

온라인 커뮤니케이션의 시민 니즈와 전자정부의 대응과제

이재관, 숭실대학교 경영학부 교수 (jklee@ssu.ac.kr)

I. 연구의 배경

급격한 시대적 변화속에 각국은 전자정부 프로젝트를 적극 추진하고 있다. 전자정부의 리더십은 인간 부문의 전자상거래나 e-Business 활성화를 위해서도 중요한 기반이 된다 (Jutra et al., 2002). 한국은 2002년에 전자정부 핵심과제를 완료하여 기술기반 구축에 성공했다고 하나 전자정부 활용도는 23%로 31 개국 중 20 위이다 (TNS, 2002). 이러한 전자정부의 활용도를 높이기 위해 기술기반 확충, 고객 만족 측정, 맞춤형 설계, 리엔지니어링 등의 노력이 병행되고 있으나, 서진원(2000)에 의하면 네트워크 이용능력이 0 점인 응답자가 26.9%, 정보탐색능력은 5 점척도로 3 점 미만이다. 시민의 정보 리터러시 (information literacy) 수준이 낮다면 의견수렴에 의한 시스템 설계방식은 한계가 있을 것이다. 요컨대 의견수렴 방식도 중요하지만, e-Business 의 경우와 마찬가지로 e-Government 에서도 모델에 의한 전략적 접근이 필요하다.

Sharma & Gupta(2003)는 네트워크/기술기반 (Layer1), 디지털화 및 데이터 통합 (Layer2), 인터넷 서비스 (Layer3), 미디어 수렴 (Layer4)의 4 층으로 나눈 전자정부 모델을 제시하고 선두 그룹인 미국, 캐나다, 싱가포르를 제 3 층의 2 단계 수준이라고 평가한 바 있다. 베텔스만재단 (begix.de)은 전자행정과 전자민주주의를 포함하는 BEGIX 모델을 통해 국제간 비교연구를 하고 있다. 영국, 캐나다, 미국, 독일, 스웨덴 등 12 개국 정부에 대한 2001년도 BEGIX 평가치 분포를 보면 이점 40~60%, 능률 35~70%, 투명성 25~60%, 참여 10~60%, 변화관리 40~80%로 참여영역이 가장 낮다. BEGIX 는 계량적 모델이지만 이론적 근거가 부족하고 인터뷰 방식을 동원하는 등 불편한 점이 있다.

본 연구의 목적은 계량적 모델과 실증적 연구방법을 적용하여 국내외 정부 웹사이트의 특징 및 취약점을 평가하고 시민사회의 커뮤니케이션 니즈(needs)와 능력을 고려하여 전자정부의 개발방향을 모색하는 데에 있다. 일반적으로 전자정부 프로젝트는 G2G, G2C, G2B 등 다양하나 G2C 에 초점을 두어 시민과 접촉이 빈번한 지방정부의 웹사이트를 조사하고 핀란드의 커뮤니케이션 니즈와 능력을 평가한 Vihera(2000) 및 기타 사례를 인용하여 개발방향을 모색하고자 한다.

전자정부와 관련된 시대적 변화의 요소는 전통사회에서 시민사회로의 전환이며 시민사회의 특징은 시민의 커뮤니케이션 니즈와 능력의 변화라고 볼 수 있다. 전술한 Sharma & Gupta (2003)의 개념적 모델에 의하면 전자정부 개발의 중착점은 다중적 커뮤니케이션 채널과 접점을 통한 시민사회 전반의 포용과 서비스이다. 따라서 본 연구는 현재의 수요보다 장차 당면할 전자정부의 도전적 수요에 초점을

두게 된다. 아날로그와 디지털의 차이는 세대 차이 이상의 의미를 갖는다. 디지털 기술의 등장으로 인류는 연결, 상호작용, 개인화 등의 커뮤니케이션 욕구를 해결할 수 있게 되었다. 한국에서는 NGO, NPO 등 시민운동이 오프라인/온라인에서 활발히 전개되고 있다. 일본의 CCCI(2000)는 조직과 개인을 사이버 공간의 양대세력으로 규정하고 양자의 간격은 제 3 세력인 사이버 NPO 를 조직화하여 메울 수 있다고 주장한다. 그러나 시민의 커뮤니케이션 니즈를 수용하는 방향으로 전자정부 프로젝트를 추진한다면 제 3 세력까지 생각할 필요는 없을 것이다.

