

방통융합정책연구 KCC-2018-14

한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편방안 연구

(A Study on Analysis of Media Education Policy and
Future Suggestions for Systematic Improvement in Korea)

안정임/김양은/전경란/최진호

2018. 12

연구기관 : 서울여자대학교 산학협력단

이 보고서는 2018년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신
융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해
이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『한국 미디어교육 정책 사업 실태분석
및 정책체계 개편방안 연구』의 연구결과보고서로 제출합
니다.

2018년 12월

연구기관 : 서울여자대학교 산학협력단

총괄책임자 : 안정임

참여연구원 : 김양은

전경란

최진호

목 차

요약문

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 필요성과 목적	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구의 목적	4
제 2 절 연구방향 및 연구범위	7
1. 연구방향	7
2. 연구범위	9
3. 연구추진체계	10
제 2 장 미디어교육 정책 분석의 배경 및 분석방향	21
제 1 절 한국 미디어교육과 미디어교육 정책의 전개과정과 의미	12
1. 미디어교육 정책의 여명기(1973~1989년)	14
2. 미디어교육 정책의 태동기(1990~1999년)	17
3. 미디어교육 정책의 도약기(2000~2007년)	21
4. 미디어교육 정책의 확장기(2008년~현재)	24
5. 미디어교육 및 미디어교육 정책 전개과정의 시사점	31
제 2 절 한국 미디어교육 정책 분석방향	38
1. 미디어교육 정책 목표 분석	39
2. 미디어교육 정책 추진체계 분석	40
3. 미디어교육 정책 유형 및 내용 분석	41

제3절 분석방법 및 절차	43
1. 문헌분석: 분석대상 및 자료수집	43
2. 심층인터뷰	45

제3장 한국 미디어교육 정책 지형 분석 84

제1절 미디어교육기관 현황	48
제2절 미디어교육기관 미디어교육 정책사업의 특성 분석	54
1. 정책목표	54
2. 정책추진체계	60
3. 정책사업 유형 및 내용	63
제3절 전문가 심층인터뷰 결과 분석	89
1. 미디어교육 정책 사업에 대한 진단 및 의견	89
2. 미디어환경변화에 따른 인식과 대처	92
3. 미디어교육 정책 사업에 대한 평가	95
제4절 소결	98

제4장 방송통신위원회 미디어교육 정책의 추이분석 101

제1절 미디어 환경의 변화와 방송통신위원회 미디어교육 정책의 시기별 특성 ...	101
1. 시기별 미디어교육 정책 현황	101
2. 미디어교육 사업의 변화과정	108
3. 미디어교육 예산의 변화	112
제2절 방송통신위원회 미디어교육 정책사업의 특성 분석	120
1. 정책목표	120
2. 정책추진체계	123
3. 정책사업 유형 및 내용	127
제3절 소결	158

제 5 장 결론 및 정책적 제언	161
제 1 절 한국 미디어교육 정책 사업 실태분석의 시사점	161
1. 한국 미디어교육 정책 역사의 시사점	161
2. 한국 미디어교육 정책 지형 분석결과의 시사점	166
제 2 절 방송통신위원회 미디어교육 정책 체계 개편방안	175
1. 방송통신위원회 미디어교육 정책 사업의 시사점	175
2. 방송통신위원회 미디어교육 정책 체계 개편 방안	178
 참고문헌	 185

표 목 차

<표 2-1> 한국 미디어교육 정책의 전개과정	14
<표 2-2> 한국 미디어교육 및 미디어교육 정책의 흐름	28
<표 2-3> 심층인터뷰 대상자 정보	46
<표 2-4> 전문가 대상 심층인터뷰 질문 구성	47
<표 3-1> 시청자미디어재단 및 시청자미디어센터 설립 연혁	49
<표 3-2> 한국언론진흥재단 연혁	50
<표 3-3> 교육부 정책과 미디어교육	52
<표 3-4> 미디어교육 유관기관 종류 유형 및 법적 근거	54
<표 3-5> 시청자미디어재단 설립목적	55
<표 3-6> 한국정보화진흥원-한국인터넷진흥원 사업목적	57
<표 3-7> 한국언론진흥재단 사업목적	58
<표 3-8> 미디어교육 기관별 정책 사업의 목적 및 방향	59
<표 3-9> 미디어교육 유관기관별 주무부처 및 담당부서	60
<표 3-10> 교육부 협업 자유학기제 지원 현황(2018. 3 기준)	64
<표 3-11> 시청자미디어재단 자유학기제 맞춤형 미디어교육 지원	65
<표 3-12> 미디어콘텐츠 인력양성(동아리미디어교육) 지원	65
<표 3-13> 한국언론진흥재단 학교 미디어교육	66
<표 3-14> 한국정보화진흥원 학교 미디어교육	67
<표 3-15> 시청자미디어센터 미디어교육 개요	69
<표 3-16> 시청자미디어센터 교육프로그램 예시(부산시청자미디어센터, 2018)	70
<표 3-17> 시청자미디어재단 소외계층 대상의 미디어교육	71
<표 3-18> 지역영상미디어센터 교육프로그램 예시(익산공공영상미디어센터, 2018)	72
<표 3-19> 한국언론진흥재단 사회미디어교육	73

<표 3-20> 한국언론진흥재단 미디어평생교실	74
<표 3-21> 한국정보화진흥원 사회미디어교육	74
<표 3-22> 시청자미디어재단 강사양성 과정(2017)	75
<표 3-23> 미디어교육 기관별 교육인력양성	76
<표 3-24> 한국언론진흥재단 개발 교육콘텐츠	77
<표 3-25> 한국정보화진흥원 개발 교육콘텐츠	79
<표 3-26> 시청자미디어재단 개발 교육콘텐츠	79
<표 3-27> 기관별 웹사이트 구성	81
<표 3-28> 전국 미디어센터 분포	82
<표 3-29> 시청자미디어재단 연구와 조사	84
<표 3-30> 한국언론진흥재단 연구와 조사	85
<표 3-31> 미디어교육 기관별 홍보	87
<표 3-32> 기관별 소식지 구성	88
<표 3-33> 지능정보사회에서 미디어교육 정책의 위기와 기회 요소	93
<표 3-34> 미디어교육 유관기관별 정책사업의 목적 및 방향	100
<표 4-1> 방송통신위원회 출범 이후 연도별 비전·정책목표 및 미디어교육 관련 추진과제 ...	106
<표 4-2> 방송통신위원회 미디어교육 예산 추이(2009~18년)	112
<표 4-3> 시청자미디어재단 운영 지원 사업 예산 추이(2009~18년)	114
<표 4-4> 시청자 권익증진활동지원 사업 정책유형별 예산 추이(2009~18년)	116
<표 4-5> 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업 예산 추이(2009~18년)	118
<표 4-6> 시청자미디어센터의 주요 기능	121
<표 4-7> 시청자미디어재단 지원 사업 중 교육사업 예산 변동추이(2009~18년)	128
<표 4-8> 미디어교육 활동지원 사업 지원단체수 및 단체당 평균지원액	131
<표 4-9> 지역센터별 사업비 변화 추이(2013~17년)	134
<표 4-10> 교육유형에 따른 지역센터별 사업예산 및 비율 비교(2016~17년)	136
<표 4-11> 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업 중 교육사업 예산 교육대상별 재분류(2014~18년) ...	141
<표 4-12> 지역 시청자미디어센터 현황	148
<표 4-13> 시청자미디어재단 지원 사업의 인프라(시설비) 구축 내용(2009~18년)	149

<표 4-14> 방송환경조사 사업 수행기관수 및 기관당 평균지원액	150
<표 4-15> 지역별 인터넷윤리 체험관 운영 현황	156
<표 4-16> 범국민 참여형·실천형 인터넷윤리문화 확산 행사·캠페인	157
<표 5-1> 한국 미디어교육 정책지형의 SWOT 분석	173

그 립 목 차

[그림 1-1] 연구범위	9
[그림 1-2] 한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편 방안 연구 추진체계	11
[그림 2-1] 한국 미디어교육의 주요 가치 변화	33
[그림 2-2] 심층인터뷰 수행 과정	45
[그림 3-1] 미디어교육 기관 추진체계	62
[그림 4-1] 미디어교육 관련 방송통신위원회 주요기관 및 사업 연혁	102
[그림 4-2] 시청자미디어재단 지원 사업(2018년 사업명 기준) 변경이력(2009~18년) ·	110
[그림 4-3] 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업(2018년 사업명 기준) 변경이력(2009~18년) ·	111
[그림 4-4] 방송통신위원회 미디어교육 예산 추이(2009~18년)	113
[그림 4-5] 시청자미디어재단 운영 지원 사업 예산 추이(2009~18년)	115
[그림 4-6] 시청자 권익증진활동지원 사업 정책유형별 예산 추이(2009~18년)	117
[그림 4-7] 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업 예산 추이(2009~18년)	119
[그림 4-8] 시청자미디어재단 지원 사업 추진체계	124
[그림 4-9] 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업 추진체계	126
[그림 4-10] 시청자미디어재단 지원 사업 중 교육사업 예산 변동추이(2009~18년) ···	129
[그림 4-11] 미디어교육 활동지원 사업 지원단체수 변화(2009~18년)	131
[그림 4-12] 미디어교육 활동지원 사업 단체당 평균지원액 변화(2009~18년)	132
[그림 4-13] 지역센터별 사업비 변화 추이(2013~17년)	135
[그림 4-14] 교육인력양성 사업 예산 추이(2009~18년)	142
[그림 4-15] 교육콘텐츠 개발 사업 예산 추이(2009~18년)	144
[그림 4-16] 하드웨어 인프라 사업 예산 추이(2009~18년)	147
[그림 4-17] 방송환경조사 사업 수행기관수 변화(2009~18년)	151
[그림 4-18] 방송환경조사 사업 수행기관당 평균지원액 변화(2009~18년)	151

[그림 4-19] 생활밀착형 인터넷윤리 홍보 예시(2017년)	154
[그림 4-20] 인터넷윤리 홈페이지 아인세.kr 갈무리	155
[그림 5-1] 한국 미디어교육 정책 지형	165
[그림 5-2] 한국 미디어교육 정책 지형 분석결과 시사점	166
[그림 5-3] 방송통신위원회 미디어교육 정책 방향성	179

요 약 문

1. 제 목

한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편방안 연구

2. 연구 목적 및 필요성

현 정부는 2017년 100대 국정과제의 하나로 ‘미디어의 건강한 발전’을 제시한 바 있다. 이를 위해 방송통신위원회를 중심으로 미디어교육 종합추진계획을 수립하고, 전 국민을 대상으로 한 맞춤형 미디어교육의 실시를 과제 목표로 제시하였다. 미디어교육의 필요성과 중요성이 커지면서 체계적인 미디어교육 정책의 수립과 실행이 강조되고 있는 것이다. 이와 함께 미디어교육의 목표와 그 구현방안을 설정하고, 장기적이고 거시적인 관점에서 미디어교육 정책의 실행 내용을 평가함으로써 미디어교육 정책의 방향성을 제안하는 연구의 필요성도 강조되고 있다. 즉, 한국 미디어교육의 역사적 특성 및 관련 주체들의 역할 등 사회문화적 배경에 근거하여 미디어교육 정책의 특성을 분석하고, 이를 바탕으로 한 한국적 미디어교육 정책의 정체성 및 방향성을 제시하는 연구가 시행될 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 크게 4가지 연구목적을 설정하였다.

첫째, 한국 미디어교육의 역사와 특성에 기반하여 미디어교육 정책을 체계적으로 분석하고자 한다.

둘째, 정책기관별 특성에 따른 미디어교육 정책 현황을 분석하고, 미디어교육 발전을 위한 방향성에 대해 제안하고자 한다.

셋째, 방송통신위원회 미디어교육 정책의 추이와 성과를 분석하고자 한다.

넷째, 한국 미디어교육 정책의 중장기 발전방안에 대한 방향성과 구체적인 전략을 제안하고자 한다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 다음의 네 가지 영역으로 진행되었다.

첫째, 한국 미디어교육 정책의 배경을 파악하는 것이다. 문헌조사를 기반으로 국내 미디어교육 정책의 전개과정을 파악하여 어떤 사회문화적 배경과 미디어 환경 속에서 미디어교육 정책이 전개되어 왔는지를 이해하고자 하였다.

둘째, 한국 미디어교육 정책의 현황과 추이에 대한 분석이다. 다양한 기관에서 수행하는 미디어교육 정책에 대한 현황 파악을 토대로 기관별 미디어교육 정책의 일반적인 특징을 도출하고, 이들 기관들의 미디어교육 정책에 대한 비교분석을 시도함으로써 구체적인 미디어교육 정책 현황은 물론 미디어교육을 둘러싼 관련 주체들의 관계를 파악하였다.

셋째, 방송통신위원회 미디어교육 정책에 대한 심층 분석이다. 2008년 방송통신위원회 설립 이후 2017년까지 10년간의 기간을 중심으로 한국 미디어교육의 정책을 주도하고 관련 지원 사업을 수행해온 방송통신위원회의 미디어교육 정책의 시기별 특성을 검토하였다.

넷째, 한국 미디어교육 정책 지형 분석에 대한 시사점과 방송통신위원회 미디어교육 정책 체계에 대한 제안이다. 방송통신위원회 미디어교육 정책의 비전, 정책 목표 및 방향, 정책 추진 방식, 정책 유형 및 내용에 대한 실질적인 정책 아이디어를 제안하였다.

4. 연구 내용 및 결과

한국 미디어교육 정책사업 지형을 분석하기 위해서 방송통신위원회 산하의 시청자미디어재단, 한국정보화진흥원, 문화체육관광부 산하의 한국언론진흥재단과 지역영상미디어센터를 선정하여, 이들의 미디어교육 사업을 정책목표 및 방향, 정책 추진체계, 정책사업으로 나누어 분석하였다. 그 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

[한국 미디어교육 정책 사업 지형 분석]

정책목표 및 방향	☑ 정책기관별 차별성 가시화 ☑ 정책기관 기본 특성 반영된 미디어교육 ☑ 타 국가정책 시행수단으로서의 미디어교육 ☑ 국가 미디어교육 방향성에 대한 인식 차이 ☑ 단기적 이슈 대응으로서의 미디어교육 정책
정책추진 방식	☑ 법적 지원을 통한 체계성 확보에 대한 필요성 공감대 ☑ 기관 공통 애로사항으로서의 미디어교육 전담인력 부족 심각 ☑ 1년 단위 정책 수립 및 사업 수행 ☑ 교육부 교육정책 의존성 및 교육부 역할론 ☑ 유사 정책기관 간 협의 및 공유체제 부재 ☑ 시민사회 영역과의 소통 미흡
정책유형 및 내용	☑ 학교 미디어교육 집중 ☑ 사회 미디어교육, 소외계층 미디어교육 약화 ☑ 미디어교육 직접 시행에 초점, 지원 및 인프라 구축 미흡 ☑ 정책 연구조사의 외주화 및 결과 공유 미흡

한국 미디어교육 정책은 꾸준한 관심을 기반으로 오랜 역사를 지니고 있으며 그동안 많은 성과를 쌓아왔다. 미디어 환경의 전환기적 변화와 지능정보사회라는 획기적인 사회변화를 앞두고 미디어교육의 역할은 더욱 부각될 전망이다. 아울러 미디어교육에 대한 국가적 정책의 방향성에 대한 심도 있는 논의와 고민이 요청되는 시점이다. 이러한 시각 하에 앞의 논의들을 바탕으로 한국 미디어교육 정책지형을 SWOT 분석의 틀로 아래와 같이 다시 정리해보았다.

[한국 미디어교육 정책지형의 SWOT 분석]

강점(Strength)	약점(Weakness)
· 정부 미디어교육 지원 다양성 · 학교 미디어교육 확산 · 미디어센터 등 하드웨어 인프라 구축 · 미디어교육 역사적 경험	· 부처별 전담부서, 전담인력 부재 & 부족 · 정책기관간 협력&공유시스템 부재 · 사회미디어교육, 소외계층미디어교육 약화 · 개별 기관별 강사양성, 교육콘텐츠 개발
기회(Opportunity)	위기(Threat)
· 미디어교육법 논의 활성화 · 정책기관별 차별성 가시화 · 미디어교육 필요성에 대한 사회인식 확대 · 사회적 이슈에 대응하는 미디어교육 관심 · 지능정보사회 도래와 미디어교육 역할확대	· 부수적 정책으로서 미디어교육 정체성 · 국가적 차원의 미디어교육 철학 부재 · 퍼블릭 액세스 개념의 약화 · 정권 특성을 반영하는 미디어교육정책 · 정부주도 미디어교육과 시민사회연계부족

한국 미디어교육을 둘러싼 기회와 위기적 환경변화에서 방송통신위원회의 미디어교육의 정책방향성을 모색하기 위해서, 본 연구에서는 방송통신위원회가 출범한 2008년부터 2017년까지 10년 동안의 정책사업의 특징을 예산자료를 중심으로 면밀하게 분석하였다. 여기서 도출된 시사점은 다음과 같다.

첫째, 정권 변화에 따른 방송통신 정책기조의 변화가 방송통신위원회의 미디어교육 정책과 밀접하게 연계되어 있다. 특히 방송법 개정과 정부 부처 신설 및 통합으로 인한 영향으로 미디어교육 정책의 변화가 이루어지는 사례가 많았다. 시청자미디어재단 설립, 시청자미디어센터 구축, 시청자권익보호 차원의 시청자참여프로그램 확산, 인터넷 윤리교육에서 창의적 체험활동, 자유학기제 학교미디어교육 등 중요한 변화가 국정 기조와의 관련성을 보여준다.

둘째, 미디어교육 전담 산하기관인 시청자미디어재단을 중심으로 시청자미디어센터 정책사업이 방송통신위원회의 대표적인 미디어교육 정책으로 자리매김하였다. 방송통신위원회의 미디어교육 예산의 대부분이 시청자미디어센터 건립과 운영비, 사업비로 할당되고 있다. 각 지역별 시청자미디어센터는 퍼블릭 액세스권의 실현이라는 방향성을 지향하여 다양한 미디어이용자들의 직접 제작교육을 담당하면서 한국식 제작중심 미디어교육을 추동하는 역할을 하고 있다. 또한 방송통신위원회 내에서 오랜 기간 수행되어온 건전한 사

이버 윤리문화 조성 사업은 인터넷윤리교육을 통해 특정 영역의 미디어교육을 견인한 것으로 평가할 수 있다.

셋째, 방송통신위원회 시청자미디어센터 중심의 미디어교육은 제작을 기반으로 한 이용자 참여를 양성하는 성격을 띠는데, 이는 향후 개인 역량 강화라는 지능정보사회의 특성과의 적합성 부분을 검토할 필요가 있다. 미디어에 대한 전반적 이해 교육, 미디어 이용에 대한 비판적 성찰교육 등이 점차 중요해지는 시점에서 시청자미디어센터의 역할 전반에 대한 재검토가 필요해 보인다. 아울러 한국정보화진흥원의 인터넷윤리교육도 윤리나 사이버폭력 등에만 한정하지 않고 디지털 시민성 등 좀 더 포괄적인 영역의 교육으로 확대시켜보는 것도 좋은 시도가 될 것이다.

넷째, 미디어교육이라는 영역이 미디어와 교육의 융합이기 때문에 미디어 환경변화에 따른 교육의 시행이라는 정책목표는 당연하다. 그러나 미디어교육 자체가 정책의 목표가 되기보다는 학교 교육의 일환으로서 미디어교육이 인식되고 그러한 교육만이 중점사업으로 추진되는 것은 문제가 있다. 방송통신위원회의 미디어교육 정책이 전국민 대상의 다양성을 지향해야 한다는 점에서 현재의 정책사업의 장단점을 짚어볼 필요가 있다.

다섯째, 방송통신위원회 내의 미디어교육 전담부서가 없고 전담 전문인력이 부족하고, 시청자미디어재단 내에도 미디어교육의 정책기획과 수립을 전담할 인력이 부족하다는 점이 문제의 주요 원인 중 하나로 지적된다. 자유학기제 학교 미디어교육이 확산되자 부족한 인력이 모두 여기에 집중되면서 타 미디어교육 사업이 축소되는 결과를 가져온 측면이 있다.

여섯째, 시청자미디어센터의 건립이 지속적으로 이루어졌고, 앞으로도 추가건립이 예정되어 있다. 향후 시청자미디어센터는 더욱 확충될 전망이고 이는 한국의 미디어교육 정책 지형을 변화시킬 가능성이 높다. 하드웨어적 인프라로서의 센터는 확장되지만 이의 효율적 운영이나 새로운 정책사업의 개발 등은 역량을 갖지 못함으로써 자칫하면 내실 없는 교육이 이루어질 우려도 있다. 센터의 외적 확대와 내적 사업의 충실이 함께 연동되는 시스템에 대한 고민이 요청된다.

일곱째, 방송통신위원회와 시청자미디어재단이 한국 미디어교육에서 어떠한 역할을 해야 하는지에 대한 그림이 분명치 않다. 국가의 주요 정책을 수행하는 것은 정부기관으로서 당연한 것이지만 그 방식이 현장 교육의 직접 수행보다는 교육 인력 양성이나 교육 콘텐츠 개발 등 인프라를 제공하거나 미디어교육의 정책 방향성 제시, 더 나아가 미디어교

육의 철학 제시, 사회적으로 미디어교육 중요성 인식 확대 등이 더 적절한 역할이 아닌가에 대한 논의가 필요하다.

여덟째, 한국 미디어교육의 특성 중 하나인 시민사회 영역에 대한 지원과 협력이 지속적으로 약화되고 있다. 시민사회 영역과의 상호공조체제가 한국 미디어교육의 전반적 지형을 향상시킬 것이라는 점에서 이에 대한 정책적 고려가 반드시 필요할 것으로 보인다.

지금까지의 분석과 시사점 논의를 바탕으로 본 연구에서는 방송통신위원회의 미디어교육 정책 체계 개편을 위한 방안을 제시해보고자 한다.

[방송통신위원회 미디어교육 정책 방향성]

정책 비전	국민의 미디어권 보장을 위한 보편적 교육으로서의 미디어교육	
정책 목표 및 방향	① 이용자 주도성을 키우는 미디어교육	▶ 주도적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자 : 이용자의 정보 분별력, 콘텐츠 생산 능력 함양 ▶ 균형적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자 : 협업, 네트워크 능력, 지능정보사회 역량과의 조화 ▶ 시의적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자 : 변화하는 미디어환경에 대처하는 능력
정책 추진 방식	② 체계성을 갖춘 미디어교육	▶ 정책 목표에 대한 이해도 제고 : 한국 미디어교육 정의 및 철학 정립 ▶ 정책 주체의 전문성 제고 : 전담부서 및 전담 인력 확보 ▶ 정책 결과의 평가체계 확립 : 정책 성과의 가시화를 통한 홍보효과 ▶ 정책 수립 및 사업시행결과의 정보축적시스템 구축 : 정책과정에 대한 정보축적으로 데이터 기반 정책시행
정책 유형 및 내용	③ 다양성을 지향하는 미디어교육	▶ 교육대상의 다양성 : 전 연령, 전 지역, 전 계층 등 다양한 주체의 참여 ▶ 교육내용의 다양성 : 사회/학교 미디어교육 조화, 제작/이해 교육의 조화 ▶ 교육방법의 다양성 : 시청자미디어센터와 학교, 지역영상미디어센터, 지역 미디어기업과의 협력과 공조 ▶ 교육의 시의적절성 : 이슈 맞춤형, 커뮤니티 맞춤형, 센터 운용의 유연성

5. 정책적 활용 내용

본 연구는 방송통신위원회의 미디어교육 정책의 방향성과 이를 위한 실천전략에 대한 제언을 담고 있다. 본 연구에서는 “국민의 미디어권을 보장하기 위한 보편적 교육으로서의 미디어교육”이란 정책방향을 두고, 방송통신위원회의 정책목표 및 방향, 정책 추진체계, 정책사업 유형 및 내용으로 나누어 각 부문의 방향성을 제시하고, 구체적인 정책 제언을 담았다. 먼저, 정책목표 및 방향에서는 ‘이용자 주도성’을 목표로 1) 주도적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자, 2) 균형적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자, 3) 시의적 미디어리터러시 역량을 고루 갖춘 이용자를 위한 미디어교육 정책 방안을 제시하였다. 두 번째로, 방송통신위원회 정책 추진 방식을 ‘체계성’으로 제시하였으며, 체계성 확보방안은 1) 정책목표에 대한 이해도 제고, 2) 정책주체의 전문성, 3) 정책결과의 평가체계 확립, 4) 정책수립 및 시행 전과정의 정보축적시스템 구축을 제안하였다. 세 번째로, 정책유형 및 내용 부문에서는 ‘다양성’을 제시하고, 구체적 구성은 1) 교육대상의 다양성, 2) 교육내용의 다양성, 3) 교육방법의 다양성, 4) 교육의 시의적절성을 제시하였다.

6. 기대효과

우선 본 연구의 결과는 한국 미디어교육의 역사적 배경을 살펴보고, 한국 미디어교육의 정책적 지형 및 미래방향을 조망해보았다는 데 의의가 있다고 본다. 이를 통해 현재 한국의 미디어교육 정책기관들이 수행해온 성과를 분석하고 더욱 시너지효과를 내기 위해 어떤 개선방안이 필요한지를 논의하는 데 좋은 기초자료가 될 수 있을 것으로 기대된다.

보다 구체적인 연구의 의의로는, 첫째, 한국 미디어교육 정책의 역사를 개괄했다는 점이다. 미디어교육에 대한 학술적 논의는 많이 있어왔지만 역사적 흐름에 대한 간략하나마 총체적인 정리는 그동안 별로 없었다. 역사적 배경에 대한 이해는 정책수립의 방향성에 좋은 길잡이가 될 것으로 기대된다. 둘째, 한국 미디어교육의 정책적 지형분석을 통해 현재 복잡다단하게 얽혀있는 미디어교육 주체들 간의 강점, 약점, 위기와 기회를 살펴봄으로써 보다 큰 틀에서의 논의의 장을 제시했다고 본다. 셋째, 2017년 100대 국정과제 공표에

서 미디어교육 주무부처로 지정된 방송통신위원회의 미디어교육 정책이 어떠한 목표와 방향, 추진체계를 가져야할지에 대한 전략적 제안을 제시함으로써 정책수립과 사업시행에 도움이 될 것으로 기대된다.

SUMMARY

1. Title

Analysis of Media Education Policy and Future Suggestions for Systematic Improvement in Korea

2. Objective and Importance of Research

With the progress of intelligence information society and the emergence of various social issues related to media, the importance of media education is growing. In addition, the establishment and implementation of a systematic media education policy is becoming an urgent national task. However, there is a lack of comprehensive research on media education policy and system in general. This study analyzes the characteristics of media education policy in Korea in terms of the historical characteristics, the role of media education policy stake-holders, and future implications for the systematic enforcement of media education policy.

3. Contents and Scope of the Research

The research scope of this study is broadly divided into the following four areas.

- 1) Systematic analysis of media education policy in Korea based on historical characteristics
- 2) Analysis of media education policy status and conditions with regard to the characteristics of various policy institutions in Korea

3) Evaluation of policy implementation of the Korea Communications Commission in media education

4) Implications of media education policy state and future suggestions on the media education policy of the Korea Communications Commission

4. Research Results

The features and implications of Korean media education policy revealed through this study are summarized as follows.

1) There is a certain degree of characterization and differentiation among major media education policy institutions.

2) The need for securing systematical support through legal establishment is gaining wide consensus, and the lack of human resources for project implementation is considered as a common difficulty in most of media education policy institutions.

3) Media education policies tend to be treated as supplementary policies of other national policies. Especially, in recent years, media education policy has largely focused on supporting free-semester system, a national education curriculum led by the Ministry of Education.

4) There is no consultation and sharing system among the relevant policy institutions, and communication with civil society sectors is insufficient, as well.

5) In terms of the policy types and contents, media education for general media users in society and minority groups are weakening compared to school media education.

6) Most of media education policy institutions seemed to focus on carrying out direct education to media users instead of providing infrastructural support, which resulted in the imbalance of policy establishment and implementations in media education in Korea.

5. Policy Suggestions for Practical Use

Future suggestions for the media education policy of the Korea Communications Commission are summarized as follow.

First, in terms of policy goals and directions, media education policy for user initiative with the following characteristics: 1) users with self-leading media literacy competency; 2) users with a balanced media literacy competency; 3) media education for users with municipal media literacy competencies.

Secondly, 'systematic' policy implementation is suggested. For this purpose, it is necessary 1) to raise understanding of policy goals, 2) to provide expertise of policy subjects, 3) to establish evaluation system of policy outcomes, 4) to construct information accumulation system in the whole process of media education policy establishment and implementation.

Thirdly, the diversity of policy type and contents is to be acquired by 1) diversity of education subject, 2) diversity of education contents, 3) diversity of education methods, and 4) timeliness of education.

6. Expectations

It is meaningful to examine the historical background of media education and to understand the policy context for the development of Korean media education. Analyzing the achievements of media education and the outcome of media education policy projects, this research would provide a significant basis for the effort improving and supporting more systematic media education policy in Korea.

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Necessity and Objective of Research

Direction and Scope of Research

Chapter 2. Background and Direction of Analysis on Media Education Policy in Korea

Development Process and Implications of Korean Media Education and Media
Education Policy

Analysis Direction of Korean Media Education Policy

Analysis Methods and Procedures

Chapter 3. Analysis of the Context of Korean Media Education Policy

Current State of Media Education Institutions

Analysis on Policies of Media Education Organizations

In-depth Interview with Expert Group

Summary and Implications

Chapter 4. Analysis of Media Education Policy Trend of the Korea Communications Commission

Changes in the Media Environment and the Characteristics of the Media Education
Policy of the Korea Communications Commission

Analysis of Characteristics of the Media Education Policy Project of the Korea
Communications Commission

Summary and Implications

Chapter 5. Conclusions and Policy Recommendations

Implications of the Policy Operation Analysis on the Korean Media Education Policy
Project

Recommendations for the Improvement of Korea Communications Commission's
Media Education Policy System

제1 장 서론

제1절 연구의 필요성과 목적

1. 연구의 필요성

변화하는 미디어와 사회에 대한 이해를 높이고 미래사회에 대한 대처능력을 향상시키기 위한 방안으로서 미디어교육의 중요성이 부각되고 있다. 특히 최근 제4차 산업혁명과 지능정보사회에 대한 논의가 부상하면서 새로운 변화에 대응할 수 있는 비판적 사고능력, 창의적 사고능력, 협업능력, 공유능력, 사회적 상호작용능력, 소통능력, 데이터 기반 사고능력, 정보 능력 등이 강조되고 있다(김진숙, 2017; 김봉섭 외, 2017). 이러한 추세가 의미하는 것은 인간과 기술 간의 소통을 비롯한 다양한 의사소통 역량, 즉 미디어 리터러시 역량이 점점 더 중요해지고 있다는 점이다.

사회적으로 미디어교육에 대한 관심이 커지고, 새로운 시대를 살아가는 데 요구되는 역량으로서 미디어 리터러시 역량이 중요하게 평가되면서 어떻게 미디어 리터러시 역량을 키우고, 실질적으로 미디어교육의 목표를 구현하기 위해 어떤 정책적 노력을 기울일 것인가 역시 중요해지고 있다. 이러한 맥락에서 현 정부는 2017년 100대 국정과제의 하나로 ‘미디어의 건강한 발전’을 제시한 바 있다. 이를 위해 방송통신위원회를 중심으로 미디어 교육 종합추진계획을 수립하고, 전 국민을 대상으로 한 맞춤형 미디어교육의 실시를 과제 목표로 제시하였다. 미디어교육의 필요성과 중요성이 커지면서 체계적인 미디어교육 정책의 수립과 실행이 강조되고 있는 것이다.

이와 함께 미디어교육의 목표와 그 구현방안을 설정하고, 장기적이고 거시적인 관점에서 미디어교육 정책의 실행 내용을 평가함으로써 미디어교육 정책의 방향성을 제안하는 연구의 필요성도 강조되고 있다. 특히 한국의 경우 수십 년에 걸쳐 미디어교육의 법적, 제도적 기반이 변화해왔고, 여러 정부부처와 관련 기관이 경합하듯 미디어교육 정책을 수행해왔다. 이러한 상황에서 미디어교육 정책의 흐름과 현황을 종합적으로 파악함으로써 미디어교육 정책이 미디어 환경의 변화에 어떻게 대응해왔고 그 과정에서 미디어교육 정책이 어떤 지형을 이루고 있으며, 향후 어떤 방향으로 나아갈 것인지를 가늠할 필요가 있다.

미디어교육 정책을 종합적으로 이해하기 위해서는 미디어교육 정책에 대한 통시적인 고찰은 물론 공시적인 파악이 동시에 요구된다.

이러한 요구를 반영하는 미디어교육 정책에 대한 연구는 부재한 형편이다. 단기적인 미디어교육 정책 이슈를 다루는 연구는 지속적으로 이루어져왔으나, 한국 미디어교육 정책의 지형을 그려내는 포괄적인 접근이 부재할 뿐만 아니라 이를 토대로 한 중장기적인 미디어교육의 방향성을 제안하는 데는 미치지 못하는 상황이다. 또한 한국의 미디어교육은 방송통신위원회, 문화체육관광부, 교육부 등 다양한 부처와 유관기관이 저마다 미디어교육 관련 정책을 마련하고 관련 사업을 시행하고 있어 미디어교육 정책에 대한 논의는 더욱 복잡한 양상이다.

이러한 맥락에서 미디어교육 정책에 대한 체계적인 조사, 분석의 필요성을 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 한국 미디어교육 정책 전반 및 체계에 대한 포괄적인 실태분석 연구가 부재하다는 점이다. 1970년대부터 시작된 한국 미디어교육은 연구 영역에서도 미디어학, 교육학, 청소년학 등 다양한 분야에서 연구의 외연을 확장해왔다. 그동안 미디어교육 분야의 연구들은 주로 미디어교육의 개념, 필요성, 그리고 실제 미디어교육을 위한 방법론, 교육내용, 효과 등에 집중된 경향을 보이고 있으며, 미디어교육의 방향성 및 활성화 전략 등을 논의하는 정책 연구는 소수에 그치고 있다. 실제로 안정임, 김양은, 전경란, 그리고 최진호(2017)의 연구에 따르면, 2006~2016년까지 10년간 국내 미디어 리터러시 연구경향은 교육과정과 교육법 69건, 교육사례 연구 33건, 수준 측정, 평가도구 연구 27건, 교육활용 사례 23건, 교육 자체 효과 21건, 이론, 개념, 철학 연구 19건, 정책, 제도 연구 13건으로 집계되었다. 이 연구에 따르면 미디어교육 정책 및 제도 관련 연구는 상대적으로 취약한 편이며, 2012년 이후에야 집중적으로 정책 연구가 이루어진 것으로 나타났다. 이러한 상황은 교육학 분야에서도 마찬가지이다. 최근 2015 개정교육과정과 관련해서 교육부 차원의 연구(정현선·박유신·전경란·박한철, 2015; 정현선·김아미·박유신·장은주·길호현, 2016)가 진행되었지만, 이 연구 또한 한국 미디어교육의 정책을 직접 주제로 다루기보다는 국내 교육과정에 미디어교육을 적용시키기 위한 교육사례 연구였다. 이러한 상황은 미디어교육 정책에 대한 포괄적인 연구의 필요성을 보여준다.

둘째, 기존에 이루어진 단기적인 미디어교육 정책 사업에 대한 연구를 넘어서는 보다 장기적이고 거시적인 차원의 미디어교육 정책 연구가 필요하다는 점이다. 미디어학 분야에

서 미디어교육 정책과 관련된 연구는 2012년부터 지속적으로 수행되고는 있으나, 정책 전반에 대한 분석보다는 학교 미디어교육 활성화 및 특정 이슈에 대한 대응 차원의 단기적 정책연구에 집중되고 있다. 따라서 한국 미디어교육 정책의 큰 그림으로서 전체적인 현황에 대한 시각이 부재하고, 이를 토대로 한 중장기적 정책방향성을 제안하는 데는 미치지 못한다.

이와 관련한 구체적인 연구들을 살펴보면, 학교 미디어교육 활성화를 위한 정책 연구로 미디어교육의 학교 적용 방안(이완수·구종상·권상희·이진로, 2015: 정현선 외, 2015: 정현선 외, 2016, 배상률, 2014), 교육부의 창의적 체험활동 시행시기에 진행된 미디어교육과 창의적 체험활동 연계를 위한 프로그램 개발 및 정책 방안 연구(김양은·전경란·김아미·배은주·박한철, 2014), 교육환경 변화에 따른 미디어리터러시 역량변화와 관련해서 학교 미디어교육의 필요성을 제기하는 연구(황치성·박한철·정완규·조진화, 2013) 등이 있다. 또한 특정 정책 이슈에 대한 연구로 미디어리터러시 지수개발 및 효과 관련 연구(천혜선·이찬구·성지연·이수연, 2016, 김경희·김광재·이숙정, 2017), 미디어교육법 관련 연구(신홍균·황승흠·채승우, 2015: 양문희·박상호·오지희, 2016, 김동준 외, 2017), 미디어교육 종합정보시스템구축 등 미디어교육 인프라 관련 연구(권상희·이진로·하봉준·강보영·박민영, 2017), 사회미디어교육 연구(김광재·장은미·강신규, 2017), 미디어교육 브랜드화 전략에 대한 연구(이수범·손영곤, 2018), 노인 미디어교육 연구(김균·김양은, 2011)를 비롯하여 장애인, 다문화 등 미디어 약자 정책 관련 연구(김은규, 2015) 등이 있다. 이러한 연구들은 개별적 이슈에 대해서는 시의적인 대응 방안들을 제시하고 있으나 한국 미디어교육 정책지형을 전반적으로 아우르는 데는 한계가 있다.

셋째, 한국 미디어교육과 미디어교육 정책이 지닌 역사적 특성에 기반한 체계적인 미디어교육 정책연구의 필요성이다. 기존 미디어교육 정책 연구들은 최근 미디어 환경적 변화에 따라 시기적으로 집중되어 수행되어 왔으며, 이와 함께 특정 대상(노인, 장애인, 다문화 등), 특정 주제(미디어리터러시 효과, 종합정보시스템 구축, 미디어교육법 등)에 관심을 기울여왔다. 아울러 해외의 경우, 국가적 특성에 근거하여 관련 분야의 정책결정과정과 정책내용에 관한 분석 및 연구들이 수행된 것(Wallis & Buckingham, 2016)에 비해 국내 미디어교육은 해외 미디어교육 정책을 소개하거나(강진숙·조재화·정수영·박성우, 2017, 박주연·최숙, 2016) 미디어교육 활성화를 위해서 필요한 세부적 정책 요소들을 제안하는 연구들에 그치고 있다. 한국 미디어교육의 역사적 특성 및 관련 주체들의 역할 등 사회문화적

배경에 근거하여 미디어교육 정책의 특성을 분석하고, 이를 바탕으로 한 한국적 미디어교육 정책의 정체성 및 방향성을 제시하는 연구가 수행될 필요가 있다.

2. 연구의 목적

위와 같은 연구 필요성 아래, 본 연구가 설정한 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 한국 미디어교육의 역사와 특성에 기반하여 미디어교육 정책을 체계적으로 분석하고자 한다. 미디어교육 정책과 관련한 기존 대부분의 연구가 미디어교육의 개념, 미디어교육과 교육환경 변화에 대응하기 위한 개괄적, 서술적 연구가 대부분을 차지하고 있다. 또한 미디어교육의 활성화를 위한 단기적인 분석이나 포괄적이고 당위적인 정책제안을 다루고 있어 한국 미디어교육 정책의 흐름과 현황에 대한 체계적이고 상세한 분석연구는 부족한 실정이다. 해외 미디어교육 현황을 살펴보면 국가 정책적 차원에서 국가의 미디어교육 역사 및 철학, 현황 등에 근거한 정책연구가 수행되고 있지만, 국내의 경우는 미디어교육 정책에 대한 평가나 분석을 다룬 연구가 부족한 상황이다. 현재 전 세계적으로 새로운 교육, 새로운 미디어, 새로운 미디어 리터러시에 대한 관심이 급증하고 있으며, 다양한 정책 개발과 시도들이 이루어지고 있다. 디지털 미디어 기술과 확산의 선도적 위치를 차지하고 있는 우리나라에서도 미디어교육을 중심으로 한 실질적이고 효율적인 정책의 수립과 시행방안에 대한 연구가 필요하다. 따라서 한국 미디어교육 정책에 대한 분석과 평가를 위해서는 미디어교육 정책의 형성과정과 흐름에 대한 정확한 이해에 기반한 실태 조사 및 분석이 요구된다.

둘째, 정책기관별 특성에 따른 미디어교육 정책 현황을 분석하고, 미디어교육 발전을 위한 시사점을 도출하고자 한다. 1970년대 도입되어 1980년대 미디어 감시운동, 방송 모니터링 운동과 함께 가시화된 미디어교육은 일반 수용자 전반으로 미디어교육이 확대되었고, 1990년대 말 문화부 산하의 한국언론재단이 설립되어 신문활용교육을 비롯하여 신문 중심의 미디어교육을 수행하였다. 2000년대 이후에는 미디어제작에 관한 교육으로 미디어교육의 관심이 옮겨가게 된다. 이러한 변화 속에서 방송통신위원회의 시청자미디어센터, 문화체육관광부 산하의 영상미디어센터 등이 설립됨으로써 미디어교육 사업은 물론 관련 정책 기관이 다변화되었다. 여기에 디지털 미디어의 등장으로 미디어교육에서 분화가 이루어지

는데, 미디어교육 대상 매체가 디지털 미디어로 확장되면서 인터넷이 미디어교육에 포함되었다. 또한 국어과를 중심으로 매체언어와 같은 미디어 관련 내용이 정규 교과과정에 편성되고, 창의적체험활동이나 자유학기제 프로그램으로서 미디어교육 프로그램이 활성화됨에 따라 학교 미디어교육 정책에 대한 필요성이 부상하였다.

이 과정에서 다양한 정부부처들에서 매체별로, 교육대상별로, 교육목적별로 분화된 미디어교육 정책들이 수행되었으며, 따라서 미디어교육의 궁극적 목표와 개념 등에서 상이한 접근이 이루어지는 경향이 나타났다. 미디어교육 정책을 담당하는 기관에 따라 미디어교육의 대상 매체와 교육내용이 결정되고, 방송, 신문, 인터넷, 게임 등 각 기관의 목적과 업무에 부합하는 미디어교육 정책이 수행되어 온 것이다. 이러한 상황은 방송통신위원회, 문화체육관광부, 교육부 및 관련 기관에서 대상별, 목적별, 특성별로 수행해온 미디어교육 정책의 현황과 특징을 검토할 필요성을 제기한다. 특히 각 기관이 중점적으로 수행해온 미디어교육 정책의 내용을 파악함으로써 미디어교육을 둘러싼 정책적 맥락을 파악할 필요가 있다. 따라서 각 기관별로 미디어교육 관련 사업의 현황, 수행과제 내용, 성과 등을 분석함으로써 미디어교육 정책의 전체 지형을 파악하고 미디어교육 정책 발전을 위한 시사점을 도출하고자 한다.

셋째, 방송통신위원회 미디어교육 정책의 추이와 성과를 분석하고자 한다. 방송통신위원회는 미디어교육지원법 제정이 논의될 때마다 미디어교육의 주무부처로 지목되는 등 한국 미디어교육의 확산에서 중요한 역할을 수행해왔다. 방송통신위원회는 그 전신이라 할 수 있는 방송위원회가 존립했던 1990년대부터 미디어교육에 대한 조사연구 차원의 관심을 기울였을 뿐만 아니라, 실질적으로 미디어교육에 대한 법적, 제도적 책임과 권한이 부여된 이후에는 다양한 지원사업과 프로그램을 통해 미디어교육 목표의 구현 방안을 구체적으로 모색해왔다. 특히 2000년 공포된 통합방송법에서 미디어교육 및 시청자단체의 활동 지원에 대한 조항이 마련되면서 방송통신위원회는 본격적인 미디어교육 지원사업을 시행해왔다. 또한 2008년 기존 방송위원회와 정보통신부가 통합되어 합의회 행정기관으로서 방송통신위원회가 설립된 이후 미디어교육은 정부부처인 방송통신위원회의 업무이자 정책적 대상으로 그 위상이 보다 중요해졌다. 2017년 발표된 100대 국정과제인 ‘미디어의 건강한 발전’이라는 과제 역시 방송통신위원회가 전담부처로 지정되었고, 따라서 방송통신위원회의 미디어교육 정책은 현재 미디어교육의 방향을 가늠하는 좌표라 할 수 있다. 그런 점에

서 방송통신위원회 미디어교육 정책의 흐름과 추이를 살펴보는 것은 한국 미디어교육과 미디어교육 정책의 역사를 이해하는 기반이라 할 수 있다.

넷째, 방송통신위원회 미디어교육 정책의 중장기 발전방안에 대한 방향성과 구체적인 전략을 제안하고자 한다. 본 연구는 한국 미디어교육 정책을 개괄하는 한국 미디어교육 정책 지형도를 구축하고, 이를 기반으로 미디어교육 정책의 시사점과 방송통신위원회의 미디어교육 정책 활성화를 위한 전략방안에 대해 구체적으로 제안하고자 한다.

제2절 연구방향 및 연구범위

1. 연구방향

그동안 미디어교육은 그 시대에 통용되는 커뮤니케이션 능력을 함양하는 데 관심을 기울여왔다. 그렇기 때문에 미디어교육이 지향하는 목표는 고정적이지 않으며, 교육 내용 역시 커뮤니케이션 기술의 발전과 시대적 상황에 따라 다양한 양상을 보인다. 미디어교육의 대상이 되는 미디어가 계속 변화하고 그것을 이용하고 받아들이는 이용자들 역시 변화하며, 미디어가 담아내는 세상의 정치, 경제, 사회문화적 상황 역시 달라지기 때문이다. 또한 미디어교육은 그것이 지향하는 목표와 내용, 범위에 따라 다양한 접근이 이루어짐으로써 그 맥락이 복잡다단해졌으며, 미디어교육에 관여하는 주체들도 다양한 양상을 보이고 있다. 이로 인해 미디어교육은 끊임없이 변화하고 움직이는 교육이라는 특징을 지닌다. 이러한 미디어교육의 맥락 속에서 한국 미디어교육 정책 및 지원 사업 역시 다양한 기관들을 통해 다차원적으로 이루어지고 있다. 이는 한국 미디어교육 정책 및 지원 사업에 대한 분석이 각각의 다양한 미디어교육 주체들이 수행하는 여러 활동에 대한 종합적인 파악을 기반으로 이루어져야 함을 시사한다.

미디어교육은 방송통신위원회, 문화체육관광부, 교육부 등 다양한 정부부처가 연계되어 있는 영역이며, 각 부처마다 다양한 목적과 목표 아래 미디어교육 정책과 지원 사업을 직접적으로 혹은 유관기관을 통해 간접적으로 수행하고 있다. 각 부처에 따라 방송, 신문, 인터넷, 스마트폰, 게임 등 미디어교육에서 중점적으로 다루는 내용이 다를 뿐만 아니라 시민운동 차원의 미디어교육이나 학교교육으로서의 미디어교육이나 등 서로 다른 성격의 미디어교육을 지원하고 있다. 그에 따라 미디어교육에 대한 정책과 지원 사업의 방향 및 내용이 달라진다. 그런 점에서 한국 미디어교육 정책 및 지원 사업에 대한 파악은 미디어교육의 지형을 횡적으로 관통하는 현황 분석을 필요로 한다.

한편, 국내 미디어교육 정책을 파악한다는 것은 한국이라는 맥락 속에서 미디어교육이 어떤 역사성을 지니고 있으며, 그 전개 과정에서 미디어교육에 어떤 사회적 의미가 부여되어 왔는지를 이해하는 것과 맥을 같이 한다. 다시 말해 미디어교육 정책 및 지원사업의 흐름과 변화 등 종적인 분석이 함께 이루어질 필요가 있는 것이다. 예를 들어, 국내 미디어

어교육은 1970년대 시청자 권익 보호를 위한 시민운동의 차원에서 시작되었으며, 1980년대 후반에 전개된 시민사회운동의 확장에 힘입어 시청자단체의 활동도 비약적으로 발전했다. 시민운동의 성격을 띠고 있는 시청자단체 활동은 프로그램의 질적 제고, 선택의 다양성 확보, 그리고 시청자 중심의 방송 등으로 운동의 대상 및 활동영역을 넓혀왔다. 특히 불공정한 방송보도에 대한 불만으로 전개된 1986년의 시청료거부운동을 발판으로, 시청자단체 활동은 감시운동 차원의 모니터활동에서 출발하여 점차 미디어교육 운동, 제작교육, 법률·정책 개선 및 입법 활동으로 확대되면서 방송매체를 감시, 비판하고 올바르게 이용해야 하는 시청자의 역할을 강조해왔다. 그 중 미디어교육 운동은 시청자운동의 대중적 확산을 겨냥하여 모니터 요원을 대상으로 한 교육에서 일반 수용자 대상의 교육 활동으로 확장하며 본격화되었다. 미디어교육 운동은 시청자 의식화를 통해 시청자주권 인식을 일깨우는 중요한 도구로 사용되어 왔으며, 실제로 의식 있는 시청자층을 확대하는 데 크게 기여했다.

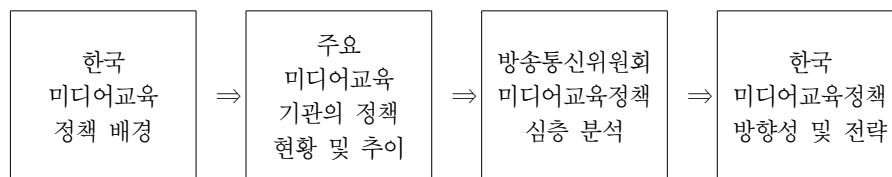
그러한 노력의 성과로, 2000년 개정된 통합방송법에서 방송 수용자인 시청자의 권익 보호조항이 강화되었다. 특히 방송에 대한 시청자의 접근을 보장하는 규정들이 보완됨에 따라 시청자주권을 공익 이념 안에서 보호하고 실현하기 위한 목적에서 방송 서비스 및 기술의 연구개발을 통한 방송매체 수용환경의 개선, 미디어교육 및 시청자단체의 활동 지원, 양질의 방송서비스 제공, 방송의 편성, 제작 및 정책결정 과정에서의 시청자 의견 반영 등에 관한 조항을 신설하였다. 구체적인 제도적 장치로서는 시청자불만처리, 시청자위원회, 반론보도 청구, 시청자평가 프로그램, 시청자 참여 프로그램, 그리고 시청자단체 활동 지원 등을 마련하였다.

그런 점에서 미디어교육 정책 및 지원 사업은 명시적으로 미디어교육을 목표로 했다고 보다는 시청자 권익 보호를 지향하는 시청자단체 활동을 지원하는 가운데 함께 이루어졌다고 하겠다. 다시 말해 미디어교육 정책 및 지원 사업은 시청자단체 활동 지원을 위한 법적 기반이 마련되면서 본격적으로 등장한 것이다. 이후 시청자단체활동 지원 사업은 2007년까지 수행되어오다가 2008년 방송통신위원회가 출범하면서 이 사업은 시청자권익증진 활동 지원사업으로 변경되었다. 방송통신융합시대 시청자를 위한 보다 체계적인 미디어교육의 필요성이 부각됨에 따라 미디어교육은 2009년부터는 시청자권익증진활동 영역에서 독립되어 미디어교육 교재개발, 미디어교육 활동 지원으로 진행되고 있다.

미디어교육을 둘러싼 이러한 역사적, 맥락적 특징은 미디어교육 정책 및 지원 사업에 대한 파악과 국내 미디어교육의 지형에 대한 이해가 수평적 차원의 분석은 물론 수직적 차원의 분석을 통합적으로 요구하는 영역임을 시사한다. 이에 따라 본 국내 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편방안에 대한 연구는 미디어교육의 내용과 대상의 확장을 포괄하는 실태 파악과 미디어교육의 전개 과정 및 흐름에 대한 현황 분석을 기반으로 이루어졌다. 미디어교육 정책 및 지원 사업에 대한 횡적, 종적 분석의 성과로 국내 미디어교육과 관련 정책의 지형을 그려내고, 그것을 기반으로 미디어교육 정책 체계의 개편 방안과 한국 미디어교육 정책의 방향성을 도출하고자 하였다.

2. 연구범위

[그림 1-1] 연구범위



본 연구가 설정한 연구 범위는 크게 네 가지 영역으로 나뉜다. 첫째, 한국 미디어교육 정책의 배경을 파악하는 것이다. 문헌조사를 기반으로 국내 미디어교육 정책의 전개과정을 파악하여 어떤 사회문화적 배경과 미디어 환경 속에서 미디어교육 정책이 전개되어 왔는지를 이해하고자 하였다. 미디어교육 정책은 기본적으로 미디어에 대한 교육으로서 미디어 환경의 변화에 민감하게 대처해왔으며, 관련 미디어 산업의 지형은 물론 관련 법제도의 변화, 교육 환경의 변화에 따라서도 정책적 방향을 달리해왔다. 따라서 미디어교육 정책의 역사적 맥락을 살펴보고, 이와 함께 그동안 이루어진 미디어교육 정책 관련 연구를 참고하여 한국 미디어교육 정책의 특징, 그리고 어떤 틀에서 미디어교육 정책을 바라볼 것인지 분석의 방향성과 기준을 정리하였다.

둘째, 한국 미디어교육 정책의 현황과 추이에 대한 분석이다. 다양한 기관에서 수행하는 미디어교육 정책에 대한 현황 파악을 토대로 기관별 미디어교육 정책의 일반적인 특징을 도출하고, 이들 기관들의 미디어교육 정책에 대한 비교분석을 시도함으로써 구체적인 미

디어교육 정책 현황은 물론 미디어교육을 둘러싼 관련 주체들의 관계를 파악하였다. 방송통신위원회를 비롯하여 각 부처의 유관기관에서 수행하는 미디어교육 사업에 대해 최근 3년을 중심으로 그 현황을 조사하고, 각 기관별로 관련 업무를 수행하고 있거나, 해당 기관에 대한 이해가 높은 차별화된 전문가를 각각 달리 섭외하여 심층인터뷰를 진행하였다. 현황조사와 전문가 의견 수렴을 통해 각 기관별 미디어교육 정책 현황과 의의를 면밀히 검토하였다.

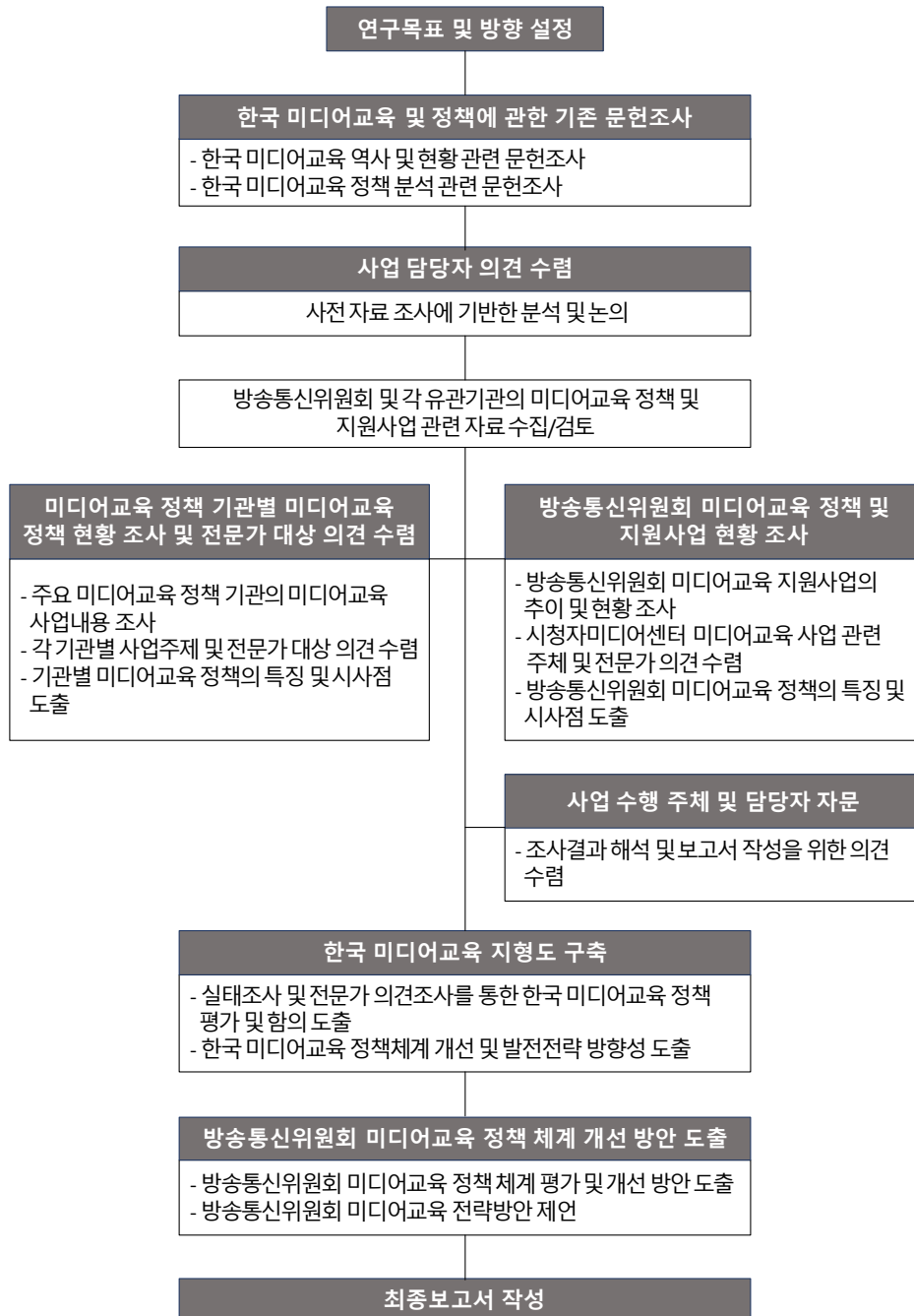
셋째, 방송통신위원회 미디어교육 정책에 대한 심층 분석이다. 2008년 방송통신위원회 설립 이후 2017년까지 10년의 기간을 중심으로 한국 미디어교육의 정책을 주도하고 관련 지원 사업을 수행해온 방송통신위원회의 미디어교육 정책의 시기별 특성을 검토하였다. 특히 이명박 정부부터 문재인 정부까지 각 정부별로 투입된 예산과 구체적인 사업 내용을 중심으로 주요 정책사업의 흐름과 비중을 분석함으로써 방송통신위원회 미디어교육 정책의 실질적인 성과를 점검하였다. 이를 토대로 방송통신위원회 미디어교육 정책의 성과와 시사점을 도출하였다. 나아가 방송통신위원회의 미디어교육 정책 내용과 성과에 대한 평가를 기반으로 정책적 개선점과 보완 방안을 모색하였다.

넷째, 한국 미디어교육 정책 지형 분석에 대한 시사점과 방송통신위원회 미디어교육 정책 체계에 대한 제안이다. 한국 미디어교육 정책의 역사적 배경 및 구체적인 미디어교육 정책과 지원 사업에 대한 실태 분석을 통해 미디어교육 정책의 시사점을 제시하였다. 또한 방송통신위원회 미디어교육 정책의 비전, 정책 목표 및 방향, 정책 추진 방식, 정책 유형 및 내용에 대한 실질적인 정책 아이디어를 제안하였다.

3. 연구추진체계

본 연구는 다음과 같은 추진체계를 기반으로 수행되었다. 연구목표의 구현을 위해 기존 미디어교육 및 미디어교육 정책에 관한 포괄적인 문헌조사를 실시하였으며, 이를 통해 수집한 사전 조사를 기반으로 구체적인 연구방향과 분석 틀을 도출하였다. 방송통신위원회를 비롯한 미디어교육 유관기관의 미디어교육 정책 및 사업에 대한 체계적인 자료 수집과 검토를 기반으로 미디어교육 정책 전반에 대한 면밀한 분석을 수행하였다. 이 과정에서 사업 담당자 및 관련 전문가의 의견을 수렴함으로써 분석의 타당성을 확보하고자 하였다.

[그림 1-2] 한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편 방안 연구 추진체계



제2장 미디어교육 정책 분석의 배경 및 분석방향

제1절 한국 미디어교육과 미디어교육 정책의 전개과정과 의미

미디어교육과 미디어교육 정책의 흐름과 전개과정을 살펴보는 의의는 미디어 환경이 급변해온 것처럼 미디어교육 역시 변화를 거듭하며 새롭게 사회적 의미를 구성해왔음을 이해할 수 있다는 데 있다. 미디어교육은 사회적 실천으로서 그것을 조직하고 운영하기 위한 다양한 전략을 모색해왔으며, 그 과정은 미디어교육 정책이 구성되고 재구성되는 과정이었다고 할 수 있다. 따라서 미디어교육과 미디어교육 정책이 현실적 조건 속에서 어떻게 변모해왔는지에 대한 역사적 분석을 통해 미디어교육과 미디어교육 정책의 발전 방향을 모색할 수 있을 것이다.

