 예산 초과 지출에 이르기까지 평균 10.1%의 기준 수준을 초과했으며 2017~18년에는 20.01%로 예산 집행 최고치를 기록했다.

2015년부터 2019년까지 소통 서비스의 정원은 평균적으로 캐나다 공무원 총정원의 5.51%를 차지한다. 2015년에서 2019년 사이 소통 관련 부서에서 근무하는 공무원 수는 2015~16년 94 FTE(Full-Time Equivalents: 100 기준)에서 2018~19년 102.2 FTE로 8.72% 증가했다. 이러한 증가는 FTE가 2015~16년 1.744에서 2018~19년 1.888로 8.26% 증가한 전체 캐나다 공무원의 수 증가량과 비례한 것이다.

[그림 2-7] 캐나다 GCS 공공 소통 평가를 위한 공무원 종사자 수의 변화



출처: 캐나다 GCS(2019).

캐나다 GCS가 주도하는 소통 업무 평가는 주관적인 조사가 주를 이루고 있으며, 설문 을 통해서 얻은 데이터를 기반으로 보고되고 있다. GCS 소통과 관련된 평가의 일부 문 서는 입수가 불가능하거나 최신 문서가 거의 없었다. 특히, 부처별 평가 보고서는 다른 부처와 공유되지 않는 실정이다. 인터뷰와 설문조사에서 얻은 풍부한 정보는 평가 목적

에 유용한 결과와 결론을 제공한다. 성과와 결과 달성에 관한 체계적인 정보 수집은 특정 주제나 질의에 대해 보다 심층적인 분석은 공개되지 않았다. 평가 범위는 핵심적인 소통과 관련한 조직 운영 문제에 초점을 맞추는 것으로 한정되어 있었다. 예를 들어 평가는 제정 실행 모델을 살펴보았을 뿐 커뮤니케이션 서비스의 전체 조직 구조를 평가하지는 않는다. 특히 공공 소통에서 온라인과 오프라인을 구체적으로 구분하기보다는 전체적인 정책 공공 소통에 비중을 높게 두고 있다.

GCS 이해관계자 및 소통 서비스 부처 직원들 사이에서 소통 기능에 대한 이해를 높이고 전통적인 접근 방식에서 더 전략적인 소통 접근 방식으로의 변화가 진행되는 사회에서 소통 서비스가 역할과 책임을 다할 수 있도록 하기 위해, 이러한 공공 소통 서비스에 대한 평가는 중앙 정부의 고위급이 주도하여 공공 소통과 관련한 지부 및 지역 사무소의 역할과 책임을 공식적으로 정의하고 명확한 보완책을 제공하는 것을 추구하고 있다. 공공 소통 서비스의 평가를 통해 이해관계자들에게 공평하게 공공 정책을 안내하고, 일관성 있는 정부 비전과 전략을 공유하는 것을 가장 중요한 가치로 보며, 이를 만족시켜 GCS를 보장하도록 한다. 각종 재해와 코로나19 같은 예상치 못한 상황의 정부 공공 소통은 각 부처의 책임자들과 실무자들이 정책을 시행하고 추진하는 과정에서 대중에게 홍보하고 인식을 공유하는 방향으로 시의적절하게 수립되도록 한다. 따라서 소통 서비스의 시의성 평가는 수립 시기와 소통 서비스의 파급 영향에 대한 전파 시간 등을 고려하여 기준을 산정할 필요가 있다.

GCS 소통 서비스에 대한 평가는 소통 관련 담당자들의 성과와 그들의 파급 영향 측면에서의 데이터들도 수집되고 내부적으로 기록되도록 한다. 이를 통해 소통 서비스 목표 달성을 측정하고 향후 특정 문제에 대한 분석을 더욱 추진하며 필요한 변경 사항을 수립할 수 있다.

캐나다의 GCS가 제공하고 있는 소통 서비스의 주요 특성을 요약해 보면 다음과 같다.

- 1) 공공 소통 이해관계자 선정에서 이슈 관련 정보를 전달하고자 하는 효율성에 집중,
- 2) 이해관계자들을 선정하고 초대하는 과정에 대한 심층적 설계,
- 3) 인터뷰를 통한 이해관계자의 흥미와 관심을 증대할 수 있는 적절한 Q&A 세션 마련,
- 4) 평가 시스템이 소통에 미치는 영향력과 파급 효과 검토이다.

4. 남아프리카공화국¹³⁾

가. 남아공 GCIS를 통한 소통 시스템

남아프리카공화국은 정부 소통정보 시스템(Government Communication and Information System: GCIS)을 수립하여 정부의 정책 소통 및 관리 업무를 관장하고 있다. 정부 소통 가이드북 발간을 통해 원활하고 지속적인 정부와 대중 간 공공 소통이 이루어지도록 촉진하는 도구적 역할을 한다. 1988년 설립된 남아프리카공화국 GCIS는 정부 커뮤니케이션에 새로운 접근 방식을 도입하였다. 이는 세 가지 영역 전반에서의 통합, 조정 및 높은 수준의 전문성을 촉진하고 있다. 남아프리카공화국은 대중과의 소통 단절이 오랜 갈등의 사회 배경에 존재해 있었는데 GCIS는 이를 극복하기 위한 새로운 시도의 결과물 중 하나였다.

정부 관련 소통 시스템 내에서의 참여자이자 소통의 대상인 시민들과 기업 등 각 주체들이 자신들의 역할을 이해하도록 GCIS가 추진 중인 시스템이 적극적으로 돕는다. 최근에는 소셜미디어를 중심으로 한 소통 체계의 구체적인 가이드라인을 제시하고 있다. GCIS가 수립하는 정부 소통 가이드북은 남아공 정부 소통 담당자에게 정책 이슈 및 어젠다의 맥락과 후속 시책들에 관한 폭넓은 정보를 제공하여 대중들이 투명하게 이해하도록 한다. 또한 공공 소통 담당 전문가들이 문제들의 맥락과 배경을 자세히 설명하며, 공무원들이 일상적인 업무에서 마주치게 될 정책적 소통 문제들에 대해 참고할 수 있는 공식적이고 실용적인 지침을 제공한다.

GCIS 소통 핸드북은 정부 소통 담당자의 역할을 포함하여 다양한 주제를 다루며, 여기에는 GCIS의 역할, 정부 소통 담당자를 위한 성과 점수표, 미디어 대응 방법, 광고 및 배포 전략, 커뮤니케이션 연구, 캠페인 개발, 위기 관리, 개발 커뮤니케이션, 내부 커뮤니케이션 그리고 정부 웹사이트 개발 및 유지에 대한 내용이 구체적으로 기술되어 있어 담당자가 순환하더라도 업무 파악에 용이하다.

남아공 정부에서 추진하는 새로운 소통 접근 방식은 정부 스스로 설정한 커뮤니케이션 목표를 달성하는 데 도움이 된다. 이것은 온라인 소통이 확대되고 주를 이루게 되면

13) South Africa GCIS(2023), Government Communicators' Handbook(https://www.gcis.gov.za/sites/www.gcis.gov.za/files/docs/resourcecentre/guidelines/handbook/Completel_doc.pdf) 내용을 참고하여 작성.

서 오프라인만큼이나 온라인 소통 평가에 대한 중요성이 높아진 것에 따른 것이다. 이러한 접근 방식은 정부의 사명에 대한 공공 소통의 일관성 제고에 기여한다. 정책 소통을 사람 중심의 사회 정책 실행에 전략적 도구로 활용할 수 있는 기회를 제공한다. 따라서 GCIS가 추진하는 공공 소통은 정부의 메시지가 들리도록 하면서 시민에게 다양한 커뮤니케이션 플랫폼으로 의견을 표현할 기회를 제공한다.

GCIS의 목표를 달성하기 위해 정부 구조와 정책 결정 과정이 종합적인 전략적 틀 내에서 활동의 조정과 내용 일관성을 달성하기 위해 수립되었다. 내외적으로 정책 소통 시스템 수립의 어려움은 있지만, GCIS는 중앙 집중화된 계획과 분산된 커뮤니케이션 전략 사이의 균형을 유지하며 계속해서 개선하고 있다. 이는 미디어와의 관계를 상대적으로 받아들이기 만한 수준으로 유지하며 정책 소통과 관련한 대립을 최소화하고자 하는 의도이다.

GCIS는 부처별 횡적 소통 캠페인과 관련 부서와 함께 참여하는 다른 공공 소통 캠페인을 위한 공공 소통 프로그램(플랫폼)을 제공하여 부처별로 추진하고 있는 정책적 내용의 일관성을 증진하고, 그 내용과 관련된 내용들을 결정하거나 소통 시스템 관리에 대한 전문적 조언을 제공하기도 한다. 정부 소통 프로그램(GCP)의 실행을 모니터링하고 각 부처 및 기타 정부 기관의 공공 소통 관련 사항에 대한 조언을 제공한다.

GCIS가 추구하는 전략적 커뮤니케이션은 다음과 같은 이슈들을 해결하고자 한다. 1) 주어진 문제에 대한 끊임없이 변화하는 커뮤니케이션 환경에 대응하는 방법 탐색, 2) 커뮤니케이션 프로세스, 전략 및 원칙을 계획적으로 적용하여 긍정적인 사회 변화를 이끌어 내는 방법 발굴, 3) 이해관계자나 소통 고객인 대중을 중심으로 한 접근 방식으로 사람들의 태도, 지식 및 행동을 변경하여 개발 목표 달성, 4) 정부가 다양한 메시지 전달과 노력을 일괄 통합할 수 있게 해 주는 개념적인 틀 제공이다. 이는 서로 다른 스타일과 목적을 가진 공공 메시지를 생성하고 배포할 수 있도록 하면서 내부적인 일관성을 유지하는 데 도움을 준다.

남아공 정부는 포괄적인 정부 소통을 지향하며, 오프라인과 온라인 소통의 일관성이 보장되도록 한다. 모든 시민과 커뮤니티가 삶을 개선하고 시민으로서 공공 사안에 참여할 수 있는 기회를 충분히 활용할 수 있도록 하는 정보에 접근할 수 있도록 한다. 정부 커뮤니케이션 시스템은 남아프리카에 구축된 공공 커뮤니케이션 시스템으로 정부의 주요 영역을 포괄한다. 소셜미디어의 발달로 정부 소통 담당자의 역할을 전문적으로 부여

하고 있다. 정부소통 시스템의 작동은 정부가 추진하고 있는 정책적 메시지를 전달하는데 일관성을 강화하기 위한 소통의 효율성 강조를 목표로 한다. 커뮤니케이션 시스템은 참여형 민주주의에 근거하며 남아프리카와 같은 민주주의 국가에서 정보화된 시민을 육성하는 것도 중요한 정부 비전에 포함되어 있다.

과거 남아공 정부 커뮤니케이션 시스템은 최대의 효과를 만들 수 있는 단계에 도달하지 못했다는 평가를 받은 바 있다. 시스템 내 지식 부족 및 기술 격차와 같은 요인들은 커뮤니케이션 시스템의 효과적이고 효율적인 작동에 제한 요소로 작용하였다. 소통의 내용 부족과 정책 요소에 대한 충분한 지식 부재로 일부 상황에서는 정책적 소통 노력이 손상되기도 하였다. GCIS는 주요한 공공 메시지의 개발과 생성을 관리하고 어젠다와 관련하여 신속한 대응과 적극적인 조치를 조정하고 정부 내각과 부서에 소통 측면에서의 지원을 보장하였다. 또한 GCIS는 소통 관련 요소들을 평가 및 모니터링하고 조정하는 시스템 업데이트를 통해 정부 전반의 소통 시스템 안에서 공공 메시지 내용의 일관성과 일치성을 높이는 데 기여한다.

나. 남아공 GCIS 소통 전담반 역할과 성과 분석

남아공 GCIS 정부소통 전담반의 역할은 헌법에 명시되어 있다. 권리선언서 제16조에 따르면 남아공 국민은 언론의 자유를 갖고 정보에 접근할 권리가 있다. 따라서 정부 소통 담당자의 임무는 모든 남아프리카인들이 정보를 받아 자신의 삶에 관해 판단하고 선택할 수 있도록 돕기 위해 커뮤니케이션 산업과 협력하여 이루어지도록 한다. GCIS는 부처별 소통 담당 실무자의 역할을 식별하여 공공 부문 내에서 커뮤니케이션 역할이 무엇을 의미하는지에 대한 명확하고 공통된 이해를 통해 효과적이고 효율적인 커뮤니케이션 시스템 기능의 근본적 중요성을 보장한다. 공공 부문 내에서의 정부 소통 기능은 정부와 내부 및 외부 대중 간의 효과적인 정보 흐름을 활성화하여 참여하는 것에 우선순위를 둔다. GCIS는 소통 실무자들을 식별한 네트워크를 관리하며 주도적으로 공공 소통의 서비스 제공 및 정보화된 의사 결정을 용이하게 하여 정부에 대한 책임과 신뢰를 구축하는 역할을 한다. 이는 남아프리카공화국 헌법 원칙을 지원하며 좋은 실천 커뮤니케이션 기법을 기반으로 커뮤니케이션을 개발, 전달 및 평가 함으로써 완성되는 것을 최종 목표로 한다.

소통 환경 분석으로 이해관계자들이 소통 방법을 선택하는 환경과 맥락을 정의할 수 있다. 이는 사회적 분위기, 미디어 주요 이슈, 다양한 부문 및 권력의 우위와 태도, 환경 개선 가능성 등과 같은 문제들을 다룬다. 소통 환경은 공공 소통이 이루어지는 변화와 발전에 영향을 받기도 하고 주기도 한다. 커뮤니케이션 전략 실행 전에 환경을 이해하는 것이 중요한 이유이다. 소통 환경을 탐색하는 작업은 부서에서 개발하고 확대하는 소통 체계에 큰 영향을 미친다. 전문적인 공공 소통에 대한 환경 요건 탐색은 우리가 명확하게 이해하지 못하는 여러 영역을 필요로 할 수 있으며 추가적인 연구가 지속되고 있다.

소통에 대한 환경 요건은 연구를 기반으로 결정되어야 한다. 이해관계자들이 처해 있는 환경을 이해하기 위해서는 다음과 같은 특정한 사항들에 대해 생각해야 한다. 1) 사명: 공공 소통에 참여하는 이해관계자들이 가지고 있는 사명감, 2) 소통 대상이 되는 대중의 분위기: 대중들이 공공 소통에 대한 바라보는 관점과 시스템 활용에 대한 만족도, 3) 정치적 문제와 권력 구조: 공공 소통이 정치적 어젠다를 어떤 방식으로 흡수하고 전달하는지에 대한 명확한 분석과 적용, 4) 미디어의 주요 이슈: 공공 소통에 있어 주요하게 다루어져야 하는 이슈들을 이해하고 답을 수 있는 소통 체계(온라인·오프라인 시스템) 설계, 5) 인구 통계학: 공공 소통의 대상이자 이용자인 이해관계자들의 구성 요건과 사회 변화 여건 분석 등이 필요하다.

[그림 2-8] 남아공 정부 공공 소통 부문별 가중치

Key result areas	Weighting
Government/departmental communication planning, strategy development and implementation	xx
Implementation and management of campaigns	xx
Effective management and use of appropriate communication channels	xx
Building and sustaining a positive reputation of the department/province	xx
Effective management of "unplanned" and urgent communication	xx
TOTAL	100%

출처: 남아공 GCIS(2019).

우선 정부의 공공 소통 전략 수립에 대한 과정과 목표를 적절하게 달성하는지를 고려한다. 과정과 목표 설정은 계획대로 이행되지 못한다면 공공 소통 시행의 가치가 소멸되

기 때문이다. 이를 위해 1) 공공 소통에 대한 명분을 조사하고 공유하며, 2) 정부가 추진하는 정책에 대한 지지를 구축하고, 3) 대중을 안심시키고, 4) 공공 정책에 대한 오해를 해소하며, 5) 잘못된 정보의 수용을 중단하거나 개선하고, 6) 정책 반대자를 설득하여 의견을 바꾸도록 유도하며, 7) 캠페인이나 선거 참여를 장려하고, 8) 대중에게 필요한 공공 교육 및 사회 인식 증대를 시행한다.

성과 분석에서의 소통 채널도 중요하다. 대부분의 경우 소통 채널은 가장 복잡한 요소로 내부적 소통 채널과 외부적으로 활용되는 소통 수단을 모두 검토해야 한다. 남아공의 GCIS는 소통 채널에 대한 성과를 다음과 같이 수단별로 구분하여 평가한다. 우선 내부 소통 수단으로 오프라인 게시판, 인트라넷 게시판, 내부 간행 뉴스레터, 내부 소통 회의, 부처별 브리핑, 공공 공간의 플라스마 스크린, CD-ROM 및 기타 내부 홍보 자료 등이 포함된다. 외부소통 수단으로는 정부 및 대통령 홈페이지, 공공 연락 담당관 교육, 공공 간행물 및 방송에 나가는 콘텐츠, 지역사회 도시 계획가들의 활동(CDWs), 외부 게시판, 공공 확성기 방송 등이다.

이해관계자들 분류에 대한 적절성 평가도 이루어진다. 이해관계자/소통 협력자를 알아내기 위해 GCIS는 내부 이해당사자와 외부 이해당사자들을 정의한다. 내부 이해관계자는 공무원, 국가 공공 기관, 준국영 기관, 지방자치단체, 지방 정부를 말한다. 외부 이해관계자는 민간 부문, 시민 사회, 노조, 부문별 그룹, 종교 기관, 미디어 매체, 농업과 수산업 종사자, 소비자, 학계 연구자, 글로벌 대중이다.

공공 정책의 소통 평가에서는 GCIS가 주축이 되어 성공 요인과 실패 요인들을 분류하고 초기에 수립된 목표와 관련 시행 활동 요소들을 바탕으로 정기적인 분석 평가를 시행하고 있다. 과정별 소통에 대한 성과 관리에는 다음과 같은 내용들이 포함된다. 1) 중요한 대상들 사이에서 공공 소통 메시지에 대한 인식 추적을 위한 ‘전후’ 연구를 통한 분석 시행(분기별), 2) 소통 연구 결과의 정책이나 실무 현장 적용, 3) 정부 행사 및 기타 활동 참여 및 피드백(공공 참여 행사 등), 4) 미디어 보도 추적, 보도량 및 내용을 산출하여 정기적으로 계측, 5) 공공 소통 관련 프로그램이나 프로젝트에 대해 의회에서 토론한 내용을 정리하고 기록, 6) 공공 소통과 관련한 예산 지출 추적 및 필요한 경우 다른 부서와 비용 공유 지원에 대한 효율성 분석, 7) 예상치 못한 정책적 공공 문제 해결에 있어 소통 부처에서의 대처가 적절했는지 평가 분석, 8) 공공 웹사이트 이용도를 분석하는 모니터링 등이다.

정책 소통 평가 범위 설정에서 시작 단계 전략에 성과 분석을 얼마나 포함했는지 여부가 중요한 기준이 된다. 이는 소통과 관련된 유용한 정보를 활용하여 전략을 검토하고 개선하며, 계획 실시(PoA)를 지원하는 생동감 있고 유연한 정책 소통 시스템을 유지하는 데 도움이 된다. 또한 정부가 공개하는 공공 메시지의 정의와 평가 기준을 수립하여 구체적이고 효율성 있는 공공 소통의 환경이 조성되었는지 여부를 확인한다. 여기에는 정부의 비전과 전략이 담겨 있어야 하며 구체적이고 기능적이어야 한다. 정부의 공공 메시지는 진술문 형태와는 다르며, 정부 대변인이 발표하는 브리핑이나 포괄적인 진술문 과도 차별화되어야 한다. 또한 정부가 추진하는 주요 정책에 대한 본질을 간단명료하게 설명하여야 한다. 각 정부 부처가 주시하는 문제에 대한 모든 소통적 측면에서 영향을 주어야 한다.

2008년부터 남아공 정부의 전반적인 소통 효과 강화를 위해서 GCIS는 정부부처의 정책 소통을 평가하고 검토하기 시작했다. GCIS가 추구하는 소통 목표는 여전히 지속가능한 소통 과제를 잘 이해하고, 이를 해결하기 위한 최상의 권장 사항을 내놓는 것이다. 정책 소통 평가를 위해 포함된 주요 이슈들은 다음과 같다. 포괄적인 정부 소통 정책 지침이 필요하다. 이 중에서도 외부 공공 대중과 소통하는 아웃리치 프로그램, 이해관계자들과의 관계 및 상호 협력, 소셜 미디어를 통한 쌍방향 연락, 미디어 매체를 통한 마케팅, 정책과 관련된 정보를 광고 및 홍보하는 것을 포함한 멀티플 커뮤니케이션의 다양한 기능적 측면을 강조한다.

공공 소통과 관련된 정책 결정을 시행하기 위한 규정 마련을 위해 이해관계자들의 참여를 강조한다. 이 규정은 광고에 대한 구체적인 요구 사항, 이해관계자 참여를 위한 지침, 커뮤니티 참여 및 협상에 대한 지침, 정부 전반의 소통 프로젝트에 부서 참여, 대중 매체 내 참여를 위한 지침과 기준을 부여한다. 정부 부처가 시행하는 전체 정책 결정 영역을 아우르는 소통이 모든 부서 및 분야에서 우선순위가 될 수 있게 하기 위하여 예산과 자원이 골고루 적용될 수 있도록 한다. 또한 정부 소통의 효과를 제한하는 요소를 정리하여 그 요소들이 보완될 수 있는 기회를 마련하도록 한다. 정치적 주체(장관, 내각 구성원 및/또는 부서장, 사무국 또는 최고 경영자)가 항상 효과적인 소의 요구 사항 또는 영향을 인식하지는 못하는 경우가 있어 기대와 공공 소통 실적 사이에 격차가 발생하기도 한다.

공공 소통은 종종 핵심 업무가 아닌 주변 요소로 간주되어 공공 소통이 실패하는 경우

도 있다. 이 경우 대부분 정부 부처의 자원이나 인력이 공공 소통 구성 요소의 역량, 예산 및 기술 집약에는 상대적으로 불균등하게 적용될 수 있다. 정부의 공공 소통 전략이 실행되고 공공 소통의 영향을 평가하기 위한 적절한 책임 체계가 구축되어 있지 않은 경우도 있다. 이러한 도전 과제에 대해 GCIS는 정치적 주체 및 부서장들의 입문 과정에 통합되는 소통 리더십 프로그램의 개발을 촉진할 것을 권장한다. 평가 프로그램에 주요 이해당사자들이 참여하는 것이 의무화되었다.

공공 소통에 대한 평가는 또한 정부의 전반적인 커뮤니케이션 시스템 내에서 소통을 전문화하기 위해 표준적인 공공 소통 관행을 도입함으로써 성과 관리 도구를 설정하고, 정부 소통 관리관의 자격 요구 사항을 맞춤화하는 것을 권장한다. 공공 소통에 대한 평가와 모니터링 과정은 정부 전반적인 소통 시스템의 통합과 추가적인 기능을 강화하는 것이 필요함을 보여 준다. 부서 및 지방의 소통 결과물을 정의하고 결정하는 데 도움을 주고 요구 사항을 표준화하기 위한 도구로 일반적인 성과 점수표가 개발되었다. 일반적인 접근 방식 때문에 각 부서나 지방이 성과 점수표를 조정하여 특정 문맥과 상황을 수용하는 것이 필요하다. 예를 들어 국제관계 협력부에서 근무하는 소통 담당자는 남아공의 외국 대표들과 연락을 취하고 가능한 한 빨리 충분한 정보를 확보해야 한다. 이를 위해 필요한 정보와 예산을 적절하게 할당하고 과제 실행의 효과적인 측정을 가능토록 하는 기타 기여 요인을 찾아야 한다. 성과 점수표는 과제 실행의 핵심 결과 영역 또는 KRA(주요 성과 지표)가 되며 이는 기관이 성공하고 가치를 창출하는 데 도움이 되는 미래의 달성 상태로 정의된다.

정부의 커뮤니케이션 주기가 중요하다. 민주주의 정부는 국민을 위한 기관이어야 하므로 일반 시민들이 정부 업무에 대해 지속적으로 정보를 얻고 적극 참여할 수 있도록 하는 것이 중요하다. 공공 소통의 합법성과 효율성을 보장하기 위해 모든 정부 소통은 정부 구조에서 최상위 기관에서 관리되고 조정되어야 한다. 정부는 효과적인 소통을 위해 전략을 세우는 과정에서 메시지 일관성과 통합을 보장해야 한다.

소통의 성공은 올바른 환경 진단에 달려 있으며, 이는 적절한 메시지, 대상 대중 및 미디어 플랫폼의 선택을 포함한 다른 요소를 결정하는 데 영향을 미친다. GCIS의 소통 관리 주기는 10월부터 다음 해 3월까지 지속되도록 설계를 하며, 4월부터 시행되어 익년 3월까지 계속되도록 설정되어 있다. 이는 10월부터 3월까지 설계 단계의 주기가 현재의 공공 소통 전략 실행과 동시에 진행됨을 의미한다.

중앙 정부와 지방 정부는 차별적인 예산 및 계획을 기반으로 하고 있으며 공공 소통 주기가 서로 다르다. 공공 소통 주기를 실행함에 있어서 소통 담당자들은 지방 정부에서 실행되는 공공 소통 활동이 그들의 소통 전략 실행에 영향을 미칠 수 있다는 점을 고려하여야 한다. 소통 전략을 주기에 따라 실행함에 있어서 소통 전문 담당자들은 연중 내내 진행되는 정부 활동(여성의 날, 청소년의 날, 자유의 날, 문화의 날 등)을 염두에 두어야 한다.

GCIS가 관리하고 평가하는 핵심 성과 지표(KPI)는 정부의 소통과 관련한 성과 점수표에 반영되는 요소 중 하나로서, 직원이 성과 연도 동안 수행할 작업, 프로젝트 또는 프로그램을 나타낸다. KPI는 각 주요 결과 영역(KRA)에 대해 세부 항목별로 정의되며, 이를 측정 가능한 출력물로 볼 수 있다. KRA의 주요 결과 영역은 시간, 빈도 및 품질 측면에서 소통 정도에서의 측정 기준을 설정할 수 있다. 가능한 한 결과에 기반하고 노력이 아닌 최종 결과에 의한 것이어야 한다. 소통과 관련한 현직자가 제어할 수 있는 범위 내여야 하며 객관적이고 관찰 가능해야 한다.

남아공 정부는 정책 소통의 KPI 고품질을 기본적으로 요구한다. 품질 요구 사항은 KPI 제공에 필요한 표준 또는 품질에 대한 세부 정보를 제공해야 한다. KPI가 어떤 표준 성과에 대해 무엇을 달성하고 어떤 기준으로 측정될 것인지를 나타내야 한다는 것이다. 목표는 KPI 달성 기준을 나타내는데 시간, 품질, 양과 같은 지표로 표시된다. KPI를 평가하는 증거는 소통 담당자들이 지원하는 규모와 소통 수단의 운용 규모를 포함한다. 가중치는 개별 성과 점수표의 다른 KRAs 또는 KPIs에 대한 중요성을 반영하는 각 KRA 또는 KPI에 할당된 점수를 나타낸다.

주요 결과 영역의 KPI 가중치 평가 요소는 정부/부서 소통 계획, 전략 개발 및 실행에 대한 요소, 소통 캠페인의 실행 및 관리 측면, 적절한 공공 소통 채널의 효과적인 관리와 활용, 부서/지방의 긍정적인 평판 구축 및 유지, ‘계획되지 않은’ 긴급한 소통의 효과적인 관리 등이다. 이것은 목표에 대한 성과가 가능하고 의미 있는지 보장하기 위해 필요한 시스템, 지원, 자원 등을 나타낸다. 조건 조성은 추가 자원 요구 사항 즉, 특정 활동, 목표, 출력을 달성하기 위해 필요한 자원을 의미한다. 이는 인력, 장비 또는 자금 형태일 수 있다.

5. 소결 및 시사점

정책소통 및 정책소통평가와 관련하여 OECD, 영국, 캐나다, 남아프리카공화국의 기본 이념과 제도, 평가 지표 등을 살펴보았다. 해외 사례에서 공통적으로 확인되는 사항은 1) 정책소통 고객에 대한 정의와 식별, 2) 계획 및 실행, 성과 평가에 이르는 일관된 목표와 방향 설정, 3) 온오프라인 채널의 통합적 활용 및 특성화, 4) 정책 소통 기반 강화를 위한 제도적 장치 마련 등이다.

가. 정책소통 고객에 대한 정의와 식별

정책소통의 목표는 소통의 대상이 되는 고객을 명확히 규정하는 데서 출발한다. OECD와 캐나다, 남아공 등에서는 정책소통 고객을 이해관계자 입장에서 크게 내부 고객과 외부 고객으로 분류한다. 주권자인 국민은 정책 홍보의 핵심 대상으로 가장 중요한 (외부) 고객이다. 하지만 정책을 만들고 집행하는 공무원, 공공기관 직원 등 다양한 위치의 내부인 또한 정책소통의 중요한 (내부) 고객이다. 정부와 국민 간의 소통만큼이나 부처 또는 기관 간 소통이 중요한 이유이다. 일반국민은 정부 정책을 부처 또는 기관별로 인식하지 않으므로, 정부 내부에서 일관된 메시지를 만들고 전달하는 것이 중요하다. 정책소통 고객에 대한 정의와 식별, 그중에서도 내부 고객에 대한 중요성 관점에서 부처 간 협력 등을 바라볼 필요가 있다.

나. 정책소통 목표와 방향 설정

정책평가는 사전에 수립된 정책목표를 적절한 정책수단을 활용하여 효과적이고 효율적으로 달성되었는지 확인하는 과정이다. 정책소통 또한 관련 법률과 국정 운영 기조 등에 따라 목표를 설정하고, 이를 집행하기 위해 거시적·미시적 방향을 설정할 수 있다. 영국의 정책 소통이 목표-수용자-전략-함의-평가 단계로 구분하여 “계획 대비 달성” 여부를 가장 중요하게 고려하는 것은 이 때문이다. 캐나다 정부 공공소통의 목적 중 하나는 일반 대중에게 정책 내용을 쉽고 명확하게 전달하는 것인데, 그렇다면 과정과 결과 평가 또한 이러한 목표에 맞출 수 있다. 투입-산출-성과라는 전통적 방식에 따라 도달해야 할 목표와 자원을 설정하고, 이를 미디어, 디지털, 외부 업무, 내부 업무 차원에서 세

부 방침을 설계하면 평가 또한 이러한 틀에 맞추어 진행할 수 있다. 예기치 못한 상황에 대응해야 하는 정책 소통 고유의 특성에도 불구하고, 부처별 또는 연도별 정책소통 목표표를 사전에 제시하고 그에 따른 산출과 성과를 결과로써 평가하는 방식은 여전히 중요하다.

다. 정책소통 온오프라인 채널의 통합적 활용 및 특성화

소셜미디어 등 온라인매체가 크게 발전함에 따라 기존 오프라인매체와의 일관성과 통합성이 정책 홍보 현장에서 중요한 이슈가 되었다. 이는 우리나라를 포함한 대부분 나라의 정부에 동일하게 적용된다. OECD 사례에서 특히 참고할 만한 사항은 대화형 메시지 전달이 가능한 온라인/디지털 매체의 특성을 고려하여 과거 정책 소통 현장에서 부족했던 쌍방향성과 특수성을 강화할 수 있다는 것이다. 전통 매체를 활용한 정책 소통은 전체 국민을 대상으로 하기에 일반적인 내용을 일방향적으로 전할 수밖에 없는 한계가 있었다. 하지만 소셜미디어는 이용자 그룹이 다양한 형태로 분화되어 있고 이를 고려한 접근이 가능하므로 보다 세련된 정책소통이 가능하다. OECD 사례에서 디지털 도구는 청소년, 여성, 노인 및 장애인 등의 특정 집단이나 사회의 다양한 계층들을 위한 디지털 커뮤니케이션 활동의 범위 확장에도 기여한다는 견해를 참고할 만하다. 소수민족, 이주자, 청소년 또는 LGBTQ+ 등 기존 방식으로는 접근하기 어려웠던 사회 영역과의 관계 맺기는 디지털 매체의 장점을 십분 활용하여 해결할 수 있다.

라. 정책소통 기반 강화를 위한 제도적 장치

OECD의 정책소통 평가의 방해 요인은 한국적 맥락에서도 다시 한 번 살펴볼 필요가 있다. 제도적, 기술적, 법적/윤리적, 문화적 요인 가운데 제도적 요인과 문화적 요인은 공공 부문의 여러 여건과 결합된 경우가 많기 때문이다. 정책소통은 메시지/콘텐츠 제작부터 공중과의 관계성을 고려해야 하는 종합적이고 전문적인 업무임에도 내부적으로 이에 대한 이해가 낮은 경우가 많다. 이는 정책소통 분야의 숙련된 인력과 재정 지원의 부족으로 이어지고 조직 내에서도 평가 수행과 제도에 대한 의지 저하의 원인이 되기 때문이다. 캐나다의 경우 정책소통평가의 정량적 기준에 소통 관련 업무에 투입된 전문가 비율과 예산의 연간 증감률 등이 포함되어 있다. 캐나다에서 매년 관련 업무에 종사

하는 공무원 수와 비율을 따져 보는 것은 그만큼 정책소통의 기반이 중요하기 때문일 것이다. 남아공은 정책소통 관련 연구 및 평가 결과가 실제 정책 현장에 얼마나 반영되었는지도 평가한다. 이러한 제도화는 정책소통 업무의 체계성과 지속가능성 강화에 도움이 될 수 있을 것이다. 정책소통은 핵심 업무가 아닌 주변 업무로 간주되어 실패하는 경우가 있다는 남아공 보고서 내용 또한 염두에 둘 필요가 있다.

〈표 2-12〉 공공 커뮤니케이션 평가의 방해요인들

구분	내용
제도적 요인	인적 자원/숙련된 직원 부족 종합적인 커뮤니케이션 전략 부재 평가 프레임워크 또는 가이드라인 부족 전용 재정 자원 부족
기술적 요인	영향력 측정 및 인과관계 입증의 어려움 모니터링 및 평가 관행과 그 적용에 대한 개념적 혼란 광고 가치 등가물과 같은 잘못된 방법의 사용 소프트 및 콘텍스트 변수를 정량화하기 어려움
법적/윤리적 요인	인구 데이터의 수집, 사용 및 보고 방식에 대한 데이터 개인정보 보호 문제 다양한 인구 집단의 데이터 해석에 본질적으로 영향을 미칠 수 있는 편견 관리 행동 변화 기법의 윤리적 적용 보장
문화적 요인	공공 부문 내 평가 수행에 대한 인센티브 부족 평가를 제도화하려는 정치적 의지 부족

출처: OECD(2021), 113쪽.

정책소통평가 지표 개선 방안

제3장

정책소통평가 지표 진단

제1절 정책소통평가 추진 경과 및 평가 결과

1. 정책소통평가 동향(2018~2022)

가. 평가항목(활동·성과·체감)별 비중 조정

2023년에는 정책소통 성과 비중이 큰 폭으로 확대되었는데, 특히 정책성과를 중심으로 정성평가를 확대하고 정량평가 비중이 축소되었다. 체감도는 정책소통평가와 관련하여 국민 정책 체감과 만족이 강조되는 경향 아래, 관련 항목 비중이 지속적으로 높아졌다가 평가 부문별 국민만족도 비율이 동등하게 10%로 조정되면서 비중이 축소되었다.

2018년의 경우 정책소통 활동(30%), 정책소통 성과(70%) 두 가지 평가 항목으로 구분되었다. 정책소통 성과 중 SNS 활동 성과, 콘텐츠 및 우수 사례, 온라인 이슈 점검 성과, 정책브리핑 활용, 부처 협업 성과 등의 지표로 구성된 온라인 정책소통 활동 성과가 45%로 가장 큰 비중을 차지했다. 소통만족도는 2018년에 정책소통과 함께 국민소통 항목으로 구성되어 정책소통 프로그램 효과, 정책소통효과, 정책효과 등을 평가하였다. 이 중 정책소통 효과의 평가지표로 ‘상호성 차원, 개방성 차원’, ‘SNS 정책소통 만족도’ 등을 조사하여 현재 평가항목의 ‘체감도’와 유사한 내용을 포함하였다. 2019년부터 소통만족도는 정책소통평가 부문에 통합되었다.

〈표 3-1〉 정책소통평가 항목별 비중 변화 추이

구분		2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
정책 소통	활동	30%	30% =	16% ↓	14% ↓	15% ↑	15% =
	성과	70%	50% ↓	59% ↑	63% ↑	55% ↓	70% ↑
	체감도		20% ↑	25% ↑	23% ↓	30% ↑	15% ↓

나. 평가대상 기관의 변화

장관급 기관인 개인정보위원회와 차관급 기관인 질병청은 2021년 이후 신규 설립되어 2021년부터 정부업무평가 대상이 되었다. 또, 2021년부터 공정성을 위해 특정평가 평가주관기관은 등급 산정에서 제외하는 방침에 따라 문체부는 정책소통평가는 동일하게 수행하지만 해당 평가등급 산정에서는 제외되었다.

2. 연도별 정책소통평가 결과¹⁴⁾

가. 2018년 평가 결과

1) 평가 등급

2018년은 정책소통평가와 소통만족도를 별도로 평가하였다. 장관급 기준 정책소통평가 우수기관은 과기부, 국방부, 행안부 등이었으며 교육부와 중기부, 보훈처 등은 미흡 등급을 받았다. 차관급으로는 인사처와 식약처, 경찰청 등이 우수기관, 국세청, 행복청, 원자력안전위원회 등이 미흡 기관으로 평가되었다.

소통만족도 평가에서는 장관급은 행안부, 복지부, 고용부 등이, 차관급은 국세청, 경찰청, 소방청 등이 우수기관으로 선정되었다. 반면 통일부, 법무부(장관급), 조달청, 새만금청(차관급) 등은 미흡기관 등급을 받았다.

〈표 3-2〉 2018년 정책소통평가/소통만족도 평가 등급

(부처명: 직제순)

구분	정책소통평가		소통만족도	
	장관급	차관급	장관급	차관급
우수	과기정통부, 국방부, 행안부, 농식품부, 산업부, 국토부	인사처, 식약처, 병무청, 경찰청, 산림청, 특허청	행안부, 복지부, 환경부, 고용부, 해수부, 방통위	국세청, 경찰청, 소방청, 문화재청, 기상청, 해경청
보통	기재부, 외교부, 통일부, 법무부, 문체부, 복지부, 환경부, 고용부, 여가부, 해수부, 방통위, 공정위, 금융위	법제처, 관세청, 조달청, 통계청, 방사청, 소방청, 문화재청, 농진청, 기상청, 새만금청	기재부, 교육부, 과기정통부, 외교부, 국방부, 문체부, 여가부, 국토부, 중기부, 보훈처, 공정위, 금융위, 권익위	인사처, 법제처, 식약처, 관세청, 통계청, 병무청, 농진청, 산림청, 특허청, 행복청
미흡	교육부, 중기부, 보훈처, 권익위	국세청, 행복청, 해경청, 원안위	통일부, 법무부, 농식품부, 산업부	조달청, 방사청, 새만금청, 원안위

14) 이 부분은 국무조정실이 매년 발표하는 연도별 정부업무평가 결과 내용을 요약함.

2) 성과

2018년에는 일자리, 포용국가, 남북 관계, 혁신성장 등 핵심적인 국정 어젠다와 관련 하여 주기적이고 상시적인 범부처 소통 협의체 운영으로 협력소통을 활성화했다는 점을 성과로 평가받았다. 정책홍보전략회의, 대변인협의회, 온라인대변인협의회 개최 및 정책 발표 사전협의 등을 통해 대국민 소통 메시지를 조율하는 등 유기적인 소통을 강화했다. 정책발표 사전협의 횟수는 전년 대비 28% 증가하였고, 이로 인해 국민들의 국정과제 인지도는 남북정상회담 92.6%, 최저임금보장 및 노동시간 단축 90.6%, 부동산시장 안정대책 80.4% 등 높은 수준으로 나타났다(한국리서치).

