

9. 대외 커뮤니케이션

한국은행은 중앙은행에 대한 국민들의 이해와 신뢰를 높이기 위해 커뮤니케이션 채널을 다양화하는 등 대국민 소통을 강화하고 있다. 특히 소셜 미디어 활용, UCC 동영상 공모전 등 국민들이 직접 참여할 수 있는 행사 개최 등을 통해 다양한 커뮤니케이션을 확충하여 국민과 소통할 수 있는 기회를 양적·질적으로 확대하였다. 또한 중앙은행으로서의 사회적 책임을 다하기 위해 자원봉사 등 사회공헌 활동에도 적극 참여하였다. 한편 국민들의 금융경제에 대한 이해력 향상을 위해 온·오프라인 경제교육 프로그램도 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 363건의 간행물과 347건의 보도자료 및 보도참고자료를 생산·발표하였다. 그 내용을 살펴보면 통화정책, 금융안정 등 한국은행 주요업무와 더불어 텍스트마이닝, 노동시장 변화와 같은 최신 이슈에 대한 연구와 분석도 포함하고 있다. 또한 「연차보고서」, 「통화신용정책보고서」 등 주요 보고서와 기준금리 조정 등 주요 정책에 대해 외부 전문가 또는 일반 국민의 의견을 지속적으로 수렴하여 정책수

립 및 업무수행에 반영하였다.

이와 더불어 다양한 행사를 개최하여 대국민 소통의 기회로 삼았다. 먼저 2018년에 이어 중·고등학생을 대상으로 「청소년 경제 알기 UCC 동영상 공모전」을 개최하여 응모작 158편 중 6편을 수상작으로 선정하였다. 또한 「통화정책 경시대회¹⁰⁸⁾」를 개최하여 대학생들이 경제 이론을 경제상황 분석과 모의 정책금리 결정에 적용해 보고 이를 통해 통화정책에 대한 이해를 높일 수 있도록 하였다. 특히 상호토론 폐지, 제출자료 간 소화 등을 통해 참가 부담을 완화하는 한편 그룹별 분리 개최 등 심사의 공정성을 강화하기 위해 노력하였다. 이외에도 「통화정책 워크숍」 등을 개최하여 국내외 금융경제 현안에 대한 의견을 학계와 교환하고 한국은행의 정책과 업무에 대한 관심과 이해를 높이는 데 힘썼다.

미디어 다변화 추세에 따라 홈페이지, 소셜미디어 등을 통한 대중과의 소통을 강화하기 위해 지속적으로 노력하였다. 우선 외환거래심사 업무 동영상 및 길라잡이, 외환당국 순거래 등 통합 홈페이지의 콘텐츠를 확충하여 이용자 편의를 증진하였다. 또한 분량이 많은 주요 보고서의 개관 및 장별 파일 분할 게시를 통해 독자들이 핵심내용을 빠르게 파악하고 관심 분야를 선택하여 열람할 수 있도록 개선하였다. 그리고 한국은행에서 생산하는 다양한 콘텐츠를 소셜미디어(유튜브, 페이스북 등)에 게시하는 등 정보 접근성을 제고하고자 노력하였다.

108) 대학생들에게 통화정책 결정 과정에 대한 모의체험의 장을 제공하기 위해 2003년부터 개최하고 있다. 2019년에는 전국 51개 대학 99개 팀 총 396명의 대학생이 참여하였다.

그림 III- 28. 통화정책 경시대회 (2019년 8월 14일)



자료: 한국은행

표 III- 33. 홈페이지(메인) 방문자 수 (기간 중)

(천 명)

프로그램	2017	2018 ¹⁾	2019
홈페이지 방문자 수	2,454	2,861	4,336

주: 1) 2018년 5월 16일 이후 통합 홈페이지 가동

자료: 한국은행

또한 한국은행 페이스북 페이지를 통해 「알기 쉬운 위조지폐」, 「한국은행 기념주화 디자인 아이디어」 등의 이벤트를 개최하여 이용자들이 퀴즈를 풀고 댓글로 아이디어를 제시하면서 한국은행의 관련 기능을 자연스럽게 알아갈 수 있도록 하였다. 그 밖에도 한국은행 업무를 알기 쉽게 전달하기 위하여 주요 보도자료에 대한 인포그래픽을 페이스북 및 트위터에 게시하고, 유튜브를 통해 통화정책방향 기자간담회, 한은금융강좌 등 각종 동영상 자료를 적극 제공하였다.

