

발간등록번호	서울교육 2026-90
발 간 월	2026. 6.

언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼



CONTENTS

<발간사>	04
<추천사>	05

1. 언론과의 첫 만남 06

1 언론과 소통하기	08
2 언론 소통 시 유의사항	09
3 언론 소통, 이럴 땐 이렇게(매뉴얼 활용하기).....	10

2. 언론 홍보, 제대로 이해하기 12

1 언론의 이해	14
2 언론 홍보의 의미	17
3 서울교육 언론 홍보 기본 원칙	18

3. 보도율 높이는 보도자료 작성하기 20

1 보도자료의 유형과 구조	22
2 언론보도 과정	26
3 보도자료 작성 실무	27
4 보도자료 미선정 사례	30
5 보도자료 작성 실습	33
6 보도자료 관련 Q&A	35

4. 전략적 정책 홍보, 기획보도 활용하기 38

1 기획보도의 이해	40
2 기획보도가 필요한 순간	41
3 기획보도 절차 및 방법	43
4 행정광고 이모저모	46



5. 취재 요청, 당당하게 대응하기 48

- 1 기자가 전화하면 50
- 2 사전 예고 없는 인터뷰 요청 52
- 3 엠바고 설정 및 관리 53

6. 오보, 신속·정확하게 바로잡기 56

- 1 오보의 이해 58
- 2 오보 대응 절차 및 원칙 59
- 3 설명·해명자료 배포 61
- 4 정정보도 요청 63
- 5 언론중재위원회 64

7. 기자회견·인터뷰, 철저하게 준비하기 66

- 1 기자회견 준비 68
- 2 인터뷰 준비 72
- 3 백브리핑 준비 75

8. 디지털로 더 가까이 시민과 소통하기 76

- 1 디지털 홍보의 기본 원칙 78
- 2 카드뉴스·영상 콘텐츠 기획 81
- 3 디지털 이슈 대응 방법 86
- 4 인공지능(AI) 허위정보 대응 방법 87

9. 부록 88

- 1 위기 대응 단계별 체크리스트 90
- 2 우리말 바로 쓰기 91
- 3 참고사항 94
- 4 서식 모음 95

발간사

서울교육가족 여러분께

정책의 진심은 소통을 통해 전해집니다. 우리가 추진하는 교육정책이 언론을 통해 시민의 신뢰로 되돌아올 때, 서울교육은 비로소 미래를 향한 동력을 얻습니다. 한 편의 기사와 한 컷의 영상은 정책의 의미를 전하는 소중한 매개체이며, 그 자체로 서울교육과 시민을 잇는 단단한 가교가 됩니다.

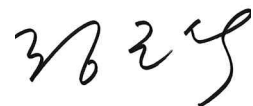
하지만 현장에서 언론을 마주하는 일은 결코 쉽지 않습니다. 막막한 홍보자료 작성부터 갑작스러운 기자의 전화, 의도치 않은 오보 대응까지 담당자의 어깨에 놓인 무게는 가볍지 않습니다. 이 매뉴얼은 그 무게를 함께 나누고자 하는 마음에서 출발했습니다.

『언론아 반갑다』는 보도자료 작성부터 기획보도, 취재·오보 대응, 기자회견과 인터뷰, 디지털 홍보에 이르기까지 언론 홍보 실무의 전 과정을 한 권에 담았습니다. 현장에서 바로 꺼내 쓸 수 있는 체크리스트와 사례를 갖추어, 누구나 쉽게 활용할 수 있도록 구성했습니다.

『언론아 반갑다』가 강조하는 것은 ‘준비된 자신감’입니다. 언론을 회피하기보다 이해하고 상황에 맞게 원칙적으로 마주할 때, 서울교육의 가치는 시민에게 더욱 분명하게 전달될 수 있습니다.

이 책이 서울교육가족 한 분 한 분의 든든한 길잡이가 되어, 서울교육의 가치가 시민의 일상에 더 가까이 닿을 수 있기를 바랍니다.

서울특별시교육감



추천사

교육청에 계신 분들께

흔히 ‘언론은 역사의 초고’라고 말합니다. 오늘 여러분이 준비하는 보도자료, 기자단이 작성한 기사는 먼 훗날 서울교육의 역사가 될 것입니다. 여러분이 밤낮으로 고민해 만드신 소중한 교육 정책들이 세상에 올바르게 알려지고 시민의 신뢰를 얻는 그 가치 있는 여정에, 교육청 직원 여러분도 언제나 자부심을 갖고 함께해 주셨으면 좋겠습니다.

물론 매일 치열하게 돌아가는 업무 속에서 언론과 마주하는 일이 결코 쉽지만은 않을 것입니다. 예고 없이 걸려오는 기자의 전화와 취재 요청, 오보에 대한 염려까지 담당자분들이 느끼실 긴장감과 무게를 깊이 공감합니다.

하지만 기자 역시 서울교육의 발전을 함께 고민하는 파트너이자 동반자입니다. 언론을 막연히 두려워하거나 피하기보다, 정책을 세상에 전하는 소통의 창구로 바라보아 주셨으면 합니다. 서로를 이해하고 투명하게 마주할 때, 오해는 신뢰로 바뀌고 정책의 진정성은 시민들에게 더욱 선명하게 전달될 것입니다.

기자단 또한 언제나 열린 마음으로 여러분의 목소리에 귀 기울이겠습니다. 이번에 발간된 매뉴얼이 소통의 막막함을 해소하는 든든한 길잡이가 되어, 서울교육의 진심 어린 역사를 함께 써 내려가는 따뜻한 동력이 되기를 진심으로 바랍니다.

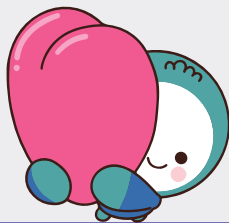
서울특별시교육청 기자단 간사 매일경제신문 이용익 기자

언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

1

언론과의 첫 만남



1. 언론과의 첫 만남

- 언론과 소통하기 08
- 언론 소통 시 유의사항 09
- 언론 소통, 이럴 땐 이렇게(매뉴얼 활용하기).... 10

1. 언론과의 첫 만남

**언론은 정책과 시민을 잇는 단단한 가교,
준비된 자신감으로 언론과 당당하게 친해지기**



1 언론과 소통하기

가. 언론 대응 요령

☑️ 사안 발생 시 언론 대응 요령

- 신원 및 취재 내용 파악: 기자의 소속, 성명, 연락처 및 취재 내용을 정확히 확인
- 시간 확보: 잘 모르는 사안에 대해 즉답하기보다는 “확인 후 다시 연락드리겠습니다”며 답변 준비 시간 확보
- 답변: △사안의 배경 및 현황 △기관(교육청) 입장 △향후 계획(대응방안) 등을 정리하여 객관적 사실과 수치에 기반하여 답변, 기관 전체의 일관된 입장(One-Voice) 유지
※ ‘5. 취재 요청, 당당하게 대응하기(48쪽)’ 참조(바로가기)

☑️ 기관별 1차 창구

기관	1차 창구	비고
학교	학교장(교감·행정실장)	주요 사안은 교육지원청 홍보 담당에게 즉시 보고
교육지원청	교육지원청 홍보 담당	본청 관련 사안은 사업부서와 공유
본청	사업부서	민감 사안은 대변인(언론팀)과 사전 조율 후 대응

☑️ 보도 이후 사후 관리

- 기사 모니터링: 보도된 기사 내용을 확인하여 사실관계가 정확히 반영되었는지 점검
- 오보 대응: 명백한 사실 오류나 왜곡 보도 발견 시, ‘즉시’ 수정 요청이나 해명 자료 배포 등 후속 조치

나. 언론을 우리 편으로 만드는 원칙

원칙	세부 내용
데이터로 설득하라	• 추상적 단어보다 구체적 수치 제시
디지털은 기록이다	• 온라인 콘텐츠가 곧 기사의 소재 • 모든 게시물은 공식 보도자료에 준하는 정확성 확보
위기는 기회다	• 부정 보도 발생 시 정정 보도 청구에 그치지 말고, 드러난 사실 관계를 바탕으로 후속 기획 기사 제안 • 여론의 흐름을 바꾸는 기회로 활용

2 언론 소통 시 유의사항

! 언론과 소통 시, 이것만은 꼭!

- ✓ 약속한 회신 시간 반드시 지키기
- ✓ 추측·가정을 사실처럼 말하지 않기
- ✓ 개인 의견과 기관 공식 입장 구분하기
- ✓ 공식 자료와 다른 수차·사실을 말하지 않기
- ✓ 언론을 기피하거나 기자와 논쟁하지 않기

가. 절대 금지 표현

금지 표현	이유	대안
“아마도”, “~인 것 같아요”	근거 없는 추측성 발언	“확인 후 정확한 사실 관계를 말씀드리겠습니다”
“○○님 생각은 아마...”, “○○님이 의도하신 것은...”	상급자의 의중을 임의로 해석 및 인용 금지	“공식 발표 내용과 취지를 참고해 주시기 바랍니다”
“솔직히 말하면...”	이전 답변에 대한 신뢰도 저하 및 개인 의견을 전제로 한 발언	“교육청의 공식 입장을 다시 정리해 드리자면...”
숫자·날짜를 기억에 의존해 즉답	수치 오류 발생 시 행정 신뢰도 손상	“정확한 통계 자료 확인 후 즉시 공유하겠습니다”
“우리끼리 얘기인데...”	모든 발언은 기사화 가능	항상 기사화될 것을 전제로 공식 입장 유지
“노코멘트하겠습니다”	소통 거부 및 무책임한 인상	“현재 정확한 상황을 파악 중이라 답변이 제한적인 점 양해 바랍니다”
“그건 기사 쓰지 마세요”	취재 및 편집권 침해로 거부감 유발	“그 부분은 오해의 소지가 있어 추가 설명을 드리고자 합니다”
“이건 기삿거리가 안 됩니다”	기자의 뉴스 판단권 침해	“언급하신 내용 외에 ○○ 측면도 함께 살펴봐 주시기 바랍니다”

나. 주의해야 할 상황별 표현

상황	대응 표현 예시
인사·징계 관련 질문	“해당 사안은 인사·징계 관련 사항으로 공개하기 어렵습니다.”
확정되지 않은 정책	“현재 검토 중인 사안으로, 확정되는 시점에 공식 발표하겠습니다.”
타 부서(기관) 소관	“해당 사항은 ○○부서(기관) 소관입니다. 정확한 답변을 위해 연결해 드리겠습니다.”

3 언론 소통, 이럴 땐 이렇게(매뉴얼 활용하기)

순	상황	해당 내용(해당 쪽)
1	“○○○ 장학사가 기획한 ○○행사 아주 좋은데요. 보도자료를 내보면 어떨까요?”	3. 보도울 높이는 보도자료 작성하기(20쪽)
2	“우리 팀 행사 중요한데, 보도자료에서 제외되었네요.”	3-4. 보도자료 미선정 사례(30쪽)
3	“아직 확정되지 않은 정책이 외부에 먼저 알려졌습니다.”	3-6. 보도자료 관련 Q&A(35쪽)
4	“1회성 기사 말고, 우리 정책의 가치를 깊이 있게 알리고 싶어요.”	4. 전략적 정책 홍보, 기획보도 활용하기(38쪽)
5	“우리 부서의 혁신 사례를 단순 단신이 아니라 심층적인 인터뷰나 르포 기사로 만들고 싶어요.”	4. 전략적 정책 홍보, 기획보도 활용하기(38쪽)
6	“우리 팀 정책, 행사 등을 광고를 통해 알리고 싶어요.”	4-4. 행정광고 이모저모(46쪽)
7	“방금 기자에게 전화가 왔는데, 제가 아는 내용이 아니예요.”	5-1. 기자가 전화하면(50쪽)
8	“기자가 보도자료에 없는 추가 자료를 요청합니다. 어떻게 하죠?”	5-1. 기자가 전화하면(50쪽)
9	“행사 중에 기자가 예고 없이 찾아와 학생 인터뷰와 촬영을 요구합니다. 어떻게 하죠?”	5-2. 사전 예고 없는 인터뷰 요청(52쪽)
10	“열심히 준비한 정책인데, 방금 나온 기사를 보니 우리 의도와 전혀 다르게 비판적으로 나갔어요. 사실과 다른 부분도 있는데, 어찌죠?”	6. 오보, 신속·정확하게 바로잡기(56쪽)
11	“우리 부서의 ○○정책 발표 기자회견을 하는데, 어떻게 준비해야 할까요?”	7-1. 기자회견 준비(68쪽)
12	“보도자료로는 보다 많은 학부모님들의 시선을 끌기 힘든 것 같아요. 카드뉴스나 짧은 영상으로 홍보하고 싶은데…”	8. 디지털로 더 가까이 시민과 소통하기(76쪽)



언론아 반갑다

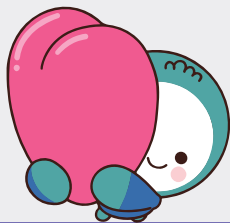
서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

2

언론 홍보, 제대로 이해하기



2. 언론 홍보, 제대로 이해하기

1 언론의 이해	14
2 언론 홍보의 의의	17
3 서울교육 언론 홍보 기본 원칙	18

2. 언론 홍보, 제대로 이해하기

지피지기면 백전불태(知彼知己 百戰不殆)
언론을 이해하는 것이 성공적인 홍보의 시작



1 언론의 이해

가. 언론이란

- ✓ 사회의 주요 사실과 정보를 취재하여 대중에게 신속하게 전달하는 매체
- ✓ 신문·방송·인터넷 뉴스 등 다양한 형태로 시민의 알 권리 충족하는 역할 수행
- ✓ 교육정책의 취지를 시민에게 정확히 전달하여 정책에 대한 공감과 지지를 이끌어내는 핵심 통로
- ✓ 정책 추진 과정에서 상호 이해를 바탕으로 협력해야 할 중요한 소통 파트너
- ✓ 교육행정에 대한 시민 신뢰 형성에 중요한 역할을 하는 동반자

나. 언론의 종류

구분	종류		특징	홍보 포인트
인쇄 매체	종합일간지	조선·중앙·동아 등	- 심층 분석·비판 기능 - 전국 단위 파급력 - 오피니언 리더 중심 소비	정책 배경·기대효과·향후 과제 등 심층 자료 제공
	경제지	매일경제·머니투데이·이데일리 등		
	교육전문지	에듀프레스, 교육언론 창 등		
	지역신문	새용산신문, 강서까치신문 등		
방송 매체	지상파	KBS·MBC·SBS	- 시각적 이미지·현장 목소리 중심 - 메시지는 압축적·직관적	인터뷰 대상(교육감·전문가·학생)과 촬영 현장(교실·행사장) 사전 확보
	종편	JTBC·MBN 등		
	교육방송	EBS		

구분	종류		특징	홍보 포인트
통신사	연합뉴스·뉴스1·뉴스1·뉴스핌		• 신문사·방송사에 뉴스 공급	• 보도자료 배포 시간 엄수 • 카드뉴스·짧은 영상 병행 제공
온라인 매체	인터넷신문	오마이뉴스·노컷뉴스·프레시안 등	• 속보성·확산 속도 빠름	
	뉴스포털	네이버·다음 등		
유튜브·SNS	유튜브 뉴스채널, 인플루언서 계정		• 이용층이 급증하는 뉴미디어 채널	

TIP 주로 접하는 매체

- ✓ 교육 담당자가 주로 접하는 매체는 종합일간지 사회·교육면, 교육전문지, 지역신문
- ✓ 서울특별시교육청 정책은 중앙지·방송의 주요 취재 대상이 되는 특성이 있음

다. 기자의 업무 방식

✓ 기자의 하루

- 오전: 출입처 방문 또는 전화 취재, 보도자료 검토
- 오후: 기사 작성 및 편집회의 참여
- 마감: 일간지 오후 4~6시, 방송은 뉴스 시간대 직전

주의 마감 시간 신호 포착

- ✓ 기자가 오후 늦게 “지금 바로 확인 가능한가요?”, “오늘 안에 답변 주실 수 있나요?” 라고 전화하면, 이는 마감이 임박했다는 신호
- » 즉시 응대하거나 담당자 연결이 어려우면 명확한 회신 예정 시간 안내
 - ※ 회신하지 않으면 기자는 교육청의 답변 없이 기사를 작성하게 되어, 우리 입장이 반영되지 않은 일방적 보도가 나갈 수 있음에 유의

✓ 뉴스 가치 판단 기준

- 새로움: 처음 있는 일인가? 기존과 무엇이 달라졌는가?
- 시의성: 지금 이 시기에 다뤄야 할 이유가 있는가?
- 갈등·논쟁성: 사회적 쟁점이 되는 사안인가?
- 근접성: 서울 시민·학부모·학생과 가까운 이야기인가?
- 영향력: 서울 시민·학부모·학생에게 영향을 미치는 소식인가?
- 인간적 흥미: 감동적이거나 이례적 사례인가? 현장성이 풍부한 사례인가?
- 구체성: 구체적인 사실과 수치가 담겨 있는가?(참여 인원, 예산 규모 등을 수치로 제시)

라. 출입기자 vs 일반기자

구분	출입기자	일반(사회부 등) 기자
담당	교육청 전담 취재	필요시 투입
관계	지속적·반복적 접촉	일회성 접촉 다수
특징	교육정책 흐름 파악	자극적·갈등 중심 접근 경향
대응	신뢰 관계 구축 중요	원칙 중심의 일관된 대응

✔ 우리 교육청 출입기자단 현황: 47개 언론사 97명(2026. 4월 기준)

- 「9-3-다. 우리 교육청 출입 언론사 현황(94쪽)」 참조(바로가기)

✔ 우리 교육청 출입기자단의 주요 특성

- 정책 중심 취재: 단순 사건보다 교육 제도, 교육 관련 법령, 대입 정책 등 전문적인 교육 현안 위주 취재
- 학사 일정 연동: 신학기, 대학수학능력시험, 방학 등 연간 학사 일정의 흐름에 맞춰 취재 활동 전개
- 다양한 취재원 활용: 교육청뿐만 아니라 교원단체, 학부모단체 등 현장의 다양한 목소리를 직접 청취
- 전국적 파급력 보유: 서울교육정책이 지닌 상징성을 바탕으로 전국적인 여론 형성 주도
- 대변인 통한 소통: 정확한 사실 확인을 위해 대변인(언론팀)을 공식 창구로 삼아 사업부서와 소통

2 언론 홍보의 의의

가. 언론 홍보의 역할

- ✓ 정책 이해도 제고 및 공감대 형성: 교육가족·시민에게 정책 의미 전달, 사회적 지지 확보
- ✓ 행정 투명성 및 알 권리 충족: 교육청 활동을 널리 알려 국민의 알 권리 충족
- ✓ 효율적 정책 환류: 보도 후 여론 모니터링으로 시민 반응 파악, 정책 개선에 활용
- ✓ 저비용 고효율 홍보 수단: 별도 광고 예산 없이 공신력 있는 채널로 정책 가치 극대화

나. 언론 홍보의 중요성

- ✓ 현대 공공정책은 언론 보도를 통해 국민에게 보고·평가됨
- ✓ 홍보는 단순 ‘알림’이 아닌 정책의 성패를 좌우하는 ‘행정의 연장선’

다. 성공적인 언론 홍보를 위한 담당자의 역할

- ✓ 올바르고 정확한 정보의 적시(適時) 제공
- ✓ 다양하고 독창적인 취재 아이디어 및 취재 지원
- ✓ 취재진과 상호 신뢰 관계 구축

라. 담당자가 직접 챙겨야 하는 이유

- ✓ “홍보는 대변인실 일”이라는 인식은 오해
- ✓ 기자는 담당자에게 전화 → 핵심 사실은 기획·실행 담당자가 가장 잘 알기 때문
- ✓ 준비된 담당자와 그렇지 않은 담당자의 차이가 기사 방향을 좌우

💡 준비된 담당자 vs 그렇지 않은 담당자

- ☑ 준비된 담당자: 핵심 메시지를 명확히 전달 → 정확한 보도 유도
- ☒ 준비되지 않은 담당자: 즉흥적 발언, 불필요한 정보 노출 → 의도치 않은 방향의 보도

3 서울교육 언론 홍보 기본 원칙

- ✔ 서울시교육청 언론 홍보는 단순 ‘보도 관리’가 아님
- ✔ 서울 학생·학부모·시민에게 교육정책을 정확·투명하게 전달하는 공적 책임

① 정확성 — “사실이 먼저다”

- 모든 정보는 사실(Fact)에 기반해 객관적으로 전달, 과장·왜곡 경계
- 수치·날짜·법령은 배포 전 반드시 사전 확인

② 신속성 — “뉴스는 타이밍”

- 사건·긴급 현안 발생 시 왜곡 정보 확산 전 공식 입장 선제 발표
- 보도자료는 보도희망일 전주 수요일(13시)까지 제출 등 정해진 절차 엄수
- ※ 「3-2. 언론보도 과정(26쪽)」 참조(바로가기)

③ 투명성 — “감추는 것이 오보를 만든다”

- 공개 가능 범위 내 최대한 상세 자료 제공

④ 일관성(One-Voice) — “창구는 하나, 목소리는 같게”

- 대변인(언론팀)과 해당 부서 간 협조 체제 구축
- 민감 사안은 반드시 사전에 대변인(언론팀)과 협의

⑤ 우리말 중심의 언어 사용

- 행정 용어 대신 학생·학부모·시민이 이해하기 쉬운 표현으로 정책 설명
- ※ 「9-2. 우리말 바로 쓰기(91쪽)」 참조(바로가기)

! 예시

- ✔ 행정 용어: “학교·학부모·지역의 협력적 거버넌스 구축”
→ “학교·학부모·지역이 함께 결정하는 구조를 만들었습니다.”