13개 부처에서 디지털 소통 조직을 신설하고 디지털 소통 팀장 회의를 신설하는 등 디지털 소통 강화를 위한 기반을 마련한 점도 성과로 평가되었다. 페이스북, 블로그, 트위터 등 각 부처 대표 채널의 활동 실적은 상반기 대비 하반기에 56.3% 증가하였으며, 전 부처를 대상으로 하는 ‘정부정책, 사실은 이렇습니다’ 트위터 채널이 공식 공개되는 등 쌍방향 소통이 확대되었다.

3) 개선 및 보완 필요사항

개선 및 보완 되어야 할 점으로 국민의 정책체감도 향상을 위한 맞춤형 소통 확대가 제시되었다. 특히 정책수요자별 맞춤형 콘텐츠 활용을 통해 정책의 구체적 성과에 대한 국민의 체감도를 제고할 필요성이 지적되었다. 또한 최저임금인상, 노동 및 일자리 문제 등 현안 이슈에 대한 사전 기획홍보 및 사후 대응 절차를 정비함으로써 현안에 즉각 대응할 체계를 갖추 필요성이 제기되었다.

나. 2019년 평가 결과

1) 평가 등급

2019년은 소통만족도를 정책소통평가의 일부로 통합하였다. 장관급 정책소통평가 A 등급은 행안부, 복지부, 고용부 등이었으며 기재부와 법무부, 방통위 등은 C 등급을 받았다. 차관급으로는 인사처와 식약처, 경찰청 등이 A 등급, 방사청, 소방청, 새만금청 등이 C 등급으로 평가되었다.

〈표 3-3〉 2019년 정책소통평가 등급

(부처명: 직제순)

구분	장관급	차관급
A	행안부, 문체부, 농식품부, 복지부, 환경부, 고용부	인사처, 식약처, 국세청, 병무청, 경찰청, 행복청
B	교육부, 과기정통부, 외교부, 통일부, 국방부, 산업부, 여가부, 국토부, 해수부, 보훈처, 공정위, 금융위, 권익위	법제처, 관세청, 조달청, 통계청, 문화재청, 농진청, 산림청, 특허청, 해양청, 원안위
C	기재부, 법무부, 중기부, 방통위	방사청, 소방청, 기상청, 새만금청

2) 성과

2019년에는 평가대상 기관장들의 언론홍보 및 현장소통을 통한 국민 신뢰 제고가 성과로 평가받았다. 기관장들은 온·오프라인 활동을 통해 정책에 대한 국민의 이해를 높이고 소통하고자 노력하였는데, 기관장의 SNS 채널계정 보유율이 증가하였으며[2018년 16개(37%) → 2019년 39개(91%), 전년 대비 54%p ↑], 기관장의 월평균 현장소통 횟수도 장관급 기관 전년 대비 19.6% 증가, 차관급 기관 전년 대비 38.6% 증가하였다.

또한 일본 수출 규제, 아프리카 돼지 열병, 미세먼지 등 범정부 현안에 대한 협업 홍보 활성화도 성과로 평가되었다. 정책홍보전략회의, 대변인협의회, 온라인대변인협의회를 개최하였으며, 정책발표 사전협의를 전년 대비 21% 증가하는 등 유기적 협력소통을 강화했다. 이로 인해 2019년 주요 정책 인지도는 일본 수출 규제 대응 92.8%, 아프리카 돼지 열병 대응 88.9%, 미세먼지 정부대책 86.5% 등 높은 수준으로 나타났다(한국리서치).

디지털 소통과 관련하여 총 31개 기관이 디지털 소통팀을 구성하여 정부의 디지털 소통 역량이 강화되었으며, 다변화된 소통채널을 통해 국민 참여 및 소통이 활성화되었다고 평가받았다. 특히, 31개 기관에서 제공한 각종 SNS 콘텐츠는 좋아요·댓글·공유 등의 반응이 전년 대비 5억 회 증가한 것으로 집계되었다.

3) 개선 및 보완 필요사항

개선사항으로서 부처 간 협업소통 노력이 단발성을 넘어 정책 대상 관련 다수 부처의 정책을 유기적으로 연계하여 지속적으로 홍보함으로써 국민의 정책 체감도를 높여야 한다는 점이 지적되었으며, 디지털 소통팀을 전 부처로 확대하고, 인기 캐릭터를 활용하는

등 파급력 있는 핵심 콘텐츠 위주의 홍보를 강화할 것을 제시하였다.

다. 2020년 평가 결과

1) 평가 등급

2020년 장관급 정책소통평가 A 등급은 행안부, 산업부, 복지부 등이었으며 외교부, 통일부, 법무부 등은 C 등급을 받았다. 차관급으로는 인사처와 법제처, 식약처 등이 A 등급, 조달청, 방사청, 새만금청 등이 C 등급으로 평가되었다. 중기부는 전년 C 등급에서 A 등급으로 큰 변화를 보였다.

〈표 3-4〉 2020년 정책소통평가 등급

(부처명: 직제순)

구분	장관급	차관급
A	행안부, 문체부, 산업부, 복지부, 환경부, 중기부	인사처, 법제처, 식약처, 국세청, 경찰청, 산림청
B	기재부, 교육부, 과기정통부, 국방부, 농식품부, 고용부, 여가부, 국토부, 해수부, 보훈처, 방통위, 금융위, 권익위	관세청, 통계청, 병무청, 소방청, 문화재청, 특허청, 기상청, 행복청, 해양청, 원안위
C	외교부, 통일부, 법무부, 공정위	조달청, 방사청, 농진청, 새만금청

2) 성과

2020년에는 코로나19라는 특수상황 속에 중대본 및 방대본에서 코로나19 상황 공식 브리핑을 연 536건 실시하는 등 투명하고 신속한 대국민 소통으로 국민의 방역협조를 이끌어 내고, 세계 각국으로부터 모범대응 국가로 평가받은 것이 주요 성과로 평가되었다. 특히 부처별 역할 분담 및 협업 강화를 통해 홍보 시너지를 극대화하였는데, 마스크 5부제 및 생활 속 거리 두기 방역지침 등 범정부적인 홍보를 통해 K-방역에 대한 국내 외의 호평을 이끌어 내었고, 재난지원금·고용유지지원금 등 민생 대책 관련 협업·홍보를 통해 민생 대책 효과를 극대화하는 등 코로나19 방역 및 경제 지원 대책과 같은 범정부 현안에 대한 유기적 협력소통 강화로 확산력을 제고하였다. 2020년 주요 정책에 대한 인지도는 코로나19 방역대책 99.7%, 경제지원정책 97.3% 로 높은 수준으로 나타났다 (한국리서치).

온라인을 통한 국민참여 확대 및 정책소통에 대한 국민 체감도 제고도 성과로 평가되

었다. 정책소통 관련 쌍방향 콘텐츠를 활성화하여 국민의 참여를 확산했으며, 국민 만족도 조사에 소통 부문을 포함했다. 전년 대비 기관 공식채널의 구독자는 유튜브 84.7%, 페이스북 8.5%, 블로그 28%, 트위터 5.8%, 인스타그램 132.9%가 증가했으며, 조회수는 유튜브 37.1%, 페이스북 82.9% 트위터 44.7%가 증가했다.

3) 개선 및 보완 필요사항

개선사항으로는 코로나 이후를 대비하여, 한국판 뉴딜, 탄소중립 등 주요 정책에 대한 종합적인 홍보를 기획하고, 정부광고, SNS 채널운영 등 소통전략을 마련하는 것이 필요하다는 지적이 있었다.

라. 2021년 평가 결과

1) 평가 등급

2021년 장관급 정책소통평가 A 등급은 과기부, 행안부, 산업부 등이었으며 통일부, 법무부, 방통위 등은 C 등급을 받았다. 차관급으로는 법제처, 식약처, 산림청 등이 A 등급, 방사청, 농진청, 새만금청 등이 C 등급으로 평가되었다. 정부조직법 개정에 따라 새롭게 정부업무평가 대상이 된 개인정보위원회(장관급)는 C 등급을 받았지만, 질병청(차관급)은 A 등급을 받았다.

〈표 3-5〉 2021년 정책소통평가 등급

(부처명: 직제순)

구분	장관급	차관급
A	과기정통부, 행안부, 산업부, 환경부, 고용부, 보훈처	법제처, 식약처, 경찰청, 산림청, 특허청, 질병청
B	기재부, 교육부, 외교부, 국방부, 농식품부, 복지부, 여가부, 국토부, 해수부, 중기부, 공정위, 금융위, 권익위	인사처, 국세청, 관세청, 조달청, 통계청, 병무청, 소방청, 문화재청, 기상청, 행복청, 해경청
C	통일부, 법무부, 방통위, 개인정보위	방사청, 농진청, 새만금청, 원안위

2) 성과

2021년에는 기관들이 일상 회복을 위한 적극적인 대국민 소통을 이어갔다. 기관장의 적극적인 언론대응 및 현장소통으로 정책에 대한 국민의 신뢰를 제고하기 위한 노력을 강화했다. 기관장의 월평균 활동 실적은 전년 대비 장관급 기관 10.2% 증가, 차관급 기

관 3.2% 증가했다.

코로나19의 단계적 일상회복, 탄소 중립 등 범정부 현안에 대한 주기적이고 상시적인 소통협의체를 운영함으로써 범정부 현안에 대해 부처 간 유기적인 협력 소통을 강화한 것도 성과로 평가되었다. 정책홍보전략회의, 대변인협의회, 온라인대변인협의회를 개최 하였으며, 정책발표 사전협의는 전년 대비 32.5% 증가하였다.

디지털소통은 더욱 다각화되었는데, 국민 참여형 캠페인 및 인플루언서와의 협업 등으로 국민들의 긍정적 반응이 확산되었으며, 다양한 콘텐츠를 제작 활용하여 국민 참여 소통이 확대되었다. 전년 대비 기관 공식채널의 구독자는 유튜브 53.1%, 페이스북 12.3%, 인스타그램 54.2%가 증가되었다.

3) 개선 및 보완 필요사항

개선사항으로는 주요 정책에 대한 국제사회의 관심이 증가함에 따라, 부처별로 핵심 성과를 중심으로 한 외신홍보를 강화할 필요성이 제기되었다. 또, 사회 다변화에 따라 융복합 정책과제가 지속적으로 증가하는 상황을 고려하여 정책소통 방식도 전략적으로 개선할 필요가 있다고 지적되었다.

마. 2022년 평가 결과

1) 평가 등급

2022년 장관급 정책소통평가 A 등급은 과기부, 산업부, 복지부 등이었으며 외교부, 방통위, 개인정보위 등은 C 등급을 받았다. 차관급으로는 인사처, 식약처, 문화재청 등이 A등급, 조달청, 병무청, 새만금청 등이 C 등급으로 평가되었다.

〈표 3-6〉 2022년 정책소통평가 등급

(부처명: 직제순)

구분	장관급	차관급
A	과기정통부, 농식품부, 산업부 복지부, 고용부, 중기부	인사처, 식약처, 경찰청 문화재청, 산림청, 기상청
B	기재부, 교육부, 통일부, 법무부 국방부, 행안부, 환경부, 여가부 국토부, 해수부, 보훈처, 공정위, 금융위	법제처, 국세청, 관세청, 통계청 방사청, 소방청, 농진청, 특허청 질병청, 행복청, 해경청
C	외교부, 방통위, 권익위, 개인정보위	조달청, 병무청, 새만금청, 원안위

2) 성과

2022년 정책소통은 새 정부의 국정기조에 부응한 소통 활동을 전개하여 주요 정책 성과를 확산한 것이 성과로 평가되었다. 기관장 중심 대국민 언론 및 현장 소통 활동 추진을 통해 주요 정책에 대한 국민의 관심과 이해 증진을 꾀하였는데, 중기부의 경우 손실보전금 관련 관계자 언론·현장 소통을 통해 신속한 정책 집행을 추진하였으며, 산림청의 경우 산불 현장 기관장 브리핑(20회)을 통해 책임 있는 정부의 모습을 부각했다.

또, 주요 정책발표 사전협의를 충실히 반영한 정책홍보로 정부에 대한 신뢰도 및 국민의 정책체감도를 제고하였다. 농식품부는 ‘물기안정’ 관련 정부 정책목표를 명확히 설명함으로써 국민의 불안을 해소했고, 기상청은 ‘한국형 지역수치예보모델’을 발표하여 기상예보의 정확도 등 정책신뢰도를 제고했다.

오보 및 부정 이슈 등에 대한 신속하고 정확한 대응으로 정부에 대한 긍정적 이미지를 제고하고 국민의 정확한 알권리를 충족한 점도 성과로 평가되었다. 복지부는 ‘코로나19 백신 4차 접종’ 관련 오류 인식을 긍정적으로 전환하여 접종률을 향상했으며, 경찰청은 보이스피싱과 관련해서 국민이 이해하기 쉬운 광고를 제작함으로써 피해 확산을 방지하였다.

또, 미디어 환경에 대응한 온라인 소통활동으로 국민 공감대를 확산했다. 빅데이터 분석시스템을 정책홍보 여론분석 및 국민의견 수렴 등에 활용함으로써 과학적 정책소통 기반을 확대했으며, 최신 미디어트렌드를 반영한 국민 참여형 양방향 콘텐츠를 제작 및 확산하여 대국민의 정책 수용성을 제고했다. 전년 대비 기관 공식채널의 구독자는 유튜브 18.2%, 페이스북 68.4%, 인스타그램 9.3%, 트위터 50.7%, 블로그 4.8% 증가했다.

3) 개선 및 보완 필요사항

개선사항으로는 정책소통평가 미흡기관을 대상으로 한 컨설팅을 강화할 필요가 제기되었으며, SNS 채널별 특성을 고려한 맞춤형 운영전략 수립 및 정책소통 대상을 명확히 할 필요성이 지적되었다.

3. 소결 및 시사점

가. 평가등급 종합

지난 수년간 이루어진 정책소통평가 결과를 보면 우수 부처와 미흡 부처가 다소 고착화되는 경향을 발견할 수 있다. 행안부와 산업부의 경우 지난 5년간 A등급을 4회 받았으며, 경찰청과 식약처는 5회 연속 A등급이었다. 반면 법무부와 방통위는 지난 5년간 C등급을 3회 받았고, 새만금청은 4회 받았다. 이러한 결과가 해당 부처의 정책소통 활동만의 결과일 수 있겠지만, 부처의 규모(인력 및 예산)나 업무 성격(규제 또는 진흥), 대국민 정책 여부 등에 따른 구조적 요인의 영향은 아닌지 점검해 볼 필요가 있다. 반드시 그러한 것은 아니겠지만, 정책소통평가 우수부처는 국민생활 밀착형 업무를 수행하는 기관(복지부, 경찰청 등)의 경우 상대적으로 유리한 점이 있고, 규제 업무 위주이거나 대국민 정책 비중이 상대적으로 낮은 기관(방통위, 새만금청 등)은 상대적으로 불리한 면이 있을 수도 있기 때문이다. 기관별 예산 규모, 사업 및 정책의 성격, 정책 수요자 유형 등에 따라 소통 유인에 차이가 있을 수 있으므로 이러한 차이를 고려한 평가지표 개편을 검토할 수 있다.

〈표 3-7〉 장관급 기관 연도별 정책소통평가 결과(2018~2022년)

(부처명: 직제순)

등급	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
A	과기정통부, 국방부, 국토부, 농식품부, 산업부, 행안부	행안부, 문체부, 농식품부, 복지부, 환경부, 고용부	행안부, 문체부, 산업부, 복지부, 환경부, 중기부	과기정통부, 행안부, 산업부, 환경부, 고용부, 보훈처	과기정통부, 농식품부, 산업부, 복지부, 고용부, 중기부
B	고용부, 공정위, 금융위, 기재부, 문체부, 방통위, 법무부 복지부, 여가부, 외교부, 통일부, 해수부, 환경부	교육부, 과기정통부, 외교부, 통일부, 국방부, 산업부, 여가부, 국토부, 해수부, 보훈처, 공정위, 금융위, 권익위	기재부, 교육부, 과기정통부, 국방부, 농식품부, 고용부, 여가부, 국토부, 해수부, 보훈처, 방통위, 금융위, 권익위	기재부, 교육부, 외교부, 국방부, 농식품부, 복지부, 여가부, 국토부, 해수부, 중기부, 공정위, 금융위, 권익위	기재부, 교육부, 통일부, 법무부, 국방부, 행안부, 환경부, 여가부, 국토부, 해수부, 보훈처, 공정위, 금융위
C	교육부, 권익위, 보훈처, 중기부	기재부, 법무부, 중기부, 방통위	외교부, 통일부, 법무부, 공정위	통일부, 법무부, 방통위, 개인정보위	외교부, 방통위, 권익위, 개인정보위

〈표 3-8〉 차관급 기관 연도별 정책소통평가 결과(2018~2022년)

(부처명: 직제순)

등급	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
A	경찰청, 병무청, 산림청, 식약처, 인사처, 특허청	인사처, 식약처, 국세청, 경찰청, 행복청	인사처, 법제처, 식약처, 국세청, 경찰청, 산림청	법제처, 식약처, 경찰청, 산림청, 특허청, 질병청	인사처, 식약처, 경찰청, 문화재청, 산림청, 기상청
B	관세청, 기상청, 농진청, 문화재청, 방사청, 법제처, 새만금청, 소방청, 조달청, 통계청	법제처, 관세청, 조달청, 통계청, 문화재청, 농진청, 산림청, 특허청, 해경청, 원안위	관세청, 통계청, 병무청, 소방청, 문화재청, 특허청, 기상청, 행복청, 해경청, 원안위	인사처, 국세청, 관세청, 조달청, 통계청, 병무청, 소방청, 문화재청, 기상청, 행복청, 해경청	법제처, 국세청, 관세청, 통계청, 방사청, 소방청, 농진청, 특허청, 질병청, 행복청, 해경청
C	국세청, 원안위, 해경청, 행복청	방사청, 소방청, 기상청, 새만금청	조달청, 방사청, 농진청, 새만금청	방사청, 농진청, 새만금청, 원안위	조달청, 병무청, 새만금청, 원안위

나. 시사점

연도별 정책소통평가 결과에 따른 성과와 개선 및 보완책을 요약하면 아래 〈표 3-11〉과 같다. 정책소통의 주요 성과로는 부처별 협업 활성화(강화)와 디지털소통 강화가 대표적이었다. 이는 정책소통평가의 목표 또는 지표와 맥을 같이 하는데 본 평가의 목적이 대변인 협의회 등 정부 차원의 일관된 정책 홍보를 유도하는 데 있고, 더불어 변화하는 미디어 환경 변화에 맞추어 기존 언론과 더불어 유튜브, SNS 등 디지털소통을 통한 대국민 직접 홍보도 중요하게 고려되고 있기 때문이다. 정책소통의 개선 및 보완 사항으로는 다양한 과제가 제시되었으나, 주로 정책 체감도를 높이고 소통전략을 체계적으로 수립할 것을 주문하고 있다. 이론적으로는 정책 목표를 설정하여 이에 맞는 실행 전략과 성과 평가가 필요하지만 예측이 어려운 정책홍보 업무의 고유한 특성상 다양한 매체 전략을 사전에 기획하고 일관되게 추진하기 어려운 면을 우회적으로 보여 주는 결과이다. 정책소통 대상을 명확히 하고, 이에 따른 맞춤형 소통전략을 수립하며, 평가 결과 미흡

기관 대상 컨설팅을 수행하여 평가 결과에 대한 환류를 강화할 필요가 있다는 2022년 평가 결과를 유념할 필요가 있다.

〈표 3-9〉 연도별 정책소통평가 결과 요약

연도	성과	개선 및 보완
2018	· 범부처 협업 활성화 · 디지털 소통 강화	· 맞춤형 소통 확대 · 국민체감도 제고 · 현안 대응 즉각성
2019	· 기관장 현장소통 · 범부처 협업 활성화 · 디지털 소통 강화	· 부처 간 연계성 제고 · 정책체감도 제고 · 핵심콘텐츠 홍보
2020	· 투명하고 신속한 소통 · 부처별 협업 강화	· 정책 종합홍보 · 디지털 소통전략
2021	· 부처별 협업 강화 · 디지털 소통 다각화	· 외신홍보 강화 · 융복합 정책 소통
2022	· 정책체감도 제고 · 온라인 소통환경	· 평가 미흡기관 대상 컨설팅 · 맞춤형 디지털 소통전략 수립 · 정책소통 대상 명확화

제2절 이해관계자 의견 검토

1. 개요

가. 조사 대상

본 연구는 정책소통평가 지표개선을 목적으로 하므로, 정책소통평가의 현황 및 업무 현장에서 실제 체감하는 애로 사항 등을 파악하기 위하여 정책소통평가를 둘러싼 다양한 이해관계자의 의견을 검토하는 것이 필요하다고 판단했다. 본 장에서 의견을 검토하고자 하는 이해관계자는 크게 정책소통 평가자와 피평가자 그룹으로 나뉘며, 평가자 그룹은 정책소통 관련 분야(언론학·홍보학·행정학 등) 연구자, 피평가자 그룹은 정책소통 평가를 담당하는 각 부처별 담당자들로 구성되었다. 조사 방법은 심층인터뷰와 그룹인터뷰를 병행하였으며, 구체적인 인터뷰 대상은 <표 3-12>와 같다.

<표 3-10> 인터뷰 대상 구성

구분	세부 내용	날짜
평가자	정책소통평가위원 A	2023. 4. 19.
	정책소통평가위원 B	2023. 4. 20.
	정책소통평가위원 C	2023. 4. 20.
	정책소통평가위원 D	2023. 4. 20.
	정책소통평가위원 E	2023. 4. 26.
	정책소통평가위원 F	2023. 8. 11.
	정책소통평가위원 G	2023. 4. 20.
피평가자	정부부처 정책소통담당자 A	2023. 6. 21.
	정부부처 정책소통담당자 B	2023. 6. 21.
	정부부처 정책소통담당자 C	2023. 6. 21.
	정부부처 정책소통담당자 D	2023. 6. 21.
	정부부처 정책소통담당자 E	2023. 6. 21.

나. 의견조사 방법 및 조사 내용

정책소통평가 각 이해관계자 의견은 4단계로 검토되었다. 먼저, 앞에서 살펴본 1단계에서는 기존 정책소통평가 결과를 검토하여 대변인 활동을 통한 정부의 일관된 정책홍보 유도 및 디지털소통을 통한 대국민 홍보 강화 등 정책소통평가의 주요 목적, 정책 목표 설정-실행전략-성과평가를 유기적으로 연계하는 기획 단계의 필요성 및 애로 사항, 그리고 부처별 예산 규모, 사업 및 정책의 성격, 정책 수요자 유형 등 구조적 차이에 따른 소통 유인 차별성 등에 대한 시사점을 얻었다. 2단계에서는 기존 정책소통평가 결과 검토 및 정책소통평가 주관 부처 자문회의 결과를 종합하여 정책소통평가 개선을 위해 이해관계자별 의견 확인 및 논의가 필요한 몇 가지 주요 안건을 도출했다. 논의 안건은 크게 (1) 평가 부처 구분 방식, (2) 평가 항목 및 배점, (3) 정책소통평가 결과 활용 및 지원 체계로 구분되며, 구체적인 내용은 <표 2-13>과 같다. 3단계에서는 정책소통평가 평가자인 평가위원, 4단계에서는 정책소통평가 피평가자인 담당 공무원을 만나 도출한 주요 안건에 대한 의견을 파악했다.

[그림 3-1] 이해관계자 의견 검토 과정

구분	대상	방법
1단계	기존 정책소통평가 결과	문헌 검토
2단계	정책소통평가 주관 부처	자문회의
3단계	정책소통평가 평가위원	그룹인터뷰 및 심층인터뷰
4단계	정책소통평가 평가 대상	그룹인터뷰

<표 3-11> 정책소통평가 주요 논의 안건

구분	세부 내용
평가 부처 구분 방식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현재 부처별 평가지표 구분 기준(장관급/차관급 구분)에 대한 의견 ○ 부처별 성격(B2B/B2C 등) 및 업무 유형에 따른 지표분류·지표별 비중 차별화에 대한 의견 ○ 평가 대상 부처 구분 방식의 평가 목적 부합 여부에 대한 의견
평가 항목 및 배점	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정책소통 활동 지표 관련 의견 <ul style="list-style-type: none"> - 부처별 최소한의 참여를 보장하는 지표에 대한 의견

구분	세부 내용
	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인·온라인 지표의 통합 필요성 여부 ○ 외신소통 지표 관련 의견 <ul style="list-style-type: none"> - 외신대변인 유무에 따른 평가 방안 의견 - 외신소통의 성과를 평가할 수 있는 지표에 대한 의견 ○ 우수사례/정성평가 지표 관련 의견 <ul style="list-style-type: none"> - 각 지표별 우수사례 존재 상황에 대한 의견 - 각종 소통 활동의 성과를 대변할 정성평가 지표의 필요성 의견 - 우수사례라는 용어를 대체할 정성지표 용어에 대한 의견 ○ 메시지의 접근성 → 메시지의 침투성 측정 방안 관련 의견 <ul style="list-style-type: none"> - 만족도 조사 문항 개선 방안 ○ 지표별 상대평가 지표 관련 의견 <ul style="list-style-type: none"> - 상대평가 방식과 절대평가 방식에 대한 의견 - 전년 대비 증감 등 반영한 지표 필요성에 대한 의견
정책소통평가 결과 활용 및 지원 체계	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지표결과 컨설팅 <ul style="list-style-type: none"> - 직관적인 이해가 가능하도록 보고서 용어의 일반화 필요성 논의 - 온·오프라인 지표별·문항별로 구분된 심사위원 평가의 통합 제시 방안 의견 - 컨설팅 사업 운영에 대한 의견

2. 주요 내용

이해관계자 인터뷰 결과, 논의 안건 중 평가 부처 구분 방식에 대한 논의는 곧 평가 목적의 방향성으로, 평가 항목 및 배점에 대한 논의는 평가 지표의 타당성으로, 정책소통 평가 결과 활용 및 지원 체계는 결과 환류에 대한 논의로 의견이 모아졌다. 구체적인 논의 결과는 아래와 같다.

가. 평가 목적의 방향성

1) 평가 목적

먼저 평가 목적에 있어서는 평가를 통해 업무 성과를 제고할 수 있다는 점에 이견이 없으나, 평가를 위한 형식적인 평가를 지양하고 업무 효율성을 저해하는 지표를 개선하여 본래의 평가 목적에 부합하도록 하여야 한다는 의견이 많았다. 정책소통활동을 평가하기 위한 지표 자체가 정책소통활동의 목적이 되어서는 안 된다는 것이다.

“평가를 통해 업무 성과를 견인할 수 있다는 점에 동의합니다.” - 부처 정책소통담당자 C

“평가의 목적이 어떤 조직이나 관료주의를 공고히 하기 위한 평가인지 아니면 일을 잘하게 하기 위한 평가인지 지표의 가치를 생각해야 합니다. 평가를 위한 평가는 불필요한 업무가 되기 때문에 효율성이 떨어지는 지표는 걸러내야 한다고 봅니다. 업무 특성이나 활동 성과보다 지표를 연구한 부처가 더 높은 평가를 받을 가능성이 있기 때문입니다.” - 부처 정책소통담당자 D

“업무의 특성이나 업무 전달보다 기관장이 대외언론 활동을 많이 하면 홍보 점수가 올라가는 경향이 있는 것 같습니다.” - 부처 정책소통담당자 B

2) 부처 구분

부처 구분에 있어서는 부처별 업무나 정책의 특성에 따른 구분 기준이 필요하다는 것에는 대부분 공감하고 있으나, 현재와 같이 장관급·차관급 구분 외에 대체할 설득력 있는 구분 방식을 찾기 어려울 것이라는 의견이 많았다. 장관급 구분이 조직 위상의 차별성을 나타내기 위해 구분 기준으로 적합하다는 의견도 있었다. 그러나 부처별 업무 및 정책의 특성에 따라 국민과의 접점 유무가 달라지기도 하므로 지표에 따라서 이런 차별성이 정책소통평가에 고려되어야 할 필요가 있다고 보았다. 이 외 부처의 업무 특성에 따라 사회 부처와 경제 부처로 나뉘기도 하고, 예산 규모나 인력 지원에 따른 구분 등도 고려할 수 있으나, 예산 규모에 따른 구분은 예산 확보 노력 감소 등 부작용이 따를 수 있다는 의견이 있었다.

“현재와 같이 장관급으로 구분하는 것 외에 설득력 있는 구분 방식을 찾기 어려울 것이라고 생각합니다.” - 부처 정책소통담당자 A

“장차관급으로 나누는 것이 성장 관점에서 더 명확하거든요. 저는 이것을 조직 위상의 점수로 봐요.” - 정책소통평가위원 B

“장차관급 부처 구분은 어찌 보면 형평성을 기하기 위해서 이렇게 나눠서 봐야 되는 게 아닌가 하는 생각도 들기도 해요. 피평가자 입장에서 보면 기관 규모도 더 크고 예산도 다르고 한데 똑같이 평가를 받는다면 불만이 있을 수도 있을 것 같아요. 그런데 같은 장관급, 차관급이라고 해도 부처 업무 성격이 다르기 때문에 조직 차원과 정책 홍보 프로그램 차원에서 조금 구분이 필요할 것 같아요.” - 정책소통평가위원 D

“부처의 정책의 특성에 따른 구분 기준이나 부처별 특수한 업무에 대한 고려는 필요하다고 생각합니다. 그런데 예산 규모에 따른 구분은 예산 확보 노력 감소 등의 부작용이 있을 수 있다고 생각합니다.” - 부처 정책소통담당자 C

“평가 대상을 부처의 성격에 따라 사회 부처와 경제 부처로 나누기도 합니다.”
- 정책소통평가위원 E

“부처별로 정책이나 업무의 특성에 따라서 국민과의 접점이 큰 부처와 상대적으로 약한 부처가 있는데, 부처의 주요 정책 내용을 알리기보다 국민과 접점을 만들 수 있는 부분에 대해서만 소통을 늘리려 하는 경우도 있는 것 같습니다. 정책소통활동이 예산이나 지원 인력 같은 부분에서 좀 차이가 있겠구나 하는 생각도 듭니다.” - 정책소통평가위원 C

3) 기획 단계

평가 목적에 따라 정책소통활동을 체계적으로 하기 위해서는 평가지표에 기획 단계가 필요하다는 의견이 있었다. 현재 평가지표는 정책소통 활동-성과-체감도로 이루어져 있으나, 이전 단계로서 홍보 활동의 목적을 세우고 이를 어떻게 기획했는지에 따라 정책소통활동을 성공적으로 이끌어 낼 수 있다는 것이다. 또 정부에서도 정책소통평가의 평가 기준이나 정부 부처의 주요 정책 주제에 대해 연초에 미리 제시할 수 있다면 홍보 기획을 효과적으로 할 수 있을 것이라는 의견이 있었다.

“정책소통활동을 하기 위한 목적, 목표, 전략 부분이 제대로 세워졌는지에 대해 좀 더 구체적으로 정리할 필요가 있습니다. 이를 위해서는 체감도 부분이 세밀하게 측정되어야 하고, 결과를 바탕으로 목표, 전략, 타겟, 메시지 등 홍보 기획이 이뤄져야 합니다. 정책소통성과도 제대로 설정된 홍보 기획에 따라 성과 정리가 될 필요가 있습니다.” - 정책소통평가위원 F

“계획-과정-성과-환류 이렇게 보는 게 맞거든요. 정책소통평가를 정말로 잘 운영하고 성과를 내고 싶으면 각 부처의 정책소통을 계획하고 목표치가 적절한지를 보는 게 제일 중요해요.” - 정책소통평가위원 E

“홍보 활동은 기획하는 게 굉장히 중요한데, 처음에 현재 문제 상황을 파악하고 문제가 뭔지를 파악해서 전략을 잡는 게 중요합니다. 예전에는 이 부분이 조금

더 지표점수가 높아서 그랬는지 예전에는 조사하고 문제 정의나 목표 설정에 대한 부분, 타겟 공중 설정도 있었는데 그 부분도 지금 없어진 것 같아요.” - 정책소통평가위원 C

“1년간 정부 부처의 주요 정책에 대한 주제를 주면 관련 활동을 집중적으로 할 수 있을 것 같아요.” - 부처 정책소통담당자 D

“연초에 평가 기준을 미리 제시해 주면 평가에 대한 예측 가능성을 주는 의미가 있을 것 같습니다. 그러나 계획대로 되지 않거나 이슈가 발생하는 등 변동 가능성도 있습니다.” - 부처 정책소통담당자 C

나. 지표 타당성

다음으로는 개별 평가지표의 타당성에 대한 의견을 청취했다. 평가지표는 정책소통활동, 정책소통성과, 체감도로 구분되며, 정책소통활동은 부처 협업 활동과 보유자원 활용으로, 정책소통활동은 주요 정책 소통성과, 현안대응 성과, 온라인 소통성과, 기관장 소통성과, 외신 소통성과로, 체감도는 소통만족도와 온라인 체감도의 세부 지표로 구성되어 있었다. 각 세부 지표가 각 평가지표의 하위 지표로 구성되어 있는 것이 타당한지, 지표의 배점은 적절한지, 측정하는 방식은 어떤 개선 사항이 있는지 등에 대한 의견을 파악했다.

1) 정책소통활동

정책소통활동은 대변인, 온라인 대변인, 외신 대변인의 협업 활동(대변인 협의회 참여 및 협의회 요청 사항 이행 등)을 평가하는 부처 협업 활동과, 보유 매체를 가동하거나 증감하여 정부과제를 표출하도록 하는 보유 매체 활용, 부처 제작 홍보 영상콘텐츠 등록 건수인 정부영상 공유 및 확산이 포함된 보유자원 활용으로 구성된다.

〈표 3-12〉 정책소통활동 평가지표 구성 및 배점

평가항목		평가지표	평정	장관급	차관급
정책 소통 활동	부처 협업 활동	• 대변인 협업 활동	정량	6	6
		• 온라인 대변인 협업 활동	정량	3	3
		• 외신 대변인 협업 활동	정량	2	-
	보유자원 활용	• 보유 매체 활용	정량	3	3
		• 정부영상 공유 및 확산	정량	1	1

① 부처 협업 활동

정책소통활동 부처 간 협업 활동의 경우, 부처 간 협업이 필요한 이슈가 있는 부처와 그렇지 않은 부처가 있기 때문에, 회의 건수가 지표화 되면 이슈가 많지 않은 부처 입장에서는 평가를 위한 인위적인 평가가 될 수 있다는 의견이 있었다. 일부 전문가는 현재 부처 간 협업이 활발히 이루어지지는 못하는 상황이며, 협업이 원활하게 이루어지려면 정부에서 가이드라인을 제시할 필요성이 있다고 언급하였다.

“부대변인 회의 참여, 발표 건수 등은 불필요한 지표라고 생각합니다. 회의 건수가 지표화 되면 이슈가 크지 않은 부처 입장에서는 평가를 위한 인위적인 평가가 될 수 있어서요.” - 부처 정책소통담당자 A

“현재 부처 간 협업은 제대로 이뤄지지 못하는 상황입니다. 부처 간 협업이 이뤄져야 하는 정책이 있고, 개별적으로 진행해야 하는 정책이 있는데, 협업이 원활히 되려면 정부에서 가이드라인이 나와야 합니다. 그렇지 않을 경우 부처 간 협업은 매우 어려운 상황입니다.” - 정책소통평가위원 F

② 보유자원 활용

보유자원 활용의 경우, 정책의 주요 타겟에 맞는 채널의 활용에 대한 평가를 강화함으로써 평가의 실효성을 높이는 것이 중요하다는 전문가 의견이 있었다. 채널은 유튜브가 필수 채널이고, 선택 채널로는 페이스북, 블로그, 트위터, 인스타그램, 네이버포스트를 선택할 수 있다. 신규 선택 채널은 평가 연도 기준으로 최소 1년 이상 운영한 실적이 있어야 하며, 평가 채널로 인정될 경우 최소 2년간은 평가 채널로 운영해야 하므로 너무

많은 채널을 운영하는 것은 부처에 부담이 될 수 있다는 것이다.

“현재 운영하고 있는 채널 등 자원을 이용한 활용에 대한 평가가 더 강화될 필요가 있습니다. 채널 확대를 통한 소통활성화가 단순히 공중과의 접점을 증대하는 것이 아닌, 정책 타킷에 맞는 유효 채널 몇 개를 효과적으로 운영하는 방향으로 보유자원 활용이 평가되어야 합니다. 너무 많은 채널을 보유하도록 하는 것은 목표성도 애매하고, 다른 부처에서 하니까 어쩔 수 없이 운영되는 부분도 있는데, 평가 방식 개선을 통해 무의미한 채널 운영이 줄어들 수 있을 것입니다.” - 정책소통평가위원 F

2) 정책소통성과

정책소통성과 중 주요 정책 소통성과는 주요 정책 발표 시 사전협의 참여를 통한 대국민 소통 노력이 있었는지 여부와, 부처별 국정과제 등 주요 정책 관련 홍보 계획-실행-성과-협업 등 홍보 과정 및 성과의 우수사례를 평가하는 지표이다. 현안대응 성과는 언론의 이슈 보도에 얼마나 신속하게 대응했는지, 대응 내용이 언론에 재반영되었는지를 측정하는 일일보도 대응성과와, 온라인 현안 신속대응, 부처 의견 매체 반영, 디지털 콘텐츠 제작 등의 온라인현안 대응성과로 구성되는 지표이다.

온라인 소통성과 중 누리소통망 양방향 소통은 기관별 채널 운영 성과를 정책고객 분석 등 채널 운영 계획의 우수성과 수요자 특성에 맞는 콘텐츠 게재 등 채널운영 성과로 나누어 전문가 평가단의 상대평가로 측정하고, 기관별 채널의 이용자 반응(조회/노출/도달) 및 상호작용(댓글/공유/좋아요) 실적을 상대평가로 측정한다. 양방향 소통 우수사례는 정책고객 참여형 소통을 기획하고 의견수렴 노력을 기울인 사례로 상대 평가한다.

누리소통망 콘텐츠 제작 성과는 콘텐츠 우수사례를 1,000명 이상의 일반국민과 전문가를 대상으로 한 설문조사로 상대평가로 선발하고, 연간 기획 콘텐츠 우수사례를 전문가 상대평가로 평가한다. 기관장 소통성과는 기관장(정·부)의 방송출연, 인터뷰, 정책현장 설명회 등 언론 및 현장의 소통활동 건수를 측정하며, 각 부처 기관장의 국정과제·개혁과제 소통성과 및 이슈·리스트 관리 성과를 평가한다. 외신 소통성과는 정책토론회, 기고, 인터뷰, 브리핑 등 기관장 소통실적과 비기관장 소통실적을 집계하고, 계획-실행-결과 과정에 따른 외신소통 홍보 우수사례를 평가한다.

〈표 3-13〉 정책소통성과 평가지표 구성 및 배점

평가항목		평가지표	평정	장관급	차관급
정책 소통 성과	주요 정책 소통성과	• 주요정책발표 사전협의	정량/정성	6	6
		• 소통활동 우수사례	정성	10	20
	현안대응 성과	• 일일보도 대응 성과	정량/정성	6	6
		• 온라인현안 대응 성과	정량/정성	6	6
	온라인 소통성과	• 누리소통망(SNS)을 통한 양방향 소통	정량/정성	8	8
		• 누리소통망(SNS) 콘텐츠 제작 성과	정성	10	10
	기관장 소통성과	• 언론 및 현장소통 성과	정량	10	10
		• 이슈 관리	정성	8	-
외신 소통성과	• 외신소통 실적 및 우수사례	정량/정성	6	6	

① 주요정책 소통성과

주요정책 소통성과는 가장 중요한 지표로 평가되었으며, 정책의 성격(단기, 중기, 장기 정책)에 따라 소통성과 평가 비중이 달라져야 한다는 전문가 의견이 있었다. 또 우수 사례 평가가 전체 평가지표 안에 각기 다른 하위지표에 다른 배점으로 구성되어 있으며, 평가를 위한 척도도 일관적이지 않은 점이 개선되어야 할 사항이라고 보았다.

