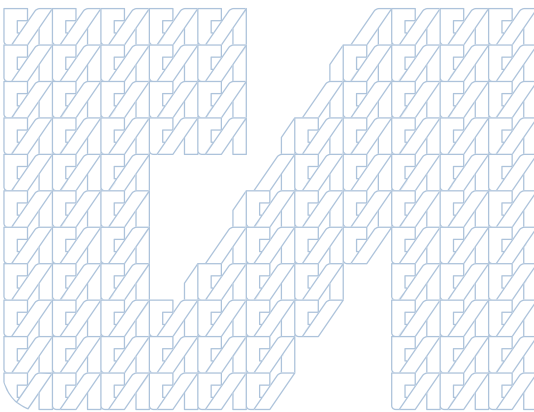


문화공동체 활성화를 위한 마을미디어의 역할 연구

한상헌



기본연구 2020-20

문화공동체 활성화를 위한 마을미디어의 역할 연구

한 상 헌

연구책임

- 한상헌 / 미래전략실 책임연구위원

조사원

- 김지완(홍익대 자율전공학부)
- 최원석(충남대 국사학과 석사 수료)

기본연구 2020-20

**문화공동체 활성화를 위한
마을미디어의 역할 연구**

발행인 정 재 근

발행일 2020년 12월

발행처 대전세종연구원

34863 대전광역시 중구 중앙로 85(선화동 287-2)

전화 : 042-530-3500 팩스 : 042-530-3528

홈페이지 : <http://www.dsi.re.kr>

인 쇄 지그래픽 TEL : 042-256-5055 / FAX : 042-625-6882

ISBN 979-11-6075-210-6 93350

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 대전광역시와 세종특별자치시의 정책적 입장과는 다를 수 있습니다.

출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.

차 례

제1장 서론	1
1. 연구의 배경과 목적	3
2. 연구 방법과 절차	5
제2장 마을미디어에 관한 이론적 논의	9
1. 마을미디어의 개념	11
2. 마을미디어의 유형	16
3. 마을미디어의 기능과 역할	20
제3장 마을미디어의 현황	27
1. 마을미디어 관련 법제적 기반	29
2. 국내 마을미디어 현황	37
3. 국내외 마을미디어 목적 유형별 주요 사례	42
제4장 대전광역시 마을미디어의 실태	53
1. 대전 지역의 마을미디어 제도	55
2. 대전광역시 마을미디어 기초 현황	71
3. 활동 실태와 정책 수요	90
제5장 대전 지역 마을미디어 활성화를 위한 정책 제언	109
1. 마을미디어 활성화를 위해 필요한 대전시 정책 기초	111
2. 전략 과제	114
참고문헌 · 부록	117

표 차례

표 1-1. 지난 5년간 대전세종연구원에서 진행한 문화공동체 관련 연구	4
표 1-2. 개별 면담 대상자(마을미디어)	6
표 2-1. 마을미디어에 관한 법적 정의	13
표 2-2. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류 사례	18
표 3-1. 전국 마을미디어 관련 조례 제정 현황	32
표 3-2. 전국미디어센터협의회 회원센터	34
표 3-3. 서울시 마을미디어 현황	37
표 3-4. 경기도 마을미디어 현황	39
표 3-5. 광역시별 마을 미디어 현황	40
표 3-6. 광역도별 마을미디어 현황	41
표 4-1. 마을미디어 기반 조성과 활동가 양성 사업	63
표 4-2. 성장단계별 마을미디어 활동지원 사업	63
표 4-3. 마을미디어 활동 지원 사업에 설정된 성장단계	64
표 4-4. 공동체공모사업의 단계별 내용	67
표 4-5. '공동체 공모 사업' 지원 단체	67
표 4-6. 미디어리터러시 확산 관련 평생학습기관의 강좌목록	68
표 4-7. 미디어리터러시 확산 관련 전통적 미디어의 운영 사업	69
표 4-8. 마을미디어 관련 복지재단 운영 사업	70
표 4-9. 대전광역시 마을미디어 총괄 현황	72
표 4-10. 마을미디어 지원 대상 중 결과물 미정 또는 목적 불일치 매체	73
표 4-11. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 동구)	74
표 4-12. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 중구)	77
표 4-13. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 서구)	80
표 4-14. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 유성구)	83
표 4-15. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 대덕구)	86

그림 차례

그림 1-1. 연구 진행 단계	7
그림 1-2. 마을미디어의 역할 연구 진행 과정	7
그림 2-1. '퍼블릭 액세스' 키워드 언론 노출 추세	12
그림 2-2. '마을미디어' 키워드 언론 노출 추세	12

그림 2-3. <BS 청춘라디오> 녹음현장 / <안녕광안리> 표지	16
그림 2-4. 팟캐스트 <동작FM> / 유튜브 채널 <다대는tv>	17
그림 2-5. 마을미디어 관계도 분석	25
그림 2-6. 마을미디어 연관어 분석	25
그림 3-1. 전국의 시청자미디어센터 현황	33
그림 3-2. 전국 미디어센터 분포도	35
그림 3-3. 천안영상미디어센터 '비채' / 성남미디어센터	35
그림 3-4. 서울시 마을미디어 자치구별 분포도	38
그림 3-5. <동래FM얼쑤>의 방송 모습	42
그림 3-6. <수정내 귀촌이야기>의 창간 준비모임 / 출판기념회	43
그림 3-7. <안녕광안리> 주최 파티 / '부산청년프로젝트 그래피티 부산'	44
그림 3-8. <연수마을TV>공모전 수상작 / 주민리포터가 만든 건강 콘텐츠	45
그림 3-9. 총선 주제의 청년대상 인터뷰 / 독립유공자 소개 특집 기사	46
그림 3-10. 마을미디어 교육 이수 / 마을미디어 관련 강의	46
그림 3-11. <버리>의 SNS 페이지 / 발간물과 운영진	47
그림 3-12. <BOSHU WEDIA> 운영진 / 'FC우먼스플레이잉'	48
그림 3-13. 임시재해방송국 '아츠마FM' / NPO커뮤니티라디오 교토	51
그림 3-14. 지역 원주민 문화 라디오 / UBC의 학생라디오	52
그림 4-1. 대전광역시 마을미디어 담당 조직	55
그림 4-2. 대전 동구청 마을미디어 담당 조직	56
그림 4-3. 대전시청자미디어센터 외관과 내부	57
그림 4-4. 지원 사업의 일환인 네트워크모임과 선진지 견학	66
그림 4-5. 대전시와 대전 서구청의 유튜브 채널	69
그림 4-6. <판암골소식> 주민기자 월례회 / 발간된 신문	75
그림 4-7. <비알뉴스>의 운영진 / 뉴스를 보고 있는 주민	76
그림 4-8. <산성마을신문> / 기자단의 마을미디어 선진지 견학	78
그림 4-9. <석교마을신문>의 제작진들	79
그림 4-10. 포크아트강좌 진행 / 영상 관련 교육을 받는 <관저신문>	81
그림 4-11. <도시락>의 시범방송 현장 / DJ로 활동중인 상인	82
그림 4-12. <M042>의 미디어 작품 / 공방수업	82
그림 4-13. <도안마을신문>의 학생기자단 / '수소연료전지 발전소' 기사	84
그림 4-14. <원신흥동마을신문> 창간 준비회 / 제작 회의	85
그림 4-15. <이음마을학교>의 협동조합 개소식 / 영상수업	87
그림 4-16. 한글수업 진행 / 마을미디어 강좌 모습	88
그림 4-17. <내가사는마을엔(N)> 기자단의 활동 모습	89
그림 5-1. 마을미디어 네트워크 구축을 통한 공동체 역량 강화 방안	113

서론

1. 연구의 배경과 목적
2. 연구 방법과 절차

1장

1. 연구의 배경과 목적

1) 연구 배경과 필요성

- 공동체 활성화의 한 방안으로서 마을미디어의 사회적 가치 주목
 - 인구의 급격한 이동과 도시의 발전 과정에서 지역 공동체의 활성화를 통한 지역사회의 지속가능성 확보를 위한 정책으로 마을미디어가 점점 주목받고 있다. 지역 주민의 자생적 활동에 기초한 마을미디어는 변화하는 미디어 환경에서 기존 미디어가 다루지 못하는 곳의 목소리를 담고, 마을주민들의 정책참여기회를 높여 마을공동체의 활성화에 이바지할 수 있을 것이라는 기대감 속에 여러 지자체에서 마을미디어 활성화를 위한 지원정책을 계획하거나 추진 중이다.
- 마을미디어 활성화정책과 지속가능성 확보를 위한 기초 연구 필요
 - 대전시도 마을미디어 관련 조례가 제정되어 있고, 시청자미디어센터를 중심으로 마을미디어 활성화 사업이 수 년 간 진행되고 있다.
 - 한편으로 대전시에서는 현재 대전사회적자본지원센터가 중심이 되어 ‘마을만들기사업’을 비롯해 공동체 활성화를 위한 다양한 사업을 의욕적으로 추진 중이며, 자치분권 영역까지 공동체의 가치를 적극적으로 확산 중이다.
 - 이러한 사업 기조에 발맞춰 대전 지역의 많은 마을활동가들이 마을미디어를 통한 마을공동체 활성화에 관심을 갖고, 실제로 마을미디어를 제작하기도 한다. 그러나 체계적인 미디어 교육이나 실효성 있는 지원이 부족하여 마을현장에서는 어려움을 겪고 있다.
 - 마을미디어 활동의 지속가능성을 확보하고, 활동역량을 높이는 정책 방안을 마련하기 위해서는 우선 마을미디어의 필요성과 사회적 기능에 대한 개념적 이해, 대전 지역과 타 지역의 마을미디어 활동 현황에 대한 기초적 성격의 연구가 필요하다는 인식아래 본 연구를 자체적으로 시도하게 되었다.

2) 연구 목적과 기대 효과

- 대전 지역 시민들의 공동체성을 강화하고 지역사회의 문제해결을 위해 마을미디어에 대한 고찰이 필요하다는 전제
- 이에 따라 우선 문화공동체의 결속력과 자생력을 높이는 매개체로서 마을미디어의 가치를 살펴보고자 한다. 그리고 대전지역의 마을미디어 현황과 실태를 분석하여 정책적 지원을 통한 활성화 방안을 모색하려 한다.
- 대전 지역 시민들의 자발적 문화공동체 활동을 조명하는 연속적 기획 연구
- 대전세종연구원에서는 지난 수년간 자체 기본과제를 중심으로 문화공동체와 관련된 연구를 꾸준히 진행해왔다. 정책연구에서 자칫 소홀히 다루기 쉬운 문화공동체에 대한 연구를 시도하여 문화공동체의 중요성을 정책적으로 환기하는 것이 1차적 목적이다.
- 본 연구로 대전 지역 마을미디어의 기초 현황을 파악하고, 이를 바탕으로 마을미디어지원조례 발의 확산과 기반 형성, 사업 확대 등을 위한 제도적 논의의 정책 연구로 활용되기를 기대할 수 있다.

표 1-1. 지난 5년간 대전세종연구원에서 진행한 문화공동체 관련 연구

과제유형	연구과제명	연도
기본과제	대전 생활문화향유 동호회 현황 및 정책 시사점 연구	2017
기본과제	대전 독립서점의 문화공동체적 역할과 활성화 방안 연구	2018
기본과제	지역문화공동체적 관점에서 본 마을박물관의 가치 탐색 연구	2019
정책과제	마을축제를 통한 지역공동체 형성 및 지역경제 활성화	2015

* 공동체 전반에 걸친 연구는 제외함

2. 연구 방법과 절차

1) 연구 방법

- 본 연구는 크게 볼 때 이론적 문헌연구와 온오프라인 사례조사, 개별면접의 세 차원으로 연구가 이루어졌다.

(1) 이론적 연구(문헌 조사)

- 마을미디어는 문화정책 영역에서 최우선적으로 중요하게 다뤄지는 영역은 아니다. 대전시 차원에서도 아직 정책연구나 용역연구가 없는 만큼, 우선 마을미디어의 명확한 개념과 사회적 기능에 관해 법적 정의, 학술적 논의 등을 통해 정리하였다.
- 또한 마을미디어에 대한 개념적 준거라 할 수 있는 ‘퍼블릭액세스’에 대해서도 문화 정책적 가치와 연관하여 선행연구를 검토하고 정리하였다.

(2) 사례조사

- 사례조사 연구는 어떤 현상을 체계적으로 연구하는 데 사용되어 온 연구계획의 한 가지 유형으로 자료의 수집이나 분석에 있어 특정한 방법론을 주장하지는 않지만(박수연, 1997) 정책 연구에서 흔히 사용되는 방법이다.
- 본 연구에서는 대전 지역과 타 지역의 마을미디어 운영 현황, 관련 제도를 특징적인 사업을 정리하였다. 특히 마을미디어의 운영 현황을 정리하는 과정에서는 마을미디어의 유형을 자체적으로 유목화하여 분류하였다.

- 본 연구의 사례조사는 온라인 자료를 검색하고, 실제 활동하고 있는 마을미디어와 마을미디어 지원 기관에게 요청하여 현황자료를 확보하였으며, 특별히 현재 활동하고 있는 대전 지역 마을미디어 10곳을 직접 방문하여 운영 실태와 활동의 특징을 살펴보았다.
- 그 결과 지역문제 해결의 수단, 지역공동체 형성에 기여, 아카이브를 통한 지역사회의 기억 보존, 지역문화콘텐츠 발굴 확산 등 마을미디어와 관련한 정책적 시사점이 도출되었다.

(3) 심층인터뷰

- 심층인터뷰는 연구자와 참여자 간의 언어적 상호작용을 매개로 자료수집이 이루어지는 것을 의미한다. 일정한 정보를 습득하려는 뚜렷한 목적의식을 바탕으로 의사소통이 이루어지기 때문에 연구 참여자의 내면을 보다 심층적으로 다룰 수 있다는 장점을 가진다.
- 본 연구에서는 1대1 개별 면접을 통해 반 구조화된 면접지를 활용하여 활동목적과 내용, 정책수요를 청취하였으며, 특히 마을미디어 활동가들은 마을미디어의 가치와 역할을 어떻게 인식 하고 있는지도 알아보았다. 본 연구에서 면담에 응한 대상은 다음과 같다.

표 1-2. 개별 면담 대상자(마을미디어)

미디어명	매체	시작일	주소	면담대상자
관저마을신문	신문	2011	서구 관저동	40대 여 / 20대 남
석교마을신문*	신문	2013	중구 석교동	50대 여
산성마을신문	신문	2016	중구 산성동	50대 남
도시락	라디오	2016	서구 도마동	60대 남
비알뉴스	인터넷 신문	2017	동구 천동	50대 남
이음마을TV (이음마을미디어)	영상/라디오	2018	대덕구	50대 남 / 30대 여
M042	인터넷 신문	2019	서구 월평동	30대 남
더나은하루	소식지	준비중	대덕구 신탄진동	50대 여

* 2020년 폐간

2) 연구 진행 과정

- 본 연구는 ‘기본 연구과제’로서 마을미디어의 가치를 탐색하고 큰 틀에서 대전시의 정책 방향을 제시하는 성격을 지닌다. 연구의 전체 과정은 아래 그림과 같이 다층적으로 진행되었으며, 연구 시작에서 정책 기조 설정 단계에 이르기까지 마을미디어 정책 전문가와 현장 활동가들에게 수차례 자문을 의뢰하였다. 시기별 진행과정은 그림 1-2와 같다.

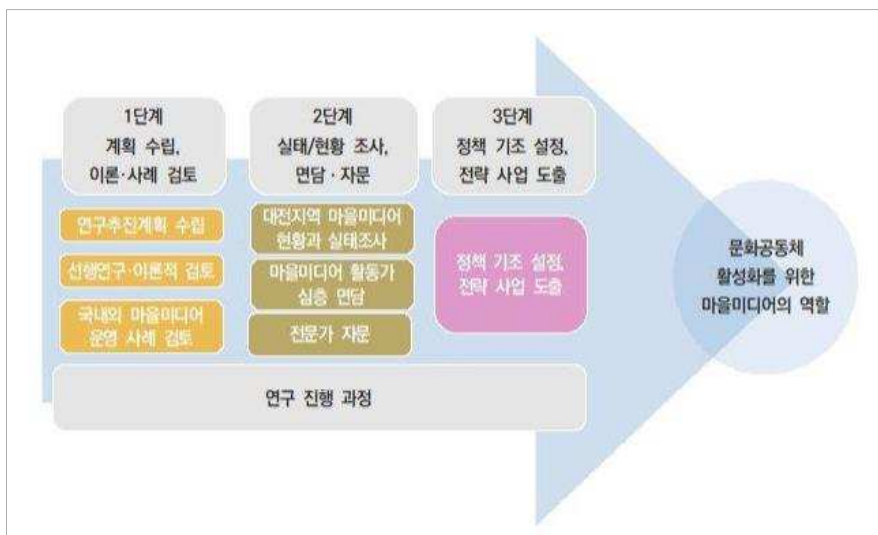


그림 1-1. 연구 진행 단계



그림 1-2. 마을미디어의 역할 연구 진행 과정

마을미디어에 관한 이론적 논의

1. 마을미디어의 개념
2. 마을미디어의 유형
3. 마을미디어의 기능과 역할

2장

1. 마을미디어의 개념

1) ‘마을미디어(Maeul Community Media)’ 개념의 출현

- 마을미디어는 퍼블릭 액세스(public access)의 가치가 이념적 토대
 - 퍼블릭 액세스(public access)란 “어떤 매체나 커뮤니케이션 시스템에도 적용될 수 있는 원리로서 주로 권력과 자본이 독점하고 있는 매체 영역의 일부를 개방해서 일반 시민의 접근이 가능하도록 하는 것. 또는 미디어 액세스권의 부분적 구현(김성중, 2006)”하는 것을 의미한다.
 - 서울마을미디어지원센터에서는 마을미디어를 ‘공동체의 이슈를 담아내는 미디어로서 개인과 공동체, 마을과 미디어의 변화를 만들어가는 과정이자 수단’으로 정의하고 있는데, 여기에서도 ‘시민의, 공공의 접근성’을 내포한다고 할 수 있다.

- ‘공동체라디오’의 정체 상황에서 2012년 전후로 등장
 - 이러한 정의가 말해주듯 마을미디어는 ‘공동체미디어’와 개념의 상당 부분을 공유한다. ‘퍼블릭액세스’의 가치에 기반하여 2000년대 초반 활발히 전개되던 ‘공동체미디어’는 2010년대까지 여러 성과도 낳았지만 확장성의 한계에 부딪힌다.
 - ‘마을미디어’는 공동체미디어의 확산 흐름 과정에서 ‘공동체미디어’라는 약간은 생소한 단어 표현을 보다 친숙하게 하려는 고민과정에서 생성되었으며, 주변부로 밀려날 수 있던 ‘공동체미디어’에 대해 다시 사회적 관심을 불러 모으는 역할을 하게 된다.
 - 언론의 기사 노출 빈도를 나타낸 그림 2-1, 2-2를 보면 ‘퍼블릭액세스’의 보도량이 급속히 낮아지는 시기와 ‘마을미디어’의 보도량이 급속히 높아지는 시기가 맞물림을 알 수 있다.

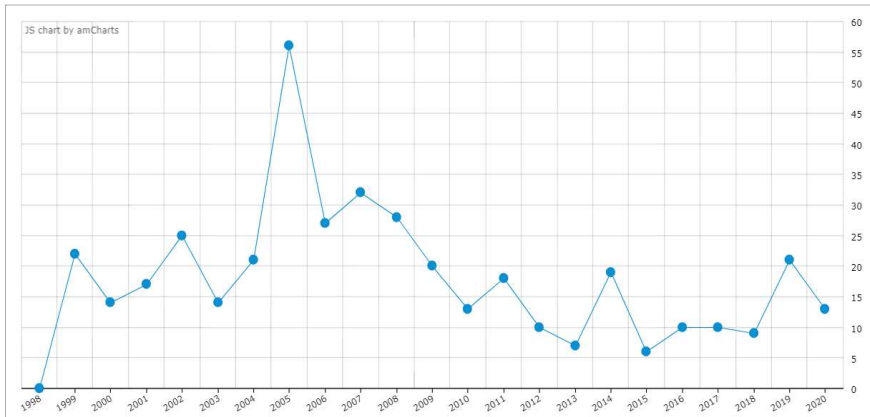


그림 2-1. ‘퍼블릭 액세스’ 키워드 언론 노출 추세(자료: 빅카인즈)

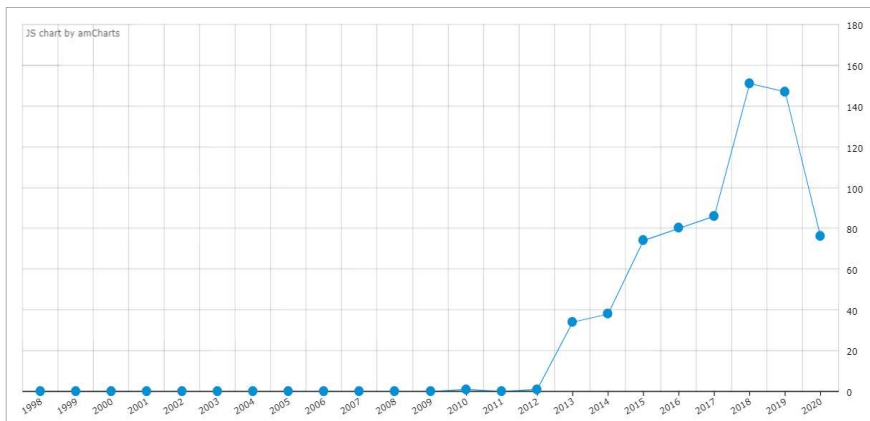


그림 2-2. ‘마을미디어’ 키워드 언론 노출 추세(자료: 빅카인즈)

2) 공동체의 중요한 요소로서 마을미디어

□ 마을+미디어=마을미디어(?)

- 마을미디어는 마을과 미디어의 합성어이다. 마을은 사람이 자연적으로 모여 생활하는 곳을 이르는 순우리말이고, 미디어는 신문, 방송, 잡지처럼 많은 사람에게 정보와 사상을 전달하는 대중매체이다. 이렇게 본다면, 마을과 미디어가 합쳐진 ‘마을미디어’는 마을주민이 마을소식을 이웃에게 전달하는 대중매체이다.

- 하지만 부분의 합이 총량과 일치하지 않는 것이 사회 현상의 속성이듯, 마을미디어는 ‘마을’과 ‘미디어’의 피상적 결합 이상의 가치를 지닌다.
- 우선 많은 공동체 정책에서 표현되는 ‘마을’이라는 단어부터가 과거 전통사회에서의 지리적 개념보다는 ‘마을 주민들 간 일상적 삶에 있어 다양한 물질적, 정신적 상호작용이 이뤄지는 공간’으로 풀이된다. “마을은 단순한 지리적 범위를 넘어 지역의 공동체 복원과 활성화의 의미를 담고 있다(한상헌, 2019)”

표 2-1. 마을미디어에 관한 법적 정의

지역	정의
서울시	미디어를 통한 주민소통 및 문화 활성화 를 위하여 마을 기반으로 주민이 직접 참여하고 운영하는 영상, 음성, 인쇄 매체 등을 통한 정보 전달 매체
서울 성북구	미디어를 통한 주민소통 및 공동체 문화 활성화 를 위하여 마을을 기반으로 주민이 직접 참여하고 운영하는 영상, 음성, 인쇄매체 등
서울 노원구	미디어를 통한 주민소통 및 공동체 문화 활성화 를 위해 마을을 기반으로 주민이 직접 참여하고 운영하는 것을 특징으로 한 영상, 음성, 인쇄, 신문, 방송 등
인천 연수구	미디어를 통한 주민소통 및 공동체 문화 활성화 를 위해 마을을 기반으로 주민이 직접 참여하고 운영하는 것을 특징으로 한 영상, 음성, 인쇄, 신문, 방송 등을 통한 정보 전달 매체
대전*	마을주민들의 공동체 활동과 미디어 문화 활성화 를 위하여 활용하는 온·오프라인상 의 영상, 음성, 인쇄 매체 등의 콘텐츠를 총칭
대전 동구*	미디어를 통한 주민소통 및 공동체 문화 활성화 를 위하여 마을을 기반으로 주민이 직접 참여하고 운영하는 것을 특징으로 한 영상, 음성, 인쇄, 신문, 방송 등
전북*	마을 주민들의 공동체 활동과 미디어 문화 활성화 를 위해 활용하는 온·오프라인상 의 영상, 음성, 인쇄 매체 등의 콘텐츠를 총칭
전북 군산시	미디어를 통한 주민소통 및 공동체 문화 활성화 를 위해 마을을 기반으로 주민이 직접 참여하고 운영하는 것을 특징으로 한 영상, 음성, 인쇄, 신문, 방송 등
제주도*	미디어를 통한 주민소통 및 공동체 문화 활성화 를 위하여 마을을 기반으로 주민이 직접 참여하고 운영하는 것을 특징으로 한 영상, 음성, 인쇄, 온라인 신문 , 방송 등

*마을공동체미디어로 표현. 굵은 표시는 연구자가 강조

□ 지자체 조례에 명시된 마을미디어의 공동체적 개념

- 표 2- 에서 보이듯 모든 지자체 조례에서는 마을미디어에 관해 개념정의
를 하면서, “미디어를 통한 주민소통”, “미디어를 통한 공동체 문화 활성
화”를 주요 목적으로 정의한다. 또한 “마을기반으로”, “주민이 직접 참
여”라는 표현에서 나타나듯 주민의 자발적 활동을 중요한 근거로 본다.
- 지자체 조례안은 공통적으로 ‘마을’을 “주민이 일상생활을 영위하면서
경제·문화·환경 등을 공유하는 공간적·사회적 범위(인천 연수구)”로 정
의하고, ‘마을미디어 활동’을 “주민참여를 통한 마을공동체미디어 관련
교육, 마을공동체미디어 제작 및 운영, 비영리 목적의 마을공동체미디
어 유통 및 보급(대전 동구)”으로 규정한다.
- 결국 조례안에서 공통적으로 담고 있는 내용에 따르면 마을미디어는 여
론의 다원화, 주민자치 실현 및 마을공동체와 지역사회 발전을 위한 마
을 단위 소통과 공론의 장으로 확대 해석될 수 있다.

□ 마을미디어에서 ‘미디어’의 범위는?

- 조례안들이 규정하고 있는 ‘미디어’의 범위는 “영상, 음성, 인쇄매체”등
미디어의 영역을 폭넓게 적용하고 있다. 특기할 만한 것은 전통적 미디
어를 다양하게 아우르면서, 일부 지자체에서는 온라인 매체를 특정적으
로 명시하기도 하는 점이다.
- 이는 최근 매우 확산되고 있는 유튜브나 팟캐스트 등 뉴미디어가 마을
미디어로 적극 활용되고 있는 경향을 적절히 반영한 것으로, 뉴미디어
가 지니고 있는 속성인 미디어생산자와 수용자 간 상호작용성, 쌍방향
성이 마을미디어가 추구하는 주민의 직접 참여와 맞닿을 수 있는 가능
성을 시사한다.

□ 마을미디어 운영과 관련된 세부적 개념 정의

- 지자체 조례에선 마을미디어에 관한 정의뿐만 아니라, ‘활동’, ‘운영단체’
등 마을미디어의 운영과 관련된 개념도 정의를 내려 정책 혼선을 방지
하고 있다(표 2-2 참조).

- 대부분 조례에서 마을미디어의 활동을 미디어의 제작뿐만 아니라 그것을 위한 ‘교육’까지 포함되는 개념으로 정의하고 있는 것은 마을미디어를 활성화하기 위한 방책으로 풀이된다.
- 마을미디어 ‘운영단체’는 사회적 협동조합과 비영리법인 등의 단체들이 해당되는데, 운영단체 뿐만 아니라 미디어를 생산하고 공유하는 개인인 ‘미디어 활동가’까지 적용한 지역도 있다.
- 특별히 마을미디어의 ‘콘텐츠’를 정의한 곳도 눈에 띈다. 이 때 ‘콘텐츠’는 이미지, 도형, 문자 등을 한 가지의 방법으로만 표현한 작품뿐만 아니라, 이들을 복합적으로 이용하여 표현된 자료까지 수용하고 있다.

