

충남리포트 제185호

# ChungNam Report

2015. 9. 22.

## CONTENTS

### < 요약 >

1. 정책홍보의 개념과 중요성
2. 매체이용의 트렌드 변화
3. 도민의 언론매체 이용 현황
4. 효율적 정책홍보 방안



충남연구원  
ChungNam Institute

## 충남도민의 언론매체 이용 실태와 효율적 정책홍보 방안

박 경 철

충남연구원 농촌농업연구부 책임연구원, [kcpark@cni.re.kr](mailto:kcpark@cni.re.kr)

본 연구의 목적은 최근 모바일기술이 빠르게 발전하고 사회관계망서비스(SNS) 등 홍보수단이 다변화되어 가는 상황에서 충청남도민의 언론매체 이용 실태를 분석하고 충청남도 및 각 시·군의 효율적인 정책홍보 방안을 모색하는데 있음

### 요 약

- 중앙정부뿐만 아니라 지방정부 차원에서도 정책 및 행정홍보의 중요성이 증대되고 있음
  - 언론매체 등을 통해 정책 생성과 실행, 피드백과정에서 주민들의 의견을 정책에 반영하는 쌍방향커뮤니케이션이 정책성공의 핵심으로 작용
- 최근 들어 디지털 기술의 급격한 발전으로 이동식 기기와 사회관계망 서비스(SNS)를 이용하는 언론소비자가 증가함에 따라 정책홍보 방식에도 큰 변화 필요
  - 한국인터넷진흥원의 2013년 조사에 따르면, 우리나라 인터넷 이용률은 82.1%, 모바일 인터넷이용자의 50.4%가 모바일 SNS 이용
  - 충청남도는 도청의 내포지역 이전 및 공중파 방송국 부재 등 언론홍보 여건이 좋지 않는 상황을 극복하기 위한 새로운 정책홍보 방안 필요
- 충청남도 및 각 시·군정의 효율적 홍보방안으로는 다음과 같음
  - 첫째, 무엇보다 지방자치단체-언론매체-도민 간 신뢰관계 구축 강화
  - 둘째, 정책홍보 핵심가치의 구현을 위해 지자체 단위에서 홍보사업에 대한 통합운영
  - 셋째, 뉴미디어인 사회관계망서비스(SNS, 페이스북, 트위터, 블로그 등)를 적극 활용
  - 넷째, 정보소외지역을 위해 KBS내포총국 조기개국, 도정(시·군)신문 확대 보급, 마을신문 발행 및 보급 지원
  - 마지막으로, 열악한 지역언론 여건 해결을 위해 지방자치단체와 지역 언론의 상호 발전 방안 모색



## 정책홍보의 개념과 중요성 ◀

# 01

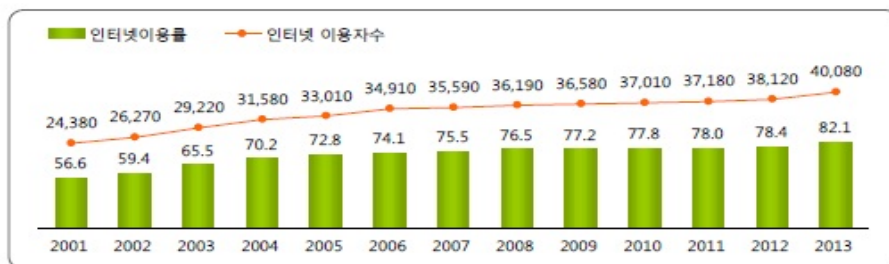
- 중앙정부 혹은 지방정부 차원의 정책홍보에 관한 개념은 다양함. 그 기저에는 정부정책의 홍보의 중요성이 대두되고 있기 때문
  - 정책홍보는 연구자들의 관점에 따라 ‘행정홍보’, ‘국정홍보’, ‘행정PR’, ‘정책PR’ ‘정부PR’로 논의되는데 일반적으로 지방자치단체와 주민 간의 관계에 관한 연구에서는 ‘행정홍보(PR)’로 적용되는 경우가 많고, 정부와 국민 간의 관계와 같이 전 국가적인 범위에서는 ‘국정홍보(PR) · 정부PR’로 명명되는 경우가 많음(김세훈, 2007)
  - 결국 정책홍보는 국민이나 주민들에게 정책 등을 정확히 알리고 피드백을 통해 주민들의 의견을 정책에 반영하는 쌍방향 커뮤니케이션 활동으로 이해할 수 있음(김대희 외, 2010)
- 우리나라는 지방자치제도가 시행되면서 정책홍보 혹은 행정홍보는 지방행정의 성공을 좌지우지할 정도로 중요성이 갈수록 커지고 있음.
  - 최근에는 자치단체들이 자신의 행정업무를 제대로 수행하기 위해서는 자치단체의 시책과 사업 등을 수시로 주민들에게 알리고 이를 통해 주민들의 지지와 이해, 협력이 절대적으로 필요하게 됨
  - 이 때문에 지방자치단체들은 기존의 언론매체를 적극 활용하는 한편 독자적인 매체를 활용해 행정홍보를 강화하고 있는 추세임
- 충청남도는 도청의 내포신도시 이전 이후 대도시(대전광역시 등)와의 단절 등으로 인해 정책홍보 여건이 불리한 상황임. 이 때문에 기존과는 다른 새로운 방식의 정책홍보 방식이 요구되고 있음
  - 전통적으로 대전권 언론매체와 긴밀한 협력관계를 가졌던 충청남도는 도청의 내포신도시 이전 이후 지리적 접근성 때문에 언론매체와의 접촉 빈도는 상대적으로 약화되어 정책홍보에 어려움을 겪고 있음. 더욱이 정책홍보에서 파급력이 뛰어난 공중파방송이 충청남도에는 없는데 이는 광역자치단체 가운데 유일한 경우임

