2024학년도 동계 이화글로벌프론티어 프로그램 탐사보고서

시민의 미디어 교육 확대와 미디어 액세스권 개선을 위한 미디어센터 활성화 방안 제시
: 교육, 제작 및 유통, 네트워크를 중심으로

E-MC(Ewha-MediaCenter)

목 차

Ⅰ. 서론
1. 문제 제기 및 연구 주제
2. 연구 배경
3. 연구 방법
4. 선행 연구 분석

Ⅱ. 이론적 배경
1. 미디어센터의 개념
2. 미디어센터의 특징
3. 미국의 미디어센터
4. 시사점

Ⅲ. 연구 방향
1. 연구의 필요성
2. 연구 목표
3. 연구의 기대효과

Ⅳ. 국내 탐사
1. 국내 탐사 과정
2. 국내 현장 답사 및 심층 인터뷰
3. 국내 탐사 요약

Ⅴ. 해외 탐사
1. 해외 탐사 과정
2. 해외 현장 답사 및 심층 인터뷰
3. 해외 탐사 요약

Ⅵ. 결론
1. 연구 결과 요약
2. 연구의 의의 및 한계
3. 후속 연구 방향 제시

Ⅶ. 부록
1. 탐사 준비
2. 국내 탐사 일정
3. 국내 인터뷰 전문
4. 해외 탐사 일정
5. 해외 인터뷰 전문

6. 결과물

Ⅷ. 참고 문헌

Ⅰ. 서론

1. 문제 제기 및 연구 주제

유튜브, 인스타그램, 블로그를 비롯한 다양한 미디어 플랫폼들과 쏟아지는 콘텐츠들, 오늘날 누구나 미디어를 소비하고 생산할 수 있는 시대가 도래했다. 그러나 급변하는 미디어 환경 속에서 시민은 과연 진정한 미디어의 주체로서 존재할까. 이에 대해 김용찬 연세대 언론홍보영상학부 교수는 한 언론사와의 인터뷰에서 “마치 개인 자신의 각자의 이야기를 할 수 있는 환경이 갖춰졌다고 생각하지만 이 역시 ”착각“일 수 있다고 지적”했다.[1] 개인 혹은 공동체가 만들어내는 콘텐츠들이 구조적으로 미디어 플랫폼 기업에 쉽게 종속되어 버릴 수 있기 때문이다. 이에 따라 그는 “단순히 개인의 역량으로서의 리터러시를 넘어 디지털 리터러시 역량이 커진 커뮤니티를 구축할 수 있는 환경을 만들어야 한다”[2]며 “새로운 시민 운동을 통해 미디어 환경 자체를 시민 권력으로 가져오려는 노력이 필요한 상황”[3]임을 역설했다. 이는 1인 미디어 시대에 누구나 목소리를 낼 수 있게 되었다는 명제가 민주적 미디어 생태계의 충분조건이 아님을 의미한다. 오히려 ‘누구나’라는 주어는 현재 미디어 생태계가 직면한 문제를 가려버리는 측면이 존재한다.

첫째, 상업성 중심의 자극적인 콘텐츠 경쟁이 과열되는 문제이다. 과거 일정한 시간대 방영되거나 지면에 실리는 방식으로 콘텐츠가 유통되었던 올드 미디어와 달리, 최근 지배적인 영향력을 행사하는 유튜브와 같은 SNS 플랫폼들의 경우 알고리즘[4]에 따라 선택적으로 콘텐츠 노출이 이루어진다. 콘텐츠의 노출이 곧 조회 수와 수익으로 이어지는 구조에 따라 제작자들은 짧은 시간 내 대중의 이목을 끌 수 있는 소위 ‘알고리즘을 탈 만한’ 자극적인 콘텐츠들을 집중적으로 생산해 내게 된다. 이에 맞물려 대중이 ‘알고리즘에 의한’ 콘텐츠들을 소비하면서 일종의 순환고리가 만들어진다. 다시 말해 과거와 다른 형태로 생산과 소비가 이루어지는 미디어 생태계에서-스마트폰의 보급, 편집 프로그램의 단순화 등-기술적 측면의 접근성이 비교적 높아졌을지라도 그것이 모든 이의 목소리가 평등하게 전달되고 존중받는 미디어 환경을 담보하지 못하는 것이다.

둘째, 계층·지역에 따른 디지털 미디어 격차 문제이다. 주체와 타자 (혹은 소수자), 서울을 중심으로 한 수도권과 수도권이 아닌 지역 사이의 인적·물적 인프라 쏠림 현상은 최근 1, 2년 사이의 문제가 아니다. ‘생산·유통·소비 미디어의 전 과정에 걸친 한국사회의 중앙집권적 문화 메커니즘에 따른 지방의 열악한 조건과 구조는 쉽게 극복되지 않고 있다. 가령 미디어 교육의 경우 지역의 청소년들이나 일반 주민들이 혜택을 받기 어려운 현실이다.’[5] 그렇기에 앞서 언

---

1) 이근아, 「“개인이 미디어 주체? 진짜 권력은 플랫폼에 있다”」, 『한국일보』, 2023.03.31., https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2023032709390001483, 접속일 2025.02.03.
2) 이근아, 위의 기사.
3) 이근아, 위의 기사.
4) “알고리즘은 ‘주어진 문제에 대한 해결 방안을 정의하고 실행하는 과정’을 의미하는 학술용어다. 하지만 소셜미디어에서의 알고리즘은 플랫폼 회사가 개별 이용자에게 추천할 콘텐츠를 결정하기 위해 활용하는 규칙과 계산을 뜻한다. 이용자의 참여도·관심사 등을 바탕으로 게시물을 선별해, 가장 관련성이 높은 콘텐츠를 추천하는 것이다.” (최혜정, 「[유레카] 대통령까지 중독된 알고리즘 공화국」, 『한겨레』, 2025.02.02., https://www.hani.co.kr/arti/opinion/column/1180362.html 접속일 2025.02.03)
5) 백홍진, 「지역에서의 미디어 교육과 퍼블릭 액세스 실천 사례 연구-제천영상미디어센터를 중심으로」, 강원대학교대학원 박사학위논문, 2012, 4-8쪽.

급한 명제 속 '누구나'가 근본적으로 섣부른 판단이 아닌지 되돌아봐야 한다. 미디어의 공공성은 거대 미디어 기업들의 상업적 모델 설계, 불평등한 사회구조와 같은 외부적인 힘의 작용에 따라 온전히 실현되지 못하고 있다.

이러한 현실에서 미디어센터는 국가와 시장 사이 제3섹터로서 뉴미디어 시대에 부합하는 시민의 미디어 액세스권과 주체적인 미디어 생비자(生費者)로서 시민의 미디어 리터러시 능력을 함양하는 기반이자 지역 공론장의 역할을 할 수 있다. 그러나, 미디어센터 설립 운동이 활발하게 개진된 이후 약 20년이 지난 현재, 과연 미디어센터가 "21세기 공공 미디어 인프라"[6]로서 존립의 의의를 다하고 있는지에 대한 점검과 급변하는 미디어 환경에 발맞춘 대응을 도모하고 있는지 방향성에 대한 성찰이 필요한 시점이다. 이에 본 팀은 <시민의 미디어 교육 확대와 미디어 액세스권 개선을 위한 미디어센터 활성화 방안 제시: 교육, 제작 및 유통, 네트워크를 중심으로>를 주제로 연구 및 탐사를 진행하고자 한다. 이때 연구 전반을 관통하는 문제를 몇 가지 제기한다.

첫째, 급변하는 미디어 환경 속에서 미디어센터의 미디어 교육이 기술 교육을 넘어서 미디어 리터러시 능력과 미디어 활용 능력을 중심으로 시민의 미디어 참여 및 실천을 도모할 수 있는가이다. 미디어 교육의 궁극적 목표는 미디어를 통해 시민들이 사회의 구성원이자 주체로서 목소리를 낼 수 있는 역량을 갖추는 것이 되어야 한다. 미디어 자체는 수단에 불과할 뿐만 아니라 과거와 비교했을 때 정보를 손쉽게 얻을 수 있게 되었다는 점에서, 미디어센터의 주된 사업인 미디어 교육의 목표가 어디를 향해있는지 살피는 것은 미디어센터의 정체성과 깊이 관련된다.

둘째, 미디어센터를 통해 권력과 자본으로부터 자유로운 환경에서 표현의 자유를 바탕으로 한 미디어 액세스권이 실질적으로 실현되고 있는가이다. 앞서 언급한 미디어 교육의 목표인 시민의 미디어 참여 및 실천은 결국 미디어 액세스권과 연결된다. 미디어 액세스권이란 단순히 미디어를 소비하고 접근하는 것을 넘어서 시민이 제작한 미디어가 사회에 유통·전달됨으로써 능동적 참여가 보장되는 단계로까지 나아가는 개념으로 시대에 따라 변화·확장될 수 있다. 이에 따라 미디어센터가 어떤 방식으로 시민의 미디어 액세스권을 이해하고, 실현에 앞장서고 있는지 살피는 것은 미디어 액세스권의 방향성, 나아가 미디어센터의 방향성과 관련된다.

셋째, 미디어 교육의 실천과 미디어 액세스권의 실현을 통해 미디어센터가 공동체의 문제를 주체적으로 논의하고 해결하는 지역 공론장의 역할을 수행할 수 있는가이다. 지역 미디어센터는 다양한 사회적 집단과 연령층을 대상으로 맞춤형 교육을 제공함으로써, 사회적 소수자와 다양한 계층이 미디어를 통해 자신의 의견을 표현할 수 있는 기회를 보장[7]한다. 이러한 교육과 참여는 지역 민주주의 발전에 기여하고, 시민들의 적극적인 사회적 참여를 유도하는 중요한 역할을 할 수 있다. 따라서 미디어센터가 정보 전달 및 개별적 시민의 권리 보장을 넘어서 지역 공동체의 연결 다리로서 기능할 수 있는지, 그 가능성과 관련된다.

현재 미디어센터는 과거에서부터 이어져 온 과제들과 새롭게 생겨나는 문제들을 직면하고 있지만, 결국 시민이 미디어를 통해 자신의 의사를 전달하고 사회와 소통할 수 있는 환경이 복지가 아닌 권리로서 보장되어야 한다는 사실에는 변함이 없다. 따라서 본 연구를 통해-'미디어 교육의 방향성', '뉴미디어 시대에 부합하는 미디어 액세스권 성찰', '지역 공론장의 가능성'에 대한 문제의식을 바탕으로-국내 미디어센터의 현주소를 살피는 것은 지속 가능한 민주

6) 미디어운동 연구센터 프리즘, 「미디어센터 설립 운동 연구 보고서」, 2001, 3쪽.
7) 정혜지, 「노인 미디어교육 현황 및 활성화 방안 지역미디어센터 교육사례를 중심으로」, 동국대학교 영상대학원 석사학위논문, 2020, 17쪽.

적 미디어 생태계를 구축하기 위해 필요한 과정이다. 나아가 국내 탐사를 기반으로 한국보다 앞선 1970년대부터 미디어교육과 퍼블릭액세스권 보장을 위한 시민운동의 일환으로 미디어센터 역사가 시작된 미국을 탐사지로 선정하여 현장 탐사함으로써 운영 모델의 비교·분석을 통해 궁극적으로 보다 넓은 시각에서 국내 미디어센터 개선과 발전을 도모하고자 한다.

2. 연구 배경

타자와 주체를 둘러싼 주변화된 목소리의 문제는 언제나 고질적인 사회문제로 제기되어 왔다. 주변화된 목소리를 드러내려는 시도와 노력은 끊임없이 이어져 왔으며, 시대의 변화와 기술의 발전에 따라 높은 접근성을 가진 미디어는 효과적인 수단으로 자리매김하게 되었다. 기사·드라마·영화·예능은 언뜻 달라 보여도 필연적으로 누군가의 목소리를 사회에 전달하고자 한다는 점에서 공통분모를 공유한다. 이와 같은 맥락에서 본 팀원들의 관심사는 조금씩 달라도 미디어가 사회에 끼치는 영향과 역할을 공부하는 미래의 미디어계 예비 인력으로서, 미디어계의 문제의식을 검토하는 작업의 시발점에는 자연스럽게 '시민의 목소리와 실천적 참여'가 놓이게 되었다. 뉴미디어 시대에 접어들면서 1인 미디어 플랫폼의 등장과 발전으로 과거 전문가들의 영역이었던 기존 주류미디어에 비견할 만한 기술적 환경이 마련되었지만, 거대 미디어 기업에 귀속된 플랫폼 내에서의 활동은 여전히 시민의 미디어 참여 및 공공성 측면에서 한계가 있다. 본 팀은 시민이 수동적인 미디어 콘텐츠 소비자에 머무르지 않고 비판적인 시각을 갖춘 능동적인 참여자로서 미디어 생산 및 유통의 주체로 설 수 있는 지점을 발굴하여 본격적인 연구로 발전시켜나가고자 하였다.

이에 따라 설정한 주제는 "공영방송의 ESG: 국내외 비교 및 방안 제시"로 딥페이크·가짜뉴스를 비롯한 미디어의 신뢰성 문제가 심각한 문제로 대두되는 상황에서 공영방송이 지닌 사회적 책임과 영향력을 고려하여 미디어 생태계의 지속가능성에 대한 방안을 탐구하고 제안함으로써 시민들이 건강한 미디어 활동을 펼칠 수 있는 환경을 구축하고자 하는 의도에서 비롯된 것이었다. 그러나 몇몇 미디어 기업의 ESG 보고서 및 관련 논문을 읽으며 문헌 연구와 토의를 진행하는 과정에서 복합적이고 추상적 개념인 ESG의 국내외 사례를 비교하고 개선방안을 제안하는 작업이 자칫 단편적 사실 나열에 그칠 수 있다는 의견이 제기되었고, 주제에 대한 자문을 구하기 위해 이화여자대학교에서 <생애주기와 미디어>, <다큐멘터리 제작> 등의 수업을 강의하고 있는 커뮤니케이션·미디어 학부 최윤정 교수에게 지도를 부탁했다.

면담의 주 논점은 팀의 문제의식이 시민의 미디어 참여에 있는 데 반해 주제의 초점이 공영방송의 경영방식 변화에 맞춰져 있어 방향성에 대한 점검이 필요하다는 것이었다. 일반 시민들에게 직접적인 공영방송 참여가 진입 장벽이 높다는 측면에서 미디어와 시민 사이의 상호작용을 심층적으로 탐구하기 위해 공영방송이라는 매체를 선택하는 것이 적절한 접근법인지 성찰해 볼 필요가 있다는 조언을 받았다.

첫 번째 면담을 바탕으로 본 팀은 민주적 미디어 환경을 도모하는 방식으로서 탑다운(top-down)이 아닌 바텀업(bottom-up)에 방향을 맞추어 주제 설정의 목표를 재정비하고 시민의 미디어 참여 관련 제도와 칼럼 및 기사를 중심으로 조사하였다. 그 결과 풀뿌리 민주주의와 시민 저널리즘에 기반을 둔 '공동체 미디어'와 '미디어센터'의 존재를 알게 되었고, 주제를 확정하기 전 첫 번째 주세 설정 때와 같은 오류를 범하지 않기 위해 연구 소재와 문제의식, 주제 설정의 목표를 바탕으로 이화여자대학교에서 <미디어경영론>, <미디어경제학>을 강

의하고 있는 커뮤니케이션·미디어학부 유세경 교수와 미디어 정책 연구를 주요 분야로 삼고 있는 정지영 박사에게 각각 지도를 부탁드렸다.

먼저 유세경 교수와의 면담을 통해서는 주제 구체화 단계에 있어 현장 탐사가 연구의 주된 부분임을 고려하는 것의 중요성을 인식할 수 있었다. 공동체 미디어와 미디어센터 모두 시민의 미디어 참여에 핵심적인 단체지만, 양쪽에 초점을 맞춰 연구를 진행할 경우 현장 탐사의 범위가 분산되어 본래 목표했던 탐사의 의의를 온전히 실현하지 못하는 한계가 발생할 수 있다. 즉, 소재는 좋으나 보다 유의미한 관점을 도출해내기 위해서는 연구 범위를 좁힐 필요가 있다는 것이 요지였다. 한편 정지영 박사는 면담을 통해 본 연구 및 탐사가 학술적인 목표를 기반으로 진행되는 것인 만큼 이론적 배경과 개념에 대한 이해를 탄탄히 할 것을 강조했다. 특히 공동체 미디어의 경우 '공동체'의 범위가 다층적이고, 고정된 법적 정의가 존재하지 않는다는 점에서 어느 범위까지를 공동체로 규정하고 연구 및 탐사를 진행할지 명확히 할 필요가 있음을 밝혔다. 종합하면 연구가 피상적 사례 조사에 그치지 않고 본래의 문제의식에서 학술적·사회적 측면의 의의로까지 나아가기 위해서는 첫째, 연구대상에 대한 이론적 맥락과 개념을 적확히 하고 둘째, 연구 설계 시 현장 탐사라는 연구 방법에 대한 이해가 균형적으로 이루어져야 한다는 것이었다.

면담 이후 본 팀은 추가 조사를 거쳐 개념적 정의와 범위가 비교적 명확한 미디어센터에 초점을 맞추는 방향으로 연구대상을 확정하였다. 조사할수록 미디어센터가 갖춘 시설과 교육 프로그램, 지역 사회 공적 인프라로서의 가능성에 비해 활성화되어 있지 못하다는 인상을 받았고, 국내 미디어센터의 활성화를 위해 국내 연구를 기반으로 직접 해외 사례를 탐사하고 비교·분석할 필요성을 절감하게 되었다. 이에 따라 연구 문제 및 목표를 구체화하기 위해서는 우선적으로 국내 미디어센터의 현황과 직면한 문제점들을 분석하는 작업이 이루어져야 했다. 그러나 사이트나 기관 보고서와 같은 성문화된 자료만으로는 입체적인 이해와 분석에 한계가 존재했고, 현장의 관점을 반영하기 위해 국내 미디어센터의 효시인 미디액트의 김명준 소장과 인터뷰를 진행하였다. 김명준 소장과의 인터뷰를 통해 단편적으로 흡수했던 지식을 재구성함으로써 미디어센터에 대한 문제의식을 심화하고 주요한 구성 요소들을 항목화하여 최종적으로 <시민의 미디어 교육 확대와 미디어 액세스권 개선을 위한 미디어센터 활성화 방안 제시: 교육, 제작 및 유통, 네트워크를 중심으로>라는 주제를 확립하게 되었다.

오늘날 영상언어는 문자언어만큼 강력한 의사전달수단이다. 영상언어를 통해 자신의 의사를 표현하고 사회와 소통할 수 있는 능력이 점차 필수적인 역량으로 요구되는 한편 해당 역량을 길러 나갈 수 있는 환경을 보장받는 것은 시민의 권리이다. 그와 같은 맥락에서 영상언어와 관련된 커뮤니케이션 권리를 지원하고 증진하는 차원에서 설립된 미디어센터는 공공문화기반시설로서 또 하나의 "21세기형 도서관"[8]이라고 칭할 수 있다. 그러나 국내를 기준으로 이제 막 20년에 불과한 역사를 지나온 미디어센터는 아직 시민들의 인식 속에 충분히 자리 잡지 못했다. 따라서 본 팀은 시민이자 미디어계 진로를 꿈꾸는 예비 인력으로서 미디어센터에 관한 연구 및 국내외 탐사를 진행하여 시민의 미디어 기지로서 미디어센터가 지닌 가능성과 다원적 미디어 생태계 자원으로서 의미를 모색하여 인식을 고취하는 데 앞장서고자 한다.

8) 허성환, 「[남양주는 지금] 21세기형 도서관을 꿈꾸는 경기시청자미디어센터」, 『THE 남양주』. 2023.02.23., https://naver.me/F5DyYcsH, 접속일 2025.02.04.

3. 연구 방법

본 연구는 문헌 연구와 현장 답사 및 심층 인터뷰를 연구 방법으로 채택하였다. 보다 세부적으로 국내에서 문헌 연구와 현장 답사 및 심층 인터뷰로 이루어진 선행연구를 기반으로 해외 현장 답사 및 심층 인터뷰를 진행하였다. 이때 각 연구 단계마다 세부적 목표를 설정함으로써 전체 연구 주제 및 목표로 이어지는 유기적 연결에 중점을 두었다. 본 연구의 궁극적 목표는 탐사를 통해 실제 사업이 이루어지는 국내외 미디어센터 현장에 직접 방문함으로써 한계점에 대한 개선 방안을 중점적으로 검토하고 정리하여 미디어센터의 진정한 양적·질적 성장과 활성화에 일조하는 것이다. 따라서 연구의 핵심 비교·분석 항목에 해당하는 '미디어 교육 운영 방향성', '콘텐츠 제작·유통 메커니즘', '지역 사회와 센터 간 네트워크'는 정량적 측정이 어려운 항목들로 정성적 연구 방법을 활용하여 의미, 맥락을 고려한 서술적 분석에 초점을 맞춘 통찰을 제시하고자 하였다.

1) 문헌 연구

연구 전반에 걸쳐 수행된 문헌 연구는 '국내 탐사 전', '해외 탐사 전' 두 번에 나누어 이루어졌다. 문헌 연구는 기존에 연구되거나 발간된 자료를 살피고 정리하는 작업으로 연구대상에 대한 이론적 맥락의 접근과 더불어 문제의식을 학술적으로 심화해나가는 데 있어 중요한 토대가 된다. 본 팀의 문헌 연구 주요 자료로는 논문, 연구 보고서, 미디어센터 연례보고서, 미디어센터 정기간행물, 관련 기사, 미디어센터 사이트 등이 활용되었다.

우선, '국내 탐사 전' 단계의 경우 아직 국내 기관 현장 답사 및 전문가 인터뷰가 이루어지기 전으로, 전반적인 국내 미디어센터 운영 현황과 인터뷰 대상 기관에 대한 이해를 목표로 삼았다. 미디어센터의 경우 '문화체육관광부', '한국방송통신위원회', '지방자치단체'와 같이 운영 주체가 다양하고, 지역 기반 시설로서 각 미디어센터의 주요 운영 방향성에 따라 '시청자미디어센터', '영상센터', '미디어아트센터', '마을미디어지원센터' 등 명칭이 통일되어 있지 않기 때문에 해당 조사 및 분석 작업은 본 팀의 국내 탐사 범위를 설정하는 것과도 직결되는 문제였다. 그 과정에서 미디어센터의 등장 배경으로서 1990년대 후반부터 2000년대 초반에 걸쳐 전개된 국내 미디어 운동에 대한 이해가 필요했다. 이에 따라 최근 발행된 기관 자료와 칼럼뿐만 아니라 미디어 운동의 역사적 맥락을 다룬 보고서와 논문을 적극적으로 흡수함으로써 과거에서 현재로 이어지는 거시적 담론에 대한 학술적 관점을 기반으로 단기적 현상 분석을 넘어 미디어센터를 둘러싼 역사적 연속성을 고려한 균형 잡힌 시각을 기를 수 있었다.

국내 탐사 이후 '해외 탐사 전' 단계에서는 추가적인 문헌 연구를 통해 국내 탐사를 통해 얻은 시사점을 해외 탐사지인 미국 미디어센터의 역사적·제도적·사회적 맥락으로 연결 및 확장하는 것을 목표로 삼았다. 미국 역시 미디어센터의 출현에 케이블 방송의 등장과 퍼블릭액세스 운동이라는 시대적 배경이 존재하기에 해외 탐사에 앞서 이를 국내와 비교·분석함으로써 해외 탐사가 국내 탐사와의 현상적 비교에 그치는 것을 경계하고자 하였다. 이에 따라 국내에서 작성된 미국의 미디어센터에 대한 분석 자료와 더불어 미국 현지의 미디어센터 관련 논문을 중심으로 공통의 문제의식, 그와 대비되는 지점들을 구체화함으로써 해외 탐사에 필요한 비판적 태도와 관점을 수립할 수 있었다. 한편 미국은 미디어센터의 명칭이 한국보다 더욱 다양하다는 점에서 미디어센터의 정의와 역할에 대한 보다 심층적인 고찰이 이루어져야 했다. 따라서 고찰의 과정에서 그와 밀접한 개념들인 미디어 교육, 미디어 리터러시, 액세스권 등에

관한 자료들을 체계적으로 정리하며 이론적 배경을 견고히 하는 기회를 마련할 수 있었다. 즉, 다차원적 문헌 연구를 통해 일차적으로 연구자로서 갖추어야 할 학술적 시각과 분석 역량을 함양하고, 이를 통해 점진적으로 연구의 방향성을 발전시켜나갔다.

2) 국내 기관 방문 및 심층 인터뷰

국내 탐사는 해외 탐사를 진행하기 전 이론에 머물러 있는 문제의식을 입체적으로 체계화하는 단계이다. 성문화된 자료로 온전히 파악하기 어려운 각 센터의 운영 구조와 직면 과제들에 대한 현장의 목소리를 들어보고, 평면적인 이미지로만 접했던 시설을 방문함으로써 실제 활동이 이루어지는 공간을 살펴보고자 하였다. 특히 심층 인터뷰는 "특정한 의제에 대해서 심층 면접 대상자 개인이 가지고 있는 내면화 되어 있는 인식을 접할 수 있다는"[9] 점에서 본 팀의 단편적 문제 제기에 대한 미디어센터 관련 대상자들의 다양한 견해와 논점을 흡수할 수 있는 기회이기도 했다. 본 팀은 "구조화된 인터뷰, 반구조화된 인터뷰, 비구조화된 인터뷰"[10] 중에서 구조화된 인터뷰 방식을 채택하였다. 구조화된 인터뷰는 "연구자가 정보원이 대답할 질문 내용을 사전에 준비"[11]하여 이루어지기 때문에 연구자와 대상자 사이의 상호작용이 상대적으로 통제적인 환경에서 이루어진다는 단점이 존재하나, 본 팀의 구성원들이 아직 해당 분야의 충분한 지식을 쌓지 못했다는 점과 자칫 매끄러운 인터뷰 진행이 어려울 수 있다는 점에서 해당 방식이 유의미한 답변을 끌어내기에 적합할 것이라 판단되었다. 따라서 인터뷰 상황에 따라 질문을 생략하거나 질문의 방향을 변경하는 방식으로 단점을 보완하였다.

심층 인터뷰 대상자는 본 팀의 탐사 목표와 관련된 활동을 운영하거나 경험이 있는지를 최우선으로 선정하였다. 인터뷰 시점을 기준으로 미디어센터 관계자로 근무하고 있는 경우가 대부분이었기 때문에[12] 인터뷰 대상자의 근무 기관을 현장 답사하는 방식으로 인터뷰와 현장 답사가 병행되었다.

번호	성별	성명	소속	직책	소재지
1	남	김명준	미디액트	소장	서울특별시
2	여	김세영	미디액트	창작지원실 팀장	서울특별시
3	남	윤정록	노원마을미디어지원센터	센터장	서울특별시
4	남	성경훈	경기시청자미디어센터	센터장	경기 남양주시
5	여	정은경	(前)서울마을미디어지원센터	(前)센터장	서울특별시
6	남	이호섭	성북마을미디어지원센터	팀장	서울특별시
7	여	이해수	청암미디어센터/옥천 FM 공동체 라디오	편성국장	충북 옥천군

표1 국내 심층 인터뷰 대상자 특성: 미디어센터 관계자

9) 백홍진, 앞의 논문, 9쪽.
10) 함주현, 「제주 마을공동체미디어에 관한 연구」, 제주대학교 대학원 석사학위논문, 2022, 33쪽.
11) 검색어 「심층인터뷰」, 『네이버 지식백과』 https://terms.naver.com/entry.naver?cid=42192&docId=3557814&categoryId=58690, 접속일 2025.02.05
12) 국내 인터뷰 대상자 중 정은경의 경우 전 서울마을미디어지원센터 센터장으로 해당 기관은 2023년 운영이 종료되어 현장 답사는 진행하지 못하였다.

총 일곱 명의 미디어센터 관계자 인터뷰와 여섯 개의 미디어센터 현장 답사 결과 문헌 연구와 다른 몇 가지 지점들을 확인할 수 있었다. 가령 미디어 교육의 경우 센터별 공식 홈페이지 상으로 일회적인 기술 중심의 교육이 주를 이루고 있다고 생각되어 해당 부분을 한계점으로 지적하였지만, 표면적인 강좌명만으로 교육의 설계 의도를 파악하기 어렵다는 인터뷰 답변들을 통해 본 팀이 제기한 한계점들을 재검토하게 되었다. 또한, 전문적인 인력 문제와 재원 문제 등 기존에 고려하지 못했던 미디어센터 내부의 문제점들을 파악하여 해당 부분들을 보완한 해외 탐사 계획을 설계할 수 있었다. 이처럼 양적 성과만으로 평가하기 어려운 국내 미디어센터 실태를 질적 연구 방법인 현장 답사와 심층 인터뷰로 접근함으로써 실제 현실과 맞닿아 있는 실천적 연구를 수행하고자 하였다.

3) 해외 현장 답사 및 심층 인터뷰

문헌 연구와 국내 탐사 이후 진행된 해외 탐사의 목표는 급변하는 미디어 환경 속 해외 미디어센터들의 운영 및 대응 사례들에 대한 직접적인 조사를 통해 국내 미디어센터에 유의미한 시사점을 모색하는 것이었다. 이에 따라 양적인 측면에서 미디어센터가 많이 설립되어 있어 다양한 표본을 수집할 수 있고, 질적인 측면에서도 다채로운 통찰을 얻을 수 있는 국가를 탐사하고자 '시민 참여 방송을 지원하는 기관과 독립적인 미디어 센터 등 다양한 모델이 혼재하며 전국에 약 5,000여 개의 미디어센터가 설립돼 있는'[13] 미국을 탐사지로 선정하였다. 그리고 미국 내에서도 미디어센터 설립의 역사적 구심점 역할을 했던 동부 지역을 집중적으로 탐사하고자 했다. 해외 탐사의 기본적 틀은 국내 탐사와 동일하게 현장 답사 및 구조화된 심층 인터뷰로 이루어졌고[14], 효율적인 탐사 진행을 위해 기관 답사와 인터뷰를 대부분 병행하였다. 해외 탐사 기관은 첫째, 현실적으로 10일 이내에 인터뷰 진행이 가능한 거리인지, 둘째, 본 팀의 탐사 목표에 대해 유의미한 시사점을 얻을 수 있는지, 셋째, 관련한 역사가 깊거나 전문가 및 시설이 잘 갖추어져 있는지를 기준으로 선정하였고, 선정 이후 해당 기관 관계자에게 인터뷰를 요청하여 최종적으로 총 18명의 전문가 인터뷰와 8개 기관 답사를 수행했다.

번호	성별	성명	소속	직책	소재지
1	여	Zenaida Medez	MNN	MNN El Barrio Firehouse 소장 (Director, MNN El Barrio Firehouse)	미국 뉴욕 맨해튼
2	여	Sade Falebita	DCTV	운영 이사 (Managing Director)	미국 뉴욕 맨해튼
3	남	Pedro Navarro	DCTV	홍보·커뮤니케이션 담당 매니저	미국 뉴욕 맨해튼

13) 김태훈, 『지역공동체와 미디어』, 커뮤니케이션북스, 2017, 70쪽.
14) 해외 탐사에서 진행된 인터뷰의 경우 기관의 편의에 따라 2명 이상의 전문가가 동시에 인터뷰에 참여하는 형태로 전문가 그룹 인터뷰가 이루어지기도 하였다.

				(Communications Manager)	
4	남	Jon Alpert	DCTV	회장 (President)	미국 뉴욕 맨해튼
5	남	Mike Affissio	DCTV	워크숍 담당 매니저 (Workshops Manager)	미국 뉴욕 맨해튼
6	여	Jesse Perez Antigua	DCTV	청소년 미디어 커뮤니티 프로그램 매니저 (Youth Media Community Programs Manager)	미국 뉴욕 맨해튼
7	여	Kira Marie Britt	DCTV	청소년 미디어 담당자 (Youth Media Associate)	미국 뉴욕 맨해튼
8	남	Johnny Ramos	DCTV	청소년 프로그램 책임자 (Director of Youth Programs)	미국 뉴욕 맨해튼
9	남	Matt Sullivan	LMC Media	상임 이사 (Executive Director)	미국 뉴욕주 마마로넥
10	여	박혜정	-	미디어 활동가	-
11	여	Lisa Mirowitz	NewTV	운영 이사 (Managing Director)	미국 매사추세츠주 뉴턴
12	남	Stephen Walter	Brookline Interactive Group	특수 프로젝트 책임자 (Director of Special Projects)	미국 매사추세츠주 브루클라인
13	여	Jessica Smyser	Brookline Interactive Group	상임 이사 (Executive Director)	미국 매사추세츠주 브루클라인
14	여	Alexia (Lex) Lalande	Brookline Interactive Group	대외 협력 및 교육 담당 매니저 (Outreach & Education Manager)	미국 매사추세츠주 브루클라인

15	남	Wes Kaplan	Brookline Interactive Group	청소년 개발 매니저 (Youth Development Manager)	미국 매사추세츠주 브루클라인
16	남	Sean Effel	Somerville Media Center	상임 이사 (Executive Director)	미국 매사추세츠주 섬머빌
17	여	Maritza Grooms	Cambridge Community Television(CCTV)	지역사회 관계 부책임자 (Associate Director of Community Relations)	미국 매사추세츠주 캠브리지
18	남	Michael Max Knobbe	BronxNet	상임 이사/창의 서비스 디렉터 (Executive Director/Director of Creative Services)	미국 뉴욕주 브롱크스

표2 해외 심층 인터뷰 대상자 특성: 미디어센터 관계자 및 관련 전문가

본 팀은 미국 동부 내에서도 뉴욕 지역과 매사추세츠 지역을 중심으로 탐사를 진행했는데 탐사 지역에 따라 탐사 방향성에 차이가 있었다. 첫 번째 탐사 지역인 뉴욕의 경우 1960년대 후반경 동부 내 미디어센터 설립 운동이 가장 활발하게 일어났던 지역으로 역사적·사회적 맥락에서 발족한 운영 철학이 오늘날 변화한 미디어 환경 속에서 어떻게 실현되고 있는지 중점적으로 살피고자 했다. 두 번째 탐사 지역인 매사추세츠 지역의 경우 지역 내 촘촘한 미디어센터 설립으로 센터 간 그리고 센터와 지역 사회 간 네트워킹 활동 부분에서 강점을 보여 지역 내 커뮤니티 공간으로서 미디어센터의 가능성과 시민 참여에 대한 통찰을 얻고자 했다. 나아가 현장 답사가 단순히 시설을 둘러보는 것에 그치지 않기 위해 기관에 요청하여 가능한 경우 전문가 인터뷰 외 시민, 학생 등 미디어센터 공간을 실제 이용하고 교육에 참여하는 다른 구성원들과의 인터뷰를 추가 진행하였다.[15] 이를 통해 미디어센터가 시민들과 어떻게 관계 맺고 있는지 실제적인 인식을 파악하고자 하였다.

4. 선행연구 분석

2000년대 초반 미디어센터 설립이 시작된 이래로 미디어센터에 관한 연구는 다양하게 이루어져 왔다. 기존 연구는 크게 미디어센터를 중심으로 다룬 연구, 미디어센터의 설립 배경과 밀접한 관련이 있는 퍼블릭 액세스 및 미디어 액세스권에 관한 연구, 그리고 미디어 교육 및 미디어 리터러시에 관한 연구로 나누어 볼 수 있다.

15) 그러나 전문가 외 인터뷰를 진행할 때 기관으로부터 녹음이나 촬영이 사전에 어렵다고 전달받은 경우 인터뷰지를 설문지로 삼아 설문조사 형태로 진행하기도 하였다.

1) 미디어센터 관련 연구

미디어센터 관련 연구는 크게 '역사 및 현황 측면', '권리적 측면', '교육적 측면' 세 가지 연구 방향으로 구분할 수 있다. 먼저, 역사적 배경과 현황을 다룬 연구는 미디어센터의 전반적인 동향과 더불어 운영 방식과 구조, 한계점 및 해결 방안에 대한 논의가 중심을 이룬다. 미디어운동 연구센터 프리즘(2001)은 미디어센터에 관한 전반적인 사항을 정리한 초기의 연구로 미디어센터를 '21세기 공공 미디어 인프라'로 정의하며 미디어센터 구축을 주된 과제로 삼았다. 미국을 중심으로 해외 미디어센터 사례를 제시하는 동시에, 당시의 국내 미디어센터 사례와 현황을 정리하는 데에서 나아가, 미디어센터의 구축과 발전을 위한 향후 과제를 단기, 중기, 장기로 나누어 제시하였다. 이론적 차원에서는 '미디어센터 및 퍼블릭 액세스 개념', '미디어 교육', '미디어 연구'에 관한 논의를, 설립 및 운영 차원에서는 '설립 및 운영 주체', '퍼블릭 액세스 구조', '지역적 특수성 반영', '아웃리치 전략', '공공기관과의 파트너십 구축'을, 정책적 차원에서는 '제도적 파트너십', '법제화', '미디어 교육 프로그램', '네트워크 활성화', '정책 생산 및 연구 주체'의 문제를 당면 과제로 서술하고, 관련 연구와 자료를 검토하는 과정을 거쳤다. 황치성·박지선(2013)은 미디어센터의 현황과 문제점을 분석하고, 이들 간의 협력 체계 구축을 포함한 미디어 교육 발전 방안을 모색하고자 하였다, 이에 따라, 우선 미디어센터의 개념과 역할, 미디어센터 간 네트워크의 의미와 필요성을 정리하고, 미디어센터에 관한 기존 연구와 유럽을 중심으로 한 해외 사례를 분석 및 검토하며 시사점을 도출하였다. 이를 바탕으로 국내 미디어센터의 현황과 문제점을 정리하여 제시하였으며, 결론에서는 '정책 거버넌스 구축', '전문가 및 센터 간 네트워크 구축', '국제적 차원의 협력 체계 구축' 등 운영, 정책, 네트워크 측면에서의 미디어 교육 발전 방안을 제안하였다. 정인숙(2014)은 미디어센터 중에서도 '시청자미디어센터'에 주목한 연구를 진행하여 시청자미디어센터의 법제적 기반과 현황을 살펴보고, 미디어 환경의 변화 속에서 센터들이 구조적 안정성과 사업성을 확보하고 있는지를 연구 문제로 설정하여 실제 사례를 정리 및 분석하였다.

다음으로 권리적 측면을 다룬 연구는 퍼블릭 액세스를 중심으로 미디어센터를 조명하였다. 강진숙(2007)은 미디어센터의 현황을 바탕으로 활성화 방안을 도출하는 것을 연구 목표로 삼으며, 미디어센터의 개념과 역할을 '미디어 교육의 차원', '퍼블릭 액세스의 차원', '독립영화의 활성화 차원'에서 구체적으로 정리하였다. 또한, 독일과 미국을 중심으로 한 해외 미디어센터의 현황과 국내 미디어센터의 현황을 살펴본 후, 퍼블릭 액세스 프로그램인 '시청자 참여 프로그램'의 운영 현황을 정리하고 그 활성화 방안을 제시하였다. 김재헌 외 4인(2008)은 퍼블릭 액세스를 활성화할 수 있는 방안으로 미디어센터에 주목하여, 국내 퍼블릭 액세스가 갖는 매체 부족, 제작 장비 지원 부족, 제작비 지원 부족, 불명확한 심의 규정 등의 문제점을 분석하고, 해결 방안으로 미디어센터의 확대와 인터넷 매체 활용을 제안하였다.

마지막으로, 교육적 측면에서의 연구는 미디어센터의 핵심 활동인 미디어 교육에 초점을 맞추어, 그 효과와 개선 방향을 분석하고 교육적 역할을 밝히는 데 주력하였다. 김진영(2014)은 급변하는 미디어 환경에서 더욱 중요해지고 있는 미디어 교육과 그것의 중추 기관으로서 미디어센터에 주목하였는데, 미디어센터 운영 현황과 문제점을 파악하고 운영 및 개선 과제 규명을 연구 목적으로 설정하였다. 해당 연구는 퍼블릭 액세스를 위한 공론장 형성과 21세기 영상 민주주의의 실현을 미디어센터의 역할이자 목적으로 보며, 국내 및 해외 미디어센터의 실제 사례와 선행 연구를 검토하였다. 나아가 국내 미디어센터 현황 조사를 통해 성과와 문제점을

분석하고, 개선 방안과 향후 과제를 제시하였다. 유사한 맥락에서 전창국(2016)은 미디어 교육을 위한 미디어센터의 중요성에 주목하며, 미디어 교육과 미디어센터를 중점적으로 다루었다. 그는 미디어 교육의 필요성과 초·중·고 미디어 교육의 구체적인 내용을 살펴보고, 미디어 교육의 개념 변화와 확장에 대한 논의와 함께 미디어 교육에 관한 전통적 이론과 새로운 이론을 종합적으로 정리함으로써 미디어 교육에 관한 폭넓은 통찰을 제공하였다. 더불어, 미디어 교육의 활성화를 위해 국내 미디어센터의 교육, 시설 및 장비, 문제점 및 개선 방안 전반을 연구 및 분석하였다. 한편 정혜지(2018)는 미디어 교육을 노인의 사회적 소외와 우울감 완화를 위한 방안 중 하나로 보며, 미디어센터를 통해 이루어지는 미디어 교육의 현황과 문제점을 파악하고 그 활성화 방안을 고찰하고자 하였다. 이에 미디어센터의 역할을 살펴보고, 그 목적으로 '미디어 리터러시 함양', '교육 참여자의 임파워먼트(empowerment)', '커뮤니케이션 권리 확보'를 제시하는 데서 나아가, 미디어센터의 미디어 교육 대상과 프로그램을 상세히 정리하고 실사례를 살펴봄으로써, 앞선 세 가지 목적과 관련한 활성화 방안을 제안하였다.

이 외에도 미디어센터의 미디어 교육과 퍼블릭 액세스 활동을 모두 살펴보는 방식의 연구도 이루어진 바 있는데, 백홍진(2012)은 미디어 교육의 개념과 변화를 살펴보고, 시민 미디어와 관련하여 퍼블릭 액세스를 분석한 후, 디지털 시대 속 미디어 교육과 퍼블릭 액세스가 갖는 의미에 대해 고찰하였다. 해당 연구는 미디어 교육과 퍼블릭 액세스라는 두 개의 축을 중심으로 미디어센터의 현황과 역할을 정리하여, 이를 바탕으로 결론부에서는 교육, 퍼블릭 액세스, 네트워킹, 연구 및 정책 측면에서의 해결 과제를 제시하였다.

2) 퍼블릭 액세스 및 미디어 액세스권 관련 연구

미디어센터의 설립 취지는 퍼블릭 액세스와 미디어 액세스권의 보장에 기반한다. 퍼블릭 액세스와 미디어 액세스권에 관한 연구는 '개념적 측면'과 '법적·제도적 측면'에서 이루어져 왔다. 우선, 개념적 측면에서의 연구는 퍼블릭 액세스와 미디어 액세스권의 기본적 정의에서 나아가 미디어 환경 변화에 따른 재정의를 촉구하는 방향으로 진행되었다. 정애리(2005)는 기존 액세스 개념이 1인 미디어 혹은 디지털 미디어 시대에 도전받고 있는 상황 속에서, 액세스 및 액세스권에 관한 논의를 확대하고 새로운 개념과 범위를 제안하고자 하였다. 이에 수용자의 미디어 이용 능력과 미디어 환경을 고려하여 액세스를 동기적, 물리적, 기술적, 활용 차원의 네 가지로 설명하며, 미디어 액세스 개념 및 범위는 단순 '접근'을 넘어서 '정보 활용 능력'을 포함시키는 방향으로 나아가야 함을 주장하였다. 문재완(2010)은 액세스권을 '국민이 자신의 생각이나 의견을 발표하기 위하여 언론사에 자유로이 접근하여 그것을 이용할 수 있는 권리'로 이해하며, 그 개념과 발전 과정, 현대적 의미를 종합적으로 고찰 및 검토하고자 하였다. 이에 기존 논의를 정리한 다음, 1인 미디어 시대의 액세스권 확대에 대해 논하였다. 김현귀(2013)는 액세스권을 '언론매체에 접근하여 자신의 의사를 표현할 권리'로 정의하며, 다양한 학자와 전문가의 논의를 바탕으로 액세스권의 개념, 시작과 발전, 이론적 배경, 실천에 대해 정리하였다. 동시에 기본권으로서의 액세스권이 갖는 의미와 한계를 분석 및 제시하고, 뉴미디어 시대에 액세스권이 재정의될 필요가 있으며, 기본권으로서 보장받아야 함을 주장하였다.

다음으로 퍼블릭 액세스와 미디어 액세스권을 법적·제도적 측면에서 살핀 연구들의 경우 김영주·박창문(2015)은 미디어 액세스권 관련 제도인 '언론 중재 제도'의 활용 실태와 개선 방안을 중점적으로 다루었다. 해당 연구는 '매스 미디어로부터 소외된 일반 공중들이 매스 미디어에 자유로이 접근하여 자신들의 의견이나 사상을 개진할 수 있는 권리'인 '미디어 액세스권'을

‘알 권리’보다 적극적, 실천적인 권리로 이해하며, 언론 중재 제도를 미디어 액세스권의 실현 방안으로 보았다. 이에 언론 중재 제도의 실태를 법적, 제도적 차원에서 구체적으로 분석하고, 그 실효성 확보를 위한 개선 방안을 제언하였다. 한편 서경미(2018)는 미국을 중심으로 액세스권의 이론적 내용과 법적 배경을 살펴보고, 한국에서는 어떻게 실현되고 있는지 정리하였다. 그는 액세스권을 단순한 정책이나 제도에서 나아가 권리로서 이해하며, 헌법상의 기본권성을 인정할 수 있는지에 대해 논하였다.

이 외에 퍼블릭 액세스 프로그램인 ‘시청자 참여 프로그램’ 자체에 주목한 연구도 수행된 바 있는데 홍숙영·정의철(2018)은 시청자 참여 프로그램의 이론적 배경과 구조를 살펴보고, 당면 과제를 통해 새로운 패러다임을 제시하는 것을 주요 연구 문제로 설정하였다. 이때 협업 프로세스를 설명함으로써 미디어센터와의 관련성이 부각되었다. 해당 연구는 시청자 참여 프로그램이 기존의 형식적 틀에서 벗어나기 위해서는 지역 공론장으로서의 역할을 수행해야 하며, 미디어센터는 지역 주민의 미디어 교육과 제작을 지원하는 ‘허브’로서 기능해야 한다고 주장하였다.

3) 미디어 교육 및 미디어 리터러시 관련 연구

미디어센터의 핵심 사업인 미디어 교육과 그 주요 구성 요소인 미디어 리터러시를 중점적으로 다룬 연구들은 ‘방법론적 측면’, ‘법적·제도적 측면’으로 나누어 살펴볼 수 있다. 먼저, 방법론적 측면에서 수행된 연구로 이병민(2005)은 미디어 기술 발전과 환경 변화에 따른 ‘리터러시’ 개념의 확장에 주목하며, 미디어 리터러시를 포함한 리터러시 개념을 포괄적으로 다루었다. 현재의 리터러시를 ‘다양한 리터러시’와 ‘비판적 리터러시’로 설명하며, 리터러시 학자인 Street의 연구를 바탕으로 인지적, 기능적 측면과 이념적, 사회 문화적 측면에서 리터러시를 논하였는데, 미국의 리터러시 교육을 읽기 교육, 쓰기 교육, 미디어 리터러시 교육으로 세분화하여 살펴봄으로써 국내의 리터러시 교육에 대해 성찰하고 그 방향성을 모색하였다. 이희랑(2013)은 ‘공동체성’을 미디어 교육의 새로운 지향점으로 삼으며, 미디어 교육을 소통과 상호작용의 기회로 보았다. 이에 ‘공동체를 기반으로 이루어지는 미디어 교육’인 ‘공동체미디어교육’에 주목하며 공동체 미디어와 미디어 교육 일반에 관한 내용을 정리하고, 한국 공동체미디어교육의 현황과 유형, 지향점과 실천에 대해 연구하였다. 심하영(2014)은 고도의 정보화가 이루어진 뉴미디어 시대에 미디어 리터러시 교육이 나아가야 할 방향성을 미국의 사례를 통해 제시하였다. 그는 미디어의 특성을 반영한 ‘양방향의 미디어 리터러시’와 사회적 배경을 반영한 ‘다문화 사회의 미디어 리터러시’에 대해 논의하며, 미디어 리터러시에서 중요한 요소로 비판적 사고를 강조하는 한편, 한국에 적합한 미디어 리터러시 방법론 마련의 필요성도 역설하였다. 김창화(2018)는 ‘가짜 뉴스’라는 사회적 문제에 대한 대응 방안으로서 미디어 리터러시 교육에 주목하였다. 이에 법제적 규제보다는 미디어 리터러시 교육을 가짜 뉴스 대응 방안으로 채택하고 있는 미국의 사례를 대표적으로 살펴보며, 미디어 교육의 필요성과 발전 과정, 주요 내용 등을 정리하고, 이를 바탕으로 한국의 미디어 리터러시 교육이 나아가야 할 방향성과 시사점을 제시하였다.

한편, 미디어 교육과 미디어 리터러시를 법적·제도적 측면에서 분석한 연구들의 경우, 오정훈(2008)은 2007년 발의된 ‘미디어교육진흥법안’에 대해 심층적으로 논의하며, 미디어 교육의 법제적 기반 확립의 필요성과 그 방향성을 제안하였다. 미디어 교육에 대한 정의와 목적이 협소하다는 점과 분산적, 비체계적 정책 집행으로 효율적인 미디어 교육이 어렵다는 점을 주된

문제로 제기한 해당 연구는 미디어가 일상에 필수적인 요소로 자리잡은 뉴미디어 시대에 미디어 교육은 일종의 보편적 권리이기 때문에, 이에 대한 제도화와 논의가 필요함을 강조하였다. 김나영(2021)은 미디어 리터러시 교육의 필요성과 그에 대한 법제화가 제대로 이루어지지 않은 한국의 현실을 이야기하며, 미디어 리터러시 교육이 법제화된 미국과 프랑스의 사례를 구체적으로 제시하였다. 김지현 외 3인(2023)은 뉴미디어 시대에 더욱 심각해지고 있는 가짜 뉴스 혹은 허위 조작 정보 문제에 각 국가들이 어떻게 대응하고 있는지 분석하였다. 대표적인 사례로 미국, 유럽 연합, 영국, 프랑스, 독일, 일본의 입법례를 제시하였는데, 미국의 경우에는 리터러시 교육 의무화 내용을 포함하고 있음을 밝혔다.

본 장에서는 직접적으로 미디어센터를 다룬 연구들뿐만 아니라, 미디어센터와 밀접한 관련이 있는 퍼블릭 액세스 및 미디어 액세스권과 미디어 교육 및 미디어 리터러시를 논의한 기존 연구들 또한 다층적으로 살펴보았다. 우선 미디어센터 전반을 조명한 연구들의 경우 미디어센터의 운영 현황을 분석하고, 발전 방향을 제시했다는 점에서 의의가 있으나 연구들이 진행된 이후 약 십 년이 지났다는 점에서 추가 연구가 필요하다. 즉, 과거 연구 결과와 비교했을 때 어떤 부분이 개선되었고, 현재까지도 문제로 남아 있는지 살펴볼 필요가 있는 것이다. 한편 퍼블릭 액세스 및 미디어 액세스권 그리고 미디어 교육과 미디어 리터러시에 관한 연구들은 비교적 최근까지 진행되었으나, 이론적 논의에 그친 경우가 많았고, 실제 실천 사례를 분석한 경우에도 국내 현장 답사 외 해외 현장 답사는 이루어지지 않았다는 점에서 한계가 존재했다. 따라서 본 연구는 연구 주제 측면에서는 기존 연구들과 비슷한 부분이 있으나, 국내외 현장 탐사를 진행함으로써 최근 국내 사례들과 해외 미디어센터들의 실천적 사례를 비교·분석한다는 점에서 차별성을 갖는다. 더불어 오늘날 복잡해진 미디어 환경 속에서 비슷하면서도 다른 문제의식을 안고 활동을 펼쳐나가고 있는 해외 미디어센터 사례에서 또 다른 시사점을 발견하여 국내 미디어센터 활성화를 위한 보다 입체적인 개선방안 제안이 가능할 것이라 기대한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 미디어센터의 개념

1) 미디어센터

‘미디어센터’의 개념은 광범위하게 사용되어 왔다. 미디어센터는 비교적 큰 규모의 조직이나 기관에서 대내외 커뮤니케이션을 전담하는 곳을 의미하기도 하고, 올림픽 등의 대규모 국제 행사 기간 동안 기자들의 언론 활동을 위해 일시적으로 마련된 공간을 뜻하기도 한다. 혹은 지역영상미디어센터와 같이 영상미디어 중심의 미디어 교육과 창작을 지원하는 시설을 지칭하기도 한다.[16] 전국미디어센터협의회에서는 ‘지역의 시민/공동체가 미디어의 다양한 측면을 배우고 즐기며 스스로 미디어 콘텐츠를 제작, 확산하여 사회의 민주적 소통 과정에 직접 참여할 수 있도록 지원하는 공공문화기반시설’으로 미디어센터를 정의한다.[17] 한편, 문화체육관광부의

16) 황치성·박지선, 『미디어센터 네트워크 구축』, 한국언론진흥재단, 2013, 18쪽.
17) 전국미디어센터협의회, “미디어센터란”, http://www.krmedia.org/pages/mediacenter.php, 2025년 01월 31일 검색.

「생활문화시설의 범위에 관한 고시」에서는 지역영상미디어센터를 '지역주민의 영상문화 향유 및 미디어 체험 등 영상·미디어 활동을 지원하기 위해 건립되는 시설'로 규정하며, 지역 주민의 지속적인 생활 문화를 위하여 공동 이용을 목적으로 운영되는 미디어센터를 지역문화진흥법시행령 제2조 제5호 규정에 의하여 일종의 생활문화시설로 보고 있다.[18)]

미디어센터는 지역사회 주민들이 자율적으로 소통하고 창작할 수 있는 중요한 공간으로, 시민들의 미디어 향유권을 보장하고 사회적 소통 능력을 향상시키는 역할을 한다. 미디어 교육과 콘텐츠 제작을 지원하여 지역 주민들이 미디어 콘텐츠를 제작하고 배급할 수 있도록 돕고, 이를 통해 지역사회의 이슈를 다루며 공동체 의식을 강화하는 데 기여한다. 뉴미디어 시대에 접어들면서, 미디어 이용자는 미디어를 단순히 소비하거나 이용하는 것을 넘어 직접 미디어를 활용하여 자신의 생각을 표현할 수 있는 생비자(生費者) 혹은 프로슈머(prosumer)로 발돋움하였다. 누구나 미디어의 주체가 될 수 있으며, 다양한 사회적 목소리가 공론장에서 자유롭게 표현될 수 있는 기회를 얻게 된 것이다. 그러나 급변하는 미디어 환경 속에서도 미디어는 여전히 권력과 자본의 영향 아래에 있다는 점에서 시민 미디어와 미디어 교육의 중요성은 오히려 증가하고 있다. 미디어센터는 이러한 시민의 미디어 교육과 참여를 촉진하는 역할을 수행하며 핵심적인 공간으로 자리잡고 있다.

2) 퍼블릭 액세스/시청자 주권/미디어 액세스권/커뮤니케이션 권리

(1) 퍼블릭 액세스

'퍼블릭 액세스(Public Access)'는 미디어센터와 밀접한 연관을 맺고 있는 개념이다. 퍼블릭 액세스는 크게 '권리'와 '채널' 두 가지 개념으로 설명된다. '퍼블릭 액세스 채널'에 대해서는 이후에 더 구체적으로 다루도록 하고, 이 장에서는 권리의 차원에서 살펴보고자 한다. 퍼블릭 액세스는 방송국에 의하여 일방적으로 제공되는 미디어에서 탈피하여 일반인, 즉 시청자가 자신의 의견을 표명하기 위해 직접 기획, 제작한 자체 프로그램을 매스 미디어를 통하여 접근(Access)하는 방식이다.[19)] '퍼블릭 액세스권' 혹은 '액세스권'은 이와 같이 언론매체에 접근하여 자신의 의사를 표현할 권리[20)]로 일종의 기본권이다.

초기의 액세스권은 그 정의에서도 알 수 있듯이 신문, 방송 등의 전통적인 매스 미디어, 즉 올드미디어를 대상으로 한다. 이때 김현귀(2013)에 따르면 액세스권은 그 주체의 범위나 성격에 따라 두 가지로 구분된다. 첫 번째로, 협의의 액세스권은 자신의 명예나 사회적 평가에 관한 보도에 대해 갖는 '반론권 및 해명권'을 의미한다. 이는 언론 보도로 인한 명예훼손 등으로부터 국민의 인격권을 보호하기 위한 반론권 제도 차원에서 액세스권을 바라보는 관점이다. 이때 액세스권은 헌법상의 기본권보다는 이러한 반론권 제도를 통해 보장되는 법적인 권리 정도로 이해된다. 두 번째로, 광의의 액세스권은 일반 국민이 자신의 의사를 표현하기 위해 대중매체에 자유로이 접근하여 이를 이용할 수 있는 권리이다. 즉 대중매체에 대한 '접근 및 이용권'으로 독자 투고 등도 이에 해당한다. 광의의 액세스권은 국민 개개인의 언론·출판의 자유와 민주적 의사소통의 실현에 기여한다는 점에서 의의가 있다. 한편 언론매체는 시장구조적

18) 문화체육관광부 고시 제 2023-0055호.
19) 김재헌·최영근·박병주·주영숙·김치용, 「Public Access를 이용한 지역미디어센터 활성화에 관한 연구」, 『한국멀티미디어학회 학술발표논문집』 제2008권 제2호, 한국멀티미디어학회, 2008, 153쪽.
20) 김현귀, 「액세스권의 기본권적 의의」, 『언론과 법』 제12권 제1호, 한국언론법학회, 2013, 218쪽.

측면에서 자유경쟁이 아닌 독과점 구조로 흐르며 상업화되는 경향이 있기 때문에, 국민이 진정한 표현의 자유를 실현하기 위해서는 액세스권 보장이 중요하다.[21]

뉴미디어 시대의 액세스권은 더 확대된 차원에서 논의된다. 오늘날의 액세스권은 전통적인 매스 미디어뿐만 아니라 뉴미디어까지 모두 포괄하며, 더욱 적극성과 능동성을 띄는 개념으로 확장되고 있다. 인터넷과 같은 뉴미디어의 기술적 특성은 '양방향 소통'이라는 커뮤니케이션 양식을 가능하게 하였다. 즉 인터넷을 통해 일반 국민이 활발한 여론 형성과 정보 교환을 함으로써 자발적·참여적으로 공론장을 형성해 나갈 수 있는 환경이 마련된 것이다. 이처럼 기존 매스 미디어의 대안으로 인터넷이 등장함으로써 보다 완전한 형태의 액세스권이 실현될 수 있게 되었다.[22] 그러나 앞서 살펴본 초기의 액세스권인 '반론권 및 해명권', 그리고 '제한적 이용권'은 20세기를 거치며 법과 제도로 보장받도록 발전한 반면, 21세기 이후 '시민의 표현의 자유'와 '일반적 이용권'은 인터넷 망의 보급이라는 기술적 발전과 정책적 실천으로 실현 가능해진 것일 뿐, 법과 제도와 같은 규범에 의해 보장받는 것은 아니다.

이러한 일인 미디어 시대의 기본권으로서의 일반적 이용권을 '사이버 액세스권'이라고도 하는데, 인터넷에 누구나 평등하게 접근하여 자유롭게 표현할 수 있는 권리이다. 이와 같은 뉴미디어 시대의 액세스권은 정보사회 속 민주주의 실현에 있어 중요한 위치를 점한다. 정보사회에서는 주권자인 국민이 정보를 공유하고 의사소통함으로써 정치적 참여를 할 수 있도록 보장하는 것이 중요하다. 이때 인터넷이 가장 효과적인 수단이며, 그 근간이 되는 액세스권을 기본권으로 인정하고 보장할 필요가 있다. 더불어 액세스권 개념을 기존 매스 미디어에서 뉴미디어까지 확장하여야 한다. 한편, 뉴미디어가 매스 미디어의 액세스권의 의미를 약화시킨 것은 아니다. 매스 미디어의 독과점과 상업화는 여전이 심화되고 있으나, 여론 형성의 주류적 역할은 언론매체인 매스 미디어들이 수행하고 있기 때문이다. 또한 인터넷 플랫폼을 지배하는 미디어 기업이 시민의 표현의 자유를 제한할 가능성이 있기 때문이다. 따라서 액세스권을 기존 매스 미디어와 뉴미디어인 인터넷 매체를 포괄하는 '전체 미디어에 대한 접근·이용권'으로 확대하여 이해할 필요가 있다.[23] 동시에 액세스권의 본질은 반론권 및 해명권과 같은 소극적 차원이 아닌, 정치적 표현의 자유 및 시민의 정치적 권리라는 적극적 가치에 있음을 분명히 해야 한다.

퍼블릭 액세스의 필요성은 미디어를 통한 시민의 참여와 실천에 있다. 지역 사회 내 시민들이 미디어를 통해 목소리를 내고, 지역에서 중요한 문제를 제기하며, 논의 과정에 참여하도록 함으로써, 즉 문화적 실천을 통해 정치·사회·문화적 권리를 주장하고 참여할 수 있도록 이끌며 이들이 민주주의 시민으로서 '역량 강화(empowerment)'할 수 있도록 기여할 수 있다.[24] 한국에서는 2000년대 초부터 퍼블릭 액세스가 본격적으로 논의되기 시작하였다. 매스 미디어에서 소외되어왔던 시민들의 퍼블릭 액세스 혹은 미디어 참여권은 공익적 관점에서 중요한 사회적 관심사였으며, 2000년 2월에는 이를 법적으로 보장하는 「통합방송법」이 제정되었다.[25] 주로 '시청자 참여 프로그램'의 형태로 실현되었는데, 한국의 시청자 참여 프로그램은 여러 시민사회단체의 요청과 퍼블릭 액세스의 국제적 흐름에 따라 「통합방송법」 제정과 함께 제도화되

---

21) 김현귀, 위의 논문, 220-225쪽.
22) 김현귀, 위의 논문, 241쪽.
23) 김현귀, 앞의 논문, 247-249쪽.
24) 홍숙영·정의철, 「지역방송 시청자 참여 프로그램의 새로운 패러다임 = '동네방네TV'를 통해 본 협업과 지속가능성 모색」, 『한국방송학보』 제32권 제6호, 한국방송학회, 2018, 202쪽.
25) 김진영, 「영상문화교육을 위한 국내 미디어센터 운영과 개선방안에 관한 연구」, 『문화예술교육연구』, 제9권 제1호, 한국문화교육학회, 2014, 190쪽.

었다. 관련 규정의 구체적인 내용은 다음과 같다.

- 「방송법」 제69조: 시청자가 제작한 시청자 참여 프로그램을 한국방송공사에서 편성해야 함을 규정

  제69조(방송프로그램의 편성등) ⑦한국방송공사는 대통령령으로 정하는 바에 의하여 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램을 편성하여야 한다.

- 「방송법」 제70조: 시청자가 제작한 방송 프로그램의 방송을 요청할 경우 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 이를 방송해야 한다고 규정

  제70조(채널의 구성과 운용) ⑦종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 과학기술정보통신부령으로 정하는 바에 의하여 시청자가 자체 제작한 방송프로그램의 방송을 요청하는 경우에는 특별한 사유가 없으면 이를 방송하여야 한다.

- 「방송법 시행령」 제51조: 지상파텔레비전방송 사업 허가를 받은 채널에서 매월 100분 이상의 시청자가 제작한 시청자 참여 프로그램을 편성할 것을 명시

  제51조(시청자 참여프로그램) ①법 제69조 제7항에 따라 공사는 지상파텔레비전방송사업의 허가를 받아 행하는 텔레비전방송의 채널에서 매월 100분 이상의 텔레비전방송프로그램을 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램으로 편성하여야 한다.

방송통신위원회의 규칙 제15조에 따르면, 시청자 참여 프로그램이란 '시청자가 직접 기획·제작한 방송 프로그램', 또는 '시청자가 직접 기획하고 방송발전기금 등의 지원을 받아 제작한 프로그램'을 의미한다. 시청자가 제작한 영상물을 방송사에 보내면 해당 방송사에서 편성해 놓은 시간대에 맞춰 방송한 다음 제작비를 지급하는 형식으로 이루어지는데, 현재로서는 일회적으로 이루어지는 경우가 대부분이다. 지속성을 확보하기 위해서는 시청자들이 계속적으로 방송에 참여하며 사회적 이슈에 대해 토론할 수 있는 공론장 역할을 수행하는 시청자 참여 프로그램이 필요하다.[26] 한편, 미디어센터는 시청자 참여 프로그램 제작에 필요한 교육과 인프라를 제공한다. 퍼블릭 액세스는 미디어센터의 등장 배경이며, 미디어센터는 다시 퍼블릭 액세스의 기반이 된다는 점에서 서로 밀접한 연관을 맺는다. 미디어센터를 포함한 국내 시청자 참여 프로그램 협업 프로세스는 아래의 방식으로 이루어진다.

26) 홍숙영·정의철, 앞의 논문, 205-206쪽.

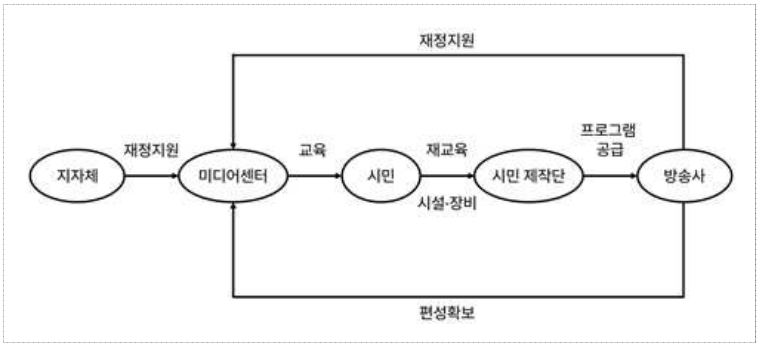


그림1 국내 시청자 참여 프로그램 협업 프로세스 (출처: 홍숙영·정의철, 2018, 218쪽)

(2) 시청자 주권

다음으로는 퍼블릭 액세스권과 유사하면서도 구별되는 개념인 '시청자 주권', '미디어 액세스권', '커뮤니케이션 권리'에 대해 차례로 살펴보려 한다. 시청자는 방송의 소비자일 뿐만 아니라 방송에 대한 접근권, 참여권, 선택권 등을 갖는데, 이처럼 시청자가 방송의 주인으로서 갖는 권리를 '시청자 주권'이라고 한다. 퍼블릭 액세스권과 비슷해 보이지만 '방송'으로 그 대상이 한정되어 있다는 점에서 더 좁은 개념이라고 이해할 수 있다. 방송은 전파와 같은 공적인 자원을 활용하기 때문에 공익성과 공공성을 지닌다. 따라서 방송에 대한 산업적, 경영적 차원만이 아닌 시청자 차원의 접근과 고려도 필요하다. 시청자 차원의 접근에는 시청자의 참여와 시청자 주권이 포함되며, 시청자 참여 프로그램도 이에 해당된다.[27)]

(3) 미디어 액세스권

'미디어 액세스권'은 '퍼블릭 액세스권'과 유사한 개념으로, 서로 혼동되기 쉬우나 전자가 더 폭넓은 개념이다. 퍼블릭 액세스권은 미디어 액세스권의 하위 개념으로 볼 수 있는데, 앞서 설명한 뉴미디어 시대에 확장된 의미의 퍼블릭 액세스권을 미디어 액세스권이라고 이해할 수도 있을 것이다. 퍼블릭 액세스는 특정한 매스 미디어에 시민들이 직접 접근 및 참여할 수 있는 권리를 강조하는 반면, 미디어 액세스권은 보다 넓은 차원에서 미디어를 이용하고 참여할 수 있는 권리 전반을 의미하기 때문이다. 그러나 미디어 액세스권도 처음에는 지금보다 좁은 의미로 사용되었으나 미디어 환경이 변화함에 따라 그 의미가 확대된 것으로 보인다. 이처럼 두 개념 모두 의미의 변화를 겪으며 새로운 차원에서 논의되고, 점차 두 개념의 구분이 모호해짐에 따라 '액세스권'이라는 하나의 커다란 개념으로 정의되는 양상을 보이기도 한다.

미디어 액세스권은 미국 조지 워싱턴 대학교 로스쿨의 교수였던 배런(Jerome A. Barron)에 의해 1967년에 처음으로 주창되었다. 1960년대 들어와서 전세계적으로 자본주의 국가의 언론기관들이 독점화·집중화·거대화되며 제3의 새로운 권력기구로 부상하면서 일반 대중들은 매스 미디어로부터 극도로 소외되기 시작하였다. 이에 '매스 미디어로부터 소외된 일반 공중들이 매스 미디어에 자유로이 접근하여 자신들의 의견이나 사상을 개진할 수 있는 권리'를 법

27) 홍숙영·정의철, 앞의 논문, 202-203쪽.

적으로 확보해야 한다는 주장이 대두하게 되었고, 이것이 곧 '미디어 액세스권'(The Right of Access)'이었다. 미디어 액세스권은 일반 공중과 언론사가 주체가 되고 정부와 공공기관이 객체가 되는 '알 권리'와 달리, 언론사를 객체로 보고 일반 공중을 주체로 보는 새로운 권리 개념이었다.[28)]

배런(Barron)은 일인 미디어가 발달한 뉴미디어 시대에도 여전히 액세스권이 필요하다고 주장한다. 인터넷상의 웹사이트나 블로그 등이 주류 언론과 같이 정보를 제공하고 있는 것은 사실이나 의제 설정과 여론 형성에 있어서 주류 언론, 즉 매스 미디어의 영향력은 여전하기 때문이다.[29)] 또한 다음의 네 가지 이유에 따라 인터넷이 미디어 액세스 문제를 해결하는 근본적 대안은 될 수 없다고 보았다.

- 첫째, 경제력의 차이 또는 컴퓨터 문맹 등의 이유로 디지털 격차가 존재한다.
- 둘째, 인터넷을 검열하려는 압력이 꾸준히 늘어난다.
- 셋째, 인터넷은 소수의 검색엔진 회사(포털 플랫폼)가 지배하고 있다.
- 넷째, 전통적인 주류 언론사가 소유·운영하는 인터넷 플랫폼의 영향력이 커지고 있다.

한편 네덜란드의 사회학자이자 디지털 격차(Digital Divide) 연구의 선구자인 얀 반 다이크(Jan van Dijk)는 디지털 시대의 미디어 액세스 개념을 '가진 자와 가지지 못한 자'라는 기존의 접근 유무의 이분법에서 벗어나[30)] 크게 네 가지 차원으로 구체화하였다. 첫 번째, 동기적 차원의 액세스(motivational dimensions of access)는 디지털 기술을 활용할 필요성을 느끼는 것이다. 두 번째, 물리적 차원의 액세스(physical dimensions of access)는 실제적으로 미디어 기기를 소유하고 인터넷에 연결되는 것이다. 세 번째, 기술 차원의 액세스(skill dimensions of access)는 인터넷 기기를 다루거나 네트워크에 접속하는 능력이다. 네 번째, 활용 차원의 액세스(usage dimensions of access)는 정보 탐색, 창작 등을 통해 일상생활에서 실질적으로 활용할 수 있는는 능력이다. 이러한 미디어 액세스에 대한 새로운 관점은 미디어 액세스권에 대한 재인식의 기반이 된다.

한국에서는 한양대학교 신문학과의 팽원순 교수가 1978년 한국언론학보에 게재한 '매스 미디어의 액세스權에 관한 연구'라는 글을 통해 미디어 액세스권이라는 개념이 처음으로 소개된 것으로 보인다. 팽원순 교수는 1967년 하버드 로리뷰(Harvard Law Review)에 발표된 배런의 '언론에 대한 접근: 새로운 수정 헌법상 권리(Access to the press-A new first Amendment right)'라는 논문을 중심으로 액세스권을 소개하였다. 이후에 이어진 액세스권에 관한 초기의 논의들도 주로 배런의 미디어 액세스권을 중심으로 이루어졌다. 초기에는 미디어 액세스권의 기본권성 인정 여부에 다소 조심스러운 경향이 있었으나, 현재 대부분의 관련 문헌에서는 광의의 미디어 액세스권의 기본권성을 인정하고 있는 것으로 보인다. 이는 배런을 비롯한 미국 학계의 영향을 받아 주관적 권리의 측면을 넘어 정책적이고 제도적인 측면의 논의로까지 확대된 것으로 이해할 수 있다.[31)]

---

28) 김영주·박창문, 「미디어 액세스권 확보방안으로서 언론중재제도의 활용실태와 개선방안」, 『미디어와 인격권』 제1권 제1호, 언론중재위원회, 2015, 67쪽.

29) 문재완, 「일인 미디어 시대의 액세스(access)권」, 『언론과 법』 제9권 제2호, 한국언론법학회, 2010, 183쪽.

30) 정애리, 「디지털 미디어 액세스 = 개념의 확대와 범위의 재구조화를 중심으로」, 『방송통신연구』 제60호, 한국방송학회, 2005, 294쪽.

31) 서경미, 「광의의 의미의 액세스권의 기본권성 인정에 대한비판적 검토」, 『헌법재판연구』, 제5권 제2

(4) 커뮤니케이션 권리

‘커뮤니케이션 권리(Communication Rights)’는 앞선 개념들보다 더욱 폭넓은 의미와 범위를 나타내며 이들과 일정한 연관을 맺고 있는 개념이다. 최초로 명확하게 커뮤니케이션 권리를 주장한 사람은 장 다시 (Jeand'Arcy)이다. 1969년 당시 UN공공정보국(PublicInformation Office) 라디오 및 영상부분 책임자였던 그는 다음과 같이 서술하였는데, 이것이 커뮤니케이션 권리의 시초가 되었다.[32)]

> *“세계인권선언이 21년 전 제19조에서 최초로 명문화한 인간(man)의 정보권보다 더 폭넓은 권리를 포괄해야 할 시대가 올 것이다. 그 권리는 바로 인간의 커뮤니케이션 할 권리이다. 미래의 커뮤니케이션 발전을 충분히 이해하기 위해서는 바로 이러한 관점을 고려해야 할 것이다.” (Jeand'Arcy, 1969)*

커뮤니케이션 권리는 미디어 액세스권의 기초적인 수준에서부터 미디어로 자신의 목소리를 제대로 표현하고 소통할 수 있는 권리까지를 모두 포괄하는 개념이다. 즉 표현의 자유권보다 확대된, 누구나 억압과 착취를 받지 않고 자유롭게 서로의 의견과 정보를 공유하고 커뮤니케이션을 통해 공동체를 유지·발전시킬 수 있다는 ‘사회권’이자 ‘집단권’으로서의 ‘보편적 인권’을 의미한다.[33)]

3) 미디어 교육/미디어 리터러시

(1) 미디어 교육

미디어센터의 핵심적인 역할 중 하나는 미디어 교육이다. 또한 미디어 교육의 사회적 중요성이 나날이 증가하고 있는 가운데 중추적인 역할을 수행하고 있는 곳이 바로 미디어센터이다. 따라서 미디어센터에 관한 논의에서 미디어 교육을 빼놓을 수는 없을 것이다. 미디어 교육은 ‘미디어를 비판적으로 이해하고, 효과적으로 활용하며, 직접 생산할 수 있는 능력을 기르는 교육’이다. 즉 단순히 미디어를 소비하는 것을 넘어서 미디어가 어떻게 작동하고, 어떠한 영향을 미치며, 이를 활용하여 어떻게 소통할 수 있는지 배움으로써 미디어 이용자가 스스로 미디어 메시지를 분석적으로 판단하고, 비판적으로 인식하며, 더욱 책임감 있게 미디어를 다룰 수 있도록 하는 과정이다.[34)] 전창국(2016)은 미디어교육의 중요성은 미디어가 사회 전반에 영향을 미치고 있으며 미디어의 소비가 급증하여 미디어의 이데올로기적 중요성과 영향력이 확대되어 가는 환경 속에서 증가하고 있다고 본다. 특히 선거와 같은 민주주의 절차에서 미디어가 관여하는 정도가 커지고 있기 때문이다.[35)]

황치성·박지선(2013)은 미디어 교육의 필요성을 네 가지로 정리하였는데, 우선 첫 번째로

호, 헌법재판연구원, 2018, 336-339쪽.

32) 미디액트, 『커뮤니케이션 권리 핸드북』, 미디액트, 2006, 27-28쪽.

33) 정혜지, 앞의 논문, 23-24쪽.

34) 전창국, 「영상·시청자미디어센터의 현황 및 전망에 관한 연구」, 청운대학교 석사학위논문, 2016, 1쪽.

35) 전창국, 앞의 논문, 2쪽.

미디어에 대한 체계적인 교육을 통해 미디어에 대한 올바른 이해와 선용(善用) 능력을 촉진하고 사회적으로 바람직한 미디어 이용문화를 정립하기 위해 미디어 교육이 필요하다고 보았다. 미디어의 영향력이 증가하고 있는 상황 속에서 미디어로 인한 부정적 영향은 최소화하고 긍정적 영향은 최대화하려는 것이다. 두 번째로 미디어 교육은 미디어에 의해 제공되는 정보나 의견을 합리적으로 판단하고 이를 바탕으로 커뮤니케이션하는 능력과 의사소통 문화를 조성하기 위해 필요하다고 본다. 달리 말해 미디어에서 제공하는 정보를 비판적, 주체적으로 판단하는 능력을 기르기 위해 미디어 교육이 필요하다는 것이다. 세 번째로 미디어 교육은 21세기 인재상에 걸맞은 정보활용 능력과 창의적인 표현 능력을 기르기 위해 필요하다고 이야기한다. 미디어와 콘텐츠가 새로운 가치를 창출해내는 오늘날의 환경에서 정보력과 창의력을 지닌 인재를 기르기 위해 미디어 교육이 중요하다는 것이다. 마지막으로 미디어 교육은 미디어에 의해 표상되는 다양한 사람들의 삶을 통해 자신을 성찰하고 이웃을 배려하는 인성과 가치관 확립에 필요하다고 주장한다. 즉 미디어 교육은 단순한 기술 교육이 아닌 인성 교육의 차원에서 생각해 볼 수 있다는 것이다.[36)]

이러한 미디어 교육의 목적은 크게 '미디어 리터러시(media literacy) 함양', '교육 참여자의 역량 강화(empowerment)', '커뮤니케이션 권리(Communication Rights) 확보'의 세 가지에 있다. 첫 번째로 미디어 리터러시 함양은 미디어를 비판적으로 이해하고, 창의적으로 표현하며, 정치적·사회적·문화적 맥락에서 미디어를 분석하는 능력을 배양하는 것이다. 두 번째로 교육 참여자의 역량 강화는 미디어 이용자가 미디어를 활용하여 사회적 변화에 직접 참여하고 자신의 목소리를 사회에 전달할 수 있는 권한을 얻는 과정을 의미한다. 세 번째로 커뮤니케이션 권리 확보는 미디어 교육을 통해 궁극적으로는 시민들이 자유롭게 의견을 공유하고 공동체를 발전시킬 수 있도록 한다는 것이다. 이를 위해서는 시민들이 평등하게 사회적 의제를 형성할 수 있는 공론장과 권리를 보장하는 것이 필요하다. 위의 세 가지는 각각 개인적, 사회적, 권리적 차원에서 이해할 수 있을 것이다.[37)]

21세기는 디지털 시대이자 영상정보시대로서, 미디어에 대한 미적 경험과 제작 및 창작의 실용적 경험은 개인의 커뮤니케이션 능력과 더불어 사회 전반의 역량을 강화해 나가는 데 중요하다. 또한 단순히 미디어 지식을 습득하는 인지적 능력을 넘어 미디어 언어를 해독하고 비평하며, 이용하고 창작하는 능력인 '미디어 리터러시'는 필수적인 역량으로 발돋움하고 있다.[38)] 이에 따라 전통적인 미디어 교육은 '교육학'과 '커뮤니케이션학' 두 개의 축을 중심으로 논의되어왔으나, 현재의 미디어 교육은 개인의 창조성과 자율성까지 확보하는 것으로 확대된 것으로 보인다. 디지털 기술의 발달이 미디어 교육의 기술적 측면뿐만 아니라 패러다임 자체를 변화시키고 있는 것이다.[39)]

이러한 변화는 국내 미디어 교육에서도 다양한 형태로 나타나고 있다. 미디어 교육은 1970년대 천주교에 의해 한국에 처음 소개되었는데, 초기에는 시민운동 차원의 활동과 시민 미디어 교육이 중심을 이루었다. 이후에 90년대 말에 들어서는 '시청자 권리'나 '퍼블릭 액세스'와 같은 개념들이 강조되면서 공적 영역에서 미디어 교육이 논의되기 시작하였다.[40)] 국내 최초의 미디어센터인 '미디액트(Mediact)'가 설립된 이후에는 지역 단위의 미디어센터가 연이어 설립

---

36) 황치성·박지선, 앞의 논문, 10-11쪽.
37) 정혜지, 앞의 논문, 20-25쪽.
38) 김진영, 앞의 논문, 189-190쪽.
39) 전창국, 앞의 논문, 6-7쪽.
40) 이희랑, 「공동체 미디어교육의 새로운 패러다임에 관한 연구: 지역 중심의 소통 공동체적 관점과 실천을 중심으로」, 중앙대학교 박사학위논문, 2013.

되면서 미디어교육은 주체, 내용, 성격 등에서 다양화되었다. 현재 각 지역의 미디어센터는 학교 및 지역 사회와 관계를 맺으며 '미디어 민주주의'를 위한 비판적, 참여적 미디어 교육을 실시하고 있다.[41]

(2) 미디어 리터러시

앞서 언급한 미디어 리터러시는 학자에 따라 다양하게 정의되어 왔으며, 새로운 미디어의 출현은 리터러시의 개념을 계속해서 확장시키기도 하였다. 런던정치경제대학 미디어·커뮤니케이션 학과 교수인 소니아 리빙스턴(Sonia Livingstone)은 미디어 리터러시를 '다양한 형태의 메시지에 접근해서 분석 평가하며, 다양한 형태의 메시지를 만들어낼 수 있는 능력'으로 정의했다. 유럽연합(EU)에서 미디어 리터러시는 '메시지를 생산 및 공유하는 능력과 함께 창의적 활용 능력과 시민성을 키워 줄 수 있는 중요한 자원'이라는 전제 하에 '유럽연합이 공동으로 추구해야 할 핵심과제'[42]라고 천명한 것을 통해서도 그 의미와 중요성을 확인할 수 있다.

리빙스턴은 미디어 리터러시의 구성 요소로 '접근 능력(Access)', '분석 능력(Analyze)', '평가 능력(Evaluate)', '창조 능력(Create)'의 네 가지를 제시하였다. 접근 능력은 미디어와 디지털 기술을 물리적, 경제적, 기술적, 사회·문화적으로 활용할 수 있는 능력으로, 단순한 소유와 접근을 넘어 경제적, 기술적, 사회적 요인이 모두 포함된 개념이다. 분석 능력은 상징적인 미디어 텍스트의 의미를 해석하고 구조를 이해하는 능력이다. 평가 능력은 미디어 콘텐츠가 생산되는 사회적 맥락에 대한 지식과 비판 능력을 바탕으로 미디어의 신뢰성과 가치를 판단하는 능력을 의미한다. 창조 능력은 미디어에 참여하고, 미디어를 활용하여 직접 콘텐츠를 생산해 내는 능력을 나타낸다.[43] 이와 같은 요소들을 갖추고 있는 것이 미디어 리터러시이며, 미디어 교육은 이러한 미디어 리터러시를 함양하기 위해 이루어진다.

2. 미디어센터의 특징

1) 미디어센터의 역사와 현황

세계 각국의 미디어센터는 역사와 규모, 운영 모델과 핵심 목표 등에서 차이를 보이지만 공통적으로 비영리, 공동체 미디어, 퍼블릭 액세스, 미디어 리터러시, 그리고 사회적 소수자 등을 주요한 활동 의제로 삼고 있다. 해외의 경우, 특히 미국, 독일, 캐나다 등의 미디어센터는 앞서 살펴보았던 '미디어 교육'과 '퍼블릭 액세스권'을 보장하기 위한 시민운동의 일환으로 등장하여 오늘날까지 이어지고 있다. 그 시작은 1960년대 말, 캐나다에서 일어난 미디어 운동에 뿌리를 두고 있다. 당시에 몰락하는 광산과 어촌 마을의 주민들은 지역공동체의 빈곤 문제를 해결하고, 정부에 주민들의 의견을 직접 전달하는 과정에서 비디오를 사용하였다. 이후 캐나다 영화진흥기구(National Film Board of Canada)가 일반 시민들을 대상으로 비디오 제작

41) 황치성·박지선, 앞의 논문, 2쪽.
42) AoC(Alliances of Civilization)·UNESCO·EC, 『Mapping Media Education Policies in the World: Visions, Programmes and Challenges』, AoC·UNESCO·EC, 2009.
43) Livingstone, S., 「Media literacy and the challenge of new information and communication technologies」, 『The Communication Review』 Vol.7 No.1, Taylor & Francis, 2004, pp.3～14.

지원 등의 활동을 이어나가며, 시민들의 독자적 미디어 활용을 지향하는 퍼블릭 액세스 운동이 활발하게 이루어졌다.[44] 미디어센터도 이 과정에서 설립되기 시작하였다.

국내 미디어센터의 설립은 해외의 참여적 미디어 활동 사례를 배경으로 1990년대 후반 미디어 관련 학회 및 독립영화계를 중심으로 논의되기 시작했다.[45] 2000년대에 들어서는 시민사회단체를 중심으로 논의가 더욱 구체화되었다. 이러한 시민사회단체의 요청과 미디어 교육 및 퍼블릭 액세스의 국제적 흐름에 따라 2000년 2월에는 시민의 미디어 참여를 제도화한 「통합방송법」이 제정되기도 하였다. 2000년대 이전에는 각 시민단체에서 자발적으로 미디어 교육과 운동이 이루어졌는데, 이것이 미디어센터 설립의 배경이 되었다. 본격적인 미디어센터 설립을 위해 미디어 운동가들은 2001년 4월 '미디어센터 네트워크' 웹사이트를 개설하였고, 전국의 관련 단체들간의 워크샵 등을 추진하며 미디어 교육과 운동을 더욱 활성화하기 위해 노력하기도 하였다. 2002년에는 영화진흥위원회 주체로 한국의 첫 번째 미디어센터인 '미디액트'가 개관하였다. 이후 문화체육관광부, 방송통신위원회, 방송문화진흥회, 지방자치단체를 비롯한 다양한 주체들이 미디어센터 사업에 뛰어들었다. 한국의 미디어센터는 단일한 정책에 기초하여 전국적으로 설립된 것은 아니었으나, 이와 같이 시민단체와 운동가, 학회 차원에서 시작되어 정부부처의 공적지원에 의해 설립 및 확산되어 왔다는 점에서 다른 국가의 미디어센터와 구별되는 독특한 특징을 가진다.[46]

현재에 이르기까지 한국의 미디어센터는 지속적으로 양적·질적 발전을 이루어왔다. 전국미디어센터협의회가 실시한 '지역미디어센터 구축 현황' 조사에 따르면, 2025년 1월 기준 전국에 총 58개소의 미디어센터가 운영 중이다. 지역별로 보면 서울 14곳, 인천 2곳, 경기 12곳, 강원 4곳, 충북 3곳, 충남 4곳, 세종 1곳, 대전 1곳, 전북 3곳, 전남 1곳, 광주 2곳, 대구 4곳, 경북 1곳, 경남 3곳, 울산 1곳, 부산 1곳, 제주 1곳이 설립되어 있다. 수도권에 총 28곳, 비수도권에 총 30곳으로 수도권에 집중되어 있는 것을 확인할 수 있다. 설립·운영주체별 현황에 따르면 문체부 및 지방정부가 설립한 19곳, 지방 정부가 설립한 22곳, 민간에서 설립된 5곳, 방송통신위원회 산하의 12곳이 있다. 이때 설립 주체와 운영 주체가 반드시 일치하는 것은 아니다. 참고로 전체 미디어센터 중 전국미디어센터협의회의 회원 센터 수는 총 42곳이다.[47]

2) 미디어센터의 특징 및 역할

(1) 미디어센터의 유형

강진숙(2007)[48]에 따르면 미디어센터는 그 개념과 역할에 따라 크게 세 가지 유형으로 구분할 수 있다. 첫 번째는 '미디어 교육 차원의 미디어센터'로 미디어 리터러시의 함양을 목표로 전문 교사를 양성하고 학생 등을 대상으로 미디어 교육 프로그램을 실시하는 기관을 가리킨다. 미디어 교육 전문 교사 양성을 주목적으로 활동하고 있는 영국의 영어미디어센터(English and Media Center)가 이에 해당된다. 학생 및 학부모의 미디어 능력 촉진을 위해 다양한 교

44) 김진영, 앞의 논문, 191쪽.
45) 정혜지, 앞의 논문, 15쪽.
46) 김진영, 앞의 논문, 192쪽.
47) 전국미디어센터협의회, "전국미디어센터 현황", http://www.krmedia.org/pages/page_123.php, 2025년 01월 31일 검색.
48) 강진숙, 『미디어센터와 퍼블릭 액세스 프로그램 활성화 방안 토론회』, (사)민주언론시민연합, 2007.

육을 실시하고 있는 독일의 카셀 미디어능력센터(Zentrum Fűr Medienkompetenz) 또한 이에 포함된다. 한국의 경우 이 유형에 해당하는 미디어센터가 많으나 주로 학생이나 시민을 대상으로 할 뿐, 전문 인력 양성을 위한 교육은 거의 이루어지지 않고 있는 것으로 보인다.

두 번째는 '퍼블릭 액세스를 강조하는 미디어센터'로 시민의 퍼블릭 액세스 및 관련 프로그램의 활성화에 중점을 둔다. 이 유형은 미디어의 이용과 제작, 유통에 있어서 시민의 접근권 및 참여 확대를 주목적으로 삼는다. 미국에서는 퍼블릭 액세스 채널에서 미디어센터를 함께 운영하거나, 반대로 미디어센터에서 퍼블릭 액세스 채널을 운영하는 경우가 많은데 이는 두 번째 유형에 해당한다고 볼 수 있다. 한국에서 활발히 활동하고 있는 지역영상미디어센터와 시청자미디어센터 등도 이에 포함된다. 이들은 시민의 퍼블릭 액세스 활성화를 위해 시청자 참여 프로그램 제작을 지원하거나, 케이블 채널 등을 통해 시민 제작 콘텐츠를 유통하기도 하지만 다소 제한적으로 이루어지고 있는 것을 확인할 수 있었다.

세 번째는 '독립영화 활성화와 관련된 미디어센터'로 독립영화 지원 프로그램을 기획하고 실행하는 것이 주된 활동이다. 이를 통해 미디어센터와 일반 시민 간의 문화적 관계를 활성화하는 데 일차적인 목표를 둔다. 영화진흥위원회가 설립한 미디액트 등의 국내 미디어센터가 이에 해당된다. 뉴욕의 비디오 운동에서 시작된 미국의 DCTV(Downtown Community Television Center)도 이 유형에 포함된다. 앞선 세 유형은 조금씩 다른 특성과 목적을 지니고 있지만, 결국 모두 시민의 미디어 교육과 참여에 중점을 둔 비영리기관이라는 점에서 분명한 공통점을 갖는다.

(2) 미디어센터의 역할

미디어센터의 역할을 이해하기 위해서는 미디어센터가 무엇을 위해 존재하는지 그 정체성에 대해 먼저 생각해 볼 필요가 있다. 미디어센터는 단순히 기능적이고 일차원적인 역할을 수행하는 장소가 아닌 '미디어 향유권의 보장'을 위해 존재하는 공간이다. 즉 미디어센터는 21세기 소통체계의 핵심인 미디어 활용 능력을 향상시키고, 시민이 자율적이고 주체적인 문화 생산자로 성장할 수 있도록 지원하며, 지역과 공동체를 중심으로 시민이 주도하는 새로운 미디어의 기반이 된다. 전창국(2016)은 이러한 미디어센터의 정체성을 유지하기 위해서는 각 지역의 미디어센터가 지역의 특성에 맞는 교육 및 지원 프로그램을 진행해야 한다고 주장한다. 또한 미디어 소외계층을 고려하는 것에서 시작하여 전 국민의 미디어 복지 향상에 기여해야 한다고 이야기한다.[49] 이와 비슷한 맥락에서 김재헌 등(2008)은 지역 미디어센터의 설립 목적을 영상·미디어 문화 향유권의 지역별·계층별 불균형성 극복과 지역 문화의 균등 발전 추구로 보기도 한다.[50] 정리하자면 미디어센터는 미디어를 수단으로 삼아 시민과 지역이 성장할 수 있도록 돕는 공간인 셈이다.

이와 같은 정체성을 바탕으로 미디어센터는 다양한 역할을 수행한다. 크게는 시민 차원과 지역 차원의 역할로 이해할 수 있는데, 우선 첫 번째로 시민 차원에서 미디어센터는 시민의 참여적 미디어 활동을 지원하는 역할을 수행한다. 구체적으로는 시민들이 직접 콘텐츠를 제작할 수 있도록 창작 지원, 장비 대여, 미디어 교육을 실시하는 '미디어 콘텐츠 제작 지원'의 역할이 있다. 또한 미디어 교육 후속 활동, 동아리, 네트워킹 등을 지원하며 지속적인 시민의 미디어 참여를 유도하는 '시민 미디어 주체 육성'의 역할도 한다. 이러한 과정들을 거쳐 제작된

49) 전창국, 앞의 논문, 73쪽.
50) 김재헌 외 4인, 앞의 논문, 154쪽.

콘텐츠가 실제로 퍼블릭 액세스 프로그램, 공동체 라디오 등 다양한 플랫폼을 통해 배급될 수 있도록 하는 '콘텐츠 유통 및 배급 지원'의 역할을 수행하기도 한다. 두 번째로 지역 차원에서 미디어센터는 지역 미디어 문화 활성화의 역할을 한다. 대부분의 미디어센터는 지역을 기반으로 설립 및 운영되기 때문에 지역의 생활문화시설이자 사회적 인프라로서 존재한다. 이에 따라 미디어센터는 '지역민의 미디어 문화 향유권 증진'과 '지역의 민주적 미디어 커뮤니케이션 시스템 구축', 나아가 '지역의 미디어산업 활성화'를 위한 역할을 수행한다.[51]

이러한 역할은 구체적인 프로그램을 통해 실현되는데 국내 미디어센터의 주요 사업은 크게 여섯 가지로 분류할 수 있다. 첫 번째로 일반 시민을 위한 미디어 교육과 미디어 전문가 양성의 '교육 사업'이 있다. 두 번째로 콘텐츠 제작 지원, 장비·공간 대여, 컨설팅 제공의 '창작 및 제작 지원'이 있다. 세 번째로 정책 연구, 아카이브 운영, 웹사이트 관리의 '정책 연구 및 운영'이 있다. 네 번째로 미디어센터 간 네트워크 구축과 학교·문화시설 등 지역 사회와의 연계를 포함한 '네트워킹 및 협력'이 있다. 다섯 번째로 라디오, 인터넷 방송, 팟캐스트 등을 활용한 공동체 미디어 활동을 위한 '미디어 플랫폼 운영'도 포함된다. 마지막으로 시청자 참여 프로그램 제작, 지역 방송사 협력 등을 통한 '퍼블릭 액세스 지원'도 있다.[52]

이러한 주요 사업을 통한 운영 성과는 세 가지 정도로 정리할 수 있다. 첫 번째로, 미디어 교육의 확대와 심화가 있다. 미디어센터는 미디어 교육을 전담하는 공적 기구로서 일반 시민과 소외계층을 위한 수준별·계층별 미디어 교육을 실시해 왔다. 더불어 찾아가는 교육, 기술 및 이론 교육, 콘텐츠 제작 및 유통 교육 등 프로그램을 다양화했다. 또한 새로운 디지털 미디어 환경에 적응할 수 있도록 돕는 사회교육기관의 역할도 수행하고 있다. 두 번째로, 지역민의 액세스권 향상과 미디어 참여 활성화에 기여하기도 했다. 액세스권이라는 시민의 기본권 보장을 위해 설립된 미디어센터는 지역 방송 및 미디어 단체와의 네트워킹을 통해 지역민의 미디어 참여 확대 방안을 모색해왔다. 세 번째로, 지역의 미디어 허브로서의 위상을 정립하였다. 각 미디어센터는 상영 사업 등을 통해 지역의 영상문화 향유 공간으로서 자리잡았다. 또 지역 내 다양한 계층의 목소리가 사회에 전달될 수 있도록 지원하기도 한다. 더불어 지역 내 기관, 시설, 단체 등과의 연계와 네트워킹을 통해 지역의 미디어 지원 허브로서의 위치를 확립해 나가고 있다.[53]

(3) 미디어센터의 네트워크

이철희(2010)는 문화예술 공동체 형성과 관련하여 네트워킹이 갖는 의미를 다음의 여섯 가지로 제시했다. 첫 번째, 오늘날 네트워크는 인간이나 조직 간의 관계를 연결하는 중요한 수단이다. 두 번재, 현대사회의 중요한 특징 중의 하나인 상호의존성에서 네트워크는 중요한 역할을 한다. 세 번재, 네트워크는 다양한 정보와 자원의 효과적인 교환수단이다. 네 번째, 자생적이고 자발적인 문화예술 집단의 연대에는 각각의 자율성을 인정하는 네트워크 형태가 적합하다. 다섯 번째, 문화예술 분야와 같이 다양성이 높은 조직에는 유기체적 성격을 가진 네트워크형 조직이 적합하다. 여섯 번째, 공동체와 네트워크는 모두 신뢰를 바탕으로 하며 지역사회의 중요한 사회자본 역할을 한다.[54] 이러한 네트워크의 의미와 가치는 미디어센터에도 그대

51) 정혜지, 앞의 논문, 15-18쪽.
52) 김진영, 앞의 논문, 193쪽.
53) 김진영, 앞의 논문, 199-200쪽.
54) 이철희, 「문화예술공동체 형성을 위한 네트워크 구축에 관한 연구」, 충북대학교 박사학위논문, 2010, 54-55쪽.

로 적용된다. 미디어센터의 교육 인력과 참여자 모두 다양화 및 확대되고 있기 때문이다. 더불어 미디어 교육이 점점 더 통합교육의 성격을 띄게 되면서 지식정보 기반의 전문 네트워크에 대한 수요가 커지고 있기 때문이기도 하다.[55]

이와 같은 미디어센터 간 네트워크와 지역 사회와의 네트워크는 미디어 교육을 실행하는 데 필요한 자원을 확보하고 정보를 공유함으로써, 교육 프로그램의 질적 수준을 향상시키고 학습자 특성에 적합한 세분화된 교육을 효과적으로 실시하기 위해 필요하다.[56] 국내 미디어센터의 경우, 크게 전국미디어센터협의회와 시청자미디어재단의 두 축을 중심으로 네트워크가 형성되어 있다. 우선 전국미디어센터협의회는 비영리법인으로 국내 미디어센터의 공동발전을 위한 교류와 협력 활동을 주목적으로 한다. 이를 위해 영상·미디어·문화·공동체 활동 분야의 전문가들과 함께 미디어센터의 발전을 위해 지역미디어센터 사업 및 활동 지원, 미디어센터 컨설팅 및 정책 연구, 미디어 분야의 네트워크 허브 등의 역할을 수행하고 있다. 2003년 '지역영상미디어센터설립추진협의회'로 출범하여, 2005년 '전국미디어센터네트워크'로 전환된 이후, 2012년에 '전국미디어센터협의회'가 설립되어 현재까지 이어져오고 있다.[57] 시청자미디어재단은 방송법 제90조의2(시청자미디어재단)에 의거하여 방송통신위원회에 의해 설립된 재단으로, 시청자의 미디어 참여를 주목적으로 삼는다.

미디어센터는 지역사회 내에서 민주적 참여를 촉진하고, 시민들이 자유롭게 의견을 교환하며 사회적 의제를 형성할 수 있는 공론장을 제공한다. 이는 단순히 미디어 기술 교육을 넘어서, 시민들이 미디어를 주체적으로 활용하고 자신들의 목소리를 낼 수 있도록 돕는 중요한 과정이다. 특히, 지역 미디어센터는 다양한 사회적 집단과 연령층을 대상으로 맞춤형 교육을 제공함으로써, 사회적 소수자와 다양한 계층이 미디어를 통해 자신의 의견을 표현할 수 있는 기회를 보장한다. 이러한 교육과 참여는 지역 민주주의 발전에 기여하고, 시민들의 적극적인 사회적 참여를 유도하는 중요한 역할을 한다. 미디어센터는 지역사회에서 시민들의 미디어 리터러시를 향상시키고, 민주적 소통 구조를 형성하는 중요한 기관으로, 사회적 변화를 이끌어내는 데 필수적인 역할을 한다. 따라서, 빠르게 변하는 미디어 시대 속에서 미디어센터의 중요성은 앞으로 더욱 강조될 것이다.

3. 미국의 미디어센터

1) 미국의 미디어 운동

미국의 미디어 운동은 '히피 문화와 언더그라운드의 확산', '카메라 기술의 발전', '비디오 운동'이라는 세 가지 요소와 밀접하게 연관되어 있는 것으로 보인다. 히피 문화와 언더그라운드의 확산이라는 사회적 요인, 그리고 카메라 기술의 발전이라는 기술적 요인을 바탕으로 비디오 운동이 전개되었으며, 이는 미국 내 미디어 운동의 핵심 축을 형성하는 데 중요한 역할

55) 임학순, 「지역 문화예술교육 네트워크 구축 사업의 네트워크 성과 유형에 관한 시론적 연구」, 『문화정책논총』 제24집, 한국문화관광연구원, 2010, 121-126쪽.
56) 황치성·박지선, 앞의 논문, 22쪽.
57) 전국미디어센터협의회, "목적 및 연혁", http://www.krmedia.org/pages/about.php, 2025년 01월 31일 검색.

을 하였다. 이러한 미디어 운동은 이후 미국의 미디어센터 설립에도 영향을 미쳤다.

(1) 히피 문화와 언더그라운드

히피 문화와 그 상위 개념이라고 볼 수 있는 언더그라운드는 미국의 대안 언론 등장과 지역 언론 운동에도 영향을 미쳤다. '히피'는 기성의 가치관·제도·사회적 관습을 부정하고, 인간성의 회복·자연과의 직접적인 교감 따위를 주장하며 자유로운 생활 양식을 추구하는 젊은 세대로, 1960년대 후반부터 미국을 중심으로 생겨나 전 세계로 퍼졌다.[58] '언더그라운드'는 기존의 주류(mainstream) 문화, 정치, 예술, 미디어 등에 저항하거나 대안을 제시하는 비주류(subculture)적 운동으로 다양한 분야에서 나타났다. 특히, 1960년대 미국에서 영화를 중심으로 일어난 상업성을 무시한 전위 예술 내지 실험 예술의 풍조[59]를 언더그라운드라고 칭하기도 한다.

반문화운동의 상징인 히피는 68세대의 반체제적 비판을 내면화한 존재[60]로, 여러 요인이 복합적으로 영향을 미치며 히피와 히피 문화가 등장하였다. 우선 사회·정치적 요인이다. 첫 번째로 '전통적 가치 체계에 대한 저항'이 있었다. 1950년대 미국 사회는 보수적이고 가부장적인 가치 체계와 사회 구조가 지배적이었던 시기였다. 그러나 1960년대에 들어서면서부터는 젊은 세대를 중심으로 이에 반발해 새로운 가치와 자유로운 생활 방식을 추구하는 문화가 나타났다. 두 번째로 '베트남 전쟁과 반전 운동'이 있었다. 1960년대 시작된 베트남 전쟁이 장기화되면서 정부에 대한 불신과 반전 정서가 확산되었다. 이에 히피들은 '평화, 반전, 사랑'을 외치며 전쟁에 반대하였고, 반전 운동을 주도하며 비폭력주의와 환경 보호에도 관심을 기울였다. 세 번째로 '사회 변혁 및 인권 운동'이 있었다. 이 시기, 마틴 루터 킹 Jr.를 중심으로 한 흑인 민권 운동이 활발해지면서 인종 차별과 성 차별에 저항하고 사회 변혁을 일으키려는 움직임이 생겨났다. 히피 문화도 이에 맞물려 자유, 평등, 평화를 강조하는 방향으로 나아갔다.

다음으로 문화·예술적 요인이다. 첫 번째로 '포크 음악 및 록 음악'이 있었다. 1960년대 비틀즈, 밥 딜런, 지미 헨드릭스, 도어즈 같은 아티스트들이 등장하면서 저항 정신과 자유로움을 담은 음악이 확산되었다. 히피들은 자신들의 정신과 메시지를 전달하기 위한 매체로 이러한 음악을 활용하기도 하였다. 두 번째로 '동양 철학'이 있었다. 젊은 세대를 중심으로 동양 철학에 대한 관심이 확산되기도 하였는데, 이를 통해 정신적 자유와 평화를 얻고자 하였다. 이들은 동양 종교에의 심취, 요가, 명상 등을 통해 심신의 수양과 해방[61]을 이루려 하였다. 이 두 요인은 1960년대 히피 운동의 핵심 가치를 형성하며, 자유와 평화를 추구하는 문화적 흐름을 이끌었다.

마지막으로 경제·사회 구조적 요인이다. 첫 번째로 '2차 세계대전 이후 경제 성장과 풍요'를 들 수 있다. 1950~60년대 미국은 전후 경제 호황(post war economic boom)을 누리게 된다. 이 시기 미국 경제는 급속히 성장하면서 산업화와 기술 발전이 이루어졌고, 중산층이 확장되었다. 이에 따라 젊은 세대는 이전 세대에 비해 상대적으로 경제적 안정과 여유를 갖게

58) 검색어 「히피」, 『표준국어대사전』, https://stdict.korean.go.kr/main/main.do, 접속일 2025.02.03.
59) 검색어 「언더그라운드」, 『표준국어대사전』, https://stdict.korean.go.kr/main/main.do, 접속일 2025.02.03.
60) 이춘입, 「미국 68의 시장화, 히피 반문화에서 홀푸드 마켓과 의식적 자본주의 운동으로」, 『서양사론』 제138호, 한국서양사학회, 2018, 127쪽.
61) 이춘입, 위의 논문, 128쪽.

되면서 새로운 가치와 생활 양식을 추구할 수 있었다. 두 번째로 '대학 진학률 증가'가 있었다. 1960년대 들어 미국 내 대학 진학률이 높아지면서, 젊은 세대들이 사회 문제에 대한 관심을 갖게 되었다. 이에 따라 기존의 보수적 가치관을 거부하고 새로운 가치를 추구하려는 움직임이 확산되었다.

이러한 배경 속에서 등장하고 발전한 히피 문화와 언더그라운드는 미디어 분야에도 영향을 미쳤다. 언론 분야에서는 대안 언론(Alternative Media)과 언더그라운드 언론(Underground Press)의 기반이 되었는데, 특히 후자와 밀접한 연관을 맺는다. 대안 언론은 주류 미디어의 관점에 반대하는 다양한 의견을 제공하는 언론으로, 사회적 운동과 관련이 깊다. 주류 미디어에서 다루지 않는 주제나 문제를 다루는데, 주로 합법적이고 공식적인 방식으로 운영된다. 이와 달리 언더그라운드 언론은 더 급진적이고 비공식적이며, 기존 질서나 권위에 저항하는 성격이 강하다. 때때로 불법적이거나 은밀한 방식으로 운영되기도 한다. 1967년에 창립된 미국의 '언더그라운드프레스연합(Underground Press Syndicate)'은 이후 1973년 'APS(Alternative Press Syndicate)'로 전환되었으며, 1978년에는 'AAN(Association of Alternative Newsmedia)'이라는 이름으로 대안적 신문협회가 설립된다. 초기에는 미국 주요 도시에서 활동하는 30여 개의 대안 매체들이 참여하였으며[62], 오늘날에는 120여 개의 대안적 지역신문들이 참여하고 있다.

영화 분야에서는 뉴 아메리칸 시네마(New American Cinema) 사조의 등장 배경이 되었다. 1960년대 중반부터 1970년대 초반까지 미국에서 나타난 언더그라운드, 실험 영화 운동이다. 기존 할리우드의 영화 제작 방식과 상업성에서 벗어나 그에 도전하고자 하였다. 이 시기의 영화는 더 실험적이고 자유로운 표현 방식을 추구하였고, 영화가 관객에게 자극과 문제의식을 주어야 한다고 믿으며 당시 미국 사회의 혼란상을 그대로 담아내고자 하였다. 주로 산업화에 따른 양극화, 도시화와 인간 소외 및 파편화, 인권 문제, 청소년 문제 등 사회적·정치적 문제를 다루었는데, 이를 통해 뉴 아메리칸 시네마는 단순한 영화 장르나 스타일을 넘어서 문화적·사회적 맥락에서의 영화 운동이었다는 것을 알 수 있다.

(2) 카메라 기술의 발전

카메라 기술의 발전은 전문가가 아닌 일반 대중에게도 영상 촬영 및 제작의 접근성을 획기적으로 높여주었다. 1900년대 초, 최초의 핸드헬드 카메라들이 등장하며 카메라의 크기는 작아지고 노출 시간도 줄어들게 되었다. 조지 이스트만(George Eastman)의 코닥을 중심으로 발전한 핸드헬드 카메라는 일반인들에게도 각광 받으며 점차 대중적으로 확산되기 시작한다. 1967년에는 일본 소니전자에서 포타팩(Portapack)을 출시하며, 다큐멘터리 필름 제작자들은 훨씬 저렴한 비용으로 영화를 만들 수 있게 되었다. 또 일반 대중들도 일상을 쉽게 영상으로 기록할 수 있게 되었다. 이와 같은 캠코더의 등장과 확산으로, 영상은 사람들이 자신의 목소리를 표현하고 사회를 변혁하기 위한 효과적인 도구로 주목받기 시작하였다.[63]

1980년에는 또다시 소니전자에서 8mm 비디오 카메라 방식을 개발하면서 구식의 기술을 대체하는 개인 영상 녹화 장치가 폭발적으로 증가하기 시작하였다. 기존에는 카메라와 녹화 장치가 분리되어 있고, 장비가 크고 무거워 이동하면서 촬영하기가 어려웠다. 이와 달리 8mm 비디오 카메라는 카메라와 녹화 기능이 하나로 합쳐진 소형 카메라로 작고 가벼운 것이

62) 김태훈, 앞의 책, 49쪽.
63) 김태훈, 앞의 책, 62쪽.

특징이다. 이에 따라 휴대성이 강화되면서 카메라를 들고 이동하며 촬영하는 것이 더욱 수월해졌고, 야외 촬영도 한층 용이해졌다. 또한, 영상 녹화와 동시 녹음이 가능해지면서 보다 생생한 기록이 가능해졌다. 이러한 카메라 기술의 발전으로 개인도 손쉽게 카메라를 소유하고 활용할 수 있게 되었으며, 이러한 대중화는 비디오 운동을 비롯한 다양한 미디어 운동의 확산을 촉진하는 계기가 되었다.

(3) 비디오 운동

비디오 액티비즘으로 불리는 미국의 비디오 운동은 1960년대에 시작되었다. 비디오 액티비스트(video activist)는 '사회 정의와 환경 보호를 위하여 전략적인 도구로써 비디오를 이용하는 사람'이다. 이들에게 비디오는 대중을 움직이는 메커니즘이자 사회 변화를 일으키는 수단이었다.[64] 비디오 액티비스트는 정치적 이슈에 대응하며 주류 미디어의 이미지를 비판하거나 수정했다. 또한, 미디어를 통해 공동체를 형성하고, 정치적 투쟁과 새로운 주장을 통해 차별화된 정체성을 구축해 나갔다.[65] 비디오 액티비즘(video activism)은 '영상을 통해 자신의 메시지를 전달하고자 했던 최초의 움직임들'[66] 혹은 '비디오를 통한 사회개혁을 목적으로 활동했던 비디오 집단, 여러 운동 단체, 개인 활동들'[67]을 의미한다. 혹은 '반전 운동, 흑인 인권 운동, 여성 해방 운동 등의 반문화 운동을 기반으로 한 1960년대 미국의 청년 문화 운동'[68]을 나타내기도 한다.

1960년대는 미국의 젊은 학생들을 중심으로 비디오 액티비즘이 시작된 시기로, 당시 미국에서는 유례없이 많은 수의 학생들이 전쟁, 인종주의, 성적 차별, 사회적 억압 등에 반대하며 학교 안팎에서 직접 행동을 벌였다. 그 과정에서 반문화를 형성하며, 정치성과 예술성의 확연한 구분이 없는 활동들을 이어나갔다. 이후 개인의 탈 정치화되고 과잉된 무의식을 구성하는 '비디오 아트'와 사회 전반의 변화와 환경, 인권, 여성 문제 등을 정치적으로 이슈화하는 '비디오 액티비즘'으로 나뉘게 되었다.[69] 1960년대 후반 서구 사회에서 비디오는 민주적 소통을 촉진하고, 정치적·예술적·문화적 관점을 공유하는 중요한 도구로 자리잡았다. 또한 비디오는 스스로를 성찰하는 거울이자 대중의 능동적 지지와 연대를 이끌어내는 새로운 매체로 부각되기 시작했다.[70] 이때 뉴욕은 비디오 활동의 중심이 되었다. 1968년에는 공동체(community), 미디어(media), 매개(mediation)의 조합어인 'Commediation'이라는 비디오 그룹이 출현하였다.[71] 이들은 사회적, 정치적 이슈를 다루는 작품을 주로 제작하고, 기존 미디어 환경에 대해 비판적으로 접근하며 새로운 표현 방식을 모색했다.

1960년대 말에서 1970년대에는 비디오 카메라의 등장과 발전이 비디오 액티비즘을 고무시켰다. 특히 앞서 살펴본 포타팩(Portapack)이나 유매틱(U-matic) 같은 새로운 카메라는 작고

64) Thomas Harding, 『The video activist handbook』, Pluto Press, 1997, pp.1.
65) Alexandra Juhasz, 「액티비즘으로서의 필름/비디오, 그리고 영화 제작: 나의 영화/비디오들의 정치적, 문화적 의미」, 『2002 서울여성영화제 국제포럼』, 2002.
66) 김태훈, 앞의 책, 63쪽.
67) 김태은, 「여성주의 비디오 액티비즘을 통한 여성 연대」, 숙명여자대학교 석사학위논문, 2003, 15쪽.
68) 진보적미디어운동연구센터프리즘, 『영화운동의 역사』, 서울출판미디어, 2002, 292쪽.
69) 김종갑, 「90년대 이후 한국독립영화 연구 : 비디오 액티비즘과 미디어 액티비즘을 중심으로」, 동의대학교 석사학위논문, 2008, 29쪽.
70) 김태은, 앞의 논문, 16-17쪽.
71) Deirdre Boyle, 『Subject to Change: Guerrilla Television Revisited』, Oxford University Press, 1997, pp.4-6.

비교적 저렴하여 이용하기 용이했다. 또한 비디오 테이프를 재사용할 수 있었고, 개인이 조작할 수 있었기 때문에 새로운 비디오 생산자들이 미국 곳곳에 등장하게 되었다. 이들은 시민권리 행진, 환경 토론, 여성 권리 대회 등을 기록하였고, 뉴욕의 'DCTV(Downtown Community Television Center)'와 같은 그룹들은 지역 시민들에게 무료로 미디어 교육을 실시하였다.[72] 1969년부터 1978년까지 활동한 'Videofreex' 그룹 또한 뉴욕을 근거지로 삼았다. 이들은 포타팩을 들고 지역 주민들을 찾아서 현장을 녹화하거나, 록 음악과 같은 대안 문화를 촬영하여 테이프를 시민들에게 배포하기도 하였다. 더불어 비디오 활동가 교육도 병행하였는데, 오늘날의 미디어센터 기능을 이미 시작하고 있었던 셈이다. 비디오프릭스의 활동을 계기로 사람들은 영상 콘텐츠의 위력을 알게 되었고, 이는 미국에서 다양한 비디오 그룹들이 만들어지는 계기가 되었다.[73] 1967년 급진적 필름 액티비스트들을 중심으로 결성된 'Newsreel'은 당시의 모든 정치적 이슈의 현장을 기록했는데,[74] 한 번의 해산 후 노동계층, 제3세계 출신, 여성으로 지도부가 재구성되었다. 'Newsreel'의 뉴욕 지부는 'Third World Newsreel'로 명칭을 바꾸었는데,[75] 현재까지도 활동을 이어오고 있다. 이처럼 비디오 액티비즘에서 시작한 많은 비디오 그룹들이 오늘날 미디어센터로 활동을 이어가고 있다.

2) 미국의 미디어센터

(1) 역사 및 현황

미국 미디어센터의 역사는 앞서 다루었던 미국의 미디어 운동과 상당 부분 맞닿아 있다. 미디어센터 모델은 1960년대 말 캐나다에서 시작되었지만, 현재 가장 활발히 운영되고 있는 나라는 미국이다. 미국의 경우, 시민 참여 방송을 지원하는 기관과 독립적인 미디어센터 등 다양한 모델이 혼재되어 있다.[76] 미국은 한국보다 앞선 1970년대부터 미디어교육과 퍼블릭액세스권을 보장하기 위한 시민운동의 일환으로 미디어센터의 역사가 시작되었다.[77] 이러한 운동은 공영 방송의 결점을 인식하고 케이블 방송에 관심을 가지며 시작되었는데, 이때 시민 단체와 진보적 학자들은 "공중에게 텔레비전을 개방하여 지역 사회의 참여와 민주주의를 굳건히 함으로써 공공의 이익을 추구해야 한다"[78]고 주장하였다. 그러나 이와 같은 맥락의 운동이 하나의 형태로만 전개되었던 것은 아니다. 다양한 단체들의 출현과 노력을 통해 시민들의 목소리를 담은 방송 프로그램 제작 활동이 법적으로 채널 할당을 보장해 주는 '액세스 채널(access channel)'의 형태로 정착될 수 있었다.

이와 관련해서는 대표적으로 뉴욕 맨해튼 지역을 중심으로 활동한 '비디오 언더그라운드(Video Underground)'와 '대안 미디어 센터(Alternative Media Center, AMC)'의 사례를 들 수 있다. 'Raindance', 'Videofreex' 등의 비디오 언더그라운드는 휴대용 비디오 카메라를 활용하여 지역 현장을 기록하고 관련 교육을 병행함으로써 오늘날 미디어센터와 같은 역할을 제공했다. 이는 앞에서도 서술한 바 있다. 한편, 캐나다 '커뮤니티 텔레비전' 운동의 영향을 받

72) Thomas Harding, 앞의 책, pp.4.
73) 김태훈, 앞의 책, 62-63쪽.
74) 진보적미디어운동연구센터프리즘, 앞의 책, 249쪽.
75) 신희준,「사회변혁운동으로서의 영화에 대한 연구」, 동국대학교 석사학위논문, 1990, 29쪽.
76) 김태훈, 앞의 책, 68-70쪽.
77) 김진영, 앞의 논문, 191쪽.
78) 홍숙영·정의철, 앞의 논문, 205쪽.

아 지역사회 구성원들의 미디어 액세스라는 목표 아래 설립된 대안 미디어 센터는 맨해튼의 대표적인 케이블 사업자와 전략적 동맹을 구축함으로써, 케이블 액세스의 선례를 제공하고 공공 액세스 채널의 실행 가능성을 보장하였다.[79] 그러나 이와 같은 움직임은 방송에 국한되지 않았고, 지역사회 문제를 다큐멘터리와 영화 제작을 통해 다루고자 하는 'DCTV'와 같은 단체들도 등장하였다. 즉, 미국 미디어센터의 역사는 단순히 퍼블릭 액세스 채널이 정착한 데서 그치지 않고, 시민이 지역 사회와 소통하는 수단으로서 직접 미디어 콘텐츠를 제작하고 방송할 수 있는 권리인 퍼블릭 액세스 개념을 확장하고 발전시켜나갔다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

'Alliance for Community Media'에 따르면 현재 미국 전역에는 약 1,700개의 미디어센터가 운영되고 있다.[80] 앞 절에서 서술한 역사적 흐름에 따라 성장한 미국의 미디어센터들은 퍼블릭 액세스 모델을 기반으로 시민 참여 방송을 지원하는 기관과 독립적인 미디어센터 등 다양한 모델이 혼재되어 시민들의 미디어 참여를 보장할 수 있는 채널 및 플랫폼 확보 말고도 시민을 지역사회와 시민단체에 연결하여 실질적 퍼블릭 액세스를 가능하게 하는 역할을 지원하고 있다. 박채은(2004)[81]에 따르면 미국 미디어센터들은 크게 다음과 같은 특징으로 정리할 수 있다.

- 개방형 모델: 누구나 참여 가능함
- 소외 계층을 위한 고정 프로그램 편성: 노동자, 여성, 소수 민족, 장애인 등을 위한 프로그램 운영
- 자체 제작 프로그램: 시민들이 직접 제작하는 프로그램이 있음

한국의 경우 미디어센터가 가시적인 성과를 중심으로 평가되는 반면, 미국은 다양한 시민들의 의견과 상이한 주장 및 가치관 등을 자유롭게 담아내는 데 주안점을 둔다. 즉, 단순히 미디어 콘텐츠 제작을 지원하는 것을 넘어, 시민의식을 높일 수 있는 미디어 교육과 제작 훈련을 실시한다.

