

충청남도 정책홍보 방안

-공공건축, 공공공간, 공공시설물을 대상으로-

2017. 7

- 목 차 -

1. 개요	3
1) 연구의 배경 및 목적	3
2) 연구의 방법 및 범위	3
2. 정책홍보 관련 법·제도 현황	4
1) 관련 법·제도 분석 범위	4
2) 관련 법·제도 분석	5
3. 국·내외 사례 분석	7
1) 국내사례	7
2) 국외사례	18
3) 분석 및 시사점	26
4. 충남 정책홍보 활용방안	27
1) 정책홍보 적용대상	27
2) 유형별 적용	31
3) 기타 적용 및 추진방안	32
참고문헌	34

1. 개요

1) 연구의 배경 및 목적

- 새로운 시민 상에 대한 관심 증대 및 도민공론(public discourse)의 시대 도래¹⁾
- ‘도 중심 홍보’에서 ‘도민 중심 소통’으로 정책홍보 패러다임 변화
- 일반적으로 이용되었던 개념전달을 위한 홍보 방법에서 도정의 이해와 공감과 소통이 기반이 되는 미디어 디자인의 필요성 증대
- 도·민간의 협업이 확대됨에 따라 다양한 민간·사회단체와의 중장기적인 관계관리에 기반한 유기적인 협력체계 구축 및 강화 필요
- 도민통합, 소통, 사회안전 추구 등 사회적 소통의 활성화에 기여

2) 연구의 방법 및 범위

- 충청남도의 정책홍보를 위한 수단으로 충청남도가 직접적으로 관리하는 공공건축과 공공공간, 공공시설물을 대상으로 함
- 대상은 충청남도에서 직접 관리 및 운용하는 충청남도 공유재산으로 한정함
- 2016년도까지 집계된 충청남도 공유재산 리스트를 기준으로 충청남도의 자산 중 정책홍보를 수행할 수 있는 물적 대상을 중심으로 함

<표 2>. 연구방법

1	연구개요	▶ 도민 중심 소통 개념 정립을 위한 연구방향 제시
2	법·제도 분석	▶ 정책 홍보와 관련된 법·제도 분석을 통한 이해
3	사례분석	▶ 타 시·도 및 해외 사례 분석을 통한 방향 설정
4	활용방안	▶ 충청남도 정책홍보를 위한 대상과 콘텐츠 활용방법 제시

1) 국민중심의 소통활성화 방안 연구, 광운대학교 산학협력단, 2014, p8

2. 정책홍보 관련 법·제도 현황

1) 관련 법·제도 분석 범위

- 정책홍보와 관련한 법·제도는 연구의 범위에서 설정한 공공건축, 공공공간, 공공시설물과 관련하여 적용되는 법·제도를 검토
- 건물, 공간, 시설물의 홍보 수단에 직접적인 영향을 주는 법·제도로써 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고물 산업 진흥에 관한 법률 시행령」과 「충청남도 옥외광고물 관리조례」가 있으며 주요내용 및 특징은 <표2>와 같음²⁾

<표 3> . 옥외광고물 관련 법·제도 주요내용

구분	명칭	주요내용
법	「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」	옥외광고물의 표시장소, 표시방법과 게시시설의 설치, 유지등에 관한 제한 성격의 기본적인 법률
시행령	「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령」	설치 광고물의 집행또는 관리에 대한 관리법의 하위 규정
조례	·옥외광고물 시·도 조례 ·옥외광고물 시·군·구 조례	각 시·도, 시·군·구 별로 적용되는 시행령에 따른 관리조례

- 경관 및 환경에 영향을 주고 시설물에 적용되는 「공공디자인 진흥에 관한 법률」 및 시행령, 시행규칙 그리고 충청남도 공공디자인 조례의 주요내용 및 특징을 검토함

<표 4> . 공공디자인 법·제도 주요내용

구분	명칭	주요내용
법	공공디자인의 진흥에 관한 법률	<ul style="list-style-type: none"> - 공공디자인 진흥 종합계획 - 공공디자인 위원회의 설치 - 공공디자인 용역발주 근거 - 공공디자인 전담부서의 설치 및 인력 배치 규정
시행령	공공디자인의 진흥에 관한 법률 시행령	<ul style="list-style-type: none"> - 공공디자인의 진흥 종합계획의 수립과 실태조사 - 공공디자인 용역 참여 기준 - 추진협의체의 구성 - 공공디자인용역 전문 수행 기관의 육성을 위한 지원사항 - 전담 기관의 지정·운영 - 우수 공공디자인의 선정 방법 및 절차
시행규칙	공공디자인의 진흥에 관한 법률 시행규칙	<ul style="list-style-type: none"> - 공공디자인 위원회의 구성 및 운영 - 공공디자인 전문인력의 기준 - 공공디자인 전문회사 신고
조례	충청남도 공공디자인 조례	각 시·도, 시·군·구 별로 적용되는 시행령에 따른 조례


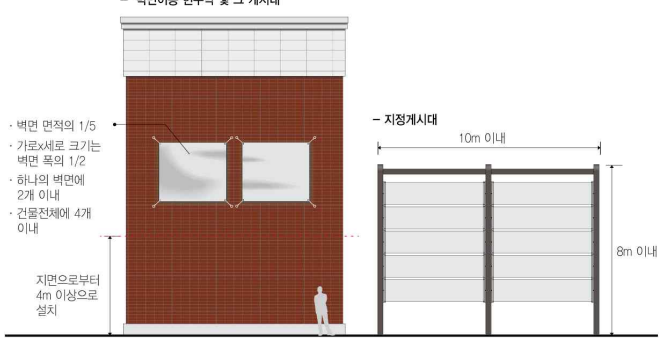
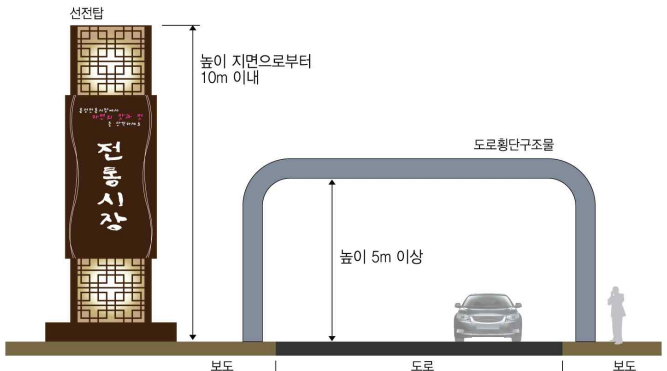
2) 충청남도 옥외광고물 관리방안, 충남연구원, 2016, p4

