

실·국별 주요업무보고

# 대 변 인

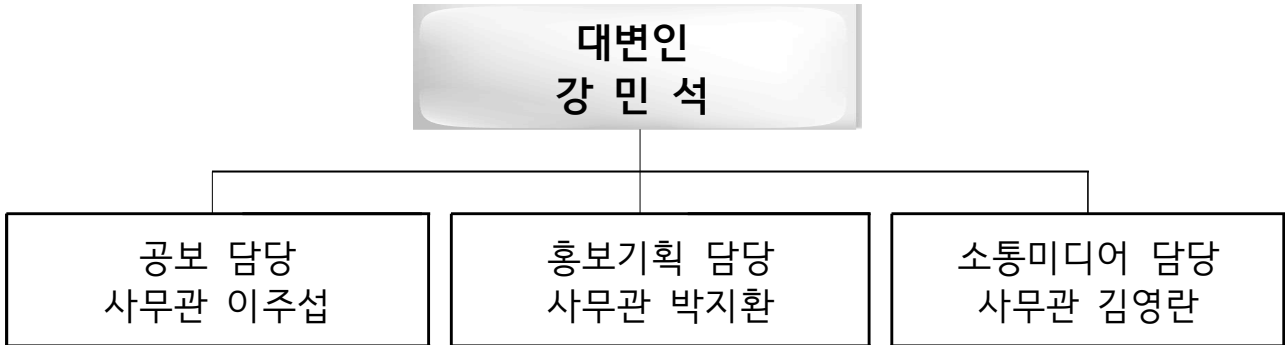
다양성이 꽃피는  
공존의 혁신미래교육



## 일반 현황

### 조직

1과 3담당



### 정·현원

(’23.8.1.기준)

구분	일반직						교육전문직			합계
	4급	5급	6급	7급	8급	소계	초등	중등	소계	
정원	1	3	5	8	1	18	1	1	2	20
현원	1	3	5	8	1	18	1	1	2	20

### 주요 기능

구분	담당업무
대변인	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공보업무 기획·조정 및 대내외 언론기관 협의</li> <li>○ 서울교육시책 등 주요정책 보도자료 점검 및 제공</li> <li>○ 기자회견, 간담회, 인터뷰 등 언론소통 추진</li> <li>○ 언론보도 스크랩 및 분석, 오보·왜곡보도 대응</li> <li>○ 서울교육정책 홍보 기획 및 운영</li> <li>○ 지금 서울교육 제작, 소셜미디어 홍보 기획·운영</li> <li>○ 홍보물·영상물 및 간행물 심의위원회 운영</li> <li>○ 서울교육 유튜브 홍보 전략 기획</li> <li>○ 유튜브 및 주요 교육정책 홍보 콘텐츠 기획·제작</li> <li>○ 주요행사 영상·사진 촬영 및 관리</li> </ul>



## 예산 현황

### 2023년 사업별 예산 내역

(단위: 천원, %, '23.8.1.기준)

부서	세부사업	2023년도		2022년도	집행액(C) (원인행위기준)	집행률 (C/B)
		본예산(A)	예산현액(B)	최종예산		
대변인	교육정책홍보	5,840,626	5,840,626	5,667,393	3,347,276	57.3
합계		5,840,626	5,840,626	5,667,393	3,347,276	57.3

※ 예산현액: 본예산, 추경예산, 이월예산, 성립전 확정예산 모두 포함한 금액

### 2023년 과제별 예산 내역

(단위: 천원, %, '23.8.1.기준)

번호	과제명	2023 예산			2022 최종예산	집행액(B) (원인행위기준)	집행률 (B/A)	쪽수
		본예산	특교 등	계(A)				
1	다양한 언론 매체와 미디어를 활용한 소통행정	5,840,626	-	5,840,626	5,667,393	3,347,276	57.3	20
합계		5,840,626	-	5,840,626	5,667,393	3,347,276	57.3	

