

행정자치위원회회의록

2020년도

행정사무감사

대전광역시의회사무처

피감사기관

1. 대변인
2. 홍보담당관
3. 인재개발원

일시 : 2020년 11월 16일 (월) 오전 10시

장소 : 행정자치위원회회의실

(10시 07분 감사개시)

○위원장 홍종원 의석을 정돈하여 주시기 바랍니다.

1. 대변인

○위원장 홍종원 지금부터 「지방자치법」 제41조 및 같은 법 시행령 제39조와 「대전광역시의회 행정사무 감사 및 조사조례」에 따라 대변인에 대한 2020년도 행정사무감사 실시를 선언합니다.

오늘 행정사무감사 방청 및 모니터링을 위해 대전시민네트워크 회원님과 행정사무감사 취재를 위해 뉴스원 김기태 기자님이 자리를 함께 하셨습니다.

아낌없는 사랑과 관심을 주시는 여러분께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

오늘 감사 진행순서는 먼저 증인선서를 하고 업무보고 청취와 감사에 대한 답변 순으로 진행하겠습니다.

효율적인 감사를 위해 몇 가지 유의사항을 말씀드리겠습니다.

관계공무원께서는 의회에서 실시하는 행정사무감사의 중요성을 인식하고 대전시민을 대표하는 위원님들의 감사에 성실하게 임해주시고 위원님들께서 요구하신 자료는 신속 정확하게 작성하여 제출하시기 바랍니다.

다음은 증인선서의 취지와 처벌규정에 대해 말씀드리겠습니다.

선서를 하는 이유는 행정사무감사를 실시함에 있어 증인으로부터 양심에 따라 사실대로 증언하겠다는 서약을 받기 위한 것입니다.

만약 서류제출 요구를 받은 자가 정당한 사유 없이 정해진 기간 내에 제출하지 않은 경우와 출석요구를 받은 증인이 정당한 사유 없이 출석하지 아니하거나 선서 또는 진술을 거부한 경우에는 500만 원 이하의 과태료를 부과할 수 있고 위증의 경우 고발될 수 있음을 알려드립니다.

대변인께서는 발언대로 나오셔서 선서해주시고 선서가 끝난 후에는 선서문에 서명날인 후 본 위원장에게 제출하여 주시기 바랍니다.

그러면 먼저 증인선서를 하겠습니다.

권경민 대변인 발언대로 나오셔서 선서하시기 바랍니다.

○대변인 권경민 선서!

본인은 대전광역시의회 행정자치위원회 2020년도 행정사무감사에 임함에 있어 성실하게 감사를 받을 것이며 또한 증인으로서 증언을 함에 있어서는 「지방자치법」 제41조와 「지방자치법 시행령」 제43조 및 「대전광역시의회 행정사무 감사 및 조사조례」가 정하는 바에 의하여 양심에 따라 숨김과 보탬이 없이 사실 그대로 말하고 만일 거짓이 있으면 위증의 벌을 받기로 맹세하고 이에 선서합니다.

2020년 11월 16일

대변인 권경민

(대변인 권경민, 홍종원 위원장에게 선서문 전달)

○위원장 홍종원 모두 자리에 앉아주시기 바랍니다.

다음은 업무보고를 청취하겠습니다.

권경민 대변인께서는 업무보고하시기 바랍니다.

○대변인 권경민 대변인 권경민입니다.

존경하는 홍종원 위원장님 그리고 위원님 여러분, 평소 저희 대변인실 업무에 대한 위원님들의 많은 관심과 성원에 감사드리면서 대변인 소관 업무를 보고드리겠습니다.

보고드릴 순서는 총괄, 2020년 주요업무 추진실적 및 2021년 추진계획 순입니다.

(주요업무보고서는 부록에 실음)

(행정사무감사자료는 별도보관)

이상으로 대변인실 주요업무보고를 마치면서 앞으로도 참여와 소통을 통한 시민중심의 시정홍보가 되도록 최선을 다할 것을 약속드립니다.

감사합니다.

○위원장 홍종원 권경민 대변인 수고하셨습니다.

방금 보고한 내용이나 대변인 소관 행정사무에 대하여 감사하실 위원님께서 발언을 신청하시기 바랍니다.

민태권 위원님 감사하시기 바랍니다.

○민태권 위원 민태권 위원입니다.

대변인님, 대변인실의 주된 업무가 무엇입니까?

○대변인 권경민 대변인실은 기존 7월 1일 자 조직개편에 따라서 홍보담당관실과 분리되기 전까지는 시청의 시청과 관련된 모든 홍보업무를 총괄하였습니다.

다만 7월 1일 이후 조직개편에 따라서 사무분장에 의해서 언론홍보와 관련된 분야, 쉽게 말씀드리면 대언론홍보에 소속된 업무들은 대변인실에서 담당하고 기타 비언론홍보에 관한 사항은 홍보담당관실에서 담당하는 것으로 되어 있습니다.

○민태권 위원 대전시정의 대언론을 전담하기 위해서 홍보기능을 분리해서 대변인실을 조직개편했다는 얘기네요?

○대변인 권경민 그렇습니다.

○민태권 위원 행정사무감사자료 23쪽 시청관련 보도내용 해명실적에 대해서 감사하겠습니다.

감사에 앞서, 대변인 정원이 몇 명입니까, 이번 조직개편하면서?

○대변인 권경민 21명입니다.

○민태권 위원 21명입니까?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○민태권 위원 행감자료에 대변인 정원이 몇 명으로 되어 있지요?

○대변인 권경민 25쪽에 있는 정원은 29명으로 되어 있는데 이것은 일반 공무원들 플러스 공무원 직원 포함해서 29명입니다.

○민태권 위원 행감자료에는 모든 인원, 공무원 포함해서 되어 있다는 얘기지요?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○민태권 위원 본 위원이 자료를 접하다 보니까 행감자료에는 정원이 29명, 현원 29명으로 되어 있더라고요.

그런데 홈페이지는 또 28명으로 되어 있어요.

○대변인 권경민 28명은 아마 현원이 아닐까 생각합니다.

○민태권 위원 예?

○대변인 권경민 현원.

○민태권 위원 그리고 실·과는 다르겠지만 인사혁신담당관 자료에는 부서별 현황 보면 정원 21명으로 거기는 되어 있더라고요.

현재 정원과 현원이 21명 맞습니까?

○대변인 권경민 예, 맞습니다.

○민태권 위원 시청관련 언론을 접하다 보면 주요정책에 대한 안내와 긍정적인 기사가 있는 반면 부정적인 기사가 있는 것은 당연할 겁니다만 부정적인 기사에 대해서는 어떻게 대처하고 계십니까?

○대변인 권경민 아까 업무보고에 말씀드렸듯이 부정적 기사내용에 대한 전반적인 것들은 스크랩이나 또는 각 해당되는 부서에 통보를 해줍니다.

그러면 부서에서 그 내용을 판단하여 이 기사의 진위여부라든지 또 부정적 기사의 내용이 맞는지, 부정적 기사라고 해서 무조건 잘못된 것은 아니고요, 비판적 기사일 경우에는 수용하고요, 다만 사실여부를 판단해서 또는 잘못 이해한 부분 또 오해의 소지가 있는 부분들을 판단해서 부서와 협의를 해서 부서가 해명자료를 올리는 방법이 있고요, 또 하나는 심한 경우에는 해당 언론사에 정정보도를 요청하는 경우도 있습니다.

○민태권 위원 홈페이지에 보도해명자료를 올리는 방법과 해당 언론사에게 정정보도를 요청하는 두 가지 정공법을 취하고 있다는 말씀이지요?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○민태권 위원 본 위원도 대전시 홈페이지 보도해명자료 게시현황을 확인했습니다만 언론보도가 난 다음에 해명자료는 그다음 날 바로 게시되어 있더라고요?

○대변인 권경민 예.

○민태권 위원 그런데 저희 행감 자료에는 2018년도에 23건, 2019년도는 33건, 2020년도는 31건으로 이렇게 나와 있습니다.

해마다 보도 해명실적이 이렇게 증가한 이유가 뭡니까?

○대변인 권경민 언론 대응이 금년도에 들어와서 특히, 추세는 과거에는 행정 부분이 언론에서 지적하는 또는 언론에서 하는 보도에 대해서 크게 대응하지 않는 성향이 있었습니다.

그런데 최근에 와서는 적극적 홍보의 일환으로서 언론보도가 사실과 다르거나 또는 오해의 소지가 있을 경우에는 적극적으로 대응하라는 홍보정책 기조의 변화라고 보시면 되겠습니다.

○민태권 위원 언론보도 해명자료를 보니까 2018년도에는 6건, 2019년도에는 14건, 2020년도에는 9월 4일 기준 현재 16건 이렇게 해명자료가 올라가 있더라고요.

감사 자료에는 23건, 33건, 31건이었는데 그러면 나머지 부분에 대해서는 정정보도를 통해서 하는 겁니까?

그렇다고 언론보도에 대한 해명자료는 다 올리지는 않는 것 같아요?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○민태권 위원 그러면 나머지 부분은 그냥 가볍게 생각하는 겁니까, 아니면 정정보도로 대처하고 있는 겁니까?

○대변인 권경민 해명보도의 방법에는 홈페이지를 통해서 시민들에게 알려주는 방법이 있습니다.

지금 말씀하신 홈페이지에 나와 있는 것들은 시민들을 통해서 시민들에게 꼭 알려줘야 될 사항들, 그러니까 그 사안이 기본적 사항보다는 좀 더 중요하다고 생

각하는 경우에는 홈페이지에 올리고요, 그것보다 낮은 단계로서 공무원들한테 사실을 알려주기 위해서, 공무원들이 이해를 하기 위해서 시·도행정 내부포털 시스템에다가 올리는 경우도 있습니다.

두 가지를 합쳐서 나온 숫자가 더 많고요, 홈페이지에 올리는 것들은 그것보다 좀 적은 숫자입니다.

○민태권 위원 그러니까 단계별에 따라서 조치가 좀 다르게 나간다는 얘기지요?

○대변인 권경민 예, 다시 정리하자면 낮은 단계의 대응으로는 행정내부포털 시스템에 올리는 방법, 시민들에게까지 알려줄 것 같으면 홈페이지를 통해서 게시하는 방법, 그리고 좀 더 강한 대응은 정정보도를 요청하는 방법입니다.

○민태권 위원 언론보도 해명자료의 조회수를 보니까 상당히 많이들 보더라고요.

적은 기사에 관련해서는 몇백 건부터 만 몇천 건까지 조회가 되고 있는 상황인데, 이런 부분에 대해서 검토해본 부분이 있습니까?

○대변인 권경민 사실 아까 말씀드렸듯이 과거에는 언론보도에 대해서 공직사회가 좀 소극적인 대응을 했는데 이 부분이 단순히 공직사회 내부의 어떤 소극적 대응으로 끝나는 것이 아니라 시민들의 시정에 대한 불신으로 이어질 수 있다는 우려가 있습니다.

그래서 지금은 적극적으로 대응을 하고요, 그만큼 시민들도 해명자료에 대해서 접하게 되면서 시정에 대해서 그리고 보도내용에 대해서 정확하게 객관적인 판단을 할 수 있는 기준이 되기 때문에 그런 부분을 앞으로도 적극적으로 해명보도에 임하려고 합니다.

○민태권 위원 그러면 지금 말씀하신 방법 외에 다른 시민들에게 안내하는 건 없는 겁니까?

○대변인 권경민 저희가 적극적으로 한다고 해서 홈페이지에 게시하는 것 외에 다른 별개로 하는 경우는 없는데 최근에 와서는 시에서 운영하고 있는 SNS를 통해서 잘못 이해할 수 있는 부분들을 적극적으로 올리는 경우도 생각하고 있습니다.

특히 코로나19와 같이 시민들의 생활과 밀접한 부분이 있는 것들은 시 SNS라든지 시에서 운영하고 있는 온라인매체를 활용하는 방법도 지금 적극적으로 생각하고 있습니다.

○민태권 위원 일반시민들은 홈페이지가 아닌 신문이나 인터넷뉴스를 통해서 대전시정을 접하고 있는 상황이지 않습니까?

일반적인 매체를 통해 대전시정의 부정적인 소식을 접하고 그에 대한 해명을 홈페이지에만 게시한다는 것은 말이 해명이지 시민들이 직접 접하기가 쉽지 않을

것 같은데 어떻게 생각하세요?

○대변인 권경민 어떻게 보면 그냥 형식적인 대응일 수도 있다고 봅니다.

그래서 그 부분 저희들도 고민하는 부분인데, 그것을 넘어서 언론에서 지적인 부분을 적극적으로 해명하다 보면 또 언론과 이해관계가 상충할 수 있고 서로 보는 관점에 따라서는 다르게 판단할 수 있는 부분도 있기 때문에 지금 위원님 말씀하신 대로 단순히 형식적으로 홈페이지에 게시하는 것으로 해명보도를 끝내는 것이 아니라 다른 방법으로 시민들에게 알릴 수 있는 방법을 검토해 보겠습니다.

○민태권 위원 사실 정정보도가 그렇게 쉽지는 않지 않습니까?

○대변인 권경민 맞습니다.

○민태권 위원 본 위원도 보면 정정보도에 대한 것을 그렇게 많이 보지 못한 것으로 알고 있는데, 물론 언론사의 부정적인 기사를 반박하고 해명보도를 낸다는 건 언론사와의 관계 등 쉽지 않은 부분일 수도 있겠지만 실질적으로 해명이 되지 않을 것 같습니다.

부정적 보도하고 오보에 대한 대응이 해명이나 정정자료 제공으로 그칠 것이 아니고 실제로 정정보도가 되었는지까지 확인은 물론 시민들에게 직접적인 해명이 되었는지도 중요할 것 같은데 대변인께서는 어떻게 생각하십니까?

○대변인 권경민 위원님 지적이 정확하시고요.

저희가 해명보도에 대한 방향을 강화한다는 개념은 언론이 잘못했기 때문에 그런 것은 아니고요, 언론이 낸 보도나 언론이 취재한 내용을 시민들에게 좀 더 많이 알려주기 위해서, 예를 들면 보충적인 성격도 있습니다.

그러니까 언론이 잘못했기 때문에 저희가 그것에 대해서 대응을 하는 차원을 넘어서서 언론이 내는 내용에다가 시민들이 이해하고 정확하게 객관적으로 판단할 수 있도록 하기 위해서 보충적으로 대응하는 부분이 있기 때문에 앞으로도 위원님 말씀대로 언론과의 관계가 물론 중요하기는 하지만 시민들의 알권리도 중요하기 때문에 그 부분을 적절한 위치에서 대응하도록 하겠습니다.

○민태권 위원 아까 서두에도 답변하신 것처럼 대전시정의 대언론을 전담하기 위해서 홍보기능을 분리해 대변인실을 조직개편하지 않았습니까?

기존 방식에서 벗어나서 시정을 대변하여 시민들이 올바르게 대전시정을 이해하고 함께 동참할 수 있는 새로운 대안 마련이 필요할 것이라고 생각합니다.

이 점 고려해서 좋은 방안이 마련될 수 있도록 노력해 주시기 바랍니다.

○대변인 권경민 예, 명심하겠습니다.

○민태권 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 민태권 위원님 수고하셨습니다.

또 감사하실 위원님 안 계십니까?

우승호 위원님 감사하시기 바랍니다.

○우승호 위원 우승호 위원입니다.

대변인실 관련해서 몇 가지 여쭙보겠습니다.

대전광역시 홈페이지에 가니까 대변인실 홈페이지가 있더라고요.

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○우승호 위원 혹시 담당관님 들어가 보셨습니까?

○대변인 권경민 예, 가끔씩 들어갑니다.

○우승호 위원 최근 근황 뭐가 있습니까?

최근 자료라든지요.

○대변인 권경민 대변인실 홈페이지라는 것이 스토리대전을 말씀하시는 건가요?

그 홈페이지에 들어가면 인터넷방송과 저희 스토리대전을 통해서 시정의 주요 성과들에 대해서 거기에 게시가 되어 있습니다.

영상콘텐츠와 기타 핫뉴스 부분도 거기 게시가 되어 있고요.

○우승호 위원 그렇지요, 시정소식이나 자료실이나 이런 게 있지 않습니까?

제가 말씀드리는 것과 좀 다른 것 같아서, 스크린 좀 띄워드릴게요.

(프레젠테이션자료를 보며)

‘우리국에서는’이라고 해서 대변인실을…….

○대변인 권경민 아, 실·국별 홈페이지?

○우승호 위원 예, 실·국별로.

전체 공고가 아니라 실·국별로도 사실 다 하잖아요.

○대변인 권경민 예.

○우승호 위원 보면 대변인실은 가장 정보가 발 빠르고 시민들에게 여러 가지 알릴 수 있는 정보는 다 공개될 부분이 많이 필요하다고 생각합니다.

그런데 시정소식 가장 최근 게 잡지사업 등록 2014년도 거고 자료실 같은 경우는 2019년도 10월에 올라간 게 가장 최근이었고, 이게 운영위원회 건이었습니다.

이제 운영위원회 카테고리는 새로 생겼으니까 그쪽으로 넘어갔을 거고요, 홍보 담당관 쪽이니까요.

제가 궁금한 게 생긴 게 e-대전뉴스레터라고 있어요.

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○우승호 위원 여기 실적에는 따로 e-레터에 대해서는 얘기가 없어서요, 혹시 일몰된 사업입니까?

○대변인 권경민 e-뉴스레터, 그러니까 과거 처음에 온라인 이메일이라는 것이 유행했을 때, 20년 정도 되었을 겁니다.

그때 당시에 시정소식을 신청하신 이메일로 시민들 원하시는 분들 이메일로 발송해드리는 서비스입니다.

그런데 최근에 와서는 이메일이 수신자들이 확인하는 비율이 많이 떨어졌습니다.

그리고 이메일을 이용해서 정보를 접하기에는 시점이, 뉴스가 발생한 시점과 이메일을 접하는 시점에 차이가 있고 그래서 뉴스레터를 통해서 보내주는 시정소식은 점진적으로 줄여갈 생각이구요.

그래서 지난번에 이메일을 통해서 뉴스레터를 받는 분들에게 의견을 조회한 적도 있습니다.

그래서 상황을 봐서 그 결과에 따라서 서비스를 종료하려고 합니다.

○우승호 위원 제가 궁금한 건 그러면 2019년도 말을 기점으로 2020년도부터는 안 하신다는 말씀인 거지요?

○대변인 권경민 예, 그리고 시정소식과 관련해서는 아까 말씀드렸듯이 언론홍보 부분이 저희한테 업무담당 소관이 분장되고, 일반적인 시정소식에 관한 사항은 홍보담당관실로 업무가 넘어갔기 때문에 지금은 홍보담당관실에서 판단을 할 거라고 생각이 됩니다.

○우승호 위원 알겠습니다.

이따가 홍보담당관실에도 감사를 할 때 여쭙보겠습니다만, 말씀드리고 싶은 건 그거예요.

홈페이지가 여러 가지로 공개되는 부분들이 그렇게 많지가 않은 것 같습니다.

말씀하신 사업들은 정말 많이 하시는 것 같은데 ‘우리국에서는’ 애정을 가지시고 한번 새로운 정보라든지 시민들에게 알릴 수 있는 것들은 여기에 올리실 수도 있는 부분 아닙니까?

○대변인 권경민 예, 알겠습니다.

○우승호 위원 그런 부분은 숙지해 주시면 감사하겠습니다.

그리고 하나 더 여쭙보겠습니다.

본 위원이 자료를 별도로 요청한 게 있었을 겁니다.

유튜브에도 여러 가지 실적들을 많이 올리시고 영상들을 많이 올려서 시민들에게 공개도 하고 그러실 겁니다.

그런데 인터넷방송 건에 대해서 여러 가지 보니까 2018년도에는 411건, 2019년도에는 399건, 2020년은 268건으로 계속 건수가 줄어드는 이유는 뭘니까?

○대변인 권경민 인터넷방송 건수의 감소, 특히 금년도의 경우에는 코로나19로 인해서 외부에 나와서, 행사 중심이라든지 아니면 현장에서 이루어지는 영상물 제작이나 또 콘텐츠 제작이 거의 불가능했기 때문에 금년도는 제작건수가 많이 줄 수밖에 없었다고 보고드리겠습니다.

○우승호 위원 그러면 평균적으로는 400건 정도로 나오는 것이겠군요?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○우승호 위원 옆에 자료를 보시면 아시겠지만 한글자막이나 한국수어를 포함하여 제작하는 부분에서도 자료요청을 드렸었습니다.

