



2016 미디어센터 사회적효과 지표개발연구



미디어센터 사회적 효과 지표개발 연구

- 수도권 4개 센터를 중심으로 -

기획_ 부천시민미디어센터

성남미디어센터

수원영상미디어센터

진행_ 전국미디어센터협의회

= 연구진

책임연구원

허 경 전국미디어센터협의회 사무국장

공동연구원

경희령 미디어교육 전문가

김희영 미디어교육 전문가

보조연구원

김수연 전국미디어센터협의회

손가희 전국미디어센터협의회

자문

이희량 미디어교육 전문가, 중앙대학교 신문방송학과 박사

목차

I

서론

1. 연구의 필요성
2. 연구 목적
3. 연구개요

II

이론적 고찰: 문화예술의 사회적 효과와 미디어센터

1. 선행연구 검토
2. 미디어센터 사업 분석
3. 미디어센터 사회적 효과의 구성요소

III

연구 방법

1. 연구 관점
2. 연구 방법
3. 지표의 구성

IV

연구 결과 : 미디어센터의 사회적 효과 지표

1. 건강/문화
2. 학습/역량
3. 미디어 역량/미디어 환경
4. 관계/소통
5. 지역 경제
6. 사회 참여
7. 소결

V

결론 : 연구 요약 및 제언

참고문헌

I 서론

= 1. 연구의 필요성

현대사회에서 미디어는 단순한 소통의 도구를 넘어 현대인의 일상 그 자체가 되고 있다. 신문과 라디오, 영화나 텔레비전과 같은 전통적 의미의 미디어는 물론이고 인터넷, 모바일, SNS, 드론과 VR 등의 뉴미디어 등의 확산은 생활과 교육, 문화와 사회, 경제와 노동에 이르기까지 인간 생활의 구석구석까지 그 영향을 확장시킨다. 이러한 미디어 환경의 변화에서는 개인이 자신의 삶을 둘러싼 크고 작은 미디어를 어떻게 인식하고 어떻게 향유하느냐의 문제가 중요해진다. 미디어에 대한 접근권의 문제가 개인의 의사소통의 권리와 함께 민주적 사회참여의 문제와 바로 연관되기 때문이다. 2002년 첫 설립 이후, 현재까지 전국적으로 30여 곳으로 확대 설립되고 있는 미디어센터는 이러한 미디어 환경의 변화에 맞춰 누구나 미디어로 소통할 수 있도록 다양한 교육과 활동을 지원해 왔다. 미디어센터는 미디어교육과 장비 대여 및 제작지원 프로그램 등을 통해 시민들이 직접 미디어 콘텐츠를 제작하도록 돕고, 퍼블릭액세스, 공동체 라디오, 인터넷 방송 등을 통해 이를 유통, 배급하는 구조를 구축해나감으로써 미디어를 통한 사회적 커뮤니케이션 과정에 시민들이 직접 참여할 수 있도록 지원하는 역할을 한다. 또한, 지역별, 계층별 미디어 향유권 불균형을 해소하기 위해 다양한 상영활동을 벌이고, 아카이브 구축을 통한 미디어 도서관 역할, 사회적 소수자, 세대별·지역별 커뮤니티 형성과 유지를 위한 미디어 놀이터 역할을 수행하며 지역 미디어문화 활성화에 이바지해왔다.¹⁾ 영상미디어센터를 통한 퍼블릭액세스의 구현은 시민 기본권의 하나인 커뮤니케이트 권리를 지키고 이를 활용할 수 있도록 하기 위한 것이며, 다른 한편으로는 현재의 매스미디어가 가지고 있는 폐해를 비판적으로 인식하고 이에 대처할 수 있도록 시민의식을 고취하기 위한 것이다. 이는 기본적으로 시민의 커뮤니케이션 권리 확보를 위한 것으로서 시민의 자발적인 참여에 그 근거를 두고 있다.²⁾

.....
1) 영화진흥위원회 서울영상미디어센터(2013), 지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구

미디어센터는 미디어 제작 기술의 전파를 통한 개인의 커뮤니케이션 역량 신장에 머무르지 않고, 개인-공동체-지역사회의 관계망을 형성하면서 크고 작은 변화를 추동하는 동력으로 작동해 왔다. 그러나 이러한 미디어센터의 역할과 전국적 확대 설립에도 불구하고, 미디어센터가 처한 환경은 여전히 불안정 하다. 미디어센터의 설립은 영화진흥위원회, 문화체육관광부, 방송통신위원회, 지자체 등 다양한 주체들에 의해 진행되었다. 그러다보니 설립주체에 따라 설립 근거 및 운영 구조, 재정상황 등이 각기 다른 조건을 가지게 되었으며, 대부분의 경우 인적, 물적 자원의 부족으로 불안정한 구조를 가진다. 특히, 대부분의 미디어센터가 안고 있는 인력과 재정 부족 문제는 공적 기금의 의존성을 높이고 이에 따른 성과 도출에 대한 압력을 가중한다. 또한 공동체방송의 부재와 시청자참여프로그램에 대한 관심과 지원 부재상황이 지속되면서 그동안의 미디어센터와 관련된 논의는 주로 미디어센터의 가시적 성과를 측정하거나 미디어센터의 제도적·구조적 개선에 초점을 맞춰왔다. 이러한 논의 구조는 미디어센터의 다양한 사업들이 갖는 목표, 예컨대 시민들의 커뮤니케이션 권리 확대, 미디어교육의 보편화, 미디어 민주주의 실현, 미디어를 매개로 하는 커뮤니티의 형성과 지역 사회의 변화와 같은 목표에 따른 실질적인 효과나 사회문화적 의미 분석 작업이 활발히 진행되지 못하게 했다.

본 연구에서는, 미디어센터와 관계하고 있는 다양한 구성원들의 실질적인 경험을 바탕으로 미디어센터가 지역사회에서 수행하고 있는 다양한 기능과 역할을 재확인함과 동시에 미디어센터와 센터와 관계된 활동이 개인과 지역사회에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 파악해 보고자 한다. 따라서 본 연구에서는 미디어센터의 사업 및 사업에 참여하고 있는 다양한 주체들의 미디어센터의 사회적 효과 측정에 앞서 미디어센터와 관여하는 사회적 효과의 범위와 내용이 무엇인지 확인해보고 이것을 지표화하는 것을 목적으로 한다.

본 연구에서 제시하는 지표는 향후 미디어센터 활동 현장에서 지속적으로 검토와 검증 과정을 거쳐야 할 것이며, 이를 통해 미디어센터의 기능과 역할, 의미와 필요성 등이 다각적으로 정리되고 재의미화 될 수 있기를 기대한다. 더불어 미디어센터의 사회적 효과 측정을 위한 지표개발은 지난 10여 년간의 미디어센터 활동 속에서 미디어센터의 사회적 효과를 살펴보고 미디어센터의 향후 10년을 전망해 보는 근거로써 작동할 수 있을 것이다.

.....
 2) 최영목(2005), 『시민미디어론』, 아르케

2. 연구 목적

1) 미디어센터의 기능적 역할을 넘어선 사회적 의미와 가치에 대한 고찰

본 연구에서는 선언적으로 명시되어 있는 미디어센터의 다양한 사회적 효과 요인을 분석함으로써 개인적 삶의 환경, 미디어 접근과 참여, 개인 및 공동체의 관계와 소통, 지역사회와의 관계와 참여 등과 관련한 미디어센터의 사회적 의미와 가치에 대한 고찰하고자 함.

2) 미디어센터 사회적 효과 분석틀로서의 지표 도출

상대적으로 활발하게 진행되고 있는 문화예술 분야의 사회적 효과 연구를 바탕으로 미디어센터의 다양한 사업 목표와 내용 분석과 미디어센터의 다양한 관계자들의 경험을 토대로 한 질적 연구를 통해 미디어센터의 사회적 효과 분석에 유용한 분석틀로서의 지표를 도출하고자 함.

3. 연구개요

1) 연구 기간 : 2016년 10월 ~ 2017년 1월

2) 연구 범위

구분	내용
문헌검토	미디어센터 및 사회적 효과 관련 문헌 자료 검토 미디어센터 현황 및 사업 자료 검토
질적 연구	수도권 소재 미디어센터 4곳의 실무자, 교사, 이용자 등 - 고양영상미디어센터 - 부천시민미디어센터 - 성남미디어센터 - 수원영상미디어센터

[표1] 연구 범위

3) 연구 내용

- ① 미디어센터의 사업적 효과에 관한 이론적 검토
 - 미디어센터 사업 운영 관련 연구 자료 분석
 - 경기지역미디어센터 4개소 사업운영 현황 자료 분석
 - 미디어센터 관련 사업의 사회적 효과, 구성 요인 등 분석
- ② 문화예술의 사회적 효과 개념 및 구성요인 검토 (선행연구 분석)
- ③ 미디어센터 사회적 효과 구성 요인의 검토
 - 미디어센터 실무자 인터뷰
 - 미디어센터 활동 교사 FGI
 - 미디어센터 이용자 심층 인터뷰
- ④ 미디어센터 사회적 효과 분석을 위한 지표 도출

4) 연구의 흐름

10월~ 11월	문헌검토	- 미디어센터 현황 및 사업 분석 - 미디어센터 관련 선행 연구 검토 - 문화예술 관련 사회적 효과 개념, 구성요인, 측정방법 검토
	↓	
	연구 설계	- 유효 개념(키워드) 도출 - 연구 방향 및 지표의 범주 구성 - 연구방법 및 연구대상 확정
	↓	
	지표설정	- 지표(안) 확정 - 설문 문항 구성, 인터뷰 질문지 도출
	↓	
	실무자 인터뷰 및 교사 FGI	- 지표구성에 대한 피드백 : 미디어센터 실무자 인터뷰 : 미디어센터 교사 FGI
	↓	
12월	조사 실시 (INT)	- 심층인터뷰 : 미디어센터 이용자 - 인터뷰 문헌화
	↓	
1월	결과도출	- 미디어센터 사회적 효과 분석을 위한 지표 검증 - 미디어센터 영향요인 분석
1월	발전방안	- 향후 연구방향 도출 - 미디어센터 정책제언

[표2] 세부 연구 진행 과정

Ⅱ 이론적 고찰: 문화예술의 사회적 효과와 미디어센터

= 1. 선행연구 검토

1) 문화예술의 사회적 효과

예술의 사회적 영향과 관련한 연구는 경제적 파급효과와 달리 예술의 사회적 가치를 검증하기 위한 연구방법론으로서, 예술체험에 따른 개인의 인식 변화에서부터 실질적인 사회 변화를 촉매 하는데 기여하는 바를 객관적 사실이나 지표로 드러내는 것을 목표로 한다. 예술의 사회적 영향 연구는 1993년을 시작으로 영국, 호주, 미국을 중심으로 전개되었으며, 예술의 사회적 영향에 대한 정의와 성격을 정교하게 만들어가는 일과 질적 연구이지만 가능한 영향을 측정하기 위한 방법론 개발, 그리고 예술의 사회적 영향에 대한 지배적 시각의 문제 등 두 가지 정도의 흐름으로 살펴볼 수 있다.³⁾

초기 연구는 문화정책 측면에서 엘리트 예술의 보급을 중심으로 하던 기존 ‘문화의 민주화’에 따른 입장을 넘어, 문화의 다양성을 존중하고 사회계층의 다양한 문화적 분출과 표현에 주목하면서 궁극적으로는 지역주민의 참여를 통해 지역사회의 이슈와 문제를 직접 해결해가는 과정으로서 예술 활동을 거론하게 되었다. 또한 예술의 다양한 사회적 효과가 구현되는 과정에서 그것이 갖는 의미를 단순히 경제적 파급효과로만 보지 않고 공동체 의식과 지역적 자부심, 사회적 관계를 드러내는 지점을 중시하도록 만들었다. 그러나 많은 연구자는 영국의 보수적 분위기 속에서 예술의 경제적 가치를 부각하는 데 실제로 경제적 파급효과는 예술로 인한 대중의 건강과 교육적 효과, 사회적 결속력을 강화하는 것을 등한시할 수 있다고 보았으며, 오히려 경제적 효과는 사회적 효과에 의해 파생된다고 주장함으로써 예술의 사회적 영향

.....
3) 박신의(2013). ‘예술의 사회적 영향’ 연구 분석과 정책적 함의. 2013문화정책논총, 제27집 1호

연구의 중요성을 강조하기도 하였다.⁴⁾

예술의 사회적 영향에 있어 개념적 작업의 최초 성과로 평가되는 코미디아의 작업은 이러한 자본 주도의 개발형 도시정책에 대한 비판적 성찰을 토대로 지역 주민의 인식 변화와 이에 따른 참여, 주체적 개입 등을 중시하는 것과 연관된다. Landry와 그의 동료들(1996)의 문화 활동 연구에서는 15개의 사례를 통하여 문화예술은 개인과 지역사회 발전, 지역사회 주민들의 창의적 능력 개발, 개인과 사회의 다양한 그룹들 간 대화 증진, 가능성에 토대를 둔 미래의 상상력 등과 같은 사회적 효과가 있는 것으로 나타났으며, Matarasso(1997)는 예술이 사회적 정책목표에 기여할 수 있음을 강조하면서 정부의 적극적인 문화예술 사업의 참여가 사회적 효과성을 증가시킬 수 있음을 제시하였다. 그는 실제로 지역에서 진행된 예술프로그램을 분석하면서 예술에의 참여가 개인적 발전과 함께 사회통합에 기여하고 있음을 밝히면서 예술에의 참여로 할 수 있는 50가지의 개인적, 사회적 기여를 제시하기도 한다. 이러한 문화예술의 사회적 효과는 영국을 비롯해 미국, 호주, 일본 등으로 확장되었고, 이들 국가에서는 기존의 문화예술에 대한 경제적 효과 중심의 풍토에 대한 한계로 인해 문화예술의 사회적 가치가 서서히 드러나게 되었으며 결국 지역사회를 포함한 사회통합의 관점으로 문화예술을 보기 시작하였다.⁵⁾

영국의 문화예술 연구·기획단체인 코미디아Comedia(1993)는 예술의 사회적 효과를 ‘다양한 예술체험을 거쳐 개인의 삶에 대해 지속적인 영향을 미치는 것, 혹은 행동양식이나 가치관에 대한 변화에 계기를 제공하는 것’으로 궁극적으로 경제적 파급 효과와는 다른 목표와 구조를 갖는 것으로 해석한다. Joshua Guetzkow(2002)는 예술의 효과를 분석하면서 예술의 참여 방식과 관계 방식에 따른 개인과 사회의 사회적 효과를 분류하였는데, 이에 따르면 개인적 차원에서는 신체적 효과, 인지적 효과, 대인관계 효과 등이, 사회적 차원에서는 경제적 효과, 문화적 효과, 사회적 효과 등이 포함된다. The European Task Force on Culture and Development(1997)는 예술과 문화의 사회적 공헌을 정의하였는데 개인에게 해당되는 직접적인 영향과 개인을 포함한 사회에 해당되는 간접적인 영향으로 구분하여 정의하였으며 그 내용은 다음과 같다.

.....
4) 박신의(2013), 같은 글

5) 임영식 외(2013). 2013 토요일문화학교 사회적 효과 연구, 중앙대학교 산학협력단, 한국문화예술교육진흥원

구분	정의
직접적인 사회적 영향	<ul style="list-style-type: none"> • 문화와 예술은 ‘사회적으로 가치 있는’ 여가활동을 제공하며, 인간의 사고를 ‘고양’시키며, 그들의 심리적, 사회적 웰빙에 긍정적으로 기여하며, 감수성을 발달시킴
간접적인 사회적 영향	<ul style="list-style-type: none"> • 예술은 공공적 편의시설에 대한 쾌적함의 요구를 자극하거나 만족하게 하여 사회적 환경을 풍요롭게 하는 것임 · 사회적인 ‘문명화’의 효과와 사회적인 조직(예: 아마추어 예술) 등의 지원을 활성화함 • 다양한 실험을 통한 창의적인 자극을 가능하게 하고, 사고의 혁신을 가져옴 · 예술 활동과 문화적인 산물 등은 지역사회의 집합적인 기억을 돕고, 다음 세대를 위한 창의적이고, 지적인 사고를 위한 저장소로서의 역할을 함 · 예술과 문화기관의 삶의 질을 향상시키고, 특히 도시지역에서의 개인의 안전을 강화하며, 거리의 범죄와 무질서를 감소시키는 역할을 함

[표3] 문화예술의 사회적 효과 정의

(출처:임영식 외(2013), 2013 토요일문화학교 사회적효과 연구, 중앙대학교 산학협력단, 한국문화예술교육진흥원, 30p)

우리나라에서는 문화예술의 사회적 영향에 대한 관심이 증가하고 있는데 비해 그 사회적 효과에 대한 연구가 활성화되고 있지는 못하며, 이에 따라 개념 역시 합의되지 않고 있는 상황이다.⁶⁾ 그럼에도 불구하고 최근 몇몇 연구에서 사회자본, 지역재생, 사회통합 등 문화예술의 사회적 가치, 사회적·경제적 효과 등에 대해 논의를 진행하고 있으며, 연구의 대상과 범위도 점차 확대되고 있다.

양현미, 심광현(2007)은 문화의 개념과 가치, 효과를 분석하면서 문화의 효과를 문화적 효과, 경제적 효과, 사회적 효과로 분류하여 제시한다. 이들은 문화가 건강에 미치는 효과, 문화가 교육(인적자본)에 미치는 효과, 문화가 사회통합(사회적 자본 및 사회응집력)에 미치는 효과, 문화가 범죄예방에 미치는 효과, 문화가 환경에 미치는 효과 등을 문화의 사회적 효과의 세부 효과들로 제시하고 있다. 박성우, 장우권(2009)은 사회자본과 공공도서관의 사회적 영향력에 대한 이론적 검토를 진행하였다. 이들은 Grootaert and Bastelaert (2001)의 논의를 토대로 공공도서관의 사회자본 형태와 범위를 네 가지로 분석하는데, 그것은 첫째, 거시적-구조적 측면으로 공공도서관의 법률 및 정책, 둘째 거시적-인지적 측면으로 문화 및 거버넌스로 지역민의 문화적 향유와 활동을 독려하고 시민적 참여 활성화로 민주주의 기반을 형성함과 동시에 지역사회의 구성원으로서 정체성을 갖는 영역, 셋째, 미시적-구조적 영역으로

.....
6) 임영식 외(2013), 같은 글

지역 공동체의 활성화와 사회적 통합을 이루는 관계망의 형성 영역, 넷째 미시적-인지적 영역으로 개인 개발 영역으로 지역민이 사회변화에 적응하고 창의력을 개발함으로써 개인과 지역사회의 경제적 사회적 혜택을 받을 수 있도록 한다고 주장한다. 임영식(2013)은 국내외 문헌 검토를 토대로 문화예술의 사회적 효과를 ‘다양한 문화예술 경험이 개인의 삶에 지속적으로 영향을 미쳐 사회 변화를 이끌어내는 것’으로, 토요일문화학교의 사회적 효과는 ‘토요일의 여가시간을 활용한 다양한 문화예술교육 경험이 개인의 삶에 지속적으로 영향을 미쳐 사회 변화를 이끌어내는 것’으로 정의한다. 사회적 효과는 개인적 차원과 사회적 차원이 서로 연결되어 불가분의 관계를 가지게 되는데, 문화와 예술을 통한 다양한 경험은 타인에 대한 이해, 그리고 다른 집단과 계층에 대한 이해를 가능하게 하며, 사회적 소통의 기반을 제공하게 된다는 점에서 중요한 효과를 발휘하게 될 것이라고 밝히고 있다. 또한 사회적 효과의 구성요인은 개인적인 측면과 사회적인 측면으로 크게 구분되어 있으며, 각각의 요인들은 개념을 어떻게 정의하는지와 다양한 상황에 따라 다소 차이가 발생할 수는 있으나 사회적 효과에 대한 개념은 개인의 변화와 사회의 변화가 연결되는 것이라면서 이를 바탕으로 토요일문화학교 사회적 효과를 개인적 효과, 가족/친구 효과, 지역사회 효과로 크게 구분하여 제시한다.

이러한 연구들은 사회적 효과를 개인의 자존감, 건강에서부터 신뢰, 소통, 공동체성, 지역 사회소속감 등에 이르기까지 매우 다양한 요인으로 측정하고 있는데, 이러한 사회적 효과를 구성하는 요인들은 다음과 같이 살펴 볼 수 있다.

연구자	구성요인
김경욱 (2006)	<p><정신적인 측면> 지역 환경의 개선을 통한 정주성 증대(지역민으로서의 자부심 향상), 정주성 향상을 통한 지속가능한 도시개발에 기여, 지역적 특성과 정체성 형성을 통한 도시 전체 이미지 형성, 지역민의 긍정적인 삶과 생활태도 형성에 노력</p> <p><사회·정치적 측면> 행동의 바람직한, 쾌적한 삶의 환경 제공, 인구유입 및 교육향상, 건강향상, 범 죄 감소, 반사회방향 유도적 행동 감소, 지속적인 가치에 대한 커뮤니티 네트워크 형성, 사회적, 지역적 관심에 대한 지역</p>

	민의 인식증가, 인간적 권리나 사회정의에 대한 행동 강화, 레저와 여가선택의 다양화, 다른 문화와 생활방식에 대한 이해 증가, 개인과 그룹의 사회적 유대감 강화, 지역정체성의 개발, 지역예술프로젝트의 가치에 대한 이해확산
김소영 외 (2012)	주5일 여가문화조성, 인성 및 감성발달, 공동체 의식함양 및 소통, 문화예술 향유 기회 확대
나도삼 외 (2006)	공동체 유대 및 강화(주민 간 관계개선), 지역에 대한 긍지, 삶의 질 개선, 지역 이미지 개선, 지역이미지 형성, 지역사회에 대한 참여, 주민 간 관계개선, 소속감 부여, 문화접근성 증대, 사회적 발달(개발, 사회화), 지역 정체성 강화, 지역활성화, 지역재생, 장소의 질, 주민참여, 범죄율 하락(지역환경개선), 예술감상기회(접근성 강화, 예술향수권, 관심), 개인창의성
백령 (2012)	<개인적 차원의 효과(자존감 형성)> 자존감(자아개념, 자기규제, 성취감, 음악가로서의 자존감), 사회성(타인과의 상호작용, 존중과 협업, 책임감과 협업) <사회적 차원에서의 효과(음악을 통한 사회변화)> - 청소년의 자기지역에 대한 자부심 획득, 음악을 통한 지역 환경 및 이미지 개선
양현미, 심광현 (2007)	<건강(Art Council, 2004)> 환자의 스트레스·우울·긴장감소, 정신건강향상, 의료진양성, 환자와 의료진의 관계향상, 병원만족도 제고, 일반시민의 건강향상 <교육(Art Council, 2004)> 자부심과 자신감향상, 커뮤니케이션과 사회적 기술 향상, 창의성 향상, 공간적 인식능력 향상(모차르트 효과), 성적 향상, 학습동기를 촉진하는 학교문화형성, 학교에 대한 소속감 향상 <사회통합(Joshua Guetzkow, 2002)> 사회적 자본, 타인과의 협동, 소통능력향상, 타인에 대한 포용력 증가, 개인의 사회적 네트워크 형성, 사회응집력 강화 <범죄예방(Art Council, 2004)> 재범률감소, 청소년범죄예방, 문맹률 감소 <환경> 환경에 대한 인식제고, 낙후지역 환경개선
양혜원, 이성태 (2012)	행복, 여가만족도, 삶의 만족도, 자존감, 우울감, 신체건강(주관적 인식), 자살충동, 대인적 의사소통 능력개선, 신뢰·사회적 자본, 창의성, 문화예술에 대한 관심, 문화예술에 대한 감수성
정문성 외 (2012)	<학교의 문화예술 환경개선> 물적, 인적 자원 확충, 기관 내 사회자본 형성, 학교의 대외적 네트워크 형성 <학교 구성원의 문화예술적 역량증진> 문화예술 향유, 교육, 창작 <학교의 전반적 교육력 향상> 학교 연간 운영 계획의 변화, 학교 교육과정의 변화, 학교 운영 목표 중점 사업의 변화, 교내 문제해결 효과, 교사의 전문성 향상 <대외적 효과증진> 학교에 대한 대외 이미지 개선, 학교에 대한 상위 교육행정 기관의 관심과 지원

	<p><지역사회의 문화예술 인프라 활용> 지역기반 시설활용, 지역문화의 역사성과 전통을 반영한 문화예술 작품 창조, 지역사회 내 전시장, 공연장, 박물관, 도서관 활용</p> <p><지역의 문화예술 환경 개선> 물적, 인적자본 확충, 지역사회 내 사회자본 형성, 대외적 네트워크 형성</p> <p><지역 주민의 문화예술적 역량증진> 문화예술 향유, 교육, 창작</p> <p><지역 환경의 개선> 물리적 환경 개선, 사회자본 향상, 지역사회 문제 해결, 대외적 효과</p> <p><지역사회 내 문화유산> 설화, 유적지, 사찰, 위인 등활용</p>
Bacon & Korza (2010)	<p><개인적/ 사회적 영역 (중요도)> 지역사회, 사회적 자본형성, 정책 또는 체제개선, 시민참여, 리더십개발, 시민사회, 사회적 이슈에 대한 교육, 이슈에 대한 인식 개선, 문제해결능력, 갈등해결 능력 향상, 지역사회 발전(이웃), 대화와 토의, 청소년발달, 청소년 조직, 지역사회 조직, 주창활동, 지역사회의 자부심, 정체성, 지역사회 평가, 계획, 비전수립, 기금 모금</p>
Creative City Network of Canada (2005)	<p><공동체의 정체성과 금지> 사회적 결속력 강화, 공동체 브랜드 개발 및 타 공동체와의 차별화, 공동체에 대한 소속감과 금지육성, 과거와의 대화를 통한 공동체 기억보존</p> <p><공동체의 긍정적인 변화> 공적 대화 강화, 창의성에 바탕을 둔 공동체 육성, 건강한 공동체 행위 개발, 공동체의 동기화 및 활동을 위한 강력한 동기부여, 공동체의 능력과 리더십 조력</p> <p><삶의 질과 장소의 질> 삶의 질을 강화시키는 공동체의 형성과 문화적 결속 강화, 문화, 예술에 바탕을 둔 건강한 라이프스타일과 외부활동 견인, 평생학습을 통한 삶의 질 개선, 저소득 계층과 취약계층에 대한 예술소비 기회제공, 시민유대와 접근성 강화, 다양성을 포용하는 다양한 페스티벌과 다문화 간 교류, 문화적 차이와 다양성에 대한 긍정적 인식 제고</p> <p><개인적 청소년의 사회적 개발> 청소년을 포용하는 효과적인 복지수단 제공, 일반적 학문영역의 학습역량제고, 청소년의 회복력과 자기존중감 형성, 청소년들의 건강과 청소년을 위한 공동체창출, 성인으로서 성공적 전환에 대한 기여 및 직업능력 개발, 청소년들의 리더십 개발 및 공동체 내에서의 긍정적 변화</p>
Health Development Agency (2000)	<p><건강과 웰빙> 취약한 개인, 단체 지원, 건강(보건)교육, 즐거움, 삶의 질</p> <p><사회통합> 이웃 안전 증진, 범죄자의 재활(사회복귀), 세대 간의 접촉, 우정의 증대, 다문화의 접촉 증대</p> <p><지역사회 역량강화/ 자기결정> 조직능력, 역량구축, 양도할 수 있는 조직능력, 삶의 제어(통제), 재생(갱생): 주민과 공공기관 간의 협력, 지역민주주의, 개인의 권리에 대한 인식 증대, 미래에 대한 참여</p> <p><지역사회 이미지/ 정체성> 지역정체성, 소속감 개발, 긍정적 자존감, 소외 그룹의 이미지, 지역사회 환경 개발활동에의 참여, 공공기관과 지자체에 대한 인식변화, 거주지에 대한 긍정적 인식, 지역사회의 프로젝트를 도움</p>
Jermyn	<p><개인적 효과, 인적 자본> 건강증진, 자기 확신에 대한 증진, 자존감, 기</p>

(2001)	<p>빔, 예술 통합, 기술획득, 미래에 대한 조망</p> <p><협력, 그룹의 효과> 사회적 접촉의 증진, 타인에 대한 이해와 관용의 증진, 그룹의 정체성과 자부심의 고양, 팀워크, 사회적 상호작용 기술의 향상</p> <p><시민, 지역사회 효과> 범죄의 개선 및 감소, 고용수준 증가, 지역사회의 참여, 지역사회의 정체성과 자부심의 변화, 적극적인 지역사회와 지역의 민주주의 확대</p>
Katherine et al.(2010)	<p>사회적 네트워크 및 친목성, 신뢰와 상호 호혜적인 관계, 소속감, 이웃에 대한 인식, 공식적인 방과 후 활동의 참여, 부모와의 관계, 친구와의 관계의 질, 학교에 대한 태도, 자아존중감, 삶에 대한 기대, SNS 참여, 친구와의 접촉 빈도</p>
Landry et al. (1996)	<p><관계성 증진> 공동 작업을 통한 의사소통과 상호작용, 가족, 이웃 간의 소통, 칭찬과 독려</p> <p><지역의 연대> 서로의 지지를 통한 연대성 증진, 공동체로서의 연대감, 지역주민의 정체성에 대한 인식</p> <p><공동의 사안에 대한 소통> 지역사회의 인식변화, 다양한 이슈에 대한 소통기회(예: 평화, 문화이해, 가족으로서의 책임, 청소년의 참여, 소외, 경제적 어려움 등)</p> <p><정체성> 사회적 상호작용을 통한 개인의 자아개발, 공동체성, 공공의 화합</p> <p><개인 정체성> 자기인식, 창의적인 자기표현력, 자아존중감, 개방성, 타인에 대한 생각과 의견 존중, 즐거움, 성인과의 공동작업 속에서의 자기표현(언어, 예술적) 증대, 자기 확신과 자신감</p> <p><집단 정체성> 지역사회의 중요성, 지역사회의 역사, 뿌리에 대한 인식</p>
Matarasso (1997)	<p><개인의 발전> 자신감, 교육과정, 새로운 기술 습득</p> <p><사회통합> 새로운 친구 사귀기, 타문화에 대한 습득, 새로운 것에 대한 관심증가</p> <p><지역사회의 역량과 자기결정력 강화> 새로운 프로젝트에의 참여관심, 자신의 권리에 대한 새로운 인식</p> <p><지역의 이미지와 정체성 제고> 자신들의 삶의 영역에 대한 긍정성, 지역사회의 프로젝트를 돕고 싶은 의지</p> <p><상상력과 비전> 새로운 것에 대한 시도, 사고의 변화, 창의성</p> <p><건강과 웰빙> 더 건강해졌다는 생각, 행복감</p>
Matarasso & Chell(1998)	<p>-새로운 친구의 사귀기, 타 문화에 대한 이해, 지역사회에 대한 생각의 변화</p> <p>-지역사회 이슈에 대한 인식 확대, 지역사회 간의 협력의 증진, 공공시설의 개선, 범죄에 대한 두려움, 범죄율 감소, 지속가능성</p>
McCarthy et al.(2004)	<p><인지적 측면> 학업성취도 향상(학업성적, 시험성적, 읽고, 셈하고 창의적으로 생각하는 능력과 기술의 향상)</p> <p><태도, 행동적 측면> 태도의 변화(자기주장, 자기효능감), 행동의 변화(출석률, 중퇴 감소율), 학교에서의 일반적인 생활기술의 향상, 학교생활의 개선(타인의 행동에 대한 이해, 팀작업), 위험행동을 보이는 청소년들 사이의</p>

	<p>친사회적 태도와 행동의 변화(사회적 유 대관계의 구축, 자기이미지 향상) <건강적 측면> 정신적 육체적인 건강, 특히 노인들의 알츠하이머나 치매 등의 증상의 개선, 특정질환자(조산아, 정신지체, 육체적인 장애, 파킨슨병 환자, 급성통증과 우울로 고통 받는 환자)들의 스트레스 감소와 수술, 출산, 치료과정에 있는 환자들의 불안 감소 <사회적 측면> 지역사회 구성원들 사이의 사회적 상호작용의 증진, 지역사회 정체성에 대한 인식 변화, 사회적 자본 형성에의 기여(기술의 개발, 인프라의 확충, 지역사회 지도자들과 자산의 개발, 지역 주민들 간의 긴밀한 관계 형성, 지역사회 시민조직과 자원봉사 활동에의 참여 확대 등의 지역사회 조직역량)</p>
Tony et al. (2001)	<p><개인적 변화> 새로운 친구관계, 행복감, 창의성과 자기 확신, 소외감소, 예술 활동의 참여확대 <사회적 변화> 다문화 이해, 지역성에 대한 인식변화, 조직능력 향상(organizational skills) <교육적 변화> 학업성취도 향상</p>
Williams (1997)	<p><사회적 효과> 의사소통기술, 타문화나 생활양식의 이해, 정부와 지역사회 간의 협의, 지역사회 정체성, 소외, 여가생활의 향상, 지역기업의 개발, 지역사회 문제에 대한 대중의 인식, 사회문제에 대한 직접적인 행동 <경제적 효과> 고용창출, 예술작품 관객, 지역사회의 프로젝트 인적 자원</p>
三菱総合研究所 (2009)	<p><1차적 효과(직접효과): 개인의 의식 및 행동변화> -문화에 대한 이해력, 협동심과 사회성 발달 <2차적 효과(간접효과): 개인의 변화가 사회에 미치는 영향> -지역사회의 다양한 문화 활동에의 참여확대, 지역사회에 대한 애착과 자긍심</p>
青木 他 (2007)	<p>친사회적 행동, 문화보존의식, 창의성, 문화에 대한 관심, 문화적 환경에 대한 인식 변화</p>
筒井(2012)	<p>개인의 문화에 대한 욕구 증가, 지역사회 문화 예술관련 시설 확충에 기여</p>

[표4] 연구자별 사회적 효과의 구성 요인

(출처:임영식 외(2013). 2013 토요문화학교 사회적효과 연구, 중앙대학교 신학협력단, 한국문화예술교육진흥원, 39-43p)

이와 같이, 선행 연구들을 토대로 문화예술의 사회적 효과는 일면적으로 나타나는 것이 아니며, 개인의 삶의 방식과 조건, 광의의 사회문화적 환경, 특정 문화예술이 갖는 특징 등이 종합되어 나타나는 것이라고 할 수 있다. 또한 이러한 사회적 효과는 단순히 개인에게 경험적 영향을 주는 차원을 넘어 개인과 지역, 사회가 유기적 연결망 속에서 상호간의 영향을 주고받으며 직간접적으로 삶에 영향을 미치고 다양한 의미를 창출해 가며 점진적 변화를 추구해 가는 것으로 볼 수 있다.

2) 미디어센터와 사회적 효과

미디어센터의 경우, 2002년 서울에서의 첫 개관 이후 현재까지 전국적으로 확대 운영되고 있으며, 산업적 영역으로 사고되는 미디어에서의 시민문화 확산을 위해 기여해 왔다. 또한 대도시에 비해 상대적으로 문화 인프라가 부족한 지역에서는 해당 지역의 문화자원을 모으고 연결하고 확산시키는 허브 역할로 자리매김 하고 있지만 이에 대한 사회적 효과를 탐구하는 작업은 매우 미진한 상황이다. 미디어센터의 사회적 효과를 살펴보기 위해서는 지금까지 미디어센터와 관련한 연구들이 어떠한 흐름으로 진행되어 왔는지 살펴볼 필요가 있다. 미디어센터와 관련한 연구는 크게 세 가지 흐름으로 분석해 볼 수 있다. 첫째, 초창기 미디어센터의 설립과 운영의 방향성을 제시하는 정책적 연구, 둘째, 미디어센터의 확대 설립과 함께 미디어센터의 기능과 역할을 탐색하는 연구, 셋째, 지역 및 공동체에 대한 관심의 증대와 함께 지역 미디어 문화의 허브로서의 새로운 역할과 방향에 대한 연구 등이 그것이다.

한국에서 미디어센터의 설립이 논의되기 시작한 것은 1990년대 후반부터이다. 1960년대 후반부터 북미에서 진행된 참여적 미디어활동의 지원은 1980년대에 이르러 북미를 비롯한 유럽 등의 여러 국가에서 공동체방송국과 미디어센터를 제도화하였다. 한국에서는 민주화 이후 검열과 통제의 대상이었던 문화예술이 참여와 소통의 과정으로 인식을 달리하기 시작하면서 1990년대 후반에 시민의 참여적 미디어 활동에 대한 개념이 논의되기 시작했다. 이러한 사회적 요구에 맞물려 2000년 방송법의 개정과 함께 제도화 된 퍼블릭액세스는 KBS와 케이블 TV, 위성방송 등에서 시청자 제작프로그램을 일정시간 이상 편성하도록 하였으나, 실제 시민들이 프로그램을 제작할 수 있도록 영상제작 및 교육시설은 전무하였다. 이에 독립영화계를 중심으로 시민들의 참여적 미디어 활동을 지원하는 영상미디어센터를 추진하였고, 2002년 미디어엑트를 시작으로 전국적으로 확대 설립해 나갔다. 이 시기 진행된 연구들은 주로 영상미디어센터의 설립과 운영의 방식, 영상미디어센터 사업의 내용과 방향을 제시하는 논의들이 주를 이루며, 지원은 하되 간섭은 하지 않는 이른바 ‘팔걸이 원칙’에 입각한 독립적 운영을 보장해야 한다는 논지를 펼친다. 또한 미디어센터가 단순히 장비를 대여하거나 제작 기술만을 교육하는 민간 시설로 존재하는 것이 아니며, 미디어에 대한 비판적 이해를 증진시키고 대안적, 시민적 콘텐츠 제작과 배급의 활성화를 도모함으로써 해당지역의 공공미디어 영역을 대표하는 지역 인프라로 작동해야 한다고 제시한다.(한국독립영화협회(2000); 심광현(2000); 김명준(2001).

미디어센터가 전국적으로 확대 설립되면서 2000년대 초반부터 다양한 활동을 벌여

은 미디어센터의 성과를 확인하고 향후 방향을 살펴보는 평가 작업이 진행되었다 (한국문화관광정책연구원, 2006; 문화체육관광부, 2008, 2009; 미디어미래연구소, 2011; 영화진흥위원회 서울영상미디어센터, 2013) 이 연구들은 미디어센터의 설립과 운영목표, 다양한 사업의 목표와 참여자 만족도, 개인 및 지역사회 차원의 미디어센터의 역할과 기능 등을 검토하면서 미디어센터 사업의 평가를 위한 지표를 개발하고 제시하였다. 또한 다양한 주체들이 설립하고 운영하고 있는 미디어센터의 안정적 정책 기반 조성을 위한 정책적 과제들을 제시하고 있다. 이러한 미디어센터의 성과 확인과 평가 연구가 인프라로서 미디어센터의 기능과 역할을 확인하고 필요성을 강조하는 차원이었다면, 다른 한편으로는 미디어센터의 개별 사업과 이를 경험하는 참여자를 중심으로 하는 연구도 이루어 졌다. 이들 연구들은 미디어센터를 기반으로 하는 퍼블릭액세스 사업, 미디어교육 사업, 상영사업 등 개별 사업들이 갖는 다양한 특징과 참여자들의 변화 등을 관찰하며 미디어센터의 여러 활동의 의미를 다시금 확인한다. 특히, 미디어센터의 주력 사업인 미디어교육과 관련한 연구들은 연령별, 계층별, 집단별로 진행되는 다양한 미디어교육이 갖는 함의를 제시하는 연구들이 많이 진행되어 왔으며(김양은, 2000, 2005; 강진숙, 2008, 2009; 홍교훈, 2008; 정의철, 2011; 이희량, 2013; 김은규, 2015 등), 미디어교육을 둘러싼 다양한 이슈를 검토하고 정책적 방향을 제시하는 연구(정현선, 2004; 조동원, 2005; 오정훈, 2006; 박혜미 외, 2007; 전국미디어교육네트워크, 2007; 이혜린, 2009 등)도 진행되었다.

이렇듯 미디어센터 논의 이후 설립과 운영을 진행해온 약 10여년의 기간 동안 미디어센터에 대한 논의는 미디어센터의 설립 운영과 지역에서의 역할과 기능, 미디어를 둘러싼 정책에의 민간차원의 개입이라는 여러 가지 측면에서 진행되어 왔다. 이러한 논의 속에서 미디어센터의 개별 사업의 의미를 발견하고 미디어센터의 역할을 확인하는 작업은 미디어센터의 운영에 있어 그 필요성과 가능성을 발견할 수 있었지만, 그 논의가 종합적으로 이루어지지 못하면서 사회적, 문화적, 경제적 차원의 거시적인 효과 분석이 이루어지지 못한 것이 사실이다. 이러한 경향은 아직은 미비하지만, 미디어센터의 지정학적 조건과 사업운영을 통한 지역사회의 변화라는 차원에서 다양하게 재조명 하고자 하는 논의들로 이어지고 조금씩 이어지고 있다. 윤상길(2011)의 경우, 한국의 지역사회와 지역커뮤니케이션의 구조를 탐색하면서, 도시에서의 지역커뮤니케이션의 핵심을 ‘스페이스 미디어’라는 개념으로 해설한다. 스페이스 미디어는 지역주민들의 일상적인 사회적 관계들이 발생하는 장소이자 ‘지역사회

의 공공성' 뿐만 아니라 '지역사회의 창조성'이 발생하는 장소이다. 윤상길은 이러한 스페이스 미디어가 도시공간의 토지성을 매개로 커뮤니케이션을 운영하는 주요 주체로서 하나의 '공공영역'이 만들어지는 토대로서 주목할 가치가 있다고 말한다. 그는 미디어센터 역시 지역커뮤니케이션의 주요한 '스페이스 미디어'로 파악하면서, 미디어센터가 협동조합, 주민센터, 마을도서관 같은 다양한 지역공동체와의 적극적인 협력체계를 구축하는 한편, 이주여성, 노인, 장애인 등과 같은 지역사회 내 다양한 계층을 대상으로 정보미디어에 대한 교육을 추진함으로써, 지역사회 내 스페이스 미디어와 정보미디어 간의 연계를 적극적으로 모색한다고 밝힌다.⁷⁾ 김은규(2010)의 연구는 미디어센터에 대한 보다 사회적 차원의 고찰을 시도한다. 그는 커뮤니케이션 체계와 시민참여를 보장하는 미디어를 사회자본 차원에서 접근한다. 시민참여는 지역공동체의 공공문제 해결을 위해 이해당사자들이 수평적으로 협력하는 민주적 거버넌스를 형성하고, 지역사회의 사회자본을 강화하는 주요 요소다. 시민미디어는 이러한 사회자본 강화를 위한 참여적 커뮤니케이션 체계이며, 지역사회 공론영역을 확장시킨다는 것이 그의 주장이다. 여기서 김은규는 이러한 참여적 커뮤니케이션을 형성하고 강화하는 데 미디어센터가 주요한 역할을 한다고 밝히고 있다. 따라서 미디어센터의 불안정한 구조 - 예컨대, 설립주체에 따른 재원의 차별화와 안정적 운영의 보장 미흡 등 - 를 개선하기 위한 제도의 정비를 통해 시민미디어의 지속적 확장을 모색해야 하며, 그것이 바로 지역사회와 지역공동체의 발전, 나아가 한국 민주주의 성숙을 위한 사회자본이 된다는 것이다.⁸⁾ 즉, 이러한 연구들은 미디어센터가 시민들의 일상적 커뮤니케이션 구조를 민주적으로 재구성하고, 이를 통한 사회참여를 독려한다는 차원에서 미디어센터의 역할을 보다 확장시킨다. 더불어 미디어센터의 기능이 단순히 개인차원의 변화와 권리 보장을 넘어서 미디어를 통한 개인과 사회의 변화를 도모하고, 민주주의에 기여하는 사회적, 문화적 효과를 유추해 볼 수 있게 한다

이상에서 살펴본 바와 같이, 개인의 미디어 접근권을 보장하고, 미디어를 통한 사회적 발언권을 높이며, 지역사회의 커뮤니케이션 구조를 변화시킴으로서 지역사회를 스스로 변화시켜 나가는 등, 일상의 다각적 차원에서 미디어센터가 기능해 왔음을

7) 윤상길(2011), 한국의 지역사회와 지역커뮤니케이션의 구조, 한국민족문화 39

8) 김은규(2010), 지역공동체의 사회자본으로서 시민미디어에 대한 고찰, 정치커뮤니케이션 연구, 통권19호

확인했다. 미디어센터와 관련한 연구가 미디어센터의 필요성이나 기능적 역할론에 머물지 않고 보다 확장된 논의로 나아가기 위해서는 이런 다각적 차원의 미디어센터의 기능과 역할을 문화적, 사회적, 경제적 차원에서의 가치와 효과에 대한 탐구가 필요하다.

따라서, 본 연구에서는 미디어센터의 확장적 논의를 위한 첫 걸음으로써, 수도권 소재의 지역 미디어센터 4곳을 중심으로 미디어센터의 사회적 효과 측정을 위한 요인을 분석해보고 지표를 구성해보고자 한다. 이를 위해 선행적으로 진행된 문화예술의 사회적 효과 요인들을 검토 및 벤치마킹하고, 미디어센터를 둘러싼 다양한 관계망과 자원의 확인과 미디어센터의 세부사업과 이용자들의 분석을 통해 미디어센터의 사회적 효과 요인을 함께 검토해보겠다.

== 2. 미디어센터의 사업 분석

1) 미디어센터 사업 분석 방법

미디어센터의 사회적 효과로 유효한 지표의 범주를 구성하기 위하여 크게 두 가지 종류의 자료를 수집·분석하였다.

① 미디어센터 사업 운영 관련 연구 자료 검토

먼저, 기존에 진행된 미디어센터의 운영과 관련한 연구 자료를 살펴봄으로써 미디어센터 설립 목적과 미디어센터 사업 전반의 특성을 확인할 수 있는 자료를 검토하였다.

분석을 위해 주로 살펴본 자료는 문화체육관광부에서 발행한 2007년 지역영상미디어센터 운영 사업 평가, 2008년 지역영상미디어센터 운영 사업 평가, 미디어미래연구소에서 발행한 지역영상미디어센터 워크숍 및 '09~'10 운영평가 자료, 그리고 영화진흥위원회 서울영상미디어센터에서 발행한 지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구(2013)로 총 4가지이다.

지역영상미디어센터 운영사업 평가 자료와 지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구에서는 각 지역의 미디어센터 사업 운영 현황 자료에서 확인할 수 있는 사업목표,

사업 영역, 사업 운영 결과 등 통해 ‘미디어센터 사업의 현황과 주요 성과’를 분석하였다.

② 경기지역미디어센터 4개소 사업운영 현황 자료 검토

경기지역미디어센터 4곳의 최근 사업방향, 사업목표, 사업 진행 내용 등의 현황을 위주로 살펴봄으로써 2013년 이후 현재까지 미디어센터의 각 영역별(교육, 상영, 시설운영, 미디어활동 지원 등) 세부 사업 내용을 확인하고, ‘미디어센터 최신 사업 경향’을 분석하기 위한 자료로 활용하였다.

분석을 위해 수집된 자료는 고양, 부천, 성남, 수원 지역에 위치한 미디어센터의 2014년~2016년 동안 운영된 사업 자료로 연간 사업계획서, 개별 사업계획서, 연간 사업보고서, 사업백서, 애뉴얼 리포트 등이다. 지역미디어센터별로 자료의 범위와 형태가 모두 달라 몇 가지 주요 내용을 위주로 분석하였다. 경기지역 4개의 미디어센터 사업 운영 자료에서 분석한 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 각 센터의 사업 영역별 핵심 사업 내용을 요약하였고, 개별 사업의 목표로 기술된 문장을 키워드 중심으로 정리하였다. 각 센터별로 사업의 영역을 구분하는 명칭이 달라 본 연구에서는 임의대로 공통 사업, 특화 사업, 정책 사업으로 나누어 정리하였다. 공통 사업의 경우 지역미디어센터에서 공통적으로 수행하는 미디어교육 사업, 상영 및 액세스 사업, 미디어활동 지원 사업, 시설 운영 사업 등에 해당한다. 특화 사업의 경우 미디어센터가 위치한 지역별 특수성을 반영한 사업, 자원의 투여와 집중도가 높은 사업, 혹은 해당 연도의 주요 사업 방향을 반영한 전략 사업을 의미한다. 특화 사업이라고 판단하는 개별 사업을 각 센터별 자료에서 확인하고, 해당 사업의 목표와 성과를 위주로 정리하였다. 정책 사업은 미디어센터가 미디어 관련 이슈를 논하거나 장기적인 전망으로 운영하는 사업을 의미하며 연구 사업, 미디어 전문 인력 양성 사업 등이 여기에 해당한다.

둘째, 미디어센터 자체 사업 평가 자료를 참고하여 설정한 사업 목표가 어떻게 달성되었는지, 미디어센터의 사업이 미디어센터 이용자와 지역사회에 어떤 영향을 미쳤는지를 확인하였다. 미디어센터 자체 사업 평가 자료에서 긍정적인 평가를 받은 사업이나 성과로 기술된 측면을 확인함으로써 최근 미디어센터의 신규 사업의 경향을 확인하고 사회적 효과 지표의 세부 범주를 구성하는 데 참고하였다.

2) 미디어센터 사업 현황

미디어센터는 참여적 미디어의 확장, 그리고 커뮤니케이션 권리의 재구성 과정을 매개하는 공간이자, 다양한 콘텐츠 생산 주체의 양성을 통해서 영상 문화의 다양성을 확대하는 공공적 지역 미디어 인프라라고 할 수 있다.⁹⁾

미디어센터의 사회적 효과를 확인하기 위해서는 미디어센터 사업의 특징에 대해 정리할 필요가 있다. 본 연구에서는 미디어센터의 사업 특징을 설명하기 위한 자료로 미디어센터의 설립 목적에 따른 사업 목표의 설정 내용과 미디어센터가 설정한 목표를 수행할 사업 영역별 세부 내용, 그리고 해당 사업을 실행한 성과의 주요 내용을 위주로 살펴보고자 한다. 각각의 내용을 살펴보고, 주요 키워드를 중심으로 미디어센터의 사회적 효과의 주요 범주를 구성하는 데 참고할 것이다.

① 미디어센터 사업 목표

2009~2010년 지역미디어센터 운영평가 보고서에 따르면 지역영상미디어센터의 설립 방향은 영상관련 지역주민 수요에 부응하는 적정규모를 산출하고 지역의 특성과 실정을 반영한 프로그램을 마련하며, 영상관련 지역 네트워크 구축으로 지역영상 문화와 영상산업 발전의 저변 확대에 기여하는 종합영상미디어센터로서 기능할 수 있도록 유도하는 데에 있다.¹⁰⁾

미디어센터의 주요한 설립 목적은 영상·미디어 문화 향유권의 지역별·계층별 불균형성의 극복과 미디어를 활용한 공동체 활성화¹¹⁾이며, 이러한 목적을 달성하기 위한 세부 사업 목표를 설정함에 있어 다음의 다섯 가지 핵심적인 내용이 반드시 포함되어야 한다. 미디어교육의 이해, 미디어 현황에 대한 이해, 공적 미디어 구조의 이해, 지역미디어센터의 이해, 지역미디어 상황에 대한 이해는 미디어센터의 평가 항목 중 ‘사업목표의 이해’ 부문에 대한 평가 지표로 적용 되었다.

아래 표¹²⁾를 통해 세부 내용을 살펴보면, ‘미디어교육의 이해’에서는 미디어 리터러

9) <2008 지역영상미디어센터 운영평가>(2009), 문화체육관광부 : 2008년 운영 평가는 김해, 제주, 대구, 주안, 제천, 천안시, 안동, 원주, 익산, 강릉, 부천, 전남(순천) 지역 12개 미디어센터를 대상으로 하였다.

10) <지역영상미디어센터 워크숍 및 ‘09~’10 운영평가>(2011), 미디어미래연구소 : 2009년~2010년 2년간의 운영 평가에 참여한 미디어센터는 김해, 제주, 대구, 주안, 제천, 천안, 안동, 원주, 익산, 부천, 강릉지역 미디어센터(2011년 상반기 당시 개관센터)와 고양, 순천, 성남 지역 미디어센터(2011~2012년 개관 준비 센터)로 총 14개소이다.

11) <2007 지역영상미디어센터 운영평가 보고서>(2008), 문화체육관광부 : 2007년 평가에 참여한 미디어센터는 김해, 제주도, 대구, 인천 남구 영상미디어센터(당시 개관 센터)와 천안, 제천, 안동, 원주, 익산 지역 미디어센터(2008년 개관 준비 센터)로 총 9개소이다.

시, 미디어 읽기 및 쓰기 등에 대한 내용을, ‘미디어현황에 대한 이해’에서는 미디어 영역별 이해, 미디어 민주주의 및 미디어 다양성 확대, 미디어 공공성, 대안미디어에 대한 내용을 확인할 수 있다. ‘공적 미디어 구조의 이해’에서는 퍼블릭액세스, 독립 영화, 공동체 라디오의 내용이 주를 이루고 ‘지역미디어센터의 이해’에서는 미디어센터의 역할과 민주적 소통의 내용이 포함되어 있다. 마지막으로 ‘지역 미디어 상황에 대한 이해’에서는 지역 미디어 구조, 지역시민사회의 미디어 인식 등에 대한 내용이 확인된다.

미디어센터 사업 목표	세부 내용
미디어교육의 이해	미디어 리터러시에 대한 기초적 이해
	미디어교육의 역사 및 경험에 대한 평가
	미디어 읽기와 쓰기 교육에 대한 전문적 이해
	미디어 교육 제도적 상황-아카이브, 학교교육 등
미디어 현황에 대한 이해	기호적 특성에 따른 미디어 분류 및 영역별 이해
	미디어 민주주의와 참여, 다양성 확대의 상관관계 및 미디어 공공성에 대한 이해
	대의제-참여미디어/주류-공공-독립/대안 미디어에 대한 구분 및 각 영역의 쟁점 이해
	디지털기술 발전에 따른 융합상황에 대한 이해
공적 미디어 구조의 이해	퍼블릭액세스의 법, 제도, 정책, 이슈
	독립 영화, 영상운동의 법, 제도, 정책, 이슈
	공동체 라디오의 법, 제도, 정책, 이슈
지역미디어센터의 이해	개념과 역할
	국내외 상황
	독립성, 전문성, 민주적 소통에 대한 이해
	타 미디어센터에 대한 벤치마킹
지역 미디어 상황에 대한 이해	지역 미디어 구조
	지역의 공공적, 참여적 미디어구조 및 활동
	지역시민사회의 미디어 인식 및 활용에 대한 이해

[표5] 미디어센터 평가지표_사업 목표의 이해 영역

위와 같이 미디어센터 사업 목표의 이해 영역의 평가지표로 활용되는 다섯 가지 핵심 내용이 실제 지역미디어센터의 세부 사업 목표에 어떤 내용으로 기술되었는지를

.....

12) <2008 지역영상미디어센터 운영평가 보고서>(2009), 문화체육관광부, p.16 평가지표 개요 중 사업목표의 이해 영역에서 표 인용

살펴보면 실제 미디어센터 세부 사업이 어떤 방향으로 추진되었으며, 사업 운영의 결과 성과 및 효과를 확인하는 데 어디에 초점을 두어야 하는지를 확인할 수 있다. 단, 다섯 가지 핵심 내용은 미디어센터 사업 목표를 평가하기 위한 기준으로 실제 지역미디어센터가 수행한 사업 현황에서는 핵심 내용별로 지역미디어센터 세부 사업의 영역이 분명하게 나누어지는 것이 아니라 핵심 내용을 여러 개 혹은 모두 포함한 세부 사업이 있을 수 있음을 밝혀둔다. 예를 들어 지역미디어센터가 지역 내 특정 공동체를 대상으로 하는 찾아가는 미디어교육 사업을 실행함에 있어 미디어센터가 설정한 세부 사업 목표를 분석해보니 ‘미디어교육의 이해’와 ‘공적 미디어 구조의 이해’, ‘지역 미디어 상황에 대한 이해’라는 핵심 내용 세 가지가 모두 포함될 수 있다는 것이다.

미디어센터 사업 목표의 다섯 가지 핵심 내용을 중심으로 세부 사업 목표 기술 현황 표¹³⁾를 다음과 같이 정리해보았다. 아래의 자료는 문화체육관광부가 발행한 2008 지역영상미디어센터 운영평가 보고서(2009)와 미디어미래연구소가 발행한 지역영상미디어센터 워크숍 및 ‘09~’10 운영평가(2011) 자료에서 ‘사업목표의 이해’ 평가 부분을 비교, 정리한 것이다.

