

(공보실)

## 일 반 현 황

□ 조 직 (1실 4팀)

(2009. 1. 1.현재)



□ 인 원 : 22명(현원 : 21명)

(단위 : 명)

과 별	정원 (계)	일 반 직						계 약 직				기 능 직						비고
		소계	5급	6급	7급	8급	9급	소계	나급	다급	라급	소계	6급	7급	8급	9급	10급	
정원	22	10	1	3	2	4	-	4	1	1	2	8	1	1	4	1	1	
현원	21	10	1	3	2	4	-	4	1	1	2	7	1	1	5	-	-	

□ 2009년도 예산현황

○ 총괄

(단위 : 백만원, %)

연도별 부서명	2009 예산액	2008년 예산액	증감액	증감률 (%)	비고
공 보 실	1,309	1,235	74	6	

○ 2009년 주요 사업비 현황

(단위 : 백만원)

연번	주요 사업명	사업비	사업내용	비고
계		994		
1	언론매체 홍보	372	행정광고, 시책홍보	
2	인터넷·영상물 홍보	160	인터넷 및 국제행사홍보	
3	간행물 홍보	284	복사골부천, 홍보 간행물	
4	시설물 활용 홍보	178	각종 시설물 활용 홍보	

# 언론 친화적 전략적 특화 홍보

- 시의성 있는 보도자료 적시 제공으로 시정홍보 활성화
- 새로운 언론환경에 능동적 대응

## □ 사업개요

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

## □ 추진계획

- 시의성 있는 보도자료 적시 제공
  - 주요매체 : 공중파 및 지역유선방송, 신문사
  - 제공건수 : 1일 4 ~ 5건, 출입기자 및 언론사 직접배부
- 새로운 언론 환경에 적극 대응
  - OBS경인방송, Hello TV, 경기방송 등 공중파 적극 활용 홍보
    - ※ 6대 문화사업 행사시 방송국 오픈 스튜디오 유치
  - 부서장 방송 출연, 신문 활용 시책홍보 : 월2회
  - 해명, 반론 보도 적극 게재 : 자체 매체 활용(시정소식지, 홈페이지 등)
- 시정 주요시책 기획홍보 활성화
  - 홍보대책회의 개최 : 주 1회
  - 홍보 전략회의 개최 : 월 1회
- 주요시책 스토리텔링 마케팅 기법<sup>1)</sup> 도입 홍보
  - 테마별, 계층별 다양한 인물, 단체 발굴 언론제공
  - 주요시책과 연관, 부천사람들의 이야기 언론 보도 확대
    - 소재발굴 : 주부명예기자단, 동장현장행정 보고회 등 활용

## □ 기대효과

- 시정 주요사업에 대한 시민들의 이해도 제고로 시정참여 유도
- 언론매체와 유기적 협력관계 강화로 시정홍보의 실효성 제고

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.

# 네티즌과 소통하는 시정홍보

- 시간과 장소에 제약없이 빠른 시정안내 서비스 제공
- 인터넷 배너, 블로그 등 다양한 매체를 통한 시정 홍보

## □ 사업개요

- 주요 시책, 행사 등을 인터넷에 게시, 신속·정확한 시정홍보
- 주요 포털사이트에 블로그를 운영하여 홍보 창구의 다양화

## □ 추진계획

### 【인터넷을 통한 홍보】

- 인터넷 배너광고
  - 인지도 높은 포털사이트에 영화제 등 국제축제 배너광고 게재
    - 포털사이트 : 다음, 싸이월드, 엠파스
    - 축제 2~3주 전부터 배너광고 실시
    - 배너광고 클릭시 해당 축제 홈페이지로 이동, 축제참여 유도
- 부천시 블로그, 미니홈피 운영
  - 엠파스 블로그([www.empas.com/bccity](http://www.empas.com/bccity)), 다음 블로그([blog.bucheon.go.kr](http://blog.bucheon.go.kr)), 싸이월드 미니홈피([www.cyworld.com/bccity](http://www.cyworld.com/bccity)) 운영
    - 블로그에 등록된 내용이 포털사이트 검색시에도 확인 가능
    - 메뉴 : 시정뉴스, 공연, 행사, 전시, 교육, 축제 등

○ '웹진' 운영([www.bucheon.go.kr/webzine](http://www.bucheon.go.kr/webzine))

- 1일 단위 기사 업데이트로 신속·정확한 시정정보 제공
  - 주요 시정소식을 현장감 넘치는 사진과 함께 게시
  - 메뉴 : 헤드라인뉴스, 집중취재, 분야별뉴스, 시민참여마당 등

○ 동영상 사이트 운영([btv.bucheon.go.kr](http://btv.bucheon.go.kr))

- 시책, 공지사항 등을 뉴스로 제작 시 홈페이지에 게재 홍보
  - 주 1회, 10건 정도의 동영상 제작·등록

**【영상물을 활용한 홍보】**

○ 홍보내용

구 분	제작 주기	분량	홍보내용	홍보방법
시 홍보영상물	1~2년	5분	시정 소개	시 방문 내·외국인 외국 방문 시 홍보
복사골시정뉴스	주1회	15분	주간 주요시책, 행사 및 공지사항, 취업정보	Hello TV방송(1일 2회) 북부유선방송(1일 1회)
주요시정 홍보	월1회	10분	당월 주요 시정	월례조회 시 방영
시이미지 CF	필요시	30초	판타지아 부천	케이블 TV, 인터넷방송국

