

대한민국의 심장 경제수도 인천

2014 주요업무계획

 인천광역시
<http://www.incheon.go.kr>

[대변인실]

보 고 순 서

I. 2013년도 추진성과와 반성	3
II. 2014년도 정책여건과 목표	5
III. 2014년도 주요 업무계획	8
1. 주요 시정(핵심 사업)의 전략적 통합 홍보	9
2. 신문매체를 활용한 시정홍보	10
3. 방송매체를 활용한 시정홍보	12
4. 대중교통 및 옥내·외매체를 활용한 시정(이미지) 홍보 ...	13
5. 전략적 도시브랜드 마케팅 강화	14
6. 인터넷 및 잡지 등을 활용한 시정홍보	15
7. 온라인 매체와 뉴미디어를 활용한 시정홍보	16
8. 『굿모닝 인천』 등 홍보매체를 통한 시정홍보	17
※ 2014 주요행사 계획	18

I. 2013년도 추진성과와 반성

1

추진 성과 (잘한 점)

『대한민국의 심장 경제수도 인천』이라는 비전을 모토로 주요 시정에 매진하고 있는 우리시의 노력과 추진성과 등을 활용 가능한 모든 홍보매체 및 네트워크망을 통해 실시간 홍보 함으로써 시민이 공감하는 ‘소통과 화합’ 행정에 기여

□ 신문매체 보도 확대 및 보도지원 시스템 강화

- 보도자료 제공 : 2,072건(일반 2,025건, 기획 47건)
- 보도 모니터링(보도건수) 14,854건, 오보에 대한 해명보도 53건
- 기자회견, 프레스투어, 설명회, 간담회, 인터뷰 실시 등 : 422회
- 시정광고 및 특집기획 홍보 : 48개사 260건

□ 방송 매체의 효율적 활용 및 뉴스 취재지원 홍보 강화

- 네트워크 인천 등 시사·교양 프로그램을 통한 시정 홍보 : 296회
- 캠페인 광고를 통한 시정홍보 : 27,640회
- 방송 뉴스보도 : 8,346건, 인터뷰·대담 : 282건
- 시정 주요 정책 사업에 대한 토론회/정책콘서트 개최 : 8회

□ 대중교통 및 옥내·외 시설을 활용한 홍보효과 극대화

- 대중교통 및 다중이용 시설 활용 홍보 : 14종 5,784개(면)
 - 우리시 주요시책 등 홍보에 적합한 매체 선정·운영
- 자치행정모니터 등을 통한 효율적 홍보방안 도출 설문조사 실시
- 매체별 현장점검 실시(2회), 자체 홍보효과 분석 실시(1회)

□ 국제 행사 등을 활용한 맞춤형홍보 및 외신 네트워크 강화

- 유명 국제포럼 등을 활용한 도시마케팅 : 2회
- 중국 유력 신문·방송사 초청 프레스투어 실시 : 인민일보 등 3회

- **멀티미디어 시대에 부응한 다양한 홍보네트워크 확대 구축**
 - 블로그, SNS 및 스마트폰 애플리케이션 등 뉴미디어 매체 적극 활용
 - 블로그 기자단 및 SNS 서포터즈 운영을 통한 시민 소통 적극 구현
 - 온라인 및 모바일 포털사이트 배너광고 시행(10회) 및 스마트폰 애플리케이션(‘인천시미디어’) 운영(년중)으로 온라인망 강화
 - 인터넷신문과 방송을 통해 시정소식 및 유익한 정보 제공
 - 다양한 방송채널(15개 매체)을 통한 인터넷방송 뉴스콘텐츠 무상 제공으로 홍보확대