아시다시피 우리 대전시 조례상, 공공시설 내 청각장애인의 편의시설 설치 및 지원조례에 따라서 편의 제공을 해야 될 의무가 있습니다.

제5조제4항에 보시면 ‘대전광역시 시정과 대전광역시의회 회의 및 의정활동 홍보 등을 위한 영상물은 한글자막과 한국수어를 포함하여 제작하여야 한다’고 되어 있습니다.

그런데 ‘다만’이 있습니다.

‘영상물의 특성상 한글자막과 한국수어를 동시에 제공하는 것이 곤란하다고 인정되는 경우에는 한글자막과 한국수어 중 하나를 선택하여 제작할 수 있다.’고 되어 있습니다.

즉, 이 조례에 따라서 둘 중에 하나는 해야 돼요, 사실은.

무조건 해야 되는 겁니다.

그런데 제가 자료 받은 것은 자막 85% 기준으로 했을 때 2018년도에는 42건, 2019년도에는 62건, 2020년도에는 27건이고요.

받아보셨겠지만 자막 100%를 기준으로 했을 때는 자막 포함된 게 1건도 없다가 이렇게 되어 있습니다.

그런데 요즘은 자막도 여러 가지 섞어서 효과처럼 나오게끔 하는 부분도 있기 때문에 그 정도로도 청각장애인분들이 시청하시기에 어려움이 없다고 할 수 있겠지만 그래도 좀 아쉬운 부분이기도 합니다, 이 통계를 보면.

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○우승호 위원 그리고 이게 사실 수어 포함 제작이 자막 제작보다 굉장히 비중이 높아요.

뭐 때문이라고 생각하십니까?

○대변인 권경민 한글자막 작업은 아마 영상 후반부 별도의 작업이 더 필요하다고 봅니다.

그래서 한국수어로 통역을 했을 경우에는 즉각적으로 실시간으로 통역이 가능하기 때문에 아무래도 제작에 있어서는 용이한 면이 있기 때문에 수어통역을 할 수 있고요, 한글자막은 영상을 제작한 뒤에 후반작업이 또 들어가기 때문에 그 부분이 어려워서 그런 부분도 있을 겁니다.

그리고 콘텐츠별로 특성이 있는데 저희 콘텐츠 중에 상당 부분은 시정을 브리핑한다거나 시정을 알리는 형태의 내레이션들이 많기 때문에 수어통역이 더 일상화되었다고 볼 수 있겠습니다.

○우승호 위원 예, 말씀하신 바와 같이 수어통역도 지역사회 곳곳에 전문가들도 많이 계시고 센터도 설치되어 있다 보니까 수어통역에 대한 정보접근이 굉장히

효과적이기는 합니다.

다만 문자통역이라는 것은 기술이 발전하면서 노트북도 있고 원격으로도 거리가 멀어도 타이핑 기계를 통해서 인터넷으로도 많이 볼 수가 있습니다.

본 위원도 지금 그렇게 해서 대변인님 이야기를 이렇게 실시간으로 듣고 있습니다.

그래서 제가 말씀드리고 싶은 것은 그렇습니다.

수어를 제공해주는 것이 굉장히 유의미한 결과라고 생각하지만 문자서비스, 자막서비스 제공은 너무 미비하다, 만약에 수어를 모르는 사람이라면, 요즘 난청 인구가 굉장히 많습니다.

나이가 드셔서 청각장애 오시는 분들이 정말 많고 소리를 들어도 잘 안 들리는 분들이 많아서 이제 유튜브를 보더라도 자막으로 보고 싶어하시는 분들이 굉장히 많습니다.

그렇다면 조례에도 명시되어 있듯이 둘 중에 하나만 해도 되지만 제가 봤을 때는 자막을 제공할 수 있는 서비스도 대변인실에서 투명하게 정보를 공개해야 시장님이나 아니면 국장님들이 브리핑을 하실 때 정보에 대한 격차가 없어지지 않을까 하는 말씀을 드리고 싶은 겁니다.

그래서 인력에 대한 어려움이 있으시겠지만 충분히 지역사회 곳곳에 전문가분들이 많이 계실 거라고 생각합니다.

이런 부분에서 좀 협조를 했으면 좋겠는데요, 의견은 어떠십니까?

○대변인 권경민 지금까지 영상 관련 콘텐츠를 제작하면서 대전시가 청각장애인에 대해서 배려가 미흡했던 것은 사실이고 저도 인정하는 부분입니다.

지난 6월 말 기준으로 봤을 때 대전시의 청각장애인 숫자만 해도 1만 214명, 그러니까 1만 명이 훨씬 넘는 숫자가 있을 정도고요, 그분들이 시청 콘텐츠에 접근할 수 있는 접근권한을 인정해주는 것도 중요한 저희들이 몫이라고 생각을 합니다.

현재 정보접근성 면에서 봤을 때 청각장애인을 위한 콘텐츠 제작은 자료로 제공해드린 것과 같이 굉장히 미흡한 부분이 있고요.

현재는 장애인방송 편성 및 제공 등 장애인 방송접근권 보장에 관한 고시에 따르면 공중파 방송이나 그런 데에서는 의무화가 되어 있는데 아직 인터넷방송이나 이런 부분에서는 조금 미흡한 것도 있습니다.

하지만 저희 조례에 따라서 이 부분에 대해서는 좀 더 현재보다는 늘려갈 것입니다.

지금 말씀하신 대로 수어통역이 효율적이라고 볼 경우에는 수어통역을 확대하고요, 말씀하신 대로 문자통역을 통해서 서비스를 할 수 있는 부분들은 문자통역 부분도 현재보다는 훨씬 더 늘려가려고 생각하고 있습니다.

○우승호 위원 알겠습니다.

퍼센티지로만 두고 말씀드릴게요.

한국수어 제작만 해도 50% 정도 되고 있고요, 자막은 한 10% 될 겁니다.

지금 27건이니깐요, 85% 기준으로.

이 퍼센티지를 매뉴얼을 만들든 가이드라인을 만드셔서 매년 이 정도 달성하겠다는 그런 목표를 세우시는 게 훨씬 더 정확할 것 같습니다.

어떻게 하시겠습니까?

이것 내년까지는 한 60% 하겠다, 그런 의지를 이 자리에서 좀 비춰주셨으면 좋겠는데.

○대변인 권경민 기본적인 한글자막을 포함한 영상콘텐츠 제작 비율을 늘리는 것에 대해서는 저도 공감을 하고요, 그렇게 할 방향을 잡으려고 합니다.

다만 기술적 부분 또는 영상의 특성에 따라서, 예를 들면 일반적인 소리를 전부다, 그러니까 사람의 소리가 아닌 자연의 소리나 이런 것들을 다 문자로 보여주기에는 어려운 면도 있기 때문에 그런 기술적인 부분들까지도 한번 현장근무자들과 상의를 할 것이고요.

현재 한국시각장애인연합회에 장애인방송접근센터라는 게 있더라고요.

이 부분에 저희가 부족한 부분들을 자문해서 조언을 얻어서 콘텐츠 제작에 반영하도록 하겠습니다.

○우승호 위원 알겠습니다.

그리고 꼭 당부말씀을 드리고 싶은 것은 다른 영상들은 모든 시민분들이 보시기 때문에 자막이 불편하다, 수어가 불편하다 그런 얘기들도 있을 겁니다.

그런데 그런 걸 다 떠나서 시장님이나 국장님들이 브리핑할 때만이라도 그런 것은 반드시 넣어주십시오.

왜냐하면 페이스북에도 브리핑이 나갈 때가 있고 유튜브에도 브리핑이 나갈 때가 있지만 어디는 제공되고 어디는 안 제공되는 경우가 있습니다.

타 시·도 사례를 보면 자막이랑 수어를 동시에 제공해주는 일부 지자체 사례도 있습니다.

그런 것을 참고하셔서, 본 위원도 청각장애가 있는 의원임에도 불구하고 우리 대전시는 안 하고 있다는 얘기를 들으면 좀 그렇습니다, 마음이.

그런 부분에서 충분히 대전시도 과학도시라고 하는데 이 정도는 할 수 있다는 것을 좀 더 보여줄 수 있어야 된다고 저는 생각합니다.

그리고 청각장애인뿐만 아니라 사실은 시각장애인분들도 마찬가지예요.

화면 해설이라는 것도 있습니다, 사실은.

그런데 이런 모든 것을 컨트롤하려면 사실 대변인실에서는 힘드실 거라고 생각합니다.

그래서 지역사회에 시청자미디어센터라는 곳도 있기 때문에 장애인의 정보소외 격차를 해소하기 위한 부분들도 협조를 구하셔서 정보공개에 투명하게 접근하셨으면 좋겠습니다.

○대변인 권경민 예, 명심하겠습니다.

○우승호 위원 이 부분은 행정사무감사 끝나고도 계속 주기적으로 보고를 해주시면 감사하겠습니다.

○대변인 권경민 예, 알겠습니다.

○우승호 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 우승호 위원님 수고하셨습니다.

또 추가 감사하실 위원님 감사하시기 바랍니다.

김종천 위원님 감사하시기 바랍니다.

○김종천 위원 김종천 위원입니다.

행정사무감사자료 11쪽 보실게요.

작년도 행정사무감사에서 조치요구사항이 있었습니다, 그렇지요?

○대변인 권경민 예.

○김종천 위원 대전시 홍보예산에 대한 통계자료 작성과 홍보전략이 필요하다는 조치요구사항이 있었어요.

올해 홍보예산이 얼마나 잡혔지요?

○대변인 권경민 올해 언론홍보예산은 약 30억 정도 됩니다.

○김종천 위원 전체 홍보예산은요?

○대변인 권경민 전체 홍보예산은 홍보담당관실 쪽에 배정되어 있는 것이 약 10억 원 정도 되고요.

○김종천 위원 작년에 조치요구사항에 보면 타 시·도 비교분석표를 만들고 그 비교분석표가 없기 때문에 효율적이고 체계적인 홍보가 이루어지지 않는다, 그래서 대전시에 걸맞는 홍보전략 마련을 위해서 타 시·도 비교가 필요하다고 했는데 혹시 타 시·도 예산 비교분석표를 만드셨나요?

○대변인 권경민 예, 가지고 있습니다.

○김종천 위원 본 위원이 직접 확인은 안 했지만 17개 시·도 의장협의회에서도 이런 얘기가 있었는데 그쪽에서 비교 분석해본 결과 대전시 시청홍보예산이 전국에서 거의 최하위 수준이라고 들었는데, 혹시 맞나요?

○대변인 권경민 지금은 그렇지 않고요, 작년까지는 14위 정도 되었다고 보고 있는데 금년도에는 7위 정도, 그러니까 전체 세출예산 대비 홍보비의 비율은 7위 정도까지 된 걸로 알고 있습니다.

○김종천 위원 그러면 대변인께서는 우리 대전시정의 홍보예산이 충분하다고 생각을 하십니까?

○대변인 권경민 그렇지는 않습니다.

○김종천 위원 그렇지요?

○대변인 권경민 지금 홍보예산에 대한 산정방식이 조금씩 시·도별로 다르기는 한데, 저희는 전체적인 홍보예산을 봤을 때 대변인실 쪽에 포함되어 있는 홍보예산만을 가지고 비교를 한 것이고요, 각 실·국별로 흩어져있는 홍보예산 또는 산하기관에 있는 홍보예산도 있습니다.

그 부분까지 포함해서 다시 산정을 한다면 아마 타 시·도보다는 현저히 낮은 수준의 홍보예산을 가지고 있다고 보고 있습니다.

○김종천 위원 작년 비교표를 말씀드리면 17개 시·도 중에 14위면 거의 최하위 수준 아닙니까?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○김종천 위원 그래서 시정홍보를 하는데 예산이 좀 부족한 것으로 알고 있고요.

그리고 지난 업무보고 때도 본 위원이 그런 이야기를 아마 드렸을 거예요.

전국에서 거의 최하위 수준이니 시정홍보 예산을 이번 2021년도 예산에는 더 증액을 해야 되지 않느냐는 얘기를 한 적이 있는데 혹시 이번 2021년도 예산에는 증액이 되었습니까, 어떻게 되었습니까?

○대변인 권경민 저희가 증액 요청을 했는데 예산상황이 아마 녹록지 않은 상황인 것 같습니다.

예산실에서 예산심의 과정에서 금년도 수준으로 일단 동결은 되었습니다.

내년도 홍보예산 증액에 대해서 필요성은 공감할 하는 것 같은데 시 재정상황과 내년도의 위기상황들을 예측해서 준비할 사항들도 있기 때문에 그것에 대해서는 아마 일단 본예산에 반영된 것으로 봤을 때는 금년도 수준에서 일단 홍보예산이 책정된 것으로 알고 있습니다.

○김종천 위원 2019년도에도 그런 조치요구사항이 있었고 이번에도 제가 볼 때는 예산이 효율적으로 쓰이기 위해서는 그래도, 또 시정홍보를 효율적으로 하기 위해서는 어느 정도 적정한 예산이 필요할 것이다, 예를 들면 없는 예산으로 자꾸 시정홍보하고 사업을 추진하다 보면 원활하게 하기가 쉽지 않잖아요?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○김종천 위원 그런 취지로 그래도 17개 시·도 중에 중간 정도 할 수 있는 적정선의 예산은 필요하다고 생각이 들어서 지난번 업무보고 때도 본 위원이 말씀을 드렸는데 시정이 좀 안 된 것 같아요.

○대변인 권경민 예, 맞습니다.

위원님께서 지적을 하셨고 또 그렇게 요청을 하셔서 저희도 노력은 했지만 현재의 재정상황을 극복하기에는 좀 어려운 면이 있습니다.

다만 본예산에서는 금년도 수준으로는 확보를 했고 내년도 재정상황이나 또는 기타 여건들을 감안하여 작년도처럼 추경 예산안으로 확보하는 방법도 생각을 해 보겠습니다.

○김종천 위원 물론 시민의 혈세로 만든 우리 예산을 아껴 쓰고 줄여 쓰는 건 당연한 겁니다.

그러나 대전시의 원활한 홍보, 예산을 좀 써서라도 대전시정 홍보가 제대로 되고 또 대변인실이 제대로 된 업무를 할 수 있다면 추경에서라도 반영을 해서 증액을 하는 게 좋을 것 같습니다.

○대변인 권경민 예, 감사합니다.

○김종천 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 김종천 위원님 수고하셨습니다.

효율적인 감사를 위해서 잠시 감사를 중지하고자 하는데 이의 없으십니까?

(「없습니다.」 하는 위원 있음)

잠시 감사를 중지하겠습니다.

(10시 47분 감사중지)

(10시 52분 감사계속)

○위원장 홍종원 의석을 정돈하여 주시기 바랍니다.

감사를 계속하겠습니다.

감사하실 위원님께서서는 발언을 신청하여 주시기 바랍니다.

우승호 위원님 감사하시기 바랍니다.

○우승호 위원 우승호 위원입니다.

스크린 좀 띄워주시면 감사하겠습니다.

사실 대변인실에서 올해 초 그리고 작년까지 홍보담당관실 여러 가지 업무도 같이 하셨지 않습니까?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○우승호 위원 그러면 혹시 이것 보신 적 있으세요?

(사진자료를 보며)

○대변인 권경민 예, 요새 굉장히 핫한 콘텐츠입니다.

○우승호 위원 보셨지요?

카카오에서 제2의, 뭐였지요, 캐릭터가 생각이 안 나는데…….

내 꿈은 라이언이라고 해서 제2의 라이언에 도전하는 지역별 대표적인 캐릭터들이 이렇게 나와서 경선을 하는 대회였습니다.

지금 여러 가지 투표도 하고 마스코트들이 인기투표를 하는 과정인데요, 꿈돌이가 굉장히 인기가 많다는 얘기를 많이 들었습니다.

아무래도 지역의 상징성 있는 이모티콘이기도 하고 굉장히 앞으로도 활용 가능

한 가치가 있다고 저는 생각합니다.

그런 부분에서 홍보담당관실이나 대변인실에서는 어떤 여러 가지 홍보를 하고 있을까 봤더니 특별한 것은 없어요.

마케팅공사에서 전적으로 거기에서 하기 때문에 다 하는 것 같아요.

대변인실에서 할 수 있는 방법은 없습니까?

○대변인 권경민 홍보담당관실에서는 현재 대전이즈유라는 브랜드슬로건의 카카오톡 이모티콘을 꿈돌이를 캐릭터로 하여 만들어서 무료로 배포한 적이 있습니다.

대변인실 입장에서는 언론홍보 차원에서, 저희들도 고민스러운 부분인데 꿈돌이 캐릭터는 레트로 향수를 불러올 수 있고 또 2023년도쯤 되면 아마 대전엑스포가 있었던 30주년이 되는 해이기 때문에 그 부분에 대해서는 사전에 준비해야 되는데 그 부분은 관련부서들과 협의해서 검토해 보겠습니다.

○우승호 위원 알겠습니다.

참여인원을 보면 어디까지 투표됐는지 잘 모르겠어요, 그래도 대전시청 공무원 수만 해도 사실, 여러 가지 본인 선택에 따라서 투표할 수 있겠지요.

직원분들에게도 독려하고 시민분들에게 독려할 수 있는 방향이 뭐가 있을까 그런 생각을 같이 마케팅공사와 고민을 하셔서 검토를 하셨으면 좋겠다는 말씀을 드리고 싶었습니다.

○대변인 권경민 예, 알겠습니다.

○우승호 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 우승호 위원님 수고하셨습니다.

대변인님 본 위원이 잠깐 조직개편했던 것 관련해서 감사를 하겠습니다.

이번에 조직개편하면서 우리가 대변인실과 홍보담당관실로 나뉘지 않았습니까?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○위원장 홍종원 행자위에서 늘 얘기가 홍보의 컨트롤타워 역할이 미흡하다는 얘기를 많이 드렸는데요, 조직개편에 따라서 시정홍보의 중추 역할을 수행했다고 올해의 주요성과로 말씀하셨어요.

(프레젠테이션자료를 보며)

그래서 보면, 지금 얘기 중에 실·국별 홍보전략회의를 정례화한다고 했는데 어떻게 정례화하시고 계시는 거지요?

○대변인 권경민 각 실·국에서 홍보아이템 발굴을 저희가 격주 단위 2주치를 받습니다.

받아서 그 내용을 가지고 일단 홍보담당관실과 대변인실, 기획관실이 참여하여 홍보방향에 대한 또 홍보의 아이টে에 대해서 홍보방식에 대한 것들을 협의하고 그다음에 매주 행정부시장 주재로 하고 있는 현안점검회의 때 홍보전략회의에 대

한 회의내용을 올립니다.

○위원장 홍종원 대변인실과 홍보담당관실의 역할이 다르잖아요.

○대변인 권경민 그렇습니다.

○위원장 홍종원 대변인실이 어떻게 보면 시정현안에 대한 언론보도를 통해서 시민에게 언론과의 관계를 통해 시정현안을 보도하는 위주로 가는 거고요, 홍보하고.

홍보담당관실은 매체활용을 해서 우리 시민들에게 알 거리를 제공하는 거지 않습니까?

그렇게 이해하면 되는 건가요?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

저희는 언론 쪽을 통해서 좀 더, 언론매체가 중간에 매개체가 되는 곳이고요, 홍보담당관실은 직접적으로 시민들에게 홍보아이템을 전달해주는 역할을 한다고 보겠습니다.

○위원장 홍종원 쉽게 말하면 언론홍보는 대변인실에서 하는 거고 광고는 홍보담당관실에서 하는 걸로 보면 되지 않습니까?

그래서 업무가 중복되는 부분이 없는지 고민이 되고요, 그래서 홍보효과 시너지가 극대화되려면 중첩되는 업무는 조정해야 되고 최대한 각 부서별로 역할을 극대화하는 게 이 조직개편의 취지이지 않습니까?

그 취지에 맞게 했으면 좋겠고요, 향후 전략적 시정홍보를 강화하고 현안에 대해 적극적으로 노력한다는데 지금 우리 대전시가 갖고 있는 절체절명의 현안이 뭘니까, 대전시가 판단하고 있는?

지금 시민들과 함께 공감대를 형성해서 같이 움직여야 될 소재가 뭐라고 생각하십니까, 현안은?

○대변인 권경민 시의 비전이 있습니다.