(2) 특징 및 역할

커뮤니티 미디어 센터(Community Media Center, CMC)라고도 불리는 미국의 미디어센터는 일종의 비영리기관으로, 지역 내 다양한 개인, 조직, 기관이 PEG(공공, 교육, 정부) 액세스 자원을 활용하도록 장려하고 지원하는 역할을 한다. 더불어 비영리 지역 커뮤니티 프로그램을 지원, 관리, 제작, 배포하는 역할도 수행한다. 또한, 미디어를 중심으로 아이디어와 정보를 자유롭게 교환할 수 있도록 촉진하는 것을 목표로 한다.[82] 이를 통해 미국의 미디어센터는 단순한 미디어 교육을 넘어, 시민의 미디어 참여와 지역 사회 발전에도 중점을 두고 있음을 알 수

79) Kevin Howley, 「MANHATTAN NEIGHBORHOOD NETWORK: COMMUNITY ACCESS TELEVISION AND THE PUBLIC SPHERE IN THE 1990s」, 『Radio and Television』 Vol. 25 No. 1, Historical Journal of Film, 2005, pp.119-138.

80) Alliance for Community Media, "About ACM", https://www.allcommunitymedia.org/ACM/About/About_ACM/ACM/About/About_ACM.aspx?hkey=8b949448-ef7d-4d46-ad32-1469482c40f8, 2025년 01월 31일 검색.

81) 박채은, "케이블 액세스 최초의 실험들은 어떻게 기획되고 실천되었는가", https://www.mediact.org/act/029/a.htm, 접속일 2025년 01월 31일.

82) City of Port Angeles, 『Community Media Center Facility FAQ』, CPA, 2018, pp.1.

있다. 이와 같은 정체성과 목적은 다음의 주요 사업 혹은 핵심 역할들을 통해 실현된다.

첫 번째, 하나 이상의 커뮤니티 미디어 및 기술 센터를 운영하는 역할을 한다. 즉 지역 사회나 시민들이 직접 제작하고 운영하는 '공동체 미디어'와 같은 역할을 수행한다. PEG 액세스 채널을 운영하거나, 비상업적인 커뮤니티 기반 비디오 콘텐츠를 케이블 혹은 비디오 시스템 및 온라인 인터넷 플랫폼을 통해 배포한다. 참고로 PEG 액세스 채널은 일종의 퍼블릭 액세스 채널로, 다음 장에서 구체적으로 살펴보고자 한다. 두 번째, 대중이 사용할 수 있는 비디오·컴퓨터 제작 시설을 제공한다. 미국의 미디어센터들은 일반적으로 스튜디오, 편집 장비, 그리고 지역 사회 전역에서 콘텐츠를 녹화할 수 있는 현장 제작 장비를 구비하고 있다. 장비 및 시설 이용은 주로 미디어센터에서 제공하는 교육이나 인증을 이수하여 사용 요건을 충족했다고 인정받은 사람들에게 개방된다.

세 번째, 미디어 콘텐츠 제작에 필요한 미디어 교육을 실시한다. PEG 액세스 채널에서 상영하거나 인터넷 스트리밍, DVD 또는 블루레이 디스크로 제공할 수 있는 비디오를 제작하는 데 필요한 비디오·컴퓨터 기술 교육을 제공한다. 청소년, 노인, 장애인 등 특정 계층 혹은 집단의 필요를 충족하기 위한 교육 프로그램을 따로 개발하기도 한다. 네 번째, 미디어센터와 PEG 액세스 채널이 원활히 작동할 수 있도록 필수 지원 서비스를 제공한다. 이는 운영 및 행정 차원의 역할이라고 이해할 수 있다. 이에는 프로그램·콘텐츠 방송, 미디어 제작 교육, 장비 유지 관리, 자원봉사자 개발 및 관리, 커뮤니티 아웃리치, 대외 홍보 활동 등이 포함된다.[83]

공적 재원에 의존하는 한국의 미디어센터와 달리, 미국 미디어센터의 경우 재원이 비교적 다원화되어 있다. 첫 번째로 케이블 수수료가 있다. 미국의 「케이블 법」에 따라 케이블 사업자는 지역 독점권을 갖는 대신 프랜차이즈 수수료의 일부를 미디어센터와 PEG 채널에 제공한다. 두 번째로 공적 재원이 있다. 주마다 다르지만 일부 지방 정부는 프랜차이즈 수수료의 일부를 배정하여 미디어센터에 자금을 지원하기도 한다. 세 번째로 후원금이 있다. 미국 미디어센터의 경우 후원금 제도가 잘 마련되어 있는 편이다. 주로 지역 재단 등의 후원을 받고, 해당 비용은 서비스나 미디어 제작에 사용된다. 마지막으로 자체 수익이 있다. 운영 기간이 5년 이상 된 미디어센터의 경우, 지역 사회 내 비영리 단체를 위해 제작 서비스 및 기타 기술 서비스를 유료로 제공하기도 한다.[84] 혹은 회원가입이나 교육 제공 시 일정 수준의 비용을 받는 경우도 있다. 최근에는 케이블 사업이 위축되고, OTT 사업이 확장됨에 따라 미디어센터 재원의 지형도도 변화의 조짐을 보이고 있다.

한편 한국에 전국미디어센터협의회가 있듯이, 미국 미디어센터 간 네트워크에서 중심적인 역할을 수행하는 기관이 있는데 바로 'Alliance for Community Media(ACM)'이다. 그 설립 배경에는 '민주주의가 번창하려면 시민들이 적극적으로 정부에 참여하고, 비판적으로 사고할 수 있도록 교육받으며, 자유롭게 자신을 표현할 수 있어야 한다.'는 믿음이 있다. ACM은 미국 전역의 PEG 채널과 커뮤니티 미디어 센터를 대표하는 단체로, 이러한 기관들과 해당 기관을 이용하는 시민들의 권익을 보호하기 위해 활동한다. ACM의 목표는 'PEG 채널 및 기타 미디어를 통해 미디어 교육, 콘텐츠 제작, 배포, 시민 참여 및 교육의 권리를 옹호하고, 보호하고, 활성화하여 다양한 지역 사회의 목소리를 지원하는 것'이다. 또한 ACM의 비전은 '모든 지역 사회 구성원이 자신을 표현하고, 지역 내 소통을 형성하며, 로컬 미디어를 통해 시민 생활에 참여할 수 있는 자원과 능력, 권리를 갖추도록 하는 것'에 있다.[85] 이들은 미디어센터

83) City of Port Angeles, 위의 글, pp.1-2.
84) City of Port Angeles, 위의 글, pp.3.
85) Alliance for Community Media, "About ACM",

간의 네트워킹을 위해 매년 'Annual Conference'를 개최하고 있는데, 2025년의 경우 다가오는 6월 24일부터 26일까지 보스턴에서 열릴 예정이다. 한편, ACM은 효과적인 운영을 위해 아래와 같이 지역별로 지부가 세분화되어 있다.

- CENTRAL STATES REGION: Indiana, Michigan, Ohio and Kentucky
- MIDWEST REGION: Illinois, Iowa, Kansas, Minnesota, Missouri, Nebraska, North Dakota, South Dakota and Wisconsin
- NORTHWEST REGION: Alaska, Alberta, British Colombia, Idaho, Montana, Oregon, Utah, Washington and Wyoming
- NORTHEAST REGION: Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, New York, Rhode Island and Vermont
- WEST REGION: Arizona, California, Colorado, Hawaii, Nevada and New Mexico

3) 미국의 퍼블릭 액세스

(1) 퍼블릭 액세스 채널

앞서 '퍼블릭 액세스'를 권리의 관점에서 살펴보았다면, 이 장에서는 채널의 관점에서 다루어 보고자 한다. '퍼블릭 액세스TV' 혹은 '시청자 참여 프로그램'으로도 불리는 '퍼블릭 액세스 채널(Public Access Television/Public Access Channel)'은 시청자 혹은 시민이 주체가 되어 제작되는 방송 프로그램을 의미한다. 홍숙영·정의철(2018)은 퍼블릭 액세스 채널의 이론적 근거로 아래의 세 가지를 제시하였다.[86]

- 1934년 미국의 『연방통신법(Federal Communications Act of 1934)』은 전파가 공중에게 속한다는 개념을 명확히 하였다.
- 1967년 공공의 이익을 위한 방송을 지원할 필요성이 증가함에 따라 미국에서는 『공영방송법(Public Broadcasting Act)』이 제정되었다.
- 1966년 캐나다 국립영화위원회(National Film Board)의 '커뮤니티 텔레비전' 운동은 시청자 참여 프로그램 탄생의 제도적·철학적 배경이 되었다. 특히 캐나다는 공공 참여 프로그램을 구체적으로 실행함으로써 철학과 이상이 어떻게 현실적으로 실천되는지를 보여 주었다. 캐나다 국립영화위원회는 '변화를 위한 도전(Challenge for change)' 운동을 시작하였는데, 이는 다큐멘터리 감독 존 그리어슨(John Grierson)의 신념을 이어받은 것으로 시민이 대상이 아니라 주체가 되어 영화를 만드는 작업이었다. 미국은 이러한 캐나다의 퍼블릭 액세스 운동에 영향을 받았다.

이와 더불어 1972년 미국연방통신위원회(FCC)의 케이블 규제 강화는 퍼블릭 액세스 채널의 정책적 기반을 마련하였다. 1970년대 초반 케이블TV가 널리 보급되면서 1972년에 미국연방

---

https://www.allcommunitymedia.org/ACM/About/About_ACM/ACM/About/About_ACM.aspx?hkey=8b949448-ef7d-4d46-ad32-1469482c40f8, 2025년 01월 31일 검색.

86) 홍숙영·정의철, 앞의 논문, 204쪽.

통신위원회는 케이블 방송사에 대해 공중과 교육, 주정부와 지방정부를 위한 'PEG(Public, Educational, Governmental)' 채널을 요구하였다. 이는 텔레비전이 상업적 도구가 아닌 민주주의와 정치적 토론을 위한 매체로서 역할해야 한다는 요구에서 비롯되었다.

이에 따라 미국의 케이블 방송사는 일반 시민들에게 액세스 채널을 제공하기 시작하였는데, '개방(open) 프로그램' 또는 '대안(alternative) 프로그램'으로도 불리는 퍼블릭 액세스 채널은 '시민이 직접 프로그램을 제작해 기업이나 정부, 언론인 등의 게이트키핑을 거치지 않고 시청자에게 바로 전송하는 형태의 프로그램'을 뜻한다. 이러한 프로그램은 상업주의, 중앙 집중화, 다양성 부족에 대한 대안으로서 민주주의의 관심사를 반영하고, 시민 참여자들과 지역 단체들의 활동에 대한 정보를 제공하였다. 미국에서는 1980년대부터 1990년대 사이에 관련 프로그램이 크게 증가하였으며, 법적·제도적으로도 정비되었다.[87]

1984년 제정된 『케이블 통신법(Cable Communications Policy Act of 1984)』은 각 지역 케이블 방송국의 1~4개의 채널에 PEG 채널을 할당하도록 의무화하였다. 해당 통신법은 지역 독점 권한을 갖는 케이블 방송이 퍼블릭 액세스 TV에 채널을 제공해야할 뿐 아니라, 수익의 4~5%를 액세스 채널 운영비로 지원해야 함을 명시하였다. 현재 미국 전역에는 1개 이상의 퍼블릭 액세스 채널을 운영하는 2,000여 곳의 방송국이 있다. 이러한 퍼블릭 액세스 TV 중에는 시민들의 미디어 교육과 커뮤니티 활동 지원을 아우르는 커뮤니티 미디어 센터, 즉 미디어센터로 발전한 곳도 있다. 대표적으로 뉴욕의 'MNN(Manhattan Neighborhood Network)'와 그랜드래피즈의 'GRCMC(Grand Rapids Community Media Center)'가 있다.[88]

미국 퍼블릭 액세스 채널의 첫 모델은 비디오 액티비즘이 출현했던 뉴욕 맨해튼에서 시작되었다. 1970년대 후반까지 비디오 언더그라운드의 활동이 이어지던 가운데, 뉴욕 맨해튼에서는 퍼블릭 액세스 TV 또는 커뮤니티 텔레비전에 관심을 가진 새로운 그룹들이 등장하기 시작했다. 이들은 캐나다의 '커뮤니티 텔레비전' 운동 성공에서 영감을 받아, 텔레비전 제작에 지역의 참여를 확대시킴으로써 사회적 변화를 일으키고자 했다.[89] 앞서 언급한 바 있는 대안 미디어 센터(Alternative Media Center)는 1971년에 설립되었는데, 이들은 '새로운 기술들이 삶에 통합됨에 따라 점점 더 혼란스러워지는 사람들에게 정보와 교육을 제공하고, 사람들이 이러한 중요한 정보 자원을 제어할 수 있는 기반을 마련하며, 다양한 사람들 간의 소통을 증가시키기 위해' 활동을 시작했다.

대안 미디어 센터의 목표는 크게 두 가지로 '일반 대중에게 새로운 기술들의 중요성에 대해 교육하는 것'과 '새로운 미디어를 차이의 표현과 지역 사회 관계의 강화를 위한 수단으로 사용하도록 촉진하는 것'이었다. 즉 미디어 교육과 퍼블릭 액세스가 핵심이었다. 이를 위해 대안 미디어 센터는 캐나다 공영 방송의 '변화를 위한 도전(Challenge for change)' 참여형 미디어 모델을 미국의 민영화된 통신 환경에 성공적으로 적용하였다. 캐나다의 경우와 마찬가지로, 이들은 사람들이 자신의 미디어 콘텐츠를 직접 제작할 수 있는 수단을 제공하였다. 이를 통해 시민들과 지역 커뮤니티 그룹은 '커뮤니티에 의한, 커뮤니티를 위한, 커뮤니티에 관한' 텔레비전 프로그램 제작 및 배포에 적극적으로 참여하게 되었다.[90]

이러한 과정에 따라 발전한 미국의 퍼블릭 액세스 채널은 시민도 방송을 통해 자신의 목소리를 표현하고 전달할 수 있다는 '표현의 자유'와 '커뮤니케이션 권리'를 구현하였다는 점에서

87) 홍숙영·정의철, 앞의 논문, 205쪽.
88) 대전광역시·대전시청자미디어센터, 『알고하는 공동체 미디어』, 2022, 16쪽.
89) Kevin Howley, 앞의 글, pp.120-122.
90) Kevin Howley, 앞의 글, pp.122-124.

의의가 있다. 그러나 본래 취지와 달리, 이러한 채널에 대한 시민들의 관심과 참여도는 미국을 비롯해 전 세계적으로 저조한 실정이다. 이러한 현상에는 몇 가지 원인이 있다. 첫째, 퍼블릭 액세스 채널은 공익성을 강하게 추구하다 보니 시청자의 흥미와 관심을 끌어내기가 어렵다. 둘째, 양질의 프로그램을 제작할 수 있는 재원이 부족하다. 셋째, 인터넷을 통해 누구나 자신의 목소리를 전달할 수 있는 1인 미디어 시대가 도래하면서, 기존 퍼블릭 액세스 채널의 효과성과 필요성에 대한 의문이 커지고 있다.[91] 그럼에도 불구하고, 퍼블릭 액세스 채널은 권력과 자본의 영향에서 벗어나 진정한 목소리를 내고 표현의 자유를 실현할 수 있는 공간이라는 점에서 여전히 중요한 의미를 가진다.

(2) PEG(Public, Educational, Governmental) 채널

미국『통신법(Communications Act)』611조에 따르면, 지역 프랜차이즈 당국은 케이블 사업자에게 공공(Public), 교육(Educational), 정부(Governmental) 용도로 채널을 할당하도록 요구할 수 있다. 이것이 대표적인 퍼블릭 액세스 채널인 PEG(Public, Educational, Governmental) 채널이다. 우선 공공 접근 채널(Public Access Channel)은 일반 대중이 사용할 수 있는 채널로, 보통 케이블 사업자나 지역 프랜차이즈 당국이 지정한 제3의 기관이 운영을 담당한다. 여기에서 말하는 제3의 기관에 공동체 미디어나 미디어센터가 포함된다. 교육 접근 채널(Educational Access Channel)은 교육 기관이 교육 프로그램을 방송하는 채널이다. 이 채널의 방송 시간은 지역 내 학교, 대학교, 미디어센터 등에 배분되며, 배분 과정은 프랜차이즈 당국이나 케이블 사업자가 담당하는 경우가 많다. 정부 접근 채널(Governmental Access Channel)은 지방자치단체가 운영하는 채널로, 지역 정부가 직접 관리하는 것이 일반적이다. 그러나 경우에 따라서는 미디어센터에서 함께 관리하기도 한다.[92]

(3) 미디어 액세스권

앞에서 살펴본 바 있는 미디어 액세스권도 미국에서 처음으로 등장한 개념이다. 액세스권이라는 개념을 처음 사용한 것은 미국의 헌법학자이자 로스쿨 교수였던 배런(Jerome A. Barron)이다. 그의 논문은 1967년 미국 하버드대 로스쿨이 발간하는 법률 잡지 'Harvard Law Review'에 실렸는데, 이 논문은 베트남 전쟁과 인종 갈등이 한창이었던 1960년대 미국 사회의 산물이었다. 특히 베트남 전쟁은 배런을 비롯한 많은 학자들이 액세스권에 관심을 갖게 만든 계기가 되었다. 베트남 전쟁 초기에 언론은 정부와 같은 편에 있었기 때문에 전쟁에 반대하는 광고는 주류 언론에 게재하기 어려웠다. 이러한 시대적 상황에서 진보적 지식인들은 자유를 새롭게 이해하기 시작하였다. '국가의 간섭이 없는 상태'라는 전통적인 '소극적 자유(negative liberty)'가 아닌, '국가가 적극적으로 나서서 다양한 목소리가 나오고 표현의 자유가 실현될 수 있는 여건을 조성해야 한다'는 '적극적 자유(active liberty)'를 강조한 것이다.

이와 같은 사회적 분위기 속에서 연방 대법원 역시 사회 개혁 운동에 적극 동참하였다. 당시 대법원장이었던 워렌(Earl Warren)은 인권을 획기적으로 확장하는 판결을 잇따라 내리며

91) 김태훈, 앞의 책, 67-68쪽.

92) Federal Communications Commission, "Public, Educational, and Governmental Access Channels ("PEG Channels")", https://www.fcc.gov/media/public-educational-and-governmental-access-channels-peg-channels, 2025년 01월 31일 검색.

자유주의를 위한 변화를 이끌었다. 배런의 논문은 대법원에도 영향을 주어 표현의 자유를 확장하는 데 크게 기여했다. 그의 논문은 크게 세 부분으로 구성되어 있다. 첫째는 표현의 자유에 관한 이론적 기초인 '사상의 자유시장 이론(marketplace of ideas rationale)'에 대한 비판이다. 둘째는 공권력뿐 아니라 사권력 역시 자유로운 토론을 억압하고 있다는 주장이다. 셋째는 언론의 민주적 의견형성 기능을 회복하기 위하여 액세스권(a right of access)이 인정되어야 한다는 제안이다.[93] 이때 세 번째에 해당하는 것이 바로 미디어 액세스권이다.

4) 미국의 미디어 교육

(1) 미디어 교육과 미디어 리터러시

미국의 미디어 교육과 미디어 리터러시는 사회적·문화적 배경에 따라 몇 가지 특징을 갖는다. 첫째, '다양한 리터러시'와 '양방향의 리터러시'이다. 다양한 리터러시(multiliteracy 또는 new literacy)는 단순히 문자로 이루어진 텍스트 뿐만 아니라, 모든 형태의 미디어를 해석하는 행위 혹은 능력을 의미한다.[94] 이는 기술 변화에 따른 리터러시 환경의 변화를 반영한 것[95]으로, 현대의 리터러시는 문자 언어를 넘어 영상 언어가 중심이 되고 있다. 동시에 인터넷을 포함한 뉴미디어의 특성을 반영한 양방향의 미디어 리터러시가 강조되고 있다. 미국의 미디어 리터러시 전문 비영리단체인 CML(Center for Media Literacy)의 대표 테사 졸스(Tessa Jolls)는 한국언론진흥재단 미디어 교육팀과의 인터뷰에서 21세기의 미디어 리터러시는 '해체(deconstruction)'와 '구성(construction)'을 동시에 다뤄야 한다고 설명했다. 일방향적으로 메시지가 전달되었던 매스미디어 시대를 지나 개개인이 시공간을 초월하여 메시지를 양방향적으로 공유할 수 있는 디지털 시대에서, 미디어를 해석하는 것뿐만 아니라 생산할 수 있는 미디어 이용자를 양성할 때 진정한 의미의 미디어 리터러시가 가능하다는 것이다.[96]

둘째, '비판적 리터러시(critical literacy)'이다. 정보통신 기술의 발달로 정보량이 기하급수적으로 증가하고 있는 상황에서 정보를 찾고, 걸러내고, 분석하고, 종합하고, 평가할 수 있는 종합적인 비판 능력은 더욱 중요해졌다. 특히 미국 사회에서 비판적 리터러시 능력은 자본주의적 경제 질서와 민주적 사회 질서를 유지 및 발전시켜나가는 데 중요하다. Keastle(1991)[97]에 따르면, 높은 차원의 리터러시 능력을 통해 민주주의 체계에서 가장 중요한 다양성 보장과 다수 대중의 폭넓은 참여를 유지할 수 있기 때문이다. 이는 단순히 정보의 해석을 넘어, 대중이 미디어와 공론장에서 적극적으로 참여하고 스스로 판단할 수 있는 힘을 길러준다는 점에서 더욱 중요하다. 즉, 비판적 리터러시는 민주주의와 자본주의 사회에서 주체적인 시민으로서 역할을 하기 위한 필수 역량으로 이해할 수 있다.

셋째, '다문화 사회의 리터러시'이다. 이민자 집단과 다문화라는 미국의 특수한 사회적 특성 때문에, 미국의 리터러시 교육은 다른 나라와 다소 다른 양상을 보인다.[98] 이는 리터러시가

93) 문재완, 앞의 논문, 166-167쪽.
94) 이병민, 「리터러시 개념의 변화와 미국의 리터러시 교육」, 『국어교육』 제117호, 한국어교육학회, 2005, 138쪽.
95) 이병민, 위의 논문, 139쪽.
96) 심하영, 「미국의 미디어 리터러시 교육_'비판적으로 생각하고 제대로 표현하기' 강조」, 『신문과 방송』 제531호, 한국언론진흥재단, 2014, 36쪽.
97) Carl F. Kaestle, et al, 『Literacy in the United States: Readers and Reading Since 1880』, Yale University Press, 1993.
98) 이병민, 앞의 논문, 144-145쪽.

고정된 개념이 아니라, 변화하는 문화적·역사적 맥락 속에서 유기적으로 발전하는 개념이기 때문이다. 또한, 미국의 미디어 리터러시 교육은 미국 사회의 다양성과 각 민족의 특성을 존중하는 가치관을 자연스럽게 심어주는 동시에, 사회적으로 공유되는 공통의 규칙과 가치를 가르치는 방식으로 이루어진다.[99] 이는 비판적 리터러시와 마찬가지로, 민주주의 사회에서 필요한 시민의식과 소통 능력을 기르는 데 중요한 역할을 한다.

미국의 미디어 리터러시는 1930년대 라디오 시대에 시작되었으며, 폭력적·성적·상업적 미디어 콘텐츠에 대한 사회적 우려와 관련이 있다. 1968년 페기 채런(Peggy Charren)이 아동용 TV 규제를 위해 활동했으며, 1994년에는 'TV 끄기 주간'이 도입되었다. 이는 TV가 아동에게 미치는 부정적 영향을 인식한 결과였다. 또한, 예일대 교수 제롬(Jerome)과 도로시 싱어(Dorothy Singer)는 미디어 활용에 대비하기 위해 부모의 중재가 중요함을 강조하기도 하였다. 이처럼 미디어가 사회와 개인에게 미치는 영향이 지속적으로 논의되는 가운데, 1990년대와 2000년대 초반에는 클린턴 탄핵 절차, 콜럼바인 학교 총기 사건, MTV의 잭애스(Jackass) 쇼로 인한 모방 범죄 등 국가적 스캔들과 비극이 발생하면서 미디어의 역할에 대한 미국 내 관심은 더욱 커졌다. 이러한 사회적 배경 속에서 미디어의 영향력을 비판적으로 이해하고 대응할 수 있는 미디어 리터러시의 중요성이 더욱 부각되었다.[100]

이후 2016년 미국 대통령 선거 직전, 힐러리 클린턴 전 민주당 대선후보의 선거대책 본부장이었던 존 포데스타(John Podesta)가 워싱턴 DC의 코멧 핑퐁(Comet Ping Pong) 피자 가게의 주인인 제임스 알레판티스(James Alefantis)와 함께 아동 성매매 조직을 운영한다는 뉴스가 퍼졌다. 같은 해 12월, 이 뉴스를 읽은 자경단원 남성에 의해 총기 난사 사건이 일어났다. 그러나 이러한 비극을 불러일으킨 해당 뉴스는 사실 '가짜 뉴스'였다. 가짜 뉴스는 본래 풍자적인 글에서 출발하였으나, 오늘날에는 하나의 인터넷 현상으로 자리 잡으며 여러 사회 문제들을 초래하고 있어 비판의 대상이 되고 있다. '가짜 뉴스(fake news)'는 '사실에 대하여 고의적으로 또는 알고 있음에도 불구하고 이루어진 거짓의 진술이 온라인에서 공표되는 것'으로,[101] 허위성과 고의성이 핵심임을 알 수 있다. 미국에서는 이러한 가짜 뉴스에 대한 대응으로서 자율적 규제와 미디어 리터러시 교육을 병행하고 있다. 가짜 뉴스를 접하게 되는 일반 대중들이 진위 여부를 직접 판단할 수 있는 능력을 갖추도록 함으로써, 가짜 뉴스에서 파생되는 여러 문제를 방지하기 위함이다.[102] 특히 인터넷 공간은 자유로운 특성으로 인해 정제되거나 판별되지 않은 정보가 많기 때문에, 정보의 질, 정확성, 적절성에 대해 더욱 엄밀히 판단할 필요가 있다. 이는 곧 미디어 리터러시 능력에 대한 요구로 이어진다.[103]

(2) 법제화

2021년 OECD의 국제학업성취도평가 결과, 한국 학생들은 '주어진 문장에서 사실과 의견을 구별하는 능력'과 '정보가 주관적이거나 편향적인지 판별하는 방법에 대한 교육을 받았는지' 묻는 조사에서 최하위 집단에 속했다.[104] 그러나 아직 우리나라 현행법에는 미디어 리터러시

99) 심하영, 앞의 글, 37-38쪽.
100) 김창화, 「미국의 가짜 뉴스 대응과 미디어 리터러시 교육」, 『敎育 法學 硏究』 제30권 제3호, 대한교육법학회, 2018, 13쪽.
101) 김창화, 위의 논문, 2쪽.
102) 김창화, 위의 논문, 11쪽.
103) 이병민, 앞의 논문, 153쪽.
104) 금준경, 「"미국 14개주 미디어 리터러시 교육 관련법 제정, 한국은?"」, 『미디어오늘』, 2021.09.15,

교육과 관련하여 명시적인 규정이 없는 상황이다. 한국도서관협회와 도서관문화발전 국회 포럼 등이 개최한 '학생들의 미디어 및 정보활용능력 향상을 위한 정책토론회'에서도 이를 위한 체계적인 법제 마련을 요구한 바 있다.[105] 또한 미디어 리터러시 교육과 관련하여 미디어 교육 추진 및 지원에 관한 내용으로 「미디어교육 촉진에 관한 법률(안)」이 발의된 바 있지만, 현재까지도 유의미한 결과는 도출되지 못한 것으로 보인다.[106]

미국은 연방제 공화국으로, 각 주 정부가 교육에 관한 권한을 가지고 교육 정책을 추진한다. 이에 따라 각 주법에서 교육 과정의 기준과 내용에 관하여 규정하고 있는데, 미디어 리터러시 교육의 경우에도 그러하다. 2016년 워싱턴주가 미디어 리터러시(media literacy) 등을 규정한 학교법을 최초로 통과시킨 이후, 2021년에는 14개의 주 - 워싱턴, 캘리포니아, 콜로라도, 로드 아일랜드, 코네티컷, 일리노이, 뉴멕시코, 유타, 플로리다, 오하이오, 뉴저지, 미네소타, 텍사스, 매사추세츠 - 에서 미디어 리터러시 교육 관련 법률이 제정 및 시행되었다.[107] 워싱턴 주의 경우, 교육청이 자문위원회와 협의하여 디지털 시민권, 인터넷 안전 및 미디어 리터러시 교육을 위한 모범 사례와 권고 사항을 개발하도록 하고 있다. 자문위원회는 관련 전문가, 학부모 협회, 교육자 등으로 구성되어 있다.[108] 캘리포니아 주는 2018년 교육법에서 미디어 리터러시를 필수 교과목(required courses of study)으로 규정하였다. 이에 따라 교육부는 교사를 위한 미디어 리터러시 전문성 개발 프로그램을 제공해야 하고, 인터넷 웹 사이트를 통해 학군에서 미디어 리터러시에 대한 자원 및 교육 자료 목록을 사용할 수 있도록 해야 한다.[109]

2016년 미국 대선과 코로나 팬데믹 시기를 거치면서 가짜 뉴스 혹은 허위조작정보(disinformation)는 전세계적인 문제로 부상하였다. 소셜미디어, 동영상 공유서비스, 인공지능 기술을 이용한 딥페이크 등 온라인 환경에서 허위조작정보가 더욱 급속하고 광범위하게 확산되기 시작했기 때문이다.[110] 이에 각국에서는 자국의 입법 상황에 맞게 대응 규정을 마련하였는데, 미국의 경우 규제 입법보다는 미디어 리터러시 교육에 더 중점을 두고 있다. 수정헌법 제1조의 '표현의 자유'를 수호하면서도, 정보와 미디어 콘텐츠를 비판적으로 판단하고 분석하게 함으로써 허위조작정보에 대응하려는 것이다 - 규제 법률을 마련한 텍사스와 캘리포니아 외에, 뉴저지, 콜로라도, 오하이오, 플로리다, 워싱턴, 코네티컷, 캘리포니아, 델라웨어, 일리노이, 로드아일랜드, 유타, 뉴멕시코 등의 12여 개 주에서는 미디어 리터러시 교육을 법제화하였다. 특히 뉴저지 주와 델라웨어 주 등은 미디어 리터러시 교육을 의무화하였다. 뉴저지 주는 2023년 입법을 통하여 공립 학교의 '정보 리터러시(information literacy)' 교육을 의무화하였다. 이에 따라 교육위원회는 정보 리터러시 학습 표준을 마련해야 하며, 각 교육구는 유치원~12학년 학생들의 커리큘럼에 정보 리터러시 교육을 포함시켜야 한다.[111]

---

https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=215543, 접속일 2025.02.03.

105) 김나영, 「미디어 리터러시 교육 관련 미국·프랑스 입법례」, 『최신외국입법정보』 제173호, 국회도서관, 2021, 1쪽.

106) 김지현·안성경·조경희·최서지, 「주요국의 온라인 허위조작정보 대응 입법례」, 『최신외국입법정보』 제238호, 국회도서관, 2023, 2쪽.

107) 김나영, 앞의 글, 2쪽.

108) 김나영, 앞의 글, 3쪽.

109) 김나영, 앞의 글, 4쪽.

110) 김지현 외 3인, 앞의 글, 1쪽.

111) 김지현 외 3인, 앞의 글, 6쪽.

4. 시사점

지금까지 미디어센터 일반, 국내의 미디어센터, 미국의 미디어센터에 관한 내용 전반을 살펴보았다. 국내의 미디어센터는 미디어 민주주의의 세계적 흐름과 급변하는 미디어 환경에 발맞춰 양적·질적 성장을 이루어왔다. 그러나 미디어센터의 장기적 발전을 저해하는 몇 가지 한계점도 존재한다. 먼저, 양적으로 미디어센터는 그 필요성에도 불구하고 전국에 단 58개만 구축된 상황이다. 또한 대부분의 미디어센터가 수도권에 집중되어 권역별 편차가 크게 나타나고 있다. 질적으로는 크게 교육, 제작 및 유통, 네트워크, 운영 및 재원 측면에서 한계점을 보이고 있다. 황치성·박지선(2013), 김진영(2014), 전창국(2016)의 연구와 본 팀의 국내 전문가 인터뷰를 통해 도출된 구체적인 한계점은 다음과 같다.

첫 번째, 교육 측면에서의 한계가 있다. 우선 어도비 프로그램과 같은 기술 위주의 수업이 주를 이루고, 미디어 리터러시나 미디어 격차 해소를 위한 수업은 비교적 적은 비중을 차지한다. 현재 국내 미디어센터에서 수행되고 있는 미디어 교육은 주로 기능적인 측면에 경도되어, 미디어 교육이 지향하는 핵심 영역인 미디어를 통한 인문학적 상상력이나 비판력 등에 대한 교육은 비교적 간과되고 있다(황치성·박지선, 2013). 이는 대부분의 미디어센터에서 공통적으로 발견되는 문제점으로, 기술 교육과 같은 실습 교육만으로는 실제 미디어 제작 환경에 대해 제대로 익히기 어렵다(전창국, 2016). 또한 근본적인 미디어 리터러시 역량을 기르는 데도 한계가 있다. 이에 제작 교육 외에 미디어 리터러시나 미디어 중독 등에 관한 종합적, 체계적 교육과 직업 교육, 취미 교육을 넘어선 자기표현권리 교육의 필요성도 지속적으로 제기되고 있다(김진영, 2014).

더불어 체계적으로 미디어 교육을 기획하고 진행할 센터 내 전문 인력이 부족하여 외부 강사에 의존하는 경향이 높고, 새로운 인력의 유입이 활발하지 않은 문제도 있다. 이는 미디어센터 강사들의 전문성을 확보할 수 있는 사회적 시스템이 미흡하기 때문인데, 이들에 대한 지속적인 보수 교육이나 조직적 관리가 부족한 것이 현실이다(황치성·박지선, 2013). 또한 전문 인력 양성을 위한 교육 프로그램도 충분하지 않다. 이에 더해 교육 대상과 강좌수, 수강시간 등을 더 다양화할 필요가 있다는 목소리도 있다. 시민 참여 확대를 위해 청소년, 여성, 유아, 장애인, 노년층 등 다양한 대상을 위한 미디어 교육을 마련하고, 직장인 등을 위해 운영시간을 더 유연하게 조정할 필요가 있다는 것이다(김진영, 2014).

두 번째, 제작 및 유통 측면에서의 한계가 있다. 시민들이 기획·제작한 콘텐츠가 유통까지 자연스럽게 이어지는 일련의 과정이 체계적으로 갖추어져 있지 않아아, 제작과 유통 간의 유기적인 연결이 부족한 상황이다. 방송 전파나 라디오 주파수는 일종의 공유 자원으로, 공공적이면서도 유한하다는 특성을 갖는다. 퍼블릭 액세스는 주로 이러한 방송이나 라디오 매체에 시민 제작 콘텐츠 혹은 시청자 제작 프로그램을 송출하는 방식으로 실현된다. 그러나 이러한 자원의 유한성과 편성권 제한으로 인해 시민이 제작한 모든 프로그램을 유통하는 데에는 한계가 있다. 또한, 방송국은 수익성이 낮은 시청자 제작 프로그램의 편성을 최소화하려는 경향이 있어, 시청자 참여 프로그램의 본래 목적이 점차 흐려지고 있다. 따라서, 시청자 참여 프로그램의 실효성을 확보하고 퍼블릭 액세스를 실제적으로 구현하기 위해서는 시민 제작 콘텐츠를 유통시키기 위한 공적 자원 확보와 새로운 미디어 플랫폼의 활용 및 개발이 필요하다. 더불어 매체 부족, 제작 장비 및 제작비 지원 문제, 불명확한 심의 규정 등의 문제도 해결되어야 할 것이다(김진영, 2014).

세 번째, 네트워크 측면에서의 한계가 있다. 우선, 전문가 간 네트워크 및 센터 간 네트워크

가 다소 미비하여, 그동안 발전시켜온 자원과 노하우를 공유하고 교류할 수 있는 통로가 부족하다. 또한, 지역 내 학교나 단체와의 연계를 위한 노력을 지속해 왔으나, 지역 사회와의 네트워크도 여전히 부족한 실정이다. 나아가 국제적 차원의 교류와 협력 체계도 아직은 미흡한 것으로 보인다. 미디어 교육이 종합적이고 전인적인 교육으로 발전함에 따라, 미디어 교육 네트워크 구축의 필요성이 점차 높아지고 있다. 또한 지난 30여 년 동안 미디어센터를 중심으로 미디어 교육을 위한 다양한 자원과 노하우가 축적되었으나, 이를 공유하고 교류할 네트워크 및 협력 체계는 다소 미흡한 상황이다. 이와 관련된 논의도 중요성에 초점을 맞출 뿐, 구체적이고 체계적인 논의로 발전하지는 못했다. 이로 인해 개별 전문가와 센터가 보유한 능력과 노하우가 단절된 채 공유 및 확산되지 못하고 있으며, 이러한 정보 자원 네트워크의 미비는 결과적으로 미디어 교육의 발전을 저해하는 요인이 되고 있다. 미디어 리터러시 발전에 있어 핵심적인 역할을 수행할 수 있는 신문·방송사 등의 미디어 업계 참여가 제한적인 것 또한 문제로 지적된다. 예를 들어, 미국의 주요 일간지인 '뉴욕 타임스(The New York Times)'는 자체 개발한 뉴욕 타임스 러닝 네트워크(New York Times Learning Network)를 통해 교사와 학생들에게 미디어 학습 계획과 활동을 제공하고 있다(황치성·박지선, 2013).

한편, 미디어센터를 매개로 한 시민 간 네트워킹과 공론장 형성이 미비한 점도 한계로 꼽힌다. 앞서 미디어센터가 '미디어 향유권 보장'을 위한 공간으로서, 시민이 주체적인 미디어 생산자로 성장할 수 있도록 지원하는 동시에 공동체 미디어와 지역 사회의 발전을 위해 존재한다는 점을 언급한 바 있다. 즉, 미디어센터는 단순히 기술이나 지식을 전달하는 교육 기관이 아니라, 미디어를 수단으로 개인의 표현의 자유와 퍼블릭 액세스를 보장하고 지역 사회의 문제를 소통과 협력을 통해 해결하도록 함으로써 궁극적으로는 민주주의을 실현하기 위해 존재하는 곳이다. 그러나 이를 위한 시민 간 네트워크와 공론장 형성은 아직 충분히 이루어지지 않고 있다. 그동안 미디어센터를 중심으로 한 네트워크 구축을 위한 노력이 있었지만, 미디어센터의 장기적인 존속을 위해서는 더욱 공고하고 효율적인 네트워킹이 필요하다(김진영, 2014).

네 번째, 운영 및 재원 측면에서의 한계가 있다. 현재 국내 미디어센터는 공적 재원의 충분치 않은 지원과 수익 활동의 어려움에 따른 운영 예산 부족 문제를 겪고 있다. 케이블 수수료를 주 재원으로 하며 재원의 다양화를 이루고 있는 미국 미디어센터와 달리 국내 미디어센터는 주로 공적 재원에 의존하고 있다. '정부지원금', '지자체 보조금', '기업 등의 후원금', '수강료'를 주요 재원으로 삼고 있으나 절반 이상이 공적 자금에 해당하고, 지속적이고 체계적인 미디어 교육을 담보할 수 있는 예산 구조 또한 취약한 상황이다(황치성·박지선, 2013) 이러한 미디어센터의 운영 재원 부족과 재정자립화 문제는 현재 대부분의 국내 미디어센터가 안고 있는 근본적인 문제이다. 공적 재원의 안정적 확보를 위한 노력에도 불구하고, 이를 지속적으로 지원받을 수 있는 제도는 명확히 마련되어 있지 않다. 이는 장비, 인력, 사업비의 부족 등으로 이어져 미디어센터의 원활한 운영과 발전을 어렵게 한다(김진영, 2014).

이는 미디어센터와 미디어 교육을 관장하고 관련 예산을 집행할 수 있는 국가 차원의 컨트롤 타워가 부재한 문제와도 연결된다. 현재 미디어 교육 관련 정책은 여러 부처에 의해 산발적으로 운영되고 있는데, 이는 정책적으로 다양한 영역을 포괄하는 미디어 교육의 특성에서 기인한다. 직접 관련된 정부 부처로는 미디어와 문화를 담당하는 '문화체육관광부'와 방송통신 정책을 관장하는 '방송통신위원회', 그리고 교육 전반을 담당하는 '교육과학기술부'가 있으며 산하기관 혹은 관련 기관으로는 '한국언론진흥재단', '한국방송통신전파진흥원', '영화진흥위원회' 등이 있다. 또 학계 차원에서는 미디어교육학회, 언론학회, 방송학회, 교육학회, 국어교육

학회, 영화학회 등이 관여하고 있고, 미디어 교육 기관 및 단체에서는 시민사회단체, 미디어센터, 청소년기관 등이 미디어 교육을 지원하거나 실시하고 있다.[112] 그러나 현재 미디어 교육에 대한 국가 차원의 통합적 논의나 전략 체계는 마련되지 못한 상황이다. 미디어 교육에 대한 기본적 개념부터 정책화에 따른 방향과 주체 설정까지 여러 측면에서 이해 당사자들 간의 입장 차가 좁혀지지 못하고 있기 때문이다. 이러한 현상은 미디어 교육에 대한 주요 선진국의 정책적 의제화 과정 및 추진 체계와 뚜렷이 대조되는 부분이다. 이는 미디어 교육의 잠재적 가치를 제대로 활용하지 못하게 하고, 예산이 산발적·중복적으로 집행되도록 함으로써 비효율성과 사회적 손실을 낳는다(황치성·박지선, 2013).

이에 본 팀은 한국보다 앞선 1970년대부터 미디어 교육과 퍼블릭 액세스권을 보장하기 위한 시민운동의 일환으로 미디어센터의 역사가 시작되어 현재 전국에 약 1,700개의 미디어센터가 운영되고 있는 미국을 탐사지로 선정하여, 교육 프로그램, 콘텐츠 제작 및 유통 과정, 네트워크 형성 측면에서 운영 모델을 비교·분석해 보고자 한다. 다음 장에서는 이를 수행하기 위한 구체적인 연구 방향을 다룬다.

Ⅲ. 연구 방향

1. 연구의 필요성

현재 국내 미디어센터에 대한 연구와 해외 미디어센터와의 비교 연구는 부족한 상황이다. 특히 2010년대 초반 이후 해외 사례 연구가 사실상 중단되면서, 뉴미디어 시대에 해외 미디어센터가 어떻게 대응하는지에 대한 최신 정보가 부족하다. 또한, 성문화된 자료만으로는 미디어센터의 운영 실태를 정확히 파악하기 어렵다. 국내 사례에서도 웹사이트 정보와 실제 운영 간의 차이가 발견된 바 있으며, 해외 미디어센터 역시 문서만으로는 운영 방식과 시민 참여 모델을 온전히 이해하기 어렵다. 이에 본 팀은 해외 미디어센터를 직접 탐사하여 운영 방식과 프로그램을 분석하고, 이를 바탕으로 국내 미디어센터 활성화 방안을 제시하고자 한다. 본 연구는 '시민의 미디어 교육 확대와 미디어 액세스권 개선을 위한 미디어센터 활성화 방안 제시'를 목표로 하며, 교육, 제작 및 유통, 네트워크 측면에서 개선 방안을 탐구한다.

2. 연구 목표

첫째, 미디어 교육 프로그램의 체계화 및 운영 방안을 분석한다. 현재 국내 미디어센터의 교육 프로그램은 단기적인 기술 교육에 집중되어 있어 지속성과 심화 과정이 부족한 실정이다. 반면, 해외 미디어센터는 청소년부터 노년층까지 다양한 연령대와 사회적 계층을 대상으로 미디어 리터러시, 콘텐츠 제작, 소통 방식 등을 포함한 종합적인 교육을 제공하고 있다. 이에 본 연구는 미국 미디어센터의 교육 모델을 분석하여, 국내 미디어 교육이 보다 심층적이고 지속 가능한 방식으로 운영될 수 있는 방안을 모색한다.

둘째, 시민이 콘텐츠를 기획, 제작 및 유통하는 과정과 참여 구조를 조사한다. 미국 미디어

112) 오정훈,「미완의 미디어교육진흥법」,『진보적 미디어 운동저널』49호, 2008.

센터에서는 시민들이 직접 콘텐츠를 제작하고, 커뮤니티 내에서 이를 공유하는 과정이 활발하다. 본 연구는 시민들이 미디어 제작 과정에 능동적으로 참여할 수 있도록 유도하는 전략과 지원 시스템을 분석하고, 국내 미디어센터에서도 이러한 구조를 구축할 수 있는 방안을 탐색한다.

셋째, 미디어센터와 지역사회 간 협력 모델을 연구한다. 미국 미디어센터는 지역 단체, 공공기관, 교육 기관과 협력하여 인턴십, 공동 프로젝트, 미디어 교육 프로그램을 운영하며 공동체 내에서 적극적인 역할을 수행하고 있다. 본 연구는 이러한 네트워크가 미디어센터의 지속 가능성과 지역사회 문제 해결에 미치는 영향을 분석하고, 국내에서도 유사한 협력 모델을 적용할 수 있는 방안을 모색한다.

넷째, 미디어센터의 법적·경제적 기반과 지속 가능한 운영 모델을 살펴본다. 미국 미디어센터는 공적 지원, 민간 후원, 회원제 운영 등 다양한 방식으로 재원을 확보하고 있으며, 정부 차원의 정책 지원도 중요한 역할을 하고 있다. 본 연구는 미국 미디어센터의 재정 운영 방식과 법적 기반을 분석하여, 국내 미디어센터가 지속적으로 운영될 수 있는 방안을 제안한다.

본 연구의 결과는 탐사 보고서, 브리핑용 PPT, 기획 기사 등의 형태로 정리하여 각각의 목적에 맞게 효과적으로 전달될 예정이다.

3. 연구의 기대효과

탐사 보고서는 미국 미디어센터 관계자와의 인터뷰를 통해 사회적·역사적 맥락에서 미디어센터의 역할을 분석하는 데 초점을 맞춘다. 이를 통해 해외 미디어센터의 운영 철학, 프로그램 기획 방식, 재정 확보 전략을 포괄적으로 이해할 수 있을 것이다.

브리핑용 PPT 자료는 연구 결과를 핵심적으로 정리하여 정책 결정자, 미디어센터 운영 관계자, 시민 단체 등에 효과적으로 전달하는 것을 목표로 한다. 직관적인 시각 자료와 핵심 내용을 중심으로 구성하여, 해외 사례를 바탕으로 실질적인 대안을 제안하는 데 중점을 둘 것이다. 특히 국내 미디어센터의 주요 과제와 해결책을 제시하여 정책적·제도적 개선을 위한 논의를 활성화하는 데 초점을 맞춘다.

기획 기사는 보다 대중적인 방식으로 미디어센터의 중요성을 알리는 역할을 한다. 미국 미디어센터 내 시민 인터뷰와 미디어 제작 사례를 소개함으로써, 미디어센터가 지역 사회에서 수행하는 역할을 강조하고 시민들의 관심을 높이고자 한다. 이를 통해 미디어센터가 단순한 미디어 교육 공간이 아니라, 시민들의 미디어 리터러시 향상과 민주적 커뮤니케이션을 지원하는 공적 기관임을 강조할 것이다.

본 연구는 국내 미디어센터의 인식 개선과 정책적 논의를 촉진하는 데 기여할 것으로 기대된다. 연구 결과를 바탕으로 미디어센터의 지속 가능한 운영 모델을 제시하고, 미디어 교육 확대와 시민 참여를 활성화할 수 있는 실질적인 방안을 모색할 것이다. 궁극적으로는 미디어센터를 기반으로 한 민주적 미디어 생태계를 구축하고, 시민들이 미디어를 활용하여 적극적으로 사회에 참여할 수 있도록 지원하는 데 기여할 수 있을 것이다.

IV. 국내 탐사

1. 국내 탐사 과정

국내 탐사는 논문 및 홈페이지 조사를 통해 미국 미디어센터 전반에 대한 인사이트를 얻고, 이를 바탕으로 국내 미디어센터 현황 파악을 위한 국내 미디어센터 기관 조사를 진행했다. 자료 조사를 기반으로 진행한 전문가 인터뷰는 미디어센터 내 관계자와의 인터뷰로 진행했다. 인터뷰이 섭외에 있어 고려한 것은 첫째, 국내 미디어센터 운영 및 활성화에 직접적인 역할을 하고 있는 기관인지, 둘째, 시민들의 미디어 교육 및 지원을 제공하는지, 셋째, 시민 참여와 미디어 접근권 확대를 위한 활동을 수행했는지에 중점을 두어 모색했다.

이를 통해 단순히 국내 선행 연구에서 기존 국내 미디어센터의 운영 현황과 한계점뿐만 아니라 현재 시점에서 적용할 수 있는 점까지 확장된 조사를 진행했다. 또한 미디어센터에 대한 논문들은 여러 미디어 플랫폼 등장 이전에 작성된 자료들인 반면, 현재는 1인 미디어의 발달로 다수의 시민들이 인터넷을 통해 미디어에 목소리를 낼 수 있게 되었다. 이러한 변화를 반영하여, 국내 미디어센터의 위상이 과거와 비교했을 때 축소된 부분을 살펴보고, 미디어센터의 존재 의의와 현 미디어센터에 요구되는 새로운 역할, 그리고 시민들과의 네트워크를 통해 미디어센터가 어떻게 존재할 수 있는지에 대한 의견을 묻기로 했다.

이와 같은 연구를 바탕으로 국내에서 활발히 활동하는 미디어센터 전문가 7명을 섭외하여 인터뷰를 진행했다. 첫 번째로 미디액트는 2000년에 설립된 국내 최초의 비영리 공공미디어센터로, 시민들이 미디어를 통해 목소리를 낼 수 있는 기반을 마련한 중요한 기관이다. 김명준 소장은 미디액트 창립과 성장에 중요한 역할을 한 인물로, 미디어센터 운영 철학과 경험을 공유할 수 있는 중요한 전문가로 선정되었다.

또한, 마을공동체 미디어지원실장과의 인터뷰를 진행했다. 그는 2012년부터 이어져 온 서울마을미디어 지원사업의 발전에 핵심적인 역할을 하며, 마을미디어가 지역 사회와 주민 역량 강화를 이끄는 모델로 자리 잡는 데 기여했다. 마을미디어 사업을 통해 시민들이 직접 미디어에 참여하는 공론의 장을 조성한 경험과 철학은, 미디어센터 활성화 및 시민 미디어 참여의 중요성을 이해하는 데 큰 도움이 될 것이라 판단했다.

노원마을미디어지원센터는 지역 주민들이 미디어를 통해 자신의 목소리를 내고 문화적 다양성을 존중하며 공동체성을 회복하는 역할을 하고 있다. 다양한 미디어 교육과 상영을 통해 미디어 접근성을 확대하고, 시민 참여 증진에 대한 통찰을 얻기 위해 해당 센터와 인터뷰를 진행했다.

경기시청자미디어센터는 디지털 미디어 교육과 '찾아가는 미디어 교육'을 통해 경기도 주민들의 미디어 접근성을 높이고, 디지털 격차 해소에 기여하고 있다. 이 센터는 미디어 교육과 사회적 참여 증진을 동시에 실현하고 있어 중요한 역할을 하고 있다.

성북마을미디어지원센터는 주민들의 콘텐츠 제작부터 유통까지 유기적으로 지원하며, 성북마을 TV와 공동체 상영을 통해 마을 공동체의 결속력과 협력을 강화하는 모델을 제시하고 있다. 해당 센터의 운영 모델과 성과를 심층적으로 이해하고 분석하기 위해 인터뷰를 진행했다.
국내 미디어센터 전문가 인터뷰에서는 미디어센터의 정체성과 역할에 대해 질문했다. 특히, SNS와 1인 미디어의 발달로 시민들이 미디어를 쉽게 다룰 수 있는 현 시점에서 미디어센터의 필요성에 대한 의견을 들었다. 이를 통해 미디어센터만의 독특한 역할과 중요성을 확인하고자 했다. 또한, 미디어센터의 한계점과 당면 과제를 다루며, 기술 중심 교육, 단기적인 프로

그램 운영, 콘텐츠 제작 및 유통의 유기적 연결 부족, 센터 간 네트워킹 미비, 그리고 재원 부족 문제 등 여러 가지 현안에 대한 전문가들의 의견을 들었다.

옥천미디어센터는 지역 주민들이 직접 미디어를 제작하고, 지역 이슈를 공론화하며 공동체 미디어를 활성화하는 역할을 하고 있다. 옥천 FM 공동체 라디오와 연계하여 지역 사회의 다양한 목소리를 담아내고 있으며, 주민 참여형 미디어 환경을 조성하는 데 주력하고 있다. 이를 통해 국내에서 미디어를 활용한 공론장을 형성하고, 시민 미디어 참여를 촉진하는 방안을 모색하기 위해 해당 센터와 인터뷰를 진행했다.

지속 가능한 미디어센터 운영을 위한 방향성도 논의되었으며, 전문가들은 이를 해결하기 위한 변화와 제도적 지원, 정책적 노력이 어떻게 이루어져야 하는지에 대해 의견을 나누었다. 이러한 전문가들의 의견을 바탕으로 미디어센터의 발전 방향과 개선점을 모색하고, 향후 미디어센터가 시민 교육과 지역 사회 내에서 어떤 역할을 계속해서 수행해야 할지에 대한 중요한 통찰을 얻을 수 있었다.

2. 국내 기관 방문 및 심층 인터뷰

1) 미디액트

김명준 소장은 미디액트의 창립과 성장에 중요한 역할을 한 독립 영화 및 미디어 운동의 선구자이다. 그는 30여 년간 독립 미디어 운동과 사회적 변화를 추구하며, 1994년부터 국내외에서 활발한 활동을 펼쳤다. 특히, 공동체 미디어와 시민 참여 미디어의 중요성을 강조하며, 마포 FM과 같은 프로젝트를 인큐베이팅하고 발전시킨 경험이 있다. 또한, 대학에서 언론운동과 대안 미디어, 뉴미디어 이슈를 다룬 강의를 통해 새로운 세대의 미디어 교육을 이끌어왔다. 그는 독립적인 미디어 영역의 중요성을 지속적으로 강조하며, 한국 사회의 미디어 환경에서 발생하는 다양한 문제들을 비판적으로 조명하고, 대안적인 미디어 환경을 구축하려는 노력을 지속하고 있다. 이는 미디액트가 핵심 가치로 내세우고 있는 공공성과 맥을 같이한다. 미디어가 언론 권력이라든가 국가 권력이 중심이 되는 목소리들이 대변되는 한계를 넘어서 “국가나 자본이 미디어의 독립성을 보장하기 어려운 현실에서 미디어센터가 그 역할을 해야 한다”라고 설명하며 미디어센터의 사회적 역할을 설명했다. 본 인터뷰는 김명준 소장의 미디어센터의 역할에 대한 태도부터, 미국 미디어센터의 소개까지의 대담을 담고 있다.

김명준 소장은 미디어센터의 역할을 ‘자본주의 사회에서 독립적인 목소리를 낼 수 있는 시스템을 유지하는 것’으로 강조한다. 그는 “어떤 시대든지 우리는 국가나 자본으로부터 독립된 목소리를 낼 수 있는 공간을 만들어야 한다”며, 미디어센터가 상업적 미디어와 권력의 흐름에 종속되지 않도록 하는 중요한 역할을 한다고 주장한다. 또한, 현대의 미디어 환경, 특히 온라인 플랫폼과 AI의 발전 속에서 독립적이고 비판적인 인식을 지닌 제작자들을 지원하는 역할이 미디어센터의 핵심으로 떠오른다고 강조한다. 이러한 독립적 주체들이 상업적 이익이나 권력에 휘둘리지 않도록, 미디어센터는 자원의 다양성을 확보하고, 그들의 교육과 제작을 지원하는 구조를 사회적으로 구축해야 한다는 것이다.

김명준 소장은 미디어센터의 역할을 법적인 개념보다는 다양한 정체성으로 바라본다. 그는 미디어센터를 문화복지시설로 볼 수도 있으며, 공공적인 문화 서비스를 제공하는 기관으로도 해석할 수 있다고 언급했다. 이와 함께 미디어센터는 평생 교육을 제공하는 시설로서의 역할

도 하며, 커뮤니티 공간으로서 시민들의 교류와 소통의 장을 마련한다고 설명했다. 김명준 소장은 또한 미국의 '커뮤니티 미디어' 개념을 예로 들어, 해외에서는 공동체 방송과 같은 형태로 지역 사회의 미디어 활동이 이루어지고 있음을 언급했다. 그러나 국내에서 미디어센터는 단지 공동체 미디어에만 국한되지 않고, 독립 영화와 같은 다양한 분야를 포함하는 복합적인 기능을 갖춘 시설로 운영된다고 덧붙였다.

김명준 소장의 태도에서 중요한 점은 미디어센터가 독립적이고 진보적인 성격을 가지며, 다양한 사회적 운동을 지원하는 역할을 해야 한다는 것이다. 그는 미디어센터가 다양한 주체들이 자신들의 목소리를 낼 수 있는 공간을 제공하는 중요한 역할을 해야 한다고 본다. 특히, 여성, 퀴어, 장애인, 이주 노동자 등 다양한 사회적 소수자들이 미디어를 통해 자신들의 이야기를 전달할 수 있도록 지원하는 것에 집중해야 한다고 주장한다. 김명준 소장은 미디어센터가 이러한 운동들을 지원하기 위해서는 자본주의적인 시장 모델에 의존할 수 없다는 점을 강조한다. 그래서 공적 자금의 지원을 받는 것이 필요하며, 국가와의 관계를 긍정적으로 활용하여 사회적 변화의 기반을 마련할 수 있다는 점에서 미디어센터가 중요한 역할을 할 수 있다고 본다. 그는 이러한 과정이 단순히 비판적인 외부자의 역할을 넘어서서, 국가의 내부에서 변화를 만들어내는 데 중요한 경험이 될 것이라고 믿는다.

하지만 아직 국내 미디어센터에 대한 시민들의 인식이 높지 않다는 것은 미디어센터 자체의 한계로 남아있다. 이와 관련해 김명준 소장은 단순히 물리적 공간에 개방된 교육을 넘어서, 필요한 사람들에게 직접 찾아가서 미디어 교육을 제공하는 접근 방식의 중요성을 강조했다. 그는 "미디어 교육을 통해 사람들에게 실제로 변화를 가져오는 것이 무엇보다 중요하다"고 설명했다. 그가 진행한 뉴스 제작 교육에서 다큐멘터리 교육과 토론을 통해 참가자들의 흥미를 끌어내고, 그 후 참가자들이 미디어 활동가로서 본격적으로 활동을 시작했다고 말했다. 특히, 이 교육을 받은 친구들이 본국에 돌아가 프로덕션을 차리거나 배급사 사장으로 활동하는 등 눈에 띄는 성과를 이루었다고 밝혔다. 이처럼, 미디어 교육이 단순한 기술 습득을 넘어서 사회적 변화를 이끌어낼 수 있는 중요한 도구임을 잘 보여주는 사례이다.

또한, 그는 미디어센터가 보편적이면서도 특수한 고민을 지속적으로 해야 한다고 주장했다. 이를 위해 미디어센터는 다양한 계층과 배경을 가진 사람들을 위한 교육을 제공해야 하며, 특히 노동자나 저소득층을 대상으로 한 교육에서 겪는 현실적인 문제들을 해결하는 노력이 필요하다고 강조했다. 그는 "단순히 미디어센터를 개방한다고 해서 누구나 오지는 않는다"고 지적하며, 그럼에도 불구하고 센터가 실제로 대안적이고 소수자의 목소리를 실질적으로 낼 수 있도록 노력해야 한다고 말했다. 이 과정에서 중요한 것은 사람들이 자기 목소리를 어떻게 낼 것인가를 고민하고, 그에 대한 방법을 찾아내는 것이라고 덧붙였다.

김명준 소장은 또한 미디어 교육이 실제로 실현 가능한 방식으로 접근되어야 한다는 점을 강조했다. 이를 위해서는 사회적 약자나 소수자들에게 미디어 접근성을 높이는 방법을 모색하고, 그들이 교육에 참여할 수 있도록 실질적인 지원을 제공하는 것이 필수적이라고 주장했다. 결국, 미디어센터는 그저 공간을 제공하는 곳이 아니라, 사람들의 목소리를 끌어내고 사회적 변화를 이끌어내기 위한 지속적인 노력과 고민이 필요한 장소임을 분명히 했다.

2) 노원마을미디어지원센터

노원마을미디어지원센터는 주민들의 공동체성을 회복하고 활성화하는 것을 핵심 목표로 하는 미디어센터다. 서울시 마을미디어 지원 사업의 일환으로 생겨난 센터는 지역 주민들의 공

동체성과 문화적 회복을 목표로 하는 중요한 미디어센터이다. 해당 센터의 주요 활동은 마을 중심의 단체 활동을 지원하며 현재 총 17개의 등록된 단체들과 정기적인 미디어 교육과 콘텐츠 제작을 이어가며 특히 이주민 가정과 청소년 인구가 많은 노원구에서 지역사회와 학교와의 협력도 활발히 이루어지고 있다.

윤정록 센터장은 미디어센터의 핵심 역할을 시민들이 자신들의 이야기를 미디어로 배포할 수 있는 공간과 기회를 제공하는 것이라고 강조한다. 미디어센터는 시민들의 미디어 활동을 통해 사회적 참여와 문화적 가치를 증진시킬 수 있는 중요한 역할을 한다는 것이다. 특히 미디어 교육을 통해 시민들이 콘텐츠 제작을 넘어 사회적, 문화적 가치를 더하는 활동을 하도록 돕는다.

윤정록 센터장은 이러한 미디어 교육이 단순히 기술을 배우는 것이 아니라, 시민들이 미디어를 통해 사회에 참여하고 자신의 이야기를 콘텐츠로 만드는 것이 목표라고 말했다. SNS와 1인 미디어의 발전 속에서도 미디어센터는 단순히 오락을 넘어서 사회적, 문화적 가치를 더하는 교육적 활동으로 나아가야 한다는 것이다. 이는 시민들과 함께 긍정적으로 공동체에 영향을 미치는 콘텐츠를 만드는 활동으로까지 발전할 수 있다. 그렇기 위해 윤정록 센터장은 상업적 콘텐츠와 비상업적 콘텐츠의 경계가 흐릿해지는 현상 속에서, 미디어센터는 비영리 활동을 해야 함을 강조한다. 100만 유튜버를 양성하겠다는 선언은 수익 창출에만 집중하게 되며 이는 미디어센터의 기조와는 맞지 않다는 것이다. 미디어센터의 주요한 가치는 공동체성을 잃지 않고 시민들의 미디어 활동이 지역 사회와 공동체에 긍정적인 영향을 끼치도록 고민하는 것이다.

윤정록 센터장이 생각하는 미디어센터의 역할은 미디어센터의 역사와도 관련 있다. 1990년대 후반과 2000년대 초반, 스마트폰이 없고 방송 장비는 비쌌던 시절, 미디어 제작은 일부 사람들의 전유물에 불과했다. 그러나 언론이 정치화되고 권력화되는 과정에서 시민들이 자신들의 이야기를 미디어로 배포하자는 운동이 일어나며 퍼블릭 액세스 개념이 한국에 도입되었다. 비슷한 시기에 미디액트도 시작되었고, 2000년에 지역 미디어 센터 설립 추진 협의회가 출범한 이후 2003년에는 정비 센터 협력 추진 위원회가 공식적으로 만들어졌으며, 2012년에 전미협이 결성되었다. 이 과정에서 미디어센터가 지속적으로 설립되며, 미디어 제작의 민주화와 시민 참여의 중요한 전환점이 마련되었다.

특히, 언론이 정치화되고 권력화되는 상황에서 시민들이 미디어를 통해 자신들의 이야기를 표현할 수 있다는 것은 큰 의미가 있다. 퍼블릭 액세스 개념의 도입과 미디어센터 설립으로, 일반 시민들은 자신의 목소리를 사회에 내비칠 수 있는 공간을 가지게 된 것이다. 이는 다양한 사회적 목소리들이 미디어를 통해 반영될 수 있는 길을 연 것이다. 이 시기의 변화는 미디어의 역할이 단순히 정보를 전달하는 것에 그치지 않고, 시민들의 사회적 참여와 표현의 장으로서 기능할 수 있게 됨을 의미했다.

노원마을미디어지원센터는 이처럼 시민들의 민주적 참여를 촉진하는 역할을 계속하고 있다. 다양한 평생학습 프로그램을 운영해 교육 기관과 협력해 미디어 강좌를 제공하며 미디어 담당자들에게 컨설팅을 제공함으로써 미디어 교육이 영상 제작에 그치지 않고 시민들이 자신들의 이야기를 콘텐츠로 제작하는 교육으로 발전할 수 있도록 돕는다. 또한 시민들이 콘텐츠를 제작해야 한다는 의무감에서 벗어나 자신들의 행동을 콘텐츠화할 수 있도록 돕는다. 음악 동아리가 연습 후 콘텐츠 제작에 관심을 가지면 촬영 방법 컨설팅과 교육을 개별적으로 제공한다. 또한 미디어 교육 또한 공동체 활동을 활발히 하는데 주안점을 둔다. 예를 들어 여성과 젠더를 주제로 한 영화를 보고 공동체 안에서 관련 작가나 감독을 초청해 이야기를 나누기도 한

다. 단순히 “보는 것”에 그치지 않고 이에 대한 이야기를 나누며 단순히 영화 관람을 더욱 의미 있게 만드는 것에 주안점을 두는 것이다.

하지만 현재 국내 미디어센터가 2000년대 초반의 가치로 제대로 운영되지 않는 현실도 존재한다. 여전히 미디어센터 내 교육은 기술 위주의 수업이 많고 미디어 리터러시나 미디어 격차 해소를 위한 수업은 부족한 상황이다. 수요 부족과 기획의 어려움도 존재하지만 특히나 소외된 계층을 발굴하고 그들에게 필요성을 설득하는 일도 힘든 일이기 때문이다. 유기적인 콘텐츠 제작과 유통 부족문제도 존재한다. 하나의 플랫폼을 통해 콘텐츠를 모아야 한다는 목소리는 이어져왔지만 재원 문제와 채널 운영 주체, 방향성 등 다양한 문제로 인해 어려움을 겪고 있다. 노원구에서 실제로 활동하고 있는 청년 단체인 ‘노육회’는 다양한 지역 콘텐츠를 제작해 유튜브에 업로드하고 있지만 구독자 수나 조회수에 있어서 콘텐츠 흥미와 파급력이 부족하다는 아쉬움이 존재한다. 또한, 미디어센터의 주민 접근성도 아직 부족한 편이다. 미디어센터는 한국에서 미디어의 발전과 함께 비교적 새롭게 등장한 개념이지만, 미디어의 사회적 영향력에 비해 시민들의 인식은 부족한 상황이다.

지역적인 측면에서도 미디어센터 운영의 격차가 존재한다. 상대적으로 작은 규모의 지역에 위치한 센터들은 지역 사회와 밀접하게 연결돼 있지만 미디어센터의 숫자가 적어 지역 간 네트워크가 약하고, 접근할 수 있는 인구도 한정적이다. 미디어센터 내 홍보와 인식 부족 문제도 여전히 존재하는데 미디어센터에서는 홍보 활동을 진행하지만 실질적으로 사람들에게 도달하지 못하는 경우가 많다. 윤정록 센터장은 “유튜브나 스마트폰을 사용하는 일상 속에서 미디어의 중요성을 체감하지 못해 미디어센터의 역할을 잘 인식하지 못하는 것 같다”고 말했다.

이러한 국내 미디어센터의 한계점을 극복하기 위해서 윤정록 센터장은 다양한 측면에 있어서 미디어센터의 인식을 제고하는 것이 가장 필요하다고 말한다. 미디어센터 간 네트워크를 강화하고, 미디어센터 홍보 및 자원 유입을 촉진할 수 있는 환경을 만들고, 민간 자원의 지원을 유도하며 더 많은 센터가 각 지역에 배치될 수 있도록 미디어센터에 대한 정부 차원의 예산과 지원이 확대되어야 한다. 하지만 그 중에서도 윤정록 센터장은 법제화가 가장 중요하다고 말한다. 미디어 교육과 관련된 법안 제정이 그에 대한 예시다. 미디어에 대한 교육이 이뤄지긴 하지만 아직 국내에 미디어 교과라는 과목은 없는 실정이다. 미디어 교육의 중요성에 대한 사회적 인식이 자리잡기 위해선 공교육적 측면에서 학생들이 미디어의 중요성과 현재 미디어가 어떻게 변화하는지에 대한 지점을 잘 배울 수 있는 기회가 마련되어야 한다고 말했다.

윤정록 센터장은 또한 미디어센터의 역할이 단순히 공간을 제공하는 데 그치지 않고, 사회적으로 공감을 불러일으키는 콘텐츠를 만들어내는 데 있다고 강조했다. 결국 현재 국내 미디어센터가 대면하고 있는 한계점을 극복하기 위해서는 단순한 이용자 수가 아닌 다양한 사람들의 참여와 노력에 달려 있는 것이다. 정책 결정자들을 설득할 수 있는 논리를 마련하기 위해선 시민들의 참여로 사회적 확장성을 갖춘 콘텐츠 제작으로 이어져야 한다.

3) 경기시청자미디어센터

성경훈 센터장은 미디어가 특정 계층만을 위한 것이 아니라 모든 세대가 보편적으로 접근할 수 있어야 한다고 강조하며, “각 세대가 가진 미디어 사용 문화를 존중하면서도, 진정한 시청자 참여가 무엇인지 고민해야 한다”고 말했다.

오늘날 유튜브와 SNS 등의 플랫폼이 확산되면서 시청자가 직접 콘텐츠를 제작하고 소통하는 환경이 조성된 것처럼 보이지만, 성경훈 센터장은 “이러한 환경이 실질적인 시민 참여를

보장하지 못하고 있다"고 지적했다. 거대 자본과 시장 논리에 의해 자극적이고 상업적인 콘텐츠가 주류를 이루고 있으며, 조회수와 구독자 수 중심의 평가 구조는 대중의 관심을 끌기 위한 자극적인 콘텐츠 생산을 조장한다고 설명했다.

이에 대한 해결책으로 그는 "시민을 대상으로 한 미디어 교육이 필요하다"고 주장했다. 그러나 단순한 기술 교육이 아니라 "소통과 비판적 사고"를 중심으로 한 교육이 이루어져야 하며, 미디어 교육이 "민주 시민으로서의 필수 역량"을 길러주는 방향으로 나아가야 한다고 설명했다. 그는 과거 방송법 69조에 따라 KBS가 시청자 제작 프로그램을 의무적으로 편성하면서 시청자 참여의 의미를 강조했던 사례를 들며, "오늘날에는 단순한 형식적인 제도를 넘어, 본질적으로 시민이 미디어를 통해 소통할 수 있도록 하는 교육이 필요하다"고 강조했다.

특히 다큐멘터리 제작 교육에서도 "단순한 촬영 기술 습득을 넘어, 사회를 비판적으로 바라보는 능력을 키우는 것이 중요하다"고 보았다. "단순히 카메라를 다루는 기술을 배우는 것이 아니라, 사회적 문제를 발견하고 이를 미디어로 표현하는 과정에서 시민의 역할과 책임을 이해하는 것이 핵심"이라고 말했다.

성경훈 센터장은 미디어 교육 기획자의 역할 또한 중요하게 언급했다. 그는 "교육이 단순히 수요 중심으로 운영되어서는 안 되며, 비판적 읽기 교육과 같은 프로그램도 필요성이 크다면 수요와 관계없이 필수적으로 제공해야 한다"고 말했다. 또한, 교육 참여자를 "단순한 수혜자"가 아닌 "능동적 학습자"로 인식하고, 협업과 소통을 중심으로 한 교육 환경을 조성해야 한다고 강조했다.

성경훈 센터장은 "미디어센터가 단순한 기술 교육 기관이 아니라, 시민들이 국가 정책과 사회 문제에 대해 의견을 직접 표출할 수 있도록 지원하는 역할을 해야 한다"고 보았다. "따라서 미디어센터에서 제작하는 시민 콘텐츠는 유튜브의 상업적 콘텐츠와 차별화되어야 하며, 사회적 가치를 반영한 콘텐츠가 활성화되어야 한다"고 강조했다. 그는 "평화, 소수자 보호, 그리고 거대 자본이 다루지 않는 사회적 문제 등을 조명하는 콘텐츠 제작이 필요하다"고 덧붙였다.

성경훈 센터장은 미디어센터가 보다 효과적으로 기능하기 위해 해결해야 할 네 가지 핵심 과제를 제시했다. 첫 번째로 "현재 미디어 교육은 기술 습득 중심으로 운영되는 경향이 있지만, 이를 소통과 협업 중심으로 변화시켜야 한다"고 말했다. 또한 "센터 직원과 외부 강사 간 협력을 강화하고, 교육 과정의 연속성을 확보해야 한다"고 덧붙였다.

두 번째 과제는 미디어 교육의 지속성이다. 그는 "미디어 교육이 단기적인 프로그램으로 운영되는 한계를 넘어, '생활 미디어 교육' 개념을 도입하여 지속적으로 이루어질 필요가 있다"고 주장했다. 또한, 연간 교육 일정을 예측 가능하게 운영하여 시민들이 미디어 교육을 계획적으로 받을 수 있도록 해야 한다고 말했다.

세 번째 과제는 시민들이 직접 제작한 콘텐츠의 확산이다. 성경훈 센터장은 "현재 시민들이 직접 제작한 콘텐츠는 방송국 편성이나 개인 유튜브 업로드에 의존하고 있어 확산에 어려움이 있다"며, "따라서 국가 차원의 시민 콘텐츠 아카이브 구축과 유통 시스템 마련이 필수적"이라고 강조했다.

마지막으로 그는 "현재 미디어센터 간 협력 체계가 미흡하여, 데이터 공유와 홍보가 원활하지 않다"고 지적하며, "미디어 교육 데이터를 공유하고, 센터 간 협력 구조를 강화하는 체계를 구축해야 한다"고 말했다.

성경훈 센터장은 미디어센터가 안정적으로 운영되기 위해서는 국가 차원의 정책적 지원이 필수적이라고 강조했다. 그는 "현재 미디어 교육의 성과는 단순히 정량적인 수치로 평가하는

방식을 따르고 있다"며, "하지만 이는 미디어 교육의 본질을 반영하지 못하는 방식"이라고 말했다. 따라서 "미디어 리터러시 지수 등의 새로운 성과 지표를 도입해야 하며, 단순한 참여율이 아니라 시민들이 실제로 미디어를 어떻게 활용하고 있는지를 평가하는 것이 중요하다"고 주장했다.

그는 미디어 교육 지원법이 여러 차례 발의되었음에도 불구하고, "사회적 관심 부족과 부처 간 협력 미비로 인해 통과되지 못한 현실"을 지적했다. "따라서 이를 총괄할 컨트롤 타워가 필요하며, 국가가 미디어센터 운영을 보다 체계적으로 지원해야 한다"고 강조했다.

성 센터장은 "미디어센터 운영에 공적 자금 투입이 필요하다"고 강조했다. 현재 미디어센터는 자체 수익을 창출해야 하는 구조 속에서, 기술 교육이나 인기 있는 수업에 집중하게 되고, 본래의 공공성이 약화될 위험이 있다는 것이다. "따라서 미디어센터가 국가 지원을 받으면서도 독립성을 유지할 수 있는 체계를 마련해야 한다"고 설명했다. 그는 "이는 방송통신위원회가 정부 부처가 아닌 독립 기구로 운영되는 방식과 유사한 모델로 설계될 수 있다"고 말했다.

성경훈 센터장은 "시민의 미디어 접근권이 보장되고, 건강한 미디어 환경이 조성되기 위해서는 국가 차원의 정책적 노력이 필수적"이라고 강조하며, 미디어센터가 "단순한 교육 기관에 머물지 않고, 시민 사회와 정책을 연결하는 플랫폼으로 기능할 수 있어야 한다"고 주장했다.

그는 "미디어센터가 사회적 가치를 반영한 콘텐츠 제작과 교육을 통해 시민들이 적극적으로 참여할 수 있는 환경을 조성해야 한다"고 덧붙였다. 결국, 성경훈 센터장은 미디어센터가 지속 가능하기 위해서는 "교육 방식, 콘텐츠 유통, 네트워크 활성화, 정책적 지원 등이 유기적으로 맞물려야 한다"고 강조하며, "미디어센터가 단순한 미디어 교육 공간을 넘어 시민들이 사회적 목소리를 낼 수 있는 중요한 거점이 되어야 한다"고 말했다.

4) 정은경 센터장

정은경 센터장은 미디어센터가 공동체 단위의 미디어 활동을 지원하고 장려하는 역할을 한다고 강조했다. 그는 공동체 미디어 활동이 유튜브나 개인 방송과 같은 플랫폼과 다르다고 설명했다. "몇 명의 사람들이 모여 공동체 미디어 활동을 할 때, 그들에게 교육, 자원, 네트워크 등의 지원을 제공하며, 그 활동이 지속적으로 성장할 수 있도록 돕는 것이 중요하다"고 말했다. 그는 미디어센터가 공동체가 스스로 조직화되고 확장할 수 있도록 돕는다는 점에서 마을미디어나 공동체 미디어가 1인 미디어와 차별화되며, 사회적 연대와 공동체 의식을 형성하는 데 중요한 역할을 한다고 덧붙였다. 미디어의 권력 구조가 여전히 국가나 대기업 중심으로 되어 있는 현 상황에서, 커뮤니티가 자체적으로 운영하고 통제할 수 있는 미디어는 권력 분배를 변화시킬 수 있는 중요한 수단이기 때문이다.

그가 생각하는 공동체 단위의 미디어 활동의 중요성은 2011년 시작된 서울시 마을미디어 사업을 통해 잘 드러난다. 2012년 시범사업을 거쳐 2013년부터 본격적으로 시행된 서울시 마을미디어 사업은 시민들이 디지털 미디어를 활용할 수 있도록 지원하며, 서울이라는 대도시에서도 마을 공동체의 필요성을 강조하는 방향으로 진행되었다. 실제로 해당 시범사업을 통해 마을미디어 매체가 크게 성장했으며, 2022년까지 61개 매체가 생겨났다. 또한 지역사회의 중요한 이슈를 다루며 주류 언론에서 다루지 않는 구로의 시장 재개발 문제, 청년 세대의 이야기, 발달장애 아동을 위한 특수학교 설립 문제 등 다양한 콘텐츠들이 시민들의 목소리를 대변했다. 이 사업은 시민들이 단순히 콘텐츠를 생산하는 것을 넘어서, 사람들이 모여 조직화되고 자발적으로 프로그램을 만들고 참여하는 네트워크를 형성하는 데 기여했다. 그 결과, 주민들

의 역량이 강화되고, 마을미디어는 지역사회에서 중요한 역할을 담당하며 주민들의 자기 표현과 참여가 활성화되었다. 봉제공장에서 일하는 중장년층 여성들이 라디오 프로그램을 통해 자신들의 이야기를 나누며 성장한 사례는 그 중 하나다. 이러한 참여는 단순히 미디어 활용을 넘어서 주민들이 지역사회에서 중요한 목소리를 내는 계기가 되었다.

하지만 공동체 미디어는 여러 사회적 한계점에 부딪히기도 한다. 이는 미디어센터의 한계점과도 연결된다. 정은경 센터장은 제작 및 유통 측면에서 체계성이 부족하다고 지적했다. 콘텐츠가 산발적으로 흩어져 있어 이를 통합할 플랫폼을 만드는 논의가 있었으나, 시민들의 관심을 끌 수 있을지에 대한 우려로 논의가 제대로 진행되지 못했다. 또한 네트워크 문제도 중요한 한계로 지적됐다. 가장 큰 문제는 지역 단위에서 활동을 이어가는 사람들끼리 만날 수 있는 네트워크가 사라졌다는 것이다. 서울마을미디어 지원센터와 같이 지역 단위에서 활동하는 사람들끼리의 만남을 주도할 기관이 없어졌고, 각 단위별로 활동을 진행하지만 실질적인 교류는 부재한 상태라고 밝혔다.

정은경 센터장은 이러한 한계점을 극복하기 위한 방안으로 두 가지 주요 사항을 제시했다. 첫째, 운영자의 지원이 중요하다는 것이다. “마을미디어나 공동체 미디어를 실질적으로 이끌어갈 운영자가 필요하며, 이러한 역할 보장이 시민 참여 활성화의 핵심”이라고 말했다. 또한, 단기적인 교육을 진행하는 강사보다 운영자의 역할이 중요하고, 운영자에 대한 정책적 지원이 필요하다고 강조했다. 둘째, 적극적인 아웃리치 활동이 필요하다고 말했다. 미디어센터는 여전히 아는 사람들만 방문하는 장소로 접근성이 제한되므로, 미디어센터 직원들이 지역사회나 소외된 집단을 찾아가 교육을 제공하는 방식으로 공동체 미디어의 시작을 도울 수 있다고 밝혔다. 또한, 소외계층이나 장애인들은 문서 작업이나 신청 과정에서 어려움을 겪기 때문에 지속적이고 깊이 있는 노력이 필요하며, 미디어센터는 이를 자체적으로 해결할 수 있도록 적극적으로 변화해야 한다고 말했다.

정은경 센터장은 또한 공동체 미디어를 국가 차원에서 지원하는 것도 부족한 상황이라고 언급했다. 방송통신위원회 산하의 시청자미디어재단 사업이 올해부터 예산이 전액 삭감되었고, 서울시 마을미디어 사업의 예산도 2023년부터 사라졌다고 말했다. 서울시 마을미디어 사업은 평균 10억 원 규모였으나, 현재 시청자미디어재단 사업은 전국 7개의 공동체 라디오에 총 2억 원의 예산을 나누어 지원하는 수준에 그치고 있다. 정은경 실장은 공적 자금의 중요성을 강조하면서, 시민들의 자발적인 활동을 위한 비용을 공적 자원으로 지원해야 한다고 주장했다. 예를 들어, 프로그램 운영을 위한 강사비나 간식비, 홍보 비용 등을 공적 자원으로 지원함으로써 시민들의 자발적인 활동이 성장할 수 있다고 생각한다고 밝혔다. 그러나 그는 공적 자금 지원이 중앙 집권적인 영향을 받을 우려도 언급했다. 시청자미디어재단이 콘텐츠에 간섭하지 않음을 긍정적으로 평가하면서도, 공동체 라디오는 법적 규제가 더 강하다는 점을 지적했다. 공동체 라디오는 방송법에 근거를 두고 있으며, 3년마다 허가 심사를 받아야 하는 등의 규제가 있어 콘텐츠에 대한 간섭과 검열이 있을 수 있다는 점에서 마을미디어와 차별화된 점이 있다고 설명했다.

정은경 센터장의 경험과 비전은 미디어가 단순한 정보 전달의 수단을 넘어, 지역사회의 다양한 목소리를 담고 시민 참여를 촉진하는 중요한 역할을 할 수 있다는 점을 보여준다. 그는 미디어센터의 필요성을 강조하며, 공동체 중심의 미디어 활동이 사회적 연대와 참여를 이끌어낼 수 있는 힘을 가진다고 믿는다. 하지만 현재의 한계점들을 극복하기 위한 지속적인 노력이 필요하며, 그 중심에는 시민들의 자발적인 활동을 지원하는 공적 책임과 지원이 있어야 할 것이다.

5) 성북마을미디어지원센터

이호섭 팀장은 미디어센터와 1인 미디어의 가장 큰 차이점을 '공동체 중심성'에서 찾았다. "1인 미디어가 개인의 관심사와 경험을 바탕으로 콘텐츠를 제작하는 반면, 미디어센터는 공동체의 이야기회의 소통과 공감을 이끌어내는 것이 목표다."

미디어센터가 다루는 공동체의 범위는 넓다. 예를 들어, 노원구 자체가 하나의 공동체가 될 수도 있고, 개별 마을이 공동체가 될 수도 있다. 더 나아가, 특정한 관심사나 경험을 공유하는 주민들이 새로운 공동체를 형성할 수도 있다. 미디어센터는 이러한 공동체를 중심으로 그들이 속한 지역 사회에 기여할 수 있는 미디어를 만들어 나간다. 즉, 단순히 콘텐츠를 제작하는 것이 아니라, 지역 주민들이 관심을 갖고 있는 주제를 반영하고, 주민들의 목소리를 담아내는 플랫폼 역할을 하는 것이다.

미디어센터는 단순히 미디어 제작을 지원하는 공간이 아니다. 주민들이 관심을 갖는 사회적 이슈를 발굴하고, 소수의 의견도 반영될 수 있도록 돕는 역할을 한다. 이를 통해 지역 내 다양한 목소리가 퍼질 수 있도록 지원한다.

특히, 미디어센터의 역할이 빛을 발하는 순간은 단순히 방송이나 온라인 플랫폼을 통해 콘텐츠가 퍼지는 것이 아니라, 지역 사회 내에서 직접 공유되고 활용되며, 퍼블릭 액세스(Public Access)가 실현될 때다. 미디어센터는 단순한 정보 전달을 넘어, 주민들이 자신의 이야기를 통해 공동체와 소통하고, 미디어를 활용해 지역 사회의 변화를 만들어가는 과정 자체를 지원하는 공간이다.

이러한 미디어센터의 의의는 성북마을 미디어지원센터의 운영 방식과도 맞닿아 있다. 성북마을 미디어지원센터는 주민들이 직접 지역을 주제로 한 콘텐츠를 제작할 수 있도록 돕는 것이 핵심 목표다. 각 지역의 미디어센터는 저마다 고유한 목적과 추진 목표를 가지고 있지만, 공통적인 핵심 가치는 지역 주민들이 만든 콘텐츠가 지역 사회에서 중요한 역할을 할 수 있도록 지원하는 것이다.

성북마을 미디어지원센터가 가장 중점적으로 추진하는 사업은 콘텐츠 제작 지원 사업이다. 콘텐츠 제작에서 가장 큰 걸림돌은 장비나 시설과 같은 인프라 부족이다. 이를 해결하기 위해 센터는 장비 대여 및 제작 공간을 제공하고, 주민들이 미디어 제작 역량을 갖출 수 있도록 교육을 지원한다. 또한, 네트워킹 사업도 중요한 역할을 한다. 성북마을 미디어지원센터는 마을 미디어 콘텐츠를 제작하는 24개 팀으로 구성된 시민 네트워크를 운영하고 있다. 이 네트워크는 단순한 정보 공유를 넘어, 주민들 간의 소소한 대화에서부터 콘텐츠 제작을 위한 협업까지 다양한 방식의 소통을 지원하는 플랫폼이다.

이호섭 팀장은 콘텐츠의 양보다 중요한 것은 그 콘텐츠가 지역 사회에서 갖는 의미라고 강조한다. "콘텐츠가 크고 거창하지 않더라도, 자신이 살고 있는 마을의 이야기를 엮어내고, 이를 통해 공동체의 정체성을 형성하는 과정 자체가 의미를 갖는다는 것이다."

미디어센터에서 단순히 기술 중심의 교육만이 필요한 것은 아니다. 물론, 주민들이 서울까지 올라오지 않고도 지역 내에서 프리미어나 어도비와 같은 미디어 제작 기술을 배울 수 있도록 하는 것이 중요하다. 하지만 이호섭 팀장은 미디어 교육의 핵심이 미디어 기술 자체보다 미디어에 대한 비판 능력과 수용력을 갖추는 것에 있다고 본다.

따라서 그는 미디어 리터러시 교육을 정량적으로 평가해서는 안 된다고 강조한다. "단순히 수강 인원 수로 평가하는 것이 아니라, 시민들이 프로그램을 통해 얼마나 비판적으로 미디어

를 바라보고, 올바르게 활용할 수 있는지를 살펴봐야 한다는 것이다.” 즉, 시민들이 만든 콘텐츠가 시민사회에 긍정적인 영향을 줄 수 있다면, 그것만으로도 미디어센터의 역할을 수행한 것이라고 평가할 수 있다. “단순히 개인의 이야기를 기록하는 것을 넘어서, 그 콘텐츠가 사회적 메시지로 기능하거나, 지역 사회 내 중요한 정보가 되거나, 공동체의 정체성을 증명하는 자료가 될 수 있어야 한다는 것이다.”

예를 들어, 한 마을에서 오래된 나무를 베어내고 아파트 입구를 확장하려는 계획은 합리적으로 보일 수 있지만, 그 나무가 주민들에게 갖는 사회적 의미는 다를 수 있다. 미디어센터가 이러한 이야기를 콘텐츠로 제작하고 공유하는 것은 단순한 정보 전달을 넘어, 공동체의 문화를 존중하는 과정이 될 수 있다.

그러나 이러한 사회적 역할을 지속하기 위해서는 미디어센터의 자립성이 확보되어야 한다. 현재 국내 미디어센터는 대부분 지자체나 국가의 재정 지원에 의존하고 있으며, 자발적인 기부 문화가 미약하다. 이 때문에 정책적인 지원이 끊어지면 운영이 어려워지는 경우가 많다. 미국의 경우, 미디어센터가 자립형 모델로 운영되면서 다양한 네트워크를 통해 목표를 설정하지만, 한국은 소속된 기관 내부 소통이 우선되고, 그 후에야 외부 네트워크를 활용하는 방식이다. 이는 공동체적 힘이 약한 환경을 만들고, 미디어센터 간의 협력이 부족한 원인이 되기도 한다.

이호섭 팀장은 지역사회와 시민 간 네트워킹을 강화하는 것이 해결책이라고 본다. “단순히 교육을 듣고 끝나는 것이 아니라, 교육 이후에도 지속적인 연결고리를 유지하며 지역 사회 내에서 이야기를 만들어가는 것이 중요하다는 것이다.”

지역 사회 내에서 공론장이 필요한 이유는 단순하다. 지역의 문제를 가장 잘 이해하는 사람들은 그곳에 사는 주민들이기 때문이다. 예를 들어 그가 과거 ‘마을은 지금’이라는 공론화 프로그램을 운영할 당시, 고려대학교 기숙사 증축을 둘러싸고 학교와 지역 주민 간의 갈등이 있었다. 학교 측에서는 학생들의 학업 환경 개선을 위해 기숙사 증축이 필요하다고 주장했지만, 주민들은 기존의 생활 체육 시설이 사라지는 것에 반대했다. 이 문제의 본질은 서로의 처지를 이해하지 못한 데 있었다. 이때 미디어센터는 이러한 간극을 메우고, 소통할 수 있는 창구를 만들어주는 역할을 할 수 있다.

결국, 이호섭 팀장이 강조하는 바는 미디어센터가 단순한 콘텐츠 제작 공간이 아니라, 공동체의 목소리를 모으고, 이를 통해 지역 사회가 더 나은 방향으로 나아갈 수 있도록 돕는 플랫폼이 되어야 한다는 점이다. 자립성을 높이고 네트워크를 강화하는 것이 미디어센터의 지속 가능한 운영을 위한 핵심 과제이며, 이를 통해 공동체 중심의 미디어가 더욱 활성화될 수 있을 것이라는 기대를 내비쳤다.

6) 청암미디어센터

청암미디어센터는 초창기부터 미디어 시대 속에서 지역에 필요한 미디어센터의 역할을 고민하며 꾸준히 발전해왔다. 기존의 대표적인 미디어 플랫폼이었던 라디오는 1인 미디어 시대에 올드 미디어로 인식되며 이용률이 감소하는 추세다. 그러나 라디오는 공공재인 주파수를 사용한다는 점에서 시민들에게 더 큰 책임감을 부여한다. 유튜브와 같은 플랫폼이 개인의 자유로운 콘텐츠 제작과 공유를 보장하는 반면, 라디오는 국가 기관이 관리하는 공공의 재화로서 일정한 윤리적·법적 기준을 요구한다. 이러한 특성은 제작자들에게 자부심과 책임감을 동시에 부여하며, 이는 미디어 교육의 필요성을 더욱 강조하는 요소가 된다.

미디어센터는 단순한 기술 교육을 넘어 시민들이 미디어를 통해 공적 문제를 고민하고 해결할 수 있도록 돕는 역할을 한다. SNS가 개인적인 이야기와 관심사를 공유하는 공간이라면, 미디어센터는 지역의 공공 문제를 논의하고 해결 방안을 모색하는 장을 제공한다. 이를 위해 청암미디어센터는 지역 주민들이 미디어를 도구로 활용해 지역사회의 주요 이슈를 다루고, 이를 통해 공론장을 형성할 수 있도록 돕고 있다.

국내 미디어센터는 여전히 기술 중심의 교육에 치우쳐 있다. 영상 제작 툴이나 편집 기술을 가르치는 수업은 많지만, 미디어 리터러시 교육이나 미디어 격차 해소를 위한 프로그램은 상대적으로 적다. 이는 콘텐츠의 인문학적 깊이를 약화시키는 문제를 초래할 수 있다. 기술은 빠르게 습득할 수 있지만, 미디어를 통해 무엇을 말할 것인지, 어떻게 사회적 영향을 미칠 것인지를 고민하는 과정이 부족하면 미디어의 본질적 역할을 다하기 어렵다.

청암미디어센터는 이러한 문제를 해결하기 위해 통합적 교육 접근 방식을 제안한다. 단순한 기술 교육이 아니라, 기획과 스토리텔링을 중심으로 콘텐츠를 제작하는 프로그램을 운영하는 것이다. 또한, 연속성을 갖춘 교육 프로그램을 통해 단기적인 기술 교육이 아닌 장기적인 미디어 활용 능력을 키우는 방식이 필요하다는 점을 강조하고 있다. 미디어센터는 주민들이 지속적으로 참여할 수 있는 환경을 조성해, 단순한 교육 기관이 아니라 미디어를 통한 사회적 소통과 변화를 이끄는 공간이 되어야 한다.

국내 미디어센터 간 네트워크는 아직 미흡한 편이다. 그러나 미디어센터 간 협력보다 더 중요한 것은 지역 사회 내부의 네트워킹이다. 지역 주민과의 연결이 우선적으로 이루어져야 미디어센터의 역할이 강화되고, 이를 바탕으로 다른 미디어센터들과의 연대도 자연스럽게 이루어질 수 있다. 미디어센터의 핵심 과제는 지역 주민들이 미디어를 도구로 활용하도록 돕고, 이를 통해 지역 내 공론장을 형성하는 것이다.

청암미디어센터는 이를 위해 다양한 노력을 기울이고 있다. 예를 들어, 지역 소수자들의 목소리를 담은 신문 '옥수수'를 발간했고, 주민들이 직접 공론장을 형성할 수 있도록 다양한 방송 프로그램을 운영하고 있다. 장애인, 어르신, 이주민 등이 직접 방송을 제작할 수 있도록 환경을 조성하고 있으며, 이들이 지속적으로 참여할 수 있도록 담당 PD가 지원하는 시스템을 구축했다. 또한, 청소년들이 지역 사회에서 다양한 경험을 쌓을 수 있도록 지역 내 전문가를 인터뷰하거나 지역 축제에서 방송을 기획·운영하도록 유도하는 등 네트워크 구축을 위한 노력을 기울이고 있다.

청암미디어센터는 지역 신문인 '옥천신문'과 협력하여 지역 정보를 적극적으로 활용하고 있다. 또한 '뷰 포인트'라는 방송을 통해 옥천신문 편집국장이 지역 이슈를 직접 설명하고, 시민들과 소통하는 프로그램을 운영하고 있다. 또한, 지역 고등학교 방송부와 협력해 교육 과정을 운영하며, 학생들이 신문을 읽고 분석한 뒤 방송을 제작하는 활동을 통해 미디어 리터러시 교육을 강화하고 있다. 이 과정에서 학생들은 지역 언론과 직접 소통하며, 기자들이 피드백을 제공하는 구조를 통해 실질적인 언론 경험을 쌓는다.

이러한 협력 모델은 미디어센터가 지역 사회에서 공공적 역할을 수행할 수 있도록 돕는 중요한 방식 중 하나다. 단순히 미디어를 제작하는 기술을 가르치는 것이 아니라, 지역 사회의 이슈를 고민하고 이를 미디어를 통해 표현할 수 있도록 돕는 것이 핵심이다.

미디어센터의 운영과 재원 확보는 여전히 어려운 문제다. 현재 대부분의 미디어센터는 정부 지원금에 의존하고 있지만, 이 예산의 상당 부분이 프로그램 운영에 집중되어 있다. 미디어센터가 지속적으로 운영되기 위해서는 단순히 프로그램 지원을 넘어, 센터 자체의 운영을 위한 안정적인 재정 지원이 필요하다. 이를 위해 미디어센터가 지역 사회에 기여하는 가치를 증명

하고, 이를 바탕으로 공적 지원을 확대하는 전략이 요구된다.

청암미디어센터는 지역 사회와의 긴밀한 네트워크를 구축하며, 교육지원청과 협력해 미디어 교육을 정규 교육 과정에 포함시키는 성과를 거두었다. 이러한 접근 방식은 미디어센터가 지역에서 필수적인 기관으로 자리 잡을 수 있도록 돕고, 장기적으로는 정책적 지원을 확대하는 근거가 될 수 있다.

청암미디어센터의 사례는 지역 미디어센터가 단순한 기술 교육 기관이 아니라, 지역 주민들이 공적 문제를 논의하고 해결할 수 있도록 돕는 플랫폼이 되어야 함을 보여준다. 이를 위해서는 각 센터의 정체성을 확립하고, 지역 사회와의 네트워크를 강화하며, 정책적 논의의 장을 마련하는 것이 필요하다.

빠르게 변화하는 미디어 환경 속에서 미디어센터는 유행을 따라가기보다, 지역 주민들이 주체적으로 미디어를 활용할 수 있도록 돕는 방향으로 나아가야 한다. 그리고 이 과정에서 지역 언론, 교육 기관, 공공기관과의 협력을 강화하여 지속 가능한 운영 모델을 구축해야 한다. 청암미디어센터가 지역에서 자리 잡아가고 있듯이, 다른 지역의 미디어센터들도 각자의 지역적 특성을 반영한 정체성을 확립하고, 이를 바탕으로 지속 가능한 미디어 환경을 만들어 나가야 할 것이다.

3. 국내 탐사 요약

1) 국내 미디어센터의 역할과 의의

앞서 'Ⅱ. 이론적 배경'에서 미디어센터의 다양한 정의와 특성을 논의한 바 있다. 그러나 실제 미디어센터 현장에서 일하는 전문가들과의 인터뷰를 통해 문헌상의 문장들만으로는 충분히 담아내지 못하는 미디어센터의 역할과 의미를 되짚어 보고자 하였다. 과거에 비해 미디어에 대한 접근성이 상대적으로 높아진 뉴미디어 시대에 미디어센터는 때때로 존립의 이유 자체를 의심받는다. 따라서 다양한 미디어 플랫폼이 공존하는 오늘날, 미디어센터가 다른 플랫폼과 차별화되는 지점과 1인 미디어 시대에서도 여전히 유효한 미디어센터의 역할을 논의하는 것은, 올바른 방향의 문제의식을 형성하고 개선 방안을 모색하는 데 선행되어야 한다.

인터뷰에 따르면 미디어센터의 주요 역할은 크게 세 가지로 정리할 수 있다. 첫째, '국가와 자본으로부터 독립된 목소리를 보장하는 것'이다. 미디액트의 김명준 소장은 구조적으로 미디어의 독립성이 온전히 실현되기 어려운 자본주의 사회에서 미디어센터가 시민들의 독립적인 목소리를 낼 수 있는 공간이 되어야 함을 강조한다. 상업적인 미디어와 권력의 흐름에 종속되지 않는 미디어 플랫폼의 존재는 시대와 무관하게 중요하지만, 특히 온라인 플랫폼과 인공지능의 발전이 가속화되고 있는 현대 미디어 환경에서, 독립적이고 비판적인 인식을 지닌 제작자들을 지원하는 것은 미디어센터와 같은 공공 미디어 플랫폼이 수행해야 할 핵심적 역할 중 하나다. 나아가 이와 같은 독립적인 미디어 플랫폼의 보장은 정은경 전 서울마을미디어지원센터 센터장의 지적처럼 권력 분배의 문제와도 직접적으로 결부된다. 미디어의 권력 구조가 여전히 국가나 대기업 중심으로 쏠려 있는 현 상황에서, 시민 공동체가 자체적으로 운영하고 통제할 수 있는 미디어 공간의 존재는 권력의 지형을 변화시키는 중요한 수단으로 작용할 수 있기 때문이다.

이러한 맥락에서 둘째로, 미디어센터의 역할은 '공동체를 중심에 둔 미디어 활동을 장려하

고 촉진하는 것'이다. 혹자는 SNS 플랫폼이 개개인에게 미디어 공간을 제공하면서 독립적인 목소리를 낼 수 있는 환경이 충분히 갖춰졌다고 주장할 수 있다. 그러나 이에 대해 청암미디어센터 이해수 편성국장은 SNS가 개인적인 이야기와 관심사를 공유하는 공간이라면, 미디어센터는 지역의 공공 문제를 논의하고 해결 방안을 모색하는 장이 될 수 있다는 점에서 차이가 있다고 말한다. 이는 '공동체 중심성'을 미디어센터와 1인 미디어의 가장 큰 차이점으로 언급한 성북마을미디어지원센터 이호섭 팀장의 의견과도 맥을 같이한다. 그는 미디어센터의 역할이 시민이 제작한 콘텐츠라는 결과물 자체보다, 주민들이 자신의 이야기를 통해 공동체와 소통하고 미디어를 활용해 지역 사회의 변화를 만들어가는 과정을 지원하는 데 있다고 강조한다. 즉, 미디어센터의 핵심 가치는 지역 주민들이 관심 갖는 주제를 반영하고, 그들의 목소리를 담아내는 데 있는 것이다. 따라서 미디어센터가 지향하는 독립성은 개인적인 차원에서 나아가 공동체가 스스로 조직화되고 확장할 수 있게 만든다는 점에서 유튜브나 개인 방송과 같은 플랫폼과 달리 사회적 연대, 공동체 의식으로 연결된다.

마지막으로 미디어센터의 역할 세 번째는 '민주 시민으로서 필수 역량을 키울 수 있도록 지원하는 것'이다. 경기시청자미디어센터의 성경훈 센터장의 지적처럼 미디어는 더이상 도구가 아니라 환경이 되었다. 그렇기에 미디어 환경에서 살아갈 수 있는 역량-미디어를 비판적으로 읽고, 사고하고, 활용할 수 있는 능력-을 갖추는 것은 선택이 아닌 권리로 간주 되어야 한다. 성경훈 센터장은 실질적인 시민 참여를 보장하고 있지 못한 미디어 환경 속에서 시민을 대상으로 한 미디어 교육의 필요성과 더불어, 그러한 교육을 통해 시민들이 국가 정책과 사회 문제에 대해 의견을 표출할 수 있는 실천의 단계로까지 나아갈 수 있도록 지원해야 한다고 강조한다. 이에 대해 노원마을미디어지원센터의 윤정록 센터장 역시 시민들이 자신의 이야기를 미디어로 배포할 수 있도록 공간과 기회를 제공하는 것이 필요하다고 밝혔다. 즉 미디어센터는 거대 자본이 주목하지 않는 사회적 문제에 대해 시민들이 미디어를 활용해 목소리를 낼 수 있도록 돕는 역할을 해야 한다.

이와 같은 미디어센터의 역할들은 미디어센터의 핵심 가치가 '독립성', '공동체 중심성', '공공성'에 있음을 보여준다. 실제로 인터뷰 과정에서 각 미디어센터가 핵심 가치를 실현하기 위해 추진하는 사업과 노력을 확인할 수 있었으며, 이는 '교육', '제작 및 유통', '네트워크'의 세 가지 분야로 정리할 수 있다. 우선 '교육' 측면에서 청암미디어센터는 청소년이 공론장에 나가는 것을 중점에 두고 학생들이 지역 신문을 기반으로 직접 방송을 제작하는 프로그램을 진행하고 있다. 경기시청자미디어센터는 찾아가는 미디어 교육을 통해 미디어 교육이 필요한 지역 커뮤니티들을 발굴하여 교육 프로그램을 제공하고자 한다. 다음으로 '제작 및 유통' 측면에서 성북마을미디어지원센터는 성북구 내 마을미디어 방송인 '성북마을TV'를 운영함으로써 시민들의 콘텐츠가 만들어지는 데서 그치지 않고 지역 사회에 영향을 미칠 수 있도록 유통 허브 역할을 함께 수행하고 있다. 마지막으로 '네트워크' 측면에서 노원마을미디어지원센터는 지역 내 타 단체 및 동아리와 협력하여 미디어 교육, 일대일 컨설팅을 제공하는 등 지역 사회와의 긴밀한 네트워크를 구축하기 위해 노력하고 있으며, 미디액트는 해외 미디어센터에 대한 분석과 교류를 통해 더 나은 발전 방향을 모색하고자 한다.

2) 국내 미디어센터의 현황과 한계

그러나 현재 국내 미디어센터들은 다양한 노력에도 불구하고 그 역할과 핵심 가치를 온전히 실현하지 못하는 한계에 직면하고 있다. 국내 탐사를 통해 공통적으로 지적되는 지점들을 살

펴보면 다음과 같다.

(1) 교육

대다수는 한국 미디어센터의 미디어 교육 프로그램이 잘 마련되어 있다고 평가했으나, 양적 성과 중심의 평가 기준으로 인해 기능 및 기술 중심의 교육이 주를 이루는 한계를 인정하였다. 이와 같은 교육 경향은 콘텐츠의 인문학적 깊이를 약화시킨다는 점에서 문제가 되는데, 일반적으로 대중의 수요가 어도비 프로그램과 같은 기술 중심 교육에 편중되어있다는 것이 성과에 초점을 맞춘 정량적 평가 방법과 함께 결정적인 원인으로 지적되었다. 이에 따라 다소 일회적이고 단기적으로 이루어지는 기술 교육 이후에도 참여자들이 꾸준히 활동할 수 있는 방안을 마련하는 것과 미디어 리터러시 및 미디어 격차 해소를 위한 수업 부족 문제에 대응하는 것은 중요한 과제로 남아 있다. 더불어 센터 내 전문적인 교육 인력이 부족한 부분도 문제로 제기되었는데, 이는 기본 인력과 예산의 부족에서 기인한 것으로 보인다. 이처럼 외부 교육 인력에 의존할 경우, 미디어센터가 지향하는 목표와 방향성을 수업에 완전하게 반영하기 어렵다는 한계점이 있다.

(2) 제작 및 유통

콘텐츠 제작과 유통이 상호 체계적으로 이루어지는 것의 중요성을 인터뷰 대상자 모두 인지하고 있었다. 그러나 공영 방송이나 케이블 방송, 라디오 등의 주류 미디어를 통해 시민이 제작한 콘텐츠를 유통하는 것은 주파수 할당, 법적 규제 등의 현실적 제약으로 인해 한계가 있다. 따라서 뉴미디어나 팟캐스트 등의 다른 매체를 활용하려는 시도들이 이어져 오고 있으나, 지역 기반 콘텐츠에 대한 시민들의 낮은 참여율과 관심 부족으로 파급력이나 확산 측면에서 특히 어려움을 겪고 있는 상황이다. 이와 관련하여 과거, 산발적으로 흩어져 있는 시민 제작 콘텐츠들을 통합하는 플랫폼에 대한 논의가 오간 적도 있으나 이 역시 시민들의 관심을 끌 수 있을지에 대한 우려로 인해 제대로 진행되지 못했다. 그러나 유기적인 콘텐츠 제작·유통 구조의 미비 문제가 비단 시민들의 인식 부족 때문만은 아니다. 유통 플랫폼의 구축을 둘러싸고 방향성, 운영 주체, 재원 등 다양한 문제들이 결부되어 있기 때문이다. 한편, 시청자 참여 프로그램의 경우 방송법에 따라 제도화되어 있으나, ‘Ⅱ. 이론적 배경’에서 살펴보았듯 허점이 많은 것으로 보인다.

(3) 네트워크

네트워크의 한계점은 특히 모두가 입 모아 인정하는 부분으로, 미디어센터 간 네트워크 부족 문제가 뚜렷하게 지적되었다. 현재 국내 미디어센터는 크게 ‘전국미디어센터협의회 회원센터’와 ‘시청자미디어재단 산하의 센터’, 두 계열로 나뉘어 이로 인한 간극이 존재한다. 물론 각 광역자치단체별 미디어센터 네트워크가 있어 정기적으로 회의 및 모임을 진행하거나 협력 관계를 맺고자 하는 시도가 있었으나, 각자의 운영 목적과 방향성이 상이하고, 네트워크 활동에 참여했을 때 얻을 수 있는 이익도 명확하지 않아 그것이 지속적으로 추진 및 발전하는 데 한계가 있다. 더불어 서울마을미디어지원센터와 같이 지역 단위 활동가들 사이의 만남을 주도하는 기관에 대한 공적 지원이 중단되면서 실질적인 교류 통로가 더욱 단절된 상태이다. 이에

따라 전문가 및 미디어센터가 지금까지 축적해 온 데이터를 공유하고 교환할 수 있는 네트워크나 플랫폼이 사실상 부재하다. 한편 미디어센터 간 네트워크 외, 지역 사회 및 지역 주민들과 활발한 네트워크를 구축하는 것 또한 미디어센터들이 직면한 중요한 과제라고 할 수 있다.

(4) 운영 및 재원

앞서 언급한 미디어센터의 교육, 제작 및 유통, 네트워크 문제를 해결하기 위해서는 다양한 노력이 필요하지만, 우선 운영 및 재원 문제가 근본적으로 개선될 필요가 있다는 데 인터뷰 대상자 모두 동의하였다. 현재는 여러 정부 부처와 정책을 통해 산발적으로 미디어 교육과 미디어센터 지원이 이루어지고 있다. 이에 미디어센터의 안정적, 장기적 운영과 미디어 교육의 활성화를 위해 국가 차원의 '컨트롤 타워'의 필요성이 제시되기도 하였다. 한편 재원과 관련해서는 '재정의 안정화와 센터의 자립성 확보를 위해 재원 조달 방식이 다양화되어야 한다는 의견'과 '퍼블릭 액세스는 공적 영역이고 시민의 권리이기 때문에 당연히 공적 재원이 중심이 되어야 한다는 의견'으로 나뉘는 양상을 보였다. 그러나 충분한 예산 확보와 이를 위한 정책 마련의 중요성에는 이견이 없었다. 다만 이를 위해서는 동시에 미디어 교육과 미디어센터에 대한 사회적 인식 제고가 뒷받침되어야 하는데 아직 미디어센터에 대한 시민들의 인식과 접근성이 부족하다는 문제가 존재한다.

3) 개선 방향과 탐사 목표

국내 미디어센터가 직면하고 있는 문제를 극복하는 방안과, 나아가 미디어센터 개선을 위해 해외 탐사에서 어떤 부분에 초점을 맞춰야 하는지에 대한 조언은 기관별로 다소 차이가 있었다. 그러나 한계를 극복하고 지속 가능한 미디어 교육과 센터 운영을 향해 나아가려는 점에서 공통점을 보였다.

미디액트 김명준 소장과 김세영 팀장은 미디어 교육은 단순한 기술 습득을 넘어서 사회적 변화를 이끌어낼 수 있는 중요한 도구지만, 미디어 활동을 할 수 있는 물리적인 공간을 제공한다고 해서 누구나 올 수 있는 것은 아니기에 사람들이 자기 목소리를 어떻게 내게 할 것인가에 대한 방법을 찾고 고민해야 함을 강조했다. 미디어센터는 다양한 계층과 배경을 가진 사람들을 위한 교육을 제공해야 하고, 특히 노동자나 저소득층을 대상으로 한 교육에서 겪는 현실적인 문제들을 해결하려는 노력이 필요하다. 이는 미디어센터의 접근성 및 시민 참여와 연결되는 부분으로 사회적 약자나 소수자들에게도 미디어 접근성을 높이는 방법을 모색하여 그들이 교육에 참여할 수 있도록 실질적인 지원을 제공할 수 있어야 한다. 이에 따라 그들은 사회 운동과 미디어 운동에서 출발하여 퍼블릭 액세스를 기반으로 성장한 미국의 미디어센터 탐사를 통해, 미디어센터의 설립 기반이 되는 역사적·사회적 맥락과 다양한 운영 모델 사례들을 배우고 살펴보고 올 것을 조언했다.

노원마을미디어지원센터의 윤정록 센터장은 미디어센터의 발전이 단순히 이용자 수를 늘리는 데 그치는 것이 아니라, 시민들의 미디어 활동을 통해 지역 사회와 공동체에 기여할 수 있는 방향으로 나아가야 한다고 말한다. 이에 따라 미디어센터 간 네트워크 강화, 미디어센터 홍보 및 자원 유입을 촉진할 수 있는 환경 조성, 법제화 등 다양한 개선 방안을 제시했지만, 이는 궁극적으로 미디어센터의 사회적 필요성이 시민들의 인식과 지역 사회에 확고히 자리 잡을 수 있기 위한 목표의 일환이라고 볼 수 있다. 이와 같은 지점에서 그는 공동체를 중심에

놓고 미국 미디어센터의 강점인 제작 및 유통 시스템과 네트워크 형성 부분을 주의 깊게 탐색하고 올 것을 권했다. 미국 케이블 방송은 시민 참여 및 제작 프로그램의 힘이 강해 미디어 액세스를 기반으로 협력의 진행 과정이 어떻게 이루어지는지 살필 수 있는 좋은 사례가 될 수 있기 때문이다. 더불어 교육 측면에서 공동체에 대한 관심이 부족한 한국 미디어센터들과 달리, 미국 미디어센터들이 어떻게 교육을 기획하고 운영하는지에 초점을 맞추는 것도 의미 있는 탐사 지점이 될 수 있다는 조언을 받았다.

경기시청자미디어센터의 성경훈 센터장은 미디어센터가 공적 자금을 중심으로 국가 지원을 받으면서도 독립성을 유지할 수 있는 체계를 모색해야 한다고 이야기했다. 한편, 미디어센터가 단순한 교육 기관에 머물지 않고 시민 사회의 정책을 연결하는 플랫폼이자 거점으로 기능할 수 있는 방안에 대해서도 고민이 이루어져야 함을 강조했다. 이에 따라 그는 미국의 미디어 교육 정책 혹은 시청자 참여 정책이 어떻게 마련되어 있으며, 그것이 실제 현장에 어떤 방식으로 전달되고 반영되고 있는지에 주목해 볼 것을 제안했다.

전 서울마을미디어지원센터의 정은경 센터장은 '미디어센터를 비롯하여 마을미디어와 공동체 미디어를 실질적으로 이끌어 갈 수 있는 운영자의 역할 보장', '적극적인 대외 협력 활동', '국가 차원의 공적 자금 안정성 확보 및 확대'가 지역 사회의 다양한 목소리를 담고 시민 참여를 촉진하는 미디어센터의 사업들을 활성화할 수 있는 방안이라고 본다. 그는 해외 탐사에서 지속 가능한 운영 모델의 뼈대가 되는 미국 내 미디어센터에 대한 사회적 인식과 각 미디어센터의 운영 철학과 같은 근본적인 부분들을 살펴보고 올 것을 조언했다.

성북마을미디어지원센터의 이호섭 팀장은 현재 국내 미디어센터가 직면하고 있는 문제들에 대응하는 방안으로서 '미디어센터의 자립성 확보'를 강조한다. 그는 자립성을 사회적 활동들을 계속 이어 갈 수 있는 필수조건으로 여기며, 한국의 경우 기관 내부의 소통이 우선되고, 그 후에야 외부 네트워크를 활용하는 방식으로 사업이 이루어져 공동체적 힘이 약하고 미디어센터 간 협력이 부족한 환경이 조성된다고 지적하였다. 반면, 미국의 경우 미디어센터가 자립형 모델로 운영되면서 다양한 네트워크를 통해 목표를 설정하기 때문에 그 시스템을 유지해 나가는 구체적인 방식을 알아볼 것을 권했다. 덧붙여 그는 네트워크와 운영 및 재원이 특히 자립성 확보와 관련이 있을 것이라 말했다.

청암미디어센터의 이해수 편성국장은 '기술 교육과 인문학적 스토리텔링이 균형을 이루는 통합적 교육 접근 방식', '장기적인 미디어 활용 능력을 키울 수 있는 연속성을 갖춘 교육 프로그램', '지역 사회 및 주민과의 협력 관계 구축'을 통해 네트워킹을 중심으로 지속 가능한 미디어센터 운영 모델을 모색해야 한다고 제안한다. 그러나 해외 미디어센터들을 탐사하는 데 있어서 가장 중요한 것은 각 센터의 정체성과 핵심 가치를 파악하는 것이라고 언급했다. 그에 따라 다른 요소들이 결정되기 때문이다. 따라서 센터별 운영 목표와 방향성을 바탕으로 미국 미디어센터의 강점인 제작 및 유통, 운영 및 재원 부분을 중점적으로 살펴볼 것을 권유했다.

이러한 조언들에 따라, 해외 인터뷰 질문을 세분화 및 발전시켰다. 우선 교육 측면에서는 질문을 구체화함으로써 미디어 교육 중에서도 어떤 부분을 중점적으로 살펴볼 것인지 명확히 하였다. 또한, 전문가들이 공통적으로 강조하였던 제작 및 유통, 네트워크, 운영 및 재원 측면을 각각의 핵심 키워드로 구분하여 질문을 구성하였다. 이에 더해 철학 및 정체성과 역사적·사회적 배경에 대해서도 살펴보고자 하였다. 더불어 컨트롤 타워, 미디어센터 간 교류, 시민의 참여와 관련된 질문을 추가함으로써 미디어센터 전반에 관한 더욱 구체적인 정보를 얻고자 하였다.

V. 해외탐사

1. 해외 탐사 과정

해외 탐사는 미국 미디어센터 방문과 관련 논문 자료조사를 통해 미디어센터의 전반적인 운영 현황을 파악하고, 지속 가능한 운영 모델과 개선 방안을 모색하는 데 중점을 두었다. 이 과정은 미디어센터 운영 방식과 프로그램을 연구하는 이론적 분석과 실제 미디어센터를 방문하여 관계자 및 이용자들과 인터뷰를 진행하는 두 가지 주요 단계로 나누어졌다.

첫 번째 단계에서는 미디어센터 운영과 관련된 논문 및 선행 연구를 분석하고, 이를 바탕으로 인터뷰 대상자를 선정했다. 이후 미국 내 미디어센터를 방문하여 운영 관계자, 시민, 학생, 인턴 등 다양한 주체들과 인터뷰를 진행하며, 센터의 운영 방식과 프로그램의 효과성을 검토하였다. 이 과정을 통해 미디어센터의 역할과 지속 가능성에 대한 이론적 분석을 수행하고, 실제 운영 사례와 비교하여 검토했다.

두 번째 단계에서는 기관을 직접 방문하여 주요 시설과 공간을 둘러보고 미디어 교육과 미디어 제작 지원이 어떻게 이루어지는지를 조사했다. 그에 따라 뉴욕의 MNN, DCTV, LMC Media, BronxNet 4개 미디어센터와 메사추세츠의 NewTV, BIG, Somerville Media Center, CCTV 4개 미디어센터를 선정했다. 각 기관은 지역 사회 내에서 미디어센터가 수행할 수 있는 다양한 역할을 잘 보여주는 사례들로 선정되었다.

미디어센터 선정 기준은 첫째, 미디어 교육과 제작 프로그램의 활성화 여부, 둘째, 지역 사회와의 협력 및 연계 수준, 셋째, 지속 가능한 운영 모델을 적용하고 있는지 여부였다. 탐사 결과, 각 미디어센터는 지역적 특성과 운영 목적에 따라 다양한 전략을 채택하고 있었다.

각 미디어센터는 독특한 운영 철학과 모델을 가지고 있으며, 지역 사회에서 중요한 역할을 하고 있었다. 예를 들어, 뉴욕의 DCTV는 다양한 인종과 문화적 배경을 가진 시민들이 미디어 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원하며, 경제적, 사회적 장벽을 낮추는 데 중점을 두고 있다. 또한 MIXERS+HAPPY HOURS와 같은 네트워킹 이벤트를 통해 창작자와 시민들 간의 소통을 강화하고, 이를 통해 지역 사회의 문화적 가치를 창출하는 데 기여하고 있었다.

LMC Media는 미디어 제작과 배급의 유기적 구조를 통해 시민들이 디지털 플랫폼을 활용해 지역 사회의 이야기를 널리 알릴 수 있는 기회를 제공한다. BronxNet은 다양한 이해관계자와의 협력을 통해 미디어센터의 지속 가능성을 확보하고 있으며, 정책적 측면에서도 자금 조달과 인력 개발을 통해 미디어센터 운영의 전문성을 강화하고 있었다.

메사추세츠의 NewTV는 교육과 실용성에 중점을 두고, 시민들이 직접 미디어 제작과 배급을 경험할 수 있는 기회를 제공한다. BIG는 커뮤니티 중심의 모델을 통해 연령대별 맞춤형 프로그램을 운영하고, Somerville Media Center는 지역 주민들의 관심사와 필요를 반영한 하이퍼저널리즘과 지역 기반의 미디어 생산을 중시하고 있었다.

MNN은 지역 사회와 협력하여 미디어 교육, 제작 지원, 프로그램 배급을 운영하며, 7개의 채널을 통해 정치, 예술, 건강 등 다양한 콘텐츠를 제공하고 있다. 지역 커뮤니티의 필요에 맞춘 다문화적 접근을 실현하며, 시민들이 적극적으로 미디어 환경에 참여할 수 있도록 지원하는 커뮤니티 미디어센터의 가능성을 보여주고 있었다.

CCTV는 지역 사회와의 긴밀한 네트워킹을 통해 미디어 교육과 프로그램을 제공하며, 지역 학교 및 시청 프로그램과의 협력으로 인턴십을 운영하고 있었다. 이를 통해 시민들의 참여를 유도하며, 커뮤니티 포럼을 통해 지역 사회와의 관계를 강화하고 있다. 각 미디어센터의 사례

는 지역 사회에서 미디어센터가 수행할 수 있는 다양한 역할과 지속 가능한 운영 모델을 잘 보여주고 있었다.

