

공 보 관

I . 총 관

II . 2009년 주요업무 추진실적

III . 2010년 주요업무 계획

I. 총 관

□ 공보관은

- 주요 시정의 원활한 홍보활동과 언론 취재 지원
- 신속하고 효율적인 시정홍보로 시정의 신뢰기반 구축

□ 금년도 주요성과로는

- 매체별 특성에 맞는 전략홍보 추진 및 자체 홍보매체를 활용한 주요시정 홍보
 - 보도자료 제공 확대 및 방송 시사프로그램 적극 출연 등 시의적·능동적인 시정 홍보
 - 월간 「이츠대전」 증부, e-대전뉴스레터 발송 확대 등 자체 홍보매체 효용 극대화
- 새로운 홍보매체 발굴 확대로 시정홍보 다양화
 - 도시철도, 지하차도·보도육교, 권역외(인천·청주공항, KTX, YTN) 등 홍보 추진
- 주요시책 추진성과 홍보아이템 신규 발굴
 - 이달의 대전시정 10대뉴스 선정 발표, 대전명소 7선 발굴 홍보, 시 대표블로그 운영 등
- 간담회, 설명회 등 각종 행사 활용 계기 홍보 강화
 - 고화질 홍보동영상 상영, 맞춤형 홍보물 제작 배부, 이동 홍보차량 운영 등

□ 내년에는

- 민선 4기 시정의 알찬 마무리와 희망찬 민선 5기 출범에 따른 대전의 위상과 시민의 자긍심을 향상시키는데 시정홍보 중점
- 녹색성장 선도 도시, 무지개 프로젝트, 서민경제·복지 등 시정의 주요시책과 성과가 시민들에게 올바르게 전달될 수 있도록 다양하고 전략적인 홍보대책 강구
- 「2010 대충청 방문의 해」 계기 대전관광 및 지역경제 활성화를 위한 다각적인 홍보전략 추진

Ⅱ. 2009년 주요업무 추진실적

1. 매체별 특성에 맞는 전략홍보 추진
2. 자체 홍보매체의 효용 극대화
3. 시정 계기홍보 강화
4. 새로운 홍보자원 발굴 확대
5. 대전 도시브랜드 가치 제고

1. 매체별 특성에 맞는 전략홍보 추진

- 홍보매체별 특성을 반영한 차별화된 맞춤형 전략홍보 추진
- 행정환경 분석단계부터 시책추진과정에서 포착된 홍보타깃별 보도 강화

① 신문·방송 매체

- 맞춤형 보도자료 제공, 적극적이고 능동적인 보도지원

신 문	<ul style="list-style-type: none">· 보도자료 제공 : 1일 평균 10건('08) → 15건('09)으로 확대· 보도건수 : 1일 평균 35건('08) → 50건('09)으로 증가· 주요 시정현안 기획보도 및 산하 공무원 기고 확대(77건)※ 중앙언론 매체 활용 기획홍보를 통한 우수시책 전국단위 홍보<ul style="list-style-type: none">－ 무지개프로젝트, 행복한 하천만들기, 자전거타기 좋은 도시 등
방 송	<ul style="list-style-type: none">· 시사프로그램 활용, 대담·토론(59회) 및 인터뷰 등 출연 확대· 대전 특화뉴스 전국 방영(YTN / 주 2회)· 주요시정 영상자료 방송사 제공(5개 방송사 1일 평균 3~5건)· IAC·전국체육대회 및 녹색성장 선도도시 등 주요시책 중점 홍보<ul style="list-style-type: none">－ 지역방송 및 케이블 TV

② 잡지 및 인터넷 매체

- 월·주간지, 교차로 등 활용, 주요시책·현안사항 종합기획 보도 / 35회
- 지역 매체에서 전국단위 매체 중심으로 전환, 홍보효과 확산 / 25회
- 인터넷 종합포털 홍보 / IAC·전국체육대회·대전명소 7선
- e-대전뉴스레터 시스템 구축 운영('09. 2)
- 시 대표블로그 Eco-Science City 개설 운영('09. 9)