언론아 반갑다

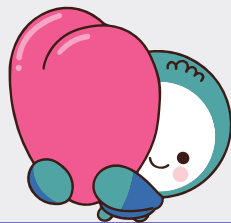
서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

3

보도율 높이는 보도자료 작성하기



3. 보도울 높이는 보도자료 작성하기

1 보도자료의 유형과 구조	22
2 언론보도 과정	26
3 보도자료 작성 실무	27
4 보도자료 미선정 사례	30
5 보도자료 작성 실습	33
6 보도자료 관련 Q&A	35



3. 보도율 높이는 보도자료 작성하기

**보도자료는 ‘초안’이 아닌,
그대로 기사로 활용될 수 있는 ‘완결된 원고’로 작성**



1 보도자료의 유형과 구조

가. 보도자료란

- ✓ 주요 정책사업·행사·미담사례 등을 일정 형식에 맞춰 언론에 제공하는 자료
- ✓ 짧은 시간에 가장 효과적으로 정책을 알리는 홍보 수단
- ✓ 언론이 보는 서울교육의 얼굴  내용·형식 모두 완성도 확보 필요
- ✓ 1차 수신자: 언론사 기자
- ✓ 2차 수신자: 공공기관 누리집에 공개되므로 일반 시민

나. 보도자료의 유형

유형	내용	예시
정책 발표형	새로운 교육정책의 수립, 주요 사업의 추진 계획 및 비전 선포	서울시교육청, ‘2027~2028학년도 남녀공학 전환 추진계획’ 발표
성과 공유형	연구 결과, 실태 조사 등 교육 정책 추진의 구체적 성과 알림	서울시교육청, 사교육 설문조사 결과 기반 사교육 경감 4대 대책 발표
입장 표명형	특정 사안에 대한 공식 입장 표명, 오보에 대한 해명 및 설명	서울행정법원의 전국연합학력평가 ‘학교 밖 청소년 응시 신청 거부처분 등 취소’ 선고 관련 입장문
현장 밀착형	교육감 현장 방문, 주요 행사, 기관 개관 및 학교 현장 우수사례 안내	서울교육 70년 넘어 ‘다음 백년’ 출발, 서울특별시교육청 신청사 개청

다. 보도자료의 기본 구조

구성 요소	역할	핵심 원칙
제목	기사화 여부를 결정하는 첫인상	간결한 문장에 핵심 내용 압축
부제목	제목을 보완하는 맥락 제공	필요시 1~2개 사용
도입(리드)	기사의 핵심을 한 문장으로	육하원칙에 맞춰 작성
본문	상세 내용 전달	중요도순 배치
마무리	보도 의미 부여	관계자 발언 등으로 의의 강조
참고자료	통계 자료, 인포그래픽 등	정확성 및 품질을 높이는 보조

라. 보도자료 구조 예시⁰¹⁾

※ [서식] 「9-4-서식1. 보도자료(95쪽)」 참조(바로가기)

	보도자료	 SEOUL METROPOLITAN OFFICE OF EDUCATION
제공일: 2026. 3. 18.(수)	보도 일시: (온라인) 2026. 3. 18.(수) 12:00 (지 면) 2026. 3. 19.(목) 조간	
서울시교육청, 학교 이전적지·폐교 활용 ‘5개년 전략계획’ 발표 2026-2030년 총 2,732억 투자, 폐교를 서울 미래 역량 학습 거점으로 전환 학생 수 지속 감소 (2025년) 약 74만명 → (2031년) 약 53만 명 약 27.8% ↓ 소규모 학교 (2015년) 36교 → (2025년) 183교 약 5배 증가 ↑ 학교이전적지·폐교를 ‘학생과 시민의 미래 역량’을 키우는 교육 플랫폼으로 전환 ■ 서울특별시교육청(교육감 정근식)은 학령인구 감소로 발생하는 학교 이전적지와 폐교를 미래역량 학습 거점으로 전환하기 위해, 2026년부터 2030년까지 약 2,732억 원을 투입하는 「학교 이전적지·폐교 활용 5개년 전략계획」을 추진한다. ■ 이번 전략은 폐교를 단순 유휴시설이 아닌 서울교육의 미래를 위한 공교육 전략 자산으로 활용하는 ‘첫 중장기 교육 공간 정책’이라는 점에서 의미가 있다. ■ 서울에서는 학령인구 감소와 학교 재배치로 폐교와 유휴시설이 지속적으로 발생하고 있으며, 그동안 폐교 활용은 개별 부지 중심으로 추진되면서 재정 부담과 장기 미활용, 시설 관리 문제 등이 반복되어 왔다. ■ ... ■ ... ■ 서울시교육감은 “이번 전략은 폐교를 단순히 활용하는 계획을 넘어 (중략) 미래 교육을 선도하는 교육도시로 발전시켜 나가겠다.”라고 말했다. 붙임 학교 이전적지·폐교 활용 전략계획(2026~2030) 요약자료		
담당 부서	○○○과 ○○○○팀	과 장 ○○○ 사무관 ○○○ 전문관 ○○○
		6033-0000 6033-0000 6033-0000
이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 보도자료 위의 담당자 및 연락처로 문의하시기 바랍니다.		
 		

01) 「서울시교육청, 학교 이전적자·폐교 활용 '5개년 전략계획' 발표」 보도자료
 [서울교육뉴스]-[오늘의 보도자료]에서 확인 가능(바로가기)

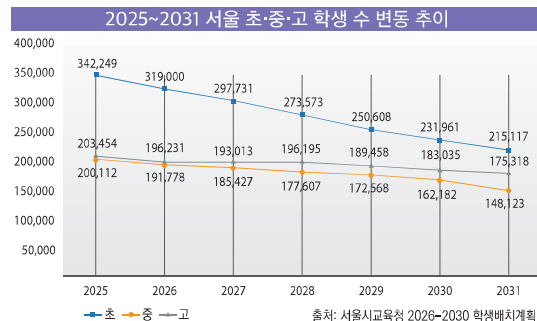
마. 구성 요소별 설명

구성 요소	설명
① 제공 기관	- 해당 자료를 작성·배포한 공식 주체 - 보도자료의 공신력 확보
② 제공일 / 보도일시	- 제공일: 언론사에 배포된 날짜 - 보도일시: 실제로 언제부터 보도 가능한지 안내(즉시 보도 vs 엠바고 구분)
③ 제목	- 보도자료 전체를 대표하는 핵심 문구 - 사업명, 정책 방향, 주요 성과를 간결·명확하게 압축
④ 부제목	- 제목을 보완·구체화 - 배경, 세부내용, 수치, 기대효과 등을 덧붙임
⑤ 도입(리드)	- 핵심 내용을 짧게 요약 - 누가, 무엇을, 왜, 어떤 효과인지 우선 제시 - 첫 문장은 교육정책 및 보도하려는 내용을 함축적으로 표현 “서울특별시교육청 (교육감 ○○○)은 ~”
⑥ 본문	- 정책·사업의 목적, 추진 배경, 현황, 세부계획을 구체적으로 설명 - 설명·사례 및 통계·그래프 등으로 설득력 보강
⑦ 마무리	- 정책의 의미를 다시 한번 강조 - 관계자 발언으로 방향성(향후 계획) 및 기대효과 전달
⑧ 참고자료	본문에 담지 못한 세부 자료 첨부
⑨ 담당자 연락처	- 추가 취재·문의의 창구 명시 - 보도자료에 대해 확실히 답변할 수 있는 담당자 연락처만 기재
⑩ 공공누리	공공저작물 자유이용 허락 관련 표 삽입

! TIP 언론은 ‘통계’와 ‘시각자료’를 좋아한다

- ✓ **[직관적인 메시지 전달]** 통계는 별도 설명 없이 메시지를 직관적으로 전달할 수 있어 기자들이 선호하는 보도자료 소재
- ✓ **[정책의 당위성 확보]** 단순 수치 나열을 넘어 통계가 담고 있는 의미를 정책의 필요성과 연결하여 제시
- ✓ **[시각적 가독성 극대화]** 인포그래픽, 그래프, 도표 등 시각자료를 함께 제시하여, 독자가 메시지를 즉각적으로 이해할 수 있도록 지원

예 「서울시교육청, 학교 이전적지·폐교 활용
‘5개년 전략계획’ 발표」 보도자료에 포함된 그래프



2 언론보도 과정

순	단계	시기	비고
1	보도자료 제출	• 보도희망일 전주 수요일 13시까지	• 대변인 공식 이메일 (press@sen.go.kr)로 제출
2	보도계획 협의	• 보도희망일 전주 금요일 오전	• 기자단과 보도계획 협의
3	보도 결정	• 보도희망일 전주 금요일 15시	• 보도 확정 및 기자단에 보도 계획 배포
4	보도자료 보완	• 보도희망일 전주 금요일	• 배포 결정된 보도자료 보완·보강 • 대변인·담당부서 최종 협의
5	보도자료 배포 (대변인→언론사)	• (조간) 보도희망일 전일 08시 • (석간) 보도희망일 전일 15시 ※ 보도희망일 전일이 공휴일인 경우, 공휴일 시작 전 평일 15시에 배포 예 월요일 보도 희망 ⇒ 금요일 15시에 배포	• 보도자료 배포 이후 온라인 보도 시간까지 취재 문의가 집중되는 시간대
6	온라인 보도	• (조간) 보도희망일 전일 12시 ※ 보도희망일 전일이 공휴일인 경우, 09시 보도 • (석간) 보도희망일 당일 06시	
7	언론보도	• 보도희망일	• 기자 취재 및 언론별 보도 • 보도 이후 기사 모니터링 • 오보·왜곡 적극 대응

! 주의 보도자료 제출 시 유의사항

- ✓ 다음 주 보도자료 선정 회의 등 일정 고려하여 **제출기한 필히 준수**
 - 제출기한: 보도희망일 전주 수요일 13시까지
- ✓ ‘보도자료 배포 ~ 온라인 보도 시간’ ⇒ 언론 취재 시간
 - 담당자는 **기자의 취재 문의(전화)에 즉시 응대**할 수 있도록 준비
 - (조간) 보도희망일 전일 08시~12시 / (석간) 보도희망일 전일 15시~당일 06시
 - ※ 보도희망일 전일이 공휴일인 경우, 공휴일 시작 전 평일 15시 이후 기자 문의 응대
- ✓ **보도 이후 기사 모니터링, 오보·왜곡 보도 적극 대응**

! 잠깐!

- ✓ 보도자료를 제출하더라도 보도로 이어지지 않을 수도 있습니다.
※ 「3-4. 보도자료 미선정 사례(30쪽)」 참조(바road가기)

3 보도자료 작성 실무

💡 보도자료 작성 핵심 원칙

- ✓ 보도자료는 기자가 추가 문의 없이도 기사 작성이 가능한 ‘완결된 자료’로 작성
 - 잘 쓰는 것보다 “명확하게 이해되도록” 쓰는 것이 중요
 - 좋은 보도자료는 문장이 화려하지 않음
 - 핵심이 빠르고, 숫자가 분명하고, 구조가 선명

STEP 1 제목 작성 - “10초 안에 핵심 전달”

- ✓ “이 자료에서 기자가 기사 제목으로 뽑아갈 핵심이 무엇인가”를 한 줄로 정리
- ✓ 제목은 본문을 다 쓴 뒤 마지막에 쓰는 것이 효과적
- ✓ 제목 유형별

유형	내용	예시
변화·확대형	신설 / 강화 / 전면 확대	서울 늘봄학교, 올해 전 초등학교로 전면 확대
해결형	[문제 해소]...[수단 도입]	돌봄 공백 해소...방과후 통합 운영 시작
숫자 강조형	수치 변화 강조	학교폭력 신고 처리, 3일 → 당일 대응
최초·최대형	최초 / 최대	서울 최초, 학교 미세먼지 실시간 측정 시작

✓ 좋은 제목의 조건

- 20자 내외로 핵심만 간결하게 제시
- 주체와 변화가 드러나도록 작성
- 숫자, 변화, 대비 요소를 적극 활용
- 행정 용어 대신 시민이 이해하기 쉬운 표현 사용

💡 예시 나쁜 제목 vs 좋은 제목

- ❌ 0000학년도 교육공무직원 채용 계획 안내
- ✅ 서울교육청, 올해 교육공무직 000명 신규 채용
- ❌ 학교폭력 예방 및 대응 강화 방안 시행
- ✅ 서울 학교폭력 신고 즉시 대응...전담팀 새로 만든다
- ❌ 학교급식 위생관리 지침 개정 시행 알림
- ✅ 급식 위생점검 월 2회 → 주 1회로 강화

✓ 부제 작성 원칙

- 제목을 구체화·보충·강조·요약
- 1개가 가장 적절, 최대 2개까지

STEP 2 도입(리드) 작성 - “첫 문장에서 보도자료 완성”

- ✓ 도입(리드)은 보도자료에서 가장 중요한 문장
- ✓ 기자는 제목 다음으로 첫 문장을 보고 기사화 여부 판단
- ✓ 도입(리드)은 “서론”이 아닌 “핵심을 압축한 결론”
 - 도입(리드)만 읽어도 보도자료의 핵심 메시지를 충분히 알 수 있도록 작성
- ✓ 도입(리드) 작성 원칙
 - 본문 맨 앞에 한 문장으로, 가장 중요한 내용
 - 배경 설명보다 결론·조치 내용 우선
 - 능동형 문장, 구체적 사실
- ✓ 5W1H 기본 공식

요소	의미	예시
Who (누가)	주체	서울시교육청은
What (무엇을)	핵심 내용	늘봄학교 프로그램을
When (언제)	시점	3월부터
Where (어디서)	장소·범위	서울 전역 초등학교에서
Why (왜)	목적·이유	맞벌이 가정의 돌봄 공백 해소를 위해
How (어떻게)	방법	전면 확대 운영한다

! 예시 도입(리드) 바꿔 쓰기

- ☒ 학생들의 심리·정서 지원을 강화하기 위해 다양한 프로그램을 도입하고 관련 인력을 확충하는 방향으로 정책을 추진할 계획이다.
- ☑ 서울시교육청이 학생 심리 위기 대응을 위해 전문상담사 000명을 올해 추가 배치한다.
- ☒ 이번 사업은 학교 현장의 의견을 수렴하여 단계적으로 추진될 예정이다.
- ☑ 서울교육청은 교사·학부모 의견을 반영해 ○월부터 시범 학교 00곳에서 사업을 시작한다.

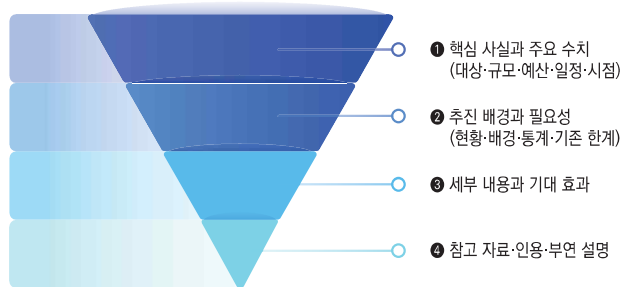
STEP 3 본문 작성 - “근거 중심으로 전개”

- ✓ 본문은 도입(리드)에서 제시한 핵심 내용을 구체적으로 설명
- ✓ 분량은 최소화하고, 기자가 필요한 정보를 빠르게 찾을 수 있도록 구조화
- ✓ 감성 표현·홍보 문구보다 사실·수치·근거·일정·대상·운영 방식 중심으로 작성
 - ※ 통계 데이터(표·그래프 등) 및 인포그래픽을 붙임 자료로 적극 활용

✓ 본문 구성 원칙

- 문단은 핵심 정보를 앞에 두는 두괄식 구성
- 내용에 따라 문단 위계를 명확히 구분
- 특수기호 사용은 최소화

✓ 역피라미드 구조



STEP 4 마무리 작성 - “의미를 정리하고 확장”

- ✓ 마무리는 정책·사업이 왜 중요한지, 어떤 변화로 이어질지 정리
- ✓ 앞 내용의 반복이 아닌 한 단계 높은 의미 제시
- ✓ 형식적 다짐형 표현은 줄이고, 실현 가능한 방향·기대효과 제시
- ✓ 관계자 발언 활용
 - 기관의 입장·방향성을 분명하게 전달
 - 기자가 그대로 인용할 수 있는 문장으로 작성
 - 의례적 표현보다 의의·기대효과가 구체적으로 드러나게

💡 예시 관계자 발언 바꿔 쓰기

- ✗ “이번 사업을 차질 없이 추진하겠다”
- ✓ “이번 사업은 단순한 돌봄을 넘어, 아이들이 학교에서 행복하게 성장할 수 있도록 하는 첫걸음”

💡 TIP 우리 교육청 보도자료 표기 원칙

- ✓ 교육감: 최초 표기 시 직위와 성명 병기(서울시교육감 ○○○), 이후 ‘교육감’으로 표기
- ✓ 수치: 아라비아 숫자 사용, 만 단위 이상은 ‘○만 명’, ‘○억 원’ 형식으로 표기
- ✓ 날짜: ‘2026년 3월 1일(일)’ 형식, 요일 병기 권장(오보 방지 목적)
- ✓ 법령·조례: 최초 표기 시 정식 명칭 전체 표기, 이후 약칭 사용
- ✓ 사진 설명: 하단에 ‘(왼쪽부터) ○○○ ○○, ○○○ ○○’ 형식으로 표기
- ✓ 우리말 사용: 어려운 한자어나 불필요한 외국어 대신 이해하기 쉬운 우리말 사용
※ ‘9-2. 우리말 바로 쓰기(91쪽)’ 참조(바로가기)

4 보도자료 미선정 사례



TIP 기자의 시각으로 보도자료 바라보기

- ✓ “그래서 뭐?”: 이 정책이 시민에게 어떤 의미가 있는가? 단순한 사실 나열이 아니라, 왜 중요한지 설명되어 있는가?
 - ✓ “왜 지금?”: 지금 이 시점에 보도해야 할 이유가 있는가? 시의성이 있는가?
 - ✓ “누가 관심 있을까?”: 이 기사를 읽을 독자(시민·학부모·학생)가 관심을 가질 내용인가?
 - ✓ “뭐가 다르지?”: 서울교육만의 차별성이 있는가? 또는 이전과 어떤 점이 달라졌는가?
 - ✓ “영상(사진)이 되나?”: 방송이나 온라인 기사에 쓸 만한 시각 자료가 있는가?
- ★ 우수보도자료 ☞ [서울시교육청 홈페이지]-[대변인 부서업무방]에서 확인(바로가기)



기자가 외면하는 보도자료 9가지 유형

유형 1 행정문서형 - “공문인지 보도자료인지 모르겠다”

- ✓ 제목에 “시행”, “알림”, “안내” 등 행정 용어 사용
- ✓ 내부 결재문처럼 딱딱한 문체



예시 [바꿔 쓰기] 행정문서형 → 보도자료형

- ✗ 2026학년도 ○○○○ 채용 관련 세부 계획을 수립하여 시행하오니 참고하시기 바란다.
- ✓ 서울시교육청은 2026학년도 ○○○○ 채용 계획을 확정하고, 채용 규모와 일정, 지원 절차를 공개했다.

