

마을미디어가 만든 변화와 활성화를 위한 조건 모색하기

# 변화를 만드는 마을미디어

일시 2015년 12월 11일(금) 오후 3시~6시

장소 가톨릭청년회관 다리 3층 바실리오홀



주최 서울마을미디어지원센터 서울마을미디어네트워크 협력 미디어액트 지원 서울특별시

제 4회 서울마을미디어축제 “수고했어, 마을미디어”

**[포럼] 변화를 만드는 마을미디어**

- 마을미디어가 만든 변화와 활성화를 위한 조건 모색하기 -

- 일시: 2015년 12월 11일(금) 오후 3시~6시
- 장소: 가톨릭청년회관 다리 3층 바실리오홀
- 주최: 서울마을미디어지원센터, 서울마을미디어네트워크
- 지원: 서울특별시
- 협력: 미디어엑트

제 4회 서울마을미디어축제 “수고했어, 마을미디어”  
[포럼] 변화를 만드는 마을미디어

- 마을미디어가 만든 변화와 활성화를 위한 조건 모색하기 -

**목차**

<b>Keynote</b>	소통할 권리, 마을미디어	07
<b>Session1. 변화를 만든 마을미디어</b>		
[발표1]	수원 ‘마을, 미디어로 놀다’	19
[발표2]	동작FM, 3년의 성과와 한계 그리고 비전 찾기	29
[발표3]	부산 지역 마을미디어의 오늘 그리고 다음	47
<b>Session2. 도약을 꿈꾸는 마을미디어</b>		
[발표4]	참여로 싹 틔운 마을미디어, 아름드리 나무를 꿈꾼다.	53
[발표5]	2015년 마을미디어의 좌표, 확산과 네트워킹을 위한 과제	60
[메모]		106

## 포럼 소개

### 제 4회 서울마을미디어축제 “수고했어, 마을미디어” [포럼] 변화를 만드는 마을미디어

- 마을미디어가 만든 변화와 활성화를 위한 조건 모색하기 -

2015년 서울시 마을미디어 사업은 4년차에 접어들었습니다. 현재 서울에는 26개의 마을방송국이 활동하고 있으며, 주민이 직접 만드는 콘텐츠는 4천여 개에 이릅니다. 또한 마을미디어를 매개로 한 주민과 공동체 그리고 마을의 변화는 곳곳에서 일어나고 있습니다.

이 같은 변화의 가장 큰 힘은 주민들의 자발적이고 적극적 의지와 참여이며, 그 근간에는 교육 및 활동 지원, 네트워크와 연구 등 다각도로 이뤄진 서울시 마을미디어 사업이 있습니다.

한편 전국적으로도 마을미디어에 대한 관심과 지원은 높아지고 있습니다. 오랜 기간 마을미디어 활동을 해온 곳에 대한 지지와 새롭게 출발하는 곳에 대한 응원이 이어지고 있으며, 이에 대한 사례 분석과 연구도 진행되고 있습니다.

2015 서울마을미디어축제 기간 진행될 이번 포럼은 지역을 넘어선 마을미디어의 성장과 변화에 주목합니다. 사람을 바꾸고, 동네를 바꾸고, 세상을 바꾼, 마을미디어의 생생한 이야기들을 들어봅니다. 그리고 이러한 성장과 변화가 가능했던 정책적 조건들을 점검하고 앞으로 우리가 채워나가야 할 새로운 가능성을 모색해봅니다.

- 일시: 2015년 12월 11일(금) 오후 3시~6시
- 장소: 가톨릭청년회관 다리 3층 바실리오홀
- 주최: 서울마을미디어지원센터, 서울마을미디어네트워크
- 협력: 미디어엑트
- 지원: 서울특별시
- 문의: 서울마을미디어지원센터 02-3141-6390 mediact@maeulmedia.org

**프로그램**

시간	주제	내용	발표자
-	사회	김종휘(성북문화재단 상임이사)	-
3:00 ~3:15 (15분)	keynote	[keynote] 소통할 권리, 마을미디어	이주훈(서울마을미디어지원센터 센터장)
3:15 ~4:00 (각 15분, 총 45분)	session1 변화를 만든 마을미디어	[사례1-경기-수원] 수원 '마을, 미디어로 놀다'	조운영(수원영상미디어센터 커뮤니티지원팀 팀장대행)
		[사례2-서울-동작] 동작FM, 3년의 성과와 한계 그리고 비전 찾기	양승렬(동작FM 방송국장)
		[사례3-경남-부산] 부산 지역 마을미디어의 오늘 그리고 다음	정수진(부산민주언론 시민연합 마을미디어연구소 소장)
4:00 ~4:10 (10분)	휴식	- 서울마을미디어 여행 (전시 관람)	-
4:10~ 4:40 (각 15분, 총 30분)	session2 도약을 꿈꾸는 마을미디어	[서울] 참여로 싹 틔운 마을미디어, 아름다리 나무를 꿈꾼다.	김일웅(강북FM, 서울마을미디어네트워크 공동간사)
		[전국] 2015년 마을미디어의 좌표, 그리고 확산과 네트워킹을 위한 과제	허경(전국미디어센터 협의회 사무국장)
4:40 ~4:55 (각 5분, 총 15분)	session3 종합토론	- 지정토론: 송덕호(마포FM, 서울마을미디어네트워크 운영위원장) - 지정토론: 이동연(한국예술종합학교 한국예술학과 교수) - 지정토론: 김수경(서울시마을공동체종합지원센터 정책연구팀장)	
4:55 ~5:10 (15분)		- 종합토론: 마을미디어 활동가 및 관계자	
5:10 ~5:40 (각 5분, 총 30분)		- 종합토론: 발표자	
5:40 ~5:50 (10분)		- 종합토론: 사회자 마무리	

**Keynote**

소통할 권리, 마을미디어

이주훈(서울마을미디어지원센터 센터장)

**Keynote**

## 소통할 권리, 마을미디어

이주훈(서울마을미디어지원센터 센터장)

### 1. 배경

#### 1) 소통 기술의 발전과 소통의 지체

2020년이 되면 우리는 스마트폰을 통해 집안에 있는 냉장고, 세탁기, TV수상기와 소통하게 된다. 자동차와 자동차가 서로 소통하며 충돌사고를 예방하며, 어디에 있던 1초 안에 영화 한 편을 다운받아 볼 수 있게 될 것이다.

하지만, 2020년 인류를 괴롭힐 질병 2위는 외로움의 병인 우울증(빈둥지증후군)이라고 WHO는 밝히고 있다. 개인과 개인, 개인과 공동체, 공동체와 공동체 간 소통할 수 있는 기술은 빛의 속도로 발전하지만 모두가 모두로부터 고립되어 가고, 나의 이야기를 담고 있는 콘텐츠, 나의 이야기를 담은 콘텐츠를 전달한 망, 나의 이야기를 담은 콘텐츠를 보여주는 단말기는 기술이 발전할수록 찾아보기 힘들어지고 있다. (세월호 실종자 가족들이 원하는 정보, 그들의 이야기를 담은 프로그램과 방송국은 어디에 있는가?)

#### 2) 문화정책의 핵심 요소로서 '미디어-소통'

누군가가 미디어를 통한 소통에 참여하지 못한다는 것은 누군가 '삶'에 대한 고려 없이 세상이 움직이게 된다는 것을 의미할 만큼, 미디어를 통한 소통과정에 참여여부는 현시대를 살아가는 모든 사람이 누려야 할 보편적인 권리가 되었다.

개인 및 공동체 간 민주적인 소통체계가 없다면, 문화기본법이 정의하고 있는 문화(문화예술, 생활양식, 공동체적 삶의 방식, 가치체계, 전통 및 신념 등을 포함하는 사회나 사회 구성원의 고유한 정신적/물질적/지적/감성적 특성) 역시 유지되거나 공존하지 못할 것이며, 삶의 중요한 요소인 ‘소통의 양식’, 관계를 규정하는 ‘소통의 체계’ 자체가 광의의 문화에 포함된다.

미디어를 통한 소통의 과정과 결과로 만들어지는 ‘콘텐츠(영화, 영상, 오디오, 인쇄매체 등)’ 역시, 음악/연극/미술의 작품처럼 하나의 장르예술에 포함되며, 공동체 구성원들의 자발적이고 능동적인 참여 속에서 주어진 문제에 대한 창의적 해법을 도출하고 이를 통해 구성원들이 자아정체성을 모색하고 상호이해를 도모하는 것을 목적<sup>1)</sup>으로 하는 ‘생활예술’의 범주 안에 미디어를 통한 소통활동은 중요한 영역이다.

### 3) 거대한 도시, 서울의 소통원리와 소통시스템의 재구성

서울의 소통원리와 소통시스템을 재구성할 수 있다면 다음과 같은 일이 현실화 될 수 있을 것이다.

서울의 어느 마을에나 작은 방송국-마을방송국이 있고, 마을방송국에서는 마을에 사는 사람들의 삶에 대해 이야기하고 토론하며, 이것은 방송이 가능한 콘텐츠로 만들어진다. 이 콘텐츠는 스마트폰, 케이블TV, IPTV, 지상파TV 등 모든 플랫폼을 통해 누구나 볼 수 있게 된다.

마을과 마을사람들에 대한 콘텐츠를 만들기 위해 이야기하고 촬영·녹음하고 편집하고 함께 보며 또 이야기하는 활동, 즉, 미디어를 통한 생활 문화 활동 - 마을미디어 활동이 어디에서나 벌어지는 서울을 설계하는 것이 필요하다.

주민센터, 생활문화센터, 도서관, 장애인복지관, 노인복지관, 청소년문화센터 등 어떤 공간에서든 마을공동체미디어활동이 벌어질 수 있게 장비-프로그램-인력이 배치되고, 이러한 활동-인력-콘텐츠를 지원하고 네트워킹 하는 허브인 서울마을미디어지원센터가 권역별로 운영되며, 컨트롤 타워로서 서울시 마을미디어 종합지원센터가 운영될 필요가

---

1) 시·도문화재단 대표자회의 정책세미나(지역문화진흥법 시행령과 문화거버넌스) 자료집 토론문 - ‘생활문화’와 지역문화진흥 / 박승현 / 2014.3.19

---

있다.

서울시의 마을공동체미디어활동을 통해 생산-소통되는 콘텐츠를 주의 깊게 보지 않고 어떻게 서울시의 정책을 만들 것인가? 구의원과 시의원, 구청장과 시장이 마을방송을 보지 않고 어떻게 주민의 삶을 이해할 수 있을 것인가? KBS, MBC, SBS에는 나오지 않는 서울에 사는 주민의 이야기가 나오는 마을방송을 만드는 사람이 서울시의 주인이 될 것이다.

#### 4) 공동체 활성화를 위한 마을공동체미디어의 필요성

주류미디어에 의해 배제되어왔던 소수자, 소외자의 목소리를 살려내며, 미디어를 통한 소통의 체계를 다시금 복원시키는 일은 잊혀졌던 시민들의 권리를 복권시키는 일과 일맥상통한다.

일반 시민들은 마을공동체미디어를 통해 메시지 생산의 주체, 미디어 소유의 주체로 거듭나며, 주민들은 공동체의 공적인 사안에 대해 관심을 기울이고, 공동체의 공유된 이해들을 재현하고 재생산함으로써 마을공동체미디어는 사회적 정치적 중요성을 획득한다.

주류미디어는 마을 현안이나 공동체 내부의 문제를 방송프로그램의 아이템으로 접근할 뿐 차별적이고 소외된 사회적 조건들을 바꾸어 나가기 위한 조직화의 과정으로 바라보지 못한다. 이에 반해 마을공동체미디어는 주민들을 대리, 대변하지 않고 주민들이 할 수 있는 일, 해야 하는 일에 대해 주민들 스스로 해결하게 하며 마을공동체미디어는 그것을 조력해 주고 촉진시켜주는 역할을 한다.

마을공동체미디어를 통해 마을공동체에 대한 자부심과 명성을 드높이고, 공공 서비스를 가장 필요로 하는 이들을 찾고 연결하며, 소외 받은 사람들과 잊혀진 사람들, 주류에서 밀려난 사람들에게 손을 내밀면서 마을공동체미디어는 개인들에게 삶을 바꿀 수 있는 기회를 제공하고, 공동체 전체를 사회적인 망으로 묶어세울 수 있다.

#### 5) 미디어를 주민 손에, 주민방송으로 만드는 주민자치의 시대

---

마을공동체미디어를 만드는 사람이 시장이다. ‘시민이 시장’인 자치단체가 진정한 주민 자치가 이루어지는 곳이라면, 미디어자치가 이뤄지는 곳에서 주민자치가 이뤄질 것이다. 미디어 자치가 문화자치이며, 미디어 자치가 주민자치이다.

지방자치를 넘어 주민자치 시대로, 주민방송이 주민자치를 앞당긴다. 마을방송은 주민 참여예산제와 양측으로 대거 풀뿌리 민주주의 주체를 양성할 수 있는 정책으로서 실제로 주민방송(마을방송)은 쉽고 재밌게 누구나 모이고 조직화하는 문턱 낮은 계기를 마련해 줄 것이다.

지역문화진흥법(2013,12,10 제정, 시행령 7월 예정)에 따라 국가와 지자체가 생활문화시설을 확충 지원하고, 지자체 소유 유휴공간을 용도 변경 활용할 수 있고, 무상 사용케 하며, 조례로 정하여 시행토록 명시하고 있는데 이러한 생활문화시설의 핵심이 바로 마을방송/주민방송이다.

## 2. 진단

### 1) 서울시 미디어 관련 현황

서울은 지역이 아니라고 생각하기 때문에 서울의 지역방송이 없다. KBS, MBC, 종편 방송이 서울에 있지만 이는 전국 방송이고, SBS는 서울지역방송이 아니라 이름이 ‘서울 방송’인 전국방송에 불과하다.

2014년 방송통신위원회로부터 시청자참여프로그램을 운영지원을 받은 지역 지상파 방송 7곳 중 서울은 없다. KBS <열린 채널>이 있지만, 이는 전국 방송이다.

2014년 방송통신위원회로부터 시청자참여프로그램을 운영지원을 받은 지역 지역케이블방송 24곳 중, 서울지역 케이블방송은 5곳에 불과하다.((주)씨앤엠노원케이블TV/ (주)씨앤엠서초케이블TV / (주)씨앤엠중앙케이블TV/ (주)티브로드도봉강북방송/ (주)티브로드서대문방송)

결과적으로 서울은 전국방송국은 많으나, 서울의 이야기를 해주는 방송 인프라는 전국에서 가장 취약한 곳이다.

---

또한 시민들의 미디어제작 활동을 지원해주는 미디어센터도 서울에는 민간 영역을 포함해서 4개에 불과하여 서울시민 2백 명당 한 곳에 불과하다. 참고로 전국에는 40여 개소의 미디어센터가 운영 중이거나 운영을 준비하고 있다. 전국 평균 65만 명당 한 개소에 비하면 서울의 미디어센터는 매우 부족한 형편이다.

## 2) 서울시 마을미디어 활동 현황

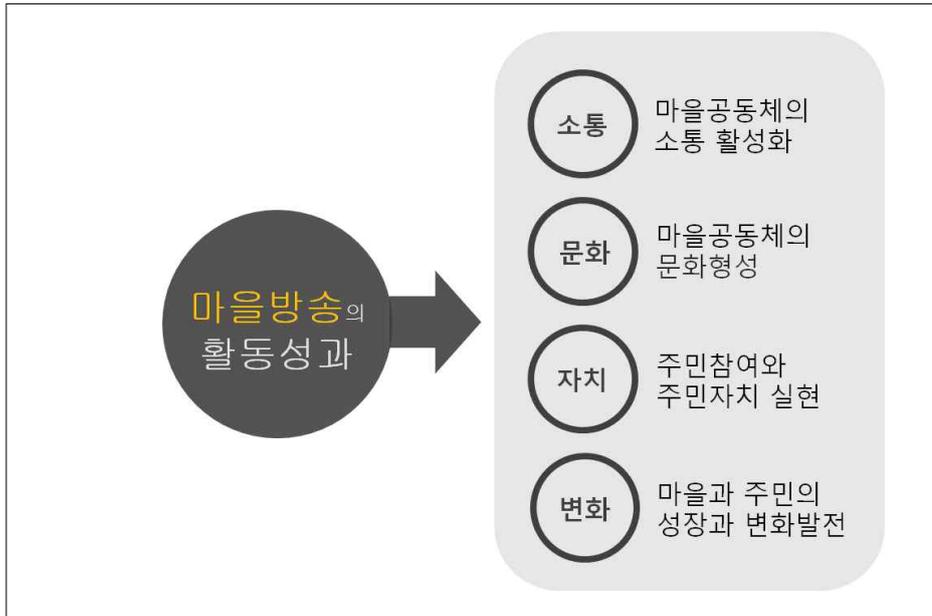
### ○ 마을미디어 활성화 사업 현황

2012~2015 마을미디어 활성화 사업 참여단체 활동 통계															
연도	참여단체				참여자			프로그램 수				콘텐츠 회차(호) 수			
	교육	활동	교육+활동	계	교육	활동	계	라디오	영상	신문/잡지	계	라디오	영상	신문/잡지	계
2012년	46			46	609		609								
2013년	32	24		56	806	7,653	8,459	44	3		47	650	42		692
2014년	15	16	10	41	850	6,250	7,100	89	13	10	112	1,105	71	78	1,254
2015년 10월 현재	15	27	11	53	집계 중	집계 중	집계 중	152	13	7	172	1,587	82	62	1,731
계	108	67	21	196	2,265	13,903	16,168	285	29	17	331	3,342	195	140	3,677

- 50개 이상 주민모임 및 단체 지원, 152개 프로그램 운영
- 2015년에만 총 1,731건의 콘텐츠 제작하여 배포함
- 자발적인 마을미디어 매체 (라디오, TV, 신문 등) 28개 운영 중

### ○ 우수 마을미디어 활동 모델 제시

- 기존 마을공동체 또는 문화 활동이 마을미디어와 결합하는 경우 빠른 속도로 성장
- 전용공간과 콘텐츠 제작을 위한 장비를 보유하고 있는 경우, 마을 매체로서의 마을 방송 운영 가능
- 교육-활동-매체운영의 다채로운 활동이 분리되어 운영되는 것이 아니라 종합적으로 운영되면서 마을방송의 모습이 형성



지난 4년간의 서울시 마을미디어 활성화 사업을 통해서 이를 직접 확인하고 경험하였다. 수천 명의 사람들이 참여했고, 수십 개의 마을방송이 각 자의 마을공동체를 살찌우며 소통하면서 성장하고 있음을 확인할 수 있다.

닫혔던 마음들을 열고, 세대와 계층을 넘어서 서로의 이야기에 귀 기울이고 공동의 관심사를 놓고 함께 즐기기 시작하였다. 마을공동체미디어는 ‘마을공동체의 소통 활성화’, ‘마을공동체의 문화형성’, ‘마을과 주민의 성장과 변화발전’, ‘주민참여와 주민자치 실현’을 주도하고 있다.

### 3. 사업의 한계 및 문제점

#### 1) 사업 프레임의 한계

○ 이 사업이 문화 사업인지, 미디어 사업인지 혹은 마을공동체 사업인지 규정하지 못함에 따라 주무부서의 확정에서부터 사업 확대에 이르기까지 많은 문제점이 드러남

○ ‘마을미디어 활성화 사업’이라는 사업명으로 인해 대체적으로 ‘마을공동체’ 사업의 일환으로 이해하거나 혹은 ‘미디어’라는 것 때문에 언론 사업의 하나로 이해하는 경향도 있음

○ 올 5월에 주거기본권이 국회를 통과하여 ‘주택공급’ 정책에서 국민들의 주거복지개념의 권리로 바뀌었듯이, 마을공동체미디어 사업을 시행정의 시혜적인 사업이 아니라 시민들의 소통권리로 프레임을 혁신하는 것이 필요

○ 따라서 이 사업을 어떤 프레임으로 접근할 것인지에 대한 합의가 필요한 시점

## 2) 법적 제도적 근거 미비

○ 사업추진을 위한 명확한 법적 제도적 근거를 마련하지 못함에 따라 사업 확장에 어려움

○ 마을미디어에 대한 서울시정의 확고한 철학을 제도적으로 뒷받침할 수 있는 관련 조례의 부재로 정책 담당자의 의지에 좌우되는 행정상의 난맥

○ 이에 따라 사업을 집행하는 중간지원조직을 매년 공모를 통해 선정함에 따라 사업의 연속성 및 안정성이 위협받고 있음

## 3) 장기적 전망의 부재

○ 마을공동체미디어 활성화를 위한 중장기 종합계획 수립이 연기됨에 따라 마을공동체미디어의 미래 비전 확인 및 이를 위한 예산투입 계획 등의 세부계획을 확정하지 못함

○ 서울시와 자치단체간의 역할 분담 및 정부와의 정책조정 등 장기적인 전망 속에서 진행되어야 할 과제들 또한 선정하지 못함

## 4) 지속가능성에 대한 의구심

○ 어떤 규모로 언제까지 예산투입이 이루어져야 지원에 기대지 않는 마을공동체미디어

---

어의 생존이 가능할지 알 수 없음

○ 예산투입 대비 사회적 이득에 대한 평가지표가 불분명하여 예산의 적절성에 대한 회의가 있는 것도 현실

○ 마을공동체미디어 네트워크 차원에서 많은 연구와 지속적인 노력을 하고 있고, 일부 성과도 있으나 완전한 자립에는 상당한 시간과 노력이 필요

○ 정책에 대한 평가를 어떤 프레임으로 할 것인지 결정할 필요성이 더욱 요구됨

#### 5) 정책의 효과성 및 주민참여에 대한 평가의 어려움

○ 4년간 비교적 괄목할만한 성장을 이룬 것은 틀림없으나 이것을 어떤 기준으로 평가할지에 대한 평가지표가 없음

○ 콘텐츠 제작건수의 증가와 참여자의 증가에도 불구하고 콘텐츠 수요자에 대한 조사 및 도달율에 대한 평가기준이 불분명하여 정책의 효과성에 대한 의문이 있는 것이 현실

#### 6) 콘텐츠 유통을 위한 플랫폼의 부재

○ 신문/잡지의 경우에는 비교적 명확하게 유통 및 배급을 위한 정책을 가져갈 수 있으나 오디오 및 영상물의 경우에는 이에 대한 정책 및 플랫폼이 미비함

○ 유튜브 및 팟빵 등을 트위터와 같은 사회관계서비스망과 연결하여 유통 및 배급하고 있으나 수요자들이 콘텐츠 접근에 많은 제약이 있는 것이 현실

○ 지역 혹은 마을 공동체의 구성원들이 매체에 대한 지역적 접근을 가능케 하는 플랫폼 전략이 요구됨

○ 더불어 서울의 '지역'성을 명확하게 드러내는 방송 플랫폼 또한 매우 필요한 상황

---

#### 4. 서울시의 마을공동체미디어 활성화를 위한 정책과제

##### 1) [철학] 서울시민의 미디어기본권에 관한 선언 채택

- 미디어를 통한 사회적 소통에 대한 서울시의 철학과 방향 정립
- 서울시민의 기본적·보편적 권리로서 민주적인 미디어-커뮤니케이션권리 선언
- 서울시민의 문화자치, 주민자치를 위한 전제로서 미디어자치의 필요성을 확인

##### 2) [기본계획] 서울시 마을미디어 활성화 기본계획 수립

- 서울시민의 미디어기본권 실현을 위한 마을미디어활성화 정책의 기본방향
- 서울의 개인/공동체의 마을미디어활동에 관한 사항
- 마을미디어활성화를 위한 지원시설 조성 및 운영에 관한 사항
- 마을미디어활성화를 위한 전문 인력의 양성과 지원에 관한 사항
- 기본계획 시행에 필요한 예산 및 재원에 관한 사항
- 기타 필요한 사항

##### 3) [제도정비] 서울시 마을미디어활성화를 위한 서울시 행정조직재편 및 자치입법 정비

- 혁신기획관, 시민소통기획관, 문화관광디자인본부의 관련 역할을 총괄할 수 있는 마을미디어활성화를 위한 행정시스템 재편 방안 마련
- 서울시 마을미디어 활성화 지원조례 제정

##### 4) [실행체계/중간지원조직] 서울시 마을미디어 종합지원센터 및 권역별 마을미디어지원센터 조성

- 서울시 마을미디어 종합지원센터 신규 조성
  - 서울시 마을미디어 활성화를 위한 컨트롤 타워 기능 수행
  - 마을미디어 관련 거버넌스 시스템 운영
  - 마을미디어활성화 관련 지표 설정과 평가/관리

- 권역별 마을미디어지원센터 간 연계체계 구축
- 마을미디어활성화 정책개발 및 연구
- 마을방송국 운영 모델 개발, 사례 발굴
- 마을미디어 전문 인력 양성 및 활동지원
- 마을미디어관련 체험시설 및 프로그램 운영
- 서울시 시민방송국 운영(PP)

- 권역별 마을미디어 지원센터 운영(지정 및 신규조성)
  - 권역 내 마을방송국의 공유 공간(스튜디오 등)으로 활용
  - 권역 내 마을방송국의 운영/프로그램/사업 지원과 컨설팅
  - 권역 내 마을미디어활동 관련 공유자원 발굴 및 네트워킹
  - 권역 내 마을미디어콘텐츠의 공동플랫폼 운영 및 유통 대행

#### 5) [실행체계/기초단위] 서울시 주민/복지/문화 공간을 활용한 마을방송국 구축

- 마을미디어활동을 위한 기본 공간으로서 마을방송국 구축
- 주민센터 유휴공간을 활용한 마을방송국 구축
- 계층별 복지시설에 계층별 마을방송국 구축
- 생활문화센터, 도서관 등 문화공간을 활용한 마을방송국 구축
- 마을방송/마을미디어 관련 프로그램 운영

#### 6) [실행체계/활동가] 마을미디어 큐레이터 양성과 활동지원

- 마을방송국 운영 및 단위지역(동)의 마을미디어활성화 기획 및 코디네이팅
- 단위지역(동)의 인적-물적 네트워크 조직화

#### 7) [플랫폼] 마을미디어콘텐츠 유통을 위한 플랫폼 구축

- 서울 시민방송국 운영(온라인 플랫폼, 스마트폰 앱)
- 마을미디어콘텐츠 신탁을 통한 다채널 유통 대행(지상파/위성/케이블/IPTV 등)

8) [정부와의 정책협의] 커뮤니케이션 권리 확대를 위해 제도개선 요구

- 지상파채널(TV, 라디오)의 공동체방송 채널 할당 요구
- 공동체라디오에 대한 라디오 주파수 할당과 출력 증강
- 시민들의 미디어 참여권리 신장을 위한 방송발전기금 배분방식 개선 ■

**Session1 변화를 만든 마을미디어 - 발표1**

**수원, '마을, 미디어로 놀다'**

조운영(수원영상미디어센터 커뮤니티지원팀 팀장대행)

Session1 변화를 만든 마을미디어 - 발표1

## 수원, '마을, 미디어로 놀다'

조운영(수원영상미디어센터 커뮤니티지원팀 팀장대행)

### 1. '미디어센터?', '마을미디어?' 이게 다 뭐야?!

#### - 수원영상미디어센터 설립과 수원마을미디어, 그 처음의 이야기

2014년 이른 봄, 수원영상미디어센터는 수원시청소년육성재단이 위치한 팔달구 인계동에 자리를 잡고 개관하였다. 인구 120만 도시치고는 늦은 감이 없지 않은 시작이었으나 시민들이 시의 정책에 의견을 내고, 이를 수원시 '좋은시정위원회'가 반영하여 실행 계획을 수립하면서 각계 전문가, 언론인, 시민단체 등이 동참하여 건립을 이뤄냈다는 점에서 꽤나 의미 있는 시작이었다.

