

시 민

주무관	마을기획팀장	마을공동체담당관	서울혁신기획관
협 조	시민소통담당관 뉴미디어담당관 라디오국장 텔레비전국장 마을협력팀장		

문서번호	마을공동체 담당관-3007
결재일자	2013.4.15.
공개여부	대시민공개
방침번호	

마을공동체 사업 활성화를 위한 2013년 종합 홍보계획(안)

사람사는마을
사람사는재미



2013. 4. 10

마을공동체담당관

사건 검토항목

∴ 해당사항이 없을 경우 '무 ■' 표시하시기 바랍니다.

검토항목	검 토 여 부 (■ 표시)
시 민 참 여 고 려 사 항	● 시 민 : 유 ■ (일반 시민) 무 □
	● 이 해 당 사 자 : 유 □ () 무 ■
	● 전 문 가 : 유 ■ (홍보 및 마을전문가) 무 □
	● 음 브 즈 만 : 유 □ () 무 ■
법 령 및 기 타 고 려 사 항	● 법 령 규 정 : 교통 □ 환경 □ 재해 □ 기타 ■ (마을공동체만들기지원조례) 무 □
	● 기 타 사 항 : 고용효과 □ 노동인지 □ 균형인지 □ 홍보 ■ 취약계층 □ 성인지 □ 장애인 □ 디자인 □ 갈등발생 가능성 □ 유지관리 비용 □ 무 □
	● 중 앙 부 처 : 유 □ () 무 ■
타 자 원 의 활 용	● 민 간 단 체 : 유 ■ (개별 마을공동체) 무 □
	● 기 업 : 유 ■ (디자인 및 전문업체) 무 □
	● 관 계 기 관 : 유 □ () 무 ■
관 계 기 관 및 단 체 협 의	● 민 간 단 체 : 유 □ () 무 ■
	● 시 산 하 기 관 : 유 ■ (마을공동체종합지원센터) 무 □

마을공동체 사업 활성화를 위한 2013년 종합 홍보계획(안)

마을공동체에 대한 시민의 인식을 확대하고 공감을 확대하기 위해
연간 종합 홍보계획을 수립·추진하고자 함

I 추진 개요

□ 추진배경

- 시민 인지도 및 이해도 제고 필요
 - 일반시민 사업인지도 57.3%로 전체 평균 70% 하회(2012.10)
 - 지원센터 전화상담 중 23%가 개념 및 지원사업 내용문의
- 일반시민의 공동체 경험 및 욕구 확대 필요
 - 이웃에 대한 신뢰도 미약(신뢰45%, 보통39%, 신뢰안함16%)
 - 공동체의식은 5.53점으로 전년대비 0.05점 하락
 - ※ 「2011 서울서베이 도시정책지표조사」 (2012. 5)

□ 추진방향

- 마을주민 참여 생생한 콘텐츠 생산, 마을체감도 향상
 - 마을공동체 주민이 직접 참여한 생생한 마을스토리 발굴
- 다양한 매체활동 강화로 마을공동체 콘텐츠 확산
 - 마을 뉴스레터, 포털, 지역언론·무가지 등 신규 매체 발굴 및 활용
- 시민참여 이벤트로 마을공동체에 대한 일반시민의 관심 제고
 - SNS 및 포털 활용 이벤트 등 시민 참여 프로그램 추진

