

문서번호	행정지원과-1327	담당자	행정팀장	행정지원과장	119특수구조단장
결재일자	2019. 1. 29.	김현호	윤진욱	김장군	01/29 이창식
공개여부	대시민공개				
방침번호		협 조			

## 2019년도 소방안전 홍보 기본계획

- ◇ [목표] 시민안전의식 강화 및 서울소방 우수정책 공감 홍보
- ◇ [내용] 4개 추진전략 / 17개 세부과제

### < 중점 추진사항 >

- ① 선제적 언론 기획을 통한 시의적절한 시민안전정보 제공
- ② 시민공감 안전문화 행사 개최로 참여자 확대 방안 마련
- ③ 일상 속 시민접점 홍보 강화로 시민 체감도 향상
- ④ 재난현장 기록물 수집방안 다양화 및 관리 체계화

서울 119 특수구조단

행정지원과



## 사전 검토항목

☞ 해당사항이 있는 부분에 '■' 표시하시기 바랍니다. (※ 비고 : 필요시 검토내용 기재)

구 분	사전 검토항목 점검 사항	검토 완료	해당 없음	비 고
시 민 참 여	● 시민 의견 반영 및 사업 참여 방안을 검토하였습니까? 예) 청책토론회, 설문조사, 시민공모 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
전 문 가 자 문	● 관련 전문가 의견을 반영하였습니까? 예) 자문위원회 개최, 타당성 검토, T/F 운영 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
갈 등	● 이해 당사자 간 갈등발생 가능성을 검토하였습니까? 예) 주택가 공공주차장 조성, 택시 불법영업 단속 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
사 회 적 약 배 자 려	● 사회적 약자에 대한 배려를 검토하였습니까? 예) 아동, 장애인, 한부모 가정 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
성 별 분 리 통 계	● 성별분리통계 작성여부를 검토하였습니까? 예) 인적통계 남·여 구분, 수혜집단의 남·여 구분 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
일 자 리	● 일자리 창출 효과 및 일자리 수를 검토하였습니까? 예) 직·간접 채용, 취업알선, 전문인력양성, 창업지원 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
선 거 법	● 공직선거법에 저촉 여부를 검토하였습니까? 예) 홍보물 배포, 표창수여, 경품지급, 기부행위 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
안 전	● 시민 안전 위험요인과 안전대책을 검토하였습니까? 예) 장소·시설물 점검, 안전관리 인력확보 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
타 기 관	● 타 기관 협의·협력(타 자원 활용 등)을 하였습니까? 예) 중앙부처, 타 지자체, 투자·출연기관, 민간단체 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
홍 보	● 사업 홍보 방안을 검토하였습니까? 예) 보도자료, 기자 설명회, 현장 설명회 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
정 책 영 문 화	● 정책 영문화 및 해외홍보 방안을 검토하였습니까? 예) 영문 제목·요약, 해외 언론 보도, 외국어 홈페이지 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
바 른 우 리 말	● 불필요한 외국어·와이어 표현 대신 <b>바른 우리말</b> 을 사용하였습니까? 예) 스페이스 플랜, 앵커시설, 거버넌스, 인큐베이팅, 매칭 등	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
결 재 문 서 공 개	● 공개 여부를 "비공개"로 설정했다면 법적근거를 명확히 검토하였습니까? 예) 정보공개법 제9조 제1항 제1호~제8호	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
지 속 가 능 성	● 정책·계획 등의 지속가능성을 검토하였습니까? 예) 지역경제 발전, 사회적 형평성, 환경의 보전 등	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

# || 목 차 ||

I. 추진목표 및 전략 .....	1
II. 중점 추진전략 .....	2
1. 선제적·신뢰성 높은 언론홍보 추진 .....	2
2. 시민체득 안전문화 확산 .....	6
3. 시민접점 홍보방안 발굴·확대 .....	8
4. 소방안전 홍보 기반 강화 .....	11

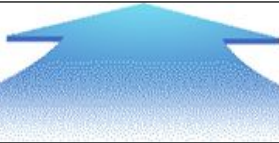
- 참고 1. 2019년도 소방홍보 연중 업무 로드맵  
2. 연락공보담당 주요업무 확인사항