	미디어교육의 이해	
	2008년	2009년~2010년(2011년 사업계획 포함)
김해	<input type="checkbox"/> 미디어센터는 미디어격차 해소를 위한 미디어 리터러시 교육장(설립계획서 상의 센터의 역할 규정 인용)	<input type="checkbox"/> 미디어센터는 미디어격차 해소를 위한 미디어 리터러시 교육장(설립계획서 상의 센터의 역할 규정 인용)
제주	<input type="checkbox"/> 영상미디어 리터러시 능력 함양 <input type="checkbox"/> 제작 능력 배양 위한 영상 제작 교육 프로그램 사업 실시 <input type="checkbox"/> 지역 내 미디어교육 필요성 인식 증진 지역적 미디어교육 모델 구축(설립계획서 상의 주요 사업 내용-미디어교육의 목적 인용)	<input type="checkbox"/> 일반 대중이 다양한 미디어에 대해 이해하고, 미디어를 이용한 표현 능력을 키워, 다양한 콘텐츠를 생산할 수 있도록 적극 지원하고자 함 <input type="checkbox"/> 제주를 기반으로 전문적 영상인력을 발굴, 육성한다(2011년 사업계획서에서 인용)
대구	해당 자료 없음	<input type="checkbox"/> 시민 미디어활동가의 미디어 활동 역량 강화를 위한 뉴미디어 교육 강화 <input type="checkbox"/> 지역 콘텐츠 기업의 적응력 강화를 위한 뉴미디어 기술 전문 인력 양성

13) <2008 지역영상미디어센터 운영평가 보고서>(2009), 문화체육관광부, p.20~270 제 3장 지역영상미디어센터 세부평가내용 중 각 센터 평가 자료에서 사업목표의 이해 영역 내용 발췌
 <지역영상미디어센터 워크숍 및 ‘09~’10 운영평가>(2011), 미디어미래연구소, p.39~349 제 3장 지역미디어센터 세부 평가 내용 중 개별 센터 사업목표의 이해 영역 내용 발췌

		<input type="checkbox"/> 청소년 과외활동 지원 프로그램 강화 <input type="checkbox"/> 지역 단체 및 기관과 연계한 주부 및 소외계층 미디어교육 (2011년 사업계획에서 인용)
주안	<input type="checkbox"/> 미디어 읽기, 쓰기, 읽기/쓰기 통합 형태 등 3개 교육 영역 분류 스펙트럼 제시 (제출된 평가자료 상의'2008 미디어교육 사업 개요'중 인용)	<input type="checkbox"/> 커뮤니케이션 수단으로서 미디어에 대한 이해를 돕고, 미디어를 실제 사용할 수 있는 능력을 키워 주는 미디어교육과정의 개발 및 운영 (2010 사업 백서에서 인용)
천안	<input type="checkbox"/> 미디어 리터러시 교육 <input type="checkbox"/> 미디어 주체들의 논의의 장 및 공동체 활성화-영상미디어로 소통할 수 있도록 상상력, 실행력 생산되는 열린 공간 (제출된 평가자료 중'사업목표의 이해영역'인용)	<input type="checkbox"/> 미디어 리터러시 교육 <input type="checkbox"/> 미디어 주체들의 논의의 장 및 공동체 활성화-영상미디어로 소통할 수 있도록 상상력, 실행력 생산되는 열린 공간 (제출된 평가자료 중'사업목표의 이해영역'인용)
제천	해당 자료 없음	<input type="checkbox"/> 다양한 교육프로그램 및 수준별 교육을 통해 교육 만족도 향상 <input type="checkbox"/> 교육프로그램 운영시간 탄력적 운영 및 교육시간 확대 (2011년 사업계획에서 인용)
안동	<input type="checkbox"/> 학교교육과 더불어 평생교육 차원에서 지역 내의 미디어 리터러시 교육 <input type="checkbox"/> 지역 내 초중고 각 급 학교와 연계한 미디어교육/제작 관련 교육 <input type="checkbox"/> 청소년 및 일반시민의 영상매체 활용능력 제고/표현의 자유와 정보접근권 향상 (제출된 평가자료 중'사업 목표의 이해부분-발표원고)	<input type="checkbox"/> 학교교육과 더불어 평생교육 차원에서 지역 내의 미디어 리터러시 교육 <input type="checkbox"/> 지역 내 초중고 각 급 학교와 연계한 미디어교육/제작 관련 교육 <input type="checkbox"/> 청소년 및 일반시민의 영상매체 활용능력 제고/표현의 자유와 정보접근권 향상 (제출된 평가자료 중'사업 목표의 이해부분-발표원고)
원주	해당 자료 없음	<input type="checkbox"/> 대상별 특성화된 미디어교육 프로그램 개발 및 운영 <input type="checkbox"/> 지역주민의 일상과 함께 할 수 있는 미디어 교육 기획 <input type="checkbox"/> 세분화되고 전문적인 프로그램 개발 및 운영 <input type="checkbox"/> 지역공동체의 미디어능력 향상을 통한 지역사회 영상문화 활성화
익산	해당 자료 없음	<input type="checkbox"/> 사회구성원의 미디어활용능력 제고를 위한 공적지원시스템의 강화 필요 <input type="checkbox"/> 지역 주민의 미디어 능력의 강화: 급격한 법제도를 포함한 미디어환경의 변화에 능동적으로 적응하고 창조적으로 활용할 수 있는 지역주민의 미디어능력 강화는 지역불균형을 해소하고 국가균형발전을 위한 필요조건이다. (익산공공영상미디어센터의 설립배경)
부천	<input type="checkbox"/> 다양한 영상 창작활동과 의견 개진에의 참여 기회를 확대하여 참여민주주의의 원리를 체득할 수 있도록 유도 (건립계획서 상의 기대효과 인용)	<input type="checkbox"/> 다양한 영상 창작활동과 의견 개진에의 참여 기회를 확대하여 참여민주주의의 원리를 체득할 수 있도록 유도 (건립계획서 상의 기대효과 인용) <input type="checkbox"/> 각 분야별 전문 강사들이 시민들과 함께 양질의

		영상미디어교육을 진행하여 창의적 자아표현, 통합적 사고, 타인에 대한 이해 및 소통능력을 배양하여 21세기 미디어사회의 주체로 성장 할 수 있는 동기를 부여하고 영상미디어의 대중화를 실현하고자 함 (2010년 사업계획서 상 사업목표 명시부분을 인용)
강령	해당 자료 없음	<input type="checkbox"/> 누구나 미디어에 대한 흥미와 자신감을 갖고, 미디어를 통해 스스로 자유롭게 표현 할 수 있게 한다 (2011 교육사업(안)에서 인용).
고양	2008년 평가 참여 센터 아님	<input type="checkbox"/> 다양하고 창의적인 미디어교육을 통해 지역민의 영상미디어에 대한 관심과 활용능력 증대와 방송 영상 산업도시로서의 저변 인구 확산 및 잠재적 영상인력 개발 <input type="checkbox"/> 분야별, 수준별로 세분화된 미디어교육 프로그램의 지속적인 운영을 통해 지역 내 미디어교육 중심지로서 정착 (2011년 사업계획서에서 인용)
순천(전남)	해당 자료 없음	<input type="checkbox"/> ‘공동체의 강화’라는 지역영상미디어센터의 근본 취지에 적합한 미디어교육으로 미디어교육이 일회성으로 끝나지 않고 공동체와 공동체구성원의 역량강화를 목표로 해야 한다 <input type="checkbox"/> 미디어교육은 참여자가 주류미디어에 재현된 자신의 모습을 비판적으로 읽고 이와 동시에 자신이 처한 사회적 현실을 인식함으로써 그러한 현실(주류미디어의 시스템의 한계를 포함한)을 바꾸기 위해 사회와 소통할 수 있도록 하기 위한, 즉, 주체들의 커뮤니케이션 권리를 강화시키는 교육 <input type="checkbox"/> 참여자의 특성과 사회 문화적 조건을 고려하여 지속적이고 장기적인 미디어교육이 진행될 수 있도록 하는 노력이 더욱 강조 (공모사업계획서에서 인용)
성남	2008년 평가 참여 센터 아님	<input type="checkbox"/> 누구나 미디어를 보고 말하고, 창작할 수 있는 미디어 리터러시 교육 필요 <input type="checkbox"/> 소통을 위한 미디어 교육 확대 <input type="checkbox"/> 소외계층 및 사회적 소수자의 표현권 및 향유권 보장

[표6] 지역미디어센터 세부 사업 목표(미디어교육의 이해) 기술 현황 표

‘미디어교육 이해’와 관련한 사업목표를 지역미디어센터에서는 다양한 내용으로 기술하고 있다. 미디어교육의 사업목표로 주요하게 등장하는 내용은 미디어 리터러시, 제작 능력 배양, 지역 내 미디어교육 필요성 인식 증진, 공동체 활성화, 표현의 자유, 정보 접근권, 참여 기회 확대, 참여민주주의 등이다.

		미디어 현황에 대한 이해	
		2008년	2009년~2010년 (2011년 사업계획 포함)
천안	<input type="checkbox"/> 21세기 영상언어 공공의 영역 제도화 <input type="checkbox"/> 2012년 12월 31일 이내 아날로그 방송 종료, 디지털전환 <input type="checkbox"/> '디지털 전환과 디지털방송활성화에 관한 특별법' 3월 28일 공포 <input type="checkbox"/> 특별법 제10조 '디지털방송 전환에 따른 저소득층 지원' 항목 유무무실 <input type="checkbox"/> 다양한 계층의 사회적/경제적/문화적 상황 고려하여 진행되어야 함. (제출된 평가자료 중 '사업목표의 이해영역' 인용)	2009년~2010년 평가 지표에서 제외	
안동	<input type="checkbox"/> 영상정보화 지원으로 비상업적, 실험적, 교육적 영상제작활동의 활성화 <input type="checkbox"/> 지역주민에 대한 다양한 영상체험 기회제공을 통해 지역 주민의 문화적 욕구를 충족시킴으로써 영상문화에 대한 저변확대에 기여 <input type="checkbox"/> 비주류 및 사회적 소수자의 표현권을 보장하여 문화적 다양성 제고 <input type="checkbox"/> 방송/통신 기술의 융합에 따른 매체 다변화, 중앙 집중적 영상문화의 문제점과 한계노출 <input type="checkbox"/> IT기술과 디지털 기술의 급속한 발전, 유무선 및 방송통신의 경계를 붕괴시켜 다양한 신규 매체 등장. 콘텐츠에 대한 새로운 수요 창출	상동	
익산	<input type="checkbox"/> 전국미디어운동네트워크 방통융합특위 회의 참여를 통해 디지털기술 발전에 따른 융합상황에 대한 이해 도모	상동	
부천	<input type="checkbox"/> 인프라 구축과 체계적인 전문 인력 양성의 필요성 대두 <input type="checkbox"/> 급변하는 미디어 환경에 적응하고 주체적 영상문화 향유자가 되기 위해 미디어에 대한 공적 지원 필요 (건립계획서 상의 기대효과 인용)	상동	

[표7] 지역미디어센터 세부 사업 목표(미디어 현황에 대한 이해) 기술 현황 표

‘미디어 현황에 대한 이해’의 경우 미디어센터의 의견을 수렴하여 2008년 평가 이후 평가지표에서 제외되었다. 주요 기술 내용은 영상언어 공공의 영역 제도화, 영상 제작활동 활성화, 지역 주민의 문화적 욕구 충족, 영상문화 저변 확대, 표현권 보장, 문화적 다양성 제고, 전문 인력 양성 등이다.

		공적 미디어 구조의 이해	
		2008년	2009년~2010년(2011년 사업계획 포함)

<p>김해</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 비주류, 사회적 소수자의 표현권과 향유권 보장 및 문화적 다양성 제고(설립계획서 상의 기대효과 인용) □ 비상업, 실험적 영상 제작 활동의 활성화(설립계획서 상의 기대효과 인용) □ 독립영화의 상영과 배급을 통해 지역주민들에게 다양한 영상 체험 기회 제공(설립계획서 상의 기대효과 인용) □ 김해지역의 공공 영상문화진흥을 위한 핵심 인프라(설립계획서 상의 역할 규정 인용) 	<ul style="list-style-type: none"> □ 비주류, 사회적 소수자의 표현권과 향유권 보장 및 문화적 다양성 제고(설립계획서 상의 기대효과 인용) □ 비상업, 실험적 영상 제작 활동의 활성화(설립계획서 상의 기대효과 인용) □ 독립영화의 상영과 배급을 통해 지역주민들에게 다양한 영상 체험 기회 제공(설립계획서 상의 기대효과 인용) □ 김해지역의 공공 영상문화진흥을 위한 핵심 인프라(설립계획서 상의 역할 규정 인용)
<p>제주</p>	<p>해당 자료 없음</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 순수 문화예술(공연·전시)을 일상에서 향유하기 어려운 국민들이 인터넷이 되는 컴퓨터를 통해 손쉽게 저렴하게 문화예술을 접하게 한다(2011년 사업계획서 인용)
<p>대구</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 조직분리 및 의사결정권의 독립화 : 대구디지털산업진흥원내 미디어센터 조직의 독립부서화 및 사무국장체제의 조직정비를 통한 의사결정권의 독립(2008년 9월 9일) : 향후 독립센터 구축을 위한 공간 및 재원확보, 운영구조 정립 등 지자체 및 운영주체간의 다각적 방법을 모색 □ 장비 및 시설 접근성 강화 : 접근성강화를 위한 장비 및 시설대여료 50% 인하 : 장애인, 다문화, 이주노동자, 새터민 등 소외계층 및 시민사회의 무료지원 확대 □ 지역시민사회와의 소통 및 연계강화 : 지역시민사회 및 미디어활동 주체 간 네트워크 정상화 및 소통강화를 위한 운영위원회 재구성 : 참여형 미디어센터 강화를 위한 시민사회의 활동 및 지원활동 강화 	<ul style="list-style-type: none"> □ 공공 기반시설로서 교육, 정책연구, 창작지원, 영상 콘텐츠의 배급 및 상영을 통한 영상문화 저변 확대 및 지역 영상문화 진흥(평가 제출 자료집의 사업개요에서 인용)
<p>부산</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 미디어교육 : 지역 공동체의 미디어능력 배양 미디어교육 내용 생산 및 실행 □ 찾아가는 미디어교육 : 다양한 계층 발굴, 미디어교육 제안/운영 □ 대안미디어 : 제작물 지역 상영회, 웹, 방송 등으로 소통, 퍼블릭액세스 방송 지역 사회 다양한 발언 창구 역할로 자리매김 하도록 견인 □ 퍼블릭액세스 : 시민단체, 시민제작자 연계 퍼블릭액세스 프로그램 제작 방송 (제출된 평가자료 상의'2008 미디어교육 사 	<ul style="list-style-type: none"> □ 지역 주민들이 직접 제작한 지역 소식의 제작과 방송을 지원함으로써 주민자치 네트워크 실현 도구 마련 □ 지역 공동체의 새로운 활동 영역을 개척함으로써 지방 자치 시대 참여민주주의의 구체적인 실현. 더불어 사회적 소수자, 소외계층에 대한 적극적인 지원을 기반으로 확장된 민주주의의 기대(2009 사업 백서에서 인용)

	업 목표'중 인용)	
제 천	해당 자료 없음	<input type="checkbox"/> 일자리 창출형 영상교육도시 <input type="checkbox"/> 시민창작활동 지원시스템 확보 (2011년 사업계획에서 인용)
천 안	<input type="checkbox"/> 퍼블릭액세스 : 모든 시민이 직접적으로 미디어를 통해 말할 수 있는 권리. 방송법으로 규정, 시민 참여 보장 (제출된 평가자료 중 '사업목표의 이해영역'인용)	<input type="checkbox"/> 퍼블릭액세스 : 모든 시민이 직접적으로 미디어를 통해 말할 수 있는 권리. 방송법으로 규정, 시민 참여 보장 (제출된 평가자료 중 '사업목표의 이해영역'인용)
안 해	<input type="checkbox"/> 법으로 보장된 시청자참여프로그램의 취지를 살려 공공미디어에 대한 시청자들의 참여를 활성화시킬 제작 인프라	해당 자료 없음
의 산	<input type="checkbox"/> 전국공동체라디오협의회 가입 및 익산공동체라디오협의회 결성을 통해 공동체 라디오의 법, 제도, 정책, 이슈에 대한 개입	<input type="checkbox"/> 사회적 민주적 커뮤니케이션 구조의 구축토대 마련 필요 <input type="checkbox"/> 소통의 권리로서의 퍼블릭액세스(Public access): 주류미디어에 의해 자신의 목소리를 대변 받지 못하는 개인이나 공동체에게 방송의 기회를 제공함으로써 실질적인 평등을 보장하고, 그를 통해 공공적 공간을 형성해 가는 것이 퍼블릭액세스의 기본정신이며 다양한 계층의 사람들이 자신의 생각과 의견을 미디어 매체에 담아내도록 보장하고 지원하는 공간이 바로 공공영상미디어센터이다. (익산공공영상미디어센터 재미 홈페이지)
강 령	<input type="checkbox"/> 일상적이고 안정적으로 시민들이 접근 할 수 있는 기본적 교육과 서비스를 제공 (공모신청 사업계획서 상의 설립의의 및 기대효과 중에서 인용) <input type="checkbox"/> 강릉시내 초·중·고교 등 학교와 연계하여 수준 높은 미디어교육 프로그램을 진행하고 학생들의 영상체험 기회를 확대 (공모신청 사업계획서 상의 설립의의 및 기대효과 중에서 인용) <input type="checkbox"/> 대학 관련 학과 학생들에게 전문적인 교육 및 시설을 협의 제공함으로써 21세기 미디어 인재 양성 (공모신청 사업계획서 상의 설립의의 및 기대효과 중에서 인용) <input type="checkbox"/> 교육팀 기능 : 교육프로그램 및 학교연계 사업 운영, 시민대상 UCC교육 및 문화콘텐츠 개발, 영상 미디어교육, 기자재관리 및 운영전반(공모신청 사업계획서 상의 조직 구성 및 운영 중에서 인용) <input type="checkbox"/> 영상지원팀 기능 : 영화촬영유치 및 서비스 제공, 시나리오타운 홍보 및 운영, 독립영화 촬영 및 방영 지원, 애니메이션 제작에 필요한 각종 서비스 지원, 규제	<input type="checkbox"/> 다양한 사회구성원을 위한 영상미디어교육 및 예술 활동 확대 (2011 운영계획에서 인용)

	사항에 대한 촬영 인·허가 행정지원(공모 신청 사업계획서 상의 조직 구성 및 운영 중에서 인용)	
부 천	<input type="checkbox"/> 영상매체 활용하여 지역사회의 제 문제들에 대한 공론화작업을 통해 지역공동체 건설에 새로운 활력소로 기능 <input type="checkbox"/> 평생교육 차원에서 미디어교육을 위한 구심점 역할 <input type="checkbox"/> 정규교육을 보완하는 미디어교육 지원센터로서의 거점 역할 <input type="checkbox"/> 영상 관심인구의 저변 확대로 영상 전문가 육성의 기반 조성 (건립계획서 상의 기대효과 인용)	<input type="checkbox"/> 영상매체 활용하여 지역사회의 제 문제들에 대한 공론화작업을 통해 지역공동체 건설에 새로운 활력소로 기능 <input type="checkbox"/> 평생교육 차원에서 미디어교육을 위한 구심점 역할 <input type="checkbox"/> 정규교육을 보완하는 미디어교육 지원센터로서의 거점 역할 <input type="checkbox"/> 영상 관심인구의 저변 확대로 영상 전문가 육성의 기반 조성 (건립계획서 상의 기대효과 인용)
고 양	2008년 평가 참여 센터 아님	<input type="checkbox"/> 불평등한 미디어 구조에 놓여있는 소외계층들이 자신들의 목소리를 발견하여 미디어로 표현할 수 있는 사회적 소통 창구 역할 (2011년 사업계획서에서 인용)
순 천 (전 남)	해당 자료 없음	<input type="checkbox"/> 자신의 이야기를 해본 적이 없는 사람들, 미디어를 통한 사회적 소통을 경험해보지 못한 공동체. 이들은 이미 잠재적 미디어생산자이자 스스로 미디어를 사회적으로 유통시킬 준비가 되어있는 주체 <input type="checkbox"/> 자연생태계가 눈에 보이지 않는 수많은 작은 존재들의 움직임들로 만들어 지는 것처럼, 전남영상미디어센터는 지역의 작은 목소리, 소외된 목소리를 찾아 그들과 밀착하는 지역 밀착형 공동체 밀착형 공공시설로서 운영 <input type="checkbox"/> 산업적 미디어와 공공적 미디어의 균형을 유지하고 지역과 공동체의 자율적이고 민주적인 커뮤니케이션 구조를 만들기 위한 지역밀착형 공공영상미디어센터 (공모사업계획서에서 인용)
성 남	2008년 평가 참여 센터 아님	<input type="checkbox"/> 소외계층 및 사회적 소수자의 표현권 및 향유권 보장 <input type="checkbox"/> 공공미디어에 대한 시민 참여 활성화를 위해 제작 인프라 기능 수행

[표8] 지역미디어센터 세부 사업 목표(공적 미디어 구조의 이해) 기술 현황 표

‘공적 미디어 구조의 이해’에서는 표현권 및 향유권 보장, 문화적 다양성 제고, 비상업 영상 제작 활동의 활성화, 다양한 영상 체험 기회 제공, 지역 공공 영상문화진흥을 위한 인프라, 시민들의 접근성 강화, 미디어 활동 주체 간 네트워크, 소통 강화, 지역 공동체의 미디어 능력 배양, 다양한 계층 발굴, 퍼블릭액세스, 지역사회 다양한 발언 창구 역할, 미디어를 통해 말할 수 있는 권리, 시민 참여, 공공미디어, 제작 인프라, 공동체라디오, 이슈에 대한 개입, 시민들이 접근할 수 있는 서비스 제공, 영

상체험 기회 확대, 미디어 인재 양성, 시민대상 문화콘텐츠 개발, 제작에 필요한 각종 서비스 제공, 지역사회의 제 문제들에 대한 공론화작업, 지역공동체건설의 활력소로 기능, 미디어교육 지원센터로서의 거점 역할, 영상 전문가 육성 등 다양한 차원의 목표 기술 내용을 확인할 수 있다.

		지역미디어센터의 이해	
		2008년	2009년~2010년(2011년 사업계획 포함)
김해	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 웹캐스팅 방송국에서 시민들이 직접 제작한 지역 소식 전달하고 지역 공동체 형성 (설립계획서 상의 기대효과 인용) <input type="checkbox"/> 상업영화 뿐 아니라 독립영화, 예술영화, 실험영화 등 다양한 영화 상영 기회 확대 (설립계획서 상의 역할 규정 인용) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 웹캐스팅 방송국에서 시민들이 직접 제작한 지역 소식 전달하고 지역 공동체 형성 (설립계획서 상의 기대효과 인용) <input type="checkbox"/> 상업영화 뿐 아니라 독립영화, 예술영화, 실험영화 등 다양한 영화 상영 기회 확대 (설립계획서 상의 역할 규정 인용) 	
제주	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 영상미디어시대를 선도하는 제주지역의 고유한 영상문화 형성 <input type="checkbox"/> 영상미디어시대 범시민적인 미디어 리터러시 함양의 기틀 확립 <input type="checkbox"/> 퍼블릭액세스 구조의 정착과 활성화의 구심점 <input type="checkbox"/> 독립영화 제작 활성화를 통한 지역 영상산업의 저변 확대 <input type="checkbox"/> 지역의 문화적 참여민주주의의 확산과 성숙한 지역공동체 건설 <input type="checkbox"/> 제주영상위원회와 연계를 통해 영상을 매개로 한 관광산업 활성화 <input type="checkbox"/> 아시아 제일의 관광영상도시로서의 브랜드 이미지 형성 (설립계획서 상의 기대효과 인용) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 지역의 특수한 미디어 환경을 이해하고, 미디어 교육의 방향 제시 <input type="checkbox"/> 지역 특성을 살린 퍼블릭액세스 프로그램 개발 <input type="checkbox"/> 지역 시민단체 및 예술단체와 연계한 퍼블릭액세스 프로그램 (2011년 사업계획에서 인용) 	
대구	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 디지털 영상제작 워크숍을 비롯한 영상문화 전반에 대한 수준별 교육을 수시로 개최하여 대중들의 예비 영화 인력의 산실 (설립계획서 상의 서문 인용) <input type="checkbox"/> 아카이브 기능을 갖추어 국내의 영화 및 유수의 해외 독립/예술 영화를 대중에게 보여줌 (설립계획서 상의 서문 인용) <input type="checkbox"/> 지역 미디어 자원의 구심 역할 (설립계획서 상의 설립 배경 인용) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 디지털 영상제작 워크숍을 비롯한 영상문화 전반에 대한 수준별 교육을 수시로 개최하여 대중들의 예비 영화 인력의 산실 (설립계획서 상의 서문 인용) <input type="checkbox"/> 아카이브 기능을 갖추어 국내의 영화 및 유수의 해외 독립/예술 영화를 대중에게 보여줌 (설립계획서 상의 서문 인용) <input type="checkbox"/> 지역 미디어 자원의 구심 역할 (설립계획서 상의 설립 배경 인용) 	
주안	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 지역 영상산업 발전을 위한 기본 인프라 및 창작 활동 강화의 필요 <input type="checkbox"/> 공동체별로 특성과 지향에 맞는 작은 미디어를 개발하고, 이를 활용할 수 있도록 교육 및 기자재 등을 지원하는 게 필요함 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 다양한 경로와 방식으로 제작된 시민 창작물과 각종 정보를 웹 상영을 통해 지역 주민들 사이에서 소통 <input type="checkbox"/> 공동체 라디오 방송국, 우리 마을 TV 등의 직접적인 공동체 미디어를 개발하고, 지역의 공동체 	

	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 지역민들이 미디어를 커뮤니케이션의 도구로서, 자기표현의 도구로서 이해하고 사용하는 데 실질적 도움이 되는 교육을 실행 <input type="checkbox"/> 지역 내 세분화된 활동가들을 개발, 지원하고 영상의 매체적 접근성의 다양화를 통한 센터의 기본적 기능으로 인식 (제출된 평가자료 상의 '2008 사업 목표' 중 인용) 	<p>들이 스스로 운영할 수 있는 능력을 갖추기까지 제작 및 운영에 대한 교육과 다양한 지원 제공 (2009 사업 백서에서 인용)</p>
제 천	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 약초웰빙특구로 지정된 한방특화도시로서, 에코 미디어센터 지향 (설립계획서 상의 설립 방향 인용) <input type="checkbox"/> 중부권 영상문화 인프라의 핵심 근거지, 지역 영상문화 인프라의 중심지를 목표로 함 (설립계획서 상의 기대효과 인용) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 제천 각 기관과 업무협력 강화 <input type="checkbox"/> 지역 대학교와의 교환교육 실시 (2011년 사업 계획에서 인용)
천 안	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 미디어교육, 퍼블릭액세스 핵심 <input type="checkbox"/> 보편적 영상문화기반 확대 <input type="checkbox"/> 공동체 활성화 <input type="checkbox"/> 미디어교육 프로그램 개발, 인적자원 양성 (제출된 평가자료 중 '사업목표의 이해영역' 인용) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 미디어교육, 퍼블릭액세스 핵심 <input type="checkbox"/> 보편적 영상문화기반 확대 <input type="checkbox"/> 공동체 활성화 <input type="checkbox"/> 미디어교육 프로그램 개발, 인적자원 양성 (제출된 평가자료 중 '사업목표의 이해영역' 인용)
매 안	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 지역주민의 문화적 욕구충족과 영상매체 활용능력을 향상시킴으로써 대도시와의 문화 및 미디어 격차 해소 <input type="checkbox"/> 지역민의 문화적 욕구를 실질적으로 충족시켜 줄 수 있는 문화서비스 공간 <input type="checkbox"/> 문화 소비에 그치지 않고 직접 문화를 향유할 수 있는 문화향수권의 보장 <input type="checkbox"/> 미디어센터를 중심으로 한 지역 관계시설과의 영상네트워크 형성 <input type="checkbox"/> 우수강사진 확보, 1:1교육식의 맨투맨 교수법 등 강사진 역량 강화 <input type="checkbox"/> 행정서비스 개혁, 행정전산시스템 개선, 담당자 서비스 의식 제고 등 수요자 중심 교육과정 및 봉사행정 <input type="checkbox"/> 센터의 인사행정 : 건강한 경쟁체제 구축, 평가를 통한 동기 부여 <input type="checkbox"/> 효율적 조직 관리 : 수요자의 의견수렴 상시화 및 제도화 	<p>해당 자료 없음</p>
주 권	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 미디어 리터러시 교육의 구심 : 독립영화와 시청자제작 참여프로그램 등의 제작기술 지원센터 기능, 미디어교육 프로그램 연구개발, 제작 워크숍 및 강좌 등을 통한 영상 전문 인력 양성 <input type="checkbox"/> 참여적 방송 구조 : 퍼블릭액세스 구조의 정 	<p>해당 자료 없음</p>

	<p>작과 활성화, 배급망의 구축 및 교육프로그램 등의 교류를 위한 네트워크의 구축 등</p> <ul style="list-style-type: none"> □ 독립 영화의 활성화 : 전용 상영관을 통한 다양한 영상 창작물의 향유 기회 마련, 시네마테크와 같은 영상 아카이브 역할 □ 미디어 민주주의의 구현 (설립계획서상 '지역 영상미디어센터의 의의와 역할' 인용) 	
<p style="text-align: center;">의 산</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 전북지역 공공적 미디어지원구조의 종합적 전략 수립, 익산의 미디어교육도시로서의 성장과 확산, 사회계층별 소통의 필요성 인식 □ 개관 전 각종 조사, 연구사업을 통해 센터의 전문성 고양에 힘씀 □ 준비위원회에서 운영위원회로 연결되는 센터 운영 논의 단위 구축 □ 타 미디어센터에 대한 연구조사를 통해 센터 건립 시 필요한 사항을 정리해나가고 있다. □ 현재 함께 개관 준비 중인 단위와의 논의를 통해 준비를 지원한다. 	<ul style="list-style-type: none"> □ 지역주민의 미디어능력 강화 □ 지역민의 삶의 질 향상 □ “지역주민의 사랑방” 종합문화공간 미디어센터: 미디어센터는 미디어 활용 능력을 높이기 위한 다양한 미디어교육, 미디어 제작을 위한 스튜디오 및 장비/시설, 미디어문화를 즐길 수 있는 자료와 영상 공간 등을 설치/운영하며 미디어센터를 통한 지역공동체의 민주적인 소통구조 정착을 위한 정책, 연구 활동을 한다. (익산공공영상 미디어센터 재미 홈페이지)
<p style="text-align: center;">강 령</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 강릉시 영상문화 인프라의 중심체 역할 □ 관계시설과의 네트워크를 통한 지역 영상네트워크형성 □ 강릉시 새로운 이미지 브랜드 구축 □ 각종 시민 미디어 축제 개최 (공모신청 사업계획서 상의 설립의의 및 기대효과 중에서 인용) 	<ul style="list-style-type: none"> □ 지역민의 예술과 삶의 변화를 돕는 공공 미디어 서비스 공간으로 역할 확대 (2011 운영계획에서 인용) □ 지역, 시민사회, 소수자 커뮤니티, 영화단체와 협력 활동 확대 □ 공공적 지역 영화제 및 영상제 안정적 상영 지원 □ 시민단체 및 동아리와의 연계로 상영관 문화공연 공간으로 마련 □ 지역 시민과 함께하는 커뮤니티 시네마로서의 역할 확대 (2011 교육사업(안)에서 인용)
<p style="text-align: center;">부 천</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 시민일반의 문화적 권리와 창의성 신장으로 삶의 질 향상 □ 저변 확대와 전문인력 양성으로 고유의 영상문화 창조 □ 영상을 매개로 한 관련 산업의 활성화로 지역경제 공고화 (건립계획서 상의 설립계획 인용) 	<ul style="list-style-type: none"> □ 시민일반의 문화적 권리와 창의성 신장으로 삶의 질 향상 □ 저변 확대와 전문인력 양성으로 고유의 영상문화 창조 □ 영상을 매개로 한 관련 산업의 활성화로 지역경제 공고화 (건립계획서 상의 설립계획 인용)
<p style="text-align: center;">고 양</p>	<p>2008년 평가 참여 센터 아님</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 영상분야에 국한되지 않고 고양시가 가지고 있는 문화예술자원과 적극적으로 연계함으로써, 시민의 표현과 문화향유영역을 확장시키고 고양 영상미디어센터만의 특징으로 자리매김해 나간다. □ 고양시 전문영상업체와 일반 시민이 만날 수 있는 실질적인 통로를 마련하고, 방송영상산업도

		<p>시로서의 시민인식 제고 및 붐을 조성한다.</p> <p>□ 일반극장에서는 접하기 어려웠던 프로그램이나 다른 형태의 상영방식을 통해 지역민의 다양하고도 깊이 있는 영상문화향유가 가능하도록 한다. (2011년 사업계획서에서 인용)</p>
순천 (전남)	<p>□ 매스미디어에 대응하는 작고 다양한 목소리를 위한 커뮤니케이션 구조 지향 (설립계획서 상의 설립방향 인용)</p>	<p>□ 체계적인 영상문화 인프라를 구축함을 통해 지역민들의 문화마인드 저변확대와 문화적 혜택 소외계층을 위해 영상미디어센터 설립을 추진</p> <p>□ 대도시와의 문화 격차 해소 및 지역 경쟁력 강화</p> <p>□ 주민의 문화생활 수준 향상, 지역 개발 촉진 유도</p> <p>□ 지역 주민들의 영상에 대한 기술 습득 및 영상 관련 인재 발굴의 장 (공모사업계획서에서 인용)</p>
성남	<p>2008년 평가 참여 센터 아님</p>	<p>□ 문화자원의 네트워크를 통한 커뮤니티 미디어 활동의 활성화 가능</p> <p>□ 시민참여 영상미디어교육을 위한 시설 및 장비 부족</p> <p>□ '능동적 문화수요층'의 영상 미디어에 대한 수요를 충족시킬 문화 기반시설로서의 핵심 역할 기대</p> <p>□ 공공 문화, 복지, 산업 인프라 개선으로 '영상 미디어' 분야에 대한 산업 활성화, 관련 시설 및 프로그램의 체험 및 향유 기회 확대</p> <p>□ 다양한 계층의 소통을 위한 미디어교육 및 미디어를 통한 커뮤니티 활동 지원 확대 필요</p>

[표9] 지역미디어센터 세부 사업 목표(지역미디어센터의 이해) 기술 현황

‘지역미디어센터의 이해’ 부분은 미디어센터 운영 평가 기준으로 적용한다면 미디어센터가 어떤 성격을 가진 기관이며, 무엇을 해야 하는가에 대해 해당 미디어센터가 설정한 나름의 방향이 적절한가를 평가하는 것이다. 이는 곧 지역사회 내에서 미디어센터가 스스로 설정한 역할이 무엇이며, 그 역할을 수행함으로써 확인할 수 있는 기대효과는 어떤 것인지를 확인하는 것이다.

‘지역미디어센터의 이해’에서는 지역의 소식 전달, 지역 공동체 형성, 다양한 영화 상영 기회 확대, 지역의 고유한 영상 문화 형성, 범시민적인 미디어 리터러시 함양, 퍼블릭액세스 활성화, 독립영화 제작 활성화, 지역의 문화적 참여민주주의 확산, 성숙한 지역공동체 건설, 관광산업 활성화, 도시 이미지 형성, 예비 영화 인력의 산실, 지역 미디어 자원의 구심, 영상 산업 발전을 위한 인프라, 공동체별 미디어 개발, 매체적 접근성의 다양화, 지역 내 활동가 개발, 에코 미디어센터 지향(지역특성 반

영), 영상문화 인프라의 핵심 근거지, 영상문화기반 확대, 공동체 활성화, 인적 자원 양성, 지역주민의 문화적 욕구 충족, 영상매체 활용능력 향상, 문화 서비스 공간, 문화 향수권 보장, 영상 네트워크 형성, 강사진 역량 강화, 영상 전문 인력 양성, 배급망의 구축, 네트워크 구축, 다양한 영상 창작물의 향유 기회 마련, 미디어 민주주의 구현, 미디어교육도시로의 성장, 사회 계층별 소통, 해당 지자체의 새로운 이미지 브랜드 구축, 시민일반의 문화적 권리 신장, 삶의 질 향상, 창의성 신장, 영상 산업 활성화를 통한 지역 경제 공고화, 민주적 커뮤니케이션 구조 등의 광범위한 가치와 내용에 대한 목표 설정 부분이 포함된다.

	지역 미디어 상황에 대한 이해	
	2008년	2009년~2010년(2011년 사업계획 포함)
김해	<input type="checkbox"/> 지역 특성상 전시 공간, 공연장, 유적, 문화예술회관 등 다양한 문화 시설 존재하나 영상교육 프로그램 전무 (설립계획서 인용)	<input type="checkbox"/> 지역 특성상 전시 공간, 공연장, 유적, 문화예술회관 등 다양한 문화 시설 존재하나 영상교육 프로그램 전무 (설립계획서 인용)
제주	<input type="checkbox"/> 상업극장 : 프리머스제주(7관), 프리머스타동(5관), 시네하우스(2관), 코리아극장(3관), 아카데미(3관) <input type="checkbox"/> 지역방송국 : 제주MBC, 제주KBS, 제주케이블TV, 제주방송(JIBS) <input type="checkbox"/> 공공문화시설 : 문예회관(대극장, 소극장), 제주민속관광타운(소극장), 제주학생문화원(대극장, 소극장), 제주시민회관, 제주시청 교육문화회관 한라아트홀(대극장, 소극장) <input type="checkbox"/> 관련단체 : 시네마테크 시네아일랜드, 네모난 세상(제주대 동아리), 장애인 인권영화제, 트렁영화제 모임(독립영화제 개최), 한국예총 제주도연합회, 한국민예총 제주도지회, 영화인회의 제주시부, 초중고교 영상관련동아리 10여 팀 <input type="checkbox"/> 기타 : 제주지식산업진흥원 내 멀티미디어지원센터 (설립계획서 상의 지역 현황 개요'인용)	<input type="checkbox"/> 제주의 유, 무형 문화자원을 디지털 영상물로 제작하여 보존 하고자 함 (2011년 사업계획서 인용)
대구	<input type="checkbox"/> 지역 일반 시민들이 쉽게 활용할 수 있는 관련 시설, 장비 인프라 부족. 전문가/상업적인 용도의 개별시설만 있음 <input type="checkbox"/> 전문 프로그램 및 인력의 부재 <input type="checkbox"/> 지역 미디어관련 자원의 효율적인 관리주체의 부재로 인한 각종 인적, 물적 자원의 비효율적인 운영 <input type="checkbox"/> 시민, 비영리 관련단체의 영상미디어센터 설립	<input type="checkbox"/> 지역 일반 시민들이 쉽게 활용할 수 있는 관련 시설, 장비 인프라 부족. 전문가/상업적인 용도의 개별시설만 있음 <input type="checkbox"/> 전문 프로그램 및 인력의 부재 <input type="checkbox"/> 지역 미디어관련 자원의 효율적인 관리주체의 부재로 인한 각종 인적, 물적 자원의 비효율적인 운영 <input type="checkbox"/> 시민, 비영리 관련단체의 영상미디어센터 설립

	요구가 증대 (설립계획 상의 설립 배경 인용)	요구가 증대 (설립계획 상의 설립 배경 인용)
주안	<input type="checkbox"/> 객관적인 상황 인식 : 인천의 영상 미디어에 대한 욕구가 질적으로나 양적으로나 현저히 낮은 수준에 머물러 있음 <input type="checkbox"/> 인천주민뉴스제작단, 시민단체, 인천지역 영상 제작 모임 (제출된 평가자료 상의'2008 사업 방향 중 대안미디어 사업 목표'인용)	<input type="checkbox"/> 주변환경: 대학, 전문대학 및 중고등학교 교육 집적지역, 영상관련 시설 및 문화행사의 중심지 (2009 사업백서에서 인용)
안배	<input type="checkbox"/> 지역 미디어 구조 : 안동시/MBC KBS YCN TBC 등 방송사/안동대 외 4개 대학/안동YMCA 등 20개단체/경북교육연구원-경북교육인터넷방송국/초중고방송반과 영상동아리/전통문화콘텐츠박물관외 20개 박물관/강산스튜디오 외 10개 업체/영상미디어센터 <input type="checkbox"/> 지역의 공공적, 참여적 미디어구조 및 활동 : 안동시의 경우, 첨단CT기술을 활용한 문화콘텐츠 개발-영상형 가상공간 활용, 선비들의 산수유기를 스토리뱅크로 개발하는'유산기 디지털 콘텐츠 개발'이 진행 중. '지역전통문화원형 리소스 개발' : 건동대학교의 경우 VR스튜디오-가상현실기술을 지역에서 쉽게 활용, 영상제작여건 마련 : 디지털아카데미의 경우, 콘텐츠와 영상 및 미디어에 대한 전문 교육을 수행 : 박물관 및 전시관의 경우, 문화서비스 기관에 의한 콘텐츠의 디지털화 진행 <input type="checkbox"/> 지역사회민사회의 미디어 인식 및 활용에 대한 이해 : 경북북부 지역에는 4개의 4년제 대학, 5개의 2년제 대학이 공존하는 지역으로 학생들의 새로운 매체에 대한 적응력이 높음. 특히 안동시는 2003년도 교육인적자원부로부터'평생 학습도시'로 선정돼 운영되고 있음. : 문화적 자부심으로 홈페이지 등 지역 문화에 대한 개인 웹사이트 운영이 활발 : 사진동아리, 영상동아리 등 지역문화에 대한 자생적 콘텐츠 개발되고 있음.	해당 자료 없음
원주	: 원주 특수성 존재. 다른 여타 센터와 구별되는 점은 강사 수급에 가장 고심. 타 센터는 외부강사 주로 활용. 초기에 그런 과정으로 준비하다가 원주에서 강사수급이 가장 큰 난제. 전문 강사 인력을 채용하고 고급인력으로 향상시켜 센터 질 높이는 방식으로 전환. 초기 작업에선 교육이 중요. 흔들림 없이 가게 하기 위해 내부에	해당 자료 없음

	강사 풀 구성하여 안정적 운영 도모. 이 점이 타 센터와 크게 다른 점. (실사 중 서기록 인용)	
제천	해당 자료 없음	□ 제천국제음악영화제 지원을 통한 영상문화 확대 발전 (2011년 사업계획에서 인용)
익산	□ 젊은 연령층과 학생 비율이 높아 센터 이용 가능성 높음 □ 능력이 두터운 걸로 파악	□ 영상 미디어 인프라의 구축을 통한 지역 문화 불평등을 해소 기여 □ 교육도시 익산, 학교교육과 미디어센터의 결합
강릉	해당 자료 없음	□ 강릉지역에는 영상 관련학과나 단체가 전무하기 때문에 지역에서 독립영화를 제작하기 위해 지원을 신청하는 경우가 드물었고... (2010 창작지원사업 평가에서 인용)
부천	□ 부천은 문화도시로서의 위상 높음. 기존 문화콘텐츠산업 육성 인프라가 영상산업과 연계, 발전할 잠재력 내재. 따라서 지역 기반의 인재 발굴과 전문 인력 육성이 절실히 요구 □ 영상산업을 통한 관광 유인책 개발과 확대가 요구되므로 이의 기반 조성을 위한 공공적 역할이 중요 (건립계획서 상의 설립배경 인용)	□ 창작지원공모 사업 : 경기도권 지역축제 행사를 지원함으로써 미디어센터의 역량강화를 할 수 있으며 시민VJ, 독립영화 및 다큐멘터리에 대한 지원을 함으로써 영상미디어활동가들에게 창작의지 고취 및 지역문화영상발전에 이바지 하는데 있음. (이상 2010년 사업계획서 상 사업목표 명시부분을 인용)
성남	2008년 평가 참여 센터 아님	□ 성남문화의 집 영상편집 강좌를 비롯하여 주민 자치센터, 분당노인종합복지관 등에서 사진, 영상 등 미디어 관련 교육 강좌 진행 □ 성남문화재단에서는 2006년부터 성남지역 주민들의 생활문화예술 활성화를 위해 '사랑방문화클럽'(현재 160개 클럽 활동 중)과 '우리동네문화공동체만들기'(현재 6개 지역)사업 추진 중이며, 동네유휴공간을 생활문화예술 공간으로 활용하는 사랑방 공간지정(현재10개) 사업 확대 중. □ 2005년부터 성남미디어공동체 늘봄에서 아동, 청소년, 여성, 노인, 군인 등 다양한 계층과 동네 커뮤니티와 연계한 미디어 교육 등 지역미디어센터 역할 진행 □ 경원대, 동서울대, 을지대, 신구대 등 4개 대학(교) 소재, 인근에 단국대 위치 ('성남영상미디어센터 사업계획서'의 '지역현황 분석'에서 인용)
순천(전남)	□ 15개 시민단체와의 협약을 통해 센터 설립 뿐 아니라 지역미디어 토대 마련 □ 호남지역미디어센터 네트워크 참여 □ 위탁단체(영상위원회)가 같은 제주, 제천센터와의 네트워킹 논의 □ 교육, 상영 사업 통한 미디어 인식 제고 노력	□ 광양만권을 아우르는 미디어센터의 필요성 인지 : 지난 4년간 지속해온 "전남 영화학교"나 현재 진행하고 있는 "찾아가는 미디어 교육"을 통해서 교육 대상자와 접해본 바에 의하면 거의 대부분 필요성을 인지하나 구체적인

<p>□ 객관적인 상황 인식 (설립계획서 상의 설립배경 인용) : 15~60세 사이 미디어 리터러시 대상이 약 66%에 이르러 센터 이용계층이 두텁고 학생비율도 높은 편: 문화시설 중 특히 미디어 관련 공적인프라는 전무</p>	<p>접근 방법을 거의 모르고 있었으며, 그 필요성을 인지하여 미디어 교육을 받고자 하였어도 시간, 거리, 금액적인 이유로 인해서 어려움을 경험하였고, 그 결과 미디어센터 유치를 절대적으로 필요로 하고 있다 (공모 사업계획서에서 인용)</p>
--	---

[표10] 지역미디어센터 세부 사업 목표(지역 미디어 상황에 대한 이해) 기술 현황 표

‘지역 미디어 상황에 대한 이해’는 목표에 대한 기술보다 지역의 미디어 관련 시설 및 자원에 대한 단순 정보가 기술되어 있어 참고할만한 내용은 적었다. 다만 세부 기술 내용을 통해 지역미디어센터가 위치한 지역의 상황에 따라 미디어센터의 역할 수행이나 사업 운영 방향이 달라져야함을 확인할 수 있다. 이렇게 각각 다른 지역 미디어 상황은 미디어센터의 이용자 그룹의 특성의 차이로 연결되며, 결과적으로 지역미디어센터마다 사업 운영 방식과 주력하는 사업이 다른 원인이라고 볼 수 있다.

② 미디어센터 사업 영역

지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구(2013)¹⁴⁾에서는 지역미디어센터 운영사업 평가보고서(2007, 2008)의 미디어센터 사업 영역을 참고하여 설문을 구성하고, 2012년 현황을 중심으로 공통 사업 영역별 사업 내용을 정리하였다. 아래의 표¹⁵⁾는 지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구(2013)에서 정리한 미디어센터의 공통 사업영역이다.

구분	
교육사업	상설교육
	찾아가는(공동체/소외계층) 미디어교육
	체험학습
	교육지원
창작지원 사업	교사양성교육
	장비대여
공간대여	

14) <지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구>(2013), 영화진흥위원회 서울영상미디어센터 : (사)전국 미디어센터협의회 회원센터 및 지역미디어센터로서 역할을 수행하고 있는 센터 28개소를 대상으로 설문 진행

15) <지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구>(2013), 영화진흥위원회 서울영상미디어센터, p.49~50 미디어센터의 사업 현황 부분 표 참고

	제작지원
정책연구 사업	연구사업
	법제도 개선 참여
	정책대중화
상영 사업	자체 상영사업
	상영지원 사업
	찾아가는 상영 사업
아카이브 사업	아카이브 구축
	아카이브 활용
조직화 및 네트워킹	모임지원
	네트워크 형성
PA 활동	PA 제작지원
	PA 제작
	시민 제작단 관리 및 지원
	지역 방송사 액세스 참여
컨설팅 사업	교육 컨설팅
	창작지원 컨설팅
	정책 컨설팅
	상영 컨설팅
	아카이브 컨설팅
웹사이트 구축 및 운영	사이트 구축
	소셜 미디어 활용
공동체미디어활동	공동체라디오 추진
플랫폼 사업	인터넷방송 운영
	팟캐스트 운영
인력 양성	강사양성과정
	제작자 양성
	상영활동가 양성

[표11] 지역미디어센터 사업 영역

전체적으로 모든 미디어센터가 미디어교육, 상영 사업, 창작지원 사업, 퍼블릭액세스 활동 등 다양한 사업을 수행하고 있는 것으로 나타났으며 특히 창작지원 사업, 교육 사업(상설교육, 교육지원)은 모든 센터가 수행하고 있었다. 또한 상영사업, 퍼블릭액세스 활동, 조직화 및 네트워킹, 교육 컨설팅과 사업 역시 대다수의 센터들에서 수행하고 있는 것으로 나타났다.¹⁶⁾

활동 영역	빈도	비율
교육 사업	27	32.1

.....
 16) <지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구>(2013), 영화진흥위원회 서울영상미디어센터, p.49 미디어센터의 사업 현황 부분 내용 인용

창작지원 사업	16	19.0
퍼블릭액세스	10	11.9
상영 사업	12	14.3
정책 연구	1	1.2
상영 사업	1	1.2
아카이브	1	1.2
조직화 및 네트워킹	1	1.2
공동체미디어활동	5	6.0
플랫폼 사업	1	1.2
인력양성 사업	6	7.1
체험 사업	2	2.4
기타	1	1.2
합계	84	100.0

[표12] 지역미디어센터 중점 사업 활동 영역

위의 표는 사업 영역별 세부 사업 84개를 100%로 두고, 각 영역별로 운영한 사업의 개수와 비율을 정리한 것이다. 이 표를 통해 확인할 수 있는 것은 지역미디어센터에서 중점적으로 수행한 사업이 무엇이고, 전체 사업에서 얼마나 많은 비율을 차지하는가 하는 것이다.

2013년 당시 중점 수행 사업으로는 교육 사업(32.1%)을 가장 중점적으로 수행하고 있는 것으로 나타났다. 다음으로 창작지원 사업(19.0%), 상영 사업(14.3%), 퍼블릭 액세스(11.9%) 영역인 것으로 나타났다. 17)

③ 미디어센터 운영 성과

지역미디어센터의 전체 운영 성과를 확인할 수 있는 것은 미디어센터 운영 관련 평가 연구 자료이다. 각 자료에서 정리한 미디어센터의 운영 성과를 요약해놓은 부분을 확인해보았다.

먼저 2007년, 2008년 지역미디어센터 운영사업 평가보고서의 내용 중 사업성과를 표현한 부분을 다음과 같이 인용해보았다. 인용된 내용 중에서 특히 지역미디어센터의 성과를 핵심적으로 표현한 문장을 밑줄로 표시해보았다.

2007년 지역영상미디어센터의 운영 성과¹⁸⁾

Ⅰ 지역의 영상문화 활성화를 위한 인프라로서의 지속적인 성장 가능성 확인

17) <지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구>(2013), 영화진흥위원회 서울영상미디어센터, p.51 미디어센터의 사업 현황 부분 내용 인용

우선 종합해본다면, 개선이 필요한 지점들이 있음에도 불구하고 지역영상미디어센터 사업의 초기 목표는 달성된 것으로 판단된다. 각 센터는 지역민의 영상문화 향유권 및 미디어 리터러시 제고에 초점을 맞추며 각종 교육, 창작지원 사업 등을 기반으로 활발하게 사업을 전개하고 있거나 혹은 준비하고 있으며, 수혜자 설문조사를 통해서 드러나듯 이러한 새로운 모델의 지역 서비스에 대한 지역 주민들의 평가는 매우 긍정적이다.

아울러 그동안 개별적 프로젝트 위주로 진행되어왔던 비영리 영상문화 활동 활성화를 위한 각종 사업이 인프라의 부재에 의해 단발성 사업으로 끝났던 한계를 극복하는데 있어서 지역영상미디어센터가 결정적인 역할을 하고 있음도 확인할 수 있었다. 다시 말하면, 지역 주민의 지속적인 참여 및 그를 가능하게 하는 지역의 인적, 물리적 자원의 집중이 불가능했던 상황이 지역영상미디어센터의 설립 및 운영을 통해서 개선되고 있는 것이다.

따라서 지역균형발전 및 비영리 영상문화 활동의 지속적인 성장을 가능하게 할 수 있는 기본적인 인프라가 형성됨으로서 새로운 공공적 서비스 모델이 성장하고 있음이 확인되었으며, 그런 점에서 지역영상미디어센터 설립 지원 사업은 성공적으로 안착되고 있다고 판단된다.

㉔ 지역주민의 영상문화 향유권 신장 및 지속적 참여의 확장

지역영상미디어센터가 수행해야 할 각종 기본 사업들이 점차 활성화면서 지역주민의 실질적 영상문화 향유권이 확대되고 있음을 확인할 수 있었다. 보다 구체적으로, 각종 교육, 창작지원, 네트워킹, 아카이브, 기타 연계 사업 등 각종 분야별 사업이 적극적으로 진행되면서 많은 수강생들이 배출되고 또한 지역 사회의 소외계층에 대한 접근 또한 점차 강화되고 있는 것이다.

아울러 지속적인 참여 및 실천을 하고자 하는 지역 주민들 및 공동체의 활동이 활성화되고 있으며 이에 따라 적극적인 참여 주체가 발굴되고 다양한 콘텐츠가 생산되고 있는 바, 이는 향후 지역의 퍼블릭액세스 활성화 및 민주적 미디어 환경 구축을 위한 주요한 근거가 될 수 있을 것으로 보인다.

2007년 지역미디어센터의 운영 성과를 요약해보면 다음과 같다. 2007년은 지역영상미디어센터 사업의 운영 초기 단계로 설립 단계에 설정한 ‘지역의 영상문화 향유권 확대 및 지역주민의 미디어 리터러시 제고’라는 목표를 일정 정도 달성하였다. 그 근거로 2007년 주요 사업의 내용과 성과를 확인해보면, 미디어센터를 통해 지역주민의 실질적 영상문화 향유권이 확대되고 소외계층 관련 사업이 증가하면서 지역주민의 미디어에 대한 접근성이 높아졌다. 또한 그동안 미디어 관련 인프라 부족으로 차단되었던 지역주민 개인 및 공동체의 미디어활동이 활성화 되었으며, 적극적인

.....
18) <2007 지역영상미디어센터 운영평가 보고서>(2008), 문화체육관광부, p26-27 제 3장 지역미디어센터 평가 총평 내용 일부 인용

미디어 활동 참여 주체를 발굴하고 다양한 시민 콘텐츠가 생산되었다. 이는 곧 미디어센터가 지역주민의 지속적인 영상문화 활동 참여 유도를 위한 지역의 인적 물리적 미디어 자원을 제공하는 역할을 해오며 지역의 새로운 공공적 서비스 모델로 성장했음을 의미 한다.

2008년 지역영상미디어센터의 운영성과¹⁹⁾

12개 지역에서 활발하게 진행 중인 센터 사업의 시행 결과, 그동안 전체 영상진흥 영역에서 상대적으로 소홀히 다루어져왔던 퍼블릭액세스, 미디어 리터러시, 독립 영화 활성화 등을 위한 지역 인프라로서 센터는 괄목할만한 성과를 내고 있으며 그 주요 초점은 아래와 같다.

① 인식-운영주체-활동주체의 성장을 통한 지역 영상문화 인프라로서의 위상 확보

우선, 작년 평가 사업에서 드러난 제반 문제들이 모두 해결되었다고 보기는 어려우나, 지역 영상미디어센터는 이제 초기의 설립단계를 넘어서고 있으며 영상 콘텐츠의 사회문화적 가치에 초점을 맞춘 지역 영상 문화 인프라로서의 위상을 확보한 것으로 판단된다. 다시 말하면, 각 센터는 지역민의 영상문화 향유권 및 미디어 리터러시 제고에 초점을 맞추며 각종 교육, 창작지원 사업 등을 기반으로 사업을 전개하고 있거나 혹은 준비하고 있고, 이러한 신규 지역 서비스에 대한 지역 주민들의 평가는 매우 긍정적이며 운영주체의 인식 및 지역의 적극적인 활동 주체의 성장 역시 괄목할만하다.

따라서, 지역균형발전 및 비영리 영상문화 활동의 지속적인 성장을 가능하게 할 수 있는 기본적인 인프라가 형성되기 위한 기초 조건인 지역 주민과 운영 주체간의 상호 작용이 활성화됨으로서 새로운 공공적 서비스 모델이 안착하고 있음이 확인된다.

② 지역주민의 영상문화 향유권 신장 및 지속적 참여의 확장

센터가 수행해야 할 각종 기본 사업들이 점차 활성화되면서 지역주민의 실질적 영상문화 향유권이 확보되고 있고 아울러 지속가능한 성장이 이루어지고 있음은 1차년도에 설립된 센터뿐만 아니라 최근 설립된 센터에서도 공통적으로 확인된다. 각종 교육, 창작지원, 네트워킹, 아카이브, 기타 연계 사업 등 각종 분야별 사업이 적극적으로 진행되면서 많은 수강생들이 배출되고 자율적 동아리가 형성되고 있을 뿐만 아니라 지역 사회의 소외계층에 대한 접근 또한 점차 강화되고 있는 것이다.

이러한 적극적인 참여 주체의 등장 및 다양한 콘텐츠의 생산, 그리고 독립영화 등 대안적 영상 콘텐츠의 보급이 증가함에 따라 이러한 제반 성과는 향후 지역의 퍼블릭액세스 활성화, 지역 기반의 독립영화 제작 등 민주적 미디어 환경 구축을 위한 주요한 근거가 될 수 있을 것으로 보인다.

③ 센터 간의 교류 활성화를 통한 상호 지원의 증대

각 센터는 공식적인 네트워크 사업뿐만 아니라 일상적인 상호 컨설팅, 사업 계획 수립을 위한 조사 방문 등을 통해서 상호간의 교류를 확대하고 있다. 이러한 상호 교류에 따라 지역의 특수성에 매몰되지 않으면서 조직, 사업, 재정 등 센터의 기본 운영을 위해 필요한 영역별 전략을 갱신하고 있다는 점은 정보 공유에 기초한 생산적 경쟁의 모델이 구축되고 있다는 점에서 매우 긍정적이다.

이러한 상호 교류의 확대는, 센터 운영을 위한 기본 원칙의 재설정, 모범적 사례의 사회화, 시행착오의 분석 및 극복 방안 마련 등과 관련한 네트워크 차원의 지원 사업이 중앙 차원에서 배치되고, 그러한 지원이 개별 센터에 대한 운영 지원 및 평가 사업과 맞물릴 수 있을 경우 그 효과가 극대화 될 수 있을 것으로 보인다.

4 센터 사업의 단계적 확장을 필요로 하는 지역 수요의 확대

특히 설립 이후 2년이 경과한 최초 설립 센터들의 경우는 사업의 수행에 따른 지역 주민의 참여 확장과 수요의 확대로 향후 사업의 지속적 확장이 가능할 뿐만 아니라 불가피하다는 점이 현실에서 입증되고 있다.

보다 구체적으로, 교육 사업의 수행은 피교육생의 적극적인 활동으로 이어지고 이에 수반하여 해당 개인 및 공동체에 대한 컨설팅 업무 수요가 계속해서 확대되고 있으며, 센터의 성과를 과학적으로 분석하고 사회화하기 위한 정책 연구 사업의 필요성도 급증하고 있다. 아울러 센터에 대한 지역 시민사회의 관심 또한 비약적으로 증가하고 있으며 생산적인 협업을 위한 조건이 성숙되고 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

따라서, 이러한 센터 내외의 조건 변화 및 지난 수년 사이에 비약적으로 발전한 일반 시민의 콘텐츠 생산 욕구 및 실질적 생산능력의 확대라는 조건을 정확히 포착하는 센터 사업의 단계적 발전 전략이 마련될 경우 현재까지의 성과는 보다 극대화될 것으로 보인다.

2008년 지역미디어센터는 사업의 초기 설립단계를 넘어서 지역 영상문화 인프라로서의 위상 확보하였다. 지역미디어센터의 시설 및 사업 운영을 통해 지역주민의 실질적 영상문화 향유권을 확보하였고, 미디어교육에 참여한 수강생들의 자율적 동아리 형성과 더불어 미디어센터를 기반으로 미디어 활동을 진행하는 적극적인 참여 주체를 육성하였다. 또한 다양한 시민제작 콘텐츠의 생산을 넘어 시민 제작 영상 콘텐츠의 사회문화적 가치에 초점을 두었으며, 대안적 영상 콘텐츠 보급을 확장하는 데 기여하였다. 이로써 일반 시민의 콘텐츠 생산 욕구를 충족하고, 실질적 콘텐츠 생산 능력이 확대되었으며 시민 사회와의 생산적 협업의 가능성을 증대시켰다. 이 외에도 미디어센터 간의 상호 교류 확대, 지역 주민과 운영 주체 간의 상호작용 활성화 등

.....
19) <2008 지역영상미디어센터 운영평가 보고서>(2009), 문화체육관광부, p.20~270 제 4장. 종합평가 및 제언 1. 지역미디어 사업의 성과 내용 일부 인용

을 통해 미디어센터의 네트워크와 지역사회의 소통을 강화하였다. 이와 같은 지역미디어센터의 사업 운영 성과는 향후 지역의 퍼블릭액세스 활성화 및 민주적 미디어 환경 구축을 위한 주요한 근거를 마련한 것으로 보인다.

지역영상미디어센터 워크숍 및 '09~'10 운영평가(2011)에서는 이전 평가 자료를 재정리하여 미디어센터의 사업 영역별 성과를 수치화하여 비교·정리해 놓은 표와 함께 2009년, 2010년 2년간의 지역미디어센터 운영 성과를 정리하였다. 해당 내용을 아래와 같이 인용하였다. 인용된 내용 중에서 특히 지역미디어센터의 성과를 핵심적으로 표현한 문장을 밑줄로 표시해보았다.