2. 마을미디어의 유형

1) 매체에 따라

(1) 레거시 미디어

- ‘레거시 미디어(legacy media)’는 정보시대 이전 지배적인 대중미디어로 특히, 인쇄 매체, 영화 스튜디오, 음악 스튜디오, 광고 대행사, 라디오 방송 및 텔레비전이 대표적이다. 구식 미디어 기관은 중앙 집중식이며 일방향 기술로 대중에게 전달된다(Desjardins, 2018).
- 레거시 미디어는 전 연령층이 친숙하게 접근할 수 있는 이점을 지닌다. BS 청춘라디오에서 아나운서들과 지역 노인들이 함께 모여 ‘근현대사’ 드라마를 제작하는 모습으로 특정 연령뿐만 아니라 모든 연령이 참여하여 마을미디어를 제작하는 사례라 할 수 있다.
- 잡지 형태로 활동하는 곳은 <안녕광안리(부산, 2011)>이 대표적이며, 마을신문 형태는 <금천in(서울, 2012)>, <청소년신문 벼리(익산, 2014)>, <수정내 귀촌이야기(울산, 2019)>등 다수가 활동 중이다. <BS 청춘라디오(강원도, 2016)>처럼 라디오 형태로 운영 중인 곳도 있다.

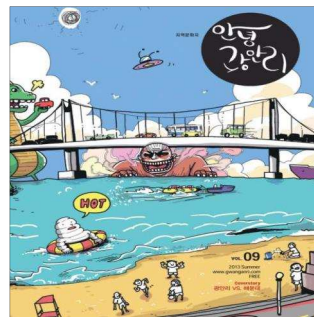


그림 2-3. <BS 청춘라디오> 녹음현장(좌) / <안녕광안리> 표지

(2) 뉴미디어

- ‘뉴미디어(new media)’는 20세기 후반부터 통용된 용어로 영화, 그림, 음악, 언어, 문자 등의 전통적인 전달 매체에 컴퓨터와 통신 기술, 스마트 모바일 기기, 인터넷 등을 통해 미디어 수용자와 매체 간, 미디어 수용자와 미디어 생산자 간에 상호작용성을 가장 큰 특징(문화체육관광부, 2020)으로 갖는다.
- 뉴미디어는 주로 온라인이나 소셜네트워크서비스의 성격을 지니지만, 팟캐스트처럼 뉴미디어의 성격을 지니면서 내용상으로 레거시미디어(라디오)의 성격을 지니는 등 매우 다양한 성격과 복합적 형태의 새로운 매체들이 계속 생겨나고 있다.
- <서울마을미디어 지원센터 2019년 마을미디어 연간보고서>에 따르면, 마을미디어가 가장 선호하는 매체로 ‘영상’에 가장 많이 응답하였다. 특히 다년간 활동해온 마을미디어들의 경우 영상, 라디오/팟캐스트, 웹진(잡지 또는 신문)과 같은 여러 매체를 이용해 콘텐츠를 유통하고 있는 것으로 나타났다.
- 팟캐스트를 활용하는 매체로는 <동작FM(서울, 2017)>, <동래FM 얼쑤(부산, 2017)>, <울릉 팟캐스트(경북, 2018)>등이 있으며, <천안청년들(충남, 2015)>, <이주민방송(서울, 2019)>, <다대는TV(부산, 2019)>, <대구마을터비(대구, 2019)>, <연수마을이야기(인천, 2020)>등은 유튜브 채널을 개설해 운영하고 있다.

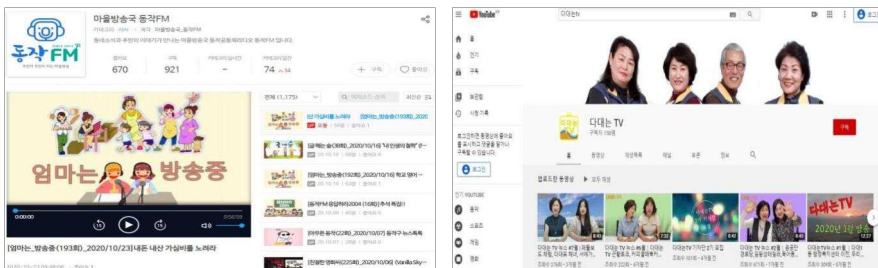


그림 2-4. 팟캐스트 <동작FM>(좌) / 유튜브 채널 <다대는tv>

2) 목적에 따라

- 마을미디어마다 마을의 소식을 전하는 것에서부터 구체적인 현안을 짚고 정책적 논의를 하는 것에 이르기까지 다양한 편차를 보이며, 그에 따라 저마다 다양한 목적성을 지닌다. 발간 취지와 내용을 토대로 마을미디어의 목적을 살펴보면 크게 다음과 같은 방향성을 지니는 것으로 파악된다.
- 마을미디어의 목적성에 따라 기존의 마을미디어들을 유형화 해보면 다음 표와 같은 방식으로 분류될 수 있다. 당연히 각 마을미디어가 한 가지 목적성을 지니는 경우가 드물기 때문에 유형이 중첩될 수 있지만, 주된 목적과 부수적인 목적은 파악될 수 있다.

표 2-2. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류 사례

마을 미디어 명	주민 간 친목도모	정보의 전달과 공유	지역의제 발굴과 공론화	사회적 가치 실현
BS 청춘라디오	○	◎		○
동래FM 얼쑤	◎	○	○	
수정내귀촌이야기	◎	○	○	
연수마을TV	◎	◎		○
안녕 광안리	○	◎	○	○
금천in	○	○	◎	○
천안청년들		○	◎	
동작FM	○	◎	○	◎
울릉 팟캐스트		◎	○	
대구마을터비		○		◎
청소년신문 벼리			○	◎
BOSHU WEDIA		○	○	◎

*◎ : 주된 마을미디어 목적 **○ : 마을미디어 목적

(1) 주민 간 친목도모

- 마을미디어 활동의 가장 원초적인 목적성이라 할 수 있다. 함께 살고 있는 ‘같은 마을’이라는 정체성에 근거하여 공동체 관한 논의가 주를 이루며, 주민간의 소통, 주민과 지역사회와의 소통을 담당하는 창구 역할로 이어진다.

(2) 정보 전달과 공유

- 미디어가 지니는 주요 기능 중 하나인 정보 전달은 마을미디어에도 해당된다. 많은 마을미디어는 주민들에게 그 지역과 관련된 정보를 전달 하고 주민들 간에 정보를 공유하는 것을 주요한 책임으로 인식한다.
- 특히 마을미디어는 전통적이고 상대적으로 주류인 언론매체들이 취재 대상으로 삼기 어려운 자치구와 동 단위의 소소한 소식까지 전달 할 수 있어 정보의 사각지대를 해소할 수 있는 목적성은 마을미디어의 중요한 역할로 이어질 수 있다.

(3) 지역 의제 발굴과 공론화

- 일부 마을미디어들은 ‘정보전달’의 기능에서 한 발 더 나아가 사회적 의제를 전달하고, 지역사회의 갈등이나 민원 등 현안들을 발굴하여 대외적으로 확산한다. 또한 이와 같은 의제들을 마을 내에서 서로 숙의하고 공론화시키는 역할을 하기도 한다.

(4) 사회적 가치 실현

- 마을미디어는 사회적으로 배제되어 있는 여성, 장애인, 성 소수자, 청소년, 노인, 외국인 등 소수의 권익을 대변하기에 용이하다. 이러한 특성을 생각한다면 마을미디어는 공공성을 확보하고 넓히기 위한 사회적 가치 실현의 중요한 역할을 할 수 있는 대안적 가능성을 지닌다.

3. 마을미디어의 기능과 역할

- 마을미디어의 유형과 목적성이 다양하듯 마을미디어의 기능과 역할도 여러 측면으로 바라볼 수 있다. 마을미디어는 전달하는 내용뿐만 아니라 마을미디어를 만들고 배포하는 과정에서 오히려 더 큰 사회적 기능이 발생한다고 할 수 있다. 이러한 기능 또는 역할은 크게 미디어적 측면과 사회적(공동체적) 측면으로 나누어지는데 그동안 마을미디어를 학술적으로 다룬 연구들에서는 다음과 같이 마을미디어의 역할을 강조하고 있다.

1) 주류미디어에 대한 대안 미디어 역할

- 마을미디어는 주류미디어로 인해 소외된 주체들의 참여를 통해 주류미디어에서 배제된 사회적 이슈 혹은 소수자의 목소리 재현과 제작 유통의 과정에서 소외된 주체들의 자발적인 참여를 보장하는 통로가 될 수 있다(이주훈, 2012). 이는 공동체 미디어로서의 특징과 뉴미디어와 접합되는 양상 속에서 더욱 두드러진다.

(1) 공동체 미디어로서의 네트워크 특성

- 강진숙(2017)은 공동체 미디어와 관련된 사건과 현상들이 학술담론 속에서 어떻게 나타나고 진단되고 있는지 분석하였다. 그 결과 공동체 미디어 학술담론은 온라인 공동체(커뮤니티), 지역/시민공동체, 공동체 미디어, 소수자 커뮤니티 등이 네 가지 주제 유형으로 구분하였고, 공동체 미디어의 향후 과제는 이용자의 행위와 실천의 가능성에 더 접근할 필요가 있다고 주장한다.
- 장시영, 채영길(2016)은 마을공동체미디어의 관계와 소통 구조를 이해하기 위하여 네트워크 분석방법을 통해 커뮤니티미디어 참여자 네트워크의 관계망 특성을 분석하였다. 그 결과 참여자 네트워크는 커뮤니티

미디어의 생산과 운영의 특성을 반영하며 커뮤니티미디어가 기존의 매스미디어와 다른 성격과 역할을 가능하게 하는 토대를 제공한다. 개방적, 참여적 수평적 관계와 소통 방식이 커뮤니티미디어의 특성이라면 참여 네트워크는 이를 가능하게 만드는 기능이 있음을 확인하였다.

(2) 뉴미디어와 접합되는 미디어로서의 특성

- 최순희(2017)는 온라인 공동체 미디어의 성격, 콘텐츠 생산 및 유통 전략을 ‘대덕밸리라디오’의 사례로 분석하였다. 연구결과에 따르면 온라인 공동체 미디어 활동은 지역 공동체의 가치를 담아내는 시민미디어(civic/citizen media) 활동을 수행한다. 또한 미디어 콘텐츠 제작과 유통전략에 따라 퍼블릭 액세스(Public Access)를 통하지 않고도 공동체의 지역성을 실현하는 효과적인 매체 활용한다. 이러한 결과는 온라인 미디어의 콘텐츠가 공동체를 연결하고 개인이 연결점(node)이 되어 온라인과 오프라인에서 상호작용한다는 것을 보여준다.

2) 마을미디어의 사회적 기능

(1) 공동체의 정체성 부여와 결속력 강화, 개인의 주체성 강화

- 앞서 언급했던 대로 “마을미디어가 공동체의 이슈를 담아내는 미디어로서 개인과 공동체, 마을과 미디어의 변화를 만들어가는 과정이자 수단”이라는 서울마을미디어지원센터의 정의(한국외대 미디어커뮤니케이션 연구소, 2019)는 미디어의 중심에 공동체를 둬으로써, 마을미디어가 미디어 영역에 변화를 가져오면서 동시에 마을공동체 활성화에 이바지할 수 있다는 것을 역설한다.
- 이미 마을미디어의 원형이라 할 수 있는 공동체 라디오에 대한 학술적 규정에서도 마을미디어는 “공동체 내에서(in the community)”, “공동체를 위해(for the community)”, “공동체에 대해(about the community)”, “공

동체에 의해(by the community)” 운영되는 방송을 의미하며(Tabing, 2002), 지배적인 미디어의 운영 원칙, 구조, 재정, 그리고 문화적 형식 등을 보완하거나, 도전하거나, 변화시키려는 공동체 기반의 다양한 미디어 활동들을 포괄한다(최성은, 2014).

- 마을미디어의 사회적 기능은 미디어활동가의 활동 자체에 초점을 두고 바라볼 때 더 가시적으로 드러난다.
- 공동체 미디어 활동가가 공동체 미디어를 통해 어떻게 다중 실천을 하고, 삶과 정서를 어떻게 변화시키는지 분석한 유숙·강진숙(2017)의 연구 결과에 따르면 공동체 미디어 활동가들은 미디어로 인해 공동체 미디어 활동을 통해 새로운 주체성을 형성해 가고 있었다. 공동체 미디어 활동 전 보다 자존감과 자신감이 상승, 다중으로서 각기 다른 만남들을 통해 긍정과 부정, 상승과 하강의 정서 변이를 체험하는 것이다.
- 김영찬, 반명진(2018)은 참여관찰 중심의 현장연구를 통해, 공동체미디어 실천과 공동체적 삶의 과정에 초점을 맞춰 지역공동체구성원들의 미디어실천과 문화적 실천에 접근하였다. 연구 결과에 의하면 공동체미디어의 구성원들은 공동체적 감수성을 환기하게 되는 변화를 경험하였으며, 이는 공동체적 삶을 엮어내는 플랫폼으로서 공동체 미디어의 기능성/잠재성이 있다는 것을 보여준다.
- 장지은(2018)은 대구, 경산에서 여성 활동가와 참여자들이 어떻게 공동체 미디어 공간을 생산, 운영, 참여하고 있으며 개인의 삶을 어떻게 변화시키고 있는지 분석하였다. 연구 결과는 차별화된 도시공간에 새로운 공동체 공간을 생산하고 지역과 일상에서 여성들의 삶을 담고 개인의 경험을 이야기하고 타자와 상호작용하며 변화한다는 것을 나타내고 있는데, 이는 앞서 마을미디어의 사회적 가치 실현이라는 목적성과 조응하는 내용이라 할 수 있다.
- 채영길 외(2016)는 마을공동체미디어라는 커뮤니티미디어를 중심으로 미디어 참가자들이 공동체를 규정하는 방식에서 소통행위의 의미를 살펴해보았다. 연구 결과에 따르면 참여자들은 공간과 관계의 공유 공동체

로 규정되는 마을공동체에서 마을미디어 참가자들은 서로 유사한 노스텔지어적 감성을 공유하며 기존의 마을공간과 관계를 변화시키려는 미디어로서 마을미디어를 규정하고 있다. 또한 마을공동체를 조직화할 때 상이한 동기와 소통방식으로 다양한 성격의 마을미디어를 조직한다.

- 안진, 채영길(2015)은 미디어로서 공동체 라디오 다문화 프로그램 <굿모닝 세상의 아줌마들>을 사례로 공동체 안에서 결혼이주여성 참여자들이 어떤 과정을 거쳐, 그들 삶을 스스로 통제하고 주관하는 권능화의 주체가 되는지 고찰하였다. 연구 결과에서는 공동체 라디오 제작 과정에서 결혼이주여성 참여자들은 다양한 권능화 소구들을 통해 그들 삶의 주체로서의 정체성을 복원, 회복하였으며, 인정의 공간으로서 선주민-이주민 참여자들이 함께하는 공동체 안에서의 연대와 소통을 통해 권능화의 성취를 경험한 것으로 파악되었다.

(2) 참여의 매개체로서 문화민주주의를 실현

- 앞서의 연구 결과들은 마을미디어 활동이 활동가와 참여자에게 자아성찰과 개인 간 소통의 활로가 될 수 있음을 보여준다. 이제 한발 더 나아가 마을미디어는 주민의 직접적 참여를 통한 집단적 실천의 매개체가 되기도 한다.
- 강진숙, 이은비(2014)는 마을미디어에서 활동하는 주체들의 다양한 움직임을 통해 구현되는 실천적 결들에 대해 탐색하였다. 연구결과로 공동체 미디어는 개인들이 가지고 있는 다양성을 작용으로 인해 공동체 미디어를 구성, 실천하는데 있어 '서울마을미디어'를 사례로 기존에 볼 수 없었던 다양한 미디어 활동들을 창출한다는 것을 발견하였다. 이를 통해 연구자는 현대인들을 억누르던 개인주의 문화에서 벗어나 공동체 의식을 복권시킬 수 있는 대항권력의 가능성이 있음을 보여주었다.
- 채영길(2017)은 공동체미디어 사업의 실천적 함의가 실제 어떻게 구현되고 있으며 공동체미디어가 지향하고자 하는 주민 참여적 민주주의가 어떻게 실현될 수 있는지를 논의하였다. 연구 결과, 공동체미디어 참여

는 다차원적인 방식으로 실천되고 있었으며, 평등성을 준거로 하는 참여의 정치성이 공동체미디어의 소통 동기 및 소통방식과 관련성을 갖는다는 분석을 내놓았다.

□ 이러한 모든 논의들을 종합할 때, 마을미디어 지원정책은 주민들이 스스로 공동체의 의제를 발굴하고 공유하며, 지역 변화를 위한 실질적 담론을 형성할 수 있는 계기를 마련하는 매우 소중한 정책이다. “다중의 네트워크로서 미디어를 통한 집단적 실천행위를 이끌고 일종의 대항권력으로서 그 역할을 수행한다는 측면에서 문화정치적 함의를 지니는”(강진숙·이은비, 2014)것이며, 주민들의 소통 기회를 시민의 사회적 기본권으로 확장하는, 문화민주주의의 확산이라는 큰 함의를 가진다.

□ ‘마을미디어’에 관한 언론보도의 키워드 분석 결과에서 연관어 분석을 살펴보면, 마을미디어가 ‘민주주의’와 ‘주민자치’의 가치와 긴밀하게 연결되어 있음을 알 수 있다.

- 그림 2-5과 2-6을 보면, ‘지역’과 ‘주민’, ‘공동체’를 핵심어로 한 표현들이 ‘지역공동체 활성화’, ‘지역 주민’, ‘주민 모임’, ‘주민들’, ‘시민들’ 등으로 다양하게 드러난다. ‘주민들’, ‘시민들’과 같이 복수 형태의 단어들, ‘주민 모임’, ‘지역공동체’, ‘지역 주민’과 같이 지역을 기반으로 한 주민의 모임을 지시하는 표현들은 모두 ‘공동체’의 의미를 내포하고 있다. 이러한 연관어들은 마을미디어의 주체와 대상이 ‘주민’, ‘공동체’라는 것을 의미한다. 그리고 이는 곧 마을미디어 가치의 기저에 ‘민주주의’의 기본원칙과 ‘주민자치’의 가치가 포함되어 있음을 알게 한다.

□ 이외에도 마을미디어 키워드 간 관계도 분석에서 볼 수 있었던 것처럼 시청자미디어센터와 미디어센터의 역할, 뉴미디어의 부상 등 정책과정에서 공공기관의 역할과 사회적 흐름에 대해 알 수 있었다. ‘울산지역’, ‘광주’, ‘부산’, ‘연수구’, ‘대전시’, ‘성북구’, ‘전남’ 등 시청자미디어센터가 위치하거나 마을미디어 관련 정책과 사업이 전개되고 있는 지역의 명칭을 다수 볼 수 있다. 또한, ‘센터장’, ‘광주센터’, ‘지원센터’, ‘경기

콘텐츠진흥원’ 등의 연관어는 시청자미디어센터, 미디어센터의 역할과 중요성을 다시 한 번 상기시킨다. ‘팟캐스트’는 뉴미디어 매체로서 마을 미디어 매체 다양성과 변화를 실감케 한다.

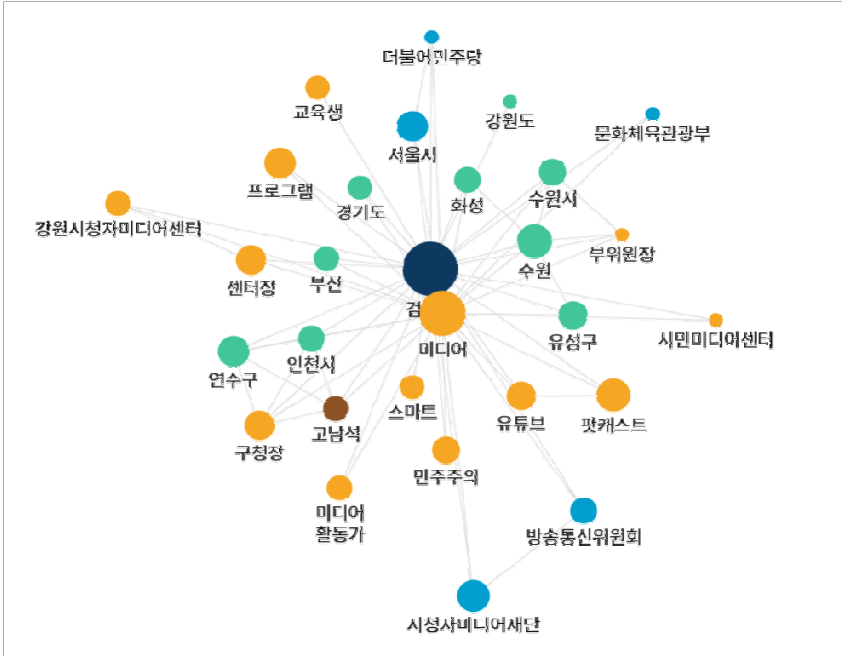


그림 2-5. 마을미디어 관계도 분석(자료: 빅카인즈)



그림 2-6. 마을미디어 연관어 분석(자료: 빅카인즈)

마을미디어의 현황

1. 마을미디어 관련 법제적 기반
2. 국내 마을미디어의 현황
3. 국내외 마을미디어 목적 유형별 주요 사례

3장

1. 마을미디어 관련 법제적 기반

1) 법령

(1) 방송법

- ‘퍼블릭액세스’ 운동은 미디어의 집중과 독점화가 일반 시민의 표현의 자유를 보장하지 못하고 있다는 문제의식에서 비롯된 운동으로 시민이 직접 제작한 프로그램을 통해 방송의 참여를 보장하고, 이를 통해 방송의 공적 공간 형성을 지향하고 있다.
- ‘퍼블릭액세스’는 시민이 참여하고 시민이 주체가 되는 권리를 개념화하고 확장한다는 측면에서 시민운동의 한 형태이자 미디어 민주주의를 실현하는 중요한 수단이다. 마을 미디어의 출발을 가능케 했던 공동체라디오 방송을 비롯해 마을TV, 마을신문 등을 통해 그 가치가 구현되고 있다.
- 방송법 및 방송법 시행령에서는 다음과 같이 시청자의 권리를 규정하고 이를 구현하기 위한 내용을 담고 있다.

〈방송법〉

1조(목적) 이 법은 방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상을 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다.

3조(시청자의 권익보호) 방송사업자는 시청자가 방송프로그램의 기획·편성 또는 제작에 관한 의사결정에 참여할 수 있도록 하여야 하고, 방송의 결과가 시청자의 이익에 합치하도록 하여야 한다.

9조(허가·승인·등록 등)

⑪ 공동체라디오방송사업을 하고자 하는 자는 방송통신위원회의 허가를 받아야 한다. 이 경우 방송통신위원회는 과학기술정보통신부장관에게 「전파법」에 따른 무선국 개설과 관련된 기술적 심사를 의뢰하고, 과학기술정보통신부장관으로부터 송부 받은 심사 결과를 허가에 반영하여야 한다. 이외의 공동체라디오방송사업자의 편성, 재원 등 운영에 필요한 세부사항은 대통령령으로 정한다.

〈방송법 시행령〉

13조의2(공동체라디오방송사업자의 운영 등)

① 공동체라디오방송사업자는 해당 채널의 매월 전체 방송시간의 100분의 60 이상을 허가를 받은 주된 방송분야의 방송프로그램으로 편성하여야 한다.

② 공동체라디오방송사업자의 재원은 다음 각 호의 금액으로 충당한다.

1. 기부금 / 2. 지방자치단체의 보조금 / 3. 법 제73조제2항에 따른 방송광고수입금 / 4. 법 제74조에 따른 협찬고지 수입금 / 5. 그 밖의 수입금

51조(시청자 참여프로그램)

① 법 제69조제7항에 따라 공사는 지상파텔레비전방송사업의 허가를 받아 행하는 텔레비전방송의 채널에서 매월 100분 이상의 텔레비전방송프로그램을 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램으로 편성하여야 한다.

② 한국방송공사는 시청자 참여프로그램의 편성기준을 정하고 이를 공표하여야 한다.

③ 시청자 참여프로그램의 운영, 제작지원 및 방송권 등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙이 정하는 바에 따른다.

52조의2(공동체라디오방송사업자의 방송프로그램 편성)

① 법 제69조제10항에 따라 공동체라디오방송사업자는 청취자 참여프로그램을 매월 전체 방송시간의 100분의 20(2016년 7월 1일부터 2018년 6월 30일까지는 100분의 5로 한다) 이상 편성하여야 한다.〈개정 2016. 6. 30.〉

② 법 제69조제11항에 따라 공동체라디오방송사업자는 다른 공동체라디오방송사업자의 저작물을 매월 전체 방송시간의 100분의 30 이상 편성해서는 아니 된다.

- 지난 2000년 통합방송법이 제정되면서 지상파, 케이블TV, 위성방송 등의 일부 시간이나 채널을 개방해서 일반 시민들의 접근이 가능하도록 하는 ‘퍼블릭액세스(public access)’ 방송이 가능하게 됐다. 이를 통해 KBS <열린채널>, 위성방송 <RTV>, 지역케이블TV 등을 통해 ‘퍼블릭 액세스’ 방송이 진행되고 있다. 마을미디어가 퍼블릭액세스의 이념과 상당부분 가치를 공유하고 있다는 점을 감안할 때, 퍼블릭액세스를 보장하는 우리나라의 법제를 활용하여 마을미디어의 활성화를 위한 방안을 찾으려는 노력이 필요하다고 판단된다.

(2) 마을미디어 관련 지역별 조례

- 광역시도별 마을미디어 관련 조례안 : 광역시도를 범위로 하는 조례는 ‘서울특별시 마을미디어 활성화 지원 조례(2019)’, ‘전라북도 마을공동체미디어 활성화 지원 조례(2018)’, ‘제주특별자치도 마을공동체미디어 육성 및 지원 조례(2019)’가 있으며, 타 지역과 달리 조례안에 육성, 지원이 명시되어 있는 것이 타 지역의 조례안과 차별성을 갖는다. 대전광역시도 ‘대전광역시 마을공동체미디어 활성화 및 지원조례(2020)’를 제정하였다.
- 기초지자체별 마을미디어 관련 조례안
 - 서울시의 경우 노원구, 성북구 각각 ‘서울특별시 노원구/성북구 마을미디어 활성화 조례(2019)’가 있다. 금천구는 ‘서울특별시 금천구 마을미디어 활성화 조례(2020)’로 최근에 조례가 제정되었다.
 - 전라북도 내에서는 ‘군산시 마을미디어 활성화 지원 조례(2019)’, ‘전주 마을공동체미디어 활성화 지원 조례(2020)’가 있으며, 인천은 ‘인천광역시 연수구 마을미디어 활성화 조례(2018)’가 있다.

- 대전의 기초지자체 가운데 동구가 ‘대전광역시 동구 마을공동체미디어 육성 및 지원 조례(2018)’를 대전시 보다 앞서 마련하였다.

표 3-1. 전국 마을미디어 관련 조례 제정 현황

	자치단체	법규명	공포 일자
광역	서울시	서울특별시 마을미디어 활성화 지원 조례	2019
	대전시	대전광역시 마을공동체미디어 활성화 및 지원조례	2019
	전라북도	전라북도 마을공동체미디어 활성화 지원 조례	2018
	제주도	제주특별자치도 마을공동체미디어 육성 및 지원 조례	2019
기초	서울시 성북구	서울특별시 성북구 마을미디어 활성화 지원 조례	2019
	서울시 노원구	서울특별시 노원구 마을미디어 활성화 지원 조례	2019
	서울시 금천구	서울특별시 금천구 마을미디어 활성화 지원 조례	2020
	인천시 연수구	인천광역시 연수구 마을미디어 육성 조례	2018
	대전시 동구	대전광역시 동구 마을공동체 미디어 육성 및 지원 조례	2018
	전라북도 군산시	군산시 마을미디어 활성화 지원 조례	2019
	전라북도 전주시	전주시 마을공동체미디어 활성화 지원 조례	2020

2) 관련 기관·조직

(1) 시청자미디어센터

□ 미디어센터는 미디어교육 시설이자 미디어 제작과 향유를 위한 거점 지원 시설이다. 시민과 공동체가 직접 미디어 콘텐츠를 제작하고 이를 활용하여 사회적 소통 과정에 직접 참여할 수 있도록 지원한다. 현재 우리나라에서 미디어센터는 방송통신위원회가 지원하는 시청자미디어센터와 영화진흥위원회가 지원하는 영상미디어센터가 전국 각지에 분포되어 있다.

