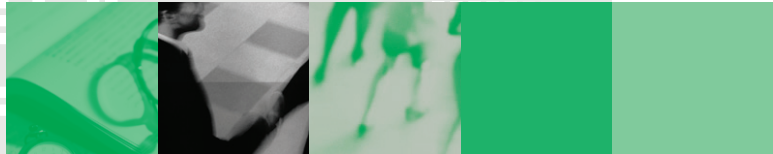




National Assembly Research Service



시청자미디어센터의 운영현황 및 개선과제



시청자미디어센터의 운영현황 및 개선과제

김여라(과학방송통신팀 입법조사관)

2017. 11. 7.



국회입법조사처
NATIONAL ASSEMBLY RESEARCH SERVICE



동 보고서는 아래와 같은 **절차**와 **외부전문가**의 자문을 거쳐 작성되었습니다.

| 구 분 | 내 용 |
|--------------|---|
| 주제 선정 | 2017. 1. 20. |
| 초고 작성기간 | 2017. 5. 1 ~ 2017. 6. 21. |
| 초안 검토 | 행정서비스실태조사 TF 과학방송통신팀 김유향 팀장 외 |
| 실무위원회 검토 | 2017년 6월 22일(목) 오후 2시 - 실무위원: 정성희 사회문화조사실장 김 준 사회문화조사심의관 김유향 팀장 행정서비스실태조사 TF 팀원 |
| 외부전문가 자문 | 1. 전문가: 김경희 교수(한림대학교) 2. 요청일: 2017. 9. 7. 3. 답변일: 2017. 9. 17. |
| 간행물 심의위원회 의결 | 2017년 10월 25일(수) 15시 - 위원장: 이내영 국회입법조사처장 - 위 원: 김영일 정치행정조사실장 고상근 경제산업조사실장 정성희 사회문화조사실장 박재유 기획관리관 |

요 약

융합디지털 미디어 시대에 미디어가 미치는 영향은 매우 크다. 최근 불거진 가짜뉴스 문제에서도 볼 수 있듯이 미디어가 전달하는 메시지에 대해 정확하게 이해하고 올바르게 수용하는 것이 그만큼 더 중요하게 된 것이다. 문재인 정부는 100대 국정과제 중 하나로 ‘미디어의 건강한 발전’을 제시하였고, 주요 내용 중 하나로 ‘미디어 복지’를 제안하였다. 구체적으로는 미디어교육 종합추진계획을 수립하고 시청자미디어센터를 확충하며 시청자 참여프로그램을 확대하겠다고 발표하였다.

시청자미디어센터는 시청자 누구나 이용 가능한 미디어 체험 및 교육 공간인데, 실제로 어떻게 운영되고 있고 한계는 무엇인지에 대한 평가가 제대로 이루어지지 못하였다. 이러한 문제의식 속에 이 보고서는 시청자의 방송접근권을 제도적으로 보장하는 시청자미디어센터의 운영 실태를 현장조사를 통해 살펴보고 문제점을 파악하여 개선과제를 제시하는 것을 목적으로 하였다.

「방송법」 제90조의2에 의하여 방송통신위원회는 시청자의 방송참여와 권익증진 등을 위하여 시청자미디어재단을 설립하였고, 시청자미디어재단은 전국 7곳에 시청자미디어센터를 두어 사업을 수행하고 있다. 2005년 (구)방송위원회에 의해 설립된 부산센터를 시작으로 광주, 강원, 대전, 인천, 서울, 울산센터가 차례로 개관하였다. 시청자미디어센터는 「방송통신발전기본법」 제26조 제1항에 의해 방송통신발전기금의 지원을 받고 있다. 관련 법률, 운용 프로그램, 예산, 인력, 시설, 이용자 만족도 등의 실태를 조사한 결과 다음과 같은 문제가 있는 것으로 나타났다.

전반적으로 평가할 때, 시청자미디어센터는 시청자들에게 방송접근 및 참여의 기회를 제공하는 긍정적인 역할을 수행하고 있지만, 운영의 효율성 부족, 시청자 참여 기회 불균등, 미디어교육 수행의 체계 미확립 등의 문제가 있는 것으로 평가된다. 첫째, 운영의 효율성 문제는 예산 부족, 사업의 연속성 부재, 효과에 대한 평가 부재로 인해 나타난다. 다양한 프로그램을 운영하기에는 사

업비가 부족하고, 사업 대상자가 많기 때문에 연속적으로 서비스를 제공하기 어렵고, 사업 평가가 심도 있게 이루어지지 못하여 중장기적 목표를 세우지 못하고 있다.

둘째, 시청자 참여 기회 불균등은 접근성 부족과 지역성 구현이 되지 않고 있는 문제이다. 전국 7곳에 시청자미디어센터가 있지만 하나의 센터가 담당해야 하는 지역이 너무 광범위하여 모든 시청자에게 공평한 기회가 제공되지 못하고 지역에 특화된 서비스가 이루어지지 못하는 문제가 있다.

셋째, 미디어교육을 수행할 수 있는 체계가 확립되어 있지 않은 문제가 있다. 미디어교육이 너무나 중요한 사회적 과제임에도 불구하고, 법제도적인 체계가 마련되어 있지 않고 동시에 사회적인 합의도 이루어지지 못하고 있다.

이러한 문제에 대응하기 위하여 다음과 같은 법·제도적 개선과제를 제시하였다. 첫째, 미디어교육 관련 법률 제정을 통해 미디어교육 체계를 확립해야 한다. 미디어교육의 필요성과 중요성에 대하여는 학계 및 시민 사회 등이 공감하고 있지만 현재 관련 법률이 부재하여 체계적인 교육이 실시되지 못하고 있다. 시청자미디어센터를 비롯하여 전국 약 40곳에 미디어 관련 센터가 있는데, 운영 주체 및 기관이 분산되어 있어 교육의 효과가 나타나지 못하고 있다. 관련 부처만 해도 방송통신위원회, 문화체육관광부 등으로 나뉘어 있고, 센터별로 개별적이고 단편적인 사업 위주로 수행되고 있는 문제가 있다. 따라서 미디어교육 지원을 위한 법률 제정이 필요하며, 이를 통해 시청자미디어센터를 포함한 미디어 센터의 통합 또는 협업 방식을 논의해야 한다.