한국 미디어교육 정책의 흐름은 크게 네 시기로 나누어 살펴볼 수 있다.¹⁾ 각 시기의 구분은 특정한 미디어교육 정책이 가시화되었거나 정책의 전환이 발생한 시점을 기준으로 하였다. 정책의 가시화나 전환은 방송법을 비롯한 관련법의 개정, 미디어교육을 수행하는

1) 한국 미디어교육 역사의 시기 구분은 여러 연구들에서 이루어졌지만, 연구가 이루어진 시점, 연구목적과 방향에 따라 각기 다르다. 문미원(2000)의 경우 언론수용자운동 단체의 미디어교육 특성을 분석하기 위해 언론수용자운동단체가 설립된 시기와 각 단체가 수행한 미디어교육의 내용에 따라 생성기(1984~1986), 성장기(1987~1990), 도약기(1991~1995), 발전기(1996~2000)로 구분하였다. 조동원(2005)은 미디어교육이 사회변화에 따라 어떻게 전개되어 왔는지를 국가의 미디어 통제와 미디어교육이 등장한 1970년대, 사회 민주화운동과 미디어 수용자 의식화교육 중심의 1980년대(1987년까지), 미디어 문화산업이 확대되고 시민 미디어교육이 이루어진 1990년대(1987~1997), 공공역이 확대되고 미디어교육운동이 다층적으로 전개된 1997년 이후의 네 단계로 나누어 살펴 보았다. 안정임 외(2017)에서는 특별히 연도 구분을 하지 않았으나 미디어교육의 흐름을 텔레비전을 중심으로 한 영상 미디어의 비판적 이해와 해독 리터러시 교육기, 비디오카메라의 등장으로 촉발되어 시청자의 직접 제작을 강조하는 퍼블릭 액세스 구현을 위한 미디어교육 시기, 인터넷 등장 이후 인터넷 등장 이후 접근·이해·창조로 대변되는 미디어교육 시기, 소셜 미디어 시대의 경우 소통, 교류, 네트워킹 역량을 강조하는 미디어교육 시기로 제안하였다. 이러한 미디어교육의 흐름은 미디어교육 정책의 경향과도 유사한데, 미디어교육 정책이 미디어 이슈에 대응하기 위해 수립되기도 하지만 불가피하게 미디어 환경의 변화와 밀접한 관계를 맺고 있기 때문이다.

기관의 설립 등과 밀접한 관련을 맺는다. 또한 새 정부의 등장 역시 그 정부가 지향하는 미디어 정책이 수립된다는 점에서 정책 변화의 중요한 요인이 된다. 따라서 본 연구에서는 일차적으로 법의 제·개정을 통해 미디어교육 관련 정책이 등장했거나 변화한 시점, 미디어교육 정책을 시행하는 기관이 설립되었거나 미디어교육 관련 업무가 부여된 시점, 그리고 새 정부가 수립된 시점 등을 중심으로 연역적으로 접근하였다. 이와 함께 실제 미디어교육 프로그램이 운영된 형식과 내용들을 검토하여 정책의 변화를 살펴보는 귀납적인 검토 과정을 거쳤다.

이러한 과정을 통해 정리된 첫 번째 시기는 미디어교육 정책의 여명기로, 미디어교육이 시작된 1970년대부터 1989년까지이다. 이 시기는 종교단체와 시청자단체를 중심으로 한 미디어운동이 전개된 기간이며, 미디어교육에 대한 일반인들의 이해나 정책적 관심은 부족했지만 미디어교육의 필요성과 중요성이 사회적으로 인지되기 시작한 시기이다. 두 번째 시기는 1990년대로 미디어교육 정책의 태동기라 할 수 있다.²⁾ 이 시기는 수용자 복지와 권익 향상을 위한 법적, 제도적 노력이 이루어지고, 이에 따라 미디어교육에 대한 정책적 관심이 부상하기 시작하였다. 세 번째는 미디어교육 정책의 도약기로 2000년 이후 2007년까지의 시기이다. 2000년 통합방송법이 공포되면서 방송법에 미디어교육 및 시청자단체의 활동지원이 명시되고 이에 따라 제도적, 정책적으로 미디어교육을 발전시키기 위한 본격적인 노력이 이루어진 시기이다. 네 번째는 방송통신위원회가 출범한 2008년 이후 현재에 이르는 시기로, 미디어교육 정책의 확장기이다. 두 개에 불과했던 시청자미디어센터가 지역별로 확산되어 미디어교육 사업이 운영되고, 미디어교육 관련 법안이 발의되었으며, 자유학기제의 도입으로 다양한 형태의 학교 미디어교육이 시도되고 있는 시기이다.

이를 간략히 표로 정리하면 다음과 같다.

2) 미디어교육의 흐름을 다루는 연구들(문미원, 2000; 조동원, 2005)의 경우 1986년 시청료 거부운동이 광범위한 사회운동과의 연대 운동으로 전개되어 1987년 민주화운동을 이끌어가는 동인으로 작용하였다는 점에서 이 시기를 중요한 전환기로 본다. 그러나 본 연구는 미디어교육의 흐름이 아니라 미디어교육 정책의 흐름에 중점을 두어 살펴본다는 점에서 그러한 운동의 성과가 방송법 개정으로 연결되고, 새로운 방송법에 의거 공민영 방송체제가 형성되어 미디어구조가 국가권력으로부터 벗어나 시장의 흐름으로 진행되는 시점인 1990년을 미디어교육 정책의 전환기로 판단하였다.

<표 2-1> 한국 미디어교육 정책의 전개과정

구분	미디어교육 정책 여명기		미디어교육 정책 태동기		미디어교육 정책 도약기		미디어교육 정책 확장기		
연도	1973~1989		1990~1999		2000~2007		2008~현재		
정부	박정희 정부	전두환 정부	노태우 정부	김영삼 정부	김대중 정부	노무현 정부	이명박 정부	박근혜 정부	문재인 정부
미디어 교육 특징	· 미디어 감시 · 미디어에 대한 비판적 이해		· 수용자 보호 · 수용자 권리 증진		· 미디어 참여 · 미디어제작		· 이용자 윤리 · 이용자 역량 강화		
미디어 교육 정책 방향	· 미디어교육 개념도입 · 방송의 공적 책임 강화		· 미디어교육 기반 마련		· 미디어교육 정책 제도화 · 시청자권익보호 및 참여 실현		· 미디어교육 확산 · 미디어교육 저변 확대		

1. 미디어교육 정책의 여명기(1973~1989년)

한국에서 미디어교육은 카톨릭교회를 중심으로 그 개념이 도입되었으며, 1973년 사제들을 대상으로 한 첫 미디어교육 워크숍이 개최되었다. 그 후 미디어교육은 한국 사회의 정치적 사회적 상황의 변화, 커뮤니케이션 기술과 미디어의 발달, 민주화운동을 비롯한 시민운동의 확산과 맞물리며 전개되었다. 자발적이고 독립적인 시민들의 관심을 기반으로 확산된 미디어교육은 시청자 권익 보호를 위한 시민운동 차원에서 전개되었으며, 1980년대 시민사회운동의 확산에 힘입어 미디어교육을 시행하는 시청자단체의 활동이 함께 비약적으로 발전하였다.

1980년대 시민사회운동 성격을 띠고 있는 시청자단체 활동은 방송 프로그램의 질적 제고, 선택의 다양성 확보, 그리고 시청자 중심의 방송 등으로 운동의 영역을 넓혔다. 시청자단체 활동은 미디어 감시운동 차원의 모니터 활동에서 출발하여 이후 미디어교육 운동, 제작교육, 관련 법률과 정책 개선을 위한 입법활동으로까지 확대되었다. 그 중 미디어교육 운동은 시청자운동의 대중적 확산을 겨냥하여 모니터 요원을 양성하기 위한 교육을 통해 본격화되었다. 1984년 한국여성단체협의회가 제1기 매스컴 모니터 교육을 실시하고, 여성운동을 위한 목적으로 매스컴 모니터회를 창립하여 미디어에 대한 모니터링을 전개하였

다. 이는 우리나라 언론수용자운동의 효시인 동시에 언론수용자운동단체에서 실시한 최초의 미디어교육으로 평가된다(문미원, 2000, 37쪽). 임영호(1995, 240-241쪽)도 한국에서 언론수용자운동의 시작을 한국여성단체협의회 매스컴모니터회의 탄생에서 찾고 있는 등 당시 모니터교육은 미디어교육의 역사에서 중요한 의미를 갖는다. 이러한 미디어교육 운동은 시청자 의식화를 통해 시청자주권 인식을 일깨우는 중요한 도구로 사용되어 왔으며, 이후 의식 있는 시청자층을 확대하는 데 크게 기여했다.

여기에 결정적인 계기로 작용한 것이 1986년 KBS 시청료거부운동이었다. 1980년대 초반 텔레비전이 확산되면서 사회적 영향력이 커졌으나, 언론통폐합에 의해 강제적인 단일 공영방송체제가 형성되고 방송에 대한 정치권력의 통제와 자본에 의한 독점화가 작용하면서 왜곡, 편파보도와 오락 프로그램의 질적 문제가 함께 나타났다. 이에 대한 시청자들의 비판 의식이 싹트면서 시청료거부운동과 같은 시민사회의 언론운동이 일어나는 배경이 되었다. 그런 점에서 시청료거부운동은 왜곡 및 편파 보도, 광고방송, 방송 프로그램의 퇴폐성 문제를 해결하기 위해 시청자들이 KBS를 상대로 의견을 결집한 범국민적 운동(이희수, 1992, 4쪽)으로 정의된다. 당시 미디어에 대한 수용자들의 불만은 방송에 초점이 맞춰져 있었고, 그 불만이 시청료 거부라는 방법을 통해 표출된 것이었다. 시청료거부운동은 시청자들의 미디어에 대한 비판적 인식과 실천의식에 영향을 미쳤다는 점에서, 그리고 시청자단체들의 미디어교육 실천을 확장시키는 계기가 되었다는 점에서 중요한 미디어교육적 의의를 지닌다.

그러나 이 시기의 미디어교육은 언론수용자운동 차원의 모니터 운동 또는 모니터요원 양성을 위한 훈련 프로그램과 거의 동일한 의미로 사용되었으며, 체계적이고 과학적인 교육이라기보다는 언론수용자의 집단적 의사표현 수단인 운동의 일환으로 이해되었다(김기태, 2007, 156쪽). 따라서 당시 미디어교육에 대한 제도적 지원이나 관련 정책의 수행은 찾아보기 어렵다. 더욱이 미디어교육은 미디어에 대한 비판적 인식을 함양하는 것으로 한다. 비판적 인식이라는 개념은 당시의 폐쇄적인 상황에서 반국가적인 의미로까지 이해될 수 있었기 때문에 미디어교육 정책은 고려될 수조차 없었다. 그럼에도 미디어교육이 시민사회단체 중심으로 능동적이고 적극적인 언론수용자 양성교육으로 전개되었다는 점에서 이후 시청자단체활동 지원사업으로서 미디어교육 정책의 방향성과 내용이 설정되는데 기반이 되었다고 평가할 수 있다. 실제로 2000년 방송법에서 명시된 시청자단체활동 지

원사업의 경우 시청자단체 입장에서는 지원사업 자체가 시민사회단체 활동의 소산이라는 점에서 시청자단체가 당연히 수혜 받아야 할 권리로 이해하고 있기도 하다(조연하·이영주·배진아, 2007, 218쪽).

앞서 언급한 바와 같이 이 시기에 시청자단체 중심의 미디어운동이 진행되기는 했으나 사회적으로 미디어교육이라는 개념이 생소했을 뿐만 아니라 실질적인 미디어교육 정책은 물론 유관기관의 미디어교육에 대한 정책적 관심이 부재한 상황이었다. 그러나 불공정한 방송보도에 대한 불만으로 전개된 1986년의 시청료거부운동을 발판으로 시청자단체 활동이 확대되었다는 점에서 당시 방송 관련 업무를 주관하고 있던 방송위원회가 모니터링원 양성 교육을 비롯한 미디어교육 운동과 가장 밀접한 유관기관이라 할 수 있다. 이후 방송위원회는 미디어교육 관련 조사연구 활동을 시작으로 다양한 미디어교육 지원사업을 수행하는 주무부처로 발전하였다는 점에서 미디어교육 정책 역사에서 의미를 지닌다.

방송위원회는 1981년 언론기본법에 의해 설립되었으며, 언론기본법 폐지 후에는 1987년 제정된 방송법이 방송위원회의 설치 및 운영 근거가 되었다. 방송법 제17조에 근거한 방송위원회의 주요 직무는 방송의 운용·편성의 기본정책과 광고방송에 관한 사항, 방송내용의 향상을 위한 조사, 연구 및 연수에 관한 사항, 방송의 기본정책에 관한 사항으로서 공보처 장관이 요청하는 사항, 시청자 불만의 처리에 관한 사항 등 방송의 공적 책임을 강화, 지원하는 업무가 부여되었다. 1987년 제정된 방송법은 정치로부터 방송의 독립을 표방하며 방송기본정책에 관한 사항을 방송위원회로 이관시켰으나, 당시 방송위원회가 정부의 간섭으로부터 벗어나 방송기본정책에 관한 사항을 독립적으로 결정할 수 있는 권한은 가지지 못한 것으로 평가된다(안정민, 2016, 183쪽). 미디어교육과 관련해서도 당시 실질적인 미디어교육 관련 지원 업무나 역할을 수행하지는 않았다. 그러나 방송위원회가 방송의 사회적 책임을 강화하는 역할을 부여받았다는 점에서 당시 언론수용자운동에서 추구한 방송의 공정성, 공익성 구현이라는 목표를 방송 편성 및 내용에 대한 심의, 시청자불만처리, 방송에 대한 조사 및 연구 등을 통해 구현하고자 하였다.

한편, 이 시기에 미디어교육이라는 개념이 등장하면서 그 개념이 무엇을 의미하는지, 그리고 미디어교육이 왜 필요한지, 미디어교육을 어떻게 실행할 것인지를 논의하는 연구(최창섭, 1983, 1985; 서정숙, 1983; 김학수, 1984, 최선열, 1989)가 이루어졌다. 최창섭(1980)의 경우, 초중고등학생을 대상으로 한 구체적인 미디어교육 실행모델을 제안하는 등 미디어

교육 초창기에 이미 비교적 다양한 연구들이 이루어졌다. 이러한 연구들은 미디어교육을 이론화하고, 그 필요성에 대한 사회적 논의를 구성함으로써 미디어교육이 확산될 수 있는 기반이 되었다.

언론수용자운동으로서 미디어교육의 부상, 미디어교육과 관련한 유관기관의 설립, 미디어교육에 대한 다양한 연구들의 등장은 미디어교육의 시작이 여러 사회적 조건들이 복합적으로 작용하는 과정 속에서 형성되어 전개되었음을 보여준다. 또한 미디어교육 정책 역시 미디어교육의 역사적 흐름 속에서 그 정책 방향이 배태되었으며, 미디어교육이 그 사회에서 어떤 주체를 중심으로 그리고 어떤 방식으로 이루어졌는가에 따라 이후의 미디어교육 정책 구성에 영향을 미쳤음을 알 수 있다.

2. 미디어교육 정책의 태동기(1990~1999년)

미디어교육의 내용 변화에 따라 1984년부터 1990년까지를 운동의 성격이 강한 시기로, 1991년 이후는 교육의 성격이 강한 시기로 미디어교육의 역사를 구분하기도 한다(문미원, 2000, 34쪽). 1990년대 들어 자체 모니터 요원 양성을 위한 미디어교육을 넘어 일반 수용자를 대상으로 한 미디어교육으로 그 대상이 확장되고 다양한 미디어교육 프로그램이 전개되었기 때문이다. 실제로 1990년대는 미디어교육이 양적, 질적으로 성장한 시기로 방송에서 다양한 영상매체로 미디어교육의 내용이 확대되었고, 교육대상 역시 다양화되었다.

한편 1990년 방송법 개정으로 1991년 민영방송이 도입됨으로써 한국의 방송은 공민영 방송체제를 이루게 되고, 정치로부터 방송의 독립이라는 이슈에서 나아가 방송의 상업성이 언론수용자운동과 미디어교육의 대상이 된다. 여기에 1990년대의 미디어 환경에 큰 변화를 가져온 또 다른 이슈는 종합유선방송 즉 케이블 텔레비전의 도입이었다. 다매체 다채널로 전환된 방송환경에서 미디어 내용의 시장적 성과인 시청률 확보를 위한 매체 간 경쟁이 더욱 치열해졌으며, 이는 다시 선정적이고 자극적인 방송 내용의 증가로 이어졌다. 또한 정보와 서비스의 양적, 질적인 확장이 시청자에게 정보 선택의 기회를 확대해주고 이에 따라 능동적이고 창조적인 미디어 이용자로서 시청자의 역할이 강조되었다. 즉 방송환경의 변화에 맞추어 자신의 필요와 상황에 맞게 미디어와 서비스를 이용할 수 있는 능력을 갖추어야 하며, 상업주의가 만연된 방송환경을 비판적으로 이해하는 역할이 요구된

것이다(조연하·배진아·이영주, 2007, 202쪽).

본격적인 다매체 다채널 시대가 시작되면서 미디어에 대한 이해의 필요성이 커짐에 따라 미디어교육에 대한 사회적 요구가 증가하였다. 더욱이 소비주의의 문제, 미디어의 상업성, 언론의 산업논리 등이 이슈로 제기되면서 시민사회단체의 미디어교육은 여성과 청소년에 한정되었던 교육에서 일반 수용자 전반으로 확대되었고, 수용자권리에 관한 미디어교육 그리고 소비자운동으로서 미디어교육이 시작되었다. 언론수용자운동의 주체 역시 기존의 여성단체나 종교단체가 아닌 시민단체가 포함되고 한국여성민우회 바른언론을 지키는 모임, 민주언론운동협의회 언론모니터 모임, 참교육을 위한 학부모회 모니터국, 바른언론을 위한 시민연합 등 다양한 시민사회단체가 설립되었다. 수적으로 더 많은 시민사회단체가 미디어교육에 참여하게 되었고, 교육 내용에 있어서도 미디어의 선정성, 폭력성으로부터 어린이와 청소년을 보호해야 한다는 윤리적인 차원이 추가되었다.

한편, 1990년 방송법이 개정되면서, 방송의 공정성, 공공성, 공적 책임성, 다양성, 독과점 방지, 수용자의 복지와 권익 향상을 위한 내용이 추가되었다. 공민영방송체제에서 방송위원회의 권한이 강화되어 방송내용심의권, 정책연구 및 조사권, 연수권한, 방송사 제재권이 부여되었고, 시청자위원회의 구성과 편성비율에 대한 규제가 강화되었다. 당시 방송 규제 기관이었던 방송위원회는 수용자의 복지와 권익 향상을 위한 노력을 기울이고, 주어진 정책연구 및 조사권 아래 미디어교육에 대한 정책연구가 처음 시도되었다(안정임·전경란·송현경, 1994). 한국방송개발원에서도 미디어교육을 학교교육으로 제도화하기 위한 커리큘럼을 마련하고, 미디어교육을 담당할 교사를 어떻게 양성할 것인지 그 방안을 제시하였다(은혜정·임태섭·조성은, 1998). 방송위원회를 비롯한 공공기관에서 미디어교육에 대한 관심과 필요성을 인지하고 미디어교육 발전 방안을 고민하기 시작한 것이다.

방송위원회 외에 한국의 미디어교육 정책과 관련하여 중요한 기관이 이 시기에 탄생하는데, 1999년 신문의 발행·유통 등의 발전을 위해 설립된 한국언론재단이 그것이다. 한국언론재단은 IMF금융위기 이후 퇴직한 언론인을 위한 프로그램을 운영하기 시작했다. 퇴직 언론인 고용지원 프로그램의 일환으로 퇴직 언론인을 미디어 강사로 교육하여 전국의 초·중·고등학교, 대학교, 시민단체에 파견하였다. 이와 함께 한국언론재단은 미디어교육에 언론인을 활용하는 방안을 정리하고, 미디어 강사로 파견되는 퇴직 언론인에 대한 의식조사를 실시하는 등(김택환·원용진·박근서·윤지은, 1999) 언론인 자원을 미디어교육에 활용

하는 방안을 적극적으로 모색하였다. IMF 금융위기로 전국 매스미디어 종사자의 25%가 명예퇴직이나 해고로 언론사를 떠나게 되고, 이러한 문제를 해결하기 위한 방안으로 미디어 강사가 등장하는 등 미디어 환경 변화와 현실적인 필요에 밀려 시행한 것이지만, 이를 시작으로 미디어교육 관련 사업은 한국언론재단의 주요 업무가 되었다. 2000년에 언론인 고용지원센터를 미디어교육센터로 이름을 바꿔 언론인 미디어 강사 파견을 본격화했을 뿐만 아니라 미디어 강사 파견과 함께 미디어교육 교재를 개발하고 미디어교육 관련 연구를 수행하는 등 미디어교육 관련 사업을 강화했기 때문이다.

이 시기 학교 교육 내에 미디어교육의 제도화는 사회적 관심사가 되지 못했지만 1994년에 서강대학교 커뮤니케이션센터에서 중고교 교사를 대상으로 미디어교육 연수가 실시되었고, 같은 해에는 국어교사를 대상으로 신문활용교육(NIE)이 실시되는 등 학교 교육과 관련된 미디어교육 프로그램이 등장하기 시작했다.

또한 1997년 미디어교육학회가 창설되어 미디어교육이라는 주제를 전문적으로 논의하는 등 미디어교육이 학술담론의 주제로 부상하였다. 한국언론학회에서는 미디어교육학회와 함께 저서를 발간하여(한국언론학회·한국미디어교육학회, 1998), 한국의 미디어교육 현실을 정리하고 발전을 위한 과제를 제시하는 등 미디어교육의 학술 담론을 이어나갔다. 물론 미디어교육에 대한 학술담론이 미디어교육에 대한 개념을 정리하고, 해외 사례를 소개하며, 향후 과제를 다루는 내용이 반복되면서 미디어교육에 대한 논의가 답보 상태에 머물렀다는 평가도 있다. 그러나 미디어교육에 대한 여러 담론 가운데 한국 미디어교육에 대한 현황 파악, 그에 기반한 발전 방안 모색, 학교 교육으로 미디어교육의 제도화 필요성과 구체적인 실현 방안 등을 지속적으로 제기했다는 점에서 의의가 있다.

미디어교육 정책과 관련하여 이 시기의 중요한 시사점은 퍼블릭 액세스(public access) 개념이 도입되었다는 점이다. 미디어 수용자들이 자신의 의사 표현을 위해 매스미디어에 지면이나 시간을 요구하여 이용할 수 있는 권리인 퍼블릭 액세스는 민주적 여론 형성 과정에 적극적으로 참여하는 시청자의 권리를 강조함으로써 미디어교육에 또 다른 전환을 가져왔다. 학계와 시민사회단체를 중심으로 퍼블릭 액세스 제도 도입에 대한 논의가 활발하게 전개되었고, 그 결과 2000년 통합방송법에 관련 조항들이 신설되었다.

1990년대 중반 이후 시민사회단체를 비롯한 시민사회 진영은 그동안 축적해온 활동 역량을 토대로 다양한 방송정책은 물론 미디어교육 정책에서도 영향력을 발휘하였다. 특히

김대중 정부가 출범하면서 시민사회 진영의 미디어 관련 정책 참여가 활발해졌는데, 1998년부터 방송개혁방안 제시를 위해 활동했던 방송개혁위원회가 대표적인 사례이다. 방송개혁위원회의 안을 기초로 통합방송법이 제정되었고, 통합방송법은 방송의 정치적 독립과 시청자주권을 강조하며 퍼블릭 액세스의 보장과 시청자단체활동 재정 지원 등을 명문화하였다.

퍼블릭 액세스는 1990년대 초반부터 서서히 부상하기 시작했으며, 언론수용자운동으로 미디어에 대한 참여 구조를 확보할 수 없다는 문제의식에서 시작되었다. 또한 정치 환경의 변화와 함께 변혁성을 강조해 온 급진 매체들이 쇠퇴하고 언론노조 역시 조직의 현상 유지에 치우치다보니 1980년대 언론수용자운동의 특징이었던 사회변혁을 지향하는 대안 언론운동의 성격이 감소하고 있었던 것(김동규, 1996, 139쪽) 역시 퍼블릭 액세스 논의가 이루어진 배경이라 할 수 있다. 여기에 1990년대 후반 들어 미디어 기술이 급격히 발전하고 다매체 다채널에 기반한 영상미디어 환경이 성숙하면서, 미디어 기술을 이용한 시청자들의 자기표현 욕구가 강화된 것도 퍼블릭 액세스에 대한 사회적 요구가 커진 요인이라 할 수 있다. 실제로 1990년대 영상 기기 산업의 발달에 따라 VCR과 캠코더의 보급이 확대되면서 영상전문가가 아닌 일반인들이 영상 콘텐츠를 제작할 수 있는 하드웨어적 발판이 마련되었다.

퍼블릭 액세스는 시청자가 단순히 미디어를 수동적으로 소비하는 대상이 아니라 시청자가 미디어의 주체로서 권리를 행사하는 활동으로, 매스미디어의 일방적인 구조를 넘어 시청자의 주권을 확립할 수 있는 터전으로 평가되었다. 통합방송법에 퍼블릭 액세스 관련 조항들이 신설되면서 제작교육으로서 미디어교육이 실시되고 관련 활동을 지원할 수 있는 미디어센터의 설립이 시작되는 등 미디어교육의 방향과 미디어교육 정책에도 변화가 발생하였다.

1990년대 말에 이르러 미디어교육에 대한 공적 지원이 확대되고, 방송위원회, 문화관광부, 한국언론재단, 방송문화진흥회, 방송영상산업진흥원 등 정부부처 및 공적 기관에서 미디어교육에 대한 적극적인 지원책을 내놓기 시작하였다. 공공기관에서 미디어교육에 대한 정책적 관심을 갖고 관련 연구를 시작했을 뿐만 아니라 미디어 강사 파견, 교사연수 등 학교 미디어교육을 시행하기 위한 구체적인 방안이 모색되었다. 무엇보다도 미디어교육을

수행하는 시청자단체를 비롯한 다양한 시민단체가 증가하고 이들의 활동이 활발해지면서 이들 시민단체의 미디어교육을 지원하는 방안이 제도로서 자리 잡을 수 있는 사회적 공감대가 형성되었다.

3. 미디어교육 정책의 도약기(2000~2007년)

2000년 공포된 통합방송법은 방송을 산업의 하나로 보고, 케이블 텔레비전의 소유규제 완화 및 대기업과 언론사의 방송사업 참여를 일정비율까지 허용하는 등 탈규제의 논리가 반영되었다. 이와 함께 방송위원회의 독립성을 강화하고, 기존 방송법상의 방송위원회와 종합유선방송법상의 종합유선방송위원회를 일원화한 방송위원회를 설립하였다. 또한 방송편성의 자유와 책임 강조, 소수자 보호 및 시청자 권익을 보호하고 방송참여를 실현하는 내용을 신설하는 등 이용자를 위한 규정을 강화하였다. 이처럼 통합 방송위원회를 통한 방송정책의 실현과 시청자 권익 강화는 김대중 정부 방송정책의 가장 큰 특징이라 할 수 있다.

특히 방송에 대한 시청자의 접근과 권익을 보장하는 규정들이 보완됨에 따라 시청자 권익을 공익 이념 안에서 보호하고 실현하기 위한 목적에서 방송 서비스 및 기술의 연구개발을 통한 방송매체 수용환경의 개선, 미디어교육 및 시청자단체의 활동 지원, 양질의 방송서비스 제공, 방송의 편성 제작 및 정책결정 과정에서의 시청자 의견 반영 등에 관한 조항들이 마련되었다. 이를 구현하기 위해 마련한 구체적인 제도적 장치들로 시청자불만처리, 시청자위원회, 반론보도 청구, 시청자평가 프로그램, 시청자 참여 프로그램 등을 들 수 있다. 정인숙(2004)은 시청자 권익이라는 기본 이념이 방송법 역사상 처음으로 총칙에 들어간 이념일 뿐만 아니라 2000년 방송법에 나타난 가장 강력한 공익 이념이라고 평가한 바 있다.

무엇보다도 시청자 권익 보호 이념 아래 미디어교육을 활성화할 수 있는 정책이 마련되었는데, 미디어교육 및 시청자단체활동 지원사업이 그것이다. 그동안 미디어교육에 대한 공공기관의 관심은 커져왔으나, 미디어 환경의 급속한 변화와 미디어교육에 대한 사회적 요구에 부응하기에는 미디어교육 정책과 미디어교육을 위한 공적 자원의 활용 전략, 조직화된 정책적 실천은 미흡했다고 볼 수 있다. 그러나 통합방송법에 근거하여 방송위원회는 2000년부터 시청자단체 활동지원을 목적으로 방송발전기금을 집행하였고, 이는 미디어 감

시활동과 미디어교육에 대한 인식 개선과 참여를 유도하는데 기여한 바가 큰 것으로 평가된다(이수영 외, 2010, 34쪽).

시청자단체활동에 대한 지원은 2003년 출범한 노무현 정부 시기에도 이어졌고, 미디어 교육 정책 및 지원사업은 시청자 권익 보호를 지향하는 시청자단체 활동을 지원하는 가운데 활성화되었다. 다시 말해 시청자단체활동 지원사업의 경우 상당수가 미디어교육 활동을 지원하는 것이 됨으로써, 시청자 주권의 법적인 보장은 미디어교육이 활성화되는 데 중요한 제도적 바탕이 되었다. 실제로 2006~2007년에 이루어진 시청자단체활동 지원사업 수행 현황을 보면 미디어교육 관련 활동이 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 지원사업은 구체적으로 미디어교육, 방송모니터링, 캠페인 및 세미나, 기획사업, 수시지원의 총 다섯 개 분야로 구성되었으며, 그 중 미디어교육의 비율이 39.2%로 가장 높았으며 153개 단체 중 60개 단체가 미디어교육 사업을 수행한 것으로 나타났다. 시청자단체활동 지원사업은 2007년까지 수행되어오다가 2008년 이명박 정부에서 방송통신위원회가 출범하면서 시청자권익증진활동 지원사업으로 명칭과 내용이 변경되었다. 시청자권익증진활동 지원사업으로 변경된 후 수행된 미디어교육, 방송환경조사, 정책 제안 등 세 개 사업 분야 중 미디어교육의 비율이 70% 이상을 차지하고, 37개 단체 중 24개 단체가 미디어교육 사업에 참여하는 등(이수영 외, 2010, 42쪽) 시청자단체활동 지원사업이나 이후 이루어진 시청자권익증진활동 지원사업 모두 미디어교육과 밀접히 관련된 것이었다.

한편, 2000년대 이후 미디어교육은 ‘미디어 제작’에 관한 교육으로 옮겨가는 경향을 보이는데, 이는 시민참여 프로그램, 대안미디어 등의 개념과 함께 퍼블릭 액세스에 기반한 미디어교육의 시행에 따른 것이다(안정임 외, 2018). 퍼블릭 액세스의 의미와 목표를 실현하기 위한 기반으로 미디어 제작을 통한 미디어 리터러시의 함양을 설정한 것이다. 또한 통합방송법에서 표방하고 있는 시청자권익 향상 및, 방송에 대한 시청자 참여를 활성화하기 위해서는 제도적 지원이 필요한데, 그 하나가 시청자미디어센터와 같은 기관이다. 이에 따라 2002년 5월 영상미디어센터인 미디어엑트를 시작으로 지역단위의 영상미디어센터 혹은 시청자미디어센터가 이 시기에 설립되기 시작하였다. 2003년 마산 MBC를 필두로 지역 MBC가 운영하는 6개의 시청자미디어센터가 설립되었고, 문화부가 주도하는 지역영상미디어센터가 2005년 김해 영상미디어센터를 시작으로 14개 지역에서 설립되었다. 2005년에는 방송위원회 산하의 부산 시청자미디어센터가, 2007년에는 광주 시청자미디어센터가 개

관하였다. 그 외 지방자치단체에서 설립한 지역 미디어센터가 설립되는 등 2000년대는 시청자 참여를 활성화하고, 그것을 지원하기 위한 지역 미디어 거점 기관이 활발히 설립된 시기라 할 수 있다.

그런 점에서 이 시기의 미디어교육 정책은 공공적 미디어 영역을 확보하기 위한 정책이었다고 할 수 있다. 퍼블릭 액세스의 활성화를 위한 미디어 제작 교육 지원 중심의 정책은 물론 여러 지역에 시청자미디어센터, 영상미디어센터가 개관하면서 지역민을 대상으로 한 미디어교육의 활성화가 이루어지는 등 미디어교육의 저변이 확대되었을 뿐만 아니라 지역 미디어교육 정책이 부상했기 때문이다. 특히 미디어센터는 일반 수용자들이 미디어라는 문화적 수단을 대여받거나 교육받아 직접 제작해보고 방송을 통해 방영하는 것을 지원함으로써 새로운 공공문화 기반시설의 역할을 수행할 수 있게 되었다.

한편, 이 시기에 미디어교육을 학교교육으로 제도화하기 위한 방안이 활발하게 논의되기 시작하였다. 교사 양성, 커리큘럼 및 교재 연구 및 개발 등 미디어교육을 학교 교육 안에서 실시할 수 있는 체계적인 방안이 필요하다는 인식이 형성되면서 관련 연구가 함께 부상한 것이다. 더욱이 7차 교육과정에 따라 특별활동이나 재량활동을 통해 미디어교육이 가능해지면서 한국언론재단 등에서 학교로 미디어교육 강사를 파견하기 시작했다.

학회 차원에서도 미디어교육을 활성화하기 위한 방안이 모색되었다. 한국언론학회는 2002년 학회 내부에 미디어교육위원회를 구성하고, 미디어교육에 대한 국내 및 국제 심포지엄을 개최하였으며, 방송위원회의 지원 하에 미디어교육을 제도화할 수 있는 연구를 수행하였다. 2004년 방송위원회의 지원을 받아 교육과정에 대한 연구, 커리큘럼 및 교재개발, 교사 양성을 위한 방안 등 4년에 걸쳐 관련 연구가 진행되었다. 미디어교육을 시행하기 위한 방안을 마련하기 위해 공적 지원이 대규모로 이루어진 것이다.

이 시기는 본격적인 미디어교육 정책이 법제화되어 시행되었으며, 미디어교육에 대한 공적 지원을 바탕으로 각종 미디어교육 프로그램 운영, 세미나 개최, 미디어교육 교재 및 교육과정 개발 등 미디어교육 연구가 수행되었다. 또한 미디어교육에 대한 정책적 관심의 부상과 함께 미디어교육을 학교교육으로 제도화하기 위한 사회적 노력이 시도되는 등 미디어교육 정책이 큰 폭으로 도약하였다.

4. 미디어교육 정책의 확장기(2008년~현재)

이 시기는 방송통신위원회 설치 및 운용에 관한 법률에 따라 방송통신위원회가 방송통신 환경에 대응하기 위한 정부의 통합 정책기구로 출범한 2008년 이후부터 현재까지이다. 방송통신위원회는 이명박 정부에서 방송위원회와 정보통신부가 통합하여 방송 및 통신 관련 정책을 담당하는 거대조직으로 출범하였다. 이후 2013년 박근혜 정부의 시작과 함께 미래창조과학부의 신설로 다시 방송통신위원회의 업무가 축소되는 등의 변화가 있었다.

방송통신위원회는 이명박 정부의 정책공약인 미디어 선진화를 표방하며 IPTV(인터넷프로토콜TV) 서비스 개시, 신문·방송 등 미디어 간의 진입 규제 완화, 종합편성채널의 허가 등의 정책을 추진하였다. 미디어교육과 관련해서는 시청자복지 증진 및 방송 접근기회 확대를 위한 사업으로 소외계층의 방송에 대한 접근기회를 늘이고, 시청자 참여 활성화를 통해 시청자 주권을 확립하며, 시청자 권익 향상을 위한 다양한 정책과 미디어교육 사업을 실시하였다. 미디어교육 정책의 경우 미디어 환경의 변화를 가져온 다른 정책적 이슈에 비해 표면적으로 이전 정책과의 지속성, 연계성이 유지되었다. 이는 2000년 방송법에서 천명된 시청자 권익 보호 이념이 총 21회의 방송법 개정을 거치는 과정에서 한 번도 변화하지 않았다는 정인숙(2018, 22쪽)의 지적에 비추어 볼 때, 미디어교육이 시청자 권익 보호를 위한 중요한 정책 수단으로 여겨졌기 때문이라고 볼 수 있다.

변화한 부분이 있다면, 그동안 미디어교육, 프로그램 제작, 방송모니터링, 캠페인 및 세미나 등으로 세분화되어 있던 시청자단체활동 지원사업을 미디어교육, 방송환경조사, 정책제안으로 조정한 것이다. 보다 체계적인 미디어교육의 필요성이 부각됨에 따라 2009년부터 미디어교육은 시청자권익증진활동 사업에서 분리되어 독립적인 사업영역이 되었다. 미디어교육 교재개발, 미디어교육 활동 지원으로 진행되는 등 미디어교육은 명목상으로 독자적인 정책 영역으로서의 위상을 갖게 되었다.

이 시기 미디어교육 정책의 중요한 변화는 시청자미디어센터의 지속적인 증가와 시청자미디어재단의 설립이라 할 수 있다. 2014년에 강원, 대전, 인천 시청자미디어센터가, 2016년에는 서울, 울산 시청자미디어센터가 설립되었고, 각 시청자미디어센터는 지역을 중심으로 미디어교육과 미디어체험사업을 수행하는 기관이 되었다. 시청자미디어센터는 처음 설립 당시 방송위원회 산하 운영위원회에서 운영이 이루어지다 이후 한국방송통신전파진흥

홍원에서 위탁 운영되어 왔다. 이 과정에서 시청자미디어센터에 대한 전문성 부족과 체계적인 관리 부재가 문제로 지적되었으며, 그로 인해 시청자의 방송접근권 실현이라는 목적을 구현하기 어려웠다는 평가를 받았다. 더욱이 시청자미디어센터의 추가적인 설립이 이루어지면서 시청자미디어센터에 대한 체계적인 관리의 필요성이 부상하였다. 이에 따라 2015년 시청자미디어재단이 출범하여 시청자미디어센터를 관리, 운영하는 역할을 맡게 되었다. 시청자미디어재단은 각 지역에서 운영 중인 시청자미디어센터를 체계적으로 지원, 관리하고 시청자 제작 방송프로그램 지원, 장애인방송 제작 지원 등 다양한 시청자 권익 증진 사업을 수행하고 있다.

한편, 다양한 디지털 미디어의 등장과 확산으로 미디어교육 사업을 지원, 운영하는 기관이 증가하였다. 2009년 인터넷 정보보호 및 진흥기관으로 한국인터넷진흥원이 설립되어 인터넷 윤리 등 관련 미디어교육 사업을 수행하였으며, 같은 해 한국정보사회진흥원과 한국정보문화진흥원이 통합하여 한국정보화진흥원으로 출범하였다. 2010년에는 한국언론재단, 신문발전위원회, 신문유통원의 세 기관을 통합하여 한국언론진흥재단을 설립하였으며, 한국언론진흥재단은 뉴스리터러시 등 관련 미디어교육 사업을 수행하고 있다. 이 시기의 여러 미디어교육 정책기관의 현황과 미디어교육 사업에 대한 내용은 제3장 및 제4장에서 보다 자세히 논의하였다. 제3장이 방송통신위원회를 비롯한 다양한 유관기관의 미디어교육 정책 현황에 대한 논의라면, 제4장에서는 방송통신위원회의 미디어교육 정책의 흐름과 내용을 정리하였다.

이 시기의 미디어교육 및 미디어교육 정책에서 주목할 만한 변화는 역량 중심 교육에 대한 사회적 관심과 함께 미디어교육을 교육과정 내에 포함하여 학교 교육으로 실천하기 위한 움직임이 활발해졌다는 점이다. 더욱이 창의적체험활동, 자유학기제 등의 도입은 학교 교육으로서 미디어교육을 활성화하는 계기가 되었다. 2009 개정 교육과정에서 신문 활용 교육은 창의적 체험활동의 동아리 활동(학술활동) 영역에 포함되었고, 미디어교육은 창의적 체험활동과 연계 학습을 할 수 있는 범교과학습 영역의 하나로 편입되었다. 또한 2015 개정 교육과정의 경우 미래 사회에 적합한 인간상과 창의융합형 인재가 갖추어야 할 핵심역량을 제시하였다. 핵심역량은 자기관리 역량, 지식정보처리 역량, 창의적 사고 역량, 심미적 감성 역량, 의사소통 역량, 공동체 역량을 포함하는데, 그 중 의사소통 역량을 비롯한 주요 역량이 미디어 리터러시 역량과 같은 의미를 담고 있다. 이러한 역량 개념의 부상

은 학교 교육에서 무엇을 어떻게 가르쳐야 할 것인가에 대한 문제를 제기하였으며, 미디어 리터러시의 중요성에 대한 사회적 관심을 불러일으켰다. 이에 따라 교육부에서도 미디어 리터러시를 다양한 교과와 교육과정에서 어떻게 포함시킬 수 있으며, 미디어 리터러시를 학교 교육을 통해 어떻게 함양할 것인지를 연구하기 시작했다(정현선 외, 2015).

미디어교육에 대한 사회적 관심은 미디어 환경의 변화와도 관련되어 있다. 무엇보다도 디지털 기술의 발전으로 미디어가 늘어나고 그에 따라 뉴스의 생산량이 급격하게 증가하였다. 하루 동안 생산되는 기사의 양이 평균 약 6만 건이 넘는 것으로 추산되고 있으며(오세욱·김수아, 2016), 여기에 1인 미디어를 통해 생산되는 뉴스성 콘텐츠까지 더해지면 뉴스의 양은 헤아릴 수 없을 정도이다. 뉴스의 과부하가 이루어지는 상황에서 뉴스에 대한 선별 능력을 키우는 것이 중요해졌고, 뉴스가 양적으로 증가하면서 가짜 뉴스로 대표되는 허위정보의 유통이 사회적 문제로 부상하였다. 소셜 미디어의 확산은 사람들 간의 소통을 활발하게 하고 커뮤니케이션의 편의성을 제공하고 있지만, 동시에 이용자들을 파편화시키는 문제를 안고 있다. 소셜 미디어가 가짜 뉴스가 확산되는데 역할을 하고 있을 뿐만 아니라, 소셜 미디어의 폐쇄적인 이용은 오히려 세대 간의 불통을 비롯하여 다른 인종과 성, 민족에 대한 혐오를 부추기고 있는 것이다. 이러한 상황에서 미디어교육을 확대하여 이용자들이 스스로 미디어에 대한 비판적 인식과 분별력을 키우는 것이 가장 현실적인 대안으로 여겨지고 있다. 이에 따라 학교 교육으로서 미디어교육의 필요성이 강조되고 있고, 각 미디어교육 관련 기관에서도 학교 미디어교육 관련 사업이 확대되었다. 여기에 앞서 언급한 바와 같이 자유학기제의 도입은 학교 미디어교육에 대한 수요를 더 확장하고 있는 상황이다.

이 시기에 미디어교육과 관련한 또 다른 주요 정책적 이슈는 미디어교육 지원법이 발의되는 등 미디어교육을 제도화하려는 노력이 이루어졌다는 점이다. 민주당 최민희 의원이 2012년 8월 미디어교육지원법을 발의하였으며, 새누리당 김희정 의원도 2013년 9월 미디어교육지원법을 발의, 국회에 계류된 바 있다. 이후 2017년 미디어교육지원법 추진위원회가 출범하였으며, 2018년 5월에 다시 더불어민주당 유은혜 의원과 신경민 의원이 각각 미디어교육 관련 법안을 발의하였다. 신경민 의원이 발의한 미디어교육지원법안의 경우 국민의 미디어 이해와 활용 능력 강화를 통해 바람직한 미디어 이용문화를 조성하고 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 하며, 주요 내용으로는 미디어교육에 대한 정의, 미디어교

육 비용 지원, 5년마다 미디어교육종합계획 수립, 미디어교육위원회 신설 등의 내용이 포함되어 있다. 이러한 법제화 시도는 미디어교육을 체계화하기 위한 국가 단위의 정책적 노력의 일환이라 할 수 있다.

그동안 미디어교육은 미디어환경의 변화와 제반 사회적 조건의 변동 속에서 전개되어왔으며, 미디어교육 정책은 그러한 미디어교육의 변화에 발맞추어 왔다. 특히 2008년 이후 미디어교육 및 미디어교육 정책은 급격한 미디어 환경과 사회 변화가 이루어지면서 미디어교육 내용의 범위와 방향성, 미디어교육 실행방법에서 큰 변화를 겪어왔다. 이런 상황에서 다양한 정부 기관이 미디어교육 정책을 펼치고 있으나, 미디어교육의 방향성에 대한 철학적 인식과 사회적 공감대, 각 정책기관별 역할에 대한 소통과 전략 등 논의해야 할 과제가 산적한 상황이다. 더욱이 제4차 산업혁명에 기반한 지능정보사회의 도래는 미디어교육을 전환기로 이끌고 있으며, 이에 따라 미디어교육의 방향성에 대한 현실적이고도 책임 있는 논의를 시급히 요구하고 있다고 하겠다.

<표 2-2> 한국 미디어교육 및 미디어교육 정책의 흐름

시기	미디어교육 특징 및 정책 방향	정부	주요 미디어교육 사건 및 관련 정책
미디어교육 정책의 여명기 (1973~ 1989)	· 카톨릭교회 중심 미디어교육 개념 도입 · 언론수용자운동으로 미디어교육 실시 · 방송규제기관 설립 · 방송의 공공성, 공익성 등 공적 책임 강조	박정희 정부	· <제1차 주교 매스컴 세미나> 개최(1973): 카톨릭교회에서 미디어 선용교육 차원의 미디어교육 실시
		전두환 정부	· 전두환 정부 출범(1980)
			· <신문학보>에 '초중고교생을 위한 미디어교육 커리큘럼 개발연구' 발표(1980): 국내 최초로 미디어교육을 위한 구체적인 실행 모델 제시
			· 방송규제기관 설립(1981): 언론기본법에 의거 방송위원회 설립
			· 한국여성단체협의회 제1기 매스컴 모니터 교육(1984): 언론 수용자운동의 효시로 평가
			· KBS 시청료 거부운동(1986)
미디어교육 정책의 태동기 (1990~ 1999)	· 시민사회단체 중심 미디어교육 확산 · 수용자복지 강조 · 미디어교육 연구, 교육, 강사파견 등 관련 정책 사업 시작	노태우 정부	· 언론기본법 폐지(1987)
			· 방송법 공포: 방송의 민주적 여론형성, 국민 문화의 향상, 공공 복지의 향상 역할 천명
			· 노태우 정부 출범(1988)
		김영삼 정부	· 방송위원회 근거 법령 변경(1988)
			· 방송위원회 직무 강화: 방송의 운용·편성의 기본정책과 광고방송에 관한 사항, 방송법인 이사 추천, 방송내용의 향상을 위한 조사 연구 및 연수에 관한 사항, 시청자 불만의 처리에 관한 사항 등
			· 방송법 개정(1990): 방송의 공정성, 공공성, 공적 책임성, 다양성, 독과점 방지, 경제, 수용자의 복지와 권익 향상 추가
		김대중 정부	· 방송위원회 권한 강화: 방송내용심의권, 정책연구·조사권, 방송사 제재권, 시청자위원회, 편성비율규제 등
			· 민영방송(SBS) 도입(1991): 공민영방송체제 시작
		김영삼 정부	· 종합유선방송법제정(1991): 다매체다채널시대 진입
			· 김영삼 정부 출범(1993)
		김대중 정부	· 청소년보호법 제정(1997): 청소년유해매체물제도 도입
			· 김대중 정부 출범(1998)
		김대중 정부	· 한국언론재단 설립(1999): 미디어교육 강사 파견, 미디어교육센터 설립

미디어교육 정책의 도약기 (2000~ 2007)	· 시청자권익보호 및 방송참여 실현을 위한 미디어교육 정책 시행 · 시청자미디어센터 등 지역 미디어센터 확대 · 미디어교육 연구 지원 등 저변 확대	· 통합방송법 공포(2000): 방송의 공적 책임, 공정성, 공익성 이념 재정립, 품질 향상, 공정경쟁 추가, 전문성, 사회적 다원성, 대의민주주의, 독립성, 효율성, 소수자 보호 등의 이념 보강 · 시청자불만처리, 시청자위원회, 반론보도 청구, 시청자평가 프로그램, 시청자 참여프로그램, 시청자단체활동 지원(방송위원회가 방송발전기금을 통해 지원) 등의 구체적인 제도적 장치 제시 · 시청자단체활동 지원사업은 2000년 비영리민간단체지원법의 제정으로 본격화 · 방송위원회와 종합유선방송위원회 통합: 독립적인 방송 행정의 규제 기구로 방송위원회 개편 · 한국언론학회 미디어교육위원회 구성(2002): 미디어교육 연구 및 세미나 진행 · 노무현 정부 출범(2003) · 방송법 개정(2004): 방송의 산업성 기반 마련, 방송광고의 공익성과 책임성 명시 · 부산 시청자미디어센터 개관(2005): 지역시청자 대상 미디어교육, 미디어 강사 및 미디어교육 활동가의 양성과 활용, 시민사회단체, 공공기관, 학교의 미디어교육에 대한 지원 및 자문, 미디어교육의 정책 연구 · 퍼블릭 액세스 프로그램 제작 지원센터 역할, 장애인, 어린이, 노인 등 미디어 소외계층별 미디어교육과 제작지원 실시, 자막방송, 화면해설방송 제작 지원 및 제작인력 육성 활동 · 광주 시청자미디어센터 개관(2007) · 학교교육으로서 미디어교육 도입(2007): 국어과 교육과정에 매체언어 교육 도입, 2009년 개정 국어과 교육과정에서 폐지
미디어교육 정책의 확장기 (2008~ 현재)	· 미디어교육 확산 · 미디어교육 정책기관의 다변화 · 이용자보호, 윤리교육 중심 미디어교육 · 학교 미디어교육 확대 · 미디어교육 법제화 추진	· 이명박 정부 출범(2008) · 방송법 개정(2008) · 방송통신위원회 설치 및 운영에 관한 법률(방송통신위원회법): 기존 방송위원회와 기존 정보통신부가 통합된 기구로서 대통령 소속의 합의제 행정기관으로 출범: 방송 관련 정책 및 통신관련 정책, 방송통신융합 분야의 진흥과 규제 담당 · 미디어법 공포(2009): 신문사 및 대기업의 지상파, 종편, 보도전문채널 참여 허용

			· 한국인터넷진흥원, 한국콘텐츠진흥원 설립 및 한국정보화진흥원 출범(2009) · 창의적체험활동 운영(2009): 자율활동, 동아리활동, 봉사활동, 진로활동 운영 · 한국언론진흥재단 출범(2010): 신문 및 인터넷신문의 건전한 발전과 읽기 문화 확산, 신문산업의 진흥 목적 · 한국방송통신전파진흥원 개편(2011): 방송통신발전기금 위탁관리기관 지정 · 청소년보호법 개정(2012): 청소년유해매체물의 결정 및 유통 규제, 청소년의 인터넷게임 중독 예방, 청소년유해약물 등 청소년유해행위 및 청소년유해업소 등의 규제, 청소년보호사업의 추진(청소년의 유해환경에 대한 대응능력 제고, 청소년의 매체물 오용, 남용으로 인한 피해 예방 및 해소) · 미디어교육지원법 발의(2012): 민주당 최민희 의원
			· 박근혜 정부 출범(2013) · 미래창조과학부 신설(2013): 방송통신위원회의 방송통신진흥정책, 융합정책, 뉴미디어정책, 통신정책, 네트워크 정책 등의 방송통신융합기능이 미래부로 이관 · 미디어교육지원법 발의(2013): 새누리당 김희정 의원 · 자유학기제 실시(2013): 38개 연구학교 운영 · 강원, 대전, 인천 시청자미디어센터 개관(2014) · 시청자미디어재단 설립(2015): 미디어교육과 체험, 시청자의 방송프로그램 제작 지원, 장애인 등 미디어소외계층 지원, 방송제작 장비, 시설의 이용 지원, 공정한 방송환경 조성 · 국어과 교육과정에 미디어교육 도입(2015): ‘언어와 매체’로 고등학교 일반 선택 과목으로 설정 · 자유학기제 법제화(2015) · 인성교육법 제정(2015): 교육부 중심, 인성교육의 일환으로 미디어에 대한 비판적 이해 함양 교육 방안 모색 · 전체 중학교에서 자유학기제 운영(2016) · 서울, 울산 시청자미디어센터 개관(2016)
		문재인 정부	· 문재인 정부 출범(2017)

			· 100대 국정과제 ‘미디어의 건강한 발전’ 제시(2017)
			· 제4차 산업혁명에 대응한 지능정보사회 중장기 종합대책 발표(2017)
			· 미디어교육지원법 추진위원회 발족(2017)
			· 미디어교육 관련 법안 발의(2018): 더불어민주당 유은혜, 신경민 의원

5. 미디어교육 및 미디어교육 정책 전개과정의 시사점

미디어교육은 새로운 미디어의 등장에 따라 혹은 미디어와 관련한 사회적 필요에 따라 계속 변모하며 우리 사회에 자리 잡았다. 나라마다 미디어와 사회 환경이 다르고 그에 따라 요구되는 미디어교육의 형식과 내용도 달라지는 것은 당연하다. 실제로 1960~1970년대 영상 미디어의 폭력성과 선정성이 사회문제가 되면서 영국을 비롯한 서구 사회가 미디어로부터 수용자를 보호하는 방안으로 비판적 시청기술(critical viewing skill) 교육과 같은 미디어교육을 채택하였다(Buckingham, 2004/2013). 반면 한국의 경우 1970년대 텔레비전이 도입된 이후 방송프로그램의 폭력성과 선정성, 중독성 문제가 사회적 문제로 대두되었음에도 불구하고 미디어교육이 활발하게 전개된 계기는 언론보도의 문제였다. 1980년대 미디어교육의 부상은 당시의 정치적, 사회적 상황 속에서 편파 및 왜곡보도 등 언론의 공정성에 대한 문제 제기와 깊은 관련성을 맺고 있는 것이다. 그로부터 시작된 미디어교육은 한국 미디어교육의 특징을 규정하고, 미디어교육 정책의 틀을 형성하는 데 영향을 미쳤다.

미디어교육 및 미디어교육 정책의 전개과정에서 대한 검토를 통해 도출한 한국 미디어교육과 미디어교육 정책의 특징 및 시사점은 다음과 같다.

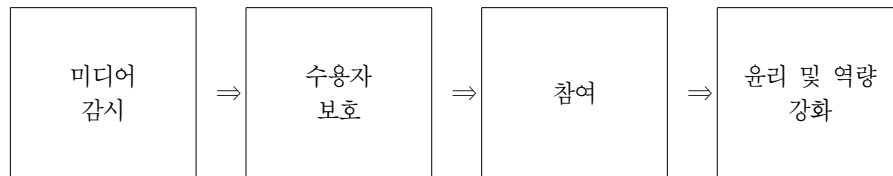
첫째, 아래로부터 시작되어 미디어교육 정책을 이끌어내고 미디어교육을 다양한 방식으로 수행해온 것은 한국 미디어교육의 특징이자 성과라 할 수 있다. 그러나 그러한 시민사회 영역의 성과가 발전적으로 이어지지 못하고 주변화되는 경향이 나타났다.

한국의 경우 시청자단체를 비롯한 시민사회 영역을 중심으로 미디어교육이 시작되고 전개되었다. 시민사회 부문의 역량이 축적되면서 미디어교육에 대한 제도적 지원과 관련 정책의 법제화를 요구하는 등 한국 미디어교육 정책의 수립과 발전은 현장에서 미디어교육을 펼쳐온 시민사회단체 미디어교육 활동의 역할이 컸다. 또한 미디어교육을 지속적으로 수행하고 현장에서의 실천을 통해 미디어교육의 발전 방안을 모색하고 있는 것도 시민사회영역의 기여라 할 수 있다.

그러나 시청자단체활동 지원사업을 비롯하여 미디어교육을 활성화하기 위한 정책들이 시민사회영역의 활동범위와 자율성을 제약하는 요인으로 작용하는 위험성을 지니고 있다. 실제로 2000년 이후 미디어교육 정책은 관련 부처가 정책 방향을 정한 후 해당 산하기관이 공모를 하고, 시민사회 부문에서 응모하여 선정되면 미디어교육 사업을 추진하는 방향으로 운영되어 왔다. 이러한 방식의 재정적 지원을 통한 미디어교육 운영은 시민들의 자발적인 참여와 권력과 자본으로부터의 독립이라는 시민사회 영역의 기본적인 가치를 훼손할 수 있다. 장기적이고 자율적으로 미디어교육의 방향성을 설정하지 못하고, 재정적으로 지원을 받는 사업을 중심으로 미디어교육 프로그램을 운영함으로써 활동의 고유성과 독립성을 잃을 수 있기 때문이다. 재정지원 중심으로 한 미디어교육 정책은 미디어교육의 활성화를 가져왔다는 순기능을 지니고 있음에도 불구하고 시민사회단체 활동의 독립성 훼손과 시민사회 영역의 미디어교육 저변 약화라는 부정적인 측면을 동시에 지니고 있는 것이다. 그런 점에서 시민사회 영역에서 미디어교육의 방향과 전략을 기획하고 실행 방안을 수립함으로써 미디어교육에 대한 시민사회 영역의 역량을 키울 수 있도록 유도하는 정책이 요구된다.

둘째, 역사적으로 각 시기마다 미디어교육에서 중요하게 여겨지는 가치가 있었고, 그에 따라 다양한 미디어교육 정책이 마련되었다. 그러나 미디어교육의 주요 가치들이 미디어 환경의 변동에 따라 그 사회적 함의가 달라졌음에도 불구하고 미디어교육 정책이 그 변화를 따라가지 못하는 지체 현상이 나타났다.

[그림 2-1] 한국 미디어교육의 주요 가치 변화



한국 미디어교육은 미디어에 대한 감시 차원에서 시작하여 보호, 참여, 윤리, 역량 등의 가치를 강조하는 흐름을 보이고 있다. 1980년대 언론수용자운동과 모니터링 교육은 당시 미디어교육이 언론보도에 대한 모니터링, 즉 미디어 감시 역할을 강화하기 위한 수단이었다. 다매체 다채널 시대가 시작된 1990년대에는 방송의 상업화로부터 어린이와 청소년을 비롯한 수용자를 보호하기 위한 미디어교육적 노력이 수행되었고, 2000년 방송법에 의해 제도화된 퍼블릭 액세스는 방송을 비롯한 미디어에 대한 수용자 참여의 중요성과 가치를 표방하였다.

이후 현재까지 시청자 권익의 하나로 참여가 중요하게 유지되고 있고, 그것을 지원하기 위해 시청자미디어센터 등 지원기관을 확장하는 정책이 지속되고 있다. 그러나 2018년 현재 미디어 환경은 참여의 가치가 부상한 1990년대 말이나 2000년대 초와는 전혀 다른 모습을 보이고 있다. 이용자가 스스로 콘텐츠를 제작하여 유통시킬 수 있는 소셜미디어와 개인미디어가 지배적인 미디어로 부상했기 때문이다. 단순히 채널과 시간대 확보를 통한 참여 여부의 문제가 아니라 어떻게 바람직한 참여가 이루어지도록 할 것인지, 이용자의 미디어 제작과 콘텐츠의 유통에 대한 통제가 어떻게 미디어교육적 가치를 갖도록 할 것인지가 오히려 더 중요한 이슈가 되고 있다. 그러나 디지털 미디어 시대에 참여의 가치를 어떻게 구현할 것인지 정책 목표나 방안에 대한 논의가 부재한 상황이다.

2010년대의 경우 디지털 미디어가 확산되면서 미디어 환경이 변화하고 이용자의 소통방식에도 혁신적인 변화가 나타났다. 새로운 미디어를 둘러싸고 개인정보보호, 악성 댓글 문제, 가짜뉴스를 비롯한 허위정보의 유통과 확산 등 사회적 이슈가 나타나면서 이용자에게 대한 보호 문제가 부상했고 건전한 미디어 환경 조성을 위해 윤리교육을 강화하는 정책이 시행되었다. 미디어의 상업성이 새로운 모습을 통해 사회문제를 야기하는 상황에서 수세

적인 윤리교육보다는 적극적으로 이슈에 대처하고 문제 해결을 모색할 수 있는 비판적 이해와 의사소통 역량이 그 어느 때보다 요구되고 있는 것이다. 그러나 이를 위한 미디어교육 프로그램이 체계적으로 제시되지 못함으로써 미디어교육 정책이 미디어교육의 방향을 설정하는 기준 역할을 다하지 못하고 있다.

