2009-06 연구보고서

경찰이미지 평가와 향후 대책에 관한 연구

치안정책연구소
POLICE SCIENCE INSTITUTE

2009-06 연구보고서

경찰이미지 평가와 향후 대책에 관한 연구

《 硏 究 陣 》

연 구 위 원 : 양 문 승 (원광대학교 경찰행정학부 교수)
장 규 원 (원광대학교 경찰행정학부 교수)
이 동 원 (원광대학교 경찰행정학부 교수)

목 차

제1장 서 론 ····· 9

제1절 연구의 목적 ····· 9

제2절 연구의 범위 및 방법 ····· 11

1. 연구의 범위 ····· 11

2. 연구의 방법 ····· 12

제2장 이론적 배경 ····· 15

제1절 이미지 관련 적용이론 ····· 15

1. PR 이론 ····· 15

2. 이미지형성 과정 이론 ····· 18

3. 커뮤니케이션 이론 ····· 20

4. 관계마케팅 이론 ····· 23

제2절 경찰이미지에 대한 논의 ····· 26

1. 이미지의 개념 및 형성 요인 ····· 26

2. 조직이미지의 개념 및 특성 ····· 32

3. 경찰이미지의 개념 및 특성 ····· 34

제3절 경찰이미지 평가 ····· 41

1. 경찰이미지 평가의 의의 ····· 41

2. 경찰이미지 평가의 접근방법 및 측정방법 ····· 43

제3장 선행연구 및 사례 검토 ····· 46

제1절 공공기관 이미지 선행연구 ····· 46

1. 국가이미지 연구 ····· 46

2. 정부 및 행정기관 이미지 연구 ····· 49

3. 교육기관 이미지 연구 ····· 50

제2절 민간기업 이미지 선행연구 ····· 51

1. 기업이미지 연구 ····· 51

2. 브랜드 이미지 연구 ····· 55
제3절 경찰이미지 제고 사례 ····· 56
1. 우리나라 경찰이미지 제고 사례 ····· 56
2. 외국 경찰 이미지 제고 사례 ····· 59

제4장 경찰이미지 조사결과 분석 ····· 63
제1절 조사개요 ····· 63
1. 조사방법 ····· 63
2. 조사내용 ····· 65
3. 조사대상자의 특성 ····· 65
제2절 경찰 이미지에 대한 평가 ····· 68
1. 경찰 이미지 평가 개요 ····· 68
2. 경찰 이미지 속성별 평가 및 형성요인 ····· 80
제3절 경찰 활동에 대한 평가 ····· 102
1. 경찰 활동 평가 개요 ····· 102
2. 경찰 활동 분야별 평가 및 영향요인 ····· 108
제4절 조사결과의 요약 ····· 128
1. 경찰 이미지 평가 ····· 128
2. 경찰 활동 평가 ····· 129

제5장 향후 이미지 제고 방안 ····· 132
제1절 경찰이미지 속성측면 ····· 132
1. 경찰의 공정성·청렴성 제고 방안 ····· 132
2. 경찰활동의 전문성·신속성 제고 방안 ····· 137
3. 경찰의 친절성·인권의식 강화방안 ····· 142
제2절 경찰이미지 형성경로측면 ····· 147
1. 대 언론 관계의 개선 ····· 147
2. 대 국민 관계의 개선 ····· 150

제6장 종합대책 및 결론 ····· 156

참 고 문 헌 ····· 159
부록1. 설문지(경찰관용) ····· 169
부록2. 설문지 ····· 179

표 목 차

〈표 2-1〉 이미지에 관한 학자들의 정의 ····· 27
〈표 3-1〉 PZB의 SERVQUAL Model ····· 47
〈표 3-2〉 국가이미지 구성요인 ····· 48
〈표 3-3〉 기업이미지의 구성요인 ····· 53
〈표 4-1〉 조사대상기관 표집 ····· 64
〈표 4-2〉 조사내용 ····· 65
〈표 4-3〉 시민 응답자의 특성 ····· 66
〈표 4-4〉 경찰응답자의 특성 ····· 67
〈표 4-5〉 경찰 상징물 ····· 69
〈표 4-6〉 경찰에 대한 이미지 형성 경로 ····· 70
〈표 4-7〉 경찰이미지 평가 ····· 71
〈표 4-8〉 이미지 속성별 긍정률 비교 ····· 72
〈표 4-9〉 시민응답자 특성별 이미지 평가 ····· 74
〈표 4-10〉 경찰 응답자 특성별 이미지 평가 ····· 77
〈표 4-11〉 경찰이미지 중요도 ····· 78
〈표 4-12〉 시민의 이미지 평가와 중요도 ····· 78
〈표 4-13〉 경찰의 이미지 평가와 중요도 ····· 79
〈표 4-14〉 시민응답자 특성별 청렴성 평가 ····· 80
〈표 4-15〉 경찰 응답자 특성별 청렴성 평가 ····· 81
〈표 4-16〉 청렴성 형성요인 ····· 83
〈표 4-17〉 시민응답자 특성별 신속성(즉응성) 평가 ····· 84

〈표 4-18〉 경찰 응답자 특성별 신속성(즉응성) 평가 ····· 85
〈표 4-19〉 신속성(즉응성) 형성요인 ····· 86
〈표 4-20〉 시민응답자 특성별 친절성 평가 ····· 87
〈표 4-21〉 경찰 응답자 특성별 친절성 평가 ····· 89
〈표 4-22〉 친절성 형성요인 ····· 90
〈표 4-23〉 시민응답자 특성별 공정성 평가 ····· 91
〈표 4-24〉 경찰 응답자 특성별 공정성 평가 ····· 93
〈표 4-25〉 공정성 형성요인 ····· 94
〈표 4-26〉 시민응답자 특성별 전문성 평가 ····· 95
〈표 4-27〉 경찰 응답자 특성별 전문성 평가 ····· 96
〈표 4-28〉 전문성 형성요인 ····· 98
〈표 4-29〉 시민응답자 특성별 인권의식 평가 ····· 99
〈표 4-30〉 경찰 응답자 특성별 인권의식 평가 ····· 101
〈표 4-31〉 인권의식 형성요인 ····· 102
〈표 4-32〉 경찰활동 평가 ····· 103
〈표 4-33〉 시민응답자 특성별 경찰활동 평가 ····· 104
〈표 4-34〉 경찰 응답자 특성별 경찰활동평가 ····· 106
〈표 4-35〉 경찰활동 중요도 ····· 107
〈표 4-36〉 시민의 경찰활동 평가와 중요도 ····· 107
〈표 4-37〉 경찰의 경찰활동 평가와 중요도 ····· 108
〈표 4-38〉 시민 응답자 특성별 범죄예방활동 평가 ····· 109
〈표 4-39〉 경찰 응답자 특성별 범죄예방활동 평가 ····· 110
〈표 4-40〉 범죄예방활동 세부항목 평가 ····· 111
〈표 4-41〉 범죄예방활동 영향 요인 ····· 112
〈표 4-42〉 시민 응답자 특성별 범죄수사 및 진압활동 평가 ····· 114
〈표 4-43〉 경찰 응답자 특성별 범죄수사 및 진압활동 평가 ····· 115
〈표 4-44〉 범죄수사 및 진압활동 세부항목 평가 ····· 116
〈표 4-45〉 범죄수사 및 진압활동 영향 요인 ····· 117
〈표 4-46〉 시민 응답자 특성별 교통활동 평가 ····· 118

〈표 4-47〉 경찰 응답자 특성별 교통활동 평가 ····· 120
〈표 4-48〉 교통활동 세부항목 평가 ····· 121
〈표 4-49〉 교통활동 영향 요인 ····· 122
〈표 4-50〉 시민 응답자 특성별 사회질서유지활동 평가 ····· 123
〈표 4-51〉 경찰 응답자 특성별 사회질서유지활동 평가 ····· 125
〈표 4-52〉 사회질서유지활동 세부항목 평가 ····· 126
〈표 4-53〉 사회질서유지활동 영향요인 ····· 127
〈표 6-1〉 경찰이미지 제고 종합계획 ····· 156

그 림 목 차

〈그림 2-1〉 PR의 특성 및 과정 ····· 18
〈그림 2-2〉 서비스 약속과 관계마케팅 활동 ····· 25
〈그림 2-3〉 주관적 관점의 이미지 ····· 29
〈그림 2-4〉 객관적 관점의 이미지 ····· 29
〈그림 2-5〉 이미지 평가의 접근방법 ····· 44

제1장 서 론

제1절 연구의 목적

경찰은 국민의 생명과 재산을 수호하는 국가기관으로서 존재 의의를 두고 있다. 국민과 국가안전의 수호기관이라는 면에서는 군대나 국가정보원 등의 기관과 유사한 성격을 띠고 있지만 일반 국민들과의 접촉이 일상적이며 직접적으로 이루어진다는 점에서 일반 국민에게 비치는 이미지는 매우 중요하다.

특히 국민에게 한발 다가가는 정책과 국민에 대한 봉사자로서 경찰의 업무를 수행하기 위해서는 국민의 신뢰와 지지는 절대적으로 필요하다. 그간 경찰의 노력으로 국민에 대한 경찰 이미지는 크게 개선되고 있는 것이 사실이다.

현대적인 경찰로서의 이미지를 구축하기 위한 개선 노력은 대부분의 국가에서 시민에게 친근한 경찰의 이미지를 심어주기 위해 실시하고 있어 세계적인 추세에 발맞추는 시기적인 요청에 의한 것으로도 볼 수 있다.

이러한 노력은 시민과 경찰 간의 지식 교류와 시민속의 경찰로 활동할 수 있는 근간이 되며, 이를 통한 이미지의 개선은 조기 교육 실시와 역사흐름의 교육 등을 통해 일반적인 경찰이미지에 대한 사고가 굳어지기 전에 홍보할 수 있는 방안이 될 수 있으며, 후속세대에게 영향을 주어 향후 경찰 이미지 신장에 기여할 수 있다. 나아가 이미지 평가를 통한 개선노력은 지역 시민과 경찰 간의 벽을 허물고 협조할 수 있는 기틀을 마련할 수도 있다.

경찰청 '경찰혁신기획단'은 경찰이미지 개선대책의 일환으로 2004년에 실시한 '경찰 이미지 제고를 위한 여론조사'를 바탕으로 경찰이미지 개선을 위한 외형적·내형적 종합 대책을 마련하고 추진하여 왔다.

이 조사 결과에 따르면 먼저 외형적인 요인의 개선책으로 외근 경찰의 단정한 용모, 깔끔한 복장상태를 유지하는 것, 넥타이 색상의 교체 등 새로운 제복으로 교체를 추진하였다. 또 차량의 경우 주 1회 차량 정비의 날을 지정하여 운영하였으며, 112센터 요원

에 대한 긴급교양 실시와 더불어 중장기 대책으로 경찰종합학교에 112 신고센터 운영요원 교육과정 신설을 제안하였다. 아울러 경찰 청사 내·외곽의 청결 상태 점검과 경찰 상징 캐릭터의 효율적 활용과 장기적으로는 업그레이드를 추진하기로 하였다.

한편 내면적 요인의 개선책으로 이미지에 대한 여론조사 결과를 요약하여 '교양자료'를 발간·배포하였으며, 구체적인 대책을 마련하여 관서별 '특별교육 및 토론회' 실시와 더불어 각 요소별 평가지표를 개발하여 치안행정 평가요소에 반영토록 하였다.

그러나 내면적 요인인 청렴성, 신속성, 친절성, 공정성, 전문성, 인권의식 등은 일반국민들이 느끼고 평가하는 요소이기 때문에 겉으로 드러나는 변화로는 파악하기 힘든 요소이다. 이를 향상시키기 위한 구체적인 대책의 경우에도 그 효과가 나타나기 까지는 상당한 시간이 소요된다. 따라서 그에 대한 변화 및 향상 정도에 대한 평가가 매우 중요하다.

이상과 같이 경찰은 경찰이미지의 외형적 요소와 내면적 요소에 대한 구체적인 대책을 마련하고 추진하여 많은 변화와 성과를 거두었다고 볼 수 있다. 특히 외형적 측면에서는 경찰제복의 변화, 순찰차량의 변화 등을 통하여 가시적인 성과를 얻었고 비교적 좋은 평가를 받고 있다. 게다가 경찰교육훈련이나 시민과의 통로인 112제도를 개선하여 보다 가까이 다가가는 경찰의 이미지를 형성하는데 기여하였다. 반면에 내면적 요소에 대한 변화의 경우에는 전술한 바와 같이 가시적으로 드러나지 않고 그 효과 또한 더디기 때문에 일정한 시간이 경과한 후에 성과를 평가할 수 있다.

따라서 2004년 이미지 조사 이후 각종 대책의 성과를 평가하고 그간의 이미지 변화 정도를 평가하기에 적절한 시간이 경과되었다고 판단하여 본 연구를 수행하게 되었다. 이에 본 연구는 2004년에 실시된 연구지표에 기반하여, 그간 실시된 각종 대책이 경찰이미지 향상에 얼마나 기여하였는지 그 향상 정도를 평가하여 경찰이미지 향상을 위한 향후 보완 대책을 마련하는데 기여하고자 한다.

이러한 연구를 통하여 산출된 결과를 바탕으로 기대할 수 있는 효과와 활용에 대해서는 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 2004년에 실시된 이미지 조사결과와의 비교를 통하여 그간의 노력과 성과에 대한 객관적인 평가를 할 수 있을 것이다. 따라서 2004년에 각 이미지 차원별로 제시되었던 대책의 실효성을 판단할 수 있을 것이며, 이를 기반으로 미흡한 대책을 중심으로 보완책을 제시할 수 있을 것으로 예상된다.

둘째, 설문지 분석을 통해 나타난 경찰의 내면적 이미지와 경찰활동에 대한 평가를 통하여 보완할 수 있는 대책을 강구할 수 있을 것으로 예상된다. 또한 이미지 속성의 형성요인이나 경찰활동의 영향요인들에 대한 분석을 다각도로 진행하여, 미흡했던 2004년의 분석결과를 보충하고, 향후 대책을 업그레이드 할 수 있는 보완책을 기대할 수 있다는 측면에서 큰 의의가 있다고 볼 수 있다.

셋째, 일반 시민들의 이미지와 경찰들의 이미지 간의 차이를 찾아내어 경찰 입장이 아닌 일반 시민입장에서 평가하는 이미지를 바탕으로 일반 시민 입장에서 이미지를 제고할 수 있는 요소를 파악하여 제시할 수 있을 것이다. 또한 일반 시민의 경우 고정 관념적 이미지와 실제적 이미지를 제시함으로써 고정 관념적 이미지를 해소 할 수 있는 방안 등을 제시하여 홍보에 주력하도록 함으로써 실제보다 과장된 부정적 이미지를 해소하는데도 크게 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

제2절 연구의 범위 및 방법

1. 연구의 범위

연구의 범위는 다음과 같이 한정하였다.

첫째, 연구의 이론적 범위는 관련적용이론으로 PR이론, 이미지형성이론, 관계마케팅이론, 커뮤니케이션이론을 제시하여 경찰이미지와 평가 및 이미지 향상 방안에 대한 기초연구를 진행하였고, 이를 토대로 이미지에 대한 개념과 조직이미지의 특성에 대해 살펴보았다. 기초연구를 바탕으로 경찰이미지의 개념과 특성 및 형성과정에 대한 자세한 내용을 설명하였다.

둘째, 연구 내용의 범위는 경찰이미지 평가와 활동평가라는 두 가지 틀로 나누어 살펴보았다. 경찰상징물과 이미지 형성경로 평가를 통해 표면적 이미지 평가를, 이미지 속성별 형성요소와 평가를 통해 내면적 이미지 평가를 실시하였다. 또, 경찰업무의 특수성을 고려한 경찰업무의 유형에 대한 기능적 질과 경찰관 개개인들의 업무수행을 통해서 형성되는 시민들의 심리적 속성이 반영된 활동평가를 실시하였다.

셋째, 연구의 대상은 대민접촉이 빈번한 경찰관과 민원인 중에서 경찰과의 접촉 경험 정도가 서로 다른 시민을 선정하여 전국단위의 설문조사의 대상으로 하였다. 대상자들이 대표성을 지닐 수 있도록 전국단위 표집에 있어서도 일단 규모에 따라 경찰기관을 분류하고 인원비율에 따라 대상자를 한정하였다.

2. 연구의 방법

연구의 방법은 크게 문헌연구와 실증연구로 나누어 볼 수 있다.

가. 문헌연구

치안정책연구소와 경찰청의 협조 하에 경찰의 이미지 향상을 위한 각종 대책과 실적 관련 자료를 입수하여 분석하고, 국내외 각종 문헌조사 및 자료조사를 통하여 외국 경찰의 대국민 이미지 향상 노력의 사례에 대하여 정리하였다. 또 그 효과에 대한 연구결과 등을 분석하여 일반화 할 수 있는 부분을 찾아내어 우리나라의 경찰에 적용하는 것을 모색하고 선진 경찰의 이미지를 구축할 수 있는 기반을 다지는 한편 제도적인 보완책을 제시하였다.

이렇게 다양한 국내외 문헌연구를 통해 그간 실시된 경찰이미지 조사에서 경찰이미지에 직접적이고도 크게 영향을 미치는 요인들을 파악하고, 향후 대책을 마련하는데 있어서 일반적인 기업이미지와 달리 경찰이라는 업무의 특성을 고려한 이미지 평가와 대책 등에 관한 중요한 핵심 개념을 도출하였다.

나. 실증연구

실증연구로는 설문조사 방법을 사용하였다.

설문조사는 경찰청 치안정책연구소의 협조 하에 일반 국민의 의견 및 현장에서 시민을 접하는 경찰관이 체감하는 경찰이미지를 평가하기 위해 경찰관과 경찰서 방문 일반시민 등을 대상으로 2008년 11월 15일부터 12월 15일까지 전국적인 표본을 대상으로 조사를 실시하였다.

설문조사를 위한 표본선정 방법은 전국의 경찰관서를 구성원 수에 대응하여 규모에 따라 경찰청별로 경찰서와 순찰지구대를 선정하였다. 이렇게 선정된 지구대 중에서 다시 무작위 추출 방식을 통해 가나다순으로 배열한 후 홀수 번째 지구대를 추출하였다.

전체 조사대상은 이렇게 분류된 기관별로 16개 지방청의 239개 경찰관서 중에서 경찰서 24개, 지구대 24개로 총 48개 기관이 선정되었다. 이와 같은 추출방법을 통해 선정된 조사대상기관은 각각 전체 경찰서의 1/5, 경찰서와 지구대 1/2로 이는 적절한 표집절차를 거쳐 추출되었다.

조사대상은 경찰관 720명, 시민 720명으로 총 1,440명이었으며, 각 경찰서별 경찰관 15명, 민원인 20명으로 24개 기관에서 경찰관 360명, 민원인 360명으로 선정하였고, 순찰지구대는 경찰관 15명, 민원인 10명으로 24개소에서 경찰관 360명, 민원인 360명을 대상으로 조사를 실시하였다.

조사대상의 특징은 경찰관의 경우 민원실, 교통(사고), 형사, 순찰지구대 등 일반 시민과 접촉이 많은 경찰을 대상으로 경찰의 이미지에 대한 인식을 조사하여 자체 평가를 실시하고, 이에 대해서는 각 종 평가항목에 대한 과거의 분석 결과와 현재 결과의 차이를 보기위해 시점을 달리하여 평가를 실시하였다.

한편 일반 시민의 경우 경찰과의 접촉의 유무에 따라 경찰이미지에 대한 인식의 차이를 분석하였다. 또한 경찰서 방문자를 중심으로 경찰이미지에 대한 각종 요소별 평가는 물론, 접촉 전후의 이미지를 각각 평가토록 하여 실제적 이미지와 통념적(고정 관념적) 이미지를 구분하여 정확한 이미지 평가가 되도록 하며, 접촉 이후 나아진 영역 및 나빠진 영역을 구분함으로써 궁극적으로 경찰이미지를 향상시킬 수 있는 영역을 찾아내고 대책을 마련하는 기초로 삼았다.

설문 결과를 비교 분석하여 경찰 이미지에 대한 종합적인 평가는 물론 경찰관 조사 결과와 비교하여 경찰과 일반시민간의 차이가 크게 발생하는 영역을 찾아내어 효율적인 이미지 향상 대책 수립에 대한 조사결과를 제시하였다.

설문조사방법은 경찰서(경무과) 및 순찰지구대에 설문지를 우편송부 후 회수하는 방식을 사용하였다. 경찰관을 대상으로 한 설문조사는 경찰서 내에서 민원인과 접촉이 많은 부서인 민원봉사실, 경비교통과, 기타 부서의 경찰관, 순찰지구대 경찰관을 전반적으로 계급과 인원 비례를 고려하여 인원을 배분하였다. 또한 시민을 대상으로 한 설문조사에

서도 경찰서 내에서 민원인과 접촉이 빈번한 민원봉사실, 경비교통과, 기타 부서 및 순찰지구대 방문객을 기관 규모별로 인원 배분하였다.

제2장 이론적 배경

제1절 이미지 관련 적용이론

이 절에서는 이미지 관련 이론으로 PR 이론, 이미지형성 과정 이론, 커뮤니케이션 이론, 관계마케팅 이론을 살펴본다. 먼저 기초이론인 PR 이론(홍보이론)을 통해 국민과 경찰과의 쌍방향적 커뮤니케이션의 중요성을 살펴보고, 이미지형성 과정 이론을 살펴봄으로써 경찰이미지 형성경로와 관련하여 요인별 기초정보를 얻고자 한다.

아울러, 이미지 관련 적용이론의 총체적인 면으로 볼 수 있는 커뮤니케이션 이론을 통해 경찰과 국민간 관계 형성에 따라 경찰이미지 평가에 중대한 영향력을 미치는 정도에 대해 알 수 있다. 마지막으로 관계마케팅 이론은 차후 경찰이미지 형성과 관련하여 국민과의 유대적인 관계 형성, 유지, 강화를 위한 방법으로서 마케팅적 접근의 중요성을 살펴볼 수 있다.

1. PR 이론

가. PR의 정의

PR(Public Relations)을 우리나라에서는 일반적으로 홍보라고 부르고 있으나 이를 직역하면 '널리 알리기'가 된다. 그러나 홍보는 그동안 국내에서는 대중 홍보의 개념으로 통용되어 왔으며,[1] 1990년대에 들어 영어에서의 PR 고유의미로 점차 인식되고 있다.

Cnafield와 Moore(1973)는 PR을 대중과의 쌍방적 커뮤니케이션을 통해 상호간의 이해와 친선을 획득하기 위한 경영의 사회적 철학원칙이 정책과 실제행위로 표현된 것이라 했다.[2]

---

1) 김주호, 이기는 PR, 성공하는 PR, 서울: 사계절, 1997, p.12.
2) 백상기, PR론, 서울: 형설, 1990, p.21.

Cutlip와 Center(1982)는 PR을 "반대의견을 중화시키고, 아직 중립적인 사람들을 호의적으로 유도하며, 호의적인 의견은 계속 유지시키기 위한 설득커뮤니케이션 활동으로서 상호 만족할만한 쌍방적 커뮤니케이션을 기초로 사회적으로 책임 있고 용인되는 행동을 통해 여론에 영향을 주기 위한 계획된 노력"이라고 하였다.[3)]

국제 PR협회(IPRA)에서는 PR이란 사적 및 공적인 조직체와 그 조직체가 관계하거나 또 관계할 수 있는 사람들의 이해와 동조를 유지하는 지속적이고 계획된 성격의 경영기능이라고 정의하고, 그 목적은 계획적이고 광범위한 정보에 의한 더욱 생산적인 협력과 공동이익의 더욱 효과적인 달성을 위한 것이며 이를 위하여 가능한 한 그들 자신의 정책과 절차와 여론과의 상관성을 높이기 위해 그들에 관한 여론을 평가하는 데에 있다고 보았다.[4)]

최근에는 생태학적인 개념으로서 PR이란 조직체가 생물체처럼 끝없이 신진대사작용을 하며 사회라는 환경 속에서 살아가는 것이라는 주장이 등장하고 있다. 정해진 틀 속에서 PR업무를 수행하는 것이 아니라, 역동적으로 변화하는 사회 속에서 과업환경 내외의 크고 작은 수많은 도전을 어떻게 해석하여 대처해 나갈 것인가에 PR의 역점을 두어야 한다는 것이다.[5)]

종합해보면, PR은 대중홍보활동을 근간으로 하는 언론·임직원·투자자·정부·시민단체 등 다양한 공중(Public)과 관계(Relationship)을 통해 조직과 공중 사이에 상호이해의 폭을 넓혀 나가는 종합적인 커뮤니케이션 활동이라고 정의할 수 있다.[6)]

따라서 경찰이미지 제고를 위한 PR활동은 관련기관 및 언론, 시민 등의 관계에서 서로간의 이해를 높이고 이미지를 수용할 수 있게 하는 가장 좋은 방법이 될 것임을 예상할 수 있다.

---

3) 선혜진, "한국 PR의 발전과정에 대한 연구 : 미국과 일본의 영향을 중심으로", 박사학위논문, 중앙대학교 대학원, 2004, p.17.
4) 안철현, "공공기관의 PR 특성과 위기관리 현황 연구 : 우수성 연구의 적용", 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 2008, p.16.
5) 우소영, "기업-공중관계성과 기업이미지의 가치에 관한 연구 : 고객 만족도 및 충성도와의 관계를 중심으로", 박사학위논문, 중앙대학교 대학원, 2008, p.18.
6) PR은 광고와는 구분된 개념으로, 광고는 제품과 서비스를 팔기 위한 메시지를 계획, 창조, 집행하는 반면 PR은 기업, 재무, 마케팅 커뮤니케이션, 제품 퍼블리시티, 그리고 공중과 관련한 업무로 구분된다.

나. PR의 요인 및 과정

PR의 중요한 구성요인으로는 공공성의 원리, 쌍방적 커뮤니케이션에 의한 설득, 목표대중의 이해와 친선이 있다.[7] 즉, 목표대중을 설정하고 그들에게 메시지 정보를 발산함으로써 기대되는 기업에 대한 이해와 이미지 제고 및 신뢰감 조성으로 구성되어 있다는 것이다.

이를 구체적으로 설명하면 다음과 같다.[8]

첫째, PR의 1차적 요소인 공공성의 원리란 개인이나 개별기업이 자신만의 이익을 추구하는 사익성과 대비되는 개념으로 공동사회를 구성하는 공중의 이익증진에 봉사한다는 공공성을 바탕으로 공중을 위한 경영이념을 갖고,[9] 이를 구현하기 위한 정책결정과 시행활동을 벌이는 것이다.

둘째, 쌍방적이고 설득적인 커뮤니케이션으로서 PR은 목표대중을 상대로 하는 커뮤니케이션이며 목표대중의 태도변화를 목적으로 한다는 것이다. 이는 최종적으로는 수용자의 태도변화를 목적으로 한다는 점에서 의도적이며 쌍방적 커뮤니케이션 과정이라 할 수 있다.

셋째, 목표대중의 이해와 친선도모라는 관점에서 PR은 현상을 특징짓는 것으로, 공공성에 맞는 조직체의 경영이념, 정책결정 및 사업실행에 관하여 대중과의 쌍방적 커뮤니케이션에 의하여 알림으로써 그 조직체에 대한 대중의 이해와 친선을 도모하는 설득 커뮤니케이션 행위라고 볼 수 있다.

이러한 PR의 과정은 다음과 같이 설명할 수 있다.

첫째, PR은 PR주(광고주)의 정책 및 사업에 대하여 목표대중이 품고 있는 의견 및 태도를 조사함으로써 출발한다.

둘째, 제2단계의 PR정책과 프로그램 입안은 대중이 PR주(광고주)에 대해 갖고 있는 태도 및 의견을 반영하기 위하여 마련된다.

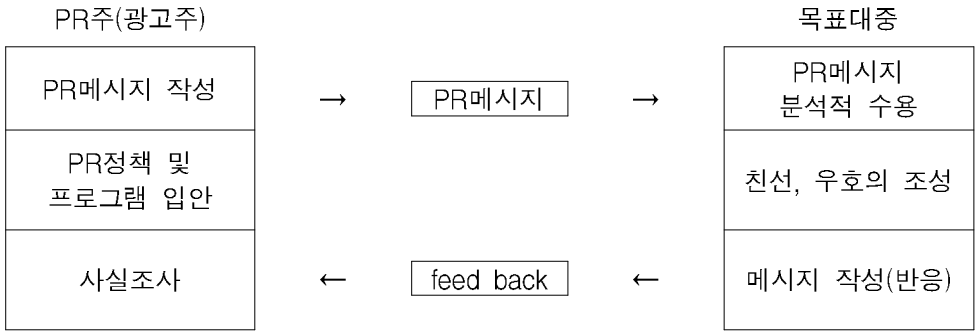
---

7) 안철현, 전게논문, 2008, p.33.
8) 김정기, 새PR 원론, 서울:탐구당, 1981, pp.16-18.
9) 배현미, "기업의 사회책임활동(CSR)이 기업 이미지와 명성에 미치는 영향", 중앙대학교 박사학위논문, 2008, pp.24-27.

셋째, 다음은 PR프로그램의 집행으로서 이는 PR메세지를 대중에 전파하는 커뮤니케이션 단계가 이어진다.

마지막으로 PR프로그램이 목표대중의 태도와 의견을 반영시키는데 효과를 내는지의 여부를 평가하는 단계이다. 이는 다시 수용자의 피드백으로 나타나므로 제2의 피드백 조사를 함으로써 PR과정은 일단락을 보게 된다. 이를 모형화 하면 〈그림 2-1〉과 같다.

〈그림 2-1〉 PR의 특성 및 과정



자료 : 우소영, "기업-공중관계성과 기업이미지의 가치에 관한 연구 : 고객 만족도 및 충성도와의 관계를 중심으로", 중앙대학교 박사학위논문, 2008, p.15.

2. 이미지형성 과정 이론

가. 이미지형성 과정의 기초

이미지가 인간의 마음속에서 정보처리 과정을 거쳐 재구성된 하나의 상이라고 한다면, 일련의 이미지 형성과정은 커뮤니케이션에서 수용자의 정보 수용 및 태도 변화 과정과 기본적으로 크게 다를 바가 없다 하겠다.[10]

설득 내지 태도 변화에 대한 최초의 과학적 연구는 제2차 세계대전이 시작되면서 Carl Hovland(1977)와 그의 동료들에 의해 실시되었다. 태도 변화에 관한 Hovland의 접근은 본질적으로 학습 이론적 접근이다. 이들은 태도는 학습되는 것이며, 학습이 이루어지는 것과 동일한 과정을 거쳐 태도가 변화한다고 보았다.[11]

---

10) 유재웅, 국가 이미지 (이론.전략.프로그램), 커뮤니케이션북스, 2008, p.7.

이와 같은 이미지 형성 과정 이론은 경찰이미지 형성에 있어 메시지 수용과정인 주목, 이해, 학습, 수용 단계를 거치는 동안 어떠한 노력을 기울여야 하는가에 대한 기초를 제공할 수 있다.

또한 시민이 경찰이미지에 대한 정보를 습득하고 이해하며 태도를 달리할 수 있는 학습단계를 거쳐 수용하게 되기까지 개인의 감정 및 반응에 대한 이미지 평가에 대한 중요성을 설명할 수 있다. 아울러 이미지 수용자가 중요하게 생각하는 요인들을 파악하여 이미지 제고 방안을 찾을 수도 있을 것이다.

나. 이미지형성의 단계

Hovland와 그의 동료들은 메시지의 수용과정을 4단계, 즉 주목, 이해, 학습, 수용으로 나누었다. 정보 수용의 첫 번째 단계인 주목은 메시지 자극에 대한 주의 환기를 말하고, 이해는 개념 형성 및 수용자에게 전달된 메시지의 뜻을 파악하는 지각 과정을 말한다.

이후 수용자는 커뮤니케이터의 메시지 내용을 배우게 되는데 이것이 학습단계이다. 학습과 동시에 수용자는 학습한 것을 받아들일지 거부할지를 결정하게 되며, 이것이 수용이다. 여기서 수용이란 의견이나 태도의 변용을 말한다.

여기서 중요한 개념인 '태도'의 범주를 어떻게 볼 것인가에 대해 다양한 의견이 있는데, 태도에 대한 정의는 사회심리학자들의 접근방법에 따라 다음과 같이 나눌 수 있다.

먼저 구조적 접근법을 주장하는 측은 태도의 개념을 넓게 해석한다. 이들은 태도란 지각적, 감정적, 인지적 측면에서 어떤 대상물에 대해 감지하고 있는 개인의 내적 상태로서, 그 대상물에 대해 반응할 준비가 되어 있는 정신적 심리적 상태라고 정의한다. 태도의 범주에 관해서도 이들은 특정 대상물에 대한 감정뿐만 아니라 지적이나 행동반응, 성향까지도 포괄하는 것으로 보았다.

커뮤니케이션의 결과로 나타나는 반응 내지 효과가 태도 변용이며, 구성 요소 내지 차원에 따라 인지적 태도 변용, 정서적 또는 감정적 태도 변용, 행동적 태도변용으로 나누어 보는 것도 같은 맥락이라고 할 수 있다.[12]

---

11) 정호신·김종수, "국가이미지 제고를 위한 평가지표 개발 및 발전방안", 장안논총, 장안대학교, 제26호, 2006, pp.121-123.

12) 김학진, "커뮤니케이션정책 형성과정에 있어 갈등과 조정에 관한 연구 : 방송통신 융합정책 형성

반면에 개념적 접근법을 주장하는 연구자들은 태도의 개념을 좁게 본다. 특정 대상물에 대하여 호의적 또는 비호의적으로 일관된 반응을 보이는 학습된 선유경향을 태도라고 정의하고 있다. 즉, 특정대상에 대한 개인의 감정적 측면만을 태도로 보았다.

이들은 인지적 요소는 태도의 구성요소가 아닌 선행요인으로 보고 행위 의도적 요소는 태도의 결과 요인으로 설명한다. 다시 말해 개념적 접근법을 주장하는 학자들은 특정 대상물에 대한 개인의 신념(느낌)→ 태도(감정적 측면)→ 행위 의도 순으로 영향을 미치는 것으로 보고 있다.[13)]

태도의 범주를 보는 데 있어서 이와 같이 광의의 구조적 접근법과 협의의 개념적 접근법이 있으나 이들 접근법을 종합적 관점에서도 볼 수 있을 것이다. 즉, 태도는 특정 대상에 대한 지각, 감정, 행동 측면을 포함하며, 그 과정은 개인의 신념(느낌)→ 태도(감정적 또는 정서적 측면)→ 행위의 의도의 경로를 거쳐 영향을 미친다고 볼 수 있다.

3. 커뮤니케이션 이론

가. 커뮤니케이션의 정의

커뮤니케이션은 기업과 고객이 상호 작용하는 쌍방향 교환과정을 말하는 것으로서 서로가 상대방을 보다 잘 인지할 수 있도록 기회를 제공해줄 뿐만 아니라 보다 지속적인 관계를 형성하는데 필수적인 요인이다.[14)] 그리고 효과적인 커뮤니케이션은 기업과 고객 간 관계의 질을 결정하기도 한다.

Day(1995)에 따르면 피드백과 추가적인 설명, 정보제공, 확실하고 신뢰성 있는 조언 제공 및 개인적인 접촉 등의 커뮤니케이션활동을 통하여 고객으로부터 지지와 격려의 효과를 얻을 수 있다. 일반적으로 커뮤니케이션은 일방적 의사소통과 쌍방적 의사소통의 두 가지 형태가 있는데, 기업에 있어 호의적인 고객들에게는 일방적 의사소통이 효과적일 수 있으나 처음부터 의구심이나 적대적 감정을 가지고 있는 고객들에게는 쌍방적 의

과정을 중심으로", 중앙대학교 박사학위논문, 2007, p.45.

13) 안철현, 전게논문, 2008, p.28.

14) 김영규・최영준, "미국 카지노 시장 환경변화에 따른 국내 카지노산업의 대처방안에 관한 탐색적 연구", 호텔경영학연구, 제13권 제4호, 2004, pp.81-96.

사소통이 보다 효과적이다.[15]

전통적인 거래마케팅 관점 하에서의 마케팅믹스 요소들은 광고나 메시지를 보내고 고객을 설득한다는 측면에서 일방적 커뮤니케이션이라고 할 수 있다. 그러나 관계마케팅 관점 하에서는 관계를 위한 쌍방적 커뮤니케이션을 기본으로 하여 서비스 제공자와 서비스를 제공받는 고객뿐만 아니라 이해관계자(종업원, 투자자, 정부 ,공급자 등)에까지 상호작용을 통하여 자신의 상표가치를 전달하고자 한다.[16]

커뮤니케이션활동은 구매와 관련된 신뢰성 위험을 감소시킬 수 있으며, 특히 쌍방적 커뮤니케이션은 고객과의 관계에서 신뢰를 형성하고 고객이 특별한 대접을 받거나 밀접한 관계라는 것을 인식하게끔 하여 고객에게 신뢰와 만족을 통해 긍정적인 영향을 미친다.[17] 이러한 쌍방향커뮤니케이션은 데이터베이스를 구축함으로써 더욱 효과적으로 실행될 수 있다.

또한, 커뮤니케이션은 신뢰의 가장 중요한 결정요인이며, 만족은 어떤 규범에 비교한 결과의 평가이고, 커뮤니케이션은 성과 결과와 기대(또는 규범)의 공유된 이해를 유도하므로 커뮤니케이션은 만족의 중요한 원천이라고 볼 수 있다. 따라서 커뮤니케이션은 신뢰와 만족을 증가시킬 수 있는 수단이 될 것이다.[18]

따라서 경찰조직이 국민들과의 커뮤니케이션을 활성화시키기 위해서는 커뮤니케이션 경로를 다양화하여 국민들의 관심과 참여를 유도하는 전략이 필요하다.

나. 커뮤니케이션 유형

커뮤니케이션 전략을 수행하기 위한 보다 구체적인 전략이 설정되면 소비자와 브랜드의 커뮤니케이션 창구로서 메시지를 전달하게 될 커뮤니케이션의 유형과 활용 매체를 결정하게 된다.

---

15) 김영규 · 최영준, "패밀리 레스토랑의 관계마케팅활동이 만족-전환행동 및 점포 애호도에 미치는 영향관계", 한국식생활문화학회지, 제19권 제5호, 2004, pp.544-555.

16) A. Caruana, *Service loyalty: the effect of service quality and the mediating role of customer satisfaction,* European Journal of Marketing, Vol.36. No.7, 2002, pp.811-828.

17) P. A. Dabholkar, C. D. Shepherd & D. I. Thorpe, 전게논문, 2000, pp.139-173.

18) 최성철, "호텔의 고객관계마케팅요인이 관계의 질과 성과에 미치는 영향에 관한 연구", 박사학위논문, 계명대학교, 2005, pp.23-28.

커뮤니케이션 매체 전략은 목표 고객집단에게 메시지를 가장 효율적으로 전달할 수 있는 매체들을 선정하고, 커뮤니케이션 목표를 달성하기 위해 얼마나 많은 사람에게 얼마나 노출시킬 것인지 결정하는 것이라 할 수 있다.[19]

이러한 유형은 크게 대중매체, 직접반응광고, 공간광고로 나눌 수 있다.

대중 매체 광고는 명시된 광고주가 행하는 아이디어, 제품, 서비스에 관한 유료 형태의 비대인적 설명 및 판매촉진 활동이라고 정의할 수 있다. 광고의 구체적인 효과를 예측하고 정확히 정량화하여 측정하기는 어려운 측면이 있으나, 광고가 강하고 호의적이며 독특한 브랜드 연상을 창출하는 강력한 수단이라는 사실은 여러 연구들을 통해 입증이 되었다. 대표적인 광고의 형태로서 TV, 라디오, 신문, 잡지의 4대 매체를 이용한 대중매체 광고를 예로 들 수 있다.

직접 반응 광고는 특정 고객과 잠재 고객으로부터 즉각적인 반응을 얻어내고 메시지를 전달하기 위해 우편, 전화를 비롯한 여러 가지 비인적 접촉 수단을 활용하는 광고이다.[20] 우편과 전화, 비디오, 소프트웨어, 멀티미디어 컨텐츠, 인터넷뿐만 아니라 전통적인 방송 및 인쇄매체를 활용할 수도 있다.

공간 광고는 흔히 옥외광고로 불리며 전통적인 매체 이외의 광고들을 포함하는 영역으로 폭넓게 정의되기도 한다. 전통적인 매체를 활용한 광고의 효과가 점차 감소되어감에 따라 비전통적인 대안 매체들이 부각되고 있으며, 이러한 대안 매체들은 점포나 거리는 물론이고, 사람들이 일하는 곳, 노는 곳과 같은 상이한 환경 속에서 소비자들에게 브랜드의 메시지가 더 효율적으로 도달할 수 있도록 하는 것을 목적으로 하고 있다.[21] 공간 광고에는 게시판, VTR, 영화, 비행기, 휴게실 등에서의 광고가 있다.

---

19) 김학진, "커뮤니케이션정책 형성과정에 있어 갈등과 조정에 관한 연구 : 방송통신 융합정책 형성과정을 중심으로", 중앙대학교 박사학위논문, 2007, pp.18-21.
20) 김성옥, "외식업체 PPL광고가 브랜드 이미지 및 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구", 경기대학교 박사학위논문, 2008, pp.36-38.
21) 선혜진, 전게논문, 2004, pp.23-26.

4. 관계마케팅 이론

가. 관계마케팅의 개념

관계마케팅은 1980년대 초부터 주의를 끌기 시작하였는데, 관계마케팅이란 용어를 처음으로 마케팅문헌에 도입한 Berry(1983)는 관계마케팅을 고객관계를 형성·유지·강화하는 것으로 정의하면서, 새로운 고객을 유치하는 것은 마케팅 과정에 있어서 중간단계로 인식되어야 하며, 관계를 강화하고 고객을 단골화 하는 것이야말로 진정한 의미의 마케팅임을 주장하였다.

이후 많은 학자들이 관계마케팅에 대한 연구를 발전시켜왔다. 초기 관계마케팅은 마케팅의 한 분야로 간주되어 온 경향이 많았는데, 1990년대에는 관계마케팅을 전체 마케팅 활동의 중심으로 제안하고 있으며, 이를 위해서 새로운 마케팅 관리 패러다임이 필요하다고 제안하기도 하였다.[22]

Dwyer, Schurr & Oh(1987)는 관계마케팅을 성공적인 관계적 교환을 정립·개발·유지하는 모든 마케팅활동이라고 했다.

임종원(1987)은 관계마케팅을 연결마케팅으로 보고 보다 광범위한 마케팅환경에서 판매와 연결될 수 있는 수단을 찾아봄으로서 판매행동을 활성화시키는 방법을 연구하는 분야라고 정의하고 있다.[23]

이수동과 임채운(1993)은 관계마케팅이란 거시적인 마케팅시스템과의 관계를 형성함으로서 매출액을 증가시킬 수 있는 활동이며 기업의 범위 밖에 있으면서 기업의 운명에 영향을 미치는 제반 거래 주체들과의 관계를 유기적으로 조정 · 관리하는 작업이라고 정의하였다.[24]

나. 관계마케팅의 중요성

Gronroos(1990)는 관계마케팅에서 강조되어야 할 내용으로 장기고객중시, 고객에 대

22) E. Gummesson, *Implementation requires a relationship marketing paradigm*, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.26. No.3, 1998, pp.242-249.
23) F. R. Dwyer, P. H. Schurr & S. Oh, *Developing buyer-seller relationship*, Journal of Marketing, Vol.(12), 1987, pp.59-64.
24) 이수동 · 임채운, 마케팅, 서울: 학현사, 1993, pp.37-56.

한 약속 및 이행, 마케팅활동에 조직 전체 구성원 포함, 마케팅에 상호작용 과정이, 고객지향서비스 문화, 고객정보 획득 및 활용 등을 제시했으며, 관계마케팅이 개인적인 고객 상호작용을 강조하기 때문에 소비재 기업보다는 서비스 기업과 산업체 기업이 관계마케팅에 보다 더 적합하다고 보았다.

또한 Berry(1995)는 특히 중요하고 불확실하며 변동적이고 복잡한 서비스를 제공하는 기업이 관계마케팅에 적합하다고 보았다.[25]

Reichheld & Sasser(1990)는 충성도가 높은 기존 고객은 더 많은 양을 빈번하게 구매하고 경쟁기업의 가격 유인에 덜 민감하여 높은 가격에도 지속적으로 구매를 할 뿐만 아니라, 궁극적인 구전효과로 새로운 고객들을 창출하기도 하여 기업이익 증대에 큰 역할을 한다고 했다.[26]

Fornell(1992)은 경쟁이 치열해지고 브랜드에 대한 충성도가 감소됨에 따라 신규고객유치와 시장점유율확대 등의 공격적 마케팅전략보다, 고객충성도 제고와 기존고객유지를 위한 방어적 마케팅전략의 중요성이 커지고 있다고 했다.[27]

다. 관계마케팅의 유형

Bitner(1995)는 관계마케팅을 실행하기 위한 3가지 활동으로서 첫째, 실현 가능한 약속에 초점을 두는 외부마케팅, 둘째, 약속을 지키기 위한 활동으로서 상호작용마케팅, 셋째, 종업원과 서비스 시스템이 약속한 것들을 효과적으로 전달할 수 있도록 하는 활동인 내부마케팅이 필요하다고 주장하였다.[28]

Kotler(1994)는 이러한 필수적인 세 가지 활동들을 외부마케팅, 상호작용마케팅 및 내부마케팅으로 표현했다. 서비스 조직에서는 마케팅활동의 세 가지 형태는 고객과의 관

---

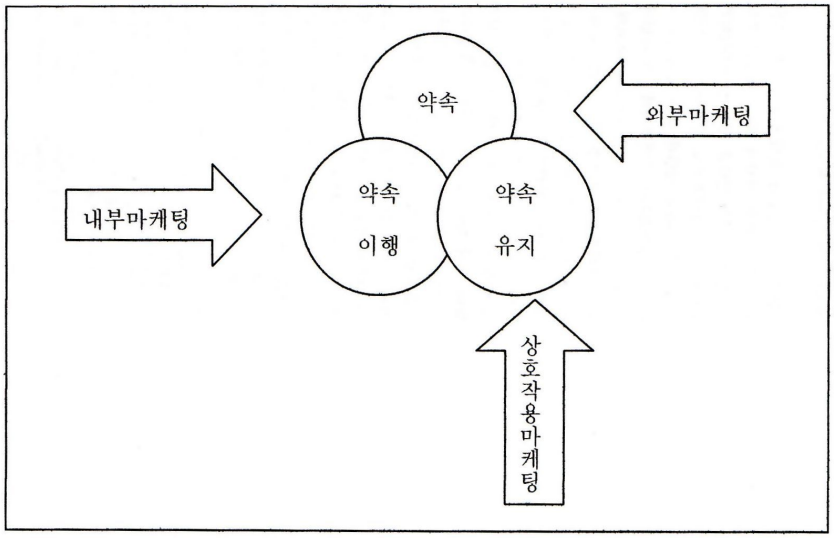
25) C. Gronroos, *Relationship approach to the marketing function in service context,* Journal of Business Research, Vol.29. No.1, 1990, pp.3-12.
26) F. F. Reichheld, *Loyalty-based management*, Harvard Business Review, Vol.71, 1993, pp.64-73.
27) C. Fornell, *A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience*, Journal of Marketing, Vol.56, 1992, pp.6-21.
28) P. C. Burger, & C. W. Cann, *Relationship Marketing, Culture and Customer Satisfaction: Some Empirical Results*, Relationship Marketing: Theory, 1994, pp.3-10.

계를 구축하고 유지하는 데 필수적이다.[29] 효과적인 외부마케팅만으로는 고객과의 관계를 구축하고 유지할 수 있는 매력적인 고객약속을 만들 수가 없다.

이러한 약속들은 서비스 제공자와 서비스 시스템을 통해서 정확한 시간에 전달되어야 한다. 서비스 관계를 구축하는데 있어서 약속과 관련되어 일어나는 세 가지 활동들의 관련성이 〈그림 2-2〉에 나타나 있다.

경찰의 경우에도 시민과의 관계마케팅에서 시민과의 약속을 통한 치안서비스의 제공, 이를 이행하기 위한 시민과의 협조 및 지역경찰제 활용, 이를 위하여 조직 내부 구성원과 조직 시스템을 현실적으로 가동시키고 그 효율을 극대화 하는 방안을 창출해야 할 것이다. 따라서 시민과의 약속, 경찰구성원간의 약속을 이행하기 위한 내부마케팅, 외부마케팅, 상호작용마케팅을 위한 다각도의 노력을 시도해야만 한다.