- **시민의 눈높이와 생활패턴에 맞는 매거진 매체 제작·배부**
 - 소식지(굿모닝인천), 홍보책자, 시보 발간 등 : 6종 774,730부

2

반성할 점

- **시정 성과에 대한 시민 인지도 확산 필요**
 - 주요 이슈의 계획적 홍보를 보완하고 현안 따라잡기식 홍보 탈피
 - 주요 시정 성과별 관심 대상층에 대한 맞춤형 홍보방안 강구
- **미디어 환경 변화에 맞는 다양한 매체 활용 방안 강구**
 - 방송·인터넷·CATV·IPTV·DMB·지역지 등 매체 특성을 고려 홍보
 - 시정 주요 소식을 실시간으로 전달할 수 있는 매체 확대 운영
- **언론 보도 경쟁 심화에 따른 대응 노력 경주**
 - 부정정보도 예방 사업에 대한 사전 대처 및 알릴거리 생산
 - 보도 모니터링반 상시 운영 및 부정·왜곡보도 신속 조치
- **창의적이고 수준 높은 시정 광고 카피 제작 필요**
 - 인쇄, 방송 영상 캠페인, 옥외광고의 대표적 시안 개발 시스템 구축

II. 2014년도 정책여건 및 목표

1 정책 여건 및 목표

□ 2014년 정책여건과 전망

- 민선5기 주요사업 마무리와 2014아시아경기대회 등 국내·외 주요행사 개최
 - 녹색기후기금(GCF) 사무국 및 세계은행 한국사무소 등 국제기구 유치 후속대책 추진
 - 청년 일자리 메카, 교육경쟁력 강화, 무상보육 등 3-Care
 - 글로벌 기업유치, 구도심 활성화사업, 생활 밀착형 사업 지속추진
 - 2014 인천AG, 2014 인천장애인AG, 제43회 전국소년체전 개최
- 언론매체 증가와 소통수단의 다양화 등 언론 환경의 변화 및 미디어 매체의 다변화에 부합하는 홍보 필요

□ 정책목표

- 2014 인천AG 및 장애인AG를 통한 인천의 도시브랜드가치 제고
- 민선5기 3대 핵심사업의 전국 이슈화(3-Care)
- 해외 투자유치 및 관광객 유인 촉진
- 주요시정에 대한 시민 신뢰도 제고 및 역량 결집

대변인실 역점과제

◆ 신문(중앙지, 지방지 등)활용 홍보	◆ 방송(지상파, 케이블 등)활용 홍보
◆ 옥내·외 매체 활용 시정 이미지 홍보	◆ 해외 언론매체 및 국제포럼 활용 홍보
◆ 인터넷 및 소셜미디어 활용 홍보	◆ 소식지 제작 등 잡지 매체 활용 홍보

목 표	지 표	현재	2014년도	2015년도
신문매체를 활용한 시정홍보	주요시정 기획광고	29회	30회	32회
	시정보도자료 제공 (보도사진 포함)	2,072건	2,100건	2,200건
	주요시정 취재지원 (인터뷰 및 시정현장취재 등)	67회	70회	80회
	기자설명회(브리핑, 회견·간담회 등)	103회	110회	115회
방송매체를 활용한 시정홍보	시정홍보 방송 캠페인	11개월	12개월	12개월
	주요시정 대담 및 인터뷰	350회	350회	350회
	고정프로그램을 통한 시정홍보	240회	240회	240회
	주요현안에 대한 정책소통 프로그램 제작 방송	7회	7회	7회
	현장 취재지원	260회	260회	260회
	방송취재 영상자료 제공	420건	430건	440건
대중교통 및 다중이용시설을 활용한 시정홍보	한국고속철도(KTX) 활용 홍보	모니터 3,488대	모니터 3,488대	모니터 3,488대
	인천공항철도(A'rex) 활용 홍보	306면	306면	306면
	공항리무진 동영상 활용 홍보	155대	155대	155대
	시내버스 동영상 활용 홍보	200대	200대	200대
	시외버스 외벽 활용 홍보	25대	25대	25대
	대형영화관(CGV) 스크린 활용 홍보	72개스크린	72개스크린	72개스크린
	국내공항청사 와이드칼라 활용 홍보	1개소	2개소	2개소
	인천지하철 스크린도어 활용 홍보	5개소	5개소	7개소
	시내버스 승강대 활용 홍보	22개소	25개소	30개소
	공항철도역사내 조형물 설치 홍보	2개소	2개소	2개소
	옥상 광고탑 활용 홍보	2개소	2개소	2개소
	동영상 전광판 활용 시정홍보	5개소	5개소	6개소

