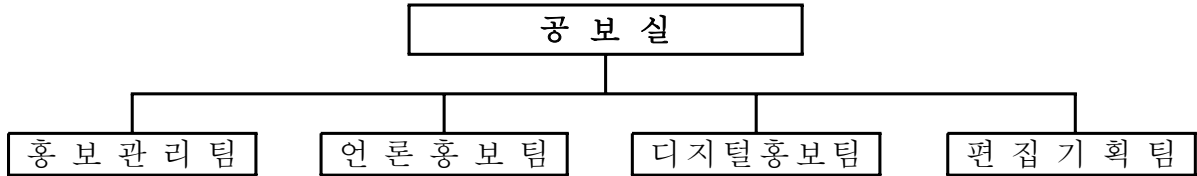


(공보실)

일 반 현 황

□ 조 직 (1실 4팀)

(2008. 10. 31 현재)



□ 인 원 : 22명(현원 : 21명)

(단위 : 명)

과 별	정원 (계)	일 반 직						계 약 직				기 능 직						비 고
		소 계	5 급	6 급	7 급	8 급	9 급	소 계	나 급	다 급	라 급	소 계	6 급	7 급	8 급	9 급	10 급	
정 원	22	10	1	3	2	4	-	4	1	1	2	8	1	1	4	1	1	
현 원	21	10	1	3	3	3	-	4	1	1	2	7	1	1	4	1	-	
홍 보	6	4	1	1	2							2			1	1		
언 론	3	3		1	1	1												
디 지 털	9	3		1		2		1			1	5	1	1	3			
편 집	3							3	1	1	1							

□ 2008. 세입·세출 예산규모

(단위 : 백만원)

연도별 회계별	2008년도	2007년도		증△감 (1-2)	증△감율
	당초예산액(1)	최종예산액	당초예산액(2)		
합 계	1,235	869	932	303	33
일 반 회 계	1,235	869	932	303	33

□ 방송사 현황

구 분	업 체 명	사 업 구 역	채 널	비 고
방송사	OBS경인 TV	경인지역	15	
	Hello TV	부천, 계양, 부평, 김포, 양천, 은평	4	
중계유선	부천북부유선	원종, 고강, 여월, 오정, 신흥, 작동	10	

□ 언론사 현황

계	중앙언론사	지방언론사	지역언론사	인터넷언론사	방송사
76	16	27	13	10	10

언론매체별 전략적 특화 홍보

□ 사업개요

- 시정 주요시책의 매체 유형별 맞춤 홍보
- 전문가(시책 책임자)를 활용한 시정홍보 기능 강화
- 사진 등 시각중심 보도기능 강화

□ 추진실적

- 시의성 있는 보도자료 적시 제공 : 825 건
 - 주요매체 : 공중파 및 지역유선방송, 신문사
 - 제공건수 : 1일 4 ~ 5건, 출입기자 및 언론사 E-mail발송
- 시정 브리핑 운영 활성화
 - 기자단 정례 간담회 실시 : 시장 5회, 부시장 4회
 - 부서장 방송 출연, 신문 활용 시책홍보 : 7회
 - ※ Hello TV, 인천교통방송, OBS경인TV, 경기방송 등
- 시정 주요시책 기획홍보 활성화
 - 홍보대책회의 개최 : 41회 (주1회)
 - 홍보전략회의 개최 : 10회 (월1회)
- 새로운 언론환경 최적 대응
 - 오보 및 과장보도에 대한 신속한 대응 : 6회
 - OBS경인방송 및 Hello TV 등 공중파 적극 활용 홍보
 - OBS 경인방송 : 간담회 2회, 국제행사 취재지원(자료협조, 섭외)
 - Hello TV방송 : 간담회 4회, 취재지원, 행정광고,
- 주요시책 스토리텔링 마케팅 기법¹⁾ 도입 홍보
 - 테마별, 계층별 다양한 인물, 단체 발굴 언론제공 : 11 건
 - 주요시책과 연관, 부천사람들의 이야기 언론 노출 확대 : 9 건

□ 추진성과

- 시민 및 공무원의 시정 인지도 제고
- 시정 홍보 활성화로 시정에 대한 시민 참여 및 공감대 형성

1) 스토리텔링 마케팅이란 이야기(story)+나누기(telling)의 합성어로 이루어진 말로 '사건이나 사실에 대한 의사소통'이 아니라 '개인적이고 주관적인 의미에 대한 이야기 나누기'이다. 즉 사건과 사물에 대한 사실 보도(report)가 아닌 인물과 사건에 대해 이야기로 지어서 말하는 것으로, 마케팅에서도 상품에 대해 이와 관련한 인물이나 배경 등을 설명하는 기법이다.

