

《방송홍보의 프로세스와 실무사례》

1. 신문 VS 전문매체 VS 인터넷매체 VS 방송

① 신문

- 영향력 : 정부, 기업 등 각계에서 폭넓게 인용
- 이해의 난이도 : 문해력 동반, 헤드라인 위주의 인지
- 이미지의 동반 여부 : 지면의 한계 넘어 인터넷 유통
- 보편적 소재 : 경향성 위주의 보도, 단일 사안 노출 가능
- 소통 창구 : 해당 부처 출입기자 중심, 상호 계약을 통한 업무
- 형식 다변화 : 롱폼 등 포맷, 플랫폼 통한 확장 시도, 구독 서비스

* 업무 성과 척도, 제목 수정 논의, 이미지 대체 시도,
광고 및 협찬, 임원급 관계, 비즈니스모델 확장

② 전문매체

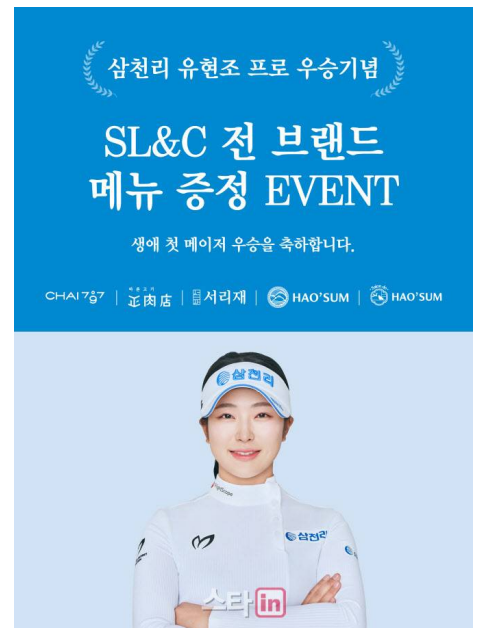
- 영향력 : 포털 등재로 확대
- 전문성 기반 : 해당 분야 고관여층 공략
- 2차 유통 : 전문매체에서 촉발되어 중앙 언론사로 이동
- 구체적 소재 : 단일하거나 보편적이지 않은 사안의 수용
- 소통 창구 : 해당 부처, 거점 기자실, 자체 기자실 위주
- 사업 확장 : 학회 지원, 포럼 개최 등 영향력 확장 및 수익 다변화

* 홍보 창구로서의 매력

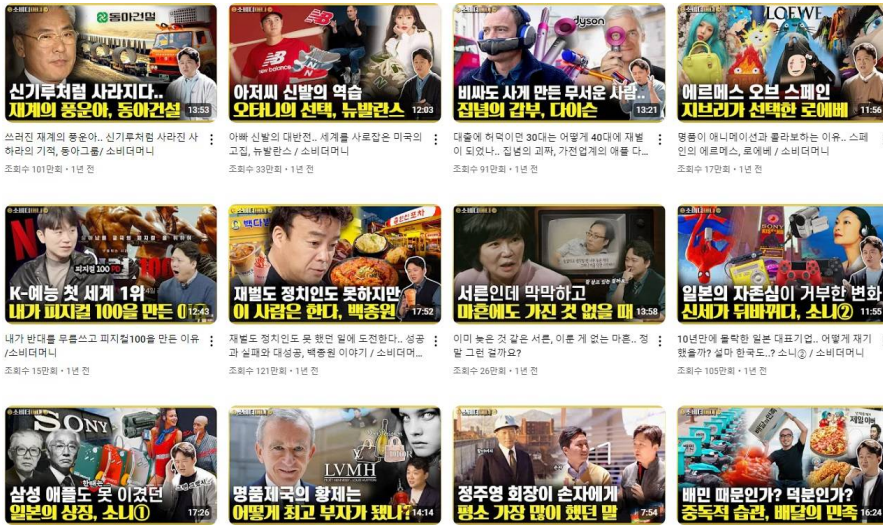
매경 기업인사이드, 세계지식포럼, 매경 오픈
자동차, 물류, 에너지

③ 인터넷매체

- 포맷의 다양성 : 이미지 요소 활용으로 언론의 경계 모호
- 메시지 수용성 : 브랜드드 마케팅 등 소프트한 스토리텔링
- 정보 신뢰도 : 전문성과 상세함으로 소비자 의사결정에 영향력 확대
- 1인 미디어 : 인플루언서, 유튜버 등 창구 다양