※ 예산현액: 본예산, 추경예산, 이월예산, 성립전 확정예산 모두 포함한 금액



## 업무 평가 및 개선 방향

### □ 성과

- 언론보도 활성화를 통한 서울교육 이미지 제고 및 정책 추진 기여
  - 보도자료 164건 제공[입장문 4건], 기자회견 4회, 기자간담회 3회 등
    - ※ 신년 기자회견, 기초학력 보장 체험학기제, 교원의 교육활동 보고 등
  - 언론보도 모니터링 분석을 통한 교육 현안 이슈 관리
  - 언론의 서울교육 이해도 제고를 위한 다양한 언론 소통
    - ※ 취재지원 27회(신학기 등교맞이, 전국연합학력평가, 서울형 심층 쟁점 독서 토론, 디딤돌 학기 신체력 회복 운동회 등)
- 다양한 홍보 매체를 활용한 서울교육 정책 홍보 강화
  - 다양한 온·오프라인 매체를 활용한 주요 정책 및 공익캠페인 홍보
    - ※ 입학준비금 안내, 생태전환교육, 국제공동수업 등 주요 정책 관련 아파트 엘리베이터 TV(18,000여대) 광고 18건, 지하철역(서대문역, 광화문역) 조명 광고, 버스정류장 4개소·서대문역 등 음성 광고 운영
    - ※ 스쿨존 어린이 교통안전 가나다 캠페인 관련 영화관(CGV) 29개관, 181개 스크린, OTT(tving), TV(tvN 등) 3사, 시내버스 5,000대 내 TV 광고 운영
    - ※ 네이버, 다음 포털 브랜드드 검색 광고 7건, 온라인 광고 2건, 온라인 캠페인 2건(스쿨존 어린이 교통안전 가나다 캠페인, 학교폭력예방 캠페인), 슬로건 디자인 개편 2종, 교육청 캐릭터 2종, 이모티콘 16종·24,000건 배부
  - 교육청 공식 블로그·SNS 채널 운영을 통한 구독자와 소통
    - ※ 조회수 1,452,285회, 댓글 24,654개, 좋아요 49,610개, 공유·확산 58,075회
  - 서울시·상수도사업본부, 민간기관(웨더뉴스, 농협은행), 온라인 서포터즈와 협력을 통한 홍보 네트워크 강화
  - 「지금 서울교육」 전자책 발간(6회) 및 종이 소식지 배부(2회, 24,000부)
- 서울특별시교육청TV 유튜브 채널 활성화를 통한 홍보 강화
  - 서울특별시교육청TV 구독자 5만 명 돌파(시·도교육청 1위 달성)
    - ※ (서울) 59,400명, (경기) 56,000명 (인천) 37,200명
    - ※ 구독자수 작년대비 70% 증가(24,394명 ↑), 누적 조회수 작년대비 43% 증가(623만회 ↑)
  - ‘정보’와 ‘재미’를 다 담은 다양하고 참신한 홍보 콘텐츠 개발 및 제작

※ 시민이 추천하는 학교 인근 맛 집 소개 ‘학교 앞 온더블록’(2편), 학생MC가 직접 출연하여 서울교육 정책과 소식을 전달하는 ‘센스체크’(9편), 유명 댄스그룹 진조크루와 협업, 최신 학교 공간을 홍보하는 ‘브레이킹 온’(3편), 자체제작 교육현장 영상스케치 ‘뉴스레터’(12편), 각 부서 정책사업 홍보를 위한 ‘1분컷 정책홍보’(13편) 등 유튜브 트렌드를 반영한 콘텐츠 총 52편 제작·확산

- 학생, 학부모, 교직원 등 교육현장 참여 활성화로 시민 소통 강화

※ 유튜브 콘텐츠 발굴단(20명)을 구성하여 학생·청소년층의 관심 소재 발굴과 콘텐츠 기획 회의를 통한 학생, 학부모, 교직원 등 교육현장 의견 반영