# 2019년도 소방안전 홍보 기본계획

## I 추진목표 및 전략

목표

시민안전의식 강화 및 서울소방 우수정책 공감 홍보



추진 전략 및 과제	추진전략	중점 추진과제
	선제적 · 신뢰성 높은 언론홍보 추진	1-1. 시의성 있는 시민 안전정보 기획보도 1-2. 조직 우수 활동상 언론홍보 1-3. 대형재난 · 부정보도 등 언론대응 위기관리
	시민체득 안전문화 확산	2-1. 서울안전한마당 개최 2-2. 소방안전작품공모전 개최 2-3. 몸짱소방관 희망나눔 달력 사업 추진
	시민접점 홍보방안 발굴 · 확대	3-1. 뉴미디어 시민소통 강화 3-2. 각 구조대를 통한 영상매체 홍보 확대 3-3. 안전소식지 「아이러브 119」 보급 활성화
	소방안전 홍보 기반 강화	4-1. 재난현장 기록장비 보강 · 관리 4-2. 재난현장 등 119 활동상 기록체계 확립 4-3. 재난현장 DB 아카이브 수집 범위 확대 4-4. 홍보관계자 직무교육 확대

## II 중점 추진 전략

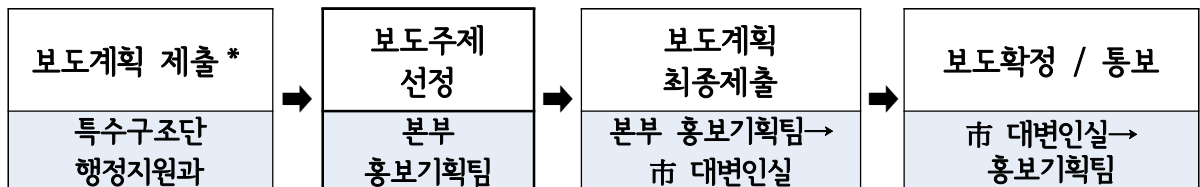
### 1 선제적 · 신뢰성 높은 언론홍보 추진

- 계절 · 유형별 시의성 높은 주제의 기획보도로 시민안전정보 제공
- 우수정책 · 미담 보도 및 재난현장에서의 신뢰성 높은 정보 제공

#### 1-1 시의성 있는 시민 안전정보 기획보도

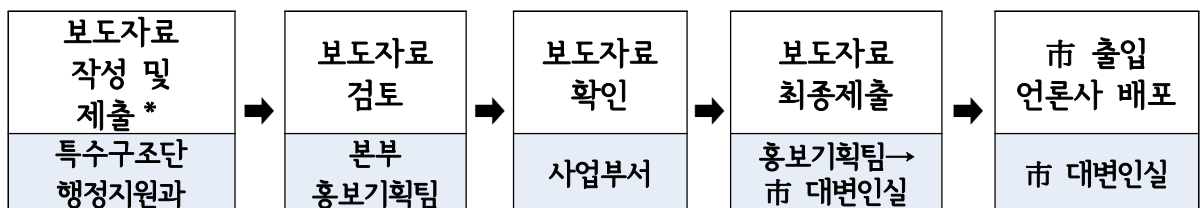
□ 추진절차 : ① 주간보도계획 제출 → ② 보도자료 작성 · 제출

##### ① 주간보도계획



\* 제출기한 : 보도 희망일 전 주 화요일 오전 10시까지(각 부서 · 기관 → 홍보기획팀)

##### ② 보도자료 ※ 제출기한 : 보도 예정일 2일 전 오전 10시까지



##### □ 기획보도 방향

- 계절 · 시기별로 시의성 높은 주제 선정하여 안전정보 제공
  - (날씨 · 계절) 폭염, 한파, 낙상, 결빙, 가을철 등산객 집중 등
- 재난 통계분석을 통한 체계적이고 선제적인 안전정보 제공
  - 최근 5년간 수난 및 산악사고, 화재 통계분석 → 인명피해 예방요령
- 사회적 이슈가 된 재난 및 정책에 대한 적시성 있는 보도
  - 한강 하류쪽(신곡 수중보) 빠른 유속에 따른 구조보트 전복  
→ 서울시 한강 생태계와 관련한 영향 분석 후 철거여부 결정예정