* 1인 미디어 매체 리스크, 14F 등 레거시 미디어의 진출, 신뢰도와 전문성



④ 방송

- 영향력 : 미디어 환경 변화로 공영방송 등 고민
- 이해의 난이도 : 평이한 내용과 이미지 위주의 인지
- 이미지 동반 : 기업 전반에 걸친 대외 이미지 홍보
- 보편적 사례 : 심의와 규제 탓에 복수 사례, 보편적 경향성
- 소통 창구 : 부처 출입기자 중심, 공영방송과 종편의 차이
- 형식의 다변화 : 서브 레이블 형식의 디지털 채널로 영역 확대

* 간접광고 규제, 트렌드 분석

방송 시간대 변경 논의, 기획 제안, 사업 제안, PPL

심의 : 삼성전자 VS 참이슬

항만공사, 신한, 국방과학연구소

에이스침대, 서울우유

정치 조희형
1~2초 만에 드론 격추..레이저 대공무기 '블록-I' 시연회

입력 2024-07-31 17:13 | 수정 2024-07-31 17:14



레이저 대공무기 블록-I [방위사업청 제공]

2. TV뉴스의 매체적 특성과 홍보

① 상징적 환유적 매체

- 대통령실, 백악관, 에펠탑, 명동, 신라면 등 상징성
- 쿠팡 = 노동자의 무덤 -> 대연론 무더기 소송
- 큐텐 = 소상공인 파산 -> 오너의 몰염치
- 현대차 = 귀족노조 -> 양궁선수단 통큰 지원
- 벤츠 = 화교자본 -> 아파트 배터리 화재 -> 적극적 보상
- 한국야쿠르트 = 노란 유니폼 -> 취약층 돌봄

* 어떤 이미지와 연결할 것인가?

ex) 큐텐 -> SSG 등 경쟁기업들의 대금지급기간 단축

쿠팡 -> 윤리 경영, 늦은 배송 이해하자는 착한 소비

오너 리스크, 낙하산, 글로벌 기업의 두 얼굴

김장행사, 연말 위문행사

② 스트레이트뉴스

- 주무부처의 발표 및 보도자료

- 사건사고 발생

- 기자에게 디테일을 제공

* 본사의 영역과 연관성은 무엇인가?

ex) 연금개혁 : 동국제강 등 정년연장기업

전기가격 인상 : '에어컨 작동법'

수해 재난 : 자동차 침수 탈출 요령

③ 내부 발제 기획뉴스

- 정부 정책 방향성과 매칭

- 사회/ 경제 경향성 분석 및 보도자료 제안

- 의원실, 홍보실, 시민단체



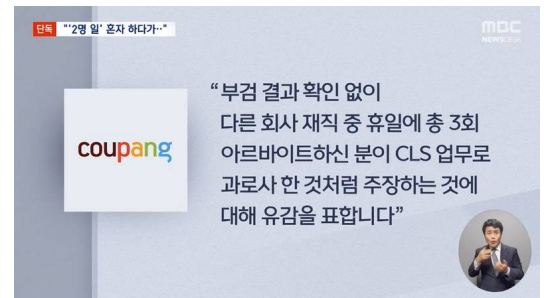
ex) 'AI데이터센터 전기먹는 하마 열을 잡아라'

'Battery Management System' 등 배터리 관련 뉴스

케이방산 열풍 신무기

케이푸드 열풍 전통장류 수출 등 국가적 이슈로 이미지 포장

숙박 페스타, 지역 기반 쿠폰 행사



④ 공동기획

- 기업, 단체의 전문성 활용한 협업

- 보도 다큐, 시사제작물

ex) 대한항공 화물기, 신규취향 르포

극지연구소, 해양 관련 연구소 '탐사 다큐멘터리'

글로벌 구호단체 기아 관련 뉴스프로그램

산림청, 농식품 관련 공기업 신기술 관련 제작물



⑤ 리스크 대응

- 공개적 대응 : 투명한 공개, 사회적 책임

- 폐쇄적 대응 : 원론적/ 제한적 공개, 부정적 이미지 관리

- 무대응 : 입장문으로 보도 방향성 경고 후 소송을 통한 대응

ex) 삼성전자, 아리셀 등

쿠팡, 대통령실 : 하위조직에 영향

(홍보실 - 협박조 언론 대응 보도자료)

(장관 - 대정부질문 태도, 불참, 대리 출석)



⑥ 직접 지원

- 광고, 협찬, PPL, 브랜드 마케팅, 가상광고

3. ESG 테마

- ① 상생 : 맥도널드 - 대파, 마늘 버거
이마트 - 지역 특산물 MD
상암 페스티벌 / 울산MBC 가요 페스티벌

- ② 환경 : 태화강 환경 개선

- ③ 미래세대 MZ : 장학금 기부

장병 위문

- ④ 마이너리티 : 방문판매 취약계층 돌봄
계량기술을 통한 예측 경보
장애인 차량
맹인 안내견