그래서인지 수원에서는 미디어센터가 생기기 이전에도 여러 형태의 미디어 활동들이 지역 곳곳에서 진행되고 있었다. 팟캐스트라는 개념이 보편화되기 이전인 2007년부터 블로그를 통해 공동체라디오를 운영했던 인권단체의 활동이 있었고, 전통시장 살리기 프로젝트를 통하여 재래시장 내 상인들과 소비자가 소통할 수 있는 라디오방송도 있었다. 또한 2010년 민선 5기를 맞아 마을 만들기 사업 활성화에 힘입어 마을신문을 창간하며 활동했던 마을들도 여럿 눈에 띄었다.

그러나 막상 미디어센터가 설립되고 활동을 시작하려고 하니 수원 대다수의 시민들에게 미디어는 낯선 환경이거나 혹은 어떤 활동의 홍보 수단으로서만 인식되고 있음이 드러나기 시작했다. 마을미디어 사업을 진행해야하는 입장에서 난감했다. 무엇부터 시작해야하나 고민 끝에 수원시민들과 함께 머리를 맞대고 공부를 해보자라는 결론에 이르렀고 5차례에 걸친 간담회를 준비하였다.

간담회의 구성은 서울에서 진행되고 있는 활동 사례 연구를 통하여 마을미디어에 대한 이해도를 제고시킴과 동시에 수원에서의 활동에 대한 공동 목표를 설정할 수 있도록 준비하였다. 그리고 5차례의 간담회가 마무리 할 즈음엔 7개 마을의 주민들이 모여

영상과 라디오 제작 교육을 시작하였다.

○ 2014년 수원 마을미디어 활동 현황

매체	No.	커뮤니티	지역	참여 단체	참여 인원	제작 콘텐츠
영상	1	참빛청소년센터	팔달구 인계동	1	9	영상 12편 (일반버전 11편/ 배리어프리버전 1편)
	2	SK청솔노인복지관	장안구 정자동	1	12	영상 6편 (일반버전 3편/ 배리어프리버전 3편)
	3	마을영상_1팀	팔달구 지동	3	11	영상 2편
	4	마을영상_2팀	팔달구 화서동 /행궁동	2	7	영상 3편
	5	마을영상_2팀 청소년			9	영상 1편
	합계	참여단체 : 7개 팀 / 제작콘텐츠 : 24편				
라디오	1	마을라디오_ 다울마을과 다락방	팔달구 인계동 /영통구 광고동	2	6	라디오 5콘텐츠
	합계	참여단체 : 2개 팀 / 제작콘텐츠 : 5편				
네트 워크	1	축제 및 마을상영회				
	합계	상영작 : 11개 작품 / 오픈라디오 : 1회 진행				

2014년 시범사업으로 시작한 마을미디어사업은 2015년 본격적인 사업을 출범시키며 <이웃이 함께 만드는 『우리 마을 미디어지도 만들기』프로젝트>로 영상 8개 단체, 라디오 4개 단체가 지속, 혹은 신규로 현재 수원영상미디어센터와 함께 활동하고 있다.

2. 사적 이야기도, 지역적 이슈도, 우리의 몫이다!

- 인계동 ‘다울마을’을 중심으로 살펴 본 마을영상 활동

수원에서 영상으로 활동하고 있는 마을들의 면면을 살펴보자면 행정구역상의 마을로 묶여있는 단체와 계층별 공동체성이 짙은 단체로 나뉘는 확인할 수 있다. 인계동에서 활동하고 있는 ‘다울마을’의 경우는 전자에 속하면서도 후자에 발을 담고 있는 상황이

라고 할 수 있다. ‘다울마을’은 마을미디어 활동을 먼저 했다가보다는 마을 만들기 사업으로 시작하여 공간을 마련하고 다양한 문화 활동들을 해왔던 단체이다.

전해 듣기로는 미디어센터가 건립되는 시점 즈음에 타 공공기관의 공모사업을 통해 다큐멘터리 제작수업을 마을주민들과 한차례 진행해 본 경험이 있다고 했다. 다큐멘터리 제작수업을 하다 보니 지속적인 미디어 활동의 필요성을 느끼게 되었고, 마침 수원 영상미디어센터에서 마을미디어사업에 대한 간담회를 진행한다고 하니 ‘한번 가보자’라는 마음으로 참여하게 되었다고 한다.

처음 시작은 라디오였다. 2014년 ‘광고의 다락방’과 함께 ‘라디오 제작 멘토링’과정을 시작으로, 올 상반기에는 영상 활동을 위해 4명의 주부들이 모여 카메라 앞에 섰다. 처음에는 카메라가 문제가 아니었다. 컴퓨터의 전원 켜기도 익숙하지 않았던 4명의 주부들. 그러나 한 발짝씩 걸음을 내디딘 그녀들은 상반기 멘토링을 통해 사적인 이야기를 담은 영상들을 각자 만들어 내며 영상 제작에 흥미를 붙였고 하반기에서 <4인 4색, 미디어도전기>라는 제목의 공동 작업으로 각자가 처음 미디어활동을 시작하게 된 이야기와 앞으로의 활동 그림들을 그려내고 있다.

‘다울마을’ 영상팀은 내년에는 진정한 마을미디어가 무엇인지에 대한 고민을 해보고자 한다고 한다. 한 지역에 사는 40대의 주부들이 미디어를 통해 무엇을 이야기하고, 어떤 소통을 실현해 나가는지, 우리 모두의 기대와 응원이 ‘다울마을’의 버팀목이 되어줄 수 있기를 희망한다.

‘다울마을’외에도 수원에서 마을영상으로 활동하고 있는 단체들은 여러 곳이 있다.

노인복지관에서 만나 영상 활동을 시작한 ‘시네마청춘’은 2014년 하반기부터 시작하여 지역 문화재에 대한 다큐멘터리와 치매노인에 대한 극영화 등을 만들며 다양한 영상 제작과 상영 활동을 위해 고군분투하고 있다.

수원의 여성 사회 활동가 모임인 ‘보라씨’는 수원에서 일어나는 다양한 지역적 이슈들을 영상으로 담아 지역에서 발생하는 사회적 문제에 대해 더 많은 수원시민들과 함께 고민하고 해결해 보고자 온/오프라인의 상영활동을 통해 꾸준히 수원시민들과 만나 이야기하고 있다.

또한 수원시 장애인 종합 복지관의 낭독봉사자들이 뭉쳐 미디어 활동을 하고 있는 ‘오! 소리! 낭독자’는 ‘다울마을’처럼 영상과 라디오 활동을 동시에 진행하고 있는 단체로 영상 활동으로는 일반영상의 배리어프리(시/청각 장애인을 위한 화면해설과 한국어자막 삽입)버전을 재생산하여 장애가 있는 이웃들과의 소통에 대한 고민도 함께 하고 있다.

○ 2015년 수원 마을영상 활동 현황

매체	No	커뮤니티	지역	제작콘텐츠	비고
영상	1	참빛청소년센터	팔달구 인계동	12편	
	2	SK청솔노인복지관 -시네마청춘	장안구 정자동	11편	
	3	푸른언덕좋은사람들	권선구 오목천동	6편	
	4	오!소리!낭독자	영통구 이의동	10편 /배리어프리 3편	라디오 진행
	5	다울마을	팔달구 인계동	6편	라디오 진행
	6	꽃외버들마을	팔달구 화서2동	2편	
	7	보라씨	팔달구 화서동 /행궁동	6편	
	8	이웃문화협동조합	팔달구 지동	1편	
	합계	참여단체 : 8개 팀 / 제작콘텐츠 : 57편			

3. 마이크를 통해 소통하는 우리의 이야기! 소리로 만들어가는 공동체!

- ‘수원맘의 아름다운 라디오, 수아라~’를 중심으로 살펴 본 마을라디오 활동

2015년 수원마을미디어 공모 사업 이웃이 함께 만드는 ‘우리 마을 미디어지도 만들기’ 프로젝트 사업설명회 행사장에 짹 짹 아이 울음소리가 들렸다. 2~3살 정도로 되어 보이는 아기들이 엄마 손에 이끌려 행사장에서 답답해하며 칭얼거리고 있는 것이었다. 젊은 엄마들은 아이들을 달래면서도 사업설명회 흐름을 놓치지 않기 위해 분주했다. 그 아이들은 본 프로젝트인 ‘마을라디오 제작 멘토링’에도 늘 함께 했다. 멘토링 과정 도중에 울면 사탕먹이고, 때로는 신나게 놀려 유모차에서 자면서도 늘 함께인 ‘수원맘의 아름다운 라디오. 수아라~’(이하 수아라)의 중요한 멤버이다. 물론 목소리 출연도 간간히 하고 있다.

그렇게 아이들과 함께 시작한 마을라디오 ‘수아라’멤버들은 각자 사는 동네, 관심사, 직업도 다르지만 ‘수원맘’이라는 공통점 하나만을 가지고 끈끈한 우정과 팀워크를 키워

나가며 현재 방송을 만들고 있으며 우리 동네에서 일어나는 일, 그림책과 육아 이야기, 독서, 엄마들의 일상과 추억, 수원의 가볼 곳 등 다양한 주제를 3가지 코너를 통해서 풀어놓고 있다.

● ‘수원맘의 아름다운 라디오, 수아라~’ 코너 소개

○ 책마담(책으로 마음을 나누는 담백한 수다)

- 단편소설을 발췌낭독하고, 책의 고민이나 생각을 나누며 해설을 겸하는 1인 DJ방송이다. 아이에게 단편소설을 읽어주면서 아이디어를 떠올렸다고 한다. 책을 읽고 싶지만 육아에, 살림에 치여 시간이 없는 주부들이나 같은 책, 다른 시선이 궁금한 모든 이에게 유익한 방송이 되고 싶다.

○ 그림책은 재밌다

- 매주 그림책 한 권씩 소개하며 주제에 맞는 육아이야기를 나누는 2인 DJ방송이다. 수원의 그림책 동아리인 ‘감성 그림책 학교’에서 만난 두 주부가 그림책이 아이뿐만 아니라 어른에게도 행복과 생각거리를 줄 수 있다는 것을 다른 수원맘에게도 널리 알려주고 싶어 기획했다. ‘그림책은 재밌다’는 수아라의 멤버인 김소라, 최지영의 공동저서이기도 하다.

○ 별다방(특별한 나를 다시 만나는 방송):

- ‘다른 사람은 다 특별해 보이는데, 나는  $\pi\pi$ ’ 이라는 생각이 든다면? 이 세상에 대체 불가능한, 특별한 나를 발견하는 시간. 특별한 나를 다시 만나는 방송이다. 게스트와 함께 책과 영화, 음악을 함께 즐기고 이야기 나누며 특별한 나를 만나볼 수 있다.

○ 우리끼리 통하는 그 코드

- 그 세대만이 알 수 있는 무언가가 있다! 매주 한 가지 주제를 정하여 주제에 대한 수다와 함께 추억을 이야기하는 코너이다. 또 다양한 세대의 게스트를 초대하여 그 세대만이 가진 코드와 추억을 이야기하면서 세대공감으로 이어질 수 있기를 기대한다.

※ 2015년 마을미디어 네트워크 파티 팸플릿 발췌

수원에서 라디오 매체를 통해 활동하고 있는 단체는 ‘수아라’이외에도, 마을미디어 종편(신문/라디오/영상)을 꿈꾸고 있는 영통구 매탄동의 ‘매탄신문/매탄라디오진로탐험대’와 2014년 제작 멘토링 과정을 함께 참여하면서 의기투합하여 ‘다함께, 다모여, 마을 만들기’란 뜻으로 재탄생한 ‘다다마을’, 영상 활동과 함께 복지관내에서 라디오방송을 진행하고 있는 ‘오! 소리! 낭독자’등이 있다.

‘다다마을’은 ‘나나’, ‘그녀’, ‘날개’, ‘오기’, ‘그 옆’의 방송 네임을 두고 매월 1회 자유주제로 녹음을 하고 있다. 방송명은 <수다길>. 처음에는 ‘하다 보면 무슨 색깔이든 나오겠지’라는 마음으로 방송을 만들기 시작하였고, 지금은 12회를 채우자는 새로운 목표를 향해 달려가고 있으며 더불어 인계동에 위치한 나혜석 거리에서 진행되고 있는 <나혜석 예술시장-오픈라디오>도 꾸준히 진행하고 있다.

또한 수원시 장애인 종합 복지관 낭독봉사모임 ‘오! 소리! 낭독자’는 복지관에서 장애인과 가족들에게 활력과 심을 주기 위하여 점심시간을 이용, <맛있는 점심시간>이라는 주제로 2016년 1월부터 본격적인 방송에 돌입할 예정으로 열심히 방송 콘텐츠와 시설을 준비 중에 있다.

○ 2015년 수원 마을라디오 활동 현황

매체	No	커뮤니티	지역	제작콘텐츠	비고
영상	1	매탄신문 /매탄청소년진로탐 험대	영통구 매탄동	녹음방송 5회 /오픈라디오 2회	팟빵채널 ‘수원مام의 아름다운 라디오’
	2	다다마을	영통구 광고 /팔달구 인계동	녹음방송 5회 /오픈라디오 6회	
	3	칠보산 마을 꿈꾸는 라디오	권선구 금호동	녹음방송 2회 /오픈라디오 2회	현재 휴식 중
	4	수원مام의 아름다운 라디오	권선구 권선동 /영통구 매탄동	녹음방송 12회 /오픈라디오 2회	
	5	오!소리! 낭독자	팔달구 인계동	녹음방송 3회	팟빵 채널 오!소리! 맛있는 점심시간
	6	울긋불긋 풋대추	팔달구 화서2동	녹음방송 2회	현재 휴식 중
	합계	참여단체 : 6개 팀 / 제작콘텐츠 : 23편 / 오픈라디오 12회			

#### 4. 수원마을미디어! 응답하라 2016!

- 마을미디어 공동체의 지속적인 활동을 위한 지원책과 안정적인 콘텐츠 유통을 위한 수원마을미디어, 그 앞으로의 이야기

2016년, 햇수로 3년차에 들어서는 수원의 마을미디어. 딱 차게는 2년이 채 안 되는 시간이지만 수원 지역 내 많은 사람들이 모여 마을미디어가 무엇인지, 미디어라는 도구를 통해 우리가 할 수 있는 것이 무엇인지에 대해 배우고 익히며 함께 한 시간이었다. 처음 센터가 개관을 하고 마을 사람들을 만나면서 ‘아, 도대체 시작은 할 수 있을까?!’ 했던 걱정들은 어느덧 ‘이 사람들이 하고자 하는 것들이 지속 가능할 수 있도록 센터가 충분한 역할을 해낼 수 있을까?’하는 마음으로 변할 만큼 짧은 시간동안 많은 변화들과 희망들이 곳곳에서 일어났다.

현재, 모든 지역의 마을미디어 관계자들이 고민하는 부분이겠지만 지속 가능한 환경을 만드는 것은 수원에서도 큰 숙제이다. ① 안정적인 마을미디어 운영을 위한 활동가들의 지원책 확보는 무엇보다 시급한 과제이다. 현재 수원영상미디어센터는 중간지원조직이 아니다 보니 사업 영역이 지극히 제한적이다. 올해까지는 마을미디어 활동을 하고자 하는 신규 마을들과의 교육 진행에 그 목적이 있었기 때문에 가능한 방식이었지만 2016년부터는 현재 활동하는 단체들이 지속적으로 콘텐츠를 만들고 안정적으로 방송을 운영할 수 있는 구조를 만들기 위한 정책적인 논의가 필요하다.

또한 ② 마을미디어 제작 콘텐츠들을 안정적으로 유통시킬 수 있는 채널을 확보하여야 한다. 이를 위해 수원영상미디어센터는 경기지역 유선방송(티브로드), (사)전국미디어센터협의회와의 연계를 통해 수원지역에서 제작되는 영상 콘텐츠를 지역 케이블 방송을 통해 송출하기 위한 준비를 진행 중에 있다. 그리고 이러한 유통채널 확보와 더불어 홍보 활동을 보다 활발히 펼쳐 많은 사람들이 마을미디어를 접하고 논의할 수 있도록 판로를 개척하여야 한다.

그리고 이 외에도 ③ 효율적인 공간·시설 사용, 4)수원지역-맞춤형 마을미디어교육 커리큘럼 개발 등 많은 부분들을 해결해 나아가야 한다.

수원영상미디어센터는 출발점에 서있는 미디어센터이다. 때문에 수원에서의 마을미디어 활동이란 처음 시작하는 사업으로서 많은 마을 주민들, 다양한 기관과 끊임없이 연

---

계하여 미디어‘판’을 만드는 과정이다. 프로그램을 만들어가는 것 이전에 사람들과의 관계를 만들어가는 작업이기 때문에 많은 노력이 요구되었고, 거기서 오는 피로감과 어려움 또한 수시로 발생한다.

하지만 출발점에 서있는 마을미디어 사업이기 때문에 기존의 다른 센터들과는 다르게 ‘생소하지만 시도해 볼만한’ 사업들을 만들어갈 수 있다고 생각한다. 수원영상미디어센터는 이러한 장/단점들을 살피가면서 수원의 사람들과 함께 2016년과 그 이후를 준비하고자 한다. ■

○ 수원 마을미디어 현황

연번	마을 영상팀	마을 라디오팀
1	시네마청춘	매탄청소년 진로탐험대
2	푸른 언덕 좋은 사람들	다다마을
3	오! 소리! 낭독자	칠보산마을 꿈꾸는 자전거
4	다울마을	수원맘들의 아름다운 라디오
5	꽃뱀마을 나누며 가꾸기회 - 청소년	조원시장 울긋불긋 풋대추
6	보라씨	
7	이웃문화협동조합	
8	참빛청소년상담마을	



▲ 수원 '2015 마을미디어 지도' / 수원영상미디어센터 제작

Session1 변화를 만든 마을미디어 - 발표2

동작FM, 3년의 성과와 한계  
그리고 비전 찾기

양승렬(동작FM 방송국장)

Session1 변화를 만든 마을미디어 - 발표2

동작FM, 3년의 성과와 한계  
그리고 비전 찾기

양승렬(동작FM 방송국장)





동작구에서 처음으로  
주민라디오 제작교육을 열다 (2012)

동작FM은 어떻게 만들어졌나?

시작은 교육! 기반은 네트워크!

- 2012년 가을  
서울시 '우리마을미디어문화교실' 2기 선정  
(1기 때 비선정 - 지역네트워크 부족)
- 15차시에 걸쳐 주민라디오 제작교실 진행  
(관악FM 인큐베이팅 지원)
- 최종 10명 교육 수료 후 방송제작 시작 (7편)



성대골 마을학교와  
성대골 어린이도서관에서  
15차시(3개월) 교육 진행  
(지역단체의 공간 협조)



관악FM방송국 단체 견학  
스튜디오 녹음 체험



**관악FM 안병천대표 초청  
'마을라디오방송국만들기' 집담회 개최  
(교육참여자들의 발제와토론)**

동작마을 라디오방송국만들기  
그가능성의나래를펼치는 작은 토론회

작은토론회, 큰 울림

지역주민들이 직접 만들고 방청하는 마을라디오, 방송국만들기  
방송국만들기, 지역의 자치공동체만들기, 그리고 지역에는 무엇이든 할 수 있는 마을라디오, 방송국만들기  
지역주민들이 직접 만들고 방청하는 마을라디오, 방송국만들기  
지역주민들이 직접 만들고 방청하는 마을라디오, 방송국만들기  
지역주민들이 직접 만들고 방청하는 마을라디오, 방송국만들기

관악FM 안병천대표 초청  
'마을라디오방송국만들기' 집담회 개최  
(교육참여자들의 발제와토론)

관악FM 안병천대표 초청  
'마을라디오방송국만들기' 집담회 개최  
(교육참여자들의 발제와토론)



**공개방송과 수료식을 통해서  
참여자들에게 성취감과  
책임감, 동기 부여,  
지역사회에 홍보효과**

**전체회의 통해서 개국시기와  
방법 결정**

## 동작공동체라디오 동작FM 개국

- \*2013년 1월 동작FM 개국  
(무급 상근활동가, 공유 공간확보, 경비 분담)
- \*구성원 : 1기 교육 수료생 10명
- \*2013년 1월 16일 첫 방송 업로드
- \*매주 7개 방송 프로그램 제작 (각 30~50분 분량)
- \*다음TV팟으로 동영상(사진+오디오) 송출
- \*교육 문의와 참여 신청 쇄도 → 2기 교육 진행  
: 2013년 2월말부터 자체 교육 실시 (11명 수료)





## 동작FM 씨즌2! 돌입

- \* 무급활동가 1인의 역량으로 현재 규모 운영 불가!
- \* 동작FM 1기 + 2기 결합 (주민DJ 20여 명)  
(제안서와 설문지 작성, 개별미팅, 전체회의 소집)
- \* 방송제작자원활동가(주민DJ) 수 : 8명 → 20명
- \* 방송프로그램 수 : 6편 → 8편
- \* 방송 제작은 2인 이상의 팀제작으로 변경
- \* 방송녹음 요일 고정 : 매주 수요일과 목요일 이틀!
- \* 방송 송출 방식 변경 : 다음TV팟 → 팟캐스트 방식



## 마을방송국의 필수 3요소

- \*① **운영체계** : 10명의 운영위원회 발족 (2014. 2)
- \*② **상근인력** : 유급상근활동가 2명 확보 (2014. 3)  
(서울시 마을로청년활동가지원, 11개월 단기 일자리)
- \*③ **공간** : 스튜디오와 사무공간 리모델링 (2014. 6)  
(서울시 마을공동체 주민제안 사업-공간조성)

## 그래서 가능해진 것들...

- \* **필수 3요소를 기반으로 동작FM의 확장성 담보**
  - ① 안정적인 방송제작과 방송국 유지/운영
  - ② 지역사회 연대활동:
    - 세월호참사 추모제, 교육감선거 토크콘서트,  
마을넷집담회, 지역축제 등
  - ③ 수익활동:
    - 외부 교육사업, 공모 및 지원사업, 공간 및 장비 대여
  - ④ 주민DJ들과 후원회원 증가



주민이 주인되는 마을방송  
**동작FM** [www.dongjakfm.net](http://www.dongjakfm.net)

## 동작FM의 방송 프로그램

월	화	수	목	금
주민이 주인이 되는 마을방송 <b>아라라 일본</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>	주민이 주인이 되는 마을방송 <b>남정석의 남정석의</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>	주민이 주인이 되는 마을방송 <b>30살이당</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>	주민이 주인이 되는 마을방송 <b>돈이 궁금해?</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>	주민이 주인이 되는 마을방송 <b>엄마는 방송중</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>
주민이 주인이 되는 마을방송 <b>매달 해본</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>	주민이 주인이 되는 마을방송 <b>Wake Up</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>	주민이 주인이 되는 마을방송 <b>눈썹한 영화시</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>	주민이 주인이 되는 마을방송 <b>하이킥! 하이킥!</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>	주민이 주인이 되는 마을방송 <b>정준다방</b> 동작FM <a href="http://www.dongjakfm.net">www.dongjakfm.net</a>



동작구 청소년 미디어 교육 - 미디어로 소통하고 성장하는 동작의 청소년 육성



다양한 마을공동체 사업 참여 - 마을축제 및 행사, 공개방송, 공연 등



**우리동네마을공동체**

**지역문화예술 공연**

지역문화예술공연이 한 번 더 뜨겁게 열리고 있다. 10월 24일부터 26일까지 3일간, 홍석동 문화재단이 주최한 '동작FM' 공연이 열렸다. 공연은 홍석동 문화재단의 주최로, 홍석동 문화재단의 후원으로 열렸다. 공연은 홍석동 문화재단의 주최로, 홍석동 문화재단의 후원으로 열렸다.

홍석동 문화재단은 지역사회의 문화예술 향상을 위한 목적으로 설립된 민간 문화재단이다. 홍석동 문화재단은 지역사회의 문화예술 향상을 위한 목적으로 설립된 민간 문화재단이다.

4

**내가 주인이 되는 라디오 '동작FM'**

지역문화예술공연이 한 번 더 뜨겁게 열리고 있다. 10월 24일부터 26일까지 3일간, 홍석동 문화재단이 주최한 '동작FM' 공연이 열렸다. 공연은 홍석동 문화재단의 주최로, 홍석동 문화재단의 후원으로 열렸다.