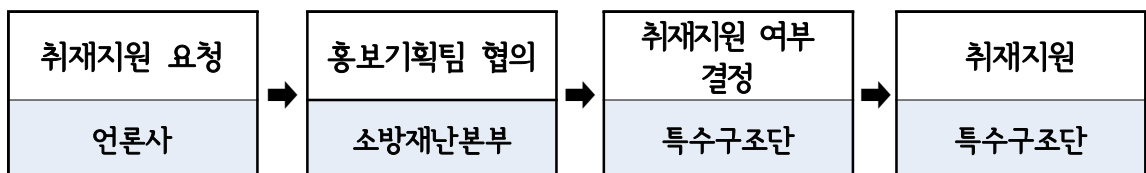
## □ 19년도 기획보도(안)

월별	기획보도 주제
1분기	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 봄철 등산객 산악사고 예방대책</li> <li>○ 건조한 봄철 산불·들불 조심</li> <li>○ 설 연휴 소방안전대책</li> </ul>
2분기	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 물놀이 안전수칙, 생활 속 인명구조방법 등을 교육하는 수상안전체험교실 운영</li> <li>○ 휴가철 수난사고와 관련 인명구조 훈련 등 예방대책 총력</li> <li>○ 여름철 장마 및 홍수 관련 풍수해대비 대책마련</li> </ul>
3분기	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 가을철 등산객의 집중으로 인한 산악사고와 관련, 유관 기관과 연계한 낙석제거 등 안전대책 마련</li> <li>○ 소방헬기(HELI-EMS)를 통한 신속한 구조 및 처치 시스템 구축</li> <li>○ 추석연휴 소방안전대책</li> </ul>
4분기	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시 국립공원 내 외국인 등산객 증가와 관련 국내 산악정보에 취약한 외국인들을 위한 산악안내서 제작 및 배포</li> <li>○ 겨울철 스포츠 인구와 수요가 증가함에 따라 사고대응을 위한 빙벽사고 대비 인명구조 훈련 실시</li> </ul>

## 1-2 조직 우수 활동상 언론홍보

### □ 언론사 취재지원

- 지원방향 : 소방 조직·정책 홍보 및 시민안전정보 제공
- 지원시기 : 언론사 등 외부 요청 시
- 지원분야 : 뉴스 / 교양·다큐 / 드라마·영화 / 방송광고 등
- 추진절차



※ 시민생활 및 서울소방 조직 이미지에 미칠 영향 등 종합적 고려

○ 취재지원 제한

- 드라마·영화 : 상업적 성격 프로그램 원칙적 지원불가

※ 단, 조직홍보를 위한 정책적인 결정이 있을 경우에 가능

- 방송광고 : 공무원 상업성 광고 출연 불가 / 공익광고만 가능

❖ 방송광고심의에 관한 규정 제44조(방송광고 출연제한)

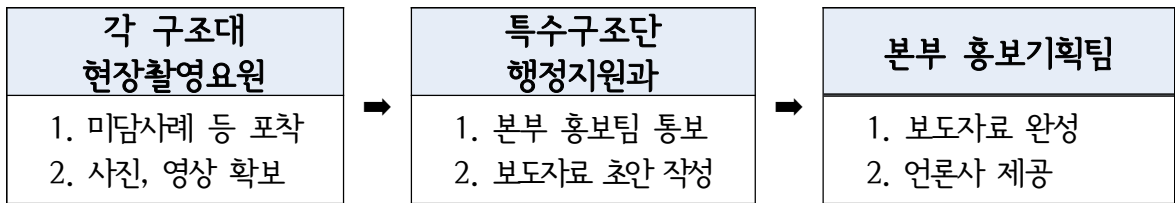
① 국가공무원법 또는 지방공무원법에 따른 공무원은 방송광고에 출연할 수 없다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.

1. 공익을 목적으로 하는 방송광고에 출연하는 경우
2. 법령 또는 선거관리위원회의 결정에 따른 정치광고에 출연하는 경우
3. 소속기관의 홍보를 위하여 제작한 방송광고에 출연하는 경우

□ 미담사례 및 사회적 이슈와 맞물린 소방활동 홍보

○ 현장활동 속 감동적이고 아름다운 스토리 적극 발굴

- 추진절차



- 수범사례 : 서울시 “한강 투신자 대상 복지서비스 제공”... (특수구조단)