대전시가 가야 될 비전에 대한 것도 있고요, 말씀하신 대로 시민들이 직접 참여하고 시기에 맞는 사항들은 아무래도 혁신도시와 중기부 이전 문제, 균형발전 문제, 대전·세종과의 통합과 같은 광역행정에 대한 사안, 그리고 내부적으로 봤을 때는 지역 간 균형발전이 주요현안이라고 볼 수 있겠습니다.

○위원장 홍종원 현안이 그렇게 많으면 집중도가 떨어집니다.

가장 중요한, 현재 시의적절하게 가장 중요한 것은 본 위원은 혁신도시와 중기부 이전 문제라고 봅니다.

시에서는 그것에 대한 언론 총력전을 벌여야 된다고 생각하고 있고요.

○대변인 권경민 예, 맞습니다.

○위원장 홍종원 시민들의 공감대 형성도 중요하고 다른 시·도에 있는 국민들이 그렇게 하면 혁신도시법과 이런 것에 안 맞는다는 같은 공감대를 형성해주는 게

필요하다고 생각합니다.

그렇게 생각 안 하시나요?

○대변인 권경민 맞습니다.

○위원장 홍종원 그런데 기사실 이전하는 문제에서 조금 아쉬운 게 기사실 전체적으로 조정하면서 더 기사실의 공간을 늘리고 기자와 언론과의 이것을 좀 더 적극적으로 노력하신다고 이번에 개편했잖아요.

그런데 다소 아쉬운 게 지금 중기부 문제나 혁신도시 문제는 우리 내부적으로 지역에서만 얘기가 나오면 힘이 약하다고 생각하는데 중앙기사실은 도리어 작아졌어요.

그러면 우리는 지금 우물 안 개구리로 있겠다는 생각인가요?

○대변인 권경민 기사실 면적 말씀하시는 건가요?

○위원장 홍종원 예, 공간적으로는 더 줄어들었잖아요, 중앙기사실은.

○대변인 권경민 예, 현재보다 줄었습니다.

현재 9층에 있는 기사실을 그냥 물리적으로 절반으로 나누었습니다.

중앙기자 출입하는 숫자라든지 또 기사실을 방문하는 또 기사실에서 상주하는 빈도나 이런 것을 고려하지 않고 이미 20년 전에 대전시청이 신청사로 왔을 때부터 물리적으로 중앙기사실과 지방기자실을 동일한 면적으로 나누었습니다, 2분의 1로.

그런데 그것은 현재 상황에서는 중앙기자보다는 지방기자들이 훨씬 많이 늘었습니다, 숫자상으로.

그래서 지금 이전함에 따라서 그런 부분도 반영이 일부 된 게 있고요, 기사실 면적 자체를 중앙기사실과 지방기자실을 정한 것은 아닙니다.

지금 대전시 대변인실 또 시의 기본적인, 공식적인 입장은 중앙기사실과 지방기자실을 구분하지 않고 통합적으로 운영한다는 것이 기본적인 입장입니다.

지금 드렸던 자료에 나와 있는 면적넓이는 그냥 이해를 돕기 위해서 한 것이지 실질적으로는 전체 하나의 기사실 면적으로 봐주시면 좋겠습니다.

○위원장 홍종원 그러니까 중앙기사실이 별도로, 지금 자료상으로는 더 축소되는 형태인데 축소되는 것은 아닌가요?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

통합적 운영이라는 관점에서 봤을 때는 중앙기사실과 지방기자실이 하나로 봐서 전체면적은 61㎡ 정도, 67㎡ 정도 늘어난 것으로 보시면 되겠습니다.

○위원장 홍종원 기사실의 크고 작고의 얘기보다는 우리 시가 언론을 대하는 관점이나 이런 것의 문제를 얘기하는 거고요.

17개 시·도가 각각의, 각 지역별 이렇게 하는 거겠지만 초 광역권으로 묶이는 거거든요.

저희 같은 경우 혁신도시 지정에 따른 공공기관을 추가로 이전시켜야 되잖아요. 그리고 중소벤처기업부가 이전이 안 되게끔 우리는 해야 되지 않겠습니까?

그러려면 이것은 지역 문제뿐만 아니라 전국적으로 이슈화시켜야 되는 문제가 있다고 본 위원은 생각합니다.

그래서 혹시라도 조금은, 전체적인 규모가 증가됐는데 이렇게 축소됐다고 해서 우려의 생각이 있어서 말씀드렸는데 그건 아니라는 거지요?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○위원장 홍종원 절대적으로 그런 부분에서 혹시라도 오해가 있는 일이 없었으면 하는 생각을 드립니다.

○대변인 권경민 예, 알겠습니다.

○위원장 홍종원 그리고 조직개편과 관련해서 하나만 여쭙볼게요.

지금 우리 대변인실에서 하는 팀이 이렇게 나뉘어져 있어요.

보도기획팀, 언론협력팀, 정책보도팀, 그렇지요?

○대변인 권경민 예, 맞습니다.

○위원장 홍종원 그래서 보도기획팀의 업무 중에 주요홍보시책 기획·조정, 정책보도팀에 시정브리핑 작성 및 시장 인터뷰 총괄조정 및 자료작성 이런 업무가 있지요?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○위원장 홍종원 그런데 홍보담당관실 가니까 홍보총괄팀에 시장님 말씀자료 작성, 주요홍보시책계획 수립 등 이렇게 해서 업무가 중첩되는 것 같은데 어떻게 생각하세요?

○대변인 권경민 홍보담당관실에서 시장님 말씀자료, 그러니까 대변인실에 있는 정책보도팀에서는 시장 인터뷰 총괄조정 및 자료작성은 사실 브리핑과 같은 공식적인 언론이나 대시민 말씀에 대한 사항입니다.

그런데 홍보담당관실에서 하는 시장님 말씀자료는 행사 또는 기념식 이런 것에 대한 연설문에 초점을 두고 있는 거라고 보시면 이해가 빠르실 겁니다.

○위원장 홍종원 보도기획팀의 주요홍보시책 업무와 홍보총괄팀에도 주요홍보시책계획 수립 업무가 있어요.

이것은 업무의 역할이 중첩되는 건 아닌가요?

○대변인 권경민 용어를 선택하는 데 있어서 참 어렵습니다.

한국말에서…….

○위원장 홍종원 이것은 홈페이지에 이렇게 되어 있어서요, 제가 일부러 만든 게 아니라.

○대변인 권경민 아마 대변인실에 아까 말씀하신 대로 언론홍보 쪽에 관련된, 앞에 언론이라는 부분이 아마 생략되어 있을 거라는 생각이 들고요.

홍보담당관실의 홍보시책이라는 개념은 전체적인 광고, 시정에 대해서 시민들에게 전달되는 부분이라고 이해하시면 되겠습니다.

○위원장 홍종원 본 위원장이 이 부분을 이렇게 말씀드리는 것은 혹시라도 하나의 조직이었다가 나뉘어졌잖아요.

세분화시켜서 조금 더 전문성 있게 접근하고 대언론과 대시민들에 대한 홍보업무를 성격이 다르고 접근방법이 다르니까 그렇게 해야 된다는 점에서 조직개편을 한 거잖아요.

그러면 그 효과가 극대화되려면 조직의 중첩이 있으면 안 되지 않습니까?

○대변인 권경민 예, 그렇습니다.

○위원장 홍종원 혹시라도 대변인님, 그전에 언론홍보, 홍보담당관 업무까지 다 하셨잖아요.

○대변인 권경민 예.

○위원장 홍종원 홍보담당관님하고 좀 한번 보셔서 혹시라도 중복되는 업무라든지 중복되는 인원이 있다면 그만큼 아까운 인력이 중복된 업무를 하는 거지 않습니까?

그러니까 그런 게 있는지 한번 검토해 보실 필요가 있을 것 같고, 대변인실에서는 지금 가장 큰 현안에 대해서 어떻게 풀어나가고 더 적극적으로 언론홍보 활동을 해야 되거든요.

본 위원장이 봤을 때 중소벤처기업부 이전 문제 이런 것에 시가 그렇게 크게 보이는 모습이 많지 않다는 생각이 들어요.

적극적으로 언론을 통해서 이 문제는 문제 있다 문제제기를 하고 그 공감대를 자꾸만 이끌어내야 되지 않습니까?

우리 시민들의 공감대도 이끌어내야 되고 다른 지역에 있는 분들도 그렇게 하면 안 되지 하는 생각이 들게끔 하는 역할은 대변인실에서 해야 되지요?

○대변인 권경민 그렇습니다.

○위원장 홍종원 그 부분에 있어서는 적극적으로 현안에 대해서 공격적으로 진행을 했으면 하는 당부의 말씀을 드리겠습니다.

○대변인 권경민 명심하겠습니다.

○위원장 홍종원 이상입니다.

더 감사하실 위원님 안 계십니까?

(「없습니다.」하는 위원 있음)

더 감사하실 위원님이 안 계시므로 대변인에 대한 감사를 마치겠습니다.

동료위원 여러분 그리고 대변인을 비롯한 관계공무원 여러분, 수고 많으셨습니다.

지난 조직개편 시 대언론 집중을 통해 홍보기능을 분리해 언론만을 위한 대변

인실을 조직했습니다.

인터넷의 발달로 시민들은 다양한 방식으로 시정을 접할 수 있지만 정책의 올바른 이해와 쌍방소통을 위해서는 대변인의 역할수행이 중요합니다.

이 점 명심하시어 시민들과 공감하는 대전시정이 되도록 최선을 다해주시기 바랍니다.

그리고 금일 감사과정에서 지적된 사항에 대해서 시정할 부분은 시정해주시고 위원님들께서 대안으로 제시한 사항은 면밀히 검토하여 시정에 적극 반영하여 주시기 바랍니다.

이상으로 대변인 소관 업무에 대한 2020년도 행정사무감사 종료를 선언합니다.

(11시 06분 감사중지)

(11시 21분 감사계속)

○위원장 **홍종원** 의석을 정돈하여 주시기 바랍니다.

2. 홍보담당관

○위원장 **홍종원** 지금부터 「지방자치법」 제41조 및 같은 법 시행령 제39조와 「대전광역시의회 행정사무 감사 및 조사조례」에 따라 홍보담당관에 대한 2020년도 행정사무감사 실시를 선언합니다.

오늘 감사 진행순서는 먼저 증인선서를 하고 업무보고 청취와 감사에 대한 답변 순으로 진행하겠습니다.

효율적인 감사를 위해 몇 가지 유의사항을 말씀드리겠습니다.

관계공무원께서는 의회에서 실시하는 행정사무감사의 중요성을 인식하고 대전 시민을 대표하는 위원님들의 감사에 성실하게 임해주시고 위원님들께서 요구하신 자료는 신속 정확하게 작성하여 제출하시기 바랍니다.

다음은 증인선서의 취지와 처벌규정에 대해 말씀드리겠습니다.

선서를 하는 이유는 행정사무감사를 실시함에 있어 증인으로부터 양심에 따라 사실대로 증언하겠다는 서약을 받기 위한 것입니다.

만약 서류제출 요구를 받은 자가 정당한 사유 없이 정해진 기간 내에 제출하지 않은 경우와 출석요구를 받은 증인이 정당한 사유 없이 출석하지 아니하거나 선서 또는 진술을 거부한 경우에는 500만 원 이하의 과태료를 부과할 수 있고 위증의 경우 고발될 수 있음을 알려드립니다.

홍보담당관께서는 발언대로 나오셔서 선서해주시고 선서가 끝난 후에는 선서문에 서명날인 후 본 위원장에게 제출하여 주시기 바랍니다.

그러면 먼저 증인선서를 하겠습니다.

이용균 홍보담당관 발언대로 나오셔서 선서하시기 바랍니다.

○홍보담당관 **이용균** 선서!

본인은 대전광역시의회 행정자치위원회 2020년도 행정사무감사에 임함에 있어 성실하게 감사를 받을 것이며 또한 증인으로서 증언을 함에 있어서는 「지방자치법」 제41조와 「지방자치법 시행령」 제43조 및 「대전광역시의회 행정사무 감사 및 조사조례」가 정하는 바에 의하여 양심에 따라 숨김과 보탬이 없이 사실 그대로 말하고 만일 거짓이 있으면 위증의 벌을 받기로 맹세하고 이에 선서합니다.

2020년 11월 16일

홍보담당관 이용균

(홍보담당관 이용균, 홍종원 위원장에게 선서문 전달)

○위원장 홍종원 자리에 앉아주시기 바랍니다.

다음은 업무보고를 청취하겠습니다.

이용균 홍보담당관께서는 업무보고하시기 바랍니다.

○홍보담당관 이용균 홍보담당관 이용균입니다.

존경하는 홍종원 위원장님 그리고 위원님 여러분, 평소 저희 홍보담당관 업무에 대한 위원님들의 많은 관심과 아낌없는 성원에 감사드리면서 홍보담당관 소관 업무를 보고드리겠습니다.

보고드릴 순서는 총괄, 2020년 추진실적 및 2021년 추진계획 순입니다.

(주요업무보고서는 부록에 실음)

(행정사무감사자료는 별도보관)

존경하는 홍종원 위원장님 그리고 위원님 여러분, 저희 홍보담당관 모든 직원은 시민이 필요로 하는 정보를 시민에게 친숙한 언어로 전달하여 시민참여와 공감을 향상시키는 데 최선의 노력을 다하겠습니다.

감사합니다.

○위원장 홍종원 이용균 홍보담당관 수고하셨습니다.

방금 보고한 내용이나 홍보담당관실 소관 행정사무에 대해 감사하실 위원님께서 발언을 신청하시기 바랍니다.

문성원 위원님 감사하시기 바랍니다.

○문성원 위원 문성원 위원입니다.

본 위원이 업무적인 감사에 앞서 궁금증을 해소했으면 하고 질의드리겠습니다.

대변인실과 홍보담당관실의 사무분장표를 보면 업무가 잘 구분되지 않는데 두과의 다른 점이 무엇인지 간략하게 답변 부탁드립니다.

○홍보담당관 이용균 일단 정책목표가 대변인실과 명확하게 구분됩니다.

저희는 시민참여를 통한 시정구현이 저희들의 전체적인 목표이고요, 그 목표에 따라서 SNS 등 각종 홍보매체를 활용한 시정홍보가 저희 역점이 되겠습니다.

물론 대변인실은 대언론 홍보를 중심으로 한 시정시책 종합홍보가 주요업무가 되겠습니다.

○문성원 위원 그러면 홍보담당관님께 질의드리겠습니다.

행정사무감사자료 42쪽입니다.

홍보담당관께서는 최장 5년까지 맡을 수 있었던 자영업협력관으로 1년 6개월을 하신 후 지난 8월 홍보담당관 공모에 임용되셨지요?

○홍보담당관 이용균 예, 그렇습니다.

○문성원 위원 자영업협력관의 임기를 모두 마치신 것은 아니지요?

○홍보담당관 이용균 예, 그렇습니다.

○문성원 위원 언론 등으로부터 많은 비판을 받았음에도 불구하고 홍보는 자신 있는 분야라 생각하시고 홍보담당관에 지원하셨고 시장께서는 잘하시리라고 믿고 맡기셨을 것으로 생각합니다.

본 위원도 잘하리라 믿습니다.

업무에 대한 질의를 드리겠습니다.

소통과 홍보는 민선 7기 허태정 시장님의 단골단어입니다.

언론인터뷰 등을 찾아보면 토론이나 외부행사, 확대간부회의 등에서 자주 사용되고 있습니다.

자주 언급하신다는 것은 아직까지 만족할 만한 소통과 홍보가 이루어지지 않고 있다고 해석되는데 어떻게 생각하십니까?

○홍보담당관 이용균 미디어의 변화로 인해서 그동안 시정도 홍보업무를 대언론에 집중해왔습니다만 지금은 소셜미디어가 워낙 하루가 다르게 발전하고 있기 때문에 각 소셜미디어는 매체별로 특성이 너무나 다양합니다.

그래서 세부적으로, 매체적으로 맞는 홍보를 구사해야 될 것으로 생각하고 있습니다.

○문성원 위원 이런 문제를 대변인실만으로는 해결할 수 없어 부득이 홍보담당관실을 신설했다고 이해하겠습니다.

담당관께서 근무하신 지 이제 3개월여가 지났습니다.

업무를 맡으신 후 홍보담당관실이 바뀐 점은 무엇인지요?

간단하게 답변 부탁드립니다.

○홍보담당관 이용균 공직사회 민간인 공모라는 제도는 아무래도 경직되어 있는 공직사회가 조금이라도 다른 방향으로 생각해볼 수 있는 계기 이런 것들이 필요해서 민간인 공모를 하지 않나 그런 생각이 듭니다.

그래서 저 같은 경우에는 일단 우리 부서 직원 간의 협업, 직원 간의 협업을 통해서 각 실·국 간 협업을 하려면 자유로운 의사결정 부여라든지 토론문화, 서로 협력하는 문화가 상당히 필요하다고 보고 과 운영을 주로 협력·소통을 강화하는 입장에 주력하고 있습니다.

○문성원 위원 목소리가 크신데 가급적이면 마이크를 대고 해주십시오.

특히 올해는 코로나19로 비대면문화가 확산됨에 따라 SNS의 비중이 더욱 커지고 있습니다.

현재 홍보담당관실의 뉴미디어 홍보실적을 보면 블로그, 트위터, 페이스북, 카카오톡, 밴드 등 다양한 채널을 통해서 홍보하고 있습니다.

건수를 보니까 2018년 2,801건, 2019년 3,214건, 2020년 9월 말 현재 5,435건입니다.

건수로 보면 큰 폭으로 증가했고 분명 일을 많이 하셨습니다.

정확한 통계가 아니지만 본 위원회 판단으로는 코로나19로 인한 건수가 많은 것 같은데 맞는지요?

○홍보담당관 이용균 아무래도 올해 같은 사항은 저희들이 공식채널 2개를 신설하였고요, 코로나 대응사항이 많아서 9월 말 현재 통계입니다만 지난해 총 통계의 한 170% 정도 건수로 증가하였습니다.

○문성원 위원 정말 고생하셨는데, 홍보담당관이 신설된 이후 직원들 사이에서는 불편한 소리도 들리는데 혹시 알고 계십니까?

○홍보담당관 이용균 예.

○문성원 위원 홍보담당관실이 만들어진 이후 각 부서에 홍보건수를 제출하라는 압박을 많이 한다는 이야기도 있는데 담당관님, 그런 부분도 잘 알고 있지요?

○홍보담당관 이용균 오해의 소지는 있습니다만 그 부서의 실적하고 저희 업무하고는 관계가 없는 것 같습니다.

아마 민선 7기 들어서 홍보를 강화하는 게 요즘 지자체들의 전반적인 경향이어서 그 홍보는 대언론 관련 홍보건수를 아마 실적으로 내고 있는 것으로 알고 있습니다.

○문성원 위원 본 위원에게까지 들려왔다는 것은 내부의 직원들이 스트레스를 많이 받는다는 얘기인데 건수를 올리는 홍보는 문제가 있다고 생각합니다.

본 위원회 생각으로는 홍보담당관실에서는 우리가 모두 홍보해줄 테니 각 부서에서는 좋은 정책을 만들어달라 요구하시는 게 맞는 것 같은데 어떤 방법이 효과적인지 한번 고민해 주시기 바랍니다.

○홍보담당관 이용균 예, 잘 알겠습니다.

○문성원 위원 현재 운영하고 있는 인터넷 관련 블로그, SNS, 유튜브의 구독자 또는 팔로워 수와 일일평균방문자 수는 얼마나 되는지 그리고 각각 사용되는 예산은 얼마가 되는지 말씀해 주십시오.

○홍보담당관 이용균 뉴미디어팀의 총 예산은 5억 정도 되고 있습니다.

다른 지자체보다는 온라인홍보 예산이 상당히, 신설된 지가 얼마 되지 않아서 예산이 상당히 부족한 상황인 것은 맞고요.

지금 저희가 8개 매체를 운영하고 있습니다.

총 회원 수가 26만 명 정도 되고 있습니다.

블로그 같은 경우는 지난해 코로나 대응에 상당히 활용을 많이 했기 때문에 블로그 누적 조회 수는 전국 17개 광역시·도 어느 블로그보다 가장 조회 수가 많고요.

페이스북도, 8개 매체 중에 회원 수를 가장 많이 확보한 게 페이스북인데요, 페이스북이 14만 9천 명 정도 되고 있습니다.

1건당 최다 조회 수는 콘텐츠 하나당 4천 회 정도, 그 정도까지 실적이 되고 있는데요, 저희가 조금 더해야 될 것은 유튜브 홍보에 주력하는 방향이 앞으로는 필요할 걸로 보고 있습니다.