- 최근 들어 충청남도에서도 온라인매체 등을 포함한 다양한 언론매체들이 자생적으로 생겨나고 있으나 대부분 영세소규모이기 때문에 정책홍보 효과는 크지 않음.
- 이 때문에 충청남도 및 각 시군 지자체에서는 기존 매체 의존도에서 벗어나 SNS 등 뉴미디어를 적극 활용하는 정책홍보의 필요성이 제기되고 있음

## 매체 이용의 트렌드 변화 ◀

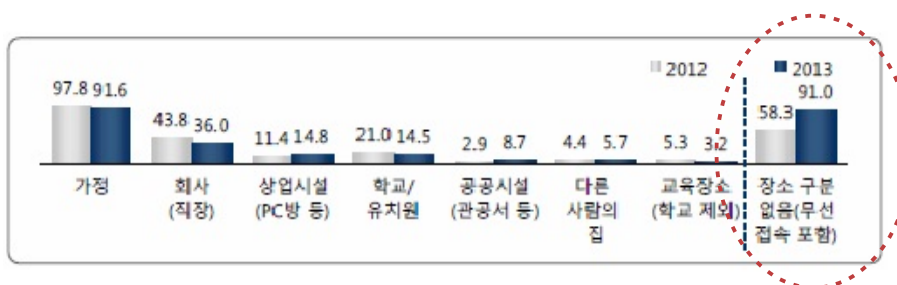
02

- 최근 디지털기술의 급격한 발전으로 이동식모바일과 사회관계망서비스(SNS)를 이용하는 언론소비자가 증가함에 따라 정책홍보 방식에도 큰 변화 도래
  - 한국인터넷진흥원 <2013년 인터넷이용실태조사>를 살펴보면 만3세 이상 인구의 인터넷이용률(최근 1개월 이내 인터넷 이용자의 비율)은 82.1%에 달함



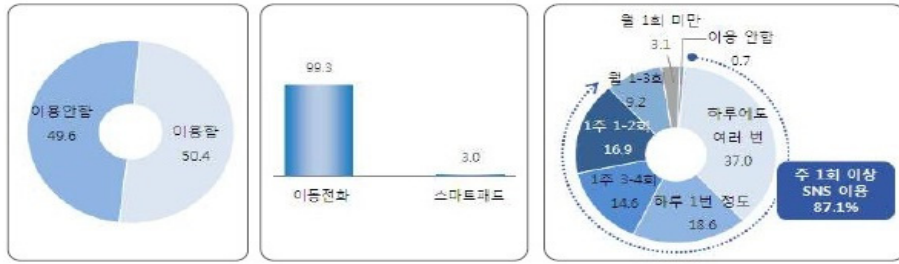
[그림 1] 인터넷 이용률 및 이용자수 변화 추이(%, 천명)

- 인터넷 이용자의 10명 중 9명(91.0%)은 스마트폰 등을 통해 ‘장소구분 없이’ 인터넷을 이용하고 있음(2013년 현재 전년대비 32.7%p 증가)



[그림 2] 인터넷 이용 장소(복수응답, %)

- 한국인터넷진흥원 <2013년 인터넷이용실태조사>를 보면, 모바일인터넷 이용자의 50.4%가 모바일 SNS를 이용하며, 이들 중 99.3%는 이동전화(스마트폰 포함), 3.0%는 스마트패드로 모바일 SNS 이용



[그림 3] 모바일 SNS 이용률 및 이용 시간

- 특히, 박근혜 정부 들어 정부3.0을 새로운 국정운영방침으로 발표하면서 정부의 정보공개와 행정기관과 국민 간의 신속한 의사소통 활성화를 위한 온라인소통이 더욱 강조되고 있음
  - 이러한 개방과 공유를 모토로 한 정부정책과 모바일기술의 급속한 발전이 맞물리면서 지자체들 또한 사회관계망서비스(SNS: 페이스북, 트위터 등)를 활용한 홍보활동을 강화하고 있음
  - 조사에 따르면, 2010년 이후부터 정책홍보에 활용되기 시작한 SNS는 현재 17개 모든 지자체에서 활용되고 있음
  - 충청남도도 이에 부응해 SNS를 활용한 홍보를 강화하고 거의 대부분의 행정정보를 공개해 도민과 공유하고 있음

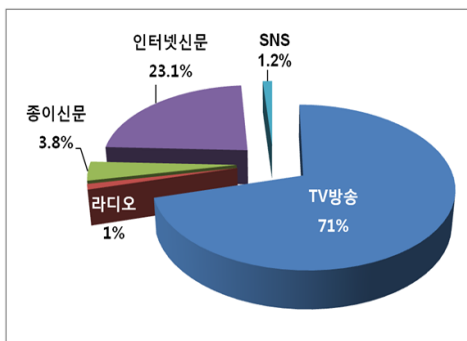
[표 1] 지자체별 페이스북, 트위터 이용 현황(2014. 10월 기준)