2) 관련 법·제도 분석

① 옥외광고물 관련

- 옥외광고 제도에 의하면 정책홍보를 위한 콘텐츠는 유형에 따라 건물의 벽면이용, 건물과 부지 내 광고물 게시대 이용, 홍보를 위한 공간에 설치하는 선전탑 및 아치광고물 등에 적용할 수 있음
- 정책홍보 주요 방법으로는 <표 4>와 같이 공연간판의 표시방법, 현수막의 표시방법, 선전탑 및 아치광고물의 표시방법 등이 있음

<표 5> . 홍보정책관련 옥외광고물 표시방법

관련제도	표시방법	주요내용
옥외광고물법 시행령 및 도 조례	공연간판의 표시방법	<p>가로크기는 건물폭의 1/3 이내, 세로크기는 건물높이의 1/4 이내</p> <p>돌출폭은 벽면에 밀착하여 30cm이내, 모형간판은 70cm, 디지털광고는 180cm 이내로 설치</p> <p>지면으로부터 3m 이상</p> 
	현수막의 표시방법	<p>- 벽면이용 현수막 및 그 게시대</p> <ul style="list-style-type: none"> • 벽면 면적의 1/5 • 가로·세로 크기는 벽면 폭의 1/2 • 하나의 벽면에 2개 이내 • 건물전체에 4개 이내 <p>지면으로부터 4m 이상으로 설치</p> <p>- 지장게시대</p> <p>10m 이내</p> <p>8m 이내</p> 
	선전탑 및 아치광고물의 표시방법	<p>선전탑</p> <p>높이 지면으로부터 10m 이내</p> <p>도로횡단구조물</p> <p>높이 5m 이상</p> <p>폭이 20m 이상인 도로는 도로횡단구조물 설치금지</p> 

② 공공디자인 관련

- 공공디자인 법·제도에서 공공디자인 대상 시설물 중 현수막 게시대, 안내표지판 등 주요 콘텐츠가 공공디자인 관리 시설물에 해당됨
- 공공디자인 대상 시설물은 시·도 및 시·군·구에서 제정된 조례를 근거로 하며 충남은 공공디자인 통합기본계획 및 가이드라인 등을 토대로 공공디자인 심의 및 자문 등을 통해 관리하고 있음
- 공공디자인조례의 공공디자인 대상 시설물은 공공예술 및 조형물, 공공시설물, 공공매체로 분류하며, 이중 공공매체에 해당되는 모든 시설물과 기타 조형물, 석축, 옹벽, 육교, 지하도 등을 정책홍보에 적용할 수 있음

<표 6>. 공공디자인 대상 시설물

분 류		시설물의 종류
공공예술 및 조형물	공간 디자인	· 공공조형물, 상징조형물(동상, 기념비 포함), 공공용품(기념품, 공공공예품 포함), 미디어아트 · 공공청사 문화/복지시설, 교통시설, 환경시설의 부속시설물의 디자인(색채, 재질, 조형, 도시색체계획, 야간조명계획)
	도시 환경	공원(쌈지공원 포함), 광장, 운동장, 어린이놀이터, 교량(철도교 포함), 고가도로, 지하차도, 터널, 보도, 자전거도로
공공시설물	교통 시설	가로등, 도로명판, 불라드, 펜스, 방음벽, 높이 2미터 이상인 석축 및 옹벽, 육교, 지하도, 택시.버스 등 대중교통 승차대, 정류소 시설물 및 표지판, 자전거보관대, 주차안내 표지판, 지하철 출입구(캐노피 포함). 지하철 안내표지판.환기구(흡.배기구).지상노출 엘리베이터 기타 이와 유사한 시설
	편의 시설	벤치, 의자, 쉼터, 파고라, 휴지통, 음수대 기타 이와 유사한 시설
	공급 시설	분.배전반, 우체통, 소화전, 상수도 제어함, 신호등 제어함, 공중전화부스 기타 이와 유사한 시설
	기타 시설	가로수보호대, 가로화분대, 가로녹지대, 분수대, 맨홀뚜껑 기타 이와 유사한 시설
공공매체	정보 체	이정표, 안내표시판, 방향 유도표시, 규제사인, 관광 안내도, 대기오염 전광판, 버스노선도, 지하철 노선도 기타 이와 유사한 시설
	광고 체	현수막 게시대, 지정벽보판(광고판), 고정형 행정 광고물 기타 이와 유사한 시설
	기타 시설	벽화, 슈퍼 그래픽, 생활정보지 배부함 기타 이와 유사한 시설

3. 국·내외 사례분석

정책홍보의 추진과 관련하여 관이 일방적으로 주도하던 기존 방법에서 최근에는 전문가, 민간조직, 시민 커뮤니티 등 국민의 소통을 통한 홍보 방법으로 전환되면서 ‘공공소통’이라는 용어까지 사용되고 있다. 홍보 형태 또한 단순한 문자 중심에서 디자인 및 예술 분야를 활용한 콘텐츠 융합 형태로 다양화 되고 있다. 이에, 본 과제에서는 관 주체, 민관협력으로 추진할 수 있는 정책홍보의 다양한 적용 사례를 분석하여 시사점을 도출함으로써 충남에서 적용할 수 있는 정책홍보 방안을 제시하고자 한다.

정책홍보 적용 대상은 주로 공공시설, 공공공간, 공공건축물로 구분할 수 있으며, 최근에는 이 외에도 온라인 등을 활용하는 경우도 많다.





1) 국내사례

① 공공시설물 적용 사례

공공시설물을 활용하여 정책을 홍보하는 경우는 공사장 가림시설 사례가 가장 많다. 공사 대상 건축물의 특성을 반영한 그래픽 디자인 또는 문구를 활용하거나, 최근에는 해당지역을 상징할 수 있는 문화콘텐츠를 활용한 그래픽을 적용하여 적극적으로 지역을 홍보하는 사례가 많아지고 있다. 서울이나 대구 등에서 이와 같은 방법을 많이 활용하고 있으며 충남 역시 2014년에 발간된 공사장 가림시설 디자인 가이드라인을 적용하여 내포신도시를 중심으로 적극적으로 지역을 홍보하고 있다.

국립현대미술관 및 삼성물산, DMC 공사, 하나은행 등의 적용 사례에서 보는 바와 같이 과감하면서도 독특한 방법으로 시선을 집중시키거나 기업의 이미지를 향상시키는 용도로 활용하고 있기도 하다. 그래픽 디자인뿐만 아니라 설치미술 형태로 적용하거나, 인사동의 경우 조명 및 인사동이라는 전통적 이미지를 활용한 가림시설을 적용하고 있기도 하다.

공사장 가림시설 외에도 주차장 벽면에 벽화 형태 및 보행안전펜스에 현수막 활용, 지하 연결 계단에 랩핑 또는 벽면에 그래픽 디자인 등 다양한 적용대상에 다양한 방법으로 홍보하고 있음을 사례를 통해 알 수 있다. 또한 최근 금연정책이 확대 시행됨에 따라 흡연부스 설치 역시 확대되고 있어, 이러한 시설에도 공공정책을 홍보하거나, 또는 아시아문화전당과 같이 시민의 참여로 정책을 홍보하는 사례도 나타나고 있다.

