

공보관

I. 총괄

II. 주요업무 추진상황 및 향후계획

I. 총괄

□ 공보관실에서는

- 시민 참여와 언론 협력을 기반으로 민선6기 3년간 주요시정의 가시적 성과를 고양시키는데 주력
 - － 신문·방송 기획특집 기사 및 인터뷰, 페이스북 등 뉴미디어 홍보 강화
- 특히 시민 생활 속의 다양한 홍보매체 발굴과 새로운 홍보기법 도입으로 ‘행복나눔’ 시정의 성과 홍보에 매진
 - － 모바일 택시광고, SNS 홍보바이럴 강화, 팩트체크 등

□ 상반기 주요성과

- 언론과의 파트너십 강화로 섬세한 공보행정 추진
 - － 언론협력을 통한 보도반영률 제고(36.9%), 수시브리핑 강화(42건)
- 시민중심·시민참여의 열린 홍보 추진
 - － 주제·시기별 시민참여 이벤트, 시 홍보매체 시민이용 확대 등
- 주요 시정 홍보에 알기 쉬운 뉴미디어 기법 도입
 - － 팩트체크(Fact Check), 인포그래픽, 카드뉴스 등
- 다양한 홍보매체를 활용한 도시브랜드 가치 제고
 - － 기관 연계 네트워크, 극장·병원·백화점 등 홍보 거점 다양화

□ 하반기 계획

- 민선6기 주요시정의 성공적 마무리를 위한 시민 협치에 주력
 - － 기관 간 연계홍보, 대전소셜네트워크 구성, SNS 시민참여 이벤트
- 4차 산업혁명 등 미래가치를 주도하는 대전의 위상 제고
 - － 2017 아시아태평양도시정상회의, 도시철도 트램, 사이언스페스티벌

II. 주요업무 추진상황 및 향후계획

1. 언론과 소통하는 섬세한 공보행정
2. 시민중심 · 참여의 열린홍보 구현
3. 현장중심의 뉴미디어 홍보 강화
4. 민·관 협력의 도시브랜드 가치 제고

1. 언론과 소통하는 섬세한 공보행정

- 민선6기 시정 성과의 공유 및 확산을 위한 언론과의 소통 확대
- 중점시책에 대한 전략홍보 로드맵 구축으로 홍보효과 극대화

① 언론과의 동반자적 협력 강화로 능동적 시정홍보 추진

- 언론의 능동적 협력을 기반으로 한 신속·공정한 시정홍보 유도
 - － 사업추진 단계·계절·분야별로 시의적절한 보도자료 신속 제공
 - 일 평균 약 10건, 400여명의 기자에게 보도자료 제공 및 기사화 유도
 - － 유기적인 언론 협력과 적기 보도를 통한 보도반영률 제고
 - 보도반영률 제고 : '15년 32.4% → '16년 35.4% → '17년 36.9%
- 주요시정 및 이슈에 대한 인터뷰, 기획보도, 기고문 게재 등 심층 보도
 - － 방송·신문 등 언론매체를 통한 공익캠페인 및 기획특집 보도 확대
 - TBN교통방송(월 2회), CBS라디오 실·국장 인터뷰(월 2회), 시정 브리핑 42건 등
- 매체 영향력(발행부수, 구독률)과 형평성을 고려한 효율적 시정광고
 - － 주요 일간지, 전문지, 월간지 등 분야별 매체 특성을 고려한 홍보
 - － 채널 인지도가 높은 방송사를 활용한 TV, 라디오 광고 활성화

- | | |
|------------------|---|
| 향후
계획 | <ul style="list-style-type: none">• 지속적인 언론 소통 및 협력 강화로 '행복나눔' 시정 성과 공유• 중점시책 및 현안사업에 대한 능동적, 선제적 언론홍보 지속 추진 |
|------------------|---|

② 주요시정의 체계적·전략적 기획홍보 강화

- 핵심시책·시민 관심사업에 대한 체계적인 시정홍보 전략 로드맵 구축
 - － '전략적 홍보로드맵' 구축, '기획홍보전략회의팀' 구성 운영 등
- 시민 이해 증진을 위한 팩트체크(Fact Check) 홍보기법 도입
 - － 도시공원 민간조성 특례제도, 대통령 공약 액션플랜 본격 가동 등 8건
 - － 쟁점 및 정책 이슈에 대하여 객관적인 데이터 검증을 통한 신뢰 도모