유형 2 전문 용어형 - “담당자는 알지만 시민이 이해하기 어렵다”

- ✓ 약어·정책 용어·교육행정 표현으로 가득, 기자·독자 모두 이해 불가



예시 [바꿔 쓰기] 전문용어 풀어쓰기

- ✗ IB, 에듀테크, 학교자치구현, 교육과정-수업-평가-기록 일체화 → 설명 없이 나열
- ✓ 서울시교육청은 학생 참여형 수업을 확대하기 위해 국제 바칼로레아(IB) 방식의 수업 사례를 발표했다.

유형 3 핵심 실종형 - “내용은 많은데 기사 한 줄이 안 나온다”

- ✓ 모든 내용을 담으려다 분량만 늘어남
- ✓ ‘획기적’, ‘내실 있는’ 등 추상적 미사여구만 가득
- ✓ 구체적 사실이나 근거 자료(통계 수치 등) 부재

! 주의 핵심 메시지를 명확히 전달

- ✓ 보도자료는 백과사전이 아님. 열정·패기는 빼고 기자가 알아야 할 핵심만 담을 것

유형 4 자화자찬형 - “기관 홍보문은 될 수 있어도 기사로는 부적절”

- ✓ ‘최초·최대·선도적·탁월한’ 등 과도한 수식어 사용
- ✓ 객관적 근거 없는 자화자찬은 신뢰도 저하

! 예시 [바꿔 쓰기] 자화자찬형 → 근거(수치 등) 제시

- ✗ 전국 최초로 선도적인 교육 혁신을 이루어내며 탁월한 성과를 거두었다.
- ✓ 올해부터 모든 공립 고등학교에 AI 기반 학습지원 시스템을 도입한다. 이는 전국 17개 시도교육청 중 처음이다.
- ✗ ○○교육청은 전국 최고 수준의 혁신 교육을 선도하며 탁월한 성과를 거두고 있다.
- ✓ ○○교육청은 2024년 기준 학생 참여형 수업 비중을 70%까지 확대하고, 교사 연수 참여율을 전년 대비 15%p 높였다.

유형 5 규모 왜소형 - “이게 뉴스로는…”

- ✓ 한 학교·한 학급·한 부서 단위 소규모 사례를 전체 정책처럼 포장
- ✓ 규모가 작다면 향후 확대 계획·변화 가능성을 함께 제시

! 예시 [바꿔 쓰기] 규모 보강

- ✗ ○○초 1개 학급 학생 18명 대상 독서 프로그램을 운영했다.
- ✓ 시범 운영 성과를 바탕으로 하반기부터 초등학교 80개교로 독서 프로그램을 확대할 계획이다.

유형 6 뒷북형 - “이미 끝난 일을 왜 지금?”

- ✓ 행사·사업이 끝난 뒤 보도자료 발송
- ✓ 기자는 지난 일보다 지금 시작되는 일, 앞으로 달라질 일에 관심

! TIP 보도자료 타이밍

- ✓ 보도자료는 사업 시작 전 또는 진행 중에 제공하는 것이 원칙

유형 7 장문형 - “어디까지 읽어야 하나”

- ✓ A4 3장을 넘어가는 보도자료는 기사화 가능성이 떨어짐



TIP 보도자료 적정 분량

- ✓ 본문은 A4 1~2장이 이상적. 세부 자료는 붙임으로 첨부

유형 8 매년하는 행사형 - “올해도 또 하는 그 행사네”

- ✓ 연례행사·기념식·캠페인은 단순 개최만으로는 뉴스 가치가 낮음
- ✓ 반복 행사는 ‘변화 요소(규모·대상·방식)’를 반드시 포함하여 작성



예시 [바꿔 쓰기] 반복 행사 업그레이드

- ✗ 제21회 ○○주년을 맞아 기념행사를 개최한다.
- ✓ 제21회 ○○주년에 맞춰 학생 참여 프로그램을 지난해 20개에서 65개로 늘리고, 학부모 공개 강연도 처음 운영한다.

유형 9 독자 무관형 - “시민은 이것 왜 읽어야 하나”

- ✓ 내부 직원 대상 행사·단순 워크숍은 보도 가치 낮음
- ✓ 보도자료는 기관이 ‘한 일’이 아니라, 시민이 ‘알아야 할 일’을 선별해 전달하는 문서



예시 [바꿔 쓰기] 내부 행사 → 시민 영향

- ✗ 학교폭력 대응 담당자 역량 강화를 위한 내부 워크숍을 실시했다.
- ✓ 학교폭력 대응 담당자 500명을 대상으로 현장 대응 교육을 실시하고, 새 학기부터 모든 학교에 표준 대응 매뉴얼을 배포한다.

5 보도자료 작성 실습



- ✓ 우리 교육청 보도자료 ⇨ [서울교육뉴스] - [오늘의 보도자료]에서 확인 가능 (바로가기)

※ 아래 자료는 실습을 위한 예시로, 실제 보도자료와는 무관

실습 1 행정문서를 ‘기사형 보도자료’로 수정

✕ 수정 전

제목: 0000학년도 늘봄학교 운영 계획 수립·시행 안내

○○교육청은 0000학년도 초등 늘봄학교 운영 계획을 수립하여 시행하고자 한다. 늘봄학교는 방과후학교와 돌봄교실을 통합 운영하는 사업으로 교육부 지침에 따라 전국적으로 확대 추진되고 있으며, ○○교육청은 각 학교의 여건을 고려하여 단계적으로 도입할 예정이다.

문제점: 행정문서형 제목, 공문 문체

☑ 수정 후

제목: ○○ 초등학교 전체, ○월부터 늘봄학교 운영…방과후·돌봄을 한 번에

○○교육청은 맞벌이 가정의 돌봄 공백 해소를 위해 ○월부터 관내 전체 초등학교 ○○○여 곳에서 늘봄학교 프로그램을 전면 확대 운영한다. 기존에 분리 운영되던 방과후학교와 돌봄교실을 통합해, 별도 신청 없이 오후 ○시까지 학교에서 돌봄 서비스를 제공한다.

이번 확대는 지난해 시범 운영 결과 학부모 만족도 ○○%를 기록한 데 따른 것이다. 교육청은 올해 ○○○억 원을 투입해 프로그램의 질을 한층 강화할 계획이다.

개선 포인트: 핵심을 담은 제목 및 도입(리드), 수치 활용, 시민 언어 사용

실습 2 추상적 표현을 '구체적 수치 중심'으로 수정

☒ 수정 전

제목: 학교폭력 예방 및 대응 역량 강화 방안 마련

○○교육청(교육감○○○)은 학교폭력 없는 안전한 학교 환경 조성을 위해 학교폭력 예방 및 대응 역량 강화 방안을 마련하였다. 이번 방안은 학교 현장의 의견을 폭넓게 반영하여 학생 보호를 보다 두텁게 하고, 피해학생 지원과 회복적 교육 실천을 강화하는 데 목적이 있다. 또한 학교와 교육청, 관계 기관 간 협력을 바탕으로 학교폭력 사안에 대한 통합적 대응 체계를 구축해 나갈 예정이다.

문제점: 추상적 정책 용어, 현장 체감 변화 드러나지 않음, 핵심 메시지 분산, 포괄적 표현 위주

☑ 수정 후

제목: ○○교육청, 학교폭력 신고 당일 처리...전담 대응팀 새로 만든다

○○교육청은 학교폭력 신고 접수 시 당일 처리를 원칙으로 하는 '즉시 대응 체계'를 ○월부터 도입한다. 기존 평균 ○일이 소요되던 처리 기간을 ○○시간 이내로 단축하고, 각 교육지원청에 전담 대응팀을 신설해 피해 학생 지원을 강화한다.

이를 위해 전문 상담 인력 ○명을 추가 배치하고, 피해 학생의 심리치료 비용을 전액 지원할 계획이다.

개선 포인트: 변화가 보이는 제목, 수치 활용, 능동형 문장, 구체적 대책 제시

6 보도자료 관련 Q&A

Q1. 보도자료와 공지문의 차이는?

- ✓ 공지문: 관계 기관·단체에 행정적으로 전달하는 문서
- ✓ 보도자료: 언론을 통해 시민에게 정보를 전달하는 문서
→ 대상이 다름(공지문: 관계자 / 보도자료: 시민)

Q2. 보도자료는 얼마나 자주 배포해야 하나?

- ✓ 정해진 횟수 없음
- ✓ '뉴스 가치'가 있는 사안 발생 시 배포하는 것이 원칙
- ✓ 의미 없는 보도자료를 반복 배포할 경우, 기사화 가능성이 낮아질 수 있음

Q3. 사진이 준비되지 않은 경우 배포를 미뤄야 하나?

- ✓ 보도자료는 우선 배포하고, 사진은 확보되는 대로 추가 제공
- ✓ 배포를 지연할 경우 뉴스 가치가 떨어질 수 있음

Q4. 제목에 이모티콘·특수문자 사용 가능한지?

- ✓ 사용을 권장하지 않음
- ✓ 시스템 오류 또는 검색 누락 가능성이 있음
- ✓ 명확하고 간결한 텍스트 중심 제목이 가장 효과적

Q5. 담당자 정보를 반드시 포함해야 하나?

- ✓ 반드시 포함. 연락처 미기재 시, 기자의 추가 취재가 어려워 기사화 포기 가능

Q6. 본문에 표·그래프를 포함해도 되나?

- ✓ 가능.
다만, 참고자료 또는 별첨으로 제공하는 것을 권장

Q7. 특정 언론사에만 보도자료를 먼저 제공해도 되나?

- ✓ 기획보도 또는 엠바고 협의가 있는 경우에 한해 가능
- ✓ 일반 보도자료는 언론사 간 형평성을 고려하여 동시 배포가 원칙

Q8. 기자가 학생 실명·얼굴 노출을 요청하는 경우?

- ✓ 반드시 사전 동의를 받아야 함
- ✓ 학생의 경우 학부모 동의 필수
- ✓ 동의 없이 공개될 경우 민원 또는 법적 분쟁으로 이어질 수 있음

Q9. 이미 배포한 보도자료를 수정해야 할 경우?

- ✓ '수정 보도자료' 형태로 재배포
- ✓ 제목 앞에 [수정] 표기, 수정 내용 및 사유 명시
- ✓ 대변인(언론팀)과 사전 협의

Q10. 보도 내용이 일부 다르게 보도된 경우?

- ✓ 사소한 편집상의 차이는 통상적인 범위로 판단
- ✓ 다만, 사실과 다른 내용(오보)이 있는 경우에는 즉시 대응
 - 대변인(언론팀)과 공유 후 설명·해명자료 배포 여부 협의

Q11. 보도자료가 그대로 기사화되지 않은 경우?

- ✓ 공공기관의 보도자료가 언론에 그대로 기사화된다고 단정할 수 없음
- ✓ 보도자료는 기사 작성을 위한 기초 자료임
- ✓ 기자는 취재·검증·편집 과정을 거쳐 내용을 재구성함
- ✓ 다만, 사실과 다른 내용(오보)이 있는 경우에는 즉시 대응
 - 대변인(언론팀)과 공유 후 설명·해명자료 배포 여부 협의

Q12. 보도자료를 배포하지 않았음에도 사업 관련 기사가 보도된 경우?

- ✓ 사실관계 우선 확인 후 상황에 따라 대처
- ✓ 긍정 보도인 경우, 언론의 자발적 관심으로 보고 '언론 관심도' 지표로 활용 가능
- ✓ 다만, 사실과 다른 내용(오보)이 있는 경우에는 즉시 대응
 - 대변인(언론팀)과 공유 후 설명·해명자료 배포 여부 협의
- ✓ 미확정 사실 보도인 경우, 유출 경로 확인과 함께 향후 공식 발표 시점 및 메시지 혼선을 방지하기 위한 후속 대책 마련

Q13. 보도 이후 담당자(부서)가 할 일은?

- ✓ 보도 이후 기사 모니터링을 필수적으로 실시
- ✓ 여론 동향을 파악하여 시민 반응을 분석하고 정책 개선에 활용
- ✓ 오보·왜곡 발생 시 사실관계를 신속히 확인하고 적극 대응
 - 대변인(언론팀)과 공유 후 설명·해명자료 배포 여부 협의

참고 보도자료 최종 점검 체크리스트

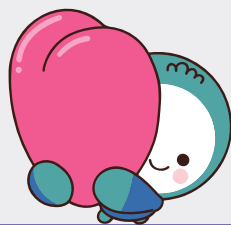
구분	점검 내용
제목	☐ 제목만으로 핵심 내용이 드러나는가(주제·변화 포함) ☐ 숫자·규모·전후 변화 등 구체적 정보가 제시되었는가 ☐ ‘안내’, ‘시행’, ‘추진’ 같은 행정 표현이 과도하지 않은가
도입 (리드)	☐ 첫 문장 하나로 보도자료 핵심 내용이 명확히 전달되는가 ☐ 5W1H 핵심 요소가 포함되었는가 ☐ 문장은 능동형이며 주어가 명확한가
본문	☐ 가장 중요한 사실이 앞부분에 배치되었는가 ☐ 문장은 능동형이며 주어가 명확한가 ☐ 수동형·추측형 표현을 사용하지 않았는가(‘~될 예정’ → ‘~한다’) ☐ 수치와 일정이 구체적이고 정확한가 ☐ 타 부서 관련 내용은 사전 확인을 받았는가 ☐ 전문용어를 시민이 이해하기 쉽게 풀어 썼는가 ☐ 불필요한 반복 없이 간결하게 작성되었는가
마무리	☐ 관계자 발언이 핵심 메시지를 담고 있는가 ☐ 앞 내용을 단순 반복하지 않았는가 ☐ 정책의 향후 방향과 기대효과가 제시되었는가
전체	☐ 기사로 바로 활용 가능한가 ☐ 분량은 A4 1~2장 이내로 적정한가 ☐ 내부 보고 및 대변인(언론팀) 검토를 완료했는가 ☐ 기자의 추가 질문이 발생하지 않도록 제공된 정보가 충분히 제시되었는가 ☐ 담당자 직통 연락처가 정확한가 ☐ 엠바고 필요시 명확히 표기했는가(필요시 타 기관과의 엠바고 일정 확인)

언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

4

전략적 정책 홍보,
기획보도 활용하기



4. 전략적 정책 홍보, 기획보도 활용하기

- 1 기획보도의 이해 40
- 2 기획보도가 필요한 순간 41
- 3 기획보도 절차 및 방법 42
- 4 행정광고 이모저모 46



4. 전략적 정책 홍보, 기획보도 활용하기

보도자료가 ‘발생한 일’을 알리는 것이라면,
기획보도는 ‘알리고 싶은 가치’를 만드는 것



1 기획보도의 이해

가. 기획보도란

- ✔ 개념: 단순 사실 전달(스트레이트 보도)과 달리 특정 주제를 깊이 있게 다루거나 여러 편에 걸쳐 연재하는 보도 형태
- ✔ 소재: 서울특별시교육청 최초 시행 사업, 사회적 파급력이 큰 교육 현안, 시민 체감 혜택 정책
- ✔ 담당자 입장: 기관이 먼저 기획·제안하여 언론 보도를 유도하는 능동적 홍보 수단

※ 보도자료가 ‘사실을 알린다’면, 기획보도는 ‘스토리를 만든다’

나. 스트레이트 보도와의 비교

- ✔ 기획보도는 보도 형식·주도권·기대 효과 등 여러 측면에서 스트레이트 보도와 구분됨

구분	스트레이트 보도	기획보도
성격	사실 전달	심층 분석·스토리텔링
분량	단신~중간	중간~장문, 연재 가능
주도권	기자 주도	기관이 제안·협력 가능
효과	즉각적 인지	정책 신뢰·이미지 형성
적합 사안	인사·행사·공고	신규 정책, 성과, 사회 이슈 연계

다. 기획보도의 가치

- ✔ 정책 메시지의 입체적 전달: 휘발성이 강한 단순 보도자료에 비해, 정책 배경·필요성·기대효과를 종합적으로 전달
- ✔ 정책 정당성 확보: 언론의 공신력을 빌려 정책에 대한 사회적 공감과 우호적 여론 형성
- ✔ 장기적 신뢰 축적: 일회성 홍보를 넘어, 교육청의 정책 의지와 비전을 시민에게 깊이 있게 전달하여 공감 확보

2 기획보도가 필요한 순간

가. 기획보도의 활용

- ✓ 신규 정책을 시민에게 충분히 알려야 할 때(보도자료 한 번으로는 부족한 중요 정책)
 - 예 서울형 기초학력 지원체계
- ✓ 정책에 대한 오해·불신이 형성되고 있어 선제적 배경·취지 설명이 필요할 때
 - 예 고교학점제 안착을 위한 지원 대책
- ✓ 사회 이슈와 정책이 연결될 때
 - 예 저출생, 학교폭력, 인공지능(AI) 관련 교육정책
- ✓ 현장 변화를 생생하게 시민과 공유하고자 할 때
 - 예 현장성이 풍부한 사례, 정책 성과 우수사례

TIP 이런 아이디어를 찾으세요

- ✓ 서울교육의 철학·비전이 담긴 중장기 정책 과제
- ✓ 기존과 다른 방식으로 시도해 성과가 있었던 혁신 사례
- ✓ 현장 사례 및 수혜자 인터뷰 연계가 가능한 내용
- ✓ 정부 또는 타 시도교육청과 차별화되는 서울형 정책

주의 이런 아이디어는 피하세요

- ✓ 기관의 업적 나열에 집중된 아이디어
- ✓ 독자가 궁금해할 이유가 없는 내용
- ✓ 아직 확정되지 않은 사업을 기정사실처럼 홍보하는 기획

나. 기획보도의 유형과 실제 사례

유형	설명	사례
정책 기획	신규 정책의 배경·내용· 기대효과 심층 소개	• 수십 번 말해도 이해 못하던 경계선 지능 아들... '이곳' 찾은 뒤 달라졌다 (2025. 8. 12. 한국일보) • 글 못 읽고 수 헛갈리는 아이, 1대1 맞춤수업(2025. 12. 22. 한국경제) • AI가 순식간에 논술 채점, 자주 틀리는 유형도 분석(2025. 10. 25. 매일경제)
연재 기획	여러 편으로 나눠 시리즈 보도	• “토론엔 승패없어... 찬반 입장 모두 서 본 후 합의점 찾아요”(2025. 3. 13. 동아일보) • 교사-학생 한 팀 이뤄 역지사지 토론, 이해 깊어져 민주적 합의 도출 (2025. 3. 20. 동아일보)
이슈 연계	사회 이슈와 정책을 연결	• “자살률 5년 내 절반으로”...서울교육청, 모든 학교에 상담교사 배치 (2025. 9. 10. 중앙일보)
현장 르포	학교·기관 현장 방문, 생생하게 전달	• “한국어 교과 배우며 자신감 커져” 이주 청소년 적응 돕는 ‘작은학교’ (2025. 6. 18. 서울신문) • 학교시설 한눈에...서울교육청 ‘IoT 혁신’(2025. 8. 16. 머니투데이) • “학원에 찌든 아이 얼굴에 생기”...지속가능한 교육 자리매김 (2025. 6. 24. 파이낸셜뉴스)