	<p>걷는도시 서울</p>	 <p>(출처 : www.google.co.kr)</p>
<p>가림시설 (그래픽 디자인, 조형물, 조명 등)</p>	<p>서울시 중구청 (관광 홍보)</p>	
	<p>서울시 중구청 (지역 홍보)</p>	
	<p>국립현대미술관</p>	 <p>(출처 : www.google.co.kr)</p>

서울 서북
상암지구
(DMC공사
현장 : 조형물)



(출처 : www.daejin.co.kr)



(출처 : www.daejin.co.kr)

삼성물산
(조형물)



	<p>서울 인사동 (조명 활용)</p>  <p>(출처 : www.daejin.co.kr)</p>
	<p>아시아문화전당 (시민 미술놀이)</p>  <p>(출처 : 광주미술문화연구소)</p>
<p>역고가 (그래픽 디자인)</p>	<p>서울로 7017</p> 
<p>주차장 (벽화)</p>	<p>서울시 광진구 (주차예절 홍보)</p> 
<p>펜스 (현수막)</p>	<p>수원시 (화성 홍보)</p>

		
계단 (랩핑)	전북경찰청 (폭력근절 홍보)	
지하철 입구 벽면	하나은행 (기업홍보)	 (출처 : http://design.kiu.ac.kr)

흡연부스	KT&G (공익광고 및 시정 홍보)	 <p>(출처 : www.클린114.com)</p>
------	---------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

② 공공공간 적용 사례

최근에 안전안심 마을 조성 사업이 활발히 추진되면서 범죄예방디자인설계의 하나로 도로 바닥 또는 벽면에 LED 불빛으로 글씨를 투사하는 로고젝터 활용 사례가 많아지고 있다. 마을의 안전성 향상을 위한 공감대 형성은 물론 정책 및 지역을 함께 홍보하는 수단으로 활용하고 있기도 하다. 뿐만 아니라 주민이용이 많은 공간에 지역 주민들에게 희망메시지를 전달하기 위한 목적으로 활용하는 사례도 있다.

이 외에도 지역 축제 및 행사 시 외부공간에 한시적으로 지역의 타 행사 또는 정책을 홍보하는 사례도 볼 수 있다.


도로 (로고 젝터)	서울 관악구 (안심마을 홍보)	
------------------	------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

<p>공원, 광장 (로고 젝터)</p>	<p>대전 유성구 (희망메시지 전달)</p>	 <p>(출처 : http://heraldk.com)</p>
<p>주요 거리, 관광지, 광장 등 (로고 젝터)</p>	<p>안동시 (지역 홍보 및 희망메시지 전달)</p>	 <p>(출처 : AndongNet)</p>

<p>행사장 외부공간</p>	<p>시흥시 (행사 홍보)</p>	 <p>(출처 : http://gnews.gg.go.kr)</p>
---------------------	------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

③ 공공건축물 적용 사례

공공건축물에는 건축물 외벽에 벽화와 간판, 현수막 등에 적용하는 사례가 있다. 홍보내용에 따라 벽화와 간판 등을 활용하여 과감한 그래픽 디자인을 적용하여 보는 사람들로 하여금 정책을 인지시키도록 하거나 또는 지역의 주요 행사 시 관련 홍보와 함께 지역을 홍보하는 현수막을 활용하고 있다. 즉, 홍보내용 및 적용대상에 따라 차별적으로 활용하고 있음을 알 수 있다.




<p>건축물 (타일 벽화)</p>	<p>경기북부 경찰청 (여성 안심귀가 홍보)</p>	
----------------------------	------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

<p>건축물 (벽화+간판)</p>	<p>경찰박물관 (교내 폭력근절 홍보)</p>	
<p>건축물 (현수막)</p>	<p>광주비엔날레 (전시 및 지역 홍보)</p>	 <p>(출처 : www.google.co.kr)</p>

④ 기타

공공시설물, 공공공간, 공공건축물 이외에도 정책홍보를 위한 수단은 다양하게 나타나고 있다. 경기도 이천의 경우 전철에 랩핑으로 지역홍보를 하고 있으며, 전남 여수는 차량을 활용하여 영상홍보로 정책을 홍보하기도 하였다.

최근에는 참여형 공공소통이 확산되면서 캠페인 방식에 의한 사례도 나타나고 있다. 자유학기제를 활용하여 학생들 대상으로 현장교육을 통해 중소기업 홍보를 하거나, 온라인을 통해 디자이너와 시민의 콜라보레이션으로 정책을 홍보하는 등 관 중심의 일방향적 홍보가 아닌 민관이 소통하면서 홍보하는 방식이 적용되고 있다.

차량 (랩핑)	경기도 이천시 (이천시 홍보열차)	
차량 (영상 홍보)	전남 여수시 (박람회 홍보)	
현장교육 캠페인 (민관 협력)	메이커스 (자유학기제 활용, 중소기업 3D 프린터 교육 운영)	  <p>(출처 : 문체부(2015), 문화콘텐츠를 활용한 민간협력 공공소통 방안 연구)</p>

온라인
활용
캠페인
(디자이너
참여
콜라보
레이션
프로젝트,
클라우드
소싱)

더 나은 미래
(일 가정 양립
문화 조성
공감대 확산)

1차 심사를 통과한 20팀의 아이디어에 투표해 주세요!

여러분의 투표(60%)와 전문가 평가(40%)를 거쳐 최종 11팀을 선정, 상금을 드립니다!

오늘도 맑음
by 이은아 ♥550

김씨네 부자의 레미콘아트
by 김용근 ♥450

약속우등 행복한 동아네~
by 김태권 ♥353

우리는 미니독공대!
by 나은연 ♥396

반여배지가 된 4명제
by 고영하 ♥582

가족매력이야 함께 버스킹
by 여정우 ♥1315

권난이 가족
by 권난이 ♥395

시냇가에
by 송원정 ♥496

즐거운 리액션수레
by 김진호 ♥343

365일 꽃처럼 피사한 유경,영규네
by 민유정 ♥596

뒤편은 금혼식
by 연준익 ♥744

우리가족 행복 시간표
by 문선희 ♥1098

▲행복시간표의 진행은 예술가 육성을 지원하는 사회적기업 '위누'가 맡았으며, 소피아 최·경현성·이미주·조정은·안지은 등 현대미술작가 5인이 시간표 서식 제작에 참여함

▲국민의 일-가정 양립을 목표로 하는 '우리가족 행복시간표'는 평일 오후 6시부터 저녁 10시까지 가족과의 여가 계획을 시간표로 작성해 공유하는 캠페인임
(출처 : 문제부(2015), 문화콘텐츠를 활용한 민간협력 공공소통 방안 연구)

2) 국외사례

① 공공시설물 적용 사례

해외의 경우 공사장 가림시설에 우리나라와 유사한 방식으로 그래픽 디자인을 적용하는 경우도 있지만 재질의 특성과 색채로 예술적 이미지를 부여하거나, 녹지를 활용하여 자연친화적인 이미지를 부여하는 등 다양하게 적용하고 있다.

