정부 홍보 체계와 활동에 관한 공무원 조사, 2010

CODE BOOK

자료번호	A1-2010-0201
연구책임자	강정석
연구수행기관	한국행정연구원
조사년도	2010년
자료서비스기관	한국사회과학자료원
자료공개년도	2014년
코드북 제작년도	2014년

KOSSDA 한국사회과학자료원

type 기관분류

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
공공기관	286	28.1	28.1
광역자치단체	72	7.1	7.1
기초자치단체	586	57.7	57.7
중앙정부	72	7.1	7.1
	1,016	100.0	100.0

org 기관명

==> 데이터 참조

q1 정부 및 정책홍보를 위한 전문적인 개별 법규의 필요성

1. 현재 우리나라에서 홍보를 관장하고 있는 법률은 "국정홍보업무운영 규정"이 거의 유일합니다. 선생님께서는 정부 및 정책홍보를 위한 전문적인 개별 법규 등이 필요하다고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	46	4.5	4.5
그렇지 않다	2	269	26.5	26.5
보통이다	3	285	28.1	28.1
그렇다	4	341	33.6	33.6
매우 그렇다	5	70	6.9	6.9
무응답	9	5	.5	.5
		1,016	100.0	100.0

q2 새로운 법규가 필요하다면 법규의 주요 내용

2. 새로운 법규가 필요하다면 법규의 주요 내용은 어떤 것이 되어야 한다고 생각하십니까?

==> 데이터 참조

q3 정부 내 홍보 및 PR 업무의 체계성

3. 선생님께서는 정부 내 홍보 및 PR 업무의 구조가 얼마나 체계화되어 있다고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
각 부처 자율적인 성격이 강하며 수직적 통제는 거의 없다	1	376	37.0	37.0
일원화된 시스템은 아니나 해당 사안별로 유연한 협력체계가 이루어지고 있다	2	444	43.7	43.7
수직적이고 일원화된 체계이며 부처가 자율적으로 할 일은 거의 없다	3	181	17.8	17.8
무응답	9	15	1.5	1.5
		1,016	100.0	100.0

q4 수직적 구조간의 의사소통에 대한 생각

4. 선생님께서는 BH, 총리실, 문광부, 개별 부처 등으로 이어지는 수직적 구조간의 의사소통에 대하여 어떻게 평가하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
거의 언제나 정확한 의사소통이 이루어지며 매우 효율적이다	1	30	3.0	3.0
필요할 때마다 의사소통이 이루어지기는 하고 그런대로 원활하다	2	345	34.0	34.0
가끔 중요한 사안이 있을 때만 의견교환 등이 이루어지지만 그리 효율적이지는 않다	3	542	53.3	53.3
의사소통이 거의 없다	4	82	8.1	8.1
무응답	9	17	1.7	1.7
		1,016	100.0	100.0

q5 연계된 사안에 대한 관련주체들 간의 수평적 협력/협의 정도

5. 선생님께서는 홍보 및 PR과 관련해서, 다양한 기관이 연계된 사안에 대하여 관련주체들 간의 수평적 협력/협의가 어느 정도 이루어지고 있다고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
정례적으로 협의한다	1	135	13.3	13.3
긴급한 사안이 발생할 때만 협의한다	2	322	31.7	31.7
지시가 있거나 또는 요청을 받으면 하고 그렇지 않으면 안한다	3	452	44.5	44.5
수평적인 협의는 거의 해 본 적이 없다	4	96	9.4	9.4
무응답	9	11	1.1	1.1
		1,016	100.0	100.0

q6 기관 내 홍보부서와 정책부서의 협력 수준 평가

6. 근무하시는 기관 내에서 홍보부서와 정책부서와의 협력 수준을 평가한다면 어떠합니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
협력관계가 전혀 없다	1	11	1.1	1.1
협력관계가 거의 없다	2	135	13.3	13.3
보통이다	3	584	57.5	57.5
긴밀하다	4	245	24.1	24.1
매우 긴밀하다	5	34	3.3	3.3
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q7 기관 내 홍보부서와 정책부서의 협력 방식

7. 선생님께서 근무하는 기관 내에서 홍보부서와 정책부서와의 협력은 주로 어떤 방식으로 이루어집니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
정례회의	1	202	19.9	19.9
사안발생시 대책회의	2	519	51.1	51.1
기안과정에서의 공식적인 검토 및 협조	3	190	18.7	18.7
비공식적인 협의	4	89	8.8	8.8
기타	5	9	.9	.9
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q7_text 기관 내 홍보부서와 정책부서의 협력 방식: 기타(text)

==> 데이터 참조

q8 조직 내에서 PR 책임자의 최고 의사결정기구 참여보장 여부

8. 선생님께서 근무하시는 조직 내에서 PR 책임자는 독립된 부서장으로서 공식적인 최고 의사결정기구에 참여할 수 있도록 제도적으로 보장받고 있다고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	57	5.6	5.6
그렇지 않다	2	236	23.2	23.2
보통이다	3	363	35.7	35.7
그렇다	4	301	29.6	29.6
매우 그렇다	5	53	5.2	5.2
무응답	9	6	.6	.6
		1,016	100.0	100.0

q9 PR부서장이 커뮤니케이션 및 PR 관련 현안 발생 시 최고관리자에게 조언 여부

9. 선생님께서는 조직 내 PR부서장(책임자)이 커뮤니케이션 및 PR 관련 현안 발생 시 수시로 최고관리자에게 조언자 역할을 수행하고 있다고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	17	1.7	1.7
그렇지 않다	2	112	11.0	11.0
보통이다	3	389	38.3	38.3
그렇다	4	414	40.7	40.7
매우 그렇다	5	75	7.4	7.4
무응답	9	9	.9	.9
		1,016	100.0	100.0

q10 PR부서장이 최고관리자/핵심 간부에게 대면 커뮤니케이션을 실시함

10. 선생님께서는 조직 내 PR부서장(책임자)이 최고관리자 뿐만 아니라 핵심 간부들에게도 직접 수시 보고 및 협의 등의 대면 커뮤니케이션을 실시하고 있다고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	16	1.6	1.6
그렇지 않다	2	112	11.0	11.0
보통이다	3	363	35.7	35.7
그렇다	4	446	43.9	43.9
매우 그렇다	5	72	7.1	7.1
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q11_1_1 기관별 정부 홍보 및 PR 수행 중요도: BH