※ 학생MC(8명) 직접 출연하여 서울교육정책, 소식을 알려주는 온라인 브리핑 콘텐츠 제작으로 학생들의 관심과 공감대 확산

※ 대국민 관심사인 학교폭력 예방 및 근절을 위한 슷폼 영상 공모전(14개작 선정), 시민 참여와 소통 활성화를 위한 이벤트 5회 실시

## 한계

○ 언론보도에 대한 인식 부족으로 서울교육 홍보 기회 활용 저조

- 언론보도 부담감 및 보도절차, 언론 순기능에 대한 인식 부족

- 보도자료 적기 미제공으로 인한 홍보기회 손실

○ 정책홍보 네트워크 확대 및 양방향 콘텐츠 개발 필요

- 직속기관 및 유관·민간기관과의 홍보 네트워크를 강화하여 시민과의 점점 확대

- 이용자가 자발적으로 접근하는 참여형·공감형 콘텐츠 확충 필요

○ 공공기관 콘텐츠가 갖는 홍보 주제 및 표현 방식의 한계

- 시청자의 관심사가 복잡 다양하고 재미 요소를 중요시하는 유튜브 환경에서 교육목적의 내용과 공공성을 갖춘 콘텐츠에는 관심이 저조

- 대중에게 일방향으로 전달되는 정책 정보와 내용에 소통 부진

## 개선 방향

○ 각 부서 언론홍보 활성화 및 공보역량 강화

- 보도자료의 언론보도 절차 지속적 안내(공보 연수 실시 등)를 통한 인식 제고

- 보도자료 작성 부담 경감 및 언론보도의 순기능 전달을 위한 우수보도자료 확산, 언론보도 매뉴얼·보도자료 체크리스트 안내
- **직속기관, 유관·민간기관 홍보매체 다각적 활용 및 시민 참여형 정책 홍보 운영**
  - 도서관 등 시민 밀착형 직속기관의 디지털 미디어보드 등 자체 보유 홍보 매체 적극 활용, 유관·민간기관과의 협력을 통한 홍보 강화
  - 온라인 캠페인, 바이럴마케팅 콘텐츠의 확충을 통해 시민참여 유도 및 양방향 소통 확대
  - 청사 내·외부, 공용차량 랩핑 등 자체 보유 매체 활용, 민간기관과의 네트워크 확대를 통한 대시민 홍보 강화
  - SNS, 온라인 서포터즈 등을 통한 교육청 캐릭터 2종, 이모티콘 16종 적극 홍보
  - 최근 SNS 트렌드인 숏츠 등 짧은 콘텐츠의 제작·활성화
- **유튜브 콘텐츠 차별화를 통한 관심 확산 및 서울교육 홍보 강화**
  - 서울특별시교육청TV를 상징하는 이미지브랜딩
  - 학생, 학부모, 교직원 등 교육현장에서 필요로 하는 정보, 공감할 수 있는 소재 발굴
  - 콘텐츠별 편성전략에 따른 정기 업로드 등 유튜브 채널 체계적 관리·운영
  - 시민 참여와 소통 활성화를 위한 다양한 이벤트 실시



## 부서별 주요업무

작성 자

대변인 : 강민석 ☎9115

공보팀장 : 이주섭 ☎9116

담당 : 최재원 ☎9118

홍보기획팀장 : 박지환 ☎9122

권현경 ☎9124

소통미디어팀장 : 김영란 ☎9127

천진영 ☎9130

# 1

## 다양한 언론 매체와 미디어를 활용한 소통행정

### □ 사업 개요

#### ○ 목적

- 서울교육에 대한 이해도를 제고하고 공감을 확산하여 혁신미래 교육 추진 강화

#### ○ 근거

- (주요업무) 다양한 언론·홍보 매체를 활용한 소통행정
- 서울특별시교육청 행정기구 설치 조례 시행규칙 제4조
- 서울특별시교육청 홍보물 등의 심의와 보급에 관한 조례