또한 박혜정 활동가와의 인터뷰를 통해 미국 미디어센터의 역사와 운영 방식을 살펴보고자 했다. DCTV와 MNN의 설립 초기부터 근무하며 재원 조달과 청소년 미디어 교육을 연구해온 그는, 공적 자원 의존을 줄이고 멤버십 제도와 기부자 네트워크를 활용한 지속가능한 운영 모델을 제안한 바 있다. 이를 바탕으로, 국내 미디어센터의 독립성과 시민 참여 활성화 방안을 논의하고자 했다.

이렇게 지역적 특성과 운영 목적에 따라 다른 전략을 채택하고 있는 미국 미디어센터들을 살펴봄으로써 국내 미디어센터 개선방안을 모색할 수 있다. 현재 국내 미디어센터는 첫째, 기술 위주의 교육과 단기성·일회성 프로그램, 둘째, 시민 제작 콘텐츠의 유통 구조 미비, 셋째, 센터 간·센터와 지역 사회 간 네트워킹 부족, 넷째, 공적 자본 의존도가 높은 재정 구조 등의 한계를 지닌다. 미국 사례를 참고함으로써 국내 미디어센터도 교육 프로그램을 체계화하고, 콘텐츠 제작과 유통을 연계하며, 지역 네트워크를 강화하는 전략을 적용할 수 있다. 또한, 다양한 재원 확보 방안을 연구해 지속 가능한 운영 모델을 마련하는 데 활용할 수 있다.

전문가 인터뷰 이후 진행된 학생 인터뷰에서는 미디어센터를 방문한 동기와 기대를 파악하고, 교육 프로그램에서 무엇을 배웠는지 확인하고자 했다. 이를 통해 미디어 교육의 접근성과 효과를 분석하고, 교육 커리큘럼의 실효성을 평가했다. 학생들의 경험은 미디어 교육의 효과를 입증하고, 미디어센터의 역할과 필요성을 강조하는 중요한 연구 자료로 활용될 수 있다. 또한 시민 인터뷰에서는 미디어센터가 단순히 시설 활용 여부를 넘어서 지역 사회에 미치는 문화적·교육적·사회적 효과를 파악하고자 했다. 지역 사회 내에서 미디어센터가 시민들에게 어떤 문화활동이나 교육을 지원했는지를 분석함으로써 미디어센터의 지속 가능성과 발전 가능성을 탐색했다.

2. 해외 현장 답사 및 심층 인터뷰

1) Manhattan Neighborhood Network (MNN)

(1) 기관 답사

Manhattan Neighborhood Network(이하 'MNN'으로 표기) 기관 답사는 MNN on 38th에서 경영진 지원 관리자(Manager, Executive Office)를 맡고 있는 Amber Vanterpool의 안내에 따라 이루어졌다. MNN은 'MNN on 38th'와 'MNN El Barrio Firehouse Community Media Center'로 나누어 운영되고 있다. 두 곳 모두 스튜디오, 편집실, 교실 공간 등을 갖추고 있는데, 이번 답사는 MNN on 38th에서 진행되었다. Amber와 로비에서 인사를 나눈 후, MNN의 핵심 공간 중 하나인 오픈 스페이스(Open Space)로 이동하였다. MNN 로비에는 개방형 사무실이 있어, 시설을 이용하거나 문의 사항이 있을 때 편하게 직원들의 도움을 받을 수 있다. 오픈 스페이스는 일종의 커뮤니티 공간이자 휴식 공간으로, 시설을 이용하는 사람들이 자유 시간을 보낼 때나 MNN에서 이벤트를 개최할 때 주로 사용된다.

사진1 오픈 스페이스(1)

사진2 오픈 스튜디오(2)

이 공간은 2025년 확장될 계획이며, 확장 후에는 200명 이상을 수용할 수 있게 된다. 한쪽에는 포토월을 마련하여 방문객들이 기념 사진을 촬영할 수 있도록 하였다.

사진3 오픈 스튜디오(3)

사진4 포토월

다음으로 살펴본 공간은 상영실(Screening Room)이다. 상영실은 미디어 상영, 테스트 상영, 토크, 패널 토론 등 다양한 행사에 사용되는 공간으로, 총 48석이 마련되어 있다. 193인치 프로젝터 스크린과 서라운드 사운드 시스템, 천장 장착형 프로젝터가 갖춰져 있어, 라이브 스트리밍과 영상 제작도 가능하다.

사진5 상영실(1)

사진6 상영실(2)

사진7 상영실(3)

세 번째로는 여러 교육 공간(Classroom)을 살펴보았다. 이 공간들은 MNN에서 운영하는 다양한 미디어 교육이 진행되는 곳으로, MNN의 회원들은 이곳에서 무료로 미디어 교육을 받을 수 있다.

사진8 교육 공간(1)

사진9 교육 공간(2)

네 번째로는 스튜디오 공간을 살펴보았다. MNN on 38th에는 미니 스튜디오(Studio)와 팟캐스트 스튜디오(Podcst Studio)가 마련되어 있어 미디어 제작에 활용할 수 있다. 모든 스튜디오에는 방음 설비가 완비되어 있다. 또한 최첨단 로봇형 및 수동 조작 4K 카메라, 오디오 장비, LED 조명, 오디오 장비, 텔레프롬프터, Unreal Engine을 활용한 가상 세트 등 최첨단의 제작 기술과 산업용 장비가 갖추어져 있다. 스튜디오 공간 또한 MNN의 회원이라면 무료로 사용할 수 있다. 사용 시에는 전문적인 직원들의 도움을 받을 수 있다.

사진10 미니 스튜디오

사진11 팟캐스트 스튜디오

이 다음으로 살펴본 곳은 편집실(Edit Suite)이었다. MNN on 38th에는 6개의 개방형 편집 스테이션과 3개의 개별 편집실이 있어 영상을 편집할 때 자유롭게 사용할 수 있다. 이 또한 MNN의 회원이라면 무료로 사용 가능하다.

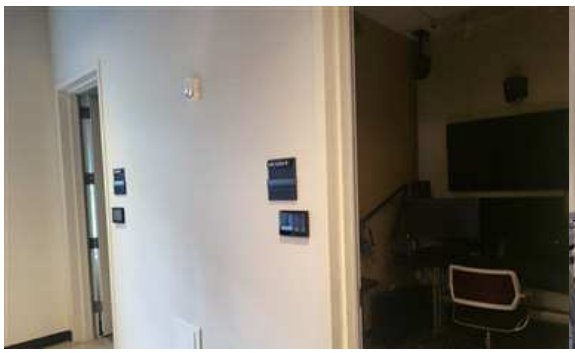


사진12 편집실(1)

사진13 편집실(2)

그 다음에는 대기실과 스튜디오 컨트롤룸(Studio Control Room)을 살펴보았다. 대기실은 MNN의 퍼블릭 액세스 프로그램에 출연하는 출연진들을 위한 공간으로, 평소에는 물품을 보관하는 공간으로 사용되기도 한다. 스튜디오 컨트롤룸은 일종의 조정실로, 프로그램의 촬영 및 송출을 전반적으로 관리·감독하는 곳이다.

사진14 컨트롤룸(1)

사진15 컨트롤룸(2)

바로 옆에 위치한 메인 스튜디오는 MNN의 대표적인 프로그램들이 촬영되는 공간이다. 답사 당시에도 'GAY USA'의 촬영 준비로 한창이었는데, 이는 MNN에서 오랫동안 방송되어 온 주간 뉴스 프로그램으로 주로 성소수자(LGBTQ) 뉴스와 문화를 다룬다. 이는 위성 및 케이블 방송 네트워크를 통해 미국 전역에 방송된다. 스튜디오를 잠시 살펴본 후, 공동 진행자인 Andy Humm, Ann Northrop과 함께 사진을 촬영을 할 수 있는 좋은 기회를 얻었다.

사진16 GAY USA 진행자와의 단체 사진(1)

사진17 GAY USA 진행자와의 단체 사진(2)

MNN의 경우 모든 공간이 'ㅁ'자 구조의 복도로 연결되어 있어, 서로 원활한 소통과 협력이 가능하다. 이처럼 MNN의 시설은 최첨단 기술과 커뮤니티에 초점을 맞추고 있는 것으로 보인다. '미디어'를 통해 '커뮤니티'의 목소리를 전달한다는 MNN의 정체성이 고스란히 녹아 있는 공간이었다. 스튜디오를 끝으로 기관 답사를 마무리하고, 인터뷰는 이후에 비대면으로 진행하기로 하였다.

(2) 기관 인터뷰

MNN은 뉴욕 시민들에게 미디어 제작 기술을 교육하고, 직접 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원하는 공공 액세스 미디어 센터다. 다양한 장비와 스튜디오 시설을 갖추고 있으며, 미디어 교육, 인턴십, 지역 사회 협력 등을 통해 시민들이 미디어 환경에 적극적으로 참여할 수 있도록 돕고 있다.

MNN의 교육 프로그램은 실무 중심으로 구성되어 있으며, 참가자들은 스튜디오와 컨트롤 룸에서의 제작 과정뿐만 아니라 야외 촬영과 인터뷰 기법까지 익힐 수 있다. 또한, 최신 미디어 트렌드를 반영한 전문가 강연도 진행되며, 이를 통해 참가자들은 시네마토그래피, 디지털 편집, 특수 효과 등의 전문 기술을 습득할 수 있다. 특히, 특정 분야에서 심화된 교육이 필요한 경우 외부 전문가를 초청해 강의를 진행하기도 한다.

인턴십 프로그램은 MNN의 핵심 교육 과정 중 하나다. 시티 칼리지 오브 뉴욕(City College of New York) 및 맨해튼 커뮤니티 칼리지(Borough of Manhattan Community College)와 협력하여 미디어 관련 전공 학생들에게 실무 경험을 제공한다. 또한, 'High School for Media and Education'과 협력하여 고등학생들을 대상으로 한 인턴십도 운영 중이다. 학생들은 스튜디오 장비 조작, 프로그램 제작, 방문객 응대 등의 업무를 수행하며, 이론적 교육과 실무 경험을 결합한 형태로 교육을 받는다. 일부 인턴들은 프로그램 종료 후에도 MNN에서 활동을 지속하며, 정식 직원으로 고용되거나 독립 프로듀서로 성장하기도 한다.

팬데믹 기간 동안 MNN은 원격 제작 시스템을 적극적으로 도입했다. 기존에는 Zoom을 활용한 교육과 방송이 주를 이루었으나, 이후 StreamYard 같은 효율적인 플랫폼을 도입하면서 온라인 제작 환경을 개선했다. 이러한 변화는 직원과 학생들의 제안을 적극적으로 반영한 결과였다. MNN은 이처럼 유연한 운영 방식을 통해 교육 프로그램의 질을 높이고, 변화하는 미디어 환경에 발맞추고 있다.

MNN은 단순한 교육 기관을 넘어 지역 사회와 긴밀히 협력하는 미디어 플랫폼 역할도 수행하고 있다. 7개의 채널을 운영하며, 요가 및 명상 프로그램을 제공하는 '스피릿 채널', 예술과 문화를 조명하는 '아트 & 컬처 채널', 뉴욕 시장 및 시의원 인터뷰를 다루는 '정치 & 뉴스 채널', 생활 콘텐츠를 다루는 '라이프스타일 채널' 등 다양한 주제를 포괄한다. 특정 지역 커뮤니티를 위한 맞춤형 스튜디오도 운영하여, 차이나타운에서는 영화 교육을, 이스트 할렘에서는 스페인어 사용자들을 위한 프로그램을 제공하는 등 다문화적 접근을 실현하고 있다.

MNN은 100개 이상의 지역 커뮤니티 단체와 협력하며, HIV 및 에이즈 관련 정보를 제공하는 블랙 헬스 네트워크(Black Health Network), 청소년 및 노인을 위한 미디어 교육을 운영하는 유니온 세틀먼트(Union Settlement) 등과 파트너십을 맺고 있다. 또한, 10개 이상의 언어로 콘텐츠를 제작하여 다양한 배경을 가진 시민들이 참여할 수 있도록 돕고 있다.

운영 자금은 주로 Verizon, Spectrum, Aer 등의 케이블 회사 지원을 통해 조달된다. 과거 케이블 회사들이 공공 공간을 사용하면서 이에 대한 환원 차원에서 지역사회 기여의 필요성이 제기되었고, MNN은 이를 법적으로 명확히 하여 운영비, 장비 구매, 시설 개보수 비용 등을 지원받고 있다. 이러한 공공 액세스 모델 덕분에 MNN은 상업적 광고 없이 독립적인 콘텐츠 제작과 미디어 교육을 지속적으로 운영할 수 있다.

미디어 교육의 질을 높이기 위해 MNN은 내부 강사진을 중심으로 프로그램을 운영하며, 필요에 따라 외부 전문가를 초빙하여 심화 교육을 제공한다. 특히 여름방학 동안 진행되는 6주 집중 과정에서는 다양한 언어를 사용하는 강사진을 고용해 다문화적 환경에서도 효과적인 교

육이 이루어질 수 있도록 한다. 이와 함께 내부 직원들도 정기적으로 연수를 받아 교육의 질을 향상시키고 있다.

미국 전역에는 많은 지역 미디어 센터가 존재하며, 운영 방식은 지역별로 차이가 있다. 뉴욕은 공공 액세스 모델을 유지하지만, 브루클린의 경우 지역 축제를 통해 기업 후원을 받는 등 차별화된 운영 방식을 채택하고 있다. 반면, MNN은 철저히 공공 액세스를 유지하며 기업 후원을 받지 않는다. 18명의 이사회가 운영 정책을 결정하며, 필요할 경우 정책 변경을 논의한다.

미국 내 미디어센터들을 총괄하는 기관으로는 워싱턴 D.C.에 본부를 둔 'Alliance for Community Media'가 있으며, 전국 단위의 정책 및 운영 지원을 담당한다. 이 기관은 2년마다 전국 대회를 개최해 미디어센터 간 정보 교류를 촉진하며, 뉴욕주에서는 'Northeast Alliance'가 운영되어 버팔로, 트로이, 올버니 등 지역 미디어 센터들과 협력하고 있다. 또한, 뉴욕주 의회 및 연방정부(FCC)와 협력하며, 로비스트와 변호사를 고용해 정책 변화를 지속적으로 모니터링하고 있다.

MNN은 공공 미디어의 가치를 실현하는 대표적인 사례로, 시민들이 직접 미디어 제작에 참여할 수 있도록 지원하고 있다. 이를 통해 지역 사회의 다양한 목소리를 반영하며, 지속 가능한 미디어 환경을 구축해 나가고 있다.

2) Downtown Community Television Center (DCTV)

(1) 기관 답사

Downtown Community Television Center(이하 'DCTV'로 표기) 기관 답사는 Pedro의 안내를 따라 진행되었다. 그는 먼저, 이 공간이 단순한 영화 상영 장소가 아니라, 수업과 회의, 이벤트 및 파티까지 다양한 용도로 활용될 수 있는 곳이라고 소개했다. 기존에는 영화 상영이 주로 이루어졌지만, 지금은 회의나 여름방학 동안 아이들이 수업을 듣는 교실로도 사용되고 있다.

사진18 다용도 공간(1)

사진19 다용도 공간(2)

DCTV가 위치한 이 건물은 오랫동안 소방서로 사용되었던 곳이며, 현재도 소방관들이 사용했던 기둥이 그대로 남아 있다. 해당 공간은 지금은 사무실로 활용되고 있으며, 계단을 올라가면 그 흔적들을 직접 확인할 수 있다.

사진20 로비

사진21 사무실 공간

DCTV 내 Youth Media 교실에서는 다양한 교육 프로그램이 진행된다. 예를 들어, Micha Fisio는 21세 이상의 성인들을 위한 수업을 담당하며, 이 프로그램은 무료로 제공된다. 또한, Pedro는 과거 이 공간에서 학생들을 가르친 경험이 있다. 교육 과정에서는 소셜 미디어의 변화를 반영하기도 하는데, Pedro는 2020년 팬데믹 이후 Instagram과 YouTube 활동을 시작하며 스페인어 콘텐츠 제작도 병행하기도 했다.

사진22 Youth Media 교실

사진23 Youth Media 교실 앞 복도

해당 공간은 이벤트와 수업을 위한 장소로도 사용된다. 또 다른 화면이 있어 프레젠테이션을 진행할 수도 있으며, 바와 음악 장비도 존재한다. 이벤트를 열어 해당 공간을 활용하기도 하는데 여러 학생들을 대상으로 하는 대규모 수업의 경우도 이곳에서 진행한다.

사진24 이벤트 스페이스(1)

사진25 이벤트 스페이스(2)

그 다음으로는 DCTV 내 영화관을 소개했다. 해당 영화관은 독립적인 다큐멘터리 영화 제작자들을 특히 지원하는 곳이지만 다른 영화들도 상영할 수 있도록 임대용으로 사용된다. 새로운 영화관은 총 70석 규모이며, 뛰어난 음향 시설을 갖추고 있다. 특히 설치된 카메라를 통해 실시간 방송이 가능하며, 이를 활용해 한국과 함께 실시간 방송 이벤트도 진행한 적이 있다. 영화관을 건설하는 과정은 쉽지 않았다. Pedro는 특히 커뮤니케이션 방법이 너무 빠르게 변화하고 있어, 2년 전만 해도 새로운 기술이었던 것들이 지금은 또 다른 도전에 직면해 있다고 말했다.

사진26 상영관(1)

사진27 상영관(2)

사진28 상영관(3)

마지막으로 투어를 마무리하며 Pedro는 DCTV 건물 내 역사적 배경을 가지고 있는 물건들도 일부 소개했다. 먼저, Jon Alpert가 소장한 1970년대 첫 번째 비디오 카메라 중 하나 볼 수 있다. 당시 비디오는 소리가 없어, 별도로 오디오를 녹음해야 했다. 9/11 당시 John이 사용했던 JWS 카메라도 보관되어 있으며, 그 당시 타워에서 나온 먼지가 그대로 남아 있다. 이는 비극적인 사건을 기억하기 위한 의미 있는 보존물이다.

사진29 DCTV 소장품

사진30 Cinema Columbus Film Festival 상패

(2) 기관 인터뷰

뉴욕을 기반으로 하는 DCTV는 단순한 미디어 교육 기관을 넘어, 사람들이 미디어를 통해 서로 소통하고 성장할 수 있도록 돕는 커뮤니티 공간이다. DCTV에서의 첫 인터뷰는 Pedro의 설명으로 시작됐다. 그는 커뮤니케이션의 중요성을 강조하며, 단순히 정보를 전달하는 것이 아니라 어떻게 표현해야 하는지가 핵심이라고 말했다. “우리는 현재 스마트폰과 소셜미디어가 지배하는 시대에 살고 있지만, 커뮤니케이션의 본질을 이해하기 위해서는 과거의 소통 방식과

비교해 보는 것이 중요하다"는 Pedro의 말처럼, 커뮤니케이션의 방식은 시대에 따라 변화해 왔다.

DCTV는 이러한 커뮤니케이션의 변화 속에서 비디오 혁명의 한가운데에서 탄생했다. 소셜 미디어의 등장이 혁명이었던 것처럼, 1970~80년대 비디오 기술의 발전은 당시 커뮤니케이션 방식에 커다란 변화를 가져왔다. 이후 90년대 후반 인터넷 혁명, 2000년대 이후 디지털 미디어 환경의 발전을 거치며, 사람들은 점점 더 다양한 방식으로 소통할 수 있게 되었다. 하지만 Pedro는 기술이 발전하더라도, 결국 중요한 것은 사람과 사람 사이의 진정한 소통이라는 점을 강조했다.

DCTV에서 교육 프로그램을 담당하고 있는 Sade 또한 미디어 교육이 기술 위주로만 흐를 수 있는 한계를 인식하고 있었다. 하지만 그는 미디어 교육을 기획하는 과정에서 가장 중요한 것은 사람들 간의 교류라고 말했다. 따라서 DCTV의 교육 프로그램은 단순한 기술 습득을 넘어, 서로 다른 배경을 가진 사람들이 만나 소통할 수 있는 장을 마련하는 것을 목표로 한다. 인종, 민족, 문화적 배경이 다른 사람들이 한 공간에서 교류하고, 평소에는 만나기 어려웠던 사람들과 생각을 공유할 기회를 제공하는 것이다.

Sade 자신도 과거 DCTV 청소년 프로그램에 참여하면서, 다양한 사람들과 아이디어를 교환하는 과정에서 많은 성장을 경험했다고 한다. 그는 단순히 새로운 사람을 만나는 것이 아니라, 각자의 관점을 공유하고, 이야기를 나누며, 서로의 차이를 이해하는 과정이 중요하다고 말했다. Sade는 "교육 프로그램을 통해 세상을 더 넓게 이해하고, 자신의 관점을 확장할 수 있다는 점에서 개인적인 성장의 기회가 된다"고 설명했다.

DCTV의 교육 프로그램은 단체 프로젝트로 시작된다. 학생들은 공동작업을 통해 팀워크를 배우고, 역할을 분배하며, 아이디어를 브레인스토밍하는 과정을 거친다. 이러한 과정을 통해 자신이 속한 커뮤니티의 이야기를 미디어를 통해 전달하고, 협력하는 방법을 익히게 된다.

특히 프로그램 마지막 단계에서 학생들에게 자서전을 작성하도록 하는 과정이 눈길을 끈다. 처음에는 사회 문제에 초점을 맞추던 학생들이, 점차 자신의 삶으로 시선을 돌리고, 가족과 친구, 그리고 가까운 사람들과 더욱 깊이 있는 대화를 나누게 되는 계기가 되는 것이다. 이는 학생들에게 자신을 보다 솔직하게 마주하고 개인적인 성장을 이루게 할 수 있도록 한다. 이 과정을 통해 학생들은 자신의 작품을 완성하고, 앞으로의 새로운 도전에 대한 자신감을 얻게 된다.

DCTV의 워크숍은 연령과 배경에 관계없이 누구나 참여할 수 있다는 점에서 특별하다. 18세 이상의 누구나 참여할 수 있으며, 단순한 기술 교육을 넘어 영화 제작부터 프리랜서 계약 협상법까지 실질적인 내용을 배울 수 있는 다양한 프로그램이 마련되어 있다. 예를 들어, 영화 제작 수업이 있다고 해서 반드시 영화 제작자가 되기를 원하는 사람만 참여하는 것은 아니다. 자신의 사업을 홍보하기 위해, 혹은 단순히 카메라를 다뤄보고 싶어서 참여하는 사람들도 많다. 이러한 개방적인 접근 방식은, 각자가 원하는 방식으로 미디어를 활용할 수 있도록 돕는다는 점에서 의미가 있다.

DCTV가 사람들 간의 네트워크를 지원하는 것을 핵심 가치로 삼는 이유는 무엇일까? 이와 관련해 Pedro는 우크라이나 난민들이 포함된 워크숍을 열었던 경험을 들려주었다. 우크라이나에서 성장한 한 사람이 다시 조국으로 돌아가 전쟁에 자원해 싸우는 이야기를 담은 단편 영화가 여러 영화제에 초청되었다는 점에서 한 개인이 자신이 옳다고 믿는 것을 위해 모든 것을 바치는 모습을 통해 민주주의, 자유, 국가를 지키기 위한 가치에 대해 이야기할 수 있음을 보여줬다다. Pedro는 문화적 차이가 있더라도, 이러한 이야기에는 누구나 공감할 수 있다는 점

에서 미디어의 힘이 크다고 말했다.

Sade 역시 비슷한 사례를 들었다. 이민 과정을 겪었던 한 학생이 DCTV에서 제작한 영화를 이민자 창업자 행사에서 상영한 후, 대학 교수로부터 수업에서 해당 영화를 상영하고 싶다는 요청을 받았다는 것이다.이민 과정에서의 어려움과 트라우마를 극복하는 과정에서, 자신을 발견하고 성장하는 모습을 담은 이야기에 관객들은 깊이 공감하고 감동을 받았다. Sade는 이를 통해 자신의 이야기가 다른 사람들에게 용기와 위로를 줄 수 있다는 것을 깨닫는 것이 중요하다고 설명했다.

우리는 사람들과 소통할 수 있는 다양한 소셜 플랫폼을 가지고 있지만, DCTV는 실제로 대면하여 소통하는 경험을 중요하게 여긴다. 서로의 이야기를 듣고, 새로운 프로젝트에 대한 의견을 나누는 과정에서 사람들과 연결되는 경험 자체가 의미 있는 배움이 되기 때문이다. 결국, DCTV는 단순한 미디어 교육 기관이 아니다. 미디어를 통해 사람들을 연결하고, 소통할 수 있는 공동체를 형성하는 것이 목표다. 다양한 사람들이 만나 자신의 이야기를 나누고, 서로의 경험을 공유하며 성장할 수 있는 공간을 제공하는 것이 DCTV의 진정한 가치라고 할 수 있다.

DCTV의 워크숍 매니저 Mike와의 인터뷰에서는 DCTV의 교육 철학과 운영 방식이 강조되었다. DCTV의 워크숍은 모든 커리큘럼을 내부에서 기획하고 제작하며, 소규모(최소 6명, 최대 12명)로 운영되어 참가자 간 밀접한 교류를 돕는다. 워크숍은 경제적 이유로 미디어 교육에 접근하지 못하는 시민들에게 기회를 제공하기 위해 60~100$의 비교적 낮은 비용으로 운영된다. 이는 DCTV가 공동체 내에서 자율적으로 지식을 공유하고 성장할 수 있는 시스템을 구축하고 있다는 점에서 중요한 의미가 있다.

DCTV는 기술 교육에 그치지 않고, 참가자들이 실습을 통해 장비를 다루고, 자신의 목표를 공유하며 네트워크를 형성할 수 있도록 돕는다. Mike는 매 수업마다 참가자들과 대화하며, 그들의 배경과 학습 목표를 이해하려고 한다. 그는 참가자들에게 먼저 다가가 질문한다. 어떻게 DCTV를 알게 되었는지, 현재 어떤 프로젝트를 하고 있는지, 어떤 부분에서 도움이 필요한지에 대해 얘기한다. 이런 대화를 나누는 과정에서 시민들은 더 자신감을 갖게 되고, 미디어 제작에 있어서 구체적인 도움을 요청할 수 있다.

Mike는 2018년부터 1년간 DCTV에서 인턴으로 일하며 카메라 조작법, 장비 대여 시스템뿐만 아니라 고객 서비스, 계획 수립, 문제 해결 능력 등 다양한 기술을 익혔다. DCTV의 교육 철학은 단순히 기술을 가르치는 것이 아니라, 사람들이 자신만의 목소리를 찾고, 소통을 통해 공동체를 형성하는 데 있다.

DCTV의 워크숍은 미디어 기술 교육을 넘어, 사람과 사람이 연결되는 공간이다. 참가자들은 각자의 목표를 공유하고 서로의 이야기를 들으며 함께 성장하는 경험을 한다. 이는 DCTV가 교육을 통해 사회에 메시지를 전하고 변화를 일으킬 수 있는 콘텐츠를 만들어내는 이유이기도 하다. DCTV의 프로그램은 그 자체로 사회적 의미를 지니며 중요한 이야기를 담고 있다.

DCTV의 창립자인 Jon Alpert는 설립 초기부터 사회적으로 중요한 문제를 조명하는 프로그램을 제작해왔다. 그는 미디어가 단순한 정보 전달 수단이 아니라, 사회적 공공성에 기여하는 도구가 되어야 한다고 믿었으며, 이를 실천하는 과정에서 공영방송과 상업 방송으로부터 블랙리스트에 오를 만큼 논란이 된 적도 있었다. 하지만 그는 이러한 외부의 압력에도 굴하지 않고, 사회적으로 꼭 필요한 프로그램을 꾸준히 제작해왔다. 이 과정에서 HBO의 지원을 받으며 보다 다양한 프로그램을 제작할 수 있는 기반을 마련할 수 있었다. Jon Alpert는 HBO와의 협업을 통해, 기존의 주류 미디어가 다루지 않는 이야기들을 조명하는 데 집중했다.

Jon Alpert는 설립 초기부터 당시 주류 미디어에서 외면했던 이야기들을 발굴하고, 이를 통해 보다 공정한 시각을 전달하는 것을 목표로 했다. 그가 초반에 작업했던 프로그램 중 하나는 1980년대 대한민국 올림픽의 이면을 다룬 방송 프로그램이었다. 당시 대부분의 올림픽 관련 방송은 '모든 것이 잘 진행되고 있다'는 식의 낙관적인 보도만을 내보냈다. 하지만 Jon Alpert는 이러한 시각이 편향적이라고 보았고, 올림픽이 열리는 화려한 도시의 이면에서 가려진 빈곤층의 삶을 조명하는 것이 더 중요하다고 판단했다.

DCTV는 당시 빈곤층의 삶을 기록하기 위해 몇 주 동안 그들을 인터뷰하고 촬영했다. 이 과정에서 미디어가 단순히 긍정적인 메시지만 전달하는 것이 아니라, 사회의 다양한 층위를 보여주고, 공론장을 형성하는 역할을 해야 한다는 점을 다시금 확인할 수 있었다.이러한 DCTV의 철학은 이후에도 이어졌다. 주류 미디어가 다루지 않는 이야기들을 전하는 것, 그리고 소외된 사람들의 목소리를 전달하는 것이 바로 DCTV가 추구하는 핵심 가치다.

DCTV는 팬데믹 기간 동안에도 사회적으로 중요한 프로그램을 제작하고, 그 영향력을 유지하는 데 성공했다.팬데믹이 끝날 무렵, DCTV가 36년 동안 작업해온 다큐멘터리가 HBO에서 방송되었으며, DCTV 내 고등학생들이 제작한 프로그램 또한 HBO에서 방영되었다. 이러한 성과는 단순한 미디어 제작 기술이 아니라, DCTV가 꾸준히 유지해온 '의미 있는 이야기'를 전하는 철학이 빛을 발한 결과였다.

Jon Alpert는 현재도 두 개의 미디어 프로그램을 제작 중이다. 그는 단순히 콘텐츠를 제작하는 것에서 끝나는 것이 아니라, DCTV 내에서 제작된 프로그램을 내부 영화관에서 먼저 상영하는 과정을 거친다. 이 과정에서 그는 단순히 영화를 틀어놓는 것이 아니라, 관객들의 반응을 직접 살펴보고 피드백을 받으며, 프로그램이 어떻게 발전할 수 있을지 고민하는 시간을 갖는다. 단순히 '완성된 작품'을 내놓는 것이 아니라, 관객들의 반응과 피드백을 반영하며, 지속적으로 콘텐츠를 개선해 나가는 방식을 취하고 있다.

DCTV 기관 답사의 마지막 인터뷰는 청소년 프로그램을 운영하는 Jessie, Johnny, 그리고 Kira와 진행되었다. Jessie는 DCTV 청소년 프로그램에서 가장 중요한 것은 학생들이 교육 과정에 주체적으로 참여하는 것이라고 강조했다. 학생들만의 이야기가 담겨 있어야 하기 때문이다. 학생들이 왜 이 이야기로 영화를 만들려고 하는지 스스로 질문하고 고민할 수 있도록 돕는 것이 핵심이다. 그 과정에서 학생들은 단순히 영화 제작 기술을 배우는 것이 아니라, 왜 한 사람의 이야기를 만들고 전달해야 하는지, 그리고 그 이야기를 어떻게 전달할 것인지에 대해 깊이 이해하게 된다.

DCTV 청소년 프로그램은 1978년에 시작되어 올해로 47년째를 맞이한 전통 있는 프로그램이다. 오랜 기간 동안 이 프로그램이 강조해온 것은 청소년들의 이야기, 그리고 그들이 스스로를 대변할 수 있는 기회였다. Jessie는 "젊은 사람들은 자신의 목소리를 낼 수 있어야 하고, 그들에게 중요한 이슈들을 직접 다룰 수 있어야 한다"고 말했다. 학생들에게 중요한 것은 단순히 미디어에 관심을 가지는 것이 아니다. 미디어가 어떤 역할을 하는지, 좋은 미디어가 무엇을 할 수 있는지, 그리고 나쁜 미디어가 어떤 영향을 미칠 수 있는지를 배우는 것이 더 중요하다.

DCTV 청소년 프로그램은 13세에서 24세까지의 학생들을 대상으로 운영된다. 프로그램은 초급, 중급, 고급의 세 단계로 나뉘며, 학생들은 1년, 2년, 3년 동안 각 단계에서 실력을 키울 수 있도록 구성되어 있다. 초급 과정에서는 공익광고(PSA, Public Service Announcement)를 제작한다. 중급 과정에서는 사회 정의(사회 문제)에 관한 다큐멘터리를 제작하며, 학생들은 자신이 관심 있는 사회 문제를 탐구하고 다루게 된다. 고급 과정에서는 독립적인 프로젝트를

수행한다. Johnny는 중급에서 고급 과정으로 넘어가는 과정이 학생들에게 중요한 전환점이라고 설명했다. 전문가들이 중간에 조언을 제공하긴 하지만 최종적으로 팀을 구성하고 프로젝트를 선택하는 것은 학생들의 몫이라는 것이다. 고급 과정에서는 학생들이 완전히 독립적인 제작자가 되는 경험을 할 수 있게 된다.

DCTV는 영화 제작의 모든 과정에서 학생들이 스스로 결정을 내릴 수 있도록 한다. 조언을 제공할 수는 있지만, 촬영과 편집 등 핵심적인 과정에서도 학생들이 주도적으로 참여해야 한다. 이러한 경험을 통해 학생들은 단순히 기술을 배우는 것을 넘어, 자신만의 생각을 찾고, 그것을 효과적으로 구현하는 방법을 스스로 익히게 된다.

DCTV 청소년 프로그램이 이러한 과정을 중요하게 여기는 이유는 학생들이 가진 개인적인 이야기가 그들만이 전할 수 있는 고유한 이야기이기 때문이다. Kira는 학생들이 개인적인 이야기를 할 수 있도록 돕는 것이 자신의 역할이라고 설명했다. 학생들이 자신의 경험을 바탕으로 다양한 배경을 가진 사람들과 연결될 수 있도록 하는 것이다. 이러한 과정을 통해 학생들은 단순한 미디어 교육을 넘어서, 자신의 경험을 기록하고, 다큐멘터리나 영화로 제작하며, 사회적 메시지를 전달하는 능력을 기르게 된다.

Jessie는 특히 미등록 이주 청소년들의 이야기를 예로 들며, “뉴스나 텔레비전에서 이들의 이야기를 볼 수 있지만, 당사자의 시각이 아닌 외부 시선으로 전달된 경우가 많다”고 지적했다. DCTV는 그들의 일상적인 경험을 그들 자신의 관점에서 전달할 수 있도록 돕는다.

DCTV 청소년 프로그램은 단순히 미디어와 관련된 교육만을 제공하지 않는다. 청소년들이 전반적으로 성장할 수 있도록 미디어 관련 일이 아니더라도 그들이 필요로 하는 상담이나 멘토링을 제공하기도 한다. Johnny는 학생들이 부유하든, 가난하든, 정신적·신체적·감정적으로 도움이 필요하다고 강조한다. 그래서 단순히 미디어 교육을 제공하는 것뿐만 아니라, 모든 학생들을 받아들이고 그들을 돕는 것을 최우선으로 한다. 이러한 지원 등을 통해 학생들은 단순한 기술 습득을 넘어, 세상을 더 넓고 깊은 시각으로 바라볼 수 있는 기회를 얻는다.

DCTV는 정부의 지원을 받기도 하지만, 주로 재단의 보조금을 통해 청소년 미디어 프로그램을 무료로 운영하고 있다. 또한, DCTV는 공립학교와 협력하여, 자원이 부족한 학교에 교육 기회를 제공하고 있으며, 지역 사회 기반의 조직으로서 역할을 수행하고 있다.DCTV 청소년 프로그램은 단순히 하나의 교육 과정이 아니라, 커뮤니티를 형성하고 청소년들의 참여를 독려하기 위한 프로젝트이기도 하다. 이러한 배경에는 DCTV의 창립자인 Jon Alpert가 1978년 뉴욕시에서 예술 프로그램이 축소되는 것을 보고, 청소년들이 예술을 배울 기회를 잃고 있다는 사실을 깨달은 것이 계기가 되었다. DCTV는 청소년들에게 글로벌한 경험을 제공하기 위해 중국, 러시아, 베트남과 같은 여러 나라와 협력하며 국제적 파트너십을 맺고 있다.

Johnny는 미디어 교육을 통해 학생들이 미디어의 긍정적인 면과 부정적인 면을 이해할 수 있도록 돕는다고 말했다. 학생들이 직접 카메라를 다루며 자신의 이야기를 전하고, 자신의 커뮤니티나 다른 커뮤니티에서 중요하게 생각하는 문제를 옹호할 수 있도록 하는 것이다. 이는 결국 다양한 목소리를 지원하는 DCTV 전체의 사명과도 연결된다. Jessie 또한 "DCTV가 50년 넘게 지속될 수 있었던 이유는, 다양한 공동체의 사람들이 각자의 목소리를 낼 수 있도록 돕는 것이 우리의 핵심 가치였기 때문이다”고 설명했다.

(3) 기타 인터뷰(학생 인터뷰)

고등학교를 졸업한 여름, Monica는 선생님의 추천을 받아 이 기관에 지원하게 되었다. 영

화에 대한 관심이 있었던 그녀는 이곳에서 제공하는 교육 프로그램을 통해 자신의 역량을 키울 기회를 얻었다.

그는 “청소년 미디어 프로그램에 참여하며 다큐멘터리 및 내러티브 영화 제작 과정을 배웠다. 이 프로그램은 한 달간 집중적으로 진행되며, 참가자들이 직접 영화를 제작하는 경험을 제공한다. 지도는 받지만, 스스로 최선을 다하도록 유도하는 방식이었기에 많은 것을 배울 수 있었다”고 전했다. 특히, 팀워크와 협업의 중요성을 실감하며, 영화 제작 과정에서의 대본 작성, 촬영, 조명 등의 기술적 요소를 익혔다. 더불어, 자신의 의견을 적극적으로 표현하는 법을 배우며, 자신감을 기를 수 있는 계기가 되었다고 설명했다.

이후, Monica는 이곳에서 인턴으로도 활동했다. 사무실 업무를 도우며 다른 학생들을 지원하는 역할을 맡았고, 상영 수업도 병행했다. 이를 통해 실무 경험을 쌓고 강사들과 가까워지면서 영상 업계에 대한 이해도를 높일 수 있었다. 그녀는 이곳이 단순한 교육 기관이 아니라, 언제든지 돌아올 수 있는 ‘두 번째 집’과 같은 공간이었다고 회상했다. “강사들과 자유롭게 소통할 수 있는 환경 덕분에 더욱 안전하고 편안한 느낌을 받았다”고 말했다.

Monica는 이 기관이 자금 부족으로 어려움을 겪고 있다는 점을 지적하며, 더 많은 재정 지원이 이루어져야 한다고 강조했다. 많은 학생들에게도 큰 의미가 있는 공간이므로 지속적으로 운영되길 바란다고 덧붙였다.

또한, 그녀는 미디어 교육이 학생들에게 필수적이라고 생각한다. 현대 사회에서 미디어가 중요한 역할을 하고 있으며, 기술 발전과 함께 그 영향력이 더욱 커질 것이기 때문이다. 따라서, 미디어 교육이 우선순위에 놓여야 하며, 보다 체계적으로 다뤄져야 한다고 강조했다.

3) LMC Media

(1) 기관 답사

LMC Media는 다양한 미디어 제작을 위한 공간을 제공하는 기관으로, 영상 제작, 오디션, 리허설, 시사회 및 모임을 위한 스튜디오를 예약할 수 있다. 시설에는 완전한 조명 그리드 및 컨트롤 보드가 갖춰져 있어 전문적인 촬영 환경을 조성할 수 있다. 특히, “STUDIO ON THE AVENUE”는 웨스트체스터, 뉴욕에 위치한 팟캐스트 녹음 공간으로, 음성 및 영상 녹음이 가능하며, 편집 및 업로드까지 지원하는 시스템을 갖추고 있다. 시민들이 팟캐스팅을 쉽게 시작할 수 있도록 전용 공간과 장비를 제공하고 있다. 시민들은 LMC Media 방문을 통해 스튜디오 시설을 직접 확인하고, 영상 및 오디오 제작 환경을 체험할 수 있다.

사진31 스튜디오 공간

사진32 편집 공간

(2) 기관 인터뷰

LMC Media는 과포화된 미디어 환경 속에서 지역 사회의 목소리를 효과적으로 전달하는 것을 핵심 목표로 삼고 있다. 단순히 더 많은 사람들이 콘텐츠를 시청하는 것이 아니라, '의미 있는' 콘텐츠를 만드는 것이 중요하다고 강조한다. 이를 위해 다른 미디어에서 다루지 않는, 오직 LMC Media만이 만들 수 있는 콘텐츠를 발굴하고 제작하는 것을 우선순위로 삼고 있다.

Matt Sullivan 이사는 미국 내 미디어 환경을 국가적 차원에서 바라볼 때, 지역 뉴스 채널과 소규모 매체가 점점 사라지고 있다는 점이 문제라고 지적했다. 이에 따라 소규모 지역 사회의 소식은 점점 접하기 어려워지고, 자극적인 범죄 사건이나 사회적 문제들만이 주로 보도되는 현실이 지속되고 있다. 하지만 LMC Media가 강조하는 것은 단순한 사건·사고 보도가 아니다. Matt Sullivan은 좋은 일이든, 나쁜 일이든 지역 사회에서 벌어지는 일에 주목하는 것이 중요하다고 말한다. 지역 사회의 크고 작은 소식, 그리고 지역 주민들의 다양한 이야기를 기록하고 조명할 수 있어야 한다는 것이다. LMC Media의 목표는 사람들이 자신의 목소리가 영향력을 가질 수 있다는 사실을 깨닫고, 그 목소리를 세상에 들리게 하는 방법을 배우도록 돕는 것이다.

이러한 목표를 실현하기 위한 대표적인 프로그램 중 하나가 바로 2024년부터 시작된 'Future Filmmaker Project'이다. 이 프로그램은 웨스트체스터 지역의 고등학생들을 대상으로 운영되며, 학생들이 직접 영화를 제작할 기회를 제공한다. 참가 자격은 미디어에 관심이 있고, 자신의 작품을 제출할 수 있는 학생이면 누구나 가능하다. 각 학기별로 학생들은 두 편의 영화를 제작하며, 영화 제작 과정 전반을 독립적으로 수행해야 한다. 영화에 출연할 배우를 직접 섭외하고, 촬영 및 편집 과정을 계획하며, 영화의 기획부터 완성까지 모든 과정을 스스로 주도해야 한다. 단, 모든 영화의 주제는 '커뮤니티(Community)'와 관련이 있어야 하며, 지역 사회 구성원으로서의 의미를 반영해야 한다.

Matt Sullivan 이사는 이 프로그램을 통해 학생들이 단순히 영화 제작 기술을 배우는 것을 넘어, 자신의 목소리를 담을 수 있는 공간을 처음으로 경험하고, 자신의 이야기가 세상을 변화시킬 수 있다는 가능성을 깨닫게 되는 것이 가장 큰 목표라고 설명했다.

LMC Media는 지역 사회 내 다양한 주제를 미디어를 통해 전달하는 것을 핵심 역할로 삼고 있다. 의회 회의 및 지역 안건 등 중요한 정치 행정 이슈부터 지역 행사 및 퍼레이드 같은 문화적 이벤트까지 아우른다. 다양한 프로그램을 다루는 이유는 시민들에게 자신들의 목소리

를 지역 사회에 드러낼 기회를 최대한 많이 제공하기 위해서다.

이를 통해 시민들은 자연스럽게 지역 사회 미디어센터의 역할을 인식하고, 자신들의 이야기를 기록하고 공유하는 방법을 배우게 된다. Matt Sullivan 이사는 “궁극적으로 지역 주민들이 ‘LMC Media에 연락해보자’라고 자연스럽게 생각하게 만드는 것이 목표”라고 강조했다. 단순히 미디어 환경의 변화에 맞춰가는 것이 아니라, 지역 주민들과 소통하는 구조를 확립하고, 그들의 목소리를 가장 효과적으로 전달할 수 있는 방법을 고민하는 것이 중요하다는 것이다.

LMC Media는 오프라인에서 지역 사회 내 존재감을 드러내는 것뿐만 아니라, 디지털 플랫폼을 활용해 시민들이 만든 콘텐츠를 더욱 효과적으로 공유하고 확산하고 있다. 이것은 단순한 콘텐츠 게시가 아니라, 디지털 플랫폼을 통해 지역 사회의 목소리를 더욱 넓은 범위로 확장하고, 시민들이 미디어의 사회적 영향력을 직접 경험할 수 있도록 하기 위함이다. 특히 LMC Media는 미디어 제작과 유통 구조가 잘 확립되어 있는 미디어센터 중 하나로 평가받고 있다.

현재 운영 중인 콘텐츠 플랫폼은 케이블 채널 방송, 웹사이트 스트리밍 서비스, Youtube, Facebook, Tikktok, Instagram, Linkedin 등 다양한 sns 채널들을 포함한다. LMC Media가 디지털 플랫폼에 신경 쓰는 이유는 지역 사회 내 더 많은 시민들에게 미디어센터를 알리고, 그들의 콘텐츠를 효과적으로 유통하기 위함이다. 지금은 iPad, 휴대폰 등 다양한 기기를 통해 정보를 소비하는 시대이기 때문에 시민들의 다양한 미디어 소비 방식을 고려해, 좋은 콘텐츠가 최대한 많은 사람들에게 퍼질 수 있도록 노력하는 것이 중요하다는 것이다.

LMC Media는 총 4명의 정규 직원으로 구성되어 있다. 총괄 책임자(Executive Director), 부책임자(Assistant Director), 채널 및 스트리밍 웹사이트·유튜브 프로그램 담당자, 그리고 지역 회의 촬영 및 기술 관리 담당자로 이루어져 있으며, 이들은 단순히 미디어센터의 운영을 담당하는 것이 아니라, 지역 사회에 콘텐츠를 효과적으로 전달하는 방법을 모색하는 것을 핵심 업무로 삼고 있다.

LMC Media의 운영 자금 조달 방식은 크게 세 가지로 나뉜다. 첫 번째는 케이블 프랜차이즈 요금으로, 케이블 가입자들이 지불하는 요금의 일부를 재원으로 활용하는 방식이다. 두 번째는 연간 모금 행사 및 후원으로, 비영리 단체로서 매년 10월 열리는 대규모 갈라(Gala) 행사를 포함해 다양한 후원금을 모집한다. 세 번째는 공간 대여 수익으로, 시민들이 미디어 콘텐츠 제작을 위해 LMC Media의 공간을 대여하면서 발생하는 수익을 통해 운영 비용을 충당한다. 이러한 수익 구조를 통해 LMC Media는 무료 미디어 교육과 지역 사회 기반의 미디어 제작 지원을 지속할 수 있도록 운영되고 있다.

앞으로 LMC Media는 디지털 플랫폼의 발달과 함께 지역 사회의 미디어 활용을 더욱 발전시킬 계획이다. 특히, Future Filmmaker Project를 확장하여 지역뿐만 아니라 외부에서 초빙한 전문가들과 협력해 더욱 풍부한 미디어 교육 과정을 제작할 예정이다. 또한, AI 기술을 미디어 제작에 어떻게 활용할 수 있을지 연구하고 교육 프로그램을 개발하는 것도 중요한 목표다.

AI 관련 교육에서는 기존 AI 프로그램을 활용해 미디어를 제작하는 방법과 같은 기술적 측면 외에도 AI가 미디어 산업과 창작 과정에 미치는 영향, AI 기술을 개인의 삶과 사업에 어떻게 적용할 수 있을지에 대한 개요를 제공할 계획이다. LMC Media는 앞으로도 지역 사회의 목소리를 효과적으로 전달하고, 미디어 기술의 변화를 반영하며, 더 많은 사람들이 미디어를 통해 자신의 이야기를 기록하고 공유할 수 있도록 지원하는 데 집중할 것이다.

(3) 기타 인터뷰(시민 인터뷰)

Anthony와 LMC Media와의 인연은 LMC Media 로고가 적힌 이동식 프로덕션 밴을 발견하면서 시작되었다. 새로 이사 온 마을을 둘러보던 중, Anthony는 거리에서 이 차량을 마주하게 되었고, 이 지역에 미디어 조직이 존재한다는 사실을 처음으로 알게 되었다. 이후 하버 아일랜드 공원이나 마마로넥 애비뉴와 같은 다양한 행사에서도 LMC Media 차량을 종종 볼 수 있었고, 자연스럽게 LMC Media에 대한 궁금증이 생겼다.

LMC Media에 대한 정보를 직접 조사한 뒤, 그는 Matt Sullivan 이사와 만나게 되었고, LMC Media가 어떤 역할을 하는지 더 깊이 이해할 수 있었다. 이후 Anthony는 스튜디오 운영을 돕는 팀의 일원이 될 기회를 얻게 되었으며, 이는 지역 사회에 참여할 수 있는 중요한 계기가 되었다.

지역 사회에 대한 Anthony의 관심은 이전부터 깊었다. 새로운 마을로 이사 온 후, 단순히 거주하는 것을 넘어 지역 사회의 일원으로서 활동하고 싶다는 생각이 강했다. 이에 따라 환경 보호를 담당하는 지역 위원회에 참여해 여러 환경 정화 활동을 진행하기도 했다. 그러나 환경 위원회의 활동은 개인적인 관심사와 맞았지만, 그동안 쌓아온 미디어 제작 경험과는 잘 연결되지 않았다.

그러던 중 LMC Media의 스튜디오 활동에 참여할 기회를 얻었다. 이는 단순한 직업적 기회가 아니라, 미디어 제작을 통해 지역 사회에 기여하고 싶다는 바람을 실현할 수 있는 기회이기도 했다. 이후 Anthony는 LMC Media의 여러 활동에 직접 참여하며, 마마로넥과 그 주변 지역에서 미디어를 통한 지역 사회 참여가 얼마나 중요한지 깨닫게 되었다.

그는 LMC Media에서는 자원봉사 프로그램에서 활동하면서 이 프로그램이 지역 사회에 미치는 긍정적인 영향이 크다고 느꼈다. 자원봉사자들은 카메라 및 사운드 장비 사용법, 영상 편집 기술 등을 배우며 직접 제작에 참여할 수 있는데 일주일 동안 진행되는 녹음 세션이나 스튜디오 촬영에 자원봉사자들이 함께하며, Anthony는 실전 경험을 쌓고 자신의 기술을 발전시킬 기회를 얻었다.

특히, 그는 “단순한 기술 교육에 그치는 것이 아니라, 좋은 스토리텔링의 원칙이나 프로그램 에피소드 구성법까지 배우며 미디어 제작의 본질적인 요소를 익힐 수 있다는 점에서 의미가 크다”고 말했다. 이 과정은 단순한 기술 습득을 넘어, 지역 사회에서 자신의 미디어를 제작할 수 있는 인재를 양성하는 데 중요한 역할을 한다는 것이다. 그는 LMC Media가 제대로 기능할 수 있는 이유는 카메라와 스튜디오를 갖춘 것뿐만이 아니라 사람들이 이를 활용하는 법을 알기 때문이라고 말했다. 사람들이 좋은 스토리를 만들고 어떻게 전달할지 배울 수 있어야 미디어센터가 본연의 역할을 다할 수 있다는 것이다.

처음에는 장비와 조명에 압도되어 어려워하던 그도 점차 익숙해지면서 스튜디오 운영을 잘 이해하게 되었고, 이제는 독립적으로 프로젝트를 진행할 수 있을 정도로 성장했다. “이러한 과정에서 LMC Media가 지역 사회 내에서 미디어 교육을 통해 지속적으로 인재를 양성하고 있다는 점을 실감할 수 있었다”고 답했다.

4) 박혜정 활동가

그녀는 대학교 4학년 때, 1972년 설립된 뉴욕 초기의 미디어센터였던 DCTV에서 인턴으로 근무하였다. 인턴 기간동안 홈리스 문제에 관심을 가져 거리의 홈리스들을 초청해 상영회를

열기도 하고 청소년 문제에도 관심을 가지며 적극적으로 활동하였다. 인턴쉽이 끝나고 졸업을 앞둔 시기에 다시 DCTV에서 program managing director로서 약 4년 동안 활동하였다. 다양한 프로그램 개발과, 특히 청소년과 주변화된 사람들의 목소리를 낼 수 있는 플랫폼을 만들기 위해 노력하였다. 이후 대학원에 진학하여 '글로벌화 시대의 로컬 미디어'를 주제로 석사 논문을 작성하였고, 다시 DCTV로 복귀하여 국제 사회에서의 청소년 교류 프로그램을 주로 운영하며 로컬과 글로벌의 연계에 관심을 두고 활동하였다.

2000년경, MNN으로 직장을 옮겨, 약 6년 간 워크숍과 반전 운동 등의 이슈를 중심으로 청소년들이 목소리를 낼 수 있도록 청소년 채널을 만드는 프로젝트를 진행하였다. 그 이후, 진보적 재단 네트워크인 'Funding Exchange Foundation'의 책임자로 약 4년 동안 미디어 정의 펀드를 운영하였다. 상향식(top-down)이 아닌 일반 대중(grassroots)이 필요로 하는 미디어 정책과 사람들의 organizing을 통한 개혁에 초점을 맞춰 일하면서, 개인적으로는 다큐멘터리 영화를 제작하였다.

그녀의 활동을 살펴보며 박혜정 활동가는 DCTV 설립 초기 시민들과 가까운 다양한 프로그램을 기획하고 연구하여 초기 미국 미디어센터의 시스템 구축에 큰 기여를 하였음을 알 수 있었다. 따라서 미국 커뮤니티 미디어 센터가 설립된 역사적 배경에 대해 상세히 살펴보았다. 미국의 커뮤니티 미디어 센터는 사회적·정치적 맥락과 기술적 측면에서 볼 수 있다. 사회적·정치적 맥락은 1960년대 말 발생한 반전 및 시민 운동과 젊은 층 중심으로 활발해진 민족 운동(ethnic movement)으로 소수민족에 대한 학과에 대한 요구가 생겨나기 시작하였다. 이때 메시지 전파에 미디어가 활용되었으며, 특히 버클리 지역에서 미디어 운동이 활발히 이루어졌다. 기술적 측면은 1970년 대 소니의 카메라 등에서 기술적 혁명이 일어나면서 개인들의 미디어 소유와 활동이 가능해졌다. 이와 같은 사회적·정치적 맥락과 기술적 혁명이 결합하여 카메라가 목소리를 낼 수 있는 하나의 창구가 되었고, 사람들이 공동체 의식을 형성하면서 집단으로 미디어 활용하기 시작하였다. 이와 함께 미국 정부가 미디어센터 설립을 지원하면서 미디어센터가 생기기 시작하였다.

미디어센터들이 정부나 기업의 지원을 받게 되면서, 점차 처음의 운동성을 잃고 타협해야 하는 상황에 놓이게 되었다는 문제가 생겼다. 미디어센터들은 풀뿌리 민주주의적 성격을 유지하려고 하였지만, 결국 정치적 운동성을 잃고 타협하는 경우가 많았다. 그녀가 DCTV에서 근무할 당시, 지원을 받지 못하게 될까봐 특정 주제에 대한 미디어 제작에 늘 고민을 했었다는 문제를 지적하였다. 따라서 그녀는 미디어센터가 공적 재원에 의존하지 않고 재원의 다양화를 모색해야 함을 강조하였다. 다양화의 방법으로는 공적 자원 외에도 기부자들의 지원 형태, 멤버십 제도 등 다양한 출처에서 지원을 받고 많은 사람들이 다양한 방식으로 센터 운영에 참여할 수 있는 방법이 가장 좋다고 설명했다. 후원자들에게는 자선이 아닌 책임감을 느끼도록 하고, 멤버십을 통해 이용자들이 주인 의식을 가지게 해야 함을 권장하였다.

박혜정 활동가는 청소년들이 미디어를 통해 목소리를 세상에 낼 수 있도록 프로그램 개발과 채널 구축을 위해 오랜 기간 기여하였다. 청소년 대상의 미디어 교육을 할 때는 사회적 의식 교육이 먼저 이루어져야 함을 전달하였다. 학생이 나름대로의 사회적 의식으로 무엇을 말하고자 하는 지 먼저 알고 미디어를 통해 이를 표현하려고 할 때, 신선하고 알찬 내용을 제작할 수 있음을 말하였다. 청소년 대상의 미디어 교육의 필요성에 대해서는 청소년들이 사회 변화를 주도하는 사례를 언급하였다. 학생 한 명만 변화시키는 것이 아니라, 학생이 고향에 돌아가서 마을 전체를 변화시킨 볼리비아 원주민 학생의 사례를 통해 교육의 중요성을 표명하였다. 청소년 미디어의 활성화를 위해 나아가야 할 방향에 대해서는, 더 관심을 쏟아야 할 청소

년들을 직접 찾아가서 함께 일하며 변화를 이루어나가고, 지속적으로 작업을 이어나갈 수 있는 방안을 고안해야 한다고 역설하였다. 한국에서도 찾아가는 미디어가 많지만, 프로그램이 끝나고 나서도 그들이 지속적으로 활동을 할 수 있도록 하는 방안에 대한 고민이 필요함을 강조하였다.

그녀는 1980년 대 한국 사회 운동을 알리기 위해, 당시 한국의 여러 영상 집단과의 연계로 한국의 영상을 밀수하여 미국의 상영회로 공유했다. 한국은 독재 정권 하에 많은 사람들이 위험을 무릅쓰고 영화를 제작하였고, 노동자 뉴스 · 푸른 영상 등 다양한 그룹들이 존재하였다. 문민 정부가 들어서면서, 정부와 지자체의 지원으로 미디어센터가 생겨났다. 그녀는 한국은 미국보다도 공적 자원에 많은 의존을 하고 있기 때문에 미국과 마찬가지로 운동성이 희석되는 폐단이 있을 수 있다고 지적하였다.

그녀는 변화하는 미디어 환경 속에서 케이블 채널과 뉴미디어(SNS) 모두의 필요성을 언급하였다. 케이블 채널이 중요한 이유는 미디어센터의 케이블 채널은 케이블 기업과 수년 간 싸워, 기업들이 지역의 땅과 하늘을 사용하는 대가로 얻은 시민의 권리이기 때문이다. 뉴미디어 중 SNS는 개개인의 소유가 가능하고 자유로운 자기 의사 표현이 가능하지만, 예전처럼 집단의 공동 목표를 위해 함께 일하는 것은 어렵기 때문에 그 한계가 분명하다. 그녀는 점점 도구와 의식이 개인화되는 환경에서 미디어센터의 역할의 중요성이 강화된다는 것을 표명하였다. 미디어센터가 단순한 장비 대여 기관이나 교육을 하는 학원으로 전락하지 않도록 각자의 정체성에 대해 고민하고 재검토하는 시간이 필요하다. 그녀는 미디어센터가 사람들을 모으고 공감대를 형성하며 함께 문제 의식을 해결하는 퍼실리테이팅(facilitating)의 역할을 수행해야 한다고 역설하였다. 이해관계가 다양한 단체가 함께 모여 서로의 상황을 이해하며 하나의 주제로 작품을 제작하는 기회가 많아져서, 서로가 똑같진 않지만 어떤 면에서는 함께 변화를 추구하여 변화를 만들어나갈 수 있어야 한다고 말하였다.

이처럼 본 인터뷰를 통해 미국 커뮤니티 미디어 센터의 역사적 배경과 청소년 미디어의 필요성과, 한국 미디어센터는 재원의 다양화와 새로운 정체성 구축을 위한 노력이 수반되어야 함을 이해할 수 있었다. 뉴미디어 환경으로 공동체 의식이 점차 약화되는 사회에서 미디어센터는 더욱 필요하다는 점과, 변화하는 환경에 미디어센터가 함께 적응하고 성장하기 위해서는 주변화된 목소리에 주목하고 풀뿌리 민주주의 실현을 위한 적극적인 아웃리치를 두려워하지 않아야 함을 살필 수 있는 시간이었다.

5) NewTV

(1) 기관 답사

NewTV 기관 답사는 인터뷰 대상자인 Lisa Mirowitz의 안내에 따라 진행되었다. 본격적인 투어 전 NewTV 건물에 들어가자마자 나오는 로비에서 Mirowitz는 해당 기관이 다른 미디어센터와 비교했을 때 지닌 차별성에 관해 설명했다. 현재 NewTV는 비영리 커뮤니티 미디어센터인 NewTV와 영리 목적의 Another Age Production이라는 자회사로 나뉘어 운영되고 있다. Another Age Production은 수익 창출을 담당하는 부서로서 스튜디오 및 시설 대여, 자체 제작 콘텐츠, 광고 및 상업용 영상 제작, 주 정부 프로젝트 등을 수행한다. 마침 자회사의 클라이언트가 대여한 공간에서 작업을 진행하고 있는 모습을 볼 수 있었다.

사진33 스튜디오(1)

사진34 스튜디오(2)

이후 본격적으로 살펴본 첫 번째 공간은 바로 컨트롤룸(control room)이었다. 해당 공간에서 사람들은 스위칭 장비와 오디오 장비를 사용하며, 모든 모니터는 스튜디오와 연결되어 있다. Mirowitz에 따르면 NewTV는 현재 모든 기술을 4K로 업그레이드하기 위한 자본 캠페인을 진행하고 있다.

사진35 컨트롤룸(1)

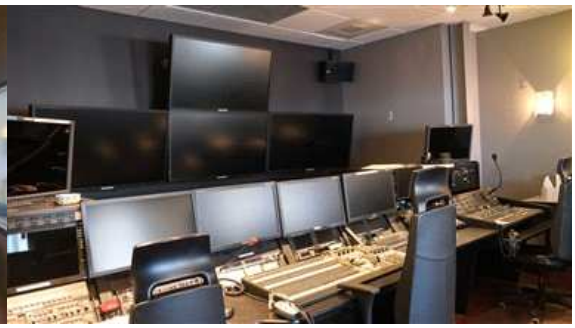


사진36 컨트롤룸(2)

그다음 이동한 곳은 세트 보관실로, 스튜디오에서 프로그램을 제작하는 회원들이 필요한 소품들을 보관하는 공간이었다. 세트 보관실에 놓여있는 장비들은 컨트롤룸과 스튜디오를 제어하는 드라이브로 모든 미디어와 관련 데이터를 저장하는 별도의 공간이 있으며, 두 개의 트라이캐스터(TriCaster) 시스템이 있다. 트라이캐스터 시스템은 시청각 자료를 전환하는 역할과 원격으로 시청각 자료를 녹화할 수 있는 시스템도 갖추고 있다. 저녁 시간대에 근무하는 직원들은 해당 시스템을 이용해 회의를 녹화하고, 이후 이를 채널에 송출한다.

사진37 소품 보관실

사진38 트라이캐스터 시스템

다음 공간은 편집실로, 편집실은 프로그램을 제작하는 사람들이 편집이 필요할 때 이용할 수 있다. 이와 같은 장비를 이용하거나 외부 촬영을 위해 장비를 대여할 때 센터의 회원들은 사전에 예약을 거쳐야 한다. 이를 위해 NewTV는 'Isaac'이라는 시스템을 개발하여 장비 예약 및 미디어센터 관리를 진행하고 있으며, 많은 커뮤니티 미디어 센터들이 해당 시스템을 이용하여 자산을 관리하고 있다고 Mirowitz는 설명했다. NewTV에는 또 하나의 편집실이 더 있는데 해당 편집실은 앞서 언급했던 Another Age Production에서 사용하기도 하며, 외부 클라이언트가 대여하여 작업을 진행할 수도 있다.

사진39 편집실1

사진40 편집실2

편집실 외 팟캐스트를 위한 공간도 존재하는데 투어 당일 날 그곳은 광고 촬영을 위한 메이크업 공간으로 사용될 예정이라는 것을 Mirowitz로부터 전해 들을 수 있었다. 덧붙여 그는 이 모든 것이 영리 자회사인 Another Age Production의 일부라고 말했다.

사진41 팟캐스트 공간(1)

사진42 팟캐스트 공간(2)

마지막 공간은 상영을 위해 마련된 곳으로 현재 일부 고객들이 대여해 사용하며 NewTV는 이를 활용해 워크숍을 확장할 계획을 가지고 있다고 밝혔다. Mirowitz에 따르면 비영리 조직 관리 워크숍을 진행한 NewTV의 총괄 디렉터(Executive Director) Bob Kelly는 영화 제작자, 편집자, 기금 조달 전문가들과 함께 제작 워크숍 시리즈를 기획하고 있다. 이는 회원과 비회원 모두에게 추가 요금을 받고 제공될 예정이며, 대면 수업이나 온라인 자료를 활용하는 방식으로도 진행될 수 있다고 한다.

사진43 상영실(1)

사진44 상영실(2)

상영 공간을 살펴보는 것으로 기관 답사를 마무리 짓고 인터뷰를 진행하기 위해 NewTV 내 카페테리아 공간으로 이동하였다.

(2) 기관 인터뷰

NewTV의 운영 이사(Managing Director)인 Lisa Mirowitz와의 인터뷰는 NewTV만의 교육 시스템에 대한 질문으로 시작되었다. NewTV의 경우 회원제를 기반으로 교육 프로그램을 제공한다는 점에서 다른 센터들과 차이를 보인다. 이에 대해 그는 뉴턴 거주자들의 경우 연간 40$의 비용을 내고 NewTV회원으로 등록할 수 있고, 뉴턴 외 지역 시민들의 경우 서포터 자격으로 동일한 비용을 지불하면 가입이 가능하기 때문에 교육 프로그램이 지역민들만을 대상으로 운영되는 것은 아님을 밝혔다. 이와 같은 방식으로 운영되는 NewTV의 교육 프로그램은 시민들이 스튜디오 제작의 '기본'을 이해하는 데 초점이 맞춰져 있다. 회원 가입 시 사용자에게는 오리엔테이션 수업과 NewTV 운영 규정을 포함한 절차 안내, 스튜디오 구성 요소에 대한 수업 과정이 필수적으로 제공되는데 2시간 동안 진행되는 수업을 통해 회원들은 장비 사용법과 카메라 조작법을 배우고 기본적인 제작 과정을 습득할 수 있다. 즉 기본 교육만으로도 모든 회원이 장비를 배우고 프로그램 제작 방법을 익힐 수 있도록 설계한 것이다.

교육은 실천적인 콘텐츠 제작과 유통으로 이어진다. 회원들은 별도의 대여비 없이 NewTV의 장비를 사용할 수 있고, 그들이 제작한 콘텐츠들은 NewTV가 보유한 세 가지 채널 중 '커뮤니티 프로그램 채널'을 통해 방영된다. 나머지 두 가지 채널은 '커뮤니티 교육 채널'과 '정부 채널'로 시민 외 지역 사회를 구성하는 학교, 도서관, 지방 정부를 비롯한 기관들이 주최하는 행사, 회의 등을 촬영하고 방송한다. Mirowitz는 커뮤니티 미디어 센터들이 시민(Public)·교육(Educational)·정부(Government)로 구성된 PEG 채널을 운영하며 지역 사회 구성원들이 직접 프로그램을 제작할 수 있도록 장비, 지원, 교육을 제공하는 역할 또한 수행하고 있음을 언급했다. 물론 타 센터들과 마찬가지로 NewTV 역시 케이블 채널 외 주요 유통 채널로서 유튜브를 활용하고 있지만, 유통 구조를 보다 확장하기 위해 짧은 형식의 콘텐츠를 제작하거나 협력 기관들과 콘텐츠를 공유하는 방식으로 새로운 방안을 모색하고자 하였다. 이 같은 노력은 상업화된 SNS 플랫폼이 지배적인 영향력을 행사하는 오늘날 미디어 생태계에서 지역 기반 콘텐츠들이 입지를 확보하기 위한 차원의 문제와도 연결된다.

Mirowitz에 따르면 NewTV의 주된 전략은 소셜 미디어 플랫폼에 적합한 짧은 형식의 콘텐츠를 활용하는 것과 지역 사회 내 다른 조직과 협력하는 것이다. 그리고 이 두 개의 전략은 서로 연결되어 작동할 수 있다. 가령 NewTV는 현재 방과 후 청소년들이 다양한 활동에 참여

할 수 있도록 하는 Boys and Girls Club 조직과 협업 관계를 구축하고 있는데 협업 관계가 체결된다면 청소년들이 NewTV의 새로운 회원이 되어 그들 자신의 소셜 미디어 네트워크에 NewTV에서 제작된 짧은 콘텐츠들을 공유함으로써 새로운 유통 구조가 파생될 수 있다.

그러나 Mirowitz는 NewTV가 온라인 플랫폼뿐만 아니라 오프라인 행사들을 통해서도 다양한 측면의 네트워크를 확장 및 강화해나가고 있음을 밝혔다. 우선, NewTV는 내부 구성원들 간 네트워크 측면에서 코로나 19로 인해 축소되었던 대면 행사들을 점차 늘려나감으로써 회원들이 서로 소통하고 모범 사례를 공유할 수 있는 자리를 분기별로 마련할 계획이다. 이때 지역 주민들도 참여 가능한 연중행사들을 주최하여 '커뮤니티' 미디어 공간으로서 지역 공동체 내 상호작용을 활성화하고자 한다. 한편 다른 기관들과의 네트워킹 측면에서는 NewTV의 전무 이사이자 커뮤니티 미디어 분야의 중요한 지도자 중 한 명인 Bob Kelly가 큰 역할을 담당하고 있음을 알 수 있었다. Mirowitz에 따르면 Bob Kelly를 통해 NewTV는 다른 지역 및 커뮤니티 미디어 기관뿐만 아니라 입법부, 정부 단체, 기타 지역 단체들과도 폭넓은 네트워크를 구축하고 있는 상태로 이와 같은 협력 관계는 방송국이자 커뮤니티 미디어 센터인 NewTV에게 매우 중요한 부분이기에 앞으로도 계속해서 확대해나갈 예정임을 언급했다.

이어서 NewTV의 주요 운영 인력과 자금원에 대한 질문에 그는, 우선 운영 인력과 관련해서는 전문성을 갖추는 것의 중요성을 강조하며 무료 교육 프로그램은 내부 직원들이 전담하고, 워크숍과 기타 프로그램의 경우 외부 강사 또는 내부 직원과 외부 강사의 조합으로 진행될 예정이라고 답했다. 다음으로 자금원에 관해서 그는 NewTV가 비케이블 수익 방안의 선두에 서 있다고 표현하며 NewTV의 자금원을 하나씩 설명했다. 타 미디어센터들과 마찬가지로 NewTV의 주요 재원은 케이블 수익에서 나온다. 이는 사실상 미국 미디어센터의 출현과도 맞닿아 있는 부분이다. 커뮤니티 미디어 센터의 성장이 케이블 방송 기술의 등장에서 비롯되었기 때문이다. 당시 케이블 회사들은-도로, 전신주, 케이블과 같은-지역의 공공 인프라를 활용하는 대가로 수익의 일부를 시민들을 위한 채널에 할당해야 했고 해당 자원을 기반으로 미디어센터들이 세워졌다.

그러나 오늘날 미디어 환경의 변화로 인해 과거와 비교했을 때 케이블 구독률은 현저히 낮아졌다. Mirowitz는 이에 따라 거의 모든 미디어센터들이 직면하게 된 재원 확보 문제를 타개하기 위해 NewTV의 전무 이사 Bob Kelly의 경우 스트리밍 서비스로부터 수익을 얻을 수 있는 법안을 통과시키기 위해 주 의회에서 적극적으로 활동하고 있음을 밝혔다. 또한, NewTV는 영리 자회사인 Another Age Productions을 영리 부서처럼 운영함으로써 간접적으로 수입을 확보하고 있음을 언급했다. 그 외에도 시대의 변화에 부합하는 수익 창출 모델을 모색하기 위해 그들이 다방면으로 노력하고 있음을 알 수 있었다.

이와 같은 노력들을 통해 시설을 계속해서 운영함으로써 그들이 실현하고자 하는 바는 지역사회 구성원들이 미디어를 통해 표현의 자유를 행사할 수 있도록 하는 것이다. 따라서 미디어를 사용해 공공 담론에 기여하고자 하는 최대한 많은 시민들이 그들의 시설을 이용할 수 있는 기회를 제공하는 것이 NewTV의 주요 운영 목표이다. 그리고 NewTV가 위치한 매사추세츠주에는 비슷한 목표를 공유하는 커뮤니티 미디어 센터들이 많이 설립되어 있어 매우 활발한 교류가 오간다는 강점이 존재한다. 전국적인 차원에서 커뮤니티 미디어 센터들이 정보를 공유하고, 우수 사례를 나누며, 교육 프로그램과 법률 관련 노력을 함께할 수 있도록 돕는 조직인 ACM(Alliance for Community Media)이 존재한다면, 매사추세츠주에는 지역 단위의 상위 조직인 MassAccess라는 단체가 존재한다. 방송국의 대표들로 구성된 MassAccess는 자원봉사 체제로 운영되며 법률 제정 활동, 네트워킹 행사와 같은 다양한 모임을 개최함으로써 매사

추세츠 지역 미디어 센터들의 중앙 관리 기구와 같은 역할을 담당하고 있다.

Mirowitz는 매사추세츠 내에서도 뉴턴은 주민들의 지역 사회 활동 참여도가 높은 지역임을 강조하며 NewTV 역시 뉴턴 주민들의 참여를 더욱 증진하기 위한 방안을 모색하고 있다고 말했다. 앞서 오프라인 행사에 대해 언급했듯 그들은 더 많은 행사를 열어 사람들이 NewTV에 방문하도록 유도할 계획이며, 프로그램을 적극적으로 탐색하도록 이끌기 위해 짧은 클립과 같은 콘텐츠 제작도 늘리고자 한다. 그 외에도 다양한 인턴십 프로그램, 다른 비영리 단체들과의 협력, 워크숍 개발을 통해 지역 사회, 궁극적으로 시민들과 소통할 수 있는 창구들을 계속해서 만들어나가고 있다.

NewTV와의 인터뷰는 미디어센터가 직면하고 있는 재원 문제와 네트워킹 활동과 관련해서 특히 흥미로운 사례들을 접할 수 있는 기회였다. 현재 많은 미디어센터들이 공공성 안에서 수익을 창출할 수 있는 새로운 대책을 모색해야 하는 상황에서 다양한 수익 모델을 탐색하고 실행하고 있는 NewTV의 사례는 좋은 선례가 될 수 있다. 또한, 미디어에 국한되어 있지 않은 오프라인 행사들을 적극적으로 활용하는 것은 장기적인 측면에서 시민들의 미디어센터 유입을 이끄는 효과적인 방안으로 작용할 수 있다.

6) Brookline Interactive Group (BIG)

(1) 기관 답사

Brookline Interactive Group(이하 'BIG'으로 표기) 기관 답사는 특수 프로젝트 책임자(Director of Special Projects)인 Stephen Walter의 안내로 이루어졌다. 그가 안내한 첫 공간은 BIG가 운영하는 두 개의 스튜디오 중 하나인 액세스 스튜디오로 지역 주민들은 대여 신청을 통해 그곳에서 프로그램을 진행할 수 있다.

사진45 액세스 스튜디오(1)

사진46 액세스 스튜디오(2)

이때 프로그램은 다양한 방식으로 제작할 수 있는데 직접 방문하는 방법 외에도 줌(zoom)이나 원격 그리고 때때로 그린스크린을 활용하기도 한다. Walter에 따르면 많은 프로그램에서 사용하는 장비 중 하나가 PTZ 카메라로 원격으로 조종할 수 있어 해당 스튜디오뿐만 아니라 다른 스튜디오에도 설치해 두었고, 마을 곳곳에도 설치되어 활용하고 있다.

사진47 PTZ 카메라

사진48 스튜디오 세트장

스튜디오 공간 한편에는 그들이 장비를 제어하는 공간이 마련되어 있었는데 Walter는 그 공간이 음향 엔지니어링을 담당하는 공간으로 내레이션이나 더빙을 녹음할 수 있다고 말했다. 그는 연령대를 불문하고 많은 이용자가 팟캐스트를 제작하고 싶어 하기에 주로 1인이 사용하는 해당 공간 외에도 팟캐스트 전용 공간이 센터 내 마련되어 있다고 덧붙였다.

사진49 음향 엔지니어링 공간

사진50 음향 녹음 기기

스튜디오에서 벗어나 이동한 곳은 모든 카메라를 제어할 수 있는 컨트롤룸 이었다. BIG 구성원들은 그곳의 장비들을 통해 카메라들을 제어하고, 마을 곳곳에 설치된 카메라들도 컨트롤룸에 마련된 시스템을 통해 원격으로 조정할 수 있다. Walter는 점차 원격 제어 기능을 확대할 계획임을 밝히며 이를 두고 모든 시스템을 인터넷으로 연결하여 통합하는 방식이라고 설명했다. 카메라 제어실에 설치된 화면에서는 방송이 송출되고 있었는데 BIG는 현재 두 개의 TV 채널 - 커뮤니티 채널과 정부 채널 - 을 운영하며, 각각 RCN과 Comcast라는 서비스 제공업체를 통해 방송된다.

사진51 컨트롤룸

사진52 컨트롤룸 장비

다음으로 그가 안내한 곳은 대여용 카메라를 모아놓는 공간이었다. 그는 BIG가 항상 장비를 업그레이드하는 과정에 있다고 말하며 계속해서 새로운 장비로 교체하는 중이라고 덧붙였다. 그들은 JVC 캠코더, 소니 캠코더 스타일의 장비도 보유하고 있으며, 회원들은 카메라 외에도 사운드 장비, 삼각대, 컴퓨터 등을 대여할 수 있다. 그에 따르면 한때 BIG는 가상현실(VR) 실험실도 운영하여 관련 장비가 많았지만, 지금은 거의 정리한 상황이라고 한다.

사진53 촬영 장비 보관실

사진54 VR 기기

이어서 Walter는 몇몇 방들을 보여줬는데 그곳들은 각각 팟캐스트 녹음실(PCAST Room)과 회의 공간으로 사용되고 있었다. 팟캐스트 녹음실의 경우 본래는 다른 용도로 사용되었으나 팟캐스트를 제작하고자 하는 회원들의 요구를 반영하여 새롭게 조성 중이고, 회의 공간으로 사용되는 다른 방에서는 'Focusrite'라는 오디오 인터페이스를 활용해 녹음을 진행하고 있다. 그는 그 공간에 놓인 장비가 컴퓨터와 연결되어 팟캐스트 녹음에 유용하게 쓰이고 있다고 말했다.

사진55 팟캐스트 녹음실

사진56 회의 공간

다음으로 그가 데려간 곳은 또 다른 장비들이 모여있는 공간이었다. 먼저, 서버룸의 경우 케이블 채널의 신호가 송출되며, 마을의 인터넷과 연결되는 핵심적인 허브 역할을 하고 있다. 다음으로 프로덕션 오피스라고 부르는 또 다른 방에는 BIG가 제작하는 고품질 영상 콘텐츠를 위한 장비들이 보관되어 있는데 그는 특히, Blackmagic Cinema 카메라를 언급하며 Blackmagic 덕분에 고가의 장비들이 보다 합리적인 가격으로 제공되면서 다양한 콘텐츠를 제작할 수 있게 되었다고 강조했다. 더불어 그들은 기본적인 방송용 카메라와 드론도 보유하고 있다.

사진57 서버룸

사진58 방송 장비 보관실

한편 BIG에는 영상 편집을 하는 공간도 마련되어 있는데 그들은 최근 스마트폰 촬영 교육을 강화하고자 한다. 또 다른 교육 공간으로서 Walter는 고등학교 학생들의 수업이 이루어지는 곳을 보여주었다. 이는 BIG가 현재 고등학교 캠퍼스 내 위치한다는 특수성에서 기인하는 것이기도 한데 실제로 수업을 진행하는 Anne Mary 선생님을 만날 수 있었다. 참고로 해당 공간의 용도는 Mac Mini로 구성된 편집 워크스테이션이었다.

사진59 편집실

사진60 편집 워크스테이션

학생들의 교육은 배우는 것에서 그치지 않는다. 그는 교육 스튜디오를 보여주면서 학생들이 실제로 해당 공간에서 방송을 제작한다고 말했다. 그 옆에 위치한 또 다른 공간은 실제 촬영이 이루어지는 곳이었는데 그는 그곳을 메인 스튜디오의 교육용 버전이라고 언급했다.

사진61 교육 스튜디오

사진62 메인 스튜디오의 교육용 버전

이동하다 보니 나온 곳은 BIG의 문을 열자마자 보이는 공간이었다. ‘Bullpen’이라고 불리는 해당 공간은 학생이나 직원들이 자유롭게 머물며 작업할 수 있는 곳으로 편하게 시간을 보내며 아이디어를 공유하는 활기찬 공간이라고 설명했다.

사진63 Bullpen(1)

사진64 Bullpen(2)

인터뷰가 진행되는 회의실로 이동하기 전 마지막 투어 공간은 상영관과 또 하나의 장비실이었다. 그곳은 과거에 대여 공간으로 많이 활용되었지만, 현재는 주로 행사나 특별한 시사회를 용도로 사용되고 있다. 덧붙여 학생들의 프로젝트 발표회를 열어 학생들이 극장에서 자신들의

작품을 상영할 수 있는 특별한 경험을 선사하는 공간이기도 했다. 또 하나의 장비실의 경우 인프라 관련 장비들이 보관된 공간으로, 그곳에 보관된 휴대용 프로젝터, 이동형 그린 스크린 등의 장비는 다양한 행사에서 활용되고 있다.

사진65 상영실

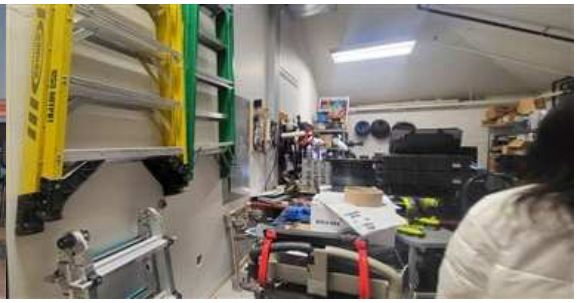


사진66 인프라 관련 장비실

기관 답사가 마무리된 이후 인터뷰는 회의실에서 진행되었다. 회의실은 직원 회의 시에 주로 사용되는 공간이지만, 센터를 이용하는 시민들도 편하게 활용할 수 있는 공간인 것으로 보인다.

(2) 기관 인터뷰

BIG와의 인터뷰는 총 4명의 BIG 관계자 - 상임이사(Executive Director)인 Jessica Smyser, 특수 프로젝트 책임자(Director of Special Projects)인 Stephen Walter, 대외 협력 및 교육 담당 매니저(Outreach&Education Manager)인 Alexia (Lex) Lalande, 청소년 개발 매니저(Youth Development Manager)인 Wes Kalpan - 가 함께했다.

인터뷰는 BIG의 주요 청소년 교육 프로그램 관련 질문에 대한 Kalpan의 답변으로 시작되었다. 청소년에게 특화된 교육 프로그램을 다양하게 운영 중인 BIG는 학생들을 세 연령 그룹 - '5~10세', '10~13세', '14~18세' - 으로 나누어 각각의 연령대에 적합한 프로그램을 제공한다. 그는 그중에서도 '14~18세' 그룹 담당자로 해당 연령대 학생들은 진로 개발 및 인턴십 프로그램을 통해 영화 제작 및 스튜디오 내 방송 TV 제작 훈련을 받거나, '10~13세' 그룹 학생들을 위한 교육 프로그램을 지원하기도 한다. 덧붙여 그는 어린 학생들에게는 어린 시절부터 디지털 미디어 프로그램을 제공하여 전문 개발 프로그램에 참여할 수 있도록 성장을 돕는 것이 목표라고 말했다. 그는 학생들이 제작한 BIG의 한 프로젝트를 소개했는데 해당 프로젝트는 학생들이 직접 계획을 세우고 인터뷰 질문을 작성한 뒤 지역 비즈니스를 대상으로 인터뷰를 촬영하는 비디오 프로젝트였다. 해당 프로젝트는 미디어가 아이들과 지역 사회를 연결하고, 지역 비즈니스 간의 관계를 강화하는 데 어떻게 기여할 수 있는지 보여주는 대표적 사례로 BIG가 청소년 미디어 교육을 통해 달성하고자 하는 바를 말해준다.

Smyser는 이외에도 BIG에서 운영하는 다양한 프로그램들을 더 많은 지역 주민들에게 알리기 위해 지역 내 타 기관과 협력하고 있음을 언급했다. 특히 브루클라인 지역의 비영리 교육단체인 BACE(Brookline Adult & Community Education)와의 협력은 그들의 온라인 홍보 카탈로그에 BIG의 일부 수업을 등록함으로써 BIG를 잘 알지 못하는 지역 주민들에게도 다가가고자 하는 시도라고 볼 수 있다. 또한, 그들은 지역 노인 센터와도 협력하여 미디어를 통한 세대 간 교류를 촉진하기 위해 노력 중임을 밝혔다. 즉, 특정 연령대에 특화된 교육 프로그램

을 운영하는 한편 청소년과 성인이 함께 학습할 수 있는 수업, 젊은이들과 노인들이 함께 작업할 수 있는 프로그램을 마련하여 세대 융합형 미디어 교육을 발전시켜 나가고 있는 것이다.

교육 프로그램 외에도 BIG는 미디어 진출을 꿈꾸는 대학생들과 고등학생들에게 인턴십이나 자원봉사 프로그램을 제공하고 있다. Lalande는 현재 BIG의 인턴은 '커뮤니티 미디어 인턴'으로 통합 선발되며 촬영, 편집, 마케팅 캠페인 지원 및 대규모 프로젝트 참여 등 센터 내 작업 전반에 걸쳐 참여할 수 있도록 운영되고 있음을 설명했다.

이처럼 다양한 활동을 지역 사회에서 전개해 나가고 있는 BIG의 사명은 "활기차고 투명한 민주주의를 보장하는 공간 제공"으로 이때, 미디어를 통한 민주주의 실현에 있어 교육 프로그램 외 콘텐츠 제작과 유통은 중요한 부분을 차지하는 영역이다. 따라서 BIG의 콘텐츠 유통 방식에 대한 질문에 Smyser는 우선 그들이 활용하는 미디어 플랫폼을 소개했다. 현재 BIG는 세 개의 케이블 채널, 유튜브, 기타 스트리밍 플랫폼을 통해 콘텐츠들을 유통하고 있는데 여기서 중요한 지점은 단순히 콘텐츠를 '유통'한다는 사실 자체보다 '무슨' 콘텐츠들을 '왜' 지속해서 유통해나가고자 하는가에 있었다. BIG는 지역 정부 회의뿐만 아니라 지역 사회 구성원들이 직접 목소리를 내고 사회적 문제를 알리는 콘텐츠들을 방송한다. 해당 콘텐츠들의 유통이 갖는 함의는 전자의 경우 지역 주민들이 정책 결정 과정에 쉽게 접근할 수 있도록 하는 것이고 후자의 경우 지역 주민들이 수용자에 그치지 않고 생산자로서 동시에 지역 사회 주체로서 지역에 내재한 문제들과 관련한 콘텐츠를 제작하고 공유할 수 있도록 지원함으로써 미디어를 통한 '권한 강화'를 시도하는 것이다.

또 다른 측면에서 유통에 유튜브와 같은 SNS 플랫폼을 활용하는 것은 상업적 요소가 강화된 미디어 환경에서 지역 콘텐츠의 가시성을 확보하는 문제와도 연결된다. 해당 문제에 대해 Walter는 유튜브와 같은 플랫폼으로 인해 지역 콘텐츠가 직면한 이중적 상황을 강조했다. 누구나 자신의 콘텐츠를 게시할 수 있는 미디어 플랫폼의 등장으로 지역 콘텐츠의 접근성은 높아졌지만, 한편으로 그 내부의 알고리즘과 수익화 모델로 인해 광고를 비롯한 상업성의 문제가 생겨난 것이다. 이에 따라 BIG는 Civic Brookline 프로젝트를 통해 재생목록 구성, 흩어져 있는 시민 관련 콘텐츠들을 하나의 모음집으로 정리하는 작업 등 지역 콘텐츠가 변화한 미디어 환경에서 살아남을 수 있는 시도들을 하고 있다. Walter는 그 외에도 뉴스레터. 지역 네트워킹 등을 지역 콘텐츠와 시민을 연결할 수 있는 방안으로 언급했다. 실제로 BIG는 지역 네트워킹 측면에서 앞서 언급했던 비영리 교육 단체 BACE 외에도 브루클라인의 유일한 고등학교인 Brookline High School. 공공 주택에 거주하는 저소득층 학생들을 지원하는 단체인 Steps to Success 등 다른 지역 조직들과 성공적인 협력 관계를 형성하고 있었다. 이에 대해 Lalande는 조직과의 협력이 지역 공동체의 큰 부분과 연결될 수 있도록 돕는다고 언급했다.

나아가 BIG는 센터를 방문하는 시민들 간, 그리고 시민과 지역 공동체 간에도 네트워킹을 촉진할 수 있도록 노력하고 있다. Smyser는 BIG 내 멤버십 운영 시스템을 변화하는 방식으로 방안을 모색하고 있다고 밝혔다. 최근까지 BIG의 멤버십은 사람들이 요금을 지불하면 장비나 수업에 접근할 수 있는 거래형 모델이었다. 그러나 BIG은 이를 커뮤니티 중심의 모델로 전환하고자 한다. 새로운 모델에서는 회원들이 장비, 공간, 수업에 무료로 접근할 수 있지만, 그 대가로 커뮤니티에 적극적으로 참여할 것을 권장 받는다. Smyser에 따르면 변화된 모델의 도입으로 6개월 동안 회원 가입이 두 배 증가할 정도로 긍정적인 반응을 얻었다고 한다. 그는 오늘날 사람들이 디지털 시대의 고립감을 극복하고, 서로 연결되며, 무언가를 만들어내는 데 큰 관심을 보인다고 말하며, 그러한 요구에 BIG는 사람들이 협력하고 의미 있는 관계를 형성할 수 있는 환경을 조성함으로써, 더 결속력 있고 참여가 활발한 지역 공동체를 구축해나가고

자 함을 강조했다.

그리고 이는 BIG의 운영 철학과 깊게 관련된 부분이다. Walter는 BIG의 운영 철학이 '의사결정권', '창의성', '커뮤니티 연결성'에 대한 근본적인 접근성을 제공하는 데 중점을 두고 있다고 답했다. 즉, 권력 접근을 넘어 커뮤니티 내 다양한 그룹 간의 장벽을 허물고, 개인과 단체가 미디어 제작 과정에서 협력하며 연결될 수 있는 공간을 제공하고, 사람들이 모여 새로운 것을 창조할 수 있도록 장려하는 역할을 해나가고자 하는 것이다. 그는 앞서 서술한 BIG의 핵심 가치를 실현하기 위해 물리적 공간 역시 누구나 편하게 방문하고 쉽게 접근할 수 있도록 설계되었음을 언급했다. 궁극적으로 그들의 사명은 창의성, 협력, 연결을 촉진하여 개인이 자신의 목소리를 공유하고 활기차고 참여적인 커뮤니티를 구축할 수 있도록 하는 것이다.

해당 질문을 확장하여 미국 미디어센터의 핵심 가치를 묻자 Smyser는 '표현의 자유'를 언급했다. 미국의 커뮤니티 미디어 운동은 1980년대 케이블 TV의 등장과 함께 시작되었다. 당시 정부 규정에 따라 케이블 회사는 공공 인프라 사용에 대한 보상으로 커뮤니티 미디어 센터에 자금을 지원해야 했다. 이때 미디어센터들은 표현의 자유라는 원칙에 기반하여 개인이 자유롭게 콘텐츠를 제작하고 공유할 수 있는 플랫폼을 제공하기 위해 설립되었다. 시간이 지나면서 커뮤니티 미디어 센터는 각 커뮤니티의 필요와 가치를 반영하며 독특한 정체성을 발전시켜 현재에 이르렀다.

이는 근본적으로 미국 미디어센터가 출현한 역사적·사회적 맥락에 대한 것이지만, 한편으로는 미디어센터의 재원 문제와 직결되는 이야기이기도 하다. Smyser는 미국 미디어센터의 설립이 케이블 방송과 깊이 연관된 만큼 케이블TV에서 스트리밍 플랫폼으로의 전환은 미디어센터가 새로운 자금 조달 방식을 고민하게 만드는 계기가 되었다고 말한다. 과거에는 자금의 80~90%가 케이블 가입료에서 나왔지만, 현재는 보조금과 개인 기부에서 대부분의 자금을 확보하고 있다. 주목할 지점은 이와 같은 자금 조달 방식의 변화가 개별 미디어센터가 추구하는 정체성과 방향성에도 영향을 미치고 있다는 점이다. 과거에는 케이블 방송이 미디어센터 활동의 큰 분모를 차지했지만, 이제는 자금 확보 측면에서 문제가 발생하면서 커뮤니티 교육, 기술 교육, 청소년 프로그램 등 필연적으로 역할의 다변화를 꾀해야 하는 시점이 찾아왔기 때문이다. 그러나 사회 변화 속에서도 공공 미디어 플랫폼으로서 미디어센터의 역할은 유효하기에 다변화의 중심에는 Smyser의 답변처럼 지역민들의 목소리를 반영하고 누구나 미디어에 접근할 수 있는 포괄적인 시스템으로서의 정체성이 유지되어야 할 것이다.

한편 운영 인력과 관련된 질문에 Lalande는 BIG에서 운영되는 미디어 교육 프로그램은 대부분 내부 직원에 의해 진행된다고 말했다. 그들은 각자가 가진 다양한 기술과 경험들을 교육에 활용한다. 방과 후 프로그램의 경우에는 인턴을 고용하기도 하는데 이때 인턴들에게는 자체적인 멘토링을 제공한다. 멘토링을 통해 인턴들은 직원들로부터 미디어 기술 교육을 받지만, 동시에 인턴 스스로 적합한 기술과 도구를 선택할 수 있는 자율성을 부여한다.

이와 같은 미디어센터들을 지휘할 수 있는 중앙 관리 기구의 필요 여부에 대한 질문에 Smyser는 중앙 관리 기구 설립 시 생길 수 있는 양면적인 상황을 고려해야 함을 언급했다. 중앙 시스템이 미디어센터들에 더 많은 자원을 배분할 수도 있지만, 오히려 커뮤니티 미디어의 핵심인 지역 중심성을 감소시킬 수도 있다는 것이다. 그는 오히려 중앙 지휘 구조가 없는 덕분에 개별 미디어센터들이 자신들만의 독특한 특징을 지닌 커뮤니티에 민첩하게 대응할 수 있음을 주장했다. 현재로서 미디어센터와 관련이 있는 조직으로서 FCC와 ACM이 존재하나 직접적인 통제를 하는 기관은 없는 것이다. 이어서 그렇다면 미국 미디어센터 간의 교류가 활발하게 일어나는지에 대한 질문에 Lalande는 보스턴 대도시권에서는 센터 간 자원을 공유하

거나 공동 보조금 신청과 같은 협력 기회를 모색하는 등의 교류가 어느 정도 이루어지고 있으나 아직 완전히 실현되지는 않은 상황으로 지속적인 노력이 필요하다고 답했다. 그리고 노력을 통해 교류를 더욱 확대하여 커뮤니티 미디어를 위한 강력한 네트워크와 공유 자원을 구축할 가능성이 있다고 덧붙였다. 즉, 커뮤니티 미디어 센터의 본질은 커뮤니티 미디어를 통해 시민들의 미디어 접근성을 높여 그들의 목소리를 보다 더욱 잘 반영할 수 있는 환경을 보장하는 것이다.

Walter에 따르면 현재 BIG는 '커뮤니티 리스닝 프로젝트'라는 사업을 통해 시민 참여를 촉진하고자 한다. 커뮤니티 리스닝 프로젝트는 주민들로부터 피드백을 수집하고, 주제를 종합하여 그 결과를 다시 시민들과 공유하는 프로젝트이다. 이 일련의 과정을 통해 지역 공동체의 목소리와 문제들이 전달되고 반영될 수 있다. BIG는 프로젝트를 통해 얻은 정보를 시민들에게 공개함으로써 브루클라인을 비롯한 지역 주민들이 그들의 공동체를 더욱 깊이 이해할 수 있게 하고, 이때 다양한 미디어 형식과 플랫폼을 활용함으로써 보다 많은 이들이 해당 프로젝트에 접근할 수 있도록 장려하고자 한다.

결국 '커뮤니티 리스닝 프로젝트'를 비롯하여 BIG가 제공하고 추진해나가는 사업들은 지역 공동체의 목소리를 확대하고 의미 있는 연결을 만들어내고자 하는 그들의 목표로 수렴되고 있음을 인터뷰를 통해 알 수 있었다. BIG와의 인터뷰는 청소년 프로그램 운영 방식과 지역 사회와 시민 간의 네트워크를 확대하는 방안과 관련된 측면에서 많은 시사점을 얻을 수 있었다. 그들은 청소년들에게 단계적인 교육을 제공함으로써 자연스레 진로 개발과의 연결고리를 만들고, 회원제 모델을 변화하는 방식으로 지역 주민들이 커뮤니티에 참여할 수 있도록 유도하고 있다. 이러한 시도들은 다른 미디어센터들에도 충분히 접목할 수 있는 좋은 사례가 될 것이라 생각한다.

7) Somerville Media Center

(1) 기관 답사

Somerville Media Center(이하 'SMC'로 표기)에 들어오면 볼 수 있는 가장 큰 라운지에서는 시민들이 모일 수 있는 장소이자 다양한 프로그램이 이루어지는 공간으로 활용되고 있다. Youth Media Program을 진행에서는 해당 공간에서 움직이는 모니터와 빔 프로젝터를 활용한다. 해당 라운지 바로 옆에는 큰 통창으로 안의 상황을 볼 수 있는 회의실이 있다. 이 회의실에서 Sean Effel과의 인터뷰를 진행하였다.

사진67 SMC 투어 현장

사진68 라운지 공간

SMC에 들어오면 장비 대여가 가능한 공간이 있다. SMC에 회원으로 등록하면, 커뮤니케이션 매니저(Communication Manager)인 Catrina나 프론트 데스크에 문의하여 카메라나 조명 등을 예약하고 대여할 수 있다. 모든 대여 과정은 이곳에서 이루어지며, 장비는 프론트 데스크 뒤에 위치한 'equipment closet'에 보관된다. 해당 공간에는 카메라 키트, 충전 스테이션, 각종 케이블 등이 구비되어 있다. 또한, 고장난 카메라 렌즈나 캡, 작은 부품 등은 3D 프린터기를 이용하여 수리하거나 교체할 수 있으며, 필요 시 장비를 개인의 요구에 맞게 커스터마이즈할 수도 있다.

사진69 장비 보관실

사진70 3D 프린터기

본격적으로 살펴본 첫 번째 공간은 제작 스튜디오로 단순한 제작 장소뿐 아니라 교육 공간으로도 활용된다. 예를 들어, 학생들이 라이브 쇼를 듣고 배우는 기회를 제공하고, 방송 제작에 관심 있는 사람들이 경험을 쌓을 수 있는 좋은 환경이다. 현재는 조명 및 음향 장비는 세팅되지 않았지만, 조명 콘솔과 사운드 보드가 배치될 예정이며, 최대 6명이 제작 과정에 참여할 수 있는 환경이다.

사진71 제작 스튜디오(1)

사진72 제작 스튜디오(2)

SMC는 얼마 전 공간을 옮겼기 때문에 메인 스튜디오는 아직 작업 중에 있다. 교체할 수 있는 그린, 블랙, 화이트 스크린이 있어서, 토크쇼나 이사회 회의와 같은 다양한 촬영과 어린이 영화 상영회나 시상식과 같은 다양한 행사를 열 수도 있다. 제작 스튜디오에 있는 투명창을 통해 메인 스튜디오를 볼 수 있는 구조로 되어 있어, 더욱 원활한 소통과 협력이 가능할 것으로 보인다.

사진73 메인 스튜디오(1)

사진74 메인 스튜디오(2)

전체 편집실은 이사 전 공간보다 훨씬 개선된 환경으로, Youth Media Program뿐 아니라 개인 작업도 가능하다.

사진75 편집실(1)

사진76 편집실(2)

팟캐스트 녹음과 소규모 영상 제작을 할 수 있는 장소도 마련되어 있다. 실제로 SMC를 방문하는 시민들이 이 공간을 이용하여 콘텐츠를 제작하기도 한다.

사진77 팟캐스트 공간(1)

사진78 팟캐스트 공간(2)

퍼블릭 액세스 방송 일정을 관리하고 현재 어떤 프로그램이 방송 중인지 실시간으로 확인할 수 있는 컴퓨터가 놓인 장소도 있다.

사진79 퍼블릭 액세스 방송 편성 시스템(1)

사진80 퍼블릭 액세스 방송 편성 시스템(2)

(2) 기관 인터뷰

SMC의 대표인 Sean Effel는 지역 사회와 친근하게 소통하기 위해 크게 격식을 차리지 않는다고 언급하며 인터뷰를 시작하였다. 경제적으로 여유있는 사람부터 빈곤을 겪거나 정신 건강 문제를 겪는 사람까지, 다양한 삶의 배경을 가진 사람들과 소통하기 때문에 의도적으로 격식을 차리지 않는 옷을 입어, 지역 사회와의 소통에 장벽이 생기지 않도록 노력한다. 이처럼 지역 사회와의 소통을 중요시하는 그는 교육 프로그램도 지역민들이 기관의 지원을 통해 성장하고 궁극적으로 미디어를 제작할 수 있는 능력을 갖추도록 돕는 과정 중 한 부분일 뿐이라고 언급하였다. SMC는 경제적 상황이 미디어 제작 능력에 큰 영향을 미친다는 것을 발견하였고, 경제력과 관계 없이 지역에 속한 많은 사람들의 필요를 충족시킬 수 있는 맞춤형 프로그램을 개발하고 있다. SMC 활동의 핵심은 지역 사회 내 서로 다른 그룹 사이에 다리를 놓아, 통합과 포용의 감각을 키우게 되는 것이라고 언급하였다.

SMC의 주요한 교육 프로그램인 'Youth Media Program'은 연령과 학생의 수준에 따라 상이한 콘텐츠를 제공한다. 어린이를 위한 프로그램은 기본적인 의사소통을 익히는 것에 초점을 맞춘다. 미디어 제작 활동을 통해 협력, 경청, 타인의 관점을 이해하는 능력을 기르며, 학기 말에는 자신만의 영상 프로젝트를 제작하는 단계로 나아가 기술적 능력뿐 아니라 건설적인 비판을 수용하는 회복력과 자신감 향상에 도움을 준다. 청소년을 위한 프로그램은 지역 사회 사업체와의 협업을 통한 의사소통 기술과 잠재적 진로 탐색 기회에 초점을 맞춘다. 예를 들어, 로봇공학 회사의 프로필 제작 활동으로 해당 분야에 대한 흥미를 느끼며 진로 탐색을 할 수 있다. 이처럼 'Youth Media Program'은 미디어를 매개로 청소년들이 더 넓은 학습과 성장을 할 수 있도록 지원한다.

사진81 Youth Media Program 현장 참관(1)

사진82 Youth Media Program 현장 참관(2)

SMC의 수익의 대부분은 케이블 회사와의 계약을 통해서 들어온다. 케이블 TV 제공 업체에 가입자가 납부하는 요금의 5%가 시로 전달되고, 시는 그 돈을 P, E, G – Public(공공), Education(교육), Government(정부) – 에 배분하고, SMC는 이 중 Public(공공)에 해당하여 수익의 약 4%를 배분받는다. 해당 자금으로 올해 예산의 87%를 충당하고 있으며, 나머지 13%는 1인당 연간 75$정도인 멤버십 비용과 예술 위원회, 터프츠 대학교, 개인 기부금과 같은 일부 지원금으로 구성된다. 하지만 그는 케이블 회사에서 들어오는 수익의 비율을 줄이고 나머지 자금의 비율을 높이는 것을 목표로 하고 있다. 점점 더 많은 사람들이 케이블 TV를 해지하고 스트리밍 서비스만 이용하기 때문에, 매년 해당 수익이 5%씩 감소할 것으로 예상되기 때문이다.

이처럼 케이블 서비스 이용자가 감소하고 소셜 미디어를 포함한 디지털 플랫폼이 미디어 환경을 장악하는 현 상황에서, 지역 사회 콘텐츠를 제공하는 SMC의 디지털 전략에 대해 질문하였다. 그는 소셜 미디어 사용자의 집중 시간이 점점 짧아지고 있기 때문에 복잡하고 큰 주제를 담고 있는 지역 사회 메시지를 전하는 데 어려움이 있고 원하는 만큼의 영향력을 행사하기 힘들 수 있다고 언급하였다. 하지만 때로는 소셜 미디어가 제공할 수 없는 가치를 만들어내기도 한다고 말하였다. 예를 들어, 주요 언론사가 없는 서머빌(somerville)에서는 지역 콘텐츠를 다룰 매체가 거의 없기 때문에, SMC에서는 매년 지역 선거 관련 콘텐츠를 제작하여 서머빌의 수 천명이 시청한다. 또한, 그는 퍼블릭 액세스 프로그램이 성공하기 위해서는 관객에 대한 고려가 필요하다고 강조하였다. 성공적인 제작을 위해서는 관객 조사, 콘텐츠 결정, 질문 준비 등의 신중한 접근 방식이 필요하고, 이는 제작된 콘텐츠가 단순히 창작자의 만족을 위해서가 아니라 지역 사회에 실질적 영향을 미치게 된다. 이와 같이 SMC는 주민들과 지역 문제를 연결하여 지역 사회 중심의 콘텐츠가 더 많은 관심을 받도록 보장하는 데 초점을 맞추고 있다.

그는 미디어센터와 퍼블릭 액세스 채널을 총괄하는 Command center가 필요하다고 설명하였다. SMC와 같은 작은 비영리 단체는 연방 법안을 바꾸거나 정부의 결정에 영향을 미칠 방법이 없기 때문에 이와 같은 일을 전담하는 기관이 필요하다. 현재 미국에서는 ACM(Alliance for Community Media)이 이와 가장 유사한 역할을 하고 있다고 제시하였다. ACM은 커뮤니티 미디어의 권익을 대변하는 단체로, 매년 회원비를 내면 크게 다음의 3가지 혜택을 받을 수 있다. 첫째, 매년 한 번 열리는 컨퍼런스에 참여하여, 그곳에서 만난 전문가들과 아이디어를 공유하고 네트워킹할 수 있다. 둘째, ACM과 정부가 워싱턴 D.C.에서 만나, 커뮤니티 미디어의 가치를 정치인들에게 설득한다. 이는 지역 단체로서는 어려운 일이기 때문에 매우 중요한 역할이다. 셋째, ACM의 웹사이트를 통해 구인 공고를 공유할 수 있다.

그는 미디어센터 간의 네트워킹에 있어서, 컨퍼런스를 통해 다양한 기술을 공유하는 것이 중요하다고 강조하였다. 미디어센터마다 특정 분야의 전문가가 있기 때문에, 컨퍼런스는 전국 각지에서 모인 사람들에게 중요한 배움의 기회를 제공한다. 예를 들어, 한 센터는 오하이오에서 소송을 진행한 일이 있었고, 그 경험을 통해 배운 것을 다음 해의 컨퍼런스에서 소송을 처리하는 방법에 대한 워크숍을 진행하였다.

그는 시민들의 미디어센터 참여도를 높이기 위한 방안으로, 커뮤니티 미디어 그룹의 활동과 중요한 이벤트들을 더 많은 시민들이 볼 수 있도록 해야 한다고 조언하였다. 시민들이 미디어센터가 좋은 일을 한다는 것을 보게 되면 그 일에 참여하고 싶다고 느끼게 되기 때문이다. SMC의 경우, 커뮤니케이션 매니저가 매일 조직에서 일어나는 특별한 일들을 살펴보고 그 내용을 대중과 공유하여, SMC와 외부와의 연결을 공고히 하고 있다. 공적인 회의를 통해 많은 사람들에게 SMC의 성공 사례를 공유하고, 소셜 미디어와 뉴스레터를 통해 조직의 일을 대중

에게 알리고 있다. 또한 SMC의 프로그램에 참여한 학생들이 가족에게 돌아가 경험을 공유하여 다른 가족들에게도 해당 경험이 공유되고, 더 많은 사람들의 참여가 이루어지게 된다.

이처럼 본 인터뷰를 통해 청소년 미디어 교육 프로그램, 미국 커뮤니티 미디어 센터의 재원 상황, 미디어센터 간 네트워크에서 집중해야 할 지점 등에 대해 상세히 이해할 수 있었다. 교육을 운영할 때, 미디어 자체가 교육의 목적이 되는 것이 아니라 미디어를 활용해서 협업과 의사소통 능력, 진로 탐색 등을 할 수 있도록 초점을 옮겨야 한다는 것을 파악하였다. 또한 변화하는 미디어 환경에서 커뮤니티 미디어는 지역민들의 필요와 관심에 더욱 집중하여 소셜 미디어가 할 수 없는 콘텐츠에 집중해야 함을 살필 수 있었다. 이런 환경 속에서 미디어센터 재원 구조의 변화와 Command Center의 필요성도 이해할 수 있는 유익한 시간이었다.

(3) 기타 인터뷰(시민 인터뷰)

SMC에서 'My Time'이라는 라디오 쇼를 진행하고 있는 프로듀서 Malik Um을 만나 이야기를 나눌 수 있었다. 'My Time'은 두 명의 공동 진행자와 함께 진행하며, 음악에 대한 오픈 포맷을 중심으로 Dancehall, EDM을 비롯한 다양한 장르의 음악을 플레이하지만 모든 청취자가 함께 즐길 수 있는 라디오 쇼를 만드는 것을 주된 목표로 삼고 있다.

그가 SMC를 방문하게 된 가장 큰 이유는 음악에 대한 호기심 때문이었다. 그는 라디오 진행자인 아버지 덕분에 어릴 때부터 라디오와 가까운 환경에서 제작 및 엔지니어링 등에 대해 익혀왔다. 약 5년 동안 DJ 활동을 쉰 후, 음악 산업의 시스템이 얼마나 변화하였고 어떤 방식으로 운영되고 있는지 알고 싶어서 기관을 찾았다. 다양한 기관 중 SMC는 서머빌 지역에서 팟캐스트뿐 아니라 영상 촬영, 예술, 3D 프린팅 등 다양한 미디어 관련 기회를 제공하는 몇 안 되는 기관 중 하나이기 때문에, 다른 기관에 비해 더 넓은 배움의 기회를 얻을 수 있다고 판단하여 해당 기관을 선택하게 되었다.

그는 SMC에서의 경험을 통해 시야를 넓히고 처음 가진 궁금증을 충분히 해소할 수 있었어서 방문을 잘했다고 생각한다. 예를 들어, 새로운 방송 시스템을 접할 수 있었으며, 보이스 녹음 후 영상 콘텐츠용으로 짧게 편집하여 활용할 수 있다는 점을 처음 알게 되었다고 한다. 그는 해당 기관에서 라디오 쇼 진행뿐 아니라 청소년 대상의 아웃리치 활동에 적극적으로 활동하였다. SMC는 축제, 컨퍼런스, 지역 사회 행사 등이 열릴 때마다 청소년들과 소통할 수 있는 기회를 제공하는데, 그는 청소년들에게 다가가 그들의 관심사를 파악하여 SMC가 그들의 흥미를 발전시킬 수 있는 환경을 제공한다는 점을 알리는 활동을 하였다.

그는 SMC에서 프로그램을 진행하며 더 넓고 다양한 청중들에게 다가갈 수 있게 된 점이 그에게 큰 영향을 주었다고 강조하였다. 전에는 주로 대학생들이 청취층이었지만, 틱톡에서 인기 있는 음악을 플레이하기 시작하면서 청소년과 8세 정도의 어린이들도 그의 프로그램을 청취하고 있다. 이를 통해 청취자들의 음악적 취향을 더 잘 이해하고 가족 같은 분위기의 프로그램을 제작하게 되었다. 또한 청소년들이 추천해 준 다양한 나라의 새로운 음악을 접하게 되며 각국의 문화를 배우는 값진 경험을 하였다고 설명하였다.

그는 SMC는 서머빌 지역에 성공적으로 자리 잡았다고 생각한다. 항상 지역 행사와 연계하여 활동하며, 지역 주민들에게 '우리가 여기 있다'는 것을 적극적으로 알리고 있다고 말하였다. 예를 들어, 서머빌에서 매년 열리는 'Fluff Festival'이라는 행사에서 라이브 방송을 진행하며 역사적 정보를 제공한다. 또한 할로윈 시즌에는 음악의 역사에 대한 교육을 진행한다. 'Monster Mash'라는 노래는 많은 사람들이 알고 있는 오래된 곡이지만, 서머빌 출신의 아티

스트가 만든 곡이라는 사실은 많은 사람이 모른다. 이런 정보를 지역 사회와 공유하면서, 단순한 미디어센터가 아니라 교육적인 역할까지 수행하는 것이다. 이처럼 SMC는 단순한 미디어 공간을 넘어, 지역 주민들에게 중요한 문화적 가치를 제공하는 곳이기 때문에 앞으로도 계속해서 성장하길 바란다고 이야기하였다.

8) Cambridge Community Television (CCTV)

(1) 기관 답사

주로 고객의 영상과 장비 대여를 관리하고 있는 프로덕션 서비스 매니저(Producation Services Manager)로 근무 중인 Will Matovu를 통해 시설을 투어하였다. Cambridge Community Television(이하 'CCTV'로 표기)은 'pay what you can'이라는 멤버십 정책을 운영하고 있다. 0원이든, 10억 달러이든, 지불할 수 있는 만큼의 돈을 내면 멤버가 되어 CCTV의 모든 공간을 이용할 수 있다. 주로 스튜디오 공간, 편집실, 장비 대여 서비스를 운영하고 있으며, 케임브리지를 떠나더라도 멤버라면 원격 강의는 계속하여 들을 수 있다.

입구에서부터 볼 수 있는 3개의 TV에서는 현재 운영 중인 케이블 채널이 방송되고 있다. 교육 채널과 일반 채널을 운영하며, 멤버들이 제작한 콘텐츠와 센터 자체에서 제작한 영상도 방송된다. 주요 후원자는 케이블 네트워크인 Comcast와 Verizon 이며, 이들을 통해 세 개의 지역 채널을 운영한다.

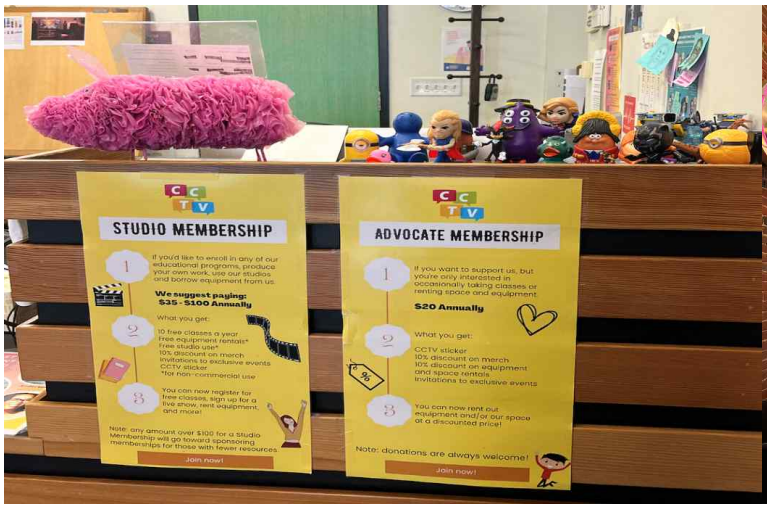


사진83 CCTV 멤버십 포스터

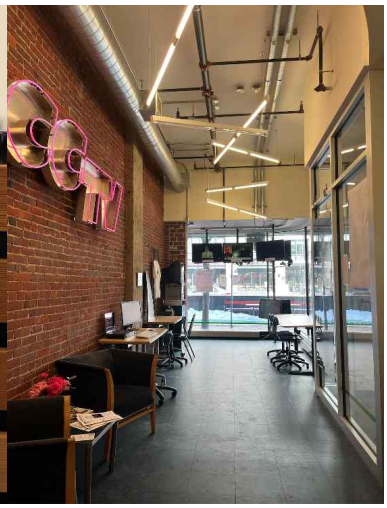


사진84 로비 공간

첫 번째 메인 스튜디오는 'Red Studio'이다. 라이브 쇼, 인터뷰 촬영, 크로마키 배경을 활용한 다양한 영상 촬영이 이루어진다. 녹화와 실시간 방송이 모두 가능하며, 촬영된 영상은 앞서 살펴본 세 개의 지역 채널 중 하나를 통해 송출된다. 두 대의 카메라와 위쪽의 고정된 카메라가 있으며, 컴퓨터를 통해 모든 카메라 제어가 가능하다.

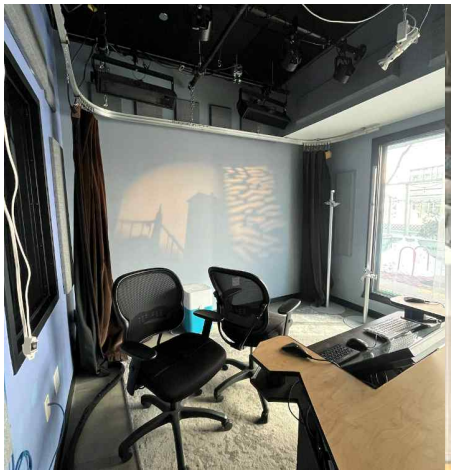


사진85 Red Studio

사진86 카메라 및 조명

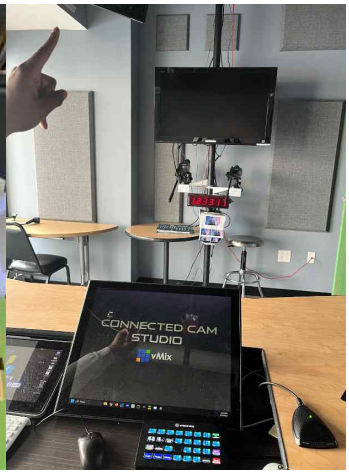


사진87 컴퓨터 시스템

다음은 테이블 캐스트 룸으로, 지역 케이블 운영과 관련된 기술적 역할을 하는 공간이다. 녹화가 진행될 때 프로듀서가 이곳에서 방송을 모니터링하고 카메라를 조정할 수도 있으며, 투어 당시 CCTV가 운영하는 3개의 라이브 채널이 송출되고 있었다.

사진88 테이블 캐스트룸

다음은 'Green Studio'로 주로 오디오 녹음 및 라이브 스트리밍이 이루어지는 공간이다. 팟 캐스트 녹음, 인터뷰, 라이브 방송을 진행할 수 있다. 그린 스크린을 활용하여 원하는 이미지로 배경을 교체할 수도 있다. 각 스튜디오에는 사용법을 설명하는 3~5분 분량의 기본 영상이 제공되어, 멤버들은 스탭의 도움 없이도 쉽게 장비 이용이 가능하다.

사진89 Green Studio(1)

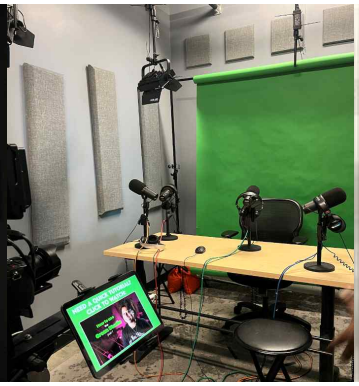


사진90 Green Studio(2)

사진91 Green Studio(3)

다음은 장비 대여 서비스를 위한 장비 보관 공간이다. 영화 제작과 촬영, 음악 제작과 같은 창작 활동에 필요한 다양한 장비를 보유하고 있다. 4K 촬영과 시네마틱 모드가 가능한 카메라를 포함한 6~9종의 카메라와 JVC 캠코더, GoPro, VR 장비, 조명 키트 등이 있다. 멤버십 가입자라면 무료로 대여 가능하다.

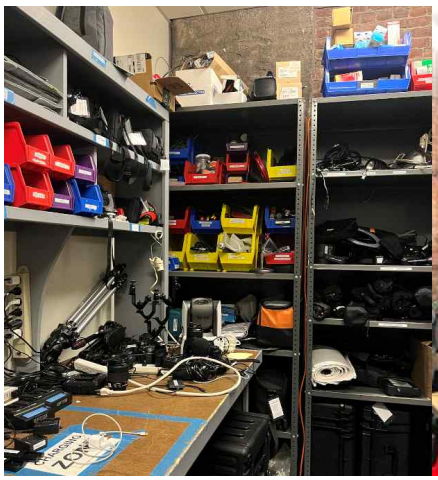


사진92 장비 보관실(1)

사진93 장비 보관실(2)

사진94 장비 보관실(3)

다음은 편집실이다. CCTV는 여러 개의 편집실을 갖추고 있으며, Adobe Premiere, Final Cut Pro, DaVinci Resolve, Avid 등 다양한 편집 소프트웨어를 사용할 수 있다. 음악 제작을 위한 소프트웨어도 갖춰져 있으며, 피아노까지 구비된 개별 편집실도 운영 중이다. 편집실은 공동 작업 공간으로 활용될 수 있도록 업그레이드 중이며, 편집 경험이 부족한 멤버들도 쉽게 이용할 수 있도록 다양한 지원을 제공한다.

사진95 편집실1 사진96 편집실2 사진97 편집 화면

다음은 다목적 스튜디오이다. 대형의 다목적 공간으로, 라이브 공연, 영화 상영, 회의, 다양한 촬영 등이 이루어진다. 지역 단체들이 이 공간을 대여하여 단편 영화를 촬영하기도 한다. 벽에는 초록색과 검은색 커튼이 설치되어 있어, 그린 스크린 스튜디오로 전환이 가능하다. 스튜디오 브로드캐스트 카메라라고 부르는 전문 카메라를 사용하고 있으며, 조명 컨트롤 보드로 조명을 설정할 수 있다.