또한 2010년대 중반 자유학기제의 실시는 갑작스럽게 미디어교육에 대한 수요를 높였고 이에 따라 각 기관에서 자유학기제용 미디어교육을 서둘러 시행하는 등 미디어교육 정책이 사회적 이슈를 따라가는 형상으로 진행되었다. 미디어교육이 비전과 장기적 전망 아래 기획되고 시행되기보다는 단기적인 교육 수요를 맞추는 역할을 수행하는 등 미디어교육 정책이 부재한 상황이다.

게다가 미디어 환경과 사회 변화에 비추어 기존의 정책 목표나 사업들을 점검하고 환류를 통해 개선하는 정책 검토 과정이 효율적으로 이루어지지 않은 채 새로운 미디어 이슈가 등장할 때마다 그에 대한 대응책으로 새로운 미디어교육 정책이 수립되어 왔다. 이로 인해 다양한 정부 기관이 미디어 리터러시 관련 정책을 펼치고 있지만 구심점이 없이 산만하게 전개되고 있어서 일관되고 효과적인 정책이 이루어지지 않고 있다는 비판(황치성·박지선, 2014, 4쪽)이 제기되는 등 미디어교육의 주요 가치와 그것을 구현하기 위한 정책에 대한 점검이 필요한 상황이다.

셋째, 전체적으로 미디어교육 시행 기관이 늘어나고 사회 미디어교육은 물론 학교 미디어교육이 활발해지는 등 미디어교육의 규모는 커졌지만, 확장된 외연만큼 미디어교육 정책이 미디어교육의 성숙과 내실화를 이끌지 못했다.

1990년대부터 미디어교육을 수행하는 기관이 설립되거나 미디어교육에 참여하는 기관이 늘어났다. 또한 새로운 미디어의 등장에 따라 인터넷, 스마트폰 등 해당 미디어에 특화된 미디어교육을 실시하거나, 뉴스 리터러시 등 새로운 이슈를 발굴하여 미디어교육을 전문화함으로써 미디어교육의 내용과 범위가 확장된 것은 분명하다. 이와 함께 가장 가시적인 확장 중의 하나가 학교 미디어교육의 확산과 시청자미디어센터의 전국적인 증설이라 할 수 있다.

그러나 자유학기제 운영을 위한 미디어교육의 경우 인적, 물적 자원의 한계가 있는 상황에서 학교 미디어교육으로 치우치다보니 사회 미디어교육이 소외되는 문제가 나타났고, 시청자미디어센터의 경우 현실적으로 요구되는 미디어교육을 수행하기에는 예산이나 인적 자원이 여전히 부족한 상황이다. 미디어교육 정책이 구체적인 정책목표나 비전 아래 시행되기보다는 그때그때 발생하는 이슈에 대처하는 방식으로 수립됨으로써 종합적인 계획 아래 체계적인 미디어교육이 시행되지 못한 것이다. 이로 인해 미디어교육의 외연은 확대되었으나 내실을 기하지 못하는 한계가 드러났다.

넷째, 수십 년에 걸쳐 미디어교육이 시행되었지만 각 정책기관에서 미디어교육에 대한 분명한 정의나 개념을 제시하지 못했다.

그동안 미디어교육은 미디어에 대한 지식 교육, 미디어 제작 교육 혹은 미디어를 활용한 교육 등으로 오해되었다. 또한 미디어교육이 포괄하는 미디어들이 늘어나면서 영상 리터러시, 정보 리터러시, 소셜 리터러시, 디지털 리터러시 등의 개념이 추가됨에 따라 미디어교육은 너무나 다양한 내용을 포괄해서 오히려 어떤 것도 특정하지 못하는 개념으로 여겨지기까지 했다.

이러한 미디어교육 개념의 부재는 미디어교육 정책을 시행하는 기관에서도 동일하게 나타났다. 방송통신위원회를 비롯하여 미디어교육 정책을 시행하는 여러 기관들에서 미디어교육의 정의를 공식적으로 천명하거나 개념을 제시하지 못했다. 정의나 개념은 어떤 것이 지향하는 목표나 내용을 가장 집약적으로 보여주는 역할을 하며, 그것을 토대로 정책이나 전략이 수립되는 과정을 거친다. 그런 점에서 볼 때 한국의 미디어교육은 미디어교육이라는 명칭만 존재했을 뿐, 그것이 지칭하는 의미나 내용이 무엇인지를 공식적으로 정리하는 사회적 논의과정을 거치지 못했다고 볼 수 있다. 미디어교육의 정의 및 개념에 대한 사회적 합의를 이끌어내어 공유하고, 다양한 미디어교육 주체들이 그러한 정의 아래 미디어교육 정책을 체계적으로 구성할 수 있는 기회를 갖지 못한 것이다.

미디어교육을 일찍부터 시행하고 관련 정책을 마련해온 영국의 경우 오프콤(Ofcom)을 중심으로 미디어 환경이 변화할 때마다 미디어교육의 개념과 내용을 재정의하여 천명해왔다. 특히 인터넷 시대를 맞아 오프콤의 제시한 미디어교육의 정의인 ‘접근(access)·이해

(understand)·창조(create)’는 미디어교육의 목표를 수립 혹은 재수립하는 것은 물론 미디어교육을 시행하기 위한 방안을 마련하는 기준이 되었다(Ofcom, 2003). 따라서 미디어교육의 발전과 미디어교육 정책의 체계적인 수립을 위해 미디어교육에 대한 정의 마련 등 가장 기본적인 작업이 이루어질 필요가 있다.

2018년 발의된 미디어교육지원법의 경우 제2조에서 미디어교육을 “방송, 통신 등을 포함한 미디어와 미디어를 통해 전달되는 콘텐츠에 대한 올바른 이해와 활용능력 증진, 미디어의 역기능 대응 등을 목적으로 하는 모든 형태의 교육”으로 정의하고 있다. 앞으로 미디어교육지원법안의 입법 및 사회적 논의 과정이 진행되면서 우리 사회에서 미디어교육이 어떤 비전과 철학을 제시하고, 어떤 정책 방향을 취할 것인지 의견수렴이 이루어질 필요가 있다.

다섯째, 지능정보사회의 도래 등 새로운 변화 속에서 미디어교육은 현재 다시 전환기를 마주하고 있으며, 미디어교육의 발전과 활성화를 위해서는 보다 견고한 제도적 뒷받침이 요구된다.

현재까지 이루어진 미디어교육의 특징적 강점과 성과를 기반으로 앞으로 어떻게 미디어교육 정책을 펴나갈 것인지는 우리 사회가 당면한 또 다른 과제라 할 수 있다. 현재 제4차 산업혁명으로 새로운 사회변화가 가시화되고 있고, 지능정보사회로의 진전은 새로운 미디어교육적 이슈를 제기하고 있다. 이런 상황에서 미디어교육의 방향성을 설정하고, 미디어교육의 목표를 구현하기 위한 실행 전략을 재정비하는 것은 가장 우선적인 미디어교육 정책 과제라 하겠다.

특히 최근 들어 사회의 근간을 흔들 정도로 강력한 미디어 이슈들이 등장하고 있다. 가짜뉴스가 가장 대표적인 사례로, 가짜뉴스는 단순히 허위정보의 유통으로 끝나는 것이 아니라 정보에 대한 사회적 신뢰 문제는 물론 정치, 사회, 경제 등 우리 사회 곳곳에 큰 파급 효과를 미치고 있다. 이처럼 미디어 관련 새로운 이슈가 계속 제기되고 있고, 인공지능, 로봇, 빅데이터 등 지능정보기술로 인해 앞으로 어떤 미디어 이슈가 생성될지 가늠하기 어려운 상황이다.

이러한 상황은 미디어교육 정책에 새로운 전환과 미디어교육을 위한 보다 견고한 제도적 기반을 요구하고 있다. 이를 위해 미디어교육법의 제정이 시급히 이루어질 필요가 있다. 최근 몇 년 동안 몇 회에 걸쳐 미디어교육 관련 법안이 발의되었지만 입법으로 이어지는 못했다. 그러나 이슈에 반응하여 단기적으로 대처하는 형식이 아니라 미디어교육 이슈를 주도하고 안정적인 미디어교육 정책을 수행하기 위해서는 법률로서 미디어교육 정책을 보장할 필요가 있다.

제2절 한국 미디어교육 정책 분석방향

정책분석은 정부의 정책수행과 맥을 같이 한다. 정책에 대한 과학적인 분석은 아닐지라도 어떤 정책을 결정하고 그것을 시행하며, 그 집행된 결과를 평가하는 과정에서 어떠한 형식으로든 분석이 이루어질 수밖에 없기 때문이다. 따라서 정책분석은 다양한 방식으로 정의될 수 있는데, 던(Dunn, 1981, 41쪽)에 따르면 정책분석은 정책과정 내에서 정책과정에 필요한 지식을 만들어내는 작업이며, 네이겔(Nagel, 1986, 247-248쪽)은 정책분석을 어떤 정책대안이 정책과 목적 간의 연관성에 비추어 주어진 목적을 달성하는데 바람직한지 여부를 판단하고 결정하는 것으로 본다. 정정길(1990, 18-19쪽)의 경우 정책분석을 보다 바람직한 정책결정을 위하여 수행되는 일련의 지적 작업으로 정의하고 있다. 결국 정책분석이란 합리적인 정책결정과 자원의 배분에 있어 객관적인 정보를 얻기 위한 평가라 할 수 있으며, 정책의 경향과 목표달성에 대한 분석에 초점을 두는 것이다(김정평, 2012, 683쪽).

정책은 기본적으로 변동성을 특징으로 하지만 동시에 사회적 안정성을 유지해야 하기 때문에 연속성이 유지되는 경향이 강하다. 또한 정책은 정책목표의 수립과 목표를 달성하기 위한 정책 수단이 필요하며, 정책 평가라는 일련의 환류 과정을 거친다. 이 과정에서 새로운 정책적 목표가 부여되기도 하고, 사회적 요구에 따라 정책의 혁신이나 변동, 종결이 발생하게 된다. 또한 정책은 국정 철학, 법제화, 예산 문제 등 다양한 요인이 작용하는 영역이라는 점에서 분석의 방향과 범위가 달라지게 된다. 그러나 다양한 정책에 대한 분석을 시도한 연구들의 경우 공통된 분석 방향을 갖는데 정책 목적, 정책 추진체계, 정책 내용, 정책과 정책 추진과정의 정치성 등 정책에 대한 평가를 살펴보는 것이다.

실제로 문화콘텐츠 정책을 평가하고 그에 기반한 개선방안을 모색한 심상민의 연구(2014)의 경우 정책목적과 국정철학, 정책방향(기조), 정책수단(내용, 집행방법, 대상), 추진체계(행정, 예산, 법제), 정치성의 항목으로 문화정책에 대해 분석하였다. 문화산업 정책 패러다임의 변화를 살펴본 김규찬의 연구(2017)에서는 문화산업의 정책 목표가 어떻게 제시되고 변화해왔는지, 그 과정에서 중장기 기본계획과 연간 계획 등 정책의 내용이 어떤 양상을 보이는지를 검토하였다. 나아가 정책목표가 어느 정도 달성되었는지 성과지표를 중심으로 문화산업 정책을 평가하였다. 이러한 분석을 통해 문화산업 정책이 무엇을 지향

해야 하며, 이를 구현하기 위한 제도적 뒷받침이 어떻게 이루어져야 하는지를 규명하고자 하였다.

또한 미디어교육 정책을 분석한 연구(박주연·최숙, 2016)의 경우 쿠퍼, 푸사렐리, 그리고 랜달의 연구(Cooper, Fusarelli, & Randall, 2004)에서 제시한 다차원 교육정책 분석모형을 채택하여 미디어교육 정책을 규범적, 구조적, 구성적, 기술적 차원에서 분석한 바 있다. 이 분석모형에서 규범적 차원의 분석은 분석 대상 정책이 내포하고 있는 믿음, 가치, 이데올로기를 분석하는 것이며, 구조적 차원의 분석은 정부조직, 제도적 구조, 체제 등의 차원에서 교육정책을 지원하는 방법을 분석하는 것이다. 구성적 차원의 분석은 정책형성 과정에서 참여하여 영향을 주고 혜택을 받는 수혜자에 대한 분석이며, 마지막으로 기술적 차원의 분석은 정책의 계획, 집행, 평가 등에 대한 분석을 포함한다. 방송위원회의 대표적인 미디어교육 정책이었던 시청자단체활동 지원사업을 분석한 조연하, 이영주, 그리고 배진아의 연구(2007)에서는 이 사업이 시청자권익보호정책으로서 지닌 타당성을 검토하기 위해 시청자단체활동 지원사업의 실행 목표와 사업내용과의 연결성, 지원사업의 운영방식의 문제, 시청자단체활동 지원사업의 유형별 평가 시스템의 문제 등에 주목하였다.

결국 미디어교육 정책은 미디어교육의 목표를 지원사업을 비롯한 다양한 수단으로 엮어내는 활동이라 할 수 있으며, 미디어교육 정책 주체가 미디어교육의 비전과 가치를 구현하기 위해 의도하는 종합적인 행동과 방침이라 할 수 있다. 그런 점에서 미디어교육 정책은 여타의 정책과는 다른 목적성을 지니지만 동시에 보편적인 정책 분석의 틀에서 활용되는 요인들을 반영하고 있다. 따라서 본 연구에서는 방송통신위원회를 비롯한 미디어교육 유관기관의 미디어교육 정책을 미디어교육의 정책 목표, 추진 체계, 정책 유형 및 내용을 중심으로 살펴보았다.

1. 미디어교육 정책 목표 분석

먼저, 미디어교육의 정책 목표는 각 미디어교육 유관기관에 대해 사회가 어떤 정책적 역할을 기대하느냐에 따라 정책의 방향이나 내용에 차이가 발생한다는 점에서 정책 분석의 중요 영역이라 할 수 있다. 정책 목표는 정부 등 공공기관이 미디어교육 정책의 방향과 내용을 설정하는 정당성과 근거가 되며, 어떤 방식으로 어떻게 미디어교육에 개입할 것인지

를 결정하는 것이다. 정책 목표의 타당성이 미흡하거나 정당성이 부족할 경우 정책의 추진 체계 설정은 물론 관련된 정책의 수행이 설득력을 갖추기 어렵다. 그렇기 때문에 시기별로, 기관별로 어떤 미디어교육 정책 목표를 설정해왔는지 분석하는 것은 미디어교육에 대한 사회적 목표와 미디어교육이 어떤 방향성을 갖고 추진되어 왔는지를 파악할 수 있는 방법이다.

예를 들어 시청자미디어재단이 시청자의 방송참여와 권익 증진을 정책 목표로 지니고 있다면, 한국언론진흥재단의 경우 정보 복지와 국민의 뉴스 리터러시 향상을, 그리고 한국 정보화진흥원의 경우 인터넷 리터러시 함양과 인터넷 윤리교육을 목표로 설정하고 있다. 이러한 정책 목표 현황을 파악함으로써 미디어교육이 목적하는 미디어 리터러시의 다양한 양상을 파악할 수 있으며, 구체적인 미디어교육 정책 사업이 기관별 정책 목표와 정합하고 있는지 검토할 수 있다.

2. 미디어교육 정책 추진체계 분석

미디어교육의 추진 체계에 대한 분석은 외적으로 미디어교육 정책이 어떤 제도적 구조 속에서 수행되어 왔는지, 다양한 사회적 자원과 어떤 관계를 맺어왔는지를 살펴보는 것이다. 이와 함께 미디어교육 정책 유관기관들 내에서 미디어교육 정책이 어떤 방식으로 수행되어 왔는지를 조직 내적인 차원에서 분석함으로써 미디어교육 정책의 추진 체계를 종합적으로 파악할 수 있다.

본 연구에서는 미디어교육 정책을 수행하고 있는 기관 중 10여년 이상 관련 사업을 수행해온 기관들을 선정하였다. 구체적으로 방송통신위원회 산하의 시청자미디어재단, 한국 정보화진흥원, 문화체육관광부 산하의 한국언론진흥재단과 영상미디어센터, 그리고 한국 인터넷진흥원의 미디어교육 정책 사업을 이관 받아 관련 사업을 수행하고 있는 한국정보화진흥원의 미디어교육 정책 추진체계를 분석하였다. 이들 기관이 어떤 제도적 배경을 지니고 있으며, 어떤 법적 근거 하에 미디어교육 정책을 수행해왔는지, 그리고 미디어교육 정책 추진체계 상의 변화는 어떠한지 살펴보았다.

특히 방송통신위원회 미디어교육 정책 추진체계의 경우 지난 10년의 기간 동안 어떤 유관기관과 연계해왔고 그 과정에서 드러난 한계는 무엇인지, 또한 방송통신위원회 내부적

으로 어떤 부서를 중심으로 이루어져 왔으며, 구체적인 미디어교육 사업 추진을 위해 어떤 체계와 절차를 통해 미디어교육 지원사업을 추진했는지 파악하였다. 이를 통해 미디어교육 정책을 지속적으로 담보하고 발전시킬 수 있는 제도적, 조직적 방안은 무엇인지 도출하고자 하였다.

미디어교육 정책 추진체계에 대한 분석은 미디어교육 정책의 형성과 변화의 과정을 드러냄으로써 미디어교육 정책이 그 기관의 정책 업무에서 차지하는 위상이나 의미를 파악할 수 있으며, 제도적, 조직 체계적으로 어떤 한계를 지니고 있는지를 이해할 수 있다. 나아가 미디어교육 정책 추진의 문제를 점검함으로써 미디어교육 정책 수행의 개선방안을 도출할 수 있다.

3. 미디어교육 정책 유형 및 내용 분석

마지막으로 미디어교육 정책 유형 및 그 내용을 살펴보는 것이다. 정책분석은 기본적으로 정책내용에 관한 다양한 정보 수집, 현황 및 실태분석, 그리고 문제점을 파악하는 과정이 전제되어야 한다. 이를 바탕으로 궁극적인 정책의 목표를 평가하고, 바람직한 정책대안을 탐색하는 과정으로 이어질 수 있다. 이러한 맥락에서 본 연구는 미디어교육 정책 유형과 내용의 역사적 흐름과 전체적인 현황을 동시에 파악하기 위해 미디어교육 유관기관의 경우 최근 3년 동안 이루어진 미디어교육 지원사업의 내용을 검토하였으며, 최근 10년 동안 이루어진 방송통신위원회 미디어교육 지원사업의 세부적인 내용을 분석하였다.

국내 미디어교육 정책사업의 현황을 분석하기 위해서, ‘교육사업’, ‘교육인력양성사업’, ‘교육콘텐츠개발사업’, ‘하드웨어인프라구축사업’, ‘연구와 조사사업’, ‘홍보사업’ 등 총 6개 정책유형으로 구분하였다. ‘교육사업’은 기본적으로 학교, 일반 미디어 이용자를 대상으로 운영한 미디어교육 프로그램이 포함되며 미디어 체험이나 미디어거점학교 운영 등이 이에 해당한다. ‘교육인력양성사업’은 미디어교육 강사 및 전문가 양성 프로그램, 워크숍 등을 포함하며, ‘교육콘텐츠개발사업’은 미디어교육 교재개발 및 미디어교육 아카이브 운영 등이 해당한다. ‘하드웨어인프라구축사업’은 시청자미디어센터 건립 및 관련 기자재 구축 등을, ‘연구와 조사사업’은 정책연구 및 조사연구 사업 등을 포함한다. 마지막으로 ‘홍보사업’은 미디어교육 컨퍼런스 개최, 미디어교육 소식지나 학술지 발간 및 각종 캠페인 사업을

말한다. 이들 6개 정책유형의 흐름을 살펴보기 위해 분석기간을 방송통신위원회가 출범한 이명박 정부 시기부터 박근혜 정부, 문재인 정부 시기로 구분하였다. 각 시기별로, 연도별로 미디어교육의 비전과 정책목표 하에 추진한 미디어교육 정책 과제와 구체적인 사업 유형, 그리고 그에 투입된 예산의 규모 등을 분석하였다.

미디어교육 정책을 위와 같이 다차원적으로 살펴보는 것은 미디어교육 정책 자체가 미디어환경과 사회 변화에 민감하기 때문이기도 하지만 미디어교육 정책이 다종다양한 사회적 여건과 관련되어 복잡다단하게 전개되고 있기 때문이다. 미디어교육 정책의 방향이 어떻게 변화해왔는지, 다양한 내외부 환경과의 관련성 속에서 미디어교육의 추진체계가 어떻게 형성, 변화해왔는지, 그리고 구체적인 미디어교육 정책이 어떤 유형으로 또 어떤 내용으로 수행되어 왔는지를 파악함으로써 미디어교육 정책이 앞으로 무엇을 해야 할지 그 방향성과 전략을 논의할 수 있을 것이다.

제3절 분석방법 및 절차

이 연구에서는 한국 미디어교육 정책 지형을 분석함과 동시에 방송통신위원회 정책 사업의 특성을 살펴보기 위하여 문헌분석과 심층인터뷰를 실시하였다.

1. 문헌분석: 분석대상 및 자료수집

분석은 크게 두 가지 차원을 교차하여 이루어졌다. 하나는 한국 미디어교육 정책 및 기관의 현황을 살펴봄으로써 정책 지형을 그려보는 횡적 차원이다. 분석대상 기관은 미디어교육에 장기적인 관심을 가지고 지속적으로 정책을 수립하고 집행하고 있는 방송통신위원회와 문화체육관광부를 선정하고, 정책 사업들을 수행하고 있는 시청자미디어재단, 한국정보화진흥원, 한국언론진흥재단, 지역영상미디어센터를 함께 선정하였다. 기관 및 정책현황을 기술함에 있어 필요에 따라 역사적으로 다루되 최근 2~3년의 정책현황을 토대로 분석하였다.

다른 하나는 한국 미디어교육 정책에 있어 오랜 기간 주축이 되어 정책을 수립하고 집행하고 있는 방송통신위원회 미디어교육 정책 사업의 특성을 분석하는 종적 차원이다. 여기서는 분석대상을 방송통신위원회와 위탁수행기관인 시청자미디어재단, 한국정보화진흥원으로 한정하였다. 분석기간은 방송통신위원회 출범 이후인 2008년부터 2017년까지로 설정하였다. 경우에 따라 연초에 생산되는 문서, 즉 예산편성자료, 업무보고, 사업계획서 등은 2009년부터 2018년까지로 하였다.

문헌분석에 필요한 자료를 수집함에 있어서 우선적으로 방송통신위원회(시청자미디어재단, 한국정보화진흥원 포함)의 협조를 얻었다. 방송통신위원회의 미디어교육 관련 조직과 담당자 변동이 잦고, 위탁수행기관이 한국방송통신전파진흥원에서 시청자미디어재단으로, 한국인터넷진흥원에서 한국정보화진흥원으로 바뀌는 과정이 있어 자료가 산발적으로 있거나 유실되어 있어 자료수집에 큰 어려움이 있었다. 또한 기관에 따라 문서를 생산하고 관리하는 방식이 다른 것은 물론이거니와 같은 기관 내에서도 담당부서에 따라 관리체계나 유목 등이 다르기 때문에 분석의 일관성을 확보하기 위하여 노력하였다. 이외에도 국회도서관 및 국회전자도서관을 통해 자료를 열람하거나, 기관 홈페이지 게시물, 연구보

고서, 기사 등을 광범하게 수집하였다. 수집된 자료는 다음과 같다.

- 방송통신위원회 예산 및 기금운용계획 사업별설명자료 (2009~18년)
- 문화체육관광부 예산·기금운용계획 개요 (2016~18년)
- 문화체육관광부 예산 및 기금운용계획 사업설명자료 (2016-18년)
- 방송통신위원회 업무보고 (2009~12년)
- 방송통신위원회 업무계획 (2013~18년)
- 방송통신위원회 연차보고서 (2008~17년)
- 시청자미디어센터백서 (2007~2014년)
- 시청자미디어재단백서 (2015년)
- 각 지역 시청자미디어센터 사업계획서 또는 사업계획(안) (2016~17년)
- 방송통신위원회 각 사업 수행계획서, 최종(결과)보고서, 정산보고서 (2008~2017년)
- 한국언론진흥재단 사업설명회자료 (2014~18년)

- 방송통신위원회 홈페이지 <https://www.kcc.go.kr>
- 시청자미디어재단 홈페이지 <https://kcmf.or.kr>
- 각 지역 시청자미디어센터 홈페이지
- 한국정보화진흥원 홈페이지 <https://www.nia.or.kr>
- 아름다운 인터넷 세상 홈페이지 <https://www.아인세.kr>
- 한국방송통신전파진흥원 홈페이지 <https://www.kca.kr>
- 한국인터넷진흥원 홈페이지 <https://www.kisa.or.kr>
- 한국언론진흥재단 홈페이지 <http://www.kpf.or.kr>
- 미디어교육 FORME <https://www.forme.or.kr>
- 교육부 자유학기제 홈페이지 <http://www.ggoomggi.go.kr>

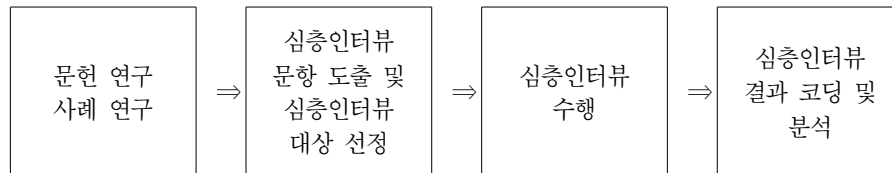
2. 심층인터뷰

가. 조사 대상 및 절차

미디어교육 현황을 분석하기 위해서 연구진들은 문헌연구, 기존보고서, 사례연구를 통해 미디어교육 유관기관의 실태조사를 시행하였으며, 실태조사 결과에 대한 보완을 위해서 전문가를 대상으로 심층인터뷰를 수행하였다. 심층인터뷰는 관찰하고자 하는 상황에 대한 심층적이고 폭넓은 견해를 얻기 위한 수단으로 개방형 질문을 통해 풍부한 정보를 얻어내는 기법이다(김영천, 2012).

이번 심층인터뷰는 미디어교육을 수행하는 대표적 기관의 실태 분석을 위해 사례 조사를 수행하면서, 실제로 기관별 전문가들에게 더욱 풍부한 정보를 얻기 위해서 전문가조사를 실시하였다.

[그림 2-2] 심층인터뷰 수행 과정



심층인터뷰 대상의 선정은 본 연구에서 실태조사를 수행한 미디어교육 수행기관에서 미디어교육 사업과 정책을 담당자, 미디어교육 관련 학계 및 연구자, 시민단체 활동가 집단을 선정하였다. 심층인터뷰 대상자는 미디어교육 수행기관 담당자 각 7명, 학계 및 연구자 2명, 시민단체 활동가 집단 2명을 선정하였다. 심층인터뷰에 참여한 대상자에 대한 정보는 아래 표와 같다.

<표 2-3> 심층인터뷰 대상자 정보

구분	집단	관련 정보	비고
A1	미디어교육 수행기관	미디어교육 정책 담당	40대
A2	미디어교육 수행기관	미디어교육 정책 담당	50대
A3	미디어교육 수행기관	미디어교육 사업 담당	40대
A4	미디어교육 수행기관	미디어교육 사업 담당	30대
A5	미디어교육 수행기관	미디어교육 사업 담당	40대
A6	미디어교육 수행기관	미디어교육 정책 담당	40대
A7	미디어교육 수행기관	미디어교육 정책 담당	40대
B1	시민단체 활동가 집단	시민단체 대표	50대
B2	시민단체 활동가 집단	시민단체 활동가	50대
C1	학계 및 연구자 집단	교수	40대, 교육학 박사
C2	학계 및 연구자 집단	연구	40대, 교육학 박사

심층인터뷰는 질문지를 구성, 2018년 11월 5일부터 이메일로 전송하여 3주의 시간을 두고 의견을 수렴하였다. 추가적으로 필요한 정보 혹은 확인을 위해서 심층인터뷰 대상자와 전화 및 면대면 대화를 활용하였다. 심층인터뷰의 결과는 문항별로 코딩하여 분석하였으며, 결과 분석 과정에서 연구자들의 토론을 통해 분석의 타당성을 높이고자 하였다.

나. 질문 구성

심층인터뷰 질문은 문헌조사와 사례조사를 통해 얻어진 결과를 분석하고, 필요에 따라 필요한 설명을 보완하기 위한 내용으로 구성하였다. 첫 번째로, 미디어교육 수행기관별로 그간 진행해 온 미디어교육 정책 사업들을 7가지 유형으로 나누어 각 기관이 생각하는 강점과 약점, 그리고 정책 사업과 관련한 미디어교육 수행시의 애로점, 인적 역량, 사회적 인식에 대한 의견을 요청하는 질문지를 구성하였다. 두 번째로, 제4차 산업혁명, 지능정보사회 등의 미디어환경변화와 미디어교육을 둘러싼 미디어교육법 발의 등, 미디어교육의 위기와 기회에 대한 진단, 그리고 이를 대처하는 기관별 정책방향에 대한 의견을 요청하는

질문지를 구성하였다. 세 번째로 미디어교육이 행정부처의 정책사업으로 추동되는 방식에 대한 의견 및 개선점 등에 대한 의견을 요청하는 질문지를 구성하였다. 구체적인 질문 영역 및 질문 분야와 내용은 아래 표와 같다.

<표 2-4> 전문가 대상 심층인터뷰 질문 구성

구분	질문 내용
미디어교육 정책사업에 대한 진단 및 의견	한국의 미디어교육 정책 사업을 아래 7개 영역으로 구성하고 전반적 의견 및 해당 영역에 대한 각 기관별 강점과 약점에 대한 평가 (1) 학교미디어교육 정책 (2) 사회미디어교육 정책 (3) 교육인력양성 정책 (4) 교육콘텐츠 정책 (5) 하드웨어 인프라 구축 정책 (6) 연구와 조사 정책 (7) 홍보 정책
	미디어교육에서 해결해야 할 과제나 애로사항, 개선점에 대한 의견 (1) 국가적 지원(예산, 법적, 제도적 지원 등) (2) 미디어교육에 대한 사회적 인식 (3) 기관 내의 조직 역량 및 인적 자원
미디어교육 정책사업의 기회 요소 및 위기 요소	제4차 산업혁명, 지능정보사회, 미디어교육법 발의로 인해 미디어교육의 관심이 높아지고, 향후 미디어교육의 역할이 매우 중요해질 것으로 예측됨에 따라 한국 미디어교육 정책에서의 예측되는 위기와 기회
미디어교육 정책 사업에 대한 평가	국내 미디어교육이 행정부처들의 정책 사업으로 추동되는 방식이 가지는 장점과 단점, 변화 또는 개선이 필요한 부문 국내 미디어교육이 교육부의 정책에 의해 추동되는 방식 국내 미디어교육이 안정적으로 실행되기 위한 교육부의 역할 및 향후 변화 및 개선방향

제3장 한국 미디어교육 정책 지형 분석

본 연구는 국내 미디어교육 정책사업의 현황을 파악하기 위해 정책연구보고서 등 선행 연구 검토, 미디어교육 유관기관별 홈페이지, 홍보자료 및 미디어자료의 검색, 관련 행정 부처 정책홍보 자료 등을 토대로 미디어교육 유관기관별 미디어교육 정책사업을 살펴보고자 하였다. 각 기관에서 제공하는 정보 이외에 실제 미디어교육 정책사업 및 유형 등에 대한 다양한 의견을 얻기 위해 미디어교육 담당자, 전문가 인터뷰 및 제공 자료를 토대로 미디어교육 유관기관별 정책사업 분석을 통해 한국 미디어교육 정책 지형을 분석했다.

제1절 미디어교육기관 현황

국내 미디어교육은 시민사회에서 시작된 언론수용자운동으로 시작되어 1990년대 후반부터 방송법 개정 등을 통해 정부 정책사업으로 재편되는 과정을 거쳤다. 국내 미디어교육과 관련된 유관기관들은 방송통신위원회 산하의 시청자미디어센터를 관할하는 시청자미디어재단, 한국정보화진흥원, 한국인터넷진흥원, 문화체육관광부 산하의 한국언론진흥재단 한국콘텐츠진흥원, 한국문화예술교육진흥원, 영화진흥위원회, 그리고 각 시도지역별 영상미디어센터를 들 수 있다. 이외에도 방송통신심의위원회, 한국저작권위원회, 한국전파진흥협회, 정보통신산업진흥원, 한국정보통신기술협회, 영상물등급위원회가 미디어교육 유관기관으로 분류된다.

본 연구에서는 국내 미디어교육 유관기관들 중에서 정책 보고서와 미디어교육 전문가들로부터 대표적으로 거론되는 방송통신위원회 산하의 시청자미디어재단, 한국정보화진흥원, 한국인터넷진흥원, 문화체육관광부 산하의 한국언론진흥재단, 지역영상미디어센터를 중심으로 국내 미디어교육의 지형을 분석하고자 한다. 4개 기관들 중에서 한국정보화진흥원은 한국인터넷진흥원의 정책사업을 2016년 1월부터 이관하여 수행하고 있다.

본 연구에서 살펴볼 각 기관들은 각기 소관 행정부처도 다르지만, 각 기관별로 미디어교육의 대상, 교육내용, 형태 등이 다른 구조를 보이고 있다. 먼저, 시청자미디어재단은 2015년 5월 출범하였고, 2018년 현재 부산, 광주, 인천, 강원, 대전, 서울, 울산의 7개 지역에 건

립된 시청자미디어센터를 운영하고 있다. 2005년 11월 부산 시청자미디어센터, 2007년 6월 광주 시청자미디어센터가 건립되었으며, 방송위원회((현)방송통신위원회)가 예산, 사업, 정책 수립, 운영, 유지관리의 책임을 지고 있었다. 시청자미디어재단이 설립되기 전까지 방송통신위원회의 미디어교육 정책은 복잡한 구조를 보이고 있다. 부산, 광주의 시청자미디어센터 설립 이후 이들 센터들에 대한 운영은 방송위원회가 맡고 있었다. 2012년 시청자미디어센터 설립 및 재원 지원 근거를 규정한 방송법, 시행령이 개정되면서 한국방송통신전파진흥원(KCA)이 연간 단위로 방송통신위원회와의 협약을 통해 시청자미디어센터를 위탁 운영하였고, 사업비와 운영비는 방송통신발전기금에서 전액을 지원 받았다(김동준·김동원·정미정, 2015, 56쪽). 추가적으로 강원, 대전, 인천 지역에 시청자미디어센터가 건립되면서, 한국방송통신전파진흥원이 전국 네트워크의 시청자미디어센터를 위탁 운영하는 시스템에 대한 한계가 지적되었고, 2014년 10월 시청자미디어재단이 설립되었다. 이후 시청자미디어재단이 지역 시청자미디어센터 운영 업무를 수행하기 시작했다.

<표 3-1> 시청자미디어재단 및 시청자미디어센터 연혁

기간	주요내용
2001년 7월	시청자미디어센터 건립 준비단 구성
2003년 11월	국회 문화관광위원회 의결
2004년 2월	방송위원회, 시청자미디어센터 건립 기본계획 수립
2005년 11월	부산 시청자미디어센터 개관
2007년 6월	광주 시청자미디어센터 개관
2012년 1~7월	시청자미디어센터 설립 및 재원 지원 근거를 규정한 방송법, 시행령 개정
2014년 5월	방송법 개정으로 법인화 근거 마련(방송법 제90조의 2) 방송법 개정안 시행(2014년 11월)
2014년 7월	시청자미디어센터 법인설립위원회 구성 및 운영
2014년 7~8월	강원, 대전, 인천 시청자미디어센터 개관
2014년 10월	시청자미디어재단 설립
2015년 5월	시청자미디어재단 출범
2016년 12월	서울, 울산시청자미디어센터 개관

한국언론진흥재단은 신문발전위원회, 한국언론재단, 신문유통원을 통합하여 2010년 2월 문화체육관광부 산하 기금관리형 준정부기관으로 출범했다. 한국언론진흥재단의 전신인 한국언론재단은 1999년에 ‘신문, 방송, 통신, 인터넷 등 미디어의 균형발전을 도모하고, 저널리즘의 질적 제고를 통해 민주적 여론형성과 수용자의 권익 증진 및 주권 확립에 기여’하기 위해 설립되었으며, 한국언론회관, 한국언론연구원, 한국언론인금고 등 언론 3개 단체를 확대 통합하여 재단법인으로 발족하였다. 한국언론진흥재단에서 신문사들과 함께 시작한 신문교육(Newspaper In Education, NIE)을 시행했으며, 2015년에 ‘뉴스리터러시’교육을 시행하고 있다.

<표 3-2> 한국언론진흥재단 연혁

기간	주요내용
1999년 1월	한국언론재단 발족
2009년 7월	신문 등의 진흥에 관한 법률 공포
2009년 8월	한국언론진흥재단 설립추진단 발족
2010년 1월	한국언론진흥재단 설립

한국인터넷진흥원은 인터넷 진흥, 인터넷 정보보호 및 그에 대한 국제 협력 업무를 수행하는 과학기술정보통신부 산하 위탁집행형 준정부기관이다. 한국인터넷진흥원의 설립 근거 법률은 정보통신망법 제52조이다. 2009년 7월 정부의 공공기관 선진화 정책에 따라 방송통신위원회 산하 3개 기관인 한국정보보호진흥원(KISA), (구)한국인터넷진흥원(NIDA), 정보통신국제협력진흥원(KIICA)이 통합되어 출범하였다. 한국인터넷진흥원에서 2015년 12월 31일까지 수행한 미디어교육 사업은 ‘인터넷’에 국한되어 있었다. 현재의 한국인터넷진흥원으로 통합되기 이전에 (구)한국인터넷진흥원(NIDA)에서 수행하던 ‘인터넷리터러시’ 교육을 위한 교재 개발 및 학교교육 지원 사업으로부터 시작되었다. 2009년 (현)한국인터넷진흥원(KISA)으로 통합되면서 인터넷리터러시에서 인터넷윤리로 교육의 방향성을 수정하여 2015년까지 수행되었으며, 2016년 정부부처 간 중복사업 조정을 통해 한국정보화진흥원으로 인터넷윤리 정책사업이 이관되었다.

한국정보화진흥원³⁾은 2009년 한국정보사회진흥원과 한국정보문화진흥원⁴⁾을 통합하여 현재의 한국정보화진흥원으로 모습을 갖추었다. 한국정보화진흥원의 미디어교육 정책 사업은 복잡한 연혁을 가지고 있는데, 한국정보화진흥원은 정부부처 통합과정 이후 한국정보문화진흥원의 인터넷 중독, 정보격차해소 등의 정책 사업에서 실행해왔던 ‘정보통신윤리교육’을 수행해왔다. 하지만 이명박 정부의 정부부처 통합과정에서 발생한 중복 사업 등을 조정하는 과정에서 2016년 1월부터 한국인터넷진흥원이 수행해온 ‘인터넷윤리교육’ 정책사업을 이관 받아 수행하고 있다. 현재 한국정보화진흥원은 과거 한국정보문화진흥원의 인터넷중독 예방사업, 정보통신윤리사업, 그리고 디지털격차 해소사업과 한국인터넷진흥원의 인터넷윤리 교육을 함께 실행되고 있다.

지역영상미디어센터는 문화체육관광부((구)문화관광부)가 2003년 지역영상미디어센터 설립 지원사업을 통해 지역 간의 영상문화의 균형발전을 고려하여 2005년부터 2009년까지 5년간 전국 15개 시·도에 1개소씩 설립을 목표로 시작되었다. 지역영상미디어센터는 지방자치단체의 협업모델이다. 설립예산은 문화체육관광부와 지자체가 각각 10억원을 투입하고, 운영예산은 지자체가 부담하는 형태이다. 지역영상미디어센터는 ‘지역의 영상문화 활성화’를 위한 기반 사업으로서 문화체육관광부와 지자체가 협동해서 실행하고 있는 사업이다. 즉 문화체육관광부가 시설투자 등을 지원하고, 지자체에서 운영하는 방식이다. 지역영상미디어센터는 전국미디어센터협의회 등을 통해 다양한 형태의 미디어센터들의 실제 운영에 관하여 협의체를 구성하여 상호교류하고 있다.

미디어교육은 그 자체로 교육을 다루고 있다는 점에서 교육부와 관련성이 높을 수밖에 없다. 학교교육의 경우에는 교육부 정책을 통해서 미디어교육의 실행이 가능하며, 사회영역에서 수행하고 있는 디지털 격차해소 등의 평생교육과 관련해서도 교육부의 정책이 적지 않은 영향을 미치고 있다. 특히 국내 미디어교육 현황을 살펴보면, 2010년 이후 교육부의 정책은 미디어교육과 관련한 관심과 학교 현장으로 진입할 수 있는 기회를 제공한 것으로 보인다. 2011년 스마트교육 추진 전략 발표, 2013년 창의적 체험활동 추진, 2015년 자

3) 한국정보화진흥원은 현재 2009년 기관통합 이후, 과학기술정보통신부와 행안부의 업무를 수행하고 있다.

4) 1987년 한국전산원으로 설립되었고, 1992년 한국정보문화센터로 개편하였으며, 2003년 한국정보문화진흥원(KADO)으로 확대 개편되었다.

유학기제 시행과 같은 일련의 교육정책의 변화는 학교미디어교육의 확대에 영향을 미친 것으로 보인다. 향후 도입되는 고교학점제는 미디어교육이 선택과목의 형태로 운영될 가능성을 높이고 있는데, 현재 연구학교 54개, 선도학교 51개로 총 105개교가 고교학점제를 시범적으로 운영하고 있으며, 2022년 본격적으로 시행될 예정이다. 학점제형 새 교육과정의 본격적용은 2025년부터이다.

<표 3-3> 교육부 정책과 미디어교육

구분	시사점
스마트교육 (2011)	· 스마트교육환경 변화와 융합교육 시도 · 학교 현장에서의 스마트기기 활용 · 디지털리터러시 필요성 증대 · 미디어교육의 교수법 등의 적용가능성 제시
창의적 체험활동 (2013)	· 초·중·고등학교에서 시행 · 비교과영역의 활동을 자율, 동아리, 봉사, 진로 활동으로 통합하여 학교별 상황에 맞게 자유롭게 탄력운영하게 제공 · 동아리활동을 중심으로 미디어교육 프로그램 운영 가능
자유학기제 (2015)	· 중학교 1학년 대상의 진로탐색을 위한 학기제 교육 · 진로탐색, 동아리활동, 학생선택프로그램, 예술체육 중점모형 등으로 운영 · 1학기동안 미디어교육 프로그램을 안정적으로 학교교육에서 시행 가능
고교학점제 (2022)	· 진로에 따라 학생들이 다양한 과목을 선택하여 이수할 수 있도록 하는 제도로, 고등학생 대상 · 선택과목 내에 미디어교육 과목 신설 가능

국내 미디어교육을 실행함에 있어 초·중·고등학교 대상 교육에서 걸림돌이 된 것은 학교 현장으로의 진입과 일회성이 아닌 지속성을 가진 교육이었다. <표 3-3>에서 제시된 교육부의 정책으로 인해 국내 학교 미디어교육이 일회성이 아닌 학기 단위로 진행될 수 있는 근거가 되었다. 특히 자유학기제의 경우는 미디어교육이 진로체험프로그램의 형태로 적용되는 계기가 되어 전국 중학교 1학년을 대상으로 미디어교육이 확대되도록 하는 데 결정적인 영향을 미쳤다.

하지만 교육부의 입장에서 미디어교육은 창의적 체험활동, 자유학기제를 시행하기 위한 다양한 협력 기관들의 교육프로그램 중의 하나이다. 교육부의 정책에서 미디어교육이 중점 정책으로 다뤄지지 않고 있다. 교육부 정책과 관련해서 전문가들은 교육부가 미디어교육에 대한 체계적이고 심층적인 관심을 가지고 있지 않으며, 단지 학교 교육과정 개편 등의 일련의 과정에서 학생지원의 형태로 적용된 것이라고 평가하고 있다.

제 2 절 미디어교육기관 미디어교육 정책사업의 특성 분석

1. 정책목표

미디어교육 유관기관들의 미디어교육 정책에 관한 분석을 시행하기 위해서는 먼저, 미디어교육 정책의 비전과 목표에 대한 분석이 필요하다.

그간 미디어교육 유관기관들은 각기 다른 정부부처에 소속되어 미디어교육 정책 사업의 목적, 철학, 가치체계 등에서 다른 방향성을 보여주고 있다. 그리고 기관별로 미디어교육을 다양한 형태로 운영하고 있다. 미디어센터로 분류되지만 시청자미디어재단의 시청자미디어센터와 문화체육관광부에서 설립한 지역영상미디어센터들은 정책사업의 운영상에서도 차이를 나타낸다. 또한 방송통신위원회와 문화체육관광부를 주무부처로 둔 미디어교육수행기관들도 각기 교육내용과 목표에 차이를 두고 있다. 방송통신위원회의 경우, 시청자미디어재단은 영상, 한국인터넷진흥원과 한국정보화진흥원은 인터넷을 다루고 있다. 문화체육관광부의 경우에도 지역영상미디어센터는 영상을, 한국언론진흥재단은 신문(뉴스)을 다루고 있다. 이런 차이는 각 기관들이 설립된 법적 근거를 살펴보면 잘 이해할 수 있다. 본 연구에서 분석할 4개 기관 가운데 방송통신위원회 산하의 시청자미디어재단, 한국인터넷진흥원, 한국정보화진흥원은 위탁집행형 준정부기관이며, 문화체육관광부 산하의 한국언론진흥재단은 기금관리형 준정부기관으로 분류되어 있다.

<표 3-4> 미디어교육 유관기관 분류 유형 및 법적 근거

기관명	기관분류	법적 근거
시청자미디어재단	위탁집행형 준정부기관	방송법 제90조의 2(2015.12.22.)
한국인터넷진흥원	위탁집행형 준정부기관	정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제52조
한국정보화진흥원	위탁집행형 준정부기관	국가정보화기본법 제14조
한국언론진흥재단	기금관리형 준정부기관	신문 등의 진흥에 관한 법률 제29조
영상미디어센터	문화체육관광부 + 지자체 영화진흥위원회	영상미디어센터 설치 및 운영에 관한 조례

가. 시청자미디어재단: 시청자의 방송참여 및 시청자 권익 증진

먼저, 방송통신위원회의 시청자미디어재단은 방송법 제90조의 2에 설립근거를 두고 있다. 여기에는 재단의 역할에 대해 ①미디어에 관한 교육·체험 및 홍보, ②시청자 제작 방송프로그램의 지원, ③각종 방송제작 설비의 이용 지원, ④그 밖에 시청자의 방송참여 및 권익증진을 위한 사업을 수행하는 것으로 규정되어 있다(방송법, 2015년 12월 22일 개정 참조). 이 내용을 살펴보면, 법적 근거에 의해 재단은 시청자의 방송참여 및 권익증진을 목표로 하고 있음을 알 수 있다.

<표 3-5> 시청자미디어재단 설립목적

목적	세부 사업내용
방송·미디어교육과 체험	· 권역별 시청자미디어센터 건립 운영 · 학교/마을미디어교육 수행 및 미디어교육지도사 양성 · 방송시설, 1인미디어 등 뉴미디어 체험 및 교육
시청자의 방송프로그램 제작지원	· 방송영상 콘텐츠 창작활동 지원 및 공모전 시행 · 방송사의 시청자참여프로그램 제작지원 · 주부·노인·학생 등 계층별 제작단 활동지원
장애인 등 미디어소외계층 지원	· 시·청각 장애인을 위한 장애인방송 제작지원 · 시·청각 장애인용 방송수신기 무료보급 · 장애인·이주민·노인 등을 위한 공동체 미디어교육 지원
방송제작 장비·시설의 이용지원	· 방송제작시설 이용 및 대관 지원(녹음실, 편집실, 스튜디오 등) · 방송장비대여(카메라 등) · 찾아가는 미디어버스 운영
공정한 방송환경 조성	· 방송광고, 협찬고지 모니터링 · 방송시장 불공정행위 조사 지원 · 공익채널 운영실적 점검평가

자료: 시청자미디어재단 홈페이지(2018. 9. 30. 접근)

2018년 현재 시청자미디어재단 홈페이지를 통해 밝히고 있는 시청자미디어재단 정책 사업의 목표는 참여, 소통, 혁신의 3가지이며, 이를 기반으로 맞춤형 미디어교육 강화, 실생활 미디어참여 지원, 미디어교육, 참여기반 확대, 장애인 미디어접근성 통합지원, 시청자권익 전문성 강화를 제시하고 있다.⁵⁾ 박주연과 최숙(2016, 20쪽)에 따르면 시청자미디어재단

의 사업 목표는 시청자의 미디어 접근·활용 능력 제고를 위해 계층 및 지역 등의 차별 없는 미디어교육을 통한 방송참여 기회를 보장, 미디어교육 활성화를 위한 미디어교육 인프라 구축과 소외계층 등 다양한 시청자의 방송환경 조사의 시행이다. 2016년 홈페이지에 게시된 내용은 설립목적에 근거한 내용을 중심으로 사업목적을 밝힌 것으로 보이며, 2018년에는 세부적으로 수요자, 실생활 기반 등의 용어 등을 통해 참여에 기반한 미디어교육 정책 사업의 목표를 확장시킨 것으로 보인다.

나. 한국정보화진흥원, 한국인터넷진흥원: 이용자보호와 인터넷윤리

한국인터넷진흥원은 2007년 인터넷리터러시 교육을 목표로 인터넷리터러시 교육을 시작하였다. 한국인터넷진흥원(NIDA)⁶⁾은 정보통신부를 주무부처로 두고 인터넷주소관리 업무를 주로 하고 있었으며, 인터넷 진흥의 정책 목표 하에 UCC와 관련해서 인터넷 리터러시 역량을 기르기 위한 사업을 시작하였다. 당시에 인터넷리터러시 사업은 인터넷기반의 멀티미디어 콘텐츠 제작 및 활용, 건전한 인터넷 이용문화 조성을 목적으로 하고 있다. 2009년 정부부처 간소화 정책으로 통합되면서 현재의 한국인터넷진흥원(KISA)으로 인터넷리터러시 사업이 이관되었고, 2010년부터는 사업의 목표가 ‘인터넷리터러시’에서 ‘인터넷윤리’로 바뀌었다. 2016년 1월부터 인터넷윤리사업은 한국정보화진흥원으로 이관되어 현재까지 지속되고 있다.

한국정보화진흥원은 2009년 3개 기관이 통합되기 이전에 한국정보문화진흥원에서 디지털격차 해소와 인터넷 (스마트)중독, 정보통신윤리교육을 수행해왔다. 2009년 통합 이후에 이 사업들을 한국정보화진흥원이 수행하였다. 2009년 당시에는 한국인터넷진흥원의 방송통신위원회 인터넷윤리 사업을 담당하고 있었으며, 이는 2015년까지 이어졌다. 2016년 1월

5) 시청자미디어재단 홈페이지(<https://kcmf.or.kr>) 참조

6) 현재의 한국인터넷진흥원(KISA)은 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제52조를 근거로 2009년 7월 한국인터넷진흥원(NIDA), 한국정보보호진흥원(KISA), 정보통신국제협력진흥원과 통합되었다. 통합과정에서 국문명칭은 한국인터넷진흥원으로 하고, 영문 명칭을 한국정보보호진흥원의 Korea Internet & Security Agency를 따르는 것으로 정했다. 2009년 통합이전의 한국인터넷진흥원의 영문명칭은 National Internet Development Agency of Korea(NIDA)이다.

한국인터넷진흥원의 방송통신위원회 인터넷윤리 사업이 한국정보화진흥원으로 이관되면서 기존의 한국정보문화진흥원에서 이관한 사업과 방송통신위원회의 인터넷윤리 사업이 함께 진행되고 있다. 한국정보화진흥원의 조직체계를 살펴보면, 디지털문화본부에 디지털 문화기획팀, 디지털격차해소팀, 사이버윤리팀, 스마트쉽센터(인터넷중독상담센터)를 두고 있다. 한국정보화진흥원에서 방송통신위원회의 예산과 정책을 수행하는 부서는 사이버윤리팀 하나이며, 기타 다른 사업은 과학기술정보통신부와 행정안전부를 주무부처로 두고 있다.

<표 3-6> 한국정보화진흥원-한국인터넷진흥원 사업목적

연도	시행기관	사업 추진방향
2013년	한국인터넷진흥원	· 바람직한 인터넷 이용환경 조성 · 사이버폭력 예방교육강화
2014~2015년	한국인터넷진흥원	· 바람직한 인터넷 이용환경 조성 · 사이버폭력 예방 및 피해자 지원활동 강화
2016~2018년	한국정보화진흥원	· 바람직한 인터넷 이용환경 조성 · 사이버폭력 예방 및 피해자 지원활동 강화

자료: 한국인터넷진흥원, 한국정보화진흥원, 아인세(아인세.kr) 홈페이지 게재 사업 내용 토대로 재구성

다. 한국언론진흥재단: 국민 정보복지 향상과 뉴스리터러시 함양

한국언론진흥재단은 신문 등의 진흥에 관한 법률 제29조에 설립 근거를 가지고 있으며, 이를 통해 미디어교육 정책사업을 수행하고 있다. 한국언론진흥재단의 법적 설립근거에서 밝히고 있는 사업 내용은 ①언론산업 진흥에 필요한 사업, ②신문의 발행·유통 등의 발전을 위한 사업, ③한국 언론매체의 해외진출 및 국제교류 지원, ④제34조에 따른 언론진흥기금의 조성관리·운용, ⑤언론산업 진흥 등을 위한 조사·연구·교육·연수, ⑥문화체육관광부장관이 위탁하는 사업, ⑦ 그 밖에 한국언론진흥재단의 목적 수행을 위하여 필요한 사업으로 분류된다(신문 등의 진흥에 관한 법률, 2017년 6월 22일). 이를 토대로 볼 때 한국언론진흥재단의 사업은 뉴스미디어 진흥, 뉴스 유통구조 개선, 언론공익사업, 언론진흥

사업, 언론인복지, 정부광고대행, 지역신문발전기금 위탁사업, 기부금 사업으로 나뉘어져 있는데, 이 중에서 미디어교육은 언론공익사업에 분류되어 있다. 언론공익사업의 범주에는 미디어교육프로그램 지원, 읽기문화진흥사업이 포함되어 있다. 읽기문화진흥사업의 경우에는 대학교에 뉴스읽기와 활용을 제시하는 강좌지원, 미디어교육 진흥콘텐츠 보급 사업으로 분류되어 있다.

한국언론진흥재단의 미디어교육 정책사업의 목표는 ‘뉴스 미디어 중심의 미디어 리터러시 교육’으로 한국언론진흥재단 미디어교육 사이트 포미(Forme)를 통해 제시하고 있다. 2016~2018년 사업설명회 자료를 보면 한국언론진흥재단은 ‘국민의 정보복지 향상’을 정책사업의 비전으로 제시하고 있다(한국언론진흥재단 사업설명회 자료, 2016, 2017, 2018). 2015년도 사업설명회 자료에는 ‘자유학기제 시행에 따른 뉴스활용교육(NIE) 대중화 지원’으로 밝히고 있고, 2016년부터 한국언론진흥재단의 미디어교육 사업을 ‘뉴스리터러시’로 명명하기 시작하였다.

<표 3-7> 한국언론진흥재단 사업목적

연도	사업 추진방향
2015년	자유학기제 시행에 따른 뉴스활용교육(NIE) 대중화 지원
2016년	국민의 뉴스리터러시 향상
2017년	국민의 뉴스 리터러시 향상
2018년	미디어교육 확대를 통한 뉴스리터러시 향상 국민의 보편적 미디어 복지 실현

자료: 한국언론진흥재단 홈페이지 사업설명회 자료(2015~2018년)

미디어교육과 관련해서 포미(Forme) 사이트에서 밝히고 있는 내용을 구체적으로 살펴 보면, 다양한 미디어를 통한 분별 있는 정보 접근 및 이용능력, 뉴스와 뉴스를 둘러싼 사회적 맥락에 대한 비판적 이해 능력, 뉴스 또는 미디어를 매개로 하여 자기표현 및 소통능력, 뉴스생비자로서의 책임과 시민의식 함양을 목표로 하고 있다.⁷⁾

7) 한국언론진흥재단 포미(Forme) 홈페이지(<https://www.forme.or.kr>) 참조

라. 지역영상미디어센터(문화체육관광부): 지역 균형발전과 공동체 미디어

문화체육관광부의 지역영상미디어센터는 문화산업진흥기본법, 평생교육법, 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률, 국가균형발전 특별법 등을 설립 근거로 삼고 있다. 문화체육관광부와 지자체와 결합된 지역 영상미디어센터들의 경우에는 지자체로부터 운영예산을 받고 있다. ‘영상미디어센터 설치 및 운영에 관한 조례’가 제정되어 지자체 차원의 지원 근거를 가지고 있는 것이다(허경, 2010).

지자체별로 자치규정으로 제정된 ‘영상미디어센터 설치 및 운영에 관한 조례’를 통해 영상미디어센터의 목적을 살펴보면, 시민의 영상미디어매체 활용 능력과 조건의 향상, 공공 영상문화의 균형 발전, 그리고 지역공동체의 민주적인 참여확대를 들고 있다. 이를 기반으로 조례에는 영상미디어센터의 사업을 ①시민을 위한 영상미디어 활용능력 향상교육, ② 장애인 등 소외계층에 영상미디어 교육프로그램 제공, ③미디어센터 장비의 대여, 촬영을 위한 스튜디오 시설 제공, ④우수 영상물 감상, 영화·방송 제작 및 실습 체험프로그램 제공, ⑤지역의 영상미디어 문화교육 및 제작활동 지원, ⑥ 그 밖에 영상산업 발전을 위해 시장이 필요하다고 인정하는 사업으로 규정하고 있다.

문화체육관광부((구)문화체육부)의 지역영상미디어센터 설립사업의 취지는 <지역영상미디어센터 설립 공모>에 담겨 있는데, 그 사업목적은 ‘비영리 공공문화기반 시설로서 지역 주민에 대한 영상문화교육 서비스 기관인 지역영상미디어센터를 설립하여 영상문화의 지역 간 불균형을 해소하고 중앙에 집중되어 있는 영상문화의 균형적 발전 추구’이다(문화체육관광부, 2008).

미디어교육 유관기관별 정책 비전과 목표를 정리해보면 다음과 같다.

<표 3-8> 미디어교육 기관별 정책 사업의 목적 및 방향

기관	정책사업 목표	교육매체
시청자미디어재단	시청자 권익증진	영상
한국정보화진흥원 한국인터넷진흥원	인터넷윤리 이용자보호	인터넷 인터넷윤리
한국언론진흥재단	정보복지 뉴스리터러시 능력 함양	뉴스 뉴스리터러시
영상미디어센터	지역균형발전 공동체미디어	영상 공동체미디어

2. 정책추진체계

국내 미디어교육을 둘러싼 정책 추진체계는 복잡한 구조를 보이고 있다. 앞서 미디어교육 유관기관별 미디어교육 실행 및 설립 근거 등을 살펴보고, 홈페이지, 사업설명회 자료 등을 통해 정책 사업의 추진 목표를 살펴보았다.

미디어교육 유관기관별 예산, 사업, 정책 방향 등을 기획하고 수립하는 주무부처는 <표 3-9>에서 제시한 것과 같이 매우 다양하다.

<표 3-9> 미디어교육 유관기관별 주무부처 및 담당부서

기관명	중심교육	주무부처	담당부서
시청자미디어재단	시청자미디어센터 설립 및 운영지원을 통한 미디어교육 지원	방송통신위원회	지역미디어 정책과
한국정보화진흥원	인터넷(디지털) 리터러시, 디지털격차해소	과학기술정보통신부 행정안전부 방송통신위원회 ^{a)}	개인정보보호 윤리과
한국인터넷진흥원	인터넷리터러시	과학기술정보통신부 방송통신위원회 ^{a)}	
한국언론진흥재단	뉴스리터러시, NIE	문화체육관광부	미디어정책과
영화진흥위원회	지역미디어센터 설립 및 운영지원을 통한 미디어교육 지원	문화체육관광부	영상콘텐츠산업과
영상미디어센터	영상미디어교육, 공동체미디어, 생활미디어	문화체육관광부	영상콘텐츠산업과
시도교육청	창의적체험활동, 자유학기제, 동아리활동 미디어리터러시 시범교실	교육부 /시도지역교육청	-

주) 주무부처와 담당부서는 기관통폐합 및 조직개편 등으로 명칭 등이 변경되어 2018년 현재를 기준으로 정리하였음

a) 한국인터넷진흥원, 한국정보화진흥원의 현재 주무부처는 과학기술정보통신부이며, 인터넷 윤리 사업은 한국인터넷진흥원에서 한국정보화진흥원으로 이관된 인터넷윤리사업은 방송통신위원회로부터 예산을 위탁받는 구조임

자료: 김양은(2017)을 수정보완하여 재구성

시청자미디어재단은 방송통신위원회 방송정책국 지역미디어정책과에 소속되어 있다. 지역미디어정책과는 총 10명 중 미디어교육 업무 1명, 시청자미디어재단 운영지원과 시청자미디어센터 구축 1명, 시청자미디어센터 1명으로 총 3명이 관련 업무를 담당하고 있다.⁸⁾

한국정보화진흥원의 인터넷윤리 사업은 2007년 한국인터넷진흥원에서 시작하여, 2016년 1월 한국정보화진흥원으로 이관되었다. 방송통신위원회의 인터넷윤리 사업은 2007년 한국인터넷진흥원(NIDA), 정부부처 간소화 정책으로 인한 기관 통합을 통해 2009년 한국인터넷진흥원(KISA)로, 한국정보화진흥원과 한국인터넷진흥원의 기능강화와 중복업무의 효율적 배치를 위한 조정을 통해 2006년 현재의 한국정보화진흥원으로 이관되었다. 현재 한국정보화진흥원의 인터넷윤리 사업은 방송통신위원회의 이용자정책국의 개인정보보호윤리과에서 담당하고 있다. 방송통신위원회의 조직구조를 보면, 이용자정책국의 개인정보보호윤리과는 총 23명으로 구성되어 있는데, 이중 개인정보보호윤리과(인터넷윤리팀장) 1명, 인터넷윤리지원 1명으로 총 2명이 관련 업무를 담당하고 있다.⁹⁾

한국언론진흥재단은 문화체육관광부의 미디어정책국에서 담당하는데, 미디어정책국은 문화미디어산업 진흥 계획수립과 조정, 방송영상산업 및 광고산업진흥, 독립제작사 육성, 출판 및 인쇄 산업의 진흥, 독서문화진흥 종합계획 추진 등의 업무를 담당한다. 이 업무를 위해서 미디어정책과, 방송영상광고과, 출판인쇄독서진흥과로 나뉘어져 있다. 이 중 미디어정책과는 한국언론진흥재단과 관련한 언론진흥기금 관리와 미디어교육, 국제교류 등의 업무 등의 예산, 기획 등을 담당하고 있다.

