

# 공 보 관 실

## I. 총 관

## II. 주요업무 추진상황 및 향후계획

## III. 주요 당면·현안사항

# I. 총괄

## □ 공보관실은

- 실·국의 원활한 홍보지원과 시정 홍보역량 강화
- 신속·정확하고 효율적인 시정홍보로 시정의 신뢰 수준 제고

## □ 지난 상반기 동안

- 언론매체별 특성에 맞는 맞춤형 보도지원과 방송시사프로그램 참여 확대 등 언론매체 활용 강화
- e-대전뉴스레터 서비스 시작과 자체매체인 월간 「이츠대전」, 인터넷방송인 「이츠대전TV」의 내실운영
- 이달의 10대뉴스 선정홍보와 홍보팝프렛 제작 배부 등 효과적인 홍보대책 강구
- 각종 전광판 등 홍보매체의 다양화와 활용 확대
  - － 도시철도 공간, 정부종합청사 등 전광판 32개소, 인천·청주공항 등 활용 홍보
- 시정 관련 홍보시설물 확대설치와 일제정비 추진
  - － 시청사 전광판 설치, 사업소 및 산하기관, 시 경계지역, 지하철도 등

## □ 앞으로 하반기에는

- 자체매체인 「이츠대전+인터넷방송+e-대전 뉴스레터」의 매체간 연계 시스템 구축, 홍보 시너지 효과 제고
- IAC 총회와 전국체전 등 대규모 행사 계기활용, 대전이미지 고양과 효과적인 시정홍보방안 모색

## II. 주요업무 추진상황 및 향후계획

1. 매체별 특성에 맞는 전략홍보 추진
2. 자체홍보매체의 효용 극대화
3. 시정 계기홍보 강화
4. 지역 홍보자원 발굴 최대 활용
5. 대전 도시브랜드 가치 제고
6. 시정홍보 관리시스템 **Up-Grade**

# 1. 매체별 특성에 맞는 전략홍보 추진

---

- 언론매체별 특성을 고려, 시의성 있는 홍보를 위한 맞춤형 보도 지원
  - 행정환경 분석단계부터 중점 홍보 타깃 선정 집중홍보 실시
- 

## [그동안 추진실적]

- 맞춤형 보도자료 제공, 적극적이고 능동적인 보도지원

### < 신 문 >

- 보도자료 : 1일 평균 10건→15건으로 확대 제공
- 주요 시정현안 기획보도 및 산하 공무원 기고 확대(38건)
  - ※ 지역경제살리기, 그린시티 조성, 대중교통 활성화, 대전60년 등

### < 방 송 >

- 시사프로그램 활용, 대담·인터뷰(30회) 등 적극 참여
- 지역 공중파 방송에 시정 촬영영상물 제공 활용 협조(319건)

### < 잡지, 인터넷 등 >

- 월·주간지, 교차로 등 활용, 주요시책·현안사항 종합기획 보도(35회)
- 지역 매체 중심에서 전국 단위 매체 중심으로 전환 홍보효과 제고(25회)

- 시정관련 주요 보도내용 「기사모음집」 발간활용(매월)
  - 기획보도, 사설, 기고, 지상 대담, 인터뷰 등

## [앞으로 계획]

- 대학신문과 사보 등 민간홍보매체 및 전자매체 활용확대 등 변화된 홍보환경에 맞는 능동적이고 적극적인 시정홍보 마케팅 추진
- 주요시정 보도사항의 통합 활용을 통한 효율적인 시정홍보 방안 모색

## 2. 자체홍보매체의 효용 극대화

---

- 효율적인 자체매체 활용을 통한 전방위 「입체적 홍보」 실시
  - 「자체매체 연계 활용 시스템 구축」으로 시정홍보 시너지효과 제고
- 

### [그동안 추진실적]

- 월간 「이츠대전」 월 2,000부( 38,000부 → 40,000부) 증부 발간
  - － 다중회람 장소인 공인중개사사무소 등 신규 배포처 적극 발굴 배부
  - － 시정 역점시책과 현안과제 대상 특집편집 등 효과적인 활용 방안 모색
- e-대전뉴스레터 발송을 통한 시민과의 1:1 핫라인화 운용
  - － 주간 헤드라인, 시정소식, 공보 등 매주 정례화 제공
- 인터넷방송 「이츠대전TV」 프로그램 개편 운영
  - － 대전제대로 알리기 등 3개 섹션 15코너, 콘텐츠 제작 게시
  - － 서울시와 광역시간 인터넷방송 네트워크 구축 : '09. 5. 28, MOU 체결
- 시청사 전광판 설치 활용
  - － 동편주차장 전광판(7.7m×4.4m)설치, 와이드홍보판 문자 전광판 보완(1m×7.8m)