○문성원 위원 본 위원이 인터넷을 검색해보니까 구독자 또는 팔로워 수가 블로그 2만 정도, 페이스북 4만, 인스타그램이 2만 5천으로 봤어요.

특히 유튜브 같은 경우 대전블루스는 2,250명입니다.

유튜브 구독자 수가 유독 적은 이유가 무엇인지 아십니까?

○홍보담당관 이용균 일단 유튜브 같은 경우에는 대변인실에서 운영하는 유튜브가 있고 저희가 운영하는 대전블루스 유튜브로 이원화되어 있습니다.

이렇게 이원화되어 있는 것은 콘텐츠의 다양화 측면에서 다른 지자체에서도 그렇게 많이 시도되고 있는 거고요, 우리 같은 경우는 본격적으로 올해부터 운영이 되어서 구독자 수가 위원님께서 말씀하신 것처럼 2천 명 수준으로 아직 확보하고 있습니다.

그렇지만 콘텐츠는 상당히 경쟁력이 있는 상태로 저는 파악을 하고 있습니다.

그래서 콘텐츠는 53만 회를 확보하고 있습니다.

구독자 수는 대부분 이런 경향이 있는 것 같습니다.

옛날에는 유튜브 채널들이 개인보다는 관공서가 먼저 생겨서 일반인들이 유튜브를 하면서 자치단체 이름이 들어가면 공신력이 있기 때문에 회원 신청을 많이 했습니다, 구독자 신청을 많이 했는데요, 요즘에는 개인적인 유튜브 채널들이 워낙 발달했기 때문에 유튜브를 활용하는 사람들이 관공서 채널을 친구두기로는 하지 않습니다.

그렇지만 꼭 친구로 두지 않아도 좋은 콘텐츠는 노출이 되기 때문에 지금 53만 회를 보고 있는데 물론 앞으로 내년에는 더욱 큰 노력을 쏟을 계획입니다.

○문성원 위원 예, 좀 더 노력을 많이 해주시고요.

구독자 수가 적으니 당연히 영상별 구독인원도 적은 걸로 보입니다.

거의 100명 미만입니다.

심지어 ‘대전관광’, ‘대전 가볼만한 곳’ 이렇게 검색하면 노재도시 대전이 먼저 나옵니다.

이 부분에 대해서 알고 있습니까?

○홍보담당관 이용균 예, 들어봤습니다.

○문성원 위원 유튜브 제작과 관리는 직접 하나요, 아니면 전문기관에 용역을 줍니까?

○홍보담당관 이용균 저희 전담직원이 있고요, 특별한 디자인이라든지 편집이 필요한 고도하게 시간이 필요한 것들은 용역을 줘서 처리하고 있습니다.

그런데 거의 다 자체적으로, 우리 자체 제작비율이 80%입니다.

○문성원 위원 자체비중이 80%라는 말씀이지요?

○홍보담당관 이용균 예.

그렇다고 용역비율이 20%는 아니고요, 그중에 시민참여형 콘텐츠가 있습니다, 공모대회라든지 유튜브 콘텐츠전이라든지.

그래서 시민참여 부분이 있습니다.

○문성원 위원 용역은 거의 미미하다 이렇게 보면 되는 건가요?

○홍보담당관 이용균 예, 지금 유튜브 제작과 관련해서 용역은 대변인실에서 운영하는 유튜브 채널에 집중되어 있고 저희는 거의 실질적인 제작건수는 그렇게 많지 않습니다.

○문성원 위원 본 위원은 이번 행감기간 동안 문화체육관광국에는 노잼도시 대전의 관광홍보 문제, 시민공동체국에는 공감 수가 10명 미만이 대부분인 대전시소의 운영 문제, 자치분권국은 시민들은 잘 모르는 마을공동체 등을 개선해달라고 부탁드렸습니다.

홍보전문가들이 모여 있는 홍보담당관실은 잘하고 계시리라 믿습시다만 시장님께서 계속 소통과 홍보를 강조하는 이유를 알겠습니다.

담당관께서 잘하고 계신다고 생각하시나요?

○홍보담당관 이용균 더욱 분발하겠습니다.

○문성원 위원 지난 2018년 행감에서 유튜브를 활용한 시정홍보를 제안했고 이를 실행하기 위해 금년 1월 1일부터 대전블루스라는 채널명으로 운영하고 있습니다.

그런데 9개월이 지난 지금 제대로 된 운영은 전무합니다.

다양한 SNS매체를 이용한 홍보시대를 맞아 대전시도 매체별 구독층 점검과 구독층별 맞춤 콘텐츠를 통한 홍보전략이 필요하다고 봅니다.

다양한 SNS매체를 이용해서 시정을 홍보하고 있는데 파급효과가 큰 홍보수단 가운데 유튜브를 빼놓을 수는 없습니다.

요즘 유튜브에서 가장 유명한 지자체는 충주시입니다.

충주TV는 톡톡 튀는 홍보로 현재 18만 8천여 명이 구독 중이고 동영상 1개당 몇십만 명이 기본입니다.

한국관광공사의 퓨전국악밴드 이날치 홍보동영상도 좋은 사례입니다.

알고 계십니까?

○홍보담당관 이용균 예, 알고 있습니다.

○문성원 위원 SNS상에서는 수많은 콘텐츠가 범람하고 있기 때문에 단순한 정보만을 제공하는 진지한 홍보영상은 외면당하기 십상입니다.

기존의 방식에서 벗어나서 다양한 정보 제공과 함께 흥미를 유발할 수 있어야 홍보효과를 볼 수 있습니다.

최신유행 콘텐츠가 꼭 정답이 아닐 수 있지만 양방향 소통의 시대에 발맞춰 대전시도 홍보전략을 점검해야 할 시점이라고 판단됩니다.

일방적인 전달 방식에서 탈피해서 다양한 시정을 자연스럽게 널리 알릴 수 있는 방안을 강구해주시기를 당부드리고요.

홍보매체별 구독층 점점부터 시작해 구독층별 맞춤형콘텐츠로 소통을 이끌어내야 합니다.

동의하시나요?

○홍보담당관 이용균 예, 동의합니다.

○문성원 위원 담당관께서는 부실하게 운영되고 있는 홍보방법은 과감히 바꾸고 모르면 벤치마킹해야 합니다.

대전시소, 새로운대전위원회 등 소통채널이 많이 늘었습니다.

그럼에도 불구하고 시정에 대한 비판은 언론에서도 꾸준히 나오고 있습니다.

이는 홍보와 소통의 부재라는 지적이 많습니다.

어떻게 생각하십니까?

○홍보담당관 이용균 원칙적으로 동의합니다.

○문성원 위원 담당관님의 역할이 정말 중요합니다.

정말 고민해주실 것을 부탁드립니다.

동일한 업무를 하고 있는 대변인실도 마찬가지입니다.

내년 행감에서는 대변인실과 홍보담당관실이 정말 잘했다는 칭찬을 할 수 있기를 기대하겠습니다.

이상입니다.

○위원장 홍종원 문성원 위원님 수고하셨습니다.

또 감사하실 위원님 감사하시기 바랍니다.

민태권 위원님 감사하시기 바랍니다.

○민태권 위원 민태권 위원입니다.

행정사무감사자료 25쪽 시정홍보매체에 대하여 감사하겠습니다.

시 보유 홍보매체 현황을 보면 총 3개 매체로 시정소식지, 시정홍보판, LED전광판 등이 있는데요.

시정홍보판이나 LED전광판이 설치된 지 얼마나 되었고 타 광역시의 경우는 어

는 정도 옥외홍보를 하고 있는지 알고 있나요?

○홍보담당관 이용균 대부분 대형홍보판 같은 경우는 시청 신청사 개청과 함께 설치되어서 20년 정도가 되었습니다.

그래서 거의 노후화되어서 지금 안전상의 문제로 철거단계가 계속 이루어지고 있는 상태입니다.

그래서 현재는 3개의 대형홍보판을 보유하고 있는데요, 하나도 내년에는 안전상의 문제로, 효과 문제까지 같이 겹쳐서 내년 중에도 하나를 철거하려고 하고 있습니다.

그래서 대형홍보판이 자꾸 없어지는 것에 대해서 안타까움도 있고요, 우리 대전시가 실질적으로 운영할 수 있는 LED전광판도 하나도 없습니다.

그래서 여러 가지 고민을 하고 있습니다.

○민태권 위원 지금 철거예정인 샤크존 앞에 있는 그 전광판입니까?

○홍보담당관 이용균 샤크존은 철거가 되었고요, 삼재고개.

○민태권 위원 삼재고개가 내년도에 철거예정?

○홍보담당관 이용균 예.

○민태권 위원 그러면 기존 몇 개 없는데도 지금 샤크존과 삼재고개 2개가 철거가 된다는 얘기지요?

○홍보담당관 이용균 예.

○민태권 위원 지금 자료에 보면 매체현황이 1,100면이라고 되어 있어요.

와이드홍보판 2개, 도시철도광고판 66개, 대기오염전광판 2개, 또 버스정류장 안내단말기가 1,030개 이렇게 해서 1,100개의 면이 있는데 버스정류장 안내단말기가 1,030개예요.

그러면 우리 정류장이 1,030개라는 겁니까, 아니면 양면을 쓴다든지 그래서.

○홍보담당관 이용균 이것은 저희가 직접 보유하고 있는 매체는 아니고요, 아까 말씀드린 대형홍보판, 육교현판 같은 것이 저희들이 관할하고 전담 홍보하는 매체고요, 지금 위원님께서 말씀하신 것은 우리 대전시에서 보유하고 있는, 산하기관까지 포함해서 보유하고 있는 매체를 시민들한테 활용할 수 있게 하는 사업에 활용되는 매체 수입니다.

○민태권 위원 그러니까 전체 우리가 활용할 수 있는 매체 수가 1,100면을 활용할 수 있다는 것 아닙니까?

○홍보담당관 이용균 예.

○민태권 위원 버스정류장 안내단말기 1,030개로 많이 차지하는데, 이 부분이 버스정류장이 1,030개라는 얘기에요, 아니면 정류장마다 양면을 활용해서 개수가 이렇게 많은 겁니까?

○홍보담당관 이용균 이 개수가 버스정류장하고 같은 숫자인지는 제가 파악을

못해서 모르겠습니다만 각 버스정류장마다 안내하는 단말기가 있습니다.

거기에 디스플레이되는 부분이 있는데 거기가 시중에서 민간인들 광고영역으로 잡아놓았는데 광고가 실질적으로 들어오지 않습니다.

그래서 저희가 협조를 받아서 그 부분을 활용하고 있는 겁니다.

○민태권 위원 본 위원이 버스 대중교통을 이용하거든요.

오늘 아침에 새벽에 오면서 사진을 찍었습니다.

단말기 양쪽에 똑같은 내용의 우리 시정홍보내용이 실려있더라고요.

깔끔하게 보이기는 보이는데 대부분 대중교통 버스를 이용하는 분들은 자기 시간대의 버스시간에만 관심이 있지 홍보는 별로 잘 안 보거든요.

깔끔하게는 되어 있는데 홍보에 대한 효과는 있을지 좀 의문이더라고요.

본 위원도 가면 버스시간표를 보고 언제 오나 노선만 보지, 그 하단에 우리 시 브랜드라든지 아니면 시정 무슨 행사라든지 여러 가지 광고는 잘되어 있더라고요.

그래서 그런 면을 잘 활용해서, 그리고 작은 한 면에 두 가지 광고를 넣었더라고요.

그러니까 눈에 확 띄는 것보다 시간이 더 더디더라도 한 면 정도를 활용해서 눈에 하나라도 확실하게 보이게 활용하는 게 어떤가 하는 제안을 하는데, 언제 담당관님 현장 확인을 한번 해보시고요, 개선할 부분이 있으면 활용을 해보십시오.

○홍보담당관 이용균 예, 위원님 말씀 잘 알겠습니다.

○민태권 위원 혹시, 아까 말이 끊겼는데, 매체를 이용한 홍보효과가 어느 정도 있다고 생각하십니까?

옥외광고 매체를 이용한?

○홍보담당관 이용균 사실 옥외광고에 대한 광고의 효율성 문제는 정확하게 측정되기는 상당히 어렵습니다.

그 대신 대부분 옥외매체 광고가 설치되어 있는 곳이 유동인구를 중심으로 노출량이 가장 많은 곳에 대부분 설치되어 있습니다.

그래서 저희 같은 경우 옥외홍보매체를 선정할 적에 서울역이라든지 터미널 주변이라든지 KTX라든지 이런 인구이동이 많고 교통량이 많은 곳 중심으로 하고 있습니다.

아직까지는 정확하게 저희가 설문조사라든지 피드백 조사를 해본 적은 없습니다.

그래서 올해 저희 여론조사 지금 계획으로는 각 홍보매체에 대해서 수용도조사를 정확하게 진행을 해보려고 계획을 가지고 있습니다.

○민태권 위원 그러면 지금까지 홍보효과에 대한 만족도조사라든지 여론조사, 시민조사 실시한 부분이 한 번도 없습니까?

○홍보담당관 이용균 예, 아직까지 없고요, 저희만 없는 게 아니라 어디도 다

마찬가지 아닐까 싶은데요, 일반적인 광고전략보고서 같은 데에는 나와 있습니다.

요즘 사람들이 휴대폰을 많이 사용하기 때문에 옥외광고를 안 본다고 생각하는 데 그런 보고서 보면 휴대폰을 주로 사용하는 자도 3명 중에 2명은 옥외에 있는 광고에 노출된다, 광고를 보고 광고행위를 한다 이런 보고서가 있습니다.

○민태권 위원 타 시·도가 안 한다고 해서 우리 대전시가 안 한다는 게 변명의 여지는 없는 거고요, 대전시가 필요로 하면 여론조사라든지 시민의 욕구조사라든지 이런 부분, 아니면 시정에 참여할 수 있는 그런 부분을 받아들여야지 타 시·도 안 하니까 우리도 아니다 하는 건 좀 잘못된 생각인 것 같습니다.

○홍보담당관 이용균 예, 유념하겠습니다.

○민태권 위원 필요에 의해서 우리 대전시가 필요하면 여론조사나 시민조사를 해볼 필요가 있다고 보는데 담당관님은 그렇게 생각 안 하시는 것 같아요.

○홍보담당관 이용균 예, 유념하겠습니다.

○민태권 위원 대전시가 보유하고 있는 홍보매체가 아직까지는 다양하지 않고 그 개수가 부족하다고 생각하는데, 특히 있던 부분도 철거하는 상황에서 이 부분에 대해서 개선, 보완해야 된다고 생각하는데 담당관님은 어떻게 생각하십니까?

○홍보담당관 이용균 일단 대형매체가 안전상의 문제도 있고 전체적으로 대형 광고판이 없어지는 추세도 많이 있습니다, 요즘 안전이 굉장히 강화되면서요.

그래서 매체도 바뀌고 있습니다.

그래서 옥외광고가 꼭 필요한 지점에는 민간시설을 활용하는 방안을 하려고 하고 있고요, LED 방식도 이제는 광고시장에서 많이 퇴출되고 있습니다.

고화질 디지털 방식으로 많이 가고 있기 때문에 생활밀착형 매체를 찾아보다든지 그런 새로운 방법을 강구하겠습니다.

○민태권 위원 아까 업무보고에 향후추진계획에 홍보매체 이용 확대를 통해서 유관기관 보유 전광판 등 홍보매체 확대 방안 모색을 하신다고 해서 통계교육원, 교육청, 국립중앙과학관 전광판 등 협조요청을 하신다고 했는데, 그러면 지금까지 우리 대전시는 유관기관의 이런 광고에 대해서는 활용한 적이 없다는 얘기인가요?

○홍보담당관 이용균 일단 구청단위하고는 협업을 해서 실질적인 광고를 같이 하고 있고요, 지금 대전 소재에 보유하고 있는 곳 중에 두 공공기관이 대형 전광판을 가지고 있는데요, 그것뿐만이 아니라 전국에 각 시·도에 있는 전광판을 서로 공유하는 방법을, 제가 와서 자료를 찾아보니까 2018년에도 문제점이 있어서 서로 공유하는 방법을 많이 연구를 하고 대전시 공무원들이 현지도 방문하고 이런 절차가 있었더라고요.

그런데 업무적으로 연속성이 있지도 않고 직원도 바뀌고 이러한 업무연속적인 문제가 있어서 실질적으로 기관 대 기관의 협업이 잘 이루어지지 않고 있는

상황입니다.

그래서 제가 업무보고 받으면서 그렇게 파악을 하고 있기 때문에 우리가 LED 전광판이 하나도 없는 상태에서 대전에 소재한 공공기관 두 곳이 보유한 곳에 대해서 업무협력을 할 수 있는지 방안을 한번 마련해보도록 하겠습니다.

○민태권 위원 시정소식지 배부에 관련해서 질의하겠습니다.

많은 예산을 들여서 매월 1만 4,500부 정도 발간하고 있는데 그게 시민들한테 제대로 배달되는 것 같지는 않게 보이거든요.

많은 예산을 들이고 부수도 1만 4,500부 정도인데 업무보고 130쪽을 보면 행정기관, 종합병원, 역, 터미널 등 다중집합소와 개인 구독자가 주요배부처로 되어 있는데요, 실질적으로 얼마나 많은 사람들이 볼까 의구심이 듭니다.

이 부분에 대해서 간단하게 설명을 해주세요.

○홍보담당관 이용균 매체 홍보채널이 자꾸만 온라인화되면서 시정소식지도 부수발행이 4만 3,000부까지 발행된 것으로 알고 있는데요, 지금은 1만 4,500부에서 고정화되고 있는 것 같습니다.

그중에 일반인들한테 우송되는 것은 9,800부가 가고 있고요, 나머지는 행정기관이라든지 역, 터미널, 주요관공서라든지 시민들 유동인구가 있는 곳에 배부를 하고 있습니다.

○민태권 위원 9,800여 부가 시민들에게 배부된다는 말씀이지요?

○홍보담당관 이용균 예.

○민태권 위원 주요 시정에 대한 알리미 역할을 하고 있는 우리 시정소식지를 보다 많은 시민들이 접해 시정도 이해하고 또 함께 공유할 수 있는 새로운 배부방식이 필요해 보이는데 다른 배부방식에 대해서 생각하고 계신지?

○홍보담당관 이용균 아직도 시정소식지가 인쇄매체지만 선호하는 층이 분명히 있기 때문에 아주 유효한 홍보수단이라고 생각을 하고 있습니다.

그래서 현실적으로 인쇄매체 발행부수를 늘릴 수 없는 상황이어서 저희들이 생각하고 있는 것들이 이미 홈페이지를 구축해서 E-Book이라든지 PDF 파일로 전송을 많이 하고 있고요, 최근에 와서 지난달부터 대전이즈유로 시보 제호가 바뀌에 따라서 페이스북 페이지에 대전이즈유 채널을 별도로 하나 신설하였습니다.

그래서 시정소식지를 온라인상에서 콘텐츠를 대량으로 유통하고 지속적으로 유통하는 채널을 만들었습니다.

○민태권 위원 대시민 홍보를 전담하기 위해 지난 7월 조직개편으로 홍보담당관실을 신설했습니다.

기존 대변인실에서 했던 홍보방식에서 벗어나 시민들의 알권리 충족을 위해 새로운 대시민 홍보방안이 무엇보다도 필요하다고 느낍니다.

홍보매체의 특성을 살린 전략적인 홍보로 시민이 공감하는 소통 홍보에 노력해

주시기를 바랍니다.

○홍보담당관 이용균 예, 위원님 말씀 유념하겠습니다.

○민태권 위원 답변 잘 들었습니다.

이상입니다.

○위원장 홍종원 수고하셨습니다, 민태권 위원님.

또 감사하실 위원님 안 계십니까?

우승호 위원님 감사하시기 바랍니다.

○우승호 위원 우승호 위원입니다.

홍보담당관님께 말씀 몇 가지 여쭙보겠습니다.

홍보담당관님만큼 대전시민분들에게도 모든 부서에서 하는 사업들을 블로그나 밴드, 페이스북, SNS 여러 가지 플랫폼에 다 공개해야 되다 보니까 쉽지 않을 부서일 겁니다.

민원들도 많고 악성민원들도 있을 거고 아니면 긍정적인 반응도 다양하게 있겠지요.

블로그는 제가 자주 봅니다.

