

현안과제연구

# Issue Report

2015. 00. 00

## 태안군 소통 플랫폼 기본구상 및 운영방안 연구문

이재현 충남대학교(leejh@cnu.ac.kr)

본 연구의 목적은 태안군 지역의 아이디어를 공유하고 발전시켜 새로운 가치를 창출하기 위한 태안군 소통 플랫폼 구축 방안을 모색하는데 있음

### CONTENTS

#### < 요약 >

1. 정책소통 환경변화 및 소통플랫폼 시슈의 등장
2. 플랫폼의 개념 및 기능
3. 소통 플랫폼 국내외 사례조사
4. 태안군 플랫폼 기본구상 및 운영방안
5. 결론 및 정책제언

### 요 약

- 본 연구는 현재 「정부3.0」의 핵심가치인 ‘소통’가치의 증대와 소셜 네트워크가 활성화 되고 있는 추세에 맞추어 태안군의 특색 있는 소통 플랫폼 구축에 필요한 기본구상 및 운영방안을 마련하기 위한 국내외 사례조사와 충남지역 자치단체 홈페이지를 검토하였음
- 본 과제의 주요 내용은 다음과 같음
  - 소통플랫폼 이슈 등장 및 소통 플랫폼의 개념: 「정부3.0」 추진과 맥을 함께하는 소통정책과 소셜네트워크기반의 소통매체 변화에 따른 플랫폼 구축 전략의 필요성 증대
  - 국내외 사례조사: 주민의 적극적 참여를 ‘크라우드 소싱(Crowd Sourcing)’ 프로젝트 도입이 필요하고, 전문가 집단을 적극 활용한 아이디어 현실화 작업이 필요함
  - 태안군의 소통플랫폼은 주민중심의 소통개념 확립과 크라우드 소싱 전략을 도입한 전문가 연계의 콘텐츠를 기획하고 성과 공유의 피드백 구조를 만들어야 함
- 따라서 태안군의 소통 플랫폼은 태안주민 중심의 소통의제발굴(1단계), 집단지성방식을 통한 창의적 소통콘텐츠 및 제작(2단계), 참여유도를 통한 주민중심 소통의 실행 및 확산(3단계), 성과에 대한 홍보강화 및 인센티브 장려(4단계)의 단계적 접근이 필요함

# 정책소통환경 변화 및 소통플랫폼 이슈의 등장 ◀

01

- 새로운 정부 패러다임으로서 “정부3.0”은 개방, 공유, 소통, 협력의 핵심가치를 국정운영의 전분야에 적용 및 확산시킴으로써 국가발전의 추동력을 확보하고, 국민에게 맞춤형 서비스 제공하여, 일자리와 비즈니스 경제를 창출하기 위한 정부의 비전임



- 현재 정부3.0의 핵심가치는 “소통”으로 무선인터넷, 스마트 모바일 수단을 통한 양방향·맞춤형 주민 행정서비스 제공을 목표로 능동적이고 참여지향적인 소통과 협력을 강조하고 있음
- 따라서 지방행정 역시 과거의 제한적이고 관(官) 주도형 행정서비스를 탈피하여, 지역 주민을 대상으로 개방형 소통구조 확립이 요구되고 있음
- 또한 주민과의 최접점 행정서비스라는 특성을 지니고 있는 지방행정은 주민의 기대와 요구 수준과 만족 수준이 급속히 변화하고 있는 상황에서 과거의 방식과 관행을 유지하고 새로운 환경에 맞는 새로운 패러다임을 갖추지 못한다면, 주민의 신뢰를 얻지 못하고 결국 지방행정기관의 존재가치를 상실하게 될 것이

므로 지방정부는 지역 주민의 만족도를 높이고 지역 현안에 대한 공감대를 효과적으로 획득하기 위한 소통전략으로서의 소통플랫폼을 구상하고 운영해야 함

- 기존의 소통효과의 주력 매체가 온라인에서 스마트폰으로 전환되고 있고, 소통 활동 매체 트렌드는 공중의 신뢰와 평가에 기반한 평가 미디어로 이동하고 있으며, 일반 주민의 정보습득 형태가 다양해지고 대중의 생활패턴에 기반한 신규 매체가 증가하고 있는 추세임
  - 2014년 4월말 기준, 미래창조과학부, 무선통신 가입자통계에 따르면, 전체 스마트폰 가입자 수는 38,395,889명으로 국민의 약 80%가 사용하고 있는 것으로 조사됨
  - 이러한 스마트폰 이용 증가는 SNS(Social Network Service) 형태의 즉각적이고 쌍방향적인 소통의 트렌드로 변화되었고, 지방정부는 이에 발맞추어 다양한 소통 프로그램을 개발 및 활용할 필요성이 있음
- 정책 소통에서의 이슈관리 중요성이 증대되고 있으며 특히 사전 홍보 및 소통의 중요성이 대두되고 있음
  - 국가적인 차원에서 보면, 정부주도 정책에 대한 비판여론 및 사회적 갈등은 작은 이슈에도 증폭되는 경우가 다수이므로 사전에 반드시 여론에 동의를 구하는 활동 필요하고 경우에 따라 여론에 논쟁을 유도할 수 있는 이슈관리 차원의 사전홍보 필요함
  - 지방정부의 경우도 지역 주민의 다양한 의견들이 대립하는 경우 사전에 파악하고 대응하는 이슈관리 차원의 정책소통 방법이 요구되는 실정임

## 1) 플랫폼의 어원 및 정의

- 플랫폼의 어원을 살펴보면, plat(구획된 땅)과 form(형태)의 합성어로서 ‘구획된 땅의 형태’를 의미하는 것으로, 경계가 없던 땅이 구획되면서 계획에 따라 집이 지어지고, 건물이 생기고, 도로가 생기듯이 ‘용도에 따라 다양한 형태로 활용될 수 있는 공간’을 상징적으로 표현한 단어임<sup>1)</sup>
- 플랫폼의 사전적 정의는 ‘정거장’으로 정의되고, 이 정거장은 사람이 특정한 장소로 가기 위해 반드시 도착해야 하며, 도착한 사람을 태우기 위한 운송수단이 반드시 존재하므로 운송수단을 이용하고자 하는 사람과 사람을 태워 나르는 운송수단이 반드시 존재해야, 정거장이 플랫폼으로서 그 기능을 온전히 작동하게 할 수 있다는 의미임

<표 1> 플랫폼의 정의

| 플랫폼의 내용   | 연구자         |
|---|-------------|
| 핵심가치를 담은 틀을 제공하고, 내부와 외부, 외부와 외부간에 상호연결을 가능케 해주는 그 무엇   | 조용호(2012)   |
| 둘이상의 서로 다른 집단을 만나게 해주고 거래가 이루어지도록 하는 것  | 천재정(2010)   |
| 어떤 일이 이루어질 수 있게 해주는 기반이 되는 기술   | 김현(2010)    |
| 공급자, 수요자등 복수그룹이 참여하여 각 그룹이 얻고자 하는 가치를 공정한 거래를 통해 교환할 수 있도록 구축된 환경으로서 상호작용을 통해 모두에게 새로운 가치와 혜택을 제공해 줄 수 있는 상생의 생태계 | 윤상진(2012)   |
| 나홀로(stand alone) 개발의 상대적 개념, 플랫폼은 꽃과 꿀벌이 각자 꿀만이 아니라 수분활동을 통해 열매를 만들어가는 방식   | 김기찬(2009)   |
| 상호연계가 가능하며, 기존에 연계되지 않았던 주체간에도 연계의 시도 및 강화를 통해 부가가치를 창출하는 것   | 명승환 외(2011) |

자료: 이기식 (2013) “차세대 전자정부탐색: 플랫폼정부(P-Gov)의 가능성과 한계”, 한국행정학회 하계학술대회 발표논문, p.4.

1) 윤상진 (2012) 플랫폼이란 무엇인가?: 구글처럼 개방하고, 페이스북처럼 공유하라. 한빛비즈, p.43.

- 이들의 정의를 종합해 보면, 플랫폼은 개인 또는 집단이 공급자와 수요자의 입장에서 만나는 접점(Connected Point)을 연결 및 연계하는 창구인 동시에, 새로운 가치를 창출 및 활용하도록 해주는 매개지점(Mediated Point)의 역할을 담당하는 개념으로 이해할 수 있음
- 즉, 플랫폼이란 특정 목적이나 작업의 프로세스를 표준화하여 접근성 및 효율성 등을 높이는 기반시설 또는 수단을 통칭하며, 본래 플랫폼 개념은 물리적 인프라만을 의미하나, 인터넷과 결합하면서 기술, 서비스, 현실(사회)관계를 모두 연결하는 확장된 네트워크 기반(extended network infrastructure)으로 의미 발전하였음. 한편 인터넷 서비스가 성장하면서 OS, 브라우저, 검색엔진, 앱스토어, 광고 등이 플랫폼화 되고 있음

## 1) 플랫폼의 기능 및 역할

- 플랫폼의 기능은 교류 촉진 및 커뮤니티 형성을 통한 행재정적 효율성 제고와 신뢰도 제고로 요약할 수 있고 구체적으로는 다음과 같음

### ① 복수 그룹의 교류를 촉진시키는 ‘장’을 제공하고 서로를 연결하는 기능

- 그룹과 그룹 사이에 흥미를 끌 만한 요인이 존재해야 하며, 플랫폼 조직은 그룹을 위한 장소, 시스템, 결제, 문제 해결 등의 인프라를 제공함
- 각 그룹이 단독으로 관계를 맺을 수도 있지만 ‘장’이라는 존재를 통해 더욱 쉽게 관계를 맺을 수 있는 것임

### ② 비용감소 기능

- 각 그룹이 개별적으로 처리할 경우 시간과 비용이 많이 드는 기능을 플랫폼이 대신 제공하므로 행재정적 효율성을 높일 수 있음

### ③ 플랫폼이 제공하는 브랜드가 사용자에게 신뢰감을 형성해 주어 서비스에 대한 일정 수준의 질을 보장하는 기능

- 그 결과 사용자가 늘어나고 사용자가 늘어나기 때문에 콘텐츠 공급자가 늘어나

며, 좋은 콘텐츠가 많다는 인식 때문에 사용자가 더 늘어나는 선순환이 시작됨

#### ④ 삼각프리즘 기능

- 삼각 프리즘 기능이란, 빛의 반사 방향을 바꾸는 프리즘처럼 언뜻 보면, 직접적인 상호작용이 일어나지 않을 것 같은 두 개 이상의 그룹을 서로 연결해 주는 기능임