③ 옥외 광고 매체

- 인천·청주공항 와이드 광고(2개소)를 통한 내·외국인 홍보
- 대전 도시철도(196개소) 및 지하차도·보도육교(22개소) 홍보물 설치
- 이동 홍보차량 운영(IAC 및 전국체육대회, 각종 옥외 행사) / 18회
- 광역권(특·광역시) 대형전광판 홍보협력 네트워크 구축

2. 자체 홍보매체의 효용 극대화

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

① 월간 「이츠대전」 열독률 제고

- 월간 「이츠대전」 월 2천부 중부 발간 / 3만8천부 → 4만부
 - － 시 역점시책 특집 편집, 다중회람 장소 등 신규 배부처 적극 발굴 배부
- 열독률 제고를 위한 편집방향 개편
 - － 생활정보·시민참여란 확대, 디자인 수준 제고 등

② e-대전 뉴스레터 발송 확대

- e-대전뉴스레터 발송을 통한 시민과의 1:1 핫라인화 운용 활성화 / 매주 1회 7만명
 - － 주간 헤드라인, 시정소식, 10대뉴스, 공보 등 시정 및 생활정보 제공

③ 「이츠대전 TV」 쌍방향 홍보기능 강화

- 인터넷방송 「이츠대전 TV」 프로그램 개편 운영
 - － 대전 제대로 알리기 등 3개 섹션 15코너, 콘텐츠 제작 게시
- 방송사 등 콘텐츠 공유협력기반 확대
 - － 지역지상파 방송, 케이블TV, 타 지자체 인터넷방송 등
 - ※ 서울시와 광역시간 인터넷방송 네트워크 구축 : MOU 체결('09. 5)

④ 자체매체 간 연계 홍보체계 구축

- 매체별 홍보자료의 순환 연계·반복 홍보로 시너지효과 제고

◆ 월간 「이츠대전」	→ 홍보용 소책자→점자시정소식
◆ 「이츠대전 TV」	→ 와이드광고판 & ED 전광판
◆ 보도자료	→ e-대전뉴스레터, 시 홈페이지 & 블로그 게재

※ e-대전뉴스레터, 블로그, LED 전광판 등을 활용 10대 뉴스 등 반복 홍보

3. 시정 계기홍보 강화

- 맞춤형 계기홍보 자료 제작 활용 등 다양하고 전략적인 시정홍보 대책 추진
- 간담회·설명회 등 각종 행사 시 계기홍보 강화로 홍보 효과 극대화

① 시정홍보 멀티시스템 구축

- 시민이 모이는 곳과 시정현장에는 상시 시정홍보 존재

〈고화질 홍보 동영상〉 : 각종 교육과 설명회·간담회 시 상영

〈포켓용 책자 및 팸플릿〉 : 간담회·설명회 등 방문객에게 배부 활용

〈홍보용 이동 차량〉 : 옥외행사 개최 시 시정 홍보 동영상 상영

〈홍보현판〉 : 주요 행사장 주변과 도로 시설물 이용 홍보물 게재

② 시정홍보 영상물 제작 활용

- 대표 시정 고화질 홍보영상물 수정 보완 제작 활용
 - － 시정변화 추이에 맞게 지속적 업그레이드로 역동적인 이미지 표출
- 대전의 변화된 모습을 담은 「다큐 영상물」 제작 활용('09. 9)
 - － 대전 발전의 토양이 된 사건 중심, 파노라마식으로 전개
- 주요 시책·행사 등 홍보동영상 제작 방영
 - ※ 시청, 월드컵·야구경기장, 각종 행사 및 교육 등 수시 방영

③ 기타매체 활용 계기 홍보강화

- 대전명소 7선 및 이달의 대전시정 10대뉴스 선정 홍보
 - － 전광판, 월간 이츠대전, 버스승강장, 시 홈페이지 등 활용 집중홍보
- 고시·공고·기획광고 확대로 효율적인 시정홍보 및 시민 알권리 충족
- 녹색성장 추진 시책의 시정 여론조사를 통한 전략적 시정홍보
- 시 출범 60년 기념 사진·기록물전 개최로 대전 발전상 조명('09. 5 ~ 6)