〈그림 2-2〉 서비스 약속과 관계마케팅 활동



자료 : Bitner, Mary Jo, Building Service Relationships: It's All About Promises, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.23, 1995, pp. 246-251.

29) P. Kotler, Marketing management: Analysis, planning, implementation and control-8th ed., New Jersey: Prentice-Hall, 1994, pp.586.

제2절 경찰이미지에 대한 논의

이미지에 대한 연구는 사회심리학, 경관 분석분야, 마케팅 분야 등 여러 분야에서 이루어져 왔으나, 연구 분야마다 연구 의도나 목적에 맞는 이미지 개념을 적용시켜 왔기 때문에 이미지에 대한 공통적인 개념은 규정되지 않고 있다. 따라서 이미지에 대한 일반적인 정의를 살펴보고 경찰이미지란 무엇을 의미하며 어떠한 과정을 통해 형성되는지에 대해 살펴보고자 한다.

1. 이미지의 개념 및 형성 요인

가. 이미지의 개념

일반적으로 이미지는 인간의 마음속에 그려지는 사람이나 사물의 감각적 영상을 말한다. 과거의 경험으로부터 구체적, 감각적으로 마음속에 재생되는 영상이다. 그리고 사물이나 사람에 대한 신념, 느낌, 전반적인 인상에 관한 개개인들의 정신적인 표출을 말한다.[30]

이미지라는 말은 '모방하다'는 의미를 지니는 라틴어 imago와 imitari에서 유래했다. 이미지는 조상처럼 사람이나 사물의 형태를 모조 혹은 모방한다든가 인상처럼 실제로는 존재하지 않는 사람이나 사물에 대한 정신적 그림을 뜻한다.

현대사회에서 이미지는 의미의 모호성 때문에 은유 또는 환유로 인식되기도 하고, 단순히 도상(icon), 지수(index) 또는 상징(symbol)으로 흔히 말하는 '그림'의 또 다른 의미로 사용되기도 한다. 그러나 이것은 우리가 상식적으로 생각하는 그림(picture)과는 거리가 있다. 이처럼 대단히 복합적으로 이루어져 있는 이미지라는 용어의 개념을 파악하기 위해 우선 어원적으로 그 뿌리를 추적해 보아야 할 것이다.[31]

---

30) Z. U. Ahmed, *The Influence of the Components of a States Tourist Image Positioning Strategy*, Tourism Management, Vol. 12, 1991, pp.331-340.
31) 유평근 · 진형준, 이미지, 서울: 살림출판사, 2003, pp.21-22.

〈표 2-1〉 이미지에 관한 학자들의 정의

관련학자	이미지 개념
Jain and Etgar	일반적인 성격, 느낌 또는 인상
Lindquist, Marks	지각
James, Durand, Dreves, Greenberg, Robertson	신념과 태도
Arons, Martineau, Mazze	개성
Oxenfeldt	성격과 느낌, 감정과의 연계
Kotler	신념, 아이디어, 인상
McDaniel, Jr	지식, 신념, 인상
Coulson	호의·불호의적 인상

자료 : J. Thomas Reyonlds and Jonathan Gutman, Advertising is Image Management, Journal of Advertising Research, Vol. 24, 1984, p.27.

Gartner(1987)는 이미지를 태도(행동)와 반대되는 개념으로 보고 그 구성은 어떠한 압도적인 인상이나 고정관념을 함축한다고 보았으며 대상에 대한 경험 없이도 형성되는 이미지의 비경험성으로 이미지를 설명하고자 하였다.[32]

Martineau에 의하면 이미지는 대상에 대한 기능적 질과 심리적 속성의 영역에 의해서 사람의 마음속에 정의되는 것이라고 한다. 여기서 기능적 질이란 객관적으로 비교할 수 있는 것들을 말하며, 심리적 속성이란 대상에 의해서 창조되는 감정을 말한다. 결국 사람들은 기능적인 틀과 심리적 틀, 양자 속에서 대상에 대한 이미지를 형성한다고 하였다.[33]

Alessandri는 이미지를 정체성과 이미지로 구분하였는데, 정체성은 그 자체이고, 이미지는 대상이 어떻게 인지되는가에 관한 것으로 정의하였다. 정체성은 조직이 자신을 어떻게 나타내고자 하는가, 조직의 구성원들이 자신들의 조직이 어떻게 보어야 한다고 생각하는가에 관한 것이고 그것은 인상, 이미지, 성격 등으로 나타난다고 보았다.[34]

---

32) C. William Gartner, *An Analysis of State Image Change over a 12Year Period,* Travel Research, Vol. 26. 1987, pp.269-276.

33) 이동기, "조직-공중관계성이 소방행정기관의 이미지에 미치는 영향", 한국정책과학학회보, 한국정책과학학회, 제9권 제2호, 2005, p.52.

34) S. W. Alessandri, *Modeling corporate identity: A concept explication and theoretical explanation*, Corporate Communications Vol. 6. No.4, pp.173-183

Tillman과 Lorpatric은 '이미지란 대상의 성격과 개성에 관해 가지고 있는 마음속의 그림'이라고 하였다. Holsti는 이미지를 다음 3가지 요소로 구분하여 설명하였다. 첫째, 대상이나 사실 또는 상태에 대한 개인의 인지가 이미지이며, 둘째, 대상이나 사실 또는 상태에 대한 선의, 호의, 적의도 등의 가치적 평가를 말하며, 셋째, 대상이나 사실 또는 상태에 귀착되는 의미 혹은 그로부터 추론되는 의미를 이미지라 하였다.[35]

또한, Scott은 이미지란 정보를 통해서 형성된 대상들의 속성에 대한 지각과 이해인 인지적 요소, 대상에 대한 좋고 싫음인 감정적 요소, 인지적 요소와 감정적 요소를 근거를 해서 나타나는 결과적 반응인 행위적 요소의 3가지로 구분하여 설명하였고[36], Kotler는 이미지란 한 개인이 특성대상에 대해 가지는 신념, 아이디어, 인상의 총체라 할 수 있고, 이는 감각적인 경험이 뇌에 새겨진 표상 또는 지각, 특히 연상을 통해 느껴진 감각적인 인상을 말한다고 정의하였다.[37]

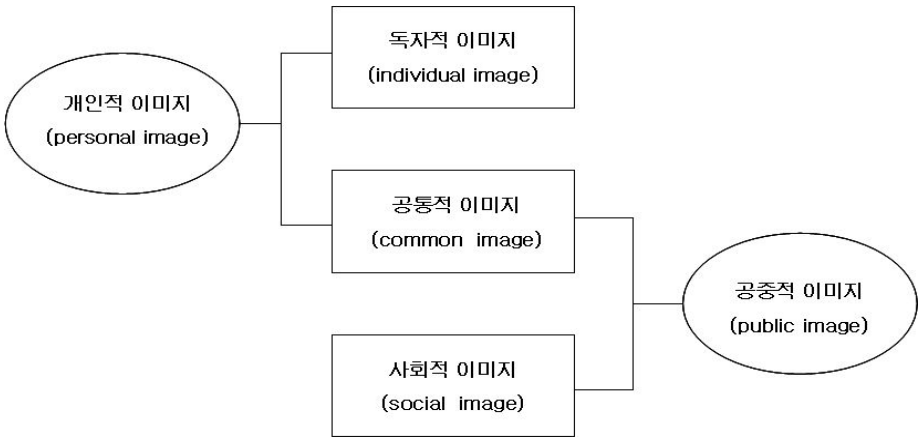
이상에서 살펴본 여러 학자들의 정의를 종합하면 이미지란 "한 개인이 특정대상에 대한 직접·간접적인 경험 등과 같은 여러 요인에 의해 형성되는 신념, 인식, 인상의 총체적인 집합"이라고 정의할 수 있다. 이러한 이미지는 결국 한 개인의 특정대상에 대한 긍정·부정적인 태도 및 행동에 영향을 주게 된다. 즉 이미지는 특정 대상을 평가하는 기준이 되는 것이다.

나. 이미지의 종류

이러한 이미지는 주관적인 관점과 객관적 관점의 두 가지 기준에 의하여 다음과 같이 분류할 수 있다.[38]

35) 민형동, "경찰에 대한 국민의 이미지 형성에 관한 연구, 박사학위논문", 동국대학교, 2007, p.13.
36) A. William Scott, Psychological and Social Correlates of International Image, in H. C. Kerman, eds Internal Behavior, New York: Holt, Kinehart and Winston, 1966, pp. 170-177.
37) P. Kotler, Marketing Management: Analysis, Planing, *Implementation and Control*, 6th ed., Englewoods Cliffs,: New Jersey: Prentice-Hall, 1988, p.592.
38) 정순태, 마케팅 관리론, 서울: 법문사, 1993, pp.600-604.

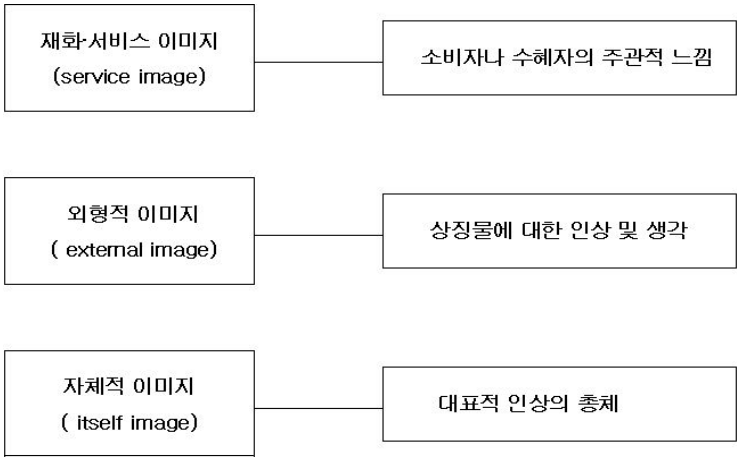
〈그림 2-3〉 주관적 관점의 이미지



자료 : 손대현, "방부 일본인 관광자의 관광지 이미지 평가", 관광·레저연구, 한국관광레저학회, 제15권 제1호, 2003, p.53.(재구성)

주관적인 관점에서의 이미지는 개개인이 가진 개인적인 이미지라 할 수 있는 독자적 이미지, 특이한 소수인을 제외한 대부분의 사람이 공통적으로 지니는 공통적 이미지, 특정사회에서만 형성되고 그 사회 내부에서 통용되는 사회적 이미지로 나눌 수 있다.

〈그림 2-4〉 객관적 관점의 이미지



객관적인 관점에서의 이미지는 객체의 관점에서 보면, 공급하는 재화나 서비스에 의한 재화·서비스 이미지, 이름이나 휘장 등의 외형에 의한 외형적 이미지, 객체가 가지고 있는 자체적인 특성을 반영한 자체적 이미지로 나눌 수 있다. 재화·서비스 이미지란 재화나 서비스에 대해서 품고 있는 이미지, 즉 소비자나 수혜자가 가지게 되는 특정의 주관적인 느낌을 의미한다.[39]

그리고 외형적 이미지란 이름이나 휘장에 의한 이미지는 소비자나 수혜자 등이 해당 이름이나 휘장에 대해 가지고 있는 인상이나 생각을 의미한다. 마지막으로 자체적 이미지란 소비자 또는 수혜자를 포괄하는 공중을 비롯한 여러 관련 기관들이 공급되는 재화나 서비스 또는 이름과 휘장에 의한 것보다도 이들을 대표하는 객체 자체에 대하여 가지고 있는 이미지를 의미한다.

즉, 사람들이 객체의 대상에 대하여 가지고 있는 인상의 총체이며, 다양한 공중에 의해 지각되는 개성으로 여겨질 수 있으며, 또한 객체의 대상에 대하여 형성되어 있는 정신적인 그림이라고 정의할 수 있다.[40]

그러나 이와 같은 이미지의 여러 측면은 심리학 특히 개인 심리학의 세계를 넘어서서 문화 창조적인 의미까지 갖게 되며,[41] 상호 독립적으로 형성되거나 이해되는 것이라기보다는 상호 복합적으로 영향을 미치며 작용하는 종합적 관계를 갖는 것으로 이해해야 할 것이다.

더욱이 민간기업의 이미지에 비해 경찰이미지는 고도의 제도적 제약과 다차원적인 요구를 받고 있기 때문에 더욱 상호 복합적인 것으로 보아야 할 것이다. 따라서 경찰이미지의 경우 이미지의 예를 제품이나 상표 또는 기업이미지라는 차원으로 환언하기보다는 경찰의 역할인 각 활동영역별 요인들에 대한 외형적 이미지 측면과 청렴성, 신속성, 친절성, 공정성, 전문성, 인권의식 등 개인적인 시각 즉 내면적 이미지 형성 측면으로 구분하여 살펴볼 필요성이 있다고 하겠다.

---

39) 이러한 일련의 과정들이 최근 지방자치단체나 정부 부처에서 활발히 전개되고 있다. 지방자치단체의 경우 꽃, 새, 나무를 비롯하여 노래 및 휘장을 새로이 만들고 있으며 경찰청의 경우 인터넷을 통한 사이버경찰청을 비롯하여 포돌이 등의 캐릭터를 통해 이미지 개선 작업을 적극적으로 하고 있다. 그러나 이러한 작업들이 쌍방향성에 기초한 것인지 혹은 일방향성에 기초한 단순 홍보 작업의 의미를 지니는 가에 대해서는 추가적인 연구와 관찰이 필요한 것이다.

40) 김원수, 기업이미지 관리론-CI와 CC의 시각에서, 서울: 경문사, 1993, p.134.

41) 정순태, 전게서, p.602.

또 다른 이미지의 종류는 이미지는 조직체의 이미지를 조사하는 방법에 따라 대체적으로 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫째로 평가적 이미지이다. 이는 조직체의 활동이나 그 결과에 대한 잘잘못을 평가하는 차원의 이미지로서 태도연구 혹은 소비자 행동연구에서 적용되는 평가적 기준이 된다. Fishibein & Ajzen(1980)의 합리적 행동이론에 따르면, 어떤 대상에 대한 선호는 대상을 평가하는데 있어 중요하게 여겨지는 요소들에 대한 믿음과 그 믿음에 대한 평가가 합해져서 전체의 선호적 태도가 나타난다는 것이다.[42] 이 평가적 속성 중에서 가장 많이 언급되는 것이 신뢰성으로, 조직체의 경우 그 대상 조직체에 대해 어느 정도 믿음을 가지는가 하는 것이다.

두 번째로 차별적 이미지이다. 이 차별적 이미지는 이미지 전략에서 매우 중요한 것으로 어떤 조직체가 특성적으로 다른 면을 가지는가 하는 것이다. 즉, 상대적인 것으로 절대적으로 좋고 나쁘고의 차원이 아닌 어떠한 개성, 혹은 특성을 가졌는가 하는 것이다.[43] 따라서 차별적 이미지는 수평적인 차원의 이미지라고 할 수 있다.

세 번째로 상징적 이미지이다. 상징은 추상적인 사물이나 개념을 구체적인 사물로 나타내는 것으로, 평가적인 면에서의 차별적 우위성과 다른 것들과의 상대적 차별성을 동시에 의미한다. 어떤 대상에 대한 이미지는 매우 추상적이고 종합적인 것이어서 그 대상의 특성에 대한 설명을 구체적으로 하는 데에는 한계가 있기에 상징적 이미지가 필요한 것이다.

다. 이미지의 형성요인

이미지의 형성요인은 크게 주관적 · 문화적 · 제도적 요인으로 구분하여 살펴볼 수 있다.[44]

첫째, 주관적 요인에 의해 형성된 이미지는 개인의 경험이나 경력이 현실인식에 작용하거나, 사회화 과정을 통해 형성된 성격구조가 상황인식에 작용하기 때문에 나타난다는

42) M. Fishbein and I. Ajzen, Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading, Mass: Addisin-Wesley, 1975, pp.18-19.
43) 황규정, "경찰의 이미지 개선방안에 관한 연구", 동국대학교 석사학위논문, 1999, p.9.
44) 박기순 외, PR의 역사와 개념, 서울: 커뮤니케이션북스, 2006, pp.42-45.

것이다. 또한, 욕망과 욕구가 상황인식에 영향을 주기 때문이며, 전달되거나 인지하고 있는 정보가 영향을 주며, 상황에 따라 각각의 해석능력이 다르기 때문이라는 것이다.

둘째, 문화적 요인으로는 고정관념과 같은 것으로, 극히 제한된 자료와 정보를 토대로 어떤 사항을 일반화 시켜 놓은 것으로 이는 현실의 극히 일부분 또는 사물의 나쁜 쪽으로의 일면만을 부각시켜 그것을 현실인 것처럼 일반화시킨다는 것이다.

셋째, 제도적 요인으로는 조직에 의해 교차된 태도와 가치가 상황인식을 왜곡시키는 것으로, 제한된 정보와 의견만이 전달되는 것이기 때문에 일반적 상황판단이 어렵게 된다는 것을 의미한다.

따라서 이미지 형성에 영향을 미치는 요인으로는 개인의 지식이나 직접경험을 통한 인식, 대중매체 등으로 지적되고 있음을 알 수 있다.

이러한 세 가지 이미지 형성요인을 염두에 둘 때, 경찰이미지 역시 개개인의 감정, 역사적으로 고착화되어 이미지화 된 부분, 공권력을 지닌 기관으로서 대외적인 부분 등을 통해 형성되었다고 볼 수 있겠다. 이렇게 형성된 이미지는 경찰활동에 영향을 끼칠 수 있으며 국민과의 관계를 설명하고 상호간의 이해를 도모함에 있어서 중요하다고 하겠다. 따라서 이미지 형성요인 및 형성과정에 있어서 더욱 더 주의를 기울여야 하며, 이 과정을 통해 경찰이미지가 제고되도록 노력해야 할 필요성이 요청된다고 할 수 있다.

2. 조직이미지의 개념 및 특성

가. 조직이미지의 개념

경찰은 개인의 이미지보다는 그 활동의 특수성으로 인한 조직적 활동을 통한 이미지 형성이 전체의 이미지를 형성하기 때문에 조직 이미지가 부각되는 측면이 강하다고 하겠다. 따라서 경찰이미지에 대한 연구를 위해서는 조직이미지에 대해 검토할 필요성이 있다.

조직이 하나의 독립된 존재로서의 정체성을 지니기 위해서는 핵심적인 성격을 지녀야 하고, 비교되는 다른 조직과 구별되는 독특성이 있어야 한다. 또한 시간적으로 계속 존재하는 영속성을 지녀야 한다.[45] 우리에게 친숙한 조직들은 그들 조직 나름의 핵심 성격을

45) K. E. Boulding, *The Image, Ann Arber, Michigan*: University of Michigan Press, 1961, p.6.

지니고 있고, 독특성과 영속성이 있기 때문에 독자적인 정체성을 가지고 있다. 따라서 우리는 개인에 대하여 '보수적이다', '이지적이다' 라는 등의 이미지를 형성하듯이 정체성을 지닌 조직들에 대해서도 이미지를 가지게 된다.

조직이미지란, 조직을 둘러싸고 있는 제반 공중들의 마음속에 투영된 상이라고 할 수 있다. 이는 조직명, 구조, 다양한 제품과 서비스, 전통 문화 등 조직의 실체와 행동과 관련하여 고객들과 상호작용하면서 커뮤니케이션 한 결과로 형성된다고 한다.[46]

조직의 상징이나 가치와 관련한 조직이미지 구축은 상당히 많은 시간을 필요로 한다. 그러나 놀랄만한 기술의 발견, 기대하지 못했던 기업 성과 등은 급진적으로 긍정적인 이미지를 형성하기도 한다. 반대로 관련 공중들의 요구나 기대를 져 버렸을 경우에는 오랜 기간 쌓인 호의적인 이미지가 한순간에 무너지기도 한다.[47]

관련 공중들은 조직에 의해 형성된 실체를 접하며 이를 경험하고, 그들의 신념이나 태도, 감정과 일치하는 것들을 의식적으로 또는 무의식적으로 선택하며 그들만의 이미지를 형성해간다. 그렇기 때문에 조직이미지 구축은 사람들의 마음속에 자리 잡고 있는 이미지와 관련된 사실들을 강화하고, 유지하거나 또는 기존에 형성된 긍정적인 이미지를 마음속에서 끄집어 낼 수 있는 방향으로 전개되기도 한다.

즉, 조직이미지는 조직의 다양한 특성들을 관련 공중들이 그들의 경험이나 인지사이에서 비교하고 대조하는 과정에서 형성된 인식의 결과이다. 조직이미지는 이를 받아들이는 공중의 머릿속에 자리 잡고 있는 것이며, 마음속에 그리고 있는 그림이라고 할 수 있다. [48]

나. 조직이미지의 형성 요인

조직은 독특한 하나의 이미지만을 가지고 있지 않다. 조직은 고객, 사원, 주주 등 특정 공중에 따라서 여러 차원의 상호작용을 하는 공중들의 경험에 따라서 모두 다르게 형성된다. 또한 다양한 경험과 인식에 일치하지 않는 것들은 기존에 조직에게 가지고 있던

46) 박용치, "공공조직 이미지의 결정요인 :지방공기업의 경우", 한국사회와행정연구, 제15권 제3호, 서울행정학회, 2004, pp.3-5.
47) 김명윤, "조직이미지가 조직구성원 태도에 미치는 영향 :집단주의와 조직근거 자기존중감을 조절변수로 하여", 서강대학교, 석사학위논문, 2001, p.31.
48) 전종철, "기업식별화 전략에 관한 연구: 기업이미지 관리적 측면을 중심으로", 서울대학교 석사학위논문, 1990, pp.24-26.

호의적이거나 긍정적인 인상과 충돌하여 부정적인 효과를 가지고 올 수도 있다. 따라서 조직이미지의 다양한 형성요인에 따라 서로 다른 이미지를 창출한다고 하겠다.

조직이미지의 형성에 영향을 미치는 요인으로는 다음과 같은 것이 있다.

첫째, 조직의 관계적 측면이다. 이는 크게 공중과의 관계와 조직구성원과의 관계를 들 수 있다. 공중관계에서는 불평과 불만의 공정한 처리와 신뢰와 믿음을 강화시키는 것이며 조직구성원과의 관계에서는 한 조직의 수장이 가지는 정책과 이념에 있어 조직구성원들에게 올바르고 긍정적인 조직이미지를 형성시키는 것이다.[49]

둘째, 조직의 윤리적 측면이다. 현대의 조직들은 투명성과 윤리성을 이념으로 내세우고 있다. 공중과의 윤리를 강화하기 위해 보증과 약속을 성실히 이행하고 조직 활동에 따른 이윤을 사회에 환원하는 사회공헌 관련 활동을 함으로써, 조직 역시 사회의 일부분이며 우호적인 지역사회 관계의 지속을 통해 긍정적인 조직이미지를 형성시키는 것이다.

셋째, 조직 개성의 측면이다. 조직의 측면은 다소 포괄적인 개념일지 모르지만 조직의 리더쉽과 마케팅, 서비스를 들 수 있다. 혁신을 추구하고 계속적인 발전과 성장을 추구하는 것이 바로 조직의 리더쉽이며 공중의 욕구를 충족시킬 수 있는 적절한 마케팅전략을 세우는 것 역시 한 부분이라 할 수 있다. 또 공중이 원하는 서비스를 제공하는 것이 바로 조직이미지의 형성요인이라고 할 수 있다.

위와 같은 요인들의 영향을 받아 인간은 지각, 사고, 감정의 세 가지 기본적인 심리적 과정의 상호작용을 통하여 조직이미지를 형성하게 된다. 경찰조직의 이미지 역시 이런 과정을 거쳐 형성된다고 볼 때 국민과의 관계, 경찰관과 경찰조직의 윤리성, 경찰조직만의 특수성 요소가 반영된 긍정적 이미지를 창출하기 위한 노력이 필요하다고 하겠다.

3. 경찰이미지의 개념 및 특성

가. 경찰이미지의 개념

경찰이미지는 크게 두 가지로 구분하여 살펴볼 수 있다. 하나는 국민들이 가지고 있는 경찰이미지이며 다른 하나는 경찰 내부조직원들이 가지고 있는 그들에 대한 이미지이다.

49) 정경원, 디자인을 통한 국가이미지 형성 전략, 서울: 월간디자인테트, 1997, p.7.

즉 경찰이미지는 외부적 인식과 내부적 인식으로 구성되어져 있으며, 이러한 두 인식이 서로 다른 이미지를 형성하게 된다.

경찰이미지는 국민들이 경찰조직에 대하여 갖는 인지적 묘사 또는 인지로 경찰조직 구성원들의 시각과 구별되며, 이미지를 경찰에 대한 외부 또는 내부 인지와 태도의 복합이자 평판의 합으로 보는 시각도 있다.[50] 여기서 평판은 집합적 용어로 사람들이 경찰조직에 대해 어떻다고 생각하는 것에 대하여 경찰조직이 현재 어떤 것인가에 관한 것으로 정체성과 이미지를 포함하는 것으로 해석할 수 있다.[51]

국민과 경찰조직과의 접촉을 통하여 형성되는 경찰이미지는 인지적 이미지와 정서적 이미지 모두를 포함하고 있다. 경찰조직에 대한 인지적 이미지는 그 속성에 근거하여 경찰조직 그 자체에 대한 개인적 평가에 기초한 신념의 총합인 것이고, 정서적 이미지는 경찰조직과의 실제 접촉을 통하여 개인적 정서에 기초한 경찰조직에 대한 평가로서 개인적 성향에 따른 평가와 관련되는 것이다. 다시 말해서 개인적 정서와 실제 경찰조직과의 접촉경험이 결합되어 형성된 이미지이다.

경찰이미지는 경찰조직에 대한 상태나 정보에 따라서 시민들에 의해 형성된다. 시민들이 경찰이미지 형성에 영향을 미치는 요인으로는 개인의 생활가치, 직간접적인 경험, 욕구의 만족 및 결과 등을 들 수 있으며, 인간은 어떠한 제재를 받았을 때 이러한 요인들이 인간의 기본적 심리과정인 지각, 사고, 감정 등을 통해서 이미지를 형성한다.[52]

여기에 하나 덧붙이면 경찰이미지에는 행동적 요소가 반영되는데 이는 경찰활동을 통해 모든 정보가 전달되고 평가된 이후 경찰조직에 대한 반응을 행동으로 표출하는 것과 관련이 있다. 이러한 행동적 이미지는 행동적 요소와 관련되어 있으므로 실제로 나타나는 경찰조직에 대한 태도 또는 반응과 관련된다고 할 수 있다. 따라서 경찰조직에 대한 시민들의 이미지는 이와 같이 세 가지 측면에서 형성되고, 세 가지 요소들이 상호작용을 통하여 전개된다고 볼 수 있다.

---

50) 최종술, "경찰의 대국민 이미지 형성에 관한 연구", 한국행정학회 동계학술대회 발표논문, 2002, pp.407-408.

51) Y. K. Wei, *Coportae Image as Collective Ethos: A Poststructuralist Approach*, Coporate Communitcation, Vol.7. No.4, 2002, pp.269-276.

52) 박재홍, "지방자치단체 시민참여제도의 효율성에 관한 경험적 연구", 국민대학교 박사학위논문, 2004, p.8.

따라서 경찰이미지란 경찰조직 내부에서 갖게 되는 스스로에 대한 인상과 시민들의 접촉을 통해 나타나는 경찰에 대한 정서적·인지적 심상, 그리고 경찰활동을 통해 나타나는 행동적 요소가 반영된 경찰에 대한 신념, 인식, 인상의 총체적 집합이라고 할 수 있겠다.

다시 말하면, 경찰이미지란 '국민 혹은 경찰관이 경찰조직에 대해서 지각과정을 통해 형성하고 있는 인상이며, 경찰조직의 속성으로 파악하고 있는 국민 혹은 경찰관 개인의 인지구조'라고 재정의 할 수 있을 것이다.

나. 경찰이미지의 형성

경찰이미지는 유·무형의 서비스이기 때문에 이용하기 이전과 이용하고 난 후의 경험이 경찰조직의 질을 결정하는 중요한 요소의 하나가 될 수 있다. 국민들의 의식이 많이 바뀌고 있는 요즘 경찰서비스에 대한 요구가 강해지고 있으며, 국민을 만족시키고자 하는 경찰조직의 고객지향적 노력도 계속되고 있다.

경찰이미지는 긍정적이든 부정적이든 변화 형태의 요소들로 인하여 오랫동안 지속되며, 어떠한 극적인 변화에 직면하더라도 상당량은 안정적으로 지속되는 경향을 보인다. 또한 이미지는 변화가 가능하지만 과정은 실제로 매우 어렵고 많은 시간과 비용을 필요로 한다.

따라서 긍정적 이미지는 경찰조직에 대한 플러스 이미지 요인으로, 부정적 이미지는 그것에 행해지는 행동에 마이너스 이미지 요인으로 작용한다고 할 때,[53] 긍정적 이미지를 만들기 위해서는 이미지 형성 요인을 사전에 파악하는 것이 기본이 된다고 하겠다.

경찰이미지 형성에 직접적으로 영향을 미치는 요인으로는 경찰업무적 측면 요인과 시민적 측면 요인으로 크게 구분할 수 있다.

경찰업무적 측면의 요인은 수사나 민원업무 등을 통하여 형성되는 대국민 이미지로서 민원업무 등의 제도적 특성, 경찰관의 개인적 특성 등의 요인을 들 수 있고, 시민적 측면의 요인은 행정활동에 대해서 시민 개개인의 평가로서 이루어지는 이미지로서 개인적 특성 등의 요인을 들 수 있다.[54]

---

53) G. Terrell Williams, Consumer Behavior, Los Angeles: West Publishing. co, 1982, p. 39.

54) 남궁근, 전자정부를 통한 부패통제, 서울: 한울출판사, 2003, pp.34-44.

경찰조직에 대한 대국민 이미지 형성은 자극요인, 즉 정보의 원천, 이전경험, 물리적 속성과 같은 자극요인과 심리적 특성, 인구통계학적 특성 등의 개인적 요인에 의해서도 형성되기 때문이다.

경찰조직에 대한 대국민 이미지 형성은 경찰업무의 유형에 대한 기능적 질과 경찰관 개개인들의 업무수행을 통해서 형성되는 시민들의 심리적 속성이라는 두 가지 틀 속에서 형성되는 것이라는 추론이 가능하다.

경찰이미지는 경찰업무활동을 통하여 시민들에 의해서 형성되는 시각적, 정신적 인상이며, 경찰조직과의 접촉 전에 획득한 여러 형태의 정보, 그리고 경찰관들과의 만남을 통해서 얻어진 실제의 경험이나 이미지 변화 매개체를 통해 형성된 경찰업무 전체에 대한 전반적인 인상이다.[55]

시민적 측면의 요인의 개개인의 주관적 요인과 관계가 깊다. 경찰이미지란 경찰조직에 대해 직접적인 접촉이나 간접적인 경험 등을 통하여 형성된 것으로서 경찰조직에 대한 개인적 차원의 평가이다. 즉 경찰업무(수사, 민원 등)에 대한 경험들을 통해서 가지고 있는 개인적 정서이며, 각 개인의 주관적인 평가에 기초한 개인적 성향이다.

따라서 실제로 국민들이 느끼고 있는 경찰조직에 대한 이미지이며, 이러한 정서적 이미지는 경찰조직에 대한 국민들의 평가인 것이다. 즉, 경찰조직에 대한 이미지 형성은 어떤 구체적인 정황이나 실제에 근거를 두기도 하지만, '다만 그럴 것 같다'는 개인성에 바탕을 두는 경우도 있으므로 정서적인 특성이 강하다.

이와 같이 시민적 측면의 주관적 요인에 의해 형성되는 경찰이미지 형성요인을 분류하면 다음과 같다.[56]

첫째, 개인의 경험이나 경력이 현실인식에 적용
둘째, 사회화 과정을 통해 형성된 성격구조가 상황인식에 작용
셋째, 욕망과 욕구가 상황인식에 영향
넷째, 전달되거나 인지하고 있는 정보가 영향

55) 강동욱, "경찰공무원의 삶의 질 향상방안 연구", 치안연구보고서 제11호, 2002, p.34.
56) 채한수, "민원행정에 있어서 행정서비스의 제고방안", 한국인간관계학보, 제6권 제1호, 2001, p.225.

다섯째, 상황에 따른 해석능력이 다르기 때문
여섯 번째, 매스컴적 요인에 따른 상황인식 왜곡

그러나 주의할 점은 경찰조직의 이미지를 수치화된 척도로 나타내는 것은 대단히 어려운 일이며, 경찰이미지란 그 경찰조직의 실상을 반영하기도 하지만 때로는 왜곡되거나 변형되어 이미지화 될 수도 있다는 것이다. 실제로 특정 행정기관의 실상과 왜곡된 이미지가 형성될 가능성은 얼마든지 있다. 이에 따라 국가적인 차원에서 이미지를 관리해야 할 필요성이 생겨나게 된다.[57]

경찰이미지는 전체적이고 피상적으로 나타날 수 있고, 경찰개혁을 통한 고객지향적인 대국민서비스제도와 같은 구체적인 부분의 이미지가 전체를 대표해서 나타날 수도 있다. 중요한 점은 이러한 다양한 부분들이 상호 영향을 주기도 하고 또 일정한 형식 없이 분리되기도 하여 개인의 이미지로 형성된다는 점이다.

이러한 경찰이미지에 대해서는 긍정적인 인지와 부정적인 인지로 대별해서 알아볼 수 있으며, 경찰이미지에 대한 계량적인 접근은 국민들의 경찰조직에 대한 인식조사와 경찰관의 경찰조직에 대한 인식조사가 병행되어야 할 것이다. 따라서 이 연구에서는 대내·외적으로 형성된 경찰이미지의 제고방안에 중점을 두고 살펴보고자 한다.

다. 경찰이미지의 특성

경찰이미지는 정책적, 조직 및 업무적, 환경적 시각에 따라 다음과 같은 특성을 가지고 있다.

첫째, 정책유형의 측면에서 집행되는 경찰업무는 대부분 규제정책이다. 개인이나 일부 집단의 재산권 행사나 행동의 자유를 구속·억제함으로서 반사적으로 다른 많은 사람들을 보호하려는 것이 두드러진 특징이라고 할 수 있다.[58]

이러한 규제정책은 다른 유형의 정책에 비해 그 집행과정에서 집행을 둘러싼 논란과 갈등의 강도가 높고 집행과정상의 결정내용에 대해 반발의 강도가 높은 것이 특징이다.

57) S. Baloglu and W. Ken McCleary, *A Model of Destination Image*, Formetion Annals of Tourisim Research, Vol. 26, 1999, pp.868-897.
58) 이황우, 경찰행정학-제5판, 법문사, 2007, p.30.

경찰의 업무수행 과정에서 나타나는 이러한 논란·갈등·반발 때문에 경찰에 대한 국민의 이미지는 개선이 용이하지 않게 되고 경찰조직과 환경간의 대립이 높아져 경찰조직은 정치적으로 고립되기 쉽다고 한다.[59] 이에 따라 정책대상 집단의 자발적 순응도도 낮아져 일반 행정조직에서 달성할 수 있는 정도의 신뢰성 수준에는 근본적으로 도달하기 어렵기 때문에 긍정적 경찰이미지를 형성하기 힘든 특성을 지닌다고 하겠다.

둘째, 조직 및 업무유형의 측면에서 경찰은 일반 행정조직과는 다른 특성을 가지고 있다. 경찰조직은 집단적, 상명하복식의 계급적 구조를 가지고 있으며, 경찰업무는 돌발성, 시급성, 위험성을 수반하고 있다.[60] 일반시민들과 구분되는 제복의 착용으로 인해 범죄억제력을 높이지만 동시에 활동의 가시성도 높이는 작용을 한다.

또한, 시민 중의 일부이지만 이들의 자유를 구속·억제함을 기본업무로 함으로서 집행수단이 강제적·직접적이 되며 집행활동의 가시성이 매우 높다고 할 수 있다. 즉, 경찰은 집단행동의 가시성이 높기 때문에 집행과정에서 차지하는 집행담당자의 개개인의 비중은 일반 행정부처에 비해 높은 편인데 이는 집행과정에 순기능적 작용을 할 수도 있지만 역기능을 가져올 가능성이 보다 클 것으로 생각된다.

특히 경찰조직에 대한 국민의 일반적인 이미지가 좋지 않은 환경 아래에서는 업무수행 과정에서 어느 한 사람이라도 바람직하지 못한 활동을 하면 조직 전체에 악영향을 미칠 수 있다. 즉, 평상복 차림으로 폐쇄된 공간인 사무실에서 활동하는 일반 행정부처에 비해 신뢰성 수준의 향상에 훨씬 많은 노력이 필요해 지게 되는 것이다. 이 또한 긍정적 경찰이미지 형성에 어려움으로 작용할 수 있는 특성이라고 하겠다.

셋째, 환경유형의 측면에서 경찰은 집행대상이 한정되어 있지 않은 불특정성, 지역적으로 광범위하게 분포되어 있는 전국성을 가지고 있다. 이러한 집행대상 집단의 불특정성과 광범위한 분포로 말미암아 신뢰성 수준을 향상시키기가 어렵다. 신뢰성 수준을 제고하기 위해서는 서비스 제공과 관련된 활동을 체계적으로 분석하여 원인을 규명하고 평가결과를 다음의 집행활동에 환류 할 수 있어야 한다.[61]

---

59) 신성식, "경찰활동에 대한 주민의 신뢰도에 관한 연구", 동국대학교 박사학위논문, 2005, pp. 30-31.
60) 박해룡, 경찰조직관리의 이해, 형설출판사, 2007, p.45.
61) 김구, "지역경찰활동에 있어서 경찰신뢰의 영향에 관한 실증적 분석: 경찰활동의 성과측면을 중심으로", 한국정책과학회보, 제9권 제3호, 2005, p.52.

그러나 범죄는 여러 가지 요인에 의해 발생함으로서 범죄사건의 증가 또는 감소원인을 명백한 인과관계로 설명하기가 어려운 한계가 있다. 이처럼 경찰서비스의 제공과정에서는 일반 행정부처와 다른 이러한 특성들이 서비스 수준 향상을 제약하는 요인으로 작용하게 되므로 이를 극복하는 데는 상대적으로 많은 노력이 필요할 것으로 생각된다.

경찰조직의 이미지는 광범위한 지역적·전국적 요소의 상호작용으로부터 초래되는 복잡한 상황이다. Lippincott가 정리한 기업이미지의 특성을 경찰이미지에 맞게 다음과 같이 요약할 수 있다.[62]

첫째, 경찰이미지는 경찰조직이 가지고 있는 것이 아니라 시민들이 느끼고 반응하는 것이다. 둘째, 경찰이미지는 경찰활동에 의해 발생되는 것이다. 셋째, 경찰이미지 형성은 인간의 모든 감각이 동원되어 그 결과로 얻어지는 인상이 논리적이기보다는 감정적인 것이다. 시민들은 경찰조직에 대한 이미지를 갖고 있으며, 실제로 경험해 보지 않은 조직에 대하여도 이미지를 가질 수 있다.

이러한 이미지는 추상적인 것처럼 여겨질 수 있으나, 실제에 있어서는 행동을 좌우하는 큰 힘을 가지고 있다. 한번 형성된 이러한 경찰이미지는 시민들의 전반적인 지각으로서 의사결정에 중대한 영향을 미칠 수 있다.

공공서비스 중에서도 경찰서비스는 시민들이 가장 실감나게 경찰조직의 수준과 질을 판단하는 기준이 될 뿐만 아니라, 경찰조직 자체의 대민경찰이미지를 개선하고 홍보할 수 있는 중요한 경찰서비스의 목록으로 인식하고 있다.[63]

경찰조직은 범죄 및 국민의 안전과 관련되어 생활 속에서 잦은 접촉을 통하여 직접적으로 경찰서비스를 체감할 수 있다. 그러나 일반적으로 경찰업무 및 서비스 하면, 불친절하고, 강압적이며, 문제를 해결하기까지 오래 기다려야 하는 등과 같은 부정적인 이미지로 인식되고 있다.

경찰업무의 수행과정에서 경험하는 경찰관들의 권위주의와 부정부패, 무반응, 전문법률지식의 부족, 과중한 업무, 불친절, 불공정, 업무지연, 무책임 그리고 이들에 대한 대내외적인 통제의 부재 등은 경찰업무 및 서비스에 대한 시민들의 불만을 가중시켜온 것

62) 하대용, "기업이미지 평가에 관한 실증적 연구", 산업경영연구, 1995, 제18권 제1호, p.29.
63) 전영평, "서비스행정과 민원공무원: 민원행정의 존재이유와 민원공무원의 갈등해결방안", 한국행정연구, 제4권 제2호, 1999, p.39.

이 사실이다.

최근 경찰조직은 경찰개혁을 통하여 경찰조직에 대한 이미지를 향상시키려는 많은 노력을 하고 있지만, 시민들의 기대수준에는 미치지 못하고 있다. 그 이유는 복잡한 법률체계와 정책변동으로 경찰관들도 확신을 갖고 일할 수 없는 이유도 작용하고 있다고 생각된다.

그러나 지금은 국민들의 의식이 많이 바뀌어 경찰서비스에 대한 욕구가 강해지고 있다. 고객만족 수준도 올라가고 있으며 요구사항도 다양해지고 있다. 이러한 고객들을 만족시키기 위해서 경찰조직은 고객지향적 경찰체제로 가야하며 경찰서비스는 고객의 눈높이를 맞추는 서비스로 끊임없는 변화를 추구하여야 한다는 견해도 있다.[64] 이러한 노력은 시민들이 갖고 있는 전통적인 경찰조직에 대한 부정적인 이미지를 개선할 수 있는 한 방법이라고 생각된다.

제3절 경찰이미지 평가

1. 경찰이미지 평가의 의의

가. 경찰이미지 평가의 개념

경찰은 공공의 복리를 위해 존재하며 이를 위해 다양한 기능과 역할을 수행하게 되는데, 이러한 기능과 역할을 통해 얻을 수 있는 행정의 효율성과 효과성, 그리고 국민에 대한 책임성이 어느 정도 인지에 대한 결과를 객관적으로 확인하는 과정이 요구된다. 이러한 객관적 확인 과정을 위해 경찰이미지 평가가 필요하다.

경찰이미지 평가의 의미는 조직적으로 복잡한 환경에서 다양한 이해계층의 이해들을 만족스럽게 계산하여야 하며, 혹은 접근할 수 없는 다양한 산출을 측정하여야 한다. 그리고 이미지평가기획은 기획에 대한 다양한 종류, 질, 양 등을 간접적 및 장기적인 측면에서 고려하여야 한다. 경찰이미지 형성과정에서 평가는 결과에 대한 효과성뿐만 아니라 조직측면에서 보면 조직이 집행할 수 있는 관리능력 및 정책적으로 존립할 수 있는 것도

64) 김대원, "한국의 경찰정신에 관한 연구", 동국대학교 박사학위논문, 2001, p.36.

평가하여야 한다.[65]

이미지 평가에 대한 개념은 학자에 따라 매우 다양하다. Daniel Stufflebeam(1971)은 이미지 평가를 "어떤 것을 결정하기 위해 유용한 정보를 기술하고, 획득하고, 제공하는 과정"이라 하였다. 이는 사전적인 이미지 평가에 대한 전형적인 정의이다.

한편 Bruce Tuckman(1979)은 이미지 평가를 "사업이나 프로그램이 당초 추구하던 목표를 달성하고 있는지를 결정하는 수단"이라 정의하고 있다. 이는 사후적인 이미지 평가에 대한 적절한 정의라고 볼 수 있다. 이러한 다양한 개념 정의를 취합하여 정의하자면, 이미지 평가는 "어떤 것의 가치를 판단하는 것"이라 정의할 수 있다.[66]

이미지 평가에 대한 개념을 근거로 파악할 수 있는 경찰이미지에 대한 평가는 여러 가지 요인들에 의해 이루어지기 때문에 매우 복잡하게 얽혀 구성되게 된다. 즉, 경찰이미지의 평가는 경찰업무, 고객과의 접촉, 경찰이념, 경찰정책, 고객에 대한 대응, 서비스형성 및 집행결과 등의 과정에서 어떠한 단계를 평가할 것인가에 따라 접근방법을 달리 하여야 할 것이다.[67]

이와 같은 경찰이미지에 대한 평가가 실효성을 갖추기 위해서는 다음의 두 가지 핵심적인 요소가 필요하다. 첫째, 명확한 목표설정, 평가지표개발, 이미지 형성경로분석을 통한 문제점 분석, 둘째, 이미지 평가결과를 기준으로 경찰서비스의 변화를 통해 새로운 이미지를 정립하는 것이다. 두 가지 요소가 잘 구성되고 혼합될 때 경찰이미지에 대한 평가제도는 그 효과성을 증대시킬 수 있을 것이다.

나. 경찰이미지 평가의 목적

경찰이미지 평가의 의의에 비추어 경찰이미지 평가의 목적을 제시하면 다음과 같은 네 가지를 들 수 있다.

첫째, 국민에 대한 서비스의 질적 제고를 도모하고, 둘째, 국민에 대한 책임성을 확보한다. 즉, 이미지 평가결과를 국민에게 공개함으로써 서비스 공급자인 경찰조직의 책임성, 더 나아가서는 경찰구성원 개개인에게 책임성을 확보할 수 있다.

---

65) 오석홍・김영평 편저, 정책학의 주요이론, 서울: 법문사, 2000, p.311.
66) 박병식, "정부업무 평가의 효율적 운영방안", 정책분석평가학회 춘계학술대회, 2001, pp.151-152.
67) 배수현, "유럽 등 선진국의 정부업무 평가실태", 정책분석평가학회 춘계학술대회, 2001, p.133.

셋째, 경찰조직의 목표를 달성하고 궁극적으로는 경찰의 존재목적을 달성할 수 있도록 하는데 유용성이 있다. 넷째, 이미지 평가는 국민에 대한 정보제공의 기회를 확보한다. 즉, 이미지 평가는 의사결정자나 커뮤니케이션 과정에서 중요한 정보전달의 역할을 수행한다.

이러한 점들을 종합할 때 경찰이미지 평가는 경찰업무와 정책에 대한 유용한 지식 또는 정보의 제공, 경찰업무수행능력과 정책결정능력의 향상, 책임성 향상 등에 기여할 수 있다.[68]

결국 경찰이미지 평가는 의사결정자에게 공공서비스의 질에 대한 정보를 제공하여 의사결정자로 하여금 그들의 노력이 실제 어느 정도 이루어지고 있는지를 합리적으로 판단할 수 있도록 할 뿐만 아니라 그로 인한 서비스의 향상과 공공서비스의 성과에 대한 경찰의 책임성을 제고하는데 그 유용성이 있다고 볼 수 있다.

2. 경찰이미지 평가의 접근방법 및 측정방법

가. 경찰이미지 평가 접근방법

이미지 평가의 접근방법은 다양한 기준에 의거하여 분류할 수 있으나 크게는 이미지 평가의 주체, 시기, 방법에 따라 구분이 가능하다.[69]

먼저 이미지 평가주체에 따라 분류하면 외부평가와 내부평가로 구분할 수 있다. 외부평가는 제3자에 의한 평가로 경찰관련 전문기관, 경찰학 관련 대학, 경찰관련 연구기관, 궁극적으로는 대국민에 대한 평가를 말한다. 외부평가는 책임소재를 명확히 할 수 있을 뿐만 아니라 객관성과 효율성을 담보할 수 있다는 장점이 있다.

내부평가는 경찰 스스로 평가하는 것을 의미한다. 내부평가는 경찰업무전략과 효율적인 서비스관리를 위한 정보 산출이 가능하다는 장점을 가지게 된다.

이미지 평가시기에 따른 평가는 사전평가, 과정평가 그리고 사후평가로 구분할 수 있을 것이다.[70]

---

68) 오석홍·김영평, 전게서, p.585.
69) 이동연, "이미지 평가 방법에 관한 연구 :직관에 의한 이미지 평가를 위한 툴의 개발" 한국디자인학회, 1997, pp.23-24.
70) 김영훈·윤병준, "마케팅 전략수립을 위한 병원이미지 평가", 서울보건전문대학, 제14호, 1994, pp.101-103.

