



시청자미디어센터(부산, 광주) 운영 종합평가 연구

시청자미디어센터(부산, 광주) 운영 종합평가 연구



이 보고서는 2008년 방송통신위원회 조사연구지원사업의 연구 결과로서
보고서의 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식 입장과 다를
수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

이 보고서를 방송통신위원회가 지원하여 수행한 ‘시청자미디어센터 운영 종합 평가 연구’의 최종보고서로 제출합니다.

2008년 12월

주관연구기관 : (사)한국언론학회

책임연구원 : 김경환(상지대학교 언론광고학부 교수)

공동연구원 : 이상훈(전북대학교 신문방송학과 교수)

김명준(미디어엑트 소장)

이주훈(미디어엑트 사무국장)

목 차

요약

I 서 론

- 1. 연구 배경 13
- 2. 연구 목적과 연구 범위 15

II 시청자미디어센터 사업의 배경과 현황

- 1. 시청자미디어센터 사업의 의의 및 추진배경 17
- 2. 국내미디어센터 현황 19
 - 가. 미디어센터 설립 현황 개괄 19
 - 나. 지역미디어센터 운영 현황 분석 24
- 3. 해외미디어센터 현황 31
 - 가. 커뮤니케이션권리의 확대와 지역 미디어센터의 전지구적 확장 31
 - 나. 모델의 다양성 ; 전지구적 맥락과 한국적 특수성 34
 - 다. 21세기 지역 미디어센터의 역할과 확장, 한국적 맥락 42

III 시청자미디어센터 평가

- 1. 평가의 이론적 배경 45
- 2. 평가대상 및 평가 절차 48
- 3. 평가지표 및 평가지표 구성의 원칙 50
 - 가. 평가 지표 50

나. 평가지표 구성의 원칙	53
다. 평가항목 및 세부 평가지표	59
4. 시청자미디어센터(부산) 평가	95
가. 사업현황	95
나. 조직 및 재정	117
다. 네트워킹 및 연계사업	126
라. 사업계획 수립 및 평가 시스템	130
마. 소결	135
5. 시청자미디어센터(광주) 평가	147
가. 사업현황	147
나. 조직 및 재정	165
다. 네트워킹 및 연계사업	171
라. 사업계획 수립 및 평가 시스템	173
마. 소결	181
6. 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 결과	194
가. 조사개요	194
나. 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사결과	196
다. 총평	215
7. 시청자미디어센터 직원들의 운영 만족도 조사 결과	216
가. 조사개요	216
나. 조사 결과 분석	217

IV 결론 및 개선방안

1. 사업의 성과	230
가. 미디어 교육의 지속적 지회 확대	231
나. 지역 시민의 비영리 콘텐츠 활성화	231
다. 퍼블릭 액세스 창구의 개발 및 확대	231

라. 지역 균형 발전을 위한 기초 구축	232
2. 시청자미디어센터의 개선방향	232
가. 분화된 사업체계에 간하지 않는 영역별 유기적 발전 전략의 구체화	232
나. 일상적 평가 시스템의 안착 및 평가 프레임의 단일화	233
다. 내부 민주주의 강화 및 외부와의 민주적 소통 강화	233
라. 허브 기능의 강화	234
마. 지역 주체의 실질적 참여의 보장	236
바. 교육과 소통의 확대에 기초한 전문성의 제고	236
3. 향후 시청자미디어센터 정책 개선 방향에 대한 제안	237
가. 정책 프레임의 총체적 재구성 및 재조정	237
나. 자율성 확보를 위한 조직 운영 모델의 재편	238
다. 시청자미디어센터 향후 건립 사업의 재검토	239
라. 시청자 미디어센터의 특성화 전략	241
마. 여타 센터 및 연계사업에 대한 지원	242

V **참고문헌**

244

VI **부 록**

1. 부산시청자미디어센터 이용만족도 조사 기술통계	247
2. 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 기술통계	251
3. 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 설문지	254
4. 시청자미디어센터 직원 설문 조사 설문지	262

표 목 차

<표 1> 국내 미디어센터 설립 추진현황	20
<표 2> 국내 각 미디어센터별 개관 시기	21
<표 3> 문화체육관광부 지역 미디어센터 규모 현황	26
<표 4> 문화체육관광부 지역 미디어센터 운영구조 및 재원 현황	27
<표 5> MBC 시청자미디어센터 일반 규모 현황	30
<표 6> 평가지표 중 사업 평가표	51
<표 7> 평가지표 중 조직 및 재정 평가표	51
<표 8> 평가지표 중 네트워킹 및 연계사업 평가표	52
<표 9> 평가지표 중 사업계획 수립 및 평가 시스템 평가표	52
<표 10> 평가지표 중 수혜자 만족도표	53
<표 11> 평가지표 중 종합 평가표	53
<표 12> 시청자미디어센터의 평가 영역 및 지표	60
<표 13> 시청자미디어센터 평가 항목	61
<표 14> 사업 평가 영역의 세부 분류기준	62
<표 15> 창작지원사업의 분류기준	65
<표 16> 정책연구 사업의 분류기준	67
<표 17> 상영사업의 분류기준	69
<표 18> 아카이브 사업의 분류기준	70
<표 19> 컨설팅 사업의 분류기	72
<표 20> 장비 및 공간의 분류	73
<표 21> 웹사이트 관리 및 운영의 분류기준	75
<표 22> 정보공유의 분류기준	76
<표 23> 사업 평가 영역의 세부 평가 항목	78
<표 24> 조직 및 재정영역	80
<표 25> 지역미디어센터의 재정구조	84

<표 26> 시청자미디어센터 직원분류	85
<표 27> 홍보 업무의 분류	86
<표 28> 네트워킹 및 연계사업 평가 항목	88
<표 29> 사업계획 수립 및 평가 영역	90
<표 30> 수혜자 만족도 평가 영역	92
<표 31> 종합 평가 항목	94
<표 32> 부산시청자미디어센터 일반 현황	95
<표 33> 2007,2008년 부산시청자미디어센터 상설교육현황	96
<표 34> 부산시청자미디어센터 2007, 2008년 상설교육 세부현황	97
<표 35> 부산시청자미디어센터 공동체 미디어교육 현황	97
<표 36> 부산시청자미디어센터 교육지원 현황	98
<표 37> 부산시청자미디어센터 기타 교육 현황	99
<표 38> 부산시청자미디어센터 2008년 장비대여 현황	102
<표 39> 부산시청자미디어센터 2007, 2008년 시설 이용인원	103
<표 40> 부산시청자미디어센터 2007년 발간자료 목록	105
<표 41> 부산시청자미디어센터 2008년 발간자료 목록	105
<표 42> 부산시청자미디어센터 2007년 토론회/간담회/포럼 개최 현황	106
<표 43> 부산시청자미디어센터 2008년 토론회/간담회/포럼 개최 현황	108
<표 44> 부산시청자미디어센터 2007년 자체상영사업내역	109
<표 45> 부산미디어센터 상영지원 사업	112
<표 46> 부산시청자미디어센터 컨설팅 사업 내역	114
<표 47> 부산시청자미디어센터 웹사이트 현황	116
<표 48> 부산시청자미디어센터 2007년 직원 교육 내용	119
<표 49> 부산시청자미디어센터 2008년 직원 교육 내용	120
<표 50> 부산시청자미디어센터 2007년 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역	121
<표 51> 부산시청자미디어센터 2008년 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역	122
<표 52> 부산시청자미디어센터 2007년 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역	124
<표 53> 부산시청자미디어센터 2008년 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역	125

<표 54> 부산시청자미디어센터 부·울·경 순회 상영회 목록	129
<표 55> 부산시청자미디어센터 2007년 사업계획 및 평가	131
<표 56> 부산시청자미디어센터 2008년 사업계획 및 평가	132
<표 57> 부산시청자미디어센터 주요 피드백 내용 및 개선 결과	134
<표 58> 광주시청자미디어센터 일반현황	147
<표 59> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 상설교육현황	148
<표 60> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 상설교육 현황	149
<표 61> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 공동체 미디어교육 현황	151
<표 62> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 기타 교육 현황	152
<표 63> 광주시청자미디어센터 2007년 장비대여현황	154
<표 64> 광주시청자미디어센터 2008년 1~9월 장비대여현황	155
<표 65> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 제작지원실 이용인원	157
<표 66> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 발간자료 목록	158
<표 67> 광주시청자미디어센터 2007년 토론회/간담회/포럼 개최 현황	159
<표 68> 광주시청자미디어센터 2008년 토론회/간담회/포럼 개최 현황	159
<표 69> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 자체상영사업내역	161
<표 70> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 상영지원사업내역	162
<표 71> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 직원 교육 내용	167
<표 72> 광주시청자미디어센터 2007년 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역	169
<표 73> 광주시청자미디어센터 2008년 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역	170
<표 74> 광주시청자미디어센터 2007년 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역	170
<표 75> 광주시청자미디어센터 2008년 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역	171
<표 76> 광주시청자미디어센터 2007년 사업계획 및 평가	174
<표 77> 광주시청자미디어센터 2008년 사업계획 및 평가	176
<표 78> 광주시청자미디어센터 2007년 주요 피드백 내용 및 개선 결과	179
<표 79> 광주시청자미디어센터 2008년 주요 피드백 내용 및 개선 결과	181
<표 80> 광주시청자미디어센터 2008년 1~9월 상설미디어교육 현황	183
<표 81> 광주시청자미디어센터와 타 센터의 공동체미디어교육 현황 비교	184

<표 82> 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 설문항목	196
<표 83> 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 응답자의 인구통계학적 특성	197
<표 84> 시청자미디어센터 직원 만족도 조사 결과 세부항목에 대한 평점	228
<표 85> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 각 영역별 기술통계	247
<표 86> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 공통영역 항목별 기술통계	248
<표 87> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 교육 프로그램 항목별 기술통계	248
<표 88> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 창작지원영역 항목별 기술통계	248
<표 89> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 정책연구영역 항목별 기술통계	249
<표 90> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 상영프로그램지원 항목별 기술통계	249
<표 91> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 자원영역 항목별 기술통계	250
<표 92> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 각 영역별 기술통계	251
<표 93> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 공통영역 항목별 기술통계	251
<표 94> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 교육 프로그램 항목별 기술통계	252
<표 95> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 창작지원영역 항목별 기술통계	252
<표 96> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 정책연구영역 항목별 기술통계	253
<표 97> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 상영프로그램지원 항목별 기술통계	253
<표 98> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 자원영역 항목별 기술통계	253

그림 목 차

<그림 1> 문화체육관광부 지역 미디어센터 전국 분포 현황	24
<그림 2> MBC 시청자미디어센터 전국 분포 현황	29
<그림 3> 부산시청자미디어센터 간담회/토론회/포럼 특성별 비율 비교	108
<그림 4> 광주시청자미디어센터 장비 구분별 1건당 평균 대여일수비율	156
<그림 5> 광주시청자미디어센터 장비 구분별 1대당 평균 대여일수비율	156
<그림 6> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 간담회/토론회/포럼 특성별 비율 비교	160
<그림 7> 부산시청자미디어센터 각 영역별 만족도	198
<그림 8> 부산 시청자미디어센터 공통영역 항목별 만족도	199
<그림 9> 부산시청자미디어센터 교육 프로그램 영역 항목별 만족도	200
<그림 10> 부산시청자미디어센터 창작지원 영역 항목별 만족도	201
<그림 11> 부산 시청자미디어센터 정책연구 영역 항목별 만족도	202
<그림 12> 부산시청자미디어센터 상영지원 영역 항목별 만족도	203
<그림 13> 부산시청자미디어센터 자문영역 항목별 만족도	204
<그림 14> 광주시청자미디어센터 각 영역별 만족도 지수	206
<그림 15> 광주시청자미디어센터 공통영역 항목별 만족도	207
<그림 16> 광주시청자미디어센터 교육프로그램 영역 항목별 만족도	208
<그림 17> 광주시청자미디어센터 창작지원 영역 항목별 만족도	210
<그림 18> 광주시청자미디어센터 정책연구 영역 항목별 만족도	211
<그림 19> 광주시청자미디어센터 상영프로그램 지원 영역 항목별 만족도	212
<그림 20> 광주시청자미디어센터 자문영역 항목별 만족도	213

요 약 문

1. 연구목적 및 연구방법

- 본 연구는 시청자미디어센터의 설립 목적과 필요성에 대한 검토 및 센터의 운영현황 등의 객관적 평가를 통해 시청자미디어센터 설립 정책의 유효성을 확인하는 것을 목적으로 함

- 특히 시청자미디어센터에 대한 평가 사업은 시청자미디어센터 사업의 추가적인 사업 확대 및 지속여부를 점검하고, 시청자미디어센터 설립 정책에 대한 타당성 확보와 향후 추가 건립에 대한 평가근거 자료 확보를 위한 성격을 지님

- 나아가 시청자미디어센터 활성화를 위한 적절한 운영 방안을 마련하는 한편, 시청자미디어센터의 확산 및 효과적인 지원 방안 마련을 위한 정책적 제안을 제시하고자 함

- 이를 위해 시청자미디어센터의 설립목적, 사업내용, 운영방안, 활용정도, 비용 대비 효과, 수혜자 만족도 등에 대한 조사를 통해 장단점을 파악하고, 시청자미디어센터의 역할 및 운영상의 특성을 분석함으로써 향후 설립될 시청자미디어센터의 설립 방향을 제시할 계획임

- 시청자미디어센터를 객관적이고 공정하게 평가할 수 있는 평가지표를 개발하기 위해서는 기존의 미디어센터에 대한 선행연구를 분석하여 평가지표를 정리하는 이론적 연구와 선행연구가 필요하며, 이러한 선행연구를 통해 도출된 평가지표의 실효성과 문제점을 파악하여 수정된 평가지표 제출함

- 구체적인 연구방법은 우선 평가에 참고할 수 있도록 시청자미디어센

터에 자료제출을 요구하고 제출된 자료를 분석하여 평가기초 자료로 활용하는 한편, 문헌연구와 사전조사 단계를 통해 평가지표가 확정되면, 실제 부산과 광주의 시청자미디어센터를 방문하여 현장평가를 실시하고, 시청자미디어센터 이용자들의 이용자만족도 조사도 평가에 반영하고, 각 단계별로 취합된 연구결과를 토대로 종합결과를 제시하였음

2. 시청자미디어센터사업의 배경과 현황

- 방송기술의 눈부신 발달로 가격은 물론 성능에서도 전문가에 뒤처지지 않는 방송기자재들이 등장함에 따라 아마추어들도 비교적 손쉽게 영상제작에 참여할 수 있는 환경이 조성됨

- 특히 영상을 통한 자기표현 및 사회적 커뮤니케이션의 일반화는 문자읽기와 쓰기능력에 국한되었던 문자시대에는 요구되지 않았던 새로운 의사소통수단으로서의 영상에 대한 새로운 권리개념(비판적 독해와 창의적 제작 및 창작물의 사회적 소통에 대한 권리)이 등장함

- 이러한 사회적 요구에 따라 2000년 개정된 방송법은 KBS와 케이블 TV, 위성방송에 “시청자 제작 프로그램”을 일정시간 이상 편성하도록 의무화하거나 시청자들의 방송요구가 있을시 특별한 사유가 없는 한 반드시 방송하도록 의무화함

- 이러한 방송법 개정의 정신을 현실에서 구현하기 위하여 영상제작 기자재와 제작·교육·상영시설을 갖추고 지역적 특성에 기반을 둔 독자적인 영상물 제작과 미디어교육을 실시하는 시청자미디어센터의 필요성이 대두됨.

- 시청자미디어센터는 방송기술이나 장비조작에 익숙하지 않은 일반시

민들의 영상표현 능력을 고양함과 더불어 변화하는 미디어기술 환경에 시청자들이 적응할 수 있게 하고, 이들의 방송참여 및 지역시청자들의 권익증진과 민주적인 지역 영상문화를 형성해가는 것을 목적으로 하는 기관임

- 시청자미디어센터는 2003년 국회 문화관광위원회가 부산, 광주의 2개 지역에 시청자미디어센터의 건립에 필요한 예산 170억 원을 의결함으로써 구체화됨

- 하지만 당초 부산과 광주 2개 지역에 시청자미디어센터 설립을 추진했던 안은 2003년 국회 예산결산위원회 및 국회 문화관광위원회에서 부산 1개소 60억 원만이 승인되면서 부산에 우선적으로 시청자미디어센터의 설립이 추진되었고 2005년 11월 개관됨

- 그리고 연이어 총 140억 원의 건립비가 소요된 광주시청자미디어센터가 2006년에 착공되어 2007년 6월에 개관됨

- 시청자미디어센터는 일반 시청자와 장애인의 미디어 교육과 방송 프로그램 제작 지원을 위한 목적으로 지하 1층, 지상 4층의 연면적 1,800여평 내외의 규모로 방송기술을 위한 교육시설과 스튜디오, 녹음실 등의 제작시설이 갖추어져 있음

3. 시청자미디어센터 평가결과

● 이론적 배경

- 정부기관 및 공공부문의 경쟁력 강화의 한 방법으로 도입되어 확산되고 있는 것이 성과관리 및 성과평가임. 성과관리 및 성과평과의 도입은 책임성과 자율성을 동시에 부여하고 자체적인 관리 및 평가를 성과에 연동하여 진행하도록 유도함으로써 민간기관의 역동성을 구비하고자 하는 노력의 산물임

- 하지만 공익정신이 결여된 채 일반기업처럼 단순히 생산성이나 계량적 평가에만 의존한다면 공공적 서비스를 제대로 평가할 없는 문제점에 봉착하게 됨

- 따라서 시청자미디어센터와 같은 공적 서비스의 성과평가를 위해서는 서비스의 품질, 서비스의 이용, 서비스의 효과를 포함하여 정량적 평가 및 정성적 평가를 동시에 수행해야할 필요성이 있음

● 평가대상 및 절차

- 시청자미디어센터 사업평가의 대상은 2005년 11월 개관된 부산시청자미디어센터와 2007년 6월 개관된 광주시청자미디어센터의 2개 기관임.

- 평가수행기관은 한국언론학회가 담당했고, 평가기간은 2008년 9월부터 11월까지 3개월간 예정으로 진행되었음

- 시청자미디어센터 평가는 평가의 사전준비 단계, 자료평가 및 실사 단계, 종합 평가 단계 등을 거쳐 실시되었으며. 평가의 공정성, 객관성, 전문성을 위하여 별도의 평가기준을 마련하여 양시청자미디어센터를 동

일한 평가기준을 적용하여 평가를 실시함

● 평가지표의 구성

- 평가지표는 사업, 조직 및 재정, 네트워크 및 연계사업, 사업계획 수립 및 평가시스템, 이용자 및 직원만족도의 총 5개 항목으로 구성하였음

평가항목	평가지표
사업	교육사업
	창작지원사업
	정책연구사업
	상영사업
	아카이브사업
	자문사업
	장비 및 공간대여
	웹사이트 관리 및 운영
	정보공개
	사업배치 및 연관성
	운영위원회
조직 및 재정	조직운영
	재정운영
	직원
	홍보
	지역사업
네트워킹 및 연계사업	광역사업
	전국사업
	공동사업
	사업계획 수립
사업계획 수립 및 평가시스템	사업평가
	피드백시스템

● 부산시청자미디어센터 평가

- 부산시청자미디어센터의 교육사업은 수강연인원이나 수강율의 측면에서 보면 지역 내 미디어 교육의 핵심기관으로 발전하고 있다는 평가가 가능함

- 하지만 수치로 계량화할 수 없는 교육프로그램의 만족도에 있어서는 수강시간 및 교재배포 방식과 관련해 일부 개선이 요구되는 것으로 나타남

- 시청자미디어센터는 미디어 제작을 가르치는 일반 사설교육기관에서 수강이 어려운 사람들이 수강 대상이라는 점에서 이들의 접근성이 확대될 수 있도록 수강시간을 적절하게 운영할 필요성이 제기됨

- 또한, 찾아가는 교육이 지역의 청소년, 환경, 여성, 장애인 단체를 대상으로 교육 대상과 폭이 넓어지고 있다는 점은 긍정적이지만 반면, 방과 후 교이실 대폭 축소되었다는 점은 지역 내 소외계층에 대한 미디어 교육을 위해 시청자미디어센터가 설립되었다는 것을 감안하면 차후 개검토가 필요함

- 광역센터인 부산시청자미디어센터의 교육기능 강화를 위해서는 미디어 교육프로그램에 대한 수요 예측 및 운영, 평가가 일괄적으로 이루어질 수 있는 시스템 구축과 교육대상의 지속적인 확대 및 신규발굴이 요망됨

- 특히 유아, 청소년, 중·장년층, 고령자까지 연령별로 요구되는 미디어 교육프로그램을 개발·운영해야 함. 이와 함께 미디어 제작교육을 원하는 각종 사회·시민단체의 필요성에 맞춘 미디어 교육프로그램 개발이 병행되어야 함

- 조직운영과 관련해서는 관할 정부부처의 변동으로 인해 운영위원회의 역할이 매우 중요한 시점임에도 불구하고 운영위원장의 공식으로 인해 지역사회, 센터의 직원은 물론 방송통신위원회와도 적절한 소통이 이루어지고 있지 못하는 실정으로 부산시청자미디어센터의 원활한 조직운영을 위해서는 조속한 운영위원장 선출이 필요하다고 판단됨

- 특히, 부산시청자미디어센터처럼 미디어센터가 허브기능을 수행하고자 한다면 단순하게 직원들의 미디어 제작 능력만을 향상시키는 전략만으로는 부족하며 보다 체계적인 전문교육을 통해 직원들을 지역의 미디어 교육전문가로 양성하는 것이 요구됨

- 부산시청자미디어센터의 네트워크 및 연계사업은 전국네트워크 구축사업은 전국규모의 미디어교육단체들과 연대사업 등이 극히 제한적으로 추진되었을 뿐, 전체적으로는 미흡한 반면, 광역네트워크 구축사업은 지역 내 각종 미디어 교육단체, 방송사, 영상관련기관 및 단체들로 구성된 지역 내 네트워크에 참여하여 미디어 교육에 관한 논의를 지역 사회 내로 확대시켰다고 점에서 긍정적인 평가가 가능함

- 2007년 부산센터는 1) 퍼블릭 액세스 확산과 대중화, 2) 미디어 소외계층을 위한 활동 강화, 3) 미디어교육의 내실과 특성화, 4) 부산·울산·경남지역민의 참여 극대화, 5) 미디어센터의 허브 기능 확대를 중점 추진 사업으로 삼았으나 이러한 사업들은 제작단 구성과 퍼블릭 액세스 대중화에 있어서는 긍정적이었던 반면, 광역미디어센터로 기능 확대를 위해 추진했던 시청자미디어센터 이용과 장비이용에 있어서의 지역성 극복은 여전히 한계로 남았다는 점에서 광역센터로 기능할 수 있는 추가적인 사업개발이 절실함

- 시청자미디어센터가 막대한 예산을 들여 건립된 지역의 공공시설임을 감안할 때, 시청자미디어센터의 사업 역시 예산을 수립하거나 집행하는 과정에 지역민들의 의견이 반영되는 시스템 구축이 요망됨

- 이와 더불어 현재, 사업수행이 더디게 진행되고 있는 아카이브사업의 신속한 사업 착수가 요망되며, 제작교육은 물론, 리터러시 교육, 미디어 중독에 대한 교육 등에 관한 종합적 기능을 수행하는 역할이 필요함

- 평가시스템의 구축은 아직 시청자미디어센터가 구축된 지 불과 3년 정보밖에 지나지 않았다는 점에서 지속적인 이용자 만족도 조사 자료 축적과 지역과 시청자미디어센터의 특수성을 감안한 연구개발 작업과정을 거쳐 객관적 평가시스템을 구축하는 것이 요구됨

● 광주시청자미디어센터 평가

- 광주시청자미디어센터는 2007년 6월 개관이후 개관 초기의 시행착오, 방송위에서 방통위로의 조직이전에 따른 사업중단, 사업집행 구조의 복잡함 등 여러 어려움이 존재했지만 호남지역에 미디어 교육과 퍼블릭 액세스 활동의 단초를 마련했다는 점에서는 긍정적인 평가를 내릴 수 있음

- 그렇지만 미디어교육을 직업교육 혹은 취미교육을 넘어서서 자기표현의 중요한 권리의 하나로 받아들여지고 이해될 수 있도록 교육이 이루어졌는지에 대해서는 광주센터 자체적으로도 엄밀한 평가가 필요함

- 광주센터는 2007년 6월부터 2008년 11월까지 영상작품 63편과 라디오 작품 64 등 127편을 퍼블릭 액세스 프로그램으로 제작하였음. 영상작품 63편중 63.5%인 40편은 교육프로그램의 수료작품 이었고, 31.7%인 20작품이 제작지원 작품이었고 나머지 3작품은 제작단의 작품임

- 광주센터의 미디어교육은 크게 다섯 가지로 구분해서 볼 수 있음. 일반시민들의 폭넓은 참여를 바탕으로 미디어에 대한 기본적인 이해와 활용을 중점을 둔 <상설미디어교육>, 미디어에 액세스 하는 것을 최종목적으로 하는 작품을 완성하는 <퍼블릭 액세스 제작지원 및 제작교육>, 그리고 다양한 공동체에 대한 미디어교육을 지원하는 <공동체 미디어교육>, 기타 <강사재교육>, <미디어읽기>, <미디어특강> 및 <유아와 어린이 교육>, 마지막으로 체험관을 활용하여 미디어를 친숙하게 느끼게

하고 수준에 맞는 제작을 체험하게 하는 <체험교육>이 있음

- 하지만 미디어교육과 관련해서는 상설강좌와 시청자제작지원팀의 제작지원 및 교육을 모두 합산해도 강좌가 12종류에 불과해 과연 지역민들의 미디어에 대한 수요를 충족시킬 수 있을지 의문점이 존재함

- 광주시청자미디어센터의 체험교육은 광주센터의 이용자수의 큰 비중을 차지하고 있으며 프로그램 구성에 있어서도 부산센터에 비해 더 정교한 것으로 평가됨

- 창작지원사업은 퍼블릭 액세스를 목적으로 하는 제작지원 및 교육프로그램을 지금까지 총 26강좌, 210회차를 강의하여 480명의 수강생을 배출함

- 장비대여와 관련해서는 지역적 특성을 감안하더라도 활용률을 높이기 위한 노력이 필요하다고 판단됨

- 조직운영과 재정운영의 문제점은 운영위원회가 최고 의결기구로서의 권한을 갖지 못하고 단순 심의의 역할만을 하는 형식적인 기구에 머무르게 되면서 광주센터의 활동방향을 정립하고 각 지역사회와의 네트워크를 강화해주는 긍정적인 역할보다는 단순한 자문기구로 전락했다는 점임

- 따라서 광주시청자미디어센터는 운영위원회와 센터장을 정점으로 하는 수직적이고 관료적인 체계가 아니라, 스태프와 운영위원간의 자유롭고 활발한 의사소통을 통해 새로운 커뮤니케이션의 모델을 조직 안에서 만들어 가야하는 과제를 안고 있음

- 광역센터로서 지역의 허브기능을 담당하는 것이 광주센터 설립의 가장 중요한 역할중의 하나임. 이러한 허브기능에는 광주·전남·북의 다양

한 공동체와의 네트워크와 이미 광주센터와 유사한 기능을 하는 전남·북 지역의 미디어센터와의 연계 및 전국적인 네트워크 구축사업으로 구분 가능함

- 직원설문조사에서도 가장 낮은 평가를 받은 부분이 네트워킹 사업에 대한 평가임. 직원들 스스로도 센터가 우물 안의 개구리 신세처럼 원활한 네트워크를 구축하지 못한 것에 대하여 비판과 아쉬움을 드러내고 있음

- 이러한 문제점 개선을 위해서는 우선 지난 사업에 대한 철저한 자기평가가 이루어져야 하고, 이를 다양한 사회구성원이 참여하는 공개적인 평가토론회를 통해 사회화 시킬 필요가 있으며, 연간, 월간 사업을 결정하고 집행할 때 최대한 지역 사회의 의견을 수렴하는 절차를 마련할 필요가 있음

4. 결론 및 개선방안

- 시청자미디어센터들의 상황은, 개선이 필요한 문제점들이 있음에도 불구하고 사업의 초기 목표는 달성하고 있는 것으로 판단됨

- 각 센터는 지역민의 미디어 리터러시 제고를 위한 기본 인프라로서의 공간과 장비 및 상근 인력의 체계를 갖추고 있으며 그에 기초한 각종 교육 사업 및 제작지원사업 등 긍정적인 평가가 가능한 다양한 영역의 사업을 진행하고 있음

- 시청자미디어센터의 설립이 가져 온 성과들을 구체적으로 살펴보면, 1) 미디어 교육의 지속적 기회 확대, 2) 지역 시민의 비영리 콘텐츠 활성화, 3) 퍼블릭 액세스 창구의 개발 및 확대, 4) 지역 균형 발전을 위한 기초 구축 등이 거론될 수 있음

- 한편, 시청자미디어센터 운영상의 문제점으로는 퍼블릭 액세스 활성화, 미디어 리터러시 증진 등 영역별 발전 전략이 아직 추상적인 수준에 머물고 있다는 점, 사업 목표에 근거한 종합적, 질적 평가를 가능하게 하는 입체적 평가시스템이 부재하다는 점, 조직의 관료화 및 소통 부재 현상을 발생시킬 가능성이 크며 결과적으로 공적 서비스의 관료화, 조직의 불안정성, 나아가 지역과의 민주적 소통 부재 현상을 초래하게 될 개연성이 크다는 점을 지적할 수 있음

- 본 연구를 통해 도출된 시청자미디어센터의 개선방안은 1) 정책 프레임의 총체적 재구성 및 재조정, 2) 자율성 확보를 위한 조직 운영 모델의 재편, 3) 대규모 광역 단위 센터 향후 건립 사업 전략의 재검토, 4) 시청자 미디어센터의 특성화 전략, 5) 여타 센터 및 연계사업에 대한 지원 등임

- 시청자미디어센터의 운영과 관련해서는 지역 주체의 실질적 참여의 보장, 지역 내 미디어 단체와 소통확대 및 교육에 기초한 전문성 제고를 위한 직무교육과 사업프로그램의 기획을 통해 허브기능을 수행하는 미디어센터로서의 기능 강화가 필요함

- 또한, 허브센터의 기능강화를 위해서는 첫째, 사업의 선도적 수행과 공유, 둘째, 지역 미디어 상황의 분석 및 정책과 전략의 제안, 셋째, 지역 비영리 콘텐츠의 프로듀싱 역할의 수행, 넷째, 광역 단위의 네트워킹 구축, 다섯째, 아카이브 구축 등을 통해 시청자미디어센터를 지역 내에서 허브기능을 수행하는 미디어센터로 발전시킬 필요성이 대두됨

I. 서론

1. 연구배경

본 연구는 시청자미디어센터 설립 및 지원 사업이 국가의 정책과 시청자미디어센터의 주체인 시민사회 영역이 정책 수립과 수행의 과정에서 서로 협력하는 새로운 협력 모델(Cooperative Model)을 수립함으로써 향후 시청자미디어센터 설립을 지역으로 확대에 기여하고, 시청자미디어센터 설립의 기획 단계에서부터 정책의 수행에 이르기까지 예상 가능한 역기능을 미리 예측하며 이를 통해 바람직한 시청자미디어센터 설립 및 운영 방향을 제시하여 국가와 시민 영역의 상호협력 시스템을 구축하는 이론적, 현실적 틀을 마련하고자 하는 것을 목적으로 한다.

이를 위해서는 시청자미디어센터의 설립 목적과 필요성에 대한 검토 및 센터의 운영현황 등의 객관적 평가를 통해 시청자미디어센터 설립 정책의 유효성을 확인해야 할 필요성이 있다. 시청자미디어센터의 운영자들은 물론 이용자들도 21세기 필수적 공공기반시설로서의 시청자미디어센터에 대한 철학적 이해가 선결되어야 한다. 특히, 매스미디어 시대에 미디어에 소외된 시민들의 커뮤니케이션권리 보장 및 시청자 복지 증진을 위한 정책적 도구로서의 시청자미디어센터의 필요성은 절대적이다. 또한, 국민의 미디어 리터러시 능력을 제고하고 미디어를 통한 자기표현의 능력과 욕구를 동시에 자극하는 한편 국민에 의한 영상 콘텐츠의 제작경험을 지원하여 국민이 직접 제작하는 영상콘텐츠의 양적인 증가와 질적인 향상도 모라는 설립취지를 구현하는 방향으로 시청자미디어센터의 운영이 바람직하다.

시청자미디어센터와 관련해서는 2005년 부산의 시청자미디어센터 설립 후, 광주에서도 2007년 시청자미디어센터가 설립되었다. 하지만 현재, 시청자미디어센터의 추가적인 설립은 중단된 상태이다. 이러한 점을 감안하면, 현시점에서 시청자미디어센터 사업의 추가적인 사업 확대 및 지속여부를 점검하고, 시청자미디어센터 설립 정책에 대한 타당성 확보와 향후

추가 건립에 대한 평가근거 자료 확보를 위한 시청자미디어센터의 평가 사업은 필수적이다. 나아가 타 기관 미디어센터들과 차별화되는 시청자미디어센터의 운영과 지원 정책 수립 방안을 제시 해 줌으로써 사업의 중복성과 혼선의 부작용을 최소화하고 정책적 시너지 효과를 거둘 수 있는 기반 마련이라는 관점에서 시청자미디어센터에 대한 평가는 의의를 갖는다.

미디어교육 및 퍼블릭 액세스가 기본적으로 내포하는 ‘지역주의’의 지향성을 감안할 때, 시청자미디어센터의 운영은 지방자치단체에서 지역주민을 위하여 제공하여야할 기본적인 서비스에 속한다. 그럼에도 불구하고 지방자치단체들은 지역주민들의 영상교육이 지역의 장기적인 발전에 대하여 갖는 효과를 체감하지 못한 채, 미디어센터의 운영지원에 소극적인 곳이 대부분이다. 따라서 시청자미디어센터 활성화를 위한 중앙정부차원의 효과적인 지원 및 운영방안 마련과 차세대 신성장동력인 영상 및 방송·미디어·영상콘텐츠 산업 활성화의 밑거름이 될 수 있는 영상제작 능력을 함양할 수 있는 기초 인프라로서 충분한 역할을 하기 위한 적절한 운영 방안을 마련하는 한편, 시청자미디어센터의 확산 및 효과적인 지원 방안 마련을 위한 추진정책 검토가 요구된다.

위와 같은 연구목적의 달성을 위해서는 본 연구에서는 우선 시청자미디어센터의 운영 현황 파악과 운영상의 문제점 도출을 통해 시청자미디어센터를 객관적으로 평가할 수 있는 평가지표를 개발하고 이에 기초하여 시청자미디어센터를 평가하고 이러한 평가를 통해 시청자미디어센터 운영을 개선하는 방안을 도출할 것이다. 시청자미디어센터 설립 및 운영 지원 시스템이 성공적으로 시작되고 또 지속성을 지니기 위해서는 정책 수립, 기획의 내용뿐만 아니라 시청자미디어센터의 실제 운영에 대한 객관적이고 타당성 있는 평가지표 개발은 필수적이다. 시청자미디어센터 설립과 관련한 정책이 합리적으로 수립되고 이에 근거한 시청자미디어센터의 운영이 성공적으로 이루어지기 위해 정책과 정책 수행, 센터 운영에 대한 평가의 필요성과 중요성을 인식시키고 그에 대한 총괄적인 평가를 할 수 있는 평가모델과 평가지표 개발을 위해서는 시청자미디어센터에

대한 과학적인 평가 모형이 전제되어야 한다. 또한, 시청자미디어센터 운영 평가를 통해 향후 보다 효율적인 시청자미디어센터 운영을 위한 방안을 제시함과 동시에 현행 운영상의 문제점을 개선하는 개선방안을 제시하도록 한다. 이를 위해 시청자미디어센터의 설립목적, 사업내용, 운영방안, 활용정도, 비용 대비 효과, 수혜자 만족도 등에 대한 조사를 통해 장단점을 파악하고, 시청자미디어센터의 역할 및 운영상의 특성을 분석함으로써 향후 설립될 시청자미디어센터의 설립 방향을 제시할 계획이다.

2. 연구목적과 연구범위

본 연구용역의 연구방법은 부산과 광주의 시청자미디어센터를 대상으로 실질적인 센터의 운영실태 및 이용현황을 평가한다는 점에서 평가대상 기관이 수궁할 수 있는 객관적이고 공정한 평가지표를 도출하는 것이 연구의 가장 중요한 관건의 하나라 할 수 있다. 따라서 시청자미디어센터를 객관적이고 공정하게 평가할 수 있는 평가지표를 개발하기 위해서는 기존의 미디어센터에 대한 선행연구를 분석하여 평가지표를 정리하는 이론적 연구와 선행연구가 필요하며, 선행연구를 통해 도출된 평가지표와 동시에 평가대상 기관의 실무자들을 대상으로 사전 조사 등을 통해 평가지표에 반영의 실효성과 문제점을 파악하는 작업을 실시할 예정이다. 또한, 평가에 참고할 수 있도록 부산과 광주의 시청자미디어센터에 자료제출을 요구하고 제출된 자료를 분석하여 평가기초 자료로 활용할 것이다. 한편, 문헌연구와 사전조사의 단계를 통해 평가지표가 확정되면, 실제 부산과 광주의 시청자미디어센터를 방문하여 현장평가를 실시하고, 시청자미디어센터 이용자들의 이용자만족도 조사도 병행하여 조사결과를 평가에 반영하며 각 단계별로 취합된 연구결과를 토대로 종합결과를 제시할 계획이다. 구체적인 각 단계별 연구방법에 관한 내용은 다음과 같다.

우선 1단계의 문헌연구에서는 시청자미디어센터를 포함한 미디어센터, 퍼블릭 액세스의 법적 제도적 배경, 미디어교육의 현황에 대한 선행연구를 검토한다. 특히, 특히 미디어센터에 대한 평가지표 개발 및 평가에 대

한 선행 연구논문에 대한 집중적 분석을 통해 미디어센터 관련 시설의 사업계획 작성, 조직운영, 시설관리, 사업집행 및 평가, 수혜자 만족도 등에 대한 조사를 통해 공공서비스 기관으로서의 시청자미디어센터의 설립 및 운영 평가에 필요한 지표를 추출한다. 문헌연구의 1단계 연구를 토대로 2단계에서는 평가대상 기관에 평가자료 요구를 통해 평가기초 자료 수집과 부산·광주시청자미디어센터의 자체 평가서, 이용자 만족도 조사를 실시한다. 평가 자료와 관련해서는 자료제출 요구서를 작성하여 각 센터별 표준 자료 형식을 갖추어 객관적인 비교 평가가 가능하도록 자료를 요청했다. 3단계에서는 현장 방문조사를 실시했다. 부산과 광주의 시청자미디어센터를 연구자들이 직접 방문하여 시청자미디어센터 직원들에 대한 심층 인터뷰 및 관련 사업에 대한 현장 실사가 이루어졌다. 4단계에서는 사전자료, 현지실사, 이용자 만족도 조사, 직원FGI조사결과 등을 근거로 종합적 시청자미디어센터의 평가 및 운영상의 개선방안 제시를 통해 향후 시청자미디어센터의 방향성에 대한 의견을 제시했다.

Ⅱ. 시청자미디어센터 사업의 배경과 현황

1. 시청자미디어센터 사업의 의의 및 추진배경

21세기는 영상의 시대다. 다양한 신규매체의 등장과 영상기자재의 발전으로 인해 누구나 쉽게 영상물을 제작하고 유통시킬 수 있는 미디어 환경이 조성되었기 때문이다. 영상기술의 발전은 표현방식에 있어서도 적지 않은 변화를 초래했다. 기존의 표현방식이 활자중심이었다면 현재는 영상중심으로 그 축이 옮겨지고 있다고 해도 과언이 아니다.¹⁾ 방송기술의 눈부신 발달로 가격은 물론 성능에서도 전문가에 뒤처지지 않는 방송기자재들이 등장함에 따라 아마추어들도 비교적 손쉽게 영상제작에 참여할 수 있는 길이 열었다(김경환, 2005). 디지털 기술의 발전과 함께 전문가와 아마추어의 경계선이 허물어져가면서 청소년을 포함한 모든 사람들이 영상 매체를 자기표현 수단으로 삼아가고 있는 것이다.

하지만, 방송과 같이 고도의 제작기술이 필요한 기존의 영상미디어는 프로의 제작자 집단에 의해 프로그램이 독점적으로 제작되어 왔다. 시청자는 단지 방송된 프로그램을 소비하는 소비자로서 방송과정에서 철저히 소외된 채 존재했다. 또한, 일반인들의 영상제작 능력의 고양에도 불구하고 영상물의 제작뿐만 아니라 유통창구까지 수직적으로 지배되는 영상매체의 특성으로 인해 일반인들이 제작한 우수한 영상물들이 사회적 주목을 받지 못한 채 사장되는 경우가 적지 않게 발생했다.

한편, 영상을 통한 자기표현 및 사회적 커뮤니케이션의 일반화는 읽기·쓰기능력에 국한되었던 문자시대에는 요구되지 않았던 새로운 표현능력을 요구한다. 영상을 통한 표현은 기본적으로 영상제작기술이 기반이 된다. 영상물 제작에 있어 촬영과 편집은 빼놓을 수 없는 필수 요소다. 카메라에 대한 이해와 영상편집의 문법을 이해하지 못한다면 표현하고자 하는 내용을 적절하게 표현할 수 없기 때문이다. 시청자들이 제작한 우수

1) 특히, 디지털 비디오카메라의 보급, 인터넷의 동영상 서비스, 동영상을 찍을 수 있는 휴대폰의 등장은 사회적 표현수단을 활자에서 영상으로 급속히 변화시키고 있다.

한 영상물들이 단지 “유튜브”나 각종 공모전의 일회성 프로그램으로 이용되는 소모품 수준을 벗어날 수 있도록 시청자들이 제작한 프로그램들이 유통되고 소비되는 배급망도 필수적으로 요구된다.

한국에서는 1990년대 후반부터 미디어관련 학회 및 단체들을 중심으로 퍼블릭 액세스 채널 도입과 시청자 권익 신장을 강력하게 요구되어 왔다. 이러한 사회적 요구에 따라 2000년 개정된 방송법은 KBS와 케이블TV, 위성방송에 “시청자 제작 프로그램”을 일정시간 이상 편성하도록 의무화했다. 개정 방송법이 시청자 제작 프로그램을 법제도화 했지만 실제 시청자들이 프로그램을 제작할 수 있는 방송제작 및 교육시설은 전무했다.

이러한 현실적 한계를 인식한 (구)방송위원회는 법제도화 된 시청자 참여 프로그램이 현실적으로 구현될 수 있는 정책적 방안을 강구하기 시작했다. 그 결과 해외주요국에서 이미 도입되어 활성화되고 있는 시청자미디어센터가 대안으로 거론되었다. 시청자미디어센터는 일종의 지역 공공 문화시설이다. 공적 지원에 기초해 영상제작의 기자재와 제작·교육·상영 시설을 갖추고 지역적 특성에 기반을 둔 독자적인 영상물 제작과 미디어 교육을 실시하는 시청자미디어센터는 방송기술이나 장비조작에 익숙하지 않은 일반시민들의 영상표현 능력을 고양함과 더불어 변화하는 미디어기술 환경에 시청자들이 적응할 수 있게 하고, 이들의 방송참여 및 지역 시청자들의 권익증진과 민주적인 지역 영상문화를 형성해가는 것을 핵심적인 기능으로 한다(최영목1999).

(구)방송위원회는 해외주요국의 사례를 분석하고 국내 적용 가능성을 검토한 뒤, 방송법 제69조와 70조에 규정된 시청자참여프로그램의 제작기반 조성 및 시청자의 방송접근권 보장을 실현하기 위해 시청자미디어센터의 건립 추진을 결정했다. (구)방송위원회의 정책방안 확정으로 2003년 국회 문화관광위원회는 부산, 광주의 2개 지역에 시청자미디어센터의 건립에 필요한 예산 170억 원을 의결한다. 하지만 당초 부산과 광주 2개 지역에 시청자미디어센터 설립을 추진했던 안은 2003년 국회 예산결산위원회 및 국회 문화관광위원회에서 부산 1개소 60억 원만이 승인되면서 부산에 우선적으로 시청자미디어센터의 설립이 추진된다. 부산의 시청자미

디어센터는 2004년 2월 시청자미디어센터 건립 기본계획 수립됨과 동시에 부지매입과 추진위원회²⁾ 구성으로 설립에 가속도가 붙었다. 부산시청자미디어센터 건립과 운영을 위한 간담회는 2004년 7월에 개최되었다. 2004년 11월 기공된 부산시청자미디어센터는 2005년 11월 개관에 준공되어 개관된다. 부산시청자미디어센터의 운영을 위한 준비 과정을 살펴보면 2005년 5월에 운영규정이 제정되었고 11월에는 개관에 맞추어 센터직원 7명과 센터장이 공개 채용되었다. 이와 더불어 운영위원회 구성을 위해 동년 7월부터 운영위원을 공모하여 12월에는 운영위원회도 구성되었다.

광주시청자미디어센터의 설립과정은 부산미디어센터의 설립을 통해 얻은 지식과 경험으로 인해 부산에 비교하면 비교적 빠른 속도로 진행되었다. 2006년 3월 착공된 광주시청자미디어센터는 2007년 2월에는 운영위원 공모와 4월에는 센터장 공모 과정을 거쳐, 6월에는 광주시청자미디어센터가 개관되었다. 총 140억 원의 건립비가 소요된 광주시청자미디어센터는 일반 시청자와 장애인의 미디어 교육과 방송 프로그램 제작 지원을 위한 목적으로 지하 1층, 지상 4층의 연면적 1,800여 평 규모로 방송기술을 위한 교육시설과 스튜디오, 녹음실 등의 제작시설이 갖추어져 있다.

2. 국내미디어센터 현황

가. 미디어센터 설립 현황 개괄

지금까지 미디어센터 설립을 지원하고 운영하고 있는 기관과 단체는 아래의 표에서 확인할 수 있듯이 매우 다양하다. 애초에는 영화진흥위원회(이하 '영진위')에서 시작하여 문화체육관광부(이하 '문화부')로 이관하여 진행되고 있는 사업과 방송문화진흥회(이하 '방문진')의 MBC 시청자미디어센터 그리고 방송통신위원회(이하 '방통위')의 대규모 시청자미디어센터 설립 운영사업 그리고 지자체 및 일반 시민단체 수준의 소수의 미디어

2) 당시 부산시청자미디어센터 건립을 위해 만들어진 추진위원회에는 미디어교육전문가, 시청자미디어센터운영전문가, 시청자단체, 방송기술전문가, 장애인단체, 방송제작실무 전문가 등 총 13인이 참여했다.

어센터 등이 존재하고 있다.

국내 미디어센터 설립 추진현황

추진주체	명칭 / 설립지역	예산 및 향후 계획
영진위+한국독립영화협회	<ul style="list-style-type: none"> 영상미디어센터 미디어액트 서울 1곳 	<ul style="list-style-type: none"> 설립예산 25억원(영진위) 사업비는 영진위 지원 운영비 일부는 위탁단체가 부담 <p>→ 최초의 영상미디어센터</p>
영진위	<ul style="list-style-type: none"> 영상미디어센터 서울, 전주 	<ul style="list-style-type: none"> 영진위 3억원대 기자채 지원 기자채 센터공간제공 운영비는 운영단체 부담 <p>→ 시범사업으로 시행, 이후 문화부로 이관</p>
문화부+지방자치단체	<ul style="list-style-type: none"> 영상미디어센터 김해, 제주, 대구, 인천, 천안, 제천, 안동, (익산), (원주), (강릉), (부천), (순천) 	<ul style="list-style-type: none"> 문화부 10억 내외+지자체 동일금액 매칭 운영비는 지자체부담 <p>→ 2011년까지 전국 15개 지역 설립 계획</p>
방문진(MBC대주주)	<ul style="list-style-type: none"> 시청자미디어센터 마산, 목포, 전주, 춘천, 대구, 울산 	<ul style="list-style-type: none"> 설립예산 2억원 내외 운영비는 지역MBC가 부담 <p>→ 지역MBC 사옥 내에 모두 설립 계획</p>
방통위	<ul style="list-style-type: none"> 시청자미디어센터 부산, 광주 	<ul style="list-style-type: none"> 설립예산은 부산 123억, 광주 140억 1개 센터 당 연간 운영비는 평균 20억원 <p>→ 현재 추가 설립 계획 없음</p>
지자체	<ul style="list-style-type: none"> (영상)미디어센터 서울 성북구 	<ul style="list-style-type: none"> 설립예산 20억 내외 운영비 지자체 부담 <p>→ 현재 설립계획 지자체 없음</p>
시민사회단체	<ul style="list-style-type: none"> 시민미디어센터 서울(바투), 진주, 울산 	<ul style="list-style-type: none"> 지역의 미디어단체가 설립 정부기관의 각종 지원 프로젝트에 의존 <p>→ 지역마다 다른 규모로 존재</p>

<표 1> 국내 미디어센터 설립 추진현황

2002년 미디어엑트를 시초로 하여 지난 6년의 기간 동안 전국 각지에 미디어센터가 설립되어 참여적 미디어 환경의 구축과 전 국민의 미디어 활용 능력 제고에 큰 기여를 하고 있다. 아래 표는 센터별 개관 날짜이다.

각 미디어센터별 개관 시기

2002~04년	2005년	2006년	2007년	2008년
미디어엑트 (02.5.9 개관)	목포 MBC (1.18 개관)	춘천 MBC (1.24 개관)	방송위-광주 (6.12 개관)	문화부-천안 (9.23 개관)
마산 MBC (03.11.12 개관)	전주 MBC (1.19 개관)	대구 MBC (6.20 개관)	문화부-대구 (4.13 개관)	문화부-제천 (11.9 개관)
서울 성북구 (04.5.4 개관)	영진위-전주 영시미 (8.24 개관)	문화부-제주 (7.31 개관)	문화부- 인천 주안 (9.5 개관)	문화부-안동 (12.9 개관)
영진위-서울 강서구 (04.5.14 개관)	문화부-김해 (11.25 개관)	울산 MBC (10.13 개관)		
진주독립미디어 센터 (04.5.20 개관)	방송위-부산 (11.25 개관)			

<표 2> 국내 각 미디어센터별 개관 시기

이 중에서 개관하여 활동하고 있는 전체 미디어센터의 80%이상을 차지하고 있는 문화부 미디어센터와 방문진 시청자미디어센터에 대하여 좀 더 자세히 알아보도록 하겠다.

(1) 미디어엑트를 출발로 하는 영상미디어센터 설립

2002년 문화부 산하기관인 영진위에 의한 미디어엑트 설립은 한국 미디어센터 설립운동의 커다란 출발이라고 할 수 있다. 미디어엑트는 미디어의 공

공적 역할과 미디어교육의 당위성을 확산시킨 절대적 역할을 했다고 평가할 수 있다. 설립 이후 미디어엑트는 영상/미디어가 오락도구가 아닌 소통과 대화의 도구라는 사실을 전제로 시민들의 ‘영상미디어교육’을 통한 표현과 자기 권리 실현을 돕는 것 그리고 더 나아가 독립영화제작과 같은 독립적인 제작방식의 표현양식을 북돋우기 위한 활동을 활발히 펼쳐나간다. 이들이 자신들의 명칭을 ‘영상미디어센터’라고 지칭한 것은 그림점에서 매우 상징적이라고 할 수 있다. ‘영화’미디어센터도 아니고 그냥 ‘미디어’센터도 아닌 ‘영상미디어’센터라는 명칭을 통하여 21세기 융합 환경에서의 영상/미디어의 보편적 이해와 권리 확산에 초점을 맞추는 활동을 전개해나간 것이다.

이러한 미디어엑트의 활동은 영진위에 의해 지역의 소규모 영상미디어센터를 설립하는 운동으로 확산된다. 물론 2곳의 시범지역 (서울의 강서구와 전주)에 설립하는 것으로 국한되었지만, 이들의 시범사업은 곧바로 문화부의 지역영상미디어센터 설립 운동으로 연결되어 2005년부터 그 결실을 보기 시작한다.

서울의 강서영상미디어센터, 전주의 영시미를 필두로, 김해영상미디어센터, 제주영상미디어센터, 대구영상미디어센터, 주안영상미디어센터, 그리고 올해 들어 천안영상미디어센터와 제천영상미디어센터 그리고 안동영상미디어센터까지 총 7개의 센터가 개관하고, 내년에는 모두 5개의 지역에서 지역영상미디어센터 개관을 기다리고 있다.

영진위에서 문화부로 이어지는 지역영상미디어센터 설립운동은 미디어엑트의 설립에서 이미 실험되었고 평가를 받았던, 미디어교육 확산, 영상창작 주체 양성, 지역문화 활성화 등과 같은 목적을 달성하기 위한 프로젝트로서 기획되고 진행되었으며, 장기적으로 보면 지역영상산업의 토대를 마련하는 사업으로서도 의미를 가질 수 있을 것이다.

(2) 마산MBC 시청자미디어센터

2003년 방문진은 미디어엑트를 통해 미디어센터 사업에 대한 가능성을 확인하면서 동시에 미디어엑트와 조금 다른 차원의 미디어센터를 기획하게 되는데, 그것이 바로 MBC시청자미디어센터이다.

지역MBC의 지역에 대한 서비스 강화를 통해 공익적 방송으로서의 위상을 높이려는 노력과 방문진의 지역 시청자 지원 사업에 대한 모색, 그리고 지역 시청자들의 미디어교육을 비롯한 콘텐츠 제작에 대한 요구가 하나 되어 마련된 것이 MBC시청자미디어센터³⁾이다. 2003년 마산MBC를 필두로 하여 목포, 전주, 춘천, 대구, 울산MBC에 시청자미디어센터가 설치되었다. 이들 센터는 2~5억원 내외의 소규모로 출발하여 지역 시청자들의 방송제작교육을 기반으로 하여 사업을 진행하였지만, 지역에서의 요구와 필요에 의해 점차 지역 사회 전체에 대한 교육으로 영역을 확대해 나가고 있다.

(3) 기타 지역미디어센터

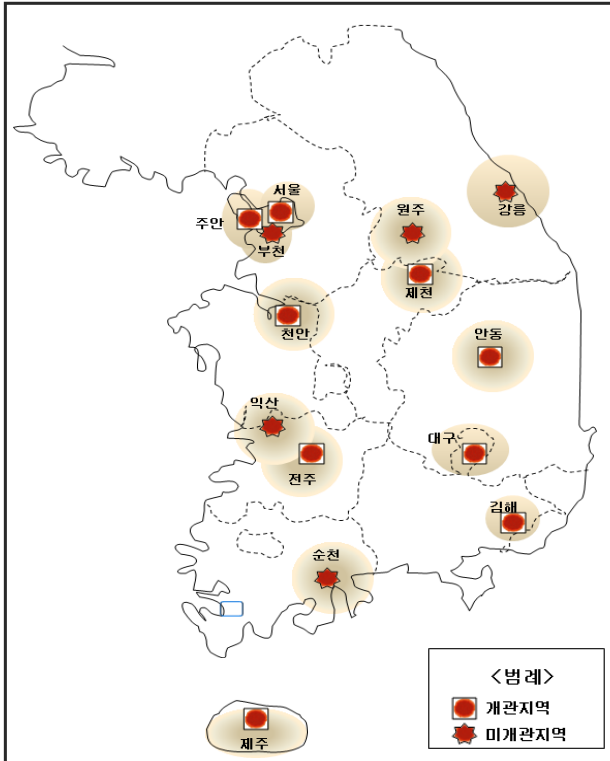
기타 지역미디어센터로는 우선 시민사회단체가 정부기관의 도움 없이 독자적으로 세운 미디어센터가 있다. 진주의 시민미디어센터가 대표적인데, 진주시민미디어센터는 2004년부터 미디어교육을 비롯한 다양한 미디어활동을 하다가 자체적으로 한푼 두푼 모아서 조금씩 교육공간과 교육장비를 늘려나간 미디어센터로서 매우 활발하게 활동하고 있다. 그러나 운영비 및 사업비를 지원해주는 곳이 없기 때문에 매년 정부기관의 사업을 위탁받아 시행하는 등 계획적인 미디어센터 활동을 하기가 매우 힘든 상황이다. 비슷한 곳으로 울산미디어연대도 미디어센터라는 명칭을 갖고 있지는 않지만 미디어센터로서의 자기 정체성을 세우면서 활동하고 있다.

다른 개념으로는 SBS의 사회공헌기금 지원을 받아 설립된 장애인미디어센터 바투가 있다.

3) <MBC 시청자미디어센터 백서>, 방송문화진흥회, 2008년, 8p

나. 지역미디어센터 운영 현황 분석

(1) 문화부(영진위 포함) 지역영상미디어센터 운영 현황



<그림 1> 문화체육관광부 지역 미디어센터 전국 분포 현황

영진위가 설립을 주도한 3지역과 문광부가 설립을 지원한 12지역(이중 5지역은 미 개관)이 선정되었고 이중에 2008년 12월 현재 모두 9개의 센터가 운영되고 있다. 문화부는 2010년까지 전국 15개 시군구 지역에 모두 지역영상미디어센터를 설립한다는 계획을 가지고 있다. 그러나 방통위가 설립된 부산과 광주에는 영상미디어센터를 설립하지 않을 계획이다. 그림에서 확인할 수 있듯이 문화부의 지역영상미디어센터는 현재 대전과 울산을 제외하면 전국에 골고루 분포하고 있으며 시도별로 하나 이상의 지역으로 설립이 결정되었다.

표에서 보듯이 지역영상미디어센터의 규모는 작게는 396m²/120평(전주)에서 크게는 5,899m²/1,784평(제주)까지로 평균 약 1551m²/ 470평 정도의 면적에 평균 11개의 공간을 보유하고 있다.

표에서 보듯이 지역영상미디어센터의 규모는 작게는 396m²/120평(전주)에서 크게는 5,899m²/1,784평(제주)까지로 평균 약 1551m²/ 470평 정도의 면적에 평균 11개의 공간을 보유하고 있다.

(가) 설립자금 및 운영재원

설립예산은 14억에서 24억으로서 절반은 문화부에서 절반은 해당 지자체에서 각각 부담하며(미디액트와 전주 영시미는 영진위에서 전액 부담),

사업운영비는 지자체에서 지원하는 것을 원칙으로 하고 있다. 사업비 규모는 지역에 따라서 1억 내외에서 5.5억 까지 편차가 매우 크다.(미디어엑트는 제외) 또한 운영인력도 2명에서 15명에 이르기까지 다양한 것이 특징이다. 이는 애초 사업계획서에서 약속했던 것과 다르게 개관이후에 지자체의 지원이 원활하지 않기 때문에 벌어지는 현상으로서 그에 따라 사업의 성과도 지역에 차이가 크다.

문화부 지역 미디어센터 규모 현황

센터명	설립일	총면적	공간수	설립 예산	2007(8)년 예산	상근 스태프
미디어엑트	'02/05/09	606m ² , 202평	11실	25억원	12.3억	15명
영시미	'06/07/31	396m ² , 120평	6실	3.6억원	3.6억	6명
김해영상 미디어센터	'05/11/16	1,045m ² , 316평	10실	22억원	1.6억	5명
제주영상 미디어센터	'06/7/31	5,899m ² , 1,784평	9실	20억원		4명
대구영상 미디어센터	'07/4/13	1,850m ² , 560평	12실	20억원	2.3억	4명
주안영상 미디어센터	'07/09/	1,719m ² , 518평	11실	20억원	1.8억	8명
천안영상 미디어센터	'08/09/23	962m ² , 291평	8실	20억원	3억	4명
제천영상 미디어센터	'08/11/11	2,290m ² , 694평	20실	20억원	1.2억	3명
안동영상 미디어센터	'08/12/09	1,014m ² , 307평	8실	20억원	2억	2명
익산공공 미디어센터	'09년 예정	1,994m ² , 362평	13실	24억원	3억	9명
원주영상 미디어센터	'09년 예정	1,106m ² , 335평	13실	20억원	3억	3명

강릉영상 미디어센터	'09년 예정	1,040m ² , 319평	10실	14억원	2억	4명
부천영상 미디어센터	'09년 예정	893m ² , 270평	8실	20억원	5.5억	11명
전남영상 미디어센터	'09년 예정	1,686m ² , 511평	17실	20억원	3억	5명

<표 3> 문화체육관광부 지역 미디어센터 규모 현황

(나) 운영구조 및 재원

문화부의 지역영상미디어센터는 지자체가 설립을 지원했지만 운영은 외부 전문단체 혹은 기관에게 대부분 위탁하고 있다. 그래서 전문시민사회단체에게 위탁한 지역이 서울, 인천 주안, 익산, 원주, 부천지역이고 영상위원회에 위탁한 지역이 제주, 제천, 강릉, 순천지역이다. 또한 문화산업진흥기구인 '산업진흥원'에 위탁한 곳이 대구와 천안지역이고 자체 법인을 설립하거나 지자체 산하 기관에 위탁한 지역이 김해, 안동 지역이다. 그러나 어떠한 모델이라고 할지라도 중요한 것은 지역영상미디어센터가 스스로의 결성능력과 집행구조를 갖추고 있느냐 하는 것이 중요할 것이다. 2008년 문화부에서 지역영상미디어센터 평가 사업을 진행한 바 있는데 이 평가에서도 역시 핵심은 독립적이고 전문적인 운영구조의 존재 유무였다.

아래 표에서 볼 수 있듯이 대부분의 센터에서 독립적인 운영위원회를 설치하여 지원기관의 간섭과 통제로부터 자유로운 운영구조를 확보하기 위한 최소한의 조치를 시행하고 있다. 그러나 운영위원회가 설치되었다고 곧바로 독립적인 운영을 하고 있다고 단정 지을 수는 없다. 운영위원회가 책임과 의무를 동시에 가지면서 지역영상미디어센터 운영에 대한 책임을 나눠 갖지 않는다면 운영위원회 구조는 자문위원회와 하등 다를 바 없는 기구가 불과할 것이다.

문화부 지역 미디어센터 운영구조 및 자원 현황

센터명	재원조달	운영기관	운영형태
미디어액트	영진위 +수익금	(사)한독협	위탁/독립위원회
영시미	전주시 +수익금	퍼블릭 액세스 실현을 위한 전북네트워크	시민/독립위원회
김해영상미디어센터	김해시	김해문화의전당	위탁/내부기관
제주영상미디어센터	제주시	제주영상위원회	위탁/내부기관
대구영상미디어센터	대구시	(재)대구디지털산업 진흥원	위탁/독립위원회
주안영상미디어센터	남구청	(사)민예총인천지회	위탁/독립위원회
천안영상미디어센터	천안시	충남문화산업진흥원	위탁/위원회
제천영상미디어센터	제천시	청풍영상위원회	위탁/위원회
안동영상미디어센터	안동시	(재)안동영상미디어 센터	재단법인
익산공공미디어센터	익산시	(사)삼동청소년회	위탁/독립위원회
원주영상미디어센터	원주시	컨소시엄	위탁/독립위원회
강릉영상미디어센터	강릉시	강릉영상위원회	위탁/독립위원회
부천영상미디어센터	경기도, 부천시, 자부담	부천문화재단 외 2개 단체	위탁/독립위원회
전남영상미디어센터	전남도, 순천시	전남영상위원회	위탁/독립위원회

<표 4> 문화체육관광부 지역 미디어센터 운영구조 및 자원 현황

(다) 성과와 한계

문화부의 지역영상미디어센터 설립 지원 사업은 '지역의 영상문화 활성화'를 위한 인프라로서의 지속적인 성장 가능성을 확인'하였고, '지역주민의 영상문화 향유권 신장 및 지속적 참여의 확장'을 만들었으며, '정부부처-지자체-지역주민간의 생산적 협력관계의 구축'을 이루었다는 것을 성과라고 평가할 수 있다.

지역균형발전 및 비영리 영상문화 활동의 지속적인 성장을 가능하게 할 수 있는 기본적인 인프라가 형성됨으로서 새로운 공공적 서비스 모델이 성장하고 있음이 확인되었다는 것이다. 많은 수강생들이 배출되고 지역사회의 소외계층에 대한 접근 또한 강화되고 있으며, 적극적인 참여 주체가 발굴되고 다양한 콘텐츠가 생산되고 있는 바, 향후 지역의 퍼블릭 액세스 활성화 및 민주적 미디어 환경 구축을 위한 주요 근거지가 될 희망적인 가능성을 확인할 수 있다.