 <p><b>한국일보</b></p>	 <p><b>네이버 뉴스</b></p>	 <p><b>뉴스시스</b></p>
--	---	--

○ 사회 이슈와 맞물려 관심을 불러일으킬 수 있는 조직 활약상 홍보

- (봄철 등산객 증가) 국립공원 내 유관기관과 협업하여 낙석제거 작업 실시

- (외국인 등산객 증가) 외국인들을 위한 산악안내서 제작

## - (여름철 수난사고) 수상안전체험 교실 운영

 <p>서울119특수구조단, 북한강에서 초내달한 피격된 불터 구조</p>	 <p>북한강유람선공원 도봉사무소 선안봉 일원 낙석제거 작업일몰지</p>	 <p>서울119특수구조단, 수상안전체험 교실 운영</p>
<p>낙석제거작업</p>	<p>산악안내서 제작</p>	<p>수상안전체험교실 운영</p>

### 1-3 대형재난 · 부정정보도 등 언론대응 위기관리

#### □ 언론 모니터링 실시

- 추진목표 : 언론동향 파악 · 부정정보도 대응 및 언론홍보 자료 축적
- 추진방법 : ① 서울소방 언론보도 스크랩, ② 언론 취재동향 파악
  - (스 크 랩) 매일 / 본부 홍보기획팀 / 소방·市 관련 보도사항
  - (동향파악) 취재요청 시 / 특수구조단→본부 보고(先 유선, 後 공문)

❖ 취재지원 등 언론사 대응 유의사항

- 언론사의 **민감한 자료제공 요청 시, 본부 홍보기획팀과 사전 협의**
- 기자 전화 통화 시, **통화내용이 보도될 수 있음을 필히 인지**

#### ○ 자료활용

- (내부공유) 메일 발송, 게시판 게재, 카카오톡 공유 등
- (자료축적) 서울소방 웹하드 보관 \* 2010년부터 축적

#### □ 부정정보도 발생 시, 해명·설명자료 제공 \* 본부 홍보기획팀 창구 일원화

- 대응목적 : 오보·비판적 기사 신속 대응으로 대외 신뢰성 확보
- 대응절차
  - ① (해당부서) 해명·설명 필요 여부 결정 후 필요시 자료 작성
    - ※ 해명 : 기사 내용 틀린 경우 / 설명 : 내용 맞지만 추가설명 필요한 경우
  - ② (홍보기획팀) 쟁점사항 및 방향 검토 후 市·소방청 대변인실 협의
  - ③ (市·소방청 대변인실) 언론사 해명·설명자료 배포



## 2 시민체득 안전문화 확산

- 안전체험 등 안전문화 행사로 시민안전의식 및 자율 재난 대응력 향상
- 문화와 안전을 결합한 다양한 행사 개최로 자발적 시민 참여 극대화

### 2-1 제13회 서울안전한마당 개최

#### □ 행사개요

- 개최기간 : 5월중 3일간 / 5. 9(목) ~ 5. 11(토) 예정
- 행사장소 : 여의도공원 문화의마당
- 행사주최 : 서울특별시 소방재난본부 & (주)한화손해보험
- 참여대상 : 서울시민 & 안전관련 기관 및 단체(60여개)
  - ※ 최근 3년 평균 : 시민 약 9만명 / 60개 기관 / 시민만족도 93.3%
- 주요내용 : 안전체험, 안전문화, 시민참여 훈련, 국제세미나 등
  - ※ (안전체험) 5개 유형 / 화재, 교통, 생활, 체험차량, 어울림



#### □ 중점사항

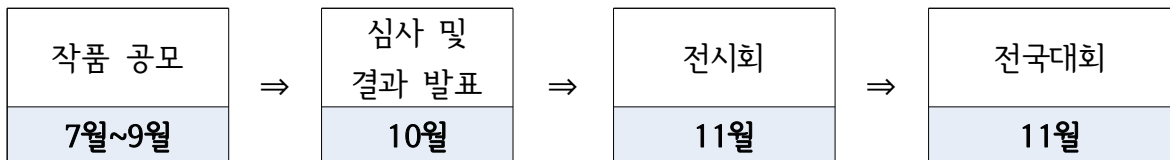
- 재난 초기 시민 자율 대응력 향상을 위한 체험 운영
  - 시민 수요가 높은 소화기·완강기 등 체험 부스 다수 설치
  - 연령대별 체험 프로그램 운영 매뉴얼 마련으로 맞춤형 교육
- 국제 소방관·전문가 초청을 통한 글로벌 안전문화 축제화
  - 서울형 야외 안전체험행사 홍보 및 해외 사례와의 비교
  - 국외 전문가·소방관 초청 초고층건축물 국제 세미나 개최 등

