

실·국별 주요업무보고

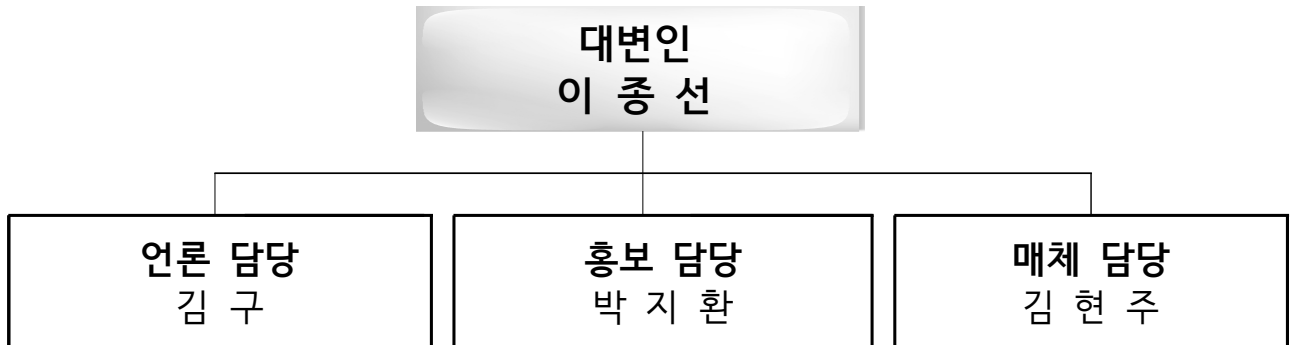
대 변 인



일반 현황

☐ 조 직

1과 3담당



☐ 정·현원

('25.7.31기준)

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	○ 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

홍보팀장: 박지환 ☎9122

매체팀장: 김현주 ☎9127

담당: 김지연 ☎9118

권현경 ☎9124

하광용 ☎9130

□ 사업 목적 및 근거

○ 목적

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

○ 근거

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

□ 추진 실적

○ 언론보도 활성화를 통한 서울교육 이미지 제고 및 정책 추진에 기여

- 보도자료 201건 제공[입장문 5건, 설명(참고)자료 3건 포함], 기자회견 (백브리핑 등) 5회, 언론인터뷰 24회

※ 기자회견 2회(신년기자회견, 교육청 성과 및 새정부 교육정책 제안), 교육감 인터뷰 24회(2025년 서울교육현안 등), 취재지원 39회(신학기 입학식, 졸업식, 역지사지 공존형 토론, 3·1절 기념행사 및 학생간담회, 긴급돌봄 지원 안내, 스승의 날, 전국학력모의평가, 북웨이브행사 등)

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

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

※ 입학준비금, 늘봄학교, 고교학점제 등 주요 정책 관련 서울 전역 아파트 엘리베이터 TV(19,000여대) 광고 8건, 지하철 객차 내 미디어(2,800여기) 광고 6건

- 시민 참여형, 공감형 콘텐츠 제작으로 서울교육 이미지 브랜딩 강화
 - ※ 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

(기준: '25.7.31.)

SNS 매체	블로그 (누적 방문자수)	인스타그램 (팔로워수)	카카오톡채널 (친구수)	틱톡 (연간 조회수)	페이스북 (팔로워수)
참여수(명/회) (전년대비 증가율)	22,747,292명 (7.81% ↑)	114,509명 (28.84% ↑)	72,316명 (63.93% ↑)	152,654회 (39.11% ↑)	60,797명 (10.48% ↑)

※ 홍보 콘텐츠 830건 발행(블로그 157건, 인스타그램 260건, 카카오톡채널 142건, 틱톡 48건, 페이스북 223건 등)

※ ‘스쿨존 교통사고 ZERO, 가나다로 지켜요’, ‘서울독서교육 북웨이브’ 캠페인 관련 시의원·학생·교직원·인플루언서 등과 함께하는 챌린지 콘텐츠 18건 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 10개 기관과 소셜 미디어 협업 홍보를 통해 콘텐츠 확산