즐거보는 플랫폼 중에 하나인데요, 혹시 블로그 담당자 인력이 총 몇 분이신가요?

○홍보담당관 이용균 지금 한 명이 하고 있습니다.

○우승호 위원 그러면 모든 플랫폼을 한 분이 다 하시나요?

○홍보담당관 이용균 실질적으로 부서 팀은 조직이 되어 있는데 유튜브도 한 명이 담당자고요, 거의 한 명이 담당을 하고 있습니다.

○우승호 위원 혹시 유튜브도 통합해서 다 한 분이 하시는 겁니까, 아니면 유튜브는 따로 있는 겁니까?

○홍보담당관 이용균 유튜브도 한 명, 블로그도 한 명 이렇게 담당하고 있습니다.

○우승호 위원 각자 한 분씩 하십니까?

물어본 취지는요, 사실 가장 시민들의 민원들, 시민들이 가장 쉽게, 가깝게 소통할 수 있는 곳이 홍보담당관실이라고 생각합니다.

가장 최근에 올라왔던 자료를 보니까 소셜미디어포럼을 다음 주인가 하시지요?

○홍보담당관 이용균 예.

○우승호 위원 주제가 뭐였는지 아십니까?

○홍보담당관 이용균 예, 알고 있습니다.

○우승호 위원 한번 말씀해보세요.

○홍보담당관 이용균 인기 개그맨하고 체육인이 포럼의 강사로 나오는 거고요, 제목이 ‘포스트 코로나 시대, 크리에이터로 그까이꺼 대충 살아남기’ 이런 제목으

로 준비하고 있습니다.

○우승호 위원 ‘그까이꺼 대충 살아남기’ 이렇게 나와서 시민분들이 좀 불편하신 분들이 분명 계셨어요.

지금 코로나 때문에 힘들어 죽겠는데 크리에이터 해서 대충 살아남으라는 건가, 아니면 도대체 무슨 취지로 이렇게, 시민 세금 가지고 무슨 취지로 하는 사업인지에 대해서 글이 달렸길래 깊이 있게 봤습니다.

보니까 대전시 답변이 포스트 코로나 시대에 언택트 소통방식에 대해 고민을 나누는 자리다, 코로나 관련 방역에 최선을 다하고 있으며 본 행사 방역조치 후 철저한 방역수칙 준수하여 진행하도록 하겠다는 건데요.

사실 방역 이야기를 하는 것이 아니에요, 시민분들은.

지금 코로나 때문에 힘들어 죽으려고 하는 시민분들이 많이 계신데 크리에이터로서 그까이꺼 대충 살아남기를 주제로 하는 게 지금 시국에 맞느냐는 의문을 제기하는 거였습니다.

어떻게 보십니까, 이것에 대해서?

○홍보담당관 이용균 일단 이 행사는 비대면으로 진행하고요, 여기에 포스트 코로나 시대에서 살아남으라는 뉘앙스가 있는 것은 저희 기획의도가 그렇지는 않고요, 유튜버가 요즘 상당히 인기직종이 되어서 관심이 많기 때문에 유명한 중에 유튜버로서 어느 정도 인플루언서인 분이 섭외가 되어서, 그분의 주유행어가 ‘그까이꺼 대충’이라는 유행어를 파생하신 분이예요.

그래서 그러한 콘텐츠가 아무래도 저희가 사람을 유입하는 데 좋겠다, 그런 생각이어서 그것을 그대로 응용을 해서 이렇게 제목을 잡은 것으로 알고 있습니다.

○우승호 위원 이 두 분이 사실 유튜버는 아니시잖아요?

○홍보담당관 이용균 두 분이 유튜버입니다.

○우승호 위원 아니, 직업이 유튜버는 아니잖아요.

개그맨이시고 한 분은 유도선수 아닙니까.

○홍보담당관 이용균 개그맨 활동을 하면서 한 분은 유튜버로 한 4~5년 전부터 출발을 해서 지금 인플루언서에 들어갑니다.

구독자가 10만 명이 넘게 확보가 되어 있습니다.

그리고 한 분은 체육인인데 그분도 인지도가 있는 분인데 체육인으로서 ‘한판 TV’ 이런 걸로 해서 유튜버로 시작하고 있는 사람입니다.

○우승호 위원 알겠습니다.

취지는 충분히 이해하고요.

시국의 적절성이나 좀 급하지 않았나 하는 부분에서 좀 안타깝게 생각합니다.

그런 부분에서 시민분들께도 명확하게 답변을 해주시고요.

100% 다 만족할 수는 없을 거라고 생각합니다.

그렇지만 홍보담당관실에서 하는 역할은 대전시민들께 좀 더 알권리를 보장해 주고 투명하게 정보를 공개하면서도 시민들이 모든 공감대를 형성할 수 있도록 최선을 다하는 부서라고 생각을 합니다.

그런 부분에서 유명 인플루언서를 섭외해서 유명한 분들의 이야기를 지금 시국에 얘기하는 것이 재미와 우울한 시기에 기쁜 느낌을 전해줄 수 있는 플랫폼이라면 상관이 없겠지만, 사실 인플루언서는 대부분 연예인이나 아니면 유명인들의 유명세에 따라서 조회 수가 나오는 거지 이 사람들이 크리에이터로서, 유튜버로서 뭔가 하는 그런 취지에 따라서 포스트 코로나 시대를 대변할 수 있는 그런 전문가라는 사실 아니라고 저는 조금 생각을 했었습니다.

그 취지에 따라서 얘기를 드린 부분이라고 말씀드리는데.

다음에도 이런 플랫폼을 계속 또 준비 중이신가요?

○홍보담당관 이용균 일단은 저희가 소셜미디어 유튜브 포럼이 있기 때문에 사업은 계속 진행을 할 계획입니다만, 지금 우승호 위원님께서 말씀하신 것처럼 출연자 섭외라든지 이런 것은 더 신중을 기하도록 하겠습니다.

○우승호 위원 예, 우리 상임위로 자료를 제출해 주시고요, 대전블루스 좀 말씀드리겠습니다.

영상이라는 게 사실은 기획도 하고 촬영도 하고 편집도 하고 다 여러 가지 관리·감독하실 게 많으실 겁니다.

그런데 담당자 한 분이 그걸 다 할 수 있냐는 의문이 드는데요.

지금 가능하게끔 하고 계신 건가요?

○홍보담당관 이용균 실질적으로 업무량은 상당히 늘어났는데 한 분이 전담이 되어서 도저히 한 분이 업무를 수행할 수 없어서 다른 업무를 보고 있는 인력을 조금 더 추가해서 다른 분이 한 0.5명분이 같이 관여를 하고 있고요.

그것도 내년부터는 모자란다고 생각해서 내년에는 저희가 시간제 영상전문요원 채용절차를 지금 거의 완료하고 있습니다.

그래서 내년에는 공식적으로 유튜브 인력이 한 명 더 늘어나게 됩니다.

○우승호 위원 잘 말씀하셨는데 시간제 전문요원을 채용해서 질과 양을 확보할 수 있는 수단으로 삼으실 거라고 생각합니다.

본 위원이 자료 요청한 것은 알고 계실 겁니다.

대전블루스의 동영상 업로드 건수에 대해서 확인을 했었고 또 장애인분들을 대상으로 했을 때 의사소통 편의를 얼마나 제공해 주는지 확인을 했었습니다.

혹시 확인되시나요?

○홍보담당관 이용균 예.

○우승호 위원 그런데 제가 요청한 것은 100% 기준으로 요청했는데 이쪽 부서에서는 저한테 확인도 없이 85%로 해서 자막건수…….

영상 좀 들어주세요.

(프레젠테이션자료를 보며)

2020년도에 총 150건 중에 한글자막 84건 한국수어를 포함한 제작은 2건이고요, 한글자막 포함 제작건수는 84건, 한글수어 포함 제작 47건, 미포함 17건입니다.

그런데 의아했던 게 이거였어요, 자막 포함의 경우 영상물 속 출연자의 발언내용을 85% 이상 이해할 수 있도록 한글자막 처리한 영상물 건수를 기재함, 왜 이렇게 하셨습니까?

○홍보담당관 이용균 죄송합니다, 위원님 말씀을 제가 정확하게 이해를 못했는데요.

저희가 그동안 제작한 게 160건 정도 되는데요, 82% 자체비율로 제작했는데요, 위원님께서 말씀하신 한국수어 포함 자막이 160건 중에 2건이고요, 한글자막이 94건 이렇게 되어 있고 자막이라든지 수어 같은 것이 전혀 포함되지 않은 것이 10% 정도 나왔습니다.

그래서 동영상채널 같은 경우 콘텐츠 특성상 효과음이라든지 주변 음향 문제라든지 노래 이런 것, 그리고 출연자가 많을 시에 노이즈까지 이런 부분이 상당히 많이 있기 때문에 자막이라든지 수어를 어느 정도까지 표현하느냐 이것을 계량화하기 상당히 어려운 부분이 있었습니다.

그래서 위원님 자료요구에 충실하게 하기 위해서 행정자치전문위원실과 상의를 드려서 어느 정도 자막 한 것을 데이터를 드려야 되겠느냐 이런 상의를 드린 상태에서 저희가 이 데이터를 작성해서 올렸습니다.

○우승호 위원 담당관님, 우리 영상물 조회 수가 많이 나오는 게 중요하니까, 아니면 우리 시민분들에게 투명하게 100% 정보를 공개하는 게 중요한 겁니까?

인기 있고 조회 수가 많이 나오는 게 실적입니까?

방금 말씀하신 것은요, 굉장히 의아스러운 부분인데 85%를 기재했다는 것은 나머지 15%는 듣지 말라는 거예요, 아니면 85%만 들어도 되니까 85%만 입력하신 거예요?

그리고 여러 가지 지금, 저도 다 확인했어요, 유튜브 들어가서.

○홍보담당관 이용균 그래서.

○우승호 위원 어떤 채널은 100% 자막을 제공해주는 것도 있어요.

어떤 영상은 자막을 하나도 안 넣어요.

이렇게 자막이 들어가도 아무런 방해되는 것 없어요.

지금도 자막 들어가잖아요.

그런데 매뉴얼이 있느냐 없느냐를 저도 여쭙본 적이 있었는데 따로 특별한 매뉴얼은 없다고 답변을 그때 받은 적 있었는데요.

영상을 만들 때 자막을 넣을지 안 넣을지 그런 매뉴얼이 있습니까?

○홍보담당관 이용균 저희 자체 매뉴얼에는 자막을 꼭 넣도록 되어 있습니다.

○우승호 위원 있습니까?

○홍보담당관 이용균 예.

○우승호 위원 대변인실에 확인했을 때는 수어통역이나 문자통역을 몇 퍼센트 하겠다라든지 이 영상 브리핑할 때라든지 시민들한테 알리는 영상이라든지 구분해서 몇 퍼센트 달성하겠다는 그런 답변은 없었다고 말씀을 받았었습니다.

그런데 홍보실은 있다는 말씀이신가요?

○홍보담당관 이용균 일단 유튜브를, 대변인실에서 하고 있는 것과 저희가 하고 있는 것은 상당히 다릅니다.

거기는 자막비율을 올리려고 해도 전적으로 대변인실에서 제작하고 있는 동영상은 100% 용역이고요, 저희가 제작하는 것은 80% 넘게 자체제작이기 때문에 그렇지 않아도 우승호 위원님께서 이 분야에 대해서 지대한 관심을 계속 보여주고 있는 것을 저희가 알기 때문에 160개 중에 17개가 자막처리를 하나도 하지 않았습시다.

그래서 일부러 리스트를 받아서 일일이 확인했습니다, 어떤 것들이 자막처리가 되고 있지 않은지를 봤는데요, 160건 중에 17개가 전혀 자막처리가 안 됐는데 전체가 음악과 영상 위주로 편집된 것들이었고요, 그다음에는 자막이 전혀 없는 게 아니라 위원님께서 요구하신 상당량의 자막이 없이 너무 자막이 조금 들어간 것, 그리고 아까 말씀드린 것처럼 등장인물의 대사가 너무 많거나 자막을 모두 넣기에는 제작시간이 너무 오래 걸려서 시의적으로 발표할 수 없는 것, 이 합계가 17건이 나왔습니다.

그래서 자체적으로 이 부분에 대해서도 실질적으로 자막화 작업을 위한 노력을 더 기울이는 방안을 찾아보도록 하겠습니다.

○우승호 위원 시간이 오래 걸리면 전문인력을 채용하신다는 것처럼 이런 장애인 편의를 제공하기 위한 직원도 채용할 수 있는 부분 아십니까?

물론 홍보담당관실에서만 쓸 게 아니라 대변인실에서도 사용가능하고 타 부서와도 협조해서 공동사항으로 업무를 분장할 수 있는 부분이라고 생각해서 지적드린 부분입니다.

우리 대전시 조례에도 문자통역이나 수어통역 둘 중의 하나를 무조건 제공해야 된다고 나와 있습니다.

지금 말씀하시는 것은 시각장애인분들도 화면해설이라고 해서 바람소리가 나는 중, 박수소리가 나는 중 이런 식으로 다 합니다.

우리 대전시에 유튜브 공개하는 것들은 시민들의 재미와 정보를 알려주는 역할도 맞지만 남녀, 장애 차별 없이 누구나 다 시청할 수 있어야 되는데 약간 방해요소가 있기 때문에 이것은 빼자, 저것은 빼자 이런 식으로 말씀하시면 장애인분들

입장에서는 굉장히 차별로 다가올 수 있습니다.

그런 부분까지도 고려해서서 대전시가 영리사업을 하는 목적으로 홍보영상을 만드는 게 아닌 것처럼 모두를 위한 영상으로 접근을 해주시면 하는 바람에서 말씀드립니다.

○홍보담당관 이용균 위원님이 말씀해주신 것처럼 저희가 지난해 제작한 160개 중에서도, 수어통역이 안 되어 있거나 자막처리가 안 된 영상에 대해서 실질적인, 장애인분한테 실질적으로 저희들이 제작한 콘텐츠를 보여주고 피드백을 받으려고 합니다.

피드백을 받아서 이런 부분은 우리가 이 영상을 이해하는 데 꼭 필요한 자막 이런 것은 필요하다, 이런 감탄사들은 감탄사라고 무조건 자막을 못 넣는 게 아니라 있어야 이런 감탄사들은 꼭 있어야 이해가 필요하다 이런 것을 동영상에 대해서 일일이 피드백을 받아서 다음에 작성할 때는 데이터를 가지고 자막화시키는 것을 더 높이는 연구를 진행하려고 계획하고 있습니다.

○우승호 위원 알겠습니다.

내년에는 감사를 진행할 때 반드시 퍼센티지를 설정해서서 올해 목표는 10%, 20% 이런 목표를 세워서, 100% 당장 저는 원하는 게 아닙니다.

쉽지 않은 거기 때문에 단계별로 높일 수 있도록 검토해 주십시오.

○홍보담당관 이용균 예, 유념하겠습니다.

○우승호 위원 마지막으로 딱 하나만 여쭙보겠습니다.

41쪽에 보니까 시정홍보를 위한 간행물 제작현황이 있습니다.

제가 장애를 갖고 있기 때문에 또 여쭙보는 부분인데요, 점자 대전시정 소식에서 의아스러운 부분이 있었어요.

여전히 테이프와 CD를 보급하고 계신데요, 왜 그렇습니까?

테이프는 점점 줄이고 계신데 CD는 늘리고 계시더라고요.

요즘 CD ROM을 갖고 있는 컴퓨터가 그렇게 사실 많지는 않습니다.

대부분 휴대성을 위해서 USB를 많이 갖고 다니는데 이분들 시각장애인 점자도서를 필요로 하시는 분들의 요청이 있어서 CD 비율을 높이신 건지, 아니면 다른 요청이 없어서 그냥 우리는 이게 맞는 것 같다 재고가 계속 쌓이다 보니까 방향을 돌리겠다고 해서 CD로 돌리시는 건지, 무엇 때문입니까?

○홍보담당관 이용균 점자책으로 만들고 테이프로 만들고 CD로 만들고 있는 여러 가지 방법이 있는데요, 시대의 변화에 따라서 제가 보더라도 저희들이 능동적으로 유연하게 대처는 못하고 있는 것 같습니다.

그런데 일단 지금 상황에서는 테이프 같은 경우 시장에서 거의 퇴출했다고 봤기 때문에 아마 내년도에는 테이프 제작을 중단하고 예산범위 내에서 다른 매체를 더 활성화시킬 계획을 갖고 있고요.

일단 CD 같은 경우 특정한 개수를 계속 유지하고 있는 가장 큰 이유가 점자도서관에서 데이터베이스라든지 확보하고 자료로 활용하는 부분이 있는 것 같습니다.

그래서 점자도서관에서 요구하는 부분이 있어서 아직은, 테이프는 퇴출계획이 있지만 CD 부분은 아직 계획을 유지하는 것으로 알고 있습니다.

○우승호 위원 그러면 CD 같은 경우는 데이터베이스를 확보하기 위한 자료활용 목적이라고 말씀하셨잖아요, CD ROM이나 CD.

방금 그렇게 안 말씀하셨나요?

○홍보담당관 이용균 점자도서관의 요청이 있어서.

○우승호 위원 그러니까 제가 말씀드리고 싶은 것은 그거였어요, 우리가 CD를 지금 당장 갖고 있지 않더라도 요즘은 온라인에서 파일을 올려도 충분히 다운로드하고 공유할 수 있는 시대가 왔잖아요.

타 시·도에서는 어떻게 하나 봤더니 서울시 같은 경우에는 점자소식지를 BBF 파일이라고 해서 시각장애인을 위한 플랫폼 파일을 상시로 올리고 있습니다.

그래서 CD ROM으로 굳이 뽑고 재고를 쌓아두지 않아도 이런 플랫폼을 충분히 활용해서도 모든 시각장애인들한테 다 공개할 수 있을 거라고 생각했는데요, 우리 대전시는 그냥 장애인복지에서 점자 시정소식을 올리시기는 합니다.

그런데 대부분 MP3파일 형태로만 올리시더라고요.

그래서 아쉽다, 타 시·도 벤치마킹을 하셔서 취약계층 부분에서도, 물론 점자도서관이 있기 때문에 그 역할을 거기에서도 해왔겠지만 거기에서도 몰랐던 부분을 시가 좀 더 타 시·도 사례를 참고하셔서 기능을 확대했으면 하는 바람에서 제안을 드렸습니다.

어떻게 홍보담당관님, 이 부분 타 시·도 사례 참고하셔서 반영 가능하실까요?

○홍보담당관 이용균 위원님 말씀 정말 필요한 부분이라고 생각합니다.

미디어는 계속 바뀌고 전달방식도 계속 바뀌는데 그 부분에 대한 연구노력이 조금 부족하지 않았나 그런 생각이 듭니다.

위원님 말씀대로 더 유념해서 실질적으로 시각장애인들한테 도움이 될 수 있는 유통방식을 더 노력하도록 하겠습니다.

○우승호 위원 알겠습니다.

이상입니다.

○위원장 홍종원 우승호 위원님 수고하셨습니다.

더 감사하실 위원님 안 계십니까?

김종천 위원님 감사하시기 바랍니다.

○김종천 위원 김종천 위원입니다.

행정사무감사자료 46쪽 보겠습니다.

브랜드슬로건 교체에 대한 소요예산, 추진실적이 있어요.

지난 제252회 임시회에서 대전광역시 상징물 관리조례를 개정했습니다.

이후 이즈대전을 대전이즈유로 교체작업 현황을 보면 교체에 공공청사·지하차도, 안내데스크 이렇게 교체완료된 것으로 표에 나와 있는데 본청·사업소·유관기관 86개 또 청사 내·외 안내사인 여기는 아직 교체가 안 된 것으로 나와 있습니다.

교체가 안 된 이유가 어디에 있지요?

○홍보담당관 이용균 본청과 본청 직속기관은 100% 완료가 된 걸로.

○김종천 위원 죄송합니다, 마이크 가까이 대고 크게 말씀해 주시겠어요?

○위원장 홍종원 가까이 대고 크게 얘기해 주십시오.

○홍보담당관 이용균 본청과 직속기관은 100% 완료되어 있고요, 지금 가장 많이 미진한 곳이 공원관리사업소 같은 경우에는 너무 산재되어 있는 상태여서요, 파악은 다 된 상태입니다.

그래서 교체작업이 이루어지고 있는 부분입니다.

사업소와 유관기관 부분은 지금 교체가 진행되고 있습니다.