둘째, 방송통신위원회는 시청자참여프로그램의 제작 활성화를 위한 구체적인 시책을 마련해야 하고, 의무 편성 사업자인 KBS는 가능한 한 많은 시청자가 시청할 수 있는 시간대에 시청자참여프로그램을 편성하는 등 시청자 권익보호에 힘써야 한다.

셋째, 시청자미디어센터 사업 운용의 효율성을 제고해야 한다. 부족한 예산과 인력을 확충해야 하고, 업무의 전문성과 효율성을 위해 지자체의 공무원 파견 제

도 재검토를 포함하여 인력의 전문성 강화가 요구된다. 운영프로그램의 효과 극대화를 위해 연령별, 미디어능력 별 맞춤형 프로그램이 제공되어야 한다. 노후화된 시설 및 장비를 지속적으로 보완하고, 센터의 사업 목적 및 중장기 계획을 포함하여 디지털 미디어 시대의 미디어 교육을 지향하는 방향 재설정이 필요하다.

넷째, 시청자미디어센터 서비스의 접근성을 확대해야 한다. 보편적 서비스이자 교육으로 전 국민이 공평하게 혜택을 받을 수 있도록 지역적 균형을 맞추어야 하며, 관련 정보를 충분히 제공하고 홍보해야 한다. 시청자미디어센터가 지역민의 미디어 이해와 능력을 함양시켜 지역민 스스로 지역미디어의 주체가 될 수 있도록 도와야 한다.

마지막으로, 미디어격차 해소를 중점 사업으로 하여 미디어 소외계층 및 취약계층의 참여를 확대하는 방안을 강구해야 한다. 미디어 격차는 단순한 접근성의 격차뿐만 아니라 미디어에 대한 이해와 활용의 격차로 이어지고 있기 때문에 이들을 대상으로 하는 사업을 확대해야 한다.

디지털 융합미디어 시대에 미디어를 통한 정보 공유와 소통을 위해서는 전 국민이 보편적으로 미디어 교육을 받을 수 있도록 권리를 보장해야 하며, 이를 위해 법제도적 개선이 이루어져야 할 것이다.

차 례

□ 요약

I. 서론 / 1

II. 실태조사 개요 / 4

- 1. 조사대상 및 조사항목 4
- 2. 조사방법 및 조사일정 5

III. 시청자미디어센터의 개요 / 6

- 1. 연혁 7
- 2. 추진 체계 8
- 3. 관련 법령 등 10

IV. 시청자미디어센터의 현황 / 14

- 1. 프로그램 14
- 2. 인력 21
- 3. 예산 23
- 4. 시설 및 환경 24
- 5. 이용자 조사 25

V. 개선과제 / 28

- 1. 법적 개선과제 29

| | |
|-------------------------------|----|
| 가. 미디어교육 체계 확립 및 관련법 제정 | 29 |
| 나. 시청자참여 프로그램 활성화 | 35 |
| 2. 제도적 개선과제 | 38 |
| 가. 사업 운용의 효율성 제고 | 38 |
| 나. 시청자 참여확대 및 지역성 구현 | 43 |
| 다. 소외계층 및 취약계층 지원 강화 | 46 |

VI. 결론 / 48

참고문헌

표 차례

| | |
|---|----|
| [표 1] 2017년 시청자미디어센터 현장방문 일정 및 대상 | 5 |
| [표 2] 미디어교육 실시 기관 및 부처 현황 | 6 |
| [표 3] 시청자미디어센터의 주요 연혁 | 7 |
| [표 4] 학교미디어교육 지원 현황(2014년~2016년) | 17 |
| [표 5] 시청자참여프로그램 방송 편수(2006년~2016년) | 19 |
| [표 6] 시청자미디어센터 직급별 인력 현황 | 22 |
| [표 7] 시청자미디어센터 정규직/계약직/공무원 인력 현황 | 23 |
| [표 8] 시청자미디어센터 예산 현황(2013년~2017년) | 24 |
| [표 9] 시청자미디어센터 이용자 누적 현황(2006년~2016년) | 26 |
| [표 10] 전국 미디어센터 현황(2017년 3월 기준) | 31 |
| [표 11] 2017년 시청자미디어센터 사업비 예산 내역 | 38 |

그림 차례

| | |
|-----------------------------------|----|
| [그림 1] 전국 시청자미디어센터 | 8 |
| [그림 2] 시청자미디어재단의 조직도 | 9 |
| [그림 3] TV 및 라디오 오픈스튜디오 | 15 |
| [그림 4] 시청자제작단의 제작활동 및 방송 편성 | 19 |
| [그림 5] 장애인용 배리어프리 제작실 | 20 |
| [그림 6] 방송장비 대여실 | 21 |
| [그림 7] 시청자미디어센터 전경 | 25 |

I. 서론

- 미디어가 삶에 미치는 영향이 커지면서 시청자가 미디어를 제대로 이해하고 이용하도록 돕는 미디어교육의 필요성도 함께 높아지고 있음
 - 미디어가 일방적으로 전달하는 메시지를 그대로 받아들이는 것이 아니라, 이를 제대로 보는 비판적 시각을 기르고, 실제로 방송기자재를 이용하여 제작에 참여함으로써 방송의 구조를 이해하는 것이 점점 더 중요해지는 것임
 - 가짜뉴스가 사회적 문제가 되면서 특히 미디어 소외계층인 어린이 및 청소년, 노인, 장애인 등의 미디어 접근권 확보와 미디어에 대한 비판적이고 올바른 수용이 중요한 쟁점이 되고 있음
 - 그러나 실제로 시청자들이 이러한 미디어교육을 받기 위한 기회는 많지 않으며, 어디에서 어떻게 혜택을 받을 수 있는지에 대하여 알지 못하는 경우가 많음
- 미디어교육의 개념과 범위는 다양하게 정의되고 분류되는데, 초기의 개념은 미디어에 대한 접근성과 비판적 이해로 시작하였고, 미디어 기술발달에 따라 ‘읽기’, ‘쓰기’로 확대됨¹⁾
 - 미디어가 재현하는 메시지에 대하여 어떻게 이해하고 해석할 것인가에 대한 교육이 초기의 미디어교육 또는 미디어리터러시²⁾에 대한 접근 방식이었다면, 다양한 미디어가 등장하고 미디어 환경이 변화하면서 그 개념과 범위가 확대되어 옴

1) 김양은, 「미디어 교육의 필요성 및 현황」, 디지털민주주의를 위한 미디어교육지원법 추진위원회 세미나, 2017년 2월 13일.

