

실·국별 주요업무보고

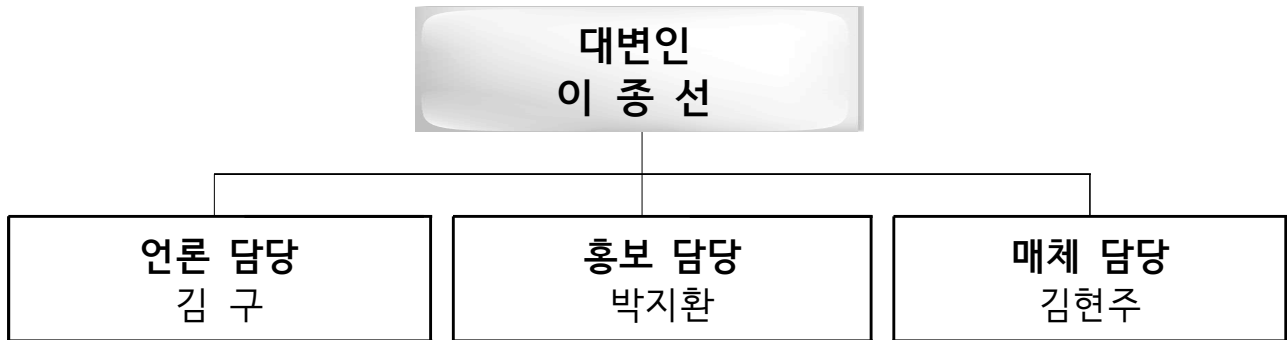
대 변 인



일반 현황

☐ 조 직

1과 3담당



☐ 정·현원

('25.9.30기준)

구분	일 반 직						교육전문직			합계
	4급	5급	6급	7급	8급	소계	초등	중등	소계	
정원	1	3	4	8	-	16	1	1	2	18
현원	1	3	4	8	-	16	1	1	2	18

☐ 주요 기능

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



부서별 주요업무

1

서울교육정책 시민 체감도 강화

작 성 자

대변인: 이종선 ☎9115

언론팀장: 김구 ☎9116

담당: 김지연 ☎9118

홍보팀장: 박지환 ☎9122

권현경 ☎9124

매체팀장: 김현주 ☎9127

하광용 ☎9130

□ 사업 목적 및 근거

○ 목적

- 서울교육에 대한 이해도를 제고하고 공감을 확산하여 미래를 여는 협력 교육에 대한 시민 체감도 강화

○ 근거

- 서울특별시교육청 홍보물 등의 심의와 보급에 관한 조례
- 서울특별시교육청 행정기구 설치 조례 시행규칙 제4조
- 2025 서울교육 주요업무 「5-1-4 언론·홍보를 통한 정책 소통」

□ 추진 실적

○ 언론보도 활성화를 통한 서울교육 이미지 제고 및 정책 추진에 기여

- 보도자료 265건 제공[입장문 6건, 설명(참고)자료 3건 포함], 기자회견 (백브리핑 등) 5회, 언론인터뷰 27회

※ 기자회견 3회(신년기자회견, 교육청 성과 및 새정부 교육정책 제안, 학생 마음 건강 증진계획 발표), 교육감 인터뷰 27회(2025년 서울교육현안 등), 취재지원 48회(신학기 입학식, 졸업식, 역지사지 공존형 토론, 3·1절 기념행사, 전국학력 모의평가, 북웨이브행사 학생교통안전 지도, 용산고 광복80주년 행사 등)

○ 다양한 홍보 매체를 활용한 서울교육 홍보로 정책 공감대 형성 및 소통 확대

- 생활 밀착형 광고 매체를 통한 주요 정책 및 공익캠페인 홍보 강화

※ 입학준비금, 늘봄학교, 고교학점제 등 주요 정책 관련 서울 전역 아파트 엘리베이터 TV(20,000여대) 광고 19건, 지하철 객차 내 미디어(2,800여기) 광고 8건

- 시민 참여·공감형 콘텐츠 제작으로 서울교육 이미지 및 브랜드 가치 제고
 - ※ 포털(네이버) 브랜드 검색 광고 매월 13건(PC 9건, 모바일 4건), 온라인 공익캠페인 2건(두근두근 신학기, 북웨이브), 교육청 캐릭터 이모티콘 배포(32종·50,000개)
- 교육청 공식 블로그·SNS 채널 운영을 통한 구독자와 소통 활성화

(기준: '25.9.30.)