홍석동 문화재단은 지역사회의 문화예술 향상을 위한 목적으로 설립된 민간 문화재단이다. 홍석동 문화재단은 지역사회의 문화예술 향상을 위한 목적으로 설립된 민간 문화재단이다.

↑

서울의료복지사회적협동조합 소식지  
우리네(2015.1\_48호)

←동작구청 소식지(2015년 3월)

**지역사회 전달력 높은 오프라인 소식지에 소개**



동작FM 경험을 바탕으로 다른 마을라디오 방송국 교육과 설립지원



**동작구청과 연계한 지역문화예술 공연 프로그램**

**청소년 라디오방송 동아리  
‘틴틴팡팡’**

**동작구 혁신교육 사업 참여**



동작구 마을미디어 매체 확장 - 동작마을TV와 마을이야기집 발간



미디어 리터러시 교육 / 공유공간 프로그램



## 동작FM의 현재 운영형태

- \* 1. 인력 : 상근(2), 운영위원(8), 주민DJ(35), 후원회원(70)  
(\*활동가 1명은 자체고용)
- \* 2. 조직모델 : 임의단체(고유번호증)
- \* 3. 공간 : 임차 공간 보유 (노량진 지하 10평 사무실+스튜디오)  
(2014년 서울시 주민제안사업(공간조성) 선정, 리모델링 공사)
- \* 4. 수입 : 후원회비(CMS)+공모사업+교육 감사비+공간/장비 대여비  
(현재 월평균 수입 : 300만원, 지출 : 300만원)

## 동작FM의 과제

- 지역사회 매체영향력 부족 : 지역뉴스 콘텐츠 부재
- 조직운영 모델 수립
  - 서울시 비영리민간단체 등록 계획
  - 본격적인 수익사업 개시 → 사업자번호 발급
- 후원회원 확대, 모금 및 기부 시스템 구축
  - 기부금대상민간단체 신청, 전문교육/관리시스템 마련
- 지역사회 마을미디어 생태계 구축, 미디어 연계 사업 확대
  - 매체 다양화(인큐베이팅), 문화예술 공연 및 행사
- 조직 컨설팅, 재정안정성 도모, 홍보수단 다양화, 장기발전계획 수립
  - 비즈니스 모델 구축, 수익구조 다양화, 법인화 계획 등



2016년 동작FM의 미션! '지역의 매체로 거듭나기!'

기자단 양성 프로그램 운영  
(글쓰기 교실, 미디어 리터러시)



지역의 역사, 문화, 인물, 소식 등  
다양한 콘텐츠로 사랑 받는 동작FM  
: 끊임없이 지역주민들이 자유롭게  
드나들고 참여자들이 늘어나야 한다.

Session1 변화를 만든 마을미디어 - 발표3

부산지역 마을미디어의 오늘 그리고 다음

정수진(부산민주언론시민연합 마을미디어연구소 소장)

Session1 변화를 만든 마을미디어 - 발표3

## 부산지역 마을미디어의 오늘 그리고 다음

정수진(부산민주언론시민연합 마을미디어연구소 소장)

2015년 한 해는 부산에서 마을미디어라는 단어가 가장 많이 오간 해가 아닌가 싶다. 그 동안 마을에서 신문을 만들고 라디오를 만들고 있었지만 그것은 담장 안의 일이었고 마을미디어라는 이름으로 의미 지워지지 못했다.

잊혀져가는 단어로 여겨졌던 ‘마을’이라는 단어가 언제부터인가 자주 들려오기 시작한 것은 산복도로 르네상스로 포문을 연 부산의 마을 만들기 사업과 무관하지 않다. 붓물처럼 쏟아진 마을 만들기 사업을 겪으면서 ‘마을을 만든다.’는 것은 어떤 의미인지 사람들의 고민도 깊어졌다. 마을 안에서 많은 시행착오를 거치면서 마을 공동체를 복원한다는 것은 결국 소통의 문제라는 생각에 다들 공감하게 된 것 같다. 그래서 마을미디어를 다시 보게 된 요즘이다.

그 동안 우리 단체에서는 공동체미디어교육을 하면서 쌓인 경험과 관계들을 모아 보자는 요구가 있었다. 마을마다 흩어져서 고군분투 마을미디어를 만드는 사람들에게 힘을 주고 싶었고 마을미디어를 해보고 싶지만 어떻게 시작해야 할지 모르는 사람들에게도 물꼬를 터주고 싶었다. 몇 해 전부터 꿈꾸던 일을 시작하게 된 데는 서울에서 활발하게 진행되고 있는 마을미디어지원 사례가 많은 자극이 됐다.

마을미디어 네트워크에 대한 고민들이 쌓여 갈 때쯤인 2014년 10월, 올해가 가기 전에 일단 모이자는 제안을 했다. 교육을 통해 만난 관계들도 제법 쌓였고 우리 스스로도 더 이상은 미뤄선 안 되겠다는 생각이 들었기 때문이다. 부산지역에서 마을미디어라는 이름으로 처음 모임을 갖게 된 ‘마을미디어 모이자 이야기하자’ 행사가 그것이다. 부산지역에서 마을미디어를 하고 있는 사람, 하고 싶은 사람, 또 마을미디어를 돕고 싶은 사람을 한 자리에 모아 인사라도 하고 서로의 생각을 나눠 보자고 했다.



▲ 부산 ‘마을미디어 모이자 이야기하자’ / 2014. 10. 30 / 부산민주언론시민연합 주최

행사 이름이 ‘마을미디어 모이자, 이야기하자’라고 해서 머릿글자를 따서 ‘마모이’ 라고 불렀는데, 사실 준비하는 입장에서는 그냥 줄임말이 아니라 이번 행사의 성격을 규명하는 이름이기도 했다. 뭔가 나눌 것이 풍성해서 모이는 상황이라기보다는 그냥 모이자, 일단 모이자, 더 이상 고민하지 말자는 의미에서 ‘고마 모이자!’는 의미가 컸다.

모이고 보니 각양각색인 마을미디어만큼이나 고민의 편차가 컸다. 신문을 만들고 싶은데 인쇄는 어디서 하느냐는 고민에서부터 마을기자단을 꾸리기가 어렵다는 고민까지 다양한 고민들이 쏟아졌다. 다행인 것은 다양한 고민들에 대해 일일이 답하지 않았지만 서로 이야기를 들어 주고 자신의 경험을 공유하면서 답을 찾더라는 것이다. 도움이 될 만한 곳에 가서 인사를 건네고 연락처를 나누고 궁금한 것들을 물으면서 모임의 의미를 살려주었다.

‘마모이’를 치러내면서 느낀 것은 항상 책상의 고민은 현장의 힘을 이기지 못한다는 것이다. 앉아서 머리로 고민하는 것들을 한방에 풀어 주는 것은 늘 현장이다. 이번에도 역시나 지역에서 마을미디어에 대한 준비가 됐을까, 서로 고민이 달라 방향을 잡지 못하면 어쩌나 하는 고민은 마을미디어를 고민하는 사람들에게는 문제가 되지 않았다.

마을에서 신문이나 라디오를 만드는 분들은 우리 말고도 같은 고민을 하는 사람들이 있다는 것만으로도 신기해 하셨고, 마을미디어를 하려는 사람들은 이미 하고 있는 사람들을 만난 것만으로도 힘을 받은 것 같았다. 그리고 마을미디어를 도우려는 사람들 역시 현장에서 뭐가 필요한지를 알게 돼서 자신의 역할을 다시 고민하게 됐다는 후기를 남겼다.

우리는 마모이에서 받은 힘으로 부산에서 마을미디어로 본격적인 판을 벌여 보기로 했다. 가장 먼저 마을미디어 강사 양성과정을 교육을 위한 프로그램을 시작했다. 그 동안 지역에서 다양한 미디어교육을 해 온 경험과 마을미디어를 위한 불씨를 지피기 위해서는 마을미디어 강사가 필요하다는 생각이 만나 준비한 강좌였다.

마을미디어 강사 양성과정 ‘마을미디어 하자!’는 지난 3월부터 4월에 걸쳐 모두 여섯 번의 교육으로 진행됐고 모집이 시작되자마자 금세 마감이 될 만큼 열기가 높아서 이제 더 이상 마을미디어가 낯선 단어가 아니라는 것을 실감했다. 마을미디어에 대한 이해와 열정, 앞으로의 계획에 대한 간단한 인터뷰를 통해 14명의 참여자를 선정했고 드디어 마을미디어 양성과정을 시작했다!

첫 강의는 ‘마을미디어의 힘’이라는 제목으로 반송에서 10년이 넘게 마을신문을 만들고 계신 반송희망세상대표 김혜정 선생님의 강의로 열었고 두 번째 강의는 ‘마을신문 만들기’라는 제목으로 부산민주언론시민연합 복성경 부대표가 마을신문 교육과 마을신문의 제작에 대한 노하우를 풀어 놓았다. 세 번째 강의는 협동조합 아카이빙네트워크연구소 손동유 원장의 강의로 이어졌는데 ‘마을을 기록하다’라는 제목의 강의였다. 우리의 삶을, 마을을 기록하는 것이 얼마나 가치 있는 일인가에 대해 생각해 보는 시간으로 마련됐다. 네 번째 ‘마을미디어 퍼뜨리는 기법’은 서울시마을미디어지원센터의 김희영 선생님이 서울 지역의 다양한 사례와 아이디어를 전해줬다. 다섯 번째 강의 ‘마을라디오 만들기의 실제’는 부산민주언론시민연합 정수진 부대표가 신문과는 다른 라디오 매체의 특성을 이해하고 쉽고 재밌게 접근하는 방법에 대해 강조했다. 끝으로 마을미디어 교육 기획하기라는 시간에서 서로가 생각하는 마을미디어의 의미와 활용 계획을 공유하는 것으로 모든 교육은 마무리됐다.

앞으로 마을미디어를 함께 고민하면서 씨를 뿌릴 사람들을 엮었으니 천군만마를 얻었다. 교육 이후 과정에 참여한 분들이 한내마을 주민기자단 교육에 강사로 참여했다. 앞으로 더 많은 마을미디어 교육에서 활약하게 되리라 기대를 갖는다.



▲ 부산 마을미디어 강사 양성과정  
‘마을미디어 하자!’ / 2015년 3~4월, 총 6회



▲ 부산 한내마을 기자 교실 ‘우리 마을  
소식통’ / 2015년 ~ 9월

더불어 올해 중요한 사업으로 마을미디어 조사 작업을 진행했다. 오래전부터 지역의 마을미디어 현황을 조사하고 싶었고 본격적인 네트워크사업을 시작하기 전에 꼭 해야 할 일이었다.

우리 단체는 마을미디어라고 이름 붙이기 전부터 지역에서 커뮤니티미디어, 공동체미디어의 개념으로 마을이나 단체를 대상으로 한 미디어교육과 제작지원을 해왔다. 2006년에 문을 연 시청자미디어센터를 기반으로 지역에 다양한 미디어교육이 펼친 것도 마을미디어의 싹을 틔우는 데 자양분이 되었다. 그렇게 생겨난 부산의 마을미디어들이 저마다의 모습으로 자라고 퍼지고 때론 사라지기도 하는 것을 기록하고 싶었다.



▲ 부산마을미디어가이드북 / 2015 / 부산민주언론시민연합

그러던 차에 비영리재단의 지원을 받아 부산 지역의 마을미디어를 처음으로 책에 담게 되었다. 처음 이뤄진 조사 작업인 만큼 깊은 내용보다는 안내서의 역할에 충실하고자 했다. 조사대상 선정은 부산민주언론시민연합이 그 동안 교육과 제작지원으로 연을 맺은 마을미디어들을 우선 파악한 다음 시청자미디어센터에서 진행된 커뮤니티미디어 교육, 마을미디어교육 중에 마을미디어 활동으로 이어진 곳들을 대상으로 했고 추가로 2014년부터 부산시가 진행한 마을역량강화 사업에서 미디어 관련 사업으로 지원을 받은 곳들을 포함시켰다.

조사는 2015년 5월부터 7월까지 인터뷰 형식으로 진행했다. 마을신문과 라디오, 잡지, 팟캐스트 등 다양한 형태의 마을미디어 34곳을 실었다.

그리고 11월 24일에 있었던 부산지역 마을미디어 잔치 한마당까지!



▲ 2015 부산 마을미디어 한마당 / 2015. 11. 24 / 부산민주언론시민연합 주최

숨 가쁘게 달려 온 시간들이었다. 이렇게 쪽 돌아보니 멀리 보진 못해도 걸음마를 배우듯 내 앞에 그래도 한 걸음씩 따박따박 잘 걸어왔다 싶은 생각이 든다. 이제 다시 한 걸음을 내딛어야 할 시간이다. 그리고 다음은 무엇일까? 아직 아무 것도 정해진 것은 없다. 처음부터 그랬듯이 우리가 모든 답을 준비할 필요는 없다.

마을마다 생겨나고 자라고 변화하는 미디어들이 저마다의 모습과 역사를 지니듯이 우리는 그저 그것들을 스스로 펼치고 모으고 나눌 수 있는 장을 열어 주면 된다. 그 속에서 그들은 원하는 답을 찾을 것이다. 다만 분명한 것은 그 과정을 함께 해 주는 누군가가 있어야 한다는 것이다. 아마도 ‘그리고 다음’은 거기에서 출발할 것이다. ■

Session2. 도약을 꿈꾸는 마을미디어 - 발표4

참여로 싹 틔운 마을미디어  
아름드리 나무를 꿈꾼다.

김일웅(강북FM, 서울마을미디어네트워크 공동간사)

Session2. 도약을 꿈꾸는 마을미디어 - 발표4

## 참여로 싹 틔운 마을미디어 아름드리 나무를 꿈꾼다.

김일웅(강북FM, 서울마을미디어네트워크 공동간사)

### 1. 지난 3년, 마을미디어가 살아온 법

마을미디어 활동이 시작된 지 벌써 4년째를 맞이하고 있다. 이름조차 생소했던 3년 전과 비교할 때 마을미디어는 놀라운 성장을 기록했다. 26개의 매체, 90개의 프로그램, 1,560회의 분량. 2015년 한 해 마을미디어에서 제작한 콘텐츠 수다.

이는 종일 편성으로 방송하는 관악FM과 마포FM을 제외한 숫자로, 마을미디어 사업이 시작된 2012년 138회 분량에 그쳤던 것과 비교하면 10배 이상 성장한 결과다. 하지만 마을미디어의 성장은 이러한 양적 수치만을 언급하는 것은 부족하다.

마을미디어는 지난 2012년 서울시 우리마을미디어문화교실로부터 태동했다. 2012년 사업은 1, 2기로 나뉘어 진행되었고 20개 자치구, 33개의 단체 및 주민모임이 사업에 참여했다. 첫 해 사업이니만큼 대부분이 교육형으로 진행되었고 시범 콘텐츠를 제작하는 수준이었다. 하지만 해가 반복될수록 정기적으로 콘텐츠를 제작, 송출하는 마을미디어는 늘어났고 마을미디어 활동 참여자 수와 콘텐츠의 수도 지속적으로 증가했다.

이러한 성장은 무엇보다 마을미디어 활동 참여자들의 열정과 노력이 밑바탕이 되었다. 마을미디어 중에서도 라디오 활동을 하고 있는 필자는 주변 사람들과 ‘마이크가 뭐길래?’라며 우스갯소리를 주고받곤 했는데, 정말로 마이크가 준비되자, 판이 열리자 많은 분들이 모여들었고 놀랄만한 열정과 다양한 내용으로 막 걸음마를 떤 마을미디어를 튼실하게 키워내었다.

지역마다, 단체마다 조금씩 특성과 사정은 다르지만 주민DJ들은 생업을 마친 시간에

프로그램을 기획하고 자료와 대본을 준비하고 직접 방송을 진행하고 녹음하며 마을미디어의 콘텐츠를 풍부하게 만들었다. 이들의 열정으로 방송 회차를 거듭할수록 마을미디어 콘텐츠의 완성도는 높아져갔고 지금은 다양한 소재와 구성을 보여주고 있다.

또한 생활에 밀착한 마을미디어의 특성을 살려 마을의 소식을 친근하게 전하고 현장의 분위기를 생생하게 전달하는 공개방송을 통해 많은 주민들에게 마을미디어의 매력을 퍼뜨리고 있다. 뿐만 아니라 공간을 마련하기 위해 쌈짓돈을 모으고, 십시일반 회비를 모아 마을미디어가 운영될 수 있는 최소한의 기반을 마련하는 것 역시 이들이 없었으면 불가능했을 것이다. 아울러 제대로 된 활동비도 받지 못하는 열악한 상황에도 하나부터 열까지 챙기고 다양한 기획과 시도로 마을미디어를 풍성하게 만들기 위한 노력을 아끼지 않은 마을미디어 주민활동가들의 열정과 고군분투 또한 빼놓을 수 없을 것이다.

## 2. 성장의 마중물, 지원 사업

전술한 것처럼 마을미디어가 지금과 같은 모습으로 성장할 수 있었던 가장 큰 원동력은 참여자, 활동가들의 열정과 노력이었다. 그리고 이러한 성장의 마중물 역할을 한 것은 행정의 지원 사업이었다. 앞서 언급한 2012년 우리마을미디어문화교실로 시작된 서울시의 마을미디어 지원 사업은 여타 마을공동체 지원사업과는 달리 별도의 중간지원조직(서울마을미디어지원센터)을 통해 진행되었다.

사업 초기에는 마을미디어의 개념조차 생소했던 시기였기에 당연히 교육형 지원 사업으로 시작되었다. 이후 현장의 요구 등을 반영해 매체형, 복합형, 아이템형 등 다양한 형태의 지원 사업으로 분화되었고 서울형 뉴딜일자리 사업과 연계한 청년활동가 파견 등으로 영역을 확대해왔다.

무엇보다 마을미디어에 대한 전문성을 가진 중간지원조직이라는 특성을 살려 교육 등 1회성 지원 사업으로 그치는 것이 아니라 마을방송국 형태를 갖추고 정기적인 콘텐츠를 제작할 수 있도록 네트워킹과 컨설팅도 진행이 되었고, 이는 마을미디어 현장에 큰 도움이 되었으며 이는 마을미디어 지원 사업을 새로 시작하는 여러 지자체가 서울의 사업 모델을 대부분 참고하는 것을 통해서도 드러난다고 할 수 있다.

## 3. 한 단계 도약을 위한 고민

---

마을미디어 활동이 3년차에 접어들면서 일정한 규모와 조직적 틀이 잡힌 마을방송국 형태로 운영되는 마을미디어들이 하나 둘 등장하기 시작했고, 해당 매체들을 중심으로 자생력의 확보와 지속가능한 성장 방안의 마련이 가장 큰 고민으로 등장하게 되었다. 이러한 고민은 또한 마을미디어가 나아가야 할 방향과 비전을 만들어가는 과정이라는 측면에서 신생 마을미디어들 역시 주목하고 있는 지점이기도 하다.

이를 위해 개별 마을미디어들은 보다 많은 주민들의 참여를 통해 콘텐츠를 지속적으로 생산하고 유통하는 것을 기본으로, 공개방송과 문화행사, 마을공동체 활동과의 융합, 지역신문, 케이블방송과의 협업 시도 등 지역사회와 함께 성장하기 위한 여러 기획을 통해 명실상부한 마을미디어로 자리 잡기 위한 다양한 고민과 시도를 자체적으로 이어갔다. 그리고 마을미디어에 걸맞은 운영구조와 조직 형태를 만들기 위한 고민도 함께 이어졌다.

아울러 마을미디어들의 네트워크인 서울마을미디어네트워크를 구성하고 현장과 소통하는 행정을 만들기 위한 의견 제출, 마을미디어의 경험과 노하우를 교류하며 마을미디어의 도약과 지속가능한 성장을 위한 방안을 함께 고민하고 시도해 왔다.

지난 해 3월 마을미디어 중장기 발전정책 수립을 위한 청책토론회에 함께 참여했고 9월 정책박람회 때는 마을미디어 현장에서 활동하는 주민들의 제안으로 ‘마을과 소통하는 마을미디어, 현장과 소통하는 행정’이라는 슬로건 아래 2015년 마을미디어 지원 사업 계획서를 직접 작성하고 서울시에 제출하기도 했다.

올해도 서울시의회, 서울시 문화예술과 관계자들을 모시고 진행하는 마을미디어 활성화사업 점검 간담회를 준비하는 등 마을미디어 현장의 눈높이에서 정책을 논의하고 제안하는 과정을 지속적으로 진행 중이다.

뿐만 아니라 마을미디어 공동의 플랫폼을 구축하기 위한 논의와 이를 위한 시도의 일환으로 팟빵에 서울마을미디어 채널 ‘동네방네’를 개설하고 공동으로 운영하는 등 마을미디어 저변 확대를 위한 유통 및 배급전략의 고민도 공동으로 진행하고 있다.

요약하자면 3년차를 맞이한 마을미디어들은 자생력 확보와 지속가능한 성장 방안의 마련을 위해 개별 마을미디어 차원의 노력은 물론 마을미디어네트워크를 통한 공동의 노력을 지속적으로 진행하고 있으며 마을미디어의 중장기적 발전을 위한 정책제안 등 행정과의 소통을 위한 노력도 함께 진행하고 있다.

#### 4. 전망을 만들기 위한 중장기적 과제

서울시는 마을공동체 사업의 일환으로서 마을미디어가 가진 가능성과 잠재력을 주목해왔고 마을미디어는 지속적인 성과와 성장으로 이를 보여주었다. 하기에 2013년 시장간담회, 2014년 청책토론회 등을 통해 박원순 시장과 마을미디어의 성과와 과제를 확인하고 중장기 계획 수립 및 사업안정화를 위한 종합지원센터 위탁구조 변경 등을 추진하기로 한 바 있다.

이후 '마을미디어 활성화를 위한 중장기 계획' 연구용역((사)문화사회연구소, 이동연 교수 외 3명)이 진행되었으나, 아쉽게도 이에 대한 시장 보고 및 실제 계획 수립이 이루어지지 않은 상황이다. 더욱 우려스러운 것은 현재 중장기 계획 및 마을미디어종합지원센터 설립 등의 논의는 물론, 지속가능한 마을미디어 정책 수립을 위한 민-관 협의 테이블도 중단된 상태라는 것이다.

현재의 상황을 마을미디어 활동에 참여하는 주민들은 매우 심각하게 바라보고 있으며 이를 해결하기 위해 행정과 중간지원조직, 주민활동가 등이 머리를 맞대고 소통과 논의를 진행할 것을 바라고 있다. 아울러 지금까지 마을미디어가 보여준 성과를 이어받아 지속가능한 성장이 가능한 정책과 조건을 구축하는 일에 서울시가 의지를 갖고 나서는 것이 매우 중요하다는 것에 인식을 같이하고 있다.

마을미디어는 지난 3년간의 활동을 통해 많은 시민들의 목소리를 담아내는 소통과 교류의 장으로, 우리 마을의 소중한 문화로 자리 잡아 왔다. 그 과정에서 놀랄만한 열정으로 참여해 온 주민들은, 여전히 만개하지 못한 마을미디어의 가능성을 꽃피우기 위한 노력에 행정이 적극적으로 화답해주시기를 요청하고 있다. 이를 위해 무엇보다 먼저 요구되는 것은 지속가능한 마을미디어를 위한 정책 및 실천과제를 함께 만들고 이를 실현하기 위한 발걸음을 시작하는 것이다.

이와 함께 강조하고 싶은 지점은 우선, 조례 제정을 통한 법적근거 마련이다. 주민들의 목소리를 담아, 주민들이 직접 만드는 마을미디어는 여전히 프로젝트성 지원 사업 중심의 지원체계에 머물러 있다.

그 동안 마을미디어가 보여준 성과와 사례들은 우리 사회를 보다 성숙하고 민주적인 사회로 만드는 데 마을미디어가 기여할 수 있는 가능성을 충분히 보여주었다. 각종 매체와 미디어는 넘쳐나지만 나의 목소리와 이야기를 담아낼 매개체는 없는 상황에서 마을미디어는 다양한 계층과 세대를 아우르며, 평범하지만 소중한 그들의 삶과 이야기를

---

담아내고 있다. 마을미디어를 통해 콘텐츠로 만들어진 이야기는 현재를 함께 살아가고 있는 많은 사람들의 공감과 소통을 넓혀주는 도구로 작용하고 있다. 미약하나마 사회구성원간의 이해와 소통을 증진시키는 기능을 하고 있는 마을미디어의 사회적 가능성을 적극적으로 끌어내어, 보다 성숙하고 민주적인 사회를 만드는 데 기여할 수 있도록 해야 한다.

이를 위해서는 마을미디어 지원 조례 제정을 통해 마을미디어 활동에 대한 안정적인 행정적 지원 근거를 마련함과 동시에 보다 큰 사회적 역할을 마을미디어에 부여하는 것이 필요해 보인다.

두 번째로 강조하고 싶은 지점은 중간지원조직의 안정화다. 앞서 살펴본 것처럼 서울마을미디어지원센터는 마을미디어에 대한 이해와 전문성을 바탕으로 마을미디어가 성장하는 데 중요한 역할을 수행해왔다.

하지만 마을미디어지원센터는 프로젝트성 지원사업인 마을미디어 지원사업과 마찬가지로 1년짜리 위탁계약을 반복하면서 중간지원조직으로서 안정적인 운영을 하기 어려운 구조였다. 이러한 구조는 마을미디어 지원 실무와 함께 중간지원조직의 필수적인 영역인 의제발굴과 정책개발 등 중장기계획 수립을 위한 역할을 수행하는 데 있어 한계로 작용했다.

마을미디어지원센터가 현장과 행정을 매개하며 당면과제의 수행 뿐 아니라 중장기 발전방향 마련 등 마을미디어의 지속성 확보를 위한 기능을 제대로 하기 위해서는 센터 운영의 전문성과 독립성이 지금보다 강화되어야 할 것이다.