II. 국내외 지방정부 웹사이트 평가

본 연구의 표본은 한국어나 영어로 기재된 웹사이트에 국한하고, 100hot.co.kr 관공서 카테고리에서 시구청 26 개를 무작위 선정했으며, centerdigitalgov.com 에 게재된 2000~2003 년도 Best of the Web 수상작 및 후보작(시청, 카운티) 40 개, 기타 도시 목록 (officialcitysites.org)에서 10 개를 추가하였다. 조사작업은 대학원생 팀이 분담하고 평가기준에 대해 교육한 다음 2003. 3 월 중 실시하였다. 웹사이트 조사방법에는 경쟁 분석, 시나리오법, 로그 분석, 온라인 설문, 검사법 등이 있는데 검사법(Website inspection method)은 주로 웹사이트 개발단계에서 실제이용자를 대신하는 소수의 비전문가 조사원을 이용하며 흔히 3~5 인 팀에 의해 수행된다(Nielsen, 1993; Cunliffe, 2000). 본 연구에서는 팀별로 협의하여 채점하는 방법을 택하였다.

조사표의 문항 구성은 유인, 정보제공, 커뮤니티, 기술, 서비스, 홍보, 참여 등 공공 웹사이트의 주요 개발영역을 포괄한 Lee(2003)의 방법을 적용하였다. 이는 Simeon(2001), Mohammed et al.(2002), BEGIX 지표 등 기존모형을 참고하여 수정한 모델이다.

<그림 1>은 본 연구의 요인분석 결과를 요약한 것으로, 온라인 유인(online attracting), 홍보, 지역 서비스, 차별화, 참여, 기술 인프라의 6 요인이 식별 되었다. 5 점 척도로 측정된 요인별 척도신뢰도 Cronbach's α 는 유인 0.786, 홍보 0.692, 지역 서비스 0.649, 차별화 0.740, 참여 0.737 이므로 탐색 연구로서 무리가 없는 수준이다. <표 1>은 세부항목별로 국내외의 수준과 차이를 보여준다. T-검정 결과를 보면 $p < 0.05$ 의 유의성을 갖는 경우는 유인 4, 홍보 1, 지역 서비스 1, 차별화 2, 참여 1, 모두 9 개이며 15 개는 국내와 국외가 유의적 차이를 갖지 않는 것으로 나타났다.

한국은 온라인 유인과 참여가 상대적으로 우수하며 외국은 홍보, 지역 서비스, 차별화가 우수하다. 한국의 전자정부는 열등부문을 집중적으로 보강해야 할 것이다. 비록 온라인 유인과 참여는 한국이 우수하나 절대점수는 매우 저조하다. 온라인 유인 즉, 홈페이지의 방문객 유인 노력은 한국이 앞서지만 걸만 화려한 외화내빈이 될 수도 있다는 점에 주의해야 한다 (Lee, 2003).

국외와 국내에 대한 요인간 상관분석 결과를 보면 흥미 있는 사실을 발견할 수 있다. 국외의 경우는 지역서비스와 온라인 유인을 중심으로 타 요인들이 산발적으로 관계를 갖는 스타일이다. 그러나 한국은 6 요인 전체가 강한 상관관계를 갖는다. 따라서 어느 한 요인, 예컨대 참여요인의 수준을 높이면 서비스, 유인, 차별화, 홍보 등 다른 주요 영역도 동반하여 발전할 가능성이 높다고 볼 수 있다.