“정책소통평가는 가장 중요한 부분으로 생각합니다. 단기, 중기, 장기 등 정책별 시기에 따라 정책목표가 달리 잡히기에 이에 맞는 소통성과 평가가 필요하다고 생각합니다.” - 정책소통평가위원 F

“우수사례는 전체적으로 하나 정도 내면 된다고 생각해요. 지금은 지표별로 사례가 들어오는데, 그러면 우수사례가 중복될 수도 있잖아요. 그리고 척도도 문항별로 일관적이지 않고요.” - 정책소통평가위원 E

② 현안대응 성과

현안대응 성과는 현실적으로 정책 관련 다양한 이슈가 실시간으로 발생할 수 있기 때문에 이에 적극적으로 대응하는 것이 매우 중요하므로 중요한 지표로 평가되었다. 공무원과 전문가들은 현안대응 성과 지표의 필요성에는 대부분 공감했으나, 이슈가 발생했을 때 이에 빠르게 대응하는 신속성만 평가할 것이 아니라, 이슈가 발생하지 않도록 사전적으로 위기를 관리하는 것에 대한 지표가 신설될 필요가 있다는 의견도 있었다.

“정책별로 다양한 이슈가 추가적으로 발생할 수 있기 때문에, 이에 대한 적극적인 대응은 매우 중요한 부분으로 생각됩니다.” - 정책소통평가위원 F

“현재는 위기 대응 관련해서 신속성만 지표화 하고 사전 위기관리에 대한 지표는 없어요. 즉, 애초에 부정 기사가 나지 않도록 사전 위기관리에 대한 지표가 없어요. 정성평가 중에, 부정적인 보도가 났을 때 이슈 대응에 걸린 시간을 신속성으로 평가하는 경우가 있는데 그런 경우는 어찌 보면 사실 큰 이슈가 아니기 때문에 가능한 것일 수도 있죠.” - 부처 정책소통담당자 E

③ 온라인 소통성과

온라인 소통성과와 관련하여서는 향후 온오프라인 홍보를 통합하여 평가하는 방향으로 차차 나아가야 한다는 의견이 지배적이었다.

개선해야 할 사항으로는, 온라인 소통성과의 경우 평가의 관심사가 주로 콘텐츠의 확산에 초점이 맞추어져 있는데, 전체적으로 기획을 잘 하고 그 안에서 내용과 타겟에 맞는 메시지를 잘 전달할 수 있는 콘텐츠가 나와야 한다는 점을 간과할 수 있다는 점을 지적했다. 또, 온라인 소통성과의 대상이 해당 정책의 주요 고객층이 누구인지에 관계없이 젊은 층에게 초점이 맞춰져 있다는 점도 재고해야 할 문제로 제기되었다. 온라인 소통성과 평가 시 적절한 정책 타겟 설정 등이 함께 고려되어야 한다는 것이다.

“현재 언론홍보에 배점이 높는데 향후에는 디지털홍보 부분이 과반까지는 올라가야 하고, 정책홍보에서 온오프라인 통합된 홍보를 평가해야 한다고 봅니다. 언론과 디지털의 칸막이가 고집되지 않는 방향으로, 캠페인이라든지 이슈들이라든지 양방향 소통을 같이 협업해서 할 수 있는 것들을 평가 항목을 만들어서 시도할 수 있게끔 하는 것이 지금 필요한 때가 아닌가 생각합니다.” - 부처 정책소통담당자 A

“온오프라인 지표를 통합하는 것은 현재 홍보담당관이 온라인과 오프라인이 나뉘어 있고, 외부 인원 등 칸막이가 심해 바로 현행화하기는 어렵습니다. 그러나 장기적으로 온오프라인을 통합하는 방향으로 영역을 확대하는 시도를 할 필요가 있습니다. 현재는 예를 들면, 이슈대응 시 신문에 보도되면 전 직원이 대응하지만, 온라인에서 이슈가 터졌을 때에는 온라인 담당은 인력이 부족한 상황입니다. 홍보를 위한 소통이 온라인에서 오프라인으로 넘어가기도 하고 서로 상충

작용도 하기도 하는데, 이것 구분해서 보는 게 아니라 통합적으로 가야 한다고 생각합니다.” - 부처 정책소통담당자 C

“메시지가 영상이라든지 콘텐츠라든지 텍스트에 잘 녹아들었는지에 대한 부분이 없거든요. 전달하는 정책에 대한 메시지나 인지나 이해를 높이기 위한 부분이 평가되어야 하는데 그런 부분이 없어요. 채널 자체가 중요한 것보다 하나를 하더라도 그 속에서 메시지 전달력이 좋아야 되고 메시지가 좋아야 되거든요. 문제가 전체적으로 기획을 잘하고 성과를 잘 내느냐보다 콘텐츠 확산에 너무 초점을 맞추다 보니... 그리고 MZ 세대가 확산을 잘한다고 해서 정책의 성격이나 대상이 되는 공중이 누군지에 상관없이 모든 정책을 다 MZ 세대에 겨냥하는 경향도 있는 것 같더라고요.” - 정책소통평가위원 C

“온라인 소통도 사실 막연한 국민이 아니라 사실 핵심 공중, 핵심 이해관계자 평가 이런 식으로 접근해야 되는 필요가 있어요.” - 정책소통평가위원 G

④ 기관장 소통성과

기관장 소통성과 지표와 관련하여서는 기관장이 소통 의지를 가지고 활동하는 것은 바람직하지만 이를 빈도로써 지표화하는 것에는 피평가자와 평가자 모두 부정적인 견해를 보였다. 기관장의 개인 특성에 따라 기관의 평가가 달라질 수 있다는 점, 평가를 잘 받기 위한 업무에만 매몰될 수 있다는 점 등이 기관장 소통성과 지표가 강화되는 경우에 대한 우려사항으로 지적되었다.

“장차관 정책소통 의지는 사람에 따라 다르기 때문에 가점은 가능하더라도 지표화는 반대합니다.” - 부처 정책소통담당자 C

“장차관 정책소통에 대한 지표도 장관의 캐릭터에 따라서 편차가 너무 크기 때문에 일괄적으로 지표를 만들어 버리면 힘들 것 같아요.” - 부처 정책소통담당자 A

“홍보 평가 지표를 자세히 보면 장차관이 활동적일수록 점수를 잘 받게 되어 있는 것 같아요. 자칫하면 홍보 평가를 잘 받기 위한 일로만 더 매몰될 수도 있다고 생각합니다.” - 부처 정책소통담당자 B

“기관의 대표가 주요 정책이나 이슈에 대해 대표성을 가지고 소통하는 것은 좋지만, 이러한 활동을 빈도로서 수치화하는 것은 좋지 않은 것 같습니다. 기관장이 나서서 해야 하는 주요 정책 브리핑이나 이슈 대응에 대해 기관장이 나서서 해야 한다는 등 아주 기본적인 수치로서 평가하고, 하지 않은 경우에 감점하는 방식이 더 좋다고 생각합니다.” - 정책소통평가위원 F

⑤ 외신 소통성과

외신 소통성과의 경우 부처나 정책별로 외신 소통의 필요성이 편차가 있기 때문에 일괄적으로 같은 기준으로 평가하는 것에 대해 재고할 필요가 있다는 전문가 의견이 있었다.

“외신과의 소통을 위해 번역해서 보도 자료를 내고, 외신을 대상으로 정책브리핑을 해야 하는 경우는 늘 있는 업무라기보다는 그만한 가치가 있는 정책에 한해서만 진행되는 것으로 판단됩니다. 특히 외신 대상 소통은 부처나 정책별로 많이 해야 하는 경우가 있고 그렇지 않은 경우가 있습니다. 그리고 대개의 경우 주요 정책은 정부의 입장이기에 부처보다는 대통령실에서 진행하는 것이 적절한 경우도 있다고 생각합니다.” - 정책소통평가위원 F

3) 체감도

체감도는 국정과제 및 주요 정책과제에 대한 국민소통 노력 및 성과에 대한 만족도 조사로 평가하는 소통만족도와, 정책여론수렴시스템 통한 빅데이터 분석 및 빅데이터를 활용한 정책소통 사례로 평가받는 온라인 체감도로 구성되어 있다.

소통만족도 평가는 일반국민 12,000명과 정책수요자 8,400명을 대상으로 하며, 성·연령·지역별 인구비례 할당으로 대표성을 확보한다. 조사 기간은 매년 10월~11월경이며, 응답자는 정책과제 설명 내용 및 소통활동 내용을 읽고 1인당 10~11개의 과제를 평가하게 된다. 평가 항목은 ▲ 소통정보 유용성(“정책소통을 위해 정부가 제공하는 정보가 유용하다.”), ▲ 소통경로 상호성(“정부는 다양한 통로를 통해 국민과 적극적으로 소통한다.”), ▲ 소통전반 만족도(“과제 수행 과정에서 정부의 정책소통 노력에 대해 전반적으로 만족한다.”)이다.

〈표 3-14〉 체감도 평가지표 구성 및 배점

평가항목		평가지표	평정	장관급	차관급
체감도	소통만족도	• 주요정책 소통 관련 국민만족도 조사	정성	10	10
	온라인 체감도	• 빅데이터 분석 및 활용 사례	정량/정성	5	5

① 소통만족도

소통만족도의 경우 피평가자나 평가자 모두 대체로 국민들이 특정 부처에 대해 기존에 가지고 있던 이미지나 인지도 등에 따라 점수를 부여하게 될 가능성이 높다고 판단했다. 소통만족도의 중요도를 고려하면 비중을 높이는 것이 바람직할 수 있으나, 부처의 정책 활동이나 정책소통 관련 내용에 따라 평가가 되어야 하지만 몇 개의 문항으로 파악하고 평가하는 측정 방식상 한계가 있을 수밖에 없다는 의견들이었다. 이에 대해 피평가자는 국민 대상 조사 당시의 특정 이슈로 인해 기관의 평가가 감정적으로 판단되지 않기 위해서 홍보 과정에 대한 정량평가를 병행할 것을 제안했다. 또, 관련 전문가의 경우 소통만족도가 부처의 정책을 알려 인지도를 높이는 기능을 넘어 해당 이슈에 대해 실질적인 인식변화까지 이루어지는 것이 바람직하다고 보았다.

“체감도 지표는 국민들이 부처에 대해 가지고 있는 이미지에 대한 평가로 점수 매겨질 가능성 높다고 생각해요.” - 부처 정책소통담당자 A

“체감도는 효과 측정이 부처에 대한 이미지에 의해 감정적 판단이 되지 않도록 해야 합니다. 조사를 할 때, 그 당시의 이슈에 많이 좌우될 수 있습니다. 이를 보완하기 위해서는 홍보 과정의 노력 등을 평가할 수 있도록 정량평가를 병행하는 것이 좋다고 생각합니다.” - 부처 정책소통담당자 C

“국민들이 정책에 체감하는 정도를 측정하는 것이기 때문에 소통만족도 지표 비중을 올리는 것이 좋을 것 같아요.” - 부처 정책소통담당자 B

“소통만족도의 경우, 실질적인 인식 변화를 측정해야 하는 부분인데, 이 부분이 단순히 몇 개의 질문으로 평가될 경우 제대로 된 소통평가가 이뤄지기 어렵습니다.” - 정책소통평가위원 F

“어떤 국민이 하더라도, 본인 생각에 애초에 인지도가 좋은 기관이 있고 나쁜

기관이 있단 말이에요. 기관이 하는 정책 활동이나 소통 관련된 내용으로 점수를 주는 게 아니고, 그런 기관에 이미지로 점수를 주는...” - 정책소통평가위원 B

② 온라인 체감도

온라인 체감도와 관련한 의견은 피평가자와 평가자의 의견이 나뉘었다. 피평가자인 공무원들은 온라인 체감도를 정량평가로 측정하는 방식에 문제를 제기했다. 온라인 체감도는 연말에 1회, 국정현안 및 부처 정책에 대한 주요 키워드를 바탕으로 정책여론수렴 시스템을 통해 빅데이터를 분석하여 측정한다. 각 부처에서 제출한 정책 및 관련 키워드의 ① 온라인뉴스, ② 트위터, ③ 포털 블로그, ④ 커뮤니티 언급량을 측정하고(50%), 호감도를 분석하여(50%), 키워드의 언급량 및 호감도를 표준편차를 이용해 평균값을 중심으로 비교하고 점수화하는 상대평가 방식이다.

피평가자들은 언급량 자체가 메시지의 내용과 관련 없이 정량 성과로 측정되는 것이 바람직하지 않으며, 온라인 댓글 등이 소통을 하는 것이 아니라 단순히 언급량을 늘리기 위한 이벤트 등을 통해서도 생산될 수 있음을 지적했다. 반면 부처에서 공중에게 온라인 댓글로 피드백하는 경우, 이는 공중과의 직접적인 소통을 통해 정책정보를 전달하는 행위이므로, 온라인 댓글 등을 통해 부처가 심도 있는 정보를 제공한다면 정성평가로 평가해 줄 수 있으면 좋겠다는 의견이 있었다.

평가자들은 온라인 체감도가 다른 매체와 같은 기준으로 평가될 수 있다면 채널별 정책 체감도를 평가 비교 및 측정할 수 있을 것이라고 제안했다. 한편 온라인 체감도는 측정 방식이 빅데이터를 활용할 뿐 측정하는 내용은 결국 온라인상에서 홍보 자료를 어떻게 활용하여 정책소통을 했는지에 대한 질문이 되어 체감도보다는 정책소통 성과로 이동하는 것이 타당하다는 전문가 의견도 있었다.

“댓글이 많은 콘텐츠가 반드시 좋은 콘텐츠는 아닌데, 간혹 악플도 정량성으로 잡히거나 평가를 위해 댓글 이벤트 등을 활용하기도 하더라고요.” - 부처 정책소통담당자 A

“정량평가에 해당하는 온라인 댓글 등도 내용에 따라서 심도 있는 정보 제공을 하는 대민활동 등은 정성적으로도 평가를 해 줄 수 있으면 좋겠어요.” - 부처 정책소통담당자 C

“온라인 체감도는 온라인 채널을 통한 정보접촉 이후에 갖는 인식 부분으로 채널의 한 종류라고 봅니다. 그렇기에 대중매체, 오프라인 채널 등과 함께 같은 기준으로 체감도 평가가 이뤄지면 주요 매체별 체감도 평가를 비교하면서 측정할 수 있을 것으로 기대됩니다.” - 정책소통평가위원 F

“온라인 체감도는 정책소통을 위해 홍보 자료를 어떻게 활용했는가를 묻는 것으로, 체감도보다 정책소통성과에 들어가야 할 것 같아요.” - 정책소통평가위원 D

4) 지표개선 관련 전반 및 기타 의견

그 외에 지표 개선과 관련한 전반 또는 기타 의견들이 있었다. 먼저 (1) 기관이 정책소통을 위한 인력과 인프라를 구비하려는 노력이 지표화 되어야 한다는 의견, (2) 세부적인 평가 분야를 통합하여 업무 자율성을 높일 필요가 있다는 의견이 평가자와 피평가자 모두 가장 주된 의견이었다.

그 밖에 ▲ 정책소통평가의 체계화 및 평가를 통한 정책소통 개선을 위해 문체부 산하 특정 기관이 주도적으로 평가지표를 관리해야 한다는 의견, ▲부처 간 협업보다 민간과 기관의 협업을 장려하는 지표가 필요하다는 의견, ▲ 정성평가의 경우 심사위원마다 평가 기준이 다를 수 있으므로 균질적인 평가 기준 마련이 중요하다는 의견 등이 있었다.

더불어 지표별 점수를 측정함에 있어 기관의 구조적 요인을 상쇄하기 위한 방안으로 성과를 전년 대비 증감으로 측정하는 방식은 전년도에 큰 이벤트 등이 있는 경우 성과가 또 증가하기 어려워 부작용이 있을 것이라는 의견도 제시했다.

① 전문 인력과 인프라 지표화

“직제 등 정책소통 인프라 차원에서 인력의 안정화 등도 필요합니다. 평가기준 개선도 필요하지만, 정책소통을 위한 인프라 구비 노력도 지표화되어야 한다고 생각해요.” - 부처 정책소통담당자 C

“소통활동 평가가 소통에 대한 여러 가지 아웃풋이나 아웃컴을 평가하는 건데, 실제로 인풋 중에서 정부가 각 부처에 내리는 실무 예산 외에도 홍보 조직의 자체 예산이 따로 좀 있어야 되는데 그 부분도 많이 없는 경우도 있고, 특히 공무원 채용과 관련해서도 홍보 관련 전문가를 채용하지 못하는 부분들이 있잖아요. 사실 조직과 예산과 인력이 있으면 일정 수준의 아웃풋을 예측할 수가

있는데 이런 부분들을 인풋의 평가 요인으로 넣을 수도 있을 것 같아요. 전체 예산 대비 홍보 예산 규모를 본다면, 규모가 큰 기관들이 점수를 높게 받는 부분들은 걸러낼 수 있을 것 같아요.” - 정책소통평가위원 B

“기관장은 일반임기제 인력의 수, 비율, 직급 등 인력, 예산, 주무 부서 등의 인프라 구조를 만들어야 합니다. 인프라를 갖춰야 장관의 개인 특성에 따라 평가되지 않을 수 있어요.” - 부처 정책소통담당자 A

② 평가 분야 통합화

“평가 분야를 큰 분야로 통합하고 축소해서 자율성을 올려줘야 창의적인 업무를 할 수 있을 것 같아요. 다른 분야 평가 지표 대비 소통 평가가 너무 세부적이라고 생각해요.” - 부처 정책소통담당자 D

“지표가 너무 세분화가 많이 되어 있어요.” - 정책소통평가위원 B

“평가지표를 보면 인풋(정책소통활동)-아웃풋(정책소통성과)-아웃컴(체감도)이에요. 그걸로 이제 세부 항목을 만들었는데, 세부 항목을 또 이렇게 자세하게 할 수밖에 없었던 것은 장관급, 차관급 기관의 성격이 다르니까 거기서 하는 활동을 모두 측정하기 위해서... 나름대로 많은 정보를 얻음으로써 지표를 표준화할 수 있었던 방법을 찾았던 것 같아요.” - 정책소통평가위원 D

③ 기타 의견

“연구원이란든지 어떤 주체가 이것을 꼭 관리하면 좋을 것 같아요. 지표의 적정성 등 진단을 위해서는 결국에는 누가 관리하느냐가 중요하잖아요. 지속적으로 관리하고 평가하고 다시 피드백하는 주체가 있는 것이 좋을 것 같아요. 장기적 관점에서 지표 관리를 하면서 각 부처에 부족한 부분을 컨설팅을 해 주고 그거로 홍보집도 만들고...” - 정책소통평가위원 B

“기관과 기관의 협업 활동 지표보다는 민간과 기관의 협업이 중요하다고 생각해요.” - 부처 정책소통담당자 E

“소통성과 측정 방식에 있어서 전년 대비 증감을 측정하는 방식은 부작용이 있다고 생각합니다. 예를 들어 전년도에 국제적 행사 같은 게 있으면 점수가 다 올라가기 때문에 전년에 잘하고도 또 증가하기 어려운 측면이 있어요. 또, 정성

평가의 경우 심사위원회에 따라 기준이 다르게 평가받을 수 있기 때문에 정성평가에 대한 균질적인 평가 기준을 마련하는 것도 필요하다고 생각합니다.” - 부처 정책소통담당자 A

다. 결과 환류

정책소통평가의 결과를 피평가자에게 피드백을 주어 차년도 홍보계획에 반영하는 등 평가 결과 환류의 필요성에 대해서는 평가자와 피평가자가 대부분 공감하고 있었다. 환류를 통해 홍보계획을 체계화함으로써 정책소통활동이 개선될 수 있으며, 평가의 투명성도 제고된다는 이유였다. 다만, 평가 결과를 어느 수준으로 구체적으로 공개할 것인지에 대한 의견은 뉘였는데, 평가점수가 낮은 평가지표의 업무가 차년도에 평가를 위한 업무로 변질되는 등의 부작용이 있을 수 있다는 우려가 있었다.

“정책소통평가 이후 피드백 제공을 통해 환류가 될 수 있도록 하는 것이 바람직합니다. 피드백 이후에도 사후 컨설팅을 해 주는 게 필요해요.” - 부처 정책소통담당자 A

“평가의 불투명성에 대한 개선이 필요합니다. 현재는 평가 결과에 대한 이유를 모르고 점수 내역이나 취약점 등을 알 수 없는 구조입니다. 취약한 부분에 대해 안내해야 평가의 신뢰도도 올라갈 것 같아요. 사후 지원 등도 필요하고요.” - 부처 정책소통담당자 C

“노력으로 성과를 예측하기 어려운 지표의 배점이 높은 경우 합리적이지 않을 수 있다고 생각합니다. 또, 평가 결과에 대한 상벌이 없는데, 조직 차원의 동기부여나 격려 등을 위해 결과에 대한 피드백이 필요합니다.” - 부처 정책소통담당자 D

“소통활동을 통한 변화 부분에 대해 좀 더 심도 있게 평가받는 것이 필요합니다. 평가받은 내용을 적용하여 차년도 계획에 제대로 적용해야 매년 개선되는 홍보 계획이 나올 수 있으니까요.” - 정책소통평가위원 F

“평가 점수가 낮은 분야의 업무가 평가를 위한 업무로 변질될 수 있기 때문에 평가 결과를 공개하는 것에 반대하는 의견을 가지고 있습니다.” - 부처 정책소통담당자 B

3. 소결 및 시사점

가. 평가 목적의 방향성

전문가 등 이해관계자 의견 수렴 결과 ‘정책소통 업무성과 제고’라는 정책소통평가의 목적을 실현하기 위해 단지 평가만을 위한 형식적인 평가 지표는 개선할 필요가 있다고 보았다. 정책소통 활동이 아닌 부처의 태생적인 차이로 인해 정책소통평가의 결과가 유·불리하게 나타나서는 안 된다는 것이다. 정책소통평가는 각기 다른 예산 규모, 인력, 업무 성격, 정책적 특성 등을 가진 정부부처를 일관된 기준으로 평가하기 때문에 평가 기준의 큰 틀을 구분하는 부처 구분 기준이 매우 중요하다고 할 수 있다. 예산 규모나 업무 특성에 따라 정책소통 활동 및 성과의 구조적 차이가 발생할 우려가 있기 때문이다. 이해관계자 의견을 검토한 결과, 부처별 업무나 정책의 특성에 따른 구분 기준이나 평가 배점에 대한 고려가 필요하다는 것에 대부분 공감하고 있었다. 그러나 현재의 장차관급 구분 기준에서 대체할 기준을 찾기 어렵다는 것이 주된 의견이었다. 장차관급 부처 구분은 정부 업무 평가의 기본 구조를 따르고 있는 것이기도 하다.

따라서 평가대상 부처 구분 기준을 별도로 마련하기보다는 평가지표에서 평가대상 부처의 업무 특성을 고려한 지표별 비중 차별화 방안을 고려해 볼 수 있다. 장기적으로 부처의 예산·인력 규모나 부처 업무의 일상생활 연관성 등 정책 성격에 따라 유형 구분이 가능한지 검토해 볼 수 있을 것이다.

정책소통평가 목적 달성을 위해 필요한 새로운 지표에 대한 논의도 제기되었다. 가장 먼저 정책소통 활동을 체계적으로 평가하기 위한 기획 단계 평가지표가 필요하다고 보았다. 홍보활동의 목적 및 주요 정책 타깃 등을 설정하고 기획 단계를 철저히 함으로써 정책소통 활동의 효과를 높일 수 있으므로 기획 단계에 평가지표를 두어 관리하는 것을 검토할 수 있다. 또 부처 내 정책소통 전문 인력 보유 및 관련 예산 비중 등에 대한 지표 도입도 추후 고려해 볼 수 있다.

나. 평가 지표의 타당성

정책소통은 단계에 따라 정책소통 활동-성과-체감도, 채널에 따라 오프라인-온라인-외신으로 크게 구분되는데, 지표 구성의 적절성 및 지표별 배점 구성의 타당성 등에 대

한 이해관계자 의견을 청취하였다.

부처별 특성에 따라 편차가 있을 것으로 판단되어 부처별 형평성을 고려하여야 하는 지표로는 부처 간 협업 활동, 현안 대응성과, 기관장 소통성과, 외신 소통성과, 소통 만족도 등이 언급되었다. 부처별로 특정한 주요 타깃을 설정하여 전략적으로 홍보활동을 할 수 있도록 평가도 재편해야 한다는 의견도 있었다. 보유자원 활용의 경우 많은 채널 운영보다 부처별 주요 정책 타깃을 대상으로 하는 맞춤형 채널 운영이 효율적일 것이라는 의견이 있었다. 온라인 소통성과 지표는 콘텐츠 확산에 초점을 맞춰 정책 특성에 무관하게 MZ 세대를 겨냥한 콘텐츠를 생산하는 경우가 많아 개선이 필요하다고 지적되었다.

다음으로 평가 기준이 일관적으로 정비되어야 하는 지표들이 있었다. 다양한 평가 분야에 배분되어 있는 우수사례의 경우 평가기준 및 척도가 일관적으로 정비될 필요가 있다. 온라인, 오프라인으로 구분되어 있는 소통 성과도 동일한 홍보 목적 하에 기획되어 성과가 합산될 수 있도록 장기적으로 통합하는 방향으로 나아가야 한다고 보았다. 이 외에 정책소통성과의 새로운 지표로서 현안 대응성과 외에 사전 위기관리에 대한 평가도 필요하다는 논의가 제기되었다.

체감도 평가지표의 경우 이해관계자들은 대체로 특정 부처의 인지도나 선호도 등에 따라 평가 결과가 달라질 가능성이 높다고 판단했다. 따라서 이를 보완하기 위한 새로운 지표로 홍보 과정에 대한 정량평가를 병행할 것을 제안하기도 하였다. 온라인 체감도의 경우 온라인에 게시된 메시지의 내용이 아닌 단순 언급량이 정량평가 성과로 간주되는 것에 대한 애로 사항이 있었다. 이를 보완하기 위한 새로운 지표로는 온라인 댓글로 공중에게 양질의 정보를 제공하는 경우 이에 대한 정성평가 병행이 제안되었다.

평가지표 전반에 대해서는 평가자와 피평가자 모두 정책소통평가의 평가지표가 지나치게 세분화되어 있어 평가 분야를 통합·축소하여 업무의 자율성 및 효율성을 높여야 한다는 의견이 많았다. 하지만 평가지표 구분은 정책소통 업무 분장에 따른 것이므로 평가지표의 재구조화는 직제 단위 및 사업 구분 방식과 연동될 필요가 있을 것이다.

다. 결과 환류

정책소통 평가 결과의 통보 방식 및 활용도에 대해 평가 결과를 제공받아 차년도 홍보 계획에 반영하는 등 평가 결과의 환류가 필요하다는 의견이 상당수를 차지하였다. 따라

서 정책소통평가 주관 부처에서는 우수부처 사례 공유 및 미흡부서 컨설팅 제공 등 평가 결과 활용도를 제고할 방안을 모색해 볼 필요가 있다. 환류를 통해 홍보 계획을 체계화함으로써 정책소통활동이 개선될 수 있기 때문이다. 환류가 원활히 되기 위해서는 평가 기준이나 방식이 일정 수준을 유지하는 것이 중요한 이슈가 될 수 있는데, 이를 위해서는 정책소통평가 지표 관리 및 개선, 피드백을 전반적으로 지원하는 기관 지정 및 운영이 필요하다는 논의도 제기되었다.

정책소통평가 지표 개선 방안

제4장

정책소통평가 지표 설문조사

제1절 전문가 의견조사

1. 설문 개요

가. 조사 목적

정책소통평가 체계를 실효성 있게 개선하기 위해 정책소통평가 이해관계자 및 전문가 자문을 통해 도출된 주요 논점을 조사 문항으로 구성하여 전문가 의견을 파악하고자 했다. 크게 (1) 현행 평가방식의 평가목적 부합성, (2) 현행 평가대상 구분의 타당성, (3) 오프라인/온라인 평가 통합에 대한 의견, (4) 각 부문별 평가지표 구성의 타당성, (5) 각 지표 간 점수 배분의 적절성에 대한 의견을 확인하는 것이 조사의 목적이다.

나. 조사 설계

조사 대상은 정책소통평가 관련 전문가로 정책소통평가 담당 공무원 및 정책소통 관련 교수·연구자를 대상으로 한다. 정책소통평가 피평가자(공무원)와 평가자(교수·연구자)의 평가 항목에 대한 의견을 동일한 기준으로 확인하고자 했다. 연구자는 정책소통평가 경험자와 비경험자로 구분된다.

〈표 4-1〉 조사 설계

구분	내용
조사 대상	○ 정책소통 평가 관련 전문가 - 공무원 및 교수 및 연구자
조사 방법	○ 구조화된 설문지를 이용한 Online Survey
유효 표본	○ 총 113명 - 공무원 42명, 교수 및 연구자 71명
조사 기간	○ 2023년 8월 3일 ~ 2023년 8월 22일

다. 응답자 특성

공무원 응답자는 총 42명으로, 장관급 부처 담당자는 총 22명, 차관급 부처 담당자는 총 20명이 응답했다. 주요 담당업무는 정책소통 일반이 24명, 디지털소통 분야가 17명, 기타 1명이었다. 공무원 유형으로는 일반직 공무원이 27명, 임기제 또는 특정직 공무원이 13명, 기타가 2명이었다. 공무원 응답자는 대상을 정책소통평가 관련 업무 담당자로 한정했기 때문에 조사 대상의 규모가 한정적일 수 있으나, 연구 목적에 부합하기 때문에 분석 자료로서의 가치가 충분하다고 판단했다.

교수 및 연구자 응답자는 총 71명이 응답했다. 연구 분야가 PR, 광고, 언론학/커뮤니케이션, 행정학/정책학 등에 해당하는 연구자로, 소속은 대학 57명, 연구원 및 공공기관 11명, 기타 3명이었다. 정책소통평가 경험자와 비경험자의 인식 차이를 분석하기 위해 전문가 그룹 응답자의 정책소통평가 경험자와 비경험자를 구분하였으며, 이 중 정책소통평가 경험자는 35명, 비경험자는 36명으로 각각 절반 정도를 구성했다.

〈표 4-2〉 공무원 응답자 특성

구분		사례 수(명)	비율(%)
소속 및 직위	장관급 부처 5급(상당) 이상	11	26.2
	장관급 부처 6급(상당) 이하	11	26.2
	차관급 부처 5급(상당) 이상	6	14.3
	차관급 부처 6급(상당) 이하	14	33.3
주요 담당 업무	정책소통 일반(오프라인 매체 포함)	24	57.1
	온라인/디지털 분야 정책소통	17	40.5
	기타	1	2.4
공무원 유형	일반직 공무원	27	64.3
	(일반/전문) 임기제 또는 특정직 공무원	13	31.0
	기타	2	4.8
합계		42	100

〈표 4-3〉 교수 및 연구자 응답자 특성

구분		사례 수(명)	비율(%)
소속	대학	57	80.3
	연구원/공공기관 등	14	19.7
정책소통평가 평가위원 경험	경험 있음	35	49.3
	경험 없음	36	50.7
합계		71	100

라. 조사 문항

조사 문항은 크게 정책소통평가 목적 및 방향성, 정책소통평가 지표의 적절성, 정책소통평가 항목 및 지표 배점에 대한 의견으로 구성했다. 정책소통평가 목적 및 방향성 관련 문항으로는 정책소통평가 항목 및 평가 방법의 정부업무평가 방향성 부합 정도, 평가 대상 구분 방식에 대한 의견, 오프라인/온라인 평가 통합에 대한 의견, 정책소통 업무별 중요도 인식 등이 포함되었다. 정책소통평가 지표의 적절성 문항에는 정책소통평가 항목 중요 순위, 각 하위지표의 적절성 인식 등이 포함되었다. 정책소통평가 항목 및 지표 배점에 대한 의견에서는 정책소통평가의 현재 지표별 배점 비중을 제시하고 향후 개선을 위해 비중을 어떻게 조정할지에 대한 의견 등을 확인했다.

〈표 4-4〉 조사 문항

구분	조사 문항
정책소통평가 목적 및 방향성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정부업무평가 원칙 및 방향과의 부합도 ○ 장차관급 평가 대상 구분 방식 적절성 ○ 오프라인/온라인 정책홍보 성과 평가 통합 ○ 정책소통평가 과정 및 결과 관련 ○ 정책소통평가 항목 또는 세부지표 개선 주기 ○ 정책홍보 및 소통 각 업무별 중요도 인식
정책소통평가 지표의 적절성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정책소통평가 평가 항목 중요 순위 ○ 정책소통활동/정책소통성과/체감도 평가 지표 중요 순위 ○ 정책소통활동 각 하위 지표 적절성 인식 ○ 정책소통성과 각 하위 지표 적절성 인식 ○ 체감도 각 하위 지표 적절성 인식
정책소통평가 항목/지표 향후 점수 배분 의견	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정책소통평가 평가항목 향후 비중에 대한 의견 ○ 정책소통활동 평가지표 향후 비중에 대한 의견 ○ 정책소통성과 평가지표 향후 비중에 대한 의견 ○ 체감도 평가지표 향후 비중에 대한 의견

2. 주요 결과

가. 정책소통평가 목적 및 방향성

1) 정부업무평가 원칙 및 방향과의 부합도

현행 정책소통평가 항목과 평가 방법이 정부업무평가의 원칙 및 방향과 얼마나 부합하는지 알아보았다. 평가 목적 측면 가운데 ‘우수정책홍보 사례 발굴 및 공유 기회 확보’

와의 부합도가 가장 높았으며(평균 3.52점/5점 척도), 그 외 항목에 대해서도 내외로 어느 정도 부합하는 것으로 평가되었다. 기본 방향 측면의 부합도는 항목 전반적으로 보통 수준으로 나타났다.

공무원의 경우 '우수정책홍보 사례 발굴 및 공유 기회 확보'를 제외하고 대체로 높지 않게 평가했다. 교수 및 연구자는 공무원 대비 모든 항목에서 부합도를 높게 평가했으며, 특히 평가 목적 측면의 부합도가 높았다. 정책소통평가의 기본 목적, 즉 의미와 필요성 등에는 동의하지만 평가가 이루어지는 방법과 결과 등 운영 방향에 대한 인식은 상대적으로 낮았다.

[그림 4-1] 정책소통평가 항목/평가 방법 정부업무평가 원칙 및 방향과의 부합도

		Total (113)	공무원 (42)	교수 및 연구자 (71)
평가 목적	우수정책홍보 사례 발굴 및 공유 기회 확보	3.52	3.40	3.59
	정책집행의 효율화 및 효과 증진	3.42	3.07	3.62
	국민소통 효율화 및 소통 효과 제고	3.42	3.10	3.62
	지속적이고 일관성 있는 평가를 통한 체계적 분석 및 개선 근거 마련	3.36	3.05	3.55
기본 방향	국민체감 정책 성과 중심 평가	3.17	2.95	3.30
	평가 결과의 환류 강화	3.16	2.90	3.31
	제도의 효율적 운영·관리를 통한 피평가기관 부담 완화	2.84	2.45	3.07

주) 전체 응답자 (N=113, 5점 척도/점)

교수 및 연구자 중 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 경우 평가 목적, 기본 방향의 모든 항목에서 평가위원 경험이 없는 층 대비 부합도 평가가 높았으며, 특히 평가 목적 측면의 부합도가 가장 높았다. 즉 평가 경험이 있을수록 정책소통평가의 목적과 기본 방향에 더욱 긍정적이었다.

〈표 4-5〉 정책소통평가 항목/평가 방법 정부업무평가 원칙 및 방향과의 부합도(평가위원 경험 여부별)

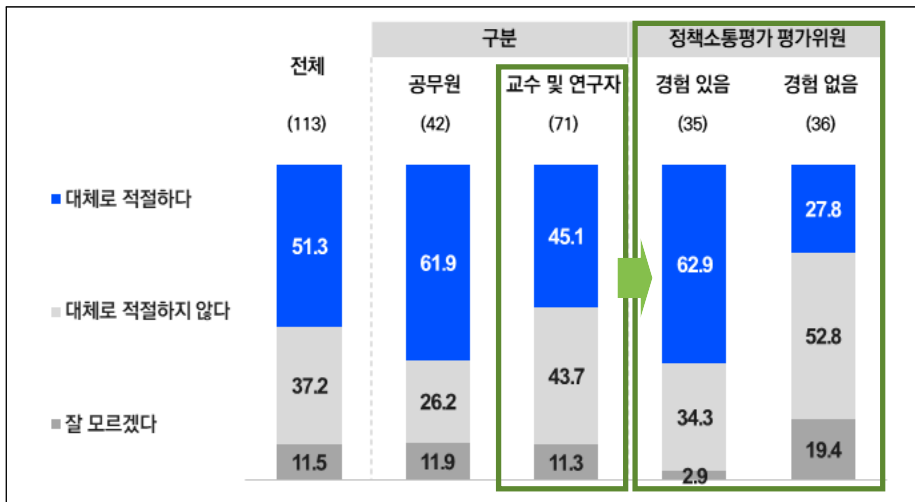
구분		교수 및 연구자 전체	정책소통평가 평가위원	
			경험 있음	경험 없음
(Base)		(71)	(35)	(36)
평가 목적	우수정책홍보 사례 발굴 및 공유 기회 확보	3.59	3.71	3.47
	정책집행의 효율화 및 효과 증진	3.62	3.77	3.47
	국민소통 효율화 및 소통 효과 제고	3.62	3.77	3.47
	지속적이고 일관성 있는 평가를 통한 체계적 분석 및 개선 근거 마련	3.55	3.63	3.47
기본 방향	국민체감 정책 성과 중심 평가	3.30	3.31	3.28
	평가 결과의 한류 강화	3.31	3.43	3.19
	제도의 효율적 운영·관리를 통한 피평가기관 부담 완화	3.07	3.26	2.89

주) 전체 응답자 중 교수 및 연구자 (5점 척도/점)

2) 장차관급 평가 대상 구분 방식 적절성

전체 응답자의 절반가량은 현재와 같은 장차관급 평가 대상 구분 방식이 ‘대체로 적절하다’고 보았다(51.3%). 공무원(61.9%)이 교수 및 연구자(45.1%)보다 적절하다고 응답한 비율이 높았다. 교수 및 연구자 중에서도 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 경우(62.9%)가 평가 경험이 없는 경우(27.8%)보다 적절하다고 인식하는 비율이 높았다.

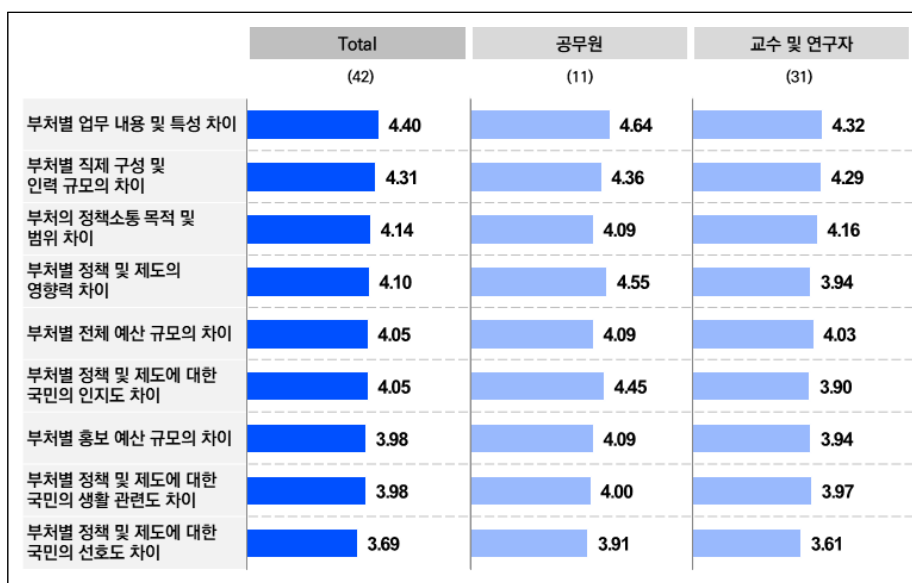
[그림 4-2] 현행 장차관급 평가 대상 구분 방식 적절성 인식



주) 전체 응답자 (N=113, %)

현행 장차관급 평가 대상 구분 방식이 적절하지 않다고 응답한 이유로는 ‘부처별 업무 내용 및 특성 차이’와 ‘부처별 직제 구성 및 인력 규모의 차이’가 5점 척도 기준 4.4점, 4.31점으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘부처의 정책소통 목적 및 범위 차이’(4.14점), ‘부처별 정책 및 제도의 영향력 차이’(4.1점) 순으로 응답하였다. 공무원은 ‘부처별 업무 내용 및 특성 차이’ 다음으로 ‘부처별 정책 및 제도의 영향력 차이’가 높았으며, 교수 및 연구자는 ‘부처별 업무 내용 및 특성 차이’와 ‘부처별 직제 구성 및 인력 규모의 차이’가 4.3점 내외로 가장 높았다.

