OOOOOO 언론보도 성과보고

1. 2017~2019 3개년 보도자료 배포지수
2. 2019년 1~11월 홍보성과보고

2019.12.09

Bflysoft®

빅데이터 분석팀

Ⅰ 2017~2019 3개년 보도자료 배포지수

1. 보도자료 배포지수 개요

1) 보도자료 배포 지수(PRDI; Press Release Distribution Index)

○ 일반적으로 단순히 보도된 횟수만을 기준으로 '보도자료의 기사화' 성과를 파악한 것과는 달리, '보도자료의 효과'라는 측면에서 지수를 제공
○ 예를 들어 유료 구독자가 70만 이상인 조선일보에서 보도자료가 기사화되는 것과 유료 구독자가 5만명도 안 되는 지역 신문에서 보도자료가 기사화되는 것의 성과는 달리 측정되어야 함
○ 이에 따라서 각 언론에 따라 가중치를 부여하고, 실제 보도자료의 내용이 얼마나 반영되었는가를 측정하여 지수화 하였음

보도자료 도달(A) = 일별 해당 보도자료의 기사화 빈도 × 매체별 가중치(독자수 기반)
보도자료 일치율(B) = 해당 보도자료의 텍스트 내용 일치도(기계적 측정)
PRDI = A × B

2) 언론사별 가중치

○ 언론사별 가중치는 각 매체의 유료 독자수를 기준으로 크게 6개의 그룹을 나누어 부여하였음
○ 이는 일반적인 매체 영향력과 독자수, 시청자수를 감안한 것임

<표 1> 매체별 보도자료 도달 가중치

매체	지상파 방송	메이저 3사 (조선, 중앙, 동아)	케이블 종편 채널	뉴스전문채널 /중견 중앙 일간지/ 매일경제	소규모 중앙일간지/ 소규모 케이블/소규모 경제지	특수지/ 지역지	인터넷 매체
가중치	2.0	1.5	1.2	1.0	0.8	0.5	0.3

○ 보도자료 배포지수의 기본값은 중규모 중앙언론사로 PRDI값 1의 수치는 약 10만 명 독자의 열독으로 해석할 수 있음

2. 2017~2019 보도자료 배포지수 통계

○ 연간 배포되는 보도자료는 100건 이상으로 평균 3~4일에 한 건의 보도자료가 배포되고 있으며, 평균 배포지수 역시 지속적으로 상승하고 있음

<표 2> 연도별 보도자료 건수 및 증가추이

년도	2017	2018	2019
건수	103건	134건	151건
연평균 PRDI	5.5	5.2	6.3
누적 PRDI	566.5	696.8(23%▲)	951.3(36.4%▲)