인터넷 · 영상물 홍보의 다양화

□ 사업개요

- 주요 시책, 행사, 이슈 등 인터넷에 게시, 신속·정확한 시정 홍보
- 생동감 있는 현장뉴스를 제작, 양질의 정보 제공
- 주요 포털사이트 및 온라인 뉴스미디어에 적극적인 홍보

□ 추진실적

【영상물을 활용한 홍보】

- 복사골시정뉴스 제작 : 42회 (주1회, 1일 4회 방영)
- 내부(직원교육용)홍보물 제작 : 8회(월1회)
- 시 이미지 홍보CF 제작 : 1건
 - 문화·경제도시 부천 이미지 홍보 CF영상물

【인터넷을 통한 홍보】

- 인터넷 방송국 동영상 게시 : 386건
 - 주요시정, 최근이슈, 테마기획 영상물, 기타 영상물 등
- 웹진 운영 : 601건
 - 시정뉴스, 복사골25시 등 총 5개 섹션, 24개 메뉴 운영
- 포털사이트 홍보 : 배너광고, 미니홈피, 블로그
 - 다 음

축 제 명	계 재 면	광고기간	비고
부천국제판타스틱영화제	메인화면, 미디어다음	7/7~7/27	
부천국제만화축제	메인화면, 만화속세상	8/4~8/17	
부천세계무형문화유산엑스포	메인화면, 미디어다음	10/6~10/19	
부천국제학생애니메이션	메인화면, 만화속세상	10/27~11/9	

- 싸이월드, 엠파스, 티스토리
 - 미니홈피, 블로그 활용 홍보
 - PiFan, BICOF, BICHE, PISAF 등 각종 시정소식 게재 : 686건

□ 추진성과

- 생동감 있는 영상물과 실시간 시정정보 제공으로 홍보효과 극대화
- 국제행사에 대한 국내·외 홍보로 우리 시 이미지 향상 및 브랜드 제고

차별화된 홍보 간행물 발간 및 시설물 운영

□ 사업개요

- 계층·대상·목적별 맞춤형 간행물 제작, 활용
- 시설물을 활용한 부천시 B·I 홍보

□ 추진실적

- 정기간행물 적시 발행 및 맞춤형 홍보간행물 제작·활용
 - 복사골부천(시정소식지) : 월 1회/100,000부, 시정소식, 공지사항 등
 - 문화소식포스터 : 월 2회/3,800부, 문화관련 행사 홍보
 - 중학생용 지역학습교재 : 15,000부, 33개 중학교 배포·활용
 - 한 권으로 만나는 문화도시 부천 : 10,000부, 문화부천 홍보
 - 시정홍보 길라잡이 : 500부, 시정홍보 요령
- 옥외광고물을 활용한 홍보
 - 고정 홍보시설물(77개소) : 판타지아 부천, 무형문화엑스포 및 문화·경제도시, 이미지 홍보
 - 버스정류장 쉼터(10개소) : 판타지아 부천, 무형문화엑스포 홍보
 - 택시 외부광고(40대) : 판타지아 부천, 무형문화엑스포 홍보
 - 전광판(182개소) : 각종행사 등 시정소식 실시간 홍보