11-1. 향후 다음의 각 기관들이 정부(정책) 홍보 및 PR을 위하여 얼마나 중요한 역할을 수행하는 것이 옳다고 생각하는지 답변하여 주십시오.
BH

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
역할을 최소화해야 한다	1	315	31.0	31.0
기본적인 약간의 역할은 수행해야 한다	2	187	18.4	18.4
보통이다	3	142	14.0	14.0
상당히 중요한 역할을 수행해야 한다	4	163	16.0	16.0
역할을 더욱 확대해야 한다	5	56	5.5	5.5
무응답/비해당	9	153	15.1	15.1
		1,016	100.0	100.0

q11_1_2 기관별 정부 홍보 및 PR 수행 중요도: 총리실

11-1. 향후 다음의 각 기관들이 정부(정책) 홍보 및 PR을 위하여 얼마나 중요한 역할을 수행하는 것이 옳다고 생각하는지 답변하여 주십시오.
총리실

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
역할을 최소화해야 한다	1	149	14.7	14.7
기본적인 약간의 역할은 수행해야 한다	2	339	33.4	33.4
보통이다	3	147	14.5	14.5
상당히 중요한 역할을 수행해야 한다	4	191	18.8	18.8
역할을 더욱 확대해야 한다	5	72	7.1	7.1
무응답/비해당	9	118	11.6	11.6
		1,016	100.0	100.0

q11_1_3 기관별 정부 홍보 및 PR 수행 중요도: 문광부

11-1. 향후 다음의 각 기관들이 정부(정책) 홍보 및 PR을 위하여 얼마나 중요한 역할을 수행하는 것이 옳다고 생각하는지 답변하여 주십시오.
문광부

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
역할을 최소화해야 한다	1	60	5.9	5.9
기본적인 약간의 역할은 수행해야 한다	2	179	17.6	17.6
보통이다	3	209	20.6	20.6
상당히 중요한 역할을 수행해야 한다	4	325	32.0	32.0
역할을 더욱 확대해야 한다	5	127	12.5	12.5
무응답/비해당	9	116	11.4	11.4
		1,016	100.0	100.0

q11_1_4 기관별 정부 홍보 및 PR 수행 중요도: 개별 기관

11-1. 향후 다음의 각 기관들이 정부(정책) 홍보 및 PR을 위하여 얼마나 중요한 역할을 수행하는 것이 옳다고 생각하는지 답변하여 주십시오.
개별기관

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
역할을 최소화해야 한다	1	34	3.3	3.3
기본적인 약간의 역할은 수행해야 한다	2	90	8.9	8.9
보통이다	3	145	14.3	14.3
상당히 중요한 역할을 수행해야 한다	4	262	25.8	25.8
역할을 더욱 확대해야 한다	5	369	36.3	36.3
무응답/비해당	9	116	11.4	11.4
		1,016	100.0	100.0

q11_2 정부 내 홍보 및 PR 전담 중앙행정기관 개설에 대해 동의하는 정도

11-2 과거의 국정홍보처 등에 대하여 많은 상반된 의견이 있습니다. 기존의 단점과 역기능을 적절히 보완할 수 있다는 전제 하에, 선생님께서는 정부 내에 홍보 및 PR을 전담하는 중앙행정기관이 생기는 것에 대해서 얼마나 동의하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 동의하지 않는다	1	134	13.2	13.2
약간 동의하는 편이다	2	228	22.4	22.4
보통이다	3	309	30.4	30.4
상당히 동의한다	4	242	23.8	23.8
전적으로 동의한다	5	96	9.4	9.4
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q12 조직 내에서 PR 담당부서 및 PR업무의 위상

12. 선생님께서는 현재 조직 내에서 PR 담당부서 및 PR업무가 최고관리자로부터 높은 관심과 긍정 평가를 받고 업무수행에 적절한 위상을 확보하고 있다고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	34	3.3	3.3
그렇지 않다	2	187	18.4	18.4
보통이다	3	433	42.6	42.6
그렇다	4	304	29.9	29.9
매우 그렇다	5	51	5.0	5.0
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q13 PR 책임자와 담당자의 업무 수행 역량 보유 여부

13. 선생님께서는 조직 내 PR 책임자와 업무 담당자가 최근의 미디어 환경 하에서 PR 업무 수행에 필요한 지식과 역량을 충분히 갖추고 있다고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	18	1.8	1.8
그렇지 않다	2	187	18.4	18.4
보통이다	3	503	49.5	49.5
그렇다	4	281	27.7	27.7
매우 그렇다	5	24	2.4	2.4
무응답	9	3	.3	.3
		1,016	100.0	100.0

q14 기관 내에서 홍보 및 PR 전문가와 함께 일해본 경험유무

14. 기관 내에서 홍보 및 PR 전문가와 함께 일해본 적이 있습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
있다	1	416	40.9	40.9
없다	2	575	56.6	56.6
무응답	9	25	2.5	2.5
		1,016	100.0	100.0