○ 전반적으로 언론에서 많이 다룬 보도자료는 대체로 사회문제와 밀접하게 연관되어 있는 내용들임

○ 또한 한국OOOOOO의 인사 결과도 기사화되는 비율이 높았음

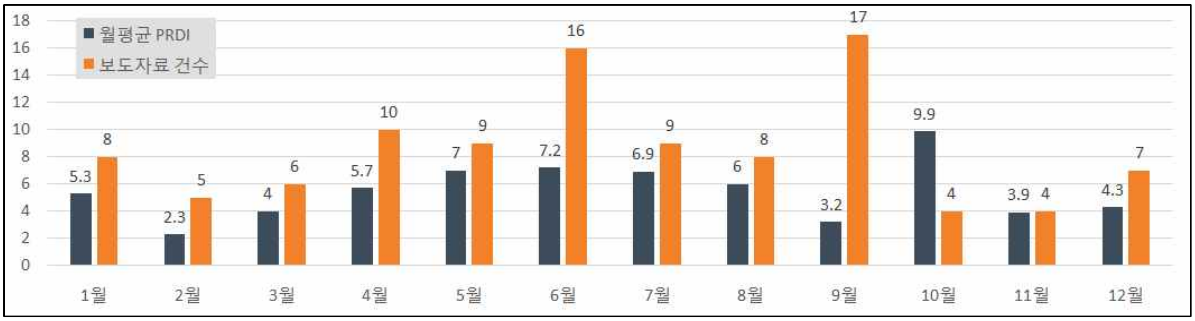
<표 3> 언론 영향력 상위 보도자료

연도	날짜	보도자료 제목	PRDI
2017년	2017-06-07	*** *** ** ******* **** **** ***	34.1
	2017-10-31	*** *** ** ******* **** **** ***	26.9
	2017-08-21	*** *** ** ******* **** **** ***	19.3
	2017-04-17	*** *** ** ******* **** **** ***	17.8
	2017-01-04	*** *** ** ******* **** **** ***	17.7
2018년	2018-08-20	*** *** ** ******* **** **** ***	34.6
	2018-12-26	*** *** ** ******* **** **** ***	31.0
	2018-07-18	*** *** ** ******* **** **** ***	25.2
	2018-01-17	*** *** ** ******* **** **** ***	22.9
	2018-12-03	*** *** ** ******* **** **** ***	20.1
2019년	2019-03-06	*** *** ** ******* **** **** ***	27.0
	2019-06-27	*** *** ** ******* **** **** ***	26.1
	2019-06-07	*** *** ** ******* **** **** ***	25.1
	2019-07-08	*** *** ** ******* **** **** ***	21.0
	2019-06-20	*** *** ** ******* **** **** ***	19.0

3. 2017년 보도자료 배포지수

1) 월별 통계

[그림 1] 2017년 보도자료 배포지수 월별 통계



○ 대언론 홍보에 있어서 가장 성과가 있었던 달은 16건의 보도를 하면서 높은 수준의 PRDI 값이 나타난 6월로, 월간 누적값이 115.2로 나타났음

- 이 시기에는 '어려운 법률서비스, 이제 편하게 이용하세요!'의 가장 높은 PRDI값을 가진 보도자료가 기사화된 시기임
- 이는 OOOOOO이 교통사고 피해자 법률서비스 지원과 관련해 MOU를 맺은 내용
- 해당 내용 자체가 사회적으로 큰 이슈가 있을 만한 내용이어서, 많은 언론들의 관심을 끌었으며, 또한 ****** 역시 해당 내용에 대해 홍보를 했기 때문에 더 많은 언론의 관심을 받은 측면이 있음

○ 개별 보도자료 배포지수가 가장 높았던 달은 10월로, 4건의 보도자료가 배포되었음에도 PRDI의 평균은 높았음

- 이는 '** ******* ****'의 보도자료가 주요 매체에 다수 보도되었기 때문임
- 이 이슈는 언론의 사회면에서 다뤄질 수 있는 이슈로 정보의 성격도 강하게 가지고 있어서 충분히 언론의 관심을 끌 수 있었음

2) 기사화율 낮은 보도자료

<표 4> 2017년 기사화율 저조 보도자료

날짜	보도자료 제목
2017-01-13	OOOOOO, *** *** ** ******* **** **** ***
2017-04-17	*** *** ** ******* **** **** ***
2017-05-16	*** *** ** ******* **** **** ***
2017-06-23	*** *** ** ******* **** **** ***

2017-07-07	*** *** ** * **** **** ***
2017-07-17	*** *** ** ******* **** **** *** ***
2017-09-05	*** *** ** ******* **** **** ***
2017-09-26	*** *** ** *** **** **** *****
2017-09-29	*** *** ** ******* **** **** ***
2017-09-29	*** *** ** ******* **** **** ****
2017-10-12	*** *** ** ***** **** **** ***

○ 2017년의 경우 명절을 중심으로 한 홍보기사나 봉사 등의 대외 활동에 대한 보도자료가 거의 기사화되지 않았음

- 조직의 사회책임활동 및 관련 캠페인에 대해서 기존 단순 알림의 형태에서 벗어날 필요 있음
- 이벤트의 성격을 더 강화하거나, 사회적으로 흥미를 끌 수 있는 개성있는 이벤트로 접근할 필요가 있음