II

사업개요

추진방향	세부사업
마을공동체 체감형 콘텐츠 생산	<ul style="list-style-type: none"> 마을공동체를 체감할 수 있는 콘텐츠(사례, 소식, 영상) 생산
	① 홍보 컨설팅단 구성 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> 13년 마을공동체 홍보사업 전반에 대한 컨설팅단 구성운영
	② 마을별 홍보콘텐츠 제작 및 홍보지원 <ul style="list-style-type: none"> 마을공동체 사업 보조사업자 및 기존활동가 대상 콘텐츠 제작 및 마을사업 잘하기 비법교육, 홍보지원가이드 제공
	③ 마을별 영상콘텐츠 제작 및 채널지원 <ul style="list-style-type: none"> 교통방송TV와 함께하는 마을별 소개영상 제작 시인터넷TV, 와우서울 등 영상 코너 신설
	④ 마을공동체 사례 및 영상 DB구축 <ul style="list-style-type: none"> 센터 홈페이지 개편 및 온라인 카페 개설
다양한 매체활동 강화	<ul style="list-style-type: none"> 마을공동체 콘텐츠의 매체 맞춤형 제공·확산
	① 마을 뉴스레터 추진 <ul style="list-style-type: none"> 마을공동체 개별매체로 '뉴스레터' 제작 마을공동체 콘텐츠생산과 유통의 매개 역할
	② 포털활용 홍보강화 <ul style="list-style-type: none"> 포털 검색시 마을공동체에 대한 종합적 정보제공 네이버캐스트, 테마지도, 다음TV팟 등 맞춤형 제공
	③ 홍보인쇄물 제작 <ul style="list-style-type: none"> 알기 쉬운 마을공동체 그림책 제작·배포 홍보포스터, 리플릿, 브로슈어 및 디자인패키지 제작·공유
	④ 언론매체 활용확대 <ul style="list-style-type: none"> 일간지/주간지/월간지 등 공동기획 추진 아침방송, 다큐 등 기획, 자료제공
⑤ 시정매체 활용강화 <ul style="list-style-type: none"> 와우서울, 시인터넷TV 등을 활용한 마을미디어 채널확보 시블로그, 서울톡톡, 대표SNS, 서울사랑 마을코너 신설 등 	
시민 참여형 이벤트 추진	<ul style="list-style-type: none"> 일반 시민의 마을공동체 사업 참여확대를 위한 이벤트 추진
	① SNS 시민참여 이벤트 <ul style="list-style-type: none"> 브랜드 표출부터 참여유도까지 단계별 참여 이벤트 추진
	② 포털활용 시민참여 이벤트 <ul style="list-style-type: none"> 마을공동체와 시민, 포털을 연계하는 참여 이벤트 추진

Ⅲ

세 부 사 업

1. 마을공동체 체감형 콘텐츠 생산

□ 개요

- 마을공동체를 체감할 수 있는 다양한 이슈/유형별 마을공동체 사례를 발굴해 마을공동체사업의 홍보자원으로 활용
- 네트워크 구축·운영으로 각 마을공동체를 콘텐츠 생산주체로 육성하여 텍스트 및 영상 콘텐츠를 제작 생산하고, 마을공동체 담당관은 다양한 온오프라인으로 연계, 홍보
- 생산 콘텐츠는 센터 홈페이지를 중심으로 DB구축, 시민 공유

□ 사업구성

홍보 역량강화	콘텐츠 생산	콘텐츠DB화
<p>① 홍보 컨설팅단 구성 및 운영</p> <ul style="list-style-type: none">• 홍보전반컨설팅 및 세부사업실행 시 실무자문 및 협조• 2014년도 홍보과제와 전략수립	<p>② 마을별 홍보콘텐츠 제작 및 홍보지원</p> <ul style="list-style-type: none">• 마을공동체 대상• 콘텐츠 제작 및 마을사업 잘하기 비법교육·홍보가이드 제공 <p>③ 마을별 영상제작 및 채널지원</p> <ul style="list-style-type: none">• 시인터넷IV, 와우서울 등 매체지원• 교통방송 공동영상 제작방송	<p>④ 마을공동체 사례·영상 DB 구축</p> <ul style="list-style-type: none">• 마을공동체별 다양한 스토리 및 소식, 인적자원의 DB구축 활용• 마을공동체 소개 동영상 제작 및 활용

□ 세부사업

① 홍보 컨설팅단 구성 및 운영

분야별 마을공동체 홍보 컨설팅단을 운영해 '13년도 마을공동체 홍보 전반에 대한 역량강화 및 '14년도 체계적 홍보추진 기틀마련

- 내용 : 마을공동체 사업의 홍보전략 수립 및 추진에 있어 협조 및 지원하는 소수의 실무적 자문그룹
- 운영 : 시민과 소통하는 마을공동체 사업추진을 위한 컨설팅단을 위촉, 반기별 추진전략에 대한 전체 자문회의 및 사업별 해당 분야에 대해 실무 지원하는 비정기 소모임
 - 중·단기 홍보전략 수립을 위한 홍보과제를 월별 회의로 구체적 방안을 찾는 방식의 소모임 실무지원 그룹
- 분야별 구성 예시