2009년, 2010년 지역영상미디어센터 사업의 성과²⁰⁾

□ 사업시작 7년 차, 지역 영상문화 인프라-허브로서의 위상 확립

2005년 경상남도 김해영상미디어센터로부터 시작된 문화부 지역영상미디어센터 설립 사업은 전국적으로 확대되었다. 2011년 현재, 전국 12개소가 개관하여 운영 중이며, 2개 지역에서 개관을 준비하고 있다.

운영 5년 차 이상이 4개소, 3년차 이상이 5개소를 넘어서면서 지역 밀착형 영상문화 인프라로서의 위상이 확립되어 가는 시기이다. 더불어 최근에는 다양한 모델의 지역영상미디어센터의 설립이 확산되고 있는 추세이다.

지역민을 대상으로 하는 미디어교육은 각 지역의 특성에 맞게 안정화됨과 동시에 새로운 영역으로 확장되고 있다. 지역영상미디어센터는 지역 내 예술·독립영화를 포함한 다양한 영화를 접할 수 있는 대안적 상영공간으로 자리 잡았으며, 지역민을 대상으로 하는 제작지원 사업은 지역 내 여러 계층과 공동체의 문화와 삶을 보여주는 콘텐츠의 생산으로 연결되었다.

영상미디어센터 운영성과 현황(미디어교육은 체험교육 포함)

대상	내용	2006	2007	2008	2009	2010
김해	미디어교육(명)	1,002	1,829	2,549	1,304	1,245
	장비대여(건)	1,152	2,143	1,841	528	118
	공간대여(건)	408	683	47(일)	811(일)	624(일)
	상영회(명)	-	1,073	3,229	7,057	4,385
제주	미디어교육(명)	-	835	1,002	1,277	966
	장비대여(건)	-	488	956	775	777
	공간대여(건)	-	680	12,470(명)	464	406

	상영회(명)	-	미집계	미집계	6,950	4,800
대구	미디어교육(명)	-	411	2,144	3,497	2,955
	장비대여(건)	-	1,366	4,235	5,860	4,625
	공간대여(건)	-	400	590	541	594
	상영회(명)	-	2,000	3,877	2,903	4,155
주안	미디어교육(명)	-	745	504	895	469
	장비대여(건)	-	103	838	796	625
	공간대여(건)	-	미집계	212	138	324
	상영회(명)	-	2,423	178(일)	9,500	11,950
제천	미디어교육(명)	-	-	103	7,082	6,499
	장비대여(건)	-	-	72	246	1,681
	공간대여(건)	-	-	미집계	403	447
	상영회(명)	-	-	607	7,046	2,681
안동	미디어교육(명)	-	-	48	1,011	2,765
	장비대여(건)	-	-	42	491	341
	공간대여(건)	-	-	21(명)	267	120
	상영회(명)	-	-	미집계	미집계	미집계
원주	미디어교육(명)	-	-	-	804	1,114
	장비대여(건)	-	-	-	401	445
	공간대여(건)	-	-	-	683	763
	상영회(명)	-	-	-	1,080	5,286
익산	미디어교육(명)	-	-	-	576	966
	장비대여(건)	-	-	-	396	4,775
	공간대여(건)	-	-	-	655	1,361
	상영회(명)	-	-	-	7,979	15,471
부천	미디어교육(명)	-	-	-	-	1,349
	장비대여(건)	-	-	-	-	586
	공간대여(건)	-	-	-	-	281
	상영회(명)	-	-	-	-	530
강릉시	미디어교육(명)	-	-	-	-	1,333
	장비대여(건)	-	-	-	-	789
	공간대여(건)	-	-	-	-	705
	상영회(명)	-	-	-	-	7,633

특히, 운영 년차를 더해갈수록, 영상미디어센터의 사업 및 활동은 지역 내 다양한 교육, 주민자치, 복지시설 등과의 연계를 통해 영역(계층)별로 심화되고 동시에 확장되어 갔다. 이를 통해, 지역 내 주민지원을 위한 다양한 공적 기관(시설)의 영상미디어사업을 지원하고 네트워크하고 지역 영상미디어지원 허브로서의 위상을 확립해 가고 있다.

㉔ 다양한 콘텐츠 생산 주체 육성 기반 마련(2010년 기준)

미디어교육과 제작지원 등의 프로그램을 통해 영상미디어센터를 접하게 된 지역민들 중 일부는 후속활동에 참여하고 추가 프로그램에 참여하면서 지속적으로 관계를 이어가고 있다. 이러한 이용자들은 영상미디어관련 동아리 및 시민영상제작단으로 성장하여 재조직

되고 있다. 이는 풀뿌리·지역·시민 콘텐츠를 생산하는 대안적이고 지속적인 콘텐츠제작 주체군이 각 지역의 영상미디어센터를 중심으로 전국적으로 형성되었다는 의미를 지니고 있으며, 국내 콘텐츠 진흥정책의 프레임 속에 포함되어야 할 새로운 주체가 등장했음을 의미한다.

영상미디어센터의 시민제작단 현황

대상	명칭	인원(명)
김해	대학/일반 제작단	10
	청소년 제작단	25
	어린이 제작단	17
	문화 PD(2009년)	40
제주	제주영상창작동아리	17
	장애인인권포럼 영상팀 “오뎀”	15
	춘강 영상동아리“소도리”	7
	제주 DPI 영상제작팀	7
대구	대구여성영상공동체 ‘핀다’	10
	대구영상공동체 ‘이후’	7
	장애인 영상제작단	3
	‘대구노동자영상모임’	5
	‘반야월주부영상모임’	7
	장애인 영상제작 모임	5
	장애인 영상제작 모임	5
주안	주안영상미디어센터Media Jockey	21
제천	시민TV “봄”	30
	시민TV“봄” 미창(대학생)	20
	시민TV“봄” 블랙박스(고교생)	15
천안시	비채사람들(직장인 영상제작 동아리)	8
	청소탄(청소년 영상제작 동아리)	5
안동	미사모(미디어를 사랑하는 모임)	13
	안동다큐만들기팀_1	7
	안동다큐만들기팀_2	4
	사진동아리	12
	사투리뉴스	7
	만화동아리	8
원주	미디어뜰(일반인)	22
	멀리보기(청소년)	8
	美母(주부)	4
익산	시민영상모임 <영상바투>	50
	노인영상제작단 <재미동>	30
	주부영상모임 <별의별>	10
	공동체라디오제작단 <감감소식>	7
	영화동아리 <씨네-재미동>	8

	다문화여성 상영동아리 <씨네버스>	10
부천	부천시민연합 여성회 사진동아리	10
	캠 36.5	13
	장애인영화동아리 '바람'	7
강릉시	청소년영화동아리 'FUE'	15
	정동진독립영화제 기록팀	10
	어린이영화동아리 '꿈틀'	9
	시민영상제작동아리 '쇠메'	7
	공동체라디오동아리 '우리들라디오 36.5'	13
	명륜고등학교동아리 'REAL SOUND'	7
	강일여고 방송반	9
	여우세	7
	시민편집동아리	5
	총계	11개 지역 49팀

③ 공동체의 영상문화 향유권 신장 및 영상미디어를 통한 임파워먼트

지역영상미디어센터에서 수행되는 미디어교육과 상영 및 제작지원 사업은 일반 지역민들 뿐 만 아니라 장애인, 이주민, 노인 등 사회적 소외계층이 영상제작 과정을 경험하고 다양한 주제와 형식의 영상·영화를 접할 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 사업과 활동은 그 자체로 지역 내 다양한 구성원의 영상문화 향유권 확대에 기여하고 있다고 할 수 있다.

특히, 공동체(사회적 소외계층)를 대상으로 하는 미디어교육 사업은 개별 교육에 참여하는 해당 공동체의 특성에 맞게 수행되고 있다. 단순히 영상미디어를 체험하거나 제작 기술의 습득을 넘어, 해당 계층의 목소리가 사회적으로 소통될 수 있도록 하는 역량을 키우는 과정으로서 미디어교육이 진행되고 있는 것이다. 이를 통해 개인의 역량강화가 해당 계층의 강화로 확대되고 이는 다양한 지역사회 구성원 간의 소통을 원활하게 하는 밑거름이 되고 있다.

영상미디어센터는 장애인을 대상으로 하는 특화된 미디어교육 사업을 진행함과 동시에 후속 제작지원사업 및 동아리지원사업을 통해 장애인의 목소리가 포함된 영상콘텐츠가 지속적으로 생산될 수 있도록 한다. 동시에, 영상미디어센터에서는 장애인이 직접 제작한 영상콘텐츠가 사회적으로 소통될 수 있는 채널과 플랫폼 확보를 위한 정책 활동을 꾸준히 병행하고 있다. 영상미디어센터에서 직접 인터넷방송국을 운영하기도 하고, 지역 케이블방송국과 협력하여 퍼블릭액세스 프로그램을 운영하기도 하며, 지역 지상파 방송의 퍼블릭액세스 프로그램에 방송될 수 있도록 지원하기도 한다. 뿐만 아니라, 미디어센터의 미디어교육결과물 및 제작지원을 통한 결과물을 활용하여 자체 상영프로그램을 진행하기도 하고, 지역 공공장소의 전광판을 통해 지역민과의 소통의 계기를 만들어 내는 사례도 있다.

영상미디어센터를 통해 지원·촉진되는 이러한 일련의 과정을 통해, 사회적 소통과정에 참여가 제한되었던 다양한 공동체, 계층은 영상미디어를 통해 지역-사회의 구성원으로

써 살아갈 수 있는 역량을 확보해 가고 있다.

4 변화되는 디지털 미디어 커뮤니케이션 환경에 대한 교육 인프라로서의 역할 확장의 기반 마련

현재의 디지털 미디어 커뮤니케이션의 기술 환경은 문화체육관광부의 지역영상미디어 센터 사업이 시작되었던 2005년과 크게 달라졌다. 방송과 통신의 융합으로 표현되는 미디어융합 환경은 콘텐츠 유통의 다양한 채널과 플랫폼을 만들어 냈다. 더불어 대중의 미디어를 통한 소통행태는 SNS와 스마트폰의 등장을 계기로 매우 다층적으로 진행되면서 활발해짐과 동시에, 새로운 소통기술에 대한 습득에 대한 요구를 만들어 내고 있다.

이러한 기술과 제도의 변화, 이에 상응하는 대중들의 디지털 미디어 커뮤니케이션 방식의 변화에 적응·참여하려는 수많은 계층의 욕구는 전국 각지의 영상-미디어교육기관인 영상미디어센터로 자연스럽게 수렴되어지고 있다.

최근 영상미디어센터에서는 관련 정책연구에서 활용교육, 나아가 스마트 콘텐츠 활성화를 위한 프로그램까지 점진적으로 심화·확대되어 가고 있다. 이는 변화되는 기술 환경에 따라 지속적으로 변화하게 될 커뮤니케이션 방식에 모든 사회구성원이 뒤처지지 않고 적응하고 참여할 수 있도록 하는 지역 거점으로서 영상미디어센터의 위상확대의 필요성을 제시하고 있는 것이다.

2010년, 지역미디어센터 운영 사업의 성과는 총 네 가지로 압축된다.

첫째, 지역 밀착형 영상문화 인프라로서의 위상이 확립 되었다는 점이다. 특히 사업 영역별 운영이 안정되면서 사업이 다양해지고 넓어지는 경향이 있다. 또한 지역의 미디어 허브로서 미디어자원이 필요한 곳을 지원하고 지역의 미디어 문화를 활성화 하는데 기여하고 있다.

둘째, 미디어교육과 제작지원 등을 통해 미디어센터 내 동아리와 제작단 활동을 운영함으로써 지역 미디어 콘텐츠 생산 주체를 육성하고 있다는 점이다. 미디어센터는 동아리 및 제작단이 지속적으로 대안적인 풀뿌리·지역·시민 콘텐츠를 생산할 수 있도록 지원하여 지역 주민이 각 지역의 이슈를 미디어로 소통하는 주체가 될 수 있도록 하였다.

셋째, 미디어 소외계층과 지역 내 공동체 미디어활동을 다양하게 활성화함으로써 지역주민과 지역공동체의 영상문화 향유권을 신장하고 영상미디어를 통한 임파워먼트가 실현될 수 있도록 하였다. 특히 시민제작영상을 공공적으로 유통, 배급하는 데 초점을 맞추어 퍼블릭액세스 가능한 채널과 지역 내 미디어 플랫폼을 확보하기 위

20) <지역영상미디어센터 워크숍 및 '09~'10 운영평가>(2011), 미디어미래연구소, p.350~356 제 4 장. 종합 평가 및 제언 항목 1. 지역미디어 사업의 성과 내용 일부 인용

하여 노력하였다.

넷째, 빠르게 변화하는 디지털 미디어 커뮤니케이션의 기술 환경에 지역주민들이 적응할 수 있도록 SNS와 스마트폰을 활용한 교육을 심화, 확대하고 있다. 이를 통해 각 지역의 미디어센터는 모든 사회구성원이 뒤처지지 않고 새로운 미디어 환경에 적응하고 참여할 수 있도록 하는 지역 거점으로서 지역미디어센터의 위상을 높이기 위해 노력하고 있다.

그 외 가장 최근의 연구 자료로 지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구(2013)의 사업성과 정리 내용을 찾아 다음과 같이 정리해보았다. 지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구(2013)에서는 미디어센터의 성과를 사업 영역별로 구분하여 주요 현황을 위주로 정리하였다.

2009~2011년 미디어센터 사업성과²¹⁾

① 미디어교육 이용 현황

미디어교육 이용 실적과 관련해서는 최근 3년 동안 상설 강좌는 평균 20회 이상의 강좌가 실시되고 연평균 2,000여 명 이상이 수강하고 있는 것으로 나타났다. 공동체(찾아가는) 미디어교육과 관련해서는 매년 15회 이상의 강좌에 연인원 2,000여 명 이상을 대상으로 교육하고 있는 것으로 나타났다. 교육 강좌 수와 연인원은 매년 늘어나고 있었다.

최근 3년간 미디어교육 이용 현황

구분	2009년			2010년			2011년		
	강좌 수	수강 인원	연인원	강좌 수	수강 인원	연인원	강좌 수	수강 인원	연인원
상설강좌	22	276	1,985	21	264	2,121	27	375	2,157
공동체미디어교육/찾아가는미디어교육	15	209	2,412	15	283	2,066	17	347	3,205

② 퍼블릭액세스(시청자참여) 프로그램 지원 실적

최근 3년간 미디어센터의 퍼블릭액세스(시청자참여) 프로그램 지원 실적을 살펴보면 다음과 같다. 전체적으로 영상이 라디오보다 많고, 지원 실적이 양적으로 커지고 있음을 알 수 있다.

퍼블릭액세스 프로그램 지원 실적(2009년~2011년)

		2009년	2010년	2011년
영상	평균	36.8	40.9	53.5

	전체	478	696	749
	응답 센터 수	13	17	14
라디오	평균	88.5	87.3	67.2
	전체	354	349	403
	응답 센터 수	4	4	6

③ 지역 내 참여미디어활동

각 지역의 미디어센터 개관 이후 지역 내 참여미디어활동(미디어교육, 퍼블릭액세스 등)의 수요가 큰 폭으로 확장(M=4.23) 되었으며, 이러한 활동을 수행하는 주체 역시 큰 폭으로 늘어나고 있는 것으로(M=3.85) 나타났다.

미디어센터 개관 이후 지역 내 참여미디어활동 수요 증가 정도

	빈도	비율(%)	평균(M)
전혀 확장되지 않았다	—	—	4.23
별로 확장되지 않았다	—	—	
보통이다	5	19.2	
확장되었다	10	38.5	
매우 확장되었다	11	42.3	
합계	26	100.0	

참여 미디어 수행 주체 증가 정도

	빈도	비율(%)	평균(M)
전혀 늘어나지 않았다	—	—	3.85
별로 늘어나지 않았다	1	3.8	
보통이다	6	23.1	
늘어났다	15	57.7	
매우 늘어났다	4	15.4	
합계	26	100.0	

※ “지역 내 참여 미디어활동의 수요”의 조사는 미디어센터 사업담당자의 설문을 통해 진행되었다.

미디어교육 및 퍼블릭액세스 프로그램 지원 실적의 경우 2009년~2011년 3년간의 실적을 비교, 정리한 것이다. 미디어교육의 경우 상설강좌와 공동체미디어교육 모두 개설 강의수와 참여 인원수가 모두 양적인 증가 추세를 보인다. 이는 지역미디어센터의 설립 지역 확대 및 미디어센터 미디어교육사업의 운영 안정화와 연관이 있다고 볼 수 있다.

퍼블릭액세스 프로그램 지원실적의 양적 증가는 퍼블릭액세스 활동에 대한 필요와

21) <지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구>(2013), 영화진흥위원회 서울영상미디어센터, p.64~68
미디어센터의 사업 현황 및 p.83 미디어센터의 이용 현황 일부 내용 인용

요구와 비례한 것으로 확인된다. 특히, 영상 관련 제작단의 육성과 더불어 시민제작 콘텐츠가 많아지면서 자연스럽게 배급과 유통에 대한 사업이 만들어지고 있다.

④ 경기지역미디어센터(4개소) 사업 현황

본 연구에 자료를 제공한 4개의 미디어센터 사업 현황을 아래의 표와 같이 주요 사업 내용, 특화 혹은 전략사업, 주요 사업성과로 나누어 정리해보았다.

고양영상미디어센터 사업 현황	
주요 사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> -미디어교육은 전문 과정 비중이 큼. 전문편집실, 스튜디오 활용 활성화에 집중. 최근 학교미디어교육 사업에 집중하는 경향. 동아리 등 미디어 커뮤니티 연계 적극 지원, 육성. -미디어커뮤니티 사업은 시민 제작단, 미디어동아리 지원과 동아리 발표회 사업으로 구성됨. -장비, 시설 운영 부분은 특이사항 없음. 체험교육과 연계 운영 노력. 참여자 수준별 장비 구축을 목표로 함. -미디어도서관은 문화 예술 공간의 역할, 지역 내 영상문화 확산을 목표로 함 -관내 학교 및 기관 근무자 대상으로 미디어 직무연수 진행-2015년 비평 강좌, 스마트 강좌 신설
특화 혹은 전략사업	<ul style="list-style-type: none"> -시민제작영상 액세스 채널 발굴에 노력 -2014년부터 청소년 대상 미디어체험교육 강화_자유학기제 영향이 있는 것으로 보임
주요 사업성과	<ul style="list-style-type: none"> -미디어 커뮤니티 여섯 개 그룹이 현재 미디어센터 소속으로 활동 중, 주로 제작관련 커뮤니티이며 지속적 지원이 이루어지고 있음 -미디어교육 교사양성과정을 수료한 강사들을 청소년미디어교육으로 연계, 활동기반 마련

[표13] 고양영상미디어센터 사업 현황

고양영상미디어센터의 최근 사업 운영 경향은 미디어 커뮤니티의 육성과 학교를 협력단위로 하는 청소년미디어교육에 집중하고 있다는 것이다. 특히, 미디어 활동 모임 중 제작단에 꾸준한 지원이 이루어지고 있으며, 미디어센터를 상시 활용하는 이용자들이 대부분 제작단에 소속되어 있음을 확인할 수 있었다.

청소년미디어교육의 경우, 자유학기제의 영향으로 지역 내 요구를 수렴한 결과로 확인된다. 미디어센터에서 제공한 자료가 연간 계획서 및 평가서였기 때문에 개별 사업 운영과 관련한 평가 항목들을 확인하기는 어려움이 있다. 다만, 담당자와 전화 통화를 통해 2015년 하반기부터 학교미디어교육에 대한 수요가 늘었음을 확인하였고, 미디어교육 교·강사양성과정에서 배출된 신규 강사들을 학교 교육으로 연계하고 있음을 확인할 수 있었다.

부천시민미디어센터 사업 현황	
주요 사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> -공동체미디어교육 : 어르신, 청소년 계층에 사업이 편중되어 있는 경향(전략적). -시민제작활성화교육 : 영상문화 향유기반 조성, 영상참여활동 활성화, 지역 내 창조인력 발굴(시민제작자군의 형성), 시민의 미디어 소통능력 강화, 지역기반 영상콘텐츠 확보 및 아카이빙 등을 목표 및 기대효과로 둠 / 영상제작과정 및 기술단과, 미디어인문학 특강 강좌로 구성됨 -공모 및 협력사업 : 외부 지원기금이나 지역사회의 요청으로 진행된 교육. 청소년 교육이 다수. 사업별로 참여자 만족도 확인 가능, 2015. 미디어교사모임이 주체가 되어 꿈다락 사업(청소년) 운영함 -상영 사업 : 정기, 토요, 공동체, 배리어프리 상영으로 진행됨. -정책네트워크사업 : 지역 미디어활동을 지원하는 허브역할, 전체 사업이 주로 미디어 교육 관련 사업 위주로 진행됨. -창작 지원 사업 : 지역 내 시민창작기반 조성, 생활 속 영상 활동 활성화, 지역영상문화인력 양성, 시민 참여형 문화행사 운영(시민영상축제) / 영상제작현물지원 사업과 동아리 활동 지원 사업, 시민영상축제로 진행. -시민영상축제 진행, 자체 교육 및 제작지원을 통해 생산된 미디어콘텐츠를 액세스 하는 장으로 활용
특화 혹은 전략사업	<ul style="list-style-type: none"> -공동체미디어교육 : 2014. 어르신, 청소년으로 특화하여 진행. 공모형태로 지원. 미디어교육지원센터로 역할 전환을 위한 과도기적 수행. -정책네트워크사업 : 타 센터에 비해 정책사업의 비중이 상대적으로 높음. 미디어교원망(지역 단체와 미디어교사 등 교육주체들의 만남의 장, 센터 사업 함께 논의)
주요 사업성과	<ul style="list-style-type: none"> -꿈다락 사업으로 신진미디어교사 양성과정 진행함. 기존 교사양성과 연계하여 진행. 활발하게 운영되었으며 긍정적 평가를 받음. -어르신 영상제작 동아리 부시맨 육성 및 공동작품 노인영화제 본선 진출 -지역맞춤형 일자리 창출사업(점프 업) 진행, 21명 취업(2015 해당사업 보고서)

[표14] 부천시민미디어센터 사업 현황

부천시민미디어센터는 공동체사업의 운영에 집중하는 경향을 보인다. 특히 최근 2~3년 동안 시민제작 활성화사업을 통해 미디어교육으로 성장한 이용자들을 동아리 활동과 같은 미디어 활동 지원 사업으로 연계하여 시민제작자로 육성하는 데 초점을 두고 있다.

또한 주목할 만 한 것은 정책 사업을 통해 함께 미디어센터의 사업을 논의할 수 있는 시민 사회 단체나 미디어교사들과의 네트워크를 만들어가고 있다는 것이다. 각 영역의 활동 인사들을 모아 미디어센터 사업을 통해 시너지를 내고 그 성과를 모아 내는 작업을 시도하였으며 그에 대한 평가도 긍정적인 것으로 보인다.

성남미디어센터 사업 현황	
주요 사업 내용	<p>-미디어교육은 기초, 일반과정에 집중하는 경향. 창의적/경쟁력 있는 교육 콘텐츠 제공, 체계적 강사관리, 시민미디어활동가 양성, 수강생 커뮤니티 활성화, 어린이 대상 미디어스쿨 체험 및 학교 강좌(2015) 많아지는 추세</p> <p>-체험, 학교 연계 프로그램. (코딩, 단편영화제작 캠프, 방송체험 등)</p> <p>-커뮤니티 사업은 시민 제작단 육성 및 지원에 집중하는 경향. 시민주도의 미디어 활성화(시민주도형 지역콘텐츠 생산, 지속가능한 미디어 제작 환경 조성, 시민미디어활동/지역콘텐츠 생산 거점으로 미디어센터 위상 제고를 목표로 함. 주요 사업내용 중 주목할 것은 지역밀착형 콘텐츠 제작, 시청자 참여 프로그램 참여, 운영의 자발성 강조/ 2015년에는 제작시스템 체계적 운영, 유통플랫폼을 미디어센터 내 구축(심의에 적극 개입) 등.</p> <p>-독립영화 제작지원 사업은 창조 도시로의 이미지 제고, 성남시 영상문화 인프라 활성화, 미디어소통문화 발전을 목표로 함. 독립영화제작지원 예산규모 큰 편, 2014년의 경우 인프라 구축에 중심을, 2015년의 경우 지역사회 홍보(활용지역 제한)에 지원의 중심을 두는 경향.</p> <p>-상영사업은 홀을 활용한 영화상영, 공동체상영과 청춘시네마라는 실버계층 대상의 기획 상영(외부 지원 사업)으로 진행됨. 지역 내 상영이 가능한 다양한 공간을 활용, 연계프로그램 다수 진행.</p>
특화 혹은 전략사업	<p>-2014. 제작단 육성, 네트워킹, 지역네트워크를 활용한 시민제작 콘텐츠 유통망 확대 (아름방송 정규편성)</p> <p>-지역밀착형 상영프로그램(청춘시네마) : 노인일자리 창출 목표, 지역 내 노인계층에 대한 문화 복지 협력네트워크 형성 등의 사업목적</p> <p>-2015. 매개인력 양성 집중 : 강사 지원 가능한 프로그램 공모 제안 제도, 강사TF운영(모임에서 연구로 활동 범주 확대, 연구모임 지원)</p> <p>-미디어페스티벌 개최</p>
주요 사업성과	<p>-청춘시네마 성과 좋음.(기업 후원 유치, 관람 인원 확대, 타 프로그램 연계 등)</p> <p>-2015년부터 연구사업성과 : 강사TF, 학교 연계사업 프로그램 개발, 문화예술과 접목한 학교미디어교육 프로그램 개발 긍정적 평가</p>

[표15] 성남미디어센터 사업 현황

성남미디어센터는 2014~2015년 주력사업으로 시민제작단 양성과 미디어활동 매개자 양성에 집중하였다. 특히 커뮤니티 사업을 통해 육성된 제작단을 전략적으로 지원하였고 그로인해 제작단의 활동이 미디어센터를 넘어 지역사회로 확장된 사례가 확인된다.

그리고 또 하나의 주력 사업인 미디어활동 매개자 양성 사업을 통해 미디어교육 프로그램 공모 제안, 미디어교육 강사TF운영 등을 진행하였다. 미디어교육 강사를 사업의 수혜자로 하는 다양한 사업 접근을 통해 미디어교육 강사의 성장을 독려하고

지역 내 미디어 전문가 육성을 위한 체계적인 지원을 시도하고 있음을 확인할 수 있다.

또한 독립영화 제작 사업 계획서에 사업의 기대효과를 기술한 내용을 살펴보면, 성남시 영상문화 인프라 활성화, 창조도시로의 이미지 제고 등의 내용을 포함하고 있다. 이는 특정 사업을 통해 미디어센터가 지역사회에 미칠 수 있는 광범위한 영향력을 표현한 것으로, 미디어센터가 개인 이용자를 넘어 지역사회 전반으로 문화적인 영향력을 확장하기 위해 노력하고 있음을 알 수 있다.

수원영상미디어센터 사업 현황	
주요 사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> -미디어교육은 미디어흥미, 정보격차 해소, 뉴미디어 접근, 시민참여 확대, 미디어 소통능력 강화 등을 기대효과로 둔. 학교, 가족, 정규, 체험 등의 교육 사업이 있음. 청소년 대상의 학교교육의 경우 문화적 윤리적 미디어 능력 배양을 목표로 함. -커뮤니티 지원 사업은 마을미디어, 상영, 지역미디어전문가 양성과정(미디어교사, 프로그래머), 미디어콘텐츠 제작지원(2015) 사업으로 구성되어 있고, 차별 없는 문화향유, 이웃 간의 관심과 소통, 문화만족도 고취, 기관 및 마을 네트워크 강화 등을 기대효과로 둔. 특히 마을미디어는 자율적, 자생적, 지속가능한 마을공동체 문화 형성을 목표로 함. -장비 시설사업의 경우 안정적 운영을 목표로 함. 동아리 지원, 체험 등과 연계하여 활발하게 운영 중. 창작활동 활성화를 기대효과로 둔. -네트워크 지원 사업은 동아리지원이 있음. 다양한 미디어환경을 구축하고 자생적 미디어 생태계조성을 기대효과로 둔.
특화 혹은 전략사업	<ul style="list-style-type: none"> -2015 커뮤니티 지원 사업 > 마을미디어 : 공모선정-실행-마을미디어축제 및 지역 채널 액세스로 연계, 활동주체인 마을활동 참여자들의 성장을 목표로 함. -2015 맞춤형 미디어교육 신설, 미디어교육 저변 확대를 위한 노력
주요 사업성과	<ul style="list-style-type: none"> -미디어교육에서는 기술, 제작강좌 참여자 만족도 높음. 기획형 맞춤교육프로그램 참여자 만족도가 가장 높음. -미디어도서관의 경우 가족단위 이용 빈도 높아짐 -미디어 동아리 11그룹 지원. 활동 지속. -마을사업의 경우 다양한 사례가 도출되었는데 2016년 현재까지 지속성, 자율성을 통해 마을미디어활동을 유지하는 커뮤니티 사례가 있음.

[표16] 수원영상미디어센터 사업 현황

수원영상미디어센터는 미디어교육 사업과 커뮤니티 지원 사업이 사업 운영의 규모와 집중도가 높은 것으로 보인다. 특히 2015년 특화 사업으로 지역의 정체성을 중심으로 한 맞춤형 미디어교육과 마을미디어 사업이 운영되었다.

마을미디어 사업은 2014년 시범사업을 시작으로 경기 지역에서 수원영상미디어센터

가 가장 먼저 시작하여 해당 사업 영역에 대한 성과가 다양하게 확인된다. 가장 두드러진 성과는 마을미디어 활동을 자발적이고 안정적으로 이어가는 이용자 커뮤니티의 발굴이다.

수원영상미디어센터 사업 담당자의 설명에 따르면, 마을미디어 사업은 타 사업들과는 차별화되게 지역 특성을 보다 심층적으로 적용한 사업이다, 이용자들이 원하는 프로그램 내용을 기획하여 자발적으로 공모하는 방식으로 미디어센터와 접촉하기 때문에 이용자 만족도와 후속 활동 연계 비율이 높은 것으로 평가된다.

장기적인 관점에서 수원영상미디어센터 사업의 방향을 가늠해볼 때, 미디어센터가 지역 사회에서 미디어활동의 허브 역할을 하기 위한 초석을 다지는데 마을미디어 사업이 중요한 역할을 하고 있다. 또한 미디어센터 이용자의 지역에 대한 관심도를 높이고 사회 참여를 유도하는 등 개인적 욕구에서 시작된 미디어 활동이 공동체 미디어 활동으로 자연스럽게 확산될 수 있는 사업이라는 내부 평가 내용이 확인된다.

⑤ 미디어센터 이용자 특성

지역미디어센터의 주요 영역별 사업 현황 분석 내용 중 미디어센터 이용자와 관련된 사항을 살펴보자. 미디어센터 이용자는 다양한 사업의 성과나 효과를 일차적으로 경험하기 때문에 이용자와 관련된 정보는 매우 중요하다. 2013년 전국의 지역미디어센터 공통 현황자료에서는 교육 사업, 창작지원 사업, 상영 사업을 중심으로만 이용자 정보가 확인된다.

사업 영역	주요 이용자 비율	
미디어교육	미디어교육 수준	초급수준 : 92.9% 중급수준 : 7.1% 고급수준 : 응답 없음
	미디어교육 대상	청소년 : 38.0% 어린이 : 20.0% 노인 : 18.0% 장애인 : 10.0% 여성 : 8.0% 주부 : 4.0% 유아 : 2.0%
창작(제작)지원사업	창작(제작)지원 대상	일반 시민 : 88.9%

		독립영화 제작자 : 7.4% 기타 : 3.7%
상영사업	상영시설 이용 대상	청소년 : 31.6% 청장년 : 28.9% 어린이 : 15.8% 주부 : 10.5% 어르신 : 7.9% 기타 : 5.3%

[표17] 지역미디어센터 이용자 관련 정보

미디어교육의 수준은 미디어센터 대부분이 초급 수준(92.9%)에 맞춰져 있다고 응답했다. 중급 수준에 맞춰져 있다고 응답한 센터는 7.1%였고, 고급에 맞추어져 있다고 응답한 센터는 없는 것으로 나타났다. 미디어교육 주 대상에 대한 질문에는 청소년이라는 응답이 38.0%로 가장 많았다. 이어서 어린이(20.0%), 노인(18.0%), 장애인(10.0%), 여성(8.0%), 주부(4.0%), 유아(2.0%) 순으로 나타났다.²²⁾

미디어센터의 창작(제작)지원 사업의 주 대상은 대부분의 센터가 일반 시민들을 최우선 대상으로 하고 있는 것으로 나타났다. 일반 시민을 대상으로 하고 있는 곳이 88.9%으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 독립영화 제작자(7.4%), 기타(3.7%) 순이었다.²³⁾

미디어센터 상영시설을 주로 이용하는 계층은 청소년이 가장 많다고 응답한 센터가 31.6%로 가장 많았고, 다음으로 청장년(28.9%), 어린이(15.8%), 주부(10.5%), 어르신(7.9%), 기타(5.3%) 순인 것으로 나타났다.²⁴⁾

위의 자료로 확인할 수 있는 것은 미디어센터 이용자의 연령대, 미디어 학습 경험(상/중/하)의 정도별로 주로 참여하고 있는 사업이 차이를 보인다는 점이다. 미디어교육 사업의 경우 교육기관과 연계성이 높은 청소년, 어린이, 그리고 미디어 학습 경험이 적은 어르신, 장애인이 주된 이용자 그룹이고, 창작지원 사업의 경우 제작경험을 전제로 하는 경우가 많기 때문에 이용자의 다수를 차지하는 일반 시민들(성인)의 미디어 학습 경험이 중 이상일 것이라 유추해볼 수 있다. 또한 상영 사업의

22) <지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구>(2013), 영화진흥위원회 서울영상미디어센터, p.55 미디어센터의 사업 현황 부분 내용 인용

23) <지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구>(2013), 영화진흥위원회 서울영상미디어센터, p.59 미디어센터의 사업 현황 부분 내용 인용

24) <지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구>(2013), 영화진흥위원회 서울영상미디어센터, p.86 미디어센터의 사업 현황 부분 내용 인용

경우 청소년과 청장년의 비율이 높는데 이는 미디어 학습 경험과 관계없이 연령대가 낮은 이용자 그룹이 어르신 그룹에 비해 미디어문화 향유에 대한 인식이 높기 때문인 것으로 추측할 수 있다.

이번에는 경기지역미디어센터(4개소)의 개별 사업에서 주요 참여 대상으로 지정했던 이용자 그룹, 그리고 실제 미디어센터 사업에 참여한 이용자들 중 가장 미디어센터를 빈번하게 이용하는 이용자 그룹의 특성을 확인하여 다음과 같이 정리해보았다.

	주요 사업	주요 이용자 특성
고양	-학교미디어교육 -미디어 제작자 양성 및 지원 -미디어센터 공간 활성화	-체험/학교 교육에 참여하는 청소년 이용자 집단의 경우 미디어센터 활동으로 연계되지는 않음 -미디어센터에서 육성, 지원하는 미디어 제작 커뮤니티(동아리) 회원의 경우 4~50대 여성이 다수를 차지 -전문가 육성과정을 통한 미디어 관련 전문가 집단의 학교 사업 연계
부천	-공동체미디어교육(어르신, 청소년) -정책 사업 중 네트워크 사업에 집중 -어르신 제작 동아리 육성 및 지원	-어르신 제작 동아리 활성화, 미디어센터 상시 이용 -지역 기관 및 단체들과의 네트워크를 통한 활동 연계 -미디어교육 교사주체들과의 공동 사업 경험 -그 외 한시적으로 상영, 공간 대여 등을 통해 미디어 센터를 가볍게 경험하는 어린이, 학부모, 청소년 이용자가 있음
성남	-창의적/경쟁력 있는 교육 콘텐츠 제공 노력 -청춘시네마(실버계층 대상 기획 상영) 운영, 노인일자리 창출 -시민제작콘텐츠 유통망 확대 -미디어센터 내 유통플랫폼 구축 -미디어 활동 매개인력 양성 집중	-영상/라디오 제작단에 다양한 연령대의 이용자 참여. 4~50대가 제작단으로 가장 많이 연계됨. 액세스 활동에 적극적으로 참여, 성과를 미디어센터와 공유할 수 있는 체계를 구축 -지역의 요구에 맞추어 학교 연계 사업을 늘리면서 어린이, 청소년 미디어교육 활성화. 해당계층의 센터 이용이 잦아짐
수원	-마을미디어사업(교육 및 활동지원 공모) -네트워크 지원(동아리 지원) -미디어교육 및 마을미디어 활동 결과물 지역방송 액세스	-마을미디어사업에서 인큐베이팅 된 미디어활동 그룹 다수, 경력단절 여성 포함 30대 이상 여성의 활동 활발함. -미디어도서관을 통한 시설 이용 측면에서 가족단위의 이용자가 늘어남. -총 11개의 미디어 관련 동아리를 지원하고 있음.

[표18] 경기지역미디어센터 주요 사업별 이용자 특성

경기지역미디어센터 4개소의 주력 사업이 모두 달라 이용자 그룹의 공통 경향은 확인하기 어려웠다. 다만 위의 자료를 통해 각 지역별 미디어센터의 주요 사업이 어떤 이용자 그룹을 대상으로 하는지 정도를 정리할 수 있었다.

고양미디어센터의 경우, 주요 사업이 학교미디어교육이라 청소년 참여자의 비율이

높았고, 제작단 육성의 경우 제작 커뮤니티 참여자들이 4~50대 여성으로 확인된다. 부천시민미디어센터는 공동체를 대상으로 하는 청소년, 노인 사업에 집중하고 있으며, 특히 어르신 제작단 육성사업을 꾸준히 지원하고 있다. 그 외 상영사업과 같이 문화향유를 목표로 하는 사업에는 어린이, 청소년, 학부모의 참여가 많은 것으로 보인다.

성남미디어센터의 경우 인력양성 사업에 초점을 두고 있기 때문에 주된 사업 참여자는 라디오/영상 제작단이다. 제작단에 참여하는 이용자 중 많은 비율이 4~50대 성인인 것으로 확인된다. 그 외에 지역적 요구들로 인해 학교 연계 프로그램이 늘어나는 추세라 어린이, 청소년 이용자 그룹도 늘어나고 있는 것으로 확인된다.

수원영상미디어센터는 마을미디어사업을 통해 30대 이상의 여성 이용자그룹이 활동 참여가 활발해진 것으로 확인된다. 또한 부천지역과 유사하게 미디어도서관(미디어 자료 열람) 운영을 통해 문화향유를 목표로 하는 가족단위의 이용자그룹이 늘어나고 있음을 알 수 있다.

3) 미디어센터 사업 분석

미디어센터 사업 분석에서는 위에서 살펴본 현황 자료 중 주요 내용을 비교, 분석함으로써 미디어센터 사업의 특성과 주요 성과, 그리고 최근의 사업 운영 경향을 정리하였다.

① 미디어센터 사업 특성

지역미디어센터 운영 평가 자료와 현황 자료를 통해 살펴본 결과 미디어센터 사업의 주요 특성은 아래의 세 가지로 확인된다.

첫째, 미디어센터는 미디어 문화 다양성 제고, 미디어의 기초 학습, 콘텐츠 제작 지원, 공동체미디어 주체 및 대안미디어 활동 지원 등의 주요한 기능들을 수행하기 위해 10여 가지의 사업영역을 구성하였다. 미디어교육 사업, 창작 지원 사업, 정책 연구 사업, 상영 사업, 아카이브 사업, 네트워크 사업, PA활동 지원 사업, 컨설팅 사업, 공동체미디어 활동 사업, 인력 양성 사업, 플랫폼 구축 사업 등의 각 사업 영역은 미디어센터 운영 년차와 지역 특성에 따라 적절하게 구성된다.

지역미디어센터가 비중 있게 수행했던 주요 사업을 통해 확인한 바, 전국 미디어센터의 사업이 가지고 있는 공통적 특성과 지역적 특수성이 함께 발견된다. 공통적인

특성은 시민제작 콘텐츠의 생산과 유통/배급에 현재 사업이 집중되고 있다는 점이다. 지역적 특수성의 경우, 지역미디어센터의 상황마다 경향이 다르게 확인된다. 그 이유는 미디어센터가 주로 활동하는 해당 지역을 기반으로 지역 미디어환경과 주민 특성, 지역 내 미디어 관련 수요에 맞춘 사업의 특수성이 한 해의 사업 비전을 세우는데 우선 고려되기 때문이다.

둘째, 미디어 관련 공공기관으로서 지역의 미디어문화를 형성하는데 필요한 자원을 공급하고, 다양한 미디어와 관련한 네트워크를 촉진하는 등 지역 미디어의 허브역할을 수행함으로써 미디어활동의 거점이 되고 있다.

지역에서 일반 시민들을 대상으로 하여 다양한 종류의 미디어를 기초부터 심화, 전문 과정까지 학습할 수 있는 곳이나 매체 구분 없이 미디어 콘텐츠 제작에 대한 조언과 지원을 받을 수 있는 곳 미디어센터가 유일하다. 그렇기 때문에 일반 시민들이 빠르게 변화하는 미디어 환경에 적응하고 다양한 미디어를 접하고 싶거나 배우고자 한다면, 혹은 지역 내 모임이나 단체, 학교, 기타 기관들을 통해 미디어와 관련된 사업을 실행하고자 한다면 미디어센터와 접촉해야 한다.

미디어센터 사업 운영 평가에서 확인 되었듯이 지역 내에서 이미 미디어활동의 허브 역할을 수행하고 있는 지역미디어센터는 시민들의 자발적인 미디어 활동을 위한 시설과 장비를 갖추고 있으며, 미디어의 학습부터 시민제작 콘텐츠 플랫폼에 대한 고민까지 지역미디어활동과 관련한 전 영역에 대한 정보를 제공하고 시민들이 원하는 활동을 지원하고 있다.

셋째, 미디어센터의 운영 년차별로 미디어센터의 역할 수행이 변화하며 지역 내 미디어 활동과 대안적 미디어 문화 형성에 영향을 미친다.

미디어센터 설립 초기에는 지역 특성에 맞는 시범 사업을 운영하고, 각 영역의 사업의 기반을 다지며, 기초적인 미디어활동에 적합한 사업들이 배치되는 경향이 있다. 기초 미디어교육이나 공동체의 요구에 맞추어 운영되는 사업들이 그러하다고 볼 수 있다.

미디어센터 운영이 안정화되면 각 사업영역에서 주요한 사업이 생기고, 지역에 맞는 사업이 다양하게 확장, 분화된다. 또한 미디어센터 이용자 그룹의 미디어센터에 대한 경험이 여러 단계로 나뉘면서 이용자 그룹의 활동이 여러 층으로 구성된다. 이 과정에서 미디어센터는 미디어 활동의 주체를 발굴하기 위해 노력하는데 이와 관련한 사업이 수강생 동아리 지원, 제작단 육성, 미디어 전문제작자 및 미디어교육 교사양성 등의 사업이라고 볼 수 있다. 미디어센터의 활약으로 지역 내에 미디어 활동

의 주체가 다양하게 구성되면, 시민제작/독립적/대안적 미디어콘텐츠 제작과 관련된 지원 사업과 플랫폼 구축 및 퍼블릭액세스 지원 사업이 동시에 활발해지는 경향이 있다. 지역미디어센터는 궁극적으로 자발적으로 미디어센터의 다양한 사업에 참여하고 미디어센터의 시설과 장비를 적극 활용하여 지역에서 다양한 이슈가 포함된 미디어콘텐츠를 제작할 수 있는 시민 주체들을 지원하고자 하며, 현재 설립 5년차 이상 미디어센터의 경우 제작단을 지속적으로 육성, 지원하고 시민제작 콘텐츠 배급을 위한 구조를 만드는 데 힘쓰고 있다.

② 미디어센터 사업성과

미디어센터 현황 자료에서 2007년~2013년까지 지역미디어센터 운영 성과로 확인된 내용 중 주요한 부분을 비교, 정리하였다. 지역미디어센터 운영 년차가 높아짐에 따라 발전된 성과의 내용이 몇 가지 확인된다.

첫째, 지역 영상문화 인프라-허브로서의 위상을 확립하였다. 우선 미디어센터의 설립이 확장된 점 자체가 미디어센터의 활동 영역이 구체화되고 위상이 강화됨을 의미한다. 또한 미디어센터 사업 운영 년차가 늘어나면서 미디어센터가 지역에 알려지고 어떤 목표로 무슨 사업을 하는 곳인지 지역 사회 구성원들의 인식이 점차 늘어나고 있다. 또한 기존에 미디어센터 이용자들의 미디어활동 욕구가 증가하면서 미디어센터를 적극적으로 이용하고 있는 추세이다. 이로써 미디어센터는 지역의 미디어 자원을 필요한 곳에 연결해주는 허브로서의 역할을 충실하게 수행하고 있다고 볼 수 있다.

둘째, 지역주민 및 공동체의 영상문화 향유권 신장 및 영상미디어를 통한 임파워먼트를 실현한다. 미디어센터는 지역사회 구성원 누구든지 이용할 수 있고, 다양한 미디어 혹은 영상문화를 향유할 수 있도록 시설 및 사업 운영의 측면에서 열린 공간이다. 또 다른 의미로 미디어에 대한 접근성이 낮은 소외계층 사업을 확장함으로써 미디어를 사회적 소통의 도구로 활용할 수 있도록 교육과 활동 사업을 통해 적극적으로 지원한다는 점에서 개인적 차원 혹은 공동체 차원의 임파워먼트를 실현한다고 볼 수 있다.

셋째, 다양한 콘텐츠 생산 주체를 육성하는 기반을 마련하였다. 미디어센터 이용자 그룹, 특히 자발적으로 미디어 활동을 기획하고 실행하는 그룹의 등장은 미디어센터의 매우 중요한 사업성과이다. 콘텐츠 생산 주체의 육성은 지역 내에서 지속적으로 시민제작 미디어 콘텐츠가 생산되고 소통될 수 있는 가장 기초적인 조건이라는 점

에서 대안적 미디어문화를 활성화하겠다는 미디어센터의 기본 목표를 일정 수준 달성한 것이라고 볼 수 있다. 이는 2009년~2011년 퍼블릭액세스 사업 실적의 증가나 참여미디어활동에 대한 지역 수요 증가 등 현황 자료에 포함된 내용들을 통해 분명한 성과로 확인 가능하다.

넷째, 변화되는 디지털 미디어 커뮤니케이션 환경에 대한 교육 인프라로서의 역할 확장의 기반을 마련하였다. 미디어 환경에 대한 이해는 미디어센터 사업 목표를 설정할 때 반드시 고려해야 할 핵심 내용 중 하나라고 볼 수 있다. 더불어 빠르게 변화되는 미디어 환경에 대한 지역사회의 적응 요구를 수렴한 것이기도 하다. 그렇기 때문에 일반 시민들의 스마트 미디어에 대한 학습이나 스마트 콘텐츠의 활용 및 활성화를 위한 사업들이 미디어센터 사업의 한 축으로 등장하고 있으며 이는 매우 자연스러운 현상이다. 특히 사업 실행의 측면에서 가장 중요한 것은 미디어센터가 미디어 환경의 변화에 맞춰 새로운 미디어를 활용할 수 있는 시설과 장비를 갖추고자 노력하고 있다는 점에서 미디어센터의 교육 인프라로서의 역할이 도드라진다.

해당 년도	운영 성과	주요 기술 내용
2007	지역 영상문화 활성화를 위한 인프라로서의 지속적인 성장 가능성 확인	-영상문화 향유권 및 미디어 리터러시 제고를 목표로 한 새로운 모델의 지역서비스에 대한 주민들의 긍정적 평가 -미디어센터 설립으로 지역 주민의 지속적인 참여 유도를 위한 지역의 인적, 물리적 자원의 집중이 가능해짐
	지역주민의 영상문화 향유권 신장 및 지속적 참여의 확장	-기본사업 활성화 -지역 주민들 및 공동체의 활동 활성화 -적극적인 참여 주체 발굴 -다양한 콘텐츠 생산
2008	인식-운영주체-활동주체의 성장을 통한 지역 영상문화 인프라로서의 위상 확보	-영상콘텐츠의 사회문화적 가치에 초점을 둠 -지역 주민들의 운영주체에 대한 인식 -지역의 적극적인 활동 주체의 성장 -지역 주민과 운영 주체간의 상호작용 활성화
	지역주민의 영상문화 향유권 신장 및 지속적 참여의 확장	-영역별 사업 활성화 -수강생들의 자율적 동아리 형성 -지역사회 소외계층에 대한 접근 강화 -적극적인 참여 주체의 등장 및 다양한 콘텐츠의 생산 -대안적 영상 콘텐츠 보급 증가
	센터 간의 교류 활성화를 통한 상호 지원의 증대	-일상적 상호 컨설팅 -네트워크 사업 공동 수행
	센터 사업의 단계적 확장을	-지역 주민의 참여 확장 및 수요 확대

	필요로 하는 지역 수요의 확대	-개인 및 공동체에 대한 컨설팅 업무 수요 계속 증대 -지역 시민사회의 관심 비약적 증가 -일반 시민의 콘텐츠 생산 욕구 및 실질적 생산 능력의 확대
2009 ~201 0	사업시작 7년 차, 지역 영상문화 인프라-허브로서의 위상 확립	-개관 미디어센터 증가, 지역 밀착형 영상문화 인프라로서의 위상 확립 -다양한 영화를 접할 수 있는 대안적 상영공간으로 자리 잡음 -지역민을 대상으로 하는 제작 지원 사업 활성화 -지역 내 다양한 기관과의 연계, 네트워크
	다양한 콘텐츠 생산 주체 육성 기반 마련	-미디어 관련 동아리, 시민영상제작단 성장 -대안적인 지역 기반의 미디어 콘텐츠 제작 주체 군 형성
	공동체의 영상문화 향유권 신장 및 영상미디어를 통한 임파워먼트	-지역사회의 다양한 구성원들에게 미디어 접근 기회 제공 -영상문화 향유권 확대에 기여 -개인 및 공동체의 미디어 소통 역량 확보 -다양한 지역사회 구성원 간의 소통 촉진
	변화되는 디지털 미디어 커뮤니케이션 환경에 대한 교육 인프라로서의 역할 확장의 기반 마련	-미디어 융합 환경에 필요한 새로운 소통 기술 습득에 대한 지역 사회의 요구 -SNS, 스마트폰 등의 스마트 미디어 활용에서부터 스마트 콘텐츠 활성화를 위한 사업 심화, 확대
2009 ~201 1	미디어교육 강좌 수 및 이용자 수 증가	-미디어센터 설립 확대
	퍼블릭액세스 프로그램 지원 실적 증가	-미디어센터 이용자 그룹의 성장 -지역 미디어 플랫폼, 퍼블릭액세스 지원 사업 확장
	지역 내 참여미디어활동 수요 및 수행 주체 증가	-미디어센터 이용자 그룹의 성장 -인력 양성 관련 사업 운영(미디어 전문 제작자 육성, 미디어교육 교사 양성, 공동체상영 전문 인력 양성)

[표19] 2007~2011년 미디어센터 운영 성과 요약 및 기술 내용 정리

이상의 내용들은 미디어센터가 활동을 활발히 수행함으로써 2013년 당시 확인된 성과로, 현재 시점에서는 이보다 발전된 단계의 성과가 확인되거나 새로운 영역에서 추가로 성과가 확인되었을 가능성도 있다. 이와 관련해서는 경기지역미디어센터의 사업 분석을 통해 확인해 보도록 하겠다.

③ 경기지역미디어센터(4개소) 사업 운영 경향 분석

경기지역미디어센터는 설립 초기를 지나 사업 운영의 안정기로 접어들고 있다. 따라서 앞서 살펴본 미디어센터 사업 특성과 같이 미디어센터 사업이 다양하게 확장, 분

화하며 미디어센터 이용자 그룹을 왕성하게 육성하는 시기에 해당한다고 볼 수 있다. 경기지역미디어센터에서 확인되는 미디어센터 운영 년차별 특성과 최근 현황 자료를 통해서 확인된 새로운 성과나 경향을 동시에 살펴보도록 하겠다. 2013년~2015년의 경기지역미디어센터의 전체 사업 운영 현황을 비교, 분석한 내용 중 주요한 경향을 확인해보면 다음과 같다.

첫째, 지역적 특성이 도드라진 특성화 사업이 활발하게 운영되고 있다. 전체 사업 영역별로 지역에 맞게 변화하고 있지만 대표적으로는 학교미디어교육 사업, 마을미디어 지원사업, 미디어페스티벌 혹은 네트워크 파티, 시민영상제 등의 사업들이 이에 속한다.

둘째, 계층 공동체에서 지역 공동체로 활동 주체 발굴 사업의 방향이 변화하는 추세이다. 기존에 지역 사회 내 사회구성원 중 소외계층을 대상으로 한 사업이 다양하게 확장하였다면, 수원영상미디어센터의 마을미디어사업을 시작으로 미디어센터가 마을 단위 혹은 그보다 작은 모임 단위의 지역 기반 공동체를 대상으로 하는 사업이 점차 늘어나고 있다. 이와 더불어 미디어센터는 미디어센터를 거점으로 활동하는 여러 주체들을 미디어 전문가 그룹으로 성장시키고, 미디어 활동의 거점을 미디어센터에서 지역으로 넓혀 독립적 활동이 가능한 지역 미디어 활동가 그룹으로 견인하기 위한 노력을 기울이고 있다. 앞으로 지역의 미디어활동을 지원하는 미디어센터의 허브 역할이 추후 더욱 강화될 것으로 보이며, 길게는 지역 내 대안적 미디어를 생산, 운영, 지원하기 위한 정책적, 사업적 준비도 필요해 보인다.

셋째, 퍼블릭액세스를 지원하는 차원을 넘어 퍼블릭액세스에 적극 개입하거나 미디어센터가 지역 내 미디어 플랫폼의 구축 주체가 되는 등 시민콘텐츠 유통/배급 사업이 비약적으로 확장하고 있다. 이는 시민미디어 콘텐츠 제작의 주체가 다양한 방향으로 성장되고 있다는 점과 맞닿아 있다. 시민콘텐츠의 유통/배급 성과는 곧 제작 주체의 활동 동기이자 이유가 된다. 지역의 미디어 구조를 대안미디어, 지역 소재, 지역 주민의 소통방법에 맞게 변화시키기 위해 미디어 플랫폼을 구축하는 것 또한 매우 중요하다. 따라서 미디어센터의 퍼블릭액세스 사업의 확장은 매우 필요하고 바람직한 일이라 할 수 있다.

사업 영역		고양	부천	성남	수원
특 화 사	지역	-학교 미디어교 육 강화 -진로교육 연계	-지역맞춤형 일자 리 창출 사업 (점프업) 진행	-시민제작단 육성 -청춘시네마(지역 밀착형 상영프	-마을미디어사업 (교육 및 활동 지원 공모)
	특화 사업				

업		-시민영상제	-시민영상축제(시민참여형 문화 행사)	로그램)로 노인 일자리 창출 -미디어페스티벌	-마을미디어 네트워크 파티 진행	
	정책 사업	미디어전문가 육성 -미디어 직무연수 진행(학교 및 기관 대상) -미디어교육 교사양성과정 진행	-미디어교환망(네트워크 사업) 진행 -신진 미디어교육 교사양성과정 진행	-미디어교육 강사 TF 운영(연구모임 지원) -미디어교육 교사 대상으로 미디어교육 프로그램 공모 제도 운영 -미디어 활동 매개 인력 양성 집중	-지역미디어전문가 양성과정(미디어교사, 프로그래머)	
	미디어센터 교류	※ 경기지역미디어센터네트워크 발족: 고양, 부천, 성남, 수원영상미디어센터 참여				
활동 사업	미디어 교육	체험	-스튜디오 활용한 체험교육 -청소년 대상 학교미디어교육 강화	-체험교육 비중 낮음	-어린이 대상 미디어 스쿨 체험 -학교 미디어교육	-체험교육 비중 낮음
		기초	-미디어 비평, 스마트미디어 관련 강좌 신설	-공동체미디어교육(어르신, 청소년 계층 위주) -외부지원 및 협력사업	-기초, 일반과정에 집중된 경향 -창의적/경쟁력 있는 교육 콘텐츠 제공 노력	-학교미디어교육(문화적, 윤리적 미디어능력 배양) -가족미디어교육 -정규미디어교육 -기획형 맞춤형 미디어교육 -마을미디어교육
		심화	-전문 제작과정 중심의 상설강좌	-시민제작활성화 교육(영상제작과정, 기술단과, 미디어인문학 등)	-심화과정 비중 낮음	-정규미디어교육 일부 기술 과정, 마을미디어교육 후속교육과 연계
	상영 및 액세스	-시민제작영상 액세스 채널 발굴에 노력	-정기/토요/공동체/배리어프리 상영 사업 진행	-상시/공동체 상영 -청춘시네마(실버 계층 대상 기획 상영) 운영 -시민제작콘텐츠 유통망 확대 -미디어센터 내 유통플랫폼 구축	-정기/커뮤니티 상영 사업 진행 -미디어교육 및 마을미디어 활동 결과물 지역방송 액세스	
	미디어 활동 지원	-동아리 등 센터 내 미디어커뮤니티 육성 및 지원 -센터 내 제작관련 커뮤니티 6	-어르신 영상제작 동아리(부시맨) 육성 및 지원 -영상제작 현물지원 사업 -미디어교사 활동	-시민제작단 육성 및 지원 -시민제작단 네트워크 활성화 -지역밀착형 콘텐츠 제작 지원	-미디어 콘텐츠 제작 지원 -네트워크 지원(동아리 지원) -마을미디어 활동 지원	

	그룹 활동 중, 지속 지원	지원	독립영화 제작지원	
장비 및 시설 운영	-편집실, 스튜디오 활성화에 집중 -이용자 수준별 장비 구축 노력 -지역의 영상문화 공간으로서 미디어도서관 운영	-영화 감상 공간 및 동아리실 운영 -지역 기반 영상 콘텐츠 확보 및 아카이빙에 집중	-활동 공유 및 발표 공간으로 라디오 공개방송 스튜디오 활용도 높음 -체험교육에 미디어센터 시설 적극 활용	-장비 및 시설사업은 동아리 지원, 체험교육 등과 연계하여 운영 -미디어 도서관 가족 단위 이용자를 대상으로 활성화

[표20] 경기지역미디어센터 사업 영역별 운영 현황 비교

위의 표에서 정리한 미디어센터 사업 영역별 현황표를 상세히 살펴보면 경기지역 미디어센터가 특히 집중하는 사업이나 활성화된 사업은 해당 지역의 요구와 특성에 따라 달랐으며, 주목할 만 한 새로운 경향은 미디어 제작단 양성에 대한 다양한 방식의 적극적인 지원과 마을미디어사업의 시작이라고 볼 수 있다.

또한 지역사회 내에서 미디어센터의 위상을 높이기 위한 노력의 일환으로 미디어센터 사업 결과 발표회 혹은 미디어축제, 시민영상제 등의 사업을 지속적으로 추진함으로써 미디어센터 이용자들 사이의 네트워크와 교류를 촉진시키고 있는 점도 주목해야 할 지점이다.