사전평가는 이미지가 형성되기 이전에 이미지를 판단하기 위하여 시행된다. 과정평가는 이미지 형성과정에서 수행되는 평가로 산출과 효과간의 관계를 분석하고 가능하면 영향과의 관계도 그 대상으로 하고 있다. 사후적 평가는 집행이후에 수행하는 평가로 집행의 효과와 영향의 가치 및 결함을 평가하는 것이다.[71]

이미지 평가방법을 기준으로 할 때 평가는 정량평가와 정성평가로 구분될 수 있을 것이다. 정량적 분석은 과학적 기법을 동원하여 계량화한 후 평가하는 기법을 의미한다. 정성적 분석은 계량화 혹은 실측하기 어려운 영향이나 파급효과를 질적 척도로 구성된 지표를 활용하는 방법이다.[72]

〈그림 2-5〉 이미지 평가의 접근방법

자료 : 양소영, "국가이미지 결정 요인과 국가이미지가 제품 평가에 미치는 영향에 관한 실증연구" : 정부, 기업, 민간 활동을 중심으로, 고려대학교 석사학위논문, 2000, p.23.

71) 이규완, "한국과 한반도 주변 4개국의 국가이미지와 상품이미지의 비교연구", 한국방송광고공사, 제55호, 2002, pp.113-118.

72) 정호신・김종수, 전게논문, 2006, pp.217-219.

나. 경찰이미지의 측정방법

이미지 평가는 고도의 추상적 관념을 다루고 있어 그 측정에 아주 어려움이 따르고 있으나, 이미지를 인간의 개성처럼 일종의 특성으로 인식할 수 있다. 이 특성들 하나하나 분리함으로써 이미지 평가 측정의 기반으로 삼을 수 있을 것이다. 그러나 이미지 평가 측정은 복잡한 인간의 심리나 태도를 측정하는 것인 만큼 어떠한 측정방법도 완벽할 수는 없다.

따라서 적절한 이미지 평가 측정방법 선택을 위하여 그동안 사회과학과 마케팅 분야에서 널리 사용되어 온 이미지 평가 측정방법들을 경찰이미지 평가 측정방법에 적용하고자 한다. 이러한 이미지 평가 측정방법은 다음과 같다.

이미지 측정방법은 이미지를 구성하고 있는 모든 속성들이 복합적으로 작용하여 나타나는 전체적인 이미지의 좋고 나쁨을 측정하기 위한 방법이다.

즉, 속성별로 측정된 이미지를 종합한 결과를 측정하는 것이라고 할 수 있다. 이미지를 속성별로 측정하였을 경우에는 속성들에 대한 측정치가 어떻게 연결되고 종합되는지를 정확히 밝히기가 어렵다.[73]

이와 같은 이유로 전체적인 이미지의 좋고 나쁨만을 측정하여 이 측정치와 인간의 행위와의 관련성을 연구하는 것이 보다 쉽고 정확할 수 있다. 그러나 이 방법은 가장 간편한 방법이기는 하지만 대상이 어떠한 측면에서는 좋고 어떠한 측면에서는 나쁜지를 측정할 수가 없다.

또한 어느 속성이 강하게 작용하고 있는지도 밝힐 수 없다는 문제점이 있기 때문에 이미지 전략을 수립하기 위한 구체적인 지침은 제공해 주지 못하여 단지 이미지에 대한 단언만을 할 수 있다.[74]

---

73) 권두승, "평생교육기관 이미지 측정모델 개발 및 평생교육기관간 이미지 비교", 한국평생교육학회, 2006, pp.6-9.

74) 박재진, "온라인 쇼핑몰 이미지 측정 지수개발 및 타당성 검증", 한국방송광고공사, 2006, pp.4-5.

제3장 선행연구 및 사례 검토

제1절 공공기관 이미지 선행연구

1. 국가이미지 연구

Peabody(1988)의 연구에서는 사람들이 특정국가의 특성을 판단할 때 다음과 같은 점에 의하여 영향을 받을 수 있다고 지적하였다. 첫째, 해당국가 사람과의 직접적인 접촉을 통한 상호작용의 유무가 그 국가에 대한 판단기준이 될 수 있다고 주장하였고, 둘째, 문헌과 매체의 접촉도 특정국가에 대한 판단에 영향을 준다고 지적하였다. 셋째, 사람들은 특정국가의 대외정책을 통해 그 국가를 해석한다고 하였고, 마지막으로 그는 특정국가에 대한 판단에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 주변인들의 영향을 지적하였다.[75]

염성원・오경수(2003)의 연구결과에 의하면, 국가이미지 형성경로는 인적 접촉, 상품과 서비스, 대중매체에 의한다. 인적 접촉은 유학생, 교포, 관광객, 기업인 등 외국인과 직접 대면하여 형성되는 이미지, 상품과 서비스는 기업의 해외활동과 제품의 판매를 통한 외국과의 접촉으로부터 형성되는 이미지, 대중매체는 문학작품, 영화, 매스미디어, 인터넷 등을 통해 형성되는 이미지라고 제시하면서 이러한 세 가지 이미지 형성요인이 국가이미지를 변화시키는 역할을 한다는 것을 입증하였다.[76]

Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)은 국가이미지와 서비스품질과의 관계를 10가지 지표별 서비스 질을 구성하는 요인들을 제시하면서, 국가에 서비스 질 개념의 도입을 적용하였다.[77] 이들은 고객반응에 대한 분석에 서비스 질의 구성요소와 고객들이

75) 김우영, "문화마케팅이 기업의 이미지와 브랜드자산 형성에 미치는 영향에 관한 실증적 연구", 전주대학교 석사학위논문, 2000, pp.23-28.
76) 염성원・오경수, "한국의 국가이미지 제고활동 현황과 인식에 관한 연구", 홍보학연구, 한국홍보학회, 제7권 제2호, 2003, pp.98-112.
77) A. Parasuraman, V. A. Zeithaml & L. I. Berry, *Servqual: A Multiple-Item Scal for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Marketing, Vol. 10, 1998, p.418-450.

기대하는 지표를 감안하여 유의성 있는 요소들로 묶어 국가이미지와 서비스 질을 측정할 수 있는 기준을 다섯 가지로 유형화하였다.

이들의 모형을 살펴보면 〈표 3-1〉과 같다.

〈표 3-1〉 PZB의 SERVQUAL Model

차 원	항 목
1. 유형성(tangibles)	물리적인 시설의 외관, 장비, 직원, 안내책자
2. 신뢰성(reliability)	약속된 서비스의 정확성, 신뢰성
3. 대응성(responsiveness)	고객을 돕고자 하는 자발성, 신속성
4. 확실성(assurance)	친절과 서비스를 제공하는 능력, 명성
5. 감응성(empathy)	접근용이성, 고객의 요구를 이해하려는 노력

자료 : A. Parasuraman, V. A. Zeithaml & L. l. Berry, Servqual: A Multiple-Item Scal for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Marketing, Vol. 10, 1998, p.420.

이를 살펴보면, 첫 번째, 서비스 유형성과 이미지의 관계이다. 즉, 물리적 시설, 장비, 인적자원, 고객과의 의사소통을 위한 물적 자원을 어느 정도 준비하였는가 하는 점이 기준점이 되며, 기존 품질구성요소를 그대로 수용하는 형태로 구성된다고 하였다.

두 번째, 신뢰성과 이미지와의 관계로서, 약속한 서비스를 정확하고 믿을 만하게 수행할 수 있는가를 측정하는 기준점이라고 하였다. 세 번째, 대응성과 이미지와의 관계로, 고객을 기꺼이 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 의지에 따라 이미지 형성이 달라진다는 것이다.

네 번째, 설득성과 이미지관계로, 신뢰와 자신감을 기초로 지식과 공손함을 통해 이미지가 향상된다는 것이다. 다섯 번째, 공감성으로, 고객에게 개인적인 관심 및 배려를 해주려는 의지에 따라 이미지 형성이 달라진다는 것이다.

국가이미지에 관한 선행연구를 통해 국가이미지 구성요인을 살펴보면, 다음 〈표 3-2〉와 같다.

〈표 3-2〉 국가이미지 구성요인

연 구 자	국가이미지 구성요인
Nagashuma(1970)	제품, 국가특성, 경제환경, 정치환경, 역사, 전통
Wang(1978)	경제발전 수준, 민주주의 정도, 문화적 유사성
Hunt & Chung(1985)	위락시설의 이용가능성, 역사·문화 관광대상, 경관과 환경, 국민의 친절성, 적정 숙박시설의 이용가능성, 구내 교통수단의 이용가능성, 요리, 기후, 쇼핑, 오락
전계성(1987)	쇼핑기회의 인식, 한국에 대한 전반적인 인식, 안전과 보안에 대한 인식, 아름다운 경관, 역사와 문화매력물, 일반적 관광시설과 여건, 한국에 대한 일반적 태도
Peabody(1988)	외국으로의 여행경험, 문헌과 매체의 접촉도, 특정국가의 대외정책, 주변인들의 영향
Bojanic(1991)	상하의 목적지, 아름다운 건축물, 지루한 장소, 아름다운 해변, 색다른 음식, 부정직한 주민, 미국화폐의 가치, 흥미로운 도시, 안전성, 할인쇼핑, 야간활동, 국가의 부유수준, 도로사정, 유럽관광객수, 숙박시설, 주민의 환대성, 언어소통, 역사적 유적, 미국인에 대한 호감도
Fakeye & Crompton(1991)	사회적 기회와 매력물, 자연적·문화적 쾌적함, 숙박과 교통시설, 하부구조·음식과 친절한 사람, 물리적 쾌적함과 레크레이션 활동, 야간오락커뮤니케이션
Echtner & Ritchie(1993)	경제성장, 민주화수준, 대량생상능력, 시민능력, 산업화정도, 노동비용, 문맹률, 시장자유화수준, 복지수준, 경제안정성, 농산물 자급도, 제품의 질, 삶의 수준, 기술적 연구수준
Shin(1993)	경제적 발전정도, 문화적 유사성, 정치상황, 미국과의 동맹관계
한충민(1993)	문화발전정도, 역사와 전통, 산업화 정도, 부유한 정도, 민주화정도, 사회적 안정성, 국민의 근면성, 국민의 교육수준
이규완, 유재홍(1995)	문화, 자연환경, 역사인물, 과학기술, 상품, 정치, 경제, 사회적 특성
서울대 언론정보연구소(1996)	총체적 위상, 특성, 정치, 정부, 경제, 사회, 문화, 군사, 국민성, 자국과의 관계, 뉴스소식, 이벤트, 기업, 상품, 인물, 캐릭터
조광익(1997)	쾌적성, 식기성, 접근성, 숙박시설, 활동성, 비용, 매력성
엄서호(1998)	이국적 체험, 여행편리성, 문화적 접촉, 도시체험, 여행비용, 친근감

자료 : 선행연구를 기초로 하여 게재된 내용을 연구자가 요약정리하였음.

2. 정부 및 행정기관 이미지 연구

곽동성 외(1999)의 연구에 의하면, 이미지를 구성하고 있는 요인 중 서비스 품질은 중요한 결정요인 중의 하나라고 하였다. 서비스품질은 기업에 있어서 새로운 고객을 유지할 수 있는 공격적인 효과와 현재의 고객을 유지할 수 있는 방어적인 효과를 모두 가지고 있다는 것이다. 또한 우수한 서비스를 제공하는 기업의 경우 현재의 고객이탈을 줄일 수 있기 때문에 기업의 수익에 기여하게 된다는 것이다. 한번 품질에 대해 신용을 잃으면 다시 신용을 회복하는데 있어 막대한 비용과 시간을 필요로 한다. 그래서 품질이 열악한 제품과 서비스를 판매하거나 제공하면 그 기업이나 기관에 대한 명성 즉, 이미지가 떨어지고 장기적으로는 시장에서 사라지게 된다는 것이다.[78] 이러한 연구결과에 의하면, 향상된 품질은 고객에게 만족을 주고, 이러한 고객의 만족은 이미지형성과 관계가 있다고 볼 수 있다.

정원칠(2000)은 중앙행정기관의 이미지를 내·외국인을 대상으로 조사하여 문화권별·국가별로 비교 측정하였다.[79] 그 결과 영·미 문화권 국가들은 높은 수준의 중앙행정기관 이미지를 가지고 있는 반면, 우리나라 국민들의 경우 정부의 대표성을 묻는 설문문항을 제외하고 전반적으로 매우 부정적인 이미지를 가지고 있는 것으로 나타나, 이를 개선하기 위해 사기업부문의 마케팅 개념 벤치마킹, 행정을 통한 이미지 개선, 종합적 접근이 필요하다고 보았다.

다음으로 김선아(2005)는 중앙행정기관의 이미지 제고를 위해 특정기관의 실무자를 대상으로 심층면접을 실시하여 조직적인 측면에서 진단하고 발전방향을 모색한 바 있다.[80] 그 결과 중앙행정기관 홍보조직의 역량강화를 위해 먼저 홍보의 중요성에 대한 인식 확산이 필요하며, 홍보담당자의 위상 및 조직 의사결정 단계 참여 강화, 장기적이고 지속적인 홍보계획의 운용, 홍보활동을 위한 자체 예산 확보 및 체계적인 운용의 필요성을 강조하였다.

---

78) 광독성 외, "내부서비스품질이 종업원 만족과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구", 한국마케팅저널, 제1권 제4호, 1999, pp.455-457.

79) 정원칠, "정부이미지의 측정 및 비교에 관한 실증적 연구", 중앙대학교대학원 석사학위논문, 2001, pp.53-59.

80) 김선아, "정부부처의 이미지 제고를 위한 홍보조직 진단과 발전영향 연구 프로젝트 보고서", 서강대 영상대학원 석사학위논문, 2005, pp.86-96.

이석우(2006)는 정부마케팅의 도입과 정보통신부의 정부아이덴티티(Ministry Identity: M. I)를 민간 기업의 기업아이덴티티(Coporate Identity: C. I)와 비교·분석한 바 있다.[81] 중앙행정기관의 이미지를 알아보기 위해 국민을 대상으로 조사를 실시한 그 결과 '권위적, 불신뢰, 보수적, 미성숙'이라는 부정적 이미지가 팽배해 있음을 알 수 있었다. 이에 정부의 정책 및 정부마케팅 효과를 극대화하기 위해서는 각 중앙행정기관의 일관성 있는 아이덴티티 구축이 중요하다고 보았으며, 기존의 단순 행정기능을 하는 중앙행정기관을 넘어서 정부마케팅 활동에 부합하는 중앙행정기관 M.I의 수립이 절실하다고 하였다.

3. 교육기관 이미지 연구

임상직(2003)의 연구는 의미변별법에 의한 초등학교장의 이미지 분석을 하기 위해 초등학교 교사와 학부모를 대상으로 의미변별법을 사용하여 연구하였다.[82] 이 연구에서 교사들과 학부모들은 초등학교장에 대하여 전체적으로 긍정적으로 인식하고 있으나 그 지지정도는 미온적이고 중립적으로 나타났음을 보고 하였다. 또한 이미지의 요인구조는 성실성, 진취성, 정신적 복잡성, 보수성, 존귀성 등 5개 요인으로 이루어져 있으며, 이 중에서 성실성과 진취성이 주요 요인이라고 제시하였다.

양규용(2000)의 연구는 한남대학교를 중심으로 대학이미지 제고를 위한 홍보 방안 연구에서 대학 이미지와 홍보를 향상시킬 수 있는 방법으로 홍보와 병행하는 대학의 정체성과 특성이 먼저 선행이 된 후 홍보가 있어야 하고 홍보시 대학 간의 경쟁력과 차별화가 있어야 하며 각 대학의 실정에 맞고 특성 있는 홍보방법을 이용해야 한다고 하였으며 이제 대학은 상아탑의 이상적인 권위나 고고한 지적 우월성을 믿고 앉아서 기다리던 느슨한 조직의 대학사회의 틀을 벗어나 효율성과 생산성을 중요시하고 경제성을 강조하는 기업형 대학으로 거듭나야 할 것이라고 하였다.[83]

---

81) 이석우, "정부마케팅 도입에 따른 정보통신부 M.I(Ministry Identity) 디자인에 관한 연구", . 홍익대학교 대학원, 석사학위논문, 2006, pp.91-95.

82) 임상직, "의미변별법에 의한 초등학교장의 이미지 분석", 대구교육대학교, 석사학위논문, 2003, pp.33-52.

83) 양규용, "대학 이미지 제고를 위한 홍보 방안 연구", 한남대학교, 석사학위논문, 2000, pp.43-67.

배병한(2000)의 연구에서 4년제 종합 대학들의 광고 메시지 속성이 대학의 이미지를 형성하고 있는가를 알아보고, 대학광고의 핵심 메시지가 학생들에게 효과적으로 전달되고 있는지를 분석하였다.[84] 이 연구에서는 학생들이 부산 지역 대학들의 광고 핵심 메시지를 얼마나 기억하고 있는지에 대해서는 대부분 학생들이 '멀티미디어 대학, 미래가 밝은 젊은 대학, 국제화, 정보화로 비전 있는 대학, 교육 환경이 좋은 대학'에 대해서만 50%이상을 기억하고 있고, 다른 메시지에 대해서는 잘 기억하고 있지 못하는 것으로 나타났다. 또한, 대학의 이미지는 학교의 교육이념, 교육목표, 재학생의 행동 및 태도, 취업결과 등에 따라 이미지 형성요인이 구성된다고 제시하였다.

제2절 민간기업 이미지 선행연구

1. 기업이미지 연구

Winterr(1986)의 연구에 의하면, 기업이미지를 구성하는 요소로서 기업행동, 사회행동, 기부의 세 가지를 제시하였다.[85] 여기서 기업행동 요소는 좋은 서비스의 제공, 적정 가격의 책정, 고품질 제품의 생산 등으로 기업의 마케팅 이미지를 형성하며, 사회적 행동 요소는 환경보호에 대한 관심, 적정 세금의 납부 등으로 사회적 관행이미지를 형성한다고 하였으며, 기부적 요소는 문화예술에의 투자, 보건교육, 사회적 복지프로그램에서의 기부 등과 같은 물질적 지원으로 언급하였다. 또한, 기업에 대한 호의적 태도가 저조하거나 공공관계 문제가 큰 비중을 차지하는 경우에는 사회적 관행 이미지가 가장 중요한 요소로 나타났다.

하대용의 연구에 의하면 기업이미지는 다음과 같은 요인들에 따라 달라진다고 하였다.[86]

---

84) 배병한, "대학 광고가 고교생의 대학 이미지 포지셔닝에 미치는 영향에 관한 연구", 동아대학교, 석사학위논문, 2000, pp.26-53.
85) 이봉석, "서비스질이 호텔이미지형성에 미치는 영향에 관한 연구", 경남대학교 박사학위논문, 1998, pp.38-42.
86) 하대용, 전게논문, pp.25-44.

첫째, 사람들의 행동에 영향을 미친다는 것이다. 즉 잘 형성된 기업이미지는 마케팅활동의 성공할 확률을 높여줄 뿐만 아니라 경쟁제품과 차별화를 하는데 도움을 준다는 것이다.

둘째, 기업과 직접적인 접촉이 없는 일반 소비자들의 경우 기업에 대한 이미지를 평가하는데 있어서 광고, 가격, 포장 등 기업의 단순한 정보들에 의해서 결정된다는 것이다. 따라서 기업에 대한 편견이나 선입관이 형성될 가능성이 매우 높으며 이러한 편견과 선입관은 기업 활동에 미치는 영향이 크기 때문에 기업이미지 관리의 필요성이 증대된다는 것이다.

셋째, 단기 혹은 장기의 사업운영에 있어서 기업의 사회적 책임이 중요한 요인으로 작용한다는 것이다. 인플레이션, 경제성장 등 불확실성이 가중되고 있는 기업환경 내에서 기업의 사회복지 증진에 대한 노력은 기업의 이미지로 귀결되며 기업경영을 평가할 수 있는 하나의 방법이라는 것이다.

넷째, 기업이미지는 메가마케팅(Mega Marketing)[87]의 중요한 요인이라는 것이다. 즉, 마케팅에 영향을 주는 요인으로 전통적인 4P's(product, price, place, promotion)의 개념이 추가된 것이 메가마케팅의 마케팅 믹스이다. 따라서 기업들이 뉴스 매체들로부터 기업이미지에 대하여 긍정적이고 호의적인 태도를 갖도록 조성한다면 기업환경의 여러 변수들을 통제하고 관리하는데 효율적일 수 있다는 것이다.

권창용(1991)은 이미지가 호텔 차별화 수단으로서 이용될 수 있는지의 여부를 검토하여 그러한 이미지가 구체적으로 어떠한 의미와 관계의 복합으로 구성되었는지를 규명하며 호텔 산업의 경쟁심화에 따라 호텔 기업이 장기적으로 존재할 수 있는 방법과 전략상의 시사점을 호텔 이미지에 관한 실증분석 결과로부터 도출하여 제시하였다.[88] 그 결과 호텔 이미지를 결정하는 중요한 요인이 안전, 평판, 서비스, 시설, 분위기, 편이성, 요금 및 친분의 순으로 나타났는데 그 중 요금은 중요하지 않은 것으로 간주한 것이 특이하다 하겠다.

---

87) 메가마케팅이란, 코틀러가 1986년 발표한 논문에서 처음 사용한 말로, 현대와 같이 급속하게 변화하는 기업환경 하에서 효과적인 마케팅을 수행하기 위해서는 종전의 마케팅 컨셉트나 마케팅 믹스에 국한 되어서는 안되며 기존의 마케팅 전략요소인 4P(product, place, price, promotion)에 Power와 PR(public relation)을 포함시켜야 한다고 설명하고 있다.

88) 권창용, "호텔이미지 차별화 요인에 관한 연구", 박사학위논문, 세종대학교, 1991, pp.1-12.

일본경제신문사(1994)는 24개의 이미지 항목을 기준으로 요인분석을 통해 기술, 마케팅, 장래성, 사풍, 경영자, 청가, 종합이미지의 일곱 가지 요인으로 구분하고 있다. 이 연구에서는 업종에 따라 기업이미지의 결정요소가 달라지는지를 보여주었으며, 일본의 경우 전기업계에서는 기술이, 소매업계에서는 신뢰성이, 그리고 증권업계에서는 규모가 가장 중요한 결정요인인 것으로 나타났다.[89]

기업이미지에 대한 구성요인별 선행연구를 정리해 보면 다음 〈표 3-3〉과 같다.

〈표 3-3〉 기업이미지의 구성요인

구 분	학 자	주요구성요인
기업이미지	R. Ferber	좋은 품질의 제품 생산과 빨리 성장하는 기업, 업계에서의 선도성, 불만의 공정한 처리, 고객관계, 보증과 약속의 성실한 이행, 기업윤리, 양호한 지역사회와의 관계지속, 사회적 책임의 실현, 일하고 싶은 좋은 기업, 종업원 관계, 기타 주식을 보유하고 싶은 우량기업
	일본 경제신문사	전통, 기술, 안정성, 광고·선전, 신뢰성, 규모, 국제경쟁력, 판매망, 신제품개발, 친근감, 사회에의 공헌도, 장래성, 연구개발, 경영자의 유능여부, 근대성, 고객서비스, 깨끗한 이미지, 시류, 적극성, 사풍, 공해방지에의 관심, 소비자문제에의 성실성
제품이미지	C.G.Walters & G.W.Paul	제품디자인, 상표, 포장, 가격, 제품개발
	L.W.Rodger	제품의 내재적 품질, 실제적·관념적인 느낌, 그 제품을 사용함으로써 자기를 과시하고자 하는 자신에 대한 관념
	C.A.Kirkpatrick	상표명, 기능, 판매촉진, 광고, 세평
상표이미지	H.Assael	제품품질, 상표명, 색상, 광고매체, 포장, 광고물의 내용과 스타일(그림, 배열, 기술적 형태, 활자의 자면), 가격, 판매장소
점포이미지	C.A.Kirkpatrick	디자인, 색상, 포장, 가격, 광고, 그 제품을 구매하는 소비자의 유형, 판매원 제조업자 유형
	H.W.Boyd & R.D.Blackwell	가격, 광고, 제품명, 포장, 자사가 제공하는 TV프로그램, 시판된 시간, 세평
	,M.M.Ezell	점포위치 및 설계, 상품의 구색, 제공되는 서비스, 판매원,

89) 한국관광공사, "한국 및 일본기업에 대한 미국인의 의식조사", 관광정보, 한국관광공사, 제226호, 1990, pp.9-11.

		다른 구매자들의 특성
	J.F.Enger & R.D.Blackwell	광고, 동료들의 구전에 의한 영향과 점포의 분위기, 점포의 편의시설, 거래후 만족
	Arnold, Tiger & Sylviama	입지, 가격, 제품의 다양성, 품질, 서비스, 특별판매, 즐거운 쇼핑환경
	Pessimier	고객믹스, 점포형태의 수명주기, 위치, 제품제공, 입지의 편의성, 쇼핑의 즐거움, 거래 편의성, 촉진의 강조, 성실성, 이미지 강도와 명확성
	Nevin & Houston	일반적 가격수준, 특별판매, 판매촉진, 배치, 주차시설, 점심과 다과의 이용가능성, 오락시설, 특별이벤트와 전시, 분위기, 판매원, 어린이동반 용이성 및 시간을 보낼 수 있는 넓은 면적, 보관물 센터
	Lindquist	상표, 서비스, 고객, 외형적 시설물, 촉진, 점포 분위기, 기관별 거래후 만족
	Beard	가격수준, 제품의 품질, 선택, 분위기, 입지, 주차시설, 판매원의 다양성
	Bucklin	가격, 광고, 편의성
	Cardzo	가격, 제품계열의 다양성, 할인판매, 점포의 위치, 품질
	Kunkel & Berry	제품의 가격(저가격, 고가격, 비경쟁가격, 공정가격), 제품의 질(우량, 불량, 상표의 이름), 제품구색(제품의 폭, 길이, 선호, 제품의 취급), 유행성, 판매원(태도, 제품에 대한 지식도, 판매원 서비스의 좋고 나쁨), 점포의 위치(집 또는 직장으로부터의 위치, 상점까지의 교통수단, 위치가 좋은가, 나쁜가), 다른 편리한 요소(주차, 영업시간, 다른 제품 구입의 용이성), 서비스(신용, 배달), 판매촉진(특별판매), 광고(광고의 형태나 질, 사의 권위, 제품의 권위, 제품 진열, 배치, 출입고객들의 유형, 혼잡), 평판(반품, 교환, 공정성에 대한 평가)
	Martineau	위치와 건축, 상징과 색채, 광고, 판매원
	Hirschman, Greenberg & Robertson	판매원의 서비스, 위치, 제품의 가격, 신용정책, 배치와 분위기, 제품의 질, 제품의 다양성 및 종류, 제품진열
	Berry & Ferber	입지 편의성, 상품화의 적절성, 가격에 대한 가치, 판매노력과 점포 서비스, 쾌적성, 거래후 만족
	Stephenson	광고, 점포의 외형적 특성, 점포도달의 편의성, 친구와 점포, 제품의 선택, 판매원, 점포에서 부각되는 가격, 점포의 의존성

자료: 선행연구를 기초로 하여 게재된 내용을 연구자가 요약·정리하였음.

2. 브랜드 이미지 연구

이현석(2005)은 그의 연구에서 Aaker가 개발한 브랜드 이미지척도를 이용하여 부산지역 특1급 호텔들을 대상으로 브랜드 이미지에 어떠한 차이가 있는지를 측정하였고, 호텔기업의 브랜드 애호도에 미치는 영향과 브랜드 신뢰가 브랜드 이미지에 어떠한 조절효과가 있는가를 살펴보았다.[90]

류정민(2002)은 그의 연구에서 외식업체들이 무한경쟁에서 이겨내기 위해서는 브랜드가 만들어지길 기다릴 것이 아니라 체계적인 전술, 전략을 통해 세계적인 브랜드를 만들어 내야 한다고 강조하였다.[91]

김정구(1998)는 그의 연구에서 에이커(Jannifer Aaker)의 브랜드 이미지 척도를 바탕으로 하여 한국의 휴대폰시장의 브랜드들을 대상으로 브랜드가 가지고 있는 이미지와 이러한 브랜드 이미지가 기업에 미치는 영향을 조사하였다.[92]

백 현(2005)은 그의 연구에서 소비자의 의사결정과정상에서 브랜드 인식에 관한 측면을 통합시켜 연구하고자 하였다.[93] 연구결과를 종합하여 보면, 사회적 성향이 구매심리에 직접적인 영향을 미치기보다는 브랜드 이미지와 충성도를 통해 의사결정과정에 영향을 미쳤으며, 소비자는 상품구매결정 과정에서 상품 브랜드의 충성도보다는 이미지를 더 신뢰하는 것으로 나타났다. 또 상품구매심리는 브랜드이미지의 영향을 받는 동시에 브랜드 충성도에도 영향을 미치는 것으로 나타났고, 이용경험고객의 경우 사회적 성향과 상품구매심리간의 관계와 상품구매심리와 상품결정 간의 관계는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

Aaker(1997)의 연구는 브랜드 개성을 연구하기 위하여 심리학에서 사용된 개성척도와 마케터들에 의해 이용되어온 개성척도, 그리고 과거 본원적 정성적인 조사결과를 바탕으로 연구하였다.[94] 이를 통해 성실, 열정, 능력, 세련됨, 강인함의 5가지 개성척도를

90) 이현석, "호텔기업의 브랜드 개성, 신뢰, 애호도의 관계 연구-부산지역 특1급호텔을 중심으로-", 관광·레저연구, 제17권 제1호, 2005, pp.52-56.
91) 류정민, "국내외식기업의 브랜드 강화전략", 한국외식학회, 제8권 제2호, 2002, pp.65-69.
92) 김정구, "브랜드 개성을 통한 광고전략 연구", 광고학 연구, 제9권 제1호, 1998, pp.37-51.
93) 백 현, "브랜드 이미지에 따른 소비자 구매심리가 여행상품선정에 미치는 영향에 관한 연구", 박사학위논문, 경희대학교, 2005,
94) J. Aaker, *Dimensions of Brand Personality*, Journal of Marketing Research Vol.34, 1997, pp.347-356.

분류하였다. 이 연구에서 주목할 만한 사실은 개성변수들이 소비자의 태도와 밀접한 관계를 맺고 있으며 그 관계는 브랜드에 따라 변한다는 사실을 밝혀냈다는 것이다.

Keller(1993)의 연구에서는 브랜드 지식이 소비자의 의사결정에 어떻게 영향을 미치는 가를 조사하고자 하였다.[95] 그는 브랜드 지식이란 소비자에 의한 브랜드의 재인과 회상이란 요소로 구성되어 있는 브랜드 연상과, 소비자가 기억 속에 보유하고 있는 브랜드에 결합되어 있는 연상의 집합인 브랜드 이미지로 구성되어 있다고 설명하였다.

제3절 경찰이미지 제고 사례

1. 우리나라 경찰이미지 제고 사례

가. 전략적 홍보활동으로 정책효과 제고

경찰청은 2008년 정책의 긍정적인 측면을 부각시키고 오해를 해소하기 위한 정책홍보로서 정책부서와 홍보부서의 유기적인 업무연계가 가능한 홍보시스템을 마련하여 운영하였다.

이에 대한 구체적인 활동으로는 '사전점검 시스템'을 구축하여 중요 치안시책 수립시 홍보관리관 검토 및 공람을 제도화하였다. 또한 '홍보협의체'운영을 통해 정책기본계획에 세부적인 홍보계획을 포함하였고, '정책발표 사전협의 체크리스트'를 작성·활용함으로서 홍보과정의 오류를 최소화하고 홍보효과를 높이도록 하였다.

한편, 정책홍보의 출발이라고 할 수 있는 '보도자료·브리핑 사전예고제' 실시를 통해 보도자료 제공건수 대비 보도율을 높였으며, 제작된 보도 자료는 실시간으로 경찰청 홈페이지에 게재함으로써 누구나 쉽게 접근이 가능하도록 하였다.

'홍보자문위원회'의 운영내실화를 위해서는 자문체제를 확고히 하는 한편, 이를 활용한 경찰홍보 전략·테마별 기획홍보 및 위기관리 자문을 강화하여 많은 성과를 거두었다.

또한, 현장경찰관의 홍보요원화를 목표로, '홍보매뉴얼'에 의한 각 경찰관서 홍보교육

95) L. Keller Kevin, *Conceptualizing, Mesuring, and Managing Customer-Based Brand Equity*, Journal of Marketing, Vol.57, 1993, pp.1-22.

및 경찰대학 홍보전문화 과정(연간 4회 총 200명), 국정홍보처의 홍보아카데미 교육 등을 통해 경찰관의 홍보마인드를 제고하기 위해 노력하였다.

특히, 언론과의 접촉이 많은 수사·형사요원 및 홍보담당 경찰관을 대상으로 경찰청과 지방경찰청별로 '언론홍보 워크숍'을 실시하여, 언론대응을 위한 표준화된 홍보업무 처리 절차를 숙지하도록 하는 등 체계적인 경찰홍보의 기반을 마련하였다.

나. 건전한 대언론 관계유지

경찰청은 2008년 언론보도를 통한 정책홍보전략을 위해, 기존 주요언론 중심의 홍보에서 탈피하여 일정 요건을 갖춘 모든 매체에 대한 취재를 개방하고, 공평하게 정보를 제공하는 '개방형 브리핑 시스템'을 구축하였다.

또한, 기존 신문매체 중심에서 시공간의 제약을 덜 받는 인터넷 매체 등이 새롭게 부각되고, 방송과 인터넷 등 실시간 보도매체에 대한 신뢰도가 상승하는 추세에 따라, 경찰홍보를 '24시간 모니터링 시스템'을 갖추고 각종 매체와의 네트워킹 구축을 통해 실시한 홍보체제를 운영하였다.

또한, '정책보도 모니터링 시스템'의 정착으로, 실시간 보도예상 · 진상보고 등 체계적인 오보대응을 하고 있다. 오보에 대해서는 '언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률'에 근거하여, 단계별 대응을 통해 사실보도를 유도하는 한편 적절한 반론권을 행사하고 있다.[96]

다. 뉴미디어 활용 및 정책고객 관리로 정책홍보 품질혁신

보도 자료를 배포하여 신문·방송 등 기성 언론매체를 통해 기사가 보도되는 것에 주력하는 기존 홍보와는 달리, 유비쿼터스 시대의 도래로 인한 인터넷 매체를 적극 활용하는 방식을 채택하였다.

이에 '사이버 경찰청 홈페이지'에 경찰 활동사항·기관장 동정 뉴스를 '동영상 및 사진' 등 다양한 형식으로 실시간 게재하고 있으며, 국정홍보처에서 운영하는 온라인 정책포털

96) 2007년 총 62건의 오보에 대해 언론사 반론·정정보도 청구 37건, 언론중재위 조정신청 22건과 3건의 소송을 통해 잘못된 보도를 바로잡았다.

사이트 국정브리핑 및 부처 뉴스사이트에 정책기사 및 정책책임자 기고문을 게재하는 등 온라인 홍보 활성화 방안을 추진하였다.

또한, 블로그·동영상 포털사이트에 착안하여, 온라인 홍보의 영역을 더욱 화개하였으며, 기관·정책블로그 개설을 통해 인터넷을 통한 국민과의 교감을 강화하였다. 대표적인 동영상 포털사이트인 '판도라TV'에 경찰청 채널을 개설하여 경찰리포트·UCC 콘테스트 입상작 등 경찰청이 보유하고 있는 다양한 정책홍보 영상물을 게재하여 영상물의 활용빈도를 높임으로써 체감 홍보효과를 극대화 하였다.

라. 기타 홍보강화 활동

(1) 감성적 영상홍보 강화

이미지가 중요시되는 홍보 트렌드에 맞추어, 다양한 계층의 사람들에게 영향력이 큰 매체인 영화·드라마 등을 활용한 경찰 홍보를 강화하고 있다.[97] 경찰관련 소재를 통한 민간 영상물 제작을 위해, '영상물 제작지원 관리팀'을 운영하여 제작 초기단계부터 소재 제공·시나리오 자문·장비지원·시설개방 등 체계적인 지원을 하고 있다.

또한, 전광판 동영상을 이용하여, 전국민 누구나 볼 수 있도록 전국의 도심속 거리 곳곳에 대형 전광판을 설치하여, 짧은 영상과 문자를 통해 효과적인 홍보매체로 활용하였다.[98]

한편, 경찰 브랜드 가치제고 필요성에 따라 주요 치안정책·경찰혁신 등을 소재로 하는 '홍보영상물'을 제작 및 배포하여 경찰 이미지 제고에 노력하고 있다.[99]

(2) 현장홍보 활성화

경찰청은 다정하고 친근한 경찰상 제고를 위해 경찰악대·연극단·의장대 등의 홍보역

97) 2007년에는 총 65건의 영상물 제작관련 지원(영화 9, 드라마 6, 다큐50)이 있었으며, KBS'특명공개수배'제작진 등 작가·PD·영화제작자 등과의 간담회 개최를 통해 경찰에 대한 신뢰와 이해도를 높여왔다.

98) 2007년에는 (구)국정홍보처와 (구)행정자치부에서 운영하고 있던 정부 정관팡(전국 110개)을 통해, '사이버폭력 집중단속' 등 총 19건의 주요 치안시책을 동영상(20초, CF 방식)으로 제작, 홍보하였다.

99) 2007년 경찰홍보영상물을 제작하여 경찰의 날 기념식 KBS-TV 생방송 중계를 통해 광고 방송 효과를 거두었으며, 교통방송 캠페인 방송에도 적극 참여하였다.

량을 활용하여, '시민위안공연', '중·고교 방문 공연', '불우시설 위문공연' 등 다양한 행사를 기획하여 2008년 총 1,368회의 현장공연활동이 개최되었다. 이를 통해 경찰활동의 모범을 제시하고, 'soft' 한 근무분위기 조성 등 새로운 문화 아이콘으로 자리매김 하였다.

(3) 경찰청 방송국 운영

2005년부터 경찰청은 전국 방송망을 갖춘 KTV(한국정책방송)와 공동으로 KTV '경찰리포트'프로그램을 제작하여 주요 치안정책, 범인검거, 선행미담사례 등 방영으로 경찰 홍보효과를 극대화하였다.

(4) 경찰박물관 '경찰영상 축제' 개최

2008년 경찰박물관 개관 2주년을 기념하여 개최된 '경찰영상축제'는 경찰 소재의 TV 드라마와 외국영화를 망라하고, 시민과 경찰이 함께 참여하는 'UCC 동영상 공모전'을 개최하는 등 '국민과 함께하는 축제'를 개최하였다. 이밖에 축제기간 중 경찰에서 처음으로 개최된 영화제의 후일담과 각종자료를 책자와 DVD를 발간하여 전국 경찰관서에 배부함으로써 향후 유사한 행사에 참고할 수 있도록 하였다.

2. 외국 경찰 이미지 제고 사례

가. 영국 경찰

영국 경찰은 우리가 가장 본받고 싶어 하는 이미지를 갖고 있다. 영국 경찰 또한 처음부터 존경을 받고 신뢰를 받는 경찰은 아니었다. 로버트 필경의 '수도경찰법(The Metropolitan Police Act)'에 의한 경찰개혁에 의해 공손한 태도와 단호한 법집행을 통해 시민에 대한 봉사정신과 시민의 공복으로서의 의식을 갖춤으로써 경찰은 점차 시민들의 존경을 받게 되었으며 경찰관은 필러의 일꾼(Peeler's) 또는 보비(Bobbies: Robert의 약칭)라는 애칭을 받았으며, 이와 같은 경찰에 대한 영국국민의 호의적인 분위기는 오늘날까지 그대로 계승되고 있다.[100]

가장 이상적인 경찰 제도를 운영하고 있는 것으로 평가되어 국민들로부터 절대적인 존경과 신뢰를 받고 있는 영국경찰도 1980년대에는 행정서비스의 제공을 요구하는 시민들의 기대가 강화되는 등의 행정환경변화에 부응했고, 1993년 영국정부는 경찰체계와 조직 및 경찰위원회의 역할을 강화하는 21세기를 향한 경찰개혁안을 발표하였다.

이 개혁안은 경찰청장에게 국민의 요구에 부응하는 치안서비스의 제공이 가능하도록 조직운영상의 자율성을 보장함으로써 경찰과 지역사회의 결속력을 공고히 하고, 정부는 전반적이고 핵심적인 활동상의 우선순위를 설정하는 역할을 담당하여, 경찰은 지역사회의 신뢰와 협조를 얻을 수 있게 되고 국민들의 요구와 필요성에 부응하는 경찰활동이 가능하게 되었다.

나. 미국 경찰

미국에서는 'Police'보다는 'Law Enforcement Agent', 즉 법집행기관이란 용어를 더 잘 사용한다. 따라서 FBI 등의 연방집행기관들은 예방적, 봉사적 임무를 수행하지 않음으로서 'Police'라는 용어를 사용하지 않는다.

인권적 법집행 체제라는 것은 경찰권의 행사, 즉 경찰임무 면에서 엿볼 수 있는 미국 경찰체제상의 특색이다. 경찰의 기본적 임무가 질서유지와 범죄의 예방, 법의 집행이라고 한다면, 전자는 사전적, 예방적 경찰활동이며, 후자는 사후적, 진압적 경찰활동이라 할 것이므로, 역사적으로 보면 미국 식민지시대 이래 전자는 사설경비원, 이른바 민간경찰이 담당하는 추세로 발전하여 왔다.[101]

따라서 미국의 경찰은 공적경찰로서 '법의 화신'이라 불릴 정도로 범인의 검거나 공공의 보호와 같은 강력한 법 집행을 주로 담당함으로써 시민에 대하여 강한 경찰로서의 인상을 심어주고 있다.

20세기 초부터 진행된 경찰개혁을 통하여 전문화와 능률화의 표본으로 인식되던 미국 경찰은 변화하는 환경에 민첩하게 대응하여 개혁에 성공하는 결과를 가져왔다.

---

100) 김형만 외, 비교 경찰 제도론: 제2판, 법문사, 2007, pp.241-253.
101) 이윤근, 비교경찰제도론, 이퍼블릭(법문사), 2001, pp.178-179.

다. 독일 경찰

독일 경찰은 각 주를 중심으로 한 국가경찰제도, 초동수사의 임무를 통한 검찰과의 협조체제, 민주성·분권성·봉사성 보다는 능률성·집권성·전문성이 강한 보수적 관료체제이다. 과거 나치정권 하에서의 독일경찰의 정권수호를 위한 친위대적 인상으로 인한 부정적인 영향 때문에 이의 불식을 위한 노력이 과제처럼 남아있다고 할 수 있다.[102]

경찰의 대 언론업무지침적 성격의 규정을 살펴보면, "경찰은 언론의 큰 표제를 장식하지 않는 것이 최선이다" 라는 내용이 있는데, 이를 보더라도 이런 점을 인식할 수 있고, 또한 1993년과 1994년에 개최된 '경찰간부 아카데미 세미나'의 보고서에서 밝힌 경찰의 가치표본이라 할 수 있는 덕목으로 책임의식·공정성·관용·도우미 자세를 제시하고 있다.

이런 노력을 통해 공공의 안전과 질서유지라고 하는 경찰의 임무를 드러나지 않으면서도 잘 완수하는 경찰로 이를 통해 시민의 신뢰를 받는 경찰로 자리매김 하는 노력을 하고 있다.

라. 일본 경찰

일본 경찰은 서구경찰과 다른 특성 중의 하나로 지적되는 것이 바로 일본의 경찰은 윤리교사와도 같은 사회적 역할을 하고 있다는 것이다. 이는 일본 경찰이 단순히 범죄의 예방이나 범인검거와 같은 법집행적 요청을 수행하는 것뿐만 아니라 사회 내에서 솔선수범하여 모범적인 행동을 보여주는 윤리교사 내지는 도덕교사와도 같은 기능을 수행하도록 사회가 요청하고 있다는 것이다.

이 같은 사회적 요청을 경찰 자신도 깨닫고 있기 때문에 자신들이 단순한 사법적 집행기구가 아니라 시민들의 의식이나 윤리적·도덕적 행동에 바로 영향을 미칠 수 있는 자리로서 그 책임과 역할을 충실히 수행해야 한다는 것을 느낄 수 있도록 한다는 것이다.[103] 그러나 일본 경찰의 이상과 같은 지금의 '서비스 경찰 내지는 윤리 교사적 경찰상' 특히 제2차 세계대전 종전 후 살을 깎는 듯한 노력의 산물이라고 평가되어 진다.

이전까지만 해도 일본경찰은 오이상(이봐씨)라는 오명 하에 시민들에 군림하는 혐오의

102) 이황우, 비교경찰제도 1, 이퍼블릭(법문사), 2005, pp.321-324.
103) 정진환, 비교경찰제도, 백산출판사(경덕출판사), 2006, pp.163-165.

존재였다고 한다. 그러던 일본경찰이 패망 후 국가경찰을 자치경찰로 바꾸고 과거 군국주의시대의 정보담당 특별고등계 경찰을 없애고 정치사찰을 금하고, 주재소와 파출소를 중심으로 국민의 친구를 제1의 목표로 투구하는 등 구체적인 노력을 기울였던 것이다.

특히 파출소 문은 항상 열어둘 것, 항상 기립자세로 주민을 대할 것, 민원인보다 먼저 전화를 끊지 말 것 등 친절한 근무수칙을 세웠으며, 파출소도 인형의 집처럼 오색 페인트로 칠해 꾸미고 각종 마스코트를 걸어두는 등 패션화의 노력도 기울일 정도로 노력하였다고 한다. 이런 노력이 50년 이상 쌓여 오늘의 치안서비스 일본경찰 '국민의 친구 윤리교사 경찰'이라고 하는 경찰상이 확립된 것이다.

일본 경찰은 자국의 여건에 가장 적합한 경찰 제도를 개발 운영함으로써 안정된 치안상황을 유지하고 있다고 평가되고 있지만, 변화하는 개혁 작업을 계속하여 실시하고 있다.

제4장 경찰이미지 조사결과 분석

제1절 조사개요

이론적 배경에서 언급한 바와 같이 관련 이론을 통해 경찰이미지 형성의 중요성과 이미지 형성 요인에 대해 알아보았다. 또한 다양한 선행연구와 경찰이미지 개선을 위한 사례를 바탕으로 현행 경찰이미지 향상을 위한 노력의 중요성을 알 수 있었고, 현재 시점에서 새로운 방안이 요청됨을 알 수 있었다.

일반 시민과 경찰을 대상으로 경찰의 이미지와 활동에 대한 평가를 통하여 경찰 이미지를 제고하기 위한 전략적인 방향을 도출하려는 노력은 2004년 경찰청 조사에서도 시도되었다. 그러나 연구의 시초에서 밝힌 바와 같이 기존의 조사와 현재의 시점에서 경찰이미지에 대한 조사를 비교하여 그간의 성과를 고찰하여 미비점을 보완할 필요성이 있어 조사를 실시하게 되었다.

이 조사는 경찰이미지 관련 요인의 변화정도를 확인하여, 경찰의 대국민 서비스 개선에 필요한 기초자료를 제공할 것이다.

1. 조사방법

구조화된 질문지를 이용하여 일반시민과 경찰을 대상으로 설문조사를 실시하였는데, 〈표 4-1〉과 같이 사전에 선정된 경찰관서를 대상으로 치안정책연구소의 협조 하에 11월 15일부터 12월 15일까지 조사를 실시하였다. 조사대상기관의 선정은 지역별 인구규모와 경찰관서의 규모를 고려하여 무작위로 이루어졌다.

〈표 4-1〉 조사대상기관 표집

지방경찰청	경찰관서	표본선정 기관수	조사대상기관	
			경찰서	순찰지구대
서 울	31	6	3	3
부 산	14	3	1	2
대 구	9	2	1	1
인 천	9	2	1	1
광 주	5	1	1	0
대 전	5	1	0	1
울 산	4	1	1	0
경 기	35	7	3	4
강 원	17	3	1	2
충 북	11	2	1	1
충 남	14	3	2	1
전 북	15	3	1	2
전 남	21	4	2	2
경 북	24	5	3	2
경 남	22	4	2	2
제 주	3	1	1	0
계	239	48	24	24

조사대상기관으로 선정된 경찰서의 경우에는 경찰관 15명, 일반시민(민원인) 20명을 각각 조사대상 인원으로 배정하였으며, 순찰지구대의 경우에는 경찰관 15명, 일반시민(민원인) 10명을 각각 조사대상 인원으로 배정하여 목표 표본수를 경찰관 720명, 일반시민 1,440명으로 정하였다[104].