2) ‘미디어리터러시(media literacy)’란 ‘미디어를 읽고 쓸 줄 아는 능력’을 말하는 것으로, 미디어를 이해하고 해석하는 능력을 말함

- 초기의 ‘보는 미디어’에서는 미디어 콘텐츠를 생산하는 생산자와 소비하는 수용자가 분리되어 있었으나, 미디어 기술과 환경의 변화로 현재는 ‘참여형 미디어’가 많아지면서 기존의 수용자가 능동적인 형태의 이용자이자 생산자가 되어 생산자와 소비자 간의 경계가 허물어짐
- ‘미디어교육’ 또는 ‘미디어리터러시’라는 용어도 디지털 기술의 발달과 소셜 미디어의 등장으로 ‘디지털 리터러시’, ‘소셜미디어 리터러시’ 등으로 확대되어 사용되고 있음
- 문재인 정부는 100대 국정과제 중 하나로 ‘미디어의 건강한 발전’을 제시하였는데, 전 국민 맞춤형 미디어교육 실시 및 시청자의 방송참여 확대를 목표로 하고 있음³⁾
- 주요 내용 중 하나는 ‘미디어 복지’로, 2017년에 미디어교육 종합추진계획을 수립하고, 2017년부터 시청자미디어센터 확충 및 시청자 참여프로그램을 확대하고자 함
- 이러한 국정과제가 제시된 상황에서 시청자의 방송참여를 제도적으로 보장하는 시청자미디어센터가 현재 시점에서 어떻게 운영되고 있고, 문제점은 무엇이며, 어떻게 개선되어야 하는지 등을 살펴보는 것은 앞으로의 국정과제 수행에 있어서도 의미가 있을 것임
- 시청자의 방송접근권(public access)을 확대하고 미디어 이용에 있어서의 격차를 해소하기 위해 시청자미디어재단은 전국 7곳에 시청자미디어센터를 운영하고 있음
- 시청자미디어센터는 방송접근권을 실현하기 위한 기반시설로, 방송통신발전

3) 국정기획자문위원회, 「문재인 정부 국정운영 5개년 계획」, 2017, 106쪽.

기금의 지원을 받으며, ‘시청자의 영상 및 방송제작 지원’, ‘장애인의 미디어 접근권 확대사업’, ‘시청자 미디어 교육’, ‘시청자단체 지원 활동’, ‘학교 및 사회 미디어교육’ 등의 사업을 추진하고 있음

- 시청자미디어센터는 국민 누구에게나 열려 있는 공간으로, 방송제작을 위한 장비 및 시설 등을 무료로 대여하며, 방송제작 및 활용 관련 교육 프로그램을 운영하고 있음
- 청소년을 대상으로는 자유학기제 활동 지원을 통해 미디어 분야 진로탐색 및 체험의 기회를 제공하고, 장애인을 대상으로는 맞춤형 제작 시설을 통해 콘텐츠를 직접 제작할 수 있도록 지원함
- 방송사와 연계하여 시청자가 직접 제작한 프로그램을 실제로 편성하여 방영하며, 시청자 미디어 공모전, 미디어 축제 등을 개최하여 직접적인 참여를 유도함
- 시청자들 누구나 이용이 가능한 미디어 체험 및 교육의 공간으로 설치된 시청자미디어센터가 실제로 어떻게 운영되고 있는지에 대한 평가가 제대로 이루어지지 못한 것으로 파악됨
- 시청자미디어센터의 시청자 미디어 지원 사업 운영 실태에 대한 조사가 필요하며, 긍정적인 부분을 강화하는 동시에 문제점을 파악하여 시청자의 방송 참여와 권익증진을 위한 개선과제를 모색할 필요가 있음
- 이 보고서는 시청자의 방송 및 미디어 체험, 미디어 교육, 소외계층 방송접근 지원 등의 업무를 수행하는 시청자미디어센터의 운영 실태를 조사하여 법적·도적인 개선과제를 제시하고자 함

II. 실태조사 개요

1. 조사대상 및 조사항목

- 2015년 5월에 설립된 시청자미디어재단은 시청자의 방송접근권 실현을 위해 지역에 시청자미디어센터를 두고 업무를 통합적으로 지원하고 있음
- 이 조사의 대상인 시청자미디어센터는, 2005년 부산 센터를 시작으로, 광주, 강원, 대전, 인천, 서울, 울산 센터 등이 개관하여 전국에 총 7곳이 운영되고 있음
- 2012년 「방송법」 제90조의2에 시청자미디어센터의 설립근거가 만들어졌고, 2015년 법률 개정으로 시청자미디어재단⁴⁾이 설립되어 각 지역의 시청자미디어센터를 통합 관리하고 있음
- 전국의 시청자미디어센터를 대상으로 한 실태조사 항목은 다음과 같음

- 업무 추진 현황(비전, 전략, 목표, 추진사업, 운영 프로그램 등)
- 인력 및 예산 현황
- 시설 및 환경 현황
- 시청자 참여도 및 만족도 조사 현황
- 관련법 및 규칙(방송 기자재 대여 이용 규칙 등 포함)
- 정부 지원 현황(예산 분배, 사업 지원 등)
- 기타

4) 시청자미디어재단은 전국 시청자미디어센터를 통합하여 관리하는 법인임

2. 조사방법 및 조사일정

□ 조사방법

- 시청자미디어재단과 전국의 시청자미디어센터의 현장을 직접 방문하여 운영 실태를 파악하고, 문헌 및 관계자 인터뷰 등을 통해 문제점과 개선과제를 도출함

