

## 9. 대외 커뮤니케이션

한국은행은 중앙은행에 대한 국민들의 이해와 신뢰를 높이기 위해 커뮤니케이션 채널을 다양화하는 등 대국민 소통을 강화하고 있다. 특히 2020년 중에는 코로나19 확산으로 인해 소셜미디어, 온라인 화폐박물관 등 비대면 방식을 통해 국민과 소통할 수 있는 기회를 양적·질적으로 확대하고자 노력하였다.

또한 중앙은행으로서의 사회적 책임을 다하기 위해 자원봉사 등 사회공헌 활동에도 적극 참여하는 한편, 국민들의 금융경제에 대한 이해력 향상을 위해 온·오프라인 경제교육 프로그램도 활발히 운영하고 있다.

### 가. 국민과의 소통 확대

한국은행은 조사연구자료의 발간·배포, 각종 회의·행사 개최, 홈페이지 및 소셜미디어 운영, 화폐박물관 운영 등 다양한 커뮤니케이션 채널을 활용하여 국민들과 적극적으로 소통하기 위해 노력하였다.

먼저 「조사통계월보」, 「BOK 경제연구」, 「해외경제포커스」 등 총 412건의 간행물과 보도자료 및 보도참고자료 366건을 생산·발표하였다. 그 내용을 살펴보면 통화정책, 금융안정 등 한국은행의 주요업무와 더불어 코로나19, 미 대선 등 최신 이슈의 경제적 영향에 대한 분석과 연구를 포함하고 있다.

또한 정책 및 업무수행에 대한 국민의 목소리

를 듣기 위해 노력하였다. 일반 국민과 전문가 대상 평판조사<sup>143)</sup>를 정례적으로 실시하였으며, 「연차보고서」, 「통화신용정책보고서」 등 주요 보고서와 기준금리 조정 등 주요 정책에 대한 외부 전문가 의견을 지속적으로 수렴하여 정책 수립과 업무수행에 반영하였다.

아울러 「통화정책 워크숍<sup>144)</sup>」을 개최하여 코로나19가 우리경제에 미치는 영향 등 금융경제 현안에 대한 의견을 학계와 교환하고 한국은행의 정책과 업무에 대한 관심과 이해를 한층 높였다.<sup>145)</sup>

한편 코로나19 이후 비대면 커뮤니케이션에 대한 수요가 증가함에 따라 홈페이지 및 소셜미디어 등을 통한 대중과의 소통 노력을 더욱 강화하였다.

먼저 홈페이지에 코로나19 정책대응 게시판을 신설하여 국민들이 관련 내용을 편리하게 접근할 수 있도록 하는 한편, 한국은행 창립 70주년을 맞아 한국은행 역사 등을 담은 기념홈페이지를 구축하고, 디지털 화폐박물관을 개설하는 등 통합 홈페이지의 콘텐츠를 대폭 확충하였다. 또한 대량주화 교환신청 시스템, 화폐박물관 개인관람 예약시스템 구축 등을 통해 한국은행 이용자의 편의를 증진시켰다.

표 III - 38. 홈페이지(메인) 방문자 수 (기간 중)

프로그램	2018 <sup>1)</sup>	2019	2020
홈페이지 방문자 수	2,861	4,336	6,069

주: 1) 2018년 5월 16일 이후 통합 홈페이지 가동

자료: 한국은행

143) 여론조사 전문가관을 통해 매년 실시하고 있으며, 2020년 중앙은행으로서 한국은행의 역할 충실성에 대한 일반국민 및 전문가의 긍정 평가 비중이 2019년에 비해 확대되었다.(일반국민 2019년 38.1%→2020년 46.2%, 전문가 68.0%→72.7%)

144) 비대면 방식으로 개최하였으며 전국 23개 대학에서 총 28명의 교수가 참석하였다.

145) 다만 기존에 개최해오던 「통화정책 경시대회」와 「청소년 경제 알기 UCC 동영상 공모전」은 다수 간 대면접촉에 따른 코로나19 감염병 확산 위험을 사전에 방지하기 위해 개최하지 않았다.