지역	페이스북			트위터		
	주소	좋아요	개설일	주소	팔로워	개설일
서울	seoul.kr	101,469	2011.3	@seoulmania	51,575	2009.12
부산	BusanCity	92,550	2011.7	@BusanCityGovt	18,426	2010.8
대구	colorfuldg	73,885	2011.2	@colorfuldg	27,458	2010.9
인천	flyic	17,698	2010.7	@Smartinccheon	28,459	2010.5
광주	gwangju.kr	1,636	2012.4	@dodreamgwangju	8,963	2010.12
대전	daejeonstory	44,042	2013.4	@DreamDaejeon	16,728	2010.7
울산	ulsannuri.kr	17,259	2011.4	@ulsannuri	6,319	2011.4
경기도	ggholic	24,919	2011	@ggholic	41,444	2009.11
강원도	gwdoraeyo	15,863	2011.3	@happygangwon	34,522	2010.8
충청남도	echungnam	22,454	2010.4	@echungnam	45,281	2010.5
충청북도	cbkb21	11,456	2013.9	@chungbuk21	9,951	2011.5
전라남도	jeonnam.kr	11,432	2012.2	@greenjeonnam	8,232	2010.8
전라북도	jeonbuk.kr	105,388	2011.10	@jeonbukstar	11,169	2010.6
경상남도	gnfeel	10,429	2011.1	@feelgn	3,891	2010.4
경상북도	pridegb	50,191	2011.5	@gyeongsangbukdo	14,212	2010.8
제주도	happyjeju	3,715	2012.1	@happyjeju	14,059	2010.11
세종	sejongstory	18,168	2012.7	@happysejongsi	5,225	2010.10

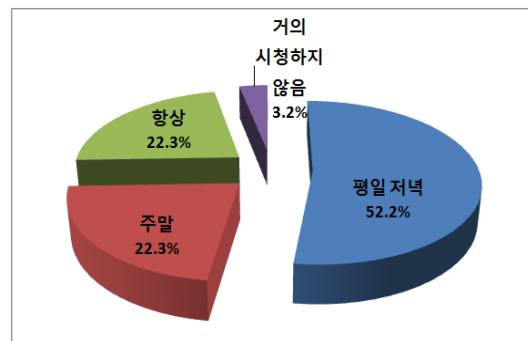
## 도민의 언론매체 이용 현황<sup>1)</sup> ◀

03

- 충청남도민이 평소에 가장 자주 이용하는 언론매체는 TV이고 시청 정도는 매일 평일 저녁이 가장 많은 것으로 나타남
  - 평소 자주 이용하는 언론 매체에 대한 조사에서 도민의 71%는 TV방송이라고 응답해 TV방송에 대한 의존도가 매우 높은 것으로 나타남. 다음으로 인터넷신문 23.1%, 종이신문 3.8%, SNS 1.2%<sup>2)</sup>, 라디오 1% 순임
  - 가장 자주 이용하는 매체인 TV방송 시청 정도에 대한 조사 결과, 응답자의 52.2%는 평일 저녁에 시청한다고 응답했으며, 항상 시청한다와 주말에만 시청한다는 응답자는 22.3%로 같음. 거의 시청하지 않는다는 의견도 3.2%에 달함



[그림 4] 평소 자주 이용하는 언론 매체



[그림 5] TV 방송 시청 정도

1) 충청남도민의 언론매체 이용 설문조사는 2014년 7월 21일~8월 1일에 실시됐으며 충청남도 15개 시·군 성인 남녀 991명을 대상으로 실시됨. 조사대행기관은 충남리서치

2) 본 설문은 평소 자주 이용하는 언론매체에 대한 선호도를 백분율 순서로 나타냈기 때문에 SNS 이용률이 상대적으로 낮게 나타났으나 실제로 이용률은 이보다 훨씬 높은 것으로 추정됨

● 충청남도민의 신문구독 행태를 보면, 충청권 지역신문보다는 중앙일간지의 구독이 2배 이상 많고 가정보다는 직장에서 구독 비율이 높게 나타남

- 가정에서의 신문구독 여부 조사결과, 중앙일간지의 경우 전체 응답자 692명 가운데 128명인 18.5%가 구독하고 있고 모두 유료인 것으로 나타남. 이에 반해 충청권 지역신문(일간 및 주간)은 전체 692명 가운데 49명만이 구독해 7.1%를 차지하는데 그 중 유료는 49%로 절반 수준임. 전문지의 경우에는 전체 응답자의 18.6%를 구독하고 있고 무료가 79%로 대부분을 차지함
- 직장에서의 신문구독 여부 조사결과, 먼저 중앙일간지는 전체 응답자 634명 가운데 412명이 구독하고 있으며 유료가 거의 대부분(99.3%)을 차지함. 충청권 지역신문의 경우에는 응답자의 32.3%가 구독하고 있으며 유료가 83.4%로 나타남. 행정홍보신문은 응답자의 26.7%가 구독하고 있는 것으로 나타남