q14_1 (함께 일해본 적이 있다면) 효과성

14-1. 함께 일해본 적이 있다면 효과성은 어떠하였습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 도움이 되지 않고 효과가 없었다	1	11	1.1	2.5
약간의 효과는 있었다	2	72	7.1	16.3
보통이다	3	56	5.5	12.7
어느 정도 효과가 있었다	4	162	15.9	36.7
큰 도움이 되며 상당한 효과가 있었다	5	103	10.1	23.4
무응답	9	37	3.6	8.4
비해당	0	575	56.6	
		1,016	100.0	100.0

q14_2 (효과성이 없거나 낮았다면) 이유

14-2. 효과성이 없거나 낮았다면 그 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
민간과 공공의 특성이 달라 민간의 홍보기법이 적절하지 않아서	1	63	6.2	32.3
민간전문가가 자기 뜻을 펼칠 수가 없어서	2	53	5.2	27.2
역량과 공공기관 적응력을 갖춘 전문가가 오지 못해서	3	45	4.4	23.1
기타	4	9	.9	4.6
무응답	9	25	2.5	12.8
비해당	0	821	80.8	
		1,016	100.0	100.0

q15 홍보부서 근무희망여부

15. 선생님께서는 앞으로도 계속 홍보부서에서 근무하고 싶으신지요?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	67	6.6	6.6
그렇지 않다	2	187	18.4	18.4
보통이다	3	397	39.1	39.1
그렇다	4	272	26.8	26.8
매우 그렇다	5	68	6.7	6.7
무응답	9	25	2.5	2.5
		1,016	100.0	100.0

q16_1 희망하는 홍보관련 전문교육 프로그램1

16. 선생님께서 원하시는 홍보관련 전문교육 프로그램은 무엇입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
홍보 기획 및 전략	1	483	47.5	47.5
홍보 조사	2	23	2.3	2.3
보도자료 작성법	3	87	8.6	8.6
이벤트 기획	4	47	4.6	4.6
매체 관련 교육	5	43	4.2	4.2
영상 홍보물의 기획 및 편집	6	78	7.7	7.7
도시 브랜드 아이덴티티	7	34	3.3	3.3
디자인 매니지먼트	8	15	1.5	1.5
인터넷 홍보 마케팅 등	9	65	6.4	6.4
트위터 등 소셜네트워크 분야	10	133	13.1	13.1
무응답	99	8	.8	.8
		1,016	100.0	100.0

q16_2 희망하는 홍보관련 전문교육 프로그램2

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
홍보 기획 및 전략	1	2	.2	.2
홍보 조사	2	14	1.4	1.4
보도자료 작성법	3	48	4.7	4.7
이벤트 기획	4	13	1.3	1.3

매체 관련 교육	5	11	1.1	1.1
영상 홍보물의 기획 및 편집	6	18	1.8	1.8
도시 브랜드 아이덴티티	7	12	1.2	1.2
디자인 매니지먼트	8	11	1.1	1.1
인터넷 홍보 마케팅 등	9	40	3.9	3.9
트위터 등 소셜네트워크 분야	10	33	3.2	3.2
무응답/선택안함	99	814	80.1	80.1
		1,016	100.0	100.0

q16_3 희망하는 홍보관련 전문교육 프로그램3

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
보도자료 작성법	3	2	.2	.2
이벤트 기획	4	2	.2	.2
매체 관련 교육	5	14	1.4	1.4
영상 홍보물의 기획 및 편집	6	16	1.6	1.6
도시 브랜드 아이덴티티	7	7	.7	.7
디자인 매니지먼트	8	7	.7	.7
인터넷 홍보 마케팅 등	9	27	2.7	2.7
트위터 등 소셜네트워크 분야	10	42	4.1	4.1
무응답/선택안함	99	899	88.5	88.5
		1,016	100.0	100.0

q16_4 희망하는 홍보관련 전문교육 프로그램4

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매체 관련 교육	5	1	.1	.1
영상 홍보물의 기획 및 편집	6	3	.3	.3
도시 브랜드 아이덴티티	7	3	.3	.3
디자인 매니지먼트	8	2	.2	.2
인터넷 홍보 마케팅 등	9	13	1.3	1.3
트위터 등 소셜네트워크 분야	10	17	1.7	1.7
무응답/선택안함	99	977	96.2	96.2
		1,016	100.0	100.0

q17_1 PR/홍보 방식의 사회변화 특성 반영 여부1: 뉴미디어, IT 등 기술적 변화

17. 현재 우리 정부의 PR/홍보 방식이 아래와 같은 새로운 사회변화 특성을 잘 반영하고 있다고 생각하시는지 답변하여 주십시오.
1) 뉴미디어, IT 등 기술적 변화

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	19	1.9	1.9
그렇지 않다	2	126	12.4	12.4
보통이다	3	463	45.6	45.6
그렇다	4	341	33.6	33.6
매우 그렇다	5	59	5.8	5.8
무응답	9	8	.8	.8
		1,016	100.0	100.0

q17_2 PR/홍보 방식의 사회변화 특성 반영 여부2: 정부역할의 변화

17. 현재 우리 정부의 PR/홍보 방식이 아래와 같은 새로운 사회변화 특성을 잘 반영하고 있다고 생각하시는지 답변하여 주십시오.
2) 정부역할의 변화 (대국민 서비스 강화, 거버넌스 시대의 도래 등)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	17	1.7	1.7
그렇지 않다	2	193	19.0	19.0
보통이다	3	510	50.2	50.2
그렇다	4	270	26.6	26.6
매우 그렇다	5	23	2.3	2.3
무응답	9	3	.3	.3
		1,016	100.0	100.0

q17_3 PR/홍보 방식의 사회변화 특성 반영 여부3: 쌍방향 소통문화의 도래

17. 현재 우리 정부의 PR/홍보 방식이 아래와 같은 새로운 사회변화 특성을 잘 반영하고 있다고 생각하시는지 답변하여 주십시오.
3) 다원화 사회, 민주주의 등 쌍방향 소통문화의 도래