- 종합 안전문화 축제 도약을 위한 다양한 문화행사 개최
  - 산악 볼더링 안전체험, 수평이동 안전체험 등 이벤트 개최
  - 행사 캐릭터 및 로고 활용, 행사 기간 중 문화공연 제공

## 2-2 서울 소방안전작품공모전 개최

### □ 공모전 개요

- 작품주제 : 시민과 함께하는 소방안전특별시 서울 만들기
- 공모부문 : 사진, 불조심포스터(고·저학년), 웹툰/만화
- 추진절차



### □ 전시회 개요

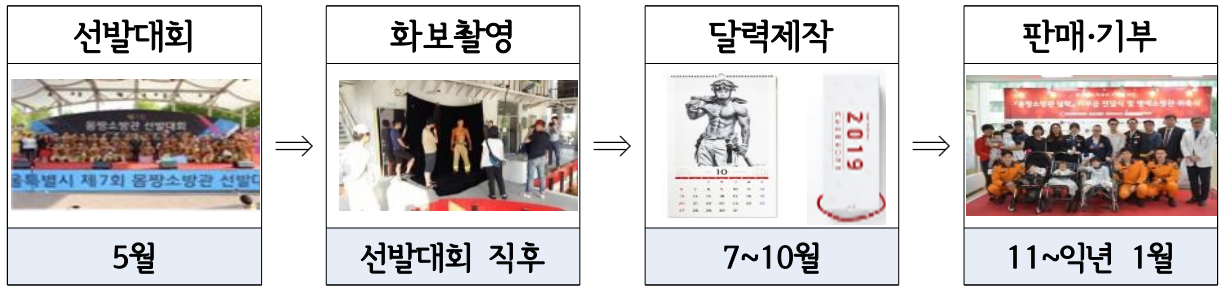
- 전시시기 : 2019. 11월 중
- 전시대상 : 공모전 입상작, 대규모 재난현장 사진 등 확대

## 2-3 몸짱소방관 희망나눔 달력 사업 추진

### □ 사업개요

- 사업목적 : 강인한 소방관·안전한 서울 홍보 및 화상환자 치료비 기부
- 추진기간 : 2019. 5월 ~ 2020. 1월
- 추진내용 : 민관협업 달력 제작·판매하여 화상환자 치료비 기부
  - ※ 19년도 달력 실적 : 13,942부 판매 / 약 1.1억원 기부 예상
- 참여기관 : 작가 오중석(촬영), GS SHOP(판매), 한림화상재단(기부)

□ 추진일정



□ 중점사항

- 달력 내 임팩트 있는 안전문구 등 삽입으로 시민안전의식강화 도모
  - 서울소방 이미지 홍보와 재난예방 홍보 효과 동시 달성 추구
- 시민 구매 편의성 제고를 위해 오프라인 전국 판매 추진
  - 19년도 달력의 경우, 교보문고 핫트렉스 서울 전지점 판매
- 달력 글로벌 홍보 확대 : 외국 관광객, 국외 언론, MOU기관 발송 등




### 3 시민접점 홍보방안 발굴·확대

- SNS·모바일 앱·이모티콘 등 신매체 시민접점 홍보 강화
- 시민이 체감할 수 있는 영상매체·안전소식지·캠페인 홍보 확대

#### 3-1 뉴미디어 시민소통 강화

□ 뉴미디어 운영매체 현황 : 본부 페이스북, 인스타그램, 유튜브

※ 소방재난본부 SNS 계정 통합 관리('18.2.21. 市-뉴미디어담당관)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲ 전 세계에서 가장 많은 사람들이 사용 : 21억여 명</li> <li>※ 국내 사용자 수 : 1,600만 명('18년 7월 기준)</li> <li>▲ 친구 외에 좋아요를 통한 팬(fan) 무제한 확장 가능</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲ 전 세계 월간 사용자 8억여 명, 일간 사용자 5억여 명</li> <li>▲ 시각적인 정보(이미지)에 특화, 해시태그(#) 검색 강점</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲ 전 세계 사용자 15억여 명, 최근 부각되는 영상매체</li> <li>▲ 평균 1억 건 영상 시청 및 일 3,000만 명이상 방문</li> <li>▲ 동영상 제작자(크리에이터, Creator)를 위한 플랫폼</li> </ul>