사진98 다목적 스튜디오(1) 사진99 다목적 스튜디오(2) 사진100 조명 장치 사진101 카메라 장비

2층에는 공동 작업 공간이자 청소년 미디어 프로그램이 운영되는 공간이 있다. 조용한 작업 공간이 필요할 때 개인 작업실이나 편집실로 대여할 수 있다. 이곳에 있는 컴퓨터들도 지하의 편집실과 동일한 소프트웨어가 설치되어 있어, 멤버들이 자유롭게 영상 및 오디오 편집을 할 수 있다. 또한, 휴식 공간과 부엌 시설도 마련되어 있어 자유롭게 이용할 수 있다.

사진102 다목적 공간1

사진103 다목적 공간2

(2) 기관 인터뷰

본 인터뷰는 지역사회 관계 부책임자(Associate Director of Community Relations)로서 CCTV에서 근무 중인 Maritza Grooms와 진행하였다. 그는 현재 CCTV의 주요 목표로 인지도를 높이고 회원 수를 늘리는 것과 청소년들이 커뮤니티에 목소리를 낼 수 있도록 지원하는 것이라고 말하였다. 전자를 위해서는 디지털 격차를 해소하는 것을 목표로 하는 'Digital Equity program'과 케임브리지의 다른 커뮤니티 파트너들과 협력하는 'Digital Navigatior program'을 운영하고 있으며, 후자를 위해서는 연중 'Youth Media Program'과 이민자 및 난민 청소년을 지원하는 'ENROOT' 프로그램을 운영 중이다. 청소년들이 미디어 교육을 통해 자신의 목소리를 키우고 미디어 분야에서 커리어를 쌓을 수 있는 경로를 마련하는 것을 핵심 목표로 삼고 있다. 본 인터뷰를 통해서는 이와 같은 상세한 운영 프로그램뿐 아니라 제작과 유통의 연계를 위한 노력, 네트워킹의 의의, 자금 조달 상황, 미국의 역사 및 Command Center의 필요성, 시민 참여를 독려할 수 있는 방안 등에 대해 상세히 탐구할 수 있었다.

CCTV는 오프라인 교육과 온라인 교육을 모두 운영하고 있다. 오프라인 교육은 '스튜디오 제작 기초', '스튜디오 실습', '야외 촬영'과 같이 장비를 직접 다루는 실습 중심의 교육을 진행한다. 온라인 교육은 줌을 활용하여 진행되며 오프라인보다 더 넓은 폭의 교육을 제공하고 있다. '소규모 비즈니스 소셜 미디어 전략', '커뮤니티 저널리즘', '인공지능 활용법 및 위험성' 등이 그 예시이다. 온라인 교육은 팬데믹을 계기로 시작되었지만 더 많은 시민들에게 미디어 교육의 기회를 제공하기 위해 여전히 필요하다고 설명하였다. 원격 환경에서도 적극적인 참여를 유도하기 위해서 채팅 기능을 적극 활용하거나 참가자들이 서로 피드백을 주도하는 것과 같이, 참여 유도를 위한 강사의 역량이 중요하다. 청소년 및 노년층이 각기 다른 방식으로 가짜 뉴스에 노출될 가능성이 높다는 점을 고려하여 맞춤형 미디어 리터러시 교육을 제공하며, 이를 위해 '커뮤니티 저널리즘' 교육과 외부 전문가의 세미나와 강의 등을 활용하고 있다.

시민들의 목소리가 지역 사회에 작동하기 위해서는 시민들이 제작한 미디어가 실제로 유통될 수 있도록 형성된 프로세스가 중요하다. CCTV는 별도의 제작 부서에서 '커뮤니티 제작 부문 부국장(Associate Director of Community Production)'이 커뮤니티 멤버들과 일하며 효율적인 프로세스를 위해 노력하고 있다. 먼저 멤버가 장비를 예약하거나 스튜디오를 이용할 때 '제작 계약서(Production Contract)'를 작성한다. 이후 콘텐츠 제작자가 몇 주가 지나도 별다른 진행 상황을 공유하지 않는다면 직접 연락하여 진행 상황을 확인하고, 필요한 지원이 있는지 살펴본다. 영상 제작은 많은 시간과 노력이 필요한 작업이기 때문에, 필요하다면 워크

숍, 프로그램 등과 같은 지원을 제공하며 멤버들과 소통한다. 작업이 완료되면 프로그램 부서로 제출되어 채널에 방영된다. 그는 현재 제작과 유통 사이의 연결고리가 충분히 강하지 않다고 생각하여 새로운 프로그래밍 매니저를 채용하고 있다고 언급하였다. 이를 통해 내년에는 제작자가 제작 계약서를 작성하고, 콘텐츠를 완성한 후, 배급 계약서를 통해 프로그래밍 매니저에게 제출하는 일련의 과정이 더욱 명확하게 자리 잡을 것으로 기대한다고 전하였다.

CCTV는 'Enroot'과 'Mayor's Summer Youth Employment Program'과 같은 지역 파트너들과 협력 관계를 맺어 다양한 배경의 청소년들에게 프로그램을 제공한다. 이는 젊은이들이 지역 사회에 참여하고 있다는 것과 그들의 목소리가 지역 사회에서 중요하게 여겨진다는 것을 느끼도록 하여, 그들이 지역 정치에 참여할 가능성을 높여준다. 실제로 케임브리지에는 첫 번째 파키스탄계 여성 시장과 공개적으로 퀴어인 시장이 있었던 사례는 해당 프로그램이 의의를 보여준다. 또한, 청소년들이 학교위원회 위원과 인터뷰한 경험은 학교위원회가 하는 일과 그 일이 왜 중요한지, 청소년들이 투표권을 얻기 전에 어떻게 시민 참여를 시작할 수 있는지에 대해 배우는 기회를 제공해주었다. 이처럼 CCTV가 지역 사회 파트너들과 맺은 네트워킹은 청소년들의 역량 강화와 지역 정치에 참여할 가능성을 높여준다는 점에서 그 의의가 분명하다.

CCTV는 시민들을 위한 공론장을 형성하여 지역 사회에 영향을 미치고 있다. 중립적인 입장을 취하여, 모든 지역 선거 후보자들과 지역 주민들이 자유롭게 이야기할 수 있는 기회를 제공한다. 그는 지역 주민들과 지역 정치인들에게 안전한 공간을 제공함으로써, 단지 TV에서 목소리를 내는 것이 아니라 사람들이 공익을 위해 자신의 목소리를 어떻게 사용할 수 있는지를 탐구할 수 있는 공간이라고 설명하였다.

CCTV는 자금의 70%는 지역 케이블 제공업체의 케이블 가입 요금에서 일정 비율로 부과되는 수수료로, 나머지는 프로그램 관련 기금과 기부금, 기업 후원 등으로 충당하고 있다. 지역 커뮤니티 재단에서도 매년 15,000~20,000$의 기금을 프로그램 운영을 위해 받고 있다. 그는 케이블 가입자가 줄어드는 상황에서 수수료로 얻는 자금이 감소하고 있기 때문에 자체 수익원을 찾아야 한다고 언급했다. 이는 공공 미디어 전반에서 나타나는 문제이며, 이를 위해 기업 후원을 늘리기 위해 노력하고 있다고 설명하였다.

그는 미국의 미디어센터가 시작하게 된 역사로 '표현의 자유'와 '투명성'을 강조하였다. 미디어센터 시작의 시작은 미국 수정헌법 제 1조에 명시되어 있듯, 미국의 모든 국민은 표현의 자유와 정부를 비판할 권리, 자신을 위한 말을 할 권리가 있다는 것에 뿌리를 두고 있다. 또한 1970년대, 급진적 운동의 영향을 받은 사람들은 국가 정부뿐 아니라 지역 정부에도 더 많은 투명성을 요구하였다. 지역 정부는 지역 주민들을 위한 결정을 내리는 사람들이지만 그 과정에 시민들이 포함되지 않았기 때문이다. 그 외에도 케이블 대기업이 공공의 권리를 침해하고 시민들에게 TV와 미디어에 대한 요금을 부과하였기 때문에, 그들이 공공의 권리를 사용하고 있는 만큼 그 자금을 다시 지역 커뮤니티에 돌려줘야 한다는 요구가 생겨났다.

미국에는 하나의 Command Center는 없지만, 커뮤니티 미디어 연합(Alliance for Community Media, ACM)와 같은 여러 기관이 다양한 방식으로 커뮤니티 미디어에 영향을 미치고 있다. 그는 커뮤니티 미디어 연합이 정말 유용하며 필요하다고 주장하였다. 미디어센터가 하루하루의 일에 집중하다 보면 국가 차원의 일이 잘 보이지 않기도 하는데, 연합은 그 정보를 매주 이메일로 보내주는 등 큰 그림을 볼 수 있게 도와준다. 또한 위원회에 가입하거나 공공 정책 회의에 참여할 수 있는 기회를 제공하며, 네트워킹을 할 수 있는 정보와 자원 공유의 허브로서 중요한 역할을 한다.

시민들의 참여를 높이기 위한 방안으로는 먼저, 참여에 대한 장벽을 최대한 제거하는 것을 조언하였다. 예를 들어, CCTV는 장애가 있는 사람들이 공간을 자유롭게 이용할 수 있도록 ADA(미국 장애인법) 기준을 충족하려고 노력하고 있으며, 멤버십에 'pay what you can' 정책을 운영하여 모든 사람들이 금전적인 여건에 상관없이 모든 서비스에 접근할 수 있도록 한다. 또한 CCTV의 위치와 거리가 멀고, 목소리가 잘 들리지 않는 곳에 직접 가서 '팝업' 이벤트를 진행한다. 두 번째로는 다양한 언어 수업을 통해 교육의 장벽을 제거하여 시민의 참여를 유도하고 있다. 세 번째로, 다양한 연령대와 배경을 가진 사람들이 CCTV를 이용하고 있다는 것을 보여주는 사진을 통해 참여를 유도하고 있다. 네 번째로, 지역 행사에 참여하거나 지역 단체와 협력하는 것도 중요하다. 마지막으로, 사람들이 무엇을 원하는지 물어보고 그들의 의견을 반영하며, 중요한 의사결정에 참여하도록 한다. 어떻게 하면 우리 커뮤니티를 더 잘 도울 수 있을지 계속해서 묻고 그들을 위한 새로운 방식들을 고민하고, 위원회나 이사회에 시민들이 참여하도록 하는 것이다.

CCTV와의 본 인터뷰는 한국의 미디어센터가 나아가야 할 방향에 대한 심도있는 고민을 할 수 있는 시간이었다. 온라인 교육에서 참여도를 높일 수 있는 방안, 미디어리터러시 교육에서 맞춤형 교육의 필요성을 검토하였다. 또한 제작과 유통의 프로세스를 위해 필요한 인력과 제도, 지역 커뮤니티 기관과의 네트워킹의 중요성, 시민의 참여도를 높이기 위한 다양한 방안들에 대해 고민할 수 있었다. 특히 본 팀은 제작과 유통의 프로세스에 있어서 인력 문제를 간과하고 있었는데, 멤버들과 꾸준히 소통하고 지원하는 매니저의 역할이 중요하다는 것을 깨달을 수 있었다. 뿐만 아니라 미국 미디어센터 형성의 역사와 운영 현황에 대해서 생생하고 핵심적인 이야기를 들을 수 있었다.

(3) 기타 인터뷰(시민 및 학생 인터뷰)

① 시민 인터뷰

과거 CCTV에서 시민으로서 활동하다가 현재는 프로덕션 서비스 매니저(Production Service Manager)로 활동 중인 Will Matovu와 이야기를 나눌 수 있었다. 그가 CCTV에 방문하게 된 목적은 장비를 사용할 수 있는 공간을 찾는 것, 프리랜서 일을 구할 수 있는 알아보는 것이었다. 그는 대학 졸업 전, 고향인 윌밍턴 근처에서 다른 커뮤니티 액세스 방송국에서 경험을 쌓은 적이 있었기 때문에 커뮤니티 액세스 방송국이 영상 촬영자로서 활동하는 데에 좋은 자원이 될 것이라는 것을 알고 있었다. 케임브리지 지역으로 이사온 후, 인터넷 검색과 자주 CCTV 건물을 지나치며 방문을 하게 되었다.

그는 CCTV를 통해 얻은 가장 큰 장점으로 실전 감각과 네트워크 형성을 언급하였다. 기업 인터뷰 촬영, 지역 행사 등 지역에서 필요한 다양한 촬영을 경험하고 생방송 프로그램에도 참여하며, 실제로 장비를 다뤄보며 사람들과 이야기해보며 실전 경험을 쌓을 수 있었다. 또한, 영상 업계의 유능한 사람들을 만나며 네트워크를 형성하여, 어디에서든 도움을 줄 수 있는 사람들이 있다는 것을 깨달았다고 전했다. CCTV에서 활동하며, 어디에 있든 커뮤니티 액세스 방송국을 찾으면 내가 활동할 수 있는 공간이 있을 것이라는 확신이 생겼다고 설명하였다.

그는 CCTV가 지역사회에서 굉장히 잘 자리잡았다고 생각한다. 이 기관은 도시에서 가장 눈에 띄는 중심지인 Central Square에 위치하고 있어, 많은 사람들이 CCTV 건물을 지나면서 관심을 가지게 된다. 또한, 케임브리지의 많은 기업들이 촬영이 필요할 때 가장 먼저

CCTV를 떠올릴 정도로 신뢰를 받고 있다고 언급하였다.

한편, 교육 프로그램 개선 사항으로는 이론적 분석과 스토리텔링에 대한 교육이 더 많았으면 좋겠다고 의견을 냈다. 현재 카메라 사용법, 영상 편집 방법, 인턴십을 준비하는 법 같은 기술적인 교육을 잘하고 있지만, 단순한 기술 교육에서 나아가 어떻게 하면 더 나은 이야기를 만들 수 있을지에 대한 교육이 더 많아졌으면 좋겠다고 언급하였다.

② 학생 인터뷰

Will Matovu의 도움으로 CCTV의 'Youth Media Program'에 참여 중인 9명의 학생과 서면 인터뷰를 진행할 수 있었다. 학생들이 참여한 교육은 주로 촬영 현장 경험을 통한 촬영, 편집, 조명, 대본 작성 등이다. CCTV의 교육 프로그램을 통해 영화에 대한 모든 것을 배우고 이제는 다른 사람들에게 영화를 가르치고 있다는 학생도 있다. 기억에 남는 경험으로는, 친구들과 함께 촬영하며 좋은 추억들을 쌓은 것, 재미있는 영상을 만든 것, 도움이 필요할 때 언제든 요청하여 도움을 받은 점, 첫 촬영 때 아무것도 모르고 긴장했던 기억 등을 언급하였다. CCTV의 교육프로그램이나 서비스의 개선을 위한 제안점으로는 전반적으로 좋다는 답변이 가장 많았으며, 예산이 더 많아서 더 많은 프로그램을 할 수 있게 되는 것, 더 많은 편집 프로그램 사용법 교육 등이 있었다. 모든 학생들이 미디어 교육이 학생들에게 필요하다고 답하였다. 그 이유는 다음과 같다. 현대 사회에서 미디어는 세계와 연결되는 방법이고, 미디어가 아닌 다른 직업을 선택하게 되어도 미래에 도움이 되며, 미디어가 어떻게 작동하는지 배우면 비판적 분석 능력을 키울 수 있기 때문이다.

9) BronxNet

(1) 기관 답사

Bronxnet Community Television at Lehman College(이하 'BronxNet'으로 표기) 답사는 시설 운영 담당자(Facilities Coordinators)인 Joe Boonchan, 스튜디오 프로듀서(Studio Producer)인 Angel Gonzalez와 Katrina Kelly의 안내로 이루어졌다.

그들은 본격적인 투어 전 프론트 데스크 공간에서 BronxNet의 정체성과 활동을 간단히 설명했다. BronxNet은 지역 공공 액세스 TV 방송국으로 뉴욕 주민이라면 누구나 등록 후 자신만의 프로그램을 제작할 수 있으며, 제작된 프로그램은 BronxNet에 의해 방송된다. 현재 두 개의 스튜디오를 운영하고 있으나 카메라 접근 문제로 인해 한 개의 스튜디오만 볼 수 있었다.

사진104 프론트 데스크(1)

사진105 프론트 데스크(2)

본격적인 투어로 살펴본 첫 번째 공간은 스튜디오의 메인 컨트롤룸이었다. Gonzalez와 Kelly는 컨트롤룸에서 이루어지는 라이브 방송 및 제작 관리 방식에 관해 설명했다. 현재 BronxNet은 다섯 개의 채널을 운영 중으로 매년 확장해나가는 채널 성장 속도에 발맞춰 고품질 사운드를 위한 오디오 시스템 점검, 파일 처리 속도 단축 등 기술 향상에도 신경 쓰고 있다. 그는 BronxNet이 치신 방송 장비를 보유하고 있어, 대형 뉴스 방송국과 동일한 수준의 품질을 유지할 수 있다고 말하며 기술 감독 보드와 텔레프럼프터 및 스크립트 시스템과 같이 그들이 갖춘 시스템들을 보여주었다. 한마디로 메인 컨트롤룸은 BronxNet의 라이브 방송을 총괄하는 핵심 공간으로서 카메라 전환, 오디오 제어, 스크립트 관리, 그래픽 처리, 글로벌 스트리밍까지 도우 해당 공간에서 관리된다.

사진106 메인 컨트롤룸(1)

사진107 메인 컨트롤룸(2)

바로 연결된 방에서 Boonchan은 마스터 컨트롤룸에 대한 설명을 이어나갔다. 마스터 컨트롤룸은 모든 방송 일정 관리 및 프로그램 재생이 이루어지는 공간으로 BronxNet의 모든 프로그램이 정확한 시간에 송출될 수 있도록 조율하는 핵심 허브 역할을 한다. 과거에는 프로그램을 물리적 테이프에 녹화하여 방송할 때마다 마스터 컨트롤룸에서 재생했지만, 현재는 디지털 기술을 활용하여 MP4 또는 MOV 파일로 저장되는데 이와 같은 디지털 파일들은 대형 서버에 저장되며, 채널 및 방송 시간별로 정리된다고 그는 덧붙였다.

사진108 마스터 컨트롤룸(1)

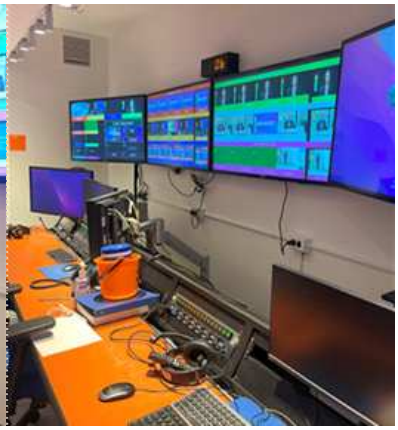


사진109 마스터 컨트롤룸(2)

또한, 해당 스튜디오에는 앞서 살펴봤던 메인 컨트롤룸 외 간소화된 형태의 컨트롤룸이 하나 더 존재했다. 두 번째 컨트롤룸은 소규모 제작을 위해 최적화된 공간으로 작지만 오디오 보드, 카메라 스위칭 보드, 그래픽 시스템, 비디오 플레이어 등의 시스템이 갖추어져 있어 해당 공간에서 프로듀서들은 제작팀과 직접 소통하며 방송이 원활하게 진행되도록 관리한다.

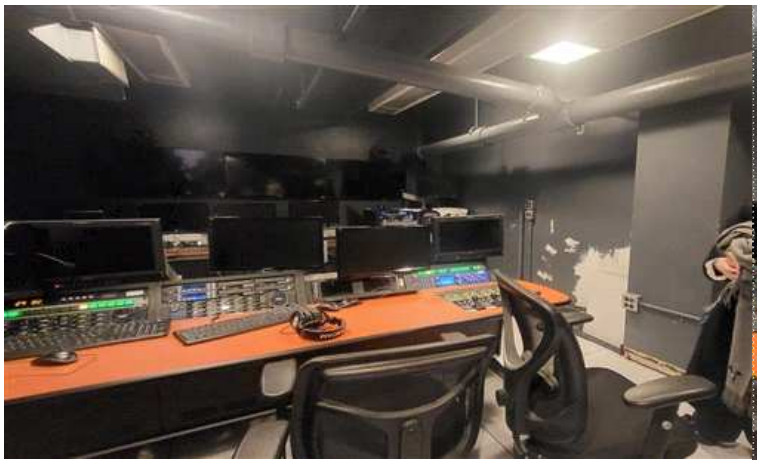


사진110 간소화된 컨트롤룸(1)

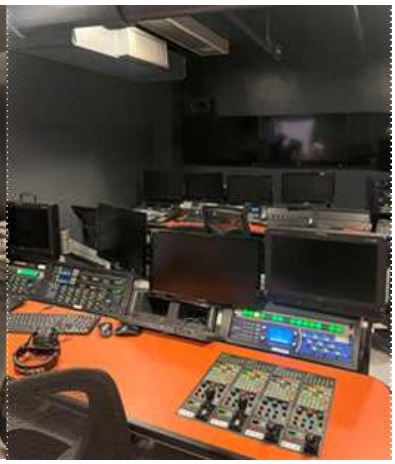


사진111 간소화된 컨트롤룸(2)

계단으로 한층 내려가면 촬영이 진행되는 스튜디오가 등장한다. Gonzalez는 다양한 시설이 마련되어 있는 스튜디오에서 라이브 및 녹화 제작에 사용되는 조명·카메라·그린 스크린·모니터 시스템 등을 소개했다.

사진112 스튜디오

사진113 카메라 장비

사진114 프롬프터

투어의 마지막 공간은 편집실이었다. 그들은 주로 컴퓨터로 구성된 공간이지만, 방송 제작에 있어 편집의 중요성을 강조하며 화려한 시설은 아니지만, 기존 구형 맥(Mac) 컴퓨터를 지난 여름 최신 모델로 교체하는 등 실용적이고 효율적인 편집 환경을 제공하고 있다고 말했다. 과거에는 테이프 기반 편집을 했기 때문에 편집실이 대형 편집 장비와 테이프 기기로 가득차 있었지만, 현재는 모든 작업이 디지털 방식으로 전환되어 간편하고 효율적인 편집이 가능하다는 설명도 덧붙였다. 또한, 편집실은 연령대와 상관없이 편집에 관심 있는 모든 사람에게 열린 학습 공간으로서 영상 편집을 배우는 소규모 교실로도 활용되기 때문에 편집 기술을 배우고자 하는 사람들에게 실습 기회를 제공하고 있다고 언급했다. 편집실을 끝으로 BronxNet 기관 답사는 마무리되었다.

사진115 편집실

사진116 편집 화면

(2) 기관 인터뷰

일정상의 문제로 BronxNet의 상임 이사(Excutive Manager)이자 창의 서비스 디렉터(Director of Creative Services)를 역임하고 있는 Michael Max Knobbe와의 인터뷰는 기관 투어와 별도로 ZOOM을 통해 진행되었다. 그는 BronxNet의 설립 배경에 대한 소개로 이야기를 시작했다. BronxNet이 생기기 전, 브롱크스 지역에는 자체적인 미디어 플랫폼이 없어 주류 언론이 해당 지역을 왜곡하여 보도하는 경우가 많았다. 지역 사회 지도자들과 주민들은 직접 그들의 목소리를 전달하는 것의 필요성에 직면했고 지역 사회의 요구에 따라 BronxNet이 출범했다. 미디어 집중화 시대에 역설적으로 지역의 중요한 이야기들이 간과되고 자극적인

콘텐츠들이 주목받는 현상은 오늘날 더욱 심화 되고 있다. 따라서 BronxNet 설립 배경 기저의 문제의식은 현재에도 유효하며 이는 그들이 운영하는 교육 프로그램들의 방향성과도 연결된다.

BronxNet의 교육은 끊임없이 변화하는 미디어 환경에 학생들이 멀티미디어 환경과 멀티미디어 저널리즘에 대비할 수 있도록 준비시키는 데 중점을 두고 있다. Knobbe는 그 모든 과정의 핵심에는 '비판적 사고'가 놓여있어야 한다고 강조하며, 본 기관의 미디어 리터러시 프로그램은 사람들이 신뢰할 수 있는 정보를 찾고, 이를 비판적으로 사고하며, 의미 있는 콘텐츠를 제작하는 방법을 전달하는 데 초점이 맞춰져 있다고 언급했다. 그리고 이와 같은 교육의 결과가 수업에 머무르지 않고 미디어센터와의 지속적인 상호작용으로 이어질 수 있도록 그들은 - 스튜디오 운영 시간 확장, 전문 직원들의 방송 장비 운영 지원, 최첨단 시설 및 장비 제공, 특화된 전문 워크숍 운영 등 - 미디어센터 내 서비스들을 개선하여 미디어 자원 활용 환경을 최적화하고자 하는 다양한 노력을 실천해가고 있다.

그렇게 제작된 콘텐츠들은 BronxNet의 유통 시스템을 통해 방송되는데 그들은 총 여섯 개의 자체적인 멀티플랫폼 채널을 운영하여, 실시간 방송과 실시간 방송이 아닌 콘텐츠도 마치 생방송처럼 제작하여 후반 편집을 최소화하고 바로 송출할 수 있도록 체계적인 작업 시스템을 운영 중이다. 또한, 전통적인 케이블 플랫폼 외 웹사이트와 유튜브를 함께 활용함으로써 시청자들이 언제 어디서든 BronxNet의 콘텐츠를 접할 수 있도록 한다. 이와 관련하여 유튜브와 같은 자본 중심 플랫폼에서 지역 기반 콘텐츠가 생존하고 경쟁력을 가질 수 있는 방안에 대해 묻는 질문에 그는 '적극적 홍보'와 '지역단체 및 이해관계자들과의 협력'을 활용해야 함을 언급했다. SNS를 적극적으로 활용하되 지역의 중요한 문제들을 다룬다는 특성을 살려 지역 내 타 조직과 협력함으로써, 보다 많은 이들에게 콘텐츠를 전달하고 지역 사회 문제에 관한 대화를 촉진하는 역할을 수행하는 것이다. 이와 같은 전략을 통해 BronxNet은 지역 사회의 필수적인 미디어 플랫폼으로 자리 잡고 있다.

BronxNet과 지역 사회 사이의 네트워크는 콘텐츠 유통에 국한되어 있지 않다. 교육 측면에서 그들은 지역 대학교·고등학교와 연계한 교육 프로그램 및 인턴십을 계속해서 구축해나가고 있다. Knobbe는 커뮤니티 미디어 네트워크로서 BronxNet이 하는 일의 중심에 '네트워킹'이 놓여있음을 언급하며 BronxNet이라는 공간 자체가 새로운 연결을 형성하는 활동의 중심지가 되기도 하지만, 운영진 역시 Bronx 상공회의소를 비롯한 타 커뮤니티에 적극적으로 참여하고 교류함으로써 BronxNet의 영향력을 확장해나가고자 한다고 말했다.

그러나 한편으로 BronxNet 역시 다른 커뮤니티 미디어센터와 마찬가지로 오래된 정책과 미디어 산업의 변화로 인해 자금 조달과 인력 운영에서 어려움을 겪고 있었다. 그들이 직면한 문제점을 개선하기 위해 우선 자금 조달 측면에서는 법률 개정을 추진하여 연방 차원에서는 Schumer와 Gillibrand 상원의원이 후원하는 Protecting Community TV Act를 지지하고, 주 차원에서는 오래된 법률 개정과 커뮤니티 미디어 및 광대역 확장을 지원하기 위한 Tech Equity Access Media (TEAM) Act에 힘쓰고 있음을 밝혔다. 다음으로 인력 운영 측면에서는 시민들에게 기술 발전에 발맞춘 교육과 공공 서비스를 제공하기 위해 직원들을 대상으로 자체적인 전문 개발 과정과 정기적인 워크숍을 진행함으로써 내부 전문 인력 양성에 노력을 기울이고 있었다.

이와 같은 노력을 기반으로 BronxNet은 "콘텐츠, 당신의 사용, 당신의 비전(content, your use, your vision)"이라는 그들의 운영 철학을 적극적으로 실현해나가고자 한다. 시민들이 미디어를 통해 자신이 속한 지역 공동체를 탐구하고, 관련된 이야기를 나누며, 자신이 발 딛고

살아가는 곳에 자부심을 가질 수 있도록 지원하는 BronxNet의 사명은 미국 미디어센터의 출현 배경과도 깊이 관련된다. 미국의 미디어센터들은 공공 권리를 통해 수익을 창출하는 기업들이 시민들의 미디어 접근을 보장함으로써 지역 사회에 기여해야 한다는 주장에 따라 설립되었다. Knobbe는 미디어센터를 둘러싼 역사적·사회적 맥락에 내재 된 문제의식이 현시점에도 유효하기에 정보에 기반한 커뮤니티 구축과 디지털 시대의 민주주의를 보장하기 위해 지역의 목소리와 콘텐츠를 활성화하는 일은 여전히 중요하다고 말했다.

그렇다면 미국의 미디어센터를 총괄하는 중앙관리기구가 존재하냐는 질문에 그는 중앙관리기구는 없지만, ACM(Alliance for Community Media)이 커뮤니티 미디어센터를 대표하는 전국 조직으로서 운영에 도움이 될만한 사례들과 정책 동향을 공유하는 회의를 개최하는 역할을 수행하고 있음을 밝혔다. 그는 중앙관리조직이 창설될 경우 미디어센터들 사이의 관계 조정과 지원을 위한 허브 역할을 제공할 수 있다는 점에서 미디어센터 간 네트워크가 더욱 강화될 것이라 주장했다. 현재, 미국의 미디어센터들은 서로의 콘텐츠를 방송하거나 Albany 지역에서 열리는 입법 미디어의 날과 같은 이벤트를 통해 미디어센터의 운영진들이 만남을 가지는 방식으로 네트워크를 형성해나가고 있다.

이처럼 BronxNet은 커뮤니티 미디어센터로서-미디어센터 사이의 네트워크, 미디어센터 내부의 네트워크, 지역 사회와의 네트워크를 비롯한-'연결'과 '협력'을 중심으로 시민들의 인식에 깊숙이 자리 잡고자 하는 실천적 노력을 끊임없이 해나가고 있다. 활발한 소셜미디어 활동, 지역 축제 참여, 오픈 하우스 지역 등 커뮤니티와 소통할 수 있는 활동들은 궁극적으로 시민의 적극적인 참여를 도모하기 위한 것이며 이는 결국 왜곡되지 않은 지역의 목소리를 전달하고자 발족한 BronxNet의 시작과 맞닿아 있는 것이다. 따라서 BronxNet의 상임 이사 Michael Max Knobbe와의 인터뷰를 통해 시민 저널리즘 실현이라는 변함없는 가치와 변화하고 진화하는 미디어 환경 사이에서 미디어센터가 모색해야 할 전략들에 대한 통찰을 얻을 수 있었다.

3. 해외 탐사 요약

1) 교육 및 인턴

미국 미디어센터의 교육 프로그램에는 몇 가지 공통된 특징이 있는데, 우선 첫 번째로는 '주체성'이 있다. 미국 미디어센터 내 교육 프로그램은 참여자들이 주제적으로 교육에 참여하며, 궁극적으로는 주체적인 시민이자 미디어 생비자로 존재할 수 있도록 하는 데 주안점을 둔다. 이들은 미디어 교육을 통해 시민들이 "자신의 목소리를 내고, 그들에게 중요한 이슈들을 직접 다룰 수 있"도록 단순히 미디어에 관심을 갖는 것을 넘어 미디어의 역할과 양면성, 그리고 사회에 미치는 영향을 배울 수 있도록 한다. DCTV와 LMC Media, BIG의 경우에도 청소년 교육을 진행할 때, 학생들이 모든 과정을 주체적으로 이끌고 나갈 수 있도록 한다. 이에서 나아가 BronxNet은 미디어 리터러시 프로그램을 통해 사람들이 비판적 사고를 바탕으로 "신뢰할 수 있는 정보를 찾고, 이를 비판적으로 사고하며, 의미 있는 콘텐츠를 제작"하도록 하는 데 중점을 두고 있다.

두 번째로는 '커뮤니티'가 있다. 이들은 미디어 교육에서 커뮤니티를 핵심 가치로 삼으며 협력과 소통의 기회를 제공한다. DCTV는 미디어 교육이나 워크숍을 기획할 때 사람들 간의 교

류를 가장 중요하게 여긴다. 이때 미디어 교육은 “단순한 기술 습득을 넘어, 서로 다른 배경을 가진 사람들이 만나 소통할 수 있는 장”이 된다. 이를 통해 사람들이 서로의 관점을 공유하고 차이를 이해할 수 있도록 하려는 것이다. LMC Media의 ‘Future Filmmaker Project’에서도 모든 영화의 주제는 커뮤니티와 관련이 있어야 하며, 지역 사회 구성원으로서의 의미를 반영해야 한다. Somerville Media Center의 경우에도 지역 사회에서 다양한 그룹이 연결될 수 있도록 도움으로써 통합과 포용을 증진하는 것이 활동의 핵심이다.

세 번째로는 교육의 ‘다양화’가 있다. 우선 ‘방식’의 다양화가 있는데, MNN과 CCTV는 변화하는 미디어 환경에 발맞춰 더 많은 시민들에게 미디어 교육의 기회를 제공하기 위해 온라인 수업을 병행하고 있다. 또한 ‘교육 대상’도 다양화된 양상을 보이는데, DCTV의 워크숍은 다양한 연령과 배경의 시민들을 대상으로 하며 각자가 원하는 방식으로 미디어를 활용할 수 있도록 돕는다. BIG는 청소년과 성인, 젊은 세대와 노년층이 함께 참여할 수 있는 세대 융합형 미디어 교육 프로그램 진행하고 있다. CCTV는 세대별 맞춤형 미디어 리터러시 교육을 제공한다. 더불어 ‘단계별·연령별 세분화’에 따른 교육의 다양화도 있다. DCTV의 ‘Youth Media Program’은 학생들이 단계별로 실력을 키울 수 있도록 초급, 중급, 고급의 세 단계로 구성되어 있다. BIG도 청소년 교육을 세 연령 그룹으로 나누어 각 연령대에 적합한 교육을 제공한다. Somerville Media Center의 Youth Media Program’의 경우에도 연령과 학생의 수준에 따라 상이한 교육을 진행한다.

네 번째로 ‘청소년 교육’에 중점을 둔다는 공통점이 있다. 대부분의 미국 미디어센터는 모두 자체적인 청소년 교육 프로그램을 마련하여 진행하고 있다. 박혜정 활동가는 미디어 교육을 통해 “학생이 나름대로의 사회적 의식을 갖고, 스스로 무엇을 말하고자 하는지 먼저 안 후에, 미디어를 통해 이를 표현할 수 있도록” 해야 한다고 이야기했다. 이때 미디어 교육은 청소년을 위한 전인적 교육의 성격을 가진다. DCTV는 청소년 프로그램을 통해 단순한 미디어 교육을 넘어, 상담과 멘토링을 제공하여 청소년들의 전반적인 성장을 돕는 데 중점을 둔다. 이를 통해 그들이 세상을 더욱 넓고 깊은 시각으로 바라볼 수 있도록 한다. 더불어 Somerville Media Center와 CCTV는 프로그램을 통해 진로를 탐색하거나 미디어 분야의 커리어를 쌓을 수 있도록 돕고 있다.

다섯 번째로 ‘인턴십’이 있다. 많은 미국의 미디어센터가 인턴십을 하나의 교육 프로그램으로 포함하고 있음을 확인할 수 있었다. BIG는 미디어 분야 진출을 꿈꾸는 대학생 및 고등학생들에게 인턴십 혹은 자원봉사 프로그램을 제공하고 있다. 이때 인턴은 촬영, 편집, 마케팅 캠페인 지원 및 대규모 프로젝트 참여 등 센터 내 활동 전반에 참여할 수 있는 기회를 얻는다. 한편 이러한 인턴십은 대학과의 연계를 통해 이루어지기도 한다. MNN은 시티 칼리지 오브 뉴욕(City College of New York) 및 맨해튼 커뮤니티 칼리지(Borough of Manhattan Community College)와 협력하여 미디어 관련 전공 학생들에게 실무 경험을 제공하며, High School for Media and Education’과 협력하여 고등학생들을 대상으로 한 인턴십도 운영하고 있다. BronxNet의 경우에도 지역 대학교 및 고등학교와 연계한 인턴십 프로그램을 구축해 나가고 있다.

2) 제작 및 유통

미국의 미디어센터들은 크게 세 가지의 매체를 통해 제작된 콘텐츠를 유통한다. 첫 번째로 케이블 TV나 라디오와 같은 ‘매스 미디어’이다. 그중에서도 케이블 채널을 주로 활용하는데,

퍼블릭 액세스 채널의 일종인 PEG(Public, Educational, Government) 채널도 이에 해당한다. 두 번째로 유튜브, 팟캐스트, 기타 스트리밍 플랫폼 등의 '뉴미디어'이다. 기존에는 「케이블법」에 따라 케이블 채널을 주로 사용하였으나, 미디어 환경의 변화와 기술의 발전에 따라 뉴미디어를 적극 활용하는 양상을 보이기도 한다. 예를 들어, 숏폼 콘텐츠를 홍보에 활용하거나 유튜브와 같은 플랫폼을 아카이빙에 활용하는 식이다. 세 번째로는 '영화 및 다큐멘터리'이다. DCTV와 같이 영화 제작에 특화된 미디어센터도 존재하는데, 이 경우에는 자체 상영관에서 콘텐츠를 상영하고 관객의 피드백을 받음으로써 콘텐츠를 발전시키기도 한다.

그러나 단순히 콘텐츠를 유통하는 것만으로는 충분치 않다. 콘텐츠를 유통하는 것에서 그치는 것이 아니라, 그것이 더 많은 사람들에게 가닿고 지역 사회에 실제적인 영향을 미치도록 하는 것이 중요하다. Somerville Media Center는 시청자를 고려하는 것이 중요하다고 강조하며, 지역민과 지역 문제를 연결하여 지역 사회 중심의 콘텐츠가 더 많은 관심을 받을 수 있도록 노력하고 있다. 한편 BIG는 콘텐츠를 '유통'한다는 사실 자체보다는 '어떤' 콘텐츠를 '왜' 지속해서 유통해 나가고자 하는지에 중점을 두고 있다. 이들은 지역민들이 미디어 생비자이자 지역 사회 주체로서 지역 문제에 관한 콘텐츠를 제작하고 공유할 수 있도록 지원한다. 이는 미디어를 통한 시민의 역량 강화(empowerment)를 위해 이루어진다. 즉, 제작과 유통에서 중요한 것은 누구를 위해, 어떤 콘텐츠를, 왜 만들고 유통하는가이다.

동시에, 제작과 유통이 원활하고 유기적으로 이루어지도록 하는 것도 중요한 고려 사항이다. CCTV는 이와 관련해 좋은 사례를 제공한다. 특히, CCTV 제작 부서의 '커뮤니티 제작 부문 부국장'은 이 과정에서 중요한 역할을 맡고 있다. 센터의 회원은 장비를 예약하거나 스튜디오를 이용할 때 '제작 계약서'를 작성해야 한다. 이후, 콘텐츠 제작자가 몇 주 동안 진행 상황을 공유하지 않으면 직접 연락해 진척 상황을 확인하고 필요한 지원이 있는지 살핀다. 작업이 완료되면 프로그램 부서로 전달되어 채널에 방영된다. 또한 CCTV는 이러한 연결을 강화하기 위해 현재 새로운 프로그래밍 매니저를 채용하고 있다. 이를 통해 제작자가 제작 계약서를 작성하고, 콘텐츠를 완성한 후, 배급 계약서를 통해 프로그래밍 매니저에게 제출하는 일련의 과정이 더욱 명확해질 것으로 기대된다. 이처럼 제작과 유통을 담당하는 부서를 따로 두고, 책임자를 중심으로 프로세스를 정립하는 방식도 하나의 방법이 될 수 있다.

3) 네트워킹

미국의 미디어센터를 중심으로 한 네트워킹에는 몇 가지 유형이 있다. 첫째, '시민 간 네트워킹'이다. 이는 앞서 교육 부분에서 살펴본 것처럼 커뮤니티 중심의 교육 프로그램을 통해 이루어질 수 있다. 또한, 회원제나 오프라인 이벤트를 활용하기도 한다. BIG는 현재 멤버십 운영 시스템의 변화를 모색하고 있다. 기존의 '거래형 모델'에서는 이용자가 일정 요금을 지불한 후 장비를 대여하거나 교육을 받을 수 있었지만, 새로운 '커뮤니티 중심 모델'에서는 장비, 공간, 수업을 무료로 제공하는 대신 적극적인 커뮤니티 참여를 유도한다. 이러한 운영 방식의 변화는 지난 6개월 동안 회원 가입 수를 약 두 배 증가시키는 결과를 가져왔다. NewTV는 지역 공동체 내 상호작용을 증진하기 위해 지역 주민들이 참여할 수 있는 오프라인 연중행사를 주최하고 있다. 뉴미디어로 사람들 간의 연결이 강화되는 동시에 고립이 심화되는 역설적인 상황 속에서, 사람들은 "고립감을 극복하고, 서로 연결되며, 무언가를 만들어내"고자 한다. 이에 미국의 미디어센터는 사람들이 협력과 소통을 바탕으로 의미 있는 관계를 형성하고, 나아가 지역 공동체의 결속력을 강화하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

둘째, ‘시민과 지역 사회 간 네트워킹’이다. 이는 시민에게 지역 사회의 뉴스를 전달하는 방식으로 이루어진다. 또한, 시민이 지역 문제에 관한 콘텐츠를 제작하거나, 시민의 이야기가 콘텐츠를 통해 지역 사회에 전달되는 방식으로 형성되기도 한다. 혹은, 시민과 지역 사회를 위한 공론장을 형성하는 방식으로도 구현될 수 있다. BIG는 뉴스레터 등을 활용하여 시민과 지역 콘텐츠를 연결한다. LMC Media는 지역 사회 내 정치 이슈나 다양한 행사들을 미디어를 통해 전달한다. 이 과정에서 시민을 참여시키거나, 시민이 미디어를 통해 자신의 목소리를 지역 사회에 전달할 수 있도록 한다. CCTV는 선거 기간 동안 모든 지역 선거 후보자들과 지역 주민들이 자유롭게 의견을 나눌 수 있는 공론장을 제공한다. 이를 통해 시민과 지역 사회 간의 연결을 강화하고, 시민이 지역 사회에 미치는 영향력을 확대할 수 있다.

셋째, ‘미디어센터 간 네트워킹’이다. 미국의 미디어센터들은 주로 ACM과 같은 전국 단위의 협력 조직이나 MassAccess와 같은 지역 단위의 커뮤니티 미디어 네트워크, 혹은 ‘입법 미디어의 날’과 같은 행사를 통해 교류하고 협력한다. 이들은 주로 자원을 공유하거나, 미디어센터에 대한 지원과 정책을 위해 함께 목소리를 내는 방식으로 이루어진다. BIG와의 인터뷰에 따르면, 보스턴 대도시권에서는 자원 공유나 공동 보조금 신청과 같은 방식으로 미디어센터 간 협력이 이루어지고 있다. 그러나 센터 간 네트워킹이 아직 완전히 실현된 상태는 아니며, 지속적인 노력과 개선이 필요하다. 이러한 노력을 통해 커뮤니티 미디어와 미디어센터를 위한 강력한 네트워크를 구축하고, 교류를 확대해 나갈 수 있을 것으로 기대된다.

넷째, ‘미디어센터와 지역 사회 간 네트워킹’이다. 미국의 미디어센터들은 지역 사회 내 다양한 기관, 단체, 학교와 활발하게 협력하여 공동의 발전을 이루고 있는 것으로 보인다. MNN은 100개 이상의 지역 단체와 파트너십을 맺으며 지역 내 미디어 허브 역할을 수행하고 있다. DCTV는 공립학교와 협력하여 자원이 부족한 학교에 교육 프로그램을 제공한다. NewTV는 청소년들의 방과후 활동을 지원하는 Boys and Girls Club과 협업 관계를 구축하고 있다. BIG는 지역 내 다양한 비영리 단체와 협력 관계를 맺고 있으며, Brookline High School과 협력하여 학생들에게 미디어 교육을 제공하고 있다. CCTV 또한 지역 사회 파트너들과의 협력 관계를 통해 다양한 배경의 청소년들에게 교육 프로그램을 제공한다. BronxNet은 지역 단체와의 협력을 통해 더욱 많은 사람들에게 콘텐츠를 전달할 수 있도록 하고 있다.

다섯째, ‘기타 네트워킹’이다. 이는 더 넓은 차원의 네트워킹을 의미하며, 정부 기관이나 해외 기관과의 협력이 포함된다. NewTV는 다른 미디어 관련 기관뿐 아니라 입법부 및 정부 단체와도 폭넓은 네트워크를 구축하고 있다. DCTV는 청소년들에게 글로벌한 경험을 제공하기 위해 중국, 베트남, 멕시코, 아일랜드, 네팔 등 여러 나라와 국제적 파트너십을 체결하고 있다. 이를 통해 학생들은 해당 국가를 직접 방문하여 영화를 제작하는 기회를 얻는다.

앞서 살펴본 바와 같이, 미국의 미디어센터는 시민들에게 폭넓은 교육을 제공하고, 프로그램의 질을 높이기 위해 다양한 층위의 네트워킹을 구축하고 있다. 또한, 시민의 더 많은 참여를 이끌어내기 위한 방법으로 이러한 네트워킹을 적극 활용하고 있다. 이처럼 견고한 협력 관계와 파트너십 구축은 미디어센터의 안정적이고 장기적인 운영에 중요한 역할을 한다.

4) 운영 및 재원

인력 부족으로 외부 강사에 의존하는 경향이 있는 국내 미디어센터와 달리, 미국의 미디어센터는 주로 내부 인력을 중심으로 교육과 운영이 이루어지는 것으로 보인다. 또한, 내부 직원들의 전문성을 강화하기 위한 교육과 워크숍이 마련되어 있는 경우도 있다. 특정 분야나 기

술의 전문가가 필요할 경우, 외부 인력을 초빙하기도 한다. 혹은 내부 인력과 외부 인력이 협력하는 방식으로 이루어지기도 한다. MNN은 내부 강사진을 중심으로 프로그램을 운영하며, 내부 직원들도 정기적으로 연수를 받도록 하고 있다. 필요에 따라 외부 전문가를 초빙하여 심화 교육을 제공하기도 한다. NewTV의 경우 무료 교육 프로그램은 내부 직원들이 전담하고 있고, 워크숍 및 기타 프로그램은 외부 강사 또는 내부 직원과 외부 강사의 조합으로 진행할 예정이다. BIG의 교육 프로그램 또한 대부분 내부 직원에 의해 진행된다. 방과후 프로그램의 경우 인턴들을 중심으로 진행되기도 하는데, 이때 이들을 위한 자체 멘토링이 제공된다. BronxNet은 내부 전문 인력 양성을 위해 직원들을 대상으로 자체 개발한 전문 교육 과정과 정기적인 워크숍을 진행하고 있다. 그러나 미국 미디어센터 내 인력은 단순히 '교육'만을 위해 존재하는 것은 아니다. 이들의 근본적인 역할과 사명은 '시민과 지역 사회를 위해 미디어가 효과적으로 활용될 수 있도록 돕는 것'에 있다.

재원은 크게 '케이블 수수료', '기부 및 후원', '교육·대여·회원제를 통한 수익', '정부나 재단의 보조금' 네 가지로 구분된다. 그중에서도 케이블 수수료의 비중이 가장 큰데, Somerville Media Center의 경우에는 케이블 수수료가 예산의 무려 87%(2025년 기준)를 차지한다. 케이블 산업이 시작되었을 당시, 케이블 회사들은 도로, 전신주, 케이블과 같은 지역의 공공 인프라를 활용하는 대신 수익의 일부를 시민들을 위한 채널에 할당해야 했다. 해당 자원을 기반으로 미디어센터가 설립되기 시작했는데, 그것이 현재까지 이어지고 있는 것이다. 기부금 및 후원금도 미디어센터의 주요 재원 중 하나인데, 예를 들어 LMC Media는 매년 대규모 갈라 행사를 통해 후원금을 모집한다. Somerville Media Center도 예술 위원회, 터프츠 대학교, 그리고 개인의 기부금을 받고 있다. CCTV의 경우 기업의 후원을 받고 있다. 또한 교육 제공, 장비 및 공간 대여, 회원제 운영을 통해 수익을 얻기도 한다. DCTV는 워크샵 비용으로 60~100$ 정도를 받는다. NewTV는 연간 40$, Somerville Media Center는 연간 75$의 멤버십 비용을 받고 있다. LMC Media는 공간 대여를 통해 수익을 얻고 있다. 더불어 정부나 재단의 보조금을 받기도 하는데, DCTV는 정부의 지원과 재단의 보조금을 모두 받고 있다. CCTV도 지역 커뮤니티 재단에서 매년 15,000~20,000$의 기금을 받는다.

이처럼 미국의 미디어센터는 공적 재원이 중심이 되는 국내와 달리, 비교적 재원이 다양한 편이다. 국내 인터뷰에서는 재원을 다양화해야 한다는 의견과 공적 재원이 중심이 되어야 하며 더욱 확대되어야 한다는 의견이 있었다. 이에 대해 미국을 중심으로 활동하면서 한국에서도 관련 활동을 펼쳤던 박혜정 활동가는 재원의 다양화가 이루어져야 함을 강조한다. 과거 미국의 미디어센터들은 정부나 기업의 지원을 받으면서 점차 초기의 정치적 운동성을 잃고 타협하는 상황에 놓였었다. DCTV에서 근무했던 그는 재정 지원 문제로 인해 특정 주제의 제작을 고민해야 했다고 지적하며, 한국도 공적 자원 의존으로 비슷한 문제가 발생할 수 있다고 우려했다. 이에 따라 미디어센터는 재원 확보 방식을 다양화해야 하며, 기부자 지원, 멤버십 제도 등을 통해 많은 사람들이 운영에 참여하도록 유도해야 한다고 강조했다. 이에 더해 후원자에게는 선민의식이 아닌 책임감을, 이용자에게는 주인 의식을 심어주는 것이 중요하다고 이야기했다.

한편, 미국의 미디어센터들은 미디어 산업의 지형도 변화에 따른 재원 문제를 겪고 있다. 현재 운영 비용의 대부분을 차지하는 케이블 수수료가 미디어 환경 변화로 케이블 가입자가 줄어들면서 점점 감소하고 있기 때문이다. 미디어센터들은 이에 대응하기 위해 다양한 해결 방안을 모색하고 있다. 우선 Somerville Media Center는 다른 재원의 비중을 높임으로써 이에 대비하고자 한다. CCTV의 경우 자체 수익원을 찾기 위해 애쓰고 있다. BIG는 새로운 자

금원을 모색하며 자금 조달 방식을 변화시키려 하고 있다. 이에서 나아가 기존 법률을 개정하거나 새로운 법률을 제정하려는 움직임도 있다. BronxNet은 기존 법률 개정과 더불어 연방 차원의 Protecting Community TV Act와 주 차원의 Tech Equity Access Media Act 제정을 위해 애쓰고 있다. NewTV는 유튜브나 OTT와 같은 스트리밍 서비스가 크게 발전한 상황을 고려하여 이들로부터 수익을 얻을 수 있는 법안을 통과시키기 위해 주 의회에서 적극적으로 활동하고 있다. NewTV의 경우, 영리 자회사인 Another Age Productions을 영리 부서처럼 운영함으로써 간접적으로 수입을 확보하고 있기도 하다. 이와 같이 급변하는 미디어 환경 속에서 미국의 미디어센터들은 다양한 방식으로 재원의 변화를 모색하고 있다. 따라서 앞으로의 변화도 주목할 필요가 있다.

5) 철학 및 정체성

박혜정 활동가는 도구와 의식이 점점 개인화되는 뉴미디어 시대이기에 오히려 미디어센터의 필요성이 강화되고 있다고 이야기한다. 또한, 미디어센터가 단순한 미디어 교육 기관이나 장비 대여소로 전락하지 않도록 그 정체성을 고민하고 재검토하는 시간이 필요하다고 역설했다. 한편, 미디어센터는 소셜 미디어가 주목하지 않는 지역 문제나 공적 담론에 집중한다는 점에서 여전히 중요한 역할을 한다. 이러한 상황 속에서 미국의 미디어센터들은 각기 다른 목적과 특성을 지니면서도 공통된 철학과 정체성을 갖고 있는 것으로 보인다. 그들이 어떤 가치관을 가지고 있으며 스스로를 어떻게 정의하느냐는 센터 운영과 활동에 큰 영향을 미치기 때문에, 이에 주목하여 살펴볼 필요가 있다.

첫 번째로, 미국의 미디어센터는 '시민의 퍼블릭 액세스를 위한 공간'으로 정의할 수 있다. 미국의 미디어센터는 퍼블릭 액세스 운동에서 시작되었으며, 시민의 미디어 참여를 보장하라는 '케이블법'의 내용과 밀접하게 연관되어 있다. 이로 인해 미국의 미디어센터는 단순히 교육이나 시설을 제공하는 것을 넘어, 시민의 퍼블릭 액세스권을 보장하기 위해 운영되고 있다. DCTV는 사회적으로 중요한 문제를 조명하는 프로그램을 제작하며, 주류 미디어에서 소외된 목소리들을 다뤄왔다. 이들이 50년이 넘는 오랜 시간 동안 지속될 수 있었던 이유는 "다양한 공동체의 사람들이 각자의 목소리를 낼 수 있도록 돕는 것"을 핵심 가치로 삼았기 때문이다. LMC Media는 매스 미디어에서 다루지 않는 콘텐츠를 발굴하고, 시민들이 제작한 콘텐츠를 효과적으로 유통하는 데 중점을 두고 있다. BronxNet은 주류 언론에 의해 왜곡되는 부분을 바로잡고, 지역민들이 직접 자신의 목소리를 전달할 수 있도록 돕기 위해 설립되었다.

두 번째로, 미국의 미디어센터는 '공동체를 위한 커뮤니티 공간'의 역할을 수행한다. 박혜정 활동가는 미디어센터가 사람들을 모으고, 공감대를 형성하며, 함께 공동의 문제를 해결하도록 하는 '퍼실리테이팅(facilitating)'의 역할을 수행해야 한다고 이야기한다. 즉, 서로 다른 사람들이 함께 변화를 만들어 가는 '차이의 연대'가 이루어지는 공간이라는 것이다. 이는 미국 미디어센터들을 관통하는 '공동체'라는 가치와 깊은 연관이 있다. DCTV는 사람들이 미디어를 통해 서로 소통하며 성장하는 커뮤니티 공간의 역할을 한다. 이들의 목표는 미디어를 기반으로 사람들을 연결하고 공동체를 형성하는 것이다. BIG의 사명은 사람들이 창의성을 발휘하도록 하고, 미디어 제작 과정에서 서로 협력하도록 도우며, 이들 간의 연결을 통해 참여적인 커뮤니티를 구축하는 것이다. BronxNet은 시민들이 미디어를 통해 지역 공동체를 탐구하고, 함께 이야기 나누며, 자신의 지역적 기반에 자부심을 갖도록 돕고 있다.

세 번째로, 미국의 미디어센터는 '미디어 민주주의를 위한 기관'으로 기능한다. 미국의 미디

어센터들은 표현의 자유를 보장하고 공론장을 형성함으로써 미디어 민주주의를 실현하고자 한다. 미디어 민주주의는 요컨대 '미디어의 민주적 운영을 보장하는 것'이다. 앞서 살펴본 시민의 퍼블릭 액세스와 공동체의 발전은 결국 민주주의로 이어진다. BronxNet과의 인터뷰에 따르면, 미디어센터의 역사적·사회적 맥락에 내재된 "시민들의 미디어 접근을 보장함으로써 지역 사회에 기여해야 한다"는 문제의식은 현시점에서도 유효하다. 따라서 디지털 시대에 민주주의를 실현하기 위해 지역의 목소리와 콘텐츠를 활성화하는 것은 여전히 중요하다. NewTV는 시민들이 미디어를 통해 표현의 자유를 행사하도록 하고, 미디어를 통해 공적 담론에 기여하고자 하는 시민들에게 다양한 기회를 제공하는 것을 주요 목표로 삼고 있다.

6) 역사적·사회적 배경

미국에 미디어센터가 등장하고 성장한 배경은 'Ⅱ. 이론적 배경'에서 논의되었다. 그러나 실제 현장에서 활동하는 전문가들에게 이와 관련된 질문을 통해 더욱 구체적인 정보를 얻고, 사전 조사의 신빙성을 확인하고자 하였다. 인터뷰 결과는 문헌 조사와 거의 일치하였다. 우선, 사회적·정치적 배경으로는 '미디어 운동'이 있다. 1960년대 말, 미국에서는 젊은 세대를 중심으로 반전 운동, 시민 운동, 그리고 민족 운동이 활발히 일어나면서 소수 민족에 관한 학과에 대한 요구가 생겨나기 시작했다. 이때 사람들은 메시지를 전달하기 위해 미디어를 활용했으며, 특히 버클리 지역에서 이러한 미디어 운동이 두드러졌다. 이처럼 다양한 사람들이 목소리를 내고 사회에 변화를 일으키는 데 미디어를 이용하면서 비디오 운동을 비롯한 미디어 운동이 일어났고, 이는 이후 미디어센터의 등장으로 이어졌다.

다음으로, 법적·제도적 배경에는 '표현의 자유와 케이블법'이 있다. BIG와의 인터뷰에 따르면, 미국 미디어센터의 핵심 가치는 표현의 자유이다. CCTV 또한 미국의 미디어센터가 등장한 배경에 표현의 자유와 투명성이 있음을 강조하였다. 미국 수정헌법 제1조에 따르면, 미국의 모든 국민은 표현의 자유와 정부를 비판할 권리, 자신을 위한 말을 할 권리를 갖는다. 미디어센터는 이러한 가치에 뿌리를 두고 있다. 1970년대에는 급진적 운동의 영향을 받은 사람들이 국가 및 지역 정부에 더 많은 투명성을 요구하였다. 중요한 정치적 논의와 의사결정 과정에서 시민들은 배제되었기 때문이다. 1980년대에는 케이블 TV의 등장과 함께 커뮤니티 미디어 운동이 시작되었다. 케이블 회사들은 공공 인프라를 사용하면서 시민들에게 요금을 부과하였는데, 이에 따라 수익의 일부를 다시 지역 커뮤니티에 돌려줘야 한다는 요구가 생겨났다. 그 결과, 케이블 회사들이 커뮤니티 미디어 센터에 자금을 지원하도록 '케이블법'이 개정되었다.

마지막으로 기술적 배경에는 '카메라 기술의 발전'이 있다. 1970년대에 소니 등에 의해 카메라 기술의 비약적 발전이 일어나면서 개인들의 미디어 소유와 활동이 가능해졌다. 이러한 기술적 혁명이 이전의 사회적·정치적 배경 및 법적·제도적 배경과 결합되면서, 카메라는 목소리를 낼 수 있는 중요한 도구가 되었다. 이에 사람들은 공동체 의식을 형성하고 사회 변화를 이루어 나가는 데 미디어를 활용하기 시작했다. 여기에 미국 정부의 미디어센터 설립 지원이 더해지면서, 미국 전역에 미디어센터가 설립되었다. 특히, DCTV의 등장 배경에는 소니의 포타팩 출시와 이를 이용한 뉴욕 지역의 비디오 운동이 있었다. 이처럼 미국의 미디어센터는 여러 가지 역사적·사회적 배경 속에서 등장하였고, 시간이 지나면서 각 공동체의 필요와 가치를 반영한 독특한 정체성을 발전시키며 오늘날에 이르게 되었다.

7) 컨트롤 타워 및 미디어센터 간 교류

미국의 미디어센터와 관련이 있는 핵심 조직으로는 FCC(Federal Communications Commission)와 ACM(Alliance for Community Media)이 있다. FCC는 한국의 방송통신위원회와 같이 방송 및 통신 정책을 감독하는 기관으로, 미디어센터와 관련해서는 퍼블릭 액세스에 대한 법률을 관리하는 역할을 한다. ACM은 한국의 전국미디어센터협의회와 같이 미디어센터들의 협력과 활동을 지원하며 핵심적인 역할을 수행한다. 그 외에도 MassAccess와 같은 더 작은 단위의 네트워크도 존재한다. 미국에서도 매사추세츠주는 비슷한 목표를 공유하는 커뮤니티 미디어 센터들이 많이 설립되어 있어 매우 활발한 교류가 이루어지며, 그 중심에는 지역 단위의 상위 조직인 MassAccess가 있다. 퍼블릭 액세스 방송국의 대표들로 구성된 MassAccess는 법률 제정 활동, 네트워킹 행사 등을 통해 매사추세츠 지역의 미디어센터들을 하나로 모으는 역할을 하고 있다. 이들 모두 국가 차원의 '중앙 관리 기구'로 보기는 어렵지만, ACM이 가장 중심적인 위치를 차지하고 있는 것으로 보인다.

ACM은 커뮤니티 미디어 센터의 권익을 대변하는 단체로, 미국 내 미디어센터들을 총괄한다. ACM에 회원비를 낸 미디어센터는 크게 다음 세 가지 혜택을 받을 수 있다. 첫째, 매년 열리는 컨퍼런스에 참여하여 다양한 전문가들과 정보와 기술을 교환할 수 있다. 또한, 아이디어나 우수 사례, 정책 동향 등을 공유하기도 한다. 둘째, ACM을 통해 커뮤니티 미디어의 가치를 정치인들에게 설득하거나, 공공 정책 회의에 참여할 수 있다. 이는 지역 단체 차원에서 하기 어려운 일이기 때문에 매우 중요하다. 셋째, ACM의 웹사이트를 통해 구인 공고를 공유할 수 있다. 이처럼 ACM은 정보와 자원을 공유할 수 있는 네트워크를 제공하여 미디어센터 및 전문가들 간의 소통과 협력을 촉진한다. 나아가 이들의 요구와 목소리가 정책 현장에 전달될 수 있도록 돕는 역할도 수행한다.

결과적으로 미국의 미디어센터들을 감독하거나 통제하는 하나의 컨트롤 타워(control tower)나 지휘 본부(command center)는 따로 존재하지 않는다. FCC와 ACM이 미디어센터에 중요한 영향을 미치는 것은 사실이지만, 소위 말하는 컨트롤 타워로 보기는 어렵다. 그렇다고 특정한 정부 기관이나 부처에서 이 역할을 수행하고 있는 것도 아니다. 이를 고려했을 때, 국내와 미국의 상황은 사실 상당히 닮아 있다. 차이점이 있다면, FCC와 달리 방송통신위원회는 산하 기관인 시청자미디어재단을 통해 미디어센터를 운영하고 있다는 점이다. 또한, ACM은 전국미디어센터협의회보다 더욱 활발히 활동하며 미국 미디어센터들에 지대한 영향을 미치고 있다.

'자율성과 독립성을 중시하면서도 서로 적극적으로 협력하고 소통하기 위해 노력한다'는 특성이 미국 미디어센터의 성장 요인 중 하나였기 때문에, 국가 차원의 중앙 관리 기구가 필요한지에 대해서는 미국 내에서도 의견이 다르게 나타난다. 긍정적 입장에서는 미디어센터에 대한 지원과 미디어센터 간 네트워크 강화를 위해 중앙 관리 기구가 필요하다고 강조한다. 또한, 비영리 단체인 미디어센터가 연방 법안을 바꾸거나 정부의 결정에 영향을 미치는 것은 현실적으로 어렵기 때문에, 이를 전담할 수 있는 중앙 기관이 필요하다고 본다. 반면, 부정적 입장에서는 국가 차원의 중앙 관리 기구가 커뮤니티 미디어 센터의 핵심 가치인 '지역 중심성'을 약화시킬 수 있다는 우려를 제기한다. 이들은 미디어센터가 특정한 기관의 통제나 지휘를 받지 않기 때문에 각 커뮤니티의 독특한 특징에 민첩하게 대응할 수 있다고 주장한다. 이처럼 중앙 관리 기구와 같은 컨트롤 타워는 양면성을 가지고 있기 때문에, 그 필요성에 대해서는 더욱 심층적인 고민이 필요해 보인다.

8) 시민의 참여

미국 미디어센터는 시민의 참여를 확대하기 위해 여러 가지 방법을 활용하고 있다. 첫 번째로는 '미디어를 활용한 홍보'가 있다. 더 많은 사람들의 참여를 이끌어내기 위해서는 먼저 그들이 미디어센터의 존재와 활동을 인지하도록 해야 한다. 이때, 미디어, 특히 인터넷은 매우 효과적인 홍보 수단이 된다. 예를 들어, NewTV는 숏폼 콘텐츠를 통해 교육 프로그램을 홍보하여 추가적인 관심을 유도하고자 한다. Somerville Media Center는 "시민들이 미디어센터가 좋은 일을 한다는 것을 알게 되면 그 일에 참여하고 싶어 한다"고 믿으며, 소셜 미디어와 뉴스레터를 통해 주요 활동을 대중에게 전달하고 있다. 또한, 교육 프로그램에 참여한 학생들이 경험을 친구나 가족에게 전함으로써 자연스럽게 홍보가 이루어지기도 한다. CCTV는 다양한 연령대와 배경을 가진 사람들이 센터를 방문하는 모습을 사진으로 보여주며, BronxNet은 활발한 소셜 미디어 활동을 통해 시민들의 참여를 유도하고 있다.

두 번째로 '커뮤니티 활동'이 있다. 이는 지역 사회나 특정 그룹의 구성원들이 함께 참여하는 활동으로, 주로 지역 단체와 협력하거나 오프라인 행사를 개최하는 방식으로 이루어진다. CCTV는 지역 행사에 참여하고 지역 단체와 협력하며 시민들과 소통할 수 있는 창구를 확대해 나가고 있다. BronxNet 역시 지역 축제에 적극적으로 참여해 커뮤니티와의 연결을 강화하고, 시민들의 주도적인 참여를 유도하고 있다. NewTV는 지역 내 다른 비영리 단체들과 협력 관계를 맺으며 시민 참여를 확대하는 데 힘쓰고 있다. 또한, 사람들이 NewTV를 직접 방문할 수 있도록 다양한 오프라인 행사를 기획하고 있다. 한편, CCTV는 접근성이 낮은 지역이나 소외된 주민들을 직접 찾아가 팝업 이벤트를 열기도 한다.

세 번째로는 '소통 창구'의 마련이 있다. 즉, 시민들이 미디어센터와 지역 사회에 더 큰 영향력을 행사하도록 함으로써 참여를 촉진하려는 것이다. BIG는 '커뮤니티 리스닝 프로젝트'를 운영하며, 주민들의 피드백을 수집하고 주요 주제를 정리한 뒤, 그 결과를 다시 시민들과 공유한다. 이를 통해 지역 공동체의 목소리를 반영하고, 프로그램이나 정책에 실질적으로 적용할 수 있도록 돕는다. 또한, BIG는 프로젝트를 통해 얻은 정보를 공개함으로써 Brookline을 비롯한 지역 주민들이 자신들의 공동체를 더욱 깊이 이해할 수 있도록 한다. 한편, CCTV는 시민들에게 직접 의견을 묻고 이를 운영에 반영하는 한편, 위원회나 이사회에 시민들이 참여할 수 있도록 장려함으로써 중요한 의사결정 과정에 함께할 수 있도록 한다.

이 밖에도 CCTV는 '물리적·경제적·문화적 접근성 개선'을 통해 시민 참여를 확대하고 있다. 먼저, 휠체어 전용 엘리베이터를 마련하는 등 장애가 있는 사람들이 공간을 자유롭게 이용할 수 있도록 ADA(미국 장애인법) 기준을 충족하기 위해 노력하고 있다. 또한, 멤버십 비용을 자율적으로 선택할 수 있는 'pay what you can' 정책을 운영하여 금전적 여건과 관계없이 누구나 서비스를 이용할 수 있도록 하였다. 아울러 다양한 언어로 수업을 제공하여 교육의 장벽을 낮춤으로써 시민 참여를 확대하기도 하였다. 한편, NewTV는 '프로그램 및 워크숍'을 활용하고 있다. 인턴십 프로그램과 워크숍을 개발해, 보다 다양한 사람들이 센터를 방문하고 적극적으로 참여할 수 있도록 유도하고 있다.

Ⅵ. 결론

1. 연구 결과 요약

<시민의 미디어 교육 확대와 미디어 액세스권 개선을 위한 미디어센터 활성화 방안 제시: 교육, 제작 및 유통, 네트워크를 중심으로>를 주제로, 2024년 7월부터 2025년 2월까지 약 7개월간 국내 선행 연구와 해외 탐사를 진행했다. 먼저 국내 선행 연구 중 문헌 연구를 통해, 국내 미디어센터의 전반적인 운영 현황과 미디어센터를 둘러싼 역사에 대한 정보 습득을 하였다. 이후 6곳의 국내 현장 탐사 및 7개의 심층 인터뷰를 진행하여 성문화된 자료로는 파악하기 어려웠던 각 센터의 운영 구조와 직면 과제, 내부의 문제점 등에 대한 다각의 목소리를 습득하였다.

'미디어센터'는 지역사회 주민들이 자율적으로 소통하고 창작할 수 있는 중요한 공간으로, 시민들의 미디어 향유권을 보장하고 사회적 소통 능력을 향상시키는 역할을 한다. 강진숙(2007)[113]에 따르면 미디어센터는 '미디어 교육 차원의 미디어센터', '퍼블릭 액세스를 강조하는 미디어센터', '독립영화 활성화와 관련된 미디어센터'로 구분할 수 있으며, 모두 시민의 미디어 교육과 참여에 중점을 둔 비영리기관이라는 점에서 공통점이 있다. 국내 미디어센터는 1960년대 말 캐나다에서 일어난 미디어운동 등을 배경으로 1990년대 후반 논의가 시작되어, 2002년 첫 번째 미디어센터인 '미디액트'의 개관으로 시작되었다. 전국미디어센터협의회에 의하면, 2025년 1월 기준 전국에 총 58개소의 미디어센터가 운영 중이다.

빠르게 변하며 도구와 의식은 더욱 개인화되고 있는 미디어 환경 내에서, 지역사회 내 민주적 참여를 촉진하고 시민들의 공론장을 형성하는 미디어센터의 역할은 더욱 중요해지고 있다. 또한 여전히 '누구나' 미디어를 소비하고 생산할 수 있는 환경이 갖춰지지 않은 상황에서, 시민의 미디어 교육과 액세스권 확대에 있어 미디어센터는 재조명될 필요가 있다. 그러나 미디어센터가 갖춘 가능성에 비해 참여와 인식이 활성화되어 있지 못하다는 인상을 받은 본 팀은, 국내 현장 탐사를 통해 미디어센터가 직면한 과제와 문제점을 세밀히 파악한 후, 해외 탐사로 국내 미디어센터 활성화를 위한 보다 입체적인 개선방안을 연구하였다.

국내 현장 탐사 및 심층 인터뷰를 통해 파악한 국내 미디어센터들이 직면한 과제와 내부 문제점은 다음과 같다. 먼저, 교육 측면에서 직면한 문제는 대부분의 미디어센터가 공적 자원에 의존을 하고 있기 때문에 미디어 교육의 성과와 목표는 정부 부처가 제시한 '연인원'이 된다는 것이다. 이로 인해 센터들은 조금이라도 더 많은 사람들이 교육에 참여하도록 하기 위해 인기가 많은 기술 교육과 단기 교육을 위주로 운영하게 된다. 이는 미디어 리터러시 교육이나 맞춤형 교육이 이루어지기 어려운 현실로 이어진다. 성경훈 센터장과 이호섭 팀장은 미디어 교육에 대해 정량적 평가가 아니라 정성적 평가가 이루어져야 한다고 지적한다. 두 번째로, 제작 및 유통 측면에서 직면한 문제는 제작과 유통을 연결하는 체계가 부족하다. 시민 사회가 직접 제작한 콘텐츠를 통합하는 플랫폼이 부재하여 콘텐츠들이 산발적으로 흩어져 있다. 현재는 대부분 유튜브나 팟캐스트 등의 매체를 활용하는 시도를 하고 있으나, 낮은 참여율과 관심 부족으로 파급력이 낮다는 어려움이 있다. 노원마을미디어지원센터에서는 '노원의 산책'이나 '스타탑쓰리'와 같은 노원 콘텐츠를 유튜브에 유통했지만 구독자 수는 2천 여명, 조회수는 70회 정도에 그친다. 세 번째로, 미디어센터 간 네트워크가 부족하다는 한계가 있다. 각 광역자

113) 강진숙, 앞의 글.

치단체별 미디어센터 네트워크가 있지만 참여했을 때 깊이 있는 관계 형성보다는 같은 업종에 있는 사람들끼리 모여 이야기하는 수준에 그친다. 성경훈 센터장은 각 센터에서 생산된 여러 가지 데이터들이 모이고 교환되는 곳이 있다면 좋겠다고 설명하였다. 미디어센터 간 네트워크 이외에도, 시민 간 네트워킹, 시민과 지역 사회 간 네트워킹, 미디어센터와 지역 사회 간 네트워킹 등도 중요한 과제이다. 네 번째로, 운영 및 재원에서의 근본적인 문제 개선이 필요하다는 지적이 있다. 운영과 관련해서는, 현재는 하나의 통합된 국가 차원의 '컨트롤 타워'가 아닌 산발적인 미디어 교육과 미디어센터 지원이 이루어지고 있어 안정적인 운영이 어렵다는 한계가 있었다. 재원과 관련해서는, 충분한 예산 확보와 정책 마련이 필요하다는 의견은 동일했지만 공적 재원을 더 늘려야한다는 의견과 센터의 자립성 확보를 위해 재원 조달 방식을 다양화해야 한다는 의견으로 나뉘었다. 마지막으로 미디어센터에 대한 시민들의 인식과 참여율이 저조하다는 한계점을 파악하였다.

심층 인터뷰를 통해 파악한 국내 미디어센터의 한계점을 바탕으로 해외 탐사의 인터뷰지를 구성하여 인터뷰를 진행하였다. 또한 각 기관별 운영철학 및 정체성을 구체적으로 질문하여, 변화하는 미디어 환경에서 국내 미디어센터들이 나아가야 할 새로운 정체성을 고민해보고자 하였다.

먼저 교육 측면에서 얻은 핵심적인 인사이트는, 교육을 운영할 때 시민들이 지속적으로 미디어 활동을 이어갈 수 있도록 후속 프로그램과 네트워크를 구축하는 것이 중요하다는 것이다. 또한, 시민들이 단순한 수강생을 넘어 주체적인 시민이자 미디어 생비자로서 교육에 참여할 수 있도록 프로그램을 운영하는 것이 중요하다. DCTV와 LMC Media, BIG의 경우 청소년 교육에서, 학생들이 모든 과정을 주체적으로 이끌고 나갈 수 있도록 한다. 특히 청소년 교육을 더욱 활발하게 운영해야 할 필요성을 배울 수 있었다. 청소년 대상의 미디어 교육은 청소년들의 전반적인 성장과 진로 탐색의 기회를 주어 전인적 교육의 성격을 띄며, 이들은 성인이 되어서도 미디어센터에서 활발하게 활동하거나 센터 내 중요한 인력으로 성장하기도 한다.

두 번째로 제작 및 유통 측면에서는, 콘텐츠를 제작할 때 그 내용이 지역 사회에 실제적인 영향을 미치도록 시청자를 고려하고, 지역민들이 주체적으로 지역 문제에 관한 콘텐츠를 제작하고 공유할 수 있도록 지원하는 것이 중요하다는 것을 배울 수 있었다. 또한, 미국의 경우에도 주요한 유통 채널이었던 케이블 TV의 이용자가 줄어들고 있고 스트리밍 서비스와 뉴미디어 이용률이 높아지고 있기 때문에, 새로운 유통 구조의 형성을 모색하고 있음을 알 수 있었다. 예를 들어, NewTV는 소셜 미디어 플랫폼에 적합한 콘텐츠를 활용하고, 청소년 센터와 같은 지역 사회 내 다른 조직과 협력을 맺어 새로운 유통 구조를 형성하는 등 변화하는 환경에 대응책을 모색하고 있다. 한국은 케이블 TV를 주요한 유통 채널로 삼고 있지 않지만, 변화하는 뉴미디어 환경에 맞는 새로운 유통 구조를 확립하여 시민 콘텐츠의 가시성을 높여야 한다.

세 번째로 네트워크 측면 중 먼저 미디어센터 간 네트워킹 측면에서는, 유의미한 자원 공유가 이루어지고 미디어센터에 대한 지원과 정책에 대한 목소리를 내는 네트워킹 자리를 마련하는 전국 혹은 지역 단위의 커뮤니티 미디어 네트워크의 역할이 중요하다는 것을 배울 수 있었다. 국내에서는 네트워킹 자리가 있어도 유의미한 교류가 부족하여 참여율이 저조하다. 따라서 데이터 및 자원의 공유와 유의미한 배움의 자리가 될 수 있도록, 네트워킹 행사의 내용을 개편하고 확립할 필요가 있다. 시민 간 네트워킹 측면에서는, 멤버십 제도를 통해 본인이 기관의 일원이라는 소속감을 느끼게 하여, 커뮤니티 참여율을 높이고 지역 공동체의 결속력을 강화할 수 있음을 알 수 있었다. 시민과 지역 사회 간의 네트워킹 측면에서는, 시민들이 미디어를 통해 공공 담론에 참여할 수 있도록 오프라인 행사를 활성화하고, 선거 기간 공론장을

제공하여 지역 선거 후보자들과 지역 주민들이 의견을 나눌 수 있는 자리를 통해 시민의 영향력을 활성화할 수 있다는 인사이트를 얻었다. 미디어센터와 지역 사회 간 네트워킹 측면에서는, 시민들의 참여를 증진하고 커뮤니티와의 연결성을 강화하기 위해 지역 사회 다양한 기관, 단체, 학교와 활발하게 협력하여 공동의 발전을 이루는 것이 필수적임을 깨달았다.

네 번째로 운영 및 재원 측면에서 먼저 인력 부문에서는, 외부 강사에 의존하는 국내 미디어센터와 달리 미국 미디어센터는 내부 인력과 외부 인력이 적절히 협력하는 방식을 많이 활용함을 알 수 있었다. 내부 인력에는 정기적인 연수와 교육을 제공하고 외부 인력은 교육 내용에 맞는 필요한 전문가를 초빙하여 심화 교육을 제공하고 있다. 이는 더욱 안정적이고 정기적인 교육과 워크숍이 이루어지도록 도와준다. 재원 부문에서는, 미국의 미디어센터들도 변화하는 환경에 따라 재원 조달 방식을 변화하고자 움직이고 있음을 알 수 있었다. 미국의 미디어센터들은 한국의 비해 비교적 다양한 재원의 출처를 갖추고 있지만, 대부분 재원의 많은 비율을 케이블 TV의 수수료로 충당하고 있다. 하지만 케이블 가입자가 점점 줄어들고 있기 때문에 새로운 자금원과 다양한 해결책을 모색하고 있다. 공적 재원이 어느 정도 필요한 것은 맞지만 이에만 의존한다면 정책에 따라 센터의 존립 여부가 결정되고 미디어센터의 초기 정치적 운동성은 잃게 된다는 문제가 있다. 따라서 한국도 기부자, 멤버십 제도, 새로운 법률 재정, 스트리밍 서비스, 영리 부서 운영 등을 통해 다양한 재원 출처를 마련해야 할 필요가 있다.

마지막으로, 각 기관들이 시민들의 참여를 유치하기 위해 활용하는 방안을 알아보고 그 중 국내 미디어센터에 적용할 수 있는 방안을 고민하였다. 첫 번째는 홍보 방안의 개선이다. 소셜 미디어, 뉴스레터 등을 통해 미디어센터가 하고 있는 다양한 사업과 활동들을 적극적으로 홍보하고, 프로그램 참여자들이 주변인들에게 자연스럽게 홍보하도록 유도한다. 이때 단순한 사업 홍보보다도 활동 사진, 활동 후기, 활동가 인터뷰 등처럼 미디어센터가 하고 있는 일들을 자연스럽고 재미있게 알려 더 많은 사람들의 참여를 이끌어내는 것이 효과적일 것이다. 즉, 미디어센터가 하는 일에 대한 긍정적인 인식이 먼저 자리잡는 것이 필요한 것이다. 두 번째는 커뮤니티 활동을 늘리는 방안이다. 지역 축제에 참여하고 지역 내 비영리 단체들과 협력 관계를 맺거나 지역 축제에 참여한다. 직접 방문이 어려운 소외된 주민들을 직접 찾아가 이벤트를 연다. 국내 미디어센터들의 찾아가는 미디어 교육이 최근에는 잘 이루어지지 않고 있다. 지역 축제, 지역 내 타 단체의 행사에 적극적으로 참여하여 참여자 유치에 노력을 기울일 필요가 있다. 세 번째는 소통 창구의 마련이다. 시민들의 의견이 미디어센터와 지역 사회에 반영될 수 있도록 소통 창구를 통해 피드백을 수집하는 것이다. 혹은 위원회나 이사회에 시민들이 참여할 수 있도록 권한을 부여하여 시민들의 주인의식을 강화할 수 있다. 네 번째는 인턴십과 워크숍의 활성화이다. 고등학교, 대학교와의 협업으로 학생 인턴십을 강화하고, 방학 1-2달 간 참여할 수 있는 워크숍을 진행하여 학생의 참여율을 높이는 방안이다. 이렇게 참여한 학생들은 다시 시민이 되어 미디어센터를 찾거나 센터 내 인력으로 성장할 수 있다.

2. 연구의 의의 및 한계

본 연구의 의의는 다음과 같다. 첫 번째, 국내와 미국 미디어센터의 이론적 배경과 운영 현황을 집중적으로 파악함으로써, 기존 연구에서 부족했던 부분들을 보완하였다는 점에서 학술적인 기여를 한다. 선행 연구 과정에서 도서, 논문, 해외 자료 등을 통한 문헌 조사를 실시하

여 국내외 미디어센터의 이론적 배경과 현황을 비교 및 분석하고자 하였다. 하지만 기존 자료들은 해외 미디어센터에 대한 피상적인 정보만을 제공할 뿐 실질적인 운영 현황과 전문가의 심도있는 이야기는 담고 있지 않았다. 또한 미디어 환경이 빠르게 변화하고 있는 만큼, 해외 미디어센터가 어떻게 그 변화에 대응하고 정체성을 고민하고 있는지에 대한 연구가 필요하지만 이에 대한 최근 자료는 전무하였다. 따라서 기존 자료만으로는 온전히 파악하기 어려운 각 센터의 운영 구조와 직면 과제들에 대한 현장의 목소리를 살피고, 각 센터의 운영 철학과 목표, 뉴미디어 시대의 콘텐츠 유통 구조의 변화를 중점으로 살펴보며 기존 연구에서 부족했던 부분들을 보완하고자 하였다. 뿐만 아니라 기존 연구에서는 미디어센터를 이용하는 시민과 학생들의 목소리와 이야기를 담고 있지 않다. 미디어센터가 더욱 시민 중심으로 발전하기 위해서는 참여자들의 목소리를 연구해야 한다고 생각한 본 팀은, 해외 기관의 전문가뿐 아니라 참여자들과의 인터뷰를 통해 현 미디어센터에 대한 참여자들의 의견 및 이야기를 담았다는 점에서 차별점이 있다.

두 번째, 사회적으로 미디어센터에 대한 인식을 제고할 수 있는 방안을 제시한다. 본 연구는 미국 미디어센터가 시민들의 참여를 유치하기 위한 노력을 살펴보고 이를 한국의 상황에 맞게 적용할 방안을 고안하고자 하였다. 민주주의 사회를 유지하고 시민들의 역량 강화를 실천하는 미디어센터의 중요성과 발전 가능성에 비하여 정부와 시민들의 인식은 부족한 실정이기 때문이다. 또한 국내외 미디어센터를 심층적으로 탐사하고 연구한 결과물이 국내 미디어센터의 발전에 실질적인 영향을 끼칠 수 있도록 국내 브리핑 PPT자료를 제작하였으며, 시민들에게 미디어센터의 존재와 중요성을 알리기 위해 기획 기사를 제작하여 이대학보에 투고하였다.

마지막으로, 해외 탐사 이전 문헌 연구와 국내 탐사만으로는 알지 못했던 정보들과 깨달음을 얻을 수 있었다는 점에서 의의가 있다. 먼저, 기술 교육은 단순히 기술만 배우는 것이라고 생각하였다. 하지만 미국 커뮤니티 미디어센터를 탐사하며 기술 교육이 기술적 역량 개발뿐 아니라 개인적인 성장, 협업 능력, 지역과 다른 나라에서 일어나는 다양한 문제에 대한 이해로까지 이어질 수 있음을 이해할 수 있었다. DCTV에서 진행하는 청소년 대상 교육 프로그램은 대부분 그룹 프로젝트로 이루어지는데, 프로그램 자체는 미디어 프로젝트를 진행하는 것이라 기술 교육이라고 생각할 수 있지만, 학생들은 전혀 다른 배경의 사람들과 교류하며 새로운 관점을 배우고 더 넓은 세상을 이해하게 된다. 팀원들과 협업하며 타협하는 법을 배우고, 아이디어를 브레인스토밍하는 법을 익히며, 자신이 속한 커뮤니티의 이야기를 전하는 방법을 배운다. 프로그램 말미에는 독립적인 프로젝트로 자신의 이야기를 담은 자서전을 완성하는데, 이는 이들의 미래에 큰 격려가 되고, 새로운 도전을 향한 기대와 흥분을 안겨준다. 따라서 미디어 자체가 교육이 되는 것이 아니라, 미디어를 도구로 활용하여 더 중요한 가치들을 배울 수 있도록 교육을 기획한다면 미디어 교육이 지역의 주민들과 학생들의 역량 강화와 커뮤니티 활성화에 더 효과적인 역할을 수행할 것이라는 시사점을 얻을 수 있었다. 또한, 제작 및 유통의 연결고리를 강화하기 위해서 채널의 확보는 고려했지만 인력의 중요성을 생각하지 못했었다. CCTV는 제작 및 유통의 프로세스를 더욱 명확하게 하기 위해 시민들이 제작한 미디어가 유통까지 이어질 수 있도록 계약서 작성부터 지원 및 소통을 맡는 프로그래밍 매니저의 역할을 강조하였다. 이를 통해 유통을 위한 채널뿐 아니라, 시민들이 끝까지 제작을 마칠 수 있도록 지원하고 이를 유통망에 공급하는 인력의 필요성을 확인할 수 있었다.

본 연구의 한계는 다음과 같다. 첫 번째, 정책적 부분에 대한 연구가 부족하다. 본 팀은 정책적 연구를 중점으로 하기보다는 미디어센터의 이론적 배경과 운영 현황을 상세히 살펴보고,

국내 미디어센터의 한계점을 해결할 수 있는 미국 미디어센터의 방안들을 모색하고자 하였다. 따라서 정책적 논의에 대한 명확한 해답을 내지 못한다는 한계점이 있다. 다만 본 팀의 연구는 이후 정책적 논의가 이루어질 수 있도록 국내 미디어센터의 향후 방향성에 대한 다양한 시사점을 담았다. 다음 단락에서도 언급한 것과 같이, 본 연구를 바탕으로 정책적 부분에 대한 후속 연구가 이루어져 국내 미디어센터들의 원활한 운영을 위한 더욱 탄탄한 토대가 이루어지기를 기대한다. 두 번째, 미국의 미디어센터들도 완벽한 해답을 가지고 있는 것이 아니라 함께 변화를 모색하고 있다. 미국의 미디어센터가 한국보다 더 오랜 역사를 가지고 있고 다양한 모델과 운영 방식을 갖추고 있지만, 그들도 변화하는 미디어 환경 속에서 자원과 운영 측면에서 많은 고민 속에서 해답을 찾아 나가고 있다. 따라서 국내 미디어센터들이 해외의 미디어센터들과 열린 마음으로 네트워킹하며 함께 해결책을 모색해나가기를 기대한다.

혹자는 뉴미디어 시대에 미디어센터가 왜 필요하냐고 반문할 수 있다. 하지만 본 팀은 새로운 매체가 계속해서 생겨나며 급변하는 사회이기에 시민들의 목소리가 사회에 작동할 수 있도록 지원하는 미디어센터에 더욱 관심을 기울여야 한다고 말하고 싶다. 글로벌 프론티어라는 하나의 목표만을 바라보고 모인 E-MC팀은 약 7개월 간 함께 프로젝트를 수행하며 많은 어려움 앞에서 포기하지 않고 끝까지 프로젝트를 마쳤다. 혼자서는 절대 할 수 없었을 프로젝트의 마지막을 앞두고, 막막할 때마다 서로 의지하고, 부족한 부분은 함께 채워가며, 예상치 못한 상황들을 이겨낼 수 있었던 것은 함께였기 때문임을 다시 한 번 느낀다.

3. 후속 연구 방향 제시

본 연구를 통해 미디어 환경이 변화하고 있는 상황에서 미디어센터의 역할과 정체성 또한 변화해야 할 필요가 있음을 체감할 수 있었다. 이에 대한 고민이 부재한다면 미디어센터는 단순한 장비 대여 및 교육 기관으로 전락할 수 있다. 정의된 정체성은 센터 운영과 프로그램의 방향성에 큰 영향을 미치기 때문에 변화하는 환경에 맞게 이를 고민하고 정립할 필요가 있다. 미국 미디어센터들은 각기 다른 목적과 특성을 지니면서도 공통된 철학과 정체성을 갖고 있다. 첫 번째는, 시민의 퍼블릭 액세스를 위한 공간이다. 단순히 교육이나 시설 제공을 넘어, 주류 미디어에서 소외되는 목소리와 왜곡되는 내용을 바로잡고 지역민들이 직접 자신의 목소리를 내도록 지원하는 역할을 하는 것이다. 두 번째는, 공동체를 위한 커뮤니티 공간이다. 박혜정 활동가는 미디어센터가 사람들을 모으고, 공감대를 형성하며, 함께 공동의 문제를 해결하도록 하는 '퍼실리테이팅(facilitating)'의 역할을 수행해야 한다고 강조한다. 뉴미디어 시대가 되며 개인이 미디어를 제작하는 것은 쉬워졌지만, 오히려 집단으로 미디어를 통해 공론장을 형성하는 활동은 줄어들고 있기 때문이다. 마지막으로, 미디어 민주주의를 위한 기관이다. 디지털 시대에 시민들이 진정으로 미디어를 통해 표현의 자유를 보장받고 공적 담론에 기여하도록 다양한 기회를 제공하는 것이다. 이러한 미국 미디어센터들의 철학과 목표를 참고하여, 국내 미디어센터들은 공통의 목표를 설립하고, 각 미디어센터의 강점을 발굴하여 그에 맞는 정체성을 고민할 필요가 있다. 변화하는 미디어 흐름 속에서도 미디어센터들이 그 자리를 굳건히 할 수 있게 될 수 있도록, 미디어센터들이 함께 모인 네트워킹 자리에서 이에 대한 연구와 논의를 진행하는 것을 제안한다.

두 번째로, 한국의 미디어센터의 재원 다양화 방안을 연구할 필요가 있다. 국내외 모든 공공 미디어가 새로운 자원 출구를 모색해야 하는 상황에 놓여 있다. 특히 국내의 경우 정부에

따라 미디어센터의 존립이 흔들리지 않고 자립성을 키우기 위해 자체 수익원을 적극적으로 고민하고 발굴해야 할 필요가 있다. 미국의 미디어센터는 케이블 수수료 수익 이외에 멤버십 제도, 타 기관과 개인으로부터의 사적 기부금, 영리 부서 운영 등의 방안으로 추가 수익을 마련하고 있다. 국내에도 사적 기부금을 받는 기관도 있지만, 미디어센터에 대한 인식이 저조한 상황에서 기부금으로 수익을 창출하는 것은 쉽지 않다. 영리 부서 운영과 멤버십 제도는 현실적으로 적용이 가능하다. NewTV의 경우 미디어 제작사들에게 스튜디오를 대여해주고 영리를 얻는 부서를 따로 운영하여 수익을 창출하고 있으며, 대부분 미국의 커뮤니티 미디어센터는 멤버십 제도를 운영하여 작은 수익을 얻고 있다. 이와 같은 다양한 수익 창구들을 연구하여 각 미디어센터 상황에 가장 알맞는 새로운 수익 구조를 개편할 것을 제안한다.

마지막으로, 미디어 교육에 대한 정책화 및 법제화에 대한 후속 연구가 필요하다. 한국 학생들에게 미디어 리터러시 교육이 필수적인 상황이지만, 아직 우리나라 현행법에는 이와 관련한 명시적인 규정이 없는 상황이다. 미국은 각 주 정부가 교육에 관한 권한을 가지고 교육 정책을 추진하고 있다. 각 주법에서 미디어 리터러시 교육 과정의 기준과 내용에 관하여 규정하고 있다. 2016년 워싱턴주가 미디어 리터러시(media literacy) 등을 규정한 학교법을 최초로 통과시킨 이후, 2021년에는 14개의 주에서 미디어 리터러시 교육 관련 법률이 제정 및 시행되었다. 또한 미국은 가짜 뉴스 또는 허위조작정보(disinformation)에 대한 해결책으로 규제 입법보다는 미디어 리터러시 교육에 중점을 두고 있다. 이는 수정헌법 제1조의 ‘표현의 자유’를 수호하면서도, 정보와 미디어 콘텐츠를 비판적으로 판단하고 분석하게 함으로써 허위조작정보에 대응하려는 것으로 볼 수 있다. 이처럼 미디어 리터러시 교육은 사실과 의견을 구별하고 주관적이거나 편향적인 정보를 판별하는 능력을 갖추게 하여 21세기 정보홍수시대에 반드시 필요한 교육이지만, 국내에서는 이에 대한 정책화 및 법제화가 이루어지지 않아 체계적인 교육의 부재와 교육 편차 현상이라는 문제를 안고 있다. 본 연구에서는 미디어 교육의 효과적인 운영을 위한 다양한 시사점을 담고 있다. 본 연구를 바탕으로, 향후 미디어 교육이 정책화 및 법제화가 이루어질 수 있도록 하는 후속 연구가 이루어지기를 제안한다.

Ⅶ. 부록

1. 탐사 준비

1) 역할 분담

탐사를 크게 세 단계 '탐사 전', '탐사 중', '탐사 후'로 나누고, 역할을 구체적으로 세분화하여 분담하였다. 그 내용은 아래와 같다.

		고은빈	이다권	박민혜	최영서
탐사 전	사전 조사	미디어센터 관련 기초 조사 및 정리, 해외 미디어센터 현황 조사 및 정리	국내 미디어센터의 한계점 및 개선점 조사 및 정리	국내 미디어센터 현황 조사 및 정리	국내 미디어센터의 사회적 필요성 및 역할 조사 및 정리
	섭외 및 컨택	국내 및 해외 기관 리스트업, 지도자문교수님 섭외, 국내 기관 섭외, 해외 기관 섭외, 질문지 수합 및 정리	국내 및 해외 기관 조사, 해외 기관 섭외, 질문지 작성	국내 및 해외 기관 조사, 국내 기관 섭외, 질문지 작성	국내 및 해외 기관 조사, 해외 기관 섭외, 질문지 작성
	국내 인터뷰	미디액트, 경기시청자미디어센터 인터뷰 진행	정은경 (전)센터장님 인터뷰 진행	노원마을미디어지원센터 인터뷰 진행	성북마을미디어지원센터, 청암미디어센터 인터뷰 진행
	탐사 계획서	탐사 계획서 작성 및 총괄	탐사 계획서 작성	탐사 계획서 작성	탐사 계획서 작성
	탐사 사전 준비	숙소 예약, 예산서 작성, 일정표 작성, 팸플릿 제작, 현수막 제작, 답례품 준비	숙소 예약, 인터뷰 질문지 제작	항공편 예약, 현수막 및 이름표 제작	항공편 예약, 이름표 제작, 명함 제작 답례품 준비
탐사	해외 인터뷰	인터뷰 진행 (메인 인터뷰어),	탐사 브리핑 및 답례품 전달,	탐사 브리핑 및 답례품 전달,	인터뷰 진행 (서브 인터뷰어),

중		인터뷰 후 회의록 작성, 인터뷰 관련 자료 정리 및 인터뷰 내용 정리	인터뷰 녹음, 인터뷰 관련 자료 정리 및 인터뷰 내용 정리	인터뷰 사진 촬영, 인터뷰 관련 자료 정리 및 인터뷰 내용 정리	일정 가이드, 인터뷰 관련 자료 정리 및 인터뷰 내용 정리
탐사후	탐사 보고서	최종 보고서 총괄, 본론 작성	본론 작성	서론 작성	결론 작성
	기타	기획기사 작성, 결산서 작성	기획기사 작성	기관 브리핑용 PPT 자료 제작	기관 브리핑용 PPT 자료 제작

2) 이름표/명함/팸플릿/현수막

해외 기관 방문 시, 팀 소개를 위한 '이름표', '명함', '팸플릿'을 사전에 제작하였다. 사진 촬영을 위한 '현수막'도 제작하여 활용하였다. 명함과 팸플릿의 경우, 답례품과 함께 전달하였다. 각각의 구체적인 이미지는 아래와 같다.

(1) 이름표: 이름표에는 이름 및 프로그램 영문 표기, 팀장 및 팀원 표기, 학과를 기재하였다.

(2) 명함: 명함 앞면에는 이화 교표, 팀명, 프로그램 명칭을 삽입하였고, 뒷면에는 마찬가지로 팀명과 교명, 이름과 직책, 연락처와 주소를 표기하였다.

(3) 팸플릿: 팀 소개, 이화글로벌프론티어 프로그램 소개, 탐사 주제 및 목표, 탐사 과정을 각각 정리하여 작성하였다. 더불어 이화 교표와 캠퍼스 이미지를 삽입하여, 이화여자대학교에서 주최하는 공식 프로그램임을 명확히 밝혀주었다. 팸플릿의 경우 섭외 단계에서도 활용하였다.

(4) 현수막: 이화여대 교표, 이화글로벌프론티어 한글 및 영문 표기, 팀명, 해외 탐사 기간을 명시하였다.

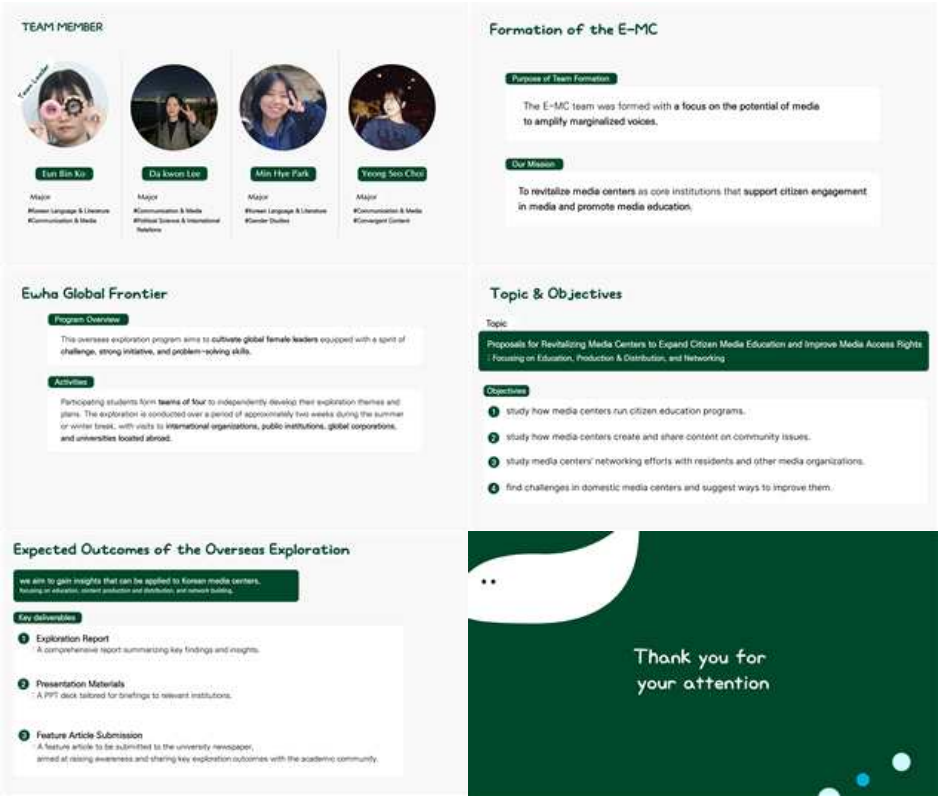
3) 답례품

답례품으로는 이화여자대학교의 굿즈(교표 티코스터 등)와 한국의 전통미를 담은 선물(전통차, 전통 문양 책갈피 등)을 준비하였다. 전문가 인터뷰이뿐만 아니라 시민, 인턴, 학생 인터뷰이에게도 답례품을 전달하여 감사의 마음을 표했다. 더불어 각 기관에 이화여자대학교 엽서에 작성한 손편지도 함께 전달하였다.

4) 브리핑 PPT 및 대본

해외 인터뷰 진행 전, 팀과 프로그램, 탐사에 관한 전반적인 내용을 소개하는 브리핑을 진행하였다. 이를 위해 제작한 PPT와 대본은 아래와 같다.

(1) 브리핑 PPT



(2) 브리핑 대본

슬라이드 1:

Hello, we are E-MC, a team of students from Ewha Womans University. It's a pleasure to meet you through the 2024 Ewha Global Frontier Winter Program. Thank you once again for agreeing to this visit and interview.

슬라이드 2:

Before starting the interview, we will briefly introduce our team and share information about the program.

슬라이드 3:

First, let us introduce our team.

슬라이드 4:

Our E-MC team consists of four members. Our team leader Eunbin Ko, team members Dakwon Lee and Yeongseo Choi, and myself, Minhye Park.

Currently, Eunbin, Yeongseo and 다권 are studying Communication and Media, while i iam majoring in Korean Language and Literature. Additionally, Eunbin and 다권 are seniors and Yeongseo and I are juniors at Ewha Womans University.

슬라이드 5:

Our team recognized that media often overlooks or misrepresents the voices of minority groups. This awareness has motivated us to explore how media centers can better serve all citizens and strengthen their impact in Korea.

슬라이드 6:

Next, we will introduce what the Ewha Global Frontier program is all about.

슬라이드 7:

The Ewha Global Frontier aims to cultivate global leaders by providing students the opportunity to explore international organizations and conduct research.

슬라이드 8:

Next, we would like to introduce our team's exploration theme and objectives.

슬라이드 9:

Our exploration focuses on activating media centers to enhance media education and access for citizens. First, we are studying how media centers run citizen education programs. Second, we are looking into how they create and share content on community issues. Lastly, we are focusing on their networking efforts with residents and other media organizations. Through this, we aim to find challenges in domestic media centers and suggest ways to improve them.

슬라이드 12:

The final section is about the expected outcomes of our overseas exploration.

슬라이드 13:

We have three main deliverables: an exploration report analyzing overseas media centers, a briefing presentation with key insights for stakeholders, and a feature article on the importance of media centers to be published in our university's student newspaper.

슬라이드14:

That concludes our presentation. Thank you very much for your time and attention.

5) 인터뷰지

국내와 해외 인터뷰 전, 사전에 인터뷰지를 작성하여 전달하였다. 실제 인터뷰도 해당 인터뷰지를 기반으로 진행하였다.

(1) 국내 인터뷰지: 인터뷰지는 공통 질문과 개별 질문으로 구성되어 있다. 아래는 '청암미디어센터'를 대상으로 한 인터뷰지로, 나머지 기관 및 전문가의 경우에도 이에 준한다.

청암미디어센터 인터뷰지

1. 국내에는 다양한 미디어센터들이 존재하지만 각각의 운영방식이나 목표에 차이가 있는 것으로 알고 있습니다. 이런 맥락에서 청암미디어센터는 다른 미디어센터와 비교했을 때 어떤 차별화된 특징을 가지고 있나요? 청암만의 독특한 강점이 있다면 무엇인지 궁금합니다.

2. 청암미디어센터는 청소년 기자단을 운영하고, 소수자 신문 '옥수수'를 발행하는 등 주민들이 실질적인 뉴스 생산자로 자립할 수 있도록 돕고 있는 것으로 알고 있습니다. 아직 일부 센터는 주민들의 참여가 활발하지 못해 교육 위주로만 운영되고 있는데, 청암미디어센터는 어떻게 주민들의 미디어 참여를 장기적으로 유지하고 있는지 궁금합니다. 또한 주민들 간의 네트워킹은 어떻게 이루어지고 있는지도 여쭤보고 싶습니다.

3. 위 질문과 관련해 현재 청암미디어센터는 지역 내 다른 미디어 기관(옥천신문 등)들과 어떻게 네트워킹을 이루고 있는지, 그리고 이러한 네트워크의 중요성에 대해 어떻게 생각하시는지 궁금합니다.

4. 다른 미디어 관련 기관과 구분되는 미디어센터만의 정체성과 역할은 무엇인가요?

5. SNS와 1인 미디어가 발달하며 시민의 미디어 교육 및 미디어 액세스가 비교적 수월해진 현시점에서도 미디어센터가 필요한 이유는 무엇이라고 생각하시나요?

6. 저희 팀은 사전 자료 조사를 통해 국내 미디어 센터가 수적, 질적으로 많은 발전을 이뤄왔다고 생각하지만 한편으로 아래와 같은 한계점이 있다고 생각했습니다. 이에 대해 어떻게 생각하시는지, 그리고 앞으로 이러한 문제를 어떻게 해결해 나가야 한다고 생각하시는지 궁금합니다.

1) 교육 • 기술 위주(예. 어도비 프로그램)의 수업. 미디어 리터러시나 미디어 격차 해소를 위한 수업은 비교적 적은 비중을 차지

• 미디어 교육을 위한 센터 내 전문 인력의 부족. 새로운 인력의 유입이 활발하지 않음

2) 제작 및 유통

• 시민이 주체적으로 기획하고 제작한 콘텐츠가 유통까지 이어지는 일련의 과정이 체계적으로 갖추어져 있지 못하여 제작과 유통의 유기성이 부족

3) 네트워크

• 센터 간, 센터와 지역 사회 간 네트워킹이 미비하여 그동안 발전시켜 온 자원과 노하우를 공유하고 교류할 수 있는 통로가 부족

• 미디어센터를 매개로 한 시민과 지역 사회 간의 네트워킹과 공론장 형성 미비

4) 운영 및 재원

• 공적 재원의 충분치 않은 지원과 수익 활동의 어려움에 따른 운영 예산 부족

• 미디어센터와 미디어 교육을 관장하고 예산을 집행할 수 있는 국가 차원의 컨트롤 타워가 부재(현재는 여러 부처에서 산발적으로 진행)

7. 빠르게 변화하는 미디어 환경 속에서 국내 미디어센터의 지속가능성을 확보하기 위해서는 어떤 부분이 먼저 개선되어야 한다고 보시는지 궁금합니다.

8. 미디어센터의 지속가능성을 뒷받침할 수 있는 지원이나 정책이 어떻게 마련되어야 하며, 이를 위한 노력이 어떻게 이루어져야 한다고 생각하시는지 여쭤보고 싶습니다.

9. 글로벌 프론티어 프로그램은 국내에서 2차 자료만으로 조사할 수 없는 부분을 해외의 현장에 가서 직접 탐사하고 배우는 데 의의가 있는 프로그램입니다. 이에 따라 저희는 '교육 프로그램 / 제작 및 유통 과정 / 네트워크 형성 / 운영 및 재원'을 더욱 중점적으로 살펴보고자 합니다. 그렇다면 국장님께서는 해외 탐사 시 어떤 부분에 더 주목하여 조사해야 한다고 생각하시는지, 국장님의 '탐사 포인트'에 대한 조언을 듣고 싶습니다.

(2) 해외 인터뷰지: 마찬가지로 공통 질문과 개별 질문으로 구성되어 있다. 아래는 'CCTV'를 대상으로 한 인터뷰지로, 나머지 기관 및 전문가의 경우에도 이에 준한다.

[2024 Winter Ewha Global Frontier] Interview Sheet

Interview Institution: Cambridge Community Television (CCTV)

Interview Date: January 23, 2025

Interviewer: Team E-MC

1. Founding Background

1-1. What is the operating philosophy of CCTV? Could you share the key points or primary goals that you prioritize most in running the institution?

---

2. Education

2-1. What are the online and offline media education programs offered by CCTV? Specifically, for online media education, we'd like to learn about the topics, formats, and how you ensure active participation even in a remote setting.

2-2. How does CCTV approach media literacy in its educational programs?

---

3. Internships

3-1. We noticed that CCTV's internship compensation system is supported through schools or city programs. Could you explain the process and structure of this compensation system in detail?

---

4. Production and Distribution

4-1. In the case of CCTV, is there a well-established connection between production and distribution? If so, how is this process structured?

4-2. Does CCTV have a distinct approach to addressing the challenge of ensuring local content gains visibility on capital-driven platforms like YouTube?

---

5. Networking

5-1. Could you explain how CCTV established partnerships with local city partners such as Enroot and the Mayor's Summer Youth Employment Program? What do programs based on

such partnerships offer to participants, and what impact do they have on the participants and local society?

5-2. We'd like to know how CCTV has helped create a public forum for citizens and what impact it's had on the local community.

---

6. Operations and Funding

6-1. We would like to know about the key operational staff and funding sources of CCTV.

6-2. Are the media education programs at CCTV primarily led by internal staff or external instructors? If led by internal staff, is there a training process in place?

---

7. Historical and Social Background

7-1. What are the core values that underpin media centers in the United States, and how have historical and social contexts facilitated the emergence and growth of media centers and movements in the United States?

---

8. Command Center

8-1. Is there a specific organization in the U.S. that functions as a Command Center for media centers and public access channels? If so, which entity plays this role—government departments, ACM (Alliance for Community Media), FCC (Federal Communications Commission), or perhaps a third-party organization? Do you think such a Command Center is necessary, or do you believe it is unnecessary?

---

9. Exchange Between Media Centers

9-1. Is there active exchange between media centers in the U.S.? If so, how does this exchange take place, and what kinds of information or activities are typically shared?

---

10. Participation

10-1. We would like to know how CCTV encourages active citizen participation. Additionally, we would appreciate your personal opinions on effective programs and approaches to increase participation.

(3) 기타 인터뷰지: 미디어센터와 관련이 있는 시민, 인턴, 학생을 대상으로 한 인터뷰지도 따로 제작하여 활용하였다. 아래는 시민을 대상으로 한 인터뷰지로, 나머지의 경우에도 이에 준한다.

Interview Sheet

Hello! We are Team E-MC, a group of students from Ewha Womans University in South Korea. Our research focuses on *"Proposing Strategies to Revitalize Media Centers to Expand Media Education and Improve Media Access Rights: Education, Production & Distribution, and Networks."*

As part of this research, we are preparing a feature article that incorporates the perspectives of citizens and stakeholders who engage with media centers. This interview will provide valuable insights for our article, and your participation would greatly contribute to our study.

---

1. Awareness and Choice: How did you learn about this institution, and what led you to choose it among the various media-related institutions available?

2. Motivation and Purpose: What motivated you to visit this institution, and what was the purpose of your visit?

3. Programs and Participation: What types of educational programs or initiatives have you participated in at this institution?

4. Experience and Impact: What did you gain from these programs, and how have they impacted you? We would appreciate hearing your thoughts and reflections on your experience.

5. Suggestions for Improvement: Do you have any suggestions for improving the educational programs or services offered at this institution?

6. Community Engagement: In your opinion, how well has this institution established itself as a community platform recognized by local residents?

2. 국내 탐사 일정

국내 탐사는 2024년 9월부터 12월까지 이루어졌다. 총 6기관을 방문하여 시설 투어 및 전문가 인터뷰를 진행하였는데, 그 세부적인 일정은 아래와 같다.

일자	지역	장소	인터뷰이	활동내용
2024.09.11. (수)	서울	미디액트	김명준 소장님, 김세영 팀장님	전문가 인터뷰
2024.09.21. (토)	서울	노원마을미디어지원센터	윤정록 센터장님	전문가 인터뷰 및 미디어센터 견학
2024.10.02. (수)	경기도 남양주	경기시청자미디어센터	성경훈 센터장님	전문가 인터뷰 및 미디어센터 견학
2024.10.04. (금)	서울	이화여자대학교 중앙도서관	정은경 (전)서울마을 미디어지원센터 센터장님	전문가 인터뷰
2024.10.16. (수)	서울	성북마을미디어지원센터	이호섭 팀장님	전문가 인터뷰 및 미디어센터 견학
2024.12.21. (토)	충청북도 옥천	청암미디어센터	이해수 편성국장님	전문가 인터뷰

3. 국내 인터뷰 전문

1) 미디액트

(1) 기관 소개

미디액트는 2000년에 설립된 국내 최초의 비영리 공공미디어센터다. 미디액트는 시민들이 미디어를 통해 자기 목소리를 낼 수 있도록 다양한 교육 프로그램과 창작 지원을 제공하며, 특히 영상 매체의 제작 및 편집 기술을 배울 수 있는 기회를 제공한다. 해당 기관은 영화, 다큐멘터리 제작과 같은 분야에서 영상 콘텐츠를 만들고자 하는 사람들에게 저렴한 비용으로 디지털 카메라와 편집 장비를 대여하고, 이들을 위한 교육을 진행한다. 미디액트는 기본적인 촬영과 편집 교육부터 고급 영상 제작 과정까지 다양하며, 참여자들은 자신이 만든 작품을 완성하는 과정에서 팀워크와 협업 능력을 가르친다. 또한, 교육 외에도 미디액트는 디지털 교육실, 녹음실, 강의실 등 다양한 공간을 제공하여, 지역 주민과 독립 영화인들이 창작 활동을 자유롭게 할 수 있도록 지원한다.

퍼블릭 액세스의 원칙을 바탕으로, 미디액트는 매스미디어에서 소외된 이들에게 발언의 기회를 제공하는 것을 중요한 목표로 삼고 있다. 이를 통해 미디액트는 지역 사회 내에서 표현

의 자유를 보장하고, 미디어 환경에 주체적으로 대응할 수 있는 능력을 기르는 데 기여하고 있다. 미디액트는 또한 '미디어로 행동하라'는 슬로건을 통해 시민들에게 미디어를 적극적으로 활용하고 참여하도록 독려하고 있다. 이처럼 미디액트는 영상문화의 저변을 확대하는 한편, 시민들이 미디어를 통해 다양한 목소리를 낼 수 있도록 지원하는 중요한 역할을 수행하고 있다.

사진117 미디액트 인터뷰 현장(1)

사진118 미디액트 인터뷰 현장(2)

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2024.09.11. 대면 인터뷰
대상자	미디액트 김명준 소장님, 김세영 창작지원실 팀장님
인터뷰 주요 내용	• 국내 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 해외 미디어센터 현황

인터뷰 내용 정리
1. 다양한 기관(예. 미디어통계포털, 한국언론진흥재단 등)에서 실행하는 미디어 관련 통계에 '미디어센터'와 관련된 통계를 찾아보기 어려웠는데 이는 미디어센터에 대한 정부나 기관의 인식 부족이 원인일까요? 혹은 미디어센터와 관련된 조사의 필요성이 크지 않기 때문일까요?
우선 독립 미디어 혹은 공공적인 미디어 영역에 대한 정책 프레임 자체가 한계가 많고 부족해서 연구가 미흡하게 이루어지는 측면이 있습니다. 이에 따라 미디어센터와 관련된 통계 자료 역시 정리가 잘 이루어지지 못하고 있다고 보입니다.
2. 미디액트의 자료에 따르면 '1990년대부터 비판적 미디어 읽기와 참여적 미디어 환경의 조성 및 대안적 미디어 소통 체계의 구축'에 대한 움직임이 있었고 이에 대한 결과 미디어센터가 설립되기 시작되었다고 적혀있는데요, 1990년대의 이러한 움직임은 민주주의에 대

한 열망과 포스트모더니즘이라는 시대적 흐름에 영향을 받은 것으로 이해할 수 있을까요? 더불어 국내 최초의 공공 미디어센터인 미디액트의 구체적인 설립 계기(혹은 의도)가 궁금합니다.
미디액트의 시작과 포스트모더니즘 사이에 큰 관계는 없었던 것 같습니다. 그보다 굉장히 다양한 주체들이 우리 사회에 존재하고, 이 다양한 주체들이 자기 목소리를 어떻게 하면 낼 수 있을지 이런 게 되게 고민이었습니다. 이에 따라 미디액트의 경우 여러 가지 사업들을 통해 장애인 미디어 운동, 이주민 미디어 운동, 이주 노동자 운동 등 많은 영역들의 초기 미디어 교육을 개척했습니다. 그리고 최근 약 10년 동안은 지역 기반의 마을 미디어, 시민 참여 미디어 쪽을 많이 진행해왔습니다. 즉, 공동체 미디어 안에서 계층 중심의 미디어와 지역 기반의 미디어 양쪽을 한 20년에 걸쳐서 쭉 진행해 온 거예요.
3. 국내 미디어센터의 운영 인력은 주로 어떻게 구성이 되나요? 사회복지 관련 종사자가 주를 이루는지 혹은 미디어 관련 전문가가 주를 이루는지 아니면 또 다른 인력으로 구성이 되는지 궁금합니다.
미디액트의 경우 전공은 여러 가지지만 독립 제작자 출신이 많습니다. 근데 보통 대부분의 센터들이 사회복지 계열이 아닌 미디어 계열에서 종사하시던 분들로 운영 인력을 꾸리고 있는 거 같습니다. 다만, 그렇다 보니 어떤 사업을 기획할 때 사회 복지적 시각이 다소 부족한 측면도 있다고 할 수 있습니다.
4. 미디액트는 주로 미디어 교육과 장비 및 시설 대여를 제공하는 것으로 알고 있는데요, 이에 대해 구체적으로 설명해 주실 수 있을까요?
일단 미디어 교육의 경우 상설 교육이라고 해서 저희 홈페이지에 분기별로 올라가는 교육들이 있는데 최대한 다양한 영역에 사람들이 참여할 수 있도록 고려하고 있습니다. 1, 2회차 정도로 짧게 듣는 수업을 기획할 때도 있고 30회차와 같이 장기 과정도 있고 이처럼 다양한 영역과 회차, 대상을 고려해서 상설 강좌를 분기별로 운영하고 있습니다. 가령 대상을 고려해서 교육을 기획한다면 전문 제작자를 키우는 교육과 청소년·노인·이주민과 같이 특정 대상을 정하여 진행하는 교육으로 분류해볼 수 있습니다. 덧붙여 장비와 시설 대여의 경우 홈페이지에 가입해서 쓰고 싶은 장비를 신청해서 사용하실 수 있도록 하는데 비교적 저렴하게 대여해드려서 개인 작업하시는 분들이 많이 이용하십니다.
5. 미디어센터를 21세기의 도서관이라고 표현하신 것을 보았는데 그렇다면 미디어센터도 일종의 문화복지시설로 볼 수 있을지 혹은 공공문화시설에만 해당되는지 궁금합니다. 또한 미국의 ACM(Alliance for Community Media)는 미디어센터를 시민들이 모여 함께 교류하고 소통하는 일종의 '커뮤니티 공간'으로도 이야기하고 있는데요, 이는 국내의 미디어센터에도 적용 가능한 이야기인지 혹은 미국의 경우에만 그러한 것인지 궁금합니다.
미디어센터에 대한 구체적인 법적 개념이 존재하지는 않기 때문에 미디어센터는 문화복지시설, 공공문화시설 양쪽에 모두 해당한다고 볼 수 있습니다. 또한, 커뮤니티 공간 혹은

평생 교육 시설 측면에서도 미디어센터를 바라볼 수 있을 것 같습니다. 즉 하나의 센터가 여러 가지 정체성을 가지고 있다고 보면 됩니다. 예를 들어 미디액트의 경우 시민들을 위한 미디어 교육도 제공하고 있지만, 전문적인 독립 영상 제작자들을 위한 교육도 제공하고 있는 것처럼요.

6. 미디어센터는 교육, 장비 및 시설 대여 등 다양한 역할을 하는데요, 그렇다면 다른 미디어 관련 기관이나 시설과 구분되는 미디어센터만의 정체성과 목적성은 무엇인가요? 유튜브 등을 통해서도 영상 편집 기술 등을 배울 수 있고, 즉 다양한 미디어 플랫폼과 관련 시설이 생겨나고 있는 현 시점에서 미디어센터가 반드시 필요한 이유는 무엇인가요?

미디액트가 처음 만들어질 때 독립 영화와 퍼블릭 액세스를 지원한다고 표현했는데요, 그 말은 전문적인 영역 그리고 시민 참여 영역 두 가지를 모두 지원한다는 의미라고 할 수 있습니다. 그러나 지금은 미디어센터만의 정체성과 독자적인 목적성에 있어 지원 범위가 넓어졌다고 할 수 있습니다. 왜냐하면, 최근에는 전문 제작자가 영화와 같은 영역에만 국한되는 것이 아니라 온라인 크리에이터들도 해당할 수 있기 때문에 미디어센터가 담당하는 영역이 확장된 셈입니다.

다만, 전문적인 미디어의 영역, 시민 참여 영역을 포괄하여 유튜브와 같은 다양한 미디어 플랫폼이 생겨나고 있는 상황에서 미디어센터의 존립 이유를 묻는다면 그것에는 두 가지 대답을 할 수 있을 것 같습니다. 첫째는 어떤 미디어 플랫폼이 생겨나는 것과 무관하게 시대를 관통하는 공공적인 미디어의 필요성이 존재한다는 것입니다. 그리고 둘째는 빠르게 변화하는 미디어 환경 속에서의 필요성입니다. (다음 질문과 연결하여 답변)

7. 공공성과 퍼블릭 액세스 측면에서 미디어센터가 어떻게 실질적으로 기여할 수 있고, 기여하고 있다고 생각하시나요?

공공성과 퍼블릭 액세스 측면에서 미디어센터가 기여할 수 있는 바는 미디어센터의 필요성과 연결됩니다. 첫 번째 자본주의 사회에서는 아주 당연하게 상업적인 미디어 중심으로 미디어의 생산 및 소비가 흘러갈 가능성이 큽니다. 혹은 상업이지 않을 경우에는 어떤 언론 권력이나 국가 권력을 대변하는 것에 그칠 수 있습니다. 그렇기 때문에 어느 시대든 국가나 자본으로부터 독립된 목소리를 낼 수 있는 시스템(퍼블릭 액세스)이 필요하게 되는 것입니다.