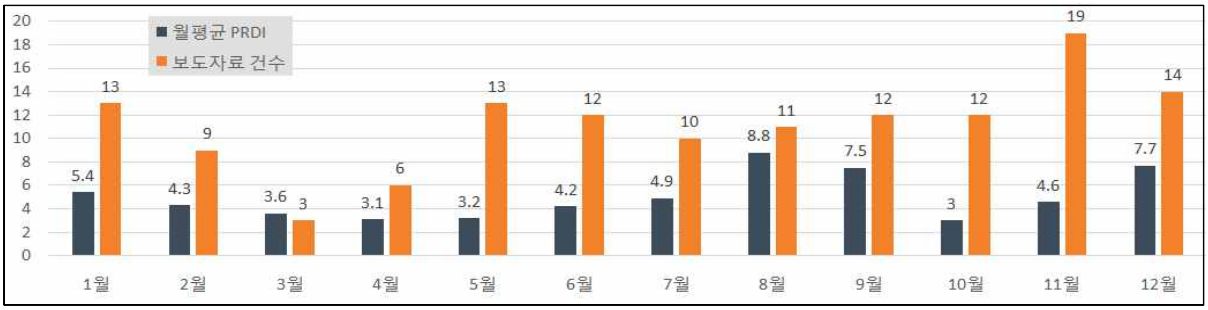
○ 조직의 역사 및 주요 업무와 관련된 긍정적 정보 전달에 대한 다양한 PR 전략이 구축되어야 함

- '*******의 30년을 공개합니다~' 와 같은 보도자료의 경우, 단순한 텍스트 형태가 아니라 방송 콘텐츠 등의 제작비 지원을 통해 더욱 인지도를 확대할 필요가 있음
- 단순한 알림이 아니라, 시민들이 체험할 수 있는 형태의 이벤트를 마련해서 이에 대한 보도자료 작성을 제안

4. 2018년 보도자료 배포지수

1) 월별 통계

[그림 2] 2018년 보도자료 배포지수 월별 통계



○ 대언론 홍보에 있어서 가장 성과가 있었던 달은12월로 누적 PRDI가 107.8로 나

타났으며, 다음은 8월로 96.8의 누적값을 보였음

- 12월에는 OOOOOO의 고위직 인사가 여러 매체에 단신으로 실리면서 PRDI 평균이 높았음
- ‘삼성전자와 *** *** ** ******* **** MOU 체결’ 보도자료는 삼성이라는 주요 대기업의 홍보와 연계가 되면서 많은 언론들이 다뤘음
- 8월의 경우 ‘연말까지 ** ******* ****원인 철저히 조사’ 보도자료에서 ** ******* **** 조사계획을 발표하였는데, 이와 관련된 내용이 여러 언론에 보도되었음
- 또한 민관합동조사단 명단 공개 및, *******과 ** ******* ****이 실차 실험에 합의한 내용들도 많은 언론이 다뤘음
- 전반적으로 사회면에서 주요 이슈로 부각된 사안에 대해서 OOOOOO이 공식적이고 신뢰성 있는 정보를 제공하는 역할을 하면서 보도자료가 활발하게 인용되었음

2) 기사화율 낮은 보도자료

<표 5> 2018년 기사화율 저조 보도자료

날짜	보도자료 제목
2018-01-02	*** *** ** ******* **** **** ***
2018-01-02	*** *** ** ******* **** **** ***
2018-01-26	*** *** ** ******* **** **** ***
2018-02-14	*** *** ** ******* **** **** ***
2018-03-09	[보도해명자료] **** **** ******
2018-04-17	[보도해명자료] **** **** ******
2018-05-04	[보도해명자료] **** **** ******
2018-05-10	*** ****** *** ** ******* **** **** ***
2018-05-15	** ****** *** ** ******* **** **** ***
2018-05-30	** ****** *** ** ******* **** **** ***
2018-07-04	*** *** ** ******* **** **** ***
2018-07-06	[보도참고자료] **** **** ******
2018-08-03	*** *** ** ******* **** **** ***
2018-10-05	[보도참고자료] ** ****** *** ** ******* **** **** ***
2018-10-11	** ****** *** ** ******* **** **** ***
2018-11-08	[보도참고자료] ** ****** *** ** ******* **** **** ***

2018-11-09	[보도참고자료] ** ****** *** ** ******* **** **** ***
2018-11-21	** ****** *** ** ******* **** **** ***
2018-12-04	[보도참고자료] ** ****** *** ** ******* **** **** ***
2018-12-17	** ****** *** ** ******* **** **** ***