〈표 1〉 지방정부 웹사이트의 요소별 국내외 비교

요인별 세부항목		국외 (n=50)	국내 (n=26)	p-value*
온라인 유인	로고 및 태그라인	3.14	3.65	0.000
	그래픽	3.86	4.19	
	기관 자체 광고	2.06	3.73	0.000
	유인목적 서비스	2.24	3.54	0.000
	유인목적 콘텐츠	1.74	2.19	0.013
홍보	기관 소개	4.08	3.92	
	홍보 콘텐츠	4.40	4.12	
	사업계획 소개	4.56	4.23	
	FAQ	4.28	3.73	0.007
지역서비스	행정 서비스 소개	4.50	4.38	
	학습 콘텐츠	3.44	2.88	0.015
	지역 링크	4.80	4.65	
	통계/보고자료	4.48	4.19	
차별화	이벤트 행사	4.02	3.73	
	뉴스 초점	3.92	3.08	0.000
	도메인 정체성	4.32	4.12	
	비전과 가치관	3.62	3.34	
	커뮤니티 서비스	4.44	3.54	0.000
참여	e-잡지(신문방송)	3.52	3.73	
	협력기관 링크	2.84	3.69	0.001
	온라인 포럼	2.40	2.50	
	이용자 작품 참가	2.02	2.35	
	혁신적 신 서비스	4.04	3.92	
기술 인프라	yes/no 로 측정한 8 문항 합계 %	76.0	79.1	

* p > 0.05 인 경우는 기입을 생략함

온라인 유인	홍보	지역 서비스	차별화	참여
그래픽	FAQ	지역 링크	뉴스 초점	온라인 포럼
자체광고	기관 소개	학습 콘텐츠	이벤트 행사	협력기관 링크
로고/태그라인	홍보 콘텐츠	통계/보고자료	도메인 정체성	이용자 작품 참여
유인목적 서비스	프로젝트 소개	행정 서비스 소개	비전과 가치관	혁신적 신 서비스
유인목적 콘텐츠			커뮤니티 서비스	e-잡지(신문방송)
기술 인프라				
검색엔진, 프레임, 메일 서비스, 다운로드 지원, 게시판 시스템, 멀티미디어, 팩스워드, 업데이트				

〈그림 1〉 지방정부(도시) 웹사이트의 설계요인 구성

<표 2> 요인간 상관분석

	유인	홍보	지역서비스	차별화	참여	인프라
유인		.668	.556	.675	.456	.661
		.338	.285	.483	.480	--
홍보	.668		.423	.504	.710	.604
	.338		.404	--	--	.360
지역 서비스	.556	.423		.478	.465	.601
	.285	.404		.656	.336	.351
차별화	.675	.504	.478		.442	.581
	.483	--	.656		.525	--
참여	.456	.710	.465	.442		.600
	.480	--	.336	.525		--
인프라	.661	.604	.601	.581	.600	
	--	.360	.351	--	--	

주) 각 칸의 수치는 $p < 0.05$ 인 Pearson 상관계수이며 위 수치는 국내, 아래 수치는 국외임.

Ⅲ. 온라인 커뮤니케이션의 니즈와 능력

미디어 이론가들은 대중사회와 공동체라는 양극단의 차이에 주목해왔으나 새로운 시민사회는 대중 사회의 특징보다 능동적 미디어 수용자인 시민들의 공동체라는 특징을 갖는다. 능동적 수용자는 미디어 선택, 실용성 평가 등에 주도적으로 관여한다(김흥규, 1996, p.420). 따라서 시민 커뮤니케이션 니즈와 능력은 특히 개인화와 온라인 커뮤니티를 활용하는 e-Business, 마케팅 커뮤니케이션, 전자정부 등의 개발과제에서는 많은 주목을 받고 있다.