분야	자문위원 후보
시민체감형 콘텐츠 생산	· 이한호 (주) 쥬스 대표 · 이정하 스토리텔러
시민참여 프로그램 추진	· 박종현 브라이트벨 대표 · 한상엽 위즈돔 대표
시민접점 매체활동 추진	· 이상환 커뮤니티디자인연구소 대표 · 나태흠 (사)안테나 실장

- 일정 : 4월 구성(월 1회 주제별 정기모임)
- 예산 : 10,000천원

② 마을공동체 홍보콘텐츠 제작 및 홍보지원

개별 마을공동체 대상으로 홍보 관련 강연을 진행하고, 홍보가이드 및 디자인 툴 등을 제공해 마을별 콘텐츠 제작 및 홍보활동을 지원

- 대상 : 마을공동체사업 보조사업자 및 활동가
- 내용 : 마을별 홍보강화를 위한 가이드 및 강연지원, 마을공동체 새내기 보조사업자들을 위한 마을사업 비법전수 강연제공

홍보비법전수 강연	마을공동체별 홍보 역량강화를 위한 교육 지원
	글쓰기, 영상제작 및 스토리 구성, SNS 활용 등 주제교육
마을비법전수 강연	보조사업자 중심, 공통의 어려움을 해소하는 사례강연
	모금비법, 회의 운영비법, 커뮤니티 공간활용비법 등
홍보지원 가이드	개별 보도 및 홍보 활동을 돕는 지원 가이드
	시·자치구 등 홍보 매체 및 활용, 보도자료 작성 및 활용
디자인패키지	‘마을 스스로 홍보’ 위한 디자인 패키지물 제작·배포
	BI 활용한 다양한 디자인 툴, 픽토그램 배포

- 이를 통해 개별 마을공동체의 홍보 및 전체 사업역량을 강화하고, 마을 소식과 이야기, 사례 등에 대한 콘텐츠 생산 유도·공유
- 일정 : 월 2회 정기운영(소모임 독려)
- 예산 : 21,400천원

③ 마을공동체별 영상제작 및 채널지원

TBS TV와 개별 마을공동체 및 마을미디어를 연계해 주요 마을 공동체에 대한 소개 및 홍보영상물을 제작·활용

- 교통방송과 함께 ‘마을소개 및 탐방’ 프로그램을 연중 제작하고, 이를 TBS, 시 인터넷TV, 자치구 및 마을공동체 배포·활용함.
- 마을공동체 및 마을미디어의 자체 영상제작 역량강화를 위한 서울시 영상소스 지원 및 제작교육, 제작영상 채널지원
 - 서울시 영상소스 지원, 영상물 제작교육 및 제작영상 채널지원
 - 시 인터넷 TV, 와우 서울 마을미디어 코너 신설
- 일정
 - 영상제작 : 5월 교통방송 공동기획, 월별 1회 정규코너 방송
 - 채널지원 : 6월 뉴미디어과 협의, 7월 코너신설
- 부서협조 : 교통방송(방송제작 및 방영, 관련 예산협조)
뉴미디어과(영상소스 지원 및 채널지원)
- 예산 : 교통방송 협조

④ 마을공동체별 사례/영상 DB구축

마을공동체 사례와 소개영상을 사업/지역/이슈별 DB로 구축해 시민에게 공개하고, 이슈별로 기민하게 언론매체에 제공·활용

- 각 마을공동체의 사례 및 영상 DB구축 및 공유
- 서버 : 센터 홈페이지 및 보조사업자 대상 온라인카페
- 일정 : 5월(센터 홈페이지 재구축 및 카페개설) 연중 업데이트
- 예산 : 비예산사업

2. 다양한 매체활동 강화

□ 개요

- 사업에 대한 시민의 관심을 유발·확산, 공감·지지유도
- 언론매체, 시 및 구정매체, 온라인, 인쇄물 등 가용매체 적극 활용
- 시민, 언론인 등 대상으로 찾아가는 홍보매체 ‘뉴스레터’ 신규 추진
- 매체의 적극적 활용으로 일상적 홍보활동 기틀 구축