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	50	4.9	4.9
그렇지 않다	2	265	26.1	26.1
보통이다	3	446	43.9	43.9
그렇다	4	219	21.6	21.6
매우 그렇다	5	30	3.0	3.0
무응답	9	6	.6	.6
		1,016	100.0	100.0

q17_4 PR/홍보 방식의 사회변화 특성 반영 여부4: 국가적/지역적 경쟁강화

17. 현재 우리 정부의 PR/홍보 방식이 아래와 같은 새로운 사회변화 특성을 잘 반영하고 있다고 생각하시는지 답변하여 주십시오.
4) 세계화 블록화 등 국가적/지역적 경쟁강화

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	30	3.0	3.0
그렇지 않다	2	201	19.8	19.8
보통이다	3	500	49.2	49.2
그렇다	4	246	24.2	24.2
매우 그렇다	5	33	3.2	3.2
무응답	9	6	.6	.6
		1,016	100.0	100.0

q18_1 기관의 정책홍보 평가1: 사전조사에 바탕함

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
1) 사전조사에 바탕한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	22	2.2	2.2
그렇지 않다	2	176	17.3	17.3
보통이다	3	479	47.1	47.1
그렇다	4	314	30.9	30.9
매우 그렇다	5	21	2.1	2.1
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q18_2 기관의 정책홍보 평가2: 여론수렴 등 쌍방향 커뮤니케이션을 고려함

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
2) 여론수렴 등 쌍방향 커뮤니케이션을 고려한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	20	2.0	2.0
그렇지 않다	2	160	15.7	15.7
보통이다	3	418	41.1	41.1
그렇다	4	379	37.3	37.3
매우 그렇다	5	33	3.2	3.2
무응답	9	6	.6	.6
		1,016	100.0	100.0

q18_3 기관의 정책홍보 평가3: 조직의 목표와 전략을 반영함

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
3) 조직의 목표와 전략을 반영한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	6	.6	.6
그렇지 않다	2	60	5.9	5.9
보통이다	3	336	33.1	33.1
그렇다	4	522	51.4	51.4
매우 그렇다	5	88	8.7	8.7
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q18_4 기관의 정책홍보 평가4: 공중을 세분화하여 전략적으로 접근함

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
4) 공중을 세분화하여 전략적으로 접근한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	19	1.9	1.9
그렇지 않다	2	181	17.8	17.8
보통이다	3	520	51.2	51.2
그렇다	4	264	26.0	26.0
매우 그렇다	5	29	2.9	2.9
무응답	9	3	.3	.3
		1,016	100.0	100.0

q18_5 기관의 정책홍보 평가5: 홍보메시지의 일관성이 있음

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
5) 홍보메시지의 일관성이 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	12	1.2	1.2
그렇지 않다	2	85	8.4	8.4
보통이다	3	399	39.3	39.3
그렇다	4	452	44.5	44.5
매우 그렇다	5	64	6.3	6.3
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q18_6 기관의 정책홍보 평가6: 온라인 매체를 잘 활용함

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
6) 온라인 매체를 잘 활용한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	10	1.0	1.0
그렇지 않다	2	127	12.5	12.5
보통이다	3	383	37.7	37.7
그렇다	4	401	39.5	39.5
매우 그렇다	5	91	9.0	9.0
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q18_7 기관의 정책홍보 평가7: 활용하는 매체가 다양함

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
7) 활용하는 매체가 다양하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	10	1.0	1.0
그렇지 않다	2	146	14.4	14.4
보통이다	3	417	41.0	41.0
그렇다	4	352	34.6	34.6
매우 그렇다	5	87	8.6	8.6
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q18_8 기관의 정책홍보 평가8: 장기적인 효과를 노림

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
8) 장기적인 효과를 노린다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	19	1.9	1.9
그렇지 않다	2	180	17.7	17.7
보통이다	3	454	44.7	44.7
그렇다	4	293	28.8	28.8
매우 그렇다	5	65	6.4	6.4
무응답	9	5	.5	.5
		1,016	100.0	100.0

q18_9 기관의 정책홍보 평가9: 혁신적 기법이나 아이디어에 개방적임

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
9) 혁신적 기법이나 아이디어에 개방적이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	34	3.3	3.3
그렇지 않다	2	220	21.7	21.7
보통이다	3	451	44.4	44.4
그렇다	4	269	26.5	26.5
매우 그렇다	5	39	3.8	3.8
무응답	9	3	.3	.3
		1,016	100.0	100.0

q18_10 기관의 정책홍보 평가10: 고객(수용자) 중심적인 편임

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
10) 고객(수용자) 중심적인 편이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	21	2.1	2.1
그렇지 않다	2	147	14.5	14.5
보통이다	3	414	40.7	40.7
그렇다	4	368	36.2	36.2
매우 그렇다	5	62	6.1	6.1
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q18_11 기관의 정책홍보 평가11: 홍보효과를 측정함

18. 현재 귀 기관의 정책홍보는 다음의 측면에서 어떻게 평가할 수 있습니까?
11) 홍보효과를 측정한다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	38	3.7	3.7
그렇지 않다	2	231	22.7	22.7
보통이다	3	447	44.0	44.0
그렇다	4	258	25.4	25.4
매우 그렇다	5	38	3.7	3.7
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q19 기관 내 주요 정책사안에 대한 메시지 관리