4. 새로운 홍보자원 발굴 확대

- 생활 밀착형 홍보매체의 지속 발굴·활용으로 시정 홍보 강화
 - 지역 유관기관·단체 간 협력을 통한 효과적인 홍보대책 강구
-

① 생활 밀착형 홍보매체 발굴 활용

- 도시철도 등 다중이용시설 활용 시정 홍보게시판 확보
 - － 도시철도 승강장조명(65), 벽면(38), 기둥광고(11), 전동차(84) / 198개소
 - － 지하철도·보도육교 현판 활용 시정 주요시책 집중홍보 / 22개소
- 대학교, 공기업 등 사보 및 생활정보지 활용 기획홍보 강화
 - － 대학신문, 지적공사, 한국원자력연구원 사보 등 게재 / 13개 기관
 - － 생활정보지(교차로) 기사지면 등 활용 시정홍보 / 23회
- 관내 4개 백화점 전단지(55만부/주) 활용 시정홍보
- 아파트 E/V LCD 모니터 및 게시판 활용 시정홍보 / 4만5천 세대
- 시민생활과 밀접한 공공시설 활용 시정홍보 강화
 - － 시립미술관, 문화예술의전당 등 각종 전시·공연 안내홍보물 등

② 각종 전자매체 활용 및 권역외 홍보 확대

- 유관기관·단체 LED전광판 활용 홍보
 - － 월드컵경기장, 야구장, 타임월드 등 / 28개소
- 권역외 홍보 확대
 - － 인천·청주공항 와이드 광고, KTX, YTN, 특·광역시 LED 전광판 등
- 시정홍보 전광판 설치 / 2개소
- 고화질 홍보영상물 제작, 전국 UCC 공모전 개최
- 시정 자료사진 D/B 구축 / '68년 ~ 현재(2만5천 매)

5. 대전 도시브랜드 가치 제고

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

① It's Daejeon 홍보 강화

- 브랜드슬로건(It's Daejeon) 활용 콘텐츠 확대
 - － 브랜드 활용 시정이미지 시각디자인 개발 / 무지개프로젝트 등 200여건
 - － 브랜드슬로건 활용 제고를 위한 시정홍보물 제작 컨설팅제 운영 / 12건
- 시민의 일상생활과 밀착되는 브랜드 슬로건으로 정착
 - － 행정홍보 : 시 발행 각종 홍보물, 시 홈페이지, 행정장비 등
 - － 생활용품 : 화장품세트, 필기구, 명함케이스 등
- 브랜드슬로건 전시관 운영
 - － '09 상표·디자인권전 별도 시 브랜드전시관 운영 : 4개 업체 참여('09. 9)

② 지역적 특징을 살린 도시마케팅 추진

- 대중 선호도가 높은 특정 장소를 대상으로 한 장소마케팅 상품개발
 - － 한밭수목원 등 새롭게 태어난 대전명소 7선 포스터 제작 홍보('09. 8)
 - 관내 272개 아파트 2,785동 라인별 게시판, 역·터미널 등 배부 / 1만4천매
 - － 대전명소 7선! Story 디카사진 전국공모전 개최('09. 10 ~ 11)
- 대시민 여론조사를 통한 중점 추진시책 홍보
 - － 녹색성장 추진시책 홍보('09. 8 ~ 11)
 - 3천만그루 나무심기, 자전거타기 좋은 도시, 행복한 하천 만들기 등 시민만족도 조사
 - － 무지개 프로젝트 사업('09. 11)
- 시 경계 상징조형물 및 각종 홍보판 정비 / 6개소