정책사업의 경우, 전반적인 경향이 미디어 전문가를 육성하는 데 초점이 맞추어져 있었다. 전국미디어센터협의회와 다수의 미디어센터가 공동사업으로 진행했던 미디어교육 교·강사양성과정 사업이 2년간 연속으로 운영되었으며, 2016년 자유학기제 전면 시행에 따라 학교미디어교육에 대한 지역 내 수요가 폭발적으로 증가한 것이 최근 미디어센터 정책 사업의 흐름에 주요한 영향을 미친 것으로 보인다.

더불어 경기지역을 활동기반으로 하는 미디어센터 4곳이 경기지역미디어센터 네트워크를 발족하여 빠르게 변화하는 지역의 미디어 환경에 대한 정보를 나누고 미디어 정책과 관련한 이슈를 공유하기 위한 공동 사업을 추진하기 위한 기반을 다지고 있다.

경기 지역 4개 미디어센터의 공통 사업 영역은 미디어교육, 상영 및 액세스, 미디어 활동 지원, 장비 및 시설 운영 등이다.

미디어교육 사업은 지역별 특성이 가장 잘 드러난 사업으로, 지역별로 미디어센터가

위치한 지리적 입지나 주요 이용자 특성에 따라 각기 다른 특성을 보인다. 예를 들어 고양과 성남의 경우 중년 여성이 주 이용자층이라는 점에서는 같으나 사업 운영 방향에 큰 차이가 있다. 고양의 경우 전문 강좌의 수요가 높은 반면, 성남의 경우 기초 강좌의 수요가 높다. 고양은 이용자들이 자아실현을 목적으로 프로그램에 접근하는 경향이 강하지만 성남은 학부모로서의 정체성이 강한 이용자들이 많아 자녀와 더불어 할 수 있는 프로그램에 대한 수요가 높은 경향이 있기 때문이다.

상영 및 액세스 사업은 미디어교육 혹은 커뮤니티 사업과의 접촉면이 점차 늘어가는 추세이다. 미디어센터의 지원을 통해 만들어진 미디어콘텐츠의 배포와 유통에 미디어센터가 관심을 두고 지역 내 미디어문화 확산을 위한 다양한 사업적 시도를 펼쳐가고 있다. 지역방송과의 연계를 통한 시민제작콘텐츠 액세스 제휴나 채널 확보, 자체적인 미디어 플랫폼 개발 시도 등이 그계 해당한다고 볼 수 있다.

미디어 활동 지원 사업은 가장 도드라지게 성과를 확인할 수 있는 사업이다. 미디어센터에서 설정한 방향에 따라 미디어교육을 받은 이용자들을 미디어활동으로 연계함으로써 미디어센터 소속의 미디어 제작단을 전략적으로 육성하거나, 개인의 미디어 창작과 미디어커뮤니티 조직, 미디어 동아리 활동 등을 간접 지원하는 방식으로 미디어센터가 보유한 자원을 다채롭게 활용하여 미디어 활동 지원 사업이 운영되고 있다.

장비 및 시설 운영 사업은 제한된 예산으로 인한 사업운영의 한계가 있으나 이용자들에게 미디어센터를 문화적 공간으로 인식시키기 위한 사업적 노력이 확인된다. 그 예로 미디어체험활동과의 연계를 통해 미디어센터의 공간 이용 빈도를 높임으로서 미디어센터를 알리고 이용자의 폭을 늘리려는 노력을 하고 있다. 또한 지역 미디어콘텐츠 아카이브에 집중했던 과거에 비해 ‘미디어도서관’이라는 개념의 도입을 통해 미디어센터가 보유한 자료를 효율적으로 활용하고, 도서관과 같이 누구나 상시 이용 가능한 문화공간으로서 미디어센터의 이미지를 구축하기 위해 노력하고 있다.

그 외 미디어센터의 주요 사업에는 포함되지 않으나 미디어와 관련된 지역의 자원을 다양하게 연결하는 허브역할을 수행하고 있는 점도 미디어센터의 중요한 역할이다. 예를 들어 어린이, 청소년을 대상으로 한 학교미디어교육에 대한 요구를 미디어센터가 수용하여 미디어교육의 사업 방향에 적용하거나, 마을미디어 혹은 미디어교육 사업을 통해 육성된 전문적 미디어능력을 갖춘 이용자를 지역 사회의 필요한 곳에 연결해주는 등의 사례가 확인된다.

3. 미디어센터 사회적 효과의 구성요소

본 연구는 미디어센터가 개인과 지역사회에 미치고 있는 영향을 다각도로 살펴봄으로써 어떤 요소로 미디어센터의 사회적 효과를 확인하고 그 척도가 되는 지표를 개발하는 것이다.

지금까지 미디어센터의 현황을 파악함에 있어 사업 운영 내용과 더불어 사업 운영의 성과를 살펴봄으로써 미디어센터가 설정한 사업의 방향이 실제 어떤 결과로 확인되는지 알아보았다. 이러한 현황 자료를 바탕으로 미디어센터 사회적 효과의 구성요소를 확인해보고자 한다.

미디어센터 사회적 효과의 구성요소를 확인하는 데 참고할 부분은 지역의 특수성보다 공통적인 영역에서 확인되는 내용에 집중할 필요가 있다. 다만 미디어센터 사회적 효과의 구성요소를 일정한 범위 내에서 정리하고 추후 경기지역미디어센터의 사례를 통해 사회적 효과 구성요소의 유효성을 확인하는 과정에서 지역의 특수성을 고려할 필요는 있다. 본 연구를 통해 접하게 될 사례는 주로 미디어센터에서 실행한 사업의 성과나 개인적인 경험이기 때문이다. 이 때 언급된 사례가 어떠한 배경에서 사회적 효과로서 의미를 가지는지를 해석하는데 지역의 특수성은 기본 전제가 되어야 한다.

미디어센터 현황 분석 결과를 통해 사회적 효과 지표 개발에 참고할 수 있는 내용 중 가장 유효한 것은 미디어센터 고유의 역할이 명확하게 드러난 사업별 목표 기술 부분이다. 따라서 가장 먼저 주요 사업 영역별로 설정한 목표 기술 내용을 정리해볼 것이다. 다만 현황 정리의 기초 자료로 활용된 미디어센터 운영 평가 자료나 실태조사 및 모델 연구 자료에 미디어센터 사업 영역별 세부 사업 목표가 상세히 정리되어 있지는 않다. 그래서 '미디어센터 사업 목표의 이해' 평가 지표로 활용된 내용 중 구체적인 사업 영역이 확인되거나, 사업 영역별 목표가 분명히 드러난 부분을 참고하여 내용을 정리하였다.

미디어센터 사회적 효과 지표로 활용할 수 있는 또 다른 자료는 미디어센터 사업 운영의 성과로 표현된 기술 내용이다. 현황 자료에서 정리한 미디어센터의 특징을 미디어센터 사회적 효과로 연결하기 위해서는 미디어센터가 사업 수행을 통해 해당 목표를 달성했는지 여부가 매우 중요하다. 특히 지역미디어센터에서 목표로 설정한 내용의 유효성 여부가 미디어센터 사회적 효과의 구성요소를 구성하는 데 큰 도움

이 될 수 있다.

마지막으로 미디어센터의 최근 사업 경향을 반영하기 위하여 경기지역미디어센터 사업 현황 자료를 바탕으로 사회적 효과 지표로 활용 가능한 내용을 정리하였다. 앞서 검토한 지역미디어센터 목표 및 성과 기술 항목과 최근 3년 동안 주요하게 진행된 사업을 중심으로 설정한 사업 목표 기술 항목을 참고하여 미디어센터 사회적 효과 지표의 구성요소를 정리해보았다. 또한 실제 미디어센터를 이용하는 이용자 집단에 대한 자료 분석을 통해 미디어센터 사회적 효과 지표의 유효성 확인을 위해 인터뷰에 참여할 이용자 그룹을 탐색하는 데 적극 활용하였다.

1) 미디어센터 사업 영역별 목표

지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구(2013)에서 정리한 표에 따르면 중점 수행 사업 영역은 미디어교육 사업, 창작지원 사업, 퍼블릭액세스 사업, 상영 사업, 공간 및 시설 지원 사업의 5가지이다. 앞서 정리한 현황 자료를 중심으로 각 영역별 사업 목표가 분명하게 표현된 부분을 키워드 중심으로 정리해보았다. 또한 유사한 내용을 묶어서 범주로 정리해봄으로써 미디어센터 사회적 효과 지표의 구성요소를 확인해보았다.

① 미디어교육 사업

미디어교육 사업의 사회적 효과로 확인되는 주요 목표 기술 내용을 요약하면 미디어교육 사업을 통해 미디어센터를 이용하는 개인의 긍정적인 변화를 촉진하고, 미디어와 관련된 개인 및 공동체의 역량을 강화하며, 미디어환경 및 미디어 권리에 대한 인식이 높아진다는 것이다.

미디어교육 영역에 해당하는 목표의 내용은 다음의 네 개의 구성요소로 나누어볼 수 있다. 각 구성요소에 포함된 목표 기술 내용은 미디어센터 사회적 효과 지표로 활용할 수 있다.

미디어격차 해소, 미디어 환경의 변화에 능동적 적응, 미디어 교육 필요성 인식 증진의 기술 내용은 ‘미디어 환경’으로 정리하였다. 사회적 효과로써 ‘미디어 환경’은 미디어센터를 통해 미디어를 둘러싼 주변 환경을 인식하거나 대응할 수 있는 능력을 기르는 것을 의미한다.

창의적 자아 표현, 통합적 사고, 타인에 대한 이해, 소통능력 배양의 기술 내용은 ‘개인 역량’으로 정리하였다. ‘개인 역량’이라는 구성요소는 미디어센터를 통해 접한 경험이나 지식이 개인에게 미치는 긍정적인 영향을 의미한다.

미디어에 대한 이해, 미디어에 대한 흥미와 자신감, 미디어를 통해 스스로 자유롭게 표현, 미디어 리터러시 능력 함양, 비판적 미디어 읽기, 제작 능력 배양, 미디어를 이용한 표현 능력, 미디어 활용 능력제고, 지역공동체의 미디어 능력 향상, 지역 주민의 미디어 능력 강화, 미디어 활동 역량 강화의 내용은 ‘미디어 역량’으로 묶어보았다. ‘미디어 역량’은 미디어를 학습하고 경험함으로써 확인되는 능력 향상을 의미한다.

커뮤니케이션 권리 강화, 미디어 표현 및 향유 권리, 표현의 자유 및 정보 접근권 향상, 전문적 영상인력 발굴은 ‘미디어 권리 및 기타’로 정리하였다. ‘미디어권리’는 미디어센터를 통해 미디어 권리를 인식하고 해당 권리를 획득하는 것을 의미한다. ‘기타’에는 전문적 영상인력 발굴이 포함되는데, 지역 내 미디어 관련 인적 자원의 양성이라는 새로운 구성요소로 나눌 수도 있을 것이다.

미디어교육 영역 목표 기술 내용	미디어센터 사회적 효과 구성요소
<ul style="list-style-type: none"> - 미디어격차 해소 - 미디어 환경의 변화에 능동적 적응 - 미디어교육 필요성 인식 증진 	미디어 환경
<ul style="list-style-type: none"> - 창의적 자아 표현 - 통합적 사고 - 타인에 대한 이해 - 소통능력 배양 	개인 역량
<ul style="list-style-type: none"> - 미디어에 대한 이해 - 미디어에 대한 흥미와 자신감 - 미디어를 통해 스스로 자유롭게 표현 - 미디어 리터러시 능력 함양 - 비판적 미디어 읽기 - 제작 능력 배양 - 미디어를 이용한 표현 능력 - 미디어 활용 능력제고 - 지역공동체의 미디어 능력 향상 - 지역주민의 미디어 능력 강화 - 미디어 활동 역량 강화 	미디어 역량

<ul style="list-style-type: none"> - 커뮤니케이션 권리 강화 - 미디어 표현 및 향유 권리 - 표현의 자유, 정보 접근권 향상 - 전문적 영상인력 발굴 	<p>미디어 권리 및 기타</p>
--	--------------------

[표21] 미디어교육 사업 영역 목표 기술 내용에 따른 미디어센터 사회적 효과 구성요소

② 창작 지원 사업

창작 지원 사업은 독립영화를 비롯한 다양성 영상 제작 지원, 시민 미디어 콘텐츠 제작 지원, 공동체 미디어 활동 지원 사업 등이 포함된다. 창작 지원 사업 사회적 효과와 연관된 주요 목표 기술 내용을 요약하면 다음과 같다. 시민들이 미디어센터의 창작 지원 사업을 통해 미디어 제작의 주체가 될 수 있도록 한다. 그리고 주류미디어에서 다루지 않는 사회적 약자나 소외계층의 목소리를 미디어를 통해 표현할 수 있도록 하여 미디어 문화 다양성을 제고한다. 또한 미디어를 통해 지역공동체를 육성하고 지역의 작은 미디어를 개발하는 등 공동체 미디어를 활성화할 수 있다. 이러한 활동이 가능하도록 미디어센터는 창작 지원 시스템을 구축함으로써 지역 미디어 인프라로서 기능한다.

창작 지원 사업의 목표를 기술한 내용은 다음의 세 개의 구성요소로 나누어볼 수 있다.

비상업적, 실험적, 교육적 영상제작활동의 활성화, 비주류 및 사회적 소수자의 표현권을 보장, 문화적 다양성을 제고, 미디어로 소외계층의 목소리 사회적 소통, 공공적 미디어 생산, 지역의 작은 목소리, 지역 밀착형 지원 등의 내용은 ‘미디어 공공성, 문화 다양성’의 구성요소로 묶을 수 있다. ‘미디어 공공성’ 범주는 소수의 자본소유자에 의한 상업적 미디어에 상응하는 대안적 미디어 콘텐츠 제작활동을 활성화하는 것을 의미한다. ‘문화 다양성’은 기존의 주류 미디어에서 다루지 않는 다양한 사회 구성원들의 목소리를 사회적으로 소통하며 미디어 문화 다양성을 실현하는 것을 의미한다.

주체적 영상문화 향유, 시민사회의 활동 및 지원활동 강화, 시민 창작 활동 지원 시스템 확보, 미디어 제작 인프라로 기능, 영상미디어활동가들의 창작의지 고취, 지역 영상 산업의 저변 확대. 문화 콘텐츠 산업 육성 인프라, 지역 영상 산업 발전을 위한 기본 인프라, 지역 미디어 지원의 구심 등의 내용은 ‘지역 미디어 인프라’로 정리하였다. 이 구성요소는 미디어센터의 창작 지원 사업이 영상미디어 전문가 그룹(활

동가)과 일반 시민들의 창작의욕을 고취시키며 지역 내 미디어 제작 인프라를 형성하는 데 도움을 주고 있음을 의미한다.

영상 매체 활용, 지역 문제 공론화, 지역공동체 건설, 공동체 활성화, 공동체 특성에 맞는 작은 미디어 개발 및 지원, 커뮤니티 활동 지원의 목표 기술 내용은 ‘지역공동체 활성화 및 공동체 미디어 활성화’로 정리할 수 있다. ‘지역공동체 활성화’는 미디어센터의 미디어활동 지원을 계기로 시민들이 지역공동체의 소통을 강화하거나 공동체 단위의 활동을 새롭게 만들어낼 수 있다는 것이다. ‘공동체 미디어 활성화’라는 구성요소는 미디어센터 창작 지원 사업을 통해 공동체 내에서 만들어지고 유통되는 소규모 공동체에 적합한 대안적 형태의 미디어를 육성한다는 의미이다.

창작 지원 영역 목표 기술 내용	미디어센터 사회적 효과 구성요소
<ul style="list-style-type: none"> -비상업적, 실험적, 교육적 영상제작활동의 활성화 -비주류 및 사회적 소수자의 표현권을 보장, 문화적 다양성 제고 -미디어로 소외계층의 목소리 사회적 소통 -공공적 미디어 생산 -공공미디어에 대한 시민 참여 활성화 -문화적 참여민주주의 확산 -주체적 영상문화 향유 -보편적 영상문화 기반 확대 -시민 일반의 문화적 권리와 창의성 신장으로 삶의 질 향상 -지역의 작은 목소리, 지역 밀착형 지원 	<p style="text-align: center;">미디어 공공성, 문화 다양성</p>
<ul style="list-style-type: none"> -시민사회의 활동 및 지원활동 강화 -시민창작활동 지원시스템 확보 -미디어 제작 인프라로 기능 -영상미디어활동가들의 창작의지 고취 -영화 촬영 유치 및 서비스 제공, 독립영화 촬영 지원 -지역 영상 산업의 저변 확대 -문화 콘텐츠 산업 육성 인프라 -지역영상문화 발전에 이바지 -지역 영상산업 발전을 위한 기본 인프라 -지역 영상문화 인프라 -지역 미디어 지원의 구심 	<p style="text-align: center;">지역 미디어 인프라</p>
<ul style="list-style-type: none"> -영상매체 활용, 지역 문제 공론화 	<p style="text-align: center;">지역 공동체 활성화</p>

-지역공동체 건설 -공동체 활성화 -공동체 특성에 맞는 작은 미디어 개발 및 지원 -커뮤니티 활동 지원	및 공동체 미디어 활성화
--	------------------

[표22] 창작 지원 사업 영역 목표 기술 내용에 따른 미디어센터 사회적 효과 구성요소

③ 퍼블릭액세스 활동 지원 및 상영 사업

퍼블릭액세스 활동 지원 사업은 시민제작단의 운영을 지원하는 활동, 지역 방송사와 연계하여 직접 퍼블릭액세스에 참여하고 지원하는 사업을 일컫는다. 앞서 정리한 미디어교육 사업과 창작 지원 사업의 성과물인 시민 제작 미디어 콘텐츠를 유통/배급하는 사업 또한 퍼블릭액세스 활동 지원 사업에 포함할 수 있다.

상영 사업은 기존의 미디어 채널을 이용하지 않은 미디어센터 자체의 소규모 액세스 지원 사업이다. 미디어센터 내의 상영공간을 이용한 자체 상영사업과 독립영화, 다양성 영화의 배급 및 상영 지원, 공동체 상영 지원 사업, 찾아가는 상영 사업 등이 포함된다.

퍼블릭액세스 활동 지원 사업과 상영 사업은 지역에 시민 제작 콘텐츠를 유통/배급한다는 측면에서 사업 내용의 유사성이 있기 때문에 목표 기술 내용을 함께 검토해 보았다. 사회적 효과와 연관된 주요 목표 기술 내용을 요약하면 다음과 같다. 미디어센터의 다양성 영화 상영 사업을 통해 지역 내 문화다양성을 고양시키고 지역민들의 문화 향유 기회를 확대한다. 또한 시민 제작 미디어 콘텐츠를 퍼블릭액세스 채널에 배급함으로써 지역 내 소통을 증진하고 미디어를 통해 주민들의 실질적인 소통 권리를 보장한다. 그리고 지역 주민들이 직접 생산한 콘텐츠를 지역 내에 유통함으로써 지역 소식을 전달하고 공동체를 기반으로 한 참여적 미디어 문화를 형성한다. 마지막으로 미디어센터가 지역 내 부족한 시민 제작 미디어 콘텐츠의 배급망을 구축하고 퍼블릭액세스 구조를 정착하기 위한 구심점이 된다.

퍼블릭액세스 활동 지원 및 상영 사업 영역 목표 기술 내용	미디어센터 사회적 효과 구성요소
-지역민의 다양하고 깊이 있는 영상문화 향유 -대도시와의 문화 격차 해소	문화 향유 기회 확대

<ul style="list-style-type: none"> -주민의 문화생활 수준 향상 -독립영화의 상영과 배급을 통해 지역주민들에게 다양한 영상 체험 기회 제공 -상업영화 뿐 아니라 다양한 영화 상영기회 확대 -다양한 영상 창작물의 향유 기회 마련 	
<ul style="list-style-type: none"> -퍼블릭액세스 방송을 통해 지역 사회 다양한 발언 창구 역할로 자리매김 하도록 건인 -퍼블릭액세스를 통해 개인, 공동체에게 방송의 기회를 제공함으로써 실질적인 미디어 평등을 보장, 소통의 권리 획득 -시민창작물을 웹 상영을 통해 지역 주민들에게 소통 	지역 사회 소통 증대
<ul style="list-style-type: none"> -지역 주민들이 직접 제작한 지역 소식의 제작과 방송을 지원, 주민자치 네트워크 실현 도구 마련 -웹캐스팅 방송국에서 시민들이 직접 제작한 지역 소식 전달, 지역공동체 형성 -지역의 문화적 참여민주주의 확산과 성숙한 시민공동체 건설 	지역 공동체 형성
<ul style="list-style-type: none"> -지역 특성을 살린 퍼블릭액세스 프로그램 개발 -시민제작영상물의 배급망 구축 -공공적 지역영화제 및 영상제 안정적 상영 지원 -지역 시민과 함께하는 커뮤니티 시네마로서의 역할 확대 -퍼블릭액세스 구조의 정착과 활성화의 구심점 	지역 미디어 인프라

[표23] 퍼블릭액세스 활동 지원 및 상영 사업 영역 목표 기술 내용에 따른 미디어센터 사회적 효과 구성요소

두 영역의 사업 목표를 기술한 내용은 다음의 네 개의 구성요소로 나누어볼 수 있다.

지역민의 다양하고 깊이 있는 영상문화 향유, 대도시(타도시)와의 문화 격차 해소, 주민의 문화생활 수준 향상, 지역주민들에게 다양한 영상 체험 기회 제공, 다양한 영상 창작물의 향유 기회 마련 등의 기술 내용은 ‘문화 향유 기회 확대’ 효과로 정리하였다. 이 구성요소는 주류미디어에서 접하기 어려운 독립적, 비상업적, 실험적 미디어 콘텐츠를 미디어센터를 통해 이용자들이 보다 다양하게 접하고 체험할 수 있도록 한다는 의미이다.

퍼블릭액세스 방송을 통해 지역사회 다양한 발언 창구 역할, 방송의 기회를 제공함으로써 실질적 미디어 평등 보장, 소통의 권리 획득, 시민창작물 웹상영으로 지역주민들에게 소통이라는 기술 내용은 ‘지역사회 소통 증대’로 묶어보았다. ‘지역사회 소통 증대’는 지역사회 내에서 퍼블릭액세스 채널을 통해 시민 제작 미디어 콘텐츠가 유통됨으로써 지역 내 소통이 늘어남을 의미하며, 이를 통해 궁극적으로 전문제작자

에 의해 생산/유통되는 기존의 주류미디어 중심의 미디어체계를 벗어나 시민들에게 실질적인 미디어 평등이 보장되는 효과가 있다는 것이다.

지역 주민들이 제작한 방송을 지원함으로써 주민자치 네트워크 실현, 시민들이 직접 만든 지역 소식을 전달함으로써 지역공동체 형성, 지역의 문화적 참여민주주의 확산과 성숙한 시민공동체 건설이라는 기술 내용은 ‘지역공동체 형성’이라는 구성요소에 포함하였다. ‘지역공동체 형성’은 시민들이 제작한 지역 중심의 미디어 콘텐츠의 배급과 유통이 지역 소식을 전달하고 지역 내 공동체를 형성하는 데 도움을 준다는 것이다.

지역특성을 살린 프로그램 개발, 시민 제작 영상물의 배급망 구축, 공공적 영상제 안정적 지원, 커뮤니티 시네마로서의 역할 확대, 퍼블릭액세스 구조의 정착 및 활성화 구심점의 기술 내용은 ‘지역 미디어 인프라’로 정리하였다. ‘지역 미디어 인프라’라는 구성요소는 창작 지원 사업에서 정리한 의미를 확장하여 지역 내 시민 제작 콘텐츠의 배급망을 구축하고 퍼블릭액세스의 개념 전파 및 활동 지원에 대한 구조화를 통해 지역 내 미디어 민주주의 실현을 위한 미디어 인프라로서의 역할 수행 내용을 포함하였다.

④ 공간 및 시설 지원 사업

공간 및 시설 지원 사업은 장비 및 시설 대여, 미디어 관련 콘텐츠 아카이브 운영 등이 포함된다. 공간 및 시설 지원 사업은 미디어교육 혹은 창작 지원, 상영 사업에 참여한 이용자가 미디어센터 내 공간과 시설을 활용하는 것, 즉 미디어센터 자체 운영 사업에 지원하는 경우가 많기 때문에 다른 사업들과의 연관성이 깊다. 또한 개인 미디어 활동가, 지역 내 미디어 모임 혹은 단체가 자발적으로 미디어 활동을 하고자 할 때 지원하는 것도 공간 및 시설 지원 사업에 포함된다.

공간 및 시설 지원 사업에 대한 목표 기술 내용은 세 가지 사회적 효과의 구성요소로 정리해보았다. 전체 내용을 요약하면 다음과 같다. 미디어센터는 문화 기반 시설이 부족한 지역 주민들에게 문화서비스를 제공하는 공간으로서의 사랑방과 같은 기능을 하며, 국내외 다양한 영화를 아카이브를 통해 대중에게 제공하는 시네마테크로서 역할을 수행한다. 또한 무료 지원을 통해 사회 다양한 계층의 미디어 접근성을 높이는 데 기여한다.

공간 및 시설 지원 사업 영역 목표 기술 내용	미디어센터 사회적 효과 구성요소
<ul style="list-style-type: none"> -지역주민의 사랑방, 종합문화공간 미디어센터 -지역민의 예술과 삶의 변화를 돕는 공공 미디어 서비스 공간으로 역할 확대 -지역민의 문화적 욕구를 실질적으로 충족시켜 줄 수 있는 문화서비스 공간 -‘능동적 문화 수요층’의 영상미디어에 대한 수요를 충족시킬 문화 기반시설 	미디어 문화 공간
<ul style="list-style-type: none"> -아카이브의 기능을 갖추어 국내외 영화 및 해외 독립/예술 영화를 대중에게 보여줌 -시네마테크와 같은 영상 아카이브 역할 	문화 다양성
-미디어 접근성 강화를 위한 소외계층 및 시민사회의 무료지원 확대	미디어 접근성

[표24] 공간 및 시설 지원 사업 영역 목표 기술 내용에 따른 미디어센터 사회적 효과 구성요소

공간 및 시설 지원 사업 영역의 목표 기술 내용을 중심으로 미디어센터 사회적 효과의 구성요소를 분류해보면 다음과 같다.

지역주민의 사랑방, 종합 문화공간, 지역민의 문화적 욕구를 충족시키는 공공 미디어/문화 서비스 공간 등의 목표 기술 내용은 ‘미디어 문화 공간’ 효과로 정리하였다. 이 효과는 지역민들이 미디어센터를 통해 미디어를 향유하고 문화적 욕구를 충족할 수 있는 공간으로서 미디어센터가 의미를 가진다는 뜻이다.

국내외 독립/예술 영화를 대중에서 보여줌, 시네마테크와 같은 아카이브 역할의 내용은 ‘문화 다양성’으로 묶어보았다. ‘문화 다양성’은 앞서 살펴본 타 사업 영역의 내용과 더불어 미디어센터를 통해 다양한 문화를 향유하는 효과에 해당하기 때문이다.

마지막으로 공간 및 시설 무료 지원 확대를 통해 미디어 접근성 강화의 내용은 ‘미디어 접근성’으로 정리하였다. 사회적 효과 구성요소로써 ‘미디어 접근성’은 다양한 사회 구성원들이 미디어에 쉽게 접근할 수 있는 조건을 만든다는 의미이다.

2) 미디어센터 사업 운영의 성과

미디어센터의 운영 성과에 대한 내용을 중심으로 미디어센터 사회적 효과 구성요소를 살펴보았다. 앞서 미디어센터 사업 영역별 목표에서 정리한 미디어센터 사회적

효과 구성요소를 바탕으로 하여 새롭게 확인된 내용을 위주로 설명을 덧붙여 보았다.

미디어센터 운영 성과 기술 내용 중에 목표 기술 내용에서 확인한 구성요소와 유사한 경우 동일하게 표현하였고, 성과 기술 내용에서 새롭게 확인된 구성요소는 밑줄로 표시하였다.

2007~2011년 미디어센터 운영 성과 기술 내용		미디어센터 사회적 효과 구성요소
2007	지역 영상문화 활성화를 위한 인프라로서의 지속적인 성장 가능성 확인	지역 미디어 인프라
	지역주민의 영상문화 향유권 신장 및 지속적 참여의 확장	문화 향유 기회 확대
2008	인식-운영주체-활동주체의 성장을 통한 지역 영상문화 인프라로서의 위상 확보	지역 미디어 인프라
	지역주민의 영상문화 향유권 신장 및 지속적 참여의 확장	문화 향유 기회 확대
	센터 간의 교류 활성화를 통한 상호 지원의 증대	-
	센터 사업의 단계적 확장을 필요로 하는 지역 수요의 확대	<u>지역의 미디어 관심 고양</u>
2009~2010	사업시작 7년 차, 지역 영상문화 인프라-허브로서의 위상 확립	지역 미디어 인프라
	다양한 콘텐츠 생산 주체 육성 기반 마련	<u>미디어 생산 주체 육성</u>
	공동체의 영상문화 향유권 신장 및 영상미디어를 통한 입파워먼트	지역 공동체 활성화
	변화되는 디지털 미디어 커뮤니케이션 환경에 대한 교육 인프라로서의 역할 확장의 기반 마련	지역 미디어 인프라
2009~2011	미디어교육 강좌 수 및 이용자 수 증가	<u>지역의 미디어 관심 고양</u>
	퍼블릭액세스 프로그램 지원 실적 증가	지역 사회 소통 증대
	지역 내 참여미디어활동 수요 및 수행 주체 증가	<u>미디어 생산 주체 육성, 공동체 미디어 활성화</u>

[표25] 미디어센터 운영 성과 기술 내용에 따른 미디어센터 사회적 효과 구성요소

미디어센터 운영 성과 기술 내용에서 미디어센터 사회적 효과 구성요소로 새롭게 확인된 것은 지역의 미디어 관심 고양, 미디어 생산 주체 육성의 두 가지 이다.

‘지역의 미디어 관심 고양’은 센터 사업의 단계적 확장을 필요로 하는 지역 수요의 확대, 미디어교육 강좌 수 및 이용자 수 증가라는 성과를 구성요소로 정리한 것이다. 지역 내 미디어교육과 미디어 활동에 대한 수요가 높아졌다는 것은 미디어센터 사업을 통해 미디어에 관심을 가진 지역사회 구성원들이 늘어났다는 의미이기 때문이다.

‘미디어 생산 주체 육성’은 다양한 콘텐츠 생산 주체 육성 기반 마련, 지역 내 참여

미디어활동 수요 및 수행 주체 증가라는 성과를 하나의 구성요소로 묶어 해석한 것이다. 이 사회적 효과는 미디어센터가 여러 사업을 통해 지역을 주제로 한 미디어 콘텐츠를 생산하고 공동체 미디어를 생산•운영할 수 있는 다양한 개인 및 집단을 육성함을 의미한다.

지역미디어센터 실태조사 및 모델연구(2013)에서는 미디어센터 사업 운영 성과를 직접적으로 표현한 내용은 아니나 미디어센터가 수행해 온 역할을 크게 두 가지 측면으로 나누고, 각각의 역할이 어떤 사업을 통해 이루어진 것인지 세부 활동으로 정리하였다. 아래 표를 살펴보자.

역할 구분	역할 세부 내용	세부 활동
시민의 참여적 미디어활동 지원	시민 미디어 콘텐츠 생산 지원	-미디어 리터러시 및 미디어 콘텐츠 제작 교육 -창작 지원 및 제작 지원 -장비 및 공간 대여
	시민 미디어 콘텐츠 생산 주체 육성	-미디어교육 후속 활동 및 동아리 활동 지원 -시민 미디어 콘텐츠 생산 주체 네트워킹 지원
	시민 미디어 콘텐츠 유통 및 배급 지원	-시민 미디어 콘텐츠의 퍼블릭액세스 프로그램 방영 지원 -인터넷 방송, 공동체라디오 등
지역 미디어 문화 활성화	지역 미디어 문화 향유권 증진	-다양한 영화 및 영상물 상영 -영상, 미디어 자료 공유 및 아카이브 구축 -스튜디오 등 체험시설 운영
	지역의 민주적인 미디어 커뮤니케이션 시스템 구축	-사회적 소수자, 세대별 미디어 커뮤니티 형성 -지역 커뮤니티 미디어 소통 통로 -커뮤니티를 직접 경험할 수 있는 공동체 공간
	지역의 미디어산업 활성화	-지역 미디어 콘텐츠 제작 및 제작 기반 조성 -영상 미디어 전문 인력 양성 -영상 미디어 관련 산업 유치 및 저변 확대

[표26] 미디어센터의 역할에 따른 세부 활동

(출처 : 영화진흥위원회 서울영상미디어센터(2013), 미디어센터 실태조사 및 모델연구, 8-9p)

미디어센터가 수행해 온 역할은 시민의 참여적 미디어 활동 지원, 지역 미디어 문화 활성화의 두 가지 측면으로 나눌 수 있다.

시민의 참여적 미디어 활동 지원 역할은 시민 미디어 콘텐츠 생산 지원, 시민 미디어 콘텐츠 생산 주체 육성, 시민 미디어 콘텐츠 유통 및 배급 지원이라는 내용으로 요약된다. 시민의 참여적 미디어 활동 지원 역할은 미디어교육 및 창작 지원 사업과 장비 및 공간대여 사업, 교육 후 동아리 활동 지원 및 창작자 간 네트워킹, 퍼블릭 액세스 방영 지원, 공동체 미디어 지원 등의 사업 활동 통해 수행해왔다.

지역 미디어 문화 활성화 역할은 지역 미디어 문화 향유권 증진, 지역의 민주적인 미디어 커뮤니케이션 시스템 구축, 지역의 미디어산업 활성화라는 내용으로 요약된다. 이 역할 수행을 위한 미디어센터의 세부 활동은 상영사업, 미디어 아카이브, 체험프로그램 및 시설 운영, 다양한 사회 구성원들의 미디어 커뮤니티 형성 지원, 공동체 미디어 활동 지원 통로, 지역미디어 콘텐츠 제작 기반 조성, 영상 미디어 전문 인력 양성 및 미디어 관련 산업 유치 등이 있다.

위에서 살펴본 내용 중, 역할의 세부 내용 부분을 미디어센터 사회적 효과 구성요소로 활용할 수 있을 것이라 생각된다.

앞서 정리한 미디어센터 사업 영역별 목표나 미디어센터 사업성과에서 확인되지 않았던 새로운 구성요소로는 ‘민주적 미디어 커뮤니케이션 시스템 구축’과 ‘지역의 미디어산업 활성화’가 있다.

3) 미디어센터 최근 사업 경향 반영

미디어센터 사회적 효과의 구성요소를 살펴보기 위해 마지막으로 검토해야할 것은 최근 미디어센터의 사업 경향이다. 경기지역미디어센터 사업 운영 경향 분석에서 확인한 바와 같이 최근 3~4년간 미디어센터는 학교미디어교육, 미디어축제, 마을미디어 사업 등 지역적 특성이 도드라진 사업에 집중하고 있다. 또한 미디어 콘텐츠 활동 주체 발굴의 방향이 계층공동체에서 지역공동체로 초점이 옮겨가고 있다. 마지막으로 퍼블릭액세스 및 지역 내 미디어 플랫폼 구축 관련 사업이 확장하고 있다.

먼저, 경기지역미디어센터의 사업목표 기술 내용을 확인해보고, 미디어센터 사회적 효과 구성요소를 정리해보았다. 앞서 미디어센터 사업 영역별 목표와 미디어센터 사업성과 기술 내용에서 확인한 사회적 효과 구성요소를 중심으로 정리하되, 지역별 특화사업, 마을미디어 사업, 퍼블릭액세스 사업 목표 기술 내용을 중심으로 새로 추가할 미디어센터 사회적 효과 구성요소에 대한 설명을 덧붙여 보았다.

	주요 사업	사업 목표 기술 내용 요약
고양	-학교미디어교육 -미디어 제작자 양성 및 지원	-정보격차 해소 -미디어에 쉽게 접근

	-미디어센터 공간 활성화	-변화하는 미디어환경 대응능력 -미디어 관련 직무능력 향상 - <u>청소년들의 창의력 증진, 진로탐색 계기 마련</u> -미디어 관련 문화예술 중심 공간 자리매김
부천	-공동체미디어교육(어르신, 청소년) -정책 사업 중 네트워크 사업에 집중 -어르신 제작 동아리 육성 및 지원	-영상문화 향유 -영상 활동 활성화 -창조인력 발굴 -미디어 소통능력 강화 -미디어 활동을 지원하는 허브 -시민 창작기반 조성 -생활 속 영상 활동 활성화
성남	-창의적/경쟁력 있는 교육 콘텐츠 제공 노력 -청춘시네마(실버계층 대상 기획 상영) 운영, 노인일자리 창출 -시민제작콘텐츠 유통망 확대 -미디어센터 내 유통플랫폼 구축 -미디어 활동 매개인력 양성 집중	-미디어 활용 능력 강화 -커뮤니케이션 능력 향상 -커뮤니티 활성화 -미디어 소통문화 발전 -영상 문화 인프라 활성화 -창조 문화도시로의 이미지 제고
수원	-마을미디어사업(교육 및 활동지원 공모) -네트워크 지원(동아리 지원) -미디어교육 및 마을미디어 활동 결과물 지역방송 액세스	-지역 내 소통 공간으로서 자리매김 -미디어활동을 지원하는 허브 -미디어 향유 -학습-창조-매개의 선순환 구조를 통한 미디어 생태계 구축 -문화만족도 고취 -영상문화 확대 -시민콘텐츠 제작 환경 다변화/활성화 -다양한 미디어환경 구축 -자생적 미디어 생태계 조성

[표27] 경기지역미디어센터 주요 사업별 사업 목표 기술 내용

위의 표는 경기지역미디어센터의 주요 사업들을 중심으로 기술된 사업 목표를 요약하여 정리한 것으로 해당 목표의 성취여부와 관계없이 해당 미디어센터의 사업 운영의 방향과 가치관을 담고 있는 것이라고 볼 수 있다.

위의 내용을 바탕으로 미디어센터의 사회적 효과 측면에서 목표 기술 내용을 보다 상세히 검토해보았다. 특히, 특화 사업의 목표로 확인되는 부분은 밑줄로 표시하였다.

밑줄 친 지역 특화 사업의 목표 기술 내용 중 주목할 만한 것은 창의력 증진, 진로 탐색, 일자리 창출, 창조문화 도시로의 이미지 제고, 자생적 미디어 생태계 구축 등이다. 이 중 창의력 증진과 진로탐색은 ‘개인 역량’으로 분류 가능하고, 일자리 창출과 창조문화 도시로의 이미지 제고는 ‘지역 미디어 산업 활성화’에 포함하거나 새로

이 ‘지역 경제 활성화’ 구성요소로 정리할 수 있다.

지역 특화 사업을 포함하여 경기지역미디어센터 전체 사업 목표 기술 내용에서 모호한 내용을 제외하고 유사한 내용을 서로 묶어 몇 개의 그룹으로 나누었다. 또한 해당 그룹의 특성을 포괄할 수 있는 미디어센터 사회적 효과 구성요소를 다음 표에 정리하였다. 새롭게 정리한 구성요소의 경우 밑줄로 표시하였다.

경기지역미디어센터 사업 목표 기술 내용	미디어센터 사회적 효과 구성요소
영상문화 향유기반 조성	미디어 문화 향유
미디어 향유, 문화만족도 고취, 영상문화 확대	
시민창작기반 조성	미디어 환경
영상문화 인프라 활성화	
미디어 소통문화 발전	미디어 역량강화
미디어 쉽게 접근	
정보격차 해소, 변화하는 미디어환경 대응능력	
미디어 활용 능력	
직무능력 향상, 창의력/진로탐색	
시민의 미디어 소통능력 강화	
커뮤니케이션 능력 향상	지역 소통에 기여
생활 속 영상 활동 활성화	
영상 참여활동 활성화	
자생적 미디어 생태계 조성, 다양한 미디어환경 구축	
학습-창조-매개의 선순환 구조를 통한 미디어 생태계 구축	
커뮤니티 활성화	지역 경제에 기여
지역 내 소통 공간	
지역 내 창조인력 발굴(시민제작자군의 형성)	
창조 문화도시로의 이미지 제고	

[표28] 경기지역미디어센터 사업 목표 기술 내용에 따른 사회적 효과 구성요소

표에서 정리한 것과 같이 유사한 목표 기술 내용을 모아 정리한 결과 다음과 같이 미디어센터 사회적 효과 구성요소 네 가지를 정리해보았다.

- 미디어 문화 향유 : 미디어센터 이용을 통해 미디어로 여가를 즐기고, 미디어를 배우고, 미디어 활동에 참여하면서 시민들의 문화만족도가 고취되며 결과적으로 미디어문화가 확대되는 효과
- 미디어 역량 강화 : 미디어센터를 이용하는 개인과 공동체가 미디어 접근성, 미디어 대응능력, 미디어 관련 직무능력, 미디어 활용능력, 커뮤니케이션 능력 등 미

디어와 관련된 역량이 다양하게 강화되는 효과

- 지역 소통에 기여 : 미디어센터가 지역의 민주적인 미디어 환경을 조성하고 미디어 활동을 지원함으로써 개인들의 미디어 참여활동이 늘어나고 다양한 지역 커뮤니티가 활성화 되어 결과적으로 미디어를 통한 지역 내 소통이 증진되는 효과
- 지역 경제에 기여 : 미디어센터가 지역의 인적/물적 자원을 양성/발굴하여 지역의 긍정적 이미지에 기여하는 등 미디어를 통해 지역의 경제에 이바지하는 효과

‘미디어 환경’의 경우 지역 미디어 인프라 조성 및 퍼블릭액세스 활성화 등을 포함하는 넓은 개념으로 세부 구성요소를 묶어 범주를 지칭하는 용어로 활용할 수 있다. ‘지역 경제에 기여’ 효과 또한 지역 미디어 콘텐츠 생산 주체 발굴, 미디어 전문 인력 양성, 지역 미디어 산업 활성화, 지역 이미지 제고를 포함하여 기존보다 다양한 의미를 포괄하는 방식으로 범주화 할 수 있다.

Ⅲ 연구방법

1. 연구 관점

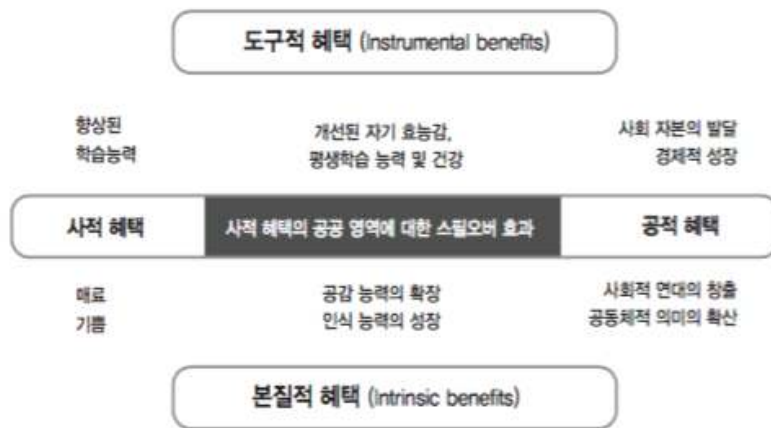
본 연구에서는 미디어센터의 사회적 효과를 ‘미디어센터를 기반으로 한 다양한 미디어 경험을 통해 개인의 삶의 긍정적 영향을 미치고 나아가 사회의 변화를 이끌어내는 것’으로 정의하고 다음과 같은 연구의 틀을 구성하고자 한다.

본 연구에서는 McCarthy 등(2004)이 예술의 전반적인 효과로 제시한 틀인 ‘예술효과 프레임(Framework for understanding the benefits of the arts)’을 바탕으로 미디어센터의 사회적 효과의 범위를 살펴보고자 한다. 여기에 실제 주민들이 미디어센터를 인식하고 이용하는 발전 단계와 지역 커뮤니케이션의 구조 속에서 미디어센터의 포지션을 함께 살펴보고자 한다. 이를 위해 주민들이 지역 기반의 의미 있는 공동체를 경험하기 위해 커뮤니케이션 하부구조의 필요성을 제시하는 김용찬(2014)의 ‘커뮤니케이션 하부구조 이론(Communication Infrastructure Theory)’를 종합하여 이론적인 틀을 적립하고자 한다.

앞서 선행연구에서 살펴봤듯, 예술의 사회적 효과는 오랜 시간 다양한 논의 속에서 그것의 측정과 기준을 탐구해왔다. 많은 학자들이 예술의 사회적 효과의 측정사의 어려움과 방법론에 대한 문제를 제기해 왔으며, 이는 예술의 사회적 효과를 정책 입안에 결합시키고자 하는 논의 속에서 더욱 가중되었다.²⁵⁾ 초창기의 많은 연구들은 예술의 도구적 혜택(instrumental benefit)에 편중되어 본질적 혜택(intrinsic benefit)을 간과해 왔다고 지적 받는데, 이는 비영리 예술 영역에서 재정적 필요에 의해 정책의 개입을 유도하기 위해 측정이 어려운 본질적 혜택 보다는 상대적으로 측정이 수월한 도구적 혜택에 대한 의존을 해 왔기 때문이라고 볼 수 있다. 즉, 많은 예술 옹호론자가 도구적 혜택에 대한 의존을 불편하게 여겼지만, 예술의 본질적 가치로는

.....
25) 예술의 사회적 효과와 관련해 측정의 어려움과 방법론상의 문제에 대한 논의는 박신의(2013), ‘예술의 사회적 영향’ 연구 분석과 정책적 함의, 2013문화정책논총, 제27집 1호, 59-70p 참고.

정책입안자에게 공감대를 형성하기 어렵다고 생각하여 이를 강조하는 데에도 주저해왔다는 것이다(McCarthy, Ondaatje et al., 2004: 68). 이에 따라 McCarthy는 새로운 체계를 제시하는데, 먼저 도구적 차원(인식 및 태도의 변화, 경제 및 사회적 효과 등)과 본질적 차원(매료, 기쁨, 공감 능력 등)을 위아래로 배치한다. 도구주의적 접근은 예술 자체가 갖는 의미보다는 그로 인한 결과에 관심을 두는 것이고, 이를 미리 의도된 정책으로 설정하는 것이다. 하지만 본질적 접근은 개인에 대한 영향으로서 예술체험 자체에 내재되어 있는 효과다. 그리고 수평적 구도에서 사적 혜택과 공적 혜택이 양옆으로 배치되어 있다. 여기서 중요한 것은, 본질적 혜택이 사적인 혜택이지만 공공 영역에 대한 스펀오버 효과를 발휘하는 관계를 갖는 점이다. 다시 말해 개인의 예술 체험에 따른 개인적 혜택이 사회적 연대와 공동체의식을 회복하는 공공적 맥락으로 전개될 수 있다는 것이다. 따라서 도구적 혜택과 본질적 혜택은 상호 넘나드는 관계로 설정된다.²⁶⁾



[그림1] 예술효과 프레임

(출처 : 박신의(2013). 『예술의 사회적 영향』 연구 분석과 정책적 함의』. 2013문화정책논총, 제27집 1호, 69p)

따라서 예술효과 프레임은 예술경험의 고유한 본질적 효과(즐거움, 매력, 공감능력, 인지적 성장, 사회적 유대감, 공동의미표현 등)를 포함하여 전체적인 효과의 범위를 제공할 것이며, 예술의 혜택에 대한 유형과 혜택이 발생한 과정의 공통점과 차이점을 확인할 수 있게 될 것이다. 또한 예술의 혜택이 개인영역과 공공영역의 가치를

.....
26) 박신의(2013), 같은 글

가지고 있다는 것을 인식하게 될 수 있다.²⁷⁾ 사회적 효과를 설명함에 있어서 이러한 다차원적 설명을 위해서는 그 영역을 개인적/사회적 영역만으로 구분해서는 안 된다. 이를 위해서는 내용에 따른 접근방법이 함께 필요한데 McCarthy와 그의 동료들(2004)이 제안하는 예술종합 프레임은 사적/공적 영역에 대한 구분 외에도 사회적 효과의 도구적 혜택과 본질적 혜택으로의 접근을 제시한다. 그리고 이러한 효과가 분절적이지 않고 연결되어 이어지는 구간인 스펠오버효과 (spillover effect)를 함께 설명한다. 따라서 본 연구에서도 사회적 효과가 갖는 개념의 특성상 개인-공공영역을 모두 포괄하여 도구적 혜택과 본질적 혜택 등 예술의 전반적인 효과를 전제로 하는 예술효과 프레임을 활용하고자 한다.

미디어센터의 사회적 효과를 살펴보기 위해서는 미디어센터를 이용하는 주민들이 미디어센터를 인식하고 활동을 벌여나가는 과정에서의 변화 단계를 탐색해 보아야 할 필요가 있다. 특정 지역에 미디어센터가 설립되고 이것이 주민들의 공적 공간으로 기능하기까지는 일정한 시간과 다양한 층위의 주민-공동체와의 접점이 필요하다. 미디어센터를 인식한 지역주민들은 다양한 경로와 기회를 통해 미디어센터에 접속하여 활동을 이어가는데, 이 역시 일괄적인 과정이 아니라 각기 다른 경험들 속에서 미디어센터에서의 활동의 범위를 확장시켜 나간다. 본 연구에서는 미디어센터 사업 내용을 바탕으로 미디어센터 이용주민들의 활동 범위에 따라 이용자 그룹을 구분해 보고자 한다. 대부분의 미디어센터에서는 미디어센터를 처음 이용하는 초창기 그룹과 미디어센터에서 다양한 시설과 프로그램을 이용하고 자발적인 미디어 활동을 이어 나가는 그룹을 대상으로 하는 각각의 차별화된 프로그램을 운영하고 있다. 이를 바탕으로 미디어센터의 이용자 그룹을 아래 그림과 같이 세 단계로 구분해 볼 수 있다.

.....
27) 임영식(2013), 같은 글

경험적 이용자그룹	활동적 이용자그룹	참여적 이용자그룹	
		지역 미디어활동가 지역 미디어활동을 위하여 미디어센터와 미디어 관련 관계망을 적극적으로 활용하며, 지역의 이슈 및 미디어 환경을 변화시키기 위해 노력하는 이용자 그룹	
		미디어동아리 회원 미디어활동을 위한 미디어센터의 자원을 적극적으로 활용하며 미디어센터를 거점으로 미디어와 관련된 관계망을 형성, 참여, 유지, 발전하기 위한 노력을 하는 이용자 그룹	
	미디어 제작자 미디어에 대한 일련의 지식과 경험, 기술을 가지고 있으며 미디어센터의 자원을 적극적, 효과적으로 이용하여 반복적/자발적으로 미디어를 활용한 창작 활동을 하는 이용자 그룹		
	미디어 학습자 미디어와 관련된 지식, 기술 등을 학습하고 미디어에 대한 정보를 얻으며 보다 적극적으로 미디어를 경험하기 위해 반복적/자발적으로 미디어센터를 방문하는 이용자 그룹		
경험/체험 중심의 이용자 미디어센터 공간, 장비를 활용하여 문화 및 여가 활동의 일환으로 미디어와 관련된 개인적 욕구를 충족하는 이용자 그룹			

[그림2] 미디어센터 이용자 그룹 분류

미디어센터의 경험적 이용자 그룹은 미디어센터 이용 빈도가 낮고, 미디어센터의 공간과 장비와 같은 물리적 자원을 중심으로 일시적으로 이용하는 이들이다. 이들이 미디어센터를 이용하는 목적은 문화 활동 및 여가활동을 통한 개인적 욕구 충족에 있는데, 주로 미디어센터에 영화를 보러 온다거나 단기 특강 또는 체험형 교육을 수강하거나 공간 또는 장비를 대관하는 등 일회적이고 단편적으로 미디어센터를 경험한다. 활동적 이용자 그룹은 일정 기간 동안 반복적으로 미디어센터를 이용하며, 미디어센터의 공간, 장비 사용은 물론 지식, 기술, 정보 등을 제공하는 인적자원을 함께 활용하는 집단이다. 이들이 미디어센터를 이용하는 목적은 자발적이고 적극적인 미디어 교육 및 창작 활동에 있으며, 동일한 스펙트럼에서 학습자 그룹과 제작자 그룹으로 나누어 볼 수 있다. 학습자 그룹은 미디어교육을 반복적으로 수강하거나 미디어와 관련된 정보를 얻기 위해 정기적으로 미디어센터와 접촉하는 이용자 그룹이며, 제작자 그룹은 미디어에 대한 일련의 지식, 경험, 기술을 가지고 미디어센터를 효과적으로 이용하여 미디어 창작 활동을 자발적/반복적으로 수행하는 이용자 그룹

룬으로 볼 수 있다. 마지막으로 참여적 이용자 그룹은 미디어센터와 가장 많은 접점을 가지고 있으며, 미디어센터 안팎에서 미디어와 관련된 관계망 형성/확장을 주도하고 지역 내 미디어활동의 허브로서 미디어센터를 가장 적극적으로 이용하는 그룹이라고 볼 수 있다. 참여적 이용자 그룹은 활동 기반에 따라 미디어센터를 기반으로 활동하는 미디어동아리 회원과 지역사회를 기반으로 활동하는 지역미디어활동가로 나눌 수 있는데, 두 그룹을 동일선상에서 놓기 보다는 활동의 수준과 범위가 다른 것으로 보는 게 타당할 것이다. 이를테면 미디어동아리 회원이 지역사회 이슈에 관심을 가지고 본인의 미디어 활동 범위를 더 넓게 확장할 경우 지역미디어활동가로서의 정체성을 가질 수 있는 가능성이 있다고 볼 수 있다. 미디어센터의 이용자가 경험적 그룹에서 참여적 그룹으로 이동해 가는 과정에는 여러 가지 변화들이 수반된다. 먼저 미디어센터를 기반으로 한 개인적 활동은 점차 집단적, 협력적 활동으로 변화한다. 이러한 변화는 관계의 변화를 동반하는데, 이러한 과정에서 개인은 지역 또는 공동체의 일원이 되거나 개입의 통로를 발견하게 된다. 영화를 좋아하는 지역민이 미디어센터의 정기 상영회에 방문하여 미디어교육에 참여하게 되거나 미디어활동 그룹에 동참하게 되는 경우, 손자의 성장과정을 영상으로 담고 싶어 미디어교육에 참여했다가 노인영상제작단 활동으로 확장해 나가는 경우, 소싯적 꿈이었던 라디오 DJ가 되어보기 위해 참여했던 체험 부스에서 정기 교육으로, 교육 이후 마을라디오 활동을 벌여나가면서 지역사회와 이웃들의 소식을 전달하는 데까지 이르는 경우 등, 미디어센터를 통해 개인적 활동을 공동체적, 지역적, 사회적 활동으로 확장시켜 가는 경우는 어렵지 않게 목격 된다. 개인에서 공적 영역으로, 미디어 콘텐츠 제작 과정에서 경험하는 본질적 혜택과 도구적 혜택의 복합적 작용은 앞서 살펴 보았던 예술효과 프레임과 맞물려 미디어센터의 사회적 효과를 살펴보는 데 유효한 이론적 관점을 제시한다.

앞서 제시한 연구의 틀이 개인-공공, 도구적-본질적 차원에서 사회적 효과를 살펴볼 수 있도록 하지만, 미디어센터가 지역사회와 갖는 관계적 차원까지 면밀하게 살펴보기 위해서는 지역사회의 인프라로서의 미디어센터의 속성을 살펴볼 수 있는 틀이 추가로 필요하다. 앞서 윤상길(2011)의 언급과 같이, 미디어센터는 도시 공간의 토지성²⁸⁾을 매개로 지역커뮤니케이션을 주도한다. 이와 관련해 김용찬(2014)은 ‘커

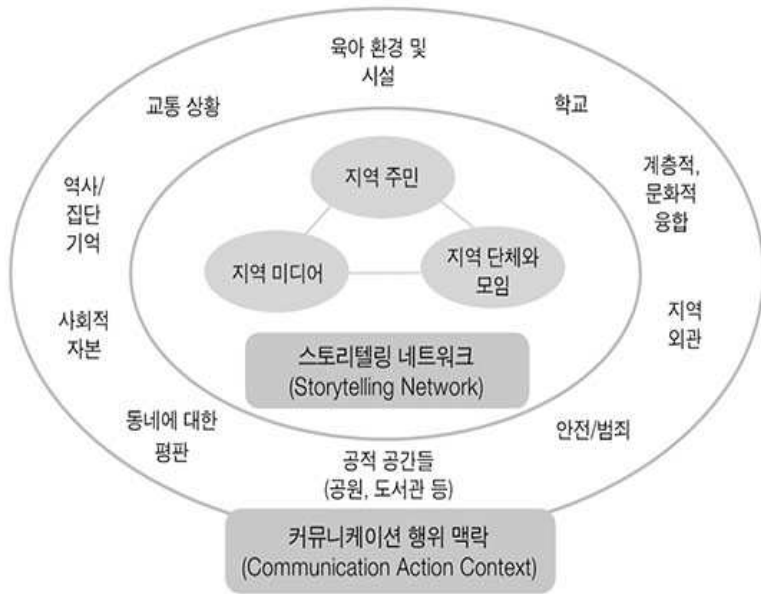
.....
 28) ‘토지성’은 동일한 토지에의 귀속됨이 사람들과의 관계를 맺어주게 되어 사회의 공통성의 근거가 되는, ‘토지를 관계의 매개체’로 하는 사회관계나 사회질서의 존재방식을 의미한다. 윤상길은 ‘스페

뮤니케이션 하부구조 이론(Communication Infrastructure Theory)²⁹⁾을 제시한다. 이는 공동체 내부의 커뮤니케이션 하부구조에 따라 공동체의 스토리텔링이 영향을 받는다는 것으로, 지역 주민들이 장소를 기반으로 의미 있는 공동체를 경험하기 위해서는 이를 가능케 해 주는 커뮤니케이션 하부구조가 갖춰져 있어야 한다는 것이다.³⁰⁾ 커뮤니케이션 하부구조의 구성을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, ‘커뮤니케이션 스토리텔링 네트워크’로 커뮤니케이션의 스토리텔러, 즉 발화 주체들이 연결된 상태를 나타낸다. 그림3 가장 안쪽에 있는 지역주민, 지역 미디어, 지역 단체와 모임이 스토리텔러가 되고, 이들을 잇는 삼각형의 구조가 바로 커뮤니티 스토리텔링 네트워크이다. 이들은 다시 말해, ‘동네(지역) 이야기를 하는 사람’이다. 둘째 요소는 ‘커뮤니케이션 행위 맥락(communication action context)’로, 커뮤니티 스토리텔러와 그 네트워크가 존재하는 구체적인 환경을 가리킨다. 지역 외관, 안전도, 동네 평판, 사회적 자본, 지역 역사, 교통, 학교, 육아 시설, 기술적 인프라 등의 커뮤니케이션 행위 맥락은 커뮤니티 스토리텔러들이 동네 이야기를 얼마나 자주 또 깊이 이야기 할지에 주요한 영향을 미친다.

.....
 이스 미디어’로서의 미디어센터가 이러한 토지성을 매개로 하여 지역커뮤니케이션을 주도한다고 설명한다. 윤상길(2011), 한국의 지역사회와 지역커뮤니케이션 구조, 한국민족문화 39 참고.