[그림 4-3] 현행 장차관급 평가 대상 구분 방식이 적절하지 않은 이유



주) 적절하지 않다 응답자 (N=42, 5점 척도/점)

교수 및 연구자 중 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 경우 ‘부처별 직제 구성 및 인력 규모의 차이’와 ‘부처별 정책 및 제도에 대한 국민의 생활 관련도 차이’가 가장 높았으며, 평가위원 경험이 없는 층은 ‘부처별 업무 내용 및 특성 차이’와 ‘부처별 직제 구성 및 인력 규모의 차이’가 가장 높았다.

〈표 4-6〉 현행 장차관급 평가 대상 구분 방식이 적절하지 않은 이유: 평가위원 경험 여부별

구분	교수 및 연구자 전체	정책소통평가 평가위원	
		경험 있음	경험 없음
(Base)	(31)	(12)	(19)
부처별 업무 내용 및 특성 차이	4.32	4.08	4.47
부처별 직제 구성 및 인력 규모의 차이	4.29	4.25	4.32
부처의 정책 소통 목적 및 범위 차이	4.16	4.08	4.21
부처별 정책 및 제도의 영향력 차이	3.94	3.92	3.95
부처별 전체 예산 규모의 차이	4.03	3.92	4.11
부처별 정책 및 제도에 대한 국민의 인지도 차이	3.90	4.17	3.74
부처별 홍보 예산 규모의 차이	3.94	4.08	3.84
부처별 정책 및 제도에 대한 국민의 생활 관련도 차이	3.97	4.25	3.79
부처별 정책 및 제도에 대한 국민의 선호도 차이	3.61	3.92	3.42

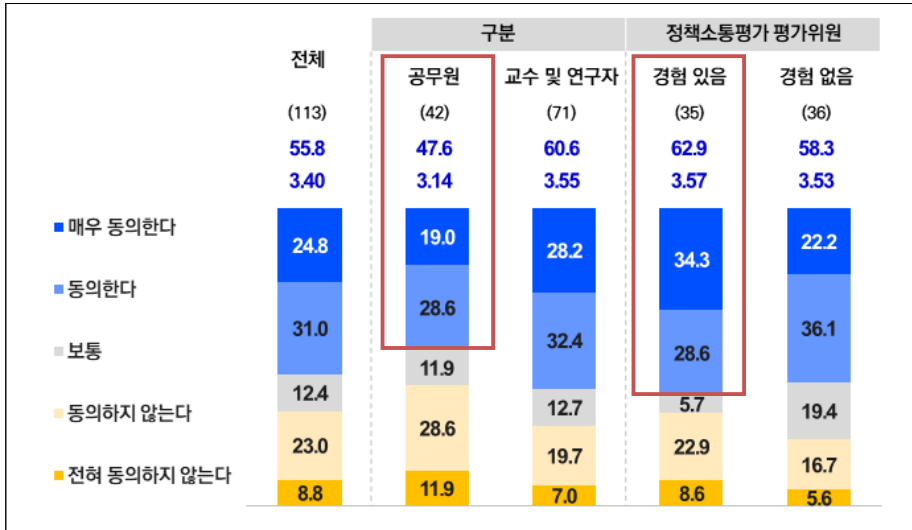
주) 적절하지 않다 응답자 중 교수 및 연구자 (5점 척도/점)

3) 오프라인/온라인 정책홍보 성과 평가 통합

오프라인 정책홍보와 온라인(디지털) 정책홍보 성과 평가를 통합해야 할 필요성 항목에 전체 응답자의 55.8%가 동의하는 것으로 나타났다. 통합에 찬성한다는 의견이 찬성하지 않는다는 의견보다 24% 이상 높았으며, 동의 정도와 비동의 정도 격차는 교수 및 연구자 중 ‘평가위원 경험이 있는 연구자’ 그룹에서 32.9%로 가장 크게 나타났다. 공무원은 동의한다는 응답이 47.6%이며, 교수 및 연구자는 60.6%로 공무원 대비 동의율이 더욱 높았다. 특히 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 그룹에서 동의하는 비율이 62.9%로 온오프라인 통합 평가에 대한 긍정적인 의견이 가장 강하게 나타났다.

평가위원 경험이 있는 교수 연구자 그룹이 온, 오프라인 통합 평가에 대한 찬성이 가장 높았고, 공무원들의 인식과 차이가 컸다. 교수 및 연구자 그룹은 오프라인/온라인 정책홍보 성과의 분리 평가로 인한 부정적 측면(예: 정책소통활동의 분리, 평가의 분리로 인한 환류활동의 미흡, 기획의 통합성 부족 등)을 고려하고, 공무원 그룹은 업무 활동의 분리에 따른 성과물 제출, 평가의 분리를 더 선호하기 때문인 것으로 보인다.

[그림 4-4] 오프라인/온라인 정책홍보 성과 평가 통합에 대한 인식



주) 전체 응답자 (N=113, %, 5점 척도/점)

오프라인 정책홍보와 온라인(디지털) 정책홍보 성과 평가 통합의견에 동의하지 않는 이유로 '오프라인과 온라인 정책홍보 특성 차이'가 5점 척도 기준 4.36점으로 가장 높았으며, '오프라인과 온라인 정책홍보 업무 성과 차이'도 4.28점으로 높았다. 공무원과 교수 및 연구자의 응답에 큰 차이를 보이지 않는 가운데, 교수 및 연구자에서 '오프라인과 온라인 정책홍보 특성 차이'가 4.47점으로 더욱 높았다.

온오프라인 평가 통합에 찬성하지 않는 전문가들은 정책홍보 관련 예산 구조나 직제와 제도 구조의 차이보다 오프라인과 온라인 정책홍보 업무 특성 및 결과물의 차이를 더 중요하게 보았다. 반면 온오프라인 성과 평가 통합의견에 동의하는 이유로 '정책홍보 성과 평가 결과 통합 분석 촉진'이 가장 높았다. 공무원은 '정책홍보 성과 평가 결과 통합 분석 촉진' 다음으로 '정책홍보 성과 평가 분리로 인한 피드백 분산 방지'가 높았으며, 교수 및 연구자는 '정책홍보 성과 평가 결과 통합 분석 촉진'이 더욱 높게 나타났다.

[그림 4-5] 오프라인/온라인 정책홍보 성과 평가 통합 비동의 이유

	Total (36)	공무원 (17)	교수 및 연구자 (19)
오프라인과 온라인 정책홍보 특성(활동과정 및 내용 등) 차이	4.36	4.24	4.47
오프라인과 온라인 정책홍보 업무 성과(결과물) 차이	4.28	4.29	4.26
정책홍보 관련 예산 구조의 차이	3.50	3.47	3.53
정책홍보 관련 직제와 제도 구조의 차이	3.50	3.53	3.47

주) 비동의 응답자 (N=36, 5점 척도/점)

[그림 4-6] 오프라인/온라인 정책홍보 성과 평가 통합 동의 이유

	Total (63)	공무원 (20)	교수 및 연구자 (43)
정책홍보 성과 평가 결과 통합 분석 촉진	4.49	4.25	4.60
정책홍보 성과 평가 결과 통합 분석 촉진	4.21	3.90	4.35
정책홍보 성과 평가 분리로 인한 피드백 분산 방지	4.14	4.10	4.16
정책홍보 업무 및 성과의 중복 해소	4.02	3.80	4.12

주) 동의 응답자 (N=63, 5점 척도/점)

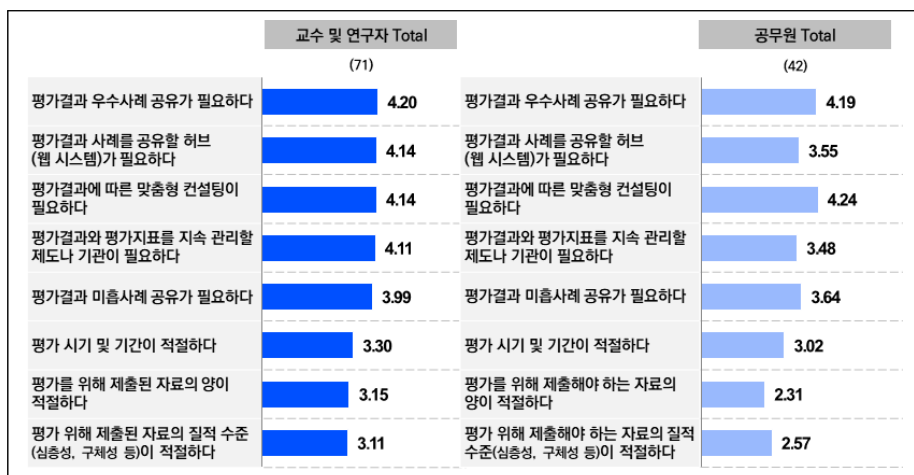
4) 정책소통평가 과정 및 결과 관련

정책소통평가 과정 및 결과와 관련하여 ‘평가결과 우수사례 공유가 필요하다’에 대한 동의 정도가 5점 척도 기준 4.2점으로 가장 높았으며, ‘평가결과 사례를 공유할 허브(웹 시스템)가 필요하다’, ‘평가결과에 따른 맞춤형 컨설팅이 필요하다’, ‘평가결과와 평가지표를 지속 관리할 제도나 기관이 필요하다’도 4점 이상으로 높았다.

공무원은 ‘평가결과에 따른 맞춤형 컨설팅이 필요하다’가 4.24점, ‘평가결과 우수사례

공유가 필요하다'가 4.19점으로 높게 나타났다. 이는 평가 후 실질적인 환류로 이어질 수 있는 방안이자 향후 개선에 도움이 되는 평가 후 활동으로, 평가의 효용성을 높이고 싶은 요구가 있음을 시사한다. 반면, 교수 및 연구자들은 평가를 위해 제출된 자료의 양의 적절성, 자료의 질적 수준에 대해 상대적으로 낮은 평가를 하였으며, 공무원들의 경우 이에 대한 평가가 더 낮았다. 특히 제출 자료의 양적 적절성, 질적 적절성에 대해 가장 부정적으로 평가하였다.

[그림 4-7] 정책소통평가 과정 및 결과 관련 의견 동의 정도



주) 전체 응답자 (5점 척도/점)

교수 및 연구자 중 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 경우 '평가결과에 따른 맞춤형 컨설팅이 필요하다'와 '평가결과와 평가지표를 지속 관리할 제도나 기관이 필요하다'에 대한 동의 정도가 가장 높았다. 평가 경험이 있는 경우 평가 결과를 바탕으로 부처의 소통활동 중 미흡한 부분을 인지하고 개선안을 마련할 수 있는 맞춤형 컨설팅 필요성을 더 인식한 결과이다. 이들은 평가지표 관리에 대한 니즈가 그렇지 않은 전문가보다 더욱 강한 것으로 나타났다. 이는 평가지표가 그동안 일관되고 지속적으로 관리되지 않았거나, 관리하는 기관이 없었다고 인식하고 있음을 방증한다. 반면, 평가위원 경험이 없는 교수 및 연구자 그룹은 '평가결과 우수사례 공유가 필요하다'와 '평가결과 사례를 공유할 허브(웹 시스템)가 필요하다'에 가장 높은 점수를 부여, 우수사례 공유가 향후 개선 활동에 중요하다고 인식하였다.

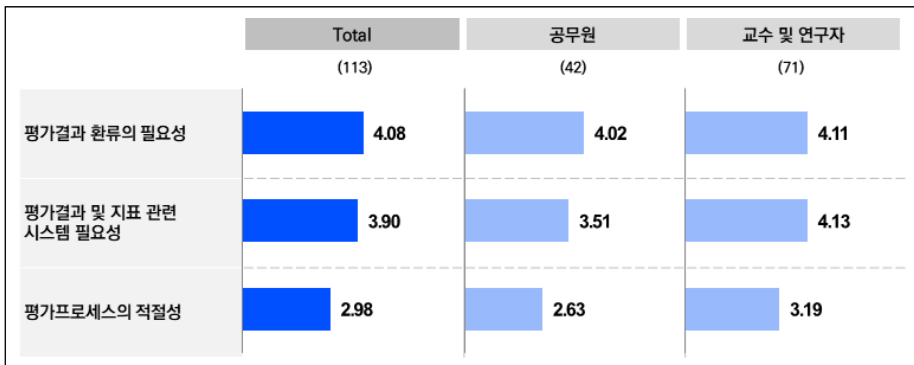
〈표 4-7〉 정책소통평가 과정 및 결과 관련: 평가위원 경험 여부별

구분	교수 및 연구자 전체	정책소통평가 평가위원	
		경험 있음	경험 없음
(Base)	(71)	(35)	(36)
평가결과 우수사례 공유가 필요하다	4.20	4.06	4.33
평가결과 사례를 공유할 허브(웹 시스템)가 필요하다	4.14	4.00	4.28
평가결과에 따른 맞춤형 컨설팅이 필요하다	4.14	4.31	3.97
평가결과와 평가지표를 지속 관리할 제도나 기관이 필요하다	4.11	4.20	4.03
평가결과 미흡사례 공유가 필요하다	3.99	3.94	4.03
평가 시기 및 기간이 적절하다	3.30	3.43	3.17
평가를 위해 제출된 자료의 양이 적절하다	3.15	3.17	3.14
평가를 위해 제출된 자료의 질적 수준(심층성, 구체성 등)이 적절하다	3.11	3.09	3.14

주) 전체 응답자 중 교수 및 연구자 (5점 척도/점)

정책소통평가 과정 및 결과를 3가지 요인으로 묶어서 분석한 결과, 평가결과 환류의 필요성을 가장 높게 인식하는 것으로 나타났다. 다음으로 평가결과 및 지표 관련 시스템 필요성이었다. 평가 프로세스의 적절성은 다른 요인에 비해 동의 정도가 낮았다. 교수 및 연구자는 평가결과 환류의 필요성과 평가결과 및 지표 관련 시스템 필요성을 비슷한 정도로 높게 인식하였다. 공무원 그룹은 평가결과 및 지표 관련 시스템의 필요성 인식 정도가 교수 및 연구자 그룹보다 낮았으며, 평가 프로세스의 적절성에 대한 동의 정도도 상대적으로 낮게 나타났다.

[그림 4-8] 정책소통평가 과정 및 결과 관련 의견 동의 정도: 지표 구분



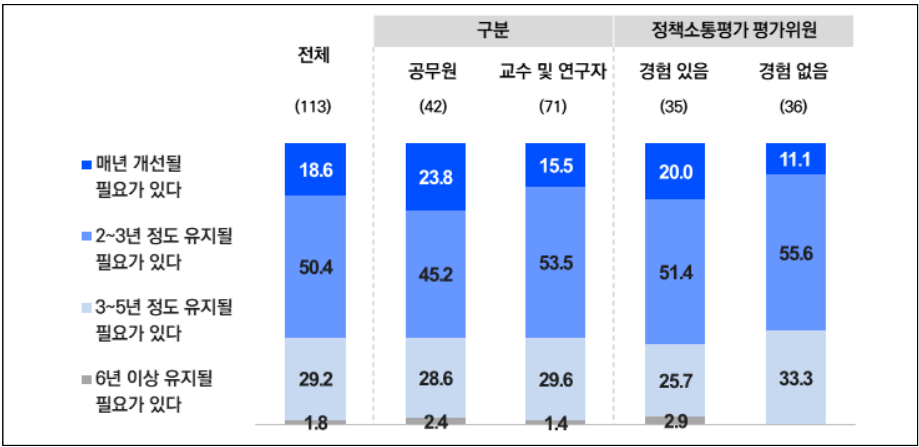
주) 전체 응답자 (5점 척도/점)

공무원 응답자들은 평가 대상이 되는 소통활동과 직접 관련 있는 업무 담당자들이므로 실제로 평가결과의 환류에 대한 요구가 있고 평가결과의 환류에 따라 소통활동을 개선할 의지가 있음을 표명한 것이라 할 수 있다. 또한 평가 프로세스가 적절하지 않다고 인식하는 경향이 있으므로 평가 프로세스에 대한 개선도 환류 체계의 개선과 함께 요구됨을 파악할 수 있다.

5) 정책소통평가 항목 및 세부지표 개선 주기

정책소통평가 항목의 지속 또는 개선 주기에 대해서는 ‘2~3년 정도 유지될 필요가 있다’가 50.4%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘3~5년 정도 유지될 필요가 있다’가 29.2%로 나타났다. 공무원, 교수 및 연구자 모두 ‘2~3년 정도 유지될 필요가 있다’가 가장 높은 가운데, 공무원은 ‘매년 개선될 필요가 있다’가 23.8%로 교수 및 연구자에 비해서 약간 더 높았다. 따라서 평가지표의 개선 주기는 가장 많은 응답이 나타난 ‘2-3년’으로 고려하되 ‘3~5년’ 주기에 대해서도 30% 정도의 긍정적 인식이 나타났음을 주지하고 개선 과정에 소요되는 시간을 염두에 두어 지속적이고 주기적인 관리를 할 필요가 있다.

[그림 4-9] 정책소통평가 항목 개선 주기에 대한 인식

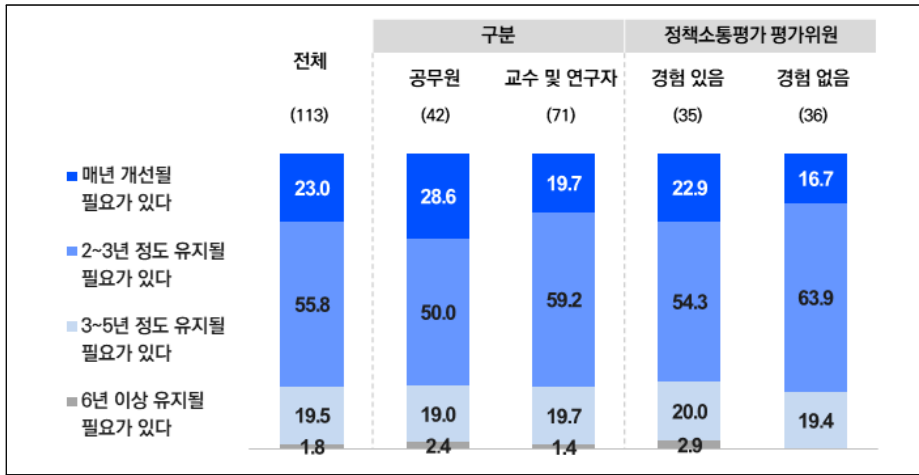


주) 전체 응답자 (N=113, %)

한편 정책소통평가 세부 지표 또한 ‘2~3년 정도 유지될 필요가 있다’는 응답이 55.8%로 가장 높았다. 공무원, 교수 및 연구자 모두 ‘2~3년 정도 유지될 필요가 있다’가 가장 높게 응답된 가운데, 공무원은 ‘매년 개선될 필요가 있다’가 28.6%로 교수 및 연구

자에 비해서 약간 더 높았다. 정책소통평가 ‘항목’보다 ‘세부지표’의 ‘2~3년 유지’에 대한 동의 정도가 더 높은 가운데, 평가위원 경험이 없는 교수 및 연구자 그룹의 동의 비중이 가장 높았다.

[그림 4-10] 정책소통평가 항목별 세부 지표 개선 주기에 대한 인식

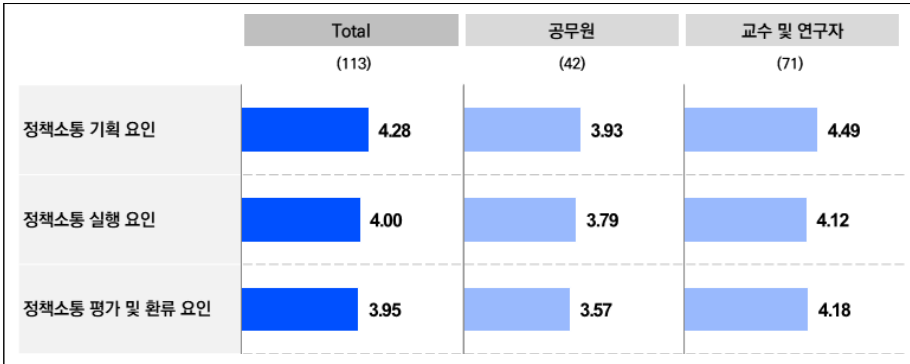


주) 전체 응답자 (N=113, %)

6) 정책홍보 및 소통 업무별 중요도

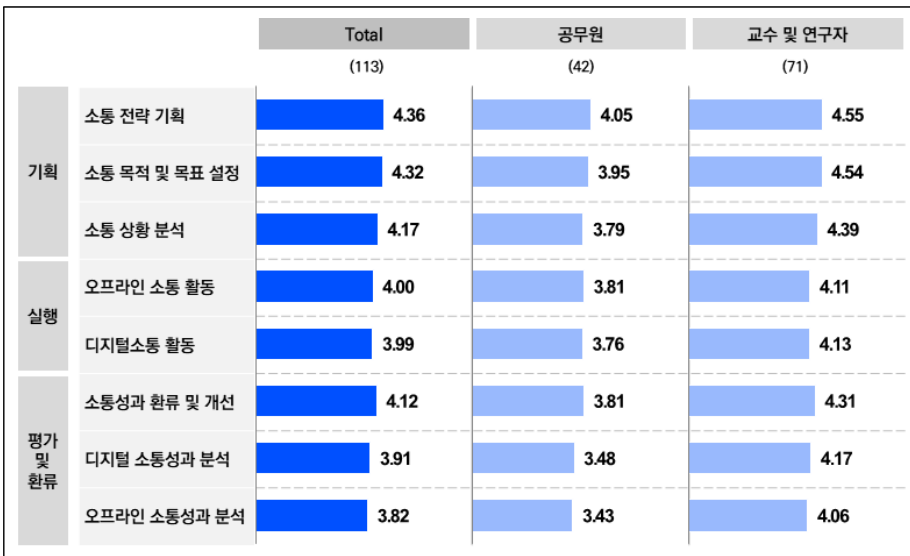
정책소통 및 소통 업무별 중요도를 요인별로 나누어 분석하였다. ‘정책소통 기획 요인’의 중요도 인식이 5점 척도 기준 4.28점으로 가장 높았으며, ‘정책소통 실행 요인’ 4.00점, ‘정책소통 평가 및 환류 요인’ 3.95점 순으로 나타났다. 교수 및 연구자는 ‘정책소통 기획 요인’의 중요도 인식이 4.49점으로 더욱 높았다. 이와 함께 평가 및 환류 활동의 중요성 인식도 실행보다 높게 인식하였다. 하지만 현재의 지표는 기획 요인과 관련한 지표가 별도로 설정되어 있지 않아 이에 대한 개선 수요가 확인되었다. 즉 상황 분석 및 환류에 따른 정책이슈, 정책소통의 문제 설정, 목적·목표 설정, 전략 수립 및 프로그램, 콘텐츠 기획 등 일련의 기획 과정이 얼마나 잘 이뤄지고 있는지를 진단할 지표 마련을 검토할 수 있다. 전략적 소통 및 정책 이슈에 대한 효과적 홍보가 이루어지려면 정책소통의 기획 요인에 대한 별도의 평가 및 지표 개발, 평가 관리가 필요하기 때문이다.

[그림 4-11] 요인별 정책홍보 및 소통 업무별 중요도 인식



세부 분야별 정책홍보 및 소통 업무 중요도 인식 결과는 아래 그림과 같다. 기획 차원의 ‘소통 전략 기획’(4.36점)과 ‘소통 목적 및 목표 설정’(4.32점) 업무의 중요도 인식이 가장 높았으며, 다음으로 기획 차원의 ‘소통 상황 분석’(4.17점), 평가 및 환류 차원의 ‘소통성과 환류 및 개선’(4.12점) 순으로 나타났다. 전반적으로 교수 및 연구자의 중요도 인식이 전반적으로 높은 가운데 중요도 순서는 큰 차이를 보이지 않았다.

[그림 4-12] 세부 분야별 정책홍보 및 소통 업무별 중요도 인식



주) 전체 응답자 (N=113, 5점 척도/점)

교수 및 연구자 중 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 경우 기획 차원의 ‘소통 전략 기획’, ‘소통 목적 및 목표 설정’ 다음으로 평가 및 환류 차원의 ‘소통성과 환류 및 개선’ 중요도 인식이 높았으며, 평가위원 경험이 없는 층은 ‘소통 목적 및 목표 설정’, ‘소통 전략 기획’, ‘소통 상황 분석’ 순으로 중요도 인식이 높았다. 그러나 현재 지표에는 앞서 언급한 대로 기획 요인에 대한 지표가 별도로 구성되어 있지 않다. ‘전략의 개발’, ‘소통 목적 및 목표 설정’에 대한 지표가 마련되어야 할 것으로 보이며, 전략개발과 목적, 목표 설정을 위해 이전해 평가 결과의 반영 및 환류를 위해 상황분석이 이뤄지려면 이에 대한 지표 또한 필요할 것으로 보인다.

〈표 4-8〉 정책홍보 및 소통 각 업무별 중요도 인식: 평가위원 경험 여부별

구분		교수 및 연구자 전체	정책소통평가 평가위원	
			경험 있음	경험 없음
(Base)		(71)	(35)	(36)
기획	소통 상황 분석	4.39	4.40	4.39
	소통 목적 및 목표 설정	4.54	4.57	4.50
	소통 전략 기획	4.55	4.69	4.42
실행	오프라인 소통 활동	4.11	4.14	4.08
	디지털소통 활동	4.13	4.17	4.08
평가 및 환류	소통성과 환류 및 개선	4.31	4.46	4.17
	디지털 소통성과 분석	4.17	4.17	4.17
	오프라인 소통성과 분석	4.06	4.17	3.94

주) 전체 응답자 중 교수 및 연구자 (5점 척도/점)

나. 정책소통평가 지표의 적절성

1) 정책소통평가 평가 항목 중요도

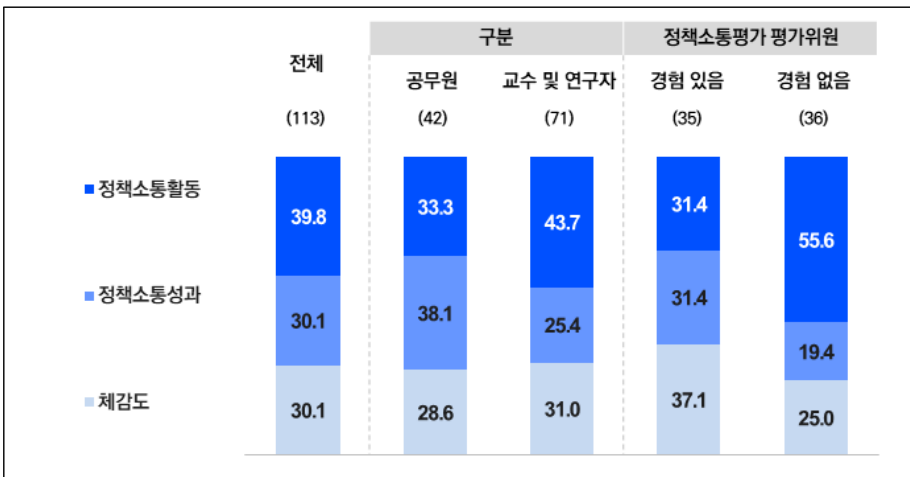
정책소통평가 평가 항목 중 가장 중요한 항목으로 ‘정책소통활동’을 응답한 비율이 39.8%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘정책소통성과’와 ‘체감도’가 30.1%로 유사하게 응답되었다. ‘정책소통 활동’을 가장 중요한 항목으로 꼽은 평가위원 경험이 없는 응답자들이 가장 많았으며, 그 비중은 55.6%로 다른 그룹에 비해 높았다. 공무원의 38.1%가 ‘정책소통성과’를 가장 중요하다고 응답했으며, 교수 및 연구자, 특히 평가위원 경험이 없는 그룹의 응답 비율과 그 차이가 컸다. 정책소통평가 평가위원 경험 응답자의 19.4%가

‘정책소통 성과’를 가장 중요하게 인식하는 것으로 나타났다. ‘체감도’의 경우 전체 응답자의 30.1%가 중요하다고 응답한 가운데, 평가위원 경험이 있는 응답자의 37.1%가 ‘체감도’를 중요하다고 꼽아, 가장 높은 비율을 보였다.

이러한 결과 해석에서 평가항목의 명칭을 우선 고려할 필요가 있다. 활동, 성과, 체감도로 명명된 각 평가항목으로부터 오는 직관적 이해는 개인마다 다를 수 있다. 즉, 실제 평가에 참여하는 공무원 그룹은 명칭에 대한 영향보다 실제 파악하고 있는 평가항목의 내용을 먼저 떠올릴 것이다. 평가위원 경험이 있는 교수 및 연구자 그룹의 평가 항목에 대한 이해에는 실제 평가를 하면서 파악한 평가 내용과 평가 항목의 명칭에 비추어 내용에 대한 이해가 혼재되어 있을 수 있다. 반면 평가위원 경험이 없는 교수 및 연구자들은 평가에 대한 이론적 지식과 명칭으로 유추할 수 있는 평가 내용으로부터 평가항목을 파악하여 중요도에 대해 응답하였을 것이다.

따라서 앞의 정책소통 이론에서 고찰한 평가 항목들과 현 정책소통 평가 항목 및 지표, 이를 표현하는 평가항목의 명칭 등에 차이가 있음을 주지하고, 전문가 설문 결과를 다각도로 분석, 해석할 필요가 있다. 첫째 평가 항목과 항목의 세부 지표들이 적절하게 구성되어 있으며 세부 지표를 포괄하는 명칭으로 적합한지 등이며, 둘째 평가 항목의 명칭이 실제 지표와 지표의 측정 내용과 일치하는지에 대한 것이다.

[그림 4-13] 정책소통평가 중 가장 중요한 평가 항목

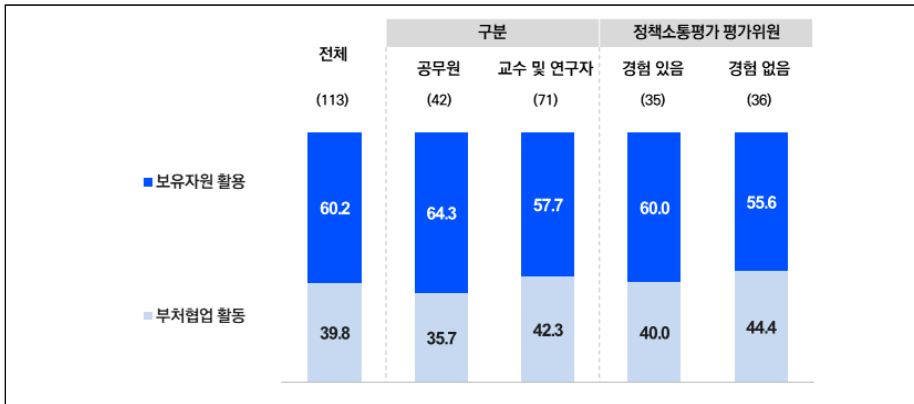


주) 전체 응답자 (N=113, %)

2) 정책소통활동 지표의 중요도와 구성의 적절성

정책소통활동 평가 지표 중 가장 중요한 지표로 ‘보유자원 활용’을 응답한 비율이 60.2%로 높았으며, 집단별로는 공무원에서 64.3%로 약간 더 높았다.

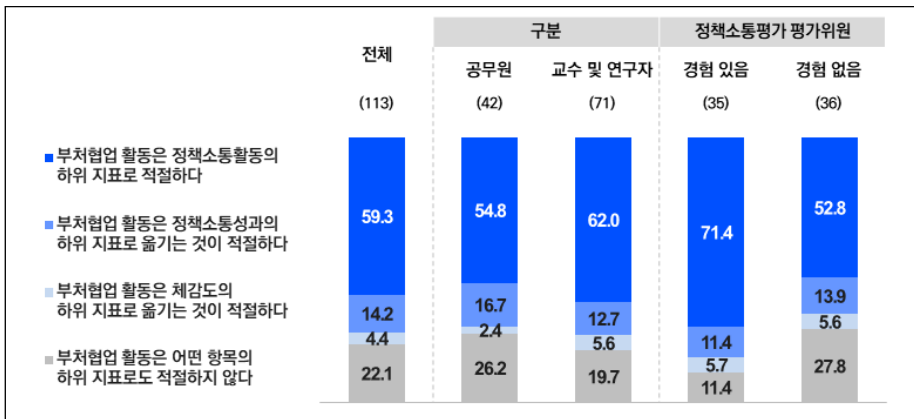
[그림 4-14] 정책소통활동 하위 지표 중요도



주) 전체 응답자 (N=113, %)

부처 협업 활동 정책소통활동 하위 지표로의 적절성 인식에 대해 ‘부처 협업 활동은 정책소통활동의 하위 지표로 적절하다’는 응답이 59.3%로 높았으며, 교수 및 연구자에서 공무원 대비 ‘적절하다’는 응답이 약간 더 높았으며, 특히 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 층에서 71.4%로 더욱 높았다.

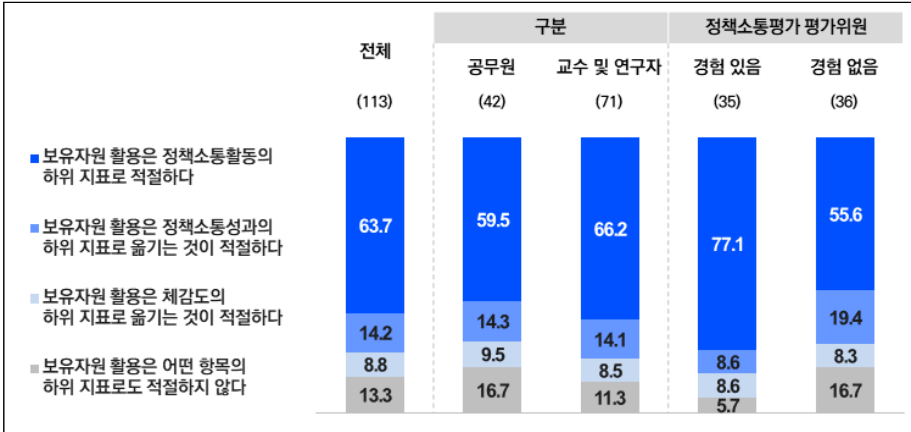
[그림 4-15] 부처 협업 활동 정책소통활동의 하위 지표로의 적절성 인식



주) 전체 응답자 (N=113, %)

보유자원 활용 정책소통활동 하위 지표로의 적절성 인식에 대해 ‘보유자원 활용은 정책소통활동의 하위 지표로 적절하다’는 응답이 63.7%로 높았다. 교수 및 연구자에서 공무원 대비 ‘적절하다’는 응답이 약간 더 높았으며, 특히 정책소통평가 평가위원 경험에 있는 층에서 77.1%로 더욱 높았다.

[그림 4-16] 보유자원 활용 정책소통활동의 하위 지표로의 적절성 인식



주) 전체 응답자 (N=113, %)

3) 정책소통성과 지표의 중요도와 구성의 적절성

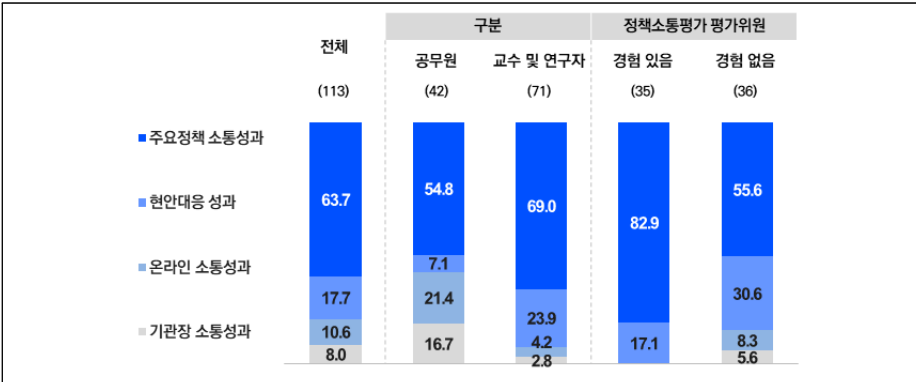
정책소통성과 평가 지표 중 가장 중요한 지표로 ‘주요정책 소통성과’를 응답한 비율이 63.7%로 높았으며, 전체 응답자의 17.7%가 ‘현안대응 성과’를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 세 번째로 ‘온라인 소통성과’를 가장 중요한 지표로 인식했고(10.6%), ‘기관장 소통성과’를 중요하다고 인식하는 비중이 8.0%로 가장 낮은 비중으로 나타났다.

‘주요정책 소통성과’에 대해 공무원의 54.8%가, 교수 및 연구자의 69%가 중요하다고 인식하고 있었다. 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 교수 및 연구자들이 이 항목을 82.9%로 더욱 중요하게 생각하였다. 주요정책의 소통활동과 이로 인한 성과를 중요하게 생각하는 것은 모든 그룹에서 일관되게 나타났다.

‘현안대응’을 중요하게 생각하는 교수 및 연구자 그룹이 공무원 응답자에 비해 더 많았고, 특히 평가위원 경험이 없는 교수 및 연구자들의 응답이 가장 높았다(30.6%). ‘온라인 소통성과’와 ‘기관장 소통성과’에 대해서도 공무원들의 인식과 교수 및 연구자들의 인식 정도가 차이가 나타났는데, 이 또한 이를 별도의 활동으로 인식하기보다 정책소통

에 포함되는 활동 및 성과로 별도의 평가 지표로서 구성될 만큼 활동의 범위가 크지 않다고 생각했기 때문인 것으로 보인다. 외신소통을 중요한 지표로 꼽은 응답자는 없는 것으로 나타났다.

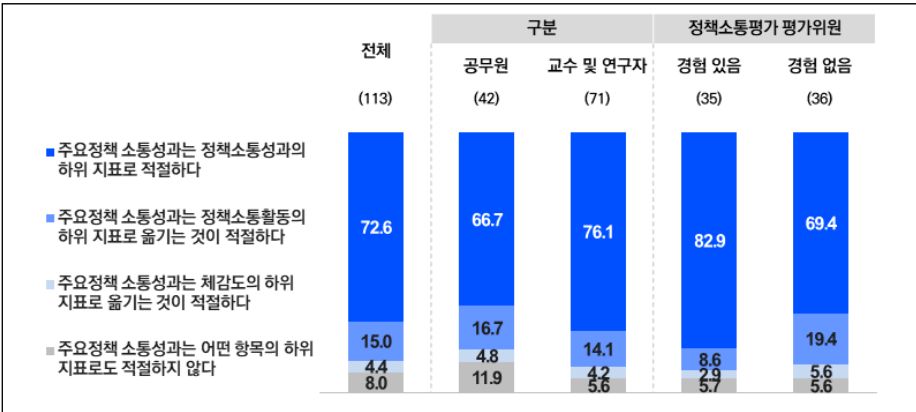
[그림 4-17] 정책소통성과 하위 지표 중요도



주) 전체 응답자 (N=113, %)

주요정책 소통성과 정책소통성과 하위 지표로의 적절성 인식에 대해 ‘주요정책 소통 성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다’는 응답이 72.6%로 크게 높았다. 교수 및 연구자에서 공무원 대비 ‘적절하다’는 응답이 약간 더 높았으며, 특히 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 층에서 82.9%로 더욱 높았다.