3 기획보도 절차 및 방법

단계	절차	방법	주관
1단계	아이디어 공모(공문)	우리 교육청 추진 사업 중 대외홍보 가치가 높은 과제 발굴	대변인 (언론팀)
2단계	기획안 작성·제출	- 언론사에 기획보도를 제안할 때는 간단한 기획안 준비 - 기획안은 A4 1장, 핵심만 담는 것이 원칙 - 제작 목적(해당 정책·사안의 의의) - 구성 방식(어떤 순서, 어떤 주제로 풀어낼지) - 취재 가능 현장·인터뷰 대상 섭외 - 교육감 칼럼·발언 활용 계획 등	사업부서
3단계	기획보도 선정 및 언론사 매칭	- 수합된 기획안을 검토하여 뉴스 가치·시의성·완성도 기준으로 선정 - 매체 성격·독자층에 맞춰 언론사와 연결	대변인 (언론팀)
4단계	기사 기획 및 취재 지원	- 기자의 현장 방문 취재 시 담당자 동행 및 취재 편의 밀착 지원 - 취재 지원 항목 - 현장 방문 일정 조율(학교·기관 섭외) - 인터뷰 대상자 연결(교장·교사·학생·학부모) - 관련 통계·자료·사진 제공 - 전문가 추천(필요시)	사업부서
5단계	보도 후 모니터링	- 보도 내용 모니터링(오보·왜곡 여부 즉시 확인) - 후속 보도 연결(시리즈 기획이라면 다음 편 취재 지원) - SNS·내부 공유(좋은 보도는 교육청 채널에서 적극 활용) - 담당 기자 감사 표시(과도하지 않은 선에서 관계 유지)	대변인 (언론팀) 및 사업부서

💡 기획보도 성공을 위한 ‘한 곳 차이’

- ✔ **독자 중심의 시각:** 기관 성과 나열이 아닌, 시민이 궁금해할 맥락 중심으로 접근
- ✔ **현장의 목소리 확보:** 교사·학생 인터뷰 등 생생한 현장 취재를 통해 역동성 있는 내용으로 구성
※ 사업부서는 취재 대상 현장(학교·기관) 섭외 및 인터뷰 대상 연계 적극 지원
- ✔ **입체적 자료 제공:** 단순 텍스트 자료 외에 인포그래픽, 숏폼 영상, 고화질 현장 사진 등을 꾸러미로 제공

참고 기획보도 예시

※ [서식] ㄱ9-4-서식3. 기획보도자료(97쪽) 참조(바로가기)

AI 서·논술형 평가지원시스템 구축·개발 언론 홍보 계획(안)

학생역량·혁신교육과 교수학습·평가팀

✓ 제작 목적

- 미래형 평가 체제로의 전환 필요성 및 학교 현장의 변화상⁰²⁾ 공유
- AI 서·논술형 평가지원시스템(자동채점-피드백) 구축·개발 취지 및 일정 소개
- 서울교육의 '생각을 키우는 평가'에 대한 사회적 공감대 형성

✓ 구성 방식

기획	구성내용
1	[제1편] “정답 찾기 교육에서 벗어나”...서울교육, ‘생각을 키우는 평가’로 체질 개선 ○주요 내용 - 현장 점검: ‘등급’ 위주의 상대평가, ‘수행지옥’ 논란 등 현재 평가 체제의 한계 - 대안 제시: IB 교육이 우리에게 던지는 시사점, 서·논술형 평가의 중요성 부각 - 정책 방향: 초등 저학년 글쓰기 수업 확대부터 고교 절대평가 전면 전환 준비까지의 로드맵 ○핵심 메시지: 결과 중심의 평가에서 피드백과 성장을 지원하는 ‘미래형 평가’로의 전환
2	[제2편] AI로 학생 진단하고 서·논술형 평가·수행평가까지 ...서울시교육청, AI 서·논술형 평가지원시스템 구축 본격화 ○주요 내용 - 추진 전략: 본청(사업 총괄), 교육연구정보원(시스템 개발), 대학(평가문항 설계), AI 민간기업(AI 기술 지원)이 상호 협력 개발 추진 - 일정 안내: 2025년 개발 착수하여 고도화 기간 포함 3개년 계획으로 추진 - 현장 적합성 검증: AI 서·논술형 평가 실천학교 85교(초 20, 중 50, 고 15) 운영을 통한 AI 학습 데이터 구축 - 기대효과: 정교한 루브릭 개발을 통한 채점 일관성 확보 및 교사 부담 경감 ○핵심 메시지: 평가의 전문성과 효율성을 동시에 잡는 AI 서·논술형 평가지원시스템 구축으로 서·논술형 평가 체제로 전환 견인
3	[교육감 기고] 창조의 시대 ... 생각의 깊이 키우는 교육으로 ○주요 내용 - AI 시대, 지식 암기 중심 평가의 종말과 새로운 교육 패러다임의 필요성 역설 - 교육과정평가지원센터 구축을 통한 서울형 수업·평가 혁신 전략 제안 - 미래형 대입제도 개편 제안 및 서울교육의 준비

02) 사업부서는 기획보도 선정 후, 취재 대상 현장(학교·기관) 섭외 및 인터뷰 대상 연계 적극 지원

매일경제

2025년 10월 25일 토요일 A13면 사회

AI가 순식간에 논술 채점 자주 틀리는 유형도 분석

교실에 들어온 AI 평가시스템
교사들 서술형 채점부담 줄어
문제해결 능력평가 늘어날 듯

“복동 항로를 적극적으로 이용하려면 복곡을 더 개발해야 합니다. 자연 환경을 위해 개발하지 않는 것이 좋을지, 효율성을 위해 개발해야 할지 여러분의 의견을 작성하세요.”

지난 9월 서울시 은평구 덕산중 1학년 교실. 사회 과목을 맡고 있는 김 원에 교사가 연습 문제로 환경과 관련된 글을 제시하자 학생들은 일제히 자신의 디벗(랩톱 등 디지털 교육기기) 화면을 바라보며 손가락을 움직이기 시작했다. 주어진 시간은 5분 남짓. 진지하게 글을 쓴 학생들은 흥미롭다는 반응을 보였다. 조성현 군이 “객관식처럼 찍지 못하고 글을 읽은 뒤 써야 해서 고민했다”고 말하자

옆에 있던 인소연 양은 “나중에 인공지능(AI)이 채점해준다는데, 냉정하게 평가해줄 것 같아 궁금하다”며 웃어 보였다.

서울시교육청이 네이버 웨일 등과 함께 개발 중인 AI 서술·논술형 평가 시스템을 이용한 수업 현장 모습이다. AI 논술 채점 기술을 현장에 확대 적용하기 위해 데이터를 수집하고 속도를 높이는 단계다.

교육계에서는 AI 서술·논술형 평가를 통해 단순한 지식 암기를 넘어선 평가가 가능해질 것이라는 기대감이 크다. 한국교육과정평가원장을 지낸 이규민 연세대학교 교육학과 교수는 “암기력보다 더 중요한 문제 해결 능력, 창조적 상상력을 판단하기 위해서는 선다형이 아닌 서술·논술형 평가가 필요하지만 그동안 채점에 대한 부담으로 도입이 어려웠다”며 “앞으로 평가가 바뀌면 교육도 바뀔 것”이라고 말했다.



덕산중 1학년 학생들이 각자의 디벗을 활용해 서술·논술형 평가를 연습하고 있다.

이 같은 시스템이 본격적으로 도입될 경우 교사가 채점 기준을 만들 어주면 1차 채점은 AI가 대신해 채점 시간을 크게 줄일 수 있을 전망이다. 김 교사는 “대량의 학생 답안을 빠르게 처리할 수 있어서 교사 부담이 줄고, 학생 지도 등 본질적인 교육 활동에 더 집중할 수 있을 것 같다”며 “데이터가 축적되면 학생들 답안 유형, 어려워하는 부분을 반영한 문제 설계도 가능할 것”이라고 내다봤다.

이용익 기자

매일경제

2025년 10월 30일 목요일 A34면 오피니언

창조의 시대...생각의 깊이 키우는 교육으로



기고
정근식

서울특별시교육감

올해로 광복 80주년을 맞은 대한민국은 선진국을 향한 오랜 추격의 시대를 뒤로하고, 산업과 문화에서 세계를 선도하는 나라가 됐다. 추격의 시대엔 선진국의 모범 사례를 얼마나 잘 습득하는지가 관건이었다. 하지만 선진국이 된 지금은 우리 스스로 새로운 모델을 창출해야 한다.

교육도 마찬가지다. 정해진 선택지 가운데서 정답을 고르는 선다형 평가는 추격의 시대에 잘 어울렸다. 당시 학교는 교과서를 빨리 습득해 답을 정확히 찾아내는 학생을 길러냈다. 교사 한 명이 워낙 많은 학생을 가르쳤던 탓에 선다형 평가가 아니고선 채점이 어려웠다. 이렇게 자란 학생들은 훗날 일터에서 선진국 메뉴얼을 빠

기후변화·AI발달·다문화...
정해진 답 없는 문제들
여러 갈래로 생각해내야
서술·논술형 평가 절실

르게 습득하는 산업역군이 됐다.

이제는 모든 게 달라졌다. 기후 변화, 인공지능(AI) 발달, 다문화 사회로의 이행 등 미래 세대가 풀어야 할 시대적 과제는 모두 정해진 답이 없는 것들이다. 매일일에 따라 하는 일은 머지않아 AI가 더 잘하게 될 것이다. 머릿속에 담긴 지식의 양보다, 생각을 어떻게 전개하는지가 더 중요해졌다. 아울러 학령인구가 빠르게 감소하고 있다. 선다형 평가 외엔 대안을 찾기 힘들었던 시대가 지나간 것이다.

선도의 시대를 살아갈 우리 학생들은 정답이 없는 질문에 더 익숙해져야 한다. 일단 정답을 찾은

뒤에도 정답을 의심하며 다시 생각할 수 있어야 한다. 아울러 정답에 이르는 길이 여러 갈래일 수 있다는 사실을 잊지 않아야 한다.

그러자면 학교의 평가방식부터 달라져야 한다. 고정된 선택지가 없는 텅 빈 백지 위에 학생이 자기 생각을 쓰도록 하는 서·논술형 평가로 바뀌어야 한다. 선다형 평가가 지식의 양을 주로 측정했다면, 서·논술형 평가는 생각의 깊이가 지 측정한다. 교육정책역시 서·논술형 평가 확대를 향하고 있다.

2022 개정 교육과정은 “수행평가를 내실화하고 서술형과 논술형 평가의 비중을 확대한다”고 명시했다. 2028 대학입시제도 개편에서도 창의력과 문제해결력 중심의 평가 혁신을 강조한다.

하지만 현실적인 어려움도 분명히 있다. 학령인구가 줄었다곤 하지만 여전히 채점과 피드백에는 막대한 시간이 걸린다. 또 채점자가 누구인지에 따라 같은 답안에

대해 다른 평가가 나오는 문제도 있다. 같은 채점자가 일관된 채점 기준을 적용하지 못할 수도 있다. 이는 자칫 평가의 공정성 논란을 부를 수 있는 문제다.

서울시교육청이 ‘AI 기반 서·논술형 평가 지원 시스템’ 개발에 나선 것은 그 때문이다. 지난 8월부터 대학, 교사, 기업이 협력해 자동 채점 시스템 개발을 시작했다. 서·논술형 평가 확대를 어렵게 하는 교사의 채점 및 피드백 부담을 줄이기 위한 노력이다.

이 같은 시도가 AI가 교사의 역할을 대체한다는 의미는 아니다. AI는 교사의 평가 업무를 도울 뿐이다. 최종적인 평가는 언제나 교사의 몫이다. 우리 학생들이 새로운 시대를 살아갈 힘을 가질 수 있도록 하는 평가 방식은 정권과 이념의 차이를 뛰어넘는 논의 주제다. 치열한 토론을 통해 사회적 공감대가 조속히 마련되기를 바란다.

4 행정광고 이모저모

가. 행정광고란

- ✓ 기관이 언론사에 광고비를 지불하고 게재하는 홍보 수단
- ✓ 보도자료·기획보도와 달리 이미지·영상 등으로 정책 전달

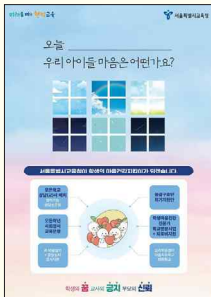
나. 행정광고 종류

유형	특징	주요 활용 시점
지면광고	신문·잡지 지면 게재	주요 정책 발표, 기관 홍보
디지털광고	인터넷 신문·포털 배너	모집·신청 안내, 행사 홍보
방송광고(스팟)	TV·라디오 짧은 광고	캠페인, 공익 메시지
협찬·후원	방송 프로그램·특집 협찬	장기 이미지 홍보

다. 기획보도 vs 행정광고, 언제 무엇을?

상황	권장 수단
새 정책을 깊이 있게 알려야 할 때	기획보도
신청·모집 마감에 임박했을 때	행정광고(디지털)
오해·불신이 있는 사안을 해명할 때	기획보도 및 인터뷰
기관 이미지를 장기적으로 높이고 싶을 때	기획보도 연재
특정 날짜에 반드시 노출이 필요할 때	행정광고(지면)
예산이 제한될 때	기획보도(무비용)

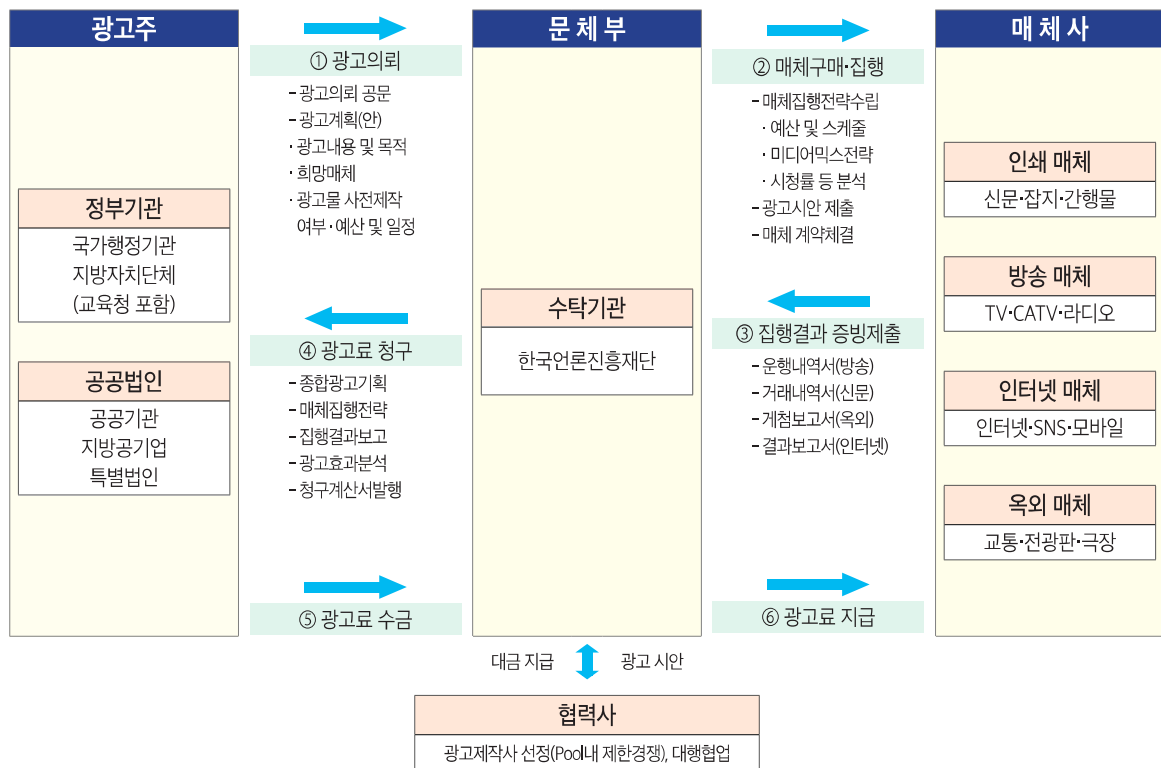
라. 우리 교육청 행정광고

두근두근 입학기	북웨이브	학생마음건강	기초학력 보장
 두근두근 입학기 우리 함께 지켜요!	 마음 속속, 꿈이 속속! 북웨이브 캠페인	 오늘 우리 아이들 마음은 어떤가요?	 기초학력 탄탄해야 배움이 성장합니다! 서울형 기초학력

마. 행정광고 집행 시 유의사항

- ✓ 언론진흥재단(www.goad.or.kr): 정부광고법에 따라 모든 공공기관 광고는 언론진흥재단을 통해 집행

✓ 집행 절차



⚠ 주의 정부광고법 위반 시 시정조치

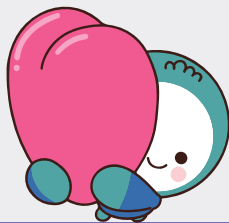
- ✓ 문화체육관광부 장관은 공문 등을 통해 해당 기관의 장에게 시정조치 요구
- ✓ 해당 기관의 장은 시정조치 결과를 문서로 통보(정부광고법 제13조, 시행령 제11조)
- ✓ 미이행 시 감사 요구·국회 보고 등 불이익 예상

언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

5

취재 요청,
당당하게 대응하기



5. 취재 요청, 당당하게 대응하기

- 1 기자가 전화하면 50
- 2 사전 예고 없는 인터뷰 요청 52
- 3 엠바고 설정 및 관리 53



5. 취재 요청, 당당하게 대응하기

당황하지 마십시오.

기자의 질문은 서울교육의 진심을 전할 소중한 기회



1 기자가 전화하면

가. 예고 없는 전화, 어떻게 할까

- ✓ 기자의 전화는 언제나 예고 없이 걸려 오며, 첫 통화에서 전달된 메시지가 기자의 방향을 좌우
- ✓ 당황하지 않는 가장 좋은 방법은 대응 루틴을 평소에 몸에 익혀두는 것



TIP 모든 통화에 적용되는 기본 원칙

- ✓ 예의 바르고 진솔하게 응대하되, 감정은 자제
- ✓ 모든 통화 내용은 반드시 기록

☞ 기자 전화 대응 기본 루틴

① [인적사항 확인] “어느 언론사 누구 기자님이신가요?”

② [취재 내용 파악] “어떤 내용으로 연락 주셨나요?”