29) 김용찬(2014), 인프라로서의 커뮤니케이션, 김용찬 외, 『커뮤니케이션의 새로운 은유들』, 커뮤니케이션북스

30) 김용찬의 ‘커뮤니케이션 하부구조 이론’에 대해 김태훈(2017)은 커뮤니케이션 구조를 바라보는 범위를 국가나 도시 전체가 아니라 사람들이 일상생활을 경험하는 마을 혹은 동네 수준의 공동체로 좁혔다는 특징을 갖는다고 해설한다. 이는 김용찬의 논의가 지역(마을단위)의 주민-지역 단체와 모임-지역 미디어라는 네트워크를 기반으로 하는 커뮤니케이션 구조를 제시하고 있다는 점에서 일견 타당하지만, 김용찬이 제시하고 있는 주민-지역 단체와 모임-지역 미디어가 현실에서는 그 범위가 반드시 ‘마을’로 한정되지 않는다는 점에서 (특히 지역 단체와 모임, 지역 미디어의 경우 그 대상 범위를 동 이하 단위에서부터 구 이상의 단위까지 다양하다) 커뮤니케이션 구조 자체를 마을 혹은 공동체로 좁혔다라고 보기는 어렵다. 오히려 커뮤니케이션 하부구조 이론은 실제 지역의 스토리텔링 네트워크의 구조와 범위에 따라 작게는 마을단위에서 크게는 도시 단위까지 다양하게 적용해 볼 수 있을 것이다. 관련해 김태훈의 논의는 김태훈(2017), 『지역공동체와 미디어』, 커뮤니케이션북스 참고.



[그림3] 도시 지역 커뮤니티와 커뮤니케이션 인프라

(출처:김용찬(2014), 인프라로서의 커뮤니케이션, 김용찬 외, 『커뮤니케이션의 새로운 은유들』, 커뮤니케이션박스, 274p)

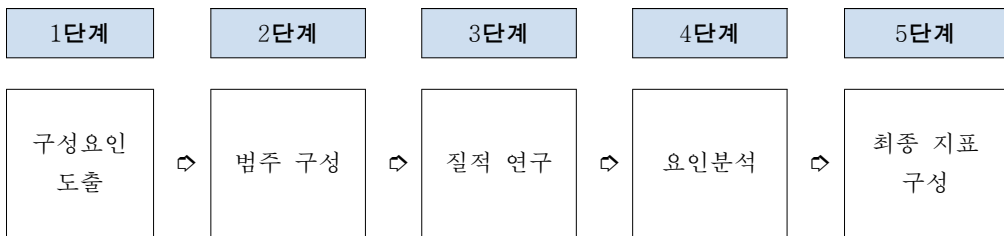
커뮤니케이션의 하부구조 이론은 지역을 기반으로 한 공동체가 어떤 커뮤니케이션 구조를 형성하느냐에 따라 공동체성이 영향을 받는다고 할 수 있다. 그러나 이러한 하부구조는 하루아침에 만들어지지 않으며, 단순히 미디어 테크놀로지의 발달로 자동 생성되는 것도 아니다. 이것은 다분히 문화적인 결과물이며, 오랫동안 공동체에 축적된 역사와 규범이 커뮤니케이션 하부구조의 골간을 이루게 되는 것이다. 우리나라의 도시 커뮤니케이션 하부구조가 오랜 기간 동안 여러 이유로 훼손되어 왔다는 것을 상기한다면, 민주화 이후 1990년대의 논의로부터 출발한 미디어센터의 경우 이러한 지역 커뮤니케이션의 하부구조를 복원하는 데 주요한 역할을 해 왔으며, 현재까지도 지속적으로 그러한 요구를 받아오고 있음을 알 수 있다. 미디어센터는 지역 주민-지역 단체와 모임-지역 미디어와 모두 관계를 맺고 이들의 미디어 커뮤니케이션을 지원해 왔다. 다시 말해, 미디어센터는 지역 커뮤니케이션의 스토리텔링 네트워크의 인프라로서 기능하며 이들의 발화(텔링)와 관계형성(네트워크)을 매개해 온 것이다. 따라서 본 연구에서는 이러한 지역 커뮤니케이션 하부구조를 구성하

고 매개하는 미디어센터의 역할에 주목하고, 다양한 커뮤니케이션 행위 맥락 속에서 벌어지는 지역 커뮤니케이션을 통해 미디어센터의 사회적 효과를 탐색해 보고자 한다.

Ⅱ. 연구 방법

1) 연구 과정

미디어센터 사회적 효과 측정을 위한 지표 개발 과정은 다음과 같은 과정을 통해 진행되었다.



[그림4] 미디어센터 사회적 효과 측정을 위한 지표 개발 과정

① 1단계 - 구성요인 도출

첫 번째 단계에서의 주요 작업은 미디어센터의 설립 목표와 사업 방향, 개별 사업 목표와 내용, 최근 사업의 수정 방향 등과 관련한 자료의 검토 및 관련 문헌 분석을 통해 미디어센터의 사회적 효과 구성요인을 도출하는 것이었다. 구성요인의 도출을 위해 국내외의 각종 연구보고서, 연구논문 및 발행물, 서적, 인터넷 자료 등을 포괄적으로 수집하고 분석하였다.

② 2단계 - 범주 구성

두 번째 단계에서는 앞서 도출된 구성 요인을 분류하고 유목화하여 범주화 작업을 진행하였다. 각종 문헌을 통해 도출된 미디어센터의 사회적 효과 구성요인들을 나열해두고, 이론적 검토를 통해 구성요인으로 도출은 되었으나 미디어센터의 실제 사업

내용에서 확인이 불가능한 항목 등을 추려내는 과정을 거쳤다. 또한 각기 다른 영역에서 도출되었지만 유사한 성격을 가진 구성요소들을 유목화하여 총 6가지 범주를 구성하였다.

③ 3단계 - 질적 연구

앞선 과정들을 통해 정리된 미디어센터 사회적 효과 범주는 다음의 세 단계의 질적 연구를 통해 조사, 분석 되었다.

- 미디어센터 전문가 인터뷰

우선 도출된 미디어센터 사회적 효과 범주를 토대로 수도권 4곳 미디어센터의 실무자들과 인터뷰를 실시했다. 인터뷰는 연구진과 실무자의 대면 인터뷰로 진행되었으며, 추가적인 내용의 확인이 필요한 경우 서면 인터뷰로 보충하였다. 인터뷰에서는 연구진이 정리한 미디어센터의 사회적 효과에 대해 설명하고, 각종 문헌 자료를 통해 도출한 미디어센터 사회적 효과 범주에 대한 타당성을 함께 검토 하였다. 미디어센터 실무자들은 도출된 범주를 실제 미디어센터의 여러 사업들과 매칭 시켜보았으며, 구성요소에서 누락된 요소들과 유효하지 않은 구성요소들을 확인 해 볼 수 있었다.

- 미디어센터 미디어교육 교사 FGI

다음으로는 미디어센터에서 활동하는 미디어교육 교사와의 FGI를 진행하였다. 여기서는 수도권 4곳의 미디어센터에서 활동하는 교사들과 함께 모여 연구진이 정리한 미디어센터 사회적 효과와 각종 문헌자료를 통해 도출한 미디어센터 사회적 효과 범주를 설명하였다. 도출된 6가지 영역의 범주를 바탕으로 여섯 개의 세부 질문을 통해 의견을 나누었으며, 이 과정을 통해 범주의 타당성과 실제적인 내용을 검토하였다.

- 미디어센터 이용자 심층 인터뷰

마지막으로는 수도권 4곳의 미디어센터에서 활동 중인 이용자와의 심층 인터뷰를 진행하였다. 이용자 심층인터뷰는 각각의 센터에서 활동 중인 이용자를 추천받아 센터별로 인터뷰를 진행하였다. 여기에서는 미디어센터 이용자의 개별 경험을 바탕으로 미디어센터 사회적 효과 범주의 타당성 및 실제적 내용을 검토하였다.

④ 4단계 - 요인 분석

네 번째 단계에서는 앞선 단계에서 진행한 미디어센터 실무자 인터뷰 및 미디어센터 미디어교육 교사 FGI, 미디어센터 이용자 인터뷰의 내용을 전사하여 문서화 하였으며, 이의 분석을 통해 미디어센터 사회적 효과 구성요인 및 범주의 세부 내용을 조정하였다.

⑤ 5단계 - 최종 지표 구성

마지막 단계에서는 앞선 단계에서 진행된 요인 분석을 통해 최종적으로 미디어센터 사회적 효과 지표를 구성하였다. 미디어센터의 사회적 효과 지표는 6가지 범주를 개인과 지역사회 구성요인으로 구분하고, 각각의 구성요인을 확인 할 수 있는 척도를 함께 도출하였다.

2) 연구 참여자

본 연구에서는 미디어센터의 사회적 효과 지표 개발과 타당성 검토를 위해 미디어센터 실무자 인터뷰 및 전문가FGI (Focus Group Interview), 미디어센터 이용자 심층인터뷰 (in-depth interview)를 진행하였다.

미디어센터 실무자 인터뷰는 대면 인터뷰로 진행되었으며, 이 자리에서 충분히 설명되지 않은 부분은 이후 서면 인터뷰를 통해 추가하였다. 인터뷰에 참여한 이들은 수도권 4개 지역 미디어센터에서 각 센터 사업의 기획-운영을 담당하는 실무자 5인이었으며, 이들은 주로 미디어센터의 미디어교육 사업 또는 시민제작단, 마을미디어 등의 커뮤니티 지원사업에 직·간접적으로 관여하고 있고 있었다. 실무자 인터뷰는 사전에 연구 내용을 이메일로 발송하여 연구참여자가 내용을 숙지할 수 있도록 하였으며, 현장에서 관련한 내용을 다시 한 번 설명 하였다. 인터뷰는 정해진 질문 없이 지표개발을 위한 범주구성(안)을 함께 검토하는 형식의 비구조화된 인터뷰 (unstructured interviewing)로 진행하였으며, 인터뷰 내용은 녹음, 전사하였다.

미디어센터 미디어교육 교사 FGI는 수도권 4개 지역의 미디어센터와 관계를 맺고 활동을 하고 있는 5인의 미디어교육 교사와 함께 진행하였다. 해당 교사들은 최소 6년 이상 미디어교육 활동을 지속하고 있는 이들로 각 미디어센터 실무자들의 추천

을 통해 모집하였다. FGI에 참여한 미디어교육 교사들 중에는 활동을 하는 특정 센터와 정식 업무 계약을 맺고 일정 급여를 받으며 활동하는 경우, 특정 센터와 정식 업무 계약은 맺었으나 진행한 교육의 활동비만 받으며 활동하는 경우, 특정 센터와 정식 업무 계약은 맺지 않았으나 센터의 교사풀에는 등록되어 활동하는 경우, 특정 센터뿐만 아니라 여러 센터에서 교육 활동을 진행하는 경우 등 다양한 형태의 고용 또는 업무계약을 유지하고 있었다. 미디어교육 영역 역시 제작교육부터 세대 및 계층 중심의 미디어교육, 제작단 또는 마을미디어 관련 교육 등 다양한 분포를 보였으며, 제작단 또는 마을미디어 활동과 교육 활동을 병행하는 경우도 있었다. 이러한 다양한 형태와 분야의 활동 교사의 표집은 미디어센터의 광범위한 사업 영역을 포괄하면서 다차원적인 사회적 효과를 검증하는데 유용할 뿐만 아니라, 동시에 미디어센터가 가진 사업적, 운영적 한계를 함께 살펴볼 수 있다는 데에 의미가 있다. 미디어교육 교사 FGI의 경우 실무자 인터뷰와 마찬가지로 사전에 연구 내용을 이메일로 발송하여 연구참여자가 내용을 숙지할 수 있도록 하였으며, 논의 내용은 녹음 및 전사하여 추후 지표 도출에 활용하였다. 효율적인 다중 논의를 위하여 범주를 중심으로 6가지 주제별 논의로 진행하였다. 이를 통해 연구진이 구성한 범주구성안의 타당성을 함께 검토하는 동시에, 개별 경험을 토대로 한 사회적 효과 사례분석이 용이성을 높일 수 있었다.

미디어센터 이용자 심층인터뷰는 미디어센터 실무자의 추천을 통해 수도권 3개 지역 미디어센터의 다양한 사업과 활동에 참여하는 6인으로 구성하였다. 이들은 1년에서 4년까지의 미디어센터 관련 활동에 참여하고 있고, 현재 평균 주 1회 이상 방문을 하고 있었으며, 미디어센터의 행사참여와 정보 습득은 물론, 교육 참여 및 제작단 등의 자발적 집단 활동에 참여하고 있는 이들로 매우 낮은 수준부터 높은 수준까지의 미디어센터 사회적 효과 지표를 검증해 줄 수 있었다. 미디어센터 이용자 심층인터뷰는 각 센터별로 1회씩 진행되었으며, 연구참여자에게는 인터뷰에 앞서 연구개요와 인터뷰 안내를 진행함. 인터뷰는 사전에 제작된 질문지를 토대로 진행하였으나, 연구 참여자 개인별 경험에 따라 인터뷰를 추가하거나 수정하는 방식의 반구조화된 인터뷰(semi-structured interview)로 진행하였다. 이 또한 녹음 및 전사를 진행하여 추후 지표 개발과정에서 검토하였다.

▷ 미디어센터 실무자 인터뷰

이름	성별	연령	소속	활동내용
김**	남	40대	고양센터	-관련활동 10년 이상
김**	남	30대	부천센터	-미디어센터 실무 8년차 -미디어교육, 커뮤니티 지원, 상영 사업 등 운영
윤**	여	40대	성남센터	-관련활동 10년 이상 -미디어교육 사업 총괄
박**	여	30대	성남센터	-커뮤니티 지원사업 담당
조**	여	30대	수원센터	-현 소속센터 3년차 -커뮤니티 지원사업 담당
총 5인				

[표29] 미디어센터 실무자 인터뷰 참여자

▷ 미디어센터 미디어교육 교사 FGI

이름	성별	소속	활동내용
이**	남	고양센터	-사진교육 중심 활동 -관련활동 6년
김**	여	부천센터	-관련활동 10년 -노인계층 중심 활동 (교육 및 제작단 멘토 등) -독립다큐멘터리 감독
김**	여	성남센터	-관련활동 7년 -라디오 제작교육 중심 활동
윤**	남	성남센터	-관련활동 10년 -아르떼 문화예술교육 강사 -영상 제작교육 중심 활동
유**	여	수원센터	-관련활동 10년 -영상 제작교육 중심 활동 -마을미디어 사업 3년 (교육 및 멘토링)
총 5인			

[표30] 미디어센터 미디어교육 교사 FGI 참여자

▷ 미디어센터 이용자 심층인터뷰

이름	성별	연령	이용센터	활동내용
이**	여	30대	부천센터	-관련활동 3년 -협력기관 실무자 (다문화관련)
조**	여	70대	부천센터	-관련활동 3년 -실버영상제작단 활동
윤**	여	40대	성남센터	-관련활동 4년 -성남시민제작단(영상) 활동
최**	여	40대	성남센터	-관련활동 3년

				-성남시민제작단(라디오) 활동
강**	여	30대	수원센터	-관련활동 2년 -마을라디오 활동
김**	여	40대	수원센터	-관련활동 1년 -마을미디어 영상제작 활동
				총 6인

[표31] 미디어센터 이용자 심층인터뷰 참여자

= 3. 지표의 구성

1) 구성요소 도출

미디어센터 사회적 효과의 지표 구성을 위해, 먼저 문헌검토를 통해 구성요인을 추출하였다. 구성요인은 개인 영역과 지역사회 영역을 구분하였고, 선행 연구에서 제시하는 요인들과 미디어센터 사업 검토를 통해 발견된 요소를 표기하는 방식으로 진행하였다.

	개인																	
	건강	웹빙	즐거움/기쁨/행복	삶의 질	학업성취	자기확신	자아개발	학교생활변화	미래조망	삶의기대	자존감	자신감	공동체성	표현력/창의성	기술특	부모관계	여가만족도	
2016 미디어센터	■		■			■			■		■			■	■			
	정기적 방문 (노인) 정신건강 (우울증 예방)		대인 관계를 통한 행복, 성취를 통한 기쁨			자신에 대한 성찰, 공감과 지지			취업연결		성취감, 자녀 인정, 자존감, 자기선택권			표현력 향상을	미디어 활용 능력 획득			
김경옥(2006)																		
김소영 외(2012)			■										■	■		■	■	

나도삼 외(2006)																			
백령 (2012)								■				■			■		■		
양현미, 심광현 (2007)	■					■									■				
양혜원, 이성태 (2012)	■		■									■			■				■
정문성 외(2012)																			
Bacon &Korza (2010)																			
Creative City Network of Canada(2005)								■											
Health Development Agency(2000)	■		■	■	■							■							
Jermyn (2001)	■			■			■				■	■							
Joshua (2002)				■								■							
Katherine et al. (2010)									■		■	■							■
Landry et al. (1996)										■			■						
Lowe(2000)					■			■	■			■		■	■				■
Matarasso (1997)	■		■	■									■		■		■		
Matarasso &Chell(1998)																			
McCarthy et al. (2004)	■					■		■	■			■							
Tony et al.(2001)				■		■	■												
Williams(1997)																			

[표32] 미디어센터 사회적 효과 구성요인 - 개인영역

	지역사회																										
	이웃안전	범죄재활감소	문제행동감소	소통	신뢰	사회접촉	친구관계증대	타인 이해/관용	다문화	지조능력	역직력	지역역량구축	상호작용역량	주민협력	지역민주주의	지역이웃인식	권리인식증대	지역정체성	지역사회소속감	지역사회자부심	지역이슈관심	팀워크	공동체연대감	거주지공정	지역환경관심	지역사회참여	
2016 미디어 센터				■		■		■		■		■		■		■				■	■						■
				세대(자녀), 이웃간 지역		나사연결		다른사람이야기경청기회		동아리, 방송모임조직		대화, 토론, 피드백		지역내 발언권 확장		미디어 커뮤니케이션권				우리동네 뉴스, 지역정책		공동작업					지역사회문제 탐색 및 대안

지역 내 창조인력 발굴(시민제작자군의 형성)	지역 경제에 기여
창조 문화도시로의 이미지 제고	

[표28] 경기지역미디어센터 사업 목표 기술 내용에 따른 사회적 효과 구성요소
(본문 75쪽 표 재기술)

2) 구성요인의 범주화

앞서 도출된 미디어센터 사회적 효과의 구성요인의 분류를 통하여 다음과 같은 범주를 도출할 수 있었다.

범주	세부범주	
	개인	지역사회
1. 건강/문화	1-1. 일상 활력 증가	1-13. 지역 환경 개선
	1-2. 신체 기능 증대	1-14. 공동체 문화 형성
	1-3. 자존감 상승	1-15. 다문화 인식 및 문화 다양성 교양
	1-4. 자기 확신 및 자기 존중	
	1-5. 삶의 기대 상승	
	1-6. 자아성찰	
	1-7. 즐거움	
	1-8. 적극성	
	1-9. 성취감	
	1-10. 자부심	
	1-11. 여가의 확대	
	1-12. 여가 만족도 상승	
2. 학습/역량	2-1. 자기표현 및 자기발언	2-7. 미디어교육 기회 확대
	2-2. 호기심 증대	2-8. 미디어 전문 인력 양성
	2-3. 창의성 증대	
	2-4. 학습욕구 상승 및 학습동기 부여	
	2-5. 진로탐색 및 직업훈련	
	2-6. 자기개발	
3. 미디어 역량 /미디어 환경	3-1. 미디어 이해 확장	3-5. 미디어 문화 공간 인식 확대
	3-2. 미디어 비평 역량 증대	3-6. 미디어 접근성 확대
	3-3. 미디어 제작 역량 증대	3-7. 퍼블릭액세스 개념 전파
	3-4. 미디어 유통 및 배급 역량 증대	3-8. 공동체 미디어 확대
4. 관계/소통	4-1. 타인 이해	4-10. 지역 소식 및 이야기 전파
	4-2. 경청	4-11. 지역 사회 신뢰 증대

	4-3. 인간관계 형성 및 확장	4-12. 지역 사회 소통 증대
	4-4. 인간관계 심화	4-13. 공동 활동 증대
	4-5. 지역 인식 고양	4-14. 네트워크 확장
	4-6. 주민의식 고양	4-15. 공동체 정체성 고양
	4-7. 공동체 소속감	
	4-8. 공동체 연대감	
	4-9. 지역 주민에 대한 관심 증대	
5. 지역경제	5-1. 지역 자원의 확인	5-3. 지역 자원의 증가
	5-2. 소득 창출	5-4. 지역 자원의 연결
		5-5. 지역 경제 및 사회적 경제 활성화
6. 사회참여	6-1. 인권의식 확장	6-5. 공동체 조직 및 발굴
	6-2. 표현의 자유 인식 고양	6-6. 문제 발견 및 대안 모색
	6-3. 공공성 인식 확장	6-7. 지역 사회 개입
	6-4. 공동체 조직 능력 증대	

[표34] 미디어센터 사회적 효과의 범주

전체 범주를 건강/문화, 학습/역량, 미디어역량/미디어환경, 관계/소통, 지역경제, 사회참여의 여섯 가지로 구분하고, 각 범주에 따른 세부 범주를 개인차원과 지역사회 차원으로 나누어 정리해보았다. 개인 차원과 지역사회 차원으로 세부 범주를 구분한 것은 개인의 건강, 감정, 느낌, 역량, 관계, 소통 등을 통해 확인되는 효과와 지역사회의 환경, 문화, 자원, 미디어 관련 인식, 사회적 소통 등을 통해 확인되는 효과의 현상이 다르기 때문이다. 개인 차원의 효과는 개인의 상황에 따라 다르게 나타날 수 있다. 개인 스스로가 변화한 지점을 직접 느끼거나 표현함으로써 확인이 가능하다. 지역 사회 효과는 일정한 시간을 두고 특정한 경향이나 현상으로 확인되는 것으로 전문가가 관찰 혹은 분석을 통해 확인이 가능하다.

건강/문화 범주에는 일상 활력 증가, 신체기능 증대, 자존감 상승, 자기 확신 및 자기 존중, 삶의 기대 상승, 자아성찰, 즐거움, 적극성, 성취감, 자부심, 여가의 확대, 여가 만족도 상승의 열두 가지 개인차원의 세부범주와 지역 환경 개선, 공동체 문화 형성, 다문화 인식 및 문화 다양성 고양의 세 가지 지역사회 차원의 세부범주를 포함하였다.

학습/역량 범주는 자기표현 및 자기발언, 호기심 증대, 창의성 증대, 학습욕구 상승 및 학습동기 부여, 진로탐색 및 직업훈련, 자기개발의 여섯 가지 개인차원의 세부범주와 미디어교육 기회 확대, 미디어 전문 인력 양성의 두 가지 지역사회 차원의 세부범주로 구성하였다.

미디어 역량/미디어환경 범주는 미디어센터의 사회적 효과에서 도드라지는 내용으로 미디어와 관련한 개인 및 지역사회의 역량과 미디어센터의 설립으로 인해 변화한

지역의 미디어 환경에 대한 효과가 포함되어 있다. 개인 차원의 세부범주는 미디어 이해 확장, 미디어 비평 역량 증대, 미디어 제작 역량 증대, 미디어 유통 및 배급 역량 증대의 네 가지로 구성하였고, 지역사회 차원의 세부범주는 미디어 문화 공간 인식 확대, 미디어 접근성 확대, 퍼블릭액세스 개념 전파, 공동체 미디어 확대의 네 가지로 구성하였다.

관계/소통 범주에는 타인 이해, 경청, 인간관계 형성 및 확장, 인간관계 심화, 지역 인식 고양, 주민의식 고양, 공동체 소속감, 공동체 연대감, 지역 주민에 대한 관심 증대의 아홉 가지 개인 차원의 세부범주를 포함하였고, 지역소식 및 이야기 전파, 지역 사회 신뢰 증대, 지역 사회 소통 증대, 공동 활동 증대, 네트워크 확장, 공동체 정체성 고양의 여섯 가지 지역사회 차원의 세부범주를 포함하였다.

지역경제 범주는 지역 자원의 확인, 소득 창출의 두 가지 개인 차원의 세부범주와 지역 자원의 증가, 지역 자원의 연결, 지역 경제 및 사회적 경제 활성화의 세 가지 지역사회 차원의 세부범주로 정리하였다.

사회참여 범주는 인권의식 확장, 표현의 자유 인식 고양, 공공성 인식 확장, 공동체 조직 능력 증대의 네 가지 개인 차원의 세부범주와 공동체 조직 및 발굴, 문제 발견 및 대안 모색, 지역 사회 개입의 세 가지 지역사회 차원의 세부범주로 구성하였다.

다음 장에서는 이렇게 도출된 미디어센터 사회적 효과 범주를 토대로 한 질적 연구 내용을 통해 실제적 내용을 검토해 보도록 하겠다.

IV 연구결과: 미디어센터 사회적 효과지표

Ⅱ-1. 건강/문화

건강/문화 범주는 이용자들이 미디어센터를 이용함으로써 일상적으로 느끼는 긍정적인 변화를 중심으로 확인하였다. 신체 및 정신건강, 주변 환경의 긍정적 변화에 대한 내용과 자기 존중감, 즐거움, 성취감 등 행복지수를 가늠할 수 있는 내용, 그리고 여가생활, 문화적 영향과 관련한 내용으로 구성되어 있다. 이용자/미디어교사 인터뷰 내용을 중심으로 각 내용을 세분화하여 건강/문화에 해당하는 세부 범주를 총 15가지로 정리하였다.

1) 일상 활력 증가

‘일상 활력 증가’는 미디어센터 이용자들이 미디어센터 활동을 통해서 일상생활에 활력이 생기며 정신 건강에도 긍정적 영향을 미치는 효과이다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 미디어센터라는 것은요, 사람을 갖다, 지금은 현재 내가 나이가 많기 때문에 나이 먹은 사람들에게 한해서 얘기를 할게요. 이걸 배움으로써 그 지금은 뭐 백세 시대라고 그러는데. 양이나 질이나 따지는데 질적으로 노인네들한테 엄~청 생활에 정신적으로 활력을 주는 센터라고 생각해요. (부천/이용자/조**)

■ 어떤 분은(어르신 이용자) 센터에 나오면 자기가 건강해진다고 하신다. 뭘 하는 게 아니라 그냥 걷는 거. 시간에 맞춰서 걸어서 나오고 사람들을 만나러 오는 것 자체가 젊어지는 것 같다고. 센터에 오실 때마다 그러신다. (부천/미디어교사/김**)

부천 어르신 이용자의 인터뷰 내용 중 ‘생활에 정신적으로 활력을 주는 센터’라는 내용과 부천지역 미디어교사의 교육 참여자에 대한 이야기 중에 ‘사람들을 만나러 오는 것 자체가 젊어지는 것 같다.’라는 부분이 ‘일상 활력 증가’ 효과를 확인할 수

있는 부분이다.

2) 신체기능 증대

‘신체기능 증대’ 효과는 미디어센터의 활동에 참여함으로써 신체적 건강에 긍정적인 영향을 받은 경우, 물리적 건강에 도움을 얻은 경우에 해당한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 내가 나에 대해서 변한 거, 진짜 변한 거. 음, 2년, 올해 2년, 3년 전예요. 치매 그 검사를 받았었어요, 2동 저기 보건소에 그 저 예방주사 맞으러 갔다① 근데 답변을, 난 나름대로 다 했다고 그러는데 답변을 하나도 못한 거 있고 틀렸다고 그러면서 다시 받으라고 그러더라고요. 근데 얼마나 기분이 나빴겠어요, 난 내 나름대로 그 저기가 있는데. 을~마나 속상한지 모르겠어요. 내가 왜 그렇게 됐나 하고. 가~꿈 문자가 와요, 와서 받으라고. 그거 또 이제 무시하고 안 갔지만 기분이 엄~청 나쁘더라고요. 그러다가 그 다음 해에 그 저기 반찬가게 하는 데서 그 저기가, 이동보건소가 왔어요. 왔길래 이제 그 내가 일부러 받아봤지. 받아봤더니요, 내가 이거 저기 뭐 교육 받고 활동하면서 그렇게 이제 성격 변화가 또 왔고 그랬잖아. 받았더니 그러더라고, 아유 만점이시네요. 피부도 참 고우시네요, 만점이세요. 그런데 나도 모르게 네? 그래요? 그러면서 나 나름대로 기억력이 있다고 했는데 그렇게 얘기했더라고. 먼저번에는 그렇게 다시 받으라고 그렇게 연락이 왔는데. 그러니까 나도 모르게 입이 그냥 자꾸 웃음이 나오더라고요. 내 스스로가 아주 그냥 내가 이렇게 밖에 안 됐냐고 아주 그냥 걱정을 했는데. 그러니까 그냥 다른 사람들이 보기는 실성한 사람 같을 거 아니야, 괜히 빙글빙글 웃으니까. 그런 적이 있었어요. 그러다가 올해도 또 받았는데 또 그렇더라고. 그래서 아, 활동을 이렇게 하다보니까 성격변화하면서 모~든 게 다 변화가 와서 내가 이렇게 변했구나, 그걸 느꼈어요, 내① 그래서 미디어활동 이게 이렇게 좋은 거라면서 내가 그런 얘기도 한다니가요. 그렇게 하면서 설득을 해서 배우라고. (부천/이용자/조**)

위의 인터뷰에서 확인할 수 있듯이 미디어센터 교육 활동을 통해 성격이 적극적으로 변화하면서 일상생활이 활동적으로 바뀌었고, 그래서 결과적으로는 치매 검사에서 긍정적인 효과를 봄으로써 실질적으로 육체건강에도 도움을 받았다는 것이다. 이처럼 ‘신체기능 증대’ 효과는 ‘일상 활력 증가’와 같이 어르신 이용자 인터뷰에서 해당 내용을 확인할 수 있었으며, 독립된 별개의 효과이기보다 두 효과가 서로 영향을 미치는 것으로 확인된다.

3) 자존감 상승

‘자존감 상승’은 미디어센터의 활동 속에서 자신의 존재를 확인하고 자신의 능력과 가치를 이전에 비해 높이 평가할 수 있게 되는 효과이다. 이에 대한 사례는 여러 지역의 이용자들로부터 다양하게 확인된다.

■ 서로 이제 자긴 알고 보니까 글을 잘 쓰더라. 소질 있는 것 같아, 해봐! 그 새로, 새로운 뭔가 아, 나 이런 거 진짜 잘하나 하는 생각? 해 볼까? 하는 생각? 그런 생각들을 되게 많이 하게 된 것 같아요. 그러니까 좀, 너무 평범하게 지내던 생활에서 좀 뭔가 잔잔한 호수에 돌맹이 하나 탁 던진 것 같은 느낌? 그런 느낌을 되게 많이 받고 있어요. (수원/이용자/김**)

■ 마을영상 활동단체 ‘지구별 톡’은 다문화도서관에서 활동하고 있는 이주민과 선주민이 함께 영상을 배우고 만드는 단체이다. ‘지구별 톡’의 일원인 우즈베키스탄의 한 결혼이주 여성은 도서관의 다른 활동에서는 늘 소극적인 모습을 보여왔는데 마을영상제작교육을 받으면서 자신을 찾으며 주체적이고 적극적으로 촬영과 편집에 참여하고 있다. (수원/전문가/조**)

■ 1기 분인데 그 분 덕에 5기까지 올 수 있지 않았나 싶을 정도의. <은성이는 레고대장>이라는 영화를 만드셨는데, 은성이가 손잔데 너무 산만한 아이였던 거다. 정말 산만하고 집중도 못하는 애였는데 어느 날 할머니가 레고를 사다준 걸 계기로 엄청 집중도가 높아졌다는 그런 짧은 영화였다. 그런데 이 분의 성격이나 기질도 있을 것 같은데, 단 한 번도 빠지지 않고, 오실 때마다 힘들다 못 살겠다 하셨지만, 마지막 상영회를 끝내고 나서는 본인 만족도가 정말 높으셨던 거다. 소감 얘기하실 때도 너무 힘들고, 내가 왜 이렇게까지 하나 싶을 정도로 힘드셨지만, 만들어놓고 보니까 남편이나 며느리에게 내가 너무 당당한 것 같은 느낌이 들어서 좋더라 하셨다. (부천/미디어교사/김**)

■ 그 분도 사실 제가 볼 때는 저랑 똑같이 주부였고. 그 분은 그냥 친구들이랑 놀러 다니는 게 재미있어서 그냥 친구들이랑 놀러 다니는 영상, 한 번 해볼까? 이라고 시작했는데 이게 자꾸, 자꾸 욕심을. 자기 이름으로 뭐가 하나가 나가고. 그거에 사람들이 봐서 박수 쳐주는, 그러다 상도 받으면 이제 그게 내가 갑자기 이제 프라이드, 어께가 완전 짱짱 올라가는 거잖아요. (성남/이용자/윤**)

수원 이용자 인터뷰 내용과 같이 미디어센터 활동을 통해 평상시 일상 속에서는 잘

모르던 글쓰기 능력을 발견하는 경우, 부천 미디어교사의 발언 내용과 같이 교육 참여자 중 활동 결과물을 통해 가족에게 인정받음으로써 자존감을 확인하게 된 경우, 성남 이용자와 같이 미디어센터 활동 결과물을 지역방송에 액세스하게 됨으로써 자신의 사회적 존재감을 확인하게 된 것 모두 미디어센터의 활동 혹은 결과를 공유하는 과정을 통해서 ‘자존감 상승’을 경험한 사례라고 할 수 있다. 더불어 수원 전문가의 서면 인터뷰 내용에서는 언어적 표현이 서툰 이주민 교육 참여자의 사례를 확인할 수 있는데, ‘특정 미디어’를 통한 소통이 언어적 소통에 대한 어려움을 넘어서는 계기가 된 것으로 보인다. 이를 통해 참여자의 자존감 상승은 물론 주변 관계에 긍정적 변화를 준 사례라고 볼 수 있다.

4) 자기 확신 및 자기 존중

‘자기 확신 및 자기 존중’은 미디어센터 활동을 통해 이용자가 자기 존재에 대한 확신이 높아지고, 자신의 모습 속에서 긍정적인 부분을 발견하고 인식할 수 있게 됨을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 대신에 저희는 이제 일 년에 두 번이나 네 번씩 찾아가는 라디오라고 해서 지역사회로 저희가 직접 나가요. 근데 이제 그거를 맡아서 제가 몇 번 하면서 저도 제, 없던 제 안의 무언가를 느낀 거는. 저는 이렇게 사람들을 만나고 얘기하고 이런 걸 잘 못하는 사람이라고 알고 있었는데. 해야 되니까 잘 하게 되더라고요. (성남/이용자/최**)

■ 저는 제가 되게 내향적, 내성적인 건 아닌데 내향적인 삶을 추구하던 사람이었는데 미디어라는 것에 대해서 다른 팀원들은 방송반이셨던 분도 있고, 뭐 아나운서를 한 번 꿈꾸어 보신 분도 계시고 강사인 분도 계시고 그런데. 저 같은 경우는 미디어를 전혀 접해본 기억, 그런 경험도 없었고 관심도 별로 없었거든요. TV나 이런 것도 자주 보지 않고. 근데 와서 어, 교육을 받으면서 그 처음 교육받을 때 이제 자기소개를 마이크를 대고 이제 시작을 하는데. 그 때 사실 그런 이제 마이크에 대고 뭔가 녹음하는 거를 처음 해봤는데 되게 즐거웠고요. 교육을 계속 받으면서 우리가 대본을 또 만들고 또 그 콘텐츠를 우리가 스스로 개발해나가고 그거를 방송으로 만들어서 어딘가 되게 공공의 장소에 올리고. 그거를 다른 사람에게 들어달라고 이제 홍보를 하면서, 되게 내가 이런 부분에서 적극적이고 나를 표현하고 싶어 하는 사람이었구나, 이런 부분들을 느꼈고요. (수원/이용자/강**)

성남 이용자의 경우, 미디어센터 활동을 통해 자신의 적극적인 면을 발견하고 긍정

하게 되었고, 수원 이용자의 경우도 미디어센터 활동을 하면서 자신을 표현하고 싶어 하는 스스로의 모습을 긍정적으로 인식하게 되었다.

5) 삶의 기대 상승

‘삶의 기대 상승’은 이용자들이 미디어센터의 활동을 통해 자신의 삶이 긍정적으로 변화할 것이라 기대하는 효과이다. 즉, 미디어센터 활동 속에서 새로움과 즐거움을 추구하는 것, 또 다른 삶의 모습을 발견할 수 있을 것이라 기대하는 것이라 볼 수 있다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 만삭까지 일을 하다가 일을 딱 접고 이제 집에서 이제 아이를 키우기 시작했는데 그러면서 되게 많이, 생각이 없어진 것 같아요. 그래서 선생님이 뭘 찍고 싶으세요? 뭐, 뭘 하고 싶으세요, 이런 걸 얘기하는데 진짜 멍~ 해지더라고요. 주제 잡는 것도 힘들고, 내가 뭘 해야 되지? 막 그런 생각? 근데 그게 한 해, 한 해 교육을 하면서 굉장히 이렇게 자꾸자꾸 깨지는 듯한 느낌을 되게 많이 받았어요. 그러면서 아, 내가 많이 뭘 잊고 살았구나~ 이런 것, 맞아 생각했어야 했는데 맞아 나한테 이런 마음이 있었는데, 그런 생각을 되게 많이 받았고. (수원/이용자/김**)

■ 내가 죽으면 나를 기억해줄 수 있는 게 아무 것도 없는데. 내가 작품을 하면 그거는 영원히, 유튜브에 올리면 유튜브가 있는 동안엔 돌아가는 거고. 제 친구가 책을 썼는데 하나도 안 팔리는 책을 썼어요. 그래서 너 이거 왜 쓰니 그랬더니 자기 이름을 남기고 싶다는 거예요. 그 얘기를 딱 듣는 순간, 띠용~ (성남/이용자/윤**)

수원 이용자의 경우 미디어센터 교육 활동을 통해서 출산, 육아를 하는 기간 동안 잊고 지냈던 개인적인 욕구를 확인할 수 있었고, 성남 이용자의 경우 자기표현 활동의 의미를 미디어센터 활동을 통해 재확인할 수 있었다. 미디어센터 활동은 이용자들에게 그동안 잊고 있던 표현의 주제나 지금까지는 생각하지 못했던 삶의 의미를 생각해볼 수 있는 긍정적인 자극이 되었으며, 그것이 변화하는 삶에 대한 기대감으로 이어진 것으로 보인다.

6) 자아성찰

‘자아성찰’은 미디어센터의 활동을 통해 나와 주변을 돌아보고 지금까지의 삶을 정리하고 앞으로의 삶의 방향을 정하는 데 도움을 주었음을 의미한다. 이에 대한 인터

뷰 내용은 아래와 같다.

■ 저는 미디어센터에 오기 전까지, 아나운서 교육을 하긴 했지만 제가 단순히 그 일을 했었으니까라고 생각한 거지 미디어강사라는 개념은 없었어요. 그런데 센터에 오면서 제가 진짜 미디어강사라는 생각을 했어요. (성남/미디어교사/김**)

■ 아까 말씀드린 것처럼 이제 내 할머니도 생각나고 내 어머니도 생각났지만 아~ 나도 나이 먹는데~ 이런 생각도 들어요. 그러니까 누구도 피해갈 수 없는 건데 사실 노령화, 어르신들. 그러니까 우리는 어른, 그러니까 이렇게 좋게 얘기하면 어르신들이지만 사람들 그러잖아요. 아, 지하철을 탔더니 다 할머니들 밖에 없더라, 그런 얘기들 많이 하시거든요. 근데 세태가 이렇게 사, 사실 그런데 어떻게 나이 들어가는지 그거 되게 중요한 것 같아요. 왜냐하면 내가 이제 인터뷰를 이렇게 하면서 이 할머니들도 했지만 그냥 일반 아파트에 그 노인정에도 찍으러 갔었거든요. 많이 틀리시더라고요 그러니까 본인이 그림을 그리시면서 이제 이렇게 하신 분들하고 그 다음에 그냥 나이 드신 분들하고 되게 차이가 많이 나는 거를 잠깐 봤는데도 느끼면서 그래, 나이 잘 들어야겠다. 막 이런 생각? 나 관리해야겠다, 그런 생각도 되게 많이 들어요. (수원/이용자/김**)

■ 내가 뭔가 할 수 있는 걸 찾는다는 게 일단 제일 좋았고. (중략) 어떤 분야가 나한테 관심이 있었나를 되돌아보는 시간이 되더라고요. 뭐 운동 관심사가, 사실 딱히 가정을 위해서 막 헌신하고 이러는 캐릭터가 아니어서 그렇지는 않았지만 나도 뭔가 할 수 있는 사람이라는 점을 알아가고, 알게 된 게 가장 큰 저한테는 의미인 것 같아요. (성남/이용자/최**)

성남 미디어교사의 경우 미디어센터 활동을 통해 미디어교사로서의 확실한 정체성을 가지게 되었고, 수원 이용자의 경우 미디어센터 활동을 통해 자연스럽게 나이듦에 대해 생각할 수 있게 되었다. 또한 성남 이용자의 경우 오랜 시간 가정주부로 생활하는 동안 생각해보지 않았던 자신의 관심 분야에 대한 성찰을 할 수 있게 되었다. 이렇듯 미디어센터 이용자와 미디어교사가 미디어센터 활동을 통해 단순히 자신의 관심 분야에 대한 성찰에서부터 직접적 정체성에 대한 고민, 그리고 넓게는 인생사에 대한 성찰까지 다양한 방향으로 자아성찰이 이루어지고 있음을 확인할 수 있었다.

7) 즐거움

‘즐거움’은 미디어센터의 활동을 통해 이용자들이 일상적인 즐거움, 활동이 주는 재미와 만족감을 느끼는가 하는 것이다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 라디오 제작단이 있어서 제 수업을 들으신 분들이 제작단으로 활동을 하신다. 한 달에 한 두 번 본인의 라디오 방송을 만들어 팟캐스트에 올리신다. 지금6기까지 진행됐고 내년 3월부터 7기를 뽑는다. 참여자는 활동가는 20대부터 50대까지 되고, 70대까지 수업을 들으셨다. (중략) 관심 있어서 오신 분들이니까 너무 재미있게 하시고, 시간이 지나도 수업이 연장될 정도로. 교육 이후에는 제작단 활동하시는 분들은 교육 후에도 활동 계속 하신다. 한 분기에 한 번은 공개방송도 하신다. (성남/미디어교사/김**)

■ 라디오 수업이 있는 걸 보고 아, 이렇게 배워 놓으면 너무 재미있겠다, 해서 2기로 참여를 하게 됐고, 수업을. (중략) 제작단 활동을 하면서 처음에는 뭐 제작단이라고 할 만큼 사람이 많지 않았기 때문에 뭐 처음에는 개인의 어떤 콘텐츠를 만들어보는 재미가 있었고. (성남/이용자/최**)

■ 이제 시사회를 해야, 이제 한다고 이제 끝나면 하는데 너무 쟁피했어요, 사실은. 정말 쟁피했는데 그, 그러니까 저한테는 쟁피한 거 플러스 이제 애하고의 관계에 있어서 어, 엄마 멋진데? 막 이런 얘기 듣는 게 저는 좋았어요. (중략) 그러니까 아님방송에 딱 나왔죠. 너무, 그러니까 어, 내가, 그러니까 내가 아이디어를 냈는데, 어, 같이 만들긴 같이 만들고, 여튼 그게 뭔가 만들었는데 나온 게 너무 좋은 거죠, 네. 그래서 어, 뭔가 이렇게 나, 말씀하신 것처럼 내 이름을 걸고 하는 뭐가 나오네? 근데 그게 기분 좋게 좀 방영이 된 거예요. (성남/이용자/윤**)

이용자들은 미디어센터 교육 과정에서 본인이 관심 있었던 세부 활동들에 재미를 느끼거나 콘텐츠를 완성하는 것 자체에 재미를 느끼는 경우가 많으며, 퍼블릭액세스 지원을 통해 지역 방송에 본인의 콘텐츠가 방영되었을 때 성취감과 더불어 큰 즐거움을 느끼는 경우도 있었다.

8) 적극성

‘적극성’은 미디어센터 활동을 통해 이용자가 대인관계와 작업 수행에 있어서 태도가 적극적으로 변화함을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 미디어활동을 알고 나서는 적극적으로 변했어요. 뭐든지 적극적으로 하게 되고 야, 이거를 배웠으니까 이걸 적극적으로 활용을 해서 정신적인, 어, 활력소가 되는 구나, 이걸 배우고 나니까. 해서 뭐든지 적극적으로 하게 돼요. 하여튼 성격이 소극적에서 적극적으로 변했어요. (부천/이용자/조**)

■ 나에 대해서 이제 촬영을 하니까. 무슨 준비해간 게 아니에요, 근데. 선생님 잠깐만! 내가 이렇게 손들어, 나도 모르게요. 나가서, 저 나에 대한 영상을 촬영을 했는데 길다고 그러면 또 거부감 일으킬까봐 짧은 10분, 10초, 길면 30초 분량인데 협조 좀 부탁드립니다~ 그 대신 유튜브에도 올라갑니다~ 왜, 초상권 침해라고 또 뭐라고 그럴까봐, 미리. 그렇게 변화가 되더라고요. 가는 데마다 그러고 찍었어요. 그래서 지금은요, 내가 내 스스로 깜짝 놀랐어요, 스스로. 어마, 내가 이렇게까지 그러② 용기가 나고, 용기가 생기고 적극적이고 활달해지고, 남 앞에 가서도 얘기하면 이제 뭐야, 스스럼없이 얘기를 하죠. 아주 성격이 180도. (부천/이용자/조**)

부천 이용자의 인터뷰 내용에서 원래 소극적인 성격에서 적극적인 성격으로 바뀌었다, 용기가 생기고 적극적이고 활달해진다, 스스럼없이 얘기를 한다는 등의 언급을 통해 ‘적극성’효과를 확인할 수 있다.

9) 성취감

‘성취감’은 미디어센터의 활동을 통해 개인적인 성취감을 느낄 수 있다는 의미이다. 보통 일련의 교육과정을 수료하거나, 미디어콘텐츠를 완성하고 공유하는 과정에서 이용자들은 성취감과 만족감을 느끼는 것으로 보인다. 이와 관련한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 그동안 담고 있었던 생각을 어떻게 내보여야 되는지에 대해서 잘 몰랐던 부분을 이렇게도 표현할 수 있구② 말로 하는 게 아니라, 저는 뭐 말을 하는, 잘 하는 재주는 별로 없어서 그런데. 말이 아니어도 그냥 내가 거기에다가 한 마디, 내 얼굴도 들어가지 않는데 아, 이런 거 있구② 이거 나도 할 수 있네? 많이 안 배웠는데, 그런? 그러니까 진심을 담아서 만들면 그게 감동을 준다는 느낌을 받았어요. (수원/이용자/김**)

■ 미디어교육 같은 경우에는 같이 기획하고 과정을 거쳐서 결과적으로 성과를 내야 되는 걸 (교육에 참여한 아이들이) 티격태격 하더라도 한 번 해서 마지막에 무엇을 같이 성과를

냈을 때 성취감이 되게 크다는 거? 그걸 통해서 좀, 나중에 싸울 때 싸우더라도 그 과정에서의 경험이 되게 돈독하게 하는, 친구관계 또래관계에서 돈독하게 하는 게 있고. **(부천/이용자/이**)**

■ 근데 살면서 내 거를 뭘 만들어 간 적은 없잖아요, 이렇게 차근차근. 근데 이거는 이렇게 한 달, 한 달 쌓이는 게 보여서 아, 이게 잘했든 못했든 떠나서 약간 내 거를 뭔가 남는 게 있다는 게 굉장히 뿌듯한 것 같아요. **(성남/이용자/최**)**

■ 살림하시던 분들이 큰일에 참여하실 일이 없는데, 큰일이라는 건 과정보다 발표의 규모인데, 양날의 검인 게, 참 부담이 되는 건데 어려운 거 하시라고 저는 말씀드린다. 규모가 클수록 그룹이 역할을 하게 되는데, 결과야 어쨌든 간에 절차와 양식을 갖춰서 우리가 '해낸다'라는 것. 센터는 언론보도 정도 도와주는 건데, 그런 걸 해냈을 때의 성취감이.. **(고양/미디어교사/이**)**

■ 재미로 하자면 굳이 말하자면 사람을 키우는 재미다. 항상 초급반에 사람이 제일 많다. 어떻게 오셨냐고 물으면 남편이 카메라 사놓고 안 쓰는데 안 써서 내가 왔다 등등 이런 분들이 많다. 나중에 창작이 어떤 건지 설명을 드리면 그 얘기를 듣고 흥미를 갖는 분들이 계신다. 사진은 종이로 뽑으니까, 그걸 태어나서 처음 해보는 분들도 많다. 본인의 생각을 담아서 전시를 하는 것까지 성장하는 걸 보게 되는데, 그런 걸 보면 참 신기하다. 애만 키우던 분들이.. 그런데 다들 열정이 있었던 거다. 그걸 보는 게 재미다. **(고양/미디어교사/이**)**

‘성취감’에 대한 언급은 거의 모든 인터뷰 내용에서 찾을 수 있었는데, 미디어를 통해 표현한다는 것에 대한 인식과 결과를 공유하는 경험이 이용자들에게 높은 성취감을 주는 것으로 확인된다. 또한 미디어교사들의 인터뷰 내용을 통해서 확인한 바, 단순히 교육의 결과물이나 미디어 콘텐츠를 공유하는 과정이 단순 참여의 수준을 넘어 주체적인 발표의 장을 공동으로 꾸려보는 경험이 큰 성취감을 준다는 것을 확인할 수 있다.

그리고 고양의 사례와 같이 미디어교사들의 입장에서 성취감을 느낄 수 있는 것은 교육 과정을 통해 참여자의 성장을 확인하는 것이다.

10) 자부심

‘자부심’은 이용자들이 미디어센터의 활동을 자신의 새로운 사회 활동으로 의미 부여하고 만족감을 느끼는 것을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 복지관에서 사서함을 만들어서 사연도 받으시고 하면서. 지금은 6개월 정도 됐는데 복지관에서 반응이 좋다고 한다. 카페에서도 지원해주신다고, 선정되신 분들한테 쿠폰을 드리기도 하고. 하시면서 내가 누구에게 봉사한다기보다는 스스로 무언가를 하고 있다는 것에 대해서 되게 많은 만족감을 느끼시더라. 하반기에서는 복지관 안에서 오픈라디오도 하시면서 참여자들이 함께 하시는 걸로 활동하시고. (수원/전문가/조**)

■ 영화제가 아주 큰 역할을 한다. 영화제에 다 내서 누군가가 선정됐다고 하면 내 개인의 것 이기는 하지만, 내 개인의 것이 아니더라도 내가 있는 곳에서의 누군가가 이걸 했다는 데에 엄청 자부심을 느끼신다. 어르신들은 그게 정말 크더라. (부천/미디어교사/김**)

수원의 사례와 같이 제작단 활동을 통해서 이용자들이 소규모 공동체방송을 운영하거나 콘텐츠를 제작하는 경우가 많은데, 전업주부였다가 미디어센터 제작단 활동을 시작한 분들의 경우, 그러한 활동 자체에 의미와 만족감을 느낀다. 부천 미디어교사의 인터뷰 내용에서 이용자들에게 여럿이 함께 일군 성과에 대한 연대적 자부심도 발견됨을 확인할 수 있다.

11) 여가의 확대

‘여가의 확대’는 미디어센터를 알고 나서 미디어와 관련한 여가의 기회가 확대되었는지를 확인하는 것이다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 동네에서 저희가 그 마을 상영회 같은 거 하는데 여기서 ‘오감동 상영회’, 그렇게 연결해서 상영회도 했었고. 찾아가는, 프로그램명은 모르겠는데 아무튼 마을공동체상영회도 저희가 미디어센터에 도움을 받아서 진행한 경험이었고요. 그렇게 되면 마을 안에서는 영화는 극장에 가서만 본다거나 아니면 영화는 뭐 어디 상업영화만 본다거나 하는 것이 아니라 사실은 좀 대안적인 미디어, 공간, 뭐 혹은 다른 내용, 뭐 다크라든지. 저희가 다크 봤거든요, 작년에 네팔 관련한. 그래서 좀 매체다양성에 대해서도 조금 피부로? 미디어센터가 아니었다면 그런 경험은 하기 어렵죠. (부천/이용자/이**)

■ 마을미디어에 오시는 분들이 지금 90명 정도 되고, 그중에 열심히 하시는 분들은 20-30

명 내외다. 나머지 분들은 참여에 의의를 둔 분들이지. 여기에 계시는 분들은 상설강좌나 이런 곳으로 많이 가신다. 나는 이걸 좀 더 배우고 싶다 이렇게 느끼시니까. 또 라디오하시는 분들 중에는 기술에는 관심 없으신 분들은 영화상영 쪽에 집중되면서 주 관객층이 되시고. (수원/전문가/조**)

■ 우리도 찾아가는 영화 있다. 복지관에서 많이 하기도 하지만 경로당이나 마을공동체 차원에서 상영을 요청하기도 한다. 이번에 동아리 지원사업에서 하는 건데, 노숙자 쉼터에 찾아가서 활동하시는 영화읽기 동아리 분들이 기획한 모임의 프로그램이 있는데, 노숙자쉼터에서 영화도 보고 이야기도 하는 찾아가는 프로그램이다. (성남/전문가/윤**)

부천, 성남의 경우 공동체 상영사업을 통해 대중매체를 통해 접하기 어려운 독립영화, 다양성 영화를 관람할 수 있다는 점을 ‘여가의 확대’로 언급하였고, 수원의 경우 한 사업에 참여한 이용자그룹이 다른 사업으로 자연스럽게 연계된다는 점을 언급하여 미디어센터를 경험함으로써 이용자들의 여가가 확대되는 효과가 있음을 확인하였다.

12) 여가 만족도 상승

‘여가 만족도 상승’의 경우 미디어센터에서 제공하는 서비스를 이용함으로써 여가시간 활용에 대한 만족도가 높아졌는지를 확인하는 것이다. 이에 대해 인터뷰 내용을 통해 다음과 같이 확인해보았다.

■ 적극적으로 제가 좀 얘기를 하는 거예요. 왜 그러냐면 이 것 같이 좋은 게 없다. 내가 저 컴퓨터를 배우는 중에 이거를 알았어요. 그래서 컴퓨터(영상편집) 배울 적에, 처음에 해볼 적에는 아~주 어려워서 힘들었는데 배우다 보니까 빠져들더라고. 이렇게 세상에 잘 만들 어낼 수가 없어요. 아니, 어쩔 그렇게 모든 게 다 여기가 들어가 있어요. (부천/이용자/조**)

■ 일반 성인 및 노인들은 미디어센터의 교육들이 생소하고 참신하게 생각되어 새로운 것의 배움에 대해 만족도가 높다. (고양/전문가/김**)

부천 이용 인터뷰에서 미디어센터 활동 중 특히 미디어교육 과정에 대한 높은 만족

도를 확인할 수 있으며, 고양 전문가 서면 인터뷰 내용에서도 교육에 참여한 이용자들의 만족도가 높다는 언급이 확인된다.

13) 지역 환경 개선

‘지역 환경 개선’은 미디어센터 활동을 통해 지역 환경이 긍정적으로 변화함을 의미한다. 특히 이용자들이 이용하는 일상 공간의 변화가 이루어진 사례를 중심으로 확인해보았다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 공동체사업을 하다보면 공동체변화를 촉매하는 역할을 하는 경우가 가끔은 있다. 예를 들어 ‘노랑나비 기자단’이라는 교육이 있는데 복지관에서 하는 교육이다. 거기 분들이 마을신문 만드는 교육을 한 후 자체신문 발행을 한 것은 아니지만 꼭지를 하나 받으셨다. 거기서 방치되어서 거의 쓰레기장으로 쓰고있던 공터를 청소하는 문제와 분리수거하는 문제를 기사화했다. 그러면서 그 공터의 경우엔 마을 아파트 주민들이 활용할 수 있는 공동의 공간이나 꽃밭으로 활용하는 사례가 있었다. (부천/전문가/김**)

■ 저희가 상반기에 한 팀에서 영상을 만들기 시작하는데, 아이템 개발을 하고 있는데 한 분이 쓰레기 불법투기에 대한 영상을 만들어서 주변에서 얘기를 나눠보고 싶으시다더라. 3개월 멘토링처럼 해서 해드렸다. 본인이 거주하는 아파트에는 CCTV도 있고 경고문도 있는데 늘 쓰레기가 쌓여있었다더라. 거기를 촬영장소로 해서 극과 다크를 결합해서 촬영을 하고 있는데, 촬영장에 가보니까 주민들이 오며가며 뭐 하냐고 물으시며 관심을 보이시더라. 이런 저런 얘기를 하며 영화가 완성되면 함께 볼 수 있다 이런 얘기들을 했다. 영상이라는 게 만드는 데 시간이 걸리니까 그리고 나서 1달 반 정도 있다가 영상이 완성이 돼서, 거기 가서 상영회도 하고 토론도 하자하면서 자체상영회를 하다보니 이걸로 토론을 하자 하고 말하지 않아도 자연스럽게 어떻게 해결하자 등등 논의를 하게 되더라. 이런 이야기들이 나오더니 어느 순간 가보니 쓰레기가 없더라. (수원/전문가/조**)

전문가 인터뷰 내용에서 확인한 두 가지 사례는 모두 지역의 문제점을 주제로 한 미디어콘텐츠 제작과정에서 확인한 변화들이었다. 제작과정에 참여한 주체들이 제작을 위해 활동하는 모습을 보고 지역 주민들이 문제를 자발적으로 해결하거나 미디어콘텐츠를 통해 해당 문제에 대한 지역 주민들 간의 적극적인 소통이 이루어진 경우이다. 이러한 사례를 통해 미디어센터의 활동이 지역 환경을 개선하거나 환경 개선을 위한 소통을 촉발하는 역할을 수행하였음을 확인할 수 있었다.