- | | |
|------------------|---|
| 향후
계획 | <ul style="list-style-type: none">• 하반기 대규모 국제행사 등과 연계해 시의성 있는 기획 홍보 추진• 뉴미디어 홍보 수단을 활용한 팩트체크 홍보로 정책의 신뢰성 제고 |
|------------------|---|

2. 시민 중심 · 참여의 열린 홍보 구현

- 시민이 주도하고 참여하는 열린 홍보로 '행복나눔' 시정 성과 공유
- 시 홍보매체의 시민 개방을 통한 민·관 상생의 공보행정 제시

① 시민이 주도하고 참여하는 열린 홍보 추진

- 시 블로그 '나와유(I&YOU)의 오감만족 이야기'를 통한 공감홍보 추진
 - － 시 중점시책, 행사, 명소 등에 대한 현장 취재로 생생한 정보 전달(569건)
 - 블로그 방문자 수, 개설연도 대비 48배 증가 / 169천명('10)→8,116천명('17.6)
 - 블로그 개설 이후 '월 방문자 최고기록' 달성 / * '17년 4월 방문자 수(42만여 명), 월평균 대비 약 4배 증가
 - － 블로그 운영플랫폼 확장 / 「다음」과 「네이버」 병행 운영('17.3)
 - － 소셜미디어기자단(48명 / 외국인 6명)의 스토리텔링 홍보로 시민 공감 확대
 - 사도간 공식 블로그 활용 관광명소 교차 홍보 / 3개 사도(세종, 충남, 충북)
- 지역 대학생 중심의 e-시정도우미(74명)를 통한 젊은층의 시정 참여 증진
 - － 주요시정 SNS 홍보 622건 / 시민불편사항 제보 181건 / 자원봉사 224건 등
- 월간 이츠대전 명예기자 신규 위촉(20명)으로 전문가 시각의 시정홍보 기능 강화
 - － 도시재생, 복지환경, 여성경제 등 분야별 기고를 통한 시정 공감대 확대

- | | |
|------------------|---|
| 향후
계획 | <ul style="list-style-type: none">• 시민기자단 주도의 방문 취재, 명소 팸투어 등 현장 홍보 강화• 각 분야별 전문가 및 청년 중심의 시정 홍보, 제안 등 SNS 소통 증진 |
|------------------|---|

② 시민과 함께 하는 민 · 관 상생의 공보행정 구현

- 시 보유 홍보매체의 시민 개방으로 민 · 관이 상생하는 공보행정 구현
 - － 조례제정, 제1·2차 시 홍보매체 시민이용 / 홍보관전광판 등 5개 매체 70면 개방
 - 전통시장 10개, 사회적·마을기업 9개, 비영리법인 4개소 등 총 28개 업체 참여
- 시 홍보매체운영위원회 심의를 통한 하반기 홍보매체 이용 업체 선정
 - － 총 12개업체 선정(사회적기업 5, 비영리단체 4, 협동조합 2, 소기업 1)

- | | |
|------------------|---|
| 향후
계획 | <ul style="list-style-type: none">• 홍보콘텐츠, 홍보매체의 지속적 확대를 통한 지역경제 활성화 도모 |
|------------------|---|

3. 현장중심의 뉴미디어 홍보 강화

- 다양한 홍보매체의 개발 및 활용을 통한 시민 친화적인 생활홍보 전개
- 다양한 이벤트 및 콘텐츠 개발로 시민에게 친근한 이미지 홍보 추진

1 다양한 홍보매체와 함께하는 시민 친화형 생활홍보 전개

- 알기 쉬운「인포그래픽」, 「카드 뉴스」홍보로 시정의 신뢰성 증진
 - － 사진, 컴퓨터그래픽 등의 형식으로 일 평균 2건 이상 제작
- 모바일택시, 병원, 백화점, 야구장 등 시민 생활 속 현장 홍보
 - － 택시 200대, 극장(102)·병원(26) PDP-TV, 기타 역, 백화점 등 인구밀집지역 홍보