목 표	지 표	현재	2014년도	2015년도
전략적 도시브랜드 마케팅 강화	유명 국제포럼 협찬을 통한 도시마케팅	2회	2회	3회
	유력 해외언론사 Press-Tour	3회	3회	3회
	유력 외국 및 외국어신문 활용홍보	8회	8회	10회
	주요 이슈에 대한 해외 기획보도 자료 배포	27회	30회	40회
인터넷 및 잡지 등을 활용한 홍보	인터넷 신문사 매체광고	15개매체	20개매체	25개매체
	무가지 활용 홍보	11개매체	12개매체	15개매체
	유력 잡지광고를 통한 시정홍보	36개매체	38개매체	40개매체
뉴미디어 및 매거진을 활용한 시정홍보	인터넷방송 활용 홍보	시정뉴스, 기획영상물	시정뉴스, 기획영상물	시정뉴스, 기획영상물
	인터넷신문 활용 홍보	주2회 (화당8~12쪽)	주2회 (화당8~12쪽)	주2회 (화당8~12쪽)
	소셜미디어 활용 홍보	5개매체	5개매체	5개매체
	온라인·모바일 배너광고 시행	10회	18회	15회
	스마트폰 애플리케이션 활용 홍보	2종	2종	2종
	굿모닝인천 등 매거진 활용 홍보	2개 매체	2개매체	2개매체
	다문화신문 제작 통한 시책홍보	4개언어	4개언어	4개언어
	단행본을 활용한 홍보	2개 매체	2개 매체	2개 매체

Ⅲ. 2014년도 주요 업무계획

- ◇ 핵심 시정의 집중 홍보 콘텐츠를 발굴하여 선제적·체계적으로 홍보하고 활용 가능매체 통합 홍보를 통해 시민들의 시정 인지도 제고 및 시민역량 결집

□ 대상사업

- (인천 비전) 일관성 있는 홍보로 인천의 상징적 이미지 구축
 - 『대한민국의 심장 경제수도 인천』이 대한민국의 미래 견인
- (주요시정) 성과의 지속적 홍보로 시 대표적 희망메시지 전달
 - GCF 사무국 인천유치 선도사업 발굴 추진, 원도심 개발사업
 - 시민 밀착형 시정, 2014 인천아시아경기대회 등

□ 추진방향

- 사업별 핵심타깃 특성에 맞는 매체를 통해 추진상황 실시간 전달
- 실질적 기사 보도를 위한 탐사보도 등 차별화된 프레스 투어 실시
- 성과·수범사례·수혜자 스토리텔링의 기획·특집보도 진행
- 여론 주도층을 대상으로 주요 일간지 기고 및 방송 인터뷰 유도
- 취재 및 보도지원을 위한 사진, 동영상 자료 확보 제공

□ 추진내용

- 사업별 이슈 발굴 및 이슈별 통합 메시지 개발
 - 관련 부서와의 사전 협의 및 홍보 전략회의 개최(월1회)
- 홍보매체별로 수준높은 광고 카피(시안) 개발 제작·활용
- 신문·방송·온라인·매거진·옥외매체의 효율적 통합 홍보
 - 인천 비전의 상징적 이미지 구축 : 광고 중심
 - 시정 성과의 대표적 이미지 부각 : 기획·특집·시리즈 보도 중심

- ◇ 시정 핵심시책에 대한 적극적인 현장 설명회와 언론 보도자료 제공으로 시민에게 시정의 홍보
- ◇ GCF사무국·WB한국사무소 개소, 2014 AG 및 장애인 AG 등 대규모 국제행사 개최를 통한 국제도시 인천 홍보

□ 계획적 보도자료 제공

○ 가치성·시기성 있는 핵심자료 제공으로 보도 극대화

- 핵심자료를 일별로 전략적 배치하여 보도효과 제고

구 분	월간 보도계획	주간 보도계획	일일 보도계획
시 기	매월 20일경	매주 금요일	당일 09:00 이전 당일 14:00 이전
주요내용	핵심사업에 대한 일정 조정 및 홍보방안 검토	시장 동정 및 기자설명회, 보도자료 안배	보도자료 확정