그러나 애초 계획과는 다르게 축소 편성되고 있는 운영사업비의 문제와 독립적 운영을 저해하고 있는 불안정한 운영위원회 구조와 같은 문제점 등은 매우 심각한 위해 요인으로 평가되고 있다. 미디어센터의 사업방향 및 운영은 매우 의미 있지만 설립 이후 운영에 대한 보다 체계적이고 적극적인 지원 정책이 절실하다 하겠다.

(2) MBC 시청자미디어센터 운영 현황

방문진이 설립을 지원한 MBC 시청자미디어센터는 문화부의 지역미디어센터 보다 이른 지난 2004년 마산 MBC를 시발로 전국의 6개 지역에 설립되어 운영되고 있다. 방문진이 지역 MBC의 지역사회에 대한 공헌과 미디어에 대한 보다 공공적인 서비스를 고민하다가 기획하게 된 시청자미디어센터는 당시에만 그렇지만 지금도 여전히 매우 획기적이고 유의미한 사업이 아닐 수 없다. 방문진의 시도는 공영방송 KBS의 행보에 비추어 보아도 매우 진일보한 조치로서 크게 평가받아야 할 부분이다.

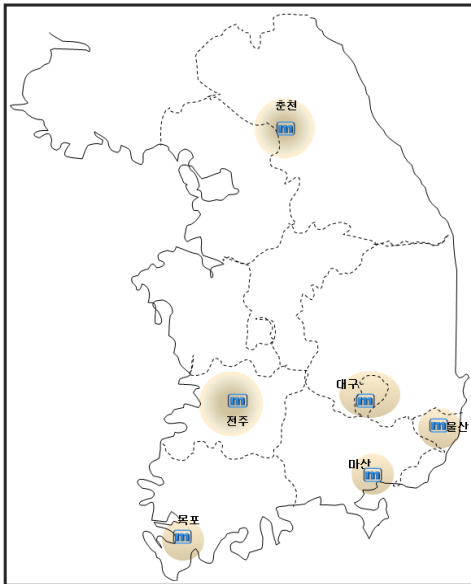
(가) 설립 기금 및 규모

MBC 시청자미디어센터는 방문진에서 장비구입비용 2억원을 지원하고, 지역MBC에서는 공간을 제공한다.(울산MBC 경우에는 신축)

매년 사업운영비는 지역MBC에서 인건비를 포함하여 일부를 지원하고, 나머지는 각 센터에서 자체적으로 다양한 기관의 기금을 받아서 사업을 진행하고 있다.

6개 센터들의 평균면적은 183㎡/55.5평 정도이고, 약 5개의 공간을 확보하고 있으며 평균 상근 스태프는 4명이다. 이렇듯 MBC 시청자미디어센터는 기본적으로 매우 소규모 공간과 예산으로 지역MBC 계열사가 포괄하고

있는 지역의 시청자들에 대한 적극적인 미디어서비스를 하는 공간으로서의 역할을 설정하고 있다. 물론 일부 센터들은 사업 영역을 확장하여 보다 적극적으로 교육과 창작지원사업을 하고 있는 곳도 있지만, 장비와 인력 및 사업비의 부족으로 어려움을 겪고 있는 것이 현실이다.



MBC 시청자미디어센터 일반 규모 현황

<그림 2> MBC 시청자미디어센터 전국 분포 현황

(나) 운영구조 및 재원

MBC 시청자미디어센터의 경우 아직 위상이나 조직구조에 대한 분명한 정의가 내려져있지 않아서 지역에 따라 구조가 상이하다. 현재는 비정규직 문제 등 여러가지 사정으로 애매한 위탁구조를 갖추고 있는 것이 많다. 물론 운영위원회 구조를 기본적으로 채택하고 있으나 운영위원들은 역할과 임무에 대한 명확한 규정이 정해졌거나 혹은 지켜지고 있는 지역은 많지 않다. 좀 더 세부적이고 현실적인 대안마련이 필요한 지점이다.

센터명	설립일	총면적	공간 수	설립 예산	상근 스태프
마산MBC 시청자미디어센터	'03/11/12	165m ² , 50평	4실	2억 원	5명
목포MBC 시청자미디어센터	'05/01/18	155m ² , 47평	3실	2억 원	3명
춘천MBC 시청자미디어센터	'05/01/19	165m ² , 50평	5실	2억 원	6명
전주MBC 시청자미디어센터	'06/01/24	198m ² , 60평	6실	2억 원	2명
대구MBC 시청자미디어센터	'06/10/12	198m ² , 60평	5실	2억 원	5명
울산MBC 시청자미디어센터	'06/11/13	218m ² , 66평	6실	6억 원	3명

<표 5> MBC 시청자미디어센터 일반 규모 현황

(다) 성과와 한계

가장 먼저 설립된 마산 MBC 시청자미디어센터는 협소한 공간, 이미 사용연한이 지난 장비, 적은 예산에도 불구하고 끊임없이 지역민들과 소통하고 지역의 이슈들을 개발하고 미디어 소외계층에 대한 적극적인 교육 활동을 통해 그들을 미디어의 주체로 세우기 위한 활동을 전개하고 있고 더더구나 공중과 방송 정규 액세스 프로그램을 운영하고 있는 등 활발한 활동을 하고 있다. 그러나 모든 MBC 시청자미디어센터가 그 설립 목적에 부합하는 활발한 활동을 하고 있는 것은 아니다. 일부의 지역MBC 시청자미디어센터들이 일 년에 서너 번의 영상아카데미 운영하는 것으로 그 역할을 다했다고 생각하는 착각을 하고 있는 것도 현실이다. 이는 한편으로는 지역MBC 방송국의 시청자미디어센터에 대한 오해 혹은 무지와 센터 운영진들의 부족으로 인한 결과라고 볼 수도 있다.

3. 해외미디어센터 현황

미디어 융합시대의 지역영상미디어센터 : 전 지구적 조망

한국의 지역미디어센터 모델은 최초의 공공 미디어센터인 미디어액트가 설립된 2002년 이후 지난 6년간 전국 각지에서 건립이 이루어지면서 괄목할만한 성장을 이루고 있다. 이미 40년 이상의 역사를 지닌 유럽 미국 등 서구의 미디어센터와 비교해본다면, 한국의 모델은 한편으로는 후발주자의 강점을 살린 전 지구적 케이스 스터디에 기초한 종합적 모델의 성격을 지니고 있지만 아울러 여러 가지 한계를 지니고 있기도 하다. 이제 최초의 실험이 어느 정도 성과를 내면서, 한편으로는 전국적 네트워크의 구성이라는 또 다른 실험이 시작되고 있고 다른 한편으로는 아직도 중소 규모 미디어센터의 지속적인 설립이 요구되는 현시점에서 해외 미디어센터의 상황을 재점검하고 타산지석으로 삼기 위한 새로운 연구를 제기하는 차원에서 전 지구적 상황을 일별해보기로 한다. 다시 말하면 이러한 시도의 의미는, 미디어센터 사업의 새로운 도약 및 지역적 특수성과 결합한 모델을 개발하기 위한 효과적인 방법의 하나로서 각국 영상미디어센터의 역사적 발전 맥락과 현 상황에 대해 검토함으로서 상상력과 인식의 프레임을 확장하기 위함이다.

가. 커뮤니케이션권리의 확대와 지역 미디어센터의 전 지구적 확장

우선 여기서 다루고자 하는 지역미디어센터의 개념을 확정해둘 필요가 있다. 현실에서 ‘미디어센터’라는 개념은 다양한 방법으로 사용된다. 그것은 때로는 올림픽과 같은 대규모 국제적 이벤트 개최 기간의 미디어센터처럼 기자들의 활동 편의를 도모하기 위해 각종 미디어 설비 및 통신 장비를 설치한 특수한 물리적 공간의 의미로도 쓰이고, 또 독립미디어센터 (Independent media center = IMC : <http://www.indymedia.org>)처럼 현

실의 공간이 아닌 가상의(Virtual) 온라인 공간을 통한 정보의 집적 및 소통 공간의 의미로도 쓰인다. 여기서 다루고자 하는 미디어센터의 개념은 시청자미디어센터가 그 한 영역으로 포괄될 수 있는, 비영리적 미디어 콘텐츠의 생산과 유통 및 미디어 리터러시 (읽기와 쓰기를 포괄하는 포괄적인 미디어 인식의 확장의 의미로서) 등의 활성화를 주요 목표로 삼는 지역 기반의 물리적 공간이다. 아울러 이에 덧붙여 고려해야 할 지점은 미디어센터가 포괄하는 미디어의 기술적 영역 문제인데, 여기서는 전화 혹은 인터넷 등 전통적 통신 및 새로운 IT 기술에 대한 접근성을 확대하고자 하는 지역 인프라보다는 시청각미디어(audio-visual media)에 초점을 맞추는 미디어센터의 개념에 초점을 맞추고자 한다. (그런 점에서 이 보고서에서 사용되는 미디어센터라는 표현은 보다 엄밀하게 ‘영상’미디어 센터라는 표현이 적절할 것이나 편의상 미디어센터라는 용어로 통일해서 총칭하기로 한다.)

이러한 의미의 미디어센터 모델이 전 세계에서 최초로 등장한 것은 영상 매체 관련 산업의 발전이 빠른 속도로 이루어지 시작한 70년대 이후 부터라고 할 수 있다. 어느 특정 센터를 최초의 미디어센터라 명명하기는 쉽지 않으나, 미디어센터의 맥아에 대한 이론적 연구 대상은 항상 동일하다. 그것은 미디어센터의 맥아일 뿐만 아니라 퍼블릭 액세스의 맥아이기도 한 캐나다의 “변화를 위한 도전” 프로젝트이다. 캐나다 영진위(NFBC)의 지역 공동체 지원 프로젝트였던 “변화를 위한 도전”은 지역 주민에게 카메라와 케이블 네트워크를 제공하여 지역민 스스로가 직접 자기표현과 소통을 하도록 지원했던 것으로서 비록 상시적인 시스템은 아니었지만 비영리 미디어 활동을 활성화하고 미디어 리터러시를 제고하고자 했던 최초의 미디어센터 모델이었다고 할 수 있다.

이후 비디오카메라의 대중적 보급 및 케이블을 통한 퍼블릭 액세스 구조의 확산과 함께 자연스럽게 지역 차원의 교육 및 제작 지원 구조의 상시적 가동에 대한 관심이 독립 미디어 제작자 및 그를 지지한 정책 담당자 및 민간/공공 재단에 의해 증폭되기 시작했으며, 80년대 이후 독립영

화 및 비디오 액티비즘의 발전, 그리고 이에 수반된 공동체 미디어 및 독립 콘텐츠, 그리고 커뮤니케이션 권리 등과 관련된 각종 정책 개념의 정교화가 맞물리면서 미국 및 유럽에서는 다양한 미디어센터의 모델이 등장하기 시작한다. 또한 90년대 접어들어 이러한 센터의 모델은 남미 등 전 세계로 확산되고 이렇게 등장한 지역미디어센터들은 90년대 중반 이후 급속하게 발전한 각종의 독립적 콘텐츠, 시민참여 콘텐츠의 생산과 소통의 활성화를 가능하게 하는 핵심적인 인프라로 자리 잡게 된다.

이러한 지역미디어센터의 활동은 21세기에 접어들어 인터넷으로 대표되는 새로운 플랫폼들이 등장하면서 새로운 변화를 겪게 된다. 그 주요한 변화의 양상은 다음 세 가지로 요약된다. 우선, 온라인 미디어의 등장은 오프라인 공간의 교육과 제작지원의 필요성을 축소시키기 보다는 오히려 확대하게 된다. 온라인 미디어의 참여적 성격의 확대에 따라 일반 시민 및 각종 공동체의 시청각 미디어를 통한 자기표현은 급속하게 확대되었고 그러한 다양한 콘텐츠 생산과 소통을 일상적인 생활 환경 내에서 지원하고 자문해주는 미디어센터의 의미는 오히려 확대된 것이다. 둘째, 미디어 융합의 진전에 따라 미디어의 경계가 허물어지면서 각 지역 미디어센터들은 주로 온라인을 통해 유통되는 UCC 혹은 UGC등의 단편 콘텐츠의 활성화와 연관된 제작 지원을 시작하게 되며, 아울러 그동안 정보통신 영역의 주제로만 여겨졌던 프라이버시 등의 이슈를 미디어 리터러시의 기본 내용으로 포함해야 한다는 문제의식이 대두되게 된다. 그리고 셋째, 미디어 융합과 직접적으로 연관된 것은 아니나 지역 미디어 센터가 총체적 서비스 제공 인프라로서 교육, 제작지원, 정책연구, 네트워킹 등 다양한 활동을 함께 포괄하는 종합적 센터로서 새롭게 자리매김 되기 시작한 것이다.

그런 점에서 지역 미디어센터는 전 지구적으로 한편으로는 새로운 도전에, 다른 한편으로는 새로운 가능성을 마주하고 있다. 따라서 전 지구적 수준에서 각각의 미디어센터들이 어떻게 자신의 발전 전략을 정립하고 재구성하고 있으며 아울러 어떤 새로운 실험을 시도하고 있는가를 살펴보는 것은, 상대적 후발국인 한국의 미디어센터 활성화를 위한 중요한 축

매제를 제공해줄 수 있을 것이며, 이를 위해서는 무엇보다도 다양한 모델의 개별적 특성과 그 함의를 분석해내는 것이 필요하다.

나. 모델의 다양성 ; 전 지구적 맥락과 한국적 특수성

세계 각국에서 시시각각 진화하고 있는 미디어센터의 모델을 체계적으로 종합하여 유형화하는 것은 물론 불가능하다. 다만, 영상미디어센터의 모델을 결정하는 주요 지표들인 의제, 설립 주체 및 설립 재원, 운영 구조 및 운영 재원, 활동 영역 등과 관련된 다양한 스펙트럼을 살펴보고 각각의 함의를 살펴보는 것이 우리의 독창적인 모델을 설정하기 위한 정책적 상상력을 제공해줄 수 있다는 점에 착안하여 네 가지 주요 초점만을 살펴보기로 한다.

(1) 의제

잠정적 결론을 먼저 제시한다면, 세계 각국의 미디어센터들은 비영리, 공동체 미디어, 독립영화, 퍼블릭 액세스, 미디어 리터러시 등의 키워드들을 주요한 활동의 의제로 삼고 있다. 이러한 키워드의 공통점은 미디어센터의 존재 근거가 일반적인 주류 대중매체 (Mainstream mass media)의 위로부터의(top-down), 대의제적(representative), 주류적(mainstream), 그리고 상당 부분 상업적(commercial) 성격과의 분별 정립에 두고 있음을 의미한다. 말하자면, 주류 미디어와 구분되는 대안 미디어, 독립 미디어, 시민 미디어 등과 같은 아래로부터의(bottom-up), 참여적(participatory), 대안적(alternative), 비영리적(non-profit) 성격의 미디어를 활성화하고 아울러 미디어 전반에 대한 포괄적인 비판적 인식과 활용의 지식을 장려하는 것이 주요 목표로 되고 있다는 것이다. 또한 바로 그러한 활동을 통해서 단순히 미디어 영역에 제한된 활동이 아닌, 민주적 시민 육성이라는 보다 총체적인 활동 목표를 철학적 근거로 삼고 있기도 하다.

한 예로, 지역 미디어센터 인프라가 매우 다양한 방식으로 오랫동안 발전

해왔으며 그 양적 성장의 수준 또한 높다고 할 수 있는 미국의 사례를 살펴보자. 우선 200여개 이상의 각종 미디어센터 및 예술 센터들이 결합하고 있는, 전국적 규모의 미디어센터의 네트워크라고 할 수 있는 NAMAC (전국 미디어 예술 문화 연합=The National Alliance for Media Arts and Culture) 의 경우 조직의 정체성을 표현하는 표현은 다음과 같다.

“NAMAC은 독립적 영화, 비디오, 오디오 및 온라인 멀티미디어 예술을 지지하고 주창하는 것을 공통의 목표로 갖고 있는 다양한 조직과 개인들을 회원으로 지니고 있다.”(NAMAC is a nonprofit association whose membership comprises a diverse mix of organizations and individuals dedicated to a common goal: the support and advocacy of independent film, video, audio and online/multimedia arts. (<http://www.namac.org>))

그 다음으로, 역시 미디어센터의 네트워크라고 할 수 있으나 500여개 이상의 지역 케이블의 액세스 방송사가 결합한 네트워크라는 점에서 미디어센터의 다양한 모델 중 지역 시민들 및 공동체의 자기표현과 소통에 초점을 맞추고 있는 ACM (공동체 미디어 연합=Alliance for community media) 의 임무 설정(Mission Statement)에 대한 표현은 다음과 같다.

“민주주의의 개화를 위해, 민중은 정부에 대한 적극적인 참여자가 되어야 하며, 비판적 사고를 할 수 있도록 교육되어야 하며, 자신을 자유롭게 표현할 수 있어야 한다. ACM의 임무는 민중들로 하여금 전자 미디어에 접근할 수 있도록 하고, 공동체의 미디어 활용을 통한 효과적인 커뮤니케이션을 장려함으로써, 민주적 이상을 진전시키는데 있다.” (In order for democracy to flourish, people must be active participants in their government, educated to think critically and free to express themselves. The Mission of the Alliance for Community Media is to advance democratic ideals by ensuring that people have access to electronic media and by promoting effective communication through community uses of media. (<http://www.ourchannels.org>))

마지막으로, 지역 미디어센터 중 주류 미디어 시스템 외부의 독립제작자 지원을 목표로 설립된, 말하자면 보다 전문적인 독립 제작자에 대한 선택

적 지원을 주요 활동 영역으로 삼는 BAVC (베이 지역 비디오 연합 = Bay area video coalition) 는 다음과 같은 의제를 지니고 있다.

“잘 대변되지 않는 그룹과 비영리조직의 문화적, 경제적 참여를 확장하기 위해, BAVC는 다양한 공동체들을 미디어 창조와 혁신의 과정에 결합시키고자 한다. 우리는 교육한다. 우리는 창조적 표현을 통해 주체를 형성한다. 우리는 미래의 미디어와 미래의 미디어 제작자를 개발하며 아울러 역사를 기록하는 미디어를 보존한다. 우리는 표현의 자유와 보다 정의롭고 올바르게 재현되는 사회의 창조를 위한 장기적 헌신을 통해서 이러한 활동을 하는 것이다” (In order to increase the cultural and economic participation of underrepresented groups and non-profit organizations, BAVC connects diverse communities to media creation and innovation. We teach. We empower creative expression. We develop future media and media makers. And we preserve historic media. We are motivated to do this work through a long-standing commitment to freedom of expression and the creation of a more just and representative society. (<http://www.bavc.org>))

이상의 미국 사례에서 드러나는 내용은 전 지구적 수준에서도 쉽게 공유가능하고 합의 가능한 것으로서, 그 지향은 포괄적이면서도 명확하다. 가장 단순화시켜 표현한다면, 지역미디어센터는 주류미디어와 구분되는 미디어 영역의 활성화이면서 동시에 민주주의 사회의 근간을 이루는 비판적 시민 주체의 형성을 목표로 삼는 것이며, 다른 방식으로 표현하자면 미디어 민주주의의 확장과 커뮤니케이션 권리의 확보를 목표로 삼는 공적 서비스를 제공하는 지역 인프라인 것이다.

(2) 설립 주체 및 설립 자금

우선 설립과 관련하여, 전 세계적으로 정부 부처나 공공기관이 전국적인 수준의 미디어센터 설립계획을 수립하고 이를 실행에 옮긴 사례는 많지 않다. 물론, 주로 IT 기술에 대한 대중적 접근을 목표로 한 브라질의 프로젝트의 예 등 정부가 주도적으로 시민의 미디어 접근권을 보장하고자

한 사례들은 여러 나라에서 발견되지만 전국적 차원에서 시청각미디어에 대한 지역 지원 인프라의 지속적인 설립을 추진한 예는 없다.

독일의 경우, 베를린 개방 채널(<http://www.okb.de>)의 경우처럼 방송위원회가 (미국의 개념을 빌자면) 퍼블릭 액세스 채널을 직접 운영하고 있지만 이 경우도 미디어와 관련된 정책은 연방정부에 의해 강제되는 것이 아니라 주정부 차원에서 진행되고 있기 때문에 전국적 사업의 성격을 지니고 있는 것은 아니다. 독립영화 진흥과 관련한 선진적 진흥 정책으로 유명한 캐나다 영진위(<http://www.nfb.ca>)의 모델 또한 위원회가 직접 운영하는 일부 시민 대상의 센터 및 광역단위의 후반작업지원센터 몇 개소가 있는 것을 제외하면 그 역시 전국적 수준의 포괄적 설립 사업을 진행한 것은 아니다.

미국의 경우는 더욱 정부 부처나 공기관의 역할이 제한적이다. 그것은 미국이 연방제 국가일 뿐만 아니라 민간 부문의 적극적 역할이 부각되는 나라이기도 한데서 기인한다. 공영방송 PBS가 카네기재단의 연구지원에 의해 태동했듯이, 상당수 센터들은 포드 재단 등을 필두로 한 민간 재단의 기금 및 개인 후원에 의해 설립되었으며 그러므로 당연히, 전국적 기획에 따라 설립 사업이 진행된 것은 아니다.

이러한 맥락에서 보자면 한국의 경우는 비록 단일한 포괄적 정책 프레임에 기초한 것은 아니나 정부 부처의 공적 지원에 의해 전국적 기획 하에 설립되어 왔다는 점이 독특하다. 이렇게 된 배경으로는 기본적으로 미디어액트의 설립주체를 비롯한 광범위한 미디어 교육 및 미디어 운동 주체의 정책 제안이 정부 부처 및 공기관에 의해 일정 정도 수용되고 그에 따른 전국적 설립 계획이 제출되었다는 점, 그리고 역설적으로 센터 설립을 할 수 있는 지원기금을 제공하는 민간 재단이 전무했다는 점, 미디어 리터러시 및 퍼블릭 액세스와 독립영화에 대한 지원의 필요성이 공식적으로 인정되는 상황에서 관련된 공공 지역 인프라가 전무했다는 점 등을 들 수 있다.

결론적으로 이러한 공적 자금에 의한 전국적 수준의 미디어센터 설립이라는 과정은, 양면적 성격을 지닐 수밖에 없다. 그것은 한편으로는 공적

자금의 적극적 배분을 통한 단시일 내의 전국적 센터 설립이라는 긍정적 효과가 있는 반면, 다른 한편으로는 불가피하게 존재하는 초동 주체 및 미디어센터에 대한 인식수준의 지역별 편차를 고려하는 것이 쉽지 않다는 것이다.

(3) 운영 구조 및 재원

설립 이후 운영 구조의 경우, 절대 다수의 지역미디어센터들은 상당한 자율성을 지니는 것이 일반적이다. 방송위원회가 직접 운영 책임자를 파견하는 독일 개방 채널의 경우도 내부의 의사결정 구조는 상당히 자율적이며, 아울러 운영 책임자의 경우도 순환 근무의 형태로 일하는 것이 아니라 특별한 사유가 없는 한 액세스 방송 센터의 책임자로서 지속적으로 근무한다.

이외의 센터들의 경우는 운영 주체 자체가 지역의 미디어 운동 및 지역 공동체의 구성원들인 경우가 일반적이다. 미국의 대표적인 액세스 방송 센터인 맨해튼 이웃 방송국(<http://www.mnn.org>)의 경우, 비록 설립 과정에서는 지자체가 주도적인 역할을 했더라도 지자체가 전체 이사진의 20 ~ 30% 이상을 추천하지 못하도록 하는 내규를 갖고 있으며, 독립영화 활성화에 주력하는 시애틀의 911미디어 센터(<http://www.911.org>) 등의 경우는 회비를 내는 회원에 의한 이사진 선출을 기초 조직 원리로 삼고 있기도 하다.

이러한 운영의 자율성은 한편으로는 정부 부처 및 공기관, 그리고 기업으로부터의 독립이라는 명제를 구현하는 것이면서, 동시에 지역 시민, 공동체에 대한 공적 서비스의 제공이라는 목표를 현실화하기 위한 기본적인 근거이기도 하다.

다음으로, 운영 재원의 경우는 그 구성비율의 모델이 다양하다. 우선 독일 개방 채널의 경우는 방송 시청료로부터 분배된 공적 기금에 의해 전적으로 운영되며 (한국의 경우 시청료와 미디어센터 및 퍼블릭 액세스 구조는 무관하다), 미국의 액세스 채널의 경우는 케이블 방송사의 매출로부터 환수한 자금을 지자체가 교부하여 운영되며 (한국의 경우 환수금은

모두 방송발전기금에 귀속되어 위원회가 전국적 차원의 배분을 결정한다), 그 외 대부분의 센터들은 공적 자금, 민간 기금, 개인 후원, 수익 사업 등 여러 가지 재원을 확보하여 운영한다.

이러한 운영 재원의 출처 및 구성에 대한 해석은 그리 복잡할 것이 없다. 운영재원이 특정 출처에 집중되어 있을 경우는 해당 정부 및 재단에 직간접적으로 종속될 가능성이 있으며, 운영재원이 다변화될 경우는 특정 재원에 대한 과도한 의존이 없으므로 리스크를 분산시킬 수 있으나 활동이 불안정하며 프로젝트 사업 수행에 매몰될 경우 본연의 업무를 소홀히 하게 될 개연성이 크게 된다.

따라서 이런 운영 주체 및 운영 재원의 맥락에서 한국의 경우는 공적 기금에 의한 설립 및 일부 운영지원이 매우 긍정적인 성격을 지니고 있으나, 다른 한편 운영에 대한 개입이 지속적인 지원과 연동되는 한계를 지니기 쉽다는 점에서, 공적 자금에 의한 안정적 지원과 지역 주민과 밀착된 자율적/전문적 센터 운영 구조를 동시에 확보해야 하는 쉽지 않은, 그러나 반드시 현실화해야 할 상황을 마주하고 있다.

(4) 활동 영역

활동 영역과 관련해서는 두 가지 차원의 맥락을 검토할 필요가 있다.

첫 번째는 지원 대상의 성격과 의제에 있어서 전문 제작자에 초점을 맞추고 있는 것인지 혹은 시민의 참여 등 상대적으로 비전문적인 주체들에 초점을 맞추고 있는가이다.

우선 비영리 독립 영상 콘텐츠의 활성화 (국제적으로 보편적인 표현은 독립 영화 및 비디오 = independent film and video)에 초점을 맞춘 센터들은 대부분 방송채널과 같은 플랫폼을 직접 소유하고 있지는 않으며, 아울러 비록 보다 전문적인 독립제작주체의 양성에 초점을 맞추면서도 시민의 참여 및 보편적 미디어 리터러시의 확장 프로그램을 대부분 포함하고 있다. 미국의 경우 샌프란시스코의 BAVC는 대표적인 독립제작지원 미디어센터로서 전문제작자를 양성하는 각종 교육 프로그램을 제공하고 특히 하이엔드 후반작업 시설을 풀 패키지로 갖추고 있으면서 동시에 청소년의

미디어 제작 활동 지원 및 그 활성화를 위한 툴킷을 제공하고 있기도 하다 (앞에서 인용한 BAVC의 활동 목표에도 그러한 종합적 성격이 드러난다). 샌프란시스코에 소재한 또 다른 미디어 센터인 미디어 얼라이언스 (<http://www.mediaalliance.org>)의 경우 역시 이러한 성격을 공유하고 있다.

다른 한편, 퍼블릭 액세스의 활성화에 초점을 맞추고 있는 센터들은 주로 지역 케이블 플랫폼을 확보하고 있으며 라이브 프로그램을 가능하게 하는 스튜디오를 구비하고 있는 경우가 일반적이다. 앞에서 언급한 MNN 및 미국의 각종 액세스 방송국이 그러하며, 독일 개방 채널, 스웨덴 개방 채널 등도 그러하다. 그런데 이러한 비전문가의 커뮤니케이션 권리를 보장하는데 초점을 맞추는 센터들 역시 이른바 신입 작가(emerging filmmaker)들의 진입에 있어 일정한 역할을 하기도 하는데, 현재 할리우드에서 활동 중인 로버트 로드리게즈 감독은 데뷔작인 <엘 마리아치>를 액세스 방송국의 시설을 이용해서 촬영하고 편집한 바 있기도 하다.

아울러, 이러한 두 가지 지향을 동시에 함축하는 센터들 역시 다양하게 존재하며 그 상대적 비율은 증가하고 있는 것으로 판단된다. 예를 들어 지역 주민의 참여를 강조하는 미국의 스크라이브 비디오 센터 (<http://www.scribe.org>)는 지역 역사 기록 프로젝트를 통해서 필라델피아 지역의 역사를 53개의 단편 다큐멘터리로 제작하는 과정에서 지역 공동체들의 실질적인 참여를 보장함으로써 사업 자체에서 두 가지 지향의 시너지 창출을 시도하고 있기까지 하다.

한국의 경우 이러한 두 가지 지향을 모든 미디어 센터들이 함축하고 있다고 볼 수 있으나 물론 편차는 존재한다. 시청자미디어센터의 경우는 퍼블릭 액세스를 중심 개념으로 두고 있으며, 문광부에 의해 설립 지원된 센터는 시민의 참여를 초점에 맞추고 있으면서도 독립영화의 활성화를 공식적 목표로 삼고 있는 경우가 많다는 점에서 그러하다. 장기적인 발전 방향에서 보자면, 이러한 종합적 시도는 긍정적이다. 전문적 독립 제작자와 비전문적 시민 제작자의 공존은 상호 교육 및 소통이 이루어질 경우 다양한 시너지 효과를 창출하며, 특히 미디어 융합의 진전에 따라 전문가와 비전문가의 경계가 급속히 허물어지고 있는 한국의 상황에서는 더욱 그러하다.

두 번째로 검토해야 할 활동 영역은, 센터의 활동 내용이 장비/공간 및 교육 프로그램 제공, 상영, 정책 연구, 아카이브 등 다양한 활동 영역 중 어디에 초점을 맞추고 있는가이다.

대부분의 지역 미디어 센터들은 기본적으로 장비/공간 및 교육 프로그램 제공, 상영, 아카이브 등을 기본 활동 영역으로 삼고 있다. 이는 미디어 센터의 초기 단계라고 할 수 있는 60년대, 70년대에조차 이미 전 세계적으로 지극히 보편적인 현상이다.

그러나 70년대 이후 다채널 환경의 대두, 그리고 최근의 미디어 융합 진전에 따른 규제 체계 및 법제의 재편이 전 세계적으로 진행되면서 새롭게 부각되는 영역은 정책 연구 및 정책 결정 과정에 대한 지역 주민의 적극적 참여의 조직화이다. 물론 지역 차원의 비영리 미디어 및 공동체 미디어 관련 정책 의제는 언제나 존재해왔다는 점에서, 이러한 정책 연구의 영역은 언제나 미디어센터의 잠재적 활동 영역이었지만, 미디어 환경의 변화는 미디어센터들로 하여금 불가피하게 그러한 정책 연구에 대한 적극적 개입을 할 수 밖에 없게 한 주요 동인으로 작동하였다.

그에 따라 상당수 미디어 센터들은 정책 연구 사업을 점차 주요 활동 영역으로 삼고 있으며, 특히 최근 설립되거나 혹은 최근 활동이 비약적으로 성장한 센터의 경우는 정책 개입을 주요 과제로 설정하고 있다. 위에서 언급한 스크라이브 비디오 센터의 경우도 그렇고, 뉴욕의 미디어 센터 민중 미디어 제작소⁴⁾는 공동체 라디오, 미디어 독점 이슈, 화이트 스페이스 (아날로그 TV 채널간의 경계 영역 주파수의 개방적 무선 인터넷용 주파수로의 전환과 관련됨) 등 다양한 이슈에 대한 연구를 직접 수행하고 아울러 지역 주민들로 하여금 이러한 이슈를 인식하고 이를 자신의 생활상의 요구의 하나로 제기할 수 있도록 지원하는 활동을 적극적으로 벌여 나가고 있는 것이다.

한국의 경우 지역미디어센터의 활동 영역은 매우 종합적이거나, 정책 연구 및 정책 대중화의 활동 영역은 아직 일부 센터의 활동으로만 제한되

4) People's media production : <http://www.peoplesproductionhouse.org>

어 있다. 미디어액트, 부산시청자미디어센터 등을 제외하고는 상근 정책 역량
을 지니고 있지 못하며 이러한 구조상의 한계는 한편으로는 지역 차원의
독자적인 비영리 미디어 확대 전략 및 정책 수립을 어렵게 하고 있으며,
다른 한편으로는 센터가 보다 폭넓은 정책 프레임에 입각해서 스스로
를 평가하고 새로운 사업 및 재편을 기획하기 어렵게 하는 요인으로 작
동하고 있다.

다. 21세기 지역 미디어 센터의 역할과 확장, 한국적 맥락

이상으로 간략하게 미디어 센터와 관련하여 전 지구적 상황을 살펴보았
다. 이미 언급했듯이 보다 깊이 있고 포괄적인 독자적 연구가 필요함을
다시 한 번 강조하면서, 국제적 견지에서 한국 지역 미디어 센터의 특수
한 맥락과 연관된 과제를 정리해기로 한다.

우선 첫째, 현재 약 20개 정도 설립된 한국의 미디어센터는 양적으로
여전히 부족하다. 인구비율로 따져서 단순비교를 해보자면, 3억 인구를
가진 미국의 경우 액세스 방송 센터만 3000개에 이르고 기타 미디어센터
를 합하면 5000개를 넘는다는 점에서 한국의 경우는 약 800여개의 미디
어센터가 존재할 수 있다는 가정이 가능하다. 물론 한국의 경우 국토가
작고 인구밀집지역이 많다는 점에서 그 숫자는 줄어들 수 있으나 반대로
영상미디어센터에 대한 대중적 관심 및 활용의 잠재력이 그 어떤 나라보
다도 크다는 점을 고려할 필요가 있다. 아울러 인구밀도가 높다는 점에서
는 일정 규모 이상이 필요하나 미디어센터가 지역 주민의 일상적 생활공
간에 위치하여 지역밀착형 서비스를 제공하는 인프라라는 점에서 광역
단위의 센터 설립은 비효율적이며 이미 설립된 광역 단위 센터의 경우는
해당 광역 단위의 여타 중소 미디어센터의 설립 및 운영을 지원하는 사
업개념을 지니는 것이 적절하다.

둘째, 한국의 미디어 센터들이 대부분 공공기관 및 정부부처에 의해 설
립되었다는 점은 이미 앞에서 언급했듯이 다층적 성격을 지닌다. 그것은
공적 재원의 제공에 따른 설립의 현실성 확보 및 상업적 미디어 자본으

로부터의 독립을 구현할 수 있다는 긍정적 측면이 있는 반면, 관료화 및 특정 조직에 대한 종속 상황을 극복하기 위한 자율성과 전문성의 구현이 매우 구체적인 조직 체계로서 이루어져야 하며, 지나친 지역 안배의 관점을 지양하고 지역 주민 및 지자체의 관심과 적극적 의지에 설립 및 운영 지원의 방점을 찍을 필요가 있다. 특히 현시점처럼 주요 광역단위 도시에 대한 설립이 일정정도 진행된 단계에서는 더욱 조직의 내실화와 잠재력이 강한 지역으로의 집중 지원이 요구된다고 하겠다.

셋째, 퍼블릭 액세스 및 독립영화, 그리고 미디어 교육 관련 법제 및 정책이 여전히 취약한 상태에서 미디어센터의 설립 및 운영이 진행되고 있는 상황이 극복될 필요가 있다. 해외의 미디어센터들은 방송에 대한 강력한 규제를 통한 지역 액세스 방송국의 설립 및 운영, 비상업적 독립영화에 대한 적극적 지원 및 관련 법제의 정비, 기구 설립 등이 동반되면서 발전해 왔으며, 그러한 포괄적 정책 프레임의 발전 및 그에 입각한 다양한 지원 프로그램과 재원의 존재는 미디어센터의 활성화를 위한 필수불가결한 요소였다. 예를 들어 시장중심주의가 강력하게 존재하는 미국의 경우에도, 연방통신위원회는 지역 케이블의 규제에 기초한 자원 출연 및 채널 개방을 통해서 PEG(public, education, governmental)액세스 구조가 가능하도록 제도적 뒷받침을 했으며 국회는 독립 다큐멘터리의 공영방송 송출을 지원하는 법정기구인 독립TV서비스(<http://www.itvs.org>)를 설립한 바 있다. 한국의 경우 퍼블릭 액세스 관련 법제는 비록 방송법에 포함되어 있으나 여전히 법제 및 기타 지원정책에 있어서 매우 부족하고 방통위 내의 각 부서에 그 책임이 산개해있고 각각의 정책 목표가 모호하며, 독립제작 영역의 경우는 영진위의 일부 정책으로만 포함되어 있을 뿐 방송의 경우는 콘텐츠의 다양성과는 아무런 상관이 없는 외주제작정책으로 왜곡되어 있다. 따라서 이러한 포괄적인 정책 프레임의 혁신 및 보완이 시급하며 이러한 보완 없이 미디어센터의 활성화는 상당한 제약을 안고 있을 수밖에 없다.

넷째, 운영지원의 취약성이다. 시청자미디어센터를 제외하고는, 모든 미디어센터들은 일상적인 운영 재원의 확보에 있어서 상당한 어려움을 겪고 있다. 이는 미디어센터를 직접 지원하는 각종 민간 기금 및 공적 기

금, 그리고 퍼블릭 액세스 및 독립영화와 관련한 플랫폼 및 기금이 존재하는 서구의 사례와 비교할 때 가장 확연하게 드러나는 취약성이다. 따라서 민간 재단의 설립 및 변화, 그리고 지자체 수준의 비영리 미디어 지원 기금의 설치 등이 요구되는 바이나 이는 장기적으로 실현가능한 것으로서, 단기적 차원에서는 정부부처 및 위원회들의 보다 적극적인 지원 사업의 개발 및 수행이 시급하다. 예를 들어 오프콤의 공동체 라디오 운영 주체 인건비 지원, 포드 재단의 미디어 센터 초기 운영 지원과 같은 공적 지원 모델의 혁신적 재구성이 요구되는 것이다.

다섯째, 한국의 미디어센터가 지닌 또 다른 결정적 취약점은 방송 송출 시스템 및 플랫폼과의 결합도가 취약하다는 점이다. 한국에는 아직 플랫폼을 직접 소유한 미디어센터가 없으며, 이는 미디어센터의 홍보 및 피교육주체의 지속적인 활동에 있어서 상당한 장애가 되고 있다. 이를 해결하기 위해서는 한편으로는 공동체 라디오와 미디어센터와의 결합 혹은 미디어센터의 공동체 라디오 직접 운영 등 현행 정책 프레임에 기초한 사업의 확장이 필요하며, 보다 포괄적으로는 비영리 시민 콘텐츠 및 독립 제작 콘텐츠의 소통이 IPTV 및 포털 등의 새로운 플랫폼에서 일정 규모 이상으로 이루어질 수 있도록 하는 규제 및 지원의 시스템을 구축하는 것이 필요하다. 아울러 현행 법체계상 라디오 영역에만 국한되어 있는 공동체 미디어의 개념을 TV로도 확장해서 독일 등 세계 각국으로 확대되고 있는 제3섹터 방송의 개념을 확고히 정착시킬 필요가 있다.

마지막 여섯 번째로, 국제 교류를 활성화할 필요가 있다. 앞에서 확인할 수 있듯이 한국의 미디어센터는 비록 서구에 비해 뒤늦게 출발했지만 매우 빠른 속도로 확장되고 있으며, 독특한 성과와 한계를 동시에 안고 있다. 그 성과를 국제적으로 공유하고 아울러 그 한계의 극복을 위한 벤처마킹의 확대를 위해 국내의 미디어센터와 해외미디어센터간의 직접적 교류를 다양한 형태로 현실화할 필요가 있다. 이러한 교류는 그동안 주로 미디어엑트를 중심으로 국제 세미나, 현지 실사, 인턴쉽 프로그램 등을 통해서 상당 부분 진행된 바 있으며, 이제는 그러한 교류 사업 영역이 보다 적극적으로 지원되고 여타 센터로 확장될 필요가 있다.

Ⅲ. 시청자미디어센터 평가

1. 평가의 이론적 배경

최근 정부기관 및 공공부문의 경쟁력 강화의 한 방법으로 도입되어 확산되고 있는 것이 성과관리 및 성과평가다. 성과관리 및 성과평가의 도입은 책임성과 자율성을 동시에 부여하고 자체적인 관리 및 평가를 성과에 연동하여 진행하도록 유도함으로써 민간기관의 역동성을 구비하고자 하는 노력의 산물이다.

공공기관의 문제점으로 자주 열거되는 방만한 경영을 분류하면, 내부적인 기관경영상의 방만함과 외부와의 관계에서 도출되는 사업 관련 방만함이 지적된다. 구체적인 공공기관 경영상의 방만함으로는 예산운영, 조직, 인사, 보수, 입찰/구매, 직원 채용 등과 관련된 적절치 못한 행위들이 포함되며, 사업 관련 방만함으로는 설립목적 외의 사업진출, 무분별한 자회사 설립운영 등을 들 수 있다.

현재 한국에서는 공공부문을 성과 중심으로 관리 또는 경영하기 위한 제도로서 성과관리제도를 시행하고 있다. 정부의 성과관리제도는 업무평가제도, 목표관리제, 성과감사, 책임운영기관제도 등을 포괄하는 개념으로 예산이 관리의 주요수단이 되는 성과주의 예산제도와는 구분된다. 특히, 사업평가는 사업의 결과에 영향을 미칠 수 있는 다양한 부분에 대해서 평가함으로써 사업성과가 사업의 어떤 요인에 기인하며, 어떤 요인에 의해서 예상된 성과를 달성하지 못했는지를 검토할 수 있는 기초자료로서 활용된다. 즉, 사업평가는 사업성과의 원인을 발견하여 향후 사업개선에 활용하는 것이 주요 목적이다. 사업의 평가지표는 해당 조직이 영향력을 미칠 수 있는 성과를 측정해야하며 성과의 책임이 누구에게 귀속되는지를 명확하게 보여주어야 한다. 사업수행의 결과는 사업을 통해 궁극적으로 달성하고자 하는 목표로서 사업을 통한 사회적·환경적·경제적 변화의 양상이다. 이러한 결과는 다시 장기·중기·단기적 결과로 구분된다. 그러나

공공서비스의 특정 회기년도의 사업 결과는 외부적인 요인에 크게 영향을 받기 때문에 단기적 결과만을 놓고 사업의 성과를 평가하게 되면 목표달성에 대한 특정 연도사업의 직접적인 기여정도를 파악하기 곤란한 경우가 많다. 따라서 단순히 결과지표로만 사업에 대한 평가가 행해지는 경우에는 왜곡된 결과가 나올 수 있다(박기백 외, 2004).

따라서 시청자미디어센터와 같은 공적 서비스의 성과평가를 위해서는 서비스의 품질, 서비스의 이용, 서비스의 효과를 포함하여 정량적 평가 및 정성적 평가를 동시에 수행해야 한다. 여기서 서비스의 품질이란 제공되는 교육의 품질, 교육에 대한 만족도를 포함한다. 서비스의 이용은 시청자미디어센터를 실제로 이용하는 이용자의 이용도를 의미한다. 끝으로 서비스의 효과는 정성적인 효과로서 운영기관의 전문성, 업무능력, 정책수립역량, 지역단체와의 협력 및 업무연계 수준, 업무의 투명성 등으로 구성된다(배이철, 2008).

하지만 정부가 제공하는 공적 서비스에 대한 평가기준은 공적 서비스를 제공받는 수요자와 공적 서비스의 실제 비용부담자에 불일치라 발생하는 점에서 모든 이를 만족시킬 수 있는 완벽한 평가기준을 마련하는 것은 불가능하다. 에이몬스(Ammons, 1996)는 성과 평가의 기본적 초점을 왜 평가를 실시하는가, 어떤 형태의 평가를 실시하는가, 어떤 평가 자료를 이용하는가, 평가결과를 어떻게 활용하는가라는 문제가 근본적 이슈라 지적한다. 정정길 등(2004)도 정책평가를 위해서는 정책의 주요 구성요소인 정책 목표와 정책수단, 그리고 정책 대상 집단 등을 평가해야 한다고 주장한다. 여기서 정책수단이 대부분 사업집행을 위해 구체화된 것이므로 정책수단은 사업평가에서의 사업과 거의 동일한 개념이다. 따라서 사업평가를 위해서는 정책목표와 수단으로서의 사업, 그리고 대상 집단의 만족도 등을 평가하는 것이 필요하다. 한편, 골덴버그(Goldenberg, 1983)는 정책의 운영과 효과에 대한 이해를 증진시키고, 정책집행을 책임지고 있는 사람들의 행위를 통제하며 정책의 정치적 환경에 위치하고 있는 국외자들의 반응에 영향력을 행사하기 위한 것으로 정책평가의 목적을 제시한다.

한편, 공익적 서비스를 제공하는 시청자미디어센터의 평가는 공익성을 중심으로 해야 한다는 주장도 설득력을 갖는다. 이러한 공익정신의 중요성은 최근 민간기업 경영에서 경영성과를 높이는 데 있어 보상체계보다는 기업문화 혹은 조직문화(corporate culture or organization culture)에 보다 더 의존하려고 하는 경향이 높아지고 있는 현실에 비추어서도 재확인해 볼 수 있다. 시청자미디어센터는 단순히 미디어교육에 국한되지 않는 미디어관련 정책사업도 적극적으로 수행하는 기관이다. 따라서 미디어관련 정책사업의 효과에 대한 평가를 빼놓을 수 없다. 정책결정과정 참여자의 공익성을 중시하는 Kelman은 공익정신을 기반으로 한 정책결정과정의 평가 기준으로 다음 두 가지를 거론한다. 첫째 좋은 정책결정과정은 그것이 완벽하지는 않지만 좋은 정책(good public policy)을 생산해낼 수 있어야 한다는 것이다. 두 번째는 좋은 정책결정과정은 그것이 인간의 존엄성(dignity)을 증진시키고 사회구성원의 인격형성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있어야 한다는 것이다. 물론 이러한 Kelman의 공익정신 표출의 중요성에 대해 반론 역시 다양하게 제기되고 있다. 하지만 공익정신이 결여된 채 정책결정절차에 관한 논의가 이루어진다면, 일반 기업처럼 단순히 생산성이나 계량적 평가에 의존하고 만다는 점에서 공공적 서비스를 제대로 평가할 없는 문제점에 봉착하고 말 것이다. 그럼에도 불구하고 이러한 공공기관의 정책을 평가하는 데 있어 결과의 적정성, 능률성, 과정, 효과성, 형평성, 충분성, 수혜자 만족도 및 대응성 등의 지표로 평가하는 데는 많은 한계가 존재한다는 점은 엄연한 사실이다.

공공기관의 조직에 대한 평가는 조직의 효과성이란 조직목표의 달성 정도로 확인하는 것이 일반적이다. 결국 조직의 효과성 정의는 효과성을 측정하는 기준 또는 지표와 관련된다. 특히 공공부문은 산출이나 성과를 평가하는 데에는 많은 어려움이 따르기 때문에 어떠한 정책이나 프로그램이 성공하였는지 또는 실패하였는지를 파악하기 쉽지 않다. 조직 효과성을 평가하기 위한 주요 모형으로는 외국의 경우 1) Van de Ven과 Ferry(1980)의 OAI(Organization Assessment Instruments), 2) Neilsen(1984)의 조직분석모형, 3) Huse와 Cummings(1985)의 조직효과성 진단모형, 4)

Harrison(1989)의 조직진단모형, 5) 사이토 타츠조우(齊藤達三)(1988)의 행정능력평가모형 등이 있다. 이러한 평가모형은 대부분, 전술한 바와 같이, 첫째, 획일적·표준화되어 조직 유형별 특성을 고려하지 않고, 둘째, 조직의 효과성을 종합적으로 평가하지 못하며, 셋째, 각 평가 구성 요소 사이의 상대적 중요도가 주관적으로 선정되는 등의 문제점을 갖고 있다. 특히, 사이토 타츠조우의 행정능력평가모형은 해당 조직의 효과성을 종합적으로 평가하기보다는 조직의 행정능력을 주로 산출 측면에서만 분석한다는 한계점을 갖는다(이수만·이승중, 1994).

2. 평가대상 및 평가 절차

시청자미디어센터 사업평가의 대상은 2005년 11월 방송위원회가 설립한 부산시청자미디어센터와 2007년 6월 개관된 광주시청자미디어센터의 2개 기관이다. 평가수행기관은 한국언론학회가 담당했고, 평가기간은 2008년 9월부터 11월까지 3개월간 진행되었다.

시청자미디어센터의 평가는 평가의 사전준비 단계, 자료평가 및 실사 단계, 종합 평가 단계 등을 거쳐 실시되었다. 평가의 공정성, 객관성, 전문성을 위하여 별도의 평가기준을 마련하여 양시청자미디어센터를 동일한 평가기준을 적용하여 평가하였다.

우선 사전 준비단계에서는 기존의 시청자미디어센터의 평가에 참고가 되는 각종 국내·외 문헌과 자료를 취합하여 평가를 수행하는 연구자들이 공유하고 평가프레임, 평가방법, 세부지표 작성, 이용자만족도 조사⁵⁾ 및 직원만족도 조사에 참고토록 하였다.

자료 평가단계에서는 사전 준비단계에서 정리된 내용을 토대로 부산 및 광주시청자미디어센터에 필요한 자료를 요청하고 제출된 자료를 분석하였다. 동시에 각 시청자미디어센터의 이용자들을 대상으로 만족도 조사 및 직원들을 대상으로 한 직원만족도 조사를 실시하였다. 시청자미디어센터의 만족도 조사는 각 센터의 이용자들을 대상으로 인터넷을 이용한 설

5) 시청자미디어센터의 이용자만족도 조사의 설문지 작성과정에는 각 센터의 실무담당자들로부터 설문내용의 적합성과 현시성에 대한 의견을 수렴하는 과정을 거쳤다.

문응답방식으로 실시되었다. 이용자 만족도 조사기간은 2008년 11월 8일부터 11월 25일까지 실시되었으며, 직원 만족도 조사는 2008년 11월 20일부터 12월 10일까지 실시되었다. 이용자 만족도 조사의 참여인원은 부산 시청자미디어센터가 204명, 광주시청자미디어센터가 94명으로 총 298명이 참여했다. 인터넷을 통하여 수집된 데이터는 직접적으로 전산입력 처리되었으며, 통계분석을 위하여 컴퓨터 통계 패키지인 SPSS 12.0을 활용하여 데이터를 집계·분석을 실시했다. 한편, 시청자미디어센터는 (구)방송위원회가 방송발전기금을 재원으로 설립한 지역의 공적 문화시설로 시청자들의 영상물 제작을 위한 교육과 시설 및 기자재 제공을 주요 업무로 한다. 이들 시청자미디어센터는 개관과 더불어 각종 영상제작과 관련한 각종 교육 및 강좌를 개설운영하고 있으며, 지역의 영상문화 활성화를 위한 각종 지원사업도 전개하고 있다. 각종 사업평가는 제출된 자료를 평가하는 방법으로 진행되었으며 직접 연구를 수행하는 연구자들이 직접 평가기관을 방문하여 제출된 자료의 내용을 재확인하고, 자료상 내용이 불명확하거나 미흡한 내용에 대한 현장실사를 실시하여 연구를 보완하였다. 직원들의 만족도 조사에도 수행된 사업에 대한 평가항목이 일부 포함되었다.

종합평가 단계에서는 앞서 수행된 연구결과들을 토대로 전체적인 평가지표를 활용하여 종합적인 평가를 수행하였다. 하지만 부산과 광주를 직접 비교하여 종합평가하는 것은 시청자미디어센터의 설립 직후 관리·감독기관이 방통위로 이관되면서 사업의 초기단계부터 사업수행이 원활하게 진행되지 못한 광주시청자미디어센터의 현실을 감안하여 단순 비교평가를 지양하여 각 영역별로 종합적인 평가의견을 제시하는 방식으로 정리했다.

3. 평가지표 및 평가지표 구성의 원칙

가. 평가 지표

(1) 사업 평가

평가항목	평가지표
교육사업	상설교육
	공동체 미디어교육
	체험학습
	교육 지원
	회원교육 등 기타 교육
	수강생 사후 관리 및 지원
	사업배치 및 총규모의 타당성
창작지원사업	장비 활용
	공간 활용
	지원 프로그램
정책연구 사업	연구사업
	법제도 개선 참여
	정책 대중화
상영사업	자체 상영 사업
	상영 지원 사업
아카이브 사업	아카이브 구축
	아카이브 접근성 및 활용
컨설팅 사업	5개영역관련 컨설팅사업(교육에서 아카이브까지)
	타사업과의 연계 효과
장비 및 공간	장비 관리 및 활용
	공간 관리 및 활용

웹사이트관리 및 운영	사이트 구축
	사이트 운영 및 만족도 종합평가
정보 공유	정보의 취합, 공개 시스템
	정보의 공유 시스템
사업배치 및 연관성	사업배치
	총규모
	연관 효과

<표 6> 평가지표 중 사업 평가표

(2) 조직 및 재정 평가

평가항목	평가지표
운영위원회	주요 의사결정 및 자문 역할
	정보 공개
	센터 운영인력과의 소통
	지역사회와의 소통
조직 전반	전문성
	독립성
	민주주의
	복리후생
재정	공공성
	효율성
	개방성
직원	전문성
	민주적 소통 능력
	서비스 역량
	팀워크
홍보	이미지 홍보 및 인지도 제고
	개별 사업 홍보
	이미지 홍보와 전체 홍보의 연관성

<표 7> 평가지표 중 조직 및 재정 평가표

(3) 네트워킹 및 연계사업 평가

평가항목	평가지표
지역 네트워크	수강생 및 기타 지역 주체 모임 지원
	각종 네트워크 형성
	지역 사회와의 소통
광역 네트워크	참여
	기여
	주도
전국 네트워크	참여
	기여
	주도
공동사업	각종 네트워크와의 공동사업
	여타조직과의 공동사업

<표 8> 평가지표 중 네트워킹 및 연계사업 평가표

(4) 사업계획 수립 및 평가 시스템 평가

평가항목	평가지표
사업 계획 수립	사업 목적 적합성
	계획의 현실성
	계획 수립의 효율적, 민주적 시스템
사업 평가	내부 평가 시스템
	외부 평가 시스템
	평가 결과의 과학성
피드백 시스템	수혜자 평가 시스템
	지역 평가 시스템

<표 9> 평가지표 중 사업계획 수립 및 평가 시스템 평가표

(5) 수혜자 만족도

평가항목	평가지표
공통항목	정보공유 만족도
	웹사이트 만족도
	사업 제반 여건 만족도
	의견 반영 만족도
세부사업	교육사업
	창작지원사업
	정책연구사업
	상영지원사업
	아카이브 사업
	컨설팅사업

<표 10> 평가지표 중 수혜자 만족도표

(6) 종합 평가

평가항목	평가지표
영역별	퍼블릭 액세스 활성화
	미디어 교육 활성화
	지역 독립 콘텐츠 제작 활성화
주체별	장애인 및 기타 사회적 소수자 참여 활성화 및 접근성 확장
	다양한 지역 주체의 참여 및 활동 활성화

<표 11> 평가지표 중 종합 평가표

나. 평가지표 구성의 원칙

지역 미디어센터에 대한 평가 지표의 구성에 있어서, 지원 사업 및 지역 미디어센터의 특수성에 대한 고려에 기초하여 다음과 같은 기본 원칙을 설정한다.

(1) 평가 지표 구성의 원칙

(가) 지속성

최초로 시도되는 이번 평가 사업은 향후 지속적 평가를 위한 기초 프레임 설정하고 아울러 각 센터의 일상적 데이터 축적 시스템을 동일하게 모델링하는 등 지속적인 평가를 위한 초기 작업으로서의 성격을 지닌다.

1) 평가의 축적을 통하여 평가 프레임을 갱신한다.

지역적 특수성에 기초한 지역 미디어 센터의 사업 평가를 위한 정확한 프레임을 구성하기 위해, 초기에 설정된 평가 프레임을 지속적으로 수정한다.

2) 성찰적, 일상적 평가 시스템을 모색한다.

년차별 평가 이외에, 분기별, 반기별 평가 시스템을 안착시킴으로써 센터의 자체 평가 및 센터간의 교류를 증진시킴으로서 평가 과정이 센터의 활동을 일상적으로 강화할 수 있도록 자리매김한다.

(나) 정량적 평가와 정성적 평가의 결합

일반적으로 정량적 평가는 효율적일 수는 있으나 행정 편의주의적 해석으로 흐르거나 혹은 복잡한 맥락 하에 구성되는 현실을 제대로 드러내지 못하는 전도된 해석으로 이어질 우려가 크다. 특히 본 평가의 경우 평가의 대상이 되는 개체의 수가 2개소로 그 정량적 비교가 의미를 지니지 못할 뿐만 아니라 질적 평가에 기초한 개별적 발전 방향 및 종합적 정책 방향의 수립이 보다 중요하다는 점에서, 정성적 평가를 우선으로 하되 그 기초자료로 정량적 평가를 배치하는 평가 시스템의 내부 위계를 설정한다.

1) 정량적 데이터 - 정성적 평가의 연쇄로 구성

각 세부범주에 대한 평가에 있어서, 목적에 적합하게 사업이 실행되고 있는지, 정량적 데이터를 일부 참조하되 정성적으로 종합 평가한다.

2) 정량적 평가의 직접적 반영을 배제

교육 회수, 액세스 프로그램 방영 회수, 토론회 개최 회수, 발간물 수량 및 주기, 수강생수, 장비대여건수 등의 정량적 지표는 여타 요소와 연관하여 종합적으로 고려함으로써 의미를 지니므로 일부 예외적 경우를 제외하고 직접적 반영은 배제한다.

(다) 변별력

비록 2개 센터의 비교 평가 결과를 선명하게 드러낼 수 있는 정량적 비교 평가의 결론을 제시하지는 않을 것이나, 2개소 센터가 대규모 모델로서 광역 단위의 공적 서비스를 자기 역할로 설정하고 있다는 점에서 일정한 수준의 비교는 불가피하다. 따라서 본 평가에서는 변별력의 기초가 되는 센터별 총점 평가는 지양하되, 분야별 비교 및 종합을 통한 부분적인 상대평가는 포괄하기로 한다.

1) 평가의 기초적인 목적은 센터별 절대평가

이 평가 프레임의 초기 단계는 센터간의 격차를 판별하기 위한 평가가 아니며, 기초적으로는 각 센터에 대한 개별적 평가를 중심으로 하면서도 그 종합적 평가에 의해 정책적 개선 방향을 제시하는 것을 목표로 삼는다.

2) 평가의 축적을 통하여 절대평가지표를 재구성

평가 정보의 축적을 통한 평가지표의 재구성은 사업에 대한 재 개념화, 설계, 기획을 가능하게하고 사업 수행 불확실성을 감소시킬 수 있는 효과를 지닌다. 이후 데이터의 통합 및 각종 조사연구가 결합되고 평가 프레임이 보다 발전될수록 절대평가, 연차적 변화를 반영하는 평가 지표로 전환될 것이다.

(라) 보편성과 특수성

시청자미디어센터는 한편으로는 지역미디어센터라고 하는 하나의 공공 인프라로서 단일하고 통합된 조직으로서의 보편성을 지님과 아울러 다른

한편으로는 지역적 특수성을 포괄하는 다원적 차원에서의 개별적 조직 모델의 특수성을 내포한다.

1) 방통위 시청자미디어센터의 평가 프레임으로서의 보편적

양 센터에 대한 현재까지의 지원 사업 규모가 동일하다는 점, 그리고 공공적 인프라로서의 센터의 기본적 역할은 평가 범주 설정의 측면에서 동일하다는 점을 고려한다.

2) 이후 센터의 모델이 다층화될 경우 지표의 변화가 필요

현재 지원된 센터의 모델이 변하거나, 지원의 차등화 현상이 발생하거나, 센터의 양적 증가에 따라 센터간의 역할 조정이 발생할 경우 센터의 특성에 맞는 지표의 변화가 필요하다.

3) 타 센터에 대한 평가 지표 개발의 유력한 벤치마킹 대상

현재 여타 공공기관 및 방송사에 의해 설립된 각종 미디어센터가 방통위의 시청자미디어센터와 보편적 특성을 일부 공유하고 있는 인프라라는 점에서 이번 평가는 한국의 지역미디어센터 평가 프레임을 발전시키는 주요한 근거가 될 수 있다.

(마) 연관성

평가 과정이 그 효율성 및 편의성에만 치중할 경우, 사업별 평가, 조직 및 재정 평가 등의 영역이 평가의 주요 범주로 설정됨에 따라 다양한 사업의 연관효과, 그리고 센터의 개별 사업에 대한 평가만으로는 파악하기 어려운 지역 미디어 현실의 변화 등을 섬세하게 포착하지 못하는 우려 범할 가능성이 크다. 따라서 다음 두 가지 연계 고리에 대한 인식이 필요하다.

1) 사업 간의 연계 효과에 주목

주체의 성장 (Empowerment), 지역 미디어 민주주의의 발전, 퍼블릭 액

세스 및 독립영화의 활성화, 미디어 리터러시의 함양 등과 같은 센터의 운영 목표는 연관된 사업의 시너지를 통해서만 달성가능하며 (예를 들어 교육-창작지원-상영의 사업 연관 및 장비-공간 등의 하드웨어와 사업 간의 연관 등) 각 사업 영역 및 조건들은 개별적으로 평가될 뿐만 아니라 항상 연관관계속에서 평가되어야 한다.

2) 센터의 설립에 따른 지역 미디어 문화, 구조의 변화에 주목

센터의 올바른 운영을 평가하는 중요한 근거중 하나는 센터 외부의 지역시민사회, 지역 미디어 상황 등의 변화에 대한 기여도에 있으며, 이를 위해 평가 과정에서는 센터의 직접적인 활용자 이외의 지역의 변화 상황을 파악하는 데이터의 확보가 필요하다.

(바) 사업의 배치 및 총규모의 적절성

위에서 언급한 연관성의 확보와 밀접한 관련을 지니고 있는 것은 바로 각 사업 간의 배치, 곧 특정 사업 분야에 어느 정도의 인적 물적 자원 및 시간이 투입되고 있는가에 대한 판단 및 그러한 사업의 전반적인 연대기적 흐름을 어떻게 설정하고 있는지에 대한 판단이다.

1) 범주내부의 사업간 균형 및 초점에 주목

전문가중심 교육으로의 편중 혹은 전문가교육의 부재, 보편적 서비스와 선택적 서비스간의 균형과 조화, 교육주체 양성사업과 수강생 대상 후속사업의 연계, 보편적 서비스와 선택적 서비스의 배치, 특정 계층 및 공동체 대한 집중 및 편중 (반대의 경우는 지나친 백화점식 나열 혹은 종합적 접근) 등 총체적 운영 목표에 걸맞게 연관과 안배 및 초점을 고려하여 사업이 배치되고 있는가를 평가한다.

2) 총규모의 적절성을 판단

재정 및 인적자원의 규모에 적합하게 개별 사업 및 총 사업이 배치되고 있는가를 판단하되, 정성적, 정량적 평가를 종합하여 평가에 반영한다. 이

를 위해서는 기능적인 측면에서 사업을 구성하는 구성 요소를 조직화 및 관리하는 것이 요구되며, 효과적인 사업 계획의 수행을 위해 기술적인 사업 프로젝트계획을 통하여 사업의 총 규모 및 그 결과를 통제하는 것이 필요하다.

(사) 지역적 특수성

지역적 특수성에 대한 인식과 그에 기초한 실험이 어느 정도 이루어졌는가를 판단하는 것은 전체 평가를 관통해서 일관되게 유지되어야 할 태도이다. 이것은 한편으로는 지역적 특수성을 감안한 사업을 올바르게 수행했는지를 평가하는 것을 의미하며, 다른 한편으로는 그러한 지역적 특수성에 입각한 기획과 사업수행을 타 지역과 공유 가능한 형태로 가공하여 사회화하는 것을 포함한다.

1) 지역의 특수성을 고려하여 평가

지역의 정치·경제·사회·문화적 상황, 미디어 상황 등을 고려하여 올바른 사업 전략을 설정하고 사업을 수행하고 있는지를 평가하되, 지역 거점으로서의 미디어센터의 종합적 기능에 대한 판단과 결합하여 평가한다.

2) 지역 특수성을 감안한 사업의 사회화 가능성 여부를 판단

지역적 특성을 적극적으로 창조적으로 반영한 사업을 수행하였는지, 그리고 또한 그 사업이 타 지역에서도 효율적으로 벤치마킹할 수 있는 형식의 자료로 가공되었는지를 분석하여 평가에 반영한다.