#### ⑤ 커뮤니티 형성에 의한 네트워크 기능

- 바이러스처럼 입소문이 퍼진다는 의미의 바이럴 효과에 의해 참여 그룹 간에 신뢰의 분위기가 형성되고 정보의 상호교류가 일어나며 플랫폼에 대한 애착이 늘어나게 되고, 이는 좋은 상품을 가족이나 친구, 이웃에게 권하게 되는 일종의 ‘빨래터 효과’로 기존의 오프라인에도 존재하던 것이다. 플랫폼이 성공하느냐 마느냐는 플랫폼 참여 그룹 간의 귀속정도를 나타내는 ‘애착도’를 어떻게 높이느냐 하는 것에 달려 있음
- 한편, 소셜플랫폼의 역할을 보다 구체적으로 살펴보면, ①관계중심 참여로 신뢰 기반의 소통문화를 조성하는데 기여, ②새로운 가치 창출, ③사회자본(Social capital) 형성 등이 있음
- 첫째, 소통문화 조성은 언제 어디서나 양방향 소통, 실시간 정보의 생산과 확산을 가능하게 하고 정치, 경제, 사회, 문화 등 사회 전반의 국민적 참여기회를 확대하며, 정보소통 및 자율정화가 활성화되면서 신뢰성과 투명성을 향상시키는 역할을 함
- 둘째, 새로운 가치 창출은 혁신적 아이디어의 실시간 정보 전달 및 확산을 가능하게 하고 이용행태, 관심 등이 중요해지는 이용자 중심의 지방행정체제로 전환시키는 역할을 함
- 셋째, 사회자본의 형성은 지역사회의 의견 및 아이디어를 여과하는 필터로서의 역할과 지역의 사회적 책임과 자율규제를 활성화하며, 프라이버시 보호 등 사회적 안전망을 재정비하는 역할을 함

<표 2> 소통 플랫폼 사례조사 리스트

| 사례명                                      | 비고  |
|--|-----|
| Challenge.gov 프로젝트                       | 미국  |
| A Moment in Time 프로젝트                    |     |
| 자전거도로 표식 그리기 게릴라 캠페인                     |     |
| Red Tape Challenge 프로젝트                  | 영국  |
| Fix My Street 프로젝트                       |     |
| 35 Million Directors 프로젝트                | 캐나다 |
| Synoikia 프로젝트                            | 그리스 |
| Plastic Garbage Guarding the Museum 프로젝트 | 스위스 |
| 클라우드 펀딩 WADIZ                            | 국내  |
| 더하기(+) 프로젝트                              |     |
| 서울크리에이터즈_싱크(SYNC)                        |     |

## 1) 국외 사례

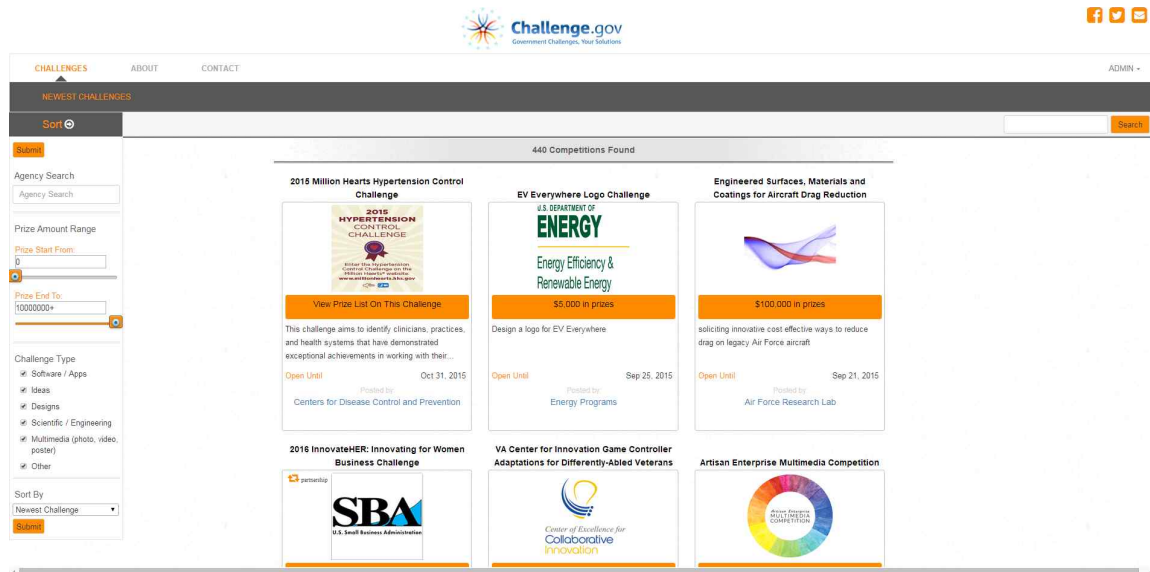
### (1) Challenge.gov 프로젝트<sup>2)</sup>

#### ① 개요

- 사회문제 해결에 공모전 방식을 도입한 프로젝트로서, 정부 현안을 국민에게 공개하고 공모를 통해 해결방안을 제안 받아 최적의 안을 채택하자는 취지의 정책현안 솔루션 공모 사이트

- 추진시기: 2010.09~현재

2) 홈페이지 <https://challenge.gov/> (검색일: 2015. 8. 10)



## ② 추진배경

- 오바마 정부는 미국사회가 직면한 어려운 사회문제 해결을 위한 방안으로 정부 기관이 정책의제를 제시하면 이에 대한 아이디어를 국민이 자유롭게 공모하는 크라우드 소싱 방식의 프로젝트 도입

## ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 각 부처·기관이 정책 현안과 과제 제시
- 웹사이트와 SNS 등을 통해 국민에게 공모전 소식 전달
- 국민들은 의견과 아이디어를 개인 또는 그룹 단위로 공모
- 채택 아이디어에 대해 포상
- 온라인 홈페이지(challenge.gov) 활용

## ④ 추진내용 및 절차

- 온라인을 통해 연방정부의 각 부처나 기관들이 정책 현안을 설명
  - 연방정부 산하 부처나 기관들은 정책 현안 솔루션에 대한 아이디어를 언제든지 'challenge.gov'를 통해 자유롭게 공모할 수 있음
- 이에 대해 제안되는 시민들의 정책 솔루션을 수렴하여 심사, 선정된 아이디어에 일정 금액을 포상하고 정책에 반영



- 웹사이트, 페이스북, 트위터 등을 통해 확인한 시민들은 Data.gov 등을 통해 공개되는 공공정보나 데이터를 활용해 의견 제시
- 채택 시 수천에서 수천만 달러의 포상금 지급

## ⑤ 주요성과

- ◎ 600개의 후보가 경합을 벌인 'Innovations in American Government Award'에서 최종 후보 5개 중 하나로 선정될 만큼 성공 사례로 언급
- ◎ 2010년부터 2013년까지 약 3년 동안 58개 기관 288개의 공모전이 웹사이트를 통해 시행되었고, 2015년 현재 440여 개의 챌린지 과제가 공모중임
- ◎ 민간의 창의적 아이디어를 활용함으로써 정부의 좁은 시야에서 탈피하고 국민의 정책결정과정에 대한 참여를 높일 수 있는 오픈 플랫폼으로 평가받고 있음

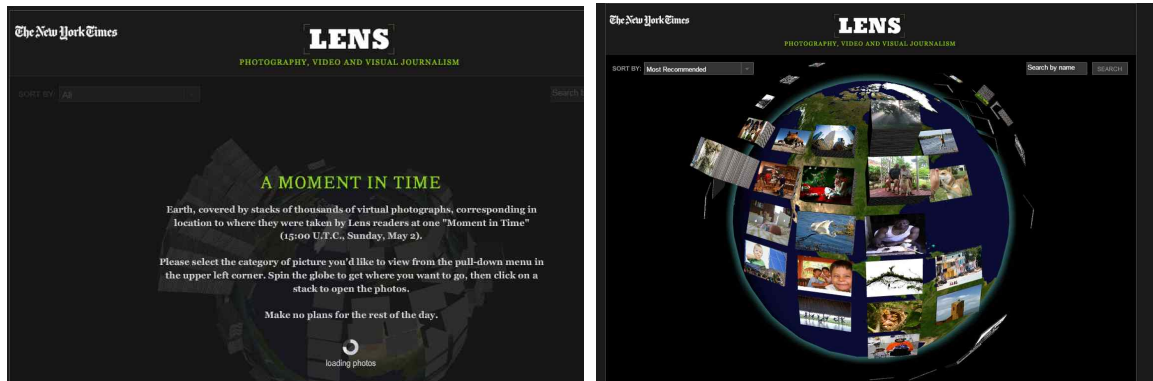
## ⑥ 시사점

- ◎ '도전'이라는 콘셉트의 '즐기는 경쟁'을 통해 정부기관은 제한된 예산의 효율적 활용과 다양한 아이디어를 획득
- ◎ 시민 커뮤니티는 더 나은 사회를 위해 이바지했다는 보람을 획득함으로써 긍정적인 시너지를 창출

## (2) A Moment in Time 프로젝트<sup>3)</sup>

### ① 개요

- 독자들이 보낸 사진으로 입체 지구모형 구현한 프로젝트로서, 뉴욕타임즈는 한 날 한 시에 독자들이 보내온 사진을 3차원 입체 지구모형으로 구현한 갤러리를 오픈하였음
- 집행시기: 2010. 5. 17.