Kim(2000, p.9)은 행동과학 분야 A. Maslow 의 5 단계설을 원용하여 기초욕구(시스템 접근), 안전 욕구(해킹 방어), 사회적 욕구(소속감), 존중욕구(공동체 공헌 및 인정), 자아실현욕구(공동체 발전과 개인 발전) 등으로 니즈를 설명한다. December(1997)는 커뮤니케이션 니즈란 게임, 픽션, 사회 시스템, 관계구축 등 컨텍스트에 따라 달라진다고 보며 온라인에서는 의미창출, 의미전달, 의미지각, 참여의 네 가지 프로세스를 통해 발굴되는 것이라 하였다. 한편 커뮤니케이션 능력과 관련된 널리 알려진 개념은 미국 도서관협회(www.ala.org) 등의 정보 리터러시이다.

Vihara(2000)는 시민사회의 커뮤니케이션 니즈를 정보니즈, 소속니즈, 참여니즈로 구분하는 한편 커뮤니케이션 능력을 접근성(access), 동기화(motivation), 역량(competence)으로 나누어 측정하였다. Vihara 의 니즈는 Maslow 의 5 단계를 세 가지로 함축한 것이라고 볼 수 있다. 접근성, 동기화, 역량은 전술한 정보 리터러시의 주요 차원과 대체로 일치한다.

유럽공동체(EC)의 2001년도 혁신평가 보고서에 의하면 핀란드는 인적자원개발, R&D, 금융, 인터넷 활용, 중소기업개발 등 대부분의 영역에서 유럽 15개국 중 1위를 차지한 바 있다. 따라서 한국 시민 사회의 커뮤니케이션 니즈와 능력을 측정할 데이터는 아니지만 핀란드는 좋은 비교대상이므로 우리의 타산지석으로 삼아 전략적 방향을 짐작해볼 수 있을 것이다. <표 3>은 핀란드 시민들을 면접방법으로 측정한 Vihera (2000) 결과의 일부를 옮긴 것이다.

<표 3> 온라인 커뮤니케이션 능력과 니즈의 수준 - Vihera(2000)-

표본 그룹	온라인 커뮤니케이션 능력 %			온라인 커뮤니케이션 니즈 %		
	접근성	동기화	역량	정보	소속	참여
직장인	11	42	30	41	20	57
비직장인(실업자)	1	57	6	63	28	70
소기업 종업원	5	40	11	40	21	51
자택사업자	4	46	6	38	27	64
기타	12	46	36	58	22	61
전체	9	41	25	38	23	57

<표 4> 상대적 능력지수 C/N

니즈 (N)	능력 (C)	접근성	동기화	역량
정보 니즈	전체	0.24	1.08	0.66
	직장인	0.27	1.02	0.73
	비직장인	0.02	0.90	0.10
	소기업 종업원	0.13	1.00	0.28
소속 니즈	전체	0.39	1.78	1.09
	직장인	0.55	2.10	1.50
	비직장인	0.04	2.04	0.21
	소기업 종업원	0.24	1.90	0.52
참여 니즈	전체	0.16	0.72	0.44
	직장인	0.19	0.74	0.53
	비직장인	0.01	0.81	0.09
	소기업 종업원	0.10	0.78	0.22

주) <표 3>의 데이터 중 자택사업자와 기타는 생략함.

C N	접근성	동기화	역량	관련된 웹사이트 요인
정보 니즈	■	□	■	홍보, 지역 서비스, 기술 인프라
소속 니즈	■	□	■	유인, 차별화, 기술 인프라
참여 니즈	■	■	■	참여, 지역 서비스, 기술 인프라