이와 같은 측면에서 미디어센터는 플랫폼의 진화와 상관없이 상업적인 이해나 권력 관계로부터 독립적인 흐름을 만들어 나가는 역할을 수행하는 중추적인 역할을 할 수 있습니다. 한편으로 인공지능의 등장처럼 급변하는 미디어 환경에서 어디에 종속되지 않으면서 독립적인 주체들을 지지할 수 있는 공간으로서 그리고 미디어 리터러시를 독립적 입장에서 교육해내는 공간으로서 작용할 수 있습니다. 그러나 그 과정에서 자본이 필요한 것은 사실이기 때문에 자원의 다양성을 가지는 구조를 만들면서 앞서 말씀드린 교육들과 제작자들을 양성할 수 있는 독립적 위치를 가지는 공간을 사회적으로 만들려는 노력이 동반되어야 합니다.

8. 국내 미디어센터에 대한 시민들의 인식을 높이고, 미디어센터를 더욱 활성화시킬 수 있는 방법은 무엇이라고 생각하시나요?
국내 미디어센터에 대한 시민들의 인식이 높지 않은 것은 미디어센터가 아직 생활 속에 녹아있지 못하고 있다는 미디어센터 자체의 한계라고 볼 수도 있을 것 같습니다. 홍보의 문제를 떠나 미디어센터 또한 교육 과정 자체를 통해 사람들과 연결될 수 있는 면을 많이 만들어 나가야 하고, 그다음에는 그 지역 사회의 다양한 주체들과 관련된 교육 프로그램들을 개발하고 만들어내야 할 필요가 있습니다. 가령 '찾아가는 미디어 교육' 처럼요. 사실 미디어센터를 누구에게나 개방하지만, 누구에게나 개방한다고 누구나 오지는 않습니다. 센터 입장에서 대안적이고 소수자의 목소리를 내는 역할을 하고 싶어서 문을 연다고 해도 바로 사람들이 찾아오지는 않습니다. 다시 말해 목소리를 내는 역할을 하겠다는 것에 그치지 않고 어떻게 낼 것인가 방법을 찾아내는 노력이 동반되어야 합니다. 그런 맥락에서 과연 현재 국내에 설립된 센터들이 그런 노력을 얼마나 하고 있는가 질문해야 봐야 할 필요가 있습니다. 정해진 정답은 없지만, 미디어센터에 대한 인식 문제 그리고 활성화 방안은 앞으로 계속 고민해 봐야 하는 중요한 문제입니다.
9. 저희 팀은 미디어센터나 퍼블릭 액세스가 발전한 미국을 탐사 국가로 생각하고 있습니다. 혹시 미국이 '미디어센터의 활성화 및 인식 재고 방안 탐구'라는 저희 팀의 주제에 적합한 국가라고 생각하시나요? 적합하다고 생각하신다면, 혹은 적합하지 않다고 생각하신다면 그 이유는 무엇인가요? 탐사 국가로 가장 적합하다고 생각하시는 국가와 그 이유(현황, 국내 미디어센터와의 차이점, 장점/강점 등)는 무엇인지 여쭤보고 싶습니다.
지금까지 말씀드린 영역의 미디어가 많이 발전한 지역으로는 유럽과 미국을 들 수 있을 것 같습니다. 예를 들어 퍼블릭 액세스는 역사적으로는 캐나다에서 출발했지만, 모델 자체는 미국에서 많이 발전했기 때문에 퍼블릭 액세스 센터는 미국이 강합니다. 그리고 넓은 의미의 미디어센터들은 유럽에도 있고 한편으로는 호주에도 많습니다. 그렇지만 미디어센터의 다양한 모델을 본다면 미국이 적합하다고 생각합니다. 사회운동과 미디어 운동에 있어서 다양한 모델들의 사례가 배울 것들이 많거든요. 전체적으로 국내보다 앞서 있다기보다 독립 미디어센터로서 다양한 시도를 하고 있는 모델들을 보여주는 나라라고 보는 게 맞겠죠.

2) 노원마을미디어지원센터

(1) 기관 소개

노원마을미디어지원센터는 지역 주민들이 미디어를 통해 자신의 생각을 자유롭게 표현하고, 다양한 문화적 경험을 나누는 공간으로 기능한다. 해당 센터는 미디어 교육과 상영, 다양한 커뮤니티 활동을 통해 시민들이 미디어를 적극적으로 활용하도록 돕는다.

노원마을미디어지원센터는 미디어 정규 교육, 다양한 매체를 활용한 교육 프로그램, 수준별 교육을 제공하며, 마을과 공동체 미디어 교육을 통해 참여를 이끌어낸다. 센터는 35석 규모의

마을극장을 운영하며, 예술영화, 독립영화, 다큐멘터리 등 다양한 장르의 영화를 정기적으로 상영한다. 또한, 가족, 환경, 여성, 다문화 등 다양한 사회적 주제를 다룬 특별 기획전도 마련하며, 공동체 상영 프로그램을 통해 시민단체나 학교 등에서 보고 싶어 하는 영화를 상영하여 지역 사회의 소통을 강화한다. 국내 미디어센터 중에서도 미디어의 접근성 확대에 집중하는 경향이 있다. 예를 들어, 찾아가는 상영관 서비스를 제공하여 극장이 부족한 지역에서도 영화 관람 기회를 제공한다. 노원마을미디어지원센터 내 프로그램들은 비영리 기관 및 민간단체, 마을 문화공간 등에 제공되며, 지역 사회 내에서 미디어의 접근성을 확대한다.

또한 미디어 교육 발표회와 같은 다양한 행사를 통해 미디어 교육의 결과물을 공유하고, 지역 주민들이 미디어를 활용하여 사회적 이슈에 대해 소통할 수 있도록 돕는다. 이를 통해 노원마을미디어지원센터는 시민들이 미디어를 통해 표현의 자유를 누리고, 문화적 다양성을 존중하는 사회적 역할을 수행한다.

사진119 노원 외관(1)

사진120 노원 외관(2)

사진121 노원 외관(3)

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2024.09.21. 대면 인터뷰
대상자	윤정록 센터장님
인터뷰 주요 내용	• 국내 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 전국미디어센터협의회의 등장 배경과 역할

인터뷰 내용 정리
1. 노원마을미디어지원센터의 설립 배경이 궁금합니다.
노원구 조례를 보면 마을 미디어 육성과 지원, 공동체 문화의 복원과 발전을 목적으로 하고 있습니다. 저희는 이 조례를 기반으로 활동하며, 센터장이 조례의 목적을 변경할 수 없어요. 이는 주민 공동체성을 회복하는 것이 주요 목적입니다.

이 조례는 주민들의 요청과 서울시 마을미디어 지원 사업의 역사에서 비롯되었습니다. 2011년 시작된 이 사업은 주로 미디액트가 운영했으며, 노원구에서도 마을 미디어 단체들이 자생적으로 활동해왔습니다. 이를 기반으로 성북 마을미디어 지원센터를 벤치마킹해 현재의 센터가 설립되었습니다.
2. 노원마을미디어지원센터의 운영 목적과 방향성이 무엇인지, 다른 미디어센터와 구별되는 특징이 있다면 무엇인지 궁금합니다.
저희 센터는 마을 활동을 기반으로 하며, '마을'이라는 키워드에 맞춰 단체 중심의 활동이 50% 이상을 차지합니다. 현재 17개의 단체가 등록되어 있습니다(ex. 여성 중심의 팟캐스트 단체 ‘노원 FM’이나 대학생, 청소년 단체 등). 노원구 미디어센터는 단체와 개인을 대상으로 미디어 교육, 장비 및 시설 지원을 제공하며, 단체 회원은 조례에 따라 무상으로 지원받습니다. 운영은 회원제 중심으로 이루어지며, 단체 활동 및 정기 이용자가 많은 것이 특징입니다. 특히, 청소년과 어린이 대상 프로그램이 30~40%를 차지하며, 노원구 특성에 맞춘 맞춤형 교육을 제공합니다. 센터는 공동체 라디오 방송국처럼 지역 주민의 비영리 미디어 활동을 지원하고, 소외계층을 위한 미디어 교육도 장애인 단체 등과 협력하여 비공개로 진행됩니다. 홈페이지에 공개되지 않은 활동이 많아 외부 홍보는 제한적이지만, 지역 특성을 반영한 프로그램으로 지속적인 이용을 유도합니다.
3. 마을 미디어 지원센터가 있고 영상 미디어 센터가 있다고 말씀해주셨는데 영상 미디어 센터가 문화 향유에 방점이 찍혀 있다면 그곳은 일일사용자가 좀 더 많은 편인지 궁금합니다.
미디어센터는 지역 특성에 따라 역할이 다양하며, 표준화된 구조는 없습니다. 일반적으로 미디어 교육, 창작 지원, 운영팀으로 구성되며, 극장이 있는 센터는 독립영화나 지역 영화 상영을 지원하는 경우가 많습니다. 예를 들어, 노원구는 독립영화 전용 상영관이 따로 있어 영화 상영은 주요 사업이 아니지만, 대구 영상미디어센터는 독립영화 상영과 영화 교육이 주요 활동입니다. 이는 대구에 영화 관련 학과가 없는 지역적 특성을 반영한 것입니다. 미디어센터는 공동체 미디어라는 큰 틀 안에서 각 지역의 필요에 맞게 특화된 역할을 수행합니다.
4. 노원마을미디어지원센터의 경우 미디어 교육과 촬영 장비 및 공간을 제공하고 시민들이 미디어 문화를 향유할 수 있도록 지원하는 역할을 하는 것으로 알고 있습니다. 그렇다면 노원마을미디어지원센터의 핵심 사업은 무엇인지 궁금합니다.
노원구 미디어센터는 단체 발굴과 육성을 핵심 사업으로 삼고 있으며, 어린이와 청소년 대상 사업도 중점적으로 추진하고 있습니다. 특히, 2019년 개소 후 초기 단계로, 10년 후 이용자 기반을 마련하기 위해 청소년 사업을 강화하고 있습니다.

노원구는 청소년과 어린이 인구가 많아 이들의 요구가 크고, 센터 위치도 학원가와 가까워 부모들의 기대가 높습니다. 이에 따라 청소년 대상 사업이 다른 센터보다 비중이 높으며, 이용자 유입을 위한 중요한 전략으로 자리 잡고 있습니다.

5. 보통 노원마을미디어지원센터에 개인이 와서 단체를 만들어 활동하는 경우도 있는 편인지 궁금합니다.

노원구 미디어센터는 주민들의 미디어 활동을 지원하며, 하모니카 동아리나 기타 동아리처럼 자발적으로 찾아온 단체들을 대상으로 일대일 컨설팅과 교육을 제공합니다. 주민들이 콘텐츠 제작을 목표로 하기보다는 자신들의 활동을 콘텐츠화하는 과정을 돕는 것이 주된 역할입니다.

센터는 공공 미디어 서비스 기관으로서 주민들의 미디어적 욕구를 해결하며, 코로나 시기에는 줌 수업 도입과 기관 회의 지원, 유튜브 라이브 중계를 위한 장비 및 활동비 지원 등 온라인 미디어 활동을 적극 지원했습니다.

6. 미디어센터는 일종의 커뮤니티 공간이기도 하다는 점에서 노원마을미디어지원센터의 건물 구조가 인상적이었습니다. 로비 공간(이용자들의 소통을 위한 공공 공간) 부족을 보완하는 방식으로 엘리베이터 및 계단, 복도를 설계하고 주민공간과 옥상쉼터 같은 교류 공간을 별도로 마련했다는 점에서 그러했는데요, 이러한 노원마을미디어지원센터의 공간 특성이 갖는 의미는 무엇이며 어떤 효과를 불러일으킬 수 있는지 궁금합니다.

노원 마을미디어 지원센터는 접근성과 공간 부족 문제로 주민들이 이용하기 어려운 상황입니다. 주차 공간이 제한적이고, 협소한 내부 구조로 인해 커뮤니티 역할이 제한적입니다. 대안으로 도서관 내 미디어 시설 구축이 진행 중이지만, 커뮤니케이션 공간으로는 부족합니다.

센터는 주로 회의와 모임 공간으로 활용되며, 상영회를 열고 있지만 커뮤니티 공간으로는 한계가 있습니다. 수원 등 일부 지역은 공간 개선 가능성이 있지만, 공공의 투자와 행정적 개선이 필요하다는 점이 과제로 남아 있습니다.

7. 표준화된 모델에 대한 얘기를 해 주셨는데 아무래도 미디어센터를 지칭하는 명칭도 많고 지역별 차이가 존재하는 상황입니다. 그래서 표준화된 모델이 있으면 체계화될 수 있지 않을까 하는데 이런 표준화가 필요하다고 생각하시는지 여쭤보고 싶습니다.

시청자 미디어센터는 방송통신위원회 산하의 표준화된 모델로, 중앙집중식 운영과 동일한 예산 배분, 정해진 사업 진행 방식을 따릅니다. 하지만 지역 특성을 고려하지 않아 한계가 있으며, 운영을 광역 자치단체로 이관해 지역 맞춤형 사업을 추진하는 방식이 더 효과적일 거에요.

서울과 강원이 같은 성과 목표를 가지는 등 정량적 기준으로 진행되는 현 체계는 지역 차이를 반영하지 못하고 있습니다. 강원 미디어센터는 춘천에 있지만 다른 지역 학교를 방문

하기 위한 재원이 훨씬 많이 필요하거든요. 대구 영상미디어센터처럼 지역 특성에 맞는 역할 분담이 필요하며, 이를 위한 공동체 미디어센터 간 네트워크와 협력 체계가 중요합니다. 중앙집권 방식보다 자치단체 중심의 미디어센터 운영이 지역 주민에게 더 나은 서비스를 제공할 수 있을 거에요.

8. 전국미디어센터협의회와 관련해 질문드리고 싶습니다. 전국미디어센터협의회 등장배경과 목적은 무엇인지, 지역영상미디어센터설립추진협의회로 출범해 전국미디어센터협의회로 전환되기까지의 과정이 궁금합니다.

지역 미디어 센터 설립은 2000년대 초반부터 시작되었고, 퍼블릭 액세스와 미디어 운동의 가치를 기반으로 성장해왔어요. 당시에 시민들은 정치화된 언론에 대한 대응으로 자신들의 콘텐츠를 만들기 시작했으며, 이는 미디어센터 설립의 주요 원동력이 되었습니다. 그런데 지금은 지자체에서 많은 미디어센터가 만들어지고 있지만, 2000년대 초반의 미디어 운동이나 퍼블릭 액세스의 가치로 운영되고 있지 않아요. 그래서 미디어센터 협의회가 출범하게 됐습니다.

해외 미디어센터와 관련해서 미디어 엑세스권이라는 키워드도 중요합니다. 미국 퍼블릭 액세스가 이를 통해 발전했거든요. 한국에서도 퍼블릭 액세스를 위한 교육 사업으로 미디액트에서 다큐멘터리 워크숍 같은 프로그램을 운영하고 있죠.

미디어센터는 교육 사업, 미디어 리터러시 교육, 콘텐츠 제작 중심의 교육 등을 통해 발전해왔고, 전미협은 미디어센터 설립을 위한 연구와 컨설팅을 제공합니다. 보통 센터 스태프, 미디어 관련 교수들이 참여하고 작년에는 성평등 가이드, 전남 영화제 연구사업 등도 진행했습니다.

다양한 협업도 하는데요, 저희같은 경우는 초등학생 대상으로 식문화 개선 사업을 식약처랑 협업해서 진행하고 있어요. 미디어를 통한 식품 정보 판단 기준을 미디어를 통해 알려주는 거죠. 전미협은 이런 사업자들과 만나서 사업 계획하고 예산 분배, 미디어 교육 담당자와 워크숍을 진행해서 사업을 발전시키는 겁니다.

9. 전국미디어센터협의회의 주요 역할은 무엇인가요? 미디어센터 지원 및 센터 간 네트워킹 외 다른 역할이 있는지 궁금합니다. 더불어 전국미디어센터협의회에 의해 어떻게 미디어센터 간 네트워크가 형성될 수 있는지도 여쭤보고 싶습니다.

전국미디어센터협의회는 지역 미디어 센터와 함께 미디어 생태계를 만들어가는 협의체로, 빠른 미디어 환경 변화에 유연하게 대응할 수 있는 새로운 역할과 방향성을 고민해야 합니다. 지역 센터의 의견을 반영할 수 있어야 하죠.

저희는 현재 서울시형 미디어센터 네트워크 협의체를 운영하고 있어요. 정기적으로 분기마다 회의를 진행하며, 경기, 호남, 영남 지역이 모입니다. 각 지역에서 이사 한 명이 중심이 되어 주기적으로 모임을 가지며, 현황 공유와 주요 이슈를 논의하고 소통하는 체계를 갖추고 있어요. 공동 사업도 추진하는데, 경기도의 경우도 예산을 기반으로 수원 미디어센터 등과 함께 공동 사업을 진행하고 있어요. 반면에 서울은 공동 사업 예산이 없습니다.

각자 하고 있죠.

10. 노원마을미디어지원센터를 비롯한 국내 미디어센터의 경제적 기반은 주로 어디에 있나요? 국내 미디어센터의 주요 재원은 무엇인지 여쭤보고 싶습니다.

일단 초기 설치 비용이 약 20억에서 50억 정도로 많이 소요되는 편이에요. 문체부와 지방정부가 함께 지원하는 기관이 20개, 지방정부 예산으로 100% 운영되는 곳이 22개, 방송통신위원회 산하가 12개 있어요. 운영 측면에서 서울권의 경우 지자체가 운영하는 곳이 11개입니다. 운영예산은 2년 전까지 문체부에서 지원했지만 지금은 100% 지방정부가 부담해요. 미디액트도 마찬가지죠.

서울시의 마을 미디어 지원 사업은 10년간 지속되었으나 최근 갑자기 중단되었어요. 이 사업은 연간 약 15억 원의 예산을 지원했으며, 서울에서 70개 단체가 활동할 수 있는 기반이 되었죠. 그러니까 미디어센터 운영이 쉽지는 않습니다. 우리나라 대기업은 소외계층 대상으로 하는 기부활동에 집중하고 있거든요. 미국은 미디어 활동에도 투자하는 기업이 있지만 한국은 여전히 정부 구조의 사업구조가 우세합니다.

전미협도 정부 예산 직접 받지 않고 운영 예산을 회원 회비와 수익사업으로 충당하고 있습니다. 대부분의 센터는 정부 예산 받고 있고요, 미디액트는 한국 영상 미디어 교육협회가 운영하고, 각 구의 문화재단이나 시청자 센터 등도 서울시의 지원을 받고 있습니다.
대구 시민 미디어센터도 미디어 교육 중심으로 운영되는 민간 센터가 하나 있고, 나머지는 공공기관이 설립하고 운영하는 곳이에요.

지역별 편차도 심한데요. 광역시별로 인구 10만 명 기준으로 보면 인천과 경북은 굉장히 적어요. 인천은 미디어센터 하나 있어요. 서울은 13개, 경기는 11개인데 인천은 하나뿐이죠. 이 점을 문체부나 중앙정부에 얘기할 때 균형이 맞지 않다고 강조하고 있어요.

11. 국내 미디어센터의 운영 인력은 주로 어떻게 구성이 되나요? 미디어 관련 전문가로 주로 구성되어 있는 것인지 궁금합니다.

미디어센터의 운영 인력은 6명에서 10명 정도로 구성되어 있어요. 대다수는 미디어 관련 전공자들이고, 약 60~70%는 미디어 전공자예요. 대학에서 교육을 받았거나, 미디어 강사나 제작자로 활동했던 경력을 가진 분들이 많아요. 교육 담당자는 영화 전공 후 교직을 이수해 학교에서 영화를 가르친 분이에요. 제작자로 활동하다가 오는 분들도 있는데, 주민 민원 상담 등으로 힘들어하는 경우도 있죠.

12. 미디어 전문가 외에도 복지 분야의 전문가들도 미디어센터에 관여하고 있는지 궁금합니다.

복지 기반 시각으로 미디어를 바라보는 분들은 조금 답답해요. 저희는 미디어를 커뮤니케이션 권리로 보고, 시민 누구나 미디어를 통해 자유롭게 표현할 권리가 있다고 생각해요. 그런데 이 권리적 측면을 복지로 오인하시는 분들이 계신 것 같아요.

저희는 사회복지와의 협업도 많이 해요. 소외 계층을 위한 미디어 교육은 주로 사회복지 기관과 함께 진행하죠. 발달 장애인 청소년과의 수업은 해당 분야의 전문가와 논의해 계획하게 돼요. 미디어 교육 담당자들은 단순한 행정 업무뿐만 아니라 기획자로서의 역할도 중요합니다.

노원구 평생학습 포털에서는 188개의 강좌를 운영하며, 6개 대학과 협력하여 지역 주민을 위한 평생학습을 지원합니다. 구청은 미디어 교육을 포함한 다양한 강좌를 제공하고, 이를 위해 지역 활동가들을 대상으로 강사를 양성하고 교육을 진행합니다. 미디어 교육은 시민들이 자신의 이야기를 콘텐츠로 제작하여 사회에 참여하는 것을 목표로 하며, 기술 기반 교육보다는 주민의 요구에 맞춰 이루어집니다. 예를 들어, 공릉동 주민센터에서 주민단체를 위한 포스터 만들기 등의 교육도 진행돼죠.

13. 다른 미디어 관련 기관이나 시설, 플랫폼과 구분되는 미디어센터만의 정체성과 역할은 무엇인가요? SNS와 1인 미디어가 발달하며 시민의 미디어 교육 및 미디어 액세스가 비교적 수월해진 현시점에서도 미디어센터가 필요한 이유는 무엇이라고 생각하시나요?

SNS나 1인 미디어가 발전하면서 시민들의 미디어 접근이 쉬워졌어요. 유튜브가 등장하고, 방송 장비가 고가였던 과거와 달리 이제는 누구나 쉽게 영상을 제작하고 배포할 수 있는 시대가 되었죠. 근데 생각해보면, 미디어에 노출되는 빈도가 높아지면서 아이들이 현실을 헷갈려하기 때문에 미디어 리터러시 교육은 필요해요. 단순 취미활동 충족을 넘어서서 사회적 가치를 더해야 해요. 미디어센터는 시민들이 공동체에 긍정적인 영향을 미치는 콘텐츠를 만들 수 있도록 지원하는 역할을 하죠.

미디어센터에서는 사람들이 유투브 콘텐츠를 제작할 수 있게 하지만 그렇다고 “100만 유튜버를 양성하겠다”는 게 아니에요. 그게 목적이 되면 안돼요. 지역 사회와 공동체에 긍정적 영향을 줄 수 있는 시스템을 마련해야지, 그렇게 되면 결국 공동체성을 잃고 수익 창출에만 집중하게 될 거거든요. 유튜브를 함께 보는 활동도 가능해요. 내가 구독하는 리스트를 공개하고, 추천하고 싶은 것들과 추천하고 싶지 않은 것들을 나누는 거죠. 학생들에게는 교육적인 측면에서 추천할 수 있는 채널을 분류하는 작업을 하기도 해요. “이 채널은 어떤 의미야? 오락이야, 정보야?” 이런 식으로 리터러시 교육이 이뤄지는거죠.

14. 저희 팀은 사전 자료 조사를 통해 국내 미디어센터가 수적, 질적으로 많은 발전을 이루어왔고 다양한 장점을 갖고 있다고 생각하였는데요, 한편으로는 아래와 같은 한계점이 있다고 생각하였습니다. 이에 대해 어떻게 생각하시는지, 국내 미디어센터의 한계점 혹은 앞으로 해결해 나가야 할 과제는 무엇이라고 생각하시는지 궁금합니다.

(1) 교육

일단 기술 위주의 수업이 많아서 미디어 리터러시 수업 부족한 점 인정합니다. 강사 수도 차이가 날 거에요. 왜냐면 수요가 많지 않아요. 미디어 리터러시나 미디어 격차는 저희가 소외된 사람들을 찾아내야 하고 설득해야 하기 때문에 힘들어요. 강좌 자체가 미디어 기술이 수요가 많아요. 사람들이 와서 프리미어 교육 요청 정말 많이 해요. 공공기관 중에 교

육해주고 고사양 컴퓨터를 제공하는 곳은 미디어센터밖에 없죠.

홈페이지에 성과가 잘 안드러나기도 해요. 저희 센터 강사 내역을 보면 기술 관련 강사가 대부분이에요. 웹툰 작가 만들기나 스마트폰으로 영상 제작하기 같은 강좌들이죠. 그런데 미디어 리터러시나 미디어 격차는 주로 소외 계층을 대상으로 하고 단체나 기관과의 협력으로 진행돼요. 저희 센터도 장애인 단체와 협력이 부족한 상황이라 전체 강좌 수가 적어요.

(2) 제작 및 유통

유기성이 부족하다는 점, 맞습니다. 저희 센터를 이용하시는 단체들이 가장 많이 요구하는 것도 하나의 플랫폼이 있었으면 좋겠다는 거예요. 자기네 콘텐츠를 한 곳으로 모을 수 있으면 좋겠다는 거죠. 하지만 재원 문제, 채널을 어디로 할지, 운영 주체는 누구인지 등 다양한 문제로 인해 잘 풀리지 않았어요.

유튜브를 할 수 있겠죠. 그런데 사실 노육회라고 저희 센터를 기반으로 활동하는 청년 단체가 '노원의 산책'이나 '스타탑쓰리' 같은 노원 콘텐츠를 제작했습니다. 그런데 이런 콘텐츠조차 사람들이 보지 않죠. 구독자 수도 2천명밖에 되지 않고, 조회수도 70회밖에 되지 않아요.

주민들의 접근성이 다소 미약한 점도 아쉽습니다. 예를 들어, 수원시 인구는 약 120만 명인데 미디어센터는 하나뿐입니다. 노원구는 인구 약 50만 명으로, 서울 25개 구 중에서도 인구가 많은 편인데 미디어센터도 하나뿐이죠. 노원구 미디어센터는 서울의 9개 미디어센터 중 하나로, 연간 약 800명에서 1만 명이 이용합니다. 하지만 단순 이용자 수보다 이들이 만든 콘텐츠의 사회적 확산이 더 중요한 역할을 합니다. 미디어센터가 더 많은 역할을 하기 위해서는 한계점을 극복하고, 사회적 공동체와 정책 결정자들을 설득할 논리가 필요할 것 같아요.

(3) 네트워크

네트워크가 잘 되는 지역도 있지만, 그렇지 않은 센터도 분명히 존재합니다. 문체부 산하 미디어센터는 중소 도시 중심으로 운영되고 시청자미디어센터는 광역 단위로 운영됩니다. 서울에는 하나의 센터만 있지만 저희는 구 단위로 분산돼 있으니까 만날 수 있는 사람의 숫자가 줄어드는 거죠. 결국, 미디어센터 숫자가 늘어나서 지역 네트워크를 더 강화해야 한다고 생각합니다. 현재 50개 정도인데 저는 200개는 필요하다고 봐요. 인구 20~30만당 하나씩 생기는 거죠.

물론 열심히 홍보를 하는 방법도 있겠지만 잘 드러나지 않는 경우가 많아요. 사업도 하고 다른 단체에서 저희 센터를 이용하고 수업도 열리지만 성과가 명확히 드러나지 않는 경우가 많습니다. 미디어센터 예산은 다른 조직들에 비해 크지 않아요.

사람들에게 미디어는 일상적으로 중요할 것 같지만, 정작 사회에서는 그렇지 않아요. 사람들은 매일 유튜브를 보고, 스마트폰을 사용하고, 책과 활자를 접하지만, 미디어는 그들의 삶에서 가장 중요한 것은 아니죠. 그래서 미디어센터를 기반으로 시민 사회 네트워크나 공론장을 형성해야 한다고 생각합니다. 미디어센터에서 가장 필요한 이슈가 무엇인지 얘기를 나누고 공론장을 형성하는 방식으로요. 주민들의 요구도 더 많이 반영될 거고 정책 결정자들도 변화할 가능성이 높아질 겁니다.

(4) 운영 및 재원

운영 및 재원 문제에 있어서도 공적 자본에 의존하는 상황이 맞아요. 만약 공적 자본 의존에서 벗어나면 한국 사회의 미디어센터는 대부분 사라질 거예요. 하지만 민간 자원이 유입될 수 있는 사회적 환경이 된다면, 저희도 적극적으로 나설 필요가 있다고 봐요.

15. 위의 질문에서 답해주신 국내 미디어센터의 한계점 혹은 당면 과제를 해결하기 위해서는 어떠한 변화가 필요할까요? 국내 미디어센터 운영의 지속가능성과 실효성을 높이기 위해서는 어떠한 지원이나 정책, 노력이 필요한지 여쭤보고 싶습니다.

법제화도 중요해요. 현재 미디어센터는 주민 기반 시설로 규정되어 있는데, 저는 미디어센터나 미디어 교육과 관련된 법안이 마련되는 것이 가장 필요하다고 생각해요. 특히, 미디어센터보다는 미디어 교육 관련 법안이 중요하다고 봐요.

미디어센터를 미디어 교육을 주로 행하는 조직으로 규정할 필요가 있다고 생각해요. 미디어 교육의 사회적 인식이 자리잡으려면 공교육에서 미디어 교육이 이뤄져야 하고 이렇게 돼야 미디어센터도 활성화될 거에요.

저희는 최소한 선택 교과라도 미디어 교육이 포함되고 학생들이 미디어의 중요성과 변화하는 지점을 잘 배울 수 있는 기회가 마련되는 것이에요. 물론 더 많은 논의가 필요하지만, 우선 이런 방식으로 시작하는 것이 중요하다고 봅니다. 미디어 교육이라는 범주가 워낙 넓기 때문에 무엇을 중심으로 교육하느냐에 따라 다를 수 있어요. 미국 로컬 케이블 방송은 시민 참여 프로그램의 파워가 크고, 제작과 유통에 있어 좋은 사례가 될 수 있겠죠. 한국에서는 공동체 미디어가 중요한 역할을 하고 있고, 이를 비교 분석한 연구도 있어요. 예를 들어, 한국과 해외 공동체 라디오를 비교한 연구가 있으니 참고하면 좋을 것 같아요.

16. 저희 팀은 미디어센터와 퍼블릭 액세스가 일찍이 발전한 '미국'을 탐사 국가로 생각하고 있습니다. 혹시 미국이 '시민의 미디어 교육 확대와 미디어 액세스권 개선을 위한 미디어센터 활성화 방안 제시: 교육, 제작 및 유통, 네트워크를 중심으로'라는 저희 팀의 주제에 적합한 국가라고 생각하시나요? 만약 그렇다고 생각하신다면 그 이유는 무엇인가요?

저는 외국 사례를 많이 알지는 못하지만, 미국의 미디어 액세스, 제작 유통 및 네트워크 형성 부분에서 강점이 있다는 건 확실히 말씀드릴 수 있을 것 같아요. 다만, 시민 대상의 미디어 교육은 우리나라처럼 체계적으로 모아놓고 하는 곳은 거의 없다고 알고 있어요. 다

큐멘터리 워크숍 같은 제작 교육은 있지만, 우리처럼 세분화된 미디어 교육을 하는 커뮤니티 센터는 거의 없어요. 전 세계적으로 봐도 한국의 미디어센터는 특이한 사례라는 얘기를 많이 들었어요.

미디어 교육이라는 키워드가 워낙 범주가 넓다 보니, 그중에서 어떤 것을 중심으로 하는지에 따라 교육 내용이 달라질 거예요. 미국 로컬 케이블 방송 등은 시민 참여 프로그램과 제작 프로그램의 파워가 강하고, 네트워크와 유통에 있어서도 좋은 사례로 볼 수 있어요.

한국 미디어센터는 전 세계적으로 특수한 형태를 가지고 있으며, 복합적인 역할을 하고 있어요. 제작, 유통, 네트워크 형성에 중점을 두고 연구하면 더 적합한 주제가 될 것 같아요. 한국의 미디어센터는 여전히 커뮤니티보다는 교육 중심으로 운영되고 있고, 사회적 역할에 대한 정의가 명확하지 않아요. 공동체에 대한 관심이 부족하다 보니, 활동보다는 교육 중심이라는 한계가 있어요. 미디어센터가 단순히 교육 기관이라는 인식이 강한 것도 문제라고 볼 수 있겠네요.

3) 경기시청자미디어센터

(1) 기관 소개

경기시청자미디어센터는 2009년에 설립된 비영리 공공 미디어센터로, 경기도 주민들에게 다양한 미디어 교육과 창작 지원을 제공한다. 유아부터 노인까지 생애주기별 맞춤형 교육을 운영하며, 메타버스, AI, 빅데이터 등 최신 디지털 미디어 기술을 배우는 기회를 제공한다. 또한, '찾아가는 미디어 교육'을 통해 취약계층과 도서·산간 지역 주민들에게 맞춤형 교육을 진행하며, 디지털 격차 해소에 기여한다.

경기시청자미디어센터는 시청자 참여 프로그램과 마을 미디어 활동을 지원하여 주민들이 사회적 이슈를 미디어로 표현하고 소통할 수 있도록 돕는다. '미디온(MediOn)' 온라인 플랫폼을 통해 언제 어디서든 미디어 교육을 받을 수 있도록 하며, 시청자의 방송 참여를 촉진하는 프로그램을 제작해 방송사업자에게 방송 채택료를 지원한다. 경기시청자미디어센터는 시민들이 미디어를 통해 표현의 자유를 누리고 사회적 참여를 증진할 수 있도록 중요한 역할을 수행하고 있다.

사진122 경기시청자미디어센터 외관

사진123 경기시청자미디어센터 내부

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2024.10.02. 대면 인터뷰
대상자	성경훈 센터장님
인터뷰 주요 내용	• 국내 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 시청자미디어재단 및 시청자미디어센터

인터뷰 내용 정리
1. 아직 국내에서는 미디어센터 자체를 잘 모르거나 낯설게 느끼는 분들이 많은데요. 다양한 연령대 및 배경을 가진 시민분들께서 경기시청자미디어센터를 실제로 이용하고 계시는지, 더불어 이용자분들이 어떤 계기나 경로로 센터를 찾아오시게 되는지 여쭤보고 싶습니다.
미디어는 굉장히 보편적인 가치이기 때문에 어떤 특정한 계층에게만 해당되는 게 아니라, 유아부터 어르신들까지 모두 찾아옵니다. 그런데 각 세대별로 미디어 사용 문화가 다르기 때문에, 저희는 그것을 당연히 존중해야 해요. 예를 들어 청소년들이 좋아하는 숏폼과 같은 미디어 문화가 있고, 어르신들도 나름대로의 세계가 있습니다. 그래서 각 세대별로 필요한 미디어 교육을 찾아서 오세요. 당연히 저희 센터 차원에서도 그걸 마련해야 하는 거고요. 새로운 매체들이 계속해서 등장하고 미디어의 세계가 굉장히 급변하고 있다보니 (미디어에 관한 모든 것이 변화한다고) 착각하기 쉽지만, 사실 '소통'이라는 미디어의 중요한 본질은 변하지 않아요. 옛날 그리스 시대에 '아고라 (시대)'라는 게 있었잖아요. 광장에 모여서 많은 사람들이 이야기를 나누고 그것들이 국가 정책에 반영되고 했는데, 그게 그 시대의 일종의 미디어였던 거죠. 겉모습만 달라지는 거지 사실 그게 변하지 않고 계속 이어지는 겁니다. 과거에 있던 삐삐나 다이얼 전화기, 워크맨 같은 것들이 지금은 없어졌지만, 소통이라는 미디어의 중요한 본질과 가치는 지금까지 유지가 되고 있는 거죠. 그리고 이러한 가치는 세대를 관통하는 겁니다. 센터를 찾아오는 경로를 살펴보자면, 저희가 센터 (건물) 내에서 하는 미디어 교육은 한 30% 정도 밖에 안 되고, 찾아가는 교육이 거의 70%예요. 찾아가는 교육이란 말 그대로 교육이 필요한 사람들을 직접 찾아가는 겁니다. 그래서 미디어 교육은 크게 찾아가는 교육과 센터 공간 내에서 이루어지는 교육으로 나누어지고, 전자가 사실 대부분을 차지해요. 찾아오시는 분들은 대부분 센터 밖에 부착된 홍보물을 보고 오시거나, SNS 등에서 진행한 홍보를 보고 오세요. 그리고 센터 차원에서 지자체 대상으로 홍보도 많이 하고, 지인 소개를 통해서 오시기도 해요.
2. 미디어 교육 프로그램 및 사업을 기획할 때 중점을 두고 있는 부분이 있으신가요.

사실 꽤 중요한 질문인데요. 미디어 교육을 기획할 때 어떤 부분에 주안점을 두는가에 관한 문제인데, 이건 '미디어' 플러스(+) '교육'이거든요. 그러니까 사실 결국 '교육'이 중요한 가치인 거고, '미디어'는 수단이자 도구일 뿐인 거죠. 교육이라는 중심 가치를 기본으로, 미디어라는 도구를 어떻게 잘 활용할 것인가인데. 미디어는 지금 우리가 사회를 살아가는 데 필수 역량이라고 생각합니다. 유네스코나 유럽 연합에서도 그렇게 규정을 하고 있어요. 이전에는 글을 읽고 쓰는 게 시민의 필수 역량이었어요. 그래서 문맹퇴치 운동 같은 것이 이루어지기도 했는데, 지금은 '미맹퇴치'라고 하거든요. 미디어를 활용할 수 있는가 없는가가 현대 사회를 살아가는 데 정말 중요한 문제가 되어버렸어요. 그렇기 때문에 미디어 교육에 참여하는 사람들을 '수혜자' 관점에서 보지 않는 게 가장 중요한 것 같습니다.

또 수요자가 원하는 교육이 무엇인지 파악하는 것도 중요한데, 동시에 수요는 별로 없더라도 꼭 필요한 교육이 무엇인지 고민하는 것도 중요합니다. 예를 들어 '비판적 읽기 교육' 같은 것은 재미나 수요는 없지만 꼭 필요한 교육이거든요. 그렇기 때문에 교육을 기획할 때 이러한 것들을 적절하게 잘 접목시키는 게 매우 중요합니다.

그리고 교육의 틀이 너무 정교하게 갖추어져 있다보면, 오히려 교육자가 교육 대상을 제대로 보지 못하는 경우도 생길 수 있어요. 따라서 교육의 틀을 너무 디테일하게 짜기보다는 조금 더 넓게 교육 목표를 두고, 그 안에서 교육 참여자들이 세부적인 교육 목표를 스스로 찾아갈 수 있도록 하는 게 중요하다고 생각합니다. 그래서 교육 설계에 어려움을 겪지 않으려면, 교육 기획자는 교육 목표나 이를 통해 무엇을 이루고자 하는지를 명확히 할 필요가 있어요.

또 앞서 이야기했듯이 교육 참여자들을 일방적으로 가르치는 대상이 아닌 사회인으로서 존중해야 하고, 그들이 교육 안에서 서로 협업하고 소통하는 분위기를 만들어 주는 게 중요합니다. 요즘의 교육은 단순한 지식 전달이 아니거든요. 결국 미디어센터에서 해야 하는 것은 '공적 가치'를 알려주는 겁니다. 미디어 교육을 통해서 사회를 지키는 근간이 되는 공적 가치나 사회적 가치의 소중함을 알려주고, 그러한 활동에 참여하도록 하는 게 중요합니다. 기술적인 부분에 대한 교육뿐만 아니라 구성원들끼리 협업하고 소통하는 분위기를 만들어 주는 것이 필요해요.

그런데 미디어 교육 강사분들은 센터에 소속된 직원이 아니라 외부 강사님들이에요. 미디어 교육 현장 최일선에서 시민들하고 만나는 건 강사분들이기 때문에, 센터의 직원들은 이러한 마인드와 목표를 갖고 있으면서 외부 강사분들에게도 이러한 것들을 공유해 주어야 합니다. 그리고 강사분들은 지식 전달을 넘어서 프로그램 안에서 소통과 협업이 이루어질 수 있도록 많은 고민을 할 필요가 있어요. 이에 더해서 앞서 말씀드렸던 찾아가는 교육을 원활히 진행하기 위해서는 센터에서 기획한 미디어 교육 프로그램을 제공할 수 있는 지역 커뮤니티들을 잘 발굴하고 접근하는 게 굉장히 중요하죠.

요즘 미디어 교육과 관련해서 직원들에게 항상 '현상을 보지 말고 본질을 보라'고 이야기합니다. 트렌드를 따라가는 것보다 소통이라는 미디어의 본질을 놓치면 안 된다는 거죠.

트렌드는 계속 바뀌어요. 메타버스가 유행하다 이제는 조금 시들고, 요즘은 AI 관련된 것들이 막 나오고 있고 앞으로도 새로운 것들이 계속 나오겠죠. 그런데 이렇게 새로운 개념이 계속해서 등장할수록 소통이라는 본질을 놓치지 않는 게 교육 기획에 있어서 중요하다고 생각해요. 트렌드만 쫓다보면 기술 교육밖에 안 되거든요.

그런데 정부 부처별로 미디어 교육과 관련된 목표가 달라요. 과학기술정보통신부 같은 곳에서는 시청자 교육을 중시하다보니 기술 교육이 중심이 돼요. 그런데 저희의 목표는 단순 기술 교육이 되어서는 안 돼요. 방송통신위원회 산하 시청자미디어센터의 역할은 미디어 교육을 통해 민주 시민으로 살아갈 수 있도록 필수 역량을 길러주고, 무엇이 왜 중요한지 알려주는 거예요. 예를 들어 다큐멘터리 제작 교육을 할 때, 편집이나 촬영 같은 것들도 중요하지만 사회를 비판적으로 바라보는 인식을 높여주고 교육 참여자들끼리 그것에 대해 서로 이야기를 나누도록 하는 게 더 중요한 거죠.

3. 앞서 말씀해 주신 교육들이 실질적으로 활발하게 이루어지고 있는지와 운영 시 발생하는 어려움이 있는지도 여쭤보고 싶습니다.

활발하게 진행되고 있다를 어떻게 정의하는가에 따라서 좀 다른데, 만족도의 의미로 본다면 만족도는 높은 편이에요. 어떤 미디어 교육에 참여하는가에 따라서도 다른데, 주로 대부분 본인이 원하는 교육에 참여하죠. 근데 원하지 않아도 참여해야 하는 경우가 있어요. 예를 들어 학교 미디어 교육은 학교 교육 과정에 있기 때문에 학생들의 의사와 상관없이 받아야 하는 거잖아요. 그렇지만 저희는 그런 경우도 다 고려해요. 앞서 말씀드렸듯이 미디어 교육에 참여하는 주체들의 사회 문화를 존중해야 해요. 예를 들어 중학교에 간다면 중학생들이 요즘 어떤 미디어를 소통에 가장 활발히 활용하는지를 고려하는 겁니다. 이러한 방식으로 진행을 하기 때문에 교육에 대한 만족도는 높은 편이에요.

교육 현장에서의 어려움은 아직 미디어 교육에 대한 목표나 성과 지표 등에 있어서 정부 부처에서 제시한 것과 현장 사이에 괴리가 있다는 거예요. 예를 들어 정부 부처에서는 '연인원'이 성과이자 목표가 되거든요. 그런데 미디어 교육의 성과와 목표는 단순히 연인원이 되어서는 안 됩니다. 연인원은 조금이라도 많은 사람들이 미디어 교육을 듣게 하면 되는 건데, 그렇게 되면 인기 과목만 개설하게 되는 문제가 있어요.

문화 예술 교육을 창의성을 지표로 삼아서 평가하는 것처럼 미디어 교육의 경우에도 새로운 성과 지표가 나와야 하는 거죠. 예를 들어 미디어 리터러시 지수를 개발한다든지, 국가 표준을 세운다든지 해서 그것을 바탕으로 평가가 이루어져야 하는데 한국은 아직 그런 표준 성과 지표가 없어요. 없다 보니 지금은 연인원 중심의 목표가 세워지고 평가가 이루어지고 있어요. 그래서 현장에서는 그러한 부분들이 조금 어렵고, 직원들도 연인원 같은 것에 매몰될 수 밖에 없는 상황입니다. 미디어 교육에 대해 더 깊이있게 고민할 수 있는 여유가 없는 거죠.

또 사실은 예산도 부족하고, 미디어 교육을 관장할 수 있는 국가 차원의 컨트롤 타워가 없다는 것도 어려운 부분이에요. 한 군데에서 교재 개발, 교육자 양성, 예산 분배 등이 딱딱

이루어지는 게 아니라 각 부처별로 다 따로 진행하고 있다보니 서로 소통도 잘 안 되고 따로 노는 거죠. 한 곳에서 효율적으로 이루어지는 게 아니라 중복 투자가 되기도 하고 비효율적인 문제가 있습니다.

4. 다른 미디어 관련 기관이나 시설, 플랫폼과 구분되는 미디어센터만의 정체성과 역할은 무엇인지 궁금합니다. 특히 SNS와 1인 미디어가 발달하면서 시민의 미디어 교육 그리고 미디어 액세스가 비교적 수월해진 현 시점에서도 이 미디어센터가 필요한 이유는 무엇이라고 생각하시는지 여쭤보고 싶습니다.

이것도 중요한 질문이죠. 예전에는 사실 전파, 방송이 유일한 소통 창구였기 때문에 시청자 참여의 의미가 컸어요. '공중파 전파가 너희 방송국 거야? 아니야, 우리 시청자들 거야. 그럼 우리 시청자가 직접 말할 수 있는 공간을 너희가 편성해.' 이게 시청자 참여 프로그램의 요지예요. 방송법 69조에 특히 KBS(한국방송공사)는 의무 편성하게 되어 있는데, 시청자 제작 프로그램을 편성'해도 된다'가 아니라 '해야 한다'고 되어 있어요. <열린 채널>이 해당 프로그램이에요.

이렇게 이전에는 방송이 유일한 창구였지만, 지금은 질문하셨다시피 유튜브나 SNS 같이 시청자가 참여할 수 있는 공간이 늘어났잖아요. 그런데 그렇다고 현시점에서 시청자 참여가 무슨 의미야, 이건 사실 시청자 참여의 본질적 가치를 무효화 시키는 거예요. 이때 참여의 의미가 무엇인가를 생각해 보는 게 중요합니다.

이제 온라인(미디어)은 더이상 도구가 아니라 환경이 되었고, 우리는 이 환경 속에서 살아가는 거죠. 그런데 온라인의 유튜브, OTT, SNS 이러한 것들은 굉장히 많이 늘어났지만, 시청자 참여의 의미와 가치를 담은 콘텐츠는 늘어나지 않았어요. 오히려 시장의 논리, 거대 자본의 논리에 종속되어서 그러한 쪽으로 더 강화되었다고 생각합니다. 유뷰트만 보아도 공적 가치를 갖고 있는 시청자 참여 콘텐츠가 전혀 드러나지 않는데, 유튜브도 결국 조회수나 구독자 수로만 평가되기 때문에 더 자극적이고 상업적인 콘텐츠를 만들 수밖에 없는 거예요.

참여는 국가를 움직이는 정책 등에 대해서 시청자가 직접 목소리를 내는 것인데 사실 오늘날의 뉴미디어에서는 이러한 것들이 다 묻혀 있어요. 시청자의 목소리보다는 거대 자본의 목소리만 커진 거죠. 그래서 온라인 시대가 되기 전보다 오히려 시민의 미디어 참여가 퇴화했다고 봅니다. 이럴 때일수록 국가의 제도나 정책에서 이러한 것들이 선명하게 드러나야 하는데 국가 정책에서도 이러한 것들이 잘 논의되지 않고 있죠.

그래서 이러한 상황에서 미디어센터가 왜 중요한지 고민하고, 성공 사례를 만들어내는 게 중요하다고 생각합니다. 작더라도 성공 사례를 많이 만들어서 시민 사회에 더 많이 알려져서 유튜브 같은 곳에서도 이러한 콘텐츠들이 더 많아지고, 이러한 것들이 정책에 반영이 되어서 변화가 일어나도록 하는 게 중요하다고 생각해요.

그러면서도 미디어센터의 시민 콘텐츠는 유튜브 콘텐츠와 똑같아서는 안 된다고 생각합니

다. 평화 같은 가치를 이야기하거나 소수자를 대변하거나, 혹은 거대 자본이 하지 못한 얘기들, 중요한 얘기들을 담아내야 하죠. 유튜브나 온라인을 통해 사회적인 문제를 훨씬 더 양성화하고 활성화시킬 수 있는 플랫폼을 만들어 주고 기회를 주는 것, 그러면서도 상업성에 매몰되지 않는 것. 그것이 온라인 시대에 중요하다고 생각합니다.

5. 국내 미디어센터가 가진 교육 측면, 제작 및 유통 측면, 네트워킹 측면, 그리고 운영 및 재원 측면의 한계점에 대해서 어떻게 생각하시는지, 국내 미디어센터의 한계점 혹은 앞으로의 과제에 대한 센터장님의 생각이 궁금합니다. 우선 교육 부분에 대해 먼저 여쭤보고 싶습니다.

우선 학자들마다 조금씩 다르긴 하지만, 일반적으로 미디어를 이해하고, 접근하고, 읽고, 창작하고, 소통하는 전반의 과정을 미디어 리터러시이고 미디어 교육에도 이 모든 것이 포함되어 있습니다. 그러니까 기술이나 제작 중심 강의에도 미디어 리터러시 전반의 요소들이 포함될 수 있는 거죠. 예를 들어 다큐멘터리 제작 실습에서 기획을 할 때, 미디어에 접근하고 세상을 비판적으로 바라보는 과정이 다 들어가는 거예요. 여기서 중요한 거는 미디어 교육 기획자가 미디어 교육을 설계하고 목표를 설정할 때, 어떠한 측면에 비중을 더 크게 두느냐에 따라 미디어 교육이 다르게 이루어질 수 있다는 겁니다. 근데 이 부분은 센터별로 또 다를 수도 있어요. 정말 기술 교육만 할 수도 있죠. 그래서 교육 기획 의도나 목표를 잘 살펴보는 것이 중요합니다. 그리고 상설 교육은 사실 항상 열려있는 교육보다는 미디어센터 이용자들이 예측 가능한, 즉 연간 교육 일정이 어떻게 되어 있는지 전반적으로 계획되어 있는 교육을 의미합니다. 그래서 저희는 '상설 교육'보다는 '생활 미디어 교육'이라는 표현을 써요.

덧붙여서 학교나 노인복지관, 아동센터 이런 곳에서 찾아가는 교육을 실시할 경우에는 해당 기관 담당자와 논의를 해서 교육을 진행해요. 어떤 교육이 가장 필요한지 기관에서 이야기를 하면 그에 맞게 저희가 제안을 하는 식으로요. 해당 기관의 담당자분들은 미디어 교육 전문가가 아니시다보니까 '스마트폰 영상 제작 교육 해주세요' 이 정도로 말씀해 주시면, 저희 쪽에서 구체적인 교육 목표를 설정합니다. 근데 사실 교육을 받는 사람에 따라 개별화된 교육 목표나 목적을 갖고 있기도 해요. 같은 수업을 들어도 다른 목적을 갖고 있는 거죠. 그래서 미디어 교육 목표는 집단화하고 획일화하면 안 되고, 철저히 개별화해서 그 한 명 한 명이 미디어 교육을 듣고 싶은 이유를 알고 거기에 맞춰서 해야 한다는 게 사실 제가 갖고 있는 신념이에요. 근데 그렇게 하려면 예산도 많이 필요하고, 또 아까 말했듯이 성과 지표가 연인원 이런 게 돼서는 안 되죠.

6. 다음으로 시민 제작 콘텐츠의 제작 및 유통 측면의 한계점에 대해 어떻게 생각하시는지 여쭤보고 싶습니다.

시민 사회가 직접 콘텐츠를 제작하고 이것을 유통할 수 있는 프로세스를 갖추는 건 정말 소중하고 중요하죠. 정말 필요한데 현실적으로 힘든 부분이 있죠. 시민 콘텐츠를 모아놓을 수 있는 아카이브가 없거든요. 국가 차원에서도, 사회적 인식 측면에서도 이에 대한 필요성을 느끼지 못하는 것 같아 참 안타까워요. 그런데 그럴수록 사실 공적 기관에서, 국가 단위에서 이런 걸 해줘야 한다고 생각합니다. 현재는 방송국에서 일부 편성해 주거나, 유튜브에 시민들이 직접 올리는 수준인데, 이를 뛰어 넘어 공적 가치를 가진 일이기 때문에

당연히 국가 단위의 정책 같은 것들이 필요하다고 생각해요.
7. 다음으로 미디어센터 간, 센터와 지역 사회 간, 시민과 지역 사회 간 네트워킹 측면의 한계점에 대해서도 의견 여쭙고 싶습니다.
저도 참 안타깝게 생각해요. 미디어센터 간 협업이나 소통이 되려면 앞서 말씀드렸던 국가 차원의 컨트롤 타워가 필요합니다. 사실 현재도 각 광역자치단체별 미디어센터 네트워크가 있어요. 모여서 회의나 모임을 진행하거나, MOU를 같이 하기도 했고요. 그런데 사실 한계가 있는 게, 여기에 참여하지 않아도 아무 이상이나 문제가 없거든요. 각자 추구하는 것도 다르고, 참여했을 때 얻을 수 있는 이득도 명확하지 않고요. 예를 들어 미디어 교육 교재를 함께 제작하고 배포하면서 수혜를 입는다든지, 미디어 교육 사업비를 지원 받는다든지. 결국 다 예산의 문제인데, 그래서 네트워크를 통한 연결 고리가 좀 약하고 느슨합니다. 깊이 있는 관계라기보다는 같은 업종에 있는 사람들끼리 모여서 이야기하는 수준이에요. 그래서 이 부분도 마찬가지로 국가 단위의 정책이 필요합니다. 저도 각 센터에서 생산된 여러 가지 데이터들이 모이고 교환되는 곳이 없는 게 아쉬워요. 미디어 교육 플랫폼이나 국가 단위에서 운영하는 플랫폼이 없다보니 각자 데이터를 갖고 있는 거죠. 지금도 교류를 아예 안 하고 있는 건 아니고 저희는 예를 들어 장비 위탁을 하고 있어요. 카메라나 편집 장비를 작은 단위의 센터에 장기 위탁을 하는 식으로요. 그런데 데이터를 공유하거나, 교재를 함께 만든다거나, 강사를 교류한다거나 그 정도의 깊은 관계는 아닌 거죠.
8. 사실 미디어센터가 잘 되어 있는 것에 비해서 아는 사람이 별로 없다는 생각이 들었는데요. 이러한 네트워크로 인해서 그런 인식도 좀 제고될 수 있을까요?
네트워킹이 잘 되면, 이쪽에 도움이 되겠죠. 예를 들어서 이러한 시스템이 구축되어 있으면 미디어 교육 관련 논문을 쓰는 데에도 활용할 수 있고, 그러면 그쪽 관련 연구가 더욱 활성화 되겠죠. 또 미디어센터들이 서로의 미디어 교육을 홍보해 주거나 하면서 도움을 줄 수도 있고요.
9. 운영 및 재원적인 부분에 있어서 재원의 다양성이 부족해서 공적 자본에 의존하게 되는 부분이 있는 것 같은데 이에 대해 어떻게 생각하시는지 여쭙고 싶습니다.
저는 미디어센터로 절대 수익이 저는 날 수 없다고 봅니다. 그러니까 이건 당연히 국가 차원에서의 공적 자금이 더 투입되어야 한다고 봐요. 왜냐하면 앞서 말씀드렸듯이 21세기를 살아가는 사람에게 미디어는 필수 역량이기 때문에, 당연히 국가에서 공적 자금을 지원해줘야 하는 것이고 미디어센터가 완전히 자생적으로 할 수가 없어요. 저희 센터를 포함한 방통위 산하 미디어센터는 전부 무료로 강의와 장비 대여를 진행하고 있는데, 저는 이렇게 가야 한다고 봅니다. 공적 자원이 아닌 자체 수입에 의존하게 되면 인기 있는 수업, 기술 위주의 수업으로 흘러가게 되거든요.
10. 공적 자본에 의존하지 않고 재원에 다양성이 있으면 미디어센터가 더 독립적으로 운영이 될 수 있지 않을까하는 차원에서 질문을 드렸는데, 이에 대해서는 어떻게 생각하시나요.
어떻게 되었든 수익 구조를 갖는다는 건 어디에 종속될 수밖에 없어요. 지원을 지자체에서 받든, 기업에서 받든 구조 자체가 그럴 수 밖에 없어요. 그래서 그럴 바에는 저는 차라리

국가에서 운영하면서도 독립적인 성격을 갖고 있는 곳에서 하는 게 낫다고 생각해요. 방송통신위원회도 정부 부처로 두고 있지 않거든요. 미국의 FCC나 영국의 Ofcom 같은 곳도 다 정부와 별도로 운영되는 독립 기구예요.
11. 국내 미디어센터 운영의 지속 가능성과 실효성을 높이기 위해서 어떠한 지원이나 정책, 노력이 필요할지지 여쭤보고 싶습니다.
계속 말씀드렸듯이, 부처별로 흩어져 있는 미디어 교육 정책의 컨트롤 타워가 필요합니다. '미디어 교육 지원법'이 그동안 몇 번 발의가 됐었는데, 그 안에 미디어 교육 컨트롤 타워가 어떻게 구성이 되고, 어디에서 그 역할을 하고, 예산은 어떻게 할 것이고, 중장기 계획은 어떻게 할 것이고 등등이 포함되어 있었어요. 그런데 사회적인 관심도 부족했고, 부처별 협의도 잘 안 돼서 통과가 안 됐어요. 그래서 이러한 미디어 교육 컨트롤 타워가 필요하고, 이를 위해서는 미디어 교육 지원법이 빨리 통과되어야 한다고 생각합니다. 현재는 규정법이 없다보니 1년 단위로 각 부처에서 정책이 수립돼요. 미디어 교육 전담 인력도 따로 없고, 그때 그때의 이슈에 대응하는 방식으로요. 동시에 현장의 자율성을 존중해 줘야 한다고 생각해요. 자율성을 보장해 주면서 미디어 교육 정책이 더 계획적, 체계적으로 진행될 수 있도록 안정적으로 지원해 주는 게 필요해요.
12. 센터장님께서는 해외 미디어센터 탐사 시에 어떤 부분을 더 주목하여 조사해야 한다고 생각하시는지 탐사 포인트에 대한 조언을 듣고 싶습니다.
저는 미국의 미디어 교육 정책 혹은 시청자 참여 정책이 어떻게 현장에서 전달되고 실행되고 있는지를 살펴보는 게 중요하다고 생각해요. 미국은 주별로 법이 많이 다르기 때문에, 주별로 미디어 교육법이 어떻게 현장에서 반영되고 있는지를 살펴봤으면 좋겠어요. 제가 알기로는 미국의 5개 주 정도가 미디어 교육 지원법과 유사한 법안이 정착이 돼서 의무적으로 학교에서 미디어 교육이 실행되고 있어요. 그래서 그 정책이나 법이 어떻게 마련되어 있고, 그것이 현장에서 어떻게 이루어지고 있는지 살펴보고 우리나라의 사례와 비교도 해보면 좋을 것 같다고 생각해요. 또 정부와 현장 사이에서 연결고리 역할을 하는 중간 조직은 어떻게 되어 있는지 그 프로세스를 살펴보면 좋을 것 같습니다.
13. 미국에서 방문해 보면 좋을 조직이나 기관이 있을지 여쭤보고 싶습니다.
미국은 앞서 언급했던 FCC에서 주로 관할을 하니까 관련해서 자료를 찾아봐도 좋을 것 같아요. 특히 미디어 교육이나 시청자 참여 관련해서요. 또 공동체 라디오 같은 곳도 시민이 주도권을 갖고 있는 대표적인 매체거든요. 그래서 이와 같이 시민 주도의 미디어 매체도 찾아보면 좋을 것 같습니다. 그래서 미디어 교육은 앞서 말씀드렸던 법제화 부분을 유심히 살펴보고, 시청자 참여 측면은 시민이 주체가 되는 공동체 라디오 같은 매체들을 중점적으로 살펴보면 좋을 것 같아요.

4) (전)서울마을미디어지원센터

(1) 전문가 소개

정은경 센터장은 서울 마을미디어 지원사업의 출발과 발전에 중요한 역할을 한 미디어 교육 분야의 선구자로, 2011년 서울시장 보궐선거와 박원순 시장의 공약을 계기로 시작된 서울시 마을미디어 사업에서 핵심적인 역할을 맡았다. 2012년 시범사업을 시작으로, 2013년부터 본격적으로 사업을 운영했으며, 2013년부터 2019년까지는 민간 미디어 기관인 미디액트가 서울시의 위탁을 받아 이 사업을 안정적으로 이끌었다. 2019년에는 마을미디어 사업에 대한 근거로 서울시의 조례가 제정되며 제도적인 뒷받침을 받았다.

정은경 센터장은 마을미디어 사업의 중요한 목표 중 하나인 주민의 역량 강화, 주민 간 연결, 그리고 공론장의 역할에 대해 깊은 이해를 가지고 이를 실현하는 데 기여했다. 마을미디어는 단순히 정보를 전달하는 것에 그치지 않고, 각 동네의 작은 이슈들을 공론화하고 시민들의 의견을 수렴하며 그들이 직접 참여하는 사회적 대화의 장을 만드는 데 집중했다. 이를 통해 서울이라는 대도시에서도 '마을'이라는 개념을 새롭게 정의하고, 사람들이 외로움 속에서 벗어나 서로 연결될 수 있도록 도왔다. 정은경 센터장의 이러한 노력은 미디어가 사회의 주류 목소리뿐만 아니라 지역 사회의 다양한 목소리도 담아내야 한다는 믿음에 뿌리를 두고 있으며, 한국의 미디어 환경에서 중요한 역할을 하고 있다. 이는 그가 마을미디어 사업을 통해 지향한 "미디어가 시민들에게 더 가까워져야 한다"는 가치와도 잘 맞닿아 있다.

사진124 정은경 센터장 인터뷰 현장(1)

사진125 정은경 센터장 인터뷰 현장(2)

(2) 전문가 인터뷰 전문

일시 및 방식	2024.10.04. 대면 인터뷰
대상자	정은경 (전)센터장님
인터뷰 주요 내용	• 국내 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 서울마을미디어지원 사업 및 센터

인터뷰 내용 정리
1. 서울시 마을 미디어 지원 사업이 시작하게 된 사회적 배경과 해당 사업의 우선적 목표는 무엇이었나요?
2011년에 서울시장 보궐선거 당시 박원순 시장의 공약 중 하나가 '마을공동체 만들기 사업'이었습니다. 이때 '마을미디어'라는 명칭이 한국에 처음 생겼고, 2012년에 시범 사업을 거쳐 2013년부터 본 사업이 시작되어 미디액트가 사업을 위탁받아 운영하였습니다. 2019년에 처음 조례가 재정되면서 2020년부터는 민간위탁이라는 형식으로 더 안정적인 방식으로 사업이 진행되었습니다. 해당 사업의 목표는 크게 다음의 3가지로 나눌 수 있습니다. (1) 주민의 역량 강화: 주민의 마을에 대한 영향이 강화되는 것을 의미합니다. (2) 주민들끼리의 네트워크: 주민들 개개인들의 연결을 의미합니다. (3) 사회적 공론장: 주류 언론에서는 할 수 없는, 동네 주민들의 의견을 수렴할 수 있는 공론장을 형성하는 것을 의미합니다.
2. 서울마을미디어지원센터의 운영 성과가 궁금합니다.
성공적이었던 성과의 첫번째는 마을 미디어 매체의 양적인 증가입니다. 기존에는 공동체 미디어나 지역미디어라고 할 만한 곳이 서울에 총 5곳이었는데, 해당 사업 이후 2022년 기준 10배 이상인 61개까지 늘어났으며, 그 콘텐츠도 많이 증가했습니다. 두 번째는 마을 미디어 매체의 콘텐츠들의 질적인 성장입니다. 단순히 콘텐츠의 양적인 증가뿐 아니라 질적으로 의미있는 것들이 많이 나왔습니다. 주류 언론에서는 단발적으로 보도를 하고 끝나지만, 마을 미디어에서는 지속적으로 콘텐츠를 생성하여 동네의 중요한 이슈를 계속 전달하여 동네의 중요한 공론장 역할을 하였습니다. 세 번째는 주민들 간의 조직화입니다. 3명 이상의 주민들이 조직이자 주체가 되어 직접 다양한 활동들을 하며 네트워킹이 이루어졌습니다. 마지막으로는, 참여자들의 empowerment입니다. 주민들의 역량 강화가 이루어졌는데, 그 예시로는 글을 못 배우신 분들이 라디오 매체에 참여하시면서 성장을 이루었습니다. 이를 통해 주민들이 본인도 동네 이슈에 발언할 수 있다는 것을 알게 되고, 실제로 마을 미디어를 통해 발언하면서 역량이 강화되었습니다.
3. 2020년 서울시 마을 미디어 사업의 폐지가 마을미디어 단체에 끼친 영향은 무엇인가요.
마을 미디어 사업 폐지가 미디어 단체들과 지역 주민들에게 큰 영향을 미쳤습니다. 사업 폐지로 활동이 굉장히 위축되고 중단이 되는 경우도 많았습니다. 마을 미디어 활동을 하던 주민 조직들이 모일 공간을 잃기도 하였습니다. 마을미디어는 주류 언론에서 다루지 않는 이슈들에 대해 중요한 역할을 할 수 있는데, 지원이 없으면 그 역할을 하는 것이 어려워지기 때문에 사업이 중단된 것이 문제가 됩니다.
4. 당시 서울마을미디어지원센터에 대한 서울시의 경제적, 제도적 지원이 갖는 한계점은

무엇이었는지 궁금합니다.
서울시의 지원이 충분하지 않았습니다. 서울시가 지원 사업을 끊을 때, 이제 서울시는 마중물의 역할을 다 했다고 주장하였지만, 여전히 마을미디어 활동을 통해 기대하는 효과를 내기 위해 충분한 마중물이 되지 못했는데 지원을 끊었다는 점에서 큰 한계가 있었습니다. 마을미디어 활동은 공익을 위한 활동이기 때문에 당연하게 공공에서 지원을 지속적으로 해줘야한다고 생각합니다. 특히 호주, 영국, 미국 등과 같은 해외는 당연히 공공에서 지원해줘야 하는 일이라고 생각하지만, 한국은 공공의 자원만 기다리지 말고 자립을 하라고 얘기합니다. 이러한 측면에서 공동체 미디어에 대한 사고 프레임 자체가 다르다고 생각합니다. 공동체 미디어의 지속 가능을 위해서는 공공의 지속적인 지원이 필수입니다.
5. 다른 미디어 시설이나 플랫폼과 구분되는 마을미디어지원센터만의 정체성과 역할은 무엇이라고 생각하시나요.
다른 미디어 관련 교육시설이나 미디어센터는 교육 프로그램을 짜고 강사를 구해 교육을 진행하게 되면, 그 교육이 끝나면 끝이 나지만, 마을미디어지원센터는 조직 자체를 지원해주기 때문에, 해당 조직 안에서 미디어센터의 역할을 하게 됩니다. 그러면서 그 조직은 더 커지게 될 수 있다는 점에서 의의가 있습니다.
6. 뉴미디어 시대에 미디어센터가 필요한 이유는 무엇인가요.
유튜브와 같은 플랫폼은 1인이 중심이지만, 미디어센터는 개인이 아닌 조직들이 활동을 하는 것을 지원해주고 장려한다는 의미가 있어서 필요하다고 생각합니다. 또한 뉴미디어 시대에는 미디어는 여전히 국가와 자본 중심이어서 권력 분배가 변하지 않았습니다. 따라서 커뮤니티가 소유하고 커뮤니티가 소유하고 통제하는 공동체 미디어에 대한 필요성은 과거나 지금이나 여전히 절대적으로 필요하다고 봅니다.
7. 다음의 미디어센터의 한계점들에 대해 어떻게 생각하시는지 궁금합니다. 또 해결 방안에는 어떤 것이 있을지 의견 여쭙고 싶습니다.
(1) 교육: 미디어 리터리시나 미디어 격차 해소를 위한 수업보다는 기술 위주의 수업 / 상설 프로그램 보다는 단기적 혹은 일회적인 프로그램 위주 기술 위주: 교육을 받는 사람들이 실제적 기술 수업을 더 선호하고 원하기 때문에, 사람들이 교육에 많이 참여하도록 하기 위해서는 기술 위주의 교육을 기획하게 되는 딜레마가 있습니다. 그렇다고 해서 사람들의 수요에 맞춰서 기술 위주 수업만 열어서는 안 되고 이에 대한 고민이 필요할 것 같지만, 쉽지 않은 상황입니다. 단기적 & 일회적 프로그램: 기술 위주와 마찬가지로 요즘 추세가 사람들이 길게 참여를 하기 어려워하고 일회적인 단기 특강을 선호하는 경향이 있습니다. 어쩔 수 없는 측면도 있긴 하지만, 교육 프로그램 제공자가 사이버캠퍼스처럼 모듈식으로 프로그램들을 제공하는 방안도 생각해볼 수 있습니다. 이러한 실질적인 논의를 위해서는 장기적인 프로그램과 예산이 필요합니다.

(2) 제작 및 유통: 콘텐츠 제작에서 유통까지의 일련의 과정의 유기성이 부족

제작과 유통을 연결하는 체계적이 부족하다는 점 때문에 과거 사업이 활발할 때에는 산발적인 마을 미디어 콘텐츠들을 모아서 유통하는 플랫폼을 만들자는 논의가 나왔었습니다. 하지만 이러한 일종의 개토화를 해도 사람들이 과연 그 플랫폼에 들어갈까하는 우려가 있었고, 결국 서울시 마을 미디어 지원 사업이 종료되면서 해당 계획도 보완 없이 끝이 났었습니다.

(3) 네트워크: 센터 간, 센터와 지역 사회 간, 자원과 노하우를 교류할 수 있는 네트워킹이 미비

사업이 중단되면서 가장 큰 문제가 이 네트워크라고 생각합니다. 서울시 마을미디어 지원센터 활동을 할 때는 서울뿐 아니라 전국 단위의 네트워킹 행사도 있어서 1년에 1-2번씩 모여서 서로 도움을 주고 배우기도 하는 자리가 있었습니다. 하지만 현재는 각각의 마을미디어들도 근근히 활동을 이어가고 있기 때문에 네트워크 자리를 마련해주고 역할을 해줄 곳이 없습니다. 따라서 현재 이 통로가 부족하다는 한계가 극복이 안 되고 있습니다.

(4) 운영 및 재원: 전반적 운영에 있어, 재원의 다양성이 부족하여 공적 자본에 의존

서울시 마을미디어 지원 사업 예산은 23년부터 없어졌고, 시청자미디어재단에서 공동체 미디어를 지원하는 사업도 올해부터 예산이 아예 없어졌습니다. 해외와 비교하여 절대적으로 공적 자원이 부족합니다. 공적 자원에 의존한다는 한계점을 지적해주셨는데, 의존하면 왜 안되는지 의문이 듭니다. 해당 사업은 공공의 책임이고 의무이며, 사적인 이익을 추출하지 않기 때문에 공적 자본은 필요합니다.

공적 지원을 해줬다고 해서 콘텐츠에 대한 검열을 하지는 않습니다. 공동체 라디오는 법적 조항이 있어서 법적인 조직이기 때문에 재허가 심사를 받는 것과 같은 규제가 있지만, 마을 미디어는 조례를 근거로 사업을 하기 때문에 더 자유로운 경향이 있습니다.

8. 미디어센터에서의 시민 참여를 활성화하기 위해 필요한 지원, 정책 및 자체적 노력에는 어떤 것이 있을까요.

첫 번째 가장 중요한 것은 사람, 그 중에서도 운영자의 역할입니다. 운영자는 조직 혹은 매체의 대표같이 조직에 대한 책임을 지고 구심점이 되는 사람입니다. 이 사람에 대한 역할이 매우 크기 때문에 운영자의 활동을 보장해주고 지원해주는 것이 중요합니다. 서울마을미디어지원센터에서는 운영자를 지원해주는 예산 포션이 있었지만 대부분의 미디어센터 사업에서는 인건비 지원이 안되고 있어요. 저는 강사보다도 운영자에 대한 지원이나 정책을 더 중요시해야된다고 봅니다.

두 번째로 미디어센터 자체적으로 필요한 점은, 적극적인 아웃리치라고 생각해요. 미디어센터에 올 수 있는 사람은 정보가 있거나 이동이 용이한 사람 등으로 한정적이에요. 예를

들어 장애인 분들이나 노인 분들은 방문이 어렵습니다. 따라서 지역에 대해 잘 알고 어디가 이런 교육을 필요로 하는지 알아내서 일종의 찾아가는 교육을 하는 과정이 필요합니다. 문서 심사를 통해 자금을 지원해주는 사업도 하여 아웃리치에 달성하고자 하는 목표를 어느 정도 달성하기도 했지만, 문서 작성이 쉽지 않은 사람도 있고 당선될 만하게 써야 한다는 한계가 있었어요.
9. 해외 탐사 시 어떤 부분에 더 주목하여 조사해야 될 지, '탐사포인트'에 대한 조언을 듣고 싶습니다.
학생들이다 보니, 어떤 생각으로 미디어센터를 지원하고 활동하는지에 관한 철학과 같은 근본적인 내용들을 많이 알아오면 좋을 것 같아요.

5) 성북마을미디어지원센터

(1) 기관 소개

성북마을 미디어지원센터는 주민들이 마을의 현안과 이야기를 미디어 콘텐츠로 제작하여 널리 알릴 수 있도록 지원하는 공간이다. 성북구 주민들은 마을의 이슈를 직접 취재하고, 이를 뉴스 및 토론 프로그램으로 제작하여 지역 사회의 문제를 기록하고 보존한다. 또한, 마을미디어를 통해 주민들은 자신들의 이야기를 콘텐츠로 제작하고 이를 지역사회와 공유하며, 사회적 메시지를 전달한다.

센터는 누구나 참여 가능한 공간으로, 마을의 인물, 역사, 문화 등을 기록하고 이를 콘텐츠로 쌓아간다. 방송장비, 회의공간, 스튜디오를 무료로 대여하고, 콘텐츠 제작에 필요한 맞춤형 교육과 멘토링을 제공한다. 또한, 성북마을TV와 공동체 상영 등을 통해 제작된 콘텐츠가 지역사회에 널리 퍼지도록 돕는다.

성북마을 미디어지원센터는 시민들의 콘텐츠 제작에서 유통까지 유기적으로 연결되는 점이 특징이다. 성북마을TV와 같은 통합된 채널을 통해 시민들은 자신들이 제작한 콘텐츠를 더 많은 사람들과 공유하고, 지역 사회의 문제를 알릴 수 있다. 센터는 다양한 프로그램과 기회를 제공하여 성북구 마을 공동체의 결속력과 상호 협력을 강화하며, 주민들이 지역 문제를 해결하고 더 나은 마을을 만들어가는 데 중요한 역할을 한다.

사진126 성북 외관

사진127 성북 구조

사진128 미니 스튜디오

사진129 촬영 스튜디오

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2024.10.16. 대면 인터뷰
대상자	이호섭 팀장님
인터뷰 주요 내용	• 국내 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 공동체 미디어의 필요성

인터뷰 내용 정리
1. 현재 성북마을미디어지원센터에서 중점을 두고 있는 프로그램이나 사업이 무엇인지 궁금합니다.
저희가 마을미디어 사업을 하는 기본적인 취지는, 조례의 2조 정의를 보시면 '마을 미디어를 통해 주민들이 소통하고 공동체 문화를 활성화하기 위한 기반으로서 주민들이 직접 참여하고 운영하는 영상 음성 인쇄 매체를 말한다'고 되어있어요. 저희는 기초자치단체에서 운영하는 미디어센터니까, 지역주민들간의 소통이 이루어지고, 지역주민들이 지역을 주제로 한 콘텐츠를 직접 만들 수 있도록 하고, 그 콘텐츠를 통해서 주민들이 지역사회에서 사회적 역할을 하는 것이 중점적인 목표입니다. 콘텐츠가 단순히 양적으로 많이 만들어지는 것보다도, 지역 사회와 마을에 다시 어떠한 형태로든 기여가 되도록 사회적 역할을 갖추고 있어야 한다는 것이 중요합니다. 마을에 있는 이야기들을 엮어내는 과정 속에서 하나의 공동체란 정체성을 갖게 되는 것 자체도 하나의 역할을 갖추고 있는 것이기도 합니다. 그 콘텐츠 제작 지원 사업을 하기 위해서 필요한 것들이 장비 대여, 시설대관, 마을미디어 교육 체험 프로그램, 네트워킹 사업이라고 보시면 됩니다. 특히 네트워킹 사업이란 마을미디어 콘텐츠를 제작하시는 팀들을 구성해서 시민 네트워크를 운영하는 사업입니다. 현재 성북 마을 미디어 네트워크를 운영 중이며, 24개 팀이 참여하고 있습니다. 현재는 시민들이 자발적인 영역으로 네트워크를 운영하고 있어요.
2. 성북마을 TV가 개국하게 된 배경과 개국 후 어떤 효과가 있었는지 궁금합니다.
콘텐츠가 그 지역 사회에 어떠한 형태로든 작동이 되려면 단순히 만들어지는 것뿐만 아니라 유통이 돼야 됩니다. 이를 위해서는 기본적으로 시민들의 활동들이 관측이 돼야 합니다. 중앙의 허브 역할을 해줄 수 있는 무언가가, 그것을 관측해내고 모아놓고 정리를 할 수 있어야 됩니다. 성북마을 TV의 첫 번째 목적은 주민들이 만드는 그 콘텐츠들을 모아놓고 사람들에게 더 많이 보여주는 것입니다. 두 번째는, 좋은 사례를 발굴해 낼 수 있도록 관측하는 것입니다. 이를 통해 마을미디어 콘텐츠들이 사회에서 작동하는 것을 증명해내야 됩니다. 성북마을 TV의 효과는, 인프라 발굴, 교육, 재원에 대한 지원, 콘텐츠 제작, 유통의 과정이 선순환적으로 일어나고 발생하고 있다는 것입니다.

3. 다른 미디어 플랫폼과 구분되는 미디어센터만의 정체성과 역할, 뉴미디어시대에 미디어센터가 필요한 이유는 무엇이라고 생각하시나요?

1인 미디어 같은 경우에는 대부분의 주제가 나를 중심으로 제작하는 게 1인 미디어의 핵심적인 기반이라면, 마을미디어는 공동체 기반입니다. 우리가 살아가는 다양한 형태의 공동체를 중심으로, 공동체에 기여하기 위해서 만들어지는 게 마을 미디어 혹은 공동체 미디어입니다. 개인의 관심사 위주가 아닌 지역사회 공동체를 위한 콘텐츠를 제작하는 역할이 미디어센터만의 정체성이자 역할입니다.

지역사회는 아주 소수의 단위이다보니, 대형 플랫폼에서는 수익성에 맞지 않아 사라질 수밖에 없습니다. 상업적 플랫폼과 다르게 마을 미디어를 활성화하고 정리 및 사례 발굴을 해줄 수 있는 역할이 마을미디어지원센터가 할 수 있는 역할이라고 생각합니다. 또한 그것을 주기적으로 행정 단위에 표시해주는 역할도 우리의 역할이라고 봅니다.

궁극적으로는 퍼블릭 액세스가 방송뿐 아니라 지역 자체에서 액세스가 될 수 있도록 노력을 하는 곳이 미디어센터이기 때문에 지역 사회에 꼭 필요하다고 생각합니다.

4. 다음과 같은 국내 미디어센터의 한계점에 대한 차장님의 생각이 궁금합니다.

(1) 교육

1-1. 기술 위주의 교육이 주를 이루고 있다.

각 센터는 설립된 목적과 지역적 상황이 모두 다릅니다. 각각의 센터가 가진 목적 또는 지역적 상황에 따라서 다양한 교육 프로그램들이 만들어지고 있는데, 저는 그게 틀렸다고 생각하지는 않아요. 그 영역에서 필요한 교육을 찾아내고 하고 계신 거라고 생각을 합니다. 지역마다 필요한 교육이 모두 다르고 모두 대동소이한 상황과 과정이 아니기 때문에 이 부분을 고려해서 생각해야 됩니다. 하지만 어느 정도 다양한 비전이 공유 및 제시되어야 합니다. 연구 자료나 학자나 전문가들이 모여서 새로운 센터가 생기면 나아가야한 비전들은 마련이 되어야 합니다.

미디어리터러시에 대한 교육이 약해진 것은 사실입니다. 현실적 문제는, 리터러시 교육은 개설을 해도 사람들이 오지 않습니다. 종래에는 수요가 있는 쪽으로 저희가 프로그램을 만들게 되는 상태인 거죠. 그래서 리터러시에 관련된 프로그램은 정량평가를 하면 안 된다고 생각해요. ‘리터러시 프로그램을 사람들이 어떻게 얼마만큼 비판적이고 수용적인 상호관념을 갖게 되었고 그걸 통해서 이분들이 어떤 활동을 이어가고 있다.’ 이런 방식의 정성적인 평가가 있어야 되고, 그런 정성평가 사례들이 많이 나와야 된다고 생각해요.

1-2. 상설 교육 프로그램보다는 단기적, 일회적 프로그램이 주를 이룬다.

이거에 대해서는 그렇게 부정적으로 생각하지 않아요. 단기적인 프로그램이 효과적인 시기가 있고 상설프로그램이 효과적인 시기가 있어요. 또 수요자가 얼마만큼 준비가 됐느냐에

따라서 다릅니다. 수요자가 상설 프로그램에 더 적합하게끔 구성이 되어 있는지 단기적인 프로그램이 적합하게 되었는지 파악을 하고, 결국에는 그 기관이 갖고 있는 목적을 달성하기 위해서 그에 맞는 프로그램을 통해서 하는 것이기 때문에 뭐가 맞다라고 말씀드리기는 어렵다고 생각을 해요.

(2) 네트워크

2-1. 센터와 센터 간의 네트워킹이 미비하다.

저는 전국미디어센터협의회를 통해 네트워킹이 타국에 비해 잘되고 있다고 평가를 하고 있어요. 저는 오히려 우리나라의 네트워킹 사례를 해외 소개해야 된다고 생각합니다. 이런 연구를 통해서 좀 정확하게 분석 평가를 했으면 좋겠어요.

저는 이거보다 자립성에 있어서는 해외 사례에 비해서 많이 부족하다고 생각합니다. 자립성은 한국이 많이 취약해서, 자립하는 단위에서의 네트워킹이 부족한 것은 사실이에요. 정책적인 지원 금액이 있지 않으면 생존할 수 없는 형태로 되어있는 것이 현재의 미디어센터들 간에 가지고 있는 한계점입니다. 미국의 경우, 타운과 공동체가 가지고 있는 파워가 매우 세서, 지역에 기부하는 문화가 잘 조성되어 있습니다. 하지만 우리나라는 나라가 먼저 만들어지고 그 하부 단위로 구성이 되어 지역의 힘이 크지 않고 대부분 대학교와 같은 시설에 기부를 합니다. 미국은 높은 자립성을 통해 자발적 네트워킹이 많은데, 한국은 이 부분이 약하다고 봅니다.

2-2. 지역 사회와 시민 간 네트워킹

저희는 기초 지자체이기 때문에, 교육 후에도 계속해서 네트워킹이 되는데, 광역권 같은 경우에는 어려움이 있을 거라고 생각합니다. 제가 다른 센터를 경험해보지 않았고, 센터마다의 주요 목표가 있어서 말씀드리기 조심스럽지만, 네트워킹을 통해 지역 사회에 마을 미디어가 공론장과 같은 역할을 하는 사례들이 많아지면 좋을 것 같습니다.

(3) 운영 및 재원

앞에서 언급했듯, 공적인 영역에 몰입이 되고 자율성이 떨어지는 경향이 있는데, 현재 민간으로 돌려도 안타깝게도 기부하는 사람이 거의 없습니다. 지역 사회에 기부하는 게 명예롭다는 인식이 없기 때문에, 이런 인식을 해결하는 것도 미디어센터의 역할이라고 생각합니다. 공적자본에 대한 탈피는 현실적으로 어렵지만, 자발적인 기부의 영역을 더 활성화할 필요는 분명히 있다고 생각합니다.

5. 위에 답해주신 한계점을 해결하기 위해서 필요한 지원, 정책, 노력에는 무엇이 있을까요?

정량 평가를 줄이고 정성 평가를 높여야 합니다. 미디어센터를 통해서 만들어진 시민들의

콘텐츠들이 어떠한 방식으로 사회에 작동하고, 얼마나 올바른 방향으로 작동하고 있는지를 정성적으로 평가하여, 예산 지원이나 기부금을 받을 수 있는 구조가 돼야 한다고 생각합니다.
6. 해외 미디어센터 탐사 시 어떤 부분에 더 주목하여 조사해야 한다고 생각하시는지, '탐사 포인트'에 대한 차장님의 조언을 듣고 싶습니다.
저는 제일 궁금한 것은 자립성입니다. 단순히 재원이 아니라 자립하는 방법 방식 또 그것이 유지되고 있는 방식이 좀 궁금합니다. 자립이 있어야지만 이런 사회적 활동들이 유지될 수 있다고 생각을 해서 그 부분이 탐사 포인트로서 구체적으로 궁금한 점입니다. 네트워크 형성 과정 운영 및 재원 과정이 이 자립도와 연관이 있을 것 같다고 생각을 하고 있습니다.

6) 청암미디어센터

(1) 기관 소개

청암미디어센터는 지역 주민이 직접 미디어를 제작하고, 지역의 다양한 이슈를 공론화할 수 있도록 지원하는 공동체 미디어 기관이다. 센터는 사단법인 청암 송건호 기념사업회에서 운영하며, 옥천 FM 공동체 라디오와 연계하여 지역 사회의 미디어 활동을 활성화하는 역할을 한다. 센터의 기반이 된 청암 송건호 기념사업회는 한겨레신문 창립에 기여한 언론인 송건호 선생의 뜻을 기리고, 독재 정권 아래 언론 탄압에 맞섰던 그의 정신을 계승하기 위해 설립됐다. 이를 바탕으로, 센터는 지역 언론과 공동체 미디어의 역할을 강화하며, 주민 참여형 미디어 환경을 조성하는 데 주력하고 있다.

청암미디어센터는 옥천 FM 공동체 라디오와 통합적으로 운영되며, 지역 주민들의 다양한 목소리를 담아낸다. 비영리 법인으로서 재정적 한계가 있지만, 지역 주민들의 후원과 참여를 기반으로 운영을 이어가고 있다. 옥천 FM은 미디어센터의 기능을 수행하며, 주민들의 미디어 제작 역량을 높이는 데 집중하고 있다. 또한, 센터는 지역 언론인 옥천신문과 연계하여, 지역 언론의 중요성을 알리고 다양한 미디어 프로젝트를 진행한다. 옥천신문은 한겨레신문 창간 이후, 지역 기반 대안 언론의 필요성을 인식한 옥천 주민들이 직접 만든 '군민 주(主) 신문'으로, 2024년 기준 창간 35주년을 맞이했다. 이러한 흐름 속에서, 센터는 지역 언론의 역할을 조명하고, 예비 언론인을 위한 교육 프로그램을 운영하고 있다.

이처럼 청암미디어센터는 지역 사회의 공론장을 형성하고, 주민들이 직접 미디어 제작과 언론 활동에 참여할 수 있도록 돕는 중요한 플랫폼으로 기능하고 있다. 앞으로도 지역 미디어 생태계를 더욱 활성화하며, 주민 중심의 미디어 문화를 확산하는 데 주력할 계획이다.

사진130 청암미디어센터 인터뷰 현장(1)

사진131 청암미디어센터 인터뷰 현장(2)

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2024.12.21. 대면 인터뷰
대상자	이해수 편성국장님
인터뷰 주요 내용	• 국내 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 공동체 라디오 및 지역 사회와의 연계

인터뷰 내용 정리
1. 국내의 다른 미디어센터와는 구분되는 청암미디어센터만의 차별화된 특징이나 강점이 있다면 무엇인지 궁금합니다.
저희는 '청소년'을 중점적으로 보고 있어요. 청소년이 지역의 미래 세대니까요. 그런데 지역에 여러 공론장이 있고 다양한 주체가 참여하고 있지만 청소년이 목소리를 낼 수 있는 장은 별로 없어요. 저도 옥천에서 청소년기를 보냈었어요. 이후에 서울에 갔다가 다시 옥천으로 돌아와서 옥천 신문에서 시민 기자 활동을 했었는데, 그 과정에서 제가 옥천에 대해 잘 몰랐었다는 생각이 들었어요. 지역 내의 여러 문제와 고민을 청소년기에 너무 모르고 있었고, 알 기회도 별로 없었어요. 학교, 가족, 친구 외에 소통할 수 있는 커뮤니티가 별로 없는 청소년기의 환경이 내가 살고 있는 지역에 대해 별로 관심을 갖지 않고 만들고, 제한된 정보만을 받아들이게 한다는 생각이 들었어요. 한편으로는 청소년들 중에 지방에 살아서 조금 주눅이 드는 경우가 있어요. 미디어에서 도시나 수도권의 화려한 모습을 많이 보여주다 보니까 지방에 사는 것 자체에 대해서 뒤쳐진 것 같다는 고민을 하게 되는 거예요. 그래서 이러한 고민들을 바탕으로 해서 '미디어'라는 게 청소년이 더 쉽게 다가갈 수 있고 많이 보는 매체이기 때문에, 이러한 미디어 환경에서 무언가를 주도적으로 해보는 경험이 사회적인 변화를 이끌어내는 데 큰 도움이 될 것이라고 생각했어요. 그래서 저희는 청소년이 공론장에 나가는 것에 먼저 중점을 두고 라

디오와 미디어센터를 운영하고 있습니다. 그래서 지금 청암미디어센터 자체를 '청소년 미디어센터'로 발돋움할 수 있게 옥천군과 함께 뭔가를 해보자는 제안을 계속 하고 있어요. 옥천군이 지금 교육을 제1공약으로 내세우고 있기도 하고요.

그리고 청암만의 강점이라고 하면, 이런 목표를 가졌을 때 같이 할 수 있는 지역 주민들이 정말 많다는 거예요. 옥천의 지역 신문인 '옥천 신문'이 올해(2024년 기준) 35주년을 맞이했는데, 그 덕분에 옥천 주민분들은 이러한 것들을 굉장히 자연스럽고 당연하게 생각하세요. 지역의 문제를 지역 언론에서 다루고 그 과정에 동참하는 것에 익숙하고, 무언가 문제가 발생했을 때 기자 번호를 하나씩은 알고 있어서 신문에 언제든 얘기할 수 있는 구조가 되어 있어요. 또 신문사의 여론 광장이라는 게시판이 따로 있어서 그곳에도 각자가 생각하는 지역의 문제나 어떠한 사건에 대한 의견 등을 자유롭게 표출할 수 있는 장이 형성되어 있어요. 그리고 지역 주민의 자치 커뮤니티도 잘 마련되어 있어요. 예를 들어 최근에는 이주 여성 협의회도 생겼거든요. 이와 같이 여러 분야에서 각각 자신들의 목소리를 낼 수 있는 장들이 만들어지고 있고, 이렇게 원래 오랫동안 있었던 부분들과 새롭게 만들어지는 부분들이 이미 잘 마련되어 있으니까 저희 입장에서는 소통하기가 훨씬 원활하고 좋아요.

2. 청암미디어센터는 주민들이 실질적인 뉴스 생산자로 역할할 수 있도록 돕고 있는데, 이와 같은 주민들의 미디어 참여를 어떻게 장기적으로 유지하고 있는지 궁금합니다.

지금은 폐간을 했지만 이전에 소수자 신문 '옥수수'를 발간했었고, 옥천 신문에서 운영했던 청소년 기자단을 함께 했던 경험이 옥천 FM 공동체 라디오의 청소년 PD를 육성해 나가는 데 도움이 되었어요. 저희 라디오는 사실 지상파 방송이에요. 공중파는 공공재이기 때문에 방송통신위원회에서 방송 허가와 주파수 사용 허가를 받아야지만 사용할 수 있는데, 이때 전문가의 영역, 시민의 영역 둘 다 필요해요. 방송국의 전문 아나운서나 PD와 같이 방송적으로 전문적인 측면도 필요하지만, 지역 주민들 역시 각자의 분야에서 전문가이기 때문에 그 분야에서 그 분들보다 더 잘 알 수는 없거든요. 그래서 시민들이 이처럼 각자의 전문 분야에서 자신의 목소를 낼 수 있는 공론장을 만든다는 차원에서 지역 주민이 스스로 목소리 내는 것, 그리고 지역 주민에게 필요한 정보가 주파수로 나가는 것이 중요하다고 생각해요.

그리고 주민들의 미디어 참여를 장기적으로 유지하기 위해서는 방송에 참여할 수 있는 환경을 만들고, 소통을 통해 라포(rapport)를 형성하는 게 중요한 것 같아요. 가령 어르신, 어린이, 장애인, 이주민 등 다양한 분들이 와서 방송을 진행하거나 참여할 수 있도록 풀(pool)을 만드는 거예요. 그리고 그것을 도울 수 있는 담당 PD 제도를 통해서 주민과 제작자 간의 접점을 만들어내요. 방송적으로 이야기를 풀어낼 때 어떤 고민을 해야 하는지 다같이 논의하고 소통하고, 때로는 그냥 일상적인 얘기를 나누기도 하는 것 그 자체가 센터를 계속해서 찾아오게 하는 힘이 돼요. '내 얘기를 안전하게 할 수 있는 공간이 있다', '내가 갈 곳이 없을 때 잠깐 앉아 있다 갈 수 있는 공간이 있다'라고 생각하게 되는 거죠. 그래서 센터에 찾아오는 분들의 이야기를 많이 들어주려고 노력해요.

또 교육은 주로 강사가 일방적으로 전달하는 방식으로 진행되잖아요. 그런데 저희는 스스로 생각할 수 있도록 하는 방식으로 교육을 해요. 단순히 메시지를 전달하는 게 아니라 물

어봐요. ‘어떤 방송을 만들고 싶으세요?’, ‘방송에서 지켜야 하는 건 뭐라고 생각하세요?’ 이런 것들을 스스로 토의하고 논의하면서 자신의 것으로 만들고 지켜나갈 수 있게끔 하는 방식이 중요합니다. 그 이후에 방송을 제작할 때도 계속해서 도움을 주고 소통을 하지만 결국 스스로 고민해서 만들어 나갈 수 있도록 하기 위해 노력하고 있어요. 주민들 간의 네트워킹의 경우에는 다양한 방식으로 이루어지고 있어요. 예를 들어 청소년 PD들에게 각자의 희망 진로를 가진 지역 주민을 찾아가서 인터뷰를 해 오도록 해요. 또 옥천에는 정지용 시인을 기리는 ‘지용제’라는 큰 축제가 있는데 거기에서 청소년들이 직접 행사를 기획하고 진행하도록 하거나, 옥천 FM에서 방송하는 사람들이 생방송 부스에서 각자 한 파트씩 맡도록 하면서 서로 만날 수 있는 자리를 마련하기도 했어요.

3. 현재 청암미디어센터는 지역 내 다른 미디어 기관(옥천신문 등)들과의 네트워크가 어떻게 이뤄지고 있는지, 그리고 이러한 네트워크의 중요성에 대해 어떻게 생각하시는지 궁금합니다.

저희도 네트워크에 대해 고민이 많은데요, 네트워크는 물론 필요하지만 구체화하기가 어렵잖아요. 그래서 실제로 함께 할 수 있는 일을 만들 때 네트워킹이 단단해 진다고 생각합니다. 저희는 옥천 신문과 몇 가지 같이 하고 있는 부분이 있는데, 우선 첫 번째로 옥천 신문에 지역 정보가 다 모이기 때문에 신문의 여러 정보들을 활동에 많이 활용하고 있어요. 이때 기자분들에게 모르는 부분을 더 심화적으로 물어보면서 일적으로 소통하는 부분이 있고요. 두 번째로 ‘뷰 포인트’라는 방송이 있는데 옥천 신문 편집국장이 그 달에 발행했던 기사 중에 지역 주민에게 직접 말로 풀어서 설명하고 싶은 내용을 바탕으로 같이 방송을 진행해요. 그때 방송을 준비하고 진행하면서 이야기를 또 많이 나눠요. 세 번째로는 큰 프로젝트인데 옥천 고등학교 방송부, 충북 산업과학고등학교 방송부와 같이 교육지원청의 교육 과정 하나를 맡아서 진행하고 있어요.

학교 방송부 친구들 중에 센터에서 라디오 방송을 진행했던 친구들이 있었어요. 라디오 방송을 해보고 미디어에 꿈을 갖게 되어서 방송부에 들어갔는데 인문계 고등학교 방송부에서는 할 수 있는 일이 거의 없었던 거예요. 그래서 그 친구들이 저희에게 도움을 요청했는데 옥천 신문에서 그 이야기를 듣고 함께 프로그램을 진행해 보자고 제안을 해서 옥천 신문의 지원을 받아서 시작을 했어요. 그 이후에 옥천교육지원청의 제안을 받아서 올해(2024년)부터는 아예 교육 과정으로 들어가게 되었어요. 이 프로그램에서 학생들은 매주 지역 신문을 읽고 베스트 기사를 직접 선정해서, 그 기사를 바탕으로 대본을 작성해서 방송을 제작해요. 이때 신문 읽는 법에 대한 강의를 옥천 신문에서 해주세요. 또 신문을 읽고 나서 그에 대해 피드백하는 방송 대본을 다시 신문사에 공유하는데, 청소년들이 일종의 독자위원회 역할을 하게 되는 거죠. 그리고 나서는 학생들의 방송에 대해 기자님들이 다시 피드백을 해주시고요. 이렇게 방송을 1년 내내 만든 다음에는 ‘이 주의 기자상 시상식’이라는 것을 진행하는데요. 아이들이 직접 가장 의미있었던 기사를 선정하고 기자들에게 수상을 하는데, 이때 또다시 서로 소통하고 피드백을 주고 받을 수 있는 자리가 만들어지는 거예요.

이러한 네트워킹은 정말 중요한데, 어느 한 기관이 모든 일을 다 할 수는 없잖아요. 예전

에는 어느 한 곳으로 집중시키고 그 아래로 모이도록 하는 방식이었다면, 지금 시대에는 각자 자기 분야에서 자신의 역할을 해내고 그것들이 서로 잘 연결되는 방식이 중요하다고 생각해요. 그건 미디어 분야에서도 마찬가지이고요. 그리고 어떠한 이슈가 있을 때 하나의 시각으로 바라보는 것은 매우 위험한데, 다양한 입장들을 반영하려면 이러한 네트워킹과 평소에 일적으로 많이 연결되어 있는 것이 중요하다고 생각해요. 또 공동체가 어떠한 문제를 함께 논의하고 해결해낸 경험을 공유하고 있을 때, 그 공동체는 지속 가능성을 얻게 된다고 생각합니다.

4. 미디어센터는 어떤 곳이라고 생각하시나요? 미디어센터만의 정체성과 역할은 무엇이라고 생각하시는지 궁금합니다.

제가 생각하는 미디어센터는 미디어라는 도구를 활용해서 공론장에서 지역 주민들이 주체로 설 수 있도록 만드는 중간 징검다리 역할을 하는 곳, 미디어 관련 진로를 꿈꾸거나 미디어와 관련된 일을 하고 싶은 사람들이 멀리 나가지 않고 내가 사는 지역 내에서 직접 경험해 볼 수 있도록 하는 곳, 이렇게 크게 두 가지 역할을 한다고 생각합니다.

5. SNS와 1인 미디어가 발달하며 시민의 미디어 교육 및 미디어 액세스가 비교적 수월해진 현시점에서도 미디어센터가 필요한 이유는 무엇이라고 생각하시나요?

저희도 초창기에 이와 같은 고민을 정말 많이 했어요. 저희가 운영하는 '라디오'라는 매체는 올드 미디어이고 요즘은 소비가 비교적 많지 않으니까요. 그런데 공공재인 주파를 통해 방송이 나가기 때문에 주민들이 더 많은 책임감을 느끼게 돼요. 유튜브의 경우 심의를 거치지 않고 시청자가 선택해서 보는 방식이지만, 라디오 주파는 국가 기관이 관리하는 공공의 재화이기 때문에 지켜야 하는 중요한 부분들이 있고 비교적 일방적으로 전달되기 때문에 더 큰 책임감과 자부심을 갖게 되는 거죠. 그렇기 때문에 공동체 라디오와 미디어센터가 중요하고, 또 '미디어 교육을 받고' 미디어를 제작하는 것은 미디어를 제작할 때 지켜야 할 최소한의 윤리를 알 수 있고 미디어 제작자로서의 책임을 배울 수 있다는 점에서 그 중요성이 매우 큽니다. 이러한 미디어 교육의 중심적인 역할을 한다는 점에서도 미디어센터는 중요하다고 생각해요.

그리고 SNS나 1인 미디어와 같이 미디어를 통해 개인적인 시각에서 개인적인 이야기도 물론 할 수 있지만, 공적인 입장에서 공적인 이야기를 하는 것도 중요하다고 생각합니다. 개인의 입장에만 집중하다 보면 사회에서 공적으로 해결해야 하는 문제들이 뒷전이 되거나 아무도 신경쓰지 않게 되기 쉽기 때문에, 시민들이 이러한 공론장의 주체가 됨으로써 공적 역할에 대해 고민하고 공공의 문제에 대해 다시 한 번 생각해 볼 수 있는 계기를 마련해 주는 게 필요하다고 생각합니다. 이를 통해 사람들은 건강한 시민 주체로 성장할 수 있고, 공론장, 지역 사회, 나아가 전체 사회가 건강해 질 수 있다고 생각해요. 또 오히려 SNS나 1인 미디어로 인해서 여러 문제들이 발생하고 있잖아요. 물론 긍정적인 측면도 있지만 부정적인 문제들이 계속 늘어나지 않고 그 문제가 자체적으로 정화될 수 있도록 하기 위해서도 미디어 교육과 미디어 액세스, 그리고 미디어센터는 현시점에서 더욱 중요해지고 있다고 생각합니다.

6. 국내 미디어센터는 현재 아래와 같은 한계점이 있다고 생각했습니다. 이에 대한 국장님의 생각과 해당 문제들에 대한 해결 방안이 궁금합니다.

(1) 교육

1-1. 기술 위주(예. 어도비 프로그램)의 수업이 주를 이루고, 미디어 리터러시나 미디어 격차 해소를 위한 수업은 비교적 적은 비중을 차지함.

이런 문제에 대해서 많이 공감을 하고, 좋은 콘텐츠 제작은 기술과는 다른 문제가 있다고 생각해요. 기술만 배워서 진행하는 경우에 화려한 효과같은 것들은 얼마든지 넣을 수 있겠지만 콘텐츠 자체의 인문학적 고민이 너무 없게 됩니다. 그래서 저희는 교육할 때 기술적인 것은 마지막에 가르치고 단추 키를 일부러 되게 쉽게 바꿔놔서 누구든 쉽게 편집할 수 있게 만들어놨습니다. 물론 미디어를 진로로 가진 친구들은 좀 더 심화적인 기술 지도가 필요하지만, 그게 아닌 경우에는 기술보다는 내가 무슨 콘텐츠를 제작할 것인지, 기획을 무슨 내용으로 채울 것인지에 더 집중적으로 진행을 하고 있습니다.

미디어센터들이 아마 교육을 이렇게 진행하는 이유는 있을 거예요. 이게 여러 문제가 섞여 있어요. 이미 기술을 가르치는 인력 풀들은 세팅이 되어 있을 거고, 모집하기도 쉽고 운영하기도 쉽습니다. 그럼에도 불구하고 요즘 통합 교과 수업처럼, 융합 교육으로 1년의 교육 프로그램처럼 하나의 교육 커리큘럼이 만들어져서 적어도 단기별로는 교육이 돌아갈 수 있도록 해야 해당 문제가 해소될 수 있다고 봅니다. 그리고 기술적인 부분에 대한 심화 교육은 미디어를 진로로 꿈꾸는 사람만 별도로 저는 진행해도 괜찮다고 생각하거든요. 그래서 센터들이 한 파트는 기술보다는 기획과 같이 이야기를 만들어내는 거에 집중한 콘텐츠들을 많이 생산을 하고 그리고 심화 교육 파트는 소수 인원으로 좀 받아서 진행을 해 봐도 좋지 않을까 이런 고민들이 있습니다.

1-2. 미디어 교육을 위한 센터 내 전문 인력의 부족. 새로운 인력의 유입이 활발하지 않음

전문 인력은 당연히 부족할 수밖에 없는데요. 이런 경우에는 분명히 자기가 살고 있는 지역에 미디어 전문가들이 있을 거예요. 그런 분들이랑 연결을 하려고 계속 발굴을 할 수밖에 없지 않다고 생각합니다.

(2) 제작 및 유통

2-1. 시민이 주체적으로 기획하고 제작한 콘텐츠가 유통까지 이어지는 일련의 과정이 체계적으로 갖추어져 있지 못하여 제작과 유통의 유기성이 부족

저희 같은 경우에는 라디오 매체, 글 매체와 유튜브 채널도 있어서 활용을 하고 있는데 다른 지역에서 라디오에 틀고 싶다는 요청이 들어올 때가 있긴 해요. 충북시청자미디어센터 같은 곳에서도 콘텐츠를 유통할 곳이 별로 없어서 고민을 하시는 것 같아요. 이렇게 가까운 지역에 저희처럼 공동체 라디오가 있다면 콘텐츠 제휴를 하면 좋을 것 같고 그렇지 않

은 경우에는 가지고 있는 유튜브나 팟빵같은 플랫폼 같은 경우를 활용하는 게 제일 쉬운 방법인 것 같아요. 두 번째로는 KBS, MBC, SBS에서, 특히 KBS에서 시청자 참여 프로그램들을 제작하게 되어 있을 거거든요. 여기랑도 연결을 할 수 있을 것 같습니다. 그 이상으로 가려면 사실 기본 플랫폼을 좀 늘려야 되는 문제라서 이건 운영 및 재원 문제와 연결될 것 같습니다.

(3) 네트워크

3-1. 센터 간, 센터와 지역 사회 간 네트워킹이 미비하여 그동안 발전시켜 온 자원과 노하우를 공유하고 교류할 수 있는 통로가 부족

센터와 센터 간 네트워킹은 저희도 거의 못해요. 옥천안에서만 하기도 좀 바빠서 센터간은 거의 못 하고 있어요. 저는 지역 사회 안에 네트워킹을 먼저 만드는 게 1번이라고 생각해요. 자기가 속해 있는 지역 안의 네트워킹들을 하는 데 집중을 해야 뿌리를 잡고 그다음에 뭔가 되는 거지, 미디어센터니까 미디어 기술에만 집중을 하거나 다른 지역에 있는 센터랑 미디어만 주제로 가지고 논의를 한다면 지역 안에서 미디어센터의 역할이 적어지게 됩니다. 요새는 유튜브로도 많이 배울 수 있고 진짜 배우고 싶은 사람들은 학원을 더 많이 갈 텐데 미디어센터가 그럼 어느 역할에 집중하면 좋을까라고 생각을 했을 때, 저는 지역 사람들이 미디어에 대한 발상을 전환해서 오히려 미디어를 도구로 활용해서 지역사회 안에 네트워킹과 공론장을 계속해서 만드는 데 집중을 하는 것이 필요하다고 생각합니다.

(4) 운영 및 재원

4-1. 공적 재원의 충분치 않은 지원과 수익 활동의 어려움에 따른 운영 예산 부족

당연히 이거는 어렵죠. 저희도 미디어센터 한 명의 인건비를 마련하려고 청소년 미디어 센터를 군에 제안을 했는데. 정부 예산이 자꾸 줄어드는 상황에서 거의 안 하려고 하는 면은 있어요.

근데 이 아까 지역 안에서 자리 잡는 게 먼저 중요하다고 얘기를 드렸잖아요. 저희의 역할은 그냥 미디어 하는 데가 아닌 거예요. 적어도 옥천 안에서는 미디어에 관심 있거나 진로로 가질 사람만의 공간이 아니고 지역 주민한테 필요한 공간이라는 인식이 계속해서 퍼지다 보면 결국 이 청소년 미디어 센터 같은 경우도 추진이 되지 않을까 생각을 합니다.

4-2. 미디어센터와 미디어 교육을 관장하고 예산을 집행할 수 있는 국가 차원의 컨트롤타워가 부재(현재는 여러 부처에서 산발적으로 진행)

국가 차원의 컨트롤 타워는 정말 부재한 것 같습니다. 지원 예산이 사실 없고 전미협(전국미디어센터협의회)에서 그래도 좀 노력을 하고 계신 것도 있긴 한데 사실 너무 프로그램 지원에 치중되어 있어요. 컨트롤 타워를 만들려면 앞서 이야기한 것처럼 미디어가 지역사

회에 기여할 수 있는 역할들을 우리가 먼저 좀 찾아야 되는 것 같아요. 우리가 먼저 이런 부분을 찾고 이런 역할이 있으니까 공적 예산의 지원이 필요할 수밖에 없다는 요구가 계속 모여야됩니다. 그냥 미디어를 지원해 주세요, 기술 예산이 없어요라고 요구를 하면 정부 부처에서는 여타 단체들과 다르게 보지 않을 것 같습니다.

7. 빠르게 변화하는 미디어 환경 속에서 국내 미디어센터의 지속가능성을 확보하기 위해서는 어떤 부분이 먼저 개선돼야 한다고 보시는지 궁금합니다.

첫 번째는 빠르게 변화하는 미디어 환경에 맞추기 급급해하지 말고 각 미디어센터들의 정체성이 무엇인지를 스스로 잘 알고 바로 잡는 것 같습니다. 두 번째는 그 정체성을 바탕으로 실질적인 네트워크를 만들어 나가는 것이고, 세 번째는 이런 논의나 고민을 전체적으로 논의할 자리도 필요하다고 생각해요. 그랬을 때 그걸로 공적 역할이 무엇인지 정립을 하고 그다음 운영 및 재원에 대한 요구를 이어나가야 미디어센터가 지속 가능할 것이라고 생각합니다.

8. 미디어센터의 지속가능성을 뒷받침할 수 있는 지원이나 정책이 어떻게 마련되어야 하며, 이를 위한 노력이 어떻게 이루어져야 한다고 생각하시는지 여쭤보고 싶습니다.

이게 조례가 있다고 되는 것은 아니에요. 우리가 미디어센터의 필요성을 증명해야 되거든요. 우리는 우리의 고민을 해 나가고 국가나 지자체 차원에서도 미디어에 대한 고민을 해야 합니다. 급변하는 미디어 환경이 우리 사회에 미치는 영향과 이걸 바탕으로 해결할 수 있는 문제들이 무엇이 있는지 논의하는 자리에 미디어 전문가들뿐 아니라 지자체 담당자들과 국가 기관에서도 함께 해야 된다고 생각을 합니다. 지원 정책은 그다음에 나올 수 있는 문제라고 생각합니다. 옥천을 예시로 들면 교육지원청이나 학교랑은 논의가 좀 되고 있는 것 같아요. 교육지원청이나 학교는 미디어가 아이들에게 미치는 영향을 고민하고, 미디어를 진로로 삼는 아이들의 교육을 어떻게 채워나갈지 고민을 하고 있습니다. 다른 지역들에서도 이런 고민들을 이어나가야한다고 생각합니다. 그렇게 되면 교육 과정 속 미디어를 어떻게 녹여낼 수 있을지, 그때 미디어센터의 역할은 무엇인지, 정책이나 예산을 어떻게 지원할 수 있을지 나올 것이라 봅니다.

또한 특히 수도권이 아닌 지역에서는 미디어 불평등이 미치는 영향이 훨씬 많기 때문에 불평등의 문제 완화에 대한 정책이 필요하다고 생각합니다. 국가가 신경을 못 쓴다면 적어도 지자체에서라도 논의가 되어야 합니다.

9. ‘해외 탐사 포인트’에 대한 국장님의 조언을 듣고 싶습니다.

제가 생각하는 탐사 포인트는 방문하시는 각 기관들의 정체성이 조금씩 다른 포인트를 맞추고 있는데, 포인트를 어디에 맞추고 있는지를 먼저 물어보고 그에 따라서 제일 핵심적으로 가져가고자 하는 파트가 뭔지를 먼저 찾아야 되지 않을까 이런 생각이 있어요. 그래서 그게 제일 먼저일 것 같고, 4가지 내용 중에서는 제작 및 유통 과정과 운영 및 재원 부분을 중점적으로 보면 좋을 것 같습니다. 그리고 한국 상황에 이걸(미국의 것) 접목시킨다고 할 때 어떤 아이디어를 줄 수 있는지 물어보면 그 사람들의 시선에서 우리가 또 새로운

시각을 얻을 수 있을 것 같습니다.

4. 해외 탐사 일정

해외 탐사는 2025년 1월 14일부터 1월 25일까지 이루어졌다. 해당 기간 동안 총 8기관을 방문하여 시설 투어를 진행하였다. 그 중 6기관은 대면, 2기관은 비대면으로 인터뷰를 진행하였다. 관련 전문가 1명과도 탐사 기간 중 비대면 인터뷰를 실시하였다. 그 세부적인 일정은 아래와 같다.

일자	지역	장소	현지 시간	한국 시간	활동 내용
제1일 1/14 (화)	인천	인천국제공항 (ICN)	-	23:10	뉴저지행 비행기 탑승
	뉴저지	뉴어크 리버티 국제공항 (EWR)	22:40	12:40	뉴어크 리버티 국제공항에서 뉴욕 숙소로 이동 및 휴식
제2일 1/15 (수)	뉴욕	Manhattan Neighborhood Network(MNN)	14:00	4:00	• 미디어센터 견학 • 주소: 509 W 38th St, New York, NY 10018 미국 • 담당자: Sharese Bullock-Bailey, Amber Vanterpool
제3일 1/16 (목)	뉴욕	Downtown Community Television Center	14:00	4:00	• 전문가 인터뷰 및 미디어센터 견학 • 기타 인터뷰 진행 • 주소: 87 Lafayette St, New York, NY 10013 미국 • 인터뷰이: Pedro Navarro 외 6명
제4일 1/17 (금)	뉴욕	LMC Media	12:00	2:00	• 전문가 인터뷰 및 미디어센터 견학 • 기타 인터뷰 진행 • 주소: 243 Mamaroneck Ave. Mamaroneck, NY 10543 • 인터뷰이: Matt Sullivan
제5일 1/18 (토)	뉴욕	숙소	-	-	• 뉴욕 지역 탐사 및 인터뷰 내용 정리
제6일	뉴욕	New York	7:00	21:00	보스턴행 기차 탑승

1/19 (일)		Penn Station			
	보스턴	Back Bay Station	11:11	1:11	• 보스턴 백베이 스테이션에서 숙소로 이동 및 휴식 • 매사추세츠 지역 탐사 및 인터뷰 준비
제7일 1/20 (월)	브루클라인	숙소	11:00	1:00	• 전문가 인터뷰(비대면) • 인터뷰이: 박혜정 활동가
제8일 1/21 (화)	뉴턴	NewTV	10:30	0:30	• 전문가 인터뷰 및 미디어센터 견학 • 주소: 23 Needham St, Newton, MA 02461 • 인터뷰이: Lisa Mirowitz
	브루클라인	Brookline Interactive Group	14:00	4:00	• 전문가 인터뷰 및 미디어센터 견학 • 주소: 46 Tappan St. Brookline, MA 02445 • 인터뷰이: Stephen Walter 외 3명
제9일 1/22 (수)	서머빌	Somerville Media Center	13:00	3:00	• 전문가 인터뷰 및 미디어센터 견학 • 교육 프로그램 참관 • 기타 인터뷰 진행 • 주소: Somerville Media Center 29 Properzi Way Somerville, MA 02143 • 인터뷰이: Sean Effel
제10일 1/23 (목)	케임브리지	Cambridge Community Television	13:00	3:00	• 미디어센터 견학 • 기타 인터뷰 진행 • 주소: 438 Massachusetts Ave, Cambridge, MA 02139 • 담당자: Will Matovu
		-	14:45	4:45	• 전문가 인터뷰 (비대면) • 인터뷰이: Michael Max Knobbe (BronxNet)
제11일 1/24 (금)	보스턴	Back Bay Station	9:26	23:26	• 뉴욕행 기차 탑승
	뉴욕	New York	13:47	3:47	• 뉴욕 펜 스테이션 도착

		Penn Station			
		BronxNet	15:30	5:30	• 미디어센터 견학 • 주소: Carman Hall, 2750 Goulden Ave C-4 Gate 5, Bronx, NY 10468 미국 • 담당자: Joe Boonchan 외 2인
		뉴어크 리버티 국제공항 (EWR)	20:00	10:00	뉴욕에서 뉴어크 리버티 국제공항으로 이동
제12일 1/25 (토)	뉴저지	뉴어크 리버티 국제공항 (EWR)	2:35	16:35	인천행 비행기 탑승
	인천	인천국제공항 (ICN)	-	8:15	인천 도착
추가1 2/3 (월)	서울	-	9:00	23:00	• 전문가 인터뷰 (비대면) • 인터뷰이: Zenaida Medez (MNN)
추가2 2/7 (금)	서울	-	18:00	8:00	• 전문가 인터뷰 (비대면) • 인터뷰이: Maritza Grooms (CCTV)

5. 해외 인터뷰 전문

1) Manhattan Neighborhood Network (MNN)

(1) 기관 소개

Manhattan Neighborhood Network(이하 'MNN'으로 표기)는 1992년에 설립된 미디어 교육, 제작 및 배급 허브로, 창의적 표현, 독립적인 목소리, 그리고 지역 사회 참여를 촉진하는 것을 핵심 사명으로 삼고 있다. MNN은 맨해튼에 위치한 커뮤니티 구성원들에게 미디어 제작과 교육의 기회를 제공하며, 이를 통해 지역 사회의 다양한 이야기가 널리 전파될 수 있도록 지원한다. MNN은 미국에서 가장 많은 원본 비디오 프로그램을 방송하는 케이블 방송사로, 프로그램은 2천만 가구 이상에 방송되며, 전 세계적으로 라이브 스트리밍을 통해 시청할 수 있다.

MNN은 미디어 교육, 제작 지원, 프로그램 배급 등 다양한 활동을 통해 뉴욕 시민들에게

중요한 자원을 제공한다. 특히 지역 아티스트와의 협업을 통해 문화 프로그램과 이벤트를 확장하고 있으며, 이는 지역 사회의 예술가들에게 더 많은 자원과 기회를 제공하는 중요한 역할을 한다. MNN의 교육 프로그램은 미디어 제작에 대한 접근을 용이하게 하여 시민들이 자신의 목소리를 낼 수 있도록 돕는다.

MNN은 창립 이후로 지역 사회의 다양한 목소리를 전파하고, 시민들이 자유롭게 의견을 표현할 수 있는 공간을 제공하는 데 주력해왔다. 특히 '접근', '협업', '공동체', '자율성' 등의 가치를 중요하게 여긴다. 또한 MNN은 모든 사람들이 공평하고 안전한 환경에서 자유롭게 자신의 의견을 표현할 수 있는 권리를 보장하며, 다양한 배경과 정체성을 가진 사람들을 존중하고 포함하는 활동을 전개하고 있다.

오늘날 MNN은 미디어 교육 및 생산 서비스를 통해 수많은 사람들에게 기회를 제공하며, 지속 가능한 방식으로 프로그램과 서비스를 운영하고 있다. MNN은 이러한 활동을 통해 향후 세대가 고품질 미디어 교육, 제작, 배급 서비스를 누릴 수 있도록 보장하고 있으며, 계속해서 지역 사회와 문화적 다양성을 반영하는 프로그램을 통해 글로벌 관객들과 소통하고 있다.

사진132 MNN 외관

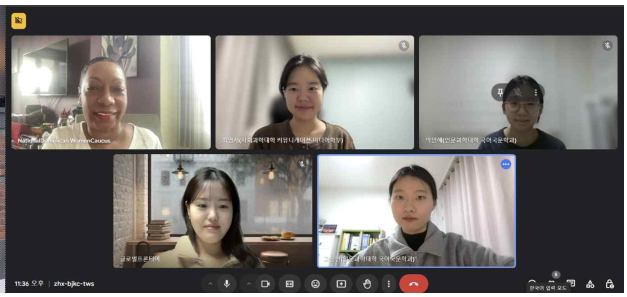


사진133 MNN 비대면 인터뷰

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2025.02.03. 비대면 인터뷰
대상자	Zenaida Medez (Director, MNN El Barrio Firehouse)
인터뷰 주요 내용	• 미국 미디어센터의 역사 및 철학 • 미국 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능

인터뷰 내용 정리
1-1. Education and Internships: What are the main educational programs offered at MNN? In addition to media production training, are there any other media-related education programs being offered?
이곳에서는 스튜디오, 컨트롤 룸, 카메라, 스튜디오 카메라, 촬영 카메라 등 다양한 장비를 다루는 제작 교육을 제공하여 학생들이 실무 경험을 쌓을 기회를 갖게 됩니다. 또한, 학생들은 야외 촬영 시 사용할 필드 카메라도 다루면서 촬영과 인터뷰 등 다양한 미디어 제작 기술을 익히게 돼요.

우리는 때때로 다양한 분야의 전문가를 초청하여 직원들과 대화를 나누도록 하며, 학생들 역시 특정 기술에 대한 전문가가 될 수 있습니다. 예를 들어, 어떤 학생은 시네마토그래피 전문가가 될 수도 있고, 또 다른 학생은 새로운 기술에 대한 전문가가 될 수도 있어요. 학생들은 특정 주제나 이슈에 관심을 가지며, 스타일이나 새로운 기술 등 영화와 텔레비전에 대한 지식을 확장하는 다양한 요소를 배우게 됩니다.

또한, 우리는 인턴십 프로그램도 운영하고 있습니다. 시티 칼리지 오브 뉴욕(City College of New York), 웨쿠닝 시티 유니버시티 오브 뉴욕(Wekuning City University of New York)과 협력하거나 협정을 맺고 있으며, 보통 시티 칼리지의 영화 프로그램 학생들과 맨해튼 커뮤니티 칼리지(Borough of Manhattan Community College) 학생들을 받습니다. 뿐만 아니라, 여러 고등학교와도 협력하여 'High School for Media and Education'에서 온 학생들도 인턴으로 받고 있어요.