#### ○ 주요 내용

- 서울교육정책의 이해와 공감 확산을 위한 언론보도 활성화
- 서울교육 주요 정책 및 공익캠페인 기획·제작·광고
- 서울시교육청 유튜브 채널 활성화를 통한 시민과의 소통 강화

### □ 추진 목표

세부사업명	추진 시기	물량
고품질 보도자료 제공	연중	보도자료 반영률 3% 증가
공익캠페인 및 시책 광고	연중	연12회 이상
뉴미디어 활용 정책 홍보	연중	공식블로그·SNS 채널 활성화 시민참여 온라인서포터즈(20여명)
‘지금 서울교육’ 발간	연중	전자책(연10회), 종이간행물(4회)
유튜브 채널 활성화	연중	콘텐츠 150편 제작 구독자 수, 조회 수 등 증대

## □ 추진 계획

### 2023년 주요 개선 사항

- 서울교육 공감 확산을 위한 공보 활동 강화
  - 다각적 언론소통 추진 및 서울교육뉴스 앱 사용자 편의성 개선
- 서울교육 주요 정책 및 공익캠페인 홍보 강화
  - 다양한 홍보 매체, 홍보 네트워크를 활용한 전략적 홍보 추진 및 소통
- 서울시교육청 공식 유튜브 채널 활성화를 통한 대시민 소통 강화
  - 참신하고 다양한 콘텐츠 개발로 학생, 학부모 등 시민의 관심과 공감 확산
  
- 서울교육 공감 확산을 위한 공보 활동 강화
  - 주요 교육이슈는 기자회견, 백브리핑, 보도자료 적시 제공 등 다각적 언론소통 추진
  - 출입 언론사 대표 간사단과 주 1회 보도자료 선정 협의회
  - 서울교육뉴스 앱 메인 페이지 개선 등 사용자 편의성 제고
  - 우수보도자료 공유, 언론보도 매뉴얼·보도자료 체크리스트 안내
- 다양한 홍보 매체를 활용한 서울교육 홍보 및 대시민 소통 강화
  - 서울시 내 아파트 엘리베이터 TV 광고 콘텐츠 확대, 대중교통 등 옥외광고, TV 방송 광고를 통한 주요 정책 및 공익캠페인 홍보 지속 운영
  - 인터넷 포털, OTT, 영화관 등 다양한 홍보 매체 발굴을 통한 시민 접점 확대 및 효율적 광고 운영
  - 최근 SNS 트렌드를 반영한 숏츠 등 짧은 콘텐츠의 제작·활성화
  - SNS, 온라인 서포터즈 등을 통한 교육청 캐릭터 2종, 이모티콘 16종 적극 홍보



- 도서관 등 시민 밀착형 직속기관의 디지털 미디어보드 등 자체 보유 홍보 매체 적극 활용, 유관기관·민간(웨더뉴스, 농협은행, 학부모 알림서비스 업체 등), 온라인 서포터즈과 협력을 통한 홍보 네트워크 강화
- 「지금 서울교육」 종이소식지 및 전자책 발간
- **서울특별시교육청TV 유튜브 채널 활성화 및 홍보 강화**
  - ‘다양성이 꽃피는 공존의 혁신미래교육’에 기반한 서울특별시교육청TV 유튜브 이미지 브랜딩 확립
  - 학생, 학부모, 교직원 등 시민 소통과 홍보 강화를 위한 차별화된 콘텐츠 제작 및 확산
  - 짧은 시간에 가볍게 즐기며 즉각적인 정보를 얻을 수 있어 학생·청소년층에 인기를 끄는 숏폼 영상 제작 확대
  - 학생, 교원, 외부 전문가 컨설팅 등 교육현장 의견수렴과 시민 참여, 소통 강화를 위한 이벤트 실시