그림 III- 24. 「복코노미(BOKonomy) : 포스트 코로나 시대 그리고 대한민국 경제」



자료: 한국은행

이와 더불어 변화하는 미디어 환경에 대응하여 한국은행 소셜미디어를 활성화하기 위해 노력하였다. 한국은행 소셜미디어 채널을 통해 「알기 쉬운 위조지폐」, 「한국경제의 발전과 한국은행」등의 퀴즈 이벤트를 개최하여 한국은행의 업무와 역사 등에 대해 홍보하는 한편, 댓글 이벤트로 수집한 한국은행 입행에 대한 궁금증을 직원들이 답변하는 유튜브 영상인 「입행이 궁금해」를 제작하여 양방향 커뮤니케이션을 시도하기도 하였다. 나아가 「복코노미 : 포스트 코로나 시대 그리고 대한민국 경제」, 「알기 쉬운 경제이야기」 등 한국은행에서 발간한 책자 및 보고서를 대담 형식으로 알기 쉽게 설명해주는 수요자 친화적 동영상 제작하여 유튜브에 정기적으로 게시하면서 한국은행 유튜브 채널의 구독자 수와 조회수가 크게 늘어나는 등 괄목할 만한 성과를 나타냈다.

또한 코로나19에 대응하여 통화정책방향 및

보도자료 기자간담회의 실시간 중계 서비스를 유튜브를 통해 제공하는 등 변화된 환경에 걸맞는 커뮤니케이션 운영 방식을 모색하여 지원하였다.

표 III- 39. 한국은행 소셜미디어 운영 현황<sup>1)</sup>

	유튜브	페이스북	트위터	카카오 스토리
개설 시점	2013년 7월	2014년 8월	2014년 8월	2014년 10월
수록 콘텐츠 수(개)	901	1,720	1,555	1,273
구독자 수(명)	24,900	15,090	1,957	9,939

주: 1) 2020년 말 기준  
자료: 한국은행

화폐박물관은 상설전시와 더불어 화폐기획전 「열차타고 떠나는 유라시아 화폐여행」과 갤러리기획전 「墨香(묵향)」을 개최하여 화폐와 예술을 매개로 한 커뮤니케이션을 확대하였다. 또한 주말강좌·어린이 박물관교실 운영 등을 통

해 전시에 대한 관람객의 이해 및 편의 증진에도 노력하였으나 코로나19 확산 이후 휴관과 제한적 운영을 반복한 결과 2020년 중 화폐박물관 관람객 수는 3만 1천명으로 전년 27만 7천명보다 24만 6천명 감소하였다. 코로나19 장기화에 따른 화폐박물관의 대국민 서비스 위축을 보완하고자 2020년 5월부터 온라인 콘텐츠를 활용한 비대면 서비스도 지속해나가고 있다.

표 III- 40. 화폐박물관<sup>1)</sup> 관람자 수 (기간 중)

	2018	2019	2020
관람자 수	264	277	31

주: 1) 지역본부 화폐전시실 포함  
자료: 한국은행

이 밖에도 외환거래심사, 화폐발행, 통화정책 등 한국은행 업무와 관련한 일반인들의 문의와 민원에 신속하고 친절하게 응대하고자 노력하였다.

표 III- 41. 민원 접수 및 처리 실적<sup>1)</sup> (기간 중)

	2018	2019	2020
접수건수	1,234	1,385	1,420
처리건수	1,234	1,385	1,420

주: 1) 민원사무처리부 사후 등록 등으로 변동 가능  
자료: 한국은행

아울러 한국은행 직원들은 코로나19 상황 하에서도 중앙은행의 사회적 책무를 충실히 수행하고자 비대면 성금지원을 중심으로 사회공헌 활동을 지속하였다. 대면 봉사활동을 자제하면서 어려운 이웃들을 위한 도시락 급식 등에 필요한 성금을 지원하고 노후차량 교체 등 수요가 긴요한 복지단체에 차량을 지원하는 사업을 신규로 추진하는 등 다양한 사회공헌활동을 실시하였다.

그림 III- 25. 한국은행 봉사단체 차량지원 (2020년 11월 12일)



자료: 한국은행

## 나. 대국민 경제교육 활동 강화

한국은행은 국민의 합리적 의사결정능력 향상 및 한국은행 주요 정책에 대한 이해도 제고를 위해 대국민 경제교육을 수행하였다. 특히 코로나19 이후 변화한 대내외 여건 변화에 대응하기 위해 동영상 콘텐츠, 온라인 연수 등 디지털 기반 교육을 크게 확충하였다.

대학생 및 일반인을 대상으로 전문적인 경제 분야를 다루는 「한은금융강좌」를 동영상으로 제작하여 홈페이지 및 유튜브에 게시하였다. 대학 정규 과정으로 서울과학기술대학교에 「경영경제특강」 및 「기술경제세미나」를, 국민대학교에 「거시금융정책」을 각각 개설·운영하였다. 코로나19로 거리두기 단계가 격상된 3월부터는 화상으로 전환하여 강의를 지속하였다.