[표 2] 구독하는 신문 및 잡지 유형

장소	신문 및 잡지 종류	구독 여부	구독 형태 (구독자 중)
가정	① 중앙일간지 : 692명 중 128명 구독	○ : 18.5% × : 81.5%	① 유료 : 100% ② 무료 : 0
	② 충청권 지역신문(일간·주간) : 692명 중 49명 구독	○ : 7.1% × : 92.9%	① 유료 : 49% ② 무료 : 51%
	③ 전문지(예, 농민신문 등) : 692명 중 129명 구독	○ : 18.6% × : 81.4%	① 유료 : 21% ② 무료 : 79%
	④ 행정홍보신문(도·시·군 발행신문) : 692명 중 143명 구독	○ : 21.7% × : 79.3%	① 유료 : 4% ② 무료 : 96%
직장 등 (직장에서 제공되는 신문· 잡지)	① 중앙일간지 : 634명 중 412명 구독	○ : 65% × : 35%	① 유료 : 99.3% ② 무료 : 0.7%
	② 충청권 지역신문(일간·주간) : 634명 중 205명 구독	○ : 32.3% × : 67.7%	① 유료 : 83.4% ② 무료 : 16.6%
	③ 전문지(예, 농민신문 등) : 634명 중 86명 구독	○ : 13.6% × : 86.4%	① 유료 : 20.9% ② 무료 : 79.1%
	④ 행정홍보신문(도·시·군 발행신문) : 634명 중 169명 구독	○ : 26.7% × : 73.3%	① 유료 : 17.2% ② 무료 : 82.8%

● 도농 간 신문 및 잡지 구독 여부를 보면, 농촌지역 주민의 71.5%, 도시지역 주민의 69.8%가 구독하고 있으며 도시지역보다 농촌지역에서의 구독률이 다소 높음

- 이는 농촌지역에서는 시·군정신문이나 농업관련 무가지 등이 많이 보급되는 반면, 도시

지역은 상대적으로 양호한 방송통신시설과 스마트폰 사용의 확대로 전통적인 언론매체인 신문과 잡지의 구독률이 떨어지는 것으로 해석될 수 있음

- 전체적으로 보면 약 70%의 주민이 신문을 구독하는 것으로 나타남

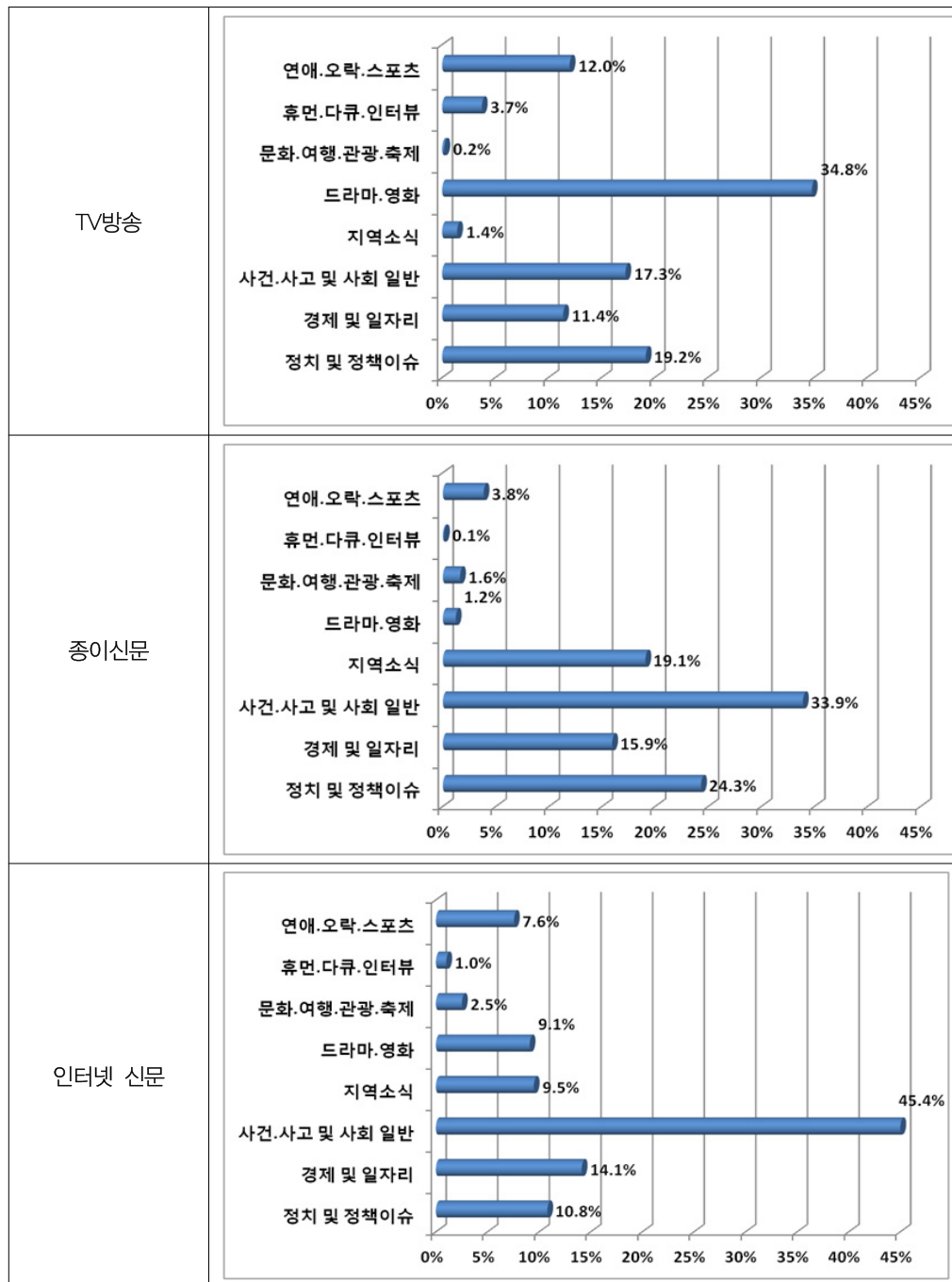
[표 3] 지역별 신문 및 잡지 구독 여부

(단위: 명, %)