○ 주요 프로젝트에 대한 언론홍보 로드맵 작성 추진

- 대형프로젝트 사업별 컨셉에 맞는 현장중심 보도 디자인
- 시기별, 계층별 및 단위사업 아이템별 지속적 보도로 시민관심 제고
- 단계별 정책성과를 포함한 능동적 보도자료 제공으로 홍보효과 극대화
- 연간 기획특집 보도계획 및 언론사 기고문 게재 등 연간 계획 수립을 통한 체계적인 홍보활동 전개

○ 2014 인천 아시아경기대회 개최에 따른 붐업 분위기 조성

- 2014 AG 조직위와 지속적인 홍보계획 공유를 통한 효율성 제고
- 2014 AG를 목표로 기획특집 계획 수립에 따른 붐업 분위기 조성
- 인천을 방문하는 외부 언론에 대한 적극적 국제도시 인천의 홍보

□ 시정 보도율 제고를 위한 취재지원

- 주요사업, 핵심사업에 대한 현장 Press-Tour 확대 실시
- 기자실 운영을 지원하여 출입기자단의 원활한 취재활동을 지원
- 주요행사 촬영 포인트 선정, 포토라인 설정 등 시정현장 이미지 부각
- 사진자료를 언론사에 제공, 시정 보도 활성화 및 시민이해 제고

□ 보도자료 제공방식 다양화

구 분	시기	추진 방향
기자설명회 (시장, 실국장)	수시	시정 핵심사업, 주요 정책 이슈 등 계획 발표 시 현장방문 또는 행사와 연계하여 생동감 있는 언론홍보 추진
언론사 기고문 게재 (관련 실국장)	정기	시정 역점시책 및 해당 실·국의 주요 현안 사항 등 매주 지정일에 신문사 게재 요청을 통한 시정 홍보
브리핑 (대변인)	정기	매주 월요일 정기 브리핑을 통한 주간보도계획 전달을 통한 체계적인 홍보 추진
	수시	수시 브리핑을 통해 시책관련 시 공식입장을 밝혀 부정정보도 확산방지

※ 주요사업 발표시 관련자료 실시간 시의원 제공 (e-mail, 문자전송 병행)

□ 언론보도 모니터링 및 대응

- 시정의 신뢰도 제고를 위하여 보도사항에 대한 신속·정확한 모니터링 분석으로 왜곡성 보도에 대한 적극적인 대응
 - 취재부터 보도까지 실시간 협의지원을 통해 부정·왜곡 없는 언론보도 유도
 - 부정확 보도에 대하여 사안에 따라 해명자료 제공, 언론중재위 신청, 법적대응을 통한 확산을 방지, 보도의 정확성 확보
 - ⇒ 2011년 22건, 2012년 49건, 2013년 55건(11월 현재)
- 언론보도 일일 모니터링 추진
 - 모니터링 결과 모든 내용을 보도방송시스템 활용 실·국 및 시의회 전파
 - 부정확 보도발생시 언론·방송사에 해명자료 배포 및 정정보도 요구
 - 정정·해명자료 메일링 리스트 지속 확대
 - : 2013년 4급 이상 간부 167명 확대 ⇒ 2014년 5급 간부공무원 500명으로 확대 예정
 - ⇒ 인터넷 뉴스 등은 보도내용 정정

□ 효과적인 시정광고 및 전략적 인터뷰 추진

- 언론매체별 광고효과가 극대화 되도록 전략적 광고 실시
- 사업별·시기별 특성을 고려하여 매체(일간지, 무가지 등) 선정
- 주요 시책사업의 공정·시점별 추진단계에 맞추어 기획인터뷰 실시
 - 현장인터뷰 강화, 시정에 대한 칼럼, 기고 등 통한 정보제공

□ 시민고객 불편사항 정책피드백 강화

- ON/OFF-line 언론보도 사항 중 문제점을 지적하고 개선(안)을 제시한 정책 아이টে을 발굴·검토하여 시정에 적극반영
- 여론조사(자치행정 모니터링 등) 결과를 바탕으로 시정 홍보 방식의 문제점 도출시 홍보전략 다각화 강구



