

대 변 인

I . 일반현황

II . 2018 주요성과와 2019 정책방향

III . 2019 주요업무 추진계획

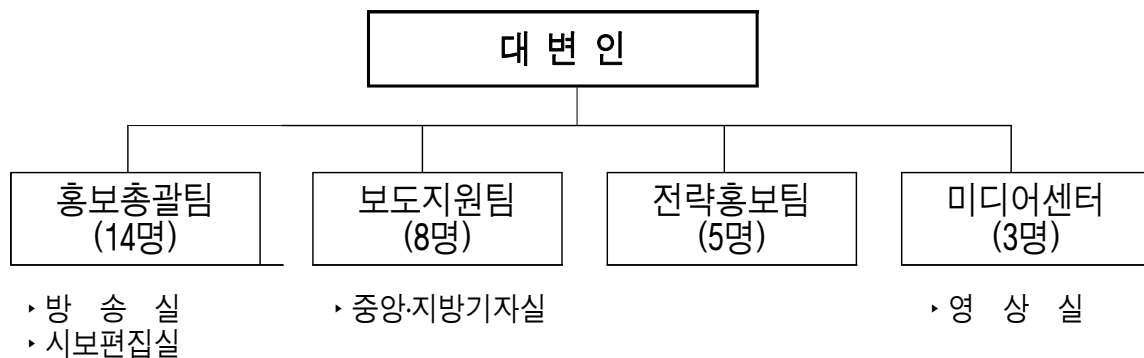
I . 일 반 현 황

1 대변인 기능

- 홍보행정의 총괄계획 수립 및 조정
- 시보 월간「이츠대전」 및 「점자 시정소식」 발행
- 시 공보 발행 및 미디어 간행물 관리
- 언론단체 협조 지원, 언론홍보계획 수립, 취재지원, 기자실 운영
- 방송사·언론사 대담·인터뷰, 언론 광고·공고 의뢰
- 시민 관심사업 및 쟁점시책 전략 기획 보도
- SNS, 인터넷방송「이츠대전TV」 등 뉴미디어 시정 홍보
- 시정 홍보판 관리 및 권역 외 홍보 등

2 조직 및 인력

- 조 직 : 1대변인 3팀 1센터(총 31명)



- 인 력 : 정원 31명 / 현원 31명

(’18.12.31)

직렬 구분	계	일 반 직				
		4급	5급	6급	7급	8·9급
정 원	31	1	4	14	7	5
현 원	31	1	4	12	12	2

※ 상근인력 : 6명(방송실 1, 기자실 2, 언론모니터 1, 영상실 2)

3 2019년 예산현황 : 총 5,408백만원(일반회계)

- ▶ 홍보총괄관리 : 1,266백만원(시정소식지 발행 343, 권역외 홍보 600 등)
- ▶ 언론홍보·보도지원 : 2,304백만원(시정홍보 2,000, 뉴스 스크랩 110 등)
- ▶ 뉴미디어 기획홍보 : 1,233백만원(뉴미디어홍보 736, 인터넷방송 운영 322 등)
- ▶ 기타 행정운영경비 : 605백만원(인력운영비 508, 행정사무경비 97 등)

※ 전년도 최종예산 5,318백만원 대비 1.69% 증가

4 기 타

○ 출입 언론매체

(‘18. 12. 31. 현재)

구 분	총계	신 문						방 송			통 신 사	인 터 넷	케 이 블
		소계	중앙	경제	지 방			소계	TV	라디오			
					관내	관외	기타						
언 론 사	97	40	11	7	8	11	3	7	5	2	6	42	2
출입기자	124	58	17	7	19	12	3	11	8	3	9	44	2

○ 자체 홍보매체

- － 시보 월간「이츠대전」, 「점자 시정소식」 및 녹음테이프·CD
- － 인터넷방송「이츠대전TV」, 「e-대전뉴스레터」, 시 홈페이지(Story 대전)
- － 시정 홍보판(4개소 6면), 게시판(2개소), LED전광판(1개소)
- － 도시철도 홍보판(22개소 201면), 지하차도·보도육교현판(18개소 28면)
- － 시 블로그, 트위터, 페이스북, 카카오톡스토리, 인스타그램

○ 미디어 간행물 등록내역

(‘18. 12. 31 현재)

총 계	신 문					인터넷신문 (아)	인터넷뉴스서비스 (자)
	계	일반일간(가)	특수일간(가)	일반주간(다)	특수주간(다)		
215	58	11	-	14	33	154	3