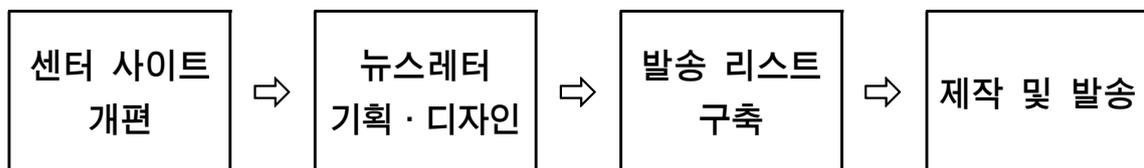
□ 사업구성

신규매체 발굴활용	① 마을 뉴스레터 추진 • 마을공동체 개별 매체인 ‘뉴스레터’ 제작 및 활용
	② 포털 활용 홍보 강화 • 포털 총합 정보제공, 네이버 캐스트 맞춤형콘텐츠
	③ 홍보인쇄물 제작 • 홍보포스터 인쇄물 제작·배포·부착 • 알기 쉬운 마을공동체그림책 제작·배포
기존매체 활용강화	④ 언론매체 활용 확대 • 일간지/주간지/월간지 공동기획 • 무가지 ‘이달의 마을소식’ 기획기사 • TBS라디오 ‘마을소식’ 코너개설, TV 마을탐방프로그램 • 아침방송 등 방송작가 대상 타깃 공동기획 추진 • 마을탐방 언론인 프레스투어 추진
	⑤ 시정매체의 활용 강화 • 와우서울 마을미디어 콘텐츠코너 운영 • 시 인터넷TV 마을미디어 영상코너 운영 • 고지서 이면지 광고 및 자치구 소식지, 산하기구 사보 활용

① 마을 뉴스레터 추진

개별 마을공동체의 현장 소식 및 정보, 스토리를 위한 전용매체로서 서울 마을이야기 '뉴스레터'를 신규제작, 활용

- 뉴스레터 콘텐츠 : 개별 마을공동체 생산 콘텐츠 및 기존 마을미디어 기사 제휴, 기획기사, 기고 등
- 뉴스레터 코너예시
 - 지역별 마을소식 : 각 마을공동체별 새소식
 - 이주의 마을인물 : 마을공동체의 주요 활동가 인터뷰 소개
 - 마을공동체 소식 : 마을공동체 관련 주요 뉴스 및 소식 소개
 - 국내 마을공동체 : 서울을 포함한 국내 마을공동체 사례 소개
 - 해외 마을공동체 : 해외 마을공동체 사례 소개
 - 주요 행사 및 교육 안내
- 방식 : 뉴스레터 제작 업체 계약추진
- 발송대상 : 마을공동체 및 사업선정자, 전국 마을공동체 활동가, 언론인 및 방송작가, 시 및 지자체 공무원 등 종사자
- 마을공동체종합지원센터 운영 총괄 및 사이트 탑재



- 일정 : 5월(기획 및 리스트 완료), 6월부터 격주 발행
- 예산 : 40,000천원

② 포털 활용 홍보강화

민간 포털에 매체별 마을공동체 맞춤 정보 제공을 제공, 마을공동체 사례 및 정보를 상시 홍보하고, 마을공동체 종합 안내

○ 민간 포털을 활용한 마을공동체 키워드 종합 안내

- 포털 검색키워드에 ‘마을공동체’, ‘서울 마을’을 치면 관련 사이트 및 SNS, 네이버캐스트 등록 콘텐츠, 영상, 테마지도 등 종합 표출



- 네이버 ‘캐스트’ : 주요 마을사례를 ‘서울의 마을이야기’로 네이버 캐스트에 연재, 서울시민 누구나 검색할 수 있음.
 - 네이버 메인 및 검색시 우선 표출 등 마을공동체 사례소개
 - ‘골목길 비경’ 등 다양한 주제의 캐스트를 운영해, 마을공동체의 접근 가능성이 높으며, 콘텐츠가 20건 이상 노출
- 네이버 ‘테마지도’ : ‘마을북카페’ 등 커뮤니티 공간정보 제공
- 다음 ‘디지털뷰’ : 1~4호선 중심 총 177개 역사에 설치된 970대 중 일부 디지털뷰에 지역기반 마을공동체 맵핑 및 정보제공

○ 부서협조 : 뉴미디어담당관(포털협의 협조)