또한 안전성 인식 제고를 위한 홍보를 버스정류장 또는 횡단보도 등에 단순한 이미지로 적용하거나, 도시환경에 대한 인식 개선을 위해 벽면이나 담벼락, 계단 등을 활용하여 재미있게 표현한 사례도 있다. 특히 시의 빅데이터를 활용하여 시정 문제를 해결하기 위한 과제를 온·오프라인상에서 오피니언리더와 대표 시민들이 결정하도록 하는 사례도 있다. 이러한 방식은 관이 주도하여 주요정책을 홍보하는 기존의 방식과는 달리 시민이 주요정책과 과제를 선정하는 적극적인 공공소통 방식을 적용한 사례라 할 수 있다.

가림시설	미국 뉴욕 (재건축 공사현장)	 <p>(출처 : www.daejin.co.kr)</p>
	일본 시부야	 <p>(출처 : www.daejin.co.kr)</p>

<p>횡단보도, 버스 정류장</p>	<p>미국 교통부 (보행자 사고 방지 홍보)</p>	 <p>(출처 : 문체부(2015), 문화콘텐츠를 활용한 민간협력 공공소통 방안 연구)</p>
<p>갈라진 벽, 낡은 간판, 담벼락, 부서진 문짝</p>	<p>프랑스 (도시환경 인식개선)</p>	 <p>(출처 : 문체부(2015), 문화콘텐츠를 활용한 민간협력 공공소통 방안 연구)</p>
<p>경진대회 (오피니언 리더, 대표 시민에 의해 과제 결정)</p>	<p>미국 (시정 문제를 기술로 해결하기 위한 어플리케이션 개발)</p>	<p>(참고) 'NYC 빅 애플' 로고</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 빅데이터를 상징하는 차트를 사과 열매와 일 모양으로 형상화. 2013년에 개편됨 ■ 아래는 로고를 활용한 오프라인 광고물과 브로슈어 오프라인 광고물의 경우 경진대회를 위해 공개된 빅데이터의 주요 수치를 빨강과 녹색의 차트로 구성해 배열함으로써 빅데이터를 활용한 어플리케이션 경진대회를 알릴과 동시에 'NYC 빅 애플' 로고의 인지 효과를 높임  <p>(출처 : 광운대 공공소통연구소(2014), 국민중심 소통활성화 방안 연구)</p>

② 공공공간 적용 사례









공공공간에는 조형물이나 설치미술, 구조물 등 다양한 방식으로 정책홍보를 하고 있다. 사람들 이용이 많은 광장이나 보행로에 한시적 또는 지속적으로 설치하여 정책을 홍보함으로써 인지성을 높이면서 도시환경에 재미요소를 부여하는 방법이라 할 수 있다. 특히 조형물 제작 과정에 시민을 비롯한 디자이너, 학생 등 다양한 주체가 참여하여 아이디어를 제공하거나, 설치된 조형물 및 구조물을 시민이 직접 체험하는 등 공공소통 홍보방식이 다양하게 적용되고 있음을 알 수 있다.

<p>광장 (조형 예술)</p>	<p>중국 (환경보호 인식 개선 전시 : 나무젓가락 조형물)</p>	 <p>(출처 : 문체부(2015), 문화콘텐츠를 활용한 민간협력 공공소통 방안 연구)</p>
<p>광장 (시민의 표정, 자연 환경 활용한 구조물)</p>	<p>미국 시카고 (문화다양성 이해 확산)</p>	 <p>(출처 : 광운대 공공소통연구소(2014), 국민중심 소통활성화 방안 연구)</p>
<p>광장 (설치 미술)</p>	<p>폴란드 (주차장으로 잠식당한 광장이 시민 공간으로 변모, 시민 아이디어 공모전)</p>	 <p><주차장으로 사용된 이전 광장과 프로젝트 진행 기간의 광장의 대조적인 모습> (출처 : 광운대 공공소통연구소(2014), 국민중심 소통활성화 방안 연구)</p>





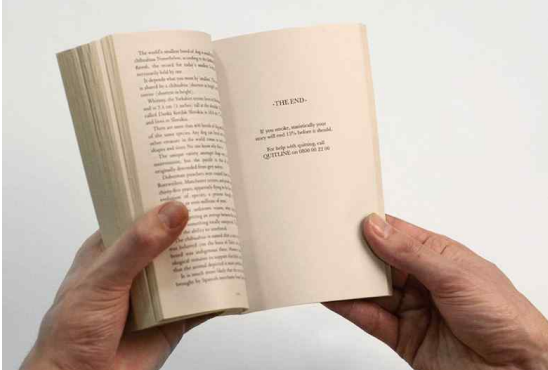

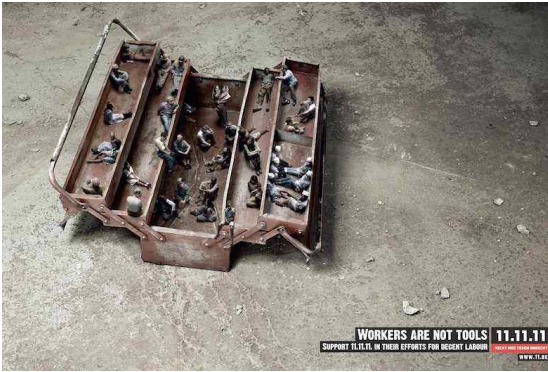
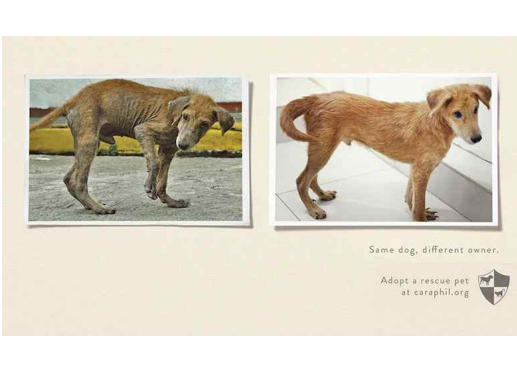
<p>보행로 펜스 (조형물)</p>	<p>미국 시카고 (심장병 예방 공공 캠페인, 오피니언 리더와 샐러브리티, 대학생들이 디자인 참여)</p>	 <p>(출처 : 광운대 공공소통연구소(2014), 국민중심 소통활성화 방안 연구)</p>
<p>행사 외부공간 (개노피 구조물)</p>	<p>중국 (‘Student Beijing Design Exhibition’ 행사를 앞두고 빈 코카콜라병 활용해 환경과 디자인 메시지 전달)</p>	 <p>(출처 : 광운대 공공소통연구소(2014), 국민중심 소통활성화 방안 연구)</p>

③ 포스터 적용 사례

문자나 조형물이 아닌 포스터로 정책을 홍보하는 사례도 있다. 환경보존이나 안전, 건강 등 대중의 인식 개선을 위한 캠페인으로 적용한 사례들이며, 현실적이고 사실적인 그림을 적용하여 강렬한 이미지를 부여함으로써 경각심을 고취시키는 정책홍보용으로 많이 활용되는 방법이라 할 수 있다.