## □ 추진내용

### ○ 임팩트 있는 다양한 유형의 뉴미디어 콘텐츠 제작

- 사진 : 소방의 다양한 모습을 보여줄 수 있는 사진 활용·배포
- 영상 : 짧은 영상을 통해 임팩트 있는 내용 전달
  - ※ 영상이 길어질 경우, 요금제 등으로 인해 시민참여 감소

### ○ 시의성 높은 안전정보 제작 및 시민에게 직접 제공

- 계절 맞춤형 시민안전정보의 선제적 제공
  - ⇒ (봄)해빙기, (여름)물놀이안전, (가을)등산, (겨울)낙상
- 사회 안전이슈 발생 시, 관련 정보 즉시 제공
  - ⇒ 한강투신, 대형화재 등 시민 관심사항이 발생한 경우

### ○ 뉴미디어 홍보 역량 강화 및 인센티브 제공

- 홍보담당자 대상 뉴미디어 직무교육(연 2회)
  - 주관/강사 : 본부 홍보기획팀 / 동국대 영화영상학과 관계자(재능기부)
  - 일정/대상 : 3월·9월 / 특수구조단 홍보담당자
  - 교육내용 : SNS 기초지식, 기획, 활용전략 및 사례 등

## 3-2 각 구조대를 통한 영상매체 홍보 확대

### □ 시민안전정보 영상 송출매체 다각화

#### ○ 송출매체 다각화

- (특수구조대) 범정부 매체협업을 통한 영상송출
- (산악구조대) 범정부 매체협업을 통한 문자송출



특수·산악구조대 전광판을 통한 영상 및 문자 송출매체 다각화

□ 직원 간 소통 및 정보공유를 위한 콘텐츠 송출

- 추진목표 : 직원 사기진작 · 상호 소통 · 정보 공유
- 송출방법 : 본부 전자게시판, 특수구조단 내 문자전광판 · TV 등
- 송출내용
  - 특수구조단 홍보영상, 재난현장 활동상, 미담사례
  - 각종 훈련 · 행사 등 특수구조단 내 우수사업
  - 재난 관련 언론보도사항 및 미담 보도사례 등

**3-3** 안전소식지 「아이러브119」 보급 활성화

□ 발간개요

- 발간형태 : 월간으로 책자 및 e-book('09년 5월호부터) 제작
  - ※ (창간) 2007년 11월 1호지(창간호) 발간
- 주요내용 : 생활 속 사고대처요령 및 시민 안전정보 제공 등
- 배포방법 : 책자 배부(400부) / 서울시 E-BOOK 사이트 게시
- 시민호응도 : 市 e-book 간행물 15개 중 가장 높은 조회수 기록
  - 2번째 인기 있는 “내친구서울”(뉴미디어담당관) 대비 약 2배 높은 조회수
  - ※ 18년 E-BOOK 조회 수

<p>아이러브119 -113호(2018년 3월호) 2018-02-28 <b>1,188 Views</b> 아이러브119</p>	<p>아이러브119 -118호(2018년 8월호) 2018-08-01 <b>1,528 Views</b> 아이러브119</p>	<p>아이러브119 -120호(2018년 10월호) 2018-10-02 <b>1,369 Views</b> 아이러브119</p>	<p>아이러브119 -122호(2018년 12월호) 2018-11-30 <b>1,274 Views</b> 아이러브119</p>
---	---	--	--

□ 활성화 방안

- 안전관련 유관기관 등 공유를 통해 홍보 확대
  - 소방청, 교육청, 가스 · 전기안전공사 등 유관기관 책자 배부
  - 유관기관 SNS 공유를 통해, 더 많은 시민에게 안전정보 제공

- 정기적 우수원고 포상 등 인센티브 제공으로 양질의 콘텐츠 확보
  - 우수 원고 제출자에 대해 분기별 2명 포상금 지급 예정

## 4 소방안전 홍보 기반 강화

- 시민의 눈높이에 맞는 안전정보 제공을 위한 기록장비 보강
- 체계적 수집·자료관리 및 지속적 교육을 통한 홍보 역량 강화

### 4-1 재난현장 기록장비 보강·관리

□ 장비현황 : 총 2개 품목 · 5종 · 6점

(기준 : '19.1.1)