이를 위해 우선적으로 현재 1년 단위 보조사업자로 되어있는 중간지원조직의 위상을 3년 이상의 민간위탁으로 전환하는 것이 필요하며 나아가 전문적 인력구조와 독립적 운영구조를 갖춘 종합지원센터를 신규로 설립하는 것이 효과적일 것이다.

## 5. 마을미디어, 평등한 소통을 위한 도구

서울에서 보여준 마을미디어의 성장과 가능성은 이제 전국적으로도 주목과 관심을 받고 있다. 마을미디어가 전국적으로 확산되고 있는 지금, 먼저 발걸음을 댄 서울의 마을미디어는 다음 단계와 전망을 고민하고 제시할 책임이 있다고 할 수 있다. 마을미디어라는 판이 열리자 놀랍게도 많은 주민들이 모였고 다양한 이야기로 마을미디어를 채워나갔다. 그 과정에서 마을미디어 참여자들은 라디오DJ의 꿈을 이루는 개인적 변화를 경험했고 다양한 세대와 계층이 자신의 이야기를 풀어놓으며 서로를 이해하고 소통하는

---

마을의 변화도 경험했다. 이제는 마을미디어가 가지고 있는 사회적 가능성을 적극적으로 해석하고 끌어내 사회적인 변화를 만드는 것을 고민해야 한다고 본다.

미디어 기술은 나날이 발전하고 엄청난 수의 매체들이 수많은 소식을 쏟아내고 있지만 점점 상업화, 권력화 되어 가고 있는 미디어 환경 속에서 소비자로서만 존재하는 시민들의 소통할 권리는 사라져가고 있는 것이 현실이다.

소통과 연대보다는 차별과 배제가 일상적인 아이콘이 되어버린 사회에서 소통과 연대를 회복하기 위한 매개체로서 마을미디어를 고민하고 정책방향을 수립하는 것을 진지하게 검토해야 할 것이다. 계층과 세대를 막론하고 누구나 쉽게 만들고 참여할 수 있는 마을미디어, 소통의 시공간적 제약을 일정하게 완화해 줄 수 있는 마을미디어의 특성을 십분 활용해 시민들의 소통할 권리를 확대하고 보다 민주적인 사회로 나아가기 위한 평등한 소통의 도구로서 마을미디어, 확장된 기본권으로서 ‘커뮤니케이션 권리의 실현’이라는 측면에서의 접근과 고민을 행정과 마을미디어 현장의 주민들이 함께 머리 맞대고 고민하는 기획 또한 필요할 것이다.

‘헬조선’이라는 말을 굳이 떠올리지 않아도, 매일같이 언론을 통해 쏟아지는 한국사회의 우울한 풍경. 같은 경험을 공유하며 그 한복판을 함께 살아가고 있는 우리들이, 서로를 조금 더 이해하고 공감하며, 연대와 소통의 회복으로 이어지는 변화의 출발점을, 마을미디어를 통해 만들어가는 모습을 함께 상상해봤으면 좋겠다. ■

Session2. 도약을 꿈꾸는 마을미디어 - 발표5

2015년 마을미디어의 좌표  
그리고 확산과 네트워킹을 위한 과제

허경(전국미디어센터협의회 사무국장)

Session2. 도약을 꿈꾸는 마을미디어 - 발표5

## 2015년 마을미디어의 좌표 그리고 확산과 네트워킹을 위한 과제

허경(전국미디어센터협의회 사무국장)

### 1. 들어가며

최악의 시나리오를 상상해보자.

3년차에 접어든 \*\*방송국은 열악한 재정, 누적된 활동가의 피로도, 아이템의 고갈, 지역주민의 외면, 도약을 위한 비전 마련의 어려움 등을 이유로 방송을 중단하기로 한다. 민선7기 지자체장의 정책선회로 \*\*시(구) 마을미디어지원센터는 운영예산이 대폭 축소되어 실질적인 지원기능을 상실한다. 전국의 미디어센터들 역시 빈약한 지원정책으로 인해 목적사업의 장기적 수행을 위한 조건이 유실되거나 변화된 환경에 조용하는 유연성을 발휘하지 못하면서 각개약진 한다. 10년 간 온몸으로 방송국을 지켜왔던 전국 7개 공동체라디오방송국사업자들은 지원 정책 부재로 하나둘씩 문을 닫고 10년간 쌓아왔던 노하우는 공유되지 못하고 묻힌다. '5인 미만 인터넷언론 퇴출'이라는 언론정책은 팟캐스팅의 영역으로 확대되어 현재의 마을/공동체미디어는 퇴출대상이 된다. 통신사업자는 콘텐츠-플랫폼-네트워크-단말기 등 미디어(방송)영역을 수직계열화하면서 몸집을 불리고 국민은 거대한 미디어의 충성도 높은 소비자(시청자)가 되고 작은 미디어에 대한 기억을 지워간다.

물론, 현재의 서울시의 상황과 전국적 상황을 감안했을 때 비관적이지만은 않다. 하지만 개별 마을/공동체미디어의 역량은 아직 충분치 않고, 마을/공동체미디어를 모르는 주민이 더 많으며, 미디어센터와 같은 지원인프라에 대한 정책(중앙정부/지역정부)은 틀이 잡혀 있지 않고, 노하우를 제공해 왔던 기존 공동체라디오방송사업자에 대한 지원은 요원하고, 우리사회의 민주적 소통의 문화의 저변은 취약하고, 성공과 실패를 공유하면서

공동의 과제해결을 위해 힘을 모을 수 있는 네트워크는 미비한 현재, 최악의 시나리오는 어느 곳에서부터 발화되어 연쇄반응을 일으켜 결국 실체가 될지 알 수 없는 일이다. 비교적 안정적 법제도를 갖추고, 변화되는 기술 환경과 미디어산업재편의 시기에 기민한 공동대응을 할 수 있는 네트워크를 갖추기 까지 50년이 넘는 시간동안 노력해온 해외 공동체미디어운동의 역사에 비추어, 이제 겨우 10여년 남짓이 된 한국을 단순 비교하더라도 그 확률은 낮지 않다.

그래서 비판하자는 것이 아니라, 도약하기 위한 호조건이 무엇인지 판단하고, 확보한 밑천을 확인하여, 그것으로 어떤 조건을 추가로 확보해야 하는지를 함께 고민해보자는 것이다. '자립해야 한다.'는 일반적 당위, 그래서 종종 지원정책 중단의 근거로 오용되는 수사(修辭)를 하자는 것이 아니라, 마을/공동체미디어의 지속가능성을 만들기 위한 과제 중 하나로서 '자립'을 위해 필요한 다양한 층위의 것들이 무엇인지 판단하자는 것이다.

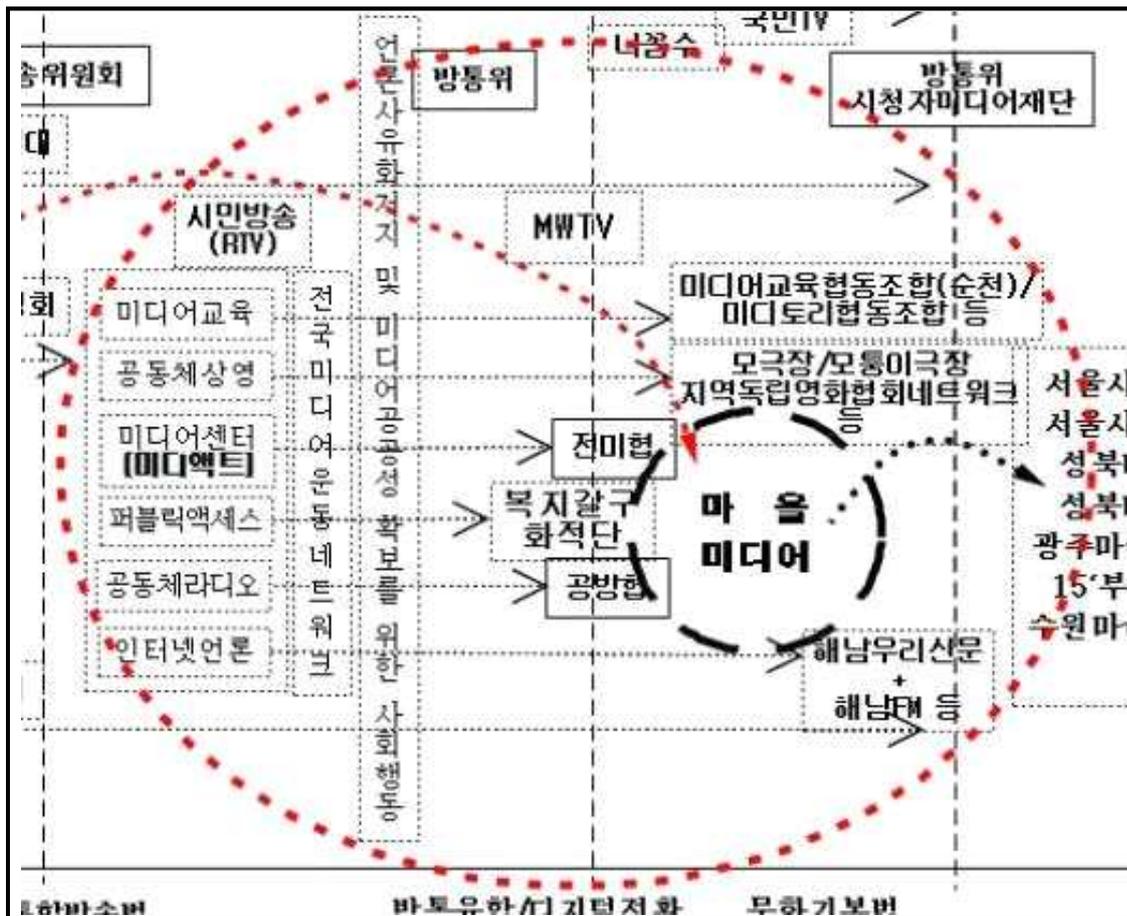
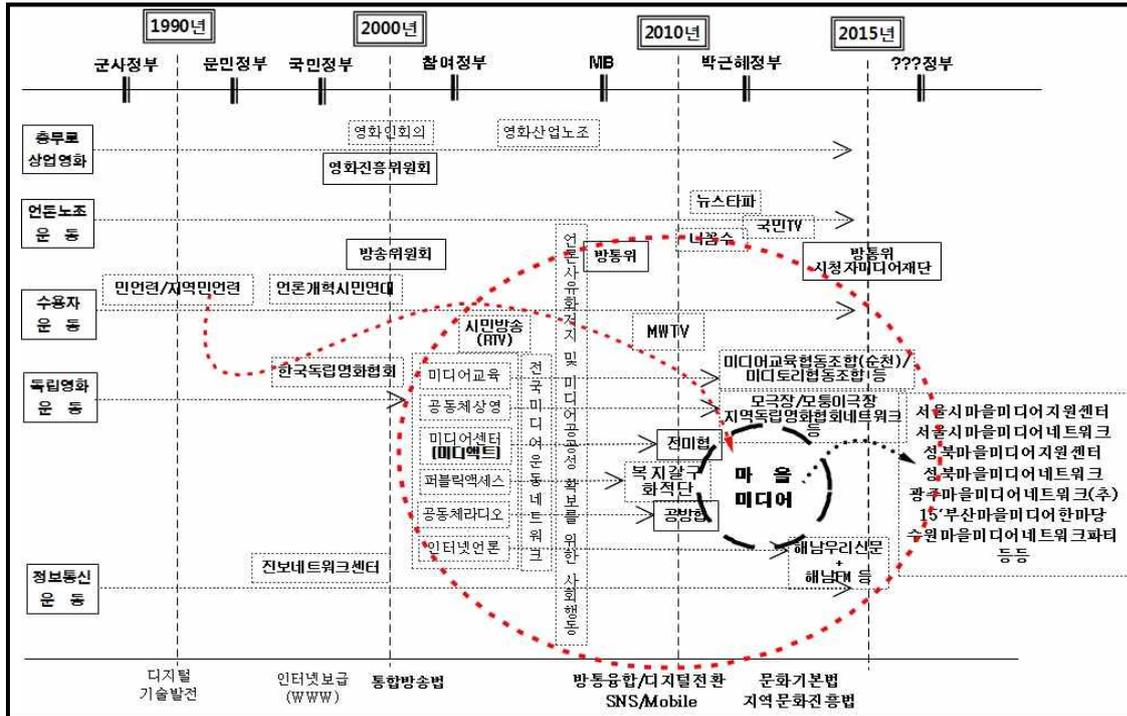
이에 필자는 이 글에서 국내 마을/공동체미디어활동의 경과 속에서 현재의 좌표를 확인/공유하고, 확보해야 할 조건(특히 네트워킹)을 고민하고자 하며, 고민 과정에 참고해야 할 현황에 대해 언급하고자 하며 이는 사실 '낙관'에 기초한다. 인간의 '소통'에 대한 욕구와 그것이 만들어 온 역사에 대한 믿음. 최근 '마을미디어'활동의 확장을 통해 확인된 풀뿌리운동, 주민자치운동, 미디어운동 영역의 저력. 특히 마을/공동체미디어활동에 참여한 주민들이 보여주고 있는 힘이 낙관의 근거이다.

## 2. 2015년의 좌표

### 1) 경과

국내 미디어운동을 총무로 상업영화와 독립영화, 언론노조와 언론개혁운동, 정보통신운동 등의 영역으로 구분하여 경과를 정리했을 때, 마을미디어는 독립영화운동으로부터 시작한 미디어센터 및 공동체라디오방송국 설립 영역의 연장선상에 있다고 할 수 있다.

제4회 서울마을미디어축제 [포럼] 변화를 만드는 마을미디어



이 연대기는 마을/공동체미디어 영역을 중심으로, 다분히 필자의 네트워크 범위 및 개인적 판단에 기초해 작성한 것으로 매우 제한적이다. 2000년 초 통합방송법을 법적 근거로 시청자참여프로그램, 미디어센터 등이 정책적으로 추진되면서 확산된 활동의 영역이 미디어교육 + 공동체상영 + 미디어센터 + 퍼블릭액세스 + 공동체라디오 + 인터넷언론 등의 분야별로 구분됨과 동시에 전국미디어운동네트워크를 구성하였고 각 영역의 활동은 내외부의 조건변화에 따라 부침을 거듭하며 진행되었다. 그리고 최근 마을/공동체미디어 활성화 국면에 각 영역과 흐름을 같이 하는 것으로 볼 수 있는 주목할 만한 활동주체(방식)를 표시함으로써 ‘연대기’를 ‘연장’하고자 했다.

특히, 전국미디어운동네트워크로 소통하던 전국의 지역미디어활동가들과 마을/공동체미디어에 대한 좀 더 본격적인 논의를 시작하고자 기획하여 2010년 9월 대구 성서공동체FM에서 열렸던 ‘전국미디어운동네트워크 5주년 연속토론회 2차\_미디어운동과 공동체운동에 대한 수다회’는 현재의 마을/공동체미디어 사업을 추진하게 된 주요 계기 중에 하나로 필자는 기억한다.

행사를 기획할 당시, 토론회가 아닌 ‘수다회’로 진행했던 이유는 아직 마을/공동체미디어의 전망에 대한 공감대가 취약하다는 의견 때문이었다. 하지만 그 후로 미디어센터, 미디어교육, 공동체상영 등의 활동 목표를 ‘마을/공동체미디어 활성화2’)로 좀 더 명확하게 하고 이에 맞는 활동내용의 재구성 시도가 좀 더 활발히 시도되었다.

그러나 그 이후 개별 현장에서 지속적인 활동과는 별개로 전국 미디어활동가의 ‘네트워크’는 급속도로 취약해져 마을/공동체미디어에 대한 네트워크 차원의 공동논의와 공동행동은 이루어지지 않았다. 그러던 중 공동체라디오방송국의 경험, 정부(지자체)와의 거버넌스 경험, 지원인프라(미디어센터)운영의 경험, 마을/공동체운동영역과의 네트워크, 문화 운동 영역과의 네트워크 등<sup>3)</sup>에 힘입어 2011년 서울시장 보궐선거로 당선된 박원순 시장의 관련 공약을 근거로, ‘2012년 서울시 우리마을미디어문화교실’이 시작될 수 있었다.

2) 공동체미디어에서 중요한 것은 ‘미디어’ 자체가 아니라 미디어를 통해 ‘공동체’를 형성하는 과정이다. 공동체미디어는 공동체를 형성하는 매개이자, 공동체운동의 결과물이다. (2010, 이경희)

3) 2012년 우리마을미디어문화교실 사업은 서울시가 영화진흥위원회에 사업운영을 위탁하되, 영화진흥위원회는 한국영상미디어센터협의회(현 전국미디어센터협의회), 한국영상미디어교육협회(미디어트), 한국커뮤니티라디오방송협회(현 한국공동체라디오방송협회), 마을공동체지원사업단(현, 서울시 마을공동체종합지원센터)로 구성된 사업단을 구성하여 참여적으로 운영하였다.

전국미디어운동네트워크 출범 5주년 맞이 연속 토론회  
: 전.미.네.는 살아있다(Living network)

◀제 2차 토론회▶

: 미디어운동과 공동체운동에 대한 수다회

- 공동주최 : 전국미디어운동네트워크, 익산공공영상미디어센터
- 공동주관 : 전국미디어운동네트워크 사무국, 대구동구주민회, 미디어아트
- 후원 : 성서공동체FM
- 일시 : 2010년 9월 10일(금요일) 오후2시 ~ 오후 9시
- 주제 : 미디어운동과 공동체운동에 대한 수다회
- 장소 : 대구광역시 성서공동체FM 교육관

■ 배경 및 취지

- 2005년 출범 후, 초기 전국미디어운동네트워크의 공동논의는 '퍼블릭액세스', '미디어 교육', '미디어센터', '공동체상영', '공동체라디오' 등 미디어운동의 주제/영역별로 구분되어 별도 네트워크를 형성하며 진행되어 왔다.

- 다양한 네트워크별로 차이는 있으나, 5년여가 흐른 최근, 주제별네트워크 차원의 공동논의와 공동행동을 위한 조직력은 하강곡선을 그리고 있고, 이는 전국미디어운동네트워크 차원의 종합적/입체적 공동논의와 공동행동의 가능성을 축소시키는 요인 중 하나로 작용하고 있다.

- 지역미디어센터, 공동체라디오방송국, RTV의 설립과 운영과 같은 가시적 결과물을 동반하는 실천 외에 전미네 차원의 충분한 공동논의/공동행동을 통해 그 의미와 실천이 전체 언론미디어운동진영에서 공유-의미화 되고 그것이 전체 언론미디어운동 진영의 운동전략 갱신을 위한 논의/실천을 촉발해내는 사례<sup>4)</sup>를 아직은 찾아보기 어려운 현재의 전미네-출범 초기인 전미네의 조직력 약화 경향은 안타까운 일이 아닐 수 없다.

- 공공영역의 확보를 위한 활동이 지난 5년 동안 지역차원, 전국 차원에서 비교적 많은 비중을 가지고 진행되어 온 것, 각 네트워크의 공동논의/행동을 촉진시키는 '간사'역량 자체가 취약해진 것, 전미네 자체의 간사역량이 취약한 것, 지난 5년 간 각자의 특수한 조건과 상황을 바탕으로 축적된 실천은 더 이상 초기에 구획된 주제/영역에 의해 설명/논의될 수 없게 된 것, 5년 간 새로운 주제와의 네트워킹이 확장되어 온 것, 최근 정치적 상황의 변화 등 그 원인은 다양하고 복잡한 것이라서 명확하게 밝히기 쉽지 않을

수 있다.

- 하지만 중요한 것은, 수년간 미세하게 변화되어 온 현장(참여단위)의 변화를 네트워크가 수용하지 못하고 있다는 것 또는 현장(참여단위)는 자신의 변화를 스스로 정리하여 네트워크에 반영시키지 못하고 있다는 것이다. 즉, 네트워킹의 약화 경향은 있으나 네트워크 참여단위의 실천은 여전히 지속되고 있는 현재의 국면은, 원래 살아 움직이는 속성을 가진 네트워크(Living network)에게 심각한 위기의 상황은 아니라는 것이다.

- 선형적인 논의/실천의 구획 속에서 함께 학습하고 각자 실천하며 다시 경험을 공유해 온지 5년이 지나서 기존의 구획/의제가 우리를 '네트워킹'해주지 못하고 있다면, 다시한번 각자의 실천을 토대로 이후 공동의 논의와 실천을 위해 갱신해야 할 것들이 무엇인지 함께 찾아보고자 하며, 이를 위한 키워드로 '미디어운동'과 '공동체(풀뿌리)운동'을 제안하고자 한다.

- 이는 우리에게 미디어운동과 공동체운동에 대한 공동의 인식과 공동의 전략이 있거나 그래야 한다는 판단 때문이 아니다. 네트워크 조직력의 부침과 무관하게 지역/현장/공동체에 천착하며 실천을 지속하고 있되 상대적으로 공공영역의 확보를 위한 실천과는 별도의 흐름<sup>5)</sup>을 가져온 전미네(전미네 인근) 참여단위의 고민을 '네트워킹'하고자 함이다.

- 지역민의 참여 속에 지역민/공동체가 강화되어가는 공동체라디오방송국의 사례가 전미네/전체사회운동진영 차원에서 비교적 많이 공유되었으며 '공동체'라디오방송국을 설립하고자 하는 주체들은 확대되고 있다. 또한 공동체 강화를 공식적 설립목표로 밝히면서 개관한 지역영상미디어센터가 운영을 시작한지 1~2년여가 지나면서 조금씩 지역영상미디어센터의 공동체미디어활동에 대한 실험과 연구가 시작되고 있으며, 미디어정책활동가의 해외의 공동체미디어운동에 대한 사례 공유활동은 지속되고 있으며, 지역과 공동체에 뿌리 내리기 위한 미디어교육에 대한 사례의 공유도 시작되는 등 현상적 수준에서 '공동체'는 주요한 키워드이다.

- 다만, 전미네 차원에서는 여전히 현상에 대한 확인 이상의 공감대를 위한 충분한 토론과 공유가 진행되지 않았음을 고려하되, 지속적인 논의의 가능성을 열어놓는 '수다회'의 형식으로 진행하고자 한다.

- 공동체강화를 위한 지역미디어센터, 공동체의 미디어로서 공동체라디오방송국, 영화의 대안적 배급로 확보를 넘어 공동체의 소통강화를 위한 상영활동, 공동체의 특성을 고려한 지속적인 미디어교육 등 우리의 활동을 설명할 때 사용하는 '수사'들을 고려할 때, 이번 2차 토론회 '미디어운동과 공동체운동에 대한 수다회'는 "우리가 왜 미디어운동을 하는가?"라는 본원의 질문을 통해 전미네의 공동의 의제와 실천과제를 갱신하기 위한 과정의 어디쯤일 것이다.

■ 내 용

- 수다 진행 : 김영숙(대구 동구 주민회 사무국장)
- 함께 수다 떨고 싶은 분들
  - : 풀뿌리/공동체 활동가
  - : 미디어활동가
  - : 공동체에서 활동하는 미디어활동가
  - : 미디어를 활용하는 풀뿌리/공동체 활동가
  - : 하나의 공동체에서 함께 활동하는 공동체 활동가와 미디어활동가의 동반 참여 적극 환영
  - : 관심 있는 분은 누구나!!!

## 2. 마을/공동체미디어 전국 현황

### 1) 현황 취합의 전제

‘마을미디어(방송국)’라는 용어는 2012년 서울시 우리마을미디어문화교실 사업을 추진 하던 당시 만들어 진 용어이다. ‘주류(상업)미디어-공공미디어-독립(공동체)미디어’, ‘전국(중앙)미디어-지역미디어’ 등 기존 미디어운동진영에서의 미디어시스템에 대한 분류체계에서 독립(공동체)미디어와 지역미디어의 영역에 포함되는 것으로, 당시 서울시의 ‘마을공동체 활성화 정책’과 연계하면서 선택된 용어라고 할 수 있다.

2012년 9월 ‘서울시 마을미디어활성화 정책에 대한 점검과 과제’ 토론회에서 필자와 이주훈 서울마을미디어지원센터장(당시 미디어엑트 사무국장)의 발제문에도 관련한 고민<sup>6)</sup>

- 4) ‘미디어의 주류-공공-독립영역을 가로지르는 실천을 통한 민주적 미디어-커뮤니케이션 구조의 구축’이라는 전국미디어운동네트워크의 목표에 부합하는 종합적/입체적 실천 사례
- 5) 이 흐름의 배경은 매우 다양할 수 있다. 기회가 없었거나, 시도했으나 실패했거나, 이제 막 시도하고 있거나, 애초 전략/전술적으로 폐기했거나. 애초 주류-공공-독립의 프레임을 수용하지 않았거나 등
- 6) “‘마을미디어’란 용어가 미디어관련 정책에 표현된 건 서울시가 처음인 듯하다. 새로운 용어이지만, 2000년 초반 통합방송법상 시청자의 방송참여의 제도화를 전후로 대안미디어, 독립미디어, 참여미디어, 시민미디어, 지역미디어, 풀뿌리미디어, 공동체미디어 등으로 표현되었던 일군의 미디어활동영역의 내용 및 형태와 크게 다른 무엇을 지칭하는 것이라고 생각하진 않는다.” [허경]

이 담겨있다. 그로부터 3년이 지난 지금, 필자의 경우 생각이 크게 바뀐 것은 없다. 정확하게 말하면, 여전히 개념을 정리할 수 있는 능력이 부족하고, 그 개념이나 기준을 글로 정확하게 정리하는 것이 필자의 ‘활동조건(반경)’에서는 마을/공동체미디어의 활성화를 위해 ‘현재’, ‘반드시’ 필요하다고 생각하지 않기(못하기) 때문이다.

그럼에도 불구하고, 마을/공동체미디어의 현황을 가능한 만큼 정리하고자 하며, 이는 마을/공동체미디어의 개념과 활동의 목표 등에 공감대(넓은 수준의 합의)를 조만간 함께 만들어 가야하는 주체들이기 때문이다.