14) 공동체 문화 형성

‘공동체 문화 형성’은 미디어센터 활동을 통해 공동체를 인식하고 공동체의 소통에 미디어를 활용하며, 공동체에 기여하기 위한 미디어 활동을 계획하고 수행하는 등 공동체 문화를 만들어가는 효과를 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ ‘수원맘’이라는 육아커뮤니티가 있다. 라디오 하시는 팀인데. 그 중 한 분이 제가 포스터 붙이고 다니니까 관심을 가지고 채 걸지도 못하는 애를 데리고 사업설명회에 오셨더라. 그러더니 7명 팀을 꾸려 오셨다 수업을 들어보시겠다고. 저희가 반겼던 건, 그 분들이 다른 마을활동을 해본 적 없으신 분들이었고, 이쪽에 집중하실 수 있을 것 같더라. 그 팀이 전혀 멤버들의 부담감 없이 쭉 지금까지 2년 정도 활동하시면서, 이미 지역 활동을 하고 계셨던 매탄신문팀과 조인하게 돼서, 공개방송에 조인하시면서 1부는 매탄청소년들이 하고 2부는 수원맘 분들이 하시고 그런 일들도 있었다. 저희가 취미생활에 그치지 않도록 독려했다. 지역의 활동이나 미디어활동을 어떻게 지역과 결부하고 확장해나가느냐를 계속 고민하고 계신 분들이다. 1년, 2015년에 20회차 정도 교육을 받으셔서, 본인들의 온라인라디오방송채널을 만드시고 올해까지 130개의 콘텐츠를 만들면서 활동하고 계시다. (수원/전문가/조**)

■ 저희들이 극영화를 만들었어요, 아주 짧게. 뭐 3분? 뭐 2분? 이렇게 했는데 그것도 좀 어설프지만 나름 재미있거든요. 그래서 우리 아파트에 요가실이 있어요. 이렇게 넓~직한 요가실이 있는데. 스크린 하나 빌려서 거기서 우리 애들 친구들이랑 동네 친한 엄마들 불러서 한 번 크리스마스 파티 겸 해서 그런 거 해도 괜찮겠다, 그런 생각도 어제 했어요. 그러니까 한 번이 힘든 것 같아요. (수원/이용자/김**)

■ 공동체를 꾸려가는 것에 대한 관심도가 확실히 높아지고 있다. 미디어를 매개로 만들어지는 공동체가 있고, 미디어가 아니더라도 혼자 표현하는 게 아니라 같이 표현하는 게 더 힘을 받고 더 만족도가 높다는 생각이 들고 이젠 알겠다. 이전까지는 개인화되어 있다고 하면, 마을미디어활동을 하다보면서 같이 하면서 활동을 하는 게 효과도 좋고 나오는 만족도도 높고 결과물의 퀄리티도 좋다. (수원/미디어교사/유**)

공동체 문화 형성과 관련한 사례는 수원지역의 사례가 많은데, 마을미디어 지원사업을 통해 다양한 공동체를 육성하고 있기 때문인 듯 하다. 수원미디어센터 전문가의 인터뷰에서는 수원 내 육아커뮤니티를 기반으로 한 라디오방송 운영 사례를 확인할 수 있었고, 이용자 인터뷰에서는 공동체 문화에 대한 개인의 인식이 마을의 공간을

공동체 활동을 위한 공공의 공간으로 사용하고자 하는 시도가 일어나고 있음을 확인할 수 있었다. 마지막으로 미디어교사 인터뷰에서는 마을미디어 사업에 교사로 참여하면서 공동체 미디어 활동에 대한 개인적 관심도가 높아졌음을 언급하여 미디어센터의 사업이 공동체문화 형성에 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다.

15) 다문화 인식 및 문화 다양성 고양

‘다문화 인식 및 문화 다양성 고양’은 미디어센터를 통해서 지역사회의 다양한 구성원들의 문화가 상호 교류되는 효과이다. 선주민/이주민들을 대상으로 한 사업이나 영상문화다양성을 위한 다양성영화 상영 사업 등이 이러한 효과를 목표로 한다. 이에 대한 인터뷰 내용을 아래와 같이 정리하였다.

■ 성남시청에 연계를 해서, 미디어센터 교육 받으신 분들이 다문화라디오를 만들었다. 거기도 팟캐스트로 올리고 있다. 실제 다문화가정의 분이 예전에 ‘미수다’프로처럼 진행을 하시는데, 다문화 가정 분들은 이런 게 있어서 너무 좋고 나만 그런 게 아니라는 걸 느껴서 좋다는 분들이 있고 한국분들은 미처 몰랐다 내가 대신 미안하다 그런 말을 전하는 분도 있고 그렇다. (성남/미디어교사/김**)

■ 저희가 자조모임(다문화 라디오 제작자 모임)을 한 번 갔었어요. 그래서 그 분들 같이, 밥도 같이 나눠먹고 고충, 고민 같은 것도 같이 얘기하고. 애들도 같이 이렇게, 우리가 예전에 뭐 공동육아처럼. 한 달에 한 번? 그렇게 하시더라고요. 그래서 고런 거를, 그러니까 관점을 조금 다르게 하니까 또 재미있는 것 같아요. 그러니까 우리가 보는 시각이 아니고 그 분들이 여기서 살아나가면서 소소한 얘기들을 그들만의 방송으로 하는 게 저는 좀 달랐던 것 같아요. 되게 좋았어요. (성남/이용자/윤**)

■ 지역 내에서 다문화 도서관을 운영하는 지구별특이라는 그룹이 있다. 거기는 선주민 이주민이 섞여있다. 지금은 다양한 국가들의 요리프로인 세계음식기행이라는 작품을 만들고 계시다. 저희가 네트워크 파티를 하잖② 얼마 전에 했는데, 그 때 상영회에서 영상을 틀고 이야기를 하는 과정 안에서, 선주민들은 좀 덜하지만 이주민들은 그런 것들에 대한 자긍심이 엄청 높아지셨다더라. 키르기스스탄분 한 분 중국분 한 분, 또 다른 국가 한 분, 한국분 두 분 계시는데, 그 중에 키르기스스탄 선생님 한 분이 다른 활동에는 잘 참여 못하고 부끄러움이 워낙 많으신 분인데도 영상작업에서는 뭐가 딱 맞으셨는지, 정말 주체적으로 하셔서 도서관 대표가 너무 놀라셨다. 본인이 다른 분들 땀땀도 하시면서 하는 게 지구별특 안에서는 모든 구성원들이 굉장히 놀라게 받아들여졌다고 했다. (수원/전문가/조

**)

■ 영화는 극장에 가서만 본다거나 아니면 영화는 뭐 어디 상업영화만 본다거나 하는 것이 아니라 사실은 좀 대안적인 미디어, 공간, 뭐 혹은 다른 내용, 뭐 다큐라든지. 저희가 다큐 봤었거든요, 작년에 네팔 관련한. 그래서 좀 매체다양성에 대해서도 조금 피부로? 미디어센터가 아니었다라면 그런 경험은 하기 어렵죠, (부천/이용자/이**)

성남과 수원의 사례는 미디어센터가 다문화 관련 사업을 수행하거나 다문화 미디어 활동을 지원하여 확인된 결과라고 볼 수 있다. 이주민이 모국어로 라디오 방송을 하거나 언어소통이 원활하지 않은 이주민이 영상 제작과정을 통해 선주민들과 소통할 수 있게 된 사례이다.

부천의 사례는 공동체상영에 대한 이용자 입장에서의 평가이다. 미디어센터의 지원으로 평소 접하기 어려운 다큐멘터리영상을 공동체에서 함께 볼 수 있는 기회가 좋았으며, 그를 통해 매체다양성 혹은 문화다양성을 경험할 수 있었다는 것이다.

2. 학습/역량

학습/역량 범주는 이용자들이 미디어센터를 이용함으로써 일반적 역량이 증진되거나 학습에 대한 인식 변화 및 긍정적 효과에 대한 내용이다. 자기표현 및 자기발언, 호기심, 창의성, 학습 욕구 상승, 진로탐색, 미디어교육 기회 확대, 미디어 전문 인력 양성 등의 세부 범주를 8가지로 나누어 미디어센터 사회적 효과의 유효성을 확인해 보았다.

1) 자기표현 및 자기발언

‘자기표현 및 자기발언’은 미디어센터를 이용하면서 미디어로 자신의 생각을 표현하고 자기 의견을 발언할 기회가 많아졌는지를 확인하는 것이다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 지역에 대한 이야기를 다른 곳에 확산하는 일이나 아니면 자기의 경험을 미디어를 통해서 자기의 목소리를 거기에 반영하는, 특히 저희 청소년들은 어, 그런 욕구가 사실은 약한 편인데 그런 욕구들 생길 때 좋은 도구가 미디어인 것 같아요. (중략) 자기 이야기를 미디어로 드러내는 것에 조금 더 중심을 두고 계획을 하면서 진행을 하는 거죠. (부천/이용자/이**)

■ 처음 시작은 우리 애들이 이제 사춘기 들어가고 하나까 애들하고 이렇게 공감대~ 그런 것도 생각하면서 같이 뭔가 해보고 싶다, 였어요. 그랬는데 어, 이제 수업을 하면서 아이들과의 관계도 되게 좋았어요. 서로 이제 주고받고 인터뷰 해주면서 그냥 이렇게 얘기할 수 없는 부분을 마이크를 들어, 이렇게 대니까 굉장히 솔직하게 이렇게 막 술술, 어머 이거 뭐야~ 이게 뭔데 이렇게 내가 다 얘기해, 이런 정도로 그렇게 술술 얘기를 하게 되더라고요. 그래서 아, 이런 게 또 있구나, 하는 생각. 그런 생각 들면서 아이들과의 관계나, 그 다음에 이제 아이들과 작품을 하나씩 이제 만드니까. 만들면서 그런 유대감? 그런 것도 있었고, 서로 열심히 하는 걸 보여준. 집에서는 사실 그렇게 뭔가 열심히 하는 모습을 보여주기 어렵거든요, 하하. 그래서 그런 거 되게 좋았어요. 그래서 그런, 아이와의 관계는 그런 변화가 좀 있었던 것 같고. (수원/이용자/김**)

■ 우리가 느낀 건 아, 우리가 뭔가를 기획해서 할 수 있구나, 까지만. 네, 지금은 그래요. 네. 근데 그게 이제 어떻게 보면 내 목소리를, 물론 나 하나의 목소리는 아니지만 낼 수 있는 곳이 있는 거고 그런 방법이 생긴 게 굉장히 좋은 거 같아요. (성남/이용자/최**)

■ (국회에서 유은혜 의원실과 함께한 지역영상문화활성화 토론회에서 여성 어르신 한 분이) 하고 싶은 만큼 전폭적으로 해달라, 노인이라고 무시하거나 노인은 늘 힘들고 비참한 게 아니라 우리 이렇게 건강하게 하고 싶고 경험하고 소통하고 싶다 이런 게 늘 마음 속에 있으셨으니까, 그걸 그렇게 생생하게 전달해주셨다. 어떤 미디어센터의 담당자들도 못했던 걸. (부천/미디어교사/김**)

부천 이용자 인터뷰에서는 청소년 교육 참여자에게 미디어가 자기표현에 적합한 도구가 될 수 있음을 확인할 수 있었고, 수원 이용자 인터뷰에서는 미디어교육 활동에서 경험한 자기표현의 긍정적인 경험을 확인할 수 있었다. 성남 이용자 인터뷰에서는 제작단을 통해 공동으로 미디어콘텐츠를 제작하고 액세스 하는 경험이 이용자 본인에게 미디어로 발언하는 것의 중요성을 인식시켜준 계기임을 확인할 수 있었다. 부천 미디어교사 인터뷰에서는 이용자들의 자기 발언 기회가 정치적인 영향을 미칠

수 있음을 시사한다. 미디어교사가 언급한 내용은 국회 토론회에 노인이용자가 자발적으로 참여하여 노인미디어 활동에 대한 정부차원의 지원이 필요함을 호소했던 사례이다.

2) 호기심 증대

‘호기심 증대’는 미디어센터를 이용하면서 일상적 호기심 및 미디어 전반에 대한 호기심이 높아졌으며, 다양한 주제에 관심의 폭을 넓히게 되었음을 확인하는 것이다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 수원아이 엄마들의 모임인 ‘우먼수원’이 운영하는 팟캐스트 ‘우먼수원’의 코너중 하나인 ‘우수속’은 사람들의 속풀이를 대신해 주는 코너이다. 여러 사람들의 사연을 받다 보니 지역에서 아이엄마로서의 애로사항, 먹거리 문제인 GMO 등, 지극히 개인적인 문제부터 사회적 이슈까지 다양한 방면의 이야기들을 담아내고 있다. (수원/전문가/조**)

■ 특히나 이 미디어활동에 너무 관심이 많아서 자기가 먼저 미디어 프로그램이 있으면 소개해달라고 하거나, 욕구가 커가지고 의지를 보이는 친구들이 한 네, 다섯 명 정도 있어요. (부천/이용자/이**)

■ 저는 라디오쪽이다 보니까, 여기는 영상선생님들이 많잖② 프리미어 얘기하면 뭐 축구 얘기하나 싶고. 다른 분들은 다 소통을 하시는데 나만 외계에서 온 것 같고 그랬는데 어느 순간 무슨 얘긴지 알게 되고 관심도 생기고 그렇다. 저도 영상에 대한 관심이 많이 생겼다. (성남/미디어교사/김**)

수원의 사례는 공동체 라디오 콘텐츠를 생산하는 이용자 그룹의 성장에 대한 것이다. 정기적인 콘텐츠 생산을 통해 여러 주제에 대한 학습이 자발적으로 이루어지고 있으며, 그것이 사회적 이슈까지 포함하고 있음을 이야기한다. 부천 이용자의 인터뷰는 미디어센터를 경험한 청소년 이용자들의 호기심 증대 사례라고 볼 수 있다. 미디어센터에서 여러 해에 걸쳐 미디어교육 활동에 대한 경험을 하다보니 미디어에 대한 욕구를 표현하는 이용자가 확인된다는 내용이다. 성남 미디어교사의 경우, 미디어센터에서 주최한 미디어교사 모임을 통해서 잘 몰랐던 영상 분야의 전문 지식에 호기심이 생겼다는 내용이다.

3) 창의성 증대

‘창의성 증대’는 미디어센터 이용자들이 미디어센터 활동을 통해 보다 창의적으로 사고하고 표현하는 능력을 갖추게 되었음을 확인하는 것이다. 이와 관련한 사례는 아래와 같다.

■ 내가 만약에 청취자라면 어떤 걸 좀, 일반 FM이 아니잖아요? 그러니까 그렇다면 이런 지역 라디오에서 뭐를 좀 다른 걸 들어볼 수 있는 게 있을까? 이러다보니까 이제 찾게 되는 거예요. 아, 딴 데서 안 하는 거, 딴 데서 할 수 없는 거를 해보는 거는 뭐가 있을까. 이러다 보니까는 그런 것들을 찾게 되더라고요. (성남/이용자/최**)

■ 의외의 장르들이 합쳐졌을 때 오는 자극들이 있어서, 저는 지금은 그런 걸 찾아다닌다. 의뢰로 미술선생님과 무용선생님을 채용을 하셨는데, 그 분들과 융합을 해서 뭘 만들고 시범 수업도 하고 했는데 정말 좋은 자극이 됐다. (성남/미디어교사/윤**)

성남 이용자 인터뷰에서는 라디오방송을 제작하는 생산자로서의 고민이 묻어난다. 청취자들의 입장에서 매력적인 콘텐츠 생산을 위해 새로운 것을 생각하고 창의적으로 표현하기 위해 노력하고 있다는 내용이다.

성남 미디어교사의 인터뷰 내용에서는 미디어센터가 제공한 기회를 통해 장르융합 수업을 시범운영했는데, 새로운 장르와의 만남을 통해 창의적 사고 및 표현이 가능했음을 확인 할 수 있었다.

4) 학습욕구 상승 및 학습동기 부여

‘학습욕구 상승 및 학습동기 부여’는 미디어센터를 이용하면서 배움에 대한 다양한 자극을 받고 있는지 확인하는 것이다. 미디어센터는 미디어에 대한 새로운 경험을 제공함으로써 이용자들의 학습 욕구를 상승시킬 수 있으며, 미디어센터가 다양한 차원에서 학습에 대한 동기를 부여함으로써 이용자들의 미디어활동에 영향을 미치기도 한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 팟캐스트에 올리고. 근데 그러면서 어떻게 하면 홍보를 할까, 그 자꾸 이제 뭔가 미디어를 배우고자 하는 그런 관심? 이런 것들이 좀 생기고 있어요. 요즘은 페이스북이라든가 이런

걸 많이 하는데. 그 페이스북이 제일 그 홍보하기가 좋다고 하더라고요. 근데 제가 잘 못 해가지고, 하하. 제가 페이스북을 안 하고 있었어가지고 이제 올 해 겨울에는 그 페이스북도 좀 배우고 할까 해가지고. 또 내년에는 생방송도 만들어볼까, 이런 좀 나누는 부분에서는 지금 많이 고민을 하고 있어요. (수원/이용자/강**)

■ 영상제전 할 때 다른 작품들을 이렇게 보게 되잖아요. 너~무 너무 잘 만든 거예요. 그 우리 저것도 배우야 되겠다. 애니메이션도 배워, 왜냐면 저희는 되게 평면적인 접근을 했다면 요즘 젊은 친구들은 굉장히 입체적으로 접근하세요. (중략) 우리가 조금 더 욕심내서 배우면, 조금 더 세련된 화면들을 구사할 수도 있겠구② 그런 욕심은 조금 부려보는데, 근데 가장 중요한 건 저희는 이제 내용이 일단 충실하게 가보자, (성남/이용자/윤**)

■ 센터에서 그런 교사 모임 등을 만들어주고 하니까 부천에서도 부천교사모임이 만들어져서 새로운 선생님들을 알게 되고, 저도 그 자리를 통해서 배우기도 하고. 비슷한 형식의 커리큘럼을 하다가 다른 선생님들의 이야기를 들으면서 나도 한 번 적용해볼까 하면서 재미가 있게 되고, 활동에도 동력이 되는 것들이 있었다. (부천/미디어교사/김**)

수원 이용자 인터뷰에서는 라디오 홍보 채널에 대한 관심이 학습욕구로 이어지고 있으며, 성남 이용자 인터뷰에서는 (사)전국미디어센터협의회가 주최한 한국영상제전과 같은 미디어센터 네트워크 사업을 경험한 이용자가 다른 지역의 제작단이 만든 미디어콘텐츠에 자극을 받아 학습욕구가 상승했음을 확인할 수 있다. 부천 미디어교사는 부천교사모임이 새로운 미디어교육 현장을 연구하고 학습하는 기회가 되었음을 확인할 수 있다.

5) 진로탐색 및 직업훈련

‘진로탐색 및 직업훈련’은 미디어센터 활동을 통해서 이용자들의 관심과 적성을 확인하고 미디어 관련 직업 활동에 필요한 소양을 쌓을 수 있음을 확인하는 것이다. 이에 대한 사례는 아래와 같다.

■ 이것도 이제 라디오를 진행하면서 이런 행사가 있는데 한 번 해보시면 어때요, 해서 작년 부터 뭐 사회를 보다 보니까 네, 해줄만 하면 해주면 좋겠다 생각이 들더라고요. 작년 다섯 번, 올해는 여섯 번 해서 일곱 번 한 것 같아요. (성남/이용자/최**)

■ 저희 팀원 중에 강사 분이 계세요. 그 분은 이제 독서 토론 관련 강사를 하시거든요. 근데 그 분은 이제 콘텐츠가 단편 책 읽어주는 거예요. 단편 책을 읽고 그거에 대한 감상을 이제 팟캐스트에 올리는데 그게 굉장히 되게 많이 도움이 됐다고 하더라고요. 그거를 읽기 위해서 차 안에서도 계속 소리 내서 책을 읽는 연습을 하고 또 강의할 때도 발성이라든가 이런 게 또 도움이 되고. 이게 서로 상호 보완이 된다고 하더라고요. 강의했던 거를 또 이리로 가져오기도 하고. 또 이제 강의할 때 이걸 또 홍보도 하시고. 그런 걸 보면서 이게, 근데 저희는 거의 대부분이 긍정적으로 발전하고 있다는 생각이 들어요. **(수원/이용자/강**)**

■ 마을미디어 교육지원사업에 참여한 ‘다올마을’ 일원들은 교육과 활동기간을 통해 쌓은 영상제작기술을 기반으로. 다른 영상제작팀들과의 협업을 통해 ‘수원영상미디어센터 마을미디어 활동단체 소개 영상제작 용역사업’, ‘타기관 영상제작 용역사업’에 참여하고 있다. 또한 ‘다올마을’ 일원들은 기술적으로 부족한 부분에 있어서는 수원영상미디어센터 상설강좌로 개설되는 기술 강좌들을 찾아가며 본인들의 실력을 향상시켜가고 있다. **(수원/전문가/조**)**

‘진로탐색 및 직업훈련’은 지역별로 다양한 사례가 확인된다. 특히 미디어센터에서 제작단 활동을 하는 이용자들의 경우 연관된 경험이 많은 것으로 보인다. 성남의 경우 라디오 아나운서로 활동하는 이용자가 지역사회의 작은 행사 사회자로 활약하고 있다. 수원의 경우 팟캐스트 방송을 하는 이용자가 방송 콘텐츠 제작을 위한 노력을 하다보니 본인의 직업인 독서 토론 강의 활동에 직접적인 도움이 되었음을 확인할 수 있었으며, ‘다올마을’ 영상제작팀은 지역 영상제작 용역사업에 참여하여 보다 전문적인 활동을 꾸리기 위해 준비하고 있음을 확인하였다.

6) 자기개발

‘자기개발’은 미디어센터 이용자들이 미디어센터 활동을 통해서 기존에 자신이 가진 지식과 재능을 발전시키는 것을 의미한다. ‘진로탐색 및 직업훈련’은 주된 활동을 통해 얻은 능력을 바탕으로 직업적 전문성을 획득하거나 새로운 활동으로 연계, 도약하는 경우에 해당하고, ‘자기개발’은 미디어센터 활동을 통해 획득된 능력이 심화, 발전되어 해당 분야의 노하우를 획득하는 과정이라고 볼 수 있다. 이에 대한 사례는 아래와 같다.

■ 저의 경우는 저랑 같이 하는 그 DJ, 다른 DJ분이랑 둘이 그림책 모임을 하고 있거든요. 그래서 그걸 가지고, 콘텐츠가 그림책이에요. 그래서 그림책을 읽고 그것과 관련해서 육아라든가 엄마의 개인적인 삶, 여자로서의 삶 이런 이야기들을 나누는 게 정말 수원맘을 대상으로 해서 그런 이야기들을 하거든요. 그래서 그런 매회 대본을 쓸 때, 책을 그 전에도 보기는 봤지만 이제는 아이들이 아니라 어떻게 하면 다른 엄마들이 듣고서는 같이 고민할 수 있는 그런 책을 찾을까, 하는 그런 콘텐츠를 골라내는 능력 같은 거? (수원/이용자/강**)

■ 작년에 미디어센터 강사끼리 콜라보 활동을 해서, 김소영 선생님은 아나운서 전문이시고 저는 제작전문이니까, 서로 시너지가 되는 강좌를 만들어서 아이들 대상으로 수업을 한 적이 있다. 저희가 센터에서 만나고 네트워크를 통해서 저 선생님과 뭘 하면 좋겠다는 가능성을 준다는 점에서 플랫폼적인 역할을 하고 있다는 생각이 든다. (성남/미디어교사/윤**)

수원 이용자 사례의 경우, 공동체라디오방송을 통해 만들어진 모임에서 그림책을 콘텐츠로 하는 프로그램을 제작하는 이용자들의 콘텐츠 선택에 대한 노하우가 획득되는 과정을 확인할 수 있다.

성남 미디어교사 인터뷰에서는 다른 미디어분야와 콜라보를 통해 수업을 운영해봄으로써 미디어교사로서 강의할 수 있는 내용의 폭을 넓혔음을 확인할 수 있다.

7) 미디어교육 기회 확대

‘미디어교육 기회 확대’는 지역사회 구성원 누구나 미디어센터를 통해 미디어교육에 참여할 수 있음을 확인하는 것이다. 특히 미디어소외계층과 관련된 사업이 이와 같은 사회적 효과를 목표로 하는 경우가 많다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 저기 할머니 한 분이 물어보시더라고요. 저거 뭘로 찍었어요? 아, 물어보신 게 아니라 제가 처음에 가서 카메라, 이거 핸드폰으로 이렇게 다리 하나 빌려가서 이렇게 해서 찍은 걸 보셨거든요, 그 분이. 그러면서 저거 핸드폰으로 찍은 거예요? 내 핸드폰으로도 찍을 수 있어요? 이렇게 물어보시는 거예요. 그래서 네, 어머니 찍을 수 있어요, 그러면서. 어머니들 다 괜찮으시면 해가지고 강좌 하나 개설해서 (중략) 어머니들 강좌해서 또 이제 가서 도와드리면 되니까, 그런 것도 괜찮아요, 어머니들 찍고 싶은 거 되게 많으시거든요. (수원/이용자/김**)

■ 저희 팀에서 그 강의를 하시는 분이 내년엔 장애인이랑 일반 아이, 장애 아동이랑 일반 아동을 같이 묶어서 라디오교육을 해보면 어떨까 이런 제안을 하셔서 너무 좋다, 우리가 가서 그 뭐, 강사료를 준다고는 하는데 사실 강사료랑은 상관없이 그런 장애아동에게도 이런 기회를 주면 참 좋겠다, 간단하게라도 가르쳐주면. (중략) 어느 정도 여유 있는 사람뿐만 아니라 여유가 없거나 아니면 (미디어를) 전혀 접할 기회가 없는 그런 소외된 사람들도, 이런 거는 얼마든지 무료니까 또 와서 배울 수 있는 거고. 그래서 그런 사람들한테 (미디어센터가) 널리 알려져서 그런 우리가 느끼고 있는 그런 긍정적인 경험들을 같이했으면 좋겠다, (수원/이용자/강**)

■ 저는 이주민여성라디오 보면서 인식을 바꾼 계기가 됐다. 저희 센터에서 한 건 아니고 시에서 일자리 지원사업으로 한 건데, 사업이기는 했지만 참여자들도 사람들과 가까워지고, 본인들을 알리고 본인들의 이야기를 하면서 서로 친근감이 생기고, 그런 것들이 커지면서 그런 효과가 발생하지 않았나 싶다. (중략) 센터를 조금 어렵게 생각하거나 꺼려했다면 센터로의 진입장벽이 많이 낮아졌다. (성남/전문가/박**)

수원 이용자 인터뷰를 통해서 이용자들이 본인들이 했던 미디어교육 경험을 확장하고 싶어 하는 욕구를 확인할 수 있었다. 미디어센터가 수행하는 다양한 미디어교육 사업을 통해서도 미디어교육 기회가 확대 되지만, 미디어센터 이용자의 개별적인 미디어활동을 통해서 또 다른 미디어교육 참여자가 발굴되기도 한다.

성남 전문가의 인터뷰 내용에서는 이주민사업에 참여했던 이용자의 미디어센터에 대한 인식 변화가 확인된다. 이주민들이 공공기관을 쉽게 이용하지 못하고, 선주민들과 관계를 형성하는 데 어려움을 느끼는데 미디어교육 사업을 통해 이주민들의 미디어센터에 대한 진입장벽을 낮출 수 있었음을 확인할 수 있다.

8) 미디어 전문 인력 양성

‘미디어 전문 인력 양성’은 미디어센터를 통해서 다양한 미디어 전문 인력이 배출되었음을 확인하는 것이다. ‘진로 탐색 및 직업 훈련’이 개인 이용자의 변화 차원이었다면, ‘미디어 전문 인력 양성’의 경우 지역사회 차원에서 인적 자원이 증가함을 확인하는 차원이라고 볼 수 있다. 이에 대한 사례는 아래와 같다.

교사양성과정과 제작단을 통해 배출된 일부 우수한 분들에게 현재 학교미디어교육 강사 및 보조강사, 센터 체험강사로 활동하고 있음 (고양/전문가/김**)

■ 동아리에서 한 단계 더 높은 지점까지 갈, 우리가 그러니까 독립을 하자. 센터에서 계속 우리가 붙어서 이제 센터의 지원 있으면 계속 좋지만. 우리도 이제 독립을 해서 예를 들어서 뭐 외주가 들어오거나 이러면... (받을 수 있게). (성남/이용자/윤**)

■ 영상팀에 한 분, 라디오팀에서는 수원맘 두 분이 보조강사 역할로 참여하고 계시다. 올해 1년 2강을 하셨다. '뭐라도 학교'라고 저와 같이 노인교육을 했던 평생교육센터 분들이 있다. 그 분들은 기수별로 졸업을 하시는데, 같은 기수 분들이 라디오를 배워보고 싶다고 오셨다. (중략) 지역 내 라디오활동을 하고 있는 이 두 보조강사분이 결합해서 주강보강 역할을 하면서 2회 차를 꾸려보면 어떨까 싶더라. 그렇게 연결되는 관계망이 많다. 12월에 이 두 분이 강사가 되는 첫 번째 강의가 생길 수 있을 것 같다. 내년에는 청소년팀이 있으면 한 번 역할을 해볼 수 있게 해보고 싶다. (수원/전문가/조**)

■ 수원영상미디어센터를 기반으로 활동하고 있는 활동가 대부분이 경력단절 여성이다. 서너 살 아이를 둔 젊은 엄마들도 있고, 아이들을 다 키운 중년의 여성들도 많다. 다들 처음에는 '뭐지?!'하는 호기심으로 시작했다가 어느덧 이제는 주체적 자발의 아이콘이 됐다. 더욱이 미디어활동을 통해 '돈벌이'를 시작한 활동가들도 여럿이다. '오!소리! 낭독자'의 어**, '다울마을'의 홍**, 하**, '수원맘의 아름다운 라디오'의 김**, '보라씨'의 이** 등이 미디어강사로서 또는 영상제작자로서 좋은 선례를 만들어 내기 위해 열심히 길을 닦고 있다. (수원/전문가/조**)

고양시의 경우 서면 인터뷰 내용에서 교사양성과정과 제작단 활동 경험을 통해 학교 미디어교육 강사로 활약하는 이용자들이 있음을 확인하였다. 성남 이용자 인터뷰를 통해서도 제작단에 소속된 미디어센터 이용자들이 미디어센터의 지원으로부터 독립하여 지역사회의 영상제작 전문 인력으로 활동하기 위한 의지를 보이고 있음을 확인할 수 있다. 수원의 경우 제작단 활동가들을 미디어교육 보조교사로 발탁한 사례가 확인된다. 또한 제작단의 요청에 따라 구성 인력의 전문성을 확보하는데 노력을 기울이고 있으며 지역 내 독립적인 영상 제작자로서 경제활동을 시작하는 단계에 와 있음을 확인할 수 있었다.

≡ 3. 미디어 역량/미디어 환경

미디어 역량/미디어 환경 범주는 미디어센터를 통해 미디어와 관련된 이해와 미디어를 다루는 능력의 향상, 미디어 권리에 대한 인식 확장과 지역의 미디어 환경의 변화에 대한 내용이다. 이 범주는 미디어센터의 특수성이 가장 잘 반영되어 있다. 이 범주에 속해 있는 사회적 효과의 유효성을 확인해봄으로써 미디어센터 이용자가 미디어센터를 통해 미디어를 인식, 학습, 활용하여 결과적으로 지역의 미디어 환경을 변화시키는 주체가 될 수 있는지를 확인해 볼 수 있다. 이 범주에 포함된 세부 범주를 미디어 이해 확장, 미디어 비평 및 제작, 유통/배급 역량 증대, 미디어 문화 공간 인식 확대, 퍼블릭액세스 개념 전파 등의 8가지로 정리해보았다.

1) 미디어 이해 확장

‘미디어 이해 확장’은 미디어센터 이용자들이 미디어센터 활동을 통해서 미디어에 대한 인식과 이해가 확장되는 효과이다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 특히 자기의 이야기를 할 수 있는 기회들을 학교에서 본의 아니게 수업을 통해서나 선생님이 아예 지정을 했다거나 이렇게 해서 그런 기회를 가진 친구가 한 명이 있었는데 그것을 하고 나서 이 친구가 되게 너무, 너무, 이렇게 자존감이 높아졌다고나 할까? 그런데 그 때 한 게 바로 PPT를 통해서 자기 이야기들, 하고 자기 엄마 나라 이야기를 하는 경험이었는데. 그런 게 저는 그 PPT 수업을 꼭 여기서 받지 않더라도 그렇게 미디어를 통해서 이 친구가 미디어를 활용하는 법에 대해서 인식하고 다른 사람 앞에 자기 이야기를 얘기하는 것이 조금, 어느 정도 연결성이 있는 것 같아요. (부천/이용자/이**)

■ 저는 라디오쪽이다 보니까, 여기는 영상선생님들이 많잖아② 프리미어 얘기하면 뭐 축구 얘기하나 싶고. 다른 분들은 다 소통을 하시는데 나만 외계에서 온 것 같고 그랬는데 어느 순간 무슨 얘긴지 알게 되고 관심도 생기고 그렇다. 저도 영상에 대한 관심이 많이 생겼다. (성남/미디어교사/김**)

부천 인터뷰 내용은 다문화 공동체에 있는 청소년 사례이다. 미디어센터 이용자가 미디어 교육을 통해 미디어를 활용하는 법에 대해 인식하게 되었다는 것이다.

성남 미디어교사의 인터뷰에서는 미디어센터의 교사 교류 활동을 통해서 자신의 전문 분야인 라디오 외에 다른 미디어에 대한 이해와 관심이 넓어졌음을 이야기하고 있다.

이러한 내용을 통해 미디어센터의 활동이 이용자로 하여금 미디어를 생활의 영역에서 인식하고, 다양한 미디어에 대한 이해와 관심을 넓힌다는 것을 확인할 수 있다.

2) 미디어 비평 역량 증대

‘미디어 비평 역량 증대’는 미디어센터 미디어 활동을 통해 확인되는 미디어 읽기, 쓰기, 나누기의 세 가지 역량 중 하나인 읽기 역량에 해당하는 내용이다. 미디어센터 활동을 통해 이용자가 대중매체를 비판적으로 보게 되고, 미디어 콘텐츠를 다양한 관점에서 분석할 수 있게 되는 능력이 향상되는 것을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 영상은 단기간에 할 수 있는 게 아니고 시간이 있어야 하니까, 미디어 쓰기 영역에 관해서는 호불호가 있는데, 미디어 읽기라고 할까 그런 부분에서 달라지셨다. 나는 60평생 살면서 이런 건지 몰랐는데 이야기 듣고 집에 가서 봤더니 그게 보이더라 하면서, 자신에게 보이지 않았던 미디어의 속성 이런 것들을 자연스럽게 받아들이게 되고 그런 게 달라지는 지점인 것 같다. (부천/미디어교사/김**)

■ 이라는 저는 사실 뭐 이쪽도 저쪽도 아니라 중간자적인 입장에서 좀 보면, 뭐든 일에는 양 사이드가 있잖아요. 근데 한 쪽 사회가 너무 세면 반대쪽에서 얘기를 할 수가 없어요. 아마 제 생각에는 세월호가 그런 문제 하나일 수도 있어요. 이제 이걸 지지하시는 분들은 워낙 세기 때문에, 반대적인 얘기도 있을 수 있거든요. 그러니까 180도 반대가 아닌 얘기도 있어요. 30도만 반대인 얘기도 있고 60도만 반대인 얘기도 있지만 차마 그 얘기를 꺼낼 수가 없는 거죠, 이쪽이 너무 세기 때문에. (성남/이용자/최**)

부천 미디어교사의 인터뷰에서는 어르신 이용자의 미디어 속성에 대한 인식의 사례를 확인할 수 있고, 성남 이용자 인터뷰에서는 미디어가 표현하는 특정 사회적 이슈에 대해 다양한 시각에서 분석하고 있는 이용자의 태도를 확인할 수 있다.

미디어의 속성과 미디어를 분석하는 태도 등은 미디어 비평에 포함되며, 이를 통해 미디어센터 활동을 통해 이용자들의 역량이 증대되었다고 볼 수 있다.

3) 미디어 제작 역량 증대

‘미디어 제작 역량 증대’는 미디어센터를 이용하면서 이용자 본인의 생각과 느낌을

미디어 콘텐츠로 만들 수 있는 능력이 증진된다는 의미이다. 미디어를 활용하는 기술을 배우거나 미디어 콘텐츠를 제작하는 방식을 습득하는 등의 미디어 제작 능력 증대는 미디어센터의 미디어교육 기본 과정의 성취 목표이기도 하다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 어, 촬영하는 거나 특히 뭐 영상 촬영을 계속, 저희는 교육을 영상촬영 쪽으로 수업을 받았거든요. 그래서 1년에 한 번 2박 3일 뭐 캠프지만 그 기간 동안에 영상, 주제를 가지고 영상 촬영을 팀 활동을 하고 편집도 해서 마지막에 같이 보고 이렇게 평가하는 자리를 매번, 캠프 때 한 세 번 정도 하니까 아, 미디어라는 게 친숙하게 됐고 특히나 그 과정을 통해서 한 두 명의 친구는 편집까지도 되게 잘 해요. 지금은 고등학교 2학년인데. 그래서 어떤 단체 내부에서 행사를 하거나 할 때도 자기가 직접 촬영을 하면 안 되냐, 이렇게 먼저 제안을 해요. 제가 부탁하기도 전에. (부천/이용자/이**)

■ 내가 만약에 청취자라면 어떤 걸 좀, 일반 FM이 아니잖아요? 그러니까 그렇다면 이런 지역 라디오에서 뭐를 좀 다른 걸 들어볼 수 있는 게 있을까? 이러다보니까 이제 찾게 되는 거예요. 아, 딱 데서 안 하는 거, 딱 데서 할 수 없는 거를 해보는 거는 뭐가 있을까. 이러다 보니까는 그런 것들을 찾게 되더라고요. (성남/이용자/최**)

■ 저희는 이 영역에서는, 유난히 경력단절 여성이 많으시다. 미디어활동가의 60-70%가 그렇다. 이 분들이 다 그 영역에 포함되는 것 같다. 아까 쓰레기 관련 이슈 작품 만드셨던 ‘다울마울’ 선생님들이 50대 전후의 선생님들이신데, 마을사업을 죽 해오시던 분들이다. 이 분들 중 한 분이 영상을 만들어보고 싶으셔서 사람들을 모으셨는데, 영상제작이 아니라 ‘핸드폰으로 영상촬영할 수 있어요’ 이런식으로 모집하신 거다. 처음 딱 편집하려 센터에 오셨는데 헤드폰을 나눠드렸는데 그 책을 컴퓨터에 어떻게 꽂는지도 모르셨다. 이 분들과 어떻게 해야하나 싶더라. 그런데도 결국 4분이 끝까지 남으셔서 활동을 하시고, 교육을 받으시고 올 하반기에는 1년 반만에 강사를 배제하고 독립적으로 영상을 두 편이나 만드실 정도로 성장하셨다. (수원/전문가/조**)

부천 이용자 인터뷰에서는 청소년 미디어교육 참여자들의 미디어 제작 의지 및 능력의 향상에 대해 언급하였고, 성남 공동체 라디오 제작자의 경우 방송에 사용할 콘텐츠를 고민하고 발굴하는 능력에 대해 언급하였다. 또한 수원 전문가는 마을미디어 사업 참여자들의 예를 들며 미디어센터를 통해 이용자들의 미디어 제작 역량이 월등히 성장하였음을 언급하였다.

미디어 제작 역량의 인터뷰 내용을 종합해보면 미디어 콘텐츠의 발굴에서부터 녹음,

촬영, 편집 등 기술적인 부분에 이르기까지 미디어 제작 역량 증대에 대한 내용이 고루 언급되었고 대부분 라디오와 영상 콘텐츠 제작에 대한 것이었다. 이는 미디어 센터에서 지원하는 미디어 제작단의 활동이 라디오와 영상 콘텐츠에 집중되어 있는 것과 관련이 있을 것으로 보인다.

4) 미디어 유통 및 배급 역량 증대

‘미디어 유통 및 배급 역량 증대’는 미디어 나누기에 해당하는 것으로 미디어교육 활동이나 미디어제작 활동을 통해 만들어진 미디어 콘텐츠를 유통하고 배급하는 방법을 이해하고 실제로 그 과정에 참여함으로써 획득된다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 나는 이제 출품은 안 하고 유튜브에다 올려놨죠. 하나 올려놓고, 그 나는 이제 보편적으로 어디 이제 출품은 안 하고 여 미디어센터에서 이제 출품은 해준 거 있고. 그리고 나는 이제 유튜브에다 올려놨죠. (부천/이용자/조**)

■ 핸드폰 영상 찍는 거 (중략) 쉽다고 하면서 그거를 프로그램에 넣어주셨어요. 확실히 애들은 금방 배우더라고요. 그래서 우리는 막 찾고 있는데 애들은 하고, 하면서 아이들이 배워서 그거를 쓰더라고요. 그러니까 예를 들면 저희 아이는 영화, 그러니까 뭐 아이언맨 이런 스트레인지, 닥터 스트레인지 이런 영화를 되게 좋아해요. 그 영화를 이렇게 보고 나면 영상들을 이렇게 따 가지고 짧은 영상을 하나 만들어요. 친구들과하고 공유하고. 좋아하는 친구들한테 보내주고. 야, 이런 거 있어, 내가 만들었어, 여기에 음악도 넣었어, 이렇게. 그러니까 요즘 애들이 핸드폰 사용, 굉장히 많이 하잖아요. 저희 애는 그래도 늦게 시작, 핸드폰을 구입을 해줬거든요. 6학년 때 샀어요, 좀 되게 늦은 편이에요. 근데 사주면서도 되게 걱정을 많이 했어요. 아, 너무 뭐 그런 거 많이 보면 어떡하지? 막 이렇게, 그 너무 게임 많이 하면 어찌지? 그 항상 굉장히 신경을 많이 쓰고 있었는데 좀 더 다르게 핸드폰을 사용할 수 있는 계기가 됐던 것 같아요. 그리고 그게 비단 내 아이 뿐 아니라 내 아이와 같이 친하게 지내는 친구들이 야, 그거 어떻게 만드는 거야? 이렇게 해서 자기가 전파했다고. 그게 너 마을미디어야~ 제가 막 칭찬해줬어요, (수원/이용자/김**)

■ 팟캐스트에 올리고. 근데 그러면서 어떻게 하면 홍보를 할까, 그 자꾸 이제 뭔가 미디어를 배우고자 하는 그런 관심? 이런 것들이 좀 생기고 있어요. 요즘은 페이스북이라든가 이런 걸 많이 하는데. 그 페이스북이 제일 그 홍보하기가 좋다고 하더라고요. 근데 제가 잘 못 해가지고, 하하. 제가 페이스북을 안 하고 있었어가지고 이제 올 해 겨울에는 그

페이스북도 좀 배우고 할까 해가지고. 또 내년에는 생방송도 만들어볼까, 이런 좀 나누는 부분에서는 지금 많이 고민을 하고 있어요. (수원/이용자/강**)

부천 이용자의 사례는 유튜브라는 공개채널을 통한 영상 유통방식을 직접 활용한 사례이다. 수원 이용자들의 경우는 미디어에 대한 경험 정도 차이에 따라 역량의 증대 지점이 다르게 확인된다. 초등학생 마을미디어 참여자가 영상작품을 완성하고 또래 친구들에게 직접 영상을 보여주는 방식으로 미디어의 유통에 대한 자발적인 학습과 응용이 이뤄진 사례가 있고, 공동체 라디오 프로그램을 제작하는 이용자가 보다 많은 청취자 확보를 위해 홍보 및 유통 채널을 고민하는 사례가 있다. 전자의 경우 미디어를 처음 접한 참여자에 해당하고, 후자의 경우 장기간의 미디어 교육과 제작 활동을 통해 직접 미디어를 제작하고 운영하는 참여자에 해당한다.

5) 미디어 문화 공간 인식 확대

‘미디어 문화 공간 인식 확대’는 미디어센터 이용자들이 미디어센터 공간을 문화 공간으로 인식하고 언제든지 필요에 따라 이용하거나 드나들 수 있음을 인식하는 것이다. 이러한 인식 확대 효과는 미디어센터에 대한 긍정적, 적극적 경험이 없이는 불가능한 것이다. 이에 대한 이용자들의 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 이 공간을 친구들이 몇 번 왔다갔다 했거든요. 저희가 편집 어, 편집도 그렇고 하는 행사에도 참여했고 해마다 한 번씩 성과 발표회? 공유회 이런 거 할 때 저희 매번 초대해주셔서 두, 이틀하면 첫 날에는 리, 리셉션처럼 뭐 이렇게 하셔서 일부러 저희 친구들 오게 해주셔가지고 여러 번 왔는데. 공간 자체를 되게 좋아하더라고요. 그러니까 그 이유를 정확히 물어보지는 않았었는데, 그러니까 저 쪽에 보면 약간 편하게 앉아있을 수 있는 공간, 예쁜 공간이 있고. 편집실 이런 데가 사실 전문적인 공간이잖아요. 근데 거기 자기가 앉아서 작업을 하는 게 되게 뭔가 뿌듯한가 봐요. 그래서 미디어센터 좋아하고, 여기 옆에 보면 그 상영하는 공간 있잖아요. 거기서도 영화 보고 그런 적이 있는데, 그런 거 그냥 공간 자체를 문턱이 높지 않은 공간? 우리가 쉽게 이용할 수 있고 그냥 어? 미디어센터에서 뭐 한다고 그러면 그냥 그 별로 고민하지 않고 간다고 하거든요. 그게 이제 해마다 어, 활동을 같이 하고 공간에 와봤기 때문에 그런 거리가 좁혀지는 것 같고. (부천/이용자/이**)

■ 노인영화제에서 대상받으셨다는 할머니들이 2012년부터 사업에 참여하셨고 교육을 3년

정도 받으셨다. 원래 관심이 있으셨고, 마을활동과 마을소통을 관심 있어 했던 모임이었다. 그 분들이 그 활동하면서 자체적으로 자기 교육이랄까 자체적 활동이나 미디어교육에 대해 분명하게 인식하게 된 것 같다. 공동체사업이 저희 같은 경우는 당장 1년만 한 단체는 없고 보통 2~3년 하다 보니 자연스럽게 미디어센터, 미디어교육에 대한 인식이 분명해진 부분이 있다. (부천/전문가/김**)

■ 소속감 보다는 저는 저희가 여기(성남미디어센터) 속해있지 않다면 이 활동 자체가 불가능한 것 같아요. 물론 아까 1인 미디어 얘기하셨지만, 그거를 제가 그래서 얘기하는 건데 그것도 할 수 있는 1인이 따로 있는 거예요. 근데 이렇게 센터가 없다면 아예 이 활동자체를 할 수 없는 것 같아서 이 센터가 그런 방향을 제시해주는 중간 매개체로, 예. 그게 없으면 안 될 것 같고요. (성남/이용자/최**)

■ 저 같은 경우도, 그렇게 강사로 나가는 것까지는 아니지만 (미디어센터) 동네에서도 나만 알고 있는 게 아니라 모르는 사람에게 알려주고 싶다. 그런 생각도 가지게 되었거든요. (수원/이용자/강**)

부천 이용자 인터뷰에서는 청소년 참여자들이 자주 미디어센터를 이용하다보니 공간 자체에 친근해지고 미디어센터에 대한 문턱이 낮아졌다는 내용이 확인된다. 부천 전문가는 다년간 꾸준히 미디어교육이 진행된 지역공동체 여성어르신들의 사례를 소개하며 이 분들의 미디어센터에 대한 인식이 분명해졌다고 언급했다.

성남의 경우, 미디어센터 공간 활용 및 지원이 있어야 활동이 가능하다는 이용자의 의견이 확인된다. 또한 수원은 이용자 본인이 미디어센터를 다른 사람들에게 알려주고 싶다는 언급이 있었다.

위의 내용들은 미디어센터의 존재가 이용자들의 미디어 활동에 있어서 필수적인 공간이며, 지역의 미디어 문화 공간으로서 미디어센터가 적절히 기능해왔음을 확인하는 근거가 된다.

6) 미디어 접근성 확대

‘미디어 접근성 확대’는 미디어센터를 통해서 일반 시민들의 ‘미디어’에 대한 접근성이 향상되고 미디어문화에 대한 접촉면이 넓어졌음을 의미한다. 개인 이용자의 측면에서 미디어센터에서 언제든지 필요할 때 미디어를 사용할 수 있고, 배우기를 원할 때 미디어를 학습할 수 있으며, 미디어를 즐겁게 경험할 수 있는 것, 그리고 그에 대한

권리를 인식하고 행동하는 것이라는 뜻이다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 올해 시국과 관련해서.. 센터의 활동을 통해서 이런 활동이 있다고 소개를 드리면 그분들은 카메라나 라디오, 사진 등 자신이 할 수 있는 걸 가지고 광장에 가신다. 거기서 나와 비슷한 사람들이 있으니까 거기서 또 관계가 형성되고, 다음에 그 분들과 또 이어나가고. 사실 저도 그렇게 이어지고 있고. 이런 것들이 생기는 중심적인 역할을 미디어센터가 하고 있는 게 아닌가 싶다. (부천/미디어교사/김**)

■ 수원영상미디어센터 마을미디어 사업은 공모형식으로 진행된다. 공모사업에 선정되고 나면 신규단체들에게는 마을미디어 기초교육을 한다. 담당자가 2시간 정도 참여자들과 첫 만남을 하는 자리이다. 이 자리에서는 간략하게 미디어센터가 뭘 하는 곳인지, 어떻게 생겨 지금까지 왔는지, 무엇을 위해 지속하고 있는지에 대해 이야기와 사례들을 이야기하면 ‘어? 뭐지?’, ‘뭔가 큰일인가?’ 이런 호기심을 보이면서도 어느 순간 ‘내가? 우리가? 할 수 있는 건가??’ 한다. 그렇게 시작된 교육은 서너달 동안 토론도 하고 장비도 만지며 본인들이 하고 싶은 일, 해야하는 일, 이라고 믿는 것들을 미디어를 통해 만들어내고 소통할 수 있도록 발현해 낸다. (수원/전문가/조**)

■ 청소년 저기 진로탐험대라고 해서 청소년 아이들 데리고 그 저기 마을라디오 교육을 받고 활동을 하고 있거든요. 근데 개네들은 이제 학생이다 보니까 자주 모이거나 자주 콘텐츠를 만들지는 못하는데. 그 애들을 데리고 어, 매탄동에서 마을르네상스 사업이라고 마을 만들기 사업을 지원 받아서 매주 그 모꼬지 길에서 벚룩시장이라든가 이런 뭐 체험 행사라든가 이런 행사를 열어요. 근데 그 행사만 하던 것에서 이 청소년 애들을 데리고 거기다가 이제 그 라디오 박스를 만들어서 오픈라디오를 하거든요. 오픈라디오를 하면서 그 주제가 뭐냐면, 사람책 읽기랑 같이 진행을 해요. 사람책 읽기라고 해서 그 동네에 사는 뭐, 평범할 수도 있고 특별할 수도 있는 그런 분들을 모아서 그 사람책 읽기를 하는데. 그러면서 같이 그 애들이랑 같이 라디오를 하는 거예요. 그런 것들을 보면서 아이들도 성장할 수 있고, 아이들이 이제 라디오를 하고 직접 그런 사람책 읽기 같은 그런 프로그램도 만들고 제작을 하고. 그러면서 되게 아이들에게 또 주변에 음, 어떤 좋은 행사를 하기 위해서 진행을 하지만 이 청소년 애들이 되게 많이 그런 걸 보고 자기들이 직접 하겠다, 라는 생각을 했고요. 그래서 그 청소년 팀이랑 같이 하고 싶다는 생각을 많이 해서 저희 같이 공개 방송을 한 세 번 정도 했고요. (수원/이용자/강**)

부천 미디어교사의 인터뷰 내용에 따르면 이용자들은 미디어센터에서 미디어활동에 대한 정보를 얻고, 장비를 대여하여 콘텐츠를 제작한다. 수원 전문가의 경우 마을미

디어 사업의 초기 미디어교육을 언급하며 미디어 활동 사례를 이용자들에게 알리고 장비를 만져보거나 미디어를 경험하게 함으로써 접근성을 확대한다고 언급했다. 정보를 알리거나 교육을 통해 미디어에 대한 경험을 확대하는 차원과는 좀 다르게 미디어활동을 다른 대상과 함께 이루어가면서 이용자 스스로 다른 이들의 미디어 접근성을 확대하는 주체가 되기도 한다. 수원 이용자의 인터뷰 내용에서 확인할 수 있듯, 마을미디어교육을 통해 라디오 활동을 하고 있는 그룹에서 다른 마을의 청소년들과 함께 하는 활동을 기획, 진행함으로써 상대적으로 성인에 비해 기회가 적었던 청소년들에게 미디어를 경험할 수 있는 기회를 제공하게 되었다.

7) 퍼블릭액세스 개념 전파

‘퍼블릭액세스 개념 전파’는 미디어센터를 통해서 퍼블릭액세스의 개념이 이용자 및 지역 주민들에게 알려지고 전파되었다는 것이다. 미디어센터 사업성과를 살펴보면 퍼블릭액세스의 개념 전파뿐만 아니라 지역 내 퍼블릭액세스 활동을 미디어센터가 지원하거나 개입하는 경우도 있다. 그러나 이러한 퍼블릭액세스 활동의 성과는 소통 범주에서 상세히 다룰 것이므로 여기에서는 이용자들의 ‘퍼블릭액세스 개념 전파’의 경험을 중심으로 내용을 살펴보았다.

■ 영상콘텐츠는 지역사회의 사안을 가지고 많은 얘기를 하는데, 그런 것들이 아주 큰 파급을 낸 사례는 없지만 그것에 관심 가지는 것을 다루고 방송을 내보내는 것 또한 지역사회에 영향을 주는 것으로도 볼 수 있을 것 같다. (성남/전문가/윤**)

■ 티브로드 사업 제안이 처음 왔을 때, 라디오는 콘텐츠를 만들면 액세스가 팻빵이라는 게 있으니까 수요 당할 수 있도록 만들기가 좀 쉬운 게 있는데, 영상은 만들어도 틀 수 있는 데가 많지 않은 것 같더라. 네트워크 파티에서 상영하고 지역에서 작은상영회 할 때 트는 이런 것 밖에 안되고, 그래서 일상적인 플랫폼이 있으면 좋겠고, 찾아서 보지 않아도 우연히 걸려서 볼 수 있는 상시적인 플랫폼도 있으면 좋겠다 싶어서 하기로 동의를 했다. (중략) 작년-올해 마을미디어 작품이 70개 이상 있어서 이 콘텐츠로 편성을 했고, ‘다올마을’같은 제작팀에서는 “내가 만든 게 티비에 나오”냐는 식의 일정 부분의 동기부여가 되는 것 같긴 하다. (중략) 이걸 어떻게 안정적으로 지속할 수 있을까는 고민이 있다. 저희는 방송(티브로드에 퍼블릭액세스) 내보내면서는 라디오 팀들과 조인하면 어떨까 싶은 마음이 있었다. 그들에게 서로의 접합점을 만들어줘야 또 다른 시너지를 만들어낼 수 있을 것 같아서, 영상 앞쪽에 아나운싱을 붙이는 거지. 라디오 하는 분들은 글 쓰고 그런 걸 쉽게 하

니까. 아나운싱을 앞에 붙여서 촬영을 하고 묶어서 내보낸다. 라디오 팀과 영상팀이 만날 일이 사실 잘 없다. 네트워크 파티는 딱 하루니까 무슨 얘기를 얼마나 하겠② 그런 일상적 창구를 만들고 싶어서 그렇게 했는데 의외로 반응이 좋았다. 우리 몰래 자기들끼리 섭외해서 촬영하고 그러기도 하고. 티브로드가 수원에서는 그렇게 많이 보는 채널도 아니고 편성도 안 좋은데, 제작자가 자기도 모르는 새에 친구분들이 보고 캡처해서 보내기도 그렇다데. 미디어센터에 나도 신청할 수 있냐며 퍼지기도 하고 그렇더라.(수원/전문가/조**)

성남의 경우 퍼블릭엑세스를 통해 지역의 이야기가 지역 내에서 유통되는 것이 어떤 의미인지 이용자들이 인식할 수 있다는 내용이다. 수원의 인터뷰에서는 퍼블릭엑세스가 이용자들의 미디어 제작활동의 동기를 부여해줄 수 있으며, 실질적인 성과로 다른 지역주민이 지인의 작품을 채널을 통해 접하고, 본인도 미디어 활동에 관심을 가지며 퍼블릭엑세스가 가능함을 간접적으로 인식하게 된 사례를 확인하였다.

위의 내용을 통해 확인할 수 있는 것은 미디어센터의 활동으로 퍼블릭엑세스를 경험하는 이용자가 점차 늘고 있음을 알 수 있다. 또한 퍼블릭엑세스 채널에서 지인의 미디어콘텐츠를 접함으로써 간접적으로 미디어 활동과 퍼블릭엑세스의 개념에 대해 알게 된 지역주민들의 사례를 통해 실제로 퍼블릭엑세스의 개념이 전파되고 있으며, 그것이 미디어활동 및 미디어센터에 대한 관심으로 이어지고 있음을 확인하였다.

8) 공동체 미디어 확대

‘공동체 미디어 확대’는 미디어센터의 활동을 통해 지역 내 공동체미디어의 생산, 운영, 배급 등이 활발해진다는 것이다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 청소년 기자단 및 시민기자단을 운영하여 분기별 웹진 제작하여 소통 (고양/전문가/김**)

■ ‘오소리’라는 팀이 또 결이 비슷하다. 본인들은 여유로운 삶을 사시는 분들인데, 복지관에서 낭독봉사를 하던 분들이다. 낭독봉사는 자기 스케줄만 맞추면 된다. 1인 녹음실에서 녹음하고 가면 끝이고, 8분인데 서로 같이 볼 일이 없지. 그 중 한 분이 미디어센터가 있다는 걸 알고 오셨다가 공모신청을 내보자 하신 거지. 처음에는 영상을 배우고 싶어서 본인들 활동하는 영상을 찍으셨다. 상영회를 할 때, 그 이후를 고민해야하니까 복지관이고 해서, 배리어프리로 해보시면 어떨겠냐 제안드려서 그렇게도 하셨다. 그런데 다들 영상은 힘에 부쳐하셔서 라디오로 방향을 선회하셨다. 지금은 활동지원으로 선생님들끼리 콘텐츠

를 매일매일 만드셔서 복지관에서 일주일에 2번, 지금은 매일, 방송을 하신다. (수원/전문가/조**))

■ (성남 지역 백화점, 복지회관, 병원과 연계하여 진행된 네 차례의 라디오 공개방송) 참여하셨던 분들은 다 너무 재미있어하시는 거죠, 추억이 됐다. 그리고 지나가시는, 지나가시다 들으시는 분들은 이게 뭐냐, 어떻게 들을 수 있냐. 저희 사실은 이렇게 하는 이유 중에 또 한 50퍼센트 정도의 큰 목적은 이게 뭐지? 이게 뭐에 어떻게 들어, 를 유도하는 거거든요. 그래서 찾아가는 라디오를 하는 것도 있어요. 음, 그럴 때 좀 좋고. 그런데 그런 분들이 정말 이제 팟빵이나 저희 홈페이지에 와서 클릭을 해서 듣게 되는지까지는 사실. 제가 볼 때는 한 30프로만 들어주셔도 성공이라고 생각하거든요. (성남/이용자/최**))

위와 같이 공동체 미디어를 생산하고, 운영하고, 배포하는 효과 모두를 인터뷰 내용을 통해 미디어센터 사회적 효과의 사례로 확인할 수 있다.

고양 의 전문가 서면인터뷰 내용에서 확인할 수 있듯 미디어센터에서 공동체 미디어(웹진)를 운영하는 사례는 미디어센터 사회적 효과 중 공동체 미디어 생산에 해당한다. 수원 전문가 인터뷰 내용과 같이 이용자들이 자발적으로 운영하는 복지관 내 라디오방송 사례는 공동체 미디어 생산 및 운영 모두에 해당한다. 그리고 성남의 경우는 공동체 미디어를 배포하는 과정에 해당하는 효과이다. 공동체 미디어의 생산과 운영을 넘어 새로운 미디어의 배포의 방식을 고민하고 있다.

4. 관계/소통

관계/소통 범주는 미디어센터를 통해 이용자들이 개인적 혹은 사회적 관계를 형성, 확장함으로써 얻어지는 지역 사회 및 공동체에 대한 의식, 그리고 미디어 활동을 통해 확인되는 다양한 차원의 소통 경험에 대한 내용이다.

이 범주에 속해 있는 세부범주는 타인이해, 경청, 인간관계 형성 및 확장, 지역 및 주민의식 고양, 공동체 소속감과 연대감, 지역 소식 및 이야기 전파, 지역사회 신뢰 및 소통 증대, 네트워크 확장 등 15가지로 정리하였다.