영상미디어센터는 문화체육관광부 콘텐츠정책국의 영상콘텐츠산업과로부터 지역영상미디어 설립과 관련된 내용을 지원받고 있다. 하지만 실제로 영상미디어센터의 경우에는 영화진흥위원회 및 영화발전기금 운용관련 업무에서 영화진흥위원회를 통해서 설립된 미디어액트 등과 관련한 업무를 주로 담당하고 있다. 지자체와 협의를 통해 지역영상미디어센터들을 계속해서 설립하고 있다. 2018년 문화체육관광부 업무계획 보고 자료에 의하면, 대구, 서울 2개 지역 미디어센터 건립을 제시하고 있다.

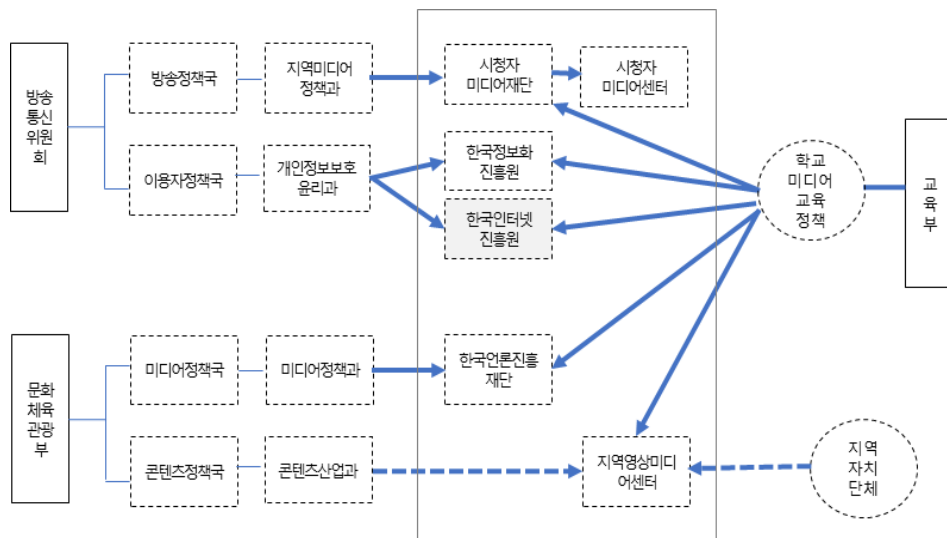
8) 이 내용은 방송통신위원회 조직도를 토대로 구성했으며, 2018년 12월 10일 최종 확인한 내용을 기반으로 구성함

9) 이 내용은 방송통신위원회 조직도를 토대로 구성했으며, 2018년 12월 10일 최종 확인한 내용을 기반으로 구성함

위의 결과들을 정리해보면, 미디어교육 기관들의 정책 체계는 같은 주무부처에 소속된 기관들의 경우에도 다른 담당과를 가지고 있는 것으로 나타났다. 이 때문에 각기 기관들의 정책의 방향성, 목표 등이 상이하게 나타나고 있다. 방송통신위원회에서 2개 기관이 각기 다른 담당과에 배속되어 있고, 각기 영상과 인터넷으로 분리되어 실행되고 있다. 시청자미디어재단의 경우에는 지역미디어정책과와 연관성을 두고 시청자권익을 강조하고 있는 반면에, 한국정보화진흥원의 경우에는 이용자보호와 안전한 인터넷이용환경 조성을 강조하고 있다. 문화체육관광부의 경우에도 마찬가지인데, 한국언론진흥재단은 미디어정책과에 배속되어 있어, 언론진흥의 목적을 위한 사업으로 분류되어 있으며, 영상미디어센터는 콘텐츠산업과에 배속되어 있으며, 실제 센터 건립이후 운영은 지자체에서 담당하고 있다. 국내 미디어교육 정책 사업에 영향을 미치는 추진체계로 교육부는 각 기관들의 학교 미디어교육 정책에 영향을 주고 있다.

이러한 국내 미디어교육을 둘러싼 유관기관들의 추진체계를 구조화하면 다음과 같다.

[그림 3-1] 미디어교육 기관 추진체계



3. 정책사업 유형 및 내용

국내 미디어교육 정책사업의 지형을 분석하기 위해 정책유형을 교육, 교육인력양성, 교육콘텐츠 개발, 하드웨어 인프라 구축, 연구와 조사, 홍보로 구분하였다.

가. 교육사업

1) 학교미디어교육

학교미디어교육은 크게 창의적 체험활동, 자유학기제, 동아리 활동지원으로 나누어 이루어지고 있다. 미디어교육을 실행하는 기관들의 목적에 맞춰서 각기 다른 형태로 학교 미디어교육을 지원하고 있는 것으로 보인다.

먼저, 학교미디어교육 지원에서 가장 대표적인 형태는 자유학기제를 통한 미디어교육이다. 2015년 교육부가 본격적으로 시행한 자유학기제는 2018년에 자유학년제로 확대되었다. 자유학기제와 자유학년제는 중학교 1학년 학생을 대상으로 시행되고 있는데, 기관별로 다양한 프로그램을 가지고 미디어교육을 수행하고 있다.

시청자미디어재단과 한국언론진흥재단은 교육부와 자유학기제 협력 기관으로 참여하고 있다(<표 3-10> 참조). 2016년 교육부에서 발간한 <자유학기제 협력기관 인프라정보>에 따르면, 이들 기관 외에도 한국교육방송공사, 한국문화예술교육진흥원도 포함되어 있다(교육부, 2016). 자유학기제가 진로체험과 맞물려 진행되는 경향이 있어 기관별로 차이는 있지만, 진로체험의 형태로 미디어교육이 수행되기도 한다. <표 3-10>은 2016년 교육부 자료와 2018년 시청자미디어재단과 한국언론진흥재단에서 홈페이지 등을 통해 제시된 자료를 중심으로 정리한 것이다.

<표 3-10> 교육부 협업 자유학기제 지원 현황(2018. 3 기준)

기관명	프로그램명	지원횟수	인원	시간
시청자 미디어재단 ^{a)}	영상제작교실	1교 1개	10-15명	2시간 12회 (24차시)
	라디오 제작			
	스마트 영상 제작			
	사진제작			
	모둠 미디어교실(웹툰, 방송, 영화)			
	애니메이션 제작			
	청소년 뉴스제작			
	광고제작			
	모바일 신문제작			
	드라마 제작			
한국언론 진흥재단	미디어교육 전문강사 파견	-	30명	1교당 24시간
	수업용 신문 ^{b)}	1교 20부		8개월
	e-NIE 프로그램 지원	-	-	1학기/1년
	중등 미디어교육 교재 지원 ^{c)}	-	-	-
	중학교 미디어교육 수업지도안 제공 (포털 포미)	-	-	-

a) 각 지역별 시청미디어센터별 교육프로그램의 다소 차이가 있으나, 통합하여 제시

b) 지역의 경우, 지역신문 배포, 서울소재학교는 전국종합, 경제지, 소년지 지원

c) '신문, 내 꿈을 펼치다', '뉴스 Talk, 뉴스를 만나다! 미래를 만나다!'

자료: 교육부(2016), 자유학기제 협력기관 소개의 내용을 토대로 재구성

시청자미디어재단의 학교미디어교육은 2014년부터 시작되었으며, 2015년부터 본격적으로 자유학기제 사업을 확대했다. 따라서 2015년부터 시청자미디어센터들의 주요 사업의 하나로 자유학기제 미디어교육이 포함되었다. 사업의 규모는 2014년 4개교에서 시작하여, 점차 그 범위를 확대하여 2018년에는 230개교로 확장되었으며, 그 형태는 매체별, 장르별로 학교가 원하는 교육프로그램을 지원하는 형태로, 교육시간은 24차시(2시간 12회) 내외로 진행하고 있다. 이외에도 미디어관련 진로체험교육과 연계하고 있으며, 소외된 지역으로 찾아가는 미디어버스를 활용하기도 한다.

<표 3-11> 시청자미디어재단 자유학기제 미디어교육 지원 사업

연도	시행학교	교육프로그램
2014	4	· 매체별(영상, 라디오, 스마트 등)/ 장르별(다큐, 영화, 뉴스, 드라마, 1인방송, 토론방송 등) · 미디어진로 및 방송제작 체험 · 찾아가는 미디어버스 활용 미디어진로체험
2015	85	
2016	122	
2017	201	
2018	230	

자료: 시청자미디어재단 홈페이지 2018 사업 제공자료, 지역별 시청자미디어센터 2018 자유학기제 사업 홈페이지 제공자료 참조

초·중·고등학교를 대상으로 하는 미디어관련 동아리 지원은 연 18차시의 교육이 시행되고 있다. 2015년부터 점차 확대되어 2017년에는 교육부 연구학교 19개교와 연계 교육을 시행하고 있으며, 2018년에는 70개교로 확대하였다.

<표 3-12> 미디어콘텐츠 인력양성(동아리미디어교육) 지원 사업

연도	시행학교	교육프로그램
2015	16	· 초·중·고등학교 방송반 및 미디어 동아리 · 지역방송사와 연계하여 방송콘텐츠 전문교육 · 연 18차시 · 교육부 미디어리터러시 연구학교와 연계
2016	54	
2017	68 (19개교 연구학교)	
2018	70	

자료: 시청자미디어재단 홈페이지 2018 사업 제공자료, 지역별 시청자미디어센터 2018 자유학기제 사업 홈페이지 제공자료 참조

한국언론진흥재단¹⁰⁾의 학교 미디어교육은 미디어교육 운영학교 지원, 중학교 자유학기제 지원으로 나누어진다. 먼저 미디어교육 운영학교 지원은 연간 미디어교육 과정을 운영

10) 한국언론진흥재단의 학교미디어교육자료는 한국언론진흥재단 홈페이지와 Forme 홈페이지에 게재된 내용을 중심으로 구성하였으며, 사업공모 결과 자료 등을 취합하여 재구성하였다. 따라서 실제 운영결과와 차이가 있을 수 있음을 밝힌다.

하는 학교에 수업용 인프라를 지원하는 교육형태로, 지원형태는 강사지원(1개교당 24차시 내), 수업용 신문(전국종합, 경제지, 소년지 등, 학교당 20부 내외, 8개월), 미디어교육 교재 제공, e-NIE프로그램 이용지원 등을 담고 있다. 자유학기제 미디어교육 지원은 자유학기제와 자유학년제 교육과정에 미디어교육을 운영하려는 학교에 수업용 인프라를 지원하는 사업으로, 지원내용은 미디어교육 운영학교와 동일하다. <표 3-13>에 의하면, 한국언론진흥재단의 학교 미디어교육 사업은 중학교 대상의 자유학기제 사업 비중을 확대되었음을 알 수 있다. 특히 2018년에는 자유학기제 교육이 2017년과 비교해서 2배 가량 증가하였다.

<표 3-13> 한국언론진흥재단 학교 미디어교육 사업

구분	미디어교육 운영학교					중학교 자유학기제	합계
	초	중	고	특수	합계	중(합계)	
2016	58	129	42	-	229	146	375
2017	36	64	61	-	161	124	285
2018	20	43	54	1	118	302 ^{a)}	420

주1) 2015년 공시된 자료가 없어, 2016년부터 선정결과로 구성

주2) 포미 사이트에 공지사항 내역으로 정리. 따라서 정확한 지원규모는 다소 상이할 수 있음

a) 2018년도 2학기 추가모집 공고가 있으나, 결과가 공시되지 않아 공고의 내용인 50개교를 포함하여 계산

이처럼 앞서 살펴본 시청자미디어재단과 한국언론진흥재단의 경우에는 교육부 자유학기제 협력기관으로 지정되어 있기도 하지만, 학교교육과 관련해서는 자유학기제에 집중해서 교육이 시행되고 있음을 알 수 있다. 학교미디어교육이 단독적인 형태의 사업으로 진행되기엔 현실적 난점이 있는데, 교육부의 창의적체험활동, 자유학기제와 같은 정책이 추진되면서 학교에서 미디어교육을 수행할 수 있는 근거 혹은 기회를 제공해준 것으로 평가해볼 수도 있을 것이다. 하지만 아쉬운 점도 있다. 학교 미디어교육이 매우 중요하고, 교육부의 이러한 정책이 학교 미디어교육을 활성화시키는 데 기여한 것으로 보이나, 시청자미디어재단과 한국언론진흥재단에서 제공된 자료를 토대로 볼 때, 미디어교육 예산과 교육실행이 특정 대상 즉, 자유학기제(혹은 자유학년제)의 대상인 중학교 1학년에 집중되어 있

음을 알 수 있다.

한국정보화진흥원의 학교 미디어교육은 주로 특강형 집체교육(강사파견, 연극&뮤지컬 공연)과 학교수업지원을 위한 교재와 교구 지원으로 나누어져 있다.

<표 3-14> 한국정보화진흥원 학교 미디어교육 사업

구분	교육명	유형	규모(원, 개교)	합계
유아	바른인터넷유아학교(인형극)	공연교육	100	200
	바른인터넷유아학교(강사파견)	강사파견	100	
초	게임형 교구활용 사이버폭력 예방교육	교구지원	300	300
초,중,고	사이버폭력예방교육(강사파견)	강사파견	초150, 중75, 고75	300
	사이버폭력예방교육(뮤지컬)	공연교육	초40, 중20, 고20	60
	한국인터넷드림단	동아리	400	400

자료: 아인세홈페이지 교육안내 페이지 참조
(<https://아인세.kr/front/content/contentViewer.do?contentId=eduInfo>)

한국정보화진흥원 교육의 특징은 교재지원, 교구지원, 강사파견, 공연교육 등의 형태가 다양하다는 점이다. 먼저 한국정보화진흥원은 강사파견형 집체교육을 시행하고 있다. 그 대상은 유아에서 초·중·고등학교까지 포함하고 있다. 2018년 기준으로 강사파견형 사업은 유아대상 100개원, 초·중·고등학교 대상 300개교를 대상으로 시행되고 있다.

한국정보화진흥원 학교 인터넷윤리교육 지원 사업 중에서 한국 인터넷드림단은 학교교사들의 수업을 직접 지원하는 프로그램이며, 초·중·고등학교 총 400개교를 대상으로 하고 있다. 한국인터넷드림단은 초등학교 대상 동아리지원 사업으로 시작했으며, 2017년부터 중·고등학교까지 확대하여 지원하고 있다. 과거에 초·중·고등학교 대상 창의적 체험활동, 방과후학교 지원형태로 제공되던 교육을 한국인터넷드림단으로 통합하였다.

한국정보화진흥원 인터넷윤리 교육의 특징은 다양한 교수법 등을 고려한 프로그램개발과 예술체험형태의 교육지원이다. 대상별로 다양한 예술체험교육을 제공하고 있는데, 유아들의 경우에는 인형극을, 초·중·고등학교 대상 연극, 뮤지컬 교육 공연을 제공하고 있다. 이는 한국인터넷진흥원에서 기획되어 현재까지 이어지고 있다. 뒤에 교육콘텐츠 개발사업

에서 자세히 다루겠지만, 연령별로 다양한 교육프로그램과 교구를 개발하고, 이를 학교현장에서 직접 사용할 수 있도록 지원하고 있다. 대표적으로 유아 대상 스마트앱, 초등학교 대상 보드게임 등 놀이형 교구가 있다.

한국정보화진흥원 학교 교육의 특징은 유아부터 시작되는 다양한 대상층, 학교교육을 위한 수업지원 콘텐츠 개발, 예술체험형 교육 시행 등에 있다. 따라서 한국정보화진흥원에서 진행하는 정책 교육사업은 학교에서 직접 교육을 수행할 수 있도록 다양한 교육콘텐츠를 개발하고, 필요에 따라 강사파견을 실행하는 형태로 점차 정책사업의 유형을 학교 및 교사지원의 형태로 옮겨가고 있는 것으로 보인다.

2) 사회미디어교육

시청자미디어재단 산하의 시청자미디어센터와 지역 영상미디어센터는 사회미디어교육이 중심사업이라고 볼 수 있다. 이는 이들 센터들의 설립근거에서 찾아볼 수 있는데, 퍼블릭 액세스 기반의 시민 미디어리터러시 역량 강화를 위한 다양한 사업들이 실행되고 있다.

먼저, 시청자미디어재단의 사회미디어교육은 크게 5가지 유형으로 나뉘어 진행되고 있다. 시청자미디어재단을 통해서 지원되는 사업의 영역은 7개 센터에 미디어체험, 미디어교육, 시청자 방송참여 지원, 장애인방송제작 지원, 시청자 기획 사업으로 나누어져 있다.

<표 3-15> 시청자미디어센터 미디어교육 개요

구분	주요내용(기능)	대상
미디어체험	· 스튜디오 및 방송체험 콘텐츠를 활용하여 놀이 형식으로 방송제작과정을 체험하고 제작해보는 프로그램 · 주요강좌 : 기자 아나운서 체험, 크로마키체험, 광고 제작체험 등	영유아, 노인, 일반인 등 15인 이상 단체
미디어교육	· 미디어 이해와 창작을 위한 기초 지식, 전문 과정 등을 배우는 프로그램 · 주요강좌: 미디어읽기, 편집촬영교육, 제작아카데미 등	누구나
시청자 방송참여지원	· 미디어 창작을 위한 카메라, 편집기 등 방송장비 시설대여 · 시청자 창작물의 방송 편성을 위한 편성 지원(시청자 참여 프로그램 지원) · 창작공모전, 제작동아리 및 제작단, 제작멘토 지원 등 시청자의 창작 의욕고취 및 창작물의 품질 제고를 위한 지원	누구나
장애인방송 제작지원	· 지역 방송사 및 영상제작자, 공익단체의 콘텐츠를 장애인이 시청취할 수 있도록 화면해설, 수화, 자막 등 장애인 방송제작 지원	지역방송사 콘텐츠제작 단체 등
시청자 기획사업	· 지역 방송사 및 영상제작자, 공익단체의 콘텐츠를 장애인이 시청취할 수 있도록 화면해설, 수화, 자막 등 · 장애인방송제작지원 관련 명사 특강, 찾아가는 행사 등 지역민이 시청자의 권리를 인식할 수 있는 다양한 기획행사 시행 · 지역 소규모 미디어 관련 단체 및 기관과의 공동협력사업 시행, 유관회의 개최 등을 통해 지역시청자네트워크 활성화 지원	지역민, 지역 사회단체

미디어 체험과 미디어교육은 각기 센터별로 해당 영역에서 지역이 필요로 하는 사업들을 주로 시행하고 있다. 상설미디어교육의 경우에는 7개 센터별로 교육프로그램의 명칭은 다르지만 내용면에서는 편집, 영상 제작을 위한 프로그램으로 운영되고 있으며, 최근에는 드론촬영, 1인 미디어관련 프로그램이 2017~8년도에 제공되고 있다. 대표적으로 부산시청자미디어센터의 상설교육프로그램을 살펴보면 다음과 같다.

<표 3-16> 시청자미디어센터 교육프로그램 예시(부산시청자미디어센터, 2018)

구분	교육명
상설미디어 기초교육	시니어영상 나도 감독이다
	영상제작의 첫걸음
	스마트폰영상제작교실
	촬영의 기초
	베가스편집의 기초
	MAC OS 기초
	MAC 아이무비
	MAC 키노트
	개리지밴드 특강
	VR 영상 콘텐츠 제작_기본
	내레이션 기초
	1인 미디어 개론
	1인 미디어 크리에이터 양성과정_입문트레이닝
	1인 미디어 부스_100% 활용하기
	좋은 방송을 위한 시민비평교실
	저작권법 마스터
	프리미어 편집 특강
상설미디어 심화교육	영상촬영심화
	NAC 영상편집 심화
	기획과 구성
	실천다큐멘터리 제작교실
	영상제작학교
	드론교육
	좋아요를 부르는 나만의 인생샷 촬영하기

이외에도 시청자미디어재단의 사회 미디어교육 중에는 미디어교육 활성화지원 영역에 소외계층 대상 미디어교육 활동지원이 있다. 크게 2가지 형태로 나뉘는데, 7개 시청자미디어센터 소재지를 제외한 기타 지역의 비영리법인단체 등을 지원하기 위한 사업으로 해당 단체들의 미디어교육 프로그램 운영비(강사비, 진행비, 회의비 등)를 지원하고 있으며, 찾아가는 미디어버스운영을 통해 시청자미디어센터들의 주요 교육내용 중의 하나인 미디어 체험, 상영회 등을 농·산어촌의 소외된 지역에 지원하는 형태이다.

<표 3-17> 시청자미디어재단 소외계층 대상의 미디어교육

사업유형	상세내용	
소외계층 대상 미디어교육 활동 지원	지원대상	미디어교육 프로그램을 운영하고자하는 비영리법인단체 및 법인 (7개 센터 소재지를 벗어난 소외계층 대상 미디어교육)
	지원내용	미디어교육프로그램 지원 (미디어교육 강사비, 회의비 및 진행비 지원)
찾아가는 미디어버스 운영	지원대상	농, 산어촌 복지관, 군부대 등의 미디어 소외지역의
	지원내용	미디어 접근권 향상을 위한 상영회, 미디어체험 등 지원

영상미디어센터는 각 지역별로 세부 교육프로그램상의 차이는 있지만, 크게 4가지 형태로 사회 미디어교육이 이루어지고 있다. 먼저, 상설교육은 유료 대중강좌로 생애단계별 교육으로 구성되어 있다. 상설교육의 내용은 전문적인 영상 제작, 포토샵, 편집, 팟캐스트 라디오 등이다. 생활미디어교육은 생활기반의 스마트폰 교육, 생활음악, 생활미술 등이 다루어지고 있다.

지역 영상미디어센터 미디어교육의 가장 큰 장점이자, 차별점은 공동체미디어교육과 마을미디어 지원, 제작지원 등에 있다. 공동체 미디어교육과 퍼블릭 액세스 기반의 다양한 지역 시민들의 제작지원사업을 함께 하고 있다는 점이다. 이는 문화체육관광부 산하의 영상미디어센터들의 설립 근거인 퍼블릭 액세스와 관련되어 있다. 지역영상미디어센터들은 공통적으로 센터를 활용한 정기적 상영회를 개최하고 있다. 상영회에서는 독립영화, 애니메이션, 다큐멘터리, 공동체 상영 등을 지원하고 있다.

<표 3-18> 지역영상미디어센터 교육프로그램 예시(익산공공영상미디어센터, 2018)

구분	영역	교육명
공동체 미디어교육	마을 공동체	마을 미디어교육
	장애인	지적장애 성인미디어교육
	전문가	미디어교육교사보수교육
	청소년	방송동아리미디어교육
대중강좌	생애단계	유아미디어교육
		어린이미디어교육
		어린이영상제작교육
		어른영상제작기초교육
	미디어전문학교	단편시나리오워크숍
		초급영상제작교육
		영상제작전문과정
		베가스편집기초교육
		포토샵기초교육
		영상편집심화교육
		영화영상이론교육
		팟캐스트라디오교육
		정회원특강
	생활미디어	스마트폰기초교육
		스마트폰활용교육
		생활드로잉교육
		생활음악창작교육
	상영회	결과물 상영회
상영지원	영화상영	독립영화 및 공동체 상영회 지원
창작지원	시민제작 및 활동지원	퍼블릭 액세스 제작지원 시민영화 제작지원 여성영화 제작지원 공동체 상영지원

한국언론진흥재단의 사회미디어교육은 크게 미디어교육 시설·단체 지원사업과 미디어 교육 평생교실을 중심으로 이루어지고 있다.

<표 3-19> 한국언론진흥재단 사회미디어교육

사업유형	상세내용	
미디어교육 시설·단체 지원사업	지원대상	· 비영리 민간 교육시설 및 단체 (최소 1년이상 미디어교육 경력 보유한 시설 및 단체)
	지원내용	· 뉴스리터러시 교육 프로그램 · 인근 학교, 언론사와 연계하는 자유학기제 진로체험 프로그램 · 교육 취약계층 대상 미디어교육 프로그램 · 지역아동센터, 지역신문 등 지역사회와 연계해 지역특색을 살린 미디어교육 프로그램 · 신문, 방송 등을 활용한 뉴스활용교육 프로그램 · 미디어교육 관련 교재 및 자료 개발
미디어교육 평생교실	지원대상	· 청소년, 아동, 성인(학부모), 노년층, 다문화가족 등 다양한 연령과 정보소외계층을 대상으로 미디어교육을 제공하려는 공공도서관, 사회복지관, 지역아동센터 등의 기관에 수업용 인프라 지원
	지원내용	· 미디어교육 강사파견 (1곳당 10~30시간)

미디어교육 평생교실 사업은 크게 NIE교실, 학부모교실로 시행되고 있으며, 지원 기관은 지역아동센터, 복지관, 청소년쉼터, 도서관, 지역교육청의 학부모지원센터 등을 대상으로 하고 있다. 먼저 NIE 교실은 다양한 연령과 소외계층 대상 미디어교육을 수행하려는 기관에 강사와 교육프로그램을 제공하는 사업으로 미디어교육 강사를 파견하는데, 1개소당 10~30시간 지원하고 있다. 학부모교실은 학부모 및 성인대상 가정 내 미디어교육 실천 방법 연수를 제공하려는 기관에 강사와 교육 프로그램을 제공하고 있으며, 미디어교육 강사파견은 1개소당 10~30시간 지원하고 있다.

한국언론진흥재단의 사회미디어교육은 2016~2018년까지의 지원규모는 <표 3-20>과 같다. <표 3-20>은 한국언론진흥재단 미디어교육 홈페이지 포미(Forme)의 사업별 선정결과를 토대로 구성하였다¹¹⁾. 2016년과 2017년에 비해 2018년도는 지원규모가 줄어들었다.

<표 3-20> 한국언론진흥재단 미디어평생교실 지원

(단위: 개소)

구분	NIE 교실	학부모 NIE	합계
2016	75	47	122
2017	118	30	148
2018	30	26	56

이외에도 한국언론진흥재단은 매년 '대학뉴스읽기강좌' 사업을 지원하고 있는데, 언론진흥기금을 통해 지원대상 학교 재학생들을 대상으로 15주간 매주 2시간씩 교육을 지원하고 있다.

한국정보화진흥원의 사회미디어교육은 밥상머리 인터넷윤리교육과 성인인터넷윤리교육으로 시행되고 있다. 먼저 밥상머리 인터넷윤리교육은 학부모대상 교육으로 가정 내 인터넷윤리 교육 실시를 위해 올바른 인터넷 이용과 자녀와의 소통, 윤리의식 함양을 목표로 하고 있다. 지원규모는 유치원, 초, 중, 고등학교 총 600개교, 총 60,000명을 목표로 하고 있다. 성인인터넷윤리교육은 일반 성인, 대학생, 군인 대상 교육으로 연간 50,000명을 목표로 하고 있다. 두 교육사업 모두 강사파견형이다.

<표 3-21> 한국정보화진흥원 사회미디어교육

구분	교육형태	개요	대상
밥상머리 인터넷윤리 교육 (학부모)	강사파견	가정 내 인터넷윤리교육 실시를 위해 학부모 대상 올바른 인터넷 이용과 자녀와의 소통, 윤리의식 함양 교육 (※ 90분)	유치원, 초,중,고 총 600개교 (60,000명)
성인인터넷 윤리교육	강사파견	일반성인, 대학생의 인터넷윤리와 군인의 인터넷 안보의식 함양 등을 위해 올바른 인터넷 이용과 윤리의식 함양교육 (※ 90분)	50,000명

- 11) 미디어교육 홈페이지(포미)에 공지된 선정결과를 토대로 구성하였으며, 실제와 차이가 있을 수 있음

나. 교육인력양성

교육인력양성과 관련해서 각 기관들은 미디어교육을 담당할 자체 강사, 학교 교사 대상의 온라인, 오프라인 연수 등을 진행하고 있다. 시청자미디어재단의 경우에는 미디어교육 신규 강사 대상의 미디어교육지도사 자격검정제도를 시행하고 있으며, 시청자미디어센터별 자체워크숍 등을 통해 기존 강사들의 재교육도 시행하고 있다. 지역 영상미디어센터의 경우에도 강사들 간의 워크숍, 전국미디어센터네트워크 등을 통한 워크숍 등을 통해 재교육을 수행하고 있는 것으로 보인다.

<표 3-22> 시청자미디어재단 강사양성 과정(2017)

구분	기간	수료자(명)	교육내용
부산시청자미디어센터	6-12월	22	90시간 (미디어교육실무+교직_교육과정 실시)
울산시청자미디어센터		16	
서울시청자미디어센터		17	

학교 교사들을 위한 교육인력양성은 한국언론진흥재단과 한국정보화진흥원에서도 진행되고 있다. 먼저 한국언론진흥재단의 경우에 미디어교육 교사연수를 온라인 원격연수, 오프라인 연수로 나누어 시행하고 있다. 특히 맞춤형 교사연수를 통해 직접 학교에서 연수를 설계하고 시행하도록 하고 있다. 이와 함께 학교교육 현장에서 뉴스리터러시 교육을 담당할 교사들을 위한 '뉴스리터러시 교과연구회' 지원활동, 매년 온라인수업지도안 튜터를 선발하여 포미(Forme)를 통해 과목, 교육과정 등에 기반한 실제 수업지도안을 제시하고 있다.

또한 한국정보화진흥원의 경우에는 교육CEO대상의 오프라인 연수를 시행하고 있으며, 온라인 원격연수프로그램을 개발 및 제공하고 있다. 2017년 현재 한국정보화진흥원에서 제공하는 원격연수 프로그램은 ①사이버폭력대응 지도역량 기르기(초·중등), ②건강한 소통의 지도, 소셜미디어 수업 길라잡이, ③청소년 사이버인성교육, ④디지털미디어 리터러시, ⑤지능정보사회의 인터넷윤리를 교육부 중앙교육연수원을 통해 제공하고 있다. 특히 원격연수프로그램은 한국정보화진흥원이 개발한 교재의 활용방법과 관련된 내용이 다수

포함되어 있어 실제 학교 현장에서 교사들이 직접 교재를 활용할 수 있는 활용성과 인터넷윤리교육 역량을 향상시키는 데 주력하고 있다.

<표 3-23> 미디어교육 기관별 교육인력양성

	개발교재명
한국정보화진흥원	· 인터넷윤리/사이버폭력 오프라인 연수 · 인터넷윤리/사이버폭력 온라인 연수 · 수업자료 공모
한국언론진흥재단	· 미디어교육 교사연수 (온라인/오프라인/맞춤식교사연수) · 온라인수업지도안튜터 · 뉴스리터러시 교과연구회
영상미디어센터	· 미디어교육 강사 재교육
시청자미디어센터	· 미디어교육 교육사(강사) 과정 · 미디어센터내 자체 워크숍

자료: 시청자미디어재단 홈페이지 2018 사업 제공자료, 지역별 시청자미디어센터 2018 자유학기제 사업 홈페이지 제공자료 참조

다. 교육콘텐츠 개발

각 기관들이 해당 분야에서 지속적으로 10년 이상의 미디어교육을 수행해오면서, 미디어교육을 수행하기 위해서 다양한 교육콘텐츠를 개발해왔다. 각 기관들에서 개발하는 미디어교육 교육콘텐츠를 통해 각 기관들의 미디어교육의 교육 내용과 대상, 그리고 교육의 목적 등을 확인해볼 수 있다. 교육콘텐츠의 개발과 관련해서는 미디어교육 분야에서 지속적으로 그 필요성이 제기되어 온 영역이기도 하다. 교육콘텐츠 개발이 중요한 이유는 교육의 목적, 내용이 각 기관의 교육 목표에 맞게 일관되게 수행될 수 있는 토대가 되며, 미디어교육 교사 및 강사들이 안정적이고 일관된 목표하에 교육을 수행할 수 있도록 도움을 준다. 미디어교육 교사와 강사의 개인 역량에 의존한 교육방식이 아니라, 다양한 교육내용, 교수법 등을 제시해줌으로써 미디어교육의 목적을 잘 구현한 교육을 현장에서 실현하게 하는 근거가 된다.

각 기관별로 그간 개발한 교육콘텐츠를 살펴보면, 시청자미디어재단(시청자미디어센터), 영상미디어센터, 한국정보화진흥원, 한국언론진흥재단의 4개 기관들 중에서 교육콘텐츠 개발과 관련해서는 한국정보화진흥원, 한국언론진흥재단이 다양한 대상을 위한 교육 콘텐츠를 지속적으로 개발해오고 있다.

먼저, 한국언론진흥재단의 교육콘텐츠 개발내역을 살펴보면, <표 3-24>와 같다. 한국언론진흥재단은 신문교육으로 수행되어온 사업명을 2015년부터 뉴스리터러시로 변경하고, 뉴스리터러시에 기반한 교재를 개발하고 있다. 2015년의 경우에는 자유학기제 진로체험, 선택프로그램용 교재 2종, 노인, 다문화(이주여성), 유아 대상의 전 세대를 아우르는 교재를 개발하였다. 2015년부터 본격적으로 시행된 자유학기제 교육부 협력기관으로 지정되면서 학교교육에서 필요한 교육자료를 개발하기 시작한 것으로 보이며, 2016년에도 이러한 흐름을 보여주고 있다. 2016년 개발된 초, 중, 고등학교 교재는 2017년 개정판을 냈으며, 2018년까지 한국언론진흥재단이 지원하는 학교 미디어교육에서 뉴스리터러시 교재로 활용되고 있다.

<표 3-24> 한국언론진흥재단 개발 교육콘텐츠

연도	개발교재명	유형	대상
2014	신문, 내꿈을 펼치다!(학생용)	교재	중
	신문과 생활	교재	초,중,고
2015	꿈을 찾아서	교재	중
	신문, 내 꿈을 펼치다(교사용)	교재	중
	학부모를 위한 신문과 생활	교재	부모
	뉴스로 전하는 세상, 세상이 전하는 뉴스	교재	노인
	뉴스로 아우르는 다문화 사랑	교재	이주여성
	건강하고 바른 세상 뉴스로 배워요!	교재	유아
2016	세상을 바라보는 창, 뉴스로 열어요	교재	초
	뉴스 Talk, 뉴스를 만나다! 미래를 만나다!	교재	중
	뉴스, 제대로 알고 즐기기	교재	고
	뉴스를 만나는 세상, 뉴스로 만드는 나의 꿈	교재	학교밖청소년
2017	뉴스로 배우는 한국어	교재	다문화가정

자료: 포미(ForMe) 웹사이트 참조

한국정보화진흥원은 2007년부터 꾸준히 인터넷과 관련된 교육콘텐츠를 대상, 유형별로 다양하게 제공하고 있다. 한국정보화진흥원에서 개발한 교육콘텐츠는 아인세 웹사이트를 통해 무료로 공개되고 있다. 자료의 유형을 살펴보면, 교재파일(PDF, HWP), 전자책(e-book), 동영상, 음원, 이미지, 앱으로 다른 기관에 비해 가장 다양하게 제공되고 있다. 실제로 개발된 교재들을 살펴보면, 유아와 초등학생을 위해서는 '동화'의 형태로도 제공되고 있으며, 유아의 경우에는 스마트미디어를 활용하여 수업을 진행하도록 앱을 제공하고 있다. 교재의 유형 중에서는 직접 교구를 개발하여 학교에 수업이 진행된 지도서와 함께 제공되고 있기도 하다. 한국정보화진흥원에서 개발되는 교육콘텐츠는 '인터넷', '사이버폭력'이라는 목표에 맞춰, 학생용 출판교재, 지도서, 동영상 등이 함께 지원되는 형태로 개발되고 있으며, 최근에는 학교에서의 교사들의 직접 교육을 위한 지원 콘텐츠로 교구개발 등이 이루어지고 있다. 2016년 '게임형 교구를 활용한 사이버폭력 예방교육', 2018년도에는 '사이버폭력예방을 위한 체험형 교육프로그램(교구)'을 개발 중이다.¹²⁾

한국정보화진흥원 교육콘텐츠는 유아, 초, 중, 고등학교 대상의 교육콘텐츠를 10년 동안 매년 지속적으로 개발하고 있으며, 출판교재뿐만 아니라, 동영상을 함께 개발하여 학교 현장에서 활용성을 높이는 형태로 기획 개발되고 있다. 또한 교재의 활용성을 높이기 위해서 기 개발된 콘텐츠를 교육과정에 맞춰 분석하여 제공하고 있으며, 최근에는 교안공모전을 통해 학교 교사들이 직접 개발한 교수지도안을 공모전 이후에 수상작을 수정 보완하여 학교현장에 활용가능한 포맷으로 재구성하여 제공하고 있다

12) 한국정보화진흥원의 2018년 입찰공고에 의하면 '사이버폭력 예방을 위한 체험형 교육 프로그램(교구) 개발'이 있다.

<표 3-25> 한국정보화진흥원 개발 교육콘텐츠

연도	교재명	유형	대상
2014	동영상을 활용한 인터넷 리터러시	교재	초,중,고
	이미지를 활용한 인터넷 리터러시	교재	초,중,고
	와이파이를 먹어버린 펠릭바지들	동화	초
	소셜미디어정보를 대하는 바른태도	동영상 수업교안	초
	유언비어가 만들어낸 결과	동영상 수업교안	중
	SNS와 유언비어	동영상 수업교안	고
2015	디지털시대 시민되기	교재	초
	사이버폭력치유프로그램	교재	중,고,교사
	자녀와 함께 마음근육 키우기	동영상	학부모
2016	게임형 교구를 활용한 사이버폭력 예방교육	교구 수업안	초
2017	토의 토론으로 배우는 아름다운 인터넷 세상	교재	중
	앱으로 만드는 아름다운 인터넷 세상	교재	중
	드라마공작소(사이버폭력)	교재	초
	예술체험형 공연교육 실연영상	동영상(뮤지컬)	초,중,고

자료: 아인세 홈페이지(아인세.kr)에서 공개된 자료를 토대로 구성

시청자미디어재단은 2015년 시청자미디어재단 설립 이후, 2016년부터 2018년까지 매년 교육콘텐츠를 개발하고 있다. 2016년에는 <자유학기제와 미디어리터러시>를 개발하였는데, 이는 자유학기제 미디어교육을 준비하는 교사와 강사들을 위한 가이드북으로서 기획되었다. 그 내용에는 미디어교육과 자유학기제의 연관성, 자유학기제에서 미디어교육 설계, 미디어교육 교수법 등이 포함되어 있다(김양은 외, 2016). 2017년에는 초등학생 대상의 교육콘텐츠를 개발하였다. 시청자미디어재단 홈페이지 정보에 의하면, 2018년에는 중학생 대상 미디어교육 교재와 어린이(초등), 청소년(고등), 학부모, 일반성인, 노인 대상의 미디어정보 리터러시 교재개발이 진행되고 있다.

<표 3-26> 시청자미디어재단 개발 교육콘텐츠

연도	교재명	유형	대상
2016	자유학기제와 미디어리터러시	교재	교사/강사
2017	초등학생을 위한 미디어 창의적 체험활동	교재	초

지역의 영상미디어센터들의 경우에, 전문가의 인터뷰 등을 통해 확인한 바로는 상설교육 등을 위한 교육콘텐츠들을 구비하고 있지만, 한국정보화진흥원, 한국언론진흥재단, 시청자미디어재단과 비교할 때 자체 예산을 투입하여 지속적으로 학교 교육 대상의 교육콘텐츠를 개발하고 있지는 않고 있다. 이는 미디어교육 실행 이외에 별도로 교육콘텐츠 개발을 위해 예산을 확보하기 어렵기 때문으로 보인다.

4개 미디어교육 기관들 모두 홈페이지를 구축하고 있다. 하지만 각 기관별로 웹사이트 의 목적 및 구성에서는 상이함을 보인다.

먼저, 시청자미디어센터와 지역영상미디어센터의 홈페이지는 주로 이들 미디어센터의 교육 소개 및 신청을 목적으로 하고 있음을 알 수 있다. 시청자미디어센터와 지역영상미디어센터 홈페이지는 장비대여, 시설대여, 상설강좌 등 교육신청이 홈페이지의 주요 용도로 보인다. 지역 영상미디어센터들은 이외에도 공동체미디어, 영상제작지원사업 등이 함께 있어 이와 관련된 내용이 제공되고 있기도 하며, 또한 영상미디어센터별로 각기 미디어교육의 결과물을 공유하는 뉴스레터, 매거진, 등의 자료를 공유하고 있다는 점에서 차별성을 찾을 수 있다.

한국정보화진흥원과 한국언론진흥재단은 각기 미디어교육을 위한 독립적인 웹사이트를 제공하고 있다. 한국정보화진흥원은 '아인세(아름다운인터넷세상)' 웹사이트, 한국언론진흥재단은 미디어교육포털 *Forme* 웹사이트를 가지고 있다. 한국정보화진흥원과 한국언론진흥재단의 경우에도 교육의 안내 및 신청과 관련해서 시청자미디어센터와 영상미디어센터들과 동일한 시스템을 갖추고 있다. 아인세와 포미 사이트는 앞선 미디어센터들과 비교할 때 사이트 내에 다양한 정보자원을 제공하고 있다. 한국정보화진흥원의 아인세 웹사이트의 경우에는 별도의 로그인 없이 기존 개발된 다양한 콘텐츠를 문서파일, 전자책, 음성, 영상, 앱으로 분류하여 공개 제공하고 있다. 또한 동아리지원 사업인 인터넷드림단의 경우에는 활동결과, 미션결과 등을 공유하고 있다. 한국정보화진흥원의 아인세 홈페이지가 그간 개발한 다양한 교육자료를 대상별, 주제별, 유형별 분류를 통해 공개 제공하는 데 주력하고 있다면, 한국언론진흥재단 *Forme* 웹사이트는 실제 학교에서 적용가능한 수업안을 개발하고 제공함으로써 교·강사들의 네트워크를 강화하는 데 활용하고 있다.

<표 3-27> 기관별 웹사이트 구성

	분류	주요 내용
시청자 미디어 센터	미디어체험	미디어체험 신청 등
	장비대여 / 시설대관	장비 및 시설대관 안내. 및 신청
	강좌수강	강좌안내, 나의 수강내역 등
	미디어아카이브	미디어 연구자료, 미디어교육 DB
	커뮤니티	공지사항, 센터소식, 뉴스센터, 보도자료, 자유게시판
한국 정보화 진흥원	아인세 소개	사업의 목적 및 주요 사업 소개
	아인세 소식	아인세 동향, 월별 일정 등 안내
	교육안내, 신청	한국정보화진흥원 인터넷윤리 교육 신청
	한국인터넷드림단	동아리지원사업의 활동, 미션, 교육결과 공유
	행사 캠페인	아인세캠페인, 창작동요음악제, 창작콘텐츠공모전 교수학습지도안공모전, 윤리대전 안내 및 자료 제공
	교육자료실	한국정보화진흥원에서 개발한 교육자료를 전자책, 동영상, 음원, 이미지, 앱, 문서파일로 제공,
한국 언론 진흥 재단	포미소개	사업의 목적 및 주요 사업 안내
	프로그램 신청	미디어교육전국대회, 신문사기자체험, 행사참가
	알림마당	공지사항, 뉴스, e-NIE 안내
	수업지도안	전체수업지도안, 교사, 학부묘용, 기타
	자료실	교재, 사업성과, 연구논문, 동영상자료 해외자료, 외부자료 등
영상 미디어 센터	교육,체험	교육수강신청, 미디어교육소개, 스튜디오체험
	장비,공간대여	장비대여, 공간대여, 이용안내
	극장	영화상영목록 및 일정
	지원사업	퍼블릭 액세스 제작지원, 시민영화 제작지원, 여성영화 제작지원, 공동제작영지원
	커뮤니티	뉴스레터, 매거진, 활동모습, 자료실, Q&A, 자유게시판
	마을미디어사업 ^{a)}	마을미디어, 마을미디어사업 소개

a) 영상미디어센터의 경우, 지역별로 홈페이지 구성의 차이가 있는데, 마을미디어사업을 개별 페이지로 제공하는 사이트들도 있음

라. 하드웨어 인프라 구축

미디어교육 하드웨어 인프라 구축은 시청자미디어센터와 지역영상미디어센터들에서 나타난다. 시청자미디어센터와 지역영상미디어센터는 설립목적부터 시청자들의 퍼블릭 액세스를 위한 카메라 등의 장비, 공간 대여 및 교육 지원에 두고 있었다.

시청자미디어재단의 경우, 현재 총 7개의 시청자미디어센터를 운영하고 있으며, 2019년에는 남양주에 건립될 경기시청자미디어센터, 세종시에 건립할 예정인 시청자미디어센터까지 총 9개 시청자미디어센터를 확대될 예정이다. <표 3-28>은 국내의 전국 미디어센터를 정리한 내용이다. 전국미디어센터의 경우 설립주체가 문화체육관광부와 지자체가 함께 설립한 23개소, 방송통신위원회 7개소, 방송문화진흥회 5개소, 영화진흥위원회 2개소, 지방자치단체 9개소, 민간 2개소로 총 48개소이다.

<표 3-28> 전국 미디어센터 분포

설립주체	운영주체		센터명
문화체육관광부 + 지자체 (23개소)	영상위원회 계열	(사)청풍영상위원회	제천영상미디어센터 ‘봄’
		(사)전남영상위원회	순천시영상미디어센터 ‘두드림’
	진흥원 계열	(재)대구디지털산업진흥원	대구영상미디어센터
		(재)제주영상·문화산업진흥원	제주영상미디어센터
		(재)충남문화산업진흥원	천안시영상미디어센터 ‘비채’
		(재)경북문화콘텐츠진흥원	안동영상미디어센터
		(재)고양지식문화산업진흥원	고양영상미디어센터
	재단 계열	(재)김해문화재단	김해영상미디어센터
		(재)부천문화재단	부천시민미디어센터
		(재)성남문화재단	성남미디어센터
		(재)동구행복재단	동구영상미디어센터(광주 동구)
		(재)수원시지속가능도시재단	수원미디어센터
		(재)화성문화재단	화성시미디어센터
	민간단체	(사)원주민예총/ 원주시민영상협의회	원주영상미디어센터 ‘모두’

		(사)삼동청소년회	익산공공영상미디어센터 '재미'
		작은영화관 사회적협동조합	강화미디어센터 *인천광역시 강화군
		사회적협동조합 인디하우스	강릉시영상미디어센터
		서산문화원	서산영상미디어센터
		미디어공동체 완두콩 협동조합	완주공동체미디어센터 (19년 3월 정식개관)
	기타	인천광역시 미추홀구 시설관리공단	주안영상미디어센터
		신한대학교	의정부영상미디어센터
		(주)사이다	합천영상미디어센터
		노원구	노원마을미디어지원센터
방송통신위원회 + 광역지자체 (7개소)	(재)시청자미디어재단		부산시청자미디어센터 광주시청자미디어센터 대전시청자미디어센터 강원시청자미디어센터 인천시청자미디어센터 서울시청자미디어센터 울산시청자미디어센터
방송문화진흥회 (5개소)	지역MBC 등		MBC경남시청자미디어센터 대구MBC시청자미디어센터 전주MBC시청자미디어센터 목포MBC시청자미디어센터 울산MBC시청자미디어센터
영화진흥위원회 (2개소)	영화진흥위원회		서울영상미디어센터
	(사)전북미디어문화연대		전주시민미디어센터 '영시미'
지방자치단체 (9개소)	서울시	(사)서울영상위원회	충무로영상센터 '오!재미동'
	성북구	성북구	성북마을미디어지원센터
	강서구	강서구	강서영상미디어센터
	은평구	사회복지법인 인덕원	은평뉴타운 미디어 라이브러리센터
	서울시	(재)청소년폭력예방재단	청소년미디어센터 '스스로넷'
	서천군	사회적협동조합 모씨네	서천군미디어문화센터

	화천군	(재)강원정보문화진흥원	화천생태영상센터
	옥천군	옥천군	옥천군영상미디어센터
	양산시	양산시	양산영상미디어센터
민간 (2개소)		(사)한국영상미디어교육협회	영상미디어센터 '미디어엑트'
		진주시민미디어센터	진주시민미디어센터

자료: 전국미디어센터협의회 제공(2018년 12월 기준)

마. 연구와 조사

미디어교육과 관련한 연구와 조사는 주로 시청자미디어재단과 한국언론진흥재단에서 이루어지고 있다. 시청자미디어재단은 과거 방송통신발전기금의 시청자단체지원사업으로 미디어교육 연구와 조사를 위한 예산을 활용해왔다. 시청자미디어재단에서 2015년부터 2018년까지 <표 3-29>와 같이 13건의 연구를 진행했다. 세부적으로 살펴보면, 학교교육 연구 2건, 교재 현황 및 커리큘럼 1건, 법제도 개선 4건, 미디어리터러시 지수 2건, 소수자 2건, 정책연구 2건이다.

<표 3-29> 시청자미디어재단 연구와 조사

연도	연구과제명
2015	· 시청자 권익 관련 법제 현황조사 및 정비방안 연구 · 미디어교육 교재 현황 조사 평가 및 커리큘럼 개선방안 연구 · 시청자 참여프로그램 지원제도 개선(안) · 자유학기제 도입과 공교육 내실화방안
2016	· 미디어리터러시 교육 정책 분석 연구 · 미디어리터러시 교육 효과성 연구 · 장애인방송 질적 수준 제고를 위한 제작가이드라인 및 평가 기준 마련 조사 · 방송통신미디어교육 지원법 및 강사관리 구축 체계 방안 연구
2017	· 미디어리터러시교육 활성화를 위한 브랜드 개발 연구 · 미디어리터러시지수 개발 및 지역별 격차 측정 조사 · 미디어리터러시교육 종합정보시스템 구축을 위한 기초 연구
2018	· 고교학점제 도입에 따른 미디어교육 실행전략 연구 · 미디어약자를 위한 미디어교육 프로그램 개발 방향 연구

한국언론진흥재단에서 2015년부터 행해진 연구는 총 7건으로, 뉴스리터러시교육 체계 및 내용 구축방안과 관련된 연구 4건, 사회미디어교육 1건, 해외법 및 정책연구 1건, 소수자 1건이다.

<표 3-30> 한국언론진흥재단 연구와 조사

연도	개발교재명
2015	· 뉴스리터러시 교육 1(커리큘럼 및 지원체계)
2016	· 뉴스리터러시 교육체계 확립방안 · 뉴스리터러시 교육 2(평가체계 및 내용개론)
2017	· 스마트시대의 뉴스분석법 · 해외 미디어교육 법체계 및 정책 기구 연구 · 사회미디어교육 현황 및 운영전략 연구
2018	· 탈북 새터민 대상 미디어교육 방안

자료: 미디어교육포털 Forme, 한국언론진흥재단 홈페이지 사업공고문 재구성

앞서 살펴본 연구와 조사를 보면, 미디어교육 교육내용 체계 등을 구성하기 위한 연구도 포함되어 있지만, 정책 연구들이 주를 이루고 있다. 시청자미디어재단의 경우 2015년 설립 이후 시청자미디어재단의 주요 사업을 위한 정책이나 제도개선 연구들이 주로 이루어지고 있는 것으로 보인다. 또한 한국언론진흥재단의 경우에도 주로 현황 및 해외 정책 사례연구, 그리고 교육방안 등 정책 및 제도 연구가 주로 이루어지고 있다.

한국언론진흥재단의 경우에는 조직 내에 미디어교육팀을 따로 두고 있으며, 연구센터의 연구위원들이 뉴스리터러시와 관련한 연구를 매년 수행하고 있다. '뉴스리터러시교육 1', '뉴스리터러시 2'도 마찬가지로 한국언론진흥재단이 미디어교육 사업을 뉴스리터러시로 전환하던 시기에 내부 연구진들에 의해 수행된 연구이다. 이에 반해 시청자미디어재단은 시청자미디어센터와 미디어교육을 전담해서 기획, 운영하는 조직이지만, 미디어교육 연구를 전담할 부서 및 인력이 따로 배치되어 있지 않다. 따라서 시청자미디어재단의 경우에는 외부 연구를 통해 필요한 정책 자료들을 얻고 있는 것으로 보인다.

바. 홍보¹³⁾

국내 미디어교육의 활성화와 관련해서, 미디어교육에 대한 사회적 인식제고를 위한 다양한 활동들이 각 기관별로 이루어지고 있다.

시청자미디어재단은 2015년부터 매년 미디어교육 컨퍼런스를 개최하고 있으며, 2017년까지는 미디어교육 컨퍼런스와 함께 미디어교육 주간 행사를 통해 각 지역별 미디어센터들의 미디어교육 결과물을 공유하는 자리를 마련했다. 2018년에는 <미디어리> 웹진을 발간하여 시청자미디어재단에서 실시하는 다양한 교육사례를 소개하고 있으며, 미디어교육을 이해시키기 위한 정보자료들을 동시에 제공하고 있다.

한국정보화진흥원의 미디어교육 홍보는 <아름다운 인터넷 세상(아인세)>브랜드를 통해 2010년 한국인터넷진흥원에서부터 현재까지 계속해서 이어져왔다. 이 사업은 당시 한국인터넷진흥원이 사회 미디어교육을 수행하면서 대상 모집 및 운영에 애로점이 있으며, 다양한 계층의 인터넷윤리 교육 참여를 독려하기 위한 수단으로 다양한 인터넷윤리 공모전을 기획하였다. 2018년 현재 한국정보화진흥원은 인터넷윤리대전, 창작동요제, 음악제, 콘텐츠공모전, 교수학습지도안공모전, 청소년박람회 공동주최 등을 진행하고 있다.

한국언론진흥재단은 매년 미디어교육전국대회를 열어 뉴스리터러시 사업에 참여한 교사와 단체들의 다양한 교육사례 등을 발표하고, 뉴스리터러시 교육 사례를 공유하는 형태로 진행되고 있다. 2017년 8월부터는 국내에서 가장 먼저 미디어교육관련 소식지인 <미디어리터러시>를 발간하여 미디어교육과 관련한 국내외 소식 및 국내 미디어교육 사례, 한국언론진흥재단 교육 홍보 등을 담아내고 있다. 이외에 뉴스리터러시웹예능 <세상에서 젤 맛있는 퀴즈>, 세바시 뉴스리터러시 시리즈, 유튜브를 활용한 대도서관 뉴스리터러시 등을 통해 다양한 형태로 새로운 미디어 플랫폼 기반의 뉴스리터러시 홍보를 실행하고 있다.

13) 홍보와 관련된 내용은 각 기관별 전문가들과의 인터뷰 및 제공된 자료, 그리고 홈페이지 등을 통해 제공되는 정보들을 중심으로 정리하였다.

<표 3-31> 미디어교육 기관별 홍보

기관	시청자미디어재단	한국정보화진흥원	한국언론진흥재단
행사	미디어교육컨퍼런스 미디어리터러시주간	아인세캠페인 창작동요제 창작음악제 창작콘텐츠공모 교수학습지도안공모	전국미디어교육대회
소셜	지역센터 블로그 ^{a)}	-	다독다독 ^{b)} (블로그)
소식지	Mediary	아인세드림	미디어리터러시
홍보영상	-	다큐멘터리 제작지원 사업홍보영상 (뮤지컬 등) 교육 및 홍보 동영상 제작	세상에서 켈 맛있는 퀴즈 세바시 뉴스리터러시 시리즈 유튜브 대도서관 다큐멘터리 제작지원

a) 지역센터별로 운영하는 블로그가 있으나, 홈페이지의 또 다른 형태로 운영됨.

b) 다독다독은 미디어리터러시와 관련된 다양한 정보를 <미디어리터러시>와는 차별화되게 운영하고 있음

좀 더 구체적으로 살펴보면, 기관별 발간하고 있는 미디어교육 관련 동향 및 소식지는 <표 3-32>에 정리되어 있다. 기관별 소식지는 차별성을 갖고 있다. 시청자미디어재단의 경우에는 그간 시청자미디어센터를 통해 실행한 미디어교육 교육방법, 사례 등을 제공하는 데 목표를 두고 미디어교육 교사 및 강사들을 대상으로 하고 있다면, 한국언론진흥재단의 경우에도 유사한 내용을 담고 있지만, 사업 홍보 등을 담고 있다는 점에서 좀 더 넓은 범위의 미디어교육 홍보에 착안하고 있다고 보인다. 한국정보화진흥원의 경우에 미디어교육 교사, 강사들을 위한 교수법 등이 소개되는 것이 아니라, 인터넷과 관련한 주요 이슈와 정보자원과 한국정보화진흥원의 교육활동에 대한 홍보에 집중하고 있는 것으로 분석된다.

<표 3-32> 기관별 소식지 비교

기관	소식지 이름	내 용	시행	배포방법
시청자미디어재단	Mediary (미디어교육 공유노트, 미디어리)	· 미디어교육교수법 · 미디어교육 사례 · 미디어교육 연구 등	2018	온라인 이메일구독
한국정보 화진흥원	아인세드림	· 인터넷 통계 및 동향 · 아인세소식 · 아인세칼럼	2017	온라인 게시
한국언론 진흥재단	미디어리터러시	· 미디어교육사례 · 해외미디어교육사례/연구 · 국내/해외미디어교육 소식 · 한국언론진흥재단 미디어교육 사례	2017	온라인 이메일구독 게시

제3절 전문가 심층인터뷰 결과 분석

앞서 연구방법에서도 밝혔지만, 본 연구에서 시행한 전문가 심층인터뷰는 사례조사에 포함된 미디어교육 기관들의 교육 현황에 대한 추가 정보와 심층적인 이해를 돕기 위해서 진행되었다. 심층인터뷰 대상은 연구진이 미디어교육 실태조사를 통해 얻어진 결과를 토대로 미디어교육 실행기관의 정책 및 사업 담당자 7인, 학계 및 연구자 2인, 그리고 정책 사업을 수행하는 시민단체 활동가 2인을 선정하였다. 이들에게 (1) 미디어교육 정책사업에 관한 진단 및 의견, (2) 미디어교육 환경변화에 대한 인식 및 대처, (3) 미디어교육 정책 사업에 대한 평가로 나누어 진행하였다.

1. 미디어교육 정책 사업에 대한 진단 및 의견

가. 제도적 지원

미디어교육 시행 유관기관 담당자들은 입장에 따라 다소 차이를 나타내기는 했지만, 공통적으로 그간 행정부처별로 분산된 미디어교육으로 인해 예산확보와 체계적인 정책추진의 어려움을 언급하고 있다. 여러 부처 및 비영리단체 등이 미디어교육에 관심을 갖고 진행하는 것은 고무적인 일이지만, 부처의 성격에 따라 매체별로, 교육내용별로 부분적이고 한정적으로 진행되고 있으며, 각 주무부처들의 주요 업무가 아니어서 추가적인 예산확보가 어렵다는 점을 지적하고 있었다.

그간 국내 미디어교육이 각 행정부처의 목표와 이를 구현하기 위한 정책 사업들을 수행할 수밖에 없는 구조를 가지고 있는데, 이는 이미 각 기관별 사례조사를 통해서도 확인할 수 있었다. 전문가들 역시, 그간 미디어교육 수행기관들의 미디어교육이 소속된 정부부처의 정책목표에 의해 특정목적에만 집중하게 되면서 미디어교육이 종합적으로 시행되지 못하고, 때로는 각 기관들이 미디어교육을 둘러싸고 정책 사업의 중복성 등으로 인해 주도권 싸움으로 비춰지는 경향도 있다는 점을 지적하고 있다. 이 같은 국내 미디어교육 정책 사업의 애로점을 극복하기 위한 방안으로 전문가들은 가장 우선적으로 미디어교육법 시행을 통한 법적 근거의 마련을 제시하였으며, 이와 함께 그간 각 기관들이 수행해온 미디어교육 경험과 사례 등을 공유하고, 협업할 수 있는 구조가 필요하다는 점을 제안하고 있다.