19. 기관 내에서 주요 정책사안 등에 대한 메시지 관리는 어떻게 이루어지고 있습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
대부분의 현안에 대해 언제나 홍보부서와 상의하고 기관의 목소리를 통일하는 편이다	1	170	16.7	16.7
비교적 중요한 현안이 있을 때는 홍보부서와 상의하고 기관의 입장과 메시지를 통일한다	2	526	51.8	51.8
정책부서는 상부 지시가 있거나 또는 홍보부서 요청 시에만 홍보부서와 협의하는 편이다	3	301	29.6	29.6
어떤 현안에 대해서도 기관의 입장과 목소리를 통일하려는 노력이 거의 없다	4	11	1.1	1.1
무응답	9	8	.8	.8
		1,016	100.0	100.0

q20 기관의 소관업무에 대한 통상적이고 사전적인 이슈관리 수행여부

20. 기관의 소관업무에 대하여 통상적이고 사전적인 이슈관리를 수행하는 편입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
사전적인 이슈관리를 언제나 수행하며, 수집된 정보를 정기적으로 미리 정책부서 및 책임자에게 전달하고 협의한다	1	189	18.6	18.6
체계화되어 있지는 않지만 문제가 될만한 정보가 있다면 수집하고 전달하며, 공식적인 논의의 대상이 된다	2	655	64.5	64.5
사전적인 이슈관리는 수행하지 않으며, 정책입안 이후의 반응만을 사후적으로 모니터링한다	3	137	13.5	13.5
이슈관리에 대한 관심이 거의 없다	4	28	2.8	2.8
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q21_1 관련공중 관리1: 홍보부서에서 담당자를 지정해 관리함

21. 다음은 귀 기관과 관련되는 공중의 관리에 관한 질문입니다. 각 질문에 대하여 해당하는 칸에 체크하여 주십시오.
1) 홍보부서에서 관련공중을 다 식별하여 담당자를 지정해 관리하고 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	62	6.1	6.1
그렇지 않다	2	280	27.6	27.6
보통이다	3	443	43.6	43.6
그렇다	4	209	20.6	20.6
매우 그렇다	5	17	1.7	1.7
무응답	9	5	.5	.5
		1,016	100.0	100.0

q21_2 관련공중 관리2: 홍보부서는 공중과의 쌍방향 커뮤니케이션 시스템을 운영함

21. 다음은 귀 기관과 관련되는 공중의 관리에 관한 질문입니다. 각 질문에 대하여 해당하는 칸에 체크하여 주십시오.
2) 홍보부서는 평소 관련공중과의 쌍방향 커뮤니케이션 시스템을 구축, 운영하고 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	33	3.2	3.2
그렇지 않다	2	203	20.0	20.0
보통이다	3	501	49.3	49.3
그렇다	4	246	24.2	24.2
매우 그렇다	5	28	2.8	2.8
무응답	9	5	.5	.5
		1,016	100.0	100.0

q21_3 관련공중 관리3: 홍보부서는 정책부서와 관련공중 관리에 관해 상시 협의함

21. 다음은 귀 기관과 관련되는 공중의 관리에 관한 질문입니다. 각 질문에 대하여 해당하는 칸에 체크하여 주십시오.
3) 홍보부서는 정책부서와 관련공중 관리에 관해 상시 협의하고 있다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	25	2.5	2.5
그렇지 않다	2	202	19.9	19.9
보통이다	3	498	49.0	49.0
그렇다	4	269	26.5	26.5
매우 그렇다	5	17	1.7	1.7
무응답	9	5	.5	.5
		1,016	100.0	100.0

q22_1 소셜네트워크의 효과성1: 모바일 홍보에 효과적임

22. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다. 각 질문에 대하여 해당하는 칸에 체크하여 주십시오.
1) 모바일 홍보에 효과적이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	14	1.4	1.4
그렇지 않다	2	123	12.1	12.1
보통이다	3	376	37.0	37.0
그렇다	4	436	42.9	42.9
매우 그렇다	5	63	6.2	6.2
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q22_2 소셜네트워크의 효과성2: 기관 PR에 효과적임

22. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다. 각 질문에 대하여 해당하는 칸에 체크하여 주십시오.
2) 기관 PR에 효과적이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	12	1.2	1.2
그렇지 않다	2	137	13.5	13.5
보통이다	3	413	40.6	40.6
그렇다	4	404	39.8	39.8
매우 그렇다	5	45	4.4	4.4
무응답	9	5	.5	.5
		1,016	100.0	100.0

q22_3 소셜네트워크의 효과성3: 오보방지에 효과적임

22. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다. 각 질문에 대하여 해당하는 칸에 체크하여 주십시오.
3) 오보방지에 효과적이다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	20	2.0	2.0
그렇지 않다	2	244	24.0	24.0
보통이다	3	466	45.9	45.9
그렇다	4	256	25.2	25.2
매우 그렇다	5	23	2.3	2.3
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q22_4 소셜네트워크의 효과성4: 위기관리 대응전략으로 적절함

22. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다. 각 질문에 대하여 해당하는 칸에 체크하여 주십시오.
4) 위기관리 대응전략으로 적절하다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	15	1.5	1.5
그렇지 않다	2	147	14.5	14.5
보통이다	3	413	40.6	40.6
그렇다	4	379	37.3	37.3
매우 그렇다	5	56	5.5	5.5
무응답	9	6	.6	.6
		1,016	100.0	100.0

q22_5 소셜네트워크의 효과성5: 국민들과 소통하는데 도움이 됨

22. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다. 각 질문에 대하여 해당하는 칸에 체크하여 주십시오.
5) 국민들과 소통하는데 도움이 된다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	8	.8	.8
그렇지 않다	2	71	7.0	7.0
보통이다	3	333	32.8	32.8
그렇다	4	497	48.9	48.9
매우 그렇다	5	103	10.1	10.1
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q22_6 소셜네트워크의 효과성6: 여론동향을 아는데 도움이 됨

22. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다. 각 질문에 대하여 해당하는 칸에 체크하여 주십시오.
6) 여론동향을 아는데 도움이 된다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 그렇지 않다	1	9	.9	.9
그렇지 않다	2	61	6.0	6.0
보통이다	3	317	31.2	31.2
그렇다	4	513	50.5	50.5
매우 그렇다	5	112	11.0	11.0
무응답	9	4	.4	.4
		1,016	100.0	100.0

q23 뉴미디어 활용에 있어 가장 큰 장애요인

23. 트위터, 블로그 등 뉴미디어를 정부 및 정책홍보에 활용하는데 있어서 가장 큰 장애요인은 무엇이라고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
정책의 타당성 등을 다루기에 적합한 매체가 아니다	1	218	21.5	21.5
공공부문 종사자들이 이에 대한 관심이 없거나 전문성이 없다	2	380	37.4	37.4
개인 간의 사적 네트워크이므로 공공정책 및 정부 등에 대한 관심이 별로 없다	3	349	34.4	34.4
기타	4	55	5.4	5.4
무응답	9	14	1.4	1.4
		1,016	100.0	100.0

q23_text 뉴미디어 활용에 있어 가장 큰 장애요인: 기타(text)

==> 데이터 참조

q24_1 소셜네트워크의 효과성1: 자기 PR

24. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다.
자기 PR

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	8	.8	.8
그렇지 않다	2	48	4.7	4.7
보통이다	3	251	24.7	24.7
그렇다	4	509	50.1	50.1
매우 그렇다	5	193	19.0	19.0
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q24_2 소셜네트워크의 효과성2: 기관 PR

24. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다.
기관 PR

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	12	1.2	1.2
그렇지 않다	2	121	11.9	11.9
보통이다	3	491	48.3	48.3
그렇다	4	342	33.7	33.7
매우 그렇다	5	43	4.2	4.2
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q24_3 소셜네트워크의 효과성3: 정보 제공 및 오보 방지

24. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다.
정보 제공 및 오보 방지

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	20	2.0	2.0
그렇지 않다	2	163	16.0	16.0
보통이다	3	509	50.1	50.1
그렇다	4	289	28.4	28.4
매우 그렇다	5	28	2.8	2.8
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q24_4 소셜네트워크의 효과성4: 위기예방 및 대응

24. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다.
위기예방 및 대응

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	8	.8	.8
그렇지 않다	2	145	14.3	14.3
보통이다	3	443	43.6	43.6
그렇다	4	355	34.9	34.9
매우 그렇다	5	58	5.7	5.7
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q24_5 소셜네트워크의 효과성5: 인맥 형성 및 관계 구축

24. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다.
인맥 형성 및 관계 구축

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	2	.2	.2
그렇지 않다	2	60	5.9	5.9
보통이다	3	278	27.4	27.4
그렇다	4	521	51.3	51.3
매우 그렇다	5	149	14.7	14.7
무응답	9	6	.6	.6
		1,016	100.0	100.0

q24_6 소셜네트워크의 효과성6: 타인과 소통

24. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다.
타인과 소통

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	1	.1	.1
그렇지 않다	2	45	4.4	4.4
보통이다	3	227	22.3	22.3
그렇다	4	571	56.2	56.2
매우 그렇다	5	164	16.1	16.1
무응답	9	8	.8	.8
		1,016	100.0	100.0

q24_7 소셜네트워크의 효과성7: 여론동향 파악

24. 다음은 트위터나 페이스 북 등 소셜네트워크의 효과성에 관한 질문입니다.
여론동향 파악

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	6	.6	.6
그렇지 않다	2	64	6.3	6.3
보통이다	3	338	33.3	33.3
그렇다	4	482	47.4	47.4
매우 그렇다	5	119	11.7	11.7
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q25_1 정책홍보 내용 및 수준평가1: 사전 조사에 바탕

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
1) 사전 조사에 바탕

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	18	1.8	1.8
그렇지 않다	2	182	17.9	17.9
보통이다	3	494	48.6	48.6
그렇다	4	296	29.1	29.1
매우 그렇다	5	19	1.9	1.9
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q25_2 정책홍보 내용 및 수준평가2: 여론수렴 과정 고려

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
2) 여론수렴 과정 고려

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	11	1.1	1.1
그렇지 않다	2	158	15.6	15.6
보통이다	3	499	49.1	49.1
그렇다	4	321	31.6	31.6
매우 그렇다	5	21	2.1	2.1
무응답	9	6	.6	.6
		1,016	100.0	100.0

q25_3 정책홍보 내용 및 수준평가3: 조직의 목표와 전략반영

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
3) 조직의 목표와 전략반영

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	9	.9	.9
그렇지 않다	2	67	6.6	6.6
보통이다	3	335	33.0	33.0
그렇다	4	512	50.4	50.4
매우 그렇다	5	87	8.6	8.6
무응답	9	6	.6	.6
		1,016	100.0	100.0

q25_4 정책홍보 내용 및 수준평가4: 관련공중 세분화

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
4) 관련공중 세분화

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	19	1.9	1.9
그렇지 않다	2	183	18.0	18.0
보통이다	3	533	52.5	52.5
그렇다	4	250	24.6	24.6
매우 그렇다	5	24	2.4	2.4
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q25_5 정책홍보 내용 및 수준평가5: 홍보메시지의 일관성

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
5) 홍보메시지의 일관성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	10	1.0	1.0
그렇지 않다	2	77	7.6	7.6
보통이다	3	392	38.6	38.6
그렇다	4	459	45.2	45.2
매우 그렇다	5	69	6.8	6.8
무응답	9	9	.9	.9
		1,016	100.0	100.0

q25_6 정책홍보 내용 및 수준평가6: 온라인 매체의 활용

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
6) 온라인 매체의 활용

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	11	1.1	1.1
그렇지 않다	2	104	10.2	10.2
보통이다	3	362	35.6	35.6
그렇다	4	456	44.9	44.9
매우 그렇다	5	76	7.5	7.5
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q25_7 정책홍보 내용 및 수준평가7: 다양한 매체의 활용