	
<p>Before it's too late</p>	<p>Certain things hang on forever</p>
	
<p>Plastic bags kill</p>	<p>Ignore us, ignore human rights</p>
	
<p>Stop the violence, don't drink and drive</p>	<p>If you don't pick it up, they will</p>
	
<p>The back seat's no safer</p>	<p>Every 60 seconds a species dies out</p>

출처 : <https://digitalsynopsis.com/inspiration/60-public-service-announcements-social-issue-ads/>

	
<p>Censorship tells the wrong story</p>	<p>Slower is better</p>
	
<p>Stop for flashing red lights</p>	<p>Keep the sea clean</p>
	
<p>if you smoke statistically, your story will end 15% before it should</p>	<p>Hunger kills 2.5million Children every year</p>
	
<p>Workers are not tools</p>	<p>Same dog, different owner</p>


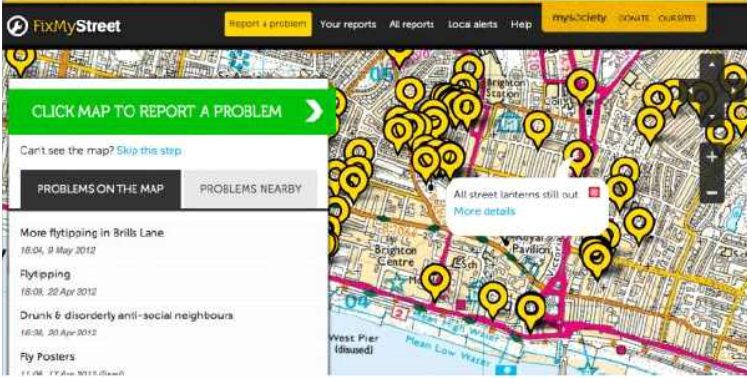
출처 : <https://digitalsynopsis.com/inspiration/60-public-service-announcements-social-issue-ads/>

④ 기타 적용 사례

앞에서 제시한 사례 이외에 상품개발을 통해 정책을 홍보하는 경우, 퍼포먼스 또는 온라인상에서의 캠페인 방식으로 홍보하는 사례가 있다.

쓰레기봉투 디자인을 통하여 환경개선 인식을 위한 정책을 홍보하거나 도시소음 완화를 위하여 공연을 실시하고, 도로환경 개선을 위해 모바일어플리케이션을 개발하여 시민의 의견을 실시간으로 반영하도록 하는 등 다양한 아이디어에 의한 정책홍보 방법이 적용되고 있다. 이들 사례 역시 시민이 사용하거나 참여하는 민관협력, 공공소통 방식에서 접근하고 있음을 알 수 있다.

<p>상품 개발 (쓰레기 봉투 디자인)</p>	<p>일본 (환경 개선 인식 디자인 프로젝트)</p>	 <p>◀ 외부에 버려진 보기 흉한 쓰레기더미를 예술로 만드는 프로젝트 진행 (그린) 재활용품, (블루) 불가연성, (레드) 가연성</p>
	<p>뉴질랜드 (도시환경 개선 캠페인)</p>	<p>[기존 쓰레기봉투 모습] [디자인 쓰레기봉투 사용 후 모습]</p>  <p>Rubbish Bag (Heart of the City / Auckland Council)</p>  <p>[출처] http://www.bestadsonline.com/ad/33356/Heart-of-the-City-Rubbish-Bag http://www.cables.org/beautify-your-city-rubbish-idea-0</p>

퍼포먼스	프랑스 파리 (도시 소음 완화 동참 공연)	 <p>En plein boom touristique, la ville de Berlin est de plus en plus confrontée à des problèmes de nuisances sonores dans les quartiers festifs, Kreuzberg et Prenzlauer Berg en tête. Un projet-pilote tente de sensibiliser les fêtards à la question par le biais de pantomimes. Reportage.</p> <p>▲ 유사한 문제를 지니고 있는 독일 베를린에서도 '밤의 피에로' 공연을 진행</p> <p>▲ '나는 밤의 파리를 사랑해요!' 팔찌와 배지</p> <p>(출처 : 문제부(2015), 문화콘텐츠를 활용한 민간협력 공공소통 방안 연구)</p>
모바일 어플리케이션	영국 (주민 참여형 도로 환경 웹사이트)	 <p><Fix My Street 홈페이지></p> <p>(출처 : 광운대 공공소통연구소(2014), 국민중심 소통활성화 방안 연구)</p>

3) 분석 및 시사점

① 주체의 변화

지금까지는 관이 민에게 정보를 제공하는 일방향적인 정책홍보 방식이 주로 적용되어 왔었다. 하지만 모든 분야에서 주민참여, 민간협력, 거버넌스로 패러다임이 전환되면서, 사례에서도 알 수 있듯이 정책홍보 역시 민과 관이 소통하는 방식으로 바뀌어가고 있음을 알 수 있다. 즉, 관은 공급자이고 민은 수혜자 또는 수요자라는 개념이 아닌 민과 관이 협력하여 정책을 홍보하는 방식으로 바뀌어가고 있는 것이다. 이와 같은 흐름에 맞추어 충남에서도 홍보내용에 따라 관이 주체적으로 추진하는 방식, 그리고 도민 또는 민간조직, 민간기업 등과 협력하여 홍보하는 방식의 두 가지 방향에서 접근할 필요가 있다.

② 표현의 다양화

기존의 정책홍보는 문자 위주의 방식을 적용해왔으나, 점차 시각적 전달에 효과적인 디자인 및 예술분야와 융합함으로써 정책 인지도를 높이면서 지역 경관향상에도 긍정적인 영향을 미치기 위해 다양한 시도를 하고 있다.

국내에서는 주로 그래픽 디자인을 통해 정책홍보와 함께 지역의 경관 및 공공디자인에 영향을 미치고자 시도하고 있으며, 국외에서는 이와 같은 2차원적인 표현뿐만 아니라 조형물 및 설치 미술로서 정책을 홍보하는 등 표현은 더욱 다양해지고 있다.