◇ 지상파케이블TV 및 라디오 방송을 활용한 시정시책의 시기별 체계적 상시 홍보체계 구축으로 홍보 강화

□ 매체별 특성에 맞는 맞춤형 홍보 실시

- 지상파 TV를 활용한 시정 이슈 적극 홍보
 - 지역뉴스 시간대를 활용한 상시 홍보체계 구축
 - 시정전반 및 현안사항에 대한 대담인터뷰 실시로 시정신뢰도 향상 및 시민공감대 형성
- 케이블 TV를 통한 경제수도 인천 이미지의 전략적 홍보
 - 전국, 지역케이블 매체를 활용한 정책홍보 강화
 - 보도전문채널 및 종합편성채널의 고정프로그램을 활용한 기획홍보 추진
 - 지역케이블의 지역뉴스 프로그램을 통한 주요시정 홍보 방영
 - 대담 프로그램 활용한 2014년 주요사업 홍보 : 시장, 부시장, 실·국장 등 출연(년중)
 - 주요 시책 및 핵심사업에 대한 프로그램 제작을 통한 시민공감대 형성
- 라디오를 활용한 시정주요현안의 적시 홍보
 - 주요 시정에 대한 캠페인, 인터뷰 등 프로그램 운영으로 소통행정 구현
 - 주요 시책 및 핵심사업에 대한 프로그램 제작을 통한 시민공감대 형성

□ 체계적인 방송취재 지원 강화

- 사전섭외 및 현장취재지원
 - 주요시정에 대한 각 방송사 취재현장 및 인터뷰 섭외지원
 - 시정관련 주요행사 취재 지원 및 영상자료 적극 제공
- 방송뉴스에 맞는 취재 아이템 발굴, 제공
 - 매체별 맞춤형 방송보도 아이템 발굴, 제공
 - 민선 5기 시정철학에 부합하고 방송사 관심분야와 연계한 홍보 아이템 발굴, 제공

□ 공익캠페인 홍보

- 지상파TV, 케이블TV, 라디오 등 적정 방송사 활용
- 인천의 핵심사업에 대하여 연중 지속적으로 반복 노출

□ 모니터링 강화 및 효과적인 방송실 운영

- 신속한 방송모니터링을 실시하여 정책수립자료 활용 및 신속한 대응체계 구축
- 시책사업현장·주요행사 영상기록관리 및 영상메시지 촬영 제작
 - 국내·외 주요행사 등 시장님 동행 촬영 및 DB화 관리
 - 영상물 제작·편집 및 방송사 영상자료 제공

- ◇ 대중교통 및 옥내·외 홍보시설 등 다양한 매체를 활용한 홍보로 효율적인 시정홍보 추진

□ 홍보대상 매체의 선정 및 운영

○ 광고 매체별 파급 효과를 고려하여 적의 배분

- 대중교통수단 활용 매체 : KTX, 전철, 버스 등의 내·외부 매체 6종
- 다중 집합장소 활용 매체 : 영화관, 역사내, 시내버스 승강대 등 매체 8종
- 야립광고 : 중구 운북동, 서구 경서동 등 2개소(시소유)
- 옥상광고 : 삼산농수산물도매시장 1개소(시소유), 시내 주요지역 2개소
- 대형 전광판 : 서울 3~4개소(민간 소유), 인천 2개소(시소유-구월동, 부평동)

○ 매체별 특성을 고려하여 일관성 있는 홍보 시행

- 매체별 특성에 맞는 시안 제작(영상용, 부착용)
- 광고시안 교체 주기 조정을 통해 표출확대 추진(년1~2회)
- 주요 광고내용 : 대한민국의 심장 경제수도 인천, 3-Care, 2014 AG, 주요 국제행사, 시의성 있는 시정 뉴스 등 반복노출