(아) 상호작용적 평가의 지향

평가는 흔히 평가 수행 주체에 의한 일방적인 사업 수행 과정으로서 이해되나, 최근의 국제적 추세, 특히 비영리 공적 서비스 기관 및 단체에 대한 평가의 국제적 추세는 그러한 비영리적 사업의 성격에 걸 맞는 상호작용적(Interactive) 혹은 쌍방향적(Bidirectional) 평가 시스템의 추구이다. 이러한 상호작용적 평가는, 평가 과정이 (상호) 교육의 과정이어야 하

며 아울러 평가의 프레임을 현실에 맞게 교정하는 과정이어야 함을 의미한다. 물론 본 평가가 해당 센터에 대한 최초의 평가라는 점에서 평가주체에 의한 규정성은 불가피하나, 향후 평가의 지속적인 수행 과정에서 상호작용적 요소의 강화는 필수적이다.

1) 서비스 수혜자의 평가 데이터를 축적

서비스 수혜자의 평가 데이터 프레임을 설정하여 공유하며 일상적으로 데이터를 축적하고 지표에 적합한 각 센터의 일상적 데이터 축적 구조를 확보한다.

2) 기타 지역 주체의 평가 및 지역 미디어 상황의 변화 데이터를 축적

올바른 정책적 지향을 설정하기 위해 향후 센터의 서비스 수혜자 및 지역의 각종 주체에 의한 센터에 대한 평가를 조사하는 작업이 수반되어야 한다.

3) 향후 대상의 적극적인 참여를 조직하는 액션 리서치 (Action research) 방법론을 도입

이번 평가의 경우 평가 대상의 사업이 아직 안정화되지 못한 상태이므로 평가 대상의 적극적인 평가 과정 참여는 용이하지 않으나, 향후에는 평가 과정 자체가 사업의 올바른 수행을 위한 교육과 소통의 과정이 될 수 있도록 액션 리서치의 방법론을 도입한다.

다. 평가항목 및 세부 평가지표

시청자미디어센터의 평가지표체계는 사업 평가, 조직 및 재정 평가, 연계사업 및 네트워킹 평가, 사업계획 수립 및 평가 시스템 평가, 수혜자 만족도, 종합 평가 등 총 6개 영역으로 구성한다.

각 영역별 평가 항목 및 지표는 다음과 같다.

시청자미디어센터의 평가 영역 및 지표

평가 영역	평가항목	평가지표 수
사업 평가	10	28
조직 및 재정 평가	5	17
연계사업 및 네트워킹 평가	4	11
사업계획 수립 및 평가 시스템 평가	3	8
수혜자 만족도	2	10
종합 평가	2	5
계	26	79

<표 12> 시청자미디어센터의 평가 영역 및 지표

(1) 사업 평가

(가) 지표의 배경 및 초점

1) 종합 지원 공공 중심체로서의 시청자미디어센터

분류 및 지표의 기준은 다음과 같다. 우선 교육과 창작지원이라는 2개의 축을 중심으로 평가한다. 또한, 개별 사업의 성과에 매몰되지 않도록 전체 사업의 배치 및 연관성 역시 독립된 항목으로 편성한다.

2) 사업영역별 수행 정도, 각각의 연관성에 대한 고려

목표 달성은 연관된 사업들의 연계 및 시너지에 의해 가능하므로, 개별 사업평가지 연관성을 반드시 고려하며 이를 평가에 반영한다.

(가) 평가 데이터

- 항목별 보고서 및 통계 자료

(나) 평가 항목

평가항목	평가지표
교육사업	상설교육
	공동체 미디어교육
	체험학습
	교육 지원
	회원교육 등 기타 교육
	수강생 사후 관리 및 지원
	사업배치 및 총규모의 타당성
창작지원사업	장비 활용
	공간 활용
	지원 프로그램
정책연구 사업	연구사업
	법제도 개선 참여
	정책 대중화
상영사업	자체 상영 사업
	상영 지원 사업
아카이브 사업	아카이브 구축
	아카이브 접근성 및 활용
컨설팅 사업	5개 영역관련 컨설팅사업(교육에서 아카이브까지)
	타사업과의 연계 효과
장비 및 공간	장비 관리 및 활용
	공간 관리 및 활용
웹사이트관리 및 운영	사이트 구축
	사이트 운영 및 만족도 종합평가
정보 공유	정보의 취합, 공개 시스템
	정보의 공유 시스템
사업배치 및 연관성	사업배치
	총규모
	연관 효과

<표 13> 시청자미디어센터 평가 항목

(라) 세부평가항목

1) 교육 사업

가) 지표구성의 의미

- 미디어 리터러시 함양이라는 미디어센터의 활동 목표와 관련하여 핵심적인 영역이다.
- 지역사회 이슈를 담아내는 비판적, 실험적 콘텐츠를 생산하고 소통하는 주체를 형성하는 것이 초점이다.
- 공동체 미디어교육의 경우, 특히 사회적 소수자의 커뮤니케이션 권리를 적극적으로 실현하는 교육이라는 점에서 의의를 지닌다.

나) 분류 기준 및 분류

분류 기준	분류		
강좌 내용	제작과정에 기초한 분류	종합제작 과정	장르 - 다큐멘터리/극영화 등 기타 - 퍼블릭 액세스 등
		개별제작 과정	기획/구성/촬영/조명/ 편집/녹음/믹싱/배급
	제작-이론 연관 에 따른 분류	제작 기술	하드웨어/소프트웨어
		이론	비평/분석/전략/정책 등
	수준별 분류	초급/중급/고급 교육	
강좌 형태	상설 강좌		
	공동체 미디어교육		
	체험학습		
교육 대상	보편적 교육/계층별 교육		
	회원관련교육 = 정회원 입회 교육 / 회원 대상 교육		
	일반 교육/강사 훈련 교육		
교육비용	무료/유료		
기타	공동체 라디오 교육 등		

<표 14> 사업 평가 영역의 세부 분류기준

- 다음 각항의 분류에 따라 해당교육이 어느 정도로 계획되고 시행되었으며 어떤 성과를 거두었는가를 평가한다. 평가의 일차적 분류기준은 강좌형태 및 교육지원 사업을 포괄한다.

(다) 평가의 초점

- 교육의 총체성 : 미디어에 대한 기술적 이해, 영상언어의 이해, 전반적인 미디어 구조 및 퍼블릭 액세스 등 미디어의 공공성에 대한 이해를 증진시키는 교육.

- 교육의 상호연관성 : 개별 교육의 다양한 조합에 의한 다양한 지역 주민의 욕구에 부응하는 교육. 첫째, 기술적 교육에만 치우치는 것이 아니라 테크놀로지와 인간, 렌즈와 시선, 매체와 사회 환경의 연관성을 파악할 수 있도록 하는 교육. 둘째, 다양한 수준별 교육을 통해서 누구나 수준에 맞는 교육을 수강할 수 있으며 아울러 미디어 리터러시를 고양시킬 수 있는 수준상승별 교육의 프로세스가 제공되어야 함.

- 보편적 서비스와 선택적 서비스로서의 교육의 배치 : 지역 주민 누구나 수강할 수 있는 교육을 제공함으로써 보편적 교육의 기회를 증대함과 동시에, 사회적 약자/소수자 및 지역 민주주의의 발전에 있어서 적극적인 역할을 하는 시민사회단체의 교육 참여를 적극적으로 조직하는 교육.

- 비판적 읽기와 참여적 제작의 통합적 교육 : 미디어에 대한 이해와 활용 교육을 결합시키면서, 아울러 모든 교육에 있어서 미디어 구조에 대한 이해, 공적 미디어, 참여 미디어, 커뮤니케이션 권리에 대한 이해를 증진시키는 교육.

- 회원 가입 교육의 실시 여부 : 센터에 대한 접근성을 높이고, 서비스 제공자와 수혜자간의 직접적인 소통을 보장하며 장비의 적절한 비영리적 활용을 가능하게 하는 교육.

- 실습 결과물보다는 과정의 충실성에 주목 : 특히 실습이 포함된 교육의 경우 성과 위주의 교육이 아니라 결과물 평가를 포함하는 과정의 충실성이 보다 평가되어야 함.

- 피교육생에 대한 사후 프로그램과의 결합 : 교육 결과 배출된 피교육생에게 어떤 교육 / 훈련 / 활동의 프로그램을 제공하는가 역시 교육의 성과를 좌우하며, 이는 조직화 및 네트워킹 사업 항목에서 연관성을 고려하여 별도 평가함.

- 지역적 특수성에 입각한 교육 : 지역 사회의 현안, 지역의 계층 계급별 분포, 미디어 구조 및 참여적 미디어, 공공적 미디어의 현실을 고려하여 그에 적합한 교육의 배치가 이루어지고 있는가를 평가함. 아울러 지역의 교육 주체의 양성이라는 관점에서 강사 훈련이 체계적으로 진행되고 있는가도 평가함.

(라) 평가의 방식

(피교육생의 평가를 기초로 하여 다음 데이터를 참조로 정성적 평가)

- 수강생 분포 (성별, 연령, 직업 등)
- 수강생 수 (초기 수강인원 및 그 변화의 통계)
- 수강료의 수준 및 지불방식
- 수강경위 및 목적
- 교육 목표 : 적절성 및 성취도
- 교육 내용 : 만족도, 교육의 양, 수강 목적과 교육 내용의 일치여부
- 교수 방법 : 교사, 교수방법, 효율성, 교사의 태도, 계획서와의 일치여부, 수업시 활용 시청각자료
- 교육환경과 운영방식 : 전체적 만족도, 강의당 학생 수, 교육시간 (양 및 시간대), 수강료, 기자재 제공, 조교 역할
- 피교육생 종합 평가 : 획득한 성과, 획득한 내용의 활용가치, 내용에 대한 관심도의 증대, 센터 교육 신뢰도, 상위 수준의 교육에 대한 관심여부, 강의 추천여부

2) 창작지원사업

가) 지표구성의 의미

- 장비, 공간의 제공 및 각종 지원 사업을 통한 자기표현 및 창작의 활성화가 초점이다.

- 시민의 일상적 자기표현으로부터 지역의 비영리 전문창작주체의 창작 활동까지를 포괄하여 지원해냄으로써 지역의 비영리적 콘텐츠를 강화하며 영상 활동 주체를 양성하는데 그 목적이 있다.

나) 분류 기준 및 분류

- 다음 각항의 분류에 따라 해당 사업이 어느 정도로 계획되고 시행되었으며 어떤 성과를 거두었는가를 평가한다. 평가의 일차적 분류기준은 아래의 기초 분류 기준을 채택한다.

창작지원사업의 분류기준

분류 기준	분류	
장비 활용	수준별 분류	초보용/준전문가용/전문가용
	용도별 분류	교육용/대여용
	제작과정별 분류	촬영/조명/편집 /녹음(필드 및 스튜디오)/믹싱
	이동성에 따른 분류	센터 비치 장비 - 이동 장비
	요금에 따른 분류	무료/유료
공간 활용	용도별 분류	각종 회의/오디션/시사/후반작업
	요금에 따른 분류	무료/유료
창작 지원	대상별 분류	회원/수강생/기타
	제작과정별 분류	촬영/조명/편집/녹음/ DVD 제작/기타 후반작업

<표 15> 창작지원사업의 분류기준

다) 평가의 초점

- 지원사업의 상호연관성 : 각종 지원 사업의 다양한 조합에 의한 다양한 지역 주민의 욕구에 부응하는 지원.

- 보편적 서비스와 선택적 서비스로서의 지원사업의 배치 : 지역 주민 누구나 비영리적 목적으로 장비를 활용하려 할 경우 그 기회를 보장함으로써 보편적 서비스를 확대함과 동시에, 사회적 약자/소수자 및 지역 민주주의의 발전에 있어서 적극적인 역할을 하는 시민사회단체에 대한 선택적 지원을 배치.

- 피교육생에 대한 사후 프로그램과의 결합 : 교육 결과 배출된 피교육생에게 적합한 창작지원사업을 제공.

- 지역적 특수성에 입각한 장비 제공 : 지역 사회의 현안, 지역의 계층 계급별 분포, 미디어 구조 및 참여적 미디어, 공공적 미디어의 현실을 고려하여 그에 적합한 장비의 지원이 이루어지고 있는가를 평가함.

라) 평가의 방식

(장비를 활용하는 수혜자의 평가를 기초로 한 다음 데이터를 참조로 정성적 평가)

- 분야별 장비 보유 현황
- 장비별 활용도
- 장비사용자 구성 분포 (성별, 연령, 직업)
- 장비사용 사업건 및 활용 인원 (초기 활용인원 및 그 변화의 통계)
- 사용료의 수준 및 지불방식
- 사용 목적
- 사용 절차 등 기타

3) 정책연구 사업

가) 지표구성의 의미

- 지역의 비영리적 미디어 관련 활동의 주요한 조건으로 작동하는 전국적, 지역적 차원의 법제, 정책의 바람직한 변화를 모색하는 활동 영역이다.

- 아울러, 각종 실천의 전략적 방향을 제시하고 아울러 활동 주체의 인식의 프레임과 참조 정보를 제공하는 활동이다.

나) 분류 기준 및 분류

- 다음 각항의 분류의 따라 해당 사업이 어느 정도로 계획되고 시행되었으며 어떤 성과를 거두었는가를 평가함. 평가의 일차적 분류기준은 활동양식별 분류를 기초로 한다.

정책연구 사업의 분류기준

분류 기준	분류
활동양식 (평가의 기준)	연구사업
	법제도개선과정 참여
	연구성과의 대중화
연구 주제	미디어 공공성/공공적 미디어/독립영화/ 퍼블릭 액세스/미디어교육/공동체 라디오/ 공적 기금의 운용/지역미디어 활성화 등
연구 영역	추상 이론적 이슈/법제 및 정책적 이슈 /기술적 이슈 / 커리큘럼 연구 등

<표 16> 정책연구 사업의 분류기준

다) 평가의 초점

- 정책 연구의 전문성 : 공공적 미디어 영역에 적합한 전문성.

- 정책연구의 시의성과 장기성 : 긴급한 대응이 필요한 사안과 장기적 준비가 필요한 사안에 대한 동시 대응.

- 정책연구의 총체성 : <연구 - 제안 - 법제 및 정책 변화 - 대중적 인식의 변화> 선순환 구조를 형성.

- 연구 주체의 형성 : <연구를 위한 조직화 - 정책 변화를 위한 조직화> 등 두 개의 조직화 사업에 주목. 별도 연구 역할 및 부서 설치 여부, 외부 결합 여부를 판단.

- 연구 성과에 대한 장기적 평가 : 정책 개입의 성과가 실제로 구현되는 데는 시간 지체가 있음을 고려하여 평가.

라) 평가의 방식

(다음 데이터를 참조로 하여 정성적 평가를 실시)

- 각종 연구 결과물
- 토론회, 세미나, 설명회 등의 개최회수 및 서기록
- 온오프라인 정기 발간물을 통한 성과 발표
- 연구팀의 조직화 및 네트워킹
- 연구 및 조직화 사업에 기초한 실질적인 법제, 정책 개선 결과
- 연구 주제에 대한 센터 내부의 토론 조직화

1) 상영 사업

가) 지표구성의 의미

- 상업적 성격이 강한 콘텐츠에 비해 상대적으로 소개되지 못한 독립영화나, 각종 퍼블릭 액세스 구조를 통해서 생산된 다양한 콘텐츠를 소개함으로써 지역민의 문화적 향유 기회를 확대한다.

- 다양한 내용과 형식의 콘텐츠를 접함으로써 지역 주체의 자기표현 능력, 전문적 콘텐츠 생산능력 향상을 도모한다.

나) 분류 기준 및 분류

다음 각항의 분류의 따라 해당 사업이 어느 정도로 계획되고 시행되었으며 어떤 성과를 거두었는가를 평가함. 평가의 일차적 분류기준은 사업 주체별 분류를 기초로 한다.

상영사업의 분류기준

분류 기준	분류	
사업주체 (평가의 기준)	자체 상영 사업	
	상영 지원 사업	
상영공간	자체 상영 사업	
	외부 상영 사업	
활용 콘텐츠의 성격	제작 및 소통 구조	산업 영역/독립영화/퍼블릭 액세스
	장르	극/다큐멘터리/애니메이션/실험영화 등
	자료 출처	소장 자료/기타 수급 자료

<표 17> 상영사업의 분류기준

다) 평가의 초점

- 콘텐츠의 확보 : 자체 아카이브 확보 및 수급.
- 상영 콘텐츠의 다양성 및 적절성 : 활용 콘텐츠의 성격에 따라 그 다양성 및 적절성을 평가.
- 보편적 서비스와 선택적 서비스 : 특정한 대상이 없는 상영사업 및 특정 계층을 대상으로 한 상영사업의 적절한 배치.
- 지역 상영 활동 주체의 발굴 및 지원 : 지속적 상영 활동에 관심을 갖는 주체의 발굴, 교육 및 지원.

라) 평가의 방식

(다음 데이터를 참조로 하여 정성적 평가를 실시)

- 자체상영회 및 지원상영 회수
- 상영회별 참여인원 / 인적 구성 / 만족도
- 상영회의 정기성 / 신속성

5) 아카이브 사업

가) 지표구성의 의미

- 사업의 기본 의미는 상영사업의 의미와 동일하나, 자료를 지속적으로 축적하여 이를 상영 및 교육에 활용할 수 있도록 한다는 점에서 중요한 의미를 지닌 사업 분야이다.

나) 분류 기준 및 분류

- 다음 각항의 분류의 따라 해당 사업이 어느 정도로 계획되고 시행되었으며 어떤 성과를 거두었는가를 평가한다. 평가의 일차적 분류기준은 아카이브의 구축 및 활용의 2분류를 채택한다.

아카이브 사업의 분류기준

분류 기준	분류	
아카이브	자체 상영 사업	
구축	상영 지원 사업	
아카이브	자체 상영 사업	
활용	외부 상영 사업	
아카이브의 성격	기호적 특성	텍스트/사진/그래픽/영상 등
	용도	교육/상영/정책/정보 공유 등
	자료 출처	수급 자료/교육성과 및 자체제작 자료

<표 18> 아카이브 사업의 분류기준

다) 평가의 초점

- 자료의 수급 : 활용을 위한 다양한 아카이브 자료의 구입 및 기증 유치.

- 자료의 생산 : 각종 사업에서 활용 가능한 자체 제작 자료의 생산.
- 자료의 활용 : 확보한 각종 자료를 각종 사업에서 적극적으로 활용.
- 자료의 접근성 : 아카이브에 대한 서비스 수혜자의 자유로운 접근과 활용.

라) 평가의 방식

(다음 데이터를 참조로 하여 정성적 평가를 실시)

- 소장 자료 리스트
- 웹 구현 등 리스트 및 아카이브 콘텐츠에 대한 접근성 관련 자료

6) 컨설팅 사업

가) 지표구성의 의미

- 개별 교육, 창작, 상영, 정책 사업 등 모든 영역에 걸친 센터 외부 주체의 각종 영상 관련사업의 자문을 통해서 지역 주체가 강화되도록 지원하는 사업이다.
- 정형화된 교육 및 지원프로그램의 한계를 넘어서는 사업이자 센터의 운영방식 및 사업구조, 조직문화 등을 성찰할 수 있는 서비스 수혜자와의 쌍방향 소통의 의미를 지닌다.

나) 분류 기준 및 분류

- 다음 각항의 분류의 따라 해당 사업이 어느 정도로 계획되고 시행되었으며 어떤 성과를 거두었는가를 평가한다. 평가의 일차적 분류기준은 사업영역별 컨설팅과 연계효과의 2분류를 채택한다.

컨설팅 사업의 분류기준

분류 기준	분류
영역별 분류	교육/창작/상영/연구 활동 등
컨설팅 방식별 분류	면접/회의/라운드 테이블 등
정기성 여부	단발성 컨설팅/지속적 컨설팅

<표 19> 컨설팅 사업의 분류기준

다) 평가의 초점

- 능동적 컨설팅 : 계층별, 영역별 찾아가는 컨설팅.
- 사업 연관효과를 극대화하는 컨설팅 : 영역별 사업의 경계를 극복하는 컨설팅.
- 지속적 네트워킹의 일환으로서의 컨설팅 : 주체간의 연계를 확대시키는 컨설팅.

라) 평가의 방식

(다음 데이터를 참조로 하여 정성적 평가를 실시)

- 컨설팅 분야, 시행 회수, 대상 및 서기록
- 정기적 컨설팅의 수행 여부

7) 장비 및 공간

가) 지표구성의 의미

- 교육을 통해서 배출된 주체 및 지역의 자기표현 주체, 콘텐츠 생산의 주체들에게 제작을 위한 직간접 지원을 위한 물리적 하드웨어의 구축 및 활용한다.
- 기술적 변화의 추이 및 수요의 변화, 새로운 사업 전략의 지향을 반영하는 지속적인 업그레이드, 정비와 재배치가 필수적이다.

나) 분류

- 장비와 공간 구성의 분류 항목은 아래와 같으며, 평가의 일차적 분류

기준은 공간과 장비로 구분하되 각각 규모, 구성, 관리, 접근성의 4대 항목으로 구분한다.

장비 및 공간의 분류

분류 기준	분류	
장비	수준별 분류	초보용/준전문가용/전문가용
	용도별 분류	교육용/대여용
	제작과정별 분류	촬영/조명/편집/입출력 /녹음(필드 및 스튜디오)/믹싱
	이동성에 따른 분류	센터 비치 장비 - 이동 장비
공간	기본공간구성	녹음실/편집실/디지털교육실/자막편집실 / 입출력실/대강의실/회의실/기자재보관실 / 사무공간/로비/편의공간(화장실,휴식공간) / 공유공간 (엘리베이터 등)
	용도별 공간 분류	교육/시사/세미나/회의/오디션/후반제작 /기자채수납 공간 등

<표 20> 장비 및 공간의 분류

다) 평가의 초점

- 활동에 적합한 장비의 구축 :교육, 상영, 아카이브 등 다양한 활동에 적합하게 장비를 구축하고 활용되고 있는지 여부.
- 디지털 기술의 발전에 따른 업그레이드 : 소프트웨어 업그레이드, 하드웨어 교체 및 정비 여부.
- 장비의 다양성과 적정한 안배 : 수준별, 용도별, 제작과정별 수요에 부응하는 적절한 장비의 구축 여부.
- 장애인 접근성 :공 간, 장비 모두에 있어서 장애인 접근성의 확보 여부.

라) 평가의 방식

(다음 데이터를 기초로 기자재 구축의 양, 분류별 배치, 활용도를 고려

하여 정성적 평가)

- 분야별 장비 보유 현황 및 총규모
- 장비 구축 및 정비, 업그레이드, 손상실 현황
- 접근성 관련 데이터
- 장비 활용 관련 데이터

8) 웹사이트 관리 및 운영

가) 지표구성의 의미

- 센터 활동과 관련된 각종 정보를 온라인상으로 적절하고 신속하게 제공함으로써 정보의 활용도를 높인다.
- 활동을 공개하고 각종 정보를 공유하고 쌍방향적 소통구조를 확보한다.
- 온라인 장비 임대 및 교육 신청을 구현하여 사용자 편의성 및 업무처리 효율성을 극대화한다.
- 수혜자의 자발적 활동을 위한 온라인 공간을 제공한다.

나) 분류 기준 및 분류

다음 각항의 분류의 따라 해당 사업이 어느 정도로 계획되고 시행되었으며 어떤 성과를 거두었는가를 평가한다. 평가의 일차적 분류기준은 사이트구축과 운영/만족도의 2분류를 채택한다.

웹사이트 관리 및 운영의 분류기준

분류 기준		분류	
사이트 구축		하드웨어/소프트웨어/사이트 구조/콘텐츠	
사 이 트 운 영	서버관리	회선, S/W 점검, 다운 및 에러에 대한 신속한 대응 등	
	콘텐츠 관리	기능관리	정상 작동, 오류 발생 시 신속한 수리

	커뮤니티 관리	업로딩 사이클링과 백업/불량 이 용자 제재/불량게시물 처리/신속한 답변 /새로운 콘텐츠 기획 및 구현 등
	게시판운영원 칙	설정 및 집행
커뮤니티	구축 및 활성화	
프로모션	정기 메일링, 웹선전물 제작 배포, 관련 사이트에 홍보물 게시, 검색 사이트 등록, 각종 이벤트	
온라인 회원 관리	회원 가입 및 탈퇴/기타 서비스	

<표 21> 웹사이트 관리 및 운영의 분류기준

다) 평가의 초점

- 사용자의 편의성 : 사이트 구조 및 개별 페이지의 가독성 / 장애인 접근성.
- 정보의 개방성 : 각종 센터의 운영 및 활동 관련 정보의 웹 구현.
: FOSS (Open source and free software) 채용 여부.
- 대응의 신속성 : 질의에 대한 답변의 신속성 및 질적 수준.
- 업데이트의 신속성 및 정기성 : 각종 정보의 신속한 업데이트.
- 커뮤니티 구축 및 활성화 : 수혜자의 활동 공간으로서의 편의성 구현 여부 및 활성화 여부.
- 오류 수정의 신속성 : 내용상 오류 및 기술적 오류의 신속한 보정 및 공지.

라) 평가의 방식

(다음 데이터를 참조로 하여 정성적 평가를 실시)

- 운영실적 및 분석 결과 반영 여부 : 접속건수, 활용추이, 게재량
- 답변글 신속처리 결과 관련 데이터
- 웹 구현 관련 업무 분장표

9) 정보 공유

가) 지표구성의 의미

- 센터 활동을 대내외적으로 공개한다.
- 수혜자의 활동에 도움이 되는 각종 정보를 제공한다.
- 수혜자의 정보 공유를 촉진하여 각종 정보의 시너지 효과를 극대화한다.

나) 분류 기준 및 분류

다음 각항의 분류의 따라 해당 사업이 어느 정도로 계획되고 시행되었으며 어떤 성과를 거두었는가를 평가한다. 평가의 일차적 분류기준은 정보 처리 시스템 항목을 채택한다.

정보공유의 분류기준

분류 기준	분류
정보의 출처	자체 생산 정보
	회원 생산 정보
	기타 정보
정보의 기호적 특성	영상/음향/텍스트/그래픽/사진 등
정보의 외화 방식	온오프라인 뉴스레터/온오프라인 발간물/웹
정보의 성격	백서/연구자료/커리큘럼 등
정보 처리 시스템	정보의 공개 시스템
	정보의 공유 시스템

<표 22> 정보공유의 분류기준

다) 평가의 초점

- 정보 공개 여부 및 공개 수준.
- 각종 정보의 공개 시스템.
- 각종 정보의 공유 시스템.

라) 평가의 방식

- 분류 기준에 포괄되는 각종 데이터를 참조로 하여 정성적 평가를 실시

10) 사업 배치 및 연관성

가) 지표구성의 의미

- 영역별 사업 분포 및 연관 효과를 파악하기 위한 범주이다.

나) 평가의 초점

- 각 사업의 상대적 규모의 적절성을 판단한다.
- 각 사업 간의 유기적 연관성을 판단한다.

다) 평가의 방식

- 이상의 항목별 사업 평가를 기초로 정성적 평가를 실시.

(마) 세부 평가 항목

평가항목	평가지표	세부 평가 지표
교육사업	상설교육	사업 평가
		사업의 배치
		총규모
	공동체 미디어교육	사업 평가
		사업의 배치
		총규모
	체험학습	사업 평가
		총규모
	교육 지원	사업 평가
		사업의 배치
		총규모
	사업배치 및 총규모의 타당성	사업 배치
총규모		
창작지원 사업	장비 활용	사업 평가
		총규모
	공간 활용	공간 배치
		공간 활용

	지원 프로그램	사업 평가
		사업 배치
		총규모
정책연구 사업	연구사업	주제 적절성
		연구 성과
		내부 논의 조직화
	법제도 개선 참여	전략 수립
		제도개선 촉구 조직화
	정책 대중화	법제, 정책의 실질적 개선
온오프라인 발간물 토론회, 세미나, 설명회 등		
상영사업	자체 상영 사업	전용공간 활용 상영회
		센터 주최 외부 공간 상영회
	상영 지원 사업	사업 평가
		사업 배치 총규모
아카이브 사업	아카이브 구축	기타 자료 아카이빙
		센터 생산 자료 아카이빙
	아카이브 활용	접근성 활용도 및 만족도
컨설팅 사업	5개 영역 관련 컨설팅 사업 (교육에서 아카이브까지)	
	타사업과의 연계 효과	
장비 및 공간	장비 관리 및 활용	
	공간 관리 및 활용	
웹 사이트 관리 및 운영	사이트 구축	
	사이트 운영 및 만족도 종합평가	
정보 공유	정보의 취합, 공개 시스템	
	정보의 공유 시스템	
사업배치 및 연 관성	사업배치	
	총규모	
	연관 효과	

<표 23> 사업 평가 영역의 세부 평가 항목

(2) 조직 및 재정 평가

(가) 지표의 배경 및 초점

1) 조직 및 직원 평가의 중심성

시청자미디어센터는 공공적 인프라로서 독립성, 전문성을 보장하기 위한 조직적 시스템을 구축할 필요가 있으며 이를 위해 내부에 민주적이고 효율적인 소통 및 의사결정, 그리고 역량강화의 시스템을 구축해야 한다. 아울러 그 운영은 적정 수준에서 공개되어야 한다. 이러한 조직 영역은 해당 평가 영역 중 가장 핵심적인 부분이다.

2) 재정 평가의 필요성

공공성을 중심에 놓는 지역미디어센터는 지역 주민에 대한 공적 서비스 기관이라는 점에서 적절한 재원을 확보해야 하며, 그 운영은 효율적이어야 하고 재정 상태는 투명하게 공개되어야 한다. 시청자미디어센터는 방통위의 종합적 지원에 기초하고 있다는 점에서 사업의 확대 차원에서 여타 공적 지원의 확보 여부, 예산의 효율적 활용, 재정의 투명한 공개 등이 주요한 평가 지표라고 할 수 있다.

3) 장비 및 공간 구축의 중요성

센터의 사업 목표에 걸맞게 장비 및 공간 구성이 필요하며, 기술적 변화의 추이 및 수요의 변화, 새로운 사업 전략의 지향을 반영하는 지속적인 업그레이드와 재배치는 필수적이다.

4) 홍보사업의 중요성

센터의 전체 이미지 및 인지도를 제고하며, 아울러 회원을 적절한 규모에서 유지 확대하고, 개별 사업의 성과를 극대화하기 위한 적절한 홍보 전략과 사업이 필요하다.

(나) 평가 데이터

- 면접조사, 항목별 보고서 및 통계 자료

(다) 평가 항목

평가 항목	평가지표
운영위원회	주요 의사결정 및 자문 역할
	정보 공개
	센터 운영인력과의 소통
	지역사회와의 소통
조직 전반	독립성
	전문성
	민주주의
	복리후생
재정	공공성
	효율성
	개방성
직원	전문성
	민주적 소통 능력
	서비스 역량
	팀워크
홍보	이미지 홍보 및 인지도 제고
	개별 사업 홍보
	이미지 홍보와 전체 홍보의 연관성

<표 24> 조직 및 재정영역

(라) 세부 평가지표 구성

1) 운영위원회

가) 지표구성의 의미

- 시청자미디어센터의 독립성을 보장하기 위한 운영위원회의 구성과 운영에 대한 평가이다.
- 최고 의사결정조직으로서의 주요 의사 결정 부분, 자문 역할, 그리고 정보 공개와 관련된 평가가 일차적 평가 영역이다.
- 운영 스태프 및 지역사회와의 원활한 소통이 이차적 평가 영역이다.

나) 분류

- 의사결정 및 자문 역할, 정보 공개, 센터 운영인력과의 소통, 지역사회와의 소통 등 4대 항목을 일차적 분류 기준으로 설정한다.
- 사업 수행 평가와는 달리 사업 간의 연관효과의 종합적 평가 없이도 평가가 가능하다.

다) 평가의 초점

- 의사결정 및 자문 역할 : 외부의 간섭을 배제하는 지역시민사회 및 비영리 영상 활동 주체에 의한 자율적 운영구조가 어느 정도 작동하는지, 그리고 그 내부의 의사결정 및 관련 전문가로서 센터에 대한 자문 역할이 어느 정도로 이루어지고 있는지 여부.
- 정보 공개 : 운영위원회의 논의 및 결정 사항의 스태프 및 지역사회를 대상으로 한 공개.
- 센터 운영인력과의 소통 : 운영위원회 회의 체계 및 기타 센터의 각종 사업 전개 과정에서 스태프와의 다층적 소통이 이루어지고 있는 지 여부.
- 지역사회와의 소통 : 운영위원회와 지역 시민사회 및 비영리영상제작 관련 주체간의 공식적 소통 및 비공식적 소통 여부.

라) 평가의 방식

(아래 데이터를 참조로 하여 정성적 평가를 실시)

- 운영위원회 구성 및 운영위원회의 시민사회 대표성, 독립/대안적 영상 부분 포괄 여부, 사회적 소수자 비율
- 운영위원회 개최 회수 및 주기

- 운영위원회 회의록 축적 및 공개
- 운영위원회에 대한 외부의 피드백과 이에 대한 대응과 의견 개진
- 각종 센터 사업에 대한 운영위원회 및 개별 위원의 참여
- 운영위원회 및 개별 위원과 센터 스태프간의 다층적 소통 관련 데이터

2) 조직

가) 지표구성의 의미

- 사업을 실행하는 주체의 상태를 평가하는 영역이다.
- 최고 의사결정조직과 사업수행조직 양자의 구성, 내부 시스템 및 상호 관계에 주목
- 독립성, 전문성, 민주주의가 핵심 키워드이다.

나) 분류

- 핵심 키워드에 덧붙여 직원의 안정적 활동을 보장하는 복리 후생을 포함하여 4대 항목을 일차적 분류 기준으로 설정한다.
- 사업 수행 평가와는 달리 사업 간의 연관효과의 종합적 평가 없이도 평가가 가능하다.

다) 평가의 초점

- 운영의 전문성 : 각종 사업 실행과정에서 드러나는 전문적 소양.
- 운영의 독립성 : 외부의 비판 및 제안을 수용하면서도 독립적인 판단 및 사업 수행을 하고 있는지 여부.
- 민주주의 : 내부의 위계를 최소화하고 민주적으로 의사소통하고 의사결정하는 구조 및 문화 형성.
- 적절한 복리 후생 : 재정에 지나친 부담을 주지 않는 선상에서 임금 및 기타 복리후생의 적정 수준 유지.

라) 평가의 방식

(아래 데이터를 참조로 하여 정성적 평가를 실시)

- 조직 내부의 위계 및 권한의 분배에 관한 입증 자료
- 조직 내부의 민주적 의사소통 및 의사결정을 판단할 데이터, 예를 들어 전체회의 개최여부, 이를 주제로 한 집중회의 개최여부 및 해당 의사록이 있을 수 있음
- 각종 사업에서 드러나는 비전문적 혹은 전문적 사업 기획 및 수행의 수준 판별

3) 재정

가) 지표구성의 의미

- 운영을 위한 적절한 재원의 확보 및 효율적 활용이 그 핵심 내용이다.
- 공공성, 효율성, 개방성이 핵심 키워드이다.

나) 분류

- 지역미디어센터의 일반적인 수입과 지출의 분류 항목은 아래와 같으나, 시청자미디어센터는 수입이 방통위의 지원금이며, 사업수익이 거의 없다는 점이 특징이다. (<조직>평가와 마찬가지로, <사업> 평가와는 달리 사업 간의 연관효과의 종합적 평가 없이 평가가 가능함)

지역미디어센터의 재정구조

수입 항목	지출 항목
<보조금> 지자체지원금 기타협찬금	<인건비 및 관리비> 복리후생비 기관운영비 일반관리비
<사업수입> 미디어 교육	<사업비> 상설교육사업

공간 및 장비 임대 회원가입·재가입비 기타수입	찾아가는 미디어교육 창작지원사업 정책개발사업 기타사업비
<위탁프로그램 수입>	<위탁프로그램 지출>
수입총계	지출총계

<표 25> 지역미디어센터의 재정구조

다) 평가의 초점

- 공공성 : 안정적 운영을 위한 공적 지원의 부가적 확보가 있는지 여부.
- 효율성 : 지출 항목 중 비용이 과다 책정되어있거나, 기타 불요불급한 지출 여부를 평가.
- 개방성 : 재정 관련 정보는 센터 내부 조직체계에서는 최소한 분기별로, 외부에 대해서는 회계연도 종료시 공개되어야 함.

라) 평가의 방식

- 연도별 예산계획서 및 결산서를 참조로 하여 정성적 평가를 실시

4) 직원

가) 지표구성의 의미

- 전문적, 민주적 운영을 위한 인적 구성의 중요성을 강조하는 평가 항목이다.

나) 분류 기준 및 분류

- 분류 항목은 아래와 같으며, 평가의 일차적 분류기준은 현재의 역량, 잠재력, 서비스 역량, 팀워크의 4대 항목으로 구분하여 평가한다.

시청자미디어센터 직원 분류

분류 기준	분류
부서별 분류	미디어교육/창작지원/기획홍보/정책연구 등
경력별 분류	미경력/중견 (해당 분야 5년 이하)/숙련 (5년 이상)
성별/연령별 분류	성별/연령별

<표 26> 시청자미디어센터 직원 분류

다) 평가의 초점

- 역량에 대한 총체적 평가.

전문성 : 이론, 정책, 제작, 교육 등 해당 분야 전문성

민주적 소양 : 민주적이고 효율적인 조직운동을 위한 소양

서비스 역량 : 수혜자 만족도, 불만처리프로세스 등의 데이터를 기초로 한 공공 서비스 역량에 대한 평가

팀워크 : 사업 간의 유기적 연계 확보, 민주적 조직문화 강화를 위한 팀워크의 고양 수준

- 현재 역량 및 잠재력 : 이상의 4영역에 대해, 현재의 종합적 역량 및 발전 가능성을 평가함

라) 평가의 방식

(다음 데이터를 기초로 정성적 평가)

- 직원의 규모
- 개별 직원의 역량 평가를 위한 경력, 보고서/커리큘럼/각종 포트폴리오 등 성과물
- 수혜자의 직원별 만족도
- 직원 상호 평가 및 자기 평가
- 내부 결속력 강화를 위한 프로그램 관련 데이터

5) 홍보

가) 지표구성의 의미

- 센터 및 센터 사업을 적절한 계층에게 소개하고 참여를 권유하는 활동으로 이미지 제고와 사업 활성화를 위한 필수적 요소이다.

나) 분류 기준 및 분류

- 분류 항목은 아래와 같으며, 이중 평가의 일차적 분류기준은 전체 홍보, 개별 사업 홍보, 전체 홍보와 개별사업 홍보의 연관성 등 3대 항목으로 구분하여 평가한다.

홍보 업무의 분류

분류 기준	분류
영역별 분류	전체 이미지 및 인지도 제고 홍보사업
	교육/창작지원/상영 등 사업별 홍보사업
홍보방식별 분류	온라인 홍보
	오프라인 홍보
	대면 접촉 홍보

<표 27> 홍보 업무의 분류

다) 평가의 초점

- 적절한 이미지 메이킹 및 인지도 제고 : 공공 미디어 인프라로서 시민의 자율적 활동공간임을 강조하는 센터 이미지의 제고 및 센터의 대중적 인지도 제고.
- 개별 홍보사업의 적절성과 효율성 : 개별사업에 적합한 홍보 전략의 수립 및 이의 효율적 구현.
- 전체 홍보 사업과 개별 홍보 사업의 연관성 : 각종 홍보사업간의 수평적 수직적 결합 전략.
- 홍보 사업의 효율적 역할 분담 : 홍보의 역할 중복을 방지하고, 사업

간의 공동홍보를 통한 효율적 홍보 사업 수행.

라) 평가의 방식

(다음 데이터를 기초로 정성적 평가)

- 수강생, 회원의 센터 진입 경로 데이터
- 매체별 홍보 데이터
- 인쇄물, 영상물 등 프레스키트 제작 및 배포 실적

(3) 연계사업 및 네트워킹 영역

(가) 지표의 배경 및 초점

1) 센터 활동의 강화를 위한 벤치마킹의 필요성

지역미디어센터 설립 및 운영 사업이 초기단계를 경과하고 있으므로, 기설립된 여타 센터의 성공과 실패, 각종 시행착오, 지역 결합 전략 등에 대한 벤치마킹이 필수적이며, 이는 상시적 네트워크 구축 및 공동사업을 통해서만 가능하다.

2) 정책적 공동대응의 필요성

지역미디어센터 설립 및 운영 사업의 향후 발전과정에서 법제, 정책 수준의 바람직한 변화가 요구되므로, 센터의 개별적 특성을 반영하는 공동 정책 연구, 소통 및 정책 제안이 필요하다.

3) 공동사업 수행의 필요성

타센터 및 네트워크와의 공동사업을 통해서 정책대응력을 높이고, 아울러 커리큘럼 등 각종 정보 공유, 교사 등 각종 인적자원 공유 등을 통해서 사업 효율성을 증대시켜야 한다.

(나) 평가 항목

- 네트워크와 공동사업의 구분을 기초범주로 삼는다.

- 네트워크는 지역(시별), 광역, 전국적 차원의 3개 차원으로 구분된다.

네트워킹 및 연계사업 평가 항목

평가항목	평가지표
지역 네트워크	수강생 및 기타 지역 주체 모임 지원
	각종 네트워크 형성
	지역 사회와의 소통
광역 네트워크	참여
	기여
	주도
전국 네트워크	참여
	기여
	주도
공동사업	각종 네트워크와의 공동사업
	여타조직과의 공동사업

<표 28> 네트워킹 및 연계사업 평가 항목

(다) 항목별 평가 시 고려사항

1) 평가의 초점

- 지역네트워크

: 수강생 지원 등 회원대상 서비스 - 상영회, 세미나, 기타 정기 모임 등 수강생 후속 모임 지원 및 수강생의 향후 활동을 위한 컨설팅, 설명회 등의 조직.

: 지역의 자발적 모임 지원 - 지역의 자발적 미디어 관련 모임 지원 및 센터 사업과의 연계 도모.

: 주제별 네트워크 구축 - 제작, 모니터, 상영 등 활동 영역별 혹은 계층별 네트워크 구축 및 유지 지원.

: 시민사회와의 소통 - 센터의 전반적인 활동 방향과 관련한 시민사회와의 일상적인 소통 및 기존 미디어 관련 활동 단체, 기타 시민사회 조직과의 정기적 소통 시스템 구축.

- 광역 및 전국 네트워크에 대한 참여 / 기여 / 주도 : 전국적 수준의 미디어운동네트워크, 지역미디어센터네트워크, 주제별 네트워크 등에 참여하여 네트워크의 발전에 기여하거나 혹은 네트워크의 발전을 주도적으로 이끌어가는 활동.

- 타 조직 및 네트워크와의 공동사업 추진 : 전국적 수준의 미디어운동네트워크, 지역영상미디어센터네트워크, 주제별 네트워크 및 기타 전국적 수준의 비영리 조직과 결합한 각종 활동.

2) 평가 데이터

- 수강생 모임 지원 프로그램 및 회의 개최 여부, 서기록
- 지역 모임 지원 프로그램 및 회의 개최 여부, 서기록
- 네트워크 구성 상황 및 회의 개최 여부, 서기록
- 지역 시민사회단체와의 간담회 개최 여부, 서기록
- 네트워크 관련 회의 참석 및 주최 실적
- 공동 사업 실적
- 기타 네트워크를 통한 의견 개진 및 사업 제안 실적

(4) 사업 계획 수립 및 평가 시스템 영역

(가) 지표의 배경 및 초점

1) 사업 계획 수립의 과학성

전문적 역량에 기초하여 센터 내부 및 전국, 지역의 사업 연관 주체들과의 의사소통 및 컨설팅을 통해서 어느 정도나 설립 목적에 적합하면서도 현실적이고 구체적인 사업계획을 수립하는가를 평가한다.

2) 사업 평가의 과학성

포괄적이며 체계적인 평가 및 의견수렴을 통한 정책, 사업 갱신의 역동성을 평가하며, 내부 시스템 및 지역 시민사회의 참여 정도를 고려한다.

(나) 평가 항목

- 평가항목은 계획 수립, 사업평가, 피드백 시스템의 3개 항목으로 구성되어 있으며, 각 평가 항목별 평가지수는 사업계획수립이 3개 지표, 사업평가는 3개 지표, 피드백 시스템은 2개로 총 8개의 평가지표로 구성되어 있다.

사업계획 수립 및 평가 영역

평가항목	평가지표
사업 계획 수립	사업 목적 적합성
	계획의 현실성
	계획 수립의 효율적, 민주적 시스템
사업 평가	내부 평가 시스템
	외부 평가 시스템
	평가 결과의 과학성
피드백 시스템	수혜자 평가 시스템
	지역 평가 시스템

<표 29> 사업계획 수립 및 평가 영역

(다) 항목별 평가 시 고려사항

1) 평가의 초점

- 목적 적합성 : 사업의 목표가 센터 설립 목표에 총체적으로 부합하는지 여부.
- 현실성과 구체성 : 사업계획이 현실적이며 구체적인 내용과 형식으로 수립되고 표현되었는지 여부.

- 피드백 구조의 형성 : 사업 결과에 대한 입체적 평가 시스템을 통해서 올바른 평가를 수행하고, 이를 센터 전체 운영 및 향후 해당 사업계획 수립에 반영하는지 여부.

- 내부 의견 수렴의 시스템 : 사업계획 수립과 평가 영역에 있어서 센터 내부에 민주적이며 효율적인 의견 수렴 시스템을 갖추고 있는지 여부.

2) 평가 데이터

- 각종 계획서
- 각종 평가서
- 계획 및 평가와 관련된 내부 논의 자료

(5) 수혜자 만족도 영역

(가) 지표의 배경 및 초점

1) 수혜자 중심 공간으로서의 지역 영상미디어센터

지역 수혜자에게 양질의 전문적 서비스를 제공하며, 아울러 사업에 대한 요구 혹은 필요성이 있을 경우 이에 대해 신속하게 대응하며, 사업의 개선 필요성이 있을 경우 신속하게 개선하는가 여부를 포함하는, 센터의 사업 전반에 대한 수혜자의 만족도를 평가한다.

2) 평가위원회의 수혜자 만족도 설문조사에 기초한 만족도 지표 구성

본 평가에 있어, 사업별 평가 과정에서 이미 수혜자 만족도가 고려되나, 이는 만족도에 대한 간접적 평가이며 아울러 센터가 제출한 자료로서 신뢰도의 검증이 필요하다는 점에서, 비록 정량적 지표가 직접적으로 반영되지 않는다 해도 수혜자 만족도가 정성적으로 직접 반영될 수 있도록 별도 설문조사를 통한 수혜자 만족도 조사를 실시하여 이를 독립적인 항목으로 평가한다.

3) 공통설문과 해당분야 설문을 종합하는 설문조사 실시

서비스를 제공받은 수혜자를 대상으로 일부 개별사업별 전수조사 및 각 개별사업별 표본조사를 병행한다.

수혜자 만족도 평가 영역

평가항목	평가지표
공통 항목	정보공유 만족도
	웹사이트 만족도
	사업 제반 여건 만족도
	의견 반영 만족도
세부사업	교육사업
	창작지원사업
	정책연구사업
	상영지원사업
	아카이브 사업
	컨설팅사업

<표 30> 수혜자 만족도 평가 영역

(나) 항목별 평가 시 고려사항

1) 평가의 초점

- 각 서비스별로 아래의 3개 지점을 포함하여 평가

: 서비스의 질적 수준에 대한 평가 - 서비스가 해당 목적에 맞게 전문성 있게 효율적으로 제공되고 있는지 여부

: 서비스의 반응속도 - 서비스에 대한 요청이 있을 경우 이에 대한 신속하며 성의 있는 서비스 제공이 이루어지고 있는지 여부

: 서비스의 개선속도 - 서비스의 개선이 필요할 경우 이의 신속한 개선이 이루어지고 있는지 여부

2) 평가 데이터

- 센터가 제출하는 사업별 만족도 조사 통계
- 평가단에 의해 사전 진행되는 수혜자 만족도 조사

(6) 종합 평가 영역

(가) 지표의 배경 및 초점

1) 영역별 종합 평가의 필요성

- 퍼블릭 액세스 활성화, 미디어 리터러시 함양 등이 센터의 사업목표이자 주요한 평가의 초점이 되어야 한다는 점에서, 개별 사업 및 세부 영역별 평가는 평가의 주요한 내용지만 동시에 관련 사업 및 영역의 유기적 연계에 기초한 종합적 효과를 평가하기에는 한계를 드러낼 수 있다.
- 따라서 <주체-교육+지원-인식 및 실천의 확장>이라는 선순환 구조에 대한 종합적 평가를 영역별로 시도할 필요가 있다.

2) 주체별 종합평가의 필요성

- 시청자미디어센터의 서비스 대상에 대하여 종합적으로, 아울러 단계적 전략에 기초하여 집중적으로 어느 정도나 서비스되고 있는지, 그리고 그러한 종합적 서비스를 통해서 해당 주체들의 인식이 어느 정도 확정되고 실천이 활성화되고 있는지를 평가할 필요가 있다.
- 특히, 직접적 교육대상, 지원대상의 변화만이 아니라 그러한 직접 서비스 대상이 포함된 해당 주체들의 공동체가 종합적으로 어떤 변화 발전을 겪고 있는가가 평가되어야 한다.

(나) 평가 항목

- 시청자 미디어 센터의 설립 목표를 세분화하여 각 의제별로 종합 평가한다.

종합 평가 항목

영역별	퍼블릭 액세스 활성화
	미디어 교육 활성화
	지역 독립 콘텐츠 제작 활성화
주체별	장애인 및 기타 사회적 소수자 참여 활성화 및 접근성 확장
	다양한 지역 주체의 참여 및 활동 활성화

<표 31> 종합 평가 항목

(다) 항목별 평가 시 고려사항

1) 평가의 초점

- 퍼블릭 액세스 활성화 : 생산된 콘텐츠만으로는 평가할 수 없는 지역의 비영리 제작 참여에 대한 인식, 제작 교육 참여, 직접 제작, 그를 위한 네트워킹 등을 포함.
- 미디어 교육 활성화 : 콘텐츠에 대한 평가, 그리고 직접적 제작 참여만으로는 제한되지 않는 다양한 교육의 활성화, 참여의 제고, 그러한 교육의 확대 필요성에 대한 인식의 확대 등을 포함.
- 지역 독립 콘텐츠 제작 활성화 : 시청자 참여 프로그램을 중심에 놓으면서도, 아울러 기타 다양한 송출 및 배급 창구를 통해서 지역의 각종 비영리 독립 콘텐츠들의 제작 활성화, 그에 대한 인식 제고 등을 포함.
- 장애인 및 기타 사회적 소수자 참여 활성화 및 접근성 확장 : 보편적 서비스의 확장이 역설적으로 계층별 격차의 확대로 이어지지 않도록 다양한 소수자 개인 및 공동체들의 참여 확대 여부를 평가.
- 다양한 지역 주체의 참여 및 활동 활성화 : 지역 공동체의 다양한 구성원, 지역의 다양한 공동체들의 참여 및 활동 활성화 여부를 판단.

2) 평가 데이터

- 여타 영역별 평가 관련 데이터
- 각 사업들중 특히 연관효과가 중요한 사업 관련 데이터
- 수혜자 및 지역 시민사회의 평가 관련 데이터

4. 부산시청자미디어센터 평가

가. 사업현황

(1) 일반현황

항목	평가
개관	2005년 11월 25일
공간	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전체 면적 1,592.5평(전용 582평, 공용 997.5평) ○ 건물 - 지상5층, 지하1층 ○ 내부 구성 - 교육실(세미나실 3곳, 디지털교육실 2곳, 강의실, 뉴미디어 체험관), 제작실(DVD 오소링/컨버팅실, 스튜디오, 부조정실, 자막방송제작실), 녹음실(라디오 녹음실, 영상녹음실), 편집실(24시간 편집실, 1:1편집실, 비선형편집실 2곳), 상영실(공개홀), 기타(사무실)
조직	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업주관 - 방송통신위원회 ○ 조직 구성 - 센터장 1명, 기획관리팀 6명, 시청자제작지원팀 5명, 미디어교육팀 4명(운영요원 5명)으로 구성 ○ 운영위원회 구성 - 운영위원장 공석. 총 정원 11명 중 8명 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 현재 3명 공석(위원장 1명, 구 방송위원회 지역사무소 할당 1명 외 추가 1명) - 시청자단체, 시민단체, 장애인 단체 추천 인사와 방송 및 미디어교육 전문가가 포함되며 여성 3인 이상으로 구성

<표 32> 부산시청자미디어센터 일반 현황

(2) 교육사업

(가) 상설교육

부산시청자미디어센터(이하 ‘부산센터’)는 2007년도부터 상설교육에 편성되어 있던 소수자 중심 계층별 교육 프로그램을 공동체미디어교육으로 전환함으로써 대상의 교육 접근성을 높였다. 따라서 상설교육은 촬영과 편집, 편집 기능 향상을 위한 컴퓨터 기초와 포토샵 교육 등 미디어 활용 일반이 주를 이루고 있다. 2007년에는 11종류의 강좌를 40회에 걸쳐 진행하였고, 총 228차 456시간의 강의가 이루어졌다. 이에 비해 2008년 1월에서 9월까지의 통계를 보면 9종류의 강좌를 36회 진행하였고 총 280차 532시간의 강의가 이루어졌다. 2007년에 비해 강좌 정원은 줄어들었지만 전체 강좌차수와 시간은 큰 폭으로 늘어났다. 이를 월평균으로 비교하면 확연하게 구분할 수 있다.

2007년에는 월 평균 3.3종류의 강좌를 19차시, 38시간 진행하였고 57.2명의 수강생이 강의를 수강하였다. 이에 비해 2008년에는 월 평균 4종류의 강좌를 31차시, 59.1시간 진행하여 57.8명의 수강생이 강의를 수강하였다. 즉 2007년도에 비해 각 강좌당 강의 차수와 시간은 대폭 늘어났지만 수강정원은 큰 차이가 없다.

2007, 2008년도 상설교육현황⁶⁾

구분	차수 (회)	정원 (명)	수강 (명)	수강율 (%)	수료 (명)	수료율 (%)	총시간 (시간)	연인원 (명)
2007년	228	607	686	113.0	536	78.1	456	3774
2008년	280	517	521	100.7	365	78.3	532	4098

<표 33> 2007,2008년 부산시청자미디어센터 상설교육현황

6) 2008년 통계의 경우 1월에서 9월까지의 집계치임. 연인원 계산은 각 강좌당 수강인원에 강좌당 수업 회차를 곱하여 합산한 결과이다.

2007, 2008년 상설교육 세부현황

구분	연차		차수		정원		수강생		총시간		연인원	
	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년
6mm 카메라 촬영과 실제	4	4	24	28	60	60	76	60	48	56	456	420
교사직무	2		20		30		37		60		370	
기획 및 구성		4		20		60		54		40		270
디카교실	4	4	24	32	65	60	75	62	48	64	450	496
미디어특강	4		4		80		98		12		98	
시민영상제작		4		48		57		63		96		756
포토샵 활용하기	2	4	12	28	30	60	33	60	24	56	198	420
프리미어 편집 중급	4		24		65		71		48		426	
프리미어 프로	4	8	24	64	60	120	73	122	48	128	438	976
홈비디오 100% 활용하기	4		24		57		60		48		360	
After Effects 활용	4	2	24	16	60	30	58	30	48	32	348	240
Avid Xpress pro HD	4	2	24	16	60	30	59	30	48	32	354	240
컴퓨터 기초 교육	4	4	24	28	40	40	46	40	24	28	276	280
합계	40	36	228	280	607	517	686	521	456	532	3,774	4,098

<표 34 > 부산시청자미디어센터 2007, 2008년 상설교육 세부현황

(나) 공동체 미디어교육

2007, 2008년도 공동체 미디어교육현황

구분	연차		차수		정원		수강생		총시간		연인원	
	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년
비정규직	7		76		220		84		87		954	
여성		2		28		68		26		37		532
장애인	13	3	139	46	296	104	381	36	390	34	2,188	510
통합교육		4		54		108		48		55		760
농민		1		11		33		12		12		132
청소년		1		10		30		12		15		150
공동체교육 합계	20	11	215	149	516	343	465	134	477	153	3,142	2,084

<표 35> 부산시청자미디어센터 공동체 미디어교육

공동체 미디어교육의 경우 2007년 장애인과 비정규노동자 대상 교육이 주를 이룬 반면, 2008년에는 청소년, 환경, 여성 등으로 확장되고 있다. 실제 사업은 2007년 총 강좌횟수가 215회에서 2008년 149회로 축소되었으며 총시간도 67%로 감소하였다. 그러나 2008년 교육통계가 3/4분기까지만 집계한 것이기 때문에 직접 비교하기에는 무리가 있다. 2007년에는 방과 후 교실을 통해 공부방, 복지관, 도서관, 아동센터 등 다양한 아동청소년 대상 교육이 이루어졌다.

(다) 체험학습

부산센터는 체험학습프로그램인 미디어체험 꿈스꿈스(‘꿈꾸는 스튜디오, 꿈찾는 스튜디오’의 줄임말)를 참여인원이 일정 수 이상일 경우 진행하는데, 매주 화요일에서 토요일까지 1일 3회로 정해져있다. 체험 신청은 웹사이트를 통해서도 가능하다. 또한 찾아가는 미디어체험을 통해 특정 행사 장소에 체험부스를 설치하기도 한다.

(라) 교육지원

2007, 2008년도 교육지원 현황

구분	연차		차수		정원		수강생		총시간		연인원	
	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년
독립영상미디어센터 진주		1		8		12		14		24		112
부산 화명종합복지관	1		10		17		17		20		170	
부산민주언론시민연합		1		12		12		12		24		144
숨바꼭질 삼지 도서관	1		8		12		12		16		96	
울산미디어연대		1		12		12		11		24		132
전교조부산지부		1		12		12		17		24		204
참여와 연대를 위한 함안시민모임	1		12		10		10		24		120	
창원 하늘땅학교	1		12		16		16		24		192	
평상필름		1		7		12		12		21		84
합천자연학교		1		12		12		17		24		204
해운대청소년자활지원관		1		16		12		18		32		288
공모사업 총계	4	7	42	79	55	84	55	101	84	173	578	1,168

<표 36> 부산시청자미디어센터 교육지원 현황

교육지원은 주로 공모사업과 컨설팅을 통해 이루어졌다. 공모사업의 경우 총 257시간이 이루어졌으며 수료율이 80% 이상이다. 교육 대상은 여성, 아동, 노인 등 다양하며 2년간 11회의 사업이 진행되었다. 공모사업의 특징은 부산, 울산, 경남지역의 미디어센터 및 관련 시민사회단체와의 네트워킹을 전제로 하여 진행되는 사업으로서 교육의 주체와 대상의 다양성을 꾀하고 있는 사업이다. 2007년에 비해 2008년에는 사업이 대폭 늘어났다.

(마) 회원교육 등 기타 교육

시청자제작지원팀에서 담당하고 있는 사업 중에서 교육지원 및 교육프로그램들이 있다. 상설교육의 영역에서 다뤄도 될 일상교육이지만, 상설교육에서 소화하고 있지 못한 제작 전 과정을 경험할 수 있는 교육프로그램으로 의미가 크다. 이들 프로그램은 시청자참여프로그램 제작의 활성화를 위해 다양한 공동체에 대한 제작지원 교육을 통해 시청자참여를 유도하고 있으며, 시민제작단 운영과 이들에 대한 재교육 그리고 시민다큐멘터리제작학교 등을 통해 퍼블릭 액세스 활성화를 위한 인적 인프라를 확대하는 사업을 전개하고 있다.

2007, 2008년도 기타 교육 현황⁷⁾

구분	연차		차수		정원		수강생		총시간		연인원	
	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년
공동체제작지원	7	5	70	64	210	192	82	57	82	57	820	726
시민다큐멘터리제작학교	2	2	41	40	123	100	30	30	30	28	615	560
시민제작단재교육	7	4	27	26	81	78	77	50	77	50	295	335
시설장비활용교육	15	8	15	8	42	24	186	72	151	64	151	64
제작지원교육	31	19	153	138	456	394	375	209	340	199	1,881	1,685

<표 37> 부산시청자미디어센터 기타 교육 현황

7) 교사직무연수의 경우 자료에 정확한 강좌시간과 차수가 기재되어있지 않아 누락되었음

(바) 수강생 사후 관리 및 지원

부산센터는 교육 수강 후 자발적인 모임 구성을 지원하고 웹사이트를 통해 커뮤니티 기능을 제공하고 있다. 공모사업을 통해서는 지속가능한 미디어교육 단체 육성을 도모함으로써 공모를 통한 교육 참가자들의 지속적 활동을 담보하고자 한다. 공동체미디어교육의 경우에는 해당 교육에 대한 평가와 의견 반영 뿐 아니라 강좌 결과물에 대한 활용 여부까지 평가함으로써 수강생의 제작물 배포도 원활히 이루어지도록 고려하고 있다. 자체 교육 뿐 아니라 컨설팅을 지원한 경우에도 해당 교육에서 조직된 수강생들의 동아리가 구성될 경우 그 운영을 지원하고 있다.

(사) 사업배치 및 총규모의 타당성

부산센터는 상설교육부터 찾아가는 미디어교육, 체험학습, 교육 지원 등이 고른 배치를 보인다. 대부분 사업에서 정원에 비해 수강율이 높은 편이므로, 사업 규모 확대에 대해 고려해볼 필요가 있다.

(3) 창작지원사업

(가) 장비활용

부산센터의 경우 총 483개의 장비를 보유하고 있으며, 2008년의 경우 1대당 대여일수가 평균 57.62일인 것으로 나타났다. 또한 1회 대여 시 대여일수는 평균 7.53일이다.

부산시청자미디어센터 2008년도 장비대여내역

구분	모델명	보유	대여건수	대여일수	장비 1건당 대여일수	장비1대당평균대여일수
카메라	A1	20	168	1087	6.5	54.4
	A95	22	125	1479	11.8	67.2
	DVX100A	5	61	380	6.2	76.0

	IXUS 75	10	47	879	18.7	87.9
	PC1000	21	153	2214	14.5	105.4
	PD170	11	318	1821	5.7	165.5
	V1	10	91	645	7.1	64.5
	Z1	5	73	641	8.8	128.2
조명	데도	5	12	77	6.4	15.4
	반사판		3	35	11.7	
	CINE60	6	31	191	6.2	31.8
	DLK380/L	5	14	53	3.8	10.6
	HVL-20DW 2	30	42	291	6.9	9.7
	기타		1	4	4.0	
녹음	ECM-HST1		44	845	19.2	
	K6		3	32	10.7	
	K60	5	105	537	5.1	107.4
	MDR-7506	40	44	186	4.2	4.7
	ME64+K6	15	4	33	8.3	2.2
	MZ-RH10	20	55	539	9.8	27.0
	pc1000마이 크		4	20	5.0	
	UWP-C1	20	180	1425	7.9	71.3
삼각대	스페이스400	10	1	7	7.0	0.7
	VCT-1170R M	5	355	2390	6.7	478.0
	VCT-D680R M	20	121	1461	12.1	73.1
기타	100인치	4	13	54	4.2	13.5
	80인치	2	3	12	4.0	6.0
	고보세트		1	4	4.0	
	광각렌즈	37	2	13	6.5	0.4
	링컴		10	58	5.8	

링컴스테디 캠	3	2	11	5.5	3.7
산요		1	2	2.0	
중계스위치		4	19	4.8	
필드모니터	5	8	45	5.6	9.0
휠체어삼각 대		6	84	14.0	
dsr-45		8	24	3.0	
EMP-830	4	52	279	5.4	69.8
FHD-353	70	131	2642	20.2	37.7
HDV테크	5	5	35	7.0	7.0
HG0758		22	217	9.9	
HP노트북	7	3	2	0.7	0.3
LW7208		3	17	5.7	
M10		4	17	4.3	
MDR-7506	40	1	3	3.0	0.1
SENS	16	138	1687	12.2	105.4
Sony8040Q	5	11	50	4.5	10.0
평균	15.09	53.98	490.15	7.53	57.62
총합계	483	2,483	22,547		

<표 38> 부산시청자미디어센터 2008년 장비대여 현황

각 장비별 1회 대여 시 평균 대여일수는 6~9일 사이로 비교적 평준화 되어있으나, 휠체어삼각대, 외장하드의 경우에는 평균 2주에서 3주 가까이 된다. 한편 장비별 카메라와 삼각대의 대여일수가 다른 장비에 비해 월등히 높은 편이다.