청소년 대상 교육으로 「경제교육봉사단」<sup>146)</sup>을 활용한 「청소년 경제강좌」 및 「교사직무연수」를 실시간 화상강의로 진행하였다. 이외에도 취약계층에 대한 금융포용(financial inclusion)<sup>147)</sup> 차원에서 실업급여수급자를 대상으로 한 금융경제교육과 북한이탈주민의 시장경제체제 조기 정착을 지원하기 위한 유관기관의 경제교육 프로그램에도 참여하였다.

현장 경제교육 실적을 보면, 코로나19로 현장교육이 중단됨에 따라 2020년 중 경제교육 실적은 예년 대비 크게 낮은 모습을 보이는 등 어려움을 겪었다. 이에 양질의 콘텐츠를 확충하고 실시간 화상 강의를 실시하는 등 경제교육을 지속하기 위해 많은 노력을 기울였다.<sup>148)</sup>

표 III - 42. 현장 경제교육 실적<sup>1)</sup>

(회, 명)

	2018	2019	2020 <sup>2)</sup>
청소년교육	749 (33,659)	773 (29,615)	45 (2,123)
일반교육	587 (34,261)	710 (45,755)	139 (5,986)
합계	1,336 (67,920)	1,483 (75,370)	184 (8,109)

주: 1) ( ) 내는 교육인원수

2) 화상강의 포함

자료: 한국은행

책자, 동영상 등 매체를 통한 경제교육 활성화를 위해 경제교육 책자를 개정하고 동영상 19편, 모션그래픽 2편을 각각 제작하였다.

「한국은행의 알기 쉬운 경제이야기(일반인용)」 책자를 일반인이 쉽고 재미있게 읽을 수 있도록 전면 개정하였다. 해당 단원과 연관되는 최근 이슈를 읽을거리에 수록하고 가독성을 높이기 위해 예시, 그래프 등을 추가하였다. 중앙은행 경제교육 교재로 활용될 수 있도록 금융시장, 통화정책 단원의 내용도 보강하였다. 아울러 학습자의 수요가 미디어 중심으로 재편되는 교육 트렌드를 반영하여 책자의 주요 내용 10편을 동영상으로 제작하여 배포하였다. 학습자의 흥미를 높이기 위해 한국은행 직원이 경제교육실 교수와 대담하는 형식으로 구성하였으며 교사직무연수 등에 참고자료로 제공하여 학교 수업에 활용할 수 있도록 하였다.

또한 대국민 경제교육의 효과적 수행을 위해 대내외 협력 활동을 강화하였다. 최근 경제교육의 국제적인 동향을 파악하고 한국은행의 경제교육 방향 수립에 활용하기 위해 OECD

146) 대학생 중에서 적임자 선발을 통해 초등학생 및 중학생 대상의 경제교육 강사로 활용하는 방식의 프로그램으로 경제교육에 대한 사회적 요구 증대에 부응하기 위해 2013년 4월부터 도입·시행해 오고 있다.

147) 북한이탈주민, 다문화가정 등 금융소외계층까지 포함하여 모든 사회계층의 금융서비스에 대한 접근성을 높이고 금융이해력(financial literacy)을 제고시키기 위한 제반 활동을 말한다.

148) 경제교육 콘텐츠 개발 등과 관련한 자세한 내용은 <참고 III- 6> 「다양한 온라인 교육채널 확충」에서 확인할 수 있다.

INFE(International Network on Financial Education)<sup>149)</sup>를 중심으로 한 국제 논의에 적극 참여하였다. 그 밖에 국내 경제교육 관련 논의에 참여하고 기획재정부 및 금융감독원 등 유관 기관과의 교류협력도 강화하였다.

---

149) 금융경제와 관련하여 국가 간 정보 교환 및 국제표준(모범사례) 개발 등을 목적으로 2008년 5월에 설립된 경제협력개발기구(OECD) 산하 특별기구이다.

## 참고 III-5.

### 한국은행 창립 70주년 기념사업

한국은행은 창립 70주년을 맞아 한국은행의 역사와 기능에 대한 국민들의 관심과 이해, 접근성을 높이기 위해 다양한 기념사업을 진행하였다.

「한국은행 70년사」를 발간하여 지난 70년간 우리 경제의 발전과정과 한국은행의 발자취를 되돌아보고 다가올 변화와 도전에 대비하는 계기로 삼았다. 동 책자는 우리나라 경제 및 금융의 발전과정에서 이루어진 중앙은행제도와 통화신용정책의 변천사를 압축적으로 기술하여 이해하기 쉽게 구성하였다.