③ [즉답 가능 여부 판단]

- 즉답 가능: 핵심 메시지 2~3개 중심으로 답변

- 즉답 불가: “확인 후 ○시까지 회신 드리겠습니다.”(회신 시간 명확히 제시)

※ 사안 발생 시 답변 구성

☞ △ 사안의 배경 및 현황 △ 기관(교육청) 입장 △ 향후 계획(대응 방안) 등

④ 통화 후 대변인(언론팀) 공유

📝 통화 기록 메모 양식

※ 통화 기록은 사후 대응의 근거가 되므로, 통화 직후 아래 항목을 정리

- ① 인적사항 → 소속(언론사)·성명·연락처
- ② 취재 내용 → 핵심 질문 요지(기사화될 수 있는 질문 중심으로 간결히)
- ③ 회신 일정 → 즉답 불가 시 명시한 회신 시각(“○시까지 회신”)
- ④ 답변 내용 → 실제 발언 기준으로 핵심만 기록
- ⑤ 추가 요청사항 → 자료 요청, 인터뷰 요청 등 별도 요구사항 기재

나. 즉답 가능 vs 확인 후 답변 필요

즉답 가능	확인 후 답변 필요
공개된 보도자료·공고 내용	미공개 내부 계획·예산
공식 사이트 게시 통계	확정되지 않은 수치·일정
이미 보도된 사실 확인	타 기관·부서 관련 사실
기관 연락처·담당부서 안내	인사·징계·감사 관련 사항

! 주의 절대 하지 말아야 할 말

- ✓ “그건 저도 잘 몰라서요” → 확인 후 회신 원칙(회신 가능 시간 반드시 안내)
- ✓ “그냥 우리끼리 얘기인데요” → off the record는 없음. 모든 발언은 보도될 수 있음
- ✓ “기사 쓰지 말아 주세요” → 취재를 막을 수 없음. 정확한 정보 제공으로 대응
- ✓ “저 담당자 아닌데요” → 담당자 연결 또는 회신 시간 안내
- ✓ 기자 전화를 받지 않음 → 지연·회피 시 우리 입장이 반영되지 않은 일방적 보도가 나갈 수 있음

다. 기자 전화 대응 후 할 일

- ✓ 통화 내용 정리 및 내부 보고
- ✓ 대변인(언론팀)에 공유
- ✓ 약속한 시간 내 회신
- ✓ 기사 모니터링(보도 여부 및 기사 내용 확인)
- ✓ 오보 발생 시 신속 대응
 - ※ 「6. 오보, 신속·정확하게 바로잡기(56쪽)」 참조(바로가기)

2 사전 예고 없는 인터뷰 요청

가. 현장에서 갑자기 마이크가 들어온다면

- ✓ 행사장·복도·엘리베이터 등 예기치 못한 장소에서 카메라와 마이크가 동반되는 상황
- ✓ 이를 ‘게릴라 인터뷰’ 또는 ‘돌발 취재’라고 함
 - ※ 「7-2-다. 인터뷰 진행 요령(73쪽)」 참조(바로가기)

나. 돌발 취재 4단계 대응 방법

단계	대응 원칙	대응 방법
1단계	소속 확인	• 일단 멈춰 서서 정중하게 기자의 소속과 성명을 먼저 확인 “잠깐만요, 어느 언론사 기자님 누구신가요?”
2단계	인터뷰 목적 (내용) 파악	• 즉시 답변 가능한 일반적 사실인지, 민감 사안인지 구분 - 공개된 사실 → 짧고 명확하게 답변 - 민감한 사안 → “공식 창구를 통해 답변드리겠습니다”
3단계	환경 통제	• 촬영 중단을 요청하거나, 필요시 사무실 등 안정적인 소통 장소로 이동 제안 • 촬영이 이미 진행되었다면 ‘모자이크’, ‘음성 변조’ 등 명시적 요구 가능
4단계	보고 및 공유	• 취재 상황(기자 정보, 질문 내용, 답변 요지)을 즉시 내부 보고 및 대변인 (언론팀)에 공유

다. 돌발 취재 시 유용한 표현

상황	권장 표현
검토가 필요한 사안일 때	“현재 세부 내용을 검토 중인 사안으로, 정리되는 대로 공식 창구를 통해 말씀드리겠습니다.”
담당 업무가 아닐 때	“해당 사안은 담당 부서의 정확한 확인이 필요합니다. 담당자를 안내해 드리겠습니다.”
촬영/녹음이 부담될 때	“공식적인 인터뷰 자리가 아니므로 촬영은 중단해 주시고, 질의 내용을 주시면 검토 후 연락드리겠습니다.”
취재 거절이 필요할 때	“지금은 다음 일정으로 인해 충분한 답변을 드리기 어렵습니다. 대변인실로 정식 인터뷰 요청 부탁드립니다.”

! 주의 돌발 취재를 거절할 때

- ✓ 모든 인터뷰는 거절할 권리가 있음
- ✓ 다만, 무응답이나 회피(도망)는 부정적 이미지를 극대화하므로 ‘정중하고 단호하게’ 거절

3 엠바고 설정 및 관리

가. 엠바고(Embargo)란

- ✓ 보도 유예 조치
- ✓ 보도자료·정보를 기자에게 미리 제공하되, 특정 날짜·시간 이후에만 보도하도록 합의

💡 엠바고의 목적

- ✓ 기자가 미리 충분히 취재하고 좋은 기사를 쓸 수 있도록 하면서
- ✓ 기관은 원하는 시점에 정책이 알려지도록 조율하는 것

나. 엠바고를 사용하는 경우

- ✓ **중요 정책 발표 전 사전 브리핑을 실시할 때**
 - 기자단의 심층 취재와 분석을 돕기 위해 정보를 미리 제공하는 경우
- ✓ **비공개 정보의 보안 유지가 필요할 때**
 - 예산·인사 등 특정 시점 이후에 공개되어야 하는 민감 정보를 전달하는 경우
- ✓ **외부 기관과 공동으로 보도할 때**
 - 업무협약 체결 등 두 기관이 공동으로 보도하는 경우
 - ※ 해당 기관 공보(언론) 담당자와 사전 협의하여 엠바고를 최종 확인, 대변인실에 엠바고 공유

다. 엠바고 설정 방법

- ✓ 보도자료 상단에 명확하게 표기

💡 예시 엠바고 표기 예시

- ✓ “○○○○년 ○월 ○일(○) ○○:○○” / (배포) “즉시”
 - ※ 구두 합의는 분쟁 소지가 있으므로 반드시 문서에 명시하고 대변인실에 엠바고 설정 알림

✔ 우리 교육청 보도자료 공식 엠바고

구분	언론사 보도자료 배포 시간	온라인 보도 시간	지면 보도 시간
조간	보도희망일 전일 08시	보도희망일 전일 12시	보도희망일 조간
석간	보도희망일 전일 15시	보도희망일 당일 06시	보도희망일 석간

※ 보도희망일 전일이 공휴일인 경우

구분	언론사 보도자료 배포 시간	온라인 보도 시간	지면 보도 시간
조간	공휴일 시작 전 평일 15시	보도희망일 전일 09시	보도희망일 조간
석간	공휴일 시작 전 평일 15시	보도희망일 당일 06시	보도희망일 석간

! 주의 보도자료 배포 후 취재 전화에 적극 응대

- ✔ ‘언론사 보도자료 배포 시간’부터 ‘온라인 보도 시간’까지는 언론사(기자) 취재 시간
 - 보도자료 배포 후 취재 문의가 집중되는 시간대
 - 담당자는 언론사(기자)의 취재 문의(전화)에 즉시 응대할 수 있도록 준비

라. 엠바고 파기 시 대응

✔ 엠바고 파기: 엠바고를 위반하고 먼저 보도하는 경우

✔ 대응 방법

- 즉시 대변인(언론팀)에 공유 → 대응 방향 협의
- 다른 언론사에 파기 사실 통보 및 보도 허용
- 해당 언론사에 공식 항의 및 향후 협조 관계 재검토

! 주의 엠바고 파기 대응 시 주의할 점

- ✔ 파기에 흥분해 즉각 대응하면 더 큰 갈등으로 번질 수 있음
- ✔ 반드시 대변인(언론팀)과 함께 침착하게 대응

[참고] 서울특별시교육청 기자단 수칙 제8조(엠바고 준수 의무)

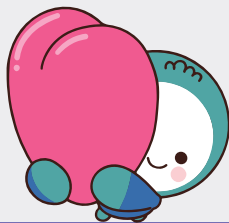
1. 기자단 가입 언론사는 시교육청 보도자료에 기재된 엠바고를 준수한다. 온라인 보도 시점은 평일의 경우 오전 12시, 휴일은 오전 9시다. 석간은 당일 오전 6시에 온라인 보도 가능하다. 지면과 방송은 배포시점에 맞춰 보도할 수 있다.
2. 기자단은 엠바고를 준수하지 않은 기자단 가입 언론사에 대해 6개월 전후 기간을 정해 취재 편의를 제공하지 않을 수 있다. 간사는 엠바고를 준수하지 않은 기자에 대해서는 2일 이내에 기자단 회의를 열고 투표로 징계 수위를 결정한다. 그 범위는 다음과 같다.
 - 1) 보도자료 미배송(0주(감면)/1주/2주/3주/4주(1개월)/2개월/3개월/6개월/제적)
 - 2) 출입 제한(0주(감면)/1주/2주/3주/4주(1개월)/2개월/3개월/6개월/제적)
 - 3) 징계를 받은 기자단 가입 언론사는 징계 기간 동안 1회에 한해 기자단에 재심을 청구할 수 있다. 단, 재심 청구는 징계일의 절반이 지난 이후 가능하다.
3. 기자단에 가입돼 있지 않은 언론사가 엠바고를 준수하지 않을 경우 간사는 시교육청 대변인실에 기사 삭제 등을 즉각 요구할 수 있다. 기자실장 등과 협의해 이를 1년 단위로 기록해뒀다 추후 기자단 가입 신청 시 참고자료로 활용한다.

언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

6

오보,
신속·정확하게 바로잡기



6. 오보, 신속·정확하게 바로잡기

1 오보의 이해	58
2 오보 대응 절차 및 원칙	59
3 설명·해명자료 배포	
4 정정보도 요청	
5 언론중재위원회	64

6. 오보, 신속·정확하게 바로잡기

오보는 바로잡지 않으면 사실이 됩니다.
“신속”하고 “정확”한 대응이 서울교육의 신뢰를 지키는 길



1 오보의 이해

가. 오보란

- ✓ 사실과 다른 내용이 보도된 것
- ✓ 의도적 왜곡부터 단순 실수까지 다양
- ✓ 교육청은 원인을 불문하고 신속·정확하게 대응 필요

나. 오보의 유형

구분	대응 원칙	대응 방법
사실관계 오류 (단순 오보)	객관적 사실의 오기	• 인명, 지명, 통계 수치 등을 사실과 다르게 잘못 기록한 보도
	시각 자료의 오류	• 기사 내용과 관련 없는 사진이나 도표를 게재하여 혼선을 준 보도
내용의 왜곡 및 과장 (부당 보도)	왜곡·과장 보도	• 사실을 그릇되게 부풀리거나, 전체 사실 중 일부만을 부각하여 부정적 인상을 심어준 보도
	자의적 편집	• 필자(취재원)의 허락 없이 글을 고쳐 본래 의도와 다르게 표현한 보도
	편파 보도	• 균형성을 잃고 한쪽의 주장이나 입장만을 일방적으로 전달한 보도
인권 및 사생활 침해	초상권 및 인격권 침해	• 정당한 사유 없이 개인의 초상, 음성, 성명, 사생활 등을 노출한 보도
	명예훼손	• 사실 여부와 관계없이 개인이나 기관의 사회적 평가를 저하시킬 수 있는 내용을 보도
법령 및 윤리 위반	금지 정보 노출	• 법령에 의해 공개가 금지된 정보나 인적 사항을 노출하여 피해를 입힌 보도

2 오보 대응 절차 및 원칙

! 주의 오보를 그냥 두면 안 되는 이유

- ✓ 정정되지 않은 오보는 포털·SNS 등을 통해 빠르게 확산
- ✓ 한번 퍼진 잘못된 정보는 바로잡기 매우 어려움

가. 오보 발견 시 “즉각” 행동 요령

단계	대응 원칙	대응 방법
1단계	오보 확인	• 보도 내용과 공식 자료를 대조해 어떤 부분이 틀렸는지 파악
2단계	대변인(언론팀) 즉시 공유	• 오보 내용·매체·보도 시간·확산 정도를 정리해 공유
3단계	대응 방향 결정	• 대변인(언론팀)과 협의 - 설명·해명 자료 배포 / 정정보도 요청 / 언론중재위원회 조정 신청 등
4단계	신속 대응 실행	• 대응은 빠를수록 좋음. 확산 전 골든타임 활용
5단계	모니터링 지속	• 정정 보도 게재 여부 및 2차 확산 여부 추적

나. 오보 대응의 기본 원칙

- ✓ 증거 확보(보도 캡처, 공식 자료 보존)
- ✓ 감정적으로 대응하지 않음(흥분하면 상황 악화)
- ✓ 사실 중심으로만 반박(기자·매체 비난은 역효과)
- ✓ 빠르게 움직임(시간이 지날수록 정정 어려움)
- ✓ 대변인(언론팀)이 창구가 됨(개별 부서의 직접 항의는 원칙적 금지)

참고 오보 대응 체크리스트

- ☐ 기사 원문·화면을 캡처하였는가
- ☐ 보도 내용의 사실 여부를 확인하였는가
- ☐ URL·보도시각·기자명·매체명을 기록하였는가
- ☐ 대변인(언론팀)에 공유하였는가
- ☐ 정정 요청 또는 자료 배포 필요성을 검토하였는가
- ☐ 포털 및 온라인 2차 확산 여부를 확인하였는가

! 주의 포털 기사 확인

- ✓ 언론사 정정 후에도 포털에 구버전이 그대로 노출되는 경우 있음
- ✓ 언론사 정정 후 포털 수정 요청 필수 확인

다. 상황별 오보 대응

구분	상황	특징	주요 내용
설명자료 배포	사실관계는 대체로 맞으나, 맥락이 누락되거나 일부 표현으로 오해 소지가 있는 경우	보완적 설명 중심 대응	• 보도 내용이 사실에 기반하나, 일부 발췌·요약으로 전체 취지가 왜곡될 우려가 있는 경우 • 정책의 배경, 추진 경과, 향후 계획 등을 추가 설명하여 오해 해소 • 보도 자체를 부정하기보다 ‘맥락 보완’에 초점
해명자료 배포	사실관계 오류 또는 왜곡이 있어 바로잡아야 하는 경우	정정 요구 전 단계의 적극 대응	• 핵심 수치, 명칭, 사실관계가 실제와 다른 경우 • 정책 의도와 다르게 전달되어 기관 입장에 왜곡이 발생한 경우 • 명확한 근거 제시를 통해 사실관계 바로잡기
정정보도 요청	명백한 허위·오보로 인해 피해가 발생했거나 발생 우려가 큰 경우	해당 언론사에 공식 정정 요구	• 사실과 다른 내용이 보도된 경우(허위 사실) • 언론사에 정정보도 또는 반론보도 요청 • 필요 시 언론사와 정정보도문 또는 반론문 게재 협의
언론중재위원회 조정 신청	언론사가 정정 요청을 수용하지 않거나, 피해가 중대한 경우	• 준사법적 기구인 언론중재위원회를 통해 중재안을 도출 • 법적 절차를 통한 분쟁 조정	• 해명자료 배포 및 정정보도 요청에도 불구하고 언론사가 거부 또는 미이행한 경우 • 피해가 크거나 기관 신뢰 훼손이 심각한 경우 • 조정·중재를 통해 정정보도, 반론보도, 손해배상 등 요구 가능

3 설명·해명자료 배포

가. 설명·해명자료란

- ✓ 오보·왜곡 보도로 발생한 오해를 바로잡고 정확한 사실을 신속히 알리기 위한 자료
- ※ [서식] 「9-4-서식2. 설명·해명자료(96쪽)」 참조(바로가기)

나. 설명·해명자료 작성 원칙

- ✓ 문장은 짧고 명확하게
- ✓ 입증 가능한 근거 함께 제시
- ✓ 감정적·공격적 표현 지양
- ✓ [사실] → [오보 내용] → [우리 교육청 공식 입장] 순으로 작성
- ※ 「6-3-마. 설명·해명자료 예시(62쪽)」 참조(바로가기)

다. 설명·해명자료 배포 판단 기준

- ✓ 보도의 파급력이 큰 경우
- ✓ 사실관계 왜곡이 심한 경우
- ✓ 학부모·시민 혼선이 예상되는 경우
- ✓ 정정 요청만으로 오해 해소가 어려운 경우
- ✓ 다수 언론이 동일 내용을 인용·확산하는 경우

라. 설명·해명자료 작성 시 유의사항

- ✓ 잘못된 표현을 그대로 반복 인용하지 않기
- ✓ 학생·보호자·교직원 개인정보 포함 여부 확인
- ✓ 필요시 예상 질의응답(Q&A)을 함께 작성
- ✓ 외부 배포 전 대변인(언론팀)·담당 부서가 최종 확인

참고 설명·해명자료 체크리스트

- ☐ 사실과 다른 부분이 명확히 정리되었는가
- ☐ 정확한 사실과 근거자료를 제시하였는가
- ☐ 감정적 표현을 배제하였는가
- ☐ 담당자 연락처를 포함하였는가
- ☐ 대변인(언론팀) 최종 검토를 받았는가

마. 설명·해명자료 예시

※ [서식] 제9-4-서식2. 설명·해명자료(96쪽) 참조(바로그기)

미래를 여는 형평교육	설 명 해 명 자 료	 서울특별시교육청 SEOUL METROPOLITAN OFFICE OF EDUCATION	① 제공 기관		
제공일: 2026. 3. 3.(화)	보도 일시: (온라인) 2026. 3. 3.(화) 즉시 (지 면) 2026. 3. 4.(수) 조간		② 제공일 / 보도일시		
특정 학교의 학생 수 감소 원인, ‘고령화·세대교체 지연’ 등 인구구조 요인에 주목 필요 (국민일보 3. 3.자 보도에 대한 설명)			③ 제목		
- 특정학교의 학생 수 감소, ‘고령화·세대교체 지연’ 등 인구구조 요인 - 임대아파트가 학생 감소 원인이라는 단정적 서술은 주거 형태에 대한 낙인과 차별 강화 우려 존재 • 서울시교육청은 국민일보 3월 3일자 보도에서 특정 학교의 학생 수 감소를 ‘임대아파트 포함 여부’와 직접 연결하는 취지로 서술한 부분과 관련하여 학생 수 변화의 원인을 임대아파트로 단정하기보다 인구구조 변화(고령화, 세대교체 지연 등)와 공공임대주택의 유형별 특성을 구분하여 이해할 필요가 있음을 설명드립니다.			④ 사실		
■ 주요 보도 내용 • 임대아파트 낙인에…같은 동네인데 초등 입학생 수 ‘극과 극’ - 같은 생활권 내 학교 간 입학 예정 인원 격차를 설명하며, 학교 배정 구역에 임대아파트 포함 여부가 학생 수 차이를 만든다는 취지로 보도			⑤ 오보 내용 (또는 주요 보도 내용)		
■ 보도 내용에 대한 서울시교육청의 입장 • 공공임대주택 조성 초기에는 학령인구가 증가하는 사례도 존재합니다. - - • 학생 수 감소와 연동되는 현상은 일부 ‘장기임대 유형’의 인구구조 변화와 관련될 수 있습니다. - - • ‘임대아파트’로 포괄하여 단정하는 표현은 부정확하며, 사회적 낙인을 강화할 우려가 있습니다.			⑥ 우리 교육청 공식 입장		
붙임 참고자료(있을 경우)			⑦ 참고자료		
담당 부서	○○○과 ○○○○팀	과 장	○○○	6033-0000	⑧ 담당자 연락처
		사무관	○○○	6033-0000	
		전문관	○○○	6033-0000	
이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 보도자료 위의 담당자 및 연락처로 문의하시기 바랍니다.					⑨ 공공누리



4 정정보도 요청

가. 정정보도란

- ✓ 언론 보도 내용 중 사실과 다른 부분을 바로잡아 다시 보도하는 것
- ✓ 언론중재법에 따라 언론사는 정정보도 청구를 수용할 의무가 있음
- ✓ 관련 권리 4가지
 - 정정보도 청구: 보도의 전부·일부가 사실과 다른 경우 바로잡아달라고 요구할 권리
 - 반론보도 청구: 보도에서 지명·언급된 사람이 자신의 입장을 보도해 달라고 요구할 권리
 - 추후보도 청구: 범죄 혐의 보도 후 무죄·무혐의로 밝혀진 경우 결백을 보도해 달라고 요구할 권리
 - 손해배상 청구: 보도로 발생한 피해에 대해 금전 배상을 요구할 권리

나. 정정보도 요청 절차

단계	대응 원칙	대응 방법
1단계	확인 및 보고	• 오보 여부 확인 및 대변인(언론팀) 공유
2단계	언론사에 설명	• 담당 기자 또는 데스크(편집자)에 사실관계 설명
3단계	공식 정정 요청	• 정정보도 요청 공문(이메일) 발송
4단계	언론 반응에 따라 대응	• 수용 시 정정보도 게재 여부 확인 • 거부 시 언론중재위원회 조정 신청 검토

! 주의 정정보도 요청 시 주의사항

- ✓ 감정적 표현을 배제하고 사실 중심의 공식 문서로 요청
- ✓ 오보 내용과 사실을 병기하여 명확히 제시(“○○라고 보도했으나, 실제로는 ○○입니다”)
- ✓ 관련 공식 자료 및 증빙을 함께 제출
- ✓ 무리한 요구(기사 삭제 요구 등)는 지양