Ⅱ. 2018 주요성과와 2019 정책방향

2018년에는

민선7기 출범에 따른 주요시정 비전·가치 등 기획 홍보와 다양한 온오프라인 매체를 활용해 시민이 공감하고 이해할 수 있는 주요시정홍보 중점 추진

2018 주요 성과

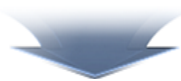
- 민선7기 시정비전 및 핵심사업 체계적 홍보
 - ▶ 시정구호 등 민선7기 핵심가치, 홍보관·현판 등 자체매체 활용 홍보
 - ▶ 주요시책·현안사업에 대한 분야별 언론브리핑 실시, 시민 공감 확산
- 시민이 참여하고 주도하는 공감홍보 추진
 - ▶ 시민참여 토크콘서트개최(2회), 기자단 팸투어(6회), SNS참여 이벤트(11회)
 - ▶ 市 홍보매체 시민이용사업 추진 : 2회, 전통시장·소기업 등 26개 선정 지원
- 뉴미디어 등 다양한 온-오프라인 매체 활용 시정 이해도 제고
 - ▶ 시 홈페이지(스토리대전), 블로그, 페이스북 등 활용 주요시정 실시간 공유
 - 스토리대전 누적방문자 2천만명, 블로그 1천만명 돌파, 페이스북 전년대비 16%증가(135천명)
 - ▶ 월간이츠대전, 인터넷방송 및 서울역 등 권역외 홍보

2019년에는

민선7기 실질적 원년으로 시민약속사업 등 주요시책 홍보와 함께 대전방문의 해 성공을 위한 권역외 등 홍보 및 시민과 소통하는 쌍방향 시정홍보 활성화

정 책 환 경

- ▶ 민선7기 비전 및 주요시정에 대한 관심과 시정 참여 욕구 증대
- ▶ 7030, 대전방문의 해 계기 대전의 브랜드 가치 홍보 강화 필요
- ▶ 다양한 홍보매체와 언론환경 변화에 대한 능동적 대응 필요



2019 정 책 방 향

- ▶ 시민주도시민참여의 소통홍보로 시정 성과와 비전 공유 확산 도모
- ▶ 도시브랜드 홍보를 통한 대전방문의 해 성공 견인 및 위상 제고
- ▶ 언론 매체 등 다양한 홍보매체를 활용한 시정이해도 제고

Ⅲ. 2019 주요업무 추진계획

1. 대전방문의 해 등 주요시정 기획홍보 강화

2. 시민이 참여하고 주도하는 시정홍보 활성화

3. 다양한 홍보매체를 활용한 시정이해도 제고

1. 대전방문의 해 등 주요시정 기획홍보 강화

- ◇ 7030, 대전방문의 해 계기 대전의 브랜드 가치 홍보 강화
- ◇ 민선7기 비전 및 중점 시책의 기획 홍보로 시정 공감 확산

① 대전방문의 해 등 주요시정 권역외 홍보 강화

- 서울 등 수도권, 세종권 → 타 시도로 영역 확대
 - － 부산·대구·광주 등 타 광역시·도, 경주·전주 등 관광도시와 품앗이 홍보·공공기관 자체 홍보매체를 활용한 연계홍보 추진
- 서울역·KTX·서울지하철 → SRT·고속버스, 영화관 등 매체 다양화
 - － 인구밀집지역, 유동인구가 많은 노선 등을 대상으로 집중 홍보
 - － 주요 관광 축제시기에 맞춰 해당 지역 노선 등 홍보 추진
 - 주요노선 상시 홍보, 방문객이 많은 타 지역 축제 시 해당노선 집중 홍보
- 기타 정부협력 필요한 현안사업 등에 대한 대외 홍보 적극 추진

② 주요시정 전략적 기획홍보

- 주요시정 및 현안사업에 대한 시민 이해를 위한 정책브리핑 활성화
 - － (정례브리핑) 신규시책 발표, 정책변화 설명 등을 통한 언론 공감대 형성
 - － (현장브리핑) 정책 관련 현장에서 브리핑 실시 시민의견 수집·피드백
 - － (대변인브리핑) 오해·부정적 언론 보도 등에 대한 해명 등 적극 대응
- 시의 적절한 기획 자료 제공으로 생생한 정보 전달
 - － 확대·주간회의, 공감누리 및 각종 행사시 시정 메시지 전파

③ 실·국과의 주기적 소통을 통한 홍보역량 강화

- 기획홍보 전략회의 내실 운영 및 전략홍보 로드맵 구축
 - － 전략회의팀(실국 주무담당 참여) 월1회 개최로 주요사업 홍보전략 마련 및 정보공유
 - － 사업 전 과정에 이르는 단계별 홍보로드맵(홍보시기·컨셉트·매체 등) 구축·관리
- 직원 홍보역량 강화 및 유관기관 협조체계 구축
 - － 인재개발원 필수교육(홍보력 향상) 실시, 시정홍보 매뉴얼 개선·전파
 - － 유관기관 홍보 관계자 및 시민기자단 동반 관계 강화(정기 간담회 개최)

