

정부의 홍보 기능, 강화해야 한다

- 정책고객관리 토론회 -

■ 모두발언

“국민을 설득하기 위해 노력해야”

반갑다. 오늘 토요일 오전이다. 주 40시간 근무제 하더라도 토요일을 필요할 때 학습하자고 말씀드렸습시다만, 토요일은 토요일이다. 아침에 이곳 별관에 도착해서 엘리베이터 타는 곳에서 총리와 인사를 나눴는데 총리께서 “날씨가 참 좋습니다”고 하더라. 다음 무슨 말씀을 하실까 기다려도 아무 말씀이 없더라. 문 앞에서 들어오면서 “언제 한번 소백산에 가시죠” 무슨 뜻인지 모르겠는데... 이게 그거죠. “도둑이 제 발 저린다”는 말이 있고 “소금 먹은 사람이 물컾다”는 말도 있다. 비유가 적절한지 모르겠는데 오면서 토요일인데 생각을 하다가 그 말 들으니까 움찔했다.

지금 괜찮다고 한다. 아직 어려운 사람은 여전이 앞으로 어렵기도 하겠지만 대한민국 호가 제대로 가고 있다고 보고 있다. 걱정거리도 있죠. 여러 가지 측면에서 불안한 요소도 있고 이대로 두면 안 된다, 이대로는 안 된다는 경고가 있다.

그중에서도 공직사회의 능률이라는 면에서, 공직 외에도 많은 문제가 있

다. 정부 더 열심히 해야 한다. 그런데 정부가 하는 일치고 그냥 순조롭게 넘어가는 일이 없다. 반드시 반대가 있고 반대를 어렵게 극복해 나간다. 또 지금은 정부 정책에 대해 반대를 극복할만한 마땅한 수단이 없다. 결국은 당사자를 설득하고, 국민을 설득하는 수밖에 없다. 여론의 대세를 업지 못하면, 지지를 받지 못하면 그 정책은 성공하기 어렵다.

정부정책이 이것도 저것도 다 좌절되면 결국 막다른 골목, 위기에 빠질 수밖에 없다. 정부 정책이 대체로 성공해야 하는데 마땅한 수단이 없다. 결국 설득하는 수밖에 없다. 설득이 바로 홍보다. 일방적으로 설득한다고 된다는 것이 아니고, 상대방의 의견을 들어서, 국민들의 의견을 잘 수렴해서 정책을 만들고 정책이 국민들에게 지지를 받을 수 있도록 내용을 갖춰서 사실대로 있는 대로 잘 전달하는 게 필요하다.

많은 경우 이해관계가 없는, 이해관계가 직접 이해되지 않는 정책들이 있고, 그 정책들은 결국 첫 인상을 어찌 가지느냐가 매우 중요하다. 정책내용과 취지를 전달하는 과정이 쉽지 않다. 현재 첫 인상이 나쁜 방향으로 형성되어 잘 전달되기 힘든 나쁜 환경에 있다. 국민에 정책 내용을 아주 올바르게 전달하고 그리고 설득해야 한다. 그래서 국민들의 올바른 이해와 지지를 위해서 정책을 설명하도록 노력해야 한다.

“홍보 기능을 강화해야 한다”

그 과정에서 불리한 환경을 극복하기 위한 방법으로 정책고객관리는 기본이다. 기법을 좀 더 강화하고, 역점. 집중하도록 방향을 갖고 있다. 이런 환경은 우리 뿐 아니라 다음, 어떤 정부에서도 크게 변하거나 달라지지 않을 것이다. 정책 환경은 정권이 바뀌어도 크게 달라지지 않을 것이다.

홍보를 하지 말라고 말 하는 사람들도 있다. 정부가 홍보를 못하면 일하지

말라는 것과 마찬가지로. 자기 정책을 변명하지 못하면, 적극적으로 설득할 수 없다면 그건 정책을 하지 말라는 것이다. 국정홍보처를 폐지하라는 사람들도 있다. 정부가 정책이 있는데 정책을 말하지 말라는 것 아닌가. 정책에 대한 오해나 왜곡하는데 말하지 말라고 한다.