### ② 추진배경

- 뉴욕타임즈의 편집장인 Jim Estrin은 운전 중에 ‘전 세계 사람들이 어느 한 순간 동시에 사진을 올리면 어떨까’라는 아이디어를 생각해냄
- ‘동시’라는 시간에 대해 여러 그룹의 경험을 공유함으로써 시각 저널리즘을 실현할 수 있다고 봄

### ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 전 세계 참가자가 한 날 한 시, 동시에 뉴욕타임즈 ‘Lens’ 팀으로 사진 전송
- 지구본 형태의 웹페이지에 수집된 사진 전시
- 블로그형 갤러리 활용

3) 뉴욕타임즈 블로그 [http://www.nytimes.com/interactive/2010/05/03/blogs/a-moment-in-time.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/interactive/2010/05/03/blogs/a-moment-in-time.html?_r=0) (검색일: 2015. 8. 12)

#### ④ 추진내용 및 절차

- 카메라를 가진 사람이라면 한 날 한 시에 전 세계 어디에서든 참여 가능
  - 뉴욕타임즈 Lens팀은 프로젝트 초대 게시글을 통해 2010년 5월 2일 오후 3시에 현장을 찍어 전송해달라고 부탁
  - 아마추어, 프로를 불문하고 카메라를 가진 사람이면 누구나 참여할 수 있음
- 지구본 위에 사진 꾸러미가 쌓인 형태의 갤러리 웹페이지 구축
  - 돌아가는 지구본 위에 수집된 사진들이 높게 쌓여있고 그 중 원하는 사진을 선택해 볼 수 있도록 구축
  - 개별 사진을 선택하면 촬영자와 촬영 장소, 간략한 사연이 게시됨
- 카테고리 및 검색 기능을 통해 독자와 참가자의 편의 고려
  - 종교, 놀이, 자연과 환경, 가족, 직장, 예술과 문화, 자금과 경제, 커뮤니티와 사회 이슈 등으로 세분화
  - 추천 수가 많은 사진만 추려내 보여질 수 있도록 구성
  - 촬영자 이름으로 해당 사진 검색 가능

#### ⑤ 주요성과

- 최대 1만개 사진 수집을 예상하고 프로젝트를 기획했으나 최종적으로 1만 3천 여장 이상의 사진이 업로드

#### ⑥ 시사점

- 오프라인 환경에서는 불가능할 수 있는 아이디어를 온라인 환경을 통해 상대적으로 손쉽게 구현
  - 참여 공지의 전파, 1만개 이상의 사진의 빠른 전송과, 빅데이터의 분류 및 노출 등의 과정은 디지털 환경으로의 변화에 의한 것으로 판단됨
- 참여 개인에게는 재미와 흥미로운 도전, 수집된 사진들은 찰나의 전 세계 소식을 동시 다발적으로 전달하는 저널리즘을 실현한 경우로, 태안군의 경우 관광도시를 부각시키기 위한 아이디어로 시사하는 바가 있음

### (3) I wish this was ( )4)

#### ① 개요

- 시민들의 상상력과 소통을 촉진하는 공공미술 프로젝트로서, Ethnographic Terminalia 전시회에 참여한 아티스트 Candy Chang은 뉴올리언즈의 사람들이 그들의 생각을 표출하고 공감할 수 있는 스티커를 개발해 도시 곳곳에 부착하는 공공미술 프로젝트를 진행함

- 추진시기: 2010. 11.



#### I Wish This Was

Chang report on-site

I Wish This Was is a participatory public art project that lowers the barriers to civic engagement. As part of the Ethnographic Terminalia exhibition, Chang posted thousands of "I wish this was \_\_\_\_\_" stickers on vacant buildings across New Orleans to invite residents to share their hopes for these spaces. The stickers are made of vinyl and can be easily removed without damaging property. Responses ranged from the functional to the poetic: I wish this was... a butcher shop, a community garden, a place to sit and talk, a source of tasty healthy food I could afford, a city without theft, your dream, Heaven, full of nymphomaniacs with PhDs. The project was part of the Ethnographic Terminalia exhibition at De Meire Gallery, New Orleans, and was also featured in the Spontaneous Interventions exhibition at the 2012 Venice Architecture Biennale.

This experiment became the prototype for Neighborhood, a nationwide tool co-founded by Chang, Dan Parham, and Tee Parham that has helped organizations and residents collaborate on the future of their communities to enact real change, including night markets, bike lanes, food truck law reforms, and park improvements. Those interested in using the stickers are welcome to purchase several versions here or print their own by downloading these files. Be sure to print them on vinyl so they can be removed without damaging property.



#### ② 추진배경

4) 홈페이지 [www.iwishthiswas.com](http://www.iwishthiswas.com) (검색일: 2015. 8. 11)

- 작가 Candy Chang은 가게가 문을 닫은 후 텅 빈 가게 문을 보면서 시민이 작성할 수 있는 스티커 퍼포먼스를 떠올림

### ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 작가가 도시 곳곳에 스티커 배치
- 시민들이 스티커에 생각을 적어 원하는 빌딩이나 가게, 시설에 부착

### ④ 추진내용 및 절차

- ‘I wish this was’ 스티커를 제작해 도시 곳곳, 빌딩 등에 배치
  - 비닐 재질로 시설물에 손상을 입히지 않고 쉽게 제거할 수 있는 재질로 제작
  - 시민 누구나 제과점, 약국, 공원 등의 문 앞이나 기둥에 해당 스티커를 붙이고 각자의 생각을 적어 표출

### ⑤ 주요성과

- 스티커 예술을 통해 뉴올리언즈 시민들의 상상력과 생각을 공유하는 계기 마련

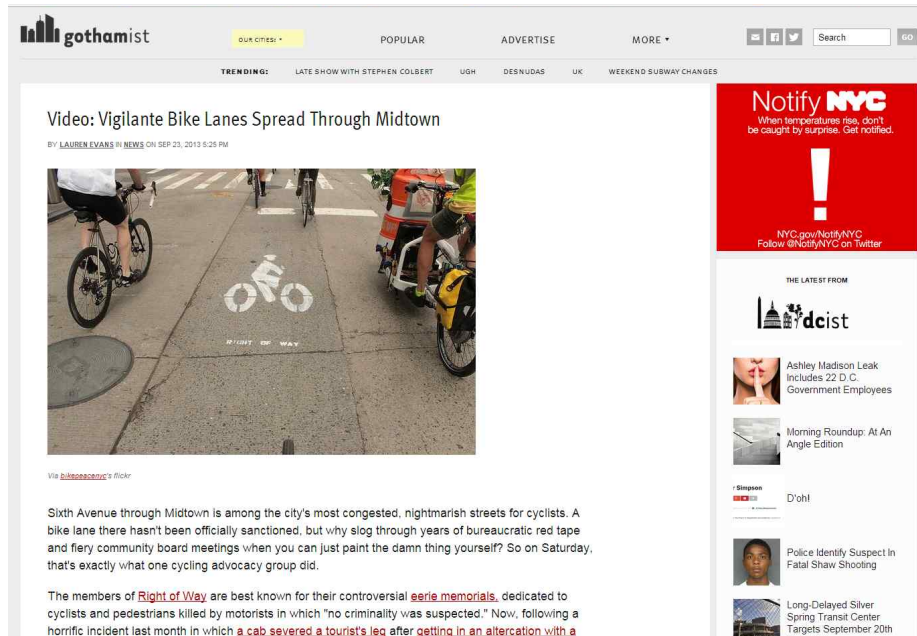
### ⑥ 시사점

- 태안군 지역 작가와 연계한 주민 참여형 이벤트 및 공공미술 아이디어로 활용 가능

## (4) 자전거도로 표식 그리기 게릴라 캠페인

### ① 개요

- 허술한 자전거도로 관리로 매년 충돌 사고가 끊임없이 발생한다는 문제를 해결하기 위해 Right of Way 멤버들은 도로에 자전거 표식을 직접 그리는 행사 진행
- 추진시기: 2013. 9.



### ② 추진배경

- 2013년 8월, 뉴욕시에서는 택시가 도로의 벤치에 앉아있던 영국인 여행객을 덮쳐 다리를 잃게 만든 사건이 발생
  - 택시 운전기사는 사건의 발단으로 앞서가던 사이클리스트를 추월하다가 실랑이가 발생했기 때문이라고 언급
- Right of Way 멤버들은 도로에서 자전거를 타는 것이 위법이 아니며 이를 환기하기 위한 방법으로 자전거 도로 표식을 직접 그리기로 결정

### ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 도로를 따라 자전거 도로 표식 마크를 스프레이로 직접 표시

#### ④ 추진내용 및 절차

- 뉴욕 6번가와 42번가 사이, 센트럴파크 도로에 자전거 도로 표식 넣기 행사 진행
  - 종이로 만든 자전거 표식과 하얀색 스프레이를 가지고 하룻밤 사이 완성
  - 기존 자전거 도로 표식이 있는 곳에 추가로 더하는 경우 혼란을 가중시키고 위법의 소지가 크므로 최근 사고가 일어난 도심지역에만 인식 환기 차원에서 진행하기로 결정
- 시민단체에 의한 게릴라식 자전거 표식 넣기의 위법 논란
  - Right of Way는 이번 행사 이전에도 스프레이 마크를 이용한 교통사고의 위험성을 알리는 캠페인을 개최함
  - 2013년 3월에는 오토바이에 치여 보행자나 사이클리스트가 사망했으나 용의자를 찾지 못한 8곳에 사람 모양 표식을 남기는 행사를 진행한 바 있음
  - 뉴욕시 교통 당국은 단체로부터 공식적으로 자전거 도로 표식을 늘려달라는 민원은 없었고 캠페인임을 인정해 일정 기간 후에 지워달라고 요청함
  - 2009년에 인종차별적 메시지를 담은 자전거 표식을 도로에 그린 사건의 경우, 뉴욕시 교통 당국은 신속히 제거한 바 있음

#### ⑤ 주요성과

- Right of Way 단체의 게릴라 행사는 동영상 및 사진으로 촬영돼 SNS 등을 통해 파급됨
- 미국 주요 언론이 이 행사의 위법성 논란에 대해 보도함으로써 이슈화됨