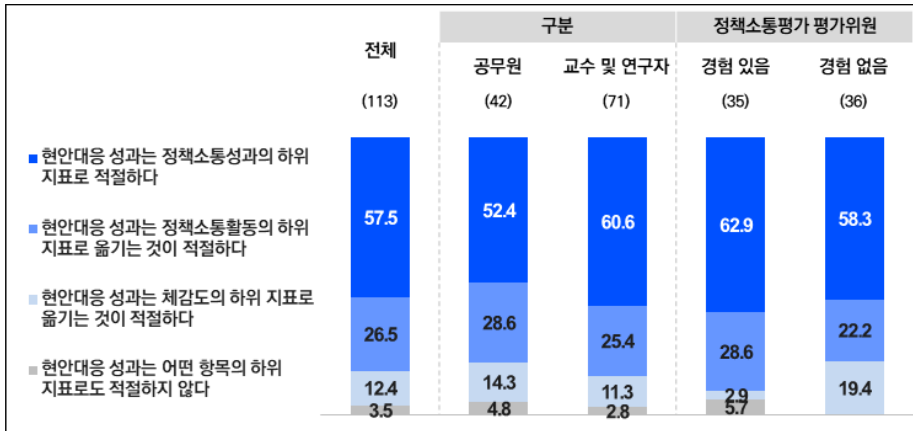
[그림 4-18] 주요정책 소통성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식



주) 전체 응답자 (N=113, %)

현안대응 성과 정책소통성과 하위 지표로의 적절성 인식에 대해 ‘현안대응 성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다’는 응답이 57.5%이며, 다음으로 ‘정책소통활동의 하위지표로 옮기는 것이 적절하다’가 26.5%로 응답되었다. 교수 및 연구자에서 공무원 대비 ‘적절하다’는 응답이 약간 더 높은 가운데, 공무원, 교수 및 연구자 모두 ‘정책소통 활동의 하위지표로 옮기는 것이 적절하다’가 25% 이상으로 응답되었다.

[그림 4-19] 현안대응 성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식

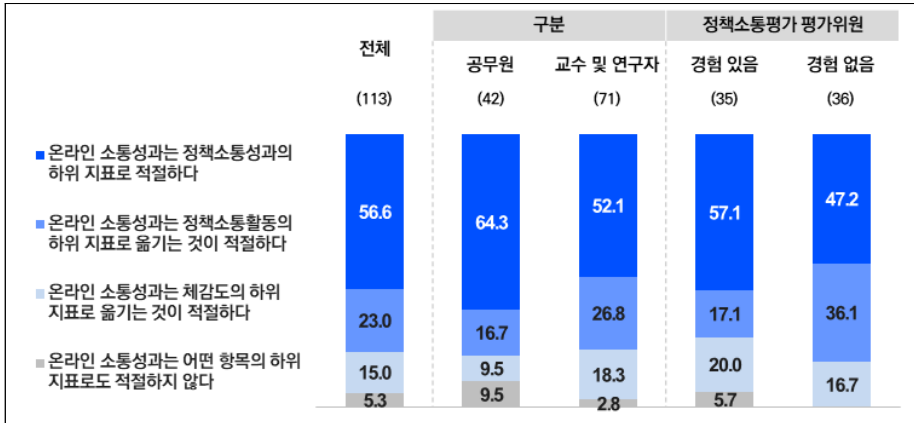


주) 전체 응답자 (N=113, %)

온라인 소통성과 정책소통성과 하위 지표로의 적절성 인식에 대해 ‘온라인 소통성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다’는 응답이 56.6%이며, 다음으로 ‘정책소통활동의 하위지표로 옮기는 것이 적절하다’가 23%로 응답되었다. 공무원에서 ‘적절하다’는 응답이 64.3%로 높은 가운데, 교수 및 연구자는 ‘정책소통활동의 하위지표로 옮기는 것이 적절하다’가 26.8%로 응답되었으며, 정책소통평가 평가위원 경험이 없는 층에서 36.1%로 더욱 높았다.

이러한 결과 역시 ‘정책소통성과’-‘온라인소통 성과’의 항목명-지표명의 일치성과 ‘정책소통’의 활동에는 ‘온라인 소통’이 포함되기 때문에 주된 지표로 들어가야 한다는 것이 당연하다는 인식에서 비롯된 것으로 보인다. 그러나 ‘주요정책 소통 성과’를 ‘정책소통 활동’으로 옮겨야 한다는 인식도 15%로 나타났는데, 이는 앞서 언급한 대로 ‘성과’의 측정 내용들이 ‘활동’에 속하는 부분이 있기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

[그림 4-20] 온라인 소통성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식

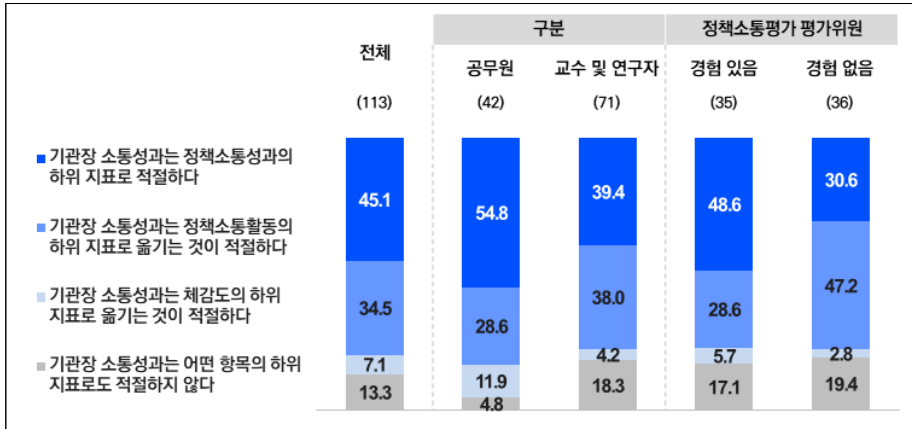


주) 전체 응답자 (N=113, %)

기관장 소통성과의 정책소통성과 하위 지표로의 적절성 인식에 대해 ‘기관장 소통성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다’는 응답이 45.1%이며, 다음으로 ‘정책소통활동의 하위지표로 옮기는 것이 적절하다’가 34.5%로 응답되었다. 공무원에서 ‘적절하다’는 응답이 54.8%로 높은 가운데, 교수 및 연구자는 ‘정책소통활동의 하위지표로 옮기는 것이 적절하다’가 38%로 응답되었으며, 정책소통평가 평가위원 경험이 없는 층에서 47.2%로 더욱 높았다.

‘기관장 소통’ 역시 ‘정책소통’에 포함되는 활동으로 인식되기 때문에 ‘정책소통성과’ 항목의 구성 지표로서 적절하다고 인식된 것으로 보이나, 그 적절성을 긍정적으로 본 비중은 다른 지표들에 비해 낮고, 특히 교수 및 연구자 그룹은 적절성 인식은 더 낮았다. 교수 및 연구자들에게는 ‘정책소통활동’의 하위지표로 옮기는 것이 적절하다는 응답 비중도 비슷하게 나타난 가운데 특히 평가위원 경험이 없는 교수 및 연구자들의 응답비중은 47.2%에 이른 것은 주목할 만하다. ‘기관장 소통성과’를 ‘활동’으로 인식하는 경우가 상대적으로 높음을 결과이다. 어떤 항목의 하위지표로도 적절하지 않다는 인식도 전체 응답자의 13.3% 교수 및 연구자의 18.3%로 나타난 것을 볼 때, ‘기관장 소통’의 경우 지표 개선 시 ‘정책소통성과’의 하위지표로서의 적절성을 면밀히 살필 필요가 있다.

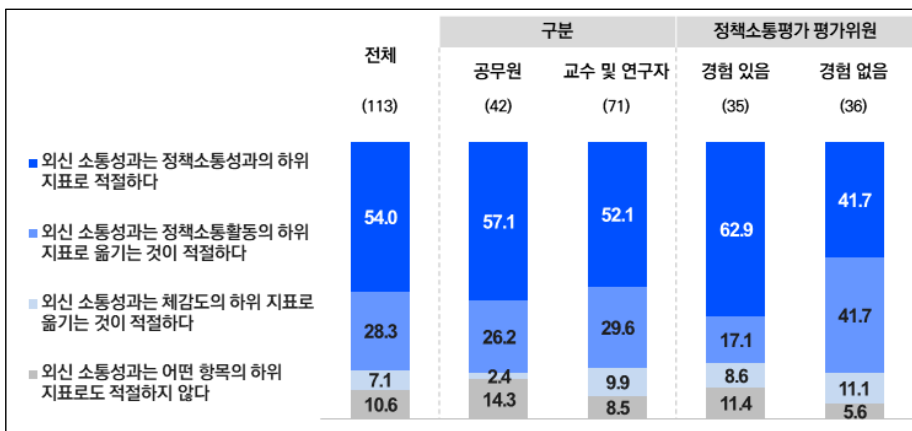
[그림 4-21] 기관장 소통성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식



주) 전체 응답자 (N=113, %)

외신소통 성과의 정책소통성과 하위 지표로의 적절성 인식에 대해 ‘외신소통 성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다’는 응답이 54%이며, 다음으로 ‘정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다’가 28.3%로 응답되었다. 교수 및 연구자 중 정책소통 평가 평가위원 경험이 있는 층은 ‘적절하다’는 응답이 62.9%로 높은 반면, 정책소통평가 평가위원 경험이 없는 층은 ‘정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다’와 동일하게 41.7%로 응답되었다.

[그림 4-22] 외신소통 성과 정책소통성과의 하위 지표로의 적절성 인식

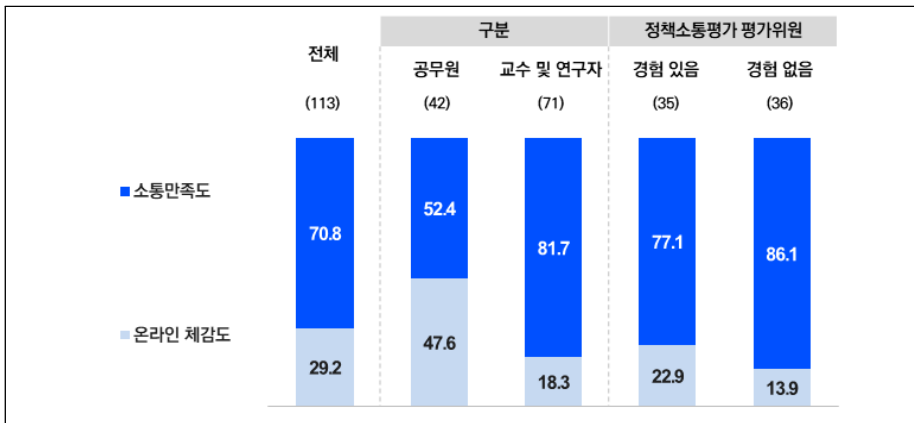


주) 전체 응답자 (N=113, %)

3) 체감도 지표의 중요도와 구성의 적절성

정책 체감도 평가 지표 중 가장 중요한 지표로 ‘소통만족도’를 응답한 비율이 70.8%로 높았으며, 교수 및 연구자에서 81.7%로 더욱 높았다. 한편, 공무원은 ‘소통만족도’ 52.4%, ‘온라인 체감도’ 47.6%로 큰 차이를 보이지 않았다. 전체 응답자에게서 소통 만족도가 ‘온라인’에 국한된 체감도보다 중요하게 인식되고 있는 것으로 나타났으며, 전반적인 소통 만족도가 정책소통활동으로 나타난 주요 효과, 결과 지표가 될 수 있음을 보여주는 결과이다.

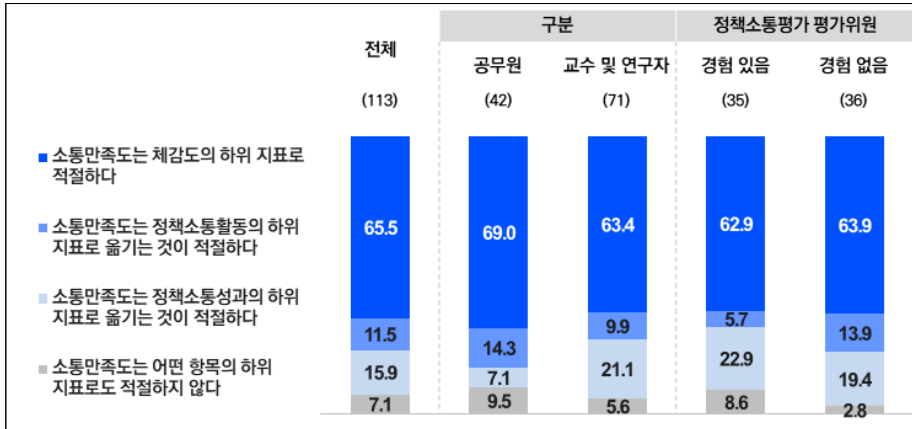
[그림 4-23] 정책체감도 하위 지표 중요도



주) 전체 응답자 (N=113, %)

소통만족도 체감도 하위 지표로의 적절성 인식에 대해 ‘소통만족도는 체감도의 하위 지표로 적절하다’는 응답이 65.5%로 높게 응답되었다. 공무원에서 ‘적절하다’는 응답이 69%로 더욱 높았으며, 교수 및 연구자는 ‘정책소통성과의 하위지표로 옮기는 것이 적절하다’가 21.1%로 공무원 대비 약간 높았다.

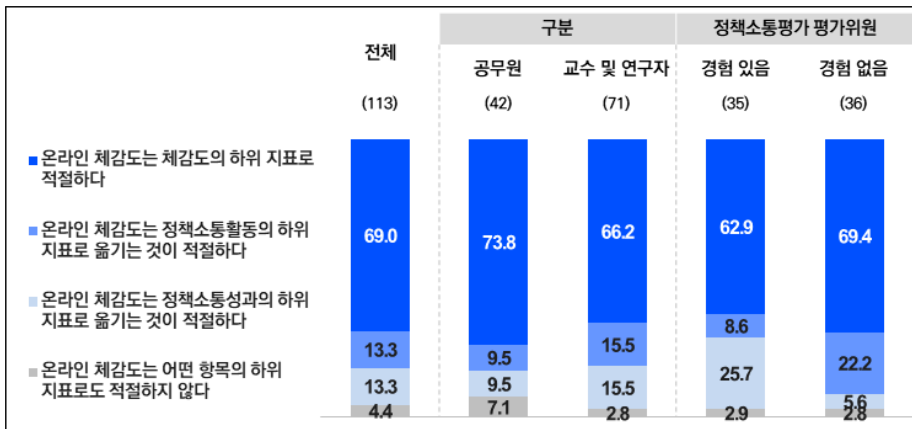
[그림 4-24] 소통만족도 체감도의 하위 지표로의 적절성 인식



주) 전체 응답자 (N=113, %)

온라인 체감도 체감도의 하위 지표로의 적절성 인식에 대해 ‘온라인 체감도는 체감도의 하위 지표로 적절하다’는 응답이 69%로 높게 응답되었다. 공무원에서 ‘적절하다’는 응답이 73.8%로 더욱 높았으며, 교수 및 연구자 중 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 층은 ‘정책소통성과의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다’는 응답이 25.7%로 타 층 대비 약간 더 높게 응답되었다.

[그림 4-25] 온라인 체감도 체감도의 하위 지표로의 적절성 인식



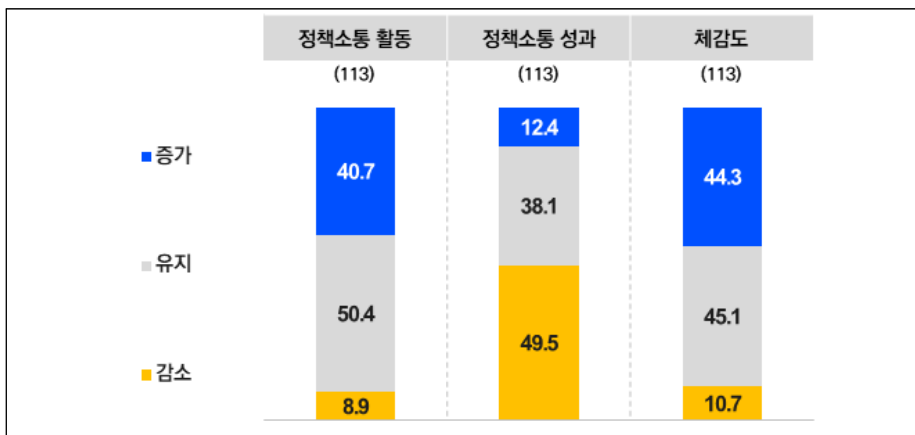
주) 전체 응답자 (N=113, %)

다. 정책소통평가 항목/평가 지표별 점수 배분

1) 정책소통평가 항목별 향후 비중에 대한 의견

정책소통평가 평가항목의 향후 비중에 대해 ‘정책소통 활동’과 ‘체감도’는 유지가 각각 50.4%, 45.1%로 높은 가운데, 증가도 각각 40.7%, 44.3%로 높게 응답되었다. ‘정책소통 성과’에 대해서는 유지가 38.1%이며, 감소가 49.5%로 높았다. 전반적으로 ‘정책소통 활동’의 비중은 유지-증가, ‘정책소통 성과’ 항목은 감소, ‘체감도’의 비중은 유지-증가로 요약할 수 있는 가운데, ‘정책소통 활동’과 ‘체감도’의 배점 비중은 높일 것에 대한 찬성 응답이 40%를 상회하였고, 특히 ‘체감도’ 배점 비중을 높여야 한다는 의견은 44.3%로, ‘유지’에 대한 의견 45.1%와 크게 차이 나지 않았다.

[그림 4-26] 정책소통평가 평가항목 향후 비중에 대한 의견

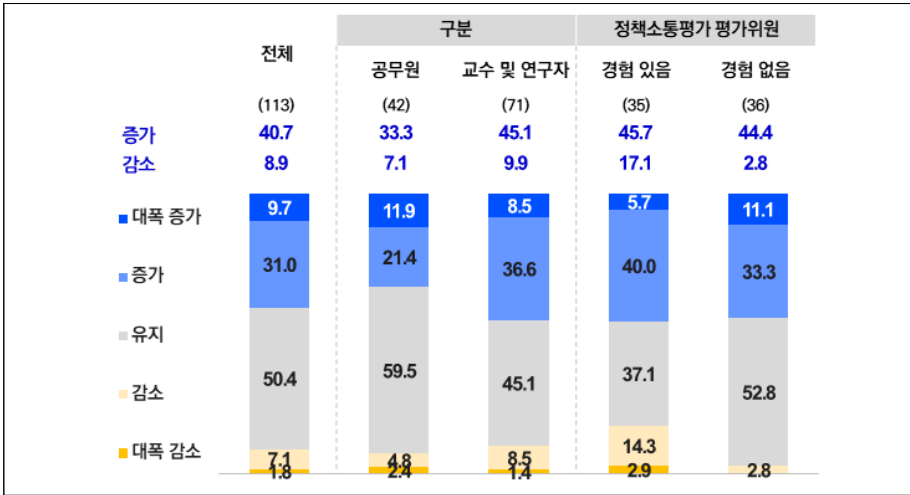


주) 전체 응답자 (N=113, %)

2) 정책소통 활동 향후 비중에 대한 의견

정책소통평가 평가항목 중 정책소통 활동의 향후 비중에 대해 유지가 50.4%이며, 증가도 40.7%로 높게 응답되었다. 공무원은 유지가 59.5%로 더욱 높은 반면, 교수 및 연구자는 증가가 45.1%로 공무원 대비 높았다.

[그림 4-27] 정책소통평가 | 정책소통 활동 향후 비중에 대한 의견

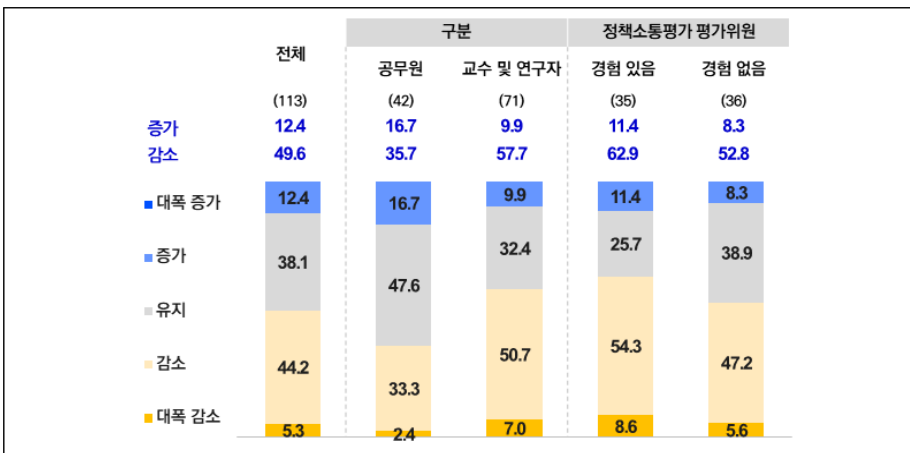


주) 전체 응답자 (N=113, %)

3) 정책소통 성과 향후 비중에 대한 의견

정책소통평가 평가항목 중 정책소통 성과의 향후 비중에 대해 유지가 38.1%이며, 감소가 49.6%로 높게 응답되었다. 공무원은 유지가 47.6%로 상대적으로 높은 반면, 교수 및 연구자는 감소가 57.7%로 공무원 대비 높았다.

[그림 4-28] 정책소통평가 | 정책소통 성과 향후 비중에 대한 의견

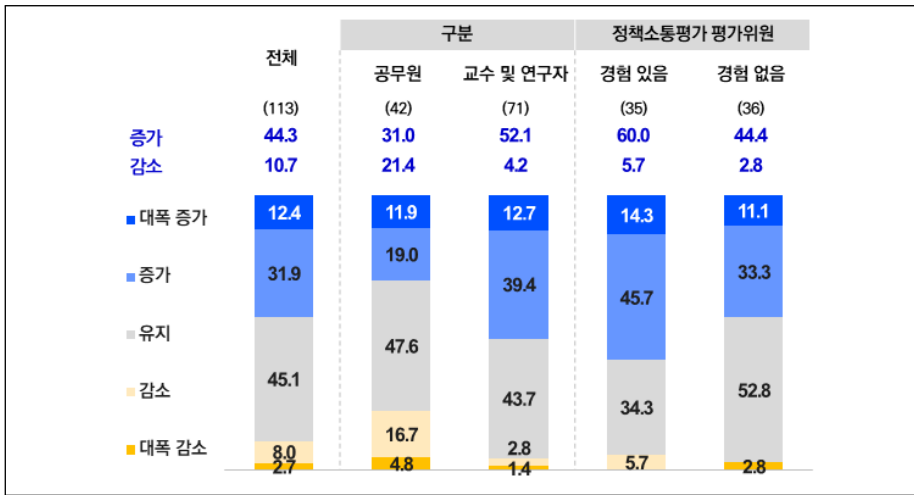


주) 전체 응답자 (N=113, %)

4) 정책소통 체감도 향후 비중에 대한 의견

정책소통평가 평가항목 중 체감도의 향후 비중에 대해 유지가 45.1%이며, 증가도 44.3%로 높게 응답되었다. 공무원은 증가가 31%인 반면, 교수 및 연구자는 52.1%로 공무원 대비 높았으며, 특히 정책소통평가 평가위원 경험이 있는 층에서 60%로 더욱 높았다.

[그림 4-29] 정책소통평가 | 체감도 향후 비중에 대한 의견



주) 전체 응답자 (N=113, %)

3. 시사점

가. 평가방식의 평가목적 부합성

전문가 의견조사 결과 현행 정책소통평가 항목과 평가 방법은 정부업무평가의 목적 및 방향성에 어느 정도 부합하는 것으로 나타났다. 하지만 중간 점수를 상회하거나 다소 낮은 수준이었다. 공무원보다 교수 및 연구자가 부합도를 대체로 더 높이 평가하였다. 평가대상인 공무원은 정책소통평가가 우수정책홍보 사례를 발굴하고 이를 공유할 기회를 확보한다는 점을 가장 긍정적으로 평가했다. 다만 평가목적에 대한 부합도보다 기본 방향성 부합도가 낮게 평가되었는데, 특히 평가제도의 효율적 운영 및 관리를 통해 피평가 기관의 부담 완화가 필요하다고 인식했다.

기본 방향 중 활발한 우수사례의 공유, 공유할 허브(웹 시스템이나 아카이브)의 필요성 인식이 높게 나타났는데, 이는 평가 후 실제적인 우수사례 공유가 미흡했기 때문으로 분석된다. 특히 평가 결과에 대한 맞춤형 컨설팅의 필요성, 평가지표를 관리할 제도나 기관에 대한 요구가 높았다. 이는 현재의 정책소통평가 결과의 환류를 강화하고 제도의 효율적 운영·관리를 통한 피평가 기관의 부담을 완화하고자 하는 기본 방향을 충족하지 못한다는 인식 결과와 일치한다. 정책소통평가가 우수사례를 발굴하는 기회만으로 그치지 않으려면, 평가 과정에서 수집된 우수사례에 대한 실질적인 공유를 용이하게 하는 웹 허브, 아카이브 등의 시스템이 마련될 필요가 있다. 우수사례의 공유 시스템 뿐 아니라 피평가 기관의 부담을 완화할 수 있는 평가 관리 시스템이 마련된다면 지속적이고 일관된 평가와 분석이 보다 지속적, 체계적으로 이루어질 수 있을 것이다.

나. 평가대상 구분 기준의 타당성

부처를 장관급과 차관급으로 구분하여 정책소통평가를 하는 현행 방식은 대체로 적절하다고 인식한 것으로 조사되었다. 특히 공무원 및 평가 경험이 있는 연구자의 과반수가 현행 방식이 적절하다고 응답했다. 현 평가 대상 구분이 적절하다는 의견은 다른 정부 평가와 같이 부처에 따른 기준을 그대로 적용하는 것이 적절하다는 판단에 기인한 것으로 보인다. 반면 구분 기준이 적절하지 않다고 응답한 이유로는 공무원과 교수·연구자 모두 ‘부처별 업무 내용 및 특성의 차이’가 가장 많았으며, 이후로는 공무원은 ‘부처별 정책 및 제도의 영향력 차이’, 교수·연구자는 ‘부처별 직제 구성 및 인력 규모의 차이’를 들었다. 정책소통평가 경험이 있는 연구자들은 부처별 차이의 가장 큰 기준을 인력 규모의 차이와 함께 부처별 정책의 국민의 생활 관련도 차이를 꼽았다. 최근 국민 생활과 밀접하고 국민적 관심이 높은 정책 현안에 대해 전략적 홍보 및 공유·소통을 강화할 이유로 7개 부처의 대변인 직급을 상향 조정한 점을 감안할 때, 추후 국민 생활 관련도에 따른 정책소통 평가 대상의 구분도 고려할 수 있다.

다. 오프라인/온라인 평가 통합 여부

온라인/오프라인 성과 평가는 통합해야 한다는 의견에 대체로 동의하는 것으로 나타났다. 주요 이유는 홍보 목적 및 전략 기획을 통합적으로 수립할 필요가 있고, 정책홍보

성과 평가 결과를 통합적으로 분석할 수 있기 때문이었다. 반면 오프라인과 온라인 정책 홍보활동의 활동 과정 및 내용 등 특성이 다르고, 업무성과 등이 다르기 때문에 평가 통합에 비동의하는 의견들도 많았다. 예산이나 직제 등은 제도를 개선할 수 있지만 업무 특성의 차이는 고유한 것으로, 단기적으로 전면적인 개선은 어려울 수 있으나 장기적으로 오프라인 평가와 온라인 평가의 각 업무 특성을 감안하면서 통합적으로 기획 수립 및 성과 관리를 할 수 있도록 체계를 구성하는 것이 필요하다. 상황분석, 목적설정 및 전략수립 등 기획 요인이 얼마나 잘 이루어졌는지에 대해서는 통합적 평가를 시도하고, 활동이나 성과에 대해서는 연계 평가 등, 별도의 평가와 통합적 평가 방안을 마련하는 등 통합 여부의 이유에 대한 의견을 반영하는 안을 고려할 수 있다.

라. 평가지표 구성의 타당성

정책홍보평가의 항목별 세부 지표가 적절하게 구성되었는지에 대해서는 대부분의 지표가 적절하게 구성되었다는 인식이었다. 그러나 기관장 소통성과의 경우 정책소통성과 하위 지표로 적절하다는 응답은 과반수에 이르지 못했으며, 정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다는 의견이 많았다는 점은 주지할 만하다. 외신소통 성과 역시 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다는 응답이 54%, 정책소통활동의 하위지표로 옮기는 것이 적절하다는 응답이 28.3%로, 향후 지표 개선 시 정책소통성과의 하위지표 및 별도 세부 지표로서 적절한지 검토할 필요가 있다.

평가항목의 유지 및 개선 주기에 대한 의견으로는 정책소통평가 항목은 최소 2년 이상은 유지되어야 한다는 의견이 대부분이었으며, 항목별 세부 지표는 2년 이상 유지가 다수인 가운데 매년 개선될 필요가 있다는 응답도 20% 전후를 차지했다. 피평가자인 공무원들은 세부 지표는 유연성 있게 구성되어야 한다는 인식이 약 30% 정도로 상대적으로 높았다. 지표가 매년 개선되는 것은 현실적 운용 및 지속적인 평가 관리에 어려움이 있으며, 5년 이상의 긴 개선 주기는 정책 이슈의 변화나 미디어의 변화, 사회, 문화적 환경을 유동적으로 반영하는데 한계가 있으므로, 개선에 필요한 시간을 확보하면서 지표에 대한 시뮬레이션을 토대로 안정적 지표가 마련되는 것이 중요하다. 개선안 마련 이전에는 평가 지표에 대한 모니터링 및 진단이, 개선안 마련 이후에는 시뮬레이션이 이루어질 수 있도록 개선 주기를 설정하고 개선 시스템을 마련할 필요가 있을 것이다.

또한 정책소통 기획 요인은 소통 업무에서 매우 중요하게 인식됨에도 불구하고 현재 지표에는 기획 요인에 대한 항목이 별도로 구성되어 있지 않다. 이에 ‘전략의 개발’, ‘소통 목표 설정’ 등에 대한 지표 신설을 검토할 수 있으며, 평가 결과의 반영 및 환류를 위해 상황 분석이 이뤄지려면 ‘상황 분석 및 환류’를 포함하는 지표가 구체적으로 드러날 필요가 있다.

마. 지표 간 배점의 적절성

현행 평가항목 간 배점은 정책소통활동 15점, 정책소통성과 70점, 체감도 15점으로 정책소통성과에 대부분의 평가가 집중되어 있다. 본 연구에서는 항목 간 배점에 대한 전문가 의견을 조사하기 위해 배점에 대한 평가를 두 가지 기준으로 나누어 측정하였다. 첫 번째는 각 항목과 세부 지표별로 중요도를 평가하였고(전문가 평가 1), 두 번째는 현행 평가 항목별 점수 현황을 제시한 뒤 향후 개선을 위한 점수 비중 조정 정도를 물었다(전문가 평가 2). 조사 결과를 바탕으로 현행 배점과 비교한 평가 항목 및 세부 지표별 배점 변화를 정리하면 아래 표와 같다.

〈표 4-9〉 정책소통평가 항목별 지표 및 배점

평가 항목		현행 배점		전문가 평가 1(중요도)		전문가 평가 2(중감)	
정책 소통 활동	부처 협업 활동	15	11	36	17 (47%)	36	17 (47%)
	보유자원 활용		4		19 (53%)		19 (53%)
정책 소통 성과	주요정책 소통 성과	70	16	31	9 (29%)	27	6 (22%)
	현안대응 성과		12		7 (24%)		6 (22%)
	온라인 소통성과		18		7 (21%)		5 (20%)
	기관장 소통성과		18		5 (17%)		5 (18%)
	외신 소통성과		6		3 (9%)		5 (18%)
체감도	소통만족도	15	10	33	19 (57%)	36	18 (50%)
	온라인 체감도		5		14 (43%)		18 (50%)

평가항목 배점에 대한 전문가 의견을 조사한 결과, 중요도에 따른 평가는 정책소통활동 36점, 정책소통성과 31점, 체감도 33점으로 3가지 평가항목의 중요도 비중이 비슷했

는데 그 중 정책소통활동의 중요도가 상대적으로 높게 평가되었다. 이는 정책소통성과에 집중된 현행 배점이 조정될 필요가 있음을 시사한다. 지표 배점의 증감 필요성에 따른 평가에서도 이러한 결과는 이어졌는데 전문가들은 대체로 정책소통활동과 체감도 항목의 배점을 현재보다 높일 필요가 있다고 인식했다.

바. 총평

정책소통평가 개선을 위한 전문가 의견조사의 시사점을 요약하면, 제도개선을 위한 큰 방향성으로는 피평가 기관의 부담을 완화하기 위해 평가제도의 효율성 개선 필요가 제기되었다. 특히 지속적이고 일관된 평가와 분석이 이루어지며 담당자의 업무 부담을 최소화하면서도 정책소통의 전문성을 고양할 수 있는 환류 시스템, 평가 시스템의 필요성이 강조되었다. 또한 부처별 업무 특성, 인력 규모, 영향력의 차이가 감안되어야 한다는 의견에 따라 이를 반영할 수 있는 평가 지표 개선을 검토할 수 있다. 부처별 국민 관여도 및 관심사, 생활 관련성 등을 고려한 평가 대상 구분이 일정 부문 가능할 수 있다. 대변인 직급 격상에서 고려된 바처럼 정책과 국민과의 생활 관련성은 중요한 기준이 될 수 있을 것이다.

미디어 환경변화에 따라 장기적으로는 오프라인 성과와 온라인 성과를 통합적으로 기획 및 관리하는 체계를 구축할 필요가 있다. 소통활동의 효율화, 효과성 제고를 촉진하는 통합적 전략 기획과 효과 분석, 성과 관리를 위해 오프라인, 온라인 정책홍보 성과 평가의 통합과 지표 반영에 대한 단계적 접근이 필요하다.

한편 정책소통 활동과 성과, 체감도 배점의 재분배 및 지표, 세부 항목의 타당성 제고도 필요한 것으로 나타났다. 평가항목의 세부 지표는 환경변화에 따라 유연하게 대응할 수 있도록 관리하는 것이 바람직하나 체계적인 시스템을 통해 지속적이고 주기적인 지표 개선이 이루어지도록 해야 할 것이다. 지표 항목 중 특히 기관장 소통성과의 비중 조절 및 항목 이동이 필요한 것으로 나타났다. 기획 요인 및 환류 활동에 대한 추가 및 배점, 체감도와 같은 효과 평가 부분에 대한 배점의 증가 등을 주요한 개선 항목으로 도출되었다.

제2절 일반국민 설문조사

1. 설문 개요

가. 조사 목적

정책소통평가 항목 중 체감도 평가는 소통만족도와 온라인 체감도로 구성된다. 소통만족도는 국정과제 및 주요정책과제에 대한 국민소통 노력 및 성과에 대한 만족도 조사로, 국민을 대상으로 설문을 실시하여 평가한다. 온라인 체감도는 국정현안 및 부처 정책에 대한 주요 키워드를 검색하여 SNS상의 키워드의 언급량, 호감도 등을 빅데이터 분석한다. 체감도 부문은 정부 부처 및 정책에 대한 국민의 반응을 평가하는 지표이기 때문에 부처별 고유한 업무 특성 등이 국민의 평가에 영향을 미칠 가능성이 있다. 국민이 특정 부처에 대해 가지고 있는 기존 인식이 어떤 경향을 띠는지 파악하여 정책소통평가의 체감도 부문 개선을 위한 시사점을 도출하고자 일반국민을 대상으로 설문조사를 실시했다. 평가 대상 부처에 대한 국민의 인지도 및 선호도, 각 부처의 국민 일상생활 관련성 인식과 이들 요인 간의 관계 등이 설문조사를 통해 파악하고자 하였다.

나. 조사 설계

설문조사는 전국에 거주하는 20대~60대 남녀 일반국민 1,000명을 대상으로 구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사로 이루어졌다. 성별, 연령, 거주 지역의 인구분포 비율을 고려하여 표본을 추출하였으며, 2023년 8월 3일부터 8월 10일까지 약 8일간 이루어졌다.

〈표 4-10〉 조사 설계

구분	내용
조사 대상	○ 전국에 거주하는 20대~60대 일반국민
조사 방법	○ 구조화된 설문지를 이용한 Online Survey
유효 표본	○ 총 1,000명 성, 연령, 거주 지역별 인구분포 비율을 감안하였음
조사 기간	○ 2023년 8월 3일 ~ 2023년 8월 10일

[그림 4-30] 조사 절차



다. 조사 문항

조사 문항은 평소 매체 이용행태 및 정책정보 습득 경로, 정부 부처별 인지도·선호도·일상생활 관련성, 개인 성향 및 정보로 구성되었다. 매체 이용행태는 평소 주로 이용하는 매체 및 정보검색에 주로 이용하는 매체, 정부부처의 정책정보를 접한 매체 등을 조사했다. 정부 부처 인지도 및 선호도, 일상생활 관련성은 국민의 평소 각 부처에 대한 인지도·선호도 등 기존 인식과 정부 부처의 정책홍보 활동에 대한 의견을 조사했다. 마지막으로 사회 각 분야에 대한 관심도 등을 조사했다.

〈표 4-11〉 조사 문항

구 분	조사 문항
매체 이용 및 정책정보 습득 경로	<ul style="list-style-type: none"> ○ 평소 이용 소셜미디어 ○ 정보검색 주 이용 소셜미디어 ○ 최근 1년 정부 부처 제공 정책정보 콘텐츠 접한 소셜미디어 ○ 최근 1년 정부 시행 각종 정책 및 제도 정보 접촉 채널별 이용도
정부 부처 인지도 및 선호도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우리나라 장/차관급 정부 부처 업무/정책 인지도 ○ 장/차관급 각 정부 부처 시행 제도/정책 일상생활과의 관련도 ○ 장/차관급 각 정부 부처 시행 제도/정책 지지 및 선호도
개인 성향 및 정보	<ul style="list-style-type: none"> ○ 각 분야별 관심도

라. 응답자 특성

응답자 특성은 아래 표에 나타난 바와 같다. 성별은 남성 51.3%, 여성 48.7%로 남성의 비율이 조금 더 높았다. 연령은 정부 부처에 대한 이해와 의견이 연령대별로 다르게 나타날 수 있음을 감안하여 균등 할당했다. 최종학력은 대학교 재학 및 졸업이 66.4%로 일반적인 조사·통계 자료에서 제공하는 인구통계학적 특징과 유사하게 나타났다. 월 가구 평균 소득은 400만 원 미만이 34.6%로 가장 많았다.

〈표 4-12〉 응답자 특성

구분		사례 수(명)	비율(%)
성별	남성	513	51.3
	여성	487	48.7
연령	20대	200	20.0
	30대	200	20.0
	40대	200	20.0
	50대	200	20.0
	60대	200	20.0
	합계	1,000	100
최종학력	고등학교 졸업 이하	200	20.0
	대학교 재학/졸업(전문대 포함)	664	66.4
	대학원 재학/졸업	136	13.6
월 가구 소득	400만 원 미만	346	34.6
	400~600만 원 미만	294	29.4
	600~800만 원 미만	179	17.9
	800만 원 이상	181	18.1
	합계	1,000	100

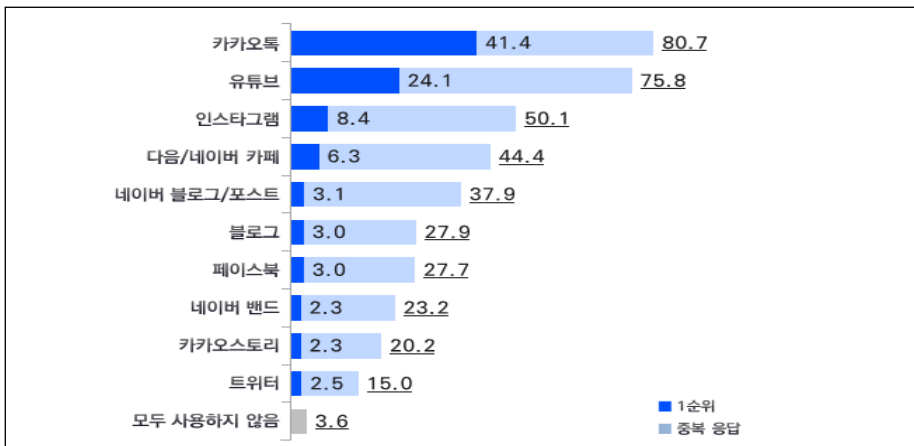
2. 주요 결과

가. 매체 이용 및 정책정보 습득경로

1) 평소 이용 소셜미디어

응답자가 평소 이용하는 소셜미디어로는 ‘카카오톡’의 비중이 80.7%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘유튜브’(75.8%), ‘인스타그램’(50.1%), ‘다음/네이버 카페’(44.4%), ‘네이버 블로그/포스트’(37.9%) 순으로 이용하는 것으로 나타났다. 가장 많이 이용하는 1순위 소셜미디어는 ‘카카오톡’(41.4%)이고, 2순위는 ‘유튜브’(24.1%)이다. 따라서 정책소통평가에서 온라인 소통성과 평가 시 유튜브를 필수채널로 설정하고 40%의 평가비중을 두는 것은 타당한 것으로 판단된다.