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
7) 다양한 매체의 활용

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	9	.9	.9
그렇지 않다	2	126	12.4	12.4
보통이다	3	373	36.7	36.7
그렇다	4	419	41.2	41.2
매우 그렇다	5	82	8.1	8.1
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q25_8 정책홍보 내용 및 수준평가8: 정책홍보의 체계성

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
8) 정책홍보의 체계성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	12	1.2	1.2
그렇지 않다	2	104	10.2	10.2
보통이다	3	478	47.0	47.0
그렇다	4	370	36.4	36.4
매우 그렇다	5	42	4.1	4.1
무응답	9	10	1.0	1.0
		1,016	100.0	100.0

q25_9 정책홍보 내용 및 수준평가9: 정책홍보의 효율성

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
9) 정책홍보의 효율성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	14	1.4	1.4
그렇지 않다	2	110	10.8	10.8
보통이다	3	488	48.0	48.0
그렇다	4	356	35.0	35.0
매우 그렇다	5	40	3.9	3.9
무응답	9	8	.8	.8
		1,016	100.0	100.0

q25_10 정책홍보 내용 및 수준평가10: 정책홍보의 일관성

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
10) 정책홍보의 일관성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	11	1.1	1.1
그렇지 않다	2	88	8.7	8.7
보통이다	3	453	44.6	44.6
그렇다	4	406	40.0	40.0
매우 그렇다	5	48	4.7	4.7
무응답	9	10	1.0	1.0
		1,016	100.0	100.0

q25_11 정책홍보 내용 및 수준평가11: 정책홍보의 개방성

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
11) 정책홍보의 개방성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	17	1.7	1.7
그렇지 않다	2	139	13.7	13.7
보통이다	3	471	46.4	46.4
그렇다	4	339	33.4	33.4
매우 그렇다	5	42	4.1	4.1
무응답	9	8	.8	.8
		1,016	100.0	100.0

q25_12 정책홍보 내용 및 수준평가12: 정책홍보의 장기성

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
12) 정책홍보의 장기성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	18	1.8	1.8
그렇지 않다	2	195	19.2	19.2
보통이다	3	451	44.4	44.4
그렇다	4	298	29.3	29.3
매우 그렇다	5	43	4.2	4.2
무응답	9	11	1.1	1.1
		1,016	100.0	100.0

q25_13 정책홍보 내용 및 수준평가13: 정책홍보의 혁신성

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
13) 정책홍보의 혁신성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	34	3.3	3.3
그렇지 않다	2	189	18.6	18.6
보통이다	3	519	51.1	51.1
그렇다	4	232	22.8	22.8
매우 그렇다	5	33	3.2	3.2
무응답	9	9	.9	.9
		1,016	100.0	100.0

q25_14 정책홍보 내용 및 수준평가14: 수용자 중심의 정책홍보

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
14) 수용자 중심의 정책홍보

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	21	2.1	2.1
그렇지 않다	2	159	15.6	15.6
보통이다	3	454	44.7	44.7
그렇다	4	329	32.4	32.4
매우 그렇다	5	45	4.4	4.4
무응답	9	8	.8	.8
		1,016	100.0	100.0

q25_15 정책홍보 내용 및 수준평가15: 정책홍보의 효과 측정

25. 귀 기관의 정책홍보 내용 및 수준에 대한 전반적인 평가를 위한 질문입니다.
15) 정책홍보의 효과 측정

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 그렇지 않다	1	35	3.4	3.4
그렇지 않다	2	214	21.1	21.1
보통이다	3	471	46.4	46.4
그렇다	4	254	25.0	25.0
매우 그렇다	5	34	3.3	3.3
무응답	9	8	.8	.8
		1,016	100.0	100.0

q26_1 현재 정부 PR/홍보 업무추진 상의 문제점 1순위

26. 현재 정부 PR/홍보 업무추진 상의 문제점은 무엇이라고 생각하십니까? 우선순위대로 세 가지를 적어주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
예산 부족	1	339	33.4	33.4
불합리한 인력 운영 방식(순환보직 등)	2	139	13.7	13.7
조직구조의 경직화	3	167	16.4	16.4
전문성 부족	4	178	17.5	17.5
관련 법/제도의 미비	5	17	1.7	1.7
조직 내 PR에 대한 인식 부족	6	128	12.6	12.6
불합리한 조직 문화의 상존	7	32	3.1	3.1
기타	8	3	.3	.3
무응답	9	13	1.3	1.3
		1,016	100.0	100.0

q26_2 현재 정부 PR/홍보 업무추진 상의 문제점 2순위

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
예산 부족	1	64	6.3	6.3
불합리한 인력 운영 방식(순환보직 등)	2	171	16.8	16.8
조직구조의 경직화	3	177	17.4	17.4
전문성 부족	4	280	27.6	27.6
관련 법/제도의 미비	5	37	3.6	3.6
조직 내 PR에 대한 인식 부족	6	168	16.5	16.5
불합리한 조직 문화의 상존	7	81	8.0	8.0
기타	8	2	.2	.2
무응답/선택안함	9	36	3.5	3.5
		1,016	100.0	100.0

q26_3 현재 정부 PR/홍보 업무추진 상의 문제점 3순위

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
예산 부족	1	101	9.9	9.9
불합리한 인력 운영 방식(순환보직 등)	2	122	12.0	12.0
조직구조의 경직화	3	142	14.0	14.0
전문성 부족	4	157	15.5	15.5
관련 법/제도의 미비	5	55	5.4	5.4