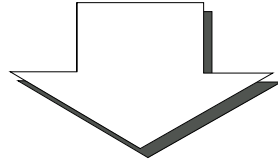
Ⅲ. 2010년 주요업무 계획

1. 홍보매체별 전략적 보도지원 강화
2. 자체 홍보매체 수준 및 효율성 제고
3. 다양한 홍보 네트워크 개발·활용
4. 홍보자원 발굴·활용 및 홍보역량 강화
5. 도시이미지 확산을 위한 기획홍보

2010 업무여건 및 방향

업무여건

- 민선4기 시정의 마무리 및 민선5기가 새로이 출범하는 해로, 시정에 대한 이해와 협조 및 정책 성공을 위한 시정홍보 중요성 대두
- 인터넷 매체 급속 확산에 따른 홍보매체의 다채널화 가속 등 홍보환경의 급격한 변화
- 「2010 대충청 방문의 해」 계기, 대전관광 및 지역경제 활성화를 위한 다각적인 홍보전략 필요



중점과제

- 민선4기 5대 중점과제 등 주요 시책 중점 홍보
- 민선5기 역점 시책 등 신규홍보 주안점 집중 발굴
- 신문·방송·인터넷 등 매체별 특성에 맞는 전략적 보도지원 강화
- 다양한 홍보 네트워크 개발 및 새로운 홍보자원 발굴
- 대전 도시이미지 확산을 위한 기획 홍보 확대

일방적 정보 전달식 홍보 행태 탈피

— 시민소통과 공감대 형성을 위한 체계적이고 효율적인 홍보전략 추진 —

1. 홍보 매체별 전략적 보도지원 강화

- 홍보 매체별 특성에 맞는 차별화된 맞춤형 전략홍보 추진
- 언론보도 효율성 제고 및 홍보 관리 프로그램 개발 운영

① 매체별 특성에 맞는 전략홍보 추진

신문	<ul style="list-style-type: none">· 언론사별 기획면, 섹션면, 특집면 등 활용 주요시책 집중홍보· 언론기관 주도의 캠페인성 시책홍보 연중 실시<ul style="list-style-type: none">※ 칼럼, 기고문 적극활용 경제적·현실적 시정홍보
방송	<ul style="list-style-type: none">· 각종 시사프로그램, 교양프로그램 등 적극 활용 시정홍보· 방송사별 특집 다큐멘터리 프로그램 공동제작 활성화<ul style="list-style-type: none">※ 시사프로그램 활용 강화로 주요시책·현안사업 대담·토론
잡지	<ul style="list-style-type: none">· 정치·경제 등 유력지, 분야별 전문잡지 대상 맞춤형 전략홍보· 대상 매체별 성향·편집구성 등 분석, 시의성 있는 홍보대책 강구
인터넷	<ul style="list-style-type: none">· 긴급현안 발생시 주력 홍보매체로 활용· 부정적 이미지 고착 및 악성 여론 조성 예방에 중점

② Press-Tour 정례화로 보도효율 제고

- 시정 주요사업을 대상으로 월 1회 이상 출입기자단 Press-Tour 정례화
- 주요사업 착공·준공식과 연계 설명회 추진 / 필요시 단계별 투어 실시
- 주요시책 이벤트 연출을 통한 언론관심 집중으로 보도 효율성 제고

③ 효과적인 언론보도 모니터링 및 대응 강화

- 언론보도 관리 프로그램 개발 운영
 - － 보도자료 제공, 보도율 등 다양한 보도성향 분석으로 홍보대책 강구
- 신속·정확한 모니터 및 능동적 대응으로 부정·왜곡보도 사전예방
- 부정확 보도 발생시 언론사에 즉시 해명자료 배포 및 정정보도 요구
 - － 인터넷 뉴스 신속 대응 / 오프라인 매체 확산 사전차단
 - － 독자투고, 기고문 등을 통한 해명 및 우호적 여론 유도