(나) 공간활용

부산센터는 크게 교육시설, 제작시설, 체험시설로 나뉘어 있으며, 2007년의 경우 월평균 109.8명, 2008년 119.1명이 이용하였다. 교육실과 편집실이 꾸준한 활용을 보이고 있으며, 공개홀의 경우 이용인원이 가장 높지만 공간의 규모와 성격에 비추어볼 때 이용이 원활하다고 볼 수 없다.

2007, 2008년도 시설 이용인원

구분		이용인원	
		2007년(1~12월)	2008년(1~4월)
교육 시설	디지털교육실1	1,268	541
	디지털교육실2	2,606	968
	세미나실1	1,355	565
	세미나실2	2,922	904
	세미나실3	1,301	782
	강의실	547	60
제작지원 시설	자막제작실(1:1 편집실)	8	0
	비선형편집실1	1,146	464
	비선형편집실2	130	116
	녹음실	411	123
	라디오녹음실	94	163
	DVD 오소링실	5	5
	부조정실	492	115
	스튜디오	19	11
체험 / 상영 시설	공개홀	6,839	2,104
	미디어체험관	1,941	702
총계		21,084	7,623
월평균(총계/실수/개월수)		109.8	119.1

<표 39> 부산시청자미디어센터 2007, 2008년 시설 이용인원

(다) 지원 프로그램

부산센터는 개관 초기부터 각종 지상파와 케이블에 퍼블릭 액세스 프로그램 공급을 위한 편성 정례화를 합의하였으며, 다양한 제작단의 운영을 지원하고 있다. 한편, 공동체 제작지원을 통해 창작을 지원하고 있으며 2007년에는 제2회 부산울산경남 시민영상공모전을 개최하고 채택된 작품을 제2회 퍼블릭 액세스축제 중 상영하기도 하였다.

(4) 정책연구사업

1) 연구사업

부산센터는 본격적인 정책연구사업을 진행하기 위하여 정책담당자를 따로 두고 있으며, 2008년부터는 기존에 없었던 다양한 정책 연구 논의 구조들을 마련하였다. 우선 정책 사업 강화와 정책 의제 도출을 위하여 관련 전문가와 부산센터 직원들로 구성된 정책연구회를 마련하였으며 현재까지 6번의 회의를 진행하였다. 또한 부산센터 내부의 정책 역량과 소통 강화를 위해 각 팀별 1명과 정책담당자로 구성된 정책회의를 마련, 정기 8회, 임시 10회의 회의를 개최하였다.

2) 법제도 개선 참여

2008년도는 부산센터 내 다양한 정책 연구 및 소통단위의 논의와 활동이 진행됨과 동시에, 외부적으로는 사업주관이 방송위원회에서 방송통신위원회로 이관되는 상황의 변화가 존재했다. 이러한 변화는 설립 이후 중간 평가의 필요성이 대두되는 시기상의 적절성과 맞물리면서, 부산센터의 위상과 더불어 유효하고 투명하며 개방적인 운영구조의 청사진 제시를 요구받고 있다. 부산센터의 경우 2008년 10월 16일 ‘시청자미디어센터(부산) 운영모델 개선방안 연구’ 보고서를 발표하면서, 위원회 방식, 특수법인방식, 위탁운영 방식 등 다양한 부산센터의 운영방식 안에 대해 검토 및 제시하였다. 반면 직접적인 영향을 받는 방송통신 관련법과 제도 대응에 있어서는 자체 활동 뿐 아니라 법 관련 논의를 진행 중인 주체들과의 연계 활동도 전무한 상태이다.

3) 정책 대중화

가) 발간자료

부산센터는 매해 초에 전년도 백서를 발간하여 사업 총화 및 올해 사업을 위한 주요자료로 사용 중이며 정기간행물 ‘시청자미디어센터’를 발간

하였다. 발간자료 목록을 살펴보면 2007년에는 미디어교육의 사례 연구에 집중했음을 알 수 있다.

2007년도 발간자료 목록

제목	일시
2006년 시청자미디어센터 백서 발간	3월
지역사회 소외계층을 위한 미디어교육 사례연구 보고서	12월
정기간행물 시청자미디어센터 4호	12월
2007년도 부·울·경 미디어교육 사례집 발간	12월

<표 40> 부산시청자미디어센터 2007년 발간자료 목록

한편 2008년에는 공공성 전문저널 ‘퍼블릭 액세스’를 창간하여 국내외 퍼블릭 액세스 동향 및 현장 소개, 연구 자료 수집 등을 통해 전문 학술 지로써의 면모를 갖추으로써 정책 기능 강화 및 결집을 꾀하고 있다.

2008년도 발간자료 목록

제목	일시
미디어 공공성 전문저널 ‘퍼블릭 액세스’ 창간호	8월
2007년 시청자미디어센터 백서 발간	1월

<표 41> 부산시청자미디어센터 2008년 발간자료 목록

정기간행물 ‘시청자미디어센터’는 센터의 다양한 집단들의 사람들과 활동을 살펴볼 수 있어 유효하다고 보이나 발간 주기가 불규칙하고 너무 멀어 본래의 일상적 소식 소통보다는 자칫 백서와 같은 역할로 변질될 가능성이 있다. 따라서 간행물의 질을 조정하여 정기성을 확보하고 주기를 줄이는 노력이 필요하다.

나) 토론회/간담회/포럼 등

2007년의 경우, 외부에 공개된 대중적인 토론회, 간담회 등은 센터의 전

반적인 인지도 향상을 위한 홍보성 기자 간담회의 개최가 가장 많았으며 정책논의와 지역사회와의 소통을 확장시키는 네트워킹 성격의 간담회도 마련되었다.

2007년도 토론회/간담회/포럼 개최 현황

특성	제목	일시
정책논의	시청자미디어센터 대토론회 : 퍼블릭 액세스 활성화 대토론회	5월 9일
	시청자미디어센터 대토론회 : 안방에서 짓밟히는 시청자주권	11월 21일
	부산, 경남지역 시청자 참여프로그램 운영모델 발전 방안 토론회	11월 1일
	제2회 부·울·경 미디어교육 사례발표회 ‘미디어 교육 지피기’	12월 1일
네트워킹	울산지역 시민사회단체 대상 간담회	10월 18일
	시민사회단체 간담회	10월 25일
홍보	센터현황 및 사업 홍보 기자간담회	10월 12일
	퍼블릭 액세스 홍보를 위한 언론사 기자 간담회	11월 13일 11월 14일
	2007년 사업평가 및 2008년 운영 방향 홍보를 위한 기자 간담회	12월 6일
	2007년 사업평가 및 2008년 운영 방향 홍보를 위한 기자 간담회2	12월 12일

<표 42> 부산시청자미디어센터 2007년 토론회/간담회/포럼 개최 현황

2008년에 들어서 정책논의단위의 구성과 맞물려 대토론회와 콜로키움을 마련하고, 부·울·경 지역 미디어운동단위들과 함께 미디어포럼을 개최하는 등 그야말로 정책 대중화를 위한 행사가 대폭 증가하였다.

2008년도 토론회/간담회/포럼 개최 현황

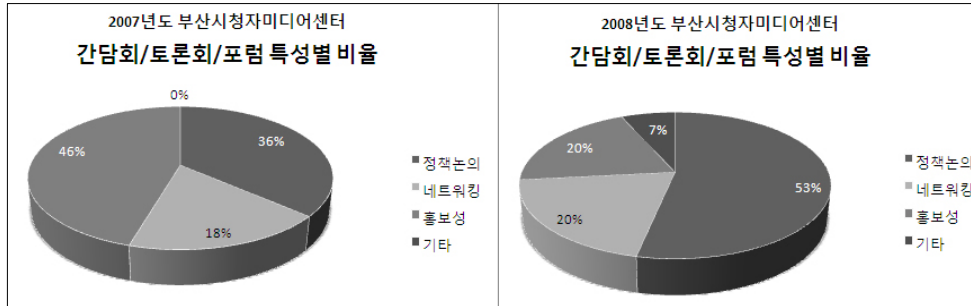
특성	제목	일시	
정 책 논 의	시청자미디어센터 대토론회 : 방송통신융합환경에서의 시청자권익	2월 20일	
	시청자미디어센터 대토론회 : 방송통신융합시대 이용자권익	11월 20일	
	제1회 콜로키움 : 부산울산경남지역대학과 시청자미디어센터의 협력방안 모색	4월 30일	
	제2회 콜로키움 : 미디어교육의 가치영역에 대한 비판적 논의	6월 17일	
	제3회 콜로키움 : 방송통신융합시대 미디어교육프로그램 구성방안	11월 20일	
	제1차 부산울산경남 미디어 포럼 - 미디어융합에 대한 인식확장과 지역미디어운동 현황 공유 - 지역 내 미디어네트워크 활동기반 마련 - 시청자미디어센터의 네트워크 허브 기능 강화	6월 21일	
	제2차 부산울산경남 미디어 포럼 - 부산지역 퍼블릭 액세스 프로그램 실행 방안 세미나 - 지역 내 퍼블릭 액세스 프로그램에 대한 인식 공유 - 타 지역 퍼블릭 액세스 프로그램 현황 분석 및 공유	8월 28일	
	제3차 부산울산경남 미디어 포럼 - 소통과 공유를 위한 미디어 포럼	11월 22일	
	네 트 워 킹	2008년 사업홍보 및 인권문화제 관련 지역 시민사회 단체 간담회	7월 5일
		문화학술재단과의 협력방안 모색을 위한 간담회	9월 8일
2008년 센터방문 유관기관 관계자 간담회		8월 27일	

홍보	부산언론인클럽 간담회	8월 2일
	부산장애인영화제 홍보를 위한 언론사 기자 간담회 2회	9월 16일
기타	센터운영개선방안에 대한 방송환경개선팀 간담회	8월 12일

<표 43> 부산시청자미디어센터 2007년 토론회/간담회/포럼 개최 현황

실제 2007년에 정책관련 간담회, 토론회 비율이 36%를 차지한 반면 2008년에는 57%로 증가하였으며 네트워킹 역시 18%에서 22%로 증가했음을 알 수 있다. 반면, 홍보성 기자간담회는 46%에서 14%로 대폭 감소하였다.

간담회/토론회/포럼 특성별 비율



<그림 3> 부산시청자미디어센터 간담회/토론회/포럼 특성별 비율 비교

(5) 상영사업

(가) 자체 상영사업

2007년 자체 상영 사업은 매년 정기적으로 개최하는 부산장애인영화제, 인권영화 상영회가 진행되고 있다.

2007, 2008년도 자체 상영 사업 내역

연도	제목	일시	상영작
2007년	시미센 상영회	3월 16일	독립영화 / 1편
	제2회 퍼블릭 액세스 축제 -인권영화 상영회	11월22~24일	제2회 부·울·경 시민 영상공모전 수상작 및 최신 독립영화 / 35편
	제2회 부산장애인영화제	9월 14~15일	장애인권영화 / 18편
2008년	제3회 부산장애인영화제	9월 26~27일	장애인권영화 / 28편
	제3회 퍼블릭 액세스 축제 -상영회	11월18~19일	독립영화 / 11편

<표 44> 부산시청자미디어센터 2007년 자체상영사업내역

(나) 상영 지원 사업

부산센터는 공동체상영지원프로젝트인 ‘빛을 쏘다’를 통해 부산, 울산, 경남 지역 시민사회단체, 지역마을, 공동체, 동아리, 소모임 등을 대상으로 상영료, 감독 초청 사례비 및 교통비, 부대행사 지원비, 현수막, 상영 장비, 프로그램 컨설팅 등을 지원하는 공모사업을 실시하고 있다. 2007년에는 지원 선정 후 5월~12월까지, 2008년에는 4월~10월까지 다양한 소규모 공동체 공간에서의 상영을 지원하였다. 선정회의에서는 센터장, 각 팀장, 담당직원이 참석한 가운데 비상업성, 공동체 기여도, 지역안배, 사업추진가능성 등을 기준으로 대상을 선정하며, 실제 부산, 울산, 진주, 울주, 창원, 하동 등 다양한 지역에서 사업이 진행되었다.

한편 광역단위로 부·울·경 공동체상영 네트워크에 참여하고 있어 진주, 마산·창원, 울산, 부산지역 상영 주체들 간 정기 회의와 공동 기획을 통해 각 지역별 공동체대상 순회상영회를 개최하고 있다.

또한 퍼블릭 액세스 프로그램의 참여를 정례화 시키고 시민제작단의 구성 및 운영을 지원함으로써 매체 상영 지원을 꾀하고 있다. 2008년 현재 구성된 시민제작단은 KBS ‘열린채널’ 6회, 마산MBC ‘보물상자’ 20회, 부

산MBC ‘라디오 시민세상’ 88회, 부산MBC ‘TV 시민세상’ 13회, CJ케이블 넷과 RTV와 같은 케이블 16회 등의 퍼블릭 액세스프로그램에 참여했다.

2007, 2008년도 상영지원사업 내역

연도	분류	일시	주관/상영회명	상영작/지원방식
2007 년	울산·경 남지역 상영지원	3월 23일	진주, 독립영상미디어센 터진주	서울환경영화제 사 전제작지원작품 1 편
		4월 19일	울산, 울산MBC시청자미 디어센터 대강의실	서울환경영화제 사 전제작지원작품 1 편
	공동체상 영지원프 로젝트 “빛을 쏘다”	5월 26일	울산MBC시청자미디어센 터	독립영화 2편
		6월 21~ 23일	마창여성노동자회	독립영화 3편
		6월 22일	공간초록 작은영화제 준 비탐(부산)	독립영화 1편
		6월 30일	남산동마을도서관건립추 진위(부산)	독립영화 7편
		7월 14일	통일여성회(부산)	독립영화 1편
		7월 20일	공간초록 작은영화제 준 비탐(부산)	독립영화 1편
		8월 17일	공간초록 작은영화제 준 비탐	독립영화(자연다 큐) 1편
		8월 19일	대안문화공간 다락 정기 상영회(부산)	상영시스템 지원

		9월 2일	대안문화공간 다락(부산)	독립영화 2편
		9월 21일	공간초록 작은영화제 준비팀(부산)	독립영화 1편
		10월 13일	남산동마을도서관건립추진위원회(부산)	독립영화 8편
		10월 19일	공간초록 작은영화제 준비팀(부산)	독립영화 3편
공동체상영운동네트워크상영지원		5월 25일	독립영상미디어센터 진주 정기상영회	독립영화 2편
		6월 30일	경남시청자영상제작단	독립영화 1편
		6월 28일	울산미디어연대	독립영화 2편
		6월 28일	독립영상미디어센터 진주	독립영화 2편
부산울산경남공동체상영운동네트워크야외순회상영회		8월 11일	울산미디어연대	독립영화 6편
		8월 17일	경남시청자영상제작단	독립영화 6편
		8월 28일	독립영상미디어센터진주, 진주여성회	독립영화 6편
		8월 29일	시청자미디어센터(부산)	독립영화 6편
2008년 부산울산경남공동체상영운동네트워크순회상영회		10월 28일	독립영상미디어센터진주	독립영화 4편
		10월 30일	경남시청자영상제작단	독립영화 4편
		10월 29일	울산미디어연대	독립영화 3편
		10월 31일	평상필름(부산)	독립영화 3편
		11월 7일	울산미디어연대	독립영화 3편

공동체 상영 지원 프로젝트 '빛을쏘다'	5월 22일	매암차문화박물관(하동)	독립영화 1편
	5월 23일	환경운동연합(진주)	독립영화 1편
	5월 29일	초록빛네트워크(부산)	독립영화 8편
	5월 30일	현대패밀리동부아파트(울산)	독립영화 2편
	6월 7일	금샘사랑방문화클럽(부산)	독립영화 1편
	6월 26일	초록빛네트워크(부산)	독립영화 8편
	6월 28일	경남시청자영상제작단(창원)	독립영화 8편
	6월 28일	바보클럽(부산)	독립영화 1편
	7월 12일	울산여성회 울주군지부(울산)	독립영화 1편
	8월 12일	환경운동연합(진주)	독립영화 2편
	8월 28일	초록빛네트워크(부산)	독립영화 2편
	9월 5일	정보미디어공동체(울산)	독립영화 1편
	9월 27일	금샘사랑방문화클럽(부산)	독립영화 1편
	10월 26일	바보클럽(부산)	독립영화 1편
	10월 28일	민주노총 울산지역본부(울산)	독립영화 1편
	10월 29일	민주노총 울산지역본부(울산)	독립영화 1편
10월 31일	민주노총 울산지역본부(울산)	독립영화 1편	

<표 45> 부산미디어센터 상영지원 사업

(6) 아카이브 사업

2005년 개관 이후 자료를 꾸준히 수집하여 현재 도서 670권, 영상물 166점(VHS 100점, DVD 57점, CD 9점)의 자료를 보유 중이다. 사업주관 정부기구의 재편으로 인해 아카이브 사업 예산이 집행되지 않아 아카이브 시스템을 갖추지 못하였다. 이로 인해 보유 자료 목록의 확인 뿐 아니라 대여, 상영 역시 모두 진행되지 못하고 있는 실정이다. 아직 사업이 진행되지 않은 관계로 보유 자료에 대한 정보 이외에 아카이브 구축에 대한 구체적 계획이 눈에 띄지 않는다. 아카이브의 특성 상 하나의 틀을 정하여 구축되면 다른 방식으로 틀을 변경하고자 할 때 재구축에 따른 역량과 비용 소모가 크므로 조속한 시스템의 구축을 위해서라도 꼼꼼한 아카이브 구축 계획의 마련이 요망된다.

(7) 컨설팅 사업

컨설팅 사업은 2008년부터 본격화되기 시작하였으며 그동안 부산센터가 교육, 상영, 제작 지원 사업에서 쌓아온 노하우를 바탕으로, 강사 소개, 장비 지원, 교육 진행, 멘토링 실시 등이 진행되었다. 뿐만 아니라 후속 작업으로 동아리 운영을 지원하여 컨설팅의 성과가 지속 가능하도록 지원하고 있다. 이와 같은 컨설팅 사업은 기존 미디어 교육, 제작지원, 상영 지원 등 부산 센터의 주요 사업들을 외부로 확장시킬 뿐 아니라 각 분야별 협업과 교류를 통한 종합적 지원 체계 구축에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보인다.

2008년도 컨설팅 사업 내역

컨설팅 지원 사업명	컨설팅 내용
부산종합사회복지관 저소득청소년 미디어교육	강사 소개 및 교육, 후속으로 동아리 운영 및 지원
덕천종합사회복지관 저소득청소년	강사 소개 및 교육

UCC제작교육		
금정청소년수련관	저소득청소년	강사 소개 및 교육, 후속으로 동아리 운영 및 지원
UCC제작교육		
화명종합사회복지관	저소득어린이	강사 소개 및 교육, UCC 시상식 작품 선정.
UCC제작교육		
장선종합사회복지관	미디어교육	강사 소개 및 장비 지원
사상종합사회복지관	통합교육	강사 소개 및 장비 지원, 세미나 교육평가를 통한 교류
용호종합사회복지관	미디어교육	강사 소개 및 장비 지원
대안학교 우다다	UCC교육	교육, 상영 지원, 멘토링, 후속 사업 진행 중
부산울산경남지역	청소년 멘토링	다음세대재단 유스보이스와 함께 멘토링 진행

<표 46> 부산시청자미디어센터 컨설팅 사업 내역

(8) 장비 및 공간

비교적 최근인 2005년 11월 개관하여 구비 장비와 공간 모두 양호하다.

(가) 장비 관리 및 활용

장비가 오래되지 않아 상태가 양호하므로 장비의 유지 관리에 소요되는 지출 역시 아직까지는 적은 상태이다. 그리고 장비 대여와 점검, 파손 내역 등 각종 장비 관리용 자료 정리는 구체적이고 꼼꼼하게 정리되어 있어 관리에 있어서의 편리를 도모하고 있다. 한편, 부산센터는 장비의 효율적 지원과 활용, 지역적 안배를 위해 2008년부터 기존 장비 지원 시스템 외에 위탁 운용 사업을 실시하였다. 이를 통해 경남시청자영상제작단, 경남민주언론시민연합, 울산MBC시청자미디어센터, 진주시민미디어센터가 부산센터의 장비를 임대받아 사용하고 있다. 지난 9월에는 중간 점검을 실시하고 ‘2008년 울산, 경남 지역 장비 위탁 운용 사업 중간 점검 결과 보고서’를 작성함으로써 임대한 장비의 관리 상태에 대한 점검에도 만전을 기하고 있다.

한편 2007년에는 전동휠체어 부착용 전동삼각대를 개발하여 보급하는 등 기존 장비의 관리와 활용에만 머무르는 것이 아니라 지역사회와 사회 소수자를 위한 고민과 노력이 실천되고 있음을 알 수 있다.

(나) 공간 관리 및 활용

시설을 사용하는 월평균인원은 2007년 1,757명에서 2008년 1,906명으로 지속적인 증가 추세를 보이고 있다. 특히 디지털 편집 지원 시설인 비선형편집실의 이용률은 2007년 96%에 이어 2008년 94%를 기록함으로써 가장 높은 수준을 보인다. 녹음실의 이용률은 20% 내외이지만 매주 퍼블릭 액세스 프로그램이 1편 이상 제작되는 등 결과물에 있어서는 높은 효율을 보이고 있다.

한편 필수시설이외에 강의실과 세미나실, DVD오소링/컨버팅실 등은 이용률이 낮은 편으로 일부 용도 변경이 필요한 것으로 보인다.

자막방송제작실에서는 2008년 5월부터 부산MBC의 'TV시민세상'의 수화 방송 제작을 지원한 바 있는데, 지역 내 장애인을 위한 수화방송, 폐쇄자막방송, 화면해설 방송에 대한 제작 인프라가 빈약한 상황이다.

향후 방송의 HD시스템 전환을 고려해보건대 시청자참여프로그램 제작 등을 위한 FULL HD 제작 환경의 구비가 요망된다. 실제 HD기반 고급편집실의 이용이 증가하고 있다.

시설 관리는 외부 용역을 통해 이루어지고 있으며 용역관리관련 비용에 약 10억원 정도 소요되고 있다.

(9) 웹사이트관리 및 운영

부산센터는 2007년 말 웹사이트를 개편하면서 온라인 신청, 각종 정보 제공, 공지 등의 기능을 수행하고 있다. 웹사이트의 평균 접속자수와 접속 시 살펴보는 페이지의 수를 비교해보건대 웹사이트 이용률이 향상되었음을 알 수 있다.

이러한 증가 추세는 개편 후 영역별로 담당자를 지정하여 확실히 책임지게 하고, 자료 업데이트 량을 늘리고, 신속히 답변을 처리해주는 등 관

리 기능이 향상된 결과로 볼 수 있다. 또한 소모임 만들기 기능을 통해 부산센터를 통해 생겨나는 다양한 커뮤니티의 공간을 제공해줌으로써 활성화를 꾀하고 있다.

웹사이트 기본 현황

	2007년	2008년
접속자수(월평균)	약 3,000 명	3,721 명
1회 접속 시 페이지뷰	8.6 view	12.7 view

<표 47> 부산시청자미디어센터 웹사이트 현황

그러나 전문적인 전담인력이 없는 상태라 총괄적인 웹사이트 기획과 상황에 맞는 이벤트성 기획의 실행이 어려워 보인다.

(10) 정보 공유

부산센터에서는 2007년 웹사이트에 운영위원회 회의록을 올림으로써 정보 공개를 통한 운영의 투명성을 꾀한 바 있다. 그러나 회의록 특성 상 운영위원의 실명이 기재되는 등 개인정보 유출의 우려가 대두되어 중단되었다. 이후 2008년부터는 매년 발간하는 백서를 통해 운영위원회 회의록을 공개하기로 했다.

한편 센터를 안내하는 리플렛과 사업안내 리플렛, 발간 책자, 외부단체 홍보 인쇄물 등 각종 홍보 및 안내 자료는 센터 내 각 층마다 비치하고 있다. 더불어 웹사이트에 교육, 정책 등 부산센터 발간 자료를 올림으로써 주로 웹사이트를 통해 정보를 축적하고 공유하고 있다.

(11) 사업배치 및 연관성

개관 4년차를 맞이하여 교육 및 제작지원, 상영사업, 정책사업, 네트워크 등 다양한 사업이 일정 정도 궤도에 오른 것으로 보인다. 사업 간 배치에 있어서 특정 영역에 기울지 않으며, 2008년 강화된 정책연구사업 역시 짧

은 기간 동안 기반 수립을 위해 노력하고 있다. 제작지원에 있어서 장애 인용 삼각대를 개발하거나 장비위탁시스템을 갖추는 등 새로운 사업이나 방식의 확대도 이루어지고 있다. 그러나 부문 사업의 진행에 있어서 확정적 사고의 부족이 일부 나타난다. 상영사업에 있어서 퍼블릭 액세스 채널의 운영과 확대에만 천착하기보다 이제는 다양한 매체 연구와 진입 방식에 대한 고민이 더해질 필요가 있다. 정책 및 네트워크사업에 있어서는 최근 센터 운영모델과 법제도 대응 등의 활동을 임하면서 전국단위의 미디어단체 및 여타 미디어센터와의 연계를 고려했다면 보다 효과적이었을 것이다.

나. 조직 및 재정

(1) 운영위원회

(가) 주요 의사 결정 및 자문 역할

부산센터의 운영위원회는 정원 11명에 2007년 현재 10명, 2008년 현재 8명이다.

특히 2008년 들어서 운영위원장이 병세 악화로 인해 공석이 되면서, 지역사회와 사업주관인 방송통신위원회와의 소통에 허점을 보이고 있다. 관할 정부부처의 변동으로 인해 그 어느 때보다 운영위원장을 구심으로 하여 운영위원회 차원의 논의와 대응의 필요성이 대두되었음에도 불구하고 적절한 대응이 이루어지지 못하였다.

(나) 정보 공개

운영위원회의 회의록은 2007년 웹사이트를 통해 공개했다가 운영위원들의 실명이 그대로 게재되어 있는 관계로 개인정보의 유출이 우려되어 중단한 바 있다. 이후 2008년부터는 백서를 통해 공개하기로 결정하였으며, 실제 2008년 1월에 발간된 ‘2007년 방송위원회 시청자미디어센터(부산)

백서'에는 2007년 1월 10일에 개최된 제21차 운영위원회부터 2007년 12월 20일에 개최된 제33차 운영위원회 회의록까지 수록되어 있다.

(다) 센터 운영인력과의 소통

매월 1회의 운영위원회를 개최하여 부산센터 운영상의 의사 결정 기능을 수행하는 한편, 방송, 언론, 미디어교육 관련 전문가인 운영위원들의 경우 콜로키움 등 정책 논의 및 연구 과정에 함께 하고 있다.

(라) 지역사회와의 소통

운영위원회는 부산센터의 운영에 관한 지역사회의 의견 수렴을 위해 2007년 10월 9일 운영위원회-시민사회단체 간담회를 개최한 바 있다. 2008년 들어서는 각종 정책 논의 및 연구 활동의 외화 과정 이외에는 별 다른 지역사회와의 소통 구조 마련을 찾아볼 수 없다.

(2) 조직전반

부산센터는 내부 소통의 민주화를 위해 다양한 형태의 회의를 진행하고 있다. 우선 모든 센터 관련 직원들이 함께하는 전원회의가 있으며 주간 단위로 업무 보고 회의와 팀별 팀 회의가 개최된다. 이밖에도 매일 오전 부서장 회의를 통해 부서 간 활동 파악과 교류를 도모한다.

복리후생 측면에서는 직원에게 복리후생비를 지급하고 있으며, 현재 기본 노동시간은 주 40시간에 주 1일 의무 야간당직이 있다. 초과되는 근무시간에 대해서는 초과근무수당을 지급하고 있는데, 부산센터는 저녁 10시에 폐관한다. 휴가는 근로기준법상의 연차 휴가가 실시 중이며, 그 외의 휴가는 없다. 현재로는 복리후생비 지급과 직원건강검진 이외에는 직원을 위한 별다른 복리후생 지원이 없고 직원휴게실이 마련되어 있지 않다. 따라서 직원과의 논의를 통해 센터에 적합한 직원 복리후생 환경 마련이 필요하다.

(3) 재정

2008년 부산시청자미디어센터의 예산은 전년대비 3% 증가한 18억 5천 4백만 원이다. 이 중 각 팀에서 집행하는 사업비는 모두 3억 7천 7백만 원으로 전체 예산의 20.3 %이고, 직원과 일용직을 포함한 인건비는 6억 8천만 원으로 전체 예산의 36.7%를 차지하고 있다. 나머지 예산의 40.2%는 관리비 및 운영비로 7억 4천 5백만 원에 달한다.

(4) 직원

부산센터는 직원들의 서비스 역량 향상과 상호간 단합 등을 도모하고자 1년에 3, 4 차례의 직무교육과 한차례의 직원 워크숍 및 체육대회를 실시한다. 직무교육은 기술을 익히는 직능교육보다 사회 현안 파악이나 조직 운영, 특정 사업에 대한 전반적인 이해에 도움을 줄 수 있는 일반적인 내용이 주를 이루고 있다.

2007년의 직원교육은 전반적인 사회 인식 제고와 창조적, 평화적 조직 운영을 위한 마인드 키우기가 중심이다.

2007년도 직원 교육 내용

구분	제목	일시
직무교육	비정규직 관련 노동법과 현안	3월 21일
	서비스 마인드와接客 매너	4월 26일
	직장 내 성희롱 예방교육	10월 31일
	무에서 유를 창조하는 경험	11월 29일
직원 워크숍	평화적 갈등해결과 소통	5월 13~14일

<표 48> 부산시청자미디어센터 2007년 직원 교육 내용

그에 비해 2008년에는 센터 사업에 대한 포괄적인 이해를 도모하는 방향으로 구성되었다.

2008년도 직원 교육 내용

구분	제목	일시
직무교육	센터 홍보 브랜드 이미지	3월 12일
	미디어 리터러시와 미디어 능력	6월 5일
	미디어 체험관, 박물관의 이해	8월 5일
직원 워크숍		

<표 49> 부산시청자미디어센터 2008년 직원 교육 내용

미디어센터라는 조직이 지니는 공공성과 지역성, 사회소수자 중심성을 고려해볼 때 기능성 교육보다는 위와 같이 사회 현안, 조직 운영, 사업에 대한 전반적 이해를 도모하는 교육이 적절하다. 다만 2008년에 들어서면서 사회 현안이나 조직 운영 능력 향상을 위한 교육보다는 센터 내 사업 관련 교육으로 집중된 양상이다. 센터 직원은 센터 내외의 다양한 조직의 네트워킹에 관계할 가능성이 많고, 변화하는 사회 현상 속에서 지역사회와 사회소수자에게 미칠 영향을 파악하고 공공성 확보를 위한 고민을 수행해 나가야 하므로 전반적인 사회 이해와 조직 운영 능력의 학습이 지속적으로 필요하다. 따라서 향후 교육 프로그램에 이에 대한 적절한 반영이 필요하며, 교육의 횟수 또는 세미나를 통한 교육 기회의 확대해나가야 한다.

한편 직원은 방송통신위원회의 기준에 따라 스태프 자기 평가와 인사·업무평가를 실시하고 있다. 이를 통해 서비스 역량 및 전문성에 대한 평가를 진행 중이다.

(5) 홍보

(가) 이미지 홍보 및 인지도 제고

부산센터는 2007년 한 해 동안 신문, 방송 등 언론 매체에 269차례 보도된 바 있다. 보도빈도가 높은 것으로 보아 지역사회 내 부산센터의 사업 역량과 언론 홍보 전략의 강점을 가늠할 수 있다. 그러나 보도라는 방식의 특성상 센터의 인지도 향상보다는 해당 시기에 진행 중인 개별 사업

이나 행사를 부각시키기 위한 효과가 클 수밖에 없다.

실제 개관 3년이 지나는 현 시점에서 낮은 시설 활용도 등의 문제점이 지적될 때마다 지역주민들의 센터 인지도 부족이 원인의 하나로 꼽히고 있는 실정이다. 따라서 간접 홍보 전략 이외에 전반적인 이미지 홍보를 위한 고려가 필요하다.

2007년에는 각종 홍보 전단과 기념품을 제작하여 배포하였고 잡지와 지하철 광고를 통해 부산센터의 인지도를 높이고자 노력했다.

2007년도 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역

영역	제목	일자
홍보물	2007년 홍보 리플릿	4월
	2007년 사업 안내 포스터	4월
	2007년 홍보 브로슈어	5월
	기념품 볼펜	5월
	기념품 포스트잇	5월
	2007년 홍보 전단	7월
	센터 안내 영문 리플릿	10월
	2008년 다이어리	10월
	2008년 탁상달력	11월
광고	○ 잡지 광고 - 김해문화의전당 잡지 ‘김해문화의 전당’ - ‘해운대 프리즘’ - 김해문화의전당 잡지 ‘김해문화의 전당’ - 부산국제어린이영화제 카탈로그 - 부산수필문학회계간지 ‘수필’	3월 26일 6월호 6월호 8월 여름호
	○ 지하철광고 - 부산지하철 1호선 출입문	9월 18일 ~ 11월 17일

<표 50> 부산시청자미디어센터 2007년 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역

2008년에는 홍보영상물이 제작되기도 하였으나 홍보물 제작이 대폭 감소하고 보도 중심 홍보 전략이 더욱 강화된 양상을 보인다.

2008년도 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역

영역	제목	일자
홍보물	거리 홍보용 엽서	7월
	2008년 홍보 브로슈어	8월
홍보 영상물	센터 안내 홍보 영상물	9월
광고	○ 신문광고	
	- 부산일보발행 <Sea&>	7월
	- 국제신문발행 <그린네>	7월, 8월
	- 메트로	7월 21~22일
	- 포커스	7월 14~15일
	○ 육교광고 - 문현동, 동래, 재송동, 주례	7월 2일~8월 10일
	○ 리플렛 광고	
- 부산국제어린이영화제	8월	
- 부산국제영화제 AFA	10월	
- 금정노인요양원	10월	

<표 51> 부산시청자미디어센터 2008년 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역

대중매체를 활용한 간접 홍보나 직접 광고는 순간적인 효과의 폭이 클 수는 있다. 그러나 미디어센터와 같이 무작위적 대중이 아닌 미디어라는 고리에 공감하는 대중을 상대로 질 높은 공공적 기능을 수행하기 위해서는 직접 대면하는 기회를 늘리고 문턱이 낮다는 인식을 심어주어야 한다. 부산센터가 4월과 7월, 9월, 11월에 부산지역 대학가와 서면거리 이동시 민들을 대상으로 행한 거리 홍보는 좋은 사례가 될 수 있다.

2008년 10월에 부산센터에서 실시한 조사에 의하면 센터로 진입하게 된 경로는 주로 주변의 소개(60.10%)와 인터넷검색(12%)을 통해 이루어지고 있음을 알 수 있다. 따라서 향후에는 거부감 없는 소규모, 면대면 홍보의

개발과 인터넷 활동에 더욱 신경 쓸 필요가 있다.

한편 부산센터는 지역사회가 동참하는 센터 이미지 구축을 위해 2008년 11월 센터 슬로건 공모사업을 진행하기도 했다.

(나) 개별 사업 홍보

부산센터는 시민영상공모전, 부산장애인영화제, 퍼블릭 액세스축제와 같은 기획 행사를 실시한다. 이를 위한 홍보포스터와 리플릿 뿐 아니라 홍보영상물을 제작하고 있으며, 광고에 있어서도 방송자막 및 신문 광고, 육교광고 등 비교적 규모 있는 광고를 실행 중이다.

2007년도 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역

영역	제목	일자
홍보물	제2회 시민영상공모전 포스터, 책갈피, 수상작 모음집	7월
	제2회 부산장애인영화제 포스터, 리플릿 등	8월
	제2회 퍼블릭 액세스축제 포스터, 리플릿, 초청장 등	10월
홍보 영상물	제2회 부산장애인영화제 홍보 트레이일러	9월
	제2회 퍼블릭 액세스축제 영상	11월
광고	○ 방송홀림 자막	
	- 제2회 부산울산경남 시민영상공모전 공고	8월
	- 제2회 부산장애인영화제	9월
	- 제2회 퍼블릭 액세스축제	11월
	○ 신문광고	
	- 메트로신문 : 제2회 부산울산경남 시민영상공모전	8월 7일
	- 포커스신문 : 제2회 부산울산경남 시민영상공모전	8월 7일
- 경남도민일보 : 제2회 부산울산경남 시민	8월 7일	

영상공모전	- 부산일보 : 제2회 부산울산경남 시민영상 공모전	8월 7일
	- 국제신문 : 제2회 부산울산경남 시민영상 공모전	8월 7일
	- 부산대학교 학보 '부대신문' : 제2회 부산 장애인영화제	9월 10일
	- 메트로신문 : 퍼블릭 액세스 축제	11월 12~23일
	- 포커스신문 : 퍼블릭 액세스 축제	11월 12~23일
○ 육교광고		
- 부산 KBS 앞 : 제2회 부산울산경남 시민 영상공모전	7월 30일~8월 12일	
- 부산 동래시장 앞 : 제2회 부산울산경남 시민영상공모전	8월 6~19일	
- 부산 동래시장 앞 : 퍼블릭 액세스축제	11월 12~25일	
- 부산 봉생병원 앞 : 퍼블릭 액세스축제	11월 12~25일	
- 부산 가야시장 앞 : 퍼블릭 액세스축제	11월 12~25일	

<표 52> 부산시청자미디어센터 2007년 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역

2008년도 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역

영역	제목	일자
홍보물	제3회 부산장애인영화제 포스터, 리플릿, 엽서 등	9월
홍보 영상물	제3회 부산장애인영화제 트레일러 영상	9월
광고	○ 신문광고	
	- 부산일보 : 제3회 부산장애인영화제 - 국제신문 : 제3회 부산장애인영화제	9월 23일 9월 23일

<ul style="list-style-type: none"> - 메트로 : 제3회 부산장애인영화제 - 포커스 : 제3회 부산장애인영화제 - 부산시보 : 제3회 부산장애인영화제 	<p>9월 23~24일</p> <p>9월 23~24일</p> <p>9월 24일</p>
<p>○ 육교광고</p> <ul style="list-style-type: none"> - 남천동 : 제3회 부산장애인영화제 - 서구청 : 제3회 부산장애인영화제 - 동래 : 제3회 부산장애인영화제 - 재송동 : 제3회 부산장애인영화제 	<p>9월 19일~27일</p>

<표 53> 부산시청자미디어센터 2008년 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역

그중 퍼블릭 액세스 축제는 센터의 주요목표 중 하나인 퍼블릭 액세스를 특화하여 포럼과 상영, 행사를 결합한 축제로 만들었다. 2007년에는 11월 20~24일 사이, 2008년에는 11월 21~22일 사이 진행되었다.

(다) 이미지 홍보와 전체 홍보의 연관성

부산센터의 홍보는 전반적으로 기획행사가 중심이 되는 인상이 강하다. 또한 언론 보도를 통한 간접홍보가 더욱 확대되면서 센터의 이미지 홍보보다 상대적으로 개별 사업에 대한 각인에 더 효과적이었을 것으로 보인다.

행사 중심 홍보는 센터 인지도 향상에 일정 정도 도움을 줄 수 있으나 자칫 행사만 홍보되고 주최자가 부각되지 않거나 센터의 역할을 해당 행사 몇 가지로 한정하여 볼 수도 있는 약점을 가질 수 있다. 따라서 센터의 설립목적과 전반적인 활동에 대한 홍보가 같은 비중으로 진행되어야 센터의 활용도를 더욱 향상시키고 지역사회를 통해 규정받는 센터의 역할이 도출될 가능성도 확장될 수 있으리라 판단한다.

다. 네트워킹 및 연계사업

(1) 지역네트워크

(가) 수강생 및 기타 지역 주체 모임 지원

2007년 2월 퍼블릭 액세스 시민제작단이 출범하여 부산지역 내 각종 매체의 시청자참여프로그램의 제작을 맡고 있다. 초기엔 매체별로 제작단을 구성하여 영상시민제작단, 라디오시민제작단, 스튜디오시민제작단이 출범하였다. 더불어 제작단을 지지 지원해줄 수 있는 영상제작지원단, 라디오제작지원단, 스튜디오제작지원단도 생겨났다. 부산센터에서는 초기 그들의 제작물이 방영될 수 있도록 방송사와 협상을 통해 퍼블릭 액세스 프로그램 제작을 정례화 시키기도 했다. 또한 시민제작단과 제작지원단의 출범과 운영을 지원하고 있으며, 2007년 7월과 12월에는 시민제작단 워크숍을 개최하기도 했다.

2008년에는 매체별 시민제작단이 갖는 주제와 대상의 한계를 극복하고자 계층별, 주제별 제작단을 추가로 출범시키고 지원하였다. 이를 통해 장애인제작단, 주부제작단이 생겨났으며, 향후 노인제작단 등 계층과 주제를 대표하는 제작단이 지속적으로 생겨날 예정이다.

기존 매체별 제작단 이외에 계층별, 주제별 제작단이 추가 구성되는 상황은 해당 계층과 주제에 대한 이해와 주장을 보다 구체적이고 진실되게 구현할 수 있다는 점에서 긍정적이라고 할 수 있다. 더욱이 부산센터는 제작단 지원에 대해 다양한 고민과 지원을 하고 있어 점차 확장되어 갈 것으로 기대된다.

한편 점차 넓어지는 미디어의 영역에 맞춰 인터넷, 모바일 등 다양한 매체 또는 단말기에 대한 다양한 제작 실험의 독려라든가 미디어 동향에 대한 논의 단위의 지원 등 제작단을 넘어서 보다 새로운 고민과 실험을 하는 모임을 발굴하고 지원을 확대해나가야 할 것이다.

(나) 각종 네트워크 형성

2008년부터 지역 내 각종 네트워크에의 참여가 확대되었는데, 부산미디어교육네트워크를 비롯해 부산MBC 퍼블릭 액세스 운영협의회, 부산시청자주권협의회, 부산콘텐츠마켓(BCM) 집행위원회, 지역 케이블텔레비전자문위원회, 영어 FM방송 실무위원회, 부산영상포럼 운영위원회에 참여하고 있다. 네트워크 성격별로는 퍼블릭 액세스와 관련된 협의체 뿐 아니라 부산미디어교육네트워크, 부산영상포럼 운영위원회와 같은 교육과 제작 등의 논의체에도 참가하고 있다.

(다) 지역 사회와의 소통

부산센터에서는 지역사회에서 발생하는 다양한 의제가 담긴 토론회의 경우 스튜디오 제작을 지원함으로써 참석자 뿐 아니라 지역사회와 함께 논의를 확대할 수 있는 기회를 제공한다.

또한 대학, 고교 관학협력 회의에 참석하여 청소년 미디어교육 및 제작 지원에 대해 소통하고 있다.

(2) 광역네트워크

부산센터는 부산, 울산, 경남을 중심으로 한 광역 단위에서 다양한 사업을 통해 네트워킹을 강화하고 있다. 2007년부터 함께 하고 있는 부울경 공동체상영운동네트워크는 매해 광역단위로 야외 상영회 개최를 기획하고 실행 중이다.

또한 2007년에는 부·울·경 퍼블릭 액세스 프로그램 공동제작 사업이 진행되었는데, 울산미디어연대, 부산여성회 영상공동체 위민, 경남시청자영상제작단, 독립영상미디어센터진주, 부산시청자주권협의회 등의 단체가 참여하여 연 16회의 정기회의를 거치면서 5편의 공동제작물을 만들어냈다. 5편은 RTV, 마산MBC, 부산지역 케이블 방송에서 방영되었다. 더불어 두 차례의 워크숍과 한차례의 토론회에 있었는데 11월 1일에 개최한 ‘부산, 경남지역 시청자 참여프로그램 운영모델 발전방안 토론회’에서는 사회단체와 시민들이 접근하기 쉬운 퍼블릭 액세스로의 발전 방안이 논

의되었다.

이후 2008년부터는 부·울·경 미디어포럼을 개최하여 지역 내 미디어 네트워크 활동기반과 지역미디어운동의 내용을 나눔으로써 향후 지역의 의제를 생산하고 담론을 형성하고자 노력 중이다. 6월 21일에 있었던 제1차 포럼에선 지역미디어운동 현황과 네트워크 활동기반에 대한 점검, 8월 28일에 있던 제2차 포럼에선 퍼블릭 액세스 프로그램에 대한 인식 공유와 현황 분석이 논의하였다.

2008년 시작된 울산, 경남 지역 장비 위탁 운용사업 및 평가보고서 작성은 광역 단위 네트워크의 확장을 위한 지원체계 확장의 일환이다.

(3) 전국네트워크

2008년부터 전국장애인미디어교육네트워크에 참석하고 있으며, 서울지역의 특수교육모임과 지역 교사들을 연계하여 자발적 미디어교육을 지원하기도 했다. 전국 단위의 경우 매우 제한적 영역에서 네트워크가 이루어지고 있는데, 광주 뿐 아니라 다양한 지역의 미디어센터와의 연계라든가 공적 미디어 영역 확장을 위한 고민과 공동 대응을 할 수 있는 단위들과의 네트워크 사업이 요망된다. 특히 최근 방송통신 관련 법제 개편과 더불어 다양한 공공 미디어 영역의 대응 논의가 일부 존재하는바 적극적인 참여를 모색해볼 필요가 있다.

(4) 공동사업

부·울·경 상영운동네트워크 차원에서 부·울·경 순회 상영회를 실시했다. 2007년에는 8월에 울산, 창원, 진주, 부산 네 지역에서 실시하였으며, 2008년 역시 네 지역에서 다섯 차례 상영회가 열렸다.

2007, 2008년도 부·울·경 순회 상영회 목록

연도	주관	일시	장소	상영내용
2007년	울산미디어연대	8월 11일	울산 문수구장 호반광장	독립영화 6편
	경남시청자영상 제작단	8월 17일	창원 용지공원	독립영화 6편
	독립영상미디어 센터 진주, 진주 여성회	8월 28일	하대동 강변	독립영화 6편
	시청자미디어센 터(부산)	8월 29일	센터공개홀(우 천)	독립영화 6편
2008년	독립영상미디어 센터진주	10월 28일		독립영화 4편
	울산미디어연대	10월 29일		독립영화 3편
	경남시청자영상 제작단	10월 30일		독립영화 4편
	평상필름(부산)	10월 31일		독립영화 3편
	울산미디어연대	11월 7일		독립영화 3편

<표 54> 부산시청자미디어센터 부·울·경 순회 상영회 목록

그리고 다음세대재단 유스보이스와 네트워크하여 부산울산경남지역 청
소년 멘토링을 진행하였다.

라. 사업계획 수립 및 평가 시스템

(1) 사업 계획 수립

2007년 부산센터는 1) 퍼블릭 액세스 확산과 대중화, 2) 미디어 소외계층을 위한 활동 강화, 3) 미디어교육의 내실과 특성화, 4) 부산·울산·경남 지역민의 참여 극대화, 5) 미디어센터의 허브 기능 확대를 중점 추진사업으로 삼았다. 제작단 구성과 지역 내 축제와 토론회 등을 통해 퍼블릭 액세스 대중화를 꾀하고 기존 계층별 상설교육을 공동체미디어교육으로 소화하고자 했던 기획은 계획 수립 및 실행에 있어서 긍정적이었던 것으로 평가된다. 또한 장애인을 위한 미디어 환경 개선 노력도 눈에 띈다. 한편 광역 단위 지역민의 참여 확대는 제작 지원이나 미디어교육네트워크의 형성 등에도 불구하고, 센터와 장비이용률 등 기본사업에 있어서 일정정도 지역적 한계에서 벗어나기 힘들었던 것으로 보인다.

2007년도 사업계획 및 평가

팀	구분	내용
기획관리팀	사업 계획	<ul style="list-style-type: none"> - 퍼블릭 액세스 확산을 위한 정책사업 - 센터 인지도 향상을 위한 홍보 및 연대사업 - 미디어 아카이브 구축 - 센터 이용환경 개선 - 퍼블릭 액세스 기획행사의 내실화
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 퍼블릭 액세스를 위한 축제, 토론회, 홍보 등 다양한 활동 전개 - 아카이브 산업 미비 - 인지도 향상을 위한 홍보보다 개별사업과 보도 중심 홍보

제작지원팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 퍼블릭 액세스 활성화를 위한 제작지원 시스템 구축 - 센터 시설·장비 지원사업 강화 - 부·울·경지역 시민제작자·영상활동가 양성 및 네트워크 구축 - 장애인 지역방송 접근권 향상 지원사업 강화 - 지역·계층별 맞춤형 제작지원 확대
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 장애인 제작 여건 향상을 위한 장비 개발 등 접근권 및 제작 권리 향상 도모
미디어교육팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 계층별 공동체 미디어교육 활성화 - 어린이·청소년 미디어교육 ‘미디어언’ 운영 - 상설 미디어교육·교사직무 연수 운영 - 부·울·경 미디어교육 네트워크 구축·지원
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 전년도 계층별 상설교육화의 폐해를 정확히 인지하고 맞춤형 공동체 미디어교육 방식으로 효과적 전환 - 광역 단위 네트워크에도 의지 보임

<표 55> 부산시청자미디어센터 2007년 사업계획 및 평가

이러한 한계에서 벗어나기 위해 2008년부터는 장비 위탁 운영 시스템을 도입하고 정책 담당자 및 정책 활동 확대를 통해 개별 센터에 천착하는 것이 아닌 지역을 넘어 광역 단위를 아우르는 의제의 도출과 실천을 모색하고자 하였다.

한편 정책 전담자의 구성 및 운영위원들의 자문, 무엇보다 센터의 정책 연구 의지가 어우러져 정책연구와 대중화에 있어서 2007년보다 훨씬 많은 활동을 전개하였다.

2008년도 사업계획 및 평가

팀	구분	내용
기획 관리 팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 정책 개발 전담직원 구성 및 사업 추진 - 시청자미디어센터 연대 사업 - 브랜드 이미지 확립 및 홍보 강화 - 미디어 아카이브 구축 및 자료실 운영 - 퍼블릭 액세스 확산을 위한 대중사업 - 시민속에 파고드는 미디어운동 확산 - 운영위원회 지원, 직원 및 시설물 관리 운영
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 정책 활동 활성화 - 브랜드 이미지보다는 개별사업 중심 홍보에 집중 - 규모 있는 사업의 진행에 비해 지역사회 개인과의 면대면이 가능한 캠페인, 활동, 홍보 등이 눈에 띄지 않음 - 아카이브 구축 미진
제작 지원 팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 시민제작단, 제작지원단 운영 활성화 - 퍼블릭 액세스의 대중적 확산을 위한 방안 마련 - 센터 시설·장비 관리 및 지원사업 강화 - 장애인 퍼블릭 액세스 제작지원 사업 강화 - 공동체 제작지원 사업 강화
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 계층별 제작단 구성을 통한 지원 확대 - 장비 임대사업으로 지원 확대
미디어 교육 팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 공동체 미디어교육·교육지원 사업 강화 - 상설교육 내실화 및 미디어아카데미 신설 - 미디어 체험 ‘꿈스꿈스’ 대상 확대·안정화 - 강사 양성 및 강사 재교육 프로그램 마련
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 공동체 미디어교육의 성과를 이어받고, 기존 상설교육 및 심화교육, 체험 프로그램으로 확장 - 강사 재교육 프로그램 부실

<표 56> 부산시청자미디어센터 2008년 사업계획 및 평가

(2) 사업평가

부산센터에서는 매 교육마다 수강생 설문을 비롯해 담당자의 평가보고를 실시하고 있다. 또한 매년 말에는 방송통신위원회의 기준에 따라 자기평가 및 인사·업무평가를 실시하여 사업 수행 및 목표에의 부합 등을 점검하고 있다.

부산센터는 사업 주관인 방송통신위원회가 존재하므로 우선 일차적으로 방송통신위원회 차원의 외부 평가가 필요한데, 2008년 처음 방송통신위원회 산하 지역시청자미디어센터의 평가가 있을 예정이다. 방송통신위원회의 사업 평가는 지난 2007년에 완성된 ‘지역영상미디어센터 운영평가지표 개발 연구’의 미디어센터 평가지표에 따라 진행될 예정이므로 일정 수준 과학성을 확보했다고 볼 수 있다.

(3) 피드백 시스템

부산센터는 일상적으로 이용자 불만 처리 사항 의견 접수와 홈페이지 의견 청취를 통해 센터의 모든 이용자 및 관심 있는 사람들의 의견을 청취하고 있다. 센터 직원의 의견은 팀 회의와 전원회의를 통해 수렴 및 논의되고 있다. 또한 매 교육마다 수강생 설문조사를 실시하여 교육의 질 향상을 도모하고 있으며, 2007년 12월(7~15일)에는 센터의 회원을 대상으로 설문조사를 실시하여 센터 전반에 대한 정보를 수집하기도 하였다.

2007, 2008년 주요 피드백 내용 및 개선 결과

연도	의견 내용	개선 결과
2007 년	미디어센터의 정책기능 활성화	2008년 조직 개편에서 정책 담당 직원 2명을 선발, 배치하여 정책기능 향상.
	홈페이지 의견 청취	실시간 신속한 답변으로 미디어센터 신뢰도 높여나감.
	24시간 편집실 필요	1층에 24시간 편집실을 구축 운영함.
	센터 야간개방에 따른 시간	시간외 수당을 지급함

	외 수당 지급 필요	
	시민단체 의견 반영 필요	사업설명회, 간담회, 세미나
	오프라인 소식지 대체 온라인 홍보 강화	계간 소식지를 폐간하고 2주 1회 발행의 온라인 소식지와 홈페이지 스케치 뉴스를 강화함.
	부산 이외의 경남, 울산 지역 의견수렴	경남, 울산지역 찾아가는 간담회 개최 지역 담당제 실시함(실효 의문, 보완 필요)
	센터 자료 공개	홈페이지에 자료집을 PDF 파일로 공개함. 정보 제공을 신속하게 함
2008년	이용자 사물함 필요	방통위 기구개편으로 예산사용 불가로 2009년 사업에 반영할 것임. 다만 독과점 방지책 필요함.
	직원 직무 개발비 지급	2008년 예산 반영하였으나, 방통위 기구개편으로 사용 못함.
	정회원 교육 수화 통역	농아 장애인 참여시 수화통역으로 교육을 실시함.
	교육 수강 기회 확대	제한된 교육인원에 대한 정중한 이해 구함.
	소외계층 이용자 편의	현관 자동문 설치와 장애인 화장실의 전층 설치, 초경량 휠체어 현관 입구 비치
	이용자 만족도 설문조사	외부 용역을 통해 객관적인 이용자 만족도 설문조사 실시함.
	장애인 제작단 확충	전국 최초로 장애인시민영상 제작단 구축 운영함.
	이용자 멘토링 기능 필요	제작지원단 확대로 멘토링 기능보강 운용

<표 57> 부산시청자미디어센터 주요 피드백 내용 및 개선 결과

지역사회에서의 의견 청취는 위와 같은 의견 접수 뿐 아니라 사업설명회, 간담회, 세미나 등을 개최하여 다양한 의견에 귀 기울이고 있다. 하지만 지역 평가 시스템의 경우 지역사회와 함께 진행하는 개별 사업별 평가는 진행되고 있으나 총괄적 평가 시스템은 없는 상태이다.

마. 소결

(1) 미디어교육 영역 평가

부산시청자미디어센터의 교육 사업은 <상설교육>, <공동체 미디어 교육>, <체험학습>, <교육지원>, <회원교육 등 기타교육>, <수강생 사후관리 및 지원> 으로 구분된다.

우선, 제작 기능 향상을 위한 미디어 활용 강좌가 주를 이루는 <상설교육>은 2007년 228회 개최되었던 것이 2008년에는 10월까지 280회 개최됨으로써 양적인 증가가 두드러진다. 개최회수의 증가에 따라 수강연인원 역시 2007년 3,774명에서 2008년은 10월 현재 4,098명으로 대폭 증가했다. 부산시청자미디어센터의 <상설교육>은 개최회수와 수강연인원과 같은 양적인 측면뿐만 아니라 질적인 측면에서도 수강등록률이 100%에 육박하였고, 실제 수강한 수강자들의 수료율 역시 70%를 유지했다는 점에서 긍정적 평가가 가능하다.

<상설교육>이 교육 사업에서 차지하는 비중은 지금도 큰 편이지만 지역사회에서 부산시청자미디어센터의 인지도가 높아지면 질수록 <상설교육>의 비중은 더욱 커질 것으로 예상된다. 특히, <상설교육>에 대한 대외적인 평가는 물론이고 자체적으로도 교육 사업에서 차지하는 비중을 감안하면 질 높은 <상설교육>의 제공과 안정적 운영은 부산시청자미디어센터가 지역미디어센터로서 뿌리내리기 위한 중요한 요소다.

2007년에 비해 2008년의 <상설교육>의 괄목할만한 양적·질적 성장은 2007년 한 해 동안 실시된 부산시청자미디어센터의 지역 내 홍보활동이 성과를 나타낸 것이라 볼 수 있다. 이러한 <상설교육>의 수요는 미디어

에 대한 지역민들의 욕구와 호기심이 채워질 때까지 지속적으로 증가할 것이다. 하지만, 〈상설교육〉은 아무리 수요가 많더라도 미디어센터가 제공할 수 있는 능력범위 내에서 실시되어야 한다. 〈상설교육〉에 대한 단기적인 수요에 급급해서 과도한 강좌의 개설과 운영은 결코 도움이 되지 않는다. 장기적인 측면에서 보면 약간 강좌수가 부족해도 질 높은 〈상설교육〉을 제공하는 것이 오히려 바람직하다. 부산시청자미디어센터의 시설여건과 강사수급 여부 등이 충분히 고려되어야 하며, 수강생들의 수강편의(강좌개설시간, 교재, 접근성) 등도 최대한 배려해야 할 필요성이 있다.

끝으로 부산시청자미디어센터가 〈상설교육〉이 지속적인 미디어창작으로 이어질 수 있도록 수강생들의 사후관리 차원에서 교육 수강 후 수강생들이 자율적인 커뮤니티를 구성할 수 있도록 웹사이트를 통한 지원과 해당 교육 강좌의 결과물에 대한 지속적인 활용 및 배포가 가능하도록 지원을 제공하는 점은 다른 미디어센터의 운영에 있어서도 참고 되는 대목이다.

〈공동체 미디어교육〉은 지역의 장애인과 비정규직 노동자를 위주로 실시되었던 것이 지역의 청소년, 환경, 여성, 장애인 단체를 대상으로 교육 대상과 폭이 넓어지고 있다. 하지만 〈공동체 미디어교육〉은 2007년에 비해 2008년 개최횟수가 212회에서 149회로 축소되었다. 지역공부방, 복지관, 도서관, 아동센터 등 다양한 아동청소년 대상 교육이 실시되었던 방과 후 교실이 2007년에는 143회 실시되었지만 2008년에는 〈공동체 미디어교육〉의 사업에서 제외되었다.

〈공동체 미디어교육〉의 전체적인 축소는 상대적으로 증가 추세를 보이는 〈상설교육〉과 대조를 이룬다. 이러한 현상은 부산시청자미디어센터가 설립 초기인 2007년에는 지역 내의 낮은 인지도를 극복하고 지역민들과의 접점을 넓히기 위해 적극적으로 지역 내의 단체 및 시설을 방문하여 홍보를 겸한 미디어 교육을 실시한 반면, 어느 정도 홍보가 이루어졌다고 판단한 2008년에는 교육사업의 중점을 〈공동체 미디어교육〉보다는 〈상설교육〉 쪽으로 옮긴 결과라 판단된다.

〈공동체 미디어교육〉은 〈상설교육〉보다 훨씬 많은 시간과 노력을 수반한다. 〈공동체 미디어교육〉이 원하는 모든 곳에 찾아가서 교육을 해주는 것이 가장 바람직하겠지만, 부산미디어센터의 제한된 인력과 예산을 효율적으로 사용하기 위해서도, 〈공동체 미디어교육〉과 〈상설교육〉의 교육 대상과 교육시간, 운영강좌의 비율 등을 적절하게 배분할 필요가 있다. 예를 들어, 〈공동체 미디어교육〉은 이동성에 제약을 받는 장애인이나 어린이, 노인들을 대상으로 공부방, 복지관, 노인정, 도서관, 아동센터 등에 방문하여 집중적으로 실시하고, 〈상설교육〉은 그 외의 일반인들을 대상으로 직접 부산시청자미디어센터를 방문하여 수강토록 하는 식으로 분산화를 꾀하는 것이다.

부산시청자미디어센터의 체험학습은 미디어체험학습프로그램인 ‘꿈스꿈스’를 통해 실시된다. 매주 화요일에서 토요일까지 1일 3회 운영되는 ‘꿈스꿈스’는 인터넷을 통해 참여 신청을 받아 일정 수 이상의 신청자가 있으면 진행된다. 부산시청자미디어센터의 체험학습은 이용자들이 직접 부산시청자미디어센터 내의 체험부스를 방문해야만 미디어체험을 할 수 있다. 부산미디어센터의 지리적 여건상 접근성이 떨어진다는 점을 감안하면, 정작 미디어체험이 필요한 장애인이나 노인, 어린이들은 미디어체험이 어렵다. 이러한 점을 고려하여, 부산시청자미디어센터에서는 특정 행사 장소에 체험부스를 설치하여 미디어체험을 할 수 있도록 하는 찾아가는 미디어체험 사업을 전개하고 있다.

미디어센터가 체험학습을 제공하는 이유는 미디어체험을 통해 미디어에 대한 관심과 이해를 높임으로써 보다 창의적인 사고와 미디어 바라보기에 있다. 따라서 시청자미디어센터의 체험학습은 일회성의 견학 프로그램과 동일시되어서는 안 된다. 얼마나 많은 사람들이 단체로 와서 견학을 하고 갔느냐는 차후의 문제다.

부산미디어센터의 미디어체험프로그램 운영과 관련해서는 행정적인 편의를 위해 인터넷으로 신청을 해야만 미디어체험이 가능하도록 운영하고 있는 부산시청자미디어센터의 미디어체험프로그램의 운영 방식은 향후 개선이 필요하다. 사전예약 방식인 미디어체험프로그램의 신청방식을 평

일은 예전처럼 사전 인터넷 예약으로 운영하고, 주말은 예약 없이 미디어 체험이 가능하도록 하는 식으로 미디어체험프로그램의 탄력적 운영을 강구하는 것이 바람직하다고 판단된다.

전체적으로 부산시청자미디어센터 교육 사업은 수강연인원이나 수강율의 측면에서 보면 지역 내 미디어 교육의 핵심적 역할과 기능을 수행하는 기관으로 발전하고 있다는 평가가 가능하다. 하지만 양적인 수치로 계량화할 수 없는 교육프로그램의 만족도에 있어서는 수강시간의 다양화 등과 관련해 일부 개선이 요구되는 것도 사실이다. 즉, 시청자미디어센터는 미디어 제작을 가르치는 일반 사설교육기관에서 수강이 어려운 사람들이 수강 대상이라는 점에서 이들의 접근성이 확대될 수 있도록 수강시간을 적절하게 운영할 필요성이 있다는 점을 간과해서는 안 될 것이다.

찾아가는 교육이 지역의 청소년, 환경, 여성, 장애인 단체를 대상으로 교육 대상과 폭이 넓어지고 있다는 점은 긍정적이지만 반면, 방과 후 교실은 대폭 축소되었다는 점은 지역 내 소외계층에 대한 미디어 교육을 위해 시청자미디어센터가 설립되었다는 것을 감안하면 차후 개검토가 필요하다고 판단된다.

광역센터인 부산시청자미디어센터의 교육기능 강화를 위해서는 미디어 교육프로그램에 대한 수요 예측 및 운영, 평가가 일괄적으로 이루어질 수 있는 시스템 구축과 교육대상의 지속적인 확대 및 신규발굴이 요망된다. 이를 위해 유아, 청소년, 중·장년층, 고령자까지 연령별로 요구되는 미디어 교육프로그램을 개발·운영해야 한다. 이와 함께 미디어 제작교육을 원하는 각종 사회·시민단체의 필요성에 맞춘 미디어 교육프로그램 개발도 향후 해결해야 할 과제다.

(2) 창작지원 사업평가

미디어센터의 창작지원사업은 교육사업의 성과를 지속화시키고 실질적인 지역 내 영상콘텐츠 제작의 활성화에 기여한다는 점에서 의의가 크다. 부산미디어센터의 창작지원사업 역시 이러한 목적에 기초해 다양한 창작지원사업들이 실시되고 있다. 부산미디어센터의 창작지원사업은 크게 장

비활용, 공간활용, 상영사업, 정책연구, 아카이브사업 등으로 구분된다.