※ 학부모 모바일 알림장 앱(e알리미 등 5개 업체)을 통한 정책 홍보 252건, 조회수 66만 5천회

※ 민간 콘텐츠 플랫폼, 전자책 플랫폼에 서울교육 콘텐츠 홍보 30건, 조회수 10만회

※ NH농협은행 매체 활용(미디어게시판 282개) 서울교육 콘텐츠 게시 매월 6건

※ 서울교육메이트 3기 운영(시민기자단 50명, 미디어크리에이터 10명): 생태전환교육, 북웨이브 관련 콘텐츠 211건 제작, 조회수 35만

- 「지금 서울교육」 전자책 발간(5회) 및 종이 간행물 배부(2회, 24,000부)

○ 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」
- ※ (수상한 가정통신문) 시의성 있는 정책 정보 전달 및 짧은 영상을 선호하는 트렌드 반영 → 「올해부터 본격적으로 시작되는 ‘고교학점제’ 꿀팁 3가지」, 「요즘 아이들 문해력/수리력을 끌어올려주는 꿀팁 3가지」, 「이번 여름방학에 안하면 손해인 프로그램 3개」
- ※ (SEN's PICK) 현장 실사 촬영 중심의 현장감 있는 영상 편집으로 생생한 소식 전달, 대시민 소통 강화 → 「고교학점제의 오해와 진실」, 「50년만에 만난 스승과 제자의 특별한 수업」, 「학생·학부모·교직원이 한자리에? 학교 자치협의회」, 「서울학생들이 농촌 유학 갔다가 생긴 일」
- 신년인사회, 입학식·졸업식 등 주요행사 현장스케치 15건 촬영 및 기자회견, 각종 연수 등 유튜브 라이브 방송 5회 송출
- 교육현장 주요행사 사진 촬영(185건), 영상 뉴스 자체 제작(48건), 포토뉴스 언론사 제공(166건)
- 청내 멀티비전 및 스마트보드에 72건 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

- 시기별 서울교육 주요 정책 집중 홍보

※ (3분기) 기초학력 보장, 학생 안전 교육(몸·마음 건강, 청소년 도박 예방, 마약 예방 등), 대입 수시, 서울학생 예술몽땅 페스티벌 등

※ (4분기) 수능 응원 메시지, 서울융합과학·수학메이커 축제, 유치원 유아모집 등

- 생활밀착형 매체인 서울 전역 아파트 엘리베이터 TV, 지하철 객차 내 미디어 등 미디어 광고 매체 다양화로 홍보 효과 극대화

- 교육청 공식 소셜미디어 5개 채널 운영을 통해 서울교육 주요 정책을 카드뉴스, 현장취재, 보도자료, 이벤트 운영 등으로 홍보

- 유관 및 민간기관, 서울교육메이트와 협력을 통한 홍보 네트워크 활성화

※ 서울시청 및 시의회, 구청 미디어게시판 활용하여 정책 및 행사, 캠페인 홍보 영상 송출

※ 서울교육메이트(온라인 서포터즈) 매월 주제를 선정하여 60건 이상 콘텐츠 발행, 8월 워크숍 예정

월별	주제	월별	주제
8월	기초학력 보장	10월	한 눈에 보는 서울교육 캠페인 홍보
9월	학생 마음건강, 자살예방, 상호 존중 캠페인 등	11월	미래역량 함양, 에듀테크 토론교육, 특성화고 등

- 「지금 서울교육」 전자책(4회), 종이 간행물 발간(2회) 및 온라인 홍보 강화

○ 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, %, '25.7.31.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	745,208 (44.1)	708,433 (41.9)	57
①20.②17. 교육정책 설명 및 언론홍보 활동	공보활동 강화	997,050	150,000	1,147,050	1,119,730	515,864 (45.0)	456,121 (39.8)	①64 ②41
21. 뉴미디어 정책홍보	소셜미디어 및 블로그운영	254,300	-	254,300	257,600	221,021 (86.9)	45,165 (17.8)	67
23. 서울교육 영상홍보물 제작	서울시교육청 유튜브 채널 활성화	413,618	-	413,618	459,620	131,994 (31.9)	110,629 (26.7)	74
24. 홍보기획및 콘텐츠개발	자금서울교육 발간 등	250,030	-	250,030	260,630	228,910 (91.6)	106,512 (42.6)	79
합계		3,604,078	150,000	3,754,078	4,046,960	1,842,997 (49.1)	1,426,860 (38.0)	