□ 시청자미디어센터 현황

- 시청자미디어센터는 “방송통신위원회는 시청자의 방송참여와 권익증진 등을 위하여 시청자미디어센터를 설립한다(방송법 제90조2항)”는 법에

근거하여 설립된 방송통신위원회 산하 준정부기관인 ‘시청자미디어재단’으로 조직화되어 있다.

- 시청자미디어재단은 시청자의 방송참여와 권익증진을 위해 시청자 미디어 교육·체험·홍보, 미디어 교육 확대와 미디어 격차 해소, 시청자 방송참여 활성화 지원, 공정한 미디어 환경 조성 등을 수행하며, 시청자 미디어센터는 이를 위해 시청자가 미디어를 올바르게 이해하고 방송 콘텐츠를 직접 제작할 수 있도록 미디어교육과 방송제작 시설장비 등을 무료로 제공하는 시청자 참여 지원 시설이다.¹⁾
- 시청자미디어센터는 2005년 부산센터를 시작으로 현재 광주, 강원, 대전, 인천, 서울, 울산, 경기 등 전국 8개 지역에서 운영되고 있으며, 충북과 세종이 2020년 말 개관 예정이다.



그림 3-1. 전국의 시청자미디어센터 현황(2019년 기준)

1) 시청자미디어재단 www.kcmf.or.kr에서 발췌

□ 영상미디어센터

- 미디어교육과 영상제작지원활동이 가능한 시설은 1990년대에도 청소년 센터를 비롯해 다양한 곳에서 운영되어왔다. 그러나 본격적으로 퍼블릭 액세스 확산을 목적으로 하는 현재의 영상미디어센터²⁾는 2002년 5월 서울 미디어엑트 개관이 출발점으로 여겨진다. 그 이후 영화진흥위원회, 방송문화진흥회 등 다양한 기관들이 지역에 미디어센터 설립을 추진하였고, 성북구 등 기초지자체나 진주시의 경우처럼 아예 영상활동가들의 독자적인 설립 운영도 추진되었다.
- 영상미디어센터들 간에는 ‘전국미디어센터협의회’로 네트워크를 구축하면서 환경변화에 대응하고 있는데, 현재 시청자미디어센터를 포함하여 37개 미디어센터가 회원 센터로 가입되어 있다. 전국미디어센터협회의 구성원들은 미디어센터의 공동발전을 위한 교류와 협력 활동을 펼치며, 영상, 미디어, 문화, 공동체 활동영역의 구성원들과 함께 미디어센터를 대중들에게 확산시키고 다양한 공헌 사업을 펼쳐나가는 것을 목적으로 한다.

표 3-2. 전국미디어센터협의회 회원센터

권역	미디어센터명
서울	영상미디어센터 미디어엑트, 강서구영상미디어센터, 노원마을미디어지원센터, 성북마을미디어지원센터, 은평뉴타운미디어라이브러리센터, 충무로영상센터 오!재미동
경인	주안영상미디어센터, 고양영상미디어센터, 부천시민미디어센터, 수원미디어센터, 성남미디어센터, 의정부영상미디어센터, 화성시미디어센터
충청	서산시영상미디어센터, 서천군미디어센터 기벌포영화관, 천안시영상미디어센터 비채, 옥천군영상미디어센터, 제천영상미디어센터 봄
호남	동구영상미디어센터(광주시), 목포MBC시청자미디어센터, 순천시영상미디어센터 두드림, 완주공동체미디어센터, 익산공공영상미디어센터 재미, 전주시민미디어센터 영시미, 전주MBC시청자미디어센터,
영남	대구영상미디어센터, 대구MBC시청자미디어센터, 수성영상미디어센터, 울산MBC시청자미디어센터, MBC경남시청자미디어센터, 진주시민미디어센터, (재)김해문화의전당영상미디어센터, 양산영상미디어센터
강원·제주	강릉시영상미디어센터, 원주영상미디어센터 모두, 화천생태영상센터, 제주영상·문화산업진흥원 미디어센터

* 자료: 전국미디어센터협의회 홈페이지

2) 지역별, 설립주체별로 명칭은 약간씩 다르다.

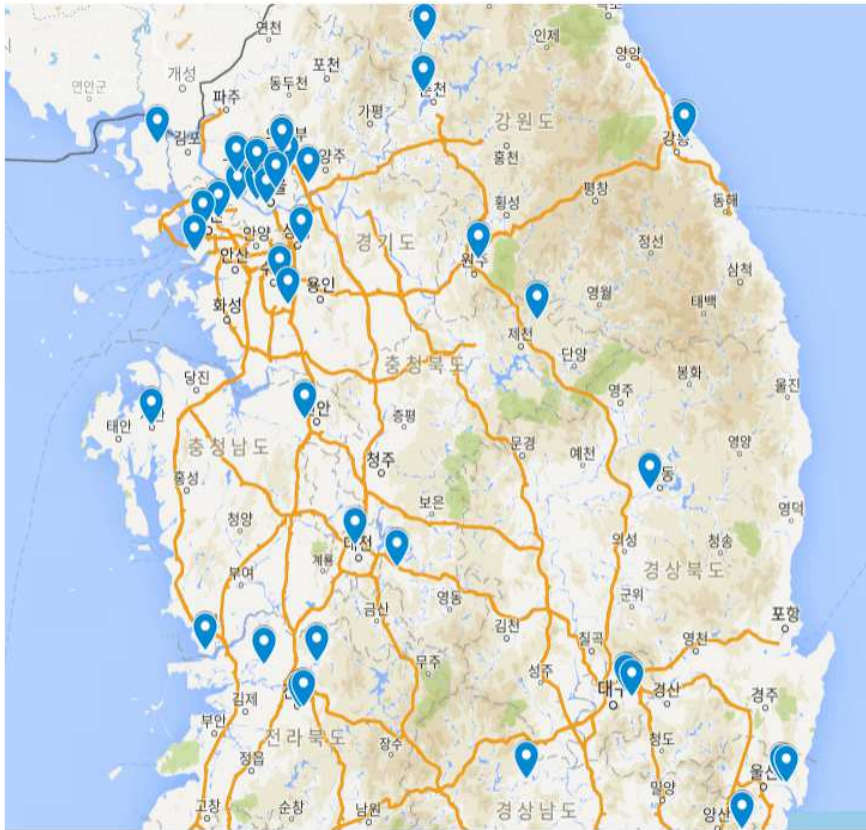


그림 3-2. 전국 미디어센터 분포도

(자료: 전국미디어센터협의회 홈페이지)



그림 3-3. 천안영상미디어센터 ‘비채’(좌) / 성남미디어센터

□ 지역영상미디어센터 지원 법제

- ‘지역영상미디어센터 지원’ 관련 조례에 대한 모법(母法)이나 법령은 없으나, 각 지자체별로 조례안이 있다. 대표적으로 경기도의 경우 영상미디어센터 지원 조례 내용에는 지역주민의 영상미디어 활동 지원이 중요하게 담겨있다.

- 제1조(목적) 이 조례는 「지역문화진흥법」 제8조에 따라 경기도민의 영상문화 향유 및 영상·미디어 활동을 위하여 경기도 내 지역영상미디어센터 지원에 필요한 사항을 규정하는 것을 목적으로 한다.

- 제2조(정의) 이 조례에서 “지역영상미디어센터”란 「지역문화진흥법」 제2조제5호 및 같은 법 시행령 제2조제4호에 따라 영상문화 향유 및 미디어 체험 등 지역주민의 영상·미디어 활동지원을 위한 시설을 말한다.

2. 국내 마을미디어 현황

1) 서울·경기 지역

- 서울시에서는 아래 표처럼 자치구별로 마을미디어 활동이 매우 활발하다. 특히 성북구는 11개로 가장 많은 마을미디어가 활동하고 있다.

표 3-3. 서울시 마을미디어 현황

지역	마을미디어 명
은평구	은평시민신문협동조합, 은평거북이라디오, 동네스튜디오, 은평마을미디어, 독거동락, 동네싸롱, 아줌마들의 동네탐방 나들이
서대문구	가재울라디오, 서대문라디오
마포구	마포공동체라디오(마포FM), 줌마네, 소삼팔가, 장미사진관, 인권재단사람, 소일거리, 프로젝트 이리
양천구	이야기하는마을극장, 아텔의청소년문화공간청청청
강서구	채널 강서 발전소, 강서지역사회네트워크
구로구	구로공동체라디오(구로FM), 구로타임즈신문사
금천구	금천아이엔, 산아래문화학교, 건강한농부 협동조합, 너나들이
영등포구	안테나, 책읽는라디오
동작구	동작공동체라디오(동작FM)
관악구	관악공동체라디오(관악FM), 미디어나눔모임 마루, 푸른영상, 아름다운다락방 미루
종로구	창신동라디오 텨, 사랑방모임, 마을미디어노들방송국, 도토리문화학교, 서촌라이프, 문화마을공동체 평창문화포럼
용산구	용산공동체라디오 용산FM, 남산골 해방촌
성동구	빅픽쳐(세개의풍경), Magazine Oh
광진구	마을미디어광진사람들
동대문구	미디어엄지, 더불어 행동하는 청년두레
중랑구	마을미디어 뽀, 중랑희망연대
성북구	성북마을방송 와보송, 함께하는 성북마당, 장애인문화예술관, 삼태기마을주민협의회, 성북나눔의집, 씨네에그, 정릉마실, 우리동네 능말, 협동조합 성북신나, 함께하는 성북마을문화학교, 성북동천
강북구	강북구고동체라디오(강북FM)
도봉구	마을미디어 도봉N, 마을미디어전문가가되다, SE-TV
노원구	노원FM, 노원뉴스나우온, 두근두근 스튜디오, 노원신문, NY CAST
강남구	디지털마드의 모임
송파구	한아름방송국
강동구	열린사회시민연합 강동송파지부
서초구	서초마을미디어지원센터

□ 서울시는 초기의 많은 어려움에도 불구하고, 서울시가 주도하기 시작한 마을미디어 지원 사업의 결과 현재 전국적으로 마을미디어는 신문, 라디오, 영상 등의 미디어를 통해 약 300여 개가 활동 중이다.

- 지역미디어센터도 45개소로 확대되는 등 서울시의 마을미디어는 우리나라의 미디어 영역에서 제3섹터의 지위를 가질 정도로 양적 토대가 구축되었다고 평가된다.



그림 3-4. 서울시 마을미디어 자치구별 분포도

(자료: 서울마을미디어지원센터 홈페이지)

□ 경기 지역은 총 28개의 기초지자체 중, 15개의 시에서 마을미디어를 운영 중이다. 고양시, 부천시, 성남시, 수원시에서 마을미디어 활동이 상대적으로 활발하며, 특히 성남시는 노인종합복지관에서 운영하는 마을미디어가 다수 존재하여, 문화에서 소외될 수 있는 집단 권리의 확보가 타 지역에 비해 쉬운 이점으로 작용한다.

표 3-4. 경기도 마을미디어 현황

지역	마을미디어 명
고양시	별이 빛나는 고양FM, 누리보듬, 고양e팟캐스트, 미디어시민연대, 사람나무, 사람의 도시연구소, 고양e사진제작단, 스토리텔러들의 책수다, 에버그린라디오, 실버미디어동아리, 고양e무TV제작단, 영톡스클럽, 원당마을방송 WBMS, 일산FM, 빨강비디오, 파랑새봉사단, 행신폭, 발맘발맘 수다고양
부천시	고리울청소년문화의집 꾸마, 덕유마을 노랑나비기자단, 두레미디어, 뜰작마을미디어, 삐틀스, 부천 오원소, 부천시니어멘토스쿨, 완득이 라디오, 소사마을라디오, 상상마을 신문, 에코맘들의 수다, 주간F4, 희망이 샘솟는 마을라디오, 마을콕, 콩나물신문, 들작마을미디어, 키즈공연탐험대, 약대쑤이
성남시	성남FM, 시민라디오제작단 원더풀 성남, 분당노인종합복지관 VIVA청춘방송국, 중원노인종합복지관 중원방송단, 수정노인종합복지관 수정실버방송국, 판교노인종합복지관 라디오 실버스타, 분당정자청소년수련관 청소년 라디오, 위례어린이기자단 위례공감, 성남시민영상제작단 상상동/좋은친구들, 우리동네 엄마방송국, 대원골소식
수원시	해님달님라디오, 다울FM, 매탄FM, 라디오영통, 수원사랑FM, 진로맘, 매여울라디오스타, 우리동네DJ, 소소한 라디오, 코이라디오, 뭐라도 야그팟, 서둔마을계획단, 오소리낭독녹음, BB청춘라디오, 못골시장 라디오, 보라씨, 다울영상제작단, 매탄마을영상놀아터, 마을See제작단, 이웃사촌, 미디어작당, 지구별톡, 매탄마을신문, 통감자마을신문, 칠보산마을사람들, 영통마을신문, D_D
강화군	우리마을라디오:라디오 빌리지, 시니어와 함께하는 강화영상제작교실, <희망통신>정신장애인과 함께하는 우리 마을 라디오
인천시	옥련마을 이야기, 통통(通通) 마을방송국, 송도2동 주민자치회 마을방송단, 옥골미디어, 송연다TV, 룰루랄라 칭찬나눔 방송, 라디오스타 별을 쏜다!, 공동체라디오 서구 FM
그 외	구리시 전통시장 보이는 라디오(구리시), 볼매 김포 영상콘텐츠 제작(김포시), 김포온에어(김포시), 시흥FM라디오(시흥시), 시흥미디어(시흥시), 일동사랑방 마을신문 일똥쌍피(안산시), 오색시장 라디오(오산시), 인스토리(용인시), 오색시장 라디오(용인시), 의정부FM U&Me(의정부시), 통미라디오(평택시), 화성당(화성시), 성장통(화성시)

2) 광역시·도

- 아래의 표는 서울과 경기지역을 제외한 광역 지자체별의 마을미디어를 정리하였다. 대전시에 비하여 보다 큰 도시규모인 대구시에서 5개의 마을미디어가 활동 중이고, 광주도 10개, 부산이 20개임을 감안할 때 대전 지역에서 30여개의 마을미디어가 활동하고 있는 것은 매우 고무적이다.
- 광역도별로 마을미디어 운영현황은 마을미디어의 수만 놓고 보면 전북, 강원지역에서 마을미디어 활동이 활발하다 판단될 수 있다.

표 3-5. 광역시별 마을미디어 현황

지역	개수	마을미디어명
인천	11	우리마을라디오: 라디오 빌리지, 시니어와 함께하는 강화영상제작, <희망통신> 정신장애인과 함께 하는 우리마을 라디오, 옥련마을 이야기, 통통(通通)마을방송국, 송도2동 주민자치회 마을방송단, 옥골미디어, 송연다TV, 톨루랄라 칭찬나눔 방송, 라디오스타 별을 쏜다!, 공동체라디오 서구FM
대전	31	용운마을신문, 판암골소식, 사람향기마을신문, 비알신문, 농중일기, 나비효과(마을살림공작소), 가양로직진, 우리마을뉴스, 석교마을신문, 산성마을신문, 문화마을신문, 태평마을사람들, 목동이야기, 글꽃소리, 문화2동 마을신문, 관저마을신문, 관저FM, 탄방마을신문, M042, 미디어도마달, 도시락, 도안뉴스, 온천TUBE, 진잠동마을미디어, 노은마을신문, 원신흥동마을신문, 도안마을신문, 더 나은 하루, 내가사는 마을엔(N), 이음마을TV(이음마을신문), 대덕밸리라디오
광주	10	광산마을공동체, 달아실라디오, 이공TV, 봉다리마을방송국, 지산마을, 양산마을, 광주시민방송, 풍암마을, 광주FM(광주시민방송), 간헐골영화제
부산	20	동래FM얼췌, 051FM, 부산의 달콤한 라디오, 노블레스, 감천문화마을신문, 금곡나루 마을신문, 학마을풍경, 괴정2동 마을라디오, 고개마을신문, 다대는 TV, 수와영이, 반반미디어, 늘배움신문, 반송사람들, 고치, 만사대평, 쇠미골 소리샘, 마을잡지 <푸조와 곰술>, 하트인 부산, 부산스런(스산스러운청년들)
대구	5	안심마을, 성서FM, 오오극장, 농사직방, 대구마을FM
울산	8	삼호동미디어, 대왕암 소리, 호계다방, 강동신문, 별천녀, 수정내 귀촌이야기, 고래고래 라디오, 유곡마을신문, 봄앤봄협동조합 삼방티비, 양산FM 이음, 소문날 마을학교

표 3-6. 광역도별 마을미디어 현황

지역	개수	마을미디어명
충북	3	옥천공동체라디오, 옥천신문, 산남두꺼비마을신문
충남	8	금강FM, 천안청년들, 천안영상 그림자, 미래아이팻, 마뮈, 마을문화창작소, 편하게영화한독, 줌잡화점
전북	24	고사리, 순창FM, 완주 주민방송 쉼쉼쉼, 완두콩, 삼례사람들, 재미IN라디오, 시민영상제작단 필름온, 어른영상제작동아리 재미동, 꿈담클럽, 익산청소년신문 벚리, 송천동 마을신문, 평화동마을신문, 덕진노인방송DBS, 전주온FM, 전라북더 학부모기자단 꼬뮤니티, 덕진동마을신문, 삼천동사람들, 서신동마을신문, 노송FM, 꽃샘 라디오, 월산백운, 계간 잇다
전남	2	담빛 라디오스타, 순천마을방송국,
강원	14	한솔아띠, 소금강 산채마을, 미디어협동조합 이와, 사회적협동조합 인디하우스, 문화예술커뮤니티 세손가락, 죽리TV, BS청춘라디오 방송국, 홍양천 라디오 '투알', 원더풀라디오, 다큐 나무, 마을미디어정선, 서면 마을TV
경북	2	영주FM, 울릉팻캐스트
경남	3	봄앤봄협동조합 삼방티비, 양산FM 이음, 소문날 마을학교
제주	5	우도 마을잡지 달그리안, 외도마을방송 Live 소울, 마을방송국 제주살래, 와들랑 라디오, 제주매거진 R;E

3. 국내외 마을미디어 목적 유형별 주요 사례

1) 주민 간 친목도모

(1) <동래FM 열쑈>

- 부산시에서 ‘2017년도 마을공동체 역량강화사업’의 일환으로 처음 개국하였다. 라디오 방송 형식으로 팟캐스트에서 운영하며 2017년부터 ‘수민동락’이라는 마을공동체가 주축이 되어 운영하고 있다. 직접 마을의 이야기를 발굴하고 라디오 방송으로 제작해 살아있는 마을 이야기로 주민들과 소통하는 것이 목적이다.
- <동래FM열쑈>는 마을미디어의 재래시장 중심 라디오 운영이라는 특성을 지닌다. <동래FM열쑈>가 개국되던 당시에도 재래시장을 중심으로 지역 주민과 상인들의 애환을 나누는 ‘시장방송국’ 형식의 ‘희망라디오’ 마을미디어가 인기가 있는 추세여서, 앞서 중구부평시장, 금정구 미로시장, 해운대구 해운대시장, 서구 새벽시장과 해변시장, 기장군 기장시장에서 시장방송국이 운영되고 있었다. 그러나 마을방송국 형태로는 <동래FM 열쑈>가 첫 시도라는 점에서 차별성을 갖는다.



그림 3-5. <동래FM열쑈>의 방송 모습

(2) <수정내 귀촌이야기>

- ‘수정내’는 전체 주민 중 귀촌인이 80~90%에 달하는 특징을 가지고 있는 지역이다. 이들은 ‘수정내 귀촌 이야기’라는 공동체 설립하여 지역민의 유대 강화와 지역공동체 활성화를 목적으로 마을잡지를 지속적으로 발간하려 노력 중이다.
- <수정내>는 울주군 두서면 ‘수정내 귀촌이야기’ 동아리에서 발간하는 마을잡지로 전체 7개 분야 (귀촌이야기, 농사이야기, 동네 탐방, 사는 이야기, 나의 정원, 두서면 사람들, 귀촌생활 숨씨자랑)로 구성된다. 잡지는 ‘울산광역시 마을공동체 만들기 지원센터’와 ‘울산광역시 농업센터’에 배포하여 우리 이웃의 소박한 일상생활을 전달한다.



그림 3-6. <수정내 귀촌이야기>의 창간 준비모임(좌) / 출판기념회

2) 정보 전달과 공유

(1) <안녕 광안리>

- 2011년 6월에 창간한 부산지역 문화지로 광안리와 부산의 문화예술, 역사, 생활문화, 문화비평, 정책비평, 관광정보, 지역의 다양한 인물 또는 이야기를 소개하는 것을 주된 콘텐츠로 한다.
- 네이버와 함께 부산을 여행하는 방문자들을 위해 부산의 여러 곳을 소개하는 기획 콘텐츠를 만들어 안녕광안리 다운 경쾌한 감성과 다채로운

내용으로 부산을 여행하는 외지인들에게도 많은 호응을 얻었다. 1년에 4회 또는 1년에 2회 정기발행하며, 광안리 주변과 부산 등 전국 90곳에서 무료 배포하였으나, 2017년 이후 잠정 휴간중이다.

- 〈안녕 광안리〉는 문화예술계 여러 가지 현안과 이슈에 꾸준히 관심을 가지고 참여했다는 점이 특기할 만하다. 2012년엔 ‘부산청년문화수도 프로젝트’를 직접 기획·주관하여 부산문화예술계에서 청년문화의 가치와 의미를 재조명하는 계기를 제공했다. 또한 2016년 5월에 다이빙벨 상영을 둘러싸고 정부와 부산시의 정치적 검열과 압력 행사로 1년 넘게 갈등이 지속되자 부산국제영화제 사태의 본질과 의미를 되짚어보는 특집판 ‘I Support BIFF’를 발행하기도 하였다.



그림 3-7. 〈안녕광안리〉 주최 파티(좌) / ‘부산청년프로젝트 그래피티 부산’

(2) 〈연수마을TV〉

- 인천시 연수구청에서 운영하는 인터넷 소셜 방송 콘텐츠 사이트로 주민참여 영상은 물론 주민제작 영상, 그리고 문화공연 영상까지 다양한 연수구 소식을 전달한다. 소속된 10곳의 주민방송 팀은 각자 설립목적과 주요 활동이 달라 연수구의 이야기를 다양한 관점에서 전해들을 수 있다.
- 이 중 ‘고려인과 더불어 살아가는 연수구’ 팀은 인천에 거주하는 고려인들의 안정적인 적응과 공동체 의식 함양을 위한 콘텐츠를 주로 제작하며, ‘송연다TV’ 팀은 연수구에 거주하는 외국인의 생활상을 소개한다.

이들을 통해 소수의 권익을 대변하고자 하는 마을미디어 활동의 모습을 찾아볼 수 있다.

- 〈연수마을TV〉는 주민 밀착형 콘텐츠를 통해 주민이 직접 제작하고 참여하여 이웃과 소통하는 마을방송이 되는 것을 목표로 한다. 그러한 일환으로 2019년 7월부터 인터넷 방송뿐만 아니라 지역케이블방송사 고정채널을 통해 시범운영을 하여, 연수구 주민들이 직접 제작하고 출연하는 콘텐츠의 마을방송을 NIB 남인천 방송 채널로 송출하였다.



그림 3-8. 〈연수마을TV〉공모전 수상작(좌) / 주민리포터가 만든 건강 콘텐츠

3) 지역의제 발굴과 공론화

(1) 〈금천 in〉

- 서울시 금천구의 지역신문으로 창간 당시부터 소통을 위한 민주언론·지역사회의 발전과 정보의 공유를 목적으로 하여 “진정한 주민과 시민의 입장에서 정치 수단이 아닌 언론으로서 금천의 언론을 개혁하겠다.”는 소신을 피력한다. “주민의 요구를 정확히 읽어내고, 주민생활과 밀접한 연관이 있는 정보를 전달하며, 지방자치단체를 비롯한 주민의 생활에 중요한 영향을 끼치는 정치 활동 등을 감시하는 지방언론으로서 기능을 수행하는 것을 목표로 하고 있다.

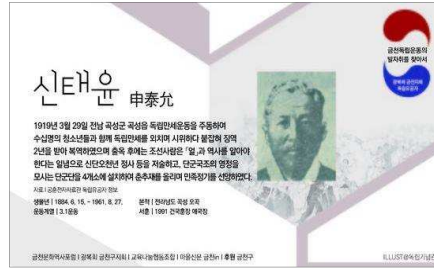


그림 3-9. 총선 주제의 청년대상 인터뷰(좌) / 독립유공자 소개 특집 기사

(2) 〈천안청년들〉

- 천안청년들 그룹은 기존에 임의단체로 천안역 문화대흥동 도시 재생 지역을 기반으로 활동을 해온 그룹이었으나, 임의단체 형태론 할 수 있는 일들이 제한적임으로 깨닫고 법인 형태의 ‘협동조합’을 구성하였다.
- 블로그 신문을 통해 천안 지역 내 소식을 전달하고 도시재생과 관련된 인물들을 인터뷰한다. 천안지역 도시재생지역의 홍보와 마케팅을 위해 페이스북 페이지 〈천안청년들〉과 블로그를 운영 중이다.
- 천안시영상미디어센터 ‘비채’에서 미디어활동가 관련 교육을 받았으며, 천안원도심 활성화를 중요한 의제로 삼으며 이와 관련된 정보 전달에 노력하면서, 운영진이 재생사업과 관련된 마을미디어 강의에 강사로 초청되기도 하였다.



그림 3-10. 마을미디어 교육 이수(좌) / 마을미디어 관련 강의

4) 사회적 가치 실현

(1) 〈청소년신문 버리〉

- 2000년 11월 익산학생신문으로 태동, 2001년 3월15일 창간호 발간하였다. 당시에는 방학기간인 1월과 8월을 제외하고 1년에 10회 발행을 목표로 하고 있었다. 타블로이드판 12면으로 5천부를 발행해 익산 시내 학교에 무료 배부하였으며, 현재는 신문발간과 함께 SNS로도 독자와 소통하고 있다.
- 청소년 신문으로서의 정체성을 지니고 10대의 관점에서 청소년과 마을 의제 등에 접근하고자 다음과 같은 원칙을 설정하고 있다.
 - 제1원칙(청소년): “〈버리〉 기자들은 청소년인 것을 100% 활용해 청소년들에게 적합한 아이템을 찾으려 노력한다.” 제2원칙(지역): “〈버리〉 기자들은 항상 ‘익산 청소년 신문 버리 기자’라는 정체성을 고수하려 노력한다.” 제3원칙(시의성): “기사의 시기적절함이 중요함을 알고 많은 독자들이 적절한 시기에 신문을 보도록 이를 실천한다.”



그림 3-11. 〈버리〉의 SNS 페이지(좌) / 발간물과 운영진

(2) 〈BOSHU WEDIA(보슈)〉³⁾

- 여성을 뜻하는 ‘WOMAN’과 ‘MEDIA’를 결합한 〈BOSHU WEDIA〉는 ‘풀뿌리 마을미디어 활성화 사업’의 일환으로 유튜브 채널을 열면서 만들어졌다. 〈보슈〉는 본래 2014년에 창가한 대전의 청년 잡지 이름이자 단체이름이었다. 그러나 2016년 강남역 여성 살인사건을 계기로 팀원들 대부분이 우리 사회의 심각한 여성폭력 문제에 주목하게 되어, 여성 이슈를 전면에 내세우기 시작했다. 보슈매거진의 멤버는 모두 6명으로 3명이 상근활동가로 일하고 있으며, 이들의 활동을 지지하는 청년 70명이 후원자 그룹을 형성하고 있다.
- 풀뿌리 마을미디어 활성화 사업과 유튜브라는 새로운 소통 채널이 만들어진 이후 〈보슈〉의 활동은 구독자 중심의 소통에서 한발 나아가 다채로운 활동으로 전국의 여성단체들과 소통을 이어가고 있다. 2018년부터 ‘FC우먼스플레이잉’라는 대전 유성구 기반의 여성 스포츠키토포니티를 만들었고, 2019년에는 ‘비온후갸’이라는 여성청년공동체를 조직하였다. 운동할 기회가 적은 여성들을 위해 축구팀을 만들고 여성 주짓수팀을 꾸리면서 여성청년공동체의 결속을 다지고 있다. 또한 대전에 거주하는 2030세대 여성을 대상으로 마을 기반으로 형성된 여성 청년 커뮤니티와 함께 직접 유튜브를 제작하였다. 대전시 유성구 어은동 기반 유튜버와 함께 별도의 채널을 개설해 지속적으로 영상콘텐츠를 업로드하고 있다.