구 분	장비분류	모델명	총 계
촬영장비	카메라	Nikon D7000	1개 품목 / 5종 / 5점
		CANON EOS-70D	
	렌즈	Canon 17-55mm	
	스트로브	Nikon SB-910	
Canon 600EX-RT			
부대장비	삼각대	HPUSN CT-328	1개 품목 / 1종 / 1점

□ 보강계획

- 보강기준 : 내구연한 및 노후 정도에 따른 촬영장비 신청
- 보강품목

구 분	장비분류	현 황	비교
촬영장비	캐논	EOS 6D mark2	노후보강 장비 보강을 위한 재난현장 기록장비 물품신청
	렌즈	EF-24-105mm F4L IS USM	

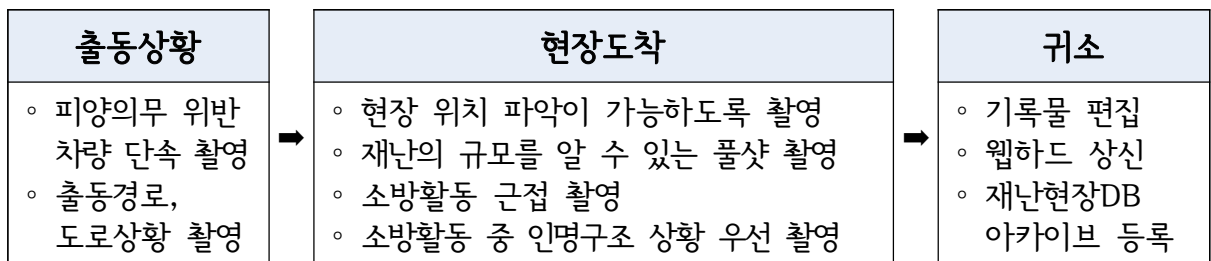
□ 점검계획

- 점검기간 : 2019. 3월 ~ 5월
- 점검대상 : 특수구조단 내 사용 중인 기록장비
- 점검방법 : (1차)각 기관 자체점검 ⇒ (2차)본부 방문점검
- 점검내용
  - 물품관리시스템 등록 장비수량과 실제 보유수량 일치 여부
  - 장비 정상작동 여부 · 관리상태 · 사용 상 건의사항 청취 등

**4-2 재난현장 등 119활동상 기록체계 확립**

□ 재난현장 기록관리

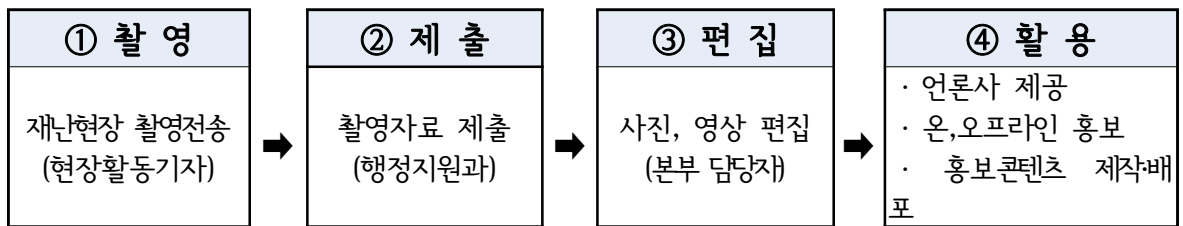
- 기록대상 : 주요 재난현장 등 119 활동상
- 기록방법 : 특수구조단 내 디지털캠코더 · 카메라 활용
- 담당자
  - 현장촬영 및 관리대장 작성 : 각 구조대 출동요원 중 촬영담당
  - 자료관리 : 특수구조단 내 홍보담당자
  - 언론사 자료제공 책임관 : 행정팀장(주간), 구조대 팀장(야간)
- 기록순서



[ 참고 : 소방 활약이 직접적으로 나타나는 영상 · 사진 ]

□ **현장활동기자단 운영**

- 운영목적 : 구조·구급 등 다양하고 생생한 현장자료 확보
  - (기존) 지휘차가 출동하는 재난현장·119활동상 기록 위주
  - (개선) 구조·구급·생활안전 등 단독 출동 시에도 기록 가능
- 운영인력 : 총 6명(현장출동대원 - 특수구조단 각 구조대)
- 촬영장비 : 헬멧캠코더(GOPRO) 3개
- 운영절차