<그림 2> 우선적 과제의 식별

<표 4>는 필자가 개발한 C/N 지수 공식으로 <표 3>의 데이터를 계산한 결과이다. C/N 수치는 해당 칸의 능력(%)을 니즈(%)로 나눈 것인데 $C/N > 1$ 이면 니즈는 적고 능력은 크며, $C/N < 1$ 이면 니즈는 크고 능력은 적은 것으로 해석할 수 있다. <그림 2>는 전자정부가 전략적 노력을 기울여야 할 영역 즉 C/N 지수가 낮은 영역을 제시한 것이다. 즉, 핀란드의 경우는 정보니즈-접근성, 정보니즈-역량, 참여니즈-접근성, 참여니즈-역량의 4 영역이 취약하고 소속니즈-접근성, 소속 니즈-역량, 참여니즈-동기의 3 영역은 다소 미흡하다. 한편 앞에서 분석한 웹사이트의 6 요인을 연관시켜 보면, 기술 인프라는 모든 항목에 관련되는 기초적 요인이고, 홍보는 정보니즈, 유인 및 차별화는 소속니즈, 참여는 참여니즈, 지역 서비스는 정보니즈와 참여니즈에 동시에 관련되는 요인이라고 볼 수 있다. <표 1>에 제시된 바와 같이 한국은 홍보와 지역 서비스가 외국에 비해 열등하며 참여는 절대점수가 매우 낮은 수준이다. 따라서 <그림 2>의 우선적 과제는 한국의 입장에서도 역시 유의해야 할 부분이 될 것이다.

IV. 전자정부의 대응과제

1. 정보 니즈에 대한 접근성 및 역량 제고

정보니즈는 필요한 정보를 조직적 경제적으로 획득하고자 하는 욕구를 말한다. 어떤 정보가 필요하고 그 정보가 어디 있으며 어떻게 접근하여 쉽게 획득할 수 있는가 하는 것은 일종의 정보조직화 문제로서 전화번호부나 이웃에 주로 의존하던 과거에는 별로 문제가 되지 않았으나 온라인 커뮤니케이션 기술의 발전으로 매우 복잡한 과제가 되었다. 전자정부는 이러한 니즈를 파악하고 접근성 및 역량 제고를 위해 과제의 복잡성을 인식하고 실험적 점진적으로 대응할 필요가 있다.

Layne & Lee(2001)는 카타로그 수준, 거래수준, 수직적 통합, 수평적 통합의 4 단계로 전자정부가 발전해간다고 주장한다. 이 단계론에 따라 조사한 Ronaghan(2002)에 의하면 UN 회원국 중 97 개국이

1 단계, 55 개국이 2 단계, 17 개국이 3 단계, 그리고 4 단계 해당국은 없다고 한다. 그러나 시민사회 차원에서 통합을 시도한 실험적 사례는 많다.

예컨대 인천광역시시는 시민 의견을 수렴하여 지역정보화기본계획(1998)을 수립하고 생활정보시스템, 갯벌자연생태정보시스템, 행정정보시스템, 산업기술정보시스템을 포함하는 포털(www.inpia.net)을 운영하다가 2003년부터 정보화교육을 전담하는 사이버시티센터로 개편하고 인천광역시 공식 웹사이트에 링크시켜 운영하고 있다. 일본의 CCCI는 시민의 IT 수요를 파악한 'CTTH(Cyber to the Home) 프로젝트', 정부-시민 공동체를 구축하여 행정 서비스와 마스터 플랜에 대한 주민 의견을 수렴하고 필요한 기능과 방법론을 검토한 '대도시공동체 실험', 기타 'VCOM 프로젝트' 등의 실험을 하였다. CTTH의 료쿠엔토시(정원도시) 프로젝트의 경우, 처음에는 소규모 인트라넷을 설치하여 네트워크가 이웃관계와 신뢰에 도움이 되는지, 주민이 콘텐츠, 서버, 서비스 일을 자력으로 감당할 수 있는지, 새로운 서비스를 발굴할 수 있는지 실험한 다음 인터넷 연결, 오프라인 지원, 학교-지역간 데이터베이스, 복지 서비스, 관청, 우체국 등의 연결로 확장하였다.