	구독	비구독	계
농촌지역	409 (71.5)	163 (28.5)	572 (100.0)
도시지역	283 (67.5)	136 (32.5)	419 (100.0)
전 체	692 (69.8)	299 (30.2)	991 (100.0)

- 충남도민의 매체별 선호 분야를 보면, TV방송은 드라마·영화가 가장 많고, 종이신문, 인터넷신문에서는 사건·사고 및 사회 일반 분야가 가장 높음

- TV방송에서는 드라마·영화가 34.8%로 가장 높았고, 다음으로 정치 및 정책이슈가 높았음. 종이신문에서는 사건·사고 및 사회 일반이 33.9%로 가장 높았고, 다음으로 정치 및 정책 이슈가 차지함. 인터넷신문에서는 사건·사고 및 사회 일반이 45.4%로 가장 높았고, 다음으로 경제 및 일자리가 높음



[그림 6] 매체별 선호하는 관심 분야

- 충남도민이 충청남도 관련 정보 및 소식을 가장 많이 접하는 매체는 TV방송과 인터넷 신문이고 가장 선호하는 정보 및 소식 분야는 경제 및 일자리로 나타남
  - 충청남도 관련 정보 및 소식을 가장 많이 접하는 매체를 지역별로 보면, 농촌과 도시지역 모두에서 TV방송이 각각 74.0%, 67.8%로 가장 많았고, 다음으로 인터넷신문이 각각 13.3%, 24.8% 순임

- 전체적으로 보면, TV방송과 인터넷신문이 89.5%로 대부분을 차지하고 있고, 종이신문은 평균 6.2%, 라디오는 1.7%로 매우 낮음.

[표 4] 지역별 충청남도 관련 정보 및 소식을 가장 많이 접하는 매체

(단위: 명, %)

	TV 방송	라디오	종이 신문	인터넷 신문	SNS	잡지	현수막 게시판 홍보물	이장.동장. 반장 등 행정조직	계
농촌지역	423 (74.0)	12 (2.1)	43 (7.5)	76 (13.3)	3 (0.5)	0 (0.0)	9 (1.6)	6 (1.0)	572 (100.0)
도시지역	284 (67.8)	5 (1.2)	18 (4.3)	104 (24.8)	1 (0.2)	0 (0.0)	6 (1.4)	1 (0.2)	419 (100.0)
전체	707 (71.3)	17 (1.7)	61 (6.2)	180 (18.2)	4 (0.4)	0 (0.0)	15 (1.5)	7 (0.7)	991 (100.0)

- 도농별 가장 선호하는 충청남도 관련 정보 및 소식을 보면, 농촌지역에서는 사회일반 및 동정이 가장 높았고, 다음으로 경제 및 일자리, 보건의료서비스 등과 정치 및 정책이슈가 그 다음 순위를 차지함
- 반면, 도시지역에서는 경제 및 일자리가 가장 높았고, 다음으로 정치 및 정책이슈, 사회일반 및 동정 등의 순으로 나타남. 농촌지역에서 농업·농촌 관련 정보 및 소식 선호는 14.0%인 반면 도시지역에서 1.2%로 매우 낮게 나타남
- 전반적으로 충청남도민이 선호하는 충청남도 관련 정보 및 소식은 경제 및 일자리가 22.4%로 가장 많았고, 다음으로 사회일반 및 동정 19.7%, 사회일반 및 동정 19.7%, 정치 및 정책이슈 18.2% 순으로 나타남

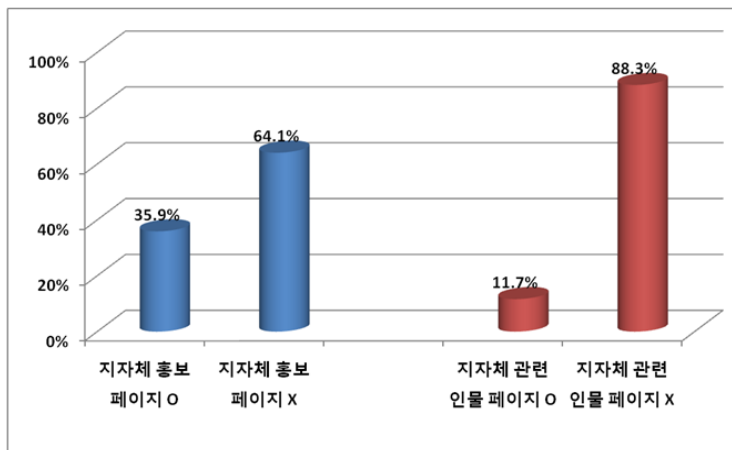
[표 5] 지역별 가장 선호하는 충청남도 관련 정보 및 소식

(단위: 명, %)