장비의 관리 및 활용과 관련해서는 장비운영 기간이 얼마 되지 않아, 장비의 상태가 매우 양호한 편으로 관리적인 측면의 문제점은 그다지 부각되지 않았다. 다만, 장비활용의 측면에서는 몇 가지 개선사항이 지적된다. 우선, 장비활용률이 아직은 낮다는 점이다. 2008년 기준으로 장비 1대당 평균 대여일수는 57.6일로 활용률이 20%에 불과하다. 장비활용률이 낮은 이유는 여러 가지 원인이 있을 수 있겠지만, 이용자들이 인터넷으로 장비대여를 할 수 있도록 하는 식으로 장비대여 방법을 개선하는 것이 필요하다. 이용자들이 부산시청자미디어센터의 홈페이지를 통해서 장비의 대여현황과 이용 가능한 장비의 현황을 살펴본 뒤, 인터넷으로도 장비대여를 신청할 수 있도록 한다면 보다 많은 장비활용을 유도할 수 있으리라 생각된다. 또한, 상대적으로 수요가 많은 장비를 각 미디어센터별로 보유하는 것이 당연하겠지만, 수요가 많지 않는 고가의 장비를 모든 미디어센터가 보유하는 것은 비효율적이기 때문에, 고가의 장비에 한해서 각 미디어센터별로 장비구축을 특화하여 이들 장비를 미디어센터들이 공동 운영하는 방안도 고려해 볼 가치가 있다.

한편, 공간활용 인원은 증가 추세다. 그러나 공간활용 인원의 증가에도 불구하고 활용도가 현저하게 낮은 것으로 나타난 일부 시설에 대해서는 공간을 재배치하는 용도 변경이 요구된다.

자체 상영사업과 공모사업으로 나뉘어 실시되는 상영지원 사업은 대부분 독립영화와 퍼블릭 액세스 프로그램의 상영회 형식으로 이루어지고 있다. 자체 상영사업의 경우, 부산장애인영화제와 퍼블릭 액세스 축제가 모두 하반기에 개최됨으로서 상반기에 자체 상영사업이 없다는 문제점이 노출되었다. 가능하다면, 지속적인 자체 상영사업의 개최가 바람직하다. 월별 테마를 정해 독립영화를 특정 요일에 자체 상영하거나, 부산장애인영화제와 퍼블릭 액세스 축제의 개최시기를 상·하반기로 분산하여 개최하는 방안도 검토해 볼 필요가 있다. 또한, 자체 상영사업의 활성화 및 지역 간 영상콘텐츠의 교류 활성화라는 측면에서 다른 지역의 시청자 제작 프로그램을 순회 상영하는 것도 대안의 하나다.

향후 부산시청자미디어센터의 각종 교육을 통해 배출된 수강생들이 제작한 영상물은 지역의 문화콘텐츠다. 이들 영상물을 부산시청자미디어센터가 기록·보관하는 작업은 지역의 영상문화 발전이라는 차원에서 매우 의미 있는 사업이다. 이러한 사업을 위해서는 아카이브 구축이 중요하다. 현재 부산시청자미디어센터는 아직 아카이브 구축이 미비된 상태다. 아카이브 구축을 위한 신속한 예산의 지원이 요구된다.

부산시청자미디어센터의 주요 정책사업을 살펴보면, 백서발간, 각종 토론회/간담회/포럼개최 등이 포함된다. 이러한 부산시청자미디어센터의 정책연구 사업은 지역 내 각종 단체와 유기적인 협조와 연계활동의 전개에 주안점이 두어져 있다. 정책연구 사업은 단기간에 그 성과가 나타나지 않기 때문에 그 성과를 평가하는 것이 쉽지 않다. 따라서 부산시청자미디어센터의 정책사업에 대한 전체적인 평가는 좀 더 시간이 지나야 객관적인 평가가 가능할 것이다. 하지만 주어진 제한적 자료를 토대로 정책사업에 대한 평가를 내린다면, 단순히 재정적 지원을 통한 사업지원이나 사업관리를 통한 지역 내 영향력 확대를 추구하기 보다는 지역 내 영상제작의 활성화를 위한 효율적인 서비스 제공이라는 근본적 취지에 부합하는 정책사업의 개발이 강화되는 쪽으로 정책사업의 방향성이 재조정될 필요가 있다.

(3) 조직 및 재정 평가

부산시청자미디어센터의 조직 및 재정에 관한 평가는 많은 문제점이 나타났다. 먼저 조직의 운영과 관련한 문제점으로는 관할 정부부처의 변동으로 인해 운영위원회의 역할이 매우 중요한 시점임에도 불구하고 부산시청자미디어센터는 운영위원장의 공석으로 인해 지역사회, 센터의 직원들은 물론 관할부처인 방송통신위원회와도 적절한 커뮤니케이션이 이루어지고 있지 못하는 상태다. 부산시청자미디어센터의 원활한 조직운동을 위해서는 조속한 운영위원장 선출이 필요하다고 판단된다.

또한, 부산시청자미디어센터의 조직구성과 운영은 시청자미디어센터 고유의 역할과 특성에 적합하게 재조정이 요구된다. 현재와 같이 적은 인원

에도 불구하고 불필요하게 업무부서를 세분화할 경우, 명확한 책임부여가 가능하다는 장점에도 불구하고 자칫 과도한 관리직 배치와 불필요한 행정업무를 양산할 수 있다는 점에서 부산시청자미디어센터의 업무부서 및 업무분장은 일부 재조정이 꼭 필요하다.

이와 더불어 부산시청자미디어센터에서 실시되고 있는 직원들에 대한 직무교육은 내용과 범위가 좀 더 전문화·세분화되어야 한다는 점도 문제점으로 지적된다. 시청자미디어센터의 직원들은 빠르게 변화하는 미디어기자재에 대응할 수 있는 미디어 제작 스킬교육에서 한걸음 나아가 지역단체들과의 유기적인 연대 사업이 가능하도록 각종 정책개발과 연구, 지역 내 미디어센터를 적절하게 홍보할 수 있는 전략수립이 가능해야 한다. 이를 위해서는 직원들의 전문성이 배양될 수 있는 직무교육이 필수적이다. 특히, 부산시청자미디어센터처럼 미디어센터가 광역미디어센터로서 허브기능을 수행하고자 한다면 단순하게 직원들의 미디어 제작 능력만을 향상시키는 전략만으로는 부족하며 보다 체계적인 교육을 통해 지역의 미디어 교육전문가를 양성할 수 있는 고도의 전문성을 겸비하는 것이 요구된다.

재정과 관련해서는 전체 예산의 상당 부분이 인건비와 운영비로 충당된다는 점이 가장 큰 문제점으로 지적된다. 사업성 예산의 비중보다는 인건비와 운영비의 비중이 과도하다. 이러한 인건비와 운영비의 과도한 비중은 부산시청자미디어센터의 방대한 시설규모에서 기인하는 측면이 크다. 시설유지와 운영을 위해서는 현재의 인원이 최소한의 인원이라는 점을 감안하면, 상대적으로 부족한 사업성 예산을 증가시킴으로써 부산시청자미디어센터의 예산편성의 불균형을 시정하는 방안을 강구하는 것이 필요하다. 부산시청자미디어센터는 시설과 인력을 구축되어 있는 데 실제로 일을 하기 위한 사업예산이 절대적으로 부족한 실정이다. 또한, 부산시청자미디어센터가 개관된 지 얼마 안 된 시점이라 장비의 노후화 및 시설의 유지보수비가 들지 않겠지만, 시간이 지날수록 이러한 비용의 지출 증가가 예상된다. 특히 부산시청자미디어센터처럼 대규모 시설의 경우, 앞으로 시설의 노후화될수록 유지·관리비가 기하급수적으로 증가할 가능

성이 높다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 사업성 예산의 확대가 절실하다.

(4) 네트워킹사업 평가

부산은 부산국제영화제, 부산콘텐츠마켓 등을 통해 영상산업도시로 도약을 꾀하고 있다는 점에서 지역자체단체에서도 영상에 대한 관심이 높다. 부산시청자미디어센터는 영상산업도시의 기초가 되는 미디어 창의성을 길러줄 수 있는 거의 유일한 지역 내 기관이라는 점에서 지역 단체 및 기관들과의 유기적인 연대가 무엇보다 중요하다.

현재, 부산시청자미디어센터의 네트워킹 및 연계사업은 전국네트워크의 구축사업과 부·울·경을 중심으로 한 광역네트워크의 구축사업으로 나뉘어 전개되고 있다. 먼저 전국네트워크 구축사업은 전국규모의 미디어교육단체들과 연대사업 등이 극히 제한적으로 추진되었을 뿐, 전체적으로는 미흡하다는 평가가 가능하다.

반면, 부·울·경을 중심으로 한 광역네트워크 구축사업은 지역 내 각종 미디어 교육단체, 방송사, 영상관련기관 및 단체들로 구성된 지역 내 네트워크에 참여하여 미디어 교육에 관한 논의를 지역 사회 내로 확대시켰다고 점에서 긍정적으로 평가된다.

한편, 부산시청자미디어센터는 과거 개별적으로 산재했던 각종 미디어 교육기관 및 단체들의 구심점이 되고 있다. 특히, 시청자미디어센터의 교육과정을 수강한 수강생들이 계층별, 주제별 제작단을 구성하여 운영함으로써 향후 퍼블릭 액세스 프로그램의 정례화는 물론이고 인터넷, 모바일, IPTV 등 다양한 뉴미디어에 대한 실험적이고 창의적 프로그램의 제작시도가 가능할 전망이다. 이는 지역 콘텐츠 산업의 활성화 및 문화적 다양성의 제고로 이어질 것으로 기대된다.

외부적인 네트워킹 사업이 부산시청자미디어센터의 외부적인 위상과 관련된다면, 각종 시민제작단과 제작지원단의 운영과 지원은 내부적인 네트워킹 사업이라 할 수 있다. 외부적인 네트워킹 사업에 대한 평가는 직원들의 자체 평가와 지역 사회 내의 미디어 관련단체 활동가들의 평가를

종합하면 아직은 만족스러운 결과는 아니다. 신설 미디어센터라는 점과 지역의 기타 단체와는 비교하기 힘들 정도로 큰 규모와 재정적 여건이 일종의 위화감을 형성했던 것이다. 하지만 이러한 문제점은 부산시청자미디어센터의 내부구성원들의 열린 자세와 의지를 통해 충분히 극복될 수 있다. 특히, 부산시청자미디어센터가 미디어 관련 단체들을 유기적으로 결합시키고, 지원하는 일종의 허브기능을 수행하기 위해서도 반드시 외부 기관이나 단체들과 성공적인 네트워킹이 이루어져야 한다. 이와 함께 광역미디어센터의 역할을 수행하기 위해서는 부산이라는 지리적 여건을 충분히 활용하여 일본 후쿠오카와 같은 도시에 소재한 미디어센터 등과 협력하여 공동제작 또는 퍼블릭 액세스 프로그램이 상호 교류 등을 추진하는 것도 방안의 하나라 생각된다.

반면, 내부적인 네트워킹은 부산시청자미디어센터의 시민제작단과 제작지원단은 시민들이 제작한 영상물들이 지속적으로 지역미디어로 방영될 수 있도록 하는 것이 목적이다. 자신들이 제작한 영상물을 지역미디어에서 방영함으로써 자신들의 주장과 이야기를 함께 공유하고 나누는 위한 이들의 활동은 미디어센터가 추구하는 최종적 목표라고 해도 과언이 아니다. 시민제작단과 제작지원단의 운영활성화를 통해 앞으로 이들 단체가 부산시청자미디어센터의 운영위원들이 선출되고 지역의 변화와 지역의 의제를 선도해 나아가는 역할이 기대된다.

(5) 사업계획 수립 및 평가시스템 평가

영상제작이라는 창의적인 활동을 지원하는 시청자미디어센터라는 특수성을 고려하면, 시청자미디어센터의 평가는 단순히 양적 평가를 기준으로 삼기보다는 어떠한 형태로든 이용자들과 지역 내 관련 단체들의 평가가 반영되는 것이 적절하다.

부산시청자미디어센터의 2008년 사업계획 수립은 2007년에 비해 한결 내실 있는 사업계획의 수립과 실행이 이루어지고 있다는 평가가 가능하다. 하지만, 많은 사업들이 부산이라는 한정된 지역을 상정하고 있다는 점은 한계로 지적된다. 실제로 2007년 부산시청자미디어센터는 1) 퍼블릭

액세스 확산과 대중화, 2) 미디어 소외계층을 위한 활동 강화, 3) 미디어 교육의 내실과 특성화, 4) 부산·울산·경남지역민의 참여 극대화, 5) 미디어 센터의 허브 기능 확대를 중점 추진사업으로 삼았다. 이러한 사업들은 제작단 구성과 퍼블릭 액세스 대중화에 있어서는 긍정적이었다. 반면, 광역미디어센터로 기능 확대를 위해 추진했던 시청자미디어센터 이용과 장비비용의 측면에서는 지역성 극복이라는 과제를 남겼다. 이러한 문제점을 인식한 부산시청자미디어센터도 2008년부터 광역미디어센터로 기능할 수 있는 추가적인 사업개발에 착수하고 있다. 하지만, 이러한 사업개발은 센터내부의 한정된 인력으로는 한계가 있다. 따라서 지역 내의 전문가나 지역주민들의 아이디어를 수렴할 수 있는 시스템을 구축하여 반영할 수 있도록 하는 것이 필요하다. 특히, 시청자미디어센터는 막대한 예산을 들여 건립된 지역의 공공시설임을 감안할 때, 시청자미디어센터의 사업 역시 예산을 수립하거나 집행하는 과정에 지역민들의 의견이 반영되는 시스템을 구축하는 것은 당연하다. 이와 더불어 기존의 시청자미디어센터 홈페이지의 경우도 단지 센터의 홍보도구정도로 활용되는 것에서 벗어나 시청자미디어 교육의 종합포털로 재편되어야 한다. 즉, 영상물에 대한 제작 교육은 물론, 리터러시 교육, 불건전영상에 대한 대처, 미디어 중독에 대한 교육 등에 관한 정보를 총체적으로 제공할 수 있는 홈페이지로 내용의 업그레이드가 필요하다.

또한, 아직 시청자미디어센터가 구축된 지 불과 3년 정보밖에 지나지 않았다는 점에서 평가시스템의 구축을 위해서는 지속적인 이용자 만족도 조사 자료 축적과 지역과 시청자미디어센터의 특수성을 감안한 연구개발 작업과정을 거쳐 객관적 평가지표를 확립할 필요성이 제기된다. 또한, 외부의 평가 위원회를 통한 자체적인 평가시스템 구축도 검토해 볼 가치가 있다.

(6) 종합평가

부산시청자미디어센터는 개관 2년 남짓이라는 짧은 시간에도 불구하고 지역미디어센터로서 일정한 성과와 역할을 수행하고 있다는 평가가 가능

하다. 부산시청자미디어센터는 주어진 여건과 환경 속에서 최대한 성과를 내기 위해 노력해 왔다.

하지만 부산시청자미디어센터가 실시해 온 각종 교육 강좌와 사업내용의 모든 부분이 만족스럽다는 것은 아니다. 부산시청자미디어센터의 평가 결과 나타난 문제점들로 교육 사업은 찾아가는 미디어교육에서 상설교육으로 중심이 옮겨가고 있는 추세였으며, 교육 강좌 개성이나 수강현황과 같은 양적 측면의 성과가 상대적으로 두드러졌다. 창작지원사업에 있어서는 이용자의 편의를 고려해 인터넷을 통한 장비대여가 가능하도록 시스템의 개선이 필요한 것으로 나타났다. 상영사업의 경우는 외부 및 공모사업을 통한 상영사업은 비교적 활발한 반면, 자체 상영사업이 미흡한 것으로 분석되었다. 조직 및 재정에 있어서도 과도한 업무부서의 세분화 및 전체 예산에서 차지하는 인건비·운영비의 높은 비중은 개선이 필요하다. 네트워킹의 측면에서는 퍼블릭 액세스 프로그램을 몇 편 제작했는가 가 핵심이 아니라 지역 내 단체들과의 유기적인 연대에 중점이 두어져야 할 것이다. 지역의 특성과 지리적 여건을 고려한 전략적 접근도 강조된다. 구체적으로 예를 들자면, 지리적으로 인접한 일본의 후쿠오카시 등과 연계해 퍼블릭 액세스 프로그램의 교류 및 공동제작을 추진하는 식으로 지역을 뛰어넘는 교류와 연대는 부산시청자미디어센터와 같은 대규모 센터만이 가능한 사안이다. 나아가 시청자미디어센터가 영상미디어센터라는 점에서 지역 내에서 생산되는 영상물의 기록·보관센터로 자리매김할 수 있어야 할 것이다. 이를 위해서는 현재, 사업수행이 더디게 진행되고 있는 아카이브사업의 신속한 사업 착수도 요망된다.

하지만 현재 부산시청자미디어센터가 처해 있는 현실은 녹녹치 않아 보인다. 방송위원회가 방송통신위원회로 통합되면서, 시청자미디어센터를 담당하는 부서가 바뀐 것도 있겠지만, 새롭게 발족한 행정부처인 방송통신위원회의 업무처리 방식에 적응하는 것조차도 상당한 시간이 필요했다. 이러한 소관부처의 통폐합 과정이 센터의 설립기관과 중복된 광주시청자미디어센터에 비하면 부산시청자미디어센터의 경우는 상대적으로 영향을 적게 받았다고 말할 수도 있겠지만, 부산시청자미디어센터 역시 설립 2년

째라는 점에서 부정적 영향을 미쳤을 것임에 틀림없다.

부산시청자미디어센터의 성공은 부산지역의 미디어센터가 성공적인 정착과 운영이라는 그 이상의 의미를 갖는다. 방송통신위원회가 처음으로 설립한 시청자미디어센터라는 점에서 향후 시청자미디어센터의 추가 설립과 시청자미디어센터의 예산배치 등에 미치는 영향이 적지 않기 때문이다. 시청자미디어센터를 설립한 방송통신위원회 이외에도 이미 미디어센터의 사업을 추진하고 있는 문화체육관광부, 방송문화진흥회 등의 미디어센터 성격과 차별화시켜야 한다는 것도 부담으로 작용한다.

다행히도 부산시청자미디어센터는 센터의 전체적인 방향성을 광역미디어센터에 초점을 맞추고 있다. 그러나 현재로서는 부산시청자미디어센터가 목표로 하는 광역미디어센터 또는 허브기능을 수행하는 미디어센터라는 것에 관한 정의가 명확하지 않다. 부산시청자미디어센터가 지역 내 광역미디어센터로서 허브기능을 수행한다는 의미는 아직까지는 기타 군소 미디어센터에 대한 지원과 정책개발, 연대를 통해 미디어센터의 방향성과 발전을 주도한다는 추상적인 개념에 머무르고 있다. 영상산업도시를 육성하고자 하는 부산의 지역특성을 수용함과 동시에 지역을 뛰어넘는 영상 제작 활성화를 위한 방향성을 구체적으로 제시해야만 한다는 난제가 부산시청자미디어센터에게 남겨져 있는 셈이다.

부산시청자미디어센터의 설립은 부산지역의 시청자들이 영상제작과 관련한 교육을 받을 수 있는 영상인프라를 제공했다는 점에서 의미를 갖는다. 공공미디어센터에 거는 사회적 기대가 적지 않다. 부산시청자미디어센터의 운영은 단기적인 성과를 평가하는 것뿐만 아니라 장기적인 관점에서 그 성과를 종합적으로 평가하여 실시되어야 한다.

5. 광주시청자미디어센터 평가

가. 사업현황

(1) 일반현황

항목	평가
개관	2007년 6월 12일
공간	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전체 면적 1,164.77평(3,850.50㎡) ○ 건물 - 지상4층, 지하1층 ○ 내부 구성 - 교육실(세미나실 2곳, 디지털 교육실 2곳, 중강의실, 미디어 체험관), 제작실(DVD 오소링실, TV조정실, 자막제작실, 소형스튜디오, 장비대여실), 녹음실(라디오 녹음실, 영상녹음실), 편집실(비선형편집실, 선형편집실), 상영실(다목적홀, 영사실), 기타(어린이놀이방, 영상자료실, 토론실 3곳, 사무실, 운영위원 회의실, 방송통신위원회 광주사무소, 전파관리소 광주사무소, 야외공연장)
조직	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업주관 - 방송통신위원회 ○ 조직 구성 - 센터장 1명, 기획관리팀 5명, 시청자제작지원팀 5명, 미디어교육팀 5명으로 구성 ○ 운영위원회 구성 - 운영위원장 포함 총 정원 11명에 9명 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 현재 2명 공석(구 방송위원회 지역사무소 할당 1명과 방송언론계부문 여성할당 1명) - 시청자단체, 시민단체, 장애인 단체 추천 인사와 방송 및 미디어 교육 전문가가 포함되며 여성 3인 이상으로 구성

<표 58> 광주시청자미디어센터 일반현황

한편 1대당 평균대여일수는 2007년 촬영장비가 56.6일로 46%를 차지하였고, 2008년에도 역시 82.4일로 증가하였는데 여타 장비의 평균 역시 올라간 관계로 31%에 해당한다. 2007년에 비해 2008년 녹음장비는 10%에서 21%로 대폭 증가를 보였다.

(2) 교육사업

(가) 상설교육

광주시청자미디어센터(이하 '광주센터')는 2007년 7월부터 12월까지 10종류의 강좌를 25회에 걸쳐 진행하였고, 총 316시간의 강좌를 진행하였다. 월 평균 1.7종류의 강좌를 4.17회에 걸쳐 진행한 셈이다. 374명 정원에 372명이 수강하여 99.5%의 수강율을 보였고, 연인원 2,042명이 교육과정을 이수하였다.

2007, 2008년도 상설교육현황⁸⁾

연도	횟수 (회)	정원 (명)	수강 (명)	수강율 (%)	수료 (명)	수료율 (%)	총시간 (시간)	연인원 (명)
2007년	138	374	372	99.5	286	79.0	316	2,042
2008년	142	500	383	76.6	346	90.3	346	2,162

<표 59> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 상설교육현황

그러나 2008년에는 방송위원회에서 방송통신위원회로의 조직 개편이 맞물리면서 3~4월 2개월 동안 교육이 진행되지 못하였거나 연기되는 파행을 맞는다. 2008년 1월에서 9월까지(4월은 교육이 없었음) 7종류 25차 강좌가 진행되었고 500명 정원에 총 383명이 수강하여 수강율은 76.7%로 하락하였으나 수료율은 90.3%로 2007년에 비해 월등히 높았다. 그러나 월평균 연인원은 2007년 340명에서 270명으로 큰 폭으로 하락하였다. 강좌가 진행 안 된 달을 모두 고려해도 300명에 불과해 객관적 실적으로

8) 2007년은 7월~12월까지, 2008년은 1월부터 9월까지 상설교육 통계임.

보면 2007년에 비해 강좌진행 및 수강생 수가 줄었다.

2007, 2008년 상설교육 현황

구분	연차		차수		정원		수강생		총시간		연인원	
	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년
(방학)청소년 디카교실		1		6		20		15		12		90
거침없이 동영상	4	3	16	30	60	60	60	45	48	90	240	450
디카로 쓰는 영상편지	2		12		30		30		24		180	
부모랑 만드는 미디어동화	3	1	14	4	45	20	45	12	36	12	210	48
어르신 클릭 미디어	3	4	20	28	45	80	45	58	40	60	300	412
영상편집 아비드	1		6		15		15		12		90	
영상편집 프리미어	3	7	20	42	45	140	45	105	40	84	300	630
우리가족 뮤직앨범	2		14		27		27		28		192	
움직이는 애니동화	2		8		30		30		24		120	
집중 캠코더 촬영 교육		6		20		120		88		52		292
캠코더 누구나 년	3		20		42		40		40		270	
디카 오감활용법	2	3	8	12	35	60	35	60	24	36	140	240
상설미디어교육	25	25	138	142	374	500	372	383	316	346	2,042	2,162
공동체퍼블릭엑세스 제작교육		2		15		32		32		45		233
맞춤형 제작교육	4	4	40	35	131	97	131	97	110	105	1,279	824
찾아가는 퍼블릭엑세스 제작교육		2		30		39		39		90		630
퍼블릭엑세스 제작교육	3	5	32	52	44	78	44	77	96	156	512	844
장비활용교육	3	3	3	3	30	30	30	30	9	9	30	30
제작교육	10	16	75	135	205	276	205	275	215	405	1,821	2,561
총계	35	41	213	277	579	776	577	658	531	751	3,863	4,723

<표 60> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 상설교육 현황

2007년에 비해 2008년 광주센터의 상설교육의 변화는 수강생들의 퍼블릭 액세스 참여 유도를 위한 캠코더-프리미어-동영상교과 같은 3단계 연계교육 강좌를 집중 배치하여 적극적인 미디어활용을 통한 퍼블릭 액세스 참여를 독려했던 것에 있다. 그리고 다른 지역보다 노인계층이 특별히 많은 것도 아님에도 불구하고 노인계층에 대한 미디어교육이 특히 활발하게 이루어졌다는 것도 특기할 사항이다.

상설교육이 주로 단기의 초급과정이 중심이라면 퍼블릭 액세스 제작교육

및 제작지원 프로그램은 좀 더 전문적이면서 동시에 퍼블릭 액세스를 하겠다는 목적의식 하에 시행되고 있는 교육 및 지원프로그램이다. 크게 4개 사업영역(①퍼블릭 액세스 제작교육 ②퍼블릭 액세스 제작지원-개인 및 공동체 ③미디어접근 소외 계층제작지원 ④장비활용교육 및 맞춤형 제작지원)으로 나누어 다양한 계층에게 생생한 제작 체험과 퍼블릭 액세스 경험을 확대시키고자 하는 목적을 갖고 있다. 교육과 제작을 연계하면서 동시에 교육의 결과물인 작품을 미디어에 액세스하는 구조를 갖고 있다. 상설미디어 교육에 비해서 강좌수와 연 횟수는 작지만 교육총시간이나 연인원은 상설 교육보다 훨씬 더 길다.

이러한 교육과 제작지원의 연계를 통해 다양한 공동체가 자신들의 의제를 적극적으로 발언하게 하고 동시에 사회와 미디어를 통한 소통을 구현하고 새로운 공동체 활동의 주체를 만들어가는 활동을 지원하고 있다.

(나) 공동체 미디어교육

광주센터의 공동체미디어교육은 “시민사회단체에서 자발성을 갖춘 시민공동체로의 교육대상 확대, 지역미디어센터와의 연계를 통한 사업추진으로 다양한 ‘소외계층 미디어교육사업 활성화’에 중점”을 두고 시행하고 있다. 공부방, 노인, 장애인, 그리고 학교에 이르기까지 다양한 계층을 대상으로, 지역 사회의 다양한 단체와 함께 사업을 진행하고 있다.

2007년 13종의 교육프로그램이 진행되었고, 총 228명의 수강생이 131차의 강의를 들어서 61편의 작품을 만들었다. 2008년에는 14종의 교육프로그램이 진행되었고, 총 210명의 수강생이 146차의 강의를 들었고 51편의 작품을 만들었다.

(다) 체험학습

광주센터는 체험교육 ‘미소(미디어소풍)프로젝트’를 진행 중이다. 프로그램은 연령별, 계층별 다양하며 보통 1회 당 2시간 정도 진행한다. “미디어로 놀고, 배우고, 만드는 즐거운 문화놀이터”를 모토로 체험자 한 명 한 명이 기자, 앵커, 기상캐스터, 패널 등 텔레비전의 주요 역할을 직접

즐겁게 진행해 봄으로써 미디어 생산의 주체가 됨과 동시에 미디어를 비평적으로 바라볼 수 있도록 하고 있다.

2008년에는 주중 어린이집, 초등학교 학생들의 단체 방문이 주를 이루는 것을 감안하여 초등생 이상 청소년을 대상으로 한 체험캠프와 촬영, 편집을 체험하는 미소속의 미디어소풍이 신설되었다.

2007년 체험학습은 총 177회 진행되면서 6,858명, 2008년에는 195회에 7505명이 수강한 것으로 집계되었다. 수강생들의 80%는 초등학생 이하의 아동으로 어린이집과 유치원에서의 단체참여가 절대다수를 차지한다.

2007, 2008년 공동체 미디어교육 현황

구분	연차		차수		정원		수강생		총시간		연인원	
	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년
공부방	2	2	22	20	21	30	21	29	54	40	222	290
노인	1	2	10	20	15	30	15	35	20	40	150	350
장애인	2	2	30	20	30	30	25	30	60	40	400	300
미디어센터연계	3	4	19	42	39	60	39	58	57	84	253	610
학교미디어교육	1	1	15	12	35	15	35	28	30	24	525	180
기타공동체	3	2	20	20	58	30	58	28	60	40	391	280
소리저장창고 프로젝트	1		15		35		35		30		525	
학교 미디어교육		1		12		15		28		24		180
공동체미디어교육	13	14	131	146	233	210	228	236	311	292	2,466	2,190

<표 61> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 공동체 미디어교육 현황

(라) 교육지원

광주센터는 부산과 같이 미디어교육을 공모하여 지원하는 교육지원사업은 없으나 스튜디오 프로그램 제작인력 양성교실, 공동체라디오 ‘푸른길 미니FM’ 제작교실과 같이 퍼블릭 액세스 프로그램 제작을 위한 인력 교육을 지원하고 있다. 제작교육과 지원에 포함되어 있다.

(마) 회원교육 등 기타 교육

회원교육은 일반회원과 교육을 이수한 정회원을 대상으로 회원 수에 따라 유동적으로 이루어지고 있고 2008년 9월 18일 현재 1,265명이 정회원으로 가입하였다.

교사직무연수와 미디어교육활동가 양성 등을 포함한 교사재교육은 2007년 총 86명이 119시간의 교육을 받았다. 2008년에는 상반기 6회만으로 500여명이 교육받았는데, 8월의 여름교원직무연수 때 345명이 15시간의 교육을 받은 바 있다.

2007년에는 총 15회의 특강이 개최되었으며 147명이 참가하였다. 특강은 평균 2.3시간에 걸쳐 진행되었다.

2008년에는 “차마고도” 최고의 촬영순간을 만나다’, ‘한국 미디어 발전사 및 아카이브의 중요성’과 같은 공개강좌 뿐 아니라 미디어논술공개강좌도 개최하였다. 개관 1주년 기념으로 진행된 유아미디어교육 공개강좌에는 100명이 참가하였다.

이 밖에도 ‘유아미디어교육 [꾸러기]’는 20명의 아동에게 2회에 걸쳐 2시간씩 해당 교육기관에 방문하여 진행하는 미디어교육으로, 2008년 9월까지 총 10회가 진행되었다. 또한 2008년 8월부터 9월 사이 5일간 함평지역에서 찾아가는 미디어제작교육인 ‘꿈을 찍는, 우리가 펼치는 새로운 세상’을 진행하여 총 14명이 미디어교육을 받았다.

2007,2008년 기타 교육 현황

구분	연차		차수		정원		수강생		총시간		연인원	
	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년	07년	08년
미디어강사 및 교사재교육	4	4	43	52	87	85	86	63	119	111	955	1,119
미디어읽기 및 미디어특강	7	8	19	8	150	100	252	506	43	16	840	506
유아 및 어린이교육		4		23		85		114		46		460
기타미디어교육	11	16	62	83	237	270	338	683	162	173	1,795	2,085

<표 62> 광주시청자미디어센터 2007,2008년 기타 교육 현황

(바) 수강생 사후 관리 및 지원

광주센터는 교육 수강생들의 평가 내용을 사업 평가에 반영하여 프로그램 변경이나 신설프로그램 개설을 고려하는 등 의견 수렴을 위해 노력하고 있다. 한편, 정회원인 경우 각종 교육 프로그램 안내 문자를 정기적으로 발송하고 있는데, 그 밖의 특별한 사후 관리나 지원은 찾아볼 수 없다.

(사) 사업배치 및 총규모의 타당성

교육사업의 영역별 배치는 대체로 적절하게 이루어졌으나, 상설교육의 경우 2008년 수강율이 대폭 감소하고 있으므로 진행 중인 강좌들에 대한 점검이 필요하다. 부산시청자미디어센터(이하 '부산센터')의 경우 대상별 교육은 참가비중이 현저히 떨어져 공동체미디어교육으로 전환한 사례가 있는데 이러한 가능성에 대한 검토도 포함하는 것이 타당해 보인다.

한편 창작지원사업 영역에서도 교육에 해당하는 사업이 눈에 띈다. 이러한 사업 배치는 교육 사업에 과도한 투여, 기존 교육과의 중복, 특정 프로그램 제작만을 위한 교육이라는 협소성 등의 문제에 대한 평가가 필요하다. 더불어 포괄적인 교육 사업 기획과 타 사업과의 균형을 위해서는 정확한 사업 주체를 세우는 동시에 다른 팀과의 연계를 통한 업무 분장이 이루어져야 할 것이다.

(3) 창작지원사업

(가) 장비활용

광주센터는 보유 장비수가 2007년 총 289개에서 2008년 332개로 증가하였고, 주로 촬영과 촬영보조장비의 증가비율이 높았다. 2007년의 경우, 총 2760건의 대여건수와 6,349일이 대여되었다. 이중에서 일반시민들 및 교육과정 중에 있는 수강생들이 이용한 건수가 629건이고 교육 및 지원프로그램으로 대여된 건수가 2천여 건이 넘는다. 그러나 일반대여가 건수에 비해 대여일수는 무척 많아서 평균 5.2일을 기록하였다.

2007년 시청자미디어센터(광주) 장비대여현황

구분	모델명	보유 대수	대여건수				대여일수			
			소계	일반	교육	지원	소계	일반	교육	지원
촬영장비	PD-170	10	262	81	156	25	704	414	190	100
	HVR-A1	5	150	4	130	16	289	29	180	80
	HVR-Z1	8	91	79	8	4	453	423	8	22
	HVX200	2	2	2			12	12		
	HDR-HC3	10	645	66	530	49	1,068	398	590	80
	디카	20	651	20	594	37	843	92	620	131
촬영보조장비	삼각대	55	411	144	238	29	1,169	801	252	116
	스테디캠	3	5	5			36	36		
	필드모니터	5	13	13			63	63		
조명장비	데도라이트	5	3	3			16	16		
	선건라이트	6	16	16			89	89		
	캠장착라이트	10	8	4	4		25	21	4	
	코스모라이트	5	1	1			7	7		
녹음장비	무선마이크	38	106	72	28	6	461	387	38	36
	보이스레코더	10	61	35	26		134	100	34	
	붐마이크	5	21	8	2	11	114	57	2	55
	헤드폰	41	24	4	20		62	26	36	
상영장비	스크린	4	6	2	4		12	2	10	
	프로젝트	4	31	10	10	11	83	19	22	42
편집장비	노트북	11	203	32	158	13	521	169	284	68
	외장하드	30	36	24	12		163	149	14	
	HVR-M15	2	14	4	10		25	11	14	
총합계		289	2,760	629	1,930	201	6,349	3,321	2,298	730

<표 63> 광주시청자미디어센터 2007년 장비대여현황

그에 비해 교육 및 지원 건수는 각각 1.2일과 3.6일이었다. 무료 대여가 되는 광주센터의 특성상 한번 빌려서 사용하는 일수가 다른 미디어센터보다 훨씬 긴 것을 알 수 있다. 그에 비해 지원은 상대적으로 짧은 기간 대여해주는 것으로 분석된다.

2008년 시청자미디어센터(광주) 장비대여현황 (1월~9월)

구분	모델명	보유대수	대여건수				대여일수			
			소계	일반	교육	지원	소계	일반	교육	지원
촬영장비	PD170	10	277	173	80	24	1,578	1,096	210	272
	HVX-200	2	15	15			100	100		
	HVR-A1	10	255	37	209	9	681	275	372	34
	HVR-V1	6	4	4			66	66		
	HVR-Z1	8	197	151	38	8	1,065	963	64	38
	HDR-HC3	10	308	20	267	21	593	121	370	102
	HDR-HC5	10	211	161	24	26	1,301	1,128	35	138
촬영보조장비	디카	20	327	33	217	77	1,001	194	249	558
	삼각대	76	801	396	358	47	3,707	2,668	651	388
	스테디캠	3	2	2			13	13		
조명장비	필드모니터	5	25	21	2	2	159	148	7	4
	고보세트		1	1			6	6		
	데도라이트	5	12	11		1	68	64		4
	선건라이트	6	18	16	1	1	111	106	1	4
	캠라이트	10	10	8		2	91	64		27
녹음장비	코스모라이트	5	9	9			63	63		
	무선마이크	23	286	194	64	28	1,831	1,323	217	291
	폼마이크	5	42	29	10	3	241	205	29	7
	지향성마이크	4	22	21	1		130	128		2
	보이스레코더	10	90	60	30		937	886	51	
상영장비	헤드폰	41	54	37	17		644	599	45	
	스크린	4	20	8	6	6	61	35	10	16
	프로젝트	4	65	24	21	20	257	129	38	90
편집장비	DV VCR	4	33	20	6	7	215	150	17	48
	노트북	21	208	87	93	28	1,080	611	253	216
	외장하드	30	88	57	31		759	151		910
총합계		332	3,380	1,595	1,475	310	16,758	11,292	2,621	3,147

<표 64> 광주시청자미디어센터 2008년 1~9월 장비대여현황

이것을 장비 개수 당 대여일수로 분석하면 2007년 장비 당 평균 대여일수가 22일이고 1회 대여 시 평균 3.8일을 사용하는 것으로 나타나, 전반적인 장비 활용도가 낮은 것으로 보인다. 이중 촬영장비의 장비 당 평균 대여일수는 56.6일로 가장 높았으며, 1회 대여 시 평균대여일수는 조명이 5.3일로 가장 높았다.

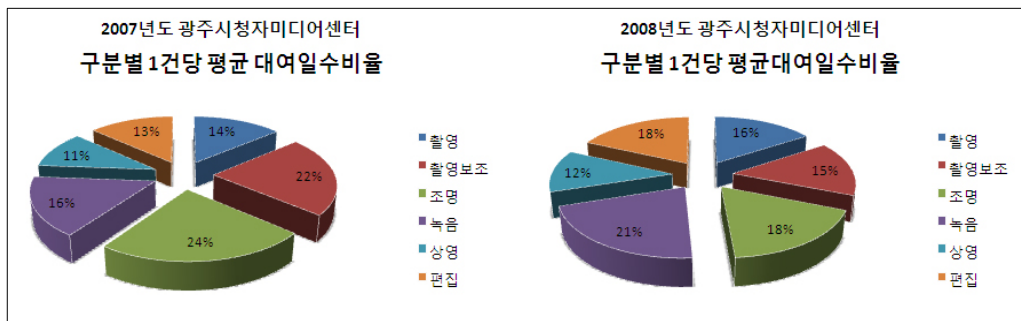
2008년에는 촬영장비 보유대수가 55개에서 113개, 촬영보조 장비는 63개에서 84개로, 다른 장비들에 비해 대폭 증가하여 전체적으로 전년 대비하여 114% 증가하였다.

2008년 1월에서 9월까지의 대여현황은 2007년에 비해 큰 폭으로 늘어났다. 대여건수에서는 전년대비 122.5%가 늘어났고, 대여일수는 무려 263.9%가 증가하였다. 이는 장비개수의 증가폭에 비추어 보면 매우 큰 폭으로 늘어난 것을 알 수 있다. 장비대여 1건당 대여일수도 일반대여는

7.1일, 교육은 1.2일인 것에 비해 지원은 무료 10.1일로 전년대비 280% 늘어났다.

장비 당 평균대여일수도 2007년에 비해 50.5일로 두 배 이상 증가하였으며, 1회 대여 시 평균 대여일수도 4.9일로 증가하였다. 1회 대여 시 평균 대여일수는 촬영장비가 평균 6일로 가장 큰 증가폭을 보였으며, 녹음장비 역시 8.1일로 높았다. 1대당 평균대여일수는 여전히 촬영장비가 82.4일로 가장 높았으며 녹음장비가 53.9일을 기록하여 두 번째로 높았다.

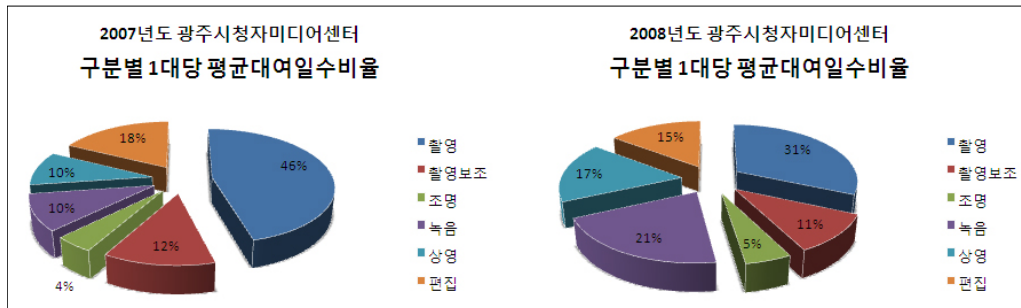
구분별 1건당 평균 대여일수비율



<그림 4> 광주시청자미디어센터 장비 구분별 1건당 평균 대여일수비율

한편 1대당 평균대여일수는 2007년 촬영장비가 56.6일로 46%를 차지하였고, 2008년에도 역시 82.4일로 증가하였는데 여타 장비의 평균 역시 올라간 관계로 31%에 해당한다. 2007년에 비해 2008년 녹음장비는 10%에서 21%로 대폭 증가를 보였다.

구분별 1대당 평균 대여일수비율



<그림 5> 광주시청자미디어센터 장비 구분별 1대당 평균 대여일수비율

(나) 공간활용

광주센터는 센터에 대한 지역시민들의 인지도로 인해 전반적인 시설 활용이 낮은 상황이다. 제작 지원의 경우 총 9곳의 시설을 갖추고 있는데, 이용인원은 2007년 월평균 16.7명에서 2008년 21명으로 점진적인 증가 추세를 보이고 있다. 그중에서도 디지털 편집이 가능한 비선형편집실 활용이 급격히 높아졌으나, 다목적홀, 1:1편집실 등은 상대적으로 매우 낮은 이용률을 보이고 있다.

2007, 2008년 제작지원실 이용인원

구분		이용인원	
		2007(6~12월)	2008(1~10월)
제작지원실	자막제작교육실	122	173
	비선형편집실	184	631
	영상녹음실 1	0	288
	영상녹음실 2	397	347
	라디오녹음실	47	150
	DVD 오소링실	50	125
	1:1 편집실	28	58
	다목적홀(부조정실)	0	65
	소형스튜디오(부조정실)	229	59
총계		1,057	1,896
월평균(총계/실수/개월수)		16.7	21.0

<표 65> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 제작지원실 이용인원

한편 광주센터는 제작실 내에 제작기기 이외 진행용 테이블, 의자, 칸막이 등 제반시설이 없어 구축이 시급해 보인다.

(다) 지원프로그램

광주센터는 각종 퍼블릭 액세스 프로그램 제작을 위한 제작단 운영 지원 및 채널 확보에 노력중이다. 한편, 2008년에는 인권영상공모전을 개최한 바 있다.

(4) 정책연구사업

광주센터는 아직까지 정책 연구 및 법제도 관련 개입보다는 일상적 센터 활동을 위한 조사 사업과 지역 퍼블릭 액세스 확보, 각종 행사 홍보용 간담회 등이 주를 이루고 있다.

우선 발간자료를 보면 2007년에는 기본 자료 축적을 위한 조사사업의 일환인 보고서 작성이 있었고 2008년에는 센터의 활동을 알릴 수 있는 소식지가 발간되었다.

2007, 2008년도 발간자료 목록

연도	제목	일시
2007년	정회원 교육용 정회원자료실	8월
	시민·시청자단체제작지원현황과악및보고서 작성	8월1~3일
	이용객 의견조사 결과보고서	12월
2008년	소식지 '樂미디어공감' 창간	5월
	정회원 교육용 정회원자료실	5월
	소식지 樂미디어공감 2호 발행	9월

<표 66> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 발간자료 목록

2007년에는 개관을 맞아 지역 내 간담회를 개최하였으며, 퍼블릭 액세스 중심으로 한 토론회가 있었다.

2007년도 토론회/간담회/포럼 개최 현황

특성	제목	일시
정 책 논 의	개관기념 세미나	6월 11일
	퍼블릭 액세스 토론회 - 지역 퍼블릭 액세스 활성화 어떻게 할 것인가?	11월 27일
네 트	센터 사업 설명회	7월 7일
위 킹	지역 미디어활동가, 영상/라디오/시민단체 간담회	8월 16일

	대학생 영상단체 회원 간담회	7월 9일
홍보	언론사 기자간담회	7월 18, 20일

<표 67> 광주시청자미디어센터 2007년 토론회/간담회/포럼 개최 현황

2008년에 들어서 행사 홍보성 기자간담회와 퍼블릭 액세스 확대를 위한 지역 방송사와의 자리 마련에 집중한 점이 확연히 눈에 들어온다. 반면 지난 해 진행해왔던 지역사회와의 연계를 위한 움직임은 대폭 축소되었고, 1월에 있었던 시청자단체간담회 역시 광주인권영화제에서의 광주센터 행동에 대한 재발방지 차원에서 이루어진 것이다.

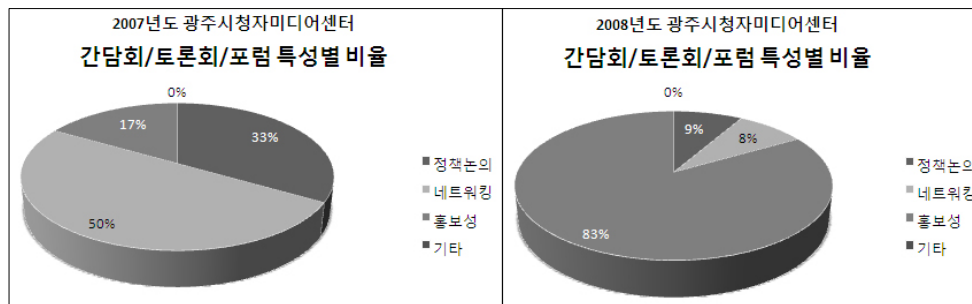
2008년도 토론회/간담회/포럼 개최현황

특성	제목	일시
정책 논의	시청자미디어센터(광주) 1주년 기념 토론회 - '방송통신융합시대 시청자미디어센터의 역할과 위상'	6월 12일
네트 워킹	시청자단체간담회 - 인권영화제 관련 재발방지책으로 센터대관가이드라인을 시청자단체와 함께 만들기로 함	1월 8일
	2008년 사업계획 발표 기자간담회	1월
	시청자참여프로그램 편성을 위한 방송사간담회	2월
	센터1주년행사관련기자간담회	6월 5일
	○ 지역 지상파 방송사관계자 퍼블릭 액세스편성관련 간담회 - KBS광주방송 - 광주MBC	6월 10일 7월 15일
홍보	2008인권영상공모전기자간담회	6월 24일
	○ 시청자참여프로그램 편성을 위한 방송사 사장단 간담회 - KBS 광주총국 - 광주MBC - KBC 광주방송	7월 15일 7월 16일 7월 30일
	인권영상공모전 전북지역기자간담회	7월

<표 68> 광주시청자미디어센터 2008년 토론회/간담회/포럼 개최 현황

종합해보면 간담회, 토론회, 포럼 등의 개최에 있어서 2007년에는 지역 연계를 위한 네트워킹 성격이 50%로 가장 높게 나왔었고, 2008년에는 홍보성 간담회가 전체의 83%를 차지하고 있다. 이는 광주센터가 공식적인 입장에서 외부로 열려있는 논의의 장을 정책 마련과 대중화, 지역사회로의 논의 확장보다는 홍보적 성격으로 주로 활용했음을 알 수 있다.

간담회/토론회/포럼 특성별 비율



<그림 6> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 간담회/토론회/포럼 특성별 비율 비교

(5) 상영사업

(가) 자체상영사업

자체상영사업은 규모를 키운 정기 상영사업의 구축보다는 다양한 소규모의 상영회를 개최하는 방식으로 진행되었다. 정기 상영회는 2007년 하반기 두 차례 진행되었으나 이후에는 특정 행사를 기념하기 위한 상영회라든가 공모전 우수작 상영회 등 다양한 목적과 성격 하에 개최되었다.

2008년에는 2007년에 비해 사업기간이 증가했음에도 불구하고 상영사업은 대폭 감소하였다. 2007년에 총 9회의 상영사업이 있었던 반면, 2008년에는 2회만이 진행되었으며, 518기념 상영회와 소외지역 상영회가 그것이다.

2007, 2008년도 자체 상영사업 내역

연도	사업명	일시	상영작
2007년	개관기념 ‘시청자제작 프로그램 영상제’	6월 11일	
	7월 정기야외상영회 ‘열대야’	7월 20~21일	배급독립영화 2편, 시청자 제작영상물 3편
	8월 정기야외상영회	8월 10일	단편독립애니메이션 7편
	제88회 전국체전 기념 시민문화상영회 ‘미디어, 광주를 만나다’	10월 9~11일	지역영상제 수상작 5편, 지역 활동가 및 대학생 작품 4편
	‘세상을 찍어라’ 상영회	11월 22일	장애인 제작작품 5편
	07광주청소년인권영상 공모전 우수작 상영회	12월 8일	청소년공모 우수작 8편
	07호남인권영상공모전 수상작 상영회	12월 9일	공모전 수상작 8편
2008년	518기념 상영회	5월 9~18일	518관련다큐멘터리 1편, 장편극영화 3편, 독립단편 애니메이션 3편
	소외지역 상영회	7월 30일	독립애니메이션협회 인디 애니유랑단 섹션1, 지역청소년제작작품 4편

<표 69> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 자체상영사업내역

(나) 상영 지원 사업

2007년에는 주로 지역 대학 영상제 지원이 많았는데, 자체상영과 마찬가지로 2008년에 와서 지원 역시 1회로 대폭 감소하였다. 상영지원사업은 네트워크 사업과 밀접한 연관관계를 가지며 상호간 상승 작용을 기대할 수 있다. 따라서 향후 네트워크 사업과 연계된 사업 확장을 모색해야 할 것이다.

2007, 2008년도 상영지원사업 내역

연도	사업명	일시	상영작
2007년	푸른길 상영회	8월 23일	환경관련 장편애니메이션 1편
	조선대 신방과 영상제	9월 13일	조선대생 제작 영상물 12편
	광주여대 교내방송국 영상제	9월 20일	광주여대생 제작 영상물 4편
	전남대 교내방송국 영상제	9월 20일	전남대생 제작 영상물 5편
	전남대 신방과 영상제	10월 5일	전남대생 제작 영상물 14편
2008년	시민상영회	8월 26일	장편다큐멘터리 1편

<표 70> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 상영지원사업내역

상영회 지원 사업 외에 2008년에는 KBS광주방송, 광주MBC 관계자들과 퍼블릭 액세스 편성관련 간담회를 진행함으로써 퍼블릭 액세스 프로그램의 확대와 참여를 도모하였다. 또한 라디오제작단의 운영을 지원하고 광주 PBC의 퍼블릭 액세스 프로그램에 정기적으로 참여하도록 하고 있다.

(6) 아카이브 사업

현재 광주센터는 교육 및 제작지원 사업을 통해 만들어진 결과물들을 CD, DVD, tape으로 남겨 보관중이다. 그 밖에 데이터DVD 1편, 베타 1편, CD 7편, DVD 37편, VCD 1편, 기타 2편 등 총 49편의 영상물과 152개의 도서를 보유하고 있다.

사업주관 정부기구의 재편으로 인해 아카이브 사업 예산이 집행되지 않아 아카이브 시스템을 갖추지 못하였으며, 이로 인해 지역민들에게 해당 자료들에 대한 열람 및 대여는 이루어지지 않고 있다. 현재 보유중인 자료는 직원과 강사의 경우 대여 가능하다.

(7) 컨설팅 사업

광주센터의 경우 컨설팅 사업에 대한 내용이 없다. 향후 미디어교육과 제작 지원 등 센터의 주요 사업에 대한 노하우를 축적하고 이를 통한 컨

설텡 사업 확장 노력이 요구된다.

(8) 장비 및 공간

광주센터는 2007년 6월에 개관하였으며 구비 장비와 공간 모두 비교적 최신이므로 양호한 편이다.

(가) 장비 관리 및 활용

장비 대여라든가 점검, 파손 내역 등 각종 관리용 자료는 비교적 잘 정리되고 있어 관리에 있어서 편리를 도모하고 있다.

한편 활용에 있어서 2007년 장비영역별 가용율 자료에 의하면 PD-170(67%), HDR-HC3(60%)과 같은 촬영장비의 가용율이 매우 높은 반면 다른 장비들은 0~30% 대에 머문다. 2008년에 작성된 지역별, 연령별, 성별에 따라 장비 이용자수에 의하면 주로 북구와 서구 지역, 2,30대 남성들의 이용이 높은 것으로 나타나고 있다.

장비의 활용에 있어서 대여와 교육 이외에 별다른 기획이 보이지 않으며 향후 지역에 맞는 다양한 활용 기획의 도입이 요망된다.

(나) 공간 관리 및 활용

광주센터의 경우 전체 시설 평균 이용률이 20%대이며, 그중 비선형편집실의 이용률이 2007년에 45%, 2008년에 62%를 기록하여 다른 시설 이용률에 비해 월등히 하는데, 전체 시설 평균 이용률이 20% 대인 것을 감안 하건대 상대적으로 높다.

평균 공간 이용률이 낮은 편으로 현재 센터의 공간 배치에 있어서의 효율성에 대해 재점검이 요구된다.

한편 2007년 12월에 작성된 ‘방송위원회 시청자미디어센터(광주) 이용객 의견조사 결과보고서’에 의하면, 센터가 가장 우선시해야 할 과제로 45.3%의 응답자가 ‘적극적인 홍보와 시민참여’를 선택한 것으로 보아 지역사회에서의 인지도 향상에도 힘써야 할 것이다.

(9) 웹사이트관리 및 운영

현재 광주센터 웹사이트는 공지사항 확인과 교육일정, 보유 장비 현황을 확인하는 정도의 기능 정도만이 수행할 뿐이다. 센터의 각종 회의 자료와 발간자료를 살펴보거나 다운로드받을 수 없으며, 링크조차 깨지는 등 기본적인 관리도 부실한 상황이다.

웹사이트 외에 별도의 외부 카페를 운영 중인데, 미소프로젝트와 열린 카페가 그것이다. 미소프로젝트는 체험학습 미소프로젝트에 관한 사이월드 클럽으로, 체험학습 사진과 동영상 등이 게시되어 있으나 거의 활성화 되어있지 않다. 한편 열린 카페는 센터 내 구성되어 있는 제작단과 일부 프로젝트가 중심으로 모여 있는 네이버 카페로, 미소프로젝트에 비해 상대적으로 활성화되어있는 상태이다.

2007년 10월에 작성된 ‘방송위원회 시청자미디어센터(광주) 이용객 의견조사 결과보고서’에 의하면, 센터에 대한 정보 경로 중 주위사람들을 통해서(55.4%)와 인터넷을 통해(10.1%)가 상위를 차지하고 있다. 따라서 웹사이트 운영의 정상화가 시급히 요구되며, 온라인 홍보와 커뮤니티 형성 기획도 조속한 논의가 필요할 것으로 보인다.

(10) 정보 공유

운영위원회를 비롯한 각종 회의자료나 회의록은 외부에 공개되어 있지 않는데, 정보 공개에 대한 센터의 원칙과 경로의 선택이 필요하다.

보유한 자료는 아카이브 사업 전까지는 직원 및 강사만이 대여 가능하다. 한편, 센터에서 발간한 소식지의 경우에는 정회원들에게 우편으로 발송하고 있으며, 센터 방문자에 한하여 1층 안내데스크와 교육실에서 배포가 이루어지고 있다.

(11) 사업매치 및 연관성

전반적인 사업매치에 있어서 미디어교육의 사업 편중이 심하며, 제작지원사업 역시 퍼블릭 액세스 사업이라는 이름하에 대부분 미디어교육 사

업화된 상태이다. 상영사업의 경우, 2007년엔 6월에 개관하였음에도 불구하고 2007년에 비해 2008년 21%로 감소하여 고작 3차례의 상영회만이 진행되었을 뿐이다. 또한 정책연구사업도 본래의 정책연구보다 퍼블릭 액세스라는 특정사업과 홍보성 간담회 이외에는 별다른 활동을 찾아볼 수 없으며, 광역단위의 네트워크사업도 2008년 들어 더욱 축소된 양상이다. 전체적으로 교육사업 이외의 사업은 부진을 면치 못한 양상이다.

나. 조직 및 재정

(1) 운영위원회

(가) 주요 의사 결정 및 자문 역할

현재 광주센터의 운영위원회는 총 정원 10명 중 위원장 1명과 위원 8명으로 구성되어 있으며, (구)방송위원회 할당위원 1명이 공석인 상태이다.

운영위원회의 의사 결정과 자문 역할은 제대로 수행되지 않은 것으로 보인다. 운영위원회 회의록에 의하면 운영위원들이 여러 차례에 걸쳐 센터의 보고와 협의 부족을 지적하고 있으며 자문 역할이 가능한 사업의 기획을 호소하고 있다. 실제 15차 회의에선 운영위원들이 광주센터에 ‘성의 있는 의사소통 구조를 만들도록 노력할 것을 주문’하였고, 16차에서는 운영위원에게 전문 분야에 대한 조언을 구할 것과 기획팀장에게 소통의 중심이 될 것을 주문하고 있다. 결과적으로 주요 의사 결정을 위한 다각적 역할을 하기보다 단순 심의 조직으로 축소된 측면이 있으며, 자문 역할을 할 수 있는 구조 또한 마련되어 있지 않고 있다.

(나) 정보 공개

운영위원회 회의결과는 현재 홈페이지 상에서 전혀 찾아볼 수 없으며, 회의록 수준의 정보공개도 안하고 있다.

(다) 센터 운영인력과의 소통

운영위원회 외에 특별한 소통 구조가 없고, 자문 역할이 가능한 개별 사업 역시 눈에 띄지 않는다.

(라) 지역사회와의 소통

운영위원회 차원에서 진행한 지역사회와의 소통 활동이 눈에 띄지 않으며, 운영위원들의 사업 참여 기회가 부족한 관계로 다양한 경로를 통한 소통 역시 이루어지지 않는 상태이다.

(2) 조직전반

조직 내 민주주의 확보를 위해 가장 중요한 사항 중 하나가 회의 체계이다. 광주센터의 경우 전체회의가 없고, 크게 센터장과 팀장으로 구성된 팀장회의와 팀장과 팀원으로 구성된 팀회의가 진행 중이다. 운영 중인 공식 회의체계 내에서는 수직적 관계에 있어서 소통이 팀장을 중심으로 분리되면서 센터장과 팀원의 의사소통 접점이 없는 상태이다. 또한 수평적 관계에 있어서도 다른 팀과의 상호 교류 통로가 존재하지 않아 팀 간 협력과 협업, 새로운 사업 창출 등에 있어서 문제의 소지가 있다.

직원 설문조사 결과를 보면 조직내부 커뮤니케이션에 대한 만족도가 매우 떨어지는데 이는 센터 전체적으로 권위적이고 위계적으로 구성되어 있음을 보여준다.

직원들의 기본 노동시간은 주 40시간이며, 연월차 휴가를 실시하고 있다. 복리후생비는 지급되지 않고 있고 연1회 본인과 가족 1인을 포함하는 건강검진을 지원하고 있다. 직원교육훈련비를 예산에 책정했으나 집행하지 못하였으며, 직원휴게실은 현재 없지만 2009년 시설보안 사업을 진행하면서 설치 계획 중이다.

전반적으로 직원에 대한 복리후생 정책이 부족하므로 향후 직원들과의 논의를 통해 센터에 적합한 직원 복리후생 환경 마련이 필요하다.

(3) 재정

2008년 광주센터의 예산은 18억 5천여만원이다. 이중 각 팀에서 집행하는 사업비는 모두 5억 1천 8백만원으로 전체 예산의 28%이고, 직원인건비와 일용직을 포함한 인건비는 6억 8천만원으로 전체 예산의 36.7%를 차지하고 있다. 나머지 35%는 관리비 및 운영비로 쓰인다.

(4) 직원

광주센터는 주로 실무 위주의 직원 교육과 체육대회 등을 통해 원활한 센터 사업의 진행을 도모해왔다. 그러나 미디어센터가 추구해야 할 공공성과 지역성, 사회소수자 중심주의를 강화하고 실천하기 위해서는 사회현안에 대한 통찰과 이를 통한 센터의 역할 구축에 기여할 수 있는 교육이 필요하다. 또한 각종 지역 내 커뮤니티의 구성과 활성화를 도모하기 위해서는 조직 운영 능력과 사업의 전반적인 이해를 가능하게 하는 직원 교육의 배치가 반드시 필요하다.

2007, 2008년도 직원 교육 내용

연도	구분	제목	일시
2007년	직무연수	부산센터 직무연수	6월 13~15일
	팀원교육	제작지원시설별 팀원 교육	7월 4,12,13일
2008년	직무교육	직원직무교육 - 한글2007, 엑셀 교육	2월 14, 21일
		직원직무교육 - 센터 시설, 교육, 장비 안내 교육	3월 21일
	직무연수	상반기 직원 직무연수 - 운영위원 특강, 직원 단합대회 등	7월 6~7일

<표 71> 광주시청자미디어센터 2007, 2008년 직원 교육 내용

광주센터의 경우 실제 2007년 광주인권영화제 개최 시 센터에 부착할 현수막에 대해 부착을 조건으로 내용의 변경을 요구한 바 있다. 이러한

행동은 미디어가 지니는 표현에 대한 권리를 심대하게 침해한 행동이라 볼 수 있다. 또한 전국미디어교육페스티벌 개최에 있어서 공동주최자의 입장이었음에도 불구하고 특정 직원이 행사의 의미를 폄하하는 무책임한 발언을 함으로써 지역사회의 빈축을 사기도 했다. 일련의 사건은 센터 실무진의 미디어와 미디어 공공성에 대한 기본 사고와 자질에 허점을 보였을 뿐 아니라 지역사회에서의 신뢰에도 문제를 유발시켰으나, 2008년에 들어서도 별다른 대응이나 직원 교육의 내용 변화 등이 눈에 띄지 않는다.

(5) 홍보

(가) 이미지 홍보 및 인지도 제고

2007년의 경우, 첫 개관 이후 거의 매월 각종 홍보용 물품들을 제작하였으며, 대학 행사나 사람들이 많이 찾는 공간을 선택하여 찾아가는 홍보 활동을 진행하였다. 찾아가는 홍보는 지역민들과의 면대면을 통해 질적인 접근이 가능하다는 점에서 긍정적이다. 그러나 실제 전체적인 홍보의 방식과 내용은 빈약하고, 지역민을 대상으로 하는 공적인 기구인 미디어센터에서 VIP용 홍보물을 따로 만드는 것은 그다지 적절한 행동으로 보이지 않는다.

2007년도 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역

영역	제목	제작일자
홍보물	브로슈어	7월
	리플렛(종합홍보용)	7월
	포스터	7월
	기념품(수첩, 카피홀더, 핸드폰줄, 연필)	7월
	디지털펜홀더 - VIP 배포	8월
	홍보용부채 - 찾아가는 홍보 시 배포	8월
	파일홀더	9월

	색연필세트	10월
	탁상달력제작	12월
	연하장 제작	12월
홍보 영 상물	홍보동영상	6월
광고	센터외벽 대형현수막 광고	항시
	찾아가는 홍보	
	- 완도 신지 명사십리해수욕장	8월 10일
	- 주월동 푸른길 광장	8월 23일
	- 조선대학교 신방과 영상제 : 250명	9월 13일
- 전남대학교 축제 : 2,000명	9월 20일	
	정회원 대상 프로그램 안내 등 정기적인 문자 발송	항시

<표 72> 광주시청자미디어센터 2007년 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역

2008년에도 행사에 참여하는 찾아가는 홍보가 계속 진행되었으며, 지하철 광고가 진행되었는데 2007년과 마찬가지로 홍보에 대한 전체적인 역량 투여는 부족해 보인다.