다. 정정보도 요청 공문(이메일) 포함 사항

- ✓ 보도 일시
- ✓ 매체명
- ✓ 기사 제목
- ✓ 정확한 사실
- ✓ 오보 내용(사실과 다른 부분)
- ✓ 관련 증빙자료
- ✓ 요청 사항(정정·반론·수정 등)

5 언론중재위원회

가. 언론중재위원회란

- ✓ 언론 보도 피해 구제를 위해 설립된 준사법적 독립기구
- ✓ 정정보도·반론보도·추후보도·손해배상 등을 중재·조정
- ✓ 언론보도의 개인적·사회적·국가적 법익 침해 사항을 심의하여 필요한 경우 언론사에 시정 권고
- ✓ 언론중재위원회 누리집  www.pac.or.kr

! 주의 언론중재위원회를 활용하는 경우

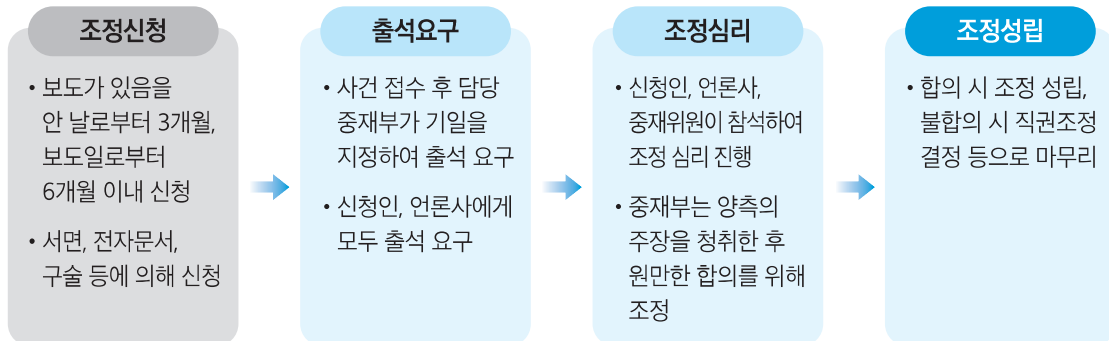
- ✓ 언론사가 정정보도 요청을 거부·묵살할 때
- ✓ 오보 피해가 심각해 공식 대응이 필요할 때
- ✓ 반론보도권을 행사하고 싶을 때
- ✓ 언론중재위원회 신청 전 반드시 대변인(언론팀) 및 행정관리담당관(법무팀)과 협의
- ✓ 신청 자체가 언론과의 관계에 영향을 줄 수 있으므로 신중 결정

나. 언론 조정 신청

- ✓ 조정: 제3자인 언론중재위원회가 개입해 당사자 간 화해를 이끌어내는 절차
- ✓ 신청 방법

구분	내용
신청 기한	• 정정·반론·손해배상 청구는 보도가 있음을 안 날부터 3개월 이내(보도일부터 6개월 이내) • 추후보도청구는 사건이 무혐의 또는 무죄로 종결된 사실을 안 날로부터 3개월 이내 • 언론사에 직접 반론보도나 정정보도, 추후보도를 청구한 경우, 언론사와 협의가 불성립된 날로부터 14일 이내
신청 방법	• 전자(www.pac.or.kr), 서면(우편·방문), 이메일(counsel@pac.or.kr)
신청 서식	• 「9-4-서식4. 언론조정신청서(98쪽)」 참조(바로가기)
비용	• 무료(조정 절차)
처리 기간	• 신청 후 14일 이내 조정 기일 지정
처리 절차	• 접수 후 조정 심리(신청인·피신청인 출석/비공개 진행) → 합의 조정(14일 이내 완료) • 합의 실패 시 '조정을 갈음하는 결정' 또는 조정 불성립으로 종료(21일 이내 처리)
결과	• 합의 시 조정 성립 / 불합의 시 중재부 직권조정 결정 • 직권조정 결정 시 7일 이내 이의 신청 제기 가능 • 조정 불성립 결정→소송 제기
효력	• 조정 성립·확정은 재판상 화해와 동일 효력, 불이행 시 강제집행 가능

✓ 조정절차

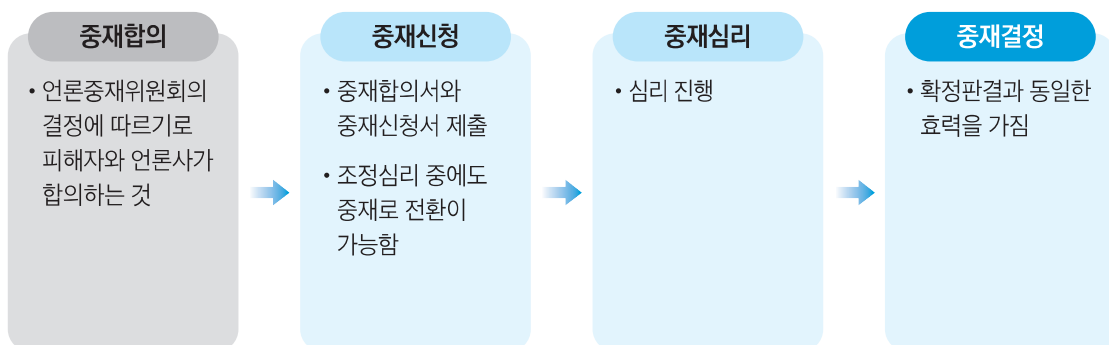


다. 언론 중재 신청

✓ 중재: 언론보도로 인한 분쟁을 언론중재위원회의 중재적 결정에 따라 해결하는 것

구분	내용
필수 구비서류	• 신청인은 중재 신청 시 언론사와 피해자 간의 중재합의*를 입증하는 서면 첨부 ㉡ 합의서 * 중재합의: 중재결정에 따르기로 하는 언론사와 피해자 간의 합의
절차 개시	• 신청인이 중재합의서를 첨부한 중재신청서를 중재부에 제출한 날로부터 개시
효력	• 중재결정은 확정판결과 동일한 효력 발휘 • 당사자는 중재결정에 대해 이의를 신청할 수 없고, 중재부가 중재결정을 내리면 언론사 등은 결정된 내용대로 정정보도문, 반론보도문, 추후보도문을 보도하거나 손해배상액을 지급
기타	• 그 밖의 신청요건(신청인 자격, 신청대상매체, 신청기간 등)은 조정절차와 동일

✓ 중재절차

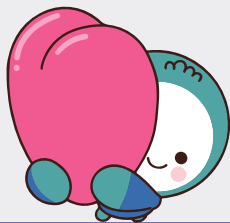


언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

7

기자회견·인터뷰,
철저하게 준비하기



7. 기자회견·인터뷰, 철저하게 준비하기

- 기자회견 준비 68
- 인터뷰 준비
- 백브리핑 준비



7. 기자회견·인터뷰, 철저하게 준비하기

**철저한 준비가 실수를 줄이고,
준비된 답변이 신뢰를 만든다.**



1 기자회견 준비

가. 기자회견이란

- ✓ 개념: 기관이 공식적으로 언론을 초청해 주요 사안을 발표하고 질의응답을 진행하는 행사
- ✓ 특징: 단순 보도자료 배포보다 주목도가 높고, 메시지 전달력이 강함
- ✓ 요건: 발표 내용·발언·자료가 일관되어야 하며, 사전 준비가 곧 회견의 성패를 좌우

나. 기자회견이 필요한 경우

- ✓ 새로운 정책·주요 사업의 공식 발표가 필요할 때
- ✓ 충분한 설명과 시민 이해가 필요한 민감 사안 발생 시
- ✓ 사회적 관심이 높아 직접 소통이 효과적이라 판단될 때

※ 구체적 시기는 반드시 대변인(언론팀)과 협의 후 확정



주의 기자회견은 신중하게!

- ✓ 기자회견은 수시로 활용하는 방식이 아님
- ✓ 뉴스 가치가 충분하고 시민 관심이 높은 사안에 한해 진행
- ✓ 중요도 낮은 사안을 기자회견으로 발표하면 언론 신뢰 저해

다. 기자회견 추진 절차

단계	시점	내용	주관
① 일정 수립	7일 전	• 일정 협의, 배석자 선정 및 참석 요청	사업부서· 교육감실·대변인
② 자료 작성·제출	4일 전	• 기자회견문·보도자료·Q&A 작성 및 제출 ※ 2개 이상 부서 참여 시, 주관 부서에서 수합·작성	사업부서 → 대변인
③ 자료 검토	3일 전	• 기자회견문·보도자료·Q&A 검토	사업부서· 교육감실·대변인
④ 최종본 확정·제출	2일 전	• 기자회견문·보도자료·Q&A 검토사항 반영, 최종본 제출 ※ 최종본은 기사화를 염두에 두고 완결성과 전달력을 갖추어 작성	사업부서 → 대변인
⑤ 사전 배포	1일 전	• 기자회견문·보도자료 사전 배포 및 엠바고 설정	대변인 → 기자단
⑥ 회견 진행	당일	• 진행: 대변인 • 세부: 실국장 • 기자회견문: 교육감 • 질의: 참석자	

라. 기자회견 자료 준비

✓ 기자회견문 및 보도자료

- 언론사 제공 자료
- 6하 원칙에 따라 명확·알기 쉽게 작성, 대변인(언론팀)과 협의

✓ 예상질문 및 답변(Q&A)

- 교육감 답변 자료
- 기존 보도 및 쟁점을 반영하여 작성
- 오해·왜곡 방지를 위해 담당자가 직접 충실하게 준비

✓ 사전 정리 사항

- 강조 메시지·언급 자체 이슈 등을 정리

! TIP 예상질문 준비 요령

- ✓ 호의적 질문: 정책의 추진 배경과 기대효과 중심으로 대비
- ✓ 비판적 질문: 예산 적정성, 형평성, 기존 정책과의 차이 등 쟁점에 대한 대응 논리 준비
- ✓ 돌발 질문: 최근 이슈와의 연계 가능성을 고려한 대응 방향을 사전 점검

마. 기자회견 진행 요령

기자회견 진행 순서		진행 요령
1	참석자 소개	배석자 참석 확인 및 자리 배치
2	기자회견문 발표	- 발표는 핵심 메시지 중심으로 간결하게 진행 - 세부 내용은 보도자료 등 참고자료로 충분히 제공 - 현장에서 추가 자료 요청이 있을 경우, 공개 가능 여부 확인 후 제공 - 비공개 사항은 사유를 명확히 설명(보안·규정·개인정보 등)
3	질의·응답	- 질문자와 시선을 맞추고 침착하게 응답 - 예상 질문(Q&A)을 바탕으로 일관된 메시지 유지 - 무관한 질문은 정중히 범위를 안내하며 제한 - 질문자에 대한 지적·교정 등 방어적 태도는 지양
4	기자회견 후 기사 모니터링	- 보도 이후 기사 모니터링을 필수적으로 실시 - 여론 동향을 파악하여 시민 반응을 분석하고 정책 개선에 활용 - 오보·왜곡 발생 시 사실관계를 신속히 확인하고 적극 대응

참고 기자회견 준비 체크리스트

구분	확 인 항 목	비 고
사전자료 준비	☐ 발표 내용 및 핵심 메시지 확정	사업부서
	☐ 배포용 자료 작성·제출(기자회견문, 보도자료, 참고자료) - 10분 내 발표, 30분 내외 질의응답 기준으로 분량 구성 - 최종본은 기사화를 염두에 두고 완결성과 전달력을 갖추어 작성	사업부서→대변인
	☐ 보도자료 사전 배포	대변인→기자단
	☐ 사전질문 수합 여부 결정(기자단과 협의)	기자단→대변인
	☐ 사전질문 및 예상질문 답변 자료 요청	대변인→사업부서
	☐ 사전질문 및 예상질문 답변 작성·제출	사업부서→대변인
회견진행 방식 점검	☐ 기자회견 성격에 따른 배석자 결정	대변인·사업부서 협의
	☐ 배석자에게 참석 통보(민방위복 착용 여부 포함)	대변인→해당 실·국 등
	☐ 기자회견 후 교육감 참석 오찬 여부 등 확인 - 교육감 참석 시 식당 사전 예약 및 배석자 결정 필요 - 교육감 참석 오찬 미시행 시 기자단 식사(간식) 제공 여부 결정 ※ 참석 예상 인원 판단 후 진행	대변인→교육감실
	☐ 교육감 참석 오찬 진행 시 배석자 참석 통보	대변인→해당 실·국 등

구분	확 인 항 목	비 고
회견 전 점검	☐ 현수막, 포디움 문구 확인 및 제작	사업부서
	☐ 스튜디오실 협의(유튜브 중계)	대변인 홍보팀 협조
	☐ 수어통역사 배정 요청	대변인 →서울특별시 수어통역센터
	☐ 기자회견 안내 메시지 발송 ☐ 사진 및 영상물 ※ 협회 통보 등	대변인→기자단
	☐ 청사 내 전광판(안내게시판) 일정 게시 요청 ☐ 당일 주차 혼잡 및 외부 기자 참석, 방송 추가 점검 요청 등	대변인 →방호실·주차실·방송실
현장사항 점검	☐ 자료(기자회견문, 보도자료, 사전질문 및 예상질문 답변 등) 출력 및 파일철 준비 ※ 배석자용 / 기자배포용	대변인
	☐ 명패, 펜 접시, 음용수 등 단상 세팅	대변인
	☐ PPT, 빔 프로젝터, 마이크 등 음향·영상 시설 점검	대변인
	☐ 회견장 내 다과 및 간식 세팅(필요시)	대변인
행사 후	☐ 기자회견(간담회) 주요 내용 정리 ☐ 언론 보도 모니터링 및 오보·왜곡보도 대응 ☐ 필요시 현장 사진 및 추가 보도자료 언론사 제공	대변인

2 인터뷰 준비

가. 인터뷰 종류

유형	특징	준비 포인트
서면 인터뷰	질문지를 받아 서면 답변	충분한 검토 시간 확보, 대변인(언론팀) 검토 필수
대면 인터뷰	기자와 직접 만나 진행	장소·시간 통제 가능, 답변 연습 필수
전화 인터뷰	전화로 진행, 짧고 간결하게	인터뷰 주제 관련 핵심 메시지 2~3가지 사전 준비
영상 인터뷰	카메라 앞 인터뷰(방송·유튜브)	복장·배경·표정 관리 중요

나. 인터뷰 준비 과정

구분	준비사항
① 인터뷰 기본 정보 확인	• 인터뷰 목적, 기자 소속·이름·연락처 확인 • 취재 내용과 보도 맥락 파악 • 잘 모르는 언론사 또는 중요 사안은 대변인(언론팀)과 협의
② 방송 프로그램 형식 확인 (방송 인터뷰 시)	• 프로그램 형식·인터뷰 스타일 확인 • 방송 시간대·방영 시간(길이) 확인 • 진행자·대담 상대방 여부 확인 • 생방송/녹화 구분, 생방송은 사안을 완전히 파악한 담당자가 출연
③ 질문지·대담 시나리오 확보	• 언론사에 요청하여 미리 받아 답변 준비 • 질문지·시나리오는 대변인(언론팀)에 공유
④ 예상질의 답변 준비	• 질문지 외 질문 준비, 기존 보도내용 참조해 예상질의·답변 작성·숙지 • 답변 준비가 충분하지 않을 경우, 취재진과 협의하여 인터뷰 일정 조정
⑤ 핵심 메시지 정리	• 전달하고 싶은 핵심 메시지를 2~3가지로 정리 • 기자의 질문이 어떻게 들어와도 핵심 메시지로 귀결되도록 답변 설계 ※ 메시지 브리징(Message Bridging) 기법: 기자의 질문에 간단히 답한 뒤, “그리고 가장 중요한 것은…”, “이와 관련해서 말씀드리고 싶은 것은…”와 같이 핵심 메시지로 연결
⑥ 촬영 장소 선정	• 사무실·브리핑룸 등 촬영 장소 배경 활용 • 인터뷰 장소 미리 확인하여 환경에 적응

TIP 답변 준비 시 유의사항

- ✓ 답변은 간결·명확하게
- ✓ 성과·실적은 수치화하여 답하고 근거 자료 별도 제시
- ✓ 답변은 해당 정책·사안을 가장 잘 아는 담당 부서가 작성

다. 인터뷰 진행 요령

✓ 정확한 사실만 말하기

- 어떠한 경우에도 사실만 말하고 거짓말하지 않음
- 잘 모르는 사안에 부분적 수긍 또는 애매한 답변 금지
- 다른 인물에 대한 부정적 표현은 가급적 피함
- 가정보다 질문에 추측성 답변 대신 준비된 자료를 바탕으로 관점을 분명히 밝힘

! 예시 공개할 수 없는 내용 또는 잘 모르는 사안 답변

- ☑ “죄송합니다. 그 사안은 개인정보가 포함된 자료이므로 공개할 수 없습니다.”
- ☑ “그 사안은 ○○과 소관 사항으로 제가 답변드리기 적절하지 않습니다.”
- ☑ “그 사안은 아직 파악하지 못하고 있습니다. 확인 후 답변드리겠습니다.”
- ☑ “그분에 대한 개인적인 생각을 단정 지어 말씀드리는 것은 적절하지 않은 것 같습니다.”

✓ 긍정적인 면 부각시키기

- 문제점 지적 시 회피하지 않고 우리의 관점·논리를 충분히 설명
- 부정적 지적에는 긍정적 측면 적극 설명
- 오해나 사실과 다른 내용은 즉시 바로잡고 근거 자료 제시

! 예시 긍정적 전환 표현

- ☑ “그 점에 대해서는 우리도 많은 고민을 하고 있고, 이러한 조치를 취하고 있으며, 이렇게 개선해 나갈 계획입니다.”
- ☑ “좋은 지적 감사합니다. 그런데 이런 긍정적인 측면도 있습니다.”
- ☑ “좋은 지적입니다. 검토하겠습니다.” / “그 부분은 사실이 아닙니다.”