Rangone & Turconi(2003)는 터미널과 전송수단의 멀티미디어 수렴은 물론이고 컴퓨터, 콘텐츠, 커뮤니케이션, 소비자전자제품(즉 4C) 산업이 하나의 온라인 멀티미디어 산업으로 통합되며 미디어, 하드웨어/소프트웨어 공급자, 웹사이트, 출판사, 콘텐츠 제작자, 이동통신, ISP, 네트워크 공급자, cable/xDSL, 조인트벤처들이 가담하여 새로운 서비스로 경쟁하게 되는데 고객관계와 커뮤니티 기술이 사업 향방을 좌우할 것이라고 전망하였다. 이러한 추세속에서 전자정부는 시민들이 어디까지 와있고 무엇을 더할 수 있는지 알아내는 과학적 실험정신으로 제휴, 통합화를 도모해야 한다.

2. 참여 니즈에 대한 접근성 및 역량 제고

혁신적 서비스라고 모두 환영 받는 것은 아니다. 고등학교 생활기록을 온라인화 하는 것은 바람직한 일인가? 영상진단으로 환자를 처방하는 것은 바람직한 일인가? 정치가나 공무원들이 e-메일로 선거 구민을 접촉하는 것은 민주주의에 도움이 될까? 이런 질문은 해당 서비스를 시험운영하고 참여 효과를 확인한 후에 비로소 대답할 수 있는 일이다.

교육부의 NEIS 사업이 호응을 받지 못한 이유는 참여니즈와 접근성 또는 참여니즈와 역량 관계에 초점을 둔 디지털 실험실(digital lab)이 없었기 때문이다. 임파워먼트(empowerment)는 정보공유→학습→정렬→참여의 전개를 통해 이룩될 것이다. 울산시청(eulsan.go.kr)의 온라인 포럼(시민토론장)은 여론조사, 게시판 토론, 화상회의, 토론결과 보기, 주제신청, 포럼 자료실, 실시간 토론, 정책회의실, 꿈나무 회의장을 한 곳에 모아놓고 도우미를 배치하여 체계적으로 관리한다. 또한 임파워먼트의 특징을 보여주는 사례로 다음과 같은 벤톤재단(www.benton.org)의 지원사업을 참고할 필요가 있다.

코네티컷주의 'Mapping the Asset' 프로젝트는 시민과 모든 정보자원을 총동원하기 위한 것이었다. 필라델피아의 시민공간(civic space)은 방송국 자원을 지역사회가 공유하여 디지털, 멀티플랫폼, 콘텐츠 견본을 제시하고 시민들이 즐길 수 있게 만든 신공간 개념이다. Geocast, iBlast, Community Media Center의 경우도 정부, 기업, 교육, 보건, 시민단체 등의 관심사항을 포괄하는 제휴연합이 그 특징이다. Mogan Kids Network은 97개 단체가 협력하여 교육방송, 교육 데이터베이스, 온라인 교사연수, 포럼, 전자우편, 뉴스 그룹을 지원한다. 시민의 지지, 추진력, 기술자원을 보유한 방송국, 대학, 도서관, 박물관,

온라인 커뮤니티들이 허브(hub) 역할을 한다. 교사들은 컴퓨터로 자기 학습에 맞게 고쳐서 이용하고 싶어 한다. 모칸의 경우, 처음에는 교사들이 방대한 방송 콘텐츠를 신중하게 생각하지 않았으나, 교사가 직접 화면을 보면서 제작하는 맞춤형 수업계획, 가이드, 요약정보, 인터넷 자원과 프로그램의 연결 등, 방법을 바꾸자 인기가 급상승 했다. 모칸은 사건취재, 현장 리포트 등 사회 문제에도 적극적이다.