그림 3-12. 〈BOSHU WEDIA〉 운영진(좌) / ‘FC우먼스플레이잉’

3) 〈BOSHU WEDIA〉는 특정 마을을 대상으로 삼지 않는다는 점에서 다른 마을미디어에 온전히 속한다고 보기는 어렵지만, 공동체미디어로서의 성향을 강하게 보이고 있어 수록함

5) 해외의 마을미디어

(1) 일본의 마을미디어 (コミュニティメディア)

- 일본에서는 마을미디어 활성화 정책 추진 과정에서 다음과 같이 ‘커뮤니티미디어’로 개념을 규정하고 있다.

커뮤니티에 밀착한 지역정보, 가까운 정보를 제공하고 커뮤니티 주민의 공통관심이나 공통 이해(利害)의 형성에 생겼으며, 커뮤니티가 안고 있는 문제를 파악하고 사람들의 니즈에 맞는 정보가 있고 커뮤니티라는 초점에 의미를 두어 해석하고 재구성하고 또는 새롭게 창조한 정보(船津, 1994, Jankowski, 2002, Howley, 2005)

- 일본에서는 가까운 정보나 지역정보 등 정보를 제공하는 미디어가 중심이 된다. 매체 형식으로는 지방지, 지역지, 지역정보지, 프리 페이지, 끼워 넣는 광고, 전단지 광고, 지자체단체 광고 등의 인쇄물 매체, 또는 지방로컬 방송국, CATV, 커뮤니티FM방송 등의 방송매체, 그리고 컴퓨터 통신이나 인터넷 등의 뉴미디어 형태가 존재한다. 내용적으로는 지역의 산업, 행정, 의료와 복지, 문화와 역사 그리고 지역에 따른 재해에 관한 정보를 제공한다.
- 커뮤니티미디어는 재해방송을 제공하는 주요한 역할을 한다. 재해방송의 경우도 광역성을 지닌 매스미디어는 지역의 실정에 맞춘 구체적 내용을 전달하지 못한다. 반면에 커뮤니티미디어는 지역의 상황을 종합한 구체적인 정보를 제공하고, 사람들에게 필요한 정보를 임기응변으로 제공할 수 있어 커뮤니티 활동에 도움이 될 수 있다.
- 또한 커뮤니티미디어는 독자나 시청자가 방송에 참가하고, 기획 제작 등의 방송을 만들 수 있다. 커뮤니티 정보 역시 외부나 상하 전달이 아닌 주민 내에서의 내용을 가지고 전달된다. 따라서 커뮤니티 미디어는 주민들의 참여가 필수불가결한 미디어이다(船津, 2006).

- 1989년 커뮤니티 FM이 시작된 후, 여러 지역으로 확산되어 다양한 형태로 전개되어 왔다. 초기에는 1W의 방송전력으로만 운영되었으나, 현재 상한 20W의 전력을 사용할 정도로 커뮤니티 FM의 활동이 활성화되었다.
- 커뮤니티 FM은 설치·유지비용이 적고 수신비용과 인프라 정비가 불필요하여 누구나 청취할 수 있다는 장점을 갖는다. 특히 1995년 한신-오와지 대지진 당시 커뮤니티 방송국의 재해와 방재보도가 재난을 극복하는데 크게 기여하여 그 효율성을 확인할 수 있었다.
- 2011년 동일본 대지진 당시에도 커뮤니티미디어는 위력을 발휘하였다. 발생 직후 매스미디어 중심으로 지진특별방송이 개시되었고, 피해시 미디어의 정보 사용방법에 대한 정해진 지침과 교범이 있었지만 당시 매스미디어 보도들은 지침과 교범에 따라 제대로 대응하지 못하고 혼란을 야기했다.
- 결국 피난 권고를 송출한 것도 예전부터 사용했던 시정촌(市町村) 방재행정 무선으로 옥외 스피커, 지역에 따라서는 호별 수신기로 주민에게 방재 정보를 주지하던 것이었다. 평소에는 주민에 대한 홍보로 사용하는 경우가 많지만 이것이 커뮤니티 미디어, 방재 미디어의 원점이며 재해 시에는 주요한 도구로서 작용된 것이다(北郷, 2012).
- 일본에서 케이블 텔레비전(CATV)은 본래 지형 상 난시청이나 건물 등에 따른 난시청, 또는 신칸센이나 전력선 등에 따른 난시청에 대한 대책으로서 시작되었다. 이러한 이유로 CATV는 당초에 커뮤니티 안테나 텔레비전으로 재송신업무가 주된 일로서 이른바 매스미디어의 보완 기능을 담당하였다.
- 하지만 오늘날 CATV는 커뮤니티 정보를 제공하는 커뮤니티 미디어로서 전개되고 있으며, 주민의 커뮤니케이션을 활성화하고 주민의 방송출연, 기획, 제작 등 주민참여, 기획이 주체가 되어 지역으로부터 정보를 발굴하여 송출한다. 각지의 CATV는 커뮤니티 채널 설치의 형태로 운영되며, 그 내용은 지역에서 주최하는 특산물이나 일 소개, 연극, 스포츠, 강연회 안내, 유치원·보육원·학교의 사정, 미술관이나 박물관 소개, 또

는 전통축제(마츠리), 불꽃놀이축제, 마라톤·수영·노래자랑 대회, 교통정보, 매물, 광고, 시의회중계, 재해 등 매우 다채로운 정보를 제공한다.



그림 3-13. 임시재해방송국 ‘아츠마FM’(좌) / NPO커뮤니티라디오 교토

(2) 캐나다의 마을미디어⁴⁾

- 마을미디어 지원 정책을 선도적으로 추진하는 캐나다에서는 공동체 라디오 기금 지원 프로그램 ‘라디오미터(Radiometre)’가 핵심 사업이다. ‘라디오미터’는 2012년 7월 캐나다 국가 방송시스템에서 공동체라디오 역할의 중요성을 인식하게 된 것에서 비롯되었다. 캐나다 공동체라디오 영역을 대상으로 하는 국가적 차원의 기금 지원 프로그램으로 캐나다 방송통신위원회(Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 이하 CRTC)에서 지원한다. 2012년 7월부터 2014년 1월까지 89개의 공동체라디오, 148개 프로젝트에 총 3백만 달러 이상을 지원하였다.
- 캐나다 마을미디어 지원정책의 중요한 특징 중 하나는 상업방송사의 수익 환수를 통하여 기금을 재원한다는 점이다. 캐나다는 방송들이 캐나다의 정체성을 유지하고 발전시키기 위해 수익의 일부를 ‘캐나다 콘텐츠 발전기금’(Canadian Contents Development, 이하 CCD)으로 징수하고 있다. CRTC는 이 기금의 일부를 공동체라디오방송에 지원하기 위해 상업방송사들의 의견을 반영하여 해당 방송사들의 CCD 기금

4) 문화사회연구소(2014), 100~104쪽에서 발췌 정리

비율을 높이지 않는 조건을 부여했다. 이에 따라 연매출 125,000달러 이상의 수입을 가진 모든 상업방송사들은 CRFC에 최소자신들의 CCD 기부금의 15%를 기부해야 한다.

- 이러한 정기적인 기부 외에도 상업방송사들이 면허 갱신이나 소유권 이전을 할 시에 이익의 일부를 기부하도록 제도를 마련했다. 예를 들어 상업라디오 방송국이 사업 경영권에 대한 이전 혹은 소유권 이전을 할 경우, CRFC는 그 이전가치의 최소 0.5%에 달하는 이익을 얻게 된다.
- 기금 지원 항목과 지원 금액을 산정하는 기준을 정하는 과정에서 ‘라디오미터’는 다음과 같은 성과 목표를 설정하여 캠퍼스와 공동체라디오, CRTC, 캐나다 방송시스템의 주요 목적을 달성하려 한다. 첫째, 고품질, 지역성을 반영한 음악과 음성프로그램이다. 두 번째로는 지역 콘텐츠 제작과 운영에 대한 자원봉사자들의 숙련과 지속적인 참여이다. 마지막은 방송국 관리, 프로그램·콘텐츠에 대한 다양한 공동체 참여이다.
- 공동체라디오에 대한 새로운 기금 지원 프로그램인 라디오미터는 공동체라디오의 핵심 활동(자원봉사 훈련, 지역 프로그램 제작 그리고 지역 사회 봉사 활동 등)의 안정적이고 지속적인 활성화를 위한 계기를 마련하였다. 공동체 라디오의 중요성을 알고 국가적 차원에서 상업방송 영역의 협조를 통해 공동체 라디오에게 안정적인 지원 구조를 만들었다는 점에서 라디오미터는 큰 의의를 지닌다. 라디오미터의 사례는 마을미디어(공동체미디어)의 안정화와 지속가능성, 재원의 다양화를 위해선 국가적 차원의 공적지원이 체계적으로 마련되어야 한다는 것을 시사해준다.

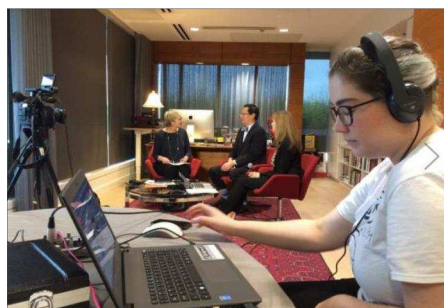
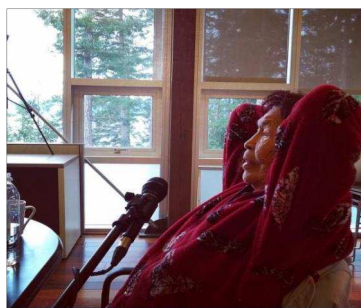


그림 3-14. 지역 원주민 문화 라디오(좌) / UBC의 학생라디오

대전광역시 마을미디어의 실태

1. 대전 지역의 마을미디어 제도
2. 대전광역시 마을미디어 기초 현황
3. 활동 실태와 정책 수요

4장

1. 대전 지역의 마을미디어 제도

1) 관련 조직

(1) 대전광역시의 마을미디어 관련 담당 부서

□ 대전광역시청

- ‘대전광역시 마을공동체미디어 활성화 및 지원조례’에 따르면 지원주체는 ‘시민공동체국’이다. ‘시민공동체국’은 ‘시민공동체국장’, ‘시민소통과’ ‘지역공동체과’, ‘사회적경제과’ 그리고 ‘시민봉사과’로 나누어져 있다. 이 중 ‘지역공동체과’에서 마을미디어 관련 지원을 맡는다. ‘지역공동체과’는 총 18명으로 구성되며, 그 중 마을미디어를 맡고 있는 인원은 공동체활성화팀장 1명과 주무관 1명으로 총 2명이다. 공동체활성화팀장은 공동체활성화팀의 업무를 총괄하고, 주무관은 마을미디어 관련 사업뿐만 아니라 사회적자본지원센터의 운영과관리, 마을사업 종합계획의 수립업무까지 함께 담당하고 있다.

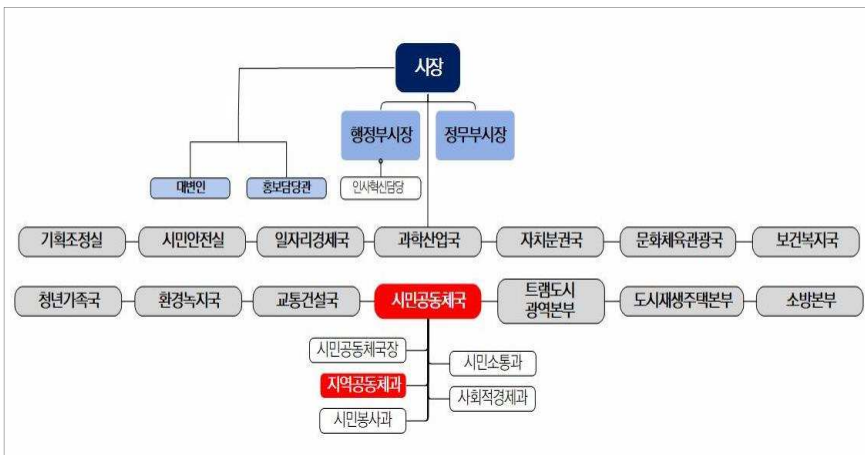


그림 4-1. 대전광역시 마을미디어 담당 조직

□ 대전시 동구청

- ‘대전광역시 동구 마을공동체미디어 육성 및 지원 조례’에 따르면 지원 주체는 ‘안전행정국’ 내에 있는 ‘자치분권과’이다. ‘자치분권과’는 업무를 총괄하는 1명의 부서장과 5명의 팀장 그리고 34명의 주무관으로 구성된다. 그 중 한 명의 주무관이 마을공동체 관련 업무, 공동체지원센터 운영과 관리, 마을공방 육성사업 업무와 함께 마을미디어 관련 업무를 수행한다.



그림 4-2. 대전 동구청 마을미디어 담당 조직

(2) 대전시청자미디어센터

- 2014년 7월 16일 개관하여 대전을 비롯한 충청도의 모든 시민들을 위한 미디어 권리 확장과 참여 활동에 지속적으로 매진하고 있다.
- 주요 사업으로 체험활동과 미디어 리터러시 강화를 위한 미디어교육, 지역 언론과 방송에 시청자의 목소리를 표현하고 사회적 의제로 제기하기 위한 시청자 참여 프로그램 활성화, 장애인, 여성, 노인 등 미디어가 더 절실히 필요한 곳에 함께 하기 위한 활동, 지역 사회와 마을 공동체의 지속가능한 발전을 위한 활동과 미디어 협치 등에 힘을 쏟고 있다.

- 대전시청자미디어센터는 크게 시청자사업팀과 운영지원팀으로 나누어지는데, 마을미디어는 시청자사업팀에서 담당한다. 시청자사업팀은 1명의 팀장과 1명의 선임 그리고 6명의 주임으로 구성되어있다. 그 중 마을미디어 관련 업무는 1명의 주임이 담당하며, 중부권미디어 관련 사업도 함께 수행한다.



그림 4-3. 대전시청자미디어센터 외관(좌)과 내부(우)

2) 법제 : 대전 지역 마을미디어 관련 조례와 특징

(1) 「대전광역시 동구 마을공동체미디어 육성 및 지원조례」⁵⁾

- 2018년에 제정된 「대전광역시 동구 마을공동체미디어 육성 및 지원조례」에서는 마을미디어를 지칭하는데 ‘마을공동체미디어’라는 용어를 사용하는 것이 특징적이다. 해당 조례안에서는 마을미디어의 목적이 ‘미디어를 통한 주민소통 및 공동체문화 활성화’에 있음을 명시하고 있다. 이를 고려해보면 해당 조례안에서 ‘마을공동체미디어’의 사용은 마을미디어의 역할과 효과를 ‘마을공동체’ 차원에서 강조하기 위함이라 볼 수 있다. 즉, 마을이라는 공간적·사회적 범위에서 일어나는 주민들의 상호작용과 사회적·심리적 유대감과 소속감을 강조하기 위한 의도가 전제되어 있다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “**마을공동체미디어**”란 미디어를 통한 주민소통 및 공동체 문화 활성화를 위하여 마을을 기반으로 주민이 직접 참여하고 운영하는 것을 특징으로 한 영상, 음성, 인쇄, 신문, 방송 등을 말한다.

- 동구 조례에서 가장 특징적인 조항은 제3조이다. 제3조에서는 이 조례의 제정 목적인 마을공동체미디어활성화를 달성하기 위해 필수적이고 일관적으로 지켜야 하는 ‘기본원칙’을 선언한다. 기본원칙의 내용은 ‘독립성’, ‘자율성’, ‘공익성’에 대한 것인데 구체적으로는 미디어로서의 ‘독립성’, ‘공익성’, ‘주민들의 자발적인 참여’로 표현되는 마을공동체의 ‘자율성’으로 세분해볼 수 있다. 여기에는 마을공동체, 미디어, 마을공동체미디어가 주민자치와 공동체문화 확산에 기여하는 역할과 파급력에 대한 이해가 전제되어 있다. 해당 조항은 마을공동체미디어의 중요성과 사회적 가치를 재확인함으로써 마

5) 전문은 부록에 수록함

을공동체 문화와 다양성, 미디어로서의 공익성을 존중하기 위한 시도로 읽을 수 있다.

제3조(기본원칙) 제1조의 목적을 달성하기 위하여 관련 주체들은 다음 각 호의 기본원칙을 토대로 하여 마을공동체미디어 활성화를 추진하여야 한다.

1. 대전광역시 동구청장(이하 “구청장”이라 한다)은 **마을공동체미디어의 독립적인 운영을 보장하고, 자율성을 존중하여야 한다.**
2. 주민들의 **자발적인 참여**와 미디어가 갖는 **공익성을 추구**하여야 한다.

□ 제6조에는 마을공동체미디어 활성화를 위한 사업의 수행과 지원에 대한 내용이 담겨있다. 특히, 제2항에는 마을공동체미디어 활동의 범위와 지원 분야가 다각화하는 내용이 포함되어 있다. 미디어 운영과 제작활동(제2호)에 대한 기초적인 내용만이 아니라, 미디어리터러시(제1호), 마을공동체미디어 네트워크(제3호) 등이 바로 그 예이다. 특히, 제3호 네트워크 구축은 마을공동체미디어 활동의 기반환경을 조성하는데 핵심적이고 중요한 내용을 담고 있는 조항이라 할 수 있다. 마을공동체미디어 활동의 저변을 확대하기 위해 교류와 협력은 필수적이며, 네트워크를 구축 과정에서 성장과 연대를 달성할 수 있기 때문이다.

제6조(사업의 수행 및 지원) ① 구청장은 마을공동체미디어 활성화를 위하여 다음 각 호의 사업을 수행할 수 있다.

(생략)

② 구청장은 마을공동체미디어 활동을 수행하는 마을공동체미디어 운영단체에 예산의 범위에서 다음 각 호의 사업에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

1. 구민의 미디어 활용능력 제고를 위한 각종 **교육, 실습, 매체 제작, 발표 등의 활동**
2. 미디어 운영 및 관련 콘텐츠 제작
3. **마을공동체미디어 활성화를 위한 모임 및 네트워크 구축**
4. 그 밖에 구청장이 지원이 필요하다고 인정한 사업

(2) 「대전광역시 마을공동체미디어 활성화 및 지원조례」⁶⁾

□ 2019년에 제정된 「대전광역시 마을공동체미디어 활성화 및 지원조례」 제1항에서는 동구 조례와 마찬가지로 마을미디어를 ‘마을공동체미디어’로 지칭한다. 동구의 경우 ‘매체’ 중심으로 미디어의 정의가 나열되고 있는 것에 비하여, 대전시 조례에서는 마을공동체미디어의 활동영역을 온라인과 오프라인으로 구분하여 명시하였다. 또한, ‘영상·음성·인쇄 매체’로 미디어의 정의를 매체중심으로 국한시키는 것이 아니라, 미디어를 통해 생산되는 ‘콘텐츠’로 정의하여 미디어의 의미와 범위를 포괄적으로 해석하고 있다.

- 그리고 제2항 마을공동체미디어 활동의 정의에 ‘교육’과 ‘비영리’에 대한 내용을 명시하고 있다. 미디어리터러시 교육에 대한 마을공동체미디어의 역할과 활동의 범위를 중시한 결과라 볼 수 있다. 또한, ‘비영리를 목적’으로 하는 활동으로 고정시키면서, 마을 중심이지만 영리를 목적으로 활동하는 미디어들과 구별하였다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “마을공동체미디어”란 마을 주민들의 공동체 활동과 미디어 문화 활성화를 위하여 활용하는 **온·오프라인상의 영상·음성·인쇄 매체 등의 콘텐츠를 총칭한다.**

2. “마을공동체미디어 활동”이란 주민참여를 통한 마을공동체미디어 관련 교육, 제작, **비영리를 목적으로 하는 유통 및 배급 등의 활동**을 말한다.

□ 제6조에서는 마을공동체미디어위원회 설치에 관한 조항을 마련하여, 마을공동체미디어 활성화와 지원에 필요한 주요 시책과 지원계획, 사업 추진 등에 관한 사항을 심의할 수 있도록 하고 있다. 이어서 제7조에서는 위원회의 기능, 제8조에서는 위원회의 구성에 관련한 내용을 담고

6) 전문은 부록에 수록함

있다. 그 중 가장 중요한 것은 제8조이다. 위원회의 구성에 대해 구체적으로 명시한 제8조는 마을공동체미디어 활성화 정책과 사업이 실제 지역 현실과 현장을 고려하여 결정될 수 있도록 보장하고 있다.

- 제8조 제3항의 각호에서는 위원 구성에 대해 구체적으로 명시하고 있다. ‘마을공동체 또는 미디어 관련 단체의 임직원(2호)’과 ‘마을공동체 미디어 관련 학식과 경험이 풍부한 사람(3호)’가 포함되어 있다. 여기에는 마을공동체 활동가, 미디어 관련 활동가, 마을공동체미디어 활동가로 세분하여 각 영역의 의견과 관점을 조화롭게 반영하고자 하는 의지가 담겨있다. 종합적으로 살펴보았을 때, 마을공동체미디어위원회 관련 규정에서는 마을공동체미디어 활성화를 위한 정책과 지원계획, 사업의 방향을 논의하고 심의하는 과정에 실제 현장의 의견이 반영될 수 있도록 적극적으로 보장하고자 하는 노력을 볼 수 있다.

제6조(위원회 설치) 시장은 **마을공동체미디어 활성화 및 지원에 필요한 사항을 심의하기 위하여 대전광역시 마을공동체미디어위원회(이하 “위원회”라 한다)를 설치할 수 있다.**

제8조(구성) ① 위원회는 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함하여 11명 이내의 위원으로 구성한다.

(생략)

1. 대전광역시의회가 추천하는 대전광역시의회의원
2. 마을공동체 또는 미디어 관련 단체의 임직원
3. 마을공동체미디어 관련 학식과 경험이 풍부한 사람

3) 마을미디어 지원 사업

(1) 대전시청자미디어센터 ‘풀뿌리 마을미디어 활성화 사업’

① 사업 목적과 개요

- 대전시청자미디어센터 ‘풀뿌리 마을미디어 활성화 사업’은 ‘대전광역시 민선 7기 공약 마을공동체 활성화를 위한 생태계 조성(5-8) 이행계획’, ‘대전광역시 마을공동체 미디어 활성화 및 지원조례’에 근거한다.
- “미디어를 통하여 마을공동체의 다양한 목소리를 표현할 수 있는 기회를 제공하고, 체계적인 활성화 지원 등을 통하여 마을미디어 활성화를 도모”하는 것을 목적으로 하는 대전시청자미디어센터의 주력 사업 중 하나이다.

② 사업 내용과 특성

- 사업의 추진 방향은 ‘찾아가는 마을미디어교육’과 ‘마을미디어 활동가 양성교육’을 통해 미디어 활용능력을 향상시키고, 성장단계별로 사업 공모와 행정지원을 통해 마을미디어 단체의 성장을 지원한다. 또한 미디어 단체 네트워크 모임을 진행하고, ‘대전 마을미디어 실무추진단’을 운영하여 대전 마을미디어 네트워크를 구축한다.
- 이러한 절차를 통하여 마을미디어로 소통하는 마을 마을공동체를 형성하고, 나아가 새로운 대전을 시민의 힘으로 구현할 수 있도록 돕는 것을 사업의 방향으로 설정하였다.
- 2020년 사업의 경우 ‘마을미디어 기반조성과 활동가 양성’, ‘성장단계별 마을미디어 활동 지원’의 두 축으로 구성된다. ‘마을미디어 기반 조성’과 ‘활동가 양성’은 마을미디어를 이해하고 체험하는 교육과 함께, 미디어 자원을 발굴하기 위하여 마을미디어 기반 조성도 추진한다. 대전 시청자미디어센터뿐만 아니라 외부기관과도 협력하고, 컨퍼런스 형식의 마을미디어 특강도 개최한다.

표 4-1. 마을미디어 기반 조성하고 활동가 양성 사업

구 분	내 용
찾아가는 마을미디어교육 (원데이 미디어 클래스)	• 마을라디오·영상·신문 제작 실습 - 공개 모집으로 선발하여 2차시로 교육 운영
마을미디어 활동가 양성교육	• 마을미디어 활동가 양성 프로그램 - 내용: 마을미디어의 이해, 마을 퍼실리테이터 교육, 기사쓰기 교육, 라디오 제작교육, 우리 마을 유튜브 만들기 등
외부협력 활동 지원	• 외부기관 협력 마을미디어 활동 지원 - 내용: 자치구별 마을미디어 컨설팅, 축제 협력 지원, 엑스포 달밤 라디오 공개방송 지원 등
마을미디어 특강 (컨퍼런스 형식)	• 마을미디어 활동가에게 생생하게 들어보는 마을미디어 활동 사례 공유

- ‘성장단계별 마을미디어 활동 지원’은 마을미디어를 성장단계에 따라 맞춤형으로 지원하여 마을미디어 단체 발굴·육성과 콘텐츠 생산·공유가 이루어지는 선순환 환경구축을 목적으로 한다. 대전에 거주하며 활동하는 3인 이상 주민 또는 단체를 대상으로 하며 비영리법인, 비영리민간단체뿐만 아니라 (예비)사회적 기업, 사회적 협동조합 등도 포함한다.

표 4-2. 성장단계별 마을미디어 활동지원 사업

구 분	내 용
성장단계별 마을미디어 활동 지원 (주민 공모사업)	• 3인 이상 주민 모임 또는 단체 대상의 마을미디어 활동 지원 - 유형별 단체를 공모 선발하며, 2020년에 자유제안 신설
마을미디어 네트워크 운영	• 마을미디어 네트워크 모임 운영 - 공모사업 참여자 대상으로 역량강화 공통교육 실시 - 내용: 기자교육, 유튜브, 라디오 제작, 탐방 등 • 대전마을미디어 한마당 운영 - 공모사업 참여자, 대전 시민 등이 참여하여 마을미디어 네트워크가 직접 만드는 축제 개최
콘텐츠 유통 지원과 아카이빙(상시 운영)	• 마을미디어 채널(플랫폼) 운영을 통한 참여 단체 콘텐츠 공유 • 네트워크 취재 결과집 제작 및 배포

- 주민 공모사업으로 진행되는 ‘성장단계별 마을미디어 활동 지원’ 사업은 다음과 같이 성장단계별로 사업 유형이 나누어진다. 체험형(씨앗)은 마을미디어 콘텐츠 중 단기 또는 일회성 활동 지원을 내용으로 하며, 활동형(성장)은 마을미디어의 제작·유통 지원에 초점을 둔다. 매체형(열매)은 이미 매체 형태로 정기적 운영하는 활동을 지원하고 자유형(자유제안)은 기존 활동매체가 아닌 축제 프로그램 운영 등의 콘텐츠의 제작과 유통을 지원한다.

표 4-3. 마을미디어 활동 지원 사업에 설정된 성장단계

구분	체험형(씨앗)	활동형(성장)	매체형(열매)	자유형(자유제안)
목표	신규 마을미디어 단체 발굴 및 양성	지속적인 마을미디어 활동을 위한 콘텐츠 제작 및 유통 지원	안정적인 매체 운영을 위한 콘텐츠 제작 및 유통 지원	마을미디어의 다양성 확보를 위한 콘텐츠 제작 및 유통 지원
신청대상	마을미디어 활동을 하고자 하는 3인 이상의 주민모임 또는 단체	1년 이상 지속적으로 마을미디어 콘텐츠를 생산·유통해온 3인 이상의 주민모임 또는 단체	3년 이상의 마을미디어 활동 경력이 있고, 정기적으로 콘텐츠를 제작·배포하는 3인 이상의 주민모임 또는 단체	마을미디어 활동을 하는 3인 이상 주민모임 또는 단체
내용	특정 콘텐츠에 대한 일회성 제작 또는 단기 프로젝트성 마을미디어 활동 지원 (팟캐스트·라디오, 영상, 소식지 제작, 상영회, 공개방송 등)	마을미디어 콘텐츠 제작 및 유통 지원 (팟캐스트·라디오, 영상, 신문, 잡지 등)	매체 형태로 정기적 운영 중인 미디어 활동 지원, 콘텐츠 제작 및 유통 지원 (팟캐스트·라디오, 영상, 신문, 잡지 등)	기존 활동 매체 이외의 콘텐츠 제작 및 유통 지원 (문화·예술, 미디어 융복합형, 축제 프로그램 운영 등)

- 대전시청자미디어센터의 ‘풀뿌리마을미디어사업’과 관련하여 사업추진 방향을 자문하고 현장 의견을 수렴하고 반영하기 위하여 마을미디어 활동의 전문가로 구성된 실무추진단을 운영하고 있다. 위원회는 10인 이내로 구성되며 마을활동가, 민간전문가, 사업담당자 등으로 이루어진다. 이들은 연 3회 회의 진행을 통해 마을미디어 사업 계획의 피드백·평가 등을 통해 마을미디어 운영의 방향성을 돕는 역할을 한다.

