농촌진흥청 보도 자료 대체불가 대한민국

보도 시점 배포 즉시 배포 2026. 11. 6.(금)

농촌진흥청, 올해 2,064건 홍보…직원 1인당 1건꼴 “전 직원이 홍보대사”

- 10월 말 기준, 보도·영상·기고 2,064건…신문 홍보 전년보다 24.2% 늘어
- 현장 체감형 방송 홍보 돋보여, 농업·농촌 가치 전파 효과
- 정책 소통 콘텐츠 707건, 누적 조회수 2,858만 회 달성
- 2027년, 핵심 정책 홍보·브리핑·디지털 콘텐츠 확대 계획

농촌진흥청(청장 이승돈)은 2026년 1월부터 10월 말까지 총 2,064건의 홍보 실적을 거두며, 농업 연구·정책 성과를 국민과 농업인 눈높이에서 폭넓게 알렸다고 밝혔다.

본청과 4개 소속 연구기관*은 유기적인 홍보 체계를 구축해 연구·개발(R&D), 보급 성과가 현장과 국민에게 직접 전달될 수 있도록 뒷받침했다. 그 결과, 직원 1인당 1건꼴로 대국민 홍보에 참여하는 성과를 올렸다.

*국립농업과학원, 국립식량과학원, 국립원예특작과학원, 국립축산과학원

그동안 축적한 핵심 연구·개발 성과와 정책 현안을 기획형 보도자료와 기고문, 방송, 온라인 등으로 꾸준히 전파하며 대국민 홍보 채널을 다각화한 결과다.

총 2,064건 가운데 보도자료는 1,198건이 게재돼 전년 대비 22.2%(186건↑) 증가했다. 기고문은 463건이 실려 28.9%(99건↑) 상승세를 기록했다. 보도자료와 기고문을 통틀어 전년 대비 285건(24.2%)이 늘었다. 영상 홍보도 403건에 달해 전년 대비 괄목할 만한 성과를 냈다.

특히 ‘케이(K)-농업기술’ 등 주요 연구 성과 및 대국민 관심 소재를 매주 1건 이상 발굴해 중앙·지방 방송 뉴스프로그램을 통해 전파했다. 여러 방송프로그램에 기관장·연구자가 직접 출연, 주요 농촌진흥사업을 쉽고 재미있게 전달하며 정책 체감도를 높였다.

온라인 정책 소통 콘텐츠도 707건 제작해 누적 조회수 2,858만 회를 기록했다. 전년 대비 12.8% 늘어난 수치다. 매 시기 계층·연령별 관심사를 반영해 참여 잇기(챌린지), 쇼트 폼(짧은 동영상), 인공지능 영상 등 다양한 형식을 활용한 것이 높은 조회수로 이어졌다.

농촌진흥청은 11월 19~20일 이틀간 제주에서 열리는 농촌진흥기관 홍보 담당자 연찬회에서 올해 홍보 유공 공무원·우수 기관·누리 소통 매체(소셜미디어)를 시상하고, 우수 성과를 공유한다.

2027년에도 국민과 농업인 눈높이에 맞춘 체감형 홍보를 강화할 방침이다. 인공지능(AI), 기후 위기·식량안보 대응, 디지털 육종, 케이(K)-농업기술 확대 등 정책 홍보에 힘을 쏟는다. 국정과제 연계 연구·개발, 기술 보급 정책 브리핑을 확대해 홍보 경쟁력을 한층 끌어 올릴 계획이다.

최신 농업정책이나 현장 쟁점을 디지털 콘텐츠로 제작해 정책 수요자 접근성을 높이고, 인공지능(AI), 인플루언서, 기관 홍보 캐릭터(‘이삭이’, ‘새싹이’)를 적극 활용해 소통 창구를 넓힌다는 구상이다.

이승돈 농촌진흥청장은 “우수한 연구·개발 성과도 정책 수요자인 농업인과 국민에게 닿아야 비로소 그 가치가 완성된다.”라며 “올해 전 부서가 함께 만든 홍보 성과를 발판으로 내년에도 현장 체감형 홍보 활동에 주력해 국민 삶의 질을 향상시키는 데 앞장서겠다.”라고 강조했다.

담당 부서	본청 대변인실	책임자	대변인 이상봉 (063-238-0120)
		담당자	홍보기획팀장 박승무 (063-238-0121)

농촌진흥청에서 연구·개발한 농업의 모든 것 농사로

대한민국 정책브리핑 대체불가 대한민국 OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락