3. 소속 니즈 관련 과제

과거에는 인터넷의 이용목적이 학습, 오락, 정보획득 등이었으나 최근에는 토론, 소속감, 생활정보 순으로 바뀌었다. 그런데 한국의 지역 네트워크들의 콘텐츠는 서비스, 오락, 학습, 쇼핑, IT, 경제, 정치 사회, 문화예술, 스포츠 순으로 기업과 유사한 패턴이다 (이재관, 2002). 한국사회는 최근 들어 정치, 환경, 교육 등 각 분야의 시민활동이 매우 왕성하나 이에 대한 전자정부의 지원부분은 분명하게 명시 되지 못하고 있다. 다시 말해서 소속니즈와 동기화 능력은 매우 왕성하나 니즈에 대응되는 접근성 및 기술적 역량은 미흡하다. 567 개 미국 도시 사이트의 콘텐츠를 조사한 Kanfer & Kolar(1995)를 보면 미국의 도시들은 공공기관, 도서관, 학교, 병원, 상공회의소, 시민단체, 중소기업, 지역행사 등이 긴밀히 연결된 지역중심의 콘텐츠를 갖추고 있다. 한국은 지역내 구성원이 협력하는 프리넷 유형의 네트워크가 보급되지 못하여 오히려 배타적 기업 스타일에 가깝다.

부부가 시민 네트워크 운동에서 큰 업적을 쌓은 David & Carol Schwinn(1994)은 지역내 조직간 연결 (1 단계), 분과별 관계구축 (2 단계), 종합시스템 구축 (3 단계)의 접근을 주장한다. 초기에는 협력 분위기 중심으로 하고 점차로 문제해결과 학습체제로 전환하는 것이 일반적 수준이라고 한다. 전자정부 리더십의 요점은 일부 관료집단에 의존하는 것이 아니라 각계의 리더십 역할을 온라인 상에서 실현 해야 한다는 점이다. 즉, 비전과 목적의 제시, 개방적 생산적 토론, 홍보와 보급, 확장의 일이다. 정부는 다양한 사람들을 묶어주는 대화기술, 개념모델, 팀 학습을 연마하여 기존 시스템의 변화를 자극하고 새로운 영역으로 확장하는 새로운 게임을 할 수 있어야 한다.

V. 결론

한국은 지역내 관청, 주요기관, 시민단체가 링크되어 한 덩어리를 이루는 커뮤니티 네트워크 유형이 발달하지 못하고 각각 높은 담장을 쌓는 경향이 있다. NGO 등이 온라인 및 오프라인에서 활발히 활동하고 있으나 전자 정부가 그 욕구를 수용해주지 못하고 있다. 본 연구에서는 전자정부의 전략 방향을 제시하기 위해 문제영역을 식별하고 대응책을 토의하였다. 웹사이트 평가에 의한 실증연구와 모델 단순화에 초점을 두었으며 국내외 76 개 지방정부 웹사이트를 평가하여 온라인 유인, 홍보, 지역 서비스, 차별화, 참여, 기술 인프라의 6 요인을 식별하였다. 한국은 온라인 유인과 참여가 상대적으로 우수하고 외국은 홍보, 지역 서비스, 차별화가 우수함을 지적하였다. 그러나 절대점수로 보면 국내외 마찬가지로 참여요인은 매우 취약하다. 시민의 커뮤니케이션 니즈 및 능력에 입각한 문제영역의 구체화와 대책구상은 본 연구의 중요한 특징이다. 본 연구에서는 정보니즈-접근성, 정보니즈-역량, 참여니즈-접근성, 참여니즈-역량의 4 영역이 취약하고 소속니즈 관련과제도 보완할 필요가 있음을 지적하였다. 과제 관련 토의를 요약하면, (i) 사회의 각 분야를 광범하게 포용하는 네트워크와 허브가

필요하며, (ii) 전자정부의 통합화 과제를 위해 상당한 실험과정이 필요하며, (iii) 시민사회의 변화에 부응하여 커뮤니케이션 니즈와 능력을 충분히 반영하는 설계 전략이 필요하다는 것이다.