## □ 추진 실적

- **언론보도 활성화를 통한 서울교육 이미지 제고 및 정책 추진에 기여**
  - 2023년 언론매체 보도자료 164건 제공[입장문 4건]
  - 언론의 서울교육 이해도 제고를 위한 언론소통 강화
    - ※ 2023년 신년기자회견 등 서울교육 주요 사업 기자회견 4회, 현안 기자간담회 3회, 디딤돌 학기제(가제) 관련 등 백브리핑 1회, 출입기자 차담회 3회, 교육감 인터뷰 15회, 학교방역 취재 등 언론사 취재지원 27회
- **다양한 홍보 매체를 활용한 서울교육 홍보로 정책 공감대 형성 및 소통 확대**
  - 생활 밀착형 광고 매체를 통한 주요 정책 및 공익캠페인 홍보 확대
    - ※ 입학준비금 안내, 생태전환교육 등 주요 정책 관련 아파트 엘리베이터 TV(18,000여대) 광고 18건
    - ※ 국제공동수업 관련 지하철역(서대문역·광화문역) 조명 광고, 버스정류장 4개소·서대문역 등 음성 광고 운영

- OTT, 영화관 등 홍보 매체 발굴을 통한 시민 점점 확대
  - ※ 스쿨존 어린이 교통안전 가나다 캠페인 관련 영화관(CGV) 29개관, 181개 스크린, OTT(tving), TV(tvN 등) 3사, 시내버스 5,000대 내 TV 광고 실시
- 교육청 공식 블로그·SNS 채널 운영을 통한 구독자와 소통

SNS 매체	블로그	페이스북	인스타그램	카카오채널	틱톡
구독자 수 (전년대비 증가율)	17,294,921명 (3.4%↑)	54,633명 (0%)	42,297명 (4%↑)	21,484명 (73%↑)	8,500명 (신설)

※ 조회수 1,452,285회, 댓글 24,654개, 좋아요 49,610개, 공유·확산 58,075회

※ 대표 홈페이지 ‘정책 돋보기’ 메인 배너 운영 85건, 조회수 150,192회

- 시민참여형, 공감형 콘텐츠 제작으로 서울교육 이미지 브랜딩 강화
  - ※ 네이버, 다음 포털 브랜드드 검색 광고 7건, 온라인 광고 2건, 온라인 캠페인 2건 (스쿨존 어린이 교통안전 가나다 캠페인, 학교폭력예방 캠페인), 슬로건 디자인 개편 2종, 교육청 캐릭터 2종, 이모티콘 16종·24,000건 배부

- 서울시, 민간기관(웨더뉴스, 농협은행), 온라인 서포터즈와 협력을 통한 홍보 네트워크 강화

※ 서울시청사·세종문화회관 옥외전광판에 서울진로직업박람회 등 11개 콘텐츠 게시

※ 웨더뉴스 매체 활용(삼성 갤럭시 날씨 위젯) 서울교육 콘텐츠 16개 게시, 조회수 142,175회, NH농협은행 매체 활용(미디어게시판 282개, ATM 입출금기 681대) 서울교육 콘텐츠 30여개 게시

※ 온라인 서포터즈 20명 운영, 콘텐츠 79편 제작, 조회수 7,996회

- 「지금 서울교육」 전자책 발간(6회) 및 종이 소식지 배부(2회, 24,000부)

○ 서울특별시교육청TV 유튜브 채널 활성화로 서울교육정책 이해와 공감 확산

- 서울특별시교육청TV 구독자 5만 명 돌파(시·도교육청 1위 달성)

※ (서울) 59,400명, (경기) 56,000명 (인천) 37,200명

※ 구독자수 작년대비 70% 증가(24,394명↑), 누적 조회수 작년대비 43% 증가(623만회↑)