○ 일정 : 6월(제안 및 콘텐츠 제공), 7월부터 연중 표출

○ 예산 : 비예산사업

③ 홍보인쇄물 제작 활용

일반 시민에게 쉽게 마을공동체 사업을 안내하는 ‘그림책자’를 제작하고, 시민접점 공간에 다양한 ‘홍보인쇄물’을 제작·배포

○ 홍보인쇄물

• 2013년도 마을공동체 지원사업 홍보인쇄물 제작 및 활용

- 포스터 : 2013년 지원사업 개요, 참여방법을 ‘참여유도형’ 및 마을스토리를 담은 ‘스토리텔링형’ 2종, 3,000부
- 스티커 및 리플릿 : 사업의 개요 및 참여방법 등 안내하는 스티커 1,500부, 리플릿 15,000부

• 배부 및 활용방안

- 활용방안 : 배부 관청·마을공동체 게시 및 마을박람회 등 활용
- 시 산하기관 : 자치구 및 동주민센터, 복지관, 지역자활센터 등
- 마을 공동체 : 마을공동체 게시관, 작은도서관, 마을카페 등
- 지하철 역사 ‘시 코너’(총 4,179면), 마을버스(126개 노선 1,401대)

• 일정 : 4월 말 제작, 5월부터 배포 활용

• 예산 : 32,000천원

○ 박재동 화백이 함께하는 마을그림책

• 서울 마을공동체와 사업에 대해서 쉽게 이해할 수 있는 웹툰을 정기적으로 포털 및 뉴스레터에 탑재하고, 연재 후 그림책 제작·배포

• 활용 : 시민대상 책 발행기념 SNS 이벤트 진행, 다음웹툰 탑재 시민청 전시회 및 그림엽서 등 기념품 제작

• 일정 : 5월(섭외 및 기획완료), 8월(제작완료), 연중 활용

• 예산 : 28,000천원

④ 언론매체 활용 확대

일간지 외의 무가지·시사일간지·여성지 등의 신문매체, 공중파 및 유선 TV 등 다양한 매체 활용, 기획기사·방송 추진

○ 언론매체 공동기획

- 주요 이슈별로 언론매체와 연계한 공동기획 추진
- 월간지 및 시사주간지 : 특별기획 및 릴레이 기고 등으로 연계
 - 여성지 : 공동육아 등 여성관련 콘텐츠 기획제안 추진
 - 주간지 : 마을공동체 사업으로 변화된 신생 마을공동체의 릴레이 기고
- 일간지 : 주요 이슈별 공동기획 제안 추진
- 부서협조 : 시민소통담당관(언론사 연계 및 예산 협조)
- 일정 : 연중
- 예산 : 시민소통담당관 협조

○ 공중파 TV 공동기획

- 이슈별 사례 기획방송 추진, 마을공동체에 대한 정서적 공감을 유도하고 가치를 확산하는데 기여
 - 아침방송 및 기획다큐(‘가정의 달’ 특집, “마을이 키우는 아이들”)
- 부서협조 : 시민소통담당관(언론사 연계 및 예산 협조)
- 일정 : 연중
- 예산 : 시민소통담당관 협조

○ 마을탐방 언론인 프레스투어 실시

- 기자 및 방송작가 등 언론인을 대상으로 한 마을탐방 프레스 투어
- 행사개요

- 일시·장소 : 9월 마을박람회 / 마을공동체 2개 탐방 코스
- 내용 : 마을공동체 현장 투어 및 사업설명
- 참가 : 기자 30인, 방송작가 30인
- 부서협조 : 시민소통담당관(방송작가 연계 협조)
언론과(출입기자단 연계, 프레스투어 예산 및 현장지원)
- 일정 : 6월
- 예산 : 5,000천원

⑤ 시정매체 활용 강화

기존 시정매체에 ‘마을공동체 코너’를 신설해 다양한 마을소식을 시정 매체를 적극 활용해 홍보

- 시 보유매체 : 서울사랑, 자치구 소식지, 산하기관 사보 등
 - 서울사랑, 자치구 소식지, 산하기관 사보 ‘마을공동체 코너’ 운영
 - 서울사랑, 서울톡톡 ‘마을공동체 코너개설’
 - 시 인터넷TV ‘마을미디어’ 연계, 채널 제공
 - 자치구 소식지 및 산하기관 사보 ‘마을공동체 기획보도’
 - 시 홍보매체 활용한 광고 상시 추진
 - 자동차세(150만부), 환경개선부담금(220만부) 고지서 이면활용
 - 홍보영상 지하철 및 시내버스 스크린 및 옥외전광판 등 표출
 - 서울시 SNS(트위터, 페이스북,미투데이,블로그) 활용
- 부서협조 : 시민소통기획관(시정매체 활용협조)
- 예산 : 비예산 사업