조직 내 PR에 대한 인식 부족	6	245	24.1	24.1
불합리한 조직 문화의 상존	7	143	14.1	14.1
기타	8	3	.3	.3
무응답/선택안함	9	48	4.7	4.7
		1,016	100.0	100.0

q27_1 PR 업무의 수행과정에서 겪고 있는 애로사항 1순위

27. 현재 조직 내부차원에서 PR 업무의 수행과정에서 겪고 있는 애로사항은 무엇이라고 생각하십니까? 우선순위대로 세 가지를 적어주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
홍보 마인드 부재	1	409	40.3	40.3
홍보 인력의 부족	2	285	28.1	28.1
홍보 교육의 부족	3	67	6.6	6.6
수평적 사고의 부족	4	126	12.4	12.4
홍보 프로그램 진행에 대한 외부 압력 등	5	19	1.9	1.9
홍보 업무에 대한 전문지식의 부재	6	61	6.0	6.0
불필요한 행정사무로 인한 업무 과다	7	40	3.9	3.9
기타	8	2	.2	.2
무응답	9	7	.7	.7
		1,016	100.0	100.0

q27_2 PR 업무의 수행과정에서 겪고 있는 애로사항 2순위

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
홍보 마인드 부재	1	173	17.0	17.0
홍보 인력의 부족	2	281	27.7	27.7
홍보 교육의 부족	3	189	18.6	18.6
수평적 사고의 부족	4	149	14.7	14.7
홍보 프로그램 진행에 대한 외부 압력 등	5	37	3.6	3.6
홍보 업무에 대한 전문지식의 부재	6	91	9.0	9.0
불필요한 행정사무로 인한 업무 과다	7	77	7.6	7.6
무응답/선택안함	9	19	1.9	1.9
		1,016	100.0	100.0

q27_3 PR 업무의 수행과정에서 겪고 있는 애로사항 3순위

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
홍보 마인드 부재	1	130	12.8	12.8
홍보 인력의 부족	2	110	10.8	10.8
홍보 교육의 부족	3	216	21.3	21.3
수평적 사고의 부족	4	231	22.7	22.7
홍보 프로그램 진행에 대한 외부 압력 등	5	55	5.4	5.4
홍보 업무에 대한 전문지식의 부재	6	106	10.4	10.4
불필요한 행정사무로 인한 업무 과다	7	133	13.1	13.1
무응답/선택안함	9	35	3.4	3.4
		1,016	100.0	100.0

q28 정부 및 정책에 대한 홍보와 PR의 애로사항

28. 설문지에 포함된 것 이외에 정부 및 정책에 대한 홍보와 PR의 애로사항이 있다면 그 내용을 적어 주십시오.

==> 데이터 참조

q29 정책 PR이 잘 되고, 국민들과의 소통을 위해 필요한 것

29. 앞으로 정책 PR이 잘 되고, 국민들과의 소통이 원활이 이루어지기 위해서 가장 필요한 것이 무엇이라고 생각하는지 적어주십시오.

==> 데이터 참조

DQ1 응답자 성별

인구사회학적 특성-1) 성 별

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
남자	1	663	65.3	65.3
여자	2	342	33.7	33.7
무응답	9	11	1.1	1.1
		1,016	100.0	100.0

DQ2 응답자 연령

인구사회학적 특성-2) 연 령

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
20대	1	96	9.4	9.4
30대	2	358	35.2	35.2
40대	3	424	41.7	41.7
50대 이상	4	129	12.7	12.7
무응답	9	9	.9	.9
		1,016	100.0	100.0

DQ3 응답자 소속

인구사회학적 특성-3) 소 속

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
중앙부처	1	72	7.1	7.1
광역자치단체	2	74	7.3	7.3
기초자치단체	3	577	56.8	56.8
공공기관	4	283	27.9	27.9
무응답	9	10	1.0	1.0
		1,016	100.0	100.0

DQ4_1 응답자 직급1: 일반직 공무원

인구사회학적 특성-4) 직 급
4-1. 일반직 공무원일 경우

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
9급	1	44	4.3	8.1
8급	2	86	8.5	15.8
7급	3	211	20.8	38.8
6급	4	160	15.7	29.4
5급	5	37	3.6	6.8
4급	6	5	.5	.9
3급 이상	7	1	.1	.2
비해당	0	472	46.5	
		1,016	100.0	100.0

DQ4_2 응답자 직급2: 기능직 공무원

인구사회학적 특성-4) 직 급
4-2 기능직 공무원일 경우

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
기능10급	1	4	.4	5.7
기능9급	2	13	1.3	18.6
기능8급	3	25	2.5	35.7
기능7급	4	23	2.3	32.9
기능6급	5	5	.5	7.1
비해당	0	946	93.1	
		1,016	100.0	100.0

DQ4_3 응답자 직급3: 특정직, 별정적, 계약직 그 외 직급

인구사회학적 특성-4) 직 급
4-3 특정직, 별정직, 계약직, 그 외 직급의 공무원일 경우

==> 데이터 참조

DQ5 홍보부서 재직기간

인구사회학적 특성-5) 홍보부서 재직기간

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
6개월 미만	1	177	17.4	17.4
6개월-1년 미만	2	167	16.4	16.4
1년-2년미만	3	232	22.8	22.8
2년-3년 미만	4	115	11.3	11.3
3년 이상	5	287	28.2	28.2
무응답	9	38	3.7	3.7
		1,016	100.0	100.0

DQ6 총 재직기간

인구사회학적 특성-6) 총 재직기간

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
1-5년	1	258	25.4	25.4
6-10년	2	178	17.5	17.5
11-15년	3	123	12.1	12.1
16-20년	4	237	23.3	23.3
21년 이상	5	187	18.4	18.4
무응답	9	33	3.2	3.2
		1,016	100.0	100.0