정책을 적극 변명, 설득, 해명을 한다고 하는데 입막음 하라는 것은 옳지 않다. 이런 말들은 과거 정부가 부당한 일을 하고 국민들을 속이던 그 시절, 시대에 대한 불안한 인상이 남아서 나오는 엉뚱한 말씀이다. 그렇게 해서 안 된다. 정부의 홍보기능을 지금보다 훨씬 강화해야 정책을 제대로 해결할 수 있다.

여기저기 상당히 막히고 있고, 국민들 반응은 정부 개혁이나 혁신 속도가 너무 지나치다는 생각하는 것 같고 그렇게 이해되고, 속도가 과하다는 생각을 가지고 있는 분이 있는데, 제가 보기에 빠르기는 하지만 이대로는 곤란하다. 이 속도를 가지고 정부의 정책 추진과 자기 혁신 속도 가지고 과연 선진국에 진입할 수 있을지 걱정이 많다. 토요일 날씨도 좋은데 모셔놓고 일하겠다. 열심히 하자.

■ 마무리 발언

“언론과 정부는 창조적 대안경쟁 시대로”

아무리 좋은 정책도 채택되지 않으면 시행될 수 없다. 공직자의 가치는 정책을 만들고 이를 실현함으로써 국가와 국민에 봉사하는 것인데 정책이 채택되지 않는다면 존재의 의미가 없는 것이다. 정책 홍보에 실패하면 정책으로 채택되기 어렵고 채택되더라도 성공하기 어렵다. 정책에 대해 많은 국민이 저항한다면 그 정책은 실패하므로 국민이 지지하는 정책을 만들어야 하고 성공하기 위해서는 국민설득에 성공해야 한다. 정책의 내용이 한

축이라면 다른 한 축은 홍보이다.

현재 우리의 정책홍보환경은 그리 좋지 않다. 따라서 적절한 대안매체를 만들고 제도매체(기존매체)가 의제화하지 않는 것은 의제화해야 하고 잘못된 보도는 바로잡아야 한다. 참여정부에서 왜곡된 사실을 정정하고 건전한 비판은 수렴하면서 잘못 설정된 의제에 대해서는 문제를 제기하고 쟁점화하는 수준까지는 왔지만, 앞으로는 의제가 올바르게 설정되어야 사회가 올바르게 간다는 차원에서 의제설정을 경쟁하고 선제적으로 의제를 제기하는 수준까지 나아가야 한다.

거버넌스의 시대에는 언론과 정부가 창조적 경쟁시대, 대안경쟁시대로 가게 될 것이다. 그같은 경쟁에서 수단은 실력이다. 공직자가 내용적 실력과 국민을 설득하는 실력을 갖춰야 한다.

“올바른 정책 홍보를 위한 의지와 노력 중요”

PCRM은 대안매체의 개념에서 출발해 점차 과학화 조직화되고 있다. 내용에 있어서 부처의 협애한 안목에만 매몰되지 말고 안목을 정부 전체로 넓혀서 전략적인 콘텐츠 관리가 되어야 한다. ‘국정브리핑’은 정부의 커뮤니케이션 포털로 발전되어야 한다. 문제가 있는 보도에 대해서 담당 공무원의 대응이 국민에게 바로 보고되고 전 공무원이 공유할 수 있도록 해야 한다.

정책을 홍보하면서 고객에게 영합만 할 것이 아니라 적극적으로 설득하는 것이 필요하다. 당당한 논리로 뚜렷하게 설명하고 정부의 의지가 확고함을 보여주어야 한다. 표피에 흐르는 민심과 저류를 흐르는 민심이 항상 같지는 않다. 심층의 민심을 잡을 수 있는 정책홍보가 되어야 한다.

왜곡된 통념에 대해서도 공직사회가 때론 과감하게 도전하는 것이 필요하

다. 올바른 정책홍보를 위해 부처내 조직과 역량을 강화하고 필요한 교육도 강화해야 한다. 홍보 콘텐츠를 마련하고 시행하는 것은 정책의 담당자가 직접 수행해야 한다. 무엇보다 장관 등 지도자의 의지와 노력이 가장 중요하다. 열심히 해 줄 것을 당부드린다.