2. 자체 홍보매체 효율적 운영

- 자체 홍보매체 효율적 운영으로 전방위 「입체적 홍보」 실시
- 자체 매체별 특성을 살린 홍보기능 강화로 시너지 효과 제고

① 시민에게 사랑받는 월간 「이츠대전」 제작

- 시정관련 생활정보 기획 집중 발굴 / 실질 열독률 제고
- 이미지 화보 등 시각성 강화 / 공감홍보 지면 확대
- 시정현안에 대한 시민참여란(여론광장 등) 확대 / 여론수렴 기능 강화
- 배부 및 활용실태 점검 정례화 / 실 구독자 중심 배부체계 개선
 - － 각 부서별 소관업무와 연계 추진
- 월간 「점자시정 소식지」· 녹음테이프 제작
 - － 장애인 관련 복지정책 및 생활정보 강화
 - － 장애재활 성공 사례 발굴 수록 및 제본 개선(무선 → 스프링)

② 디지털 영상실 내실 운영

- 「이츠대전 TV」의 접속율 제고
 - － 시민들의 제작 참여 유도 및 시민제작 영상물 확보
 - － 타 시도 및 기관·학교와의 콘텐츠 교류 확대
- 영상실 기능 확대로 시정 홍보영상물 제작 역량 강화
 - － 시정 영상자료의 방송사 제공 확대 및 자체영상물 제작 역량 제고
 - － 고화질 영상자료 데이터베이스 구축

③ 시정홍보 시설물 효율적 운영

- 시정 홍보판(4개소 6면) 및 게시판(2개소 10면) 적극 활용
 - － 수준 있는 디자인으로 주요시정·각종 행사 등 효율적 홍보
- 시정홍보 전광판 내실운영
 - － 주요 시책 영상물 제작 방영, 10대 시정뉴스 등 제작 표출
- 도시철도(조명광고·전동차내 LCD 등) 및 지하차도·보도육교 활용 홍보
 - － 통일성 있는 시정 홍보문안 개발 지속·반복적 홍보
- 주요 축제, 대규모 시책사업 준공 등 행사와 연계 이동 홍보차량 운영

3. 다양한 홍보 네트워크 개발 · 활용

- 뉴미디어 홍보매체의 급속 확산 · 다채널화 등 홍보환경의 변화에 적극 대응
 - 시 ↔ 자치구간 상호 홍보 협력체계 구축으로 시정홍보 확산
-

① 뉴미디어 홍보매체 구축 운영

- 실시간 영상홍보시스템 구축 운영 / 시(사업소) ↔ 자치구 ↔ 동
 - 사업소, 각 자치구(민원실 · 보건소 · 동사무소) IP-TV설치 / 108개소 120대
 - 인터넷 랜망을 통한 실시간 시정소식 표출, 시민접점 홍보 극대화
- 뉴미디어 시대, 시민과의 소통강화를 위한 블로그 활성화
 - 쌍방향 소통시스템인 블로그 운영으로 주요 시정 전국 확산
 - 블로그기자단 운영 및 파워블로거 양성 교육 실시 등

② 민간 뉴미디어 채널 활용

- 전자홍보매체(LED, LCD, PDP-TV)활용 네트워크 협력체계 구축
 - 전 광 판 : 28개소(27개 기관 · 단체)
 - L C D : 1,300화면(아파트 단지 등 76개소)
 - PDP-TV : 114화면(지하철 등 25개소)
- 운영주체 기관 · 단체와 표출문안 교류, 실시간 홍보 협력채널 유지

③ 시정홍보 네트워크 강화

- 이츠대전 대학생기자단 운영 활성화 / 제2기 기자단 위촉 등
- 이츠대전 명예기자단 보강 / 세무 · 교육 등 전문분야
- e-뉴스레터 구독회원 확대 / 7만명 → 10만명
- 유관기관 홍보 협력체계 구축
 - 기관마케팅 공사 · 공단 및 출자 · 출연기관 등 유기적 홍보협력 강화