[그림 4-31] 평소 이용 소셜미디어



주) 전체 응답자 (N=1000, %)

‘카카오톡’과 ‘유튜브’는 모든 층에서 이용률이 높았다. ‘인스타그램’과 ‘블로그’는 20~40대, ‘다음/네이버 카페’는 40~60대, ‘네이버 블로그/포스트’는 30~40대, ‘네이버 밴드’와 ‘카카오톡스토리’는 50~60대의 이용률이 상대적으로 높아 연령대별로 주로 이용하는 소셜미디어가 차별성을 보이는 것으로 파악되었다. 유튜브는 전 연령의 이용률이 높다는 면에서 정책정보를 홍보하기에 적합한 매체로 판단되며, 부처별 업무의 주요고객 또는 전달하고자 하는 정책의 주요 대상에 따라 연령대별로 효과적인 매체를 이용해 정책정보를 전달하는 전략이 필요할 것으로 보인다.

〈표 4-13〉 평소 이용 소셜미디어 응답자 특성별

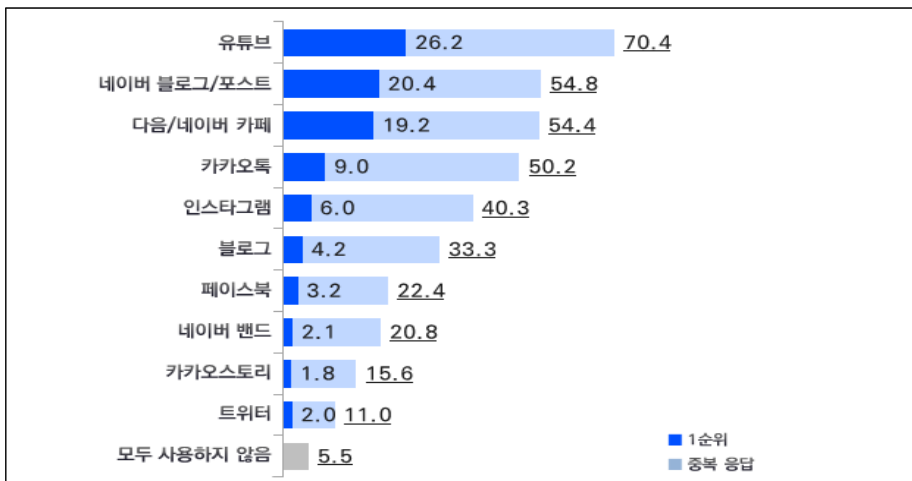
구 분		Base	카카오 톡	유튜브	인스타 그램	다음/ 네이버 카페	네이버 블로그/ 포스트	블로그	페이스 북	네이버 밴드	카카오 스토리	트위터
전체		(1,000)	80.7	75.8	50.1	44.4	37.9	27.9	27.7	23.2	20.2	15.0
성별	남성	(513)	80.7	79.9	49.1	42.5	35.5	25.7	32.0	26.9	20.3	15.2
	여성	(487)	80.7	71.5	51.1	46.4	40.5	30.2	23.2	19.3	20.1	14.8
연령	20대	(200)	72.0	71.5	67.5	36.5	38.0	31.5	30.5	11.0	10.5	24.0
	30대	(200)	77.0	77.5	58.5	38.5	44.0	35.5	19.0	20.5	12.5	19.0
	40대	(200)	80.0	78.5	52.0	51.5	42.0	32.0	27.5	25.5	18.0	14.5
	50대	(200)	86.5	76.5	38.0	49.5	37.0	23.5	29.5	27.0	26.5	8.5
	60대	(200)	88.0	75.0	34.5	46.0	28.5	17.0	32.0	32.0	33.5	9.0

주) 전체 응답자 (N=1000, %, 중복 응답)

2) 정보검색 주 이용 소셜미디어

정보검색을 위해 이용하는 소셜미디어로는 역시 ‘유튜브’가 70.4%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘네이버 블로그/포스트’와 ‘다음/네이버 카페’가 각각 54.8%, 54.4%로 유사, ‘카카오톡’ 50.2%, ‘인스타그램’ 40.3% 순으로 나타났다. 정보검색을 위해 가장 많이 이용하는 1순위 소셜미디어는 ‘유튜브’ 26.2%, ‘네이버 블로그/포스트’ 20.4%, ‘다음/네이버 카페’ 19.2%로 응답되었다.

[그림 4-32] 정보검색 주 이용 소셜미디어



주) 전체 응답자 (N=1000, %)

‘유튜브’와 ‘페이스북’은 남성, ‘인스타그램’은 여성, ‘다음/네이버 카페’는 40~60대, ‘인스타그램’은 20~40대, ‘블로그’는 30대, ‘페이스북’은 40~50대, ‘네이버 밴드’와 ‘카카오스토리’는 50~60대의 이용률이 상대적으로 높아, 성별 및 연령대의 차이를 보였다.

〈표 4-14〉 정보검색 주 이용 소셜미디어 응답자 특성별

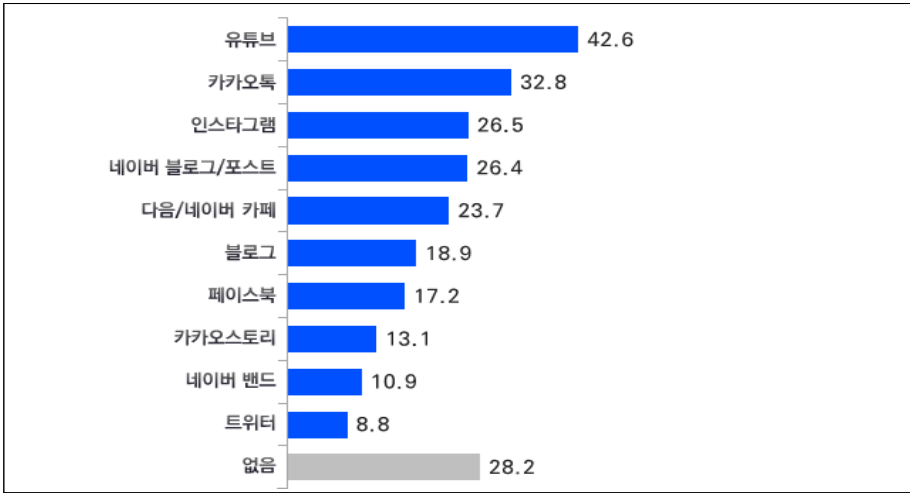
구 분		Base	유튜브	네이버 블로그/ 포스트	다음/ 네이버 카페	카카오 톡	인스타 그램	블로그	페이스 북	네이버 밴드	카카오 스토리	트위터
전체		(1,000)	70.4	54.8	54.4	50.2	40.3	33.3	22.4	20.8	15.6	11.0
성별	남성	(513)	74.1	53.0	53.2	50.5	38.2	33.7	26.9	23.6	15.8	11.9
	여성	(487)	66.5	56.7	55.6	49.9	42.5	32.9	17.7	17.9	15.4	10.1
연령	20대	(200)	67.5	55.0	46.0	40.5	59.0	31.5	20.0	14.5	13.5	16.5
	30대	(200)	74.0	58.0	45.5	46.5	44.5	44.5	17.5	16.5	13.0	14.5
	40대	(200)	71.0	55.0	57.0	50.0	43.0	37.0	26.5	21.5	13.5	13.0
	50대	(200)	71.0	57.0	61.0	57.0	32.0	34.5	25.0	27.5	16.0	5.0
	60대	(200)	68.5	49.0	62.5	57.0	23.0	19.0	23.0	24.0	22.0	6.0

주) 전체 응답자 (N=1000, %, 중복 응답)

3) 최근 1년 정부 부처 제공 정책정보 콘텐츠 접한 소셜미디어

전체 응답자의 71.8%는 최근 1년 내에 소셜미디어를 통해 정부 부처에서 제공하는 정책정보 콘텐츠를 접한 경험이 있다고 응답하여 매우 높은 비중으로 정책정보를 접하고 있는 것으로 나타났다. 이 중 ‘유튜브’를 통해서 접한 비율은 42.6%로 가장 높았다. 다음으로 ‘카카오톡’(32.8%), ‘인스타그램’(26.5%), ‘네이버 블로그/포스트’(26.4%) 등을 통해 접한 것으로 나타났다.

[그림 4-33] 최근 1년 정부 부처 제공 정책정보 콘텐츠 접한 소셜미디어



주) 전체 응답자 (N=1000, %)

‘유튜브’는 남성, ‘다음/네이버 카페’는 여성 및 40~60대, ‘인스타그램’은 20~30대에
서 접한 비율이 상대적으로 높았다. 정부의 정책정보를 접하는 경로는 성별 및 연령대에
따라 차이를 보이는 것으로 파악되었다.

<표 4-15> 최근 1년 정부 부처 제공 정책정보 콘텐츠 접한 소셜미디어

구 분	Base	유튜브	카카오톡	인스타그램	네이버 블로그/포스트	다음/네이버 카페	블로그	페이스북	카카오톡스토리	네이버 밴드	트위터
전체	(1,000)	42.6	32.8	26.5	26.4	23.7	18.9	17.2	13.1	10.9	8.8
성별	남성 (513)	45.2	34.1	25.0	25.0	21.4	18.3	18.3	13.5	11.5	9.2
	여성 (487)	39.8	31.4	28.1	27.9	26.1	19.5	16.0	12.7	10.3	8.4
연령	20대 (200)	50.5	25.5	38.0	32.5	18.0	23.5	23.0	12.5	11.0	13.5
	30대 (200)	44.5	31.0	35.0	30.5	21.5	26.5	18.0	13.5	12.0	9.5
	40대 (200)	42.0	34.5	26.5	27.5	29.5	22.0	17.5	17.5	12.5	11.0
	50대 (200)	43.5	40.0	21.0	24.5	25.0	12.0	15.5	14.5	11.0	5.5
	60대 (200)	32.5	33.0	12.0	17.0	24.5	10.5	12.0	7.5	8.0	4.5

주) 전체 응답자 (N=1000, %)

매체별 가장 높은 비율을 보이는 연령대와 남녀 사용 비율을 살펴본 결과, 유튜브와 카카오톡, 네이버 블로그/포스트, 페이스북은 20대가, 카카오톡은 50대가, 다음/네이버 카페나 카카오톡 스토리, 밴드는 40대가 많이 사용하는 것으로 나타났다. 유튜브와 카카오톡, 트위터의 사용은 각 연령대 내에서 남성의 사용 비율이 높았고, 그 외는 연령대 내 여성의 사용 비율이 높았다.

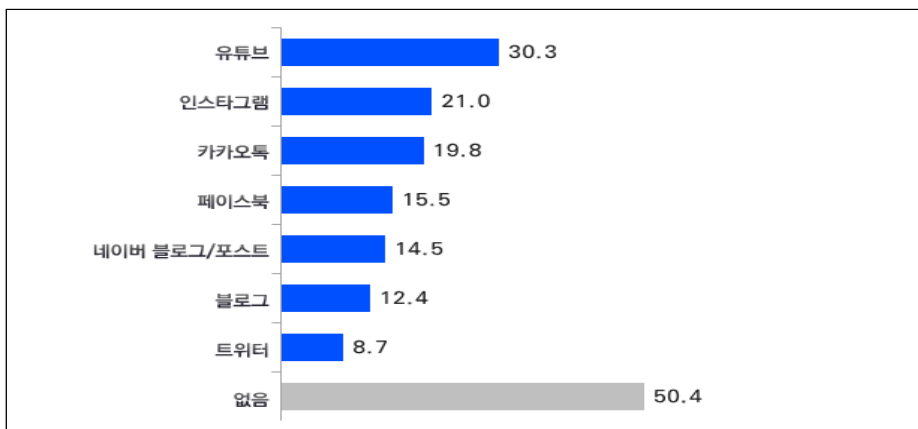
〈표 4-16〉 최근 1년 정부 부처 제공 정책정보 콘텐츠 접한 소셜미디어: 가장 높은 연령대 분석

구 분		유튜브	카카오톡	인스타 그램	네이버 블로그/ 포스트	다음/ 네이버 카페	블로그	페이스 북	카카오톡 스토리	네이버 밴드	트위터
가장 높은 연령대		20대	50대	20대	20대	40대	30대	20대	40대	40대	20대
		50.5	40.0	38.0	32.5	29.5	26.5	23.0	17.5	12.5	13.5
성별	남성	51.4	40.4	36.2	33.3	22.8	26.7	23.8	15.8	9.9	17.1
	여성	49.5	39.6	40.0	31.6	36.4	26.3	22.1	19.2	15.2	9.5

4) 최근 1년 댓글/좋아요 등 활동 실시한 정부 부처 채널

최근 1년 내에 전체 응답자의 절반 정도가 최근 1년 내에 정부 부처 채널에서 댓글/좋아요 등의 활동을 실시했으며, 실시한 채널로 ‘유튜브’ 30.3%, ‘인스타그램’ 21%, ‘카카오톡’ 19.8% 순으로 응답되었다.

〔그림 4-34〕 최근 1년 댓글/좋아요 등 활동 실시한 정부 부처 채널



주) 전체 응답자 (N=1000, %)

남성 및 30대의 정부 부처 채널에서 댓글/좋아요 등의 활동을 실시한 경험율이 약간 더 높았으며, 남성, 30대는 '유튜브', 20~30대는 '인스타그램'이 타 층 대비 높았다.

〈표 4-17〉 최근 1년 댓글/좋아요 등 활동 실시한 정부 부처 채널

구 분		Base	유튜브	인스타그램	카카오톡	페이스북	네이버 블로그/포스트	블로그	트위터	없음
전체		(1,000)	30.3	21.0	19.8	15.5	14.5	12.4	8.7	50.4
성별	남성	(513)	35.1	19.5	20.1	16.4	14.8	10.5	8.8	48.1
	여성	(487)	25.3	22.6	19.5	14.6	14.2	14.4	8.6	52.8
연령	20대	(200)	29.5	28.5	18.0	17.5	15.5	16.0	12.5	44.5
	30대	(200)	38.5	27.5	23.0	20.0	16.5	15.5	10.5	40.0
	40대	(200)	28.5	22.5	21.0	18.0	19.5	19.5	11.0	47.0
	50대	(200)	33.0	16.0	21.0	13.5	12.0	6.0	6.0	53.0
	60대	(200)	22.0	10.5	16.0	8.5	9.0	5.0	3.5	67.5

주) 전체 응답자 (N=1000, %)

댓글/좋아요 등 가장 많은 상호작용을 하는 연령대를 세분화하여 분석한 결과, 유튜브, 카카오톡, 페이스북, 트위터는 남성의 반응이, 인스타그램, 네이버 블로그/포스트, 블로그의 경우 여성의 반응 등 상호작용이 더 활발했다.

〈표 4-18〉 최근 1년 댓글/좋아요 등 활동 실시한 정부 부처 채널: 가장 높은 연령대 분석

구 분		유튜브	인스타그램	카카오톡	페이스북	네이버 블로그/포스트	블로그	트위터
가장 높은 연령대		30대	20대	30대	30대	40대	40대	20대
		38.5	28.5	23.0	20.0	19.5	19.5	12.5
성별	남성	46.7	24.8	28.6	24.8	16.8	12.9	14.3
	여성	29.5	32.6	16.8	14.7	22.2	26.3	10.5

5) 최근 1년 정부 시행 각종 정책 및 제도 정보 접촉 채널별 이용도

최근 1년 정부 시행 각종 정책 및 제도 정보를 접촉한 채널로 '인터넷포털' 이용도가 5점 척도 기준 3.75점으로 가장 높았으며, 다음으로 '지상파TV' 3.45점, '일반 온라인 동영상플랫폼' 3.24점, '일반 소셜미디어' 3.21점 순으로 나타났다.

[그림 4-35] 최근 1년 정부 시행 각종 정책 및 제도 정보 접촉 채널별 이용도



주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도/점)

‘인터넷포털’은 40~60대, ‘지상파TV’와 ‘종합편성채널’은 50~60대, ‘일반 온라인동영상플랫폼’은 20~30대, ‘일반 소셜미디어’는 20대와 40대의 이용도가 상대적으로 높았다.

<표 4-19> 최근 1년 정부 시행 각종 정책 및 제도 정보 접촉 채널별 이용도

구 분	Base	인터넷 포털	지상파 TV	일반 온라인 동영상 플랫폼	일반 소셜 미디어	종합편성 채널	메신저 서비스	지인/ 가족 등	정부부처 온라인 동영상 플랫폼	언론사 웹사이트 /앱	옥외 홍보물
전체	(1000)	3.75	3.45	3.24	3.21	3.13	3.05	2.97	2.93	2.91	2.89
성 별	남성 (513)	3.74	3.41	3.27	3.11	3.07	3.03	2.88	2.95	2.91	2.86
	여성 (487)	3.77	3.50	3.19	3.33	3.21	3.07	3.07	2.91	2.91	2.93
연 령	20대 (200)	3.59	3.26	3.38	3.49	2.97	3.03	3.19	3.17	3.05	3.09
	30대 (200)	3.64	3.24	3.45	3.20	2.92	3.12	3.05	3.05	2.86	3.00
	40대 (200)	3.81	3.45	3.27	3.37	3.19	3.03	3.07	3.07	3.13	2.93
	50대 (200)	3.90	3.68	3.13	3.08	3.35	3.15	2.92	2.82	2.87	2.84
	60대 (200)	3.83	3.66	2.93	2.89	3.26	2.92	2.61	2.50	2.62	2.56

주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도/점), 상위 10개 항목 제시하였음

나. 정부 부처 인지도 및 선호도

1-1) 장관급 부처 인지도

장관급 부처의 업무 및 정책에 대한 인지도는 5점 척도 기준 3점 내외로 나타났다 (2.73~3.15). 부처 평균으로는 ‘보건복지부’와 ‘교육부’ 등이 상대적으로 높은 인지도를 보였고, ‘중소벤처기업부’와 ‘산업통상자원부’가 상대적으로 낮은 인지도를 보였다.

〈표 4-20〉 장관급 부처 인지도

구분	해당 부처
상위 (25%)	보건복지부, 교육부, 고용노동부, 국방부, 행정안전부, 법무부
중위 (50%)	국토교통부, 환경부, 문화관광체육부, 외교부, 공정거래위원회, 과학기술정보통신부, 방송통신위원회, 기획재정부, 금융위원회, 농림축산식품부, 국가보훈처, 통일부
하위 (25%)	해양수산부, 국민권익위원회, 여성가족부, 개인정보보호위원회, 중소벤처기업부, 산업통상자원부

주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도 점수 기준)

1-2) 차관급 부처 인지도

차관급 부처의 업무 및 정책에 대한 인지도 또한 5점 척도 기준 3점 내외로 장관급에 비해 다소 편차가 크게 나타났다(2.38~3.23). 부처 평균으로는 ‘기상청’, ‘질병관리청’ 등이 상대적으로 높은 인지도를 보였고, ‘행정중심복합도시건설청’, ‘새만금개발청’ 등이 상대적으로 낮은 인지도를 보였다.

〈표 4-21〉 차관급 부처 인지도

구분	해당 부처
상위 (25%)	기상청, 질병관리청, 국세청, 소방청, 경찰청, 식품의약품안전처
중위 (50%)	병무청, 관세청, 문화재청, 특허청, 통계청, 산림청, 해양경찰청, 농촌진흥청, 조달청
하위 (25%)	방위사업청, 원자력안전위원회, 인사혁신처, 법제처, 행정중심복합도시건설청, 새만금개발청

주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도 점수 기준)

2-1) 장관급 부처 일상생활 관련도

장관급 부처가 시행하는 제도나 정책의 일상생활 관련성은 5점 척도 기준 최저 2.99

에서 3.65의 분포를 보였다. 부처 평균으로는 ‘보건복지부’와 ‘고용노동부’ 등의 일상생활 관련도가 상대적으로 높았고, ‘통일부’와 ‘국가보훈처’ 등의 일상생활 관련도가 상대적으로 낮았다.

〈표 4-22〉 장관급 부처 일상생활 관련도

구분	해당 부처
상위 (25%)	보건복지부, 고용노동부, 행정안전부, 개인정보보호위원회, 국토교통부, 기획재정부
중위 (50%)	환경부, 금융위원회, 농림축산식품부, 법무부, 공정거래위원회, 과학기술정보통신부, 국민권익위원회, 교육부, 산업통상자원부, 방송통신위원회, 국방부, 문화관광체육부
하위 (25%)	해양수산부, 중소벤처기업부, 외교부, 여성가족부, 통일부, 국가보훈처

주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도 점수 기준)

2-2) 차관급 부처 일상생활 관련도

차관급 부처가 시행하는 제도나 정책의 일상생활 관련성은 5점 척도 기준 최저 2.98에서 3.67의 분포로 장관급 부처와 비슷한 경향을 보였다. 부처 평균으로는 ‘기상청’과 ‘질병관리청’ 등의 일상생활 관련도가 상대적으로 높았고, ‘특허청’과 ‘병무청’ 등의 일상생활 관련도가 상대적으로 낮았다.

〈표 4-23〉 차관급 부처 일상생활 관련도

구분	해당 부처
상위 (25%)	기상청, 질병관리청, 국세청, 식품의약품안전처, 경찰청, 소방청
중위 (50%)	법제처, 원자력안전위원회, 인사혁신처, 통계청, 산림청, 농촌진흥청, 관세청, 행정중심복합도시건설청, 새만금개발청
하위 (25%)	문화재청, 조달청, 해양경찰청, 방위사업청, 특허청, 병무청

주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도 점수 기준)

3-1) 장관급 부처 선호도

장관급 부처가 시행하는 제도나 정책의 선호도는 5점 척도 기준 최저 3.01에서 최고 3.35의 분포를 보였다. 부처 평균으로는 ‘보건복지부’와 ‘개인정보보호위원회’ 등의 제도나 정책 선호도가 상대적으로 높았고, ‘여성가족부’와 ‘통일부’ 등의 제도나 정책 선호도가 상대적으로 낮았다.

〈표 4-24〉 장관급 부처 선호도

구분	해당 부처
상위 (25%)	보건복지부, 개인정보보호위원회, 환경부, 산업통상자원부, 과학기술정보통신부, 고용노동부
중위 (50%)	국민권익위원회, 농림축산식품부, 공정거래위원회, 금융위원회, 기획재정부, 해양수산부, 중소벤처기업부, 행정안전부, 국방부, 국가보훈처, 방송통신위원회, 국토교통부
하위 (25%)	외교부, 문화관광체육부, 법무부, 교육부, 여성가족부, 통일부

주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도 점수 기준)

3-2) 차관급 부처 선호도

차관급 부처가 시행하는 제도나 정책의 선호도는 5점 척도 기준 최저 2.99에서 최고 3.47의 분포를 보였다. 부처 평균으로는 ‘소방청’과 ‘질병관리청’ 등의 제도나 정책 선호도가 상대적으로 높았고, ‘새만금개발청’과 ‘병무청’ 등의 제도나 정책 선호도가 상대적으로 낮았다.

〈표 4-25〉 차관급 부처 선호도

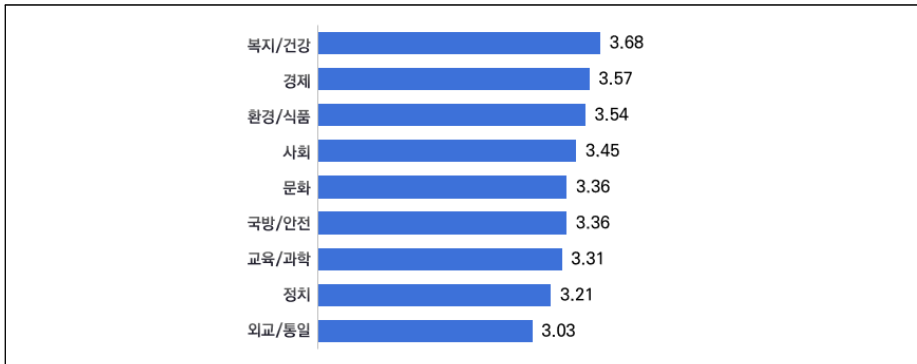
구분	해당 부처
상위 (25%)	소방청, 질병관리청, 식품의약품안전처, 기상청, 농촌진흥청, 산림청
중위 (50%)	문화재청, 경찰청, 국세청, 인사혁신처, 통계청, 방위사업청, 원자력안전위원회, 특허청, 법제처
하위 (25%)	관세청, 행정중심복합도시건설청, 해양경찰청, 조달청, 새만금개발청, 병무청

주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도 점수 기준)

다. 개인 성향 및 정보

개인 성향 및 정보 관련해서는 ‘복지/건강’ 분야 관심도가 5점 척도 기준 3.68점으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘경제’(3.57점)와 ‘환경/식품’(3.54점)이 3.5점 이상으로 높았다, 그 외에 ‘사회’(3.45점), ‘문화’(3.36점), ‘국방/안전’(3.36점), ‘교육/과학’(3.31점) 등으로 응답되었다.

[그림 4-36] 각 분야별 관심도



주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도/점)

남성의 관심도가 대체로 높은 가운데, ‘복지/건강’과 ‘문화’는 여성의 관심도가 약간 더 높았다. 연령별로 볼 때, ‘복지/건강’, ‘경제’, ‘환경/식품’, ‘사회’, ‘국방/안전’ 관심도가 50~60대 이상에서 상대적으로 높았다.

〈표 4-26〉 각 분야별 관심도

구 분	Base	복지/건강	경제	환경/식품	사회	문화	국방/안전	교육/과학	정치	외교/통일
전체	(1000)	3.68	3.57	3.54	3.45	3.36	3.36	3.31	3.21	3.03
성 별	남성 (513)	3.63	3.71	3.50	3.49	3.30	3.46	3.36	3.36	3.13
	여성 (487)	3.72	3.43	3.57	3.41	3.42	3.25	3.26	3.05	2.93
연 령	20대 (200)	3.54	3.36	3.37	3.38	3.36	3.32	3.32	3.20	3.01
	30대 (200)	3.54	3.45	3.40	3.40	3.37	3.20	3.25	3.24	2.95
	40대 (200)	3.58	3.54	3.53	3.39	3.41	3.26	3.39	3.21	3.05
	50대 (200)	3.82	3.74	3.69	3.57	3.36	3.47	3.35	3.21	3.04
	60대 (200)	3.92	3.78	3.71	3.52	3.31	3.54	3.26	3.19	3.12

주) 전체 응답자 (N=1000, 5점 척도/점)

3. 시사점

가. 매체이용 및 정책정보 습득경로

국민 설문조사 결과, 응답자들이 평소 가장 많이 이용하는 매체 및 정보검색에 주로 이용하는 매체는 모두 카카오톡과 유튜브의 비중이 높은 것으로 나타났다. 또한 소셜미

디어를 통해 정부부처의 정책정보 콘텐츠를 접한 경로도 유튜브의 비중이 42.6%로 가장 높은 것으로 나타났다. 응답자들의 주 이용 매체 및 정책정보 습득경로는 성별 및 연령에 따라 다소간의 차이를 보이는 것으로 나타났으나, 전 연령대에서 유튜브의 이용률이 가장 높은 것으로 미루어 볼 때, 온라인 소통성과 평가 시 유튜브의 소통성과를 가장 비중 있게 평가하는 것은 타당한 것으로 판단된다.

조사 결과에 따르면 정부의 정책정보를 접하는 경로는 성별 및 연령대에 따라 차이를 보이고 있었다. 유튜브를 통한 정책정보 습득률은 남성에서 높게 나타났으며, 20~30대 젊은 층은 인스타그램에서, 여성과 40~60대는 다음/네이버 카페에서 정책정보를 접하는 것으로 나타났다. 따라서 부처별 주요고객 및 정책정보의 주요 대상에 따라 성별 및 연령에 따른 정책정보 홍보경로를 차별화하는 전략이 부처의 정책소통성과 제고에 도움이 될 것으로 보인다. 응답자들의 분야별 관심도는 복지/건강(3.68점), 경제(3.57점), 환경/식품(3.54점) 순으로 조사되어 개인의 일상생활과 밀접한 분야에 대한 관심이 가장 큰 것으로 나타났다.

나. 정부부처 인지도 및 선호도

각 장관급 및 차관급 부처의 최근 5년간(2018년~2022년) 정책소통평가 결과를 종합하여 A 등급 그룹과 C 등급 그룹으로 분류하였다. A 등급 그룹은 5년간 A 등급을 3회 이상 받은 부처로, 장관급 7개 부처와 차관급 4개 부처가 선별되었다. 이 중에는 5년간 A 등급을 4회 이상 받은 산업통상자원부, 행정안전부, 경찰청, 식품의약품안전처, 인사혁신처도 포함되었다. C 등급 그룹은 5년간 C 등급을 3회 이상 받은 부처 또는 C 등급을 2회 이상 받고 A 등급을 1회도 받지 못한 부처로, 이 중에는 5년간 C 등급을 4회 받은 새만금청도 포함되었다.

정책소통평가 항목 중 국민을 대상으로 실시하는 체감도(소통만족도) 평가 관련하여, 부처별 고유한 특성이 평가 결과와 관련이 있는지 검토하기 위해 설문조사를 통해 수집한 일반인의 각 부처별 인지도, 선호도, 생활 관련성 인식을 부처별 예산 규모, 유튜브 공식채널 업로드 동영상 수, 유튜브 구독자 수 등과 함께 종합적으로 분석했다. 부처의 예산 규모, 유튜브 업로드 수(정책소통활동), 생활 관련성(부처의 업무적 성격)을 부처의 특성으로 간주하고, 유튜브 구독자 수, 부처·정책에 대한 인지도와 선호도를 이와 관련

한 국민 반응으로 보았다.

예산 규모와 유튜브 업로드로 대표되는 디지털 정책소통활동은 비교적 관련이 있는 경향을 보였다. 대체로 예산이 많은 부처는 유튜브 업로드를 활발히 하고, 예산이 적은 부처는 유튜브 업로드도 적게 하는 경향이 있었다. 유튜브 업로드 동영상 수가 가장 적은 부처는 이어서 유튜브 구독자 수도 가장 적게 나타났다. 다음으로는 부처의 업무 성격이 생활 관련성이 높은 부처가 그렇지 않은 부처에 비해 유튜브 업로드를 많이 하는 경향이 나타났다.

부처 및 정책에 대한 인지도와 선호도는 부처에 대한 생활 관련성 인식과 연계되는 경향을 보였다. A 등급 그룹을 살펴보면, 보건복지부, 고용노동부 등은 국민 개인의 일상 및 건강과 관련한 대표적인 대민(B2C) 성격의 부처로서 생활 관련성이 높게 인식되었으며, 인지도와 선호도도 높게 나타났다. 특히 보건복지부의 경우 부처 예산이 많고, 유튜브 업로드 수도 많았으며, 이용자에게 부처·정책의 인지도, 생활 관련성, 선호도 모두 가장 높은 점수를 획득했다. 생활 관련성이 높은 부처가 충분한 예산 자원을 가지고 정책소통활동을 함으로써 국민의 인지도 및 선호도가 선순환적으로 작용하여 정책소통 평가 등급도 양호한 결과를 받은 것으로 보인다. 식품의약품안전처의 경우에도 생활 관련성이 높은 부처가 정책소통활동을 활발히 하여 유튜브 구독자 수를 늘리고 부처·정책 선호도가 높게 나온 경우로, 정책소통평가가 매우 양호하게 나왔다. C 등급 그룹을 살펴보면, 부처예산이 적은 부처가 유튜브 업로드도 적고 유튜브 구독자 수도 적은 경향을 보이며, 생활 관련성이 낮은 부처가 부처·정책 인지도 및 선호도가 낮은 것으로 나타나고 있다.

국민이 평소 정부부처에 대해 가지고 있는 기존 인식이 정책소통 평가의 체감도 평가에 영향을 줄 수 있음을 상기할 때, 각 부처에 대한 국민의 인지도 및 선호도와 관련이 있는 부처의 특성을 파악하는 것은 정책소통평가의 타당성을 제고하는 차원에서 의미가 있다. 부처의 구조적 특성을 국민 반응과 함께 살펴본 결과 전반적으로 부처·정책에 대한 인지도는 유튜브 업로드 수나 생활 관련성과 관련이 있는 경향을 보였고, 선호도는 생활 관련성과 중첩되어 나타나는 경향을 보였다. 따라서 부처 특성 중에서 부처 업무의 생활 관련성이 일반국민의 인지도와 선호도, 유튜브 등 SNS 반응에 유리하게 작용함을 볼 수 있다. 부처에 대한 인지도와 선호도는 체감도 평가 중 소통만족도에, SNS 반응은 온라인 체감도에 영향을 줄 수 있다.

대체로 부처의 업무적 특성이 국민의 일상생활과 관련성이 높으면 인지도 및 선호도가 높은 경우가 많았다. 구체적으로는 부처에서 자원 투입 및 정책소통활동을 활발히 하는데 국민의 부처·정책 인지도나 선호도가 낮은 경우는 부처의 업무적 특성이 국민의 일상생활과 관련성이 낮기 때문인 경우가 많으며, 생활 관련성이 높는데 인지도나 선호도가 낮은 경우는 부처의 자원 투입 및 정책소통활동이 부족한 경우가 많은 것으로 분석되었다.

〈표 4-27〉 정책소통평가 체감도(소통만족도) 관련 부처별 특성

(부처명: 가나다순)

		정책소통 평가등급	부처 특성			국민 반응		
			예산 규모	생활 관련성	디지털 소통 활동 ¹⁵⁾	부처·정책 인지도	부처·정책 선호도	디지털 소통 반응 ¹⁶⁾
우수	장관 (7)	고용부 과기부 농림부 복지부 산자부* 행안부* 환경부	교육부 국방부 국토부 과기부 기재부 복지부 행안부 환경부	개보위 고용부 국토부 기재부 복지부 행안부 환경부	국토부 농림부 문체부 복지부 중기부 통일부 행안부	고용부 교육부 국방부 국토부 법무부 복지부 행안부	개보위 고용부 과기부 권익위 복지부 산자부 환경부	금융위 과기부 산자부 여가부 외교부 통일부 환경부
	차관 (4)	경찰청* 산림청 식약처* 인사처*	경찰청 방사청 산림청 인사처	국세청 기상청 식약처 질병청	국세청 경찰청 기상청 식약처	국세청 기상청 소방청 질병청	기상청 소방청 식약처 질병청	방사청 소방청 식약처 질병청
미흡	장관 (6)	개보위 권익위 방통위 법무부 외교부 통일부	개보위 공정위 권익위 방통위 여가부 통일부	보훈처 여가부 외교부 중기부 통일부 해수부	개보위 공정위 국방부 방통위 법무부 여가부	개보위 권익위 산자부 여가부 중기부 해수부	교육부 문체부 법무부 여가부 외교부 통일부	개보위 공정위 기재부 방통위 보훈처 해수부
	차관 (5)	방사청 농진청 새만금청* 원안위 조달청	법제처 병무청 새만금청 소방청 원안위	방사청 병무청 조달청 특허청 해경청	관세청 원안위 조달청 해경청 행복청	법제처 새만금청 원안위 인사처 행복청	병무청 새만금청 조달청 해경청 행복청	관세청 원안위 조달청 통계청 특허청

주) A 등급 부처: 5년간(2018~2022) A 등급을 3회 이상 받은 부처(*은 A 등급을 4회 이상 받은 부처)

C 등급 부처: 5년간(2018~2022) C 등급을 3회 이상 받은 부처 또는 C 등급을 2회 받고 A 등급을 1회도 받지 못한 부처(*은 C 등급을 4회 이상 받은 부처)

15) 유튜브 업로드 수.

16) 유튜브 구독자 수.

정책소통평가 지표 개선 방안

제5장

정책소통평가 지표 재구조화

제1절 기본 원칙

정부업무평가 기본법에 따르면 정부업무평가를 시행하는 목적은 “중앙행정기관·지방자치단체·공공기관 등의 통합적인 성과관리 체제의 구축과 자율적인 평가역량의 강화를 통하여 국정운영의 능률성·효과성 및 책임성을 향상하는 것”이다(제1조). 즉 통합적 성과관리 체제 구축과 자율적 평가역량 강화를 유도하여 정부정책의 효과성을 높이는데 정부업무평가의 목적이 있다. 이를 구현하기 위해 2023년 정책소통평가 계획에서는 성과 중심의 정성평가를 강화하고 일부 유사·중복 지표의 폐지·통합 조정을 통해 평가 대상 기관의 평가 피로도 경감 및 실질적 평가 체계 강화를 평가 방향으로 제시한 바 있다(문화체육관광부, 2023).

이러한 차원에서 본 연구는 현행 정책소통평가 지표를 포함하여 평가 시행 전반이 이러한 정부업무평가와 정책소통평가 목적과 대원칙에 부합하는지 우선적으로 고려하였다. 평가 대상과 방법, 평가 항목 및 체계, 향후 활용 방안 측면에서 정부 부처의 정책홍보 성과를 관리하고 역량 강화에 도움을 주는 원론적인 차원과 더불어 지표 개선에 따른 혼란을 최소화하여 실현 가능성을 제고하기 위해 아래와 같은 5개 원칙을 토대로 평가지표 재구조화를 시도하였다.

1. 정책소통 성과 관리 체계화

정책은 계획 단계부터 실행, 성과 도출 단계가 유기적으로 이루어져야 한다. 정부의 대국민 대언론 소통정책도 이와 다르지 않을 것이다. 매년 초 부처별 사업 계획을 수립하고 이에 따라 정책 자원을 투입하여 연말에 이르면 소정의 성과를 도출하듯, 정책소통도 이러한 체계에 따라 사업을 추진하고 그 과정과 결과를 평가할 필요가 있다. 따라서 현행 정책소통평가 지표가 이러한 기본 원칙에 맞추어 구성되었는지 살피고 필요시 개선 방안을 제안하는 것을 목표로 하였다.

2. 정책소통 미디어 환경 변화 고려

정책 홍보의 대상은 결국 국민이지만, 그 과정에서 전통적인 언론 매체를 통하기도 하고 디지털 공간에서 직접 소통을 추진하기도 한다. 대다수의 정부 부처는 대변인실로 대표되는 정책소통 담당 부서 아래 디지털소통 전담팀을 별도로 두고 누리소통망(SNS) 운영 등의 사업을 담당하고 있다. 이로 인해 자연스럽게 오프라인과 온라인 매체라는 이분법적 정책 구도를 형성하게 되었다. 하지만 전통 언론도 인터넷이나 유튜브 등을 통한 직접 소통에 나서고, 일반국민의 미디어 이용 패턴이 미디어가 아닌 콘텐츠 중심으로 형성되면서 온오프라인 미디어와 콘텐츠의 구분이 흐려지는 추세이다. 전문가나 대국민 설문조사 결과 이러한 변화가 전면적으로 드러나기까지는 아직 시간이 필요해 보이지만, 국정운영의 능률성과 효과성, 실질적 평가 체계 강화를 위해 정책소통평가 지표 또한 이러한 환경 변화를 능동적으로 대비할 필요가 있다. 따라서 현재 온라인과 오프라인으로 선명히 구분되는 지표의 재구조화를 고민하였다.