※ 관내 112개소 타기관 70개소

□ 추진성과

- 홍보타깃별 맞춤형 간행물 제작으로 홍보효과 극대화
- 시설물을 통한 다양한 볼거리·자랑거리 시각적 홍보

공공디자인²⁾을 통한 도시 정체성 확립

□ 사업개요

- 부천시 공공디자인 기본계획 수립
- “2008년 대한민국 공공디자인 엑스포” 출품

□ 추진실적

- 부천시 공공디자인 기본계획(야간경관 조명분야) 수립
 - 야간경관조명 기본계획
 - 개요 : 도시의 인프라환경 분석 및 재정비, 조명산업의 육성, 환경친화적 야간경관 창출, 야간경관의 관광자원화
 - 전략 : 공공과 시민이 함께하는 참여적 계획, 도시 환경문화 활성화의 능동적 계획, 추진 중인 여타 계획의 통합적 계획, 지역정체성을 반영한 특성화 계획
- “2008년 대한민국 공공디자인 엑스포” 참가 및 출품
 - 기 간 : 2008. 10. 28~11. 1
 - 장 소 : 삼성동 COEX, 대서양홀
 - 규 모 : 독립부스 4부스(6m×6m) 설치
 - 주 제 : 「晝·夜에 뜨는 또 하나의 태양」
 - LED공원등 시범조성 사업(분야 : 도시환경디자인)
 - 청정에너지 태양광과 친환경 LED조명이 융합된 테마공원 조성, 도시환경을 밝히는 조명의 기준을 환경적 소재로 조성

□ 추진성과

- 부천시 야간경관조명 기본계획 수립
- 대한민국공공디자인대상 **【우수상 : 도시환경디자인 분야】** 수상
 - 문화체육부장관 기관표창

2) 공공디자인(Public Design) : 공공기관이 조성·제작·설치·운영 및 관리하는 공공의 공간·시설·용품·정보 등을 공공디자인 정책에 의해 심미적·상징적·기능적 가치를 높임으로써 국민(시민)의 삶의 질적 가치를 높임과 동시에 새로운 선진문화 창출에 기여할 수 있는 공공의 포괄적 실행행위를 말한다.

홍보실적 평가 및 시정 인지도 분석

□ 사업개요

- 민선 4기 5대 정책 79시책에 대한 홍보실적 평가
- 시정소식 인지도 및 습득경로 등 여론조사

□ 추진실적

【홍보실적 평가】

○ 목 적

- 민선4기 5대정책 79시책에 대한 홍보상황을 단위사업별로 평가하여 현재의 홍보실태를 파악
- 평가결과를 분석하여 문제점, 개선방안 도출, 직원들의 홍보능력 향상을 위한 자료로 활용

○ 평가 개요

- 평가기간 : 2008. 10. 27 ~ 11. 15
- 평가주관 : 공보실/시책추진 소관부서
 - 홍보활동 표준에 따른 홍보실시 여부 : 해당부서(공보실 : 자료 확인)
 - 언론 보도현황(보도자료 제공 및 실제 보도현황) : 공보실
- 평가대상 : 민선4기 5대정책 79시책
- 평가방법 : 평가표에 의한 서면평가
- 평가내용 : 정책추진단계별 주요 홍보활동 수행 여부

○ 평가 진행 중 (2008. 10. 27 ~ 11. 15)

【시정소식 인지도 및 습득경로 등 여론조사】

□ 목 적

- 시민들이 시 정책에 대해 얼마나 관심을 가지고 있는지, 얼마나 인지하고 있는지와 시의 홍보실태, 시정소식 습득경로 등을 조사
- 조사결과를 분석하고 정책홍보의 문제점, 개선방안 도출