참고 문헌

- 김홍규 역, S.W. 리틀존 저(1996), 「커뮤니케이션이론」, 나남출판사.
- 서진원(2000), "정보리터러시 개념을 이용한 지역주민의 정보화수준 측정", 『한국행정학보』, 34(1), 309-325.
- 이재관(2000), "커뮤니티 요소를 고려하는 웹사이트 평가", 『경영과학』 17(7), 119-129.
- 이재관(2002), 「사이버 공동체의 성공요인」, 아산재단연구총서 95 집, 집문당.
- 이재관(2003), "공공 웹사이트의 정보서비스 및 커뮤니티 요소 평가", 『한국국방경영분석학회지』 29(1), 76-87.
- Bertelsmann Foundation(2002), *Balanced E-Government*, www.begix.de.
- CCCI(2000), "An Appeal for Cyber Community Solutions", CCCI Recommendations, www.ccci.or.jp/
- Commission of EC(2001), "2001 Innovation Scoreboard", Working Paper, Brussels, 14.9.2001, SEC(2001) 1414.
- Cunliffe, D.(2000), "Developing Usable Websites: A Review and Model", *Internet Research*, 10(4), 295-307.
- December, J.(1997), "Note on Defining of Computer-Mediated Communication", *CMC Magazine*, January, Retrieved at <http://www.december.com/cmc/mag/1997>.
- Jutla, D., P. Bodorik, & J. Dhaliwal(2002), "Supporting the E-Business Readiness of SMEs: Approaches and Metrics", *Internet Research*, 12(2), 139-164.
- Kanfer, A & C. Kolar(1995), "What Are Communities Doing Online?", *Supercomputing*, 7 December.
- Kim, A.J.(2000), *Community Building on the Web*, Peachpit Press, Berkeley, CA.
- Layne, K. & J. Lee(2001), "Developing Fully Functional E-Government: A Four Stage Model", *Government Information Quarterly*, 18(2), 122.
- Lee, Jae-Kwan(2003), "A Model for Monitoring Public Web Site Strategy", *Internet Research*, 13(4), 259-266.
- Mohammed, R.A., R.J. Fisher, B.J. Jaworski, & A.M. Cahill(2002), *Internet Marketing*, McGraw-Hill.
- Nielsen, J.(2001), *Alertbox*, 24 December.
- Rangone, A. & Turconi, A.(2003), "The TV Revolution Within the Multimedia Convergence: A Strategic Reference Framework", *Management Decision*, 41(1), 48-71.
- Ronaghan, S.(2002), *Benchmarking e-Government: A Global Perspective*, United Nations Division for Public Economics and Public Administration.
- Schwinn, David & Carol(1994), "On the Quality Community Quest, We Are Not Alone", *Journal of Quality and Participation*, Vol.17 No.5, September, 8-16.
- Sharma, S.K. & J.N.D. Gupta(2003), "Building Blocks of an E-Government -A Framework", *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 1(4), 34-48.
- Simeon, R.(2001), "Evaluating the Branding Potential of Website Strategy", *Marketing Intelligence & Planning*, 19(6), 418-424.
- TNS(2002), "Government Online Grows in AP", *Newsletter of Taylor Nelson Sofres Group*, Vol.9, 7.
- Vihara, M.(2000), "Citizen's Communication Capabilities in Civil Society", *Foresight*, 2(2), 190-7.

[저자 소개]

이재관(□□□), 1941년 서울 출생. 서울고, 육사, 서울대학교 수학과 졸업, 경영학박사(고려대), 육사 교수로 있다가 1979년 봄부터 송실대 교수로 재직중이다. 연구 관심분야는 e-business, TQM, 공공부문이다. 홈페이지는 sba.ssu.ac.kr/jklee, 이메일은 jklee@ssu.ac.kr