이처럼 공동체미디어에 대한 개념 규정은 국가별, 지역별로 정치사회적 특징을 반영하고 있다. 이를테면 미국과 같이 상업적 이익이 미디어 시스템을 오래도록 지배해온 곳에서는 공동체미디어는 상업적 미디어기업에 대한 비상업적 대안으로 작동한다. 반대로 서유럽, 캐나다, 호주와 같이 공적 서비스 방송이 독점적인 위치를 차지해온 곳에서 공동체미디어는 공공방송이 재현해오지 않은, 무시되거나 침묵되어 온 인종이나 민족, 문화적 소수자들을 불러냄으로써 공공방송과 상업방송의 이원화 된 구조와 국가 정체성에 도전한다. 또한 남미와 아프리카를 가로지르는 탈식민지사회에서 공동체미디어는 사회적, 정치적, 경제적 발전을 자극하는 발전커뮤니케이션의 영역 속에 위치해 있다. 정부가 운영하는 미디어가 일반적인 사회에서 공동체미디어는 억압적인 정권과 ‘공적’ 미디어의 선전선동에 직접적인 저항을 불러일으키는 역할을 한다(Halleck,2002:Berrigan, 1979).

요컨대, 공동체미디어는 어느 하나의 개념으로 포괄하기 어려운 모호하고 복잡한 단어 구성체이다. 그것은 공동체미디어에 참여하는 주체들이 위치하고 있는 정치 사회적 환경에 따라서 그리고 주체들의 기대가치와 공동체의 요구에 따라서 다양한 방식으로 작동해 왔기 때문이다.

- ‘미디어센터 미디어교육이론’ (영화진흥위원회/2015.4) -

위의 한계와 의도를 전제로, 필자가 취합할 때 고려한 ‘활동의 지향’과 ‘활동의 특성’은 있다. 활동의 지향은 필자가 2008년 전국미디어운동네트워크 워크숍에서 전국의 미디어활동가들과 함께 지역미디어운동에 대해 고민하는 자리에서 인용한 것과 동일하며 아래와 같다.

---

“필자는 이 글에서 ‘(마을)공동체 미디어’라는 용어를 ‘마을 미디어’ 대신 사용하고자 한다. 이는 ‘마을 미디어’가 가질 수 있는 ‘마을’에 대한 고려에서 벗어나고, 더불어 ‘마을’만으로 한정하고자 하는 시도를 사전에 차단하고 마을 미디어가 공동체 미디어로 보다 분명하게 정의되는 것이 바람직하다고 판단하기 때문이다” [이주훈]

“권력을 가지지 못한 일반 대중들이 스스로의 삶의 공간에서 집단적 활동을 통해 자신의 삶과 삶의 공간을 변화시키고, 더 나아가 우리 사회와 세상을 근본적으로 변화시켜 가려는 의식적인 활동가)”

활동의 특성은 유럽 공동체미디어 포럼(Community Media Forum Europe)에서 제시한 내용을 염두에 두었다.

공동체미디어란 인쇄 포맷 뿐 아니라 방송 또는 기타 다양한 전자미디어 프로젝트의 형태를 취하며 다음의 특징을 공유한다.

- i) 정부, 상업적 혹은 종교적 기구 및 정당으로부터의 독립,
- ii) 비영리적 속성,
- iii) 프로그램의 개발 및 운영에 있어 시민사회 구성원의 자발적 참여에 기초,
- iv) 사회적 성과와 공동체의 이익을 목표로 하는 활동,
- v) 그 미디어가 복무하는 지역 혹은 이해관계의 공동체에 의해 소유되고 그에 대해 책무를 지님,
- vi) 포괄적이며 문화교류를 촉진하는 실천에 기여.

- ‘미디어센터 미디어교육이론’ (영화진흥위원회/2015.4) -

## 2) 마을/공동체 미디어 전국 현황

위에 제시한 활동의 지향과 특성을 가질 것으로 ‘예상’되는 사례를 아래에 간단하게 정리했다. 또 부족한 정보이지만, 활동의 내용으로 추측컨대 제시한 활동특성을 보일 수 밖에 없을 것이거나, 다른 지향을 가지고서는 지속가능하지 않을 것으로 보이는 사례라고 할 수 있다. 솔직히 말하자면, ‘지향과 특성’을 가지고 활동하는 많은 사람들이 있었

7) 2006년 9월 26일, 만해NGO교육센터에서 개최된 [풀뿌리자치연구소 이음] 창립 토론회의 발제문입니다. 하승수 변호사님의 글이며, "왜 풀뿌리가 희망인가 - 풀뿌리 운동의 현재와 미래, 그리고 풀뿌리 자치연구소 (이음)이 하고자 하는 일"이라는 제목으로 발표되었습니다. 이 글은 풀뿌리 자치연구소 ‘이음’운영위원들이 공동으로 준비한 집단발제문으로서의 성격을 가지며, 세부적인 내용은 발제자 개인의 의견이나 자료들을 덧붙인 것입니다. 발제를 위해 풀뿌리 자치연구소 ‘이음’ 운영위원들끼리 토론을 하면서, 기본적인 생각의 흐름은 같거나 비슷한 것을 확인했지만, 아직은 단정하기 어려운 문제들도 있는 것 같습니다. 그런 부분들은 이후의 숙제로 남깁니다.

출처:

[http://grasslog.net/index.php?mid=archive&category=8119&document\\_srl=8171&order\\_type=desc](http://grasslog.net/index.php?mid=archive&category=8119&document_srl=8171&order_type=desc)

으면 좋겠고 조만간 함께 만나서 확인해보고 싶은 필자의 희망과 계획이 반영된 ‘큰 의미 없는 자료’일 수 있음을 고백하지 않을 수 없다. 단 현재 ‘큰 의미 없는 자료’를 가지고 앞으로 어떤 활동을 추가로 해나갈 것인가에 따라 의미의 ‘역주행’을 만들어 내기도 한다는 사실을 잊지 않고 있다.

연 번	지 역	명 칭	내 용	비 고
1	제주	외도동 마을미디어 제작단	- 제주영상미디어센터 마을미디어 시범사업으로 외도동 마을미디어 추진위원회와 진행 중 - 외도동 마을라디오방송국 설립 예정	
2		마을방송국 제주살래	- 서귀포귀농귀촌협동조합이 2년 간 준비하여 '15년 12월 개국 예정	
3		저지리 마을공동체 방송국	- 저지리 문화활동가, 사회활동가들이 추진 중	
4		느영나영 방송국	- 서귀포매일올레시장의 상인 라디오방송국 - 매주 월·수·금요일 오후 4시부터 6시까지 상인들의 다양한 사연, 음악과 더불어 지역 문화와 여행 등의 소식	
5	전남 순천	순천만FM	- 순천만 국제정원박람회 당시 미니FM 사업으로 시작하여, 현재 순천시영상미디어센터 지원으로 지속적인 라디오(팟캐스트) 제작	
6	전남 해남	해남FM	- '해남우리신문'에서 팟캐스트 제작을 위한 교육 추진 중	
7	광주 광역시	광주마을미디어네트워크 추진위원회	- 광주지역마을미디어활성화를 위한 네트워크 추진 중('15년 6월)	
8		우리동네방송국지원센터 '말뭉'	- 광주지역 마을미디어 지원을 위해 지역내 문화/미디어 활동가들이 구성 - 향후 전망 수립 중	
9	광주 광산구	도래샘ing 라디오방송국	- 광산구 '오순도순 광산형 아파트공동체 만들기' 공모사업으로 추진 - 광산구 첨단2동 부영1차아파트 '도래샘 작은도서관'내 설치	
10		수완라디오 '소나기'	- 광산구청 지원을 통한 교육 완료	'말뭉'연계
11		신창 '꿈꾸는	- 광산구청 지원을 통한 교육 완료	'말뭉'연계

		라디오'		
12		더불어라디오	- 더불어락 노인복지관	'말미'연계
13	광주 동구	동적골FM	- 광주시청자미디어센터 교육 완료	
14		푸른길FM	- 광주시청자미디어센터 교육 완료	
15		달달동구FM	- 광주시청자미디어센터 교육 완료	
16		대인시장 행복라디오방송국	- 광주대인문화관광형시장 육성사업단의 사업으로 추진	
17	광주 북구	북구 마을라디오	- 광주시청자미디어센터와 북구 마을만들 기 지원센터 협력	
18		삼정승고을 희망메아리	- 광주광역시 북구 두암주공2단지 지역주 민들이 직접 만드는 방송 '삼정승고을 희 망메아리'방송은 지역주민들에게 사회복지 정보, 생활의 정보, 지역주민들의 사연 및 신청곡으로 꾸며짐. - 매주 월요일 오후4시 송출(팟캐스트)	
19	경남 창원	마을방송창원TV	- (사) 지역문화공동체 경남정보사회연구 소에서 추진하는마을방송 창원TV는 풀뿌 리지역주민운동과 IPTV 방송과의 결합을 통한 풀뿌리주민참여형 방송국 - 올레TV(IPTV) 789, 내고향TV 창원지역 채널로 송출 - 마을미디어창원협동조합 설립	
20	경남 김해	와글와글 시장라디오	- 동상 전통시장 라디오방송국 - 방송국 운영은 김해지역의 문화 활동가 "창의문화만들기" 회원들이 진행	
21	대구 광역시		- 대구광역시 창의도시재생지원센터 - 대구 수성구 '더불어 행복한 도시재생지원센터'의 사업에 마을미디어 제작 포함(마을 공동체 기반을 만들기 위한 '마을 스토리 발굴 및 스토리북 제작' '주민 리더 및 활동가 양성 아카데미'를 운영하고 있으며, 마을 미디어 제작· 마을 축제 개최 등으로 주민 결속력 강화도 모색) - 구체적인 추진내용 확인 필요	
22	대구 수성구	수성주민광장	- 2008년 6월 성서FM 공동체릴레이 방 송을 시작으로, 2011년 1월 개국한 지역 밀착형 인터넷 방송 - 2014년 2월 팟캐스트 시작(성서FM을	

			통해 재전송)	
23	울산 북구	울산 꿈꾸라	- 울산 북구 농소3동 주민자치위원회와 함께하는 마을공동체라디오방송(팟캐스트)	
24		마실터	- 울산 북구 농소3동 마을신문 - 농소 3동 주민자치위원회 소속 20여 명이 편집위원으로 참여해 제	
25	대전 광역시	대전 대덕라디오	- 지역공동체 마을미디어인 대덕라디오는 유통채널로 인터넷을 활용하는, 이른바 '인터넷방송'이다. 대전시청자미디어센터에서 미디어제작교육을 받고 라디오제작단으로 활동하는 시민들이 모여 만든 대전의 첫 마을미디어	
26		석교마을미디어지원센터	- 석교마을신문에서 석교마을미디어지원센터 운영	
27	충북 제천	제천시민TV 봄	- 제천영상미디어센터에서 지원하는 영상/라디오 등 제작단에서 운영하는 인터넷 방송	
28	충북 청주	청주마실	- 청주권 마을신문네트워크 지향 - 동단위 마을신문을 인큐베이팅하며 직영 또는 지원할 예정 - '15년 2월 협동조합언론 오창마실 창간	
29	충남 서천	서천FM	- 라디오서천 1919/ 떴다! 의소대/1318 라디오는 내친구 등 서천군미디어문화센터의 지원을 통해 제작되는 라디오방송	
30	충남 공주	소리마루	- 공주 산성시장의 라디오방송국 - 12년 12월 개국	
31	충남 서산	동부전통시장 라디오방송국	- 중소기업청이 주관하는 문화관광형 시장 육성사업의 일환으로 상인회관 2층 20㎡ 규모의 라디오 방송국을 개국 - 방송은 주1회 운영되며 유행가나 클래식 등의 음악과 상인들의 일상, 손님들의 이야기, 시장 소식 등을 다룬다. 방송을 진행하는 DJ는 상인 6명과 시민 1명 등 7명	
32	전북 전주	덕진노인방송 DBS	- 전주시민미디어센터와 덕진노인복지관이 협력하여 2010년 개국	전북지역은 9개 마을

33		전주시민라디오제작단	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2005년부터 전주시민미디어센터 공동체 라디오모임으로 시작해서 지역 지상파라디오 시청자참여프로그램을 통해 방송</li> <li>- 전주공동체라디오 팟캐스트 '전주 온 FM' 준비중</li> </ul>	신문, 4개의 마을라디오 운영중 ('15년 전북공동체 미디어TF의 설문조사 응답 기준)
34		우리동네TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전주시민미디어센터의 지원/협력으로 평화동마을신문과 연계해서 만드는 방송</li> <li>- 현재 티브로드 전주방송을 통해 격주로 송출 중</li> </ul>	
35	전북진안	진안방송	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전주시민미디어센터가 2009년부터 시작한 진안 주민 대상 공동체라디오교육을 시작으로 마이라디오팟캐스트를 거쳐, 진안방송 시작</li> </ul>	
36	전북익산	재미IN라디오	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 익산공공영상미디어센터의 지원을 통해 제작되는 '익산시민이 만드는 재미IN라디오'</li> <li>- 다양한 프로그램으로 편성</li> </ul>	
37		흥양천공동체라디오 '투알'	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원주영상미디어센터 지원으로 개국한 원주 태장2동 공동체라디오방송국</li> <li>- 태장2동 주민센터에 스튜디오를 구축하여, 흥양천 스피커 및 인터넷을 통해 청취</li> </ul>	
38	강원원주	원더풀 라디오	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원주영상미디어센터 지원으로 제작되는 인터넷 라디오</li> <li>- 원주영상미디어센터 라디오제작교육 수료자(주부/청소년/직장인)들이 만드는 라디오로 '원주 지역 공동체라디오 준비모임'의 성격</li> </ul>	
39	강원화천	화천N	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 화천생태영상센터 지원으로 화천주민들이 직접만드는 마을잡지(화천군 최초의 지역 매체)</li> </ul>	
40		화천I	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 화천생태영상센터 지원으로 지역민들이 만드는 영상매거진(월 1회 CJ헬로비전에서 방송)</li> </ul>	
41	강원춘천	산골마을미디어주민대학	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 강원시청자미디어센터와 춘천문화재단에서 춘천시 고탄리의 마을미디어(신문/영상) 활성화를 위한 교육진행</li> </ul>	
42		낭만시장FM	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 강원시청자미디어센터의 지원으로 춘천</li> </ul>	

			중앙시장상인들이 만드는 라디오 방송	
43	강원 횡성	뽀뽀(fun,fun)한 우리동네 섬강라디오	- 횡성읍영영회에서 주관하여 강원도 마을 공동체만들기 지원사업을 통해 추진됨 - 세이캐스트를 통해 송출	
44	강원 양구	청춘FM	- 강원도 마을공동체만들기 지원사업을 통 해 추진 - 양구읍사무소 2층에 스튜디오 구축(팟캐 스트)	
45	강원 인제	날아아 청개구리	- 춘천문화재단 지원(문화이모작사업)으로 인제군 서화면 지역어린이들이 만드는 마 을방송(팟캐스트) - 13년 문화부장관상 수상	
46	강원 평창	평창올림픽시장 사랑방 라디오 방송국	- 평창올림픽시장 상인 라디오 방송국 - 방치되어 있는 컨테이너를 내외부 인터 리어를 통해 라디오 방송국과 휴식공간으 로 조성	
47		부천마을미디어 마을콕	- 부천시 행복한 마을만들기 1단계 주민 공모사업 '마을미디어 마을 콕' 발행(인쇄 매체)	
48		할수다	- 노인자치연구소 은빛날개에서 꿈이마을 방송국과 연대하여 2014년부터 진행하고 있는 부천 약대동 실버방송	
49	경기 부천	약대꿈이마을방송국	- 부천시 원미구 약대동에 있는 약대꿈이 마을방송국	
50		YG방송국	- 부천 역곡시장 상인 라디오방송국 - 시장 안내방송을 하던 부스를 개방형 스 튜디오로 만들어 'YG방송국'이라 이름 붙 였고, 현재 4명의 상인 DJ가 각자 요일을 맡아 방송을 진행 중	
51	경기 고양	행신폭	- "우리 동네 소식을 우리 손으로." 행신폭 마을미디어 '행신폭'은 덕양구 행신폭 사람들의 이야기와 관심사를 다루는 마을 매체	
52		고양e-TV 매거진	- 고양영상미디어센터의 지원으로 미디어 누리영상제작단이 제작하는 방송 - 온라인 및 지역케이블에서 방송	

53	경기 성남	참TV	- 수정청소년수련관에서 운영	
54		원다방	- 상대원시장라디오방송국	
55		JOY라디오	- 중원청소년수련관에서 운영	
56		한울신문	- 태평동 마을신문	
57		상상TV	- 정자청소년수련관에서 운영	
58		원더풀 성남	- 성남미디어센터 시민라디오제작단의 라디오방송 ※성남미디어센터는 시민영상제작단/실버영상제작단/대학생영상제작단 등 제작단 활동을 통해 지역사회연계콘텐츠 제작지원 중	
59	경기 구리	구리전통시장 보이는라디오	- 경기 구리전통시장 문화관광형시장 육성사업단에서 추진하고 있는 ICT(정보통신기술)기반의 '보이는 라디오' - 상인과 다문화가족, 시민들이 교육을 거쳐 현재 4기 총 19명이 DJ활동 중 - 스마트폰 어플리케이션으로 송출	
60	경기 양평	양평 물맑은시장 라디오방송국	- 양평 물 맑은 시장 라디오방송국은 시장 공용주차장 내 로컬푸드 직매장 안에 위치하고 있으며, 5일 장날에 장이 서는 공용주차장이 유리창 너머로 훤히 보이는 라디오방송국입니다. - 5일장이 서는 3, 8, 13, 18, 23, 28일 이면 오전, 오후로 나누어 시장 상인들과 양평 주민들이 DJ로 방송을 진행하시고, 평일 화-목요일은 양평 중학교와 양일중학교 학생들이 라디오방송을 책임지고 있습니다.	
61	인천 남구	학익마을방송	- 주안영상미디어센터의 지원과 협력을 통해 만들어진 인천남구 학익동의 마을방송 - 인천 남구청의 '공가 무상임대 협약을 통한 공가 활용사업'으로 공간 마련	주안영상미디어센터는 '마을 방송이 세상을 바꾼다'는 슬로건 아래 다양한 마을/공동체 방송을
62		선배시민방송	- 주안영상미디어센터 지원을 통해 제작되는 다양한 마을/공동체방송	
63		액티브시니어방송		
64		주안공동체방송		
65		어린이기자단	- 주안영상미디어센터 지원을 통해 제작되	

			는 어린이방송	지 원 하 고 있 음
66		다문화방송	- 주안영상미디어센터 지원을 통해 제작되는 이주민방송	
67	인천 강화	강화 풍물시장라디오	- 문화관광형시장 육성사업으로 추진(강화군, 인천광역시, 소상공인시장진흥공단, 중소기업청이 공동 주최하고 강화풍물시장상인회에서 주관)	

- ※ 당 포럼의 발제에 포함된 서울시, 부산시, 수원시 현황은 별도 취합하지 않음
- ※ 전국 7개 공동체라디오방송국은 별도 취합하지 않음
- ※ 전국마을신문네트워크에 참여하고 있는 마을신문현황(2014년 ‘마을미디어 팔도유람 자료집’)은 별도 취합하지 않음

### 3. 마을/공동체미디어의 지속가능성<sup>8)</sup>

#### 1) KBS를 지속가능하게 하는 조건들

방송법은 제3조 시청자의 권익보호, 제4조 방송편성의 자유와 독립, 제5조 방송의 공적 책임, 제6조 방송의 공정성과 공익성의 순으로 총칙을 구성한다. 시청자의 권리와 편성의 자율성에 무게를 두는 가운데 방송의 공적 책임을 강조한다. 제4장에서는 국가기간 방송으로서의 한국방송공사에 대해 규정하는데, 제44조에서 공사의 공적 책임을 정의하고, 제56조에서 공사의 경비에 대해 제64조에 따른 텔레비전방송수신료와 방송광고수입 등을 적시하고 있다. 수신료는 좁게는 제44조 공사의 공적 책임에서부터 넓게는 제5조 방송의 공적 책임을 위해 쓰이는 재원이다. 바꿔 말하면 제44조 공사의 공적 책임에서부터 제5조 방송의 공적 책임을 위해 공영방송 수신료 재원 운용을 법으로 규정하고 있는 것이다.

-미디어 생태계 민주화를 위한 2012 정책보고서2 중-

국민의 것인 주파수를 가지고 민주주의의 근간이 되는 정보의 전달 및 공론의 장을 제공하고 공동체의 통합과 공존을 위해 만들어 진 것이 KBS 즉, 한국방송공사이다. 필

8) 개별 마을/공동체미디어의 지속가능성을 체계적으로 구분해서 정리하진 못했다. 가치와 역할, 법과 정부기구, 지원인프라, 콘텐츠, 네트워크 등으로 구분하여 기술하되, 이 속에서 개별 방송국 공간/재원/인력/콘텐츠 등에 대해 조금씩 언급한 방식이다.

요성에 대한 사회적 합의에 따라 KBS는 방송법이라는 법적 근거를 가지고 있다. 그리고 수신료라고 하는 준조세와 정부보조금 및 광고수입을 통해 운영된다. 2013년 기준, 수입원은 정부보조금 약 100억, 수신료 약 6,000억, 광고수입 등 자체수입 약 9,500억 정도로 전체 재원의 약 40%를 공적재원으로 충당하고 있다.

수신료의 정당성은 헌법재판소의 판결에서 확인할 수 있다. “공영방송사로서의 공적 기능을 제대로 수행하면서도 아울러 언론자유의 주체로서 방송의 자유를 제대로 향유하기 위해서는 그 재원조달의 문제가 결정적으로 중요한 의미를 지닌다. 공사가 그 방송 프로그램에 관한 자유를 누리고 국가나 정치적 영향력, 특정 사회세력으로부터 자유롭기 위해서 적정한 재정적 토대를 확립하지 아니하면 아니 되는 것이다”(헌재판결 1999.5.27. 98헌바70)

민주적 미디어-커뮤니케이션의 사회적 가치와 그와 관련된 권리개념을 토대로, 국가가 법과 공적재원을 가지고 KBS를 운영하고 있다. 즉, 가치와 필요성에 대한 사회적 합의, 법, 공적재원 등이 KBS 지속가능성의 핵심 기반이다. 특히, 공적재원을 투여하는 중요한 근거가 위의 판례에서 언급했듯이 정치적 영향력, 특정 사회세력으로부터 자유롭기 위해서이다.

KBS는 직접 또는 ‘외주’를 통해 제작한 콘텐츠의 유통을 위해 ‘국민의 것’인 주파수를 배정받아 사용하고 있다. 하지만 전달률은 그리 높지 않아 대부분의 국민(시청자)는 케이블방송, IPTV, 온라인 등의 서비스를 통해 보고 있다. 세금과 수신료를 납부했지만 유료방송을 통해 보기위해 요금을 또 한 번 지불하고 있다. 어쨌든 KBS의 콘텐츠는 지상파-케이블-IPTV-위성-모바일-다운로드 등 거의 모든 플랫폼을 통해 유통되고 있다.

KBS의 운영인력의 확보 및 양성(재생산)은 어떤가? 2013년 기준 직원평균보수는 약 9,500만원이니 확보자체가 어렵진 않을 것이다(사실 진입하기가 어렵다). 그리고 운영인력의 양성과 재생산은 전국의 수많은 대학의 신문방송 관련 학과에서 해주고 있다. 사실 이 비용 역시 학생의 부모와 학생, 즉 국민이 많은 부분 부담하고 있다고 해도 과언이 아니다.

국민의 방송, 시청자가 주인방송인 KBS는 지속가능성을 확보하기 위해 자립해야 하는가? KBS는 어떻게 ‘자립’해서 어떤 ‘독립성’을 유지하고 있는가?

## 2) 마을/공동체미디어의 지속가능성 확보를 위한 과제(조건)

### (1) 가치와 역할

---

재난(안전)의 위협으로부터 공동체를 지켜주는 가장 유효한 미디어가 ‘공동체라디오방송국’이라고 얘기한 일본의 한 공동체라디오방송국 활동가는 “이웃에 누가 사는지에 대해 아는 것이 공동체 안전의 핵심이다.”라고 얘기했다. 그리고 호주의 한 공동체예술 활동가는 “당신이 만약 누군가의 이야기를 안다면 그들에게 상처 주는 일은 쉽지 않을 것입니다.”라고 얘기했다.

마을/공동체미디어의 사회적 가치와 역할 자체를 이 글에서 명료하게 정리하긴 어렵고, 이 글에서 자세히 얘기할 필요는 없을 것 같다. 그렇다고 많은 사람(국민)이 이미 알고 있다는 것은 아니다. 10여 년 간 마을/공동체미디어의 역할과 필요성을 체감해왔던 우리가 잘 정리해서 사회적 공감대를 만들어야 할 것이다. 많은 교류와 공유, 토론과 연구가 차근차근 꾸준히 필요할 것이다. 미디어관련 학계 등의 전문가와 협력도 필요하고 이를 위해 필요한 자원의 확보와 투자가 필요하다.

지난 10여년의 경과를 보았을 때, 상대적으로 크게 확대되고 있는 현시점에서 ‘글’로 정리하는 것은 꽤나 시급한 과제이다. 다만, 적절한 시기에 적절한 방식으로 표방(선언)하는 것은 필요하지만, 뛰어난 누군가가 정리해서 그치는 것이 아니라, 변함없이 갱신되어야 할 것이고, 갱신되는 과정은 다양한 주체의 참여 속에서 진행되어야 할 것이다. 정리-갱신하는 과정이 기준을 세워 판단/배제하는 과정이 아닌, 넓게 합의하고 지속적으로 공유/교류하는 과정이어야 한다. 마을/공동체미디어의 전문성이 그런 것처럼, 가치와 역할을 정리하는 과정에서 필요한 전문성 역시 소통과 포용의 능력이다.