**4-3 재난현장 DB 아카이브 수집 범위 확대**

□ **재난현장 DB 아카이브 현황**

- 구축목적
  - 아날로그 기록물 디지털화로 항구적인 보존
  - 기록물 공유 확대 / 자료검색 용이성 확보



- 시스템명 : 재난현장 DB 아카이브 ※ 주소 : <http://98.30.25.70>
- 분류체계 : 13개
  - ①화재, ②구조, ③구급, ④훈련, ⑤예방행정... ⑬현장활동기자 등
- 보유자료 : 153,975개 (영상 34,638건, 사진 119,337건)
  - ※ 아날로그 자료 전산화 실적(1991~2010년) : 71,555개(영상 22,958, 사진 48,197)

□ **자료 수집범위 확대 계획**

- 수집방향 : (기존)재난현장 기록 ⇒ (확대)非 재난 소방 기록물
- 자료형태 : 非 재난 소방기록물 사진·영상 변환 보관



○ 수집범위 확대

문서	과거 불조심 포스터, 소방서 과거 백서, 홍보용 리플릿 등
장비	소방차량, 방화복, 근무복, 활동복, 구조장비, 진압장비 등
청사	청사 신축 관련 사진, 구 청사 사진, 계절별 청사 사진 등
기념품	해외소방 기념품, 자체제작 홍보기념품,
행사	소방의 날, 소방기술경연대회, 전입자·승진자 신고, 신년회 등

○ 수집방법 : 테마 선정 후, 집중 수집 · 등록기간 운영

- 수집주기 : 연 2~4회 실시 / 1회에 2~3개월
- 수집주체 : 특수구조단 홍보담당자
- 수집절차 : ①테마공지 ⇒ ②수집 ⇒ ③등록 ⇒ ④활용

○ 활용방향 : 작품공모전 전시회 및 언론 홍보자료로 활용예정

**4-4** 홍보관계자 직무교육 확대

□ 재난영상 콘텐츠 제작 전문교육 수강

○ 주관 및 시기 : 서울소방학교(MBC아카데미 위탁) / 연 2회(2월, 8월)

※ '18년 2회(3일) → '19년 2회(5일) 확대 실시(상·하반기 홍보 담당자 변경 반영)

○ 교육대상 : 각 서 및 특수구조단 홍보담당자

○ 교육내용

- 영상콘텐츠 품질 향상을 위한 전문 편집 프로그램 사용법
- 실무중심 재난현장 촬영전문가 양성 교육과정 신규 개설

참 고 1. 2019년도 소방홍보 연중업무 로드맵 1부.

2. 연락공보담당 주요업무 확인사항 1부. 끝.



단계별	주요업무 확인사항
대비단계	◆연락공보반은 대비단계에 운영하지 않음
대응1단계	◆연락공보반 업무는 총괄지휘반에서 수행 □ 유관기관 연락망 확인 □ 재난상황 파악 및 보도자료 작성 □ 재난대응 활동상황 기록관리 (사진, 비디오 등)
대응2단계	□ 유관기관 연락관 도착 확인 및 상주공간 제공 □ 신문 및 인터넷 보도내용 스크랩, 보도내용 분석 및 보고 □ 언론 취재동향 등 파악 보고 □ 재난상황별 국민행동요령 홍보 □ 재난현장 정보센터 (Press Center) 설치 □ 언론 발표 전담자 지정 □ 정보공개 관련 제약 사항 확인 □ 종합적인 대응상황에 대한 정확한 정보제공(수시) □ 미담사례 및 현장대응 활동의 성공적 내용 홍보 □ 사상자 등 최종피해 현황 언론매체 홍보 □ 보도자료 사본, 기타 공지사항 게시(현장지휘소, 자원대기소 등) □ 피해지역 수습상황 및 주민안심 홍보자료 작성 배포
대응3단계	□ 대응1,2단계 연계 임무 지속실시 □ 기능별 대응계획 중 대중정보계획(#3) 가동 □ 재난상황에 대한 비상경보 메시지 홍보(기상특보, 재난상황 등) □ 위험지역 통제 및 출입제한 등 긴급대피 정보 전파·홍보 □ 신문 및 인터넷 보도자료 배포 □ 재난방송국(KBS)또는 지방방송 활용 홍보 □ 재난상황에 대한 현장대응 및 수습상황에 대한 보고