뿐만 아니라 해외사례에서 알 수 있듯이 대중의 눈높이에 맞는 시민 아이디어 공모, 체험, 퍼포먼스 등 홍보 표현 방식이 다양화되어가고 있다. 즉, 클라우드 소싱³⁾ 방식이 정책홍보에 적용되면서 대중이 과정에 공모의 형태로 참여함으로써 다양한 홍보방식이 적용되고 있다고 볼 수 있다. 또한 쓰레기봉투와 같은 상품 제작을 통해 일상생활속에서 정책을 인지할 수 있도록 하고 있다.

충남의 경우 최근 수도권에 집중되어 있는 문화예술인들을 유치하여 지역을 활성화 시키고자 노력을 하고 있다. 이러한 정책 및 사업과 연계하여 충남의 정책홍보와 더불어 문화예술인 유치를 통한 충남 지역 활성화에 기여할 수 있는 방안 마련이 필요하다. 더불어 시각적으로 전달하는 표현뿐만 아니라 보다 적극적이고 다양한 표현으로 도민에게 쉽게 인지될 수 있도록 할 필요가 있다.

③ 적용대상의 다양화

정책홍보 적용대상은 공공시설물, 공공공간, 공공건축물, 그 외에 차량 및 온라인 등에 의한 것으로 구분할 수 있다. 사례에서 살펴보았듯이 공공시설물은 주로 공사장 가림시설에 적용하고 있으며, 벽화, 현수막, 조형물 등으로 표현하거나 시민 미술놀이 등 시민참여를 바탕으로 정책홍보를 하는 사례도 있다. 이 외에 주차장이나 보행로 펜스, 버스정류장, 횡단보도 등에 적용하는 사례도 많다. 공공공간에는 주로 공원, 광장, 도로, 벽면 등에 로고젝터나 설치미술 및 조형물 등 다양한 방식으로 표현하고 있다. 공공건축물에는 주요 관공서나 전시관 등에 타일벽화 및 간판, 현수막의 형태로 적용하고 있으며, 그 외에 차량이나 학교, 온라인상에서 랩핑, 대중과 소통하는 현장교육이나 퍼포먼스 등 클라우드 소싱 방식으로 적용하면서 주체 및 표현이 다양화됨에 따라 온·오프라인상에서 적용대상 역시 다양화되고 있다.

국내의 경우 아직까지 주로 공공시설물에 적용하여 홍보하는 사례가 많으며 그 중에서도 특히 공사장 가림시설 활용이 많다. 반면 해외의 경우 공공공간에 이색적인 설치미술이나 조형물, 퍼포먼스, 온라인상 캠페인, 모바일어플리케이션 등을 통한 주민 및 디자이너, 학생 등이 참여하는 방식이 많아지고 있다. 충남에서도 이와 같은 민관소통 방식으로 다양한 대상에 다양한 표현으로 정책홍보를 할 수 있는 방안이 필요하다.

3) 대중과 외부자원 활용의 합성어로 대중이 제품·창작물 생산 과정에 공모의 형태로 참여하는 방식으로 2006년 와이어드잡지(Wired Magazine)의 편집자 제프 하위가 제시한 개념으로 대중(crowd)과 외부자원활용(outsourcing)의 합성어임

<표 6>. 사례로 본 적용대상 및 표현방식

적용대상		표현방식	주체
공공 시설물	공사장 가림시설, 역고가, 주차장, 웬스, 지하계단 및 벽면, 버스정류장, 흡연부스 횡단보도 등	그래픽디자인, 벽화, 현수막, 조형물, 시민 미술놀이, 독특한 소재 등	- 관(시·군) - 관(시·군)+민간 (디자이너, 민간 조직, 시민 커 뮤니티)
공공 공간	도로, 공원, 광장, 주요거리, 관광지, 행사장 외부공간 등	로고젝터, 설치 미술, 조형물, 안내표지판	
공공 건축물	주요 관공서 벽면, 박물관 벽면, 전시관 벽면 등	타일벽화, 간판, 현수막 등	
그 외	차량, 학교, 온라인, 공공공간 등	랩핑, 홍보영상, 현장교육, 캠페인, 상품개발, 퍼포먼 스, 모바일어플리케이션 개발, 포스터 등	

4. 충남 정책홍보 활용방안

1) 정책홍보 적용대상

- 공공건축물, 공공공간, 공공시설물에 정책홍보를 적용하기 위해 충청남도에서 관리 및 운영하는 공유재산을 조사함
- 충청남도 공유재산은 2016년도까지 집계된 리스트를 대상으로 <표7,8,9>와 같이 공공건축물, 공공공간, 공공시설물에 해당되는 유형과 이외에 정책홍보가 적용 가능한 대상을 분류하고 유형화함

① 대상현황 조사

- 공유재산 중 도민들이 도로 및 공유지에서 자연스러운 조망과 접근이 가능한 대상물을 중심으로 선정하여 조사함
- 대전시에 재산으로 등록되어 있는 충청남도 재산은 목록에서 제외함