향후 계획

- 홍보매체의 다양한 결합을 통한 이미지 홍보로 시민 공감의 외연 확대

2 전국 및 지역 방송채널을 활용한 시 이미지 홍보 강화

- 대전광역시 인터넷방송의 영상콘텐츠 제작 및 시민참여 이벤트 개최
 - － 이츠대전뉴스(193건), 시민VJ(18건), 대전시티즌 개막전 인증샷 등 이벤트(4회)
- 대전권역 케이블 방송(CMB)을 통한 시민의 알권리 충족
 - － 시정현안, 지역행사, 공익캠페인 등 시민홍보(일 17회 송출, 영상·자막 홍보)
- 지역방송, 종합편성채널 등을 활용한 청년 등 역점사업의 생생 홍보 추진
 - － 지역방송(KBS 등 3개사), 중편(채널A 등 3개사), 라디오(대전CBS 등 2개사)

향후 계획

- 다양한 방송채널 활용으로 SNS 영상콘텐츠 제작·보급 추진

3 SNS 홍보시스템 정비로 시민 공감 및 소통 증진

- 시민 친근감 제고와 성과 확산을 위한 적극적인 시정홍보시스템으로 전환
 - － 수요자 특성을 감안한 시정홍보 / 홍보바이럴 강화 및 맞춤형 정보제공
- SNS 이벤트, 공모전을 통한 시민참여 시정홍보 기회 확대
 - － 시민공감 이벤트(9회)로 시 페이스북 팬 증가 / 87,922명('16)→104,403명('17.6)

향후 계획

- 시정 홍보소재 지속적 발굴 및 주제·계절별 페이스북 이벤트 확대 추진
 - － 관광(더위를 피하는 방법), 복지(우리 이웃이야기) 등

4. 민·관 협력의 도시브랜드 가치 제고

- 기관 간 연계와 협력을 바탕으로 효율적인 도시브랜드 홍보 추진
 - 민·관의 협력과 참여를 통한 도시 마케팅 및 홍보 외연 확대
-

① 홍보 네트워크 구축 및 확대로 도시브랜드 가치 제고

- 대전소셜네트워크를 통한 시민과의 양방향 소통 활성화
 - － 시, 자치구, 공사, 도시재생지원센터 등의 소셜미디어기자단으로 구성(120명)
 - － 관내 공공기관 홍보담당자 포럼 개최('17.4)
- 기관 간 홍보 네트워크를 기반으로 대전의 홍보위상 제고
 - － FIFA U-20 월드컵, 2017 아시아태평양도시정상회의 등
 - － 부산, 인천, 광주, 전남 등 9개 시·도 연계 홍보 / 소식지, 전광판 등
- 대전지역 공공기관 간 정책홍보 및 언론대응을 위한 연대 협력 강화
 - － 시, 교육청, 경찰청, 공사, 공단 등 정책공조 및 협력을 위한 간담회(5회)
 - － 목요언론인클럽 초청 간담회 추진(1회)

- | | |
|------------------|---|
| 향후
계획 | <ul style="list-style-type: none">• 시도 및 기관 간 연계 강화를 통한 홍보 네트워크 전국 확대 추진• 하반기 시정 성과 공유 및 사이언스페스티벌 등 대규모 행사 등 적극 홍보 |
|------------------|---|

② 민·관 연계와 협력을 바탕으로 홍보 외연 확대

- 「제1회 대전광역시 블로그 공모전」을 통한 대전 마케팅 강화
 - － 전국 파워블로거 등을 활용해 대전의 매력을 전 국민이 공유하도록 추진
 - － 대전의 역사·문화·관광 등 주제로 영상, 웹툰 등 다양한 형식 시도
 - 공고(3.24~6.15), 심사(6.16~23), 발표(6월말) / 전국 11개 시도 81건 응모(10명 시상)
- 글로벌 외국어 시정뉴스를 활용한 홍보 외연 확대
 - － 외국어(영어)로 방송하는 대전뉴스를 유튜브 등 활용해 홍보
 - 국립중앙과학관, 유성온천족욕장 등 2편

- | | |
|------------------|--|
| 향후
계획 | <ul style="list-style-type: none">• 파워블로거 및 각 지역 시민들이 참여하는 이벤트 공모전 확대• 외국인 참여(중국, 일본 등)를 통한 다양한 글로벌 시정뉴스 제작 |
|------------------|--|