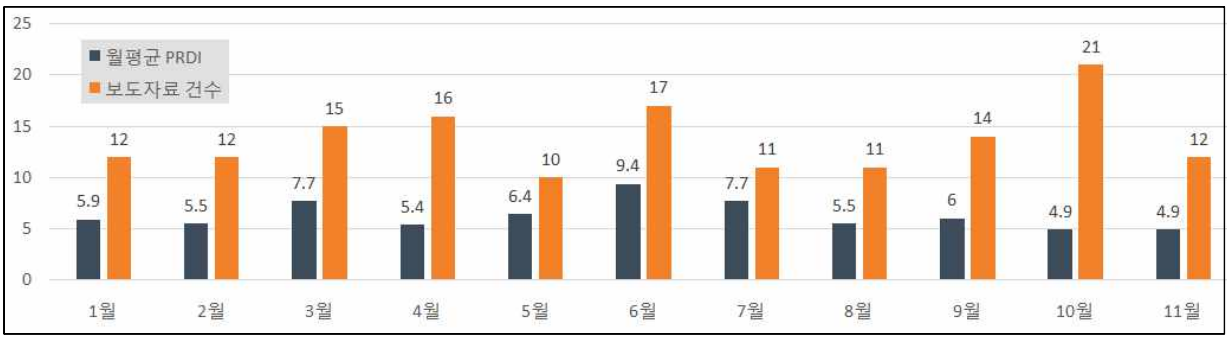
○ 2017년과 마찬가지로 OO의 봉사활동 같은 사회책임활동에 대한 보도는 드물었음

○ 전반적으로 '해명자료'와 '참고자료'가 기사화되는 경향이 드문데, 이는 일반적으로 한국 언론이 정정보도에 인색한 편이기 때문이기도 하지만, 해명의 경우 문제에 대한 변명으로 인식되는 측면이 있기 때문에 언론에서 후속으로 다뤄지지 않음

5. 2019년 보도자료 배포지수

1) 월별 통계

[그림 3] 2018년 보도자료 배포지수 월별 통계



○ 2019년은 아직 마무리가 되지 않은 가운데, 대언론 홍보에 있어서 가장 성과가 있었던 달은 6월로 누적 PRDI가 159.8로 나타났음

- 이 달에는 주로 교통사고와 관련된 통계가 보도자료로 배포되면서 많은 언론들에 보도되었음
- 대표적으로 '거꾸로 가는 이륜차 사고 매년 증가 추세'와 '음주운전으로 매일 1.2명 사망'의 보도자료가 비교적 높은 PRDI를 보였음

○ 이러한 추세는 가장 높은 PRDI값을 보인 보도자료인 '전 좌석 안전띠 착용, 아

직 갈 길 멀었다’ 보도자료 사례에서도 그대로 드러남

- 이러한 통계들은 교통안전과 관련된 정책을 보조하는 OO의 입장에서 매우 적절한 방향성으로 평가할 수 있음

2) 기사화율 낮은 보도자료

<표 6> 2018년 기사화율 저조 보도자료

날짜	보도자료 제목
2019-02-21	*** *** ** ******* **** **** ***
2019-06-26	*** *** ** ******* **** **** ***
2019-10-31	*** *** ** ******* **** **** ***
2019-11-07	*** *** ** ******* **** **** ***
2019-11-08	*** *** ** ******* **** **** ***

○ 2019년의 경우 지난 2년에 비해서 기사화되지 않는 보도자료의 수가 줄어들었음

- 이러한 경향성은 일반적으로 배포되는 보도자료가 더욱 많은 언론에서 기사화되고 있음을 보여주며, 보도자료가 거의 주요 언론에 소개되고 있다고 할 수 있음
- 또한 이 매체들의 경우 저작권 비제휴 매체를 포함하지 않은 것으로, 이를 다 포함할 경우 보도자료가 기사화 비율은 100%임

○ 한편 언론에서 다루지 않은 보도자료의 특성을 볼 때에는 부정적으로만 평가하기 어려움

- 일반적으로 설명회나 업무 협약, 시상 등의 이슈에 대해서는 주요 언론에서 비중있게 다루지 않았는데, 이러한 부분은 보도자료 성과 하락의 문제로 보기 어려움
- 특히 사이버보안 컨퍼런스에서 우수기관으로 선정된 이슈 같은 경우에는 기타 기관과 함께 언급되는 경우가 많기 때문에 개별 보도자료로 평가하기 어려운 측면이 있음