SNS 매체	블로그 (누적 방문자수)	인스타그램 (팔로워수)	카카오톡채널 (친구수)	틱톡 (연간 조회수)	페이스북 (팔로워수)
참여수(명/회) (전년대비 증가율)	23,167,040명 (9.8% ↑)	117,659명 (32.38% ↑)	71,897명 (62.98% ↑)	170,411회 (15.21% ↑)	60,390명 (9.74% ↑)

- ※ 홍보 콘텐츠 994건 발행(블로그 179건, 인스타그램 314건, 카카오톡채널 173건, 틱톡 56건, 페이스북 262건 등)
- ※ ‘스쿨존 교통사고 ZERO, 가나다로 지켜요’, ‘서울독서교육 북웨이브’ 캠페인 관련 시의원·학생·교직원·인플루언서 등과 함께하는 챌린지 콘텐츠 28건 제작·홍보
- 유관 및 민간기관, 서울교육메이트와 협력을 통한 홍보 네트워크 확대
 - ※ 서울시, 서울시의회 미디어게시판을 활용하여 스쿨존 교통안전 가나다 캠페인, 약물 오남용 근절, 북웨이브 캠페인 등 홍보
 - ※ 문화체육관광부, 경찰청, 국립국어원, 농림축산식품부 등 15개 기관과 소셜 미디어 협업 홍보를 통해 콘텐츠 확산
 - ※ 학부모 모바일 알림장 앱(e알리미 등 5개 업체)을 통한 정책 홍보 392건, 조회수 140만 5천 회
 - ※ 민간 콘텐츠 플랫폼, 전자책 플랫폼에 서울교육 콘텐츠 홍보 36건, 조회수 14만 3천 회
 - ※ NH농협은행 매체 활용(미디어게시판 282개) 서울교육 콘텐츠 게시 매월 6건
 - ※ 서울교육메이트 3기 운영(시민기자단 50명, 미디어크리에이터 10명): 생태전환교육, 북웨이브 등 월별 주제 선정 콘텐츠 365건 제작, 조회수 55만
- 「지금 서울교육」 전자책 발간(6회) 및 종이 간행물 배부(3회, 36,000부)
- 서울특별시교육청TV 유튜브 채널 활성화로 서울교육정책 이해와 공감 확산
 - 서울특별시교육청 기관 브랜딩 확립을 위한 공식 유튜브 채널 개편
 - ※ 교육청 캐릭터를 이용하여 밝고 귀여운 느낌의 채널 이미지 형성
 - ※ 콘텐츠별 재생 목록 설정으로 해당 콘텐츠의 아이덴티티(identity) 구축

- 다양하고 참신한 홍보 콘텐츠 제작 및 교육현장 참여, 소통 활성화
 - ※ (인생 샷) 학생·학부모·교직원 각자의 자리에서 본연의 역할과 책임을 다하고 있는 모습을 담아내는 교육 현장 콘텐츠 → 「초등학교 앞 슈퍼맨 복장으로 나타난 아저씨의 정체」, 「장애는 이름일 뿐, 주몽은 그걸 기록으로 보여줘요」, 「아이들이 먼저 달려가는 그 사람, 누구까요?」, 「두 명의 한국 고등학생들에게 세계가 주목한 이유」, 「마음의 눈으로 배운 자리에서 빛을 전하는 교장으로」
 - ※ (안전사고 예방 영상) 최근 발생한 자전거 사망 사건 및 학생 대상 유괴 시도 사건으로 사고의 위험성을 알리고 예방하기 위한 긴급 영상 제작 → 「브레이크 없는 ‘픽시 자전거’, 이것만은 꼭 지켜주세요!」, 「들끓는 아동 유괴 사건들.... 꼭 지켜야 할 3가지 안전 수칙!」
 - ※ (손끝으로 배우는 태권도 캠페인) 시각장애 학생을 위한 태권도 맞춤 교재와 품새 학습과정을 통해 평등하고 포용적인 교육의 가치를 조명 → 캠페인을 통해 제작된 맞춤 교재(점자 교본과 오디오북)는 전국 시각장애 특수학교에 배포
 - ※ (등곳길 바이브) 등곳길 아침을 준비하는 교육공동체 구성원의 모습을 담은 댄스 뮤직비디오 형식의 홍보영상 제작 → 교육 3주체가 협력하는 모습을 춤을 통해 직관적이고 감성적으로 표현하여 서로 존중하고 협력하는 학교문화 조성
- 신년인사회, 입학식·졸업식 등 주요행사 현장스케치 67건 촬영 및 기자회견, 각종 연수 등 유튜브 라이브 방송 9회 송출
- 교육현장 주요행사 사진 촬영(521건), 영상 뉴스 자체 제작(68건), 포토뉴스 언론사 제공(270건)
- 청내 멀티비전 및 스마트보드에 112건 홍보물 게시, 관리·운영