표 III- 34. 한국은행 소셜미디어(social media) 운영 현황¹⁾

	유튜브	페이스북	트위터	플리커	카카오 스토리
개설 시점	2013년 7월	2014년 8월	2014년 8월	2014년 8월	2014년 10월
수록 콘텐츠 수(개)	789	1,389	1,205	1,507	1,017

주: 1) 2019년 말 기준

자료: 한국은행

화폐박물관은 상설전시와 더불어 화폐기획전 「미래를 품다: 화폐 속 문화유산」과 갤러리기획전인 「봄의 찬가」 및 「지역화단의 거장을 만나다」를 개최하여 화폐와 예술을 매개로 한 커뮤니케이션을 확대하였다. 또한 「화폐의 일생」 코너 개편, 체험학습실 리모델링 및 스탬프 투어 프로그램 개발과 함께 주말강좌 실시, 어린이 박물관교실 운영 등을 통해 전시에 대한 관람객의 이해 및 편의 증진에도 노력하였다. 화폐박물관 관람자수는 다양한 전시 및 교육 프로그램

그림 III - 29. 한국은행 임직원 사회봉사 활동 (2019년 12월 14일)



자료: 한국은행

제공에 힘입어 27만 7천명으로 2018년보다 약 1만 3천명 늘어났다.

표 III - 35. 화폐박물관¹⁾ 관람자 수 (기간 중)

	2017	2018	2019
관람자 수	255	264	277

주: 1) 지역본부 화폐전시실 포함

자료: 한국은행

이 밖에도 외환거래심사, 화폐발행, 통화정책 등 한국은행 업무와 관련한 일반인들의 질의와 민원에 신속하고 친절히 응대하여 국민들이 불편함을 느끼지 않도록 노력하였다.

표 III - 36. 민원 접수 및 처리 실적¹⁾ (기간 중)

	2017	2018	2019
접수건수	1,277	1,234	1,385
처리건수	1,277	1,234	1,385

주: 1) 민원사무처리부 사후 등록 등으로 변동 가능

자료: 한국은행

아울러 한국은행 직원들은 중앙은행의 사회적 책임을 충실히 수행하기 위하여 사회공헌 활동에도 많은 관심을 기울였다. 매월 첫 번째 토요일을 「자원봉사의 날」로 지정하여 직원들이 무료급식, 요양원 방문 등의 봉사활동에 자발적으로 참여하도록 하였으며, 결혼아동, 독거노인 등을 돕기 위한 모금활동 및 사회복지시설 방문도 수시로 실시하였다.

나. 대국민 경제교육 활동 강화

한국은행은 국민의 경제활동에 관한 합리적인 의사결정능력 함양은 물론 한국은행 주요 정책에 대한 이해도 제고를 위해 대국민 경제교육을 수행하였다.

현장 경제교육 측면에서는 대학생 및 일반인을 대상으로 전문적인 경제분야를 다루는 「한은금융강좌」를 매주 개최하였다. 또한 한국은행 직원의 전문지식과 실무경험을 활용할 수 있는 통화 및 금융경제 분야를 중심으로 경제강좌를 연중 개최하였다. 대학 정규 과정으로 서

울과학기술대학교에 「경영경제특강」 및 「기술 경제세미나」를 개설·운영하였으며, 국민대학교에 1학기 중 「거시금융정책」, 2학기 중 「거시경제 및 중앙은행」을 각각 개설하였다. 지역본부를 중심으로 청주대학교, 수원대학교 등에서도 「중앙은행론」을 개설·운영하였다. 이와 함께 대한상공회의소 회원사를 대상으로 경제동향 및 향후 전망을 주제로 상·하반기에 1회씩 경제강좌를 개최하였다.

또한 청소년 대상 교육으로 「경제교육봉사단¹⁰⁹⁾」을 활용한 「청소년 경제강좌」 및 「청소년 경제캠프」를 개최하였다. 이와 함께 「교사 직무연수」 운영 등 간접방식의 프로그램을 병행하였다. 이외에도 취약계층에 대한 금융포용(financial inclusion)¹¹⁰⁾ 차원에서 실업급여수급자를 대상으로 한 금융경제교육을 처음으로 도입하였으며, 북한이탈주민의 시장경제체제 조기 정착을 지원하기 위해 유관기관의 경제교육 프로그램에도 적극 참여하였다. 그 결과 한국은행은 2019년 중 총 1,483회에 걸쳐 7만 5,370명을 대상으로 현장 경제교육을 실시하였다.