이곳에서 인턴십을 수행하는 학생들은 졸업을 위해 한 학기 혹은 두세 달 동안 인턴십을 완료해야 하며, 그 과정에서 다양한 경험을 쌓게 됩니다. 우리는 인턴들에게 기본적인 업무부터 교육하는데, 문 앞에서 방문객을 맞이하는 것부터 시작해 스튜디오 장비를 다루는 훈련까지 제공해요. 또한, 프로그램 제작 과정에도 참여하게 되며, 학생들이 이곳에서 3~4주 정도 머물면 장비를 익숙하게 다룰 수 있게 됩니다.

대부분의 학생들은 연극(Theater)과 관련된 경험은 있지만, 실제 텔레비전 스튜디오에서 작업해본 경험은 부족합니다. 이곳에서 처음으로 전문 장비를 직접 다뤄보면서, 책에서 읽었던 내용을 실제로 적용하는 법을 배우게 돼요.

1-2. Education and Internships: MNN runs an internship program. What are the responsibilities of the interns, and what types of individuals typically participate in the internship? Also, is it common for interns to continue working at MNN after completing their internship?

우리와 함께 인턴십을 마친 후 다시 학교로 돌아갔다가 졸업한 뒤, 우리 기관에 취업하여 직원으로 고용된 사람이 현재 3명 있습니다. 이들은 9월에 인턴으로 시작해 일을 배우고, 여름까지 자원봉사자로 활동하며 지속적으로 참여해 왔어요. 그들은 이 일을 좋아해서 계속 스튜디오를 찾고, 회원 혹은 독립 프로듀서로 활동하면서 배운 것을 연습합니다.

저는 학생들과 함께 일하는 것을 정말 좋아합니다. 학생들은 매우 열정적이며 창의적인 아이디어를 가지고 있어요. 예를 들어, 세트를 어떻게 꾸밀지, 프로듀서를 어떻게 도울지 고민하며 연구하고, 그 과정에서 다양한 질문을 던지기도 합니다. "민주주의에 대한 프로그램을 어떻게 연출해야 할까요?", "포춘 소사이어티(The Fortune Society) 관련 프로그램을 어떻게 제작해야 할까요?"와 같은 질문을 통해 프로그램 제작에 적극적으로 참여해요.

팬데믹 기간 동안 우리는 Zoom을 사용했지만, 한 학생과 직원이 "StreamYard라는 더 좋은 방법이 있다"고 제안했습니다. 이를 조사해 보니 StreamYard가 Zoom보다 더 적합

하다는 것을 확인했고, 즉시 구독하여 현재까지 프로그램 제작에 활용하고 있어요. 이처럼 새로운 기술을 도입하는 과정에서 인턴과 직원들의 아이디어가 큰 역할을 했습니다. 저는 직원과 학생들에게 항상 열려 있으며, 오픈 도어 정책을 유지하고 있어요. 프로그램 개선을 위한 아이디어가 있으면 언제든 듣고 검토한 후, 대부분 승인합니다. 우리의 목표는 프로그램과 프레젠테이션을 개선하고, 지역사회의 이슈를 교육하고 알리는 것이기 때문이에요.

2. Production and Distribution: Could you explain the rationale behind MNN operating seven different channels, and how content planning, production, and distribution are managed across them?

우리는 커뮤니티 보드(Community Board)와 긴밀한 관계를 유지하며, 지역 내 환경 개선과 공공 서비스 등을 담당하는 50개의 조직과 협력하고 있습니다. 그들의 월례 회의를 촬영하여 방송함으로써, 지역 주민들이 현안을 쉽게 접할 수 있도록 돕고 있어요. 현재 7개의 채널을 운영하고 있으며, 다양한 커뮤니티 구성원을 대상으로 포커스 그룹을 진행했습니다. 젊은이들, 노인들, 라틴계, 아시아계, 아프리카계 미국인 등 다양한 집단과 협력하여 뉴욕의 예술과 문화 중심 특성을 반영한 프로그램을 제작하고 있어요.

특정 지역사회를 위한 맞춤형 스튜디오도 운영 중입니다. 예를 들어, 차이나타운에서는 20시간 동안 영화 수업을 진행했고, 이스트 할렘에서는 스페인어 사용자를 위한 스튜디오를 운영했어요. 각 채널은 특정 주제를 중심으로 구성되어 있습니다. '스피릿 채널'은 요가와 명상을 다루고, '아트 & 컬처 채널'은 예술과 문화 콘텐츠를 제공합니다. '정치 & 뉴스 채널'은 뉴욕 시장 및 시의원 인터뷰를 방송하고, '라이프스타일 채널'은 요리, 패션, 웰빙 관련 프로그램을 제작해요.

3. Networking: What factors have contributed to MNN's partnerships with over 100 community-based organizations in Manhattan, and could you share key examples of collaborative projects?

우리는 100개 이상의 지역 커뮤니티 단체와 협력하고 있습니다. 예를 들어, 블랙 헬스 네트워크(Black Health Network)와 함께 HIV 및 에이즈 관련 정보를 제공하고, 유니온 세틀먼트(Union Settlement)와 협력하여 청소년과 노인을 위한 미디어 교육을 운영해요. 또한, 10개 이상의 언어로 프로그램을 방송하고 있으며, 주요 언어는 영어와 스페인어이지만, 한국어, 중국어, 프랑스어 등 다양한 언어로도 콘텐츠를 제공합니다.

우리 프로그램의 적어도 60%는 지역에서 제작된 것이 아니라 다른 지역에서 온 프로그램입니다. 물론 많은 지역 프로그램이 있지만, 여기서 제작되지 않은 프로그램도 많아요. 이것이 공공 액세스 미디어의 중요한 특징입니다.

4-1. Operations and Funding: We would like to know about the key operational staff and funding sources of MNN.

우리 자금은 주로 케이블 회사인 Verizon, Spectrum, 그리고 Aer에서 나옵니다. 원래 케이블 회사들은 거리 위에 케이블을 설치해야 했고, 공공 공간인 도로와 인도를 사용했어요. 하지만 공공 공간은 세금으로 유지되는 만큼, 우리는 법정에서 케이블 회사들이 공공

시설을 사용하여 이익을 얻는다면 지역사회에 환원해야 한다고 주장했습니다. 또한, 연방통신위원회(FCC)에 직접 가서 이 상황을 설명했어요. 그 결과, 케이블 회사들이 우리 운영 자금과 장비 구매, 그리고 시설 개보수를 위한 자금을 지원하게 되었습니다.
4-2. Operations and Funding: Are the media education programs at MNN primarily led by internal staff or external instructors? If led by internal staff, is there a training process in place?
우리는 자체 직원들을 두고 있으며, 처음에는 30~50명의 전문 인력을 고용했습니다. 이들은 이미 학교를 졸업하고 카메라 조작법을 아는 전문가들이에요. 우리는 강의를 할 수 있는 전문가를 직접 고용합니다. 다만, 특정 기술(예: 팟캐스트 제작)에 대한 전문가가 없을 경우에는 외부 강사를 초빙하기도 해요. 예를 들어, 여름방학 동안 운영하는 6주 집중 프로그램에서는 학생들이 모든 것을 배워야 하기 때문에, 스페인어를 사용하는 학생들을 위해 스페인어를 구사하는 강사를 고용하기도 합니다. 하지만 기본적으로 대부분의 교육은 내부 직원이 담당하며, 여름철에는 특별한 연수를 받아요.
5. Philosophy and Identity: What is the operating philosophy of MNN? Could you share the key points or primary goals that you prioritize most in running the institution?
우리는 지역사회 기반 조직입니다. 우리의 철학은 뉴욕 시민들에게 미디어 제작 기회를 제공하는 것이에요. 상업 방송에서는 막대한 비용이 들어 방송 기회를 얻기 어려운 사람들이 우리 센터에서 교육을 받고, 자신만의 프로그램을 만들 수 있도록 돕습니다. 또한, 뉴욕에 새로 이주한 사람들이 본국에서 기자나 방송인으로 활동했을 경우, 이들이 우리 센터에서 별도의 비용 없이 미디어 활동을 이어갈 수 있도록 지원하고 있어요.
6. Historical and Social Background: What are the core values that underpin media centers in the United States, and how have historical and social contexts facilitated the emergence and growth of media centers and movements in the United States?
미국 전역에는 여러 지역 미디어 센터가 있으며, 각 지역마다 운영 방식이 다릅니다. 예를 들어, 뉴욕에서는 완전히 공공 액세스 모델을 유지하지만, 브루클린의 경우 지역 축제를 개최하며 기업 후원을 받기도 합니다. 우리 기관은 철저히 공공 액세스를 유지하고 있으며, 기업 후원금을 받지 않고 있습니다. 또한 우리는 18명으로 구성된 이사회가 운영을 관리하며, 정책 변경이 필요할 경우 이사회의 결정에 따릅니다.
7. Command Center: Is there a specific organization in the U.S. that functions as a Command Center for media centers and public access channels? If so, which entity plays this role—government departments, ACM (Alliance for Community Media), FCC (Federal Communications Commission), or perhaps a third-party organization? Do you think such a Command Center is necessary,

or do you believe it is unnecessary?
우리는 미국에서 가장 큰 공공 액세스 센터 중 하나입니다. 또한, 워싱턴 D.C.에 본부를 둔 Alliance for Community Media라는 기관이 있습니다. 이 기관은 미디어센터들의 정책 및 운영을 지원하며, 2년마다 전국 대회를 개최해 정보를 공유합니다. 뉴욕 주에서는 Northeast Alliance가 존재하며, 버팔로, 트로이, 올버니 등지의 미디어센터들과 정기적으로 회의를 진행합니다. 우리는 정치적 이슈가 발생할 경우 뉴욕주 의회 및 연방정부(FCC)와 협력하며, 로비스트와 변호사를 고용해 정책 변화를 지속적으로 모니터링합니다.
8. Exchange Between Media Centers: Is there active exchange between media centers in the U.S.? If so, how does this exchange take place, and what kinds of information or activities are typically shared?
네, 우리는 미디어센터 간 활발한 교류를 하고 있습니다. 전국 회의뿐만 아니라 지역별 모임을 통해 각 센터의 운영 방식과 기술적 발전을 공유합니다. 예를 들어, 새로운 방송 시스템을 도입할 때 다른 센터의 노하우를 배우기도 합니다. 과거에는 방송을 위해 반드시 센터를 방문해야 했지만, 이제는 집에서 프로그램을 업로드할 수 있도록 시스템을 개선하는 등 기술적 협력이 이루어지고 있습니다. 또한, 우리는 지역 사회 참여를 활성화하기 위해 다양한 커뮤니티 행사에 참여하고 있으며, 노인 대상 디지털 교육(이메일 사용법, 소셜미디어 활용법 등)도 진행합니다.

2) Downtown Community Television Center (DCTV)

(1) 기관 소개

Downtown Community Television Center(이하 'DCTV'로 표기)는 1972년 뉴욕시에서 설립된 다큐멘터리 영화 제작 및 미디어 교육 기관으로, 다양한 커뮤니티가 자신의 이야기를 다큐멘터리로 기록하고 공유할 수 있도록 지원하는 것을 핵심 사명으로 삼고 있다. 이를 위해 미디어 교육, 영화 제작 지원, 공공 상영 공간 제공 등 폭넓은 활동을 전개하며, 모든 사람이 쉽게 미디어 제작에 접근할 수 있도록 돕고 있다.

DCTV는 청소년부터 신진 및 전문 다큐멘터리 제작자까지 모든 배경의 사람들이 미디어를 활용해 목소리를 낼 수 있도록 하는 데 초점을 맞춘다. 특히, 뉴욕 맨해튼에 위치한 센터에서는 최신 장비를 갖춘 워크숍과 교육 프로그램, 다큐멘터리 상영 공간을 운영하며, 미디어를 통한 사회적 변화를 촉진하는 역할을 수행하고 있다.

DCTV는 설립 초기부터 다큐멘터리를 사회적 변화의 도구로 활용해왔다. 1970년대에는 카메라를 들고 차이나타운 주민들이 지역 문제를 해결할 수 있도록 돕는 다큐멘터리를 제작했고, 이를 통해 부패한 교육위원회 교체, 지역 병원의 커뮤니티 관리 확보, 택시 기사와 공장 노동자들의 권익 보호 등의 성과를 이끌어냈다.

이후 약 50년간 DCTV는 미국을 대표하는 다큐멘터리 제작 및 미디어 교육 기관으로 성장했다. 오늘날 DCTV는 연간 15,000명 이상의 사람들에게 다큐멘터리 교육과 제작 기회를 제공하며, 다큐멘터리 영화가 보다 많은 사람들에게 닿을 수 있도록 힘쓰고 있다. 또한, 경제적·문화적 장벽을 낮추고, 누구나 다큐멘터리 제작에 접근할 수 있도록 교육과 자원을 제공하는 데 주력하고 있다. DCTV는 1978년부터 뉴욕시 청소년과 젊은이(13~24세)를 대상으로 무료

미디어 교육을 제공해오고 있다. 또한 2022년 9월, 뉴욕 차이나타운의 DCTV 본사 건물 내에 'Firehouse Cinema'를 개관했다. 여러 프로그램을 통해 다큐멘터리 영화 제작자와 관객이 직접 만나 소통하는 공간을 제공하고 있다. 이처럼 DCTV는 다큐멘터리를 통해 사회적 변화를 이끌어가는 커뮤니티의 중심으로 자리 잡고 있으며, 앞으로도 더 많은 사람들이 자신의 이야기를 다큐멘터리로 기록할 수 있도록 지원하는 역할을 하고 있다.

사진134 DCTV 외관(1)

사진135 DCTV 외관(2)

사진136 DCTV 외관(3)

사진137 DCTV 현수막 단체 사진

사진138 DCTV 창립자 인터뷰 현장

사진139 DCTV 직원 인터뷰 현장

사진140 DCTV 학생 인터뷰 현장

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2025.01.16. 대면 인터뷰
대상자	Sade Falebita (Managing Director), Pedro Navarro (Communications Manager), Jon Alpert (President), Mike Affissio (Workshops Manager), Jesse Perez Antigua (Youth Media Community Programs Manager), Kira Marie Britt (Youth Media Associate), Johnny Ramos (Director of Youth Programs)
인터뷰 주요 내용	• 미국 미디어센터의 역사 및 철학 • 미국 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능

인터뷰 내용 정리
0. 배경 설명
Pedro: 남한과 북한은 하바나와 마이애미 사이의 이야기와 매우 비슷한 점이 있습니다. 사실 저는 이곳의 몇몇 사람들을 좋아합니다. 북한은 하바나와 같고 남한은 마이애미와 같습니다. 마이애미에는 사업에 집중하는 쿠바 사람들이 많이 있죠. 저는 민주주의와 자유로운 표현을 추구하는데, 북한은 독재 체제이고 이 도시에 몇몇 사람들이 있습니다. 이 도시에서 한국 친구가 있는데, 저와 나이가 같아서 '엄마'라고 부릅니다. 그녀는 제가 어려울 때 많은 도움을 주었고, 그녀의 아버지는 노인이었는데 '하우스 롤 파스트로'가 어떻게 되는지 아냐고 하더군요. 저는 이 사람이 어떻게 알았는지 궁금했죠. 우리는 두 나라, 두 해안에 공통점이 있는 것처럼 느낍니다. 그리고 커뮤니케이션을 위한 당신들이 하는 일이 정말 중요하다고 생각합니다. 커뮤니케이션은 항상 중요한 문제입니다. 저는 남한 사람들이 북한에서 커뮤니케이션이 어떻게 조작되는지 알고 있을 것 같고, 사람들에게 이야기를 전달하는 방식이 얼마나 중요한지 이해할 것입니다. 사람들이 표현을 잘 하고, 영화와 문화, 음악을 만들 수 있는 사회에서는 그런 일이 잘 이루어집니다. 삼성은 한국에서 나왔습니다. 삼성은 단순히 전화기만 만드는 것이 아니라, 모든 것에 영향을 미칩니다. 삼성 덕분에 대한민국의 기술이 다르게 발전했죠. 북한에서는 기술이 다르고, 두 지역에서 커뮤니케이션 방식도 다릅니다. 사람들 간의 정보 교환 방식도 다르고요. 그게 바로 당신들이 하는 일이 중요한 이유입니다. 지금은 소셜 미디어와 스마트폰이 있는 시대에 살고 있지만, 저는 38살로, 인터넷이 없던 시절을 기억합니다. 그때와 지금의 차이는 굉장히 컸죠. 지금은 기술이 발전한 시대에서 태어났지만, 15년 전 인스타그램이나 페이스북, 스마트폰이 없던 시절에는 사람들이 직접 소통했습니다. 지금은 그것이 사회에 많은 영향을 미치고 있습니다.

그리고 여러분이 지금 일어나는 일에 주의를 기울이는 것이 매우 중요하지만, 동시에 20년 전 커뮤니케이션이 어떻게 이루어졌는지, 그 당시에는 어떤 방식으로 소통했는지를 아는 것도 중요합니다. 그때는 스마트폰이나 인터넷, 소셜 미디어가 없었고, 그 시절의 방식과 지금의 방식을 비교하며 지금 시대를 이해하는 것이 중요합니다.

DCTV가 어떻게 시작되었는지, 그 발전 과정에 대해 질문하셨죠. 제 생각에, DCTV가 존재할 수 있었던 이유 중 하나는 바로 비디오 혁명 때문이라고 생각합니다. 당시 비디오 카메라는 오늘날 아이폰보다 훨씬 더 혁신적이었습니다. 아이폰이 보급된 시대에 우리는 기술이 어떻게 발전했는지, 그리고 그 기술을 어떻게 사용할 수 있었는지 배웠습니다.

1970년대와 80년대에는 비디오가 중요한 역할을 했고, 90년대 후반에는 인터넷 혁명이 있었습니다. 그 뒤 2000년대에는 인터넷이 급격히 확산되었고, 이후에는 소셜 미디어 시대가 열렸습니다. 이제는 인공지능이 인터넷과 소셜 미디어보다 더 큰 영향을 미치고 있습니다. 기술의 발전에 따라 커뮤니케이션 방식도 변하고 있으며, 이는 여러분이 지금 공부하고 있는 커뮤니케이션 분야에 매우 중요한 영향을 미칠 것입니다.

50년 이상 된 미디어 기관을 하나의 시점으로만 볼 수 없습니다. 그 기관은 다양한 시점을 거쳐 여러 차례 변화를 겪었기 때문입니다. 커뮤니케이션과 소셜 미디어, 그리고 인공지능이 어떻게 발전하는지에 대해 계속 연구하는 것이 중요합니다. 사회가 변화하는 방식, 특히 커뮤니케이션과 관련된 변화가 크기 때문에 여러분이 지금 공부하고 있는 커뮤니케이션 분야는 정말 중요한 역할을 하고 있습니다.

1-1. Education: Through your website, DCTV's 'Youth Media' education program gives the impression of being highly structured. While the direction of each program may differ slightly, We noticed that media literacy is consistently emphasized in the program descriptions.

Given the potential for media production education to become overly focused on technical skills, how does DCTV overcome this limitation? What are the key considerations when designing and implementing these education programs?

Sade: 이 유형의 제한을 극복하기 위해 고려해야 할 요소는 여러 가지가 있습니다. 그 시작은 프로그램의 지원 과정에서부터 이루어집니다. 학생들은 도시 전역에서 오기 때문에 배경이 매우 다양해요. 이들은 인종이나 민족뿐만 아니라 사고방식, 아이디어, 사회적 계층 등에서도 차이가 큽니다. 따라서 프로그램에 참여하면서 평소에는 교류할 기회가 없었던 사람들과 만나게 됩니다. 그렇기 때문에 단순히 기술적인 요소에 집중하는 것이 아니라, 사람들 간의 교류를 중시하는 것이 중요해요.

내가 학생으로서 이 프로그램에 참여했을 때, 나는 새로운 친구들을 만났어요. 그들은 나의 동료이자 협력자가 되었고, 아마 다른 상황이었다면 만날 기회조차 없었을 사람들일 것입니다. 우리는 각자의 개성이 뚜렷한 사람들이었고, 서로에게 많은 것을 배우며 오랫동안

지속될 관계를 형성했어요. 젊은 세대에게는 자신과 다른 사람들을 만나고, 아이디어를 교환하며 배우고 성장하는 경험이 매우 중요합니다. 그렇기 때문에 이 프로그램의 첫 번째 단계는 바로 모집 과정에서 시작됩니다.

내가 학생들에게 프로그램을 가르치면서 직접 경험한 사례가 있습니다. 예전에 학생들과 함께 학교 폭력과 총기 폭력에 대한 프로젝트를 진행한 적이 있어요. 그때 학생들 사이에는 총기 권리와 총기 폭력에 대해 다양한 의견을 가진 사람들이 있었어요. 처음에는 서로 다른 입장에서 이야기를 나누었지만, 프로젝트를 마친 후에는 자신의 관점만을 강조하는 것이 아니라, 서로 얼마나 많은 것을 배웠는지, 그리고 그 경험이 얼마나 소중했는지를 이야기했습니다. 우리는 서로 다른 의견을 가질 수 있지만, 함께 작업하며 대화하고 배우고 성장할 수 있다는 사실을 깨닫게 되었습니다.

이러한 이유로 이 프로그램은 단순히 협업을 배우는 기술적인 직업 개발 과정이 아니라, 개인적인 성장을 위한 과정이기도 합니다. 나의 생각과 아이디어, 그리고 세상을 바라보는 방식은 내가 자란 환경이나 다닌 학교에서만 형성되는 것이 아니에요. 나와 전혀 다른 배경을 가진 사람들과 교류하며, 새로운 관점을 배우고, 세상을 더 넓게 이해하는 것이 이 프로그램이 제공하는 중요한 기회 중 하나입니다. 나는 이 프로그램이 개인적인 성장의 측면에서도 큰 의미를 갖는다고 믿습니다. 또한, 프로그램의 구조 자체가 기술적 역량뿐만 아니라 협업 능력을 키우는 데도 큰 도움이 됩니다.

이 프로그램은 보통 그룹 프로젝트로 시작됩니다. 학생들은 함께 작업하며 팀워크를 배우고, 프로그램이 진행될수록 점차 독립적인 프로젝트를 수행하게 됩니다. 그리고 마지막에는 자신의 이야기를 담은 자서전을 완성하게 돼요. 팀원들과 협업하는 과정에서 학생들은 타협하는 법을 배우고, 각자의 역할에 대한 책임감을 가지며, 아이디어를 함께 브레인스토밍하는 법을 익힙니다. 단순히 기술을 배우는 것을 넘어, 자신이 속한 커뮤니티의 이야기를 전하고, 팀워크를 통해 협력하는 방법을 익히게 돼요. 결국 이 과정은 단순히 카메라를 다루는 것에서 끝나는 것이 아니라, 협업의 중요성을 배우고, 자신의 지역뿐만 아니라 다른 나라와 지역에서 일어나는 다양한 문제를 이해하는 데까지 확장됩니다.

또한, 이 프로그램의 또 다른 중요한 부분은 학생들이 자신을 주제로 한 자서전을 작업하는 것입니다. 프로그램을 진행하면서 많은 학생들은 사회 문제에 대해 탐구하다가 결국 자신의 삶으로 시선을 돌려요. 이는 종종 변혁적인 경험이 되며, 학생들은 가족, 친구, 그리고 가까운 사람들과 더욱 깊이 있는 대화를 나누게 됩니다. 이 과정에서 학생들은 자신을 보다 솔직하게 마주하고, 개인적인 성장을 이루게 돼요.

학생들 중 일부는 이 프로그램을 통해 생애 첫 해외 여행을 경험하기도 합니다. 예를 들어, 인도, 뉴올리언스, 러시아 등 다양한 지역으로 여행을 떠나 다른 학생들과 협업하고, 현지 문제를 다루며 작업하게 돼요. 이는 해외 경험이 없는 학생들에게는 매우 의미 있는 기회가 되며, 새로운 문화와 사람들을 만나면서 배움의 폭을 넓히는 계기가 됩니다.

결국, 이 프로그램은 단순한 기술 교육을 넘어, 개인적인 성장을 촉진하는 과정이에요. 학생들은 카메라 사용법이나 편집 기술을 배우는 것에 그치지 않고, 오랜 친구를 사귀며, 자신이 세상에서 어떤 역할을 하고 싶은지 더 깊이 이해하게 됩니다. 또한, 자신이 할 수 있는 일이 무엇인지 발견하며, 자신감을 키우게 된다. 프로그램이 끝날 무렵에는 각자의 작품을 완성하고, 새로운 관계를 형성한 채 떠나게 돼요. 그리고 이는 그들이 앞으로 나아갈 때 큰 격려가 되고, 새로운 도전을 향한 기대와 흥분을 안겨줍니다.

Mike: 워크숍 매니저로서, 우리는 이론적인 적용과 실습적인 적용의 차이를 인식하는 것이 중요합니다. DCTV에서는 기술적인 능력이 미디어 교육에서 필수적이지만, 잘 균형 잡힌 프로그램은 창의적인 스토리텔링, 비판적 사고, 그리고 협업도 포함해야 한다는 것을 이해하고 있습니다.

우리의 워크숍은 소규모로 진행되며, 가장 작은 클래스는 약 6명이고, 가장 큰 클래스는 약 12명 정도입니다. 우리 워크숍의 특징은 모든 참가자가 서로 상호작용할 기회를 가지며, 이메일을 교환하고 지속적으로 연결될 수 있다는 점입니다. 강사는 참가자들과 교류하며, 이러한 연결을 촉진합니다. 지나치게 기술적인 부분에 집중되지 않도록, 우리는 워크숍을 실습적인 기술 습득과 개념 및 기술 발전을 균형 있게 설계합니다.

모든 커리큘럼은 내부에서 자체적으로 제작합니다. 수업을 듣기 전에, 우리는 여러분이 배울 내용과 함께 자료 및 모범 사례를 담은 여러 페이지의 문서를 보냅니다. 수업의 첫 번째 부분에서는 왜 그 주제가 중요한지, 그리고 그것을 어떻게 접근해야 하는지 배웁니다. 두 번째 부분에서는 카메라를 사용하고 설정을 탐색하는 등의 실습 경험을 쌓습니다. 질문을 자유롭게 할 수 있으며, 이미 알고 있는 내용이 있다면 그것을 언급해 주시면 수업을 여러분의 필요에 맞게 조정할 수 있습니다. 우리의 경험 많은 강사들은 항상 도움을 줄 준비가 되어 있습니다.

Jesse: 이 질문은 구조에 대해서 이야기하지만, 많은 부분이 기술적인 부분에 초점을 맞추고 있는데, 우리는 기술적인 부분에 대해 어떻게 생각하는지, 그리고 이야기나 젊은 사람들의 시각에 대해 어떻게 생각하는지 이야기할 수 있을 것 같습니다.

기술적으로는 가장 고급 장비가 있을 수도 있고, 가장 간단한 장비가 있을 수도 있지만, 중요한 건 기술적인 부분이 아니라 우리가 전달하는 이야기입니다. 그리고 그 이야기에서 중요한 것은 젊은 사람들의 시각입니다. 많은 경우 미디어는 어른들이 젊은 사람들을 위해 만들지만, 이곳은 젊은 사람들이 그들이 관심 있는 주제에 대해 자신들의 시각으로 다가갈 수 있는 기회를 제공합니다. 그들의 목소리를 증폭시킬 수 있으며, 그들이 중요하게 생각하는 문제, 자신들에게 중요한 문제들을 다루고, 그 지역 사회와 관련된 진정성 있는 콘텐츠를 만들 수 있게 됩니다.

그리고 이 모든 과정을 윤리적인 방식으로 진행해야 합니다. 우리가 말하는 것은 정말 그들 자신이 만들어낸 이야기여야 한다는 점입니다. 모니카가 만든 모든 것은 그녀가 아이디

어를 낸 것이었습니다. 물론 도전적인 부분도 있었지만, 우리가 그녀에게 도전한 것은 “이 아이디어를 더 깊이 파고들어 볼 수 있을까? 이런 시각을 본 적이 있는가? 왜 이 영화를 만드는가?”와 같은 질문을 던지면서 생각을 더 깊게 하도록 했습니다. 우리가 중요한 점으로 생각하는 것은, 왜 한 사람이 이야기를 만들고 전달하는지, 그 이야기가 누구의 이야기인지, 그리고 그 이야기를 어떻게 전달하는가입니다. 이것이 정말 중요합니다.

기술적인 부분은 누구나 배울 수 있지만, 우리가 생각하는 독특하고 중요한 점은 그들이 스토리텔링의 측면을 탐구할 수 있도록 기회를 주는 것입니다. 우리는 그들에게 “이걸 해라, 저걸 해라”라고 하지 않습니다. 대신 그들이 자신이 만들고 싶은 이야기를 저희에게 피칭하고, 그 후에 동료들로부터 피드백을 받습니다. 또래 간의 학습이 여기서 매우 중요합니다. 왜냐하면 그들은 다른 젊은 사람들을 위해 만드는 것이기 때문입니다. 그래서 그들의 목소리를 존중하고, 그들의 목소리가 중요한 가치를 지닌다고 생각하는 것이 중요합니다. 이 점에서 정말 특별한 부분은 우리가 그들의 목소리를 정말로 소중하게 여긴다는 점입니다.

Johnny: 우리가 얼마나 과거로 거슬러 올라가기를 원하시나요? 이 부서의 역사, DCTV의 청소년 미디어 부서는 1978년부터 시작되었습니다. 그래서 이제 곧 47년째가 됩니다. 47년 동안 해왔죠. 하지만 제가 말하고 싶은 것은, 기술은 훌륭합니다. 우리는 항상 기술의 흐름을 따라가고, 그보다 한 발 앞서가려고 노력합니다. 하지만 우리에게 중요한 것은 이야기입니다. 그리고 젊은 사람들이 자기 자신을 대변할 수 있어야 한다는 점, 또한 그들의 목소리를 통해 자신과 그들의 커뮤니티, 그리고 그들에게 중요한 이슈들을 대변할 수 있어야 한다는 점입니다.

우리는 누구나 환영합니다. 배울 의지가 있는 사람은 누구든지 문을 열고 받아들입니다. 그게 우리의 유일한 요구 사항입니다. 배우고 싶다면 우리는 가르칠 것입니다. 기술 수준에 관한 것이 아닙니다. 그것은 배우면 되는 것입니다. 중요한 것은 미디어가 당신에게 무엇을 할 수 있는지 배우는 것입니다.

내 학생들이 영화 제작자가 되거나 청소부가 되거나 제빵사, 의사, 작가가 되기를 원하든 저는 상관하지 않습니다. 중요한 것은 그들이 미디어가 사회에서 어떤 역할을 하는지, 좋은 미디어가 무엇을 할 수 있는지, 나쁜 미디어가 무엇을 할 수 있는지를 배우고 싶어한다는 점입니다. 왜냐하면 두 가지 모두 알아야 하기 때문입니다. 미디어를 공부하려면 미디어가 하는 일, 선전이 어떻게 사회에 영향을 미치는지, 미디어가 우리 사회에 어떻게 영향을 미치는지 알아야 합니다.

1-2. Education: We would like to know about how DCTV’s workshop programs are conducted.

Sade: 우리의 워크숍은 18세 이상의 학생들을 대상으로 제공되며, 누구든지 와서 참여할 수 있습니다. 워크숍은 매우 다양한 수업을 제공하며, 사전 제작부터 후반 제작까지 다양한 분야를 배울 수 있습니다. 여기에서는 편집을 배우거나, 카메라를 다루는 방법, 영화제를 통해 영화를 제출하는 방법, 프리랜서로서 계약을 협상하는 방법 등도 배울 수 있습니

다. 또한, 조명, 오디오, 카메라 다루기 등 다양한 주제의 수업이 제공됩니다.

이 워크숍의 정말 좋은 점은 사람들이 자신이 배우고 싶은 내용을 선택하여 자신만의 수업 계획을 세울 수 있다는 것입니다. 영화 제작자들이 수업에 참여하지만, 영화 제작자만 있는 것은 아닙니다. 예를 들어, 한 사람이 이렇게 말한 적이 있습니다. "여기 와서 카메라 사용법을 배우고 싶어요. 왜냐하면 제 사업이 있어서 제 사업을 홍보하는 방법을 배우고 싶거든요." 이처럼 수업이 매우 다양해서 사람들이 자신이 원하는 수업을 선택해 프로젝트를 진행할 수 있도록 돕습니다.

또한, 교육적인 측면과 관련해서는, 우리가 2022년에 개관한 영화관이 독립 영화 제작자들에게 큰 지원이 됩니다. 독립 영화 제작자들이 배급사를 이용할 수 없거나, 다른 영화관에서 상영할 수 없는 경우 이곳에서 자신의 영화를 상영할 수 있습니다. 이를 통해 독립 영화 제작자들에게 더 많은 접근 기회와 합리적인 비용으로 상영할 수 있는 기회를 제공합니다. 교육적 측면과 상영적 측면 모두에서 큰 도움이 되죠.

우리 영화관이 개관된 지 2년이 되어, 이제는 대중과의 접근성이 더 좋아졌습니다. 사람들은 여기 와서 배우는 것뿐만 아니라, 자신들의 작품을 더 넓은 관객에게 상영할 수 있게 되었습니다. 이는 매우 독특한 점입니다.

Kira: 음, 두 번째 질문에 대해 말하자면, 학생들이 인터뷰를 받은 후, 저희 세 명이 그들과 인터뷰를 해서 영화 제작과 이야기 전달에 대해 어떻게 생각하는지 확인합니다. 그리고 그들이 우리가 가르치려는 것에 대해 열정이 있는 것 같다고 느끼면, 그들은 프로그램에 받아들여집니다. 하지만 우리는 기본적으로 배울 의지가 있고 서류를 잘 제출한 사람이라면 누구나 받아들이려고 합니다. 그것이 프로그램에 참여하고 싶다는 의지를 보여주는 것이기 때문입니다. 그럼 학생들은 와서 보통 우리가 선생님을 고용할 수 있는 상황이면, 그들은 다양한 선생님들이 이끄는 여러 그룹에 배치됩니다. 올해는 저희 세 명이 선생님을 맡고 있는 첫 해라서, 그 부분이 도전적이었습니다. 보통 학생들은 각자의 그룹과 수업에 배치되지만, 올해는 모두 한 곳에 모여 수업을 하게 되었고, 그 부분도 저희에게는 배우는 과정이었습니다. 그러나 보통은 각자 다른 수업을 듣고, 그들의 기술 수준에 맞는 과제가 주어집니다. 초급, 중급, 고급 수준으로 나누어지고요. 하지만 이것도 지난 해부터 바뀐 점입니다.

Johnny: 네, 보통 우리는 고등학생 연령대인 13세에서 24세까지의 프로그램을 운영합니다. 고등학생은 13세에서 18세까지 포함되고, 우리는 세 가지 수준으로 나눕니다. Gara가 말한 대로, 초급, 중급, 고급으로 나누고, 이 세 수준에서 학생들은 1년, 2년, 또는 3년 동안 참여할 수 있습니다.

초급에서는 공익광고를 만들고, 그룹 다큐멘터리를 진행하며, 실험영화나 서사 영화를 만드는 창의적인 프로젝트를 합니다.

중급에 진입하면 사회 정의에 관한 다큐멘터리를 만들거나 자신이 관심 있는 문제나 지역 사회의 문제에 대해 다루는 다큐멘터리를 제작합니다.
마지막 해에는 중급 학생들이 개인 프로젝트를 진행합니다. 자신의 선택에 따라 프로젝트를 선택할 수 있습니다.

Kira: 첫 해의 프로젝트는 매우 짧습니다. 공익광고(PSA)는 30초에서 1분 정도이고, 창의적인 프로젝트는 1분에서 3분 정도입니다. 그 다음 단계인 중급에서는 3분에서 6분 정도로 길이가 늘어납니다. 마지막으로 Johnny가 말한 고급 프로젝트는 좀 더 긴 시간이 소요되는 편입니다.

Johnny: 그들은 대부분 자신이 살고 있는 동네나 커뮤니티에서 사람들의 초상화를 찍고, 그 후에는 카메라를 자신에게 돌립니다. 하지만 고급 반에 들어가면, 중급에서 고급으로 넘어갈 때 마지막 프로젝트는 독립적인 제작자가 됩니다. 우리는 그들을 도와주지만, 그들이 팀을 구성하고 원하는 프로젝트를 선택합니다. 우리는 그들을 독립적으로 취급합니다. 그래서 이건 고등학교 프로그램의 세 가지 단계이지만, 한 가지 중요한 점은 우리가 인종, 성별, 사회에서 부여하는 고정관념을 고려하지 않는다는 점입니다. 뉴욕은 매우 다양하고, 미국은 더욱 다양합니다. 우리는 모든 사람을 받아들입니다. 우리가 요구하는 유일한 것은 배우고자 하는 의지와 모든 사람을 존중하는 태도입니다. 나는 당신이 어떤 성별이든, 국적이나 인종이 무엇이든 상관하지 않습니다. 단지 미디어를 배우기를 바랄 뿐입니다. 그것이 유일한 기준입니다.

Jesse: 그리고 나서 그들은 프로그램에 참여하고 싶다고 말하면, 프로그램에 참여하기 위한 의지를 다져야 합니다. 이 프로그램은 무료이기 때문에, 학생들이 제공되는 자원을 제대로 활용할 수 있도록 보장하고 싶습니다. 그래서 학생들은 자신이 필요한 모든 것을 우리가 제공하지만, 그들도 이 프로그램에 참여하기 위한 의지를 가져야 한다는 점을 알아야 합니다.

Kira: 우리가 자주 이야기하지 않는 것 중 하나는, 학생들이 우리가 가진 장비를 사용할 수 있다는 점입니다. 일부 학생들은 이 프로그램에 처음 온 경우, 카메라를 손에 쥐게 된다는 사실에 매우 놀라워합니다. 그 카메라는 몇 천 달러의 가치가 있는데, 우리는 그들에게 카메라를 주고 영화를 만들어 보라고 말하는 것이죠. 그런 신뢰를 받는다는 것이 정말 놀랍다고 생각합니다. 그래서 그것 자체가 학생들과 교사들 간의 신뢰를 구축하는 데 큰 도움이 됩니다. 그래서 학생들에게 영화를 만들 수 있는 기술과 신뢰를 주는 것도 정말 중요하다고 생각합니다.

Johnny: 하지만 만약 내가 그녀의 이야기를 전해야 한다면, 그녀는 나에게 허락을 줄 수 있고 나는 그걸 존중해서 제대로 해야 하지만, 결국 그녀가 자신의 이야기를 직접 전하는 것이 더 좋습니다. 내가 전하면 잘못할 가능성이 크니까요. 하지만 다른 사람의 이야기를 전할 수 있다고 생각하지만, 그들의 허락과 의견을 받아야 합니다. 우리가 좋아하는 아이디어는 내가 뉴욕의 다양한 커뮤니티를 다니면서, 예를 들어 할렘이나 한국 마을, 차이나

타운에 가서 중국 학생의 이야기를 내가 전하는 것이 아니라, 그 학생이 직접 자신의 이야기를 해야 한다는 것입니다. 그래서 우리는 기술적인 부분과 이야기 전개 방식을 가르칩니다. 그들이 자기 역사와 이야기를 주도해야 합니다. 왜냐하면 나는 그것을 제대로 전달할 수 없기 때문입니다. 내가 Latino이지만 그들의 이야기를 정확히 전달할 수 없어요. 내가 도와줄 수는 있지만, 결국 그들의 목소리가 나의 목소리보다 더 중요합니다.

Kira: 우리는 학생들에게 그들이 자신만의 이야기를 전할 때, 가끔 "내가 하는 이야기가 누가 관심을 가질까?"라고 묻는 경우가 있습니다. 하지만 우리는 그들에게 이렇게 말합니다. "당신이 개인적인 이야기를 할 때, 많은 다른 사람들과 다양한 배경을 가진 사람들이 그 이야기 속에서 자신과 연결되는 부분을 찾을 수 있다." 예를 들어, 내가 내 여동생에 관한 이야기를 한다면, 다른 사람들도 여동생을 두고 있거나, 고모나 엄마와 같은 인물이 있을 수 있습니다. 사람들이 개인적인 이야기에도 공감할 수 있는 것은 그들도 그 개념에 대한 개인적인 관계를 가지고 있기 때문입니다. 그래서 많은 학생들이 개인적인 이야기를 전하지만, 그 이야기는 그들을 초월해 다른 사람들에게 영향을 미칩니다. 그들이 그 사실을 깨닫는 모습을 보는 것은 언제나 즐겁습니다. 예를 들어, 지난해 학생 중 하나인 말론은 자신이 형제들이 학교에 떠나고 마지막으로 집에 남게 된 이야기를 담은 영화를 만들었습니다. 처음에는 '이 이야기를 누가 신경 쓸까?'라고 생각했지만, 영화를 본 사람들, 저를 포함해서, 형제들이 하나씩 자기 삶을 살러 떠나고 그 과정에서 자신이 느끼는 감정을 알게 되었죠. 그래서 형제자매가 있으면 누구나 그런 경험을 공감할 수 있습니다. 이야기를 전하는 방법은 많습니다. 중요한 건 그들이 자신의 이야기를 하도록 하는 것입니다. 그 이야기가 다른 사람들에게 영향을 미치고, 그들도 자신만의 경험을 떠올리게 될 것이기 때문입니다.

Johnny: 어제 우리는 한 학생의 영화를 보고 있었어요. 그 학생의 가족은 인도에서 왔고, 할머니가 이민을 오셨죠. 그 학생이 "이걸 사용해도 될까요?"라고 묻더니, 할머니가 "고향이 그리워, 형제들이랑 자매들이랑 함께 있던 시간, 엄마와 형이 떠난 것도 그리워"라고 이야기하는 생짜 클립을 보여주었어요. 할머니는 울기 시작했고, 우리는 그 장면을 보고 있었죠. 그런데 그 학생은 카메라를 멈추지 않았어요. 계속해서 할머니를 안아주며 "괜찮을 거야"라고 말했죠. 그리고 엄마가 들어와서는 "밥해야 하니까 좀 다져줘"라고 말하는 장면이었는데, 정말 웃긴 순간이었어요. 하지만 그 순간은 우리가 모두 할머니와 할아버지를 가지고 있고, 우리 모두가 27명이 아니란 점에서 이해할 수 있는 순간이었어요. 그런 순간이 너무 좋았죠. 우리는 학생들과 그들의 이야기 속에서 연결되는 순간을 좋아합니다. 모든 이야기는 보편적이니까요. 저는 많은 한국 영화를 봤고, 일본 영화나 다른 나라의 영화들도 보면서 그 이야기를 이해할 수 있었어요. 모든 이야기에는 연결이 있어요. 그래서 우리에게 중요한 것은 바로 그 점이에요. 올해 여름 프로그램에서 고등학생들이 졸업하는 영화를 만들었는데, 정말 감동적이었어요. 그 순간은 저도 같은 경험을 했기 때문에 더 많이 느꼈죠.

Jesse: 모든 이야기는 인간의 이야기죠, 맞아요. 그래서 항상 누군가는 그 이야기에 연결될 수 있어요. 그리고 카람이 말했듯이, 그 이야기는 정말 이민자의 이야기죠. 여러분이 어디

에서 왔든 그 이야기는 연결될 수 있어요. 예를 들어, 뉴욕시에 살고 있다면, 이민자로서 겪는 일은 사실 거의 비슷한 경험일 수 있어요. 문화는 다를 수 있지만, 본질적으로 겪고 있는 것은 비슷하죠. 그래서 그런 연결이 정말 중요해요. 저는 카람에게 말했어요. 이건 정말 대단한 이야기라고요. 이 이야기는 이민자의 이야기이고, 이 도시에는 많은 이민자들이 살고 있죠. 이 도시는 바로 그들로 만들어졌어요.

Jonny: 맞아요. 그런 이야기들이 정말 많아요. 여기서 영화를 만드는 많은 학생들의 이야기는 그들의 커뮤니티에서 공감이 가요. 예를 들어, 'Are beyond Bullets'처럼 뉴욕에서 총기 폭력에 관한 이야기나, 학생들이 노숙자로 살아가는 이야기도 있고요. 그걸 통해 우리는 특정 커뮤니티에서 일어나고 있는 일들을 알게 되죠. Jessie가 여름 프로그램에서 작업한 것처럼요.

Jesse: 여기 도시에서 온 지 1년 이하인 학생들도 있고, 어떤 학생은 5개월밖에 되지 않았어요. 그들은 그들의 경험을 다큐멘터리로 기록하고, 영화를 만들며 그들만의 이야기를 직접 전하고 있어요. 그 경험은 정말 특별하고 중요하죠. 그들의 이야기를 보존하는 데 도움이 되요. 특히 미등록 이주 청소년들은 그들의 이야기를 어디서 들을 수 있을까요? 우리는 그들의 이야기를 뉴스나 텔레비전에서 보는 경우가 많지만, 그건 다른 시각에서 전달된 이야기예요. 하지만 그들의 일상적인 경험을 그들의 관점에서 전하는 것은 완전히 다른 이야기죠. 그래서 그 이야기를 전할 수 있는 기회를 갖는 것은 공감을 키워주는 일이에요. 모니카나 그레이트처럼 인터뷰를 통해 그 이야기를 나누는 것이죠.

이 젊은 사람들과 작업하면서 그들이 자신들의 이야기를 전할 수 있도록 신뢰를 얻는 것은 정말 운이 좋고, 그런 일을 할 수 있는 특권이죠. DCTV가 그걸 지원해 준다는 점이 정말 놀랍고, 우리가 하고 싶은 다양한 프로젝트나 이니셔티브들을 할 수 있다는 점이 정말 중요하고 특별해요. 그리고 그게 바로 이 프로그램이 47년 동안 계속 유지될 수 있었던 이유 같아요. 여기서 나오는 작업들이 지역 영화제와 세계 각국의 국제 영화제에서 상영되고 있죠. 그래서 우리가 연구를 할 때, 우리와 같은 조직들이 오랫동안 지속될 수 있었던 이유를 알 수 있어요. 기술은 변하지만, 핵심은 여전히 다양한 인구에게 그들의 이야기를 전할 기회를 주고, 그 목소리를 확산시키는 것이라는 점이에요.

Kira: 저는 이곳이 젊은 사람들이 서로 만날 수 있는 공간이라고 생각해요. 이곳에 온 많은 학생들, 저도 포함해서요. 이 프로그램에 참여하면서 학교에서는 절대 만나지 못했을 사람들을 만나게 되었어요. 만약 학교에서 그들과 함께 있었다면 아마 대화를 나누지 않았을 사람들, 심지어 생각조차 하지 않았을 사람들과요. 그런데 이 프로그램에 있으면서 공통의 관심사가 생기고, 그것이 우리가 예상치 못한 방식으로 서로를 연결해줘요. 학생들 중 일부는 정말 깊은 친구가 되고, 오랫동안 그 우정을 이어가요. 그리고 그게 그들의 커뮤니티가 되는 거죠. 그래서 외롭거나 자신과 비슷한 사람을 찾지 못한 사람들이 여기에서 같은 관심사를 가진 사람들을 찾을 수 있어요. 그 자체로도 젊은 세대가 겪고 있는 여러 문제들을 해결하는 데 도움이 되죠. 이곳은 안전한 장소예요. 사람들이 자신이 들리고, 이해받고, 지지받고 있다고 느낄 수 있는 곳이에요. 가정, 학교, 혹은 세상에서 그들이 이런

감정을 느끼지 못한다면요. 그래서 이런 커뮤니티 공간은 젊은 세대들에게 정말 중요해요. 이곳은 그들이 환영받고, 중요하며, 가치 있다고 느낄 수 있는 장소니까요. 다른 곳에서 이런 감정을 느끼지 못한 사람들이 많잖아요. 특히 뉴욕 같은 큰 도시에서요.

Jesse: Monica(학생 인터뷰이)가 인터뷰에서 말했던 게 기억나요. 여기가 그녀의 두 번째 집 같다고요. 그게 정말 중요해요. 여기는 큰 도시이고, 만약 젊은 사람들이 갈 곳이 없다면, 그들의 부모님이 일하는 동안 어디로 가겠어요? 좋지 않은 일에 휘말릴 수도 있죠. 하지만 이곳은 다른 사람들과 연결되고, 생산적인 활동을 하고, 비판적 사고 능력을 키우고, 무언가를 창작할 수 있는 공간이에요. 여기에서는 상담도 받을 수 있고, 대학 관련 도움도 받을 수 있어요. 에세이 작성, 숙제, 조언, 심지어 졸업파티 준비까지요. 여기엔 정말 다양한 지원이 있어요.

Kira: 그런데 이곳에서 이루어지는 일이 꼭 미디어와 관련된 것만은 아니라는 점이 중요해요. 우리가 이야기한 많은 것들이 미디어, 스토리텔링, 영화 제작 같은 것들이었는데요. 이 청소년 프로그램에는 미디어 외에도 중요한 일이 많이 포함되어 있어요.

Jesse: 여기는 청소년을 전반적으로 발전시키는 공간이에요. 누군가가 상담이 필요하다면, 우리가 전문가 상담사가 아니어서 직접 도움을 줄 수 없는 경우도 있지만, 우리가 오랜 경험을 통해 얻은 것들이 있거든요. 제가 오랜 세월 학생들과 연결되어 있고, 그들 중 일부는 이제 결혼하고 아이를 키우고 있어요. 맞아요. 그리고 많은 학생들이 이 프로그램이 자신의 성장에 정말 큰 도움이 되었다고 말해요. 여기가 그들에게 하나의 안식처 같은 곳이었다고요.

Johnny: 이 프로그램의 가장 좋은 점은 미디어뿐 아니라 멘토링까지 다 한다는 거예요. 정신 건강 상담부터 숙제 도움, 대학 준비, 직업 찾기 등, 삶의 모든 측면에서 돕고 있어요. 미디어는 중요한 부분이지만, 제게는 이게 우선순위 2위예요. 저는 항상 학생들에게 가족이 먼저, 그다음이 학교, 그리고 마지막이 우리라고 말하거든요. 카라가 학생이었을 때 프로그램을 중도에 그만뒀던 적이 있었어요. 그런데 제가 그녀를 다시 찾아왔어요. 학교로 가서 문을 두드리며 그녀를 찾았어요. 그녀의 집에도 갔고, 부모님께 전화를 드렸죠. “우리가 이 아이를 도와야 합니다”라고 말했어요. 그래서 저는 학생들을 끝까지 쫓아다녀요. 저는 누구든지 다 받아들여요. 젊은 사람들은 모두 다 위험에 처해 있을 가능성이 있거든요. 부유하든 가난하든, 정신적, 신체적, 감정적으로 누군가의 도움이 필요해요. 그래서 우리는 모든 학생을 받아들여요. 그들이 어떤 정치적 입장을 가지고 있든 상관하지 않아요. 그저 그들을 돕고, 세상을 다른 시각으로 볼 수 있도록 돕고 싶을 뿐이에요.

Kira: 그리고 그들은 이 프로그램의 일부가 되고 서로에게 노출되면서 전혀 다른 경험을 하게 돼요. 제가 아까 말했듯이, 학교에서는 절대 대화하지 않았을 학생들이 이곳에서는 서로 이야기를 나누게 돼요. 그렇게 되면 다양한 사람들, 다양한 문화, 다양한 이야기에 노출되면서 새로운 경험이 생기죠. 그리고 이 프로그램을 떠난 후에도, 그들은 더 나은 준비가 되어 세상에 나가 완전히 다른 사람들과도 상호작용할 수 있게 돼요. 왜냐하면 대학

교에 가면, 학교에 따라 다르겠지만, 정말 다양한 사람들을 만나게 되거든요. 그런데 고등학교를 갓 졸업한 학생들은 그런 환경에 아직 준비가 안 되어 있을 때가 많아요. 그래서 이 프로그램은 그런 충격을 덜어주는 데도 도움을 줘요.

Jesse: 맞아요, 이런 사회적 기술은 정말 중요해요. 요즘은 모두가 휴대폰만 들여다보고, 전화를 걸어서 사람과 직접 대화하는 걸 두려워하잖아요.저는 “뭘 그렇게 무서워하니?”라고 물어보지만, 아이들은 그걸 연습할 기회가 없어서 그런 거죠. 이 프로그램은 학생들에게 다른 사람들과 얼굴을 맞대고 이야기할 기회를 줘요.또 아이디어를 다른 사람들에게 발표하고, 영화 업계 사람들 앞에서 피드백을 받을 기회도 생기죠.이건 젊은 사람들에게 엄청난 이점이에요.이런 경험 없이 대학교에 가면 낯설 수 있거든요.하지만 이곳에서 그런 고급 기술들을 이미 익혀서 대학교에 가면 "와, 이건 내가 이미 다 해본 거네!"라고 느낄 수 있게 돼요.

Kira: 그리고 이런 기술들은 디지털 네이티브인 젊은 세대들에게 더 자연스러워요. 이 친구들은 이미 틱톡 같은 걸로 동영상 편집을 해봤기 때문에, 우리가 프리미어나 다른 편집 프로그램을 가르칠 때 정말 빠르게 배워요.

Jesse: 우리가 가르치는 건 그들이 이미 하고 있던 걸 새로운 용어와 수준으로 바꿔주는 거죠. 틱톡에서 컷 사이의 전환 효과를 만들 때, 그들이 하는 게 사실 영화 역사에서 사람들이 해온 작업이라는 걸 몰랐던 거예요.우리는 그걸 수평으로 바꾸고, 진짜 이야기를 더 하는 방법을 가르쳐줘요.

Additional Question 1: Considering New York’s diverse population with various racial and cultural backgrounds, how does DCTV support individuals in creating and sharing their own stories?

Pedro: 그 부분은 제가 답하려고 했던 질문의 일부입니다. 여러분 중에 이 도시에서 몇 가지 언어가 사용되는지 아는 사람 있나요? 구글에 따르면 이 도시에선 700개 이상의 언어가 사용된다고 합니다. 정말 놀랍죠. 그 중 일부 언어는 단 한 사람만 사용하는 언어일 수도 있습니다. 예를 들어, 전 세계 어디에서 왔든 그 사람만이 사용하는 언어죠. 그래서 전 세계의 언어를 이해하는 가장 좋은 장소는 바로 뉴욕시라고 할 수 있습니다. 아프리카나 아시아, 그린란드나 호주에 가지 않아도 뉴욕시에 오면 모든 언어를 경험할 수 있기 때문입니다. 이는 축복이자 도전이기도 합니다. 왜냐하면 이곳은 세계에서 가장 다양한 도시여서 멋지기도 하지만 동시에 도전적이기도 합니다.

제 첫 번째 언어는 스페인어인데, 이는 스페인어 공동체와 대화할 수 있어서 좋습니다. 그리고 영어도 있어서 많은 공동체와 소통할 수 있죠. SH는 영어로 태어났고, 스페인어도 조금 할 수 있고, 때때로 다른 언어도 할 수 있습니다. 이런 점에서 도전이기도 합니다. 기관 측에서는 예를 들어 IBAM 같은 경우, 여기가 무엇을 하는지 쉽게 잊을 수 있죠. 하지만 우리가 지금 진행 중인 것 중 하나는 바로 스페인어로 된 워크숍을 하는 것입니다. 스페인어는 이 도시에서 가장 흔한 언어 중 하나이기 때문에, 그 언어를 사용하는 사람들

에게 더 많은 기회를 제공하려고 합니다. 또한 다른 언어들에 대한 워크숍도 추진 중인데, 예를 들어 이 도시에 이주한 사람들 중에는 창의적인 사람들이 많고, 대개 25세 정도일 수 있지만 영어를 잘 하지 못하는 경우가 많습니다. 그들이 창의성을 유지하고 네트워크를 구축할 수 있도록 돕고, 자신감을 가질 수 있게 지원하는 것이 중요합니다.

몇 년 전에는 스페인어와 중국어(주로 마다린어와 광동어)로 된 수업이 있었습니다. 중국어는 이 근처 차이나타운에서 많이 사용되는 언어입니다. 우리는 여전히 더 많은 언어를 지원하고 싶지만, 이는 축복이자 도전입니다. 왜냐하면 물리적으로 그런 언어를 구사할 수 있는 강사를 확보하고, 프로그램을 번역해야 하며, 그 언어로 진행된 수업의 품질을 어떻게 평가할지 추적하는 것이 어렵기 때문입니다. 그러나 이런 의도는 계속 이루어지고 있습니다. 뉴욕시에서 다양한 문화가 평화롭게 함께 사는 모습은 정말 기적 같고, 우리 워크숍이나 미디어 작업에서도 그 반영을 볼 수 있습니다. 다양한 영화나 우리가 주최하는 행사에서도 그 다양성을 느낄 수 있죠. 하지만 여전히 도전이 있다고 말씀드렸듯이, 세 가지 또는 네 가지 언어를 어떻게 배우고 활용할 수 있을지에 대한 문제는 여전히 존재합니다.

그리고 저는 단순히 머릿속에 대충 집어넣는 방식으로 배우고 싶지 않습니다. 제가 해야 할 것을 배우기 위해 '링고(lingo, 전문 용어)'를 제대로 익히고 싶습니다. 그래서 저는 Olingo(올린고)라는 것에 더 신경을 쓰고, 여기저기서 실습하며 연습하고 있습니다.

전체적으로 요약하자면, 지금 일이 진행 중이고 도전적이긴 하지만 매우 중요한 일입니다. 왜냐하면 이런 커뮤니티를 돕지 않으면, 그들이 새로운 나라에 통합되도록 돕는 것이 매우 어려워지기 때문입니다. 그렇게 되면 사람들이 생존하기 위해 불법적인 일을 할 수도 있죠. 제대로 된 직업을 얻지 못하면, 결국 집세를 내고 자녀들에게 먹을 것을 제공하기 위해 뭐든 해야 할 수밖에 없습니다. 따라서 이런 일을 하는 것이 중요합니다. 도전적이긴 하지만, 이는 도시가 번영하는 데도 도움이 됩니다. 결국 이는 균형의 문제입니다.

Mike: 제 입장에서는 여기 워크숍이 청소년 미디어와는 약간 다르지만, 여전히 같은 미션을 가지고 있습니다: 저렴한 워크숍으로 사람들을 돕는 것입니다. 다른 워크숍은 한 달 또는 몇 주 동안 진행되며 1,000$ 또는 800$이 들기도 합니다. 하지만 우리가 제공하는 가장 비싼 워크숍은 400$으로, 사람들에게는 꽤 저렴합니다. 우리는 가능한 한 비용을 낮추려고 노력하여 누구나 참여할 수 있도록 하고 있습니다. 일부 워크숍은 60$ 또는 100$으로 진행되기도 합니다. 특히 이러한 자원에 접근할 수 없는 사람들을 돕기 위해, 우리는 코스를 저렴하게 유지하고 모든 장비를 제공합니다.

우리의 제작 워크숍, 예를 들어 카메라와 조명 워크숍에서는 참가자들이 실제로 경험을 할 수 있도록 합니다. 예를 들어, 워크숍에 10명이 있다면 카메라는 5대를 제공하여 모두가 장비를 사용해볼 수 있도록 합니다. 이처럼 다른 곳에서 장비를 대여할 필요 없이 실제 경험을 제공하는 것이 사람들에게 매우 가치 있다고 생각합니다. DCTV는 다양한 배경을 가진 사람들이 자신의 이야기를 진정성 있게 공유할 수 있도록 포용적이고 지원적인 환경을 조성하는 데 헌신하고 있습니다.

우리의 접근법은 접근성, 대표성 및 커뮤니티 참여를 중심으로, 다양한 목소리가 들리고 강화될 수 있도록 보장합니다. 저는 개인적으로 모든 워크숍에 참여하여, 참가자들과 이야기를 나누고, 그들이 어떻게 우리를 찾았는지, 무엇을 작업하고 있는지 알아봅니다. 많은 사람들이 여러 워크숍에 참여하기 때문에 그들과 잘 알게 됩니다. 예를 들어 우리 커뮤니티에 대한 직접적인 영향으로 현재 저희는 여섯 개 또는 일곱 개의 워크숍을 듣고 있는 한 분이 있습니다. 그분은 과거에 일을 했지만 오랫동안 미디어 분야에 관여하지 않았던 나이든 분입니다. 저는 그분을 볼 때마다 어떻게 지내고 있는지, 무엇을 작업하고 있는지 확인하며, 그는 항상 자신의 목표를 공유하길 기뻐합니다. 이렇게 의지할 수 있는 사람들을 커뮤니티에 두는 것은 정말 좋습니다. 팬데믹 동안 저희는 온라인 수업을 제공했으며, 그때는 남미, 유럽, 스페인 등 전 세계에서 온 사람들이 참여했습니다. 정말 멋졌습니다.

하나의 이야기는 온라인 인터뷰 수업에서 있었던 일입니다. 이 수업은 인터뷰를 윤리적이고 기술적으로 어떻게 준비하는지 가르칩니다. 한 학생이 아버지의 패션 산업 경력에 대한 다큐멘터리를 제작하고 싶어 했고, 그 기술을 배우기 위해 저희에게 왔습니다. 수업이 진행되는 동안, 그는 이야기를 더 나누고, 일부 영상을 가져와서 함께 논의했습니다. 그 과정에서 그가 점점 더 자신감을 얻어가는 모습이 인상적이었습니다.

저희는 워크숍에 참여하는 사람들에게 힘을 실어 주어, 그들이 자신감을 가지고 수업을 마칠 수 있도록 합니다. 강사들은 수업 후에도 언제든지 질문이나 추가적인 도움을 요청할 수 있습니다. 예를 들어, 한 학생이 영화를 촬영하면서 도움을 요청했고, 그 강사는 촬영 현장에 직접 가서 카메라 도움을 주었습니다.

저는 매 수업에 직접 들어가서 모든 사람과 이야기하고, 어떻게 저희를 찾았는지, 무엇을 작업하고 있는지 묻습니다. 많은 사람들이 여러 번 워크숍을 듣기 위해 돌아오기 때문에 그들을 잘 알게 됩니다. 예를 들어, 여러 개의 워크숍을 듣고 있는 한 참가자는 항상 자신의 진행 상황을 공유해 줍니다.

또한 저는 제 인턴 경험에 대해서도 이야기할 수 있습니다. 저는 팬데믹 전인 2018년 또는 2019년에 인턴으로 일했습니다. 그 당시 DCTV는 더 큰 조직이었고, 렌탈, 워크숍, 기술 부서가 있었습니다. 저는 워크숍에서 시작했지만, 렌탈과 기술 부서도 함께 하며 다양한 분야에 노출되었습니다. 저는 편집실을 설정하고, 대형 프로젝트에서 작업하며, 값진 실무 경험을 쌓았습니다. 제 강사였던 Perry는 정말 훌륭했어요. 그는 제가 모르는 것을 “스스로 해결해 보라”고 가끔 말하곤 했습니다. 처음에는 답답했지만, 나중에 실수에서 배우는 것이 성장하는 최고의 방법이라는 걸 깨달았습니다.

저는 또한 렌탈 관리자와 함께 일하면서 고객 서비스 기술도 배웠습니다. 전화로 고객을 응대할 때, 때로는 어떻게 도와야 할지 몰랐지만, 제 상사는 저에게 스스로 해결해 보라고 격려해 주었습니다. 그것이 문제 해결 능력을 키우는 데 많은 도움이 되었습니다. 이후 저는 워크숍 부서와 더 밀접하게 일하면서, Amy라는 분의 지도 아래 배워갔습니다. 제 인턴

십이 끝난 후, 다른 직장을 가게 되었지만 DCTV는 저에게 연락을 주었고, 파트타임 직책을 제안했습니다. 그 후, 저는 워크숍 매니저로 승진하게 되었습니다. DCTV는 내부에서 인재를 채용하는 데 집중하며, 조직과 사람들을 잘 알게 되면 성장할 기회가 많이 있습니다.

Additional Question 2: Could you share any specific examples of how these programs have enabled citizens to use media as a tool to drive change within their communities?

Pedro: 제가 한국과 관련을 느끼는 이유는 그들이 민주주의와 자유, 이런 모든 것들을 사랑하기 때문이고, 같은 이유로 저는 우크라이나인들이 러시아와의 싸움에서 자유를 잃지 않으려는 투쟁과도 공감합니다. 보세요, 전 세계가 얼마나 다양한 나라들로 이루어져 있는지요. 그런데 슬프게도 지금 쿠바인들과 북한인들이 러시아와 함께 싸우고 있는 상황을 보면, 세계가 얼마나 작아졌는지 알 수 있습니다. 이처럼 민주주의, 자유, 그리고 국가로서의 가치를 지키기 위해 노력하는 공동체를 돕는 필요성을 느끼게 됩니다.

1년 전쯤 우리는 여기에서 우크라이나 공동체를 지원하기 위해 몇 번의 모임을 조직했습니다. 전쟁으로 인해 많은 우크라이나 난민들이 있었고, 첫 번째 모임은 바로 이 방에서 열렸습니다. 그 모임을 시작으로 몇 가지 워크숍이 열렸는데, 일부는 우크라이나 관련 내용이었지만 대체로 지역사회를 위한 교육적인 성격이 강했습니다. 그리고 그 과정에서 단편 영화가 하나 제작되었습니다. 그 단편 영화가 정말 좋은 반응을 얻고 있습니다. 어제 전화를 받았는데, 그 영화가 여러 영화제에 초청되고 있다는 소식이었습니다. 그 영화는 우크라이나에서 어린 시절을 보낸 한 사람이 미국으로 와서 여기서 성장해 평범한 삶을 살다 다시 우크라이나로 돌아가 전쟁에 자원해 싸우는 이야기를 담고 있습니다. 이 단순하면서도 아름답고 정직한 이야기는 평범한 사람이 자신이 옳다고 믿는 것을 위해 모든 것을 바치는 모습입니다.

올여름에는 이민자 학생들을 대상으로 한 스페인어 수업도 진행했습니다. 남미, 특히 베네수엘라와 에콰도르에서 많은 사람들이 미국으로 이주하면서 이민자가 크게 늘었고, 뉴욕에 온 16살 아이가 할 수 있는 일은 제한적입니다. 대개는 레스토랑, 건설 현장, 혹은 청소일을 해야 하죠. 물론 그런 일이 중요하긴 합니다. 하지만 어떤 사람들은 더 많은 재능을 가지고 있고, 특별한 감수성을 지닌 사람들이 있습니다. 이런 사람들은 더 큰 고통을 겪을 수도 있지만, 자신들의 능력을 펼칠 기회를 갖고 싶어 합니다. 하지만 이민자 중 일부는 스페인어만 할 줄 알고 영어는 거의 못합니다.

그래서 지난 여름에 이런 종류의 프로그램을 제공하기 시작했습니다. 새로운 위기가 끊임없이 발생하고 있기 때문에 주변 상황에 주의를 기울이고, 새로운 위기에 적응하는 것이 중요합니다. 우리는 현재 스페인어로 더 많은 워크숍을 제공하기 위해 노력하고 있지만, 이것이 정확히 질문에 대한 답인지 모르겠습니다. 하지만 대략 이런 식으로 진행되고 있습니다.

Sade: 네, 제가 몇 가지 구체적인 예를 덧붙이고 싶습니다.

Pedro가 말했던 것처럼, 작년에 우크라이나의 미디어 업계에서 활동하던 전문가들 – 기자, 영화 제작자, 감독, 예술가 등 다양한 분야의 사람들이 우리를 방문했습니다. 그들은 자신들이 관심을 가지고 있는 일들, 그리고 탐구하고 싶은 것들에 대해 이야기를 나누었죠. 그 모임을 통해 몇몇 미디어 전문가들이 우리 프로그램의 강사가 되었고, 여기에서 수업을 가르쳤습니다. 또 어떤 전문가들은 여러 차례 모임을 가지면서 영화 프로젝트를 진행했습니다. 그 외에도 이곳에서 제작된 영화들을 상영하는 이벤트도 몇 번 열렸습니다. 이 모든 것들이 그 초기 미디어 전문가들 모임에서 비롯된 사례들입니다.

처음에 그들은 이곳에 막 도착해 예술 커뮤니티와 교류할 방법이나 자원을 찾고 있었습니다. 그 모임에서 시작된 일이 구체적인 결과물로 발전한 사례들이죠.

Padro가 언급했듯이, 이번 여름에는 스페인어를 사용하는 학생들이 참여하는 프로그램이 있었는데, 그 학생들은 함께 영화를 제작했습니다. 그중 일부는 지난 1년 혹은 그 이전에 이곳에 막 도착한 신입생들이었죠. 새로운 나라로 이주하고, 새로운 언어를 익히는 경험은 그들에게 생소하고 큰 도전이었습니다. 하지만 그 프로그램에 참여하면서 새로운 기술을 배우고, 자신들의 이야기를 담은 영화를 만들 수 있었습니다. 그 영화는 그들에게 매우 개인적인 작품이었습니다. 영화는 다양한 이유로 새로운 나라로 이주하게 된 그들 자신의 이야기를 다루고 있었죠. 어떤 학생들에게는 망명과 같은 이유로 이주가 이루어졌고, 이 모든 과정은 그들에게 큰 전환점이었습니다. 그들은 이 영화를 만들면서 자신들에게 일어난 일을 정리하고 이해할 기회를 얻었습니다.

또한, 영화 제작 과정 중에 Telemundo라는 뉴스 채널에서 인터뷰를 진행하기도 했습니다. 이 경험은 그들에게 자신의 영화와 프로그램 참여 경험에 대해 이야기할 기회를 제공했고, 새로운 노출의 장이 되었습니다. 그리고 몇 달 후, 한 학생이 우리 공간에서 열린 이민자 창업자를 주제로 한 행사에서 자신의 영화를 상영했습니다. 그 학생은 매우 긴장했지만, 상영 후 긍정적인 피드백을 받았고, 한 대학교 교수님이 “우리 수업에서 이 영화를 상영해줄 수 있겠냐”고 요청하기도 했습니다. 이 학생의 여정은 매우 감동적이었습니다. 이민 과정에서 겪은 어려움과 트라우마 속에서도 프로그램에 참여하며 새로운 기술을 배우고, 자신을 발견하고 성장한 모습은 대단한 용기를 보여줍니다. 비록 첫 번째 작품이 마음에 들지 않을 수 있지만, 관객들이 자신의 작품에 공감하고 반응하는 것을 보면서, 자신의 영화가 단순히 자신을 위한 것이 아니라 다른 사람들에게도 의미가 있다는 것을 깨닫게 됩니다. 이 영화는 비슷한 이야기를 가진 사람들에게 위로와 용기를 주고, 자신만의 이야기를 전하는 데에 큰 용기가 필요함을 보여줍니다.

이 학생뿐 아니라 뉴욕시 전역에서 많은 사람들이 이런 여정을 겪었습니다. 우리 공간을 거쳐 간 다양한 사람들의 이야기들은 하나의 공통된 여정을 보여줍니다. 최근에도 “90년대에 여기서 수업을 들었다”거나 “여기서 워크 인 프로그레스(Work in Progress) 상영회를 열고 피드백을 받은 영화가 이제 주요 영화제로 가는 작품이 되었다”는 이야기를 종종 듣습니다. 또 어떤 사람들은 “여기서 인턴을 하고 나서 경력이 발전해 이제 ABC나 HBO에

서 일하고 있다"는 이야기를 전해주기도 합니다. 교육을 받기 위해, 콘텐츠를 제작하기 위해, 혹은 콘텐츠를 상영하기 위해 이 공간을 찾은 모든 사람들이 이 공간을 통해 자신의 여정의 한 부분을 만들어 가고 있다는 것이 참 아름다운 일입니다.

2. Production and Distribution: DCTV has achieved significant success in documentary production and distribution by collaborating with PBS, NBC, and HBO. What motivated DCTV to expand its production and distribution channels, and what changes or outcomes have resulted from this expansion?

Sade: 그래서 제작 및 배급과 관련된 부분은 John이 언급하는 것이 좋을 것 같습니다. 특히 그 풍부한 역사 때문에요. 이 모든 것이 CACO에서 그와 함께 시작되었으니, 그가 이 주제에 대해 말하는 것이 적합하다고 생각합니다.

저는 DCTV가 지역 주민들을 참여시키고 그들의 목소리를 과정 내내 증폭시키는 방법에 대한 질문에 대해 이야기하고 싶습니다. 특히 지역 주민들을 참여시키고 지원하는 좋은 진입점은 우리 교육 프로그램이라고 말할 수 있습니다. 교육 프로그램이 확실히 그 역할을 하고 있으며, 이 프로그램을 통해 영화를 제작하고 이야기를 전달할 수 있는 기술을 배울 수 있습니다. 따라서 교육 프로그램이 중요한 첫 단계라고 할 수 있으며, 단지 기술적인 면뿐만 아니라 콘텐츠를 제작하는 데 필요한 전반적인 과정을 이해하는 데도 도움이 됩니다.

또한, 이곳에서 워크숍에 참여하게 되면 청소년 프로그램이든 성인 지속교육 프로그램이든 다른 사람들을 만날 수 있는 기회가 생깁니다. 특히 지속교육 프로그램에서는 같은 업계의 다양한 사람들을 만날 수 있습니다. 단순히 특정 기술을 배우는 것에 그치지 않고, 다른 미디어 전문가들과 네트워킹할 수 있는 좋은 기회가 됩니다. 예를 들어, 누군가가 "영화를 제작할 프로듀서가 필요하다"고 말할 때, 클래스에서 자신을 소개하며 "안녕하세요, 저는 Pedro이고, 프로듀서입니다"라고 말할 수도 있는 것이죠. 이처럼 다른 사람들과의 교류 공간을 제공함과 동시에 자신이 필요로 하는 도구와 기술을 배울 수 있는 교육의 장이 됩니다.

그리고 사전 제작부터 후반 제작까지 전 과정에서 필요한 모든 것을 배울 수 있습니다. 그래서 제작과 배급 관련된 부분은 John이 구체적으로 더 잘 설명해 줄 수 있을 거라고 생각합니다. 하지만 지역 주민들을 참여시키고 그들의 목소리를 증폭시키는 데 있어서 교육 프로그램은 매우 중요한 역할을 한다고 확신합니다.

그리고 John이 제작 측면에서 영화 제작 과정과 이야기 속 인물들을 어떻게 찾아내는지, 또 어떤 방식으로 중요하고 필요한 목소리를 발굴해왔는지에 대해서도 이야기를 할 것이라고 생각합니다. DCTV의 제작 팀은 오랜 세월 동안 이 분야에서 정말 훌륭한 성과를 거두어 왔습니다. 예를 들어, 지역 사회로 직접 들어가 사람들과 이야기를 나누고, 일반적으로 사회가 접근하기 어려워하는 사람들과도 연결되는 작업을 했습니다. 그들은 전쟁 지역, 거리, 병원, 커뮤니티 회의, 그리고 지역 주민들과 함께 있었습니다. 또한, 소외된 사람들, 예를 들어 중독자들과 함께하며 다양한 사람들의 이야기를 다뤄왔습니다.

DCTV의 제작 팀은 정말 지역 사회와 밀접하게 연결되어 있으며, 열악한 환경에서 살아가는 사람들의 목소리를 듣고 이를 세상에 알리는 데 주력해 왔습니다. John이 더 구체적으로 다룰 것이라고 생각하지만, 제작 팀은 현장의 모습을 사실적으로 담아내는 데 아주 훌륭한 일을 해왔습니다. 예를 들어, 사람들이 자신들의 이야기를 들려주도록 도와주며, 다큐멘터리에는 이들의 이야기와 현장이 생생히 담겨 있습니다.

그리고 제작진은 단순히 전화로 인터뷰하거나 멀리서 이야기를 듣는 것이 아니라, 직접 현장에 가서 사람들과 함께하고 있습니다. 그 덕분에 콘텐츠의 힘이 더욱 강해지고, 우리가 평소에는 볼 수 없는 세상을 엿볼 수 있게 됩니다. 예를 들어, 병원에서 사람들의 생생한 모습을 보거나, 고난을 극복하는 누군가를 보거나, 혹은 기근이나 빈곤 속에서 살아가는 사람들의 이야기를 들을 수 있습니다. 이 모든 것은 중요한 이야기들이며, 제작진이 현장에서 직접 경험하며 이를 담아내었기 때문에 가능한 일입니다.

John이 더 자세히 설명해줄 것이지만, 이것이 바로 지역 주민들이 어떻게 참여하고 그들의 목소리가 증폭되는지를 보여주는 방식입니다.

3. Networking: How does DCTV's pursuit of social engagement with local residents align with its programs? Additionally, how does networking with the community contribute to creating social and cultural value?

Pedro: 네트워킹(networking)에 대해 말하자면, 제가 여기서 배운 미국식 표현 중 하나를 정말 좋아합니다. "Network is networth(네트워크가 곧 자산이다)"라는 표현인데요. 'Networth'는 자신의 가치, 즉 돈이나 재산, 혹은 월급 등 당신이 가진 모든 것을 의미합니다. 예를 들어, 당신의 집, 수입, 돈, 혹은 돈뿐만 아니라 다른 가치를 포함한 것들이 모두 당신의 자산인 것입니다.

미국 사람들은 (모두가 그런 건 아니지만) 네트워크가 자산이라는 말을 즐겨 사용합니다. 즉, 당신이 알고 있는 사람들, 함께 어울리는 사람들, 심지어는 그냥 재미로 만나는 사람들까지도 네트워크가 됩니다. 저는 뉴욕에서 단순히 시간만 낭비하는 것에 시간을 쓸 여유가 없습니다. 해야 할 일이 너무 많기 때문입니다. 제 상사도 제가 뒤처지고 있는 것을 알고 있죠.

그래서 제가 누군가와 시간을 보낼 때, 그것이 단순히 시간을 때우기 위한 것이어선 안 됩니다. 예를 들어, 제가 누군가와 맥주를 마신다면, 그냥 마시지 않고 그 사람과 의미 있는 이야기를 나눌 겁니다. 친구와의 시간이라도 네트워킹의 일환이 되는 거죠.

뉴욕은 도시라기보다는 마치 토네이도 같다고 생각합니다. 사람들이 토네이도의 한쪽에서 들어가 다른 쪽으로 내던져지는 것 같은 곳이죠. 겉으로는 도시처럼 보이고 사람들과 건물, 차들이 있지만, 실은 그보다 훨씬 더 복잡한 곳입니다. 이곳에서 사람들과 연결되는 것은 정말 중요합니다. 우리는 네트워킹을 위한 공간을 더 많이 마련하려고 노력 중입니다.

저는 이것을 'CV 해피 아워'라고 부르길 좋아합니다. 왜냐하면 뉴욕 사람들은 네트워킹에 대해 매우 능동적이기 때문이죠. 예를 들어, 지하철에서는 서로를 경계하는 것처럼 보이지만, 해피 아워에서 사람들을 모으면 서로 이야기를 나누기 시작합니다. 왜냐하면 사람들은 다음 직장을 찾거나 새로운 프로젝트를 개발하는 데 네트워킹이 중요하다는 것을 알기 때문입니다.

사람들은 항상 무언가를 하려고 노력하고, 링크드인(LinkedIn)이나 이터미(Etum) 같은 온라인 네트워킹도 있지만, 여전히 대면 네트워킹이 중요합니다. 제가 여러분과 공유하고 싶은 점은, "네트워크가 자산"이라는 개념이 제 머릿속에 항상 있었는데, 이제는 이 개념을 이해하게 되었다는 것입니다. 즉, 내가 아는 사람들은 함께 무언가를 구축할 수 있는 사람들입니다.

그래서 우리는 이런 네트워킹 공간을 조직하려고 하고, 더 많이 마련하려고 합니다. 이게 바로 네트워크입니다. 우리는 언젠가 한국으로 초대받기를 희망합니다. 가서 사람들을 인터뷰하고, 네트워킹을 하는 방식이죠. 그리고 문을 열고 어떤 공간에 접근했다면, "이것을 통해 어떻게 장기적으로 지속 가능한 것을 구축할 수 있을까?"라는 질문을 해야 합니다.

이미 공간과 사람들에 접근했으니, 이제는 그곳에서 그룹을 조직하고, 대학의 도움을 받아 한 달 동안 작업하며 뉴욕의 한국 커뮤니티에 대한 다큐멘터리를 제작할 수도 있을 것입니다. 하지만 중요한 것은 네트워킹 후속 작업입니다.

뉴욕에서의 네트워킹의 장점이자 단점은 너무 많은 사람들을 알게 된다는 것입니다. 그래서 특정 공간이나 사람들과 더 깊은 연결을 형성하는 것이 어렵기도 합니다. 왜냐하면 조금만 걸어도 수많은 사업체와 사람들, 너무 많은 것들을 마주하기 때문이죠. 그럼에도 네트워킹은 매우 중요하며, 우리는 이를 주목하고 더 집중하려고 합니다.

4. Operations and Funding: Sustainable operations and education at media centers require a stable human and financial foundation. We would like to know about the key operational staff and funding sources of DCTV.

John: 팬데믹 기간 동안 우리는 프로그램의 영향력뿐만 아니라 경제적으로도 매우 성공적이었습니다. 36년 동안 작업해온 영화를 팬데믹이 끝날 무렵에 완성했어요. 그 영화는 HBO에서 방송되었습니다. 우리 고등학생들이 만든 프로그램도 HBO에서 방송되었고, 매주 방송되는 뉴스 프로그램도 있었는데, 그 프로그램으로 많은 돈을 벌었습니다. 그런데 그 뉴스 프로그램이 전국 에미상을 받았을 때, HBO의 새로운 소유자들이 그 프로그램에 대해 관심이 없어서 방송이 취소되었습니다. 예전 소유자들은 그 프로그램을 좋아했지만, 새로운 사람들이 들어오면서 모든 것이 바뀌었죠.

지금 제가 작업하고 있는 두 개의 프로그램이 있는데, 내일 오후 2시에 아래 영화관에서 첫 상영을 할 예정입니다. 아무도 아직 보지 못한 프로그램이니 오셔서 관람하셔도 좋습니다. 영화를 만들 때는 사람들이 보지 않은 상태에서 공개해서 반응을 테스트하는 것이 필

요합니다. 프로그램을 볼 때 사람들의 눈을 보고 반응을 체크하면서, 흥미롭다고 생각하는지 지루하다고 느끼는지 확인합니다. 만약 “이 부분이 이해가 안 돼요”라고 말하거나, 누군가가 졸고 있다면 문제가 있다는 걸 알 수 있죠. 일부 영화 감독들은 이렇게 공개 테스트를 좋아하지 않지만, 저는 이 과정을 통해 프로그램을 더 나아지게 만들 수 있다고 생각합니다. 우리는 영화를 여러 번 수정하고, 매번 더 나아지도록 만들죠. 저는 이 영화를 20년 동안 작업해왔고, 아직 아무도 보지 못했습니다. 그래서 내일 처음으로 영화를 상영하게 됩니다.

그리고 마지막으로, 우리 센터에서 여러 해 동안 활동을 해왔던 혜정 박(박혜정 활동가)은 매우 훌륭한 사람입니다. 그녀는 매우 성실하고, 일에 대해서는 정말로 철저하게 임하는 사람입니다. 그리고 그녀는 필라델피아에서 ‘스크라이브’라는 커뮤니티 미디어 센터에서 일했었어요. ‘스크라이브’라는 단어는 예전에는 모든 기록을 쓰는 사람을 뜻했어요. 그래서 그곳은 커뮤니티 미디어 조직으로서 아주 흥미로운 이름을 가지고 있죠. 그리고 이분은 뉴욕주 예술위원회에서 미디어 부서장을 맡았던 한국인 여성인 김디슬입니다. 그 분은 제가 예전에 한국에 갔을 때 함께 갔던 분이에요. 그녀는 커뮤니티 미디어의 역사에 대해 잘 아는 분이죠.
올림픽 방송을 위한 권리를 구매한 것은 NBC 네트워크입니다. NBC는 올림픽을 언제나 방송하지만, 이들이 올림픽에서 보여주는 것은 항상 “모든 게 좋다”는 식의 방송입니다. 하지만 우리는 올림픽이 개최되면, 빈곤층은 어떻게 되는지에 대해 이야기하고 싶었습니다. 그래서 우리는 빈곤층의 이야기를 전하기 위해 몇 주 동안 그들을 인터뷰하고 촬영했어요. NBC는 그런 리포트들을 좋아했죠. 그랬던 때의 경험을 공유합니다.

Additional Question 1: Recently, with the decline of the cable industry, the primary funding sources for media centers and public access channels have become unstable, leading to increased competition among institutions for private capital. Meanwhile, with the growth of the OTT industry, there have been discussions about collecting fees from OTT operators to support media centers and public access channels. What are your thoughts on the future of funding for media centers?

John: 우리는 항상 비영리 단체였고, 501 C3 유형의 비영리 단체로 활동해왔습니다. 하지만 우리의 운영 방식은 다른 곳들과 매우 달랐습니다. 우리 프로그램은 가장 많은 수익을 제공했습니다. 우리는 보조금을 받지만, 보조금은 우리의 자금의 30%를 넘지 않았고, 때로는 5%에 불과했습니다. 그래서 보조금만으로는 살아남을 수 없었습니다. 우리는 많은 부유한 사람들을 알지 못합니다. 그래서 부유한 사람들이 이사로 있는 그런 곳들과는 달리, 우리는 비영리 단체로 살아남았습니다. 우리가 살아남을 수 있었던 이유 중 하나는 우리가 건물을 소유하고 있기 때문입니다.

다른 모든 곳들은 매년 임대료를 올리는데, 결국엔 그들을 감당할 수 없는 상황이 오게 됩니다. 하지만 우리는 건물을 소유하고 있어, 그게 주요한 이유 중 하나로 우리가 살아남을 수 있었습니다. 그리고 또 하나는, 만약 살아남으려면, 한국의 공장 노동자처럼 열 배는 더 열심히 일해야 한다는 것입니다(John이 제작한 한국 관련 다큐멘터리와 연장선상에 있

는 멘트). 다른 사람들보다 열 배 더 열심히 일해야 하며, 하루를 쉴 수 있다는 생각을 가지면 안 됩니다. 또 당신이 하는 일이 정말 중요하다고 마음속으로 믿어야 합니다. 돈을 벌지 않겠지만, 화려하지도 않겠지만, 당신이 하는 일이 정말 중요하다고 믿어야 합니다. 그 보상은 당신이 하는 좋은 일에서 나옵니다.

Additional Question 2: Regarding the media education programs at DCTV, are lectures and workshops conducted by internal staff, or do you rely on an external pool of instructors? If internal staff primarily lead the programs, do you have a process for training them in-house, or do you hire external experts to run the programs?

Johnny: 상황에 따라 달라요. 우리 프로그램의 장점 중 하나는 모든 강사가 영화 제작 배경을 가지고 있다는 거예요. 모두가 영화 제작자예요. 학생들은 여기에서 존 올브라이트 같은 사람들과 앉아서 자신의 영화를 보여주고 이야기할 수 있어요. 내부 강사진이 직접 가르치지만, 때로는 외부의 영화 제작자를 초청해 강연을 하기도 해요. 우리는 방송국이나 영화 스튜디오에도 가요. 이번에는 뉴욕의 전문 사운드 믹싱 회사에 가서 헐리우드 영화의 사운드 믹싱 과정과 효과음 제작 과정을 봤죠.

Jesse: 또한 CBS 아침 방송의 촬영 현장을 방문해서 모든 카메라와 제작 과정을 볼 수 있었어요. 뉴욕은 미디어와 제작의 중심지니까요.

Kira: 이런 경험들은 학생들에게 자신들이 배우는 것들이 실제 세상에서 어떻게 적용되는지 보여주는 데 중요해요. 많은 학생들이 고등학교나 대학교 이후의 진로에 대해 고민하고 있잖아요. 이런 프로그램은 그들에게 직업의 가능성을 직접 보여줘요.

5. Philosophy and Identity: What is the operating philosophy of DCTV? Could you share the key points or primary goals that you prioritize most in running the institution?

Johnny: 저 개인적으로는 청소년 미디어 부서의 사명은 미디어 접근이 부족한 사람들, 특히 젊은 세대에게 미디어 접근 기회를 제공하는 거라고 생각해요. Jessie가 말했듯이, 헐리우드 영화사들은 주로 어른들이 만든 영화들을 제작하잖아요. 그런데 우리는 젊은 세대가 직접 자신들의 영화를 만들고, 자신의 목소리를 낼 수 있는 기회를 제공해요. 이 부서의 사명 중 하나는 학생들에게 미디어가 가진 긍정적인 면과 부정적인 면을 가르치고, 그들이 직접 카메라를 다뤄 자신들의 이야기를 전하고, 자신들의 커뮤니티나 다른 커뮤니티에서 중요하게 생각하는 문제를 옹호할 수 있도록 돕는 것이에요. 저는 이게 우리 부서의 사명이라고 생각해요. 물론 이건 제 개인적인 의견이지만요.

Jesse: 아니에요. 맞아요, 그리고 그게 바로 우리의 사명이죠. DCTV 전체의 사명은 다큐멘터리 영화 제작을 통해 다양한 목소리를 지원하는 거예요. 그리고 우리는 그걸 교육적인 방식으로 하고 있죠. DCTV는 미디어센터로서 다양한 목소리를 담은 콘텐츠를 제작하는 프로덕션 부문과 이를 지원하는 성인 대상 워크숍 부문이 있어요. 그리고 우리 부서는 젊은 세대가 다양한 목소리를 증폭시킬 수 있도록 돕고 있어요. 우리는 정말로 사명을 실천

하고 있어요. 어떤 기관들은 사명이 있다고 말만 하고, 실제로 그 사명을 이행하지 않잖아요. 그런데 우리는 정말로 그 사명을 실천해요. 그게 DCTV가 50년 넘게 지속될 수 있었던 이유라고 생각해요.

Johnny: 맞아요. 우리 청소년 프로그램의 또 다른 장점은 학생들이 미디어 분야의 다양한 측면을 탐구할 수 있다는 점이에요. 편집자, 작가, 감독, 프로듀서 등 다양한 직업에 대해 이해할 수 있는 기회를 제공하죠.

Kira: 우리는 학생들에게 실제 영화 제작을 하게 하죠. 학생들이 촬영하고, 편집하고, 우리가 관여하지 않아요. 물론 조언은 해요. "이렇게 하면 더 나을 것 같다"거나, "이 부분은 이렇게 편집해보면 어떨까?" 같은요. 그렇지만 최종 결정은 학생들이 내리고, 왜 그렇게 했는지 설명할 수 있어야 해요. 우리 프로그램은 '직접 참여'와 '독립성' 사이의 균형을 잘 잡는 것이 중요해요. 학생들이 스스로 배우고 성장할 수 있도록 동료들과의 협업을 장려하죠. 우리는 학생들에게 자유를 준다고 느끼게 하지만, 사실은 세심하게 관찰하며 필요한 순간에 살짝 방향을 잡아줘요. 학생들이 자신의 선택이라고 느끼게 하면서도, 그 과정을 통해 새로운 기술을 배우고 성장할 수 있도록 도와주는 거죠. 결국 학생들은 자신의 본능과 영화 제작 방식, 그리고 창의적인 기법들을 스스로 발견하게 돼요. 그리고 그걸 동료들에게 공유하고, 서로 배우면서 자연스럽게 하나의 시스템이 형성돼요.

6. Historical and Social Background: What are the core values that form the foundation of media centers in the United States? Additionally, we'd like to know about the historical and social context that allowed media centers and media movements to emerge and grow in the U.S.

Johnny: 공립학교와 같은 자원이 부족한 곳에서는 젊은 사람들을 위한 다른 자원과 기관, 지역 사회 기반의 조직들이 필요하거든요. 우리는 공립학교와도 협력해서 그 간극을 메우고 있죠. 학교의 예산이 삭감되었으니까요. 그래서 우리는 정부 지원도 받지만, 주로 재단의 보조금을 통해 이 프로그램을 무료로 운영할 수 있는 거예요. 하지만 그건 필요가 있기 때문에 가능하죠. 그렇지 않으면 아이들은 어디에 가겠어요? 그래서 예술과 같은 분야의 많은 조직들이 생겨났고, 방과 후 프로그램도 포함됩니다. 특히 방과 후 프로그램은 초등학교부터 대학까지 이어지죠. 아이들이 어디에 가야 할지 몰라요. 부모님은 일하고 있고, 아이들은 방과 후에 무엇을 해야 하나요? 길거리를 돌아다니게 두는 것도 아니잖아요.

어린 아이들에게는 거의 보육 같은 역할을 하죠. 하지만 고등학생들에게는 그 이상이에요. 그것은 안전한 공간이면서 동시에 그들의 발전을 돕는 곳이기도 하죠. 젊은 사람들은 에너지가 많아요. 하지만 그들이 긍정적인 공간에 있지 않으면 많은 나쁜 일이 일어날 수 있죠.

DCTV의 역사적인 측면에서는, 1978년에 존과 카코가 뉴욕시에서 예술 프로그램이 모두 축소된 것을 보고 청소년 프로그램을 시작했어요. 뉴욕시에서 존과 카코는 그 필요성을 보고 이 건물과 장비가 있었고, 학생들이 예술 프로그램을 갖지 못한다는 것을 알게 되었어요. 그래서 1978년에 청소년 프로그램을 시작했죠. 그래서 지금까지 이어지고 있어요.

Jesse: 미국의 많은 커뮤니티들이 이런 예술 프로그램, 댄스 프로그램, 스포츠 프로그램을 시작한 이유는 그들 지역에는 그런 프로그램들이 부족했기 때문이에요. 그래서 사람들이 모여서 그 커뮤니티 센터에서 프로그램을 시작하고, 이를 무료로 제공해요. 존과 카코도 우리가 고등학교 프로그램을 무료로 제공하는 이유는 바로 그 필요 때문이에요. 이곳은 고등학생들에게 절대로 돈을 받지 않아요. 무료로 제공되죠. 그게 바로 커뮤니티의 필요이고, 그 필요는 지금도 여전히 존재해요. 그리고 우리는 여러 나라와 파트너십을 맺고 있어요. 예를 들어, 학생들을 러시아, 베이징, 베트남, 쿠바, 멕시코, 아일랜드, 네팔, 인도와 같은 도시로 보내고 있어요. 우리는 '평화의 배'라고 불리는 일본 NGO와 협력해서 학생들이 핵 무장 해제를 다루는 영화를 찍어요. 그래서 우리는 국제적인 협력을 많이 해요. 우리는 유럽에도 갈 예정이에요. 내년에는 고등학생, 대학생, 언론인들에게 영화를 가르치기 위해 유럽으로 갈 계획이에요.
7. Participation: In Korea, many people are not familiar with media centers, which results in low participation rates. We'd like to know about the efforts and methods used by DCTV to encourage active citizen participation. Additionally, we would appreciate your personal opinions on what kinds of programs and approaches could be effective in increasing participation.
Kira: 우리는 학교로 직접 찾아가 워크숍을 열고, 인스타그램이나 페이스북 같은 소셜 미디어에 홍보도 해요. 또 입소문으로도 많이 알려지죠. 학교 상담 교사들과도 연결되어 있어서, 그분들이 학생들에게 방과 후 프로그램으로 우리를 추천해 주는 경우가 많아요. 뉴욕에는 PACE라는 기관이 있어요. PACE는 방과 후 교육을 위한 파트너십을 뜻하죠. 뉴욕시의 학생들과 부모들에게 방과 후 프로그램을 알리는 일을 하고 있어요. 그리고 우리는 텔레문도 같은 뉴스 채널에도 나간 적이 있어요. **Johnny**: 또 우리는 다양한 워크숍을 열어 예술 센터나 학교를 직접 찾아가 우리의 프로그램을 알리죠. 공개 행사도 열어서 일반 시민들이 센터를 둘러보고 우리가 하는 일을 알 수 있도록 해요. 그리고 가장 중요한 점은, 뉴욕시의 13세부터 18세 학생들은 모든 프로그램을 무료로 이용할 수 있다는 거예요. 24세까지도 무료로 참여할 수 있고, 이후에는 졸업생으로서 계속 도움을 받을 수 있어요. 우리는 대부분의 프로그램을 무료로 제공하기 때문에 많은 사람들이 참여하게 되는 것 같아요.

3) LMC Media

(1) 기관 소개

미국 뉴욕주 웨스트체스터(Westchester) 지역에 기반을 두고 있는 LMC Media는 지역 사회의 미디어 접근성을 확대하고, 주민들이 직접 자신의 이야기를 전할 수 있도록 돕기 위해

설립되었다. LMC Media는 지역 뉴스, 공공 행사, 팟캐스트, 다큐멘터리, 스포츠 및 교육 프로그램 등 다양한 콘텐츠를 제작 및 배포하며, 마마로넥(Mamaroneck), 라이넥(Rye Neck), 라치몬트(Larchmont) 지역의 유일한 커뮤니티 미디어 네트워크로 자리 잡았다.

LMC Media의 가장 중요한 역할은 지역 사회의 목소리를 기록하고 증폭하는 것이다. 주류 언론이 지역 소식을 충분히 다루지 않거나 왜곡하는 문제를 해결하기 위해, LMC Media는 지역 주민들이 직접 미디어 제작에 참여하고 지역 사회의 이슈를 공론화할 수 있도록 교육과 장비, 플랫폼을 제공한다. 현재 LMC Media는 케이블 TV 방송, 스트리밍 서비스, 소셜 미디어 플랫폼(YouTube, Facebook, TikTok, Instagram, LinkedIn 등)을 통해 다양한 방식으로 콘텐츠를 배포하며, 지역 사회의 참여를 적극적으로 장려하고 있다. LMC Media는 단순한 미디어 제작을 넘어, 지역 사회의 다양한 계층이 미디어를 활용할 수 있도록 돕는 프로그램과 서비스를 운영하고 있다. 해당 지역에서 발생한 심각한 홍수로 많은 사람들이 피해를 입었던 당시 LMC Media는 미디어센터로서 고통받는 이웃들에게 어떻게 도움을 줄 수 있을지 고민했고, 지역 주민 및 비영리 단체들과 협력하여 지원을 제공하기도 했다. 또한, 이들은 현재 영상 콘텐츠 제작 공간과 장비가 부족한 주민들을 위해 팟캐스트 및 영상 제작 스튜디오를 운영하고 있다. 이렇듯 LMC Media는 마마로넥 지역을 영상 제작에 적합한 환경으로 조성하기 위해 다양한 촬영 지원 및 행정 절차 간소화를 추진하기도 한다. 이를 통해 지역 영화 제작자들이 보다 원활하게 작업할 수 있도록 돕고, 지역 경제 활성화에도 기여한다.

LMC Media는 앞으로도 디지털 플랫폼을 적극 활용하고, AI 및 신기술을 접목한 교육 프로그램을 확대하며, 지역 주민들이 미디어를 통해 자신의 목소리를 낼 수 있도록 지원하는 것을 최우선 과제로 삼고 있다. 특히, Future Filmmaker Project와 같은 청소년 미디어 교육 프로그램을 더욱 확대하여, 다음 세대의 미디어 제작자들을 양성하는 데 집중할 계획이다.또한, LMC Media는 지역 사회에서 더욱 적극적인 역할을 수행하며, 마마로넥 및 웨스트체스터 전역에서 미디어 교육 및 제작 지원의 중심 역할을 강화할 예정이다. 이를 위해 더 많은 지역 행사 및 공익 프로젝트를 기록하고 배포하는 한편, 주민들이 직접 참여할 수 있는 미디어 프로젝트를 지속적으로 개발해 나갈 계획이다. 40년이 넘는 역사를 가진 LMC Media는 앞으로도 지역 사회의 미디어 접근성을 높이고, 모든 주민이 자유롭게 미디어를 제작하고 공유할 수 있는 환경을 조성하는 데 집중할 것이다.

사진141 LMC Media 외관(1)

사진142 LMC Media 외관(2)

사진143 LMC Media 인터뷰 현장

사진144 LMC Media 단체 사진

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2025.01.17 대면 인터뷰
대상자	Matt Sullivan (Executive Director)
인터뷰 주요 내용	• 미국 미디어센터의 역사 및 철학 • 미국 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 공동체 라디오의 의의와 역할

인터뷰 내용 정리
1. Education: What are your key goals and directions in running youth programs? What efforts are made to ensure that these programs continue to thrive rather than being one-time events?
LMC에서 하는 일의 일부는 공공 교육과 정부 미디어센터로서의 역할을 수행하는 것입니다. 그 중에서도 교육은 매우 중요한 요소입니다. 저희는 초등학교부터 고등학교 수준까지 많은 학생들과 일하고 있으며, 지역사회와 그 외 지역의 사람들이 더 나은 스토리텔러가 될 수 있도록 필요한 도구를 제공하는 것을 목표로 하고 있습니다. 또한 사람들이 자신이 목소리를 가지고 있다는 사실과 어떻게 그 목소리를 세상에 들리게 하는 방법을 알게 하는 것도 목표 중 하나입니다. 저희가 추진하는 주요 프로그램 중 하나는 지난해 시작된 'Future Film Maker project' 입니다. 부국장인 Dena Schumaker가 프로그램을 도입의 아이디어를 냈습니다. 이 프로젝트는 지역 학교들과 협력하여 운영됩니다. 참가 자격은 미디어 교육이나 영화 제작을 공부하는 웨스트체스터 고등학생이어야 하며, 자신의 작품(릴)을 제출하고 프로그램에 지원해야 합니다. 프로그램에 선정되면 매년 4명의 영화 제작자를 선발하며, 학기별로 한 명씩 참여하게 됩니다. 참여 학생들에게는 소정의 장학금이 제공되며, 각 학기별로 두 편의 영화를 제작하게 됩니다. 과거에는 세 편의 영화를 제작했지만, 학생들의 학업 부담을 고려해 올해는 두 편으로 줄였습니다. 학생들은 또한 영화에 출연할 배우를 고용하기 위한 소

액의 예산도 지급받습니다. 영화 제작의 유일한 규칙은 영화가 '커뮤니티'에 관한 내용이어야 하며, 커뮤니티 구성원으로서의 의미를 반영해야 한다는 것입니다.

이 프로그램은 젊은 영화 제작자들에게 자신들의 첫 번째 영화를 제작하거나, 아니면 처음으로 영화 제작에 대한 대가를 받는 경험을 제공합니다. 결국 이것은 권한부여(empowerment)에 관한 것이고, 젊은 예술가들에게 목소리와 공간을 제공하고, 세상에 변화를 만들 수 있다고 느낄 수 있게 하는 것에 관한 것입니다.

2-1. Production and Distribution: In the case of LMC Media, is there a well-established connection between production and distribution? If so, how is this process structured?

Lmc는 콘텐츠를 게시할 수 있는 여러 플랫폼을 운영하고 있습니다. 케이블 채널과 웹사이트를 통한 스트리밍도 제공합니다. 또한 ROCO TV나 Apple TV에서 사용할 수 있는 앱도 있으며, 다양한 소셜 미디어 플랫폼도 활용하고 있습니다. YouTube, Facebook, TikTok, Instagram, LinkedIn 등에서 콘텐츠를 제공합니다.

저희는 사람들이 각자 미디어를 소비하는 방식이 다르다는 점을 고려하는 것입니다. 예를 들어, 어떤 사람들은 TV 뉴스를 보며 정보를 얻는 반면, 다른 사람들은 TV를 아예 사용하지 않고, 휴대폰이나 iPad로 콘텐츠를 보기도 합니다. 그래서 가능한 모든 플랫폼에 존재한다면, 우리의 콘텐츠가 최대한 많은 사람들에게 도달할 수 있을 것이라 믿습니다.

2-2. Production and Distribution: Does LMC Media have a distinct approach to addressing the challenge of ensuring local content gains visibility on capital-driven platforms like YouTube?

"보이는 것"은 항상 큰 도전입니다. 우리는 콘텐츠가 넘쳐나는 과포화된 미디어 세계에 살고 있습니다. 누구나 콘텐츠를 제작하고 있고, 너무 많은 정보가 존재하죠. 그런 상황에서 어떻게 주목받을 수 있을까요? 어떻게 우리의 콘텐츠가 보이도록 만들 수 있을까요? 만약 바이럴을 목표로 한다면, 그건 또 다른 게임이겠죠. 하지만 여기서 우리의 목표는 단순히 많은 사람들이 콘텐츠를 보게 하는 것이 아닙니다. 우리는 우리의 콘텐츠가 '의미 있는' 콘텐츠가 되길 원합니다. 의미 있는 콘텐츠를 만드는 방법은 고품질의 로컬 콘텐츠를 제작하는 것입니다. 특히, 다른 곳에서는 다루지 않는 그런 콘텐츠 말입니다. 저는 이 나라에서, 특히 국가적 차원에서의 문제 중 하나가, 뉴스 채널과 뉴스 매체들이 점점 사라지고 있다는 점이라고 생각합니다. 미국 전역의 소규모 지역 사회에서는 점점 뉴스를 접하기가 어려워지고 있습니다. 그래서 우리는 더 많은 미디어센터가 필요합니다. 더 많은 사람들이 로컬 뉴스를 제작해야 하고, 우리 지역 사회에서 이루어지는 좋은 이야기들을 들어야 합니다. 사람들이 흔히 듣고 싶어하는 살인 사건, 범죄, 문제점 같은 이야기들뿐만 아니라, 우리를 부정적으로 몰아가고 세상에 나쁜 일만 벌어진다고 생각하게 만드는 그런 이야기가 아닌, 지역 사회에서 이루어지는 좋은 일들에 주목해야 합니다. 사실, 좋은 일이 많이 벌어지고 있습니다. 우리가 여기서 하려는 것은, 이 지역 사회에서 나오는 좋은 일들, 이곳에 사는 사람들, 이곳에서 비즈니스를 하는 사람들, 그리고 우리의 학생들을 포함한 모두의 이야기를 조명하고 주목하는 것입니다.

3. Networking: Over the past 40 years, LMC Media has fostered civic engagement through programs like municipal meeting broadcasts and “Media Makers.” How have these initiatives influenced networking and communication within the community?
저희는 지역 사회에서 매우 다양한 주제를 다루고 있습니다. 언급하신 시 의회 회의나 미디어 제작자뿐만 아니라, 지역에서 열리는 다양한 행사도 다룹니다. 예를 들어, 새로운 비즈니스의 리본 커팅 행사나 퍼레이드 같은 것도 포함됩니다. 바로 이곳 Mamaroneck Avenue에서는 다양한 프로그램과 커뮤니티 활동들이 열리고, 저희가 지역 사회에 존재감을 드러낼 기회들이 많이 있습니다. 가장 중요한 것은 사람들이 우리를 ‘알게 되는 것’입니다. “우리는 여기에 있고, 당신의 이야기를 전달하고 돕고자 합니다”라는 사실을 알리고 싶습니다. LMC에는 훌륭한 직원들이 열심히 일하고 있으며, 시간을 아낌없이 내주는 자원봉사자들이 있습니다. 또한, 이사진과 지역 사회 전체가 저희의 일을 진심으로 지지해주고 있습니다. 결국 중요한 것은, 그 모든 사람들이 가능한 한 많은 행사에 참여하고, 지역 주민들이 우리가 어떤 일을 하고 있는지 알고 믿을 수 있도록 하는 것입니다. 사람들이 “LMC에 연락해보자”라고 생각하게 되는 것이 중요합니다. 저희가 모든 지역 행사에 대해 알지는 못할 수 있지만, 특히 소셜 미디어 시대에 사람들이 저희에게 다가와 콘텐츠를 공유해준다면, 저희는 그 콘텐츠를 재공유하고 게시하는 데 항상 기꺼이 도움을 드립니다. 그래서 단순히 콘텐츠를 제작하는 것만이 아니라, 콘텐츠를 함께 나누는 것도 매우 중요합니다. 지난 몇 년간 저희는 지역 사회 전체의 목소리를 듣는 데 더 집중해왔습니다. 그것은 단순히 오프라인에서 물리적으로 존재감을 드러내는 것뿐만 아니라, 디지털 플랫폼에서도 지역 사회의 목소리를 들려주는 것입니다.
4-1. Operations and Funding: We would like to know about the key operational staff and funding sources of LMC Media.
저희는 총 4명의 정규 직원이 있습니다. 저는 총괄 책임자(Executive Director)로서 일을 하고 있고, Dina Schumaker는 부책임자(Assistant Director)입니다. 또한, 저희 채널, 스트리밍 웹사이트, 유튜브에서 프로그램의 대부분을 담당하는 Stephan A Louisa가 있습니다. 그리고 Anthony Polyochikio는 지역 회의 기술자(Municipal Meetings Technician)로서 지역 사회에서 열리는 각종 촬영을 관리합니다. 사람들이 저희에게 다뤄줬으면 하는 행사나 이벤트를 요청하면, 이를 조정하고 관리합니다. Anthony는 퍼레이드와 주요 라이브 방송도 관리하고 있습니다. 시간제 직원으로는 Tim Whitney가 스튜디오 매니저로 일하고 있으며, 그리고 다양한 역할에서 함께 일하는 여러 사람들이 있습니다. 예를 들어, 비디오그래퍼, 편집자, 지역 회의 기술자 등이 있습니다. Kier Alexander는 오늘 저희 인터뷰 촬영 카메라를 담당하고 있습니다. Sale Civorello는 여러 해 동안 도움을 준 사람입니다. Sam Singer와 Exeavior

Campo는 지역 회의 기술자로 일하고 있습니다. Logan Sass는 지역 사회에서 열리는 여러 이벤트를 촬영합니다. 제가 다른 파트타임 직원을 빠뜨렸을 수도 있지만, 과거에 저희 팀에서 중요한 역할을 한 사람들도 있습니다. 예를 들어, Hemma Nambier는 오피스 매니저로 큰 기여를 했지만, 지금은 저희와 함께 일하지 않고 있습니다. 또한, 작년에 소셜 미디어 매니저로 활약했던 Lily Vapiano도 마찬가지입니다. 이들은 현재는 LMC와 함께하지 않지만, 저희는 그들의 노고에 깊이 감사드립니다.

저희는 직원, 자원봉사자, 그리고 이사진 없이는 존재할 수 없습니다. 이들의 노력이 없었다면, 지역 사회에 콘텐츠를 전달하는 지금과 같은 활발한 조직이 될 수 없었을 것입니다. 자금 조달 관점에서는, 저희는 세 가지 주요 자금원을 가지고 있습니다. 첫째, 케이블 프랜차이즈 요금은 케이블 가입자들이 지불하는 요금을 통해 조달됩니다. 둘째, 모금 활동으로 저희는 비영리 단체로서 매년 10월에 열리는 큰 갈라(Gala)를 포함해 연중 다양한 모금 활동을 진행합니다. 셋째, 제작 서비스로 사람들은 저희를 고용하거나 이 공간을 대여할 수 있으며, 이를 통해 발생하는 수익은 운영 비용으로 사용됩니다.

4-2. Operations and Funding: Are the media education programs at LMC Media primarily led by internal staff or external instructors? If led by internal staff, is there a training process in place?

제가 언급했던 교육 프로그램 중 하나인 Future Filmmaker 프로젝트에 대해 말씀드리겠습니다. 이 프로그램은 저희 정규 직원 중 한 명인 Dena가 담당하고 있으며, 그녀가 직접 프로그램을 개발했고, 영화를 제작하는 학생들을 멘토링하는 역할도 하고 있습니다. 이 프로젝트에 참여하는 학생들은 대부분 Mamaroneck High School과 Rye Neck High School 출신입니다. 이 학생들은 두 학교의 훌륭한 교사들인 Dave Golden과 Elana Elmusnino 덕분에 이미 충분히 준비가 잘 되어 있고, 뛰어난 실력을 가지고 있습니다.

앞으로 지역 사회에 제공할 교육 과정과 강좌에 대해 말씀드리자면, 이 강좌들은 내부 교육자들과 지역 외부에서 초빙한 교육자들이 함께 담당하게 될 것입니다. 저희는 앞으로 AI 관련 작업에 많이 집중할 계획입니다. 예를 들어, AI가 미디어 제작에 어떻게 활용될 수 있는지 그리고 주민 입장에서 ChatGPT와 같은 AI 프로그램을 이해하고, 그것을 자신의 삶과 사업에 어떻게 활용할 수 있을지에 대한 일반적인 AI 개요를 제공할 것입니다.

5. Philosophy and Identity: What is the operating philosophy of LMC Media? Could you share the key points or primary goals that you prioritize most in running the institution?

LMC Media의 사명은 디지털 미디어를 활용하여 보다 큰 미국 커뮤니티를 연결하고, 창조하며, 정보를 제공하는 것입니다. 이는 커뮤니티를 구축하는 것이며, 저희가 하는 모든 일의 핵심에 자리 잡고 있습니다. 이 사명은 미국 전역의 다른 커뮤니티 미디어 센터들도 공유하고 있는 중요한 목표라고 생각합니다. 특히 여러분이 곧 방문하게 될 보스턴과 그 주변 지역에는 많은 훌륭한 커뮤니티 미디어 센터가 있습니다. 뉴욕 주 역시 이런 조직들이

일부 존재하지만, 전체적으로 커뮤니티 미디어 센터가 부족한 상황입니다.

이 문제를 해결하고 변화시키기 위해, 저희는 입법 활동과 주 전역의 지자체가 미디어센터에 자금을 투자하고 저희와 같은 시설을 뉴욕주 전체에 확산시키도록 하는 이니셔티브를 추진하려고 합니다. 저희가 추구하는 목표와 기반은 모두 커뮤니티와 연결되어 있습니다. 이는 우리가 일반 대중과, 교육 기관과, 그리고 정부와 상호작용하는 방식과 관련됩니다. 결국, 커뮤니티 내 모든 사람들이 이곳에서 살고, 일하고, 여가를 즐기는 의미를 더 잘 이해하고, 이 지역이 왜 살기 좋고 방문할 만한 가치가 있는지 알게 하는 것이 목표입니다.

많은 미디어 매체는 부정적인 보도를 하거나 아예 주목하지 않는 경우가 많다고 생각합니다. 그들은 사람들의 관심을 끌기 위해 자극적이고 불안감을 조성하는 헤드라인을 내세우는 경향이 있습니다. 예를 들어, “지하철에서 또 어떤 범죄가 일어났는지 알아봐야겠다”는 식으로 사람들을 계속해서 불안하게 만듭니다.

하지만 저희는 희망에 초점을 맞추고자 합니다. 우리의 목표는 이 지역사회를 모두에게 더 나은 곳으로 만들고, 더 나아가 더 나은 세상을 만들어가는 데 기여하는 것입니다. 물론 우리는 세계의 작은 조각에 불과하지만, 모두가 뉴스를 대하는 방식, 정보를 생각하고 보도하는 방식을 조금씩 바꾼다면, “이 세상이 그렇게 나쁜 곳만은 아니다”라는 메시지를 전할 수 있을 것입니다. 그리고 더 나은 세상을 위해 함께 노력해야 한다고 믿습니다.

6. Historical and Social Background: What are the core values that underpin media centers in the United States, and how have historical and social contexts facilitated the emergence and growth of media centers and movements in the United States?

핵심 가치와 관련해서는, 아까 말씀드린 것처럼 결국 커뮤니티가 핵심입니다. 이는 정보를 공유하고 교환하여 사람들이 “무슨 일이 일어나고 있는지 알고, 서로 도움을 줄 수 있도록” 하는 것입니다. 예를 하나 들어보겠습니다. 몇 년 전 이 지역에서 심각한 폭풍과 홍수가 발생했을 때, 많은 사람들이 큰 피해를 입었습니다. 주민들, 사업체들 모두 홍수로 인해 큰 피해를 봤죠. 그 당시 저희는 많은 전화 문의를 받았는데, “어떻게 이웃을 도울 수 있을까요?”라는 질문이 많았습니다. 사람들은 주변 이웃들이 고통받고 있다는 사실을 알고 있었고, 어떤 사람들은 홍수로 인해 모든 것을 잃기도 했습니다. 그들은 도움을 주고받는 방법을 알고 싶어 했습니다. 그 이유는 사람들이 저희가 커뮤니티 내 여러 조직과 깊이 연결되어 있다는 것을 알았기 때문입니다. 이는 단순히 정부 기관뿐만 아니라, 홍수 피해자를 돕기 위해 많은 활동을 하는 비영리 단체들과도 연결되어 있음을 뜻합니다. 예를 들어, ‘풀러 센터 (Fuller Center for Greater Housing)’가 떠오르는데, 그곳의 짐 콜러린(Jim Colorin) 씨는 이 지역 사람들을 돕기 위해 엄청난 노력을 기울이고 있습니다.

결국, 가장 중요한 것은 이러한 ‘연결’입니다. 미디어센터는 커뮤니티 내에서 “무슨 일이 일어나고 있는지 이해하고, 도움을 줄 수 있는 주요 인물이나 조직이 누구인지 파악하며, 도움이 필요한 사람이 그 도움을 받을 수 있도록” 다리를 놓는 역할을 합니다. 저는 이것

이 미디어센터가 제공할 수 있는 가장 위대한 가치라고 생각합니다. 즉, 사람들을 연결하고, 다리를 만들어주는 것입니다.
7. Command Center: Is there a specific organization in the U.S. that functions as a Command Center for media centers and public access channels? If so, which entity plays this role—government departments, ACM (Alliance for Community Media), FCC (Federal Communications Commission), or perhaps a third-party organization? Do you think such a Command Center is necessary, or do you believe it is unnecessary?
FCC는 정부 관점에서 모든 것을 감독하지만, 미디어센터의 메시지를 지원하고 홍보하는 중앙 명령 체계나 조직에 대해 말하자면, 그것은 바로 커뮤니티 미디어 연합(Alliance for Community Media)입니다. 이 연합은 국가 차원의 본부와 지역 지부를 운영하며, 미국 전역에서 커뮤니티 미디어 센터의 활동을 지원하고 있습니다. 이 그룹은 정말 훌륭하며, 저도 이를 통해 전국 각지의 많은 동료들을 만날 수 있었습니다. 우리는 컨퍼런스, 워크숍, 줌 회의 등을 통해 서로 교류하며, 이러한 기회 덕분에 넓고 방대한 네트워크가 더 가깝고 친근하게 느껴지기도 합니다. 동료들끼리 서로를 알고, 협력하며, 도움을 주고받을 수 있는 관계를 형성하게 됩니다. 특히, 리스트 서브(List Serve)라는 온라인 포럼은 정말 놀랍습니다. 이 포럼은 커뮤니티 미디어 리더나 관련 조직에 속한 사람들이 질문을 올리고, 전국의 동료들로부터 조언과 답변을 받을 수 있는 플랫폼입니다. 예를 들어, “저작권 문제에 대해 궁금합니다”라는 질문을 올리면, 다른 지역의 전문가들이 그 문제에 대한 지혜와 경험을 공유해줍니다. 이는 서로 도울 수 있는 귀중한 자원 역할을 하고 있습니다. 또한, 커뮤니티 미디어 연합이 주최하는 컨퍼런스는 동료들과의 배움과 교류를 촉진하는 중요한 기회입니다. 이 컨퍼런스에서는 교육 워크숍, 네트워킹 행사, 그리고 전국에서 제출된 프로그램을 심사하여 우수작에 상을 수여하는 시상식이 포함됩니다. 각 지역의 참가자들이 자신의 프로그램을 공유하고, 그 성과를 인정받으며, 서로 배울 수 있는 기회를 제공합니다. 결국, 이러한 플랫폼과 활동은 사람들이 모여 자원을 활용하고, 서로 배우며, 네트워크를 확장하는 데 크게 기여합니다. 이는 커뮤니티 미디어 센터가 서로 협력하며 더 나은 사회를 만드는 데 중요한 역할을 하고 있다는 점을 보여줍니다.
8. Exchange Between Media Centers: Is there active exchange between media centers in the U.S.? If so, how does this exchange take place, and what kinds of information or activities are typically shared?
다시 말해, 커뮤니티 미디어 연합(Alliance for Community Media)은 사람들이 정보를 교환할 수 있는 가장 중요한 플랫폼 중 하나입니다. ‘리스트 서브(List Serve)’를 비롯해, 매주 전국의 커뮤니티 미디어 센터에 발송되는 이메일을 통해 정보를 공유합니다. 만약 아직 이 네트워크에 참여하지 않은 미디어센터가 있다면, 반드시 가입하실 것을 강력히 권장

합니다. 이 네트워크는 우리 모두가 연결되고 서로를 지원하며 성장할 수 있는 중요한 기반이 되기 때문입니다.
9. Participation: We would like to know how LMC Media encourages active citizen participation. Additionally, we would appreciate your personal opinions on effective programs and approaches to increase participation.
우리는 매우 개방적인 정책을 가지고 있습니다. 이 공간을 누구나 자유롭게 이용하고, 자신의 이야기를 전달하는 데 필요한 서비스를 활용하기를 바랍니다. 궁극적으로 우리의 목표는 사람들이 자신의 이야기와 메시지를 효과적으로 전달할 수 있도록 장애물을 제거하는 것입니다. 우리는 대중(시민들, 지역 주민들)을 위해 무료 장비 사용을 제공하며, 이 공간은 Mount Meric 지역 주민, 기업, 그리고 학교 구역 내에서 무료로 이용할 수 있습니다. 또한, 프로젝트 작업을 위한 무료 편집 스테이션도 제공합니다. 이러한 모든 서비스는 접근성과 권한 부여를 중심으로 하며, 사람들이 필요한 도구를 쉽게 활용할 수 있도록 돕는 데 초점을 맞추고 있습니다. 더불어, 저희 직원들은 매우 뛰어난 전문가들로 구성되어 있어, 미디어에 대해 전혀 모르는 초보자부터 어느 정도 지식을 가진 사람, 또는 미디어 전문가까지 모두 지원할 준비가 되어 있습니다. 예를 들어, 뉴욕에서 전설적인 뉴스 앵커로 활동했던 어니 나스터스(Ernie Nastus)라는 분이 계셨는데, 그분은 이곳의 전문적인 시설을 활용해 자신의 프로그램을 제작하기도 했습니다. 이처럼 누구나 이 공간을 이용할 수 있습니다. 이 공간은 모두를 위해, 그리고 대중을 위해 제공되는 공간입니다.
10. Other: According to the annual report, LMC Media launched a Diversity, Equity, and Inclusion (DEI) Committee in 2022. What role does the DEI Committee play within the media center, and why do you believe it is significant?
전국적으로 더 개방적이고, 다양한 배경과 철학, 외모를 가진 사람들이 모두 자리를 가질 수 있도록 하려는 움직임이 이어지고 있는 것 같습니다. 이건 정말 중요합니다. 우리는 모두 이 테이블에 자리를 가져야 합니다. 미국에서는 모든 사람이 한 표를 가지고 있으며, 목소리와 이야기를 가지고 있습니다. 이러한 모든 것은 존중받아야 합니다. 그것이 바로 우리가 여기서 하는 일의 핵심입니다. 돈이 많든, 배경이 어떻든, 무엇을 믿든, 누구에게 투표했든 상관없이, 사람들이 와서 미디어를 만들고, 대화를 나눌 수 있어야 합니다. 그런데 현재 우리가 직면한 가장 큰 문제 중 하나는 사람들이 서로 대화하는 것을 멈추고, 자기들끼리만 이야기하는 환경이 만들어졌다는 점입니다. 이런 환경은 사람들을 '여기'와 '저기'라는 두 극단으로 나누고, 그 사이에 아무것도 없는 상태를 만들어냈습니다. 이렇게는 살 수 없습니다. 이런 방식은 지속 가능

하지 않죠.