□ 조사일정

- 3월 17일(금), 국회입법조사처에서 시청자미디어재단 관계자와의 인터뷰를 진행함
- 전국 7곳의 시청자미디어센터를 순차적으로 방문함

[표 1] 2017년 시청자미디어센터 현장방문 일정 및 대상

| 날짜 | 조사대상 | 참석자 |
|------------|-------------|--------|
| 3월 9일 (목) | 서울 시청자미디어센터 | 관계자 3인 |
| 3월 23일 (목) | 인천 시청자미디어센터 | 관계자 1인 |
| 4월 28일 (금) | 강원 시청자미디어센터 | 관계자 2인 |
| 5월 10일 (수) | 부산 시청자미디어센터 | 관계자 3인 |
| 5월 12일 (금) | 대전 시청자미디어센터 | 관계자 2인 |
| 5월 16일 (화) | 광주 시청자미디어센터 | 관계자 2인 |
| 5월 18일 (목) | 울산 시청자미디어센터 | 관계자 1인 |
| 3월 17일 (금) | 시청자미디어재단 | 관계자 3인 |

Ⅲ. 시청자미디어센터의 개요

- 방송통신위원회, 문화체육관광부, 교육부 등 정부부처가 산하 기관이나 단체를 통해 실시하는 미디어교육은 그 범위가 뉴스, 인터넷, 게임, 콘텐츠, 영화 등으로 넓고 다양함
- 시청자미디어재단 내의 시청자미디어센터는 미디어에 관한 교육 및 체험과 시청자 제작 방송프로그램 지원 등 시청자의 방송참여 및 권익증진을 위한 교육을 시행하고 있음
- 시청자미디어센터는 방송 관련 주무부처인 방송통신위원회가 시청자의 방송참여를 확대하고 권익을 증진시키기 위해 설립한 센터로, 방송 영상 관련 미디어교육에 초점을 맞추고 있으며, 국가적 서비스로 조금씩 확대되고 있음

[표 2] 미디어교육 실시 기관 및 부처 현황

| 기관명 | 중심교육 | 주관부처 |
|-----------------|-------------------------------|----------------------|
| 한국언론진흥재단 | 뉴스리터러시, NIE | 문화체육관광부 |
| 한국인터넷진흥원 | 인터넷리터러시 | 방송통신위원회 |
| 한국정보화진흥원 | 인터넷(디지털)리터러시 디지털격차해소 | 방송통신위원회 과학기술정보통신부 |
| 시청자미디어재단 | 시청자미디어센터를 통한 미디어교육 | 방송통신위원회 |
| 영화진흥위원회 | 지역미디어센터를 통한 미디어교육 | 문화체육관광부 |
| 한국콘텐츠진흥원 | 게임리터러시 콘텐츠 인재양성 | 문화체육관광부 |
| 방송통신심의위원회 | 미디어 윤리의식 | 방송통신위원회 |
| 한국문화예술교육진흥원 | 문화예술교육 | 문화체육관광부 |
| 시도교육청 | 미디어리터러시 | 교육부/시도교육청 |

자료: 김양은, 「미디어 교육의 필요성 및 현황」, 디지털민주주의를 위한 미디어교육지원법 추진위원회 세미나, 2017년 2월 13일.

참고: NIE(Newspaper In Education)는 신문을 활용하는 교육을 말함

1. 연혁

- 2005년 11월 (구) 방송위원회는 부산에 시청자미디어센터를 최초로 개관하였고, 2007년 6월에 광주센터를 두 번째로 개관함
- 2014년 5월 「방송법」 개정으로 시청자미디어재단 설립 근거가 마련되었고 (제90조의2), 같은 해 7~8월에 강원, 대전, 인천 센터를 차례로 개관함
- 2015년 6월 서울 센터를 임시로 개관하였고,⁵⁾ 2016년 12월에는 울산센터를 개관하여 현재 전국 7개 센터가 운영 중임

[표 3] 시청자미디어센터의 주요 연혁

| 연/월 | 내 용 |
|------------|---|
| 2005. 11월 | · 舊 방송위, 시청자미디어센터 최초 개관 (부산센터) |
| 2007. 6월 | · 광주센터 개관 |
| 2011. 12월 | · 부산센터 이용 연인원 최초 10만 돌파 ('11년 연인원 115,959명) |
| 2014. 5월 | · 「방송법」 개정으로 재단 설립 근거 마련 (방송법 제90조의2) |
| 2014. 7~8월 | · 강원센터(7월), 대전센터(7월) 및 인천센터(8월) 개관 |
| 2015. 5월 | · 방통위, 법인 허가 및 재단 출범(KCA로부터 인력·예산·사업 승계) |
| 2015. 6월 | · 서울센터(임시) 개관 |
| 2016. 2월 | · 시청자미디어재단 위탁집행형 준정부기관 지정 |
| 2016. 11월 | · 울산센터 개관 (전국 7개 센터) |
| 2016. 12월 | · 7개 센터 가상현실(VR) 장비 구축 및 스튜디오 디지털전환 완료 |

자료: 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

5) 서울센터는 2018년 말에 길음동 복합문화시설(가칭)로 확대 개관할 예정임

[그림 1] 전국 시청자미디어센터



참고: 울산시청자미디어센터는 2016년 12월에 개관하여, 기존에 부산시청자미디어센터가 담당하던 울산, 대구, 경북 지역을 지원함

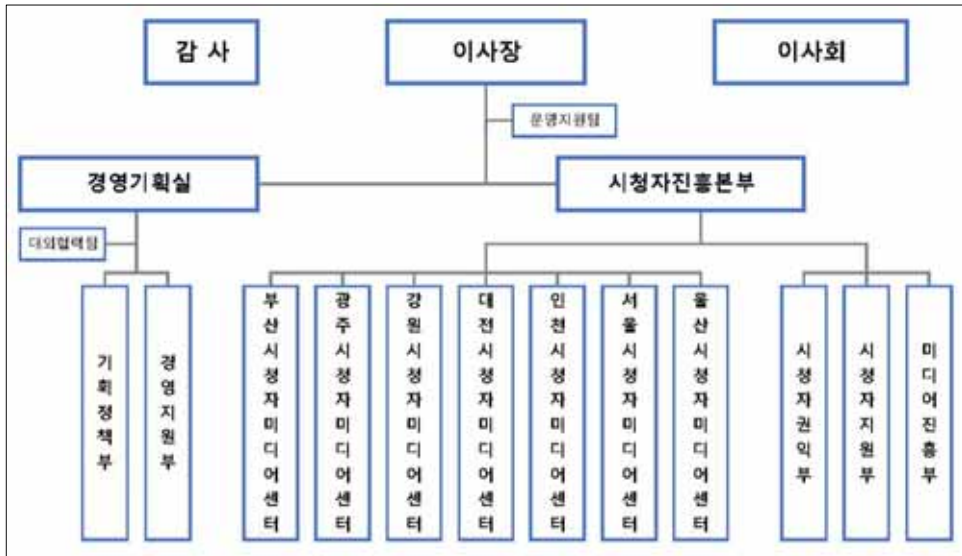
자료: 시청자미디어재단 홈페이지(www.kcmf.or.kr)