3. 시민 참여형 이벤트 추진

□ 개요

- 사업에 대한 시민의 관심을 유발·확산, 공감·지지유도
- SNS 및 포털을 활용해 마을공동체 사업에 대한 시민의 참여 확대
- 마을공동체 사업 관련, 시민 참여확대 및 확산채널 포털 활용
 - SNS 활용
 - 시민참여 이벤트로 마을공동체 페이스북 좋아요 1만명 달성, 연중 마을공동체 사업의 다양한 소식 및 정보를 꾸준히 제공
 - 포털 활용
 - 인터넷 이용 중 방문자 1인당 체류시간, 주간 도달율이 가장 높은 포털을 연계한 콘텐츠 제공 및 시민이벤트 추진

□ 사업구성

일반시민 유입	① SNS 시민참여 이벤트 <ul style="list-style-type: none">• 시민 대상 마을공동체페이스북 팬을 늘리기 위한 이벤트• 박원순 시장 SNS공유 등 SNS 스타 활용 공유 확대• 마을공동체 연중 일상홍보의 기틀마련, 연중 관리
	② 포털활용 시민참여 이벤트 <ul style="list-style-type: none">• 네이버 및 다음 등 포털별로 맞춤 기획 접근• 네이버 '캐스트'를 통해 마을공동체의 다양한 사례 확산• 다음 '희망해'와 시민, 마을공동체 연계 이벤트 추진

□ 세부사업

① SNS 시민참여 캠페인

마을공동체 페이스북 시민참여 이벤트를 단계별로 실행해 SNS를 일반 시민의 유입통로로 활용하고, 브랜드 인지 확산

- 마을공동체담당관 페이스북(www.facebook.com/seoulmaeu)을 활용해 쉬운 방식의 시민 참여 이벤트 추진
- 단계별 접근
 - 1단계 : ‘마을공동체는 000이다.’ 이벤트
 - 마을 페이스북을 ‘좋아요’ 한 후 마을공동체의 홍보영상을 보고, 각자가 생각하는 ‘마을은 000이다’를 채우면 상품을 주는 이벤트
 - 2단계 : ‘우리는 000한 이웃’ 이벤트
 - 마을 페이스북을 ‘좋아요’ 한 후 이웃과 함께 한 사진을 올리고, “우리는 00한 이웃” 댓글을 달면 상품을 주는 이벤트
 - 3단계 : ‘내가 사랑한 마을 공간·사람’ 이벤트
 - 마을 페이스북을 ‘좋아요’ 한 후 마을에서 사랑하는 사람과 공간에 대한 의미있는 순간영상(30초)을 올리면 상품주는 이벤트
- 이벤트 홍보로 ‘마을공동체 사업’ 간접 홍보
 - 시 홈페이지, SNS, 서울톡톡, 블로그, 서울사랑 등 시정매체 광고 및 배너
 - 페이스북 모바일 광고 및 포털 활용 광고, TBS라디오 스팟 광고
- 부서협조 : 시민소통담당관(이벤트 홍보협조), 뉴미디어담당관(이벤트 홍보 및 포털활용 협조), TBS(라디오 스팟광고 협조)
- 일정 : 4~6월, 9~10월
- 예산 : 35,000천원

② 포털활용 시민참여 이벤트

DAUM의 네티즌 모금서비스 ‘희망해’를 통해 특정 업체와 마을 도서관, 일반 시민이 참여하는 ‘마을도서관 책 기부’ 캠페인 진행

- DAUM ‘희망해’ 중 ‘나눔기업과 희망해’는 기업과 시민이 참여해 기부 프로그램을 진행하는 사이트로, 마을북카페와 ‘온라인 서점’을 연계해, 마을공동체 사업을 알리고 참여할 수 있는 계기 마련
- 온라인 서점과 공동으로 ‘함께 크는 마을북카페를 희망해’ 이벤트 진행
 - 네티즌이 마을도서관 응원댓글을 남기면, 파트너 온라인 서점에서 마을북카페(지정 댓글은 지정북카페)에 책을 기부하는 이벤트
 - 다음 메인 및 검색 시 우선 노출, 시민 참여 및 공유 가능
 - 네티즌 공감에 따라 희망댓글, 카페퍼가기, 트위터 보내기 등의 클릭으로 기부 참여(클릭 및 댓글 수에 비례해 기업체의 기부)