✓ 영상 인터뷰 추가 체크사항

- 복장: 체크무늬·줄무늬는 카메라에서 번져 보임(단색 권장)
- 배경: 깔끔한 배경, 책상 정리, 기관 로고 배치 가능
- 시선: 카메라 렌즈를 바라보는 것이 원칙
- 표정: 과도한 끔덕임·웃음 자제, 자연스럽게 신뢰감 있게

! TIP 방송 출연 시 유의사항

- ✓ 첫마디가 전체를 좌우! 첫마디 풀어가는 방법 철저히 연습
- ✓ 핵심부터 말하고 8~10초 정도 요약하여 답변하는 연습
- ✓ 인터뷰 원고 미리 준비, 방송 중 원고 볼 때는 당당하게
- ✓ 중요한 부분 앞에서 공백을 두면 듣는 사람의 집중도가 높아짐

! 주의 인터뷰 진행 시 주의사항

- ✓ 인터뷰 내용은 모두 공적 발언으로 간주되며, “교육청 관계자에 따르면” 등 공식 입장으로 보도 될 수 있음
- ✓ ‘오프 더 레코드’ 요청도 보도 가치가 있다고 판단될 경우 지켜지지 않을 수 있음
- ✓ 특정 인물·계층·지역·종교·단체·정파에 대한 언급은 신중히 하고, 비난이나 농담성 발언은 금지
- ✓ 추측성 발언이나 확인되지 않은 내용은 언급하지 않기
- ✓ 길고 장황한 이론적 설명은 지양하고, 핵심 위주로 간결하게 답변
- ✓ 민감한 사안에 대해서는 감정적 대응이나 논쟁을 피하고, 예의를 유지하며 대응
- ✓ 답변 시에는 정확하고 침착하게, 평소보다 톤을 낮추고 여유 있게 전달
- ✓ 기사 모니터링: 인터뷰 이후 실제 보도 내용과 발언 취지가 일치하는지 확인 필요

! TIP 동의 없는 인터뷰·촬영 시 대응 요령

- ✓ 사전 동의 없이 촬영 또는 인터뷰가 진행될 경우, 정중히 중단을 요청하고 정식 취재 절차 안내
 - 취재 기자의 소속·신분 및 취재 목적을 확인한 후, 대변인(언론팀)을 통해 취재 협조를 요청하도록 안내
 - “먼저 촬영을 중단해 주시기 바랍니다. 여기는 업무 공간으로, 사전 협의 없이 촬영이 이루어질 경우 업무에 지장이 있습니다. 대변인실을 통해 취재 협조를 요청해 주시면 일정 협의 후 성실히 답변드리겠습니다.”
- ✓ 기관(부서)과 사전 협의 없는 인터뷰에는 응할 의무 없음
- ✓ 촬영이 이미 이루어진 경우에도, 원하지 않을 시 모자이크·음성 변조·자막 처리 등을 명시적으로 요청 가능
- ✓ 촬영 중단 요청에도 취재가 계속될 경우, 즉시 부서 책임자에게 보고하고 대변인(언론팀)과 협의하여 대응

라. 교육감 인터뷰 진행 시 유의사항

- ✓ 사업부서에서 예상 질문에 대한 답변을 사전에 준비하고, 핵심 메시지를 명확히 정리
- ✓ 인터뷰 발언이 일관된 정책 메시지로 전달될 수 있도록 사전 점검
- ✓ 인터뷰 종료 후 보도 기사에 대한 모니터링 실시
- ✓ 보도 내용 중 오보·왜곡 여부를 확인하고 필요시 신속히 대응

3 백브리핑 준비

가. 백브리핑(Background Briefing)이란

- ✓ 기사를 소규모로 초청해 비공개로 정책 배경·맥락을 설명하는 자리
- ✓ 공식 발표 전 기자의 이해를 돕는 목적
- ✓ 기사화를 전제로 하지 않는 경우도 있음

나. 백브리핑 준비

TIP 백브리핑 핵심 원칙

- ✓ 기사화 범위를 사전에 명확히 합의
 - 전체 공개 • 배경 설명만(기사화 금지) • 일부 인용 허용
 - 사전 합의 없이 진행할 경우 의도치 않은 보도로 이어질 수 있음

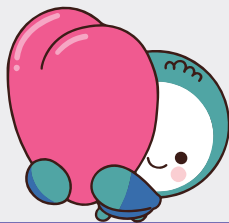
구분	준비사항
① 준비	• 날짜·장소 확정 및 공지: 대변인(언론팀)으로 5일 전까지 ※ 대변인(언론팀): 기자단 공지 • 자료 준비: 보도자료, 설명자료, 예상질문 및 답변(Q&A), 참고자료 등 ※ 대변인(언론팀)과 공유 및 협의(1일 전까지) • 기사화 범위 등 사전 합의 사항은 명확히 안내(문자·이메일 등)
② 진행	• 시작 전 기사화 범위 구두로 재확인 • 발표자는 배경·맥락 중심으로 설명(공식 발표와 별개 사안 주의) • 질의응답은 자유롭게 진행하되, 백브리핑의 핵심은 대화임에 유의 • 발언록·녹음은 합의 하에만 허용
③ 이후	• 기사 모니터링: 사전 합의 범위를 벗어난 보도 여부 확인 • 대변인(언론팀)에 브리핑 내용·기자 반응 공유

언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

8

디지털로 더 가까이
시민과 소통하기



8. 디지털로 더 가까이 시민과 소통하기

- 1 디지털 홍보의 기본 원칙 78
- 2 카드뉴스·영상 콘텐츠 기획 81
- 3 디지털 이슈 대응 방법 86
- 4 인공지능(AI) 허위정보 대응 방법



8. 디지털로 더 가까이 시민과 소통하기

시민의 손끝에서 시작되는 서울교육,
디지털로 더 가까이



1 디지털 홍보의 기본 원칙

가. 디지털 홍보가 중요한 이유

- ✓ 오늘날 시민·학부모·학생의 주요 정보 경로 ☞ 포털 검색·SNS
- ✓ 언론 보도가 이뤄져도 디지털에서 확산되지 않으면 파급력 제한
- ✓ 디지털 채널로 정보 확산 및 시민 신뢰 확보

나. 디지털 홍보의 방향

- ✓ 채널별 타겟 최적화
 - 학부모(카카오톡·네이버 블로그), 학생(인스타·유튜브), 시민(페이스북)
- ✓ 쌍방향 소통 활성화
 - 댓글·DM을 통해 의견 수렴 및 정책에 반영
- ✓ 시각 자료 중심 구성
 - 이미지·인포그래픽·숏폼 영상 전면 배치
- ✓ 신속한 정보 업데이트
 - 교육 현장 소식을 실시간으로 전달

다. 채널별 특징

채널	특징
네이버 블로그·포스트	포털 검색 기반 장문 콘텐츠, 정보 검색 의존도 높음
인스타그램	비주얼 중심, 해시태그 확산, 짧은 영상(Reels) 확산력
유튜브	영상 콘텐츠, 알고리즘 추천, 구독 기반 장기 홍보
페이스북	텍스트·이미지·영상 라이브 다양, 공유·댓글 기반 확산
카카오채널	알림·공지 최적화
X(트위터)	실시간 이슈 확산 속도 빠름
스레드(Threads)	텍스트 기반, 실시간 여론 주도

라. 채널별 특성에 맞는 활용

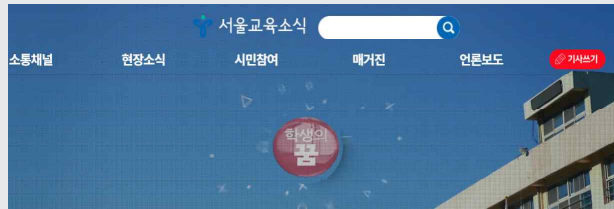
채널	권장 형식	톤	효과적인 게시 타이밍
블로그	500~1,000자 텍스트 및 이미지	상세·신뢰감	오전 8~10시
인스타그램	카드뉴스, 짧은 영상(Reels)	친근·감성적	오전 8~9시, 오후 12~1시, 저녁 7~9시
유튜브	2~5분 영상, 자막 필수	정보제공·스토리텔링	주말 오전 또는 평일 저녁
페이스북	이미지 1~3장 및 핵심 요약 3줄	공적·신뢰감	평일 오전 11시 ~ 오후 1시
카카오채널	짧은 공지 및 링크	간결·명확	평일 오전 8~9시
X(트위터)	140자 이내 단문	단호·신속·사실	이슈 발생 즉시 또는 실시간
스레드	친근한 일상형 텍스트, 질문형	부드러움·솔직·대화체	평일 저녁 9~11시

마. 댓글·DM 관리 원칙

- ✓ **민원성 댓글:** 공식 접수 채널(민원포털)로 안내
- ✓ **명백한 허위사실 댓글:** 공식 자료로 정정 답변
- ✓ **악성·혐오 댓글:** 즉시 신고 처리, 대변인(언론팀) 보고
- ✓ **개인정보 노출 댓글:** 삭제 요청

바. 서울교육 보도·홍보 이모저모

서울교육의 다양한 현장 이야기를 전하는 '서울교육소식'



소통채널
현장소식
시민참여
매거진(지금서울교육)
언론보도



서울교육소식

서울시교육청이 전하는 빠른 교육 뉴스 '서울교육뉴스'



오늘의 뉴스
오늘의 보도자료
오늘의 미담 사례
오늘의 영상 등



서울교육뉴스

다양한 서울교육 SNS



유튜브



인스타그램



블로그



페이스북



카카오톡채널

2 카드뉴스·영상 콘텐츠 기획

가. 카드뉴스 기획 요령

✓ 카드뉴스란?

- 정책, 행정 정보, 또는 이슈를 모바일과 소셜미디어(SNS) 환경에서 시민들이 빠르고 쉽게 소비할 수 있도록, 핵심적인 이미지와 간결한 텍스트를 결합하여 여러 장의 카드형식으로 압축해 전달하는 시각 홍보 콘텐츠

! 예시 고교학점제



! TIP 카드뉴스 제작 아이디어 찾기

✓ [내부에서 찾기] 가장 강력한 콘텐츠는 부서 내 독점적 정보

- 보도자료 및 정책 자료: 딱딱한 자료를 시민 눈높이에서 '왜'와 '어떻게' 중심으로 재가공
- 부서 데이터 및 통계: 데이터, 통계를 인포그래픽 형태의 카드뉴스로 제작
- 현장 직원들의 경험: 현장 이야기, 담당 공무원의 경험과 노하우 ☞ 시민 공감 콘텐츠
- 시민 민원 및 FAQ: 시민들이 자주 묻는 질문, 민원 사항은 시민들이 정말로 궁금해하는 것을 알려주므로 이를 바탕으로 콘텐츠 기획

✓ [외부에서 찾기] 시민들의 최신 관심사에 눈높이를 맞춘 외부 트렌드 읽기

- 뉴스 및 포털 트렌드: 포털 사이트 뉴스나 검색어 트렌드를 통해 현재 어떤 사회 이슈가 관심지 많은지 파악, 우리 부서의 정책과 연결할 지점 찾기
- 관련 기관 벤치마킹: 우리 부서와 유사한 업무를 하는 다른 지자체, 공공기관, 정부 부처의 소셜미디어 채널을 살펴보고 콘텐츠 형식이나 주제에 대한 힌트 얻기
- 생성형 AI 활용: 생성형 AI(SenGPT 등)에게 우리 부서의 역할과 최신 이슈를 알려주고 콘텐츠 아이디어를 요청하기

☑ 카드뉴스 활용 목적별 콘텐츠 제작 포인트

활용 목적	소재	제작 포인트
정책·사업 홍보	• 새로 시행되는 정책 · 사업 • 정책 결정 및 추진 과정 • 행사 홍보 및 현장 스케치 (설명회, 박람회, 공청회 등) • 정책 홍보 캠페인	• 정책의 절차나 내용보다 시민이 체감할 변화와 혜택을 중심으로 설명 • 시각적 전달력이 높은 형식을 적극 활용
신속 정보 전파 및 위기 대응	• 재난·안전·기상 관련 긴급 공지 • 서비스 중단 · 시스템 장애 안내 • 긴급 생활정보 • 허위 정보 대응 자료	• 재난·위기 상황 시 공식 발표 자료를 기준으로 신속·정확하게 정보 제공 • 눈에 띄는 색상(빨강·노랑 등)을 활용하고 문장은 간결하게 작성 • 사전에 기본 서식(템플릿)을 마련해 즉시 게시할 수 있도록 준비 • 허위 정보 대응 시에는 출처와 근거 자료를 명확히 제시하고, 사실 확인 형식의 시각 요소를 활용
시민 참여 확대 및 지속적 참여 유도	• 정책 관련 의견 수렴 • 설문조사, 댓글 이벤트, 퀴즈, 도전 행사(챌린지) • 시민 제안이 정책에 반영된 사례 • 재참여·방문을 유도하는 혜택 안내 (행사, 서비스 등)	• 일방적인 안내보다 질문과 참여를 유도하는 문구 활용 • 참여 결과를 다시 공유해 시민 의견이 실제 변화로 이어진다는 신뢰 형성 • 반복 사업·연간 사업은 참여자 입장에서 달라진 점을 강조

활용 목적	소재	제작 포인트
생활 정보 및 전문 정보 제공	[시민 대상] • 쉽게 풀어쓰는 정책: 각종 지원금 신청 방법, 공공시설 이용 안내, 행정 절차 안내 • 일상 안전·건강 상식: 생활 속 안전 수칙, 계절별 보건·위생 관리, 환경 보호 실천 방법 등 • 유용한 생활 정보: 분야별 상식(법률 등), 지역 사회 소식, 문화 행사 안내 등	[시민 대상] • 시민 눈높이: 전문 용어는 최대한 피하고, 시각적 형식을 활용해 쉽고 재미있게 전달 • 실용성 중심: ‘시민에게 어떤 도움이 되는가’라는 질문에 명확한 답을 줄 수 있도록 구성
	[전문가·업계 대상] • 정책·법규 해설: 새로 바뀌는 법규·제도 상세 해설, 업계 지침 안내 • 자료·통계: 특정 분야의 동향 자료, 연구 결과, 통계 자료 공유 • 전문 교육·연수: 업계 종사자 대상 전문 교육 과정, 학술회의, 세미나 안내 및 핵심 내용 요약 • 시사점·전문 의견: 전문가 칼럼·인터뷰, 업계 동향, 업무 노하우 등	[전문가·업계 대상] • 깊이와 통찰: 단순 사실 나열이 아니라 ‘왜’ 그런지, ‘어떻게’ 활용할 수 있는지에 대한 분석과 해석 포함 • 명확한 대상 설정: 제목이나 도입부에 「○○ 필독」, 「○○을 위한 핵심 정보」와 같이 대상을 명시하여 관련성 강조
부서 인식 및 유대감 개선	• 정책 추진 비하인드 및 에피소드 • 현장 스케치 • 직원 인터뷰	• 자연스러운 현장감이 담긴 이미지 활용 • 캐릭터, 유머, 브이로그 등 친근한 어조와 형식 사용

! 주의 카드뉴스 제작 시 유의사항

✓ 관련 법규 준수

- 저작권법·개인정보 보호법·공직선거법 등 반드시 준수
- 사진·글·글꼴·삽화 사용 시 저작권 허용 범위 확인, 필요시 원작자 동의 후 출처 명확히 기재

✓ 사업·정책과의 관련성 확보

- 단순 흥미 위주 제작 지양
- 부서 사업·정책과 직접 연계되는 내용(콘텐츠)으로 구성

✓ 상세 정보 안내

- 관련 정책·사업 누리집 또는 상세 안내 화면의 연결 주소(링크) 첨부

✓ 시민 눈높이에 맞춘 표현

- 책이 시민의 삶에 주는 의미를 쉽고 친근하고 재미있게 전달
- 예 신규 서비스 안내 시, 시민 생활이 어떻게 달라지는지 직접 느낄 수 있도록 설명

✓ 차별·혐오 표현 점검

- 명예훼손, 특정 집단 비하, 사회적 약자 희화화 표현 여부 확인
- 온라인 유행어 사용 시 유래가 혐오 표현인지 반드시 점검

✓ 디자인 일관성 유지

- 글꼴·색상·배치의 통일성 확보, 서울시교육청 고유 이미지 반영

✓ 모바일 환경 최적화

- 이미지 잘림·해상도 저하 여부 확인
- 모바일 화면에서 글자 가독성 점검

✓ 공개 전 최종 확인

- 사실관계: 인용 통계·날짜·기관명 정확성 재확인
- 표기: 오타·맞춤법·띄어쓰기 점검
- 표현 적절성: 비속어·전문 용어 과다 여부 확인

나. 영상 콘텐츠 기획 요령

유형	적정 길이	핵심 포인트
정책 소개 영상	2~3분	첫 5초에 핵심 메시지, 자막 필수
현장 르포 영상	3~5분	스토리텔링, 실제 현장·인터뷰 포함
숏폼(Reels·Shorts)	15~60초	강렬한 첫 장면, 자막·음악, 세로형(9:16)
라이브 방송	30분~1시간	사전 공지, 실시간 질의응답

TIP 영상 콘텐츠 핵심, 임팩트와 가독성

- ✓ 시청자의 80%가 첫 3초 안에 이탈
- ✓ (첫 3초의 법칙) 첫 3초 안에 “왜 이 영상을 봐야 하는지”를 명확히 제시
 예 “서울시 학생만 누리는 혜택 3가지”
 → 이득·궁금증을 자극하는 문구를 첫 장면에 배치하고 안 보면 손해라는 느낌을 줄수록 시청 지속률 상승
- ✓ (모바일 환경 최적화) 대다수의 시청자 휴대전화로 시청함을 고려하여 큰 자막과 세로형(9:16 비율) 형식 적극 활용
 → 영상 가운데에 단어별로 팝업되는 형태의 자막 추천
- ✓ (배경음악과 효과음) 영상의 분위기를 결정짓는 핵심 요소이므로, 저작권이 해결된 최신 흐름의 음원을 선별하여 리듬감 있게 편집
 → 리듬에 맞춰 장면 전환 효과를 넣으면 몰입도 극대화
- ✓ (명확한 행동 유도 문구) 영상 끝에 ‘더 알아보기’, ‘댓글 참여’, ‘구독’ 등 시청자가 다음에 해야 할 행동을 명확히 제시

3 디지털 이슈 대응 방법

가. 디지털 이슈란

- ✓ **개념:** SNS·인터넷 커뮤니티에서 교육청 관련 부정적 게시물·댓글이 급속히 확산되는 현상
- ✓ **특징:** 전통적 언론 오보보다 확산 속도가 빠르고 출처가 분산되어, 초기 대응 시점이 사안의 향방을 좌우
- ✓ **유형:** 단순 오해, 확산 이슈, 심각한 허위 정보 등 사안의 심각도에 따라 대응 수위 차등 필요

나. 디지털 이슈 대응 5단계

단계	대응 원칙	대응 방법
1단계	모니터링	- 이슈 조기 포착 - 주요 포털·SNS·커뮤니티 키워드 알림 설정
2단계	사실 확인	- 관련 부서 확인 - 사실과 의견·해석을 명확히 구분
3단계	대응 수위 결정 ※ 대변인(언론팀)과 협의	- 단순 오해 ⇨ 공식 채널에 정확한 정보 게시 - 확산 이슈 ⇨ 입장문 발표 및 언론 대응 병행 - 심각한 허위정보 ⇨ 즉각 정정 대응 및 법적 조치 검토
4단계	공식 채널 통해 대응	교육청 공식 SNS·누리집에 정확한 정보 게시
5단계	사후 점검	- 대응 이후 이슈 소강 여부 확인 2차 확산 여부 지속 점검

! 주의 디지털 이슈 대응 시 피해야 할 행동

- ✓ 개인 계정을 통한 댓글 대응 금지(공식 채널만 활용)
- ✓ 무대응으로 일관 금지(침묵은 '인정'으로 오해될 수 있음)
- ✓ 감정적 반박 지양(사실과 근거 중심으로 대응)
- ✓ 과도한 대응 지양(소규모 이슈에 과도하게 대응할 경우, 오히려 확산될 수 있음)

4 인공지능(AI) 허위정보 대응 방법

가. 인공지능(AI) 허위정보란

- ✓ **개념:** 인공지능 기술을 활용해 실제 인물·기관의 발언·이미지·문서를 위조하거나 조작한 정보
- ✓ **유형:** 딥페이크(가짜 합성) 영상, 인공지능이 생성한 허위 기사·이미지, 사칭 챗봇의 허위 답변 등
- ✓ **최근 동향:** 인공지능 기술 발전으로 위조 정확도가 높아지고 유포 사례가 빠르게 증가

나. 인공지능(AI) 허위정보 유형별 대응

유형	식별 방법	대응 방법
딥페이크 영상 (발언 조작)	• 입 모양·표정·움직임이 부자연스러움 • 음성과 입 모양 불일치 • 발언 내용이 공식 입장과 다름	• 즉시 대변인(언론팀) 공유 • 공식 입장 발표 • 플랫폼 신고 및 삭제 요청
인공지능(AI) 생성 허위 보도자료·문서	• 공식 양식·기관 표시 불일치 • 내부 결재 기록 없음 • 담당자·연락처 확인 불가	• 공식 채널을 통한 허위 사실 공지 • 경찰 수사 의뢰 검토
인공지능(AI) 챗봇 허위 답변	• 교육청 공식 누리집 내용과 불일치 • 출처가 불분명한 답변	• 운영사 정정·수정 요청 • 공식 채널을 통한 정확한 정보 안내

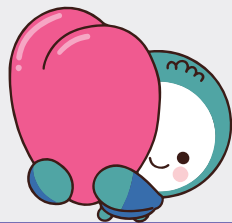
다. 인공지능(AI) 허위정보 예방 수칙

- ✓ **진위 확인 수단 마련**
 - 공식 발표 자료·보도자료에 교육청 인증 표식과 누리집 주소를 명시
 - SNS 공식 계정의 인증 표식 유지·관리
- ✓ **원본 보존**
 - 주요 발언은 영상과 공식 문서로 이중 기록·공개
 - 공식 행사·기자회견 영상은 교육청 공식 채널에 게시
- ✓ **역량 강화**
 - 직원 대상 인공지능 허위정보 식별 교육 정기 실시