1) 타인 이해

‘타인 이해’는 이용자들이 미디어센터 활동을 하면서 다양한 사람의 입장과 의견을 접하고 이해하게 되는 것을 말한다. 미디어교육의 자기표현 과정을 통해서 다른 사람의 입장을 접하게 되기도 하고, 자발적인 미디어 제작 활동을 통해서 다른 사람들과 의견을 나누게 되는 경우도 있다. 이에 대한 사례는 아래와 같다.

■ 저는 6년을 보아온 친구들인데 같이 수업을 받으면서 이렇게 자기가 갖고 있는 것들을 끄집어내면서 어, 재한테 저런 면이 있었어? 이런 거 되게 많이 느껴졌어요. 근데 그 친구들도 저한테 그런 것들을 느꼈대요. (수원/이용자/김**)

■ 제작단 활동을 하시는 분들은 개인별 활동도 있지만 팀별 활동으로 콘텐츠를 제작하는 활동이 있어 서로 의견을 조율하고 이해하는 일들이 많다. (고양/전문가/김**)

■ 이게 하면서 어렵, 어렵지만 그래도 해야 하기 때문에 그 마음은 변하지를 않아요. 근데 지금 동아리 활동하는 사람 중에, 몇 중에 아주 적극적인 사람들 있어요. 언니, 어디 갔, 촬영 갈 때 나도 꼭 같이 가야돼. 그래서 알았어, 알았어, 연락할게. 간다고 그러고 연락하면 안 오는 사람들 있걸랑. 근데 연락할게, 다 감싸 안고 가게 되죠. (부천/이용자/조**)

수원 이용자 인터뷰의 내용은 미디어교육에 함께 참여하면서 지인의 새로운 면모를 발견하게 된 사례이다. 미디어교육 과정에서는 교육 참여자들의 자기표현이 깊이 있게 이루어는 경우가 많기 때문에 가능한 일이다.

고양 전문가 서면인터뷰 내용에는 제작단 활동에 참여하는 분들의 사례가 담겨 있다. 여럿이 같은 작업을 공동으로 하게 되면서 서로의 의견을 조율해야하는 일이 많다는 것이다. 이에 대한 이용자의 사례가 부천 인터뷰 내용이다. 이용자 인터뷰 내용에 따르면 동아리 구성원들이 상황이 저마다 다른데 공동 활동이 진행될 때 서로의 입장을 이해하고 참여하지 못해도 연락해주면서 정보를 공유하고 있다는 내용이다.

2) 경청

‘경청’은 미디어센터 활동을 하면서 다른 사람의 이야기에 관심을 갖고 공감하며 이야기를 들을 수 있게 된다는 것이다. 특히 미디어 콘텐츠 제작 과정에서 이러한 사

례가 발견된다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 관심이 더 많아지는 것 같아요. 그 분이 이제, 어머니가 무슨 얘기 할 때 자꾸 제가 경청을 하잖아요. 그러면서 공감을 해야지 되는 건데. 그냥 제가 노력해서가 아니라 그냥 저절로 공감이 돼요. 이거 막 앞에서 말씀하시는데 이제 저를 보고 카메라 이렇게 걸고 저를 보고 인터뷰하시니까 하면서 이제 눈물지으시고 하면 저도 따라 울고. 서로 너무, 이렇게 공감이 되니까 평소에 안 하셨던 말씀도 막 하신다고 하더라고요. 그 소개시켜준 친구가 어, 저 어머니 굉장히 강하신 분인데 이렇게, 이렇게 눈물 흘리시면서 그렇게 이런 얘기 할 줄 몰랐어, 이렇게 얘기를 하더라고요. 서로, 이렇게 터놓고 얘기할 수 있는 그런 공감대가 생기니까 표현하고 저는 열심히 듣고. 그 들으면서 또 공감하고 제가 느끼고. 제가 느낀 거를, 이렇게 영상에 보면 이렇게 자막 같은 게 있잖아요. 거기에 이렇게 요약해서 올리다, 올리면 또 그걸 보고, 또 어제 이제 상영회 하면서 다른 저 제 또래의 선생님도 많이 우시더라고요. 응, 아 이게 나비효과인가? 하는 생각도 하고, 되게 좋았어요. (수원/이용자/김**)

■ 마을영상 활동단체 ‘보라씨’의 일원은 영상을 만들다 보니 영상에 들어 가야하는 인물들의 인터뷰, 자문, 이런 것들을 통하여 자연스럽게 다른 사람들의 이야기를 듣게 내고 본인들의 작품에 반영을 하면서 소통이 이뤄지는거 같다고 한다. (수원/전문가/조**)

‘경청’ 수원 이용자 인터뷰에는 영상 콘텐츠 제작 과정에서 이용자 본인이 인터뷰를 했던 어르신과 교감했던 사례이다. 미디어를 통해 다른 사람의 이야기에 경청하며 공감하는 경험이 미디어센터 활동을 계기로 가능했던 것이다.

수원 전문가도 다른 마을미디어 공동체의 사례를 언급했다. 역시 영상 콘텐츠 제작 과정을 통해 다른 사람들의 이야기를 자연스럽게 듣게 되고 그것을 작품에 반영하게 된다는 내용이다.

3) 인간관계 형성 및 확장

‘인간관계 형성 및 확장’은 미디어센터를 이용하면서 새로운 인간관계가 형성되거나, 미디어 활동을 통해 지역사회 내 다양한 그룹들과 관계가 만들어지면서 이용자 개인의 관계망이 확장되는 것을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 올 해 마을미디어, 마을 찾아가는 교육 했을 때는 처음에 저희는 이제 저희가 새로운 공간이 지역 안에 생겨서 그 공간을 홍보하는 매체를 만드는 교육을, 기본 교육을 하려고 시

작했는데. 그 매체를 카드뉴스로 접근을 해주셨어요, 센터 측에서. (중략) 그거(마을교육)는 성인교육이었거든요, 저희가 해마다 청소년 교육 하다가 이번에 찾아가는 미디어교육 일부러 성인에 맞췄어요. 그래서 그거 교육하면서는 개인적으로는 필요했던 것들 얻어 가신 분들도 있었고 그걸 통해서 매주 만나니까, 매주 또 2회씩 교육을 5주차 했거든요. 그러니까 그 사이에서 조금 친구관계도, 지역 안에서의 친구관계가 새롭게 생긴 거죠. (부천/이용자/이**)

■ 저희 코너에서도 저는 투DJ를 하거든요, 다른 친구랑. 근데 저희가 원래 다른 동아리를 하는 친구랑 같이 온 거예요. 그 친구랑 투DJ를 1년 넘게 하다 보니까, 말씀하신대로 진짜 마이크 잡으면 이상한 게, 속 얘기라든가 안 하고 있는 개인사라든가 이런 게, 서로 서로 이렇게 주거나 받거나. 근데 마이크 끄면 또 얘기 안 해요. 그런, 그런 부분들을 얘기하게 되더라고요. 그래서 그 친구랑도 되게 많이 친해지고. 육아 동지이면서 라디오 동지가 되어서, 되게 말씀하신 거 많이 공감이 되고 있어요. (수원/이용자/강**)

■ 내가 뭔가 할 수 있는 걸 찾는다는 게 일단 제일 좋았고. 그러면서 제가 주변에 어떤 사람들이 생기는 것도 좋고요. 그리고 내가 어떤 사람들, 어떤 분야가 나한테 관심이 있었나를 되돌아보는 시간이 되더라고요. (성남/이용자/최**)

■ 저희 같은 경우는 페이스북(페이스북)을 좀 많이 활용하는데 그 성남시 뭐 시청 공무원들이 이렇게 페이스북을 많이 하잖아요. 그러면 거기 이제 아는 사람 페친(페이스북 친구)으로 걸어 놓으면 그 분들이 결국은 요렇게, 요렇게 하다 보면 다 연결이 되면서 얽혀있는 형태가 되는 것 같아요. 저희가 아무래도 가급적 성남 지역의 얘기들을 담고 이리다보니까 약간 이슈 거리가 있으면 이슈 거리를 쫓아가게 되고. 그러면 아무래도 그 쪽 사랑, 어차피 저희는 또 약간 물릴 수밖에 없더라고요. 왜냐면 그 쪽에 어떻게 진행되고 있는지, 뭐 얘기를 물어보게 되고. 뭐 그러면 인터뷰 할 사람 우리가 요청을 하면 섭외도 해주시고. 그러다보니까 이 계속 좀 넓어지죠. (성남/이용자/윤**)

■ 수업 중에 다문화분들이 같이 참여하는 수업이 있었다. 마을팀과 지역의 지구별도서관이라는 곳에서 활동하시는 다문화분들이 영상작업을 원하는 분들이 있어서 조인해서 작업했다. 다문화 가족 분들은 그전까지는 그 분들끼리만 관계가 있었는데 이 수업을 통해서 다른 분들과 네트워크하고 상영회를 통해서 본인들을 소개하는, 그런 뿌듯함을 느끼고 새로운 경험이 되었던 것 같다. 그들만의 관계에서 또 넓혀지는 그런 영향이 있었던 것 같다. (수원/미디어교사/유**)

위의 부천, 수원, 성남 이용자 인터뷰 세 개는 새로운 인간관계의 형성에 대한 사례라고 볼 수 있다. 부천 이용자의 경우 지역 공동체에서 진행된 마을 미디어교육을 통해 인근에 거주하는 주민 분들이 참여하게 되면서 서로 새로운 관계가 형성되었다고 언급하였다. 수원 이용자의 인터뷰는 함께 공동체 라디오방송 DJ를 맡은 다른 참여자와 미디어 활동을 통해 서로 친밀해졌다는 내용이다. 성남 이용자의 경우 미디어센터 활동을 통해 직접적으로 새로운 관계가 형성되어 좋았다는 내용을 언급하였다.

또한 성남 이용자 인터뷰와 수원 미디어교사 인터뷰에서는 인간관계 확장에 대한 사례를 확인할 수 있다. 성남 이용자는 미디어센터 제작단 활동을 통해서 지역의 이야깃거리를 찾다보니 관계망이 점차 확장되고, 그렇게 형성된 관계가 유지된다는 내용을 언급하였다. 수원 미디어교사는 미디어센터를 통해서 다문화교육의 참여자인 이주여성들이 네트워크 상영회를 통해 새로운 관계가 형성되고 확장되는 경험을 한 것이라 이야기하였다.

4) 인간관계 심화

‘인간관계 심화’는 이용자들이 미디어센터 활동을 통해 기존의 주변인들과의 관계가 보다 깊이 있게 변화되었다는 것이다. 미디어 활동을 통해 새로운 주제로 대화를 나누게 되는 계기가 되거나 자연스럽게 소통이 이루어지기 때문이다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 그 분이 활동을 많이 하시다보니까, 사실 남편분 반응이 중요하잖② 그런데 여전히 계속 싫어하신다더라. 장손인가 그런 거라고 하시던데. 그랬는데, 끊임없이 센터에 가시고 하니 결국에는 남편이 전시장에 오셔서 전시하는 거 도와주고 그렇게 되셨다. (고양/미디어교사/이**)

■ 왜 그러냐면 내가 좀 집안... 때문에 조금 마음이 우울해. (중략) 우리 할배가 좀 성격이 좀 그래서 내가 해다 보니까 우리 할배한테다 대하는 게 내가 그 전에는 그냥 이랬는데 지금은 그래도 웬만하면 이렇게 좀 좋게 되려고 그러지. (중략) 그리고 며느리고 손주들이고 할머니 대단해~ 그래, 며느리가 얼~마나 좋아하는지 몰라요. 아유, 어머님 대단해요. 그 큰 손주가 공부를 잘 했어요. 그런데 고등학교 들어가면서 공부를 안 하니깐 그러더라고. 승문이가 할머니만 같, 닮으면 얼마나 좋아요, 그래서 아, 때가 되면 다 한다고 그랬지. 청소년들한테도 내가 이걸 권해요. (부천/이용자/조**)

■ 처음 시작은 우리 애들이 이제 사춘기 들어가고 하니까 애들하고 이렇게 공감대~ 그런 것도 생각하면서 같이 뭔가 해보고 싶다, 였어요. 그랬는데 어, 이제 수업을 하면서 아이들과의 관계도 되게 좋았어요. 서로 이제 주고받고 인터뷰 해주면서 그냥 이렇게 얘기할 수 없는 부분을 마이크를 들어, 이렇게 대니까 굉장히 솔직하게 이렇게 막 솔솔, 어머 이거 뭐야~ 이게 뭔데 이렇게 내가 다 얘기해, 이런 정도로 그렇게 솔솔 얘기를 하게 되더라고요. 그래서 아, 이런 게 또 있구나, 하는 생각. 그런 생각 들면서 아이들과의 관계나, 그 다음에 이제 아이들과 작품을 하나씩 이제 만드니까. 만들면서 그런 유대감? 그런 것도 있었고, 서로 열심히 하는 걸 보여준. 집에서는 사실 그렇게 뭔가 열심히 하는 모습을 보여주긴 어렵거든요, 하하. 그래서 그런 거 되게 좋았어요. 그래서 그런, 아이와의 관계는 그런 변화가 좀 있었던 것 같고. (수원/이용자/김**)

■ 제가 한 게 우리 아이랑, 우리 아이가 사춘기를 겪으면서 엄마랑 계속 트러블이 생기는 거예요. 이거를 한 번 이렇게 까보고 싶은 거지. 그런데 그러다 보니까 나도 사춘기가 있었고, 그러면서 엄마하고 갈등? 뭐에서 문제가 생겼을까, 이렇게 돌아보는 계기가 됐던 것 같아요. 그래서 아이랑 이제 엄마가 이런 걸 만드는데 한 번 하자, 했더니 아~ 싫어, 싫어 막 이러다① 이제 참여하면서 깨도 엄마를 좀 이해하는 시간이 됐고. 그래서 이제 얘기를 하게 됐죠. (중략) 내가 싫어하고 이런 부분은 절대 하지 말아야지 하는 게 말투 하나도 아, 애한테 이렇게 폭폭 내뱉는 그게 있다는 걸 제가 발견하면서 이렇게 자꾸 조심하고. 이렇게 조심하려고 해요. 왜냐면 싫어했던 부분인데 결국은 똑같은 행동을 하고 있는 게 다 많더라고요. (성남/이용자/윤**)

위의 인터뷰 사례 모두 여성 이용자의 사례로 가족과의 관계 변화에 대한 내용이다. 고양 미디어교사의 인터뷰에서는 사진미디어교육 참여자 중 한 분의 사례이다. 전업 주부였던 한 참여자의 경우, 미디어 활동을 이해하지 못했던 남편과의 관계가 변화하면서 나중에는 남편이 미디어센터 활동을 지원하는 모습을 볼 수 있었다.

부천 여성 어르신 이용자의 경우, 영상 제작을 하면서 며느리와 손자로부터 미디어 활동을 인정받으며 가족과의 관계에서 자신감을 얻게 된 사례이다.

수원과 성남 이용자의 경우 자녀들과의 관계가 미디어 활동을 통해 개선된 사례이다. 수원 이용자의 경우, 아이와 함께 미디어교육에 참여하면서 일상적인 대화가 아닌 주제가 있는 대화를 하게 되었으며 그로 인해 모자관계가 긍정적으로 변화하였음을 확인할 수 있었다고 한다. 성남 이용자의 경우, 미디어 콘텐츠 제작 과정에서 아이와의 트러블을 주제로 한 작품을 기획, 제작하면서 자녀와 소통할 수 있는 계기

가 되었다고 언급하였다.

5) 지역 인식 고양

‘지역 인식 고양’은 미디어센터 이용자들이 미디어센터를 통해 지역 사회에 대한 관심을 가지게 되는 것을 말한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 사실은 이런 활동을 하기 전에는 굳이, 라는 부분이 있어요. 굳이 저 사람을 알아서, 또는 굳이 내가 저 일을 해서 뭐, 그럴 이유가 없는 거죠. 난 가정 안에만 있으면 되니까. 근데 이제 이런 일을 하다 보니 어, 새로운 인간관계가 주는 저한테 어떤 즐거움도 있고. 그 다음에 알고 보니 알아야 되는 것들이 있더라고요. 모를 때는 알아야 된다는 생각 자체를 못해요. 예, 근데 알고 보니 아, 이런 알아야 되는 구나, 이런 것들이 생기더라고요. 그래서, 그렇다면 내가 사는 지역 정도는. 다 알 수는 없지만 적어도 10프로, 20프로 정도는 알아야 되는 게 아닌① 사실 그 전에는 굳이, 었어요. 굳이 알아야 될 이유가 없는 거죠. 알 필요도 없고 알 기회도 없고, 솔직히. 근데 이제 그런 것들이 생기면서 아, 정말 아는 만큼 보인다는 말이 점점 확 와 닿는 것 같아요. (성남/이용자/최**)

■ 저희는 강조하는 게 마을미디어로서의 영상이어야하기 때문에 소재나 주제 선정도 중요해요. 마을의 이야기를 담으려는 것이 필요하기 때문에 이야기를 만드는 영상을 초반에는 강조를 하죠. 커리큘럼도 1/2, 1/3이 이야기 잡는 법으로 돼있고. 그렇다보니 그 전에는 없던, 주변에 대한 관심을 찾으려고 하세요. 그래서 처음에 각자 무슨 얘기할까 얘기하다보면 시어머니 얘기나, 아이들이 공부를 안 한다 그런 얘기하시다가 몇 주가 지나면 마을에서 벌어지는 일을 찾아요. 그렇게 지역에 대한 관심도는 확실히 높아지는 거 같아요. 현재 1년 정도 작업한 마을팀 같은 경우에는 소재를 잡아내는 게 가족적이나 개인적인 얘기부터 광고호수 상수원보호구역 근처의 가게가 문제다, 골목에 불법투기 쓰레기가 많다 뭐 이런 주제까지 확대되어 가고 있어요. 사회에 대한 관심이 커지는 거지. (수원/미디어교사/유**)

■ 지역의 역사라고 할까, 노인교육에서 뭐 만들까요 하면 내가 우리집 근처에 무슨 강이 있는데, 거기서 놀았던 어린 시절의 기억으로 그 강의 역사를 되짚고 싶다 이런 분도 계시고. 내 손자도 모르는 지역의 공간을 알고 싶다 그런 분도 있어요. 문제라기보다 자신이 살고 있는 공간에 대한 애정이 있어야 된 달까, 그 분이 원하는 대로 의미 있는 영상으로 만들어지지 않았다고 해도 그런 과정을 통해 거기를 가보고 등. 저희조차도 그분이 찍어온 영상을 통해 그런 데가 있다는 걸 알고 관심을 갖게 되죠. (부천/미디어교사/김**)

성남 이용자 인터뷰에서는 미디어 활동(제작단)을 통해 일정한 필요에 의해 지역에 관심을 가지게 되었다는 것을 확인할 수 있다. 이와 유사한 사례로 수원에서 진행되는 마을미디어 활동의 경우 주제가 지역이다 보니 그에 대한 이용자들의 관심도가 자연스럽게 높아지는 것 같다는 미디어교사의 이야기가 확인된다.

부천 노인미디어교육에 참여한 이용자들의 경우 자유 주제로 미디어 콘텐츠 제작을 하더라도 지역과 연관된 주제를 가져오는 경우가 많다는 것을 확인할 수 있다.

6) 주민의식 고양

‘주민의식 고양’은 미디어센터를 통해 이용자들이 지역 사회 주민으로서의 권리에 대해 알게 된 것을 말한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 이번에 같은 경우도 금강동 재개발 하는 걸 좀 보고 있는데 그런 부분에서도 그 쪽의 사람들이 어떻게 이게 고민들이 있을 것 아니에요. 그러니까 이 쪽 사람들하고는 다른 고민들을 또 갖고 해요. 이 사람들은 이 돈 가지고 갈 데가 없거든요. 네, 그런 얘기. 그런 거를 좀, 좀 얘기를 하면서 같이, 진짜 어울려 살아야 되는 부분인데. 이게 계속 분(화 되고), 이렇게 나뉘지는 건 되게 안 좋은 것 같다. (성남/이용자/윤**)

■ 우선 보라씨 같은 경우가 사회운동을 했던 사람들이다보니, 처음 만들었던 작품이 그거다. 수원에 수원현대미술관이 생기면서 현대아이파크미술관인가 그렇게 네이밍을 하는데 그걸 지지하는 운동을 굉장히 유쾌한 시민영상으로 만들었고 그걸 네트워크 파티에 상영했다. 처음에는 ‘나만 잘 살면 되지 뭐’ 했던 분들이 그걸 보니까 좀 달라지는 거지. 그 영화에 그런 게 나온다. 활동가들이 시의원한테 전화를 돌리는데, 그 시의원이 계속 말을 끊는 거야. 그랬는데 그 시의원이 거의 뭐 이년 저년 하면서 막말을 하는데, 그게 영상에 그대로 나왔다. 그랬더니 처음에 나만 잘 살면 된다 했던 그 분들이 그걸 보시고는 막 분개를 하면서 토론의 장이 열리더라고. (수원/전문가/조**)

성남 이용자의 인터뷰에서는 재개발 지역의 주민들 입장에 대한 이용자의 공감대를 확인할 수 있다. 이용자는 미디어센터 제작단 활동을 통해 지역의 다양한 이슈를 접하면서 거주 지역에 따라 입장이 나누어지는 주민들의 관계에 대한 고민을 하게 된 것으로 보인다.

수원 전문가의 인터뷰에서는 지역의 문화 공공재인 미술관의 네이밍 과정에 지역 주민으로서 정체성을 가지고 이용자가 자신의 의견을 영상을 통해 표현한 사례이다.

이 영상이 배포되는 과정에 참여했던 다른 주민들에게 지역에 대한 관심과 주민으로서의 권리에 대해 돌아볼 수 있는 계기를 마련한 경우라고 볼 수 있다.

7) 공동체 소속감

‘지역 인식 고양’은 이용자들이 미디어센터를 통해 스스로를 지역 사회나 특정 공동체의 구성원임을 자각하게 되는 것을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 그냥 내가 사회구성원이라는 느낌을 주게 한다는 거죠. (중략) 이런 프로젝트 하나 할 때 마다 아, 저들도 나도 어떻게 보면 큰 의미로 대한민국의 국민의 한 사람이고 또 성남시의 시민의 한 사람이구나, 라는 유일하게 느끼게 해주는 게 그 때인 것 같아요. (성남/이용자/최**)

■ 그러니까 센터 직원은 아닌데. 뭐 준 직원? 이런 식으로 우스갯소리로 했는데. 예를, 뭐 저희는 뭐 이제 주부고 뭐 직장은 아닌데 약간 직장 같진 않지만 소속감이 되게 좋죠. 소속감을 가지게 되는 것 같아요. 그래서 뭐, 센터가 주는 저희한테는 소속감? 같은 거 있지 않@ 그러니까 센터? 뭐 시민제작단 요렇게 하면 좀, 제작단을 동아리 형태로 저희가 이제 출발했지만. 저희가 그냥 하는 일, 그러니까 일이라고 그랬을 때 약간 이제 조금 프라이드를 가지면서 할 수 있는 어떤 소속감, 소속감이 제일 나은 것 같아요. (성남/이용자/윤**)

■ 자기소개를 다르게 하신 분이 있다. 실제로 자신은 누구엄마 누구입니다 혹은 주부라는 직업을 붙이면서 소개하시는데, 지금은 시민 누구누구 라고 소개한다고 그런 일이 있었죠. (수원/미디어교사/유**)

성남 이용자들의 인터뷰 중 첫 번째 인터뷰에서는 미디어센터 활동을 통해 지역 사회 시민임을 자각한다는 내용이 담겨 있다. 지역 이슈를 주제로 함께 콘텐츠를 생산하는 프로젝트를 통해서 이러한 소속감을 느낀 것으로 보인다.

두 번째 성남 이용자 인터뷰에서는 미디어센터 시민 제작단이라는 작은 공동체에 대한 소속감이 이용자의 프라이드에 긍정적으로 작용하고 있음을 확인할 수 있다.

수원 미디어교사 인터뷰에서는 이용자를 경험한 교사의 경험을 확인할 수 있었는데, 자기소개를 하는 자리에서 ‘주부’나 ‘직업’이 아닌 ‘시민’으로 자신을 소개한 경우가

있었다며 이용자가 시민으로서의 정체성을 획득한 사례에 대해 언급하였다.

8) 공동체 연대감

‘공동체 연대감’은 미디어센터를 이용하면서 이용자들이 지역사회 혹은 공동체, 혹은 구성원들로부터 자신의 생각과 의견에 대한 공감과 지지를 경험한 것을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용을 살펴보자.

■ 살림하시던 분들이 큰일에 참여하실 일이 없는데, 큰일이라는 건 과정보다 발표의 규모인데, 양날의 검인 게, 참 부담이 되는 건데 어려운 거 하시라고 저는 말씀드린다. 규모가 클수록 그룹이 역할을 하게 되는데, 결과야 어쨌든 간에 절차와 양식을 갖춰서 ‘우리가 해낸다’라는 것. 센터는 언론보도 정도 도와주는 건데, 그런 걸 해냈을 때의 성취감이.. (고양/미디어교사/이**)

■ 제작단끼리는 뭐 사실 활동은 라디오 제작단 끼리만 하지만 또 영상이란 같이 이제 성남 시민 제작단으로 묶여있기 땀에 이쪽에서 영상 제작단에서 뭔가 저희한테 도움이 필요하면 같이 도와드리기도 하고 또 뭐 영상을 찍으신다고 하는데 뭐 누가 필요하다, 하면 협업을 하기도 하고. 그러면서 좀 형태는 다르지만 같은 제작단으로 활동을 할 수도 있겠다. 그래서 올 해는 좀 그런 걸 많이 해보려고 시도를 했는데 뭐 저희가 원한 만큼, 계획한 만큼 시도는 안 됐지만 계속 이렇게 교류가 있을 것 같다는 생각이 들어서. 비록 매체는 다르지만 뭔가 서로 힘이 필요할 때 같이 갈 수 있는 것 같아서 좋고요. (성남/이용자/최**)

■ 상영회를 할 때 솔직히 작은 상영회는 사람들 많이 안 가잖아② 그런데 서로 가서 관객석을 채워준다거② 처음에는 ‘다울마을’에서 상영회가 있는데 GV를 하셔야 되는데 GV를 어떻게 해야되는지 잘 모르시는 거지, 그랬는데 보라씨가 잘 하시니까 거기 상영회를 보러 가서 공부 하셨다. 그런데 다음에 ‘다울’분들이 상영회 하는데 보라씨 분들이 맥주랑 김밥이랑 사들고 오셨더라. 어떻게 오셨냐니까 ‘상영회 품앗이’라면서. (수원/전문가/조**)

■ 수원미디어센터 같은 경우는 사실 생긴 지 얼마 안 됐기 때문에 같이 성장하고 있다, 라고 저는 생각하고 여기서도 꾸준히 저희 팀이 이제 계속 성실하게 활동을 하고 있으니까 뭔가 행사가 있으면 계속 요청을 하세요. 이런 게 이제 상호 발전하는 관계가 된 것 같아서 오히려 되게 좋았던 것 같아요. 그래서 막 시스템이 안정되고 되게 오래되고 이런 센터가 아니어서 저는 되게 좋았던 것 같고. 그래서 미디어 여기 센터에서도 이제 행사를 할 때 저희 팀에게 뭐를 만들어 달라, 라든가 뭐, 뭐 강의식으로 사회를 봐달라든가 그런 요청을

많이 하셨었어요. 그래서 그런 기회가 되게 좋았고 그런 기회가 이제 물론 저희 팀 뿐 만
이 아니라 다 돌아가서 다른 팀들도 어, 센터에 어떤 이바지를 하고 있다는 생각을 가지
고 있으면 서로, 서로 이렇게 또 연결이 되고 친밀감이 생기지 않을까 하는 그런 생각이
들고요. (수원/이용자/강**)

고양 미디어교사의 인터뷰에서는 본인이 진행하는 미디어교육에 참여하는 이용자들
의 그룹 활동을 독려하고 그 과정에서 공동의 성취감을 얻게 함으로써 자연스럽게 공
동체 연대감을 획득했다는 내용이 확인된다.

성남 이용자와 수원 전문가의 인터뷰에서는 미디어센터에 소속된 제작단 혹은 동아
리가 그룹별로 서로 연계하여 돕는 과정을 경험함으로써 공동체 연대감이 형성됨을
확인할 수 있다.

수원 이용자의 인터뷰에서는 미디어센터와 이용자 그룹의 상부상조하는 관계에 대
해 언급하면서 미디어센터를 거점으로 한 지역 마을 미디어 공동체에 대한 연대감
이 이용자의 이야기를 통해 직접 확인된다.

이렇게 미디어교육 과정 혹은 미디어 활동을 통해서 이용자들의 공동체 연대감이
획득됨을 확인하였다. 또한 미디어센터를 공동체로 인식하여 미디어센터를 둘러싼
주변 관계를 통해 연대감을 확인한 경우도 있는 것으로 보인다.

9) 지역 주민에 대한 관심 증대

‘지역 주민에 대한 관심 증대’는 미디어센터 이용자들이 미디어센터 활동을 통해서
지역 주민에 대한 관심이 새로이 생기거나 증폭되는 것을 의미한다. 이에 대한 사례
는 다음과 같다.

■ 2012년에 교육받으신 분들이 주로 주도적으로 하셨어서, 올해 처음으로 제작단이라는 게
생겼다. 고양시에 공동체 지원사업이 있는데 그것에 연계해서 기금으로 어떤 프로젝트로
할까 하다가 고양시의 다양한 사람을 찍자고 제안을 했다 제① 정 안되면 집에 있는 사람
을 찍되 가급적이면 집 밖에 있는 사람을 섭외해서. 요지는 사진전을 여는데 그 분이 어
떤 삶을 사는지 보여주는 것. 어떤 분은 마을버스 회사를 찾아가서 시간대별로 계속 바뀌
는 마을버스 기사님을 찍어오셨다. 효과라는 건 그런 것 같다. 그런걸 보고나면 사진이 생
각나면, 기사님도 한 번 더 보게 되고 그럴잖② 그런 게 있을 것 같다. (고양/미디어교사/
이**))

■ 저희 지역에 이렇게 뭐죠? 사람들을 만나다 보니까 굉장히 열심히 활동하는 활동가들이 되게 많으세요. 그래서 저희가 이제 이번엔 시간이 안 됐는데, 원래 처음에 계획은 그 마을활동가 한 분을 좀 쫓아가서 한 번, 그 분이 또 좀 몸도 되게 편찮으신데 그 극복하셔 가면서 굉장히 열심히 활동을 하시길래 그 분 얘기를 한 번 담아보자, (중략) 우리가 그동안 안 좀, 좀 다른 거, 이렇게 어떤 지역적인 어떤 이슈나 뭐 이런 거였다면 이제 좀 따뜻하게 안으로 들어와서 사람들의 얘기를 좀 듣고. (성남/이용자/윤**)

■ 제 주제가 이제 할머니 영상이다 보니 어, 아무래도 자꾸만 눈이 가요. 이렇게 지나가시다, 지나가시는 할머니들 보면, 하면서 아, 저거 제가 좀 잡아드릴까? 뭐 싶은 생각? 옛날에는 좀 쑥스럽잖아요. 상, 생각은 있어도 선뜻 손을 내밀지 못하는 약간 그런 거 있었는데. 굉장히 좀 친근하게 느껴지더라고요. 그리고 이제 어, 촬영한다고 몇 번 가면서 이제 정이 드셨어요, 할머니① 이제 자기 속 얘기 다 해주셨으니까, 저한테. 굉장히 길게 많이 얘기해주셨거든요. 그러니까 고마우시대요. 그러니까 속 풀이 한 기분? 그러면서 가지만 하면 안아주세요, 이렇게. 자꾸 안아주시고 이 막, 이렇게 하시고 그러세요. 어 되게, 음, 아이고 또 울컥하네. 음, 되게 좋았, 좋았어요, (수원/이용자/김**)

‘지역 주민에 대한 관심 증대’는 미디어센터 활동 과정에서 지역을 이슈로 하거나 지역 주민을 직접 만나게 되면서 확인되는 효과인 듯하다.

고양 미디어교사의 인터뷰에서는 교육 후속활동으로 진행했던 사진 프로젝트를 통해 이용자들이 지역 버스기사에게 관심을 가지게 된 사례가 확인되고, 성남과 수원 이용자의 인터뷰에서는 미디어 콘텐츠 제작과정에서 만난 지역 주민들에게 관심을 가지게 된 사례가 확인된다. 콘텐츠 제작과정에서 지역주민과 이용자가 함께 이야기를 나누거나 주민의 이야기를 콘텐츠의 주제로 삼게 되면서 서로 친밀해지고 공감대가 형성되어 ‘관심’으로 이어지게 되는 것이다.

10) 지역 소식 및 이야기 전파

‘지역 소식 및 이야기 전파’는 이용자들이 미디어센터를 통해서 지역의 소식과 이야기를 지역 주민들에게 전달할 수 있게 되는 것을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용을 살펴보자.

■ 센터에서도 이제 처음에 영상을 할 때 어떻게 하면 다 준비가 안 된 사람들이기 때문에.

어떻게 하면 좋을까, 고민을 되게 많이 하셨어요. 그래서 이제 처음 듣기로는 1기 분들은 시리즈물을 만들자. 그래서 성남문화예술을, 저희가 문화센터니까. 아무래도 이제 뭐 성남, 아, 성남문화예술인을 찾아서. 이렇게 쪽 시리즈로 가고. 그러니까 지역에 대한 얘기? 막 성남 40주년 기념 40등이를 찾아라, 이게 그런 식으로 해서. 성남시 탄생, 그러니까 설립 그 날, 같은 해에 태어난 사람들은 어떻게 살고 있고, 뭐 이런 식으로. (성남/이용자/윤**)

■ 영상콘텐츠는 지역사회의 사안을 가지고 많은 얘기를 하는데, 그런 것들이 아주 큰 파급을 낸 사례는 없지만 그것에 관심 가지는 것을 다루고 방송을 내보내는 것 또한 지역사회에 영향을 주는 것으로도 볼 수 있을 것 같다. (성남/전문가/윤**)

■ 사실. 우리라도 말하고 싶은 것들을 라디오를 통해서 말하고 누군가는 듣고서는 같이 이렇게 아~ 막 이렇게 주먹 쥐고서는 그래, 그런 거야. 이렇게 같이 공감하고 같이 분노하고, 이러면 좋지 않을까 그런 생각을 하고 있어요. (수원/이용자/강**)

성남 이용자 인터뷰에는 미디어센터 제작단 활동을 통해 지역 문화나 지역 인물, 지역의 역사 등에 대한 주제로 미디어 콘텐츠를 제작했다는 이야기가 담겨 있다. 더불어 성남 전문가는 이러한 콘텐츠를 지역 방송을 통해 액세스 하는 것이 지역사회에 영향을 줄 수 있다는 언급을 통해 미디어센터 이용자들이 직접 제작한 지역 미디어 콘텐츠가 지역 방송 채널을 통해 유통되면서 지역소식 및 이야기 전파가 이루어지고 있음을 확인할 수 있다.

수원 이용자의 경우 마을미디어활동을 통해 공동으로 만든 라디오를 팟캐스트를 활용하여 액세스하는 방식으로 공동체 라디오를 제작, 운영하고 있다. 인터뷰에서 라디오를 통해 지역 주민들이나 공동의 관심사를 가진 사람들에게 자신들의 이야기를 전달하고 있음을 알 수 있다.

11) 지역 사회 신뢰 증대

‘지역 사회 신뢰 증대’는 미디어센터를 통해서 지역에 대한 애정과 지역 주민들에 대한 신뢰가 형성되는 것을 말한다. 이에 대한 사례는 아래와 같다.

■ 아까 말씀드린 것처럼 굳이, 었어요. 지역이 지금은 아, 알아야겠다, 알고 싶다, 가 된 거니까 엄청난 변화인 것 같아요, 저는. (중략) 궁금하게 되니까 애정도 생기는 것 같아요.

(성남/이용자/최)**

■ 지역사회 일을 하다보면 전문가의 조언도 필요하고, 주민들의 이야기를 담다 보니 마을공동체의 이야기를 담게 되고, 또 그들과 만나서 이야기하게 되고, 지역사회의 현안을 이해하게 되고, 그런 긍정적인 연대의식이랄까 이해도가 높아지고, 지역사회에 대한 애정이나 신뢰감이 형성될 수 있는 거지. 지역사회에서 직접 활동을 하는 단체로 한정되어 있기는 하지만 그래도 제가 생각하기에는 조금 영향은 있는 것 같다. 제작활동을 하다보면 결국 지역사회로 나갈 수 밖에 없으니까. 사진제작단 경우가 그렇다. **(성남/전문가/윤**)**

■ 이걸 배우고서부터 직업의식이라 할 정도로 관심 있게 보고 있어요. (중략) 소외계층이라든가 아니면 뭐 주변의 뭐 쓰레기가 저기 한다면가 아니면 무슨 뭐 어, 그 좀 안 좋은 사람 있으면 뭐 이렇게 좀 저기 해서 그거를 좀 작품을 만들어가지고 그, 그 주위에 그 좀 저기를 호응 좀 얻으려고 그렇게 눈 여겨 보는데 아직 발견을 못 했어요, **(부천/이용자/조**)**

■ 저 같은 경우도, 그렇게 강사로 나가는 것까지는 아니지만 동네에서도 나만 알고 있는 게 아니라 모르는 사람에게 알려주고 싶다. 그런 생각도 가지게 되었거든요. **(수원/이용자/강**)**

성남 이용자와 전문가 인터뷰를 통해서 미디어센터 활동이 이용자들의 지역 및 지역 주민에 대한 신뢰도를 높이는데 기여함을 확인하였다. 성남 이용자의 경우 개인적으로 지역에 대한 호기심과 애정이 생긴 것은 개인적으로 엄청난 변화라고 말하였고, 성남 전문가는 지역사회에서 직접 활동하는 제작단의 경우 지역 사회에 대한 애정과 신뢰감이 형성될 수 있다고 이야기하였다.

부천 이용자의 경우 지역의 소식, 사건, 사람에 대해 관심 있게 보고 있다며 미디어 콘텐츠를 제작하여 지역 주민들의 관심과 호응을 얻어 도움을 줄 수 있을 것이라 긍정적으로 생각하고 있음을 확인할 수 있다.

수원 이용자는 미디어센터의 라디오제작 활동을 통해 얻게 된 본인의 긍정적 경험을 지역 주민들에게 알리고 나누고 싶다는 생각을 가지게 되었다. 이는 지역 내 공공기관인 미디어센터 활동에 대한 신뢰이기도 하지만 지역 주민들에 대한 애정에서 비롯된 생각이라 판단된다.

12) 지역 사회 소통 증대

‘지역 사회 소통 증대’는 미디어센터 활동을 통해서 지역 사회의 소통의 장이 증대되며 미디어를 통한 지역 사회 구성원들 사이의 의사소통이 늘어난다는 의미이다. 이에 대한 예시는 다음과 같다.

■ 복지관에서 사서함을 만들어서 사연도 받으시고 하면서. 지금은 6개월 정도 됐는데 복지관에서 반응이 좋다고 한다. 카페에서도 지원해주신다고, 선정되신 분들한테 쿠폰을 드리기도 하고. 하시면서 내가 누구에게 봉사한다기보다는 스스로 무언가를 하고 있다는 것에 대해서 되게 많은 만족감을 느끼시더라. 하반기에서는 복지관 안에서 오픈라디오도 하시면서 참여자들이 함께 하시는 걸로 활동하시고. (수원/전문가/조**)

■ 무엇보다 중요한 건 표현인 것 같아요. 그러니까 이 만드는 과정에서도 그랬지만 어저께 이제 가서 상영 한 다음에 어르신들이 이렇게 대화 나누었다고 했잖아요. 그런 대화들이 서로 어떤 공동된 주제를 제가 조금 어설피지만 던져드렸고 그 주제를 통해서 어르신들이, 연령대가 거의 한 삼십대부터 구십대 까지 연령대가 있었는데 얘기들 나누시더라고요. 뭐 그 때 기억은 안 나겠지만 어쨌고 얘기하면 어, 전 잘 모르겠는데 하면 그 때 그랬어. 또 구십 가까이 되는 할머니 한 분 하고 칠십이 넘으신 따님이 오셨어요. 그러니까 열여덟 살에 얘기를 낳으셔서 그 두 분 다 할머니잖아요. 두 분이 해 갖고 이제 그 분 영상을 틀었는데 따님이 나는 기억이 잘 안 나는데, 그랬더니 그래 너는 기억이 잘 안 나겠지 이런 얘기 하면서 또 두 분이 공감대를 하면서 또 대화를 막 하시더라고요. 그 때 그랬어, 서로 표현할 수 있는 계기가 참 많이 될 수 있다는 느낌이 들어요. (수원/이용자/김**)

■ 저희도 이제 모임에다 이렇게 오늘 그 탄천 영상도 올렸는데. 좀 웃긴 거는 세월호 영상도 올리고 탄천 영상도 올렸어요. 세월호 올렸을 때 한 몇 마디 안 올라와요. 그 댓글이, 뭐 친구들이 어머, 뭐 잘 봤어요, 뭐 이렇게 하면서 어, 막 이랬는데. 탄천은 너무 많이 올라와요. 그러니까 불편한 거야, 아직까진 불편한 부분들이 있는 거 아닌가? (성남/이용자/윤**)

수원과 성남의 전문가 및 이용자 인터뷰에는 모두 미디어센터 활동을 통한 지역사회 소통에 대한 경험이 드러나 있다.

수원 전문가의 인터뷰에서는 복지관 관내 라디오방송을 진행하고 있는 이용자 그룹의 활동 사례를 확인할 수 있다. 공동체 라디오를 진행하면서 복지관을 이용하는 다른 주민들의 참여를 독려하는 등 지역사회 소통을 증대하는 데 영향을 미치고 있다.

수원 이용자의 인터뷰에서는 미디어 콘텐츠 제작에 참여한 어르신들에게 완성된 작품을 상영하며 소통한 사례가 확인된다. 함께 영상을 감상한 30대 주민들부터 영상 제작에 참여한 어르신까지 미디어 콘텐츠를 통해 다양한 이야기가 오가는 것을 목격한 것이다.

성남 이용자 인터뷰에서는 제작단 활동의 결과물인 미디어 콘텐츠를 웹 공간에 올려놓고 소통했던 사례를 확인하였다. 세월호와 같은 커다란 이슈에서부터 지역과 직접 관련이 있는 이슈까지 다양하게 소통이 이루어짐을 알 수 있었다.

13) 공동 활동 증대

‘공동 활동 증대’는 미디어센터 활동을 통해 지역 공동체 및 지역 주민들의 협동이 늘어난 것을 의미한다. 이와 관련한 사례는 다음과 같다.

■ 저희가 이제 동아리처럼 관심 있는 다섯 명에서 그걸 가지고 봉사활동을 해보자는 모임이 있어서, 그게 지금 저희 동아리처럼 남아있거든요. 그래서 봉사활동센터에 등록을 하고, 봉사활동도 가고 있고. 유치원으로 인권교육을 갈 때 인권교육을 아이들을 데리고 하면 되게 재미없고 지루하니까 그 안에 저희가 소리극이 같이 참여해서 그렇게 지금 유치원 한 일곱 군데 돌았어요. 네, 그렇게 지금 활동을 하고 있어요. 내년에 또 어떻게 될지 모르지만 일단, 약간 소모임처럼 라디오가 소리로 하는 거니 그러면 소리로 하는 게 또 뭐가 있을까 찾아보게 되는 움직임을 하고 있는 중이죠, 네. (성남/이용자/최**)

■ 찾아가는 라디오라는 게 있다. 그 팀이 지역과 연계해 라디오를 통해 사연을 읽어주기도 하고, 활동을 하고 있다. 이번 장애인의 날에는 장애인 복지관에 가서 장애인 친구들이 함께 게스트로 출연해 그들의 목소리를 내보낸 적이 있었다. 직접 찾아가서 함께 만드는 것이다. (성남/전문가/박**)

■ 올해는 판교 현대 백화점, 장애인 복지관, 일반 병원 등에 가서 공개방송을 했다. (성남/전문가/윤**)

성남 이용자 인터뷰와 전문가 인터뷰의 내용은 서로 연관이 있다. 이용자 인터뷰에서는 라디오 제작단 내에 지역과 연계하여 소리 봉사를 다니는 소모임이 결성된 사례를 이야기하고 있다. 전문가 인터뷰에서는 지역 내 무대가 있는 여러 공간들을 활용하여 라디오 제작단이 공개방송을 했다는 사례가 추가되어 있다.

이렇게 미디어센터의 활동이 확장되면서 공개방송과 같이 지역 공간을 통해 미디어 콘텐츠를 배포하거나 지역과 연계된 봉사 소모임을 운영하는 등 이용자들의 공동 활동이 증가하고 있음을 확인할 수 있다.

14) 네트워크 확장

‘네트워크 확장’은 미디어센터를 통해 지역 주민들과 지역 공동체의 네트워크가 새로이 만들어지고 강화되는 것을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용을 살펴보자.

■ 이걸 어떻게 안정적으로 지속할 수 있을까 하는 고민이 있어요. 저희는 방송(티브로드에 퍼블릭액세스) 내보내면서는 라디오 팀들과 조인하면 어떨까 싶은 마음이 있었어요. 그들에게 서로의 접합점을 만들어줘야 또 다른 시너지를 만들어낼 수 있을 것 같아서, 영상 앞쪽에 아나운싱을 붙이는 거죠. 라디오 하는 분들은 글 쓰고 그런 걸 쉽게 하니깐. 아나운싱을 앞에 붙여서 촬영을 하고 묶어서 내보내는 거예요. 라디오 팀과 영상팀이 만날 일이 사실 잘 없어요. 네트워크 파티는 딱 하루니까 무슨 얘기를 얼마나 하겠어요. 그런 일상적 창구를 만들고 싶어서 그렇게 했는데 의외로 반응이 좋았죠. 우리(미디어센터) 몰래 본인들끼리 섭외해서 촬영하고 그러기도 하고, 티브로드가 수원에서는 그렇게 많이 보는 채널도 아니고 편성도 안 좋은데, 제작자가 자기도 모르는 새에 친구분들이 보고 캡처해서 보내기도 그랬다고 하더라고요. 미디어센터에 나도 신청할 수 있냐며 (소문이) 퍼지기도 하구요. (수원/전문가/조**)

■ 1년에 한 번씩 저희가 그런 워크숍을, 그 전에는 하셨대요. 근데 작, 그러니까 올해는 워크숍 대신에 이런 제전을 한다고 제가 들었는데. 저희가 어저께 제 옆자리에 전주미디어센터에서 오셔가지고 그 분이랑 그 영화를 교류를 했어요. 그래서 아까 이제 링크 하나 보내드렸거든요. 저희 이제 영상 만든 거, 그래서 저는 그게 그래서 오시면 이 명함 드리면서 오시면 연락 한 번 주시라고. 왜냐하면 저희가 막 전주까지 사실 못 내려가지만 그래도 알고 지내면 사실 되게 좋을 것 같다는 생각이 들더라고요. 그래서 저희가 지금은 현재는 뭐 지금 저희도 잘 힘든데, 가급적이면 사실 가까운 뭐 수원이나 뭐 부천이나 정도에서는 이렇게 교류를 해도 좋을 것 같은 생각이 들더라고요. 그래서 저희가 그 14년도에는 이제 수원영상계 출품을 했었어요. 그래서 뭐 상은 못 탔고 그냥, 본선까지 올라갔고. 그리고 작년에 15년에는 이제 부천에 내서 그것도 그냥 본선까지만 올라갔는데. 그럴 때 이제 만약에 이제 같이 교류하고 이러면 좀 더 좋겠다. (성남/이용자/윤**)

■ 올해 시국과 관련해서.. 센터의 활동을 통해서 이런 활동이 있다고 소개를 드리면 그분들

은 카메라나 라디오, 사진 등 자신이 할 수 있는 걸 가지고 광장에 가세요. 거기서 나와 비슷한 사람들이 있으니까 거기서 또 관계가 형성되고, 다음에 그 분들과 또 이어나가고. 사실 저도 그렇게 이어지고 있구요. 이런 것들이 생기는 중심적인 역할을 미디어센터가 하고 있는 게 아닌가 싶어요. (부천/미디어교사/김**)

수원 전문가 인터뷰에는 지역방송 퍼블릭액세스 과정에서 미디어센터의 영상 및 라디오 제작단의 네트워크를 도모하기위해 함께 협업하도록 제안한 사례가 확인된다. 성남 이용자는 인터뷰에서 타 지역 미디어센터 시민제작단과 교류의 장이 되었던 영상 미디어제전을 사례로 이야기하며 지역과 지역의 네트워크가 이루어지면 좋겠다는 생각의 이야기하였다.

부천 미디어교사는 미디어센터가 미디어활동과 관련된 정보를 제공하고 지원함으로써 미디어 활동을 원하는 시민들의 네트워크를 형성하는데 기여한다고 언급하였다.

15) 공동체 정체성 고양

‘공동체 정체성 고양’은 미디어센터를 통해 지역 공동체의 의미에 대해 생각하고 여러 구성원들이 함께 살아가는 공간으로서 공동체를 인식하게 되는 효과를 의미한다. 이에 대한 사례는 다음과 같다.

■ 수정구 중원구. 근데 저희가 그 쪽으로 가서 뭘 이렇게 할 기회가 없었어요. (중략) 이 활동을 하기 전까지는 사실은 제가 성남 지역을 갈 기회가 별로 없었고. 그 분들이랑 교류를 맺을 기회도 없었고 이랬는데. 그 분들이 저희가 이제 교육청에 의뢰를, 성남지원청에 의뢰를 받은 게 하나가 있었어요. 별거는 아니었는데 처음 해에, 그러니까 저희가 14년도 작업하는데 어서 이렇게 들으셔서 윤 과장님이 연결을 해주셔가지고 이렇게 며칠에 걸쳐가지고 애들만, 지역아동센터를 가르쳐봤었어요. 굉장히 열악하더라고요. (중략) 저희가 그 때 그런 경험이 없었다면 되게 음, 잘 이해, 애들에 대한 이해도 그렇고 지역에 대한 이해도 그렇고 부족했을 텐데 저희한테는 좋은 기회였던 것 같아요. 그래서 그 때 부터는 자꾸 이제 구 성남 생각을 하게 되고. 이번에 같은 경우도 금강동 재개발 하는 걸 좀 보고 있는데 그런 부분에서도 그 쪽의 사람들이 어떻게 이게 고민들이 있을 것 아니에요. (성남/이용자/윤**)

■ 콘텐츠 배급에 포커스라기 보다 지역에서 자신들이 할 수 있는 일, 지역에 대한 기여를 갈망하시는 영역인 것 같아요. 라디오를 만드는 등의 기반을 다졌으니 이 경험들을 (다른 지

역 주민들에게) 분배하고 싶어 하시는 것 같아요. (수원/전문가/조**)

성남 이용자의 경우 미디어센터 활동을 통해서 성남 지역 내 낙후된 지역에 대한 경험을 하게 되었고, 그 경험을 통해 재개발과 같은 지역 이슈에 대한 관점이 달라지게 된 사례이다.

수원 전문가 인터뷰에서는 라디오 제작팀 이용자들의 공동체 정체성에 대한 사례이다. 본인들이 했던 미디어 경험을 나누거나 알리는 활동을 함으로써 더 많은 주민들이 공동체 미디어 활동에 참여하길 원한다는 의미로 해석된다.

사례를 정리하자면 ‘공동체 정체성’은 지역의 이슈에 대해 주의 깊게 사고하고 지역 주민으로서 자신의 입장을 가지며, 지역 공동체의 이익에 기여하기 위해 스스로 노력하는 것이라 볼 수 있다.

5. 지역경제

지역경제 범주는 미디어센터를 통해 이용자들이 미디어활동에 필요한 자원을 확인하고 경제 활동에 참여하는 것, 지역 차원에서는 지역 내 미디어 관련 인력과 자원이 점차 늘어나는 것, 더 넓게는 지역 경제와 사회적 경제가 활성화되는 것 등의 내용을 포함한다.

세부범주로는 지역 자원의 확인, 소득 창출, 지역 자원의 증가, 지역 자원의 연결, 지역 경제 및 사회적 경제 활성화의 5가지가 있다. 여기서의 ‘지역 자원’은 물적 자원 및 인적 자원, 관련 정보 등을 모두 포괄하는 개념으로 이해하면 된다.

1) 지역 자원의 확인

‘지역 자원의 확인’은 미디어센터를 이용하면서 미디어 관련 정보, 지역 인프라, 미디어 전문 인력, 활용 가능한 물적 자원 등을 알게 되는 것을 말한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 그래서 미디어센터 좋아하고, 여기 옆에 보면 그 상영하는 공간 있잖아요. 거기서도 영화 보고 그런 적이 있는데, 그런 거 그냥 공간 자체를 문턱이 높지 않은 공간? 우리가 쉽게

이용할 수 있고 그냥 어? 미디어센터에서 뭐 한다고 그러면 그냥 그 별로 고민하지 않고 간다고 하거든요. 그게 이제 해마다 어, 활동을 같이 하고 공간에 왔었기 때문에 그런 거리가 좁혀지는 것 같고. (부천/이용자/이**)

■ 예전에 비해서는 확실히 범위가 넓어지고, 그 다음에 뜻만 있다면 할 수 있는 여건들이 된 것 같고요. 그거를 어, 아무래도 전국 미디어센터들 있는 곳곳에서 좀 지원이 되고 있어서 예전에는 마음을 먹었지만 그 해야 되는 방법을 몰랐다면 지금은 마음을 먹으면 어쨌거나 할 수 있는 방법들을 지원해주는 곳이 있는 건 좋은 것 같고요. (성남/이용자/최**)

부천 이용자의 경우, 미디어센터 미디어교육에 참여한 청소년들이 미디어센터를 지역의 미디어 활동의 인프라로 인지하고 쉽게 이용할 수 있는 것으로 생각한다는 발언을 하였다.

성남 이용자 인터뷰에서는 미디어센터를 이용하면서 미디어 활동을 하고자 할 때 어떻게 해야 할 지 방법을 알게 되었고, 미디어 활동을 지원해주는 기관으로 미디어 센터를 생각하게 되었다고 이야기하였다.

미디어센터가 지역 내 미디어 활동 지원의 허브 역할을 하고 있다 보니 지역 자원이 미디어센터와 연관이 있는 경우들이 많은 것으로 보인다.

2) 소득 창출

‘소득 창출’은 미디어센터를 이용하면서 관련한 활동을 통해 경제적 이익이 발생한 것을 의미한다. 이에 대한 사례는 다음과 같다.

■ 우리 활동과는 별개로 협동조합을 만들어보면 어떨까 생각도 해보고. 올해 시작했는데 연락도 많이 와요. 보라씨에 한 명, 오소리에 한 명, 다울마을 두 분 한 조로 해서 발전시켜보면 어떨까 하는 고민을 같이 하고, 이 선생님들끼리는 힘드실 테니까 전문가 한 분이 이걸 버무려서 끌고 가실 수 있게 하려고 합니다. 보라씨도 그렇고 교육을 막 마치고 영상을 좀 해볼 수 있는 분들인거죠. 그런 분들과 일거리로서 영상제작을 해보자 싶더라구요. 저희한테 마을단체 홍보영상제작 예산이 좀 있어서, 그걸 사용해서 돈을 받고 하는 영상제작이 어떤 건지 알려드리고 싶어서, 그 분들에게 14개 단체의 소개영상제작을 맡겼어요. 스케줄부터 기획 제작 편집까지. 중미샘(수원미디어교사)이 조율하시고. 그게 15일까지니까 아마 만들고 계실 거예요. 그 즈음에 여기저기서 연락이 왔어요. 제가 어디서

발표를 한 번 했는데 그걸 들으셨는지, 수원시정연구원에서 전화가 왔어요. 미디어센터를 알게 됐는데 혹시 저희가 시민자치교육을 스케치영상으로 만들고 개강식 때 시민자치가 무엇인지 설명하는 영상과 하이라이트를 따서 홍보영상으로 만들어줄 수 있는 분이 계시겠냐고 하더라고요. 예산이 얼마지도 물어보고, 한 번도 경험해본 적 없어서 예산이 얼마지 모르지만 돈을 만들어보겠다고 하더라고요. 저희가 그걸 350만원으로 매칭해드렸어요. 종미샘이 많은 것을 할애하기는 하셔야겠지만요. 돈 받고 하는 일이란 게 그들의 기대보다 10%라도 더 해야 다음 작업이 있을 수 있는 거니까요. 종미샘이 가이드 하긴 하는데, 제가 시정연구원에도 기대치를 많이 낮추시는 게 좋다고, 이 분들은 습작을 막 마친 분들이라고 설명을 드렸어요. 그래서 원래 800인데 350에 해드리는 거라고 이야기 했죠. 그랬더니 연구원에서도 자치센터가 따로 있어서, 충분히 그럴 수 있다며 내년에도 계속해보면 좋겠다고 하더군요. 참여하시는 분들과 계약단계부터 함께 하면서 이럴 때는 어떻게 하는 건지 프로세스를 경험하게 해드렸어요. 그 이후에도 올해 4개 정도의 문의가 들어왔어요. 이게 돈이 좀 되겠다 하는 생각도 하고 있어요. 이 모임이 협동조합으로 갈 수 있으면 좋겠다는 생각도 들구요. 수원 안에서는 영상을 만들어내야 하는 곳들이 많은데 반해 아직 시민 안에서 나온 활동단체는 없으니까 외주 프로덕션에 맡기시는데, 이게 명분 있는 작업이 될 수 있을 것 같아서 발전시킬 수 있을 것 같아요. **(수원/전문가/조**)**

■ 인천 쪽인데 비슷한 상황이에요. 기자단을 만드셨어요. 교육을 듣고.. 근데 그 기자단에서 그...거기 인천에서...남구인데...거기 뭐...남구 티비 같은 게 있어요. 지역 티비①..근데 거기①..거기가 센터와 연계를 해서 채널을 확보를 했는데 거기 이제 내면 1분당 왜 그 영상 있잖아요. 얼마 이게 있다 보니까 이분들이...이게 장단점이 있는데 계속 지속적으로 활동을 하시는 거예요. 정말로 이 경제적인 그런 거...그리고 자기 정말 만족감...뭐 내가 이제 정년도 퇴임하고 이제 더 이상은 이렇게 돈을 버는 이런 일이 없을 줄 알았는데 이런 어떤 기회를 통해가지고 지속적으로 이게 되다보니까 많은 돈은 아니지만 그런 어떤 뿌듯함이 있는데. 또 한편으로는 이게 거기에만 들어가다 보니까 실재적인 이야기의 내용, 뭐가 중요한 이런 것 보다 일단 만들자...이게 뭐든... **(부천/미디어교사/김**)**

수원 전문가의 경우, 마을미디어사업 참여자들이 점차 성장하면서 미디어 전문가로서 지역 내에서 활동을 이어갈 수 있는 방법으로 해당 미디어의 전문성을 살려 경제활동을 매칭 했던 사례를 이야기하였다. 영상팀의 경우 시에서 제작하는 홍보영상 외주 작업이 연결된 사례였다.

부천 미디어교사의 경우 인천에서 다른 강의를 통해 경험한 사례를 이야기하였다.