○김종천 위원 브랜드슬로건이 이즈대전에서 대전이즈유로 변경됐어요.

그런데도 불구하고 아직까지 이렇게 교체가 되지 않으면 시민들이 혼란스러워하지 않을까요, 담당관님?

어떻게 생각하세요?

○홍보담당관 이용균 저희가 이 부분은 지적을 받지 않기 위해서요, 정말 의회에서 브랜드슬로건 조례안이 통과된 9월 24일부터 교체작업을 시작했거든요.

그래서 본청에 대한 부분은 저희 예산이 있기 때문에 빨리 집행해서 단시일 내에 교체됐는데 사업소 부분은 추가예산 부분도 있고 여러 가지 사정도 있는 부분이 있는 것 같습니다.

그래서 아직까지 유관기관과 사업소는 안 된 부분이 있는데 일단 큰 눈에 보이는 것은 거의 교체된 것으로 파악하고 있습니다.

아직 미진한 부분은 더 독려도 하고 현장방문도 하고 해서 더 좋은 방법을 찾아보도록 하겠습니다.

○김종천 위원 각 유관기관에서도 이런 홍보담당부서가 있을 것 아닙니까, 그렇지요?

○홍보담당관 이용균 예.

○김종천 위원 긴밀하게 협조해서 부족한 예산은 빨리 추경에 세우든지 해서 시민들이 혼란스럽지 않게 빨리 교체작업을 완료했으면 좋겠습니다.

○홍보담당관 이용균 유념하겠습니다.

○김종천 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 김종천 위원님 수고하셨습니다.

담당관님, 조례를 개정하실 때 되게 급하게 하고 싶어하셨어요, 빨리해야 된다고.

그러면 통과됐으면 그게, 우리 브랜드슬로건이 바뀌었으면 이것은 조속하게 교체되어야 적절하잖아요.

이건 시의적절하게 해야 되는 것 같습니다.

그래야 브랜드슬로건 교체를 한 것에 대한 효과도 있는 것 아닐까요?

그러면 지금 김종천 위원님 말씀하신 것에 대해서는 조속하게 해당부서와 상의 하셔서요, 이것은 이렇게 교체해서는 의미가 없다고 본 위원장도 생각합니다.

그것은 조치결과에 대해서 행정자치위원회 위원님들께 보고해 주시기 바랍니다.

○홍보담당관 이용균 알겠습니다.

○위원장 홍종원 문성원 위원님 추가감사하시기 바랍니다.

○문성원 위원 28쪽을 보겠습니다, 주요업무보고 130쪽과 같이 보겠습니다.

감사자료를 보면 권역 외 시정홍보에 2018년 4억 원, 2019년 6억 원, 2020년 8억 2천만 원으로 많은 예산을 투자했습니다.

해마다 2억이라는 예산을 증가하여 홍보하셨는데 홍보의 결과는 어떻게 평가하시는지요?

○홍보담당관 이용균 홍보측정에 대한 부분은 정확한 방법이 없어서요, 저희가 계획하고 있는 것은 홍보매체 인지도라든지 수용도조사를 하려고 합니다.

다행히도 이런 조사를 하겠다고 판단하는 것은요, 저희가 최근 이번에 브랜드슬로건 교체작업에 대해서 홍보를 전국 동시다발적으로 진행했습니다.

그래서 그 결과를 각 매체별로 인지도가 어느 정도 파악되는지 설문조사를 통해서 앞으로 권역 외 홍보하는 데에도 기본적인 데이터로 활용할 계획을 가지고 있습니다.

○문성원 위원 본 위원의 생각에 대전시 홍보는 아직도 미흡하다고 생각합니다.

설치장소를 내용별로 다 볼 수는 없지만 전국 고속도로 휴게소에 대전시 홍보 관련 노력한 부분이 혹시 있나요?

○홍보담당관 이용균 아직 휴게소에 대한 부분은 별도로 홍보가 없는 것으로 알고 있습니다.

○문성원 위원 예산이 부족하여 전국 고속도로 휴게소까지는 어려울 수 있습니다.

홍보라는 것이 본 위원 생각에는 특별한 관심이 없는 한 일부러 찾아보거나 관리하지는 않습니다.

우연한 기회에 어디에서 봤는데 좋아보이더라, 가보고 싶더라, 그런 곳이 있더라, 그런 행사를 한다더라 등 이렇게 알려져서 가보고 싶다는 호기심이 발동하

여 찾아오는 거라고 생각합니다.

우리 대전시의 매력을 전국 고속도로 휴게소에 홍보할 수는 없지만 규모가 큰 휴게소를 중심으로 밥 먹을 때, 화장실 갈 때, 커피를 기다릴 때 그 짧은 시간을 이용하여 홍보할 수 있는 아이디어를 생각해봤으면 합니다.

○홍보담당관 이용균 유념하도록 하겠습니다.

○문성원 위원 본 위원의 생각이 너무 무리일까요?

○홍보담당관 이용균 아닙니다.

홍보는 많을수록 좋고 유동인구가 많은 데는 좋으니깐요, 휴게소도 좋은 장소라고 생각합니다.

긍정적으로 검토해보도록 하겠습니다.

○문성원 위원 감사합니다.

이어서 11쪽을 보겠습니다.

대전이즈유, 글로벌 시장에서 도시브랜드는 도시경쟁력을 구축하는 중요한 요소입니다.

또한 도시경쟁력을 확보하기 위해 역사, 문화, 미래비전 등 다양한 의미를 담고 있습니다.

우리 시도 브랜드슬로건이 지난 9월 이즈대전에서 대전이즈유로 바뀌었습니다.

오랜 시간 연구하고 시민들 의견을 수렴해서 결정한 것으로 알고 있습니다.

이제는 잘 만들어진 브랜드를 어떻게 홍보하고 활용해서 대전만의 이미지를 만들어가는 게 중요하다고 생각합니다.

브랜드에 대한 홍보전략이나 브랜딩전략은 만들어져서 추진되고 있는지 답을 해주시기 바랍니다.

○홍보담당관 이용균 일단 위원님께서 말씀하신 것처럼 도시브랜드는 정말 중요성은 느끼고 있습니다.

그래서 저희들 도시브랜드슬로건의 1차 목표는 시민을 만족시키지 못하는 브랜드는 외지인도 만족시킬 수 없다 이런 생각을 갖고 있습니다.

그래서 현재는 전방위적인 노출로 인지도 상승전략으로 브랜드슬로건을 노출시키고 있고요.

그리고 노출작업에 이어서 시민친화형 사업으로 브랜드슬로건 선호도를 향상시키는 전략을 내년에는 본격적으로 추진하려고 합니다.

그래서 굿즈 개발이라든지 향토기업이나 시 인증 로컬푸드 같은 데와 공동브랜딩 작업을 한다든지 글자조형물을 설치한다든지 아니면 시 경계 LED 상징조형물을 브랜드슬로건으로 활용한다든지, 마케팅공사나 도시경관과와 협업을 통해서 지금 도시경관과에서 고속도로 관내 IC에서 관문홍보 사업을 추진하고 있습니다.

거기에도 도시브랜드슬로건이 삽입될 수 있도록 지금 업무협력을 하고 있습니

다.

새로 만든 브랜딩이 잘 만들어졌다 못 만들어졌다가 중요한 게 아니라 이 브랜딩을 시민들한테 얼마나 친숙하게 만드느냐가 도시브랜딩의 첫째 목표인 것 같아서요, 그 방안에 주력하도록 하겠습니다.

○문성원 위원 브랜드로 성공한 해외도시의 공통점은 도시브랜드를 통해 도시 이미지를 개선하고 이를 도시경쟁력으로 강화했습니다.

지난달 말에 5천여만 원을 들여서 대전이즈유, 카카오톡 이모티콘 16종을 무료로 배포하셨지요?

○홍보담당관 이용균 예, 그렇습니다.

○문성원 위원 배포한 인원, 어떤 효과를 기대하고 하셨는지 그리고 이모티콘 무료배포 외 브랜드 관리를 위해 연간 사용예산은 얼마나 됩니까?

○홍보담당관 이용균 지금 도시브랜드팀이 홍보담당관실에 처음 조직으로 안착했습니다.

그런데 담당인원은 팀장과 주무관 1명입니다.

실질적으로 두 분이 업무를 진행하고 있어서 내년에는 본격적인 도시브랜딩 사업이 많이 확대돼서 1명 정도 증원을 요청한 상태입니다.

그래서 기이 예산은 확보된 게 없고요, 내년도에 10억이 조금 넘는 수준에서 예산확보 노력을 하고 있습니다.

○문성원 위원 6억 5천여만 원 들여서 대전이즈유 카카오톡 이모티콘 16종을 무료로 배포한 것 맞지요?

○홍보담당관 이용균 카카오톡 이모티콘은 브랜드슬로건이라는 것이 친숙하게 유통되기 위해서 카카오톡 이모티콘 작업을 했는데요, 저희가 얻은 것은 두 가지입니다.

대전이즈유를 쉽게 알리기 위한 방법이 하나 있었고요, 또 하나는 우리가 대전이즈유와 관련된 채널을 카카오톡 채널에 만들었습니다.

그래서 그것도 단기간에 회원 수를 확보하기 위해서 했습니다.

4만 명 정도가 이모티콘을 다운받기 위해서 회원가입을 했습니다, 그래서 회원 가입이 일단 주효했고요.

5만 4천 명 정도가 이모티콘을 다운로드 받았습니다.

그래서 이 다운로드 받은 것이 카카오톡 채팅창에서 계속 활용됩니다.

그래서 카카오톡에 활용되면서 대전이즈유가 거기 숨겨져 있기 때문에 자연스러운 노출효과를 했습니다.

○문성원 위원 코로나19로 인한 예산부족상황에서 이번 사업 역시 적절하지 못했다는 여론도 있는데 담당관님도 동의하시나요, 그런 부분?

○홍보담당관 이용균 일부는 동의합니다만 항상 새로운 것은 약간 도전을 받는

다고 생각이 듭니다.

그런데 저희가 취급하는 업무가 뉴미디어로서, 특히 SNS는 어제와 오늘이 달라지고 매체의 중요도도 달라지기 때문에 홍보방법도 기존에 해오던 전광판 광고 이런 것 위주가 아니라 온라인에서 우리가 필요로 하는 수요자가 있는 곳을 찾아가는 광고가 필요하다는 생각이 듭니다.

물론 자치단체에서 그런 새로운 방식을 택했기 때문에 일부 논란이 있다는 것은 인지하고 있습니다.

그래서 물론 새로운 것도 좋지만 새로운 방식의 매체를 선택할 때는 더 유념해야 되겠다 이런 생각을 갖게 됐습니다.

○문성원 위원 그런데 무료배포라고 하지만 사용기간이 내려받은 시점으로부터 30일까지로 기간이 한정되어 이후로는 구매할 수 없다는데 맞지요?

○홍보담당관 이용균 이모티콘에 대한 이해가 있으면 그것은 오해라는 생각이 조금 듭니다.

두 가지 정도가 있는데요, 이모티콘은 소비형입니다.

한번 쓰고 버리는 거지 그 이모티콘이 예쁘다고 내년에도 쓰지 않습니다.

그래서 예산을 많이 들여서 이모티콘을 한 달만 유통하게 해서 홍보효과를 어느 정도 누리는 게 낫지, 그 이모티콘을 계속 쓰게 하는 것은 실질적으로 카카오톡 매체상 예산이 저희 지방자치단체에서는 동원할 수 없는 예산이, 상당히 많이 받고 있습니다.

그래서 그런 부분이 있기 때문에 저희들이 애당초 정책설계 때부터 그 부분은 감안하지 않았습시다.

○문성원 위원 이번 사업은 계약할 때 소멸성으로 계약해서 30일이 경과하면 종료되는 것은 맞지요?

○홍보담당관 이용균 예, 그렇습니다.

○문성원 위원 즉, 1회성 광고비라 생각하면 되는 게 맞지 않나요?

○홍보담당관 이용균 소셜미디어 자체가 소비성입니다.

오늘 히트 친 콘텐츠가 또 내일 보인다는 것이 없기 때문에 그런 측면에서 이해해 주시면 좋겠습니다.

○문성원 위원 일부 언론에서는 ‘개좋아’라는 문구를 사용한 것을 문제로 제기했는데 그 부분에 대해서 설명 부탁드립니다.

○홍보담당관 이용균 ‘개좋아’라는 게 되게 좋아라는 건데요, 인터넷 플랫폼이라든지 채팅 플랫폼이라든지 젊은이들 소통 플랫폼에서는 상당히 인기 있는 언어입니다.

그게 ‘개’라는 말이 들어가서 조금 비하라든지 막 쓰는 단어가 아니냐 이렇게 생각할 수 있는데 이 이모티콘 자체가 유통하는 채널이 일반인들이 유통하는 게

아니라 카카오톡상에서 유통하는 거기 때문에 거기에 맞는 콘텐츠에는 그게 크게 위반되지 않는다는 부분이 있었고요, 그리고 일단 그것은 그 작가의 작품입니다.

이모티콘도 하나의 작가의 작품이기 때문에 다행히도 ‘개좋아’라고 표현되지는 않았고 그거를 두 가지를 응용시켰더라고요.

한문으로 개(犬)자를 썼습니다.

그래서 그것을 다시 중의적으로 대전 좋아라는 의미를 작가가 표현한 것으로 저희는 받아들였습니다.

○문성원 위원 그럼에도 불구하고 완판됐고 카카오톡 채널 가입자도 1,300명에서 4만 8천 명으로 늘었다니까 다행입니다.

완판됐으니까 홍보담당관실을 살려줬다고 본 위원은 생각합니다.

도시브랜드 성공을 위해서는 지속적인 브랜딩을 통한 단계적이고 일관성 있는 체계적인 접근이 필요하다고 생각합니다.

브랜드와 관련한 정책들을 주기적으로 모니터링해야 하며 피드백을 바탕으로 재점검하는 과정이 수반되어야 합니다.

또한 대전시 관련 마케팅조직 및 운영과 밀접하게 연관되어 시너지효과를 가져올 수 있는 선순환 구조를 만들어야 합니다.

단시간에 성과를 낼 수 없기 때문에 장기적인 관점에서 접근해야 된다고 봅니다.

물론 브랜드에 맞는 좋은 정책도 만들어져야 합니다.

전국 모든 지자체에서 대전이즈유라는 브랜드를 부러워할 수 있도록 최선을 다해주시기를 당부드리겠습니다.

○홍보담당관 이용균 예, 위원님 말씀 유념하겠습니다.

○문성원 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 문성원 위원님 수고하셨습니다.

홍보담당관님, 행감자료 25쪽 봐주시겠어요.

자료요청한 타 광역시 등 시 보유 매체현황과 보유매체를 활용한 시민들의 활용실적현황을 달라고 했는데 다른 특·광역시는 각 보유매체를 활용해서 시민들에게 개방하는 사업을 안 하고 있나요?

○홍보담당관 이용균 서울과 창원과 저희 세 군데만 하고 있는 것으로 알고 있습니다.

○위원장 홍종원 그러면 자료를 요청했으면 자료를 제출해야지 왜 자료를 제출 안 하십니까?

자료 준비하셔서 타 시·도에서 자치단체 보유매체를 활용해서 시민들에게 개방하는 사업실적에 대해서 여건은 어느 정도 신청해서 하는지 제출해 주시고요, 지금 자료는 다 취합되어 있는 상태 아닌가요?

○홍보담당관 이용균 예, 그렇습니다.

○위원장 홍종원 현황자료를 오늘 중에 제출해 주시고요.

행감자료 13쪽을 보시면 본 위원이 행정자치위원회에서도 지속적으로 2018년, 2019년도에 시 보유매체를 가지고 어려운 소상공인이나 전통시장이나 마을기업이나 이런 쪽에 시 보유매체의 활용성 강화와 시민들에게 조금 더 마케팅을 지원하는 차원에서 이걸 적극적으로 진행해달라고 얘기한 것은 우리 담당관님 아시지요?

○홍보담당관 이용균 예.

○위원장 홍종원 더군다나 올해 코로나 사태 때문에 되게 소상공인과 전통시장이 어렵지 않습니까?

조그마한 소기업들도 어렵고 중소기업들도.

그런데 매체추진현황을 보면 올해가 도리어, 작년에 71건을 접수받아서 27%~38% 정도의 선정률을 보였는데 올해는 접수 건이 50%가 감소를 했어요.

선정 건수도 55.6%나 감소해서 35건을 접수받아서 선정을 12건을 한 걸로 나오는데 맞습니까?

○홍보담당관 이용균 예, 그렇습니다.

○위원장 홍종원 지금 같은 코로나 사태에서 이렇게 소극적으로 하는 것보다 더 적극적으로 했어야 되는 것 아닌가 싶은데 담당관님 어떻게 생각하세요?

○홍보담당관 이용균 신청 건수가 평균보다는 조금 덜 들어왔는데요, 지난 상반기 때 12건 정도를 배려를 했더라고요.

그래서 이번 같은 경우는 제가 2건을 더 늘려서 14건, 하반기 이 자료에 있는 것 이외에 10월에 진행한 것은 14건 업체를 선정했거든요.

그래서 저도 위원장님 말씀처럼 시민 이용대상 선정을 앞으로 증가시키는 것에 대해서 노력을 하려고 계획하고 있습니다.

그런데 다만 애로사항이 있다면 우리가 여기에서 홍보하는 것 중에 효과가 가장 많고 시민들한테 호응이 가장 많은 게 도시철도에 있는 광고면을 활용하는 건데요, 지금 도시철도도 대전시한테는 그동안 무료로 광고면을 빌려줬는데 점점 무료로 주는 광고면을 줄이는 그런 경향이 있습니다.

○위원장 홍종원 담당관님, 그런 것은 이유를 달지 마시고요, 이 상황이 우리가 시 보유매체를 시민들한테 활용하게끔 하는 사업은 우리 대전시가 그동안 했던 사업 중에 굉장히 잘하고 있는 사업이라고 봤어요.

시 보유매체도 우리 시민들이 낸 세금으로 만든 매체들이지 않습니까.

그러면 그 매체를 활용하는 활성화 차원도 중요하지만 그것을 시민들이 활용할 수 있게 하는 건 아주 좋은 사업 아닌가요?

그래서 계속 늘려달라고 했는데 올해는 도리어 대폭 감소됐다는 게 참 안타깝

고 아이러니해서 말씀을 드리는 겁니다.

더군다나 코로나로 인해서 전통시장 소상공인들이 다 출고 못 살고 이런 와중에 마케팅 지원을, 이 마케팅은 그것 아닙니까, 우리 대학생들이 광고나 이런 것을 재능기부를 해서 하겠습니까?

그것을 우리 보유매체에다 홍보를 해주는 거잖아요 대신해서, 할 수 있게?

그러면 굉장히 중요한 시민들한테 보답하고 돌려주는 사업인데 이것을 이렇게 소극적으로, 홍보담당관실이 조직개편을 했는데 도리어 작년에 비해서 50%로 뚝 떨어뜨리면 어떻게 합니까, 담당관님?

○홍보담당관 이용균 자료에 오해가 좀 있는 것 같은데요, 올해 것은 하반기, 10월에 14면을 더 추가를 시켰거든요, 12군데에.

그래서 올해 같은 경우에는 26개 업체를…….

○위원장 홍종원 그러면 접수를 몇 건 했고 토털 몇 개가 선정되었나요?

자료를 그러면 정확하게 제출해야지요.

○홍보담당관 이용균 이 자료는 저희가 와서 상반기 때 12개 업체밖에 선정을 안 했기 때문에 하반기 때도 12개 업체를 일단 배정했더라고요.

그래서 저희들이 코로나 상황에 한 기업이라도 더 늘려주는 게 이 정책에 맞는 방법이다 해서 하반기에는 2곳을 더 늘려서 14곳을 신청을 했습니다.

그래서 위원장님 말씀처럼 그 부분에 대해서 유념을 하고요, 제가 지금 상반기 하고 지난해 정확하게 신청업체 수가 몇 개인지는…….

○위원장 홍종원 우리 시민들의 이용실적, 신청하고 접수한 현황, 선정된 현황을 최신자료를 오늘 중에 제출해 주시고요.

담당관님, 대변일실과 홍보담당관이 나뉘진 이유가, 홍보담당관이 신설된 이유가 이런 사업을 적극적으로 하라고 해서 신설된 겁니다.

무슨 말씀인지 아세요?

○홍보담당관 이용균 예, 알겠습니다.

○위원장 홍종원 그리고 코로나 때문에 이렇게 어려운데 이것을…….