특히, 미디어교육법 제정은 정부부처별로 분리된 미디어교육을 협업할 수 있는 거버넌스 구조를 마련할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 심층인터뷰 응답자들은 미디어교육 예산의 부족을 지적하고 있는데, 해결방안으로 미디어교육법 제정을 제안하고 있다. 이를 통해 미디어교육 기본예산안 수립과 예산확보가 가능할 것으로 보고 있다.

국내 미디어교육과 관련해서 2000년대 이후 국가 정책 사업을 통해 퍼블릭 액세스 기반의 미디어교육을 위한 기반시설이 마련되었고, 이 과정에서 다양한 미디어교육을 위한 토대가 구축되었다. 또한 새로운 미디어 기술이 등장하고, 이로 인한 사회적 이슈들이 제기되면서 미디어교육이 가짜뉴스, 유튜브, 인터넷중독 등의 이슈를 쫓아다니면서 시행하게 되고, 정작 미디어교육의 체계적인 목표의 설정과 이를 기반으로 한 미디어교육의 수행이 어려워지고 있다는 지적은 고려해야할 내용으로 판단된다. 그간 미디어교육이 생애주기형 미디어교육으로 변모해야한다는 지적은 많았지만, 실제로 이를 구현하기 위해서는 이들 부처 간의 협업 구조가 필요하며, 이를 위한 다양한 시도들이 있어야 할 것으로 보인다.

나. 미디어교육에 대한 사회적 인식

심층인터뷰 응답자들은 그간 미디어교육을 실행하는 과정에서 미디어교육에 대한 사회적 인식의 부족으로 힘들었지만, 최근에는 가짜뉴스 등의 이슈로 인해 미디어교육의 필요성에 대한 사회적 인식은 높아졌다는데 동의하고 있다. 하지만, 실제로 미디어교육을 실행하는 과정에서 여전히 교육대상들이 스스로 미디어교육의 대상이라고 인지하고 있지 않기도 하며, 미디어교육에 대한 내용과 인식이 다르다는 점을 지적하고 있다. 무엇보다도 미디어교육이 무엇인가에 대한 개념이 사회 내에서 동일하게 인식되지 못하고 있으며, 미디어교육이 보편적인 개념으로 공유되어 있지는 못하다는 점을 지적하고 있다. 따라서 미디어교육은 여전히 영상을 찍고, 유튜브에 올리는 것이라고 생각하는 경우들이 다수이다. 응답자의 일부는 미디어교육이 가짜뉴스 등으로 사회적 관심이 증폭되면서 한쪽으로 지나치게 치우쳐서 미디어교육에 대한 논의가 이루어지고 있는 점에 대한 우려점도 지적하고 있으며, 또한 미디어교육이 특정대상 즉, 학교미디어교육으로 인식되는 경향에 대해서도 우려를 제기하고 있다. 즉, 국내 미디어교육이 아직까지 미디어 활용 교육, 혹은 인터넷 윤리 교육 혹은 미디어 이용 방지 교육에 대한 인식이 더 높고, 비판적이고 성찰적인 미디어 이

용자와 생산자가 되기 위한 교육, 디지털 시민을 기르기 위한 평생 교육, 변화하는 미디어에 대한 이해 교육 등에 대한 인식 제고와 시민, 부모, 교사의 인식 제고를 위한 노력이 필요하다. 지적은 미디어교육 정책적 차원에서 고려해야 할 것으로 판단된다.

따라서 이들의 논의 속에서 미디어교육 정책과 관련해서 사회적 인식을 제공하기 위한 노력은 지속되어야 하며, 특히, 미디어교육에 대한 사회적 담론이 가짜뉴스, 미디어제작 등 미디어교육의 일부분으로 논의되기보다는 한국의 미디어교육에 대한 합의가 이루어질 수 있도록 다양한 세대 계층에게 미디어교육의 인식제고 노력이 필요하다.

다. 기관 내의 조직 역량 및 인적 자원

각 기관에서 미디어교육을 수행하는 담당자들의 경우에 미디어교육을 수행하면서 느낀 애로점들 중에서 공통적으로 제기하고 있는 사항은 바로 조직 내의 미디어교육 인적 자원의 부족이다. 각 기관별로 다소 차이는 있지만, 미디어교육을 보다 체계적이고 효율적으로 수행하기 위해서는 미디어교육 정책을 기획할 수 있는 연구 역량을 갖춘 전문 인력이 필요하다. 지적하고 있다. 각 기관들은 미디어교육 실행을 위한 인력이 있지만, 이들의 대부분은 미디어교육 정책사업을 관리하고 수행하는 데 대부분 투입되고, 미디어교육 정책 연구, 미디어교육 단체 등을 컨설팅할 수 있는 인력은 부족하다는 점을 지적하고 있다.

또한 미디어교육과 관련해서 지속적으로 미디어교육 정책 사업을 수행하는 경우도 있지만, 그렇지 않은 기관들도 있다. 심층인터뷰 응답자들의 경우에, 각 기관들의 성격에 따라서 미디어교육이 주업무가 아닌 경우에는 조직 내의 인력이동이 이루어지는 등 해당 조직 내에서 미디어교육 정책 사업에 대한 전문성을 갖기 어렵다는 점을 공통적으로 지적하고 있다. 예를 들어, 학교 미디어교육의 경우에, '교육'을 전문적으로 담당하는 조직이 아닌 경우에 교육 정책, 교육 환경, 교육 과정 등 교육과 관련된 정보와 전문성을 갖기 어려우며, 또한 조직 내의 인력 재배치와 인사이동으로 인해 미디어교육이 주 업무가 아닌 기관들에서는 미디어교육 전문성을 갖추기는 어렵다는 점을 지적하고 있다. 결과적으로 각 기관들이 정책 사업의 목적에 부합하는 미디어교육만 수행하게 되면서 산발적이고, 조직의 이해에 맞는 미디어교육을 수행하게 될 가능성이 높다.

심층인터뷰 응답자들은 국내 미디어교육이 체계성을 갖추고, 장기적이고 지속적인 교육을 수행하기 위해서는 미디어교육 전담 인력과 연구 인력의 확충이 필요하다고 답변하였다. 또한 시청자미디어센터와 지역 영상미디어센터의 경우에는 지역맞춤형 미디어교육, 공동체미디어교육을 지원하고 컨설팅할 수 있는 인력의 필요성도 제기하였다. 기관 내의 조직 역량과 인적자원을 지원하는 부분은 미디어교육의 내실 있는 운영을 위해 매우 중요한 요소이다. 따라서 미디어교육이 장기적이고, 안정적인 지원체계를 마련하기 위해서는 미디어교육 정책을 수립하는 정부부처의 정책부서, 정책담당의 전문성을 가진 인력이 배치될 필요가 있을 것으로 보인다.

2. 미디어환경변화에 따른 인식과 대처

4차 산업혁명, 지능정보사회의 도래, 미디어 환경의 변화, 미디어교육법 제정, 전 국민 대상의 미디어교육 정책 수립 등에 대한 논의들이 가시화되고 있다. 또한 가짜뉴스, 1인 미디어로 인해 발생하는 사회적 문제를 해결하기 위한 대안으로 미디어교육이 사회적 관심을 받고 있다. 이런 흐름 속에서 전문가들은 한국의 미디어교육 정책에서 예측되는 위기와 기회 요소들을 어떻게 생각하고 있는지 의견을 들어보고자 하였다.

전문가들이 제시한 위기 요인과 기회 요인을 정리해보면 다음과 같다.

<표 3-33> 지능정보사회에서 미디어교육 정책의 위기와 기회 요소

지능정보사회의 미디어교육 정책	
기회요인	위기요인
· 사물인터넷, 인공지능, IT 발전으로 인해 미디어교육의 수요가 증대될 것으로 예측 · 미디어를 통한 소통이 확장되면서 소통교육으로서의 미디어교육의 중요성 증대 · 4차 산업혁명, 지능정보사회와 같은 미디어 환경변화는 전환기 미디어약자, 경력 단절, 장년층의 재취업 붐, 맞벌이 부부 등 생애주기별 다양한 교육마련의 기회가 됨 · 가짜뉴스, 1인 미디어 등 미디어의 부정적 영향력이 커지면서 미디어교육 활성화의 중요성 대두 · 미디어환경변화에 개별 시민들의 역량이 뒷받침되어야 한다는 인식이 있으며, 이는 미디어교육에 대한 사회적 관심을 높여주고 있음 · 디지털 인프라 구축, 빠른 기술 확산 속도가 미디어교육의 확장을 가져올 것으로 기대 · 미디어교육법 제정	· 미디어교육 정책을 여러 기관이 대동소이하게 강사양성과 파견사업, 프로그램 지원으로 보고 접근하는 방식 · 국민과 시민 주도의 미디어교육 생태계 복원에 대한 요구 · 정부부처별로 분산된 미디어교육으로 인해 미디어교육 정책이 미디어교육의 모든 분야를 아우르지 못하며, 따라서 제대로 된 대처가 힘들 것으로 예상 · 정부의 정책적 의지를 정치 편향적으로 해석, 정치적 논쟁의 산물이 되는 것 · 미디어교육이 필요성이 확산되면서, 미디어교육이 기능주의적이거나, 상업적 움직임에 왜곡될 가능성 · 정부주도의 미디어교육이 시행될 경우, 정부정책 방향에 맞는 미디어교육을 진행하게 되어, 자발성, 다양성, 비판적 시각이 배제될 가능성 · 지나치게 빠른 기술 발전으로 인한 세대 격차의 발생 · 정부부처별로 분산된 정책 사업으로 인한 미디어교육의 전문성 결여와 실효성 있는 교육정책 수립이 힘들 · 미디어교육에 대한 사회적 합의의 부재

전문가들은 국내 미디어교육 정책의 기회 요인으로 3가지 정도를 제시하고 있다. 이를 정리해보면, 첫 번째로, 사물인터넷, 인공지능, IT 기술 등 디지털 기술의 급격한 발달과 확산이 미디어교육의 중요성을 확대시킬 것이며, 두 번째로, 가짜뉴스, 1인 미디어 등 미디어의 부정적 영향력이 커지면서 미디어교육의 활성화의 중요성이 대두되고 있고, 세 번째로, 미디어교육의 중요성이 확산되면서 행정부처별로 분산된 미디어교육 정책에 대한 우

려가 오히려 미디어교육법 제정과 관련해서는 기회요소가 될 것이라고 응답하였다. 즉, 응답자들은 국내 미디어교육을 둘러싼 4차 산업혁명, 지능정보사회 도래, 가짜뉴스가 사회적 이슈로 등장하면서 정부차원에서 뿐만 아니라, 개별 시민 영역에서도 미디어리터러시 역량의 중요성이 대두되고 있고, 이를 위해서 미디어교육의 중요성이 사회적 공감대를 이루고 있다는 의견을 제시하고 있다. 또한 응답자들은 미디어교육에 관한 사회적 관심도의 증대는 생애주기별 미디어교육의 기회를 제공할 것으로 보고 있으며, 나아가 미디어교육법 제정의 기반이 될 것으로 예측하고 있었다.

미디어교육 정책을 둘러싼 기회 요소도 있지만, 여전히 국내 미디어교육이 안고 있는 위기 요소들도 있는데, 심층인터뷰 내용을 정리해보면, 3가지 의견이 제시되었음을 알 수 있었다. 국내 미디어교육 정책이 안고 있는 위기 요소로는 첫 번째로, 미디어교육의 사회적 합의를 찾아보기 어려우며, 두 번째로, 부처별로 진행되는 미디어교육으로 인해 미디어교육의 전문성, 체계성, 실효성을 찾기 어려우며, 세 번째로, 정부주도의 정책 사업으로 미디어교육이 수행되는 과정에서 자발성, 다양성, 비판적 시각이 배제될 수 있다는 점을 지적하고 있다. 이 지적은 그간 국내 미디어교육과 관련해서 지속적으로 논의되어 왔던 지적이기도 하다.

미디어교육을 직접 수행하는 집단들은 국내 미디어교육을 실행하는데, 정부부처별로 분산된 미디어교육 정책, 미디어교육 기관들 간의 협력이 이루어지지 않고 있다는 데 주목하고 있으며, 시민단체 활동가 집단들의 경우에는 미디어교육 정책이 정부부처별로 나누어진 것뿐만 아니라, 사회에서 발생하는 특정 이슈와 논리의 발생으로 인해 한쪽으로 치우친 미디어교육이 수행될 가능성을 위기로 인식하고 있었다. 학계 및 연구자 집단에서는 국내 미디어교육 정책의 위기와 관련해서 미디어교육에 대한 사회적 합의가 이루어지지 않은 점과 현재 국내 미디어교육 정책 사업이 기관별로 유사하고 일회적인 흥미위주의 교육으로 수행되고 있다는 점을 위기로 지적하고 있다. 각 집단별로 위기를 바라보는 시각의 차이는 있지만, 국내 미디어교육 정책에 대한 성찰과 이를 토대로 미디어교육에 대한 사회적 합의 및 각 기관들의 미디어교육에 대한 재정비가 필요하다는 점에는 동의하고 있음을 알 수 있다.

3. 미디어교육 정책 사업에 대한 평가

가. 정부 주도의 미디어교육 정책 사업에 대한 평가 및 개선 사항

2010년 이후 국내 미디어교육은 정부의 정책 사업 영역으로 편입되기 시작했으며, 현재 까지도 이어져오고 있다. 이 같은 정부 주도의 미디어교육 정책 사업에 대해서 시민단체 활동가 집단은 정책목표에 따라 미디어교육의 사업 방향이 정해져있으며, 성과 중심으로 진행되는 경향이 있는데, 정부부처가 주도하는 정형화된 틀을 제시함으로써 시민의 자발성, 다양성이 축소되고 기능화 될 우려가 있다는 점을 지적하고 있다. 국내 미디어교육은 시민단체들로부터 촉발되었으며, 그간 각 단체들이 자신의 특성에 맞게 다양한 미디어교육을 수행하고 있다. 하지만 정부 정책에 의해 미디어교육이 추동되는 경향에 대해서 그간 시민 단체들이 자신들만의 지향점을 가지고 다양한 사례들을 만들어내던 방식이 제한될 수 있음을 지적하고 있는 것이다.

따라서 시민단체 활동가들은 정책 사업에 참여하는 것과 함께 시민 사회의 독자적인 미디어교육이 병행되어야한다는 점을 강조하고 있다. 이들의 제안을 정리해보면, 행정부처는 시민사회 영역의 미디어교육 재원은 지원하되, 내용은 자율성, 지역성, 다양성에 입각해 독립적으로 운영할 수 있는 정책이 발굴되어야 하며, 정책 사업이 그간 지향해 온 성과 위주가 아니라, 소규모로 일상의 경험과 결합된 실험성이 강조될 수 있는 지원 방식이 필요하며, 이를 통해 정부 정책이 담당하지 못하는 사각지대의 미디어교육을 수행할 수 있을 것으로 기대한다는 의견을 제시하고 있다. 또한 지원 방식에서도 강사비, 토론회 등으로 한정되거나 외부 인력만을 계상하는 방식 등을 좀 더 교육현장에 맞게 현실화할 필요성이 있음을 지적하고 있다.

나. 교육부의 미디어교육 정책에 대한 평가 및 개선 사항

교육부의 교육 정책은 국내 미디어교육 정책 사업에 상당한 영향력을 미쳤다. 2010년 창의적 체험활동과 2015년 자유학기제의 시행은 국내 미디어교육 실행기관들의 학교교육을 확대시키는 효과를 가져왔으며, 실제로 국내 미디어교육의 대표적인 기관인 시청자미디어재단과 한국언론진흥재단의 경우에는 자유학기제 협력기관이며, 앞선 사례 조사 결과에서

도 제시되었지만 2015년 이후 이들 두 기관의 미디어교육의 상당부분이 자유학기제로 시행되고 있다. 이처럼 교육부의 교육 정책이 국내 미디어교육 정책 사업에 많은 영향을 미치고 있지만, 실제로 교육부에서 미디어교육 정책은 중요하게 다루어지지 않고 있다.

교육부의 미디어교육에 관한 관심은 미디어교육 자체 보다는 미디어 환경변화와 교육의 연관성에 더 치중하는 경향을 보이는 것과 관련해서 학계 및 연구자 집단은 교육부의 관심이 학습자의 지원에 있으며, 변화하는 미디어환경에 대응하기 위한 학습자를 지원하는 차원에서 미디어교육을 접근하고 있기 때문에 당연한 결과이며, 무엇보다 교육과정에 미디어교육이 내용적으로 명시되지 않음을 인해서 발생하는 결과라는 의견을 제시하였다.

교육부의 교육 정책이 국내 미디어교육 정책 사업을 추동하는 것에 대해서는 스마트교육, 창의적 체험 활동, 자유학기제 등은 우리나라 학교 교육의 큰 흐름을 바꾸어 놓고 있는 중요한 정책들이었는데, 학교 교육 개선 정책들을 통해 미디어교육이 학교 교육에 실행될 가능성을 넓혀왔다는 평가를 하고 있다. 특히 자유학기제는 결정적으로 미디어교육이 학교에서 공식적으로 일어날 수 있는 계기를 마련하였다고 평가할 수 있고, 시청자미디어재단, 한국언론진흥재단, 한국정보화진흥원 등은 학교 안의 열린 계기와 공간을 통해 미디어교육을 공식적으로 교육과정과 연계하여 시도할 수 있게 되었다는 점에서 기여한 바가 있다는 평가를 내리고 있다.

교육부의 미디어교육 정책에 대한 평가에서 학계 및 연구자들은 2015 개정교육과정의 핵심역량에서 미디어리터러시가 다루어지지 않고 있음을 지적하고 있는데, 2009 개정 교육과정에는 교육과정의 '범교과 주제 학습'에 '미디어교육'이 명시되어 있었으나, 2015 개정 교육과정에서는 뚜렷한 이유 없이 범교과 주제 학습에서 미디어교육이 제외되었고, 핵심 역량의 '의사소통 역량'에서 '텍스트, 상징, 이미지, 매체' 등을 통한 의사소통을 다룬다고 하여 미디어 리터러시 교육의 근거가 될 수 있는 여지를 남겨두고 있다는 평가를 하였다. 이는 핀란드, 호주, 싱가포르, 뉴질랜드 등 다양한 교육선진국들이 핵심역량 속에 미디어리터러시를 핵심역량으로 반영하고 있다는 점에서 볼 때, 실제로 4차 산업혁명 등 미디어리터러시 역량에 대한 사회적 관심도는 높아지고 있고, 국내 미디어교육 정책 사업은 학교 미디어교육이 확대되는 경향을 보여 왔지만, 정작 교육부에서 미디어리터러시 역량에 대한 관심은 높지 않았음을 알 수 있는 대목이다.

학계 및 연구자 집단은 교육부가 그간 수행해온 미디어교육 정책에 대한 평가에서 자유학기제, 고교학점제 등의 학교미디어교육 정책과 미디어리터러시와 관련해서 연구 및 조사정책을 펼치고 있으며, ‘미디어 리터러시 교육 정책연구학교’도 2016년 3월부터 2018년 2월까지 15개의 초·중·고교에서 운영되었으나, 정책적인 효과가 컸다고 보기는 어렵다는 의견을 제시하고 있다. 또한 여러 정책연구에서 미디어교육을 실시할 수 있는 교원양성의 필요성에 대해 언급되었으나, 지역의 교육청 단위에서 실시되는 미디어교육 관련 교사연수를 제외하고, 교원양성 기관에서의 체계적 교육은 부족한 편이며, 미디어교육과 관련해서는 미디어 관련 부작용에 대한 대응으로서의 미디어 리터러시 교육의 중요성에 대해 언급하고 있는 수준으로 평가하고 있다.

국내 미디어교육의 활성화를 위해서 향후 교육부가 준비해야 할 미디어교육 정책에 대해서 학계와 연구자 집단은 몇 가지 제안을 하고 있다. 첫 번째로, 2015 개정교육과정 내에 핵심역량의 하나로 미디어리터러시를 명시하는 정책이 필요하며, 이는 교과 안에 파편화된 형태로 담겨있는 것들이 아니라, 미디어리터러시를 교육과정의 총론 및 핵심역량에 반영되어야 하며, 두 번째로, 국가교육위원회, 미래교육위원회 등에 미디어리터러시 관련 전문가를 포함하여 국가 교육정책에 미디어리터러시를 반영할 수 있도록 제도적 뒷받침이 되어야 하며, 세 번째로, 교육부 및 시도교육청에 미디어리터러시 담당 연구사, 장학사의 배치가 필요하며, 네 번째로, 한국교육과정평가원, 한국교육학술정보원, 한국교육개발원에 미디어리터러시 전공자를 선발해 국가 교육정책연구를 수행하도록 할 필요가 있으며, 다섯 번째로, 미디어교육을 위한 교사양성프로그램 등의 운영을 통한 학교지원 정책들을 제안하고 있다.

앞서 국내 미디어교육 행정부처간의 협력체계 구축을 위해서 미디어교육법 제정, 미디어교육위원회 설립 등이 거론된 바 있다. 하지만 보다 실제적인 차원에서 미디어교육이 학교 정책으로 반영되기 위해서는 시도교육청의 협조가 필요하며, 이를 위해서는 미디어교육 담당 정책을 담당할 전담 인력의 배치가 필요할 것으로 보인다. 각 부처들 간의 협업과정에서 전담 인력들을 통해 소통체계를 마련하고, 이를 기반으로 각자 수행해온 미디어교육 경험과 사례들을 공유하고 협업할 수 있는 공유체계가 마련되어야 할 것으로 보인다.

제4절 소 결

국내에서 미디어교육을 지속적으로 시행하고 있는 대표기관들의 미디어교육 정책 사업을 비교분석한 결과는 다음과 같다.

첫 번째로, 국내 미디어교육 유관기관별 미디어교육의 목표 및 방향성은 정책사업의 기획, 예산을 받는 행정부처의 정책목표에 영향을 받고 있다. 따라서 방송통신위원회 미디어교육 정책사업은 방송과 인터넷으로 나뉘어서 미디어교육 정책 사업이 이루어지고 있으며, 문화체육관광부 소속의 한국언론진흥재단과 지역영상미디어센터의 경우에도 신문과 영상문화에 초점을 두고 이루어지고 있다.

두 번째로, 미디어교육 기관별로 교육사업의 중심과 실행형태의 차별점을 보이고 있다. 4개 기관들은 크게 학교미디어교육과 사회미디어교육으로 중점사업을 다르게 펼치고 있는 것으로 분석되었다. 한국언론진흥재단과 한국정보화진흥원이 학교미디어교육, 시청자미디어재단과 지역영상미디어센터는 사회미디어교육에 강점을 보이고 있다.

세 번째로, 교육사업과 관련해서 실행형태는 차이를 나타내고 있는데, 한국언론진흥재단은 자유학기제, 창의적체험활동 등을 통해 강사파견사업에 초점을 두고 있다면, 한국정보화진흥원은 학교교육을 지원하는 원격교사연수, 인터넷드림단활동에 주력하고 있다. 한국정보화진흥원의 경우에 강사파견사업은 일회성 특강 형태로 운영되고 있다.

네 번째로, 교육부의 자유학기제 정책으로 인해, 시청자미디어재단의 경우에 자유학기제 교육이 확대되는 추세를 보였으며, 한국언론진흥재단의 경우에는 초등학생과 고등학생 교육과 비교할 때 상대적으로 자유학기제 교육이 지속적으로 증가하고 있음을 알 수 있었다. 이런 변화를 통해서 볼 때 교육부의 창의적 체험활동, 자유학기제 시행은 국내 미디어교육 지형을 초기 사회 미디어교육에서 학교미디어교육으로 이동시키는 효과를 가져왔다고 볼 수 있다.

다섯 번째로, 교육인력양성의 경우 4개 기관 모두 자체적으로 교육인력을 양성하고 있는 것으로 나타났다. 학교교육이 확대되면서 교사양성을 위한 프로그램이 확대되고 있는데, 한국정보화진흥원의 경우에 자체 발간한 교육콘텐츠의 학교보급을 위해서 중앙연수원과 함께 매년 교사대상 원격연수프로그램을 운영하고 있다. 한국언론진흥재단은 초기 신

문교육(NIE)부터 현재까지 강사파견형 사업을 주된 사업의 하나로 시행하고 있고, 이 과정에서 교육을 담당하고 있는 강사 교육을 꾸준히 시행하고 있다. 시청자미디어재단은 ‘미디어교육사’를 도입하여 미디어교육 인력을 양성하고 있다.

여섯 번째로, 교육콘텐츠 개발 부문에서는 다른 기관들에 비교할 때, 한국정보화진흥원과 한국언론진흥재단이 강점을 가지고 있다. 두 기관 모두 ‘뉴스’, ‘인터넷윤리’라는 정책사업의 목표에 부합하는 콘텐츠를 개발하고 있다. 한국정보화진흥원은 인터넷윤리, 사이버폭력, 디지털시민성 등 인터넷과 관련된 분야의 학교급별 다양한 인쇄 교재, 동영상콘텐츠, 앱, 뮤지컬 등을 제공하고 있으며, 학교현장에서 바로 활용이 가능하도록 전자책(e-book) 형태로도 제공되며, 최근에는 수업에 활용가능한 교구를 수업안과 함께 배포하고 있다. 한국언론진흥재단은 학교급별로 개발된 뉴스리터러시 교재 이외에, ‘튜터’제도를 통해 학교교육과정에 결합된 뉴스리터러시 수업지도안을 미디어교육홈페이지(포미)를 통해 제공하고 있다.

일곱 번째로, 연구와 조사 사업의 경우에 시청자미디어재단과 한국언론진흥재단에서 매년 시행되고 있다. 연구사업의 내용을 살펴보면 주로 해당 기관의 정책 사업을 뒷받침하기 위한 연구가 수행되는 경향이 있다. 시청자미디어재단은 외부연구과제 형태로 진행되고 있고, 한국언론진흥재단은 외부연구과제와 내부연구과제가 동시에 진행되고 있다. 전문가 심층인터뷰에서도 국내 미디어교육 유관기관의 경우에 미디어교육을 담당할 정책 기획 및 연구 인력이 없거나 부족하다는 지적이 있었는데, 실제로 교육 정책 사업이 활발히 이루어지고 있는 것에 비교할 때, 미디어교육의 방향성을 기획하거나, 평가 및 검토할 연구인력은 부족한 것으로 보인다.

여덟 번째로 미디어교육과 관련한 홍보는 각 기관별로 정책 사업과 관련한 홍보가 주를 이루고 있다. 한국언론진흥재단이 최근 가짜뉴스와 관련해서 가장 활발한 홍보활동을 펼치고 있는 것으로 보이는데, 세바시, 웹예능, 1인미디어 등을 활용해서 뉴스리터러시에 대한 대국민 홍보를 시행하고 있으며, 한국정보화진흥원은 인터넷윤리 사업 결과물을 ‘아인세주간’을 통해 전시 및 홍보하고 있으며, 시청자미디어재단의 경우에도 2015년부터 ‘미디어교육 컨퍼런스’를 지속적으로 수행하고 있다.

<표 3-34> 미디어교육 유관기관별 정책 사업의 목적 및 방향

기관	주무부처	정책사업 목표	교육매체 (내용)	교육 및 사업 내용	특장점
시청자 미디어 재단	방송통신위원회 지역미디어정책과	시청자권익증진	영상 (미디어제작)	· 센터별 상설미디어교육 · 자유학기제/크리에이터교육 · 찾아가는 미디어버스 · 소외계층 대상 미디어교육 활동 지원 · 강사양성(미디어교육사) · 생애주기별 미디어교육 지원	· 생애주기별 미디어교육 · 소외계층 대상 미디어교육 · 하드웨어인프라(지역별 센터)
한국 정보화 진흥원	방송통신위원회 개인정보보호위원회 (인터넷윤리팀)	인터넷윤리 이용자보호	인터넷 인터넷윤리	· 강사파견형 사업(특강) · 학교에서 활용가능한 교육콘텐츠개발 및 공개 · 학교동아리지원(인터넷드림단) · 다양한 교수법 활용한 교구 및 멀티미디어콘텐츠 제공 · 교사대상 인터넷윤리 등 원격연수프로그램 운영 · 아인세 홈페이지 운영 · 아인세주간 행사	· 학교 교사대상 직접 지원 · 동아리(인터넷드림단 지원) · 인터넷윤리 교육콘텐츠 개발 · 교사대상 원격연수 · 교육참여대상별로 참여형 홍보
한국 언론진흥 재단	문화체육관광부 미디어정책과	정보복지 뉴스 리터러시 능력함양	뉴스 뉴스리터러시	· 강사양성 및 파견 · 미디어교육전국대회 · 미디어교육홈페이지(ForMe)운영 · 미디어교육전국대회 · 교육콘텐츠(뉴스리터러시) 개발 · 교사연구회 지원	· 학교 강사 파견 · 학교교육 지원(수업지도안) · 교사대상 원격연수 · 미디어를 활용한 홍보전략
영상 미디어 센터	문화체육관광부 영상콘텐츠산업과	지역균형발전 공동체미디어	영상 (미디어제작) 공동체미디어	· 공동체미디어교육 · 영상제작상설강좌 (생애단계별, 미디어전문학교/생활미디어/상영회 등) · 상영지원(독립영화 및 공동체 상영회 지원) · 창작지원(퍼블릭 액세스, 시민영화, 여성영화, 공동체 등)	· 공동체미디어 · 문화향유(영화관람 등) · 창작지원(영화 중심) · 하드웨어인프라(지역별 센터)

제 4 장 방송통신위원회 미디어교육 정책의 추이분석

제1절 미디어 환경의 변화와 방송통신위원회 미디어교육 정책의 시기별 특성

1. 시기별 미디어교육 정책 현황

방송통신위원회는 새로운 미디어 기술의 등장으로 나타나는 미디어 환경의 변화와 이로 부터 발생하는 사회적 영향을 고려하여 지속적으로 미디어교육 정책을 수립하고 시행해왔다. 이러한 정책이 큰 틀에서 어떠한 방향성을 가지고 추진되었는지 그 특성을 발견하기 위해, 방송통신위원회가 출범한 2008년 이후 2017년까지 약 10년 동안의 ‘업무보고’(2009~12년) 및 ‘업무계획’(2013~18년)¹⁴⁾ 자료를 중심으로 살펴보고자 한다.

방송통신위원회는 2008년 <방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률>에 따라 설립됐다. 이는 방송과 통신이 융합하는 환경에서 방송의 자유와 공공성 및 공익성을 높이고 위원회의 독립적 운영을 보장하여 국민의 권익보호와 공공복리 증진에 이바지하기 위한 목적을 가지고 있다. 이에 따라 지속적으로 미디어교육 정책을 수립하고 시행하고 있다. 이를 시기별로 나누어 살펴봄에 있어 미디어교육과 관련된 주요 연혁은 [그림 4-1], 업무보고 및 업무계획상 연도별 비전, 정책목표 및 미디어교육 관련 추진과제는 <표 4-1>과 같이 정리하였다.

새로운 정부가 들어설 때마다 정책 기조가 바뀌면서 방송통신 정책 전반과 더불어 미디어교육 정책도 함께 변화하는 모습을 띤다(강진숙 외, 2017; 김광재·장은미·강신규, 2017). 이는 미디어교육에 대한 정부 주도의 거버넌스 구조를 확립하는 것이 일관성과 안정성을 확보하기 위한 것이라는 점에서(황치성 외, 2013) 모순된다. 따라서 여기서는 방송통신위

14) 방송통신위원회가 2008년 3월에 출범하였기 때문에 분석대상인 업무보고 또는 업무계획 자료는 2009년부터 확보하였다. 다만, 2018년 정책사업은 아직 종료되지 않았기 때문에 이 연구의 분석범위는 아니지만, 참고로 제시하였음을 밝힌다.

[그림 4-1] 미디어교육 관련 방송통신위원회 주요기관 및 사업 연혁

이명박 정부	● 2008	방송통신위원회 설립	
	● 2009	한국정보화진흥원 설립 한국인터넷진흥원 설립	'바람직한 인터넷 이용환경 조성' 사업(2009~계속) 시행
	● 2011	한국방송통신전파진흥원 개편 스마트교육 추진전략 수립 (국가정보화전략위원회, 교육과학기술부) 창의적 체험활동 실시 (교육과학기술부)	방송통신발전기금 위탁관리기관 지정
	● 2012	'미디어교육' '시청자권익증진활동지원', '시청자미디어센터 운영지원' 사업이 '시청자권익보호활동지원' 사업으로 통합	
박근혜 정부	● 2013	자유학기제 시범 운영	
	● 2014	강원 대전 인천시청자미디어센터 개관	
	● 2015	자유학기제 미디어교육 프로그램 운영 시청자미디어재단 설립 한국방송통신전파진흥원에서 수행하던 '시청자권익보호활동' 사업이 시청자미디어재단으로 이관 서울 시청자미디어센터 개관	6개 지역센터(부산광주강원대전인천서울) 85개교 참여 교육청(부산남부교육지원청광주세종충북인천교육청) 과 MOU 체결
	● 2016	울산 시청자미디어센터 개관 시청자미디어재단 위탁집행형 준정부기관 지정 '스마트 미디어 리더십 중장기 정책방안' 수립 자유학기제 전면 실시 (교육부)	미디어교육 프로그램 122개교 참여
		한국인터넷진흥원 '바람직한 인터넷 이용환경 조성' 사업이 한국정보화진흥원으로 이관	
문재인 정부	● 2017	'바람직한 인터넷 이용환경 조성' (방통위) 과 건전한정보문화조성(법국민정보윤리교육)(미래부) 사업이 '사이버폭력예방 및 피해자 지원활동강화'로 사업 통합 생애주기별 맞춤형 교육 실시 '시청자권익보호활동지원' 사업명이 '시청자미디어재단 지원' 사업으로 변경	
	● 2018	'사이버폭력예방 및 피해자 지원활동강화' 사업명이 '건전한 사이버 윤리 문화 조성'으로 변경 '마을 미디어교육 지원 사업' 신설(2017년 시범운영)	

주) 분석자료로 활용된 '2013년 업무계획'은 이명박 정부에서, '2017년 업무계획'은 박근혜 정부에서 수립된 것이나 실제 집행된 것은 다음 정부이기 때문에 2013년은 박근혜 정부로, 2017년은 문재인 정부로 분류하였음

원회 미디어교육 정책의 시기별 특성을 살펴봄에 있어 정부에 따라 분류하여 연도별로 어떤 비전과 정책목표를 가지고 미디어교육 관련 추진과제를 설정했는지 살펴보려고 한다.

먼저 이명박 정부에서는 방송통신 융합과 인터넷 확산, 스마트 미디어 환경으로의 변화에 따라 이와 관련된 산업 육성에 방점을 두면서, 미디어교육에 관한 정책이 다소 소홀히 추진되는 모습을 보인다. 특히 미디어교육의 초점은 인터넷 확산으로 비롯되는 문제를 해결하기 위한 수단으로서의 윤리교육에 지나치게 경도되어 있다고 평가할 수 있다. 한편 미디어교육에 있어 다양한 이해당사자 혹은 행위자들 가운데 미디어산업계의 책임은 거의 방기되었는데, 이러한 산업계에 다소간의 책임을 부여하고자 한 것은 긍정적으로 평가될 수 있을 것이다. 그러나 그 방법이 자율적 내용규제 또는 이와 관련된 이용자교육 및 캠페인과 같은 형태였다. 인터넷윤리교육의 연장선상에서 사업자 책임을 부여했다고도 볼 수 있을 것이다.

구체적으로 살펴보면 방송통신위원회 출범 이후 몇 년 동안 방송 통신 산업을 활성화하기 위한 정책과 더불어 인터넷 환경에서 발생할 수 있는 문제를 해소하기 위한 정책에 초점을 두었다. 2009년에는 경제위기 극복과 방송통신강국 구현을 목표로 하여 ‘미래 유망분야인 미디어 산업 혁신’, ‘일자리 안정을 위한 투자 촉진 및 해외진출 지원’, 그리고 ‘국민적 에너지 결집을 위한 방송통신의 역할 강화’를 중점 추진과제로 삼고 있었다. 미디어교육과 관련하여 ‘소통의 장, 인터넷의 신뢰성 제고’라는 정책목표를 세우고 이를 이행하기 위해 선플달기 운동이나 청소년 사이버윤리의식 제고 교육을 실시하기도 하였다. ‘바람직한 인터넷 이용환경 조성’ 사업은 이러한 맥락에서 시작되었다.

방송통신위원회는 2010년에도 유사한 정책목표와 미디어교육 정책을 세운다. ‘방송통신·미디어산업 육성’, ‘미래 네트워크 세상 선도’, ‘방송통신 글로벌 리더십 확보’라는 정책목표는 전년도처럼 산업 활성화와 글로벌 경쟁력 강화로 귀결된다. 미디어교육과 관련된 정책에 있어서도 윤리교육 강화에 초점을 두고 있다.

스마트 미디어 환경이 펼쳐짐에 따라, 2011년부터는 정책적 초점이 다소 변화되는 모습도 보인다. ‘스마트시대 기반 조성’, ‘시장 선진화’, ‘이용자 친화적 환경 마련’을 핵심 과제로 삼아, 관련 산업 육성에 지속적으로 정책의 방점을 두면서도 스마트 미디어 환경에 능동적으로 대응하는 모습을 보인다. 이 가운데 이용자 친화적 환경 마련을 위한 세부정책이 미디어교육과 관련되어 있다. 그러나 업무보고에는 스마트워크 확산, 소셜플랫폼의 생

산적 활용, 사이버 시큐리티 기반 조성, 통신요금 부담 완화, 이용자 권익 증진을 이용자 친화적 환경 마련을 위한 방법으로 표현하고 있다. 당시 미디어교육 관련 정책은 산업 육성 정책이나 통신요금 정책에 비해 상대적으로 소홀히 다뤄진 것으로 보인다. 또한 안전한 인터넷사회 구현을 정책목표로, 그리고 사이버 안전의식 제고를 추진과제로 삼았는데, 이를 위해 개인정보보호를 위한 홍보, 인터넷윤리·소양교육을 실시하였다. 사회적 약자 보호라는 추진과제를 이행하기 위한 것으로는 다문화가정, 장애인 등 소외계층을 대상으로 하는 스마트기기 활용 능력 교육이 있었다. 2011년 1월에 <전파법> 개정으로 한국전파진흥원이 한국방송통신전파진흥원으로 개편되었고 방송통신발전기금 위탁관리기관으로 지정되었다. 한편 2012년에도 유사한 정책목표와 추진과제 아래 인터넷윤리 학교교육을 강화하고자 하였으며, 산업계에 책임을 부여하고자 인터넷사업자에 의한 자율적 내용규제, 이용자교육·캠페인을 장려하도록 하였다.

박근혜 정부에서는 전 국민 미디어 리터러시 교육 확대를 전면에 내걸고 지역 시청자미디어센터 건립을 적극적으로 추진하는 등 표면적으로 볼 때 이전 정부에 비해 미디어교육 정책을 확대하는 모습을 보인다. 이전 정부가 추진했던 글로벌 경쟁력을 갖춘 미디어 산업 육성 정책이 정부의 핵심경제 정책인 창조경제를 구현하기 위한 수단으로서의 ‘창조방송’으로 탈바꿈하기는 하였으나, 이것이 미디어센터 확충과 같은 미디어교육을 위한 기반 시설 구축이라는 결과로 나타나기도 했다. 또한 범정부적 교육개혁 핵심과제로 도입된 중학교 ‘자유학기제’(2013년 시범운영)를 통한 미디어교육 프로그램이 2015년부터 시행되고 점차 확대되어 학교 미디어교육이 본격적으로 활성화되는 시기이기도 하다.

구체적으로 2013년부터 2015년까지는 방송의 공정성, 방송통신 시장 공정경쟁 및 이용자 보호, 방송의 창조경제 지원을 정책목표로 삼았다. 미디어교육과 관련하여 이용자 역량 강화와 이용자 보호를 위한 정책에 초점을 맞추었다. 2013년에는 이용자 역량 강화를 위한 스마트 미디어 활용 교육, 이용자 피해예방 교육 등을 실시하였으며, 취약계층을 대상으로 한 교육을 지속하였다. 특히 시청자미디어센터 확대(강원·대전·인천 신규센터 건립)를 통해 시청자 참여 및 소통, 그리고 지역 간 형평성 제고를 위한 인프라를 확충하고자 하였다. 2015년 추진과제로 미디어 다양성 및 시청권 보장이라는 정책목표 아래 시청자미디어센터를 중심으로 한 계층별·수준별 미디어 활용 및 비판적 이해, 중독 예방 교육 강화를 전면 에 내세우기도 하였다. 또한 범정부적 교육개혁 핵심과제로 도입(2013년 시범운영)된 중학

교 자유학기제를 활용한 미디어교육 프로그램이 지역센터(부산·광주·강원·대전·인천·서울)에서 실시되었다.

2016년에는 보다 적극적인 미디어교육 정책을 펼친 것으로 평가할 수 있을 것이다. '방송의 공정책임 제고 및 미디어 리터러시 강화'를 정책목표 가운데 하나로 내세우면서 '전국민 대상 미디어 리터러시 교육'을 추진과제로 삼았다. 이를 위해 미디어 접근권 보장·윤리함양·활용능력 제고 등을 주요 내용으로 하는 '스마트 미디어 리터러시 중장기 정책방안'을 수립하였다. 여기에는 ▲시청자미디어센터의 미디어교육에 대한 지역별 편차를 줄이기 위한 교육과정 표준화, 통계 확충, 강사양성 및 관리시스템 마련, ▲창의적 미디어 인재 양성과 미디어 활용능력 제고를 위한 미디어 리터러시 교육 정규 교과화 등 관계부처 협의 추진, 그리고 ▲정부부처, 지자체별로 산재된 미디어교육 지원 활동 통합 추진 방안 등을 검토하는 내용이 포함되어 있다. 이밖에도 계층별·수준별 미디어 리터러시 교육 확대 실시, 자유학기제 및 방송사·대학협업 등 미디어인재 양성, 시청자미디어재단 기능 강화 등의 정책도 추진하였다.

한편 문재인 정부가 들어선 2017년에는 주요업무 추진계획 가운데 하나로 '스마트 시대 대응을 위한 전국민 미디어 역량 강화'를 목표로 보편적 미디어교육 확대, 미디어 창의 인재 양성, 인터넷 윤리 수준 향상 등의 추진과제를 내세웠다. 특히 4차 산업혁명 시대, 지능정보사회가 도래하면서 AI, 빅데이터 등 미디어 환경의 변화에 맞추어 새로운 윤리 기준을 마련하고, VR, 드론 등 신기술을 활용한 미디어교육을 확대하였다. 또한 계층별·수준별 교육에서 확장된 교육으로서 '생애주기별 맞춤형 교육'을 실시하였다.

2018년에는 두 가지 주요정책으로서 '신뢰받는 공정하고 자유로운 방송통신환경 조성'에는 인터넷윤리교육이, 그리고 '이용자의 능동적 참여와 권리 강화'에는 시청자미디어센터 및 맞춤형 미디어교육과 학교 미디어교육이 있다.

<표 4-1> 방송통신위원회 출범 이후 연도별 비전·정책목표 및 미디어교육 관련 추진과제

정부	연도	비전	정책목표	미디어교육 관련 추진과제
이명박 정부	2009	경제위기 극복과 방송통신강국 구현	· 미래 유망분야인 미디어 산업 혁신 · 일자리 안정을 위한 투자 촉진 및 해외 진출 지원 · 국민적 에너지 결집을 위한 방송통신의 역할 강화	· 소통의 장, 인터넷의 신뢰성 제고
	2010	새로운 10년을 선도하는 방송통신 2010	· 방송통신·미디어산업 육성 · 미래 네트워크 세상 선도 · 방송통신 글로벌 리더십 확보	· 대한민국 방송통신 품격 구현(방송품격 제고)·미디어 리터러시 강화; 고품격 인터넷문화 교육 확대 및 캠페인 실시)
	2011	함께 누리는 스마트 코리아	· 스마트시대 기반 조성 · 시장 선진화 · 이용자 친화적 환경 마련	· 안전한 인터넷사회 구현(사이버 안전의식 제고) · 따뜻한 이용환경 구축(사회적 약자 보호)
	2012	스마트 선진국으로의 도약	· 방송통신 일자리 창출 및 네트워크·콘텐츠 경쟁력 제고 · 성공적 디지털 전환 완료 및 상생·협력의 방송통신 시장 조성 · 안전한 사이버 환경 구축 및 사회적 약자 배려	· 생산적 소통사회 실현(건전한 소통과 인터넷 윤리문화 확산) · 이용자 중심의 권익증진(사회적 약자에 대한 배려 강화>소외계층 미디어교육)
박근혜 정부	2013	공정하고 창의적인 방송통신 환경 조성	· 국민에게 신뢰받는 공정한 방송 구현 · 방송통신 융합시대의 창조경제 적극 지원 · 국민행복을 위한 방송통신 이용환경 조성	· 취약계층 지원(방송통신 이용자의 역량 강화>이용자 교육 강화; 시청자미디어센터 확대)
	2014	국민 신뢰를 받는 창조 방송통신 실현	· 창조방송 구현과 세계화 · 방송의 신뢰성 제고 · 국민행복을 위한 이용자 보호	· 방송콘텐츠 기반 확충(창조방송 허브, 미디어센터 확충) · 건전한 인터넷 문화 조성
	2015	국민에게 행복을 주고 신뢰를 받는 방송통신 실현	· 방송의 공적 책임, 공익성 및 공정성 강화 · 방송 서비스 활성화 · 방송통신 시장의 공정 경쟁 및 이용자 보호	· 미디어 다양성 및 시청권 보장 (미디어 리터러시 교육) · 방송 콘텐츠 기반 확충(미디어 콘텐츠 제작인재 양성) · 건전한 인터넷 문화 조성(인터넷 윤리 교육)

박근혜 정부	2016	국민에게 행복을 주고 신뢰를 받는 방송통신 실현	· 방송의 공적책임 및 미디어 리터러시 강화 · 방송통신 공정경쟁 촉진 및 이용자보호 · 콘텐츠 경쟁력 강화 및 신규 방송통신 서비스 활성화 · 융합환경 시대 방송통신 법제도 정립	· 전 국민 대상 미디어 리터러시 교육 강화 · 건전한 인터넷 이용문화 조성
문재인 정부 ¹⁾	2017	국민에게 신뢰 받는 방송통신 강국 실현	· 공공복리 증진에 기여할 수 있는 건전한 방송환경 조성 · 새로운 시장 창출과 제도 정비로 방송통신 시장의 활력제고 · 상생협력을 통한 안전하고 공정한 방송통신시장 실현 · 스마트 시대 대응을 위한 전국민 미디어 역량 강화	· 보편적 미디어교육 확대 · 미디어 창의 인재 양성 · 인터넷 윤리 수준 향상
	2018	국민이 중심 되는 방송통신	· 신뢰받는 공정하고 자유로운 방송통신 환경 조성 · 이용자의 능동적 참여와 권리 강화 · 지속 성장이 가능한 방송통신생태계 구축 · 미래 대비 신산업 활성화	· 인터넷 역기능 대응 강화(가짜뉴스 확산 방지) · 인터넷 윤리교육강화 및 문화 확산 · 미디어교육 강화

주1) 2009, 2010년 비전이 명시되어 있지 않아 업무보고 및 업무계획 표지의 제목으로 갈음하였으며, 2011년에는 연차보고서를 참조함

주2) 분석자료로 활용된 '2013년 업무계획'은 이명박 정부에서, '2017년 업무계획'은 박근혜 정부에서 수립된 것이나 실제 집행된 것은 다음 정부이기 때문에 2013년은 박근혜 정부로, 2017년은 문재인 정부로 분류하였음

주3) 진하게 표시된 정책목표는 미디어교육 관련 추진과제와 관련된 것임을 의미함

2. 미디어교육 사업의 변화과정

정부는 정책 기조와 정치사회적 맥락을 고려하여 정책목표를 세우며, 이를 달성하기 위해 세부적인 사업단위로 나누고 적절한 예산을 수립·집행한다. 이를 효율적으로 수행하기 위해 유사·중복 사업을 통폐합하거나, 타 부처로 이관 또는 사업명을 변경하기도 한다. 여기서는 지난 10년간 미디어교육 사업의 변화과정을 추적하기 위해 사업내용에 따라 사업을 재분류하고자 한다. 이를 위해 방송통신위원회의 ‘예산 및 기금운용계획 사업별 설명자료’(2009~18년)와 위탁수행기관들의 ‘사업수행계획서’ 및 ‘사업수행 최종보고서’를 살펴보았다.

미디어교육과 관련된 방송통신위원회 정책사업은 2018년을 기준으로 ‘시청자미디어재단 지원’과 ‘건전한 사이버 윤리문화 조성’으로 나누어져 있다. 시청자미디어재단 지원 사업은 체계적이고 전문성 있는 시청자 참여 서비스 제공과 시청자의 창의적 미디어 활용을 위한 재단 운영, 그리고 시청자 대상 미디어 이해 활용 교육과 방송 제작 시설 장비 제공 등의 시청자 권익증진, 미디어 이용격차 해소 및 미디어 복지 실현에 대한 기여를 목적으로 2000년부터 계속사업으로 추진되고 있다.¹⁵⁾ 그 예산은 2018년을 기준으로 171억 원이다. 세부사업은 시청자미디어 운영 지원(인건비, 경상비), 시청자권익증진사업(지역센터프로그램 운영, 미디어교육 활성화 지원, 방송환경 조사연구, 자유학기제 미디어교육 지원, 미디어콘텐츠 인재 양성, 마을 미디어교육 지원), 시청자권익증진 인프라 마련(신규센터 구축 부대비, 센터 노후장비 개선, 신규센터 시설장비 구축)으로 구분된다.

시청자미디어재단 지원 사업은 2009년부터 2018년까지 사업이 분리되어 있거나 사업명에 변화가 있었다. 2009년부터 2011년까지는 ‘미디어교육’, ‘시청자 권익증진활동 지원’, ‘시청자미디어센터 운영(지원)’ 사업으로 나누어 있었다. 이 세 사업은 ‘시청자평가원 활동 지원’ 사업과 함께 2012년에 통합되면서 ‘시청자권익보호활동지원’으로 바뀌었다. 2013년에는 지역 인프라 확충을 위해 시청자미디어센터를 확대하기로 하면서 ‘센터 설립’ 사업이 신설되었고, ‘미디어교육’과 ‘시청자 권익증진활동 지원’이 통합되어 ‘미디어교육 및 권익증진활동 지원’으로 바뀌었다. 그리고 2014년에는 시청자평가원 활동지원 사업이 해당 사

15) 시청자미디어재단 <2018년도 보조(또는 출연)사업수행계획서: 시청자미디어재단 지원> 내부자료 참조

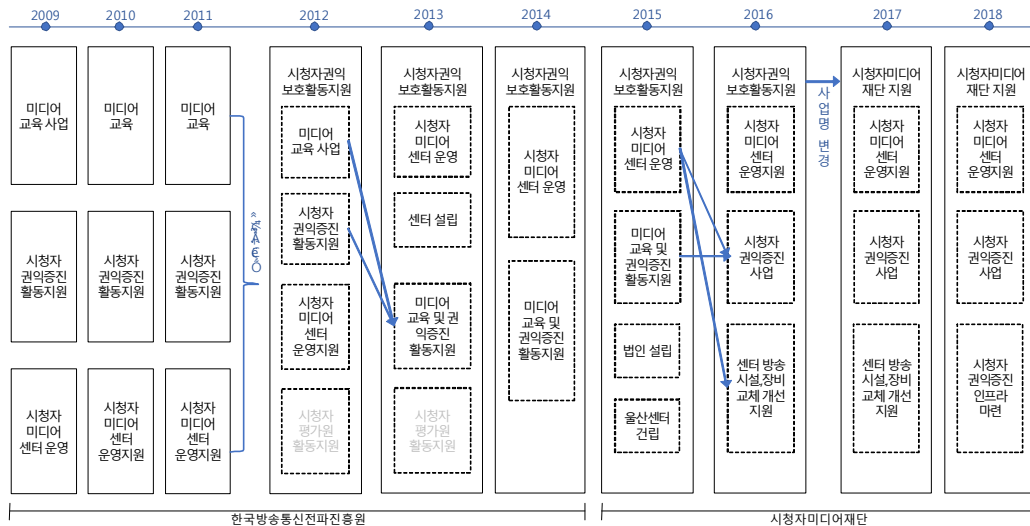
업에서 제외된다.

시청자권익보호활동지원 사업은 2017년부터 ‘시청자미디어재단 지원’으로 사업명이 변경되고, 세부사업이 재조정되어 ‘시청자미디어센터 운영지원’, ‘시청자권익증진사업’, ‘센터 방송시설·장비교체 개선지원’(2018년에는 ‘시청자권익증진 인프라마련’)으로 나누어진다.

시청자미디어재단 지원 사업을 정리하면 세부적으로는 첫째, 2015년 재단 설립 전까지 ‘시청자미디어센터 운영 지원 사업’으로서 각 센터의 인건비, 경상비, 사업비, 시설비를 지원하던 내용과, 재단 설립 이후의 재단 인건비와 운영비 지원을 포함한다. 또한 법인 설립이나 신규센터 건립비를 별도 사업으로 관리하고 있으나 크게는 시청자미디어 지원 사업에 포함된다고 할 수 있을 것이다. 따라서 여기서는 사업의 변천과정과 사업의 세부내용을 비추어 보아 2018년 기준 시청자미디어재단 지원 내 ‘인건비 및 법정부담금’, ‘경상비’, 시청자권익증진사업 내 ‘센터프로그램 운영’, 시청자권익증진 인프라 마련 내 ‘시설비’, ‘센터구축’을 ‘시청자미디어재단 운영 지원 사업’으로 재분류하여 살펴보고자 한다.

둘째, ‘시청자 권익증진활동 지원’ 사업이다. 2009년부터 2012년까지 ‘미디어교육 사업’ 또는 ‘미디어교육지원’ 사업으로서 미디어교육 교재개발이나 활동지원, 즉 방송소외계층 및 학교미디어교육, 강사양성과 워크숍, 저널발간, 정책포럼, 그리고 ‘시청자 권익증진활동 지원’ 사업으로 방송환경조사나 정책제안 활동지원이 포함된다. 따라서 여기서는 사업내용을 검토하여 2018년 기준 시청자미디어재단 내 ‘미디어교육 활성화 지원’(소외계층 미디어교육 활동지원, 강사양성 및 워크숍, 미디어나눔버스), ‘조사연구’, ‘자유학기제’, ‘미디어 콘텐츠인재양성’, ‘마을미디어교육 지원’을 ‘시청자 권익증진활동 지원’으로 재분류하고자 한다. 시청자미디어재단 지원 사업의 사업변경이력은 아래 [그림 4-2]와 같다.

[그림 4-2] 시청자미디어재단 지원 사업(2018년 사업명 기준) 변경이력(2009~18년)



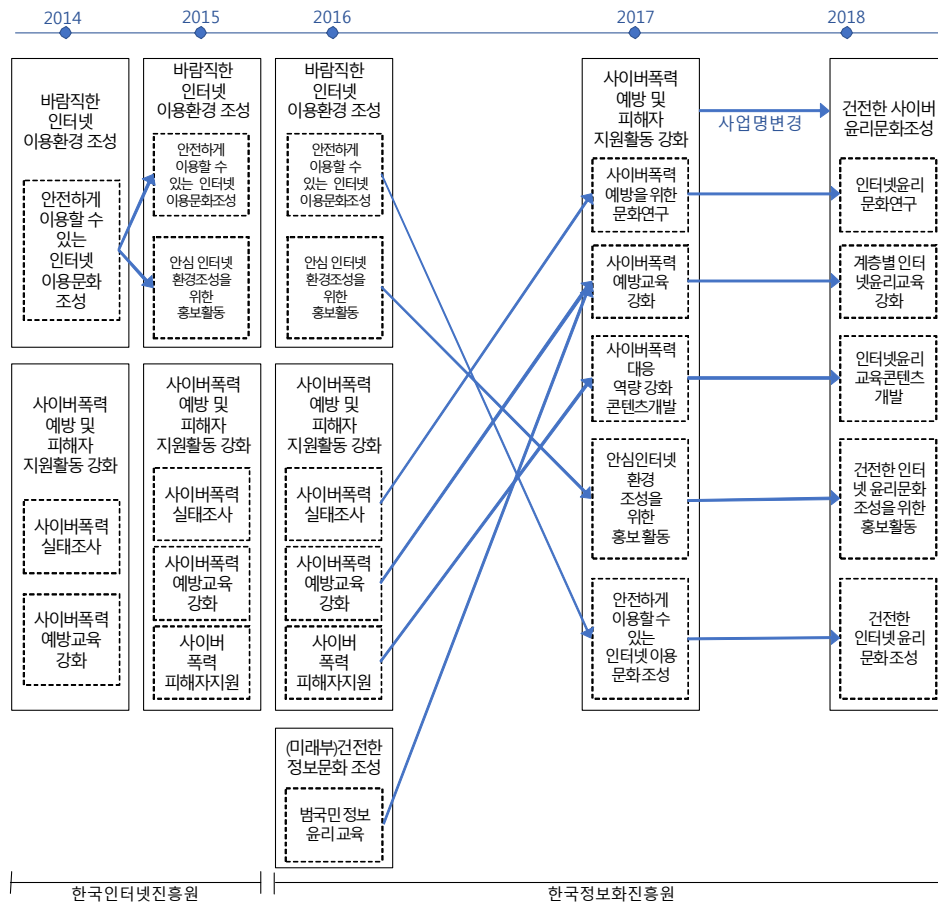
다음으로 ‘건전한 사이버 윤리문화 조성’ 사업은 범국민 대상의 인터넷윤리 교육 및 인식제고 활동을 통한 올바른 인터넷 이용습관 확립을 목적으로 2009년부터 계속사업으로 추진되고 있다. 현재 이용자정책국 개인정보보호윤리과(인터넷윤리팀)에서 담당하고 있으며 한국정보화진흥원(NIA)에서 사업을 시행하고 있다. 예산은 2018년 기준으로 46억 원이다. 세부사업은 인터넷윤리문화연구, 계층별 인터넷윤리교육 강화, 인터넷윤리 교육콘텐츠 개발, 홍보, 건전한 인터넷윤리문화 조성으로 구분된다.

이 사업은 2009년에는 ‘바람직한 인터넷 이용환경 조성’ 사업이었다. 2013년에는 ‘바람직한 인터넷 이용환경 조성’ 사업과 ‘클린 스마트 모바일 환경조성’ 사업 내 ‘사이버폭력예방 교육 강화 사업’으로 운영되었는데, ‘사이버폭력예방교육 강화’ 사업은 2014년 ‘사이버폭력 예방 및 피해자지원활동강화’로 사업명이 변경되었다.

또한 2017년에는 ‘바람직한 인터넷 이용환경 조성 사업’과 미래창조과학부의 ‘건전한 정보문화 조성(범국민정보윤리교육)’이 ‘사이버폭력예방 및 피해자지원활동강화’ 사업과 통합 편성되면서, 2018년 ‘건전한 사이버 윤리문화 조성’으로 사업명이 변경되었다. 이 사업은 사업의 큰 틀에 있어 비교적 변화가 적은 편이기 때문에 2018년 사업 분류를 기준으로 하여 이전 사업들의 예산을 재분류하고자 한다. 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업의 사

업변경이력은 아래 [그림 4-3]과 같다.

[그림 4-3] 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업(2018년 사업명 기준) 변경이력(2009~18년)



3. 미디어교육 예산의 변화

방송통신위원회가 추진하고 있는 미디어교육 정책 사업에 대하여 앞서 분류한 틀에 따라 시청자미디어재단 지원 사업을 '시청자미디어재단 운영 지원'과 '시청자 권익증진활동 지원'으로, 그리고 '건전한 사이버 윤리문화 조성'으로 나누어 지난 10년 간 예산의 변화를 살펴보면 <표 4-2>와 [그림 4-4]와 같다.¹⁶⁾

전반적으로 방송통신위원회 미디어교육 예산이 늘어난 것으로 나타났다. 예산이 증가한 이유와 사업별 예산에 대한 분석과 평가는 제2절에서 살펴보겠지만, 시청자미디어재단 운영 지원 사업에서는 지역 시청자미디어센터 건립을 위한 예산이 늘었기 때문이며, 시청자 권익증진활동 지원 사업에서는 미디어콘텐츠인재양성(미디어거점학교) 및 자유학기제 미디어교육 등 학교미디어교육에 투입되는 예산이 증가했기 때문이다.