마을방송에 참여했던 노인 이용자들이 인천 남구에서 운영하는 마을방송에 영상을 정기적으로 액세스 하면서 일정한 소득이 창출된 경우였는데, 이용자들이 은퇴 후 경제활동을 할 수 있다는 것에 이용자들의 만족감이 크다는 언급도 있었다.

3) 지역 자원의 증가

‘지역 자원의 증가’는 미디어센터 설립 이후 주민들이 활용 가능한 미디어 문화 자원과 지역에서 활동하는 미디어 전문 인력이 증가하였음을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용을 살펴보자.

■ 우리가 또 역량이 어느 정도 되고 또 키워 나가면서 거기 나가서 또 새롭게 계속 교육을 우리가 좀 자원봉사처럼 하면 그게 이제 또 그 지역에서 다른 공동체 이런 라디오를 위한 공동체를 또 만들고 팀을 만들고 이러는 데 또 도움이 될 수 있지 않을까. (수원/이용자/강**)

■ 내년에는 저희(미디어센터) 사업과는 좀 별개로 가실 것 같은데, 복지관 자체에서 공간도 주시고 예산도 투입하신다고 하더라. 저희(미디어센터)랑은 같이 안 하실 것 같긴 한데 참여자들이 주도가 되는 방송을 만들어보시려고 하고 계신다. 주체는 낭독봉사자 한 분이 하고 계시고. (수원/전문가/조**)

수원 이용자 인터뷰를 요약해보면 영상제작팀인 본인들의 역량을 키워 다른 공동체 활동을 자원 활동 형식으로 지원하고 싶다는 것이다. 영상제작 뿐만 아니라 미디어 교육과 활동 역량을 갖추고자 한다는 점에서 미디어 전문 인력으로서의 성장이 기대되며, 활동의 방향 또한 미디어 경험이 없는 주민들을 대상으로 하기 때문에 이용자 그룹의 활동이 또 다른 지역의 미디어 문화 자원이 될 가능성이 높다고 생각된다. 수원 전문가는 복지관에서 라디오를 진행하는 라디오팀에 대한 사례를 언급하였다. 라디오팀이 복지관의 지원을 받아서 자발적으로 복지관에 드나드는 주민들의 참여를 유도하는 공동체 방송을 꾸리고자 하는 계획이 있다는 이야기인데, 이 또한 지역의 미디어 문화 자원으로 볼 수 있다.

4) 지역 자원의 연결

‘지역 자원의 연결’은 미디어센터를 통해 다른 주민들과 지역의 자원을 공유하고 함

게 활용할 수 있게 된 것을 의미한다. 이에 대한 사례는 아래와 같다.

■ 그 쪽 센터하고 연결돼 있어가지고. 제가 그 쪽 센터에서 보니까 이제 뭐 약간 뭐 다른 성격이긴 하지만, 이제 그 때가 여성인력개발원이어서 재취업을 희망하는 여성들 이제 교육을 받는 곳이었어요. 취지도 되게 좋고 어떤 면으로 보면 이제 그 분들도 사회 일원으로 다시 나오고 싶은 거잖아요. 그래서 그런 얘기들이 비슷하고 공감대가 있을 것 같아서 그 쪽을 한 번 찾아가보자, 해서 그게 이제 첫 시, 시발점이 됐고요. 그렇게 나가보니까 음, 이제 방송 같이 하셨던 그 쪽 분들도 너무 좋다, 재미있다. 뭐 기념이 된다. 그리고 방송으로 남아서 이제 저희가 아카이브처럼 팟빵이라는 인터넷 라디오에 남기거든요. 그러니까 다들 좀 좋아하시는 것 같더라고요. 저희도 또 뿌듯하고. 그럼 이거를 좀 연을 늘려보자. 그래서 작년엔 그렇게 하고 이제 연말 방송까지 두 번을 했고. 올 해는 이제 담당자 분이 네 번을 해보는 게 어떨겠냐, 분기당 두 번씩. (중략) 이제 찾아가는 라디오는 일단 사람도 있어야 되고. 들어주는 사람도 있어야 되고 공간도 있어야 되기 때문에 어떤 기관과 협조하지 않으면 사실 좀 어렵더라고요. 그래서 이제 처음에 아무래도 좀 호의적인 곳들을 찾아야 돼서 몇 군데 컨택을 해보다① 이제 운이 좋게도 현대백, 판교 현대백 화점에 어떤 공간이 있었어요. 그 곳 담당자하고 얘기를 해서, 그 분들도 그 공간을 계속 이렇게 이벤트처럼 써야 되는 곳이었어요. 주로 기업하고만 해봤었는데 그럼 한 번 지역 사회랑 해보자. 이래서 1월 달에 이제 소리편지라고 해서 그동안 고마웠던 분, 감사의 마음, 또 미안한 마음을 직접 말하기 어려울 때 이렇게 소리 편지를 보내는 이벤트를 해가지고 3일 동안 진행을 하게 된 거예요. (중략) 두 번째는 이제 여기 장애인, 한마음복지관이라고 장애인 분들이 이용하는 시설이 있어요. 거기서 이제 그 분들 페스티벌 때 저희가 좀 같이, 묶여가지고 협업처럼 해서 방송을 해서 그것도 반응이 좋았고. 세 번째 방송은 이제 여기 나우병원이라고, 또 그거는 이제 다른 선생님이 연결해 주셔가지고. 나우병원에서 한 번 방송을 했고. 이제 마지막은 얼마 전에 저희가 공개방송으로 이 1년 동안 저희 라디오를, 부스를 찾아주신 모든 게스트 분을 다시 초청해서 약간 감사의 마음을 전하고. 또 그 분들이 현재는 어떻게 지내고 있는지 이런 거를 가지고 또 방송을 했거든요. 그래서 어찌어찌 네 번을 다 채웠어요. (성남/이용자/최**)

■ ‘우야당’이라고 지역 내에서 공간을 가지고 라디오 하는 팀이 있다. 따복에서 돈을 받아서 공간도 있으시고 활동을 오래 하셨어요. 그 분들이 방학에 청소년들을 대상으로 한 체험 교육을 해보고 싶다고 기획을 해달라더라고요. 그래서 라디오 특강 두 번을 넣었죠. 체험 형식으로 라디오교육을 하는 게 의미가 없을 것 같고, 뭔가 다른 결을 가진 한 두 명이 당연히 있을 수 있잖아요. 아까 영상 만들던 쉼터 친구는 교육을 통해서 진학 고민도 생

기고 검정고시도 보겠다고 했다고 하니깐요. 기회를 열어놓으면 한 두 명은 걸리죠. 매탄 아이들도 팟캐스트를 하고 있고, 개들도 서울에 더 오래 팟캐스트 했던 팀을 만나러 가기도 하고 했었죠. 어른들이 만들어준 체험도 좋을 수 있지만, 또래 아이들이 하는 걸 엮어서 진행해보면 어떨까 싶어서 매탄 아이들과 연계를 해서, 지원을 3명 정도 나왔어요. 그 친구들이 콘텐츠 만들고 서울 동네방네 라디오에서 생방송도 진행하고 그랬었어요. (수원/전문가/조**)

■ 라디오 녹음이 2개가 겹치면서 저희 센터에서 장비를 빌릴 수가 없게 됐어요. 그랬더니 매탄에서 장비를 빌려주시면서, 돈 받기는 좀 그러니까, 우리 신문 후원 좀 해줘 하면서 그렇게 장비를 설치해주고 철수해주고 한 적이 있어요. (수원/전문가/조**)

성남 이용자는 라디오 제작단에서 활동을 스스로 확장하는 과정에서 라디오 방송을 함께 꾸릴 사람들과 공개방송을 할 만 한 장소를 섭외하며 지역의 자원들이 연결되는 경험을 했다고 이야기한다.

수원 전문가는 공개방송을 통해 라디오 제작단의 인력풀이 강사진으로 활동하며 청소년 교육 및 라디오방송을 함께 꾸리게 된 사례를 이야기하였다. 또한 미디어 활동을 하면서 필요한 라디오 장비와 같은 물적 자원이 연결되고 나누어지는 사례도 이야기하였다.

두 지역의 이야기를 통해 확인할 수 있었던 것은 물적 자원의 연결보다 미디어 활동을 하고 있는 사람들이 가지고 있는 역량이 발산되고 연결되는 과정이 더 많다는 것이다. 각자의 활동을 확장하고 역량을 끌어올릴 수 있는 기회를 원하는 사용자그룹의 의지와 지역 미디어 허브로서 충실히 역할을 수행한 미디어센터의 실행력이 만나 지역 자원의 연결이 원활하게 이루어진 것으로 보인다.

5) 지역 경제 및 사회적 경제 활성화

‘지역 경제 및 사회적 경제 활성화’는 미디어센터 활동을 통해 마을기업, 협동조합, 사회적 기업 등이 확대되면서 사회적 경제가 활성화되는 것을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 우리도 찾아가는 영화 사업이 있어요. 복지관에서 많이 하기도 하지만 경로당이나 마을공동체 차원에서 상영을 요청하기도 해요. 이번에 동아리 지원 사업에서 하는 건데, 노숙자

쉼터에 찾아가서 활동하시는 영화읽기 동아리 분들이 기획한 모임의 프로그램이 있는데, 노숙자쉼터에서 영화도 보고 이야기도 하는 찾아가는 프로그램이에요. (성남/전문가/윤**)

■ 다울 마을은 주민 센터를 중심으로 움직이는 분들이에요. 올해 작업한 걸 지역이벤트에서 상영하기로 했는데 상영할 때 그 전에 참여하셨던 다른 마을팀이 와서 도와 주시더라고요. 그 팀이 상영한다고 하면 이 팀이 또 가서 도와주고, 영상팀끼리 서로 협력하는 관계를 만들어가고, 그 중에서 진로에 대해, 직업을 갖고자 하는 욕구가 있는 분들이 계시니까, 팀이 활동하지만 그 팀 중에서 몇몇 분이 모여서, 지역에서 미디어로 직업 갖고 활동을 하시는 거죠. 협동조합까지 가려고 하는 것 같아요. (수원/미디어교사/유**)

성남의 경우 미디어센터의 찾아가는 영화 상영 사업과 연계하여 복지관, 경로당, 노숙자쉼터 등의 기관들에 미디어센터 동아리 분들이 활동할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 영화 읽기 동아리에 소속된 이용자들이 상영 사업과는 별도의 프로그램 활동을 하면서 사회적 경제 확산에 이바지하고 있다.

수원 미디어교사의 인터뷰에서는 마을미디어에 참여했던 팀들의 네트워크를 통해서 몇몇 이용자들이 모여 지역에서 미디어 활동을 협동조합 형태로 추진해보고자 한다는 이야기를 확인할 수 있다.

= 6. 사회 참여

사회 참여 범주는 미디어센터를 통해 이용자들이 인권 및 커뮤니케이션 권리에 대한 인식과 지역 공동체에 대한 참여 의식이 높아지는 등 지역 사회의 문제를 인식하고 공공성을 고민하며 문제 해결을 위해 적극 개입하는 것과 관련된 내용들이 포함되어 있다.

사회 참여 범주의 세부범주로는 인권의식 확장, 표현의 자유 인식 고양, 공공성 인식 확장, 공동체 조직 능력 증대, 공동체 조직 및 발굴, 문제 발견 및 대안모색, 지역사회 개입 등의 7가지로 정리할 수 있다.

1) 인권의식 확장

‘인권의식 확장’은 미디어센터를 통해서 인권에 대한 이용자 혹은 지역 주민들의 의

식이 향상되는 것을 말한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 다음과 같다.

■ 성매매여성 프로젝트가 있었어요. 갔었어요, 그 참여해서 그 분들의 영상을 한 번 담아보자. (중략) 근데 이게 그 내가 성숙이 돼야 돼. 내, 내, 잘난 척했다 가면 안 되는 걸 거기서 느낀 거예요. 안 받아들여지는 부분이 있는 거야, 그 분들이. (중략) 그랬는데 정말이 사람들한테서 지, 실상을 봐야 되는 부분이잖아요. 그 부분은 안 되더라고요. (중략) 성소수자도 그렇고 그 장애인이라든가 이렇게 좀 소외된 계층에 대한 영상을 한 번 담을 욕심이 있는데. 아직까지는 제가 그러니까 제 마음이, 제 성숙이 돼야 되는데 안 되는 부분이, 그러니까 하면서 부딪치는 거예요, 그런 부분이. 그래서 반성하고 (후략) **(성남/이용자/윤**)**

■ 저희 팀에서 그 강의를 하시는 분이 내년에 장애인이라든 비장애인, 장애아동이라든 비장애아동을 같이 묶어서 라디오교육을 해보면 어떨까 이런 제안을 하셔서 너무 좋다, 우리가 가서 그 뭐, 강사료를 준다고는 하는데 사실 강사료량은 상관없이 그런 장애아동에게도 이런 기회를 주면 참 좋겠다, 간단하게라도 가르쳐주면. (중략) 여유가 없거나 아니면 전혀 접할 기회가 없는 그런 소외된 사람들도, 이런 거는 얼마든지 무료니까 또 와서 배울 수 있는 거고. 그래서 그런 사람들에게 널리 알려져서 그런 우리가 느끼고 있는 그런 긍정적인 경험들을 같이 했으면 좋겠다. **(수원/이용자/강**)**

성남 이용자는 인터뷰를 통해서 미디어센터 활동의 연장선으로 성매매여성프로젝트를 경험하면서 자신이 가지고 있던 가치관과 부딪히는 경험을 했다고 언급하였다. 성소수자와 장애인에 대한 생각도 마찬가지로 일거라며 스스로 반성하는 이야기를 하고 있는데, 이러한 다양한 경험을 통해 인권의식이 확장될 수 있는 가능성을 확인할 수 있었다.

수원 이용자 인터뷰에서는 장애아동과 비장애아동이 함께 라디오교육 제안을 받았으며 함께 하는 경험을 통해 지역 주민들에게 고루 좋은 기회가 주어지면 좋겠다고 이야기 하였다. 미디어센터가 아니었다면 선뜻 생각하기 어려운 활동이었을 것이라 생각되며, 이용자의 인권의식이 확장되는 좋은 계기가 되었을 것으로 보인다.

2) 표현의 자유 인식 고양

‘표현의 자유 인식 고양’은 미디어센터를 이용하면서 커뮤니케이션 권리 중 하나인 표현의 자유에 대해 인식하게 되는 것을 의미한다. 이에 대한 사례는 다음과 같다.

■ 미디어를 너무나 잘 활용하지만 그게 미디어에 대한 감각은 좀 둔했는데 미디어교육을 하면서 아, 내가 미디어를 제작하는 생산자가 될 수 있구나② 뭐 내지는 내가 하고 싶은 거를 여기다 담아낼 수 있구나 이런 생각들은 하게 되는 것 같아요. (중략) 친구들이 학교에서 발표를 해요. 근데 이제 PPT나 이런 것들도 여기서 배웠는지는 제가 모르겠어요. 제가 있는 동안에는 안 했는데 되게 그냥 능숙하게 하고 거기 영상을 넣는다거나 뭐 사진을 활용한다거나 이런 것에 대해서 좀 감각이 있더라고요. 그래서 선생님이 앞에서 얘기하신 것처럼 나의, 내가 가진 것을 표현하는 도구로서의 미디어를 인식하게 되는 것 같아요. 친구들이 학교에서 발표를 해요. 근데 이제 PPT나 이런 것들도 여기서 배웠는지는 제가 모르겠어요. 제가 있는 동안에는 안 했는데 되게 그냥 능숙하게 하고 거기 영상을 넣는다거나 뭐 사진을 활용한다거나 이런 것에 대해서 좀 감각이 있더라고요. 그래서 선생님이 앞에서 얘기하신 것처럼 나의, 내가 가진 것을 표현하는 도구로서의 미디어를 인식하게 되는 것 같아요. (부천/이용자/이**)

■ 이 미디어라는 게 말씀하신 것처럼 특별한 사람만 한다고들 생각을 했잖아요. 이게 어? 나도 하나까 됐네, 듣는 사람도 될 수 있고 얼마든지 내가 제작하는 사람이 될 수 있고 내 생각을 표현할 수 있는 장이 되고. 또 우리끼리만 즐겨도 사실은 상관없는 거잖아요, 우리가 마을미디어기 때문에 이런 고민을 하고 있지만. 그래서 그런 면에서 요즘 팟캐스트가 많~이 생기는 것도 그런 방문들이 많이 생기는 이유도 이 민주주의 사회에 대한 사람들의 욕망 때문이 아닐까. 실제로는 뭐 전 정권도 그렇고, 지금도 그렇고 되게 말하기가 두려운 일이 많잖아요. 그런데 이제 이런 작은, 공중 방송에서는 말하지 못하는 것들, 이런 답답한 것들을 팟캐스트를 통해서 말하는 것, 말하는 코너들도 있고. 아~ 이게요, 아, 민주주의를 펼 수 있는 그런 장이 될 수 있겠다, 라는 생각이 제목을 보니까 딱 들었고요. (수원/이용자/강**)

■ (국회에서 유은혜 의원실과 함께한 지역영상문화활성화 토론회에서 여성 어르신 한 분이) 하고 싶은 만큼 전폭적으로 해달라, 노인이라고 무시하거나 노인은 늘 힘들고 비참한 게 아니라 우리 이렇게 (미디어센터 활동을 통해서) 건강하게 하고 싶고 경험하고 소통하고 싶다 이런 게 늘 마음 속에 있으셨으니까, 그걸 그렇게 생생하게 전달해주셨다. 어떤 미디어센터의 담당자들도 못했던 걸. (부천/미디어교사/김**)

부천 이용자의 경우 미디어교육에 참여했던 청소년들의 미디어에 대한 인식 변화 사례를 이야기하였다. 스스로 미디어의 생산자가 될 수 있음을 알고 미디어를 나를

표현하는 도구로 인식하게 되었다는 것이다.

수원 이용자 인터뷰에서는 팟캐스트를 통해 공동체 라디오를 진행하는 것이 공중파 방송에서 누구나 발언기회를 얻지 못하기 때문에 시민들이 자기 의견을 이야기하는 수단으로 사용되어야 한다는 이용자의 생각이 드러난다. 이러한 내용은 대안적 미디어로서 공동체 미디어를 통해 표현의 자유가 이루어져야 한다는 것으로 해석된다.

부천 미디어교사는 국회에서 노인에게 미디어센터를 통해 미디어교육과 미디어 활동을 전폭적으로 지원해달라는 목소리를 낸 이용자 사례가 확인된다. 노인 이용자가 이렇게 이야기 할 수 있는 것은 미디어센터 활동을 통해 표현에 자유에 대한 인식이 고양되었기 때문인 것으로 이해할 수 있다.

3) 공공성 인식 확장

‘공공성 인식 확장’은 미디어센터 활동을 하면서 누구나 미디어를 생산하고 소유할 수 있음을 알고, 미디어를 통해 하는 발언의 영향력을 이해하게 되는 것이다. 이러한 사례는 다음과 같다.

■ 어떤 일이 벌어졌냐면 시청에서 소문이 돌기를 임시보호관찰소에서 이제 저쪽 갈현동. 갈현동이라고 이렇게 분당 밖, 분당하고 저쪽 어디지? 그러니까 성남 끝에 예요, 광주 넘어가기 전에 공동묘지 있고 이런 데예요, 장례식장 있고. 그래서 고 쪽으로 밀어버린다. 그러면서 그 쪽 사람들이 이제 데모가 시작이 된 거예요. 그래서 그러면 저거를 것으로 한번 얘기를 풀어보자. (중략) 조금 또 뭐지? 채네 뭘, 뭘 다루려고 하는 거지? 라고는 할 수 있었지만 어, 일단은 저는 다 알아야 된다, 라고 생각을 했거든요. 그리고 시간이 지났기 때문에 그거에 대해서 좀 객관적으로 볼 수 있는 눈이 좀 있을 수 있다, 라고 생각을 해서 그걸 이제 방송으로 다뤄서 인터뷰 그, 공문은 얘기는 안 하고 인터뷰를 다 뺐죠. (중략) 그러니까 모든 기존의 언론들이 그, 그 부분은 다 이렇게 잘 못 다루면 잘 못 다룰 수 있는데 저희는 이제 여러 가지 입장을 좀 담다① 그러니까 던진 거죠, 열린 거죠. 생각을 한번 해봐, 이게 무조건 반대하는 게 좋은 거야? 그러면, 그러면 우리 대안은 뭔가가 있어야 되지 않겠어? (성남/이용자/윤**)

위의 인터뷰와 같이 성남 이용자의 경우, 지역의 문제를 주제로 미디어 콘텐츠를 제작하면서 겪은 사례를 이야기하였다. 특정 사안에 대해 찬/반의 입장이 있는데 그 모든 입장을 대변하여 중립을 지키는 것이 옳은지를 고민하는 것이다. 이러한 태도

는 만들어진 콘텐츠가 미칠 영향을 고려한 행동으로 미디어 공공성에 대한 인식에서 출발한 것이라 해석해볼 수 있다.

4) 공동체 조직 능력 증대

‘공동체 조직 능력 증대’는 미디어센터 활동을 통해 이용자나 지역주민이 공동체 활동의 중요성을 인식하고 다양한 공동체를 만들고 꾸려가는 능력이 성장하는 것을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용을 살펴보자.

■ 마을미디어다보니까, 마을에 원래 단체가 있었던 팀이든 이제 꾸러가기 시작하는 팀들과 수업을 진행하게 되는데 그럴 때 저한테 오는 변화가 뭐냐면, 개별적으로 기술을 전하거나 체험을 전한다는 게 아니라 공동체를 만들어가는 과정이 이 수업 내에 들어가야 한다는 걸 겪으면서 저 같은 것은 저의 관심도, 미디어의 기술적인 면에 있던 관심도가 공동체를 꾸러가는 것에 대한 관심도로 많이 높아갔다. (수원/미디어교사/유**)

■ 청소년 저기 진로탐험대라고 해서 청소년 아이들 데리고 그 저기 마을라디오 교육을 받고 활동을 하고 있거든요. 근데 애들은 이제 학생이다 보니까 자주 모이거나 자주 콘텐츠를 만들지는 못하는데. 그 애들을 데리고 어, 매탄동에서 마을르네상스 사업이라고 마을 만들기 사업을 지원 받아서 매주 그 모꼬지 길에서 베틀시장이라든가 이런 뭐 체험 행사라든가 이런 행사를 열어요. 근데 그 행사만 하던 것에서 이 청소년 애들을 데리고 거기다가 이제 그 라디오 박스를 만들어서 오픈라디오를 하거든요. 오픈라디오를 하면서 그 주제가 뭐냐면, 사람책 읽기랑 같이 진행을 해요. 사람책 읽기라고 해서 그 동네에 사는 뭐, 평범할 수도 있고 특별할 수도 있는 그런 분들을 모아서 그 사람책 읽기를 하는데. 그러면서 같이 그 애들이랑 같이 라디오를 하는 거예요. 그런 것들을 보면서 아이들도 성장할 수 있고, 아이들이 이제 라디오를 하고 직접 그런 사람책 읽기 같은 그런 프로그램도 만들고 제작을 하고. 그러면서 되게 아이들에게 또 주변에 음, 어떤 좋은 행사를 하기 위해서 진행을 하지만 이 청소년 애들이 되게 많이 그런 걸 보고 자기들이 직접 하겠다, 라는 생각을 했고요. 그래서 그 청소년 팀이랑 같이 하고 싶다는 생각을 많이 해서 저희 같이 공개 방송을 한 세 번 정도 했고요. (수원/이용자/강**)

■ 저희가 이제 동아리처럼 관심 있는 다섯 명에서 그걸 가지고 봉사활동을 해보자는 모임이 있어서, 그게 지금 저희 동아리처럼 남아있거든요. 그래서 봉사활동센터에 등록을 하고, 봉사활동도 가고 있고. 유치원으로 인권교육을 갈 때 인권교육을 아이들을 데리고 하면 되게 재미없고 지루하니까 그 안에 저희가 소리극이 같이 참여해서 그렇게 지금 유치원 한 일

곰 군데 돌았어요. 네, 그렇게 지금 활동을 하고 있어요. 내년에 또 어떻게 될지 모르지만 일단, 약간 소모임처럼 라디오가 소리로 하는 거니 그러면 소리로 하는 게 또 뭐가 있을까 찾아보게 되는 움직임을 하고 있는 중이죠, 네. (성남/이용자/최**)

수원 미디어교사의 경우 마을미디어활동에 교사로 참여하면서 교육 참여자들의 변화 과정을 지켜본 결과 미디어 활동에서 기술적인 이해보다 공동체를 꾸려가는 것에 대한 부분에 관심이 생겼다고 발언하였다.

수원 이용자의 인터뷰에서 청소년 라디오 제작단과 라디오 생방송을 함께 진행한 사례를 확인할 수 있다. 매주 마을에서 생방송을 진행하면서 스스로 공동체를 꾸릴 여유가 없던 아이들에게 함께 할 수 있는 기회와 공동체 활동을 경험할 계기를 제공하였다. 이는 사례에 등장하는 성인 이용자 그룹의 공동체 조직 능력이 발휘된 결과로 이해할 수 있다.

성남 이용자의 경우 라디오 제작단 활동을 하는 이용자 중 뜻이 맞는 분들이 소리극 활동을 하는 팀을 별도로 꾸린 사례이다. 이미 제작단이라는 공동체에서 활동을 하고 있지만 또 다른 활동에 대한 확장을 계기로 새로운 미디어 활동 공동체가 만들어졌다는 점에서 미디어센터 활동을 통해 이용자들의 공동체 조직 능력이 다양하게 증대하고 있음을 입증하는 것이라 할 수 있다.

5) 공동체 조직 및 발굴

‘공동체 조직 및 발굴’은 미디어센터 활동을 통해 지역사회 공동체가 새로이 만들어지거나 기존의 공동체가 활성화 되었다는 의미이다. 이에 대한 예시는 아래와 같다.

■ ‘오소리’라는 팀이 또 결이 비슷하다. 본인들은 여유로운 삶을 사시는 분들인데, 복지관에서 낭독봉사를 하던 분들이다. 낭독봉사는 자기 스케줄만 맞추면 된다. 1인 녹음실에서 녹음하고 가면 끝이고, 8분인데 서로 같이 볼 일이 없지. 그 중 한 분이 미디어센터가 있다는 걸 알고 오셨다가 공모신청을 내보자 하신 거지. 처음에는 영상을 배우고 싶어서 본인들 활동하는 영상을 찍으셨다. 상영회를 할 때, 그 이후를 고민해야하니까 복지관이고 해서, 배리어프리로 해보시면 어떨겠냐 제안드려서 그렇게도 하셨다. 그런데 다들 영상은 힘에 부쳐하셔서 라디오로 방향을 선회하셨다. 지금은 활동지원으로 선생님들끼리 콘텐츠를 매일매일 만드셔서 복지관에서 일주일에 2번, 지금은 매일, 방송을 하신다. (수원/전문가/조**)

■ ‘보라씨’에서 그 얘기를 하더라. 보라씨는 멘토가 38로 가장 어리고, 구성원이 5인인 동아리인데 나머지는 40대 후반의 여성 활동가들이다. 그 언니들이 이미 필름 시대에 다큐 만들고 사회운동을 했었는데, 어느 순간 그게 돈도 많이 들고 그것만큼의 피드백도 안 되고 자신들의 삶이 너무 척박하고 하면서 모든 게 끊어진 상태에서 미디어센터가 생긴 거다. 그 중 한 분이 저희 부위원장인데, 마을미디어 사업을 통해 우리 다시 한 번 해볼까 하시더라. 올해까지 2년차 사업을 하고 있는데, 어제 정숙쌤이 그러시더라. 저희는 활동지원이 인건비로 나가는데 이게 정말 도움이 되는지 궁금했다. 물론 돈을 주면 좋고, 좋은데, 그런 돈이나 시설 장비 지원이 너무 고맙고 그걸로 활동을 이어갈 수 있는 거라고 생각은 하는데, 그래도 센터의 사업 덕분에 없는 시간 쪼개서 내부적으로 이 활동을 이어가자는 이야기들이 나오고, 힘들어서 내년엔 하지 말자고 하다가도 사업공고가 뜨면 이 때 아니면 못하겠다 싶어서 또 신청하시고 하신다고. 그렇게 다시 시작할 수 있는 기회의 시점이 되었던 것 같다 저희 센터 사업이. 반은 책임감이고 반은 본인들의 따뜻함이겠지만 저희 센터가 있으니까 이 활동들, 본인이 놓쳤다고 생각했던 어떤 부분을, 구성원들끼리 다시 한번 뭉쳐서 밤을 새서 뭘 하든 억지스럽게라도 만들어보고 싶다는 기회가 만들어진 것에 대해 좋다고 하시더라. 이 사업이 있었으면 좋겠다고 하셨다. (수원/전문가/조**)

■ 기존에 활동하는 팀이 있었는데 2000년대 초반에 활동하다 10여년 넘게 활동을 안 하신 팀인데, 그 팀 중 몇 분이 미디어센터가 있다니까 가볼까 해서 오셨는데 그 간에 많은 게 변했잖② 테이프 꽂아서 작업하던 분들이니까, 프리미어 이런 환경의 변화에 익숙지가 않지. 그런데 이 분들이 예전부터 활동하던 분들이니까 지역 인프라가 좋다. 작년 겨울 작업 경우에는 예전에 활동하셨던 연극/미술 하셨던 분들이 이 영상 작업에 다시 오셔서 세트 만들고 하면서 다 다시 모였다. 완전히 잊힌 팀이 이 미디어센터를 통해서 다시 모인 거지. (수원/미디어교사/유**)

수원 전문가의 인터뷰 내용에서 ‘오소리’라는 팀과 ‘보라씨’라는 팀이 현재와 같이 공동체 활동을 꾸리게 된 과정이 확인된다. ‘오소리’ 팀의 경우 도서관 낭독 봉사자들인데 이전에는 서로 만날 일이 없었지만 미디어센터 마을미디어사업에 참여하면서 현재는 라디오방송을 함께 만드는 제작 공동체가 되었다. ‘보라씨’ 팀은 이미 지역에서 활동하던 공동체였는데 함께 사업을 꾸릴만한 지원이 부족하여 소강상태였다가 마을미디어사업에 참여하면서 시민영상 제작 공동체가 되었다. 이 두 사례 모두 과정은 다르나 현재 왕성하게 지역에서 미디어 활동을 이어가고 있다는 점에서 미디어센터를 통해 공동체 조직 및 발굴이 이루어졌다고 볼 수 있다.

수원 미디어교사의 경우, 또 다른 사례가 확인되는데 ‘보라씨’와 공동체 조직 과정이 유사해 보인다. 이 사례에 따르면 예전에는 다른 활동을 통해 모여 있던 사람들이 이번에는 미디어 활동을 통해 공동체가 활성화 되는 경험을 한 것으로 보인다. 이처럼 공동체 조직 및 발굴 사례가 수원지역에 많은 것은 마을미디어사업의 영향이라 생각되며, 공동체 미디어 활동이 왕성한 단위들의 활동 지원이 사업적으로 지속되는 형태이기 때문에 효과가 뚜렷하게 드러난 것으로 보인다.

6) 문제 발견 및 대안 모색

‘문제 발견 및 대안 모색’은 미디어센터 활동을 통해 이용자 및 지역 주민들이 지역 사회의 이슈에 관심을 가짐으로써 지역에서 발생하는 크고 작은 문제를 발견하고 미디어 활동을 통해 대안을 모색하는 것을 의미한다. 이와 관련한 사례를 아래와 같이 살펴보자.

■ 저희 팀은 (중략) 이런 사회문제 관심 있는 분도 계시고, 다들 조금씩 관심이 있으세요. 뭐, 직접적으로 행동은 못하셔도 항상 그런 의견도 내도 항상 다 적극적으로 좋다, 하셔가지고 (중략) 그런 부분에서 사회적 문제에 대한 관심도 어느 정도 일치하기도 하고, 그게 되게 좋은 것 같아요. (수원/이용자/강**)

■ 이런 사례는 있다. 같은 맥락은 아닐 수도 있는데, 어떤 치킨카페에 엄마들이 갔는데 사장님이 못 되게 “왜 엄마들이 이 시간에 애들 데리고 와서 손님 떨어지게” 막 이랬나봐. 엄마들이 너무 억울해서 라디오에 제보를 한 거지. 그랬더니 라디오팀들이 단체로 애들 다 데리고 항의 한 번 가시고, 우리는 여기 안 가겠다며 보이콧 선언을 하셨다더라. (수원/전문가/조**)

■ 제가 이제 제작단 활동을 하면서 저희 공모전을 해요. 이제 1년에 한 번씩 공모전을 하는데 어떤 걸 해볼까, 하는데 저는 그게 좀 의문이었어요. 근데 우연하게 이렇게 막 댓글들을 보잖아요. 댓글들을 이렇게 보는데 이제 그 보호관찰을 받는 학생의 부모가 거기 올린 거예요. 우리 아나는 그러면, 그러니까 큰 범죄는 아니지만 조금의 잘못으로 보호관찰을 받는 형태였는데 그러면 우리 아이는 범죄자로 낙인이 찍혀서 애한테는 정말 갱생의 길이 없는 거냐고. (성남/이용자/윤**)

수원 이용자 인터뷰에서는 미디어활동을 통해서 라디오 제작팀 이용자들이 사회문

제에 관심을 가지게 되었다는 이야기가 확인된다.

수원 전문가는 지역 주민이 경험한 동네 가게와의 작은 트러블이 공동체 라디오에 사연으로 소개되면서 개선을 위한 행동으로 이어진 사례를 이야기하였다. 커다란 지역 이슈는 아니어도 당사자들에게는 예민하고 어려운 문제일 수 있는데 미디어를 매개로 소통하고 실제 개선을 위한 연대 행동이 가능해진 것이다.

성남 이용자 인터뷰에서는 청소년 ‘보호관찰’ 기관의 설립 및 이주 문제에 대한 이용자 본인의 관심이 촉발된 계기가 설명된다. 미디어 활동을 통해서 다양한 입장을 가진 주민들이 자기의견을 표현함으로써 새로운 소통이 이루어지면서 문제 발견이 이루어지는 사례라고 볼 수 있다.

7) 지역 사회 개입

‘지역 사회 개입’은 미디어센터 활동을 통해 이용자 및 지역 주민들이 지역사회에서 이루어지는 의사결정에 참여하는 경우가 늘어났음을 의미한다. 이에 대한 인터뷰 내용은 아래와 같다.

■ 우선 보라씨 같은 경우가 사회운동을 했던 사람들이다보니, 처음 만들었던 작품이 그거다. 수원에 수원현대미술관이 생기면서 현대아이파크미술관인가 그렇게 네이밍을 하는데 그걸 저지하는 운동을 굉장히 유쾌한 시민영상으로 만들었고 그걸 네트워크 파티에 상영했다. 처음에는 ‘나만 잘 살면 되지 뭐’ 했던 분들이 그걸 보니까 좀 달라지는 거지. 그 영화에 그런 게 나온다. 활동가들이 시의원한테 전화를 돌리는데, 그 시의원이 계속 말을 끊는 거야. 그랬는데 그 시의원이 거의 뭐 이년 저년 하면서 막말을 하는데, 그게 영상에 그대로 나왔다. 그랬더니 처음에 나만 잘 살면 된다 했던 그 분들이 그걸 보시고는 막 분개를 하면서 토론의 장이 열리더라고. (수원/전문가/조**)

문제의식을 가지고 지역의 이슈를 다룬 시민 제작 콘텐츠들이 존재하지만 해당 미디어의 파급효과나 해당 사안에 어느 정도 개입하여 참여한 것인지 확인하기 어려운 경우가 많은데, 수원 전문가 인터뷰에서 확인한 사례는 뚜렷하게 지역 사회의 의사결정에 개입한 것으로 보인다. 지역의 공공시설물인 미술관의 공식 명칭을 짓는데 후원한 회사의 이름을 넣자는 의견들이 많아지자 ‘보라씨’에서 이를 저지하고자 하는 영상을 제작하고 배포하였다. 이것을 계기로 지역 사회에 미술관 네이밍과 관련한 토론이 이루어졌고, 실제 미술관 명칭에 대해 주민들의 의견이 반영되는 결과를

만들었다.

≡ 7. 소결: 미디어센터의 사회적 효과 지표

이상과 같이 미디어센터 사회적 효과의 구성요인 검토, 범주 구성, 질적 연구를 통한 실제적 내용 확인의 과정을 통해 미디어센터의 사회적 효과의 지표를 도출할 수 있었다. 각각의 세부 범주에 포함하는 효과의 내용을 보다 자세히 표현하기 위하여 아래의 표와 같이 사회적 효과의 지표를 최종적으로 정리해보았다.

범주	구분	세부범주	사회적 효과 척도
1. 건강/문화	개인 차원	1-1. 일상 활력 증가	미디어센터 활동을 통해서 긍정적인 생각과 의욕이 생기며 일상의 활력이 증가하였다.
		1-2. 신체 기능 증대	미디어센터를 정기적으로 방문/이용하면서 신체적 움직임이 늘어나고 건강상태가 좋아졌다.
		1-3. 자존감 상승	미디어센터의 활동 속에서 내 능력과 가치를 이전에 비해 높이 평가 할 수 있게 되었다.
		1-4. 자기 확신 및 자기 존중	미디어센터 활동을 통해 나의 존재를 확인하고 나를 긍정적으로 인식할 수 있게 되었다.
		1-5. 삶의 기대 상승	미디어센터를 이용하고 활동을 하면 내 삶이 긍정적으로 변화할 것이라고 생각한다.
		1-6. 자아성찰	미디어센터 활동을 하면서 나와 주변을 돌아보고 내 삶에 대해 생각할 수 있는 시간이 많아졌다.
		1-7. 즐거움	미디어센터에서 활동하면서 일상적인 즐거움과 활동에 대한 재미, 만족감을 느낀다.
		1-8. 적극성	미디어센터 활동을 통해 대인관계에서 나의 태도가 적극적으로 변화하였다.
		1-9. 성취감	미디어센터 활동은 나에게 성취감을 안겨준다
		1-10. 자부심	미디어센터에서 활동하고 있는 나 자신이 만족스럽고 자랑스럽다.
		1-11. 여가의 확대	미디어센터를 알고 나서 미디어 관련 여가 기회가 확대되었다.
		1-12. 여가 만족도 상승	미디어센터를 이용하면서 여가 시간 활용에 만족감이 높아졌다.
	지역 사회 차원	1-13. 지역 환경 개선	미디어센터 활동을 통해서 지역 환경이 개선되었다.

		1-14. 공동체 문화 형성	미디어센터를 통해서 공동체 문화가 형성되었다.
		1-15. 다문화 인식 및 문화다양성 고양	미디어센터를 통해서 지역사회의 다양한 구성원들의 문화가 상호 교류 됨을 확인했다.
2. 학습/역량	개인 차원	2-1. 자기표현 및 자기발언	미디어센터를 이용하면서 나의 생각을 표현하고 나의 의견을 발언할 기회가 많아졌다.
		2-2. 호기심 증대	미디어센터 활동을 하면서 나와 주변, 그리고 미디어에 대한 관심이 늘어났다.
		2-3. 창의성 증대	미디어센터 활동을 하면서 창의적으로 사고하고 표현하는 능력을 갖추게 되었다.
		2-4. 학습욕구 상승 및 학습동기 부여	미디어센터를 이용하면서 배움에 대한 욕구가 증가하였다.
		2-5. 진로탐색 및 직업훈련	미디어센터를 이용하면서 나의 관심과 적성을 확인하고 미디어 관련 직업 활동에 필요한 기본 소양을 갖추게 되었다.
		2-6. 자기개발	미디어센터 활동을 통해서 내가 가진 지식이 늘어나고 재능이 발달되었다.
	지역 사회 차원	2-7. 미디어 교육 기회 확대	미디어센터를 통해서 누구나 미디어교육에 참여할 수 있게 되었다.
		2-8. 미디어 전문 인력 양성	미디어센터를 통해서 다양한 미디어 전문 인력이 양성되었다.
3. 미디어 역량/미디어 환경	개인 차원	3-1. 미디어 이해 확장	미디어센터 활동을 통해서 다양한 미디어에 대해 인식하게 되었고 미디어에 대한 이해가 넓어졌다.
		3-2. 미디어 비평 역량 증대	미디어센터를 이용하면서 대중매체를 비롯한 미디어 콘텐츠를 다양한 관점에서 분석하고 비판적으로 볼 수 있게 되었다.
		3-3. 미디어 제작 역량 증대	미디어센터를 이용하면서 나의 생각과 느낌을 미디어 콘텐츠로 만들 수 있게 되었다.
		3-4. 미디어 유통 및 배급 역량 증대	미디어센터를 이용하면서 미디어 콘텐츠의 다양한 배포/유통 방법을 알게 되었다.
	지역 사회 차원	3-5. 미디어 문화 공간 인식 확대	미디어센터 설립 후 지역 주민들에게 미디어 문화 공간으로서 미디어센터에 대한 인식이 확대되었다.
		3-6. 미디어 접근성 확대	미디어센터 설립 후 지역 주민들이 미디어에 대한 접근성이 향상되고 미디어문화에 대한 접촉면이 넓어졌다.
		3-7. 퍼블릭액세스 개념 전파	미디어센터를 통해서 퍼블릭액세스의 개념이 지역사회에 전파 되었다.
		3-8. 공동체 미디어 확대	미디어센터를 통해서 공동체미디어가 활성화 되었다.
4. 관계/소통	개인 차원	4-1. 타인 이해	미디어센터 활동을 하면서 다양한 사람의 입장과 의견을 이해하게 되었다.
		4-2. 경청	미디어센터 활동을 하면서 다른 사람의 이야기에 관심을 갖고 들을 수 있게 되었다.

		4-3. 인간관계 형성 및 확장	미디어센터를 이용하면서 새로운 인간관계가 형성되거나 관계망이 확장되었다.	
		4-4. 인간관계 심화	미디어센터 활동을 하면서 기존 주변인들과의 관계가 심화되었다.	
		4-5. 지역 인식 고양	미디어센터 활동을 통해서 지역사회에 관심을 가지게 되었다.	
		4-6. 주민의식 고양	미디어센터를 이용하면서 지역 사회 주민으로서의 권리를 알게 되었다.	
		4-7. 공동체 소속감	미디어센터를 이용하면서 내가 지역사회 및 공동체의 구성원임을 알게 되었다.	
		4-8. 공동체 연대감	미디어센터를 이용하면서 공감과 지지를 경험하였다.	
		4-9. 지역 주민에 대한 관심 증대	미디어센터 활동을 통해서 지역 주민에 대한 관심이 새로 생기거나 관심의 정도가 커지게 되었다.	
		지역 사회 차원	4-10. 지역 소식 및 이야기 전파	미디어센터를 통해서 지역의 소식과 이야기를 지역주민들에게 전달할 수 있게 되었다.
			4-11. 지역 사회 신뢰 증대	미디어센터를 통해서 지역에 대한 애정과 지역 주민들 사이의 신뢰가 형성되었다.
	4-12. 지역 사회 소통 증대		미디어센터를 통해서 지역사회의 소통이 장이 확대 되었다.	
	4-13. 공동 활동 증대		미디어센터를 통해서 지역사회 주민들의 협동이 증가하였다.	
	4-14. 네트워크 확장		미디어센터를 통해서 다양한 공동체의 네트워크가 형성되고 강화되었다.	
	4-15. 공동체 정체성 고양		미디어센터를 통해서 지역 주민들이 지역공동체의 의미를 알고 여러 구성원들이 함께 더불어 살아가는 공간으로서의 공동체를 인식하게 되었다.	
	5. 지역 경제	개인 차원	5-1. 지역 자원의 확인	미디어센터를 이용하면서 지역사회의 자원을 알게 되었다.
			5-2. 소득 창출	미디어센터를 이용하면서 관련 활동으로 경제적 이익이 발생 하였다.
지역 사회 차원		5-3. 지역 자원의 증가	미디어센터 설립 이후, 주민들이 활용 가능한 미디어 문화 자원과 지역에서 활동하는 미디어 전문 인력이 증가 하였다.	
		5-4. 지역 자원의 연결	미디어센터를 통해 다른 주민들과 지역의 자원을 공유하고 함께 활용할 수 있게 되었다.	
		5-5. 지역 경제 및 사회적 경제 활성화	미디어센터 활동을 통해 지역 경제와 사회적 경제가 활성화 되었다.	
6. 사회 참여	개인 차원	6-1. 인권의식 확장	미디어센터를 통해서 인권에 대한 의식이 향상되었다.	
		6-2.	미디어센터를 이용하면서 표현의 자유에 대해 인식하게 되	

		표현의 자유 인식 고양	었다.
		6-3. 공공성 인식 확장	미디어센터를 이용하면서 누구나 미디어를 만들고 소유할 수 있음을 알며 미디어의 영향력에 대해 생각하게 되었다.
	지역 사회 차원	6-4. 공동체 조직 능력 증대	미디어센터를 통해 공동체 활동의 중요성을 알고 공동체를 만들고 꾸러가는 능력이 성장하였다.
		6-5. 공동체 조직 및 발굴	미디어센터 활동을 통해서 지역 사회 내 새로운 공동체가 만들어지고 기존의 공동체가 활성화 되었다.
		6-6. 문제 발견 및 대안 모색	미디어센터를 통해서 지역 사회의 문제를 발견하고 주민들이 함께 대안을 모색할 수 있게 되었다.
		6-7. 지역 사회 개입	미디어센터를 통해서 지역 주민들의 사회 참여가 확대되었다.

[표35] 미디어센터 사회적 효과의 척도

각 세부범주별 척도의 내용은 앞서 지표의 검증과정을 통해 정리한 내용을 요약한 것이다. 개인 차원의 세부범주에 대한 척도는 개인 이용자의 입장에서 척도를 스스로 확인해볼 수 있도록 서술하였고, 지역사회 차원의 세부범주에 대한 척도는 경향이나 현상을 확인할 수 있는 구체적인 내용을 서술하였다.

미디어센터 사회적 효과의 척도를 통해 미디어센터 사회적 효과의 세부 내용을 확인할 수 있으며, 그동안 설명하기 어려웠던 미디어센터 사업의 질적 성과를 표현하는 언어로도 활용할 수 있을 것이다. 또한 이후 지역별 미디어센터의 사회적 효과를 양적평가 방법을 통해 측정하고자 할 때, 설문지의 질문을 구성하고 결과를 분석하는 기준으로 활용할 수도 있을 것이다.

Ⅱ V 결론 : 연구의 요약 및 제언

현대사회에서 미디어는 단순한 의사소통 수단 또는 도구로서만 존재하지 않는다. 미디어는 현대인의 삶 곳곳에 영향을 미치며 일상 그 자체가 되어가고 있다. 미디어의 영향력이 점차 확대되고 있는 상황에서, 미디어에 대한 접근과 향유는 일종의 커뮤니케이션 권리로서 인식되어야 할 필요가 있다. 누구나 미디어에 접근해 자기표현을 할 수 있어야 하며, 미디어를 비판적으로 인식할 수 있도록 미디어 리터러시 능력을 학습할 수 있어야 한다. 이를 위해 시민들의 비판적 미디어 이해를 돕고, 참여적 미디어 제작을 지원하며, 지역사회 미디어 커뮤니케이션 네트워크의 중심축으로서 기능하는 미디어센터는 시민들의 미디어 커뮤니케이션 권리의 실현과 지역 민주주의의 강화 차원에서 매우 중요하게 포지셔닝 된다.

본 연구에서는 미디어센터의 기능적 역할을 강조해오던 기존의 연구를 넘어서서 미디어센터가 갖는 다양한 문화사회적 의미와 효과에 대해 고찰해 보고자 하였다. 각종 문헌자료와 수도권 4곳 미디어센터의 사업 분석을 통해 미디어센터의 사회적 효과를 ‘미디어센터를 기반으로 한 다양한 미디어 경험을 통해 개인의 삶의 긍정적 영향을 미치고 나아가 사회의 변화를 이끌어 내는 것’으로 정의하였으며, 이러한 사회적 효과의 측정을 위한 구성요인 도출과 지표를 제시하고자 하였다. 미디어센터의 사회적 효과 측정을 위한 지표는 총 6개 대범주와 총 58개의 세부 범주로 구성되었다. 6개 범주 영역은 건강/문화, 학습/역량, 미디어 역량/미디어 환경, 관계/소통, 지역경제, 사회참여로 구성되었으며, 6개의 전 영역에 걸쳐 개인과 지역사회 차원의 세부 범주를 발굴하였다. 미디어센터 실무자 및 교사, 이용자들과의 질적 연구를 통하여 미디어센터의 사회적 효과 지표를 검토하고 조정하는 과정을 거쳤으며, 이 과정을 통해 미디어센터가 처한 조건과 환경, 미디어센터가 수행하고 있는 기능과 역할, 미디어센터 안팎으로 연결된 사람들이 경험하고 변화시켜 나가는 여러 사례를 확인할 수 있었으며, 이를 통해 미디어센터 사회적 효과 지표를 도출 할 수 있었다.

연구 결과, 미디어센터를 이용하는 다양한 주체들은 미디어센터를 통해 미디어의 활용 방법과 표현능력을 습득하고, 이를 토대로 지역사회의 다양한 관계망을 형성, 확장해 나가는 것을 알 수 있었다. 미디어센터 인근지역에 거주하는 주민들은 미디어

센터의 이용을 통해 지역사회를 새롭게 인식하는 것으로 파악되었으며, 이는 미디어 센터가 지역사회 내 관계망을 구축하는 허브이자, 지역민들의 미디어 역량과 커뮤니케이션 권리를 신장하는 토대로서 의미가 있다는 것을 확인할 수 있는 지점이었다. 또한 미디어센터의 활동과 관계가 개인-미디어센터에 국한되지 않고 개인-개인, 개인-공동체, 개인-지역사회, 공동체-지역사회공동체-미디어센터, 지역사회-미디어센터 등으로 다차원적으로 확산됨에 따라 미디어센터의 지역사회 내 영향력도 함께 증가하는 것으로 파악되었으며, 이는 미디어센터의 활동이 지역사회에 일정한 영향을 미칠 수 있음을 시사하는 지점이기도 하다. 이러한 다차원적 관계망은 지역주민(미디어센터 이용자) 스스로 미디어를 매개로 문화, 사회, 경제적 영역으로 확장될 수 있으며, 이것은 현재 시작단계에 있는 지역사회 협동조합, 마을기업, 사회적 기업 등의 구성과 운영으로 확인되기도 하였다. 이는 그동안 미디어센터가 미흡한 지점으로 지적되어 왔던 경제적 효과창출의 가능성을 의미하며, 동시에 경제적 효과 역시 단순한 정량적 평가가 아닌 사회문화적 다차원적 평가들이 필요함을 확인할 수 있는 지점이다.

그동안 미디어센터의 평가는 정량적 지표 중심으로 이루어져오면서 정량적 지표로는 확인되지 않는 미디어센터 이용자의 성장과 변화, 지역사회 관계망의 형성과 확장, 미디어센터와 지역사회의 상호작용 및 변화의 추동 등의 측면을 충분히 평가하지 못한다는 지적이 있어왔다. 이러한 측면에서 본 연구가 미디어센터를 둘러싼 다양한 환경과 자원을 확인하고, 미디어센터가 갖는 다차원적 의미를 파악해 보고자 한 것은 미디어센터의 보다 다각적 기능과 역량이 요구되는 시점에서 유의미하다고 할 수 있다.

그러나 본 연구는 미디어센터의 사회적 효과의 구성요소들을 확인하고 이를 토대로 한 지표의 도출까지만 진행되었다. 연구의 범위 또한 수도권 4곳 센터로 한정되어 진행되었기 때문에 본 연구만으로 미디어센터의 사회적 효과 측정의 조건이 완성되었다고 볼 수 없다. 따라서 향후 미디어센터의 사회적 효과에 대한 보다 면밀한 이론적 연구가 지속되어야 할 것이며, 미디어센터의 실질적인 사회적 효과의 측정과 검토를 위해서 추후 전국단위의 미디어센터를 대상으로 하는 양적/질적 연구가 추가로 진행되어야 할 것이다. 추후 연구를 진행함에 있어 추가적으로 유의해야 할 점은, 개별 미디어센터가 가진 지역적, 정책적, 구조적 조건과 환경이 매우 다르다는 것이다. 미디어센터가 위치한 지역에 따라 미디어센터를 이용하는 이용자 그룹의 특

성이 상이할 수 있으며, 지역의 네트워크와 문화예술 인프라 구조에 따라 미디어센터에게 요구되는 역할 또는 달라지기 때문이다. 따라서 향후 후속 연구에서는 개별 미디어센터의 사업과 이용자 그룹의 특성에 따른 다각적 맵핑이 함께 진행되어야 하며, 이를 토대로 본 연구에서 제시한 미디어센터의 사회적 효과의 개념과 구성요인, 지표 등이 다시 한 번 검토되고 재구성 될 필요가 있을 것이다.

≡ 참고문헌

- 강진숙, 김영순, 이영주(2008). 『사회적 소외계층을 위한 미디어교육 연구』. 한국언론재단
- 강진숙(2009), 「노인미디어교육의 목표와 교육방법에 대한 인식 연구-노인미디어교육 교사 및 학습자와의 심층인터뷰를 중심으로」, 한국언론정보학보 통권 48호
- 김명준(2001). 「영상 미디어센터와 독립영화의 정책적 과제」. 문화과학, 28
- 김용찬 외(2014), 『커뮤니케이션의 새로운 은유들』, 커뮤니케이션북스
- 김양은(2000). 「미디어환경 변화에 따른 미디어교육에 대한 연구: 한국의 미디어 교육 실행 모색」. 중앙대학교 박사학위논문
- 김양은(2005). 「미디어교육의 개념 변화에 대한 고찰」. 한국언론정보학회, 28권, 1~34.
- 김은규(2010), 「지역공동체의 사회자본으로서 시민미디어에 대한 고찰」, 정치커뮤니케이션 연구, 통권19호
- 김은규(2015), 「다문화미디어교육의 운영 현황 점검과 방향성 모색 -다문화가족지원센터와 시민 미디어센터의 다문화미디어교육 사례를 중심으로」, 언론과학연구 제15권 1호
- 김태훈(2017), 『지역공동체와 미디어』, 커뮤니케이션북스
- 문화체육관광부(2008), 『2007 지역영상미디어센터 운영평가 보고서』
- 문화체육관광부(2009), 『2008 지역영상미디어센터 운영평가 보고서』
- 미디어미래연구소(2011), 『지역영상미디어센터 워크숍 및 '09~'10 운영평가』
- 박성우, 장우권(2009). 「사회자본과 공공도서관의 사회적 영향에 관한 고찰」. 한국문헌정보학회 지 제43권 2호
- 박신의(2013). 『예술의 사회적 영향' 연구 분석과 정책적 함의』. 2013문화정책논총, 제27집 1호
- 박혜미, 오정훈, 홍교훈(2007). 『미디어교육 새로운 실천2-개념, 틀, 방향』. 미디어트
- 심광현 외(2000), 『미디어센터 및 독립영화 전용관 설립과 운영방안에 관한 연구보고서』, 영화진흥위원회, 2000.
- 양현미, 심광현(2007). 『문화의 사회적 가치 : 행복연구의 정책적 함의를 중심으로』, 한국문화관광연구원
- 영화진흥위원회 서울영상미디어센터(2013), 「지역미디어센터 실태조사 및 모델 연구」
- 오정훈(2006). 「미디어센터 미디어교육」. 독립영화, 30권
- 윤상길(2011), 한국의 지역사회와 지역커뮤니케이션의 구조, 한국민족문화 39
- 이혜린(2009). 「지역 내 미디어교육을 위한 '공간' 만들기」. 『미디어교육 지역 공동체에 단단히 뿌리내리기. 미디어교육 지역, 정착화 방안을 위한 포럼 자료집』, (2009.12.8.)
- 이흥재(1997). 「문화시설의 지역 경제 및 사회문화적 효과 연구 - 박물관을 중심으로」, 한국문화정책개발원

- 이희량(2013), 「공동체미디어교육의 새로운 패러다임에 대한 연구 -지역 중심의 소통 공동체적 관점과 실천을 중심으로」, 중앙대학교 박사학위논문
- 임영식 외(2013). 『2013 토요일문화학교 사회적 효과 연구』, 중앙대학교 산학협력단, 한국문화예술교육진흥원
- 전국미디어교육네트워크(2007). 「미디어교육의 자율적 실천과 담론을 향하여」. 『전국미디어교육 페스티벌 포럼 자료집』, (2007.11.23.)
- 정의철(2011), 「다문화사회와 이주민의 정체성 ; 다문화사회와 다문화교육: 참여적 다문화 미디어 교육 사례」, 국제비교한국학회, <Comparative Korean Studies> 19권 1호
- 정현선(2004). 「청소년 대상 미디어교육의 현황과 제도화 움직임에 대한 비판적 고찰」. 한국청소년연구, 39호
- 조동원(2005). 「한국미디어교육 운동의 역사와 전략 연구」. 한국예술종합학교 예술전문사과정논문
- 최영목(2005), 『시민미디어론』, 아르케
- 한국문화관광정책연구원(2006). 『지역영상미디어센터 운영 및 평가방안 연구』. 한국문화관광정책연구원
- 한국독립영화협회(2000). 「미디어센터 설립과 독립영화 전용관에 대하여」. 독립영화, 126-142.
- 홍교훈 (2009). 「생애 단계별 미디어교육 경험과 인식」. 고려대학교 석사학위논문
- François Matarasso(1997). 「USE OR ORNAMENT? The social impact of participation in the arts」, COMEDIA
- François Matarasso(2001). 「Recognising CultureA series of briefing papers on culture and development」, COMEDIA & UNESCO
- Joshua Guetzkow (2002). 「How the Arts Impact Communities : An introduction to the literature on arts studies」. Working Paper Series, 20, Princeton University
- Lnadry, C., Green, L., Matarasso, F., & Bianchini, F.(1996). 「The Art of Regeneration: Urban renewal cultural activity」. Comedia, Stroud.
- The European Task Force on Culture and Development(1997). In from the Margins, A contribution to the debate on Culture and Development in Europe, Summary Version of a report prepared for the Council of Europe by The European Task Force on Culture and Development, Brussels.
- 고양영상미디어센터 2014년 사업계획서(5차) 및 실적보고
- 고양영상미디어센터 2015년 사업계획서(2차) 및 실적보고
- 부천시미디어센터 2014년 사업영역별 사업계획 및 결과보고 : 공동체 미디어교육, 공모 및 협력 사업, 상영사업, 시민제작활성화교육, 정책 및 네트워크사업, 창작지원사업의 세부 사업계획 및 결과보고서

- 부천시민미디어센터 2015년 사업영역별 사업계획 및 결과보고 : 공동체미디어교육, 공모 및 협력사업, 상영사업, 시민제작활성화교육, 정책 및 네트워크사업의 세부 사업계획 및 실적, 결과보고서
- 성남미디어센터 2014년 사업영역별 사업계획 및 결과보고 : 미디어교육, 시민제작단 운영사업, 독립영화제작지원사업, 상영사업, 청춘시네마사업 사업계획 및 결과보고서
- 성남미디어센터 2015년 사업영역별 사업계획 및 결과보고 : 미디어교육, 커뮤니티 지원사업, 독립영화 제작지원사업, 상영사업, 청춘시네마사업 사업계획 및 결과보고서
- 수원영상미디어센터 2014년 사업계획서(2차) 및 애뉴얼리포트, 성과보고서
- 수원영상미디어센터 2015년 사업계획서 및 애뉴얼리포트, 성과보고서