2. 시민이 참여하고 주도하는 시정홍보 활성화

- ◇ 시민 참여 프로그램 확대를 통한 시민 주도의 공감홍보 활성화
- ◇ 시 보유 홍보매체 및 사진 기록물 아카이브 시스템 시민 이용 활성화

1 최신티렌드를 반영한 시민 참여 중심의 공감홍보 추진

- 「스마트폰 앱」 활용, 실시간 참여 스마트 토크쇼 개최
 - － 이슈현안에 대해 실시간으로 시민과 쌍방향 소통, 시민의견 반영·피드백
- 유명 1인 유튜버·블로거 크리에이터 활용, 대전명소·축제 등 소개
 - － 구독자 1만명 이상 유튜버, 일방문자 1천명 이상 블로거 섭외, 콘텐츠 제작 홍보
- 대전시 인터넷방송 UCC공모전, 페이스북·인스타그램·밴드 활용 홍보
 - － 대전방문의해 관련 축제·행사 등 연계 이벤트 소재 발굴(월1회 이상)
 - － SNS 회원 연19만명 → 21만명, 블로그 누적 방문자 1.1천만명 목표 외연 확대
- 시민기자단 참여 포럼·팸투어 추진
 - － 충청권 소셜미디어 기자단 포럼 및 축제·마을기업 현장 등 팸투어 개최
 - － 타시도 기자단 교차투어, 공동 팸투어, 기획 취재를 통한 홍보 적극 추진

2 시 홍보매체 개방 시민이용 확대

- 시 홍보매체 이용을 통한 민관 상생의 공익홍보 지속 추진
 - － 버스정류장 모니터 983개소 추가, 선정 업체 홍보 지원 확대
 - － 이용시민 대상 설문조사 실시로 미비점 개선 보완
 - 2016년부터 시 보유 홍보매체(70면) 개방, 79개(6회) 업체 선정 지원

3 사진기록물 아카이브 시스템 이용 홍보

- 대전시가 촬영한 과거부터 현재까지 보유사진을 시민에게 공개
 - － 시 보유 사진자료(77만컷) 스캔, 시기별·내용별 키워드 검색 기능 제공
 - － 시 홈페이지, 모바일을 통한 시정관련 사진 제공으로 시정 공감대 형성
- 시·자치구, 도서관 등 공공장소 순회전시회 개최 및 아카이브 이용 홍보
 - － 사진기록물 아카이브 시스템에서 추천 또는 조회 수 상위 사진 70여점 선별
 - 데이터 확인, 시범운영(1~2월), 정식오픈(3월), 순회 전시회(3~10월)

3. 다양한 홍보매체를 활용한 시정이해도 제고

- ◇ 다양한 매체를 활용한 알기 쉬운 홍보로 시정이해도 제고
- ◇ 언론과의 유기적 협력을 바탕으로 시민 공감 및 지지 확보

① 알기 쉬운 홍보기법을 활용한 시민 공감 홍보 추진

- 주요시정 등 카드뉴스, 팩트체크 등 이미지 형태 제작 홍보
 - 사진·인포그래픽·카툰 형식으로 간결하고 재미있게 제작, 시민 관심도 제고
 - SNS, 시 홈페이지, 유튜브 등 공유로 파급효과 극대화
- 수요자 중심의 시 홈페이지(스토리대전) 운영
 - 시정 분야별로 주제가 있는 스토리텔링을 통해 시정 이해 도모
 - 주요정책 실시간 접근성 및 전달 강화, 웹 및 SNS 연계 파급력 확대

② 유튜브 등을 활용한 온라인 영상 홍보 강화

- 시 인터넷방송 「이츠대전TV」의 맞춤형 방송콘텐츠 기획 홍보
 - 이츠대전뉴스(주3회), 나와유대전, 시민VJ 등 시기성·역동성 있는 영상 제작
 - 대학생, 주부 등 「영상 크리에이터」 운영 → 시민의 눈으로 바라보는 시정홍보 활성화
- 대전의 발전상, 문화·관광 등 다양한 소재 발굴, 역동적인 홍보 영상 제작
 - 지역 음악인 참여 원도심 소재 뮤직비디오, 스토리가 있는 웹드라마 등 제작
 - 인포모션그래픽 등 특수기법을 활용한 SNS용 영상물(40편) 제작

③ 언론과 소통 강화로 시정의 추진동력 확산

- 주요사업, 시정현안에 대한 신속 정확한 보도 추진
 - 사업계획·진행·성과 등 신속·정확한 보도자료 제공(일 8건 이상)
 - 언론과 소통을 위한 수시브리핑 및 실·국장 기자간담회 추진(월1회 이상)
- 주요 시정 공감 확산을 위한 기획보도 추진
 - 방송·라디오 매체를 활용한 실시간 홍보, 신문·잡지를 통한 심층 인터뷰 추진
 - 시민관심도, 언론매체별 관심사항에 따른 기획 보도, 기고문 등 제공
- 언론보도내용 모니터링 분석 및 환류기능 강화
 - 시정관련 보도 내용 신문 스크랩, 방송 모니터링을 통한 이슈 관리(일1회)