구체적인 조사대상자의 선정은 조사대상 기관의 설문조사 담당자가 몇 가지 원칙에 의거하여 이루어지도록 하였다. 먼저 경찰서 경찰관의 경우에는 각 부서별로 3명 이상이 포함되고, 경사 이상이 5-7명, 경장 이하가 8-10명, 여자 경찰은 4명 이하가 되도록 하였으며, 순찰지구대의 경우에는 지구대장을 포함한 경사 이상이 4-6명, 경장 이하가

104) 2004년 조사에서는 일반시민 1,200명에 대한 개별방문면접조사, 경찰관 1,500명에 대한 우편조사를 병행하였는데, 본 조사에서는 예산 등의 한계로 인하여 일반시민의 경우에는 경찰서나 순찰지구대에 방문한 민원인을 대상으로 조사를 실시한 것이 큰 차이라고 볼 수 있다.

9-11명이 되도록 하였으며 여경이 포함되도록 하였다.

민원인을 대상으로 하는 일반 시민의 경우에는 경찰서의 경우 여성이 6-7명, 20-30대가 6-12명이 포함되도록 하였으며, 순찰지구대의 경우에는 여성이 3-5명, 20-30대가 3-5명이 되도록 하였다. 이상과 같은 절차를 통하여 최종적으로 회수된 설문지 1,156부(회수율 80.3%) 중에서 응답이 부실한 것을 제외한 1,143부(시민 570부, 경찰관 573부)가 분석대상에 포함되었다.

2. 조사내용

조사항목은 앞서 기술한 바와 같이 2004년 조사결과와의 비교를 용이하게 하기 위하여 가급적 동일한 형태를 유지하였다. 그 주요 내용은 〈표 4-2〉와 같다[105].

〈표 4-2〉 조사내용

구 분	항 목	세 부 내 용
경찰 이미지	경찰상징물 평가 이미지 형성경로 평가	주요 상징물 선택, 이미지 형성 경로 선택
	이미지 속성별 평가 이미지 속성별 형성 요소	청렴도, 신속성, 친절성, 공정성, 전문성, 인권의식 등 6개 요소 평가, 이미지 요소의 중요도 평가, 이미지 형성에 영향을 미치는 요소 평가
경찰 활동	활동 영역별 평가 활동 영향 요인 평가	범죄예방활동, 범죄수사 및 진압활동, 교통활동, 사회질서유지활동 등 4개 영역 평가, 4개 영역 중요도 평가, 영역별 활동 영향 요인 평가, 영역별 세부 항목 평가
기타	사회인구학적 특징, 경찰접촉 경험, 경찰에 대한 인지도	

3. 조사대상자의 특성

조사대상자의 일반적 특성은 〈표 4-3〉, 〈표 4-4〉와 같다.

105) 〈부록〉 설문지 참조.

〈표 4-3〉 시민 응답자의 특성

구 분	항 목	인 원 (%)
성 별	남	320(56.0)
	여	245(43.4)
	계	565(100.0)
연 령	20대	155(27.4)
	30대	209(37.0)
	40대	119(21.1)
	50대	69(12.2)
	60대 이상	13(2.3)
	계	565(100.0)
직 업	전문/경영	50(8.9)
	판매/서비스	56(9.9)
	사무/기술	124(22.0)
	생산/일용	25(4.4)
	자영업	66(11.7)
	주부	84(14.9)
	학생	51(9.0)
	기타	108(19.1)
	계	564(100.0)
경찰접촉 횟수	1회	191(34.2)
	2회	127(22.8)
	3회 이상	240(43.0)
	계	558(100.0)
경찰접촉 사유	교통단속관련	199(35.6)
	교통사고관련	98(17.5)
	도움요청	53(9.5)
	사건사고증언	15(2.7)
	범죄신고관련	21(3.8)
	범죄피해관련	18(3.2)
	기타	155(27.7)
	계	559(100.0)

시민 응답자의 특성을 보면, 먼저 인구사회학적 특성을 보면 조사대상자 중에서 남자가 56.0%, 여자가 43.4%로 나타났으며, 연령대별로는 30대가 37.0%, 20대가 27.4%, 40대가 21.2% 순으로 나타났다. 직업의 경우에는 사무/기술직이 22.0%, 주부 14.9%, 자영업이 11.7%였으며 기타 직업이 19.1%로 나타났다.

경찰관련 특성을 보면, 최근 1년간 경찰과 접촉한 빈도는 3회 이상이 43.0%, 1회가 34.2%, 2회가 22.8%로 나타났으며, 주된 접촉 사유로는 교통단속관련이 35.6%, 교통

사고관련이 17.5%로 절반 이상이 교통관련하여 접촉한 것으로 나타났으며, 기타 사유로 접촉한 응답자는 27.7%, 도움을 요청하기 위해 접촉한 응답자는 9.5%로 나타났다.

이러한 표본의 특성을 2004년 표본과 비교하면, 2004년 표본은 전체 인구의 특성을 반영하는데 충실한 표본이라면, 본 조사의 표본은 경찰과의 접촉이 주로 이루어지는 층을 반영하는데 충실한 표본이라는 특징을 보이고 있다(경찰청, 2004:11).

따라서 2008년 조사가 2004년 조사에 비해서 경찰에 대한 경험을 바탕으로 보다 객관적인 평가를 기대할 수 있는 표본으로 구성되어 있다고 볼 수 있다.

〈표 4-4〉 경찰응답자의 특성

구 분	항 목	인 원 (%)
성 별	남	475(83.5)
	여	94(16.5)
	계	569(100.0)
연 령	20대	59(10.3)
	30대	251(43.8)
	40대	195(34.0)
	50대 이상	68(11.9)
	계	573(100.0)
계 급	순경	64(11.2)
	경장	174(30.4)
	경사	204(35.7)
	경위	116(20.3)
	경감	12(2.1)
	경정 이상	2(0.3)
	계	572(100.0)
재직기간	1년미만	14(2.4)
	1년이상-5년미만	95(16.6)
	5년이상-10년미만	138(24.1)
	10년이상-15년미만	105(18.4)
	15년이상-20년미만	110(19.2)
	20년 이상	110(19.2)
	계	572(100.0)
근무부서	범죄예방	246(42.9)
	범죄수사	103(18.0)
	교통	39(6.8)
	공공안전	31(5.4)
	기타	154(26.9)
	계	573(100.0)

한편 경찰 응답자의 인구사회학적 특성을 보면, 남자가 83.5%, 여자가 16.5%로 나타났으며, 연령대별로는 30대가 43.8%, 40대가 34.0%로 주류를 이루는 가운데 50대 이상은 11.9%, 20대는 10.3%로 나타났다. 계급을 보면, 경사가 35.7%, 경장이 30.4%, 경위 20.3%, 순경 11.2% 순으로 나타났다.

경찰에 입직한 이후 현재까지 재직기간을 보면, 5년 이상 10년 미만이 24.1%로 가장 많고 다음으로 15년 이상 20년 미만이 19.2%, 10년 이상 15년 미만이 18.4%, 1년 이상 5년 미만이 16.6%로 나타났다. 근무부서를 보면 범죄예방 부서가 42.9%였으며, 범죄수사 부서가 18.0%로 나타났다.

이러한 표본의 특성을 2004년 표본과 비교하면, 성별, 직급, 근무년수, 근무부서 등에 있어서 거의 비슷한 특징을 보이고 있어 조사 결과를 비교하는데 크게 무리가 없을 것으로 보인다(경찰청, 2004:12).

제2절 경찰 이미지에 대한 평가

1. 경찰 이미지 평가 개요

가. 경찰 상징과 이미지 형성경로

조사대상자들에게 경찰을 상징하는 것 중에서 가장 의미가 크다가 생각되는 상징물을 한 가지만 선택토록 하여 〈표 4-5〉와 같은 결과를 얻었다.

경찰을 상징하는 것으로 가장 많이 꼽은 것은 경찰제복과 경찰순찰차량으로 나타났으며, 그러한 경향은 시민과 경찰 모두 2004년과 동일하게 나타났다. 시민과 경찰의 응답에 큰 차이는 없으나, 세 번째 주요 상징물로 시민은 2008년과 2004년 조사 모두에서 112신고전화라고 응답했으나, 경찰은 형사(2008년), 거리의 교통경찰관(2004년)이라고 응답하였다.

〈표 4-5〉 경찰 상징물

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
경찰제복	225(39.6)	326(57.3)	32.9%	46.1%
경찰순찰차량	118(20.8)	108(19.0)	27.8%	27.5%
경찰계급	9(1.6)	6(1.1)	0.7%	0.6%
112신고전화	69(12.1)	32(5.6)	12.3%	5.7%
포돌이,포순이	24(4.2)	8(1.4)	7.8%	4.1%
경찰관서건물	9(1.6)	9(1.6)	1.6%	0.3%
경찰특공대	5(0.9)	2(0.4)	1.0%	0.4%
형사	49(8.6)	40(7.0)	4.1%	5.8%
거리의 교통경찰관	48(8.5)	24(4.2)	9.9%	7.0%
시위대에 맞선 경찰관	4(0.7)	6(1.1)	1.0%	0.9%
기 타	8(1.4)	8(1.4)	0.8%	1.5%
계	568(100.0)	569(100.0)	100.0%	100.0%

단위:인원(%)

한편 조사대상자들에게 경찰에 대한 이미지는 어떤 경로를 통해서 형성된다고 생각하는지를 질문하여 〈표 4-6〉와 같은 결과를 얻었다.

〈표 4-6〉를 통해서 알 수 있듯이 시민과 경찰 모두 경찰관의 언행이나 태도를 통해서 경찰에 대한 이미지가 형성된다는 응답이 가장 많았다. 이는 2004년 조사결과와 동일하며, 결국 시민과 경찰 모두 경찰을 직접 접촉한 경험이 경찰에 대한 이미지 형성에 가장 중요한 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

따라서 경찰 이미지 제고에 있어서 가장 중요한 것은 경찰과 국민의 접촉이라는 것이 2004년 조사결과와 마찬가지로 재확인되고 있다.

〈표 4-6〉 경찰에 대한 이미지 형성 경로

단위:인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
경찰관의 언행이나 태도를 통해	230(40.5)	241(42.2)	39.2%	42.1%
경찰에 대한 언론보도를 통해	192(33.8)	199(34.9)	25.4%	23.5%
경찰관서, 경찰순찰차, 복장 등 상징물을 통해	87(15.3)	58(10.2)	19.9%	14.8%
과거 경찰의 역사적 이미지를 통해	11(1.9)	20(3.5)	3.6%	5.7%
영화, 드라마등에 나타난 경찰이미지를 통해	28(4.9)	31(5.4)	3.5%	5.1%
주변사람으로부터 전해들은 이야기를 통해	8(1.4)	15(2.6)	7.1%	4.1%
인터넷 홈페이지 등 경찰자체의 홍보를 통해	2(0.4)	3(0.5)	0.6%	1.6%
기타 다른 경로로	10(1.8)	4(0.7)	0.8%	3.0%
계	568(100.0)	571(100.0)	100.0%	100.0%

다음으로 '경찰에 대한 언론보도', '경찰관서, 경찰순찰차, 복장 등 경찰상징물'도 경찰 이미지 형성에 상당히 중요한 역할을 하는 것으로 나타났는데, 이러한 결과 역시 2004년과 조사와 비슷한 경향을 보이고 있다. 그런데 주목할만한 점은 경찰상징물을 통해서 경찰에 대한 이미지가 형성된다는 응답율은 2004년에 비해서 하락한 반면, 경찰에 대한 언론보도를 통해서 이미지가 형성된다는 응답율은 33.8%(시민)와 34.9%(경찰)로 2004년의 25.4%(시민)와 23.5%(경찰)에 비해서 크게 증가하였다는 점이다. 아울러 영화나 드라마 등에 나타난 경찰이미지의 비중도 소폭 상승하고 있어 영상매체를 통한 이미지 제고 방안이 최근 추세에 따라 젊은층에 끼치는 영향이 크므로 지속적인 관심과 홍보 방안이 강구되어야 할 것이다.

이는 경찰이미지 형성에 있어서 갈수록 언론보도의 역할이 커지고 있다는 것을 보여주는 것으로, 향후 경찰이미지 제고를 위한 대책 마련에 있어서 대민 접촉뿐만 아니라 언론보도에 대한 적극적인 관심과 사전 준비 및 대응이 중요하다는 것을 보여주는 대목이라 하겠다.

나. 이미지 평가와 중요도

경찰에 대한 이미지 평가 결과[106]를 보면 〈표 4-7〉, 〈표 4-8〉과 같다.

먼저 100점 만점으로 평가한 경찰에 대한 이미지 평가의 종합점수는 시민의 경우 66.7점이고 경찰은 77.2점으로 나타났다. 경찰이미지에 대한 경찰의 평가점수가 시민에 비해서 10점 이상 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과를 2004년과 비교하면 시민과 경찰 평가점수 모두 증가한 것으로 나타났다. 특히 경찰의 상승정도(4.0)보다는 시민의 증가폭(16.0)이 훨씬 크게 나타나면서 2004년에 보였던 시민과 경찰간의 20점이 넘던 평가 점수 차이가 10점 정도로 대폭 줄어들었다. 따라서 경찰이미지 제고를 위해서 경찰이 다각적으로 전개한 그간의 활동과 노력이 상당한 효과를 거두었다고 평가 할 수 있겠다.

이미지를 구성하는 속성별로 살펴보면, 시민은 경찰이미지 중에서 친절성과 전문성을 상대적으로 높게 평가한 반면에 인권의식을 가장 낮게 평가하고 있으며, 경찰은 청렴성과 공정성을 상대적으로 높게 평가한 반면에 전문성을 가장 낮게 평가하여 경찰이미지에 대한 시민과 경찰의 평가에 있어서 차이를 보이고 있다.

〈표 4-7〉 경찰이미지 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	2008년		2004년		증 감 *	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰	시 민	경 찰
이미지종합	66.7	77.2	50.7	73.2	+16.0	+4.0
청렴성	67.0	81.6	48.7	76.9	+18.3	+4.7
신속성	65.8	78.4	51.7	72.4	+14.1	+6.0
친절성	69.6	78.5	54.8	76.9	+14.8	+1.6
공정성	66.6	80.0	47.1	79.2	+19.5	+0.8
전문성	67.2	69.7	53.8	61.3	+13.4	+8.4
인권의식	63.8	75.2	48.4	72.6	+15.4	+2.6

* 증감 = 2008년 점수 - 2004년 점수

106) 설문항목에서 이미지 평가는 각 속성별로 5점 척도를 통하여 측정하고, 그 점수를 100점 만점으로 환산하여 이루어졌다. 즉 각 속성별 평가는 매우그렇다(5점), 그런편이다(4점), 보통이다(3점), 그렇지않은편이다(2점), 전혀그렇지않다(1점)으로 부여하였으며, 100점 환산은 '평가점수 = (응답점수평균 - 1) × 100'으로 하였다.

이러한 결과를 2004년과 비교하면, 시민의 경우는 2008년과 마찬가지로 친절성과 전문성을 가장 높게 평가하고 인권의식을 가장 낮게 평가했던 반면에 경찰의 경우에는 약간의 차이를 보이고 있다.

전체적으로 경찰이미지 평가점수가 증가하고 있는데, 속성별로 보면 시민 평가의 경우 모든 속성에서 2004년에 비해서 10점 이상 증가하고 있는데, 그 중에서 공정성(+19.5)과 청렴성(+18.3)이 상대적으로 증가폭이 더 큰 것으로 나타나고 있다.

반면에 경찰평가에서는 속성별로 증가폭에 있어서도 상당한 차이를 보이고 있는데, 전문성의 증가폭이 상대적으로 큰 반면에 공정성, 친절성, 인권의식의 영역은 그다지 향상되지 않았다고 평가한 것으로 나타났다.

이상과 같이 경찰이미지에 대한 평가의 변화 정도를 보다 이해하기 쉽도록 평가속성별로 긍정, 보통, 부정으로 분류[107]하여 집계한 결과를 비교하면 〈표 4-8〉과 같다.

〈표 4-8〉 이미지 속성별 긍정률 비교

단위:%

구 분			평 가		
속 성	연 도	응답자	긍 정	보 통	부 정
청렴성	2008년	시민	56.9	37.1	6.0
		경찰	87.2	10.9	2.0
	2004년	시민	21.8	53.2	24.9
		경찰	73.6	23.1	2.4
신속성	2008년	시민	57.5	34.6	7.9
		경찰	82.8	15.2	2.0
	2004년	시민	30.0	44.0	25.5
		경찰	67.7	28.2	3.0
친절성	2008년	시민	63.6	30.2	6.3
		경찰	82.5	15.9	1.6
	2004년	시민	36.3	41.4	22.2
		경찰	75.4	20.8	2.5
공정성	2008년	시민	56.1	37.9	6.1
		경찰	86.8	11.4	1.7

107) 예컨대 '경찰의 청렴성은 높은 편이다'라는 질문에 대해 '매우그렇다'와 '그런편이다'는 응답은 '긍정'으로, '보통이다'는 '보통'으로, '그렇지않은편이다'와 '전혀그렇지않다'는 '부정'으로 각각 분류하였다.

	2004년	시민 경찰	23.2 78.6	45.9 18.1	30.2 2.0
전문성	2008년	시민 경찰	59.3 64.7	34.0 30.2	6.7 5.0
	2004년	시민 경찰	32.0 45.8	48.2 41.3	19.2 11.7
인권의식	2008년	시민 경찰	52.3 75.7	37.8 21.9	9.7 2.4
	2004년	시민 경찰	22.0 67.5	51.7 27.3	26.0 4.0

〈표 4-8〉을 통해서 알 수 있듯이 2004년 조사에서는 시민 응답자의 경우 이미지 속성 6가지 영역 모두에서 절반 정도의 응답자가 보통이라고 응답한 반면에 경찰의 경우는 절반 정도의 응답자가 긍정이라고 응답하였다. 그런데 2008년 조사에서는 시민과 경찰 모두 6가지 속성 모두에서 과반수가 넘는 응답자가 긍정이라고 응답하였다.

이러한 이미지 평가결과의 변화는 시민의 경우에 그 변화가 뚜렷하게 나타나고 있는데, 앞서 조사대상자의 특성에서 기술하였듯이 2004년 표본과 2008년의 표본과의 차이에서 비롯된 결과일 수 있다.

그런데 2004년의 표본의 경우 경찰과 직접적인 접촉이 없는 시민 응답자가 52.1%였고 그들의 평가점수가 접촉을 경험한 응답자에 비해서 높았다는 점을 감안하면, 접촉경험자만으로 표본이 구성된 2008년의 조사는 표본의 특성상 여타 조건이 같다면 평가점수가 상대적으로 더 낮게 나올 소지가 크다.

그럼에도 불구하고 시민들의 경찰이미지에 대한 평가점수가 대폭 상승한 것은 앞서 지적한 바와 같이 경찰이미지 제고를 위한 경찰의 다각적인 노력의 성과로 인하여 객관적으로 경찰이미지가 향상되었다고 평가할 수 있으며, 특히 2004년 조사결과에서 나타났던, 경찰과 접촉하게 되면 오히려 이미지가 나빠지는 경향은 최소한 약화되거나 사라지고 있다고 추론할 수 있다. 이에 대해서는 경찰접촉 정도에 따른 이미지 평가를 비교함으로써 확인될 수 있을 것이다.

다음으로 시민 응답자와 경찰 응답자의 특성별로 경찰 이미지 평가결과를 이미지 종합점수를 중심으로 살펴보면 〈표 4-9〉, 〈표 4-10〉과 같다.

〈표 4-9〉 시민응답자 특성별 이미지 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	이 미 지 평 가	
		평 가 점 수	점 수 차 이 *
성 별	남	67.4	+0.8
	여	65.6	−1.0
	계(평균)	66.6	
연 령	20대	64.5	−2.1
	30대	66.1	−0.5
	40대	69.9	+3.3
	50대 이상	67.2	+0.6
	계(평균)	66.6	
경찰접촉 횟수	1회	66.1	−0.8
	2회	67.0	+0.1
	3회 이상	67.4	+0.5
	계(평균)	66.9	
경찰접촉 사유	교통단속관련	63.8	−3.1
	교통사고관련	71.6	+4.7
	도움요청	74.4	+7.5
	사건사고증언	65.5	−1.4
	범죄신고관련	75.0	+8.1
	범죄피해관련	62.5	−4.4
	기타	64.7	−2.2
	계(평균)	66.9	
경찰인지 정도	상	74.6	+7.9
	중	65.2	−1.3
	하	57.8	−8.7
	계(평균)	66.5	
이미지형성 경로	직접	66.6	0.0
	상징	68.9	+2.3
	간접	65.7	−0.9
	계(평균)	66.6	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

먼저 시민 응답자별 이미지 평가결과(〈표 4-9〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성응답자 보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 40대가 가장 높고, 20대가 가장 낮은 것으로 나타났다.

경찰접촉 횟수별로는 1회 접촉자가 66.1점으로 평균점수에 약간 못 미치는 반면에 2회 접촉자는 67.0, 3회 접촉자는 67.4로 접촉이 많아질수록 경찰 이미지에 대한 평가는 근소하게나마 상승하는 것으로 나타났다. 앞서 경찰과의 접촉이 증가할수록 부정적 이미지는 약화되고 긍정적 이미지가 강화될 것이라는 추론이 입증된 셈이다.

접촉사유별로는 범죄 신고와 관련하여 경찰과 접촉한 시민들이 75.0으로 가장 높게 평가하였으며, 다음으로 도움을 받기 위해 경찰과 접촉한 시민들이 74.4, 교통사고 관련 접촉자가 71.6으로 평균 이상의 평가를 하였으며, 범죄피해나 교통단속 관련하여 경찰을 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 낮게 나타났다.

이는 경찰로부터 자신이 필요한 일정한 서비스를 받게 되는 경우와 경찰로부터 규제를 받게 되는 경우에 따른 차이로 일정부분 자연스런 결과로 볼 수 있다. 다만 범죄피해 관련 접촉자의 평가점수가 낮게 나타나고 있는데, 범죄피해자 보호를 강조하는 추세에 비추어 볼 때 앞으로 중점적으로 개선이 필요한 영역으로 볼 수 있다.

다음으로 경찰인지 정도[108]에 따른 평가를 보면, 경찰의 직무나 계급 및 조직에 대해서 비교적 잘 알고 있는 집단(상)의 이미지 평가점수는 74.6점으로 평균보다 7.9점 높았으며, 반면에 인지도가 가장 낮은 집단의 평가점수는 57.8점으로 평균보다 8.7점 낮게 나타났다.

따라서 경찰의 이미지를 제고하기 위해서는 일반 시민을 대상으로 경찰의 직무활동이나, 계급 및 조직 등에 대한 이해도를 향상시키는 것이 매우 중요하다는 것을 의미하는 것으로 향후 경찰의 대시민 홍보활동에 있어서 중요한 요소로 고려되어야 할 것으로 보인다.

끝으로 경찰에 대한 이미지 형성 경로별로 평가점수를 보면, 경찰관서나 경찰순찰차, 경찰 복장 등의 상징물을 통해서 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 다소 높게 나타났으며, 간접적인 경로[109]를 통해서 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 상대적으

108) 경찰인지 정도는 경찰직무, 경찰계급, 경찰조직에 대한 인지도로서 '나는 경찰이 어떤 일을 하는지 잘 알고 있다', '나는 경찰의 계급에 대해 잘 알고 있다', '나는 경찰조직에 대해 잘 알고 있다' 등 3개 문항의 점수(5점척도)를 합산하여, 평균점수와 표준편차를 고려하여 상위 30%를 '상', 중위 50%를 '중', 하위 20%를 '하'로 분류하였다.

109) 경찰에 대한 언론보도, 과거 경찰의 역사적 이미지, 영화나 드라마 등에 나타난 경찰이미지, 주변사람으로부터 전해들은 이야기, 인터넷 홈페이지 등 경찰자체의 홍보.

로 낮게 나타났다.

앞서 〈표 4-6〉에서 알 수 있었듯이 간접적인 경로 중 대표적인 것은 '경찰에 대한 언론보도'였으며, 이미지 형성에 미치는 영향이 다른 경로에 비해서 더욱더 커지고 있다는 것을 알 수 있었다.

따라서 경찰 이미지를 제고는 물론 이미지 악화를 막기 위해서도 경찰에 관련한 언론보도에 대한 관심과 대응이 매우 중요하다고 하겠다. 아울러 경찰관서나 순찰차량, 경찰제복 등 경찰 상징물에 대한 평소 철저한 관리에도 관심을 기울여야 할 것으로 보인다.

한편 경찰 응답자 특성별 이미지 평가를 보면 〈표 4-10〉과 같다. 전체적으로 경찰 응답자의 특성에 따라서 큰 차이를 보이지는 않고 있다. 먼저 성별의 경우 남자가 여자보다 다소 높게 평가하였으며, 계급별로는 순경이 가장 높게 평가하였으며, 경장이 가장 낮게 평가하였다.

재직기간별로는 10년 이상-15년 미만을 재직한 경찰 응답자의 평가점수가 가장 높았으며, 5년 이상-10년 미만을 재직한 경찰 응답자의 평가점수가 가장 낮은 것으로 나타났다.

근무부서별로는 범죄예방, 범죄수사, 교통, 공공안전 등의 부서 근무자는 다소 높게 평가하고 있으며, 기타 부서의 근무자는 다소 낮게 평가하고 있었다.

이미지 형성 경로별로는 시민 응답자와는 상반된 결과를 보이고 있다. 즉 상징물을 통해 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 상대적으로 낮고, 간접적인 경로를 통하여 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수는 전체 평균점수와 비슷하게 나타났다.

이러한 결과는 일반시민과 달리 경찰의 경우는 이미지 형성에 있어서 경찰에 대한 언론보도의 영향을 크게 받지 않는다는 것을 의미하며, 상징물을 통하여 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 이미지 평가점수가 낮은 이유는 경찰 직업 자체에 대해서 가지는 부정적 인식이 상징물에 투영되기 때문에 상징물을 통한 이미지 형성에 있어서 시민들과는 상반된 효과를 보이는 것으로 풀이된다.

〈표 4-10〉 경찰 응답자 특성별 이미지 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	이 미 지 평 가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	77.7	+0.6
	여	73.8	−3.3
	계(평균)	77.1	
계 급	순경	78.7	+1.5
	경장	76.6	−0.6
	경사	77.5	+0.3
	경위이상	76.8	−0.4
	계(평균)	77.2	
재직기간	5년 미만	77.8	+0.6
	5년이상−10년미만	75.7	−1.5
	10년이상−15년미만	78.2	+1.0
	15년이상−20년미만	76.7	−0.5
	20년 이상	78.3	+1.1
	계(평균)	77.2	
근무부서	범죄예방	77.4	+0.2
	범죄수사	78.3	+1.1
	교통	79.3	+2.1
	공공안전	79.7	+2.5
	기타	75.2	−2.0
	계(평균)	77.2	
이미지형성 경로	직접	77.6	+0.5
	상징	75.2	−1.9
	간접	77.1	0.0
	계(평균)	77.1	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 여섯 가지 경찰이미지 요소 중에서 가장 중요한 것이 무엇인지 질문한 결과 〈표 4-11〉과 같다. 시민과 경찰 모두 2004년 조사와 마찬가지로 2008년 조사에서도 공정성을 가장 중요한 요소로 꼽고 있다는 점에서 일치를 보이고 있다.

이는 법 집행자로서의 경찰 역할을 강조하기 때문인 것으로 풀이된다. 공정성 다음으로 중요한 이미지로는 시민의 경우 신속성과 청렴성을 꼽은 반면에 경찰은 청렴성과 전

문성을 꼽고 있었다.

이러한 결과는 2004년 조사결과와 약간 차이를 보이는 대목이다.

〈표 4-11〉 경찰이미지 중요도

단위:인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
청렴성	112(19.7)	117 (20.6)	19.7%	27.2%
신속성(즉응성)	152(26.8)	74(13.0)	14.4%	7.8%
친절성	73(12.9)	53(9.3)	20.8%	10.3%
공정성	170(29.9)	201(35.3)	30.8%	29.0%
전문성	41(7.2)	116(20.4)	8.4%	24.4%
인권의식	20(3.5)	8(1.4)	5.8%	1.1%
계	568(100.0)	569(100.0)	100.0%	100.0%

경찰이미지의 속성별 중요도는 각 속성에 대한 평가자들의 기대치를 보여주는 것으로 실제 평가점수의 정도와 결합하면 향후 개선사항이 무엇인지를 도출해 낼 수 있게 된다.

즉 이미지 속성별 중요도 조사결과(〈표 4-11〉)와 이미지 속성별 평가점수(〈표 4-7〉)를 결합하면 〈표 4-12〉, 〈표 4-13〉와 같이 네 가지 영역으로 구분 될 수 있으며, 각 속성은 네 가지 영역 중 어느 하나에 위치하게 된다.

〈표 4-12〉 시민의 이미지 평가와 중요도

구 분		이미지 평가 영역	
		상	하
이미지중요도영역	상	〈유지관리지속영역〉 2008년 : 청렴성 2004년 : 친절성	〈중점개선영역〉 2008년 : 공정성, 신속성 2004년 : 공정성, 청렴성
	하	〈소극적관리영역〉 2008년 : 전문성, 친절성 2004년 : 전문성, 신속성	〈이미지제고영역〉 2008년 : 인권의식 2004년 : 인권의식

상 : 평균이상, 하: 평균이하

'중점개선영역'은 중요도는 높은데 실제 평가점수가 낮은 편이므로 즉각적으로 개선을 위한 노력이 집중되어야 하는 영역이며, '유지관리지속영역'은 중요도가 높은데 실제 평가점수도 높은 편이므로 현재와 같은 상태를 유지할 수 있도록 적극적으로 관리하여야 하는 영역이며, '소극적관리영역'은 중요도는 낮지만 평가점수는 높은 영역으로 소극적인 유지노력이 필요한 영역이며, '이미지제고영역'은 중요도도 낮고 평가점수도 낮은 편으로 소극적인 이미지 향상 노력이 필요한 영역이다.

〈표 4-12〉는 2004년과 2008년 시민 응답자들의 이미지 속성별 중요도와 평가점수를 토대로 도출된 결과이다. 〈표 4-12〉에 따르면, 앞으로 중점적으로 개선을 위한 노력이 필요한 부분으로는 공정성과 신속성인 것으로 보인다.

2004년과 비교하면, 청렴성의 경우 과거에는 중점개선영역에 포함되었지만 평가점수가 향상되면서 유지관리영역에 포함된 반면에, 2004년에 비해서 상대적으로 이미지 중요도가 상승한 신속성이 2008년에는 중점개선영역에 포함되었다.

〈표 4-13〉 경찰의 이미지 평가와 중요도

구 분		이미지 평가 영역	
		상	하
이미지중요도영역	상	〈유지관리지속영역〉 2008년 : 공정성, 청렴성 2004년 : 공정성, 청렴성	〈중점개선영역〉 2008년 : 전문성 2004년 : 전문성
	하	〈소극적관리영역〉 2008년 : 친절성, 신속성 2004년 : 친절성	〈이미지제고영역〉 2008년 : 인권의식 2004년 : 신속성, 인권의식

상 : 평균이상, 하: 평균이하

한편 〈표 4-13〉은 2004년과 2008년 경찰 응답자들의 이미지 속성별 중요도와 평가점수를 토대로 도출된 결과이다. 경찰의 응답결과에서는 중점적으로 개선을 위한 노력이 필요한 부분으로 2004년과 2008년 공히 전문성을 꼽고 있는데, 시민들의 응답결과에서는 전문성이 '소극적 관리영역'에 포함되었던 점과 대조를 이루고 있다.

이러한 결과는 경찰 입장에서 실제 업무를 수행하는 과정에서 전문성이 매우 중요하다고 느끼지만 실제로는 스스로 부족하다는 평가가 반영된 것으로 보인다.

2. 경찰 이미지 속성별 평가 및 형성요인

가. 청렴성

청렴성에 대한 시민과 경찰의 응답자 특성에 따른 평가를 보면 〈표 4-14〉, 〈표 4-15〉와 같다.

〈표 4-14〉 시민응답자 특성별 청렴성 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	청렴성 평가	
		평 가 점 수	점 수 차 이 *
성 별	남	68.1	+1.2
	여	65.4	−1.5
	계(평균)	66.9	
연 령	20대	64.8	−2.2
	30대	65.4	−1.6
	40대	71.8	+4.8
	50대 이상	67.9	+0.9
	계(평균)	67.0	
경찰접촉 횟수	1회	66.3	−0.9
	2회	68.2	+1.0
	3회 이상	67.4	+0.2
	계(평균)	67.2	
경찰접촉 사유	교통단속관련	63.3	−3.9
	교통사고관련	73.2	+6.0
	도움요청	75.0	+7.8
	사건사고증언	66.7	−0.5
	범죄신고관련	77.4	+10.2
	범죄피해관련	62.5	−4.7
	기타	64.9	−2.3
	계(평균)	67.2	
경찰인지 정도	상	74.7	+7.8
	중	66.1	−0.8
	하	57.1	−9.8
	계(평균)	66.9	
이미지형성 경로	직접	67.1	+0.2
	상징	68.8	+1.9
	간접	66.1	−0.8
	계(평균)	66.9	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

먼저 시민 응답자의 특성별 이미지 평가결과(〈표 4-14〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성응답자 보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 40대가 가장 높고, 20대가 가장 낮은 것으로 나타났다.

경찰접촉 횟수별로는 1회 접촉자가 66.3점으로 평균점수에 약간 못 미치는 반면에 2회 접촉자는 68.2로 가장 높게 나타났다.

접촉사유별로는 범죄 신고와 관련하여 경찰과 접촉한 시민들이 77.4로 가장 높게 평가하였으며, 다음으로 도움을 받기 위해 경찰과 접촉한 시민들이 75.0, 교통사고 관련 접촉자가 73.2로 평균 이상의 평가를 하였으며, 범죄피해나 교통단속 관련하여 경찰을 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 낮게 나타났다.

한편 경찰 응답자 특성별 청렴성 평가를 보면 〈표 4-15〉와 같다.

〈표 4-15〉 경찰 응답자 특성별 청렴성 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	청렴성 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	82.0	+0.5
	여	78.7	−2.8
	계(평균)	81.5	
계 급	순경	81.3	−0.3
	경장	80.8	−0.8
	경사	82.4	+0.8
	경위이상	81.6	0.0
	계(평균)	81.6	
재직기간	5년 미만	82.2	+0.6
	5년이상−10년미만	80.4	−1.2
	10년이상−15년미만	81.0	−0.6
	15년이상−20년미만	81.1	−0.5
	20년 이상	83.7	+2.1
	계(평균)	81.6	
근무부서	범죄예방	82.0	+0.4
	범죄수사	83.0	+1.4
	교통	82.2	+0.6
	공공안전	87.1	+5.5
	기타	78.8	−2.8
	계(평균)	81.6	

이미지형성 경로	직접	81.8	+0.3
	상징	81.0	−0.5
	간접	81.4	−0.1
	계(평균)	81.5	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

먼저 성별의 경우 남자가 여자보다 다소 높게 평가하였으며, 계급별로는 경사 이상이 다소 높게 평가한 반면에 순경과 경장 계급층은 다소 낮게 평가하였다. 재직기간별로는 5년 미만 근무자와 20년 이상 근무자가 다른 집단에 비해서 다소 높게 평가하였다.

근무부서별로는 범죄예방, 범죄수사, 교통, 공공안전 등의 부서 근무자는 다소 높게 평가하고 있으며, 기타 부서의 근무자는 다소 낮게 평가하고 있었다.

이미지 형성 경로별로는 상징물을 통하여 이미지 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 상대적으로 낮고, 직접적인 경로를 통하여 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 다소 높게 나타났다.

다음으로 경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 경찰의 직무나 계급 및 조직에 대해서 비교적 잘 알고 있는 집단(상)의 이미지 평가점수는 74.7점으로 평균보다 7.8점 높았으며, 반면에 인지도가 가장 낮은 집단의 평가점수는 57.1점으로 평균보다 10점 가까이 낮게 나타났다.

끝으로 경찰에 대한 이미지 형성 경로별로 평가점수를 보면, 경찰 상징물을 통해서 이미지가 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 다소 높게 나타났으며, 간접적인 경로를 통해서 이미지가 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수는 상대적으로 낮게 나타났다.

다음으로 '청렴성의 형성에 영향을 미치는 요소는 무엇이라고 생각하는가?'라는 질문에 대한 응답결과는 〈표 4-16〉과 같다. 먼저 일반시민들은 청렴성을 형성하는 주요 요인으로 '경찰관 개인의 태도(37.3%)'와 '경찰의 내부적인 관행(23.3%)'을 꼽은 반면에 경찰들은 '경찰관 개인의 태도(41.9%)'와 '경찰의 보수수준이나 활동경비(31.1%)'을 꼽았다.

2004년의 조사결과와 비교하면 '경찰의 보수수준이나 활동경비'를 청렴성 형성의 주요 요인으로 꼽은 경찰 응답자의 비율이 크게 줄어들고, '경찰관 개인의 태도'를 주요 요인으로 지적한 비율이 크게 늘어났다는 점이다. 이러한 변화는 경찰의 근무여건과 처우 향상과도 일정부분 관련이 있을 것으로 보인다.

〈표 4-16〉 청렴성 형성요인

단위:인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
경찰관 개인의 태도	211(37.3)	239(41.9)	34.7%	28.8%
경찰의 내부적인 관행	132(23.3)	85(14.9)	21.8%	7.4%
뇌물에 대한 사회적 인식	66(11.7)	48(8.4)	18.3%	5.7%
경찰의 보수수준이나 활동경비	107(18.9)	177(31.1)	14.3%	56.0%
부패 경찰관에 대한 처벌	40(7.1)	19(3.3)	10.6%	1.4%
기타	10(1.8)	2(0.4)	0.4%	0.7%
계	566(100.0)	570(100.0)	100.0%	100.0%

나. 신속성

신속성(즉응성)에 대한 시민과 경찰의 응답자 특성에 따른 평가를 보면 〈표 4-17〉, 〈표 4-18〉과 같다.

먼저 시민 응답자의 특성별 평가결과(〈표 4-17〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성 응답자 보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 40대가 가장 높고, 20대가 가장 낮은 것으로 나타났다.

경찰접촉 횟수별로는 1회 접촉자가 65.4로 평균점수에 약간 못 미치는 반면에 2회 접촉자와 3회 접촉자는 66.6으로 다소 높게 나타났다. 접촉사유별로는 도움을 받기 위해서 경찰과 접촉한 시민들의 평가가 73.6으로 가장 높고, 다음으로 범죄 신고와 관련하여 경찰과 접촉한 시민들이 771.4로 높게 평가한 반면에, 교통단속과 관련하여 경찰을 접촉한 시민들의 평가점수가 가장 낮게 나타났다.

경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 인지도가 높은 집단의 평가점수는 73.5로 높게 나타난 반면에 인지도가 낮은 집단의 평가점수는 57.2점으로 매우 낮게 나타났다. 끝으로 경찰에 대한 이미지 형성 경로별로 평가점수를 보면, 경찰 상징물을 통해서 이미지가 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 다소 높게 나타났으며, 간접적인 경로를 통해서 이미지가 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수는 상대적으로 낮게 나타났다.

〈표 4-17〉 시민응답자 특성별 신속성(즉응성) 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	신속성 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	66.4	+0.7
	여	64.9	−0.8
	계(평균)	65.7	
연 령	20대	63.4	−2.4
	30대	65.1	−0.7
	40대	70.1	+4.3
	50대 이상	65.9	+0.1
	계(평균)	65.8	
경찰접촉 횟수	1회	65.4	−0.8
	2회	66.6	+0.4
	3회 이상	66.6	+0.4
	계(평균)	66.2	
경찰접촉 사유	교통단속관련	62.8	−3.3
	교통사고관련	70.9	+4.8
	도움요청	73.6	+7.5
	사건사고증언	66.7	+0.6
	범죄신고관련	71.4	+5.3
	범죄피해관련	64.7	−1.4
	기타	64.1	−2.0
	계(평균)	66.1	
경찰인지 정도	상	73.5	+7.9
	중	64.3	−1.3
	하	57.2	−8.4
	계(평균)	65.6	
이미지형성 경로	직접	65.9	+0.3
	상징	67.1	+1.5
	간접	64.8	−0.8
	계(평균)	65.6	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 경찰 응답자 특성별 신속성 평가를 보면 〈표 4-18〉과 같다.

〈표 4-18〉 경찰 응답자 특성별 신속성(즉응성) 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	신속성 평가	
		평 가 점 수	점 수 차 이 *
성 별	남	79.1	+0.8
	여	74.2	−4.1
	계(평균)	78.3	
계 급	순경	78.5	+0.1
	경장	76.3	−2.1
	경사	80.0	+1.6
	경위 이상	78.5	+0.1
	계(평균)	78.4	
재직기간	5년 미만	75.9	−2.5
	5년이상−10년미만	77.5	−0.9
	10년이상−15년미만	80.2	+1.8
	15년이상−20년미만	78.9	+0.5
	20년 이상	79.8	+1.4
	계(평균)	78.4	
근무부서	범죄예방	79.2	+0.8
	범죄수사	77.2	−1.2
	교통	82.2	+3.8
	공공안전	80.8	+2.4
	기타	76.6	−1.8
	계(평균)	78.4	
이미지형성 경로	직접	79.0	+0.7
	상징	75.4	−2.9
	간접	78.4	0.0
	계(평균)	78.3	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

먼저 성별의 경우 남자가 여자보다 다소 높게 평가하였으며, 계급별로는 경사급이 다소 높게 평가한 반면에 경장급은 다소 낮게 평가하였다.

재직기간별로는 재직기간이 길수록 높게 평가하는 경향이 나타났는데, 그 중에서도 10년 이상-15년 미만 재직한 경찰관의 평가점수가 가장 높고 5년 이상-10년 미만 근무한 재직자가 가장 낮게 평가하였다.

근무부서별로는 범죄예방, 교통, 공공안전 등의 부서 근무자는 다소 높게 평가하고 있

으며, 범죄수사와 기타 부서의 근무자는 다소 낮게 평가하고 있었다.

이미지 형성 경로별로는 상징물을 통하여 이미지 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 상대적으로 낮고, 직접적인 경로를 통하여 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 다소 높게 나타났다.

다음으로 신속성의 형성요인에 대한 응답결과는 〈표 4-19〉과 같다.

먼저 일반시민과 경찰 공히 신속성을 형성하는 주요 요인으로 '경찰차량이나 통신시설 등 장비'와 '경찰인력 규모 및 교육훈련'을 지적했으나 우선순위에 있어서 시민들은 차량이나 시설 등 장비를 더 강조한 반면에 경찰들은 인력의 규모 및 교육 훈련을 더 강조하였다.

2004년의 조사결과와 비교하면, 시민과 경찰 모두 2008년과 우선순위만 다를 뿐 상기 두 가지 요인을 강조했다는 점에서 차이가 없다.

다른 항목의 차이를 보면, 사회여건의 변화를 지적한 비율이 시민과 경찰 공히 2004년에 비해서 2008년에 줄어들고 있다는 점이다.

이는 경찰의 신속한 대응력 부재가 발생하는 경우를 더 이상 사회 환경이나 여건 탓으로만 돌릴 수 없다는 것을 반증하는 결과라 하겠다.

〈표 4-19〉 신속성(즉응성) 형성요인

단위:인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
경찰인력 규모 및 교육훈련	156(27.8)	235(41.3)	33.8%	31.5%
경찰 차량이나 통신시설 등 장비	175(31.1)	161(28.3)	23.0%	34.1%
관할구역 중심의 조직 운영	125(22.2)	61(10.7)	19.7%	6.8%
국민들의 기대수준	70(12.5)	64(11.2)	13.0%	8.1%
사회 여건의 변화	21(3.7)	42(7.4)	10.0%	17.3%
기타	15(2.7)	6(1.1)	0.5%	2.2%
계	562(100.0)	569(100.0)	100.0	100.0

다. 친절성

친절성에 대한 시민과 경찰의 응답자 특성에 따른 평가를 보면 〈표 4-20〉, 〈표 4-21〉과 같다.

먼저 시민 응답자의 특성별 이미지 평가결과(〈표 4-20〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 40대와 50대가 상대적으로 높고, 20대가 가장 낮은 것으로 나타났다.

경찰접촉 횟수별로는 1회 접촉자가 68.2로 가장 낮고, 3회 이상 접촉자가 71.4로 가장 높게 나타났다. 앞서 살펴본 청렴성과 신속성에 비해서 접촉횟수에 따른 평가점수의 차이가 보다 확실하게 나타나고 있다는 점이 특기할만하다.

접촉사유별로는 '범죄 신고와 관련', '도움요청'을 위해 경찰과 접촉한 시민들이 77.4로 가장 높게 평가하였으며, 교통단속 관련하여 경찰을 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 낮게 나타났다.

경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 인지도가 높은 집단의 평가점수가 가장 높고, 인지도가 가장 낮은 집단의 평가점수가 가장 낮게 나타났다. 끝으로 경찰에 대한 이미지 형성 경로별로는 상징물을 통해서 이미지가 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 가장 높고, 간접적인 경로를 통해서 이미지가 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 가장 낮게 나타났다.

〈표 4-20〉 시민응답자 특성별 친절성 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	친절성 평가	
		평 가 점 수	점 수 차 이 *
성 별	남	70.2	+0.7
	여	68.7	−0.8
	계(평균)	69.5	
연 령	20대	65.1	−4.5
	30대	69.8	+0.2
	40대	72.8	+3.2
	50대 이상	72.8	+3.2
	계(평균)	69.6	

경찰접촉 횟수	1회	68.2	−1.7
	2회	69.6	−0.3
	3회 이상	71.4	+1.5
	계(평균)	69.9	
경찰접촉 사유	교통단속관련	66.3	−3.6
	교통사고관련	75.0	+5.1
	도움요청	77.4	+7.5
	사건사고증언	67.9	−2.0
	범죄신고관련	77.4	+7.5
	범죄피해관련	67.2	−2.7
	기타	68.0	−1.9
	계(평균)	69.9	
경찰인지 정도	상	77.8	+8.4
	중	67.8	−1.6
	하	60.8	−8.6
	계(평균)	69.4	
이미지형성 경로	직접	70.2	+0.8
	상징	70.9	+1.5
	간접	68.2	−1.2
	계(평균)	69.4	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 경찰 응답자 특성별 평가를 보면 〈표 4-21〉과 같다.

성별의 경우 남자가 여자보다 다소 높게 평가하였으며, 계급별로는 경위 이상이 가장 높게 평가한 반면에 순경과 경사급이 다소 낮게 평가하였다.

재직기간별로는 5년이상-10년미만 근무자가 가장 낮게 평가하였으며, 20년 이상 근무자가 가장 높게 평가하였다. 근무부서별로는 범죄수사, 교통, 공공안전 등의 부서 근무자가 다소 높게 평가한 반면에 범죄예방부서와 기타 부서 근무자는 다소 낮게 평가하고 있었다.

이미지 형성 경로별로는 상징물이나 직접적인 경로를 통해서 이미지 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 다소 높고, 간접적인 경로를 통하여 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 다소 낮게 나타났다.

〈표 4-21〉 경찰 응답자 특성별 친절성 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	친절성 평가	
		평 가 점 수	점 수 차 이 *
성 별	남	78.9	+0.6
	여	75.3	−3.0
	계(평균)	78.3	
계 급	순경	77.7	−0.7
	경장	78.5	+0.1
	경사	77.7	−0.7
	경위 이상	79.8	+1.4
	계(평균)	78.4	
재직기간	5년 미만	78.0	−0.5
	5년이상−10년미만	76.6	−1.9
	10년이상−15년미만	78.8	+0.3
	15년이상−20년미만	77.5	−1.0
	20년 이상	81.8	+3.3
	계(평균)	78.5	
근무부서	범죄예방	77.5	−1.0
	범죄수사	79.4	+0.9
	교통	80.9	+2.4
	공공안전	83.9	+5.4
	기타	77.6	−0.9
	계(평균)	78.5	
이미지형성 경로	직접	78.8	+0.4
	상징	78.9	+0.5
	간접	78.0	−0.4
	계(평균)	78.4	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

다음으로 친절성 형성요인에 대한 응답결과를 보면 〈표 4-22〉와 같다.

〈표 4-22〉 친절성 형성요인

단위:인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
경찰관의 서비스 정신	217(38.3)	161(28.3)	49.1%	17.0%
경찰 조직의 문화	44(7.8)	33(5.8)	18.5%	8.0%
경찰에 대한 국민의 태도	153(27.0)	124(21.8)	13.2%	17.9%
경찰의 근무환경	98(17.3)	158(27.8)	11.0%	36.0%
단속과 규제 중심의 경찰업무의 특성	44(7.8)	88(15.5)	8.1%	20.4%
기타	10(1.8)	5(0.9)	0.2%	0.8%
계	566(100.0)	569(100.0)	100.0	100.0

일반시민들은 '경찰관의 서비스 정신'과 '경찰에 대한 국민의 태도'를 친절성에 영향을 미치는 주요 요인으로 지적한 반면에, 경찰관들은 '경찰관의 서비스 정신'과 '경찰의 근무환경'을 주요 요인으로 지적하였다.