○ 홍보 매체의 조정과 신규매체 개발

- 기존 매체에 대한 주목도, 장소, 수량 등의 적정성 파악 보완·조정
- 시정 이미지 홍보에 적합한 신규 홍보 매체 발굴로 시정홍보 강화

□ 지속적인 홍보매체 관리

○ 각 매체별 관리 및 운영 실태를 점검하고 확인하여 운영매체의 최적상태 유지

- 시 자체 점검(상·하반기 각 1회), 관리업체 점검(수시)
- 적절한 매체 관리로 홍보효과 극대화

○ 시정 홍보에 대한 시민의 인지도 조사 및 인지경로 조사 실시

- 효과적인 홍보매체의 활용 방안 모색 : 년 1회



- ◇ 『대한민국의 심장, 경제수도 인천』으로 도약하고 있는 우리시의 역동적인 이미지를 국제사회에 전파함으로써, 인천의 도시브랜드 가치향상과 투자확대 도모

□ 유명 국제포럼 협찬을 통한 도시마케팅

- 해외 저명인사와의 교류기회 확대 및 신뢰도 높은 홍보효과 제고를 위해 해외 저명인사가 참여하는 국제포럼 협찬 추진
 - 세계지식포럼, 세계화문매체 인천총회 등 국내 유력 언론사가 주관하는 국제포럼의 협찬 : 연 2~3회

□ 해외 유력언론사 초청 Press-Tour

- 해외유력 언론매체의 국내외 주재 외신기자를 초청, 경제수도로 도약하는 인천시의 역동적 이미지 홍보
 - 한국관광공사, 외신기자클럽 등과 연계하여 해외 유력언론사 기자단 초청 Press-Tour 실시
 - 중국 타겟 외신기자 프레스 투어를 통한 해외홍보 강화

□ 해외 유력 언론매체를 활용한 도시브랜드 홍보

- 우리시의 미래비전 및 관광인프라 등의 적극적인 홍보를 통해 외자 및 관광객 유치로 국제경쟁력 강화
 - 한류와 연계하여 아시아권을 대상으로 인천 현안 이슈 홍보 : 수시(보도자료 제공)
 - 유력 외국어신문에 인천 전면특집 및 일반기사, 광고 게재 : 분기별 2회



◇ 신문, 방송 매체와 병행 인지도가 높은 인터넷 매체와 잡지 광고 등을 통하여 다양한 네티즌 및 구독자들에게 열린 시정을 전파하여 홍보의 효율성을 기하고자 함

□ 인터넷 신문사 매체광고를 통한 시정홍보

- 매체 파급력이 급속히 성장하고 있는 인터넷 매체를 활용하여 기획영상 기사, 인터넷 배너, 기획보도 등 추진
 - 타겟과 시점에 맞는 기획영상 제작을 통한 시정 홍보의 극대화
 - 적절한 매체 배분을 통한 효과적인 홍보 시행
(2013년 : 15개매체 → 2014년 20개매체)
 - 지속적인 기획보도를 통해 주요포털에 인천에 대한 홍보 확대

□ 유력 잡지 광고를 통한 이미지 홍보

- 시정 핵심사업에 대한 시정홍보를 전면 이미지 광고를 통하여 시민들에게 시책을 효과적으로 전달
 - 주요 시책홍보 시 함축적으로 이슈를 전달할 수 있는 이미지 개발 및 홍보 (2013년 : 36회 → 2014년 : 40회)
 - 주요 이슈에 대한 기획보도를 통한 효과적인 시정홍보 추진

□ 무가지 광고를 통한 이미지 홍보

- 지하철, 버스 등 대중교통을 이용하는 출·퇴근 유동인구를 타겟으로 문화예술 및 관광·생활정보 등 실생활에 유용한 정보를 주기적으로 전달
 - 인천시 문화예술 및 관광분야에 대한 전국적인 홍보로 인천을 도시 브랜딩 (2013년 : 11회 → 2014년 : 15회)

- ◇ 인천시 대표 소셜미디어 매체와 온라인 매체를 활용해 시민과 소통할 수 있는 뉴미디어를 통한 시정홍보를 강화하여 정보를 공유·개방·참여함으로써 우호적 이슈 환경 조성