<표 4-2> 방송통신위원회 미디어교육 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)

	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
시청자미디어재단운영지원	4,358	4,140	4,140	3,527	18,150	9,933	10,605	9,928	12,898	15,723
시청자권익증진활동지원	1,000	785	700	630	630	630	630	1,000	1,244	1,369
건전한사이버윤리문화조성						3,373	3,529	3,529	4,243	4,643
계	5,358	4,925	4,840	4,157	18,780	13,936	14,764	14,457	18,385	21,735

주1) '건전한 사이버 윤리문화 조성'은 2014~18년(5년간) 자료만 수집됨

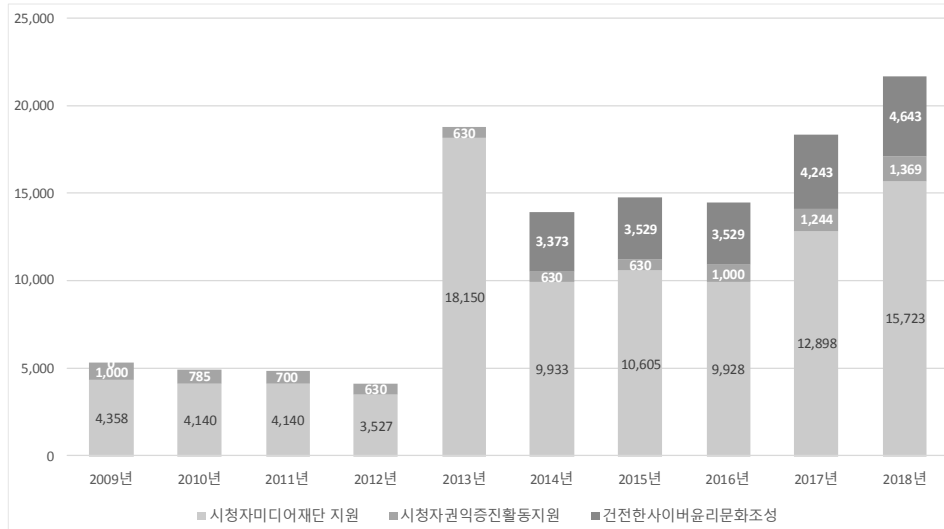
주2) 2016~18년 '지역센터 프로그램 운영' 사업은 '시청자미디어재단지원'으로 포함함. 2012, 2013년 시청자권익증진 사업 내 '시청자평가원활동지원'은 2014년에 다른 사업으로 이관되어 제외하였음

주3) 2017년부터 '바람직한인터넷이용환경조성'(일반회계)과 미래창조과학부 '건전한정보문화 조성(법국민정보윤리교육)'이 '사이버폭력예방 및 피해자지원활동강화' 사업과 통합편성됨. 이는 2018년부터 '건전한 사이버 윤리문화 조성'으로 사업명이 변경됨

16) 건전한 사이버윤리문화 조성 사업 예산은 2009~2013년 자료가 수집되지 않아 2014년부터 살펴보았다.

[그림 4-4] 방송통신위원회 미디어교육 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)



주) '건전한 사이버 윤리문화 조성'은 2014~18년(5년간) 자료만 수집됨

이 연구에서 분류한 사업예산별로 구체적으로 살펴보면, 먼저 시청자미디어재단 운영지원 사업의 규모는 <표 4-3>과 [그림 4-5]와 같이 지난 10년 간 전반적으로 증가하였다. 예산 총액을 기준으로 볼 때 2009년(44억원)부터 2012년(35억원)까지는 감소추세였으나 이후 증가추세로 변화하면서 2018년 예산은 157억원 규모이다. 이는 신규센터 건립과 함께 자연적으로 증가된 것으로 볼 수 있다. 2013년 3개 센터(인천, 강원, 대전)에 146억원, 2014년 2개 센터(울산, 서울)에 50억원, 2015년 울산센터에 25억원, 2017~18년 경기센터에 50억원을 투입하였다. 신규센터 수가 늘어나면서 인건비와 경상비, 그리고 사업비가 자연적으로 증가하면서 예산의 규모가 확대된 것이다.

<표 4-3> 시청자미디어재단 운영 지원 사업 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)

	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
인건비 ^{a)}	1,383	1,464	1,508	1,508	1,508	2,281	2,801	4,661	5,707	6,532
경상비	2,255	2,140	2,140	1,270	1,270	1,719	2,220	3,107	3,280	3,280
사업비 ^{b)}				499	499	893	1,340	1,300	1,400	2,400
시설비 ^{c)}	720	536	492	250	250	40	44	860	511	511
소계	4,358	4,140	4,140	3,527	3,527	4,933	6,405	9,928	10,898	12,723
신규센터 건립 ^{d)}	-	-	-	-	14,623	5,000	2,500	-	2,000	3,000
재단 설립 ^{e)}	-	-	-	-	-	-	1,700	-	-	-
소계	-	-	-	-	14,623	5,000	4,200	-	2,000	3,000
총계	4,358	4,140	4,140	3,527	18,150	9,933	10,605	9,928	12,898	15,723

a) 2018년부터 '인건비 및 법정부담금'으로 변경됨

b) 2009~15년까지는 '사업비', 2016년부터는 '시청자권익증진사업' 내 '지역센터프로그램운영'임

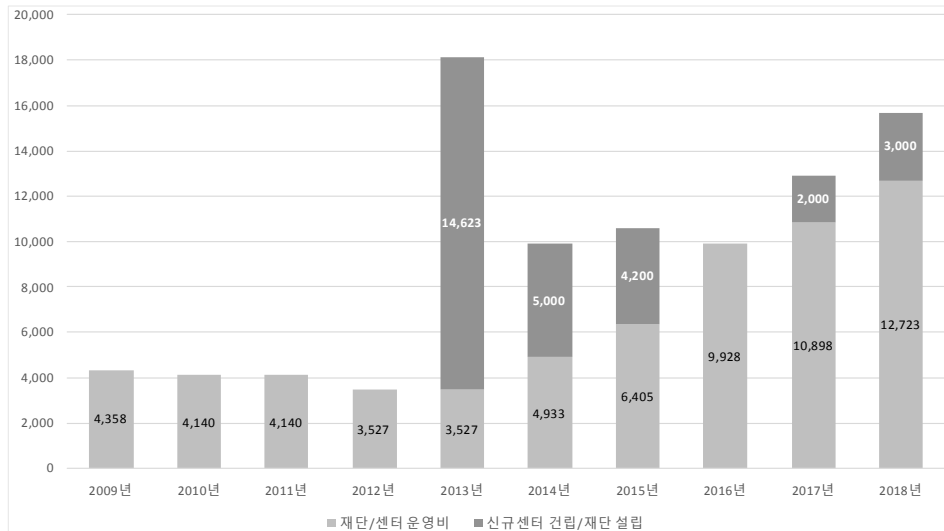
c) 2018년부터 '시청자권익증진 인프라 마련'으로 변경됨

d) 2013년 신규센터(인천, 강원, 대전) 건립예산 14,623백만 원;
2014년 신규센터(울산, 서울(임시운영)) 건립예산 5,000백만 원;
2015년 신규센터(울산) 건립예산 2,500백만 원;
2017년 신규센터(경기) 건립예산 2,000백만 원;
2018년 신규센터(경기) 건립예산 3,000백만 원;

e) 2015년 시청자미디어재단 설립 1,700백만 원

[그림 4-5] 시청자미디어재단 운영 지원 사업 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)



다음으로 시청자 권익증진활동 지원 사업의 규모는 <표 4-4>와 [그림 4-6]과 같이 지난 10년 간 전반적으로 증가하였다. 예산 총액을 기준으로 2009~11년에는 2억 3천만원에서 4억 5천만원 사이였는데 2012~15년에는 2억원 규모로 줄었다가, 2016년 8억 5천만원, 2017년 10억 9천만원, 그리고 2018년 12억 2천만원으로 급격히 늘어났다. 이는 2016년부터 본격 시행¹⁷⁾된 중학생 대상 자유학기제 미디어교육과 미디어콘텐츠 인재양성(미디어거점학교)과 같은 학교 미디어교육 예산이 증가되었기 때문으로 볼 수 있다.

그러나 교재개발, 강사양성 및 워크숍, 방송환경조사 등 인프라와 조사·연구 예산은 지난 10년간 꾸준히 감소한 것으로 나타났다. 인프라 예산은 2009년 4억원에서 꾸준히 감소해 2012~15년에는 1억 5천만원이었다가 2016년부터는 5천만원이 되었다. 또한 조사·연구 예산도 10년 전에는 3억원이었다가 지속적으로 감소해 2016년부터는 1억원 규모이다.

17) 2015년 본예산에는 편성되지 않았으나, 자유학기제 미디어교육에 250백만원을 투입하였다. 2016년부터는 방송통신위원회가 자유학기제 미디어교육을 본격적으로 추진함에 따라 예산을 450백만원을 편성하였다.

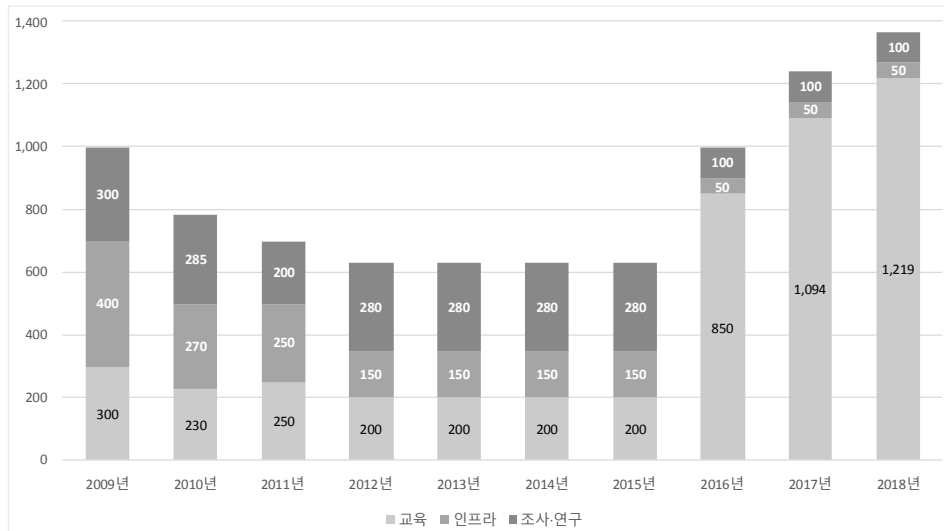
<표 4-4> 시청자 권익증진활동지원 사업 정책유형별 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)

	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
교육	300	230	250	200	200	200	200	850	1,094	1,219
미디어교육 활동지원	250	230	230	200	200	170	100	100	100	100
자유학기제 미디어교육	-	-	-	-	-	-	-	450	631	631
미디어콘텐츠 인재양성	-	-	-	-	-	30	100	300	313	313
찾아가는 미디어교육	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
찾아가는 미디어나눔버스	-	-	20	-	-	-	-	-	50	125
마을 미디어교육 지원	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50
인프라	400	270	250	150	150	150	150	50	50	50
교재개발 및 아카이브운영	250	120	100	30	20	35	20	-	-	-
미디어교육 저널발간	-	70	45	120	22	-	-	-	-	-
강사양성	50	50	48	72	61	66	24	28	28	28
강사워크숍	-	-	-	-	16	22	22	22	22	22
정책포럼, 사업운영비 등	100	30	57	-	36	38	42	4	-	-
조사·연구	300	285	200	280	280	280	280	100	100	100
방송환경조사	-	150	90	250	240	200	160	100	100	100
정책제안	250	135	110	-	-	-	-	-	-	-
시청자단체포럼, 컨퍼런스지원	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
사업운영비 등	-	-	-	30	40	80	120	-	-	-
총계	1,000	785	700	630	630	630	630	1,000	1,244	1,369

[그림 4-6] 시청자 권익증진활동지원 사업 정책유형별 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)



마지막으로 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업의 규모는 <표 4-5>와 [그림 4-7]과 같이 지난 5년간 전반적으로 증가하였다. 예산 총액을 기준으로 볼 때 2014년 34억원에서 2018년 46억원으로 증가하였다. 교육, 인프라, 광고·홍보 예산이 조금씩 늘어난 것으로 나타났다. 교육 사업은 계층별로 보다 세분화하면서 유아, 청소년, 성인, 학부모 모두 예산이 늘어나는 모습을 보이며, 인프라 역시 교육 프로그램 콘텐츠를 계층별로 나누어 개발하면서 점차 늘었다. 광고·홍보는 주로 인터넷윤리체험관 운영과 대국민캠페인 예산이 증가되었다. 한편 조사·연구는 1억원 규모로 5년간 동일하였다.

보다 구체적인 예산 분석내용은 제2절에서 방송통신위원회 미디어교육 정책사업의 특성을 사업유형(교육·교육인력양성·교육콘텐츠 개발·하드웨어 인프라 구축·연구와 조사·홍보 및 캠페인)에 따라 분석하면서 함께 다루고자 한다.

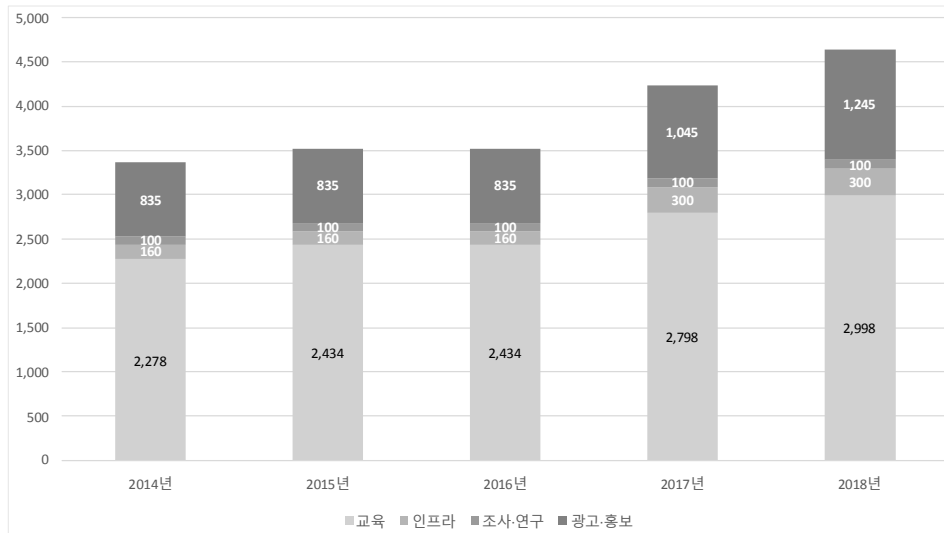
<표 4-5> 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)

	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
교육	2,038	2,194	2,194	2,528	2,728
유아 대상 교육(강사파견형·인형극활용공연)	70	70	70	270	270
인터넷윤리교실(14~16), 초등대상교육(체험형)(17~18)	381	381	381	381	381
창의적체험활동	260	260	260	-	-
초·중·고 대상 교육(전문강사파견·순회강연·예술체험형)	637	837	837	917	917
초·중·고 동아리 활동(한국인터넷드림단)	320	320	320	630	630
성인인터넷윤리교육	-	-	-	194	194
건전한 소셜미디어 활용교육	300	156	156	-	-
밥상머리 인터넷윤리교육(학부모)	-	-	-	136	136
취약계층 인터넷윤리교육(지역아동센터·장애청소년)	70	70	70	-	200
사이버폭력 피해자 지원(피해치유프로그램 보급)	-	100	100	-	-
인프라	400	400	400	570	570
전문인력 양성교육(일반교원·교육리더)	240	240	240	270	270
계층별 인터넷윤리 교육콘텐츠 개발	80	80	80	300	300
온라인 연수 프로그램 콘텐츠 개발	80	80	80	-	-
조사·연구	100	100	100	100	100
사이버폭력 실태조사연구	100	100	100	70	70
인터넷윤리문화 연구반 운영, 인터넷윤리이슈분석	-	-	-	30	30
광고·홍보	835	835	835	1,045	1,245
광고 및 홍보	550	550	550	550	550
인터넷윤리 관련 홈페이지 운영	40	40	40	80	80
인터넷윤리체험관 운영	145	145	145	145	345
대국민캠페인	100	100	100	270	270
계	3,373	3,529	3,529	4,243	4,643

[그림 4-7] 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)



제 2 절 방송통신위원회 미디어교육 정책사업의 특성 분석

1. 정책목표

방송통신위원회에서 수행하는 미디어교육 정책사업은 앞서 살펴본 바와 같이 시청자미디어재단 지원 사업과 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업으로 나누어볼 수 있다.

먼저 시청자미디어재단 지원 사업은 <방송법> 제90조의2(시청자미디어재단)¹⁸⁾와 <방송통신발전 기본법> 제26조(기금의 용도)¹⁹⁾에 따라 2000년부터 계속사업으로 시행되고 있다. 이 사업은 체계적이고 전문성 있는 시청자 참여 서비스 제공과 시청자의 창의적 미디어 활용활성화를 위한 시청자미디어재단 운영, 시청자미디어센터를 통해 방송제작 시설과

18) 제90조의2(시청자미디어재단) ① 방송통신위원회는 시청자의 방송참여와 권익증진 등을 위하여 시청자미디어재단을 설립한다.

② 시청자미디어재단은 법인으로 한다.

③ 시청자미디어재단은 정관으로 정하는 바에 따라 임원과 필요한 직원을 둔다.

④ 시청자미디어재단은 다음 각 호의 사업을 한다.

1. 미디어에 관한 교육·체험 및 홍보

2. 시청자 제작 방송프로그램의 지원

3. 각종 방송제작 설비의 이용 지원

4. 그 밖에 시청자의 방송참여 및 권익증진을 위한 사업

5. 이 법이나 다른 법령에서 시청자미디어재단의 업무로 규정하거나 위탁한 사업

6. 국가나 지방자치단체로부터 위탁받은 사업

⑤ 시청자미디어재단은 제4항에 따른 사업을 수행하기 위하여 정관으로 정하는 바에 따라 필요한 곳에 시청자미디어센터를 둘 수 있다.

⑥ 시청자미디어재단에 관하여 이 법에서 규정한 것 외에는 「민법」 중 재단법인에 관한 규정을 준용한다.

⑦ 국가 및 지방자치단체는 시청자미디어재단의 설립 및 운영에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 출연할 수 있다.

⑧ 제1항에 따른 시청자미디어재단의 설립기준 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

19) 제26조(기금의 용도) ① 기금은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업에 사용된다.

7. 시청자가 직접 제작한 방송프로그램 및 미디어교육 지원

8. 시청자와 이용자의 피해구제 및 권익증진 사업

10. 방송통신 소외계층의 방송통신 접근을 위한 지원

장비를 제공하고 미디어이해 및 활용교육을 실시하여 시청자의 권익 증진, 그리고 미디어 이용격차 해소 및 콘텐츠 산업 발전 기여를 목표로 삼고 있다.

구체적으로 시청자의 방송접근권을 확대하고 미디어 이용 격차를 해소하기 위해 시청자 미디어재단을 통하여 전국 7곳에서 시청자미디어센터를 운영하고 있다. 재단은 방송통신 발전기금의 지원을 받으며, 시청자의 영상 및 방송제작 지원, 장애인의 미디어 접근권 확대, 시청자 미디어교육, 시청자단체 지원 활동, 학교 및 사회 미디어교육 등의 사업을 추진하고 있다. 또한 방송제작을 위한 장비 및 시설 등을 무료로 대여해주고 방송제작 및 활용 관련 교육 프로그램을 운영하며, 방송사와 연계해 시청자가 직접 제작한 프로그램을 편성·방영하고 있다. 이외에도 시청자 미디어 공모전, 미디어 축제 등을 개최함으로써 시청자의 방송참여 및 권익증진에 기여하고 있다(방송통신위원회, 2018a). 시청자미디어센터의 주요 기능에 따른 사업 세부 내용은 아래 <표 4-6>과 같다.

<표 4-6> 시청자미디어센터의 주요 기능

주요 기능	세부 내용
미디어교육	· 시청자의 미디어 이해 및 활용능력 제고를 위한 미디어교육 · 미디어 꿈나무 육성을 위한 미디어교육·체험 지원
시청자 방송 참여 지원	· 시청자의 방송제작을 위한 장비 및 시설 대여 · 제작 멘토, 커뮤니티 구성 등 시청자 콘텐츠 제작 활성화 지원 · 지역콘텐츠 개발 등 미디어를 통한 지역커뮤니티 활성화 지원
소외계층 방송접근 지원	· 장애인, 북한이탈주민, 다문화가정 등의 미디어 이해 함양 · 미디어봉사단 등 소외계층의 미디어를 통한 사회 참여 지원
시청자 권익증진 지원체계 강화	· 미디어교육 교재개발, 강사양성 등 미디어교육 지원 강화 방안 마련 · 지역 장애인방송 제작 지원 및 전문 인력 양성 · 지역 소규모 미디어센터 네트워크 구성 및 지원 · 시청자권익정책 홍보, 공모전 등 시청자 홍보

자료: 방송통신위원회(2018b, 525쪽)

다음으로 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업은 <정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률> 제3조(정보통신서비스 제공자 및 이용자의 책무), 제4조(정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 시책의 마련), 제41조(청소년 보호를 위한 시책의 마련 등), 제52조

(한국인터넷진흥원설립), <국가정보화 기본법> 제40조(건전한 정보통신윤리의 확립)²⁰⁾, <학교폭력 예방 및 대책에 관한 법률> 제4조(국가 및 지방자치단체의 책무), 제20조의3(정보통신망에 의한 학교폭력)에 따라 2013년부터 계속사업으로 시행되고 있다. 이 사업은 범국민 대상의 인터넷윤리 교육 및 인식제고 활동을 통한 올바른 인터넷 이용습관 확립을 목표로 삼고 있다.

이 사업은 인터넷과 스마트미디어로 대변되는 미디어 환경의 변화에 따라 악성 댓글, 사이버 명예훼손, 욕설·비속어 남용 등 사이버폭력의 피해가 늘어나고 있고, 청소년의 스마트폰 과의존(중독)과 사이버 학교폭력이 심각한 사회문제로 나타남에 따라 시행되었다. 현재 한국정보화진흥원에서 수행하고 있는 인터넷윤리교육은 유아, 초·중·고등학생, 성인, 학부모, 소외계층 등 계층별로 세분화하여 이루어지고 있다. 이러한 계층별 교육을 위한 새로운 교육 콘텐츠를 개발할 뿐만 아니라, 전반적인 인식 제고를 위한 홍보 및 캠페인 사업도 활발하게 진행되고 있다. 또한 사이버폭력 실태조사, 스마트폰 과의존 실태조사 등 조사연구를 수행하고 있다.

20) 제40조(건전한 정보통신윤리의 확립) 국가기관과 지방자치단체는 건전한 정보통신윤리를 확립하기 위하여 미풍양속을 해치는 불건전한 정보의 유통을 방지하고 건전한 국민정서를 함양하며, 불건전한 정보로부터 국민을 보호하기 위하여 다음 각 호의 사항을 포함한 시책을 마련하여야 한다.

1. 정보통신윤리 확립을 위한 교육, 전문인력 양성 및 홍보
2. 정보통신윤리 교육 콘텐츠 개발·보급
3. 정보통신윤리 관련 연구 및 개발
4. 정보통신윤리 관련 단체에 대한 지원
5. 건전한 정보이용 환경 조성을 위한 제도 마련 등

2. 정책추진체계

‘시청자미디어재단 지원’ 사업은 방송정책국 지역미디어정책과에서 담당하고 있으며, 시청자미디어재단에서 시행하고 있다.

방송통신위원회 초기에는 이 사업이 셋으로 나누어져 있었고, 사업을 관리하는 부서도 달랐다. ‘미디어교육지원 사업’과 ‘시청자미디어센터 운영’ 사업은 이용자네트워크국 방송환경개선팀에서, 그리고 ‘시청자 권익증진활동강화’ 사업은 이용자네트워크국 시청자권익증진과에서 담당하였다. 그러나 2009년 5월부터는 시청자권익증진과에서 세 사업을 담당하였고²¹⁾, 세 사업이 통합된 2012년에도 마찬가지로 하나의 과에서 업무를 담당하게 된다. 2013년에 조직이 개편되면서 방송기반국 방송기반총괄과(시청자지원팀)에서 이 사업을 담당하였다. 그러나 2016년 5월부터, 당시에는 한시조직으로 신설된 방송정책국 내 지역미디어정책과로 옮겨졌고²²⁾, 지금까지 이 부서에서 담당하고 있다. 지역미디어정책과는 지역방송 정책, 지상파 DMB 정책 및 허가, 시청자미디어재단 관리 및 미디어교육, 시청자 방송참여 활성화지원 사업 정책 수립·지원 등 다양한 업무를 수행하고 있는데(방송통신위원회, 2018a), 미디어교육 관련 사업은 여러 업무 가운데 하나라 할 수 있다.

‘시청자미디어재단 지원’ 사업은 방송통신위원회에서 정책과 예산, 사업 전반을 담당하고 있으며, 시청자미디어재단에서 사업을 시행하고 있다. 2015년 시청자미디어재단 설립 이전에는 한국방송통신전파진흥원에서 위탁운영하였다. 시청자미디어재단에서는 경영기획실 기획정책부에서 센터추가관리 등 센터인프라 업무, 시청자진흥본부 시청자권익부와 7개 지역센터에서 미디어교육, 단체지원, 자유학기, 마을미디어교육 등에 관한 업무를 담당하고 있다.

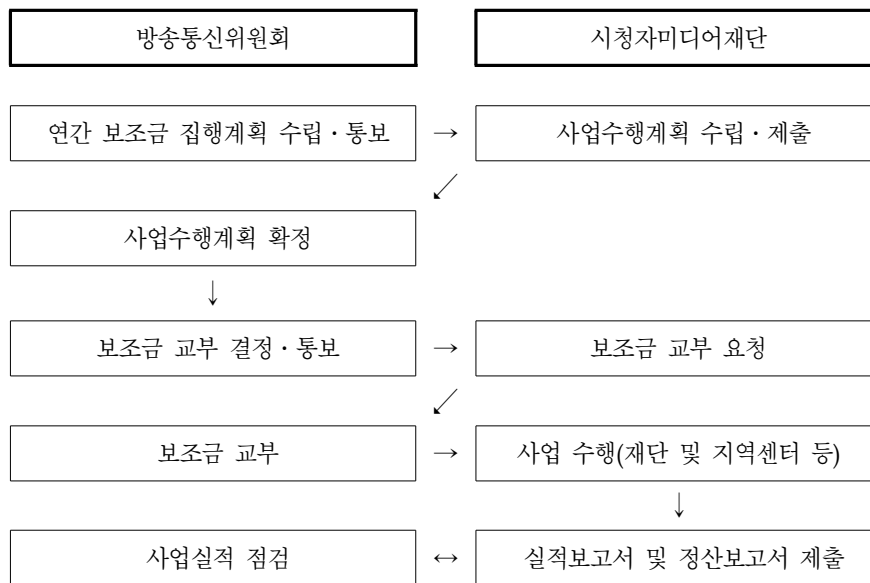
구체적인 사업수행 체계를 살펴보면 방송통신위원회에서 연간 보조금 집행계획을 수립하고 시청자미디어재단에 이를 통보하면, 재단에서 사업수행계획을 수립하여 방송통신위원회에 이를 제출하고, 방송통신위원회에서 이 계획을 확정한다. 이후 보조금 교부를 결정

21) <방송통신위원회와 그 소속기관 직제>(2009.5.6., 일부개정)

22) <방송통신위원회 직제>(2016.5.10., 일부개정) 제13조(성과평가제를 적용하는 과 등의 운영 특례)에 따라 지역미디어정책과가 한시조직으로 신설되었으나, 2018년 3월 30일 일부개정으로 해당 조항이 삭제되었다.

하고 통보하면, 시청자미디어재단에서 요청하여 교부 받는다. 이 보조금을 통해 재단에서 사업을 수행하는데 이 과정에서 시청자미디어센터로 배분하여 업무를 수행한다. 사업 수행 뒤 실적 및 정산보고서를 제출하여 방송통신위원회로부터 점검 받는다. 이를 정리하면 [그림 4-8]과 같다.

[그림 4-8] 시청자미디어재단 지원 사업 추진체계



자료: 방송통신위원회(2018b, 520쪽)

또한 ‘건전한 사이버 윤리문화 조성’ 사업은 이용자정책국 개인정보보호윤리과(인터넷 윤리팀)에서 담당하고 있으며, 한국정보화진흥원에서 시행하고 있다.

이 사업의 출발점이 되는 ‘바람직한 인터넷 이용환경 조성’ 사업은 2009년에 신설되었고 이용자네트워크국 네트워크윤리팀에서 담당하다가 5월 조직개편으로 네트워크정책국 개인정보보호윤리과(네트워크윤리팀)에서 담당하게 되었다²³⁾. 2013년에 신설된 클린스마트 모바일 환경조성 사업 내 ‘사이버폭력 예방교육 강화’ 사업도 동일한 부서 및 팀에서 담당

23) <방송통신위원회와 그 소속기관 직제>(2009.5.6., 일부개정)

하였다. 이후 ‘사이버폭력예방 및 피해자 지원활동 강화’와 ‘바람직한 인터넷이용환경 조성’ 사업 모두 2013년 3월부터 소관국이 변경되어 이용자정책국 개인정보보호윤리과(인터넷윤리팀)에서 담당하여²⁴⁾, 지금까지 이어지고 있다. 현재 개인정보보호윤리과에서는 정보통신망에서 개인정보보호 정책 및 관련법령 제·개정, 인터넷서비스 개인정보보호에 관한 대책, 위치정보사업자 인·허가 및 신고에 관한 사항, 네트워크상에서 불건전정보 유통 방지 및 관련법령 제·개정, 사이버 윤리 관련 교육·홍보 및 불법스팸 차단에 관한 사항 등의 업무를 맡고 있다.

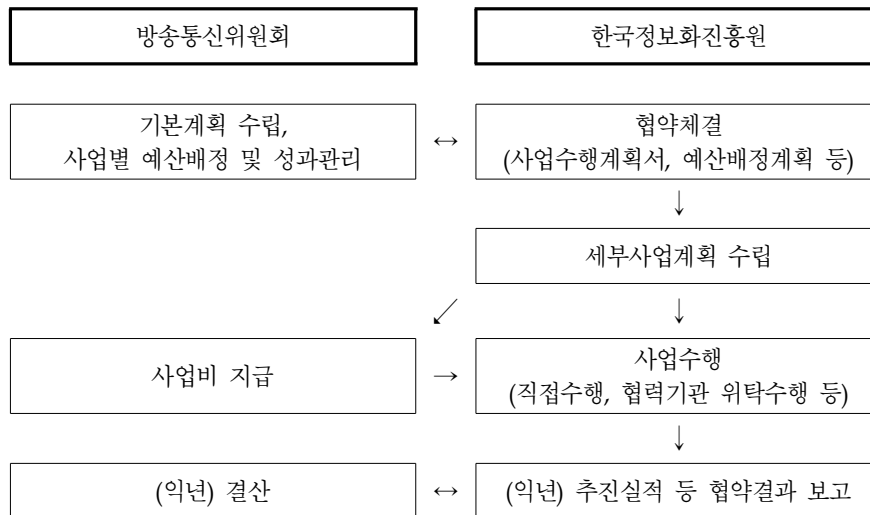
이 사업은 시청자미디어재단 지원 사업과 같이 방송통신위원회에서는 정책과 예산, 사업 전반을 담당하고 있으며, 한국정보화진흥원에서 사업을 시행하고 있다. 사업이 시작된 2009년부터 2015년까지는 사업을 시행하는 주체가 한국인터넷진흥원이었으나 2016년부터 전담기관이 한국정보화진흥원으로 변경되었다. 한국정보화진흥원에서는 디지털문화본부 사이버윤리팀에서 사이버폭력예방 및 인터넷윤리교육 등의 업무를 담당하고 있다.²⁵⁾

사업수행 체계를 살펴보면 방송통신위원회에서 기본적으로 계획을 수립하고 사업별로 예산을 배정하는데, 한국정보화진흥원에서 사업수행계획서 및 예산배정계획을 제출함으로써 협약을 체결한다. 이후 세부사업계획을 수립하면 방송통신위원회에서 사업비를 지급하여 한국정보화진흥원에서 사업을 수행하는데 직접수행하거나 협력기관에 위탁하여 수행한다. 사업이 종료되면 추진실적 등 협약결과를 보고하고 결산하는 절차를 밟는다. 이를 정리하면 [그림 4-9]와 같다.

24) <방송통신위원회와 그 소속기관 직제>(2013.3.23., 일부개정)

25) 한국정보화진흥원 홈페이지에 게시된 조직도를 보면, 2018년 12월을 기준으로 디지털문화본부 내 사회혁신TF 담당자 1인이 대학생 인터넷트립단, 인터넷윤리체험관, 인터넷트립 창작동요제 운영지원을 맡고 있는 것으로 나타났으나, 특정 목적에 의해 구성된 팀이라는 점에서 본문에서는 언급하지 않았음을 밝힌다.

[그림 4-9] 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업 추진체계



자료: 방송통신위원회(2018b, 738쪽)의 내용을 토대로 재구성함

3. 정책사업 유형 및 내용

가. 교육사업

‘자유학기제 미디어교육’은 범정부적 교육개혁 핵심 과제인 자유학기제의 확산으로 인한 미래 미디어산업을 발전시킬 미디어 꿈나무를 양성하기 위하여, 청소년들의 건전하고 올바른 미디어수용능력 함양과 자유학기제가 추구하는 창의 교육을 실현하기 위하여 실시되었다(시청자미디어재단, 2016). 자유학기제는 중학교 과정 중에 1~2학기 동안 지식과 경쟁 중심의 교육에서 벗어나 학생 참여형 수업을 실시하고 학생의 소질과 적성을 키울 수 있는 다양한 체험 활동을 중심으로 교육과정을 운영하는 제도²⁶⁾로 박근혜 정부의 국정과제로 추진되었다. 2013년부터 시범적으로 운영되었으며, 2016년 전국 모든 중학교에서 본격적으로 시행²⁷⁾되었다. 2015년 개정 교육과정에서는 역량 중심의 교육과정 개편이 이루어지면서 미디어리터러시 역량에 대한 관심이 높아졌다.

이러한 맥락에서 시행된 자유학기제 미디어교육 사업의 내용은 다양한 매체별(영상, 라디오, 스마트미디어), 장르별(다큐, 영화, 뉴스, 애니메이션 등) 미디어 제작교육을 학교 특성에 맞춤형으로 지원, 전국 7개 시청자미디어센터의 방송시설 및 장비를 활용해 미디어 진로체험, 방송제작체험 제공, 그리고 찾아가는 미디어 나눔버스를 활용하여 농어촌, 도서산간 지역 학교로 찾아가는 미디어 진로체험 제공이다.²⁸⁾

이 사업은 2015년 6개 지역센터(부산·광주·강원·대전·인천·서울)를 통해 85개교(2015명 참여)에서 실시됐으며, 이를 활성화하기 위해 교육청(부산남부교육지원청·광주·세종·충북·인천교육청)과 MOU를 체결하기도 했다. 한국교육개발원에서는 자유학기제 미디어교육을 2015년 성과발표회에서 우수사례로 소개하였다(시청자미디어재단, 2016). 2016년에는 자유

26) 교육부 자유학기제 홈페이지 참조

(http://www.ggoomggi.go.kr/page/new/notice/introduce/page_new_introduce)

27) <초·중등교육법 시행령>(2015.9.15. 개정) 제44조(학기) 제3항과 제48조의2(자유학기의 수업운영방법 등)를 신설하고, <초·중등교육법 시행규칙>(2015.9.25. 개정) 제22조(학교 생활기록의 대상 자료) 제1항 제6호를 신설하여 추진 근거를 마련했으며, ‘2015년 개정 교육과정’에 자유학기제를 반영(2015.9.23. 고시)했다(교육부, 2015. 11. 25.).

28) 정부24 홈페이지 정부서비스 정보 참조(2018.2.20. 수정자료 기준)

(<https://www.gov.kr/portal/service/serviceInfo/B55350500006>)

학기제의 전면시행으로 미디어교육 프로그램도 122개교로 확대 실시되었으며, 교육부 자유학기제 우수프로그램으로 선정되기도 하였다(방송통신위원회, 2017). 2017년에는 보다 늘어난 201개교에 대한 지원이 이루어졌다. 예산규모는 2016년 4억 5천만원에서, 2017년부터 6억 3천만원으로 크게 늘었는데, 범정부적 교육개혁 핵심과제로 추진되었기 때문에 예산 규모가 작지 않고 사회 미디어교육에 비해 차지하는 비율이 높은 것으로 보인다.

‘미디어콘텐츠 인재양성(미디어거점학교 운영)’은 방송제작과 진로탐색을 결합한 미디어 거점학교 시행을 통해 초·중·고 방송반 및 관련 동아리반 학생들을 대상으로 콘텐츠 제작 분야 적성을 조기발굴하기 위한 전문 방송인 연계 미디어교육 프로그램이다.

선정된 학교는 3년간 지원되어 집중적인 교육을 받게 되며, 다큐멘터리, 드라마, 뮤지컬, 단편영화, 뉴스, 토론회 등 다양한 콘텐츠를 제작한다. 교육에는 지역센터와 협약을 맺은 방송국에 견학하거나 전문 방송인으로부터 제작교육, 멘토링을 받게 된다. 2015년 16개교, 2016년 54개교, 2017년 68개교로 예산의 증가(2014년 3천만원; 2015년 1억원, 2016년 3억원, 2017~8년 각 3억1천만원)로 보다 많은 학교를 지원하였다.

<표 4-7> 시청자미디어재단 지원 사업 중 교육사업 예산 변동추이(2009~18년)

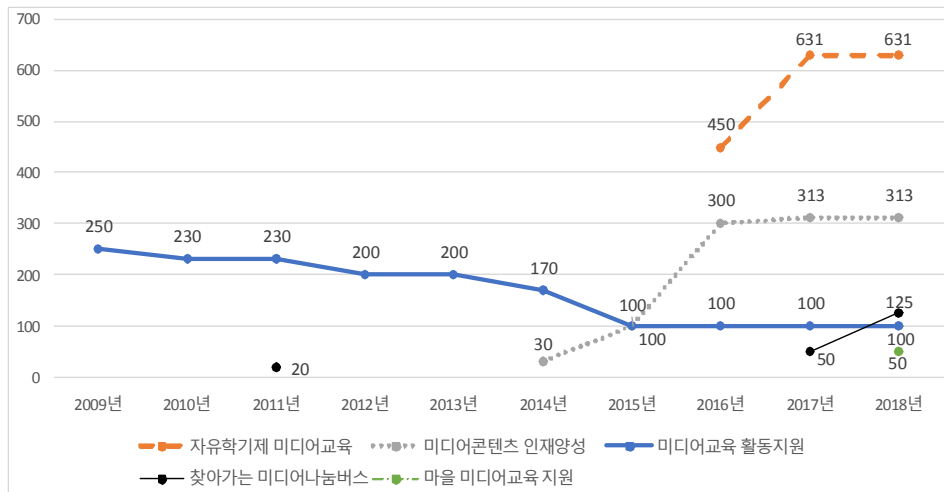
(단위: 백만원)

	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
미디어교육 활동지원	250	230	230	200	200	170	100	100	100	100
자유학기제 미디어교육	-	-	-	-	-	-	-	450	631	631
미디어콘텐츠 인재양성	-	-	-	-	-	30	100	300	313	313
찾아가는 미디어나눔버스	-	-	20	-	-	-	-	-	50	125
마을 미디어교육 지원	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50

주) 2009년 찾아가는 미디어교육 항목은 제외하고 제시함

[그림 4-10] 시청자미디어재단 지원 사업 중 교육사업 예산 변동추이(2009~18년)

(단위: 백만원)



‘미디어교육 활동지원’은 미디어교육 프로그램을 운영하고자 하는 비영리단체 및 법인을 선정하여 강사비, 회의비 및 진행비 등을 지원하는 사업이다. 2009년부터 2013년까지 장애인·저소득층·북한이탈주민·다문화가정·어르신 등 소외계층(사회)과 공교육(학교) 미디어교육 활동지원에 2억원에서 2억 5천만원의 예산을 편성하였다.

그러나 2015년부터 예산이 1억원으로 크게 줄고, 지원대상도 소외계층으로 한정시켰다. 이때부터 미디어콘텐츠인재양성(미디어거점학교)이나 자유학기제 미디어교육과 같이 학교 미디어교육에 투입되는 예산이 대폭 늘어서 미디어교육 활동지원의 초점을 소외계층으로 옮긴 것으로 보인다. 사업계획서상 2009년부터 2011년까지 학교 미디어교육에 해당하는 예산이 5천만원 정도였다는 점을 감안하면, 미디어교육 활동지원 예산이 크게 줄어든 것이다.²⁹⁾ 다시 말해, 미디어교육 대상이 소외계층으로 축소됨과 동시에 사회 미디어교육

29) 사업계획서를 보면 2009년부터 2011년까지 미디어교육 활동지원 예산 중 학교미디어교육에 해당하는 예산은 5천만원이다. 다만, 2012년부터는 사업계획서에 세부내역이 나와 있지는 않다. 미디어교육 활동지원 예산(사회+학교)이 2억~2억5천만원이었기 때문에 이 예산에서 학교미디어교육 예산(5천만원)을 산술적으로 제하면 1억~1억5천만원이

지원 자체가 크게 줄어들었다는 것이다. 또한 이때(2015년 또는 2016년)부터 학교 미디어 교육과 사회 미디어교육 간 심각한 불균형이 나타나기 시작하였다고 판단할 수 있을 것이다.

이 사업의 결산자료를 살펴보면, 지난 10년간 지원단체수와 단체당 평균지원액이 현저히 줄어든 것을 확인할 수 있다(<표 4-8>, [그림 4-11], [그림 4-12]). 예산은 2012년부터 감소하기 시작하여 2014년부터 1억원으로 고정되어 있었다. 2009년에는 지원단체수가 26개 단체로 가장 많았는데, 지원예산이 급격히 줄어든 2013년에는 이와 비슷한 25개 단체이다. 이후 2014년부터 17~18개 단체를 지원하였다. 산술적으로 계산하면 단체당 평균지원액은 2013년을 기점으로 이전에 비해 절반 이상 줄어든 6백만원 수준이며, 이는 지금까지 지속되고 있다. 공교롭게도 이전 정부에 비해 전 국민 미디어 리터러시 역량 강화를 내세운 박근혜 정부에서 미디어교육 활동지원 사업이 위축되었던 것이다. 상술한 바와 같이 자유학기제 등의 학교 미디어교육으로 정책의 초점이 옮겨져 학교 미디어교육과 사회 미디어교육 간 불균형이 심화된 것으로 판단된다.

라고 계산해볼 수 있을 것이다. 그러나 2015년부터 이보다 적은 1억원의 예산이 편성되었기 때문에 사회미디어교육에 대한 예산이 크게 줄었다고 보는 것이다.

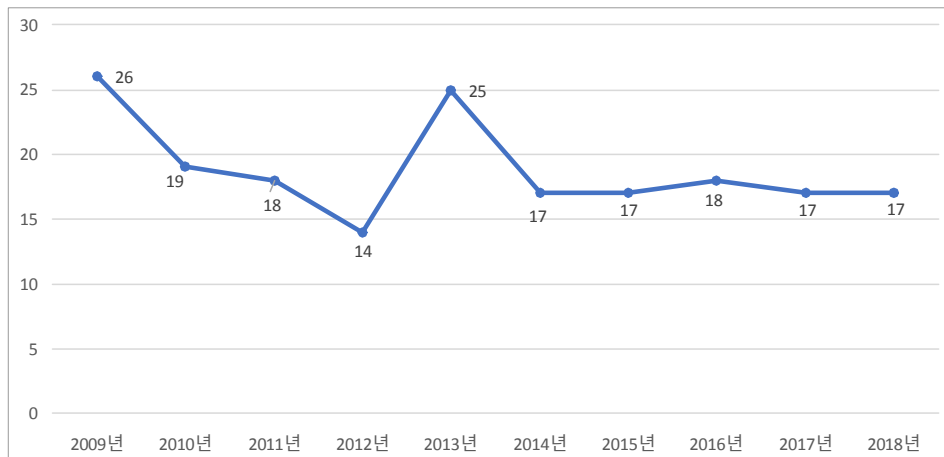
<표 4-8> 미디어교육 활동지원 사업 지원단체수 및 단체당 평균지원액

	지원단체수			지원예산 (천원)	단체당 평균지원액(천원)
	계	미디어단체	일반단체		
2009년	26	5	21	250,000	9,615
2010년	19	11	8	230,000	12,105
2011년	18	12	6	230,000	12,778
2012년	14	7	7	200,000	14,286
2013년	25	12	13	150,000	6,000
2014년	17	10	7	100,000	5,882
2015년	17	13	4	100,000	5,882
2016년	18	12	6	100,000	5,556
2017년	17	12	5	95,000	5,588
2018년	17	11	6	95,000	5,588
계	188	105	83	1,550,000	83,281

주1) 공동체방송, 미디어센터, 기타 미디어모니터링 단체 등은 ‘미디어단체’로 분류함

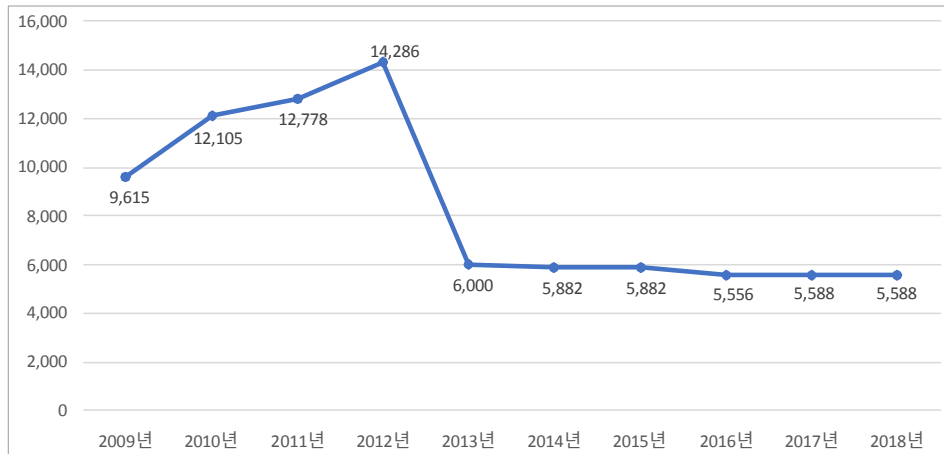
주2) 2013년 사업계획서상 예산은 200,000천원, 2017년과 2018년은 100,000천원이지만 방송통신위원회로부터 제공받은 예산 집행 자료는 위 표와 같아 이 금액을 기준으로 하여 평균지원액을 계산하였음

[그림 4-11] 미디어교육 활동지원 사업 지원단체수 변화(2009~18년)



[그림 4-12] 미디어교육 활동지원 사업 단체당 평균지원액 변화(2009~18년)

(단위: 천원)



‘찾아가는 미디어나눔버스’는 소외계층 미디어 격차 해소를 위하여 교육·방송장비 시설이 탑재된 대형버스를 활용하여 소외지역으로 찾아가는 교육 서비스로, 체험형 교육이나 상영회 등이 이루어지고 있다. 버스는 뉴스 스튜디오, 일기예보 체험 부스, 영상 촬영 및 편집장비 등 방송제작을 직접 체험할 수 있는 다양한 시설로 구성되어 있다. 교육 프로그램은 교도소, 군부대, 복지관 등 소외계층에 대한 ‘체험교육’, 대한민국창의페스티벌(교육부), 광주ACE Fair(과기정통부) 등 ‘부처 행사 연계 교육’, 배리어프리상영회, 한여름밤 영화상영회 등의 ‘상영회’로 구성되며, ‘학교 미디어교육 프로그램과 연계’되어 1~2차시 체험교육으로 진행되기도 한다.

2017년에는 총 30회 실시하였으며, 2018년에는 증차하여 확대 실시할 계획이다. 2017년에는 버스 운영비 예산으로 5천만원(1대)이 책정되었는데 2018년에는 버스 운영비 1억원(2대)과 사업비로서 체험프로그램 추진비 2,500만원으로 총 1억 2,500만원으로 증액되었다. 이 사업은 미디어교육 서비스를 지역센터가 설치되지 않은 지역까지, 전 권역으로 확대하기 위하여 해당 지역 주민에게 직접 찾아가는 서비스라는 점에서 그 의미가 있을 것이다.

‘마을 미디어교육 지원’ 사업은 전 국민 맞춤형 미디어교육 실시 및 시청자의 방송 참여 확대라는 국정과제를 이행하기 위한 계획 가운데 하나로 2018년에 신설되었다. 지역주민들 스스로 미디어를 통해 지역공동체의 삶을 표현하고 공유하는 과정을 통해 미디어 참여를 활성화할 필요에 의해 만들어졌다. 2017년에는 시범적으로 21개의 주민모임 및 단체를 선정하였다. 주민이 주체가 되어 미디어 이해와 콘텐츠 제작, 미디어 커뮤니티 운영이 이루어지도록 마을 단위의 미디어교육을 지원하는 것으로, 교육-제작-후속단계로 나누어진다.

교육단계(1단계)는 마을미디어교육을 위한 강사 지원, 제작실습을 위한 시설 및 기자재 대여, 제작단계(2단계)는 콘텐츠 제작을 위한 시설 및 기자재 대여 및 제작 멘토링 지원, 그리고 후속단계(3단계)는 영상, 라디오, 팟캐스트 등 정기적인 마을미디어 콘텐츠 제작 및 활용 지원 등이다. 2018년에는 교육단계 위주로 지원하여 사업모델링화를 추진하며, 향후 제작 및 경연대회 등을 통한 지속적인 활동 지원으로 사업을 확대할 예정이다. 마을미디어교육에 대한 높은 관심을 반영하여 전국을 대상으로 지원을 확대하여 2021년까지 총 311개 마을의 미디어교육을 지원할 계획을 세웠다. 2018년에는 5천만원의 예산이 편성되었다. 국정과제를 이행하기 위해 새로 시작하는 사업으로서 그 필요성과 의미에 따라 잘 정착할 수 있도록 적극적인 지원이 요구되나, 당초 정부안 2억 5천만원에서 대폭 삭감된 5천만원으로 예산이 확정된 점은 다소 아쉬운 지점이다.

지역 시청자미디어센터에서는 상설 미디어교육 프로그램을 운영하고 있다. 이는 ‘시청자미디어재단 지원’ 사업 예산 가운데 ‘사업비’³⁰⁾, 즉 지역센터 프로그램 운영비 예산이 사용된다. 1절에서 살펴본 바와 같이 신규센터 건립으로 지역센터 수가 늘어나면서 전체 지역센터 프로그램 운영비가 자연적으로 증가하게 되었지만(2013년 2개 센터 5억원 → 2017년 7개 센터 14억원), <표 4-9>와 [그림 4-13]을 살펴보면 해가 갈수록 지역센터별 운영비는 오히려 줄어든 것으로 나타났다.

부산, 광주센터에 2013~15년 각 2억 5천만원의 사업비가 배정되었으나, 2016~17년에는

30) 2018년 예산 및 기금운용계획 사업별설명자료를 기준으로 하면 시청자미디어재단 지원 사업 내 시청자권익증진사업의 ‘미디어체험, 방송제작 교육 등 지역센터 프로그램 운영’에 해당된다.

20%가 삭감된 2억원이 되었다. 강원, 대전, 인천센터는 2014년 7~8월에 각각 개관하여 부산, 광주센터보다 적은 1억 3천만원의 사업비를 배정받은 후 2015년에는 부산, 광주센터와 같은 2억 5천만원을 받았다. 그러나 2016~17년에는 부산, 광주센터와 동일하게 20% 삭감되었다. 지역센터의 수가 7개로 늘어나 전체 사업비 규모는 늘어났으나 2016년부터 각 센터별 사업비는 2억원으로 고정된 것이다. 시청자미디어센터가 변화하는 미디어환경에 대처할 교육 프로그램의 개발, 운영, 그리고 인력양성을 위해서 보다 많은 예산이 투입되어야 한다는 점을 감안하여 사업비 감소에 대한 제고가 필요할 것으로 판단된다.

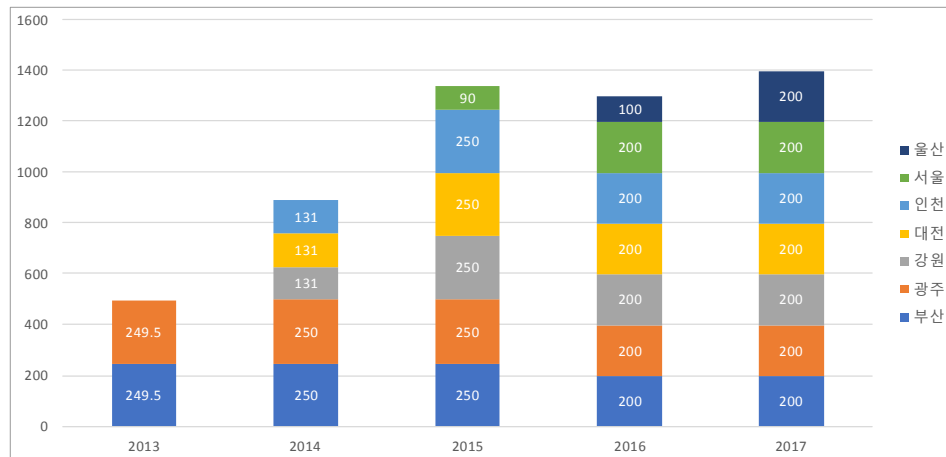
<표 4-9> 지역센터별 사업비 변화 추이(2013~17년)

(단위: 백만원)

	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
부산	249.5	250	250	200	200
광주	249.5	250	250	200	200
강원		131	250	200	200
대전		131	250	200	200
인천		131	250	200	200
서울			90	200	200
울산				100	200
계	499	893	1,340	1,300	1,400

[그림 4-13] 지역센터별 사업비 변화 추이(2013~17년)

(단위: 백만원)



다음으로 지역센터에서 운영하는 프로그램들이 어떤 특성을 띠고 있는지 살펴보았다. 이를 위해 재단과 지역센터의 협조를 얻어 제공받은 2016~17년 사업계획서를 기초자료로 활용하여 분석하였다. 교육프로그램의 성격을 살펴보기 위하여 안정임 외(2017)의 연구에 제시된 미디어 리터러시 역량 평가요인을 참조하고, 이 연구의 분석자료를 사전에 검토한 뒤 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 교육유형을 제작, 비판적 이해 및 윤리, 기타³¹⁾로 구분하였다.

지역센터에서 운영하는 교육 프로그램에 투입된 사업예산을 교육유형에 따라 살펴본 결과 전반적으로 제작 교육의 비율이 압도적으로 높은 것으로 나타났다(2016년 93.8%, 2017년 94.3%). 비판적 이해 및 윤리 교육은 약 5% 정도 수준이었다. 보다 구체적으로 지역별

31) 분석을 위한 설계과정에서 비판적 이해와 윤리 역량에 대한 교육을 구분하였으나, 분석결과 윤리 역량만을 위한 교육은 2016년 인천시청자미디어센터밖에 없었고 그 예산도 당해연도 예산의 0.3%(36만원)에 불과해 별도로 분리하여 제시하는 것이 큰 의미가 없는 것으로 판단해 분석유무를 비판적 이해와 합쳤다. 또한 제작이나 비판적 이해 및 윤리를 위한 교육으로 분리하기 어려운 '미디어 특강', 또는 둘 중 하나로 분리하기 어려울 정도로 복합적인 성격을 띤 교육이라 판단되는 경우 연구자들의 토의과정을 거쳐 기타로 분류하였다.

로 나누어 살펴보면, 7개 센터 모두 제작 교육의 비율이 압도적으로 높게 나타났다. 그러나 2016년 부산과 서울센터에서 비판적 이해 및 윤리 교육이 12.5~14.4%, 2017년 광주에서 30.8%에 이른다는 점은 주목할 만한 특징이라 할 수 있을 것이다. 대부분의 지역센터가 제작 교육에 집중하는 가운데 상대적으로 오래되어 경험이 많다고 할 수 있는 부산과 광주 센터가 다른 센터들에 비해 비판적 이해나 윤리 교육을 통해 제작 이외의 다른 미디어 리터러시 역량을 함양하기 위해 노력하는 것으로 볼 수 있을 것이다.

<표 4-10> 교육유형에 따른 지역센터별 사업예산 및 비율 비교(2016~17년)

(단위: 백만원)

		2016년				2017년			
		제작	비판적이해 /윤리	기타	계	제작	비판적이해 /윤리	기타	계
부산	금액	122.5	20.5	-	143.0	152.0	3.1	0.4	155.4
	비율	85.6%	14.4%	-	100%	97.8%	2.0%	0.3%	100%
광주	금액	83.2	1.0	-	84.2	80.9	36.0	-	116.9
	비율	98.8%	1.2%	-	100%	69.2%	30.8%	-	100%
강원	금액	142.8	2.1	-	144.9	116.1	5.5	-	121.6
	비율	98.5%	1.5%	-	100%	95.5%	4.5%	-	100%
대전	금액	124.7	-	-	124.7	154.0	-	-	154.0
	비율	100%	-	-	100%	100%	-	-	100%
인천	금액	125.8	2.3	5.5	133.6	147.7	2.7	3.8	154.1
	비율	94.1%	1.7%	4.1%	100%	95.8%	1.7%	2.5%	100%
서울	금액	72.7	10.7	2.2	85.6	130.2	-	1.7	131.9
	비율	84.9%	12.5%	2.6%	100%	98.7%	-	1.3%	100%
울산	금액					93.6	-	-	93.6
	비율					100%	-	-	100%
계	금액	671.6	36.7	7.7	716.1	874.3	47.3	5.9	927.4
	비율	93.8%	5.1%	1.1%	100%	94.3%	5.1%	0.6%	100%

그러나 지역센터별 사업계획서가 통일성 있게 작성되지 않아 상설 프로그램 등이 누락되어 있는 경우도 있는 것으로 확인되어, 보다 상세하게 실제로 어떤 교육 프로그램들이 운영되고 있으며 지역센터 간 공통점이나 차이점은 무엇인지 살펴보기 위해, 각 지역센터 홈페이지에 공개되어 있는 강좌 정보(2017~18년)를 분석자료로 활용하였다.

앞서 살펴본 바와 같이 제작과 관련된 교육들이 압도적으로 많았다. 라디오 프로그램 제작·편집·리포팅 교육, 사진 촬영 및 이미지 편집, 영상물 제작기획·촬영·편집, 1인 방송 콘텐츠 및 팟캐스트 제작 등의 교육 프로그램이 체계적으로 운영되고 있다. 예컨대, 영상 편집에 활용되는 프로그램들(e. g., 프리미어, 애프터이펙트, 베가스, 파이널컷, 아이무비 등)을 배울 수 있는 다양한 교육들이 초급, 중급, 고급과 같이 수준별 수업으로 나누어 이루어지고 있었다. 새로운 미디어 기술을 배울 수 있도록 하는 교육 프로그램도 많았다. 예를 들어, VR 콘텐츠 제작을 위한 360도 카메라 촬영법이나 드론을 작동하고 촬영하는 방법을 배우는 프로그램도 있었다. HMD를 이용해 VR 영상을 체험하는 등의 체험형 프로그램도 있었다.

스마트 미디어가 보편화되면서 1인 미디어 시대가 펼쳐짐에 따라 관련 콘텐츠를 기획하고 제작할 수 있는 교육들도 점차 늘어나고 있었다. 센터 내 1인 미디어 제작실에서 장비 활용법을 습득하고 실제로 유튜브나 아프리카TV와 같은 플랫폼을 통해 라이브 스트리밍(live streaming) 방송 실습 등을 통한 1인 크리에이터를 양성하기 위한 프로그램도 있다.

대체로 통일성 있게 체계적인 제작 교육 프로그램을 운영하고 있으나 세부적인 내용이나 강좌수에 있어서는 차이가 있다. 또한 제작교육에 비해 비판적 리터러시 교육의 운영에 있어 지역센터 간 차별적인 지점이 있었다.

대부분의 영상 제작교육은 단지 기술 습득 교육으로 이루어지고 있는데, 광주센터는 여기에 더해 이론 교육 등을 함께 함으로써 미디어 리터러시 역량의 균형을 맞추고자 하는 것으로 보인다. 예를 들어, ‘가족 TV뉴스 만들기’ 프로그램은 뉴스에 대한 이론 교육 및 스튜디오를 활용해 가족이 직접 기획, 취재, 편집한 뉴스를 만드는 것을 목표로 하고 있다. ‘청소년미디어스쿨(중등) 기초영상제작’ 프로그램의 경우 미디어리터러시와 기초 영상제작교육을 통해 미디어진로탐색 기회 제공 및 방송 출품을 목표로 한다. 또한 지역문화에 대한 이해를 도모하고 이를 콘텐츠로 제작하는 교육도 있다. 초등학교 고학년과 중학생을 대상으로 하는 ‘미디어문화탐험대’ 프로그램은 광주 지역의 문화명소를 방문함으로써 그

지역의 문화를 이해하고 그 내용을 사진이나 영상으로 기록하여 나만의 문화탐험 기록물을 제작하는 과정이다.