우리는 대화와 타협을 기반으로 살아야 합니다. 이 세상에서 모든 일이 우리가 원하는 대로 이루어질 수는 없기 때문입니다. 누군가는 이쪽에 있고, 다른 누군가는 저쪽에 있을 수 있지만, 우리는 중간에서 만날 방법을 찾아야 합니다. 저는 이것이 어른이 되어가는 과정의 일부라고 생각합니다. 자신이 원하는 대로 되지 않는 상황을 받아들이고, 서로 다른 생각을 가진 사람들과 대화를 나누며, 우리가 공통으로 가지고 있는 점, 우리를 연결하는 것이 무엇인지 찾아야 한다는 것이죠.

이러한 연결점이 정말 중요합니다. 그리고 이 연결은 사람들이 실제로 앉아서 서로 이야기를 듣고 나누는 과정에서만 만들어질 수 있습니다. 그래서 저는 이 공간이 참 좋습니다. 우리가 이 스튜디오와 시설을 만들 때, 공공에게 따뜻하고 개방적인 느낌을 주고 싶었습니다. 마치 친구들과 저녁 식사를 하며 대화하는 거실처럼 느껴지기를 바랐습니다.

이 공간은 사람들이 앉아서 서로의 이야기를 듣고, 대화를 나눌 수 있는 장소입니다. 오늘 이 자리에 와주셔서 감사합니다. 여러분의 시간과 LMC, 그리고 커뮤니티 미디어에 대한 관심에 진심으로 감사드립니다.

4) 박혜정 활동가

(1) 전문가 소개

본 인터뷰는 박혜정 활동가와의 인터뷰를 통해 미국 미디어센터의 역사와 재원, 청소년 미디어에 대한 깊이 있는 이해를 도모하고자 하였다. 30여 년 넘게 미국에서 미디어 관련 일을 하다 현재는 이민자들 대상의 교육을 하고 있는 박혜정 활동가는 뉴욕의 미디어센터인 DCTV, MNN의 설립 초기부터 근무하며 함께 성장한 경험을 바탕으로 미국 미디어센터의 특수한 역사와 재원, 청소년 미디어 프로그램에 대한 깊이 있는 이해를 제공한다. 또한 한국 미디어센터와의 다양한 협력 경험을 바탕으로 국내외 미디어센터의 차이점을 제시하고, 변화하는 미디어 환경 속에서 미디어센터가 나아갈 방향성을 제시하며 미디어센터의 퍼실리테이팅(facilitating) 역할을 강조한다. DCTV의 설립자인 Jon Alpert의 소개로 진행된 본 인터뷰에서는, DCTV 설립 초기 인턴으로 시작한 박혜정 활동가의 경력부터 살펴보았다.

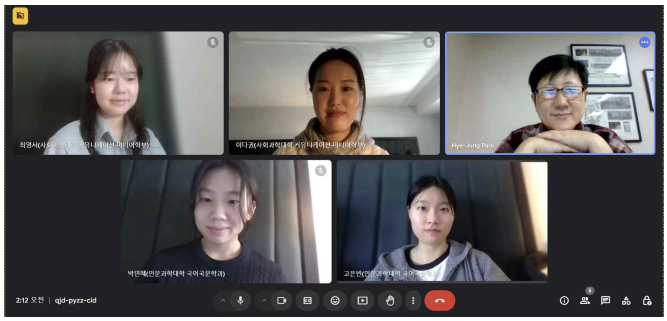


사진145 박혜정 활동가 비대면 인터뷰

(2) 전문가 인터뷰 전문

일시 및 방식	2025.01.20. 비대면 인터뷰
대상자	박혜정 미디어 활동가
인터뷰 주요 내용	• 미국 미디어센터와 국내 미디어센터 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 청소년 대상 미디어 교육 및 풀뿌리 민주주의 • 재원의 다양화

인터뷰 내용 정리
1-1. 미국의 미디어센터: 미국의 대표적인 커뮤니티 미디어 센터인 DCTV와 MNN에서 활동하셨는데, 각 기관에서 구체적으로 어떠한 일을 하셨는지 궁금합니다. 또한 두 기관의 연관성과 차이점에 대해서도 더 자세한 설명을 듣고 싶습니다.
DCTV는 1972년에 설립된 아주 초기 미디어센터인데, 제가 대학교 4학년 때 그곳에서 인턴을 했어요. 당시 이민자로서 사회적, 정치적 의식이 깨어나기 시작하던 시기였고, 미디어가 이런 상황에서 어떤 역할을 할 수 있을지 고민하던 중 학교에서 DCTV 인턴십을 소개받아서 약 3개월간 참여하게 됐어요. 개인적으로 관심이 많았던 분야라 인턴 기간 동안 홈리스 문제에 주목하게 됐고, 거리의 홈리스분들을 초청해서 상영회를 열었는데 반응이 정말 좋았어요. 또, 청소년 문제에도 관심이 많아서 적극적으로 활동했습니다. 인턴십이 끝난 후, 졸업을 앞두고 DCTV에서 프로그램 디렉터, 매니징 디렉터를 맡아달라는 제안을 받았어요. 당시 미국에 온 지 5년 정도밖에 되지 않아서 정말 아무것도 모르는 상태였지만, 일을 시작하게 됐죠. DCTV에서 개인과 집단을 위한 다양한 프로그램을 개발하면서 특히 청소년과 주변화된 사람들의 목소리를 낼 수 있는 플랫폼을 만드는 데 집중했어요. 그렇게 약 4년 동안 활동했습니다. 그 후 국제 미디어가 어떻게 운영되는지에 관심이 생겨서 대학원에 진학했고, '글로벌화 시대의 로컬 미디어'를 주제로 석사 논문을 썼어요. 그러다 DCTV에서 다시 함께하자는 요청을 받았고, 이번에는 글로벌 커뮤니티와의 연계에 초점을 맞췄습니다. 멕시코와 러시아 등 국제 사회에서 청소년 교류 프로그램을 운영하면서 로컬과 글로벌의 연결 지점을 고민하며 활동했어요. 2000년경에는 맨해튼 네이버후드 네트워크(MNN)로 옮겼는데, 그때 조지 소로스 파운데이션의 지원을 받는 청소년 채널을 만드는 프로젝트를 함께하자는 제안을 받았어요. 미국 전역의 약 300개 지역 케이블 채널 중에서 지역 사회와 협력적인 7개 방송국을 선정해서 청소년 프로그램을 강화하고, 이 7개 채널에서 청소년 네트워크를 구축했어요. 워크숍이나 반전 운동 같은 이슈를 중심으로 청소년들이 직접 목소리를 낼 수 있도록 지원하는 일이었죠. MNN에서는 약 6년 정도 있었습니다.

그 후에는 진보적 재단 네트워크인 '펀딩 익스체인지 파운데이션(Funding Exchange Foundation)'으로 옮겨서 미디어 정의 펀드를 운영하게 됐어요. 새로운 책임자로서 약 4년 동안 일하면서, 기존의 상향식(top-down) 방식이 아닌 진짜 풀뿌리(grassroots)에서 필요로 하는 미디어 정책이 무엇인지 고민하고, 사람들이 스스로 조직화해서 개혁을 이루는 방안을 연구했습니다. 또, 직업과 관계없이 개인적으로 다큐멘터리 영화도 제작했어요.
대학교에서는 뉴욕대학교(NYU)와 뉴스쿨(The New School)에서 아시안 아메리칸 미디어를 강의해달라는 요청을 받았어요. 하지만 저는 아시안 아메리칸 미디어 자체보다는 아시아계와 흑인들이 어떤 공감대와 공통점을 가질 수 있을지에 더 관심이 있었어요. 그래서 두 학교에 'Asian and African American Media'라는 수업을 제안했고, 흑인 미디어 전문가와 함께 강의를 진행했습니다. 이 수업에서는 역사, 젠더 문제, 인종, 계급 이슈가 양쪽 커뮤니티에서 메인스트림 미디어와 독립 미디어에서 어떻게 묘사됐는지, 어떤 점에서 공통점이 있고 차이점은 무엇인지 토론하는 방식으로 진행했어요.

1-2. 미국의 미디어센터: 미국의 커뮤니티 미디어 센터가 가진 공통적인 특성이 있다면 무엇인가요? 커뮤니티 미디어 센터의 역할과 목적에 대해 여쭙고 싶습니다.

미국의 커뮤니티 미디어 센터는 사회적, 정치적 맥락과 기술적인 측면에서 볼 수 있습니다. 미디어센터가 처음 등장한 배경을 보면, 60년대 말 반전 운동과 시민권 운동이 확산되면서 기존의 메인스트림 미디어와는 다른 방식으로 미디어를 활용하려는 움직임이 나타났어요. 예를 들어, 제3세계 뉴스릴 같은 경우 16mm, 8mm 카메라를 들고 다니며 반전 메시지를 전파하면서 미디어를 적극적으로 활용하기 시작했죠.

또한, 당시 소수민족, 특히 흑인이나 아시아계 역사에 대한 학과가 전혀 없었는데, 젊은층을 중심으로 이런 것들을 요구하면서 ethnic movement(민족 운동)가 활발해졌습니다. 이런 과정에서 대학 내에 관련 학과를 설립하고, 자신의 정체성을 확립하려는 노력들이 미디어와 연결되기 시작했어요.

특히 버클리 같은 지역에서는 이러한 미디어 운동이 활발하게 이루어졌고, 70년대에 들어서면서 소니 카메라 같은 기술적 혁신이 일어나 개인들도 미디어를 소유하고 활용할 수 있는 환경이 조성되었습니다. 이렇게 반전 운동, 시민 운동과 같은 사회적·정치적 흐름과 기술적 혁명이 맞물리면서, 카메라는 사람들의 목소리를 낼 수 있는 중요한 도구(outlet)로 자리 잡았어요.

그러면서 사람들이 집단적으로 움직이며 공동체 의식을 형성하고, 미디어를 적극적으로 활용하기 시작했습니다. 이와 동시에 미국 정부가 미디어센터 설립을 지원하면서, 여러 지역에서 미디어센터들이 생겨나기 시작했어요.

하지만 미디어센터들이 정부나 기업의 지원을 받게 되면서 점차 기존의 운동성을 잃고 타협해야 하는 상황에 놓이게 됐습니다. 이와 관련해 The Revolution Will Not Be Televised라는 책에서는 펀딩을 받으면 결국 정부나 기업의 영향을 받을 수밖에 없고, 그 과정에서 운동적 성격이 희석될 위험이 있다고 경고하고 있어요. 실제로 미디어센터들은

grassroots(풀뿌리) 성격을 유지하려고 노력했지만, 현실적으로 정치적 운동성을 잃고 타협하는 경우가 많았습니다.

DCTV 같은 곳에서도 특정 주제 때문에 지원을 받지 못하는 건 아닐까 하는 고민이 늘 있었어요. 그래서 미디어센터들이 많이 생겨나기도 했지만, 반대로 문을 닫는 곳도 많았습니다. 요즘은 개인들이 스마트폰을 통해 직접 미디어를 활용하는 시대가 되면서, 미디어센터의 역할도 변화해야 한다는 고민이 계속되고 있어요.

2-1. 국내와 미국의 차이점: 국내와 미국의 미디어센터는 어떤 차이점이 있나요? 각각이 가진 특성과 강점이 있다면 무엇인지 알고 싶습니다.

국내에서도 독립 영화 운동이 매우 활발했습니다. 특히 독재 정권 아래에서 많은 사람들이 위험을 감수하며 영화를 만들었고, 노동자 뉴스, 푸른영상, 여성 집단, 서울영상집단 등 다양한 그룹들이 존재했어요.

80년대 당시, 국내 상황을 잘 알지 못했던 저는 한국 사회 운동을 어떻게 알릴 수 있을지 고민하며 여러 영상 집단과 연계해 영상을 밀수했습니다. 그때는 정치적 검열이 매우 심했기 때문에, 제목을 일부러 다르게 적고 앞부분 5~10분은 전혀 다른 내용을 넣어 위장한 후, 마치 밀수하듯 비디오를 한국에서 미국으로 보내는 방식으로 진행했어요. 이렇게 전달된 영상들은 미국의 상영회에서 공유되었죠.

그러나 문민 정부가 들어서면서 미디어센터들이 생기고, 정부나 지자체의 지원이 들어가기 시작했습니다. 정부나 지자체의 지원은 미디어에 대한 인식을 확산시키는 데 긍정적인 영향을 미쳤지만, 반면 운동성이 희석되지는 않았을까 하는 고민도 들었어요. 미국에서도 비슷한 고민을 했던 것처럼, 한국 역시 공적 자원에 대한 의존도가 높기 때문에, 미국과 마찬가지로 운동성이 약화되는 폐단이 생길 가능성에 대한 우려가 있습니다.

2-2. 국내와 미국의 차이점: 한국에서는 미디어센터들이 케이블 채널을 활용하는 경우가 적은 편입니다. 활동가님께서는 케이블 채널과 뉴미디어 중 어떠한 매체를 활용하는 것이 더 적절하다고 생각하시는지 그 의견이 궁금합니다.

(1) 케이블 채널

케이블 채널은 케이블이 있어야 하고, 그 케이블을 구독하는 사람이 있어야 하며, 수수료를 내야 합니다. 그럼에도 불구하고 중요한 것은, MNN(Manhattan Neighborhood Network)이 생기기 전, 이를 만들기 위해 몇 년 동안 싸운 과정입니다. 그냥 만들어진 것이 아니라, 채널을 만들기 위해 케이블 회사에 요구하고 데모하며 몇 년을 싸웠어요.

채널을 만들려면 채널 몇 개를 지역에 할당하라는 요구를 했고, 그렇게 해서 MNN이 만들어졌습니다. 케이블 회사가 채널을 만들기 위해 그 지역에 선을 깔려면 그에 대한 사용료를 내라는 요구였어요. 기업들이 우리의 땅과 하늘을 마음대로 쓰는 것이 아니라, 그에 대해 돌려주는 것을 두고 싸워서 얻은 것이기 때문에 시민의 권리이며, 그래서 케이블도 중요한 것입니다.

(2) SNS

미디어센터는 사람들을 모으고 공동의 목적을 위해 함께 작업하게 만드는 역할을 많이 했다고 생각합니다. MNN이나 DCTV 같은 미디어센터는 사람들을 모아 공동의 목표를 위해 일하게 만들었어요.

그러나 소셜미디어는 개개인이 소유하고 있다는 점에서 장점과 단점이 있습니다. 소셜미디어에서는 개인이 자유롭게 자기 의사를 표현할 수 있지만, 예전처럼 집단의 공동 목표를 위해 함께 일하는 것은 어려워졌어요.

Mobilizing과 organizing은 다릅니다. 예를 들어, 데모에 단순히 참여하는 것은 mobilizing이라고 할 수 있으며, 이는 짧은 시간 안에 많은 사람들이 모이는 것이에요. 반면 organizing은 더 복잡한 과정으로, 참여자들이 주인의식을 가지고 후속 행동이나 목표를 명확히 인식하고 참여하는 과정입니다. 소셜미디어는 자유로운 표현을 가능하게 하지만, 그 한계도 분명해요.

미국에서는 표현의 자유가 남용되는 사례가 많습니다. 자유를 '하고 싶은 대로 다 하는 것'으로 해석하는 경우가 많아요. 반면, 한국은 아직도 '우리'라는 표현을 많이 쓰는 것처럼, 공동체적 개념이 강조되는 편입니다.

3. 기금 및 재원: 미디어센터를 운영할 때, 공적 재원 중심의 운영과 재원의 다양화 중 무엇이 더 적합하다고 생각하시나요? 한국 미디어센터는 대부분 공적 재원에 의존하는 편인데, 재원 다양화를 위해서 어떤 방법이 있을지 궁금합니다.

다양화가 우선돼야 한다고 생각합니다. 아까 말씀드렸듯이, 공적 지원에 의존하다 보면 타협해야 할 부분이 많아집니다.

다원화를 한다면, 40%는 공적 지원에서, 20% 또는 30%는 부유한 기부자들의 지원으로 운영할 수도 있습니다. 또, 멤버십을 통해 자원을 넓히는 방법도 있는데, 멤버십을 활용하면 사람들이 주인의식을 가지게 돼요. 공적 지원에만 의존하면 쉽게 무너질 수 있고, 정책 변화나 정권이 바뀔 때마다 눈치를 보게 됩니다. 그런 정치적 혼돈에 빠지지 않으려면 다양한 출처에서 지원을 받아야 하고, 많은 사람들이 다양한 방식으로 센터 운영에 참여할 수 있도록 하는 것이 가장 좋은 방법이라고 생각해요.

미식축구 팀 중 하나인 '패커스'는 지역에서 만든 팀입니다. 다른 팀들은 대부분 돈이 많은 기업의 지원을 받지만, 이 팀은 비영리 단체로서 지역 주민들의 지원을 받아 운영돼요.

펀딩 관련 일을 할 때도 후원자들을 접촉했는데, 그때 슬로건이 'Not charity but change'였습니다. 후원자들에게 단순한 자선 활동이 아니라 변화를 만들기 위한 행동임을 강조했어요. 돈이 있지만 직접 거리로 나설 수 없다면, 그 돈으로 변화를 만들어야 한다는

메시지를 전했습니다. 그래서 후원자들이 책임감을 느낄 수 있도록 했고, 그들을 네이티브 아메리칸들이 사는 지역으로 데려가서 그곳에서 겪는 현실을 보여주며 후원 교육도 진행했어요.

4-1. 청소년과 미디어: 청소년 대상의 미디어 교육이 중요한 이유와 한국의 교육이 나아가야 할 방향에 대한 활동가님의 의견을 듣고 싶습니다.

한국의 청소년들에 대해서 잘 알지 못하지만, 미국의 청소년들은 자신의 정체성을 찾고 권리를 찾는 과정에서 미디어를 사용해요. 요즘 소셜 미디어를 각자 가지고 있으니까, 우리가 할 수 있는 일은 그들에게 미디어를 사용하는 이유와 방향에 대해 교육하는 것입니다. 청소년들과 일하는 지도자들이 똑똑해야 하며, 단순히 기술적이거나 예술적인 측면에서 다큐멘터리를 만드는 것이 아니라, 사회적 의식 교육이 먼저 이루어져야 해요. 예를 들어, 제가 dctv나 다른 곳에서 일할 때, 학생들이 나름대로의 사회적 의식을 가지고 미디어를 통해 그들의 메시지를 전달하려는 경우가 많았어요. 그들은 무엇을 해야 할지 먼저 알고 미디어를 통해 이를 표현하려는 의지가 강했기 때문에 신선하고 내용이 알찬 경우가 많았어요.

기술적인 측면은 점점 발전하고 있지만, 중요한 것은 청소년들이 미디어를 통해 변화를 이끌어내는 것입니다. 한국과 미국에서 청소년들이 사회 변화를 주도한 사례가 많아요.

저도 볼리비아에서 원주민 학생들과 함께 일을 하며, 학생 한 명만 변화시키는 게 아니라, 학생이 자기 고향에 돌아가서 마을 전체를 다 변화시키는 모습을 보았어요. 이를 통해 교육의 중요성을 깨달았고, 한 사람 한 사람의 성장에 자극을 주는 일이 얼마나 중요한지에 대해 많이 고민하게 되었어요.

한국에서는 입시에 대한 부모님들의 관심이 커요. 이런 보살핌을 못 받는 친구들이 더 할 얘기들이 많고 미디어를 이용해 할 수 있는 것들이 많은 것으로 예상돼요. 그런 친구들에게 미디어를 통해 그들에게 도구와 공간, 시간을 제공할 수 있어요.

4-2. 청소년과 미디어: 청소년 운동의 일환인 청소년 미디어가 아직 한국에서는 활성화되지 않은 편입니다. 청소년 미디어의 필요성과 나아가야 할 방향에 대한 활동가님의 의견이 궁금합니다.

저는 청소년 중에서 우리가 좀 더 관심을 쏟아야 할 청소년들이 누구인지 찾아야 한다고 생각해요. 그리고 아까 말씀드린 대로, 그들과 함께 어떤 변화를 추구하는지에 대해서도 고민해야 해요. 그 친구들이 오는 게 아니라 우리가 찾아가야 한다고 생각해요. 찾아가서 같이 일하고, 여러 방법론이나 의식적인 면에서도 같이 얘기하면서 변화를 이루어가는 거죠.

여기서도 프로그램에 오는 아이들은 대부분 엄마가 보내서 오는 애들이 많아요. 물론 알아서 오는 애들도 있지만, 올 수 있는 여건이 되는 애들이죠. 그런데 제가 DCTV에서 뉴스

프로그램을 할 때, 학교에 직접 찾아갔어요. 일일이 찾아가고 집에도 찾아가고 그랬어요. 학생이 가지고 있는 상황이 어떤지, 그 학생이 겉보기와는 다르게 가지고 있는 문제나 환경이 어떤지 다 알아보고, 그런 것들을 함께 변화를 이끌어가려고 했어요. 그냥 "네가 알아서 찾아서 와"라고 하는 건, 그때 그 아이들은 거의 정해져 있어요.

여기도 재소자 청소년들을 위한 프로그램도 있고, 일부러 저소득층 학교에서도 프로그램들이 진행되고 있어요.

한국에서도 요새 찾아가는 미디어들이 많더라고요. 그런데 이런 프로그램들이 끝나고 나서, 그들이 어떻게 지속적으로 활동을 할 수 있는지에 대한 고민이 필요하다고 생각해요. 미디어 작업을 하고 나서, 그들이 계속해서 작업을 이어나갈 수 있는 방법을 생각해야 해요. 지역센터로 연결시켜주던지.

코로나가 끝나고 나서 브라질의 포미스 청소년들과 비디오 프로그램을 진행했었는데, 그 친구들은 정말 열악한 환경에 있었어요. 그런데 2년 하고 끝났어요. 카메라를 줬는데, 카메라가 부서졌고, 그걸 고칠 줄 몰라서 어떻게 할 수 없었죠. 나중에 아는 사람과 연결을 시켜주었긴 했지만, 우리도 많이 무책임하게 대처했다고 느꼈어요.

5. 네트워킹: The Funding Exchange에서 활동하며 미국의 미디어 단체를 모아 자원을 서로 공유하도록 일종의 네트워킹을 하신 것으로 알고 있는데, 미디어센터 간 네트워킹 방식과 중요성에 대해 구체적인 설명을 듣고 싶습니다. 더불어 이러한 네트워킹을 강화하기 위해 어떠한 노력이 필요한지 여쭙고 싶습니다.

The Funding exchange 있을 때 미디어 정책 같은 것들은 주로 연방 정부에서 많이 검토를 했습니다. 그래서 어떤 도시나 주 쪽에서 하는 게 아니라, 다 하나로 모여져야 해요. 일부러 미국 법률가들이 법안들을 어렵게 쓰는데, 이런 것들을 사람들이 이해할 수 있도록 하고, 그들의 필요와 변화가 필요한 지점을 알아야 돼요. 그래서 그 사람들이 다시 그들의 언어로 이것들을 바꿔서 운동이 이루어져야 해요. DC에 가서 정책을 바꾸는 건 몇몇 사람이 할 수 있지만, 그건 운동이 아니에요. 실제 사람들이 자기의 필요를 위해 목소리를 내고, 요구를 하는 과정이 운동이기 때문에, 이런 것들이 지역적으로 다 연결이 되어야 해요. 이런 법안을 만들 때, 누가 한 그룹의 목소리가 아니라 모든 사람들의 이해를 반영해야 해요. 그렇기 때문에 우리는 그 법안에 상관없다고 생각할 수 있지만, 그게 아니라 나도 필요하고 너도 필요하니까 우리 같이 이렇게 해야 된다라는 네트워크 같은 것들이 필요한 거예요.

DCTV에 옛날에 스튜디오가 없었어요. MNN에서 DCTV에 작은 스튜디오를 만들어 주는 대신에 차이나타운 근처나 다운타운에 살고 있는 사람들의 스튜디오 프로덕션을 도와줄 수 있겠냐고 제안했어요. 그래서 MNN의 돈 가지고 스튜디오 만들어서 하고, MNN의 채널을 통해서 유통했어요. MNN은 나름대로 그런 콘텐츠를 얻으니까 좋은 거고, 우리는 스튜디오가 있으니까 사람들이 와서 활용할 수 있는 것도 있으니까 좋았어요. 그래서 돈 있는 사람은 돈 내고, 조금 더 있는 단체는 그걸로 자원 공유를 하는 것들이 활성화돼야 된다고 생각해요. 왜냐하면 가끔 보면 서로 너무 경쟁을 해요. 어떤 단체가 이번에 이거 받으면

우리는 못 받아요. 자원이 다양화되는 것도 그런 이유죠. 그렇게 돼야지 진짜 나름대로 공유할 수 있는 여력이 생기는 거지요. 서로 경쟁하면 경쟁하느라 바빠요. 그렇게 되면 내가 사는 게 먼저이기 때문에 네트워크 안 하게 돼요.

6. 풀뿌리 민주주의: 미디어 운동과 미디어센터가 풀뿌리 민주주의의 실현에 있어 중요하다고 생각하시나요? 그렇다면 그 이유가 무엇인지 궁금합니다.

하나의 예로, 제가 미디어센터에서 퍼실리테이팅 역할을 얘기했었는데, 예전에 '파이딩 레이시즘'이라는 주제로 뉴욕에서 회의가 있었어요. 그때 한 50개 단체가 나왔고, 그 주제에 대해 어떤 이슈를 다룰지에 대해 의견이 다 달랐어요. 각자 내가 제일 중요하다, 내가 제일 희생양이다라는 식이었죠. 그래서 나름대로 grossroots 오가니제이션을 하려는데, 아니야, 건설 노동자의 이슈가 중요하다, 이민자들의 이슈가 중요하다, 차이나타운 이슈가 중요하다 등, 50가지가 나왔어요. 50개의 단체가 각기 다른 의견을 내면서, 이렇게 서로를 잘 모르는구나 하는 생각이 들었어요. 왜 차이나타운의 문제가 중요하고, 건설 노동자들의 이해가 왜 중요한지 서로 잘 모르는 상태에서.

그러던 중에, 저희가 개인 재단에서 펀딩을 받아서, 뉴욕에 있는 여러 그래스 루츠 오가니제이션들이 모여서 하나의 주제로 무엇을 만드는 프로젝트를 시작했어요. 다섯 개 단체가 모였고, 노동자들이 많아서 만나는 시간이 굉장히 힘들었어요. 일요일 새벽에 모이기도 했고, 그 사람들에게 맞춰야 했죠. 다섯 단체가 모였고, 이민자 집단, 남미 집단, 차이나타운 집단 등이 있었고, 나머지는 기억이 잘 나지 않지만 다섯 단체가 매주 모였어요. 그들은 무엇을 만들 수 있을지, 어떤 주제로 20분짜리 비디오를 만들 수 있을지 고민했는데, 그 주제를 정하는 데 몇 주가 걸렸어요. 그 과정이 더 중요했던 것 같아요. 작품도 나중에 잘 나왔지만, 그것보다도 그 과정에서 서로 배워가며, 각자의 상황을 이해하고, 무엇을 만들지 고민한 것이 중요했죠. 나중에는 이민자 택시 기사들에 대한 내용을 담은 비디오를 만든 것 같아요.

이런 경험을 통해, 그 과정과 그런 집단과 함께 일할 수 있는 기회가 더 많이 생겼으면 좋겠어요. 우리가 다 똑같진 않지만, 어떤 면에서 함께 변화를 추구하며, 변화에 있어서 모두에게 적용되어 변화를 만들어나가는 것을 했으면 좋겠다고 생각해요.

미디어센터가 단순히 미디어를 가르치고, 장비 대여하는 센터가 아니라 사람들을 모으고 공감대를 형성하며, 함께 어떤 문제 의식을 해결하는 퍼실리테이팅(facilitating) 역할을 해야 된다고 생각한다. 주제를 이끌거나 회의를 주재하는 그런 역할을 해야 한다는 것이다. 왜냐하면 점점 도구도 개인화되며, 의식도 개인화되는 상황에서 미디어센터의 역할들이 더욱 중요해진다고 생각한다. 그래서 미디어센터들 자체도 그들의 정체성에 대해 다시 고민하고 재검토하는 시기가 필요하다고 봅니다. 그렇지 않으면 미디어센터가 단순히 대여 기관이나 학원으로 전락할 우려가 있다고 염려됩니다.

5) NewTV

(1) 기관 소개

NewTV는 1992년에 설립된 커뮤니티 미디어센터로 미국 매사추세츠주 뉴턴(Newton) 지역에 자리 잡고 있다. 그들의 커뮤니티 구성원들이 미디어를 통해 표현의 자유를 행사할 수 있도록 하는 핵심 사명 아래 미디어 제작, 교육, 콘텐츠 배포를 중심 사업으로 운영되고 있다. 구체적으로 그들은 공공(Community), 교육(Education), 정부(Government) 프로그램으로 이루어진 세 가지 케이블 텔레비전 채널을 운영하고, Newton News를 제작 방영함으로써 뉴턴 주민들에게 커뮤니티와 지방 정부에서 주요 이슈에 쉽게 접근할 수 있도록 한다. 그 외에도 교육과 더불어 매년 지역 사회 구성원들이 참여할 이벤트와 전시회를 꾸준히 개최하여 '미디어'와 '지역 사회'를 주축으로 온라인과 오프라인을 모두 적극적으로 활용하는 서비스들을 제공하고 있다. 이러한 NewTV의 활동들은 에미상 수상 및 매사추세츠 커뮤니티 미디어센터 관련 조직인 Mass Access에서 여러 차례 최고의 방송국으로 선정되며 그 성과를 인정받고 있다.[114]

사진146 NewTV 외관

사진147 NewTV 표지판

사진148 NewTV 인터뷰 현장

사진149 NewTV 현수막 단체 사진

114) NewTV, "About us", https://www.newtv.org/about, 검색일 2025.02.07.

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2025.01.21. 대면 인터뷰
대상자	Lisa Mirowitz (Managing Director)
인터뷰 주요 내용	• 미국 미디어센터의 역사 및 철학 • 미국 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능

인터뷰 내용 정리
1-1. Education: NewTV offers various production training programs exclusively for its members. Could you share the reason behind limiting these programs to members only, as well as the specific content and goals of the classes?
저희는 이곳에서 다양한 수업과 워크숍을 제공합니다. 일부 기본 수업은 무료로 제공됩니다. 무료라고 말씀드리는 이유는 Newton에 거주하면서 NewTV 회원이 되면 연간 40$의 회원비를 내고 등록할 수 있기 때문입니다. Newton 외 지역에 거주하는 경우, 서포터로 가입할 수도 있으며 이 또한 연간 40$입니다. 따라서, 저희 수업은 단순히 회원들만을 위한 것이 아닙니다. Newton 회원들은 일부 수업을 무료로 수강할 수 있으며, 서포터들도 마찬가지입니다. 현재 무료로 제공되는 수업들은 저희 웹사이트에 게시되어 있으니 확인하실 수 있습니다. 회원으로 가입하면 장비를 사용하고 프로그램을 제작할 수 있는데, 이는 Newton 회원만이 가능하며 서포터는 불가능합니다. 서포터는 수업을 듣거나 이벤트에 참석할 수 있지만, 프로그램 제작은 Newton 회원만 가능합니다. 무료로 제공되는 기본 수업 목록은 저희 웹사이트의 학습 포털에서 확인하실 수 있습니다. 저희는 또한 워크숍을 제공하는데, 현재까지는 한 차례 워크숍 시리즈만 진행했습니다. 이는 Bob Kelly가 주최한 것으로, 커뮤니티 미디어 센터를 위한 비영리 관리에 대한 내용이었습니다. 앞으로는 더 많은 워크숍과 영화 제작자들이 자신의 영화를 상영하고 참여자들이 이를 관람하며 워크숍에 참여할 수 있는 프로그램을 제공할 예정입니다. 이러한 워크숍은 회원이라도 참가비를 지불해야 하지만, 회원 요금이 일반 대중 요금보다 조금 더 저렴할 것입니다. 무료로 제공되는 수업 목록은 웹사이트에서 확인할 수 있습니다.
1-2. Education: We would like to know the key focus areas when NewTV designs and conducts its training programs. If NewTV has a unique educational philosophy, could you tell us more about it?
음, 꼭 독특하다고는 할 수 없을 것 같습니다. 저희의 기본 수업은 회원들이 시설을 활용할 수 있도록 돕는 기본적인 제작 수업들입니다.

그래서 우리는 사람들이 스튜디오 제작의 기본을 이해할 수 있기를 바랍니다. 회원으로 가입하면 오리엔테이션 수업을 수강해야 하고, 이후에는 NewTV의 운영 규정을 포함한 절차를 안내받습니다. 이후에는 스튜디오 요소 수업을 들어야 합니다.

이 수업들은 필수입니다. 2시간 동안 진행되는 이 수업에서 장비 사용법과 카메라 조작법을 배우고 기본적인 개요를 습득합니다. 그 외에도 제작, 편집, 팟캐스팅의 기초 수업과 1:1 카메라 교육을 제공합니다.

결국, 이 프로그램들은 회원들이 장비를 배우고 프로그램 제작 방법을 익힐 수 있도록 설계되었습니다. 그리고 제가 한 방을 보여드리지 못했는데, 나중에 보여드릴 수 있습니다. 이 방에는 회원들이 대여할 수 있는 모든 장비와 카메라가 있습니다. 대여비는 따로 없으며, 회원들은 장비를 가져가 현장에서 제작을 할 수 있습니다.

예를 들어, 한 회원은 콘서트를 녹화하고 있는데, 그가 이 장비를 사용하여 콘서트를 촬영하고 있습니다.

Additional Question1: What are the reasons for running internship programs for college students, and what can they learn from these experiences? Do these experiences often inspire students to pursue related career paths?

다양한 인턴십 프로그램의 목적은 학생들이 대학 학점과 함께 방송 제작 기술을 습득할 수 있도록 기회를 제공하는 것입니다. 이 인턴십은 방송 관련 직업을 희망하는 학생들에게 매우 인기가 있고, 졸업 후 취업할 때 이력이 되는 소중한 경험으로 여겨집니다.

2-1. Production and Distribution: In the case of NewTV, is there a well-established connection between production and distribution? If so, how is this process structured?

NewTV는 프로그램을 공개 영역 외부로 배포하지 않습니다. 예를 들어, 우리는 표준 해상도와 고화질로 운영되는 세 가지 채널을 보유하고 있습니다.

그중 하나는 커뮤니티 프로그램 채널로, 회원들이 제작한 모든 프로그램이 이 채널에서 방영됩니다. 이 프로그램들은 회원들이 제작한 것이며, 우리는 그들의 프로그램의 편집 내용에 대해 책임을 지지 않습니다.

나머지 두 채널은 커뮤니티 교육 채널과 정부 채널입니다. 혹시 PEG라는 말을 들어보셨나요? 회원들은 공공 채널에 프로그램을 올립니다. 학교와 도서관에서 제작한 교육 프로그램들은 교육 채널에서 방영됩니다. 정부 채널에는 Newton 타운의 정부 회의, 토론, 선거 관련 내용이 포함됩니다.

어제가 Martin Luther King Day였는데, 저희 팀이 Newton에서 열린 큰 기념 행사를 촬영했고, 이는 정부 채널에 방영되었습니다. 이것이 우리의 주요 배포 네트워크입니다.

그러나 저희는 YouTube 채널도 운영하며 콘텐츠를 YouTube에도 업로드합니다. 현재 회원들이 자신들의 콘텐츠를 저희 YouTube 채널에서 개인 YouTube 채널로 옮기도록 유도하고 있습니다. 왜냐하면 이 콘텐츠는 우리가 소유한 것이 아니기 때문입니다. 미국 커뮤니티 미디어의 기본 원칙은 표현의 자유와 언론의 자유입니다.

따라서, 누구나 자신의 견해를 반영하는 콘텐츠를 제작할 수 있는 공간입니다. 물론, 포르노와 같은 콘텐츠나 인종차별적 내용 등 특정 기준을 위반하는 콘텐츠는 우리 방송국에서 허용되지 않습니다. 이에 관한 가이드라인이 마련되어 있습니다.

그러나 우리의 주요 배포 채널은 여전히 케이블 방송국과 YouTube입니다. 저는 배포 채널을 확대하는 데 큰 관심을 가지고 있습니다. 그래서 우리는 더 짧은 형식의 콘텐츠를 많이 제작하고, 제작된 클립을 소셜 미디어로 공유하거나 협력 기관들과 공유하고 있습니다. 제가 소개해드린 Valerie는 소셜 미디어 업무를 총괄하는 사람입니다. 우리는 제작된 클립들을 가져와 이를 더 널리 배포하고 있습니다.

2-2. Production and Distribution: Does NewTV have a distinct approach to addressing the challenge of ensuring local content gains visibility on capital-driven platforms like YouTube?

네, 제가 방금 말씀드린 것과 약간 연관이 있습니다. 현재 저희 콘텐츠는 모두 YouTube 채널에서 이용 가능합니다. 또한, Blue Sky와 같은 새로운 소셜 미디어 플랫폼에도 진출하고 있습니다. Twitter를 대체하는 플랫폼으로 활용하려는 것입니다. 저희는 가능한 모든 소셜 미디어 플랫폼을 활용하고 있습니다. 그리고 저는 이전 직장에서 많은 성공을 거둔 방식인데, 짧은 형식의 콘텐츠를 제작하여 배포함으로써 시청자 수와 영향력을 증가시키는 데 주력하고 있습니다.

예를 들어, 저희는 Boys and Girls Club과 파트너십을 체결하고 있습니다. Boys and Girls Club은 방과 후 청소년들이 다양한 활동에 참여할 수 있는 전국적인 조직입니다. Newton에 있는 Boys and Girls Club은 매우 큰 규모입니다. 그들은 학생들과 함께 이곳을 방문하여 저희 활동에 대해 배우게 될 것입니다. 아직 파트너십을 구축하는 단계지만, 그들이 저희 정보를 그들의 네트워크와 소셜 미디어를 통해 공유하길 바랍니다. 따라서, 짧은 형식의 콘텐츠를 활용하여 우리가 할 수 있는 일이 많다고 생각합니다.

Additional Question1: Could you elaborate on the significance of PEG channels? Additionally, in their operation, is the primary focus on cable operators or media-related organizations such as community media centers? Lastly, can PEG channels be considered a type of public access channel?

지역 커뮤니티 미디어 센터와 PEG 프로그램은 밀접하게 연관되어 있지만 동일한 개념은 아니에요. 커뮤니티 미디어 센터는 PEG 프로그램(Public, Educational, Government access programming, 공공·교육·정부 접근 프로그램)을 제작 및 방송하는 역할을 합니

다. 이 센터들은 커뮤니티 구성원들이 직접 프로그램을 제작할 수 있도록 제작 장비와 지원, 교육을 제공해요.

PEG 프로그램은 공공(Public), 교육(Educational), 정부(Government) 콘텐츠를 다루는 PEG 액세스 채널에서 방송됩니다. PEG 프로그램의 예로는 지역 주민이 제작하는 프로그램(공공), 지방 정부 회의(정부), 지역 학교 관련 콘텐츠(교육) 등이 있어요.

- 공공 액세스 채널은 지역 주민이 직접 사용할 수 있는 방송 채널을 의미합니다.
- 교육 액세스 채널은 교육 콘텐츠를 위해 활용되며, 주로 지역 학교, 대학, 대학교에서 사용됩니다.
- 정부 액세스 채널은 지방 정부 관련 프로그램을 방송하는 용도로 사용됩니다.

3-1. Networking: NewTV strengthens connections among its members through professional workshops and Slack channels. Could you provide specific examples to illustrate how these initiatives help foster networking among members?

저희의 회원 담당 이사인 Kathleen Golden이 이러한 일을 많이 담당하고 있습니다. COVID 기간 동안 사람들은 이곳에 와서 참여할 수 없었기 때문에 많은 활동이 축소되었지만, 현재 다시 이를 활성화하고 있습니다.

아, 워크숍과 Slack 채널 말씀이신가요? 네, 회원들이 서로 소통하고 모범 사례를 공유할 수 있는 다양한 기회가 있습니다. Slack 채널이 있는데, 얼마나 자주 사용되는지는 잘 모르겠습니다. 저희 회원 중 많은 분들이 나이가 있으신 편입니다. 그래서 젊은 회원들을 더 많이 유치하는 것이 저희의 초점 중 하나입니다.

COVID에서 벗어나면서 사람들이 다시 시설을 사용하기 위해 방문하고 있습니다. 회원들은 Slack 채널을 통해 소통할 수 있고, 분기별 회의를 통해 다시 만나 이야기를 나눌 기회를 가질 예정입니다. Kathleen Golden이 이 회의를 다시 시작하려고 합니다. 회의는 이곳에서 피자를 먹으면서 회원들이 프로그램이나 기타 주제에 대해 이야기를 나눌 수 있는 자리입니다.

회원들은 종종 서로 소통하고 있습니다. 왜냐하면 회원이 쇼를 제작할 경우, 다른 회원들이 그 쇼에 참여하기 때문입니다. 그래서 회원들은 비공식적으로라도 자주 협력하며 연락을 주고받습니다.

저희는 연중 다양한 행사를 진행하고 있습니다. 예술가들이 이곳 복도에 사진과 그림을 전시하기도 하고, 지역 주민과 회원들이 교류할 수 있는 아티스트의 밤 같은 행사를 엽니다. 매년 8월에는 Cones and Cars라는 대규모 행사를 진행합니다. 주차장에서 아이스크림 소셜을 열고, 골동품 및 빈티지 자동차들을 전시합니다. 이 행사는 주요 회원 행사이지만, 지역 사회에도 공개됩니다.

이처럼 회원들이 서로 교류할 수 있는 기회가 많지만, 이를 더욱 활성화하려고 노력하고 있습니다. 제가 말씀드린 것처럼 COVID 이후 많은 사람들이 커뮤니티 센터나 사업체를 찾지 않았습니다. 그래서 이에 따른 영향이 많았습니다. 예를 들어, 정부 회의와 기타 활동은 현재 주로 원격으로 녹화되고 있습니다.

현재 저희가 다뤄야 할 회의가 매우 많습니다. 그래서 이전에 말씀드렸던 장비 제어실에서 이를 처리하고 있습니다. 이곳은 시청 카메라에 직접 연결되어 회의를 녹화할 수 있는 장비가 마련되어 있습니다. COVID 기간 동안 대면 회원 모임과 같은 활동은 줄었지만, 원격 회의와 같은 활동은 증가했습니다.

3-2. Networking: Is NewTV successfully networking with other organizations in the area? If so, could you explain how these collaborations are being carried out?

네, 저희의 전무 이사인 Bob Kelly는 주 내 커뮤니티 미디어 분야의 매우 중요한 지도자로, 다른 지역 및 커뮤니티 미디어 기관뿐만 아니라 입법부, 정부 단체, 기타 지역 단체들과도 폭넓은 네트워크를 구축하고 있습니다.

저희는 주로 그의 네트워크를 통해 많은 활동을 진행하고 있습니다. 또한, Newton 상공회의소와도 매우 긴밀히 협력하고 있습니다. 이 단체는 모든 비즈니스와 관련된 조직입니다.

저희는 이들과 협력하며 파트너십을 확대하려고 노력하고 있습니다. 말씀드렸듯이 Boys and Girls Club과 협력하고 있으며, 특히 Newton 지역의 비영리 단체들과의 관계를 강화하고 싶습니다.

그러나 저희가 워낙 큰 방송국이다 보니, 지역을 넘어선 네트워크도 보유하고 있습니다. 이는 현재 NewTV에서 매우 중요한 부분으로, 파트너십과 협력을 확대하는 데 주력하고 있습니다.

Bob Kelly는 오랫동안 Mass Access의 책임자로 활동해 왔습니다. 이 조직은 다양한 방송국에서 온 대표들로 구성된 자발적 리더십 단체로, Bob은 이를 이끌었습니다. 그래서 그는 매사추세츠의 다른 방송국 전무 이사들에게도 매우 잘 알려져 있습니다.

지난 10월, 저희는 Mass Access를 위한 가을 네트워킹 행사를 주최했습니다. 이 행사는 저희 방송국에서 열렸으며, 주 전역에서 방송국들이 참석했습니다.

4-1. Operations and Funding: We would like to know about the key operational staff and funding sources of NewTV.

Steve가 언급했듯이, 주요 자금원은 케이블 수익에서 나옵니다. Cable Act는 – 아마 1988년이라고 Steve가 말했지만, 정확하지는 않습니다 – 케이블 회사가 커뮤니티 미디어

에 일부 수익을 할당하도록 규정했습니다. 이는 케이블 프로그램 송출에 필요한 배선과 같은 주 인프라를 사용하기 때문입니다.

이 수익이 커뮤니티 미디어 센터를 지원하기 위해 사용된 이유가 여기에 있습니다.

그러나 지금 우리는 사람들이 스트리밍 서비스를 사용하면서 과거와 달리 케이블을 구독하지 않는 상황을 목격하고 있으며, 이는 모든 커뮤니티 미디어 센터가 직면한 큰 도전 과제입니다.

아마 다른 대화에서도 이 문제가 언급되었을 것입니다. 일부 주에서는 – 28개 또는 29개 주로 정확하지는 않지만 – 스트리밍 서비스에서도 동일한 인프라를 사용하기 때문에 이를 과세하는 시스템을 가지고 있습니다.

우리 방송국, 특히 Bob Kelly는 스트리밍 서비스로부터 수익을 얻을 수 있는 유사한 법안을 통과시키기 위해 주 의회에서 매우 적극적으로 활동하고 있습니다.

한편, NewTV는 비케이블 수익 방안에서도 선두에 서 있습니다. 예를 들어, 우리의 영리 자회사인 Another Age Productions는 고객 작업을 통해 수익을 창출합니다. 이 수익은 우리에게 직접 들어오지는 않지만, 그들과 협력하면서 이들은 우리의 영리 부서처럼 운영됩니다.

우리는 워크숍과 기타 활동도 제공하고 있습니다. NewTV에 더 많은 수익을 가져올 수 있는 다양한 수익 창출 모델을 모색하고 있습니다.

현재 모든 미디어센터가 직면한 가장 큰 장애물은 케이블 가입자의 감소와 스트리밍 서비스에서 추가 수익을 창출해야 할 필요성입니다.

Steve가 설명했듯이, 방송국이 지역 정부와 맺는 계약은 모두 다릅니다. 어떤 방송국은 케이블 수익에서 더 적은 비율을 받을 수도 있고, 어떤 방송국은 더 많은 비율을 받을 수도 있습니다. 이는 제가 흥미롭게 알게 된 점으로, 일관성이 없으며 각 방송국과 지역 정부의 계약이 다릅니다.

4-2. Operations and Funding: Are the media education programs at NewTV primarily led by internal staff or external instructors? If led by internal staff, is there a training process in place?

회원과 후원자를 위한 무료 프로그램과 수업은 내부 직원들이 가르칩니다. 가끔은 과거에 여기서 일했던 외부 강사가 이를 보완하기도 합니다. 우리가 정기적으로 제공하려는 워크숍과 기타 프로그램은 외부 강사 또는 내부와 외부 강사의 조합으로 진행될 것입니다.

이러한 워크숍 중 일부는 내부 직원이 진행할 수도 있습니다. 말씀드렸듯이, 우리는 새로운 회원을 유치하기 위해 이러한 워크숍을 더 자주 제공하고자 합니다. 회원들은 워크숍에

참여하기 위해 비용을 지불해야 하며, 따라서 반드시 내부 직원만 가르치는 것은 아닙니다.

내부 직원 교육의 경우, 본질적으로 그들이 이곳에서 일하며 이러한 분야를 가르칠 만큼의 전문성을 갖추고 있다는 점이 중요합니다. 예를 들어, 편집 워크숍은 정부 프로그램을 담당하는 편집자가 진행합니다. 그녀는 모든 프로그램을 녹화하고 편집하며 팟캐스트 제작 방법도 알고 있어 이를 가르칩니다.

또 다른 직원은 자체 YouTube 채널을 시작하는 방법에 대한 수업을 진행합니다. 이는 회원들이 자신의 콘텐츠를 자체 YouTube 채널에 게시할 수 있도록 하기 위함입니다.

5. Philosophy and Identity: What is the operating philosophy of NewTV? Could you share the key points or primary goals that you prioritize most in running the institution?

NewTV의 사명은 커뮤니티 구성원들이 미디어를 통해 표현의 자유를 행사할 수 있도록 하는 것입니다. 따라서 우리의 주요 운영 목표는 미디어를 사용해 공공 담론에 기여하고자 하는 사람들이 우리의 시설을 이용할 수 있도록 하는 것입니다.

제 답변이 적절한지 모르겠지만, 우리의 목표는 최대한 많은 사람들에게 이러한 기회를 제공하는 것입니다. 우리는 회원들이 이곳에 와서 우리의 시설과 장비를 이용하도록 유도하고 싶습니다.

또한 우리는 마을을 위한 서비스를 제공하고자 합니다. 다시 말해, 표현의 자유를 더욱 증진하기 위해서입니다. 마을 내의 모든 커뮤니티 회의, 예술 및 문화 행사 이 모든 것을 보도하고 시민들에게 제공하는 것이 우리의 주요 목표입니다.

6. Historical and Social Background: What are the core values that underpin media centers in the United States, and how have historical and social contexts facilitated the emergence and growth of media centers and movements in the United States?

제가 이해한 바로는, 저는 주로 공영 방송과 대학에서 일해왔는데, 커뮤니티 미디어 센터의 성장은 케이블이라는 기술이 등장했을 때 시작되었습니다. 케이블 회사들은 신호와 방송(여기서 말하는 방송은 공중파 방송이 아닌 케이블 프로그램)을 송출하기 위해 마을의 인프라에 접근해야 했습니다. 그 결과, 케이블 회사들의 자금 지원으로 커뮤니티 미디어 센터가 설립되었고, 지역 사회가 기술을 배우는 것이 가능해졌습니다.

이것이 미국에서 일어난 일입니다. 핵심 가치라면, 제가 앞서 언급한 내용과 비슷한데요. 센터가 생겨난 방식은 케이블이 시작될 때와 함께였습니다. 케이블은 프로그램을 송출하기 위해 지역 사회의 공공 인프라를 사용할 필요가 있었습니다. 그래서 지역 사회를 위해 설립된 커뮤니티 미디어 센터가 등장하게 된 것입니다. 케이블 프로그램은 도로, 전신주, 케

이블 등과 같은 납세자들이 비용을 부담한 인프라를 이용하여 마을을 통해 송출되었습니다. 이것은 지역 사회가 미디어 성장에 참여할 수 있는 방법이었습니다.

7. Command Center: Is there a specific organization in the U.S. that functions as a Command Center for media centers and public access channels? If so, which entity plays this role—government departments, ACM (Alliance for Community Media), FCC (Federal Communications Commission), or perhaps a third-party organization? Do you think such a Command Center is necessary, or do you believe it is unnecessary?

제 생각에는 Alliance for Community Media가 전국적으로 큰 상위위 조직이라고 생각합니다. 하지만 매사추세츠에서는 Mass Access가 있고, 이는 매사추세츠의 모든 커뮤니티 미디어 센터를 위한 일종의 상위 조직입니다. Mass Access의 리더십은 제가 말씀드렸듯이 매우 활동적입니다. 구글에서 'MassAccess'를 검색하시면 해당 사이트를 확인하실 수 있습니다. 이 조직은 자원봉사로 운영되는 단체입니다. 자원봉사 리더십 위원회를 두고 있으며, 법률 제정과 관련된 활동을 매우 활발히 하고 있습니다. 그들은 저희가 주최했던 가을 네트워킹 행사와 같은 다양한 모임을 개최합니다.

연방 차원에서는 FCC가 크게 관여하지 않습니다. FCC는 이 분야를 감독하지 않으며, 주로 공중파 방송을 다룹니다.

Additional Question1: What are the roles and significance of organizations like the Alliance for Community Media or MassAccess?

Alliance for Community Media와 MassAccess는 지역 미디어 센터들이 정보를 공유하고, 모범 사례를 교류하며, 교육 프로그램과 관련 법안을 논의할 수 있도록 돕는 조직입니다.

Alliance for Community Media는 전국적인 옹호 및 로비 활동을 하는 단체로, 미국 전역의 커뮤니티 미디어 센터들을 대표해요. 반면, MassAccess는 매사추세츠주 내 미디어 센터들을 위한 지역 조직으로, 다른 주의 유사한 조직들과 연결되어 있어 더 큰 지역 네트워크의 일부로 운영됩니다.

8. Exchange Between Media Centers: Is there active exchange between media centers in the U.S.? If so, how does this exchange take place, and what kinds of information or activities are typically shared?

교류가 있다고 생각합니다. 매사추세츠에 대해 말씀드리자면, 여기에는 매우 많은 커뮤니티 미디어 센터가 있기 때문에 활발한 교류가 이루어지고 있습니다. 아마도 주의 특성에 따라 달라질 수 있겠지만, 매사추세츠의 커뮤니티 미디어는 매우 활발합니다. 따라서 이 주에서는 활발한 교류가 이루어지고 있다고 말씀드릴 수 있습니다.

뉴욕에서는 어떻게 이야기했는지 모르겠습니다만, 뉴욕에서도 다른 방송국들과의 교류가

많은 것으로 보셨나요? 그들은 러시아와 같은 다른 나라들, 혹은 해외와의 교류가 있다고 말합니다. 저도 그 점이 흥미롭습니다.

다른 나라 사람들이 저희 콘텐츠를 본다는 것을 알고 있고, 그런 점에 대해 이야기를 들어보고 싶습니다. 시간이 부족하다는 것은 알지만, 한국의 커뮤니티 미디어에 대해서도 좀 더 알고 싶습니다.

9. Participation: We would like to know how NewTV encourages active citizen participation. Additionally, we would appreciate your personal opinions on effective programs and approaches to increase participation.

COVID 이후 많은 사람들이 커뮤니티 센터나 다른 어떤 곳에도 방문하지 않았던 시기를 지나면서, 이 점이 매우 중요하다고 생각합니다. 이제 상황이 나아지고 다시 열리고 있습니다. 그래서 우리는 사람들이 센터에 방문하도록 장려하고 싶습니다.

우리는 여러 가지 대표적인 공공 행사를 개최합니다. 예술 전시회와 Cones and Cars를 언급했었죠. 이제 우리는 장비를 4K 기술로 업그레이드하기 위한 자본 캠페인을 시작했습니다. 따라서 더 많은 행사를 열어 사람들이 방송국을 방문하도록 유도할 계획이며, 이는 COVID 이전에 더 많이 이루어졌던 것입니다. 그래서 이것이 참여를 증진시키는 한 방법이라고 생각합니다.

또한, 우리의 콘텐츠를 사람들이 있는 곳으로 가져가고 싶습니다. 사람들이 단지 YouTube에서 우리를 찾을 것이라고 기대할 수는 없습니다. 회원들에게 매주 뉴스레터를 발송하고 있으며, 이는 항상 유지되어 왔습니다. 또한, 프로그램을 더 많이 탐색하도록 유도하기 위해 짧은 클립과 같은 콘텐츠도 늘리고 있습니다.

제가 거의 언급하지 않았던 Newton News는 우리의 주간 뉴스 프로그램입니다. Jen Adams를 소개해드렸죠—그녀는 뉴스 디렉터입니다. 이 뉴스에도 더 널리 배포되는 뉴스레터가 있습니다.

Newton의 사람들은 지역 사회에 매우 적극적으로 참여하고 있습니다. 다양한 활동과 회의에 참여하고 있죠. Newton은 참여도가 높은 지역 사회이며, 이러한 점에서 우리는 매우 운이 좋다고 생각합니다. 하지만 다시 말해, 다른 비영리 단체들과의 협력을 확대하고 있습니다. 그리고 수업과 워크숍 등 더 많은 것을 제공하고 싶습니다.

현재 우리는 네 가지 다른 워크숍을 개발 중입니다. 첫 번째는 지역 영화 제작자들과 함께 영화 상영과 이후의 간단한 토론을 포함합니다. 우리는 또한 제작 트랙을 가지고 있으며, 이를 위한 워크숍도 개발 중입니다. 하나는 제작의 기본 기술에 관한 것이고, 다른 하나는 자체 제작 회사를 운영하는 방법, 그리고 또 하나는 여러 플랫폼용 콘텐츠 제작에 관한 것입니다. 그래서 이러한 워크숍을 진행하여 더 많은 사람들을 유치하고 싶습니다.

이것들이 현재 참여를 증대시키기 위해 우리가 하고 있는 주요 활동이라고 말할 수 있습니다.

6) Brookline Interactive Group (BIG)

(1) 기관 소개

Brookline Interactive Group(이하 'BIG'으로 표기)은 1982년 새로운 공공 액세스 TV 방송국의 일환으로 미국 매사추세츠 브루클라인 지역에 설립되었다.[115] BIG의 사명은 브루클라인 주민 모두가 미디어 제작 기술에 접근하고, 발언권을 강화하고, 이야기를 전하고, 미디어 리터러시와 새로운 기술을 개발하고, 활기차고 투명한 민주주의를 유지할 수 있는 장소를 보장하는 것이다.[116] 이에 따라 BIG는 시설·장비 대여, 교육 프로그램 제공, 인턴십 및 자원봉사 기회 마련과 같은 사업들을 기본으로 다양한 프로젝트를 추진하고 있다. 대표적으로 'CIVIC BROOKLINE'과 'Community Listening Project'는 단순한 지역 방송이 아닌 커뮤니티 중심의 멀티미디어 플랫폼을 구축하고자 하는 시도로서 시민 참여를 기반으로 모든 지역 주민이 뉴스 및 정보에 접근할 수 있도록 하고, 보다 민주적이고 포괄적인 미디어 환경을 만들려는 목표 아래 진행되고 있다. 따라서 이와 같은 사업과 프로젝트들을 통해 BIG는 통합 미디어 및 기술 교육 센터이자 지역의 커뮤니티 미디어 허브의 역할을 적극적으로 수행하고 있다.[117]

사진150 BIG 외관(1)

사진151 BIG 외관(2)

115) Sam Mintz, 「Brookline Interactive Group, a hub for community and creativity, faces an uncertain future」, 『Brookline Newz』, 2024.10.23., https://brookline.news/brookline-interactive-group-a-local-institution-faces-an-uncertain-future/?utm_source=chatgpt.com, 접속일 2025.02.08.
116) BIG, "About us", https://brooklineinteractive.org/about-us/, 검색일 2024.02.08.
117) BIG, "Civic Brookline" https://civicbrookline.com/, 검색일 2024.02.08.

사진152 BIG 인터뷰 현장

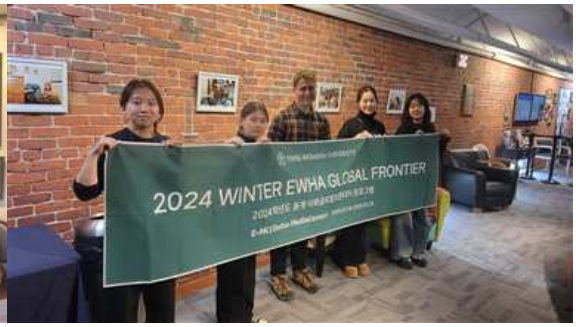


사진153 BIG 현수막 단체 사진

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2025.01.21. 대면 인터뷰
대상자	Jessica Smyser (Executive Director), Stephen Walter (Director of Special Projects), Alexia (Lex) Lalande (Outreach & Education Manager), Wes Kaplan (Youth Development Manager)
인터뷰 주요 내용	• 미국 미디어센터의 역사 및 철학 • 미국 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 청소년 대상 미디어 교육 및 인턴십

인터뷰 내용 정리
1-1. Education: Could you explain in more detail about key youth education programs, such as the BIG Vacation Workshops, HI DEF, and Youth Media Job Training?
HI DEF는 “high definition”의 약자입니다. 우리는 유치원부터 5학년(510세), 6학년부터 8학년(1013세), 그리고 고등학교(1418세)까지 세 연령 그룹을 대상으로 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 저는 1418세 그룹을 담당하며, 이들에게 직업 개발 및 인턴십 기회를 제공합니다. 이들은 몇 달 동안 일하며 시간제 급여나 프로젝트 마일스톤 달성에 따른 스틸펀드를 받고, 영화 제작 및 스튜디오 내 방송 TV 제작 훈련을 받습니다. 또한 이들 중 일부는 510세 및 1013세 그룹을 위한 교육 프로그램을 지원하기도 합니다. 어린 연령층을 위해 우리는 그래픽 디자인, 스톱 모션 애니메이션, 영화 제작, 전자 음악과 같은 다양한 디지털 미디어 프로그램을 제공합니다. 또한 팟캐스팅 및 방송 TV 워크숍도 진행한 바 있습니다. 어린 시절부터 아이들을 참여시켜 전문 개발 프로그램(Brainwave)으로 성장할 수 있도록 하는 것이 목표입니다. 우리 학생들이 제작한 프로젝트 중 하나는 제작 계획을 세우고 인터뷰 질문을 작성한 뒤, 지역 비즈니스를 대상으로 인터뷰를 촬영한 비디오 프로젝트입니다. 이 프로젝트는 미디어가 아이들과 지역 사회를 연결하고, 지역 비즈니스 간의 관계를 강화하는 데 어떻게 기여

할 수 있는지를 보여주었습니다.

추가적으로, 세대 간 워크숍, 모션 그래픽, 그래픽 디자인, 각본 쓰기, 데모 릴 제작 등 커뮤니티 참여 요소를 포함한 프로그램도 운영합니다. 이러한 프로그램은 어린 아이들과 고등학생 모두를 대상으로 하며, 특히 여름 방학 동안에는 학생들이 프로그램에 온전히 참여할 수 있도록 설계되었습니다.

1-2. Education: Could you explain in more detail how BIG's partnership with BACE (Brookline Adult & Community Education) works to offer media education for both children and adults?

Brookline Adult Education(BACE)은 재정 관리, 사진, 춤과 같은 다양한 수업을 제공하는 카탈로그를 발행하는 별도의 조직입니다. 이 카탈로그는 예전에는 인쇄되었으나, 현재는 전적으로 온라인으로 운영됩니다. 우리는 BACE의 방대한 메일링 리스트를 활용해 접근하지 못하는 사람들에게 다가가기 위해 일부 수업을 여기에 등록했습니다. 이 방법이 아직 많은 참가자를 유치하지는 못했지만, 우리 프로그램에 대한 인지도를 높이는 데 도움을 주고 있습니다.

우리 프로그램과 BACE 프로그램의 주요 차이점 중 하나는 BACE가 어린이를 위한 수업을 제공하지 않는 반면, 우리는 어린이를 위한 수업도 운영한다는 점입니다. 또한, 청소년과 성인이 함께 학습할 수 있는 세대 간 수업을 제공하는 것을 목표로 하고 있습니다. 예를 들어, 우리의 각본 쓰기 수업은 이러한 그룹을 함께 연결하는 데 중점을 둡니다.

또 다른 예는 지역 노인 센터와의 협력입니다. 우리는 젊은 사람들이 노인들과 함께 작업하며, 미디어를 통해 세대 간 교류를 촉진하는 프로그램을 운영하고 있습니다. 이는 앞으로 더욱 확장하고자 하는 흥미로운 성장 분야입니다.

2. Internships: Could you share more details about the roles and responsibilities of both interns and volunteers of BIG? Do former interns often pursue careers in the media industry or even get hired by BIG after completing their internships?

우리는 과거에 제작, 마케팅 등 세 가지 별도의 인턴십을 제공했으나, 현재는 이를 “커뮤니티 미디어 인턴”이라는 단일 포지션으로 통합했습니다. Trello와 같은 도구를 활용해 매주 작업을 나누고 할당하며, 인턴들이 관심 있는 프로젝트를 선택할 수 있도록 합니다. 작업은 촬영, 편집, 마케팅 캠페인 지원 및 대규모 프로젝트 기여를 포함합니다.

우리의 대부분의 인턴들은 Emerson College나 Boston University 출신으로, 이미 미디어 아트 분야에서의 경력을 추구하고 있습니다. 이들 중 다수는 The Daily Show와 같은 프로그램에서 인턴십을 하거나 자신만의 단편 영화를 제작하는 등 흥미로운 기회를 얻고 있습니다.

우리는 청소년 프로그램을 위해 고등학생 자원봉사자와 인턴도 고용합니다. 인턴들은 종종

자신의 프로젝트를 제안하며 창의성과 책임감을 발휘합니다.
3-1. Production and Distribution: Could you elaborate on how BIG's content production supports its mission of “providing a space that ensures a vibrant and transparent democracy,” and how this content is distributed?
우리는 콘텐츠를 세 개의 케이블 채널, YouTube 및 기타 스트리밍 플랫폼을 통해 배포합니다. 과거에는 커뮤니티 미디어가 케이블 TV를 통해서만 지역적으로 제공되었기 때문에, 주민들은 자신의 커뮤니티 내 콘텐츠에만 접근할 수 있었습니다. 하지만 오늘날 YouTube와 같은 플랫폼은 더 넓은 배포와 인덱싱된 콘텐츠에 대한 접근성을 제공합니다. 우리의 사명 중 핵심은 학교 위원회 및 셀렉트 보드 회의를 포함한 지역 정부 회의를 방송하는 것입니다. 이러한 투명성은 시민들이 주택, 구획, 정책에 대한 결정이 어떻게 이루어지는지 볼 수 있도록 합니다. 민주주의는 또한 커뮤니티의 목소리에 의존합니다. 정부 회의를 다루는 것을 넘어, 자전거도로 홍보나 저렴한 주택 제공과 같은 옹호 활동을 위한 플랫폼을 제공합니다. 우리의 플랫폼은 개인들이 콘텐츠를 제작하고 공유할 수 있도록 권한을 부여하며, 이들의 문제와 목소리가 들릴 수 있도록 보장합니다.
3-2. Production and Distribution: Does BIG have a distinct approach to addressing the challenge of ensuring local content gains visibility on capital-driven platforms like YouTube?
YouTube와 같은 플랫폼은 지역 콘텐츠에 대한 접근성을 높였지만, 알고리즘과 수익화는 도전 과제를 제시합니다. 이러한 시스템은 케이블 TV보다 민주적이지만, 광고와 영리 목적에 대한 우려를 낳기도 합니다. 우리는 Civic Brookline 프로젝트를 통해 주제별 재생목록을 큐레이팅하거나 시민 관련 콘텐츠의 중앙화된 컬렉션을 만드는 등 콘텐츠를 돋보이게 할 방법을 실험하고 있습니다. 뉴스레터와 지역 네트워킹을 통한 직접적인 접근도 청중이 관련 콘텐츠와 연결되도록 돕습니다.
4-1. Networking: We would like to learn more about the background of BIG’s successful partnerships with local organizations like BACE, Steps to Success, and Brookline High School, and how these collaborations have helped create a strong network within the community.
2022년, 우리는 Brookline High School에서 새로 고용된 비디오 교사와 협력하기 시작했습니다. 이 교사는 처음에는 그림 및 드로잉을 가르쳤지만, 높은 수요로 인해 비디오 및 방송 TV를 가르치게 되었습니다. 그녀의 수업을 들은 학생들은 종종 BIG에 참여해 직업 개발 기회를 얻습니다. Steps to Success는 공공 주택에 거주하는 저소득층 학생들을 지원하는 또 다른 파트너

입니다. 우리는 Steps to Success와 협력하여 다양한 연령 그룹을 위한 직업 훈련을 제공합니다. 예를 들어, 어린 학생들에게는 심화 수업을 가르치고, 여름에는 고등학생들이 소셜 미디어 게시물과 단편 다큐멘터리를 제작하도록 돕습니다.

Brookline에는 단 한 개의 고등학교만 있기 때문에, 이러한 조직과의 협력은 커뮤니티의 큰 부분과 연결될 수 있도록 해줍니다.

BIG가 센터를 방문하는 시민들 간, 그리고 시민과 지역 커뮤니티 간 네트워킹을 촉진하기 위해 기울이는 구체적인 노력에 대해 설명해 주시겠습니까?

우리는 현재 멤버십 접근 방식을 재고하고 있는 중입니다. 역사적으로, 우리의 멤버십 모델은 거래 기반으로, 사람들이 요금을 지불하면 장비나 수업에 접근할 수 있는 형태였습니다. 우리는 이를 거래적 접근에서 벗어나 커뮤니티 중심의 변혁적인 모델로 전환하고 있습니다.

새로운 모델에서는 멤버들이 장비, 공간, 무료 수업에 접근할 수 있지만, 동시에 커뮤니티에 적극적으로 기여하도록 권장됩니다. 예를 들어, 멤버들은 카메라 조작이나 편집 지원과 같은 프로젝트에서 서로를 도와야 합니다. 이를 위해, 우리는 멤버들이 프로젝트를 공유하고 협력할 수 있는 오리엔테이션, 수업 및 모임을 도입했습니다.

청소년 프로그램은 이미 이러한 협력 정신을 구현하고 있으며, 참가자들이 종종 함께 작업합니다. 그러나 성인 멤버들은 주로 자신의 프로젝트에 집중하는 경향이 있습니다. 이를 해결하기 위해, 우리는 성인 멤버들이 서로 연결되고 협력할 수 있는 기회를 만드는 데 우선순위를 두고 있습니다.

이 접근 방식은 지난 6개월 동안 멤버십이 두 배로 증가할 정도로 긍정적인 반응을 얻었습니다. 사람들은 오늘날 디지털 시대의 고립감을 극복하고, 서로 연결되며, 창조하는 데 열망을 보이고 있습니다. 사람들이 협력하고 의미 있는 관계를 형성할 수 있는 환경을 조성함으로써, 우리는 더 강력하고 참여도가 높은 커뮤니티를 구축하고 있습니다.

5. Philosophy and Identity: What is the operating philosophy of BIG? Could you share the key points or primary goals that you prioritize most in running the institution?

우리의 철학은 권력, 창의성, 커뮤니티 연결성에 대한 근본적인 접근을 제공하는 데 초점을 맞추고 있습니다. Brookline에서는 시장이 아닌 셀렉트 보드가 결정을 내리며, 우리는 사람들이 권력층에 쉽게 접근하고 참여할 수 있도록 장벽을 제거하는 것을 목표로 하고 있습니다.

권력 접근을 넘어, 우리는 커뮤니티 내 다양한 그룹 간의 장벽을 허무는 것을 우선시합니다. 개인과 그룹이 미디어 제작의 협력 과정을 통해 연결될 수 있는 공간을 창출하는 것을 목표로 합니다. 창의성과 상상력은 우리의 사명의 핵심으로, 사람들이 함께 모여 이전에는

존재하지 않았던 무언가를 창조하도록 장려합니다.

우리의 물리적 공간은 의도적으로 환영받고 접근 가능하도록 설계되었습니다. 직원들은 방문객들이 BIG의 일원이 되는 것에 대해 환영받고, 지원받으며, 재미를 느끼도록 보장합니다. 특히 젊은이들이 영감을 받고 힘을 얻으며 돌아갈 수 있기를 바랍니다.

궁극적으로 우리의 사명은 창의성, 협력, 연결을 촉진하여 개인이 자신의 목소리를 공유하고 활기차고 참여적인 커뮤니티를 구축할 수 있도록 하는 것입니다.

6. Historical and Social Background: What are the core values that underpin media centers in the United States, and how have historical and social contexts facilitated the emergence and growth of media centers and movements in the United States?

미국의 커뮤니티 미디어 운동은 1980년대 케이블 TV의 등장과 함께 시작되었습니다. 당시 정부 규정에 따라 케이블 회사는 공공 인프라 사용에 대한 보상으로 커뮤니티 미디어 센터에 자금을 지원해야 했습니다. 이러한 센터는 표현의 자유라는 원칙에 기반하여, 개인이 자유롭게 콘텐츠를 제작하고 공유할 수 있는 플랫폼을 제공하기 위해 설립되었습니다.

시간이 지나면서 커뮤니티 미디어 센터는 각 커뮤니티의 필요와 가치를 반영하며 독특한 정체성을 발전시켰습니다. 예를 들어, 일부 센터는 반인종차별을 우선시하고, BIG와 같은 센터는 민주주의와 시민 참여를 촉진하는 데 초점을 맞춥니다.

케이블 TV에서 스트리밍 플랫폼으로의 전환은 미디어센터의 접근 방식을 더욱 다양화했습니다. 자금 조달 메커니즘도 진화하여, 케이블 프랜차이즈 수수료에서 오는 자원이 줄어들었습니다. 이제 많은 센터가 노인들에게 기술 교육을 제공하거나 청소년 프로그램을 운영하는 것과 같은 프로그램을 지원하기 위해 보조금, 기부금 및 파트너십에 의존합니다. 이러한 자금 조달 변화는 개별 미디어센터의 정체성과 우선순위에 영향을 미쳤습니다.

커뮤니티 미디어는 여전히 사회적 맥락에 적응하며, 지역 목소리를 옹호하고 미디어에 대한 접근이 민주적이고 포괄적으로 유지되도록 보장하고 있습니다.

7-1. Operations and Funding: We would like to know about the key operational staff and funding sources of BIG.

BIG의 자금은 케이블 프랜차이즈 수수료, 연방 구호 자금, 지역 자치단체와의 서비스 계약, 지역 기금 제공자로부터의 보조금, 그리고 커뮤니티 구성원의 기부 등 여러 출처에서 나옵니다. 과거에는 자금의 80~90%가 케이블 가입료에서 나왔지만, 현재는 보조금과 개인 기부에서 대부분의 자금을 확보하도록 이 균형을 조정하고 있습니다.

우리의 운영 직원은 교육자, 제작 전문가, 그리고 행정 직원으로 구성되어 있습니다. 직원의 역할은 특정 자금 출처와 연결되어 있지 않지만, 다양한 자금원은 우리가 제공하는 광범위한 서비스를 지원합니다. 여기에는 미디어 교육, 공공 프로그램, 시설 및 장비 유지

관리가 포함됩니다.
7-2. Operations and Funding: Are the media education programs at BIG primarily led by internal staff or external instructors? If led by internal staff, is there a training process in place?
우리의 미디어 교육 프로그램은 대부분 나와 다른 동료들을 포함한 내부 직원에 의해 진행됩니다. 우리는 집단적인 기술과 경험을 활용하여 수업과 워크숍을 진행합니다. 방과 후 프로그램의 경우, 우리의 방식을 훈련받은 인턴을 고용하여 신선한 관점을 프로그램에 제공합니다. 우리의 접근 방식은 인턴에게 멘토링을 제공하고, 그들이 자신의 세대와 가장 잘 맞는 도구와 기술을 결정할 수 있도록 권한을 부여합니다. 예를 들어, 연령이 높은 직원은 Photoshop과 같은 도구를 우선시할 수 있지만, 젊은 인턴은 Canva를 선호할 수 있습니다. 경험과 혁신의 이 균형은 우리의 프로그램이 관련성과 흥미를 유지하도록 보장합니다.
8. Command Center: Is there a specific organization in the U.S. that functions as a Command Center for media centers and public access channels? If so, which entity plays this role—government departments, ACM (Alliance for Community Media), FCC (Federal Communications Commission), or perhaps a third-party organization? Do you think such a Command Center is necessary, or do you believe it is unnecessary?
FCC는 커뮤니티 미디어 센터에 영향을 미치는 결정을 내리지만, 대부분의 센터가 독립 비영리 단체로 운영되기 때문에 직접적인 통제는 하지 않습니다. 커뮤니티 미디어에 대한 중앙 조직에 가장 가까운 단체는 Alliance for Community Media(ACM)입니다. ACM은 컨퍼런스를 주최하고, 워싱턴 D.C.에서 로비 역할을 하며, 매사추세츠 주 의사당에서 로비 활동을 포함한 지역 지원을 제공합니다. 그러나 개별 센터의 프로그램이나 운영에 대한 통제권은 없습니다. 중앙 지휘 구조가 없는 덕분에 미디어센터는 자신들만의 독특한 커뮤니티에 민첩하게 대응할 수 있습니다. 중앙 시스템이 더 많은 권한과 자원을 제공할 가능성이 있지만, 이는 커뮤니티 미디어의 핵심인 지역 중심성을 감소시킬 수도 있습니다.
9. Exchange Between Media Centers: Is there active exchange between media centers in the U.S.? If so, how does this exchange take place, and what kinds of information or activities are typically shared?
미디어센터 간에는 특히 보스턴 대도시권에서 어느 정도 교류가 이루어지고 있습니다. 센터들은 강사와 같은 자원을 공유하고, 공동 보조금 신청과 같은 협력 기회를 모색하기 위해 소통합니다. 이러한 노력은 아직 완전히 실현되지는 않았지만, 미디어센터 간의 연결과 상호 지원을 강화하려는 지속적인 노력을 나타냅니다.

예를 들어, 미디어센터들은 가끔 강사를 공유하여 전문 주제를 가르치거나, 여러 커뮤니티에 이익이 되는 프로젝트에서 협력합니다. 이러한 교류를 더욱 확대하여 커뮤니티 미디어를 위한 강력한 네트워크와 공유 자원을 구축할 가능성이 있습니다.
10. Participation: Could you tell us more about how BIG's Community Listening Project encourages citizen participation and amplifies their voices?
커뮤니티 리스닝 프로젝트는 주민들로부터 피드백을 수집하고, 주제를 종합하여 그 결과를 대중과 공유합니다. 이 과정은 커뮤니티의 목소리와 우려가 청취되고 반영되도록 보장합니다. 우리는 이러한 정보를 우리의 프로그램을 형성하는 데 사용하는 것 외에도, 브루클라인과 인근 지역 모두가 지역적 관점과 도전에 대해 이해할 수 있도록 대중에게 공개합니다. 다양한 청중에게 다가가기 위해 우리는 오디오, 비디오, 그래픽 디자인, 글쓰기 등 다양한 미디어 형식을 활용합니다. 이러한 접근 방식은 다양한 배경을 가진 사람들이 서로 다른 미디어 이해 수준에 따라 참여할 수 있도록 보장합니다. 다양한 도구와 플랫폼을 제공함으로써, 우리는 커뮤니티의 목소리를 확대하고 의미 있는 연결을 촉진합니다.

7) Somerville Media Center

(1) 기관 소개

Somerville Media Center(이하 ‘SMC’로 표기) 시설 탐방과 인터뷰는 해당 기관의 교육 프로그램 운영 방식과 현황, 기관의 운영 전반, 타 기관과의 네트워킹 등에 대한 깊이 있는 이해를 통해 한국 미디어센터에 적용할 수 있는 인사이트를 얻고자 하였다. 또한, Youth media program의 진행을 직접 관찰하여 교육 프로그램의 운영과 그 효과에 대해 생생하게 살펴보고, 해당 기관에서 활동 중인 시민과의 인터뷰를 통해 지역 사회 플랫폼으로서의 미디어센터의 역할을 검토하였다. 1983년 시작되어 매사츠세츠 주의 가장 오래된 퍼블릭 액세스 채널을 보유한 SMC의 가장 핵심적인 운영 철학은 사람들이 자신이 말하고자 하는 것을 자유롭게 표현할 수 있는 공간이라고 생각할 수 있는 신뢰있는 기관이 되어야 한다는 것이다. 정치적 입장을 취하거나 지역 사회에 대해 특정 입장을 취하지 않는 중립적인 공간이자, 개별적인 지역 사회의 목소리들이 모여 전체를 대표하는 목소리를 내는 창구를 제공하는 것이다. 또한, SMC의 채널의 콘텐츠는 기관을 대표하는 것이 아니라, 시민 개개인이 말하고자 하는 것을 마칠 수 있도록 출신, 경제적 상황 등에 관계 없이 최대한으로 지원한다는 것도 중요한 운영 철학으로 삼고 있다.

사진154 SMC 인터뷰 현장

사진155 SMC 현수막 단체 사진

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2025.01.22. 대면 인터뷰
대상자	Sean Effel (Executive Director)
인터뷰 주요 내용	• 미국 미디어센터의 역사 및 철학 • 미국 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능 • 청소년 대상 미디어 교육 및 공동체 미디어

인터뷰 내용 정리
0. 들어가며
저희 같은 커뮤니티 조직에 오시면, 저희가 크게 격식을 차리지 않는다는 것을 느끼실 수도 있을 겁니다. 예를 들어, 저는 지금 캐주얼한 셔츠를 입고 있습니다. 이런 모습은 저희 조직이 지역 사회와 소통하는 방식을 보여줍니다. 저희는 의도적으로 친근한 분위기를 유지하려고 합니다. 저희는 다양한 삶의 배경을 가진 사람들, 경제적으로 여유 있는 분들부터 빈곤을 겪거나 정신 건강 문제를 겪는 분들까지를 돕고 있기 때문입니다. 만약 우리가 격식을 차려 옷을 입는다면, 지역 사회와의 소통에 장벽이 생길 수도 있다고 생각합니다.
1-1. Education: What kind of media education do students receive through Somerville Media Center's (SMC) Youth Media Program, which helps young people grow into critical and creative media producers?
미국에서는, 케이블 텔레비전과 같은 지역 커뮤니티 액세스 서비스들이 우리가 여기서 하는 일에 굉장히 독특하게 작동합니다. 이 제도는 1970년대와 1980년대의 아이디어에 뿌리를 두고 있습니다. 당시 케이블 회사들이 지역 사회에 케이블을 설치하면서 큰 수익을 올리기 시작했는데요. 지역 사회에서는 이러한 회사들이 재정적 이익을 얻는 만큼, 지역 주민들에게 직접적인 혜택을 제공해야 한다고 생각했습니다. 그래서 케이블 회사들에게 일종의 임대료를 도시에게 지불하도록 요구하였고, 그 돈은 지역 사회 센터나 주민들이 케이블 네트워크를 활용할 수 있는 도시 부서를 만드는 데 사용되었습니다. 1985년부터 이러한 제도가 시행되고 있지만, 기술의 발전에 따라 변화해 왔습니다. 같은

케이블이 이제는 단순히 TV 신호뿐만 아니라 인터넷 서비스나 기타 데이터도 전달합니다. 하지만 원칙은 여전히 유지되고 있습니다. 케이블 회사가 지역 사회에서 수익을 얻는다면, 주민들에게도 그 수익의 일부를 돌려주어야 하고, 지역의 메시지를 상업적 메시지와 함께 공유할 기회를 제공해야 한다는 것입니다.

저희 조직에서는 성인과 청소년 모두에게 기술을 배울 수 있는 도구와 훈련을 제공합니다. 이렇게 습득한 기술은 한 번 배우면 영구적으로 사용할 수 있으며, 집에서 활용하거나 이력서에 추가할 수도 있습니다.

또한, 지역 콘텐츠를 제작할 수 있는 장비와 시설도 제공하며, 이 콘텐츠는 텔레비전을 통해 상업 콘텐츠와 함께 방송됩니다.

그러나 상업 광고 제작은 금지하여 지역 사회를 풍요롭게 하고 개인들이 중요한 메시지를 공유하도록 돕는 데 초점을 맞추고 있습니다.

유튜브와 같은 플랫폼에서는 콘텐츠가 수많은 동영상 속에서 쉽게 묻힐 수 있지만, 저희 조직에서는 지역 주민들에게 초점을 맞춘 콘텐츠를 제공합니다. 이는 도시의 주민들과 중요한 지역 문제를 연결하며, 지역 사회 중심의 콘텐츠가 더 많은 관심을 받을 수 있도록 보장합니다.

어린이를 위한 프로그램은 기본적인 의사소통 기술을 익히는 것에서 시작합니다. 자신의 목소리를 사용하는 방법, 자신의 관점을 공유하는 법, 다른 사람들과 효과적으로 소통하는 법 등을 배우게 됩니다. 미디어 제작 활동을 통해 아이들은 협력, 경청, 타인의 관점을 이해하는 능력을 기르며, 학년 말에는 자신만의 영상 프로젝트를 제작하는 단계로 나아갑니다. 여기에는 촬영, 편집, 수정, 피드백 받기 등의 과정이 포함되며, 이는 단순히 기술적 능력을 키울 뿐 아니라 건설적인 비판을 수용하는 회복력과 자신의 능력에 대한 자신감을 키우는 데 도움을 줍니다.

청소년들은 더 높은 기대치를 가지고 활동합니다. 지역 사업체와 단체를 위한 프로필 영상 제작 같은 지역 사회 지향 프로젝트에 참여합니다. 이 과정에서 사업체와 소통하고 협력 및 의사소통 기술을 배우며, 잠재적인 진로를 탐색할 기회를 얻습니다. 예를 들어 로봇공학 회사의 프로필을 제작할 경우, 미래에 관련 분야를 탐구하고 싶다는 흥미를 느낄 수도 있습니다.

저희의 청소년 프로그램에서 미디어는 더 넓은 학습과 성장의 매개체 역할을 합니다. 자신감을 키우고, 협력 능력을 향상하며, 젊은이들이 미래의 도전과 기회를 마주할 수 있는 기술과 경험을 제공합니다.

1-2. Education: How does SMC provide media education to a diverse public across various ages and backgrounds? What core values does SMC prioritize in this media education?

교육은 저희가 하는 일의 일부에 불과합니다. 저희는 지역 사회를 만나고, 사람들이 저희의 지원을 통해 점차 성장하며, 궁극적으로 독립적으로 미디어를 제작할 수 있도록 돕는 일련의 과정을 진행하고 있습니다. 교육은 이 과정의 한 부분일 뿐입니다.

저희는 지역 사회의 경제적 상황이 독립적으로 미디어를 제작하는 데 큰 영향을 미친다는 것을 발견했습니다. 경제적으로 여유가 있는 사람들은 장비를 구매해 별다른 도움 없이도 집에서 미디어를 제작할 수 있습니다. 하지만 경제적으로 어려움을 겪는 지역 주민들은 저희를 찾습니다. 연간 75$만 내면, 수백만 달러 상당의 자원을 이용할 수 있기 때문입니다. 이처럼 저희는 이 그룹에 속한 많은 사람들을 끌어들이고, 그들의 필요를 충족시킬 수 있는 맞춤형 서비스를 제공합니다.

물론, 저희가 도움을 드려야 할 모든 분들에게 다가가지는 못하고 있습니다. 이를 해결하기 위해, 저희는 다양한 이민자 그룹과 연결될 수 있는 아웃리치 프로그램을 개발하고 있습니다. 영어를 사용하는 백인 미국인들은 언어와 문화적 유사성 때문에 비교적 쉽게 접근할 수 있습니다. 저희는 또한 서머빌에 밀집해 있고, 그들만의 서브 커뮤니티를 위해 중요한 미디어 콘텐츠를 제작하는 크레올어를 사용하는 아이티계 흑인 공동체와 협력하고 있습니다. 그들의 언어로 수업을 제공하기는 어렵지만, 교차적인 방식으로 연결을 시도하고 있습니다.

또한, 에티오피아와 에리트레아에서 온 암하라어를 사용하는 커뮤니티도 있습니다. 저희는 그들과 소통하기 위해 노력하고 있으며, 때로는 뉴스, 음악, 춤을 결합한 그들의 뉴스 프로그램이 저희 방송을 통해 방영되기도 합니다. 이러한 커뮤니티와 신뢰를 쌓는 데는 시간이 걸리지만, 신뢰가 형성되면 그들에게 맞는 서비스를 개발할 수 있습니다.

연령대에 관해서는, 저희의 청소년 프로그램은 주로 부모님들이 이 기회를 보고 자녀들을 보내면서 시작됩니다. 아이들이 성장한 후에도 다시 돌아오는 경우도 있지만, 새로운 참가자들은 대부분 부모님들의 결정으로 프로그램에 참여합니다.

저희는 또한 케임브리지와 서머빌 노인 서비스(Cambridge and Somerville Elder Services)와 같은 기관들과 파트너십을 발전시키고 있습니다. 이 기관들은 노인분들에게 휴대폰이나 노트북 같은 기기를 사용하는 법, 온라인 사기를 피하는 법, 기술을 자신 있게 활용하는 법을 가르치는 프로그램을 운영합니다. 이 파트너십의 일환으로, 저희는 노인분들이 개인적인 이야기를 팟캐스트로 녹음하고 이를 지역 사회에 공유할 수 있도록 돕고자 합니다. 이러한 노력은 노인 세대와 의미 있는 소통을 촉진하려는 저희의 다른 활동들과도 연결됩니다.

결국, 저희는 텔레비전 조직이자 사회복지사로서의 역할을 겸하고 있습니다. 많은 일이 기술과 관련되어 있지만, 그만큼 중요한 부분은 지역 사회 내 다양한 지점을 연결하는 것입니다. 저희가 일을 잘 해낸다면, 서로 다른 그룹 사이에 다리를 놓고, 통합과 포용의 감각을 키우게 됩니다. 이것이야말로 저희 활동의 핵심입니다.

2-1. Production and Distribution: What key approaches have enabled SMC's

‘Dead Air Live’ – the longest-running public access program in Massachusetts – to maintain its lasting impact on the community?
‘Dead Air Live’는 미국에서 가장 오래된 액세스 텔레비전 프로그램으로 알려져 있으며, 그 기원은 1970년대로 거슬러 올라갑니다. 이 프로그램은 항상 꾸준히 제작되지는 않았습니다. 특히 팬데믹과 같은 시기에는 제작이 중단되기도 했지만, 커뮤니티 미디어 역사에서 중요한 위치를 차지하고 있습니다. 이 프로그램은 자원봉사자들에 의해 운영되며, 제작 책임이 수년 동안 다양한 자원봉사자들 사이에서 교대로 이루어졌습니다. 현재는 새로운 콘텐츠를 제작하고 있지 않으며, 스튜디오 완공을 기다리며 재개할 준비를 하고 있을 가능성이 있습니다. ‘Dead Air Live’가 성공적인 이유는 지역 사회의 필요에 초점을 맞추었기 때문입니다. 그들의 프로그램은 서머빌 주민이라는 특정 관객을 위해 설계되었으며, 지역 사회와 공감할 수 있는 콘텐츠를 제작하는 데 우선순위를 둡니다. 이 프로그램은 1990년대 유명 음악 스타들의 녹화를 포함해 많은 성공 사례를 가지고 있습니다. 예를 들어, 트레이시 채프먼(Tracy Chapman)이 유명해지기 전의 초기 영상을 소유하고 있으며, 이는 최근 뉴스 기관들이 프로그램의 역사적 자료를 탐구하는 과정에서 주목을 받았습니다. 이러한 오랜 역사와 커뮤니티 중심의 접근 방식은 이 프로그램을 지역 미디어 환경에서 독특하고 소중한 존재로 만듭니다. ‘Dead Air Live’의 성공 비결 중 하나는 관객에 대한 고려입니다. 서머빌 커뮤니티가 원하는 것을 조사하고, 시청자와 연결될 수 있는 게스트와 콘텐츠를 찾으며, 의미 있는 소통을 우선시합니다. 많은 미디어 제작자들이 단순히 미디어를 제작하는 행위에만 집중하고, 그것이 어떤 영향을 미칠지 또는 얼마나 널리 퍼질지를 고려하지 않는 경우가 많습니다. 하지만 성공적인 제작은 철저한 사전 계획에서 시작됩니다. 예를 들어, 관객을 조사하고, 콘텐츠를 결정하고, 질문을 준비하는 등의 과정을 거친 뒤에야 기술을 활용합니다. 이러한 신중한 접근 방식은 제작된 미디어가 단순히 창작자의 만족을 위해 존재하는 것이 아니라, 지역 사회에 실질적인 영향을 미칠 수 있도록 보장합니다. 이러한 초점이 없으면, 미디어 제작은 자기만족에 그치고, 커뮤니티에 의미 있는 변화를 가져오지 못할 위험이 있습니다.
2-2. Production and Distribution: What impact have Boston Free Radio and the podcast studio had on the local community, and how have they advanced SMC's goals?
보스턴 프리 라디오(Boston Free Radio)라는 이름이 재미있다고 생각하실 수 있습니다. 저도 이 조직에 새로 합류했는데, 공식적으로 지난 6월에 들어왔습니다. 제가 들어왔을 당시에는 임시 공간에서 운영되고 있었고, 자원이 거의 없었습니다. 몇 개의 사무실만 있었고 스튜디오도 없었기 때문에 정말 제한적인 상황이었죠. 저는 외부에서 이 조직을 처음 접한 사람으로서 ‘보스턴 프리 라디오’라는 이름을 보고 이런 생각을 했습니다. ‘이곳은 보스턴이 아니고, 라디오도 아니라 스트리밍 오디오 플랫폼이다.’ 그래서 이름이 맞는 표현이 아니기 때문에 흥미롭다고 느꼈습니다.

보스턴 프리 라디오는 원래 사람들이 토론하고 대화를 나눌 수 있는 또 다른 플랫폼으로 시작되었습니다. 오디오만을 활용하는 프로그램이었기 때문에, 카메라를 배우거나 디지털 비디오 편집을 익히기 어렵거나, 큰 스튜디오에서 작업하는 것이 부담스럽거나, 시간이 없는 사람들에게 적합한 공간이었죠. 하지만 그들 역시 말하고 싶은 것이 있었고, 토론이나 인터뷰를 하고 싶어 했습니다. 그래서 오디오 플랫폼이 적합한 선택이 되었고, 이 프로그램은 2000년대 중반에 시작되었습니다. 이는 새로운 기술이 필요하고, 접근성이 더 높은 영역을 확장하기 위한 시도였습니다. 당시에는 좋은 대화와 토론이 지속적으로 이루어졌습니다.

그 이후로 프로그램은 변화하며 점점 음악 중심으로 바뀌게 되었습니다. 하지만 저는 스트리밍 오디오 방송국에서 상업 음악을 재생하는 것이 커뮤니티 메시징(지역 사회와의 소통)에 큰 도움을 주지 않는다고 생각합니다. 그래서 앞으로 약 1년 안에 토론과 대화를 중심으로 프로그램을 다시 전환하려고 합니다. 새로운 멤버들을 모집해 우리 시설에서 대화, 토론, 인터뷰를 진행하도록 하는 방향으로 나아갈 계획입니다.

음악만으로는 지역 사회에 큰 혜택을 주지 않는다고 생각합니다. 특히 여기 미국에서는 사람들이 주로 자동차를 운전하면서 라디오를 듣는 경우가 많고, 지하철에서는 휴대폰으로 팟캐스트를 다운로드해 듣기도 합니다. 반면, 음악은 스포티파이 같은 스트리밍 플랫폼을 통해 쉽게 들을 수 있기 때문에, 음악만으로는 커뮤니티와의 연결을 강화하기 어렵습니다.

현재 저희는 인근의 다른 조직과 협력 논의를 진행하고 있습니다. 이 조직은 지역 사회 구성원들에게 그들의 직업이나 삶의 이야기를 인터뷰하고자 하는 청소년들을 돕고 있습니다. 예를 들어, 대기업 CEO가 되기까지의 이야기나, 45년 동안 지역 주민으로 살아온 경험 등이죠. 이런 스토리를 발굴하기 위해 그 조직의 아이들이 우리 시설을 이용해 대화와 토론을 진행할 수 있도록 논의 중입니다. 이제 시설이 개방되었으니, 이러한 협력을 통해 프로그램을 새롭게 활성화할 수 있기를 기대합니다.

2-3. Production and Distribution: How have SMC's digital strategies—such as providing tools like Streamyard, Filmic Pro, and Audacity—positively impacted content distribution in the era of platforms like YouTube?

많은 사람들이 유튜브가 1등이라고 생각하며 대안이 없다고 느끼는 것 같습니다. 저도 한때는 유튜브에 대해 “사람들이 다치고, 넘어지고, 물건을 부수는 영상을 가득 채운 플랫폼”이라고 표현하곤 했습니다. 불행히도, 그런 콘텐츠가 지역 사회 메시지보다 훨씬 더 흥미롭다는 게 현실입니다.

디지털 플랫폼에 저희의 콘텐츠를 올려 지역 관객들과 연결하려는 모든 시도는 늘 도전 과제입니다. 이는 부인할 수 없는 현실입니다. 여기서는 틱톡(TikTok)이 금지될 가능성에 대한 뉴스가 종종 화제가 되곤 하지만, 소셜 미디어 사용자의 주의 집중 시간이 점점 짧아지고 있다는 것은 분명합니다.

하지만 지역 사회 메시지는 복잡하고 큰 주제를 담고 있죠. 예를 들어, 현재 저희가 위치한 이 건물은 철거되고 새로운 사무실과 연구소 공간으로 재개발될 예정이라는 움직임이 있습니다. 이는 많은 지역 주민들에게 우려를 불러일으키는 문제입니다. 변화가 이웃에 어떤 영향을 미칠지에 대한 걱정도 크고, 일부 사람들은 다른 방식의 개발을 원하고 있습니다. 이런 지역 사회 갈등을 짧은 소셜 미디어 메시지로 설명하기는 어렵습니다.

미디어의 미래는 아쉽게도 소셜 미디어에 달려 있습니다. 그리고 저희에게는 이 미디어를 통해 원하는 만큼의 영향을 만드는 데 항상 어려움이 있을 것입니다. 하지만 때로는 저희 조직이 유튜브가 제공할 수 없는 가치를 만들어 내는 경우도 있습니다. 예를 들어, 지역 선거에서 누군가가 출마할 때, 저희는 후보자들의 회의와 발표를 녹화하여 채널과 웹사이트에 올립니다. 이 콘텐츠는 서머빌에서 수천 명의 사람들이 시청합니다. 지역 선거 관련 콘텐츠는 저희가 제작하는 가장 성공적인 콘텐츠 중 하나입니다. 맨해튼이나 보스턴처럼 주요 언론사가 있는 곳이 아니라면, 이러한 지역 콘텐츠를 다룰 매체가 거의 없기 때문입니다. 저희는 이를 다룹니다. 매년 이러한 활동을 통해 저희가 지역 사회에서 얼마나 중요한 서비스를 제공하는지를 사람들에게 상기시킬 수 있습니다.

3-1. Networking: In 2017, SMC rebranded as Somerville Media Center to better reflect the interests of local residents. How was this identity shift influenced by changes in the media landscape, and what impact did it have on community interactions and networking?

제가 말씀드린 것처럼 1970년대와 1980년대에는 커뮤니티 텔레비전, 또는 액세스 텔레비전이라는 용어를 사용했습니다. 하지만 시간이 지나면서 더 많은 온라인 서비스가 사람들의 가정으로 들어오면서 이러한 용어는 점차 시대에 뒤떨어지게 되었습니다. 한때는 텔레비전이 지역 사회와 더 넓은 세상을 연결하는 유일한 수단이었습니다. 미국에서는 오직 세 개의 주요 방송 네트워크만 존재했고, 모든 사람들이 이 세 네트워크 중 하나를 시청하며 동일한 뉴스를 접하던 시절이 있었죠.

하지만 이제는 사람들이 수천 가지의 다양한 출처에서 뉴스를 얻고 있으며, 사실(fact)에 대한 합의가 이루어지지 않는 현실이 되었습니다. 최근의 선거에서도 볼 수 있듯이, 한 그룹이 주장하는 '진실'과 다른 그룹이 주장하는 '진실'이 다릅니다. 이러한 상황에서 저희가 스스로를 텔레비전 조직이라고 부르는 것이 더 이상 적합하지 않다는 점이 명확해졌습니다. 그래서 저희가 하는 일을 설명하는 언어를 변경해야 했습니다.

이러한 변화는 저희 지역뿐만 아니라 다른 조직에서도 공통적으로 이루어진 일이었습니다. 서머빌, 보스턴, 캠브리지 등 많은 곳에서 "우리 조직 이름에 여전히 텔레비전이라는 단어를 사용해야 하는가?"라는 논의가 이루어졌습니다.

저희가 이름을 바꾼 것은 옳은 결정이었다고 생각하지만, 동시에 지역 사회에서 저희가 하는 일이 혼란스럽게 느껴질 수도 있다는 점도 있습니다. 일부 조직은 텔레비전이라는 단어를 유지하기로 결정했는데, 이는 레트로 감성을 주고, 이전 세대를 떠올리게 하며, 일정한

무게감을 느끼게 한다고 판단했기 때문입니다.

하지만 저희는 트렌드뿐만 아니라 또 다른 이유로 이름을 변경했습니다. 과거에는 저희 이름이 서머빌 커뮤니티 액세스 텔레비전(Somerville Community Access Television), 즉 SCAT였는데, 영어에서 SCAT은 또 다른 의미로 "배설물"을 뜻하기도 합니다. 그래서 저희에게는 중요한 변화였죠.

그럼에도 불구하고 지역 주민들은 여전히 저희를 “SCAT인가요?” 또는 “예전에 SCAT였던곳인가요?”라고 부르곤 합니다. 저희가 2017년에 이름을 변경했지만, 7년이 지난 지금도 많은 분들이 예전 이름으로 저희를 찾습니다.

결국 두 가지 이유가 있었습니다. 하나는 기술적인 변화였고, 다른 하나는 부적절했던 이전 이름 때문입니다.

이름 변경 후의 변화는 메시지를 전달하는 데 있어서 더 복잡한 과제를 안겨주었습니다. 간단하게 ‘저희가 무엇을 하는 곳인지’를 설명하기가 어려워졌죠. 엘리베이터 스피치(elevator speech)라는 표현 아시나요? 엘리베이터를 타고 가는 동안 짧은 시간 안에 누군가에게 자신의 일을 설명해야 하는 상황을 말합니다.

저는 이렇게 설명합니다. “저희는 사람들이 얼마나 돈이 많든 상관없이 자신만의 커뮤니티 프로그램을 제작할 수 있는 공간입니다.” 그 후에 “저희는 비영리 단체, 개인, 교회, 학교를 돕습니다. 노숙자분들도 저희와 함께 텔레비전 프로그램을 제작합니다”라고 덧붙이면서 사람들이 이해할 수 있도록 이야기합니다. 이 설명은 여러 번 연습해서 어느 정도 익숙해졌지만, 여전히 이해를 돕는 데 시간이 필요합니다.

또한, 이는 모금 활동에도 도전을 줍니다. 기금을 신청할 때 신청서를 읽는 사람들이 저희를 단순히 ‘텔레비전 조직’으로 인식하면, ‘이건 우리가 찾는 것이 아니다’라고 판단하고, 어린이나 노인과 함께 일하는 다른 서비스에 자금을 지원하기로 결정할 수 있습니다. 그래서 이름 변경은 모금 활동을 더 어렵게 만들기도 했습니다.

그럼에도 불구하고, 이름 변경은 저희가 하는 일을 반영하는 데 중요한 역할을 합니다. 저희가 만드는 미디어는 특정 플랫폼에만 국한되지 않으며, 여러 플랫폼에서 활용되기 때문입니다.

3-2. Networking: SMC has emphasized hyperlocal journalism through initiatives like Somerville Neighborhood News. How has this hyperlocal content impacted the local community?

서머빌은 큰 도시인 보스턴 옆에 있는 작은 도시입니다. 이런 상황에서는 서머빌만을 위한 뉴스를 제작하는 상업적인 뉴스 회사가 없습니다. 보스턴처럼 뉴스를 다루는 곳이 없다는 거죠. 서머빌에서 가장 끔찍한 비극적인 사건이 일어나야만 보스턴 뉴스의 카메라 팀이 나와 무언가를 기록합니다. 예를 들면 치명적인 자동차 사고나 주택 화재 같은 선정적인 사

건들입니다. 하지만 지역 선거나 중요한 비영리 단체가 새로운 서비스를 시작하려고 할 때는 보도되지 않습니다.

그래서 저희가 과거에 이런 역할을 해왔습니다. 부분적으로는, 저희 회원들과 지역 주민들 중에서, 제가 말씀드린 것처럼, 전하고 싶은 중요한 메시지가 있는 분들이 콘텐츠를 제작합니다. 그 내용은 지역 사회에서 다뤄지지 않는 문제일 수도 있고, 그로 인해 콘텐츠를 제작하게 됩니다.

과거에는 'SNN(Somerville Neighborhood News)'이라는 프로그램이 여러 해 동안 운영되었는데, 이 프로그램은 마치 상업 뉴스 네트워크처럼 보도했지만 서머빌에만 집중했습니다. 그들은 비영리 단체를 위한 서비스나 고등학교에서 많은 사랑을 받은 선생님의 퇴임 같은 주제를 다뤘습니다. 정말 훌륭했지만, 많은 노력이 필요했습니다. 많은 일을 필요로 합니다.

이러한 작업은 큰 시장이 있는 대도시로 점점 통합되고 있는 이유이기도 합니다. 서머빌과 같은 곳에서는 이런 뉴스를 제작하는 데 필요한 인력이 부족합니다. 뉴스를 매주 또는 매일 제작하려면 연구, 관계 형성, 기술적인 작업 등 많은 시간과 노력이 필요합니다. 이는 작은 조직에게는 큰 도전 과제입니다.

4-1. Operations and Funding: We would like to know about the key operational staff and funding sources of SMC.

저희가 받는 수익의 대부분은, 아마도 많은 액세스 센터들도 비슷할 텐데요, 케이블 회사와의 계약을 통해 들어옵니다. 말씀드린 것처럼, 케이블 회사가 지역 사회에 전선을 설치하고 운영하기 때문에, 그 수익의 일정 비율을 저희 같은 조직에 운영비로 제공해야 합니다. 서머빌에서는 Comcast와 RCN이라는 두 개의 케이블 TV 제공 업체가 있는데, 이 둘이 서로 경쟁하면서도 총 7,500명의 케이블 가입자를 구성하고 있습니다. 각 가입자가 납부하는 요금에서 5%가 시로 전달되고, 시는 그 돈을 저희 기관과 정부 및 교육 부문에 프로그램을 제공하는 두 개의 시 부서에 배분합니다. 이른바 P, E, G — Public(공공), Education(교육), Government(정부) — 중에서 저희는 P, 즉 공공에 해당합니다. 저희는 수익의 약 4%를 받고, 나머지 1%는 서머빌의 두 부서에 배분됩니다. 그 부서들은 세금으로도 운영비를 충당하기 때문에 자원이 비교적 풍부합니다. 저희는 이 자금을 통해 올해 예산의 약 87%를 충당하고 있습니다. 거의 대부분의 비용을 이 자금으로 해결하고 있죠.

저는 신임 전무이사로서, 이 비율을 줄이고 나머지 약 13% 이상의 자금을 모금하는 것이 목표입니다. 내년에는 이 비율을 더 줄이고자 노력할 것입니다. 왜냐하면 매년 케이블 회사에서 들어오는 수익이 약 5%씩 감소할 것으로 예상되기 때문입니다. 점점 더 많은 사람들이 케이블 TV를 해지하고 스트리밍 서비스만 이용하기 때문입니다. 연방 정부가 이와 관련된 법안을 바꾸지 않는 한, 저희는 스트리밍 TV 서비스나 인터넷 서비스에서 자금을 받을 수 없습니다. 정부는 케이블 TV를 '엔터테인먼트'로, 인터넷을 '정보'로 구분했는데, 같은 전선을 사용하는데도 이런 차이를 둔 것입니다. 이 때문에 저희는 매우 불만이 많고

화가 납니다.

2007년에 연방 정부가 이와 같은 결정을 내리면서 저희는 서비스를 축소하고, 일자리를 줄이며, 지역 사회에 제공하는 것을 줄여야 했습니다. 그 돈이 다른 곳으로 가버렸기 때문입니다. 지금은 케이블 회사들이 그 돈을 가져가고 있습니다. 당시 연방 통신 위원회(FCC)의 의장이었던 Michael Powell이 이러한 결정을 내렸습니다. FCC는 어떤 대역폭을 어떤 회사가 사용할 수 있는지에 대한 모든 규정을 만드는 곳인데, 매우 친기업적인 결정으로 케이블 회사들이 그 돈을 가져가도록 했습니다. 이로 인해 저희 자금이 이렇게 결정되고 있습니다.

나머지 자금은 소액의 회원비로 충당합니다. 예를 들어, 1인당 연간 75$ 정도인데, 저희 예산에서는 소액에 불과합니다. 또한 일부 지속적인 지원금을 받고 있으며, 제 역할은 이 지원금을 더 늘리는 것입니다. 예를 들어 시의 예술위원회, 터프츠 대학교, 그리고 몇몇 사설 가족 재단에서 자금을 받고 있습니다. 개인 기부금도 조금씩 받고 있지만, 내년에는 이 금액을 더 늘려야 합니다.

직원 구성에 대해서도 말씀드리겠습니다. 저희는 정규직 직원 5명, 그리고 파트타임 직원 4명으로 총 9명이 근무하고 있습니다. 제가 전무이사로서 올해 6월에 합류했고, 정규직 직원 중에는 청소년 프로그램을 담당하는 Evan이 있습니다. 그는 주 4일 정도 청소년 프로그램을 운영하는 데 전념하고 있습니다. 이번 달 초 새로 합류한 Sulpa라는 직원은 저희 훈련 프로그램 디렉터로, 새로운 훈련 프로그램을 개발하고 서머빌 주민들에게 제공하는 역할을 맡고 있습니다. 프로그램은 카메라 및 마이크 사용법 같은 기초 수업에서 시작해, 스튜디오 제작, 다큐멘터리 제작 등 실질적인 스킬 수업으로 확장되고 있습니다.

또한, 운영 코디네이터 Jordan은 라이브 TV 스튜디오와 관련된 업무, 장비 유지 관리, 방송 채널 일정 조정 등을 담당합니다. Jordan은 커뮤니티에서 온 공익 메시지(Public Service Announcement)를 방송할 수 있도록 하고, 제작에도 어느 정도 참여할 예정입니다. 커뮤니케이션 디렉터가 정규직으로 근무 중이고, 나머지 두 명의 파트타임 직원은 리셉션 업무와 청소년 프로그램 보조 업무를 담당하고 있습니다. 예산이 한정적이긴 하지만, 이사회의 결정에 따라 저희는 서비스를 확장하고자 노력하고 있습니다. 내년에는 커뮤니티 구성원이 직접 제작에 참여할 수 있도록 지원하는 새로운 직책을 신설하는 것이 목표입니다.

4-2. Operations and Funding: Are the media education programs at SMC primarily led by internal staff or external instructors? If led by internal staff, is there a training process in place?

앞서 말씀드린 것처럼, 저희 새로운 훈련 프로그램 디렉터가 이 수업과 교육 과정을 개발할 예정입니다. 또한, 저희는 외부 전문가를 초빙하여 강의를 진행할 계획입니다. 저희 내부 직원들만으로는 모든 수업을 운영하기에 기술과 경험이 부족하기 때문에, 지역 사회와의 더 많은 연결을 통해 다양한 관점을 수업에 반영할 수 있도록 외부 전문가를 초대하는

것이 더 나을 것이라 판단했습니다. 내부 직원들 또한 일부 수업을 진행할 예정이지만, 그 양은 많지 않고 각자의 전문 분야에서 이루어질 것입니다. 저 같은 경우, 제작 작업을 많이 해본 경험이 있기 때문에 전무이사로서 몇몇 제작 수업을 가르칠 예정입니다. 어떤 분들은 제가 "사장"이라 특별한 사람일 거라고 생각해서 저에게 배우고 싶다고 말씀하시기도 하더라고요. 저희 직원들 각자 특정 기술 분야에서 경험을 가지고 있으며, 개인적인 경험을 바탕으로 수업을 진행하게 될 것입니다. 하지만 이 외에도 각자 맡은 업무가 있기 때문에, 이러한 수업은 일종의 부가적인 프로젝트처럼 진행될 것입니다.
5. Philosophy and Identity: What is the operating philosophy of SMC? Could you share the key points or primary goals that you prioritize most in running the institution?
저희 조직은 사람들이 와서 자신이 말하고 싶은 것을 자유롭게 표현할 수 있다고 믿을 수 있는 신뢰있는 곳이어야 한다고 생각합니다. 저희 활동의 시작점은 바로 이 부분입니다. 사람들은 저희 조직을 보고 저희가 중립적이라고 믿을 수 있어야 합니다. 저희 조직은 정치적인 입장을 취하지 않으며, 지역 사회의 문제에 대해 특정 입장을 취하지 않습니다. 저희 방송 채널이나 스트리밍 플랫폼에서 들을 수 있는 모든 목소리는 개별적인 지역 사회의 목소리입니다. 이 목소리들이 합쳐져서 전체 지역 사회를 대표하게 됩니다. 개별적인 목소리들을 모아서 보면, 각자 동의하거나 반대할 수 있지만, 그 목소리들이 전체를 대표한다는 점이 가장 중요한 시작점이라 생각합니다. 그 다음으로 중요한 것은, 우리가 당신이 일을 끝마칠 수 있도록 지원하는 곳이라는 점입니다. 그것은 우리의 일이 아닙니다. 우리 텔레비전 채널의 콘텐츠는 우리 조직을 대표하는 것이 아닙니다. 우리는 당신이 무엇을 말하든, 규칙을 어기지 않고 예의 바르고 친절한 태도를 유지하는 한, 언제든 도울 것입니다. 미디어를 제작하는 순간에는 당신이 원하는 말을 할 수 있지만, 우리는 어떤 배경을 가진 사람이든 그 길을 갈 수 있도록 지원할 것입니다. 영어 표현 중에 문법적으로 완벽하지는 않지만 “We will meet you where you are at.”이라는 말이 있습니다. 정확한 영어는 아니지만, 어떤 상황에 있든 우리가 그 간극을 메우고 당신이 원하는 텔레비전 제작 목표에 도달할 수 있도록 도울 것입니다. 세 번째로 중요한 저희 조직의 정체성은, 저희가 제공하는 서비스가 단지 다른 조직에 중요한 것이 아니라, 저희 조직에도 매우 중요하다는 점입니다. 저희의 파트너십이 저희를 강하게 만듭니다. 그래서 저희가 시 정부, 다른 비영리 단체, 지역 사회 단체 또는 정치 후보자와 협력하여 그들의 메시지를 저희 서비스를 통해 지원할 때, 저희는 도시에서 중요한 서비스가 됩니다. 그러면 저희가 지원을 요청할 때, 저희가 중요한 존재라는 것을 더 쉽게 주장할 수 있게 됩니다.
6. Historical and Social Background: What are the core values that underpin media centers in the United States, and how have historical and social contexts facilitated the emergence and growth of media centers and movements in the United States?

우리 산업은 사실 protest(항의)에서 시작되었습니다. 커뮤니티에 전달될 상업적인 콘텐츠와 그 콘텐츠로부터 얻어진 돈이 커뮤니티가 아닌 케이블 제공자들, 즉 주주들에게 가는 것에 대한 항의였습니다. 많은 미국인들이 그 역학 관계를 불만스럽게 생각하고 동의하지 않습니다. 이는 커뮤니티 미디어뿐만 아니라, "왜 이 회사는 나에게 아무런 영향력도 없는 결정을 내리고, 나는 아무것도 할 수 없을까?"라는 불만을 자주 듣게 되는 공통된 감정입니다.

그래서 저는 이것이 가장 중요한 가치라고 생각합니다: 사람들은 기업의 이익에 얽매이고 싶지 않았고, 그들의 이익을 함께 나누고 싶어 했습니다. 이게 바로 우리가 생겨난 이유이고, 그 가치는 지금까지도 대부분 유지되고 있습니다.

센터 이용자들은 그 역학 관계, 철학이나 역사적 관점을 이해해서 오는 것이 아닙니다. 그들이 우리에게 오는 이유는 집주인이 그들을 쫓아내거나, 비즈니스가 그들을 속였거나, 아니면 특별한 커뮤니티 이벤트나 비영리 단체를 위해 돈을 모으려는 등의 필요 때문이기 때문입니다. 그들은 이러한 필요를 해결하고 싶어하고, 역사와 배경에 대해 생각하지 않습니다. 하지만 그것이 바로 우리의 역할입니다. 우리의 일은 우리가 존재하는 이유를 가능한 한 많이 공유하는 것입니다.

7. Command Center: Is there a specific organization in the U.S. that functions as a Command Center for media centers and public access channels? If so, which entity plays this role—government departments, ACM (Alliance for Community Media), FCC (Federal Communications Commission), or perhaps a third-party organization? Do you think such a Command Center is necessary, or do you believe it is unnecessary?

미국에는 SMC와 같은 조직이 약 2,000개 정도 있을 겁니다. 이들은 공공, 교육, 정부를 혼합한 형태이거나 주로 민간 비영리 단체로 운영되고 있습니다. 저희와 같은 조직은 주식회사가 아니기 때문에 주주들에게 이익을 분배하지 않으며, 이사회를 통해 결정을 내리므로 매우 독립적입니다. 많은 접근 센터가 비슷한 구조를 가지고 있을 겁니다.

공공과 민간, 정부와 민간 비영리 단체의 파트너십이 존재할 수 있습니다. 이 경우 예산의 일부는 정부에서, 나머지는 비영리 측에서 결정됩니다. 이런 동적인 관계가 있지만, 저희는 네트워크가 없습니다. 즉, 어떤 기업이 "이 프로그램을 만들어야 한다"거나 "이 서비스를 제공해야 한다"고 말하고, 우리가 반드시 응답해야 하는 시스템은 아니죠.

언급하신 ACM(Alliance for Community Media)은 아마도 저희에게 가장 중요한 조직 도구입니다. 이는 저희의 권익을 대변하는 단체로, 매년 회원비를 내면 몇 가지 혜택을 받을 수 있습니다. 가장 큰 세 가지 혜택은 매년 한 번 열리는 컨퍼런스에 참석할 수 있다는 점입니다. 그곳에서 다른 전문가들과 만나 아이디어를 공유할 수 있습니다. 저는 두 명의 신입 직원을 이번 컨퍼런스에 보낼 예정인데, 이 컨퍼런스는 보스턴에서 열리며, 전국 각지의 전문가들과 네트워킹할 좋은 기회입니다.

두 번째 혜택은 ACM이 워싱턴 D.C.에서 정부와 만나, 접근 단체의 가치를 정치인들에게 설득하는 일을 한다는 점입니다. 이는 지역 단체로서는 어려운 일이기 때문에 매우 중요한 역할을 합니다.

세 번째는 구인 공고를 공유할 수 있다는 점입니다. 저희는 그들의 웹사이트를 통해 공고를 올리면, 접근 커뮤니티에 관심 있는 사람들에게 도달할 수 있습니다. 이는 고위직 직원 채용에 매우 유용한 자원입니다.

FCC는 정치적인 임명직이 많아 대통령이나 대통령실의 부서에서 임명됩니다. 그래서 FCC의 정치적 관점은 매년 달라질 수 있습니다. 그들은 비즈니스 지향적이며, 종종 지역 사회의 요구에 무관심하기도 합니다. 하지만 ACM은 FCC의 법률을 변경하거나 저희의 자금 구조를 바꾸기 위해 노력하고 있습니다.

Command center는 필요하다고 생각합니다. 왜냐하면 우리가 작은 비영리 단체로서 연방 법안을 바꾸거나 정부의 결정에 영향을 미칠 방법은 없기 때문입니다. 그래서 우리가 그 일을 전담하는 기관을 가지고 있고, 그 기관이 우리 회원들의 회비와 모든 조직들의 회원 회비로 자금을 지원받는다는 것은 좋은 일입니다.

8. Exchange Between Media Centers: Is there active exchange between media centers in the U.S.? If so, how does this exchange take place, and what kinds of information or activities are typically shared?

제가 좋아하는 미디어 교환 방식은 예전에는 사람들이 자전거를 타고 테이프를 만들었다는 방식이었습니다. 그 테이프는 VHS 카세트로, 자기자석 테이프에 녹음된 것이죠. 80년대와 90년대, 그리고 2000년대 초반까지 이렇게 했습니다. 그들은 테이프를 10개 복사한 후, 자전거를 타고 Summerville에서 Cambridge로 가서 테이프를 남기고, 그다음에는 Medford로, 마지막으로 Boston에 가서 또 테이프를 남겼습니다. 물론 지금은 다르게 되었지만, Summerville에서 콘텐츠를 만드는 제작자들은 이제 Summerville을 넘어 더 넓은 청중에게 다가가고 있습니다. 이들은 이웃 도시들과 연결되며, 이는 정말 멋진 일입니다. 우리 도시는 땅은 작지만, 주민 수가 많다는 사실을 알기 때문입니다. 우리의 삶은 도시의 경계를 넘나들고, 콘텐츠도 마찬가지입니다. Summerville에서 중요한 내용은 Boston에서 Summerville에서 일하는 사람들에게도 의미가 있을 수 있습니다.

물론 지금은 서버를 통해 미디어를 전송하고 전자적으로 콘텐츠를 공유하지만, 여전히 더 넓은 청중에게 연결됩니다. 물론 큰 청중에게 도달할 수 있지만, 로컬 메시지가 뉴욕에 도달하면 뉴욕은 관심을 가지지 않겠죠. 그래서 로컬 콘텐츠에는 개념적 경계가 존재합니다. 멀리 갈수록 내용이 덜 관련성이 있게 되므로, 우리가 Summerville에서 중요하지 않은 샌프란시스코의 프로그램을 방송하는 일은 없도록 제한적인 요소가 됩니다.