2. 추진 체계

- 시청자미디어센터는 시청자미디어재단의 시청자진흥본부에 속해 있음
- 시청자미디어재단은 1실 1본부(5부, 7지역센터, 2팀)로 조직되어 있는데, 시

청자진흥본부가 지역의 시청자미디어센터와 시청자권익부, 시청자지원부, 미디어진흥부를 관장하는 구조임

[그림 2] 시청자미디어재단의 조직도



자료: 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

- 시청자미디어센터의 조직은 센터장을 중심으로 운영총괄팀과 행정지원팀으로 나뉘는데, 행정지원팀의 경우 지자체에서 공무원을 파견하는 센터에만 존재함
- 2017년 3월 기준으로 대전, 인천, 울산센터에는 행정지원팀이 있고, 부산, 광주, 강원센터에는 운영총괄팀만 있으며, 서울센터는 2018년 말 확대 개관을 앞두고 현재 소규모로 운영 중으로 별도의 팀으로 조직화되어 있지 않은 상황임
- 시청자미디어재단의 미션은 ‘시청자의 방송참여와 권익증진을 통해 국민

행복에 기여'하는 것이고, 비전은 '국민과 함께 커가는 한국의 미디어 전문 기관'이 되는 것임

3. 관련 법령 등

- 「방송법」 제90조의2 및 「방송법 시행령」 제65조의2는 시청자미디어재단에 관하여 규정하고 있고, 「방송통신발전기본법」 제26조는 기금의 용도에 관하여 명시하고 있음
- 「방송법」 제90조의2는 시청자미디어재단 설립과 사업을 규정하고 있는데, 제5항에 의하면, 시청자미디어재단은 사업 수행을 위해 시청자미디어센터를 둘 수 있음

제90조의2(시청자미디어재단)

- ① 방송통신위원회는 시청자의 방송참여와 권익증진 등을 위하여 시청자미디어재단을 설립한다.
 1. 삭제<2014.5.28>
 2. 삭제<2014.5.28>
 3. 삭제<2014.5.28>
 4. 삭제<2014.5.28>
- ② 시청자미디어재단은 법인으로 한다.
- ③ 시청자미디어재단은 정관으로 정하는 바에 따라 임원과 필요한 직원을 둔다.
- ④ 시청자미디어재단은 다음 각 호의 사업을 한다.
 1. 미디어에 관한 교육·체험 및 홍보
 2. 시청자 제작 방송프로그램의 지원
 3. 각종 방송제작 설비의 이용 지원
 4. 그 밖에 시청자의 방송참여 및 권익증진을 위한 사업
 5. 이 법이나 다른 법령에서 시청자미디어재단의 업무로 규정하거나 위탁한 사업
 6. 국가나 지방자치단체로부터 위탁받은 사업
- ⑤ 시청자미디어재단은 제4항에 따른 사업을 수행하기 위하여 정관으로 정하

는 바에 따라 필요한 곳에 시청자미디어센터를 둘 수 있다.

- ⑥ 시청자미디어센터에 관하여 이 법에서 규정한 것 외에는 「민법」 중 재단법인에 관한 규정을 준용한다.
- ⑦ 국가 및 지방자치단체는 시청자미디어재단의 설립 및 운영에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 출연할 수 있다.
- ⑧ 제1항에 따른 시청자미디어센터의 설립기준 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

- 「방송법 시행령」 제65조의2는 시청자의 방송참여 및 권익증진을 위한 사업에 관하여 명시함

제65조의2(시청자미디어재단)

법 제90조의2제4항제4호에서 "그 밖에 시청자의 방송참여 및 권익증진을 위한 사업"이란 다음 각 호의 사업을 말한다

- 1. 방송사업자의 장애인방송 제작 지원과 장애인방송 제작 관련 기술 개발 및 인력 양성 등 장애인의 방송참여 및 권익증진을 위한 사업
- 2. 소외계층의 미디어 접근환경 및 이용실태 관련 연구·조사와 소외계층의 미디어 접근환경 개선을 위한 기술 개발 및 지원
- 3. 시청자 제작 방송프로그램의 수집·활용·유통 지원 및 미디어 교육 관련 연구·조사, 인력 양성 등 시청자의 방송참여 및 권익증진을 위한 사업

- 시청자미디어센터는 방송통신발전기금의 지원을 받고 있는데, 「방송통신발전기본법」 제26조 제1항은 기금이 사용되는 사업에 관하여 구체적으로 명시하고 있음

제26조(기금의 용도)

- ① 기금은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업에 사용된다
 - 1. 방송통신에 관한 연구개발 사업
 - 2. 방송통신 관련 표준의 개발, 제정 및 보급 사업
 - 3. 방송통신 관련 인력 양성 사업
 - 4. 방송통신서비스 활성화 및 기반 조성을 위한 사업

- 5.공익·공공을 목적으로 운영되는 방송통신 지원
- 5의2. 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제22조에 따른 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자의 공익적 프로그램의 제작 지원
- 6.방송통신콘텐츠 제작·유통 지원
- 7.시청자가 직접 제작한 방송프로그램 및 미디어 교육 지원
- 8.시청자와 이용자의 피해구제 및 권익증진 사업
- 9.방송통신광고 발전을 위한 지원
- 9의2. 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제23조제7항에 따른 방송광고균형발전위원회 운영 비용 지원
- 10.방송통신 소외계층의 방송통신 접근을 위한 지원
- 11.방송통신 관련 국제 교류·협력 및 남북 교류·협력 지원
- 12.해외 한국어 방송 지원
13. 「전파법」 제7조제1항에 따른 손실보상금
14. 「전파법」 제7조제5항에 따라 반환하는 주파수할당 대가
15. 「지역방송발전지원 특별법」 제7조의 지역방송발전지원계획의 수행을 위한 지원
- 16.그 밖에 방송통신 발전에 필요하다고 인정되는 사업