표 III - 37. 현장 경제교육 실적

	(회, 명)		
	2017	2018	2019
청소년교육	748 (31,483)	749 (33,659)	773 (29,615)
일반교육	703 (37,680)	587 (34,261)	710 (45,755)
합계	1,451 (69,163)	1,336 (67,920)	1,483 (75,370)

주: () 내는 교육인원수

자료: 한국은행

아울러 경제교육 교재 및 디지털 경제교육 콘텐츠 개편을 위해서도 노력하였다. 국민들이 경제를 보다 쉽게 이해할 수 있도록 동영상 1편, 모션그래픽 4편, 카드뉴스 8편, 웹툰 73편, 한은금융강좌 동영상 40편을 각각 제작하였으며, 경제교육 책자도 개편하였다. 특히 미디어 환경 변화에 대응하여 국민들이 시간과 장소에 구애받지 않고 체계적으로 경제지식을 습득할 수 있도록 교육대상별 눈높이를 고려한 동영상 및 모션그래픽을 제작하였다.¹¹¹⁾ 또한 핵심 경제교육 교재인 「한국은행의 알기 쉬운 경제이야기(일반인용)」의 수록 통계를 전면 업데이트함으로써 강의 교재의 신뢰도 및 활용도를 제고하였다. 이와 함께 동아일보 경제면에 시의성 있는 경제이슈 36편을 연재하였다. 중앙은행 직원의 전문성과 경험에 근거한 올바른 정보를 제공함으로써 경제교육의 효과를 높이고 한국은행 정책과 업무를 국민들에게 알리는 소통의 장으로 활용하였다.

한편 대국민 경제교육의 효과적 수행을 위해 대내외 협력 활동을 강화하였다. 경제교육 전공 대학교수, 연구기관 연구원 등 경제교육 전문가로 구성된 「한국은행 경제교육포럼」을 2회 개최하고 제시된 의견들을 교사직무연수 등 경제교육 프로그램을 내실화하는 데 활용하였다. 또한 최근 경제교육의 국제적인 트렌드를 파악하고 한국은행의 경제교육 방향 수립에 활용하기 위해 OECD INFE(International Network on Financial Education)¹¹²⁾를 중심으로 한 경제교육 관련 국제 논의에도 적극 참여하였다.

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

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

111) 경제교육 콘텐츠 개발 관련 자세한 내용은 <참고 III - 4> 「디지털 경제교육 콘텐츠 개편」에서 확인할 수 있다.

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

참고 III-4.

디지털 경제교육 콘텐츠 개편

한국은행은 대국민 경제교육 확충을 위해 경제교육 콘텐츠를 개발하였다.

국민들이 경제를 더욱 쉽게 이해할 수 있도록 동영상 1편, 모션그래픽 4편, 카드뉴스 8편, 웹툰 73편, 한은금요강좌 동영상 40편을 제작하여 한국은행 홈페이지 및 유튜브에 게재하였다.

그림 III-30. 동영상 「BTS를 알면 GDP와 국제수지가 보여요」



자료: 한국은행

동영상인 「BTS를 알면 GDP와 국제수지가 보여요」 제작을 통해 거시경제지표인 GDP와 국제수지의 핵심개념을 이해하기 쉽게 설명하였다. 동 콘텐츠의 주요 소비계층인 청소년들이 해당 개념을 알기 쉽게 이해하도록 청소년들에게 친근한 BTS와 유명 방송인을 활용하였다. 청소년들의 호기심과 흥미 유발을 위해 「고양이 목에 방울 달기」 등 문학 속 경제 이야기 4편을 그래픽과 나레이션으로 결합한 모션그래픽 방식으로 제작하였다. 또한 통화, 금리 등 핵심경제지표를 한 눈에 볼 수 있도록 10장 내외의 카드뉴스 8편을 제작하였다. 한국은행 발간 만화교재인 「카야의 좌충우돌 경제 모험」 등 7편을 웹

툰형식으로 홈페이지에 연재하여 청소년들이 경제에 쉽게 접근하도록 유도하였다. 이외에도 한은금요강좌 동영상 40편을 한국은행 홈페이지와 유튜브에 게재하였다.

한국은행은 앞으로도 미디어 환경 변화에 부응하여 다양한 디지털 경제교육 콘텐츠를 지속적으로 제작·개편함으로써 대국민 경제교육 활동에 매진할 계획이다.

그림 III-31. 모션그래픽 「고양이 목에 방울 달기」



자료: 한국은행

그림 III-32. 카드뉴스 「금리란 무엇인가요」



자료: 한국은행