3. 부처별 상이한 정책 환경과 자원 고려

2023년 기준 정책소통평가는 45개 중앙행정기관을 장관관급으로 구분하여 지표 적용이나 배점을 달리하고 있다. 이는 전체 정부업무평가 기본 틀에 맞춘 것으로 장관급 부처와 차관급 부처의 정책 환경과 동원 가능한 자원 수준이 다를 것을 고려한 결과이다. 하지만 같은 장관급 또는 차관급 부처라 하더라도 부여된 정책 환경과 자원이 다를 수 있다. 예컨대 장관급 부처 가운데서도 기재부나 교육부 같은 부처와 국민권익위, 개인정보위 같은 부처는 업무의 특성이나 규모 면에서 차이가 날 수밖에 없다. 따라서 각 부처가 직접적으로 수행하는 정책소통 활동 노력이 아닌 구조적 이유가 혹시 평가 결과에 영향을 주는지, 만일 이러한 경향이 선명히 나타난다면 평가 대상을 장관관급을 포함한 보다 세부적인 기준을 도입해야 할 수도 있을 것이다. 따라서 이러한 부처별 특성 차이에 따라 정책소통평가 결과가 영향을 받는지 살피고 필요시 대안을 마련하고자 하였다.

4. 지표 변경에 따른 혼란 최소화

모든 형태의 평가는 타당성과 더불어 신뢰도를 핵심 속성으로 한다. 평가의 대상이 되는 내용을 잘 측정하는 것도 중요하지만, 일관된 지표와 방법으로 연속적이고 예측 가능한 평가 결과를 도출하는 것도 마찬가지로 중요하다. 연구를 통해 정책소통평가의 다양한 개선 소요가 발견되었다 하더라도 지표의 구성과 내용, 평가 방식을 한번에 바꿀 수는 없다. 앞서 제시한 여러 원칙과 요소에 따르면서도 지표 변경에 따른 혼란을 최소화하여 평가자와 피평가자의 평가 피로도 경감과 실질적 평가 체계 강화 방안을 찾을 필요가 있다. 이를 위해 현재 세부 평가지표는 최대한 유지하면서 전체 평가지표 구성과 네이밍을 재구조화하여 평가지표의 수를 줄이는 방식으로 개선안을 도출하였다.

5. 평가 결과 활용도 제고

연도별 정부 업무 평가 결과는 이듬해 1~2월 발표된다. 전체등급과 분야별 평가 등급이 공지되고 포상 등 이에 따른 행정조치가 이루어지면서 평가는 마무리된다. 정책소통 평가 결과 또한 총평과 함께 부문별 성과와 개선·보완 필요 사항이 제시된다. 전반적으로 공정하고 객관적이며 완결적인 평가가 이루어지는 것으로 볼 수 있다.

하지만 평가를 하는 근본 목적 등을 고려하면 매년 평가 결과가 환류되고 추후 정책 방향 수립에 기여하도록 좀 더 활용될 필요가 있다. 더불어 지표별 결과를 재분석하고 해마다 바뀌는 정책소통 환경을 고려한 지표 재검토 등이 필요할 수도 있다. 따라서 정책소통평가 과정과 결과를 넘어 해당 평가 결과가 각 부처의 정책소통 역량 강화에 기여할 수 있도록 평가 결과 활용도 제고 방안도 함께 고민하였다.

제2절 평가 대상 및 지표

1. 장관관급 평가 대상 구분

가. 현황 및 문제점

2023년 기준 정책소통평가는 장관급 24개 부처와 차관급 21개 부처를 그 대상으로 한다. 장관급과 차관급의 총점은 차이가 없으나 일부 지표의 적용을 달리하거나 배점을 달리하는 식으로 운영된다. 즉 차관급 부처의 경우 부처 협업 활동 중 외신 대변인 협업 활동 지표가 적용되지 않고 기관장 소통성과 중 이슈관리 지표가 적용되지 않는다. 대신 여기서 줄어든 점수는 주요정책 소통성과 중 소통활동 우수사례에 추가로 적용되는 식이다. 하지만 외신과 이슈관리, 소통활동 우수사례 지표로만 정부 부처의 정책소통 활동 특성을 구분하는 것은 충분하지 않을 수 있다. 특히 지난 5년간의 정책소통 결과를 보면 장관급과 차관급 부처 내에서도 높은 평가를 받은 부처와 낮은 평가를 받은 부처가 비교적 고착화하는 경향이 관찰되었다. 만일 이것이 각 부처의 규모나 업무 특성에 기인한 구조적 결과가 포함된 것이라면 추가적인 평가 대상 구분 기준을 마련할 필요가 있기 때문이다.

〈표 5-1〉 정책소통평가 평가 대상 구분(2023년 기준)

구분	정부 부처
장관급 (24)	기재부, 교육부, 과기정통부, 외교부, 통일부, 법무부, 국방부, 행안부, 문체부, 농식품부, 산업부, 복지부, 환경부, 고용부, 여가부, 국토부, 해수부, 중기부, 보훈처 방통위, 공정위, 국민권익위, 금융위, 개인정보위
차관급 (21)	국세청, 관세청, 조달청, 통계청, 병무청, 방사청, 경찰청, 소방청, 문화재청, 농진청, 산림청, 특허청, 질병청, 기상청, 해경청, 행복청, 새만금청, 인사처, 법제처, 식약처, 원안위

나. 개선 방안 검토

평가자와 피평가자를 대상으로 한 전문가 의견조사 결과 부처의 업무나 특성에 따른 추가적인 고려의 필요성은 인정되었지만 모두가 인정할 수 있는 합리적인 추가 구분 기준을 찾기 어려운 것으로 나타났다. 장관관급 부처 구분이 정부 업무 평가의 기본 구조를 따르고 있는데, 정책소통평가만 평가 대상 구분 기준을 추가적으로 도입한다면 전체 평가 틀의 일관성을 저해할 수 있을 뿐만 아니라 특정 부처에 유불리가 달라질 수 있기 때문이다. 평가 항목이나 세부 평가지표의 배점을 달리 적용하는 방법도 마찬가지로 결과를 가져올 수 있으므로 정책소통평가 평가 대상 구분은 현행 방식을 유지하는 것이 좋을 것으로 판단된다.

다만 부처별 정책의 특성은 체감도 조사 등 일반국민을 대상으로 측정하는 경우 특정 집단별에 따라 영향을 받을 가능성이 일부 확인되었다. 대국민 설문조사 결과 부처별 정책 인지, 선호도는 국민들의 주 관심 분야 및 관여도, 생활 관련성과 관계가 있는 것으로 나타났기 때문이다. 특히 건강/복지, 안전/위험 회피, 경제/생활 이슈를 주로 다루는 부처 정책에 대한 선호도가 높는데 이러한 업무를 담당하는 부처의 정책소통평가 결과가 대체로 우수했다는 사실은 향후 추가적인 연구나 판단이 필요하다. 보건복지부, 고용노동부, 행정안전부(이상 장관급), 기상청, 질병관리청, 국세청(이상 차관급) 등이 국민의 생활 관련성이 상대적으로 높은 부처로 조사되었고, 이에 비해 중소기업벤처부, 외교부, 통일부(이상 장관급), 새만금개발청, 조달청, 방위산업청(이상 차관급) 등은 국민의 생활 관련성이 상대적으로 낮은 부처로 조사되었다. 국방/안전 분야는 남성의 관심이, 복지/문화 분야는 여성의 관심이 상대적으로 높은 등 국민 전체가 아닌 성별이나 연령 등의 요인에 따라 차이가 있는 것도 고려할 필요가 있다.

더불어 현행 장관급 기관만 평가하는 이슈 관리(기관장 이슈 관리 성과, 선제적 이슈 관리 노력도) 지표는 기관장 소통활동 및 사전협의 참여 및 이행도 지표와 통합하거나 하위 지표로 넣는 방안도 고려할 수 있다. 해당 지표 내 기관장의 이슈 관리 성과를 통합할 수 있다면 지표체계 단순화의 효과를 얻을 수 있을 것이다.

2. 상대평가 지표에 대한 인식

가. 현황 및 문제점

정책소통평가 지표별 평가 방식은 크게 두 가지로 나뉜다. 하나는 정량평가와 정성평가이고 다른 하나는 절대평가와 상대평가이다. 평가 방법론 측면에서 정량평가는 객관적 지표를 토대로 신뢰도 확보에 유리하고 정성평가는 전문가 평가를 토대로 타당성 확보에 유리하다. 각각의 장단점이 있지만 현행 정부 업무 평가는 부처별 정책 상황을 고려한 성과 중심의 정성평가를 강화하는 추세이다. 절대평가는 다양한 기준에 따라 부여된 점수를 획득하는 방식인 데 반해 상대평가는 획득된 점수를 전체 순위나 구간에 따라 몇 개의 등급으로 재분배하는 방식이다.

정량평가와 정성평가, 절대평가와 상대평가 모두 평가 또는 데이터 수집을 위한 일반적인 방식이다. 다만 전문가 자문회의 등에서 지표별 상대평가가 다소 과도하다는 의견을 참조할 필요가 있다. 상대평가는 주로 정량평가 지표에서 관찰되는데, 어떤 기준을 토대로 정량 점수를 산출한 뒤 부처별 획득 점수를 서열화하여 구간별 점수를 재부여하는 방식이다. 예컨대 주요 정책 소통성과에서 사전협의 이행도는 기관장과 실국장 등의 참여 정도로 산출되는데, 해당 점수가 바로 반영되는 것이 아니라 이를 다시 5구간으로 재구분(상위 25% 1점, 25~65% 0.8점, 65~85% 0.6점, 85~95% 0.4점, 95% 이상 0.2점)하여 점수를 부여하는 반면, 사전협의 이행 성과는 각 척도에 따라 얻은 점수를 그대로 가져가는 방식(매우우수~매우미흡에 따른 점수 배분)이다.

나. 개선 방안 검토

정책소통평가에서 상대평가 방식을 취하고 있는 평가지표의 수나 내용을 고려할 때 이러한 평가 방식에 대한 전면 개정은 어려울 것으로 판단된다. 다만 평가 원칙상 개별 지표에서 상대평가를 다수 활용하는 경우 해당 지표의 민감도는 낮아지고 변별력이 높아지는 현상에 대한 인식과 인지는 필요할 것으로 보인다.

자신의 노력이 아닌 타인과의 상대적 비교를 통해 특정 활동의 성과를 인정받는 것은 경쟁을 촉진하고 평가 변별력을 강화하는 효과는 있으나, 피평가자 입장에서 결과 예측이 어렵고 자신에게 구조적으로 불리한 지표는 애초에 포기하는 것이 합리적 선택일 수

있기 때문에 평가 동기가 저해되는 문제가 나타날 수도 있다. 정부업무평가나 정책소통 평가의 목적인 ‘평가’와 ‘역량 강화’ 사이에서 세분화된 고민이 필요한 지점이다.

3. 우수사례 제출 및 평가

가. 현황 및 문제점

현행 정책소통평가 항목이나 지표, 평가 방식 등에 ‘우수사례’라는 이름으로 평가 대상 부처에서 별도의 자료를 제출받아 평가하는 경우가 10건 내외 존재하는 것으로 관찰된다. 하지만 각 우수사례 지표 간 위상이 다르고 범주가 다소 중복되는 문제가 발견된다. 예컨대 정책소통성과-주요정책 소통성과 항목 아래 ‘소통활동 우수사례’ 지표가 있다. 장관급 부처 10점, 차관급 부처 20점이라는 비교적 큰 배점이 부여된 지표이다. 이는 분야를 특정하지 않고 말 그대로 부처별 소통정책의 대표사례를 제출받아 평가한다. 한편 정책소통성과-외신소통성과 항목에는 ‘외신소통 실적 및 우수사례’ 지표가 있다. 기관별 주요 정책이슈 외신소통 활동 대표사례를 제출받아 평가한다. 오프라인과 온라인 소통성과 지표 내에도 이와 유사한 세부 지표가 존재한다.

온오프라인 미디어를 통한 정책소통, 외신을 통한 정책소통 모두 정책소통을 구성하는 하위 항목이다. 예컨대 양방향소통 우수사례는 온라인소통 우수사례인 동시에 소통활동 우수사례에도 개념적으로 해당된다. 평가지표 개념과 영역이 중복되면 평가자나 피평가자 모두에게 혼돈을 야기할 수도 있다. 평가 당사자 입장에서 양방향소통 우수사례를 두 지표 모두에 제출해도 되는지, 둘 중 하나의 지표에만 제출해야 하는지에 대한 합의나 기준이 추가로 필요하게 된다. 지표의 체계성 강화와 평가피로도 경감 차원에서 개선 소요가 있다.

나. 개선 방안 검토

우수사례 제출 및 평가와 관련된 문제는 크게 두 가지 방향에서 개선 방안을 검토할 수 있다. 첫째, 평가항목이나 지표 명칭에서 우수사례라는 표현을 지양하는 방식이다. 장기적으로 우수사례 중심의 자료 제출 방식을 별도로 두기보다 다른 자료와 통합하여 제출하는 방식으로 변경하여 축소하는 방안을 검토할 수 있다. 예컨대 ‘양방향 소통 우

우수사례’는 ‘양방향소통 평가’로 변경하여 양방향 소통성과 정량지표를 보완하는 지표로 활용할 수 있다.

둘째, 우수사례 관련 지표를 적극적으로 통폐합하는 방식이다. 현재 ‘소통활동 우수사례’는 개념적으로나 배점 면에서도 대표 우수사례 지표이다. 그 밖의 우수사례 지표는 하위 개념을 형성한다. 따라서 온오프라인, 외신 등 분야별 우수사례 지표를 모두 취합하여 정책소통 우수사례 지표 하위로 두고 단일화하는 방안을 검토할 수 있다. 이 경우 평가지표가 명확해지고 제출 자료의 감소로 평가 피로도 경감 및 실질적 평가 체계 강화를 기대할 수 있다. 또는 반대로 ‘소통활동 우수사례’를 폐지하고 분야별 우수사례 지표를 강화하는 방식도 고려할 수 있다. 기대 효과는 앞서 서술한 것과 동일하다.

〈표 5-2〉 우수사례 지표 조정 방안

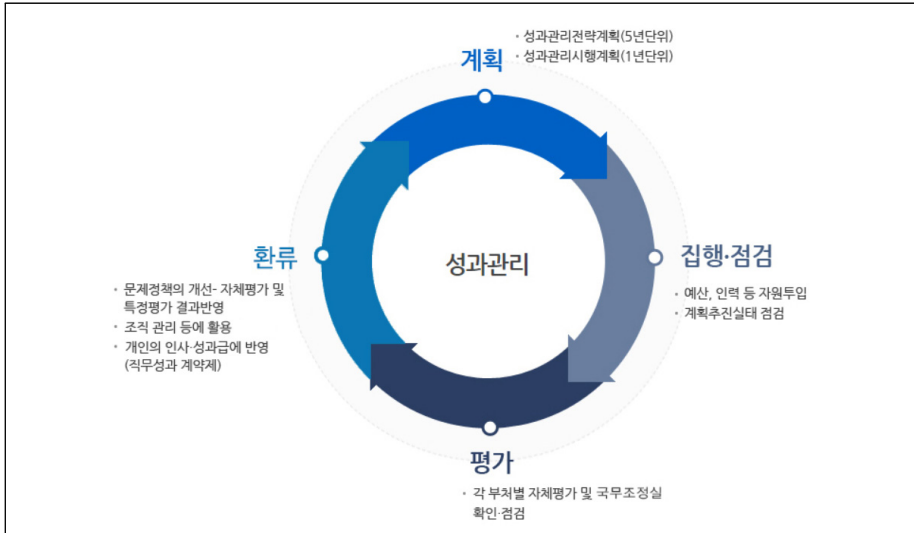
현행		개선 1	개선 2
소통활동 우수사례		(폐지)	소통활동 우수사례 - 사전협의 분야 - 일일보도 대응 분야 - 온라인 현안 대응 분야 - 양방향 소통 분야 - 외신소통 분야
사전협의 제출사례 평가		사전협의 제출사례 평가	
일일보도 대응 우수사례	▶	일일보도 대응 우수사례	
온라인 현안 대응사례 평가		온라인 현안 대응사례 평가	
양방향 소통 우수사례		양방향 소통 우수사례	
외신소통 우수사례		외신소통 우수사례	

4. 정책소통기획 및 환류 강화

가. 현황 및 문제점

정부업무평가 기본법에 따르면 성과관리란 “기관의 임무, 중·장기 목표, 연도별 목표 및 성과지표를 수립하고, 그 집행 과정 및 결과를 경제성·능률성·효과성 등의 관점에서 관리하는 일련의 활동”을 의미한다(제2조 제6호). 이에 따라 중앙행정기관은 성과관리 전략계획(5년 단위) 및 성과관리 시행계획, 자체평가 계획(1년 단위)을 수립하는 등 정책의 기획 단계가 중요하게 부각된다. 정책소통 또한 이론적으로나 실질적으로 기획(계획)-투입(활동)-산출(결과 및 성과)-효과로 이어지는 정책 수행 체계를 지닌다.

[그림 5-1] 정부 업무 성과관리 체계



출처: 정부 업무 평가 홈페이지 https://www.evaluation.go.kr/web/page.do?menu_id=41

하지만 현행 정책소통평가 항목은 평가 대상 기관의 정책과 잠재적 이슈에 대한 분석, 소통 대상, 지난 정책소통평가로부터 환류와 개선점 분석 결과를 적극 고려하지 않고 있다. 따라서 이를 통한 목표 설정과 소통전략 수립의 실행 여부, 즉 소통 활동 이전의 ‘전략 기획’에 대한 항목이 보다 부각될 필요가 있다. 현재도 ‘소통활동 우수사례’, ‘누리 소통망 콘텐츠 제작 성과’ 세부 지표 등에 기획 활동에 대한 평가가 일부 포함되어 있으나, 부처 전체 차원에서 연간 소통활동 수행 전에 선행되는 ‘전략 기획’의 중요성을 고려할 수 있다. ‘국민소통의 효율화 및 소통 효과 제고’라는 정책소통평가 목적 달성을 위해서라도 ‘정책소통 기획’에 대한 평가가 정부업무평가의 과정과 결과에 보다 명시적으로 드러날 필요가 있는 셈이다.

나. 개선 방안 검토

이에 활동-성과-체감도로 구성된 정책소통평가 항목에 기획 요소 추가를 검토할 수 있다. 앞서 살펴본 바와 같이 기획은 성과관리의 기본 요소인 동시에 정책 추진의 바탕이 되기 때문이다. 각 부처가 연초에 수립하는 정책소통 분야 사업계획을 바탕으로 신규 지표를 수립할 수도 있고, 기존 활동 지표 중 일부를 이관 받을 수도 있다. 예컨대 정책

소통활동-부처 협업 활동 항목은 기획을 요구하는 활동으로 볼 수 있을 것이다. 이들 지표 등을 토대로 기존의 정책소통활동과 결합한 기획 항목 구성을 검토할 수 있다.

5. 평가 지표 재구조화 및 배점 조정

가. 현황 및 문제점

정책소통기획 분야의 신설과 연계하여 현행 정책소통활동(input)-정책소통성과(output)-체감도(outcome)로 구성된 평가체계 전반을 재검토할 필요가 있다. 각각의 항목이 활동과 성과, 체감도라는 명칭에 맞는 지표를 포함하고 있는지 여부가 그것이다. IOO 모델에서 ‘output’은 홍보활동의 실적, 즉 눈에 보이는 결과물이 어느 정도 산출되었는지에 관한 것이다. 즉 보도된 기사의 수, 방문자 수나 조회 수, 클릭률과 반응 수 등을 의미한다. 그러나 현재 평가 항목은 output의 일부를 성과로 명명하고 있으며, 이의 측정은 주요정책, 현안대응, 온라인 소통, 기관장 소통, 외신소통 활동의 수행에 대한 양과 질로 구성되어 있다. 이는 본래 평가 모델이 뜻하는 소통활동으로 결과로서의 ‘산출’의 개념보다는 ‘수행 활동 그 자체’를 부분적으로 지칭한다. 또한 ‘성과’의 명칭은 수행(performance, activity)의 의미를 표현하는 것일 수 있으나, ‘outcome’을 뜻하는 효과의 명칭 및 개념과도 일부 충돌할 수 있다.

실제로 정책소통성과 항목에 정책소통활동의 성격을 가진 지표가 일부 포함되어 있고, 몇몇 지표는 효과에 가까운 것도 포함하고 있다. 정책홍보의 특성상 활동과 성과가 뚜렷이 구분되지 않는 점도 고려할 필요가 있다. 세부지표는 별개로 하더라도 현행 3분야 9항목 체계를 보다 단순히 할 필요성도 있다. 이에 온라인과 오프라인 등 전달되는 매체의 성격이 아닌 콘텐츠나 정책 활동에 따라 지표를 재구조화하는 등의 개선이 필요한 것으로 보인다. 정책기획 항목 신설을 계기로 전체 지표 간 배점 조정 소요도 발생하였다.

나. 개선 방안 검토

정책소통 기획활동-성과-효과 단계에 맞추어 기존에 분산·중복 되어 있던 평가지표를 재구조화하고 전체 배점 구조 변경하는 방안을 아래와 같이 제안할 수 있다. 우선 정책

소통 활동-성과-체감도로 구성된 항목 구성을 정책소통 기획활동-성과-효과로 재구성한다. 항목별 지표를 이전하고 통합하여 3분야 9항목 16지표를 3분야 6항목 15지표로 단순화할 수 있다. 세부 평가지표와 측정 방식은 유지하고 명칭과 구조만 변경하여 평가 지표 개선에 따른 혼란을 최소화는 방향으로 재구조화와 배점 조정을 시도할 수 있다.

우선 기존 정책소통 성과 지표의 일부를 기획활동과 효과로 이전하여 전체 배점 구조 또한 활동(15)-성과(70)-체감(15)에서 기획활동(25~30)-성과(45~55)-효과(20~25)로 조정할 수 있다. 앞서 전문가 의견조사 결과 활동-성과-효과의 이상적인 배점 구성은 30:40:30 수준으로 나타났는데, 항목별 배점 재배분 시 기존 대비 기획활동과 효과 분야 비중을 상향하는 방안을 검토할 수 있다.

〈표 5-3〉 평가지표 재구조화 및 배점 조정

정책소통 활동 (15)	부처협업 활동	정책소통 기획활동 (25~30)	소통전략 기획활동
	보유자원 활용		협업소통 기획활동
정책소통 성과 (70)	주요정책 소통성과	정책소통 성과 (45~55)	주요정책소통 성과
	현안대응 성과		현안대응 및 이슈관리 성과
	온라인 소통성과		
	기관장 소통성과		
	외신 소통성과		
체감도 (15)	소통만족도	정책소통 효과 (20~25)	소통만족도
	온라인 체감도		체감도
가감	공공언어 쓰기	가감	공공언어 쓰기

1) 정책소통 기획활동

정책소통 기획활동 항목은 ‘소통전략 기획활동’과 ‘협업소통 기획활동’으로 구성할 수 있다. 소통전략 기획활동은 신규 항목으로 하위에 ‘상황분석’과 ‘전략수립’이라는 평가지표 두 가지로 구성할 수 있다. 이는 모두 부처별 연간 정책소통 추진계획을 제출받아 결과와 환류를 고려하여 정성적으로 평가할 수 있다. 상황분석 지표의 세부 평가지표로는 소통환경 조사 및 환류, 잠재이슈 관리 등을 둘 수 있다. 전략수립 지표의 세부 평가지표로는 문제도출 및 목표설정, 타깃, 메시지, 미디어 전략 설정 등이 가능하다.

이들 지표 구성에서 현행 체감도-온라인체감도 내 빅데이터를 활용한 정책소통 사례 항목의 이전 또는 연계성을 고려할 수 있다. 빅데이터 지표 자체가 정책소통의 결과나 효과를 보는 동시에 이를 고려한 정책소통 기획 및 과정을 평가하기도 하기 때문에 환류, 잠재이슈, 목표설정 등 부처별 정책소통 기획을 위한 상황분석과 전략수립에 활용될 수 있다. 해당 세부 지표를 기획활동 분야로 옮기는 경우 전체 배점 조정이 발생한다.

협업소통 기획은 ‘언론 및 미디어 소통협업’, ‘매체활용 및 콘텐츠 공유’, ‘주요정책발표 사전협의’ 3개 지표로 구성할 수 있다. 이는 기존 정책소통활동 내 부처협업 활동 및 보유자원 활용, 정책소통성과 내 주요정책발표 사전협의 등을 옮겨 재구성하는 방안을 검토할 수 있다.

2) 정책소통 성과

정책소통 성과는 기존 항목을 통합하여 ‘주요정책 소통성과’와 ‘현안대응 및 이슈관리 성과’로 재구성하는 방안을 검토할 수 있다. 주요정책 소통성과는 기존 항목 차원에서 오프라인과 온라인 등으로 구분되어 있던 것을 지표 차원으로 내려서 통합적으로 재구성할 수 있다. 이 경우 주요정책 소통성과는 ‘언론 및 미디어 소통성과’와 ‘온라인 소통성과’, ‘기관장 및 외신 소통성과’로 재구성된다.

언론 및 미디어 소통성과는 기존 주요정책 소통성과 항목의 소통활동 우수사례 지표를 옮겨올 수 있다. 이때 계획 및 실행 평가에서 부처별 정책소통 기획과의 연계성을 반영하는 방안을 고려할 수 있다. ‘온라인 소통성과’ 또한 기존 온라인 소통성과 항목의 일부 지표를 옮겨와 언론 및 미디어 소통성과와 체계 및 용어를 통일한다. 여기도 마찬가지로 기획과의 연계성을 고려한 세부 지표를 검토할 수 있다. 즉, 온라인-오프라인 평가는 통합된 소통성과 평가항목에 대해 언론 및 미디어 소통성과(대언론소통)과 온라인 소통성과(대국민소통)로 구분한 셈이다. 기존 온라인/오프라인/대변인 소통활동 평가항목이 각각 세부지표로 존재하고 이를 측정하여 합산하던 방식을 하나의 통합된 소통활동 평가항목 아래 온라인/오프라인/대변인 소통활동을 세부로 나누는 방식으로 변경하는 방안이다. ‘기관 및 외신 소통성과’는 기존 기관장 소통성과 일부와 외신 소통성과 항목을 지표 수준으로 옮겨 재구성할 수 있다.

현안대응 및 이슈관리 성과는 앞서 주요정책 소통성과와 맞추어 ‘언론 및 미디어대응

성과', '온라인 대응 성과', '이슈관리 성과'로 나누어 기존 지표 전체 또는 부분을 옮겨 오는 방식으로 재구성한다.

3) 정책소통 효과

정책소통효과는 '소통만족도'와 '체감도' 항목으로 재구성할 수 있다. 현행 방식과 상하위 개념이 바뀌는 결과이지만 기획활동-성과-효과로 이어지는 큰 틀에서 체감도를 만족도와 결합하여 효과로 구성한 셈이다. 이 경우 체감도는 온라인으로 굳이 한정할 필요는 없으므로 온라인 체감도를 체감도라는 표현으로 바꿀 수 있다.

소통만족도는 현행 개념을 유지한다. 다만 정부업무평가 방침 변화에 따라 향후에는 기존 주요정책 평가와 결합되어 운용되던 소통만족도 평가를 독립적으로 수행하게 되었다. 2019년까지 정책소통평가는 문체부가 자체 수행한 바 있지만, 코로나와 미디어 환경 변화 등으로 고려할 때 기존 지표와 방법론을 그대로 사용할 수 있을지에 대해서는 재검토가 필요하다. 앞서 지적된 부처별 인지도와 생활 관련성 등에 따른 효과를 정책소통 노력의 결과와 구분하는 방안도 고려할 필요가 있다. 소통만족도를 별도로 시행하기 전에 이와 관련된 연구가 요구될 수 있다,

체감도는 기존 온라인 체감도 지표와 더불어 온라인 소통성과 가운데 콘텐츠 제작 성과와 기관별 채널 이용자 반응 부분을 옮겨올 수 있다. 정책여론수렴시스템을 통한 빅데이터 분석과 더불어 정책정보 공유 및 확산, 양방향 소통성 등을 추가하여 체감도 지표를 강화하고 배점을 높일 수 있을 것이다.

제3절 결과 환류 및 지표 관리

1. 결과 환류에 대한 체계화

정책소통평가는 정책집행의 효율화 및 효과를 증진하고 우수정책홍보 사례 발굴 및 공유 기회를 확보하고자 하는 목적을 지닌다. 지속적이고 일관성 있는 평가를 통해 부처의 정책소통 과정과 결과를 체계적으로 분석하고 개선의 근거를 마련하는 것도 주요 목적이다. 정책소통평가의 이러한 목적과 방향은 평가가 이루어지는 기간에만 해당되는 것이 아닐 것이다. 정책소통평가 지표는 효과적 정책소통을 이끄는 기준과 지침으로 정책소통 업무 과정 전반에서 고려될 필요가 있다. 따라서 정책소통평가 대상 기간은 평가 수행 시기 이전은 물론 평가 이후 환류 및 개선, 우수사례의 공유와 축적까지 포함하는 연속적인 과정으로 보는 것이 타당하다.

정책소통평가가 우수사례를 발굴하는 기회만으로 그치지 않으려면, 평가 과정에서 수집된 우수사례에 대한 실질적인 공유가 가능한 웹 허브, 아카이브 등의 시스템이 마련될 필요가 있다. 이를 통해 부처 간 우수사례의 학습과 벤치마킹이 이루어질 수 있는 조건이 마련된다면 전 부처의 정책소통 효율화가 촉진되고 효과가 제고될 수 있다. 이를 기반으로 정책소통역량 강화를 위한 별도 프로그램도 운영할 수 있을 것이다. 이는 정책소통평가 결과의 환류를 강화하고 제도의 효율적 운영·관리를 통한 피평가 기관의 부담을 완화하고자 하는 평가 기본 방향과도 부합한다.

2. 평가 관리 전략과 지표 개선 주기

정책소통활동 전략만큼 평가 관리에 대한 전략도 필요하다. 일방향적인 평가 지표의 전달과 평가의 의미, 필요성에 대한 소통 부족은 정책소통평가의 의미와 가치에 대한

이해와 공감을 얻지 못한다. 앞서 해외사례에서 살펴본 바와 같이 공공 커뮤니케이션 평가의 방해 요인에는 ‘종합적인 커뮤니케이션 전략 부재’와 ‘평가 프레임워크 또는 가이드라인 부족’이 있다(OECD, 2023). 소통 전략이 부재하고 전략 수립을 위한 체계적 과정이 갖추어져 있지 않으면 체계적인 평가가 어렵다. 소통전략의 중요성만큼 평가 관리의 중요성과 이에 따른 전략적 관리도 수반되어야 하는 이유이다.

이러한 차원에서 정책소통평가 지표의 유지 및 개선 주기 검토가 필요하다. 평가지표는 정책과 정부의 소통 기조에 따라 변화할 수 있지만, 일정 기간은 일관된 시스템 및 평가 기준에 의해 추진되는 것이 타당하다. 지표 개선 주기는 매년부터 5년 이상까지 고려할 수 있다. 평가지표가 매년 달라진다면 소통 효과의 지속적, 누적적 관리 및 소통 활동의 개선 및 효과 제고 등 원활한 환류가 이루어지기 어렵다. 반면 5년 이상의 개선 주기는 달라지는 정치, 경제, 사회, 문화적 환경 및 정책 이슈, 기술과 미디어 이용의 변화를 유기적으로 반영하기 어렵게 된다. 따라서 전문가 의견조사에서 가장 우세하게 나타난 바와 같이 변화하는 소통 환경을 반영하고, 현 지표의 체계적 점검과 개선안 도출, 개선안의 공표와 개선된 지표를 토대로 정책소통 활동의 수행과 평가가 이루어지려면 최소 3년 정도의 주기가 적당할 것으로 보인다.

〈표 5-4〉 평가지표 개선 주기와 관리 과정

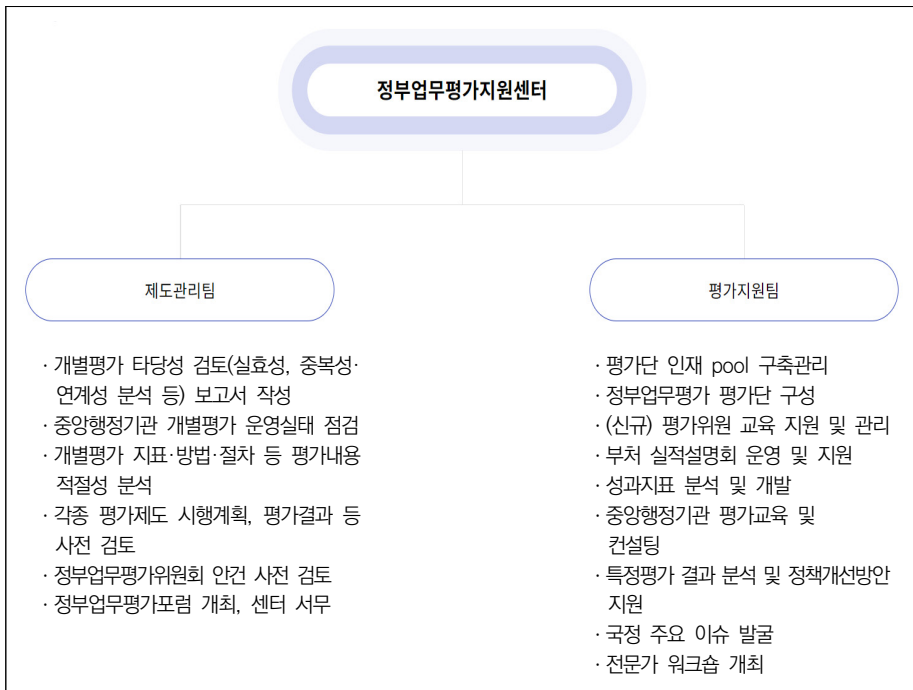
1년차	2년	3년
개선 지표의 이행		
	평가지표의 타당도 검증	
	평가지표의 개선안 도출 개선지표 시뮬레이션 및 검토	

3. 지표 관리 전담기관 지정·운영

정책소통평가 결과 환류를 체계화하고, 평가 관리 전략을 수립하며, 수년 간격으로 지표를 개선하는 등 평가지표가 꾸준히 관리되고 개선되기 위해서는 이를 전담하는 기관을 지정하여 운영할 필요가 있다. 본 연구에서 제안된 여러 사항을 실질적으로 적용하여 지표를 개선하고, 개선된 지표가 타당한지 여부를 가리기 위해서는 신뢰도와 타당도를 갖춘 기관의 지속적인 연구를 통한 관리가 요구된다.

정부업무평가 차원에서는 이러한 정책 수요를 고려하여 정부업무평가지원센터가 설치되어 있다. 정부업무평가지원센터는 2020년 6월 국무총리와 정부업무평가위원 간 간담회 이후 본격 추진되어 동년 12월 관련 정부 예산이 최종 편성(16.38억 원)된 바 있으며, 2021년 4월 한국행정연구원에 설치되었다. 해당 센터의 임무는 특정평가 운영 및 개선 지원, 개별평가 관리 및 개선 지원, 국무조정실 지원 업무 추진 등이다.

[그림 5-2] 정부업무평가지원센터 조직 구성 및 업무



정책소통평가는 정부업무평가 특정평가에 속하므로 논리적으로는 해당 센터의 지원을 받을 수 있지만, 정부업무평가 전반을 관장하는 해당 센터의 미션이나 업무 환경을 고려할 때 정책소통평가 지표 관리에 대한 기대는 어려운 것이 현실이다. 정부업무평가 자체는 국무총리실이 주관하지만, 특정평가로서 정책소통평가의 상당 부분은 문화체육관광부가 사실상 주관하고 있으므로 해당 평가지표를 관리하는 등의 업무를 지원할 전담기관이 별도로 지정·운영 될 필요가 있다.

정책소통평가 지표 관리 전담기관의 임무는 평가 전 과정의 체계적인 진행을 위해 매년 평가 결과를 분석하고 개별 지표의 타당도를 검증하여 지표 개선 수요를 발굴하고

제안하는 것이다. 이를 위한 전문가 자문 그룹을 운영하고 필요시 평가지원 업무도 일부 담당할 수 있을 것이다. 결과 환류를 체계화를 위한 우수사례 아카이브 운영 및 정책소통 역량 강화 컨설팅 업무도 위탁받아 수행할 수 있다.

참고 문헌

- 국무조정실(2022), 「정부업무평가 백서(2017-2021)」.
- 국무조정실(2022. 10. 5.), 「정부업무평가 기본계획(2022~2024)」.
- 국무조정실(2023. 4. 11), 「2023년도 정부업무평가 시행계획」.
- 김공록·문명재(2008), 공중의 특성에 따른 공중의 정책 PR에 대한 반응과 효과: 정보 유형과 정보선호를 중심으로, 「한국행정연구」, 17(2), 33-57.
- 김동욱·성욱준·우지숙(2010), 미디어 의제와 대통령 정책의제의 상호 영향력에 대한 실증연구, 「서울행정학회 학술대회 발표논문집」, 223-255.
- 김사승(2008), UCC 저널리즘의 이론적 고찰, 「사이버커뮤니케이션학보」, 25(2), 221-262.
- 김정숙·최선미(2019), 정책홍보가 정부신뢰에 미치는 영향에 관한 연구: 정보접근성, 세대 간 차이에 대한 조절효과를 중심으로, 「국가정책연구」, 33(1), 185-220.
- 김지윤·김수연(2020), 정부-공중 관계성에 대한 정부 관계자, 청년, 시니어 간 인식 차이 비교: 상호지향성 모델의 적용, 「홍보학연구」, 24(4), 1-36.
- 김찬석·이현선·이일우(2012), 국내 이공계 연구소와 기업의 과학 커뮤니케이션 실행 분석: IOO 모델을 기준으로, 「커뮤니케이션학 연구」, 20(3), 45-66.
- 김찬석(2018), 「정책소통 측정 모델 개발 연구」, 청주대산학협력단.
- 김홍규·황온중(2008), 시민저널리즘에 대한 언론인 인식유형 연구, 「한국언론정보학보」, 43(3), 359-384.
- 류영아(2018), 「주요국 정부업무평가 제도의 비교와 시사점」, 국회입법조사처.
- 문화체육관광부(2023. 4. 28.), 「2023년도 특정평가(정책소통) 세부 평가계획」.
- 박현순·문철수·박주연(2005), 국정 홍보 조직과 기능에 대한 정책 홍보 담당자의 인식 및 평가 「홍보학연구」, 9(2), 160-195.
- 반현(2007), 온라인, 오프라인 뉴스 미디어의 시민저널리즘 역할에 대한 수용자 평가와 신뢰도 연구, 「정치정보연구」, 10(2), 7-53.
- 황성욱·김태완·김은진(2018), 대통령의 정책 메시지 특성이 이해관계자들과의 소통에 대한 인식 및 국민의 정책 소통 활성화에 미치는 영향 「광고연구」, 116, 108-137.