③ 사업의 성과

- 대전시청자미디어센터의 ‘풀뿌리마을미디어사업’은 마을미디어를 위한 컨설팅과 함께 콘텐츠 제작을 위한 기자재 대여와 운영담당자 활동비, 사업운영비 등의 지원을 통해 마을미디어 활동을 이어가거나 시작하는 공동체들의 경제적 부담을 덜어주는 효과를 보이고 있다.
- 또한 대전마을미디어 플랫폼을 통해 콘텐츠 유통과 아카이빙을 제공하고 마을미디어 선진지 탐방과 네트워크 모임을 개최를 통해 마을미디어의 역량 강화를 돕는 성과를 거두고 있다.
- 2019년에는 18개 단체 활동 지원, 원데이 클래스 13개 단체 지원, 마을미디어 활동가 교육 (연인원122명) 등의 성과를 이루었다.
- 2020년에도 마을미디어 기반 조성 및 활동가 양성을 위해 마을미디어 활동가 교육을 지속적으로 실시 중으로, ‘마을로 찾아가는 원데이 미디어 클래스’를 통해 영상, 라디오, 신문 등 다양한 매체 활용교육을 진행 중이다.
- 특히 대전시 마을다큐멘터리 워크숍이 주목된다. 마을 주민이 직접 다큐멘터리를 제작하여 자신의 마을에 보다 관심을 가질 수 있는 기회를 제공하고, 마을다큐멘터리 제작과 상영회를 통해 마을주민들과 활동가를 연계할 뿐만 아니라 마을 주민의 소통창구를 만들고자 한다.
- 2020년 사업은 전년과 대비하여 활동가 교육을 다양화하고 횟수를 증설 하였으며, 지원 예산을 증액하였다. 공모사업 유형을 자유제안을 통해 신설하고, 특히 미디어 매체별 역량 강화 교육, 활동가 매개자 교육 등 사업 참여단체 대상 공통교육을 신설하는 변화도 있었다. 뿐만 아니라

마을미디어축제 기획 및 직접 운영, 네트워크 취재 지원과 사례집 제작 활동 등 마을미디어 네트워크 참여를 활성화하는 방향으로 개선했다.



그림 4-4. 지원 사업의 일환인 네트워크모임(좌)과 선진지 견학

(2) 대전사회적자본지원센터 ‘공동체공모사업’

- 대전사회적자본지원센터에서 기획·진행하는 공동체공모사업은 씨앗, 새싹, 열매, 기획공모(숲·생태계)로 단계별 지원된다.
- 씨앗단계는 자발적인 의지로 마을공동체를 형성하고 싶은 주민 또는 동아리 시기이며, 새싹/줄기 단계는 동아리 수준을 넘어서 공익적 활동으로 마을공동체에 대한 시각이 형성되는 시기이다.
- 열매단계는 마을의 다양한 네트워크들이 결합해 마을에 적합한 사업모델이 구체화되면서 민-민, 민-관 등 마을 거버넌스가 느슨한 형태로 생성되는 시기이다.
- 숲·생태계라 일컫는 기획공모 단계는 사회적 관계망 형성과 자발적 참여를 기반으로 기존에 공동체 활동을 진행하고 있는 공동체들이 마을사업에 적합한 모델을 구체화하고 마을공동체 활동 활성화 사업을 통해 신뢰와 배려의 대전공동체를 조성하는 단계이다.
- 순수한 마을모임부터 비영리법인, 비영리민간단체, 사회적협동조합, (예비)사회적 기업 등 사회적 가치를 지향하는 단체까지도 본 사업에 지원 가능하다.

표 4-4. 공동체공모사업의 단계별 내용

구분	씨앗·모이자	새싹·줄기·해보자	열매·연합·가꾸자	숲·생태계
참가 자격	마을활동을 처음 시작하려는 3인 이상의 주민모임	마을활동 경험이 있 는, 5인 이상 주민모 임 또는 2인 이상의 공동체 연합	1개 이상의 마을공동 체 활동 경험이 3년 이상 있는 2개 이상 의 공동체 연합	자치구별 로 상이
사업 내용	마을활동가와 멘토링을 통한 모임구성, 학습, 마을조사 등 공동체 초기 사업	마을미디어 , 텃밭, 돌봄교실, 마을학교, 소규모 마을축제 등 주민역량 사업	동네별 네트워크를 결합하는 마을축제, 마을방과후, 돌봄등 공동체 활성화 사업	

□ ‘공동체공모사업’은 마을미디어만을 위한 사업은 아니지만 사업의 일환으로 마을미디어 지원 사업을 실시하고 있다. 하지만 공동체 활성화와 마을미디어 활성화를 동시에 도모할 수 있는 의미 있는 사업임에도 불구하고, 아래 표에 나타나듯이 실제 사업 지원이 된 미디어 면면을 보면, 상당수가 일회성 행사에 그치거나, 미디어와 거리가 먼 네트워크 거점 사업에 치우치는 경우가 많아 개선이 요구된다.

표 4-5. ‘공동체 공모 사업’ 지원 단체

연도	사업명	단체명
2020	더 의미 있는 책읽기 - 애니메이션 더빙	비래 새마을 작은 문고
2020	유성매직으로 그린 마을	유성의 스케치북
2019	2019년 유성구 마을공동체 미디어 역량 강화 사업	궁상 스튜디오
2019	우리지역 인물 포커스	우리는 친구
2018	대전광역시 메이커 지도 제작 프로젝트	쉐이크
2018	지역주민과 청년 음악인이 함께하는 평화음악회	음사인사
2017	인형 만들기, 극본집필, 마을순회공연(마을인형극단 토바유)	토바키 어린이 도서관
2015	커뮤니티 공유 공간 플랫폼 별집	비온드 캠퍼스
2015	공정여행 공유 네트워크 플랫폼 ‘여,정’	공감만세 인터내셔널
2015	CHECK OUT BOOKS	레리브호
2015	2015년 공유네트워크 공유서가 공모사업	도시여행자
2015	출판업 <동립진> - 1회 발행 후 미간행	동립진
2015	주민이 함께 만드는 마을이야기 <탄방동 마을신문> - 2회 발행 후 미간행	탄방동 스토리
2015	시네마클럽 운영 및 영화치료전문가 양성(상생시네마클럽)	나우 영화치료연구소

*최근 5년 이내 활동 매체를 대상으로 하며, 2020년 사업은 현재 진행 중임

**마을미디어 발행의 지속성이 명확한 경우와 대전시청자미디어센터의 지원대상은 제외함

(3) 미디어리터러시 관련 사업

- 미디어는 창작자와 수용자를 중개하는 역할을 수행한다. 따라서 마을미디어의 확산을 위해선 소비자인 주민들의 미디어 해독과 활용능력의 지속적인 확산이 필요하다.
- 미디어리터러시 확산 관련 프로그램을 지속적으로 실행할 수 있는 공간으로 다음과 같은 공간을 생각해볼 수 있으며, 이들 중 일부는 이미 관련 사업 수행 중에 있다고 할 수 있다.
- 첫째, 마을 주변의 대표적 공간으로 공공도서관, 평생학습원, 그리고 시민대학이 이뤄지는 평생교육진흥원 등 평생학습 기관이다. 실제로 ‘대전평생교육진흥원’에서는 뉴미디어 활용능력의 제고를 위한 강좌를 수행 중이다. 또한 ‘대전평생학습원’에서 실행하는 ‘민주시민교육’은 주민들의 민주시민에 대한 자각을 높여 주민자치의 기능으로 미디어를 활용할 수 있는 사고를 함양할 수 있도록 도울 것이다. 따라서 마을미디어의 확산에 기여할 수 있을 것이라 기대된다.

표 4-6. 미디어리터러시 확산 관련 평생학습기관의 강좌목록

교육기관	강좌명	비고
대전평생교육진흥원	1인 유튜버 되기, 왕초보 다 모여라	e-대전시민대학
대전평생교육진흥원	스마트폰으로 담아보는 우리지역 문화예술	대전시민대학
대전평생학습원	민주시민교육	대덕구평생학습원

- 둘째, 각 구청, 주민자치센터 등에서 진행하는 미디어 활용교육, 특히 유튜브 등 뉴미디어 활용 등을 비롯한 정보격차 해소 교육에 마을미디어와 관련된 내용을 포함할 수도 있다. 구청이나 주민자치센터 등의 유튜브 채널을 통하여 시보를 전달하면서 아울러 미디어리터러시 관련 콘텐츠를 만들어 배포한다면 미디어리터러시에 관련된 좋은 사업이 될 수 있을 것이다.

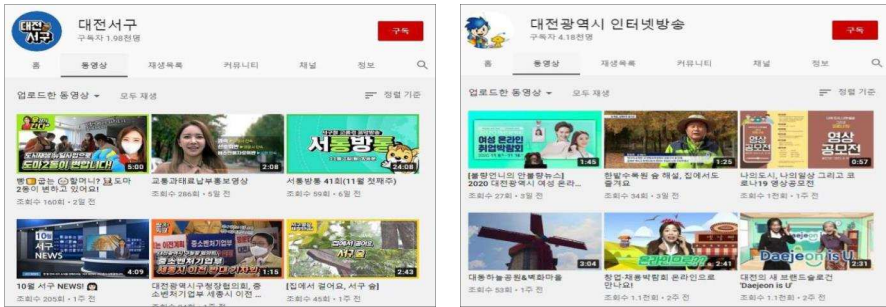


그림 4-5. 대전시(좌)와 대전 서구청의 유튜브 채널

- 셋째, 특히 언론진흥재단, 지역 방송사, 지역신문사 등 전문역량을 보유한 전통적 미디어에서 일반 시민을 대상으로 미디어 활용 교육을 더 확산한다면 큰 효과를 거둘 수 있다. 현재 ‘한국언론진흥재단’에서는 전국의 청소년, 교사 등을 대상으로 미디어교육과 관련된 사업을 운영 중에 있으며, ‘대전시청자미디어센터’에서는 마을미디어와 직접적으로 연관된 ‘라디오 프로그램 제작 강좌’와 ‘유튜브라이브 활용 교육’을 실시하고 있다. 이를 통해 주민들의 미디어 문해력의 향상뿐만 아니라 미디어를 직접 생산할 수 있는 마을미디어 창작자를 증대시킬 것이라 기대해볼 수 있다.

표 4-7. 미디어리터러시 확산 관련 전통적 미디어의 운영 사업

교육기관	운영사업	지원 대상
한국언론진흥재단	미디어교육 운영학교	전국 초·중·고생
한국언론진흥재단	미디어교육 포털 운영	교사, 학생, 학부모
대전시청자미디어센터	라디오 프로그램 제작	일반인
대전시청자미디어센터	소통대전 ‘유튜브라이브’ 활용 교육	사회 일반인

(4) 기타

□ 문화공동체 활성화 사업

- 대전문화재단에서는 지원하는 마을 공동체 사업은 크게 둘로 구분된다.

하나는 ‘생활문화활동(공동체)지원’ 사업으로 지역 내 아마추어 문화예술단체(동아리, 마을주민조직 등 포함)를 대상으로 시민의 일상 속 문화향유를 확대하고 지역 생활문화를 활성화를 목적으로 하는 사업이다. 다른 하나는 ‘우리 마을 문화공동체 사업’으로 문화예술 단체, 법인 및 마을단위 주민 조직을 대상으로 예술을 매개로 지속가능한 문화공동체 형성을 통해 살기 좋은 문화마을 조성을 목적으로 지원을 목적으로 하는 사업이다.

- 현재 문화공동체사업, 생활 문화 활성화 사업을 진행하고 있는데 여기에 마을미디어는 제외되어 있다. 하지만, 마을미디어의 문화공동체적 측면을 생각한다면 대전문화재단에서도 생활 문화 활성화와 문화공동체 활성화의 차원에서 적극적으로 지원 사업을 펼칠 필요가 있다.

□ 소수의 권익 확보를 위한 마을미디어 활동

- 마을미디어의 가치는 문화수용자의 표현과 참여의 확대를 전제하고 있다. 따라서 마을미디어는 문화에서 소외될 수 있는 집단의 권리를 확보하는 데 중요한 도구가 된다. 게다가 ‘소외된’ 집단의 권리를 대변할 수 있다는 점에서 이는 복지의 영역과 긴밀한 접점이 생긴다. 실제로 ‘판암복지관’에서는 오랫동안 마을미디어를 간행하였으며, ‘대전복지재단’에서도 〈복지만두레〉 사업을 통해 대전형 복지네트워크를 확산하고자 노력하고 있다. 이처럼 마을미디어를 소외된 계층의 권리를 대변하기 위한 도구로 운영한다면 그들의 권리를 확보하는데 많은 도움이 될 것으로 기대된다.

표 4-8. 마을미디어 관련 복지재단 운영 사업

기관	운영사업	사업내용
대전복지재단	복지만두레	지역복지 자원을 연계해 대전형 복지네트워크 확산 목적으로 홈페이지에 활동내역을 올려 관련 소식을 전달
생명종합사회복지관	판암골 미디어센터	마을신문, 영상, 팟캐스트를 활용하여 마을과 주민의 이야기를 전달
대전종합사회복지관	초록우산 어린이기자단	아이들을 기자로 육성해 마을의 다양한 소식들을 아이들의 눈높이에서 기사로 작성, 주민들에게 알리기 위한 교육 실시

2. 대전광역시 마을미디어 기초 현황⁷⁾

1) 대전 지역 마을미디어 현황 개요

- 2020년 12월 현재 대전 지역의 마을미디어는 총 31개로 파악된다. 레저시 미디어만 활용하는 마을미디어는 20개이며, 그 중 종이 신문을 간행하는 곳은 16개이다. 신문 외에 잡지나 소식지, 라디오 형태의 마을미디어는 각각 2개씩 활동하고 있는 것으로 나타났다.
- 뉴미디어만 활용하는 마을미디어는 모두 7개로 인터넷 신문 3개, 영상 3개, ‘디카시’ 1개이다. ‘디카시’란 디지털사진과 시를 결합한 뉴미디어를 가리키는데, <미디어도마달>이 ‘디카시’ 형태인 것으로 파악된다.
- 뉴미디어와 레저시미디어를 혼용하는 마을미디어는 4개이다. 대부분 유튜브나 SNS를 활용하고, 영상매체와 인쇄 매체인 신문을 함께 이용하고 있다.
- 대전에서 기초지자체별로 가장 많은 마을미디어가 활동 중인 지역은 동구로 총 8개의 마을미디어가 활동 중인 것으로 조사되었다. 대전지역에서 마을미디어를 최초로 시작하였다고 평가되는 <판암골소식>은 동구에서 2005년부터 시작해 현재까지 왕성한 활동을 이어나가고 있다. <판암골소식>은 마을신문으로 시작했지만 지금은 신문뿐만 아니라 유튜브, 팟캐스트 등 다양한 미디어를 활용하여 마을미디어로서의 역할 확장을 꾀하고 있다.
- 대전지역의 마을미디어는 최근 몇 년간 크게 활성화되고 있다. 창간 준비 중인 마을미디어를 포함하여 2019년 이후 최초 발행한 마을미디어가 모두 14곳으로, 현재 운영 중인 31개의 마을미디어 중 약 절반을 차지한다. 특히 2020년에만 7곳의 마을미디어가 설립된 것을 볼 때 마을미디어의 운영·확산에 대한 관심이 급증하고 있는 추세라 할 수 있다.

7) 내용중 일부는 대전마을미디어 편집팀(2019)에서 부분 발췌함

표 4-9. 대전광역시 마을미디어 총괄 현황

	미디어명	매체	창간	발행주기	주소
1	용운마을신문	신문	2014	월간	동구 용운동
2	판암골소식	신문 /영상·라디오	2005 /2019	격월/비정기	동구 판암동
3	사람향기마을신문	신문	2013	월간	동구 자양동
4	비알신문	인터넷뉴스	2017	상시	동구 천동
5	농중일기	영상	2018		동구 이사동
6	나비효과(마을살림공작소)	잡지	2019		동구 원동
7	가양로직진	신문	2020		동구 원동
8	우리마을뉴스	신문	2016		동구 원동
9	석교마을신문	신문	2013	월간	중구 석교동
10	산성마을신문	신문	2016	월간	중구 산성동
11	문화마을신문	신문	2019	격월간	중구 문화동
12	태평마을사람들	신문	2016	격월간	중구 태평동
13	목동이야기	신문	2019		중구 목동
14	글꽃소리	신문	2020		중구 문화1동
15	문화2동 마을신문	신문	2020		중구 문화2동
16	관저마을신문	신문	2011	월간	서구 관저동
17	관저FM	라디오	2020	비정기	서구 관저동
18	탄방마을신문	신문	2015		서구 탄방동
19	M042	인터넷신문	2019	매주	서구 월평동
20	미디어도마달	디카시	2019	상시	서구 도마동
21	도시락	라디오	2016		서구 도마동
22	도안뉴스	인터넷신문	2015		서구 도안동
23	온천TUBE	영상	2020		유성구 온천1동
24	진잠동마을미디어	영상/신문	2020		유성구 진잠동
25	노은마을신문	신문	2018		유성구 노은동
26	원신흥동마을신문	신문	2019		유성구 원신흥동
27	도안마을신문	신문	2014	격월간	유성구 도안동
28	더 나은 하루	잡지	2020		대덕구 신탄진
29	내가사는마을엔(N)	신문/인터넷신문	2015	연2회(신문)	대덕구 비래동
30	이음마을TV(미디어)	영상/라디오	2018		대덕구
31	대덕밸리라디오	인터넷방송	2015	격주 생방송	대덕구

□ 이처럼 대전 지역에서 마을미디어가 활발히 확산되고 있는 원인 중에는 대전시청자미디어센터와 대전사회적자본지원센터 등의 지원 사업이 진행된 것도 커다란 이유이다. 하지만 지원 사업에 공모하는 것에 의존하는 곳도 늘어나다보니, 모든 마을미디어가 활동의 지속성을 보이고 있지는 못하고, 활동 중지나 답보 상태에 놓여 있는 곳도 종종 보인다. 또한 마을미디어 사업 지원을 받고는 있지만, 활동 범위나 활동 목적이 온전히 일치하지 않는 미디어도 간혹 찾을 수 있다.

표 4-10. 마을미디어 지원 대상 중 결과물 미정 또는 목적 불일치 매체

미디어명	매체	위치	단체명	비고
나눔공작단	-	서구 만년동	나눔공작단	사업 지원으로 만년동 공식블로그 기자단 양성교육을 받았으나 미디어결과물 발표 없음
도마실마을신문	신문	서구 도마1동	도마실 마을신문	‘원데이 미디어 클래스’를 수강하였으나 아직 결과물 없음
상상마을 소식지	소식지	중구 태평동	상상마을	아직 발간되지 않음
Boshu Wedia	잡지	유성구	보슈매거진	활동지역이 특정 마을 단위로 한정되지 않음
보이스타운	라디오	유성구 궁동	더 보이스타운 협회	활동지역이 특정 마을 단위로 한정되지 않음
마을활동가TV	영상	서구 월평동	마을활동가포럼	활동지역이 특정 마을 단위로 한정되지 않음

* 2020년 12월 기준

2) 동구

(1) 기초 현황

□ 동구는 총 8개의 마을미디어가 활동하고 있는 것으로 파악된다. 미디어 유형별로 보면 〈용운마을신문〉, 〈사람향기마을신문〉, 〈가양로 직진〉, 〈나비효과〉는 레거시미디어이며 〈비알뉴스〉와 〈우리마을뉴스〉, 〈농중일

기)는 뉴미디어를 활용한다.

- <판암골소식>은 뉴미디어인 유튜브, 레거시 미디어인 신문과 라디오를 함께 사용하고 있는 마을미디어이다. 활자매체인 신문과 영상매체인 유튜브를 함께 사용하여 마을 소식의 전달력을 높이고 있다. <비알신문>은 초창기 웹진으로 시작하였지만, 이후 정보 접근성이 좋지 않은 사회적 약자들을 위해서 꾸준히 종이신문을 발행하고 있다.

표 4-11. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 동구)

마을 미디어 명칭	미디어 유형	목적			
		주민 간 친목도모	정보전달 ·공유	지역의제 발굴·공론화	사회적 가치 실현
용운마을신문	레거시(신문)	○	◎	○	
판암골소식	레거시(신문) 뉴미디어(유튜브)	○	○	◎	◎
사람향기마을신문	레거시(신문)		◎	○	
비알뉴스	레거시(신문) 뉴미디어(웹진)	○	◎	◎	○
농중일기	뉴미디어(유튜브)	○	◎		
나비효과	레거시(잡지)	○	◎		◎
우리마을뉴스	뉴미디어(웹진)		◎		
가양로 직진	레거시(신문)	◎	◎		

*◎ : 주된 마을미디어 목적 **○ : 마을미디어 목적

- 동구의 마을미디어를 목적별로 살펴보면 정보 전달과 공유를 주된 목적으로 하는 마을미디어가 다수이다. <판암골소식>은 친목 도모와 정보 전달과 공유에 해당하면서 판암2동에 거주하는 주민들이 스스로 자신의 이야기를 전달하고 이슈화하기 위해 노력하고 있다는 점에서 지역의제 발굴과 공론화 그리고 사회적 가치 실현이 주된 목적임을 유추할 수 있다. <비알뉴스>는 행사 위주의 정보 전달과 공유뿐만 아니라 지속적인 비판 보도를 통하여 지역의제를 발굴하고 이를 공론화해 마을의 가치를 높이기 위해 노력하고 있다.

(2) 대표적인 마을미디어와 특징

① <판암골소식>

- 판암주공아파트 4단지에 있는 생명종합복지관과 일부 뜻있는 마을 주민들이 모여 어떻게 하면 주민을 화합시키고 살기 좋은 동네를 만들까 고민 끝에 탄생했다. 초기에는 저소득 밀집 주거지역 내 일반 주민과의 갈등을 해결하려고 꺼내든 매개로 사용되었다. 신문이 최초 발간될 때부터 생명종합사회복지관이 적극적으로 개입하였으며 현재도 복지관의 지원을 받아 제작하고 있다.
- <판암골소식>은 미디어를 활용한 주민 소통과 공동체의식 향상을 기대하고 시작한 마을미디어이다. 마을 미디어를 통해 주민들이 직접 마을 문제를 이슈화 할 수 있도록 돕는다.
- 제작 과정에서 5명의 어른 기자와 5명의 어린이 기자들이 함께 아이디어 회의를 하고 교정·교열에 참여한다. 신문이 나오자마자 평가 회의와 다음 호 편집회의를 진행하고 판암2동에 거주하는 주민들이 스스로 자신의 이야기를 전달하고 이슈화하기 위해 노력하고 있다.
- 주민 스스로 앵커 혹은 기자가 되어 마을 소식과 주민들의 이야기를 만 들어가자는 취지로 올해부터는 마을미디어 기본교육과 라디오 제작실 습, 팟캐스트 교육을 진행하고 있다.



그림 4-6. <판암골소식> 주민기자 월례회(좌) / 발간된 신문

② 〈비알뉴스〉

- 주민 기사를 양성하고 지역 소식을 발굴하여 공동체를 복원하겠다는 목적으로 2017년 10월에 창간하였다. 주류 미디어가 해외 소식과 나라 소식, 지방 소식은 여러 경로를 통해 제공하고 있지만 마을 소식은 찾아보기 어렵다는 문제의식에서 출발했다. 마을과 마을을 잇는 신문, 이 마을 저 마을 이야기를 담아내며 서로를 알아가고 서로를 위하여 힘을 모아 연대하는 풀뿌리시민언론이 되는 것을 목표로 한다.
- 〈비알뉴스〉는 편집권 독립을 중요하게 생각하여 운영위원회와 기자 그룹으로 나누어 역할을 감당한다. 운영위원회는 비알뉴스 운영에 관한 일을 하며, 기자 그룹은 생업에 종사하는 마을 사람들로 학생기자 10명, 성인들로 이뤄진 주민기자 8명이 전문 기자 교육을 이수하고 기사를 생산한다.
- 인터넷 언론은 제작비 부담을 줄이려고 시작하였으나 결과적으로 매체의 영향력을 키우는 효과를 거둘 수 있었다. 하루 평균 3쪽지의 기사를 생산하면 600뷰 내외를 기록하고, 접속률이 1건당 65회 정도로 반응이 빨라 기사의 반향이 바로바로 확인되자 활동에 촉진제가 되고 있다고 한다.



그림 4-7. 〈비알뉴스〉의 운영진(좌) / 뉴스를 보고 있는 주민

3) 중구

(1) 기초 현황

- 중구는 총 7개의 마을미디어가 활동 중인 것으로 파악된다. 미디어 유형별로 마을미디어를 분류하였을 때 중구에서 조사된 모든 마을미디어가 레저시 미디어인 신문이라는 특징을 지닌다.

표 4-12. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 중구)

마을 미디어 명칭	미디어 유형	목적			
		주민 간 친목도모	정보 전달·공유	지역의제 발굴·공론화	사회적 가치 실현
석교마을신문	레저시(신문)	◎	○	◎	○
산성마을신문	레저시(신문)	◎	◎		○
문화마을신문	레저시(신문)		○	◎	◎
태평마을사람들	레저시(신문)		◎		◎
글꽃소리	레저시(신문)	◎	◎		
목동이야기	레저시(신문)	○	◎		
문화2동 마을신문	레저시(신문)		◎	○	◎

*◎ : 주된 마을미디어 목적 **○ : 마을미디어 목적

- 중구의 마을미디어를 목적별로 파악하면 대부분의 미디어들이 정보전달·공유와 함께 사회적 가치실현을 위해 힘쓰고 있는 것으로 파악된다.
- <문화마을신문>은 사회적 약자인 아이들의 시선에서 마을을 바라보고 아이들의 목소리를 지면에 직접 반영하여 사회적 가치를 실현하고자 한다. <석교마을신문>은 주민과 주민사이의 소통의 매개 역할뿐만 아니라 주민 갈등의 중재 역할을 하고 마을 문제 해결을 위한 신문고가 되기도 했다. 실제로 보문산 약수터의 음용 가능성에 의문을 제기해 수질검사를 이끌어 내는 성과를 거두기도 했다.

(2) 대표적인 마을미디어와 특징

① <산성마을신문>

□ <산성마을신문>은 산성동 중심의 주민 화합과 소통 공간이 되는 매개가 되기 위한 목적으로 창간했다. 함께하는 이웃, 사람, 마을의 이야기를 바탕으로 현재 4,000부씩 발행하며, 2018년 후반부터는 44호까지 매달 꾸준히 발행하고 있다.

- 대전지역 마을미디어 대부분이 마을어린이도서관이나 마을공동체 중심으로 형성되고 있는데 비해 <산성마을신문>은 <복지만두레> 등 기존 자생단체 활동 경험이 있는 대표가 주도하여 마을미디어를 운영하고 발행했다는 점에서 차별성을 지닌다.



그림 4-8. <산성마을신문>(좌) / 기자단의 마을미디어 선진지 견학

② <석교마을신문>

□ <석교마을신문>은 2011년 마을신문 사전준비 과정을 거쳐 2012년 기자단을 구성하고 마을신문 창간 준비호를 펴냈다. 이후 청소년과 어린이기자단 교육을 진행하고 2013년 창간호를 발행했다. 2014년에는 영상제작 교육, 석교마을뉴스제작, 마을신문자문위원회를 구성하고, 2015년 이후 외부 지원 없이 마을신문을 발행하였다.