### [앞으로 계획]

- e-대전뉴스레터 고객 회원 지속 확보 및 운영 내실화
- 인터넷방송 「이츠대전TV」 시민참여기회 확대 등 운영활성화
  - － UCC공모전 개최, 시민기자단 모집, 유관기관 콘텐츠 협력 등
- 자체매체간 연계홍보체계 시스템 구축 재생 반복홍보 실시
  - － 이츠대전, 이츠대전TV, 점자시정소식, 소책자, 와이드홍보판 등

### 3. 시정 계기홍보 강화

---

- 맞춤형 계기홍보 자료 제작 활용 등 다양하고 전략적인 시정홍보 대책 추진
  - 간담회, 설명회 등 각종 행사 시 계기홍보 강화로 시정 신뢰수준 제고
- 

#### [그동안 추진실적]

- 시민이 모이는 곳과 시정현장에는 항상 시정 홍보 존재
  - 〈 고화질 홍보 동영상 〉 : 각종 교육과 설명회, 간담회 시 상영
  - 〈 포켓용 책자 및 팸프렛 〉 : 시정 간담회와 설명회 등 방문객에게 배부 활용
  - 〈 홍보용 이동 차량 〉 : 옥외행사 개최시 시정 홍보 동영상 상영
  - 〈 홍보 현판 〉 : 주요 행사장 주변과 도로 시설 이용 홍보물 게시
- 이달의 대전시정 10대뉴스 선정 홍보추진(매월)
  - － 전광판, 월간 이츠대전, 버스승강장, 시홈페이지 등 활용 집중홍보
- 주요시책 및 현안과제 대상 다양하고 전략적인 기획홍보 추진
  - － 기획보도, 시사프로그램, 현장설명회, 평가보고회 개최 등

#### [앞으로 계획]

- IAC, 전국체전 개최 계기 활용 전략홍보 추진
  - － 주요 역점시책 및 국제도시 정체성 부각 아이템 편집 반영
- 대표 시정홍보영상물 수정 보완 제작 활용 / 매분기
  - － 시정변화추이에 맞게 업그레이드 역동적인 이미지 표출
- 대전의 변화된 모습을 담은 「다큐영상물」 제작 활용('09. 8월)
  - － 새로운 대전모습의 토양이 된 사건 중심, 파노라마식으로 전개

## 4. 지역 홍보자원 발굴 최대 활용

---

- 지역 유관 기관·단체간 협력을 통한 효율적인 홍보대책 강구
  - 신규 홍보매체의 지속 발굴 활용으로 시정 홍보역량 강화
- 

### [그동안 추진실적]

- 기관마케팅 대상기관 점점 시정홍보 추진
  - － 시정홍보물 제작배부 : 종합홍보책자, 월간 이츠대전
  - － e-대전뉴스레터 가입 신청 협조 : 331개 기관단체
- 지하철 등 다중이용시설 활용 홍보 강화
  - － 도시철도 벽면, 기둥광고면 활용 IAC 등 시책광고(대전역 등 99개소)
  - － 지하차도 현판 활용 시정 주요시책 등 대상 집중홍보
- 유관기관·단체 LED전광판 활용 협조
  - － 정부종합청사, 월드컵경기장, 야구장, 타임월드 등 32개소
- 대학교, 공기업 등 사보를 통한 시정 기획홍보
  - － 대학신문, 지적공사, 한국원자력연구원 사보 등 13개기관 게재
  - － 교차로 생활정보지 기사지면 활용 시정홍보 / 4월부터

### [앞으로 계획]

- 도시철도 광고면 활용 시정홍보 실시 (7~8월중)
  - － 역구내 승강장 조명광고 42면 활용 녹색도시 등 적극홍보
- 지역 홍보매체 활용 시정성과와 현안과제 집중홍보 실시
  - － IAC와 전국체전, 녹색성장도시 대전, 무지개프로젝트 등