□ 시청자미디어센터와 관련한 규정으로는 시청자미디어재단이 제정한 「시청자미디어센터 운영지침」, 「시청자미디어센터 교육프로그램 운영지침」, 「시청자미디어센터 발전협의회 구성 및 운영지침」이 있음

○ 「시청자미디어센터 운영지침」은 시청자미디어센터의 회원관리 및 시설장비 이용 등 센터 운영 전반에 관한 사항을 정함

- 회원 구분(일반회원, 정회원6), 가입자격, 정회원 승인, 탈퇴, 정회원 유효기간, 회비 및 이용료(무료), 정회원의 권리·의무, 자격제한, 이용자 범위, 이용시간, 이용신청, 대여와 반납, 이용자 준수사항, 자격제한, 손해에 대한 책임 등을 규정함

6) 시설 및 장비 대여를 위해서는 정회원 교육을 수료하고 자격을 부여받아야 함

- 「시청자미디어센터 교육프로그램 운영지침」은 교육프로그램 운영과 수강생 관리 업무 전반에 관한 기준을 정함
 - 교육프로그램의 개설 및 폐지, 수강생 모집 및 접수, 교육과정 수료, 교육소요장비의 제공, 교육운영위원회, 강사의 활용, 강사의 모집 및 선정, 강사의 역할, 강사계약, 강사료 등 수수료 지급 기준, 사례비 지급 등을 규정함
- 「시청자미디어센터 발전협의회 구성 및 운영지침」은 「시청자미디어재단 정관」 제30조에 의거해 시청자미디어센터의 지역성과 자율성 강화를 위하여 지역 센터별로 시청자미디어센터발전협의회를 구성·운영하는 데에 필요한 사항을 정함
 - 발전협의회의 기능, 구성(위원장 1인 포함 9인 이상 15인 이내), 위원장의 선임, 위원의 임기, 회의, 수당 등의 지급, 의견 수렴 등에 관하여 규정함

IV. 시청자미디어센터의 현황

1. 프로그램

- 시청자미디어센터는 전 국민을 대상으로 미디어교육 프로그램을 운영함
 - 방송제작 과정을 체험할 수 있는 프로그램, 촬영 및 편집 등 실질적인 방송 제작을 위한 콘텐츠 제작 교육, 미디어 꿈나무 양성을 위한 청소년 및 대학생 대상의 미디어 교육을 실시함
- 시청자미디어센터의 주요 운영 프로그램은 다음과 같음
 - 미디어체험(스튜디오체험, 라디오체험, 찾아가는 미디어체험), 학교미디어교육(자유학기제, 미디어거점학교, 방과 후 학교 등), 사회미디어교육(일반 및 소외계층 대상 미디어교육), 시청자 참여프로그램 제작 지원(제작단 양성 및 방송편성 지원 등), 지역 장애인방송(폐쇄자막, 수화방송) 및 배리어프리영화⁷⁾ 제작 지원, 장비 대여 및 시설 대관 등의 프로그램을 운영하고 있음

가. 미디어 체험

- 방송·미디어 체험은 미디어 기기 및 스튜디오 체험을 통해 미디어에 흥미를 갖고 방송제작과정을 쉽게 이해할 수 있도록 돕는 것임
 - DJ·PD·작가·엔지니어 등 각자 역할을 맡아 음악방송, 토크쇼 프로그램 등을 직접 제작해보는 라디오 체험, 방송작가·카메라PD·기자 등 역할을 나눠 기사를 작성하고 TV프로그램을 만들어 보는 뉴스제작 체험, 인터넷영

7) ‘배리어프리영화’란 ‘장벽(barrier)이 없는(free) 영화’라는 의미로, 자막과 화면해설이 포함되어 시·청각 장애인들과 비장애인 모두가 즐길 수 있는 영화를 말함

상물을 직접 기획하고 제작해보는 1인 방송 체험과 같은 프로그램이 있고, 청소년의 경우 이러한 제작과정을 통해 방송계 진로를 모색해 볼 수 있음⁸⁾

- 센터를 쉽게 방문하지 못하는 지역에 살고 있는 학생, 지역민, 장애인 등을 위해 방송편집 장비를 포함한 방송제작 체험 장비가 장착되어 있는 ‘찾아가는 미디어니움버스’를 운영하고 있음

[그림 3] TV 및 라디오 오픈스튜디오



나. 학교 미디어교육

- 청소년을 대상으로 자유학기제 미디어교육과 미디어거점학교 프로그램을

8) 참고로, 2016년 광주시청자미디어센터의 미디어체험 프로그램으로는 중3 이상을 대상으로 하는 ‘미디어 탐구생활’, 광주 방문 아시아지역 학생들을 대상으로 하는 ‘News in 아시아’, 유아를 대상으로 하는 ‘꾸러기 미디어세상’, 초등학교 이상을 대상으로 하는 ‘톡톡TV뉴스 제작’, 초등학교 고학년 이상을 대상으로 하는 ‘애니메이션 더빙’, ‘나눔을 위한 라디오 동화’, ‘라디오 톡톡’이 있었음