이러한 조사결과는 경찰의 대국민 친절도 향상을 위해서 일차적으로 개별 경찰관의 서비스 정신도 중요하지만 경찰과 접촉하는 시민들의 태도 역시 중요하며, 경찰의 근무환경을 개선하는 것이 뒷받침되어야 한다는 것을 의미한다 하겠다.

2004년 조사결과와 비교하면, 시민의 경우 '경찰에 대한 국민의 태도'와 '경찰의 근무환경'에 대한 지적이 늘어난 반면에 '경찰조직의 문화'를 지적한 비율은 줄어들었으며, 경찰의 경우에는 '경찰관의 서비스 정신'을 지적한 비율이 크게 늘어났다.

아울러 시민과 경찰 공히 '단속과 규제 중심의 경찰업무의 특성' 때문이라고 지적한 비율이 줄어들었다는 점은 일반시민에 대한 경찰의 불친절한 태도를 더 이상 경찰 고유의 업무 특성 탓으로 돌릴 수 없다는 의미로도 해석될 수 있다.

라. 공정성

공정성에 대한 시민과 경찰의 응답자 특성에 따른 평가를 보면 〈표 4-23〉, 〈표 4-24〉와 같다.

먼저 시민 응답자의 평가결과(〈표 4-23〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 40대가 상대적으로 높고, 20대와 30대가 낮은 것으로 나타났다.

경찰접촉 횟수별로는 1회 또는 2회 접촉자가 전체 평균보다 다소 낮고 3회 이상 접촉자가 다소 높은 것으로 나타났다.

접촉사유별로는 '범죄신고관련', '도움요청'을 위해 경찰과 접촉한 시민들의 평가점수가 높고, '교통단속관련', '사건사고증언', '기타' 등의 사유로 경찰을 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 낮게 나타났다.

경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 인지도가 높은 집단의 평가점수가 가장 높고, 인지도가 가장 낮은 집단의 평가점수가 가장 낮게 나타났다. 끝으로 경찰에 대한 이미지가 상징물을 통해서 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 가장 높고, 간접적인 경로를 통해서 이미지가 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 가장 낮게 나타났다.

〈표 4-23〉 시민응답자 특성별 공정성 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	공정성 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	67.6	+0.9
	여	65.4	−1.3
	계(평균)	66.7	
연 령	20대	65.4	−1.2
	30대	65.4	−1.2
	40대	69.7	+3.1
	50대 이상	66.9	+0.3
	계(평균)	66.6	
경찰접촉 횟수	1회	66.3	−0.6
	2회	65.8	−1.1
	3회 이상	67.9	+1.0
	계(평균)	66.9	

경찰접촉 사유	교통단속관련	63.8	−3.0
	교통사고관련	71.9	+5.1
	도움요청	75.9	+9.1
	사건사고증언	63.3	−3.5
	범죄신고관련	76.2	+9.4
	범죄피해관련	69.1	+2.3
	기타	63.1	−3.7
	계(평균)	66.8	
경찰인지 정도	상	74.9	+8.4
	중	65.0	−1.5
	하	58.0	−8.5
	계(평균)	66.5	
이미지형성 경로	직접	65.8	−0.7
	상징	69.7	+3.2
	간접	66.1	−0.4
	계(평균)	66.5	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 경찰 응답자 특성별로 공정성 평가를 보면 〈표 4-24〉과 같다. 성별의 경우 남자가 여자보다 다소 높게 평가하였으며, 계급별로는 순경과 경장은 높게 평가한 반면에 경사 및 경위 이상은 낮게 평가하였다.

비간부급의 높은 평가는 앞서 살펴본 청렴성, 신속성, 친절성에 대한 평가와는 상반된 결과인데, 대민 현장 업무에 관여하는 비율이 상대적으로 높은 비간부급들이 스스로 업무를 공정하게 수행한다는 점을 강조한 결과로 풀이된다.

재직기간별로는 10년이상-15년미만 근무자들이 상대적으로 높게 평가하였으며, 5년이상-10년미만 근무자와 15년이상-20년미만 근무자들이 가장 낮게 평가하였다.

근무부서별로는 교통부서 근무자들이 가장 높게 평가하였으며, 공공안전과 기타부서 근무자들이 낮게 평가하였다. 이미지 형성 경로별로는 상징물을 통해서 이미지 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 가장 낮고, 직접적인 경로를 통하여 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 가장 높게 나타났다.

〈표 4-24〉 경찰 응답자 특성별 공정성 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	공정성 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	80.5	+0.7
	여	76.3	−3.5
	계(평균)	79.8	
계 급	순경	82.0	+2.1
	경장	80.0	+0.1
	경사	79.3	−0.6
	경위 이상	79.8	−0.1
	계(평균)	79.9	
재직기간	5년 미만	81.0	+1.0
	5년이상−10년미만	78.4	−1.6
	10년이상−15년미만	81.9	+1.9
	15년이상−20년미만	78.4	−1.6
	20년 이상	80.7	+0.7
	계(평균)	80.0	
근무부서	범죄예방	80.5	+0.5
	범죄수사	80.6	+0.6
	교통	82.2	+2.2
	공공안전	79.0	−1.0
	기타	78.4	−1.6
	계(평균)	80.0	
이미지형성 경로	직접	80.6	+0.7
	상징	76.3	−3.7
	간접	80.1	+0.2
	계(평균)	79.9	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

다음으로 공정성 형성요인에 대한 응답결과를 보면 〈표 4-25〉와 같다. 공정성 형성요인으로 시민과 경찰 모두 과반수 이상이 '경찰관의 책임의식 및 사명감'을 선택하여 경찰관 개개인의 자세를 강조한 반면에 구조적 문화적 환경요인이라고 할 수 있는 '경찰과 지역주민 등과의 유착관계'나 '보편화된 청탁문화'를 지적한 비율은 비교적 낮게 나타났다.

2004년 조사결과와 비교하면, 시민과 경찰 공히 '경찰관의 책임의식 및 사명감'을 지적한 비율이 증가한 반면에, '경찰조직관리 방식'을 지적한 경찰 응답자 비율과 '보편화된 청탁문화'를 지적한 시민 응답자의 비율은 큰 폭으로 줄어들었다.

〈표 4-25〉 공정성 형성요인

단위:인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
경찰관의 책임의식 및 사명감	319(56.4)	389(68.4)	47.5%	42.4%
경찰과 지역주민 등과의 유착관계	104(18.4)	55(9.7)	17.8%	8.5%
경찰조직관리 방식	40(7.1)	44(7.7)	13.8%	33.0%
재량의 여지가 많은 단속법규	60(10.6)	43(7.6)	10.6%	9.5%
보편화된 청탁문화	29(5.1)	29(5.1)	9.8%	5.3%
기 타	14(2.5)	9(1.6)	0.4%	1.3%
계	566(100.0)	569(100.0)	100.0	100.0

마. 전문성

전문성에 대한 시민과 경찰의 응답자 특성에 따른 평가를 보면 〈표 4-26〉, 〈표 4-27〉과 같다.

먼저 시민 응답자의 평가결과(〈표 4-26〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 20대와 30대가 다소 높게 평가하고 있으며, 40대와 50대가 다소 낮게 평가하고 있는 것으로 나타나, 연령이 낮을수록 높게 평가하고 있다는 것을 알 수 있다.

이는 앞서 살펴본 4가지 속성에 대한 평가와는 상이한 결과이다. 이러한 결과는 과거와 달리 경찰공무원의 학력수준이 높아지고 경찰 입직을 위한 공개채용 시험의 경쟁률이 높아지고 있는데, 젊은 층들은 그러한 현실을 상대적으로 더 잘 알고 있기 때문에 그러한 특성을 고려하여 평가하였기 때문으로 보인다.

경찰접촉 횟수별로는 전문성의 평가에서 별다른 차이를 보이지 않고 있다. 접촉사유별로는 '범죄신고관련', '도움요청' 등의 사유로 경찰과 접촉한 시민들의 평가점수가 높고, '사건사고증언', '범죄피해관련' 등의 사유로 경찰을 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 낮게 나타났다.

경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 인지도가 높은 집단의 평가점수가 가장 높고, 인

지도가 가장 낮은 집단의 평가점수가 가장 낮게 나타났다. 끝으로 경찰에 대한 이미지가 상징물을 통해서 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 가장 높고, 간접적인 경로를 통해서 이미지가 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 가장 낮게 나타났다.

〈표 4-26〉 시민응답자 특성별 전문성 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	전문성 평가	
		평 가 점 수	점 수 차 이 *
성 별	남	67.7	+0.6
	여	66.3	−0.8
	계(평균)	67.1	
연 령	20대	67.7	+0.8
	30대	67.2	+0.3
	40대	66.5	−0.4
	50대 이상	65.3	−1.6
	계(평균)	66.9	
경찰접촉 횟수	1회	67.0	−0.1
	2회	67.2	+0.1
	3회 이상	67.1	0.0
	계(평균)	67.1	
경찰접촉 사유	교통단속관련	64.8	−2.3
	교통사고관련	70.2	+3.1
	도움요청	73.1	+6.0
	사건사고증언	60.0	−7.1
	범죄신고관련	77.4	+10.3
	범죄피해관련	61.8	−5.3
	기타	65.9	−1.2
	계(평균)	67.1	
경찰인지 정도	상	74.6	+7.6
	중	65.1	−1.9
	하	60.7	−6.3
	계(평균)	67.0	
이미지형성 경로	직접	67.0	−0.2
	상징	69.7	+2.5
	간접	66.5	−0.7
	계(평균)	67.2	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 경찰 응답자 특성별로 전문성 평가를 보면 〈표 4-27〉과 같다. 성별의 경우 남자가 여자보다 다소 높게 평가하였으며, 계급별로는 순경이 가장 높게 평가한 반면에 경위 이상이 가장 낮게 평가하였다.

이러한 결과는 앞서 살펴 본 네 가지 이미지에 대한 평가에서 순경계급층은 대체로 전체 평균보다 낮은 평가를 하거나 높은 평가를 하더라도 두드러지지 않았던 점에 비추어 보면 상당히 이례적이다.

이미 시민 평가결과에서 설명한 바와 같이 과거와 다르게 경찰공무원의 고학력 경향과 입직 시험의 높은 경쟁률을 직접 체험한 순경 층에서 그러한 특성을 감안하여 평가했기 때문으로 풀이된다.

재직기간별로는 5년 미만 근무자의 평가가 상대적으로 높고, 5년이상-10년미만 근무자의 평가가 낮은 것으로 나타났다. 근무부서별로는 '교통', '범죄수사' 부서 근무자들의 평가가 높았으며, '범죄예방' 및 기타부서 근무자들의 평가가 낮은 것으로 나타났다.

이미지 형성 경로별로는 상징물을 통해서 이미지 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 가장 낮고, 직접적인 경로를 통하여 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 가장 높게 나타났다.

〈표 4-27〉 경찰 응답자 특성별 전문성 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	전문성 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	70.3	+0.8
	여	65.4	−4.1
	계(평균)	69.5	
계 급	순경	74.6	+5.1
	경장	68.8	−0.9
	경사	70.7	+1.0
	경위 이상	66.7	−3.0
	계(평균)	69.7	
재직기간	5년 미만	72.0	+2.3
	5년이상−10년미만	67.4	−2.3
	10년이상−15년미만	70.7	+1.0
	15년이상−20년미만	70.7	+1.0
	20년 이상	68.6	−1.1
	계(평균)	69.7	

근무부서	범죄예방	69.5	−0.2
	범죄수사	73.1	+3.4
	교통	73.7	+4.0
	공공안전	70.2	+0.5
	기타	66.7	−3.0
	계(평균)	69.7	
이미지형성 경로	직접	69.3	−0.3
	상징	67.2	−2.4
	간접	70.4	+0.8
	계(평균)	69.6	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

다음으로 전문성 형성요인에 대한 응답결과를 보면 〈표 4-28〉과 같다. 전문성 형성의 주요 요인으로 시민과 경찰 모두 '경찰행정의 과학화와 전문화'(36.1%, 47.1%)와 '경찰관에 대한 교육훈련'(35.7%, 38.0%)을 지적하고 있다.

일반 시민에 비해서 경찰관들은 경찰의 전문화 향상을 경찰관 개인에 초점을 맞추는 미시적 대응보다는 경찰행정 전반에 대한 개선이라는 구조적 거시적 대응을 더욱더 주문하고 있는 것으로 보인다.

한편 '전·의경 등 경찰의 인적구성'을 지적한 비율은 시민과 경찰 모두 낮게 나타났다. 2004년 조사결과와 비교하면 크게 차이는 없으나 시민과 경찰 모두 '경찰업무에 대한 국민들의 이해도'를 지적한 비율이 다른 항목에 비해서 상대적으로 더 상승하였다는 점이 두드러진다.

이러한 결과는 경찰업무에 대해서 일반 국민들이 잘 모를 경우 경찰에게 더 많은 기대를 하게 되고 기대에 못 미칠 경우에 전문성을 낮게 평가할 수 있다는 점이 반영된 것으로 보인다.

〈표 4-28〉 전문성 형성요인

단위:인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
경찰관에 대한 교육훈련	203(35.7)	216(38.0)	41.5%	39.8%
경찰행정의 과학화와 전문화	205(36.1)	268(47.1)	35.0%	45.9%
경찰업무에 대한 국민들의 이해도	105(18.5)	57(10.0)	12.7%	6.4%
전·의경 등 경찰의 인적구성	28(4.9)	5(0.9)	6.8%	2.6%
경찰주관 각종 세미나 개최 등 학문적 노력	17(3.0)	12(2.1)	3.6%	2.6%
기 타	10(1.8)	11(1.9)	0.4%	2.7%
계	568(100.0)	569(100.0)	100.0	100.0

바. 인권의식

인권의식에 대한 시민과 경찰의 응답자 특성에 따른 평가를 보면 〈표 4-29〉, 〈표 4-30〉과 같다.

먼저 시민 응답자의 평가결과(〈표 4-29〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 20대와 30대가 다소 높게 평가하고, 40대와 50대가 다소 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

젊은 연령층의 경우에는 상대적으로 더 개방적이고 진보적인 성향을 보이고, 고연령층일수록 권위적이고 보수적인 성향을 보이기 때문에 현재 경찰의 인권의식에 대해서 다소 다른 평가를 내린 것으로 보이며, 아울러 경찰 역할의 무게중심을 일반시민에 대한 서비스 제공이라는 측면과 단속과 규제 측면 중 어디에 두느냐의 차이와도 일정부분 관련이 있을 것으로 보인다.

경찰접촉 횟수별로는 2회 접촉자가 약간 높고 1회 접촉자가 다소 낮은 것으로 나타났다.

접촉사유별로는 '도움요청', '범죄신고관련' 등의 사유로 경찰과 접촉한 시민들의 평가점수가 높고, '범죄피해관련' 등의 사유로 경찰을 접촉한 시민들의 평가점수가 매우 낮게 나타났다.

범죄피해자에 대한 보호와 관심은 경찰의 인권의식을 보여주는 직접적이고 강력한 지표가 될 수 있다. 따라서 범죄피해관련 접촉자들의 낮은 평가는 앞으로 인권관련 경찰의 이미지를 제고하기 위해서는 반드시 극복하고 해결하여야 할 중요하고 시급한 과제라고 할 수 있다.

경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 인지도가 높은 집단의 평가점수가 가장 높고, 인지도가 가장 낮은 집단의 평가점수가 가장 낮게 나타났다. 끝으로 경찰에 대한 이미지가 상징물을 통해서 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 가장 높고, 간접적인 경로를 통해서 이미지가 형성된다고 응답한 시민들의 평가점수가 가장 낮게 나타났다.

〈표 4-29〉 시민응답자 특성별 인권의식 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	인권의식 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	64.8	+1.1
	여	62.3	−1.4
	계(평균)	63.7	
연 령	20대	61.4	−2.4
	30대	62.9	−0.9
	40대	67.8	+4.0
	50대 이상	64.7	+0.9
	계(평균)	63.8	
경찰접촉 횟수	1회	63.4	−0.6
	2회	65.1	+1.1
	3회 이상	63.9	−0.1
	계(평균)	64.0	
경찰접촉 사유	교통단속관련	61.4	−2.6
	교통사고관련	68.6	+4.6
	도움요청	71.2	+7.2
	사건사고증언	66.7	+2.7
	범죄신고관련	70.2	+6.2
	범죄피해관련	52.9	−11.1
	기타	62.1	−1.9
	계(평균)	64.0	

경찰인지 정도	상	71.9	+8.1
	중	62.8	−0.9
	하	53.7	−10.0
	계(평균)	63.7	
이미지형성 경로	직접	64.1	+0.4
	상징	66.2	+2.5
	간접	62.4	−1.3
	계(평균)	63.7	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 경찰 응답자 특성별로 인권의식 평가를 보면 〈표 4-30〉과 같다. 성별의 경우 남자가 여자보다 다소 높게 평가하였으며, 계급별로는 순경과 경장급이 높게 평가한 반면에 경사와 경위이상 계급층은 낮게 평가하였다.

이러한 결과는 앞서 공정성 평가와 비슷한 경향을 보이고 있는데, 공정한 업무 처리와 인권의식은 서로 무관하지 않다는 점이 반영된 것으로 보인다. 재직기간별로는 5년 미만 재직자의 평가가 상대적으로 높고, 15년 이상-20년 미만 재직자의 평가가 낮은 것으로 나타났다.

근무부서별로는 '범죄수사' 부서 근무자들의 평가가 높았으며, 기타 부서 근무자들의 평가가 낮은 것으로 나타났다. 이미지 형성 경로별로는 상징물을 통해서 이미지 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 가장 낮고, 직접적인 경로를 통하여 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 가장 높게 나타났다.

앞서 다른 이미지 요소와 달리 직접적인 경로를 통해 이미지가 형성된다고 응답한 경찰의 평가점수가 평균점수로부터 더 큰 차이를 보이고 있는데, 이는 경찰을 직접 접촉하게 되면 경찰의 인권의식에 대해서 긍정적인 평가를 할 것이라는 생각이 크게 반영된 결과로 보인다.

〈표 4-30〉 경찰 응답자 특성별 인권의식 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	인권의식 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	75.4	+0.4
	여	73.1	−1.9
	계(평균)	75.0	
계 급	순경	78.1	+2.9
	경장	75.4	+0.2
	경사	74.6	−0.7
	경위 이상	74.2	−1.0
	계(평균)	75.2	
재직기간	5년 미만	77.5	+2.3
	5년이상−10년미만	74.2	−1.0
	10년이상−15년미만	76.7	+1.5
	15년이상−20년미만	73.4	−1.8
	20년 이상	74.5	−0.7
	계(평균)	75.2	
근무부서	범죄예방	75.5	+0.3
	범죄수사	76.5	+1.3
	교통	74.3	−0.9
	공공안전	75.8	+0.6
	기타	74.2	−1.0
	계(평균)	75.2	
이미지형성 경로	직접	76.3	+1.2
	상징	72.0	−3.1
	간접	74.7	−0.4
	계(평균)	75.1	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

다음으로 경찰의 인권의식 형성요인에 대한 응답결과를 보면 〈표 4-31〉과 같다.

인권의식 형성의 주요 요인으로 시민과 경찰 모두 '국민의 인권의식 신장 등 시대변화'(42.8%, 51.8%)와 '경찰관 자신의 태도'(30.8%, 34.4%)를 지적하고 있다. 반면에 '정치적 중립성'이 경찰의 인권의식의 형성에 영향을 미치는 것으로 생각하는 응답자는 시민(7.4%)과 경찰(4.9%)은 소수에 불과하였다.

2004년 조사결과와 비교하면, 시민의 경우 '국민의 인권의식 신장 등 시대변화'의 비

율이 증가한 반면에 '인권보호를 위한 법제도'의 비율은 감소하였다. 이는 경찰의 인권의식의 형성과 향상은 법과 제도 때문이 아니라 시대적 요청과 변화 흐름에 따라서 당연히 나타나는 결과라는 생각이 반영된 것으로 보인다.

〈표 4-31〉 인권의식 형성요인

단위:인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
경찰관 자신의 태도	175(30.8)	196(34.4)	36.9%	33.8%
국민의 인권의식 신장 등 시대변화	243(42.8)	295(51.8)	31.2%	52.9%
인권보호를 위한 법제도	97(17.1)	44(7.7)	25.9%	8.2%
정치적 중립성	42(7.4)	28(4.9)	5.5%	3.3%
기타	11(1.9)	6(1.1)	0.5%	1.9%
계	568(100.0)	569(100.0)	100.0	100.0

제3절 경찰 활동에 대한 평가

1. 경찰 활동 평가 개요

경찰의 직무활동에 대한 시민과 경찰의 평가결과는 〈표 4-32〉과 같다. 먼저 100점 만점으로 평가한 종합점수를 보면, 시민 62.2점, 경찰 66.2점으로 경찰의 평가점수가 시민에 비해서 4점 가량 높은 것으로 나타났다.

이러한 결과를 2004년과 비교하면 시민의 평가점수는 8.6점 상승한 반면 경찰의 평가점수는 2.0점 하락한 것으로 나타났다. 따라서 2004년과 2008년 사이에 시민과 경찰의 평가점수 격차가 15점 정도에서 4점으로 줄어들었다. 평가점수를 기준으로 할 때, 경찰 스스로 자신들의 직무활동이 과거에 비해서 부진하다고 평가한 것으로 매우 이례적이라고 하지 않을 수 없다.

〈표 4-32〉 경찰활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	2008년		2004년		증감 *	
	시민	경찰	시민	경찰	시민	경찰
활동종합	62.2	66.2	53.6	68.2	+8.6	−2.0
범죄예방	62.0	64.8	53.2	66.0	+8.8	−1.2
범죄 수사 및 진압	60.2	68.0	49.1	68.0	+11.1	0.0
교통	66.0	68.6	58.2	71.2	+7.8	−2.6
사회질서유지	60.9	63.6	54.0	68.0	+6.9	−4.4

* 증감 = 2008년 점수 − 2004년 점수

한편 직무활동 분야별로 살펴보면, 시민과 경찰 모두 교통 활동을 가장 높게 평가하고 있으며, 가장 낮게 평가하는 받은 분야는 시민의 경우 범죄수사 및 진압활동이었으며 경찰의 경우는 사회질서유지활동이었다. 2004년의 경우에도 교통활동은 시민과 경찰 모두에게 가장 높은 평가를 받았으며, 가장 낮은 평가를 받은 분야는 시민의 경우 범죄수사 및 진압활동 분야였고 경찰의 경우에는 범죄예방활동이었다.

범죄수사 및 진압활동 분야는 시민들로부터 2004년과 2008년 모두 가장 낮은 평가를 받은 것으로 나타났지만, 다른 한편으로는 2004년과 2008년 사이에 평가점수가 가장 크게 상승한 분야이기도 하다.

2004년 이후의 변화 정도를 보면, 시민의 평가에서는 네 가지 활동분야의 평가 점수가 모두 상승하였지만 경찰의 평가에서는 평가점수가 상승한 분야가 전혀 없어 대조를 이루고 있다.

다음으로 시민과 경찰의 특성별로 경찰활동 평가결과를 종합점수 중심으로 살펴보면 〈표 4-33〉, 〈표 4-34〉와 같다.

먼저 시민의 경찰활동 평가결과(〈표 4-33〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성 응답자 보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 20대 30대가 상대적으로 낮은 평가를, 40대 50대는 상대적으로 높은 평가를 하였다.

경찰접촉 횟수별로는 1회 접촉자가 60.6점, 2회 접촉자가 61.9점, 3회 이상 접촉자가 62.8점으로 나타나 접촉횟수가 많아질수록 긍정적으로 평가하는 경향을 보였다.

〈표 4-33〉 시민응답자 특성별 경찰활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	경찰활동 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	62.5	+0.4
	여	61.5	−0.6
	계(평균)	62.1	
연 령	20대	60.6	−1.5
	30대	61.9	−0.2
	40대	64.0	+1.9
	50대 이상	63.0	+0.9
	계(평균)	62.1	
경찰접촉 횟수	1회	62.0	−0.4
	2회	62.2	−0.2
	3회 이상	62.8	+0.4
	계(평균)	62.4	
경찰접촉 사유	교통단속관련	60.2	−2.2
	교통사고관련	65.9	+3.5
	도움요청	67.7	+5.3
	사건사고증언	59.8	−2.6
	범죄신고관련	69.5	+7.1
	범죄피해관련	59.0	−3.4
	기타	60.8	−1.6
	계(평균)	62.4	
경찰인지 정도	상	69.6	+7.5
	중	61.5	−0.6
	하	52.4	−9.7
	계(평균)	62.1	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

이와 같은 결과는 경찰과의 접촉이 증가할수록 긍정적 이미지가 향상되는 것과 일정한 관계가 있는 것으로 보인다. 접촉사유별로는 범죄신고와 관련하여 경찰과 접촉한 시민들이 69.5로 가장 높게 평가하였으며, 다음으로 도움을 받기 위해 경찰과 접촉한 시민들이 67.7, 교통사고 관련 접촉자가 65.9로 평균 이상의 평가를 하였으며, 범죄피해 관련 접

촉자의 평가점수가 가장 낮은 것으로 나타났다.

범죄신고관련 접촉자의 높은 평가와 범죄피해관련 접촉자의 낮은 평가는 〈표 4-33〉에서 나타난 범죄수사 및 진압활동에 대한 평가가 2004년에 비해서 크게 상승한 이유와 그럼에도 불구하고 다른 분야에 비해서 낮은 평가를 받은 이유가 될 수 있을 것이다.

다음으로 경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 경찰의 직무나 계급 및 조직에 대해서 비교적 잘 알고 있는 집단(상)의 평가점수는 69.6점으로 평균보다 7.5점 높았으며, 반면에 인지도가 가장 낮은 집단(하)의 평가점수는 52.4점으로 평균보다 9.7점 낮게 나타났다.

앞서 이미지 평가와 비슷한 경향을 보이고 있는데, 인지도 차이에 따른 평가점수의 차이는 이미지 평가에서 보다 더욱더 커지고 있다. 따라서 경찰의 이미지 향상은 물론 경찰활동에 대한 긍정적인 평가를 받기 위해서는 일반 시민을 대상으로 경찰의 직무활동이나, 계급 및 조직 등에 대한 이해도를 높힐 수 있는 다양한 방식의 홍보활동이 필요하다고 하겠다.

한편 경찰 응답자의 평가를 보면 〈표 4-34〉과 같다. 성별의 경우 남자가 여자보다 다소 높게 평가하였으며, 계급별로는 순경이 가장 높게 평가하였으며 경위 이상이 가장 낮게 평가하는 등 계급이 낮을수록 경찰활동에 대해서 높게 평가하는 경향이 있는 것으로 나타났다.

이는 현장업무에 참여하는 경향이 높은 하위 계급의 경찰관일수록 자신의 활동에 대해서 긍정적으로 인식하기 때문인 것으로 풀이된다. 재직기간별로는 5년 미만 재직자가 가장 높고 15년 이상 재직자가가 가장 낮은 것으로 나타나 재직기간이 짧은 경찰관일수록 긍정적으로 경찰활동을 평가하는 것으로 나타났다.

이는 계급별 평가와 비슷한 경향으로 같은 이유가 작용한 것으로 보인다. 근무부서별로는 교통부서 근무자가 다소 높고, 기타 부서 근무자가 다소 낮으며 나머지 부서 근무자들은 비슷한 평가를 하고 있다.

〈표 4-34〉 경찰 응답자 특성별 경찰활동평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	경찰활동 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	65.9	−0.1
	여	66.5	+0.5
	계(평균)	66.0	
계 급	순경	68.4	+2.2
	경장	67.5	+1.3
	경사	65.5	−0.7
	경위 이상	64.5	−1.7
	계(평균)	66.2	
재직기간	5년 미만	68.7	+2.5
	5년이상−10년미만	66.7	+0.5
	10년이상−15년미만	66.3	+0.1
	15년이상−20년미만	64.6	−1.6
	20년 이상	64.6	−1.6
	계(평균)	66.2	
근무부서	범죄예방	66.3	+0.1
	범죄수사	66.5	+0.3
	교통	68.9	+2.7
	공공안전	66.3	+0.1
	기타	65.3	−0.9
	계(평균)	66.2	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 네 가지 경찰활동 분야 중에서 가장 중요한 것이 무엇인지 질문한 결과 〈표 4-35〉와 같다.

시민과 경찰 모두 범죄예방활동 분야(43.4%, 54.0%)를 가장 많이 선택하였으며, 나머지 분야에 대해서는 시민의 경우 사회질서유지(28.3%), 범죄수사 및 진압(21.4%), 교통(6.9%)순으로 선택하였으며, 경찰의 경우에는 범죄수사 및 진압(28.0%), 사회질서유지(17.5%), 교통(0.5%)순으로 선택하였다.

〈표 4-35〉 경찰활동 중요도

단위:인원(%)

구 분	시 민	경 찰
범죄예방	245(43.4)	309(54.0)
범죄 수사 및 진압	121(21.4)	160(28.0)
교통	39(6.9)	3(0.5)
사회질서 유지	160(28.3)	100(17.5)
계	**565(100.0)**	**572(100.0)**

경찰 활동의 분야별 중요도는 그 분야에 대한 평가자들의 상대적인 기대치를 보여주는 것으로 실제 평가점수의 정도와 결합하면 향후 개선에 더 주력하여야 할 사항이 무엇인지를 도출해 낼 수 있게 된다.

즉 활동 분야별 평가 결과점수(〈표 4-34〉)와 분야별 중요도 조사결과(〈표 4-35〉)를 결합하면 〈표 4-36〉, 〈표 4-37〉과 같이 네 가지 영역으로 구분되고, 각 활동분야는 네 가지 영역 중 어느 한 곳에 포함된다.

각 영역의 의미는 앞서 이미지 평가와 중요도의 결합 결과에 대한 설명에서 기술한 바와 동일하다.

먼저 시민들의 경찰활동 분야별 중요도와 평가결과를 결합한 결과(〈표 4-36〉)를 보면, 향후 중점적으로 개선을 위한 노력이 필요한 영역은 범죄예방과 사회질서유지 분야이며, 활동제고가 필요한 영역은 범죄수사 및 진압 분야인 것으로 나타났다.

〈표 4-36〉 시민의 경찰활동 평가와 중요도

구 분		경찰활동평가	
		상	하
경찰활동중요도	상	〈유지관리지속영역〉	〈중점개선영역〉 범죄예방 사회질서유지
	하	〈소극적영역관리〉 교통	〈활동제고영역〉 범죄수사 및 진압

상 : 평균이상, 하: 평균이하

반면에 경찰의 평가결과(〈표 4-37〉)를 보면, 범죄예방 분야가 향후 중점적으로 개선노력이 필요한 분야이고 활동제고가 필요한 영역은 사회질서유지 분야인 것으로 나타났다.

시민과 경찰의 평가에서 다소 차이가 나타나지만 범죄예방활동 분야를 중점개선영역으로 평가하고 있다는 점에서 일치를 보이고 있다.

〈표 4-37〉 경찰의 경찰활동 평가와 중요도

구 분		경찰활동평가	
		상	하
경찰활동중요도	상	〈유지관리지속영역〉 범죄 수사 및 진압	〈중점개선영역〉 범죄예방
	하	〈소극적영역관리〉 교통	〈활동제고영역〉 사회질서 유지

상 : 평균이상, 하: 평균이하

2. 경찰 활동 분야별 평가 및 영향요인

가. 범죄예방활동

범죄예방활동에 대한 시민과 경찰의 평가를 보면 〈표 4-38〉, 〈표 4-39〉과 같다.

먼저 시민의 평가결과(〈표 4-38〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성응답자 보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 40대가 가장 높고 20대가 가장 낮게 나타나는 등 대체로 연령이 높아질수록 긍정적인 평가를 하였다. 경찰접촉 횟수별로는 1회 접촉자가 61.1로 가장 낮고 3회 접촉자는 63.1로 가장 높게 나타나 접촉이 늘어날수록 긍정적인 평가를 하는 경향이 뚜렷하게 나타났다.

접촉사유별로는 '범죄신고관련', '도움요청' 등으로 경찰과 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 높게 나타났고, '사건사고증언' 등의 이유로 경찰과 접촉한 시민의 평가점수가 가장 낮게 나타났다.

경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 경찰에 대한 인지정도가 높은 시민들의 평가점수(69.5)가 가장 높게 나타났으며, 인지정도가 낮은 시민의 평가점수(53.1)는 가장 낮게

나타났다.

〈표 4-38〉 시민 응답자 특성별 범죄예방활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	범죄예방활동 평가	
		평 가 점 수	점 수 차 이 *
성 별	남	62.7	+0.8
	여	60.9	−1.0
	계(평균)	61.9	
연 령	20대	60.1	−1.9
	30대	61.5	−0.5
	40대	64.4	+2.4
	50대 이상	63.4	+1.4
	계(평균)	62.0	
경찰접촉 횟수	1회	61.1	−1.1
	2회	62.0	−0.2
	3회 이상	63.1	+0.9
	계(평균)	62.2	
경찰접촉 사유	교통단속관련	60.0	−2.2
	교통사고관련	65.6	+3.4
	도움요청	68.4	+6.2
	사건사고증언	58.2	−4.0
	범죄신고관련	69.3	+7.1
	범죄피해관련	60.0	−2.2
	기타	60.4	−1.8
	계(평균)	62.2	
경찰인지 정도	상	69.5	+7.5
	중	61.0	−1.0
	하	53.1	−8.9
	계(평균)	62.0	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 경찰의 평가결과를 보면 〈표 4-39〉와 같다. 성별의 경우 남자보다 여자가 다소 높게 평가하였는데, 이러한 결과는 앞서 이미지 속성별 평가와는 상반된 결과로서 상대적으로 범죄예방활동에 분야에 근무하는 경우가 많은 여성 경찰관들이 자신들의 활동에

대해서 다소 긍정적으로 평가하였기 때문으로 풀이된다.

계급별로는 순경이 가장 높게 평가한 반면에 경위 이상은 가장 낮게 평가하여 계급이 낮아질수록 높은 평가를 하는 것으로 나타났다. 재직기간별로는 5년 미만 재직자가 가장 높게 평가하고 20년 이상 재직자가 가장 낮게 평가하여 재직기간이 낮을수록 높게 평가하고 있었다.

근무부서별로는 교통과 범죄예방 부서 근무자가 다소 높게 평가한 반면에 여타 부서 근무자는 평균점수 이하로 다소 낮게 평가하였으며, 공공안전 부서 근무자들은 다른 부서와 상당한 차이를 보이면서 가장 낮게 평가하였다.

〈표 4-39〉 경찰 응답자 특성별 범죄예방활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	범죄예방활동 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	64.2	−0.4
	여	66.4	+1.8
	계(평균)	64.6	
계 급	순경	67.0	+2.2
	경장	65.9	+1.1
	경사	64.1	−0.7
	경위 이상	63.4	−1.4
	계(평균)	64.8	
재직기간	5년 미만	67.8	+3.0
	5년이상−10년미만	65.0	+0.2
	10년이상−15년미만	64.6	−0.2
	15년이상−20년미만	64.3	−0.5
	20년 이상	62.5	−2.3
	계(평균)	64.8	
근무부서	범죄예방	65.5	+0.7
	범죄수사	64.7	−0.1
	교통	66.8	+2.0
	공공안전	61.1	−3.7
	기타	64.2	−0.6
	계(평균)	64.8	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

다음으로 범죄예방활동 세부항목별 평가결과를 보면 〈표 4-40〉과 같다. 시민과 경찰 공히 다른 활동에 비해서 '미아 및 분실물 찾기, 길안내 등 시민의 도움요청 대응활동'과 '주거지 및 금융, 상가지역 순찰활동'을 더 잘하고 있다고 평가하였다.

상대적으로 낮은 평가를 받은 항목은 시민의 경우에는 '유흥업소, 퇴폐 이발소 등 유해환경 정화활동'이었으며, 경찰의 경우에는 '음주소란 등 기초생활 질서단속활동'으로 나타났다.

2004년과 비교하면, 시민의 경우에는 다섯 가지 세부항목의 평가점수가 모두 상승하였는데 그 중에서도 '유흥업소, 퇴폐 이발소 등 유해환경 정화활동'과 '미아 및 분실물 찾기, 길안내 등 시민의 도움요청 대응활동'에 대한 평가점수 상승이 두드러졌으며, 경찰의 경우에는 '유흥업소, 퇴폐 이발소 등 유해환경 정화활동'의 평가점수만 소폭 상승하였을 뿐 다른 항목의 평가점수는 소폭 하락한 것으로 나타났다.

시민과 경찰의 이러한 상반된 결과는 범죄예방에 관련된 경찰활동에 대한 기대치의 차이(〈표 4-35〉 참조)에서 비롯된 것으로 볼 수 있다.

〈표 4-40〉 범죄예방활동 세부항목 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	2008년		2004년		증감 *	
	시민	경찰	시민	경찰	시민	경찰
주거지 및 금융, 상가지역 순찰활동	65.1	69.2	59.3	73.1	+5.8	−3.9
유흥업소, 퇴폐 이발소 등 유해환경 정화활동	58.8	61.2	45.0	59.4	+13.8	+1.8
음주소란 등 기초생활 질서단속활동	61.0	59.2	54.7	60.1	+6.3	−0.9
자율방범대,범죄예방교실 등 주민과의 협력교류활동	59.7	59.6	53.0	60.3	+6.7	−0.7
미아 및 분실물 찾기, 길안내 등 시민의 도움요청대응	65.9	74.7	54.0	77.4	+11.9	−2.7

* 증감 = 2008년 점수 − 2004년 점수

다음으로 범죄예방활동에 영향을 미치는 요소는 무엇이라고 생각하는지를 묻는 질문에 대한 응답결과는 〈표 4-41〉과 같다. 먼저 일반시민들은 '체계적인 교육훈련 및 대응기법 개발'(36.2%)을 가장 많이 지적하였으며, 다음으로 '경찰시설, 장비 등 예산확보'(26.5%)를 지적하였다.

반면에 경찰은 '경찰시설, 장비 등 예산확보'(33.9%)를 가장 많이 지적하였으며, 다음으로 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'(23.7%)을 지적하였다. 시민과 경찰 모두 상기 두 가지 요소를 중요시하고 있지만 우선순위에 있어서 차이를 보이고 있다. 2004년 조사결과와 비교하면, 경찰의 평가에서는 항목별 순위와 비율에 있어서 별다른 차이를 보이지 않고 있는 반면에, 시민의 경우에는 항목별 순위와 비율에 있어서 약간의 차이를 보이고 있다.

시민들은 2004년 조사에서 '경찰관의 자질문제'(23.7%)를 두 번째로 많이 지적하였지만 2008년에는 그 비율이 절반 이상 줄어들었고(11.8%), 대신에 '경찰시설, 장비 등 예산확보'를 지적한 비율이 15.1%에서 26.5%로 증가하였다. 즉 범죄예방활동을 향상을 위해서는 경찰관 개인의 자질에만 의존할 것이 아니라 활동을 위한 근무여건을 향상 시켜야 한다는 인식이 증대되고 있다고 볼 수 있다.

〈표 4-41〉 범죄예방활동 영향 요인

단위 : 인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시민	경찰	시민	경찰
체계적인 교육훈련 및 대응기법개발	205(36.2)	135(23.7)	42.5%	19.6%
경찰관의 자질 문제	67(11.8)	45(7.9)	23.7%	8.7%
경찰시설, 장비 등 예산확보	150(26.5)	193(33.9)	15.1%	44.5%
사회환경의 변화	79(14.0)	83(14.6)	9.2%	9.9%
활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책	53(9.4)	106(18.6)	9.0%	15.2%
기타	12(2.1)	7(1.2)	0.6%	2.0%
계	566(100.0)	569(100.0)	100.0	100.0

나. 범죄수사 및 진압활동

범죄수사 및 진압활동에 대한 시민과 경찰의 평가를 보면 〈표 4-42〉, 〈표 4-43〉와 같다.

먼저 시민의 평가결과(〈표 4-42〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성응답자 보다 약간 높게 나타나고 있으며, 연령대별로는 40대가 가장 높고 20대가 가장 낮게 나타나는 등 대체로 연령이 높아질수록 긍정적인 평가를 하였다.

경찰접촉 횟수별로는 1회 접촉자가 낮고 3회 접촉자가 가장 높게 나타나 점수 차이는 적을지라도 접촉이 늘어날수록 긍정적인 평가를 하는 경향은 뚜렷하게 나타났다.

접촉사유별로는 '범죄신고관련', '도움요청' 등으로 경찰과 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 높게 나타났고 '교통단속관련' 등의 이유로 경찰과 접촉한 시민의 평가점수가 가장 낮게 나타났다.

범죄수사 등과 직결되는 '사건사고증언'과 관련하여 경찰을 접촉한 시민의 경우에는 평균 이상의 평가를 내린 것에 비추어 보면, 범죄수사 등과 무관한 교통관련 단속으로 인하여 경찰과 접촉한 시민들의 낮은 평가점수는 교통단속이라는 자신에게 불리하고 불쾌한 규제의 경험으로 인하여 범죄수사 및 진압활동에 대해서 막연하게 부정적인 평가를 내리게 된 것으로 보인다.

끝으로 경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 경찰에 대한 인지정도가 높은 시민들의 평가점수(67.0)가 가장 높게 나타났으며, 인지정도가 낮은 시민의 평가점수(50.5)는 가장 낮게 나타났다.

이러한 차이는 시민 응답자의 다섯 가지 특성별로 세부항목간의 차이 중에서 가장 큰 것으로 앞서 이미지에 대한 평가와 마찬가지로 경찰활동에 대한 인지도를 향상시키는 것이 경찰이미지 뿐만 아니라 경찰활동에 대한 객관적인 평가를 받는데 있어서도 매우 중요하다는 것을 보여주고 있다.

〈표 4-42〉 시민 응답자 특성별 범죄수사 및 진압활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	범죄수사 및 진압활동 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	60.3	+0.2
	여	59.8	−0.3
	계(평균)	60.1	
연 령	20대	58.9	−1.3
	30대	59.7	−0.5
	40대	61.9	+1.7
	50대 이상	61.2	+1.0
	계(평균)	60.2	
경찰접촉 횟수	1회	59.7	−0.8
	2회	60.5	0.0
	3회 이상	61.1	+0.6
	계(평균)	60.5	
경찰접촉 사유	교통단속관련	57.3	−3.2
	교통사고관련	63.5	+3.0
	도움요청	68.4	+7.9
	사건사고증언	64.2	+3.7
	범죄신고관련	71.4	+10.9
	범죄피해관련	59.0	−1.5
	기타	58.6	−1.9
	계(평균)	60.5	
경찰인지 정도	상	67.0	+6.9
	중	60.0	−0.1
	하	50.5	−9.6
	계(평균)	60.1	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 경찰의 평가결과(〈표 4-43〉)를 보면, 성별의 경우 남자보다 여자가 다소 높게 평가하였고, 계급별로는 순경이 가장 높게 평가한 반면에 경사가 가장 낮게 평가하여 대체로 하위 계급이 높게 평가하고 상위계급이 낮게 평가하는 것으로 나타났다.

재직기간별로는 5년 미만 재직자가 가장 높게 평가하고 '15년 이상-20년 미만' 재직자

가 가장 낮게 평가하여, 20년 이상 재직자를 제외하면 대체로 재직기간이 낮을수록 높게 평가하는 것을 알 수 있다. 근무부서별로는 교통과 범죄수사, 기타 부서 근무자가 다소 높게 평가한 반면에 범죄예방과 공공안전 부서 근무자는 다소 낮게 평가하였다.

〈표 4-43〉 경찰 응답자 특성별 범죄수사 및 진압활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	범죄수사 및 진압활동 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	68.3	+0.5
	여	65.6	−2.2
	계(평균)	67.8	
계 급	순경	69.4	+1.4
	경장	68.6	+0.6
	경사	67.4	−0.6
	경위 이상	67.6	−0.4
	계(평균)	68.0	
재직기간	5년 미만	69.6	+1.6
	5년이상−10년미만	68.1	+0.1
	10년이상−15년미만	67.2	−0.8
	15년이상−20년미만	66.8	−1.2
	20년 이상	68.3	+0.3
	계(평균)	68.0	
근무부서	범죄예방	67.7	−0.3
	범죄수사	69.9	+1.9
	교통	70.3	+2.3
	공공안전	67.3	−0.7
	기타	66.8	+0.8
	계(평균)	68.0	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

다음으로 범죄수사 및 진압활동 세부항목별 평가결과를 보면 〈표 4-44〉와 같다.

범죄수사 및 진압활동에 관련된 여섯 가지 세부항목 중에서 가장 높은 평가를 받은 항목은 시민 평가에서는 '강력범죄에 대한 대응'(63.2)이었으며, 경찰 평가에서는 '어린이

유괴, 여성납치, 강간 등 소수자 관련 범죄에 대한 대응'(72.9)이였으며, 가장 낮은 평가를 받은 항목은 시민 평가에서는 '부부간 폭력, 노인학대, 아동학대 등 가정폭력에 대한 대응'(57.8), 경찰 평가에서는 '학교주변갈취, 원조교제 등 청소년범죄에 대한 대응'(64.4)으로 나타났다.

따라서 범죄예방활동 세부항목에 대한 평가에서 시민과 경찰간에 유사한 응답결과와는 달리 상당한 차이를 보이고 있다. 2004년 조사결과와 비교하면, 시민의 경우 세부항목 모두 평가점수가 상승한 가운데 '소수자 관련 범죄에 대응'에 대한 평가점수의 상승폭이 가장 크게 나타났으며, 경찰의 경우에는 전체 항목 가운데 '가정폭력에 대한 대응'에 대한 평가점수의 상승이 가장 크게 나타났으나, 나머지 다섯 항목 중에서 세 개 항목은 상승폭이 미미하며, 나머지 2개 항목은 오히려 평가점수가 하락한 것으로 나타났다.

〈표 4-44〉 범죄수사 및 진압활동 세부항목 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	2008년		2004년		증감 *	
	시민	경찰	시민	경찰	시민	경찰
살인,강도,마약 등 강력 범죄에 대한 대응	63.2	72.4	55.8	76.0	+7.4	−3.6
절도, 소매치기, 날치기, 사기 등 인생범죄에 대한 대응	61.4	67.0	53.7	66.1	+7.7	+0.9
청부폭력, 갈취폭력 등 조직폭력 범죄에 대한 대응	59.5	65.5	48.1	67.1	+11.4	−1.6
학교주변갈취, 원조교제 등 청소년범죄에 대한 대응	58.3	64.4	45.7	63.8	+12.6	+0.6
부부간 폭력, 노인학대, 아동학대 등 가정폭력에 대한 대응	57.8	66.3	45.7	61.2	+12.1	+5.1
어린이유괴, 여성납치, 강간 등 소수자 관련 범죄에 대한 대응	60.8	72.9	45.6	71.4	+15.2	+1.5

* 증감 = 2008년 점수 − 2004년 점수

다음으로 범죄수사 및 진압활동에 영향을 미치는 요인에 대한 시민과 경찰의 응답 결과는 〈표 4-45〉와 같다.

일반시민과 경찰 공히 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'(41.3%, 38.4%)을 가장 많이 지적하였으며, 다음으로 '경찰시설, 장비 등 예산확보'(27.5%, 33.6%)를 지적하였다.

2004년 조사결과와 비교하면 시민과 경찰 모두 항목별 순위와 비율에서 약간의 차이를 보이고 있는데, 시민의 경우에는 2004년 조사에서 두 번째로 많이 지적되었던 '경찰관의 자질문제'(21.9%)가 2008년 조사에서는 그 비율이 절반 이상 줄어들고(8.5%), 대신에 '경찰시설, 장비 등 예산확보' 항목을 지적한 비율이 10% 이상 증가하였다.

이러한 결과는 앞서 범죄예방활동 세부항목에 대한 평가와 마찬가지로 범죄수사 및 진압활동을 향상시키기 위해서는 경찰관 개인의 자질에만 의존할 것이 아니라 근무여건을 향상 시켜야 한다는 인식의 증대에서 비롯된 것으로 보인다.