- 신호창·이두원·김정선(2006), 정책홍보 수행과정 모델에 따른 정책홍보 수행 현황과 모델 충실도 연구 「정치정보연구」, 9(2), 19-38.
- 오경수·천명재·김희경(2013) 정책 PR이 정책지지, 정부신뢰에 미치는 영향 연구 「한국콘텐츠학회논문지」, 13(7), 190-202.
- 이두원(2006), 국책사업의 정책홍보 사례 분석연구: 부안 위도 핵폐기물 처리장 건설 사업을 중심으로, 「한국사회과학연구」, 28(1), 145-167.
- 이유나·김유신·이진용(2013), 수용자 중심의 정책수용 및 확산 모델에 관한 연구: 정책의 속성과 집행기관의 커뮤니케이션 특성을 중심으로 「광고학연구」, 24권 4호, 39-65.
- 이일우·이철한(2018), 정책홍보활동이 정책고객 수용도 및 사회자본 축적에 미치는 영향 연구 「사회과학연구」, 25(1) 297-314.
- 이종구·김태진(2014), 정책수용 및 정책홍보 영향요인에 관한 실증적 연구: 서울시 대기환경 정보제공 서비스를 중심으로 「한국행정논집」, 26(1), 77-97.
- 이종혁·이철한(2015) 정책 PR의 실존적 의사결정 과정에 대한 탐색적 연구 「사회과학연구」, 22(3), 277-296.
- 이종혁·황성욱(2018), 정책 PR에 영향을 미치는 정부 부처 내적·외적 정황 변인: 정책적 수용 이론을 중심으로, 「한국광고홍보학보」, 20(3), 197-232.
- 이태준(2016), 과학기술 정책커뮤니케이션에 대한 정책공중 간 상호지향성 분석, 「커뮤니케이션학 연구」, 24(3), 33-65.
- 이태준(2018), 정부소통역량 강화를 위한 공무원 성과관리제도의 선행요인 및 효과에 관한 연구, 「언론과학연구」, 18(2), 185-221.
- 이태준·김병준·김인수(2015), 효과적인 원자력 정책소통을 위한 커뮤니케이션 전략 연구, 「광고학연구」, 26(1), 299-323.
- 이환성·장효진(2021), 「국정성과의 소통 및 확산 방안: 언론보도와 예산지출의사의 관계를 중심으로」, 한국정책연구원.
- 임도빈·정현정·강은영(2012), 정책이해도가 정책성과 인지도에 미치는 영향에 관한 연구-정부경쟁력의 관점에서, 「한국거버넌스학회보」, 19(2), 1-30.
- 조은희·조성겸(2014), 정책소통 만족도 척도개발과 타당성 검증, 「언론과학연구」, 14(4), 264-294.
- 조은희(2021), 정책소통 채널의 다변화와 신뢰 특성 연구, 「정치커뮤니케이션연구」, (61), 59-94.
- 정광호(2008), 정책 리터러시 (policy literacy) 함수 분석: 시민활동변인을 중심으로,

- 「행정논총」, 46(4), 73-104.
- 정기오(2003), 양식화된 의사소통과 정책과정의 민주화: 교육인적자원정책과정을 중심으로 「분쟁해결연구」, 1, 143-168.
 - 황근·최일도(2013), 대중미디어를 통한 정책홍보 문제점해결방안 연구, 「한국광고홍보 학보」, 15(1), 289-322.
 - Behn, R. D.(2003), Why measure performance? Different purposes require different measures, *Public administration review*, 63(5), 586-606.
 - Bovens, M.(2007), Public Accountability in Bovens, M., Goodin, R., & Schillemans, T.(Eds.), *The Oxford Handbook of Public Management*, Oxford University Press.
 - Canadian Heritage(2019), Evaluation of Canadian Heritage's Communications Services.
 - Cobb, R. W., & Elder, C. D.(1983), *Participation in American politics: The dynamics of agenda-building*, Johns Hopkins University Press.
 - Cobb, R., Ross, J. K., & Ross, M. H.(1976). Agenda building as a comparative political process, *American political science review*, 70(1), 126-138.
 - Cook, F. L., Jacobs, L. R., & Kim, D.(2010), Trusting what you know: Information, knowledge, and confidence in social security, *The Journal of Politics*, 72(2), 397-412.
 - da Costa, P.(2012), *Study on Communicating Evaluation Results*.
 - Urban, J.(2023), Government communications in 2023 and beyond, IFG Insight. <https://www.instituteforgovernment.org.uk/publication/government-communications>
 - de Lancer Julnes, P.(2006), Performance measurement: An effective tool for government accountability? The debate goes on, *Evaluation*, 12(2), 219-235.
 - DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. R. & Robinson, J. P.(2001), Social implications of the Internet, *Annual review of sociology*, 27(1), 307-336.
 - Grosso, A. L. & Van Ryzin, G. G.(2011), How citizens view government performance reporting: Results of a national survey, *Public Performance & Management Review*, 35(2), 235-250.
 - Grunig, J. E. & Hunt, T. T.(1984), *Managing public relations*, New York,

London: Holt, Rinehart and Winston.

- Heikkila, T. & Isett, K. R.(2007), Citizen involvement and performance management in special-purpose governments, *Public Administration Review*, 67(2), 238-248.
- Ho, A. T. K.(2008), Reporting public performance information: The promise and challenges of citizen involvement, *In Performance Information in the Public Sector*, London: Palgrave Macmillan, 192-210.
- James, O.(2011), Managing citizens' expectations of public service performance: evidence from observation and experimentation in local government, *Public Administration*, 89(4), 1419-1435.
- Johnsen, A.(2008), Performance information and educational policy making, *In Performance Information in the Public Sector*, London: Palgrave Macmillan, 157-173.
- Lee, M.(2006), Empirical experiments in public reporting: Reconstructing the results of survey research, 1941-42, *Public Administration Review*, 6(2), 252-262.
- Macnamara, J.(2018), A review of new evaluation models for strategic communication: Progress and gaps, *International Journal of Strategic Communication*, 12(2), 180-195.
- Marnoch, G.(2010), 'The better we are watched the better we behave'. Are devolved parliaments providing a better window for oversight? In PSA Specialist Group Conference, Political Studies Association, 1-13.
- Marshall, M. N., Hiscock, J. & Sibbald, B.(2002), Attitudes to the public release of comparative information on the quality of general practice care: qualitative study, *Bmj*, 325(7375), 1278.
- Moffitt, M. A.(1994), Collapsing and Integrating Concepts of "Public" and "Image" into a New Theory, *Public Relations Review*, 20(2), 159-170, Moynihan(2008: 68).
- OECD(2023), OECD Report on Public Communication.
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/615102ff-en/index.html?itemId=/content/component/615102ff-en>
- Pollitt, C.(2006), Performance information for democracy: the missing link?, *Evaluation*, 12(1), 38-55.

- Porumbescu, G. A.(2017), Does transparency improve citizens' perceptions of government performance? Evidence from Seoul, South Korea, *Administration & society*, 49(3), 443-468; 270.
- Schneider E. & Lieberman T.(2001), Publicly disclosed information about the quality of health care: response of the US public, *Quality in Health Care*, 10(2), 96-103.
- Slattery, K. L. & Hakanen, E. A.(1994), Trend: Sensationalism versus public affairs content of local TV news: Pennsylvania revisited, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38(2), 205-216.
- South Africa GCIS(2023), *Government Communicators' Handbook*.
https://www.gcis.gov.za/sites/www.gcis.gov.za/files/docs/resourcecentre/guidelines/handbook/Completel_doc.pdf 내용을 참고하여 작성.
- Stroud, N. J.(2008), Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure, *Political Behavior*, 30(3), 341-366.
- UK GCS(2015), GCS Evaluation Framework.
- UK GCS(2018), Evaluation Framework 2.0.
- UK GCS(2023), Government Communications in 2023 and beyond.
- Whillock, R. K.(1997), Cyber-politics: The online strategies of '96, *American Behavioral Scientist*, 40(8), 1208-1225.

ABSTRACT

A Study on Improvement Metrics for Policy Communication Evaluation

Kyuchan Kim, Seunghee Lee, Yunkyung Lee, Sunouk You, Sungmin Lee

This study aims to improve the indicators for policy communication evaluation, which is part of government performance evaluation. This study first examines whether the current indicators are in line with the objectives and principles of government performance evaluation and policy communication evaluation. In terms of the objectives and methods of evaluation, evaluation items and system, and future utilization, we examined the fundamental dimensions that help government departments manage their policy communication performance and strengthen their capacity. In addition, we tried to restructure the evaluation indicators based on five principles to minimize confusion and improve the feasibility of improving the indicators.

To derive the results, we conducted a literature study on policy communication and evaluation, and reviewed the results of evaluations over the past five years. We checked the indicator structure and scoring validity of the current policy communication evaluation with experts such as policy communication managers and professors in government departments. Through a survey, we checked the public's acquisition path of policy information and its relevance to their daily lives. As a result, we proposed a plan to reorganize the evaluation targets and indicators, feedback on the results, and the need to manage the indicators.

Keywords

Policy Communication Evaluation, Government Performance Evaluation, Indicators, Structure, Validity

정책소통평가 지표 개선 방안

부록

설문지

정책소통평가 개선을 위한 설문조사 (전문가)

안녕하십니까? 한국문화관광연구원은 정부 부처의 정책 홍보, 소통에 대한 국민 여러분의 인식을 파악하기 위한 설문조사를 실시하고 있습니다. 귀하의 응답은 각 부처의 책임성을 확보하고 국정성과 창출을 뒷받침하기 위해 실시하는 정부 업무 평가 중 정책소통 평가 부문 개선을 위한 기초자료로 활용할 예정입니다. 조사결과는 『통계법』 제33조와 34조에 따라 익명성이 보장되고, 조사 목적 외 다른 용도로는 사용되지 않습니다. 바쁘시더라도 시간을 내 주시어 응답해 주시기를 부탁드립니다.

조시주관: 한국문화관광연구원
조사시행: (주)포엠리서치

조사시행: (주)포엠리서치

SQ. 표본 할당용 문항

S01. 귀하는 다음 중 어디에 해당되시나요?


- 1) 공무원 S02 2) 교수 및 연구자 S05

S02. (S01=1) 소속 및 직위는 어떻게 되시나요?

- 1) 장관급 부처 5급(상당) 이상 2) 장관급 부처 6급(상당) 이하
3) 차관급 부처 5급(상당) 이상 4) 차관급 부처 6급(상당) 이하

S03. (S01=1) 주요 담당업무는 무엇인가요?

- 1) 정책소통 일반(오프라인 매체 포함) 2) 온라인/디지털 분야 정책소통
3) 외신 분야 정책소통 4) 기타

SO4. (SO1=1) 귀하는 다음 중 어디에 해당되시나요?  문항 1

- 1) 일반직 공무원 2) (일반/전문)임기제 또는 특정직 공무원 3) 기타

S05. (S01=2) 귀하의 소속은 다음 중 어디에 해당되시나요?

- 1) 대학 2) 연구원/공공기관 3) 기타

SO6. (SO1=2) 귀하께서는 정책소통평가 평가위원 경험에 있으시나요? (복수응답 가능)

- 1) 평가위원 경험 있음(정책소통 일반) 2) 평가위원 경험 있음(디지털소통 분야)
3) 평가위원 경험 없음 복수응답 가능하게 수정

S07. (S01=2) 귀하의 전공 분야는 어떻게 되시나요?

- 1) PR 2) 광고 3) 언론학/커뮤니케이션 일반 4) 행정학/정책학 5) 기타

A. 정책소통평가 목적 및 방향성

1. 다음은 정부업무평가 기본법에 따른 평가원칙과 주요 평가방향입니다. 현행 정책소통평가 항목과 평가 방법이 **정부업무평가의 원칙 및 방향과 얼마나 부합**한다고 보십니까?

구분		전혀 부합하지 않는다	부합하지 않는 편이다	보통	부합하는 편이다	매우 부합 한다
평가 목적	정책집행의 효율화 및 효과 증진	①	②	③	④	⑤
	국민소통 효율화 및 소통 효과 제고	①	②	③	④	⑤
	우수정책홍보 사례 발굴 및 공유 기회 확보	①	②	③	④	⑤
	지속적이고 일관성 있는 평가를 통한 체계적 분석 및 개선 근거 마련	①	②	③	④	⑤
기본 방향	국민여감 정책 성과 중심 평가	①	②	③	④	⑤
	평가 결과의 환류 강화	①	②	③	④	⑤
	제도의 효율적 운영·관리를 통한 피평가기관 부담 완화	①	②	③	④	⑤

2-1. 정부업무평가 기본원칙에 따라 정책소통평가는 장관급과 차관급 부처로 구분하여 평가 진행 후 결과를 통보하는 방식으로 이루어집니다. 이처럼 **장관급과 차관급으로만 구분하여 평가하는 방식이 적절**하다고 생각하십니까?

1) 대체로 적절하다 ☐ 문항 3 2) 대체로 적절하지 않다 3) 잘 모르겠다 ☐ 문항 3

2-2. (Q2에서 2응답자) 현행 장차관급 평가대상 구분이 적절하지 않다면 그 이유는 무엇이라 생각하십니까? 평가대상 구분 기준에 어떤 사항을 고려하여야 하는지 아래 문항에 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

구분	전혀 동의하지 않는다	←	보통	→	매우 동의 한다
부처별 전체 예산 규모의 차이	①	②	③	④	⑤
부처별 홍보 예산 규모의 차이	①	②	③	④	⑤
부처별 직제 구성 및 인력 규모의 차이	①	②	③	④	⑤
부처별 업무 내용 및 특성 차이	①	②	③	④	⑤
부처의 정책소통 목적 및 범위 차이	①	②	③	④	⑤
부처별 정책 및 제도의 영향력 차이	①	②	③	④	⑤
부처별 정책 및 제도에 대한 국민의 인지도 차이	①	②	③	④	⑤
부처별 정책 및 제도에 대한 국민의 생활 관련도 차이	①	②	③	④	⑤
부처별 정책 및 제도에 대한 국민의 선호도 차이	①	②	③	④	⑤
기타 : _____					

3. 현행 정책소통평가의 소통성과 항목은 오프라인과 온라인(디지털) 분야를 구분하여 평가하고 있습니다. 귀하는 **오프라인 정책홍보**와 **온라인(디지털) 정책홍보**의 성과 평가를 통합해야 한다는 **의견**에 어느정도 동의하십니까?

- ① 전혀 동의하지 않는다 ② 동의하지 않는 편이다 ③ 보통 ④ 동의하는 편이다 ⑤ 매우 동의한다

4-1. (3번 응답이 1,2인 경우) 귀하가 오프라인 정책홍보와 온라인(디지털) 정책홍보 성과 평가 통합에 동의하지 않는 이유는 무엇입니까?

구분	전혀 그렇지 않다	←	보통	→	매우 그렇다
오프라인과 온라인 정책홍보 특성(활동과정 및 내용 등) 차이	①	②	③	④	⑤
오프라인과 온라인 정책홍보 업무 성과(결과물) 차이	①	②	③	④	⑤
정책홍보 관련 예산 구조의 차이	①	②	③	④	⑤
정책홍보 관련 직제와 제도 구조의 차이	①	②	③	④	⑤

4-2. (3번 응답이 4,5인 경우) 귀하가 오프라인 정책홍보와 온라인(디지털) 정책홍보 성과 평가 통합에 동의하는 이유는 무엇입니까?

구분	전혀 그렇지 않다	←	보통	→	매우 그렇다
정책홍보 업무 및 성과의 중복 해소	①	②	③	④	⑤
정책홍보 성과 평가 분리로 인한 피드백 분산 방지	①	②	③	④	⑤
정책홍보 성과 평가 결과 통합 분석 촉진	①	②	③	④	⑤
평가 반영을 통한 홍보 목적 수립 및 통합적 전략 기획 필요	①	②	③	④	⑤

5-1. (SQ1=2 교수 및 연구자) **정책소통평가 과정 및 결과에 대한 다양한 의견** 중 귀하의 의견과 가장 가까운 정도에 표시해 주십시오.

구분	전혀 아니다	←	보통	→	매우 그렇다
평가를 위해 제출된 자료의 양이 적절하다	①	②	③	④	⑤
평가를 위해 제출된 자료의 질적 수준(심층성, 구체성 등)이 적절하다	①	②	③	④	⑤
평가 시기 및 기간이 적절하다	①	②	③	④	⑤
평가결과 우수사례 공유가 필요하다	①	②	③	④	⑤
평가결과 미흡사례 공유가 필요하다	①	②	③	④	⑤
평가결과 사례를 공유할 허브(웹 시스템)가 필요하다	①	②	③	④	⑤
평가결과에 따른 맞춤형 컨설팅이 필요하다	①	②	③	④	⑤
평가결과와 평가지표를 지속 관리할 제도나 기관이 필요하다	①	②	③	④	⑤

5-2. (SQ1=1 공무원) 정책소통평가 과정 및 결과에 대한 다양한 의견 중 귀하의 의견과 가장 가까운 정도에 표시해 주십시오.

구분	전혀 아니다	←	보통	→	매우 그렇다
평가를 위해 제출해야 하는 자료의 양이 적절하다	①	②	③	④	⑤
평가를 위해 제출해야 하는 자료의 질적 수준(심층성, 구체성 등)이 적절하다	①	②	③	④	⑤
평가 시기 및 기간이 적절하다	①	②	③	④	⑤
평가결과 우수사례 공유가 필요하다	①	②	③	④	⑤
평가결과 미흡사례 공유가 필요하다	①	②	③	④	⑤
평가결과 사례를 공유할 허브(웹 시스템)가 필요하다	①	②	③	④	⑤
평가결과에 따른 맞춤형 컨설팅이 필요하다	①	②	③	④	⑤
평가결과와 평가지표를 지속 관리할 제도나 기관이 필요하다	①	②	③	④	⑤

6. 정책소통평가 항목(소통활동, 소통성과, 체감도)의 지속 또는 개선 주기에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1) 매년 개선될 필요가 있다 2) 2~3년 정도 유지될 필요가 있다
3) 3~5년 정도 유지될 필요가 있다 4) 6년 이상 유지될 필요가 있다

7. 정책소통평가 항목별 세부지표(일일보도 대응성과 등)의 지속 또는 개선 주기에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1) 매년 개선될 필요가 있다 2) 2~3년 정도 유지될 필요가 있다
3) 3~5년 정도 유지될 필요가 있다 4) 6년 이상 유지될 필요가 있다

8. 정책홍보 및 소통 업무는 전략 기획부터 실행, 평가 및 환류 등으로 구분될 수 있습니다. 아래 제시한 다양한 업무에 대해 귀하가 중요하다고 판단하는 정도를 평가해 주십시오.

구분		전혀 중요하지 않다	←	보통	→	매우 중요하다
기획	소통 상황 분석	①	②	③	④	⑤
	소통 목적 및 목표 설정	①	②	③	④	⑤
	소통 전략 기획 (소통 대상 공중 설정 / 핵심 메시지 개발 / 미디어 활용 전략 수립)	①	②	③	④	⑤
실행	오프라인 소통 활동	①	②	③	④	⑤
	디지털 소통 활동	①	②	③	④	⑤
평가 및 환류	오프라인 소통성과 분석	①	②	③	④	⑤
	디지털 소통성과 분석	①	②	③	④	⑤
	소통성과 환류 및 개선	①	②	③	④	⑤
		①	②	③	④	⑤

9. 귀하는 우리나라 정부 부처의 전반적인 정책홍보 및 소통 활동에 대해 어떻게 생각하십니까?
다음 항목에 대해 동의하는 정도를 선택해 주십시오.

구분	전혀 동의하지 않는다	←	보통	→	매우 동의한다
정부 부처는 국민들의 다양한 여론에 효과적으로 대응한다	①	②	③	④	⑤
정부 부처는 국민들의 의견을 소중하게 여긴다	①	②	③	④	⑤
정부 부처는 국민들이 정책 정보를 정확하게 이해할 수 있도록 노력한다	①	②	③	④	⑤
정부 부처는 국민들의 정서를 공감하기 위해 노력한다	①	②	③	④	⑤
정부 부처는 국민들의 의견에 귀 기울인다	①	②	③	④	⑤
정부 부처는 여론에 즉각적으로 대응한다	①	②	③	④	⑤
정부 부처는 여론을 수렴할 때 국민을 먼저 고려한다	①	②	③	④	⑤
정부 부처는 정책 이슈, 문제 발생 시 국민과 소통을 잘 한다	①	②	③	④	⑤
정부 부처는 정책 이슈, 문제 발생 시 적절한 채널을 활용하여 소통한다	①	②	③	④	⑤

B. 정책소통평가 지표의 적절성

10-1. 정책소통평가의 3가지 평가 항목을 중요한 것부터 순서대로 나열해 주십시오.

- 1) 정책소통활동 2) 정책소통성과 3) 체감도

11-1. 정책소통활동의 2가지 평가 지표를 중요한 것부터 순서대로 나열해 주십시오.

- 1) 부처협업 활동 2) 보유자원 활용

11-2. **대변인 협업 활동 등으로 측정되는 '부처협업 활동'**이 정책소통활동의 하위 지표로 적절하다고 생각하십니까? 만일 적절하지 않다면 어느 항목의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다고 생각하십니까?

- 1) 부처협업 활동은 정책소통활동의 하위 지표로 적절하다
- 2) 부처협업 활동은 정책소통성과의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 3) 부처협업 활동은 체감도의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 4) 부처협업 활동은 어떤 항목의 하위 지표로도 적절하지 않다

11-3. **보유매체 활용과 정부영상 공유 등으로 측정되는 '보유자원 활용'**이 정책소통활동의 하위 지표로 적절하다고 생각하십니까? 만일 적절하지 않다면 어느 항목의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다고 생각하십니까?

- 1) 보유자원 활용은 정책소통활동의 하위 지표로 적절하다

- 2) 보유자원 활용은 정책소통성과의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 3) 보유자원 활용은 체감도의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 4) 보유자원 활용은 어떤 항목의 하위 지표로도 적절하지 않다

12-1. 정책소통성과의 5가지 평가 지표를 중요한 것부터 순서대로 나열해 주십시오

- 1) 주요정책 소통성과
- 2) 현안대응 성과
- 3) 온라인 소통성과
- 4) 기관장 소통성과
- 5) 외신 소통성과

12-2. **주요정책발표 사전협의와 소통활동 우수사례로 측정되는 '주요정책 소통성과'**가 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다고 생각하십니까? 만일 적절하지 않다면 어느 항목의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다 생각하십니까?

- 1) 주요정책 소통성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다
- 2) 주요정책 소통성과는 정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 3) 주요정책 소통성과는 체감도의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 4) 주요정책 소통성과는 어떤 항목의 하위 지표로도 적절하지 않다

12-3. **일일보도 및 온라인현안 대응활동 실적으로 측정되는 '현안대응 성과'**가 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다고 생각하십니까? 만일 적절하지 않다면 어느 항목의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다 생각하십니까?

- 1) 현안대응 성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다
- 2) 현안대응 성과는 정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 3) 현안대응 성과는 체감도의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 4) 현안대응 성과는 어떤 항목의 하위 지표로도 적절하지 않다

12-4. **SNS를 통한 양방향 소통과 SNS 콘텐츠 제작 성과로 측정되는 '온라인 소통성과'**가 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다고 생각하십니까? 만일 적절하지 않다면 어느 항목의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다 생각하십니까?

- 1) 온라인 소통성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다
- 2) 온라인 소통성과는 정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 3) 온라인 소통성과는 체감도의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 4) 온라인 소통성과는 어떤 항목의 하위 지표로도 적절하지 않다

12-5. **언론 및 현장소통 성과와 이슈관리로 측정되는 ‘기관장 소통성과’**가 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다고 생각하십니까? 만일 적절하지 않다면 어느 항목의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다 생각하십니까?

- 1) 기관장 소통성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다
- 2) 기관장 소통성과는 정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 3) 기관장 소통성과는 체감도의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 4) 기관장 소통성과는 어떤 항목의 하위 지표로도 적절하지 않다

12-6. **외신소통 실적 및 우수사례로 측정되는 ‘외신 소통성과’**가 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다고 생각하십니까? 만일 적절하지 않다면 어느 항목의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다 생각하십니까?

- 1) 외신 소통성과는 정책소통성과의 하위 지표로 적절하다
- 2) 외신 소통성과는 정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 3) 외신 소통성과는 체감도의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 4) 외신 소통성과는 어떤 항목의 하위 지표로도 적절하지 않다

13-1. 정책 체감도의 2가지 평가 지표를 중요한 것부터 순서대로 나열해 주십시오.

- 1) 소통만족도 2) 온라인 체감도

13-2. **주요정책 소통 관련 국민만족도 조사로 측정되는 ‘소통만족도’**가 체감도의 하위 지표로 적절하다고 생각하십니까? 만일 적절하지 않다면 어느 항목의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다 생각하십니까?

- 1) 소통만족도는 체감도의 하위 지표로 적절하다
- 2) 소통만족도는 정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 3) 소통만족도는 정책소통성과의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 4) 소통만족도는 어떤 항목의 하위 지표로도 적절하지 않다

13-3. **빅데이터 분석 및 활용 사례로 측정되는 ‘온라인 체감도’**가 체감도의 하위 지표로 적절하다고 생각하십니까? 만일 적절하지 않다면 어느 항목의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다 생각하십니까?

- 1) 온라인 체감도는 체감도의 하위 지표로 적절하다
- 2) 온라인 체감도는 정책소통활동의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 3) 온라인 체감도는 정책소통성과의 하위 지표로 옮기는 것이 적절하다
- 4) 온라인 체감도는 어떤 항목의 하위 지표로도 적절하지 않다

14. 정책소통평가 항목별 점수 배분은 아래 표와 같습니다. 정책소통환경 변화와 각 항목의 중요성을 고려했을 때 각 평가 항목의 비중은 향후 어떻게 조정되는 것이 타당하다고 생각하십니까?

평가항목		2022년	2023년	향후 비중에 대한 의견	조정이유
정책소통평가	정책소통 활동	15%	15%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
	정책소통 성과	55%	70%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
	체감도	30%	15%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
합계		100%	100%		

15. 정책소통활동의 평가 지표별 점수 배분은 아래 표와 같습니다. 향후 각 평가 지표의 비중은 어떻게 조정되는 것이 타당하다고 생각하십니까?

평가항목	평가지표	2022년	2023년	향후 비중에 대한 의견	조정이유
정책소통활동	부처협업 활동	9%	11%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
	보유자원 활용	6%	4%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
	합계	15%	15%		

16. 정책소통성과의 평가 지표별 점수 배분은 아래 표와 같습니다. 향후 각 평가 지표의 비중은 어떻게 조정되는 것이 타당하다고 생각하십니까?

평가항목	평가지표	2022년	2023년	향후 비중에 대한 의견	조정이유
정책소통성과	주요정책 소통성과	10%	16%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
	현안대응 성과	10%	12%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
	온라인 소통성과	18%	18%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
	기관장 소통성과	13%	18%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
	외신소통 성과	4%	6%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
합계		55%	70%		

17. 체감도의 평가 지표별 점수 배분은 아래 표와 같습니다.

향후 각 평가 지표의 비중은 어떻게 조정되는 것이 타당하다고 생각하십니까?

평가항목	평가지표	2022년	2023년	향후 비중에 대한 의견	조정이유
체감도	소통만족도	20%	10%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
	온라인 체감도	10%	5%	①대폭 감소 ②감소 ③유지 ④증가 ⑤대폭 증가	
합계		30%	15%		

정책소통평가 개선을 위한 설문조사 (일반국민)

안녕하십니까? 한국문화관광연구원은 정부 부처의 정책 홍보, 소통에 대한 국민 여러분의 인식을 파악하기 위한 설문조사를 실시하고 있습니다. 귀하의 응답은 각 부처의 책임성을 확보하고 국정성과 창출을 뒷받침하기 위해 실시하는 정부 업무 평가 중 정책소통 평가 부문 개선을 위한 기초자료로 활용할 예정입니다. 조사결과는 『통계법』 제33조와 34조에 따라 익명성이 보장되고, 조사 목적 외 다른 용도로는 사용되지 않습니다. 바쁘시더라도 시간을 내 주시어 응답해 주시기를 부탁드립니다.

조사주관: 한국문화관광연구원

조사시행: ㈜포엠리서치

SQ. 표본 할당용 문항 [일반국민 기준]

SQ1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성 ② 여성

SQ2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 만 19~29세 ② 만 30~39세 ③ 만 40~49세 ④ 만 50~59세 ⑤ 만 60~69세 ⑥ 만 70세 이상

SQ3 귀하께서 현재 거주하고 계신 지역은 어디인가요?

- 1) 서울 2) 부산 3) 대구 4) 인천 5) 광주 6) 대전 7) 울산
8) 세종 9) 경기 10) 강원 11) 충북 12) 충남 13) 전북 14) 전남
15) 경북 16) 경남 17) 제주

SQ4 귀하께서 현재 근무 중인 지역은 어디인가요?

- 1) 서울 2) 부산 3) 대구 4) 인천 5) 광주 6) 대전 7) 울산
8) 세종 9) 경기 10) 강원 11) 충북 12) 충남 13) 전북 14) 전남
15) 경북 16) 경남 17) 제주

SQ5. 귀하께서는 혹시 다음의 회사 또는 직종에 종사하시나요?

- 1) 중앙부처 공무원
2) 시장조사 및 컨설팅회사
3) 방송사/신문, 잡지사/언론기관
4) 해당사항 없음

매체이용 및 정책정보 습득 경로

1. 아래 제시된 소셜미디어 가운데 귀하가 평소 가장 많이 이용하는 것부터 순서대로 나열해 주십시오. (복수응답, 최대 5개까지)
 1) 유튜브 2) 페이스북 3) 블로그 4) 트위터 5) 인스타그램 6) 네이버 블로그/포스트 7) 카카오톡
 8) 다음/네이버 카페 9) 카카오톡스토리 10) 네이버 밴드 11) 기타 12) 모두 사용하지 않음

2. 아래 제시된 소셜미디어 가운데 귀하가 평소 정보검색을 위해 가장 많이 이용하는 것부터 순서대로 나열해 주십시오. (복수응답, 최대 5개까지)
 1) 유튜브 2) 페이스북 3) 블로그 4) 트위터 5) 인스타그램 6) 네이버 블로그/포스트 7) 카카오톡
 8) 다음/네이버 카페 9) 카카오톡스토리 10) 네이버 밴드 11) 기타 12) 모두 사용하지 않음

3. 귀하는 최근 1년간 아래 소셜미디어를 통해 정부 부처가 제공하는 정책정보 콘텐츠를 접하신 적이 있습니까? 있다면 모두 체크해 주십시오. (복수응답)
 1) 유튜브 2) 페이스북 3) 블로그 4) 트위터 5) 인스타그램 6) 네이버 블로그/포스트 7) 카카오톡
 8) 다음/네이버 카페 9) 카카오톡스토리 10) 네이버 밴드 11) 기타 12) 없음

4. 귀하는 최근 1년간 아래 소셜미디어를 통한 정부 부처 채널 콘텐츠에 댓글을 달거나 좋아요 등을 누르는 활동을 한 적이 있습니까? 있다면 모두 체크해 주십시오. (복수응답)
 1) 유튜브 2) 페이스북 3) 블로그 4) 트위터 5) 인스타그램 6) 네이버 블로그/포스트 7) 카카오톡
 8) 기타 9) 없음

5. 귀하는 최근 1년간 정부에서 시행하는 각종 정책 및 제도에 대한 정보를 모든 매체를 통틀어서 얼마나 많이 접하십니까?
 ① 전혀 접한 적 없다 (☞ 문항 7)
 ② 1~2번 있다 ③ 3~4번 있다 ④ 5~9번 있다 ⑤ 10번 이상 있다

6. (Q5에서 2~5) 귀하는 최근 1년 간 **정부에서 시행하는 각종 정책 및 제도에 대한 정보**를 주로 어디에서 보거나 들으셨습니까? 아래 제시된 여러 미디어/플랫폼을 통해 이용하신 정도에 체크해 주십시오.

구분	전혀 이용않음	←	보통	→	매우 많이이용
자상파TV (KBS, MBC, SBS 등)	①	②	③	④	⑤
종합편성채널 (채널A, JTBC, TV조선 등)	①	②	③	④	⑤
라디오	①	②	③	④	⑤
종이신문	①	②	③	④	⑤
인터넷포털 (네이버, 다음, 구글 등)	①	②	③	④	⑤
언론사 웹사이트/앱	①	②	③	④	⑤
일반 소셜미디어(페이스북, 인스타그램, 트위터, 카카오톡, 밴드, 블로그, 카페 등)	①	②	③	④	⑤
정부 부처 소셜미디어(페이스북, 인스타그램, 트위터 등)	①	②	③	④	⑤
일반 온라인동영상플랫폼(유튜브 등)	①	②	③	④	⑤
정부 부처 온라인동영상플랫폼(유튜브 등)	①	②	③	④	⑤
정부 부처 홈페이지	①	②	③	④	⑤
자인/가족 등(구두/면대면)	①	②	③	④	⑤
메신저 서비스(카카오톡 등)	①	②	③	④	⑤
대중교통 모니터 광고	①	②	③	④	⑤
현수막, 포스터, 전광판 등 옥외 홍보물	①	②	③	④	⑤
잡지	①	②	③	④	⑤

정부 부처 인지&선호도

7. 귀하는 우리나라 장관급 정부 부처의 업무나 정책에 대해 얼마나 알거나 이해하고 있습니까?
아래 각 부처에서 시행하는 제도나 정책을 떠올리며 해당하는 정도에 체크하여 주시기 바랍니다.

부처	전혀모른다……보통……매우잘안다				
기획재정부	1	2	3	4	5
교육부	1	2	3	4	5
과학기술정보통신부	1	2	3	4	5
외교부	1	2	3	4	5
통일부	1	2	3	4	5
법무부	1	2	3	4	5
국방부	1	2	3	4	5
행정안전부	1	2	3	4	5
문화관광체육부	1	2	3	4	5
농림축산식품부	1	2	3	4	5
산업통상자원부	1	2	3	4	5
보건복지부	1	2	3	4	5
환경부	1	2	3	4	5
고용노동부	1	2	3	4	5
여성가족부	1	2	3	4	5
국토교통부	1	2	3	4	5
해양수산부	1	2	3	4	5
중소벤처기업부	1	2	3	4	5
국가보훈처	1	2	3	4	5
방송통신위원회	1	2	3	4	5
공정거래위원회	1	2	3	4	5
금융위원회	1	2	3	4	5
국민권익위원회	1	2	3	4	5
개인정보보호위원회	1	2	3	4	5

8. 귀하는 우리나라 차관급 정부 부처의 업무나 정책에 대해 얼마나 알거나 이해하고 있습니까?
아래 각 부처에서 시행하는 제도나 정책을 떠올리며 해당하는 정도에 체크하여 주시기 바랍니다.

부처	전혀모른다……보통……매우잘안다				
인사혁신처	1	2	3	4	5
법제처	1	2	3	4	5
식품의약품안전처	1	2	3	4	5
국세청	1	2	3	4	5
관세청	1	2	3	4	5
조달청	1	2	3	4	5
통계청	1	2	3	4	5
병무청	1	2	3	4	5
방위사업청	1	2	3	4	5
경찰청	1	2	3	4	5
소방청	1	2	3	4	5
문화재청	1	2	3	4	5
농촌진흥청	1	2	3	4	5
산림청	1	2	3	4	5
특허청	1	2	3	4	5
기상청	1	2	3	4	5
행정중심복합도시건설청	1	2	3	4	5
새만금개발청	1	2	3	4	5
해양경찰청	1	2	3	4	5
원자력안전위원회	1	2	3	4	5
질병관리청	1	2	3	4	5

9. (7~8번에서 ③,④,⑤를 선택한 부처에 대해서만 응답) 다음 각 부처에서 시행하는 제도나 정책이 귀하의 일상생활과 어느 정도 관련이 있다고 생각하십니까?

부처	전혀없다.....매우크다					부처	전혀없다.....매우크다				
기획재정부	1	2	3	4	5	인사혁신처	1	2	3	4	5
교육부	1	2	3	4	5	법제처	1	2	3	4	5
과학기술정보통신부	1	2	3	4	5	식품의약품안전처	1	2	3	4	5
외교부	1	2	3	4	5	국세청	1	2	3	4	5
통일부	1	2	3	4	5	관세청	1	2	3	4	5
법무부	1	2	3	4	5	조달청	1	2	3	4	5
국방부	1	2	3	4	5	통계청	1	2	3	4	5
행정안전부	1	2	3	4	5	병무청	1	2	3	4	5
문화관광체육부	1	2	3	4	5	방위사업청	1	2	3	4	5
농림축산식품부	1	2	3	4	5	경찰청	1	2	3	4	5
산업통상자원부	1	2	3	4	5	소방청	1	2	3	4	5
보건복지부	1	2	3	4	5	문화재청	1	2	3	4	5
환경부	1	2	3	4	5	농촌진흥청	1	2	3	4	5
고용노동부	1	2	3	4	5	산림청	1	2	3	4	5
여성가족부	1	2	3	4	5	특허청	1	2	3	4	5
국토교통부	1	2	3	4	5	기상청	1	2	3	4	5
해양수산부	1	2	3	4	5	행정안전부 도시안전정책실	1	2	3	4	5
중소벤처기업부	1	2	3	4	5	새만금개발청	1	2	3	4	5
국가보훈처	1	2	3	4	5	해양경찰청	1	2	3	4	5
방송통신위원회	1	2	3	4	5	원자력안전위원회	1	2	3	4	5
공정거래위원회	1	2	3	4	5	질병관리청	1	2	3	4	5
금융위원회	1	2	3	4	5						
국민권익위원회	1	2	3	4	5						
개인정보보호위원회	1	2	3	4	5						

10. (7~8번에서 ③,④,⑤를 선택한 부처에 대해서만 응답) 아래 각 부처에서 시행하는 제도나 정책에 대해 귀하는 **기본적으로** 지지하거나 선호하십니까?

부처	전혀없다.....매우크다					부처	전혀없다.....매우크다				
기획재정부	1	2	3	4	5	인사혁신처	1	2	3	4	5
교육부	1	2	3	4	5	법제처	1	2	3	4	5
과학기술정보통신부	1	2	3	4	5	식품의약품안전처	1	2	3	4	5
외교부	1	2	3	4	5	국세청	1	2	3	4	5
통일부	1	2	3	4	5	관세청	1	2	3	4	5
법무부	1	2	3	4	5	조달청	1	2	3	4	5
국방부	1	2	3	4	5	통계청	1	2	3	4	5
행정안전부	1	2	3	4	5	병무청	1	2	3	4	5
문화관광체육부	1	2	3	4	5	방위사업청	1	2	3	4	5
농림축산식품부	1	2	3	4	5	경찰청	1	2	3	4	5
산업통상자원부	1	2	3	4	5	소방청	1	2	3	4	5
보건복지부	1	2	3	4	5	문화재청	1	2	3	4	5
환경부	1	2	3	4	5	농촌진흥청	1	2	3	4	5
고용노동부	1	2	3	4	5	산림청	1	2	3	4	5
여성가족부	1	2	3	4	5	특허청	1	2	3	4	5
국토교통부	1	2	3	4	5	기상청	1	2	3	4	5
해양수산부	1	2	3	4	5	행정안전부시간설정	1	2	3	4	5
중소벤처기업부	1	2	3	4	5	새만금개발청	1	2	3	4	5
국가보훈처	1	2	3	4	5	해양경찰청	1	2	3	4	5
방송통신위원회	1	2	3	4	5	원자력안전위원회	1	2	3	4	5
공정거래위원회	1	2	3	4	5	질병관리청	1	2	3	4	5
금융위원회	1	2	3	4	5						
국민권익위원회	1	2	3	4	5						
개인정보보호위원회	1	2	3	4	5						

개인 성향 및 정보

11. 귀하는 아래 각 분야에 평소 얼마나 관심이 있습니까?

분야	관심도				
	전혀 관심 없음.....보통.....매우 관심 있음				
정치	①	②	③	④	⑤
경제	①	②	③	④	⑤
사회	①	②	③	④	⑤
문화	①	②	③	④	⑤
환경/식품	①	②	③	④	⑤
외교/통일	①	②	③	④	⑤
국방/안전	①	②	③	④	⑤
복지/건강	①	②	③	④	⑤
교육/과학	①	②	③	④	⑤

12. 귀하의 최종 학력은 어떻게 됩니까?

- 1) 초등학교 졸업 이하
- 2) 중학교 졸업
- 3) 고등학교 졸업
- 4) 대학교 재학/졸업(전문대 포함)
- 5) 대학원 재학/졸업

13. 귀하의 월평균 가구소득은 얼마입니까?

- 1) 200만원 미만 2) 200~400만원 미만 3) 400~600만원 미만 4) 600~800만원 미만
- 5) 800~1000만원 미만 6) 1000만원 이상

집필 내역

연구 책임

김규찬 한국문화관광연구원 연구위원: 연구 총괄

연구진

이승희 한국문화관광연구원 연구원: 제2장 일부, 제3장

이윤경 한국문화관광연구원 연구위원: 제5장 일부

유선욱 환경국립대 문예창작미디어콘텐츠홍보전공 교수: 제4장, 제5장 일부

이성민 한국방송통신대 미디어영상학부 교수: 제2장 일부, 제5장 일부

정책소통평가 지표 개선 방안

발 행 인 김 세 원

발 행 처 한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880

<http://www.kcti.re.kr>

인 쇄 일 2023년 11월 30일

발 행 일 2023년 11월 30일

인 쇄 인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-766-2 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e35>

이 연구 보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

김규찬·이승희·이윤경·유선욱·이성민(2023), 정책소통평가 지표 개선 방안, 한국문화관광연구원

한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880

www.kcti.re.kr



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e35>



9 788960 357662
ISBN 978-89-6035-766-2