실시하고 있고, 대학생을 대상으로 강의 수업을 지원함

- 자유학기제를 운영하는 학교를 대상으로 자유학기제미디어교육 지원 공모를 한 후, 선정학교 대상 미디어교육 컨설팅 및 교육 운영계획을 수립하여 학교 별 맞춤형 자유학기제 미디어교육을 실시함
- ‘꿈자람미디어교실’이라는 이름으로 시행되는 자유학기제 미디어교육은 매 체별(TV, 라디오, 스마트 미디어 등), 장르별(드라마, 다큐, 뉴스, 광고 등)로 라디오·영상·스마트미디어·애니메이션·광고·사진 등의 제작 활동과 저널리즘 교육을 실시하는 것임
 - 2016년 자유학기제 미디어교육 지원 대상 학교는 총 122개교로, 미디어 진로체험 1,190회와 교육프로그램 1,464차를 통해 약 3만 명이 교육을 받음⁹⁾
- 미디어 분야의 진로를 꿈꾸는 초·중·고교 학생들의 방송콘텐츠 제작 능력을 높여주기 위해서 미디어거점학교를 지정하고, 지역방송사와 연계하여 미디어교육 프로그램을 실시함
 - 미디어거점학교는 2015년 16개교에서 2016년에는 54개교로 확대되는 등 학교와 학생들의 호응이 높은 편임¹⁰⁾
- 대학과 연계하여 대학 내에 학점인증 미디어 관련 교과목을 개설하고 체험형 인턴십을 운영하는데, 항공(촬영) 카메라 교육, 가상현실(VR) 교육, SNS 활용 및 1인 미디어제작과 같은 프로그램을 운영함
 - 대학 지원은 2015년 8개교에서 2016년 20개교로 확대되었으며, 특히 지역 대학과의 연계를 통해 지역 미디어 전문 인력 양성의 기반을 마련하

9) 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

10) 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

고자 함¹¹⁾

[표 4] 학교미디어교육 지원 현황(2014년~2016년)

(단위: 개교, 명)

| 구 분 | | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 계 |
|----------------|-----|-------|--------|--------|--------|
| 자유학기제 미디어교육 | 학교수 | 4 | 85 | 122 | 211 |
| | 연인원 | 384 | 23,680 | 31,844 | 55,908 |
| 미디어거점학교 | 학교수 | - | 16 | 54 | 70 |
| | 연인원 | - | 6,356 | 19,120 | 25,476 |

자료: 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

다. 사회 미디어교육

- 지역사회의 시민과 다양한 사회 구성원들이 참여하는 사회미디어교육 프로그램을 운영함
 - 상설 미디어교육으로 방송시설과 장비를 무료로 대여하며, 다양한 교육프로그램을 개설하여 국민 누구나 수강할 수 있도록 함
 - 지역의 장애인, 노인, 다문화가정, 도서지역 주민 등 방송소외계층이나 생활공동체, 마을공동체, 각종 기관 및 단체를 대상으로 참여자의 상황에 맞게 맞춤형 미디어교육을 설계하여 제공함
- 인천시청자미디어센터의 2017년 상반기 사회미디어교육 프로그램 강좌 예는 다음과 같음
 - 영상 기초반으로 ‘차근차근 배우는 기획과 구성’, ‘차근차근 배우는 동영상 제작’, ‘차근차근 배우는 영상앨범(주부)’, ‘차근차근 배우는 스마트폰 영상

11) 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

(시니어)'이 있음

- 영상 심화반으로 '실력이 자라는 프리미어', '실력이 자라는 영상포토샵', '실력이 자라는 After Effects', '실력이 자라는 색보정' 과정이 있으며, 영상 제작 반으로 '한 큐에 끝내는 다큐멘터리' 프로그램이 제공됨
- 라디오 프로그램으로 기초반인 '차근차근 배우는 라디오', 심화반인 '한 큐에 끝내는 라디오' 프로그램이 개설되었고, 뉴미디어 기초반으로 '드론촬영-드론, 세상을 기록하다', 'VR, 새로운 세상에 눈뜨다' 프로그램이, 그리고 기타 기초반으로 '차근차근 배우는 내레이션'이 있음
- 마을 주민이 직접 미디어로 소통하는 마을 미디어 교육을 지원하고, 미디어 활용 능력의 사회적 환원을 위해 미디어봉사단을 구성하여 운영하는 등 지역 및 시청자 맞춤형 교육프로그램 개발과 교육의 활용에 초점을 맞추고 있음
- 광주시청자미디어센터는 마을미디어 사업인 '동네방네 마을방송'을 지원하고 있고, 2008년에 처음 결성된 미디어봉사단 S를 운영하여 센터에서 배운 미디어 활용 능력을 다시 사회에 환원하는 '미디어 나눔'을 실천하고 있음

라. 시청자 참여 프로그램

- 시청자가 직접 방송콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원함
- 시청자미디어센터의 회원들을 중심으로 연령별 시청자 제작단을 구성하여 담당 강사의 지도하에 방송프로그램을 제작함
- 제작된 프로그램은 지역 방송사와의 협의를 통해 시청자 참여 프로그램으로 편성하여 실제로 방영함

- 시청자미디어센터의 지원에 의해 제작되고 방송된 시청자참여프로그램¹²⁾의 누적 방송 편수는 부산센터는 2,509편, 광주는 2,282편에 달하며, 서울센터도 1년 반 동안 132편을 방영함

[표 5] 시청자참여프로그램 방송 편수(2006년~2016년)

(단위: 편)

| 구 분 | 부산 | 광주 | 강원 | 대전 | 인천 | 서울 | 울산 | 합계 |
|------|-------|-------|-----|-----|-----|-----|----|-------|
| 텔레비전 | 1,053 | 1,463 | 230 | 277 | 280 | 130 | 0 | 3,433 |
| 라디오 | 1,456 | 819 | 3 | 24 | 79 | 2 | 0 | 2,383 |
| 합계 | 2,509 | 2,282 | 233 | 301 | 359 | 132 | 0 | 5,816 |

자료: 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

참고: 울산센터는 2016년 12월에 개관하여 방송편수가 0으로 집계됨.

[그림 4] 시청자제작단의 제작활동 및 방송 편성



KBS 시청자 참여프로그램 <열린채널>



시청자제작단의 시청자 참여프로그램 제작활동

자료: 방송통신위원회 · 시청자미디어재단, 「2015 시청자미디어재단 백서」, 2016, 135쪽.