**□ 기대효과**

- 생동감 있는 영상물과 실시간 시정정보 제공으로 홍보효과 극대화
- 시 주요 행사 국·내외 홍보로 인지도 확산

# 시민에게 사랑받는 홍보 간행물 발간

- 시민에게 사랑받는 시정소식지 및 홍보간행물 발간
- 다양하고 수준 높은 간행물 발간으로 시민 홍보수요 충족

## □ 사업개요

- 읽을거리, 볼거리, 자랑거리 중심의 홍보효과 극대화
- 계층·대상·목적별 맞춤형 간행물 제작, 활용

## □ 추진계획

간행물명	발행주기	내 용	배 부 처	비 고
복사골부천	월1회	시정소식, 공지사항, 세금안내, 의회 및 기관소식, 미담사례 등	통·반장, 기관, 시민, 학생 등	타블로이드판 신문형 16면
문화소식포스터	월2회	시 주요 문화행사 안내	아파트, 기업, 음식점, 병원, 학교, 약국 등	
중학교 지역학습교재	연1회	역사, 인물, 문화재, 인문, 지리, 문화, 예술, 우리고장 자랑거리 등	관내 33개 중학교 1학년 전체	2009년 수정제작 (수업활용) CD 병행제작
내 친구 부천	비정기 수시	부천의 역사와 인물, 문화, 박물관 등을 사진, 그림을 활용해 알기쉽게 편집한 어린이용 책자	초·중등생 방문객, 시정견학생, 숙제도 우미용	2009년 수정제작
한 권으로 만나는 문화도시 부천	비정기 수시	부천의 문화콘텐츠를 화보를 곁들여 일목요연하게 소개	시 방문객, 주요행사용, 시민	2009년 수정제작

## □ 시정소식지 복사골부천 배부확대 및 점검강화

- 전용 배부대 설치관리
  - 시·구·동 및 유관기관 등 100개소 시범운영
- 배부확대 및 점검 강화
  - 홍보사각지대, 구도심 주택가 배부확대(기존 6,000세대→10,000세대)
  - 다중집합장소, 전철역, 학교, 아파트단지 배부상대 정기점검
    - 공보실 직원, 주부 명예기자

## □ 기대효과

- 올바르고 정확한 시정정보 제공으로 시민관심 유발
- 시민 욕구에 부응하는 홍보 수요 충족

# 옥외 광고물 활용 홍보

- 주요 도로변 전광판 및 버스쉘터, 택시외부면, 문화소식 포스터를 통한 다양한 볼거리·자랑거리 등 시정 홍보

## □ 사업개요

- 도시 이미지 홍보를 위한 고정홍보물 활용 극대화
- 문화소식 포스터를 이용한 국제행사 등 주요 문화행사 홍보

## □ 추진계획

- 고정 홍보시설물(전광판)을 활용한 홍보
  - 시설물 활용한 홍보(77개소)
  - 전광판을 이용한 홍보(182개소)
    - 우리시 국제 및 문화예술 행사, 볼거리 자랑거리 중점 홍보
- 버스 정류장 쉘터 및 택시면(양 옆면) 활용 홍보
  - 버스 정류장 쉘터 : 10개소
  - 택시 외부(양 옆면) : 100대
- 문화소식 포스터 활용 홍보 : 2,000부
  - 제작 및 우편발송 : 매월 1, 16일
  - 부착장소 : 기업체, 음식점, 약국, 은행, 유통업체, 학교, 체육시설
    - 부천시 국제행사 중심 각종 문화행사, 볼거리 자랑거리 홍보

## □ 기대효과

- 다양한 시설물 활용, 볼거리·자랑거리 및 도시 이미지 홍보
- 실시간 시정정보 제공

# 네트워크를 통한 협력 홍보

- 관내 기업체, 대학, 유관기관 등과 협력 홍보
- 우리시 인근 시·구와 상호 홍보 협력체계 구축

## □ 사업개요

- 사보, 학보 등 타 기관 매체를 활용한 시정 홍보로 시정참여 확대
- 인근 시·구 상호간에 주요 시정소식 및 문화행사 등 홍보 교류

## □ 추진계획

- G2B홍보 네트워크를 통한 협력 홍보
  - 대 상 : 23개사(대학4, 기업체2, 병원3, 유관기관14)
  - 활용매체 : 사보, 학보, 소식지, 홈페이지(자료는 E-mail, Fax 등 활용 수시 제공)
  - 홍보방법 : 시정소식과 네트워크 회원사 홍보내용을 서로 공유하여 대학, 기업체, 병원 등에서 발행하는 간행물에 게재
    - 네트워크 23개사 ⇒ 30개사로 확대(2009년)
- 가칭 “서부수도권 시·구 홍보협의체” 구성 운영
  - 대 상 : 8개시·구(부천시, 시흥시, 광명시, 김포시, 인천시 부평구, 계양구, 서울시 구로구, 양천구)
  - 활용매체 : 소식지, 홈페이지(자료는 E-mail, Fax 등 활용 수시 제공) 등
  - 홍보방법 : 인근 시·구간 문화행사 등 홍보사항 공유 및 주요 홍보사항 간행물, 홈페이지 등에 게재
  - 추진일정 : 구성협의 및 운영세부지침 마련(1~3월중), 홍보협의체 구성(4월중)

## □ 기대효과

- 기업체, 대학, 유관기관 등 홍보 사각지대 해소
- 인근 시·구간 홍보 Win - Win 체계 구축

2) G2B (Government to Business) : 정부와 기업과의 온라인상 비영리적인 상호작용  
· 네트워크 구성원 : 공공기관 총무(홍보)부서장, 학보 편집장, 기업체, 병원 홍보팀장