□ 뉴미디어 매체를 활용한 홍보

○ 소셜미디어 운영현황

구분	주소	개설시기	실적 (11월말)
블로그	incheonblog.kr	2009.7	방문자수: 3,000,154명
트위터	twitter.com/smartincheon	2010.5	팔로워 : 26,022명
미투데이	me2day.net/incheon4u	2010.7	팬(구독자) : 22,054명
페이스북	facebook.com/flyic	2010.7	친구 : 10,257명
소셜웹	social.incheon.go.kr	2011.7	방문자 : 65,411명
티스토리	liveincheon.tistory.com	2012.5	방문자 : 154,154명

※ 블로그 기자단 (25명) 및 SNS 서포터즈(700명) 운영 확대

○ 온라인 및 모바일을 통한 배너광고 (18회)

- 매체 : 주요 포털사이트(Daum, Naver)
- 광고내용 : 주요시책, 2014 AG 및 장애인 AG, 축제 등

○ 인천 브랜드 검색 광고 (6회) : 주요 포털사이트에 시정소식 노출

○ 미디어매체 운영

- 스마트폰 애플리케이션 운영 (인천시미디어, 굿모닝인천(태블릿 pc용))
- 주요회의(확대간부회의) 등 생방송 시행

□ 자체 온라인 매체를 활용한 홍보

○ 인터넷방송(Mint-TV) 운영

- 시정뉴스(주2회, 회당 3건), 현장뉴스(주1회), 의정뉴스, 기획영상물, 시민특강 영상
- 시민기자·리포터를 활용하여 시민 참여형 영상물(컨텐츠) 제작

○ 인터넷 신문(I-View) 운영

- 주 2회(회당 8~12쪽지) 제작
- 청년, 객원기자를 활용하여 일방적 관 홍보를 지양하고 시민에 의한, 시민을 위한 신문제작

◇ 시민들이 알고 싶어 하는 생생한 생활정보를 전달하고 우리시 자산인 관광, 문화를 널리 알려 시민이 참여하고 교류하는 쌍방커뮤니케이션 수단으로 활용

□ 월간 시정소식지 「굿모닝인천」 발행

- 주요내용 : 주요 정책사업, 문화관광자원, 미담사례, 가볼만한 곳 소개
 - 월 50,000부 발행, 60면 제작
 - DM발송, 지하철, 병원, 관광안내소, 도서관 등 배포

□ 점자판 「굿모닝인천」 녹음도서 발행

- 「녹음도서」 발행으로 점자판을 읽지 못하는 시각장애인에게 시정정보 제공
 - 점자판 굿모닝인천 콘텐츠를 전문성우가 녹음, 1천개 제작해 발송

□ 격월간 영문소식지 「인천나우」로 해외홍보 강화

- 인천을 알리는 유일한 영문홍보지로 주요 국제행사에 활용
 - 2014아시아경기대회참가국, 우호자매도시, 중앙부처 및 자치단체에 배포

□ 인천다문화신문 ‘다사랑’ 제작 발간

- 인천거주 다문화가족에 자긍심과 애향심 고취 및 시정정보 전달
 - 발행언어 : 한국어, 베트남, 중국어, 영어

□ 단행본 홍보책자 제작·발행(2종)

- Welcome Incheon
 - 주요내용 : 3대 경제자유구역, 2014 인천 아시아경기대회경기장 및 시설, 구도심 재개발 현장 등 경제수도 인천 소개
 - 배 포 : GCF 사무국, 아시아경기대회 선수단 및 임원진, 국내외 관광객 대상
- 멋진 인천
 - 주요내용 : 인천의 아름다운 사계, 볼거리, 축제 등을 담은 선물용 화보집
 - 배 포 : 아시아경기대회 참가 VIP 및 NOC 이사국 관계자 등

2014년도 주요 행사계획

월	행 사 명	기간	장소
1 월			
2 월			
3 월	제2기 블로그 기자단 발대식	3. 3	영상회의실
4 월			
5 월			
6 월			
7 월	제2기 인천시 SNS 서포터즈 발대식	7. 4	시청 광장
8 월			
9 월			
10월	2014 세계지식포럼	10월중	워커히호텔
11월			
12월			