부산센터는 미디어에 대한 비판적 리터러시 교육이 특징적이다. ‘좋은 방송을 위한 시민 비평 교실’을 통해 부산민주언론시민연합과 부산센터가 함께 지역방송 비평교육을 실시하고 있다. 시민대상 언론교육, 언론개혁 운동, 언론감시 활동 등을 전문적으로 수행하는 시민단체와 연대하여 시민들에게 보다 전문적인 교육 프로그램을 제공하고자 한다는 데 그 의미를 찾을 수 있을 것이다. 중·고등학생을 대상으로 하는 방학특강인 ‘청소년 미디어 비평학교’ 프로그램은 가짜뉴스, 과대광고, 자극적인 콘텐츠가 넘쳐나는 시대에 다양한 매체를 비판적으로 읽고 해석할 수 있는 이론과 실습 교육이다. 특히 이 프로그램은 학생들의 봉사활동으로 인증(12시간)되기도 한다. 지역 특화 진로체험으로 중·고등학교를 대상으로 하는 ‘영화 속 특수 분장’ 프로그램은 안료를 사용해 만든 각종 특수 분장 도구를 활용하면서 특수 분장사를 경험할 수 있는 기회를 제공하는데, 다른 센터에서 찾아볼 수 없는 부산센터만의 독특한 프로그램이다.

이외에도 광주와 부산센터는 맥(Mac) OS에 대한 기초적인 활용과 애플의 기초 영상제작 도구인 아이무비(iMovie)를 배울 수 있는 프로그램이 있다.

강원센터는 미디어에 대한 비판적 리터러시 역량을 배양하기 위한 프로그램으로 ‘영화 속 의미를 탐구하는 영화 읽기’를 운영하고 있다. 영화산업 전반에 대한 이해와 영화 비평을 통해 미디어 리터러시 능력을 강화하는 것이 그 목적이다. 또한 미디어교육 강사를 대상으로 하는 ‘가짜뉴스에 대한 대처 및 미디어교육 방법’ 프로그램은 최근 사회적 문제로 대두되고 있는 가짜뉴스에 대한 전문교육을 통해 강사들이 향후 미디어교육에 반영할 수 있도록 하는 데 목표를 두고 있다.

대부분의 센터에서 드론을 조작하고 이를 활용하여 영상을 촬영하는 교육을 실시하고 있는데 인천센터는 가장 많은 드론교육이 있다. 인천센터의 교육내용을 살펴보면, ‘드론촬영’, ‘차근차근 배우는 드론과 촬영’, ‘드론 실내스타디움’, ‘실력이 자라는 드론과 촬영’을 여러 달에 걸쳐 실시하고 있다는 점이 특징적이다. 또한 ‘실력이 자라는 색보정’ 프로그램을 통해 색의 원리를 익히고 다빈치 리졸브(DaVinci Resolve)를 활용하여 영상에 색을 입히고 보정하는 편집 강의를 운영하고 있는데 이는 다른 센터에서는 찾아볼 수 없는 교육이다.

대전센터는 초등학생을 대상으로 하는 ‘플립북 제작교실’ 프로그램을 통해 애니메이션의 원리를 이해하고 나만의 플립북을 만드는 교육을 하고 있으며, 이는 다른 지역센터에는 찾아보기 어려운 프로그램이다. 울산센터는 지역적인 특성을 살려 근로자를 교육 대상으로 하여 ‘일하는 사람들을 위한 영상제작교육’ 프로그램을 운영하였다. 영상제작 교육의 수료작은 근로자 영상 공모전에 출품할 수 있도록 하였다. 또한 급변하는 미디어시대에 밥상머리 미디어교육이 이루어질 수 있도록 학부모를 대상으로 하는 교육 프로그램들도 대전, 부산, 울산센터에서 제공하고 있다.

이처럼 전반적으로 라디오 프로그램 제작·편집·리포팅 교육, 사진 촬영 및 이미지 편집, 영상물 제작기획·촬영·편집, 1인 방송콘텐츠 및 팟캐스트 제작 등 제작교육에 초점을 맞추고 있었다. 이러한 제작교육에 대한 편중은 지역센터마다 정도의 차이는 있으나 큰 편차는 없는 것으로 보인다. 제작교육의 비율이 압도적으로 높은데다가 프로그램 내용도 대체로 유사하기 때문에 통일성 있고 체계적이라 할 수도 있겠지만, 바꿔 말하면 두드러지는 차별성이 없다는 것을 의미하기도 한다. 제작교육에 있어 지역문화 탐방을 통한 영상 제작이나 색보정 교육 등의 차별적인 교육 프로그램도 있기도 했으나, 대체로 비판적 리터러시 교육에 있어 차별적인 지점이 있었다. 부산센터가 부산민언련과 함께 비평교실을 운영하거나, 강원센터에서 영화 비평 교육을 실시하는 것이 대표적인 예이다. 최근 가짜뉴스를 판별하고 대응하기 위한 부산, 강원, 서울센터 등의 교육 프로그램도 주목할 만할 것이다.

미디어 환경과 기술이 급변하는 시기에 제작 도구를 학습할 수 있는 교육에 방점을 두고 있는 현재의 지역센터 프로그램 운영의 방향을 견지하면서도, 동시에 비판적인 시각을 가지고 미디어를 둘러싼 현실을 올바르게 이해할 수 있는 역량을 기를 수 있는 프로그램들이 개발되고 확대되어야 할 것으로 판단된다. 또한 대부분 학생이나 일반시민으로 교육 대상으로 두고 있지만 어르신, 장애인, 다문화가정 등 소외계층에 대한 교육 프로그램에 대한 확대도 필요한 것으로 보인다.

‘**계층별 인터넷윤리교육 강화**’는 건전한 인터넷 이용문화 조성을 위하여 유아·청소년·성인 등 전 계층에 대한 인터넷윤리 및 사이버폭력 예방 교육, 청소년 동아리 활동, 예술체험형 공연교육 등 다양한 교육 활동을 추진하는 사업이다. 먼저 유아를 대상으로 한 교육

은 ‘강사파견형 교육’과 ‘인형극 공연교육’이 있다. 초등학생 대상 교육은 2014년부터 2016년까지는 ‘인터넷윤리교실’을, 2016년 11월부터는 게임형 교구를 활용한 ‘체험형 교육 프로그램’을 운영하고 있으며, 전국 300개 초등학교를 선정하여 지원한다. 인터넷리터러시 교육인 ‘창의체험활동’은 2011년부터 실시하였으나 2016년까지만 추진하였다.

초·중·고등학생을 대상으로 한 교육은 ‘전문강사 파견 교육’과 ‘예술체험형 공연교육’이 있다. 예술체험형 공연교육은 학교로 찾아가는 교육과 지역사회와 연계하여 공연시설을 이용할 수 있도록 하는 교육이 있다. ‘동아리 활동(한국인터넷드림단)’은 올바른 인터넷 이용 문화를 이끄는 청소년 리더를 양성하기 위한 사업이다. 이는 2013년부터 초등학생을 대상으로 실시하였는데 2017년부터 초·중·고등학생으로 교육대상을 확대하면서 예산도 증액하였다.

성인을 대상으로 한 교육으로 먼저 ‘성인인터넷윤리교육’은 대학생, 군인, 지역주민 등을 대상으로 한 전문강사 순회교육이 있다. 또한 올바른 인터넷·스마트폰 활용을 위해 가족이 함께 공동 목표를 정하고 실천할 수 있도록 학부모를 대상으로 한 ‘밥상머리 인터넷윤리 교육’이 있다. 두 사업은 모두 2016년 3월부터 실시³²⁾되었다.

‘취약계층 인터넷윤리교육’은 지역아동센터와 협력하여 지원하는 사업과 특수학교와 협력한 장애청소년 교육이 있다. 이는 2016년까지 지속되다가 2017년에는 예산이 편성되지 않았는데, 2018년에는 다시 추진하고 있다는 점에서 긍정적이라 할 수 있을 것이다.

인터넷윤리교육을 여러 대상으로 나누어 체계적으로 추진하고 있는데 해당 예산을 재분류해보면 압도적으로 초·중·고등학교의 학교 미디어교육에 초점을 두고 있는 것으로 나타났다. 성인, 매개자(학부모)뿐만 아니라, 장애청소년, 저소득층, 다문화가정, 북한이탈주민 등 다양한 소외계층에 대한 교육에 예산을 투입하고 적극적으로 교육할 수 있도록 할 필요가 있을 것이다.

32) 본예산은 2017년부터 편성되었다.

<표 4-11> 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업 중 교육사업 예산 교육대상별 재분류(2014~18년)

(단위: 백만원)

	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
유아	70	70	70	270	270
초등학생	337	337	337	381	481
초·중·고등학생	1,261	1,461	1,461	1,547	1,547
초·중·고등학생 및 대학생 ^{a)}	300	156	156	-	-
성인(대학생 포함)	-	-	-	194	194
학부모	-	-	-	136	136
장애청소년	70	70	70	-	100
계	2,038	2,094	2,094	2,528	2,728

주) 교원(일반교원, 교육리더) 교육은 이 연구에서 '교육인력양성'으로 포함시켜 분석함

a) 2014년에 신설된 '건전한 소셜미디어 활용교육'임

나. 교육인력양성

‘시청자미디어재단 지원’ 사업 내 시청자 권익증진활동 지원 사업 중 **‘미디어교육 전문인력 양성’**은 전문성을 갖춘 신규 강사를 양성하여 학교 및 사회 미디어교육 강사로 활동할 수 있도록 지원하고, 강사의 역량을 지속적으로 개발할 수 있도록 재교육 기회를 제공하는 사업이다.

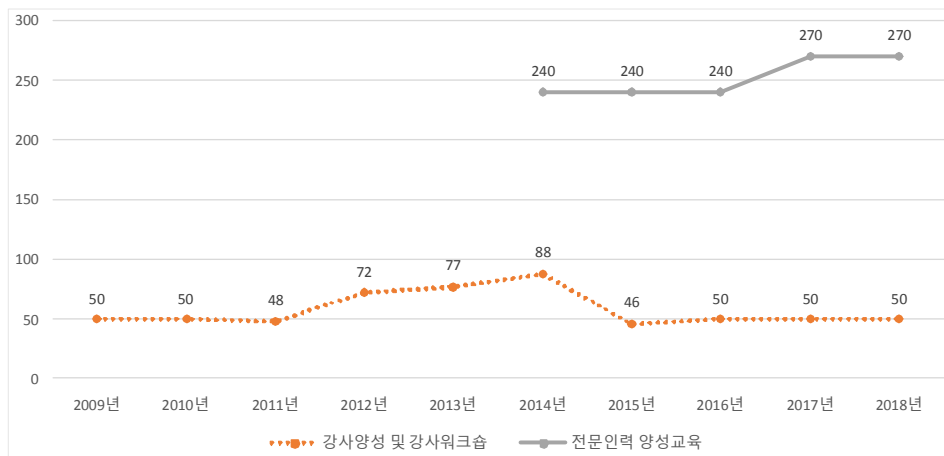
2016년부터 지역센터에서 미디어교육 강사 양성과정을 운영하며, 직접 민간자격인 미디어교육지도사 시험을 실시하고 있다. 미디어교육지도사 취득 후 시청자미디어재단이 진행하는 자유학기제 미디어교육, 미디어거점학교, 상설미디어교육 등의 프로그램의 강사로 활동할 수 있다. 2016년에는 2개 센터(광주, 서울)를 통해 54명이 수료하고, 34명이 자격을 취득하였으며, 2017년에는 3개 센터(부산, 울산, 서울)를 통해 55명이 수료하고, 43명이 자격을 취득하였다. 시청자미디어재단 설립 전에는 2011년부터 방과후 미디어교육 강사를 양성하기 위해 한국방송통신전파진흥원에서 여러 지역 국공립대학교 평생교육원과 연계하여 교육하고, 교육이수자를 대상으로 한국국공립대학평생교육원협의회(구.전국국공립대학평생교육원협의회)에서 관리하는 민간자격인 미디어교육지도사를 취득할 수 있는 기회를 제공하였다.

‘미디어교육 강사 워크숍’은 기 양성된 미디어교육 전문강사의 지역별 네트워크 구축을 도모하고, 새로운 미디어 환경의 변화에 따른 미디어교육 지원정책을 설명하고 의견을 수렴하는 사업이다. 미디어교육 관련 세미나, 특강, 사례발표 등의 프로그램으로 구성된다.

이러한 교육인력양성 사업에 2016년부터 5천만원의 예산이 투입되고 있는데 이는 10년 전과 비슷한 수준이다. 2012년 7천 2백만원, 2013년 7천 7백만원, 2014년 8천 8백만원으로 늘어나다가 오히려 축소되었다.

[그림 4-14] 교육인력양성 사업 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)



주) ‘전문인력 양성교육’은 최근 5년 자료만 수집되어 2014~18년까지만 그래프에 제시함

건전한 사이버 윤리문화 조성 사업에서 추진하고 있는 ‘전문인력 양성교육’은 교원의 전문역량 및 멘토링 강화를 위한 온·오프라인 직무연수 사업이다. 교육리더(CEO 등)를 대상으로 한 교육은 인터넷 윤리의식 제고와 사이버폭력 예방에 대한 맞춤형 교육 및 토론, 현장체험 학습 등을 수행한다. 일반교원 대상 교육은 초등·중등으로 나누어 인터넷윤리 및 스마트폰 과의존 예방 교육 등을 실시한다. 최근 5년간 예산을 살펴보면 2014~16년까지 2억 4천만원, 2017~18년까지 2억 7천만원으로 예산이 조금 늘었다.

다. 교육콘텐츠 개발

시청자미디어재단 지원 사업 내 시청자 권익증진활동 지원 사업의 ‘교재개발 및 아카이브 운영’은 미디어교육에 있어 양질의 콘텐츠를 개발하고 제공하기 위한 사업이다. 이 사업에서 2009년에는 급변하는 미디어 환경으로 인한 새로운 내용 수록과 교육 대상별 교재 개발의 필요성에 따라 장애인미디어교육 교재 개발 및 기존교재 8종 재발행, 다문화가정 대상 미디어교육 교재 개발, 북한이탈주민 대상 미디어교육 교재 개발(동영상교재)에 2억원이, 그리고 미디어교육 아카이브 운영(한국콘텐츠진흥원)에 5천만원(결산액 기준 4천 5백만원)이 투입되었다. 이는 2007~8년에 비해 감소된 규모이다.³³⁾

매년 지속적으로 교재개발이 이루어지고 있으나 예산은 지속적으로 감소되었다. 2011년에는 1억원의 예산으로 다문화가정을 위해 영어, 중국어, 베트남어로 번역하여 전국 다문화가족 지원센터에 300부 배포했으며, 미디어교육관련 해외선진국 교육교재 및 프로그램을 번역하여 출판하기도 하였다. 2012년에는 3천만원의 예산을 투입하여 청소년을 위한 미디어교육 역기능 교육교재(동영상)를 개발하여 보급하였다. 2013년에는 2천만원의 예산으로 미디어교육 저변확대 및 전문 미디어교육 강사 양성을 위한 교재를 발간하여 관련 시설 및 기관에 배포하여 강사 양성 지침서로 활용하였다. 2014년에는 노인 대상 전문 미디어교육을 위한 커리큘럼과 교재를 개발했으며, 2015년에는 교재 1종을 재발행하였다.

그러나 2016년에는 교재개발 항목으로 편성된 예산은 없었고, 다른 세부사업을 통해 예산이 편성·집행되고 있었다. 예를 들어, 2016년에는 자유학기제 미디어교육 예산으로 <자유학기제 미디어교육 강사용 지침서> 1종을 개발하였다. 2017년에는 방송환경조사 사업에 편성된 예산으로 <초등생을 위한 미디어리터러시교육 교재 개발>(2천 5백만원), 2018년 <청소년 미디어교육 교재(강사지침서) 개발>(3천만원)과 같은 교재개발이 이루어졌다.

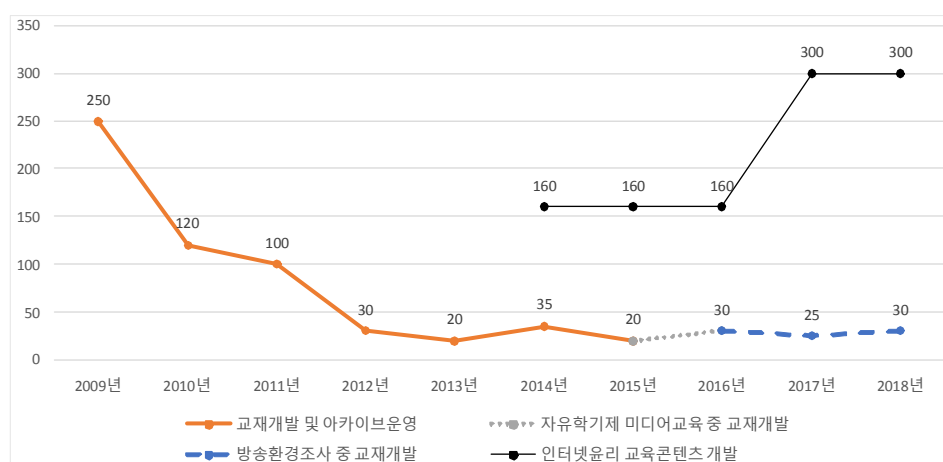
인터넷, 소셜미디어, 스마트미디어를 거쳐 드론, 가상/증강/혼합현실, 인공지능 등 미디어 환경이 급변하고 있어 시의적절한 교재개발이 필요함에도 불구하고 2016년부터는 예산

33) 2007년에는 초등 고·저학년 미디어교육 교재 및 종합자료집 6종(2억 3,700만원), 초등 학생용 미디어교육 동영상 교재 2종 개발(2억원), 미디어교육 아카이브 운영(6,300만원)에 5억원(결산액 기준), 2008년에는 중학생 미디어교육 교재(1억 3,800만원), 중학생 미디어교육 동영상 교재(1억 2,100만원), 미디어교육 아카이브 운영(900만원)에 2억 6,800만원(결산액 기준)이 투입되었다.

항목도 없어지고 다른 세부사업 예산을 통해 교재를 개발하고 있었다. 다른 세부사업 예산을 포함하여 교육콘텐츠 개발에 투입된 예산을 살펴본다고 해도 [그림 4-15]와 같이 그 예산의 규모가 꾸준히 감소된 것을 확인할 수 있다. 이처럼 교재개발에 관한 정책적 고려가 부족하거나 예산이 안정적이지 못하다보니 기존에 개발된 교재들도 업데이트되지 못하고 있거나, 새로운 미디어환경에 대처할 교재가 개발되지 못하고 있다. 또한 학교 미디어 교육을 위한 교재에만 초점이 맞추어 있고 그 역시 예산이 넉넉하지 못한 것으로 판단된다.

[그림 4-15] 교육콘텐츠 개발 사업 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)



주) ‘인터넷윤리 교육콘텐츠 개발’은 최근 5년 자료만 수집되어 2014~18년까지만 그래프에 제시함

건전한 사이버 윤리문화 조성 내 ‘**계층별 인터넷윤리 교육콘텐츠 개발**’은 계층별 인터넷 윤리 교육과 연계한 공감·체험형 교육 콘텐츠를 개발하여 보급하는 사업이다. 이는 2016년까지의 ‘대상별 교육 콘텐츠 개선’ 사업과 ‘온라인 연수 프로그램 개선 및 운영’ 사업이 합쳐진 사업이다. 계층은 유아, 초등, 중·고등, 성인, 교사, 학부모를 대상으로 나누어 교구, 교재, 멀티미디어 콘텐츠 등을 개발하여 보급한다.

예를 들어 2017년에는 유아 대상 전문강사 및 학부모가 활용할 수 있는 디지털교구(애플리케이션 2종), 올바른 인터넷 이용습관 정립을 위한 공감형 시청각 자료(동영상 2종), 학교현장에서 활용할 수 있는 예술체험형 공연교육 프로그램(공연교육 영상 콘텐츠 2종, 자체교육 가능한 초등용 지도서 1종), 청소년(중·고등학생)들의 인터넷윤리의식 함양을 위한 체험형 교재 및 멀티미디어 자료(지도서 2종, 학생용 2종, 동영상 1종), 일반교원 대상 온라인 직무연수 과정(초·중등용 사이버블링 지도역량 강화 2종), 그리고 인터넷윤리 교수 학습 지도안 공모전 수상작 활용 교재가 개발되었다. 여기에 2014~6년까지는 1억 6천만원을 투입하였는데 2017~8년은 3억원을 투입하면서 예산도 두 배 가량 증가되었다. 이처럼 예산도 증액하면서 동시에 계층별 교육과 교육콘텐츠 개발·보급을 연계시켜 사업이 보다 체계적으로 변화하고 있다고 평가해볼 수 있을 것이다.

라. 하드웨어 인프라 구축

방송통신위원회는 2011년 11월 '방송통신 기본계획'을 통해 시청자미디어센터를 확대하는 계획을 발표하였다. 기술발전에 따라 등장하는 계층·세대·지역 간 미디어 이용격차가 심화되고 있는 가운데 지역센터를 전국적으로 확대(광역권별 구축)하여 보편적 접근을 통한 지원정책을 효율적으로 추진하기 위한 것이다.

2012년 1월 <방송법> 일부개정을 통하여 시청자미디어센터 설립 및 기금 지원의 근거를 마련하였으며³⁴⁾, 2013년 인천, 강원, 대전의 3개 센터에 146억원의 예산을 투입하였다. 이후에도 지역센터를 추가로 설립하기 위해 2014년에는 울산, 서울(임시운영) 50억원, 2015년 울산 25억원, 2017년 경기 20억원, 그리고 2018년 경기 30억원의 예산이 들어갔다. 결과적으로 시청자미디어센터 운영 지원 사업의 규모가 지난 10년 간 전반적으로 증가하게 된 것이다.³⁵⁾

2014년 5월 <방송법> 일부개정으로 시청자미디어센터를 법정 법인으로 전환하여 시청자 지원 전문기관으로서 운영의 효율성과 전문성을 강화하기 위하여³⁶⁾ 시청자미디어재단

34) <방송법> 제90조의2(시청자미디어센터)를 다음과 같이 신설하였다.

① 방송통신위원회는 시청자의 방송참여와 권익증진 등을 위하여 다음 각 호의 사업을 수행하는 시청자미디어센터를 둔다.

1. 미디어에 관한 교육·체험 및 홍보
2. 시청자 제작 방송프로그램의 지원
3. 각종 방송제작 설비의 이용 지원
4. 그 밖에 시청자의 방송참여 및 권익증진을 위한 사업

② 정부는 시청자미디어센터의 설치 및 운영에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 「방송통신발전 기본법」 제24조에 따른 방송통신발전기금에서 지원할 수 있다.

③ 제1항에 따른 시청자미디어센터의 설립기준 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

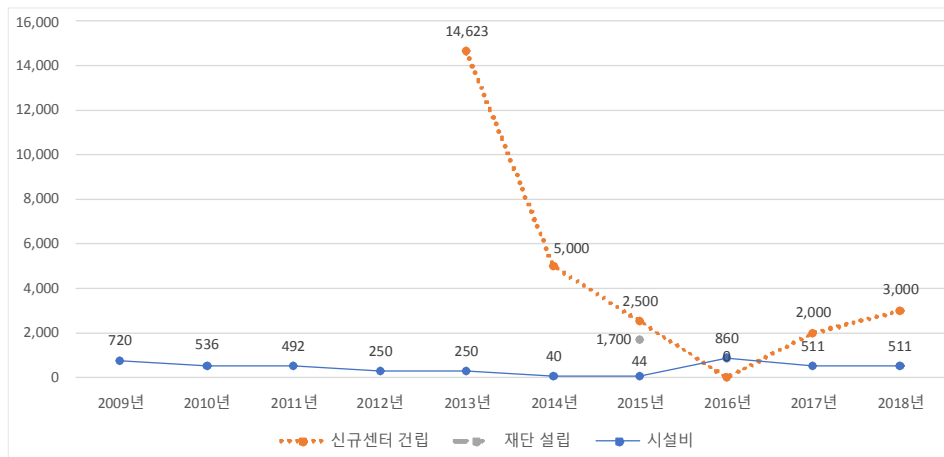
35) 예산 총액을 기준으로 볼 때 2009년(44억원)부터 2012년(35억원)까지는 감소추세였으나 이후 증가추세로 변화하면서 2018년 예산은 157억원 규모이다.

36) 방송통신위원회는 ①지역센터의 기획·관리역량 제고 및 센터별 효율적인 자원 분배를 통해 센터 운영에 대한 체계적 관리 가능, ②시청자 지원 분야에 전문화된 기획·개발·수행·평가 조직 형성으로 사업 효과 극대화 및 관련 사업 간 연계성 확대, ③미디어교육 및 방송 분야 소외계층 지원 등 시청자 지원 분야에 특화된 조직 마련, ④법인 정원에 대한 안정적인 인력 관리 및 시청자 지원 분야 전문인력 확보·양성을 법인화의 이유

설립을 위한 법적 근거를 마련하였고, 2015년 1억 7천만원을 투입하여 시청자미디어재단을 설립하였다. 이처럼 시청자미디어센터가 광역권별로 건립되고 이를 효율적으로 운영하기 위한 재단이 세워지면서 투입되는 예산도 자연적으로 증가하게 되었는데, 이는 미디어 교육을 위한 인프라 확충의 측면에서 긍정적으로 평가될 수 있을 것이다.

[그림 4-16] 하드웨어 인프라 사업 예산 추이(2009~18년)

(단위: 백만원)



로 밝히고 있다(방송통신위원회, 2015, 338쪽).

<표 4-12> 지역 시청자미디어센터 현황

구분	부산센터	광주센터	강원센터	대전센터	인천센터	서울센터	울산센터	경기센터
위치	부산 해운대구	광주 서구	강원 춘천시	대전 유성구	인천 연수구	서울 성북구	울산 북구	경기 남양주시
개관	2005년	2007년	2014년	2014년	2014년	2015년 시범운영	2016년	2019년 (예정)
건립비	126억원	156억원	58.5억원	53억원	34.5억원	50억(예정)	50억	50억
운영예산	15.6억원	15.6억원	14.2억원	14.2억원	14.2억원	6.8억원	14.2억원	-
운영인력	13명	13명	13명	13명	13명	6명	13명	-
구성	미디어체험관, 스튜디오, 교육실(2실), 동아리방, 장애인방송제작실, 녹음실(2실), 회의실, 사무실, 다목적상영관 등							-

자료: 방송통신위원회(2018b, 525쪽)와 시청자미디어재단(2018, 15쪽)을 토대로 재구성

신규센터를 건립하면서 시설장비를 구축하거나 기존센터의 노후 시설을 개보수하고 편의시설을 확충한다. 또한 미디어 환경의 변화와 방송제작기술의 고도화로 디지털 최신 방송장비로 교체하기도 한다. 이외에도 신규센터를 구축할 때 입지환경에 대한 분석을 위하여 조사를 실시한다. 지역 시청자미디어센터의 인프라 마련을 위하여 투입된 내용은 아래 <표 4-12>와 같다. 여기에는 시청자미디어재단 지원 사업에서 ‘시설비’(2018년 기준 ‘시청자권익증진 인프라 마련’ 중 ‘센터 노후 장비 개선’ 및 ‘신규센터 구축 연구조사’에 해당)가 투입된다. 노후된 정도와 방송제작기술·환경의 변화에 따라 매년 예산이 다르게 책정되어 추이를 살펴보기 어려우나 적게는 4천만원(2014년)에서 많게는 7억 2천만원(2009년)까지 투입되었고, 최근에는 5억 1천만원(2017, 2018년) 정도의 예산이 투입되었거나 투입될 예정이다.

<표 4-13> 시청자미디어재단 지원 사업의 인프라(시설비) 구축 내용(2009~18년)

	내 용
2009년	· 시설장비구축
2010년	· 시설보수공사 및 이용자편의시설 · HD급 방송장비 구축
2011년	· 부산센터 시설노후화(6년 경과)에 따른 종합보수비용 및 뉴미디어 체험관 리모델링, 이용자 편의시설 확충 등 · 방송제작장비 디지털 전환
2012년	· 방송장비 디지털 전환 등
2013년	· 방송장비 디지털 전환 등
2014년	· 시설 개보수
2015년	· 지역센터 시설 개보수 및 이용자 안전설비 보완
2016년	· 서울센터 시설장비 수요조사 및 장비선정 등 구축 준비 · 부산·광주센터 노후장비 교체(아날로그 장비 → 디지털 전환)
2017년	· 신규센터구축 환경조사 · 부산·광주센터 노후시설 및 장비 교체(체험관스튜디오, 비디오스위처, 음향공사)
2018년	· 부산·광주센터 노후 교육·대여용 방송장비 교체 · 시청자미디어센터 입지환경 분석연구

자료: 예산 및 기금운용계획 사업별 설명자료(2009~18년) 재구성

마. 연구와 조사

‘방송환경조사’는 시청자 친화적 방송환경을 만들기 위한 조사연구 사업이다. 미디어교육 및 시청자 권익과 관련된 방송환경에 대하여 조사하는데, 최근에는 미디어교육 커리큘럼 개발과 교재 개발도 포함하고 있다. 2009년부터 2011년까지 방송환경조사 사업과 정책제안 사업이 있었는데 예산액을 보면 두 사업이 2012년부터 방송환경조사 사업으로 통합되고, 2014년과 2016년을 기점으로 예산이 크게 감소한 것으로 보인다. 2016년부터 매년 1억원 규모로 지난 10년 간 예산이 절반 이상 줄어든 것이다.

이 사업의 결산자료를 살펴보면 최근 10년간 방송환경조사 수행기관수가 감소하였으며, 기관당 평균지원액도 눈에 띄게 줄어든 것으로 나타났다. 2014년부터 1억 6천만원으로 감소하였다가 2016년부터는 더 줄어든 1억원으로 고정되어 있었다. 2009년부터 2013년까지는 수행기관이 6개였다가 2014년부터 예산과 함께 수행기관수도 줄어들었다. 공교롭게도 미디어교육 활동지원 사업의 지원단체 예산 및 지원단체수가 줄어드는 시점과 비슷하다.

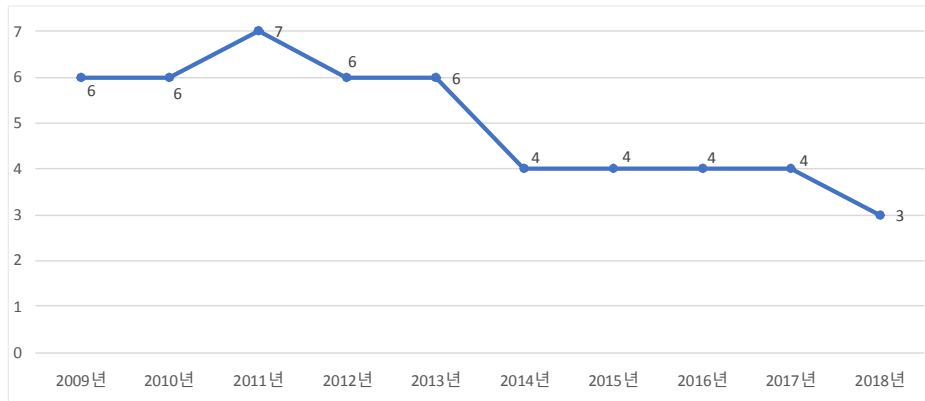
<표 4-14> 방송환경조사 사업 수행기관수 및 기관당 평균지원액

	수행기관수	예산(천원)	기관당 평균지원액(천원)
2009년	6	105,167	17,528
2010년	6	138,400	23,067
2011년	7	180,000	25,714
2012년	6	250,000	41,667
2013년	6	240,000	40,000
2014년	4	160,000	40,000
2015년	4	160,000	40,000
2016년	4	100,000	25,000
2017년	4	100,000	25,000
2018년	3	90,000	30,000

주) 지원예산은 방송통신위원회로부터 제공 받은 집행예산을 기준으로 한 것임. 편성예산은 방송환경조사+정책제안 사업에 대해 2009년 250,000천원, 2010년 285,000천원, 2011년 200,000천원이며, 2014년 방송환경조사 사업에 대해 200,000천원, 2018년 100,000천원임

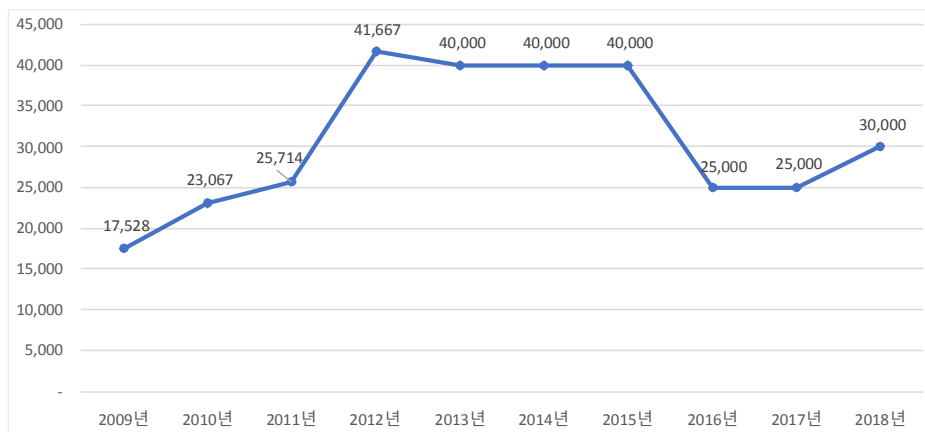
[그림 4-17] 방송환경조사 사업 수행기관수 변화(2009~18년)

(단위: 개)



[그림 4-18] 방송환경조사 사업 수행기관당 평균지원액 변화(2009~18년)

(단위:천원)



방송환경조사 사업의 취지와는 다르게, 미디어교육 교재 개발 사업 예산항목이 없어지면서 방송환경조사 예산을 활용하여 교재가 개발되는 해도 있었다. 예를 들어, 2017년에는 ‘초등생을 위한 미디어리터러시교육 교재개발’(2,500만원), 2018년에는 ‘청소년 미디어교육 교재(강사지침서) 개발’(3,000만원)이다. 지난 10년간 방송환경조사 사업이 축소된 데다가, 그 한정된 예산으로 미디어교육 교재 개발까지 이루어지고 있다는 것은 연구조사와 콘텐츠 개발에 대한 중요성을 인식하지 못하고 있다는 것을 방증한다.

한편 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업 내에서는 **‘사이버폭력 실태조사연구’**와 **‘인터넷 윤리문화 연구반 운영/인터넷윤리이슈분석’** 사업이 시행되었다. 여기에는 2014~18년까지 매년 1억원의 예산이 투입되고 있다. 2016년에는 사이버폭력에 대한 기본현황을 파악하고 대응방안을 수립하기 위한 사이버폭력 유형화 연구를 실시하였다. 2017년에는 올바른 인터넷 이용문화 조성을 위한 정책지원 및 조사연구를 실시하였다. 이는 청소년 및 일반인 대상 사이버폭력 실태조사, 인터넷윤리 행태 및 의식변화조사 수행, 인터넷문화 정책자문 위원회 개최, 인터넷윤리 동향 및 이슈리포트 발행을 포함한다.

바. 홍보 및 캠페인

‘미디어교육 컨퍼런스’는 미디어교육 전반에 대한 정책방향과 실천과제를 논의하기 위해 학계전문가·미디어교육 강사·현장 실무자 등이 참여하는 행사이다. 시청자미디어축제와 함께 열린 2015년에는 시청자 권익 관련 법률의 입법 필요성, 미디어교육 현황과 개선 방안 등 4개 권익증진 정책 주제에 대한 발표 및 토론이 있었고, 2016년에는 미디어교육 전반에 대한 정책방향을 논의하고, 학교 내 미디어교육 실천과제를 모색하기 위한 논의가 있었으며, 2017년에는 미디어 환경 변화에 따른 미디어 리터러시의 중요성 및 미디어교육 정책 수립방안, 지능정보사회 어린이·청소년 미디어교육 방향, 미디어교육 활성화를 위한 법제 마련 방향, 그리고 대학생 미디어교육 사례 발표 등이 논의되었다. 또한 2018년에는 ‘디지털 혁신시대의 미디어교육 패러다임’이라는 주제로 핀란드, 프랑스, 일본 미디어교육 정책과 방향성을 논의하고, ‘미디어교육, 세대 격차를 넘어’라는 주제로 국내 미디어교육을 진단하고 나아갈 방향을 모색하고자 하였다.

재단은 2018년부터 미디어교육 소식지 ‘미디어리(MEdiary)’를 온라인으로 발행하고 있다. 연 4회 계간지로 미디어교육 교수법, 교수전략, 대상별 수업사례 같은 교육에 필요한 전문지식으로 구성되어 있다. 또한 웹진 뉴스레터를 매월 온라인으로 발간하여 정책 및 행사정보를 공유하고 있다.

이외에도 지금은 진행되지 않는 사업이지만 미디어교육 전문학술지 <미디어교육연구>를 한국전파진흥원에서 발간하였는데, 이는 시민사회활동가들과 교사들의 실천적 노력을 학술적 연구결과와 접합하기 위한 시도였다. 2009년 12월 31일에 발간한 창간호에는 3편의 기획논문을 포함한 5편의 논문이 실렸다. 이후에도 방송발전기금으로 미디어교육 지원 사업을 통해 발간하되, 2011년부터는 한국미디어교육학회에서 발간하게 되었다. 2013년에는 2천만원의 예산을 투입하여 미디어교육 전문강사 자격제도 운영 방안 연구를 주제로 한 미디어교육 전문 간행물을 발간하였다.

시청자미디어축제를 제외하고는 홍보의 초점이 교사나 전문가로 맞추어져 있어 대국민 홍보나 캠페인이 다소 부족한 것으로 보인다. 반면 건전한 사이버윤리문화 조성 사업은 전국민을 대상으로 한 홍보·캠페인 활동을 벌이고 있었다.

건전한 사이버윤리문화 조성 사업의 일환으로 홍보 및 캠페인 사업을 수행하고 있다. 웹 드라마, 애니메이션, 웹툰이나 인터넷윤리 사업 홍보 영상을 제작하여 온라인을 통하여 배포하고 있다. 특히 ‘아름다운 인터넷 세상(약칭: 아·인·세)’을 만들기 위해 방송·신문, 포털, 1인 미디어방송 등의 온라인 매체를 활용하고 전광판 등을 통한 생활밀착형 인터넷윤리 홍보를 다각화함으로써 정책에 대한 범국민적인 인지도를 높이고자 노력하고 있다. 또한 대학생 서포터즈를 운영하는 등 온라인 홍보활동을 확대하고 있다. 이외에도 2017년부터 ‘대학생 인터넷드림단’ 사업으로 대학 동아리를 통해 카드뉴스, UCC 제작 등 다양한 인터넷윤리의식 제고를 위한 캠페인 활동을 하고 있다. 여기에는 2014~8년까지 매년 변동 없이 5억 5천만원이 투입되었다.

[그림 4-19] 생활밀착형 인터넷윤리 홍보 예시(2017년)



자료: 방송통신위원회(2018a, 130쪽)

또한 인터넷윤리 홈페이지³⁷⁾를 운영하고 있다. 이 홈페이지는 아인세를 소개하고 관련 소식을 안내하며, 교육, 행사·캠페인 등 주요 사업을 소개하고, 교육자료를 공유하는 공간으로 활용되고 있다. 특히 2017년 5월부터 아인세 드림(DREAM) 소식지를 매월 발간하여 인터넷윤리 관련 동향과 주요 소식을 제공하고 있다.³⁸⁾ 여기에는 2014~6년에는 매년 4천만원, 2017~8년에는 각 8천만원의 예산이 투입되었다.

37) 아름다운 인터넷 세상(<https://www.아인세.kr>)

38) <https://www.아인세.kr/front/iNews/trend/selectTrendList.do>

[그림 4-20] 인터넷윤리 홈페이지 아인세.kr 갈무리



청소년을 대상으로 악성댓글이나 사이버폭력 등 인터넷상의 문제를 직접 체험할 수 있는 ‘인터넷윤리 체험관’을 운영하고 있다. 체험관은 부산, 광주, 경기(분당)에 위치하고 있으며, 2017년 기준 약 44만 명이 방문하였다. 인터넷윤리의식 자가진단, 악플러를 잡아라, STOP 사이버폭력, 악플퇴치 프로그램, 행복나무 등의 프로그램을 운영하고 있다. 여기에는 체험관 운영비와 콘텐츠 개발비가 투입되는데 2014~7년까지 매년 1억 4,500만원이 투입되었으며, 2018년에는 3억 4,500만원으로 증액되었다.

<표 4-15> 지역별 인터넷윤리 체험관 운영 현황

위치 (지역)	운영 기간	콘텐츠 현황	체험관 전경
한국 잡월드 (경기 분당)	2013. 7~	· 악플러를 잡아라(2013) · STOP 사이버폭력(2013) · 행복나무 & 인터넷윤리 동영상(2013) · 레이싱 게임(2014) · 악플퇴치 게임(2015) · 4D 롤러코스터(2016) · 포토월('15년 인터넷 윤리대전 수상작 전시)	
국립부산 과학관 (부산 기장)	2012. 9~	· 행복나무((2013) · 인터넷윤리 동영상 & OX 퀴즈(2013) · 레이싱 게임(2014) · 악플퇴치 게임(2015) · 지구를 지켜라(2015) · 포토월('15년 인터넷 윤리대전 수상작 전시)	
국립광주 과학관 ^{a)} (광주 서구)	2012. 10~	· STOP 사이버폭력(2013) · 악플러를 잡아라(2014) · 행복나무 & 인터넷윤리 동영상(2014) · 포토월('15년 인터넷 윤리대전 수상작 전시)	

a) 광주시청자미디어센터(2012.10~2017.1)에서 국립광주과학관으로 옮겨 2018년 5월 개관하였음
자료: 방송통신위원회(2018b, 743쪽)

건전한 인터넷 윤리문화 조성을 위한 대국민 캠페인 활동들도 지속적으로 시행되고 있다. ‘우리가 함께 만드는 아름다운 인터넷세상’이라는 슬로건을 내걸고 **아인세 선포식**을 개최하고 주간행사를 실시하고 있으며 인터넷윤리 상징 캐릭터 웰리(welly)를 활용한 캠페인을 펼치고 있다. 2017년에는 약 15만 명이 참여하기도 하였다.

또한 음악을 통해 친근하면서도 쉽게 인터넷윤리를 이해할 수 있도록 하는 취지로 **‘인터넷드림 창작 동요제·음악제’**를 실시하고 있다. 매년 개최되는 **‘인터넷 윤리대전’**은 인터넷 윤리문화 창작콘텐츠 공모전과 인터넷드림 교수·학습지도안 공모전이 있다. 전자는 전

국민을 대상으로 애니메이션, UCC, 이모티콘, 웹툰, 슬로건 등을 공모하는 것으로 2017년 기준으로 1,624건의 참여가 이루어졌다. 후자는 초·중·고교 현직 교원을 대상으로 한 공모전으로 인터넷윤리 교수·학습 우수지도안을 발굴하여 내실 있는 현장교육을 활성화하고자 하는 데 그 목적이 있다. 2005년부터 꾸준히 ‘언론사 공동 이용자 참여 캠페인’인 M클린(매일경제신문)³⁹⁾과 U클린(머니투데이)⁴⁰⁾이 추진되고 있다. 이러한 대국민 캠페인에 2014~6년까지 매년 1억원이 투입되었는데, 2017~8년에는 매년 2억 7천만원으로 예산이 늘어났다.

<표 4-16> 범국민 참여형·실천형 인터넷윤리문화 확산 행사·캠페인

세부사업	주요내용	분류
아인세 주간운영	· 주간 선포식, 거리캠페인, SNS 활용 온라인 캠페인 등 다양한 참여 및 실천 프로그램 운영	온·오프라인
인터넷 윤리대전	· 애니메이션, UCC, 이모티콘 등 전국민이 참여하는 인터넷 윤리문화 창작콘텐츠 공모전 및 인터넷윤리 우수지도안을 발굴하여 내실 있는 현장교육을 활성화하고자 초·중·고교 현직 교원 대상 교수·학습지도안 공모전 개최	온·오프라인
언론 공동 캠페인	· U클린, M클린 등 언론과 공동으로 인터넷역기능 주제 범국민 참여 캠페인 실시	온·오프라인
인터넷드림 창작동요제·음악제	· 아름다운 인터넷 세상의 중요성을 음악을 통해 체험할 수 있는 범국민 참여 창작 동요제·음악제 개최	오프라인

39) M클린 캠페인 내용에 대해선 아래의 링크를 참조하길 바란다.

<https://www.아인세.kr/front/content/contentViewer.do?contentId=mClean>

40) U클린 캠페인 내용에 대해선 아래의 두 링크를 참조하길 바란다.

<https://www.아인세.kr/front/content/contentViewer.do?contentId=uClean>

<http://uclean.mt.co.kr>

제3절 소 결

방송통신위원회에서 수행하고 있는 미디어교육 정책 사업에 대한 분석결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 새 정부가 출범할 때마다 방송통신 정책기조가 바뀌면서 미디어교육 정책도 함께 변화하는 것으로 나타났다. 이명박 정부에서는 인터넷 역기능이 사회적 문제로 부각되면서 2009년부터 바람직한 인터넷 이용환경 조성 사업⁴¹⁾이 시작되었다. 또한 박근혜 정부에서는 창조경제를 뒷받침하기 위한 수단으로 콘텐츠산업 기반 구축을 위해 시청자미디어센터를 광역권별로 확충하였고, 2015년부터 자유학기제 미디어교육이 본격시행되면서 학교 미디어교육이 확장하였다.

둘째, 미디어교육 담당 조직의 규모가 작고 부서/위탁수행기관의 변동이 잦은 것으로 나타났다. 방송통신위원회 내에서 시청자미디어재단 지원 사업(2018년 사업명 기준)을 담당하는 부서는, 2009년 시청자권익증진과에서 2013년 방송기반총괄과로, 그리고 2016년부터는 당시 한시조직으로 신설된 방송정책국 내 지역미디어정책과로 바뀌었다. 위탁수행기관도 한국방송통신전파진흥원에서 2015년에 시청자미디어재단으로 이관되었다. 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업(2018년 사업명 기준)을 담당하는 부서 및 팀 이름에는 변화가 있었으나, 개인정보보호윤리과 인터넷윤리팀에서 지속적으로 담당하고 있어 상대적으로 안정적으로 보인다. 그러나 위탁수행기관은 한국인터넷진흥원에서 2016년에 한국정보화진흥원으로 이관된 바 있다.

셋째, 전반적으로 학교미디어교육에 대한 예산지원은 확대되고 사회미디어교육은 축소된 것으로 나타났다. 시청자미디어재단 지원 사업 내의 미디어교육 활동지원 사업의 예산을 살펴보면, 2009년부터 2013년까지 장애인·저소득층·북한이탈주민·다문화가정·어르신 등 소외계층(사회)과 공교육(학교) 미디어교육 활동지원에 2억원에서 2억5천만원의 예산이 편성되고 균형 있게 지원되고 있었으나, 미디어콘텐츠 인재양성, 자유학기제 미디어교육 시행으로 2015년부터 사회미디어교육 지원예산이 1억원으로 축소되었다. 이후 찾아가는 미디어나눔버스, 마을미디어교육 지원 사업이 시작되면서 2017년 1억5천만원, 2018년 2억8

41) 2018년 사업명은 '건전한 사이버 윤리문화 조성' 사업이다.

천만원이 되었으나, 학교미디어교육은 편성예산을 기준으로 볼 때 2015년 1억원, 2016년 7억5천만원, 2017년과 2018년에는 9억4천만원으로 크게 증가되면서 학교와 사회미디어교육 간 불균형이 심화되고 있는 것으로 나타났다. 또한 건전한 사이버 윤리문화 조성 사업을 통한 인터넷 윤리교육 예산을 살펴보면, 2014년 이후 학교와 사회미디어교육 예산을 동시에 늘려가고 있으나, 2018년을 기준으로 학교미디어교육에 20억원, 사회미디어교육에 7억원의 예산이 편성된 것으로 나타났다.

넷째, 시청자미디어재단 지원 사업 내의 미디어교육 활동지원 사업을 살펴보면, 시민사회단체에 대한 미디어교육 지원은 전체적인 활동지원 예산 축소와 동시에 단체당 평균지원액이 감소된 것으로 나타났다. 예산규모는 2009년 2억5천만원에서 2018년 1억원이 되면서 방송통신위원회 출범 이후 미디어교육 활동지원 예산이 절반 이상 줄어들었다. 2014~15년 학교미디어교육의 확장으로 미디어교육 활동지원 사업의 지원대상을 소외계층으로 한정시키긴 하였으나, 이전에 학교미디어교육에서 차지하는 비율이 2009~11년 기준 5천만원이었다는 점을 감안하면 예산감소액이 크게 줄어든 것이라 할 수 있다. 지원단체당 평균지원액은 2009년 962만원에서 2012년 1,429만원으로 늘었다가 2013년 600만원으로 대폭 감소되었으며, 이후에는 559~588만원 수준이다.

다섯째, 시청자미디어재단이 운영하는 7개 지역 시청자미디어센터의 교육프로그램 유형은 대부분 제작교육이었으며, 지역센터 간 프로그램의 유사성이 큰 것으로 나타났다. 프로그램 유형에 따른 투입예산⁴²⁾의 비율을 살펴보면, 제작교육은 2016, 2017년 모두 94%이었고, 비판적 이해 및 윤리교육은 5% 정도 수준이었다. 그나마 2016년 부산과 서울센터는 비판적 이해 및 윤리의 비율이 13~14%, 2017년 광주센터는 31%였지만, 전반적으로 교육 내용이 제작에 편중되어 있었다. 이러한 경향은 7개 지역 시청자미디어센터가 거의 비슷하였다.

여섯째, 지역 시청자미디어센터 건립으로 전반적인 시청자미디어재단 지원 사업의 예산 규모는 커졌으나, 지역센터별 사업비는 오히려 줄어든 것으로 나타났다. 지역 시청자미디어센터수가 2013년 2개에서 2017년 7개로 늘어나면서 사업비도 5억원에서 14억원으로 늘

42) 이는 2018년 사업명을 기준으로 시청자미디어재단 지원(시청자권익증진사업) 사업 내 '지역센터프로그램운영' 예산으로 사용된다. 단, 이 연구의 전반에 걸쳐 필요에 따라 시청자미디어재단 운영 지원 사업의 '사업비' 항목으로 언급하였다.

었으나, 센터당 사업비는 2013~15년 2억5천만원에서 2016~17년에는 2억원으로 줄어들었다. 즉 하드웨어적인 인프라 구축에는 많은 예산이 투입되었으나, 미디어교육 프로그램을 운영하는 사업비는 줄어든 것이라 할 수 있다.

일곱째, 시청자미디어재단 지원 사업 내 방송환경조사 예산이 축소된 것으로 나타났다. 매년 예산변동이 있기는 하였으나, 2013년 2억 4천만원에서 2014년 2억원, 2015년 1억 6천만원, 그리고 2016년부터 1억원으로 크게 줄었다. 예산과 함께 수행기관수도 2009~13년 6~7개에서 2014~17년 4개로 줄었고, 수행기관당 평균지원액도 2013~15년 4천만원에서 2016~17년 2천 5백만원으로 감소하였다. 한편, 건전한 사이버 윤리문화 조성사업 내 ‘사이버폭력 실태조사연구’와 ‘인터넷윤리문화 연구반 운영/인터넷윤리이슈분석’과 같은 조사·연구 사업 예산은 2014년 이후 지금까지 1억원으로 고정되어 있는 것으로 나타났다.

여덟째, 시청자미디어재단 지원 사업 내 교재개발 예산이 전반적으로 축소된 것으로 나타났다. 교재개발 및 아카이브 운영 예산은 2009년 2억5천만원이었는데 급격하게 감소하여 2012~15년은 2천만원에서 3천5백만원 수준이며, 2016년부터는 예산 및 기금운용계획 사업별 설명자료에 보면 예산항목이 없어진다. 그 대신 2016~2018년에는 다른 예산(방송환경조사 등)을 사용하여 교재를 개발하기도 하였다. 반면, 건전한 사이버 윤리문화 조성사업 내 콘텐츠 개발 예산은 계층별 교육 실시에 맞춰 계층별 콘텐츠를 개발하기 위해 세분화하면서 예산이 늘어났다. 2014~16년 4억원에서 2017년부터는 5억 7천만원이 편성되었다

제5장 결론 및 정책적 제언

제1절 한국 미디어교육 정책 사업 실태분석의 시사점

1. 한국 미디어교육 정책 역사의 시사점

가. 시민사회적 관심을 추동력으로 한 미디어교육

한국의 미디어교육은 상당히 오랜 역사적 배경을 지니고 있으며, 초기 미디어교육의 사회적 관심을 유발한 원동력은 미디어, 특히 방송에 대한 시민적 문제제기라 할 수 있다. 시청자 시민운동으로 촉발된 미디어의 책임과 역할에 대한 관심이 미디어교육이라는 영역에 대한 아젠다로 작용한 측면이 크다. 이후 방송위원회를 비롯한 정부부처 및 유관기관의 정책적 지원 등으로 국가적 이슈로 부각되기에 이르렀다. 이후 정부의 정책 기조에 따라 시민사회와의 연계가 약화된 상황이지만 전반적으로 한국의 미디어교육은 시민사회단체 등을 중심으로 한 일반 시청자들로부터의 요구가 도입의 기반이 되었다는 특성을 갖는다.

나. 사회적 이슈에 대한 대응으로서의 미디어교육 정책

미디어교육 정책의 역사적 특성에 따라 여명기 → 태동기 → 도약기 → 확장기로 크게 구분할 때 각 시기마다 미디어를 둘러싼 중요한 사회적 이슈가 미디어교육의 필요성에 대한 여론을 불러일으키는 역할을 했다고 볼 수 있다. 방송 프로그램의 질적 저하로 인한 폭력성과 선정성의 문제, 시청자가 참여하고 제작하는 방송, 퍼블릭 액세스에 대한 미디어 이용자의 요구, 인터넷 이용윤리와 중독의 문제, 보편적 권리로서의 참여와 표현의 문제, 가짜뉴스와 허위정보의 확산과 이를 분별하는 이용자 역량의 문제 등이 사회적 이슈로 등장하였고, 미디어교육은 그것을 해결하기 위한 방편으로서 집중적인 관심을 받았다.

다. 미디어 환경변화에 따라 좌우되는 미디어교육 정책

한국의 미디어교육 정책의 역사는 미디어 환경 변화와 밀접하게 연계된다. 물론 이는 다른 국가에서도 상황은 유사하지만 한국의 경우, 국가 정책적 차원에서 미디어교육에 대한 철학이나 정의 등이 정립되어 있지 않은 상황에서 미디어 환경의 변화에 따라 미디어교육 정책이 좌지우지되는 경향이 없지 않다.

한국 미디어교육정책의 기조는 역사적으로 보면 크게 감시 → 보호 → 참여 → 윤리 → 역량이라는 키워드로 설명할 수 있다. 문제는 이러한 정책의 기조가 지속적인 방향성이나 체계적인 접근 없이 상황적 변화에 따라 시의적으로 대응하는 차원이라는 것이다. 이것이 한국 미디어교육정책에 대해 일관성 부족과 체계성 부재의 지적이 끊이지 않는 이유라 할 수 있다.

라. 정부 및 정권 특성을 반영하는 미디어교육 정책

한국의 미디어교육 정책은 정부와 정권 변화와 무관하지 않다. 새로운 정권과 함께 미디어 관련 법 개정, 관련 부처의 조직 변화, 교육 및 미디어 관련 제도 도입이 이루어지면서 미디어교육 정책도 이에 따른 변화를 겪게 된 경우가 많다. 이것은 미디어와 교육이라는 두 가지 영역이 모두 정치적 영향력을 민감하게 받을 수밖에 없고, 미디어교육은 그 두 가지 요소가 모두 연계된다는 점에서 당연한 것일 수도 있다. 그러나 바로 이러한 점이 미디어교육 정책의 일관성을 저해하는 요인이 된다는 점도 간과할 수 없다. 특히 집권 정부의 정치적 입장에 따라 미디어교육의 전체 기조가 영향을 받는 경우가 많았다. 정부와 시민 사회와의 관계, 보호주의와 이용자 주권주의의 비중 등은 정권의 변화와 밀접하게 연계되어 미디어교육의 정책기조를 구성하는 측면이 분명히 있다.

마. 외연적 성장의 가시화

한국 미디어교육 정책의 역사적 흐름에서 전반적으로 미디어교육은 외연적으로 큰 성장을 보였다. 방송통신위원회 산하 시청자미디어재단의 설립과 전국적으로 시청자미디어센터의 증가, 한국인터넷진흥원 및 한국정보화진흥원의 인터넷 윤리 및 정보화 정책 차원의

미디어교육 확산, 한국언론진흥재단의 지속적인 학교 미디어교육의 성과, 가짜 뉴스 등 이슈대응적 미디어교육 공감대 확산, 교육부 자유학기제 도입과 맞물린 학교 미디어교육의 확산 등은 한국 미디어교육 정책의 양적 성과를 분명히 보여준다. 다만 이것이 질적 성장으로 연결되는가의 문제에 대해서는 좀 더 면밀한 검토가 필요하지만 전체적으로 외연적 성장이 가시화되고 있음은 분명하다.

바. 미디어교육에 대한 국가 정책적 다양화

한국의 미디어교육은 정부 차원의 높은 관심과 지원방식의 다양성이 또 하나의 커다란 특징이라 할 수 있다. 다른 나라들과 비교할 때, 한국의 미디어교육은 역사적으로 볼 때, 방송통신위원회를 비롯한 다양한 정부부처 및 유관기관에서 다양한 형식의 미디어교육정책을 시행해왔고 이에 대한 예산 및 인력의 지원도 적지 않다. 외국의 경우, 학교 미디어교육 등에 대한 강력한 정부 정책을 시행하는 경우도 많기는 하지만, 한국은 학교 및 사회 미디어교육, 소외계층 미디어교육, 지역 시청자미디어센터 등 다양성 측면에서 상당히 활발한 국가임에 틀림없다.

다양성을 뒷받침하는 일관성이나 체계성 면에서는 개선의 요인들이 상당히 많기는 하나 적어도 사회 전반적 관심과 정부 차원의 정책적 관심이 매우 높은 것은 사실이다.

사. 국가적 차원의 미디어교육 정책 철학 부재

한국에서 미디어교육의 역사는 상당히 오랜 편임에도 불구하고 미디어교육의 정의 및 철학적 입장에 대한 공감대는 형성되어 있지 않다. 방송통신위원회를 비롯한 국가 기관 차원에서 미디어교육 및 미디어 리터러시에 대한 개념정의를 천명한 적도 없다. 많은 미디어교육 연구자들이 정책연구를 통해 한국적 미디어교육의 개념정의를 필요하다는 의견을 지속적으로 제기해왔지만 여전히 미디어교육이 무엇인가에 대한 정의는 모호한 상황이다. 이는 결과적으로 미디어교육 정책의 수립과 사업시행에서도 일관적인 방향성을 갖지 못하는 문제로 연결된다. 개별 연구자들이 제시한 미디어교육 개념, 혹은 외국 정책기관의 미디어교육 정의를 빌려와서 사용하는 경우는 많지만 국가 전반적으로 지향하는 미디어교

육의 철학적 가치의 부재는 미디어교육 정책의 혼란을 야기한다. 개념철학의 부재의 원인은 그러한 이론적 토대를 제시할 주체가 명확하지 않다는 데 있다. 미디어교육 정책사업을 수행하는 기관은 다양하지만 이를 통괄하는 기구가 없기 때문에 국가 전체의 미디어교육 정의 및 정책 방향이 제대로 서지 못하는 상황이다.

아. 타 국가정책의 부수적 수단으로서의 미디어교육정책 인식

지금까지의 미디어교육 정책의 역사에서 목격되는 또 하나의 특성은 한국 미디어교육은 독립적인 정부정책으로 접근되기보다는 국가의 다른 정책의 부수적 수단으로서 수행되어 온 경향이 있다는 점이다. 가령 통합방송법 개정으로 시청자의 권익보호조항이 강화되면서 시청자단체의 활동을 지원하는 방안으로서 미디어교육 정책사업이 시행되거나, 학교 교육에서 자유학기제를 도입하고 이를 뒷받침하는 교육으로서 미디어교육이 확대된 것 등이 그런 사례이다. 이럴 경우, 해당 국가정책의 변화에 따라 미디어교육 정책의 변경도 불가피해짐으로써 미디어교육 정책의 지속성은 타격을 받을 수밖에 없다. 독립적인 국가정책으로서의 미디어교육에 대한 접근이 반드시 필요하다.