그리고 접수 안 했다고 핑계를 대시면 안 되고요, 접수하게끔 만들어야지요.

아닌가요?

○홍보담당관 이용균 예, 맞습니다.

○위원장 홍종원 시민들한테 돌려주는 사업입니다, 이것은.

시민들이 낸 세금으로 만들어진 매체를 활용해서.

무슨 말씀인지 아시겠습니까?

현황자료하고 향후 추진방안, 그리고 도리어 선정된 내용을 보면 전통시장하고 소상공인은 더 줄어들었어요, 소상공인은 아예 배제되고.

대상자가 소상공인은 없나요?

○홍보담당관 이용균 이번 하반기에도 올해 같은 경우는 전통시장이 3개가 되었고요, 사회적기업이 5개 되었고요, 협동조합하고 소기업이 5곳이 선정이 되었습니다.

그래서 저희가 소기업 선정에 대해서 지금 코로나 상황에서 위원장님 말씀하신 것처럼 소기업에 더 배려될 수 있도록 하겠습니다.

○위원장 홍종원 예, 꼭 좀 해주시고요, 최신 현황자료랑 향후에 어떻게 개선해서 더 확대 추진할 것인지에 대한 방안도 같이 해서 자료를 제출해 주시기 바랍니다.

우리 위원님들께 다 제출해 주시고요.

그리고 하나만 더 아쉬운 얘기를 드리겠습니다.

앞서서 존경하는 민태권 위원님과 문성원 위원님이 권역 외 홍보 진행한 것에 대해서 감사를 하셨는데요, 매년 2018년 4억에서 2019년에는 6억으로 50%가 홍보 실적이 증액되었고요, 2020년도에는 8억 2천으로 37%가 권역 외 홍보가 늘었지요.

권역 외 홍보가 KTX, SRT, 서울역 등이나 터미널 이런 우리 대전이 아닌 다른 권역의 주요시점에 있는 매체를 활용해서 한 거잖아요?

○홍보담당관 이용균 예, 그렇습니다.

○위원장 홍종원 그런데 이렇게 예산이 늘어났으면 이것도 또한 앞서 우리 행자위원들이 늘 얘기했던 건데 광고매체를 활용한 광고를 하면 기본이 매체 집행에 대한 결과보고하고 효과에 대한 게 나와야 됩니다.

우리 시는 광고 집행을 매체사한테 직접 하나요, 아니면 언론재단을 통해서 하나요?

어떻게 하고 계세요, 지금?

○홍보담당관 이용균 언론재단을 경유하고 있습니다.

○위원장 홍종원 언론재단이 대행사 역할을 하잖아요, 매체집행 대행사를.

○홍보담당관 이용균 예.

○위원장 홍종원 언론재단에 요청하시면 각 매체사별로 집행하고 나면 집행효과 분석 자료와 결과보고서 자료가 있습니다.

그걸 한번이나 챙겨보셨는지 모르겠고요.

이것은 행자위에서 기존에 계속 요청하고 이렇게 하라고 했는데 뭐가 완료되었는지 모르겠습니다.

조치결과에 보면 완료라고 되어 있는데 대체 뭐가 완료되었는지 모르겠고요.

받아보세요.

받아보시면 있을 거고요, 그래야 그걸 가지고 정확하게 홍보광고를 하는 것에 대한 계획이 수립되지 않겠습니까?

어떤 매체는 효과가 떨어지니까 교체를 해야 되는 거고.

그냥 일률적이고 관행적으로 배분한다고 생각하지 마세요.

매체광고는 효과를 보고 판단하셔야 됩니다.

그리고 앞서 문성원 위원님이 얘기했지만 홍보비는 많으면 많을수록 좋지요, 우리 시한테는.

그런데 예산이라는 게 한정되어 있기 때문에, 본 위원이 그래서 앞서 전반기 행정위원님들하고 같이 얘기했던 게 타 광역시에 있는 매체 또는 유관기관, 도로공사, 코레일 이런 데에서 가지고 있는 보유매체를 적극적으로 업무 협조해서 하라고, 더군다나 우리 대전 방문의 해 때문에 더 필요하다고 말씀드렸는데 지금 거의 실적이 없지요?

○홍보담당관 이용균 다른 유관기관하고 협업을 통한 광고는 아직…….

○위원장 홍종원 타 광역시하고도 별다른 협업한 게 없지요?

○홍보담당관 이용균 예, 그렇습니다.

○위원장 홍종원 그런데 조치결과상으로는 완료로 되어 있어요, 뭘 완료를 했다는지는 모르겠지만.

그러니까 이렇게 하면 우리가 홍보비를 많이 못 늘려도 더 극대화시킬 수 있거든요, 다른 지역에 있는 매체를 활용할 수 있으니까.

홍보비를 무한정 늘리지 못하기 때문에 그런 제안을 드렸던 건데 우리 위원님들이, 그게 일이 진행이 안 되면 안 되지 않습니까?

홍보담당관실로 분리된 이유가 이런 겁니다.

무슨 말씀인지 아시지요, 담당관님?

○홍보담당관 이용균 예, 알겠습니다.

○위원장 홍종원 타 광역시 또는 타 유관기관들과의, 어떻게 보면 품앗이에요.

우리 매체도 다른 데에서 이용할 수 있게 해주고 우리는 다른 광역시 매체를 이용하는 품앗이 광고홍보를 하라는 말씀이니깐요, 그거에 대한 대응방안도 생각해서 앞으로 적극적으로 하시면 우리가 한정된 홍보비 플러스, 더해서 더 효과 있는 우리 대전시 지정홍보가 될 수 있을 거라고 판단하는데 어떻게 생각하세요, 담당관님?

○홍보담당관 이용균 위원장님 말씀에 전적으로 동감을 하고요, 하여튼 권역 외 홍보 예산이 실질적으로 잘 쓰일 수 있도록 광고효과 분석까지 마쳐서 내년부터는 좀 더 체계적으로 예산이 집행되고 행정이 이루어질 수 있도록 주력하겠습니다.

고맙습니다.

○위원장 홍종원 그리고 아까 모두에 말했던 우리 시 매체를 이용해서 시민한테 돌려주는 사업은 굉장히 훌륭한 사업입니다.

저는 적극적으로 그것에 대해서는 칭찬해주고 싶은데 그 노력이 좀 소극적이지 않았나 하는 말씀을 드리는 거니까 더 적극성을 가지고 사업을 추진해 주시면 아마 타 광역시한테도 큰 모범사례가 되지 않을까 싶은데요, 담당관님.

○홍보담당관 이용균 예, 유념하도록 하겠습니다.

○위원장 홍종원 그 부분에 대해서는 좀 더 대안을 마련하셔서 적극적으로 추진을 당부드리겠습니다.

○홍보담당관 이용균 예, 알겠습니다.

○위원장 홍종원 감사하실 위원님 안 계십니까?

(「없습니다.」하는 위원 있음)

더 감사하실 위원님이 안 계시므로 홍보담당관에 대한 감사를 마치겠습니다.

동료위원 여러분 그리고 홍보담당관을 비롯한 관계공무원 여러분, 수고 많으셨습니다.

지난 조직개편 시 대시민 홍보 강화를 위해 홍보담당관을 신설하였습니다.

갈수록 홍보매체는 다변화하고 그에 따라 홍보방법 또한 다양해져야 합니다.

시대의 흐름에 따라 새로운 매체를 통한 적극적 시정홍보가 중요한 만큼 시민들이 올바르게 정보를 확인하고 시정참여를 유도할 수 있도록 지속적으로 노력해주시기 바랍니다.

그리고 금일 감사과정에서 지적된 사항에 대해서 시정할 부분은 조속한 시일 내 시정하여 주시고, 위원님들께서 대안으로 제시한 사항은 면밀히 검토하여 시정에 적극 반영하여 주시기 바랍니다.

이상으로 홍보담당관 소관 업무에 대한 2020년도 행정사무감사 종료를 선언합니다.

다음 감사는 오후 3시부터 인재개발원에 대해 실시하겠습니다.

(12시 46분 감사중지)

(15시 09분 감사계속)

○위원장 홍종원 의석을 정돈해 주시기 바랍니다.

3. 인재개발원

○위원장 홍종원 지금부터 「지방자치법」 제41조 및 같은 법 시행령 제39조와 「대전광역시의회 행정사무 감사 및 조사조례」에 따라 인재개발원에 대한 2020년도 행정사무감사 실시를 선언합니다.

감사 진행순서는 먼저 증인선서를 하고 업무보고 청취와 감사에 대한 답변 순으로 진행하겠습니다.

효율적인 감사를 위해 몇 가지 유의사항을 말씀드리겠습니다.

관계공무원께서는 의회에서 실시하는 행정사무감사의 중요성을 인식하고 대전

시민을 대표하는 위원님들의 감사에 성실하고 임해주시고 보충답변이 필요한 부분은 본 위원장의 허락을 받고 부서장이나 다른 증인께서 발언대에 나와 답변해 주시기 바랍니다.

아울러 위원님들께서 요구하신 자료는 신속 정확하게 작성하여 제출하시기 바랍니다.

다음은 증인선서의 취지와 처벌규정에 대해 말씀드리겠습니다.

선서를 하는 이유는 행정사무감사를 실시함에 있어 증인으로부터 양심에 따라 사실대로 증언하겠다는 서약을 받기 위한 것입니다.

만약 서류제출요구를 받은 자가 정당한 사유 없이 정해진 기한 내에 제출하지 않은 경우와 출석요구를 받은 증인이 정당한 사유 없이 출석하지 아니하거나 선서 또는 진술을 거부한 경우에는 500만 원 이하의 과태료를 부과할 수 있고 위증의 경우 고발될 수 있음을 알려드립니다.

선서는 증인을 대표하여 인재개발원장께서 발언대로 나와서 해주시고 다른 증인들께서는 제자리에 서서 오른손을 들어 선서해 주시기 바랍니다.

선서가 끝난 후에는 선서문에 서명 날인 후 인재개발원장께서 일괄 취합하여 본 위원장에게 제출하여 주시기 바랍니다.

그러면 먼저 증인선서를 하겠습니다.

이강혁 인재개발원장 발언대로 나오셔서 선서하시기 바랍니다.

○인재개발원장 이강혁 선서!

본인은 대전광역시의회 행정자치위원회 2020년도 행정사무감사에 임함에 있어 성실하게 감사를 받을 것이며 또한 증인으로서 증언을 함에 있어서는 「지방자치법」 제41조와 「지방자치법 시행령」 제43조 및 「대전광역시의회 행정사무감사 및 조사조례」가 정하는 바에 의하여 양심에 따라 숨김과 보탬이 없이 사실 그대로 말하고 만일 거짓이 있으면 위증의 벌을 받기로 맹세하고 이에 선서합니다.

2020년 11월 16일

인재개발원장 이강혁

교육지원과장 한경희

교학과장 유석조

(인재개발원장 이강혁, 홍종원 위원장에게 선서문 전달)

○위원장 홍종원 모두 자리에 앉아주시기 바랍니다.

다음은 업무보고를 청취하겠습니다.

이강혁 인재개발원장께서는 업무보고하시기 바랍니다.

○인재개발원장 이강혁 인재개발원장 이강혁입니다.

존경하는 홍종원 위원장님 그리고 위원님 여러분, 바쁘신 의정활동 중에도 저희

인재개발원에 대한 많은 관심과 성원에 깊이 감사드리면서 인재개발원 소관 주요 업무를 보고드리겠습니다.

보고드릴 내용은 총괄, 2020년 추진실적 및 2021년 추진계획 순입니다.

먼저, 157쪽 업무보고 총괄입니다.

(주요업무보고서는 부록에 실음)

(행정사무감사자료는 별도보관)

이상 업무보고를 마치면서 저희 인재개발원 직원 모두는 시정발전과 시민중심의 행정수행을 위한 창의적인 전문행정인 양성에 최선의 노력을 다하겠습니다.

존경하는 홍종원 위원장님과 위원님들의 아낌없는 관심과 성원을 부탁드립니다. 감사합니다.

○위원장 홍종원 이강혁 인재개발원장님 수고하셨습니다.

방금 보고한 내용이나 인재개발원 소관 행정사무에 대하여 감사하실 위원님께서 발언을 신청하시기 바랍니다.

문성원 위원님 감사하시기 바랍니다.

○문성원 위원 문성원 위원입니다.

먼저, 인재개발원 행감 자료 42쪽 2020년 교육실적에 대하여 질의드리겠습니다.

○인재개발원장 이강혁 쪽수를 다시 한번 말씀해 주시겠습니까?

○문성원 위원 42쪽이요.

올해는 코로나19라는 특수성에 공무원교육을 담당하는 인재개발원에서 많은 어려움이 있었을 것이라 생각합니다.

업무보고에서도 코로나19에 대응하기 위해 집합교육에서는 비대면교육을 확대 실시한다고 하셨습니다.

올해 코로나19로 인한 집합교육의 비대면교육 전환비율과 운영방법은 어떻게 되는지요?

○인재개발원장 이강혁 말씀하신 바와 같이 코로나19가 연초에 시작되면서 전체적인 당초에 세웠던 교육계획의 전면적인 재검토가 필요한 상황이었고요, 그래서 집합교육 중심으로 계획했던 올해 교육계획이 사이버 또 화상교육으로 많이 전환이 되었습니다.

그리고 모든 것을 사이버나 화상교육으로 할 수는 없는 것이고요, 집합교육도 교육의 특성상 집합교육에 필요한 경우에는 교육대상 인원을 이전보다 절반 정도로 줄이고 그래서 강의실도 최대한 방역수칙에 맞도록 안전한 거리 유지하면서 그리고 교육생들의 발열이라든가 체크하고 수시로 하면서 그렇게 최대한 방역수칙을 준수하는 범위 내에서 교육목적이 달성될 수 있도록 그렇게 운영을 해왔습니다.

○문성원 위원 단기교육과 장기교육의 구분은 며칠을 기준으로 합니까?

○인재개발원장 이강혁 장기·단기교육이라는 명확한 기간의 구분은 사실 없는 것이고요, 장기교육이라고 하면 6급 중견간부과정이 있습니다.

그건 2월에 시작해서 12월 4일, 첫째 주에 끝나는 약 43주 하는 교육인데 그것을 장기교육이라고 보통 하고요, 그 나머지 교육은 짧게는 2, 3일, 길면 5일 정도에서 끝나는 교육과정들이 거의 대부분입니다.

○문성원 위원 인재개발원에서 운영하는 대표적인 장기교육이 6급을 대상으로 하는 중견간부 양성과정인 것 같은데, 맞지요?

○인재개발원장 이강혁 예, 맞습니다.

○문성원 위원 본 위원이 확인해보니까 교육기간이 2월부터 12월까지 총 43주 운영됩니다.

교육인원이 2018년 48명, 2019년 47명, 금년에는 72명입니다.

지난해보다 무려 53%가 증가한 25명이 늘었습니다.

공무원 정원은 크게 늘지 않았는데 갑자기 교육인원이 증가한 이유가 혹시 있습니까?

○인재개발원장 이강혁 교육인원이 6급 중견간부과정의 경우에는 그동안 40명대 선으로 유지가 되어 오다가 실제 현장에서 근무하는 시청, 구청 마찬가지입니다, 교육수요가 굉장히 많았습니다.

교육인원을 늘려달라는 요구가 각 구에서도 있었고요.

교육담당 부서에서 그걸 받아들여서 올해부터 인원을 대폭 증원한 경우가 되겠고요.

그리고 보통의 경우에는 직렬마다 좀 다르기는 한데 교육을 원하는데도 제때 교육을 가지 못하는 경우가 대부분이었고요.

그래서 보통은 재수한다, 삼수한다 그런 표현을 써가면서 2~3년은 기다려서 오는 경우가 특히 행정직의 경우에는 많이 있었습니다.

그런 것을 해소하는 의미도 있습니다.

○문성원 위원 교육생의 선발은 어느 부서에서 합니까?

○인재개발원장 이강혁 인사혁신담당관실에 교육담당 팀이 있습니다, 거기서 선발하고요.

올해 72명의 경우에는 우리 시 자원이 35명, 각 구에서 36명 그리고 1명은 시설관리공단 직원입니다.

각 구에서 추천받은 인원들, 산하 공공기관, 의료원 직원 포함해서 그렇게 구성을 합니다.

○문성원 위원 인원이 늘면서 연수원의 교육예산도 증가하겠지요?

○인재개발원장 이강혁 예, 그렇습니다.

○문성원 위원 교육인원 증가에 따른 인건비나 교육비 등 전반적으로 예산이

많이 느는 것으로 말씀하셨잖아요.

교육인원이 늘어난 정확한 이유와 소요예산, 교육 이후 교육생 활용방안에 대해서 내일 진행되는 인사혁신담당관실의 감사로 다시 확인하도록 하겠습니다.

지금은 집합교육인가요, 아니면 비대면 화상교육인가요?

○인재개발원장 이강혁 지금 집합교육으로 하고 있습니다.

○문성원 위원 비대면 화상교육 시 교육생은 보통 집에서 있습니까?

○인재개발원장 이강혁 예, 집에서 화상을 통해서 웹캠이라든가 연결해서 강의를 수강했고요, 또 개인별 과제를 줘서 독서라든가 연구과제를 줘서 일정 기간 내에 그걸 제출하도록 그런 식으로 운영을 하였습니다.

○문성원 위원 올해 인재개발원 교육과정에서 집합교육을 계획했으나 모든 교육시간을 비대면으로 진행한 경우가 있습니다.

5급 승진후보자 교육은 모두 비대면으로 실시하였지요?

○인재개발원장 이강혁 5급 승진후보자를 대상으로 한 역량평가, 역량진단 교육인데요, 그것은 다 대면으로 했습니다.

○문성원 위원 대면으로 했어요?

○인재개발원장 이강혁 그건 특성상 대면으로밖에 할 수 없는 특성이 있어서 진단은 이틀 정도 하고요, 그건 전문기관에 위탁해서.

사실상 저희가 주관하는 게 아니고요, 교육팀이 있는 인사혁신담당관실에서 의뢰해서 저희는 장소만 제공해주고 진단평가를 이틀에 걸쳐서 하고 차후에 교육을 한 3일에 걸쳐서, 그건 저희가 운영을 합니다.

○문성원 위원 5급 승진후보자가 교육시간을 이수하지 못하면 승진이 안 되는 거예요?

○인재개발원장 이강혁 내년부터 본격적으로 그렇게 말씀하신 것처럼 이수제로 해서 누구나 5급 승진을 하는 사람은 이수를 하도록 하고 있고요, 내년부터 본격적으로 되는 것으로 알고 있고요.

당초에는 이걸 패스제 형태로, 일정 수준을 넘어야 합격하는 것으로 처음에 시작을 했다가 직원들이 부담을 호소해서 이수만 하면 되는 걸로 부담을 최대한 경감하는 형태로 운영을 하고 있고요.

다만 5급에서 4급 승진대상자들은 완주에 있는 지방자치인재개발원에서 패스를 해야 됩니다.

거기 가서 그 과정을 패스해야 되고요, 6급에서 5급 승진대상자들은 소정의 진단과 교육을 이수하면 일단 다 대상이 됩니다.

○문성원 위원 그러면 5급 승진후보자 내년부터는 의무적으로 하고 이수만 하면 된다?

○인재개발원장 이강혁 예.

○문성원 위원 또 6급 간부 양성과정은 승진과는 상관 없는 거지요?

○인재개발원장 이강혁 예, 그건 별개입니다.

○문성원 위원 교육발령을 내면 코로나19 등으로 교육이 어려운 경우 취소는 혹시 안 하나요?

○인재개발원장 이강혁 교육과정이 취소된 예가 있습니다.

그것은 주로 교육특성상 현장체험 위주로 하는 그런 교육들, 예를 들면 대덕특구 탐방이라든가 걸어서 대전속으로라든가 이렇게 현장을 중심으로 이루어지는 방문이라든가 이런 식의 교육과정은 특히 코로나가 굉장히 위중할 경우에는 현실적으로 운영하기가 어렵기 때문에 일부 취소된 예가 있습니다.

○문성원 위원 이 자료를 보면 2020년 교육운영부터 만 53세 이하 대상으로 선발하셨는데, 나이 제한한 이유가 있습니까?

○인재개발원장 이강혁 그것은 규정에 있습니다.

○문성원 위원 규정에?

금년부터 규정이 생겼습니까?

○인재개발원장 이강혁 원래 있는 것이고요.