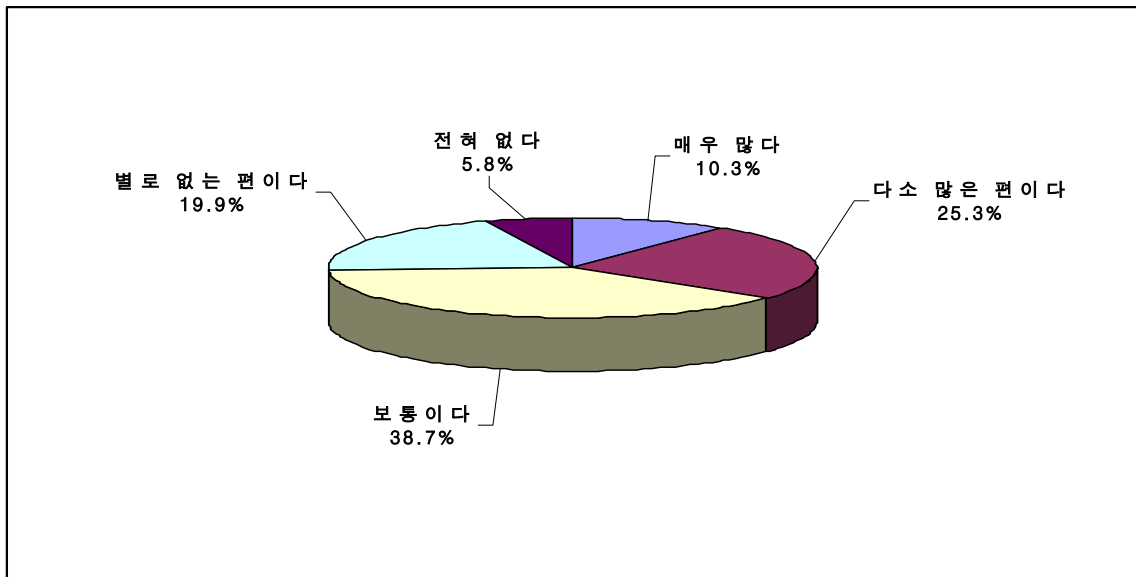
□ 사업개요

- 조사시기 : 2008. 9. 24~10. 15
- 표본추출 : 구별 인구비례 및 사회 각 분야별 구성비에 따른 추출
- 유효표본 : 1,070명(서면조사 773명, On-Line조사 297명)
- 조사항목 : 시정에 대한 관심도 등 29개 항목