2008년도 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역

영역	제목	제작일자
홍보물	리플렛(종합홍보)	2월
	연필제작	2월
	센터캐릭터제작	5~10월
홍보 영 상물	홍보동영상	6월
광고	센터외벽 대형현수막 광고	항시
	지하철 광고 - 센터 이미지 광고 집행	7월말~8월말

행사 참여 - ‘지구의 날’ 행사 체험부스 설치 - 대한민국 청소년 박람회 행사부스 설치 - 2008빛고을119안전체험한마당	4월 20일 5월29일~6월1 일 10월 16일~18 일
정회원 대상 프로그램 안내 등 정기적인 문자 발송	항시

<표 73> 광주시청자미디어센터 2008년 이미지 홍보용 홍보물 및 광고 내역

(나) 개별 사업 홍보

개별 사업에 대한 홍보는 전반적으로 보이는 내역 자체가 적어 여타 사업에 대한 진행이나 홍보 여부에 대한 파악이 어렵다.

2007년에는 체험학습을 안내하는 리플렛과 인권영상공모전을 위한 포스터 및 광고 등이 진행되었다.

2007년도 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역

영역	제목	제작일자
홍보물	리플렛(체험학습 미소프로젝트 안내)	9월
	포스터 - 인권영상공모전	9월
광고	TV자막광고	
	- KCTV, CMB 케이블 방송 : 수강생 모집 - 지상파방송 : 인권영상공모전 관련	7월 5일~19일 10월 21~26일

<표 74> 광주시청자미디어센터 2007년 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역

2008년에는 개관 1주년 행사를 위한 홍보물 제작과 광고가 거의 대부분이며, 그밖에 KBS ‘시청자비평’에 참가하여 센터를 알리는 간접 홍보의 효과를 꾀하기도 하였다.

2008년도 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역

영역	제목	제작일자
홍보물	수건제작 - 개관 1주년 행사	6월
	초대장제작 - 개관 1주년 행사	6월
	홍보용부채 - 센터참여 야외행사용	7월
광고	대학신문광고 - 전남대학교, 호남대학교 : 개관 1주년 행사 홍보	5월
	인터넷 신문 전라도닷컴 - 인권영상공모전 관련	6월
	육교광고 - 센터 개관1주년 행사 안내 광고	6월

<표 75> 광주시청자미디어센터 2008년 개별사업 홍보용 홍보물 및 광고 내역

(다) 이미지 홍보와 전체 홍보의 연관성

센터에 있어서 이미지 홍보는 그야말로 전 방위적 기획이 필요하고 개별사업은 해당 사업의 규모와 의미에 맞게 다양한 방식 중 집중 선택할 수 있어야 할 것이다. 그러나 광주센터의 홍보는 이미지 홍보에 있어서는 주로 면대면 홍보를, 개별사업에 있어서는 매체 광고를 활용하는 양상을 보이는데, 실제 미친 영향에 대한 점검이 필요하다. 더불어 아직도 센터의 인지도가 낮다는 평가에 계속 휘둘리지 않으려면 공세적인 홍보 전략이 요구된다.

다. 네트워킹 및 연계사업

(1) 지역네트워크

광주센터는 2007년 강사네트워크회의를 마련하여 강사들의 정보 교류와 교육 활성화를 도모해왔다.

또한 2008년에는 시민제작단 및 제작지원단을 구성하고 운영을 지원하기 시작했다. 이를 통해 시민제작단으로는 라디오제작단, 자막제작단, 스

튜디오제작단, 영상제작단이 생겨났으며, 제작지원단으로는 라디오제작지원단, 스튜디오제작지원단이 생겨났다.

이렇듯 수강생 및 이용자, 강사들에 대한 모임 구성 및 지원에 노력하였으나, 그 밖의 네트워크 형성이나 지역사회와의 소통은 찾아보기 힘들다.

(2) 광역네트워크

광주센터는 2007년 개관 이후 먼저 전북지역 영상활동 단체들의 현황을 파악하였다. 더불어 호남지역 퍼블릭 액세스 프로그램 제작회의를 8월에서 10월까지 세 차례 개최하였고, 10월 25일에는 호남지역미디어센터간담회를 진행하였다. 주로 퍼블릭 액세스 제작 기반의 모색을 위한 활동이 중심을 이루었다고 볼 수 있을 것이다.

그러나 2008년 들어 8월에 호남지역미디어센터간담회를 한차례 개최했을 뿐 별다른 활동이 눈에 띄지 않는다. 이는 허브기능을 자처하는 센터의 역할 상 광역 단위의 사업 및 네트워크 형성이 매우 중요함에도 불구하고 실제에 있어서 센터의 활동이 매우 부실했음을 반증한다.

(3) 전국네트워크

전국단위의 활동은 눈에 띄지 않는다. 향후 센터 운영모델의 면밀화, 센터의 역할 및 법제도적 활동을 시작, 확대해나가기 위해서는 다양한 형태의 미디어센터들 뿐 아니라 미디어 공공성에 힘쓰는 다양한 단위들과의 교류가 요구된다.

(4) 공동사업

각종 네트워크와의 공동사업이나 여타 조직과의 공동사업 내용을 찾아볼 수 없다.

라. 사업계획 수립 및 평가 시스템

(1) 사업 계획 수립

2007년에는 개관 첫해를 맞이하여 전반적인 운영의 안정화를 도모하고자 하였다. 그러나 실제 예산과 사업 집행에 대한 파악에 오랜 시간이 소요되었고 운영위원회 역시 그 위상에 맞는 의사결정권과 자문 역할의 안정화를 이루지 못하였다. 한편 호남지역 내 미디어단체들의 파악과 네트워크 구축을 위한 노력을 기울이기도 하였다. 그러나 사실상 운영 형태에 있어서 폐쇄성이 엿보이고, 몇몇 지역 행사에서 보인 직원들의 문제적 행동과 사후 조치 미비가 일정 정도 센터의 위상을 손상시킨 것으로 보인다.

퍼블릭 액세스 활성화를 위해 광역 단위 차원의 제작회의와 지상파 매체 담당자들과의 접촉 등을 진행하였다. 그리고 소외계층의 미디어교육 확대에 있어서 교육평가를 통한 의견을 수렴하여 상설교육을 확대해나갔으나 오히려 해당 계층의 현황에 맞는 방식의 교육 모색이 요구된다. 실제 2007년 부산센터 역시 비슷한 요구에 대해 상설교육방식이 아닌 공동체미디어교육 방식으로 전환했던 점을 참고했다라면 보다 효과적인 교육의 실천이 가능했을 것이다.

2007년도 사업계획 및 평가

팀	구분	내용
기획관리팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 시청자미디어센터의 안정적 운영능력 확보 <li style="padding-left: 20px;">: 직원직무연수를 통한 업무능력 향상 - 시청자미디어센터(광주)의 위상강화 <li style="padding-left: 20px;">: 운영위원회 활성화 및 안정화 <li style="padding-left: 20px;">: 호남지역 시청자-시민사회(장애인)단체와의 협력시스템 구축

		<ul style="list-style-type: none"> : 호남지역 미디어센터와의 협력 강화 : 전국시청자단체들과의 네트워크 강화 : 학계전문가 등을 대상으로 미디어교육자문 네트워크 구축 및 활용
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 호남지역 미디어단체 중심으로 다양한 네트워크를 구축하려 했으나, 몇 차례 문제적 행동으로 인해 지역 사회에서의 위상에 문제 보임 - 운영위원회 운영에 있어서 의사결정권과 자문 역할이 충실히 이루어지지 못함 - 전문가 자문네트워크 구축은 운영위원조차도 제대로 활용되지 못한 것으로 보임
제작지원팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 퍼블릭 액세스 활성화 사업 - 센터 시설.장비 지원 사업 안정화 - 시민제작자, 미디어 활동가 양성 및 네트워크 구축 - 미디어 접근 소외계층 제작지원 - 계층별 맞춤형 제작지원
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 퍼블릭 액세스 활성화를 위해 광역 단위 차원의 제작 회의, 지상파 매체 담당자들과의 접촉 등 진행
미디어교육팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 미디어교육 인프라 구축 및 확대 - 상설·비상설 교육 운영 및 안정화 - 미디어리터러시를 위한 교육의 시범운영 - 미디어접근 소외계층의 미디어교육 확대 - 어린이·청소년 미디어교육사업 활성화 - 미디어교육 활성화 기반 구축
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 소외계층의 미디어교육 확대에 있어서 상설교육 확대 방식보다는 해당 공동체의 현황에 맞추거나 찾아가는 방식의 교육으로 전환, 확대가 적함

<표 76> 광주시청자미디어센터 2007년 사업계획 및 평가

2008년에는 직원업무능력향상, 홍보와 네트워크, 퍼블릭 액세스의 본격화, 다양한 교육방식 모색 등을 주요 목표로 잡고 있다.

실제 직원업무능력 향상을 위해 실무와 한글, 엑셀 등 프로그램 사용법 교육 등을 실시하였다. 그러나 2007년 직원의 미디어운동 기본 소양이 부족한 것으로 보였던 다수의 사건이 발생하였음에도 불구하고 직능 중심으로 교육을 배치한 것은 바람직하지 못한 판단으로 보인다. 각종 네트워크 사업은 여전히 활동이 미약했던 것으로 보이며, 제작지원사업 대부분이 시민제작단 운영 이외에는 교육사업화되어 해당 목표에 부합하지 못했다.

2008년도 사업계획 및 평가

팀	구분	내용
기획관리팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 직원업무능력향상 - 직원업무재배치 - 시민사회네트워크 - 호남지역미디어센터네트워크 - 홍보사업 - 이용자 만족도 향상 - 각종 지원사업 - 부산센터와의 연대사업
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 2007년 직원의 미디어운동에 대한 기본 소양이 부족한 것으로 보이는 다수의 사건이 있었음에도 불구하고 직원교육이 직능 중심 - 각종 네트워크사업의 활동 미약
제작지원팀	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 퍼블릭 액세스 제작교육 - 퍼블릭 액세스 제작지원 - 미디어접근 소외 계층제작지원 - 장비활용교육 및 맞춤형 제작지원
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 실제 제작지원보다 교육사업이 대부분이며 시민제작단 운영 이외 교육사업과의 변별점을 찾을 수 없음
미	사업계획	<ul style="list-style-type: none"> - 미디어교육 인프라 구축 및 확대

다 어 교 육 팀		<ul style="list-style-type: none"> - 상설 교육프로그램의 안정화 - 공동체미디어교육프로젝트 “H·U·G”의 활성화 - 대상별 교육영역의 확대, 체험교육프로그램으로의 영역 확장 - 호남지역 미디어교육네트워크 구축
	평가	<ul style="list-style-type: none"> - 대체로 이행. 그러나 ‘호남지역 미디어교육네트워크 구축’은 교육이후 후속 작업이 눈에 띄지 않아 소귀의 성과를 보이지 못한 것으로 보임

<표 77> 광주시청자미디어센터 2008년 사업계획 및 평가

(2) 사업평가

매 교육마다 강사의 일일평가 및 중간 평가보고, 그리고 최종평가서 작성의 과정을 거치는데, 이를 통해 교육에 대한 내부 평가의 기본 토대를 마련하고 있다. 그러나 내부의 회의 체계 상 센터 내 모든 사업들에 대한 종합적인 점검이라든가 사업 간 비중 및 여타 영역으로의 사업 확장성 검토 등을 평가하고 판단하기엔 무리가 있을 것으로 보인다. 실제 광주 센터는 내부 회의 체계에 있어서 센터장과 팀장급이 참여하는 팀장회의와 각 팀별 팀 회의로 운영하고 있다.

실제 15차 운영위원회 회의 자료의 ‘보고1. ‘2007년 사업성과 보고’의 건 ‘에 있어서도 간단한 통계자료 외에는 각 팀별 보고와 간략평가만 존재할 뿐 센터 전반의 사업 평가와 사업 간 비중, 사업 연계성 점검 등의 종합적 평가가 없다.

(3) 피드백 시스템

매 교육마다 수강생을 대상으로 교육평가를 실시하고 있으며, 제작단회의, 홈페이지 등을 통해서도 센터에 대한 의견을 접수받고 있다. 그러나 대부분의 의견 접수와 운영상의 반영은 교육평가의 결과이다.

실제 2007년의 주요 피드백 내용과 개선결과는 모두 상설교육 수강생 교육 평가서를 통해 취합된 내용이다. 따라서 대부분의 의견이 강좌에 대

한 신설, 변경 등에 대한 요청이다.

2007년도 주요 피드백 내용 및 개선 결과

의견내용	개선 결과
노래교실 개설	센터의 목적과 부합하지 않음
앨범제작 개설	가족앨범 개설
포토샵 강의개설	2008년 11월 개설 진행
동영상 제작 편집 강의개설	거침없이 동영상 강좌 운영
놀이방 운영	방통위 공사입찰 지연, 2009년 예정
거침없이 동영상 4회강 너무 짧다	2008년 거침없이 동영상 2개월 심화과정 개설했으나 출석률 저조
교재, 수업자료 준비 미흡, 수업자료 복사요망	개관초기 건의사항으로 이후 강사에게 적절한 교재 준비 요청
컴퓨터 다운	수시로 점검하나 대관, 지원팀 사업 등 잦은 사용으로 예러 발생
주 3회 강좌요망(어르신)	이후 12회 강좌로 운영했으나 수업횟수 더 증가요청
컴퓨터 활용강좌 개설	2008년 어르신 클릭미디어-컴퓨터 기초반 운영함
무비메이커 강좌 장기기간으로 개설	거침없이 동영상 강좌 2달 운영
프리미어 기초, 중급, 고급	기초반 개설중, 중급/고급반 개설 건의함
자막디자인, 애니메이션	사업에 반영하지 못함 (08년 고급강좌 개설)
선착순보다 배우고자하는 실수요자에게 기회를 줘야 함. 선정 시 신중요망	2007년 11월부터 전화면접 실시 후 적합자(의지 강한) 선정~2008년 현재까지 전화면접 실시
강좌 신청 시 어드바이스	전화면접실시로 강좌 성격 설명
프리미어 주말반 개설	고려할 예정

새 강좌보다는 한 강좌의 개설기한 늘려야	강좌마다 컨셉이 다름. 2달 기간 동안 진행하는 강좌도 있음
2D,3D 그래픽 강좌	08년 애프터이펙트, 포토샵 강좌 개설
찾아가는 미디어교육 적극 홍보	공모사업을 통한 홍보방안 검토 중
청소년 역사탐방 동영상 제작강좌	사업에 반영하지 못함
길고 꾸준한 강좌 개설	거침없이 동영상 2달 강좌개설 (출석률 저조-수강신청자 중도포기:너무 길어서)
평일 겨울엔 오전 캠퍼더 주부교육	주부대상 오전교육-출석률 파행 (시댁. 집 안일, 아이학교 방문 등을 이유로 중도 대거 포기)
주말과 방학 이용한 청소년교육요망	2007-주말 애니동화 교육 운영, 2008 여름 방학 청소년교육운영
실버층은 반복 학습 요망	어르신교육으로 따로 교육받을 수 있도록 적극 유도
디카, 캠퍼더 강좌 증가 요망	디카는 3달에 한 번씩 운영, 캠퍼더 강좌는 격월 운영시 수강생 출석률 유지 적절
주2회 수업 요망(어르신)	2008년 반영 어르신교육은 주2회로 조정
교재 요망, 8회 수업 적다 (어르신)	강사에게 교재 자료 제출, 노인계층은 타 강좌 유도로 강의횟수 욕구 해소
PC 기초교육 요망	운영했으나 수강생들의 수준 편차 큼-컴퓨터 중급반 요청함
실버반 개설 요망	어르신 클릭 미디어 운영
기획, 촬영, 편집 교육 요망	거침없이 동영상 2달 심화교육
홈페이지 미흡	방통위 지원으로 아직 해결 못함
지속적인 연계요망-미디어 동화	2007년 하반기 개설 했으나 수강생 모집 어려움이 큼
가족 뉴스 제작	제작지원팀 가족뉴스프로그램 진행

방송국 연계한 직접 체험 교육	‘미소프로젝트’에서 방송체험교육 진행
에팩강좌	2008년 하반기 운영
다양한 강좌보다 한강좌 집중교육	‘거침없이 동영상’ 교육 운영

<표 78> 광주시청자미디어센터 2007년 주요 피드백 내용 및 개선 결과

2008년에도 상설교육 수강생 교육 평가서를 통해(31건) 받은 의견의 비율이 가장 높으며, 그밖에 정회원 이용자 면담을 통해(1건), 홈페이지 의견 접수를 통해(1건), 시민미디어제작단 정기회의를 통해(1건), 라디오제작단 정기회의를 통해(1건) 받은 의견과 그에 대한 개선활동이 진행되었다.

2008년도 주요 피드백 내용 및 개선 결과

의견내용	개선활동
센터 정회원 교육 매주 개최	정회원 교육 매주 개최 시행
안내를 위한 3층 사무실 방문 번거로움	1층 로비에 운영요원 상주
포토샵 강좌 개설	2008년 11월 진행
중급이상 캠코더 촬영교육	거침없이 동영상교육 운영 중 (심화. 전문적인 영상교육)
프리미어 초, 중, 고급 교육요망 (매달, 매주)	단계별 교육에 대해 검토 중
수업횟수 증가	수업횟수 증가에 대한 요구는 현재 전 교육 공통사항-편집교육횟수 증가에 대한 요청은 대개가 노인계층에서 집중되고 있음.
캠코더강의횟수 격월이 아닌 매월 실시	매월 시행시 수강생 모집 어려움, 격월로 시행함
스토리보드 작성법 교육	거침없이 동영상 기획구성교육

다양한 주제로 제작기술 습득	거침없이 동영상 심화교육 진행
이론과 실습 심화교육 요망	거침없이 동영상 심화교육 진행
방송장비(편집실, 부조정실)활용 교육 / 애니메이션 제작, 그래픽, 음향교육	제작지원팀 운영 중
주부대상 강좌 요청	특정대상(주부)교육의 경우, 2007년 시 행 결과 출석률 과행
컴퓨터 중급반 개설요망,	지역에 정보화교육을 진행하는 곳이 많이 있어 따로 고려하지 않음
에펙, 에디우스 편집 강좌	하반기 에펙교육 운영, 센터 내 에디우 스프로그램 미존재
베가스 강좌	센터 내 베가스프로그램 미존재
VJ교육(캠코더, 편집, 리포팅)	촬영과 편집교육은 운영중, 리포팅 교 육은 제작지원팀의 뉴스제작 프로그램 운영
수업 자료 작은 책자로 배포요 망	강사가 직접 프린트한 자료충당, 교재 제작에 대한 검토 중
플래쉬 교육	고려하지 못함
8월 미디어동화 추가 강좌 개설 요망	11월 개설예정이었으나 방통위 사업 중단으로 무산
어르신용 프로그램 증가요망	어르신클릭미디어 별도 운영 중
디카사용, 캠코더편집	토요디카, 캠코더촬영주말교육 운영 중
인터넷 강좌	따로 강좌로 진행하지 않음. 2009년 고 려 중
편집 수업횟수 증가요망	주로 노인계층의 요구사항으로 일반인 들과의 학습진도 수준과 능력이 현저 히 차이나 프리미어 편집교육에 대한 만족도가 떨어짐. (청년층은 만족함)- 현행수준 유지
역할극	해당교육 없음

DSLR입문과정,	현재 토요디카 운영 중 (기초카메라교육)
촬영기법 강좌	캠코더교육, 거침없이 동영상에서 진행
컴퓨터 다운 불안정,	수시 점검 중, 전체 포맷 시행
윈도우무비메이커교육	11월 어르신교육으로 개설 운영
중급이상 캠코더 촬영교육	적은 수요로 개설하지 못함. 중급이상 교육은 2009년 고려중
장비교육	제작지원팀 장비활용교육 운영 중
어르신 7-8월 영상제작 교육 후 편집교육 보강요망	9월 프리미어 편집 교육 운영
7-8월, 9월 어르신 클릭미디어 수강생 교육 종료 후 동아리 결성지원요망	어르신 미디어동아리 (클릭피에스) 지원 운영 중
11월 캠코더 촬영 교육 수강 후 동호회 결성 지원 요망	동호회 인터넷 카페 결성
라디오제작에 대한 시민들의 거리감을 줄이고, 녹음실 상시 이용이 가능하게 해주길 요청	라디오사랑방 개설 (일정 시간에 누구나 와서 제작현장 경험 및 제작단과의 이야기를 하는 시간 마련) 라디오 사연함 개설 및 시민의견 반영 통로 마련
제작단 이용가능한 상시활동공간 마련 및 시설이용 신청 간소화	4층 토론실에 제작단실 마련 및 편집 장비 비치 제작장비 이용시 제작단용 우선 배정

<표 79> 광주시청자미디어센터 2008년 주요 피드백 내용 및 개선 결과

마. 소결

(1) 미디어교육 영역 평가

모두 무료로 운영되는 시청자미디어센터의 교육프로그램은 미디어교육이 활성화되기 시작한 현실에서 매우 중요한 의미를 갖는다. 더구나 수

역원의 예산이 투입되는 사업 중에서도 미디어교육은 지역주민들의 참여적 미디어환경과 민주적 커뮤니케이션 능력을 향상시키는 매우 핵심적인 사업이다. 따라서 미디어교육의 종류와 커리큘럼, 교수방법, 교재, 사후관리 등 교육 전 과정에 걸쳐 매우 세심하고 조화로운 구성을 유지해야 할 것이다.

광주센터의 미디어교육은 크게 다섯 가지로 구분해서 볼 수 있다.

우선, 일반시민들의 폭넓은 참여를 바탕으로 미디어에 대한 기본적인 이해와 활용을 중점을 둔 <상설미디어교육>이 있고, 미디어에 액세스 하는 것을 최종목적으로 하는 작품을 완성하는 <퍼블릭 액세스 제작지원 및 제작교육> 프로그램이 있다. 그리고 다양한 공동체에 대한 미디어교육을 지원하는 <공동체 미디어교육>이 있고, 기타 강사재교육, 미디어읽기, 미디어특강 및 유아와 어린이 교육이 있고, 마지막으로 체험관을 활용하여 미디어를 친숙하게 느끼게 하고 수준에 맞는 제작을 체험하게 하는 <체험교육>이 있다.

광주센터의 미디어교육은 이 다섯 가지 미디어교육이 골고루 배치되어 있으며 그 성과 또한 짧은 기간에 비추어 결코 나쁘지 않다. 그러나 광주센터가 개관한지 1년이 갓 넘은 상황과 방송위원회에서 방송통신위원회로의 조직개편이 맞물리는 등 원활한 사업 수행에 걸림돌이 많았던 것을 감안한다고 하더라도 교육의 질은 차치하더라도 교육양은 매우 불만족스럽다. 아래의 표는 미디어엑트와 전주영시미의 상설교육(제작교육 및 지원 포함)을 비교한 것이다. 참고로 전주영시미의 통계는 2007년 1년 동안의 실적이다.

미디어교육팀의 상설강좌와 시청자제작지원팀의 제작지원 및 교육을 모두 합산한 것으로 강좌가 12종류에 불과해 과연 지역민들의 미디어에 대한 호기심을 충족시킬 수 있을지 의문이다. 실제로 회원들의 요구사항을 보면 다양한 강좌에 대한 요구가 존재한다. 물론 센터 설립 초기여서 센터의 교육프로그램에 대한 인지도, 선호도 및 신뢰도가 형성되지 않아서 수강생 모집 및 유지에 어려움이 있는 것이 현실이다. 그러나 시민들의 다양한 영상창작 강좌 요구를 2개월 과정의 '거침없이 동영상' 제작 과정

으로만 수용하겠다는 것은 시민들의 배움의 의지를 지나치게 단순화하는 것으로 판단된다.

2008년 1~9월 상설미디어교육 현황

구분	강좌 종류	횟수 (회)	정원 (명)	수강 (명)	수강율 (%)	총시간 (시간)	연인원 (명)
광주센터	12	277	776	658	87.8	751	4,723
미디어트	43	546	1,232	1,283	104.1	1638	7,905
전주영시미 (2007년)	11	102	*	285	*	204	1,766

<표 80> 광주시청자미디어센터 2008년 1~9월 상설미디어교육 현황

광주센터에서는 이를 만회하기 위하여 퍼블릭 액세스 제작교육을 강화하고 있지만 역시 프로그램이 너무 단순하게 구성되어 있으며 참여도 상당히 제한적이다. 이는 미디어트의 43종류의 강좌와 총 1,638시간에 이르는 강의 시간과 비교하면 광주센터의 교육프로그램과 시간이 매우 부족함을 알 수 있다. 특히 광주센터의 예산과 인력이 거의 1/6에 불과한 전주영시미의 1년 성과와 비교해보면 광주센터는 실제로 영시미의 절반에 불과한 수강생을 대상으로 80% 정도의 시간을 교육에 투자한 셈인데 이는 광역단위 미디어센터로서의 자기 정체성을 갖고 있는 것에 비하면 지나치게 적은 양이라고 할 수 있다.

물론 광주센터의 경우 퍼블릭 액세스 제작교육 혹은 맞춤형 교육의 경우 최종 작품을 완성하고 지역 매체에 액세스하는 것까지 모두 컨설팅해야 하는 등 강좌당 들이는 노력이 상당히 많다고 평가하고 있으나 이는 전주영시미도 마찬가지 상황이기 때문에 광주센터만의 특수성이 아닐 것이다. 공간 및 시설의 우수성, 무료 교육 등의 엄청난 이점을 갖고 있는 광주센터가 열악한 시설에 변변한 예산과 인력도 확보하지 못한 영시미와 비교된다는 것 자체가 상당히 뼈아픈 일이 아닐 수 없다.

이는 찾아가는 교육으로 명명된 공동체 미디어교육에서도 반복된다. 광주센터의 공동체미디어교육은 장애인, 노인, 지역 센터와의 연계, 공부방 및 기타 다양한 공동체와 학교 미디어교육을 모두 포함하여 2008년의 경우 13종류의 강좌에 총 146강을 진행하였고 236명이 수강하였다. 매우 다양하고 의미 있는 강좌가 진행되었고 성과도 매우 좋았지만, 공동체 미디어교육 직접 실행보다는 공동체 미디어교육 정책연구에 더 많은 역량을 투입하고 있는 미디어액트와도 그리고 전주 영시미와 비교 해봐도 대규모 미디어센터로서는 아쉬운 부분이다. 물론 미디어교육의 평가를 양으로만 할 수는 없지만, 비슷한 질을 담보하고 있다면 얼마나 많은 사람들에게 교육을 시행하였는지도 중요한 평가기준이 아닐 수 없다.

타 센터와의 공동체미디어교육 현황 비교

구분	강좌 종류	횟수 (회)	수강 (명)	총시간 (시간)	연인원 (명)
2007년 (7~12월)	12	131	228	311	2,466
2008년 (1~9월)	13	146	236	292	2,190
미디어액트 (1~9월)	11	130	156	301	1,909
전주영시미 (2007년)	12	253	349	477	3,364

<표 81> 광주시청자미디어센터와 타 센터의 공동체미디어교육 현황 비교

그리고 지역의 미디어교육을 전문적으로 담당할 수 있는 강사풀이 절대적으로 부족한 상황에서 광주센터의 미디어교육 교사 교육은 지역 미디어교육 활성화를 위한 매우 중요한 선결조건이라고 할 수 있다. 그에 따라 광주센터는 2007년에 이어 2008년에도 계층별, 생애주기별로 교육을 담당할 수 있는 교육활동가들에 대한 교육과 워크샵 등을 전개하였으나

2008년에는 2007년에 비해 교육이 줄어들었다. 광주센터가 제출한 미디어 교육 평가서 곳곳에 미디어교사의 양과 질에 대한 고민이 엿보임에도 불구하고 이를 개선하기 위한 장기적 비전과 실행계획은 미비한 것이 아쉽다.

체험교육은 광주센터의 이용자수 증가에 혁혁한 공을 세우고 있으며 프로그램 구성에 있어서도 부산센터에 비해 훨씬 더 정교한 것으로 평가된다. 그러나 한회에 체험하는 수강생이 평균적으로 너무 많다는 점과 이들을 관리하고 전문적으로 교육할 인력이 턱없이 부족하다는 점에서 보완이 필요하다 하겠다. 특히 유아원과 어린이집의 나들이 코스로만 소비되지 않도록 대비할 필요가 있다. 자체 평가에서도 언급되었듯이 1회성의 2시간 교육으로는 체험도 미디어에 대한 비판적 이해도 모두 달성하기 어려울 수 있기 때문에 체험대상자의 수준과 연령을 고려하여 좀 더 세밀하게 준비할 필요가 있다. 이 체험활동 공간을 활용하는 사례 중에서 학교라는 틀과는 다른 관점에서 선택적 서비스를 보다 많이 받아야 하는 청소년 즉, 장애, 이주, 탈학교 청소년 등 사회적으로 소외된 청소년에 대한 교육이 누락되어 있음을 볼 수 있다. 교육이 누구나 받아야 하는 보편적 서비스라면, 그 보편적 서비스로부터 소외된 이들에 대한 선택적 서비스가 강화되어야 할 것이다. 이것은 유네스코가 모든 이를 위한 교육 (education for all)라는 것을 주장하는 까닭이기도 하다. 따라서 앉아서 기다리는 교육이 아닌 좀 더 적극적으로 체험 대상자들을 찾아내서 함께 할 수 있는 프로그램을 제안할 필요가 있겠다.

(2) 창작지원 사업평가

미디어교육사업과 더불어 창작지원사업은 시청자미디어센터의 가장 중요한 사업이다. 교육을 통해 미디어에 대한 비판적 이해와 창의적 제작 능력을 알게 되었다면 이제는 직접 자신의 힘으로 자신의 목소리를 내도록 하는 것이고 그리고 나서 그 목소리들을 널리 전파되도록 노력하는 것이 센터의 임무이다. 따라서 단순히 장비대여의 업무를 넘어서서 보다 많은 사람들이 미디어를 통해 소통하고 대화하고 토론하도록 조건을 만

들어주었는지가 중요한 평가기준이 될 것이다.

퍼블릭 액세스를 목적으로 하는 제작지원 및 교육프로그램을 지금까지 총 26강좌, 210회차를 강의하여 480명의 수강생을 배출하였다. 이들은 대학생에서 주부, 이주여성, 가족 등을 대상으로 강의하였고, 이들 중 일부와 공개모집을 통해 모집한 사람들과 함께 라디오 제작단 (26명), 자막 제작단 (8명), 스튜디오 제작단(6명), 영상제 작단(17명) 등을 꾸렸다. 결코 많은 숫자는 아니지만 영상초보자들을 대상으로 꾸준히 활동하는 영상 활동가로 만드는 과정의 어려움에 비추어 본다면 양적인 수치로만 평가할 문제는 아닐 것이다. 아쉬운 점이 있다면 이러한 프로그램들이 합평이나 순천 등 찾아가는 교육이 전혀 없지는 않았지만 전체적으로 광주 지역 중심으로만 진행되었다는 것이다. 허브센터와 네트워크의 중심센터로서의 위상을 강화하고자 한다면 광주센터와 광주센터 스태프들이 모든 것을 해야 한다는 강박관념을 버리고 지역에서 다양하게 존재하고 활동하고 있는 미디어센터 혹은 미디어 단체와의 연계사업을 강화할 필요가 있다. 광주·전남·북을 광주센터 혼자 담당할 수는 없다. 그건 아무리 사람이 많고 사업비가 많아도 불가능할뿐더러 효율성도 떨어진다. 지역과의 긴밀한 네트워크와 우수한 커리큘럼 및 강사진들에 대한 사전 교육 등을 통하여 질 높은 교육과 교육이후 제작활동으로 연계될 수 있는 총괄적인 프로젝트를 구성하여 집행할 필요가 있다. 허브와 네트워크 센터로서의 평가는 양이 아니라 질로 평가받는 것이다. 아무리 돈이 없고 사람이 부족해도 교육내용이 우수하고 사후관리를 잘하는 센터가 있다면 그 센터가 지도적인 센터가 되는 것이고 네트워크의 중심이 될 것이다. 그런 면에서 광주센터는 좀 더 노력하고 분발할 필요가 있다.

장비대여와 관련해서는 지역적 특성을 감안하더라도 활용률을 높이기 위한 노력이 필요하다고 판단된다. 현재와 같이 장비대여 시스템이 불안정하고 불편해서는 대여가 늘어날 수가 없다. 시급히 대여시스템을 전산화하고 회원들이 좀 더 자유롭고 편하게 장비를 대여할 수 있도록 배려할 필요가 있다. 또한 장비활용 교육이 2008년에는 3회 밖에 없었는데 이것도 좀 더 늘릴 필요가 있다. 사람이 몇 명 모이지 않더라도 꾸준히 진

행하여 장비를 사용할 수 있는 사람이 늘어날 수 있도록 정책을 집행할 필요가 있다. 더불어서 상설강좌의 경우에도 <거침없이 동영상>으로 모든 기술교육 및 제작관련 교육을 통합하지 말고 주제별, 매체별로 분화시킬 필요가 있다. 짧고 무겁지 않은 기술 강좌들이 좀 더 늘어날 필요가 있다. 그렇지 않으면 센터를 이용하는 사람들을 장비를 사용할 수 있는 사람으로만 제한한다는 비판을 들을 수밖에 없을뿐더러 장비대여건수도 늘지 않을 것이다. 홍보도 중요하겠지만 센터에 들을 수 있고 할 수 있는 것이 많다면 돈쓰면서 홍보하지 않아도 사람들은 모이게 마련이다.

(3) 조직 및 재정 평가

광주센터는 사실 출발에서부터 지역사회와 많은 미디어 활동가들로부터 우려 섞인 시선을 받았던 것이 사실이다. 오랜 논의와 토의를 통해 지역 사회에서 상당한 참여를 보장받아온 부산센터에 비해 광주센터는 자문위원회의라는 이름으로 광주센터 발족을 위한 준비가 시작되었고, 오랜 논의 끝에 운영위원회가 구성되었지만 출발부터 운영위원 1명이 결원인 채로 개관하여 지금까지 운영되고 있으며, 센터장 선임 시에도 운영위원회의 의지와는 무관하게 방송위원회(현 방송통신위원회)에서의 적극적인 선임권 행사로 상당기간 불편한 관계를 맺은 것이 사실이다.

그러나 문제는 운영위원회가 최고 의결기구로서의 권한을 갖지 못하고 단순 심의의 역할만을 하는 형식적인 기구에 머무르게 되면서 광주센터의 활동방향을 정립하고 각 지역사회와의 네트워크를 강화해주는 긍정적인 역할보다는 단순한 자문기구로 전락하고 말았다는 것이다. 광주센터의 든든한 바람막이이자, 센터 활동의 활력을 제공해야 함에도 그런 역할을 하기에는 여러 가지 한계가 있었다고 평가된다.

시청자미디어센터는 운영위원회와 센터장을 정점으로 하는 수직적이고 관료적인 체계가 아니라, 스태프와 운영위원간의 자유롭고 활발한 의사소통을 통해 새로운 커뮤니케이션의 모델을 조직 안에서 만들어 가야하는 임무를 가지고 있다. 그러나 광주센터는 센터장과 기획팀장을 정점으로 빠르게 수직적으로 재편된 것으로 보이며, 이는 직원 설문조사를 통해서 여

실히 드러나고 있다. 광주센터 전 직원을 상대로 진행된 이번 설문조사결과 광주센터의 직원들은 조직운영과 조직내부의 커뮤니케이션에 매우 불만족하다는 의견을 제출하였다. 불만족한 이유를 묻는 주관식 문항에 모두 9명이 의견을 제출하였는데 방통위 예산집행의 문제와 정책업무 등을 제외하면 일상적 회의의 부재 혹은 센터 정체성의 문제와 더불어 다음과 같은 의견을 강력하게 피력하였다. “센터 내에 정보의 비대칭성이 존재하고 이러한 비대칭성은 센터 내부의 커뮤니케이션이 제대로 작동하지 않는다는 것을 보여준다. 커뮤니케이션이 원활하기 위해서는 관료적인 모습의 수직적인 의사과정과 더불어 아래에서 위로 올라가는 상향적 의사과정이 포함되는 쌍방향적인 의사수렴 과정이 이루어져야 하지만 현재는 이것이 없는 실정”이라고 비판하고 있다. 심지어는 “가장 자유롭고 활발한 의사소통이 필요한 곳이 시청자미디어센터임에도 내부 커뮤니케이션은 제로입니다. 명령과 지시만이 존재하고 아래로부터의 의견개진은 불쾌해하고 거부하는 팀장이 존재하는 한 미디어센터는 희망제로”라는 탄식을 내뱉기도 한다.

2008년 8월 광주지역의 미디어활동가들의 모임인 광주미디어행동연대 주최의 토론회에서는 몇 가지 의미 있는 설문조사가 발표된 적이 있었다. 광주센터에서 미디어교사로 활동한 강사와 보조강사 24명이 응답한 설문조사결과에서 광주센터에 바라는 점에 대한 응답에서 많은 사람들이 광주센터에 대한 칭찬도 잊지 않았지만 그 수보다 더 많은 응답자들이 광주센터가 관료적이거나 혹은 지나치게 사무적이라는 응답을 하였다. 내부의 민주적 의사소통의 부재는 외부와의 소통에서도 역시 문제를 드러낸다는 점을 보여준 설문조사가 아니었나 싶다.

그리고 구조적으로도 현재와 같이 센터장-팀장-팀원의 수직적 구조에서 자칫하면 팀장들이 관리하고 감시하는 기능만이 비대해질 우려가 있기 때문에 업무부서와 업무분장에 대한 세밀한 논의가 필요하다고 보인다.

(4) 네트워킹사업 평가

광역센터로서 지역의 허브기능을 담당하는 것이 광주센터 설립의 가장 중요한 역할중의 하나이다. 허브기능에는 광주·전남·북의 다양한 공동체와의 네트워크와 이미 광주센터와 유사한 기능을 하는 전남·북 지역의 미디어센터와의 연계 및 전국적인 네트워크 구축사업으로 나뉘볼 수 있다. 부산센터가 전국단위 네트워크는 미비했지만 부·울·경 네트워크는 어느 정도 성과가 있었지만 광주센터는 네트워크 구축 사업에 들인 노력에 비해 결과는 조금 아쉬운 것으로 평가된다.

이번 직원설문조사에서도 가장 낮은 평가를 받은 부분이 네트워킹 사업에 대한 평가이다. 직원들 스스로도 센터가 우물 안의 개구리 신세처럼 원활한 네트워크를 구축하지 못한 것에 대하여 비판과 아쉬움을 드러냈다. 대체적으로 영상 제작단, 라디오 제작단, 스튜디오제작지원단과 같은 수강생 및 이용자들을 대상으로 한 네트워크는 잘 구축되었고 일정한 성과도 내고 있으나, 센터 내부를 벗어나면 커다란 활동이 없었다. 물론 지역미디어센터 연계지원 사업이나 공동체미디어교육 등을 함께하기 위한 교류는 있었지만 사업적 교류를 넘어서는 실질적인 네트워크 구축과 공동사업을 위한 사업은 거의 전문했다고 해도 과언이 아니다.

크게 두 가지 문제가 있다고 판단되는데, 한 가지는 광주센터가 초기 광역네트워크를 구축할 때 저지른 몇 가지 의도하지 않았던 실수들(광주센터 중심주의, 지역 미디어센터 홀대, 지역 활동가에 대한 배려실종)이고, 다른 하나는 2007년 말에 연이어 터진 광주센터의 진정성을 의심할만한 사건들(전국미디어교육 페스티벌에서의 욕설파문, 광주인권영화제 검열 파동)에 대하여 설득력 있는 해명과 책임 있는 모습을 보이지 못하면서 광주센터가 전체적으로 불신을 받게 된다. 개관하여 의욕적인 출발을 하던 때에 발생한 이러한 사건들을 지혜롭게 극복하지 못하면서 그렇지 않아도 취약했던 광주센터가 지역의 지지를 받지 못하고 외롭게 고군분투하는 원인이 되었다.

물론 내적으로는 제작단 활동을 지원하여 많은 작품을 만들어냈고 이 작품들을 다양한 플랫폼을 통해 방송하게 된 것은 센터 설립의 본질적이

고 긍정적인 측면일 것이다. 그러나 몇 편의 작품이 만들어졌고 그 중에서 몇 편이나 방송에 소개되었는지도 중요하겠지만, 그 작품들이 수료 작품 기간에 물리지는 않았는지, 단순히 습작수준의 작품만 생산하고 마는 것은 아닌지, 교육 수료이후에도 지속적으로 사회와 소통할 준비와 의사가 있으며 또 그러한 의지를 후원할 충분한 준비가 되어있는지 광주센터는 뒤돌아보아야 한다. 결론적으로 시청자미디어센터는 센터를 방문하는 소수의 적극적인 수강생들에게만 서비스하는 곳이 아니라 광주·전남·북지역민 모두를 포괄하는 서비스를 실시해야 한다는 것을 유념해야 한다. 그리고 이러한 서비스는 결코 광주센터가 독자적으로 집행할 수도 집행해서도 안 된다. 네트워크된 센터로서 허브기능을 충실히 수행하게 되면 광주센터가 광주에 있는 것이 아니라 각 지역 모두에 존재하게 될 것이다. 그런 활동을 전개하기 위해서 필요한 것이 바로 지역사회와 적극적인 네트워킹 하고자 하는 광주센터의 의지와 지역사회의 적극적인 참여이다. 현재 광주센터는 바로 이 지점에서 치명적인 단절이 있다. 시급히 복원해야만 정상적인 시청자미디어센터로서 제 기능을 할 수 있을 것이다. 몇 가지 제안을 하자면 우선 지난 사업에 대한 철저한 자기 평가가 이루어져야 하고, 이를 다양한 사회구성원이 참여하는 공개적인 평가토론회를 통해 사회화 시킬 필요가 있으며, 연간, 월간 사업을 결정하고 집행할 때 최대한 지역 사회의 의견을 수렴하는 절차를 마련할 필요가 있다. 그리고 조직 내부의 민주적 의사소통과 수평적이고 자유로운 의견개진이 가능한 구조로의 변화를 모색하고 그 힘으로 외부 단체와의 적극적인 네트워킹을 위한 동력으로 사용한다면 시간이 걸리더라도 진전이 있을 수 있을 것으로 판단된다.

(5) 사업계획 수립 및 평가시스템 평가

사업계획을 수립함에 있어 전년도 평가는 매우 중요한 기준점이 될 터인데 광주센터의 2008년 사업계획서에는 전년도 사업에 대한 평가가 없다. 서류상에만 존재하지 않는 것일 수도 있지만 현재 수준에서 전년도 사업에 대한 종합적이고 의미 있는 평가서류를 발견하지는 못했다. 총

200여 쪽에 이르는 방대한 분량의 2008년 사업계획은 계획대로만 된다면 매우 역동적이고 활성화된 광주센터로 평가받을 수 있을 것이다. 그러나 모든 개별사업이 두 페이지에 걸쳐 통일된 형식으로 기술된 사업계획서로는 2008년 각 사업이 어떻게 유기적으로 관계 맺을 것이며 이러한 사업들의 연속적 집행이 어떤 결과를 맺을 것인지에 대해서 파악하기란 쉽지 않았다. 다시 말해서 사업과 사업과의 연관에 대한 해명과 비슷한 사업의 전년대비 변화된 지점은 무엇인지에 대한 설명이 부족하다는 아쉬움이 있다. 그래서 잘 짜인 좋은 계획임에도 불구하고 현실감 있게 느껴지지 못하는 단점이 있고, 실제로 3/4분기가 지난 현지 2008년의 사업계획의 여러 부분은 집행되지 못하고 있다.

그리고 성과를 밝히는 것도 매우 중요하지만 그 성과의 명암도 함께 살피는 것도 중요할 것이다. 수만 명의 이용자들이 센터를 방문하였고 83%의 높은 만족도를 보였다는 것이 중요하지 않은 것은 아니지만 좀 더 깊이 있는 질적 평가가 이루어졌으면 하는 아쉬움이 있다. 그리고 모든 프로그램과 장비대여까지 무료로 이루어지고 있는 것에 비해 83%의 만족도는 (2007년 광주센터 조사 결과) 결코 높은 수치가 아니다.

상설강좌와 공동체 교육에 대한 사후 평가는 매우 성의 있게 작성되어 있어서 누가 보더라도 교육의 성과와 한계 및 차후 개선방향을 알 수 있게 되어있어서 매우 바람직하다. 다만 상설강좌의 경우 평가문항이 단 문항에 불과하여 과연 이것으로 교육을 평가할 수 있을지 의문스럽다. 설문 응답이 조금 떨어지더라도 심도 있는 평가를 위해 평가문항을 세분화하고 깊이 있는 분석이 될 수 있도록 재조정할 필요가 있다.

또한 각 개별 교육평가보고서에서 언급된 개선방향이 실천적으로 이후 사업에 반영되는 것이 중요할 것이다. 일상적인 회원들의 요구사항이 접수되고 사업에 반영되는 과정이 활발하여야만 회원들이 센터에 보내는 신뢰가 깊어진다. 계획집행 과정의 복잡함과 예산의 문제 등 여러 어려움이 있을 수 있지만 최대한 회원들의 요구와 이해를 반영하려는 보다 적극적인 노력이 필요하다.

(6) 종합평가

2007년 6월 개관이후 지금까지 충분한 준비시간도 그리고 평가를 제대로 사업에 반영할 만한 기회도 갖지 못하면서도 광주센터는 부지런히 달려왔다. 개관 초기의 시행착오, 방송위에서 방통위로의 조직이전에 따른 사업 중단, 사업집행 구조의 복잡함 등 여러 어려움이 있었다. 이러한 상황을 종합적인 평가에 반영하지 않을 수는 없을 것이다.

많은 수강생을 배출하였고, 많은 작품을 액세스 하였으며, 다양한 상영 사업을 진행하였고, 많은 지역단체와도 공동 사업을 진행하여 호남지역에 미디어 교육과 퍼블릭 액세스 활동의 단초를 마련했다는 점에서는 좋은 평가를 받을 수 있다. 간혹 수정할 부분이 있고, 개선할 점도 많으며, 스스로 평가 반성할 점도 많지만 스태프들의 부단한 노력으로 성과를 만들어 냈다고 생각한다.

특히 지역에서 미디어교육을 공론화시키고 다양한 계급, 계층 및 다양한 연령대의 미디어교육을 활성화시켰다는 점에서 시청자미디어센터 설립의 목적을 충분히 달성했다고 평가된다. 그렇지만 미디어교육을 직업교육 혹은 취미교육을 넘어서서 자기표현의 중요한 권리의 하나로 받아들여지는 교육이 이루어졌는지에 대해서는 광주센터 자체적으로도 세밀한 평가를 할 필요가 있겠다. 그래서 양적인 지표만으로 광주센터의 성과를 설명하지 말고 커뮤니케이션 권리의 중요한 진전으로 광주센터의 활동이 평가될 수 있도록 노력하는 것이 필요하다.

또한 광주센터는 퍼블릭 액세스의 제도화를 위해 많은 노력을 기울여왔다. 그동안 지역에서의 미디어 활동가들이 없었던 것이 아니었으나 광주센터가 생기고 나서야 비로소 규모의 경제를 할 수 있을 정도의 미디어 제작자들이 생겨났고 또 그만큼 많은 작품들이 만들어지게 되었다. 이러한 성과들이 최초로 라디오에 고정꼭지로 편성되는 결과를 만들어냈고, 조만간 공중파에서도 성과가 있을 것으로 기대하고 있다.

광주센터는 2007년 6월부터 2008년 11월까지 영상작품 63편과 라디오작품 64 등 127편을 액세스하였다고 보고하고 있다. 영상작품 63편중 63.5%인 40편은 교육프로그램의 수료 작품 이었고, 31.7%인 20작품이 제

작지원 작품이었고 나머지 3작품은 제작단의 작품이었다. 액세스 시기도 수료 작품이 배출되는 시기에 집중되는 경향을 보였다. 액세스 된 매체는 위성채널인 시민방송 RTV가 31편, 지역 케이블방송인 CMB에 25편, KCTV에 4편, 그리고 KBS 열린채널에 3편이 액세스 되는 등 큰 성과를 낸 것이 사실이다. 그런데 프로그램이 액세스 된 시기를 보면 12월에 13편, 1월에 11편이 액세스되었고, 10월과 11월이 뒤를 잇는다. 나머지 2, 3, 4, 5, 6, 9월은 전혀 없거나 혹은 1~2편만 액세스 되었다. 이는 광주센터가 전반적으로 교육 프로그램에 집중하면서 수료작을 만들어지는 시기에 액세스도 집중되는 경향을 보이고 있음을 보여주는 것으로서 과연 이러한 방식의 활동이 지역의 퍼블릭 액세스 활성화에 도움이 되는 것인지 진지한 평가가 필요하다고 판단된다. 이러한 방식의 퍼블릭 액세스 활동도 분명 중요하며 중대한 진전임이 분명하지만, 퍼블릭 액세스 활동이 VJ특공대류와 다른 점은 미디어를 통해 나와 사회가 그리고 공동체가 변화하고 발전한다는 것이다. 따라서 액세스된 작품의 개수와 종류를 분석하는 것도 중요하지만 이러한 활동을 통해 제작자가 속한 공동체에는 어떤 변화가 있었고, 그 공동체가 소속된 지역사회에는 어떤 변화를 이끌어냈는지가 중요한 평가기준이 될 필요가 있다. 광주센터에 부족한 부분은 바로 이러한 평가기준과 분석이 없다는 점이다.

결과적으로 사람과 작품은 있지만 의제가 실종되어 애초에 도대체 왜 시청자미디어센터가 만들어졌는지 되물게 되는 상황은 아닌지 냉철하게 돌아볼 필요가 있다. 그런 점에서 <주체 - 교육 및 지원 - 인식 및 실천의 확장>이라는 선순환 구조에서 마지막 인식 및 실천의 확장을 위한 사업의 방향과 원칙을 정리하고 이를 집행하고 그리고 평가할 수 있는 내외부의 평가틀도 함께 고민하여야 한다.

그리고 제작단 활동이 자칫하면 제작단의 규모와 성과를 키우는 것으로만 집중되면서 퍼블릭 액세스 실천 활동이 제작단 활동으로만 환원될 우려도 제기된다. 초기 활동주체가 부족한 상황에서 센터가 적극적으로 개입하는 것은 필요하나 향후에는 스스로 활동할 수 있도록 하고 센터와의 불가근불가원의 관계를 유지하는 것이 바람직하다. 그래서 센터가 제작단

에게만 특혜를 주고 있다는 불필요한 오해를 불식시키고, 더불어서 퍼블릭 액세스를 넘어서는 다양한 독립제작자들의 활동도 지원하고 격려할 필요가 있다.

6. 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 결과

가. 조사개요

(1) 조사목적

시청자미디어센터의 이용자만족도 조사는 방송위원회 시청자미디어센터 이용객을 대상으로 전반적인 교육 및 장비 만족도 등을 살펴보기 위하여 실시되었다. 조사내용은 공통, 교육, 창작, 정책, 상영, 자문 영역으로 세분화하여 각각의 영역에 대한 실질적인 시청자미디어센터 이용자들의 센터 이용 만족도를 평가하는데 목적을 두었다. 조사 결과는 향후 시청자미디어센터의 발전방향 및 개선점을 모색하기 위한 참고자료로 사용될 예정이다.

(2) 조사방법

시청자미디어센터 이용자만족도 조사는 부산시청자미디어센터와 광주미디어센터의 협조를 얻어 시청자미디어센터 이용자를 대상으로 인터넷 설문조사를 통해 실시되었다. 구체적인 조사대상자는 2008년 10월 현재, 부산과 광주시청자미디어센터의 회원들로 한정했다. 설문지의 작성은 본 조사 실시예 앞서 1차 설문을 작성하고 부산 및 광주시청자미디어센터 담당자를 대상으로 설문 조사항목의 타당성 등을 검토하는 과정을 거친 후, 이들의 의견을 반영하여 최종 설문지를 완성하였다. 조사는 각 시청자미디어센터가 회원메일링리스트를 활용하여 조사대상자에게 메일로 설문에 관한 공지사항을 개별 안내한 뒤, 조사대상자들이 메일에 첨부된 링크를

열면 설문작성을 위한 화면이 자동으로 열리고 순서에 따라 설문을 작성, 설문내용을 인터넷으로 전송하는 방식으로 진행되었다. 조사기간은 2008년 10월 20일부터 11월 10일까지 이십일 간이었다. 최종 수거된 설문지는 부산 204명, 광주 94명으로 총 298명이었다. 하지만 최종분석은 불성실한 응답자 7명을 분석에서 제외하여 총 291명을 대상으로 실시되었다. 본 조사에서 실시된 각 항목들에 대한 측정은 리커트의 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

조사데이터의 분석은 조사대상자들이 입력한 내용이 인터넷을 통해 자동으로 전산입력 처리된 데이터를 통계분석을 위하여 컴퓨터 통계 패키지인 SPSS 12.0을 활용하여 데이터를 집계하고 통계분석을 실시했다. 모든 설문문항에 대하여 빈도분석(Frequency)과 기술통계 분석(descriptives)을 실시하였다. 개방형 질문의 분석은 케이스를 수집, 유사항목을 추출하여 요약 정리하였다.

(3) 조사내용

구 분	설 문 내 용
공통영역	시청자미디어센터 홈페이지 이용에 대한 만족도
	Off-line을 통한 시청자미디어센터 관련정보 공유에 대한 만족도
	On-line을 통한 시청자미디어센터 관련정보 공유에 대한 만족도
	시청자미디어센터 홍보에 대한 만족도
	시청자미디어센터 담당직원들의 전문성에 대한 만족도
	시청자미디어센터 담당직원들의 운영방식에 대한 만족도
	미디어센터의 각종 사업에 개진한 개인의 의견반영에 대한 만족도
	참가한 미디어센터 사업 수준에 대한 만족도
교육영역	교육 프로그램의 다양성에 대한 만족도

	교육 프로그램의 내용수준에 대한 만족도
	교육 프로그램의 수강시간에 대한 만족도
	교육활용 목적으로 배포된 교재에 대한 만족도
	교육 프로그램에 대한 평가방식에 대한 만족도
	교육 프로그램의 강사에 대한 만족도
창작지원영역	창작지원 사업 지원대상 영역에 대한 만족도
	지원하는 장비의 종류에 대한 만족도
	지원하는 장비의 수준에 대한 만족도
	지원되는 시설 및 공간에 대한 만족도
	장비의 대여 및 반납과정에 대한 만족도
정책연구영역	정책연구 사업 결과물의 주기적인 공유에 대한 만족도
	정책연구 주제의 시의성에 대한 만족도
	정책연구 유용성에 대한 만족도
	정책연구 결과의 현실 반영정도에 대한 만족도
상영지원영역	상영하는 프로그램의 내용에 대한 만족도
	상영하는 프로그램의 주기에 대한 만족도
	상영하는 프로그램의 다양성에 대한 만족도
	프로그램 상영에 필요한 장비에 대한 만족도
	프로그램 상영에 필요한 시설에 대한 만족도
자문영역	자문내용에 대한 만족도
	자문방식에 대한 만족도
	자문의 지속성에 대한 만족도
	자문 담당자에 대한 만족도
개방형 질문	각 영역별로 불만족시 그에 대한 이유를 질문하였으며, 전반적으로 시청자미디어센터에 대한 건의사항에 대하여 종합적인 의견제기를 요구하였음

<표 82> 시청자미디어센터 이용자만족도 조사 설문내용

나. 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사결과

(1) 인구통계학적 특성

조사응답자들의 인구통계학적 특성은 응답자들의 총수가 통계학적 의미를 갖기에는 작기 때문에 그 차이를 성별, 연령별로 구분하여 분석하는 것은 타당하지 않다. 따라서 본 조사에 참여한 전체적인 응답자들의 구성

현황을 알 수 있는 참고자료 정도로 활용하는 것이 바람직하다.

시청자미디어센터 이용자 만족도 조사에 참여한 응답자 291명의 성별비중은 남성 60.5%, 여성 39.5%로 남성의 비중이 상대적으로 높았다. 이러한 현상은 부산과 광주 모두 동일했다. 연령별 응답자 분포는 20대 115명(39.5%), 30대 64명(22.0%), 40대 53명(18.2%), 50대 30명(10.3%), 기타 29명(10.0%)로 20대의 비중이 전체의 40%에 달했다. 이용자만족도 조사 응답자의 20대 비중이 다른 연령에 비해 높은 이유는 이번 조사가 온라인을 이용하여 실시되었다는 점과 시청자미디어센터의 이용자들의 연령자체가 20대가 많다는 점이 때문으로 보인다. 부산과 광주시청자미디어센터를 비교하면 특히 광주의 응답자가 20대의 비중이 압도적으로 많았다.

조사 응답자의 인구통계학적 특성

구 분		부 산(199명)	광 주(92명)
성별	남자	118(59.3%)	58(63%)
	여자	81(40.7%)	32(37%)
연령대	20대	66(33.2%)	49(53.3%)
	30대	47(23.6%)	17(18.5%)
	40대	40(20.1%)	13(14.1%)
	50대	25(12.6%)	5(5.4%)
	기타(10대, 60대 이상)	21(10.6)	8(8.7%)

<표 83> 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 응답자의 인구통계학적 특성

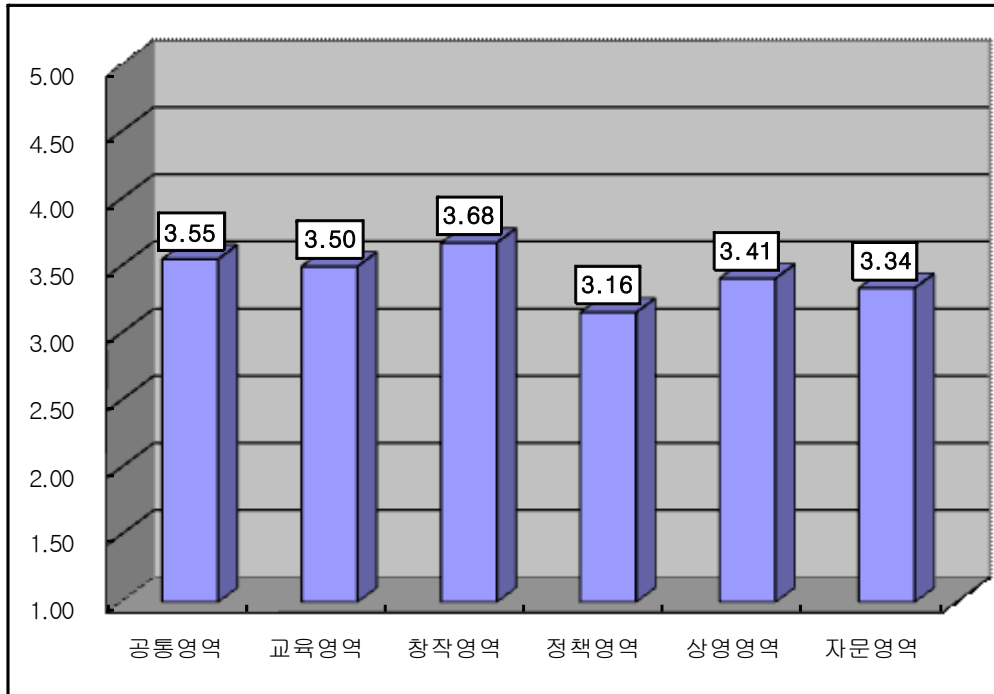
(2) 부산시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 결과

(가) 조사 결과

부산시청자미디어센터의 이용객들은 전반적으로 미디어센터 이용에 있어 긍정적인 만족도를 지니고 있는 것으로 볼 수 있다. 가장 높은 만족도

를 나타낸 영역은 창작지원영역(3.68)이며, 공통영역(3.55), 교육 프로그램 영역(3.50), 상영지원영역(3.41), 자문영역(3.34)의 순이었다. 가장 낮은 만족도를 나타낸 영역은 정책연구영역(3.16)이었다.

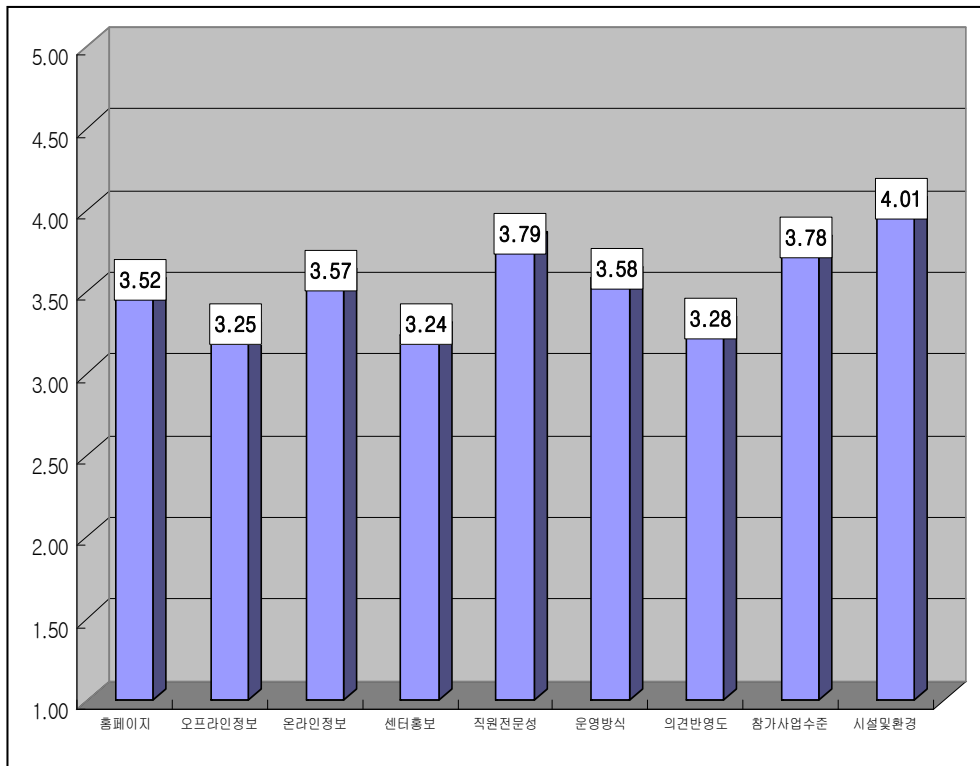
부산시청자미디어센터 각 영역별 만족도



<그림 7> 부산시청자미디어센터 각 영역별 만족도

이용자 만족도 조사결과만을 놓고 보면, 부산시청자미디어센터의 정책 연구영역은 다른 영역에 비하여 상대적으로 낮은 만족도를 나타내고 있다는 점에서 개선의 여지가 있다고 판단된다. 그러나 전반적으로 모든 평가영역이 유사한 수준에서 긍정적 만족도를 나타내고 있다는 점은 센터 운영이 이용자들에게 평가받고 있다는 것으로 받아들일 수 있다.

부산시청자미디어센터 공통영역 항목별 만족도

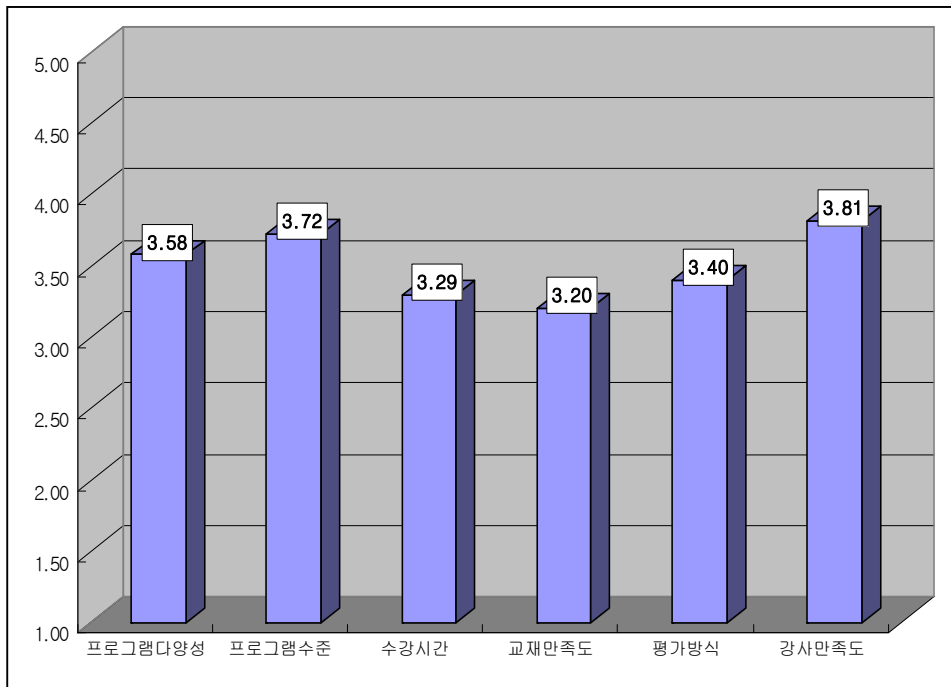


<그림 8> 부산 시청자미디어센터 공통영역 항목별 만족도

공통영역의 경우 전체적인 만족도는 3.54로 나타났다. 각 항목별 만족도를 살펴보았을 때, 시설 및 환경(4.01)과 직원 전문성(3.79), 참가사업수준(3.78)에 있어서는 매우 높은 만족도를 나타내고 있었으며, 직원들의 운영 방식(3.58)과 홈페이지 이용(3.52), 온라인을 이용한 시청자미디어센터 관련정보 공유(3.57)도 상대적으로 높은 만족도를 나타내고 있었다. 홈페이지 이용과 온라인을 이용한 정보공유는 밀접한 관계가 있다는 점에서 매우 자연스러운 결과로 판단된다. 반면, 개인의견 반영도(3.28), 오프라인을 이용한 시청자미디어센터 관련 정보공유(3.25), 시청자미디어센터의 홍보(3.24)에 있어서는 상대적으로 낮은 만족도를 나타내고 있었다. 이는 홈페이지 이용과 온라인을 이용한 정보공유가 상대적으로 높은 만족도를 나

타내고 있다는 점에서 볼 때, 오프라인을 이용한 정보공유와 의견반영도가 상대적으로 낮기 때문에 시청자미디어센터의 홍보에 대한 만족도에도 영향을 미친 것으로 판단된다. 따라서 오프라인을 이용한 시청자미디어센터에 대한 정보공유를 통한 홍보 전략의 수립이 요구된다고 판단된다.