## (2) 법과 정부기구

마을/공동체미디어와 관련된 법은, 넓게 생각했을 때, 공동체라디오방송국과 시청자참여, 미디어교육과 시청자미디어센터를 규정하고 있는 방송법, 지역영상미디어센터를 규정하고 있는 지역문화진흥법, 지역영상문화를 규정하고 있는 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 정도이다. 관련한 사업(지원)을 수행하고 있는 정부 기구는, 넓게 생각했을 때, 방송통신위원회 및 시청자미디어재단, 문화체육관광부 및 영화진흥위원회, 한국언론진흥재단, 문화예술교육진흥원 정도이다. 그리고 최근 도시재생사업과 마을공동체(주민자치)사업 속에 마을미디어가 추진되는 경우를 고려한다면, 국토교통부와 행정자치부도 언급할 수 있겠다.

방송통신위원회와 최근 설립된 시청자미디어재단<sup>9)</sup>은 마을/공동체미디어 관련 주무부처가 될 수 있지만, 현재로서는 미비하거나 실제 역할을 하기엔 부족함이 많다. 문화체육

9) 시청자미디어재단의 영문이름은 'Community Media Foundation'이지만 광역형 시청자미디어센터 운영과 미디어교육(학교미디어교육), 시청자의 방송참여가 주요 사업 분야이다.

관광부는 지역영상미디어센터 및 영화진흥위원회, 콘텐츠진흥, 지역신문(언론)진흥, 지역 문화진흥 등의 주무부처이지만 ‘마을/공동체미디어’를 중심으로 한 종합적인 정책프레임을 가지고 있진 않다.

각 영역의 특성과 법제정의 배경/역사 및 이해관계자들의 다양한 입장을 모두 고려하지 않는다면, ‘미디어(방송)와 문화’ 두 가지 영역을 종합하고, 미디어센터와 미디어교육 등을 고려하면서 마을/공동체미디어의 활성화까지를 포함한 법체계를 만들어야 하겠지만 이것은 사실 실현가능성이 높지 않고, 가장 명확한 법체계수립 자체가 활성화로 직결되는 것도 아니다. 이 역시 과제이며, 전국 각지의 활동을 끊임없이 공유하고 연구하면서 법체계 정비의 적절하고 결정적인 시기를 준비하는 것이 중요할 것이다. 여기서는 방송과 문화 영역의 법에 대한 각각의 시나리오와 현재의 방송통신발전기본법 제정당시 대안법안으로 제시되었던 ‘전자커뮤니케이션기본법’의 일부내용과 미디어관련 정부기구에 대한 개념도를 소개하는 정도로 마무리하려고 한다.

○ 방송(미디어)관련 법 영역의 재구성 시나리오

현 재	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 방송통신발전기본법</li> <li>- 방송법(방송법시행령에 공동체라디오방송사업의 허가신청/운영 등 포함)</li> <li>- 신문 등의 진흥에 관한 법률(시행 2014년 8월 7일) ※문화부 소관</li> <li>- 지역신문발전지원특별법(시행 2014년 10월 15일) ※문화부 소관</li> <li>- 지역방송발전특별법(시행 2014년 12월 4일)</li> </ul>
미 래	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 방송통신발전기본법에 국가와 지자체가 공동체미디어를 지원해야하는 의무를 명확히 하고,</li> <li>- 방송통신발전기본법에 공동체미디어지원에 대한 별도 장을 만들거나, 별도의 공동체미디어지원특별법을 만든다.</li> <li>- 지자체는 공동체미디어지원조례를 만든다.</li> </ul>

○ 문화관련 법 영역의 재구성 시나리오

현 재	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화기본법(시행 2014년 3월 31일)</li> <li>- 지역문화진흥법(시행 2014년 7월 29일)</li> </ul>
미	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화기본법에 미디어-소통에 대한 권리 등을 명시하고,</li> </ul>

래	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역문화진흥법에 지역/공동체미디어에 대한 내용을 포함한다.</li> <li>- 지자체는 공동체미디어지원의 내용이 포함된 지역문화진흥조례를 만들거나, 별도의 공동체미디어지원조례를 만든다.</li> </ul> <p>※지역영상문화진흥을 위한 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률개정안이 19대 국회에서 통과될 가능성이 매우 높음</p>
---	---

○ ‘전자커뮤니케이션기본법<sup>10)</sup>’ 중

제21조(미디어 기본권의 보장) 방송통신위원회는 이 법 제5조에 따라 공공복리 증진에 관한 의무를 수행함에 있어 특별히 다음 각호의 미디어 기본권을 보장하여야 한다.

1. 경제적, 지리적, 신체적 차이에 관계없이 필요한 최소한의 전자커뮤니케이션 서비스에 접근할 권리
2. 전자커뮤니케이션에 직접 참여하고 발언할 권리
3. 전자커뮤니케이션에서 시민의 프라이버시에 관한 권리
4. 다양한 시각과 문화, 정보를 추구하고 향유할 권리
5. 전자커뮤니케이션을 통한 미디어 리터러시에 관한 권리
6. 전자커뮤니케이션으로부터 사회적 소수나 약자 계층(어린이, 장애인, 노인, 저소득층, 여성 등)이 소외되지 않을 권리
7. 전자커뮤니케이션 콘텐츠에 의한 부당한 인권침해로부터 보호받을 권리

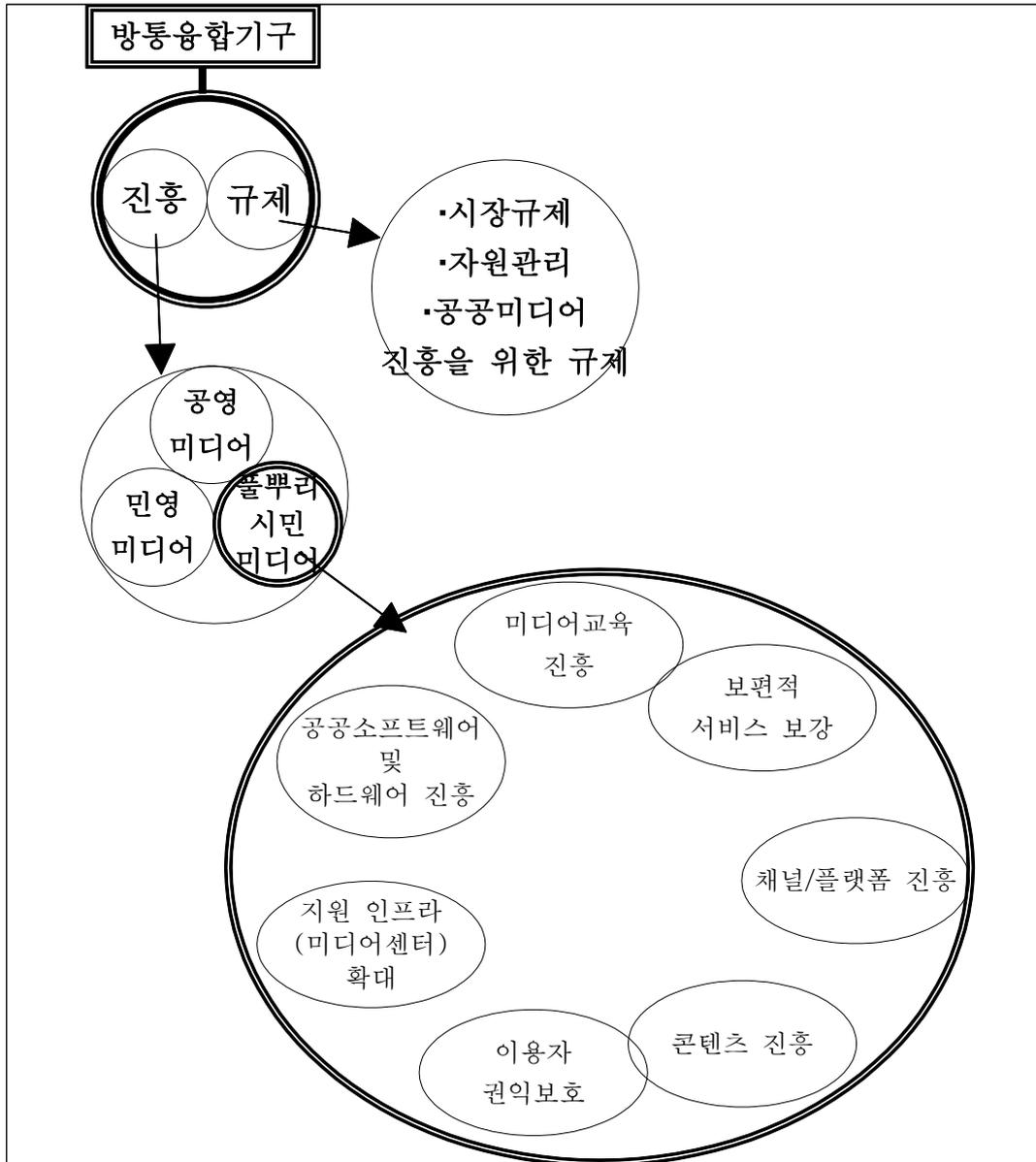
제22조(공공복리 증진을 위한 전자커뮤니케이션의 활성화) ①방송통신위원회는 공공복리 증진을 위한 전자커뮤니케이션 서비스 및 콘텐츠, 설비, 망, 기자재, 기술, 인력, 기반 시설 등에 관한 진흥 계획을 수립하고 시행하여야 한다.

②제1항의 서비스에는 이용자 참여와 공동체 활성화 등 공익을 목적으로 하는 비영리 전자커뮤니케이션 서비스 및 기타 공공적인 목적으로 운영되는 전자커뮤니케이션 서비스를 포함한다.

○ 방송통신분야 정부기구의 역할에 대한 구성 개념도

: 미디어융합 시대, 어떤 미래를 그릴 것인가?(미디어엑트 미디어융합TF/2007) 중

10) ‘전국미디어운동네트워크 미디어융합특위’가 참여한 ‘미디어행동 미디어융합법TF’에서 2008년 11월 ‘방송통신발전기본법 정부안’의 대안법으로 발의한 법안



### (3) 지원인프라

마을/공동체미디어 활성화를 위한 지원인프라는 전국적-지역적 차원, 교육-제작-유통 등 영역별 차원, 공공-민간 등 다양한 분야와 층위에 따라 세분화할 수도 있을 것이다. 또한 미디어센터와 같은 마을/공동체미디어에 특화된 지원인프라 외에도 문화/교육/주민 자치/사회적 경제/도시재생 등 유관한 공공적 지원 인프라와의 연계도 있을 수 있다. 이 글에서는 현재 가장 밀접하게 연관되어 있는 지역미디어센터를 중심으로 간단하게 설명하려고 한다. 더불어 지난 10여 년간의 경험과 노하우를 가지고 있는 공동체라디오

방송국의 지원 인프라로서의 역할확장에 대해서도 언급하고자 한다.

### ○ 지역미디어센터

미디어센터는 지역의 보다 민주적이고 참여적인 미디어-커뮤니케이션을 활성화시키는 것을 목표로 하는 곳으로서 보다 포괄성을 키워야 한다. 중앙정부조직의 구성이 콘텐츠 정책(문화부)과 방송 정책이 분리되어 있지만 **개별 미디어센터는 해당지역의 미디어-커뮤니케이션 시스템에 대한 전반적인 시야 속에서 사업을 추진해나가야 한다.** 미디어교육 교사(활동가) 양성과 재교육, 시민콘텐츠 제작주체 양성과 네트워킹, 시민콘텐츠의 소통을 위한 플랫폼과 채널 등에 대한 고민을 함께 진전시켜 나가야 한다. 이와 같은 미디어-커뮤니케이션에 대한 완결된 시야와 전망을 사업 영역에 포함했을 때 미디어센터는 문화예술교육기관, 공교육기관, 평생학습기관, 주민지원기관의 역할과는 다른 고유성과 전문성을 확보할 수 있을 것이다.

미디어센터는 고유한 역할을 가지고 독자적 정책위상을 확보해야 하므로, 개별 센터는 여전히 유무형의 자기 완성도를 갖추어 가야한다. 이와는 별개로, 미디어센터는 그 외부가 강화되는 것을 목표로 하는 지원 인프라, 행정조직과 여러 현장을 매개하여 강화하는 중간조직의 성격을 가지고 있으므로 적정 수준의 자기강화와 함께 지속적으로 외부가 강화되는 것을 목표로 해야 한다. 외부는 개인일 수도 있고, 지역공동체(마을/동네)일 수도 있으며, 사회적 소외계층일 수도 있다. **미디어센터는 지역 내, 나아가서는 전사회적으로 민주적인 미디어-커뮤니케이션 시스템이 구축될 수 있게 지원하는 역할을 해야 하기 때문에 외부 주체의 미디어-커뮤니케이션 능력이 강화될 수 있도록 지원하는 것이 무엇보다 중요하며** 자원을 미디어센터에 집적하는 것이 아니라, 특정시기 필요한 곳에 자원을 계속 배분/투입하는 역할을 하는 곳이어야 한다. 즉, 미디어센터는 스스로만 계속 성장하는 곳이 아닌, 그 지역의 주체가 성장하도록 지원하는 곳이기 때문에, 외부 주체가 성장함에 따라 지속적으로 스스로의 역할과 기능을 변화/갱신해나가야 하는 유기체와 같은 운명을 가지고 있는 것이다.

국내의 미디어센터에서 교육과 지원을 통해 만들어진 콘텐츠가 사회적으로 소통되는 방식은 방송참여로 대표되는 시청자참여프로그램이 주를 이루고 있다. 온라인을 통한 소통이 대중화되면서 온라인 상 플랫폼을 통한 방식도 많지만, **보다 공적이고 사회적 권한을 확보한다는 측면에서는 주류/상업방송과 공영방송과는 다른 독자적인 방송시스템이 필요하다.** 미디어센터는 이러한 방송시스템을 구축하기 위한 지원기지로서의 역할을 해야 한다. 역시 지역적 상황에 따른 비중과 단계별 계획은 다를 것이고, 개별 센터 차원이 아닌 공동의 노력으로 해결해야 할 부분도 적지 않을 것이다.

북미의 경우, 액세스(공동체) 채널 운영을 통해 지역민의 참여적 미디어-커뮤니케이션을 활성화해왔으며, 최근에는 시민을 교육하고 지원하기 위한 미디어센터를 설립하기 위

한 노력<sup>11)</sup>이 벌어지고 있는데, 한국의 경우는 이와는 다른 경로를 거치는 것으로, 미디어센터가 풀뿌리 방송(채널)을 인큐베이팅하고 지원하는 역할을 해야 하며, 이를 위한 지역 내 미디어-커뮤니케이션 전반에 대한 시야를 확보하는 것이 현 시기 집중해야 할 역할일 것이다.

- 미디어센터 미디어교육 교사양성체계 연구(영진위/2012) -

서울마을미디어지원센터, 성북마을미디어지원센터가 지자체의 정책에 따라 운영되고 있다. 기존의 지역미디어센터와 비교할 때 분명한 차별성이 있지만, 기존 지역미디어센터의 흐름과 무관하게 갑자기 등장했다거나 마을미디어지원센터가 기존 지역미디어센터에 비해 대단히 새롭다고 생각하지 않는다.

서울마을미디어지원센터를 운영하고 있는 영상미디어센터 미디어엑트는 마을미디어분야와 기존에 수행해왔던 사업영역을 병행하고 있고, 성북마을미디어지원센터 역시 기존 아리랑시네미디어센터의 재구성을 통해 운영되고 있다(또는 그 과정에 있다).

그런 차원에서 필자는 최근의 마을미디어지원센터모델과 견주어 기존의 지역미디어센터를 평가절하 하는 것을 경계한다. 각지의 지역미디어센터의 다양한 상황과 노력을 상대적으로 가까이서 자주 확인하는 필자는 각 지역의 조건, 각자의 운영년차와 단계별 전략 등을 고려하면서 전국의 지역미디어센터가 사업의 공통분모(해당 사업권역 내의 마을/공동체미디어 활성화를 위한 사업)를 강화해 나가기를 바라고 있고 필자가 일하고 있는 전국미디어센터협의회는 2009년 출범 이후 이를 위한 역할을 수행하기 위해 노력하고 있다.

#### 2012년 대선시기 지역미디어센터 관련 공약 제안 내용

##### ① 지역미디어센터의 건립 지역 확대

1. 미디어센터 미설립 지역 추가 설립
2. 미디어-문화 공간으로서 역할 재정립을 위한 새로운 미디어센터 모델 개발 및 예산 확보

##### ② 지역미디어센터 사업지원 및 장비 교체

1. 지역미디어센터 사업지원 예산 확대 및 유관사업 연계
2. 노후장비 교체 및 스마트/디지털 환경에 따른 장비 확보

11) 해외의 지역 미디어 커뮤니케이션 진흥 관련 입법 사례(박민욱/2011)

**③ 지역 공동체미디어-문화 활동 지원 정책 수립**

1. 마을/동네의 공동체 미디어활동을 위한 지원 정책 수립
2. 장애인, 이주민, 청소년, 여성 등에 소외계층의 참여 미디어활동 지원 예산 확대

**④ 지역미디어센터 운영활성화를 위한 정책협의체 설치**

1. 문화부, 방통위, 지자체, 민간으로 구성된 정책협의체 구성을 통해 종합적 지원방안 마련
2. 지역미디어문화정책, 공동체미디어정책, 시민제작콘텐츠지원 정책, 독립영화활성화 정책 등 유관 정책 조율

**2014년 전국미디어센터협의회 정책활동 방향**

**○ 미디어센터 활성화를 위한 제도적 기반 마련**

- 문화정책 재편과정에 개입
  - : 지역문화진흥법 시행령의 '생활문화시설'에 미디어센터 포함
  - : 생활예술(Community Art)로서 영상(영화)활동 모델 개발 촉진
  - : '영상문화활동 + 사회적 경제' 모델 개발 촉진
  - : 작은영화관 정책방향 제시
  - : 콘텐츠진흥 지원정책의 대상으로써 '시민콘텐츠' 위상 정립
  - : 문화정책 관련 네트워크 참여
- 미디어센터 지원예산 확대
  - : 문화부 및 국회 예산 대응
- 미디어교육지원법 대응
- 공동체미디어정책 활성화 촉진

**○ 지자체 차원의 미디어센터 정책의 재구성 촉진**

- 지자체 차원의 참여/공동체미디어 정책 모델 개발 지원
- 권역별 미디어센터 연계 강화 촉진 및 정책 모델 개발 지원
- '미디어센터+작은영화관', '작은영화관+작은미디어센터', '미디어센터+생활문화센터' 등 새로운 모델 운영활성화 지원
- 6/4지방선거 대응

**○ 미디어센터 설립 확산에 따른 새로운 모델 제시**

- 미디어센터 설립 매뉴얼 및 가이드라인 제시

- 신규 미디어센터 조성 과정에 대한 지원/컨설팅

○ 미디어센터 영역의 정책역량 강화

- 네트워크를 통한 분산역량 조직화
- 정책역량 강화를 위한 프로그램을 사업별로 배치

○ 공동체라디오방송국

“먼저 당신에게 경고해야 할 것 같다. 공동체 라디오는 당신의 핏줄 속으로 파고들어 가서 열대의 기생충이나 끝도 없이 온몸을 박박 긁게 만드는 가려움처럼 당신의 몸속에 아예 자리를 잡게 될지도 모른다. 공동체 라디오는 당신의 기를 마지막 한 방울까지 다 짜내서 완전히 녹초로 만들고 당신의 머리를 하얗게 새도록 만들 것이다. 그렇다면 도 대체 누가 왜 이런 걸 하는 걸까?”

이 글은 영국의 공동체라디오 핸드북 ‘공동체라디오 만들기’라는 책의 맨 앞에 나오는 문구이다. 이 문구는 공동체라디오방송국을 운영하는 것이 쉬운 일이 아님에도 불구하고 매우 재미있고 의미 있기 때문에 많은 사람들이 도전한다는 것을 얘기하기 위함이지만, 공동체라디오방송국에 대한 공적지원정책의 지속적인 악화의 과정이었던 지난 10년간 방송국을 지켜온 한국의 7개 공동체라디오방송사업자들에게는 너무 절절한 이야기일 것이다.

‘마을미디어’활동이 유행처럼 확산되고 있고, 주파수가 없지만 스스로 ‘FM’을 표방(주파수를 확보하겠다는 의지의 표현이기도 할 것으로 짐작되는)한 많은 라디오방송국들이 생기고 있고, 공동체라디오방송의 주무부처인 방송통신위원회 시청자미디어센터(시청자미디어재단)도 최근 마을미디어 활성화사업을 추진하고 있지만, 정작 기존 공동체라디오 방송국에 대한 지원정책의 획기적인 변화는 없다.

지역의 관련 민간주체 및 지자체가 의지가 있으면 설립자체는 상대적으로 어렵지 않은 지역미디어센터는 지난 10년 간 전국적으로 확대되었지만, 중앙정부가 ‘허가’해야 설립할 수 있는 공동체라디오방송국(지상파방송사업자)은 정책의 부침에 직접적인 영향을 받아 온 것이다.

그래서 현재 공동체라디오방송은 유지/생존/지속 자체를 고민해야 하는 상황이지만, 필자는 공동체라디오방송국 10년의 경험은 유실되어서는 안 되는 소중한 자원이라는 점을 강조하고 싶다. 공동체라디오방송국은 마을/공동체미디어의 준비된 지원 인프라로

서 충분한 잠재력을 가지고 있고 실제 역할을 하고 있기도 하다.

성서FM의 프로그램이었던 ‘수성주민광장’이 하나의 방송국으로 독립하게 된 과정이 대표적인 사례이다. 그리고 2012년 서울시 우리마을미디어문화교실 사업수행 당시 ‘라디오’를 선택한 이들의 성장을 위해 관악FM, 마포FM 활동가들이 기여한 부분은 매우 크다. 라디오제작교육, 장비구축, 유통노하우 등 ‘돈 없이’ 방송국을 운영하면서 습득한 ‘슬픈 노하우’를 아낌없이 공유했다. 두 방송국의 활동가들은 서울 지역 마을라디오의 초기 활성화를 지원했던 핵심적 인적 인프라였다고 해도 과언이 아니다.

당시 ‘2012년 서울시 우리마을미디어문화교실 사업단’을 총괄했던 필자의 입장에서는 ‘2012년 서울시 우리마을라디오교실 사업단’과 함께 한 것과 다름없었다고 고백하지 않을 수 없다<sup>12)</sup>.

공동체라디오방송국은 마을미디어(특히, 마을라디오방송국)의 미래라 해도 과언이 아니다. 마을미디어의 미래를 준비할 수 있는 자원을 가지고 있다는 점에서, 공동체라디오 방송국이 결국 지속하지 못하게 된다면 마을미디어의 미래도 그리 밝지 않다는 점에서 그렇다. 특히, 서울지역에서 10년 간 지속해온 공동체라디오방송국의 시행착오와 노하우가 서울지역 마을/공동체미디어(라디오)활성화를 위한 ‘지원인프라’로서 기능할 수 있도록 하는 방법을 반드시 함께 고민해야 한다.<sup>13)</sup>

#### (4) 콘텐츠

##### ○ 생산의 측면<sup>14)</sup>

마을/공동체미디어활동을 통해 생산되는 콘텐츠는 어떤 가치를 가져야 하는가? ‘시청률’이 높지 않더라도 어떤 가치가 있기 때문에 이 콘텐츠가 필요하다고 주장하고 공감을 얻을 수 있을 것인가? 상업미디어가 엄청난 제작비를 투여해서 만들어 내는 콘텐츠와 다른 어떤 고유성을 가져야 ‘시청자’에게 외면 받지 않을 것인가?

12) 사업단의 핵심적 업무를 담당했던 정은경 활동가 역시 마포FM 활동가 출신이었다.

13) 물론, 공동체라디오방송도 시행착오를 겪으며 얻은 교훈을 마을미디어와 공유하기 위한 노력을 해야 할 것이며, 마을미디어의 확산과 성장이 공동체라디오방송의 전망과 연결되어 있음을 인식할 필요가 있다.

14) 일부 내용은 콘텐츠 유통의 측면도 섞여있음

주류방송이 다루지 않는 이슈, 당시에 가장 민감한 이슈를 지금 당장 다루느냐 않느냐를 기준을 마을/공동체미디어 콘텐츠에 대해 평가하는 경향이 종종 있다. 하지만 이 측면에서는 뉴스타파, 국민TV, 고발뉴스, 팩트TV 등의 대안언론에서 제작하는 콘텐츠가 더 효과적일 수 있다.

이 주제 역시, 더 많은 분석과 토론, 연구가 필요하다. 생산의 주체, 콘텐츠의 내용, 생산의 과정으로 구분해서 간단하게 언급하고자 한다.

생산주체는 해당 마을/공동체에서 일상을 영위하는 구성원이어야 한다. 그곳에서 일어나는 일들이 자신의 일상, 이웃의 일상과 직접 연결되어야 한다. 콘텐츠의 주제는 자신의 이야기(스토리) 또는 이웃의 이야기이어야 한다. 일자리/주거/교육/먹거리 등이 해당 마을/공동체에서 일상을 사는 나의 이야기이어야 한다. 콘텐츠를 만드는 과정은 나의 이야기에 대한 공감과 지지를 확인하는 과정, 내가 사는 마을/공동체의 어떤 조건과 관련되어 있음을 확인하는 과정, 내 이웃의 일상과 관련되어 있음을 확인하는 과정이어야 한다. 또 하나의 주제가 다른 여러 주제와 복합적으로 연결되어 있음을 확인하는 과정이어야 한다. 그리고 이 과정은 주제는 연관된 문제를 확인하고 문제를 해결하는 과정이어야 한다.

몇 번의 사이클을 반복해야하고 얼마나 긴 시간이 소요될지 모르지만<sup>15)</sup>, 때로는 각 단계가 복합적이기도 하겠지만, **‘발화(문제 확인→과제도출) → 공감 (충돌→소통→이해) → 문제확인 → 과제도출 → 문제해결’**의 과정이어야 할 것이다. 하나의 프로그램을 기획하고 만들고 송출하고 피드백을 받는 과정을 위의 과정이 될 수 있게 구성하는 것이 마을/공동체미디어 콘텐츠를 생산하는 과정이 되어야 할 것이다.