□ 추진실적

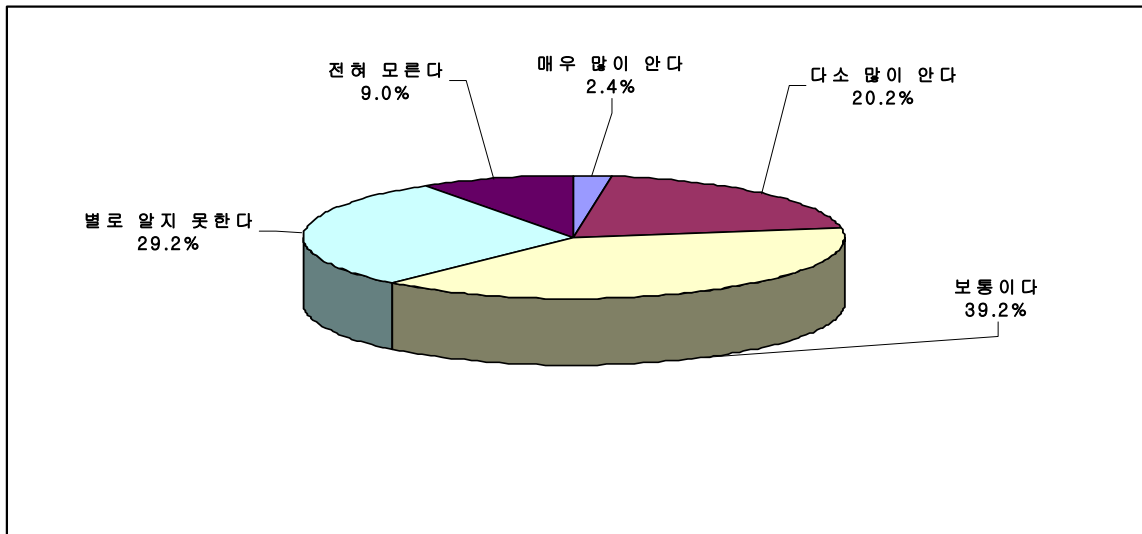
○ 주요 조사결과

- 시정소식(행사, 정책)에 대한 관심도



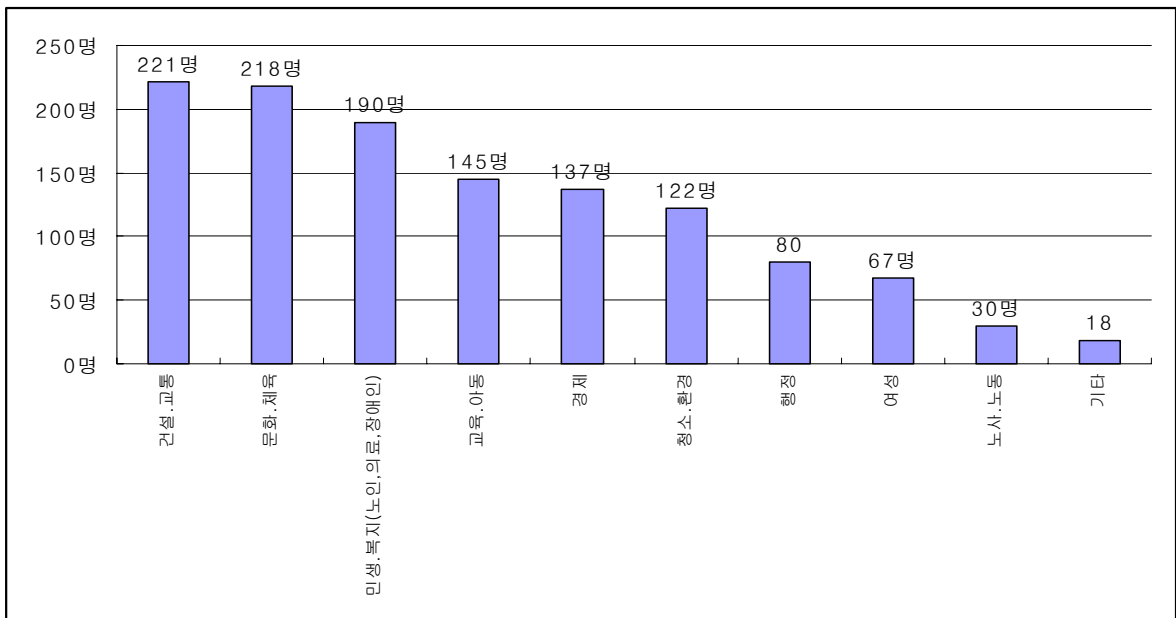
- 응답자 : 1,068명, 보통 이상(74.3%)
- 매우 많다(110명, 10.3%), 다소 많은 편이다(270명, 25.3%), 보통이다 (413명, 38.7%), 별로 없는 편이다(213명, 19.9%), 전혀 없다(62명, 5.8%)

• 시정소식(행사, 정책)에 대한 인지도



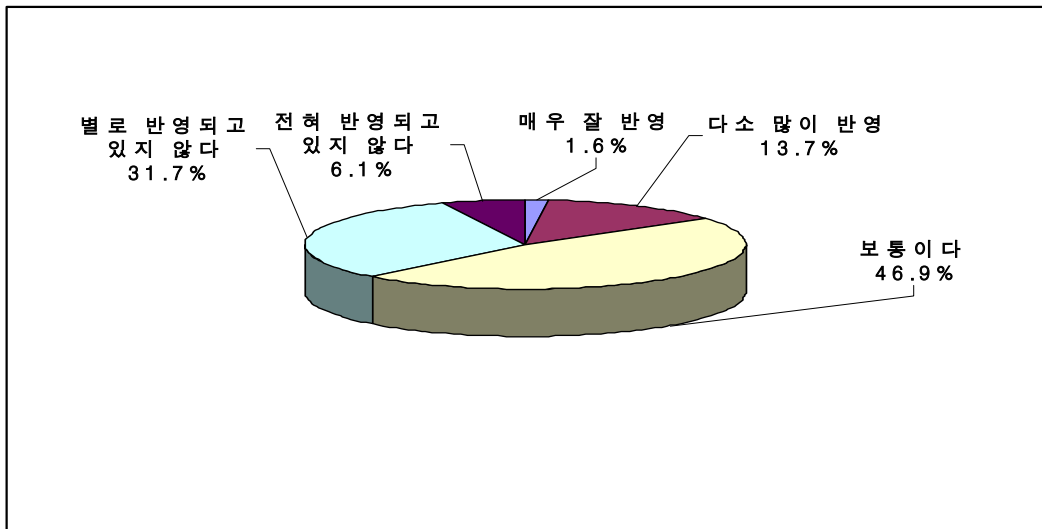
- 응답자 : 1,061명, 보통 이상(61.8%)
- 매우 많이 안다(25명, 2.4%), 다소 많이 안다(214명, 20.2%), 보통이다 (416명, 39.2%), 별로 알지 못한다(310명, 29.2%), 전혀 모른다(96명, 9.0%)