반면에 경찰의 경우에는 '경찰시설, 장비 등 예산확보'를 지적한 비율은 줄어든 반면에 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'을 지적한 비율은 증가하여 우선순위가 바뀌었다.

〈표 4-45〉 범죄수사 및 진압활동 영향 요인

단위 : 인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
체계적인 교육훈련 및 대응기법개발	234(41.3)	218(38.4)	46.4%	32.8%
경찰관의 자질 문제	48(8.5)	30(5.3)	21.9%	7.9%
경찰시설, 장비 등 예산확보	156(27.5)	191(33.6)	15.7%	40.1%
사회환경의 변화	67(11.8)	54(9.5)	6.0%	8.1%
활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책	48(8.5)	64(11.3)	9.6%	9.3%
기 타	14(2.5)	11(1.9)	0.5%	1.8%
계	567(100.0)	568(100.0)	100.0	100.0

다. 교통활동

교통활동에 대한 시민과 경찰의 평가를 보면 〈표 4-46〉, 〈표 4-47〉과 같다.

먼저 시민의 평가결과(〈표 4-46〉)를 보면, 남성과 여성의 평가점수가 동일하게 나타났으며, 연령대별로는 40대가 67.6으로 가장 높고, 20대가 64.6으로 가장 낮게 나타났다.

그러나 50대 이상을 제외하면 대체로 연령이 높아질수록 긍정적인 평가를 하여 '범죄예방', '범죄수사 및 진압'활동에 대한 평가와 비슷한 경향을 보였다.

경찰접촉 횟수에 따라서는 차이를 거의 보이지 않고 있었으며, 접촉사유별로는 '도움요청', '범죄신고관련' 등으로 경찰과 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 높게 나타났으며, '범죄피해관련', '사건사고증언' 등에 관련하여 경찰과 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 낮게 나타났다.

교통과 무관한 '범죄피해관련' 접촉자들의 교통 활동에 대한 평가가 '교통단속관련' 접촉자들보다도 낮게 나타난 점은 범죄피해와 관련한 경찰활동이 시민들의 입장에서 볼 때 상당히 부정적이며 그러한 인식이 교통 활동에 대한 부정적 평가에도 영향을 미친다는 점에서 범죄피해자에 대한 관심과 보호활동에 대한 제고가 필요하다고 하겠다.

끝으로 경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 경찰에 대한 인지정도가 높은 시민들의 평가점수(72.7)가 가장 높게 나타났으며, 인지정도가 낮은 시민의 평가점수(57.5)가 가장 낮게 나타났다.

〈표 4-46〉 시민 응답자 특성별 교통활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	교통활동 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	65.9	0.0
	여	65.9	0.0
	계(평균)	65.9	
연 령	20대	64.6	−1.4
	30대	66.2	+0.2
	40대	67.6	+1.6
	50대 이상	65.6	−0.4
	계(평균)	66.0	

경찰접촉 횟수	1회	66.2	0.0
	2회	65.8	−0.4
	3회 이상	66.3	+0.1
	계(평균)	66.2	
경찰접촉 사유	교통단속관련	64.6	−1.6
	교통사고관련	69.0	+2.8
	도움요청	71.2	+5.0
	사건사고증언	62.1	−4.2
	범죄신고관련	70.7	+4.5
	범죄피해관련	60.8	−5.4
	기타	65.0	−1.2
	계(평균)	66.2	
경찰인지 정도	상	72.7	+6.8
	중	65.2	−0.7
	하	57.5	−8.4
	계(평균)	65.9	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 경찰의 평가결과(〈표 4-47〉)를 보면, 성별의 경우 남자보다 여자가 다소 높게 평가하였고, 계급별로는 순경이 가장 높게 평가한 반면에 경위 이상이 가장 낮게 평가하여 계급이 낮을수록 교통 활동에 대하여 긍정적으로 평가하는 경향이 확연히 드러났다.

재직기간별로는 5년 미만 재직자가 가장 높게 평가하고 '15년이상-20년미만' 재직자가 가장 낮게 평가하여, 20년 이상 재직자를 제외하면 대체로 재직기간이 낮을수록 높게 평가하는 것을 알 수 있다.

근무부서별로는 교통과 공공안전 부서 근무자들이 다소 높게 평가한 반면에 여타 부서의 근무자들은 다소 낮게 평가하였다. 교통부서 근무자들은 교통을 제외한 다른 활동분야에 대해서도 다른 부서 근무자들 보다 높은 평가를 하였지만, 자신들이 직접적으로 관여하는 교통활동에 대해서는 더욱더 높은 평가를 하였다.

〈표 4-47〉 경찰 응답자 특성별 교통활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	경찰활동 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	68.1	−0.2
	여	69.8	+1.5
	계(평균)	68.3	
계 급	순경	70.4	+1.8
	경장	69.7	+1.1
	경사	68.4	−0.2
	경위 이상	66.3	−2.3
	계(평균)	68.6	
재직기간	5년 미만	71.0	+2.5
	5년이상−10년미만	70.0	+1.5
	10년이상−15년미만	67.8	−0.7
	15년이상−20년미만	65.6	−2.9
	20년 이상	67.8	−0.7
	계(평균)	68.5	
근무부서	범죄예방	68.5	−0.1
	범죄수사	67.9	−0.7
	교통	73.4	+4.8
	공공안전	71.8	+3.2
	기타	67.3	−1.3
	계(평균)	68.6	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

다음으로 교통활동 세부항목별 평가결과를 보면 〈표 4-48〉과 같다. 교통활동에 관련된 다섯 가지 세부항목에 대한 시민과 경찰 평가에서 공히 '음주운전, 과속차량 등 사고예방을 위한 단속활동'(72.1, 77.4)이 가장 높은 평가를 받았으며, 높은 평가를 받은 항목은 '교통사고 발생시 사고수습 및 조사활동'(67.6, 72.8)이었다.

나머지 세 개 항목은 상기 두 항목과 상당한 점수 차이를 보이면서 비슷한 평가점수를 받았는데, 시민의 평가에서는 '신호등, 횡단보도, 일방통행 지정 등 교통안전시설 개선' 항목이 가장 낮은 평가를 받았고, 경찰 평가에서는 '교통정체 및 도로여건 등 교통정보

제공'이 가장 낮은 평가를 받았다.

이러한 결과는 시민들은 경찰의 교통 활동에 있어서 교통안전을 도모하는 경찰의 노력을 더욱더 요망하고, 경찰의 경우에는 교통관련 활동을 하는데 있어서 적시에 필요한 교통정보를 제공받기를 바라기 때문이라고 해석할 수 있을 것이다.

2004년 조사결과와 비교하면, 2008년에 높은 평가를 받은 상기 두 항목이 마찬가지로 높은 평가를 받았다는 점에서 동일하다. 변화를 보면 시민의 경우에는 모든 항목에 걸쳐서 평가점수가 상승한 가운데 '교통정보제공'과 '교통사고 수습 및 조사활동'에 대한 평가점수가 대폭 상승하였으나, 경찰의 경우에는 '교통정보제공'에 대한 평가점수만 하락하지 않고 나머지 항목의 평가점수가 모두 하락하여 시민과 대조를 이루었다.

〈표 4-48〉 교통활동 세부항목 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	2008년		2004년		증감 *	
	시민	경찰	시민	경찰	시민	경찰
음주운전, 과속차량 등 사고예방을 위한 단속활동	72.1	77.4	70.2	83.7	+1.9	−6.3
혼잡지역 신호조정, 끼어들기 방지 등 교통소통활동	63.4	65.4	55.9	66.2	+7.5	−0.8
신호등, 횡단보도, 일방통행 지정 등 교통안전시설 개선	62.7	64.6	56.4	66.5	+6.3	−1.9
교통정체 및 도로여건 등 교통정보 제공	64.5	63.0	52.6	62.5	+11.9	+0.5
교통사고 발생시 사고수습 및 조사활동	67.6	72.8	56.1	77.0	+11.5	−4.2

* 증감 = 2008년 점수 − 2004년 점수

다음으로 교통 활동에 영향을 미치는 요인에 대한 시민과 경찰의 응답 결과는 〈표 4-49〉와 같다.

일반시민과 경찰 공히 '경찰시설, 장비 등 예산확보'(46.0%, 49.4%)를 가장 많이 지적하였으나, 다음으로는 시민의 경우 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'(22.2%), 경찰의 경우 '사회 환경의 변화'(18.6%)를 지적하여 약간의 차이를 보였다.

2004년 조사결과와 비교하면 시민과 경찰 모두 항목별 순위와 비율에서 약간의 차이를 보이고 있는데, 시민의 경우에는 2004년 조사에서는 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'(34.6%)과 '경찰관 자질의 문제'(20.6%)를 주된 요인으로 지적하였으나, 2008년 조사에서는 이들 두 항목을 지적한 비율은 상당히 감소한 반면에 '경찰시설, 장비 등 예산확보'와 '사회 환경의 변화'를 지적한 비율이 대폭 증가하였다.

경찰의 경우에는 '경찰시설, 장비 등 예산확보'가 다소 비율은 감소했지만 여전히 가장 많은 지적을 받은 반면에, '사회 환경의 변화'를 지적한 비율이 대폭 증가하면서 두 번째 요인으로 자리바꿈한 것이 특징이라 하겠다. 전체적으로 범죄예방활동이나 범죄수사 및 진압활동 분야와 달리 교통활동 분야에서는 예산확보를 통한 시설이나 장비의 확충을 시민과 경찰 모두 크게 강조하고 있다는 점이 가장 큰 특징이라 하겠다.

〈표 4-49〉 교통활동 영향 요인

단위:인원(%)

구 분	2008년		2004년	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰
체계적인 교육훈련 및 대응기법개발	126(22.2)	91(16.0)	34.6%	19.2%
경찰관의 자질 문제	44(7.8)	21(3.7)	20.6%	6.6%
경찰시설, 장비 등 예산확보	261(46.0)	281(49.4)	19.9%	53.7%
사회환경의 변화	73(12.9)	106(18.6)	8.3%	9.1%
활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책	44(7.8)	61(10.7)	15.9%	10.0%
기 타	19(3.4)	9(1.6)	0.7%	1.4%
계	567(100.0)	569(100.0)	100.0	100.0

라. 사회질서유지활동

사회질서유지활동에 대한 시민과 경찰의 평가를 보면 〈표 4-50〉, 〈표 4-51〉과 같다.

먼저 시민의 평가결과(〈표 4-50〉)를 보면, 남성 응답자의 평가점수가 여성에 비해서 다소 높게 나타났으며, 연령대별로는 20대가 평균보다 다소 낮고 40대가 다소 높으며 30대와 50대 이상은 평균점수 정도를 보이고 있다.

경찰접촉 횟수에 따라서는 교통 활동에 대한 평가와 마찬가지로 차이가 사실상 거의 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 교통 활동에 대한 평가와 같이 경찰과 직접 접촉이 없어도 일상 활동 속에서 간접적인 경험을 통해서 알 수 있는 집회나 시위에 대한 대응활동에 평가에서 비롯된 것일 수도 있고, 다른 한편으로는 사회질서유지활동 세부항목에 평소 경찰과 접촉을 하여도 판단하기 어려운 '대공보안활동', '첩보수집활동', '중요시설 경비 및 테러대비 활동'등이 포함되어 있기 때문으로 풀이된다.

접촉사유별로는 '범죄신고관련', '교통사고관련' 등으로 경찰과 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 높게 나타났으며, '범죄피해관련' 등으로 경찰과 접촉한 시민들의 평가점수가 상대적으로 낮게 나타났다. '범죄피해관련' 접촉자들은 범죄피해와 관련된 불안감과 두려움으로 인하여 경찰의 사회질서유지활동에 대해서 상대적으로 더 부정적으로 평가하는 것으로 보인다.

끝으로 경찰인지 정도에 따른 평가를 보면, 앞서 다른 활동 분야에 대한 평가와 마찬가지로 일관되게 경찰에 대한 인지정도가 높은 시민들의 평가점수가 가장 높고, 인지정도가 낮은 시민의 평가점수가 가장 낮게 나타났다.

〈표 4-50〉 시민 응답자 특성별 사회질서유지활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	사회질서유지활동 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	61.3	+0.6
	여	59.9	−0.8
	계(평균)	60.7	
연 령	20대	59.4	−1.4
	30대	61.0	+0.2
	40대	62.0	+1.2
	50대 이상	60.9	+0.1
	계(평균)	60.8	

경찰접촉 횟수	1회	61.4	+0.4
	2회	60.6	−0.4
	3회 이상	61.0	0.0
	계(평균)	61.0	
경찰접촉 사유	교통단속관련	59.1	−1.9
	교통사고관련	64.9	+3.9
	도움요청	63.5	+2.5
	사건사고증언	62.9	+1.9
	범죄신고관련	66.7	+5.7
	범죄피해관련	56.3	−4.7
	기타	59.8	−1.2
	계(평균)	61.0	
경찰인지 정도	상	68.7	+7.9
	중	60.5	−0.3
	하	49.7	−11.1
	계(평균)	60.8	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

한편 경찰의 평가결과(〈표 4-51〉)를 보면, 성별의 경우 남자보다 여자가 약간 높게 평가하였고, 계급별로는 순경이 가장 높게 평가한 반면에 경위 이상이 가장 낮게 평가하여 계급이 낮아질수록 사회질서유지활동에 대하여 긍정적으로 평가하는 경향이 확연히 드러났다.

이 같은 평가는 집회 및 시위나 대공문제에 대한 연령대별 진보·보수적 성향의 정도 차이와 일정부분 관련이 있을 것으로 보인다. 재직기간별로는 5년 미만 재직자가 가장 높게 평가하고 '20년 이상' 재직자가 가장 낮게 평가하여 대체로 재직기간이 낮을수록 높게 평가하는 것을 알 수 있다.

이러한 평가 역시 연령대별 진보·보수적 성향의 차이가 일정부분 관련이 있을 것으로 보인다. 근무부서별로는 교통과 공공안전 부서 근무자들이 다소 높게 평가한 반면에 여타 부서의 근무자들은 다소 낮게 평가하였으나 다른 분야에 대한 평가와 달리 부서별로 큰 차이를 보이지 않고 있다는 점이 특징이라 하겠다.

〈표 4-51〉 경찰 응답자 특성별 사회질서유지활동 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	항 목	사회질서유지활동 평가	
		평가점수	점수차이 *
성 별	남	63.3	−0.1
	여	63.7	+0.3
	계(평균)	63.4	
계 급	순경	66.3	+2.7
	경장	65.8	+2.2
	경사	62.8	−0.8
	경위 이상	60.7	−2.9
	계(평균)	63.6	
재직기간	5년 미만	65.7	+2.1
	5년이상−10년미만	64.8	+1.2
	10년이상−15년미만	65.0	+1.4
	15년이상−20년미만	62.1	−1.5
	20년 이상	60.3	−3.3
	계(평균)	63.6	
근무부서	범죄예방	63.1	−0.5
	범죄수사	63.6	0.0
	교통	65.9	+2.3
	공공안전	65.1	+1.5
	기타	63.5	−0.1
	계(평균)	63.6	

* 점수차이 = 해당항목점수 − 전체평균점수

다음으로 사회질서유지활동 세부항목별 평가결과를 보면 〈표 4-52〉과 같다. 네 가지 세부항목에 대한 시민과 경찰 평가에서 공히 '집회시위에의 대응' 활동이 가장 높은 평가(66.6, 68.8)를 받았으며, 가장 낮은 평가를 받은 항목은 시민의 평가에서는 근소한 차이로 '사회 각 분야의 위해요인을 사전 발굴 해소하기 위한 첩보수집 정보활동'이 뽑힌 반면에 경찰 평가에서는 '국가보안법 위반사범 등 대공 보안활동'이 뽑혀 다소 차이를 나

타냈다.

시민과 경찰의 이 같은 평가결과는 2004년에도 마찬가지였다. 2004년과 비교하면, 시민 평가에서는 네 가지 항목 모두 평가점수가 상승하였고 상승폭도 크게 차이가 없었으나, 경찰 평가에서는 네 가지 항목 모두 평가점수가 하락하였으며 하락폭에 있어서도 다소 차이가 있었다.

경찰활동 각 분야별 세부항목에 대한 평가에서 각 분야에 포함된 세부항목의 평가점수가 모두 하락한 경우는 사회질서유지 분야뿐이었는데, 이 같은 결과는 공안분야 활동의 위축에 대한 경찰의 우려를 보여주는 대목이라 하겠다.

〈표 4-52〉 사회질서유지활동 세부항목 평가

단위:점수(100점만점)

구 분	2008년		2004년		증 감 *	
	시 민	경 찰	시 민	경 찰	시 민	경 찰
집회시위에의 대응	66.4	68.8	60.1	72.2	+6.3	−3.4
국가보안법 위반사범 등 대공 보안활동	59.7	58.1	54.4	60.7	+5.3	−2.6
사회 각 분야의 위해요인을 사전 발굴 해소하기 위한 첩보수집 정보활동	58.6	63.3	50.0	67.2	+8.6	−3.9
중요시설 경비 및 대테러 대비책	58.8	64.0	51.6	71.9	+7.2	−7.9

* 증감 = 2008년 점수 − 2004년 점수

다음으로 사회질서유지활동에 영향을 미치는 요인에 대한 시민과 경찰의 응답 결과는 〈표 4-53〉과 같다.

일반시민들은 '사회 환경의 변화'(28.4%)와 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'(28.3%)를 주된 요인으로 지적하였으며, 경찰은 '사회 환경의 변화'(38.3%)와 '경찰시설, 장비 등 예산확보'(21.8%)를 주된 요인으로 지적하였다.

'사회 환경의 변화'를 시민과 경찰 공히 가장 주된 요인으로 지적한 것은 앞서 살펴 본

세 가지 다른 분야의 영향 요인에 대한 평가와는 판이한 결과로서 집회시위나 대공보안 문제에 대한 우리사회 인식의 변화가 경찰의 사회질서유지활동에 상당한 영향을 미친다는 것을 보여주고 있다.

2008년의 조사결과를 2004년 조사결과와 비교하면 상당한 차이를 발견할 수 있다. 2004년에는 주된 영향 요인으로 시민의 경우는 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'(40.6%)을 가장 많이 지적하였으며, 경찰의 경우는 '경찰시설, 장비 등 예산확보'(34.7%)를 가장 많이 지적하였지만 4년 사이에 두 가지 요인을 지적한 비율은 급격하게 하락한 반면에, '사회환경의 변화'를 지적한 비율은 시민의 경우 10.2%에서 28.4%로, 경찰의 경우는 21.0%에서 38.3%로 급격하게 상승하여 2004년 조사에서 우선순위 다섯 번째(시민), 두 번째(경찰)였으나 2008년 조사에서는 가장 중요한 영향요인이 되었다.

〈표 4-53〉 사회질서유지활동 영향요인

단위:인원(%)

구분	2008년		2004년	
	시민	경찰	시민	경찰
체계적인 교육훈련 및 대응기법개발	160(28.3)	100(17.6)	40.6%	19.8%
경찰관의 자질 문제	49(8.7)	25(4.4)	20.6%	7.1%
경찰시설, 장비 등 예산확보	96(17.0)	124(21.8)	14.0%	34.7%
사회환경의 변화	161(28.4)	218(38.3)	10.2%	21.0%
활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책	77(13.6)	86(15.1)	13.5%	16.3%
기타	23(4.1)	16(2.8)	1.1%	1.2%
계	566(100.0)	569(100.0)	100.0	100.0

제4절 조사결과의 요약

1. 경찰 이미지 평가

경찰 상징하는 것으로 가장 주된 것은 경찰제복과 경찰순찰차량으로 나타났으며, 경찰에 대한 이미지 형성의 주된 경로는 경찰관의 언행이나 태도로 나타나 이미지 형성에 있어서 경찰과의 직접 접촉한 경험이 가장 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 같은 결과는 2004년 조사결과와 동일한 것으로 나타났다.

한편 경찰 상징물을 통해서 이미지가 형성된다는 응답은 2004년에 비해서 줄어들고 있으며, 경찰에 대한 언론보도를 통해서 이미지가 형성된다는 응답은 증가하고 있는 것으로 나타나서 향후 경찰이미지 제고를 위한 대책 마련을 마련하는데 있어서 언론보도에 대한 적극적인 관심과 사전 준비 및 대응이 필요하다고 하겠다.

경찰 이미지 평가(100점 만점)에서 시민 평가는 66.7점이고 경찰은 77.2점으로 나타났다. 2004년과 비교하면 시민과 경찰 평가점수 모두 증가한 것으로 나타났는데, 시민의 증가폭이 16.0으로 경찰의 증가폭 4.0보다 크게 나타났다. 따라서 경찰의 이미지 제고를 위한 그간의 노력이 일정한 성과를 거두었다고 평가할 수 있다.

이미지를 구성하는 속성별로 살펴보면, 시민은 친절성과 전문성을 상대적으로 높게 평가한 반면에 인권의식을 가장 낮게 평가하고 있으며, 경찰은 청렴성과 공정성을 상대적으로 높게 평가한 반면에 전문성을 가장 낮게 평가하였다. 2004년 이후 변화를 보면, 시민 평가에서는 공정성(+19.5)과 청렴성(+18.3)이 큰 폭으로 증가하였다.

시민들의 평가를 특성별로 보면, 연령대별로는 40대가 가장 높고, 20대가 가장 낮은 것으로 나타났으며, 경찰접촉 횟수가 증가할수록 이미지가 향상되었으며, 범죄피해나 교통단속 관련하여 경찰을 접촉한 시민들의 평가가 낮게 나타났고, 경찰의 직무나 계급 및 조직에 대한 이해도가 높은 시민일수록 이미지를 높게 평가하였다.

따라서 이미지 향상을 위해서는 젊은층을 대상으로 하는 이미지 향상 대책, 범죄피해자에 대한 배려와 보호활동의 강화, 경찰에 대한 이해도를 높힐 수 있는 각종 프로그램의 마련과 홍보 대책이 필요하다 하겠다. 아울러 경찰 상징물을 통해서 이미지가 형성된다는 시민들의 이미지 평가가 높고, 언론보도를 통해서 경찰에 대한 이미지가 형성되는

시민의 경우 이미지 평가가 낮게 나타난 점을 감안하여 평소 경찰관서나 순찰차량, 경찰 제복 등 경찰 상징물에 대한 관리에 주의를 기울여야 할 것이며, 언론보도에 대한 사전 관심과 적극적인 대응이 필요하다 하겠다.

경찰 이미지 속성별 중요도와 평가점수를 통하여 도출된 이미지 관련 중점개선영역에는 공정성과 신속성이 포함되었는데, 이는 시민들이 평가하는 중요도는 높은데 실제 평가점수가 낮은 영역으로 즉각적으로 개선을 위한 노력이 집중되어야 할 것으로 보인다.

한편 이미지 형성에 영향을 미치는 주된 요인을 보면, 청렴성의 경우 시민들은 '경찰관 개인의 태도'와 '경찰의 내부적인 관행'을 꼽은 반면에 경찰들은 '경찰관 개인의 태도'와 '경찰의 보수수준이나 활동경비'을 꼽았다.

신속성의 경우에는 시민과 경찰 공히 '경찰차량이나 통신시설 등 장비'와 '경찰인력 규모 및 교육훈련'을 지적했으며, 친절성의 형성요인으로 일반시민들은 '경찰관의 서비스 정신'과 '경찰에 대한 국민의 태도'를, 경찰관들은 '경찰관의 서비스 정신'과 '경찰의 근무환경'을 주요 요인으로 지적하였다.

공정성 형성요인으로는 시민과 경찰 공히 '경찰관의 책임의식 및 사명감'을 선택하여 경찰관 개개인의 자세를 강조한 반면에 구조적 문화적 환경요인이라고 할 수 있는 '경찰과 지역주민 등과의 유착관계'나 '보편화된 청탁문화'를 지적한 비율은 비교적 낮게 나타났다.

전문성 형성의 주요 요인으로는 시민과 경찰 모두 '경찰행정의 과학화와 전문화'와 '경찰관에 대한 교육훈련'을 강조하였으며, 인권의식 형성의 주요 요인으로 는 시민과 경찰 공히 '국민의 인권의식 신장 등 시대변화'와 '경찰관 자신의 태도'를 지적하였다.

2. 경찰 활동 평가

경찰활동에 대한 종합 평가점수는 시민 62.2점, 경찰 66.2점으로 나타났으며, 2004년에 비해서 시민의 평가점수는 8.6점 상승한 반면 경찰의 평가점수는 2.0점 하락하였다.

활동 분야별로 살펴보면, 시민과 경찰 모두 교통활동을 가장 높게 평가하고 있으며, 가장 낮은 평가를 받은 분야는 시민의 경우 범죄수사 및 진압활동이고 경찰의 경우는 사회질서유지활동이었다. 2004년 이후 시민들의 평가는 네 가지 분야에서 모두 상승하였

지만 경찰은 상승한 분야가 전혀 없어 대조를 이루고 있다.

시민들의 평가를 특성별로 보면, 연령대별로는 20대 30대가 낮게 평가하고, 40대 50대는 상대적으로 높은 평가를 하였으며, 경찰 접촉횟수가 많아질수록 긍정적으로 평가하는 경향을 보였다.

범죄피해 관련 접촉자의 평가점수가 가장 낮은 것으로 나타났다. 범죄피해관련 접촉자들은 직접적으로 관련이 없는 활동분야에 대한 평가에서도 부정적인 평가를 하고 있어 향후 경찰활동에 대한 평가를 향상시키기 위해서는 이미지 제고 대책과 마찬가지로 범죄피해자에 대한 경찰의 각별한 관심이 요구된다 하겠다.

경찰인지도의 경우에는 앞서 이미지 평가와 마찬가지로 인지도가 높으면 경찰활동에 대한 평가도 높아지는 것으로 나타났다. 따라서 경찰이해도를 향상시키는 위한 다각적인 노력은 이미지 향상뿐만 아니라 경찰활동에 대한 평가를 향상시키는데 매우 중요하다는 것을 알 수 있었다.

경찰 활동 분야에서 가장 중요한 것으로 시민과 경찰 모두 범죄예방활동 분야를 가장 많이 선택하였으며, 이러한 중요도 평가와 활동 평가를 통하여 도출된 시민들이 바라보는 중점개선영역으로는 범죄예방활동과 사회질서유지활동으로 나타났다.

각 분야별 세부항목과 활동에 영향을 미치는 요인에 대한 평가결과를 보면, 범죄예방활동의 경우에 시민과 경찰 공히 '미아 및 분실물 찾기, 길안내 등 시민의 도움요청 대응활동'과 '주거지 및 금융, 상가지역 순찰활동'을 높게 평가하고, '유흥업소, 퇴폐 이발소 등 유해환경 정화활동'(시민)과 '음주소란 등 기초생활 질서단속활동'(경찰)로 나타났다. 범죄예방활동에 영향을 미치는 요소로는 시민들은 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'과 '경찰시설, 장비 등 예산확보'를, 경찰은 '경찰시설, 장비 등 예산확보'와 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'을 지적하였다.

범죄수사 및 진압활동에 있어서는 '강력범죄에 대한 대응'(시민)과 '어린이 유괴, 여성 납치, 강간 등 소수자 관련 범죄에 대한 대응'(경찰)이 높은 평가를 받았으며, 가장 낮은 평가를 받은 항목은 '부부간 폭력, 노인학대, 아동학대 등 가정폭력에 대한 대응'(시민), '학교주변갈취, 원조교제 등 청소년범죄에 대한 대응'(시민)으로 로 나타났다.

활동에 영향을 미치는 요인으로 시민과 경찰 공히 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'을 가장 많이 지적하였다. 또한 과거와 달리 '경찰관의 자질문제'를 지적하는 비율은

줄어들고 '경찰시설, 장비 등 예산확보' 항목을 지적한 비율은 증가하여 범죄예방 뿐만 아니라 수사·진압활동을 향상시키는데 있어서 경찰관 개인의 자질보다는 경찰활동 여건과 환경의 개선이 필요하다는 것을 의미한다.

교통 활동에 있어서는 시민과 경찰 평가에서 공히 '음주운전, 과속차량 등 사고예방을 위한 단속활동'이 가장 높은 평가를 받았으며, 낮은 평가를 받은 항목은 '신호등, 횡단보도, 일방통행 지정 등 교통안전시설 개선'(시민), '교통정체 및 도로여건 등 교통정보 제공'(경찰)이었다. 교통활동에 영향을 미치는 요인에 대해서는 시민과 경찰 공히 '경찰시설, 장비 등 예산확보'를 가장 많이 지적하였으나, 다음으로 시민은 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'을, 경찰은 '사회 환경의 변화'를 지적하였다. 2004년 조사결과와 비교하면 '경찰관 자질의 문제'를 지적한 비율은 감소하고 '경찰시설, 장비 등 예산확보'와 '사회 환경의 변화' 지적한 비율이 증가하였다.

사회질서유지활동에 있어서는 시민과 경찰 공히 '집회시위에의 대응' 활동이 가장 높은 평가를 받았으며, 가장 낮은 평가를 받은 항목은 '사회 각 분야의 위해요인을 사전 발굴 해소하기 위한 첩보수집 정보활동'(시민)과 '국가보안법 위반사범 등 대공 보안활동'(경찰)이었다. 사회질서유지활동 영향 요인에 대해서는 시민들은 '사회환경의 변화'와 '체계적인 교육훈련 및 대응기법개발'을 주된 요인으로 지적하였으며, 경찰은 '사회 환경의 변화'와 '경찰시설, 장비 등 예산확보'를 주된 요인으로 지적하였다. 2004년 조사결과에 비해서 '사회 환경의 변화'를 지적한 비율이 크게 증가한 것이 특징으로 나타났다.

제5장 향후 이미지 제고 방안

지금까지 경찰이미지 평가 영역을 크게 경찰이미지 속성측면과 경찰활동 측면으로 나누어 살펴보았다.

이 장에서는 설문조사결과에서 나타난바와 같이 향후 경찰이미지 제고방안의 전제로 '젊은 층을 대상으로 이미지 홍보', '범죄피해자에 대한 대책 강화를 통한 이미지 제고', '경찰업무에 대한 시민의 이해도 향상'을 바탕으로 각 이미지 영역의 속성별, 경찰활동을 통한 이미지 형성경로별 이미지 제고 방안에 대하여 기술한다.

특히 조사결과에서 나타난 중요도와 평가영역을 기준으로 분석된 중점개선영역 및 활동제고영역에 대해 경찰과 시민이 모두 보다 만족할 수 있는 실질적인 대책을 마련해보고자 한다.

제1절 경찰이미지 속성측면

제4장에서 살펴본 바와 같이 경찰이미지에 대한 중요도 영역과 이미지 평가 영역에 대한 시민의 응답 중 중점적으로 개선해야 할 영역으로 "공정성 · 신속성"으로 나타났고, 경찰의 경우 "전문성"을 들었다.

한편, 이미지제고 영역으로는 시민과 경찰 모두 "인권의식"을 중요하게 생각하였다.

이에 아래에서는 제4장의 조사 분석결과에서 나타난 경찰의 이미지를 형성하는데 있어 중점적으로 개선해야 할 부분인 경찰의 공정성과 청렴성, 경찰활동의 전문성과 신속성, 경찰의 친절성과 인권의식의 3가지 측면에서 향후 대안방안을 제시하고자 한다.

1. 경찰의 공정성 · 청렴성 제고 방안

경찰은 최근 경찰 내부에 경찰윤리에 대한 인식과 관심이 높아지고, 비리 통제를 위한

실천적 노력이 조금씩 가시화됨에 따라 경찰청은 행정기관 중에서는 최초로 경찰청인터넷 홈페이지의 경찰관전용사이트에 내부비리를 고발할 수 있는 "내부공익신고센터"를 개설하였으며, 일반인도 경찰비리를 신고할 수 있도록 하는 길을 열어놓았다.

또한, 경찰 내 비위사건으로 실추된 이미지를 제고하고 부패척결의지를 새롭게 다지기 위해 토론회를 개최하고 청렴경찰실천 결의대회를 개최하는 등의 노력도 하고 있다.

이러한 노력으로 실제로 많은 부분에서 경찰의 변화는 있었다. 하지만 국민들이 가지고 있는 경찰에 대한 체감 변화는 별반 달라지지 않고 있다. 피부로 다가오는 경찰의 개혁은 아직 국민들에게 다가오지 못하고 있다는 것이다.

국민들은 경찰의 개혁, 특히 일선 경찰공무원들의 부패척결 의지 피력에 대해 냉소하거나 매번 되풀이 되는 일회성 행사인 것으로 받아들이고 있을 정도로 신뢰하지 못하고 있다.

따라서 국민의 경찰에 대한 공정성과 신뢰성을 확보하기 위해서는 무엇보다 경찰의 부정부패 척결을 위한 정책적·제도적 방안이 시급하며, 이를 위해서는 경찰조직 내부의 변화와 경찰관 개개인의 의식변화 또한 요구된다.

가. 경찰의 내부감찰 기능의 강화

경찰에 대한 내부적 통제장치로는 현재 경찰감찰과 경찰첩보처리 및 평가, 경찰청 자체 경찰행정사무감사, 청문감사관제도 및 행동강령책임관, 부패방지위원회, 이의신청제도 등이 있다.

그러나 이러한 제도에도 불구하고 경찰에 대한 내부감찰은 대체적으로 부패적발과 해결을 주된 목적으로 하고 있으면서도 실제로는 민원과 진정, 신고에 대한 처리업무에 치중하고 있다. 이러한 민원이나 진정의 내용도 주로 불친절·불공정·업무미숙 등으로 부패와는 거의 관계가 없는 것들이 대부분이여서, 감찰은 부패척결이라는 본연의 업무에 충실할 수 없고 부패척결을 하는 데 있어서 현재의 감찰의 역할은 미미할 수밖에 없다.

현재 경찰청과 지방경찰청의 감찰기능은 지금의 담당 업무중 민원조사 업무를 분리하여 이관하고 부패 색출부서로 전문화하여 경찰조직내의 반부패 전담기능으로 전환하여 운영되는 것이 경찰이미지 제고에 도움이 될 것이다.

이를 위해서는 감찰기능을 전문화하고 동료들의 부패를 사정할 수 있는 소신 있고 깨끗하며 능력 있는 경찰관이 감찰에 근무할 수 있도록 제도적 조치를 취해야 한다.

또한, 동료들로부터 지탄받는 감찰요원은 정상적 사정활동을 기대할 수 없으므로 감찰부서에서 배제하여야 한다. 감찰은 동료들을 사정하는 데 따른 심적 부담을 갖게 되므로 자신들의 활동이 조직의 건전성 유지에 기여한다는 자부심을 고취하고 업무실적에 따라 처우나 승진 면에서 혜택을 부여하여 직무에 전념할 수 있도록 하여야 한다.

지금껏 감찰관이 일상적 근무행태를 감독하고, 지휘관의 뜻에 따라 특정인물을 지목 또는 표적 감찰하거나, 민원이 제기된 사건에 연루된 직원들을 무리하게 다룸으로써 감찰에 대한 신뢰를 무너뜨리고 거부감을 일으켰다면 이제는 취약분야 및 취약인물 위주의 테마감찰을 통하여 경찰부패를 최소화하는 데 중요한 역할을 담당함으로써 감찰의 신뢰를 회복하여야 한다. 더불어 부패경찰관들에게는 당당한 반부패 전담관으로서의 위상을 일깨워줘야 할 것이다.

장기적으로는 경찰서 청문감사관실은 로스앤젤레스 경찰국의 옴부즈 서비스센터가 담당하는 '직원간 갈등 등 분쟁해결', '경찰관 복지향상' 및 '여성 및 소외계층 지원' 업무를 수행하는 것도 검토해 볼만하다.

나. 경찰 내부 커뮤니케이션·홍보의 강화

경찰은 다른 공·사조직에 비하여 명령·지시 일변도의 상의하달 또는 상명하복식의 경직된 의사전달체계에 익숙해져 있는 반면에 하의상달 또는 수평적 커뮤니케이션이 원활이 작동되지 않고 있다.

이는 '비밀주의(secrecy)'라고 하는 중요한 부패요인이 경찰 내에 상존하는 원인이 된다. 주변의 문제를 쉬쉬하면서 덮어주는 것이 마치 미덕인 것으로 인식하고 아랫사람이 윗사람에게 말하기를 꺼리는 것이 경찰의 전통적 정서라고 말할 수 있을 정도로 일반적이고 이와 같은 커뮤니케이션의 단절은 부패의 한 자양분이다.

그러므로 경찰부패를 방지하기 위한 한 방편으로 경찰관들의 공식적 업무상 상하관계의 의사소통뿐만 아니라 경찰내·외의 동호인 모임, 봉사회, 운동회 등을 통한 다양한 커뮤니케이션의 활성화가 필요하다. 경찰내부의 문제들이 자연스럽게 조직 안팎으로 알려

지고 점검되어 경찰조직이 공개화·투명화 되고 동료나 상사의 비리도 지휘자나 감찰과, 또는 내·외부 네트워크를 통해 알려져 조치될 수 있도록 의사전달의 통로가 다양화되고 개방되어야 한다.

이와 관련하여, 조직내 커뮤니케이션 활성화 또는 자정운동 차원으로 경찰조직 내에서 자율적으로 운영되는 「청렴동아리」활동의 활성화는 조직 내 부패차단에 기여할 것으로 주목된다.[110]

기존의 타율적인 부패통제가 여러 가지 이유로 일정한 한계를 갖고 있는 현실에서 관서별로 조직된 청렴동아리의 공식적 또는 비공식적 커뮤니케이션을 활성화하여 조직내 신선한 바람을 일으키는 것도 바람직한 부패통제 방안이라고 본다.

청렴동아리를 활성화하기 위해서는 관서장이 동아리 회원들과 함께 야유회, 토론회, 운동회 등에 참여하여 활동을 독려하고 지속적인 관심과 의지를 보여줘야 한다.

또한 현재 시행되고 있는 내부공익신고(whistle blowing)제도는 선진 외국에서도 시행되고 있는 비공식적 의사전달 시스템이라고 할 수 있다. 제도의 실효성을 증대하기 위해서는 제도의 취지를 충분히 홍보하는 것이 필요하고, 철저한 비밀보장과 인센티브 부여도 이뤄져야 할 것이다.

부패통제의 한 방안으로서 홍보의 중요성을 간과해서는 안된다. 경찰의 부패방지의지와 활동상을 주민들에게 널리 알려 주민들이 신고·감시를 통해서 경찰 부패방지에 참여케 함으로써 경찰관들의 부패심리를 위축시킬 수 있을 것이다.

다. 시민 참여를 통한 부패척결

시민단체 혹은 비정부단체로 알려진 NGO가 오늘날 행정부패통제의 중요한 주체로 등장하고 있다. 위로부터의 통제는 단기적으로 부패경찰의 행동을 경직시킬 수 있지만, 보다 장기적으로는 시민사회의 발전을 통해서 부패억제를 지향하는 새로운 공공질서와 규범의 정착이 가능해진다.

---

110) 현재 경찰청에서는 전국 경찰관서 총 회원 3,447명 규모의 청렴 동아리를 구성하여 청렴 소식지 발간, 음주문화 개선 캠페인 실시 등 관서별 실정에 맞는 청렴문화 운동을 전개하고 있다. 특히 2007년 10월에는 전국 청렴동아리 워크숍을 개최하여, 동아리별 주요 활동 사례 발표 및 자정운동 활성화방안 등에 관해 심도 있는 토론회를 개최하였다.

NGO의 역할은 OECD에 의해서도 강조되고 있는데, OECD의 한 조사에 의하면 OECD 회원국가 내에서 성실성(integrity)이 가장 높은 분야(기관)로서 NGO가 최고의 평가를 받고 있다. 부패방지를 위한 개혁방안에서도 권한이양, 정치자금 개혁 금융개혁과 함께 NGO의 발전을 제시하고 있어서 NGO가 반부패에 상당한 기여를 할 수 있음을 시사하고 있다.

우리나라의 경우 정치적 의지나 법·제도적 구조가 미약하여 NGO와의 협력관계가 반드시 필요하며, 시민들의 적극적인 참여가 있는 시민운동과 이를 토대로 한 NGO의 조직적 활동을 통하여 부정부패와 부조리를 타파하는 국가적 분위기를 조성할 수 있다.

현재 참여연대·경실련·반부패국민연대 등에서 자체적으로 반부패 활동을 전개하거나 회원들이 개별적으로 정부부처의 부패관련 위원회 등에 참여하고 있다.

경찰도 이들 단체와 연대를 모색하거나 경찰의 인권위원회 등에 참여토록 하여 시민사회와 협력체계를 구축함으로써 보다 효율적인 부패 근절 활동을 전개해 나가야 한다.

시민단체의 활성화와 관련된 정책으로서 부패고발 시민에 대한 포상, 민간부패고발센터의 운영, 부패추방행사의 지원, 시민 감사청구제도 도입 등의 방안이 제시될 수 있다. 또한 현재 실시하고 있는 시민감사위원회, 해피콜제도[111]의 활성화가 요구된다.

현재 경찰에서는 감찰업무에 대한 정책자문기능을 수행하기 위하여 2005년 6월 '시민감사위원회'를 발족하였으나 자체감사의 신뢰성과 정기적인 행정사무감사권의 한계성이 들어나는 등 문제점이 많다. 이를 극복하기 위해서는 위원의 구성에 있어서 공정성, 운영의 상시화, 시정감사 및 견제 권한을 확대할 수 있는 방안들이 모색되어야 할 것이다.

또한, 현재 시행되고 있는 사이버경찰청의 웹상 "경찰비리제보, 불친절 제보, 익명신고"가 있으나, 이에 더하여 친절한 경찰에 대한 제보를 통해 시민 스스로 경찰에 대한 이미지를 쇄신하고 안으로는 경찰내부의 사기증진을 위한 새로운 시민의 참여방안이 모색되어야 할 것이다.

시민의 협력에 더하여, 영국의 PCA, 뉴욕의 CCRB, 홍콩의 IPCC같은 '외부 독립 민

111) 해피콜 제도는 전국 경찰관서에서 주요 민원업무를 취급한 민원인들을 대상으로 전화설문을 통해 민원 만족도와 담당 경찰관의 첨령성 여부를 조사하고, 불만요인들을 취합하여 제도개선에 반영하는 제도로서, 2007년 한해 총 499,203건의 설문을 통해 514건의 제도개선 과제를 발굴하고, 2,507건과 관련 표창을 수여하였으며, 633건에 대해서는 불합리한 행태 등을 시정토록 조치하였다.

간 경찰민원담당기구'의 신설여부도 경찰통제·감시와 관련해서 진지한 검토가 필요하다. 이러한 독립민간 기구에 의해, 경찰을 대상으로 한 민원이 제대로 처리되는지, 경찰의 자체조사 결과가 타당한지를 점검하고 감독이 가능 할 것이다. 이는 궁극적으로 주민만족도를 높이고 경찰에 대한 주민신뢰도를 향상시키는 한편, 악성민원으로 피해를 입는 억울한 경찰관이 발생치 않도록 보장이 가능할 것이다.

2. 경찰활동의 전문성·신속성 제고 방안

가. 경찰 교육 개선

(1) 경찰인사관리와 교육훈련 시스템과의 합리적 연계

우리 경찰 교육기관의 교육현황 및 교과과정을 외국의 교육시스템과 비교하여 볼 때 기본적인 차이점과 함께 문제점을 지적할 수 있으나 무엇보다도 우리 경찰조직 내부에서 교육시스템과 인사관리의 측면이 서로 조화되지 않고 있다는 것이 큰 문제점으로 지적될 수 있다.

아무리 좋은 교육훈련 시스템을 마련하고, 교육을 잘 받았다고 하더라도 경찰조직 내부에서의 여러 가지 사정으로 인해서 교육된 자원을 적절하게 활용하지 못한다면 교육의 목표는 달성하지 못하는 것이다.

새로운 상황이 발생할 때마다 그에 맞는 교육을 실시한다는 것은 매우 힘든 일이며, 교육을 실시하는데 있어서 그 시기 및 기간, 그리고 방법에 있어서 여러 가지 환경이 한정되어 있기 때문에, 모든 인원을 이상적으로 교육시키는 데에는 한계가 있을 수밖에 없다. 그러나 교육을 받은 사람이 해당임무를 수행할 수 없도록 인사관리를 하는 것은 매우 큰 문제라 할 수 있다.

예를 들어 수사교육을 받은 경찰관이 타 부서에 근무한다는 것은 수사부서 이외의 타 부서에서의 업무수행에도 역시 또 다른 문제점을 가지고 가는 것이라 할 수 있다. 따라서 경찰교육훈련에 있어서 교육훈련 그 자체도 매우 중요하지만, 교육훈련을 받은 자원들의 부서 배치 또한 매우 중요한 일이라 하겠다.

이러한 점에서 특정 분야의 교육을 받은 자원을 제대로 활용하기 위해 경찰에서 추진

중인 수사경과제도는 비록 여러 가지 문제점을 안고 있기는 하지만 바람직한 제도라고 볼 수 있을 것이다.

(2) 수요자 중심의 교육

최근 들어 국내외 각종 교육훈련 관련 학회의 동향을 살펴보면, 수요자중심의 학습 또는 학습자의 자기주도적인 노력이 강조되고 있다. 여기서 말하는 수요자중심 교육이란 "주문에 응하는 교육"을 의미하는 것이 아니라, 교육을 받는 당사자의 "필요에 응하는 교육"으로 이해되어야 한다.

또한 여기서 말하는 "필요"는 또한 당사자의 주관적 · 객관적 욕구 모두를 포함하는 개념이다. 그러나 객관적 필요라는 것은 교육전문가의 교육학적 판단에만 의존하여 분별될 수 있는 것이 아니다. 오히려 당사자와 교육자 사이에 이루어지는 인격적 교섭이 그 필요를 확인하는 가장 직접적이고 가장 의존할 만한 가치를 지닌 자료를 제공해 주는 방법일 수도 있다.

교육훈련 수요는 해당 직급의 직무수행을 위해 필요한 지식, 기술과 현재 가지고 있는 지식, 기술의 격차를 반영하는 것으로서 교육훈련을 위한 계획수립의 기초가 된다. 그러나 이런 중요성에도 불구하고 교육수요조사에 있어 해당기관의 사정에 따라서 또는 승진순서 등에 따라서 수요파악을 하거나 교육이 실시되는 시점에서 있어 교육대상자의 여건변화(근무공백 또는 인사이동 등)에 대한 탄력적 대응이 이루어지지 못하고 있다는 비판을 받고 있다.

앞으로 경찰 교육훈련이 지향해야 할 중요한 방향은 수요자 중심의 교육훈련이다. 즉 교육수요자가 원하는 교육을 원하는 시기에 가장 효과적인 방법으로 제공하여 교육훈련의 실효성을 제고함으로써 교육훈련이 개인의 능력발전은 물론 조직의 성과향상으로 연결될 수 있는 교육훈련체제의 확립이 절실한 것이다.

그러므로 우선적으로 수요조사 실시과정에서 교육수요 대상자의 교육요구가 정확하게 파악이 되어야 하며, 이로 인해 수립된 교육계획은 시행단계에서도 주기적으로 피드백(feedback) 되어야 할 것이다. 이를 위해서는 현재의 교육수요조사의 창구를 일원화시키는 방안이 강구되어야 할 것이다.

(3) 자기주도식 학습 개발

유비쿼터스 시대에 적합한 학습 방법을 구현할 수 있는 학습 콘텐츠 접근기회 제공 및 기회 확대 필요성이 증대하고 있는 상황에서 분야별 관심과 수준을 고려하여 단계별 · 집단별로 적합한 콘텐츠 공급이 필요하다. 또한, 장기적으로는 e-Learnig을 통한 자기계발과 학점취득, 자격취득과도 연결될 필요성도 계속해서 증대되고 있다.[112]

지식정보망이 구축되면 중요한 문제는 양질의 컨텐츠 확보, 또는 양질의 컨텐츠에의 자유로운 접근이 필요하고, 정부 내 여러 부처 또는 연구기관 등에서 이미 많은 컨텐츠를 보유하고 있다.

또한 민간기업체는 다종다양한 컨텐츠를 소비자 선호에 맞게 제작하고 있으며, 대학 및 직업학교, 정부기관 및 비영리단체, 기업체 등이 보유한 우수 컨텐츠를 '경찰 인적자원개발 e-Learnig 포탈'에 탑재하도록 할 경우, 학습관리시스템(LMS : Learing Management System)운영을 위해 적절한 표준화 기준을 제시해 줄 필요가 있을 것이다.