- ‘정보’와 ‘재미’를 다 담은 다양하고 참신한 홍보 콘텐츠 개발 및 제작
  - ※ 시민이 추천하는 학교 인근 맛 집 소개 ‘학교 앞 온더블록’(2편), 학생MC가 서울교육 정책과 소식을 전달하는 ‘센스체크’(9편), 유명 댄스그룹 진조크루와 협업, 최신 학교 공간을 홍보하는 ‘브레이킹 온’(3편), 자체제작 교육현장 영상스케치 ‘뉴스레터’(12편), 각 부서 정책사업 홍보를 위한 ‘1분컷 정책홍보’(13편) 등 유튜브 트렌드를 반영한 콘텐츠 총 52편 제작·확산

- 학생, 학부모, 교직원 등 교육현장 참여 활성화로 시민 소통 강화
  - ※ 유튜브 콘텐츠 발굴단(20명)을 구성하여 학생·청소년층의 관심 소재 발굴과 콘텐츠 기획 회의를 통한 학생, 학부모, 교직원 등 교육현장 의견 반영
  - ※ 학생MC(8명) 직접 출연하여 서울교육정책, 소식을 알려주는 온라인 브리핑 콘텐츠 제작으로 학생들의 관심과 공감대 확산
  - ※ 대국민 관심사인 학교폭력 예방 및 근절을 위한 솟폼 영상 공모전(14개작 선정), 시민 참여와 소통 활성화를 위한 이벤트 5회 실시
- 주요정책 기자회견, 교육포럼, 전문가 특강 등 유튜브 라이브 방송 26회
- 교육현장 및 주요행사 등 268건의 사진 촬영과 사진 자료 제공을 통한 언론사 취재 지원으로 2,360건의 포토뉴스 보도
- 청 내 멀티비전 및 스마트보드에 85건 홍보물 게시, 관리·운영

## □ 향후 추진 일정

- 충실한 보도계획 수립 및 고품질 보도자료 제공: 연중
  - 기자회견, 브리핑 자료 제공 및 서울교육뉴스 앱 등을 통한 교육 기사 상시 제공 등 시민의 알권리 충족
- 광고 콘텐츠 기획 제작·광고 게시, 교육청 SNS 채널을 통한 서울 교육 홍보 및 시민 소통: 연중
- 시민참여 온라인서포터즈 운영: '23.4~12월
- 유튜브 콘텐츠 제작 및 채널 관리·운영: 연중
  - 콘텐츠 기획·제작, 영상콘텐츠 자문단 운영 및 교육현장 의견수렴 및 이벤트 실시 등 홍보

## □ 예산 집행 현황

(단위: 천원, %, '23.8.1.기준)

사업명	'23 예산			'22 최종예산	집행액 및 집행률		주요사업별 설명자료 쪽수
	본예산	특교 등	계		원인행위액 (집행률)	지출액 (집행률)	
공익캠페인 및 시책홍보	4,143,190	-	4,143,190	4,168,065	2,209,466 (53.3)	2,129,586 (51.4)	65
교육공보활동 지원기본운영	42,920	-	42,920	42,920	31,620 (73.7)	31,620 (73.7)	69
교육정책설명및언론 홍보활동	199,110	-	199,110	164,970	70,000 (35.2)	70,000 (35.2)	72
뉴미디어정책홍보	230,790	-	230,790	252,290	230,790 (100)	62,620 (27.1)	76
보도기사분석관리	269,978	-	269,978	279,978	264,439 (97.9)	158,618 (58.8)	79
서울교육영상 홍보물제작	656,448	-	656,448	450,980	281,011 (42.8)	238,909 (36.4)	83
홍보기획 및 컨텐츠개발	298,190	-	298,190	308,190	259,950 (87.2)	104,752 (35.1)	88
<b>합계</b>	<b>5,840,626</b>	<b>-</b>	<b>5,840,626</b>	<b>5,667,393</b>	<b>3,347,276 (57.3)</b>	<b>2,796,105 (47.9)</b>	