• 시 정책에 대한 관심분야



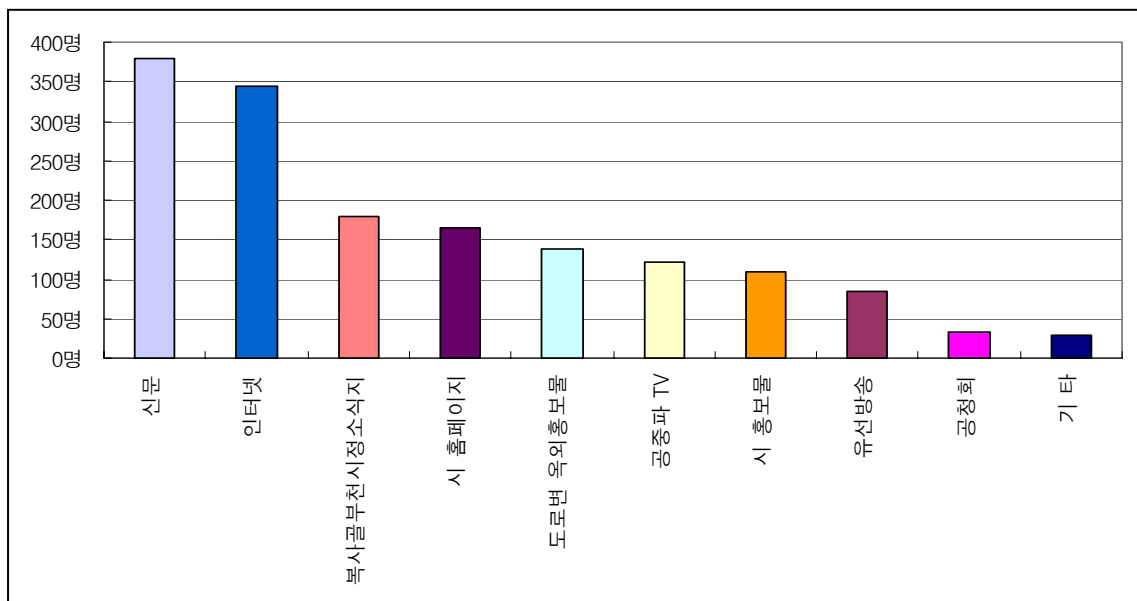
- 응답자(복수응답) : 1,228명
- 건설·교통(221명, 18.0%), 경제분야(137명, 11.1%), 교육·아동(145명, 11.8%), 노사·노동(30명, 2.4%), 문화·체육(218명, 17.8%), 민생·복지(190명, 15.5%), 여성(67명, 5.5%), 청소·환경(122명, 9.9%), 행정(80명, 6.5%), 기타 (18명, 1.5%)

• 시정에 시민의견 반영도



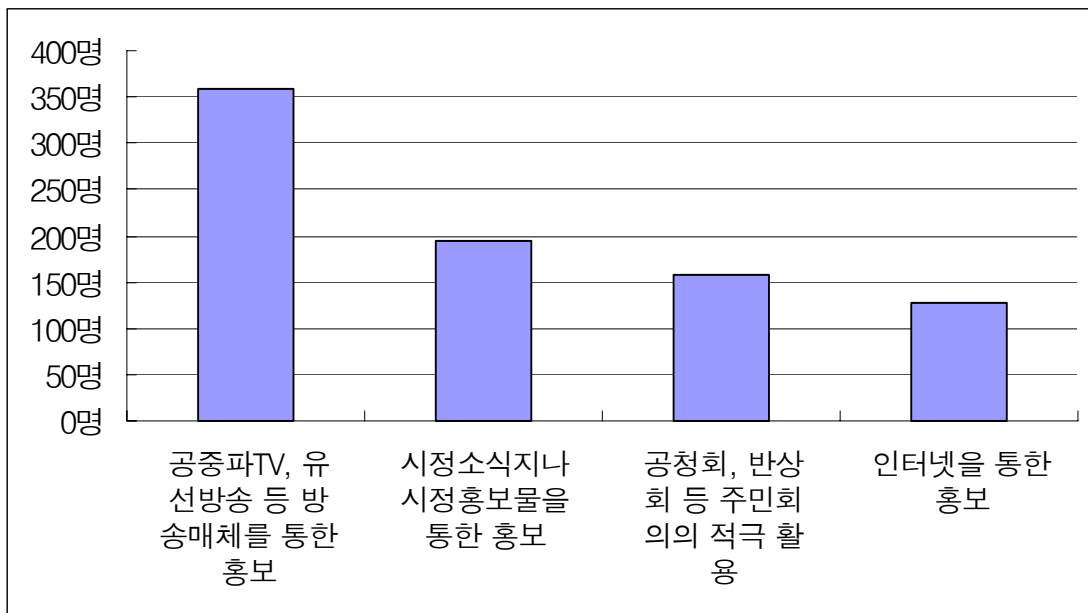
- 응답자 : 1,033명, 보통 이상(62.2%)
- 매우 잘 반영(17명, 1.6%), 다소 많이 반영(142명, 13.7%), 보통 (484명, 46.9%), 별로 반영되고 있지 않다(327명, 31.7%), 전혀 반영되고 있지 않다(63명, 6.1%)