□ 향후 계획

○ 서울교육 공감 확산을 위한 공보 활동 강화

- 주요 교육이슈 관련 기자회견, 기자간담회, 언론 인터뷰 확대, 백브리핑, 언론사와 정기 간담회 등 다각적 언론 소통 추진
- 입장문, 설명자료, 해명자료 등의 대응 보도를 신속하게 수행하기 위해 선제적으로 담당 부서와 협력하여 보도자료 생산 제공
- 홍보 연수 및 회의, 공문 등을 통해 보도자료 제공 프로세스 지속 안내하여 보도자료 적기 제공 및 직원 역량 강화

- 보도자료 제공 이후 취재기자의 질문 통계자료 요청, 추가 취재, 취재 협조기관 사전 섭외 등 후속 취재 적극 응대

- 공익캠페인 및 교육 정책 홍보를 통한 서울교육 공감 확산

※ ('25.8~12월) 서울교육 주요 정책 홍보를 위한 기획보도 및 주요 사업 행정광고 추진

○ 다양한 홍보 매체를 활용한 서울교육 홍보 및 대시민 소통 강화

- 서울 전역 아파트 엘리베이터 TV, 지하철 객차 내 미디어, 교육청 공식 소셜미디어 5개 채널 등을 활용한 시기별 서울교육 주요 정책 집중 홍보

※ (4분기) 기초학력 보장, 마음 건강, 진학 설명회, 서울융합과학·수학·메이커 축제 등

- 유관 및 민간기관, 서울교육메이트와 협력을 통한 홍보 네트워크 활성화

※ 서울교육메이트(온라인 서포터즈) 월별 60건 이상 콘텐츠 발행(10월 학생 마음 건강, 11월 기초학력 캠페인), 12월 해단식 예정

- 「지금 서울교육」 전자책(3회), 종이 간행물 발간(1회)

○ 유튜브 콘텐츠 제작 및 채널 관리·운영: 연중

- 콘텐츠 기획·제작, 유튜브 콘텐츠 발굴단 운영, 교육현장 의견 수렴 및 이벤트 실시 등 홍보

□ 예산 집행 계획

(단위: 천원, %, '25.9.30.기준)

예산 사업명	추진 사업명	'25 예산			'24 최종예산	집행액 및 집행률		사업별 설명자료 쪽수
		본예산 (a)	증감 (b)	예산현액 (A=a+b)		원인행위액 (집행률)	지출액 (집행률)	
18. 공익캠페인 및시책홍보	광고, 캠페인 콘텐츠기획 및 제작	1,689,080	-	1,689,080	1,949,380	964,291 (57.1)	908,044 (53.8)	57
①20.②17. 교육정책 설명 및 언론홍보 활동	공보활동 강화	997,050	150,000	1,147,050	1,119,730	761,070 (66.4)	759,126 (66.2)	①64 ②41
21. 뉴미디어 정책홍보	소셜미디어 및 블로그운영	254,300	-	254,300	257,600	242,219 (95.2)	93,365 (36.7)	67
23. 서울교육 영상홍보물 제작	서울시교육청 유튜브 채널 활성화	413,618	-	413,618	459,620	161,052 (38.9)	121,193 (29.3)	74
24. 홍보기획및 콘텐츠개발	자급서울교육 발간 등	250,030	-	250,030	260,630	230,405 (92.2)	132,049 (52.8)	79
합 계		3,604,078	150,000	3,754,078	4,046,960	2,359,037 (62.8)	2,013,777 (53.6)	