<표 7> 정책홍보 적용대상 공공건축물 현황

유형	명칭	주소지	재산관리관
공공 건축 물	충남산림자원연구소	세종시 금남면	충남산림자원연구소
	천안소방서 생활관	천안시 구성동	충남 천안동남소방서
	근로자 종합복지관	천안시 원성동	충남 경제산업실 경제정책과
	천안북부소방서	천안시 직산읍	충남 천안서북소방서
	충청소방학교	천안시 신부동	충남 충청소방학교
	시각장애인복지회관	천안시 삼룡동	충남 복지보건국 장애인복지과
	남부장애인복지관	공주시 계룡면	충남 복지보건국 장애인복지과
	공무원 교육원	공주시 금흥동	충청남도 공무원 교육원
	운수연수원	공주시 금흥동	충남 국토교통국 도로교통과
	여성정책개발원	공주시 반포면	충남 여성가족정책관
	잡사곤충사업장	공주시 우성면	충남 농업기술원 잡사곤충사업장
	공주박물관	공주시 웅진동	충남 문화체육관광국 문화유산과
	종건소 공주지소	공주시 송선동	충남 종합건설사업소 공주지소
	공주의료원	공주시 중 동	충남 복지보건국 보건정책과
	충남 산림자원연구소 보령사무소	보령시 남포면	충남 산림자원연구소 보령사무소
	서부장래인복지관	보령시 주교면	충남 복지보건국 장애인복지과
	고정화력	보령시 주교면	충남 해양수산국 수산자원과, 해운항만과
	충남 수산연구소	보령시 웅천읍	충남 수산연구소 해수면개발과
	보령소방서	보령시 명천동	충남 보령소방서
	둔포119안전센터	아산시 둔포면	충남 아산소방서
	소방대기소	아산시 영인면	충남 아산소방서
	아산소방서 간이차고	아산시 모종동	충남 아산소방서
	충남 수산물안전성센터	서산시 예천동	충남 수산자원연구소
	동부119안전센터	서산시 동문동	충남 서산소방서
	서산의료원	서산신 석림동	충남 복지보건국 보건정책과
	충남수산자원연구소 민물고기 센터	논산시 연산면	충남수산자원연구소 민물고기 센터
	충남 동물위생시험소 당진지소	당진시 용연동	충남 동물위생시험소 당진지소
	인삼약초연구소	금산군 제원면	충남 농업기술원
	충남농업기술원 과채연구소	부여군 규암면	충남농업기술원 과채연구소
	충남 동물위생시험소 부여지소	부여군 부여읍	충남 동물위생시험소 부여지소
	충남 백제문화단지 본관	부여군 규암면	충남백제문화단지관리사업소
	장항소방파출소	서천군 장항읍	충남 서천소방서
	서천소방서	서천군 장항읍	충남 서천소방서
	청양구기자시험장	청양군 운곡면	충남 농업기술원 인삼약초연구소
	충남축산기술연구소	청양군 정산면	충남 축산기술연구소
	충남 도립대학교	청양군 청양읍	충남 도립대학교
	충남 가축위생연구소	홍성군 금마면	충남 가축위생연구소
	홍성의료원	홍성군 홍성읍	충남 복지보건국 보건정책과
	충남 종합건설사업소 홍성지소	홍성군 홍성읍	충남 종합건설사업소 홍성지소
	홍성소방서	홍성군 홍성읍	충남 홍성소방서
	충남 보건환경연구원	홍성군 홍북면	충남보건환경연구원
	충청남도청사	홍성군 홍북면	충청남도 자치행정국
	충남 노인복지회관	홍성군 홍북면	충남 복지보건국 저출산고령화대책과
	충남 종합건설사업소	예산군 예산읍	충남 종합건설사업소
	충남 농업기술원 종자관리소	예산군 오가면	충남농업기술원 종자관리소
	충남 농업기술원	예산군 신암면	충남 농업기술원
	충남 산림자원연구소 태안사무소	태안군 고남면	충남 산림자원연구소 태안사무소
	충남 양념채소연구소	태안군 남 면	충남 농업기술원
	태안군 안면소방서	태안군 안면읍	충남 태안소방서
	충남 동물위생시험소 태안지소	태안군 태안읍	충남 동물위생시험소 태안지소

<표 8>. 정책홍보 적용대상 공공공간 현황

유형	명칭	주소지	재산관리관
공간	시험림	공주시 정안면	충남산림자원연구소
	녹도항	보령시 오천면	충남해양수산물 수산자원과
	호도항	보령시 오천면	충남해양수산물 수산자원과
	고대도항	보령시 오천면	충남해양수산물 수산자원과
	삽시도항	보령시 오천면	충남해양수산물 수산자원과
	장고도항	보령시 오천면	충남해양수산물 수산자원과
	원산도항	보령시 오천면	충남해양수산물 수산자원과
	효자도항	보령시 오천면	충남해양수산물 수산자원과
	무창포항	보령시 웅천읍	충남해양수산물 수산자원과
	제방	보령시 주교면	충남해양수산물 해운항만과
	호도방파제	보령시 오천면	충남해양수산물 수산자원과
	사방댐	보령시 청라면	충남산림자원연구소 보령사무소
	무창포항 제방	보령시 웅천읍	충남해양수산물 수산자원과
	방파제	서산시 대산읍	충남해양수산물 수산자원과
	간월도항	서산시 부석면	충남해양수산물 수산자원과
	채종장	논산시 부석면	충남농업기술원 종자관리소 논산분소
	딸기시험재배장	논산시 부석면	충남농업기술원 과채연구소 논산딸기
	내도항	당진시 송악읍	충남해양수산물 수산자원과
	한진항	당진시 송악읍	충남해양수산물 해운항만과
	부수항	당진시 부수리	충남해양수산물 수산자원과
	충남 백제문화단지	부여군 규암면	충남백제문화단지관리사업소
	(구)장항제련소 주변 오염부지	서천군 장항읍	충남기후환경녹지국 물관리정책과
	송석항	서천군 마서면	충남해양수산물 수산자원과
	월하성항	서천군 월호리	충남해양수산물 수산자원과
	궁리항	홍성군 서부면	충남해양수산물 수산자원과
	어사항	홍성군 서부면	충남해양수산물 수산자원과
	천수만방조제	홍성군 서부면	충남해양수산물 수산자원과
	농업경영인회관 신축부지	예산군 응봉면	충남농정국 농업정책과
	도청신도시 진입도로 개설공사	예산군 오가면	충남국토교통국 도로교통과
	영목항	태안군 고남면	충남해양수산물 수산자원과
	채석포항	태안군 근흥면	충남해양수산물 수산자원과
	몽산포항	태안군 근흥면	충남해양수산물 수산자원과
	마검포항	태안군 남 면	충남해양수산물 수산자원과
	드르니항	태안군 남 면	충남해양수산물 수산자원과
	여은돌항	태안군 소원면	충남해양수산물 수산자원과
	만리포항	태안군 소원면	충남해양수산물 수산자원과
	천리포항	태안군 소원면	충남해양수산물 수산자원과
	통개항	태안군 소원면	충남해양수산물 해운항만과
	어구적치장	태안군 소원면	충남해양수산물 수산자원과
	학암포항	태안군 원북면	충남해양수산물 수산자원과
	원리포항	태안군 소원면	충남해양수산물 수산자원과
	몽산포지방어항	태안군 남 면	충남해양수산물 수산자원과
	박사장지방어항	태안군 남 면	충남해양수산물 수산자원과
	방파제	태안군 안면읍	충남해양수산물 수산자원과

<표 9>. 정책홍보 적용대상 공공시설물 현황

유형	명칭	주소지	재산관리관
시설물	관광홍보판	당진시 송악읍	충남문화체육관광국 관광마케팅과
	광고홍보시설	서천군 기산면	충남문화체육관광국 관광마케팅과
	돈사웬스(차단벽)	청양군 정산면	충남 축산기술연구소
	정류소	홍성군 홍북면	충남 국토교통국 내포신도시건설과

② 대상현황 분석

• 시·군별 현황

- 시·군별 공유재산 분포는 유형별 합계순으로 태안군, 보령시, 홍성군 등과 같이 서해안을 면하는 시·군이 높게 나타나고 있음
- 유형별로는 공공건축물과 공공공간이 전체의 95% 이상의 비율로 유사하게 분포하며 도 관할 공공시설물은 거의 없는 실정임