부산시청자미디어센터 교육 프로그램 영역 항목별 만족도

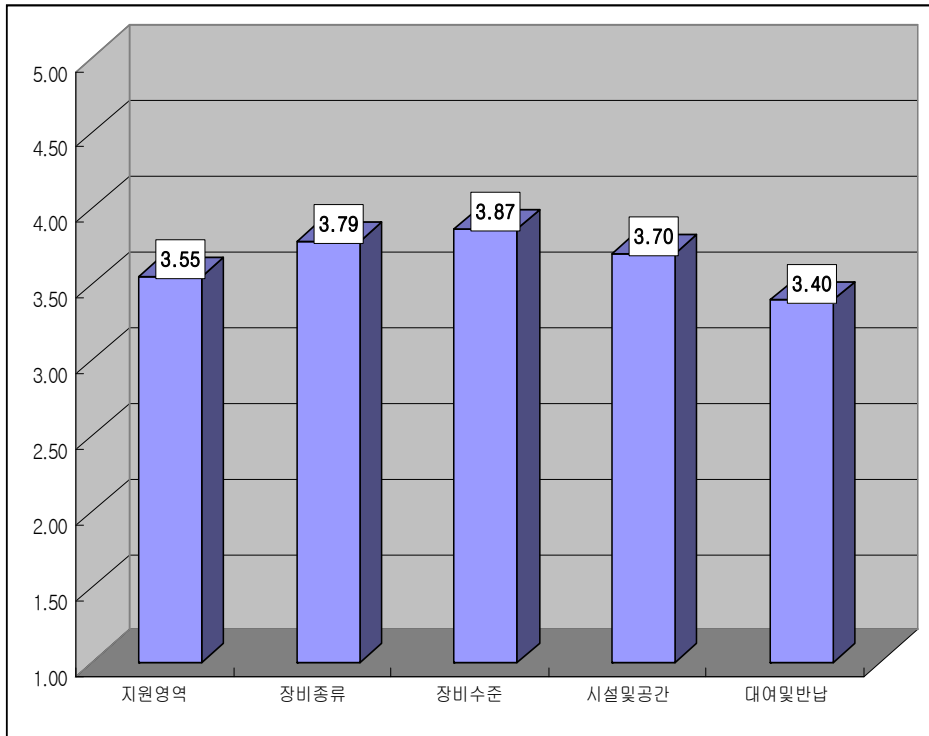


<그림 9> 부산시청자미디어센터 교육 프로그램 영역 항목별 만족도

교육영역의 전체적인 만족도는 3.50으로 교육 프로그램 영역 전반적으로는 긍정적인 수준의 만족도가 이루어지고 있다. 교육영역의 항목별 만족도를 살펴보았을 때, 강사에 대한 만족도(3.81), 교육 프로그램수준에 대한 만족도(3.72), 교육 프로그램 다양성(3.58)은 상대적으로 높은 만족도를 나타내고 있었다. 반면, 교육을 위해 배포된 교재에 대한 만족도(3.20), 수강시간에 대한 만족도(3.29), 교육 프로그램의 평가방식에 대한 만족도(3.40)는 상대적으로 만족도가 낮았다. 이와 같은 결과는 광주시청자미디어

어센터 만족도 조사결과와 매우 유사하다. 교육영역과 관련한 기타의견의 내용도 교재의 경우, 교육 프로그램에 적절하지 않은 교재사용과 시설 및 장비이용에 대한 기초적이고 구체적인 설명의 부족, 높은 난이도의 내용 등이 동일하게 나타났다. 수강신청의 경우도 수강시간에 대해서는 이용객들의 사정을 고려한 수강편성 요구 개선 역시 동일했다.

부산시청자미디어센터 창작지원 영역 항목별 만족도

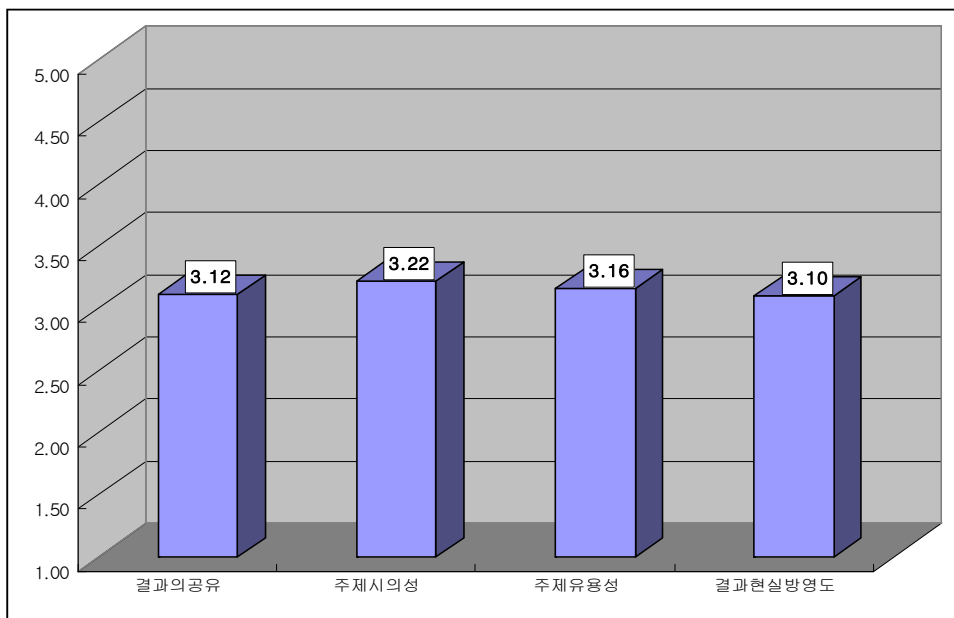


<그림 10> 부산시청자미디어센터 창작지원 영역 항목별 만족도

창작지원역역의 전체적인 만족도는 3.68로 각 영역 중 가장 높은 만족도를 나타냈다. 장비 수준(3.87)과 장비종류(3.79), 지원 시설 및 공간(3.70)이 매우 높은 만족도를 나타내고 있다는 점에서 볼 때, 이용자들이 시청자미디어센터의 인프라에 대해서는 공통영역에서 나타나 것과 유사하게 높은 만족도를 나타내고 있는 것으로 나타났다. 또한 창작지원영역 종류

에 대한 만족도는 3.55로 긍정적인 만족도를 나타내고 있어 다양한 분야에 대한 지원에도 이용자들이 긍정적인 평가를 하고 있음을 알 수 있다. 반면, 장비의 대여 및 반납과정에 있어 상대적으로 낮은 만족도(3.40)가 나타났다. 장비의 대여 및 반납에 있어 행정편의주의의 느낌을 받는다는 의견과 장비의 대여 및 반납 시간대의 확대운영 및 탄력적 운영 등의 의견은 향후 장비 대여 및 운영사업에 참고해 볼 가치가 있다.

부산시청자미디어센터 정책연구 영역 항목별 만족도

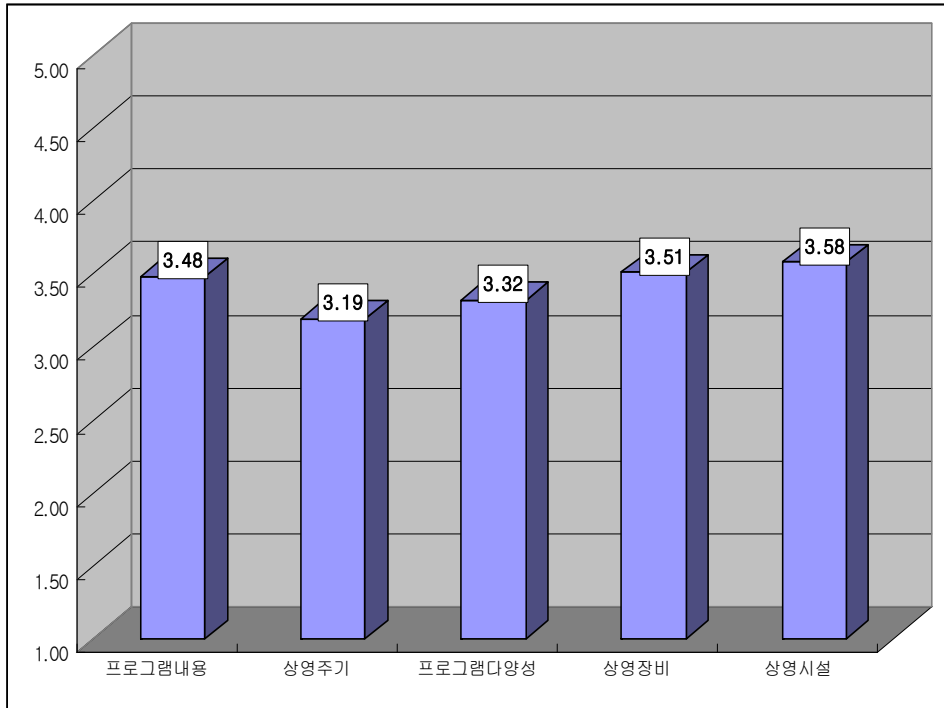


<그림 11> 부산 시청자미디어센터 정책연구 영역 항목별 만족도

정책연구영역의 경우 3.16의 만족도로 각 영역들 중 상대적으로 제일 낮은 만족도를 나타냈다. 각 항목별로 살펴보면, 정책연구 주제의 시의성(3.22)과 유용성(3.16), 정책연구결과의 공유에 대한 만족도(3.12)와 정책연구결과의 현실반영정도에 대한 만족도(3.10) 등은 모두 유사한 수준에서 만족도가 도출되었다. 또한 광주 미디어센터와 거의 유사한 유형의 만족도가 나타난다는 점과 정책연구 영역의 만족도가 정책연구에 참여하게

되는 동기와 정책연구의 결과를 이해하는 데 큰 영향력을 지니고 있다는 점에서 다른 영역들보다 좀 더 확실한 개선책의 필요성이 제기된다.

부산시청자미디어센터 상영지원 영역 항목별 만족도

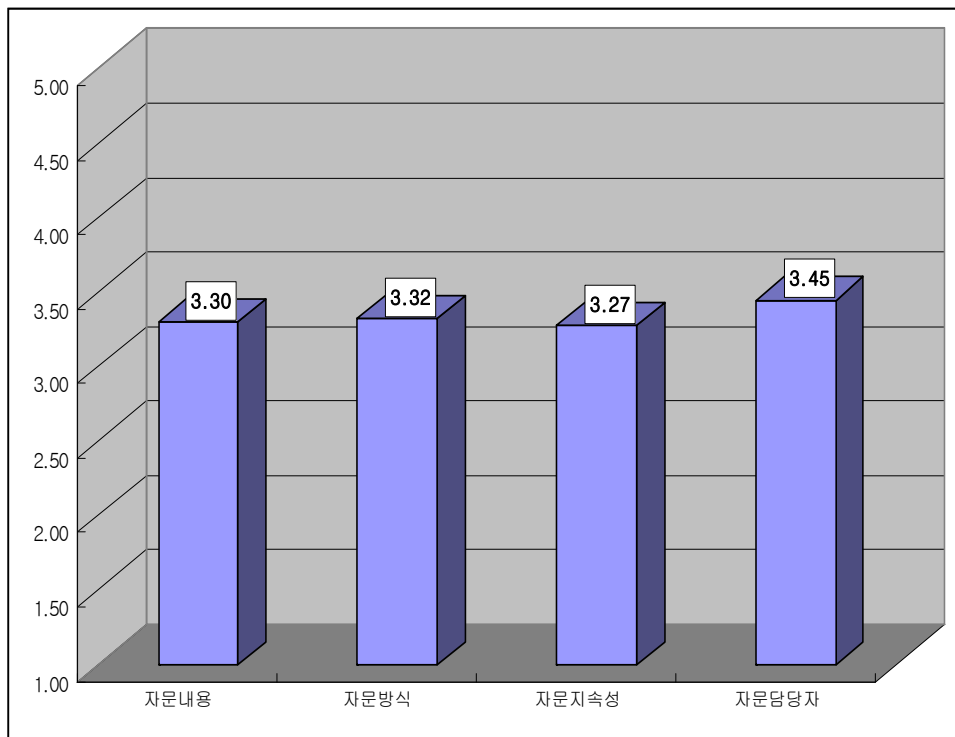


<그림 12> 부산시청자미디어센터 상영지원 영역 항목별 만족도

상영 프로그램 지원 영역의 전체적인 만족도는 3.41로 나타났다. 상영에 필요한 장비(3.51) 및 시설(3.58), 상영 프로그램의 내용(3.48)에 대한 만족도가 상대적으로 다른 항목들 보다 높았다. 반면, 상영되는 프로그램의 주기(3.19)와 다양성(3.32)의 만족도는 상대적으로 낮았다. 특히 상영되는 프로그램의 주기 만족도가 3.19로 제일 낮다는 점은 주목할 필요가 있다. 광주시청자미디어센터의 내용과 유사하게 단기적인 상영주기, 획일적인 상영편성에 대한 문제점 지적과 융통성 있는 상영주기 편성, 상영주기에 대한 구체적인 원칙 소개 등을 요구하는 의견들이 나타난다는 점에서 상

영주기 편성에 있어 이를 고려할 필요성이 있다. 또한 프로그램 다양성이 상대적으로 낮다는 점과 다양한 프로그램의 상영을 요구하는 의견도 존재하고 있다는 점에서 상영 프로그램의 개선 필요성도 제기된다.

부산시청자미디어센터 자문영역 항목별 만족도



<그림 13> 부산시청자미디어센터 자문영역 항목별 만족도

자문 영역의 전체적인 만족도는 3.34로 자문 담당자(3.45), 자문방식(3.32), 자문내용(3.30), 자문지속성(3.27)의 순으로 만족도가 높게 나타났다. 부산시청자미디어센터 역시 자문 담당자에 만족도는 자문 영역의 항목 내에서는 상대적으로 높았지만, 시청자미디어센터의 시설 및 환경 만족도(4.01)와 강사에 대한 만족도(3.81)와 비교하면 자문 담당자에 대한 만족도가 상대적으로 낮게 나타났다. 또한, 자문 담당자에 대한 불만족 원인 중 가장 많은 비중이 수강생들과의 친화력(44.4%)로 나타났다는 점

은 광주시청자미디어센터의 경우와 동일했지만, 전문성(19.8%)이 다음 순으로 나왔다는 점은 광주시청자미디어센터와 차이를 보인다. 전문성의 경우는 자문 담당자에 대한 신뢰도와 직접적으로 연결되는 부분이기 때문에 이용객들에게 전문적이고 친숙한 자문을 할 수 있도록 할 수 있는 교육 필요성이 제기된다.

(나) 부산시청자미디어센터 이용만족도 조사에 대한 소결

부산시청자미디어센터의 이용자들 역시 광주시청자미디어센터 이용자들과 동일하게 시청자미디어센터 이용에 대하여 전반적으로 긍정적 만족도가 높게 나타났다. 만족도 평가가 이루어진 각 영역별, 항목별 만족도의 평가결과가 매우 유사하다는 점에서 두 시청자미디어센터 모두 이용자들로부터 유사한 평가를 받고 있는 것으로 볼 수 있다.

광주시청자미디어센터와 마찬가지로 부산 시청자미디어센터 이용자들도 시청자미디어센터의 인프라적인 부분에 대해서는 높은 만족도를 나타낸 반면, 시청자미디어센터에 대한 정보공유와 홍보, 장비의 대여 및 반납과정, 수강시간 편성, 상영프로그램의 주기 등에 대하여 상대적으로 낮은 만족도를 나타냈다는 점은 적극적인 홍보와 운영방식에 대하여 개선이 필요하다고 판단된다.

한편, 교육 프로그램 강사에 대한 만족도(3.81)가 높은 수준으로 나타난 것에 비하여 자문 담당자에 대한 만족도(3.45)가 상대적으로 낮게 나타났다는 점에서, 자문 담당자들에게 개선의 필요성이 제기된다. 특히 자문 담당자에 대한 불만족 원인 중 가장 많은 비중이 수강생들과의 친화력(44.4%)로 나타났다는 점은 광주시청자미디어센터의 경우와 유사하지만, 전문성(19.8%)이 다음의 비중을 차지한다는 점을 감안하면 향후 직원들의 전문성을 제고할 수 있는 직원직무교육의 강화가 요구된다.

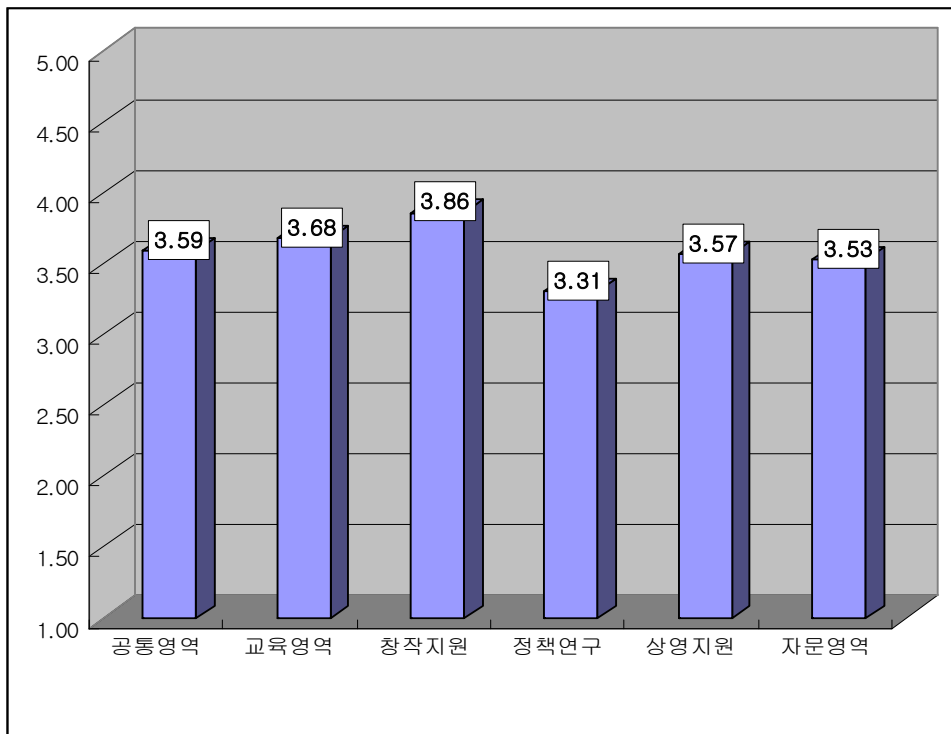
끝으로 부산시청자미디어센터의 경우, 인프라적인 부분, 시설 및 공간, 장비에 있어서는 매우 높은 만족도를 나타내고 있었지만, 편의시설 미비(28.8%), 교통문제(25.6%), 위치(16.6%), 그리고 공간부족(16.01%)등으로

개선의 필요성이 지적되었다. 개선의견으로 편의시설 확충과 공간부족과 같은 시설 설치에 대한 고려, 교통문제와 위치의 비중이 높다는 점에서 이용객들의 접근성에 대한 고려가 필요하다.

(3) 광주시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 결과

(가) 조사 결과

광주시청자미디어센터 각 영역별 만족도 지수

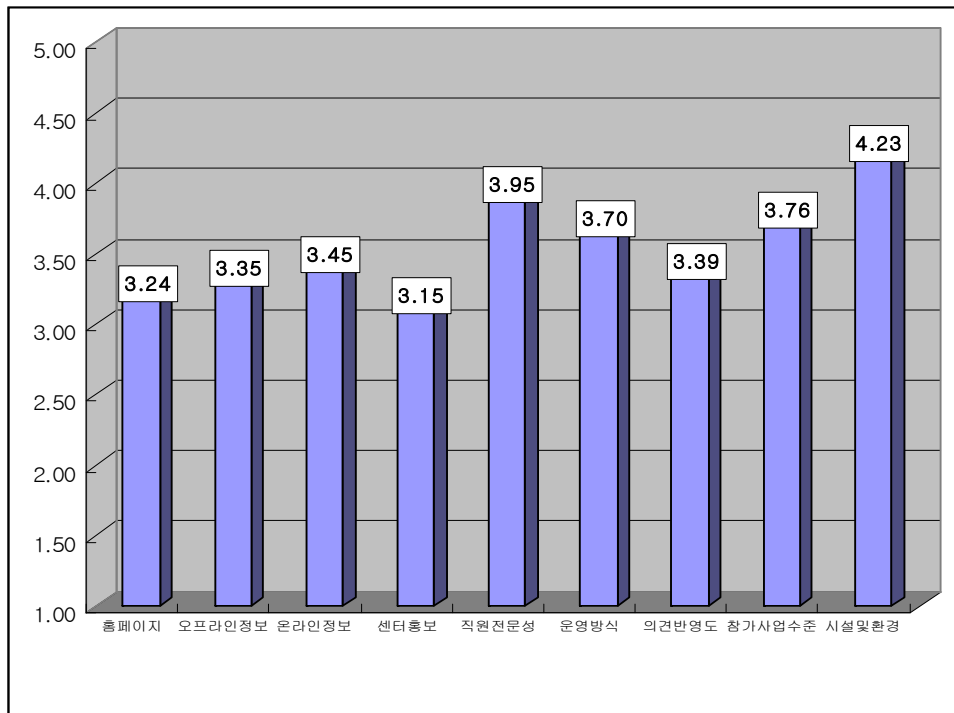


<그림 14> 광주시청자미디어센터 각 영역별 만족도 지수

시청자미디어센터의 이용자 만족도를 측정하기 위해 공통, 교육, 창작지원, 정책, 상영지원, 자문 등으로 나누어 파악할 결과, 가장 높은 만족도를 나타낸 영역은 창작지원 영역(3.86)이며, 교육 프로그램 영역(3.68), 공통영역(3.59), 상영지원영역(3.57), 자문영역(3.53)의 순으로 만족도를 지니

고 있었으며, 가장 낮은 만족도를 나타낸 영역은 정책연구영역(3.31)으로 나타났다. 각 영역별 만족도 지수를 살펴보았을 때, [그림-1]과 같으며, 광주시청자미디어센터의 이용객들은 전반적으로 미디어센터 이용에 있어 긍정적인 만족도를 지니고 있는 것으로 볼 수 있다. 이용자 만족도 조사 결과 광주시청자미디어센터의 이용객들이 전반적으로 시청자미디어센터의 이용에 있어 긍정적인 만족도를 지니고 있는 것으로 나타났다. 하지만 정책연구영역은 다른 영역에 비하여 상대적으로 다른 영역들에 비하여 낮은 만족도를 나타내고 있다는 점에서 개선의 필요가 있다고 판단된다.

광주시청자미디어센터 공통영역 항목별 만족도

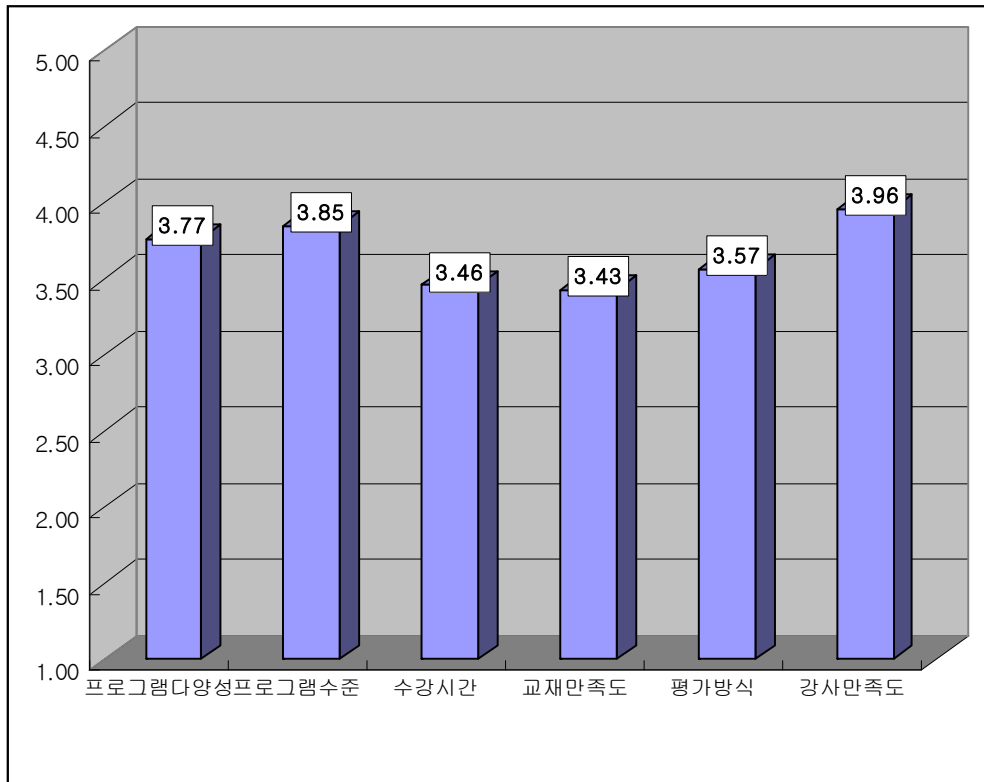


<그림 15> 광주시청자미디어센터 공통영역 항목별 만족도

한편, 광주시청자미디어센터에 대한 전체적인 이용자들의 만족도를 파악하고자 마련된 공통영역의 경우 전체적인 만족도는 3.59로 나타났다. 공

통영역의 각 항목별 만족도를 살펴보았을 때, 시설 및 환경(4.23)과 직원 전문성(3.96)에 있어서는 매우 높은 만족도를 나타내고 있었으며, 직원들의 운영방식(3.70)과 참가사업 수준(3.76)도 상대적으로 높은 만족도를 나타내고 있었다. 반면, 개인의견 반영도(3.39), 홈페이지 이용(3.24)과 온, 오프라인을 이용한 시청자미디어센터 관련 정보공유(3.35 / 3.45), 시청자미디어센터의 홍보(3.15)에 있어서는 상대적으로 낮은 만족도를 나타내고 있었다. 특히 시청자미디어센터에 대한 홍보에 대한 만족도는 상대적으로 매우 낮은 것으로 나타나고 있다.

광주시청자미디어센터 교육프로그램 영역 항목별 만족도



<그림 16> 광주시청자미디어센터 교육프로그램 영역 항목별 만족도

온, 오프라인을 이용한 관련정보 공유와 홈페이지 이용 등이 홍보와 무관하지 않음을 살펴 볼 때, 보다 적극적인 홍보 전략의 개선이 요구된다. 특히 이용객들이 시청자미디어센터의 인프라(시설 및 환경, 직원)에 대하여 높은 만족도를 나타낸 반면, 이를 제대로 알리고 활용하지 못하고 인식하고 있는 점에 주목할 필요가 있다.

교육영역의 전체적인 만족도는 3.68로 나타났다. 교육부문의 각 항목별 만족도를 살펴보면, 강사에 대한 만족도(3.96)와 교육 프로그램수준에 대한 만족도(3.85), 교육 프로그램 다양성(3.77)은 상대적으로 높은 만족도를 나타내고 있었다. 반면, 교육을 위해 배포된 교재에 대한 만족도(3.43), 수강시간에 대한 만족도(3.46), 교육 프로그램의 평가방식에 대한 만족도(3.57)는 상대적으로 낮은 만족도를 나타내고 있었다.

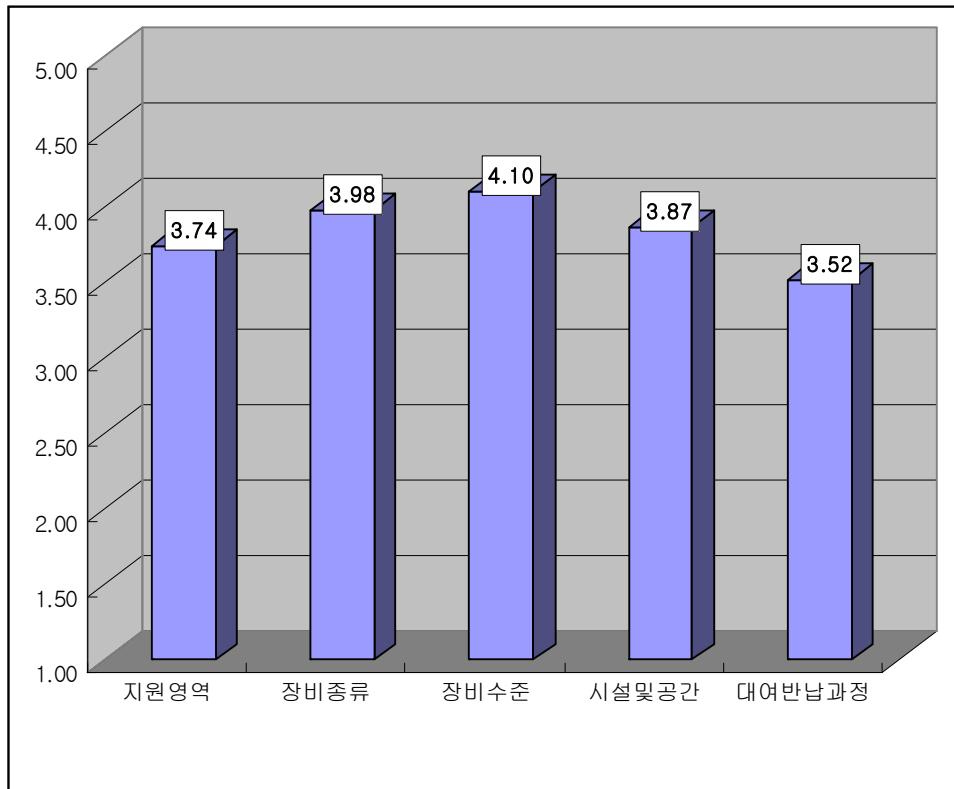
이와 같은 결과는 시청자 미디어센터에서 진행하는 교육 프로그램의 인프라적인 부분(교육 프로그램, 강사)에는 높은 만족도를 지니고 있으나, 이를 운영하는 수강시간, 평가방식, 교재 등에 대하여 상대적으로 낮은 만족도를 지니고 있는 것으로 볼 수 있다. 특히 교재에 대한 기타 의견들을 살펴보면, 교육 프로그램에 적절하지 않은 교재사용과 시설 및 장비이용에 대한 기초적이고 구체적인 설명의 부족, 높은 난이도의 내용 등이 나타났다는 점에서 개선의 여지가 존재한다. 수강시간에 대해서는 이용객들의 사정을 고려한 수강편성을 요구하는 의견과 같은 수업에 대하여 분반 편성과 같은 다양한 시간대의 강의개설을 요구하는 의견이 개진되었다.

창작지원역역의 전체적인 만족도는 3.86으로 각 영역 중 가장 높은 만족도를 나타냈다. 특히 지원 장비 수준(4.10)과 지원 장비 종류(3.98)는 매우 높은 만족도를 나타내고 있다는 점에서 볼 때, 이용객들이 시청자미디어센터의 인프라에 대해서는 공통영역에서 나타나 것과 유사하게 높은 만족도를 나타내고 있는 것으로 나타났다. 지원되는 시설 및 공간(3.87)도 높은 만족도를 나타내고 있다는 점도 이를 뒷받침 한다. 또한 창작지원 영역 종류 항목에 대한 만족도는 3.74로 비교적 높은 만족도를 나타내고 있어 다양한 분야에 대한 지원이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

반면, 장비의 대여 및 반납과정에 있어 상대적으로 낮은 만족도(3.52)가

나타났다는 점에 주목할 필요가 있다. 기타 의견에 있어 장비의 대여 및 반납이 너무 획일적이고 일괄적으로 이루어진다는 점에서 행정편의주의 같다는 의견이 존재하였고, 대여 및 반납 시간의 융통성 확보 등을 요구하고 있다는 점에 개선의 여지가 있다고 볼 수 있다.

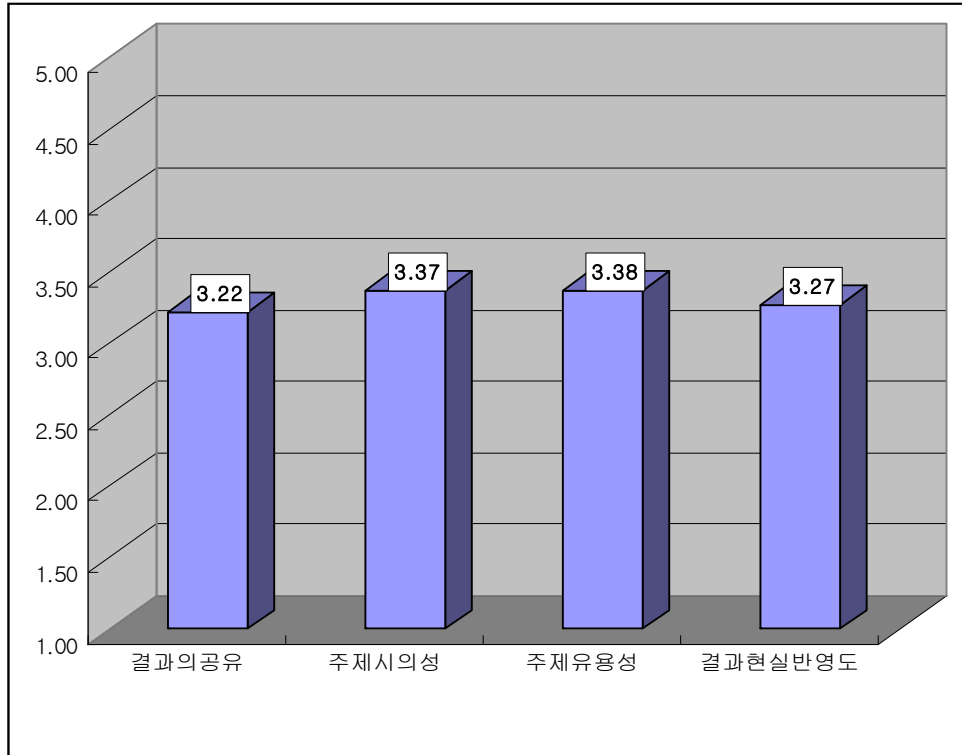
광주시청자미디어센터 창작지원 영역 항목별 만족도



<그림 17> 광주시청자미디어센터 창작지원 영역 항목별 만족도

정책연구영역의 경우 3.31의 만족도로 각 영역들 중 상대적으로 제일 낮은 만족도를 나타냈다. 각 항목별로 살펴보면, 정책연구 주제의 시의성(3.37)과 유용성(3.38)은 상대적으로 높은 만족도를 나타내고 있는 반면, 정책연구결과의 공유에 대한 만족도(3.22)와 정책연구결과의 현실반영정도에 대한 만족도(3.27)는 상대적으로 낮은 것으로 나타나고 있다.

광주시청자미디어센터 정책연구 영역 항목별 만족도



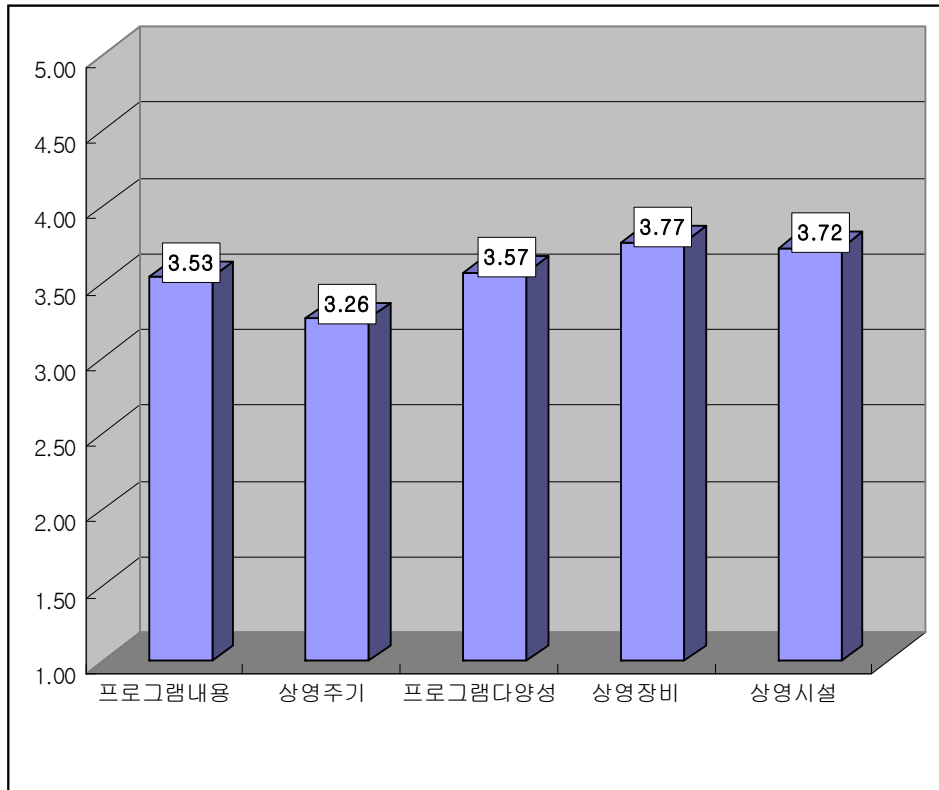
<그림 18> 광주시청자미디어센터 정책연구 영역 항목별 만족도

각 항목별의 만족도 수치의 차이가 그다지 많은 것으로 나타나지 않아 이들 간의 큰 의의를 부여하긴 힘들지만, 기본적으로 다른 영역의 항목들의 만족도와 비교하여 볼 때, 정책연구영역 부분은 다른 영역들 보다 좀 더 많은 개선의 필요성이 존재한다. 특히 정책연구 결과의 공유 만족도와 정책연구 현실반영정도에 대한 만족도가 낮다는 점은, 주목할 필요가 있을 것이다. 이는 정책연구에 참여하게 되는 동기와 정책연구의 결과를 이해하는 데 큰 영향력을 지니고 있기 때문이다.

상영 프로그램 지원 영역의 전체적인 만족도는 3.57이었다. 상영에 필요한 장비 및 시설에 대한 만족도는 각각 3.77과 3.72로 상대적으로 다른 항목들 보다 높은 만족도를 나타냈다. 상영되는 프로그램의 내용과 다양성도 각각 3.53과 3.57로 높은 수준의 만족도를 나타냈지만 지원되는 장

비와 시설에 대한 만족도에 비하면 상대적으로 낮은 수치다

광주시청자미디어센터 상영프로그램 지원 영역 항목별 만족도



<그림 19> 광주시청자미디어센터 상영프로그램 지원 영역 항목별 만족도

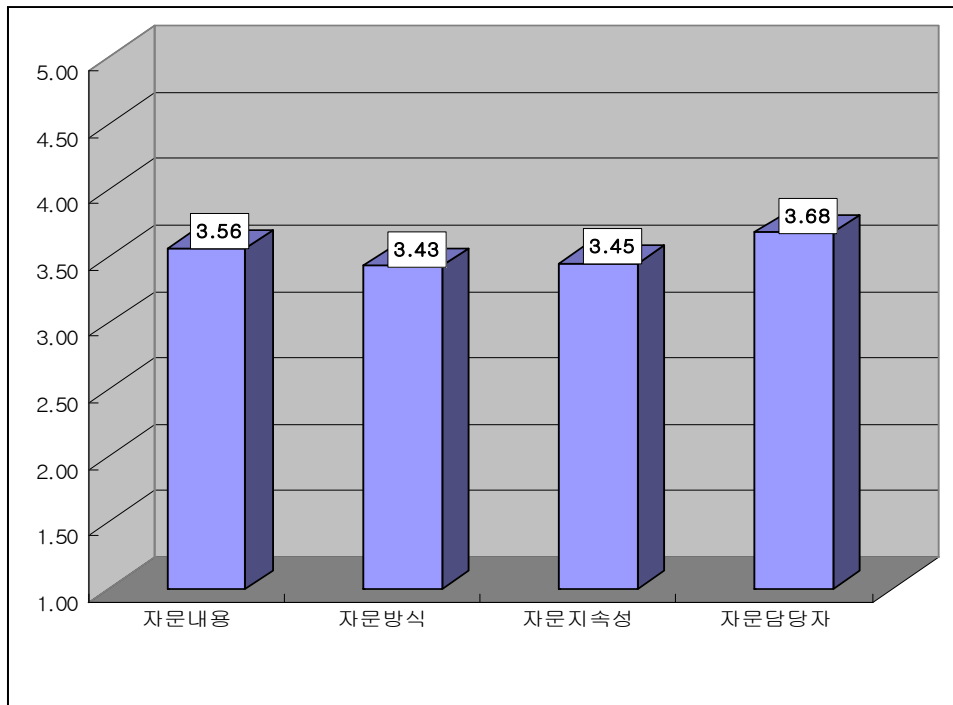
특히 상영되는 프로그램의 주기 만족도가 3.26으로 제일 낮다는 점은 주목할 필요가 있다. 기타의견에서, 상영주기가 너무 단기간이라는 점, 확실적인 상영주기 편성의 문제점 지적과 동시에, 융통성 있는 상영주기 편성, 상영주기에 대한 구체적인 원칙 소개 등을 요구하는 의견들이 나타난다는 점에서 상영주기 편성에 있어 이를 고려할 필요성이 있다. 그러나 개별적인 이용객 모두의 만족을 이루어줄 수 없다는 점에서 이에 대한 구체적인 원칙의 소개와 적극적인 홍보가 우선되어야 할 것으로 판단된다.

자문 영역의 전체적인 만족도는 3.53으로 나타났다. 각 항목별로 살펴보

면, 자문 담당자(3.68), 자문내용(3.56), 자문지속성(3.45), 자문방식(3.43)의 순으로 만족도를 나타내고 있다. 자문 담당자에 만족도가 자문 영역의 항목에서는 상대적으로 높게 나타나고 있지만, 시청자미디어센터의 시설 및 환경 만족도(4.23)와 강사에 대한 만족도(3.96)에 비하여 자문 담당자에 대한 만족도가 상대적으로 낮다는 점은 주목할 필요가 있다.

자문 담당자에 대한 불만족 원인 중 가장 많은 비중이 수강생들과의 친화력(36.7%)과 성실성(13.5%)로 나타났다는 점과 자문 방식과 자문지속성의 만족도가 자문 담당자와 자문 내용의 만족도 보다 상대적으로 낮다는 점에서 개선의 필요성이 제기된다.

광주시청자미디어센터 자문영역 항목별 만족도



<그림 20> 광주시청자미디어센터 자문영역 항목별 만족도

(나) 광주시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 소결

광주시청자미디어센터의 이용자 만족도 조사 결과, 이용자들은 시청자미

디어센터 이용에 대하여 전반적으로 긍정적인 만족도를 나타내고 있었다. 특히 광주시청자미디어센터의 인프라적인 부분, 시설 및 공간, 장비에 있어서는 매우 높은 만족도를 나타내고 있었다. 단지 시설 및 공간에 대하여 만족하지 못하는 이유에 있어서(65명 응답), 교통문제(35.4%)와 위치(23.1%), 그리고 편의시설 미비(14.1%) 등이 나타났다는 점은 고려의 대상으로 판단된다. 교통문제와 위치가 매우 높은 비중을 차지하고 있다는 점에서 이용자들의 시청자미디어센터 접근성에 대한 고려가 필요하다.

정책연구 영역의 만족도가 상대적으로 다른 영역별 만족도에 비하여 낮다는 점에서 이용객들에게 정책연구에 대한 필요성과 그 내용에 대하여 구체적으로 설명하는 과정이 필요하다. 또한 정책연구실행 후 추진하는 사업 및 그 결과에 대한 적극적인 홍보전략 및 실행이 요구된다.

한편, 교육 프로그램 강사에 대한 만족도(3.96)가 매우 높은 수준으로 나타난 것에 비하여 자문 담당자에 대한 만족도(3.68)는 상대적으로 낮았다. 이용자들은 자문 담당자에 대한 불만 이유로 수강생들과의 친화력(36.7%)과 성실성(13.5%)을 거론했다.

광주시청자미디어센터 이용자들의 만족도 평가결과를 종합하면 이용자들은 광주시청자미디어센터의 교육, 시설 및 장비와 같은 하드웨어적인 부분에 대해서는 매우 만족하는 것으로 평가하는 반면, 정책사업과 홍보활동과 같은 센터의 소프트웨어적인 부분에 대해서는 상대적으로 낮은 만족도를 나타내고 있다고 할 수 있다. 이러한 이용자들의 만족도 평가는 광주시청자미디어센터가 개관한지 불과 1년여에 불과하다는 점을 감안하면 지극히 당연한 결과라 생각된다. 설립된 지 2년이 지나지 않은 광주시청자미디어센터의 특성상 장비와 시설 수준은 뛰어나지만 센터를 운영하는 노하우나 운영경험의 측면에서는 미흡하기 때문이다. 따라서 향후 광주시청자미디어센터는 장비와 시설의 관리도 중요하지만 시청자미디어센터가 원활하게 지역 내에서 자리 잡을 수 있도록 지역 내 연계사업을 적절하게 결합할 필요성이 제기된다. 나아가 센터 운영이나 홍보 등에 있어 만족도가 낮다는 점을 감안하여 타 지역미디어센터의 운영경험과 노하우를 공유하는 노력이 수반되어야 할 것이다.

다. 총평

부산과 광주의 시청자미디어센터의 만족도 조사 결과에 따르면 두 센터는 모두 매우 유사한 이용자 만족도 평가결과를 나타내고 있다.

교육 프로그램의 영역은 전반적으로 긍정적인 측면의 만족도를 나타내고 있으나, 적절한 교재의 활용과 난이도 수준의 조정 등의 개선점이 필요한 것으로 보인다. 교육 프로그램 영역에 있어서는 두 시청자 미디어센터 모두 진행하는 교육 프로그램의 인프라적인 부분(교육 프로그램, 강사)에 대해서 이용자들은 높은 만족도를 보였으나, 수강시간, 평가방식, 교재 등에 대하여 상대적으로 낮은 만족도를 나타냈다. 수강시간에 있어서는 수강생들의 개인사정을 고려한 수업시간 편성 등도 고려해 볼 여지가 있다. 또한 기존의 교육 프로그램과의 상호연계과정을 고려하여 1년, 반기, 분기별 등 순환형 교육 프로그램의 개발도 적절한 것으로 판단된다.

장비와 시설에 관련된 만족도는 상대적으로 다른 항목들보다 매우 높은 것으로 나타났다. 이와 같은 만족도를 지속적으로 유지하기 위해서는 장비의 대여 및 반납과 같은 유지 및 관리체계를 관리자의 관점이 아닌 이용객의 입장에서 서비스를 강화할 필요가 있다.

창작지원영역의 경우, 만족도의 정도에 차이는 존재하지만, 창작지원항목별 만족도의 유형과 기타 의견의 내용 등이 거의 동일하다는 점에서 두 센터 모두 유사한 장점과 문제점을 지니고 있는 것으로 볼 수 있다. 한편, 정책연구 영역의 만족도가 상대적으로 다른 영역별 만족도에 비하여 낮다는 점에서 이용객들에게 정책연구에 대한 필요성과 그 내용에 대하여 구체적으로 설명하는 과정이 필요하다. 정책연구실행 후 추진하는 사업 및 그 결과에 대한 적극적인 홍보전략 및 실행이 요구된다. 하지만 부산과 광주시청자미디어센터는 모든 항목에서 평균 이상의 긍정적인 평가를 받고 있지만 홍보 및 정책연구 측면의 이용만족도가 상대적으로 낮았다. 이는 향후 미디어센터의 역할과 기능에 대해 좀 더 적극적인 홍보 활동이 필요함을 반증한다. 특히, 홍보활동의 경우, 오프라인을 이용한 시청자미디어센터 관련정보 공유항목이 두 센터 모두 상대적으로 다른 항목

들에 비하여 낮게 나왔다는 점은 개선해야 될 문제로 판단된다. 각종 교육프로그램 및 기획행사 등을 통해 시청자미디어센터가 언론에 노출되는 빈도를 높이고, 포스터와 같은 직접적인 홍보활동 등을 통하여 지역 내에서 시청자미디어센터의 기능과 역할을 알릴 수 있도록 홍보를 강화해야 할 것이다. 또한, 시청자미디어센터의 이용객들의 의견반영정도에 대한 만족도의 수준도 증가시킬 필요가 있는 것으로 나타났다. 홈페이지의 '질문 및 답변' 및 '건의사항'과 같은 게시판의 의견에 대하여 귀 기울이는 자세가 필요하다. 이용객들이 자신의 의견이 반영된다는 것을 느끼게 된다면 보다 적극적인 이용자로 전환될 것이고, 이와 같은 과정을 통해서 이용객들의 활발한 참여를 유도하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

7. 시청자미디어센터 직원들의 센터운영 만족도 설문조사 결과

가. 조사개요

(1) 조사목적

시청자미디어센터 직원들의 센터운영 만족도 조사는 방송위원회 시청자미디어센터 직원을 대상으로 자신이 근무하고 있는 시청자미디어센터의 전반적인 운영 방향 및 세부사업에 대한 만족도를 살펴보기 위하여 실시되었다. 조사내용은 시청자미디어센터의 운영방향 및 성과, 교육프로그램, 창작지원사업, 정책사업, 상영지원사업, 조직운영과 조직내부의 커뮤니케이션으로 세분화하여 각각의 영역에 대한 실질적인 시청자미디어센터 직원들의 만족도를 평가하고 의견을 청취하였다.

(2) 조사방법

시청자미디어센터 직원 만족도 조사는 부산시청자미디어센터와 광주미디어센터의 협조를 얻어 시청자미디어센터 직원들을 대상으로 인터넷 설문조사 방식으로 실시되었다. 설문조사의 대상자는 2008년 11월 현재, 부산과 광주시청자미디어센터의 직원으로 한정했다. 설문지는 연구자들이 시청자미디어센터 직원의 메일링리스트를 이용하여 조사대상자에게 메일로 직접 설문지를 개별 전달하였다. 조사기간은 2008년 11월 24일부터 12월 7일까지 2주일간이었으며 최종 수거된 설문지는 부산 15명, 광주 15명으로 총30명이었다. 조사에 참가한 응답자들의 연령구성은 부산이 20대 4명, 30대 11명이었고, 광주가 20대 3명, 30대 9명, 40대 3명이었다.

본 조사에서 실시된 각 항목들에 대한 측정은 리커트의 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

나. 조사 결과 분석

(1) 부산시청자미디어센터

(가) 운영방향에 대한 평가

부산시청자미디어센터에 대한 직원들의 일반평가는 대체로 긍정적 평가가 우세했다. 전체적인 평가점수는 평균 3.3이었다. 센터 전체에 관한 세부평가항목별로 구분해 살펴보면, 공공성 4.1, 미디어교육 4.2, 퍼블릭 액세스 4.2, 허브기능 2.8로 허브기능이 낮은 평가를 받았다.

부산시청자미디어센터의 운영방향과 관련해서는 다양한 문제점이 지적되었다. 우선, 허브기능이 미약하고, 지역 내 네트워크 구축에 있어서도 내실이 없다는 지적이다. 또한, 센터의 실질적인 운영과 사업 수행 결정 사항에 영향력을 갖는 관리자급의 성향에 따라 운영방향이 수시로 변한다거나, 방송통신위원회의 예산집행절차의 문제로 인해 사업진행이 원활하지 못하다는 목소리가 다수였다.

“업무처리방식, 예산집행절차의 문제로 인해 방송위/방통위가 결재를 하게 되어 있는데, 센터가 요구하는 사업이 그대로 진행되지 않고 실질적으로 방송위/방통위의 결재를 얻어야 예산을 집행할 수 있다는 문제점이 있다. 이로 인해 사업이 제때 진행되지 않거나 취소되는 경우도 많고, 일각에서는 센터가 방송위/방통위로부터 어떤 평가를 받을 것인가에 연연하여 사업을 변형시키는 경우도 있다.” (직원A)

이러한 운영상의 문제점으로 인해 부산시청자미디어센터가 본래 추구하고자 했던 미디어 민주주의 실현과 공공성 강화라는 틀에서 센터가 운영되지 못하고 미디어교육, 퍼블릭 액세스라는 하나의 개별적인 사업 영역으로만 다뤄져 양적인 성장과 가시적인 성과에만 치중하고, 미디어교육과 퍼블릭 액세스라는 것이 유기적으로 연동되어 함께 나가지 못한다는 평가다. 또한 부산울산경남지역의 허브 센터로서 기능하려고는 하지만 그 방식에 있어서 단순히 예산을 지원하며 따르라는 식의 시혜적이고 권위적인 방식으로 진행되기 때문에 결국 지역의 호응도 얻지 못하고 있는 실정임이 직원 만족도 조사결과 드러났다.

(나) 교육프로그램 평가

교육 프로그램의 운영과 관련해서는 지속적인 프로그램 운영이 필요하고, 교육 대상과 교육내용, 진행방식이 비슷한 교육프로그램이 너무 많다는 지적이 있었다. 또한, 장애인, 노동자, 여성, 청소년, 어린이를 대상으로 하는 교육이 있지만, 개설 수도 많지 않을뿐더러 농어민과 이주노동자 등 다양한 미디어 소외계층까지 포괄하지는 못하고 있는 실정으로 나타났다. 이러한 문제점을 개선하기 위해서는 교육프로그램의 기획에 센터가 좀 더 역량과 노력을 기울여야 할 필요성이 대두되었다. 끝으로 너무 기계적인 제작스킬만을 강조하는 교육프로그램의 집중적인 편성은 교육제작자의 창의성을 오히려 제한할 수 있다는 점에서 개선이 필요한 부분으로 평가되었다.

(다) 창작지원사업 평가

부산시청자미디어센터의 경우, 창작지원사업과 미디어교육사업의 구분이 명확하지 않아 혼란스럽게 사업이 진행된다는 평가다. 부산은 지역 내 창작지원이 가능한 개인이나 단체가 많지 않기 때문에 기본적으로 교육을 한 뒤, 그 결과물을 갖고 액세스한다는 점만 다를 뿐, 실질적인 내용에 있어서는 창작지원사업과 미디어교육사업의 구분이 쉽지 않다는 지적이다. 또한, 미디어교육이 이루어진 곳에 추가로 후속에 대한 요구가 있을 경우 협의하여 창작지원을 한다든지 하는 방식으로 해결을 모색해야 하는데 시청자미디어센터는 팀 간 경계가 너무 뚜렷하여 다른 팀의 사업을 잘 모를 뿐만 아니라 팀 간의 연계가 쉽지 않은 상황으로 드러났다.

(라) 정책사업 평가

부산시청자미디어센터가 갖고 있는 정책사업의 문제점은 허브기능을 수행하고자 전개하고 있는 다양한 정책사업이 학계 등에 한정되어 실질적인 효과를 기대할 수 없다는 것이다. 향후 학계보다는 지역 내 미디어 단체 등과 다양한 정책사업 관련 이슈를 공동으로 개발하는 식으로 정책사업을 전개하는 것이 필요하다는 의견이다.

“센터의 정책 사업은, 초창기 기획되기로는 지역의 특성에 맞는 미디어 정책을 개발하고, 지역 시민사회단체와의 네트워킹을 강화할 수 있도록 노력하기 위해 만들어졌는데, 현재는 지역을 포함하긴 하지만 너무 거대 담론을 논한다거나, 센터 내부 정책문제에 몰두하는 경향이 있습니다. 정책사업을 보면 콜로키움이든, 토론회든, 정책연구회든 구성원들은 거의 대학교수들(그것도 신방과)이며 아이디어도 그 수준에서 딱 정해져 있는 상태입니다. 또한 정책사업 본연의 역할은 점점 줄어들고 있고 되려 정책 외적인 업무에 치중하며 제작지원, 미디어교육, 기타기획사업, 센터 홍보 등 센터의 거의 모든 사업에 전 방위적으로 간섭해 해당 팀이나 사업담당자들의 의도와 맞지 않는 사업을 만들어내 진행을 지시하는 등 초기의 의도와는 전혀 다르게 운영되고 있습니다.”(직원B)

또한, 조직 내에서 정책사업 업무를 수행하는 정책팀의 주요 업무가 장애인영화제나 퍼블릭 액세스 축제의 기획과 진행, 부·울·경 지역의 네트워크를 조직화하여 미디어포럼 구성, 콜로키움(주로 학계 인사로 구성), 토론회, 계간지 발행, 상영지원사업(상반기) 이런 식으로 정책적 사안별이 아닌 사업 단위들로 구성되어 있기 때문에 센터의 긍정적인 인식을 강화하는 보고서 작업에만 치중하는 경향을 보이고 있다는 내용도 제시되었다. 결국 팀장은 물론 센터장 나아가 정치적 이념에 구애받지 않고 일관성 있는 정책사업의 추진이 필요하다. 정권에 따라 정책이 왔다 갔다 하는 식의 정책 사업은 향후 지양되어야 할 것이다.

(마) 상영지원사업 평가

부산시청자미디어센터의 상영지원사업은 성과 위주의 상영사업 전개가 문제점으로 지적되었다. 상영사업은 관람객의 수에 좌우되지 않고 좋은 작품들을 엄선하여 장기간 지속적으로 사업을 진행하는 것이 바람직하다는 의견이 제시되었다.

“찾아가는 상영회 사업은 별 것 아닌 것처럼 보이지만, 담당자는 그 행사 하나에 하루를 온전히 바치게 된다. 그래서 사업 규모를 더 늘리고 싶지만 현실적인 어려움이 있다. 한편 센터 자체의 상영시설 활용이 낮은 편인데, 씨네마떼끄, 국도가람예술관처럼 독립영화, 예술영화 상영 전용관이 될 필요는 없다 하더라도 늘 센터에 와서 의미 있는 작품을 볼 수 있었으면 한다. (언제 어디서나 볼 수 있다는 것이 중요한 게 아니라 어딘가 집중할 수 있는 계기를 마련하는 것이 중요하다고 본다.) 그런 점에서 관람객 숫자에 연연하지 않고 장기간 꾸준히 사업을 진행하는 것이 필요한데, 상부에서는 늘 연인원 숫자로 센터 사업을 평가하려고 하는 것이 문제다.” (직원C)

(바) 네트워크사업 평가

부산시청자미디어센터의 네트워크 사업은 네트워크 사업에 대한 인식전

환이 관건이라는 평가다. 특히, 센터의 팀장들에게 네트워크 구축에 관한 의지가 부재하다는 의견이 제시되었다. 팀장들이 지역 내 소규모 센터나 단체들을 권위적으로 대하거나 행태나 강사선정 등에 있어서도 이들 단체를 무시하는 경우가 적지 않아 문제시되고 있다는 지적이다.

“지역미디어운동의 허브로서 센터의 역할은 매우 중요합니다. 그 역할을 충실히 하기 위한 시작은 지역사회와 소통하고 소규모 미디어운동 단위와의 지속적 연계에 있다 할 것입니다. 하지만 과정과 결과 모두를 놓고 보았을 때 지역 미디어운동 네트워크 중심으로서의 센터는 그 노력이 미흡했던 것이 사실입니다. 이는 센터 구성원 모두의 잘못이겠지만 특히 센터 내부에서 봤을 때 사업의 결정권을 가진 일부 책임자들이 네트워크 사업에 대한 이해가 부족했고 중요성에 대한 인식이 낮았던 것이 가장 큰 원인이 아닌가 생각합니다. 지금이라도 서로 이해하고 폭넓게 포용하는 자세의 전환이 필요합니다.” (직원D)

위와 같은 문제지적은 센터내의 구성원들이 결국 얼마나 지역단체들과 소통하는가 하는 것과 직결된다. 네트워크 사업의 성패는 담당자 1인, 담당부서만의 노력으로 이루어지지 않는다는 점에서 지역 내 미디어 단체들을 동등한 파트너로 받아들일 수 있는 인식의 전환이 관건이라고 판단된다.

(사) 조직운영과 조직내부 소통 평가

부산시청자미디어센터 조직내부의 문제점으로는 민주적 의사소통의 부재가 가장 큰 부분을 차지하고 있다. 부산의 경우, 센터 내의 의사소통구조가 매우 경직되어 있고, 폐쇄적이라는 지적이다. 조직내부의 커뮤니케이션 활성화를 위해, 팀 회의, 전체회의, 부서장 회의 등이 있음에도 불구하고 실제로는 팀원들의 의견이 전혀 반영되지 않고 있는 실정으로 나타났다.

“센터는 크게 부서장회의(센터장, 팀장, 정책담당1인), 팀 회의, 전원회의 등 3가지 회의체계로 의사소통하고 있습니다. 그러나 센터 운영이나 사업에 대한 모든 결정은 부서장회의에서 결정되고 있으며 거기서 결정된 것이 제대로 직원들한테 전달도 되지 않고 있습니다. 직원들 의사는 거의 반영되지 않는 상태로, 일방적으로 결정되고 있다 할 것입니다. 그것을 막기 위해 전원회의라는, 센터 구성원 전체가 포함된 회의체계가 있긴 하지만 이것조차도 이전 부서장회의에서 결정된 사안에 대한 일방적 통보 자리로 변질되고 있으며, 직원들은 전원회의에 대한 기대를 거의 포기한 상태입니다. 부서장 회의가 일종의 간부 회의로서 센터의 나아갈 방향이나 순간순간의 현안에 대해 순발력 있는 의사결정을 할 수 있는 장점을 가지고 있다는 것은 인정합니다. 그러나 그 속에서 고작 4,5명이 의논해 내리는 결정이 센터의 모든 사업을 정의할 수는 없다고 봅니다. 사업진행 여부, 강사선정 여부 등 모든 것들이 몇 명의 입맛에 맞게만 결정된다면 그런 회의는 존재할 필요가 없다고 봅니다.” (직원E)

부산시청자미디어센터의 경우 각 팀별 경계와 불신이 뚜렷하다는 지적이다. 다른 팀 사업에 대해 무지할 뿐만 아니라 협조적이지도 않았다. 그러나 이를 조절하고 유기적으로 연계해야 할 팀장들이 오히려 그런 생각을 더 갖고 있기 때문에 두 팀이 연계하여 사업을 진행하는 것마저 쉽지 않고 팀장들의 역할도 뚜렷하지 않다. 또한, 팀 내 이루어지고 있는 사업의 구체적인 내용에 대해서 팀장이 총체적으로 인지하지 못하고 있으며, 그 사업을 진행해 나가는 과정에서 팀장과의 원활한 논의와 토론이 이루어지지 않고 있기 때문에 팀장의 능력에 대한 불신이 크고, 팀 내에서 정리하거나 제출해야 할 내용이 있을 경우 팀장은 사안별로 담당자에게 분배하여 나중에 취합하는 역할을 하는 정도에만 업무가 이루어지고 있는 실정이었다. 많은 사안들이 내부적인 토론과 설득 과정 없이 부서장회의에서 결정되어 지시되다 보니 공감대 형성에도 실패하고 있다는 의견이다.

