

(공보실)

# 일 반 현 황

□ 조 직 (1실 4팀)



□ 인 원 : 22명(현원 : 21명)

(단위 : 명)

과 별	정원 (계)	일 반 직						계 약 직				기 능 직						비 고
		소계	5급	6급	7급	8급	9급	소계	나급	다급	라급	소계	6급	7급	8급	9급	10급	
정 원	22	10	1	3	2	4	-	4	1	1	2	8	1	1	4	1	1	
현 원	21	10	1	3	2	4	-	4	1	1	2	7	1	1	4	1	-	
홍 보	6	4	1	1	1	1						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							

□ 유선방송사 현황

구 분	업 체 명	사 업 구 역	가입 세대 (부천)	채널
종합유선	CJ Cable Net	부천시, 김포시, 인천(계양구, 부평구), 서울(양천구, 은평구)	215,000	4·14
중계유선	부천북부유선	원종, 고강, 여월, 오정, 신흥, 작동	15,000	10

□ 언론사 현황

계	중앙언론사	지방언론사	지역언론사	인터넷언론사	방송사
67	16	24	12	7	8

# 언론매체별 전략적 특화 홍보

## □ 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
- 시정 브리핑 운영 활성화
  - 기자단 정례 간담회 실시 : 월 1 회
  - 부서장 방송 출연, 신문 활용 시책홍보 : 월 2회
- 시정 주요시책 기획홍보 활성화
  - 홍보대책회의 개최 : 주 1회
  - 홍보전략회의 개최 : 월 1회
- 새로운 언론환경 최적 대응
  - 오보 및 과장보도에 대한 신속한 대응
  - OBS경인방송 및 CJ케이블넷방송 등 공중파방송 활용 홍보
- 주요시책 스토리텔링 마케팅 기법<sup>1)</sup> 도입 홍보
  - 테마별, 계층별 다양한 인물, 단체 발굴 언론제공
  - 주요시책과 연관, 부천사람들의 이야기 언론 노출 확대
    - ▶ 소재발굴 : 주부명예기자단, 동장현장행정정보고회 등 활용

## □ 기대효과

- 시정 주요사업 및 현안에 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 지어 서 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

## □ 추진계획

### 【인터넷을 통한 홍보】

- 인터넷방송국 운영([btv.bucheon.go.kr](http://btv.bucheon.go.kr))
  - 주요시정, 이슈 등을 동영상으로 제작 게시 : 시정뉴스, 테마기획 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
    - 메 뉴 : 헤드라인뉴스, 집중취재, 분야별뉴스, 시민참여마당 등
- 네티즌 대상 마케팅 활성화
  - 민간포털사이트를 활용한 국제행사 온라인 집중 홍보
    - 대 상 : 다음, 싸이월드, 엠파스
    - 행 사 : PiFan, BICOF, PISAF

### 【영상물을 활용한 홍보】

구 분	제작주기	분량	홍보내용	홍보방법
시 홍보영상물	연 1회	5분	우리시 상징 홍보 (5개 국어로 제작)	· 시 방문 내 · 외국인 · 외국 방문 시 홍보
북사골시정뉴스	주 1회	15분	주간 주요시책, 행사 및 공지사항, 취업정보	· CJ케이블넷방송(1일 2회) · 북부유선방송(1일 1회)
CF용 시 이미지 홍보물 제작	연 1회	30초	시 이미지와 비전 CF용 영상 홍보물	시 홈페이지 및 공중파 방송 홍보
기획영상물	연 4회	5분	우리 시 관광명소, 각종문화 예술행사	인터넷방송국 게시
내부홍보영상물	월 1회	10분	직원들이 알아야 할 월간 주요시책	월례조회 시 방영