- 석교동 공동체 활동은 마을신문을 만들기 전에는 도서관 활동이 중심이었다. 알뜰어린이도서관을 주축으로 마을학교 실험이 진행되었는데, 마을신문을 간행하면서 주변 이웃들과 함께하는 활동이 본격화되었다.
- 공동체 활동의 토양 위에 이뤄진 만큼 석교마을미디어가 다루는 핵심 콘텐츠는 ‘사람’이라고 한다. 마을활동가, 다문화가정, 청소년, 마을 어르신까지 석교동의 어제와 오늘을 설명할 수 있는 사람은 누구나 뉴스의 주인공이 된다. 특히 청소년 기자들은 신문 만들기에 참여하면서 의식이 성장되는 것을 체감하고 있다. 살고 있는 지역에 대한 애착과 더불어 지역의 문제에 대한 비판의식까지 다양한 시각으로 지역을 바라볼 수 있도록 돕는다.
- 그러나 <석교마을신문>은 2019년 발행 중단 이후 2020년 3월 재개 여부를 결정하기로 했으나 향후 발간 주체를 구성하기 어려워지면서 2020년 10월 폐간을 신고한 상태이다.
- 비록 운영 주체를 세우지 못해 폐간 상태이기는 하지만 마을공동체 내부에서 향후 대안을 마련하기 위해 지속적으로 논의를 이어가고 있다. 미디어 주체와 함께 기존 마을신문 형태에서 벗어나 유튜브 활용 등 영상미디어를 접목한 형태로 재창간에 대한 고민 중이다.



그림 4-9. <석교마을신문>의 제작진들

4) 서구

(1) 기초 현황

- 서구의 마을미디어는 총 7개로 파악된다. 미디어 유형에 따라 분류할 때 <관저마을신문>, <탄방마을신문>, <도시락>은 레저시 미디어를 활용하고 있으며, <관저FM>, <미디어도마달>, <M042>, <도안뉴스>는 뉴미디어를 활용한다.
- 단순히 수적으로만 보면 다른 구에 비하여 뉴미디어의 활용이 많다. 특히 ‘디지털카메라로 자연이나 사물에서 시적인 형상을 포착해 영상과 문자로 표현한 시’인 ‘디카시’가 특징적이다. 실시간으로 소통하는 뉴미디어 시대의 새로운 문학 장르로 <미디어도마달>에서 활용하고 있다.

표 4-13. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 서구)

마을미디어 명칭	미디어 유형	목적			
		주민 간 친목도모	정보 전달·공유	지역의제 발굴·공론화	사회적 가치 실현
관저마을신문	레저시(신문)	○	◎	◎	
관저FM	뉴미디어(유튜브)		◎	◎	
탄방마을신문	레저시(신문)	○	◎	○	
도시락	레저시(라디오)	◎	◎		
미디어도마달	뉴미디어(디카시)	◎			
M042	뉴미디어(유튜브)	○	◎		○
도안뉴스	뉴미디어(웹진)		◎		

*◎ : 주된 마을미디어 목적 **○ : 마을미디어 목적

- 발간 목적을 살펴보면 레저시 미디어 대부분은 정보의 전달과 공유를, 뉴미디어는 주민 간 친목 도모가 주목적인 것으로 추정된다.
- 일례로 <도시락>은 상인 중심으로 형성된 DJ들이 도마 큰 시장 내에 설치된 스피커를 통해 라디오를 방송하고 있는데, 라디오를 통하여 시장 내 정보 전달뿐만 아니라 주민 간 친목 도모에도 많은 도움을 주는 것으로 보인다. <미디어도마달>은 마을의 모습을 사진과 5행 이내의 문자

로 표현해 한 편의 시를 완성한 후 이를 SNS에 올려 다른 사람들과 소통하며 친목을 도모한다. <M042>는 뉴미디어인 유튜브를 활용하여 월평동 지역 공방들의 정보를 전달하고 지역 공방 네트워크를 형성하고자 한다. 사회적 소수인 예술가들의 권익을 대변하고자 하는 점에서 사회적 가치의 실현을 기대해볼 수 있다.

(2) 대표적인 마을미디어와 특징

① <관저신문>

- 2011년 <관저마을 신문사>로 시작했으며 ‘모두의 마을미디어협동조합’을 설립하여 <관저마을신문>과 <관저FM> 두 곳을 운영하고 있다.
- ‘모두의 마을미디어협동조합’은 관저지역 공동체의 활동을 묶어내는 역할과 함께 관저동 지역 주민들의 관심사를 중심으로 콘텐츠를 제작하고 있다. 마을 주민이 직접 참여할 수 있는 프로그램을 만들고, <관저FM>과 <관저마을신문>을 연계하여 발행한 신문을 직접 읽어 주는 방송과 정기적으로 진행되는 고정 프로그램을 유튜브 채널로 운영하고 있다.
- 운영진에 따르면 마을을 교육공동체로 만드는 것이 <관저신문>의 주요한 희망이다. 따라서 교육 관련 콘텐츠가 신문에서 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 실제로 어린이 기자단을 꾸리거나 공동체 관련 책을 읽으면서 어린이나 청소년들이 미디어를 통해 사회에 참여하도록 하는 기회를 제공하기도 한다.



그림 4-10. 포크아트강좌 진행(좌) / 영상 관련 교육을 받는 <관저신문>

② <도시락>

- <도시락>은 문화관광체육부의 ‘전통시장 활성화 사업’을 통해 기존 도마 큰 시장 내에 설치된 유선스피커를 활용해 라디오 방송을 진행한다. 전통적인 라디오(유선 스피커 방송)로 진행되며, 도마 큰 시장 상인 중심으로 8명의 DJ들이 운영위원회를 구성해 운영 중이다.



그림 4-11. <도시락>의 시범방송 현장(좌) / DJ로 활동중인 상인

③ <M042>

- <M042>는 ‘청년 메이커 협동조합’ 구성원들이 월평동 지역 공방 네트워크를 중심으로 지역 공방 공동체 구축과 함께 추진 중인 신생 마을 미디어이다. 교육부의 인가로 교육용 완구를 만드는 사람들과 함께 커뮤니티 만드는 교육 목적으로 사회적 협동조합을 만들게 되었고, SNS를 중심으로 공방소개, 공방체험과 인터뷰 콘텐츠를 제작하고 있다. 청년 중심 지역 공방 네트워크 공동체를 구축하고, 지역사회와 소통하려는 고민을 하고 있는 점 등에서 기존 마을미디어와 차별성을 가진다.



그림 4-12. <M042>의 미디어 작품(좌) / 공방 수업

5) 유성구

□ 유성구의 마을미디어는 총 5개로 파악된다. 그 중 레거시 미디어는 <도안마을신문>, <노은마을신문>, <원신흥동마을신문>이 해당되며, <온천Tube>는 뉴미디어를 활용하고 있다. <진잠동마을미디어>는 레거시미디어인 <진잠마을신문>과 뉴미디어인 <진잠동 미디어 타임머신>을 혼용하여 마을미디어의 역할을 수행한다.

표 4-14. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 유성구)

마을미디어 명칭	미디어 유형	목적			
		주민 간 친목도모	정보 전달·공유	지역의제 발굴·공론화	사회적 가치 실현
도안마을신문	레거시(신문)	○	◎	◎	
노은마을신문	레거시(신문)	○	◎	○	
원신흥동마을신문	레거시(신문)		◎		
온천Tube	뉴미디어(유튜브)	◎	◎		○
진잠동마을미디어	레거시(신문) 뉴미디어(유튜브)	◎	◎		

*◎ : 주된 마을미디어 목적 **○ : 마을미디어 목적

□ 목적별로 살펴보면 대부분의 마을미디어가 정보의 전달과 공유를 주된 목적으로 한다. <진잠동마을미디어>는 정보 전달·공유, 주민 간 친목도모를 목적으로 마을신문인 <진잠마을신문>과 함께 유튜브로 <진잠동 미디어 타임머신>을 운영한다. <진잠동 미디어 타임머신>은 ‘마을노래 만들기’ 또는 ‘미디어 야외수업’ 등 미디어와 진잠동을 연결시킨 다양한 콘텐츠를 올려 주민 간 친목을 도모하고 정보를 전달한다.

(2) 대표적인 마을미디어와 특징

① <도안마을신문>

- <도안마을신문>은 2014년 9월 이웃이 따뜻한 도시마을, 아이들이 행복한 성장환경, 주민자치를 실현하겠다는 목적으로 창간한 마을신문이다.
- 마을신문 운영에 주민들의 후원이 큰 도움이 됐다. 현재 설립 6주년 이후에도 신문을 후원하는 주민이 100명 이상이다. 그러나 전담인력을 두고 인건비를 안정적으로 주기 위해서는 고정적인 수입이 필요한 반면 신문 운영만으로는 유지할 수 없었다. 따라서 학생기자교육을 하고 배움사랑방을 운영하며 회원을 늘리는 방식을 이용한다.
- <도안마을신문>에 소속된 학생기자들은 교육과정을 통해 자연스럽게 사회문제에 대해 발언하고 참여하는 방법을 배우고 있다. 특히 토론 수업을 통해서 스스로 무슨 생각을 하는지 알고, 그것을 말과 글로 표현함으로써 다른 사람들의 생각을 이해하고 배려하는 것을 가르치고자 한다. 이처럼 자신의 생각을 정확하게 표현하며 어떤 일이든 스스로 결정하고 선택할 수 있는 인격체로 성장시키는 것이 학생기자 교육의 궁극적 목표이다.
- 신속성이나 기성 언론이 갖춘 무게감을 기대할 수 없지만 다른 지역에서는 접할 수 없는 도안 지역만의 콘텐츠를 다루며, 지역 의제 발굴과 공론화에 힘쓰고 주민들의 의견을 대변하려 한다.
- 일례로 수소연료전지발전소 문제로 마을이 시끄러웠을 때 반대하는 주민들의 목소리를 대변한 매체는 도안마을 신문이 거의 유일했다. 뿐만 아니라 2017년과 2018년에는 대전시의 ‘이웃과 함께 갑천과 함께’ 사업에 선정되면서 ‘갑천을 건자, 가족과 거닐자!’를 주최하여 시민들이 갑천을 더욱 가까이 만날 수 있는 기회를 제공하기도 하였다.



그림 4-13. <도안마을신문> 학생기자단(좌) / ‘수소연료전지 발전소’ 기사

② <원신흥동 마을신문>

□ <원신흥동 마을신문>이 창간되게 된 계기는 주민자치 총회에서 주민 화합과 삶의 질 향상, 주민자치의식 함양을 위해 마을신문이 있어야 한다는 주장이 제기됐고 이에 많은 공감을 얻었던 것에서 비롯된다.

- 이후 원신흥동 주민자치위원회 홍보미디어분과를 중심으로 미디어 교육에 참여하며 마을신문을 준비했다. 주민들은 마을미디어에 대한 이해와 신문 제작 실습 과정 훈련을 통해 아이템을 찾는 방법부터 실제 기사 작성법을 익혔다. 주민자치 역량이 강화될수록 삶의 질은 높아지리라 하는 기대에서 시작한 미디어 교육을 통해 주민들은 마을을 돌아보는 기회를 가졌고 마을 의제를 발굴하는 토론을 진행했다.

□ 원신흥동은 많은 사람들이 유입되면서 인구가 급증했고, 인구 증가에 따라 주민 간 갈등이 빈번해지고 있는 지역이다. 첨예한 이해관계와 갈등을 해결하기 위해선 주민들을 화합시킬 수 있는 매개체가 필요했지만, 원주민이 전혀 없는 신도시의 특성상 어려움이 있을 수밖에 없다.

- 마을 문제는 우선순위를 정해 주민들과 함께 지적하고 토론하면서 여론화하는 과정을 거쳐야 하는데 이에 최적화된 미디어가 마을신문이라는 발상으로 <원신흥동 마을신문> 제작이 추진되었다. 신문 제작진은 신도시의 특성을 살려 서로 협동하고 이해하면서 마을의 문제를 함께 해결해 나아가야 함을 강조하며, 마을미디어를 ‘신문고’라 정의한다.



그림 4-14. <원신흥동마을신문> 창간 준비회(좌) / 제작 회의

6) 대덕구

□ 대덕구의 마을미디어는 4개로 파악된다. 미디어 유형 중 레거시 미디어에 해당하는 마을미디어는 <더나은하루> 뿐으로 파악된다. <내가사는마을엔(N)>은 뉴미디어인 웹진과 레거시 미디어인 신문을 함께 활용하고 있으며, <대덕밸리라디오>는 뉴미디어인 페이스북의 라이브방송과 유튜브에 통해 마을미디어를 운영하고 있다. <이음마을TV> 역시 뉴미디어인 유튜브를 통하여 마을미디어를 운영하고자 한다.

표 4-15. 마을미디어 목적 유형에 따른 분류(대전 대덕구)

마을미디어 명칭	미디어 유형	목적			
		주민 간 친목도모	정보 전달·공유	지역의제 발굴·공론화	사회적 가치 실현
내가사는마을엔(N)	레거시(신문) 뉴미디어(웹진·유튜브)	○	○	◎	◎
이음마을TV	뉴미디어(유튜브)			◎	◎
대덕밸리라디오	뉴미디어(SNS 라이브방송·유튜브)	◎	◎	○	
더 나은 하루	레거시(잡지)		◎	◎	○

*◎ : 주된 마을미디어 목적 **○ : 마을미디어 목적

□ 목적별로 살펴보면 대덕구의 마을미디어는 지역 의제 발굴과 공론화를 주된 목적으로 하는 경우가 많다.

- <대덕밸리라디오>는 대덕구뿐만 아니라 충청권 지역사회를 이웃이라는 관점으로 접근하여 지역민들의 삶과 철학을 진솔하게 담아내 시민들에게 유익한 정보를 제공할 뿐만 아니라 주민 간 친목 도모에도 도움이 되고 있다. <내가사는마을엔(N)>은 지역주민 여론 조사와 마을 문제 해결을 위한 욕구 조사 사업 활동을 통해 지역 의제 발굴과 공론화에 힘쓰고 있다. 또한 어린이와 청소년이 주축이 되고 마을 주민들이 자발적으로 서포터즈가 되는 만큼 사회적 약자인 어린이들의 의견 통로로 사용될 수 있다는 점에서 사회적 가치를 실현한다고도 볼 수 있다.

① <이음마을TV>

- <이음마을TV>는 대덕구 교육혁신지구 지정이 계기가 되어 ‘이음마을학교’를 협동조합으로 설립하고 운영하기 시작했다. ‘이음마을학교’에서는 다큐멘터리 제작 강좌, 기후변화 강좌를 진행하면서 마을운동과 미디어를 통한 기후변화 운동을 마을주민들과 함께 논의하며 고민해왔다. 이 과정에서 미디어를 기후변화 운동을 주민들에게 알리는 방안으로 사용하려 한다.
- <이음마을TV>는 본래 노은동에서 노은 마을신문을 만들려 했으나 종이 형태로 된 미디어가 갖는 한계를 느꼈다. 노동운동의 연장선에서 다음 세대들에게 가장 익숙하고 미래에 중심이 되는 미디어이자 진입장벽이 낮은 매체가 유튜브라는 생각에 뉴미디어를 선택하였다.
- 처음에는 기후변화 문제를 지역 주민들과 어떻게 해결할 수 있을지 유튜브로 알리기 위해 시작하였다. 하지만 아직까지도 기후변화 위기와 마을방송국 관련 현안 중 무엇을 중심소재로 삼을지 확신하지 못하는 상태이다. 운영진들은 아마도 해당 안건이 주민 참여적 소통 속에서 정해질 것으로 기대하고 있다.
- <이음마을TV>는 성인과 주민, 기후변화 위기에 관심을 가진 청소년들을 주요 타겟층으로 삼는다. 기후변화 위기에 관련된 다큐멘터리를 찍는 것을 목표로 설정하고, 대덕구 마을 소식을 촬영해 뉴스 형식으로 영상을 송출하며, 대덕구청장의 협조를 얻어 기후변화에 관한 영상을 촬영하여 내보낼 예정이다.



그림 4-15. <이음마을학교>의 협동조합 개소식(좌) / 영상수업

② <더나은하루> - <나루>

□ 최근 신탄진 지역에서 추진되고 있는 ‘도시재생사업’에 대한 문제의식이 대두되었다. 따라서 신탄진 지역 주민들의 의견 개진 및 주민 간 소통을 위한 마을미디어의 활용을 고민하는 과정에서 마을미디어가 시작되었다.

- 초기에는 마을신문 형태를 고민하였으나, 준비 주체의 역량과 준비 정도가 미흡하다고 판단해 마을잡지로 발행 중이다. 신탄진 지역 주민 공동체로 활동 중인 4개 단체 주요 활동가 중심으로 미디어 운영진을 구성하였으며, 마을잡지 발행은 청년활동가 모집을 통해 진행 중이다.

□ 대부분의 대전지역 마을미디어는 시청자미디어센터의 ‘풀뿌리마을미디어지원사업’을 통해 진행되지만, <더나은하루>의 경우 국토교통부의 ‘소규모도시재생사업’의 지원을 받는다는 점에서 이색적이다. 지원 사업 종료 이후에는 홍보플랫폼으로 승인을 얻어 홈페이지와 쇼핑몰이 결합된 홈페이지 기능에 마을 소식을 게시하는 방식을 고민하고 있다.



그림 4-16. 한글수업 진행(좌) / 마을미디어 강좌 모습

③ <내가사는마을엔(N)>

□ 2015년 창간되었고, ‘비래주민기자단’을 조직하였다. 현재 대덕구 송촌동, 비래동, 신탄진동 지역을 중심으로 활동 중이다. 마을 소식을 전하는 건강한 마을미디어가 되는 것을 목표로 한다.

- 2015년 제 1기 어린이기자단 창단식을 시작으로 같은 해 10월, 창간호 <내가사는마을엔(N)>을 발행하였다. 2018년부터는 온라인마을신문인 <마을엔(N)>을 오픈하여 웹진과 종이신문을 함께 발행 중이다. 또한 유튜브에 <내가사는마을엔N> 채널을 개설하여 대덕구의 다양한 행사와 어린이기자단 관련 영상을 올리고 있다.
- 같은 대덕구라지만 거리가 먼 신탄진동, 비래동, 송촌동 활동가들을 연계하는 네트워크를 구축하기 위해 연결고리를 오프라인에서 온라인으로 전환하였다. 이를 통해 대덕구의 마을공동체들을 발굴했고, 정보교환과 협치를 위해 미디어교육을 실시한다.
- <내가사는마을엔(N)>은 마을미디어가 소통도구로서의 기능을 넘어 마을을 잇고 사람을 잇는 놀이가 되어야 한다고 강조한다. 제작진은 미디어가 삶을 담아내는 그릇이어야 하고 삶도 놀이가 되어야 한다고 말한다.



그림 4-17. <내가사는마을엔(N)> 기자단의 활동 모습

3. 활동 실태와 정책 수요

1) 마을미디어 운영과 제작 과정, 부대 활동

(1) 마을미디어 운영 과정의 재정적 어려움

□ 마을미디어 운영상의 문제는 역시 재정적 문제 해결이 가장 심각하다. 예비 사회적 기업으로 ‘청년 두드림 사업’, 대전시청자미디어센터의 지원, 신문광고, 후원, FM방송에 붙는 동영상 제작, 프로그램 운영비용, 다양한 공모사업 등으로 재정난을 해결하고자 하지만, 면담 과정에서 “버티고 있음”이라고 표현할 정도로 재정적 어려움을 겪고 있다.

공동체들이 1월부터 3월은 사업비가 없어서 활동 안하는 공동체 많다. 마을 활동 공모사업 해야 하나 고민하는데, 마을 활동가가 점점 줄어가는 추세다. 경기가 어려워지고, 아이들 자라면서 생활비도 부족해지기 때문에 직장에 나가시는 분들 많다. 이곳에서 생활하면서 많은 소득은 아니지만 아이들도 케어 하면서 어느 정도 경제적으로 보전된다면 마을 활동을 충분히 할 수 있다고 생각한다. 그러나 사업비 활동비를 안주니까 부담이 된다. 그런 게 어렵다. 마을 잡지든 신문이든 이런 게 뒷받침이 되어야 하는데….

강원, 충청도에 비알이라는 사투리가 있다. 벼랑, 낭떠러지라는 뜻이다. 낭떠러지에 설수 있는 용기를 갖는 언론인이 되자는 취지였다. 처음에 8명에서 시작했는데 지금까지도 그 멤버 그대로다. 마을 소식을 네트워크 하는 플랫폼 역할하고 싶는데 실제로는 잘 안 되고 있다. 물적 토대가 부족해서다.

- 특히 소득 외 활동 비용들이 보장되지 않아 활동에 어려움을 느끼며, 마을미디어 활동이 마을 ‘자원봉사’로까지 받아들일 정도로 재정난에 봉착해 있는 실정이다.

마을 활동가들이 언제까지 행정에서는 이런 거 하라고 하는데, 본인들은 월급 받으면서 하면서 우리한테는 자원봉사로 하라고 한다. 언제까지 할 수 있을지 모르겠다. 마을잡지 만들면서 기사 쓰면 (돈을) 더 주고 싶은데 6만원만 준다. 최대한 많이 주고 싶은데 현재 뚜렷한 대책은 없다.

맘대로는 초대 손님 차비라도 주고 싶은데 일체 못하고 있다. 재정적으로 지원을 못 받고 있다. 지원이 없다보니까 식사를 대접해야 할 때도 개인 돈으로 하고 있다. 지원을 사무실 측에서 받아서 하면 상인들 측에서 곱지 않은 시선 있어서 봉사 취지로 하고 있다.

- 한편, 주로 후원금으로 운영되고 있는 마을미디어도 있다. 후원 액수와 후원처는 일반 시민부터 대전 시청자미디어 센터까지 다양하다. 그러나 이들 역시 장기적이고 안정적인 재정마련이 필요하다고 주장한다.

올해엔 산성동이야기 마을 책과 함께 11월엔 마을달력, 마을가이드북 나온다. 이들은 모두 시청자미디어센터, NGO를 통해 사업비를 받은 것이다.

지금은 후원해주시는 분들이 있다. 5천원에서 5만원정도. 개인적으로 후원해 주시는 분들이 2~30명 계신다. 전에는 ○○○가 많이 해 줬었다. 지금도 매달 30만원 이상 나오고, 광고도 한다. 최근에는 시청자미디어센터에서 많게는 9번, 적게는 7번 지원해주고 있다. 그게 7개월 되면 210만원이다.

우선 인건비는 자체는 2명을 빼고 지원 받고 있다. 또 우리는 예비 사회적 기업이라 청년 두드림 사업을 지원 받고 있다. 원가가 들어가는 것이 아니다보니 임대료, 인건비가 부담일 수 있는데 공간은 보통 지역자산화로 건물을 사서 들어온 것이라 나가는 비용이 없다. 따라서 신문발행비가 제일 큰 부담인데 이는 시청자 미디어 센터 지원 받고 있다. (다른 부가적인 비용들은) 매출 전략을 짜서 신문광고, 후원, FM방송에 붙는 동영상 제작, 프로그램 운영비용, 다양한 공모사업 등으로 버티고 있다. 하지만 장기적으로 안정적인 것이 있어야 한다.

(2) 마을미디어 제작 과정에서 겪는 전문성 부족

- 활동가들은 미디어 제작에 대한 전문지식을 배울 교육 기회나 조언해 줄 멘토를 구하기 힘들었고, 마을미디어 제작에 ‘막연함’까지 느꼈다고 말한다.

너무 바빠서 새벽 2시에 퇴근 했다. 일이 많아서 그런 것을 많이 못 봐주고 있다. 저녁에 하는 것은 무리가 있어 밤에 누구 부를 수도 없다. 전문성이 부족한 게 제일 아쉬웠다. 이번에 출판사 계신 분한테 컨설팅을 받아서 편집하는 분께 배우기는 했지만 실제 만들어보지는 않아서 걱정이 되긴 한다. 그래도 이번에는 지난번보다 디자인이 나아질 것 같다.

- 또한 전문적, 직업적으로 미디어를 제작하던 사람들이 아니었기 때문에 미디어를 구성하는 소스, 제작을 위한 취재 등의 과정이 익숙하지 않고 전문성이 없어 진행 속도나 투자 시간이 많이 소요될 수밖에 없었다고 술회한다.

방송을 만든다는 게 막연하다. (중략) 아까도 말씀드렸듯이 실제 필드 계신 분들 도움 받고자 하는데 이런 걸 누군가 멘토가 있어서 조언해주고 이렇게 해주면 좋겠다하는 생각이 들더라. 처음부터 MBC방송국에 있는 분들 모셔서 생각했다면 강좌 개설 방식이 달랐을 것 같다. 처음 그분들과 협의 거쳐서 방송국에서 뭘 제작하고, 이런 절차를 거친다는 사전 조언 들었다면 교육, 프로그램 배치했을 텐데 지금 교육 다 끝나고 영상제작을 해야 하는데 겁도 나고 막연하다. 이제라도 그 분들 도움을 받으면 이분들은 맨날 하는 일이니까 구체적인 도움 받을 수 있지 않을까? 누군가가 처음 한다면 이런 분들에게 도움 받아서 해보면 좋겠다. 그런 조언 해드릴 수 있을 것 같다. 맨 땅에 헤딩한 느낌이다.

- 그로 인해 마을미디어 운영에 시간과 에너지를 많이 투자할 수밖에 없었고 본업과 시간 확보가 어렵다는 현실적인 문제에 부딪힐 수밖에 없

었다. 면담에서 표출된 이러한 어려움을 감안한다면 마을미디어 활동가들이 원활하게 미디어 제작을 할 수 있는 교육의 기회나 멘토 참여 등의 지원이 필요함을 알 수 있다.

DJ를 구성하는 게 힘들다. 글도 써야 되고 방송도 해야 된다. 또 방송 날짜에 맞춰서 시간도 지켜줘야 한다. 그런데 장사하다보면 바쁘다. 주부 분들은 코로나 때문에 애들 학교도 못가고…. 그런 부분이 힘들었다.

□ 게다가 코로나19로 진행하고 있던 모임, 활동이 중단되면서 마을미디어 활동 진행에 차질이 있다는 가장 최근의 어려움을 토로하였다.

가장 힘든 일이라고 하면 코로나다. 마음은 매주 모임을 진행하고 준비하고 여유도 있고 싶지만 코로나 때문에 의미가 없어지고 있다. 활동가는 아니지만 기사단에 지원한 수강생 분들도 마음은 있는데 못 오고 계신 것 같다.

(3) 마을미디어 운영 과정에서 느끼는 보람

□ 마을미디어를 운영하는 과정에는 어려움뿐만 아니라 보람도 함께 존재했다. 보람은 대체적으로 공통적인 내용으로, 크게 두 가지로 정리할 수 있다.

□ 첫째, 주민과의 소통을 통해 주민들에게 마을의 애착과 관심을 불러일으킬 때 보람을 느꼈다고 한다. 예를 들어, 미디어 제작과정 중 마을주민을 인터뷰하는데 인터뷰 대상자의 ‘진솔한 얘기’를 드는 것이 좋았다고 하였다.

(라디오를) 여러 상인들이 안 듣는 줄 알았다. 그런데 생각보다 듣는 이들이 많았다. 한번은 ‘담배 피든 말든 아프려면 피고’라고 말했더니 왜 그런 식으로 말하느냐는 말을 듣기도 했다. 또 어떤 분은 (방송 때문에) 우울했다

고 한다. 때론 음악이 치유가 된다고도 한다. 자기가 굉장히 힘들었는데 시장 음악 나와서 마음이 풀어졌다고 하시는 그런 분들이 가끔 계신다. 노래 제목이 뭔지 물어 보시는 분들도 많다. (방송을) 할수록 그런 얘기를 들으니까 열심히 해야겠다는 생각이 들었다.

공방체험 하는 방식으로 하다 보면 두 시간 가까이 있으니까 일부러 묻는다. 일단 인터뷰 촬영을 허락 받았으니 이것저것 물어보다 보면 어디 공방에서 7년 일했고…. 이런 얘기가 나온다. 현재까지는 이 방법이 가장 이 사람의 진솔한 얘기를 듣기에는 좋은 것 같다.

□ 둘째, 마을미디어가 마을과 관련한 민원들을 해결하는 도구로서 작용할 때 보람을 느낀다고 밝혔다. 실제로 동네에 공론화가 크게 되지 못했던 것에 민원들을 마을미디어에서 다루면서 해결된 사례도 있었다.

마을 미디어 통해서 어필해서 해보자, 민원을 넣긴 하지만 잘 안된 건 마을미디어에서 해결한 것도 있다. 예를 들어 원래 산성역이 있었는데 최근에 국회의원도 중구 보건소 쪽으로 가서, 산성동과 붙어 있으니까 대신고, 산성역이 없어졌다. 이런 걸 같이 (기사로 다뤄 공론화) 해보자. (중략) 최근에서 좋은 게 우리 동네 의원과 관계가 좋다. (중략) 마을 신문하고 친했다. (의원들과) 관계가 돈독하게 좋아졌다. 마을신문의 위상이 좋아졌다고 본다. 매달 꾸준히 어디에 정당에 치우치지 않고 마을 주민과 소통할 수 있는 신문이 되려고 한다. 그럴 때 마다 힘이 된다.