이 과정에서 시청률은 당장에는 그리 큰 문제가 아니다. 콘텐츠제작에 참여하는 주체가 어떤 변화를 거치며 무엇을 얻는가가 중요하다. ‘시청률’이 아닌 ‘참여자의 자존감’, ‘공동체 구성원의 공감대’, ‘공동체 내의 문제 확인’, ‘공동체 내의 문제 해결’ 등이 콘텐츠의 성과지표가 되어야 한다. 그리고 이 지표를 바탕으로 마을/공동체미디어 콘텐츠 생산자의 ‘책임의 기준’ 역시 설정되어야 할 것이다.

---

15) 조만간 마을/공동체미디어 콘텐츠를 분석하여 제작을 위한 가이드를 만드는 작업이 필요하겠지만, 마을/공동체미디어의 콘텐츠는 다양한 이슈를 간단히 다루는 것이 아닌, 하나의 이슈를 장기에 걸쳐 ‘제작-편성-송출-피드백’하는 콘텐츠(프로그램)의 형식을 지향하는 것이 적합할 것으로 보인다.

---

## 성서 공동체FM 사례

※ 2015수원영상미디어센터 정책포럼 중 대구성서공동FM 사례자료에서 발췌

### • 주민발언대(성서지역 공공도서관 만들기)

- 개요 : 도서관이 없는 지역의 주민모임(좋은 도서관 만들기 성서지역 엄마모임)과 방송국이 함께 진행. 주민모임이 주체가 되어 주변 도서관 탐방조사, 주민서명운동, 지방선거 출마 의원들 공개질의, 언론홍보활동 등 진행. 주민토론회도 개최(구청 관계자 참여). 실제 도서관 건립을 이끌어냄

### - 내용

‘주민의 힘으로 성서를 바꾸는 프로젝트’ <주민발언대>는 의제가 해결될 때까지 방송을 한다는 기획의도를 가진 프로그램이었다. 우리는 기존방송들처럼 의제를 제기하고 치고 빠지는 수준에서 벗어나고 싶었다.(안타깝지만 요즘 방송국들은 의제화의 역할조차 제대로 하지 못하고 있다고 보이지만.) **방송이 제기한 어떤 지역의제가 해결도 되지 않은 채 또 다른 의제로 대체되고 허공에서만 맴돌다가 시기가 지나면 사람들의 관심에서 멀어지는 것이라면, 그것은 진정한 의제화라 말할 수 있는가?** 그렇다면 방송을 통해 지역을 좀 더 살기 좋은 곳으로 만들어가고자 했던 공동체라디오 애초의 목적은 과연 어디에서 찾아야 할 것인가. ‘제기하기’와 ‘보여주기’를 넘어 지역의제와 함께 숨 쉬는 방송은 어떻게 가능한가. 우리는 그렇게 무모한 물음으로 도전하고 있었다.

비슷한 프로젝트가 있었다. 모 지상파 방송국에서 진행했던 기적의 도서관 프로젝트가 그것이다. 2~3주 만에 푹푹푹 몇 십억 하는 도서관들이 전국에 지어졌다. 프로젝트 이름처럼 정말 기적적으로. 그러나 우리 방송국은 그 방송국처럼 돈도 힘도 없었고 각종 자원을 동원할 권위도 없었다. 우리는 방송국이 해결사가 되어선 안 된다는 원칙을 세웠다. 지역의 문제를 제기하고 공론화시키며 결국 의제를 해결하기까지 그 모든 과정의 주체는 다름 아닌 지역 주민들이어야 한다는 것이었다.

도서관 곳곳을 다니면서 엄마들은 때로는 이용자의 입장에서 매의 눈으로 구석구석을 살폈고, 때로는 리포터의 입장에서 관계자들의 의견을 끌어냈으며, 때로는 주민의 입장에서 주민들의 요구를 적극적으로 피력하기도 했다. <주민발언대>는 매주 이 과정을 고스란히 방송하였다. 녹음물은 약간의 편집을 거쳐 거의 그대로 송출되었고 엄마들이 스튜디오에 나와 진행자와 탐방의 소감을 나누기도 했다.

토론회에 참석한 구청장은 2년 내에 도서관 완공을 약속했다. 또 도서관 건립과정에 주민들의 참여를 보장하겠다고 공언했다. 그리고 토론회는 그대로 방송에 나갔다. 토론회가 끝나고 엄마들은 다시 즐거운 고민에 빠졌다. ‘자, 우리 이제 또 뭐하지?’ 도서관이 지어지기까지 2년 동안 <엄마모임>과 <주민발언대>, 우리는 매번 이 질문을 던지고 주민들 속에서 그 답을 찾아나갔다.

지역사회에 대해 한번도 공적인 발언의 기회가 주어지지 않았던 평범한 사람들이 발언

을 하도록 마이크는 말을 걸었다. 방송을 통한 발언의 경험, 누군가 자신의 말에 귀 기울이고 있다는 것을 느끼는 경험은, 주민들로 하여금 자기발언의 공적 영향에 대해 생각하게 하고 그만큼 자신도 도서관견립을 위해 무언가를 해야 한다는 주체의식을 심는 과정이었다. 이러한 방송제작방식은 3년 내내 지속되었다.

● **담장허무는 엄마들**

- 개요 : 중증장애아를 키우는 엄마들이 사회적 발언을 통해 사회와 소통할 수 있도록 직접 방송 제작의 전 과정에 주체적으로 참여하는 프로그램으로 2005년 8월 ~ 2008년 12월까지 방송. 특수학교의 교육 환경의 변화, 장애인에 대한 인식 개선 등을 주제로 방송을 진행하였으며 장애인과 통합교육을 하는 일반학교에 장애인을 위한 엘리베이터를 설치하도록 하였고 대본을 재구성해서 단행본 출간. 장애인 어머니들 공동체 결성

- 내용

전쟁 같은 삶을 이어가는 엄마들이 방송을 한다는 게 가능하기는 한 걸까. 그래서 처음에 엄마들에게 할애한 시간은 매월 15분이었다. 방송시간을 덜 채워도 옆에서 도울테니 할 수 있는 만큼만 하자고 했다. 대본 쓸 사람과 진행자만 있으면 된다고. 그러고는 내심 방송이 정 불가능하다고 판단되면 프로그램 간판을 내릴 수도 있다는 생각을 했다. 의의는 좋으나 조건이 안 되면 어쩔 수 없지 않은가. 그러나 방송 횟수 서너 번 만에 방송시간은 15분에서 1시간으로 늘어났다.

혼자만 싸우고 가슴 아팠던 아이를 세상에 드러내놓고 다른 이들과 소통하는 일은 쉽지 않았을 것이다. 그러나 이것이 가능했던 것은 방송을 만드는 주체가 바로 자신과 같은 아픔을 겪어내고 있는 엄마들이었기 때문일 것이다. 그들이 아니었으면 불가능했을 방송, 그것이 <담장 허무는 엄마들>이었다.

십시일반 참여의 원리는 제작에만 국한되지 않았다. 더 많은 사람들이 들을 수 있게 청취자를 확보하는 일도 마찬가지였다. 인터넷으로도 방송을 들을 시간이 없는 엄마들을 위해 아이들과 차를 타고 등교하는 시간에 들을 수 있게 CD를 제작해 배포했던 것이다. 배포CD는 처음 20여개에서 출발해 나중에는 1회 당 수백 장을 찍어야 하는 경우도 있었다. 제작에 참여하지 못하는 엄마들은 CD배포를 책임지고 엄마들을 찾아다니며 방송을 알렸다. 그것조차 할 수 없는 엄마들은 방송을 하러 자리를 뜬 엄마들의 아이들을 보살폈다. 5분대기조 엄마들이 방송이 가능했던 이유다.

서로의 부족함을 채워주고 서로 도우며 진행해왔던 방송처럼, 어쩌면 너무나 단순한 이진리를 엄마들은 세상에 바랐던 게 아니었을까. 방송을 나누고 삶을 나누게 되면 혼자서 짊어졌던 엄마들의 짐도 세상이 나누게 되는 날이 올까. 우리 아이들을 온전히 세상의 품으로 내려놓을 수 있을까. 방송을 시작한지 얼마 되지 않아 <담장 허무는 엄마들>은 희망을 보았다. 일반학교에 다니는 지체장애아 용훈이의 엄마는 용훈이가 3학년이 되자 거의 매일 학교에 가야 했다. 특별교실 이동수업 때마다 용훈이를 업고 계단을 오르내려야 했다. 4층 건물인 학교에는 엘리베이터가 없었기 때문이다. 엄마가 학교에 가지 못하

는 날, 용훈이는 혼자 교실에 남아있어야 했다. 용훈이 엄마의 사연을 듣게 된 <담장 허무는 엄마들>은 이동권이 명시된 관련 법조항을 찾아내고, 교육권과 이동권에 대해 짚어보는 방송을 했다. 또 지역 언론사들을 찾아 호소하고 용훈 엄마와 함께 교육청을 방문해 엘리베이터 설치를 거듭 요청했다.

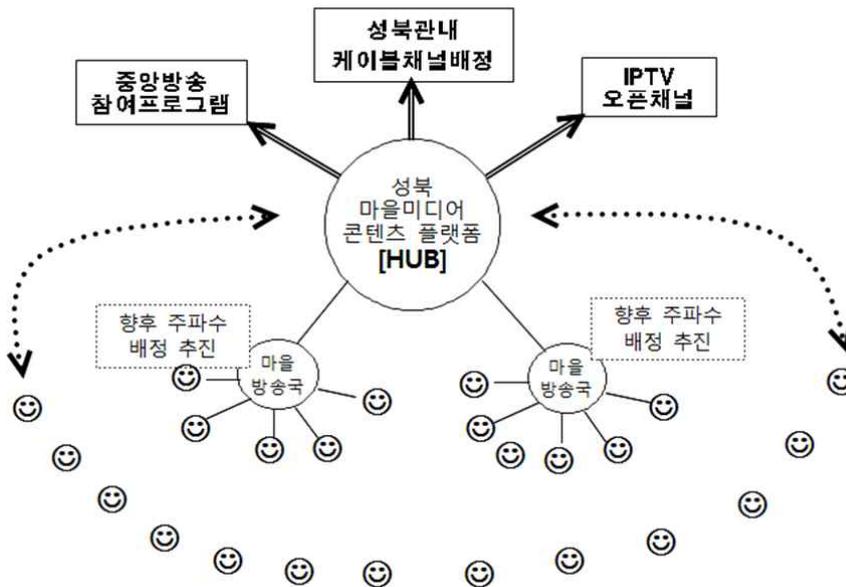
이미 스스로 해당 마을/공동체의 문제와 해결방안을 알고 있는 구성원(주로 지역 시민사회운동 주체)이 콘텐츠 생산주체일 경우, 이 사이클을 일방향적인 교육과 계몽의 과정으로 오해하는 경우가 종종 있다. 즉, 마을/공동체미디어를 활용하기 쉬운 소규모 대안미디어로 인식하곤 하는데, 이 경우 마이크는 이슈와 관련한 전문가에게 향하는 경우가 많고, 아무리 좋은 콘텐츠(문제를 명확히 제기하고 적절한 해결책을 제시한 콘텐츠)라 하더라도 주민들에게 전달할 수 없기 때문에(시청률이 낮기 때문에, 특히 초기에는), 결국 외면당하게 될 확률이 높다.

### ○ 유통의 측면

마을/공동체미디어의 유통의 측면 역시, 전술한 ‘생산의 측면’에서 고려해야할 초점과 크게 다르지 않다. 콘텐츠 유통 과정이 ‘공감(충돌→소통→이해) -> 문제 확인 -> 과제도출 -> 문제해결’의 과정이 되어야 할 것이다. 그리고 그 과정에서 유효한 피드백이 이루어질 수 있도록 설계되어야 하고, 피드백을 위한 별도의 활동<sup>16)</sup>도 포함되어야 할 것이다. 그래서 해당 콘텐츠가 확보하고자 하는 성과(효과)가 무엇인지에 따라 함께 공유해야할 대상의 특성을 고려한 유통방식을 결정하고 그에 맞는 콘텐츠를 제작해야 할 것이다. 예를 들면 어떤 경우는 오프라인 상영회와 같은 유통방식이 더 유효할 수 있을 것이고, 이 경우 함께 콘텐츠를 보고 감상을 나눌 수 있는 공간과 부대프로그램의 기획이 더 중요할 것이다.

해당 마을/공동체의 특성에 맞게, 그리고 생산할 콘텐츠의 내용에 맞게 콘텐츠의 유통계획을 세워야 한다는 것 외에, 다양한 사례를 분석하여 일반화하는 것은 현재 필자가 제시하긴 어렵다. 단, 마을/공동체 구성원이 직접 자신의 스토리를 가지고 특정 대상을 염두에 둔 유통(Narrow-Casting)을 하겠지만, 사실 내 이야기(슬픔과 기쁨)가 결국 내 이웃의 이야기이고 내가 사는 마을-지역민의 이야기이고, 결국 우리 사회 동시대인의 이야기일 것이라는 전제(믿음)로 마을/공동체미디어의 채널전략 멀티플랫폼을 통한 유통 전략을 언급하고자 한다.

16) 담장허무는 엄마들이 CD를 배포하고 엄마들을 찾아 직접 방송을 알렸던 것처럼



이 그림은 성북마을미디어지원센터가 수행하는 성북마을미디어콘텐츠 유통 허브의 역할을 설명하기 위한 개념도이다. 20개동, 192,923세대, 464,738명<sup>17)</sup>인 성북구에는 몇 개의 마을/공동체방송(정기적 콘텐츠 생산단위)이 생기게 될 것인지 예측하기 어렵고, 적정수준에 대한 가이드를 제시하기도 어렵지만 기초자치단체를 중심 지원정책이 수립되는 것을 고려했을 때 기초자치단체의 지원으로 운영되는 마을미디어지원센터에서 성북 마을/공동체미디어 연합채널이자 성북 마을/공동체미디어 콘텐츠 플랫폼을 제공(운영)하는 것은 가능한 모델이라고 할 수 있다.

이 플랫폼의 성공전략은 ‘작은 콘텐츠 생산단위 인큐베이팅 - 적극적 개방과 유인 - 적합한 편성 - 유통의 매개’<sup>18)</sup> 정도일 것이다. 성북마을미디어지원센터의 지원과 무관하게 성북구의 여기저기서 만들어지고 있는 다양한 콘텐츠들이 이 플랫폼을 활용할 수 있도록 최대한 개방하고 활용의 이점을 제시해야 할 것이다. 그리고 모아진 콘텐츠를 시간대별/시기별 등을 고려하여 적절히 편성해야 할 것이며, 지역 케이블방송과 같은 플랫폼으로 유통을 매개하기 위한 시도를 지속해야 할 것이다.

17) 출처:

[http://www.seongbuk.go.kr/sb\\_new/seongbukgu/introduce/introduce/introduce.jsp](http://www.seongbuk.go.kr/sb_new/seongbukgu/introduce/introduce/introduce.jsp)

18) 이 역시 싸이클을 반복하면서 시스템이 만들어 질 것이다.

특히, 편성은 일반적인 상업채널의 시간대별 편성원칙 및 공동체라디오방송국 10년의 경험속의 노하우를 공유하면서 단순취합을 넘어 ‘전략의 수준’으로 발전시켜나가는 것이 필요할 것으로 보인다. 또한 이 플랫폼은 적극적 개방이 가능하도록 제한적 내용심의와 소극적인 접근제한 기준을 제시해야 할 것이다. 아래에 KBS <열린 채널>의 심의에 대한 대안적 기준<sup>19)</sup>을 소개한다.

**\* 시청자참여프로그램의 제한적 내용심의 사안**

- 법률에서 제작, 유통금지하고 있는 내용 (음란, 명예훼손, 선거기간 정치광고 등)
- 상업적 목적의 상품, 서비스 내용의 프로그램 및 광고
- 차별을 조장하는 내용 (hate-speech)

**‘접근제한 사항’ (불선정 기준)**

※ 시청자참여프로그램 운영위원회는 ‘편성신청된 시민제작물이 아래의 사항에 해당한다고 판단될 때에만, ‘열린채널’의 방영을 거부할 수 있다.

◎ 시청자참여프로그램 불선정 기준

1. 인권침해를 공공연히 조장하는 내용
2. 차별
  - 성별, 장애, 인종, 학력 등 국가인권위원회가 규정하고 있는 20여개의 차별을 정당화하는 내용
3. 범죄행위의 정당화
  - 성폭력·성희롱을 비롯한 각종 범죄행위를 긍정적으로 다룬 내용
4. 기타
  - 개인이나 단체의 홍보성 내용
  - 특정 종교의 포교
  - 행사나 이벤트의 단순 소개

○ 마을/공동체미디어 콘텐츠 프로듀서

실패한, 스킬을 갖추지 못한, 역량이 뛰어나지 못한 예술가가 자기 작업을 하다가 잘 안 돼서 예술 강사가 되거나 커뮤니티아티스트가 된다고 생각하는 경우가 종종 있다. 커뮤니티아트가 평범함의 계토를 만들고 있는 상황을 종종 목격하게 된다. 이론을 만들어

19) 공영방송 국민컨설팅 보고서(2010/언론사유화 저지 및 미디어공공성 확대를 위한 사회행동)

평범함을 정당화하고 자축한다. 어떤 이들은 커뮤니티아트에 대해 ‘저기는 들어가고 싶지 않아, 평범함의 소굴이고 스스로 자축하는 데야’ 라는 생각을 한다. 이런 것들이 문화적 질병이고 질환이다. 나는 호주에서 ‘이 작품은 퀄리티가 충분하지 않아’ 라고 해서 문제를 많이 일으키고 있다. 하지만 커뮤니티아트야 말로 예술가의 예술적 탁월성이 무엇보다 중요하다.

예를 들어보겠다. 커뮤니티에서 자전거를 만들 때, 자전거 만드는 것을 도와주지 않았고, 그래서 자전거가 조악하게 나오고, 가다가 부서졌는데도 ‘잘했어, 잘 만들었어!’ 이렇게 말할 수는 없다. 이런 작업을 할 때 빠르고 아름다운 자전거가 만들어지도록 도울 것이다. 그런데 커뮤니티아트에서는 종종 이런 실수를 목격하게 된다. 예술은 자기표현에서 출발하다보니 이런 실수를 정확히 인식하지 못하는 것 같다. 아티스트의 탁월성이 빛나는 때는 프로젝트에 언제 개입해야 하는지 그 순간을 절묘하게 찾아서 들어갔다가 또 빠져나오는 순간을 적확하게 찾아내는 데에 있다. 커뮤니티 작업을 통해 지역사회가 뭔가를 경험하게 한다는 것과 동시에 그 작품이 탁월한 질을 가지고 있어야 한다는 이 두 개의 긴장사이에서 균형을 맞추면서 걸어가는 것이 아티스트의 역할이고 새로운 탁월성의 내용이라고 생각한다.

- 호주 커뮤니티 아트 프로듀서 그룹 빅하트(BIGhART) 스콧 란킨(Scott Rankin)의 인터뷰 중(출처 : <http://www.arte365.kr/?p=46527>)

마을/공동체 미디어 콘텐츠의 생산주체는 바로 해당 마을/공동체의 구성원인 주민이라고 얘기했지만, 모든 것을 스스로 해야 한다는 것은 아니며, 그 ‘퀄리티’가 중요하지 않다고 얘기하는 것은 아니다. 전업으로 콘텐츠를 만드는 ‘주민’은 별로 없을 것이며, 콘텐츠 생산과정에 참여하는 다양한 방식과 수준을 설계하는 것 역시 중요하다.

마을미디어지원센터의 스태프, 마을/공동체미디어활동가 등 마을/공동체미디어 영역의 활동가들은 탁월한 콘텐츠 기획자임과 동시에 프로듀서이어야 할 것이고, 이러한 조력자/협력자가 마을/공동체미디어 콘텐츠 생산과 유통이 활성화되는데 반드시 필요하다. 그래서 이와 같은 활동가가 활동할 수 있는 조건<sup>20)</sup>(양성과 지원정책)을 만드는 것이 반드시 필요하다.

개인적으로는 미디어교육교사 또는 대안 미디어활동가(1인 미디어활동가), 독립영화감독으로 스스로의 역할을 규정하고 있는 기존 국내 미디어운동영역의 활동가들이 ‘마을/

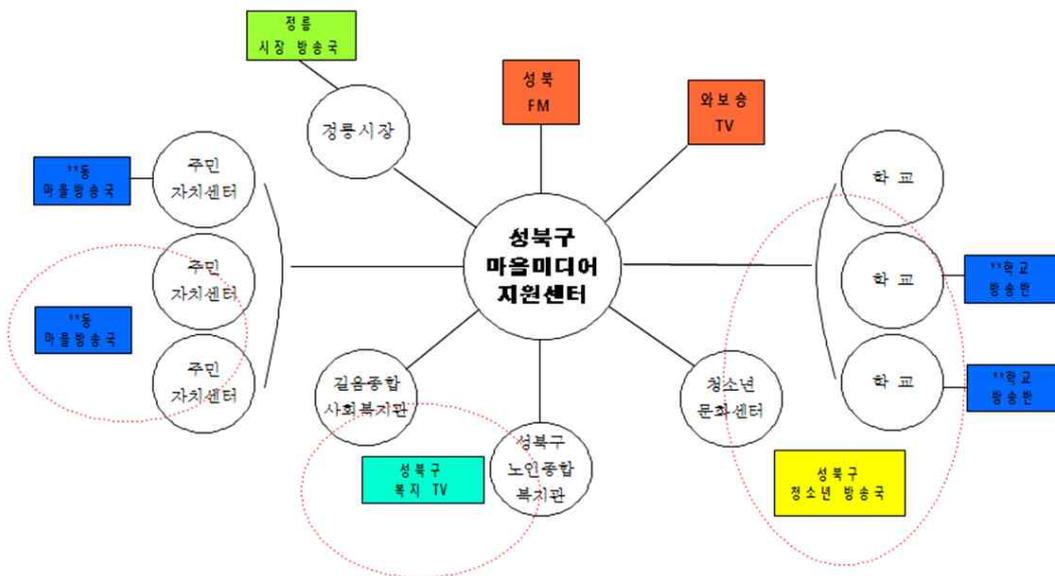
20) 최근 티브로드와 전주시민미디어센터의 협력으로 제작되어 지역 티브로드방송으로 송출되고 있는 ‘우리 동네 TV’는 주민의 방송제작의 지원/컨설팅을 전담하는 전문 인력 1인을 별도 확보하였으며, 이에 대한 비용을 티브로드에서 지원하고 있다.

공동체미디어 콘텐츠 프로듀서'로서 활동하는 것(활동을 병행하는 것)의 의미와 가치를 공유하고 함께 할 수 있는 계기가 많이 제공되기를 바란다.<sup>21)</sup>

(5) 네트워크<sup>22)</sup>(공유와 협업)

마을/공동체미디어의 지속가능성을 위한 공적지원의 필요성을 역설했지만, 기존 공적 지원을 통해 확보된 자원의 공유, 그 외 다양한 물적/인적 자원의 공유를 통해 마을/공동체미디어 활동은 설계되고 운영되는 것이 필요하다.

가치와 역할, 지원정책(사업), 지원인프라, 콘텐츠의 내용과 유통 등 거의 모든 분야에서 자원의 공유와 협업은 반드시 필요하다.



위 그림은 성북구마을미디어지원센터가 다양한 자원의 공유, 다양한 주체와 협력을 매개하는 허브역할을 하는 것을 전제로 한, 개념도이다.

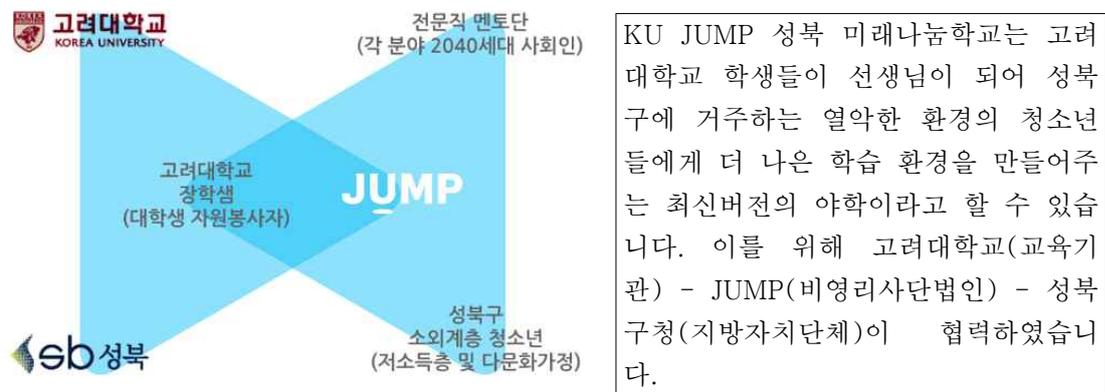
마을/공동체미디어 활동을 위한 공간/장비확보를 예로 들면, 모든 장비가 성북마을미디어지원센터에 있을 필요는 없다. 성북구의 여기저기에 흩어져 있는 공간/장비가 활용될 수 있도록 하면 된다. 또 성북구 마을미디어지원센터가 성북구민이 가지고 있는 다

21) 같은 의미에서 현재 학교미디어교육의 양적 확장을 주요한 목표에 두고 미디어교육교사(강사/전문사)를 양성하는 체계의 수립을 추진하고 있는 정부 미디어교육관련 기관들의 시도는 민주적 미디어-커뮤니케이션 구조를 만들기 위한 미디어교육의 주요한 목표 중의 하나를 놓치게 될 것이고, 기존 문화예술교육사 인증제도의 오류를 반복할 가능성이 높아 보인다.

22) 전국적 네트워크는 별도로 다룬다.

양한 카메라를 나눠 쓸 수 있는 솔루션을 개발하여 제공할 수도 있다. 개별 마을/공동체미디어의 운영자원 역시 다르지 않을 것이다. 마을/공동체미디어에 대한 공적지원, 사회적 경제 관련 공적지원, 주민의 후원 등의 출처를 통해 재원구조를 다양화해야 할 것이다.