## □ 기대효과

- 생동감 있는 영상물과 실시간 시정정보 제공으로 홍보효과 극대화
- 국제행사에 대한 국내 · 외 홍보로 우리시의 브랜드 제고

# 차별화된 홍보 간행물 발간 및 시설물 운영

## □ 사업개요

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

## □ 추진계획

### ○ 홍보 간행물 발간

간행물명	발행주기	내 용	배 부 처	비 고
시정소식지 (복사골부천)	월1회	시정소식, 공지사항, 세금안내, 의회 및 기관소식, 미담사례 등	통·반장, 기관, 시민, 학생 등	타블로이드판 신문형 16면 월 100,000부
문화소식포스터	월2회	시 주요 문화행사 안내	아파트, 기업, 음식 점, 병원, 약국 등	월 3,400부
중학교 지역 학습교재	년1회	역사, 인물, 문화재, 인문, 지리, 문화, 예술, 우리고장 자랑거리 등	관내 32개 중학교 1학년 전체	2008년 수정제작 (수업활용) 14,000부
한 권으로 만나는 문화도시 부천	비정기 수 시	부천의 문화콘텐츠를 화보를 결들여 일목요연하게 소개	시 방문객, 주요행사용, 시민	2008년 수정제작 10,000부
내·외국인용 시정화보집 (고 급 형)	비정기	우리 시를 이미지 중심으로 소개하는 내·외국인용 양장본 고급 화보집	내·외국인 VIP용, 국제행사용, 국내외 의전용	2008년 신규제작 국·영문 1종, 일·중문 1종 2,000부
시정홍보 길라잡이	년1회	홍보타킷, 수단, 방법 등	직원 및 유관기관	2008년 수정제작 500부

## ○ 홍보 시설물 운영

- 옥외 광고물을 활용한 홍보
  - 시설물 활용한 홍보(84소)
    - 문화, 예술, 체육행사 현수막 및 배너기 게첨
    - 불거리, 자랑거리 현수막 설치
  - 전광판을 이용한 홍보(112개소)
- 대중교통 및 시내버스 정류장 쉼터를 활용한 홍보
  - 택시 외부(양 옆면)에 부천시 이미지 광고 : 40대
  - 시내버스 정류장 쉼터 : 10개소
    - 부천시 B·I를 활용한 시정홍보

## □ 기대효과

- 다양하고 수준 높은 간행물 발간으로 대 시민 시정홍보 서비스
- 시설물을 통한 다양한 불거리·자랑거리 시각적 홍보

# 공공디자인<sup>2)</sup>을 통한 도시 정체성 확립

## □ 사업개요

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

## □ 추진계획

- 부천시 공공디자인 기본계획 수립
  - 공공디자인 기본계획의 목표와 전략 설정
    - 기본목표와 전략을 구체적으로 확립, 디자인 추진방향과 가이드라인 제시
  - 공공디자인 추진방향 설정
    - 향후 공공디자인사업에 대한 구상과 디자인행정 추진방향 설정
  - 공공디자인 기본계획 수립
    - 이미지 개선, 경쟁력 증진, 정체성 확보를 위한 디자인 구상 및 가이드라인의 제시를 목적으로 계획 수립
- “2008년 대한민국 공공디자인 엑스포” 출품
  - 개최시기 : 2008년 10월중(제2회 엑스포)
    - 국내 최고 권위의 디자인 엑스포  
(주최 : 대한민국 공공디자인 엑스포 조직위원회, 문화관광부)
  - 부천시 공공디자인 추진방향 계획수립 및 2008년도 참가 준비

## □ 기대효과

- 도시 정체성 확립을 위한 부천시 공공디자인 기본계획 수립
- “2008년 대한민국 공공디자인 엑스포” 출품, 입상 목표 추진

2) 공공디자인(Public Design) : 공공기관이 조성·제작·설치·운영 및 관리하는 공공의 공간·시설·용품·정보 등을 공공 디자인 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

- 민선4기 5대정책, 86시책에 대한 홍보실적 평가
- 홍보효과 및 시민의 시정 인지도 분석

## □ 추진계획

### 【홍보실적 평가】

- 시 기 : 2008년 9월 ~ 11월
- 평가반 구성, 운영 : 평가지표 및 항목선정 등
- 내 용 : 홍보의 목표, 대상, 수단, 방식 등
- 방 법 : 자료 서면평가
- 평가결과 사후관리 : 정책홍보 참고자료로 활용, 우수사례 전파

### 【시정 인지도 분석】

- 시 기 : 2008년 9월 ~ 11월
- 분석반 구성, 운영 : 분석지표 및 여론조사 항목 선정 등
- 대 상 : 국·소별 주요시책 1건(분석반에서 선정)
- 내 용 : 홍보효과 및 시민의 시정 인지도 분석
- 방 법 : 여론조사(On, Off라인 병행)
- 분석결과 사후관리 : 정책 참고자료 및 홍보자료로 활용

## □ 기대효과

- 시정홍보의 문제점, 개선방안 도출, 시정홍보 참고자료 활용
- 평가결과 및 인지도 분석결과를 정책수립에 반영