(2) 광주시청자미디어센터

(가) 운영방향에 대한 의견

광주시청자미디어센터의 운영방향 및 성과에 대한 직원들의 일반평가는 평균 3.49로 상대적으로 긍정적인 평가가 우세했다. 센터 전체에 관한 세부평가항목별로 구분해 살펴보면, 공공성 4.1, 미디어교육 4.4, 퍼블릭 액세스 4.5, 허브기능 2.7로 허브기능에 대한 직원들의 평가가 매우 낮은 것으로 나타났다.

전체적인 시청자미디어센터에 대한 평가는 높았지만 광주시청자미디어센터의 운영방향과 관련해서 다양한 문제점이 지적되었다. 광주시청자미디어센터의 운영방향의 가장 큰 문제점으로 거론된 것은 방송통신위로 관할 부처가 바뀌는 과정에서 미디어센터가 파행적으로 운영되면서 지역 미디어 운동의 허브기능을 수행하지 못했다는 점이었다.

“지역 미디어운동의 허브기능 수행에 대해서는 현재 광주 센터내부에서 미디어운동과 교육을 수행할 팀장들의 역량 부족과 대외 미디어운동 단체들과의 불편한 관계, 국내 미디어운동과 미디어교육의 전체 흐름 내지는 동향파악에 미숙함이 노출되면서 개관 이후 현재까지 매우 심각한 문제점을 노출시켜 왔다. (이러한 문제점들은) 팀장들의 인적 쇄신 작업 없이는 향후에도 개선되지 않을 것으로 보인다.” (직원A)

위와 같은 지적은 다른 응답자들에게서도 지적되고 있었다. 센터운영에 대한 구체적인 대안 없이 추상적인 문제제기와 더불어 센터운영이나 지향점에 대한 내부합의의 부족과 같은 지적들이 그것이다.

광주시청자미디어센터의 관리자급에 대해서는 팀장들이 업무를 가지고 있지 않을 뿐더러 팀원 12명에 팀장 3명은 너무 많다는 지적과 센터 내부 팀원들의 업무를 거친 다음 팀장으로 승진한 케이스가 아니라 애초에 지원업무를 선택해서 입사한 관계로 팀장들이 내부 업무 파악에 매우 미숙한 상태인 것이 문제점으로 지적되었다. 퍼블릭 액세스 분야에서도 지

나친 성과주의에 매몰되어 방송에 작품을 방영하는 것에 국한되어 있고 퍼블릭 액세스를 활성화하기 위한 정책과 방향이 즉 지역의 시청자참여 프로그램을 운영하고 있는 상태나 그에 대한 운영평가, 방향을 내오기 위한 노력, 시청자가 퍼블릭 액세스를 경험한 내용을 다시 평가할 수 있는 시스템 등이 부재하다는 지적이 있었다.

(나) 교육프로그램 평가

교육 프로그램의 운영과 관련해서는 지역 내 우수한 강사 인력의 부족과 커리큘럼의 부족이 먼저 거론되었다. 미디어교육에서 비판적 리터러시에 대한 교육 내용이 부족하고 계층별 미디어교육 커리큘럼도 보강이 필요하다는 지적이다. 하지만 이와 함께 광주시청자미디어센터의 교육프로그램에 대해 직원들은 교육프로그램의 예산편성과 관련한 문제점을 지적하는 목소리가 압도적으로 많았다.

“지역 미디어운동의 모든 팀원들에게 균등한 예산 배분을 통한 사업 수립으로 인해 상설교육과 공동체 미디어교육 등 핵심 미디어교육의 강좌 과목의 증가가 어려운 점은 문제라고 본다. 조직에서 핵심으로 분류하는 사업에 대한 예산을 더 많이 지원되어야 함에도 현재 센터의 예산지원은 무조건 팀원당 균등배분이다. 이해할 수 없는 예산배분이다.” (직원B)

또한, 교육이 한번쯤 미디어를 통해 제작하는 경험을 나누는 것도 필요하지만 미디어 교육의 내용을 충실하게 하기 위해서는 미디어 교육 자체에 대한 필요성을 확산시켜내는 노력도 제기되었다.

(다) 창작지원사업 평가

광주시청자미디어센터의 경우, 창작지원사업은 그리 심각한 문제점이 나타나지는 않았다. 창작지원사업과 관련해서는 직원들은 나름대로 잘되고 있다는 평가도 존재했지만 센터직원들의 활동 폭이 더 넓어질 수 있는 정책이 필요하다는 지적이 있었다. 한편, 창작지원사업은 전체적인 컨트

를 타위의 부재로 직원의 수고와 이용자들의 만족도에 비해, 센터 전체적으로는 큰 효과를 미치지 못하고 있다는 평가도 존재했다.

“퍼블릭 액세스를 시청자가 다양한 사람들의 이야기 특히 사회적 소수자와 약자의 이야기를 드러냄으로써 우리사회의 민주주의를 확산시켜 나간다는 목표가 추가되어야 온전하지 않을까 싶다. 그러나 현재까지 미디어센터의 창작지원사업은 절반의 마인드만 있지 다른 부분의 마인드 즉 목소리가 없는 사람들이 사회적 목소리의 주체로서 발전시켜 나가는 데 대해서는 관심이 떨어져 있다. 그리고 지역 퍼블릭 액세스 환경을 개선하기 위한 정책적 방향이나 내용이 부재한 실정이다.” (직원C)

따라서 향후 창작지원사업은 센터 전체의 전반적인 업무 및 프로그램들과 유기적인 결합과 효율적인 배치가 요구된다. 창작지원사업을 바라보는 관점이 방송에 작품을 내보는 것으로 국한되는 것에 대한 문제점도 개선이 필요하다는 지적이 있다.

(라) 정책사업 평가

정책사업의 문제점은 정책사업의 목적과 내용에 대한 회의적인 시각이 우선적으로 눈에 띈다. 지역 내 미디어센터로서 정책사업에 대한 자체 수행능력과 전문성 등에 대한 문제제기와 더불어 조직내부의 시스템에 있어서도 문제가 있다는 지적이 존재했다.

“광주센터가 지역 미디어운동의 확대를 위해 내놓은 정책이 쉽게 떠오르지 않는다. 그나마 인권영상공모전을 통해 지역민들에게 창작활동의 계기를 마련해 준 것 정도가 떠오른다. 그 외에 지역의 현안을 반영한 정책 부재로 센터의 설립취지를 무색케하지 않았을까.” (직원D)

“현재 광주 센터에는 정책사업이라는 게 별도로 운영되지 않고 있다. 운영되지 않고 있다면 그동안 센터의 향방이나 정책들을 끌고 왔던 팀장들

의 직무유기다. 개관 이후 1년 반이 지났으나 정책사업이란 게 이렇다할 만한 게 없다.” (직원E)

광주시청자미디어센터의 직원들은 정책사업에 대해 상당히 회의적인 반응을 보이고 있지만 센터가 허브기능을 수행하는 미디어센터로 운영되어야 한다는 점에는 동의한다. 이러한 점을 감안하면 직원들의 만족도 조사 결과는 정책사업이 불필요성을 지적하는 것이라기보다는 허브기능을 수행하지 못하는 정책사업 기능에 대한 기대감의 상실을 의미하는 것이라 판단된다.

(마) 상영지원사업 평가

시청자미디어센터에 있어 상영지원사업은 교육의 결과물을 상영회로 이어가면서 또 다른 창작의욕을 고취시킬 수 있다는 점에서 시청자미디어센터의 주요 사업이다. 하지만 광주시청자미디어센터의 상영지원사업은 간헐적인 지역단체와의 공동상영회 및 센터 홍보를 위한 자체 상영회 외에 영화제 지원 및 상설 상영 공간 활성화와 지원 등 다양한 상영사업이 많이 이루어지지 못하고 있는 상황이다. 따라서 이러한 문제점을 개선하기 위해서는 별도의 사업 외에 교육 및 제자지원사업 등과 연계되어 실시되는 것이 바람직하다는 의견이 제시되었다.

“찾아가는 상영회나 센터내의 상영을 동시에 고민하고 이를 다양한 단체와 함께 만들어 가야한다. 그러나 현재의 상황은 둘 다 이루어지지 않고 있다. 먼저 두 가지가 동시에 힘들다면 센터 내에서의 상영이라도 정기적으로 고민하고 이를 지속적으로 전개시켜 나감으로써 지역에 상영이라는 분야에 대해서 사람들과 나눌 수 있는 근거를 마련해야 하지만 센터의 공간을 활용하기 위한 노력이 없는 상태이다.” (직원F)

특히 광주시청자미디어센터의 지원범위에 대한 내부적인 합의가 없는 상황에서 일부 검증된 상영회를 제외하고는 상영활동을 펼치기에 제약이

존재하며 상영을 위한 계약 등 관련 행정절차도 너무 복잡하고, 단순 상영이 아닌 상영커뮤니티 활성화를 위한 지원사업 등에는 더 많은 제약이 따른다는 문제점이 거론되었다.

(바) 네트워크사업 평가

시청자미디어센터가 지역의 허브기능을 수행하는 미디어센터로 기능하기 위해서는 지역의 미디어 단체 등과 다양한 연대사업을 전개할 필요성이 제기된다. 하지만 광주시청자미디어센터의 이러한 네트워크사업에 대한 직원들의 평가는 그리 호의적이지는 않았다. 우선, 내부적으로 대외적인 신뢰도가 매우 낮다는 평가와 센터를 대표해 네트워크를 구축해야 하는 팀장들의 자질에 대한 문제점이 지적되었다.

“광주 전남지역 최대 규모의 센터이지만 개관 후 현재까지 네트워크 구축 활동에서 그 규모에 맞는 여러 가지 사업을 펼치지 못한 감이 없지 않다. 네트워크란 센터 혼자만의 사업 진행이 아닌 다른 기관과의 유기적 관계 맺기가 우선이라 생각하는데 그 관계 맺기 이전에 소통을 위한 작업이나 각 각의 기관들을 이해하고 함께하려는 활동을 소홀히 했다는 생각이 든다. 센터 중심이 아닌 타 기관과 함께 규모나 장비, 프로그램 운영상의 노하우와 장점 등을 교류하고 논의하는 기회가 많았으면 한다. 궁극적으로 미디어를 통한 사회참여와 소통을 위해 서로 노력하고 있는 기관으로서 서로의 상황과 입장을 이해하는 노력도 필요할듯하다.” (직원G)

(사) 조직 운영과 조직내부 소통 평가

광주시청자미디어센터 조직내부의 문제점으로는 미디어센터가 예산을 독립적으로 사용하지 못하는 것에서 기인하는 내용이 다수였다. 이러한 예산집행의 방식으로 인해 센터의 운영이 소극적으로 변한다는 우려의 목소리였다. 한편, 조직의 팀장의 업무방식에 대한 불만제기는 팀장들이 관료적이고 비민주적이라는 점이 다수 지적되었다. 이는 당초 직원공모시 팀장과 팀원을 구분하여 선발하면서 태생적으로 내제된 문제다. 팀장

들의 경우도 조직 운영 경험이 전무한 상태에서 팀원들을 관리한 결과, 리더십과 조직 운영의 노하우가 부족했다고 판단된다.

(3) 세부 항목에 대한 평점

평가항목		부산	광주
일 반 운 영	1. 미디어 공공성 확대 기여하고 있다	4.1	4.1
	2. 미디어 교육의 활성화에 기여하고 있다	4.2	4.4
	3. 퍼블릭 액세스 활성화에 기여하고 있다	4.2	4.5
	4. 지역 미디어 운동의 허브기능을 수행하고 있다	2.8	2.7
5. 교육프로그램이 센터 설립목적과 사업목적에 부합되게 운영되고 있다		3.8	4.0
6. 창작지원사업이 센터 설립목적과 사업목적에 걸맞게 운영되고 있다		4.0	4.0
7. 정책사업이 센터 설립목적과 사업목적에 걸맞게 운영되고 있다		2.9	3.1
8. 상영지원사업이 센터 설립목적과 사업목적에 걸맞게 운영되고 있다		4.1	2.9
9. 광역단위 미디어 네트워크 구축 활동을 잘하고 있다		2.9	2.4
10. 시청자미디어센터의 조직운영과 조직내부의 커뮤니케이션이 원활하다		2.5	2.7
평균		3.5	3.5

<표 84> 시청자미디어센터 직원 만족도 조사 결과 세부항목에 대한 평점

“관리자들에 대한 의견제안통로가 막혀 있고 팀원들의 의견 제안을 팀장들이 수용하지 못하고 있다. 이미 광주 센터는 관료화되어 있다. 팀장들은 일방적인 지시사항에 대한 노예적 예스팀원을 요구하고 있다. 비민주적 행태가 미디어센터라는 소통의 자유라는 공공건물 안에서 버젓이 유통되고 있다. 참 아이러니하지 않을 수가 없다.” (직원H)

결론적으로 이러한 조직 내 갈등구조는 인적쇄신을 통해 이루어지거나, 팀 내 커뮤니케이션 활성화를 통해 이루어져야 할 것이다. 나아가 하향식 평가시스템을 개선하여 상향식 평가시스템을 도입하여 팀장을 팀원들이 평가하게 하는 방식으로 보완책을 강구하는 것도 고려해 볼 만하다.

IV. 결론 및 개선방안

이번 평가는 방통위의 시청자미디어센터 설립사업을 통해서 설립된 부산, 광주 2개소의 센터에 대한 최초의 평가 연구사업으로서, 이번 평가를 통해서 확인된 종합적인 사업성과, 각 센터의 개선방향, 그리고 향후 방통위의 시청자미디어센터 관련 정책 개선 방향 등과 관련된 제안을 보고서의 최종 결론으로 제시하고자 한다.

1. 사업의 성과

지역의 시청자주권 확대를 위한 인프라로서의 지속적인 성장 가능성 확인

우선 시청자미디어센터 사업은 미디어 환경의 변화 양상 및 민주주의의 확장 경향을 적극적으로 고려하고 있는 사업이라는 점에서 매우 시의적절하다. 다시 말하면, 시민주도의 참여적 미디어의 확장이 미디어 융합상황의 주요한 특징 중 하나이며 그러한 참여적 미디어의 확장 및 미디어 리터러시의 제고를 위한 필요조건 중 하나로서 지역의 공적 서비스 중심체인 미디어센터가 필요하다는 점에는 전 지구적 합의가 정파를 초월하여 존재하고 있으며 그런 점에서 센터의 설립 및 운영지원 사업의 필요성은 명확하다.

문제는 센터를 어떤 구조로 어떤 주체가 어떤 전략을 지니고 운영할 것인가에 있는 것이며 그 점에서 현재의 시청자미디어센터들의 상황은, 개선이 필요한 지점들이 있음에도 불구하고 사업의 초기 목표는 달성하고 있는 것으로 판단된다. 각 센터는 지역민의 미디어 리터러시 제고를 위한

기본 인프라로서의 공간과 장비 및 상근 인력의 체계를 갖추고 있으며 그에 기초한 각종 교육 사업 및 제작 지원 사업 등 다양한 영역의 사업을 진행하고 있다. 보다 구체적으로 각 영역별 성과를 짚어본다면 아래와 같다.

가. 미디어 교육의 지속적 기회 확대

그동안 미디어 교육을 수행해왔던 시민사회단체와는 비교할 수 없을 만큼 높은 수준의 물적 인적 자원을 확보하고 있는 시청자미디어센터는 여러 가지 한계에도 불구하고 지역 차원의 미디어 교육의 기회를 비약적으로 확대하고 있다. 특히 그동안 개별적 프로젝트 위주로 단발성을 넘어서지 못한 채 진행되어왔던 교육 사업의 지속적 수행이 가능해졌고 교육 사업 시행 시 항상 문제로 지적되어왔던 장비 및 공간의 부족 현상을 근본적으로 해소할 수 있는 잠재력을 확보하게 된 것이다.

나. 지역 시민의 비영리 콘텐츠 활성화

이러한 교육 사업의 확대와 함께 각종 제작지원 사업이 지속적으로 이루어짐으로써 지속적인 참여 및 실천을 하고자 하는 지역 주민들 및 공동체의 활동이 활성화되고 있으며 이에 따라 적극적인 참여 주체가 발굴되고 다양한 콘텐츠가 생산되고 있다. 이는 방송법상 시청자 제작 참여 프로그램이 규정됨으로써 비록 채널 공간은 확보되었으나 그 공간을 통해서 방영될 콘텐츠의 재생산과 관련해서는 법제가 미비한 상황에서 이러한 시민 참여 비영리 콘텐츠를 활성화할 수 있는 조건이 센터 설립을 통해서 현실화된 것이다.

다. 퍼블릭 액세스 창구의 개발 및 확대

특히 주목되는 것은, 각 센터가 매우 적극적으로 지역 차원의 각종 채널을 접촉하고 설득함으로써 퍼블릭 액세스의 정규적 프로그램 슬롯을 성공적으로 만들어내고 있다는 점이다. 물론 이러한 방송 슬롯의 확대를 통

해서 콘텐츠의 공급이 양적으로 확대되는 것이 퍼블릭 액세스의 활성화를 평가하는 유일한 잣대는 아니며 자칫 프로그램의 양적 증가에 대한 성과주의적 집착이 발생할 수도 있으나, 개별 시민사회단체 혹은 규제기관의 지도만으로는 쉽지 않은 소통 창구의 확대에 시청자미디어센터가 괄목할만한 성과를 낸 점은 매우 긍정적이다.

라. 지역 균형 발전을 위한 기초 구축

이러한 미디어 교육의 확대, 제작지원의 확대, 소통 창구의 확대 등을 통한 종합적 변화의 핵심중 하나는 그동안 수도권에 비해 상대적으로 소외되어왔던 지역 주민의 미디어 수용 및 활용 권리가 지속적으로 확대될 수 있게 되었다는 점이다. 수혜자 만족도에서도 드러나듯 많은 지역 주민들은 이러한 센터의 존재 자체에 상당한 의미를 부여하고 있으며, 그에 따라 센터의 확대 강화는 지역 간 편차를 극복하고 균형발전을 도모하는데 결정적인 변수가 될 것으로 보인다.

2. 시청자미디어센터의 개선 방향

이러한 성과에도 불구하고 사업 초기 단계로서 현 센터의 사업은 여러 가지 한계를 지니고 있으며, 향후 지속적인 발전을 위해서 센터의 운영 구조 일반 원칙으로부터 구체적인 사업의 수행 영역에 이르기까지 총체적인 점검과 개선이 요망된다.

가. 분화된 사업체계에 간하지 않는 영역별 유기적 발전 전략의 구체화

양 센터에서 공히 드러나는 문제 중 하나는 퍼블릭 액세스 활성화, 미디어 리터러시 증진 등 영역별 발전 전략이 아직 추상적인 수준에 머물러 있다는 점이다. 여기서 두 가지 차원의 전략 구성이 요구된다.

하나는 지역적 특성에 입각한 총체적 사업 전략의 수립이다. 말하자면, 지역적 조건에 맞는 단계적 발전전략이 설정되고 그에 따라 연차별 사업

목표 설정 및 평가가 보다 구체적으로 이루어져야 한다.

다음으로, 센터 내부 업무 분장 체계로는 설명되기 힘든 각 사업 영역간의 유기적 연계 시스템이 보다 선명하게 정리되고 내부 구성원 간에 공유될 필요가 있다. 다시 말하면 ‘퍼블릭 액세스의 활성화’라는 의제에 걸맞는 각 사업 간의 연관성이 고려되고 종합되면서 사업계획이 제출되고 평가 시스템의 구축되어야 하며, 각 사업 목표에 대한 이해를 내외부적으로 심화시키기 위한 운영 주체의 교육 및 정책연구 프로그램이 보장될 필요가 있다.

나. 일상적 평가 시스템의 안착 및 평가 프레임의 단일화

이번 평가 과정에서 드러났듯이, 각 센터의 일상적인 데이터 축적 시스템 및 평가 시스템은 통일성이 결여되어 있으며 일부 영역의 경우는 데이터 수집 자체가 되고 있지 않다. 향후 개별 센터의 자체 평가를 강화하고 아울러 각 센터의 비교 평가를 과학적으로 진행하기 위해서는, 사업 목표에 근거한 종합적, 질적 평가를 가능하게 하는 입체적 시스템을 각 센터가 마련할 필요가 있다.

특히 퍼블릭 액세스, 독립영화, 미디어 리터러시 활성화 등과 관련된 센터 사업 전반에 대한 총체적 평가가 일상적으로 수행되어야 한다. 이를 위해서는 각종 데이터 축적 및 분류 체계의 개선 및 일정수준의 통일 또한 요구된다.

다. 내부 민주주의 강화 및 외부와의 민주적 소통 강화

방통위 센터 출범 시 강조되었던 개념의 하나인 센터 내외의 민주적 소통과 관련해서는 많은 한계가 드러나고 있다.

우선 센터 내부의 경우 내부 의사소통 및 수평적 논의 체계 구축의 수준은 그리 높지 않다. 광주의 경우는 센터 전체 스태프의 적극적인 의견 개진 및 제안을 보장하는 정기적 시스템 및 운영위원과 스태프간의 생산적 논의를 활성화할 시스템이 아예 없으며, 양 센터는 공히 센터장-팀장-팀

원 간의 위계가 존재해야 하는 필연적 근거를 제시하지 못하고 있는 상황에서 고전적인 위계적 조직 체계를 관행적으로 답습하고 있다. 이는 조직의 관료화 및 소통 부재 현상을 발생시킬 가능성이 크며 결과적으로 공적 서비스의 관료화, 조직의 불안정성, 나아가 지역과의 민주적 소통 부재 현상을 초래하게 될 개연성이 크다.

센터 외부의 경우 지역의 각 주체들과의 민주적 의사소통에 있어서도 문제가 발견된다. 특히 광주의 경우는 지역 주체와의 원활한 협력관계를 구축하기 위한 기본적인 의사소통에서 심각한 문제를 야기한 바 있으며, 그러한 문제의 극복을 위한 내부 정비 및 평가 반성, 그리고 새로운 소통의 확대를 위한 시도에 대한 문제의식 자체가 매우 부족하다. 아울러 이러한 소통의 문제는 동시에 조직 내부의 의사결정 구조 및 각 사안에 대한 센터의 종합적 판단의 내용과도 연관되는 것이며, 따라서 외부와의 민주적 의사소통 시스템의 구축이 내부 스태프에 대한 평가 및 재교육, 그리고 내부 의사결정구조의 합리화 및 내규 구체화 과정과 맞물리면서 진행될 필요가 있다. 무엇보다도 내부 민주주의의 훈련 없이 외부와의 민주적 소통은 불가능하다는 문제의식을 공유하고 사업과 시스템으로 구체화할 필요가 있다.

라. 허브 기능의 강화

방통위 센터는 광역 단위를 사업 공간으로 설정하고 허브 기능을 강조하고 있음에도 불구하고 그동안 허브 기능의 구체적인 내용을 정립하고 발전시켜왔다고 보기는 어렵다. 각 센터는 허브 기능을 소재지를 넘어서는 사업을 양적으로 확대하는 정도 이상으로 수행하지 못한바 허브 기능의 구체적인 내용은 전면적으로 재검토될 필요가 있다. 특히 여타 센터와의 중복이라는 정책적 질의가 지속되고 있는 상황에서는 더욱 허브 기능에 대한 명확한 정리가 요구된다고 하겠다.

간략히 표현하자면, 허브 기능은 다음과 같은 활동들의 유기적 종합이 있어야만 수행가능하다. 이중 일부는 현재 센터가 실행하고 있기도 하나

아직 그 발전 수준은 높지 않다.

첫 번째, **사업의 선도적 수행과 공유**이다. 곧, 사업을 선도적으로 수행하며 그 성과를 체계적으로 해석하고 정리해내며 이를 적극적으로 공유하는 것이다. 물론 그러한 선도적 실천을 할 만큼의 전문성의 확보가 전제조건이다.

두 번째, **지역 미디어 상황의 분석 및 정책과 전략의 제안**이다. 그 구체적 내용은 비영리 시민 참여 미디어 활성화 및 미디어 리터러시의 제고라는 문제의식에 입각한 지역 미디어 상황의 분석 및 주체와 조건의 역학 관계를 종합적으로 고려한 지역적 특수성에 입각한 전략 구상 및 정책 제안이다.

세 번째, **지역 비영리 콘텐츠의 프로듀싱 역할의 수행**이다. 광역 단위 퍼블릭 액세스의 실질적인 활성화를 위해서는 단순히 채널이 열리는 것만으로는 부족하며, 센터의 상근 인력이 콘텐츠 주체의 양성으로부터 콘텐츠의 생산과 유통에 이르는 전 과정을 지원하는 일종의 비영리적, 비관료적 라인 프로듀서의 역할을 수행할 필요가 있다.

네 번째, **광역 단위의 네트워킹 구축**이다. 내용이 공유되고 경험이 교류되며 선도적 실천 및 정책 제안에 기초한 교육 효과를 내는, 아래로부터의 적극적 참여를 자극하는 수평적 네트워크의 구축이다.

다섯 번째, **아카이브 구축**이다. 각 지역 도서관이 시청각 자료 비치 수준에 있어서 그리 높지 못하며 중소규모 센터 역시 그러한 아카이브 구축에 많은 자원을 투자하기 어렵다는 점에서, 센터는 아카이브를 자체 공간에 비치할 뿐만 아니라 여타 센터의 아카이브 구축 및 시청각 자료 공유를 지원할 필요가 있다.

이상의 허브 기능을 수행하기 위해서 반드시 필요한 두 가지 조건은 다

를 아닌 지역 연계의 강화와 전문성의 확보이다. 다시 말하면, 전문적 스텝 역량의 시너지가 없이 선도적 실천은 불가능하며 수평적 소통의 확대 없이 선도적 실천은 그 근거를 확보하기 어려우며 어느 정도 실행되더라도 결코 공유될 수 없기 때문이다.

마. 지역 주체의 실질적 참여의 보장

양 센터는 지역과의 소통을 위해 일정한 노력을 해왔으나 각종의 수평적 네트워크를 구축하는 데는 일정한 한계를 드러내고 있다. 이를 극복하기 위해서는 위에서 이미 언급했듯이 민주적 의사소통을 위한 훈련 및 시스템의 구축이 필요하나, 이를 획기적으로 진전시키고 센터와 외부와의 소모적 의사소통을 지양하기 위해서는 지역 주민, 비영리 시민 참여 미디어 활동 관련 주체에게 센터 사업의 기획 및 평가 과정에 대한 실질적 참여를 보장할 필요가 있다.

그런 점에서 운영위원회의 역할은 보다 확대되어야 하고 운영위원회를 비롯한 각종의 조직 체계에 외부 주체의 공식적인 결합을 보장하는 것이 적극적으로 고려될 필요가 있다. 비록 센터는 자율적 조직 주체로서 독립적 의사결정구조를 지녀야 하나, 그것은 의사결정의 주도권을 지니는 것을 의미하는 것이지 모든 의사결정과정을 독단적으로 처리하는 것을 의미하는 것은 아니다. 다시 말하지만 이는 센터의 사업을 활성화하면서도 동시에 불필요한 논쟁에 수반되는 사회적 비용을 절감하는 것이기도 하다.

바. 교육과 소통의 확대에 기초한 전문성의 제고

이상의 사업 강화 방향을 현실화하기 위해서는 센터 스텝의 전문성 확보가 필수적이다. 여기서 스텝의 전문성은 단순한 지식을 의미하는 것이 아니라 센터의 지향에 대한 종합적 인식과 그에 기초한 일관된 판단 능력 및 민주적 소통 능력 모두를 함축하는 것이다. 이점에서 현재 센터는 많은 한계를 지니고 있다.

물론 이것은 현재의 센터 스태프들만이 안고 있는 특수한 문제가 아니다. 센터의 스태프에 요구되는 이러한 전문성을 담보하고 있는 주체를 훈련하는 공식적인 사회적 시스템도 매우 미비하며 그러한 전문성의 측정 지표 또한 미비한 것이 현재의 한국 상황이기 때문이다.

따라서 지역영상미디어센터가 기초 인프라로서 지속적으로 성장해가기 위한 핵심 요소라고 할 수 있는 인력의 보장 및 전문성 강화를 위해 각 센터에 대한 보다 많은 지원이 필요하며 아울러 전문성 강화를 위한 재교육 프로그램 및 센터 간 교류가 강화되어야 한다. 특히 전반적인 비영리 미디어 영역의 전문성의 수준이 높지 않은 상황에서는 더욱 미디어 활동가간의 수평적 교류 확대를 통한 상호 훈련의 강화가 중요하다.

3. 향후 시청자미디어센터 정책 개선 방향에 대한 제안

이상의 센터 사업의 성과와 한계에 대한 평가를 기초로 본 평가위원회는 센터 설립 및 운영 사업의 생산적인 발전을 위한 방통위의 향후 정책 방향과 관련하여 다음과 같은 내용을 제안하는 바이다.

가. 정책 프레임의 총체적 재구성 및 재조정

우선 포괄적인 수준에서는, 퍼블릭 액세스 및 독립영화, 그리고 미디어 교육 관련 법제 및 정책이 여전히 취약한 상태에서 미디어센터의 설립 및 운영이 지원되고 있는 상황이 극복될 필요가 있다. 앞의 “전 지구적 조망” 장에서 이미 언급했듯이 해외의 미디어센터들은 방송에 대한 강력한 규제를 통한 지역 액세스 방송국의 설립 및 운영, 비상업적 독립영화에 대한 적극적 지원 및 관련 법제의 정비, 기구 설립 등이 동반되면서 발전해왔으며, 그러한 포괄적 정책 프레임의 발전 및 그에 입각한 다양한 지원 프로그램과 재원의 존재는 미디어센터의 활성화를 위한 필수불가결한 요소였다.

한국의 경우 퍼블릭 액세스 관련 법제와 비영리 독립제작 부분과 관련된 공식적인 정책 프레임은 매우 미흡하다. 퍼블릭 액세스의 경우는 법제상의 공백 및 오류가 존재하며 아울러 지원정책에 있어서 미흡한 부분이 많으며 방통위 내에서도 중요한 정책 프레임으로 자리 잡고 있지 못할 뿐만 아니라 각 부서에 그 관할 책임이 산개해있으며, 독립제작 영역의 경우는 영진위의 일부 정책으로만 포함되어 있을 뿐 방송의 경우는 콘텐츠의 다양성과는 아무런 상관이 없는 외주제작정책으로 왜곡되어 있다. 또한 미디어 리터러시의 의제 역시 정책 개념으로 차용은 되고 있으나 국민의 보편적 권리의 일환으로 명확히 법적 뒷받침을 받고 국가적 차원의 종합적 진흥 계획이 정비되어 있는 것도 아니다. 따라서 이러한 포괄적인 정책 프레임의 혁신 및 보완에 기초한 지원과 규제 시스템의 정비가 시급하며 이러한 보완 없이 미디어센터의 활성화는 상당한 제약을 안고 있을 수밖에 없다.

나. 자율성 확보를 위한 조직 운영 모델의 재편

방통위 센터가 정부위원회에 의한 공적 자금의 투여를 통해서 설립되고 운영되고 있다는 점에서 다음과 같은 양면적 성격은 불가피하다. 공적 재원의 제공에 따른 설립의 현실성 확보 및 상업적 미디어 자본으로부터의 독립을 구현할 수 있는 반면, 예결산 및 조직 구성, 그리고 사업 수행에 있어서 관료화 및 위원회에 대한 지나친 종속이 있을 수 있다는 것이다.

따라서 전자의 긍정적 효과를 극대화하기 위해서는 조직 모델상 방통위의 적극적 지원의 보장되어야 하고, 다른 한편으로는 자율성과 전문성을 매우 구체적인 조직 체계로서 구현해야 하는 것이다.

이미 설립 당시부터 이러한 문제에 대한 검토는 충분히 논의된 바 있다. 당시 직영, 독립법인, 위탁 등 3개의 모델이 검토되다가 최종적으로 운영위원회 모델이 합의되고 선택된 것은, 직영 시스템이되 관료적 통제를 극복하고 전문성을 살리면서도 최대한의 지원을 보장하기 위한 것이었다. 물론 이러한 모델은 결코 영구적인 모델로 설정된 것은 아니었으며 지역

상황을 고려한 잠정적 선택이었다고도 볼 수 있다. 말하자면 일정 기간 운영후 재평가를 통해서 그 지속적 채택 혹은 여타 모델로의 변화라는 정책적 판단을 전제로 한 결정이었다고 할 수 있다.

그러나 설립 이후의 상황은 순조롭지 못했다. 우선 운영위원회에 의한 자율성 확보와 감사 파견에 의한 일상적 감사 및 예결산 업무 지원의 결합이라는 시스템 구성의 양원칙 중 후자가 현실화되지 못하면서 예산의 집행 과정이 경직되고 동시에 방통위의 관리 업무는 가중되는 결과가 빚어졌다. 또한 그러한 상대적 독립 구조를 적극적으로 활용하기에는 지역 차원에서 이러한 공적 구조의 운영 경험이 짧았던 것이 다양한 측면에서 한계로 드러났다. 아울러 최근의 위탁 결정은 이러한 한계를 극복하고자 하는 노력의 일환으로 그 구체적인 결과를 아직 판단하기는 어려우나, 과정에서 보다 긴밀한 지역과의 소통이 부족했던 점이 근본적인 한계로 남을 수밖에 없는 상황이다.

따라서 한편으로는 방통위가 적극적 지원을 하면서도 조직은 최대한 유연하게 전문적으로 그리고 독립적으로 활동하기 위해, 지역 주민에 대한 공공 서비스 제공이라는 공적 책임 구조를 명확히 하면서도 조직 운영의 독립성과 전문성을 확대하기 위한 모델의 개발이 시급하다. 그것이 독립 법인화의 모델이든 위탁의 모델이든, 매우 구체적으로 자율성을 보장하면서도 공적 책임을 명확히 하는 모델의 사회적 합의 및 구현이 없을 경우, 예산 집행의 경직성에 따른 관료화, 그리고 운영에 대한 방통위의 정치적 책임 증대에 따른 소모적 논쟁을 극복하기 어려울 것이다.

다. 시청자미디어센터 향후 건립 사업의 재검토

방통위 센터에 대한 지금까지의 공적 투자는 여타 비영리 미디어 지원 사업과 비교할 때 결코 작은 규모가 아니다. 하지만 공적 자금 배분이라는 보다 폭넓은 시야에서 보자면 이러한 공적 자원이 퍼블릭 액세스 활성화 및 미디어 리더러시 제고를 위해 지원되는 것은 그 자체로는 긍정적이다. 문제는, 이후에도 광역 단위 센터 설립이라는 정책 개념이 유지

되는 것이 바람직한지, 광역 단위에 대한 순차적 건립을 지속적으로 추진하는 것이 바람직한가에 대한 판단이다.

우선, 한국의 상황에서 미디어센터의 설립은 양적으로 여전히 부족하다. 이미 앞에서 언급했듯이 인구비율로 따져서 단순비교를 해보자면, 3억 인구를 가진 미국의 경우 액세스 방송 센터만 3,000개에 이르고 기타 미디어센터를 합하면 5,000개를 넘는다는 점에서 한국의 경우는 약 800여개의 미디어센터가 존재할 수 있다는 가정이 가능하다. 물론 한국의 경우 국토가 작고 인구밀집지역이 많다는 점에서 그 숫자는 줄어들 수 있으나 반대로 영상미디어센터에 대한 대중적 관심 및 활용의 잠재력이 그 어떤 나라보다도 크다는 점을 고려할 필요가 있다.

따라서 미디어센터의 지속적인 설립은 필요하다. 그러나 물론, 이러한 미디어센터의 양적 부족이 곧바로 광역 단위 대규모 센터 건립 사업의 유효성을 입증해주는 것은 아니다. 우선 이미 전국적으로 각급 미디어센터가 10여 개소 이상 설립 운영되고 있다는 점에서 광역 단위 센터의 설립이 검토될 수 있는 지역은 대전충남지역 정도이며, 따라서 이 지역의 센터 건립은 현실 가능한 정책 선택의 하나가 될 수 있을 것이다.

그 다음으로 정리되어야 할 지점은, 과연 광역 단위의 센터로서의 독자적 정체성이 무엇인가에 대한 명확한 내용의 제출이다. 이러한 정체성의 구체적 제안이 없을 경우, 지역미디어센터의 기본 개념이 지역 주민의 일상적 생활공간에 위치하여 지역밀착형 서비스를 제공하는 인프라라는 점에서 광역 단위의 센터 설립은 그 의미가 대폭 축소될 수밖에 없기 때문이다.

이와 관련하여 두 가지 특성화 전략이 정립되어야 할 것으로 판단된다. 그 하나는 앞에서 언급한 허브 기능의 강화이며, 다른 하나는 퍼블릭 액세스 플랫폼과 시청자미디어센터간의 긴밀한 결합 시스템을 구축하는 것이다.

라. 시청자 미디어센터의 특성화 전략

플랫폼의 확충과 시청자미디어센터와 플랫폼간의 긴밀한 결합

해외 사례와의 비교 분석에서 이미 드러났듯이 한국의 미디어센터가 지닌 결정적 취약점중 하나는 방송 송출 시스템 및 플랫폼과의 결합도가 취약하다는 점이다. 한국에는 아직 플랫폼을 직접 소유하거나 플랫폼에 대한 정규적 편성 권한을 지닌 미디어센터가 없으며, 이는 미디어센터의 홍보 및 피교육 주체의 지속적인 활동에 있어서 상당한 장애가 되고 있다. 시청자미디어센터는 방송통신을 종합 규제하고 있는 방통위가 직접 운영하는 센터라는 점에서 이러한 맹점을 해결할 수 있는 가장 유력한 공간이며, 이러한 플랫폼과의 결합력을 광역 단위에서 구축하고 주도하는 주체로서 센터의 역할을 설정하는 것은 퍼블릭 액세스의 활성화를 위해 필수적인 전제일 뿐만 아니라 방통이 센터를 특성화하고 여타 센터 및 지역 주체들과의 일상적 교류를 강화하는 일상적 시스템을 확보한다는 의미를 지닌다.

따라서 한편으로는 스튜디오 시스템을 활용한 콘텐츠의 생방송 송출 사업을 강화하고, 다른 한편으로는 비영리 시민 콘텐츠 및 독립 제작 콘텐츠의 소통이 IPTV 및 포탈 등의 새로운 플랫폼에서 일정 규모 이상으로 이루어질 수 있도록 하는 규제 및 지원의 시스템을 방통위가 직접 법제 및 정책상으로 제안하고 마련하는 것이 필요하다. 특히 이미 법제화되어 있을 뿐만 아니라 지역 사회의 새로운 참여적 미디어의 인프라로서 자리 잡고 있는 공동체 라디오 서비스에 대해 센터의 공간과 자원을 활용하여 적극 지원하고 그 운영에 참여하는 것이 모색되어야 한다. 또한 법제 차원에서는, 현행 법체계상 라디오 영역에만 국한되어 있는 공동체 미디어의 개념을 TV로도 확장해서 독일 등 세계 각국에서 이미 법적 개념으로 정식화되어 있으며 아울러 EU차원에서는 공식적 방송 섹터로 인정되고

있는 제3섹터 방송의 개념을 법제 내에 확고히 정립하는 것이 필요하다.

마. 여타 센터 및 연계사업에 대한 지원

방통위가 직접 설립한 센터만을 사업 대상으로 삼지 않고, 한국 사회의 지역미디어센터 사업의 활성화를 위한 공공적 지원 기구로서의 역할을 보다 적극적으로 수행하고자 한다면, 여타 지역미디어센터에 대한 지원 사업의 적극적 배치를 고려할 필요가 있다. 아울러 이러한 사업의 배치는 광역 단위 센터로서의 시청자미디어센터가 제대로 역할을 수행하기 위한 필수적인 전제이기도 하다. 지속적 사업을 책임지는 파트너 없이 광역 단위 센터의 허브 기능은 불가능하기 때문이다.

주지하듯이 방통위의 시청자미디어센터를 제외하고, 모든 미디어센터들은 일상적인 운영 재원의 확보에 있어서 상당한 어려움을 겪고 있다. 이는 미디어센터를 직접 지원하는 각종 민간 기금 및 공적 기금, 그리고 퍼블릭 액세스 및 독립영화와 관련한 플랫폼 및 기금이 존재하는 서구의 사례와 비교할 때 가장 확연하게 드러나는 취약성이다. 이러한 취약성을 극복하기 위해 다음과 같은 지원 사업의 수행이 검토될 필요가 있다.

(1) 직접 운영 지원

우선, 각 센터에 대한 일상적 운영 지원이 필요하다. 새로운 공공 인프라 거버넌스의 공간으로서 독립적이면서도 전문적인 기능을 수행해야 하는 지역미디어센터는 최대한 재원구조를 다양화할 필요가 있으며, 수익성 확보에 급급하지 않으며 공적 기능을 수행하기 위한 최소한의 재정이 지원될 필요가 있다. 물론 이를 위해서는 기존의 각종 지원사업과는 구분되는 지역미디어센터 지원 사업의 독자성이 구체적으로 정리되어야 하며 수혜 대상의 기준점이 명시되어야 한다.

(2) 프로그램 지원

다음으로는, 각 센터의 교육, 창작지원, 정책 사업 등 개별 프로그램에

대한 지원이 요구된다. 이러한 지원은 특히 실험적인 사업, 소외계층을 위한 사업 등 개별 센터의 재정적 한계 혹은 기획력의 부재로 그 구상과 실현이 어려운 사업들을 활성화하는 의미를 지닌다. 이 경우 프로그램의 지원 방식은, 지역미디어센터 프로그램 마켓을 통해 교육주체와 지역미디어센터를 연결시키는 방식, 지역미디어센터의 프로그램 지원신청에 기초하여 선별 지원하는 방식 등 다양한 방식이 고려되고 집행될 필요가 있다.

(3) 네트워크 지원

개별 센터의 운영 및 프로그램 지원 이외에 또한 중요한 부분은 소통 및 공동사업을 통한 개별 센터의 역량 강화를 위한 다양한 네트워크에 대한 지원이다. 그러한 네트워크의 대표적인 영역들은 우선 센터간의 네트워크가 있으며, 그 외에 퍼블릭 액세스, 미디어 교육, 공동체 상영 등 센터의 주요 활동 분야와 관련된 각종 네트워크가 있을 수 있다. 방통위의 센터를 포함하여 전반적인 센터의 전문성 및 운영구조의 독립성 확보 수준이 아직 일천하며 그 전문성 및 독립성의 제고를 위해서는 수평적 소통의 확대가 절실하다는 점에서 개별 센터에 대한 지원은 네트워크에 대한 지원과 동시에 진행되어야 한다.

(4) 국제 네트워킹의 지원

마지막으로, 국제 교류를 활성화할 필요가 있다. 앞에서 확인할 수 있듯이 한국의 미디어센터는 비록 서구에 비해 뒤늦게 출발했지만 매우 빠른 속도로 확장되고 있으며, 독특한 성과와 한계를 동시에 안고 있다. 그 성과를 국제적으로 공유하고 아울러 그 한계의 극복을 위한 벤처마킹의 확대를 위해 국내의 미디어센터와 해외미디어센터간의 직접적 교류를 다양한 형태로 현실화할 필요가 있다. 국제 세미나, 현지 실사, 인턴쉽 프로그램 등 다양한 형태의 교류 사업이 보다 적극적으로 지원될 필요가 있다.

V. 참고문헌

- 강명구, 1999 : 강명구, “시민사회의 민주화와 공론영역의 개혁: 『시민의 힘으로 언론을 바꾼다』, 언론개혁시민연대
- 구광모, 2003 : 구광모, <정책평가와 프로그래밍가의 비교 :우리나라 정부 평가정책의 발전방향 모색을 중심으로>, 중앙행정논집 제17권 제2호 통권23권
- 김기태 2007 : 김기태, 시청자미디어센터 운용실태 및 활성화 방안 연구. 방송문화진흥회.
- 김은규, 2003 : 김은규, 『시민미디어<Civic Media>론 : 미디어와 시민참여』, 커뮤니케이션북스
- 김동규, 1996 : 김동규, “한국사회와 언론운동, 그 새로운 모색”, <사회과학연구>, 건국대학교 사회정책연구소, Vol.6
- 김재현, 1996 : 김재현, “하버마스에서 공론장의 양면성”, 이진우 편, 《하버마스의 비판적 사회이론》, 서울: 나남
- 김준기, 이민호, 한국의 네트워크 거버넌스에 관한 연구, 행정논총 제44권 1호
- 노화준, 2003 : 노화준, 『정책학원론』, 박영사
- 문병훈, 1996 : 문병훈, 「하버마스의 커뮤니케이션이론에 관한 한 연구 : 현대사회의 위기와 인간커뮤니케이션」, 전남대 대학원 박사논문
- 미디어운동 연구센터 프리즘 (2001). 미디어센터 설립운동연구보고서. 미디어운동 연구센터 프리즘.
- 민진, 2003 : 민진, <조직효과성에 관한 개념 정의의 분석 및 재개념화>, 한국행정학보 제37권 2호
- 박기백 외 2004 : 박기백 외, 『성과관리와 성과평가 연구』, 한국조세연구원.
- 박선희, 2001 : 박선희 <인터넷 신문의 뉴스 특성과 대안언론의 가능성 : 오마이뉴스》 기사분석>, 한국언론학보 45

- 배이철 2008 : 배이철, <공공기관 업무관리시스템 성과평가 모형개발에 관한 연구>, 경영정보학연구, 18(1), 97-115.
- 신언조, 2000 : 신언조, <인터넷을 통한 시민참여 저널리즘의 정보원과 뉴스가치에 관한 연구 : 인터넷신문 《오마이뉴스》를 중심으로>, 성균관대 대학원
- 심광현, 2003 : 심광현, 「변혁과 탈주의 이분법을 넘어서」, 『문화사회와 문화정치』, 문화과학사
- 오석홍편, 1995 : 오석홍, 『정책학의 주요이론』, 경세원, 서울
- 윤재풍, 1985 : 윤재풍, 『조직학원론』, 박영사
- 이상훈, 김명준, 이주훈, 최세경 2007 : 이상훈 외, 『지역영상미디어센터 운영평가지표 개발 연구』, 문화관광부.
- 이승중, 2000 : 이승중, 「Dennis J Palumbo와 David Nachmias의 이상적 정책평가론」, 『정책학의 주요이론』, 법문사
- 이윤식, 2000 : 이윤식, 「Edie N. Goldenberg의 정책평가목적에 관한 이론」, 『정책학의 주요이론』, 박영사
- 이주훈, 2006 : 이주훈, <지역 공동체 활성화를 위한 지역영상미디어센터의 의미와 역할>, 발제문
- 이창원, 최창현, 권해수, <지방자치단체의 조직효과성 평가에 관한 연구>, 한국행정학보, 제32권 제1호
- 전국지역영상미디어센터설립추진협의회 발족문, 2003. 6
- 정연식, 2001 : 정연식, 「민주화와 권리의식」, 21세기 정치학회보, 11권 2호
- 정정길 등, 2004 : 정정길 외, 『정책평가 : 이론과 적용』, 법영사
- 정현선, 2004 : 정현선, 『다매체 시대의 국어교육과 문화교육』, 역락
- 조동원, 2005 : 조동원, 「한국 미디어교육운동의 역사와 전략 연구」, 한국예술종합학교 영상원 영상이론과 졸업논문
- 최영목 외, 1999 : 최영목, 김명준, 서명석, 『국민참여 방송의 이론과 실천』, 언론개혁시민연대
- 최형익, 1999 ; 최형익, 『마르크스의 정치이론 - 노동과 시간, 그리고 권

리의 동학』, 푸른숲

한국정보사회진흥원, 「인터넷규제 합리화를 위한 정책 개선방안 및 민관
협력 모델 연구」, 2006

VI. 부록

부록 1. 부산시청자미디어센터 이용만족도 조사 기술통계

각 영역별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
공통영역	187	1.22	5.00	3.55	0.61
교육영역	161	2.00	5.00	3.50	0.65
창작영역	141	2.00	5.00	3.68	0.68
정책영역	187	1.00	5.00	3.16	0.71
상영영역	182	1.00	5.00	3.41	0.64
자문영역	179	1.00	5.00	3.34	0.71

<표 85> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 각 영역별 기술통계

공통영역 항목별 기술통계

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
홈페이지 이용에 대한 만족도	196	1.00	5.00	3.52	0.83
오프라인 관련정보공유에 대한 만족도	195	1.00	5.00	3.25	0.93
온라인 관련정보 공유에 대한 만족도	195	1.00	5.00	3.57	0.85
홍보에 대한 만족도	194	1.00	5.00	3.24	0.96
담당직원들의 전문성에 대한 만족도	195	1.00	5.00	3.79	0.75
담당직원들의 운영방식에 대한 만족도	194	1.00	5.00	3.58	0.86

각종 사업에 개진한 귀하의 의견반영에 대한 만족도	196	1.00	5.00	3.28	0.77
참가 사업의 수준에 대한 전체적인 만족도	195	1.00	5.00	3.78	0.76
시설 및 환경여건에 대한 만족도	195	1.00	5.00	4.01	0.79

<표 86> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 공통영역 항목별 기술통계

교육 프로그램 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
교육프로그램의 다양성에 대한 만족도	163	2.00	5.00	3.58	0.85
교육프로그램의 내용수준 에 대한 만족도	163	1.00	5.00	3.72	0.78
수강시간에 대한 만족도	162	1.00	5.00	3.29	0.90
배포교재에 대한 만족도	162	1.00	5.00	3.20	0.90
평가 방식에 대한 만족도	162	1.00	5.00	3.40	0.73
강사에 대한 만족도	161	2.00	5.00	3.81	0.81

<표 87> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 교육 프로그램 항목별 기술통계

창작지원영역 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
지원대상 영역에 대한 만족도	146	2.00	5.00	3.55	0.79
장비들의 종류에 대한 만족도	146	2.00	5.00	3.79	0.85
장비들의 수준에 대한 만족도	147	2.00	5.00	3.87	0.82
지원되는 시설 및 공간에 대 한 만족도	145	1.00	5.00	3.70	0.87
장비의 대여 및 반납과정에 대한 만족도	146	1.00	5.00	3.40	0.94

<표 88> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 창작지원영역 항목별 기술통계

정책연구영역 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
사업결과물의 주기적인 공유에 대한 만족도	189	1.00	5.00	3.12	0.80
정책연구 주제의 시의성에 대한 만족도	189	1.00	5.00	3.22	0.78
정책연구 주제의 유용성에 대한 만족도	189	1.00	5.00	3.16	0.78
정책연구 결과의 현실 반영도에 대한 만족도	187	1.00	5.00	3.10	0.78

<표 89> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 정책연구영역 항목별 기술통계

상영프로그램지원 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
상영프로그램의 내용에 대한 만족도	187	1.00	5.00	3.48	0.78
상영프로그램의 주기에 대한 만족도	187	1.00	5.00	3.19	0.75
상영프로그램의 다양성에 대한 만족도	187	1.00	5.00	3.32	0.83
프로그램상영에 필요한 장비에 대한 만족도	184	1.00	5.00	3.51	0.78
프로그램상영에 필요한 시설에 대한 만족도	185	1.00	5.00	3.58	0.79

<표 90> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 상영프로그램지원 항목별 기술통계

자원영역 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
자문내용에 대한 만족도	184	1.00	5.00	3.30	0.76
자문방식에 대한 만족도	184	1.00	5.00	3.32	0.79
자문의 지속성에 대한 만족도	182	1.00	5.00	3.27	0.84
자문 담당자에 대한 만 족도	181	1.00	5.00	3.45	0.74

<표 91> 부산시청자미디어센터 이용자만족도 조사 자원영역 항목별 기술통계

부록 2. 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 기술통계

각 영역별 기술통계

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
공통영역	91	1.44	5.00	3.59	0.71
교육영역	80	2.00	5.00	3.68	0.73
창작영역	85	2.60	5.00	3.86	0.62
정책영역	83	1.00	5.00	3.31	0.81
상영영역	85	2.00	5.00	3.57	0.70
자문영역	83	1.75	5.00	3.53	0.72

<표 92> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 각 영역별 기술통계

공통영역 항목별 기술통계

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
홈페이지 이용에 대한 만족도	92	1.00	5.00	3.24	1.06
오프라인 관련정보공유에 대한 만족도	92	1.00	5.00	3.35	1.06
온라인 관련정보 공유에 대한 만족도	92	1.00	5.00	3.45	1.04
홍보에 대한 만족도	92	1.00	5.00	3.15	1.05
담당직원들의 전문성에 대한 만족도	92	1.00	5.00	3.95	0.86
담당직원들의 운영방식에 대한 만족도	92	1.00	5.00	3.70	0.89
각종 사업에 개진한 귀하의 의견반영에 대한 만족도	92	1.00	5.00	3.39	0.93
참가 사업의 수준에 대한 전체적인 만족도	92	1.00	5.00	3.76	0.91
시설 및 환경여건에 대한 만족도	91	2.00	5.00	4.23	0.80

<표 93> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 공통영역 항목별 기술통계

교육 프로그램 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
교육프로그램의 다양성에 대한 만족도	82	2.00	5.00	3.77	0.84
교육프로그램의 내용수준에 대한 만족도	82	1.00	5.00	3.85	0.88
수강시간에 대한 만족도	80	1.00	5.00	3.46	0.89
배포교재에 대한 만족도	81	2.00	5.00	3.43	0.91
평가 방식에 대한 만족도	81	2.00	5.00	3.57	0.93
강사에 대한 만족도	81	2.00	5.00	3.96	0.83

<표 94> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 교육 프로그램 항목별 기술통계

창작지원영역 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
지원대상 영역에 대한 만족도	86	2.00	5.00	3.74	0.81
장비들의 종류에 대한 만족도	87	1.00	5.00	3.98	0.79
장비들의 수준에 대한 만족도	87	2.00	5.00	4.10	0.78
지원되는 시설 및 공간에 대한 만족도	86	2.00	5.00	3.87	0.82
장비의 대여 및 반납과정에 대한 만족도	87	1.00	5.00	3.52	0.99

<표 95> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 창작지원영역 항목별 기술통계

정책연구영역 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
사업결과물의 주기적인 공유에 대한 만족도	85	1.00	5.00	3.22	0.85
정책연구 주체의 시의성에 대한 만족도	84	1.00	5.00	3.37	0.90

정책연구 주제의 유용성에 대한 만족도	85	1.00	5.00	3.38	0.91
정책연구 결과의 현실 반영 정도에 대한 만족도	84	1.00	5.00	3.27	0.90

<표 96> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 정책연구영역 항목별 기술통계

상영프로그램지원 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
상영프로그램의 내용에 대한 만족도	88	2.00	5.00	3.53	0.83
상영프로그램의 주기에 대한 만족도	88	2.00	5.00	3.26	0.80
상영프로그램의 다양성에 대한 만족도	88	2.00	5.00	3.57	0.89
프로그램상영에 필요한 장비에 대한 만족도	86	2.00	5.00	3.77	0.90
프로그램상영에 필요한 시설에 대한 만족도	87	2.00	5.00	3.72	0.92

<표 97> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 상영프로그램지원 항목별 기술통계

자원영역 항목별 기술통계

구 분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
자문내용에 대한 만족도	85	2.00	5.00	3.56	0.82
자문방식에 대한 만족도	86	1.00	5.00	3.43	0.82
자문의 지속성에 대한 만족도	85	2.00	5.00	3.45	0.76
자문 담당자에 대한 만족도	85	2.00	5.00	3.68	0.88

<표 98> 광주시청자미디어센터 이용만족도 조사 자원영역 항목별 기술통계

부록 3. 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 설문지

시청자미디어센터 이용자 만족도 조사

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 설문에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

방송통신위원회에서는 시청자들의 방송참여 확대와 방송접근권 실현을 위하여 시청자미디어센터를 설치 운영하고 있습니다.

본 설문조사는 시청자미디어센터 운영사업에 대한 효율적인 지원체계를 마련하고 센터 운영을 활성화하기 위하여 ‘시청자미디어센터 평가사업’의 일환으로 시청자미디어센터의 서비스에 대한 회원 여러분의 만족도를 알아보기 위한 것입니다.

여러분의 소중한 의견은 시청자미디어센터의 활동을 평가하고 발전 방향을 모색하는 데에 많은 도움이 될 것입니다.

설문에 응답해주신 분들의 응답 내용과 개인 정보는 설문 결과 집계 목적외로만 사용되며 응답자의 개인정보 보안은 엄격히 유지되므로 바쁘시더라도 각 문항마다 성의껏 응답하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

설문에 참여해주신 분들 중 추첨 등을 통해 답례품으로 USB 메모리 (2G)를 선물로 보내드립니다.(설문 작성 후 선물을 받으실 수 있는 주소를 정확하게 입력해주십시오.)

[창작지원 영역]

(시청자미디어센터의 장비 및 시설을 이용한 경험이 있는 분들만 답변
해주세요)

▲ 귀하께서는 시청자미디어센터의 창작지원 분야와 관련된 다음 항목
들에 대해서 얼마나 만족하십니까?

설 문 항 목	매우 낮다	낮다	보통	높다	매우 높다
1. 창작지원사업 지원대상 영역에 대한 만족도					
2. 시청자미디어센터에서 지원하는 장비들의 종류에 대한 만족도					
3. 시청자미디어센터에서 지원하는 장비들의 수준에 대한 만족도					
4. 창작을 위하여 지원되는 시설 및 공간에 대한 만족도					
5. 장비의 대여 및 반납과정에 대한 만족도					

[정책연구 영역]

▲ 귀하께서는 시청자미디어센터의 정책연구 사업과 관련된 다음 항목
들에 대해서 얼마나 만족하십니까?

설 문 항 목	매우 낮다	낮다	보통	높다	매우 높다
1. 정책연구 사업결과물의 주기적인 공					

유에 대한 만족도					
2. 정책연구 주제의 시의성에 대한 만족도					
3. 정책연구 주제의 유용성에 대한 만족도					
4. 정책연구 결과의 현실 반영정도에 대한 만족도					

[상영지원 영역]

▲ 귀하께서는 시청자미디어센터의 상영지원과 관련된 다음 항목들에 대해서 얼마나 만족하십니까?

설 문 항 목	매우 낮다	낮다	보통	높다	매우 높다
1. 상영하는 프로그램의 내용에 대한 만족도					
2. 상영하는 프로그램의 주기에 대한 만족도					
3. 상영하는 프로그램의 다양성에 대한 만족도					
4. 프로그램 상영에 필요한 장비에 대한 만족도					
5. 프로그램 상영에 필요한 시설에 대한 만족도					

2. 미디어에 대한 비판적인 관점을 갖추고 싶어서					
3. 보다 더 다양한 미디어를 접하고 싶어서					
4. 미디어물 제작과정에 대해 좀 더 자세히 알고 싶어서					
5. 미디어를 보다 다양하게 활용할 수 있는 방법을 알고 싶어서					
6. 직접 미디어물을 제작해보고 싶어서					
7. 보다 더 많은 사람들과 소통해 보고 싶어서					
8. 지역 미디어 환경 개선에 도움을 주고 싶어서					
9. 마땅히 할 다른 무언가가 없어서					
10. 이용 경비가 적게 들기 때문에					
11. 주변 사람들이 이용하고 있기 때문에					

▲ 시청자미디어센터를 이용하시는 다른 이유가 있으시면 적어주시기 바랍니다.

▲ 지역시청자미디어센터의 발전을 위해 기타 건의하고 싶으신 사항이 있으시면 적어주십시오.

설문 조사에 참여해주신 본인의 인적사항을 반드시 기록해주세요.
추첨을 통해 설문 답례품으로 USB메모리(2G)를 드리기 위해 필요한 항목입니다.(여러분들의 개인정보와 평가점수는 절대 시청자미디어센터에 공개되지 않습니다.)

설문 조사에 참여해주신 본인의 인적사항을 기록해주시오.
추첨을 통해 설문 답례품으로 USB메모리(2G)를 드리기 위해 필요한 항목입니다.

- 이름 :
- 연령 :
- 성별 :
- 시청자미디어센터에서 참여한 활동 :
- 연락처 :
- 주소 :

(기입해 주신 주소로 선물이 발송됩니다. 정확한 주소를 명기해주세요.)

부록 4. 시청자미디어센터 직원 설문 조사 설문지

시청자미디어센터 직원 설문 조사

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 설문에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 설문조사는 시청자미디어센터 운영사업에 대한 효율적인 지원체계를 마련하고 센터 운영을 활성화하기 위하여 ‘시청자미디어센터 평가사업’의 일환으로 시청자미디어센터의 활동방향과 운영현황에 대한 여러분의 의견을 반영하기 위한 설문조사입니다.

여러분의 소중한 의견은 시청자미디어센터의 활동을 평가하고 발전 방향을 모색하는 데에 많은 도움이 될 것입니다. 설문에 응답해주신 분들의 응답 내용은 설문 결과 집계 목적으로만 사용되며 응답자의 개인정보는 원천적으로 수집되지 않습니다. 바쁘시더라도 각 문항마다 성의껏 응답하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

1. 귀하께서는 현재 시청자미디어센터의 운영 방향 및 성과에 대해 어느 정도 만족하십니까?

설문항목	매우 아니다	낮다	보통	높다	매우 그렇다
1. 미디어 공공성 확대 기여하고 있다					
2. 미디어 교육의 활성화에 기여하고 있다					
3. 퍼블릭 액세스 활성화에 기여하고 있다					
4. 지역 미디어 운동의 허브기능을 수행하고 있다					

1-1. 만약, 센터의 운영 방향 및 성과에 불만족하거나 문제점이 있다고 생각하신다면 그 이유를 구체적으로 적어 주시기 바랍니다.

2. 귀하께서는 시청자미디어센터의 교육프로그램이 센터 본연의 설립목적과 사업목적에 부합되게 운영되고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 아니다
- ② 아니다
- ③ 보통
- ④ 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

2-1. 만약, 시청자미디어센터의 교육프로그램에 불만족하거나 문제점이 있다고 생각하신다면 그 이유를 구체적으로 적어 주시기 바랍니다.

3. 귀하께서는 시청자미디어센터의 창작지원사업이 센터 본연의 설립목적과 사업목적에 걸맞게 운영되고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 아니다
- ② 아니다
- ③ 보통
- ④ 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

3-1. 만약, 시청자미디어센터의 창작지원사업에 불만족하거나 문제점이 있다고 생각하신다면 그 이유를 구체적으로 적어 주시기 바랍니다.

4. 귀하께서는 시청자미디어센터의 정책사업이 센터 본연의 설립목적과 사업목적에 걸맞게 운영되고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 아니다

- ② 아니다
- ③ 보통
- ④ 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

4-1. 만약, 시청자미디어센터의 정책사업에 불만족하거나 문제점이 있다고 생각하신다면 그 이유를 구체적으로 적어 주시기 바랍니다.

5. 귀하께서는 시청자미디어센터의 상영지원사업이 센터 본연의 설립목적과 사업목적에 걸맞게 운영되고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 아니다
- ② 아니다
- ③ 보통
- ④ 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

5-1. 만약, 시청자미디어센터의 상영지원사업에 불만족하거나 문제점이 있다고 생각하신다면 그 이유를 구체적으로 적어 주시기 바랍니다.

6. 귀하께서는 시청자미디어센터가 광역단위 미디어 네트워크 구축 활동을 잘하고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 아니다
- ② 아니다
- ③ 보통
- ④ 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

6-1. 만약, 시청자미디어센터가 광역단위 미디어 네트워크 구축 활동에 불만족하거나 문제점이 있다고 생각하신다면 그 이유를 구체적으로 적어 주시기 바랍니다.

7. 귀하께서는 시청자미디어센터의 조직운영과 조직내부의 커뮤니케이션이 원활하다고 생각하십니까?

- ① 매우 아니다
- ② 아니다
- ③ 보통
- ④ 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

7-1 만약, 시청자미디어센터의 조직운영과 조직내부의 커뮤니케이션에 불만족하거나 문제점이 있다고 생각하신다면 그 이유를 구체적으로 적어 주시기 바랍니다.

8. 귀하께서는 시청자미디어센터의 발전을 위하여 어떤 새로운 변화와 시도가 필요하다고 생각하십니까?

설문에 참여하여 주셔서 감사합니다.

설문 조사에 참여해주신 본인의 인적사항을 기록해주시시오.

- 성 별 : 남 · 여
- 연령대 : 20대 · 30대 · 40대 · 50대
- 직 책 : 팀장 · 팀원
- 재직기간(○○월):

방송통신위원회 지정 2008-23

시청자미디어센터(부산, 광주) 운영 종합평가 연구

발행일 2008년 12월(비매품)

발행인 최시중

발행처 방송통신위원회

서울특별시 종로구 세종로 20 방송통신위원회

대표전화: 02-750-1114

E-mail: webmaster@kcc.go.kr

Homepage: www.kcc.or.kr

인쇄처 (사)한국장애인유권자연맹인쇄사업