자. 법적 기반 및 정책적 체계화에 대한 사회적 요구 증가

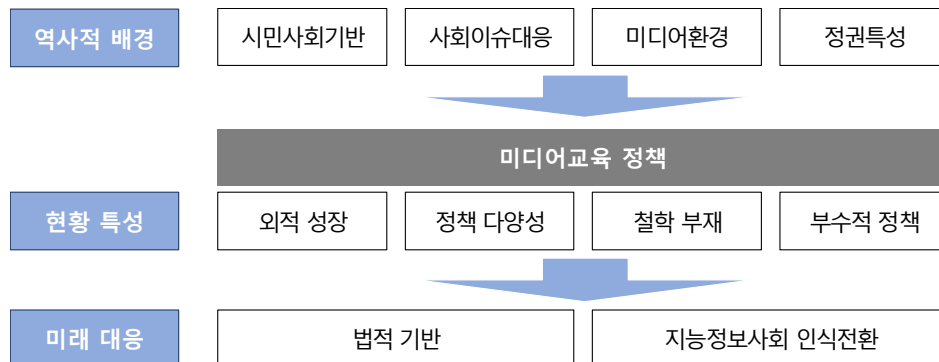
한국 미디어교육은 현재 확장기를 거쳐 전환기적 시점에 놓여있다고 볼 수 있다. 특히 정부 주도의 미디어교육 정책은 기관 사업의 다양화, 전반적인 양적 성장을 불러오기는 하였으나, 각 기관별 특화, 기관 간 역할분담, 공유와 협력의 구조 등은 여전히 제대로 이루어지지 않은 상황이다. 이에 대한 문제제기는 관련주체 및 전문가 집단을 중심으로 계속되어 왔으나 문제를 어떻게 풀어나가야 할지에 대한 논의는 여전히 부족하다. 현재 지능정보사회의 전개와 함께 미디어 환경과 미디어 이용자의 획기적 변화가 예측되는 가운데, 미디어교육 정책 역시 중요한 전환시점에 놓여있다. 지금까지 한국 미디어교육의 성과를 평가하고 문제점을 해결해나가는 동력이 필요한 상황에서 가장 중요한 것은 법적 기반을 갖추는 것이다. 이는 많은 미디어교육 관련주체들도 공감하고 있다. 현재 진행 중인 미디어교육지원법의 입법화가 한국 미디어교육 정책의 체계성을 주도할 핵심동력이라는 것에 공감대가 크게 확산되고 있다.

차. 지능정보사회 도래에 의한 미디어교육정책의 전환기

앞서 언급한대로 지능정보사회는 우리 사회의 미디어 환경뿐 아니라 이와 연동된 사회 각 영역의 변화를 주도할 전망이다. 미디어교육 정책 역시 이와 밀접하게 연계되는 바, 미디어교육 정책의 패러다임 전환이 요구된다. 지금까지 퍼블릭 액세스 차원의 이용자 육성 과 지원이 미디어교육 정책의 중심이었다면, 이제는 단지 방송이나 영상의 이용자가 아닌 지능정보사회의 이용자로서 새로운 환경에 필요한 역량을 갖추어 가도록 하는 미디어교육 의 시각으로의 전환이 요구된다. 특히 이용자 ‘참여’의 개념이 크게 변화하고 있기 때문에 기존의 제작참여, 방송참여 수준이 아닌 보다 확장된 의미로 이용자의 참여 개념에 대한 인식 전환이 필요하다. 그러나 아직 이에 대한 본격적인 논의는 제대로 이루어지지 않고 있고, 여전히 한국 미디어교육 정책은 기존의 미디어 환경에 부합하는 퍼블릭 액세스적 시각을 유지하고 있다는 점에서 이에 대한 전환적 검토가 요청된다.

이상에서 논의한 한국 미디어교육 역사의 시사점을 배경과 현황, 미래대응으로 구분하 여 도식화해보면 아래 그림과 같다. 이는 향후 한국 미디어교육 정책지형을 검토하는 데 기본적인 프레임으로 활용할 수 있을 것이다.

[그림 5-1] 한국 미디어교육 정책 지형



2. 한국 미디어교육 정책 지형 분석결과와 시사점

보고서 제3장에서 논의한 한국 미디어교육 정책 유관기관들의 정책 및 사업 분석 결과에 대한 시사점을 ▲정책목표 및 방향 ▲정책추진방식 ▲정책유형과 내용으로 분류하여 정리해보면 다음과 같다.

[그림 5-2] 한국 미디어교육 정책 지형 분석결과 시사점

정책목표 및 방향	☒ 정책기관별 차별성 가시화 ☒ 정책기관 기본 특성 반영된 미디어교육 ☒ 타 국가정책 시행수단으로서의 미디어교육 ☒ 국가 미디어교육 방향성에 대한 인식 차이 ☒ 단기적 이슈 대응으로서의 미디어교육 정책
정책추진 방식	☒ 법적 지원을 통한 체계성 확보에 대한 필요성 공감대 ☒ 기관 공동 애로사항으로서의 미디어교육 전담인력 부족 심각 ☒ 1년 단위 정책 수립 및 사업 수행 ☒ 교육부 교육정책 의존성 및 교육부 역할론 ☒ 유사 정책기관 간 협의 및 공유체제 부재 ☒ 시민사회 영역과의 소통 미흡
정책유형 및 내용	☒ 학교 미디어교육 집중 ☒ 사회 미디어교육, 소외계층 미디어교육 약화 ☒ 미디어교육 직접 시행에 초점, 지원 및 인프라 구축 미흡 ☒ 정책 연구조사의 외주화 및 결과 공유 미흡

가. 정책목표 및 방향

1) 정책 기관별 차별성 가시화

시청자미디어재단 산하 시청자미디어센터, 한국정보화진흥원, 한국언론진흥재단, 지역영상미디어센터 등 주요 미디어교육 유관기관별로 일정 정도의 차별화가 나타나고 있다. 시청자미디어센터는 제작교육을 중심으로 한 퍼블릭 액세스적 미디어교육, 한국정보화진흥원(2016년 이전에는 한국인터넷진흥원)은 인터넷윤리교육, 한국언론진흥재단은 뉴스 리터러시 교육, 지역영상미디어센터는 다양한 계층을 대상으로 한 제작교육 등에 중점을 두으로써 기관별 차별화가 점차 가시화되는 경향을 보인다. 이는 그동안 각 기관들이 중복적이고 획일적인 미디어교육을 펼치고 있다는 지적에 비해 약간의 변화를 보이고 있다는 점에서 긍정적으로 평가할만하다. 다만 이러한 특성화가 체계적인 역할분담을 통해 나타난 현상이라기보다는 각 기관별로 중점사업이 진행되면서 나타난 것이기 때문에 아직 정착단계라고 보기는 어렵다.

2) 정책 기관 기본특성 반영된 미디어교육

국내 미디어교육 정책기관별 미디어교육의 목표 및 방향성은 정책사업의 기획, 예산을 받는 행정부처의 정책목표에 영향을 받는다. 방송통신위원회 산하의 시청자미디어재단은 방송과 영상, 시청자 참여라는 틀 안에서 미디어교육 사업을 수행하는 반면, 한국언론진흥재단은 신문과 뉴스 중심의 정책사업에 집중하고 있으며, 문화체육관광부 산하의 지역영상미디어센터는 문화예술교육이라는 전체적 패러다임을 반영하여 사업을 수행한다.

이러한 현상은 정부 정책기관의 특성상 당연한 부분이지만 미디어교육이 어떤 행정부처의 개별적 정책이 아니라 국가적 차원의 교육정책이라는 점에서 상당한 제한이 될 수도 있다.

3) 타 국가정책의 시행 수단으로서의 미디어교육

위 논의와 연계하여 미디어교육 정책이 독자적이고 독립적으로 수행되지 않고 다른 국가정책을 수행하는 수단으로서 취급되는 경향이 있다. 미디어교육이 전국민 대상, 전사회

적 이슈임에도 불구하고, 타 국가정책의 하위 정책 사안으로 취급됨으로써 상위 정책의 변화에 따라 크게 좌우되는 것은 정책의 입지를 좁히게 된다. 예컨대 교육부 교육정책, 지역미디어정책의 부수적 차원으로서 미디어교육 정책과 사업이 수행되어 기본 교육으로서의 미디어교육 취지를 제대로 살리지 못하고 있는 상황이다.

4) 한국 미디어교육 방향성에 대한 인식 차이

미디어교육 정책담당자 및 전문가들은 예전에는 미디어교육을 실행하는 과정에서 미디어교육에 대한 사회적 인식의 부족으로 힘들었지만, 최근에는 가짜뉴스 등의 이슈로 인해 미디어교육의 필요성에 대한 사회적 인식은 높아졌다는데 동의하고 있다. 그러나 미디어교육이 무엇인가에 대한 개념이 사회 내에서 공감대가 형성되어 있지 않은 점은 미디어교육 정책을 수행하는 데 큰 걸림돌이 되고 있다. 최근 미디어 기술의 변화로 인해 1인 미디어 등 개인의 미디어 활용이 관심을 끌면서 미디어교육을 기술 습득으로만 이해하고 영상을 찍고, 유튜브에 올리는 것이라고 생각하는 인식은 미디어교육의 방향성을 왜곡시킬 수 있다는 점에서 주의를 요한다.

5) 단기적 이슈 대응으로서의 미디어교육 정책

시의적인 사회적 이슈에 대한 대응으로서 미디어교육이 부각되고 사회적 관심의 대상이 된 것은 긍정적이나 가짜뉴스 등의 사례에서 보듯이 지나치게 특정 이슈 중심으로 정책적 논의가 이루어짐으로써 미디어교육의 취지나 범위 자체가 축소되는 것에 대한 우려도 있다. 사회적 이슈에 따라 미디어교육이 적절하게 시행되는 것은 미디어교육 정책의 올바른 방향이겠으나 일시적인 사회적 문제해결 수단으로서만 접근하는 것은 경계해야 할 부분이다.

나. 정책추진방식

1) 법적 지원 통한 체계성 확보에 대한 필요성 공감대

현재 한국의 미디어교육 현실에서 그동안 지적되어온 미디어교육 정책 추진상의 문제 해결, 기관 간 역할분담 및 체계적 정책 수립과 방향설정을 위해서는 법적 토대를 마련하는 것이 급선무라는 인식은 거의 모든 정책기관 및 학계에서 공감대를 형성하고 있다. 부처 간 소통부재와 역할 중복성, 경쟁적 예산 유치 등은 한국 미디어교육이 답보상태를 벗어나지 못하게 하는 주된 원인으로 지적되어 왔다. 그럼에도 불구하고 정책적 구심점이 부재한 현 상황에서 가장 적절한 타개책은 법적 기반과 지원이다. 현재 논의 중인 미디어교육 관련법 입법화에 대한 기대가 큰 공감대를 얻고 있다.

2) 정책기관 공통 애로사항으로서의 미디어교육 전담인력 부족 심각

모든 정책기관 담당자들이 전담부서 및 전담인력 부족을 호소하고 있다. 교육이라는 특성상 정책의 일관성, 사업의 지속성, 평가에 기반한 체계적 정책 수립과 사업 시행 등이 필수임에도 불구하고 전담인력이 부재하여 정책개발, 사업설계 등이 체계적으로 이루어지지 않아 업무의 전문성이 갖추어지지 않은 실정이다.

또한 미디어교육 정책이 독자적으로 이루어지지 않고 다른 정책의 부수적 사안으로 인식되고 있기 때문에 담당자 역시 잦은 부서이동 등으로 업무 파악의 어려움뿐 아니라 전문성 부족 등으로 인한 사업시행의 어려움 등이 현실적으로 큰 문제로 파악된다.

3) 1년 단위 정책 수립 및 사업 수행

정부 정책기관 특성상 연단위의 예산 책정과 정책 시행이 이루어지고 있다. 그러나 미디어교육은 교육의 특성상 지속적이고 중장기적 차원의 정책 수립이 동반될 필요가 있다. 하지만 부수적 정책의 특성과 기관 간 예산 확보의 어려움 등으로 인해 단기적 정책 시행이 주를 이루고 있다. 현재로서는 예산의 확보 여부가 정책 유형 및 방향을 결정하고 있는 상황이고, 이것이 미디어교육의 전문성, 지속성을 살리지 못하는 원인이 되고 있다.

4) 교육부 교육정책 의존성 및 교육부 역할론

자유학기제 정책으로 학교 미디어교육이 활성화되기는 했으나 교육부와의 정책관련 소통이나 연계적 논의 등이 부재한 실정이다. 따라서 향후 교육부 정책 및 교육과정 등이 변화할 경우, 다시 그에 따라 학교 미디어교육이 변화할 가능성이 존재하기 때문에 정책의 일관성이 다시 흔들릴 가능성이 높다.

또한 미디어교육 유관기관들의 미디어교육 방향이 학교 미디어교육에 집중되고 있는 것은 교육부 정책으로 인한 것인데도 불구하고 정작 교육부는 미디어교육에 대한 인식이나 관심이 미흡한 실정이다. 학교 미디어교육의 확대에 따른 교육부의 역할론이 대두된다.

5) 유사 정책기관 간 협의 및 공유체계 부재

국내 미디어교육 정책기관들은 유사한 정책 및 사업을 수행하고 있음에도 불구하고 상호 협의 및 공유시스템을 갖고 있지 않다. 학교 미디어교육 중심의 사업에서 교재개발이나 강사양성 등 많은 부분을 서로 공유함으로써 상승효과를 가질 수 있음에도 불구하고 소통통로가 마련되어 있지 않다. 이는 이전부터 누누이 지적되어온 문제이나 그 시작을 주도할 주체가 딱히 없다는 점이 가장 큰 원인이다. 예산 부족과 전담인력의 부족 등은 기본적인 인프라를 공유함으로써 완화시킬 수 있다는 점에서 상호 협의의 통로를 마련하는 것이 시급할 것으로 보인다.

6) 시민사회 영역과의 소통 미흡

정부부처, 기관 주도의 미디어교육 정책으로 인해 각 시민사회영역에서 담당할 수 있는 사업의 다양성이나 지역성이 담보되지 않는 문제를 지적할 수 있다. 한국 미디어교육 역사에서 시민사회단체의 역할이 컸고 지금도 각 단체의 특성에 따른 지속적인 미디어교육 활동이 이루어지고 있음에도 불구하고 현재 정책기관과 시민사회 영역과의 소통통로가 미흡하고, 지원을 통한 다양성 확산이 이루어지지 않는 실정이다.

다. 정책유형 및 내용

1) 학교 미디어교육 집중

현재 거의 모든 유관기관의 미디어교육 정책사업은 학교 미디어교육, 특히 자유학기제 중심의 미디어교육으로 모아져 있다. 2015년 자유학기제 도입 이전에는 초·중·고교 대상 학교미디어교육이 비교적 다양하게 이루어졌고, 정책기관뿐 아니라 시민사회단체의 학교 미디어교육 참여도 활발했다. 그러나 현재는 자유학기제 대상인 중학교 중심으로만 교육이 집중되어 초등, 고등 대상 교육은 소홀해진 측면이 있다.

전반적으로 자유학기제 미디어교육을 통해 학교 미디어교육이 활성화되고 사회 전반적으로 미디어교육에 대한 인식이 확산된 점은 긍정적으로 평가된다. 이런 변화를 통해서 볼 때 교육부의 창의적 체험활동, 자유학기제 시행은 국내 미디어교육 지형을 초기 사회 미디어교육에서 학교 미디어교육으로 이동시키는 효과를 가져왔다고 볼 수 있다.

2) 사회 미디어교육, 소외계층 미디어교육 약화

학교 미디어교육 확대에 의해 인력 및 지원이 집중되면서 상대적으로 다양한 계층에 대한 미디어교육은 오히려 후퇴하는 경향을 보였다. 원래 정책 기관별로 사회 미디어교육 및 소외계층 미디어교육이 시행되어 왔으나 교육부 자유학기제 지원을 위한 미디어교육 사업시행 이후 제한된 인력 및 예산이 집중 투입되면서 사회 미디어교육과 소외계층 대상 미디어교육이 축소되는 현상이 전반적으로 나타났다.

생애주기별 미디어교육의 필요성이 점점 더 강조되고 있음에도 불구하고 이에 대한 정책 수립은 제대로 이루어지지 못하고 있다. 정책 기관 담당자들은 교육대상의 방대함과 접근성의 어려움, 의무적 교육의 부재로 인해 개별 기관 차원의 정책시행이 어려움을 호소하였다. 교육사업의 수행이 어려움을 겪으면서 교재, 교육콘텐츠 개발 등의 지원사업도 활발하지 못한 상태다.

3) 미디어교육 직접 시행에 초점, 지원 및 인프라 구축 미흡

시청자미디어센터, 한국언론진흥재단, 한국정보화진흥원 등 정책기관들은 대부분 학교에 직접 미디어교육을 실시하는 사업에 집중하고 있다. 강사파견 등을 통해 학교 교실에서 직접 미디어교육을 시행하는데 예산과 인력을 투자함으로써 상대적으로 교육 콘텐츠 개발 및 강사양성 등의 사업에 대한 투자는 제한적이다.

그나마 학교 미디어교육 수행을 위한 기본적인 강사양성은 4개 기관 모두 자체적으로 수행하고 있는 것으로 나타났다. 각 기관별로 차별성을 지니고 있는데, 한국정보화진흥원의 경우 교사대상 원격연수프로그램, 한국언론진흥재단은 NIE 및 뉴스 리터러시 수업을 위한 파견강사의 교육, 시청자미디어재단은 '미디어교육사'를 도입하여 미디어교육 인력을 양성하고 있다. 한편 교육콘텐츠 개발의 경우, 한국정보화진흥원과 한국언론진흥재단이 강점을 갖고 있다. 시청자미디어재단 및 지역영상미디어센터에서는 제작교육에 치중함으로써 교재 개발보다는 제작 장비 구축에 더 많은 예산을 투자하고 있다. 문제는 각 기관별로 수행하는 강사 양성 및 인프라 개발 등을 서로 공유하지 않고 개별적으로만 수행하고 있다는 것이다. 이 부분에 대한 공유와 협력 시스템이 운영된다면 기관별 예산 절감 및 사업수행 효율성은 크게 개선될 수 있을 것이다.

4) 정책 연구조사의 외주화 및 결과 공유 미흡

미디어교육 정책에 대한 연구조사는 시청자미디어재단과 한국언론진흥재단에서 매년 시행되고 있으나, 대부분의 경우 외주화를 통해 이루어지고 있다. 전담연구인력이 전혀 없는 시청자미디어재단은 모두 외부 전문가를 통해, 한국언론진흥재단은 일부는 내부연구를 제외하고 나머지는 외주로 수행하고 있는데 두 기관 간의 연구결과 공유 역시 공식적으로 이루어지지 않고 있다. 따라서 유사한 연구들이 중복적으로 수행되거나 동일 연구자에 의한 연구들이 진행되는 문제가 발생하기도 한다. 또한 외부 연구자에 의한 연구이기 때문에 기관 내부적인 상황에 맞는 적절한 정책연구가 이루어지지 못하는 측면도 있다. 내부 전문 인력의 확충이 필요한 이유다.

이상의 논의를 통해 한국의 미디어교육 정책 지형에 대한 시사점을 도출해보았다. 전반적으로 한국 미디어교육 정책은 꾸준한 관심을 기반으로 오랜 역사를 지니고 있으며 그동

안 많은 성과를 쌓아왔다. 미디어 환경의 전환기적 변화와 지능정보사회라는 획기적인 사회변화를 앞두고 미디어교육의 역할은 더욱 부각될 전망이다. 아울러 미디어교육에 대한 국가적 정책의 방향성에 대한 심도 있는 논의와 고민이 요청되는 시점이다.

이러한 시각 하에 앞의 논의들을 바탕으로 한국 미디어교육 정책지형을 SWOT 분석의 틀로 아래와 같이 다시 정리해보았다.

<표 5-1> 한국 미디어교육 정책지형의 SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
· 정부 미디어교육 지원 다양성 · 학교 미디어교육 확산 · 미디어센터 등 하드웨어 인프라 구축 · 미디어교육 역사적 경험	· 부처별 전담부서, 전담인력 부재 & 부족 · 정책기관간 협력&공유시스템 부재 · 사회미디어교육, 소외계층미디어교육 약화 · 개별 기관별 강사양성, 교육콘텐츠 개발
기회(Opportunity)	위기(Threat)
· 미디어교육법 논의 활성화 · 정책기관별 차별성 가시화 · 미디어교육 필요성에 대한 사회인식 확대 · 사회적 이슈에 대응하는 미디어교육 관심 · 지능정보사회 도래와 미디어교육 역할확대	· 부수적 정책으로서 미디어교육 정체성 · 국가적 차원의 미디어교육 철학 부재 · 퍼블릭 액세스 개념의 약화 · 정권 특성을 반영하는 미디어교육정책 · 정부주도 미디어교육과 시민사회연계부족

한국 미디어교육 정책지형의 **강점**으로 꼽을 수 있는 것은, 우선 정부 주도의 미디어교육 정책이 다양하다는 점이다. 정부 주도 미디어교육에 대한 우려의 목소리나 정책 중복성에 대한 지적도 분명 있지만 다양한 정부기관에서 다양한 미디어교육 정책과 사업을 수행하고 있다는 점은 타 국가들에 비해서도 뛰어난 점이다. 또한 정규교과의 형태는 아니지만 자유학기제 등을 통해 학교 미디어교육이 더욱 확산되고 있는 점도 긍정적이다. 전국적으로 설립되어 있는 지역시청자미디어센터들의 역할도 강점이다. IT 선도국의 특성에 맞게 첨단 미디어 기술과 설비를 갖춘 지역미디어센터가 포진해있고, 지속적으로 건립되고 있는 점도 인프라 구축이라는 측면에서 바람직하다. 무엇보다도 미디어교육의 역사적 배경이 길고 시민사회주도의 의식교육의 역사를 갖고 있는 점은 미디어교육의 철학적 가치를 뒷받침해주는 독특한 강점이라고 사료된다.

반면 한국 미디어교육 정책의 **약점**이라면, 오랜 역사에도 불구하고 각 정책기관별로 미디어교육을 전담하는 부서, 인력, 연구인력의 부족으로 큰 어려움을 겪고 있다는 점이다. 정책적 역할은 주어졌으나 조직적 차원의 인력지원이 없다는 점은 미디어교육 정책수행에 있어서 치명적 약점이다. 인력부족에도 불구하고 유사 정책기관 간 협조나 공유시스템이 없다는 것은 이러한 문제를 더욱 심화시키는 요인이다. 그러다보니 협의와 공유를 통해 시너지효과를 낼 수 있는 교육콘텐츠 개발이나 교강사 양성사업을 각 기관에서 개별적으로 수행하는 어려움이 해결되지 않고 있다. 학교 미디어교육 확대에 의해 생애주기 미디어교육을 추동하는 사회미디어교육, 다양한 소외계층 대상 미디어교육이 소홀히 됨으로써 그동안 한국 미디어교육의 강점이었던 부분이 약점으로 전환되는 상황에 놓여있는 점도 주목해야 한다.

앞으로 한국 미디어교육 정책지형의 **기회**요인도 적지 않다. 무엇보다 큰 기회는 미디어교육의 필요성에 대한 사회적 인식의 확산이다. 지능정보사회에서의 개인역량 중요성, 그 역량의 대표로서의 미디어 리터러시 역량에 대한 관심, 가짜 뉴스 등 사회적 이슈 등장으로 인한 세계적 관심과 그 해결책으로서의 미디어교육 대두 등은 모두 향후 미디어교육과 미디어교육 정책의 역할을 크게 견인할 수 있는 기회가 될 수 있다. 이러한 사회적 분위기로 인해 그동안 한국 미디어교육 정책을 수행해온 기관들이 어느 정도 차별화 특성을 보이는 점, 그를 뒷받침해줄 수 있는 미디어교육 법적 지원에 대한 활발한 논의 등은 향후 한국의 미디어교육 정책지형을 선도할 수 있을 것으로 기대된다.

그러나 기회를 살려내지 못하는 **위기**의 요인들도 면밀히 살펴볼 필요가 있다. 무엇보다 미디어교육 정책이 사회적 의미와 필요성에도 불구하고 주도적 정책으로 인정받고 있지 못하다는 점이다. 시청자주권 확대, 지역미디어, 학교 교과과정 등의 정책을 뒷받침하는 부수적 정책 사업으로 치부되는 것은 반드시 개선을 요하는 부분이다. 이는 결과적으로 국가적 차원의 미디어교육 정책철학의 부재로 이어지며, 시민사회 연계를 통한 국가적 정책으로 확대되지 못하는 원인으로 작용할 수 있다.

아울러 정권의 변화나 정부 특성을 반영하는 미디어교육 정책으로 인해 장기적 관점의 정책 전망을 세우지 못하는 점도 위기요인으로 볼 수 있다. 지능정보사회에서 더 이상 의미를 갖지 못하는 퍼블릭 액세스 개념이 여전히 많은 미디어교육 현장에서 수행되고 있는 점 역시 향후 한국 미디어교육 정책지형을 새롭게 수립하는데 검토되어야 할 위기요소라 할 수 있다.

제 2 절 방송통신위원회 미디어교육 정책 체계 개편방안

1. 방송통신위원회 미디어교육 정책 사업의 시사점

본 연구에서는 한국 미디어교육 정책지형 현황에 대한 분석과 아울러 방송통신위원회의 미디어교육 정책에 대한 심층적 분석과 함께 향후 방송통신위원회의 미디어교육 정책체계를 어떻게 개편해나갈 것인가를 또 하나의 연구문제로 삼았다. 이는 방송통신위원회가 2017년 100대 국정과제를 통해 ‘미디어의 건강한 발전’ 과제를 수행하는 전담부처로 지정되었고, 한국 미디어교육 정책 전반에 있어서 방송통신위원회의 역할 비중이 크다는 점에서 정책 전반에 대한 분석과 개선을 위한 제언이 필요하다고 판단하였기 때문이다.

본 보고서의 제4장에서는 방송통신위원회가 출범한 2008년부터 2017년까지 10년 동안의 정책사업의 특징을 예산자료를 중심으로 면밀하게 분석한 결과를 제시하였다. 본 절에서는 4장의 분석결과를 바탕으로 시사점들을 도출해보고 이를 바탕으로 향후 방송통신위원회의 미디어교육 정책 체계 개편에 대한 제언을 제시하고자 한다.

방송통신위원회의 10년간 미디어교육 정책사업 분석결과와 시사점을 정리해보면 다음과 같다.

첫째, 정권 변화에 따른 방송통신 정책기조의 변화가 방송통신위원회의 미디어교육 정책과 밀접하게 연계되어 있다. 특히 방송법 개정과 정부 부처 신설 및 통합으로 인한 영향으로 미디어교육 정책의 변화가 이루어지는 사례가 많았다. 시청자미디어재단 설립, 시청자미디어센터 구축, 시청자권익보호 차원의 시청자참여프로그램 확산, 인터넷 윤리교육에서 창의적 체험활동, 자유학기제 학교미디어교육 등 중요한 변화가 국정 기조와의 관련성을 보여준다.

둘째, 미디어교육 전담 산하기관인 시청자미디어재단을 중심으로 시청자미디어센터 정책사업이 방송통신위원회의 대표적인 미디어교육 정책으로 자리매김하였다. 방송통신위원회의 미디어교육 예산의 대부분이 시청자미디어센터 건립과 운영비, 사업비로 할당되고 있다. 각 지역별 시청자미디어센터는 퍼블릭 액세스권의 실현이라는 방향성을 지향하여 다양한 미디어이용자들의 직접 제작교육을 담당하면서 한국식 제작중심 미디어교육을 추동하는 역할을 하고 있다. 또한 방송통신위원회 내에서 오랜 기간 수행되어온 건전한 사

이버 윤리문화 조성 사업은 인터윤리교육을 통해 특정 영역의 미디어교육을 견인한 것으로 평가할 수 있다. 이 업무는 현재 방송통신위원회의 위탁으로 한국정보화진흥원에서 수행하고 있다.

셋째, 방송통신위원회 시청자미디어센터 중심의 미디어교육은 제작을 기반으로 한 이용자 참여를 양성하는 성격을 띠는데, 이는 향후 개인 역량 강화라는 지능정보사회의 특성과의 적합성 부분을 검토할 필요가 있다. 제작 교육의 중요성은 여전히 존재하지만 교육의 기초가 예전 미디어 제작에 접근이 용이하지 않던 시대에 머물러 있는 측면이 있다. 개인용 미디어의 활용과 1인 미디어제작이 확산되면서 굳이 기관을 통한 첨단 장비활용 제작교육이 필요한가에 대한 문제제기가 나오고 있다. 현재 시청자미디어센터의 미디어교육의 90% 이상이 제작교육에만 치중하고 있는 점도 검토되어야 할 부분이다. 미디어에 대한 전반적 이해 교육, 미디어 이용에 대한 비판적 성찰교육 등이 점차 중요해지는 시점에서 시청자미디어센터의 역할 전반에 대한 재검토가 필요해 보인다. 아울러 한국정보화진흥원의 인터넷윤리교육도 윤리나 사이버폭력 등에만 한정하지 않고 디지털 시민성 등 좀 더 포괄적인 영역의 교육으로 확대시켜보는 것도 좋은 시도가 될 것이다.

넷째, 미디어교육이라는 영역이 미디어와 교육의 융합이기 때문에 미디어 환경변화에 따른 교육의 시행이라는 정책목표는 당연하다. 그러나 미디어교육 자체가 정책의 목표가 되기보다는 학교 교육의 일환으로서 미디어교육이 인식되고 그러한 교육만이 중점사업으로 추진되는 것은 문제가 있다. 최근 3년간 방송통신위원회 미디어교육의 중점 사업은 박근혜 정부의 주요 교육정책인 자유학기제를 위한 미디어교육 실시였다. 상당부분의 예산이 이에 집중되었다. 이러한 사업은 학교 미디어교육의 중요성을 사회에 인식시키는 데는 큰 역할을 했으나 다른 집단과 계층을 위한 미디어교육은 축소시키는 결과를 가져왔다. 학생집단 중에도 자유학기제 대상학년인 중학생 위주의 미디어교육이 이루어졌고 초등학교생이나 고등학생 대상 교육은 상대적으로 미흡했다. 더 나아가 학부모나 교사 등 매개자 교육, 성인, 노인 대상의 생애주기 미디어교육, 장애인, 다문화 소수계층 교육 등은 이전에 비해 예산 규모가 축소된 것이 사실이다. 방송통신위원회의 미디어교육 정책이 전국민 대상의 다양성을 지향해야 한다는 점에서 현재의 정책사업의 장단점을 짚어볼 필요가 있다.

다섯째, 방송통신위원회 내의 미디어교육 전담부서가 없고 전담 전문인력이 부족하고, 시청자미디어재단 내에도 미디어교육의 정책기획과 수립을 전담할 인력이 부족하다는 점

이 문제의 주요 원인 중 하나로 지적된다. 자유학기제 학교 미디어교육이 확산되자 부족한 인력이 모두 여기에 집중되면서 타 미디어교육 사업이 축소되는 결과를 가져온 측면이 있다.

또한 현재의 지역미디어정책의 일환으로 미디어교육을 접근함으로써 담당자가 계속 바뀌는 문제로 인해 정책의 일관성을 유지하기 어려운 측면이 있다. 전담인력의 존재가 정책사업의 지속성과 일관성에 긍정적 영향을 미치는 것은 한국인터넷진흥원의 사례를 통해 확인할 수 있다. 한국인터넷진흥원은 2016년까지 지속적으로 인터넷윤리 교육 사업을 전담팀에서 맡아 수행하면서 교육의 효과나 관련 콘텐츠의 개발과 활용 면에서 많은 성과를 낼 수 있었다고 본다. 이러한 사업의 성과는 현재 한국정보화진흥원으로 업무가 이관되면 서도 계속적으로 이어지고 있다.

방송통신위원회가 특정 미디어정책의 부수적 사업이 아니라 전국민 대상 보편적 교육으로서의 미디어교육을 수행하는 기관이라는 점에서 볼 때, 내부에 미디어교육 전담부서가 반드시 필요하다는 것이 본 연구 분석의 주요 시사점 중 하나이다.

여섯째, 시청자미디어센터의 건립이 지속적으로 이루어졌고, 앞으로도 추가건립이 계획 중에 있다. 향후 시청자미디어센터는 더욱 확충될 전망이다. 이는 한국의 미디어교육 정책 지형을 변화시킬 가능성이 높다. 지난 10년간 방송통신위원회의 예산은 총액 면에서는 계속 확대되는 경향이 나타났는데 이 중 상당부분은 시청자미디어센터의 건립비에 할당되어 있다. 그에 비해 사업비나 운영비는 제자리이거나 오히려 축소되는 경향이 있다. 이 경우, 하드웨어적 인프라로서의 센터는 확장되지만 이의 효율적 운영이나 새로운 정책사업의 개발 등은 여력을 갖지 못함으로써 자칫하면 내실 없는 교육이 이루어질 우려도 있다. 센터의 외적 확대와 내적 사업의 충실이 함께 연동되는 시스템에 대한 고민이 요청된다.

일곱째, 방송통신위원회가 한국 미디어교육에서 어떠한 역할을 해야 하는지에 대한 그림이 분명치 않다. 현재 대부분의 방송통신위원회 미디어교육 정책 사업이 학교 미디어교육의 직접 수행에 모아져 있다. 그러나 방송통신위원회가 미디어교육의 직접 수행기관인가, 더 나아가 교육부 교육방침을 뒷받침하는 교육 기관인가에 대한 의문을 제기해볼 수 있다. 국가의 주요 정책을 수행하는 것은 정부기관으로서 당연한 것이지만 그 방식이 현장 교육의 직접 수행보다는 교육 인력 양성이나 교육 콘텐츠 개발 등 인프라를 제공하거나 미디어교육의 정책 방향성 제시, 더 나아가 미디어교육의 철학 제시, 사회적으로 미디어

어교육 중요성 인식 확대 등이 더 적절한 역할이 아닌가에 대한 논의가 필요하다.

여덟째, 한국 미디어교육의 특성 중 하나인 시민사회 영역에 대한 지원과 협력이 지속적으로 약화되고 있다. 지원예산의 규모도 급격하게 축소되었고, 학교 미디어교육 사업에서도 협력양상이 나타나지 않는다. 또한 지역영상미디어센터들과 방송통신위원회의 시청자미디어센터 간의 연계성도 현재로서는 보이지 않는다. 시민사회 영역과의 상호공조체제가 한국 미디어교육의 전반적 지형을 향상시킬 것이라는 점에서 이에 대한 정책적 고려가 반드시 필요할 것으로 보인다.

2. 방송통신위원회 미디어교육 정책 체계 개편 방안

지금까지의 분석과 시사점 논의를 바탕으로 본 연구에서는 방송통신위원회의 미디어교육 정책 체계 개편을 위한 방안을 제시해보고자 한다. 이는 궁극적으로는 향후 한국 미디어교육 정책지형의 개선을 위한 방향성 하에서 현재 한국 미디어교육 전담부서로 지정된 방송통신위원회의 미디어교육 정책체계에 초점을 맞춘 것이다. 제안의 전체 요약도는 아래 [그림 5-3]에 제시되어 있다.

[그림 5-3] 방송통신위원회 미디어교육 정책 방향성

정책 비전	국민의 미디어권 보장을 위한 보편적 교육으로서의 미디어교육	
정책 목표 및 방향	① 이용자 주도성 을 키우는 미디어교육	▶ 주도적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자 : 이용자의 정보 분별력, 콘텐츠 생산 능력 함양 ▶ 균형적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자 : 협업, 네트워크 능력, 지능정보사회 역량과의 조화 ▶ 시의적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자 : 변화하는 미디어환경에 대처하는 능력
정책 추진 방식	② 체계성 을 갖춘 미디어교육	▶ 정책 목표에 대한 이해도 제고 : 한국 미디어교육 정의 및 철학 정립 ▶ 정책 주체의 전문성 제고 : 전담부서 및 전담 인력 확보 ▶ 정책 결과의 평가체계 확립 : 정책 성과의 가시화를 통한 홍보효과 ▶ 정책 수립 및 사업시행결과의 정보축적시스템 구축 : 정책과정에 대한 정보축적으로 데이터 기반 정책시행
정책 유형 및 내용	③ 다양성 을 지향하는 미디어교육	▶ 교육대상의 다양성 : 전 연령, 전 지역, 전 계층 등 다양한 주체의 참여 ▶ 교육내용의 다양성 : 사회/학교 미디어교육 조화, 제작/이해 교육의 조화 ▶ 교육방법의 다양성 : 시청자미디어센터와 학교, 지역영상미디어센터, 지역 미디어기업과의 협력과 공조 ▶ 교육의 시의적절성 : 이슈 맞춤형, 커뮤니티 맞춤형, 센터 운용의 유연성

가. 미디어교육 정책 비전

방송통신위원회가 지향해야 할 미디어교육 정책의 비전은 “국민의 미디어권을 보장하기 위한 보편적 교육으로서의 미디어교육”으로 설정하였다. 국민의 미디어권이란 모든 국민이 공정하게 미디어에 접근하고 활용함으로써 적극적으로 자신을 표현하고 참여할 수 있는 권리를 의미하며, 모든 국민이 미디어교육을 받을 수 있는 권리를 포함한다. 즉 방송통신위원회는 모든 국민이 보편적 교육으로서의 미디어교육을 받을 수 있도록 정책을 수립하고 시행해야 할 것이다.

나. 미디어교육 정책 체계

본 연구에서는 3가지 핵심 키워드를 방송통신위원회의 미디어교육 정책 체계의 기본방향으로 설정하였다. 즉 정책목표 및 방향으로서의 ‘이용자 주도성’, 정책추진 방식으로서의 ‘체계성’, 정책유형 및 내용으로서의 ‘다양성’이다.

1) 정책목표 및 방향: 이용자 주도성을 키우는 미디어교육

미디어교육은 기본적으로 미디어 이용자의 역량을 키우는 교육이어야 한다. 미디어 이용자들이 주도적으로 미디어에 접근하고 미디어를 활용함으로써 변화하는 미디어 환경에 대처하고 자신의 삶의 질을 고양시킬 수 있는 기본적인 역량을 갖추도록 하는 것이 방송통신위원회 미디어교육 정책의 기본 목표가 되어야 한다. 방송통신위원회는 전국민들의 미디어 권리를 보장하고 미디어를 통해 이용자들의 삶의 질을 향상시키는 역할을 수행해야 하기 때문에 그 주요 정책으로서의 미디어교육은 이용자 주도성을 양성하는 데 초점을 두어야 한다. 이용자 주도성이 지향하는 미디어 이용자의 정체성은 다음과 같이 요약된다.

▶ **주도적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자**

디지털 미디어 환경에서 정보를 올바로 분별하고 평가할 수 있는 능력과 자신의 의견과 생각을 주도적으로 표현하고 전달할 수 있는 콘텐츠 생산 능력으로서의 미디어 리터러시 역량을 갖춘 이용자

▶ **균형적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자**

지능정보사회에서 요구되는 네트워크 능력, 협업과 참여 능력, 창의적인 문제해결 능력 등의 새로운 미디어 리터러시 역량을 고루 갖춘 이용자

▶ **시의적 미디어리터러시 역량을 갖춘 이용자**

미디어 환경이 변화가 야기하는 다양한 사회적 이슈 및 문제 등에 시의적절하게 대처할 수 있는 미디어 리터러시 역량을 갖춘 이용자

2) 정책추진방식: 체계성을 갖춘 미디어교육

방송통신위원회의 미디어교육 정책의 추진방식은 체계성을 지향해야 한다. 체계성이란 미디어교육 정책수립과 시행방식이 본래의 정책목표를 수행하는 데 효율적이고 전문적이어야 한다는 의미를 지닌다. 본 연구의 분석결과를 바탕으로 제안하는 정책추진방식의 체계성 확보방안은 구체적으로 다음과 같이 정리된다.

▶ **정책 목표에 대한 이해도 제고**

현재 방송통신위원회는 자체적인 미디어교육의 정의 및 철학을 천명하고 있지 않다. 한국의 미디어교육 정의 및 철학 역시 공식적으로 제시된 바는 없다. 방송통신위원회의 미디어교육 정의가 이를 대표할 수는 없다. 해도 자체적인 정책추진방향으로서의 미디어교육에 대한 정의와 철학을 분명하게 정립하고 공표할 필요가 있다. 이는 궁극적으로 방송통신위원회의 미디어교육 정책목표에 대한 이해도를 제고하는 효과를 가질 수 있을 것이다.

▶ **정책 주체의 전문성 제고**

방송통신위원회 내에 미디어교육 전담부서 및 전담 인력 확보는 정책추진방식의 효율성을 제고할 수 있는 가장 중요한 방안이라고 본다. 본 연구의 분석결과에서도 전담부서와 인력의 부족문제가 정책 일관성과 지속성을 저해하는 큰 요인으로 나타난 바 있다.

현재 방송통신위원회는 지역미디어정책과에서 미디어교육 정책을 담당하고 시청자미디어재단을 통해 이를 수행하는 한편, 한국정보화진흥원의 인터넷윤리교육 영역의 예산을 지원, 관리하는 체제인데 이 두 개 영역의 업무를 묶어 미디어교육 전담부서의 형태로 운영하는 방안을 검토해볼 필요가 있다. 구체적인 업무 자체는 위탁기관에서 하더라도 방송통신위원회가 미디어교육 정책의 방향성을 기획하고 관리하기 위해서는 전담부서의 확립이 필수적인 것으로 보인다. 이는 향후 미디어교육에 대한 사회적 인식 확대와 관련 예산 확보 등에서도 방송통신위원회의 미디어교육 정책 추진력을 크게 향상시킬 것으로 예상된다.

▶ 정책 결과의 평가체계 확립

방송통신위원회의 미디어교육 정책과 사업의 성과는 상당히 다양하다. 한국의 미디어교육 정책기관으로서 오랜 역사를 지니고 있으며 현재도 중추적인 역할을 담당하고 있다. 다만 그 정책의 성과가 제대로 평가되고 그 결과가 가시화되어 있지 않다는 점은 매우 아쉽다. 이를 개선하는 방안으로 정책성과의 평가체계를 만들고 이를 간략한 형태로 외부적으로 공표하는 시스템을 만드는 것은 미디어교육 정책추진을 위해 매우 유용할 것으로 판단된다. 이는 사회 전반적으로 미디어교육에 대한 홍보효과를 가져올 수 있을 뿐 아니라 추후 예산 확보 등을 위한 적절한 자료로 활용할 수 있을 것으로 본다.

▶ 정책수립 및 시행 전 과정의 정보축적시스템 구축

방송통신위원회의 미디어교육 정책이 매우 다양하고 각 미디어센터별 세부사업이 많아 전반적인 관련정보의 일목요연한 정리가 중요하다고 판단된다. 본 연구의 분석을 위한 정보수집 과정에서 상당한 노력이 요구되었다. 따라서 방송통신위원회의 미디어교육 정책과 사업 수행 전체 과정에서 중요한 정보들을 축적할 수 있는 체계적인 시스템을 수립하는 것이 요청된다. 주요 정보를 중심으로 체계적인 정보축적이 이루어진다면 담당자 업무인수인계 등을 위한 유용한 매뉴얼로 활용할 수도 있다는 점에서 정책추진방식에 큰 도움이 될 것으로 판단된다.

3) 정책유형 및 내용: 다양성을 지향하는 미디어교육

방송통신위원회의 정책유형 및 내용은 기본적으로 다양성을 지향해야 할 것이다. 타 미디어교육 정책유관기관에 비해 방송통신위원회는 전국민을 대상으로 보편적 미디어교육 정책을 시행하는 기관으로서 전반적인 정책사업의 내용을 다양성을 기반으로 해야 한다고 본다. 다양성의 구체적 구성은 다음과 같이 정리된다.

▶ 교육대상의 다양성

방송통신위원회의 미디어교육 대상은 전 연령, 전 지역, 전 계층 등 다양한 주체를 모두 포괄할 필요가 있다. 본 연구의 분석결과에서는 방송통신위원회가 현재 중학교 대상 자유학기제 학교미디어교육을 중점적으로 수행하고 있는 것으로 나타났지만 이는 전체적인 정책 수립에 있어서 개선될 필요가 있다. 방송통신위원회는 기본적으로 생애주기 미디어교육을 지향하여 다양한 연령층, 다양한 계층을 대상으로 한 미디어교육을 수행해야 하며, 특히 소외계층, 지역민을 대상으로 한 보편적 미디어교육 정책기조를 수립해야 할 것이다. 학교 미디어교육의 경우, 여타의 미디어교육 정책기관에서도 집중적으로 접근하고 있으므로 방송통신위원회는 전 국민 대상의 미디어교육 정책을 수행하는 것이 필요하다.

▶ 교육내용의 다양성

전국민 대상의 미디어교육 정책시행을 위해서는 교육 내용의 다양성도 수반되어야 한다. 현재 축소되어 있는 사회 미디어교육과 학교 미디어교육 간의 적절한 분배와 조화가 필요하며, 이용자들을 직접 교육하기 보다는 강사, 학부모, 일반인 등을 대상으로 한 매개자 교육에도 관심을 가질 필요가 있다. 또한 현재 시청자미디어센터의 기술 및 제작교육 중심의 커리큘럼에서 벗어나 미디어에 대한 이해와 비판적 성찰교육의 조화 역시 추진해야 할 것이다. 지능정보사회에서는 미디어 환경에 대한 성찰과 이해가 리터러시 역량을 키우는 데 매우 중요하기 때문에 미디어교육 내용 및 커리큘럼에 이해교육의 비중을 키울 필요가 있다.

▶ 교육방법의 다양성

방송통신위원회 시청자미디어재단의 미디어교육은 시청자미디어센터를 중심으로 이루어지기 때문에 시청자미디어센터의 미디어교육 방식을 개편하되 타 기관과의 협력체제의 구축을 통한 다양성을 추구해야 할 것이다. 시청자미디어센터의 교육은 직접 교육을 벗어나 센터 자체가 미디어교육과 관련된 다양한 체험을 해볼 수 있는 공간으로 구축하고 구체적인 교육은 학교, 지역영상미디어센터와의 협력 체제를 통해 시행하는 방식이 적절하다고 생각된다. 특히 대도시 중심의 시청자미디어센터가 갖는 지역성 한계를 극복하기 위한 지역영상미디어센터 지원과 공조체제를 통해 낙후된 지역의 미디어 이용자들을 대상으로 한 미디어교육을 간접적으로 시행하는 방안도 모색할 필요가 있다. 인력과 예산 부족으로 다각적인 운영이 쉽지 않은 시청자미디어센터의 운영방식 개선은 직접교육보다는 체험형으로 전환하는 방식이 더 적절할 것으로 판단된다. 아울러 지역 미디어 기업과의 산학협력을 방송통신위원회 차원에서 추진하는 것도 유용한 시도가 될 것이다.

한편, 시청자미디어재단과 한국정보화진흥원 간의 협조체제도 시너지 효과를 낼 수 있을 것으로 보인다. 두 기관이 교육 콘텐츠 아카이브를 공유하고 미디어 리터러시 컨퍼런스 및 미디어교육 홍보활동을 함께 추진한다면 사업 효율성과 홍보효과를 배가시킬 수 있을 것으로 기대된다.

▶ 교육의 시의적절성

미디어교육은 변화하는 미디어 환경에서 다각적으로 발생하는 사회적 이슈에 적절하게 대응해야 하는 교육이다. 윤리교육이나 허위정보 판별교육 등 지금까지 미디어교육 정책을 추동한 것은 사회적 이슈에 대한 관심과 대응의 측면이 크다. 이러한 사회적 이슈들은 미디어 환경의 급격한 변화가 예상되는 가까운 미래에 더욱 많아질 것으로 예상된다. 따라서 방송통신위원회는 기관의 업무상 이러한 이슈들에 적절하게 대처해야 하고 미디어교육 정책은 좋은 대응책이 될 수 있다. 따라서 방송통신위원회는 시청자미디어재단 및 시청자미디어센터를 중심으로 이슈맞춤형의 미디어교육 정책을 수립, 시행해야 할 것이다. 또한 지역의 크고 작은 커뮤니티를 중심으로 한 작은 공동체 중심의 미디어교육 사업모델을 개발하여 이를 적극적으로 확산시킬 필요가 있다. 이런 과정에서 시청자미디어센터는 고정적인 교육을 수행하는 교육기관이 아니라 사회적 이슈와 커뮤니티 이슈에 유동적이고 시의적절하게 대응하는 유기적 센터로서 자리매김해야 할 것으로 본다.

참 고 문 헌

국내 문헌

- 강진숙·조재희·정수영·박성우 (2017), 『해외 미디어교육 법체계 및 정책기구 연구』 (한국언론진흥재단 지정 2017-10), 한국언론진흥재단.
- 교육부 (2015. 11. 25.), (학생의 꿈과 끼를 키워 행복교육을 실현하는) 중학교 자유학기제 시행 계획(안). URL:
<https://www.moe.go.kr/boardCnts/fileDown.do?m=030201&s=moe&fileSeq=f206e57d989a08d6baec73543a5e6c41>
- 교육부 (2016), 『자유학기제 협업기관 인프라정보 자료집』, 교육부.
- 권상희·이진로·하봉준·강보영·박민영 (2017), 『미디어 리터러시교육 종합정보시스템 구축을 위한 기초연구』 (2017년 시청자권익증진사업), 방송통신위원회.
- 김경희·김광재·이숙정 (2017), 『미디어 리터러시 지수 개발 및 지역별 격차 측정 조사』, 방송통신위원회.
- 김광재·장은미·강신규 (2017), 『사회 미디어교육 현황 및 운영 전략 연구』 (한국언론진흥재단 지정주제 연구보고서 2017-11), 한국언론진흥재단.
- 김규찬 (2017), 『문화산업 정책 패러다임 변화 연구』, 한국문화관광연구원.
- 김균·김양은 (2011), 『고령화시대 노인층의 미디어교육 이용행태 및 지원방안 연구』 (한국언론진흥재단 수시과제 연구보고서 2011-12), 한국언론진흥재단.
- 김기태 (2007), 한국 미디어 교육의 성격 분석 및 논의, 『한국언론정보학보』, 통권 37호, 139-167.
- 김동규 (1996), 한국사회와 언론운동, 그 새로운 모색, 『사회과학연구』 (건국대학교 사회정책연구소), 6권 1호, 129-149.
- 김동준·김동원·정미정 (2015), 『시청자미디어재단을 통한 효율적인 시청자 권익증진 정책수행 방안 연구』 (방통융합정책연구 KCC-2015-27), 방송통신위원회.
- 김동준·박상호·김광재·김양은·오경수·봉미선·윤희상·이은지·이지은 (2017), 『미디어교육 활성화를 위한 법제도 마련 및 정책 방안 연구』 (방송통신위원회 방통융합정책연구

구 KCC-2017-42), 방송통신위원회.

김봉섭·김현철·박선아·임상수·정순원·박선아·김영애 (2017), 『4차 산업혁명시대 지능정보 사회의 ‘디지털 시민성’에 대한 탐색』 (연구자료 RM 2017-6), 한국교육학술정보원.

김양은 (2017), 『한국미디어교육의 현황』, 미디어교육법추진위 출범세미나 발표문.

김양은·전경란·김아미·배은주·박한철 (2014), 『미디어를 활용한 창의적 체험활동 프로그램 개발 연구』 (지정 2014-10), 한국언론진흥재단.

김영천 (2012), 『질적연구방법론 1: Bricoleur』, 아카데미프레스.

김은규 (2015), 다문화미디어교육의 운영 현황 점검과 방향성 모색: 다문화가족지원센터와 시민미디어센터의 다문화미디어교육 사례를 중심으로, 『언론과학연구』, 15권 1호, 115-161.

김정평 (2012), 철도물류자원개발 정책분석에 관한 연구, 『한국철도학회 논문집』, 15권 6호, 682-687.

김진숙 (2017), 4차 산업혁명 대응 미래 교육 방향, 『4차 산업혁명 대응 미래교육을 말한다』, 한국교육학술정보원.

김택환·원용진·박근서·윤지은 (1999), 『미디어교육의 이해와 실천: 미디어교육 현황과 언론인 활용방안 연구』, 한국언론재단.

김학수 (1984), 시청자와 미디어교육: 인간조건들의 관점에서, 『방송연구』, 통권 8호, 175-184.

문미원 (2000), 『언론수용자운동 단체의 미디어 교육특성 분석연구』, 서강대학교 언론대학원 석사논문.

문화체육관광부 (2008), 『2008년도 지역영상미디어센터 설립 공모』, 문화체육관광부.

박주연·최숙 (2016), 『미디어 리터러시 교육 정책 분석 연구』 (2016년 시청자 권익보호 활동 지원사업), 방송통신위원회.

방송통신위원회 (2015), 『2015년도 예산 및 기금운용계획 사업별 설명자료: 일반회계, 방송통신발전기금』, 방송통신위원회.

방송통신위원회 (2017), 『2017년도 예산 및 기금운용계획 사업별 설명자료: 일반회계, 방송통신발전기금』, 방송통신위원회.

방송통신위원회 (2018a), 『2017 방송통신위원회 연차보고서』, 방송통신위원회.

- 방송통신위원회 (2018b), 『2018년도 예산 및 기금운용계획: 일반회계, 방송통신발전기금』, 방송통신위원회.
- 배상률 (2014), 『디지털 시대의 청소년 미디어교육 제도화 방안 연구』 (NYPI 청소년정책리포트 Vol.58), 한국청소년정책연구원.
- 서정숙 (1983), 『미디어교육을 위한 시안연구』, 서강대학교 신문방송학과 석사논문.
- 시청자미디어재단 (2016), 『2015 시청자미디어재단 백서』, 시청자미디어재단.
- 시청자미디어재단 (2018), 『2018년도 업무계획』. URL: <https://kcc.go.kr/download.do?fileSeq=47148>
- 신홍균·황승흠·채승우 (2015), 『시청자 권익 관련 법제 현황 조사 및 정비방안 연구』, 방송통신위원회.
- 심상민 (2014). 문화콘텐츠 정책평가와 개선방안에 관한 연구. 『문화경제연구』, 17권 2호, 103-135.
- 안정민 (2016), 방송규제 이념에 대한 연혁적 고찰, 『정보법학』, 20권 1호, 177-204.
- 안정임·김양은·전경란·최진호 (2017), 『지능정보사회에서의 미디어 리터러시 이슈 및 정책 방안 연구』 (방통융합정책연구 KCC-2017-41), 방송통신위원회.
- 안정임·김양은·전경란·최진호 (2018), 지능정보사회 미디어교육 정책에 대한 전문가의 우선순위 인식 연구, 『한국언론학보』, 62권 2호, 7-40.
- 안정임·전경란·송현경 (1994), 『미디어교육 연구』, 방송위원회.
- 양문희·박상호·오지희 (2016), 『방송통신 미디어교육 지원법 및 강사관리 구축 체계 방안』, 방송통신위원회.
- 오세욱·김수아 (2016), 『디지털 저널리즘 투명성 제고를 위한 기술적 제안』, 한국언론진흥재단.
- 은혜정·임태섭·조성은 (1998), 『청소년 대상 미디어교육의 정규교육 정책화 방안 연구』, 한국방송개발원.
- 이수범·손영근 (2018), 미디어 리터러시에 대한 기획자, 경험자, 비경험자간 인식 차이: 상호지향성 모델을 중심으로, 『언론정보연구』, 55권 2호, 213-257.
- 이수영·기소진·박상화·김기운·김군주·좌영녀·엄지영 (2010), 『시청자권익증진활동 지원사업 개선방안 연구』, 방송통신위원회.

- 이완수·구종상·권상희·이진로 (2015), 『자유학기제 도입과 공교육 내실화 방안: 방송교육 (BIE)을 활용한 창의적 체험활동 프로그램 개발연구』 (2015년 시청자 권익증진활동 지원사업), 방송통신위원회.
- 이희수 (1992), 『한국의 TV시청자운동에 관한 연구: 시청료거부운동의 사례를 중심으로』, 한양대학교 행정대학원 언론홍보전공 석사논문.
- 임영호 (1995), 한국 시민사회와 언론운동의 성격, 『한국 사회변동과 언론』, 소화.
- 정인숙 (2004), 방송시장에서의 공정경쟁 기본원칙과 불공정거래행위분석, 『방송통신연구』, 통권 53호, 205-237.
- 정인숙 (2018), 「방송법」 개정 역사를 통해 살펴본 ‘방송 정책 수단’의 변화와 함의 분석, 『방송통신연구』, 통권 103호, 9-37.
- 정정길 (1990), 『정책학 원론』, 대명출판사.
- 정현선·김아미·박유신·장은주·길호현 (2016), 『초·중등 교과서의 미디어 리터러시 단위 개발 연구』 (교육부 2016-6), 교육부.
- 정현선·박유신·전경란·박한철 (2015), 『미디어 문해력(Media Literacy) 향상을 위한 교실 수업 개선 방안 연구』 (교육부 2015-12), 교육부.
- 조동원 (2005), 『한국 미디어교육운동의 역사와 전략 연구』, 한국예술종합학교 예술전문사 증서논문.
- 조연하·배진아·이영주 (2007), 시청자 운동에 대한 단체 활동가의 인식과 단체 활동의 관련성 연구, 『한국언론학보』, 51권 3호, 201-228.
- 조연하·이영주·배진아 (2007), 시청자단체활동 지원사업의 시청자 권익 보호 정책으로서의 타당성, 『한국방송학보』, 21권 5호, 204-239.
- 천혜선·이찬구·성지연·이수연 (2016), 『미디어 리터러시 교육 효과성 연구』, 방송통신위원회.
- 최선열 (1989), 비판적 텔레비전 시청 교육 과정에 관한 연구, 『신문학보』, 통권 24호, 311-362.
- 최창섭 (1980), 초중고교생을 위한 미디어교육 커리큘럼 개발 연구(상), 『신문연구』, 통권 30호, 197-243.
- 최창섭 (1983), 『미디어환경과 미디어교육의 필요성』, 사목.

최창섭 (1985), 『미디어교육론』, 나남.

한국언론학회·한국미디어교육학회 (1998), 『우리나라 미디어교육의 현실과 과제』, 한국언론학회.

허경 (2010), 『지역미디어센터의 현황과 과제』, 전주시민미디어센터 영시미 개관 5주년 토론회 발제문.

황치성·박한철·정완규·조진화 (2013), 『미디어교육 현안과 미래전략』 (연구서 2013-02), 한국언론진흥재단.

황치성·박지선 (2014), 『청소년의 미디어 이용과 21세기 핵심역량』 (연구서 2014-08), 한국언론진흥재단.

방송통신위원회 예산 및 기금운용계획 사업별설명자료 (2009~18년)

문화체육관광부 예산·기금운용계획 개요 (2016~18년)

문화체육관광부 예산 및 기금운용계획 사업설명자료 (2016-18년)

방송통신위원회 업무보고 (2009~12년)

방송통신위원회 업무계획 (2013~18년)

방송통신위원회 연차보고서 (2008~17년)

시청자미디어센터백서 (2007~2014년)

시청자미디어재단백서 (2015년)

각 지역 시청자미디어센터 사업계획서 또는 사업계획(안) (2016~17년)

방송통신위원회 각 사업 수행계획서, 최종(결과)보고서, 정산보고서 (2008~2017년)

한국언론진흥재단 사업설명회자료 (2014~18년)

시청자미디어재단 사업설명회 자료 (2016-2017)

방송통신위원회 홈페이지 <https://www.kcc.go.kr>

시청자미디어재단 홈페이지 <https://kcmf.or.kr>

각 지역 시청자미디어센터 홈페이지

한국정보화진흥원 홈페이지 <https://www.nia.or.kr>

아름다운 인터넷 세상 홈페이지 <https://www.아인세.kr>

한국방송통신전파진흥원 홈페이지 <https://www.kca.kr>
한국인터넷진흥원 홈페이지 <https://www.kisa.or.kr>
한국언론진흥재단 홈페이지 <http://www.kpf.or.kr>
미디어교육 FORME <https://www.forme.or.kr>
교육부 자유학기제 홈페이지 <http://www.ggoomggi.go.kr>

해외 문헌

- Buckingham, D. (2004). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. 기선
정·김아미 (역) (2013). 『미디어 교육: 학습, 리터러시, 그리고 현대문화』.
jNBook.
- Cooper, B. S., Fusarelli, L. D., & Randall, E. V. (2004). *Better policies, better schools:
theories and applications*. New York: Pearson.
- Dunn, William N. (1981). *Public Policy Analysis*. N.J: Prentice Hall Lnc., Englewood.
- Nagel, S. (1986). Conceptualizing Public Policy Analysis, in Willian Dunn (Ed.), *Policy
Analysis: Perspectives, Concepts and Methods*(pp. 247-248), Greenwich, connecticut:
JAI Press.
- Ofcom (2003). *Media Literacy Audit: Report on adult media literacy*.
- Wallis, R., & Buckingham, D. (2016). Media literacy: the UK's undead cultural policy.
International Journal of Cultural Policy. Advance online publication.
<http://doi.org/10.1080/10286632.2016.1229314>

● 저 자 소 개 ●

안 정 임

- 서강대 신문방송학과 졸업
- 서강대 신문방송학과 석사
- 남일리노이주립대 언론학 박사
- 현 서울여대 언론영상학부 교수

전 경 란

- 이화여대 신문방송학과 졸업
- 서강대 신문방송학과 석사
- 이화여대 신문방송학과 박사
- 현 동의대 디지털콘텐츠학전공 교수

김 양 은

- 중앙대 신문방송학과 졸업
- 중앙대 신문학과 석사
- 중앙대 신문학과 박사
- 현 건국대 KU커뮤니케이션 연구소 연구교수

최 진 호

- 충남대 언론정보학과 졸업
- 한양대 신문방송학과(현 미디어커뮤니케이션학과) 석사
- 한양대 미디어커뮤니케이션학과 박사과정 수료

방통융합정책연구 KCC-2018-14

한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및
정책체계 개편방안 연구

2018년 12월 31일 인쇄

2018년 12월 31일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장

발행처 방송통신위원회

경기도 과천시 관문로 47

정부과천청사

TEL: 02-2110-1323

Homepage: www.kcc.go.kr