#### ⑥ 시사점

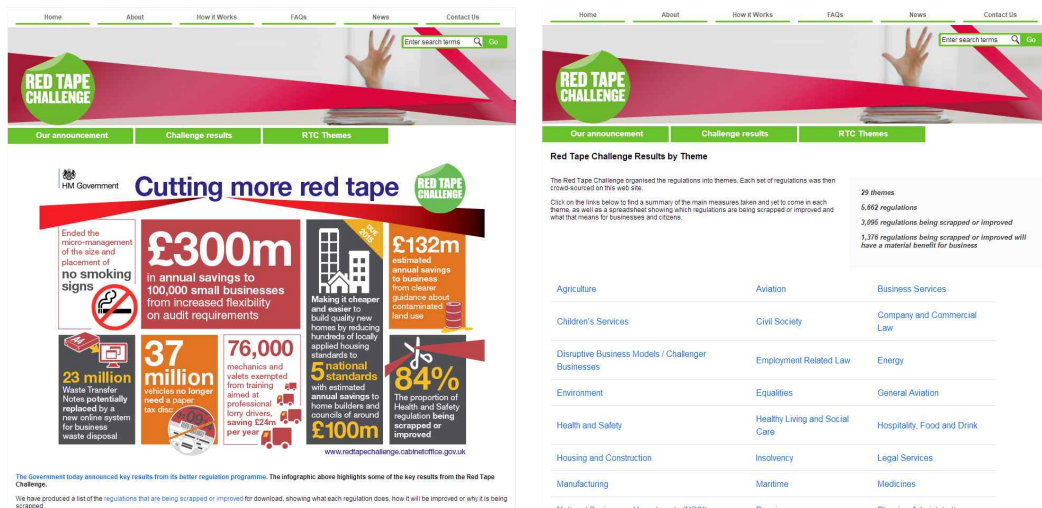
- 한국 역시 위법여부의 문제가 있지만, 자전거 도로 표식 캠페인뿐만 아니라 다른 주제의 캠페인을 통해 태안군 지역의 관광, 문화, 교통 등 다양한 주제로 접근한다면 플랫폼을 활용한 선도적인 캠페인으로 발돋움시킬 수 있음

## (5) Red Tape Challenge<sup>5)</sup>

### ① 개요

- 수많은 규제가 존재하는 시민 사회에서 불필요하거나 변화 시켜야 하거나 아니면 오히려 강화해야 할 법규가 있을 수 있고, 이는 당사자인 국민이 가장 잘 안다는 콘셉트에서 시작한 크라우드 소싱 캠페인

- 추진시기: 2011.4.~2013.4



### ② 추진배경

- 2010년 집권한 보수당 정부는 금융위기와 유로위기의 저성장에 직면한 영국 경제 회복을 위해 규제개혁을 적극적으로 추진, 그 중 하나로 2011년 4월에 도입

### ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 영국 정부가 플랫폼을 개발하고 국민이 자발적으로 참여
- 온라인 홈페이지([www.redtapechallenge.cabinetoffice.gov.uk](http://www.redtapechallenge.cabinetoffice.gov.uk)) 활용

### ④ 추진내용 및 절차

- ‘레드 테이프’는 행정이 형식과 절차에 얽매이는 현상을 지칭, 17세기 영국에서 생겨난 용어로 당시 영국 관청에서 공문서 봉치를 꿰던 테이프가 붉은 색이었던 것에서 유래
- 주부, 기업가 등 국민이 홈페이지에 나쁜 규제를 제보하면 정부는 개선안 제시

5) 홈페이지 <http://www.redtapechallenge.cabinetoffice.gov.uk> (검색일: 2015. 8. 10)



- 해당 규제를 만든 부처는 3개월 안에 규제가 필요한 이유를 설명해야 하고 못할 경우 폐지하거나 개선하는 것이 원칙
- 농업, 소매업, 환경 등 29가지 대주제로 규제를 분류하고 2~3주에 주제를 한 가지씩 선정해 집중적으로 소개해 시민의 참여 유도
- 시민은 다른 시민이나 당국자와 토론하며 대안을 제시하고 정부는 이를 개선안에 반영

## ⑤ 주요성과

- 2014년 1월까지 3만 건의 제안을 받아 29개 주제에 담긴 규제 5,662개 중 54%(3,095개)를 폐지하거나 개선
- 기업들의 연간 부담을 8억5천만 파운드(약 1조5,000억원) 감소시켰다고 평가

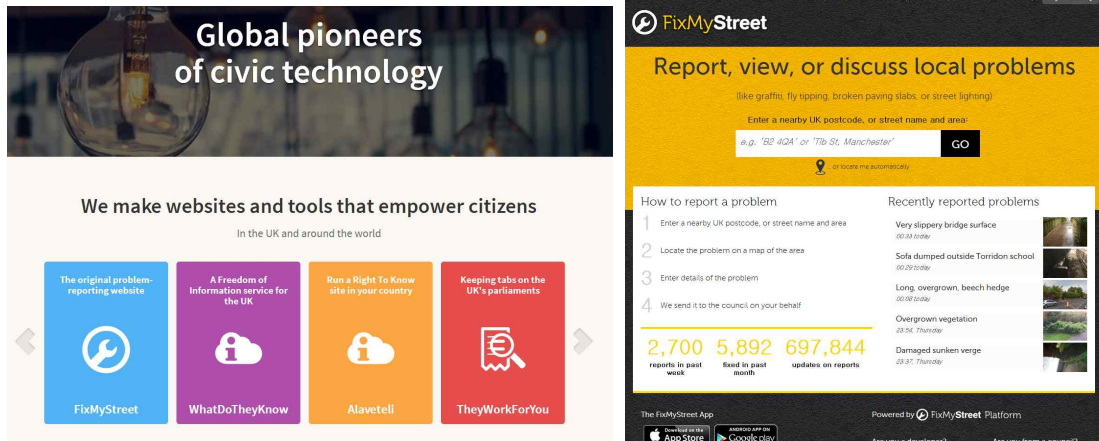
## ⑥ 시사점

- 기업과 민간이 적극적으로 참여할 수 있는 구조를 도입함으로써 규제개혁의 단기성과를 극대화한 경우로, 규제개혁은 지방자치단체에서 추진하기 어려운 사안이지만 주민의 불편사항을 경청하여 불편을 해소한다는 차원에서는 시사하는 바가 있음

## (6) Fix My Street 프로젝트<sup>6)</sup>

### ① 개요

- 주민들이 자발적으로 주변 환경을 점검하는 프로젝트로서, 지방정부가 지역에 대한 상세한 지도를 제공하고 주민들은 이를 이용해 개선해야 할 도로 환경을 알리는 주민 참여형 웹사이트
- 추진시기: 2007. 3. ~ 현재



### ② 추진배경

- 공익 단체 'mySociety'는 디지털 기술을 이용해 시민의 결정력과 참여를 높이기 위해 2003년에 설립됨
- 영국 전반을 아우르는 도로 문제를 리포팅 할 수 있는 웹사이트를 기획함

### ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 트래픽마스터사가 플랫폼 개발, 지방정부가 상세 지도 제공
- 주민들의 자발적 참여
- 온라인 홈페이지(www.fixmystreet.com), 모바일 어플리케이션 활용

### ④ 추진내용 및 절차

- 주민들은 '가로수 손상'이나 '도로 파임'처럼 산책이나 운전 중에 알게 된 도로 상황을 웹사이트에 접속해 지도에 표시

6) 홈페이지 www.fixmystreet.com (검색일: 2015. 8. 12)

- 우편번호나 도로명, 지역명 등을 입력한 후 제공되는 지도에 그 위치를 표시함

- 웹사이트는 수집된 정보를 지방정부에 제공하고 지방정부는 이를 토대로 정비작업을 진행함

## ⑤ 주요성과

- 2007년 개설 이후 현재까지 약 45만 건 이상의 리포트가 접수됨
- 웹사이트는 오픈 소스로 어느 도시나 국가든 이용이 가능, 영국을 시작으로 독일, 노르웨이 등 유럽 지역과 호주, 필리핀 등 전 세계로 서비스 확대
- mySociety는 유사한 형태의 교통 관련 주민 참여형 웹사이트인 'Fix My Transport'를 2011년에 오픈함

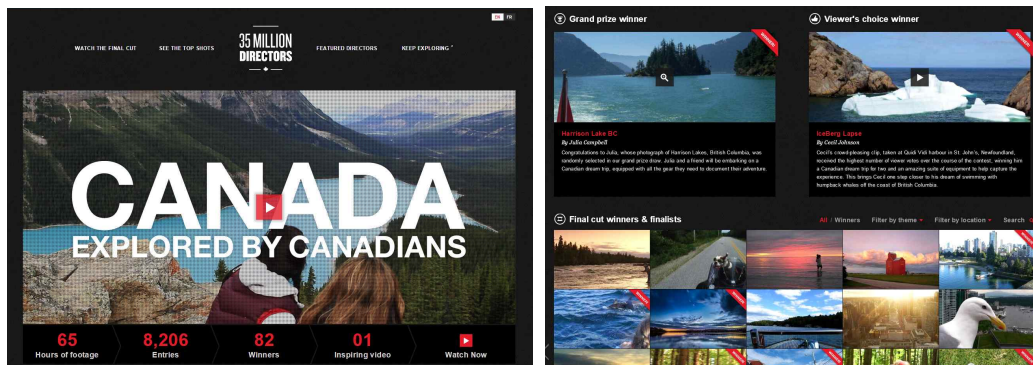
## ⑥ 시사점

- 시민 권익을 위한 시민단체가 디지털 기술을 활용해 주민 참여형 오픈 소스를 개발, 자발적인 시민 참여가 실생활의 변화 유도
- 웹사이트와 모바일 어플리케이션을 활용해 시민들의 접근성 극대화
- 기술을 오픈 소스로 공개함으로써 유용한 디지털 기술의 세계적 확대를 도모

## (7) 35 Million Directors 프로젝트<sup>7)</sup>

### ① 개요

- ‘캐나다인이 본 캐나다’ 콘셉트의 캐나다 알리기 캠페인으로서, 캐나다에 대해서는 캐나다 국민이 가장 잘 안다는 전제 하에 캐나다 국민 대상 ‘캐나다인의 눈으로 본 캐나다’ 주제의 동영상 공모전 진행
- 공모작품을 활용한 캐나다 관광 홍보 동영상 제작 및 배포
- 추진시기: 2012 ~ 2013



### ② 추진배경

- 캐나다 관광청은 해외 관광객에게 영감을 줄 수 있는 소개 동영상을 제작하기 위한 방안으로 캐나다 국민이 모두 참여할 수 있는 이벤트를 기획

### ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 캐나다 국민 대상 동영상·사진 공모전 집행
- 전문 작가와 연계해 홍보 동영상으로 재편집
- 온라인 홈페이지(35milliondirectors.com) 활용

### ④ 추진내용 및 절차

- ‘35백만 감독 프로젝트(35 Million Directors)’를 통해 ‘캐나다인의 눈으로 본 캐나다’ 콘셉트의 사진과 영상 수집
  - 웹사이트를 통해 사진이나 동영상 형태로 업로드