## 5. 대전 도시브랜드 가치 제고

---

- 대전의 브랜드 마케팅 활성화를 통한 도시 이미지 고양
  - 『It's Daejeon』 브랜드 슬로건 인지도 제고를 위한 홍보 강화
- 

### [그동안 추진실적]

- 수준 높은 시정 이미지 시각디자인 개발
  - － 행복한대전, 녹색대전, 무지개프로젝트 등 시정 각 분야 120건
  - － 시정 이미지자료 공유 / 시도행정포탈 전용 창구마련 115건 등록
- It's Daejeon 브랜드 슬로건 활용확대
  - － 와이드광고, 현수막, 신문·잡지광고 등 모든 시정홍보물 제작시 브랜드 슬로건 활용 의무화
  - ※ 「시정홍보물제작컨설팅제」 운영 16건 / 훈령 제정 '09. 2. 27
- 민간 홍보매체 활용 브랜드 홍보
  - － 관내 4개 백화점 전단지(55만부/주) 여백 활용, 市 브랜드 이미지홍보
  - ※브랜드(추천)상품 운영 : 7개업체 9종
  - ※ 「It's Daejeon 브랜드」 2년 ('08~'09) 연속 전국 선호도 1위 — iMBC등 3개 언론사

### [앞으로 계획]

- 대전의 도시이미지 발굴·조사 활용 (8~9월중)
  - － 대규모 국제행사 계기 활용 내·외국인 대상 설문 실시
  - － 새로운 대전 브랜드 개발 및 시민 자긍심 고양
- 도시브랜드·장소마케팅 발굴 기획 (9~10월중)
  - － 도시브랜드 가치 제고 방안 공모전 개최



## 6. 시정홍보 관리시스템 Up-Grade

---

- 시정홍보 평가·교육을 통한 홍보역량 강화와 품질 향상 도모
  - 부정확·왜곡보도에 대한 적극대응으로 시정신뢰도 제고
- 

### [그동안 추진실적]

- 「시정홍보메뉴얼」 제작 배포 활용 : 1,000부(실과 사업소)
  - － 시정홍보 발전방향, 홍보실무가이드, 단계별 협력홍보 처리절차
  - － 홍보계획, 언론·인터넷홍보, 광고 및 홍보물제작 요령 등
- 직장교육, 희망아카데미 활용 직원 홍보교육 실시 : 2회
- 공무원 홍보마인드 함양을 위한 홍보기법 교육과정 운영 : 2회
- 시정홍보자문단 구성 정례화 운영(6회)
  - － 언론인, 교수 등 9인(매월 15일) / 10대뉴스 선정 등
- 부정확·왜곡 언론보도에 대한 체계적 대응
  - － 언론사 반론·정정보도 청구(6회), 시홈페이지 보도해명(7회)

### [앞으로 계획]

- 시정홍보자문단 운영 정례화(매월)로 전략적 홍보대책 추진
  - － 주요시책 계획수립시 전 과정에 걸친 단계별 홍보전략 수립 시행
- 부서별 홍보실적 평가로 홍보역량 강화 및 질적 향상 도모
  - － 보도자료 제공실적, 브리핑, 기고, 보도반영률, 기타매체 홍보실적 등

### Ⅲ. 주요 당면·현안사항

IAC 총회 및 전국체전 활용 도시이미지 고양

# IAC총회 및 전국체전 활용 도시이미지 고양

- 대규모 행사의 성공개최를 통한 ‘첨단과학도시 대전’ 브랜드 파워 강화
- 전방위적 홍보 마케팅을 통한 ‘다시 찾고 싶은 대전’ 이미지 창출

## □ 행사 개요

### IAC 총회

- 일 시 : ‘09. 10. 12 - 10. 16(5일간)
- 참가규모 : 3,000여명(60여개국, 우주전문가)

### 전국 체전

- 일 시 : ‘09. 10. 20 - 10. 26(7일간)
- 참가규모 : 25,000여명(16개시도, 이북5도, 해외동포)

## □ 단계별 홍보계획

- 국제우주대회와 전국체전을 ‘우주축전’으로 묶어 홍보효과 극대화
- 행사 홍보와 함께 첨단과학도시 대전 이미지 활용 관광홍보 병행

### 1단계 : 7~8월 > 인지도 확산

- 수도권 등 전국단위 매체 광고 / 방송, KTX, 도시철도, 전광판 등 활용

### 2단계 : 9월 > 참여분위기 조성

- 전국매체 ‘우주축전’ 기획보도 / YTN, 종합일간지 및 경제전문지 등 10여 종

### 3단계 : 10월 > 행사 및 성과 홍보

- 프레스센터 운영, 행사준비~행사진행상황 1일 브리핑제 실시