(4) 학점인정 프로그램 개발

경찰공무원의 임용 및 승진시험 과목에 대한 개인적 학습결과를 인정하는 프로그램의 개발도 고려해볼만 하다. 임용 및 승진시험의 경우 공개적인 경쟁을 통한 성취도를 인정하여 2차적인 평가를 거치지 않고 협의를 통한 학점을 인정하면 대학에 편입이나 재학 중 학점취득이 원활해질 것이다.

또한, 경찰 재직시 이수한 교육이나 훈련을 학점으로 인정하는 방안을 추진하여, 경찰교육훈련에서 일정 수준 이상의 교육이나 훈련을 받은 교과목 중 경찰교육위원회(가칭)와 학점은행센터의 협력에 의한 평가를 거쳐 학점은행제에 의한 학점 인정 프로그램을 개발하여야 할 것이다.

특히 지역별 경찰관련 학과가 개설되어 있는 대학과의 협의를 통한 학점을 인정을 통해, 학력이 고등학교 졸업이거나 전문대학 졸업, 대학 중퇴의 경우 대학에 입학하거나 학사편입을 유도하고,[113] 경찰교육기관에서 이수한 교과목에 대한 학점 인정을 해주면 경

112) 김재식, "기업 이러닝(e-learnig)시스템 만족에 영향을 미치는 요인에 대한 이해관계자 관점에서의 연구", 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 2005, p.5.

찰공무원들의 학습욕구에 부합할 수 있을 것이다.

또한, 대학 연계를 통하여 교육훈련을 실시함으로서 역할을 분담하는 것이 효율적일 것이다. 따라서 법학·행정학·경찰학·범죄학 등의 과목은 경찰의 인증을 받은 각 지역의 대학에서 담당하고, 중앙경찰학교나 경찰종합학교, 경찰대학은 일반대학에서 교육이 어려운 실무과목과 사격 등의 술과 과목을 중심으로 교육하는 편이 경찰관의 전문성을 향상시키는 측면에서 유리할 것이다.

이 경우 경찰관의 지역적 분포를 고려하여 학점제 이수나 각 경찰기관으로의 출장강의 혹은 방송통신 및 인터넷 강의 등도 고려해 볼 수 있을 것이다. 아울러 이들 경찰관들에 대한 학비지원이나 융자 등도 적극적으로 알선해 주는 방안도 강구해야 할 필요가 있다.

나. 경찰관의 의식행태 변화

우리나라 경찰관의 의식태도의 전환방식은 주로 충격적 방법에 의존하여 온 것이 사실이다. 즉 1960년대 이후 줄곧 정부개혁, 공직자 정화 및 쇄신의 방식이 권위적·위협적인 충격요법이었다.

경찰도 이의 예외가 아니었으며 처벌·퇴출·사정 등으로 강제적 방법에 의존함으로서 일시적 태도변화를 취하다가 다시 원점으로 회귀하는 전형적 관료규범 수용형태를 취한 결과 실질적인 경찰의 의식은 크게 변화하지 않았다고 평가 할 수 있다.

즉 이제까지 경찰은 징계 등의 강제적 방식에만 의존하여왔으며 유인적·보상적 요인이 약하였다.[114] 이는 경찰은 준군대적이라는 전통적 초기 경찰행정학적 입장을 지금까지 유지해온 이론적 미비와 이에 따른 경찰관리직의 의식전환이 미흡한데서 비롯된 통제방식이다.

명령·처벌의 강제적 통제방식은 의식행태의 가치변화를 거쳐서 이루어지지 않는 충격요법이므로 지속적·안정적 행동유지가 어렵고 통제관리비용이 많이 소모된다는 단점이 있다. 외부지향으로는 자발적 서비스 창출이 어려우므로 서비스 질 향상이 어렵게 되는

113) 김재웅, "평생학습국가 건설을 위한 평생교육제도 활성화 방안", 교육행정학연구, 제23권 제2호, 학국교육행정학회, 2005, p.451.

114) 류병익, "한국경찰의 이미지 제고 방안에 관한 연구", 동국대학교 대학원, 석사학위논문, 2004, pp.67-68.

것이다.

따라서 개개인 경찰관의 의식행태를 변화시키기 위해서 유인적·보상적 요인을 적극적으로 활용하여야 할 것이며, 국민을 억압과 통제의 대상이 아니라 치안서비스의 수혜자로서 대우하고 존중할 수 있는 경찰문화의 조성과 아울러 개개인 경찰관의 대국민 봉사정신 함양을 위한 꾸준한 노력이 필요하다.

다. 변화하는 경찰업무의 부응

전통적인 입장에서는 경찰작용이란, '사회공공의 안녕과 질서유지라는 목적을 달성하기 위해 국가의 일반통치권에 의거하여 국민에게 일방적으로 명령하고 강제하는 권력적 작용'으로 보았다. 그러나 19세기 후반에 이르자, 경찰자체를 사회공동체의 구성원 및 국민생활 속에서의 문제해결자(problem solver)로서 인식하게 되었고 국민의 생명과 재산을 보호하는 기능인 사회질서유지기능 이외에도 봉사·계몽·지도라는 비권력적 서비스작용까지도 경찰의 기본임무 속에 포함되었다.

이처럼 현대적 입장에서는 경찰의 목적인 국민의 생명과 재산의 보호를 위해서 반드시 권력 작용에만 한정한 것이 아니라 계몽·지도·봉사 등 비권력적 서비스 수단까지도 포함시키고 있는 것이다. 그러므로 현대적 입장에서의 경찰이란 집단 간의 마찰이나 갈등, 청소년선도, 교통지도, 지역사회관계개선 등 계몽지도와 봉사활동을 주로 하는 것을 지칭하게 된다.[115]

경찰의 임무는 '형식적 경찰'의 개념 속에 그대로 반영되어 나타난다. 형식적 경찰은 경찰조직이 현실적으로 담당하는 기능을 총칭하기 때문이다. 그런데 국가의 권력구조나 정치상황에 따라 경찰의 기능도 달라지므로 현대경찰의 임무를 한마디로 이야기하기는 매우 어렵다. 전문가마다 경찰의 임무를 다르게 정의하고 있음은 현대경찰의 임무가 매우 다양함을 말해 주는 것이다.

전통적 경찰개념에서 경찰이란 사회 공공의 안녕과 질서를 유지하기 위하여 일반 통치권에 의하여 국민에게 명령하거나 강제하는 권력적 작용을 의미한다. 따라서 경찰의 역

115) 김수원, "지역사회 경찰활동과 인권에 관한 연구", 박사학위논문, 전북대학교 대학원, 2004, p.132.

할도 범죄에 대한 사후적 진압활동이 중심이 되었다.

그러나 현대적 경찰개념은 경찰이 사회공동체의 구성원 및 국민생활에서 문제해결자, 서비스 제공자로서의 역할을 강조한다. 즉, 경찰은 사회공공의 질서를 유지하고 위해와 범죄로부터 국민의 생명과 재산을 보호하며 다양한 사회적 구원을 응원하는 활동을 하는 것으로 보고, 범죄예방을 위한 사전적 경찰활동이 중요시된다.[116]

21세기 경찰의 조직구조는 경찰역할과 지위변모와 밀접하게 연관되어 있다. 즉, 경찰이 체제나 구조의 경직성에서 벗어나 탄력적으로 변모됨으로써 이 속에서 조직생활을 주도하는 경찰의 창의력·참여·자율성 그리고 경쟁력을 갖추어 직무의 효과성을 높이는 방향으로 지향하게 될 것으로 예측할 수 있다.[117]

이처럼 경찰의 고유한 업무영역은 시대가 아무리 변하여도 변화하지 않는 영역이 있겠지만 과거의 권위주의적인 경찰의 권력적 작용에서 봉사위주의 경찰의 비권력적 작용으로의 변화는 시대적 요청에 따른 불가피한 변화라고 할 수 있다. 이러한 시대의 변화에 부응하기 위한 경찰의 역할에 맞는 조직으로의 변화는 반드시 수반되어야 할 것이며, 이는 경찰의 이미지에도 긍정적인 변화를 미치게 되는 것이다.

3. 경찰의 친절성·인권의식 강화방안

현재 경찰은 인권보호에 대한 시스템[118] 및 경찰의 활동에 대한 홍보가 부족하여, 국민들이 직접체감을 느끼지 못하고 있는 실정이며, 제4장의 조사 분석결과에서 살펴본 바와 같이 국민과 경찰 모두 경찰의 인권의식에 대한 이미지는 매우 낮은 편이여서 이에 대한 지속적인 홍보활동과 조직·경찰관 개개인의 의식변화, 법·제도적인 보완, 체계적인 인권강화교육이 요구된다.

실질적인 경찰의 인권의식 제고를 위해서는 고객만족 경찰활동에 대한 강조와 함께 경찰의 인권침해에 대한 구체적인 대응방안, 법·제도적인 보완이 이루어져야 할 것이다.

116) 김충남, 경찰학개론-4판, 박영사, 2008, pp.23-25.
117) 손봉선·신은식, 경찰조직관리론, 대왕사, 2007, p.54.
118) 1004 프로젝트(인권보호 종합추진계획), 현장중심 인권강화, 인권상담전화, 인권위원회의 구성, 유치장 환경 개선과 대용감방 환경개선, 보호유치실 설치, 광역유치장 확대실시, 인권강사 양상, 인권지킴이 선발, 피해자심리 전문요원 배치 및 운영, 행복날개 장학사업, SMS 자동통지시스템 구축 및 운영 등(자세한 내용은 경찰청, 경찰백서, 2008 참조).

가. 고객중심 경찰활동

현재 경찰에서는 고객수요 분석·환류체계로서 고객만족 모니터센터 등 추진 시스템을 구축하여 시행하고 있다. 2006년 4월에 실시된 '경찰행정서비스 개선점 및 정책요구사항' 여론조사에서는 '경찰관의 불친절, 민원서류 처리지연' 등의 행태가 집중적으로 지적되었다.

이러한 경찰행정에 국민 만족도 저조의 원인 가운데 국민의 기대수준과 치안서비스 품질간의 격차도 한 요인이다. 이는 민간기업의 서비스 수준을 경험한 국민들의 기대 수준은 지속적으로 상승하고 있는 데에 반해 경찰의 서비스 수준은 세무·철도 등 여타 공공서비스에 비해서도 낮게 평가되는 등 국민요구에 부응하지 못하고 있기 때문이다.

이에 더욱 효율적이고 생산성 높은 고객 지향 치안행정 추진을 위해서는 정책추진상 문제점 발굴 및 대민 접점부서에 대한 집중적인 CS 역량강화 방안이 필요하다.

미국에서 경찰서비스는 지방자치의 일부로 제공되는데, 이에 따라 경찰서비스도 이러한 흐름의 한 가운데 있다.

Osborne과 Gaebler는 Reinventing Government에서 정부혁신의 지향 정책 중의 하나가 고객지향적 정부라고 밝히고 있다.[119] 고객의 욕구를 충족시키기 위해서 고객의 수요를 측정하고, 이에 대응하여 서비스를 제공하고, 서비스의 품질에 대한 평가 또한 고객이 결정해야 한다고 한다.[120]

이와 같이 주요 공공서비스의 하나인 경찰서비스도 역시 서비스 경쟁과 고객만족경영의 흐름에서 벗어날 수는 없음이 명확하다. 물론 미국과는 다른 환경과 다른 체제로 구성되어 미국적 이론이 적용될 여지는 면밀하게 검토되어야 할 것이지만, 방향성은 이미 정해진 것이다.

---

119) 이황우·이병종, "경찰서비스의 시민평가에 관한 연구", 한국공안행정학회보, 제25권, 한국공안행정학회, 2006, p.13.

120) 구체적으로 고객의 목소리에 귀를 기울이는 방법으로 고객설문조사, 고객사후 설문조사, 지역사회설문조사, 시험 마켓팅을 제시하고 있으며, 또한 고객을 참여시키는 방법으로 고객위원회, 고객제안, 제안함, 제안서 등의 기존의 방법에 전자우편, 수신자부담전화, 옴부즈만, 조사관 등의 새로운 방식의 의사전달 통로를 정리하고 있다. 또한, 공무원에 대한 교육훈련으로 고객서비스 훈련, 의무고객접촉을 제언하고 있다. 그들의 책에는 경찰업무에서 고객지향성이 적용되는 사례를 제시하고 있으며, 이를 통해 서비스의 품질과 서비스에 대한 고객의 만족도가 향상되었음을 이야기해주고 있다.

즉 경찰행정에서 고객만족경영이론에서의 경영혁신기법을 검토하고 우리나라의 경찰현실에 맞는 고객만족을 위한 구체적인 대안을 검토하는 작업은 아주 중요하다.[121] 이를 통해서 경찰조직 내부적으로는 조직구조면과 업무과정의 재편성이 고려될 수 있으며, 고객지향의 바람직한 조직문화를 조성하는 기초를 다지고, 대외적으로는 고객의 만족을 향상시키고, 지속적인 서비스품질의 유지를 통해서 국민의 경찰에 대한 신뢰를 조성하고 강화시키는 효과를 얻을 수 있는 것이다.

나. 경찰옴부즈만 제도의 활성화

경찰은 경찰조직의 특수성에 비추어 인권보호와 고충민원처리의 활성화, 경찰민원업무의 활성화를 제고하기위하여 옴부즈만제도를 도입하였다.[122] 그럼에도 불구하고 인권보호, 민원 해결 능력 및 권고의 실효성 확보, 고충처리의 활성화에 있어서 몇 가지 한계점을 보이고 있다.

이에 경찰옴부즈만 민원조사팀을 수사민원팀과 교통사고조사 처리 팀으로의 환원이 필요하다. 또한, 수사·교통사고조사 등에 대한 전문지식에 대한 교육을 강화하여 조사관에 대한 전문성을 강화해야 할 것이다.

현재 경찰옴부즈만제도가 국민으로부터 신뢰를 받기 위해서는 법원·검찰청·경찰청 등 유관기관과의 긴밀한 업무협조가 필수적이다. 이를 위하여 정기적인 유관기관 협의회를 운영하고 유관기관 민원담당자 등 공통 업무 취급자 등을 대상으로 합동워크숍 등을 개최하는 등의 교류확대의 추진이 요망된다.

나아가 유관기관과의 협력 확대와 더불어 시민단체 등과의 정기적인 교류를 통하여 시민 각계각층의 소리를 청취하는 것도 민원을 법률적인 관점이 아닌 다양한 관점에서 바라볼 수 있다는 점에서 바람직하다. 이렇게 함으로써 복잡하고 다양한 경찰관련 민원에 대한 실효성 있는 고충해결능력 증진에 기여할 수 있을 것이며, 궁극적으로는 경찰의 인권의식을 강화할 수 있을 것이다.

---

121) 배철효, "경찰서비스 기능의 향상방안에 관한 연구", 한국치안행정논집, 제1권 제1호, 한국자치경찰경비학회, 2004, p.175.

122) 문성호, "새로운 부패방지 시스템과 국가발전 모델 정립 : 경찰옴부즈만 제도도입 논의를 중심으로", 부패학회지, 2000 학술세미나 발표 논문집, 한국부패학회, 2000, p.72.

또한, 경찰옴부즈만은 최근에 도입되어 역사가 짧고 독립기관이 아닌 위원회 내에 속해 있으므로 대국민 인지도는 낮다고 볼 수 있다. 따라서 계속적으로 홍보효과가 큰 매체를 이용하여 정책광고를 지속적으로 실시하여 대국민 인지도를 높이는 것이 급선무일 것이다.

경찰옴부즈만제도를 통하여 실질적인 인권보호를 강구하기 위해서는 무엇보다 정기적인 평가 및 환류시스템의 구축이 요구된다. 환류시스템을 통해 민원의 처리방식과 내용 등에 대한 대국민 신뢰 구축이 이루어져야 하며, 잘못된 민원처리 사례가 반복되지 않도록 관계기관과 공동으로 사례집을 발간하는 방법도 강구해볼만 하다.

다. 인권보호 시스템의 실효성 강화

경찰은 그동안 수사과정의 투명성과 공정성을 제고하기 위해 노력하여 왔으나 시민들이 여전히 인권침해우려를 나타내고 있어 이를 불식시킬 획기적인 대책이 요구될 뿐만 아니라, 경찰 자체의 내부적 수단보다는 국민 참여를 중시하는 시대적 추세에 따라 시민들이 직접 참여하는 외부통제방안을 모색함으로서 객관성과 실효성을 보장하기 위해 2003년 2월 "인권보호 시민참관단"을 구성하여 시행하였다.

인권보호 시민참관단은 수용자의 인권침해방지를 위한 유치장 방문조사 및 의견청취, 수사의 신뢰성 제고를 위한 수사의 조사결과에 대한 심의, 집회시위 대비과정의 가혹행위여부에 대한 참관, 장애인·노약자 등 사회적 약자에 대한 수사에의 참여, 경찰관서와 협약하여 인권학교의 운영 등의 권한과 역할을 한다.[123]

그러나 시민참관단의 권한과 관련한 법적근거의 미비, 전문성의 결여, 심의의 문제점 등이 나타나고 있다. 따라서 시민참관단의 활동이 인권보호에 실질적으로 기여하기 위해서는 비록 지방청장이나 경찰서장이 시민참관단을 위촉한다 하더라도 그 권한이나 활동은 독립된 지위에서 이루어져야 한다. 또한, 경찰도 시민참관단이 조사하고 심의한 결과를 단순히 업무수행의 참고사항 정도로 받아들여서는 안 될 것이다.

시민참관단제도를 활성화 할 경우, 경찰수사상 실질적 인권보호의 규제 및 통제방안으

123) 천호진, "인권보호 시민참관단제도의 효율성 제고 방안", 법학논고, 제18권, 경북대학교 법학연구소, 2002, p.27.

로서 작용할 것이므로 이에 대한 적절한 활용을 위해 여러 가지 수반되는 문제점을 보완 및 업그레이드 하여 경찰의 인권보호 정착을 위한 제도로서 추진되어야 할 것이다.

또한, 민원인에 대한 적극적인 법률상담을 실시하여, 수준 높은 치안서비스를 제공함으로써 따뜻하고 친절한 경찰상 확립을 목적으로 2003년 5월부터 시작된 법률지원상담관제는 그 취지는 좋지만 실제 운영과정에서 여러 가지 문제점들이 나타나고 있다.

우선 상담 실적이 저조한 것으로 나타나고 있는데, 상담 실적이 저조한 이유는 인터넷 및 법률구조공단 등과 기능 중첩으로 이용율 저조, 법률지원상담관 예산 미확보로 운영 활성화에 한계, 홍보강화를 통한 상담 활성화 미흡 등인 것으로 나타났다.

다음으로 실적에 따른 상담료 차등 지급이 이루어지지 않음에 있다.[124] 또한 상담료는 건당 45만 원 정도로 대부분 전화 상담을 통해서 이루어지는 점을 감안할 때 지나치게 과다하게 지급된 금액이다. 사정이 이렇다 보니 2006년부터는 예산편성이 되지 않았다.

이러한 예산적인 문제를 해결하기 위해서는, 법률지원상담관제의 좋은 취지를 고려하여 무보수라도 봉사직으로 적극 활동할 수 있는 변호사를 위촉하는 방안이나 무료법률서비스를 제공할 수 있는 새로운 네트워크 구축 등을 통해 변호사에게는 공익활동 참가 기회도 확대하고, 민원인에게는 적극적인 법률상담을 실시하여 수준 높은 치안서비스를 제공할 수 있는 방법을 강구할 필요가 있다.

또한, 경찰에서 특별 채용하는 고시(주로 사법시험출신)출신 경찰관들로 구성된 '법률지원팀'이나 '수사법률 상담실' 등을 적어도 각 지방경찰청 단위에서 도입해 운영해 볼 만하다. 이는 경찰수사 마무리 시점에서 검찰송치 전에 법률 적용이나 인권침해 여부 등에 대해서 스스로 걸러 보며, 수사결과에 대해 불만이 있는 사건 관계자들로 하여금 이의를 제기하면 그 처리과정을 검토해서 경찰수사에 대한 법률정확성을 제고해 볼 수 있을 것이다. 즉, 우선 각 지방경찰청 단위에서 법률전문가의 여과과정을 거친다면 수사결과에 대한 법률의 오류나 인권침해 소지는 상당히 불식될 수 있을 것이기 때문이다.

---

124) '05년 예산서에는 14개 경찰서에 대한 자문료가 50만원씩 12개월 편성되어 있으나 이 예산을 부산청에서는 4명에게 몰아서 1,800만원씩 지급하였다. 하지만 상담실적은 39건, 36건, 38건, 47건 등으로 약간씩 차이가 있지만 지급금액은 1,800만원으로 똑같다.

제2절 경찰이미지 형성경로측면

제4장의 분석결과에서 도출된 경찰이미지 형성경로별 특징을 살펴보면, 주로 '경찰의 언행이나 태도', '경찰의 접촉', '경찰의 언론보도를 통해', '경찰의 홍보를 통해', '경찰의 상징물' 에 의해 경찰의 이미지가 형성되었음을 알 수 있었다. 따라서 이러한 경찰이미지 형성경로별 특성에 따른 문제점과 개선방안으로서 대 언론관계와 대 국민관계의 측면에서 살펴보고자 한다.

1. 대 언론 관계의 개선

가. 체계적·구체적 홍보전략의 수립

영국이나 미국 등 선진 경찰에서는 경찰을 필요로 하는 대중매체의 속성을 파악하여 적극적으로 대중매체를 이용하는 홍보 전략을 수립·시행하고 있다. 이러한 선진 경찰의 홍보 전략방안 중 적극적으로 검토해 볼 사항이 대중매체를 잘 아는 전직 언론인이나 문화산업의 종사자를 채용하여 홍보업무를 수행하게 하는 것을 생각해 볼 수 있다.

어떠한 제도의 개혁의 효율성을 높이기 위해서는 발상의 전환을 통한 의식의 개혁이 선결과제인 점을 감안한 경찰의 홍보활동의 전략이 요구된다.[125] 이러한 면에서 경찰관의 언론투고회수가 증가하고 있는 것은 매우 고무적인 일이라 하겠다.

영국의 경우, 북아일랜드 사태로 인해 실제적인 테러위험과 같은 안보요소에 대해 공개정책(OPEN POLICY)을 천명하며 필요 최소한의 것을 제외하고는 모두 공개 하고 있다.[126] 이는 적극적인 공개를 통해 경찰에 대한 신뢰를 향상시키고 경찰조직과 지역사회를 유기적으로 연결하는 적극적 홍보 전략인 것이다.

이러한 적극적인 홍보를 통하여 비공식적인 통로를 통한 정보의 유출과 그에 따른 부작용을 미연에 방지할 수 있는 효과도 거둘 수 있었다. 또한 국가기밀이나, 수사상 보안의 유지가 필요한 정보의 경우에 공개하지 못하는 이유에 대한 자세한 설명으로 오해의

125) 박성호, 전게논문, 2004, p.72.
126) 김영환, "경찰홍보의 효율화를 위한 경찰조직과 공중과의 관계성 형성요인에 관한 연구", 법학연구, 제22권, 한국법학회, 2006, p.468.

여지를 없애도록 하여 기자들의 의심과 추측을 야기하는 일이 없도록 하는 것이 더욱 바람직한 홍보활동이다. 따라서 정보의 공개를 원칙으로 하고 예외적으로 비공개를 인정하도록 하여야 하는 것이다.

또한 선진국 경찰에서는 순찰차, 상황실, 형사계 등 전 기능에서 처리하고 있는 업무가 실시간으로 언론홍보실 컴퓨터 모니터에 뜨는 전산체계를 갖추고 있다. 이를 통해 보도자제 사항이나 주의를 요하는 사항은 표기가 되도록 하여 대 언론관계를 홍보실에서 최단시간에 언론사에 문의에 답하고 기사거리를 제공할 수 있도록 하고 있다.

언론의 수가 양적으로 증가하고 종류 또한 다양해짐에 따라 언론에 대한 인식이 바뀌어가고 가고 있다. 과거 언론이 경찰에 대한 비판기능을 가지기 때문에 항상 언론을 경계하고 두려워하는 점에서 언론은 공공의 장이라는 개념으로 바뀌었으므로 공론의 장은 공격과 방어의 장소가 아니라 공론의 장으로 이해되어야 한다.

따라서 경찰도 여론을 형성하는 하나의 목소리를 내는 주체로서 경찰의 생각을 통해 시험하고 경쟁하는 자세가 필요하며, 언론을 적대시하거나 회피하기 보다는 경찰이 하나의 공정한 여론경쟁자로서 다른 조직의 요소 및 세력과 만나는 경합의 장으로 인식해야 할 것이다.

나. 반론권의 실효적인 행사

잘못된 언론보도로 인한 피해는 피해범위가 광범위하여, 즉시적인 효과를 주므로 피해자에게 치명적인 피해를 입힌다는 특징이 있다. 이러한 언론피해의 심각성에 따라 피해자 개인의 권리보호 필요성이 크게 인식되었고 언론피해분쟁의 형태가 날로 복잡하고 다양해지고 있다.[127]

특히 최근 들어 언론중재신청과 소송제기 등 피해분쟁이 급증함에 따라, 언론기관으로서는 보도방향과 취재기법상 새로운 방식을 검토하여야 할 때가 왔다고 보인다.

언론은 속성상 일반적인 내용에는 뉴스가치를 부여하지 않고, 사건의 특성이나 취재원의 지명도를 중요하게 생각한다. 대통령의 말 한마디 한마디는 거의 뉴스거리가 된다. 이

127) 유재웅, "반론보도청구사건에 있어 국가기관의 당사자 적격에 관한 고찰", 한국언론정보학보, 제21호, 한국언론정보학회, 2003, p.149.

는 그만큼 지명도가 있기 때문이다. 그렇다면 청와대 대변인의 발표가 언론의 관심을 끈 것은 대변인의 저명성도 무시할 수 없는 요인이겠지만, 과거 정권이 일반적으로 언론을 대했던 것과는 색다른 언론관을 제시했다는 점 때문이다. 이러한 이해상충의 문제들을 해결하기 위한 여러 제도적 장치들의 필요성이 제기된다.

또한, 언론사는 잘못된 기사에 대한 적극적인 정정 보도요구는 언론사의 입장에서 무시하지 못할 새로운 견제세력으로 등장했다. 이러한 측면에서, 영·미 경찰의 경우, 반론권 행사로서, 언론이 정정요구를 받아들이지 않을 경우 변호사를 고용하여 법정소송을 제기함으로써 언론은 경찰관련 보도에 매우 신중하며, 경찰에 대한 사전검토의 사실 확인을 요청하여 분쟁예방에 주력하게 되었다.[128)]

우리나라도 현재 언론으로 인해 피해를 입었을 경우 언론중재위원회에 반론보도청구권, 정정보도청구권, 추후보도청구권 등을 요청할 수 있는 제도적 장치를 마련하고 있으나, 경찰이미지 개선과 관련하여 잘못된 보도에 대하여는 위와 같은 권리행사를 통하여 구제를 받을 수 있도록 적극적인 방안이 모색되어야 할 것이다.

다. 명예훼손에 대한 강력한 대응

언론중재위원회의 중재가 되지 아니할 경우 법원의 판단으로 넘어가게 되는데 이러한 손해배상의 청구 역시 경찰에 있어서 한 번 쯤은 생각해 보아야 할 문제이다.

이러한 문제는 소송사건이 기하급수적으로 증가함에 따라 언론보도로 인한 명예훼손소송에 대한 연구 역시 활발하게 논의되고 있으며, 실제로 언론보도로 인한 신용추락이나 재산적 손해에 대한 개인이나 기업의 소송이 점차 증가하고 있는 추세에 있다.[129)]

따라서 경찰도 이러한 방법을 통한 홍보효과를 얻을 수 있는 방안을 모색해 보는 것도 바람직하다. 즉, 허위, 편파, 왜곡, 사생활침해, 초상권, 성명권 등의 침해에 대해 민사소송법에 의거 손해배상청구소송 등을 활용하여 언론보도관행을 개선하고, 개인의 명예회복에 큰 힘을 발휘할 수 있는 것이다.

---

128) 이승선, "반론권 행사에 있어서 전략적 회피와 역이용의 문제점: 방송사에 대한 반론보도청구소송을 중심으로", 한국방송학보, 제15권 제3호, 한국방송학회, 2001, p.224.

129) 김용주, "언론중재위원회의 분쟁조정기능에 대한 법적 고찰", 박사학위논문, 서울시립대학교 대학원, 2007, pp. 19-20.

그러나 명예훼손이나 초상권 침해 등 프라이버시 침해에 대하여 피해공무원은 공인이기 때문에 언론의 순기능인 국민의 알권리충족과 정부에 대한 감시비판기능 보호를 위하여 형·민사상 책임범위가 일반인 피해보다 좁아질 수 있음은 감안하여야 할 것이다.

또한 국민의 알권리와 언론의 자유보도기능이라는 대립되는 요소에서 명예훼손에 대한 판단 문제가 쉽지만은 않으며, 이에 신중하게 고려하여 도입되어야 할 것이다.

2. 대 국민 관계의 개선

가. 대민 접촉 커뮤니케이션 기술 개발

진정한 의미의 홍보는 쌍방향 커뮤니케이션의 활성화를 통한 경찰의 이미지 개선이라 할 수 있다. 이는 물론 경찰 내부의 문제점에 대한 개선 없이 이루어지는 것이 아니며 경찰이 국민여론을 반영하고, 또 그 결과를 국민들에게 다시 전달하는 쌍방적 커뮤니케이션이 이뤄질 때 경찰에 대한 국민의 이미지가 진정으로 제고될 수 있는 것이다.[130]

홍보는 나쁜 것을 좋게 보이게 하는 마술이 아니며 진실을 있는 그대로 널리 알리는 작업인 것과 같이 이미지 구축과 개선을 위해서는 쌍방향적 커뮤니케이션이 절실히 요청된다고 하겠다. 이를 위해서는 징후가 아닌 문제해결이, 대증요법이 아닌 근본치료가 중요하다. 즉, 문제해결을 위해서는 문제의 징후를 미봉하는 것이 아니라, 그 원인을 이해하고 근본적인 수준에서 문제를 해결하는 것이다.[131]

따라서 현장요원들의 합리적 정보 수집능력과 현장정보에 기초하는 합리적 문제이해력을 길러야 한다. 경찰요원들이 일상적인 활동에는 사후적인 범죄수사와 사전예방적인 방범활동이 있는데, 사후적 수사에 있어 비상사태나 위기시 대응 및 처리능력과 함께 어떠한 상황에서도 능동적으로 대처할 수 있는 의지를 가져야 하지만 과도한 대응이 되지 않도록 체계적인 교육이 이루어져야 한다.

또한 방법적인 활동에 있어서 지역사회에 대한 긴밀한 협조아래 현장의 요구에 의해

130) 조인호, "쌍방향 커뮤니케이션을 통한 국방 홍보 강화 방안 연구: 정부 홍보사례와 국방부 홈페이지 이용실태를 중심으로", 석사학위논문, 동국대학교 대학원, 2006, p.6.

131) 김인철·한동섭, "통합적 마케팅 커뮤니케이션(IMC)의 실행에 관한 연구 - 광고 및 홍보 대행사를 중심으로", 언론과학연구, 제2권 제3호, 한국언론과학연합회, 2002, p.113.

조정된 주민과 밀착된 현장파악능력과 추세인식능력을 길러야 한다. 지역밀착치안의 기본적 입장은 주민들을 범죄와 무질서 예방, 사회 안정의 수동적인 수혜자가 아니라 능동적 파트너로 인정하는 데서 출발한다.

결국, 경찰활동의 효율성은 주민들의 협조나 호응에 따라 달라지므로 주민들의 호의를 획득하는 데 주력하여야 한다. 이를 위해서는 경찰홍보가 범죄예방적인 경찰활동의 중심이 됨으로써 경찰이미지 개선에 중요한 역할을 수행하는 중추적인 기능으로 이해되어야 한다.

이를 위해서 주민들과의 접촉에 있어서 모든 경찰요원들은 자신이 홍보요원이라는 인식과 홍보요원으로서의 전문교육이나 정기적인 연수를 통해 대민접촉시의 커뮤니케이션 기술을 마련하여야 할 것이다.

나. 인터넷 홈페이지를 활용한 커뮤니케이션 수립

인터넷은 1:1커뮤니케이션이 가능하다는 측면에서 21세기 기업홍보의 새로운 매체로 주목을 받고 있다. 특히, 최근에는 인터넷 웹브라우저 상에서 활용되는 각종 언어의 개발에 힘입어 정보서비스뿐만 아니라, 멀티미디어 광고, 홍보서비스 등도 확산되고 있다.[132]

인터넷을 통한 기업들의 홍보는 한마디로 기존 매체들을 수용하면서도 좀 더 효율적으로 시간과 공간에 제약을 받지 않고 원하는 고객을 찾아갈 수 있다는 점이다. 또한 지금까지 홍보는 그 효과를 측정하는 면에서 많은 충돌이 발생하였고 이에 따라, 과학적인 홍보 진행에 많은 어려움이 있었다.[133]

하지만, 인터넷을 통한 홍보를 했을 때 그 효과는 즉각적이며, 수치화하여 측정이 가능해 체계적인 관리가 이루어질 수 있다. 지금까지 인쇄매체에만 의존하던 것이, 인터넷을 통해 문제의 제기 및 확산이라는 위기제공과 발생된 위기를 관리하는 유용한 도구로서 문제와 해결책을 동시에 제공하는 방법으로 인터넷이 이용되고 있다.[134]

---

132) 최 영, "커뮤니케이션 매체로서의 인터넷 이용동기와 사용에 관한 연구: 인터넷신문과 인터넷방송을 중심으로", 사이버커뮤니케이션 학보, 제8호, 사이버커뮤니케이션 학회, 2002, p.117.

133) 박성호, "인터넷 자유 게시판의 PR 효과 연구: 경찰청 인터넷 게시판의 대 공중 커뮤니케이션 모델을 중심으로", 홍보학연구, 제18권 제1호, 한국홍보학회, 2004, p.72.

134) 김형준, "인터넷 광고 유형에 따른 커뮤니케이션 효과에 관한 연구: 전면광고의 커뮤니케이션 효과를 중심으로", 대한경영학회지, 제34호, 대한경영학회, 2002, p.271.

정부 측면에서도 지방 자치제 실시 이후, 자치단체의 활동을 지역 주민들에게 알리고 주민들의 의견을 수렴하는 열린 행정은 이전보다 더욱 중요하게 되었다. 이에 따라 서울시 의회는 의정활동을 시민들에게 알리기 위한 공보활동의 일환으로 인터넷 홈페이지를 개설했고, 국가정보원도 대국민 정보서비스 확대방안으로 인터넷에 홈페이지를 개설하고 정보를 제공하고 있다. 우리 경찰도 마찬가지로 경찰청과 각 지방경찰청, 경찰서에서도 홈페이지 운영을 통한 경찰활동 홍보 및 각종 민원상담을 시행하고 있다.

이와 같이 인터넷은 미래의 홍보분야에 있어서 다가오는 변화 중 하나가 세분화된 공중들과의 다양한 커뮤니케이션활동이라고 할 수 있다. 이러한 상황에서 인터넷은 홍보분야에 있어서 광범위한 공중들에게 세분화 된 접근을 가능하게 해 주는 중요한 도구이며 동시에 수많은 매체와의 관계에 있어 홍보의 대상이 되는 기본적인 자료로서 작용될 수 있다.[135]

또한, 체계적으로 정리된 내용들은 기자들이 쉽게 자료를 찾을 수 있도록 도움을 주며, 좀 더 발전적이고 창의적인 업무를 수행할 수 있는 여건을 마련해 준다.

여론을 파악하는 것은 이것이 개인의 의견을 떠나 상호간의 커뮤니케이션을 통해 형성되는 공적인 의견으로 홍보에 있어서 여론조사는 홍보계획의 수립에 기본적인 자료를 제공해 준다. 기존 설문 및 인터뷰 등을 통해 직접 공중을 찾아가서 여론을 파악하던 것에 비해 인터넷에서는 적은 노력과 시간과 비용을 들이고도 가능하며, 이와 관련된 다양한 도구들을 제공해 주고 있다.

이렇듯, 인터넷의 등장으로 중요한 변화는 광고와 홍보의 벽이 사라지고 있다는 점이다. 즉, 전혀 돈을 들이지 않고도 광고와 똑같은 효과를 얻어낼 수 있다는 것이 인터넷을 통한 홍보의 장점이라고 할 수 있다.

또 다른 장점은 언론사의 사정에 의해 홍보메시지의 분량이 좌우되지 않으며, 제작의 편리성은 물론 홍보대상의 차별화와 세분화가 가능하고, 24시간 고객들에게 노출되어 홍보의 지속성을 유지할 수 있다는 것이다.

또한 고객들의 반응을 즉각 파악할 수 있으며 조회건수나 이용시간 등을 확인하여 공중의 반응에 대응할 수 있다. 이렇듯 경찰홍보에 있어서도 예외는 아니며, 인터넷은 공중

135) 신현신, "매스 커뮤니케이션으로서의 인터넷에 대한 연구", 창업정보학회지, 제10권 제3호, 한국창업정보학회, 2007, p.131.

들과의 다양한 커뮤니케이션을 통하여 경찰을 알리는데 있어 매우 중요한 도구로 인식되기에 이르렀다.

이에 경찰에서도 인터넷을 통한 홍보활동으로서 '판도라TV'에 경찰청 채널을 개설하여 경찰리포트·UCC 콘테스트 등 영상물의 활용빈도를 높이고 있다. 그러나 적극적인 경찰홍보의 방법으로서 활용은 아직 미약한 상태이다.

따라서 이를 적극 활용 및 보완하기 위해서는 실시간 경찰정책에 대한 홍보를 위해 경찰의 채널을 확대하여 국민들의 적극 참여도를 높이는 것이 가장 올바른 방법이 될 것이다.

또한, 경찰의 새로운 정책에 대한 국민의 소리를 담을 수 있는 '게시판'을 적극 이용함으로써, 국민들의 의견을 적극 수렴 및 개선시책으로 반영하는 등을 통해 경찰의 국민수렴에 대한 태도를 보여줄 수 있도록 온-오프라인이 연계될 수 있는 방안이 마련되어야 한다.

경찰활동에 대한 국민의 이해도를 높이기 위해서, 각 경찰업무(교통, 수사, 형사, 민원)분야에 걸친 세부적인 홍보방안 또한 이루어져야 할 것이다. 이를 위해서는 '현장경찰 업무현황', 간단한 '법 절차' 등의 소개를 통해 경찰과 국민의 접촉에 있어서 쌍방향적 커뮤니케이션이 가능한 방법들을 도입하는 방안도 수립되어야 할 것이다.

다. 경찰홍보 전략의 변화

(1) 봉사기능 강조

대중매체에 대한 봉사기능 강조에 의해, 대 경찰 우호분위기를 조성하는 것이다. 이를 위해서는 범죄·사건·사고의 발생, 진행, 결과(검거)등의 관련사항 중 보안유지 필요사항 이외엔 전부 공개하는 것이다.

또한, 경찰청, 지방청에 기자회견장을 설치하여, 중요 사건사고 발생시 피해자 또는 피해자 가족을 배석시켜, 시민에 호소하여 국민과 함께하는 경찰상을 부각시키는 것이다.

그리고 미디어 대응 지침, 기자회견 요령 등을 작성하여, 각급 경찰관서에 하달하고 교육기관에 배포하여 숙지토록 한 후 자신 있는 언론대응을 유도하여야 한다.

이와 함께 언론사 편집자, 방송국 보도국장 등 편집권을 가진 책임 있는 언론인 초청 강연회를 개최(언론과 경찰관계의 재정립, 언론에서 바라본 경찰과 인권 등)하는 것도

좋은 방안이 될 것이다.

(2) 경찰관의 홍보요원화 및 전문성 강화

미디어 교육의 강화로 전 경찰관의 홍보요원화를 추진하는 것이다. 범죄자엔 준엄한 경찰상, 주민에겐 친절하며 피해자와 고통을 함께하는 경찰이라는 이미지의 확립을 목표로, 각급 경찰 교육기관에 기초 미디어강좌 및 미디어 인터뷰 대응법 훈련과정을 신설하고 실무위주로 반복 훈련시키는 것이다.

즉, 모든 경찰관이 당당하고 떳떳하게 대중매체의 취재나 다중통제 상황 등에 대처하도록 교육하고 경정이상 간부 기본교육 과정에 기자회견 요령 및 인터뷰 요령 강좌를 개설, 모든 간부가 필요시 기자회견을 할 수 있는 능력을 갖추도록 교육하는 것이 필요하다.

영·미, 아일랜드 등의 선진 경찰에서는 신임순경교육부터 고급간부교육과정까지 전 경찰교육과정에 이론과 실습을 겸한 대 언론 대응훈련을 실시하여 경찰관들이 자신 있는 태도로 언론을 대할 수 있는 역량을 갖추게 한 후 모든 경찰관들에게 특정사안(정책관련, 내부비리, 요인경호 등)을 제외한 모든 경우에 자유로이 언론은 접촉할 수 있도록 허용하여, 전경찰관의 홍보요원화를 추진하고 있는 실정이다.[136]

이로써 경찰홍보라는 커다란 목적을 달성하기 위해 특정한 부서에 있거나 특정한 업무를 담당하는 경찰관만이 아닌 모든 경찰관이 홍보의 중요성을 인식하고 모두 그 요원으로서의 역할을 자각하여 이에 충실을 기할 수 있도록 하는 것이다.

(3) 홍보조직의 개편

조직의 생존을 보장하는 쌍방적 커뮤니케이션 활동으로 경찰홍보가 전환되기 위해서는 현재의 대언론관계를 중심 활동을 진정한 홍보활동으로 확대해야 한다.[137] 그러기 위해서는 현재 분산되어 있는 홍보 관련 활동들을 홍보부서의 확대개편을 통해

136) 윤광춘, "경찰의 인터넷 홈페이지 홍보실태에 관한 연구 : 서울경찰청 소속 경찰서를 중심으로", 석사학위논문, 동국대학교 대학원, 2003, p. 9.
137) 박진희, 전게논문, 2007, p. 23.

통합하여야 할 것이다. 물론 개편은 조직내에서 인력과 예산 차원의 재분배를 요구하는 매우 어려운 작업이다.

그러나 앞으로 경찰이 어떤 목표를 가지고 자신의 사회적 위상과 역할을 설정해 나갈 것인가 하는 문제와 관련해서는 반드시 요구되는 일이기도 하다. 이제까지 별 문제 없었다는 식의 퇴행적 사고방식으로는 변화하는 사회에 적응할 수 없다.

따라서, 조직의 개편에서 환경과의 쌍방적 커뮤니케이션을 통해 종합적이고 총체적으로 경찰의 이미지를 관리하는 전체 경찰활동의 참모부서로서의 역할에 맞게 책임자의 직급이 상향조정되어야 한다.

경찰활동 홍보 중에는 조직의 필요상 알리는 측면 못지않게 국민들이 알아야만 하는 사항을 전달하는 의무에 해당하는 영역이 존재한다. 특히 다채널 시대로 불리는 현대사회에서 급증하는 매체의 수는 경찰조직 내부에서 이 문제를 전담하는 부서를 필요하게 만드는 외적요인이라 하겠다.

이러한 맥락에서 아나운서나 스크립터 등 전문요원을 충원하여 늘어나고 있는 정보 수요에 적절히 대응할 필요성이 크다 할 것이다. 신설되어야할 부서로는 내부공중과의 커뮤니케이션을 담보하는 대내홍보과나 타 부서와의 관계, 조사활동이나 여론수렴 등을 포함하여 홍보활동 전체를 관장하는 홍보계획과를 들 수 있다.

대내홍보과는 경찰조직의 민주화를 위한 내부적 의견수렴과 커뮤니케이션의 통로로서 상의하달과 하의상달의 쌍방적 커뮤니케이션이 조직 내부에서 활성화되는 것을 돕는 부서로서 역할을 하게 될 것이며. 홍보요원은 경찰관 한 사람, 한 사람이 조직에 만족하고 자신의 일에 자부심과 긍지를 가질 때 엄청난 규모로 확대될 수 있다.

제6장 종합대책 및 결론

제5장에서 정리한 이미지 제고 방안을 종합하여 경찰이미지 제고를 위하여 경찰에서 실질적으로 추진할 수 있는 종합대책을 시행 시기별로 구분하여 〈표 6-1〉과 같이 정리하였다.

〈표 6-1〉 경찰이미지 제고 종합계획

분 야		추 진 계 획	단기 1~2년	중장기 3~5년	비고
이미지 속성측면	공정성 및 청렴성	- 내부감찰기능의 강화			
		· 부패방지를 위한 엄중처벌(법안)		√	
		· 법안의 현실화 및 시행		√	
		- 내부 커뮤니케이션 강화			
		· 직원간 갈등(분쟁)조절팀 운영	√		
		· 건전한 조직 토론문화 환경조성	√		
		· 동호회나 봉사단체 조직 대화채널	√		
		· 내부공익신고제도 활성화 및 홍보	√		
		- 시민참여 부패방지 계획			
		· 감찰활동 내용 및 제도 시민 홍보	√		
		· 시민참여자 보상 및 현장체험확대	√		
		· 독립 민간기관 감시단체 위촉 운영		√	
	전문성 및 신속성	- 전문화 교육프로그램 개선			
		· 교육기관과 교육체계의 연계		√	
		· 수요자 중심 교육(시간, 과목)	√		
		· 학습방법의 개발 및 참여유도	√		
		· 학점인정 프로그램 운용		√	
		· 서비스 전문 경과제도 마련	√		
		· 홍보 담당관 양성과정 교육강화	√		
		· 시민서비스요령 매뉴얼 제작 배포	√		
		- 의식행태 변화 프로그램 개발			
		· 시민연계 봉사프로그램 운용	√		
		· 시민과 1:1 결연 제도 마련	√		
		· 경찰정신 확립된 매뉴얼 제작	√		

		· 변화하는 경찰업무 대외 홍보	√		
	친절성 및 인권 의식	– 고객중심 경찰활동			
		· 지속적이고 다양한 여론조사	√		
		· 공공기관 서비스와 비교평가제도	√		
		· 평가척도 개발 및 인센티브제 활용		√	
		– 경찰옴부즈만 제도 활성화			
		· 조직내부 환류시스템 자체 홍보	√		
		· 부서별 시민과 내부 전문가 팀구성	√		
		– 인권보호 시스템의 활성화			
		· 현장에서 시민 견학을 통한 교육	√		
		· 인권강사 및 지킴이 자체 선발	√		
		· 경찰관 인권 대책 마련		√	
이미지 형성경로측면	언론 관계	– 언론홍보대책마련			
		· 이미지 광고 제작	√		
		· 책자 발간 및 유인물 제작	√		
		· 다양한 사이버 홍보방식 운용	√		
		· 방송채널의 다양화	√		
		– 언론관계자 관계 개선			
		· 언론인 초청강연회 다양화	√		
		· 언론 직접체험제도 운영	√		
		· 대변인육성 및 제도의 활성화		√	
		– 신뢰회복을 위한 법적 안정책 강화			
		· 명예훼손에 대한 민사재판		√	
		· 경찰권한에 대한 명확한 홍보	√		
		· 다양한 홍보 방법으로 법절차 안내	√		
	국민 관계	– 국민과의 커뮤니케이션 활성화			
		· 고객의 소리 열린 창구 마련	√		
		· 고객 전담반 운영	√		
		· 커뮤니케이션 교육프로그램 실시	√		
		· 국민접촉에 대한 인식전환교육	√		
		· 도움요청에 즉각 대응 체제 마련	√		
		· 1:1 전문 면담제도 활용	√		
		· 피해자 전담 상담사제도 홍보활용	√		
		– 경찰홍보책 다변화			
		· 상징물 재도입을 통한 홍보대책		√	
		· 제복근무시 질서유지 거리홍보	√		
		· 유소년 접촉기회 확대 및 교육		√	
		· 구체적 피해자 보호방안 수립		√	
		· 피해자 구제대책 매뉴얼 활용평가	√		

국민의 생명과 재산을 보호하고 사회의 안녕과 질서를 유지하기 위한 우리나라 경찰의 역사도 60년이 지났다. 경찰이 창설된 이래 국립경찰은 많은 역할을 수행하여 왔음에도 불구하고 국민들로부터 긍정적인 평가나 신뢰를 받지 못하였으며 경찰의 이미지 또한 부정적인 경향이 아직까지 강하게 남아있는 것이 사실이다.

경찰기능은 그 본질상 국민에게 작위, 부작위를 명령·강제하여 자유와 권리를 제한하는 권력적 작용으로서 국민의 호의적인 협조와 이해를 받기에는 다른 일반 행정기능에 비하여 다소 어려운 점이 많은 것 또한 사실이다.