7) 홈페이지 <http://35milliondirectors.com> (검색일: 2015. 8. 13)

- 수집된 동영상과 이미지를 바탕으로 홍보 동영상 스토리를 결정
- 프로젝트 참여 전문 감독·작가가 최종적으로 홍보 동영상 작업 진행

◎ 편집을 통해 2분짜리 광고 영상으로 제작 및 배포

- 8개 국어로 번역해 온라인, 극장과 TV 광고 등으로 미국, 영국, 독일, 프랑스, 호주, 브라질, 인도, 일본, 한국, 멕시코에 상영

## ⑤ 주요성과

- ◎ 총 65시간이 넘는 영상과 7,000개가 넘는 사진이 공유되었으며, 8천 206명의 공모자 가운데 82명을 우승자로 선정
- ◎ 장기적으로 관광객 수가 지속적으로 감소하던 추세에서 이벤트를 개최한 2012년에는 처음으로 2%의 관광객 수 증가 효과가 나타났으며 이는 4억 5천 달러의 수익금으로 환산할 수 있음

## ⑥ 시사점

- ◎ 국가 홍보에 대한 국민적 공감감이 가능한 국익 목적의 이벤트 개최를 통해 색다른 국가 홍보물 제작 및 국내외 관심 유도 측면에서 국가가 아닌 지역적, 즉 태안군 지역의 홍보를 관(官) 주도가 아닌 민(民)이 참여하는 주민(관광객 포함) 주도적 플랫폼 개발에 시사하는 바가 있음

## (8) Synoikia(이웃) 프로젝트8)

### ① 개요

- 주민들로부터 받은 오래된 전등갓으로 화려한 밤거리 부활시킨 프로젝트로서, 아테네 중심부 모노스트라카 지역 피타키 골목에 주민들로부터 받은 150개의 조명을 달아 컴컴한 골목길을 화려한 밤거리로 재탄생
- 추진시기: 2012. 11. ~ 현재



## ② 추진배경

- 피타기 골목은 오래 전의 아테네 중심부로 쇠퇴한 지역, 으스스한 골목을 친근한 공간으로 탈바꿈하기 위해 ‘Synoikia(이웃)’ 프로젝트 기획

## ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 주민들로부터 오래된 전등갓 수집
- 빈 상점을 작업실로 활용, 자원봉사자들과 전등갓 수리 및 설치

## ④ 추진내용 및 절차

- 아티스트 그룹과 도시 브랜딩 회사, 기업, 아테네시 정부, 지역주민의 합작
  - Beforelight는 도시 브랜딩 회사 Imagine the city와 공동으로 전등갓을 활용한 프로젝트를 기획하고 코카콜라사와 아테네시 정부가 활동비와 활동 여건 보조
  - 피타기 골목 주민과 아테네시 주민들이 전등갓을 기부하고 전등갓을 수리·설치하는데 다수의 자원봉사자가 동참

## ⑤ 주요성과

- 150개의 전등으로 화려한 밤거리 탄생, 작은 가게가 있는 독특한 골목이라는 지역 브랜드 구축

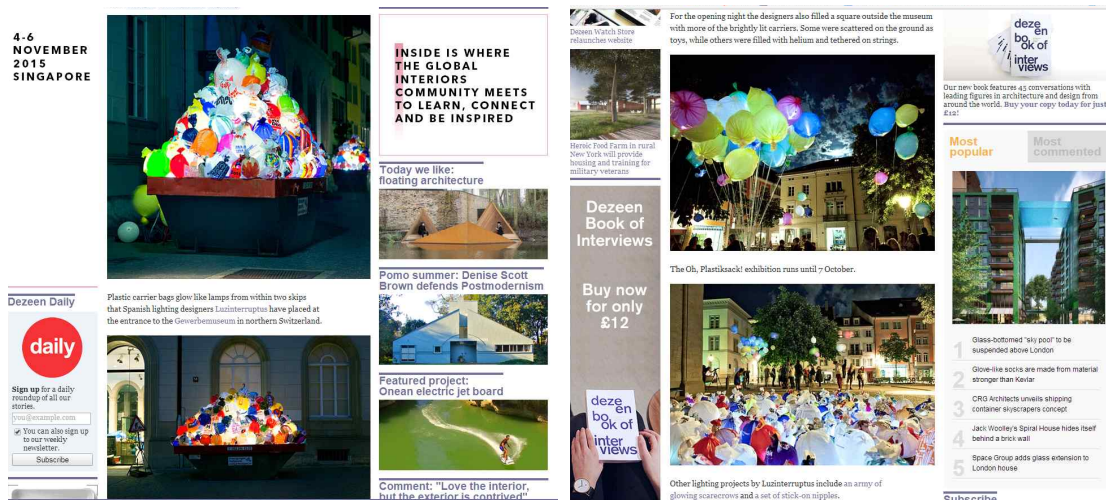
## ⑥ 시사점

- 기부 받은 재활용품을 예술 작품으로 재탄생, 오래된 도시에 새로운 이미지 부여하여 지역공동체 활성화 이미지에 큰 효과를 거두었으므로 태안군 지역에서 창의적인 친환경 아이템을 구상하는데 시사하는 바가 있음

## (9) Plastic Garbage Guarding the Museum 프로젝트9)

### ① 개요

- 기부 받은 비닐봉투가 멋진 조명으로 재탄생시키는 프로젝트로서, 지역주민으로부터 기부 받은 비닐봉투를 활용한 조명 구조물을 설치, 지역주민에게 비닐봉투 조명이라는 이색 선물 전달
- 추진시기: 2012. 7. ~ 2012. 10.



### ② 추진배경

- 쉽게 사용하고 버려지는 비닐봉투가 환경을 해치고 있다는 점을 경고
- 재활용의 가능성에 대한 메시지를 전달하고자 시민들이 참여할 수 있는 예술 프로젝트 기획

### ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 지역주민들은 비닐봉투를 기부
- 비닐봉투를 조명으로 재활용, 박물관의 설치 미술 작품으로 공개
- 그 외 기부 받은 비닐봉투는 풍선으로 제작해 지역주민들에게 선물



#### ④ 추진내용 및 절차

- 비닐봉투를 가져온 관람객은 무료 박물관 입장의 기회 제공
  - 수집한 비닐봉투 가운데 색감이 좋은 봉투를 선별, 조명을 설치해 거대 컨테이너 구조물 제작
  - 두 개의 컨테이너 박스에 비닐봉투 조명을 담아 박물관 입구 양쪽에 설치
  - 재활용 비닐봉투가 박물관을 지키는데 활용되고 있음을 워트 있게 전달하고, 작품에 사용되지 못한 비닐봉투는 헬륨을 담아 끈으로 묶어 풍선으로 제작, 지역주민들에게 선물로 전달

#### ⑤ 주요성과

- 비닐봉투를 활용한 조명 구조물과 비닐봉투 풍선은 지역주민에게 재미 선사
- 주민이 참여한 설치물 제작 활동을 통해 재활용의 중요성에 대한 메시지 전달

#### ⑥ 시사점

- 공공시설물과 연계한 지역주민 참여 활동으로 워트 있게 환경보호 메시지 전달

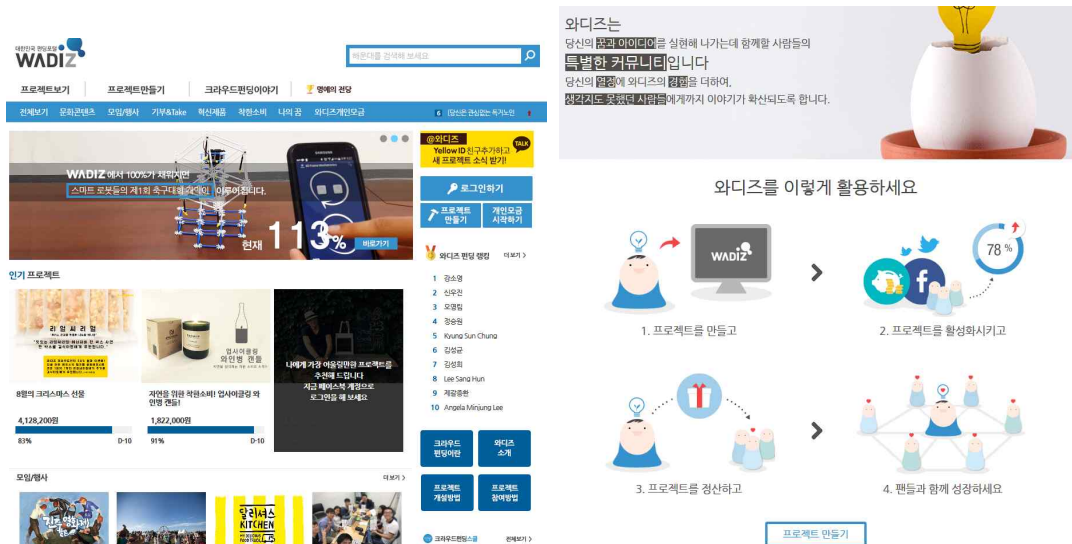
## 2) 국내 사례

### (1) 클라우드 펀딩 WADIZ<sup>10)</sup>

#### ① 개요

- 가치를 공유하는 자발적인 기금 마련 창구를 만드는 프로젝트로서, 공익의 목적을 위한 자발적인 캠페인 개설과 참여를 통해 성공적인 캠페인 진행을 위한 기금 모금

- 추진시기: 2013. 6. ~ 현재



#### ② 추진배경

- 와디즈의 신혜성 대표는 오랜 기간 금융기관에서 근무하면서 금융기관이 해결해 주지 못하는 사회적 문제들에 대해 고민
- 클라우드 펀딩은 사람들로 부터 자금을 유치해야 하기 때문에 경제적 가치뿐 아니라 사회적 가치를 함께 추구하는 기업이 나올 수 있는 계기가 될 것이라고 판단

#### ③ 활용 콘텐츠 및 매체

- 캠페인 개설자 또는 모금활동으로 참여

10) 홈페이지 <http://www.wadiz.kr> (검색일: 2015. 8. 12)

- 홈페이지 (www.wadiz.kr)