그래서 콘텐츠 공유는 정말 중요하다고 생각합니다. 그것은 개별 제작자가 더 큰 청중에 도달할 수 있도록 도와주지만, 그 콘텐츠가 다른 지역에서는 아무 의미 없는 소음이 되지

않도록 하는 것이 핵심입니다. 그것이 바로 좋은 점이죠. 그리고 앞서 언급한 것처럼, ACM의 연례 컨퍼런스가 있고, 이들은 지역 지부를 운영합니다. 예를 들어, Alliance for Community Media의 북동부 지역 지부는 뉴욕, 매사추세츠, 코네티컷, 메인 등을 포함한 작은 하위 지역을 형성하고 있으며, 우리는 그 지역에 참여해 보다 지역적인 수준에서 컨퍼런스를 개최할 수 있습니다. 이러한 컨퍼런스는 조직들이 현재 진행 중인 일들을 공유하는 가장 좋은 방법이라고 생각합니다.

어떤 접근 조직의 그룹에서는 특정 분야의 전문가가 있을 수 있습니다. 예를 들어, 저도 저작권 침해와 관련된 법적 문제를 기억하는데, 어떤 조직이 오하이오에서 소송을 진행했던 일이 있었습니다. 그들은 그 경험을 통해 많은 것을 배웠고, 자신을 방어하는 방법과 이런 갈등이 발생하지 않도록 방지하는 방법을 익혔습니다. 그들은 그 후, 다음 해의 컨퍼런스에서 그와 같은 소송을 처리하는 방법에 대해 워크숍을 진행했고, 이 워크숍은 전국 각지에서 온 사람들에게 중요한 배움의 기회를 제공했습니다. 그래서 사람들 간의 기술을 공유하는 방식이 우리가 할 수 있는 최고의 방법이라고 생각합니다.

9. Participation: We would like to know how Somerville Media Center encourages active citizen participation. Additionally, we would appreciate your personal opinions on effective programs and approaches to increase participation.

저는 접근성과 관련이 없는 이야기를 하나 공유하려고 합니다. 제 장모님은 교회에서 목사님이셨고, 위기에 처한 교회들에 가서 돕는 일이었습니다. 예를 들어, 목사님이 돌아가셔서 그 자리를 채워야 하거나, 신앙 갈등이 있어 그 갈등을 해결해야 할 때, 장모님은 그런 일을 돕기 위해 갔습니다. 그녀는 자신이 갔던 모든 교회가 회원 수가 감소했다고 느꼈다고 말했습니다. 교회에서는 “회원 수를 늘리기 위해 행사를 하자, 사람들이 교회에 와서 일원이 되게 하자”고 말했죠. 이에 장모님은 “그렇게 해서 되는 게 아니다. 사람들을 모집해서 교회가 하는 일을 가장 잘 보여주는 인상을 남길 수는 없다. 당신이 해야 할 일은 커뮤니티에서 좋은 일을 하는 것이다. 사람들이 그 일을 보고 그 일에 참여하고 싶어지게 만들어야 한다. 교회에 가고 싶어서가 아니라, 그 일에 참여하고 싶어서 말이다. 그렇게 하려면 교회와 가까워져야 한다”고 말했습니다.

저는 이것이 커뮤니티 참여와 접근성 조직에도 동일하게 적용된다고 생각합니다. 사람들은 좋은 일을 봐야 합니다. 여기서 말하는 좋은 일은 단순히 좋은 프로그램을 의미하는 것이 아니라, 우리가 다른 사람들이 가지 않는 곳에서 활동하는 모습도 포함됩니다. 우리가 커뮤니티 조직에서 중요하게 여기는 이벤트를 기록하고, 카메라 없이 커뮤니티 그룹에 참석해 그들의 이야기를 듣는 모습이 그 일부입니다. 우리가 우리 조직 밖에서 시간을 많이 보낼수록 커뮤니티와의 연결이 깊어지고, 그들이 우리가 좋은 일을 한다는 걸 보게 되면 “저도 그 일에 참여하고 싶다”고 느끼게 됩니다. 저는 이것이 핵심 원칙이라고 생각합니다.

우리는 이를 어떻게 실행하냐면, 새로운 커뮤니케이션 매니저인 티나가 있습니다. 티나는 이 조직에서 가장 오랫동안 근무한 사람이며, 매우 뛰어난 사람입니다. 그녀의 업무는 외부와의 연결을 만들고, 우리가 하는 훌륭한 일을 사람들에게 알리고 이해할 수 있도록 돕

는 것입니다. 그녀는 공적인 회의를 가진 모든 사람들에게 다가가서 “우리 성공 사례를 공유할 수 있을까요?”라고 묻고 있습니다. 매일매일 조직에서 일어나는 특별한 일들을 살펴보고, 그 내용을 대중과 공유할 수 있도록 합니다. 우리는 그것을 소셜 미디어와 뉴스레터를 통해 알리고 있습니다. 또한, 우리 학생들이 하는 일은 집에 돌아가 가족들 앞에서 보여지게 됩니다. 가족들이 그것을 좋아하길 바라고, 그들이 다른 가족들에게도 이야기합니다. “우리 아이가 이런 훌륭한 경험을 했어요. 당신도 자녀를 보내보세요”라고 말이죠. 그래서 저는 우리 좋은 일을 보여주고, 다른 사람들의 일에 참여하는 것이 이곳에서 참여를 이끌어내는 중요한 힘임을 잘 알고 있습니다.

8) Cambridge Community Television (CCTV)

(1) 기관 소개

Cambridge Community Television(이하 ‘CCTV’로 표기)는 1988년 설립된 미국 Cambridge 지역의 커뮤니티 액세스 방송국이다. 강하고 공정하며 다양한 커뮤니티를 육성하는 것을 목표로, 자유로운 표현, 시민의 참여, 창의적 표현을 촉진하는 미디어 도구와 교육을 제공한다. 민주주의에 적극적으로 참여하는 유일한 방법은 지역에 대한 정보를 얻고 ‘자신의 목소리를 가지는 것’ 이라고 믿으며, 이를 위해 사람들에게 플랫폼을 제공하며 지역 내 다른 단체들과 정부 기관과 긍정적인 관계를 유지하기 위해 노력하고 있다. 지역민들이 지역 사회에 목소리를 낼 수 있도록 대상별 맞춤형 프로그램과 자원을 지원하고 있는 CCTV는 400개 이상의 일자리 프로그램 중 여름 청소년들에게 가장 좋은 일자리로 선정될 만큼 케임브리지(Cambridge) 지역에서 인정받는 커뮤니티 액세스 방송국으로 자리 잡고 있다.

사진156 CCTV 외관

사진157 CCTV 비대면 인터뷰

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2025.02.07. 비대면 인터뷰
대상자	Maritza Grooms (Associate Director of Community Relations)
인터뷰 주요	• 미국 미디어센터의 역사 및 철학

내용	• 미국 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능

인터뷰 내용 정리

1. Founding Background: What is the operating philosophy of CCTV? Could you share the key points or primary goals that you prioritize most in running the institution?

(1) CCTV의 미션

Cambridge Community Television(CCTV)는 강하고 공정하며 다양한 커뮤니티를 육성하는 것을 목표로 합니다. 이를 위해 자유로운 표현, 시민 참여, 창의적 표현을 촉진하는 도구와 교육을 제공합니다.

이 목표를 실현하기 위해 다양한 방식을 활용하고 있습니다. 앞서 말씀드린 것처럼 커뮤니티 구성원들에게 미디어 도구와 교육을 제공하고 있으며, 다양한 창의적 미디어 교육 프로그램을 운영합니다. 만약 직접 방문해 보셨다면, 커뮤니티를 위해 마련된 공간도 보셨을 것입니다.

CCTV는 케임브리지에서 3개의 채널(89번, 96번 등)을 운영하고 있으며, 소외된 사람들의 목소리를 더욱 높이고 모든 사람이 CCTV가 제공하는 자원을 이용할 수 있도록 노력하고 있습니다. 예를 들어, 저소득층이나 자원이 부족한 사람들이 CCTV 공간에 와서 장비를 사용하고, TV 방송을 배우고, 웹사이트를 만들고, 팟캐스트를 시작하는 방법을 익힐 수 있도록 지원합니다.

우리는 민주주의에 적극적으로 참여하는 유일한 방법이 '자신의 목소리를 가지는 것'이라고 믿습니다. 또한, 지역 사회에서 어떤 일이 일어나는지 정보를 얻는 것도 중요합니다. 그래서 CCTV는 지역 내 다른 단체들과 협력하고, 사람들에게 플랫폼을 제공하며, 지역 행정 및 정부 기관과도 긍정적인 관계를 유지하기 위해 노력합니다.

(2) 현재 주요 목표

인지도를 높이고, 회원 수를 늘리는 것입니다. 그중에서도 최근 특히 중요한 이니셔티브로 디지털 형평성(Digital Equity) 프로그램을 들 수 있습니다. 이 프로그램은 디지털 격차를 해소하는 것을 목표로 합니다. 케임브리지를 포함해 많은 사람들이 필수적인 자원에 접근하는 데 필요한 도구(인터넷, 컴퓨터, 스마트폰 등)를 갖추지 못하고 있습니다. 하지만 지금은 거의 모든 것이 온라인으로 이루어지고 있습니다. 예를 들어, 취업 지원, 학교 수업, 행정 서비스 접근 등이 모두 인터넷을 통해 이루어지죠. 저는 현재 온라인 대학원 과정에 참여하고 있지만, 이는 제가 다른 사람들보다 더 많은 디지털 접근성을 가지고 있기 때문입니다.

그래서 CCTV는 케임브리지 시와 다른 커뮤니티 파트너들과 협력하여 디지털 내비게이터

(Digital Navigator) 프로그램을 운영하고 있습니다. 이 프로그램은 현재 우리의 핵심 과제 중 하나입니다.

또한, 청소년들이 커뮤니티에서 자신의 목소리를 낼 수 있도록 지원하는 것도 중요한 목표입니다. 이를 위해 CCTV는 연중 청소년 미디어 프로그램을 운영하고 있습니다. 학기 중 프로그램과 여름 프로그램이 있으며, 이 프로그램을 통해 내성적이거나 발언 기회가 적은 청소년들이 자신만의 이야기를 찾고 목소리를 키울 수 있도록 돕고 있습니다.

특히, ENROOT라는 이민자 및 난민 청소년을 지원하는 프로그램을 통해 많은 청소년이 참여하고 있습니다. 지난 몇 년간 CCTV 역사상 가장 많은 여성 및 논바이너리(Non-binary) 청소년들이 프로그램에 참여하고 있으며, 이들이 미디어 교육을 통해 자신의 목소리를 키우고 미디어 분야에서 커리어를 쌓을 수 있는 경로를 마련하는 것이 우리의 핵심 목표입니다.

2-1. Education: What are the online and offline media education programs offered by CCTV? Specifically, for online media education, we'd like to learn about the topics, formats, and how you ensure active participation even in a remote setting.

(1) 오프라인 교육

오프라인 프로그램은 주로 실습 기반 학습으로 구성됩니다. 예를 들어, 라이브 방송 스튜디오, 팟캐스트 스튜디오, 대형 제작 스튜디오를 활용하는 방법을 배우는 수업이 있습니다. 아래와 같이 오프라인 교육은 장비를 직접 다루는 실습 중심의 교육으로 진행됩니다.

- 스튜디오 제작 기초(Beginning Studio Production)
- 스튜디오 실습(Studio Lab)
- 야외 촬영(Field Camera Class) : 행사나 라이브 프로그램을 촬영하는 기술을 익히는 과정

(2) 온라인 교육

CCTV의 온라인 프로그램은 줌(Zoom)을 활용하여 진행되며, 교육의 폭이 넓습니다. 온라인 교육은 팬데믹을 계기로 시작되었으며, 원격 환경에서도 참여를 유도하기 위해 강사의 역량이 매우 중요합니다. 예를 들어, 사회적 미디어 전략 수업을 진행할 때 학생들에게 주어진 주제에 맞는 사례를 찾아 공유하도록 유도합니다. 채팅 기능을 적극 활용하여 실시간 참여를 유도합니다. 인터뷰 수업(Interviewing 101)에서는 학생들이 실제로 서로 인터뷰를 진행해 보고, 이를 바탕으로 모의 방송을 제작합니다. 또한, "워크 인 프로그레스(Work in Progress)" 세션을 운영하여, 참가자들이 현재 작업 중인 프로젝트를 발표하고 서로 피드백을 주고받는 환경을 조성합니다.

- 소규모 비즈니스 소셜 미디어 전략(Small Business Social Media Strategy) (3~4

주 과정)

- "프로젝트 시작하기(Get Your Project Off the Ground)" : 미디어 프로젝트를 시작하고 싶은 사람들이 아이디어를 구체화할 수 있도록 지원하는 프로그램
- 커뮤니티 저널리즘(Community Journalism) : 지역 사회에서 소외된 목소리를 어떻게 미디어에 반영할 것인가?
- 기초 디지털 기술 교육(Foundational Tech Lessons) : 매주 월요일, 이메일(Gmail) 활용법부터 페이스북 계정 만들기까지 다양한 내용을 교육
- 인공지능(AI) 활용법 및 위험성 (AI 관련 기술, 구글 AI 차단 방법 등)
- 팟캐스트 제작(Podcasting) : 스튜디오에서 진행하는 오프라인 수업뿐만 아니라, 자택에서도 팟캐스트를 제작하는 방법을 배우는 온라인 수업도 운영

2-2. Education: How does CCTV approach media literacy in its educational programs?

CCTV는 커뮤니티 저널리즘과 미디어 교육을 통해 미디어 리터러시를 강화합니다.

- 올바른 정보 찾기 및 팩트체크 방법
- 가짜 뉴스 판별법 (특히, 최근 미국의 정치 환경 속에서 중요성이 증가)
- 사이버 보안 및 스팸 메시지 대응법
- 출처 확인 및 신뢰할 수 있는 정보원 구별 방법

우리는 미디어 트렌드를 분석하고, 청소년 및 노년층이 각기 다른 방식으로 가짜 뉴스에 노출될 가능성이 높다는 점을 고려하여 맞춤형 교육을 제공합니다. 또한, 외부 전문가를 초청하여 세미나와 강의를 진행하기도 합니다.

3. Internships: We noticed that CCTV's internship compensation system is supported through schools or city programs. Could you explain the process and structure of this compensation system in detail?

CCTV의 인턴십 프로그램은 특정 학교에 한정되지 않고, 누구나 참여할 수 있습니다. 일부 인턴은 학교 학점을 인정받는 방식으로 참여하며, CCTV는 해당 학교의 인턴십 부서와 협력하여 학점 인정 절차를 진행합니다. 자원봉사자로 시작한 후 일정 수준의 실력을 갖추면 '견습생(Apprentice)'으로 전환되고, 이후 유급 프리랜서 기회를 제공합니다. 이처럼 CCTV는 디지털 미디어 분야에서 지속 가능한 커리어 경로를 구축하는 데 초점을 맞추고 있습니다.

4-1. Production and Distribution: In the case of CCTV, is there a well-established connection between production and distribution? If so, how is this process structured?

음, 확립되었다고 말하기는 어려울 것 같습니다.

제가 CCTV에서 일하기 시작한 약 5년 전에는 지금보다 더 효율적인 프로세스를 갖추고 있었다고 생각합니다. 당시 우리가 직면했던 주요 과제 중 하나는, 사람들이 자신이 만든 콘텐츠를 제출하도록 유도하는 것이었습니다.

CCTV는 매우 저렴한 요금으로 멤버십을 제공합니다. 원하는 만큼 지불하는 방식(pay-what-you-can)이며, 권장 금액은 35$이지만 무료로 가입하는 사람들도 있습니다. 그리고 우리가 멤버들에게 요구하는 유일한 것은, CCTV의 스튜디오나 장비를 사용하는 대가로 제작한 콘텐츠를 CCTV 채널에 방영할 수 있도록 하는 것입니다.

CCTV에는 별도의 제작 부서가 있으며, '커뮤니티 제작 부문 부국장(Associate Director of Community Production)'이 현재 멤버들과 함께 일하고 있습니다. 멤버가 장비를 예약하거나 스튜디오를 이용하려면 '제작 계약서(Production Contract)'를 작성해야 합니다.

이 콘텐츠 제작자가 몇 주가 지나도 별다른 진행 상황을 공유하지 않는다면 직접 연락하여 진행 상황을 확인하고, 필요한 지원이 있는지 살펴봅니다. 영상 제작은 시간이 오래 걸리고, 상당한 노력이 필요한 과정이므로, CCTV에서는 이러한 과정을 돕기 위해 멤버들과 소통하며 지원을 제공합니다. 멤버들이 작업을 완료하면, 이 콘텐츠는 프로그래밍 부서로 제출되어 채널에서 방영됩니다.

CCTV 내부에서도 자체적으로 다양한 콘텐츠를 제작하는데, 이를 위해 워크숍을 개최하거나 특정 프로그램을 운영하기도 합니다. 또한, 청소년들이 제작한 콘텐츠는 항상 채널을 통해 방영됩니다.

하지만 현재로서는 제작과 배급 사이의 연결고리가 충분히 강하다고 보기는 어렵습니다. 특히, 지난 몇 달간 프로그래밍 매니저 없이 운영되면서 기존의 구조가 일부 무너진 상태입니다.

이제 곧 새로운 프로그래밍 매니저를 채용할 예정인데, 그 후에는 보다 체계적인 프로세스를 구축할 수 있을 것으로 기대합니다. 이제부터는 제작자가 제작 계약서를 작성하고, 콘텐츠를 완성한 후, 배급 계약서를 통해 프로그래밍 매니저에게 제출하는 일련의 과정이 명확하게 자리 잡을 것입니다. 내년 이맘때쯤에는 "네, 이제 명확한 제작-배급 과정이 있습니다"라고 확신 있게 말할 수 있을 것이라 생각합니다.

4-2. Production and Distribution: Does CCTV have a distinct approach to addressing the challenge of ensuring local content gains visibility on capital-driven platforms like YouTube?

이 부분은 CCTV가 지속적으로 고민해 온 문제입니다. 만약 우리가 SWOT 분석(강점, 약점, 기회, 위협 분석)을 한다면, YouTube와 같은 플랫폼은 등장 초기부터 지역 공공 미디어와 커뮤니티 액세스 미디어에 있어 큰 위협으로 작용해 왔습니다.

스트리밍 콘텐츠가 증가하면서 공공 미디어에 대한 관심이 줄어들었고, 우리는 CCTV에서 제작된 콘텐츠가 상업적으로 이용될 수 없도록 규정하고 있습니다. 즉, CCTV에서 제작된 콘텐츠는 수익 창출을 목적으로 사용할 수 없으며, 따라서 YouTube에 직접 업로드할 수 없습니다.

하지만 CCTV는 Vimeo를 활용하여 콘텐츠를 업로드하고 있으며, 제작자들은 해당 링크를 공유하거나 자신의 소셜 미디어에서 퍼뜨릴 수 있습니다. 또한, CCTV의 웹사이트를 통해 채널을 실시간 스트리밍으로 시청할 수도 있습니다. 우리는 지역 콘텐츠를 보다 많은 사람이 시청할 수 있도록 다양한 경로를 제공하려 노력하고 있습니다.

한 가지 문제는 CCTV의 주요 후원 기관인 Comcast가 우리가 실제로 얼마나 많은 시청자를 확보하고 있는지에 대한 데이터를 공유하지 않는다는 점입니다. Comcast는 케이블 가입자들의 이용 요금 중 5%를 시 정부에 지불하며, CCTV는 그중 일부를 지원받고 있습니다. 하지만 Comcast는 최근 "케이블 가입자가 급격히 줄어들고 있다"라는 이유로 우리에게 제공되는 재정 지원을 축소하려 하고 있습니다.

우리는 정확한 시청자 수를 알 수 없지만, Vimeo 링크를 통한 조회 수, 소셜 미디어 공유 횟수 등을 통해 어느 정도의 영향력을 측정할 수 있습니다. 또한, CCTV 제작자 중 일부는 YouTube 채널을 운영하며 CCTV 관련 태그를 삽입하여 홍보하는 방식으로 지역 콘텐츠의 가시성을 높이고 있습니다. 또한, 팟캐스트 콘텐츠를 Spotify와 Apple Music 등 여러 플랫폼에 배포하며 청취자의 접근성을 높이고 있습니다.

결국, 지역 콘텐츠의 가시성을 확보하는 가장 중요한 방법은 사람들에게 직접 홍보하는 것입니다. 우리는 "친구가 출연한 프로그램이 8번 채널에서 방영되고 있어!"라든가, "CCTV에서 이런 프로그램을 시청할 수 있어!"라고 알리는 방식으로 인지도를 높이고 있습니다. 제작자들과 협력하며 그들의 작업을 적극적으로 홍보하고, 그들 역시 CCTV의 존재를 널리 알리도록 독려하는 것이 현재 우리가 취하고 있는 접근 방식입니다.

5-1. Networking: Could you explain how CCTV established partnerships with local city partners such as Enroot and the Mayor's Summer Youth Employment Program? What do programs based on such partnerships offer to participants, and what impact do they have on the participants and local society?

이런 파트너십에 대해서는 제가 처음 시작했을 때 그들이 언제 시작되었는지는 알지 못하지만, 정말 오랫동안 이어져 온 것이라는 점은 확실합니다.

Enroot을 통해 많은 고난을 겪어온 젊은 사람들을 만나는 것은 정말 놀라운 경험입니다. 그들은 첫 번째로 일자리를 얻은 사람들일 수 있고, CCTV 청소년 프로그램을 통해 처음으로 자신과 다른 배경을 가진 사람들과 교류하게 되는 경우도 많습니다. 또, 그들이 처음으로 안착한 곳이 될 수도 있습니다.

우리는 영어를 거의 못하던 한 소녀가 이 프로그램을 통해 영어를 많이 배운 것을 보았습니다. 그것은 정말 멋졌고, 그녀의 문화에 대해 배울 수 있는 기회이기도 했습니다. 이런 경험은 다양성의 가치를 더욱 강화시키고, 다양한 배경을 가진 사람들이 우리 사회에 참여하는 것이 얼마나 중요한지를 느끼게 해 줍니다.

캠브리지시는 정말 특별한 곳입니다. 첫 번째 파키스탄계 여성 시장이 있었고, 공개적으로 퀴어인 시장도 있었습니다. 이런 많은 일이 캠브리지에서 일어나고 있습니다. 시장 여름 청소년 고용 프로그램이나 Enroot을 통해 젊은이들이 지역 사회에 참여하고 있다는 것을 알 수 있고, 그들의 목소리가 지역 사회에서 중요하게 여겨진다는 것을 느낄 수 있습니다. 이는 그들이 지역 정치에 참여할 가능성을 높여줍니다.

한 번은 몇몇 학생들이 이전의 학교위원회 위원과 인터뷰를 하며 학교위원회가 하는 일과 그 일이 왜 중요한지, 그리고 청소년들이 투표권을 얻기 전에 어떻게 시민 참여를 시작할 수 있는지에 대해 배웠습니다. 이런 프로그램들이 미치는 영향이 바로 이런 것입니다. 또한, 직업 준비 기술과 경력 훈련, 성공적인 사회 생활에 필요한 소프트 스킬을 배우는 기회를 제공합니다.

그렇다고 해서 우리가 하는 일이 끝나는 것은 아닙니다. 프로그램은 또한 학생들에게 집이나 학교가 아닌 안전한 공간을 제공하고, 그곳에서 자신과 창의성을 탐구할 수 있는 기회를 제공합니다. 저는 한 젊은이를 지켜봤는데, 그 학생은 처음 CCTV에 왔을 때는 자신이 무엇을 할지 전혀 몰랐지만, 4년 후에는 미디어 분야로 진로를 정하고 대학 진학 옵션이 크게 확대되었습니다. 이런 성장은 정말 놀랍고 멋진 일입니다.

그리고 한 가지 더 말씀드리고 싶은 점이 있는데, 지난주에 제가 알게 된 사실인데, 우리는 400개 이상의 일자리 프로그램 중에서 여름 청소년들에게 가장 좋은 일자리로 선정되었습니다. 이 점도 정말 멋지죠.

5-2. Networking: We'd like to know how CCTV has helped create a public forum for citizens and what impact it's had on the local community.

물론입니다. 때때로 공론장을 만드는 방법은 카메라를 들고 밖으로 나가서 사람들이 세상에서 일어나고 있는 일에 대해 어떻게 느끼는지 물어보는 것입니다. 또는 사람들을 스튜디오로 초대해서 그들의 지역 시의회 후보자나 학교 위원회 후보자에게 그들에게 중요한 질문을 던지게 하는 방식이기도 합니다. 우리는 또한 지역 선거를 취재하여 사람들이 무엇이 변하고 있는지 알 수 있도록 도와주기도 했습니다. 예전에는 선거 당일 밤에 결과를 기다리며 밖에 서 있기도 했지만, COVID로 인해 선거 결과가 예전처럼 빠르게 나오지 않게 되었습니다.

하지만 CCTV는 선거 후보자들과의 정치 포럼을 위한 공간을 제공해왔습니다. 또한, 우리는 매 선거 주기마다 후보들에게 자신의 플랫폼을 소개할 기회를 주며, 1~3분간 자유롭게 이야기할 수 있도록 합니다. 우리는 중립적인 입장을 취하고 있기 때문에 모든 후보들에게 기회를 제공하며, 지역 주민들도 자신들이 원하는 것을 자유롭게 이야기할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 사실 우리가 제공하는 프로그램은 뉴스가 아니지만, 지역에서 일어나고 있는 일을 다루는 프로그램도 있습니다. 예를 들어, 'What's That About'이라는 쇼에서는 시의회에서 일어난 일이나 통과된 조례, 또는 국가적인 일이 지역에 미치는 영향을 다룹니다.

우리는 사람들에게 무엇을 할 수 있는지 알려주고, 그들을 교육하여 그들이 원하는 대로 참여할 수 있게 합니다. 몇몇 지역 정치인들은 자신의 팟캐스트를 시작하기도 했습니다. 예전에는 시장과 부시장이 매주 팟캐스트를 진행하며 시의회 회의에서 일어난 일들을 설명하는 프로그램을 진행했었습니다. 시의회 회의가 너무 길어지기도 하지만, 그들의 시각에서 어떤 일이 일어나고 있는지 들을 수 있는 기회는 정말 유익했습니다.

우리는 이런 다양한 방식으로 공공 포럼을 만들고 있습니다. 그리고 그 영향은 매우 큽니다. 사람들은 이를 가치 있게 여기고, 기여하고 싶어 하며, 자신들의 문제를 이야기하기 위해 미팅이나 프로그램을 진행하거나 쇼를 만들고 싶어 합니다. 최근에는 몇몇 그룹이 우리 공간을 사용하여 'AMM 파시즘'과 같은 국가적인 문제에 대한 항의 시위에서 사용할 현수막을 디자인하는 활동을 했습니다. CCTV는 그들에게 안전한 공간이 되어 주기 때문에, 그들은 우리 공간에서 자유롭게 활동할 수 있습니다.

CCTV는 단지 TV에서 목소리를 내는 것뿐만 아니라, 사람들이 공익을 위해 자신의 목소리를 어떻게 사용할 수 있는지를 탐구할 수 있는 공간입니다.

6-1. Operations and Funding: We would like to know about the key operational staff and funding sources of CCTV.

(1) 자금

아까 프랜차이즈 수수료에 대해 간단히 언급했지만, 그것은 우리 자금 출처에서 중요한 부분입니다. 모든 커뮤니티 미디어 센터, 공공 접근 센터는 프랜차이즈 수수료의 일부로 자금을 지원받습니다. 이는 지역 케이블 제공업체의 케이블 가입 요금에서 일정 비율로 부과되는 수수료입니다.

우리에게는 Comcast가 있으며, 다른 지방 자치체에서는 Verizon을 사용합니다. 우리는 Pea와 PEG 미디어로서, 공공을 위한 방송입니다. 캠브리지에는 두 개의 다른 미디어 방송국이 있는데, 하나는 교육 채널이고, 다른 하나는 정부 채널입니다. 정부 채널은 시의회 회의와 학교 위원회 회의를 방송합니다. 우리는 PA이기 때문에 그 5%에서 일부분만을 받으며, 이 금액은 세 방송국에 고르게 나누어집니다.

그 외에도 우리는 자체 수익원을 찾아야 합니다. 왜냐하면 앞서 말한 것처럼 프랜차이즈 수수료가 감소하고 있기 때문입니다. 이는 공공 미디어 전반에서 나타나는 문제입니다. 우리는 최근 계산을 통해 70%는 프랜차이즈 수수료로 자금을 받으며, 나머지는 프로그램 관련 기금과 기부금, 기업 후원 등으로 충당하고 있습니다.

청소년 미디어 프로그램에 많은 기금이 배정되며, 현재는 디지털 네비게이터 프로그램을 위한 추가 기금도 지원받고 있습니다. 우리는 특히 지금 기업 후원을 늘리려고 노력하고 있습니다. 또한, 지역 커뮤니티 재단에서 많은 지원을 받고 있어 매년 15,000~20,000$의 기금을 프로그램 운영을 위해 받고 있습니다.

(2) 운영 직원

주요 운영 직원은 현재 1년 정도의 전환기를 겪고 있지만, 현재 우리 팀에는 8명이 있습니다. 일반적으로는 행정 이사가 있지만, 우리 행정 이사는 작년 5월에 떠났습니다. 잠시 임시 행정 이사가 있었으나 잘 맞지 않았고, 지금은 리더십 전환 이사라는 공식 직함을 가진 임시 직원이 있습니다.

그리고 3명의 부이사가 있습니다. 저는 커뮤니티 관계를 담당하고 있으며, 이는 매우 다양한 역할을 포함합니다. 그 외에도 커뮤니티 생산 부이사와 교육 프로그램 부이사가 있습니다.

그 밖에 방송 운영 관리자가 있어, 우리의 시설이 안전하고, 스튜디오가 멤버들이 사용할 수 있도록 잘 운영되고 있는지 관리합니다.

청소년 프로그램 관리자가 있어 청소년 프로그램을 담당하고 있고, 프로덕션 서비스 관리자는 비교적 새로운 직책으로, 우리가 추가적인 수익 경로를 개발할 수 있도록 돕고 있습니다.

마지막으로 프로그램 관리자는 방송 채널에 콘텐츠를 올리고, 우리가 방송할 콘텐츠를 찾는 일을 합니다. 현재 우리는 이 직책에 대해 채용 중입니다. 그리고 몇 명의 파트타이머와 프론트 데스크 직원, 청소년 프로그램에 참여하는 교육 예술가들, 프로덕션 어시스턴트들이 각기 다른 방식으로 지원하고 있습니다.

6-2. Operations and Funding: Are the media education programs at CCTV primarily led by internal staff or external instructors? If led by internal staff, is there a training process in place?

두 가지 모두 결합되어 있습니다. 내부 직원들은 각자 자신이 잘 알고 있는 분야에서 다양한 수준의 전문 지식을 갖추고 있습니다. 예를 들어, 저는 소셜 미디어 관리 및 전략, 비영리 조직의 스토리텔링 및 인터뷰 기법 등을 가르친 적이 있습니다. 그리고 디지털 비디오 아트를 가르치는 직원도 있습니다. 그는 그 분야에서 활동하며 자유시간에 이를 가르치고 있습니다. 내부 직원들이 가르치고 싶은 것에 관심이 있고, 그 분야에 대한 지식이 있다면 원하는 것을 가르칠 수 있습니다. 또한, 외부 강사를 초청하여 필요한 기술을 가르치기도 합니다. 예를 들어, 한 직원은 팟캐스트를 매우 좋아하지만 정식으로 훈련받은 것은 아니지만, 대부분 팟캐스트 강사로 활동하고 있습니다.

우리는 또한 전문성을 가진 계약자들로 구성된 풀(pool)을 운영하고 있습니다. 그들은 우리가 신뢰하는 분야의 전문가들로, 한 번의 강의를 맡기도 하고, 긴 시간 동안 강사로 활동하기도 합니다. 우리 멤버 중에는 20년 동안 CCTV에 참여해 온 분이 있으며, 지금은 조명 및 현장 카메라 수업을 가르치고 있습니다.

이처럼, 우리에게는 누구나 기회를 가질 수 있습니다. 그러나 내부 직원들에게는, 특정 분

야에 대해 가르칠 수 있으려면 별도의 교육 과정을 거쳐야 합니다. 예를 들어, 스튜디오 제작을 가르치고 싶다면, 기초부터 중급까지의 수업을 수강해야 하며, 전문가와 함께 co-teaching을 통해 교육을 진행하고, 시간이 지나면 독립적으로 수업을 할 수 있는 상태가 됩니다. 따라서 내부 교육은 다소 비공식적이지만, 외부 강사들은 각 분야의 전문가들입니다.

7. Historical and Social Background: What are the core values that underpin media centers in the United States, and how have historical and social contexts facilitated the emergence and growth of media centers and movements in the United States?

제가 모든 답을 알고 있는 건 아니지만, 확실히 말씀드릴 수 있는 건 표현의 자유와 투명성입니다. 미국 정부는 종종 교활한 방법을 사용하고, 그들은 언어와 미디어를 우리를 향해 사용하며, 지금보다 더 많은 경우가 있습니다. 하지만 미디어센터가 성장하기 시작했던 시점은 사회적 격변의 시기였어요. 바로 60년대와 70년대였죠.

CCTV는 1988년에 시작되었지만, 다른 많은 미디어센터들은 그보다 약 10년 정도 앞서 시작되었을 수도 있습니다. 그래서 그 시점은 사실 급진적인 운동의 영향을 받았고, 사람들은 국가 정부뿐만 아니라 지역 정부에도 더 많은 투명성을 요구하고 있었죠. 왜냐하면 그들은 지역 주민들을 위한 결정을 내리는 사람들인데, 그 과정에 주민들을 포함시키지 않았기 때문입니다. 그래서 사람들이 무엇이 일어나고 있는지 알고 있도록 만드는 과정이 필요했죠.

또한 당시 사회에서 발생하고 있던 많은 일들, 예를 들어 인종 분리와 미디어가 다른 사람들을 어떻게 묘사하는지에 대한 문제들이 사회의 어두운 면을 드러내고 있었고, 급진적인 접근과 공공 미디어가 들어와서 “이것이 진실이 아니다. 우리는 우리의 이야기를 직접할 수 있다. 우리는 우리의 내러티브를 통제당하지 않는다”라고 주장했습니다. 그게 바로 미디어센터가 성장하기 시작한 방식이었습니다.

그 외에도, 대기업들이 들어와 공공의 권리를 침해하고 시민들에게 TV와 미디어에 대해 요금을 부과했던 부분이 있죠. 이때 사람들은 “너희가 그렇게 할 수 없다. 너희는 우리가 사용하는 공간과 공공의 권리를 돌려줘야 한다”고 주장했습니다. 그들이 말한 건 케이블 회사들이 공공의 권리를 사용하고 있는 만큼 이 자금을 다시 커뮤니티에 돌려줘야 한다는 것이었죠.

그래서 정부는 프랜차이즈 수수료를 통해 “케이블 회사들이 이 돈을 일부는 사람들에게 돌려줘야 한다”고 요구했습니다. 그렇게 해서 미디어센터가 시작되었습니다. 이것은 아주 간단하고 요약된 버전이며, 아마 더 많은 세부 사항이 있을 수 있지만, 제가 가지고 있는 역사적이고 사회적인 맥락은 이와 같습니다.

미디어센터의 사람들은 프레스로 위장하여 가짜 기자 배지를 만들고, 고전적인 카메라를 들고 정부 기관에 들어가곤 했습니다. 이게 정말 급진적이었던 이유는 기대감을 전복시키

고, 자기만의 규칙을 만들었기 때문입니다. 어쩌면 그것이 우리의 장기적인 성공으로 이어지지 않았을 수도 있지만, 항상 자금 부족에 대한 두려움이 있었기 때문입니다. 그리고 어떤 정치인이 사무실에 있느냐에 따라 상황이 더 긴급하고 위급할 때도 있습니다. 하지만 우리 국민은 무엇이 일어나고 있는지 알 권리가 있고, 표현할 권리가 있습니다. 미국 수정헌법 제 1조에 명시된 것처럼, 그것이 바로 자유로운 표현과 정부를 비판할 권리, 그리고 우리 자신을 위한 말을 할 권리에 뿌리를 두고 있습니다. 그게 바로 시작이었습니다.

8. Command Center: Is there a specific organization in the U.S. that functions as a Command Center for media centers and public access channels? If so, which entity plays this role—government departments, ACM (Alliance for Community Media), FCC (Federal Communications Commission), or perhaps a third-party organization? Do you think such a Command Center is necessary, or do you believe it is unnecessary?

말씀하신 모든 기관들이 큰 역할을 하고 있습니다. 우리는 하나의 커맨드 센터를 두고 있지 않지만, FCC는 우리가 할 수 있는 일과 할 수 없는 일을 알려주며, 자금 부족에 큰 위협이 되지만, 우리가 잘리지는 않지만 벌금만 부과할 수 있습니다.

커뮤니티 미디어 연합(Alliance for Community Media, ACM)은 훌륭한 조직입니다. 하지만 회원제 조직이기 때문에 회원비를 지불해야 하고, 그들은 커뮤니티 미디어 센터를 대변하여 많은 일을 합니다. 그들은 워싱턴 데이와 같은 행사를 통해 정책 입안자들에게 커뮤니티 미디어 보호를 촉구합니다. 그들은 지역 및 국가 차원의 입법에서 매우 영향력 있는 역할을 하며, 우리가 자금을 더 많이 받거나 자금이 줄어드는 것을 막기 위해 많은 노력을 합니다.

매사추세츠에는 지역별로 커뮤니티 미디어 연합이 있는데, 예를 들어 북동부 지부는 스트리밍 법안을 위해 열심히 활동했지만 통과되지 않았습니다. 그래도 넷플릭스나 파라마운트와 같은 대형 스트리밍 서비스들이 자신들의 지역 사회에 다시 기여할 수 있도록 압박을 가하고 있습니다.

커뮤니티 미디어 연합은 정보와 자원 공유의 허브로서 중요한 역할을 합니다. 또한 네트워킹을 하고, 수십 년간 이 분야에 있었던 사람들과 만나고 배울 수 있는 좋은 기회를 제공합니다. 내 멘토 중 한 명인 Sue Busky는 이 분야에서 가장 영향력 있는 인물 중 한 명으로, 남성 중심의 분야에서 활약했던 여성 개척자입니다. 저는 그녀와 이야기를 나누며 많은 것을 배우고 있습니다.

그리고 지역 정부와의 관계에 대해서는, 저는 캠브리지에 살지 않고 로웰에서 45분 거리에 살고 있습니다. 로웰은 지역 미디어 센터와 정부 간의 관계가 캠브리지와는 다릅니다. 우리는 훌륭한 관계를 유지하고 있으며, 결국 중요한 것은 관계입니다. 예를 들어, 시의회는 “프랜차이즈 수수료의 1%만 줄 수 있다”고 할 수 있지만, 나머지 금액이 어디로 가는지는 알려주지 않죠. 반면, 캠브리지는 보다 투명하게 운영하며, 참여 예산제를 통해 모든

자금의 흐름을 공개하고 있습니다.

그래서 캠브리지는 “프랜차이즈 수수료가 빠르게 줄어들 것”을 인식하고, 우리가 가치 있는 조직임을 알아보고 도와주려고 합니다.

결론적으로, 하나의 커맨드 센터는 없지만, 여러 기관이 다양한 방식으로 커뮤니티 미디어에 영향을 미치고 있습니다. 커뮤니티 미디어 연합은 정말 유용합니다. 왜냐하면 하루하루의 일을 하다 보면, 국가 차원의 일이 잘 보이지 않기도 하고, 그 정보를 매주 이메일로 보내주는 등 큰 그림을 볼 수 있게 도와줍니다. 또한 위원회에 가입하거나 공공 정책 회의에 참여할 수 있는 기회도 제공하죠.

FCC는 4년마다 누가 있을지에 따라 우리의 일자리를 위협하거나 간신히 보호해주기도 하지만요.

9. Exchange Between Media Centers: Is there active exchange between media centers in the U.S.? If so, how does this exchange take place, and what kinds of information or activities are typically shared?

네, 있습니다. 제가 말했던 커뮤니티 미디어 연합(Alliance for Community Media)은 실제로 그런 활발한 교류가 일어나는 곳입니다. 저는 전국 및 지역 회의에 참석한 적이 있으며, 각 주마다 마치 '매스 액세스'처럼 작은 단체들이 있습니다. 이들은 매사추세츠 주의 여러 미디어센터들을 연결해 줍니다. 그리고 이렇게 네트워크를 통해 자체적으로 관계를 구축할 수 있습니다.

저는 회의에 가면 제 미디어센터에 적합한 워크숍에 참석하지만, 다른 사람들과도 대화를 나누며 정보를 주고받습니다. 예를 들어, 다른 사람들이 제가 하고 싶은 프로그램을 이미 진행하거나, 제가 진행했던 프로그램을 하고 싶어 할 때 이런 교류가 이루어집니다. 회의에 참석하는 목적은 정보 수집이지만, 점심시간에 처음 만난 사람과 얘기하는 것도 큰 교류의 일환입니다.

작년에 저는 샌호세에 갔었는데, 그곳에서는 ‘오픈 샌호세’라는 미디어센터와 몇몇 예술 단체들이 있었습니다. 그곳에서 우리는 “어떻게 임대료를 절감할 수 있을까?” 같은 단순한 질문을 나누기도 했습니다. 그들은 자신들을 단순한 미디어센터가 아닌 문화 단체로 보고 있었습니다. 특히, 우리의 자금이 항상 위협을 받는 상황에서, 서로 배우며 정보를 공유하는 것이 중요합니다.

그리고 집으로 돌아가면, 우리가 쌓은 관계를 계속 유지해야 합니다. 사람들에 따라 다르지만, 때때로 제 지역에서 만난 사람들과 전화를 하거나, 누군가가 오면 점심을 같이 먹기도 합니다. 이처럼 네트워크는 항상 지속적인 관계를 통해 이루어집니다.

10. Participation: We would like to know how CCTV encourages active citizen participation. Additionally, we would appreciate your personal opinions on effective programs and approaches to increase participation.

CCTV가 시민들의 적극적인 참여를 유도하는 방법은 참여에 대한 장벽을 최대한 제거하는 것입니다. 우리는 장애가 있는 사람들이 공간을 자유롭게 이용할 수 있도록 ADA(미국 장애인법) 기준을 충족하려고 노력하고 있습니다. 또한, 회원 가입비가 지나치게 비싸지 않도록 하여 모든 사람들이 금전적인 여건에 상관없이 우리가 제공하는 모든 서비스에 접근할 수 있도록 합니다.

우리는 참여가 부족한 지역으로 직접 가서 '팝업 이벤트'를 진행합니다. 이런 지역은 우리가 위치한 곳과 거리가 멀고, 목소리가 잘 들리지 않는 곳입니다. 그곳에서 사람들에게 "무엇을 보고 싶나요?", "어떤 콘텐츠를 듣고 싶나요?", "다음에 어디로 가야 할까요?"라고 묻고, 그들의 의견을 반영하려고 합니다.

또한, 우리는 프로그램이 커뮤니티를 반영할 수 있도록 노력하고 있으며, 영어가 아닌 다른 언어로 수업을 제공하려고 합니다. 우리 서비스의 시민들 중 영어를 못하는 사람들이 많기 때문에, 언어 정의를 반드시 해결해야 한다고 생각합니다. 장벽을 제거하고 다리를 놓는 것이 우리가 시민 참여를 유도하는 방법입니다.

또한, 다양한 연령대와 배경을 가진 사람들이 우리의 공간을 사용하고 있다는 것을 보여주는 사진을 통해 참여를 유도하고 있습니다.

지역 행사에 참여하거나 지역 단체와 협력하는 것도 중요한 방법입니다. 예를 들어, 근처의 다른 미디어 단체가 '회복력'이라는 주제로 큰 축제를 진행하는데, 우리는 그 행사를 무료로 취재하며 그곳에서 "CCTV에서도 이런 일을 할 수 있다"고 홍보할 예정입니다. 이런 방식으로 지역 사회의 파트너십을 강화하고 있습니다.

마지막으로, 우리는 사람들이 무엇을 원하는지 물어보고 그들이 참여할 수 있도록 해야 합니다. 우리가 무엇을 제공하는지 아는 것만큼 중요한 것은, 사람들이 우리가 제공하지 못하는 것이 무엇인지를 알고 그들의 필요를 충족시키는 것입니다. 어떻게 하면 우리 커뮤니티를 더 잘 도울 수 있을지 계속해서 묻고 그들을 위한 새로운 방식들을 고민해야 합니다.

또한, 커뮤니티에서 중요한 의사결정에 참여하는 것도 중요한 부분입니다. 커뮤니티에서 어떻게 일을 할 것인지에 대한 위원회나 이사회에 참여하거나, 영어가 아닌 언어를 사용하는 사람들과 연결을 만들어 그들이 우리 커뮤니티에 참여할 수 있도록 도와주는 일도 참여의 중요한 부분이라고 생각합니다.

9) BronxNet

(1) 기관 소개

미국 뉴욕주 브롱크스(Bronx) 지역에 기반을 두고 있는 BronxNet은 지금으로부터 약 30년 전 브롱크스 지역의 자체적인 미디어 네트워크가 필요하다는 문제의식 위에서 지역 사회를 위

해 설립되었다. BronxNet이 설립되기 전 브롱크스에는 자체적인 미디어 플랫폼이 없었기 때문에 주류 언론이 지역을 자극적으로 묘사하거나 왜곡하여 보도하는 경우가 많았다. 이에 따라 BronxNet은 미디어의 힘을 지역 주민들에게 되돌려주고, 그들이 직접 자신의 이야기를 전할 수 있도록 하겠다는 목표 아래 Lehman College 내의 활용되지 않던 공간에서 시작되었다. 현재 BronxNet은 브롱크스 전역에 세 개의 거점을 운영하고 있다. 지역 사회 필요 조사에 따라 Lehman College 본사 외에도 남부 브롱크스 및 북부 브롱크스 지역 주민들이 서비스를 필요로 한다는 사실을 알게 되었고, 지난 2015년 Mercy University내에 Bronxnet 위성 스튜디오를 추가로 설립하였다. 이처럼 BronxNet은 미디어 자원을 브롱크스 지역 주민들에게 제공함으로써 21세기 공공 미디어 서비스로서 역할을 다하고 있다. 궁극적으로 이를 통해 지역 사회의 시민 참여와 공공 미디어 활동이 촉진되도록 이끄는 것이 공공 액세스 미디어의 핵심이며 그들의 사명이다.

사진158 Lehman College에 위치한 BronxNet

사진159 BronxNet 찾아가는 길

사진160 BronxNet 단체 사진

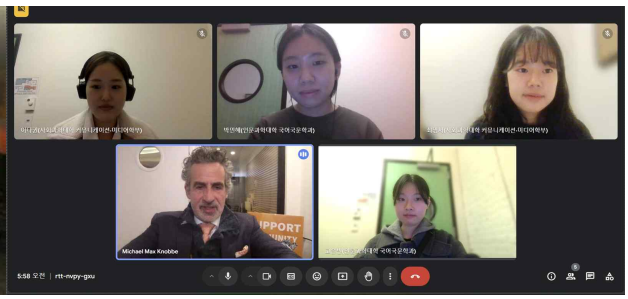


사진161 BronxNet 비대면 인터뷰

(2) 기관 인터뷰 전문

일시 및 방식	2025.01.23. 비대면 인터뷰
대상자	Michael Max Knobbe(Executive Dir./Dir. Of Creative Services)
인터뷰 주요 내용	• 미국 미디어센터의 역사 및 철학 • 미국 미디어센터 운영 현황 • 미디어센터의 필요성과 기능

인터뷰 내용 정리
1-1. Education: Through a variety of educational programs, what changes or impacts do you hope to bring to the local community? In particular, we would like to know about how media literacy education is conducted.
미디어 환경은 끊임없이 변화하고 있으며, 우리는 학생들이 멀티미디어 환경과 멀티미디어 저널리즘에 대비할 수 있도록 준비시키는 데 중점을 두고 있습니다. 이 준비 과정의 핵심은 비판적 사고입니다. 오늘날의 미디어 집중화 시대에는 지역 언론과 기자의 수가 줄어들어 지역 사회의 중요한 이야기가 간과되고, 스캔들 중심의 자극적인 헤드라인이 뉴스에서 우선시되는 상황이 심각한 문제를 야기하고 있습니다. 유해한 알고리즘은 소셜 미디어를 자극적인 콘텐츠로 넘치게 하여 지역 사회의 현실을 제대로 반영하지 못하는 문제를 더욱 악화시킵니다. 그렇기 때문에 지역 미디어는 매우 중요합니다. 지역 미디어는 시각을 제공하고 시민 의식을 증진시킵니다. BronxNet의 미디어 리터러시 프로그램은 사람들이 신뢰할 수 있는 정보를 찾고, 이를 비판적으로 사고하며, 의미 있는 콘텐츠를 제작하는 방법을 배우도록 강조합니다. 개인이 미디어에 참여하고 긍정적인 변화를 이끌어낼 수 있도록 힘을 실어주는 것이 우리의 핵심 사명입니다. 우리는 최근의 도전에 대응하여 교육 과정을 조정해 왔습니다. 팬데믹 동안, 우리는 하이브리드 및 원격 방식을 활용해 미디어 리터러시 수업을 지속하며 필수 정보와 서비스를 끊김 없이 제공했습니다. 이러한 조정은 우리의 협력 노력을 강화하고 미디어 제작 방식을 개선하는 데 기여했습니다. 또한, 우리는 뉴욕시립대학교 시스템의 Lehman College와 같은 기관과 강력한 파트너십을 구축했습니다. 이를 통해 학생들은 실습 경험을 쌓고, 커뮤니케이션 기술을 향상시키며, 첨단 기술에 접근할 수 있습니다. 대학 수준의 프로그램을 넘어, 우리는 중학생 및 고등학생들에게도 인턴십과 워크숍을 통해 학습 기회를 제공하여 차세대 미디어 전문가를 영감 주고 준비시키고 있습니다.
1-2. Education: For BronxNet's educational programs, how do you encourage participants to continue utilizing the media center even after completing the courses? Could you share any strategies you have for maintaining or expanding the program's impact?
우리의 주요 도전 과제 중 하나는 스튜디오 공간에 대한 높은 수요입니다. 참가자들이 수업을 마친 후, 종종 자신만의 쇼를 제작하기 위해 스튜디오를 예약하려고 합니다. 그러나 높은 수요로 인해 추가 예약이 어려울 수 있습니다. 이를 해결하기 위해, 우리는 운영 시간을 확장하고 미디어 자원의 사용을 최적화하여 지역 사회에 더 나은 서비스를 제공하려고 노력합니다. 이전에 독립적인 공공 접근 제작자는 제작 중 컨트롤룸에서 도움을 받을 동료를 데려와야 했습니다. 이 과정을 간소화하기 위해, 이제 BronxNet의 전문 직원들이 직접 지원을 제공합니다. 이를 통해 참가자들은 물류 문제로 인한 스트레스 없이 제작에 집중할 수 있습니

다. 이러한 조정은 좌절감을 줄이고 참가자들이 미디어 제작 목표를 더 효율적으로 달성할 수 있도록 하여 유지율을 크게 향상시켰습니다.

또 다른 핵심 요소는 업그레이드된 시설의 매력입니다. 우리의 스튜디오와 컨트롤룸은 기업 수준의 전문 장비를 갖추고 있으며, 현대적이고 친근한 환경을 조성하기 위해 공간을 새롭게 단장했습니다. 참가자들이 자신이 제작한 콘텐츠와 작업 환경에 자부심을 느낄 때, 다시 돌아올 가능성이 높아집니다.

우리는 또한 아티스트나 의료 전문가와 같은 특정 그룹에 맞춘 전문 워크숍을 제공합니다. 이러한 집중 세션은 참가자들 간의 공동체 의식을 키우고, 그들의 목표에 맞는 기술을 개발하는 데 도움을 줍니다. 예를 들어, 공통 관심사를 가진 참가자들을 모아 협력과 참여를 촉진하는 특화 워크숍을 운영하고 있습니다.

2-1. Production and Distribution: In the case of BronxNet, is there a well-established connection between production and distribution? If so, how is this process structured?

네, BronxNet는 제작과 배급 간에 원활한 연결 고리를 가지고 있습니다. 우리는 여섯 개의 멀티플랫폼 채널을 운영하며, 브로드밴드 셀룰러 기술을 활용해 스튜디오와 현장에서 모두 실시간 방송이 가능합니다. 이를 통해 지역 업데이트나 시장 후보자 포럼과 같은 이벤트를 실시간으로 다룰 수 있습니다.

비실시간 제작의 경우, 우리는 실시간 방송처럼 작업하여 후반 편집의 필요성을 최소화하려고 합니다. 쇼가 녹화되면 제작자는 콘텐츠를 공유 네트워크 드라이브에 업로드합니다. 이후, 편성 팀이 품질 관리를 수행하고 방송 일정을 잡습니다. 이러한 효율적인 워크플로우는 콘텐츠가 신속하게 방송될 수 있도록 보장합니다.

우리 채널은 Optimum과 Verizon Fios와 같은 전통적인 케이블 플랫폼에서 시청할 수 있으며, BronxNetTV 웹사이트를 통해 전 세계적으로 콘텐츠를 스트리밍합니다. 또한, YouTube를 무료 콘텐츠 배급 네트워크(CDN)로 활용하여 프로그램에 대한 온디맨드 접근을 제공합니다. 뉴욕시, 뉴욕주, 그 외 지역의 커뮤니티 미디어 네트워크와의 파트너십을 통해 지역 콘텐츠의 도달 범위를 더욱 확장하고 있습니다.

2-2. Production and Distribution: Does BronxNet have a distinct approach to addressing the challenge of ensuring local content gains visibility on capital-driven platforms like YouTube?

알고리즘은 YouTube와 같은 플랫폼에서 가시성을 결정하는 중요한 요소입니다. BronxNet는 시선을 끄는 썸네일과 잘 작성된 비디오 설명을 사용하여 콘텐츠를 검색 엔진에 최적화하고 있습니다. 이러한 설명은 관련된 이름과 주제를 포함하여 시청자가 검색을 통해 우리 프로그램을 더 쉽게 찾을 수 있도록 돕습니다.

우리는 또한 소셜 미디어 채널과 뉴스레터를 통해 콘텐츠를 홍보합니다. 예를 들어,

Instagram 스토리에서 YouTube 비디오로의 직접 링크를 포함하여 사용자가 콘텐츠에 빠르게 접근할 수 있도록 합니다. Kirsten Gillibrand 상원의원이 참석한 비즈니스 라운드테이블을 다룰 때, 관련 커버리지가 이해관계자들 사이에서 널리 공유되도록 보장했고, 이를 통해 네트워크를 통해 도달 범위를 확장했습니다. 이러한 전략적 공유는 가시성을 높일 뿐만 아니라 다른 곳에서 간과할 수 있는 지역 이벤트를 다루는 BronxNet의 독특한 역할을 강조합니다.

전략적 파트너십은 우리의 접근 방식에서 또 다른 핵심 요소입니다. 커뮤니티 조직 및 이해관계자들과 협력함으로써 콘텐츠의 도달 범위를 확장하고 지역 문제에 대한 의미 있는 대화를 촉진할 수 있습니다. 이를 통해 BronxNet는 커뮤니티를 관련 있고 영향력 있는 미디어와 연결하는 필수 플랫폼으로 남게 됩니다.

3-1. Networking: BronxNet provides educational programs for high schools and colleges. How is the network with these educational institutions established and maintained?

우리는 지역 대학교와 강력한 관계를 맺고 있으며, 지역 고등학교와의 파트너십을 지속적으로 구축하고 있습니다. BronxNet는 원래 교육 부서를 운영했지만, 이를 정식 교육 부서로 전환하여 고등학교와의 파트너십을 개발하고 대학교와의 기존 협력을 유지하기 위해 전담 직원을 배치했습니다.

교육 팀은 HR 관리자 등으로 구성된 행정 팀과 긴밀히 협력하여 인턴들이 BronxNet의 다양한 역할에 배치되도록 보장합니다. 이러한 역할은 제작, 마케팅 및 기타 부서를 포함하며, 전담 직원들이 지역 대학교 및 관련 프로그램과 협력하여 인턴을 BronxNet에 배치합니다.

추가적으로, 우리는 고등학교와의 파트너십을 발전시켜 학생들이 이러한 협력의 일환으로 BronxNet를 정기적으로 방문할 수 있도록 했습니다. BronxNet 미디어 교육자들은 또한 학교를 방문하여 카메라와 기타 기술을 활용한 미디어 교육을 교실에서 진행하며, 학생들이 학교 환경 내에서 학습할 수 있도록 돕습니다. 이러한 접근 방식은 교실 경험을 확장하여 학생들이 미디어를 통해 지역 사회를 탐구할 수 있도록 합니다.

3-2. Networking: We'd like to know if networking among BronxNet members is effective. If so, could you explain how it operates?

커뮤니티 미디어 네트워크로서 네트워킹은 우리가 하는 일의 중심에 있습니다. 우리는 사람들과 연결되고, 그들이 있는 곳으로 찾아가며, 스튜디오로 이들을 환영하거나 커뮤니티에서 그들과 소통합니다. 매일 개인, 조직, 커뮤니티 리더들이 우리 공간을 방문하여 활동의 중심지가 형성됩니다. 쇼에 출연하는 게스트들은 종종 서로 네트워킹하며, 그 과정에서 새로운 연결을 형성합니다.

다양한 섹션과 게스트를 포함하는 매거진 스타일의 쇼는 이러한 상호작용을 촉진하는 데 중요한 역할을 합니다. 또한, 커뮤니티에 적극적으로 참여함으로써 파트너십을 발전시키고

있습니다. 예를 들어, 저는 Bronx 상공회의소의 이사회에 소속되어 있으며, 이를 통해 커뮤니티와 교류하면서 파트너십을 구축하고 우리 서비스의 지속 가능성을 보장하는 데 도움을 주고 있습니다.

우리는 지역 및 글로벌 이벤트를 다루며, 중요한 모임에서 유일한 미디어로 활동하는 경우가 많습니다. 이러한 가시성은 우리의 연결을 강화하고 커뮤니티에서 우리의 중요성을 강조합니다. 또한, 뉴욕시 히스패닉 상공회의소와 Montefiore 및 Lincoln 병원과 같은 건강 시스템과의 파트너십은 우리의 네트워킹 노력을 더욱 강화합니다. 이러한 협력은 우리의 영향력을 확장하고, 자원 및 프로그램을 공유하여 긍정적인 변화를 촉진합니다.

4-1. Operations and Funding: We would like to know about the key operational staff and funding sources of BronxNet.

커뮤니티 미디어 센터는 자주 자금과 직원을 잃는 어려움에 직면합니다. 예를 들어, Rochester의 Rob Smith와 Pittsburgh Community Television은 자금 문제로 문을 닫아야 했습니다. BronxNet 역시 오래된 정책과 미디어 산업의 변화로 인해 어려움을 겪고 있습니다. 한때 100명 이상의 직원이 있었으나, 현재는 자연 감소로 인해 약 70명으로 줄어들었습니다. 이는 노력 부족 때문은 아닙니다.

이러한 문제를 해결하기 위해 우리는 법률 개정을 추진하고 있습니다. 연방 차원에서는 Schumer와 Gillibrand 상원의원이 후원하는 Protecting Community TV Act를 지지하고 있습니다. 주 차원에서는 오래된 법률을 개정하고 커뮤니티 미디어와 광대역 확장을 지원하기 위한 Tech Equity Access Media (TEAM) Act에 힘쓰고 있습니다.

우리의 운영 팀은 행정 부서, 스튜디오 프로듀서, 시설 코디네이터, 공익 프로그램 제작팀, 그리고 일정 및 품질 관리를 담당하는 편성 팀으로 구성되어 있습니다. 또한, 기술을 유지 및 업그레이드하는 IT 및 엔지니어링 팀, 홍보 및 소셜 미디어를 담당하는 마케팅 팀, 그리고 미디어 교육자를 포함한 교육 부서도 포함되어 있습니다.

4-2. Operations an Funding: Are the media education programs at BronxNet primarily led by internal staff or external instructors? If led by internal staff, is there a training process in place?

BronxNet의 미디어 교육 프로그램은 주로 내부 직원에 의해 진행되며, 이들은 기술 발전에 발맞춰 지속적인 전문 개발 과정을 거칩니다. BronxNet는 기술 향상을 중요하게 여기며, 특히 새로운 기술이 도입될 때 직원들에게 정기적으로 워크숍을 제공합니다.

또한 BronxNet는 Creatives Rebuild New York 이니셔티브를 통해 자금을 지원받은 Artists Employment Program과 같은 독창적인 프로그램을 주최합니다. 이 프로그램은 2년에 걸쳐 10명의 지역 예술가를 지원했으며, 이들은 다양한 분야에서 독창적인 프로그램을 제작하고 청소년과 대중을 대상으로 다학문적 교육을 진행했습니다. 프로젝트에는 환경 정의를 다룬 인형극, 게임 개발 및 증강 현실 수업, 영화 제작, 대본 작성, 힙합 댄스 워크숍 등이 포함되었습니다.

현장 및 스튜디오 제작을 전문으로 하는 우리의 정규 직원들은 매우 경험이 풍부하며 교육에 열정을 가지고 있습니다. 이들은 정기적으로 전문 개발 세션과 워크숍에 참석하여 고품질 교육과 공공 서비스를 제공할 준비를 갖추고 있습니다.

5. Philosophy and Identity: What is the operating philosophy of BronxNet? Could you share the key points or primary goals that you prioritize most in running the institution?

우리의 철학은 "콘텐츠, 당신의 사용, 당신의 비전"이라는 아이디어에 중점을 둡니다. 우리는 21세기 공공 접근을 제공하여 Bronx의 글로벌 커뮤니티를 진정성 있게 대표하고자 합니다. Bronx는 오랜 세월 동안 오해와 투자 부족에 직면해 왔지만, 그 회복력과 재생은 그 지역 주민들에 의해 이루어졌습니다. BronxNet는 이러한 목소리를 지원하고 확대하며, 참여형 미디어와 환영하는 공동체 정신을 키우기 위해 존재합니다.

우리는 멀티미디어와 시민 저널리즘에 집중하여, 청소년과 꿈을 이루고자 하는 전문가들에게 미디어를 통해 목표를 달성할 수 있음을 보여줍니다. BronxNet 졸업생들은 지속적으로 성공을 입증하며, 우리의 프로그램이 미친 영향을 보여줍니다. 우리의 사명은 사람들이 자신들의 커뮤니티를 탐구하고, 이야기를 나누며, 자신이 사는 곳에 자부심을 가질 수 있도록 격려하는 것입니다.

6. Historical and Social Background: What are the core values that underpin media centers in the United States, and how have historical and social contexts facilitated the emergence and growth of media centers and movements in the United States?

George Stoney와 같은 옹호자들은 공공 매체 접근의 필요성을 강조하며, 공공 권리를 통해 수익을 창출하는 기업들이 미디어 접근을 통해 지역 사회에 기여해야 한다고 주장했습니다. Bronx를 포함한 북미 전역의 리더들은 진정성 있는 스토리텔링과 커뮤니티 대표성을 위한 공간 창출의 중요성을 지지했습니다.

이 원칙은 기술과 배급 방식이 진화했음에도 여전히 중요한 역할을 하고 있습니다. 지역의 목소리와 콘텐츠는 정보에 기반한 커뮤니티를 위해 필수적이며, 디지털 시대의 민주주의를 보장합니다. BronxNet와 같은 미디어센터는 새로운 기술에 적응하고, 공정한 미디어 및 스토리텔링 플랫폼 접근을 옹호함으로써 21세기 공공 서비스의 본보기가 되고 있습니다.

7. Command Center: Is there a specific organization in the U.S. that functions as a Command Center for media centers and public access channels? If so, which entity plays this role? Do you think such a Command Center is necessary, or do you believe it is unnecessary?

중앙 "지휘 센터"는 없지만, Alliance for Community Media(ACM)가 커뮤니티 미디어 센터를 대표하는 전국 조직으로 활동합니다. BronxNet와 CCTV Cambridge와 같은 기관들은 ACM의 회원으로, ACM은 커뮤니티 미디어와 디지털 시대의 민주주의를 옹호합니다. ACM은 베스트 프랙티스와 정책 업데이트를 공유하는 회의를 개최하는 Northeast

Region과 같은 지역 챕터를 보유하고 있습니다. 지휘 센터라는 아이디어는 흥미로우며, 이는 조정과 지원을 위한 중앙 허브 역할을 제공할 수 있습니다. 이 개념은 커뮤니티 미디어 네트워크를 강화하기 위한 미래 이니셔티브에 영감을 줄 수 있습니다.
8. Exchange Between Media Centers: Is there active exchange between media centers in the U.S.? If so, how does this exchange take place, and what kinds of information or activities are typically shared?
네, 미디어센터는 콘텐츠를 적극적으로 교환하고 옹호 활동에서 협력합니다. 예를 들어, BronxNet는 뉴욕시의 Queens Public Television, Brooklyn의 BRIC, Manhattan Neighborhood Network와 같은 다른 미디어센터와 프로그램을 공유합니다. 이들 센터는 또한 BronxNet 콘텐츠를 방송하여 지역 이야기를 공유하는 네트워크를 형성합니다. 옹호 측면에서, 뉴욕주 전역의 미디어센터는 오래된 정책을 개정하고 커뮤니티 미디어를 지원하기 위해 협력합니다. Albany에서 열리는 입법 미디어의 날과 같은 이벤트는 미디어센터를 모아 인식을 높이고, 정보를 공유하며, 법률 변경을 옹호합니다. 미국 전역의 미디어센터 리더들 간의 정기적인 커뮤니케이션은 이 네트워크를 더욱 강화합니다.
9. Participation: We would like to know how BronxNet encourages active citizen participation. Additionally, we would appreciate your personal opinions on effective programs and approaches to increase participation.
우리는 커뮤니티를 공간으로 초대하는 오픈 하우스를 열어 공공 접근 미디어를 통해 가능한 기회를 보여줍니다. 많은 사람들이 공공 접근에 대한 고정관념을 가지고 있지만, 우리의 최첨단 시설을 직접 보면서 더 큰 꿈을 꾸고 참여하고 싶어 합니다. 오픈 하우스 외에도, 우리는 활발한 소셜 미디어 활동, 지역 축제 참여, 네트워킹 노력을 통해 커뮤니티와 소통합니다. 마케팅 팀은 워크숍, 창의적 세션, 기타 기회에 대한 정보를 접근 가능하고 매력적으로 제공하기 위해 노력합니다. 사람들이 환영받고 참여에 대해 흥미를 느끼도록 만들어 BronxNet에서 가능성을 탐구하도록 독려합니다.

6. 결과물

1) 기획 기사

국내와 해외 미디어센터의 차이점과 시사점을 담은 탐사 결과를 정리하여 이대학보에 기획기사로 투고하고자 한다. 기획 기사 작성을 통해 탐사 결과를 대중에게 쉽게 전달하고, 미디어센터의 중요성을 알릴 수 있을 것이다. 해외 탐사 중 진행한 미디어센터 내 시민 인터뷰, 기관 관계자 인터뷰 등을 활용해 미디어센터의 역할을 대중적인 시각에서 전달하며, 미디어를 통한 지역사회 연결의 필요성을 강조하고자 한다. 나아가, 미디어와 교육 분야에 관심 있는

학생과 연구자들이 국내 미디어센터의 발전 방향에 대해 고민해 볼 수 있는 기반을 제공할 수 있을 것이다. 아래는 해당 기획 기사의 내용이다.

(1) 뉴욕 편

[헤드라인] 미국 미디어센터, 시민 미디어 접근권 보장과 공동체 소통의 거점으로

미디어센터가 시민들의 미디어 접근권을 보장하고 공동체 내 소통을 활성화하는 공간으로 주목받고 있다. 누구나 자유롭게 미디어를 활용할 수 있는 환경이 조성된듯 하지만, 실제로는 미디어 제작과 유통이 일부 플랫폼에 집중되면서 시민들의 참여 기회가 점차 제한되고 있다. 유튜브와 SNS가 활성화되었음에도 불구하고, 상업적 콘텐츠가 주류를 이루면서 공익적이고 공동체 중심적인 미디어 활동은 오히려 위축되고 있는 상황이다.

이에 따라 단순한 기술 교육을 넘어, 시민들이 직접 미디어를 활용해 사회적 의제를 형성하고 지역 사회와 소통할 수 있도록 지원하는 미디어센터의 필요성이 강조되고 있다.

미국 미디어센터는 지역 주민들이 직접 미디어를 제작하고 활용할 수 있도록 체계적인 지원을 제공하는 공간으로 운영된다. 뉴욕과 매사추세츠에 위치한 여러 미디어센터는 미디어 교육과 제작 지원을 유기적으로 결합해 시민들이 미디어를 통해 지역 사회의 이야기를 공유할 수 있도록 돕고 있다. 이러한 구조는 시민 참여를 확대하고 공동체 내 소통을 활성화하는 데 긍정적인 영향을 미치고 있다.

[소제목1] 50년 간 독립 미디어센터, DCTV의 운영 전략

1972년 뉴욕에서 설립된 DCTV(Downtown Community Television Center)는 커뮤니티 기반 미디어센터로 자리 잡으며 50년 이상 지속적으로 성장해왔다. 정부 지원에 의존하지 않고 독립성을 유지하면서도 지역사회와 긴밀히 연결된 운영 방식을 유지하는 것이 특징이다.

뉴욕 맨해튼의 옛 소방서를 개조해 운영되는 DCTV는 시민 누구나 경제적·문화적 장벽 없이 미디어를 활용할 수 있도록 지원한다. 미디어 교육, 영화 제작 지원, 공공 상영 공간 운영 등 다양한 활동을 통해 시민들의 미디어 접근성을 확대해왔다. 단순한 기술 교육을 넘어, 직접 콘텐츠를 제작하고 공유하는 커뮤니티 중심의 운영 방식이 핵심이다.

DCTV의 교육 프로그램은 수강생을 단순한 교육 소비자가 아닌 커뮤니티의 일원으로 만들기 위해 기획됐다. 팀 프로젝트 중심의 학습 방식으로 참가자들은 역할을 분배하고 협력하며, 최종적으로 자신의 삶을 기록하는 과정을 경험한다. 미디어 교육 기획을 담당하는 Sade 이사는 “미디어 교육의 핵심은 다양한 배경을 가진 사람들이 만나 소통하는 기회를 만드는 것”이라고 강조한다.

대표적인 프로그램으로는 1978년부터 운영된 청소년 미디어 프로그램이 있다. 13세부터 24세까지의 청소년을 대상으로 한 이 과정은 기술 습득뿐만 아니라 자신의 경험을 효과적으로 표

현하는 법을 배우는 데 중점을 둔다. 학생들이 프로젝트 기획과 실행을 주도하고, 전문가들은 조언을 제공하는 방식이다.

2022년 개관한 'Firehouse Cinema'는 단순한 영화 상영관이 아닌, 다큐멘터리 제작자와 관객이 직접 소통하는 공간이다. 상영과 토론을 통해 미디어의 사회적 역할을 강화하는 것이 목표다.

DCTV의 지속 가능성은 운영 방식에서 비롯된다. 경제적 이유로 미디어 교육을 받기 어려운 사람들에게 기회를 제공하고, 다양한 공동체의 목소리를 기록하고 공유하는 것이 핵심 가치다. 청소년 프로그램을 수료한 Monica는 "이곳은 언제든 돌아올 수 있는 '두 번째 집' 같은 곳"이라고 말했다. DCTV는 앞으로도 미디어를 통한 커뮤니티 연결과 사회 변화를 위한 노력을 이어갈 계획이다.

[소제목2] 지역 사회의 목소리를 담는 LMC Media

뉴욕주 웨스트체스터(Westchester) 지역을 기반으로 하는 LMC Media는 주민들의 미디어 접근성을 확대하고, 직접 목소리를 낼 수 있도록 돕고 있다. 마마로넥(Mamaroneck), 라이넥(Rye Neck), 라치몬트(Larchmont) 지역의 유일한 커뮤니티 미디어 네트워크로서, 지역 뉴스, 공공 행사, 다큐멘터리, 팟캐스트, 스포츠, 교육 프로그램 등 다양한 콘텐츠를 제작·배포하며 지역 소통의 중심 역할을 하고 있다.

LMC의 핵심 목표는 주류 언론이 다루지 않는 지역 이슈를 기록하고, 주민 참여형 미디어 환경을 조성하는 것이다. 이를 위해 교육, 장비, 플랫폼을 지원하며, 케이블 TV뿐만 아니라 YouTube, Facebook, TikTok, Instagram 등 디지털 플랫폼을 활용해 콘텐츠를 확산하고 있다.

Matt Sullivan 이사는 "소규모 지역 뉴스 채널이 점차 사라지는 현실에서 지역 주민들의 이야기를 조명하는 것이 우리의 목표"라고 강조했다. 이러한 목표를 반영한 대표적인 프로그램이 2024년 시작된 'Future Filmmaker Project'다. 지역 고등학생들이 직접 영화를 제작하며 미디어 제작 역량을 키우는 교육 과정으로, 모든 작품이 '커뮤니티(Community)'와 연관되도록 기획됐다. Matt Sullivan 이사는 "단순한 기술 습득을 넘어, 학생들이 자신의 이야기를 세상에 전달하는 경험을 하는 것이다"고 설명했다.

LMC는 지역 정치·행정 이슈부터 문화 행사까지 다양한 콘텐츠를 제작하며, 주민들이 지역 현안에 관심을 갖도록 유도하고 있다. Matt Sullivan 이사는 "언제든지 'LMC에 연락하면 된다'는 인식이 자리 잡는 것이 목표"라며, 지역 주민들이 미디어를 자연스럽게 활용할 수 있도록 지원하고 있다고 덧붙였다.

운영 재원은 케이블 프랜차이즈 요금, 연간 후원 행사, 공간 대여 수익 등을 통해 마련된다. 매년 열리는 갈라(Gala) 행사에서 후원금을 모금하고, 미디어 제작 공간을 지역 주민들에게 대여해 운영 비용을 충당하는 방식이다.

LMC의 영향력은 단순한 콘텐츠 제작에 그치지 않는다. 지역 주민들이 직접 제작한 미디어를 배포할 수 있도록 돕고 있으며, 커뮤니티 미디어 허브로 기능한다. Anthony 또한 LMC에서 미디어 제작을 단순한 취미를 넘어 지역 사회에 기여하는 도구로 활용했다.

Anthony는 "환경 보호 위원회에서 지역 활동을 하긴 했지만, 미디어 제작 경험과 직접 연결 짓기는 어려웠다"며, "LMC 스튜디오 운영 지원 팀에 합류하면서 미디어를 활용해 지역 사회에 기여하는 방법을 배울 수 있었다"고 말했다. 특히 LMC의 자원봉사 프로그램을 통해 그는 단순한 효과적인 스토리텔링 기법과 프로그램 구성법까지 익히며 실질적인 미디어 제작 역량을 키울 수 있었다.

LMC 미디어는 지역 주민들의 참여를 기반으로 운영되며, 미디어를 통한 커뮤니티 활성화를 목표로 하고 있다. Matt Sullivan 이사는 "앞으로 디지털 플랫폼을 더욱 확장해 지역 사회가 직접 제작한 콘텐츠를 효과적으로 공유하고, 지역 기반 미디어의 지속 가능성을 높이는 방향으로 운영할 계획"이라고 밝혔다.

[소제목3] 뉴욕 시민 미디어 허브로 기능하는 MNN

뉴욕 맨해튼을 기반으로 한 맨해튼 네이버후드 네트워크(MNN, Manhattan Neighborhood Network)는 시민들의 미디어 접근권을 보장하고, 직접 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원하는 공공 액세스 미디어 센터다. 1992년 설립 이후 미디어 교육, 제작 지원, 프로그램 배급 등을 통해 지역 사회의 다양한 목소리를 전달하는 데 주력하고 있다.

MNN은 시민들이 미디어 제작 기술을 익히고 직접 콘텐츠를 제작할 수 있도록 다양한 교육 프로그램을 운영한다. 스튜디오 촬영, 야외 제작, 인터뷰 기법 등 실무 중심 교육이 이뤄지며, 시티 칼리지 오브 뉴욕(City College of New York)과 맨해튼 커뮤니티 칼리지(Borough of Manhattan Community College)와 협력해 대학생 인턴십도 제공한다. 또한, 'High School for Media and Education'과 협력해 고등학생 대상 미디어 교육을 강화하고 있다.

MNN은 단순한 교육 기관을 넘어 지역 사회와 밀접히 협력하는 미디어 플랫폼 역할도 수행한다. 자체 운영하는 7개 채널에서는 요가 및 명상 콘텐츠를 제공하는 '스피릿 채널', 예술과 문화를 조명하는 '아트 & 컬처 채널', 뉴욕 시정을 다루는 '정치 & 뉴스 채널' 등 다양한 프로그램을 방송한다. 이와 함께, 차이나타운에서는 영화 교육을, 이스트 할렘에서는 스페인어 사용자들을 위한 프로그램을 제작하는 등 다문화적 접근도 실현하고 있다.

MNN은 단순한 미디어 제작·배급을 넘어, 지역 사회의 목소리를 기록하고 확산하는 데 집중한다. 공공 미디어의 가치를 실현하는 대표적 사례로, 시민들에게 미디어 제작 기회를 제공하며 지역 사회의 다양한 이야기를 반영하는 역할을 수행하고 있다.

[소제목4] 지역 주민의 목소리를 미디어로 만들다, Broxnet

뉴욕 브롱크스의 대표적인 커뮤니티 미디어 네트워크인 BronxNet이 지역 주민들의 미디어 접근권을 확대하고, 직접 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원하고 있다. Michael Max Knobbe 상임 이사는 “주류 언론의 편향성을 극복하고 지역 사회가 자체적으로 목소리를 낼 수 있도록 하는 것이 BronxNet의 핵심 역할”이라고 강조했다.

BronxNet은 “Content, Your Use, Your Vision”(콘텐츠, 당신의 활용, 당신의 비전)이라는 운영 철학을 바탕으로 지역 민주주의와 시민 저널리즘을 강화하는 미디어 허브로 자리 잡고 있다. 소셜미디어 활동, 지역 행사 참여, 오픈 하우스 개최 등을 통해 시민들의 적극적인 참여를 유도하며, 지역 공동체의 다양한 이야기를 발굴하고 전달하는 데 주력하고 있다.

BroxNet은 변화하는 미디어 환경 속에서 시민들이 미디어를 효과적으로 활용할 수 있도록 교육에도 집중한다. 비판적 사고를 바탕으로 신뢰할 수 있는 정보를 선별하고, 의미 있는 콘텐츠를 제작하는 역량을 기르는 것이 교육의 핵심이다. 이를 위해 스튜디오 운영 시간을 확장하고, 전문 장비 제공 및 특화된 워크숍을 운영하고 있다. 지역 내 고등학교 및 대학교와 연계한 교육 프로그램과 인턴십을 통해 학생들에게 실무 경험을 제공하는 것도 BronxNet의 주요 활동 중 하나다.

내부 전문 인력 양성에도 적극적이다. BroxNet은 직원들을 대상으로 정기적인 워크숍과 전문 개발 과정을 운영해 기술 변화에 대응할 수 있도록 하고, 보다 효과적인 교육과 공공 서비스를 제공할 수 있도록 지원한다. 시민들이 지역 공동체를 탐구하고, 관련된 이야기를 나누며, 자신의 목소리를 미디어를 통해 효과적으로 전달할 수 있도록 돕는다.

BroxNet은 브롱크스 상공회의소 등과 협력해 미디어센터와 지역 사회 간 연결을 강화하고 있으며, 6개의 멀티플랫폼 채널을 운영해 실시간 방송 및 즉시 송출 시스템을 구축하고 있다. 또한, 유튜브와 웹사이트를 통해 지역 내외 시청자들에게 BronxNet의 콘텐츠를 제공하고, SNS 및 지역 단체와 협력한 홍보 전략도 병행하고 있다.

(2) 매사추세츠 편

[헤드라인] 커뮤니티를 연결하는 미디어센터, 그 지속 가능성을 찾다

미국 매사추세츠주에는 지역 주민과 공동체를 연결하는 미디어센터들이 있다. 이곳 미디어센터들은 단순한 영상 제작 공간이 아니라, 지역 공동체와 긴밀히 연결된 플랫폼으로 존재한다. 시민들이 직접 콘텐츠를 제작하고 배포할 수 있도록 교육과 장비를 제공하며, 미디어를 통해 지역 사회의 목소리를 기록하고 공유하는 역할을 한다. 매사추세츠주의 미디어센터들은 각자의 방식으로 시민 미디어 교육과 콘텐츠 제작을 지원하며, 지역 사회와 긴밀한 관계를 유지하고 있다.

[소제목1] 지역사회와 함께 성장하는 미디어센터, Somerville Media Center

미디어 환경이 급변하는 시대에 시민들의 목소리를 담아낼 공간은 얼마나 있을까. 미국 매사

추세츠주에 위치한 Somerville Media Center(SMC)는 1983년부터 시민들이 직접 미디어를 제작할 수 있도록 지원하는 커뮤니티 미디어센터이다. SMC는 지역 주민 누구나 참여할 수 있는 개방형 미디어 공간을 지향하며, 방송 제작을 넘어서 시민들이 지역 사회의 이슈를 조명하고 소통할 수 있도록 돕는다. 센터에는 방송 스튜디오, 팟캐스트 제작실, 편집실 등이 마련되어 있으며, 회원 가입을 통해 누구나 이 시설을 이용할 수 있다. 지역 주민들은 뉴스, 토론 프로그램, 다큐멘터리 등을 제작하고, 이를 지역 채널을 통해 송출한다. 특히, SMC의 "Boston Free Radio"는 시민들이 운영하는 온라인 라디오 방송으로, 음악, 정치, 사회 문제 등 다양한 주제를 다룬다.

SMC에서 'My Time' 라디오 쇼를 진행하는 Malik Um 프로듀서는 음악에 대한 호기심과 방송 경험을 확장하기 위해 센터를 찾았다. 5년간 DJ 활동을 쉰 후 다시 방송에 관심을 가지게 된 그는 "SMC에서 라디오 쇼 진행과 청소년 아웃리치 활동을 하며 다양한 미디어 기회를 경험할 수 있었다"고 말했다. SMC의 활동은 지역 사회와 밀접하게 연결되어 있다. Somerville에서 열리는 'Fluff Festival'에서는 라이브 방송을 진행하며 지역의 역사적 정보를 제공하고, 할로윈 시즌에는 음악의 역사에 관한 교육 프로그램도 운영한다. Malik Um 프로듀서는 "SMC는 단순한 미디어 제작 공간을 넘어 지역 사회와 긴밀하게 연결된 플랫폼"이라며, "SMC를 통해 다양한 청중과 소통할 수 있게 되었고, 이를 통해 가족적인 분위기의 방송을 만들며 지역 청소년들이 관심을 가질 만한 음악을 소개할 수 있었다"고 덧붙였다.

SMC의 운영은 지역정부 지원, 멤버십 가입비, 기부금 등을 통해 이루어진다. 케이블 TV 제공업체 가입자가 납부하는 요금의 5%가 시로 전달되며, 시는 이를 공공, 교육, 정부 세 부문에 배분한다. SMC는 공공 부문에 속해 수익의 약 4%를 배분받는다. 현재 SMC 예산의 87%는 이러한 재원으로 충당되며, 나머지 13%는 멤버십 비용과 기부금 등으로 마련된다.

디지털 플랫폼이 미디어 환경을 지배하는 현 상황에서, SMC는 지역 콘텐츠의 영향력을 유지하기 위해 다양한 전략을 추진하고 있다. 소셜 미디어 사용자의 집중 시간이 짧아지고 케이블 TV 가입자 수가 줄어듦에 따라 지역 사회 메시지를 효과적으로 전달하는 데 어려움이 있지만, SMC는 이를 극복하기 위해 지역 중심의 콘텐츠 제작에 집중하고 있다. 특히 지역 선거와 관련된 콘텐츠를 통해 수천 명의 주민들에게 정보를 제공하고, 지역 이슈를 심층적으로 다루는 프로그램을 통해 공공 미디어의 역할을 강화하고 있다.

SMC의 'Next Generation Producers' 프로그램은 청소년들이 직접 콘텐츠를 제작하고 배포할 수 있도록 돕는 교육 과정이다. 참가자들은 카메라 촬영, 영상 편집, 스토리텔링 기법을 배우며, 최종적으로 자신만의 미디어 프로젝트를 완성한다. 이는 단순한 기술 교육을 넘어, 청소년들이 지역 사회의 문제를 인식하고 목소리를 내는 과정으로 이어진다. SMC는 청소년들에게 다가가 그들의 관심사를 파악하고, 이를 발전시킬 수 있는 환경을 제공하는 데 집중하고 있다.

SMC의 활동은 지역 사회와의 소통을 강화하며 시민들이 직접 미디어를 제작할 수 있도록 돕는 중요한 역할을 한다. 공공 미디어의 미래를 고민하는 이들에게, SMC의 운영 모델은 디지털 미디어 시대에도 여전히 지역 중심의 콘텐츠가 중요한 역할을 한다는 점에서 큰 시사점을

준다. SMC의 사례는 국내 미디어센터 운영에도 유용한 참고가 될 것이다.

[소제목2] 지역 주민과 소통하며 미디어 교육을 확장하다, NewTV

1992년에 설립된 NewTV는 지역 주민들에게 다양한 미디어 교육과 제작 기회를 제공하며, 지역 사회와의 소통을 강화하는 중요한 역할을 하고 있다. Lisa Mirowitz는 "지역 주민들이 자신의 목소리를 내고 미디어를 통해 서로 소통할 수 있도록 돕는 것이 핵심 목표"라고 강조했다. 이를 실현하기 위해 NewTV는 다양한 교육 프로그램을 운영하고, 회원들에게 커뮤니티 프로그램 채널을 통해 자신들의 콘텐츠를 방송할 기회를 제공하고 있다.

NewTV는 '커뮤니티 채널', '교육 채널', '정부 채널'을 운영하며 지역 행사와 공공 회의 등 다양한 프로그램을 방송한다. 이러한 방송은 지역 사회와의 소통을 강화하고, 시민들이 직접 참여하여 의견을 나눌 수 있는 장을 마련하는 데 중요한 역할을 한다.

또한, NewTV는 지역 사회와 협력하여 미디어 참여 기회를 확대하고 있다. 예를 들어, 'Boys and Girls Club'과의 협력을 통해 청소년들에게 미디어 제작의 기회를 제공하고 있으며, 새로운 회원을 유치하고 소셜 미디어 네트워크를 확장하고 있다. 이러한 협력은 NewTV가 더 넓은 커뮤니티와 연결되고, 네트워크를 강화하는 데 기여한다.

Lisa Mirowitz는 "NewTV가 지역 사회와의 소통을 바탕으로 커뮤니티 미디어의 역할을 확립하고, 미디어 교육과 참여의 기회를 제공하는 것이 중요하다"고 말했다. 이러한 활동은 지역 사회에 실질적인 영향을 미치며, 미디어센터의 지속 가능성과 영향력을 높이는 데 중요한 역할을 한다.

[소제목3] 시민들을 위한 맞춤형 미디어 교육을 제공하다, Cambridge Community Television

Cambridge Community Television (CCTV)는 1988년 미국 Cambridge에서 설립된 커뮤니티 액세스 방송국으로, 시민들이 미디어를 통해 자유롭게 목소리를 내고 지역사회 참여를 촉진하는 다양한 도구와 교육 기회를 제공한다. CCTV는 주민들이 직접 미디어를 활용해 커뮤니티의 목소리를 확립하는 데 중점을 두며, 특히 여름 청소년 고용 프로그램을 통해 중요한 일자리를 제공하는 기관으로도 알려져 있다.

Maritza Grooms는 "우리는 지역 사회가 목소리를 낼 수 있도록 시민들이 미디어 공론장에 참여할 수 있는 기회를 제공한다"고 밝혔다. CCTV는 'pay what you can' 정책을 통해 누구나 부담 가능한 금액으로 멤버십에 가입할 수 있으며, 이를 통해 다양한 미디어 장비와 교육 공간을 자유롭게 이용할 수 있다. 주요 시설로는 라이브 쇼와 인터뷰 촬영을 위한 Red Studio, 오디오 녹음 및 스트리밍을 위한 Green Studio, 편집실, 다목적 스튜디오, 공동 작업 공간 등이 있다.

Maritza Grooms는 "교육을 받은 시민들이 미디어를 통해 자신들의 목소리를 낼 수 있도록

돕는 것이 중요하다"고 강조했다. CCTV는 청소년과 노년층을 위한 맞춤형 미디어 리터러시 교육을 진행하며, '스튜디오 제작 기초', '소규모 비즈니스 소셜 미디어 전략', '커뮤니티 저널리즘' 등 다양한 프로그램을 통해 시민들에게 미디어 교육 기회를 제공한다.

CCTV는 Digital Equity Program과 Youth Media Program을 통해 청소년들에게 미디어 제작 기회를 제공하고, 그들이 지역사회에서 목소리를 낼 수 있도록 지원한다. Maritza Grooms는 "우리의 프로그램은 청소년들에게 미디어 제작을 배우고 커리어를 발전시킬 기회를 제공한다"고 설명했다. Will Matovu는 CCTV의 시민 참여 프로그램에 참여했을 당시, "기업 인터뷰 촬영, 지역 행사 등 다양한 촬영을 경험하고 생방송 프로그램에도 참여하며 실전 경험을 쌓을 수 있었다"고 말했다. 그는 또한 "영상 업계의 유능한 사람들과 만날 뿐만 아니라, 그들과 언제든 함께 활동할 수 있는 공간이 제공된다는 점이 의미있었다"고 덧붙였다.

[소제목4] 지역 사회와의 연결을 통해 시민들의 사회적 참여를 촉진하다, Brookline Interactive Group

Brookline Interactive Group(BIG)은 지역 커뮤니티의 연결과 상호작용을 강화하는 네트워킹 기회를 제공하며, 주민들이 미디어를 통해 지역 문제 해결에 기여할 수 있도록 돕고 있다. Smyser는 "BIG가 지역 내 다른 단체들과 협력하여 목표를 실현하는 데 중요한 역할을 하고 있다"고 강조하며, BIG가 단순한 미디어 교육을 넘어 시민들의 적극적인 참여를 유도하고 사회적 문제 해결을 위한 기회를 제공한다고 설명했다. 또한, BIG는 연령대와 교육 수준에 맞춘 다양한 교육 프로그램을 운영하며, 특히 청소년들에게 창의성과 기술적 역량을 동시에 개발할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

BIG는 상업적 요소를 배제하고, 지역 커뮤니티의 문제를 다룬 콘텐츠에 집중한다. 이를 통해 주민들이 정책 결정에 더 쉽게 접근할 수 있도록 돕고 있다. 특히, 청소년 프로그램은 진로 개발과 실습을 중요시하며, Kalpan은 "청소년들이 창의성과 기술적 역량을 동시에 개발할 수 있도록 지원한다"고 말했다. 어린 학생들에게는 디지털 미디어의 기초를 가르치고, 더 큰 프로그램으로 이어질 수 있는 기회를 제공하는데 중점을 두고 있다. 이러한 교육 방식은 지역 주민들이 미디어 제작 경험을 쌓고, 그들의 목소리를 낼 수 있는 중요한 발판이 된다.

BIG는 콘텐츠 제작과 유통에서 상업적 요소를 배제하고, 지역 사회의 문제를 다룬 콘텐츠에 집중한다. 심서는 "지역 정부 회의와 사회적 문제를 다룬 콘텐츠를 방송함으로써, 주민들이 정책 결정에 더 쉽게 접근할 수 있도록 돕고 있다"고 말했다. 이를 통해 BIG는 미디어를 통한 권한 강화를 목표로 하며, 지역 문제 해결에 중요한 역할을 한다.

또한, BIG는 학생들에게 실제 미디어 작업을 통해 실무 경험을 쌓을 수 있는 다양한 인턴십과 자원봉사 기회를 제공한다. Lalande는 "BIG의 인턴 프로그램을 통해 학생들이 커뮤니티 미디어의 다양한 작업에 직접 참여할 수 있다"고 설명했다. 이 경험은 학생들에게 미디어 진로에 대한 이해를 높이고, 지역 커뮤니티에서 미디어 작업을 더 직관적으로 이해하는 기회를 제공한다.

BIG는 유튜브와 같은 SNS 플랫폼을 활용해 콘텐츠 유통을 확대하고, 지역 콘텐츠의 가시성을 높이기 위한 노력을 지속하고 있다. 그러나 SNS 플랫폼의 알고리즘과 상업적 수익화 모델로 인한 문제를 극복하기 위해, Walter는 “Civic Brookline 프로젝트”를 통해 지역 콘텐츠가 변화된 미디어 환경에서 살아남을 수 있도록 돕고 있다”고 말했다. 이 프로젝트는 시민 관련 콘텐츠를 하나의 모음집으로 정리해, 지역 콘텐츠의 가시성을 높이기 위한 다양한 방법을 시도하고 있다.

BIG이 모색하는 다양한 협력 방안은 민주적이고 투명한 미디어 환경을 유지하는 데 기여하고 있으며, 시민들의 사회적 참여를 이끌고 있다.

미국 미디어센터들은 지역 시민들이 직접 미디어 콘텐츠 제작에 참여하고 지역 사회의 목소리가 미디어 환경에 반영될 수 있도록 한다. 이를 통해 시민들의 미디어 접근권과 사회적 참여가 확대되며, 지역 커뮤니티에서 서로 소통하고 협력할 수 있는 기회를 얻는다. 변화하는 미디어 환경 속에서도 미디어센터들의 노력은 지속 가능한 시민 미디어의 발전에 중요한 이정표가 될 수 있다.

(3) 종합 편

[헤드라인] 뉴미디어 시대에 진정한 ‘주체’로 살아남기, 미국에서 그 답을 찾다

[소제목1] 뉴미디어 속 ‘주체’라는 ‘착각’

뉴미디어 시대의 인터넷 기술과 양방향의 소통 방식은 미디어 이용자들에게 ‘소비자인 동시에 생산자가 될 수 있는 기회’를 주었다. 1980년대에 앨빈 토플러가 주창했던 프로슈머(prosumer)가 유튜브, 인스타그램, 블로그를 비롯한 오늘날의 미디어 플랫폼에 의해 실현되고 있는 것이다. 이처럼 생비자(‘생산자’와 ‘소비자’의 합성어)라고도 불리는 프로슈머로서 누구나 미디어를 소비하고 생산할 수 있는 시대가 도래함에 따라, 우리는 스스로 미디어 환경에서 주체성을 지닌다고 생각하기 쉽다. 그러나 과연, 급변하는 미디어 환경 속에서 우리는 진정한 ‘주체’로서 존재할까. 이에 대해 ‘반은 맞고, 반은 틀리다’고 답할 수 있을 것이다.

한국일보와의 인터뷰에서 김용찬 연세대 언론홍보영상학부 교수는 개인이 자유롭게 자신의 이야기를 할 수 있는 환경이 갖춰졌다고 생각하지만 이는 ‘착각’일 수 있다고 지적했다. 우선 개인 혹은 공동체가 만들어내는 콘텐츠들은 구조적으로 미디어 플랫폼 기업에 종속되기 쉽다. 이처럼 시민이 만들어낸 미디어가 여전히 권력과 자본에 종속될 여지가 있는 상황에서 ‘자유롭게’라는 부분에 의문을 제기할 수 있다. 또한, 모든 사람이 미디어에 접근할 수 있으며, 접근하더라도 모든 사람이 그것을 제대로 활용할 수 있는지에는 차이가 존재한다. 이러한 계층 및 지역에 따른 디지털 격차 문제를 고려해 보았을 때, ‘누구나’라는 부분에도 의문이 생긴다. 즉, ‘누구나’ 미디어를 통해 ‘자유롭게’ 자신의 목소리를 내는 ‘주체’가 될 수 있다는 1인 미디어 시대의 이론과 현실 사이에는 괴리가 존재한다.

이때 시민의 미디어 리터러시 역량을 기르고, 시민이 중심이 되는 미디어 영역을 보장하는 것

은 중요한 과제가 된다. 한국의 미디어센터는 이러한 문제 의식에 따라 등장하여 발전해왔다. 미국의 미디어센터는 뉴미디어 시대를 훨씬 앞선 시기부터 시작되었지만, 미디어 운동에서 출발하여 시민의 미디어 교육과 미디어 액세스권을 중점에 둔다는 점에서 맥을 함께한다.따라서 뉴미디어 시대에 미디어센터가 사회적으로 어떠한 역할을 수행하는지 재고하고, 미디어센터가 앞으로 더욱 발전할 수 있도록 그 방향성을 모색하는 일은 분명 의미가 있다. 이에 '이화여자대학교 글로벌프론티어' 프로그램을 통해 한국과 미국의 미디어센터를 직접 방문하고, 현장에서 활동하는 전문가와 시민의 이야기를 들어보았다.

[소제목2] 존재 자체에 대한 의심을 받다, 국내 미디어센터

2002년, 한국 최초의 미디어센터인 '미디액트'가 개관한 이래로 국내 미디어센터는 양적·질적 성장을 이루어왔다. 전국미디어센터협의회에 따르면 현재(2025년 2월 기준) 전국에는 총 58개의 미디어센터가 운영되고 있다. 사회 단체와 미디어 관련 학회의 요구에 따라 등장한 국내 미디어센터는 다음과 같은 사회적 역할을 수행한다. 첫째, 국가와 자본에 종속되지 않는 독립적인 목소리를 보장한다. 정은경 전 서울마을미디어지원센터 센터장은 뉴미디어 시대에도 미디어는 여전히 국가와 자본이 중심이 되는 권력 구조 속에 있기 때문에, 시민과 공동체가 중심이 되는 시민 미디어와 공동체 미디어에 대한 필요성은 오늘날에도 절대적이라고 이야기한다.

둘째, 시민들이 공동의 문제를 논의할 수 있는 공론장을 형성한다. 이와 관련하여 청암미디어센터의 이해수 편성국장은 "SNS나 1인 미디어와 같이 미디어를 통해 개인적인 시각에서 개인적인 이야기도 물론 할 수 있지만, 공적인 시각에서 공적인 사안을 이야기하는 것도 중요하다고 생각한다. 개인의 입장에만 집중하다 보면 사회에서 공적으로 해결해야 하는 문제들이 뒷전이 되거나 아무도 신경쓰지 않게 되기 쉽기 때문에, 시민들이 이러한 공론장의 주체가 됨으로써 공적 역할에 대해 고민하고 공공의 문제에 대해 다시 한 번 생각해 볼 수 있는 계기를 마련해 주는 게 필요하다고 생각한다. 이를 통해 사람들은 건강한 시민 주체로 성장할 수 있고, 공론장과 지역 사회, 나아가 전체 사회가 더 건강해질 수 있다고 생각한다."라고 말했다.

셋째, 민주 시민으로서 필수 역량을 기를 수 있도록 지원한다. 경기시청자미디어센터의 성경훈 센터장은 미디어가 단순한 도구가 아닌 환경이 되어버린 지금, 미디어 환경에서 살아갈 수 있는 능력, 즉, 미디어를 비판적으로 읽고, 사고하고, 활용할 수 있는 미디어 리터러시는 선택이 아니라 필수이자 권리라고 강조했다. 또한, 미디어센터는 이러한 미디어 교육을 제공하는 것에서 나아가, 시민들이 국가 정책과 사회 문제의 의견을 표출하는 실천의 단계로까지 나아갈 수 있도록 지원해야 한다고 주장했다.

이러한 역할을 통해 미디어센터의 핵심 가치가 '독립성', '공동체 중심성', 그리고 '공공성'임을 알 수 있다. 실제로 국내 미디어센터들은 이러한 가치의 실현을 위해 다양한 사업을 추진하며 많은 노력을 기울이고 있다. 그러나 1인 미디어 시대의 도래로 인해 이러한 미디어센터의 존재 자체가 위협받고 있다. 누구나 미디어를 통해 자유롭게 생각을 표현하고, 유튜브 등의 플랫폼에서 쉽게 미디어 기술을 익힐 수 있는 상황에서 미디어센터가 왜 필요한지에 대한 의문이 제기되고 있는 것이다. 이러한 의문이 제기되는 이유는 많은 사람들이 미디어센터를

단순한 교육 기관이나 장비 대여소쯤으로 인식하고 있기 때문이다. 즉, 아직 대부분의 사람들은 미디어센터의 역할과 의미를 제대로 알지 못한다. 더 나아가, 미디어센터의 존재 자체를 모르는 경우도 많다. 그렇다면 이러한 상황을 어떻게 극복하고, 국내 미디어센터가 장기적으로 발전할 수 있을까. 미국 미디어센터의 사례는 이에 대한 해결책을 시사한다.

[소제목3] 답은 미디어 교육과 시민 미디어, 미국 미디어센터

미디어센터 모델은 1960년대 말 캐나다에서 출발하였으나, 현재 가장 활발히 운영되고 있는 국가는 미국이다. 미국은 한국보다 앞선 1970년대부터 미디어센터의 역사가 시작되었다. 미디어 교육과 퍼블릭 액세스권을 보장하기 위한 시민운동의 일환으로 등장한 미국의 미디어센터는 오늘날까지 활발히 활동을 이어오고 있다. Alliance for Community Media에 따르면 현재 미국 전역에는 약 1,700개의 미디어센터가 운영되고 있다. 미국의 미디어센터는 교육, 제작 및 유통, 네트워킹 등 여러 측면에서 한국보다 더 다양한 시도를 하고 있다. '케이블 법', '미디어 교육법' 등 관련된 법적·정책적 측면에서도 한국을 앞서고 있는 것으로 보인다.

그 오랜 역사 만큼, 견고한 운영 철학과 정체성을 지닌 미국 미디어센터는 다음과 같이 정의될 수 있다. 첫째, '시민의 퍼블릭 액세스를 위한 공간'이다. 퍼블릭 액세스란 일반 시민이 주류 미디어나 공공 미디어를 통해 자유롭게 의견을 표현하고 콘텐츠를 제작·배포할 수 있도록 보장되는 채널 혹은 권리이다. 이에 대한 보장을 요구하는 퍼블릭 액세스 운동에 뿌리를 둔 미국의 미디어센터는 여전히 퍼블릭 액세스를 주요 목표로 견지하고 있다. 뉴욕의 DCTV는 "다양한 공동체의 사람들이 각자의 목소리를 낼 수 있도록 돕는 것"을 핵심 가치로 삼고 있으며, LMC Media는 "매스 미디어에서 다루지 않는 콘텐츠를 발굴하고, 시민들이 제작한 콘텐츠를 효과적으로 유통"하는 데 중점을 두고 있다.

둘째, '공동체를 위한 커뮤니티 공간'이다. 국내와 미국에서 주로 활동을 이어온 박혜정 미디어 활동가는 "미디어센터가 사람들을 모으고, 공감대를 형성하며, 함께 공동의 문제를 해결하도록 하는 '퍼실리테이팅(facilitating)'의 역할을 수행해야 한다"고 이야기한다. 이때 미디어센터는 다양한 사람들이 함께 힘을 모으는 연대의 장이자, 공동체의 협력과 소통을 위한 커뮤니티 공간으로서 존재한다. BIG는 "사람들이 창의성을 발휘하도록 하고, 미디어 제작 과정에서 서로 협력하도록 도우며, 이들 간의 연결을 통해 참여적인 커뮤니티를 구축하는 것"을 주된 목적으로 삼는다. BronxNet은 "시민들이 미디어를 통해 지역 공동체를 탐구하고, 함께 이야기 나누며, 자신의 지역적 기반에 자부심을 갖도록" 돕고 있다.

셋째, '미디어 민주주의를 위한 공간'이다. 미국의 미디어센터들은 궁극적으로 표현의 자유 보장과 공론장 형성을 통해 미디어 민주주의를 실현하고자 한다. 미디어 민주주의는 '시민들이 자유롭게 정보를 얻고, 다양한 의견을 바탕으로 사회적 의사결정이 이루어질 수 있도록 미디어가 공적이고 민주적인 역할을 수행하는 것'을 의미한다. NewTV는 "시민들이 미디어를 통해 표현의 자유를 행사하도록 하고, 미디어를 통해 공적 담론에 기여하고자 하는 시민들에게 다양한 기회를 제공하는 것"을 목표로 활동하고 있다. 이는 결과적으로 민주주의적 가치로 이어진다.

이를 통해 미국 미디어센터를 관통하는 핵심에는 '시민', '공동체', 그리고 '민주주의'가 있음을 알 수 있다. 시민이 중심이 되어, 공동체의 문제를 함께 해결하도록 하고, 그 과정을 통해 민주주의를 실현하고자 하는 것이다. 그리고 이때 미디어는 효과적인 수단이 된다. 따라서 미국 미디어센터의 중심 가치와 목표를 이루는 데 있어 미디어 교육은 그 기반이 되고, 시민 미디어는 그것의 실천적 과정이 된다.

[소제목4] 해외 탐사를 마치며

이제 다시 처음의 질문으로 돌아가 생각해 볼 수 있다. 뉴미디어 시대에 사람들은 진정한 주체로서 존재하는가. 그리고 1인 미디어 시대에 미디어센터가 갖는 의미는 무엇인가. 미국 사례에 따르면, 이에 대한 답은 다음과 같다. 뉴미디어 시대에 시민들이 주체적으로 미디어를 활용하기 위해서는 미디어 교육과 시민 미디어가 필요하고, 미디어센터는 이에 있어 중추적인 역할을 수행하는 기관으로서 계속해서 그 중요성은 커질 것이다.

박혜정 활동가는 "도구와 의식이 점점 개인화되는 뉴미디어 시대이기에 오히려 미디어센터의 필요성이 강화되고 있다"고 이야기한다. 미디어센터는 주류 미디어나 뉴미디어가 다루지 않는 개인의 목소리나 지역 문제, 공적 담론 등에 집중하기 때문이다. 또한, 미디어 교육을 통해 넘쳐나는 정보와 가짜 뉴스, 급변하는 미디어 환경과 기술 속에서도 시민들이 비판적 사고와 주체성을 잃지 않도록 미디어 리터러시 역량을 강화하는 데도 중요한 역할을 하기 때문이다.

이번 해외 탐사를 통해서 총 8곳의 기관, 17명의 전문가와 인터뷰를 진행하였다. 이들은 서로 다른 배경과 특성을 공통된 신념과 가치를 공유하고 있는 것으로 보인다. 뉴욕 주의 DCTV는 "다양한 공동체의 사람들이 각자의 목소리를 낼 수 있도록 돕는 것"을 핵심 목표로 삼는다. MNN은 누구나 비용에 대한 걱정 없이 "교육을 받고, 자신만의 프로그램을 만들 수 있도록" 돕는 것에 주안점을 둔다. LMC Media의 목표는 "사람들이 자신의 목소리가 영향력을 가질 수 있다는 사실을 깨닫고, 그 목소리를 세상에 들리게 하는 방법을 배우도록 돕는 것"이다. BronxNet은 "사람들이 자신들의 커뮤니티를 탐구하고, 이야기를 나누며, 자신이 사는 곳에 자부심을 가질 수 있도록 격려하는 것"을 사명으로 한다.

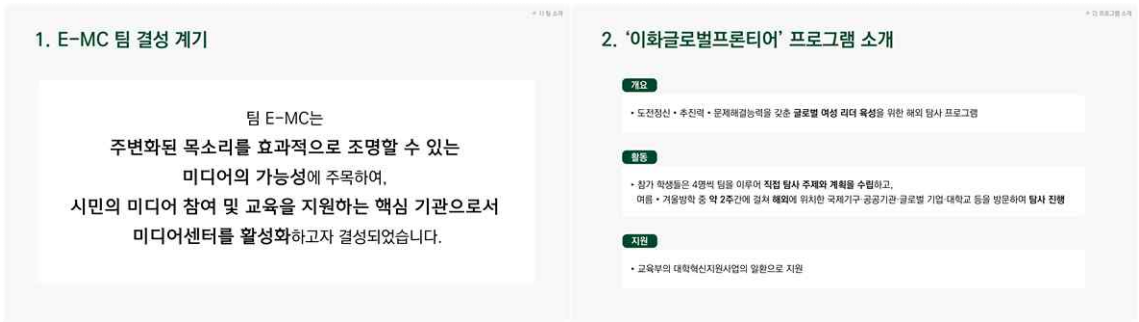
매사추세츠 주의 NewTV는 "미디어를 사용해 공공 담론에 기여하고자 하는 시민들"을 지원하기 위해 힘쓰고 있다. BIG는 시민과 공동체의 '의사 결정권', '창의성', '커뮤니티 연결성'을 중심 가치로 삼고 있다. Somerville Media Center는 "자신이 말하고 싶은 것을 자유롭게 표현할 수 있다고 믿을 수 있는 곳"이 되기 위한 노력을 이어오고 있다. CCTV는 "강하고 공정하며 다양한 커뮤니티를 육성하는 것"을 목표로 하며, "자유로운 표현, 시민 참여, 창의적 표현을 촉진하는 도구와 교육"을 제공한다.

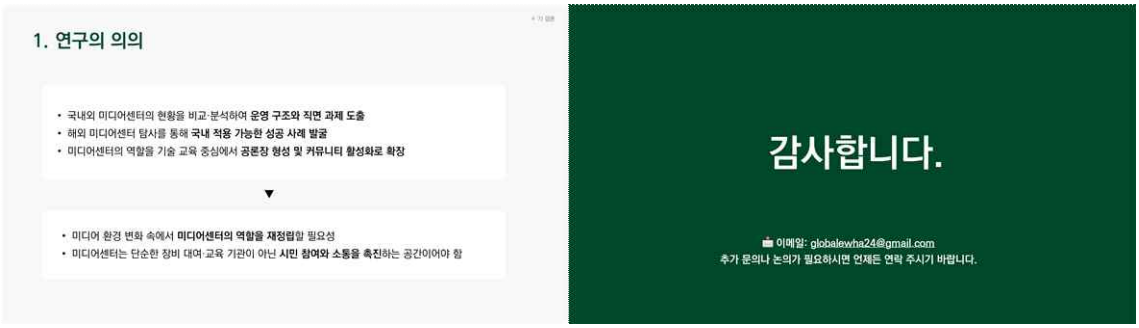
이러한 존재 의식은 뉴미디어 시대에 흐릿해지기보다는 오히려 더욱 뚜렷해지고 있는 것으로 보인다. 미국의 미디어센터는 뉴미디어 시대 혹은 1인 미디어 시대라는 새로운 미디어 환경 속에서도 흔들리지 않고 중심을 잡기 위해, '누구'를 위해 '무엇'을 '어떠한' 이유로 해 나가야 하는지를 계속해서 고민하고 있다. 그러나 이는 비단 미국 미디어센터만의 이야기는 아니다. 국내 미디어센터도 급격한 미디어 환경의 변화 속에서 살아남기 위해 스스로의 의미와 역할에

대해 끊임없이 재고하고 있다. 이러한 상황 속에서, 앞으로 국내 미디어센터가 뉴미디어 시대의 주체라는 '착각'을 '실체'로 바꾸어 나가는 과정에 지속적으로 관심을 기울이고 살펴볼 필요가 있다.

2) 브리핑 PPT

탐사 결과를 바탕으로 국내 미디어센터와 관련 기관을 위한 브리핑용 PPT 자료를 제작하였다. 연구 내용과 해외 사례를 기반으로 국내 미디어센터가 나아가야 할 방향성을 제시하고, 미디어센터의 필요성을 역설하였다.





3) 지역 커뮤니티 방송 특별 출연

LMC Cast는 스포츠, 게임, 영화, TV 등 다양한 주제를 다루는 LMC Media의 팟캐스트 프로그램이다. 본 팀과의 인터뷰 장면도 녹화하여 커뮤니티에 공유하고 싶다는 요청을 받아, LMC Cast에 특별 출연하는 의미있는 경험을 할 수 있었다. 해당 영상은 유튜브를 통해서도 확인해 볼 수 있다.[118)]

사진162 LMC Cast 출연 장면

118) LMC Media Productions, "LMC Cast: Ewha Womans University Students | Seoul, South Korea", https://www.youtube.com/watch?v=5OUosSxW2ck, 접속일 2025.02.01.

Ⅷ. 참고 문헌

1. 단행본

김태훈, 『지역공동체와 미디어』, 커뮤니케이션북스, 2017.

진보적미디어운동연구센터프리즘, 『영화운동의 역사』, 서울출판미디어, 2002.

Carl F. Kaestle, et al, 『Literacy in the United States: Readers and Reading Since 1880』, Yale University Press, 1993.

Deirdre Boyle, 『Subject to Change: Guerrilla Television Revisited』, Oxford University Press, 1997.

Thomas Harding, 『The video activist handbook』, Pluto Press, 1997.

2. 논문 및 보고서

강진숙, 『미디어센터와 퍼블릭 액세스 프로그램 활성화 방안 토론회』, (사)민주언론시민연합, 2007.

김나영, 「미디어 리터러시 교육 관련 미국·프랑스 입법례」, 『최신외국입법정보』 제173호, 국회도서관, 2021.

김영주·박창문, 「미디어 액세스권 확보방안으로서 언론중재제도의 활용실태와 개선방안」, 『미디어와 인격권』 제1권 제1호, 언론중재위원회, 2015, 63-104쪽.

김재헌·최영근·박병주·주영숙·김치용, 「Public Access를 이용한 지역미디어센터 활성화에 관한 연구」, 『한국멀티미디어학회 학술발표논문집』 제2008권 제2호, 한국멀티미디어학회, 2008, 153-156쪽.

김종갑, 「90년대 이후 한국독립영화 연구 : 비디오 액티비즘과 미디어 액티비즘을 중심으로」, 동의대학교 석사학위논문, 2008.

김지현·안성경·조경희·최서지, 「주요국의 온라인 허위조작정보 대응 입법례」, 『최신외국입법정보』 제238호, 국회도서관, 2023.

김진영, 「영상문화교육을 위한 국내 미디어센터 운영과 개선방안에 관한 연구」, 『문화예술교육연구』, 제9권 제1호, 한국문화교육학회, 2014, 189-212쪽.

김창화, 「미국의 가짜 뉴스 대응과 미디어 리터러시 교육」, 『敎育 法學 硏究』 제30권 제3호, 대한교육법학회, 2018, 1-22쪽.

김태은, 「여성주의 비디오 액티비즘을 통한 여성 연대」, 숙명여자대학교 석사학위논문, 2003.

김현귀, 「액세스권의 기본권적 의의」, 『언론과 법』 제12권 제1호, 한국언론법학회, 2013, 217-259쪽.

대전광역시·대전시청자미디어센터, 『알고하는 공동체 미디어』, 2022.

문재완, 「일인 미디어 시대의 액세스(access)권」, 『언론과 법』 제9권 제2호, 한국언론법학회, 2010, 165-194쪽.

미디액트, 『커뮤니케이션 권리 핸드북』, 미디액트, 2006.

미디어운동 연구센터 프리즘, 「미디어센터 설립 운동 연구 보고서」, 2001.

백홍진, 「지역에서의 미디어 교육과 퍼블릭 액세스 실천 사례 연구-제천영상미디어센터를 중

심으로」, 강원대학교대학원 박사학위논문, 2012.
서경미,「광의의 의미의 액세스권의 기본권성 인정에 대한 비판적 검토」,『헌법재판연구』, 제5권 제2호, 헌법재판연구원, 2018, 317-346쪽.
신희준,「사회변혁운동으로서의 영화에 대한 연구」, 동국대학교 석사학위논문, 1990.
심하영,「미국의 미디어 리터러시 교육_'비판적으로 생각하고 제대로 표현하기' 강조」,『신문과 방송』제531호, 한국언론진흥재단, 2014, 35-38쪽.
오정훈,「미완의 미디어교육진흥법」,『진보적 미디어 운동저널』49호, 2008.
이병민,「리터러시 개념의 변화와 미국의 리터러시 교육」,『국어교육』제117호, 한국어교육학회, 2005, 133-175쪽.
이철희,「문화예술공동체 형성을 위한 네트워크 구축에 관한 연구」, 충북대학교 박사학위논문, 2010.
이춘입,「미국 68의 시장화, 히피 반문화에서 홀푸드 마켓과 의식적 자본주의 운동으로」,『서양사론』제138호, 한국서양사학회, 2018, 124-154쪽.
이희랑,「공동체 미디어교육의 새로운 패러다임에 관한 연구: 지역 중심의 소통 공동체적 관점과 실천을 중심으로」, 중앙대학교 박사학위논문, 2013.
임학순,「지역 문화예술교육 네트워크 구축 사업의 네트워크 성과 유형에 관한 시론적 연구」,『문화정책논총』제24집, 한국문화관광연구원, 2010, 109-132쪽.
전창국,「영상·시청자미디어센터의 현황 및 전망에 관한 연구」, 청운대학교 석사학위논문, 2016.
정애리,「디지털 미디어 액세스 = 개념의 확대와 범위의 재구조화를 중심으로」,『방송통신연구』제60호, 한국방송학회, 2005, 293-321쪽.
정인숙,「지역시청자미디어센터의 위상 변화에 대한 평가와 정책 제언: <MBC시청자미디어센터>의 사례를 중심으로」,『커뮤니케이션학연구』제22권 3호, 한국커뮤니케이션학회, 2014, 53-74쪽.
정혜지,「노인 미디어교육 현황 및 활성화 방안 : 지역미디어센터 교육사례를 중심으로」, 동국대학교 석사학위논문, 2018.
함주현,「제주 마을공동체미디어에 관한 연구」, 제주대학교 대학원 석사학위논문, 2022.
홍숙영·정의철,「지역방송 시청자 참여 프로그램의 새로운 패러다임 = '동네방네TV'를 통해 본 협업과 지속가능성 모색」,『한국방송학보』제32권 제6호, 한국방송학회, 2018, 201-240쪽.
황치성·박지선,『미디어센터 네트워크 구축』, 한국언론진흥재단, 2013.
Alexandra Juhasz,「액티비즘으로서의 필름/비디오, 그리고 영화 제작: 나의 영화/비디오들의 정치적, 문화적 의미」,『2002 서울여성영화제 국제포럼』, 2002.
AoC(Alliances of Civilization)·UNESCO·EC,『Mapping Media Education Policies in the World: Visions, Programmes and Challenges』, AoC·UNESCO·EC, 2009.
City of Port Angeles,『Community Media Center Facility FAQ』, CPA, 2018.
Kevin Howley,「MANHATTAN NEIGHBORHOOD NETWORK: COMMUNITY ACCESS TELEVISION AND THE PUBLIC SPHERE IN THE 1990s」,『Radio and Television』Vol. 25 No. 1, Historical Journal of Film, 2005.
Livingstone, S.,「Media literacy and the challenge of new information and communication technologies」,『The Communication Review』Vol.7 No.1, Taylor &

Francis, 2004.

3. 인터넷 자료

금준경, 「"미국 14개주 미디어 리터러시 교육 관련법 제정, 한국은?"」, 『미디어오늘』, 2021.09.15, https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=215543, 접속일 2025.02.03.

박채은, “케이블 액세스 최초의 실험들은 어떻게 기획되고 실천되었는가”, https://www.mediact.org/act/029/a.htm, 접속일 2025년 01월 31일.

이근아, 「“개인이 미디어 주체? 진짜 권력은 플랫폼에 있다”」, 『한국일보』, 2023.03.31., https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2023032709390001483, 접속일 2025.02.03.

전국미디어센터협의회, “목적 및 연혁”, http://www.krmedia.org/pages/about.php, 2025년 01월 31일 검색.

전국미디어센터협의회, “미디어센터란”, http://www.krmedia.org/pages/mediacenter.php, 2025년 01월 31일 검색.

전국미디어센터협의회, “전국미디어센터 현황”, http://www.krmedia.org/pages/page_123.php, 2025년 01월 31일 검색.

최혜정, 「[유레카] 대통령까지 중독된 알고리즘 공화국」, 『한겨레』, 2025.02.02., https://www.hani.co.kr/arti/opinion/column/1180362.html, 접속일 2025.02.03.

허성환, 「[남양주는 지금] 21세기형 도서관을 꿈꾸는 경기시청자미디어센터」, 『THE 남양주』. 2023.02.23., https://naver.me/F5DyYcsH, 접속일 2025.02.04.

검색어 「심층인터뷰」, 『네이버 지식백과』, https://terms.naver.com/entry.naver?cid=42192&docId=3557814&categoryId=58690, 접속일 2025.02.05.

검색어 「언더그라운드」, 『표준국어대사전』, https://stdict.korean.go.kr/main/main.do, 접속일 2025.02.03.

검색어 「히피」, 『표준국어대사전』, https://stdict.korean.go.kr/main/main.do, 접속일 2025.02.03.

Alliance for Community Media, “About ACM”, https://www.allcommunitymedia.org/ACM/About/About_ACM/ACM/About/About_ACM.aspx?hkey=8b949448-ef7d-4d46-ad32-1469482c40f8, 2025년 01월 31일 검색.

Federal Communications Commission, "Public, Educational, and Governmental Access Channels ("PEG Channels")", https://www.fcc.gov/media/public-educational-and-governmental-access-channels-peg-channels, 2025년 01월 31일 검색.

NewTV, “About us”, https://www.newtv.org/about, 검색일 2025.02.07.

LMC Media Productions, "LMC Cast: Ewha Womans University Students | Seoul,

South Korea", https://www.youtube.com/watch?v=5OUosSxW2ck, 접속일 2025.02.01.
Sam Mintz, 「Brookline Interactive Group, a hub for community and creativity, faces an uncertain future」, 『Brookline Newz』, 2024.10.23.,https://brookline.news/brookline-interactive-group-a-local-institution-faces-an-uncertain-future/?utm_source=chatgpt.com, 접속일 2025.02.08.
BIG, “About us”, https://brooklineinteractive.org/about-us/, 검색일 2024.02.08.
BIG, “Civic Brookline” https://civicbrookline.com/, 검색일 2024.02.08.

4. 기타

문화체육관광부 고시 제 2023-0055호.