	정치 및 정책이슈	경제 및 일자리	문화·여행 · 관광 · 축제	보건.의료. 복지.행정 서비스	사회 일반 및 동정	생태 및 환경	농업·농촌 관련	교육·강좌 · 학습	계
농촌 지역	91 (15.9)	109 (19.1)	70 (12.2)	91 (15.9)	113 (19.8)	6 (1.0)	80 (14.0)	12 (2.1)	572 (100.0)
도시 지역	89 (21.2)	113 (27.0)	67 (16.0)	49 (11.7)	82 (19.6)	4 (1.0)	5 (1.2)	10 (2.4)	419 (100.0)
전체	180 (18.2)	222 (22.4)	137 (13.8)	140 (14.1)	195 (19.7)	10 (1.0)	85 (8.6)	22 (2.2)	991 (100.0)

- ◎ 충청남도민이 SNS 사용 시 지자체 관련 인물 페이지보다 지자체 홍보 페이지에 대한 선호도가 높게 나타남

- SNS 사용 시, 지역정보와 소식을 알기위해 충청남도 및 지자체 공식 홍보 페이지와 지자체 관련 인물 페이지에 대한 관심 표현 여부를 조사한 결과, 지자체 홍보 페이지에 대해서는 35.9%의 응답자가 관심(‘친구신청’ 혹은 ‘좋아요’)을 표시한 반면, 지자체 관련 인물(보통 지자체 단체장) 페이지에 대해서는 11.2%의 응답자가 관심을 표시함



[그림 7] SNS 사용 시, 지역페이지와 인물에 대한 관심 여부

- 충청남도민이 생각하는 도정소식에 관한 효율적인 매체 방식으로는 TV방송과 인터넷 방송이 대부분을 차지한 반면, 종이신문, SNS, 행정조직을 활용한 홍보방식은 낮게 나타남
  - TV방송과 인터넷신문이 각각 73.1%, 15.6%로 도합 88.7%로 대부분을 차지함. 반면 라디오는 4.1%, 종이신문은 2.7%로 매우 낮게 나타남. 또한 전통적으로 행정을 통한 방식인 현수막 등에 의한 홍보나 이장 등을 통한 홍보방식에 대해서도 효율성 측면적에서 각각 2.2%, 0.6%로 매우 낮게 평가됨
  - 도시와 농촌 간 차이를 보면, 농촌지역과 도시지역 모두에서 TV방송이 각각 71.8%, 74.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 인터넷신문이 각각 14.5%, 17.2%로 두 번째를 차지함.

[표 6] 지역별 효율적인 홍보매체 방식에 대한 의견

(단위: 명, %)

	TV방송	라디오	종이신문	인터넷신문	SNS	잡지	현수막 게시판 홍보물	이장.동장. 반장 등 행정조직	계
농촌지역	423 (74.0)	25 (4.4)	19 (3.3)	83 (14.5)	3 (0.5)	1 (0.2)	14 (2.4)	4 (0.7)	572 (100.0)
도시지역	301 (71.8)	16 (3.8)	8 (1.9)	72 (17.2)	11 (2.6)	1 (0.2)	8 (1.9)	2 (0.5)	419 (100.0)
전 체	724 (73.1)	41 (4.1)	27 (2.7)	155 (15.6)	14 (1.4)	2 (0.2)	22 (2.2)	6 (0.6)	991 (100.0)

- 최근 인터넷과 모바일기술의 발전으로 홍보매체가 다변화되고, 대내적으로는 정책집행자와 주민 간 쌍방향 커뮤니케이션을 통한 정책 생성과 실행 그리고 환류가 매우 중시되는 상황에서 정책 추진 주체인 충청남도과 각 시·군 지자체에게 효율적인 정책 혹은 행정홍보의 방안이 요구되고 있음. 다음과 같이 5가지로 요약될 수 있음
- 첫째, 효율적인 정책홍보를 위해 무엇보다 지방자치단체-언론매체-도민 간 신뢰관계 구축 강화 필요
  - 효율적인 정책홍보를 위해서는 먼저 정책담당자와 언론매체 그리고 정책수용자 간 신뢰관계, 즉 충분한 사회적 자본(social capital)의 축적이 필요
  - 신뢰감을 얻을 수 있는 좋은 방법 중의 하나는 정책공급자 중심이 아니라 수용자 중심으로 바뀌어야 하며 그들에게 감동을 주는 것 필요
  - 즉, 정책홍보가 과거 일방적인 공보성 보도가 아니라 그러한 정책을 생산하고 실행되는 과정에서 발생하는 여러 가지 일들 가운데 정책수용자의 마음을 파고들 수 있는 감동적인 소재를 발굴해 어필하는 방법 필요
- 둘째, 정책홍보과정에서 정책목표의 핵심가치의 구현이 필요하며, 이를 위해서는 지자체 단위에서 홍보사업에 대한 통합운영이 필요
  - 지자체 단위에서의 정책홍보는 단순히 하나의 정책을 성공시키기 위해 활용되는 것이 아니라 도정 혹은 시·군정의 궁극적인 정책목표 하에서 시행되는 하나의 정책이기 때문에 지자체 리더가 구현하고자 하는 정치철학과 가치관이 하나의 홍보물에서도 구현될 필요가 있음
  - 이를 위해서는 지자체 단위에서 홍보사업에 대한 통합운영이 필요
- 셋째, 최근 모바일기술의 발전에 따른 뉴미디어가 등장하고 SNS가 빠르게 확대되어 전통적인 홍보매체의 영향력이 퇴조함에 따라 홍보정책에도 패러다임 전환 필요