#### ④ 추진내용 및 절차

- 공유가치(Shared Value)가 만들어지는 캠페인에 다수의 사람들이 동참
  - 개설자가 등록한 프로젝트는 와디즈 심사팀이 최종 선정한 후 등록
  - 등록 이후 기준치 이상의 지지서명을 받아야 정식 프로젝트로 모금이 시작
  - ‘나와 멤버들’, ‘친구, 가족, 서포터즈’, ‘친구의 친구, 지인’, ‘클라우드’ 등 참여영역을 확대하는 적극적 홍보 필요
  - ‘추천 기능’을 통해 저명한 인사의 참여 독려 및 개설자의 신뢰도 향상 페이스북 ‘공유하기’와 연동한 수수료 지급방식
  - 개설자가 설정한 목표금액 이상(100%)의 모금이 달성됐을 때만 모금액을 전달하는 방식과 목표에 미달해도 모인 금액만큼 전달하는 방식 중 선택
  - 목표금액 성공 시에만 지급을 받는 방식의 경우 페이스북 ‘공유하기’ 수에 따라 최대 10%에서 최소 1%까지 수수료율이 달라짐
- 프로젝트를 통해 모금된 금액은 총 3회에 걸쳐 지급
  - 최초 40%는 프로젝트 성공 후 7영업일 이내 지급
  - 30%는 ‘지속성장 돕기’에서 진행상황 리포팅 후 5영업일 이내
  - 최종 30%는 진행상황 최종 리포팅 및 보상품 제공 완료 후 5영업일 이내
- 캠페인 동참자는 세 가지 방법으로 참여 가능
  - 돈으로 후원하고 보상품을 받는 ‘머니후원’, 재능을 기부하는 ‘재능후원’, 지지서명으로 캠페인을 알리는 ‘지지서명’ 등 세 가지 방법으로 관심 있는 캠페인에 동참할 수 있음

#### ⑤ 주요성과

- 현재 4262개의 캠페인 실시, 80%의 펀딩 성공률 달성
- ‘직장인 밴드의 공연비용과 앨범발매’, ‘클라우드펀딩 서적 출판’, ‘친환경 농장 후원’ 등 다양한 클라우드 펀딩 성공사례 발굴

## ⑥ 시사점

- ‘사람’, ‘지역’, ‘환경’, ‘함께 발전’의 가치를 반영한 공익 캠페인 지속 운영
- 누구나 캠페인을 제안하고 참가자를 모집하고 활동에 참여할 수 있는 열린구조
- 페이스북의 ‘공유하기’와 수수료를 연동, 참가자의 적극적인 소셜 활동 독려



#### ④ 추진내용 및 절차

- ‘건강하고 안전한 환경에서 더 밝게 자라는 우리 아이’, ‘바른 식생활로 건강하고 행복한 우리 아이’, ‘건강한 엄마와 함께 더 건강해 지는 아이’ 3가지 콘셉트에 대해 아이디어를 제공하고 채택 시 이에 대한 활동을 진행하는 방식
  - 아이를 키우면서 ‘이런 제품이 있으면 좋을텐데’ 또는 ‘이런 기능이 있으면 좋을텐데’ 등의 생각들을 SNS와 더하기 프로젝트 웹페이지에 응모
  - 최종 아이디어로 채택 시 실제로 제품에 적용, 대학생들의 경우 필립스인턴십 기회 제공
- 3주간의 일반인 투표와 더하기 패널심사를 통해 최종으로 실현할 아이디어 2개 선정, 최종 아이디어의 실현 과정은 향후 웹페이지를 통해 공개할 계획

#### ⑤ 주요성과

- 총 5,871개 아이디어가 응모됐고 최종 실현 아이디어 2개 선정

#### ⑥ 시사점

- 기업의 제품 개발 및 사회공헌 활동에 소비자의 아이디어 크라우드 소싱을 접목
- 주제 선정 등에서 민간기업과 정부 간의 상호 협력의 방안 제시
- 현재 홈페이지 접속 불가로 최종확인 어렵지만, 지역정책 소비자로서의 태안군 주민(관광객 포함)과 아이디어를 함께 모으고 그에 상응한 인센티브 제공으로 참여를 유도하는 방식으로 기획하는데 시사하는 바가 있음

### (3) 서울크리에이터즈\_싱크(SYNC) 프로젝트<sup>12)</sup>

#### ① 개요

● 서울크리에이터즈 싱크(SYNC\_Seoul & You Networking of Creative)는 광고 전문가, 대학생 등을 중심으로 결성된 집단지성인의 모임

● 추진시기: 2014. 6.~2014. 7.



#### ② 추진배경

● 서울의 도시·사회문제와 시정현안, 시민을 즐겁고 행복하게 하는 방법 등에 대해 모바일을 통해 실시간으로 아이디어를 주고받고 서울시는 아이디어를 검토하여 직접 실행하고자 시민 참여 및 콘텐츠 창출 소통 프로젝트 운영

#### ③ 활용 콘텐츠 및 매체

● 홈페이지 및 모바일, SNS 플랫폼 등

#### ④ 추진내용 및 절차

● 서울시 서울크리에이터즈\_싱크 2기 회원 200여명 모집

- 독창적인 크리에이티브를 서울시정에 접목시켜보고 싶은 광고인, 예비광고인(대학생)이라면 누구나 지원가능

● 와우서울 홈페이지(wow.seoul.go.kr) 및 CF전문 사이트인 TVCF홈페이지

12)

[http://wow.seoul.go.kr/compe\\_new/compe\\_view\\_new.jsp?num=460&link\\_target=&pagenum=2&keyfield=&keyword=&\\_sdate=&\\_sstate=&ie=euc-kr](http://wow.seoul.go.kr/compe_new/compe_view_new.jsp?num=460&link_target=&pagenum=2&keyfield=&keyword=&_sdate=&_sstate=&ie=euc-kr) (검색일: 2015. 8. 21)

(www.tvcf.co.kr)에 게재된 배너 통해 가능

- SYNC로 선정되면 시 공공정책수립과 기타 정책 추진 시 크리에이터의 시각으로 아이디어를 제안하는 역할을 맡고 시는 이들 아이디어를 검토해 정책에 적용
- ‘싱크’ 2기는 현재 활동에서 더 나아가 우리가 접하는 주변환경에 대한 작은 문제에서부터 서울시가 갖고 있는 고질적인 사안해결까지 의제를 확대하여 나갈 계획
- 선정자들은 7월 위촉식을 시작으로 SNS·모바일 커뮤니티를 활용하여 서울시장과 커뮤니티 활동, 소셜 크리에이티브 강연, 온오프라인 참여활동을 계획하고 있음

## ⑤ 주요성과

- 싱크는 2013년 6월, 360여명의 회원과 함께한 출범식 : 서울의 고질적인 문제에 대해 서울시장과 의 집중 토론과 자발적 활동으로 서울시정에 활력을 불어 일으킴
- 2013년 한강과 서울도서관, 광장 등에 게재되었던 불친절한 안내문구를 재미있고, 신선한 문구로 바꾼 ‘친절한 서울씨 프로젝트’
  - 출범 이후 4개월 간 한강공원 입간판 128개와 시민청, 서울도서관 휴관 안내문, 서울광장, 청계광장, 광화문광장의 금연구역 안내문을 교체
- 시민과 함께 꿈과 희망의 메시지를 주고받는 ‘꿈새김판’ 메시지 선정
- '아이디어 앵커제' 통해 싱크 회원-시 담당부서가 함께하는 민·관 협업 행정 구현
  - ‘아이디어 앵커제’는 아이디어 또는 의제를 처음으로 제안한 ‘싱크’ 회원이 아이디어 앵커가 되어 다른 회원들의 의견들을 종합·정리·발전시켜 서울시에 요청, 시에서도 해당 실무책임자가 아이디어 앵커와 서로 의견을 교환하며 정책구현을 위해 함께 노력하는 새로운 형태의 민·관 협업 행정

## ⑥ 시사점

- 시민 제안을 정책에 직접 반영하는 새로운 모델로서 참여자가 직접 콘텐츠 아이디어를 제공하고 시가 직접 실행한다는 측면에서 국민과의 콜라보레이션 및 크라우드 소싱의 활성화 기대



### 3) 국내외 사례조사를 통한 시사점

- 국민의 적극적 참여를 클라우드 소싱 프로젝트로 구현하였고, 중요한 성공 요소로서 국민의 참여를 유도하기 위해 온라인 기반의 이벤트 개최 등 기존 소통 프로그램을 적극 활용하는 것으로 나타남
- 전문가 집단은 ‘아이디어의 현실화’ 과정에서 적극적인 역할 담당하였음
  - 캐나다의 <35 Million Directors> 프로젝트의 경우 수 백편의 공모작을 심사하고 편집하여 최종적인 캐나다 홍보 동영상을 제작하는 데 전문 감독들이 참여
  - 국내 필립스의 <더하기 프로젝트>의 경우 시민들이 제시한 다양한 아이디어에 대해 기업 특성에 맞는 현실 가능성이 높은 아이디어를 선별하는 과정에 전문가 집단을 적극 활용함
  - 많은 사례에서 전문가 집단은 클라우드 소싱을 통해 모인 아이디어를 선별하고 방향을 정하고 현실화하는 역할을 담당하는 것으로 나타남
  - 반면, 미국의 <Challenge.gov>의 경우 주제·과업 유형에 기준을 두어 아이디어를 수집하는 단계에서부터 전문가의 참여를 유도함
- ‘웹사이트’가 클라우드 소싱의 대표 소통 창구, 시민 체감효과를 높이는 방안으로 ‘현장 소통’ 프로그램 활용
  - 아이디어를 공모하고 의견을 수렴하는 등의 소통 창구로써 웹사이트 개설 및 운영
  - 반면, 시민의 체감과 참여를 위해서는 ‘거리’로 대변되는 현장 소통 활동을 활발히 추진하는 것으로 나타남
- 국내외 사례 모두, 국가 또는 대도시에서 추진되는 플랫폼으로 태안군 지역과 이질적일 수 있으나, 지역 환경과 여건에 맞추어 활용한다면 지역공동체를 위한 맞춤형 플랫폼이 될 수 있음
- 따라서 태안군의 역점 추진 시책과 지역공동체 활성화 차원의 아이디어를 결합시켜 협력 및 클라우드 소싱 전략으로 플랫폼 기본 구상을 준비할 필요성 있음

# 태안군 플랫폼 기본구상 및 운영방안 ◀

04

● 플랫폼의 기본구상은 ‘소통’, ‘공유’, ‘연계’, ‘참여’ 등의 키워드로 접근할 수 있음

- 정부 3.0의 방향과도 일맥상통하는 것으로 온라인을 강조한 태안군의 적극적인 노력과 보유한 자원을 최대한 활용하여 효과적인 소통플랫폼 구축을 위해 실시간(즉응적)의 공공서비스 채널을 만드는 것으로 이해해야 함



자료: 김우현 (2013) “지방3.0 시대의 지방자치단체 소셜 플랫폼” 2013년 지역정보화 동향분석, 제10호, 한국지역정보개발원, p.7.