○문성원 위원 그런데 여기 보면 시기가 2020년 교육운영부터 만 53세 이하 대상으로 선발한다, 이렇게 되어 있거든요.

○인재개발원장 이강혁 그것은 연동되기 때문에, 매년 그 기준에 의거해서.

○문성원 위원 아, 매년 기준에 의해서 한다?

○인재개발원장 이강혁 예, 그렇습니다.

○문성원 위원 2020년 교육운영부터라고 해서 올해부터 그런 줄 알았습니다.

올해 코로나19로 인해 시청, 구청 직원들은 방역점검 및 지도, 두 차례 재난지원금 지급 등의 업무 등으로 해당부서에 별도로 선발되어서 본인 업무 외의 업무 등으로 정말 어려운 시간을 보냈습니다.

지금도 마찬가지고요.

시민들로부터 재난지원금을 제때 주지 않는다고 항의전화가 빗발쳤습니다.

본 위원이 알기로는 어려운 시기 동안 교육생들도 업무를 지원했다고 들었는데 사실인가요?

○인재개발원장 이강혁 예, 장기교육생들이 그랬습니다.

○문성원 위원 분명 교육생도 제대로 된 교육을 못 받았기 때문에 피해자입니다.

다만 교육생으로 선발되신 분들은 비대면 교육으로 집합교육을 못해 아쉬움은 있지만 현장에서 밤낮없이 일하시는 동료들보다는 여건이 훨씬 좋다 생각합니다.

동의하시나요?

○인재개발원장 이강혁 예.

○문성원 위원 하필이면 올 한 해 코로나19로 어려운데 많은 예산을 들여 교육 인원도 많이 늘렸습니다.

공무원 개개인의 역량을 높여 대전발전을 위해서는 분명 교육이 필요합니다.

인재개발원에서는 집합교육을 비대면 화상교육으로 전환하는 등 많은 어려움이 있었을 거라고 생각합니다.

교육도 발상의 전환이 필요합니다.

본 위원은 교육의 효과가 의문시되는 비대면 화상교육을 계속 진행하는 것보다는 코로나19라는 상황에 맞춰 일시 교육을 멈추고 대전시정을 위해 대전시민과 동료를 지원하는 것이 진정한 교육이라고 생각합니다.

내년에도 코로나19 상황이 계속되지 말라는 법은 없습니다.

교육방법에 대한 다양한 고민을 부탁드립니다.

○인재개발원장 이강혁 예, 알겠습니다.

○문성원 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 문성원 위원님 수고하셨습니다.

원장님, 문성원 위원님께서 감사에 지적하신 내년도 교육방식에 대한 다각적인 검토는 필요할 것 같습니다.

잘 검토하셔서 동료공직자분들의 피로도도 줄이고 교육도 원활하게 이루어지는 두 가지 방안을 다 할 수 있게 검토해 주십시오.

○인재개발원장 이강혁 위원님 잘 알겠고요, 문성원 위원님 말씀하신 것처럼 상황에 맞게 탄력적으로 교육운영을 해야 되는데 규정에 의하면 5급 이하의 경우에는 연간 이수해야 될 교육시수가 80시간이거든요.

80시간 중에 14시간 집합교육 형태로 받아야 됩니다.

그런 규정이 있다 보니까 모든 것을 사이버로 다 돌릴 수도 없고 집합교육과 사이버교육을 적절하게 조화하면서 상황에 맞게 해야 되는데 그런 점이 있다는 말씀을 드리고요, 말씀하신 것처럼 그럼에도 불구하고 코로나라든지 이런 상황에 잘 유념하면서 그때그때 상황을 탄력적으로 운영하겠습니다.

○위원장 홍종원 딱딱한 규정 때문에 우리가 유연하게 못하는 게 더 손실일 수 있다는 점을 생각해 주시고요, 잘 판단하셔서 교육과정이라든지 이런 것을 고민하실 때 반영했으면 좋겠습니다.

○인재개발원장 이강혁 예, 알겠습니다.

○위원장 홍종원 추가적으로 감사하실 위원님 안 계십니까?

우승호 위원님 감사하시기 바랍니다.

○우승호 위원 우승호 위원입니다.

원장님 여러 가지 교육실적을 살펴봤습니다, 과정별 교육실적.

2018년도부터 2020년까지 교육프로그램 과정을 살펴봤습니다.

아시다시피 대전 공직자분들이 앞으로 장애공무원도 계속 채용이 늘어나고 있는 상황에서 공직사회에서도 장애의 감수성 얘기가 많이 나오고 있을 겁니다.

그런데 교육실적들을 살펴보니 장애감수성이나 장애에 대한 인식개선교육이 거의 없습니다.

혹시 제가 잘 못 찾았는지 모르겠습니다.

원장님께서 혹시 자료 갖고 계신 것 있으십니까?

○인재개발원장 이강혁 우승호 위원님 말씀하신 것처럼 이전에는 2019년까지는 사실상 장애인에 대한 인식개선이라든지 그런 사회적인 인식, 장애인식 이것에 대해 교육을 통해서 개선하고자 하는 교육프로그램이 별도로 없었고요, 올해의 경우에는 그 과정을 개설해서 운영한 바 있습니다.

사이버과정 형태로 운영이 됐는데요, 장애인식의 새로 고침이라는 과정이름으로 해서 올해 신설해서 운영했구요, 굉장히 짧은 시간이지만, 2시간 과정으로 했거든요, 사이버 형태로.

그래서 이수한 사람 숫자를 보니까 10월 31일 현재 2회에 걸쳐서 2,354명이 이수한 것으로 확인되고 있습니다.

장애인식 개선을 위한 교육을 통한 프로그램이 올해에는 시범적으로 실시했다고 보이는데 이런 교육이 호응도 높고 앞으로도 필요하다는 생각이 들어서 조금 더 발전시켜야 나가야 되겠다 생각하고 있습니다.

○우승호 위원 그렇게 해주십시오.

아무래도 매년 장애인 의무고용제도가 공직사회에서도 적용된 것으로 알고 있습니다.

앞으로 더 많은 장애인 공직자분들이 채용될 텐데 직원분들 사이에서도 오해가 있으면 안 되지 않습니까?

본 위원도 장애가 있어서 의원님들과 소통하다 보면 가끔 잊으시는 분도 계세요.

그만큼 보이는 장애와 보이지 않는 장애도 여러 가지 간극이 있을 거고요, 그래서 그런 부분 감수성을 높일 수 있는 인재개발원이 될 수 있도록 교육프로그램도 많이 개설해 주시길 당부드리겠습니다.

○인재개발원장 이강혁 알겠습니다.

○우승호 위원 그리고 69쪽 보면 교육시설 대관현황인데요, 유료대관이랑 무료대관 이렇게 구분하시더라고요.

그런데 유료대관 실적을 보면 연간 2018년도는 220만 원, 2019년도에는 150만 원, 2020년도에는 코로나 때문에 유료운영을 안 하셔서 0원인 것으로 알고 있습니다.

유료대관 실적을 보면 그렇게 많이 왕성하게 사용하시지는 않은 것 같습니다.

무료대관은 꾸준히 20건, 30건씩 대관됐는데요, 굳이 이 정도 수입이라면 그냥 무료로 시민들에게 자유롭게 개방하는 것은 어떻습니까?

좀 어렵나요?

○인재개발원장 이강혁 시설사용에 따른 대관료는 규정에 근거하고 있고요, 그렇다고 이걸 전혀, 무료로 개방했으면 좋겠는데 최소한의 실비차원에서 하는 것으로 봐주시면 좋을 것 같고요.

그리고 시 관련부서라든지 공공기관에서 사용의뢰가 왔을 때는 무료입니다.

그렇지만 일반시민의 경우에는 대강당이라든지 강의실 이런 실내시설을 이용하는 경우에 최소한의 실비조로 받는 것이지 이게 큰 부담이 된다는 생각은 하지 않거든요.

그리고 실외공간이라고 해서 운동장이라든지 테니스장 이런 것은 시민들 누구한테나 무료로 개방하고 있습니다.

○우승호 위원 그래서 말씀드린 것처럼 수익창출에 의미는 두고 계시지 않은 것 같고요.

○인재개발원장 이강혁 예, 수익창출의 의미는 아니고요, 최소한의 실비보전 차원에서 그리고 너무 무분별하게 사용의뢰가 올 수도 있다는 생각이 들고요.

○우승호 위원 그러면 제가 반대로 하나 여쭙볼게요.

72쪽 체육시설 무료대관을 봤습니다.

체육시설 72쪽, 73, 74, 75, 76쪽 이렇게 나와 있는데요, 사용단체가 익명으로 되어 있어서 다 파악은 제가 못했어요.

테니스장 이용현황을 보면 특정 한 분이 주말을 다 쓰고 계세요.

2018년도에는 송○, 1월 6, 13, 20, 27부터 시작해서 2018년, 2019년, 2020년까지 주말을 이분이 전부 다 쓰시더라고요.

무슨 의미인지 아십니까?

그러면 다른 시민분들도 테니스장을 이용하고 싶어도 몰라서 못하는 건지, 아니면 특정 한 분이 독점적으로 신청을 집중해서 하는 건지 의문이 듭니다.

어떻게 생각하십니까?

○인재개발원장 이강혁 우승호 위원님 말씀하시는 것처럼 저희가 접수할 때 이름을 표기했는데요, 여기에는 이름으로 되어 있지만 실제로는 테니스클럽으로 들어온 거거든요.

클럽을 대표해서 어느 특정인이 본인 명의로 신청하고 예약했기 때문에 이렇게 들어가 있는데 개인 혼자만 쓸 수 없는 것이고 테니스장이란 특성이, 그래서 테니스클럽에서 반복적으로 사용했다 그렇게 보시면 될 것 같습니다.

○우승호 위원 그러면 테니스클럽은, 클럽이 여러 가지 모임회비도 걷어서 할 것 아니에요?

특정 클럽을 위한 테니스장은 아니지 않습니까, 여기가?

○인재개발원장 이강혁 그렇습니다.

○우승호 위원 그러면 한 달에 3회 이상 썼으면 더 이상 한 달 동안 이용을 막고 다음 다른 분들이 이용할 수 있게끔 제재할 수 있는 수단을 만들어야지 이 한 분이 2018, 2019, 2020년 동안 주말을 다 쓰고 있어요.

제가 다 확인해 보니까 토요일, 일요일을 다 이분들이 예약해놨어요.

보이지지요?

사용기간이 굉장히 많습니다.

○인재개발원장 이강혁 위원님 이 부분은 제가 한번 체크해 보고요, 다른 수요가 있는데도 불구하고 특정단체에 계속해서 썼다면 그것은 좀, 이용수요가 있는 다른 클럽에서의 사용을 제한하는 것이기 때문에 그런 적이 있었는지 아니면 다른 수요가 없기 때문에 이 단체한테 준 것인지 확인해 보겠습니다.

앞으로 테니스장 이용과 관련해서 중복적으로 수요가 있을 때에는 어느 정도 안배가 되게끔 조치하겠습니다.

○우승호 위원 본 위원이 지적한 이유는 타 시·도 사례를 보니까 타 시·도에서도 시민들에게 개방되는 테니스장인데 아예 자물쇠가 채워져 있대요, 그 단체만 쓸 수 있게끔 하는 그런 시설 형태도 있었기 때문에 우리 대전시 인재개발원이 설마 그런 식은 아니지 않겠나 하는, 설마 그런 식은 아닐 거라고 믿고 있습니다.

다만 지나치게 한 스포츠클럽의 단체가 이용하고 있다면 굉장히 시민들의 형평성에 위배된다고 생각해요.

다양한 단체가 1시간, 2시간, 다음에 다른 단체가 쓸 수 있도록 이용해야 되는데 시민들이 잘 몰라서 홍보가 많이 안 돼서 이런 좋은 시설이 있는지 모를 수도 있지 않습니까?

본 위원이 지난 행감 하는 동안 OK예약시스템에 대해서 계속 얘기드렸어요.

대전시에 있는 여러 가지 시설들을 시민들에게 한눈에 볼 수 있는 하나의 플랫폼에 다 들어가야 되는데 이런 테니스장이 무료라는 걸 모르는 시민들이 많을 거라는 거예요.

이해되십니까?

○인재개발원장 이강혁 예.

○우승호 위원 이 자료를 우리 시의회에 제출해서 어떻게 됐는지 경위를 파악해서 이런 중복적인 사례가 없도록 시민들에게 다양하게 혜택이 돌아갈 수 있도록 보고를 한번 해주십시오.

○인재개발원장 이강혁 예, 유념하겠습니다.

○위원장 홍종원 원장님 우승호 위원님께서 요청하신 무료시설 사용현황 있지 않습니까, 신청현황과.

정리되는 대로 바로 행자위 위원님들께 제출해 주시기 바랍니다.

○인재개발원장 이강혁 알겠습니다.

○우승호 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 수고하셨습니다.

또 감사하실 위원님 안 계십니까?

민태권 위원님 감사하시기 바랍니다.

○민태권 위원 민태권 위원입니다.

인재개발원에서는 참인재 양성을 목표로 행정환경 변화대응과 조직역량 강화를 위한 교육을 실시한다고 아까 말씀하셨지 않습니까?

그동안 사회적 이슈와 지역특성화 교육과정을 편성 운영한 것으로 알고 있는데, 예를 들자면 지방분권이라든지 대전 방문의 해, 균형발전 여러 가지 하셨지 않습니까?

이 부분에 대해서 설명을 해주시기 바랍니다.

○인재개발원장 이강혁 시정 또 국정과 연계된 교육프로그램, 분권이든 균형발전 또 4차 산업혁명이라든지 시대의 흐름에 맞는 교육과정들을 흐름에 맞게 저희가 편성해서 운영하고 있고요.

또 하나는 우리 지역만이 가지고 있는 자원을 활용한 교육프로그램, 예를 들면 대덕특구 탐방프로그램이라든지 우리 대전의 구석구석을 돌아보는 걸어서 대전 속으로, 원도심 탐방이라든지 우리가 가지고 있는 문화자원들을 중심으로 엮어서 만든 교육프로그램 이런 것을 운영해서 이런 프로그램은 우리 시 공무원들만 대상으로 하는 것이 아니고요, 전국 단위로 홍보해서 신청을 받아서 운영하고 있습니다.

올해의 경우에는 예외적으로 코로나19 때문에 그런 것을 제대로 운영을 못했는데요, 시정·국정과 연계된 시의성 있는 교육프로그램 또 우리 지역이 가지고 있는 특화된 지역자원을 활용한 교육프로그램, 이것은 타 시·도 공무원까지 신청을 받아서 하는 그런 교육프로그램도 아울러서 운영해서 지금 말씀하신 것처럼 시의성 있고 지역의 특성을 살리는 교육프로그램도 운영하고 있다는 말씀을 드립니다.

○민태권 위원 특히 교육과목 편성운영에 있어서 대전이 4차 산업혁명도시를 표방하고 있지 않습니까?

4차 산업혁명도시 준비 대응을 위한 맞춤형 인재양성을 위해서 4차 산업혁명 관련 교육과정 등 다수의 교육과목을 편성 운영한 것으로 알고 있습니다.

맞지요?

○인재개발원장 이강혁 예.

○민태권 위원 향후계획에 아까 설명하신 것에도 빅데이터와 4차 산업혁명 관련과목을 계속 편성 운영한다고 하셨습니다.

그런데 4차 산업혁명 관련 3개 교육과정 중 그동안 몇 년에 걸쳐서 해오셨던 4차 산업혁명에 관련된 3개 교육과정 중 대덕특구탐방과목이 올해 미운영됐어요.

그 사유가 무엇입니까?

○인재개발원장 이강혁 결국은 코로나19 상황 때문이고요, 이게 단체로 어느 기관을 방문해야 되고 둘러보고 해야 때문에 그동안 코로나19 상황이 그런 프로그램을 운영하기에는 저희도 부담스럽고 해당기관에서도 부담을 갖기 때문에 그런 부분은 올해의 경우 예외적으로 제대로 운영하지 못한 사례가 있습니다.

○민태권 위원 이 과목이 폐강될 정도의 문제가 아니라 코로나19로 인한 교육과정에서의 비대면이라든지 여러 가지 여건 때문에 미운영하셨다는 얘기지요?

○인재개발원장 이강혁 그렇습니다.

○민태권 위원 원장님 혁신도시가 지정됐지 않습니까, 우리 대전?

혁신도시 지정에 따른 교육과목 추진계획이 있습니까?

○인재개발원장 이강혁 예, 필요하다는 생각이 들고요, 혁신도시, 4차 산업특별시 육성이라든지 이런 우리 시의 주요시정과 관련된 것은 별도의 교육프로그램으로 운영해도 되지만 각 과정이 있지 않습니까?

장기든 단기든 교육과정에 혁신도시와 관련된 시수를 2시간이면 2시간씩 넣어서 그것에 대해서 집중적으로 설명하고 이해를 구하는, 교육하는 그런 것도 생각하고 있습니다.

○민태권 위원 원장님 국·시정 성과창출 및 혁신성장 지원을 위한 핵심가치교육 지속발굴 추진을 부탁드립니다요, 그 부분에 있어서 지방분권이라든지 균형발전, 대전형 뉴딜, 4차 산업혁명 등 우리 지역특성에 맞는 교육과정의 발굴 편성에 노력해 주시기 바랍니다.

○인재개발원장 이강혁 예, 알겠습니다.

○민태권 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 민태권 위원님 수고하셨습니다.

추가 감사하실 위원님, 김종천 위원님 감사하시기 바랍니다.

○김종천 위원 김종천 위원입니다.

연일 코로나19 사태로 인해서 어려운 여건에서 일하시는 이강혁 원장님과 직원들에게 격려와 노고의 말씀을 드립니다.

또한 우리 이강혁 원장님께서서는 대전 코로나19 사태 초기부터 예방, 방역, 확진자 전수조사로 인하여 건강이 많이 악화된 것으로 알고 있습니다.

인재개발원에 가셔서 건강을 회복하셔서 우리 150만 대전시민들을 위해서 더 큰 많은 일을 할 수 있도록 하루빨리 건강을 회복하시기를 진심으로 기원드리겠습니다.

○인재개발원장 이강혁 고맙습니다.

○김종천 위원 이상입니다.

○위원장 홍종원 김종천 위원님 수고하셨습니다.

더 감사하실 위원님 안 계십니까?

(「없습니다.」하는 위원 있음)

더 감사하실 위원님이 안 계시므로 인재개발원에 대한 감사를 마치겠습니다.

동료위원 여러분 그리고 인재개발원장을 비롯한 관계공무원 여러분, 수고 많으셨습니다.

올해 코로나19로 많은 변화가 찾아왔고 공무원 교육운영에 많은 변화와 어려움이 있었습니다.

업무능력 향상과 지역인재 육성을 위해서 인재개발원의 역할이 중요한 만큼 능동적·선제적으로 변화에 대응하기 위한 공무원의 역량개발과 교육훈련이 이루어질 수 있도록 포스트코로나 시대에 맞는 공무원 교육프로그램이 운영될 수 있도록 방안마련에 노력해 주시기 바랍니다.

그리고 금일 감사과정에서 지적된 사항에 대해서 시정할 부분은 조속한 시일 내에 시정하여 주시고 위원님들께서 대안으로 제시하신 사항은 면밀히 검토하여 시정에 적극 반영하여 주시기 바랍니다.

더불어 코로나19 비상근무 등으로 공직자들이 많은 피로감을 느끼고 있는 것으로 알고 있습니다.

공직자 여러분께서는 건강관리에 각별히 신경 써주시기 바랍니다.

끝으로 이강혁 인재개발원장님, 앞서 존경하는 김종천 위원님이 말씀하셨듯이 코로나19 초기사태 때 적극대응노력으로 큰 역할을 하셨습니다.

감사드리고요, 건강이 매우 걱정입니다.

얼른 쾌차하셔서 건강한 모습으로 지역인재 개발에 힘써주시기 바랍니다.

내일은 인사혁신담당관, 감사위원회, 대전마케팅공사 소관 업무에 대한 행정사무감사를 실시할 예정입니다.

이상으로 인재개발원 소관 업무에 대한 2020년도 행정사무감사 종료를 선언합니다.

(15시 48분 감사종료)

○출석위원(5명)

홍종원 문성원 민태권 김종천

우승호

○출석전문위원

수석전문위원

구자정

전문위원

윤용준

○출석공무원

인재개발원장	이강혁
교육지원과장	한경희
교학과장	유석조
대변인	권경민
홍보담당관	이용균