- 추진주체 : 서울시·마을도서관·포털·특정 온라인서점
- 부서협조 : 뉴미디어담당관(포털협의 협조)
- 일정 : 5월(기획 및 제안), 7월(진행)
- 예산 : 비예산사업

V

소요예산

(단위 : 천원)

추진방향	세부사업	소개	세부내역	추진부서
마을공동체 체감형 콘텐츠 생산	① 홍보컨설팅단 구성	10,000	▸ 회의 자문비	
	② 마을별 홍보 콘텐츠 제작 및 홍보지원	21,400	▸ 월별 주제 강연비	
	③ 마을별 영상제작 및 채널지원	-	▸ 프로그램 기획·제작	▸ 교통방송 예산협조 ▸ 뉴미디어담당관 협조
	④ 마을사례DB 구축	0	▸ 비예산사업	
다양한 매체활동 강화	① 마을 뉴스레터 추진	40,000	▸ 기획 및 디자인비 ▸ 메일링 및 발송비	
	② 포털 활용 홍보강화	0	▸ 비예산 사업	▸ 뉴미디어담당관 협조
	③ 홍보인쇄물 제작	32,000	▸ 디자인 및 인쇄 ▸ 배포 및 부착비	
		28,000	▸ 작가료 ▸ 인쇄 및 배포비	
	④ 언론매체 활용확대	-	▸ 공중파 TV 및 신문 매체 공동기획 및 추진비	▸ 시민소통담당관 예산협조
		5,000	▸ 프레스투어 차량비, 프로그램, 기념품	▸ 언론과 프레스투어 협조 ▸ 시민소통담당관 투어협조
	⑤ 시정매체 활용강화	0	▸ 비예산 사업	▸ 시민소통기획관 협조
시민참여 이벤트 추진	① SNS 시민참여이벤트	35,000	▸ 이벤트앱 개발 및 추진 ▸ 시상 및 상품	▸ 시민소통기획관 홍보협조 ▸ 교통방송 홍보협조
	② 포털 시민참여이벤트	0	▸ 비예산 사업	▸ 뉴미디어담당관 협조
합계		171,400천원 ※ 타부서 예산협조 : 시민소통담당관, 교통방송		

VI

부서 협조

소관부서	추진사항
언론담당관	· 언론보도 관련(보도자료, 기자회견, 프레스투어) 등
시민소통담당관	· ‘공중파TV 공동기획’ · ‘언론매체 공동기획’ 통합예산 활용 · 라디오방송 인터뷰, 행사 소개 등 홍보 · 옥외전광판, 미디어보드 등 자체 보유 영상매체 홍보 · 반상회보, 서울사랑, 고지서 이면활용 등 인쇄매체 홍보 · 영상물 · 간행물 심의 협조 · 홍보매체 활용, 홍보방법 등 · 무가지 활용 협조
뉴미디어담당관	· 블로그, 트위터, 페이스북, 미투데이 등 SNS 활용홍보 · 와우서울, 서울톡톡 등 시정 온라인 매체 · 다음과 네이버 등 포털 활용홍보 협조 · 시 인터넷 TV 마을미디어 연계채널 제공
교통방송	· 마을공동체 소개 TV프로그램 신규 제작지원 · 라디오 캠페인 및 spot 협조 지원
행정과	· 반상회 자료 수록 홍보
교통정책과	· 홍보인쇄물 부착(마을버스 및 지하철, 역사 등)
자치구	· 개별 마을공동체 콘텐츠 및 영상제작 지원 및 협조 요청 · 홍보인쇄물 배포 및 부착(마을버스 및 지하철 등) · 프레스투어 협조
서울메트로	· 마을공동체 홍보인쇄물 부착 · 지하철 스크린도어 PDP, 행선안내기 등 홍보
도시철도공사	· 마을공동체 홍보인쇄물 부착 · 지하철 스크린도어 PDP, 행선안내기 등 홍보