● 특히, 태안군은 공유와 소통을 통한 새로운 가치창출과 자발적인 참여를 목표로 구상하고 있기 때문에 전문성 강화 및 주민 참여에 초점을 두어 소통 플랫폼을 구상할 필요가 있음

● 이를 위한 기본방향 및 소통방향은 다음과 같음

## 1) 기본방향설정

### ● 주민 중심의 소통개념 확립

- 담론형성의 소통: 정책 및 공공문제의 이성적 담론화 지향
- 공론유도의 소통: 정책 및 공공문제에 관한 문제의식 공유
- 주민의식 기반 소통: 정책 취지 공감에 기반한 해결 실천의지 함양
- 문화콘텐츠 기반 소통: 주민 공감형 소통 콘텐츠의 능동적 생성
- 협력과 공유의 소통: 태안군-주민간 협력 및 콘텐츠 공유의 선순환

### ● 이러한 주민중심 소통을 통한 기대효과는 ①공공문제 기반의 정책에 관한 지역 주민의 발굴 및 육성과 발전적 관계 도모, ②평가에 대한 관여도를 높이고, 문제인식을 증대시키고, 한계인식을 극복할 수 있는 구체적 평가방안 마련 가능, ③지역의 공공문제에 있어 주민간 문제해결을 위한 아이디어 및 토론 등의 문제해결 활동 활성화, ④태안군과 주민간 협력적 관계 구축의 토대로서의 역할 수행 가능, ⑤주민이 공감하고 자발적으로 확산 가능한 창의적인 홍보 콘텐츠 생성 가능, ⑥지역 의제별 특색있고 이색적인 정책소통 결과물 도출 가능 및 능동적 참여형 소통 가능 등으로 꼽을 수 있음

### ● 주민 중심 소통 구현을 위한 콘텐츠 창출 기반인 “클라우드 소싱(crowd sourcing)<sup>13)</sup>” 활성화

- 대중을 제품이나 창작물 생산과정에 참여시키는 방식인 클라우드 소싱을 주민중심 소통 콘텐츠 창출 및 확산에 도입하여 소통 활동의 다양화·다각화 실현
- 공공정보에 대한 대중의 접근이 활발해지는 정부 3.0시대에 부합하여 각 부처에서 이미 클라우드 소싱에 주목하고 있으며(미래창조과학부, ‘창조경제타운’내 <아이디어발전소>, 보건복지부 <나눔포털> 등) 이를 정책소통에 적극 활용해야 할 필요성이 증대되고 있음
- 전문가 포럼 및 기반을 통해 클라우드 소싱을 기획하고 각계 전문가와의 관계 구축을 통해 콘텐츠 창출, 지역 주민 등 정책 수요자의 실천 활동을 통해 정책의제

13) 미국 와이어드매거진의 제프 하우(Jeff Howe)가 만든 신조어로, 군중(crowd)과 '아웃소싱 (outsourcing)'을 합성한 말로 인터넷을 통해 아이디어를 얻고 이를 기업활동에 활용하는 방식을 말함.

확산 및 성과 도출의 과정을 따름

## 2) 소통의 방향 설정

- 주민 중심으로 변화한 지방행정 패러다임과 소통 트렌드를 반영해 정책 수요자 별로 삶이 변화하는 모습을 보여주는 주민 중심 소통 기획·추진
  - 각 실·과 정책 중 소통을 위한 예산과 인력이 부족하나 주민 생활에 긍정적 변화가 기대되는 실용적인 주민정책을 바탕으로 주민 체감형의 주민 중심 소통 활동 추진
- 일방향적 소통 매체를 지양하고 '현장 중심'의 소통 지향
  - 지역의 다양한 수요자 유형별 특성을 반영하여 선호하는 소통 방식을 도입해 유연하고 체감적인 소통 프로그램 발굴 및 진행
- 사회적 소통·협력 강화 및 공익활동 확산을 위한 지역사회 캠페인을 주민 커뮤니티와 협력하여 활동전개
  - 지방정부와 주민 커뮤니티가 함께 콘텐츠를 창출·확산하는 '주민 중심 소통' 개념 도입
  - '지역사회 전문가', '문화적인 요소', '시민 커뮤니티', '지방정부의 지원·협력'이 조화를 이뤄 궁극적으로 지역 사회문제를 해결하고 지역발전에 기여하는 '콘텐츠 생산형'의 유기적 협력 관계 구축
- 종합하면, 태안군의 정책방향을 주민 중심의 클라우드 소싱으로 결합하고, 단순한 민원해결을 넘어 집단지성으로서의 전문성과 주민참여 유도를 통한 특화된 소통 플랫폼을 구상하고 운영하여야 함
- 아울러 국내외 사례조사에서 언급된 지역공동체를 위한 아이디어 및 프로젝트를 벤치마킹하여 태안군의 소통 플랫폼 콘텐츠로 적극 활용할 필요가 있음

## 태안군 '주민 중심 소통플랫폼' 기본방향



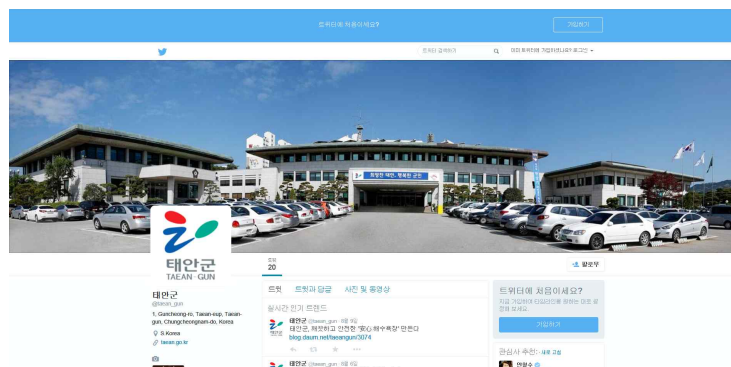
## 2) 운영방안

### (1) 현재 기 운영중인 태안군 홈페이지(www.taean.go.kr)를 활용

- ◎ 현재 운영중인 태안군 메인 홈페이지에는 주요 태안군 관련 소식, 일반공고, 웹 갤러리 등 일반적인 웹 콘텐츠를 구성하고 있음
  - “열린 군수실”을 옆에 배치하여 <군수에게 바란다> 콘텐츠는 현재 민원해결 및 주민 소통 창구로서의 역할을 목적으로 운영중에 있음
  - SNS로서의 트위터, 페이스북, 블로그를 아이콘으로 만들어 클릭기능으로 연결하고 있음



<태안군 공식 홈페이지 메인화면>
<태안군 페이스북 화면>
<태안군 블로그 화면>



<태안군 트위터 화면>

- ◎ 현재 운영중인 홈페이지, SNS 등을 활용할 경우는 기존 인프라 및 프로그램을 활용하므로 특별한 예산 및 인력이 요구되지 않지만, 기존 활용의 문제인 참신성 및 집중도가 떨어져 보다 각별한 노력이 필요함
- ◎ 홈페이지 메인화면과 팝업(pop-up) 또는 배너(banner)를 통한 군민커뮤니티 공간 또는 클라우드 소싱에 대한 적극적인 안내를 실시해야 함
- ◎ 또한 전문가 집단의 전문성을 부각시키고 주민참여의 크라우드 소싱을 강조하여 주민이 소통하고 참여하는 이 창구가 믿을 수 있고 유익한 정보라는 점을 인지시켜야 함
  - 이를 위해 각 실·과별 담당자와 해당 유관기관 전문가들의 정보를 함께 제공하고 주민의 참여에 최대한 빠른 응대와 성과 피드백을 고지해할 필요가 있음

## (2) 새로운 웹 콘텐츠 제작 및 운영

- 새로운 웹 콘텐츠를 제작하여 새롭게 홍보하고 운영하는 방안은 별도의 제작비와 인력이 요구될 수 있음
- 별도의 재정과 인력이 소요된다는 부담이 있지만, 새롭게 개설하여 운영하는 것  
이므로 집중도 및 특별홍보를 통한 주목을 끌 수 있는 장점과 구상한 소통 플랫폼의 콘텐츠를 자유롭게 짜임새 있게 구성할 수 있는 장점이 있음
- 또한 국내외 사례조사에서 나온 아이디어와 협업, 그리고 크라우드링 소싱을 보다 체계적으로 연결시킬 수 있음

## 3) 충남도 및 15개 시·군 홈페이지 검토 및 참고

- 태안군에서 소통플랫폼 구축을 위해 기존 또는 새로운 웹콘텐츠를 활용 또는 제작할 경우, 보다 특색있고 주민중심의 콘텐츠를 구축할 수 있도록 충청남도 본청 홈페이지 및 15개 시·군 홈페이지를 현재 기준으로 검색하여 검토한 결과는 다음과 같음