이번에 현대자동차 서비스 공장이 이전하는 곳이 용운동인데 3m거리에 다섯 가구가 있다. 그분들에 대한 보상은 누가 하나. 동구 차원에서는 세수 도움이 되고, 용운동 사람들도 큰 업체 상권으로 도움 되겠지만, 인접한 소수의 사람들의 피해는 누가 보호해 주는지에 관련된 보도를 했을 때 많은 격려 받았다. 이 보도로 인해 현대자동차로부터의 대안·협상, 동구청과 동구의회 나서서 이 문제 풀어나가는 모습을 보여줄 수 있었다. 동구청장도 이 문제를 풀려고 했고, 현재 공장이 건축 되고 있는데 현대자동차에서 최신 시설, 분진 시설 등 친환경으로 시설을 꾸리겠다고 발표 했다. (이처럼) 동구의

언론으로서 역할 해주고 있다며 칭찬과 후원을 받을 때마다 감사하다. 함께 하는 분들이 부딪해했다. (생략) 동구 신문, 동구 언론으로 자리잡아가고, 구민 분들이 ‘우리 신문’으로 여기고 있는 것. 또, 마을신문에 나오면 된다. 이런 느낌이 좋다. 마을신문에 나왔어 이런 얘기 할 때 보람 느낀다. 밴드를 통해 마을을 이어주는 기능을 하자는 역할을 하고 있다.

주차난이 심각했다. 신문사가 했다고 하긴 그렇지만 어쨌든 신문사가 이를 계속 기사로 다뤘고, 설문조사 등을 모으고 민원을 제기하며, 동에도 계속 요구한 결과 그곳이 일방통행으로 바뀌었다. 그 뒤로도 주민 민원 기사 제보가 계속 들어온다.

(4) 마을미디어를 매개로 이루어지는 부대 활동

- 주민들과 함께 하는 여가활동(악기 연주 등) 그룹을 형성하거나 지역사회의 상인회, 관공서 등과 마을주민 사이에 협력관계를 형성하기도 한다. 또, 다양한 주제를 가지고 수업을 하거나 마을의 동호회와 협력하여 전시회를 여는 등 마을의 행사 프로그램을 구성하였다.

지금 현재 소모임은 아니지만 마을신문과 같이하는 통기타 그룹이 있다. 그 다음에 산성시장 상인회, 신탁 등 마을 분들과 협력관계를 이루고 있다. 주민 센터와도 관계를 가지고 있다. 이번 7월 달엔 마을학교도 했다. 마을 여행, 어르신과 아이들 대상 커피 교육도 있었고, 웃음 치료, 책, 마을 여행 코스 등의 활동을 이어나갔다. 올 초에는 3개월 정도 사진동호회에서 마을모습을 500개 정도 찍고 그 중 70개를 정리해 40작품을 전시회를 열어 보여줬다. 글 쓰는 것도 연습하고 블로그 카페 만드는 것도 해봤다. 마을자원 조사도 계획했다. 올해엔 산성동이야기 마을 책과 함께 11월엔 마을 달력, 마을가이드북 나온다. 이들은 모두 시청자미디어센터, NGO를 통해 사업비를 받은 것이다.

- 마을 공유주방, 신탄진 ‘맘스홀릭 가꾸자’ 등을 통해 마을 주민 간의

즉흥적인 행사나 만남을 주선하는 것을 계획하기도 했지만, 현재 코로나 상황으로 인해 잠정적으로 계획만 세우고 있는 실정이다.

마을 공유주방, 신탄진 맘스홀릭 가꾸자 사업을 하고 있다. (해당 사업은) 대덕구 공동체지원 사업을 통해 주방 빌려서 사용하고 있다. 원래 계획은 이 공간에 와서 아무나 선착순으로 번개로 떡볶이 해먹자 같은 행사를 할 계획이었다. 뿐만 아니라 공원에서든 행사 계획 갖고 있었는데... 이렇게 소소하게 하고 싶은 것이 있었는데 (코로나의 영향으로) 하지 못하고 있다.

2) 마을미디어의 가치에 관한 활동가의 인식

(1) 활동가들이 인식하는 마을미디어의 이념과 가치

- 활동가들은 마을미디어가 주민자치 실현을 위한 공론의 장, 주민이 마을의 주인답게 살기 위한 실현의 장으로 활용할 수 있는 공간으로서 가치 있다고 생각하고 있었다.

개인적인 생각인데, 그 올 해 초에 기초를 잡은 것은 주민자치 실현을 위한 공론의 장, 주민 주인답게 살기 위한 실현의 장으로 여기를 활용했으면 좋겠다는 생각이었다. 그런 측면에서 마을미디어의 의미가 있을 것으로 생각한다. 마을이 주민들 생각보다 베드타운인 경우가 많다. 어떻게 하면 (마을의 장점을) 조금 더 끌어내 함께 할까 항상 고민한다. 그래서 여러 가지 아이디어를 가져와 (예를 들면) 요리 수업을 하기도 한다. (중략) 작년엔 관저 10개 단체 연합체 만들었다. 힘을 합쳐서 다양한 사업 하고 있다. 요즘 돌봄 문제가 이슈화되고 있는데, 특히나 돌봄 해결하면서 아이들 먹거리 문제를 같이 고민하고 있다. 마을미디어는 마을의 의제에 같이 참여하는 미디어, 소통, 연결하는 플랫폼 미디어라고 생각한다.

(2) 마을미디어의 기능과 효과에 관한 활동가의 개념적 인식

- 뉴미디어를 통한 마을미디어는 온라인상의 활동을 계기로 직접 마을 활동 공간(공방)에 방문 참여를 유도할 수 있으며 이는 지역사회에 공헌을 이루는 방안일 것이라 평가하였다.

우리의 행동을 물리적 연결로 생각했다. 그 관점에 중점을 두고 있다. 우리가 영향력을 가지려고 하는 건 온라인상의 누군가가 오프라인으로 나오도록 하는 역할을 하려는 것이다. 팔로워 늘리려고 하는 것도 당연히 이와 같

다. 만 명 중 1%의 사람 관심 가져 공방에 오면 100명이 이 지역을 찾고 경제적 이익을 가져오는 거다. 연결이라는 키워드. 오프라인과 온라인의 연결이 우리에게도 연결이 될 것이란 생각 갖고 있다.

□ 또한 마을미디어가 대외적으로 지역사회를 널리 홍보하고, 대내적으로 마을주민들 스스로가 마을에 자부심을 가질 수 있는 도구가 될 것을 희망한다.

맘 카페 가보면 (해당 지역에 대해) 물어보는 경우 있다. 그런데 ‘신탄진으로 오세요, 여기 좋아요. 한국타이어 있지만 대청호 둘레길 살기 좋습니다.’ 이런 얘기는 못한다. 그래서 신문, 잡지 통해 자각하게 해주고 싶다. 마을에서 다른 사람들이 부럽다고 하는 것들을 깨닫게 하는 역할을 하는 잡지가 되고 싶다.

□ 마을미디어는 바쁜 일상 속에서 마을 주민들이 교류할 수 있는 매개체가 되며 주민들이 친목을 도모할 수 있는 통로가 된다고 생각한다.

나의 일상. 마을이 좋은 게 아침에 일어나서 출근하고, 퇴근하고 마을에서 생활한다. 그 속에서 사람을 만나고, 오늘부터 두 분의 선생님을 만나고, 내 일상이 행복해야 마을이 건강해진다고 생각한다. 사람들과 함께 할 수 있는 것. (중략) 신문을 항상 나도 좋지만 남들이 볼 때 ‘괜찮구나.’ 그렇게 느끼게 만들려고 한다. 그런 역할을 내가 하지 않을까? 그렇게 해서 마을미디어가 변모되면 기록으로, 읽어주는 라디오, 기회가 되면 꽃가게도 하고…. 부유층 아니다. 여기서 복수동, 둔산, 도안이 부유층이고, 석교는 어렵고, 우리는 투잡을 하는 사람들이기 때문에 여유가 많지는 않다. 그래도 일상에서 기사를 실어서 그들과 교류 할 때 좋은 것 같다.

(3) 현재의 마을미디어 활동으로 활동가들이 바라는 실질적 효과

- 활동가들은 마을미디어가 공공기관, 지역사회 그리고 마을 간의 매개자 역할을 수행하여 상호 간 정보를 공유하고 친목을 다질 수 있는 장으로 나아가길 바라고 있었다.

우리 방송은 도마시장 상인과 고객을 위한 방송이라, 도마동 지역 사시는 분들이 많다. 그분들이 들으면서 우리가 지역사회에 좋은 역할, 중계역할을 하는 라디오 방송이 됐으면 좋겠다. 시에서 뭘 하면, 그때는 동네 마실 다니는 고객과 상인에게 전달하는 역할을 한다. 그렇게 하고 나면 요점 같은 걸 방송하는 그런 중간 역할 그런 게 좋지 않을까 한다. 행사가 많이 있다면 중간 중간 계속 방송을 하면서도 중간 역할을 하는 게 좋은 역할이라고 본다. 디제이 한 사람 한 사람 모두 내가 생각하는 스토리와 색깔이 있다. 이젠 누가 어떤 걸 하는 것까지 알 수 있는 상황까지는 왔다. 그런 중간 역할. 크게 보면 마을미디어가 도마 큰 시장이 서구청과의 융합 역할을 하고 있다.

플랫폼 자체에 영상이 추가됐으면 좋겠고, 마을 소식이 5:5로 갔으면 좋겠다. 조금 더 다른 구 마을 소식도 올라왔으면 좋겠다. 현재는 동구가 70%로 동구 분들이 많이 보고 있다. 다른 구로 가면 갈수록 마을에서 생산되는 기사가 많아졌으면 좋겠다. 처음에 꿈꾸었던 마을과 마을을 잇는 것이 실현됐으면 좋겠다.

- 마을에 속한 최대한 많은 마을 주민들의 목소리를 낼 수 있도록 하여 마을미디어가 정책 결정 과정에서 주민들의 의견을 대변할 수 있길 희망했다.

참여하시는 분들이 많은데 청년 기자단은 신탄진에 있는 청년을 찾고 싶었다. 실제로 몇 명 못 찾았다. 신탄진에 살면서 정보를 모르는 경우도 있고, 관심이 없는 경우도 있고... 앞으로 잡지를 그 수단으로 찾아 볼 계획이다. 마을잡지 이후에 온라인 잡지 만들어지면 '나는 이런 얘기 꼭 하고 싶어' 그런 주민들의 목소리를 낼 수 있는 신문이 있었으면 좋겠다고 생각한

다. 사는 이야기를 많이 하고, 또 마을미디어가 정책 결정하는 분들한테 영향 줄 수 있다고 생각한다. (정책 결정 하시는 분들이) 여기 사는 분들 이야기를 못 듣기 때문에 이상한 짓을 한다고 생각한다. 최대한 많은 목소릴 낼 수 있는 미디어가 됐으면 좋겠다.

□ 마을미디어가 마을 주민들이 마을 일에 참여하도록 하는 촉진제로 작용하여 주민 단합의 매개체가 되거나 마을미디어가 교육 도구로서 활용되어 이를 계기로 마을공동체가 교육공동체로 나아가길 바라는 곳도 있었다.

동네에서 하는 일들은 쉽게 참여할 수 있다. 그런데 이런 민주주의 훈련 과정 같은 것들이 알려질 수 있는 방법들이 제한적이다. (마을미디어가) 주민 참여를 끌어낼 수 있는 매체로서 역할을 할 수 있다는 생각이 든다. 꿈은 거창하다. 마을에서 동네에서 중요한 역할이 아닐까?

시장이 운영하다보니 초창기에는 방송할 때마다 민원이 들어왔다. 시끄럽다고, (생략). 요즘에는 민원이 없다. 지금은 다들 마음이 많이 넓어졌다. 또 시장에서 학생들이 교육받으러 몇 번 왔었다. 관심 있는 학생들이 교육을 자진해서 오는 경우도 있었다. 그런 교육적 차원에서도 괜찮은 것 같다. 관심 있는 학생은 한번 와서 해보라고 한다. 라디오 디제이 하실 수 있는 분들은 광범위하게 많다. 이들을 받아주는 게 좋지 않을까 싶다. 소통하고 대화하면서 주민들의 단합을 도모하는데 괜찮을 것 같다.

□ 마지막으로 활동가들은 마을미디어 활동이 주민들에게 마을에 대한 관심과 자긍심을 높일 수 있는 계기로 발전하게 하는 역할이 될 것이라 기대한다.

(우리 마을이) 다른 마을에 비해 낙후되어 있는 게 있다. 그래서 마을에 있다 가는 분들도 있다. 사는 동안 마을을 사랑하는 마을 주민들이 됐으면 좋겠다. 내 마을이 문화재도 많고, 가볼 곳도 많고, 바람이 머무는 산성동 마을, 구론 자긍심을 가질 수 있는 일깨워 줄 수 있으면 좋겠다. 마을신문이 그런 역할이 되면 좋겠다.

3) 정책 수요

(1) 마을미디어 활성화를 위해 마을미디어 스스로 갖춰야 할 요건

- 마을미디어 활성화를 위해선 마을 청년들의 참여가 필수적이다. 또한 활동가 스스로가 지역에 대한 관심을 가장 우선순위에 두어야 하므로 현장, 즉 마을의 중요성을 알고 활동과 중간지원조직 모두 마을을 거점으로 운영되어야 함을 강조하였다.

미디어든 뭐든 마을 활동은 마을에서 일어나야 한다. 현장에 답이 있다. 중간지원조직도 현장에 있어야 한다. 그런데 현장에 있지 않은 경우가 많다. 절대 이해할 수 없다. 그래서 청년들이 마을에 들어와야 한다고 생각한다.

- 마을미디어 운영에 있어선 다음과 같은 내용을 언급하였다.

- 첫째, 운영자들 간의 빈번한 소통과 협력을 통해 마을미디어가 주민들 마음에 와 닿는 즐거운 내용을 갖춰야 한다.

마을미디어 방송을 하게 된다면 글을 쓸 때 저희는 상인의 편에 서서, 상인의 마음에 와 닿는 내용을 쓰고, 서로 협조하고 소통이 되는 방송이 즐거운 방송이 되지 않을까 싶다. 관계없는 소리 하면 점점 멀어지지 않을까.

- 둘째, 마을미디어 조직이 방향성을 잡고 추진력을 갖기 위해선 안정적인 조직운영과 역할분담이 필요하다.

주체가, 사실 저희는 교육생 모집해 주체를 만드는 과정의 단계인데 처음에 결의를 갖고 시작한 사람이 있으면 수월하게 집중적으로 할 수 있을 것 같다. 우리는 기자단을 모집 한다고 기존에 교육했던 분에게 제안했지만 ‘이런 걸 딱 하겠다.’ 이런 게 부족했던 것 같다. 처음 만들 때는 집중점이 생

졌는데 이번에는 달랐던 것 같다. 장단점이 있었다. (중략) 책임 의식, 역할 분담 등 호흡 길게 가져가야 한다면 관심 있는 사람이 하면 역할의 분담 집 중성이 있다. 그런데 또 주체가 세워지는 과정에서 나오는 시너지를 장점으로 볼 수도 있을 것 같다. 그러나 주체가 형성돼서 보완하는 것도, 두 사람이 준비가 되어서 가는 것도 아닌 경우엔 추진성, 방향성이 부족하다. 그분들에게 확신감을 주지 못하는 문제도 있다. 따라서 초기 주체는 준비된 주체가 필요하지 않았을까.

□ 아울러 ‘마을’미디어로서 마을과 연관된 주민들의 이야기를 들으며 마을 고유의 정체성을 보여줘야 하며, 만일 처음 시작하는 경우라면 전문가의 컨설팅을 받는 방안을 제시하기도 하였다.

우선 지금 몇 군데 마을 신문이 있다. 그분들의 의견 들어봤으면 좋겠다. 어떤 방향인지, 장에 가니까 나도 따라가는 게 아니라 우리 마을의 특색을 살려서 마을과 연관된 주민들이 원하는 걸 들어봤으면 좋겠다. 그리고 무식하면 용감하다고 하지만 아직 정립이 되지 않은 곳은 사회적자본지원센터, 미디어센터에서 전문가에게 컨설팅 지도 받는 것도 좋다.

□ 한편, 스스로의 역량에 대해 아쉬워하며 마을미디어 스스로도 미디어로서 전문성을 갖추기 위한 역량 강화에 힘써야 할 것이라 말하였다.

아쉬웠던 점은 기획 회의를 더 많이 했어야 했다는 생각이 든다. 잡지를 통해 우리의 정체성을 잘 보여주고, 잡지의 정체성을 찾는 앞으로 성장, 역할 기타 등등 논의한 다음, 아 이번에는 10월호에는 이런 내용이 다뤄져야 하고, 이런 계획들이 다 나와야지 최소 1년 계획은 나와야지, 계획이 세워진 다음 잡지를 만드는 게 시행착오 덜 겪을 수 있다. 그런데 논의 할 수 있는 시간 많이 부족했다. 이번에는 석봉동이야 뭐 할까, 마을 오래된 상점 찾아 볼까, 사람을 인터뷰해서 자료 남겨볼까... 처음부터 방향이 별로 정해지지 않아 이 잡지에서 뭘 이야기하고 싶은 건가 그런 게 없었다. 전문성은 그런 거다. 어떤 잡지가 될 건지 고민 많아야 되지 않을까 싶다.

스스로 역량 강화를 위해 노력해야 한다. 우리는 마을사람 모여서 만든 신문인데도 그 이상의 역할 기대하는 분들 많다. 우리 역시 그 부분에 신경을 많이 쓰고 있다. 그렇다 보니 전문 기자로 스카우트 돼서 가기도 한다. 그게 전부는 아니지만, 그래도 그런 모습은 필요하다. 늘 아쉽다.

- 마지막으로 마을미디어를 제작하는 운영자끼리의 네트워크 형성과 상호 간의 멘토링을 통해 정보를 공유하며 경쟁체제가 아니라 좋은 방향으로 함께 상생해야 함을 주장하였다.

마을미디어네트워크가 되어야 한다. 또 네트워크가 잘 돼서 서로 돕고 하는 방식이어야 할 것 같다. 하지만 잘 모르겠다. 도서관협의회를 운영해봤는데 시도했다가 잘 안되면서 쉽지 않았다. 일을 하면서 당황스럽기도 하고, 생각했던 것보다 다르기도 했다. 아마 이것과는 다를 것 같다.

(2) 마을미디어 활성화를 위해 대전시가 우선적으로 지원해야 할 정책

- 마을미디어 활성화를 위해선 대전시와 마을미디어 간의 신뢰를 기반으로 한 지원이 필요하다. 그러나 아직까지 공동체와 중간지원조직 그리고 대전시 공무원 간의 신뢰가 약함을 지적하였다.

많이 변해오긴 했는데, 신뢰가 있어야 한다. 그걸 기반으로 해야 하는데 신뢰가 없다. 공동체, 중간지원조직, 공무원 간에 신뢰 필요하고, 기본적으로 이게 되어야만 그 정책을 실현하는 공동체를 믿고 가야 한다.

- 또한 대부분의 마을미디어들이 정책을 수립하고 수행할 때 형식적인 정책, 일회성 정책을 지양하고 포괄적으로 지속 가능한 성격의 정책이 필요함을 강조했다.

지금 현재는 마을에서 하는 미디어를 운영 사람들, 활동가들에 대한 지원이 있어야 한다. 활동가들이 청년으로 쏟아지는데 기본적으로 일하는 사람들에게 대한 지원이 필요할 것 같다. 그리고 가장 문의가 많이 들어오는 게 이렇게 세팅하려면 얼마나 드는가이다. 중간지원조직, 관에서 물어보는데, 지속가능하게 하는 정책이 필요하다. 그게 사람이든, 공간이든, 장비가 됐든 지속가능한 정책이 되어야 하는데 형식적으로 진행하면 안 된다. 미디어도 마찬가지이다. 만들어지고 있는데 그럴 때 그런 고민 할 수 있는 단위가 있으면 좋겠다. 하지만 그런 고민 단위가 없다. 단순한 교육, 네트워크 정도이지 정책 논의 기구는 없다.

지원이라고 하면 대부분 일회성이다. 생태계를 만들어주는 것에 관심이 없다. 진행하고 있는 사업 지원비로 돈을 얼마나 내려 줄지 어떻게 해야 잘 소화 할 수 있는지... 장비 대여에 끝나지 말고 장비 어떻게 쓰는지도 함께 따라와야 한다고 생각한다. 또한 사람이 남아 있을 수 있게 해야 한다. (지원 사업 시) 통으로 내리는 일자리 사업이 아니라 마을미디어에 세부적으로 공약할 수 있는 인건비 지원 사업이었으면 좋겠다.

장기계획 함께 세우고 이 과정을 돕는 사람이 필요하다고 생각한다. 왜 하는지, 왜 필요한지 고민이 필요하다. 지원한다면 모두가 하기 때문에 하는 것이 아니라 이 마을미디어가 왜 필요한지 양쪽 다 고민해야 한다. 양쪽에서 왜라는 질문에 정리가 된다면 장기적인 지원으로 가야 한다고 생각한다. 마을미디어도 언론이다. 마을신문은, 내가 내 소리를 내기 위해서 독립해야 한다. 그런데 정부나 정책 하시는 분들은 균형 맞춰봐야 한다. 그래서 자리 잡을 때까지 함께 하는 것이 필요하다고 생각한다. 마을공동체 지원도 마찬가지이다. 작년에 마을미디어협의회를 만들기도 하던데 그전에 우선 마을에서 생각 정리가 필요하다. 충분한 왜에 대한 고민 없이는 오래가지 못한다. 그러면 지원 사업에 의존할 수밖에 없다. 지원 사업에 의존하는 것은 우리의 힘을 마을에서 가져갈 수 없다고 생각한다.

- 앞서 마을미디어 활동에 재정적 어려움을 언급했듯이 마을미디어의 운영과 제작 활동 자체가 부담되지 않도록 경제적 지원이 시급하다고 말하였다.

일단 이런 활동 자체가 부담이 되면 안 된다고 생각한다. 공모사업 자체도 부담이다. 공모사업 해서 회계 정산은 까다롭고, 밥은 8,000원, 다과비 5,000원 염두에 두고 하다 보면 재미없다. (중략) 경험에서 하는 건데 컨트롤 타워가 있으면 좋겠다. 전담 할 수 있으면 좋다. 이분들이 공모사업 대신 해 주는 거다. 멘토링이 필요하다. 취재는 어떻게 해 다 지원해주고, 그런 시스템으로 갔으면 좋겠다. (중략) 마을 활동 자체로 여기서 수익 창출하려고 쇼핑몰 만들려고 하고 있다. 그 다음 이분들이 재미난 활동 하면 된다. 남편은 재료가 얼마인지 모른다고 한다. 어쩌다 한번 나가 5만원 벌면 너무 좋아한다고 한다. 너무 슬픈 거다. 마을 활동도 일자리화 되어야 된다고 생각한다.

□ 한 면담자는 경제적 지원의 한 방편으로 대형지역신문사와 같이 연 2회 정도의 광고나 시정 소식, 구정 소식 게재를 제안하였다.

재작년인가 한번 시 대변인실에서 광고를 해 준 적이 있다. (중략) 마을신문도 연 2회 정도라도 광고나 시정 소식, 구정 소식을 전해주면 좋을 것 같다. 무리가 되지 않는 범위 내에서 한다면 재정에 도움이 될 것 같다. 시에서 두 번, 구에서 두 번 해 준다고 하면 한 번에 30만 원이면 10집이면 300만 원이다. 그 정도 갖고 어필 못할까 싶다. 작은 신문이지만, 오히려 큰 신문보다 많이 볼 수 있다.

□ 또 조례를 통한 지원에 고마워하면서도 공백 기간으로 인해 활동할 때 지장이 생긴다는 점에 아쉬움을 표하기도 했다.

조례 만들어서 지원 감사하다. 조금 더 되면 좋을 것 같다. 사업비 같은 것도 3월, 11월에 마무리해서 공백 기간인 1월 2월엔 집행을 못한다. 그런 것들도 나눠서 처리해 주면 좋을 것 같다.

□ 많은 면담자들이 미디어의 전문성에 대해서 아쉬워하였다. 따라서 미디어 제작 과정을 배울 수 있는 교육이나 네트워크, 정책 논의 기구, 그리고 미디어 제작 등에 전문지식이 있는 강사를 초빙해서 교육의 기회 확장하는 것이 매우 필요함을 나타냈다.

누군가가 마을미디어 활성화 계획 있다면 그런 멘토단이 있으면 좋겠다고 생각했다. 예를 들면 시청자미디어센터도 그런 역할 할 수도 있다는 생각 드는 데 뭔가 다가가지 못했던 것 같고, 거기서는 라디오 방송 주로 했기 때문에 안 맞는 부분도 있었다. 지원을 받아 풀로 세팅하는 곳도 있지만 우리 처럼 골방에서 하는 경우도 있는데 우리 같은 팀들은 예를 들면 녹화라든가 기본 소음 문제도 걸리고, 시청자 미디어센터까지 가야 하나 그런 고민도 있고, 저희가 대덕구 전체를 놓고 할 수 도 없고, 깎해야 법동, 송촌동 기반으로 할 텐데 동네별로 그런 할 수 있는 인프라 있으면 굳이 우리가 돈 투자할 필요도 없고, 녹화하고 장비 대여 받고, 대전 하나 있는 대시미에 가서 교육받으러 가봤지만 그런 것들이 있으면 도움 될 것 같다.

교육이다. 교육, 아직 방송 전문가가 아니기 때문에 전문가 모셔다 보고 듣다보면 조금씩 나아지지 않을까? 자신감 얻고, 다양한 방송 할 수 있는. 전체적으로 보면 교육이다. 여기에서 크게 될 수 있는 젊은 층 디딤돌 놔주면 좋을 것 같다. 학생들 관심 많다. 와서 하는 걸 보면 자기 하는 것보다 어렵지 않다고 자신감 얻어가는 경우 많다. 공주 산성시장 방송국이 있다. 견학 갔었다. 그분들 얘기 듣고 자신감 가졌다.

좀 더 할 수 있다면 사실 마을신문에서도 그렇고 기자교육, 미디어 관련 교육을 꾸준히 할 수 있어야 하는 데 마을마다 지원 사업이 있을 경우에만 진행하고 있다. 마을에서 신문발행비도 못 만드는 경우도 많아 꾸준한 교육을 같이 해 줄 수 있으면 좋을 것 같다. 기사를 쓸 때도 ‘편히 쓰셔도 돼요.’ 그러지만 부담을 많이 느낀다. 약간의 전문 분야 교육 할 수 있다면 강사가 필요한 시기에 자유롭게 할 수 있도록 하는 것도 필요하다고 생각한다. 꾸준히 역량 키울 수 있는 환경 만들어 줬으면 좋겠다.

마을에서 기자교육을 하는데 활동가들만 초청해서 교육한다. 역량 강화를 위해서는 본업에 있는 기자들이 와서 교육이 이루어져야 한다. 자체 역량 강화는 쉽지 않기 때문에 외부의 도움이 필요하다. 만일 마을신문, 언론이 아니라면 공동체가 중요하겠지만, 우리는 신문을 하려는 사람들이 모인 곳이다. 마을 활동 목적도 있지만 언론이 되긴 쉽지 않다. 역량 강화를 이해 교육하고 훈련할 필요가 있다.

- 면담자들은 활동가들의 자부심과 동기부여를 위한 정책을 제안하기도 하였다. 마을미디어에서 생산한 콘텐츠를 대전시나 자치구 등 관공서 미디어와 공유하는 시스템을 마련하는 것이 그 방안이었다.

포괄적으로 생각하면 개별적으로 맞춤형이 필요하겠지만, 이 지역에서 만든 미디어들을 기관 같은 데서 사용하는 게 필요하다고 생각한다. (중략) 그냥 공간뿐만 아니라 우리가 만든 미디어 대전시 SNS나 대전시 미디어 가져가서 쓰면 되는데 (그게) 안 된다. 그렇게 되면 미디어 하는 자부심, 동기 더 줄 수 있을 것 같다. (중략) (우리가 생산한 콘텐츠를) 보는 시선이 많아질수록 스스로 노력하는 부분도 있을 것 같다.