- 기존 매체 가운데 TV방송 시청에 대한 선호도는 크게 변화가 없지만 최근 들어 인터넷신문과 SNS에 대한 선호도는 증가하고 있음. 반면, 종이신문과 라디오의 이용과 선호도는 감소하고 있기 때문에 이에 맞는 홍보정책 설정 필요

※ 충청남도민이 자주 이용하는 언론매체: TV방송 71%, 인터넷신문 23.1%, 종이신문은 3.8%, 라디오는 1%에 불과

- 지자체 홍보담당자들을 대상으로 실시한 조사결과 단순홍보 효과를 보면 TV방송이 가장 높긴 하지만 적은 노력(비용)으로 홍보효과를 극대화할 수 있는 수단으로 페이스북, 블로그, 트위터 등 SNS를 꼽음. 따라서 SNS를 통한 홍보방법도 적극 대응 필요

● 넷째, 정책홍보 소외의 문제점을 해결하기 위해 KBS내포충국의 조기 개국, 도정(시·군) 신문 확대 보급, 풀뿌리 민주주의와 자치문화 확대를 위한 마을신문 발행 및 보급 지원 필요

- 충청남도는 광역자치단체 가운데 유일하게 공중파방송국이 없는 지자체이기 때문에 KBS내포충국이 조기에 개국될 수 있도록 노력해야 하며, 현재 충청남도과 각 시·군에서 발행하고 있는 도정 및 시·군정신문을 소외계층, 소외지역에 적극 보급할 필요가 있음
- 진정한 풀뿌리 민주주의와 지방자치가 완성되기 위해서는 지역사회 내, 더 작게는 마을공동체 단위에서의 언론자치가 필요함. 예를 들어, 홍성군 홍동면의 <마실통산>과 충북지역의 <느티나무통산>, <산남 두꺼비 마을신문> 등과 같이 작은 지역사회 단위로 마을신문의 제작 및 보급 확대 필요

● 다섯째, 지방정부와 지역언론의 상호발전 방안 모색 필요

- 지역언론은 지역의 여론을 주도할 뿐만 아니라 민의를 전달하는 중요한 수단이며 지방자치제가 성공적으로 뿌리를 내리고 지역의 역사와 문화, 정체성을 만들어 나가는 핵심 주체 중의 하나임
- 하지만 현재 지역언론, 특히 충청남도의 현실은 매우 열악하고 불리한 여건이기 때문에 지방정부와 지역언론의 상호발전 방안 모색이 필요
- 이처럼 지역언론은 매우 열악한 상태이기 때문에 정부 차원에서 <지역신문발전지원특별법> 등을 제정해 지원하고 있음. 하지만 2014년 시한 만료였던 특별법이 2년 연장이 되어 2016년까지 효력이 유지되는데 그 이후 지역언론에 대한 진흥정책이 명확하지 않는 상태이기 때문에 중앙정부뿐만 아니라 지방정부 차원에서도 지역언론의 육성과 지원에 관한 방안 모색 필요

박 경 철 책임연구원  
충남연구원 농촌농업연구부  
041-840-1206, kcpark@cni.re.kr

※ 본 리포트는 2014년도 충남연구원 전략연구과제인 「충남도민의 지역언론 이용 실태 분석 및 도정 홍보 효율화 방안」을 요약, 재정리한 것임

## ◆ 참고 자료 ◆

- 김길수, 2003, 지방행정PR 이론과 실제, 세종출판사.
- 김대희·강창민·양덕순, 2010, “지방자치단체의 정책홍보 효과성 제고방안-제주특별자치도 사례를 중심으로”, 「한국비교정부학보」 제14권 제1호, pp. 197~216.
- 김찬동, 2011, “서울시 정책홍보의 효과성 제고방안: 언론매체를 중심으로”, 서울시정개발연구원.
- 김세훈, 2007, “메타분석을 통한 정책홍보 연구 성과 탐색과 실천 과정의 정향 : 개념과 접근 전략의 구성요소를 중심으로”, 韓國行政研究, 제16권 제2호 (2007년 여름), pp.129-154
- 문화체육관광부, 2011, 뉴미디어를 활용한 정책홍보 가이드라인.
- 문화체육관광부, 2011, 소셜미디어 활용 정책홍보 매뉴얼.
- 미래창조 과학부, 2013, SNS 소통민원창구 운영지침.
- 박병식, 2000, “행정PR의 중요성과 증진방안”, 「지방행정」 제49권 제12호.
- 양선희, 2014, “수용자 조사를 통해 본 지역언론의 현황과 과제: 충남지역을 중심으로”, 「사회과학연구」 제25권 1호(충남대학교 사회과학연구소).
- 유일상, 2005, 매스미디어의 입문, 청년사.
- 박진용, 2011, 언론과 홍보, 커뮤니케이션북스.
- 오두범, 1997, “행정홍보의 특성과 과제에 관한 고찰”, 「홍보학연구」 제1호, pp. 168~186.
- 이두원, 2013, “정책홍보의 언론관계 활동에 대한 행정기관 공무원과 기자집단의 인식도 비교 연구”, 「커뮤니케이션학 연구」 제21권 2호.
- 장호순(2010). “지방자치와 지역언론: 지방자치의 필수조건으로서 지역언론에 관한 시론적 연구”. 「사회과학연구」 제16권1호.
- 정연우, 2001, “행정홍보의 고객관리적 접근에 관한 시론적 연구”, 「홍보학연구」 제5권 1호, pp. 33~61.
- 정책홍보혁신포럼 엮음, 이젠 정책e 홍보다, 커뮤니케이션북스.
- 한국인터넷진흥원 편, 2009. 2013, 2009년 인터넷이용실태, 한국인터넷진흥원.
- 황 근, 2012, 「대중매체를 활용한 정책홍보 효율화 방안 연구」, 한국방송광고공사.
- 황 근, 2013, “대중미디어를 통한 정책홍보 문제점 해결방안 연구”, 「한국광고홍보학보」, 제15권 1호(2013년 봄), pp. 289-322.