게다가 경찰과 시민의 관계에 관한 많은 조사에서 알 수 있는 바와 같이 국민을 위하여 존재하고 국민의 재산과 생명을 보호하는 역할을 하는 경찰에 대해서 국민들은 지지하고 신뢰하기 보다는 비난과 불신 심지어는 적대시 하는 경향도 가지고 있다.

이러한 현상은 국민이 잠재적으로 가지고 있는 경찰에 대한 편견과 몰이해가 어느 정도 영향을 미치겠지만, 지난 역사를 통한 경찰의 과오, 보다 나은 양질의 서비스 제공 부족 등에서 우선적인 원인을 찾을 수 있을 것이다.

오늘날 치안상황은 급속하게 변화하고 있으며, 사회적으로는 개방화와 국제화, 지방자치제의 실시에 따른 지방화 현상이 본격화되고, 고도의 산업화와 정보화의 추세 또한 전례 없는 속도로 진행되고 있다. 또한 국민전체의 삶의 질이 높아지면서 민주적이고 친근한 경찰에 대한 사회적 요구가 증대되고 있다.

따라서 치안환경의 변화와 국민생활의 변화에 따른 경찰의 새로운 목표가 충분히 검토되고, 그 목표에 의거하여 바람직한 경찰기능이 이루어져야 할 것이다. 이러한 경찰의 바람직한 기능의 수행과 함께 장기간의 계획을 가지고 노력한다면 국민들의 경찰에 대한 이미지는 제고될 수 있을 것이다.

경찰의 업무성격이 일반국민 생활의 통제와 구속, 감시라는 부정적인 측면을 내포할 수밖에 없는 실정을 감안하더라도 그 역할과 기능의 막중함을 생각하면 현재 국민의 경찰에 대한 이미지는 매우 부정적이라고 할 수 있다.

치안서비스의 원활한 제공과 국민 삶의 질 향상을 위한 경찰조직으로의 변화의지는 서비스 대상자인 국민의 응원과 협조를 통해 달성될 수 있으며 이를 위해서 경찰은 국민의 경찰에 대한 이미지의 제고를 최우선적인 과제라는 것을 인식하고 경찰조직 스스로 부단한 노력을 경주하여야 할 것이다.

참 고 문 헌

Ⅰ. 단행본

1. 국내문헌

경노훈, (경영에 성공하려면) 기업 이미지를 디자인하라, 서울:이손, 2003.
김두경·국오선, ERP시스템활용과 CRM의 이해, 서울:사이버출판사, 2008.
김원수, 기업이미지 관리론-CI와 CC의 시각에서, 서울:경문사, 1993.
김정기, 새PR 원론, 서울:탐구당, 1981.
김주호, 이기는 PR, 성공하는 PR, 서울:사계절, 1997.
김충남, 경찰학개론-4판, 박영사, 2008.
남궁근, 전자정부를 통한 부패통제, 서울:한울출판사, 2003.
박기순 외, PR의 역사와 개념, 서울:커뮤니케이션 북스, 2006.
박해룡, 경찰조직관리의 이해, 서울:형설출판사, 2007.
백상기, PR론, 서울:형설출판사, 1990.
사이몬 안홀트/김유경 역, 국가브랜드, 국가 이미지: 글로벌 브랜드를 만들기 위해 기업과 정부가 할 일, 서울:커뮤니케이션북스, 2003.
오석홍·김영평 편저, 정책학의 주요이론, 서울:법문사, 2000.
유평근·진형준, 이미지, 서울:살림출판사, 2003.
이명식, 서비스 마케팅, 서울:형설출판사, 2000.
이수동·임채운, 마케팅, 서울:학현사, 1993.
이진희, 기업 이미지 형성에 영향을 미치는 기업광고 유형, 한국학술정보, 2006.
이황우, 경찰행정학-제5판, 서울:법문사, 2007.
임종원 외, 소비자행동론-제3판, 서울:경문사, 2006.
장택원, 서비스 기업 품질과 광고 그리고 기업이미지, 한국학술정보, 2005.
정경원, 디자인을 통한 국가이미지 형성 전략, 서울:월간디자인테트, 1997.
정순태, 마케팅 관리론, 서울:법문사, 1993.
제임스 그레고리/강승구 역, 성공적인 기업 이미지 마케팅, 서울:커뮤니케이션북스, 2000.

최낙환 · 송윤헌 · 박만석, 마케팅의 이해, 서울:대경, 2002.
최정환 · 이유재, 죽은 CRM 살아있는 CRM, 서울:한언, 2001.

2. 외국문헌

Keith Hunt H., SC/C: Overview and Future Research Direction, Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, 1997.

Engel J. F. & Blackwell R. D., Consumer Behavior, 3rd ed., The Dryden Press, 1978.

Jacques Aumont, L'image, New York: Nathan, 1990.

Boulding K. E., The Image, Michigan: University of Michigan Press, 1961.

Kotler, P., Marketing management: Analysis, planning, implementation and control(8th ed.), New Jersey: Prentice-Hall, 1994.

Fishbein M. and Ajzen I., Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading, Mass: Addisin-Wesley, 1975.

Kotler P., Marketing Management: Analysis, Planing, Implementation and Control, 6th ed., Engle woods Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1988.

Stanley Brown A., CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, John Wiley & Sons, 2000.

Williams Terrell G., Consumer Behavior, Los Angeles: West Publishing. co, 1982.

William Scott A., Psychological and Social Correlates of International Image, New York: Holt, 1966.

Yi, Y. J., A Critical Review of Consumer Satisfaction, In Review of Marketing, Chicago, 1990.

Erin Kimikin, "Top 10 CRM Success Factor- Doing ItRight", Giga Information Group, 2000

Burger, P. C. & Cann, C. W., Relationship Marketing, Culture and Customer Satisfaction: Some Empirical Results, In Jagdish N. Sheth and Atul Parvatiyar(eds.), Research Conference Proceedings: Atlanta, 1994.

Ⅱ. 학술지 및 학위논문

1. 국내문헌

강동욱, "경찰공무원의 삶의 질 향상방안 연구", 치안연구보고서 제11호, 2002.

광독성 외, "내부서비스품질이 종업원 만족과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구", 한국마케팅저널, 제1권 제4호, 1999.

권두승, "평생교육기관 이미지 측정모델 개발 및 평생교육기관간 이미지 비교", 한국평생교육학회, 2006.

권창용, "호텔이미지 차별화 요인에 관한 연구", 박사학위논문, 세종대학교, 1991.

김 구, "지역경찰활동에 있어서 경찰신뢰의 영향에 관한 실증적 분석: 경찰활동의 성과측면을 중심으로", 한국정책과학회보, 제9권 제3호, 2005.

김대겸, "마케팅 커뮤니케이션 및 서비스 요인이 서비스 브랜드자산에 미치는 영향: 국내 자동차보험 브랜드를 중심으로", 청주대학교 박사학위논문, 2007.

김대원, "한국의 경찰정신에 관한 연구", 동국대학교 박사학위논문, 2001.

김성옥, "외식업체 PPL광고가 브랜드 이미지 및 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구", 경기대학교 박사학위논문, 2008.

김수원, "지역사회 경찰활동과 인권에 관한 연구", 박사학위논문, 전북대학교 대학원, 2004.

김영규·최영준, "미국 카지노 시장 환경변화에 따른 국내 카지노산업의 대처방안에 관한 탐색적 연구", 호텔경영학연구, 제13권 제4호, 2004.

_____, "패밀리 레스토랑의 관계마케팅활동이 만족: 전환행동 및 점포 애호도에 미치는 영향관계", 한국식생활문화학회지, 제19권 제5호, 2004.

김영찬·김용준·유창조, "SHOW 브랜드 도입과 통합적 마케팅 커뮤니케이션 전략", 광고학연구, 한국광고학회, 제18권 제5호, 2007.

김영환, “경찰홍보의 효율화를 위한 경찰조직과 공중과의 관계성 형성요인에 관한 연구”, 법학연구, 제22권, 한국법학회, 2006.

김영훈・윤병준, “마케팅 전략수립을 위한 병원이미지 평가”, 서울보건전문대학, 제14호, 1994.

김용주, “언론중재위원회의 분쟁조정기능에 대한 법적 고찰”, 박사학위논문, 서울시립대학교 대학원, 2007.

김인숙 외, “의료기관에서의 자원 이용도관리를 위한 Web Decision시스템개발”, 한국경영정보학회 추계학술대회, 2002.

김인철・한동섭, “통합적 마케팅 커뮤니케이션(IMC)의 실행에 관한 연구 - 광고 및 홍보 대행사를 중심으로”, 언론과학연구, 제2권 제3호, 한국언론과학연합회, 2002.

김재식, “기업 이러닝(e-learnig)시스템 만족에 영향을 미치는 요인에 대한 이해관계자 관점에서의 연구”, 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 2005.

김재웅, “평생학습국가 건설을 위한 평생교육제도 활성화 방안”, 교육행정학연구, 제23권 제2호, 학국교육행정학회, 2005.

김정구, “브랜드 개성을 통한 광고전략 연구”, 광고학 연구, 제9권 제1호, 1998.

김학진, “커뮤니케이션정책 형성과정에 있어 갈등과 조정에 관한 연구 : 방송통신 융합정책 형성과정을 중심으로”, 중앙대학교 박사학위논문, 2007.

김형준, “인터넷 광고 유형에 따른 커뮤니케이션 효과에 관한 연구: 전면광고의 커뮤니케이션 효과를 중심으로”, 대한경영학회지, 제34호, 대한경영학회, 2002.

류병익, “한국경찰의 이미지 제고 방안에 관한 연구”, 동국대학교 대학원, 석사학위논문, 2004.

류상희 ・ 백수경, “외래환자의 시장세분화를 통한 의료서비스의 고객관계관리”, 한국경영정보학회 추계학술대회, 2002.

류정민, “국내외식기업의 브랜드 강화전략”, 한국외식학회, 제8권 제2호, 2002.

문성호, “새로운 부패방지 시스템과 국가발전 모델 정립 : 경찰옴부즈만 제도도입 논의를 중심으로”, 부패학회지, 2000 학술세미나 발표 논문집, 한국부패학회, 2000.

민형동, “경찰에 대한 국민의 이미지 형성에 관한 연구”, 박사학위논문, 동국대학교, 2007.

박병식, “정부업무 평가의 효율적 운영방안”, 정책분석평가학회 춘계학술대회, 2001.

박성호, “인터넷 자유 게시판의 PR 효과 연구: 경찰청 인터넷 게시판의 대 공중 커뮤니케이션 모델을 중심으로”, 홍보학 연구, 제8권 제1호, 한국홍보학회, 2004.

박용치, “공공조직 이미지의 결정요인: 지방공기업의 경우”, 한국사회와행정연구, 서울행정학회, 제15권 제3호, 2004.

박재진, “온라인 쇼핑몰 이미지 측정 지수개발 및 타당성 검증”, 한국방송광고공사, 2006.

박재홍, “지방자치단체 시민참여제도의 효율성에 관한 경험적 연구”, 국민대학교 박사학위논문, 2004.

반정화・최병호, “패밀리 레스토랑 관계마케팅의 구전커뮤니케이션에 대한 영향”, 호텔관광연구, 제5권 제2호, 2003.

방지연, “소비자특성에 따른 옥외광고 커뮤니케이션 효과에 관한 연구”, 동덕여자대학교 석사학위논문, 2008.

배미경, “국내 은행의 고객세분화 마케팅전략 비교분석”, 한국생활과학회 한국생활과학지, 2004.

배수현, “유럽 등 선진국의 정부업무 평가실태”, 정책분석평가학회 춘계학술대회, 2001.

배철효, “경찰서비스 기능의 향상방안에 관한 연구”, 한국치안행정논집, 제1권 제1호, 한국자치경찰경비학회, 2004.

배현미, “기업의 사회책임활동(CSR)이 기업 이미지와 명성에 미치는 영향”, 중앙대학교 박사학위논문, 2008.

백 현, “브랜드 이미지에 따른 소비자 구매심리가 여행상품선정에 미치는 영향에 관한 연구”, 박사학위논문, 경희대학교, 2005.

삼성경제연구소, “인터넷 시대의 고객관계관리”, 2000.

선혜진, “한국 PR의 발전과정에 대한 연구 : 미국과 일본의 영향을 중심으로”, 중앙대학교 박사학위논문, 2004.

성현수・한진수・변정우, “Hospitality Industry에서 e-CRM의 인카운터 만족과 고객인식 및 관계지향성에 관한 연구”, 서비스경영정보학회지 제5권 제1호, 2004.

송민영, “고객관계관리를 위한 고객세분화 방법론”, 과학기술원, 2001.

송성인・조주은, “항공사의 지각된 서비스 품질이 고객만족 및 재구매 행동에 미치는 영향: 서울-호놀룰루 구간을 중심으로”, 관광연구, 제19권 제1호, 2005. .

신성식, “경찰활동에 대한 주민의 신뢰도에 관한 연구”, 동국대학교 박사학위논문, 2005.

신현신, “매스 커뮤니케이션으로서의 인터넷에 대한 연구”, 창업정보학회지, 제10권 제3호, 한국창업정보학회, 2007.

신호창・전정미・나진균, “조직적 맥락의 커뮤니케이션 만족도와 직업만족도의 관계”, 홍보학연구, 제11권 제2호, 2007.

안철현, “공공기관의 PR 특성과 위기관리 현황 연구: 우수성 연구의 적용”, 경희대학교 박사학위논문, 2008.

연순희・최희수・유시정, “금융기관의 CRM전략과 성공요인에 관한 연구”, 서비스경영학회지 제4권 제3호, 2003.

염성원・오경수, “한국의 국가이미지 제고활동 현황과 인식에 관한 연구”, 홍보학 연구, 한국홍보학회, 제7권 제2호, 2003.

우소영, “기업-공중관계성과 기업이미지의 가치에 관한 연구: 고객 만족도 및 충성도와의 관계를 중심으로”, 박사학위논문, 중앙대학교 대학원, 2008.

유재웅, “반론보도청구사건에 있어 국가기관의 당사자 적격에 관한 고찰”, 한국언론정보학보, 제21호, 한국언론정보학회, 2003.

윤광춘, “경찰의 인터넷 홈페이지 홍보실태에 관한 연구 : 서울경찰청 소속 경찰서를 중심으로”, 석사학위논문, 동국대학교 대학원, 2003.

이규완, “한국과 한반도 주변 4개국의 국가이미지와 상품이미지의 비교연구”, 한국방송광고공사, 제55호, 2002.

이동기, “조직-공중관계성이 소방행정기관의 이미지에 미치는 영향”, 한국정책과학학회, 한국정책과학학회보, 제19권 제2호, 2005.

이동연, “이미지 평가 방법에 관한 연구: 직관에 의한 이미지 평가를 위한 툴의 개발”, 한국디자인학회, 1997.

이봉석, “서비스질이 호텔이미지형성에 미치는 영향에 관한 연구”, 경남대학교 박사학위논문, 1998.

이수범・이성희・류미라, “호텔기업의 관계마케팅활동이 관계 지속성에 미치는 영향에 관한 연구: 서울 시내 특 1급 호텔을 대상으로”, 관광연구, 제19권 제2호, 2005.

이승선, “반론권 행사에 있어서 전략적 회피와 역이용의 문제점: 방송사에 대한 반론보도청구소송을 중심으로”, 한국방송학보, 제15권 제3호, 한국방송학회, 2001.

이재신, “온라인 커뮤니티 활동과 커뮤니케이션 형태와 공동체 역할에 관한 연구”, 언론과

학연구, 한국지역언론학연합회, 제7권 제4호, 2007.

이준호, "카지노에 대한 인식이 태도와 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구", 관광연구논총, 제 16호, 2004.

이현석, "호텔기업의 브랜드 개성, 신뢰, 애호도의 관계 연구-부산지역 특1급호텔을 중심으로-", 관광·레저연구, 제17권 제1호, 2005.

이황우·이병종, "경찰서비스의 시민평가에 관한 연구", 한국공안행정학회보, 제25권, 한국공안행정학회, 2006.

전영평, "서비스행정과 민원공무원: 민원행정의 존재이유와 민원공무원의 갈등해결방안", 한국행정연구, 제4권 제2호, 1999.

정양헌, "병원의 고객만족 요인과 BSC 개념에 따른 성과평가 요인과의 관계", 사회과학논집 제20권 제1호, 2001.

정호신·김종수, "국가이미지 제고를 위한 평가지표 개발 및 발전방안", 장안논총, 장안대학교, 제26호, 2006.

조인호, "쌍방향 커뮤니케이션을 통한 국방 홍보 강화 방안 연구: 정부 홍보사례와 국방부 홈페이지 이용실태를 중심으로", 석사학위논문, 동국대학교 대학원, 2006.

주종문·황승국, "고객관계관리(CRM)을 위한 VOC 분석 시스템 구축", 품질경영학회지 제32권 제1호, 2004.

지명구, "한국서비스품질경영 평가모형에 관한 실증적 연구", 박사학위논문, 청주대학교, 2004.

채한수, "민원행정에 있어서 행정서비스의 제고방안", 한국인간관계학보, 제6권 제1호, 2001.

천호진, "인권보호 시민참관단제도의 효율성 제고 방안", 법학논고, 제18권, 경북대학교 법학연구소, 2002.

최 영, "커뮤니케이션 매체로서의 인터넷 이용동기와 사용에 관한 연구: 인터넷신문과 인터넷방송을 중심으로", 사이버커뮤니케이션 학보, 제8호, 사이버커뮤니케이션 학회, 2002.

최성철, "호텔의 고객관계마케팅요인이 관계의 질과 성과에 미치는 영향에 관한 연구", 계명대학교 박사학위논문, 2005.

최종술, "경찰의 대국민 이미지 형성에 관한 연구", 한국행정학회, 동계학술대회 발표논문,

2002.

하대용, "기업이미지 평가에 관한 실증적 연구", 산업경영연구, 제18권, 제1호, 1995.

하성호·이재신, "데이터마이닝을 활용한 동적인 고객분석에 따른 고객관계관리기법", 한국소프트웨어생산협회, S/W 산업 부문별 동향조사 보고서(CRM), Siebel, 2004.

한국관광공사, "한국 및 일본기업에 대한 미국인의 의식조사", 관광정보, 한국관광공사, 제226호, 1990.

한정호 외, "부정적 이미지 쇄신을 위한 경찰이미지 통합 방안에 관한 연구", 치안논총 제16집, 경찰대학, 2000.

홍기선, "대인 커뮤니케이션에서 CMC의 역할에 대한 연구: 커뮤니케이션 능력을 중심으로", 고려대학교 박사학위논문, 2007.

황주현·한상만·조당훈, "eCHAMP :교보생명의 CRM 구축모형", 한국데이터베이스학회 춘계학술대회, 2001.

2. 외국문헌

Parasuraman A., Zeithaml V. A. & Berry L. I., Servqual: A Multiple-Item Scal for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Marketing, Vol. 10, 1998.

Aaker, J., Dimensions of Brand Personality, Journal of Marketing Research, Vol.34, 1997.

Caruana, A., Service loyalty: the effect of service quality and the mediating role of customer satisfaction, European Journal of Marketing, Vol. 36. No.7, 2002.

Johnson D. and Claes Fornell, The America Customer Staisfaction Index: Nature, Purpose and Finding, Journal of Marketing, Vol. 60, 1996.

Dabholkar, P. A., Shepherd, C. D., & Thorpe, D. I., A comprehensive framework for service quality: an investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study, Journal of Retailing, Vol.76. No.2, 2000.

Dwyer, F. R. and Schurr, P. H. & Oh, S., Developing buyer-seller

relationship, Journal of Marketing, Vol.12, 1987.

Fornell, C., A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience, Journal of Marketing, Vol.56, 1992.

Gronroos, C., Relationship approach to the marketing function in service context, Journal of Business Research, Vol.29.No.1, 1990.

Gummesson, E., Implementation requires a relationship marketing paradigm, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.26.No.3, 1998.

Keller, Kevin L., Conceptualizing, Mesuring, and Managing Customer-Based Brand Equity, Journal of Marketing, Vol.57, 1993.

Westbrook R. A. and Reilly M. D., Value-Percept Disparity: An Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction, Addvances in Cunsumer Research, 1983.

Oilver R. L., A Cognitive Model of the Antecedents and Consequence of Satisfaction Decisions, Journal of Marketing Research, Vol.17, 1980.

Oilver R. L., Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Settings, Journal of Retailing, Vol. 57, 1981.

Reichheld, F. F., Loyalty-based management, Harvard Business Review, Vol.71, 1993.

Baloglu S. and Ken McCleary W., A Model of Destination Image, Formetion Annals of Tourisim Research, Vol. 26, 1999.

Sirdeshmukh, D., Singh, J. & Barry S., Consumertrust, value, and loyalty inrelational exchanges, Journal of Marketing, Vol. 66, 2002.

Spreng R. A. and Olshavsky R. W., A Desires-As-Standed Model of Consumer Satisfaction: Implications for Measuring Satisfaction, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, Vol.5, 1992.

David Tse K., and Peter Wilton C., Model of Consumer Satisfaction: An Extension, Journal of Marketing Research May, 1988.

Anderson W., Cross-Category Variation in Customer Satisfaction and

Retention, Marketing Letters, Vol. 5. 1994.

Westbrook, R. A., Product/Consumption-Based Affective Response and Post Purchase Process, Journal of Marketing Research, Vol.20, 1987.

William Gartner C., An Analysis of State Image Change over a 12Year Period, Travel Research, Vol. 26. 1987.

Wei Y. K., Coportae Image as Collective Ethos: A Poststructuralist Approach, Coporate Communitcation, Vol.7.4, 2002.

Yi, Y. J., An Investigation of Structure of Expectancy-Value Attitude and Its Implications, International Journal of Research in Marketing, Vol.6, 1987.

Ahmed Z. U., The Influence of the Components of a States Tourist Image Positioning Strategy, Tourism Management, Vol. 12, 1991.

부록1. 설문지(경찰관용)

경찰의 이미지 평가와 향후 대책에 관한 연구

(경찰관용)

안녕하십니까?

저희 원광대학교 경찰학연구소에서는 경찰청 치안정책연구소 연구용역 "경찰의 이미지 평가와 향후 대책" 에 관하여 연구하고 있습니다.

이 설문조사는 경찰의 이미지 평가를 통해 이미지 향상과 향후 대책을 수립하기 위한 연구의 자료로 활용하기 위하여 마련되었습니다. 경찰 이미지 향상은 향후 경찰활동에 있어서 대국민 협조와 이해를 높이는데 기여할 것이며, 나아가 미래 경찰의 치안서비스 실시에 있어서 지표가 되고, 신뢰받는 경찰로 거듭나는 계기가 될 것입니다.

여러분들의 성실한 응답이 앞으로 경찰정책의 기반이 되오니, 평소 생각하셨거나 느끼시던 견해를 바탕으로 명확한 응답을 해주시기 바랍니다.

이 조사는 익명으로 진행되고, 순수하게 학술 연구 목적으로만 사용될 것이며, 어떠한 경우에도 응답내용에 대한 비밀이 보장됩니다.

2008. 10.

원광대학교 경찰학연구소 소장/교수 양 문 승

주 소 : 전북 익산시 신용동 344-2 원광대학교 법학관 경찰학연구소

연락처 : 063-850-7133/063-850-6902 (e-mail : polience@daum.net)

Ⅰ. 개인적인 사항에 관한 질문입니다. 해당번호에 ∨표를 해주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?

___1) 남 ___2) 여

2. 귀하의 연령은?

___1) 20대 ___2) 30대 ___3) 40대 ___4) 50대 이상

3. 귀하의 학력은?

___1) 고졸이하 ___2) 전문대졸 ___3) 대졸 ___4) 대학원졸

4. 귀하의 현재 계급은?

___1) 순경 ___2) 경장 ___3) 경사 ___4) 경위
___5) 경감 ___6) 경정이상

5. 귀하의 소속 지방청은?

___ 1) 서울 ___ 2) 부산 ___ 3) 대구 ___ 4) 인천
___ 5) 대전 ___ 6) 광주 ___ 7) 울산 ___ 8) 경기
___ 9) 강원 ___10) 충북 ___11) 충남 ___12) 전북
___13) 전남 ___14) 경북 ___15) 경남 ___16) 제주

6. 귀하의 재직 기간은?

___1) 1년 미만 ___2) 1년 이상-5년 미만
___3) 5년 이상-10년 미만 ___4) 10년 이상-15년 미만
___5)15년 이상-20년 미만 ___6) 16년 이상

7. 귀하의 근무부서는?

___ 1) 범죄예방 ___ 2) 범죄수사 ___ 3) 교통
___ 4) 공공안전 ___ 5) 기타

Ⅱ. 다음은 경찰의 이미지 평가 및 경찰직무 만족도에 대한 질문입니다. 평소 생각이나 만족 정도에 따라 해당란에 ∨표 해주시기 바랍니다.

1. 경찰을 상징하는 것 중에서 가장 의미가 크다고 생각되는 상징물을 한 가지만 선택해 주십시오.

___ 1) 경찰제복 ___ 2) 경찰순찰차 ___ 3) 경찰계급
___ 4) 112신고전화 ___ 5) 포돌이, 포순이 ___ 6) 경찰관서 건물
___ 7) 경찰특공대 ___ 8) 형사 ___ 9) 거리의 교통경찰관
___10) 시위대에 맞선 경찰관 ___11) 기타

2. 경찰에 대한 이미지는 어떤 경로로 형성된다고 생각하십니까? 한 가지만 선택해주십시오.

___ 1) 경찰관의 언행이나 태도를 통해
___ 2) 경찰에 대한 언론보도를 통해
___ 3) 경찰관서, 경찰순찰차, 복장 등 상징물을 통해
___ 4) 과거 경찰의 역사적 이미지를 통해
___ 5) 영화, 드라마 등에 나타난 경찰이미지를 통해
___ 6) 주변사람으로부터 전해들은 이야기를 통해
___ 7) 인터넷 홈페이지 등 경찰 자체의 홍보를 통해
___ 8) 기타 다른 경로로

※ 경찰의 이미지별 중요도에 따라 해당란에 ∨표 해주시기 바랍니다.

3	경찰은 청렴성이 높은 편이다					
4	경찰의 즉응성이 빠른 편이다					
5	경찰의 친절성은 높은 편이다					
6	경찰의 공정성은 높은 편이다					
7	경찰은 전문성이 높다.					
8	경찰은 인권의식이 높다.					

※ 경찰직무 만족도에 따라 해당란에 ∨표 해주십시오.

NO	구 분	① 매우 그렇다	② 그런 편이다	③ 보통 이다	④ 그렇지 않은 편이다	⑤ 전혀 그렇지 않다
9	현재 급여수준에 만족하고 있다.					
10	채용, 배치, 승진 등 인사제도가 공정하다고 생각한다.					
11	근무시간 및 시설 등 근무환경에 만족한다.					
12	근무환경을 위한 예산배정이 충분하다.					
13	경찰관의 자질 검증은 충분히 이루어졌다.					
14	교육훈련체계는 잘 구축되어 있다.					
15	제반 시설 및 장비는 잘 갖추어져 있다.					
16	경찰정책은 체계적으로 잘 수립되어 있다.					
17	업무의 우선순위 결정에 만족하고 있다.					
18	복지제도는 충분하다고 생각한다.					
19	고충상담 및 처리는 원활하게 이루어지고 있다.					

Ⅲ. 평소 경찰활동에 대한 평가 관련 질문입니다. 경찰활동별로 만족하는 정도에 따라 해당란에 ∨표 해주시기 바랍니다.

NO	구 분	① 매우 그렇다	② 그런 편이다	③ 보통 이다	④ 그렇지 않은 편이다	⑤ 전혀 그렇지 않다
1	주거지 및 금융, 상가지역 순찰활동은 잘 이루어지고 있다.					
2	유흥업소, 퇴폐 이발소 등 유해환경 정화활동은 잘 이루어지고 있다.					
3	음주소란 등 기초생활 질서단속 활동은 원활하게 이루어지고 있다.					
4	자율방범대, 범죄예방교실 등 주민과의 협력교류가 활발하다.					
5	미아 및 분실물 찾기, 길안내 등 시민의 도움 요청에 대해 충실히 대응하고 있다.					
6	살인, 강도, 마약 등 강력범죄에 대한 대응력이 높다.					

7	절도, 소매치기, 날치기, 사기 등 인생범죄에 대한 대응력이 높다.					
8	청부폭력, 갈취폭력 등 조직폭력 범죄에 대한 대응력이 높다.					
9	학교주변 갈취, 원조교제 등 청소년 범죄에 대한 대응이 원활하다.					
10	부부가 폭력, 노인학대, 아동학대 등 가정폭력에 대한 대응이 빠르다.					
11	어린이 유괴, 여성납치, 강간 등 어린이 상대 범죄에 대한 대응력이 높다.					
12	음주운전, 과속차량 등 사고예방을 위한 단속활동이 활발하다.					
13	혼잡지역 신호조정, 끼어들기 방지 등 교통소통활동이 활발하다.					
14	신호등, 횡단보도, 일방통행 지정 등 교통안전시설 개선이 잘 이루어지고 있다.					
15	교통정체 및 도로여건 등 교통정보 제공은 원활히 이루어지고 있다.					
16	교통사고 발생시 사고수습 및 조사활동은 잘 이루어지고 있다.					
17	집회시위에 대한 대응력이 높다.					
18	국가보안법 위반사범 등 대공 보안활동이 활발하게 이루어지고 있다.					
19	사회 각 분야의 위해요인을 사전에 발굴하고 해소하기 위한 첩보수집 활동이 잘 이루어지고 있다.					
20	중요시설 경비 및 대테러 대비책이 잘 마련되어 있다.					

21. 경찰직무 역할 중 가장 중요하다고 생각되는 역할을 한 가지만 선택하여 해당란에 v 표 해주십시오.

___ 1) 범죄예방 활동　　___ 2) 범죄수사 및 진압활동

___ 3) 교통활동　　___ 4) 사회질서 유지활동

Ⅳ. 다음은 경찰이미지에 영향을 끼치는 요인에 대한 질문입니다. 주요 요인으로 생각되는 항목 한 가지에 ∨표 해주시기 바랍니다.

1. 경찰 청렴도에 영향을 끼치는 요인은?

___ 1) 경찰관 개인의 태도
___ 2) 경찰의 내부적인 관행
___ 3) 뇌물에 대한 사회적 인식
___ 4) 경찰의 보수 수준이나 업무활동 경비
___ 5) 부패 경찰관에 대한 처벌
___ 6) 기타(구체적 사유:)

2. 경찰활동의 즉응성(신속성)에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 경찰인력 규모 및 교육훈련
___ 2) 경찰 차량이나 통신시설 등 장비
___ 3) 관할구역 중심의 조직 운영
___ 4) 국민들의 기대수준
___ 5) 사회 여건의 변화
___ 6) 기타(구체적 사유:)

3. 경찰활동의 친절성에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 경찰관의 서비스 정신
___ 2) 경찰 조직의 문화
___ 3) 경찰에 대한 국민의 태도
___ 4) 경찰의 근무환경
___ 5) 단속과 구제 중심의 경찰업무 특성
___ 6) 기타(구체적 사유:)

4. 경찰활동의 공정성에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 경찰관의 책임의식 및 사명감
___ 2) 경찰과 지역주민 등과의 유착관계

___ 3) 경찰조직관리 방식
___ 4) 재량의 여지가 많은 단속 법규
___ 5) 보편화된 청탁문화
___ 6) 기타(구체적 사유:)

5. 경찰활동의 전문성에 영향을 미치는 요인은?
___ 1) 경찰관에 대한 교육훈련
___ 2) 경찰행정의 과학화와 전문화
___ 3) 경찰업무에 대한 국민들의 이해도
___ 4) 전의경 등 경찰의 인적 구성
___ 5) 경찰주관 각종 세미나 개최 등 학문적 노력
___ 6) 기타(구체적 사유:)

6. 경찰활동에 있어 인권의식에 영향을 미치는 요인은?
___ 1) 경찰관 자신의 태도
___ 2) 국민의 인권의식 신장 등 시대변화
___ 3) 인권보호를 위한 법제도
___ 4) 정치적 중립성
___ 5) 기타(구체적 사유:)

Ⅴ. 다음은 경찰활동에 영향을 미치는 요인에 대한 질문입니다. 활동영역별 주요 요인으로 생각되는 항목 한 가지에 ∨표 해주시기 바랍니다.

1. 범죄예방활동에 영향을 미치는 요인은?
___ 1) 체계적인 교육훈련 및 대응기법 개발
___ 2) 경찰관의 자질 문제
___ 3) 경찰시설, 장비 등 예산 확보
___ 4) 사회환경의 변화
___ 5) 활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책
___ 6) 기타(구체적 사유:)

2. 범죄수사 및 진압활동에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 체계적인 교육훈련 및 대응기법 개발
___ 2) 경찰관의 자질 문제
___ 3) 경찰시설, 장비 등 예산 확보
___ 4) 사회환경의 변화
___ 5) 활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책
___ 6) 기타(구체적 사유:)

3. 교통활동에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 체계적인 교육훈련 및 대응기법 개발
___ 2) 경찰관의 자질 문제
___ 3) 경찰시설, 장비 등 예산 확보
___ 4) 사회환경의 변화
___ 5) 활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책
___ 6) 기타(구체적 사유:)

4. 사회질서 유지활동에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 체계적인 교육훈련 및 대응기법 개발
___ 2) 경찰관의 자질 문제
___ 3) 경찰시설, 장비 등 예산 확보
___ 4) 사회환경의 변화
___ 5) 활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책
___ 6) 기타(구체적 사유:)

Ⅵ. 경찰 이미지 향상을 위한 고객관계관리 방안에 대한 질문입니다. 인식정도에 따라 해당란에 ∨표 해주시기 바랍니다.

NO	구 분	① 매우 그렇다	② 그런 편이다	③ 보통 이다	④ 그렇지 않은 편이다	⑤ 전혀 그렇지 않다
1	경찰의 이미지 제고를 위해 시민고객관리가 필요하다고 생각한다.					
2	시민들의 경찰접촉시의 애로사항에 대한 내부 정보공유가 필요하다고 생각한다.					
3	경찰접촉이 있었던 시민들에 대한 사후 안내 등 관리가 필요하다고 생각한다.					
4	경찰활동시 시민의 협조를 위한 지속적인 관계 관리가 필요하다고 생각한다.					
5	시민과의 관계관리를 통해 경찰의 청렴도 이미지는 개선될 것이다.					
6	시민과의 관계관리를 통해 경찰의 신속성 이미지는 개선될 것이다.					
7	시민과의 관계관리를 통해 경찰의 친철한 이미지는 개선될 것이다.					
8	시민과의 관계관리를 통해 경찰의 공정성 이미지는 개선될 것이다.					
9	시민과의 관계관리를 통해 경찰의 전문성 이미지는 개선될 것이다.					
10	시민과의 관계관리를 통해 경찰의 인권의식 이미지는 개선될 것이다.					
11	시민 관계관리를 위한 평가지표가 마련되어야 한다.					
12	경찰이미지에 대한 평가기준은 향후 경찰활동의 다양화에 기여할 것이다.					
13	경찰이미지에 대한 평가는 시민들의 경찰활동에 대한 이해를 높일 것이다.					
14	경찰이미지 평가는 경찰활동에 있어 시민의 참여를 유도하는데 도움이 될 것이다.					
15	시민관계관리를 위해 지속적인 의견청취가 필요하다.					
16	시민관계관리를 위한 통합시스템이 마련되어야 한다.					

17	지속적인 시민관계관리를 위한 교육과 전담 조직체계가 필요하다고 생각한다.					
18	시민관계관리를 위해 대민접촉시 자료의 축적이 필요하다.					
19	시민관계관리를 위해 각 부서간 활발한 의사소통이 이루어져야 한다.					
20	시민관계관리를 위해 장기적인 계획을 세우고 실천방안을 마련해야 한다.					

Ⅶ. 마지막으로 경찰이미지 향상을 위한 시민관계관리에 대한 의견을 간단히 기술해 주십시오.

※ 지금까지 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

부록2. 설문지(시민용)

경찰의 이미지 평가와 향후 대책에 관한 연구

(시민용)

안녕하십니까?

저희 원광대학교 경찰학연구소에서는 경찰청 치안정책연구소 연구용역 경찰의 이미지 평가와 향후 대책" 에 관하여 연구하고 있습니다.

이 설문조사는 경찰의 이미지 평가를 통해 이미지 향상과 향후 대책을 수립하기 위한 연구의 자료로 활용하기 위하여 마련되었습니다. 경찰 이미지 향상은 향후 경찰활동에 있어서 대국민 협조와 이해를 높이는데 기여할 것이며, 나아가 미래 경찰의 치안서비스 실시에 있어서 지표가 되고, 신뢰받는 경찰로 거듭나는 계기가 될 것입니다.

여러분들의 성실한 응답이 앞으로 경찰정책의 기반이 되오니, 평소 생각하셨거나 느끼시던 견해를 바탕으로 명확한 응답을 해주시기 바랍니다.

이 조사는 익명으로 진행되고, 순수하게 학술 연구 목적으로만 사용될 것이며, 어떠한 경우에도 응답내용에 대한 비밀이 보장됩니다.

2008. 10.

원광대학교 경찰학연구소 소장/교수 양 문 승

주 소 : 전북 익산시 신용동 344-2 원광대학교 법학관 경찰학연구소
연락처 : 063-850-7133/063-850-6902
(e-mail : polience@daum.net)

Ⅰ. 개인적인 사항에 관한 질문입니다. 해당번호에 ∨표를 해주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?

___1) 남 ___2) 여

2. 귀하의 연령은?

___1) 20대 ___2) 30대 ___3) 40대 ___4) 50대 ___5) 60대 이상

3. 귀하의 학력은?

___1) 중졸이하 ___2) 고졸 ___3) 전문대졸 ___4) 대졸 ___5)대학원졸

4. 귀하의 직업군은?

___1) 전문/경영 ___2) 판매/서비스 ___3) 사무/기술 ___4) 생산/일용
___5) 자영업 ___6) 주부 ___ 7) 학생 ___ 8) 기타

5. 귀하의 거주지역은?

___ 1) 서울 ___ 2) 부산 ___ 3) 대구 ___ 4) 인천
___ 5) 대전 ___ 6) 광주 ___ 7) 울산 ___ 8) 경기
___ 9) 강원 ___10) 충북 ___11) 충남 ___12) 전북
___13) 전남 ___14) 경북 ___15) 경남 ___16) 제주

6. 최근 1년간 경찰관과 접촉빈도는?

___ 1) 1회 ___ 2) 2회 ___ 3) 3회 이상
___ 4) 없음 ----〉 응답자는 2-3번으로 가십시오.

7. 최근 1년간 경찰관과 접촉 사유는?

___ 1) 교통단속관련 ___ 2) 교통사고관련 ___ 3) 도움요청
___ 4) 사건사고 증언 ___ 5) 범죄신고관련 ___ 6) 범죄피해관련
___ 7) 기타(구체적 사유:)

Ⅱ. 다음은 경찰의 이미지 및 경찰업무와 조직에 대한 인지도에 대한 질문입니다. 평소 생각이나 인지 정도에 따라 해당란에 ∨표 해주시기 바랍니다.

1. 경찰을 상징하는 것 중에서 가장 의미가 크다고 생각되는 상징물을 한 가지만 선택해 주십시오.

___ 1) 경찰제복 ___ 2) 경찰순찰차 ___ 3) 경찰계급
___ 4) 112신고전화 ___ 5) 포돌이, 포순이 ___ 6) 경찰관서 건물
___ 7) 경찰특공대 ___ 8) 형사 ___ 9) 거리의 교통경찰관
___10) 시위대에 맞선 경찰관 ___11) 기타

2. 경찰에 대한 이미지는 어떤 경로로 형성된다고 생각하십니까? 한 가지만 선택해주십시오.

___ 1) 경찰관의 언행이나 태도를 통해
___ 2) 경찰에 대한 언론보도를 통해
___ 3) 경찰관서, 경찰순찰차, 복장 등 상징물을 통해
___ 4) 과거 경찰의 역사적 이미지를 통해
___ 5) 영화, 드라마 등에 나타난 경찰이미지를 통해
___ 6) 주변사람으로부터 전해들은 이야기를 통해
___ 7) 인터넷 홈페이지 등 경찰 자체의 홍보를 통해
___ 8) 기타 다른 경로로

※ 경찰의 이미지중 중요도에 따라 해당란에 ∨표 해주시기 바랍니다.

NO	구 분	① 매우 그렇다	② 그런 편이다	③ 보통 이다	④ 그렇지 않은 편이다	⑤ 전혀 그렇지 않다
1	경찰은 청렴성이 높은 편이다					
2	경찰의 즉응성이 빠른 편이다					
3	경찰의 친절성은 높은 편이다					
4	경찰의 공정성은 높은 편이다					
5	경찰은 전문성이 높다.					
6	경찰은 인권의식이 높다.					

※ 경찰업무와 조직에 대한 인지정도 에 따라 해당란에 ∨표 해주십시오.

NO	구 분	① 매우 그렇다	② 그런 편이다	③ 보통 이다	④ 그렇지 않은 편이다	⑤ 전혀 그렇지 않다
6	나는 경찰이 어떤 일을 하는지 알고 있다.					
7	나는 경찰의 계급에 대해 알고 있다.					
8	나는 경찰조직에 대해 알고 있다.					
9	경찰은 고생하는 직업이다.					
10	경찰은 보람있는 직업이다.					
11	경찰관은 특별한 능력을 요구한다					

Ⅲ. 평소 경찰활동에 대한 평가 관련 질문입니다. 경찰활동별로 만족하는 정도에 따라 해당란에 ∨표 해주시기 바랍니다.

NO	구 분	① 매우 그렇다	② 그런 편이다	③ 보통 이다	④ 그렇지 않은 편이다	⑤ 전혀 그렇지 않다
1	주거지 및 금융, 상가지역 순찰활동은 잘 이루어지고 있다.					
2	유흥업소, 퇴폐 이발소 등 유해환경 정화활동은 잘 이루어지고 있다.					
3	음주소란 등 기초생활 질서단속 활동은 원활하게 이루어지고 있다.					
4	자율방범대, 범죄예방교실 등 주민과의 협력교류가 활발하다.					
5	미아 및 분실물 찾기, 길안내 등 시민의 도움 요청에 대해 충실히 대응하고 있다.					
6	살인, 강도, 마약 등 강력범죄에 대한 대응력이 높다.					
7	절도, 소매치기, 날치기, 사기 등 인생범죄에 대한 대응력이 높다.					
8	청부폭력, 갈취폭력 등 조직폭력 범죄에 대한 대응력이 높다.					
9	학교주변 갈취, 원조교제 등 청소년 범죄에 대한 대응이 원활하다.					
10	부부가 폭력, 노인학대, 아동학대 등 가정폭력에 대한 대응이 빠르다.					
11	어린이 유괴, 여성납치, 강간 등 어린이 상대 범죄에 대한 대응력이 높다.					
12	음주운전, 과속차량 등 사고예방을 위한 단속활동이 활발하다.					
13	혼잡지역 신호조정, 끼어들기 방지 등 교통소통활동이 활발하다.					
14	신호등, 횡단보도, 일방통행 지정 등 교통안전시설 개선이 잘 이루어지고 있다.					
15	교통정체 및 도로여건 등 교통정보 제공은 원활히 이루어지고 있다.					
16	교통사고 발생시 사고수습 및 조사활동은 잘 이루어지고 있다.					
17	집회시위에 대한 대응력이 높다.					
18	국가보안법 위반사범 등 대공 보안활동이 활발하게 이루어지고 있다.					
19	사회 각 분야의 위해요인을 사전에 발굴하고 해소하기 위한 첩보수집 활동이 잘 이루어지고 있다.					
20	중요시설 경비 및 대테러 대비책이 잘 마련되어 있다.					

21. 경찰직무 역할 중 가장 중요하다고 생각되는 역할을 한 가지만 선택하여 해당란에 ∨표 해주십시오.

___ 1) 범죄예방 활동　　___ 2) 범죄수사 및 진압활동

___ 3) 교통활동　　___ 4) 사회질서 유지활동

Ⅳ. 다음은 경찰이미지에 영향을 끼치는 요인에 대한 질문입니다. 주요 요인으로 생각되는 항목 한 가지에 ∨표 해주시기 바랍니다.

1. 경찰 청렴도에 영향을 끼치는 요인은?

___ 1) 경찰관 개인의 태도

___ 2) 경찰의 내부적인 관행

___ 3) 뇌물에 대한 사회적 인식

___ 4) 경찰의 보수 수준이나 업무활동 경비

___ 5) 부패 경찰관에 대한 처벌

___ 6) 기타(구체적 사유:　　)

2. 경찰활동의 즉응성(신속성)에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 경찰인력 규모 및 교육훈련

___ 2) 경찰 차량이나 통신시설 등 장비

___ 3) 관할구역 중심의 조직 운영

___ 4) 국민들의 기대수준

___ 5) 사회 여건의 변화

___ 6) 기타(구체적 사유:　　)

3. 경찰활동의 친절성에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 경찰관의 서비스 정신

___ 2) 경찰 조직의 문화

___ 3) 경찰에 대한 국민의 태도

___ 4) 경찰의 근무환경
___ 5) 단속과 구제 중심의 경찰업무 특성
___ 6) 기타(구체적 사유:)

4. 경찰활동의 공정성에 영향을 미치는 요인은?
___ 1) 경찰관의 책임의식 및 사명감
___ 2) 경찰과 지역주민 등과의 유착관계
___ 3) 경찰조직관리 방식
___ 4) 재량의 여지가 많은 단속 법규
___ 5) 보편화된 청탁문화
___ 6) 기타(구체적 사유:)

5. 경찰활동의 전문성에 영향을 미치는 요인은?
___ 1) 경찰관에 대한 교육훈련
___ 2) 경찰행정의 과학화와 전문화
___ 3) 경찰업무에 대한 국민들의 이해도
___ 4) 전의경 등 경찰의 인적 구성
___ 5) 경찰주관 각종 세미나 개최 등 학문적 노력
___ 6) 기타(구체적 사유:)

6. 경찰활동에 있어 인권의식에 영향을 미치는 요인은?
___ 1) 경찰관 자신의 태도
___ 2) 국민의 인권의식 신장 등 시대변화
___ 3) 인권보호를 위한 법제도
___ 4) 정치적 중립성
___ 5) 기타(구체적 사유:)

Ⅴ. 다음은 경찰활동에 영향을 미치는 요인에 대한 질문입니다. 활동영역별 주요 요인으로 생각되는 항목 한 가지에 ∨표 해주시기 바랍니다.

1. 범죄예방활동에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 체계적인 교육훈련 및 대응기법 개발
___ 2) 경찰관의 자질 문제
___ 3) 경찰시설, 장비 등 예산 확보
___ 4) 사회환경의 변화
___ 5) 활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책
___ 6) 기타(구체적 사유:)

2. 범죄수사 및 진압활동에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 체계적인 교육훈련 및 대응기법 개발
___ 2) 경찰관의 자질 문제
___ 3) 경찰시설, 장비 등 예산 확보
___ 4) 사회환경의 변화
___ 5) 활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책
___ 6) 기타(구체적 사유:)

3. 교통활동에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 체계적인 교육훈련 및 대응기법 개발
___ 2) 경찰관의 자질 문제
___ 3) 경찰시설, 장비 등 예산 확보
___ 4) 사회환경의 변화
___ 5) 활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책
___ 6) 기타(구체적 사유:)

4. 사회질서 유지활동에 영향을 미치는 요인은?

___ 1) 체계적인 교육훈련 및 대응기법 개발

___ 2) 경찰관의 자질 문제
___ 3) 경찰시설, 장비 등 예산 확보
___ 4) 사회환경의 변화
___ 5) 활동의 우선순위 부여 등 합리적 정책
___ 6) 기타(구체적 사유:)

Ⅵ. 마지막으로 경찰활동에 바라는 의견을 간단히 기술해 주십시오.

※ 지금까지 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

연구보고서 2009-06

경찰이미지 평가와 향후 대책에 관한 연구

2009년 10월 발행
2009년 10월 인쇄

발행인 : 김 길 배
발행처 : 치 안 정 책 연 구 소
경기도 용인시 기흥구 언동1길 29
인쇄처 : 제 이 케 이 컴 퍼 니

이 책의 무단 복제를 금합니다.

이 책자에 게재된 내용은 연구자 개인의 의견이며
치안정책연구소 공식 견해가 아님을 밝혀둡니다.

Police Science Institute