- 마지막으로 마을신문이 지역 의제를 발굴하고 공론화하는 제대로 된 언론 기능의 수행을 위해 그들의 독립성을 인정하고 언론의 자유를 보장하는 견제기능이 필요함을 말하였다.

대전시에서 주민자치회가 각 동마다 주민자치회 항목 중에 마을신문이 있다. 우려스럽다. 관보 될 가능성이 너무 많다. 이 부분은 주민자치회에서 행정복지센터에서 하더라도 언론의 기능을 감당할 수 있는 여건 마련해 줘야 한다. 독립성 가질 수 있도록 해야 한다. 안 그러면 대전시보 내지 구청 홍보지 역할 할 수 있기 때문에 우려된다. 걱정된다. 이것만은 안 했으면 좋겠다고 생각한 게 주민자치회에서 진행하는 신문을 막아야 된다고 생각한다. 견제 기능이 없으면 위험하다.

대전광역시 마을미디어 활성화를 위한 정책 제언

1. 마을미디어 활성화를 위해 필요한
대전시 정책 기조
2. 전략 과제

5장

1. 마을미디어 활성화를 위해 필요한 대전시 정책 기초

1) 마을미디어 활동의 인적 역량 강화

□ 마을미디어 활성화를 위해서는 설립 및 운영 안정화와 함께 설립 주체 이외에 마을미디어의 정체성과 장기비전을 고민 할 주체 발굴과 훈련 과정을 함께 만드는 등 인적 역량 강화가 무엇보다 중요하다.

- 대부분의 마을미디어들은 외형적 성과 이면에 열악한 인적 구성과 재정적 어려움에 직면 해 있어 지속가능성을 담보하기 어려운 상황이다. 마을미디어가 최근 꾸준한 양적 증가에도 불구하고 마을미디어 활동 기반은 취약하다.

- 특히 마을미디어의 인적 구조의 취약성은 마을미디어의 장기비전과 전략을 고민하기 어렵게 만들고 있다. 창간 초기의 경우 마을미디어 설립의 핵심 주체들이 마을미디어에 대한 이해와 필요성을 바탕으로 추진력이 담보되는 경우가 많아 의욕적인 활동을 통해 직면한 문제 해결에 적극적으로 나서 위기를 극복하는 경향을 보인다. 하지만 초기 설립 주체들이 일선에서 물러난 뒤 다음 운영진들이 맡게 될 경우 조직도 흔들리고, 재정비하는데 어려움을 겪고 있는 경우가 많이 나타나고 있다. 반복적인 위기에 결국 대다수의 마을미디어들이 폐간 수순을 밟게 된다.

□ 마을미디어의 인적 역량강화는 대전시가 추진하고 있는 마을미디어 활성화 정책의 가장 주요한 정책 기초로 삼아야 한다.

- 2000년대 초반 마을미디어들의 고민이 활동기반이 되는 공간과 재정에 대한 어려움을 토로하는 것이 대부분이었다면 최근에는 마을미디어 활동가, 함께 할 사람에 대한 고민을 토로하고 있다.

- 마을미디어 인적 역량 강화를 위해 마을미디어 활동가 양성, 마을미디어 단체 양성, 마을미디어 분야별 전문가 양성을 위한 지원 기반을 마련하고 이를 통해 마을미디어 활동이 지역성, 전문성, 공익성을 함양 할 수 있도록 기반을 마련해야 한다.

2) 마을미디어 활동 활성화 체계 구축

- 마을미디어 활성화를 위해서는 인적 역량 강화와 함께 마을미디어 간 소통과 교류가 활성화 될 수 있도록 마을미디어 간 네트워킹을 강화해야 한다.
 - 각 마을미디어 활동 사례를 공유하고, 현재 직면한 문제를 스스로 진단하는 한편, 마을미디어 활동가들의 자연스러운 교류를 통해 마을미디어 활동을 이어 갈 수 있는 동기부여의 장을 마련함으로써 마을미디어의 확장과 내실을 기할 수 있는 기반을 구축해야 한다.
 - 현재 몇몇 마을미디어 지원 사업 참여 단체를 중심으로 구성되어 있는 마을미디어협의회에 아직 협의회에 가입하지 않은 마을미디어들의 참여를 확대하고, 협의회 활동이 활성화 될 수 있도록 정책적 지원 방안 마련이 필요하다.
- 마을미디어 협의회 활동을 지원하고, 교류를 촉진할 수 있는 마을미디어 통합 플랫폼 구축도 시급하다.
 - 현재 ‘대전마을미디어’ 온라인 플랫폼이 구축되어 있지만 활용되지 못하고 있다. 기 구축되어 있는 온라인 플랫폼 활용을 높이기 위해 마을미디어의 요구가 무엇인지 파악하고 활용방안을 마련해야 한다.
 - 여기에 더해 온라인 플랫폼을 확대해 마을미디어들의 공동제작 및 장비 공유, 네트워크 강화를 위한 공동 플랫폼을 구축해야 한다.
- 마을미디어네트워크 강화를 통한 마을미디어와 마을공동체 정책의 긴밀한 연계를 도모해야 한다.
 - 마을미디어 협의회는 대전지역 마을미디어들의 대표성을 갖고 있다는 점에서 마을미디어 협의회를 강화하고, 민관 거버넌스 체계 구축을 통해 마을미디어 정책을 수립해야 한다.

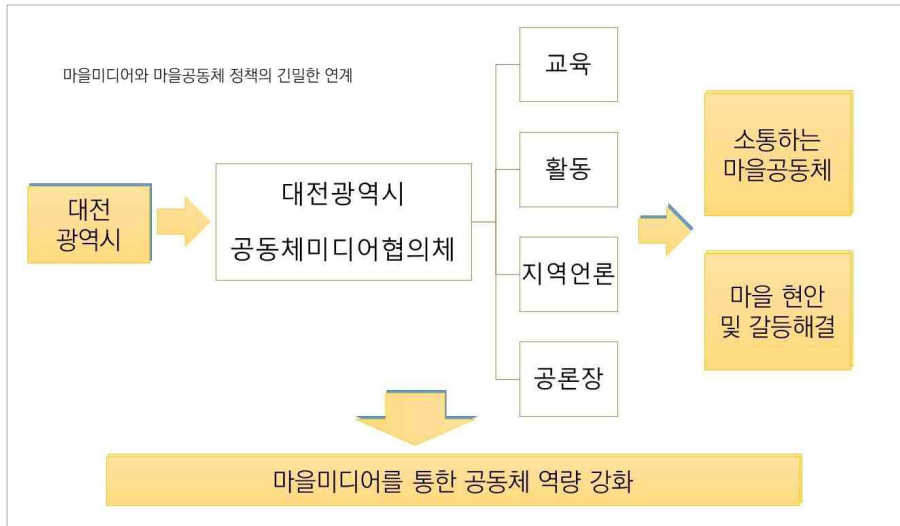


그림 5-1. 마을미디어 네트워크 구축을 통한 공동체 역량 강화 방안

2. 전략 과제

1) 직접지원과 간접지원의 혼합진행

- 단체별로 이루어지고 있는 마을기자양성교육을 미디어센터나 미디어네트워크가 통합적으로 운영하여 양질의 인력풀을 구축하는데 중심을 두어야 한다.
- 예를 들어 마을미디어 공동 교육 커리큘럼 개발 및 전문 강사풀 구성을 통해 별도의 예산 집행 없이 교육 진행 될 수 있도록 지원 체제를 구축하는 방안도 있다.
- 사업 지원 과정에서 유념해야 할 것은 사업비 지원방식을 탈피해 인프라 구축과 사람을 남기는 지원 방식으로 전환 할 수 있도록 해야 하는 점이다. 사업비 지원을 기반으로 한 공모사업 중심의 지원 사업에서 벗어나 공모사업+공동 제작 인프라 구축 지원 사업(공동 플랫폼 및 생활권 단위 마을미디어센터)+지속적인 컨설팅 지원 사업 등으로 다각화가 필요하다.

2) 마을미디어의 실효성을 높이는 생활권 단위 마을미디어센터 구축

- 생활권 단위의 마을미디어센터 구축을 통해 지역사회의 문제해결에 실제적인 도움이 될 수 있도록 마을미디어 지원의 실효성을 높여야 한다.
- 동 행정지원센터, 구 마을공동체지원센터, 동 공유 공간 등을 활용해 마을미디어 공동제작 스튜디오 및 공용 장비, 활동지원을 위한 마을미디어 활동가 배치(일자리 창출 사업과 연계)를 통해 마을미디어의 진입장벽을 낮추고, 마을미디어에 진입하려는 신규 마을미디어 구성원들이 손쉽게 접근하고 사업을 펼칠 수 있도록 지원해야 한다.

3) 마을미디어를 활용한 마을아카이브 구축

- 마을의 역사적 정체성과 관련된 기록물 관리 지원과 마을아카이브 구축으로 마을미디어의 지속가능성을 높이고, 지역민의 공동체 의식 공유에 도움이 되는 방향을 모색해야 한다.
- 마을박물관이나 지역학 연구 등 아카이브 구축에 매진하는 공동체 활동과의 연계협력과 접목을 통해 마을아카이브 구축의 중요한 요건으로 마을미디어의 역할을 확립해야 한다.

4) 마을미디어 활동 네트워크 강화로 활동 역량 증진

- 마을미디어 활성화를 위해서는 마을미디어와 지역 내 다양한 공동체가 연대와 협력을 할 수 있는 기반 마련이 필요하다.
- 현재 대부분의 마을미디어들은 마을 미디어의 영세성, 인적 전문가·제작 기술 등이 부족함 등의 문제에 직면해 있다. 미디어 제작을 배울 수 있는 교육의 장, 관련 영역의 멘토 선정 등의 지원 사업을 통해 이러한 갈증을 해소하고, 마을미디어 활동역량 강화를 위해 노력해야 한다.

5) 대전 지역 마을미디어 실태 연구로 정책 근거 마련

- 그동안 마을미디어에 관한 연구가 주로 서울시 사례를 대상으로 이뤄져 우리 지역의 마을미디어 현황과 실태를 정확히 진단하는 종합적 정책 연구사례가 필요하다.
- 대전시는 ‘2019 대전광역시 지역공동체 활성화 기본계획’에서 지속가능한 지역공동체 생태계 조성을 위해 ‘미디어리터러시 확대와 네트워크 강화를 통한 마을미디어활성화’를 세부전략과제로 제안한 바 있다.

- 이를 구체적으로 실현하고, 특성화하기 위한 기초로서 마을미디어를 주제로 지역민 간의 상호작용에 미치는 마을미디어의 영향을 탐색하는 문화 정책 연구를 하는 것이 시급하다. 대전시청자미디어센터가 마을미디어 지원의 중심 거점 기관이므로, 외부전문 연구기관과의 협력을 통해 마을미디어에 관한 깊이 있는 연구용역을 진행한다면 효과적일 것이다.

참고문헌·부록

대전 지역 마을미디어 활성화 지원 조례

참고문헌

- 강진숙(2014). 〈‘서울마을미디어’의 다중 실천과 문화정치적 의미에 대한 연구〉
- 고정민 외(2009) 〈차세대 뉴미디어 기반 양방향 맞춤형 콘텐츠 기술개발 기획〉, 문화체육관광부
- 김국남(2010) “문화적 권리와 보편적 인권-세계 인권 선언에서 문화다양성 협약까지”, 〈국제정치논총〉. 50(1), 2010.3, 261~284.
- 김성중(2006). 〈퍼블릭 액세스 방송에 관한 연구 : 충북지역 방송프로그램을 중심으로〉
- 김영찬·반명진(2018). 〈지역공동체 구성원들의 공동체미디어 실천에 대한 고찰〉
- 김예란(2017). 〈공동체는 발명되어야 한다〉
- 김은규·최성은(2013). 〈정규방송 도입 이후 공동체 라디오 운영구조 및 정책에 대한 평가 적 고찰〉
- 대전문화재단(2019), 〈2019 무지개다리 사업 계획서〉. 대전문화재단 보고서.
- 대전마을미디어 편집팀(2019). 〈2019대전미디어를 소개합니다〉. 대전시청자미디어 센터
- 문화사회연구소(2014), 〈마을미디어 활성화를 위한 중장기계획〉.
- 문화체육관광부(2020), 〈차세대 뉴미디어 기반 양방향 맞춤형 콘텐츠 기술개발 기획〉
- 유숙(2017). 〈공동체 미디어 활동가의 다중 실천과 정동 체험에 대한 연구〉
- 유숙·강진숙(2017). 〈공동체 미디어 활동가의 다중 실천과 정동 체험에 대한 연구〉
- 이희량(2017). 〈마을미디어 실천에 대한 탐색적 연구〉
- 장지은(2018). 〈여성주의 실천 전략으로 바라본 공동체 미디어〉
- 정용복(2017). 〈마을공동체미디어 생산자의 미디어 경험에 관한 탐색적 연구〉
- 채영길(2016). 〈서울시 마을공동체미디어와 공동체 공론장의 분화와 재구성〉
- 최성은(2014). 〈공동체 라디오〉. 커뮤니케이션북스
- 최순희(2017). 〈온라인 공동체 미디어 실천연구〉
- 한국외대 미디어커뮤니케이션 연구소(2019). 〈서울마을미디어지원센터의 운영 및 마을미디어 사업 발전방안 연구〉
- 한상현(2019). 〈지역문화공동체적 관점에서 본 마을박물관의 가치 탐색 연구〉. 대전세종연구원.
- Desjardins. J(2018). The slow death of legacy media. *Business Insider*. 21. December 2018.
- 田村紀雄, 染谷薫(2005). 多様化するコミュニティ FM 放送
- 北郷裕美(2012). 災害時メディアとしてラジオが果たす役割 試論—コミュニティ放送の事

例を中心に，電波タイムズ（2012 年 7 月 30 日第 6044 号）株式会社 電波タイムズ社
船津 衛(2007). コミュニティ・メディアの現状と課題. 放送大学研究年報 第24号
pp.25-33

□ 온라인 자료

대전대덕구평생학습원 홈페이지 <https://lll.daedeok.go.kr/lms/contents/dms/main.jsp>
대전마을미디어 홈페이지 <http://www.djmedia.co.kr/>
대전복지재단 홈페이지 <https://dwf.kr/index.es?sid=a1>
대전시 서구 유튜브채널 <대전서구> <https://www.youtube.com/channel/UCTwHRpeuF5uPcjfqJzMseJA>
대전시유튜브채널 <대전블루스> https://www.youtube.com/channel/UCzIgmDjE0lFDu2IhEF_ewQA
대전시청자미디어센터 홈페이지 <https://kcmf.or.kr/comc/main.php?globalCenter=daejeon>
대전종합사회복지관 홈페이지 <https://www.childfund-daejeon.or.kr/xen/>
대전평생교육진흥원 홈페이지 <https://www.dile.or.kr/MainHome.do?cmd=indexMain>
마을방송국 <동작 FM> <http://www.podbbang.com/ch/6160>
마을신문 <금천in> 홈페이지 <http://www.gcinnews.com/>
밥상공동체 종합사회 복지관 <BS청춘라디오방송국> http://www.bsbokji.or.kr/newpage/newpage.php?f_id=sub3_5
생명종합복지관 홈페이지 <https://saengmyeong.net/>
서울마을미디어지원센터 2019서울시마을미디어지도 https://www.maeulmedia.org/board/webzine_knowledge/view/no/48
성남미디어센터 홈페이지 <https://www.snmedia.or.kr/>
유튜브채널 <다대는TV> <https://www.youtube.com/channel/UCIntVyP6Cj23AEVuclGPm6g>
전국미디어센터협의회 홈페이지 <http://krmedia.org/home.php>
지역문화지 <안녕광안리> <http://gwanganri.com/>
천안시영상미디어센터 '비채' 홈페이지 <https://www.media-center.or.kr/cheonan/m>

ain.do

한국언론진흥재단 홈페이지 <https://www.kpf.or.kr/front/user/main.do>

〈M042〉 유튜브 채널 <https://www.youtube.com/channel/UCJb4KxYIvn4PNJD13jcEdmQ>

〈비알뉴스〉 홈페이지 <http://www.brnews.co.kr/>

〈연수마을TV〉 홈페이지 <http://211.253.86.247/>

〈이음마을학교〉 홈페이지 <https://ieumschool.tistory.com/9>

〈천안청년들〉 블로그 홈페이지 <https://blog.naver.com/basement01>

CRFC(Community Radio Fund of Canada) Success Stories <https://crfc-fcrc.ca/en/success-stories/>

□ 언론보도

2019.10.19. 대전마을미디어. "[특집] 마을 소식, 이제는 온라인 시대다", 노상미.

2019.08.10. 대전마을미디어. "[마을로, 지금 만나러 갑니다] 대덕 신탄나루 편", 대전마을미디어.

2020.09.18. 대전마을미디어. "지역주민들이 함께 만드는 마을신문 '관암골소식' 한키원·박벼리 가자.

2020.11.02. 대전마을미디어. "마을미디어 활동가, 한자리에 모이다!". 대전마을미디어.

2016.05.10. 디트news24. "도마큰시장'시장라디오,'시범방송 호응 '굿'. 김영석.

2019.08.21. 한겨레신문. "상인이 만드는 '보이는 라디오', 어때유~" 송인걸

대전광역시 동구 마을공동체미디어 육성 및 지원 조례

[시행 2018.12.27.] [대전광역시동구조례 제1314호, 2018. 12. 27., 제정]

제1조(목적) 이 조례는 마을공동체미디어의 육성 및 지원에 필요한 사항을 규정함으로써 구민의 민주적 의사소통 창구역할 증진과 마을공동체 문화 복원·확산에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “마을공동체미디어”란 미디어를 통한 주민소통 및 공동체 문화 활성화를 위하여 마을을 기반으로 주민이 직접 참여하고 운영하는 것을 특징으로 한 영상, 음성, 인쇄, 신문, 방송 등을 말한다.
2. “마을공동체미디어 활동”이란 주민참여를 통한 다음 각 목의 활동을 말한다.

가. 마을공동체미디어 관련 교육

나. 마을공동체미디어 제작 및 운영

다. 비영리 목적의 마을공동체미디어 유통 및 보급

3. “마을공동체미디어 운영단체”란 마을공동체미디어를 운영하는 사회적 협동조합, 비영리법인 및 단체를 말한다.

제3조(기본원칙) 제1조의 목적을 달성하기 위하여 관련 주체들은 다음 각 호의 기본원칙을 토대로 하여 마을공동체미디어 활성화를 추진하여야 한다.

1. 대전광역시 동구청장(이하 “구청장”이라 한다)은 마을공동체미디어의 독립적인 운영을 보장하고, 자율성을 존중하여야 한다.
2. 주민들의 자발적인 참여와 미디어가 갖는 공익성을 추구하여야 한다.

제4조(구청장의 책무) 구청장은 마을공동체미디어 육성 및 지원을 위한 종합적인 시책을 추진하고, 필요한 행정적·재정적 지원 방안을 강구하여야 한다.

제5조(지원계획의 수립) ① 구청장은 효율적인 마을공동체미디어 육성 및 지원을 위하여 매년 연도별 지원계획을 수립·시행하여야 한다.

② 지원계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 구민의 미디어 활용능력 제고 및 마을공동체미디어 육성 지원의 추진 방향에 관한 사항
2. 해당 연도 사업계획 및 예산지원에 관한 사항
3. 그 밖에 구청장이 구민의 미디어활용능력 제고 및 마을공동체미디어 활성화를 위하여 필요하다고 인정하는 사항

③ 구청장은 제2항에 따른 지원계획을 수립하기 위하여 관계 전문가의 의견을 듣거나 관계 기관 및 단체에 필요한 자료 제출 등의 협조를 요청할 수 있다.

제6조(사업의 수행 및 지원) ① 구청장은 마을공동체미디어 활성화를 위하여 다음 각 호의 사업을 수행할 수 있다.

1. 연도별 지원계획에 반영된 사업
2. 제1조의 목적을 달성하기 위한 교육, 홍보, 연구, 조사 사업 및 시범적으로 운영이 필요한 사업
3. 마을공동체미디어 활성화와 관련된 단체·기관의 지원 사업

② 구청장은 마을공동체미디어 활동을 수행하는 마을공동체미디어 운영 단체에 예산의 범위에서 다음 각 호의 사업에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

1. 구민의 미디어 활용능력 제고를 위한 각종 교육, 실습, 매체 제작, 발표 등의 활동
2. 미디어 운영 및 관련 콘텐츠 제작
3. 마을공동체미디어 활성화를 위한 모임 및 네트워크 구축
4. 그 밖에 구청장이 지원이 필요하다고 인정한 사업

제7조(지원신청 등) ① 보조금을 지원받으려는 마을공동체미디어 운영단체는 사업계획을 수립하여 구청장에게 서면으로 지원신청을 하여야 한다.

② 구청장은 제1항에 따른 보조금의 지원신청을 받으면 마을공동체 사업의 필요성과 타당성 등을 검토하여 지원여부와 지원금액 등을 결정하여야 한다.

제8조(위원회 설치 및 기능) ① 구청장은 마을공동체미디어 육성·지원에 관한 다음 각 호의 사항을 심의하기 위하여 마을공동체미디어위원회(이하“위원회”라 한다)를 설치할 수 있다.

1. 마을공동체미디어 육성·지원에 관한 주요 시책의 개발·기획 및 조정
에 관한 사항
2. 마을공동체미디어 육성을 위한 지원 계획 수립에 관한 사항
3. 마을공동체미디어 활동 지원 대상 선정에 관한 사항
4. 그 밖에 마을공동체미디어 육성 및 지원을 위하여 필요하다고 인정하
여 구청장이 부의하는 사항

② 제1항에 따른 위원회의 기능은 「대전광역시 동구 마을공동체 활성화
지원 등에 관한 조례」에 따른 마을공동체 지역위원회에서 대신한다.

제9조(공공시설 활용) 구청장은 마을공동체미디어 운영 단체가 구 관리 공
유재산을 이용할 수 있도록 편의를 제공할 수 있다.

제10조(우수콘텐츠의 활용) 구청장은 마을공동체가 생산하는 콘텐츠를 공
공기관 또는 공공시설 등에서 활용할 수 있다.

제11조(보조금 준용) 보조금 지원 등에 관한 사항에 대하여 이 조례에서
정한 사항 외에는「대전광역시 동구 지방보조금 관리조례」를 준용한다.

제12조(시행규칙) 이 조례의 시행에 필요한 사항은 규칙으로 정할 수 있다.

부칙<조례 제1314호, 2018. 12. 27.>

이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

대전광역시 마을공동체미디어 활성화 및 지원조례

[시행 2020. 7. 1.] [대전광역시조례 제5454호, 2020. 6. 30., 일부개정]

제1조(목적) 이 조례는 마을공동체미디어 활성화 및 지원에 필요한 사항을 규정하여 민주적 의사소통과 공동체 문화의 확산에 이바지하는 것을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “마을공동체미디어”란 마을 주민들의 공동체 활동과 미디어 문화 활성화를 위하여 활용하는 온·오프라인상의 영상·음성·인쇄 매체 등의 콘텐츠를 총칭한다.
2. “마을공동체미디어 활동”이란 주민참여를 통한 마을공동체미디어 관련 교육, 제작, 비영리를 목적으로 하는 유통 및 배급 등의 활동을 말한다.

제3조(시장의 책무) ① 대전광역시시장(이하 “시장”이라 한다)은 마을공동체미디어의 활성화 및 지원을 위한 시책을 수립·추진하여야 한다.

- ② 시장은 마을공동체미디어 활동의 활성화와 공익성이 인정되는 마을공동체미디어의 확산·보급에 노력하여야 한다.

제4조(계획의 수립) ① 시장은 마을공동체미디어 활성화 및 지원을 위한 지원계획을 매년 수립하여야 한다.

- ② 제1항에 따라 수립하는 지원계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 활성화 및 지원계획의 기본방향과 추진 목표
2. 마을공동체미디어 활동 지원 및 협력 방안
3. 유관기관과의 연계지원 방안
4. 그 밖에 마을공동체미디어 활성화 및 지원에 필요한 사항

제5조(사업 및 지원) ① 시장은 마을공동체미디어 활성화를 위하여 다음 각 호의 사업을 수행할 수 있다.

1. 연도별 지원계획에 반영된 사업
2. 마을공동체미디어 관련 교육, 홍보, 연구, 조사 사업

3. 마을공동체미디어 유통 및 배급 등 지원 사업

4. 그 밖에 마을공동체미디어 활성화 및 지원에 필요한 사항

② 시장은 제1항 각 호의 사업을 추진하는 기관 또는 단체에 사업비를 지원할 수 있다.

제6조(위원회 설치) 시장은 마을공동체미디어 활성화 및 지원에 필요한 사항을 심의하기 위하여 대전광역시 마을공동체미디어위원회(이하 “위원회”라 한다)를 설치할 수 있다.

제7조(기능) 위원회는 다음 각 호의 사항을 심의한다.

1. 마을공동체미디어 활성화 및 지원에 관한 주요 시책에 관한 사항

2. 마을공동체미디어 활성화 및 지원계획에 관한 사항

3. 마을공동체미디어 관련 사업 추진에 관한 사항

4. 그 밖에 마을공동체미디어 활성화 및 지원에 필요한 사항

제8조(구성) ① 위원회는 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함하여 11명 이내의 위원으로 구성한다.

② 위원장 및 부위원장은 위원 중에서 호선한다.

③ 당연직위원은 시민공동체국장, 대변인이 되고, 위촉위원은 다음 각 호의 사람 중에서 시장이 위촉한다. <개정 2020. 6. 30.>

1. 대전광역시의회가 추천하는 대전광역시의회의원

2. 마을공동체 또는 미디어 관련 단체의 임직원

3. 마을공동체미디어 관련 학식과 경험이 풍부한 사람

제8조(임기) 위촉위원의 임기는 2년으로 하되 1차에 한해서 연임할 수 있다. 다만, 위원의 위촉 해제 등으로 새로이 위촉된 위원의 임기는 전임자의 남은 기간으로 한다.

제9조(위원장) ① 위원장은 위원회의 사무를 총괄한다.

② 위원장이 부득이한 사유로 직무를 수행할 수 없는 경우 부위원장이 그 직무를 대행한다.

제10조(회의) ① 위원회의 회의는 위원장이 소집한다.

② 위원회의 회의는 재적위원 과반수의 출석으로 개의하고 출석의원 과반수의 찬성으로 의결한다.

제11조(위원의 제척·기피·회피) ① 위원이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 위원회의 심의·의결에서 제척된다.

1. 위원 또는 그 배우자나 배우자였던 사람이 해당 안건의 당사자(당사자가 법인·단체 등인 경우에는 그 임원을 포함한다. 이하 같다)가 되거나 그 안건의 당사자와 공동권리자 또는 공동의무자인 경우
2. 위원이 해당 안건의 당사자와 친족이거나 친족이었던 경우
3. 위원이 해당 사건에 대하여 자문, 연구, 용역(하도급을 포함한다), 감정 또는 조사를 한 경우
4. 위원이나 위원이 속한 법인·단체 등이 해당 안건의 당사자의 대리인 이거나 대리인이었을 경우

② 해당 안건의 당사자는 위원에게 공정한 심의·의결을 기대하기 어려운 사정이 있는 경우에는 위원회에 기피 신청을 할 수 있고, 위원회는 의결로 이를 결정한다. 이 경우 기피 신청의 대상인 위원은 그 의결에 참여하지 못한다.

③ 위원이 제1항 각 호에 따른 제척 사유에 해당하는 경우에는 스스로 해당 안건의 심의·의결에서 회피하여야 한다.

제12조(간사) 위원회의 사무를 처리하기 위하여 간사 1명을 두되, 간사는 마을공동체 업무를 담당하는 공무원 중에서 시장이 지명한다.

제13조(운영세칙) 이 조례에 규정한 사항 외에 위원회 운영 등에 필요한 사항은 위원회 의결을 거쳐 위원장이 정한다.

제14조(협력체계 구축) 시장은 마을공동체미디어 활성화 및 지원을 위하여 다른 지방자치단체, 마을공동체미디어 지원기관 및 관련 단체, 언론기관 등과 협력체계를 구축하여야 한다.

부칙<조례 제5239호, 2019. 2. 15.>

이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

부칙<조례 제5454호, 2020. 6. 30.> (대전광역시 행정기구 및 정원 조례)

부칙<조례 제5454호, 2020. 6. 30.> (대전광역시 행정기구 및 정원 조례)