## 충남리포트(2015년~현재)

구분	제 목	집필자	발행일
2015-01	충남 야생동식물 서식현황 및 생물다양성 증진 방안	정옥식	2015.01.05
2015-02	지역단위 중소기업 지원 플랫폼 구축 방안	신동호	2015.01.13
2015-03	충청남도 문화예술 비전과 발전전략	박철희	2015.01.26
2015-04	충청남도 행정리 단위 마을의 인구 및 가구구조 변화 특성	최은영 외	2015.02.03
2015-05	충청남도 도서(島嶼) 특성과 발전방향	한상욱	2015.02.12
2015-06	충청남도 행정통·리 마을의 최근(2005~2010년) 변화와 시사점	최은영 외	2015.02.17
2015-07	2015년 충남 GRDP 전망 - GRDP 100조 시대 충남의 새로운 도약	김양중	2015.02.25
2015-08	글로벌 차원의 산업정책 패러다임 변화와 시사점	정준호	2015.03.05
2015-09	신균형발전을 위한 다층적 균형정책	박배균·김동완	2015.03.12
2015-10	사람 중심의 통합적 균형발전정책	조명래	2015.03.20
2015-11	삼교호 수계! 충남형 유역관리방안의 선제적 추진이 필요하다	김영일 외	2015.03.26
2015-12	하구의 생태적 가치! 무엇이 가로막고 있는가?	이상진	2015.04.01
2015-13	수도권 집중을 막기 위한 새로운 균형발전 담론과 실천 과제	강현수	2015.04.10
2015-14	충남지역 전력요금 차등화 방안 - 전력요금의 지역신호 강화 방안 -	이인희	2015.04.16
2015-15	충남의 철강산업 실태와 발전방안	백운성	2015.04.17
2015-16	충남 논습지의 생태계서비스 가치 평가	사공정희	2015.04.22
2015-17	농업·농촌의 공익적 기능에 대한 보상으로서 농업직불금 확대 필요	강마야·이관률	2015.04.24
2015-18	충남 “미더유” 현황과 발전전략	권오성	2015.04.29
2015-19	충청남도 농촌중심지 활성화 정책의 과제와 전략	이상준 외	2015.05.01
2015-20	충남 도민이 꿈꾸는 행복한 성장	김양중·백운성	2015.05.15
2015-21	양봉산업의 의의와 발전가능성	이관률	2015.05.19
2015-22	충남 저소득층 복지정책의 현황 및 개선방안	류진석	2015.05.28
2015-23	과소화·고령화 된 농촌마을, 유형별 재편이 필요하다	조영재	2015.06.05
2015-24	충남의 환경보전정책 로드맵이 필요하다	명형남	2015.06.12
2015-25	충남 로컬푸드 직매장의 실태 및 성공전략	김종화	2015.06.19
2015-26	지역자원시설세, 현명한 세수활용이 필요하다	이민정·여형범	2015.06.26
2015-27	충남의 사회적경제, 자산 활용과 시·군 중심 추진이 바람직하다	송두범·박춘섭	2015.07.03
2015-28	충청남도 통합디자인을 위한 사전진단지표 구축 방안	이충훈	2015.07.10
2015-29	수소연료전지산업의 최신동향과 충남의 대응 방안	이항구	2015.07.17
2015-30	도민의 주거환경 만족도로 본 충남의 주거환경정책 추진방향	임준홍·홍성효	2015.07.23
2015-31	현대자동차와 충남의 상생발전 방안	김양중	2015.07.31
2015-32	메르스 사태를 통해 본 충남의 감염병 발생현황과 정책제언	명형남	2015.08.12
2015-33	미국의 수소연료전지차 보급을 위한 민관파트너십 사례와 시사점	홍원표·강수현	2015.08.20
2015-34	충남의 지속가능발전지표 관리방안	이관률·송두범	2015.08.27
2015-35	충남의 제조업 총요소생산성 분석	이준표	2015.09.03
2015-36	충청남도 특성에 적합한 물 재이용 체계 구축방안	이원태·김영일	2015.09.10
2015-37	충청남도 온실가스배출 특성 및 전략적 대응 방향	정종관 외	2015.09.17

■ 충남연구원 홈페이지([www.cni.re.kr](http://www.cni.re.kr))에서 쉽게 볼 수 있으며, 인용시 출처를 정확히 밝혀주세요!

■ 본 연구보고서는 충남연구원의 자체보고서로 발간된 것이며, 충남도의 공식입장과 다를 수 있습니다.