<표 10>. 시·군별 현황




시·군	유형			
	공공건축물	공공공간	공공시설물	계
천안시	5	0	0	5
공주시	8	1	0	9
보령시	5	12	0	17
아산시	3	0	0	3
서산시	3	2	0	5
논산시	1	2	0	3
계룡시	0	0	0	0
당진시	1	3	1	5
금산군	1	0	0	1
부여군	3	1	0	4
서천군	2	3	1	6
청양군	3	0	1	4
홍성군	7	3	1	11
예산군	3	2	0	5
태안군	4	15	0	19
기타	1	0	0	1
계	50	44	4	98

• 유형별 분류 및 특징

- 충청남도가 관리하는 공유재산을 대분류와 소분류로 구분하고 공공건축물, 공공공간, 공공시설물로 나눔
- 공공건축물은 크게 도로에 면하는 것과 해당건축물 부지안에 위치한 경우로 나뉘어짐

- 공공공간은 항구, 방조제, 공사장 가림시설 등과 같이 도로면에 접하는 등 긴 선형으로 형성되어 있음
- 공공시설물은 각각의 기능적 성격에 따라 필요한 공간에 점 단위로 배치되며, 그 종류는 관광홍보판, 현수막게시대, 정류소, 지하도입구 홍보판 등이 있음

<표 11>. 유형별 분류 및 특징

유형			
대분류	소분류	특징 및 구분	
공공 건축물	연구소, 연구원, 연수원, 종건소, 기술원, 화력발전,	건축물 부지안에 위치한 건축물	
	소방서, 의료원, 복지관, 도청사, 내포신도시 공사현장 휀스	도로에 면하는 건축물	
공공 공간	항구, 어항 방조제, 방파제, 공사장 신축부지,	선형	
공공 시설물	정류소, 관광홍보판, 광고홍보시설, 차단벽, 현수막 게시대, 지하도입구	점형	

2) 유형별 활용

① 공공건축물

- 부지내에 위치한 건축물과 도로에 면한 건축물로 구분할 수 있으며, 연구소, 연구원, 연수원, 종건소, 기술원, 화력발전소 와 같이 부지내에 위치한 민간의 출입이 자유롭거나 조망이 가능한 건축물로 활용대상에 따라 정책홍보 방법을 제시함
- 현수막, 벽면이용 간판, 공사장 가림시설 랩핑 등을 활용하여 정책홍보 추진

② 공공공간

- 공공공간의 특징은 대상이 모두 선형이며 도로면에 접하고 있으므로 정책홍보의 효과가 클 것으로 예상됨. 사례로 태안군 이원 방조제는 2007년 2.7km 연장의 태안 홍보벽화를 제작하여 큰 홍보효과를 보고 있음.
- 방법으로는 페인트벽화 혹은 타일벽화, 공사장 가림시설 랩핑, 현수막 등을 활용할 수 있음

③ 공공시설물

- 홍보를 위한 시설물과 게시대가 있으나 소량으로 규모와 적용방법이 제한적이며 시트인쇄나 현수막 등 시공방법과 과정이 비교적 단순 함

<표 12>. 유형별 대상 활용

대분류	유형	활용 대상	활용 매체	활용 방법
	소분류			
공공 건축물	연구소, 연구원, 연수원, 소방서, 의료원, 복지관, 종건소, 기술원, 화력발전, 도청사, 시험소 내포신도시 공사현장 헨스	진입로	현수막 게시대	현수막
		매표소		
		주차장		
		건물벽면	벽면이용 간판	후렉스, 채널간판
		공사장 가림시설	가림시설(EGR, RPP)	시트인쇄
공공 공간	항구, 어항 방조제, 방파제, 공사장 신축부지,	방조제·방파제 벽면	벽화, 타일벽화	페인트, 도자타일
		공사장 가림시설	가림시설(EGR, RPP)	시트인쇄
		현수막 게시대	현수막 게시대	현수막
공공 시설물	정류소, 관광홍보판, 광고홍보시설, 차단벽, 현수막 게시대	정류소 벽면	유리벽면	시트인쇄
		홍보판	홍보판	시트인쇄
		차단벽면	가림벽	페인트, 시트인쇄
		현수막 게시대	현수막 게시대	현수막

3) 기타 적용 및 추진방안

① 기타 적용방안

- 충청남도 정책홍보를 위한 공간의 제한을 해소하기 위해 시·군 협조를 통한 정책홍보가 필요하며, 특정 행사 및 기간동안 시·군에서 운영하고 있는 현수막 게시대 및 전광판 등을 활용하는 방법 등이 있음

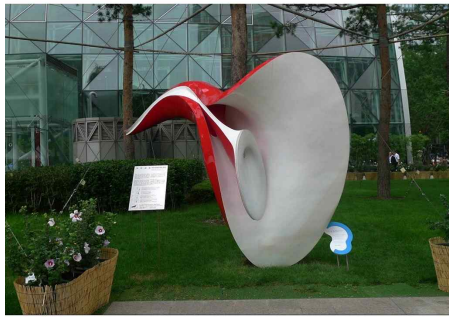


<그림1>. 지자체 현수막 게시대 및 전광판 활용

- 충청남도 공용차량에 디자인 랩핑도 가능하므로 정책홍보로, 충청남도에서 운용중인 관용차량에 대한 통합 랩핑 디자인 계획이 필요함

② 정책홍보 추진방안

- 본 연구는 충청남도에서 정책홍보를 적용할 수 있는 범위를 공용재산에 한정하여 제안하였음.
- 앞서 사례조사에서 분석된 민간과 소통하는 정책홍보를 적용하기 위해서는 제한적인 물적 공간과 대상에서 벗어나 로고젝터, 현장교육, 캠페인과 같이 장기적으로 민간 영역에서 서비스하는 정책홍보 구상이 필요함
- 민간과의 소통을 통한 정책홍보 활성화를 위해서는 민간과 소통을 위한 정책소통창구를 개설 및 상시 개방하여 공유하고 청취하는 시스템마련이 요구됨



<그림2>. 서울시청 앞 ‘여보세요’

<참고문헌>

1. A Public and Media, USAID, 2007
2. 국민 중심의 소통 활성화 방안 연구, 광운대학교 산학협력단, 2014
3. 뉴 미디어를 활용한 정책홍보 가이드라인, 문화체육관광부, 2011
4. 대중매체를 활용한 정책홍보 효율화 방안연구, 한국방송광고공사. 2012
5. 문화콘텐츠를 활용한 민간협력 공공소통 방안 연구, 동국대학교, 2015
6. 서울시 공공예술 개선방안, 서울연구원, 2016
7. 정책홍보 매뉴얼, 문화체육관광부, 2014
8. 정책홍보의 최적화 방안 연구, 숙명여대, 2014

연 구 진

연구책임 오병찬 책임연구원

공동연구 박혜은 전임연구원

연구참여 방재성 책임연구원
김성희 연구원

충남연구원

충남공공디자인센터

2017년 7월