4. 홍보자원 발굴·활용 및 홍보역량 강화

- 새로운 환경에 적합한 홍보매체 활용, 탄력적이고 효율적인 시정 홍보
- 신규 홍보매체의 지속 발굴 활용 및 홍보관리 시스템 품질 혁신

① 생활 밀착형 홍보매체 적극 활용

- 시민 생활정보 매체 활용 시정홍보 강화
 - － 아파트 게시판·승강기모니터(4만5천 세대), 백화점 전단지, 생활정보지 등
- 시민생활과 밀접한 공공시설 매체 활용 시민관심 제고
 - － 시립미술관, 문화예술의전당 등 각종 전시·공연 안내홍보물 등 활용
- 대학교, 기업 등 사보를 통한 기획홍보
 - － 대학신문, 지적공사 등 공기업 사보 등 주요 시정 게재

② 홍보 영역의 확대

- 대형영화관 활용 시정 홍보
 - － 단시간 내에 행사내용 등을 전파할 필요가 있는 시책사업(축제, 행사 등)
- 즐기면서 참여하는 시정홍보 이벤트 추진
 - － UCC·디카포토 콘테스트 추진 / 우수작품 시정홍보 콘텐츠 활용
- 블로그 기자단 운영 / 15명 정도
 - － 시정을 소개하는 기획기사 발굴·취재 블로그 및 뉴스레터 등 게재
 - － 다양한 콘텐츠 개발로 네티즌들의 인지도 제고
 - － 여행, 교통, 문화, 스포츠 등 분야별 전문 블로거 양성

③ 홍보관리 시스템 품질 혁신

- 시정홍보 민간기업 컨설팅제 도입 운영
 - － 「2010 대충청 방문의 해」 등 역점 추진사업 대상 민간홍보기법 도입
 - － 체계적, 논리적 홍보전략 수립 및 뉴미디어 활용 프로그램 실행
 - － 외부 홍보전문가 활용 자문 및 평가
- 시 공무원 홍보 역량 강화
 - － 직장 교육 등 전문 강사 초빙 수시 전 직원 홍보 교육 실시
 - － 부서별 홍보실적 평가 및 홍보대책 간담회 실시

5. 도시이미지 확산을 위한 기획홍보

- 2010 대충청 방문의 해 계기, 도시브랜드 확산을 위한 기획홍보 강화
- 관광자원 발굴 및 대내외 적극적 홍보를 통한 도시이미지 경쟁력 제고

① 도시이미지 제고를 위한 권역외 홍보 확대

- 「2010 대충청 방문의 해」 계기, 관광객 유치 및 시 이미지 확산
 - － 인천·청주공항, KTX(전동차 및 서울역 대합실), 서울지하철 등
 - － 세종로 정부청사, 타 시·도 소유 전광판 등 활용 홍보
- 대형 민간포털 제휴를 통한 시정 홍보효과 제고
 - － 배너광고 : 공지성이 강하거나 단기에 집중적으로 전국에 알릴 사업
 - － 설문조사 : "대전의 랜드마크로 가장 좋은 곳" 등 네티즌 설문조사로 관심 유도

② 지역적 특징을 살린 도시마케팅 추진

- 특정 장소를 대상으로 한 장소마케팅 상품개발
 - － 목척교 르네상스, 갑천 첨단과학·문화·관광벨트 등 시책과 관련 특정 장소에 대한 스토리텔링 및 명소발굴 공모전 개최 등
- 시 경계 상징조형물 및 각종 홍보판 정비 설치로 대전 도시이미지 제고

③ 수준 높은 시정이미지 시각디자인 개발 지원

- 시정 홍보물 컨설팅제 운영을 통한 시정 홍보물 업그레이드

시정홍보물 컨설팅제 운영

- ① 홍보물 수준 향상 및 유사중복발행 사전예방으로 홍보효과 제고 및 예산절감
- ① 운영내용 : 시책홍보물 발간 자문 및 심의(브랜드슬로건 병행 디자인)

중점심의 사항

- ① 수록내용 ② 디자인 ③ 수량·배포선 등

- 각 부서별 주요 시정 핵심시책에 대한 시각디자인 개발 지원
- 주요 시각디자인에 대한 이미지자료 전직원 공유 창구 마련(포털시스템)