언론아 반갑다
서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼



부록



9. 부록

1 위기 대응 단계별 체크리스트	90
2 우리말 바로 쓰기	
3 참고사항	94
4 서식 모음	95



9. 부록

**복잡한 매뉴얼보다 강력한
한 페이지의 체크리스트가 실수를 줄인다.**



1 위기 대응 단계별 체크리스트

단계	구분	점검 내용
1단계	초기 대응 (발생 후 1시간 이내)	☐ 이슈 내용 파악 및 사실 확인 ☐ 내부 보고 및 대변인(언론팀)에 공유 ☐ 관련 증거·자료 확보 및 보존 ☐ 외부 발언·SNS 게시 일시 중단 ☐ 공식 창구 외 개별 언론 대응 금지
2단계	대응 방향 결정 (1~3시간)	☐ 대변인(언론팀)·관련 부서 긴급 회의 ☐ 사실관계 최종 확인 ☐ 공식 입장문 초안 작성 ☐ 대응 수위 결정(해명/정정/사과 여부) ☐ 대응 창구 일원화 ☐ 기관 전체의 일관된 입장(One-Voice) 유지
3단계	공식 대응 (3~24시간)	☐ 공식 입장문 배포 ☐ 필요시 기자회견·브리핑 준비 ☐ SNS 공식 채널에 입장 게시 ☐ 추가 취재 문의에 일관된 메시지로 대응 ☐ 필요시 관련 부처·기관 공유
4단계	사후 관리 (24시간 이후)	☐ 보도 내용 모니터링 지속 ☐ 2차 이슈 발생 여부 확인 ☐ 재발 방지 대책 수립 ☐ 위기 대응 결과 보고서 작성 ☐ 관련 매뉴얼 업데이트

2 우리말 바로 쓰기

가. 자주 사용하는 유용한 표현

상황	유용한 표현
정책 목적 서술	~를 위해 / ~을 목적으로 / ~을 통해
수치 변화 표현	전년 대비 ○% 증가 / ○개에서 ○개로 확대
기대효과 서술	이를 통해 / 이번 사업으로 / 그 결과
인용구 연결	○○○은 “...”라고 밝혔다 / 강조했다 / 말했다
시간적 표현	○월부터 / ○월 이후 / 단계적으로
대상 표현	서울 전체 ○개교 / 초등학생 ○만 명 / 학부모 대상

나. 바람직하지 않은 표현

사례	이유	대체
추진될 예정입니다	수동·미래형, 불명확	○월부터 추진합니다
적극 노력하겠습니다	의미 없는 수사	구체적 계획 명시
전국 최초·유일	근거 없으면 문제	근거 있을 때만 사용
조속한 시일 내	시점 불명확	○월 ○일까지 / ○주 이내
관계 법령에 의거하여	관료적 표현	관련 법에 따라
본 사업은	공문체	이번 사업은
추후 공지 예정	시점 불명확	○월 ○일 공지 예정
~하오니 참고하시기 바랍니다	공문체	(보도자료에서 삭제)

다. 어려운 한자어·외국어 대신 쉬운 우리말

사례	대체	비고
기후플레이션	기후발 물가 상승	• 어려운 표현은 쉬운 우리말로 • 아래 누리집에서도 쉬운 우리말 검색 가능 - 국립국어원(www.korean.go.kr) → 개선 → 다듬은 말 - 쉬운 우리말을 쓰자(www.plainkorean.kr)
런케이션	배움 여행	
규제 프리 존	규제 청정 지역, 규제 자유 구역	
니즈	수요, 바람	

라. 외국 글자(로마자, 한자 등) 사용 지양

사례	바른 표현	비고
한국의 對美 수출 및 투자	한국의 대미 수출 및 투자	- 공문서는 한글로만 작성 - 외국 글자 사용 시, 한글로 먼저 적고 괄호 안에 외국 글자를 적음
9개 社와 업무협약 체결	9개 사/회사와 업무협약 체결	
UN이 지정·선포한 날	국제연합(UN)이 지정·선포한 날	
AI 전문가	인공지능(AI) 전문가	

마. 어문규범 준수

구분	사례	바른 표현	비고
두음법칙 오류	남여 / 년간 / 자부담율	남녀 / 연간 / 자부담률	국립국어원 (www.korean.go.kr) → 표준국어대사전
사이시옷 오류	하교길 / 수도물 / 최소값	하곶길 / 수돗물 / 최솟값	
가운뎃점 오류	국내·외 / 민·관	국내외 / 민관	
괄호 뒤 조사	시스템(ARS)와	시스템(ARS)과	괄호 앞 글자 기준

바. 외래어 표기

사례	바른 표현	비고
컨퍼런스	콘퍼런스	국립국어원(www.korean.go.kr) → 어문 규범 → 용례 찾기
서포터즈	서포터스	
메세지	메시지	
배지	배지	
어플리케이션	애플리케이션	
워크샵	워크숍	
파트너십	파트너십	

사. 우리 교육청 10대 중점 개선 용어

개선 용어	다듬은 말	비고
AI	인공지능	- 국립국어원(www.korean.go.kr) → 개선 → 다듬은 말
TF	특별팀, 전담팀, 전담 조직, 특별 전담조직	
멘토	지도자, 담당 지도자	
멘토링	후원, 상담, 지도	
리더십	지도력	
프로젝트	①계획, 기획 ②사업, 과제, 일감, 연구과제	
채널	경로, 통로	
그린	녹색, 친환경, 잔디밭	
데이터	자료, 정보 자료	
매뉴얼	설명서, 안내서, 지침, 지침서	

아. 어법에 맞는 문장 사용

구분	사례	바른 표현	비고
호응 오류	<u>설명회</u> 일정은 …에 각각 열린다.	<u>설명회</u> 는 …에 각각 열린다.	문장 성분 간 호응 관계에 유의
접속 오류	<u>수정 불량과 알이 여무는 비율이 줄어드는</u> 피해가 우려된다.	<u>수정이 불량한 사례가 늘어나고 알이 여무는 비율이 줄어드는</u> 피해가 우려된다.	접속 성분(단어, 구, 절) 간 문법적 형태 일치
생략 오류	<u>더불어</u> 연초에 계획되었던	<u>이와 더불어</u> 연초에 계획되었던	필수 지시어 및 문장 성분 생략 주의
	신청 방법은 <u>노리집</u> 확인	신청 방법은 <u>노리집에서</u> 확인	조사(“에서”) 생략에 따른 호응 오류 방지
조사 사용 오류	선배 <u>로써</u> 하는 말	선배 <u>로서</u> 하는 말	지위(차지하는 자리나 위치)를 나타낼 때
	말 <u>로써</u> 천 냥 빚을 갚는다	말 <u>로써</u> 천 냥 빚을 갚는다	수단·도구·재료·시간 기준(또는 방법)을 나타낼 때
어미 사용 오류	농촌지역 학생들을 <u>위해</u> 읍면 소재 중고등학교의 ‘통학 전용 택시(버스)’ 지원은 …	농촌지역 학생들을 <u>위한</u> 읍면 소재 중고등학교의 ‘통학 전용 택시(버스)’ 지원은 …	“지원”을 수식하는 데 적합한 관형사형 어미(“위한”) 사용
어휘 사용 오류	신청 희망자는 00일까지 신청서를 <u>접수</u> 하면 된다.	신청 희망자는 00일까지 신청서를 <u>제출</u> 하면 된다.	주체(“신청 희망자”)의 행위에 맞는 어휘(“제출”) 선택

3 참고사항

가. 유용한 누리집

기관·자료	내용	바로가기
서울시교육청	공식 정보·보도자료 게시	www.sen.go.kr
교육부 공식 채널	상급기관 정책 확인	www.moe.go.kr
언론중재위원회	오보 피해 구제 신청	www.pac.or.kr
한국언론진흥재단	언론 관련 교육·자료	www.kpf.or.kr
국립국어원	표준국어대사전, 우리말샘, 어문 규정 등	www.korean.go.kr
쉬운 우리말을 쓰자	어려운 외국어 낱말 대신 쉬운 우리말 찾기	www.plainkorean.kr

나. 서울교육 보도·홍보 일정

시기	주요 보도·홍보 시점	비고
1~2월	신학기 준비 정책 발표, 입학식 관련	학부모 관심 집중 시기
3월	신학기 시작, 늘봄학교 운영 현황	현장 르포 기획보도 적기
4~5월	학교 현장 활동, 체험학습 시즌	긍정적 현장 홍보 기회
6월	1학기 마무리, 방학 관련 정책	여름방학 프로그램 안내
7~8월	여름방학 교육 프로그램	학부모 정보 수요 높음
9월	2학기 시작, 연간 정책 점검	중간 성과 기획보도 적기
10~11월	교육 성과 발표 시즌	데이터 기반 성과 홍보
12월	연말 결산, 다음 해 계획 발표	연간 성과 정리·예고

다. 우리 교육청 출입 언론사 현황

구분	언론사 리스트 (가나다순)
종합지	경향신문, 국민일보, 내일신문, 뉴데일리, 동아일보, 문화일보, 서울신문, 세계일보, 아시아투데이, 중앙일보, 조선일보, 천지일보, 한겨레, 한국일보
경제지	뉴스토마토, 매일경제, 머니투데이, 메트로, 서울경제, 아시아경제, 아주경제, 이데일리, 이투데이, 파이낸셜뉴스, 한국경제, 헤럴드경제
영자지	코리아타임스, 코리아헤럴드
통신사	뉴스1, 뉴스핌, 뉴시스, 연합뉴스
방송사	딜라이트, 서울방송, 연합뉴스TV, 채널A, CBS, EBS, JTBC, KBS, MBC, MBN, SBS, Skbroadband, TV조선, YTN
교육전문지	교육희망, 에듀프레스, 한국교육신문

4 서식 모음⁰³⁾

서식 1 보도자료

	보 도 자 료												
제공일: 2026. 1. 5.(월)	보도일시: (온라인) 2026. 1. 6.(화) 12:00 (지 면) 2026. 1. 7.(수) 조(석)간												
‘학교운동부 청렴도 향상 대책’ 발표 학교운동부 관계자 청렴의식 제고를 통한 투명한 운동부 운영 학생선수 인권 및 공정성을 기초한 새로운 학교운동부 운영													
서울특별시교육청(교육감 ○○○)은 ~ (첫 문장은 교육정책 및 보도하려는 내용을 함축적으로 표현) ■ 서울특별시교육청(교육감 정근식)은 학교운동부를 운영하는 초·중·고등학교를 대상으로 『2026학년도 학교운동부 청렴도 향상 방안』을 추진한다. 이 사업은 ~(목적) ■ 이번 학교운동부 청렴도 제고 방안은 학교운동부 운영에 대한 요구 증대 및 최근 발생한 학생선수 인권침해 등의 문제점을 직시하여, △학교운동부 관계자(학교·학부모·학생) 청렴의식 제고를 통한 투명한 학교운동부 운영 △학생선수의 인권 및 공정성에 기초한 새로운 학교운동부 운영 △학교운동부의 교육적 관리 등을 통한 서울형 선진 학교운동부 운영 시스템 구축을 위해 추진된 것이다. (설명 또는 사례) ■ 구체적인 방안은 학교운동부 지도자(코치) 청렴워크숍을 추진하여 종목별·학교급별 분임토의, 종목·학교급 통합 대토론회 등을 통해 청렴도 향상을 위한 자정활동을 병행하는 한편, 찾아가는 학생선수 인권 교육을 통해 스포츠 인권교육, (성)폭력 예방교육 등을 실시하여 스포츠 인권 친화적 문화를 조성하는 것이다. 서울시교육청은 ~(기대효과 또는 추후 계획) ■ 서울시교육청은 이번 청렴도 향상 방안이 공정하고 투명한 운동부 운영을 통한 서울형 선진 학교운동부 구축에 기여할 것으로 기대한다. 아울러 앞으로도 청렴하고 인권친화적인 학교운동부 문화 조성을 위한 교육활동을 지속적으로 추진하여 새로운 학교운동부 문화가 정착되도록 노력할 것이다. 붙임 2026학년도 학교운동부 운영 청렴도 향상 방안 (붙임은 다음쪽에 바로 붙이세요) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr> <td rowspan="3" style="width: 15%; text-align: center; vertical-align: middle;">담당 부서</td> <td rowspan="3" style="width: 35%; text-align: center; vertical-align: middle;">○○○과 ○○○○팀</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">과 장</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">○○○</td> <td style="width: 30%; text-align: center;">6033-0000</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">사무관</td> <td style="text-align: center;">○○○</td> <td style="text-align: center;">6033-0000</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">전문관</td> <td style="text-align: center;">○○○</td> <td style="text-align: center;">6033-0000</td> </tr> </table> 이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 보도자료 위의 담당자 및 연락처로 문의하시기 바랍니다.   			담당 부서	○○○과 ○○○○팀	과 장	○○○	6033-0000	사무관	○○○	6033-0000	전문관	○○○	6033-0000
담당 부서	○○○과 ○○○○팀	과 장			○○○	6033-0000							
		사무관			○○○	6033-0000							
		전문관	○○○	6033-0000									
(위 담당 부서와 공공저작물 자유이용 허락 관련 표를 꼭 넣어주세요)													

03) 모든 서식은 [서울특별시교육청 홈페이지]-[대변인 부서업무방]에서 다운로드 가능(바로가기)

서식 2 설명·해명자료

미래를 여는 **형격교육**

설 명·해 명 자 료


서울특별시교육청
SEOUL METROPOLITAN OFFICE OF EDUCATION

제공일: 2026. 1. 5.(월)

 보도일시: (온라인) 2026. 1. 6.(화) 12:00
 (지 면) 2026. 1. 7.(수) 조(석)간

서울 초중고 급식 채소, 녹색 인증 세제로 씻는다.

(○○일보 4.15일자 보도에 대한 설명)

- 보건복지부 고시에 따른 녹색 인증 세제만 사용중
- 학교 세척·살균·소독제품의 적정 관련 신속 대응
 - 서울시교육청은 연 2회 학교급식 위생·안전 정기점검을 통해 보건복지부 고시기준을 준수하고 녹색 인증 세제를 용법·용량에 맞게 사용하고 있습니다.

■ 주요보도 내용

- 학교 급식실 세척제 현황*에 따르면 906개 제품이 영업비밀, 일부는 1급 발암 물질도 있어
- * 2025년 서울 초중고 세척제: 총 8780개(1294종)

■ 보도 내용에 대한 서울시교육청의 입장

※ 참고자료(있을 경우)

담당 부서	○○○과 ○○○○팀	과 장	○○○	6033-0000
		사무관	○○○	6033-0000
		전문관	○○○	6033-0000
이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 보도자료 위의 담당자 및 연락처로 문의하시기 바랍니다.				


공공누리 공공저작물 자유이용허락



서식 3 기획보도자료

사업명

사업팀명

☑ 제작 목적

-
-
-

☑ 구성 방식

기획	구성 내용
①	
②	
③	

서식 4 언론조정신청서

※ 신청 방법 안내 및 신청 서식 내려받기

⇒ [언론중재위원회(www.pac.or.kr)]-[언론피해구제절차]-[청구별 신청예문](바로가기)

언론 조정 신청서				
청구명	(☐ 정정보도 ☐ 반론보도 ☐ 추후보도 ☐ 손해배상)			청 구
신청인	성명 또는 단체명		대표자 성명	
	주소 또는 소재지		생년월일 ※ 단체인 경우 사업자등록번호 또는 단체고유번호	
	전화번호		E-mail	
피신청인	성명 또는 법인명		대표자 성명 ※ 법인인 경우	
	주소 ※ 법인인 경우 주된 사무소의 소재지		연락처	
조정 대상	매체명			
	보도일자			
	보도면 / 보도시간 ※ 포털사이트 및 언론사닷컴의 경우 인터넷 주소(URL)도 함께 기재 요망			
	보도가 있음을 안 날 ※ 추후보도청구인 경우 무죄판결 또는 무혐의처분 사실을 안 날			
조정신청 취지	※ 별 지 작 성 (서식: 99쪽) (정정보도청구 등의 경우 청구하는 보도문 / 손해배상청구의 경우 배상청구액)			
조정신청 이유	※ 별 지 작 성 (서식: 100쪽)			
「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」 제18조 제1항 및 제2항의 규정에 의하여 위와 같이 조정을 신청합니다.				
년 월 일 신 청 인 : (서명 또는 인)				
언론중재위원회 위원장 귀하				
구비 서류 : 조정대상 표현물의 사본 ※ 인쇄매체, 인터넷신문 및 뉴스통신의 경우 보도기사의 전문 인터넷뉴스서비스 및 인터넷 멀티미디어 방송의 경우 매개기사의 전문 영상매체(TV 등)의 경우 녹화물과 녹취록 라디오의 경우 녹음과 녹취록				수수료 없음

신청취지

1. 피신청인은 ○○일보 □□면에 아래의 정정보도문을 게재한다. 단, 정정보도문의 제목활자는 조정대상기사의 부제목 활자와 동일한 크기로, 본문활자는 조정대상기사의 본문활자크기와 같게 한다.
2. 피신청인은 ○○일보 인터넷 홈페이지 사회□□면과 조정대상기사의 하단에 아래의 정정보도문을 통상적인 방식으로 각 게재하고, 기사DB에 보관하여 검색되도록 한다.

<정정보도문>

가. 제목 : [정정보도] <홍길동씨, 병역기피 의혹> 관련

나. 본문 : 본 신문은 지난 *월 *일자 □□면에 <홍길동씨, 병역기피 의혹> 이라는 제목으로 장관 후보자인 홍길동씨가 정당한 사유 없이 고의로 병역을 기피했다고 보도하였습니다. 그러나 사실확인 결과 홍길동씨는 지병인 허리 디스크로 인해 병무청 신체검사 결과 공익근무 판정을 받은 것이며, 고의로 병역을 회피한 것이 아님이 밝혀져 이를 바로잡습니다.이 보도는 언론중재위원회의 조정에 따른 것입니다.

신청이유

1. 당사자의 지위

신청인은 보도에서 고의로 병역을 회피했다고 언급된 홍길동이며, 피신청인은 해당 내용을 보도한 언론사입니다.

2. 사실과 다른 보도내용

피신청인은 제가 정당한 사유 없이 고의로 병역을 회피하였다고 보도하였으나 이는 사실과 다릅니다.

저는 지병인 추간판 탈출증(이른바 허리디스크)으로 인해 병무청 신체검사결과 4급 판정을 받아 공익 근무요원으로 복무하게 된 것으로 병역을 회피할 의도는 전혀 없었습니다.

피신청인은 신청인이 고의로 병역을 회피하여 도덕적으로 문제가 되는 장관 후보로 매도하였으나 이는 명백히 오보로 명예훼손에 해당한다고 생각합니다.

3. 보도로 인한 피해사항

신청인은 피신청인의 잘못된 보도로 인하여 저의 명예가 심각하게 훼손되었으며 회복할 수 없는 피해를 입고 있어 정정보도를 구하는 조정을 신청합니다.

첨부 : 1. 해당 보도문(지면)

2. 해당 보도문(인터넷)

3. 입증 자료



언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼

언론아 반갑다

서울특별시교육청 언론 홍보 실무 매뉴얼



총괄·기획 김 구 | 대변인 직무대리

집필 김지연 | 주무관 이미애 | 장학사
류호찬 | 장학사 조혜주 | 주무관
황진우 | 주무관 이학현 | 주무관

검토 김은미 | 서울온라인학교 교감

자문 이용익 | 매일경제 기자
서진석 | EBS 기자
조수빈 | 뉴스1 기자

발행처 서울특별시교육청 대변인

발행월 2026년 6월

주소 서울특별시 용산구 두텁바위로 27(후암동 168)

T E L 02-6033-5240

F A X 02-6033-5279