<표 3> 충남도 및 충남 15개 시·군 홈페이지 검토

| 구분  | 명칭1)     | 여론수렴             | 정책참여  | 단체장과<br>의 소통                                   | 비고   | SNS<br>표현여부2) |   |   |
|-----|----------|------------------|---|--|--|---------------|---|---|
|     |          |                  |   |  |  | F             | T | B |
| 충남도 | 소통(11)   | 참여마당 내 설문조사(21건) | 제안/정책토론(국민신문고 연동)<br>도민리포터                        | 도지사실 내<br>참여의 광장<br>(도지사에게<br>바란다, 소<br>통과 나눔) | <클릭메뉴><br>도지사와 함께 읽는 보고서<br>인권작품공모전<br>충남 경제비전 2030 도민<br>의견수렴 | ○             | ○ | ○ |
| 천안시 | 시민참여(7)  | 여론수렴(1건)         | 꿈나무모니터, 지정모니터, 주민<br>참여예산방, 정책참여                  | 시민과의 대<br>화 바로가기<br>(소통시장실)                    |  | ○             | ○ | ○ |
| 공주시 | 소통센터(4)  | 시민설문조사(0)        | 공주시에 바란다(전자민원 성격)/<br>시정제안(인증)                    | 열린시장실  |  | ○             | ○ | ○ |
| 보령시 | 소통·참여(9) | 설문조사(0)          | 제안마당(국민신문고 연동)<br>아이디어 공모방(인증)<br>참여마당(1건: 충남경제비전 | 시장에게 바<br>란다                                   |  | ○             | ○ | ○ |

|     |                  |  |  |              |   |   |   |   |
|-----|------------------|--|--|--------------|---|---|---|---|
|     |                  |  | 2030 도민의견수렴)   |              |   |   |   |   |
| 아산시 | 커뮤니티(5)          | 설문조사(국민신문고)<br>여론조사(1건: 시정<br>인지도 조사)            | 참여마당(시민제안 29건, 시정보<br>니터 60인)  | 열린시장실        | 아산 스마트포인트<br>(시정에 참여한 주민에게<br>포인트 부여=>5만~1만 상<br>품권 지급) | ○ | ○ | ○ |
| 서산시 | 참여마당(5)          | 시민참여 내 온라인<br>설문(19건)                            | 국민제안<br>시민참여   | 열린시장실        |   | ○ | ○ | ○ |
| 논산시 | 민원·소통·<br>참여(14) | 정책참여 메뉴내 설<br>문조사(0건)                            | 정책참여(105건)   | 시장에게 바<br>란다 |   | ○ | ○ | ○ |
| 계룡시 | 시민광장(7)          | 정책토론펙(0)   | 시정제안(국민신문고)  | 시장에게 바<br>란다 | 주민참여포인트제  | × | × | × |
| 당진시 | 시민게시판<br>(10)    | 인터넷설문조사(23<br>건)                                 | 제안을 받습니다(공개제안 8건)<br>정책서포터즈  | 열린시장실        |   | ○ | ○ | ○ |
| 금산군 | 참여마당(5)          | 열린게시판 내 설문<br>조사(4건 결과공개)<br>정책토론 내 설문조<br>사(0건) | 군민제안(인증, 공개제안 0건)  | 군수에게 바<br>란다 |   | × | × | × |
| 부여군 | 주민참여(10)         | 여론/설문조사(0건)                                      | 제안마당(인증)<br>정책토론 내 전자공청회(27건)  | 열린군수실        |   | ○ | ○ | ○ |
| 서천군 | 군민참여(7)          | 군민의 소리 내 설문<br>조사(2건)                            | 군민의 소리 내 설문조사(3건)<br>전자공청회(20건)  | 열린군수실        |   | ○ | ○ | ○ |
| 청양군 | 소통참여(4)          | 군민의 소리 내 설문<br>조사(1건)                            | 군민의 소리 내 군민제안방(4건)<br>군민의 소리 내 전자공청회(37건)<br>군민의 소리 내 청양군에 바란다<br>(새울전자민원창구) | 열린군수실        |   | ○ | ○ | ○ |
| 홍성군 | 군정참여(6)          | 열린광장 내 설문조<br>사(0건)                              | 제안마당 내 공개제안(14건)<br>정책토론 내 전자공청회(1건)<br>정책실명제(78건, 기획감사실)                    | 열린군수실        |   | × | × | × |
| 예산군 | 소통과 참여<br>(5)    | 군민의 소리 내 설문<br>조사(0건)                            | 군민의 소리 내 제안마당(14건)<br>정책토론 내 전자공청회(13건)                                      | 군수에게 바<br>란다 |   | ○ | ○ | × |
| 태안군 | 참여마당(4)          | 군민광장 내 설문/투<br>표(0건)                             | 군민광장 내 제안신청(인증)<br>군민광장 내 전자공청회(1건)<br>군민광장 내 태안군에바란다(새<br>울전자민원창구)          | 군수에게 바<br>란다 |   | ○ | ○ | ○ |

자료: 해당 홈페이지 검색(검색일: 2015.08.27.)

1) 괄호( )는 메뉴 하부 구성 메뉴의 개수임.

2) F: 페이스북, T: 트위터, B: 블로그.

◎ 충청남도 및 충남 시·군 홈페이지 메뉴명칭은 “소통”, “참여”라는 명칭이 가장 많이 사용되고 있는 것으로 나타나 주민과의 소통 노력을 온라인 상으로 추진하고 있는 것으로 판단됨

- 그러나 홈페이지 메인 첫 화면의 메뉴리스트에 일반적으로 다른 메뉴들과 함께 있어 차별성은 미흡함

◎ 여론수렴 측면의 경우, 대부분 설문조사 또는 여론조사라는 명칭으로 수렴기능을 하고 있으나 현재 검색일 기준(2015.08.27.) 충남도 21건, 천안시 1건, 아산시 1건, 당진시 23건, 금산군 4건, 서천군 2건, 청양군 1건 등으로 설문조사가



미흡한 것으로 나타났음

- 당진시의 경우 “인터넷설문조사” 명칭으로 활발하게 조사가 진행되었고 금산군의 경우 그 결과를 그래프화하여 공개하는 등 일부 시·군에서는 활발하고 주민중심의 설문조사를 실시하는 것으로 나타났음

- 또한 충남도청은 “충남 경제비전 2030 도민의견”메뉴아이콘을 메인화면에 부각시켜 활용하고 있었음

◎ 정책참여 측면의 경우, 정책제안 또는 정책토론 등으로 활용하고 있었으며 제안 방식은 개인정보 인증방식을 도입하여 제안자의 책임성을 강화하는 방식으로 추진하고 있음

- 민원성격의 제안에 그치거나 ‘국민신문고’와 연계하여 추진하고 있어 해당 지역만의 제안 플랫폼은 미흡함

- 한편 천안시의 경우 모니터링 제도를 도입하였고, 당진시는 정책서포터즈를 도입하는 등 주민참여 방식을 보다 이색적으로 추진하는 경우도 있음

◎ 자치단체장과의 소통을 위해 모든 충남지역 시·군은 열린시장실(열린군수실) 또는 시장(군수)에게 바란다 코너를 운영하고 있음

- 그러나 지역주민 사용자 편의를 위해 메인화면에 바로가기 아이콘으로 보다 쉬운 접근을 유도하는 방식이 필요함

◎ 아산시와 계룡시의 경우 주민참여에 대한 포인트제를 도입하여 소정의 상품권을 지급하여 주민참여를 유도하고 있음



◎ 소통의 방식이 SNS형식으로 변화하고 있는 추세를 반영하여 계룡시, 금산군, 홍성군, 예산군(블로그만 연동 안함)를 제외한 대부분의 시·군은 메인화면에 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter), 블로그(Blog)를 연동시켰음

- ◎ 현재 「정부 3.0」의 행정운영 가치와 연계할 필요가 있음
  - 과거의 관 주도형 행정에서 주민중심의 소통구조를 확립하고, 「정부 3.0」의 양방향 및 맞춤형 행정서비스 제공과 소통과 협력을 강화해야 함
- ◎ 커뮤니티 형성과 네트워크 기능 강화를 통한 소통플랫폼 구축 전략이 필요함
  - 플랫폼의 기능은 교류 촉진 및 커뮤니티 형성을 통한 행재정적 효율성 제고와 신뢰도 제고이므로 기존의 커뮤니티 인프라를 확장하고 새로운 커뮤니티 도입시에는 최근 급속히 확산되는 스마트 매체를 활용하여 소통플랫폼을 구축해야 함
- ◎ 클라우드 소싱의 대표 소통 창구로서 ‘현장 소통’ 프로그램 활용할 필요가 있음
  - 주민의 아이디어는 생활에서 체감한 아이디어이므로 현장소통의 문제는 태안군의 플랫폼 구축전략의 중요한 과제임
  - 아울러 클라우드 소싱을 통한 아이디어는 전문가와 유기적으로 연계하여 전문성 및 공정성을 강화하여 보다 체계적이고 태안군 지역에 적합한 소통플랫폼으로 재탄생시켜야 함
- ◎ 소통플랫폼의 간편한 접근과 연계성 강화전략이 필요함
  - 태안군의 소통플랫폼은 현재 기존의 온라인 기반의 홈페이지, SNS의 기본적 하드웨어가 준비되어 있는 상태이나 이를 주민이 손쉽게 편리하게 접근하기 위한 방안이 마련되어야 함
  - 또한 각종 데이터 및 정책홍보를 해당 매체(홈페이지, SNS 등)와 연계하여 빠른 연동과 빠른 피드백이 가능하도록 운영해야 함

- 충남지역 자치단체 홈페이지를 검토한 결과, 간편성과 연계성이 미흡하게 나타나고 있으므로 태안군이 선도적으로 클라우드 소싱전략을 접목한 소통플랫폼을 구축한다면 충남의 모범사례가 될 것임

◎ 태안군의 정책방향을 주민 중심의 클라우드 소싱으로 결합하고, 단순한 민원 해결을 넘어 집단지성으로서의 전문성과 주민참여 유도를 통한 특화된 소통 플랫폼을 구상하고 운영하여야 할 필요성이 있음

## ◆ 참 고 자 료 ◆

김우현 (2013) “지방3.0 시대의 지방자치단체 소셜 플랫폼” 2013년 지역정보화 동향분석, 제10호, 한국지역정보개발원.

윤상진 (2012) 『플랫폼이란 무엇인가?: 구글처럼 개방하고, 페이스북처럼 공유하라』. 한빛비즈.

이기식 (2013) “차세대 전자정부탐색: 플랫폼정부(P\_Gov)의 가능성과 한계”, 한국행정학회 하계학술대회 발표논문.

<https://challenge.gov/>

[http://www.nytimes.com/interactive/2010/05/03/blogs/a-moment-in-time.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/interactive/2010/05/03/blogs/a-moment-in-time.html?_r=0)

<http://www.iwishthiswas.com>

<http://www.redtapechallenge.cabinetoffice.gov.uk>

<http://www.fixmystreet.com>

<http://35milliondirectors.com>

<http://www.beforelight.gr>

<http://www.dezeen.com/2012/07/30/plastic-garbage-guarding-the-museum-by-luz-interruptus/>

<http://www.wadiz.kr>

충청남도청 및 충남 15개 시·군 홈페이지