• 시정소식을 주로 접하는 매체



- 응답자(복수응답) : 1,583명
- 공중파TV(121명, 7.6%), 공청회(32명, 2.0%), 도로변 옥외 홍보물 (138명, 8.7%), 복사골부천 시정소식지(180명, 11.4%), 시 홍보물(110명, 6.9%), 시 홈페이지(165명, 10.4%), 신문(379명, 24%), 유선방송 (85명, 5.4%), 인터넷(345명, 21.8%), 기타 (28명, 1.8%)

• 시정소식을 전달하는데 가장 효과적인 방법



- 응답자 : 952명

- 공중파TV, 유선방송 등 방송매체를 통한 홍보(360명, 37.8%), 공청회, 반상회 등 주민회의의 적극 활용(158명, 16.6%), 신문, 잡지 등 인쇄매체를 통한 홍보(113명, 11.9%), 시정소식지나 시정홍보물을 통한 홍보 (194명, 20.4%), 인터넷을 통한 홍보 (127명, 13.3%)

○ 주요 개선대책

- 정책의 추진단계별(입안, 확정, 발표, 집행, 평가)로 홍보 타겟에 맞는 홍보전략 수립 등 구체적인 홍보계획 시행으로 시정의 이해관계 당사자인 시민들의 관심도를 높여 나가야 할 것임(관심도)
- “알지 못한다” 나 “보통”으로 의사표시한 약 80%의 시민들의 시정 인지도를 높이기 위해 일반적인 정보습득 및 시정정보 습득의 주요 경로인 인터넷(일반포털사이트와 시 홈페이지)과 공중파TV, 복사골 부천 시정소식지, 지역지 등에 정책추진내용의 홍보를 강화하여 시정에 대한 인지도를 “관심도(74.3%)” 수준으로 높여 나가야 할 것임(인지도)

- 사전 의견 수렴과정을 거쳐 파악된 시민들의 의견은 가능한 한 반드시 반영하여 정책의 당위성을 확보해야 하며, 이를 통해 시민들이 제시한 의견이 제대로 반영이 된다는 인식을 확산시킬 필요가 있음(시민의견 반영도)
- 시민들의 주요 시정소식 접촉창구인 복사골부천 시정소식지, 시 홈페이지 등 시정홍보매체의 활용에 있어, 그 방법 및 내용, 배포선의 다양화 등이 필요하고, 주요 시정정보 습득경로로 조사된, 시와 제휴협력 관계에 있는 일반포털사이트(다음, 싸이월드, 엠파스)를 적극 활용, 시정홍보를 강화해야 할 것으로 판단되며, 다수의 시민들에게 시정소식의 실시간 전파가 가능한 방송매체(OBS경인TV, Hello TV)의 적극적인 활용이 필요함(시정소식 전달매체)
- 시민들의 주요 시정 습득경로인 시 홈페이지를 시민들이 호감을 가지고 쉽게 접근할 수 있도록 메뉴를 단순화할 필요가 있으며, 복사골부천 시정소식지 등 시정 홍보물의 배포선을 확대하는 등 시민위주로 개선해 나가야 할 것으로 판단됨(효과적인 시정소식 전달방법)

○ 자료 활용계획

- **정책 참고자료 활용** : 각종 정책 수립 및 기 추진 중인 정책에 여론조사 결과 참고 및 반영
- **정책 홍보계획 수립 시 반영** : 시민들이 원하고, 선호하는 방법으로 홍보계획이 수립 될 수 있도록 반영
- **시민 인지도 분석 기준자료 활용** : 격년 실시 예정인 시정소식 인지도 및 습득경로 여론조사의 기준(비교)자료로 활용