앞서 언급한 콘텐츠 생산과 유통의 과정도 이에 해당된다. 나의 이야기를 하면서 확인된 문제가 일자리 문제, 교육의 문제, 소수자 문제, 주거의 문제, 청소년의 문제 등 다양한 영역일 것이고 관련 분야의 활동주체와 협업하지 않으면 문제해결방법을 도출하기 어려울 것이다.



#### 4. 마을/공동체미디어의 전국 네트워크

##### 1) 네트워킹(네트워크)의 필요성

필자가 일하는 전국미디어센터협의회는 전국의 다양한 지역미디어센터의 공동발전이 설립취지이다. 설립과 동시에 지역미디어센터에 대한 명확한 표준을 제시하여 이 표준으로 회원센터를 견인하는 방식으로 공동발전을 추동하지 않는다. 각 회원센터의 사례를 공유하고, 지역미디어센터와 관련된 외부환경에 대해 공유하며, 각 회원센터의 발전 전략의 수립과 시도를 촉진하는 과정에 협력한다. 또한 공동발전을 위한 공동과제(최소공약수)를 추출하고 해결위해 협력하는 방식으로 활동해 왔다. 사무국은 이 과정을 촉진시키기 위해 구성원 간 소통의 장을 만들고 공동과제도출을 주도하며 해결을 위해 필요한 개별센터의 활동을 지원하거나, 필요한 공동(전국적)활동을 수행해 왔다.

전국의 회원센터와 함께 공동사업을 하는 경우에도 '사업방향과 목표에 대한 공감대

마련 -> 사업의 성과지표 설정 -> 사업수행과정에서 교류 기회 마련 -> 공동평가와 공유 -> 공감대의 강화 및 지표재구성'의 과정이 반복될 수 있도록 하는 역할을 주로 수행한다. 이 과정을 몇 차례 반복하다보면 '활동방향과 목표'가 좀 더 구체화되고 합의 가능한 수준의 '지역미디어센터 표준'이 도출된다. 이렇게 확보된 표준은 새롭게 설립되는 지역미디어센터를 준비하는 주체와 공유하면서 네트워크를 넓힐 수 있게 된다.

여전히 출범한지 5년 밖에 되지 않았고, 공공시설이라는 지역미디어센터의 생래적 한계를 노정하고 있으며, 급변하는 환경에 따른 끊임없는 도전에 직면한다. 하지만 개별 회원센터의 위기극복과 발전을 위한 시기에 협력을 조직하는 역할, 개별센터들의 성과를 연계/활용하여 새로운 도전을 준비하고 해결하기 위한 역량 확보, 공동의 과제를 해결하기 위한 공적 자원 확보와 공동대응, 새롭게 시작하는 지역미디어센터에 대한 경험의 교류와 지원 등의 역할을 수행하고 있다.

서울시, 성북구가 대표적으로 마을/공동체미디어 정책을 추진하고 있고, 이를 참고하며 새롭게 시도하는 곳이 늘고 있으며, 이 흐름과는 무관하게 이미 활동을 하고 있는 곳도 많으며, 새롭게 마을공동체미디어활동을 시작하는 주체도 꽤 빠른 속도로 늘고 있다. 요컨대 마을/공동체미디어 활동은 확산되고 있으나, 필자가 이 글의 서두에 가정했던 최악의 시나리오를 회피하기 위한 명확한 해결책을 우리는 가지고 있지 못하거나 공유하고 있지 않다.

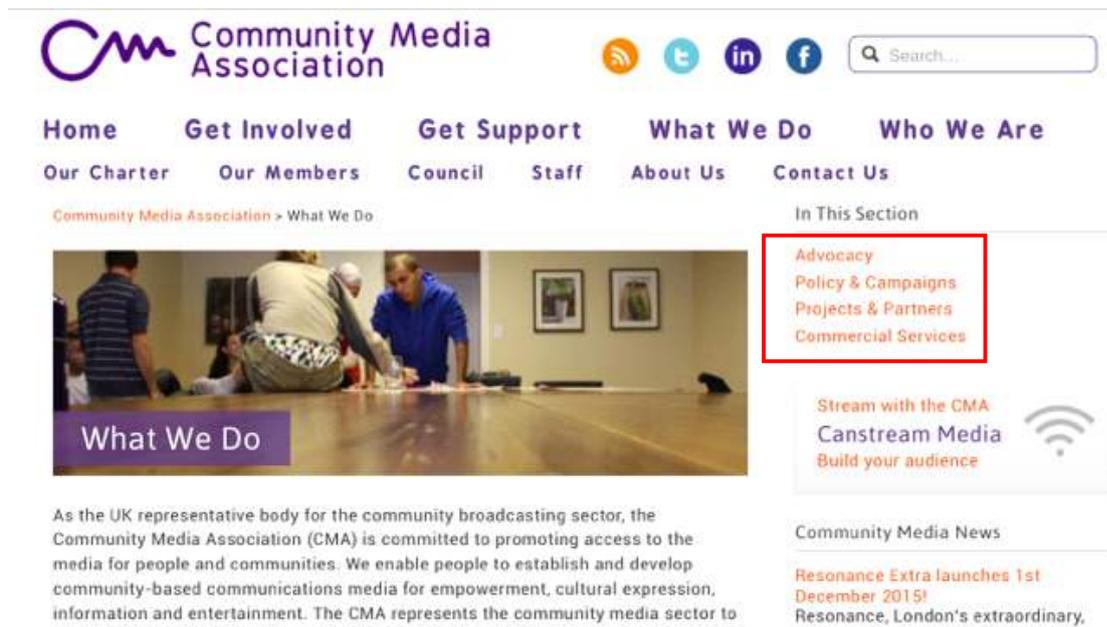
그리고 이 글의 여기저기서 언급한 과제(공동의 가치와 역할의 부재, 지원정책의 취약한 구조, 콘텐츠 생산과 유통에 대한 지표 부재 등)들 역시 중복되기도 하지만 적지 않다. 이 과제들은 개별 활동주체가 해결해야 하는 것도 있고, 공동으로 해결해야 하는 것(힘을 모아야 해결할 수 있는 것)도 있다. 각자가 문제를 해결해가는 과정을 공유하고 공동으로 해결하기 위한 소통체계를 만드는 것이 필요하다.

서울시마을미디어네트워크, 성북마을미디어네트워크, 광주마을미디어네트워크 추진위원회, 2015부산마을미디어한마당, 수원마을미디어네트워크파티, 주안 마을방송국 콘서트, 전국마을신문네트워크, 한국공동체라디오방송협회, 전국미디어센터협의회 등 관련 네트워크 및 네트워킹의 기회가 있고, 각각의 네트워크가 각자의 역할과 과제해결을 수행해야겠지만 '마을/공동체미디어'의 확산과 공동발전을 위한 과제를 도출하고 공동해결하기 위해 '좋은 조건'인 **소통체계-네트워크**를 만드는 것이 필요하다.

## 2) 영국공동체미디어연합(CMA) 사례

필자가 영어독해 실력이 미약하여 오독할 수 있고 실제 영국공동체미디어의 역사에 대한 사전지식부족으로 맥락에 대한 이해가 부족하지만 영국의 ‘영국공동체미디어연합(CMA)’의 사례를 소개하고자 한다. 국내 마을/공동체미디어의 네트워크를 준비하기 위한 참고가 되길 기대한다.

### ○ CMA 소개



- 영국의 공동체라디오를 지원하기 위해 1983년 출범한 비영리조직으로 현재 영국의 공동체TV, 공동체라디오, 공동체영화 등 미디어를 통해 공동체를 강화(권한을 부여)하는 것에 열정을 가진 단체와 개인 등 600(250단체+300개인)여 회원으로 구성된 영국 공동체미디어의 대표적 조직.

- 하는 일은 공동체미디어에 대한 지지와 옹호(Advocacy), 공동체미디어 정책활동과 캠페인(Policy & Campaigns), 사업과 연계(Projects & Partners), 유료서비스 제공(Commercial Services)

- 공동체라디오, 공동체TV, 공동체영화 등 공동체미디어활동을 하기 위한 다양한 자료를 공유



Here you find helpful introduction to the many elements of community media.

Share this:



### Community Radio

If you're inspired to start your own community radio station in your area, it can seem like a daunting prospect. The CMA is here to assist organisations of all sizes across the UK in providing community media services. We've brought together resources and information to help you take those first

[Read more +](#)

Share this:



### Community TV

Community TV is set to be the next phase in the evolution of community media across the UK. Now that digital television switchover is almost complete, the Coalition government is planning to licence over thirty local digital terrestrial television stations in towns and cities around the country under the Channel

[Read more +](#)

Share this:



### Community Film

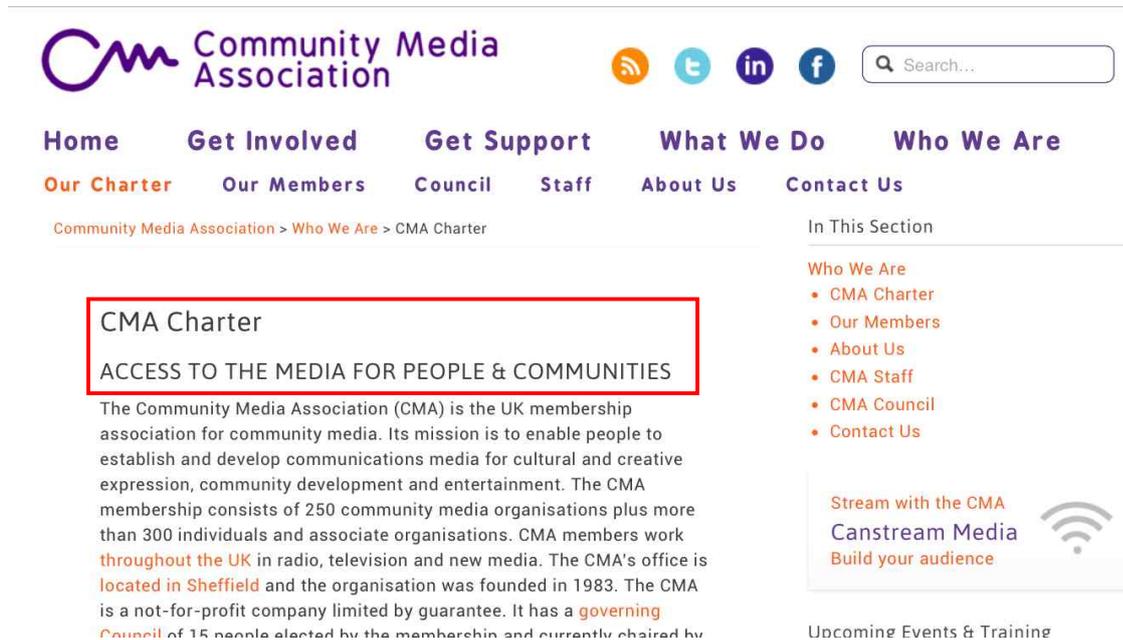
Community film is a variety of practices and approaches which emerged in the 1970s that claim to interrogate and challenge the dominant use of "film" and "cinema" in association with a global, big budget "industry". DeeDee Halleck noted in her 2002 book "It's one thing to critique the mass media

[Read more +](#)

Share this:



○ 영국 공동체미디어 선언



- 공동체미디어 선언(2012년 7월 16일) 채택

THE COMMUNITY MEDIA CHARTER - adopted by CMA 16 July 2012

Recognising that Community Media is rooted in an ethos of inclusivity and universal access to opportunity, and that it is sourced and produced by organisations, by individuals and by informal groups, whether characterised by geography, interest, ethnicity, age, gender or social background;

Recognising that the production, practice and content of Community Media foster greater understanding among communities, including those most marginalised and support peace, tolerance, democracy and development;

Community Media organisations, groups and networks should

1. Promote the right to communicate, foster freedom of expression and freedom to form and confront opinions, assist the free flow of information and opinions, encourage creative expression, contribute to the democratic process and to a pluralist society.

2. Provide access to training, production and distribution facilities, encourage creative talent and foster local traditions and culture, provide services for the benefit, entertainment, education, engagement and development of the wider community.
3. Seek to have their ownership representative of local geographically recognisable communities or of communities of common interest.
4. Be editorially independent of government, commercial interests, religious institutions and political parties.
5. Honestly inform an audience on the basis of information drawn from various sources, and provide a right of reply to any person or organisation who is or may be subject to serious misrepresentation.
6. Ensure a right of access to production facilities and platforms for minority and marginalised groups, in order to promote and protect cultural diversity.
7. Be established as not-for-profit organisations, which reinvest any surplus and ensure their independence by being financed from a variety of sources.
8. Recognise and respect the contribution of volunteers, affirm the right of paid workers to join appropriate trade unions and provide equally satisfactory working conditions for all.
9. Operate management, programming and employment practices that oppose discrimination, promote equality, and are open and accountable to all.
10. Promote and foster improved communication and partnership working in the community media sector, building networks at all levels to further develop good practice and strengthen communities.

○ 유료 서비스

### Commercial Services

**Consultancy**

The CMA offers a range of consultancy services to community media organisations of all sizes with issues including licensing, music rights, technical issues and the setup and running of an organisation.

**Licensing Applications**

We've assisted a number of stations with successful applications for broadcast licensing from Ofcom. We offer help and support with all aspects of the application process, including effective programming proposals, research and proving demand for your service, financial projections and technical broadcast matters. We can even provide coverage plots for your planned station's transmitters.

**Contact the CMA** for help and assistance with your Round 3 community radio licence application.

**Canstream**

At Canstream, we are community broadcasters ourselves. We know how

- Advocacy
- Policy & Campaigns
- Projects & Partners
- Commercial Services

Stream with the CMA  
**Canstream Media**  
 Build your audience

Upcoming Events & Training

No events

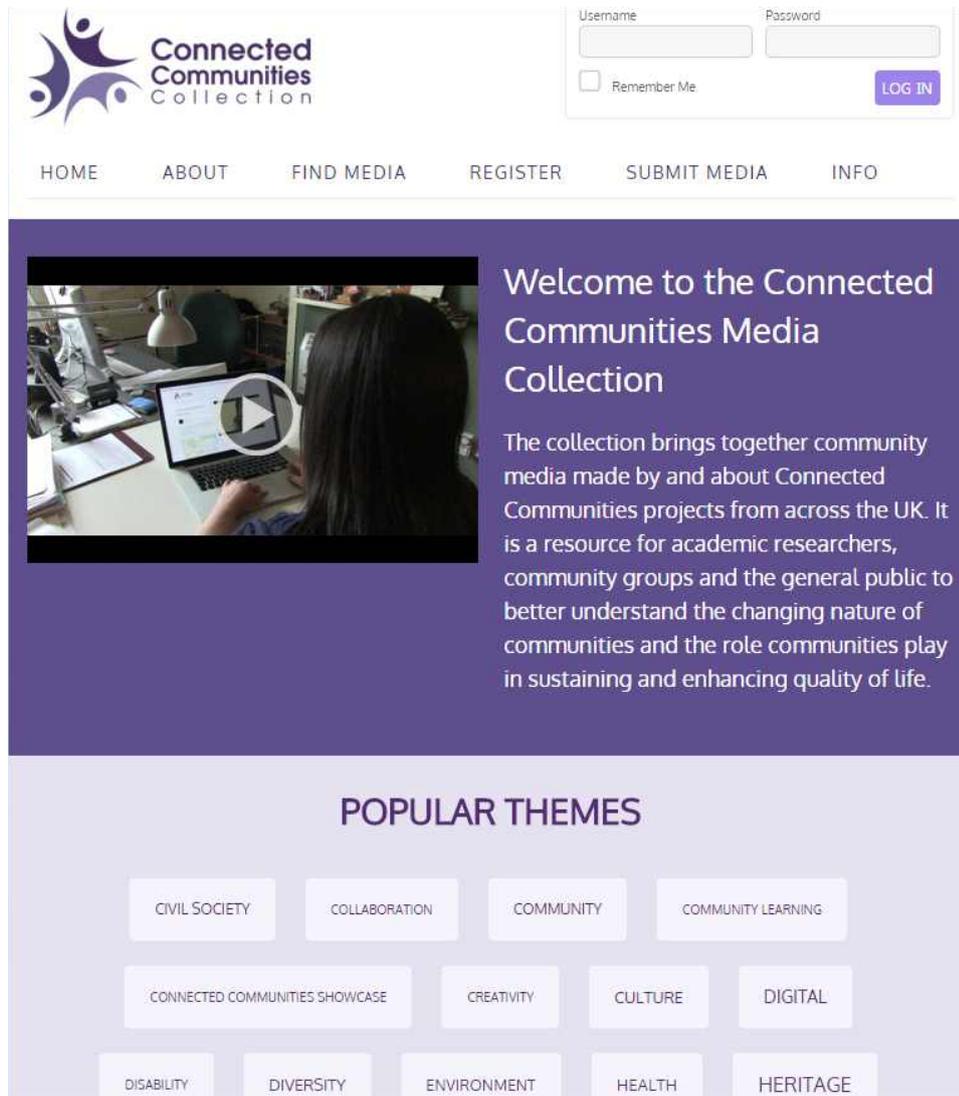
[Find more Events +](#)

- 컨설팅 : 공동체미디어 면허, 음악저작권, 기술 등 모든 규모의 공동체미디어의 설립과 운영에 대한 컨설팅
- 허가신청 : 오프콤(영국의 미디어 관련 정부기구)에 공동체방송면허를 취득하기 위한 허가신청
- 스트리밍 서비스 : 공동체미디어 온라인 스트리밍 서비스

○ Canstream

- 인터넷라디오 생방송, 팟캐스팅, 라디오 다시듣기(On-demand Audio), 비디오 스트리밍, 웹호스팅, 모바일 서비스 등 공동체미디어 온라인 유통 및 운영 기술 서비스 제공함으로써 공동체미디어의 기술생태계를 구축하고 있음.

● Connected Communities Collection



- CCMC는 영국공동체미디어연합과 영국 노섬브리아 대학교, 아시아인권위원회가 협력하여 추진한 영국 공동체미디어 아카이브로 공동체미디어 제작을 위한 가이드라인도 제시하고 있다.

Key Questions in Starting Out:

In working in community contexts, key concerns about media representation,

diversity and inclusion become practical choices for the group charged with recording and editing. These need to be considered at planning stage by whoever is devising the research and the way that media are to be used.

Some questions to ask at outset include:

### **Voice**

Whose voice is being broadcast?

Is it representative of the people involved in the project?

Is the language used representative of the ways that these communities actually communicate?

Are the accents, intonation, inflection and meter and the communities own?

Is the narrative being voiced in the vernacular of the communities represented?

Are the participants able to access and use the media that they have helped make?

Have accessibility factors, such as subtitles on films, in English and in translation to other community languages, been considered?

### **Ownership**

Have the stories being told been developed with communities rather than about communities?

Can communities you are working with claim ownership of the content and message? How?

Do the participants have editorial control over the media produced?

Do the participants have co-ownership of the media produced?

Who is involved in editing the materials recorded and how do they answer to the wider group represented and those portrayed in the recording?

Are all contributors credited? Or only the ones that wish to be? How are people included who wish to be presented anonymously?

Have you provided a mechanism for participants to receive a copy of their co-created media?

**Access**

Are there barriers to production? Do the co-creators of this media project have access to:

- the equipment to make media, are the tools of production as available to the community? (If not, have you considered using some of the media production tools laid out in the appendix of this document?)
- skills or to opportunities to develop the skills needed to create?
- support from a project leader and also to informal support from the rest of the group?
- discussion and editorial decisions about the final piece?
- channels of distribution (e.g. community-owned radio, TV or internet channels)?

**3) 마을/공동체미디어의 네트워크를 준비하기**

국내 마을/공동체미디어의 네트워크를 준비하기 위해 필요한 것은 많다. 당장 왜 네트워크가 필요한 것인지에 대해 좀 더 구체화할 필요가 있겠다. 국내 현황에 대한 좀 더 세부적인 조사 역시 필요하다.

그리고 큰 틀에서 네트워크를 만드는 것에 동의하고 이를 위해 역량을 투여하는 사람들이 참여하는 추진위원회 또는 준비회의를 구성하여, 사전작업과 추진일정을 계획하여 진행시키는 일이 필요하다. 향후 일정을 간단하게 정리하면 아래와 같다.

- 준비모임 : 2015년 12월 말 또는 2016년 1월 초
- 전국의 마을/공동체미디어 활동을 공유하는 행사 : 2016년 1월 또는 2월
- 추진위원회 구성 및 활동 : 2016년 2월 이후
- 네트워크 출범 : 2016년 말 또는 2017년 초
- 출범 후 활동 : 출범 후 계속

아마도 그런 동일한 느낌이나 생각이 마을신문워크숍을 만들어낸 원동력이 아니었을까? 우연한 자리에서 몇 사람이 생각한 것은 “마을신문을 만드는 사람들이 서로가 하는 일을 이야기하고 고민을 털어놓고 노하우를 공유한다면, 그것만으로도 의미가 있지 않을까?”였다. 마을신문의 영향력을 키우는 것보다 절실한 것은 바로 함께 이

상황을 공감할 수 있는 사람들과의 만남이었을 것이다. 2014년 2월, 그런 생각을 가진 몇 사람이 대전에 모였다. 이유는 단 하나, 마을신문을 만드는 사람들이 한곳에 모여보자는 것이었다. 3시간 가까이 이어진 수다가 끝나고 확인할 수 있었다. 우리에게 공감대를 함께 느끼고 있는 사람들과의 수다가 필요하고 그 수다가 곧 에너지가 된다는 것을.

그렇게 2월에 대전에서 모인 사람들이 '전국마을신문워크숍준비위'를 꾸리고 프로그램을 준비했다. 워크숍은 6월 14일부터 15일까지 1박 2일 동안 산내마을신문이 나오는 지리산 자락, 남원시 산내면에서 진행되었다. 준비과정은 아이러니하게도 디지털적이었다. 4월에 옥천에서 한차례 프로그램 기획 회의한 것을 제외하고 나머지는 문자와 메일, 페이스북 메시지 등으로 상의했다.

-마을의 이야기를 담는 사람들, 한 곳에 모이다(조양호/마중)

전국의 마을신문을 만드는 사람들이 함께 모이는 자리가 만들어졌던 것과 마찬가지로, 국내 마을/공동체미디어의 네트워크를 만드는 것을 염두에 두고, 전국의 마을/공동체미디어 활동주체가 함께 만나 교류/공유하는 행사를 준비하기 위한 '모임'을 시작하는 것이 당장에 가능한 일일 것으로 보인다.

필자는 준비되어 있고, 누구와 언제 어디서 만날 것인가?

## 5. 나가며

필자는 주로 이 분야의 네트워크 역할을 10여 년 간 주로 해오다 보니, 그 어느 때보다 많은 사람들이 '마을/공동체미디어가 뭐냐?'고 물어오며 관심을 가지고 있다는 것을 피부로 느끼고 있다. 또 이미 마을/공동체미디어 활동을 오랫동안 해왔던 사람들과 이제 막 시작한 사람들이 서로 만나지 못해 서로의 가능성을 공유하지 못한다는 느낌을 받고 있다. 뿐만 아니라 마을/공동체미디어와 관련된 다양한 영역의 사람들이 서로 만나지 못해 시너지를 만들어 내지 못하는 장면을 종종 목격하게 된다. 이것이 부족한 정보와 제한된 활동반경을 가진 필자가 능력에 부치는 이 글을 작성한 이유 중에 하나이다.

마을/공동체미디어가 확산될수록 필자처럼 '전문가' 행세를 하는 사람들의 전문성은 약화된다. 대표적으로 성북마을미디어지원센터의 마을방송스튜디오를 주민들이 주도하여

---

주민 참여 예산을 통해 만들어 내는 과정을 곁에서 보면서, 필자는 지역미디어센터 구축을 원하는 지자체, 단체 등을 대상으로 컨설팅을 위해 전국을 돌아다니는 힘든 생활로부터 탈출 할 수 있을 거라는 희망을 보았다.

누구나 재밌고 쉽게 할 수 있는 마을/공동체미디어 활동은 확산될 것이고 이는, 기존 마을/공동체미디어 관련 활동가들에게 변화와 성장을 요구하게 될 것이다. 지난 10년간은 투철한 신념과 해박한 지식, 뛰어난 분석력과 통찰력을 가진 일군의 전문가들이 제시한 비전과 전략 속에서 마을/공동체미디어활동이 진행되었다고 한다면, 앞으로는 이미 전국에서 활동하고 있는 수많은 '주민'들이 주도하게 될 것이다.

이제 마을/공동체미디어활동가가 갖추어야 할 전문성 중 중요한 것은 소통의 능력이 될 것이다. 본인이 활동하는 현장의 마을/공동체미디어활동에 참여하는 주민들과 소통하는 능력을 요구받을 것이고, 매우 다양한 전국의 마을/공동체미디어의 특성과 이해를 반영하여 공동의 과제를 도출하는 과정에서도 마찬가지이다. 이를 바탕으로 공동해결방안을 마련하고 추진하기 위해서도 소통의 능력을 요구받게 될 것이다. 그런 의미에서 필자가 이 글에서 제시한 문제와 과제, 그리고 해결방안은 수많은 소통을 전제로 하고 있으며, 그를 위한 다양한 노력과 연결되지 않는 이상, 단언컨대 무의미하다. ■

# 메모

**메모**

제4회 서울마을미디어축제 “수고했어, 마을미디어”

**[포럼] 변화를 만드는 마을미디어**

- 마을미디어가 만든 변화와 활성화를 위한 조건 모색하기

**주최** - 서울마을미디어지원센터, 서울마을미디어네트워크

**지원** - 서울특별시

**협력** - 미디어엑트

**필자** - 김일웅, 양승렬, 이주훈, 정수진, 조윤영, 허경

**발행일** - 2015년 12월 11일(금)

**기획** - 최은정

**표지 디자인** - 이한나

**편집보조** - 이세린

**기획지원** - 김주현, 이경진, 이주훈, 정은경

**인쇄** - 한울타리

● 본 책자는 정보공유라이선스 2.0 영리금지 개작금지를 채택하고 있습니다.