그림 III - 26. 「한국은행 70년사」



자료: 한국은행

소셜미디어 발달 등 뉴미디어 시대에 발맞춰 수요자 친화적인 콘텐츠를 함께 제작하였다. 한국교육방송공사와 공동제작한 TV 다큐멘터리 「혼돈시대의 중앙은행」은 총 3부작에 걸쳐 중앙은행의 기능과 역할, 역사라는 비교적 무거운 주제를 알기 쉽고 효과적으로 전달하는 홍보 및 교육콘텐츠로 활용하였다. 또한 웹툰 「함께 꿈꾸는 세상(작가: 유성연)」

을 유명 포털(네이버)에 연재하여 젊은 세대와의 소통에 중점을 두었다. 한국은행의 정책 수행 과정을 만화로 쉽게 풀어내어 한국은행에 대한 젊은 세대의 인식을 높였다. 아울러 한국은행의 역사, 주요 정책·기능 등을 정리한 리플렛을 국내 주요 기관에 비치하여 국민들이 쉽게 접할 수 있게 하였다.

한편 「창립 70주년 기념 홈페이지」를 구축하여 국민들의 이용 편의성을 제고하였다. TV 다큐멘터리, 웹툰 등의 기념사업 콘텐츠를 함께 수록하여 정보 접근성을 높이고 한국은행의 역사, 화폐 변천사 등 유용한 정보를 제공하여 관심을 유도했다. 또한 한국은행 소셜미디어를 활용하여 창립 70주년 기념 퀴즈 이벤트를 실시하여 많은 국민들이 직접 참여할 수 있는 기회를 확대하였다.

그림 III - 27. TV 다큐멘터리 「혼돈시대의 중앙은행」



자료: 한국은행

앞으로도 한국은행은 다양한 수단을 통한 대국민 소통 강화 노력을 지속해 나갈 것이다.

그림 III - 28. 창립 70주년 기념 홈페이지



자료: 한국은행

## 참고 III-6.

### 다양한 온라인 교육채널 확충

한국은행은 코로나19 이후 현장 경제교육이 어려워진 상황을 고려하여 콘텐츠 개발, 화상 강의 등 다양한 온라인 교육채널 확충을 위해 노력하였다.

국민들이 경제를 보다 쉽게 이해할 수 있도록 동영상, 모션그래픽 등을 제작하여 한국은행 홈페이지 및 유튜브에 게재하였다.

그림 III- 29. 동영상 「알기 쉬운 경제이야기」 1편 「돈이란?」



자료: 한국은행

먼저 한국은행 발간 책자인 「알기 쉬운 경제이야기」 주요 내용 10편을 동영상으로 제작하였다. 금융시장, 통화정책 등 일반인이 쉽게 이해하기 어려운 주제를 선정하여 질의응답 방식으로 진행하였다. 교육현장에서 수요가 높은 물가를 주제로 제작한 「세월 속에 숨겨진 물가의 비밀」에서는 자장면을 통해 본 구매력 변화, 가격과 물가의 차이 등 물가에 대한 여러 가지 내용을 청소년 수준에 맞추어 설명하였다. 또한 학교 등 교육기관에서 온라인 수업이 크게 늘어남에 따라 이에 활용할 수 있도록 금리, 환율 등 핵심 경제지표를 설명하는 카드뉴스 8편을 동영상으로 구성하였다. 2019년에 이어 문학 속에

숨겨진 경제 개념을 설명하는 영상인 문학 속 경제 이야기 「로빈슨 크루소」, 「걸리버 이야기」 2편도 추가로 제작하였다.

그림 III- 30. 모션그래픽 「로빈슨 크루소」

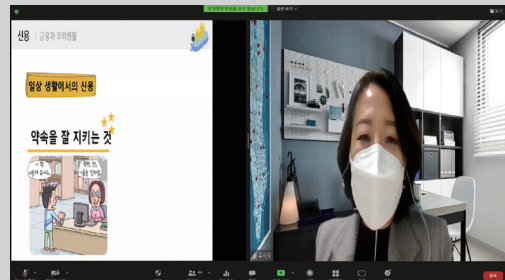


자료: 한국은행

한편 비대면 상황에서 학습자와 소통하는 교육을 위해 실시간 화상 강의를 실시하였다. 「대학 전문강좌」 및 「교사직무연수」를 화상회의시스템을 이용한 온라인 강의로 진행하여 참가자들의 호응을 받았다.

한국은행은 앞으로도 다양한 형식의 교육 콘텐츠 제작, 화상 강의 실시 등을 통해 비대면 상황에서도 대국민과 소통하는 교육을 강화할 계획이다.

그림 III- 31. 비대면 「동계 초등교사 직무연수」



자료: 한국은행