- 12) ‘시청자참여프로그램(Public Access)’이란 KBS 및 지역민영방송채널의 방송시간 일부를 시청자들이 직접 기획·제작한 프로그램으로 방영하는 것으로, 시청자가 자신의 의견을 직접 개진할 수 있는 기회가 됨

마. 방송 소외계층 대상 지원

- 소외계층의 방송접근 지원을 위해 폐쇄자막 방송, 화면해설방송 등 시청각 장애인을 위한 장애인방송을 제작·지원함
- 도서 지역 등 미디어 접근이 어려운 지역에 직접 찾아가서 프로그램을 진행하며, 장애인 미디어축제 및 실버영상제 등 소외계층의 미디어를 통한 사회적 소통을 지원함
- 장애인용 배리어프리 방송지원실을 운영하는데, 장애인들이 미디어센터 이용에 어려움이 없도록 저시력 장애인용 키보드, 지체장애인을 위한 조이스틱 마우스, 점자 프린터 등을 갖추고 있음

[그림 5] 장애인용 배리어프리 제작실



바. 장비 대여 및 시설 대관

- 시청자미디어센터는 방송 제작 관련 장비와 시설을 보유하고 있고, 이를 정회원들에게 무상으로 대여 및 대관하고 있음
- 고가의 방송카메라 관련 장비와 방송편집실 등을 무상으로 대여하여 실제로 방송프로그램을 제작할 수 있도록 지원하며, 대강당 등의 시설도 무료로 대관하고 있음
- 시설 및 장비를 대여하기 위해서는 정회원 교육수료→시설·장비 예약→시설·장비 활용→시설·장비 반납의 절차를 거침

[그림 6] 방송장비 대여실



2. 인력

- 2017년 2월 28일 기준으로 시청자미디어재단의 현원은 115명이고(정원

126명), 시청자미디어센터의 현원은 77명임

- 시청자미디어센터의 직급별 인력 현황을 보면, 각 센터에는 센터장 1명을 포함하여 총 9명에서 16명이 근무 중에 있으며, 센터장과 팀장 외에 대부분의 인력이 팀원으로 구성되어 있음
- 부산센터가 총 16명으로 인원이 가장 많으며, 확대 예정인 서울센터는 총 인원 6명으로 가장 적음

[표 6] 시청자미디어센터 직급별 인력 현황

(단위: 명)

| 구 분 | 센터장 | 팀장 | 팀원 | 합 계 |
|------|-----|----|----|-----|
| 부산센터 | 1 | 1 | 14 | 16 |
| 광주센터 | 1 | 1 | 12 | 14 |
| 강원센터 | 1 | - | 9 | 10 |
| 대전센터 | 1 | 2 | 7 | 10 |
| 인천센터 | 1 | 1 | 10 | 12 |
| 서울센터 | 1 | - | 5 | 6 |
| 울산센터 | 1 | 2 | 6 | 9 |
| 합 계 | 7 | 7 | 63 | 77 |

자료: 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

- 시청자미디어센터는 시청자미디어재단 소속의 직원과 지자체 파견 공무원으로 구성됨
- 정규직/계약직/공무원 별 인력 현황은 센터별로 약간의 차이를 보이는데, 부산센터의 경우 총 인원 16명 중 14명이 정규직이고, 지자체 공무원은 파견되어 있지 않은 반면, 대전센터는 총 인원 10명 중 정규직 5명, 계약직 2명, 공

무원 3명이 종사하고 있음

[표 7] 시청자미디어센터 정규직/계약직/공무원 인력 현황

(단위: 명)

| 구 분 | 정규직 | 계약직 | 공무원 | 합 계 |
|------|-----|-----|-----|-----|
| 부산센터 | 14 | 2 | - | 16 |
| 광주센터 | 11 | 3 | - | 14 |
| 강원센터 | 8 | 2 | - | 10 |
| 대전센터 | 5 | 2 | 3 | 10 |
| 인천센터 | 7 | 3 | 2 | 12 |
| 서울센터 | 5 | 1 | - | 6 |
| 울산센터 | 3 | 4 | 2 | 9 |
| 합 계 | 53 | 17 | 7 | 77 |

자료: 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

3. 예산

- 최근 5년 동안의 시청자미디어센터의 예산을 살펴보면, 2013년 35억 2천7백만 원에서 2017년 73억 6천2백만 원으로 증가함
- 전체 예산 규모는 증가하였지만, 인력 증가에 따른 인건비 상승 및 물가상승에 따른 경비의 증가분을 제외하면 센터 당 사업비의 경우 2013년에 2개였던 센터가 2017년에는 7개로 증가하였기 때문에 오히려 감소한 상황임

[표 8] 시청자미디어센터 예산 현황(2013년~2017년)

(단위: 개, 백만 원)

| 구분 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 센터 수 | 2 | 5 | 6 | 7 | 7 |
| 인건비 | 1,508 | 2,281 | 2,801 | 3,902 | 4,060 |
| 경 비 | 1,496 | 1,759 | 2,220 | 1,729 | 1,902 |
| 사업비 | 523 | 893 | 1,340 | 1,300 | 1,400 |
| 합 계 | 3,527 | 4,933 | 6,361 | 6,931 | 7,362 |

자료: 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

- 최초 설립된 부산과 광주 센터는 전액 방송통신발전기금으로 운영되고 있는 반면, 그 이후 신규로 설립된 센터들은 사업비를 제외하고 국고와 지자체 간 6:4 매칭으로 운영예산이 책정되고 있음
- 2017년 기준으로 7개 센터의 총 사업비는 14억 원으로 각 센터 당 2억 원의 사업비로 모든 프로그램을 운영하고 있음
- 2017년도 정부가 지원하는 시청자권익증진사업의 사업별 배정 예산을 살펴 보면, 지역시청자미디어센터 프로그램 운영 14억 원 외에 미디어교육 활성화 지원 2억 원, 학교 미디어교육 지원 9억 4천4백만 원, 방송환경 조사 1억 원으로 총 26억 4천4백만 원임

4. 시설 및 환경

- 각 센터별로 시설과 장비 등 환경은 유사하지만, 건물의 임차방식이나 신규장비 등에 있어서는 다소 차이가 있음

- 초기에 개관한 부산과 광주 및 최근 개관한 울산센터는 지하층, 지상4층 규모의 단독건물을 사용하고 있고, 나머지 센터는 민간건물이나 지하채건물을 임차하여 2~3개 층을 사용하고 있음
- 스튜디오, 녹음실, 편집실, 회의실, 장비대여실, 제작단실, 교육실, 다목적홀, 영상실 등의 시설은 센터별로 거의 비슷하고, 촬영장비, 보조장비, 녹음장비, 편집장비, 기타장비 등의 보유 장비도 거의 비슷하지만, 드론과 같은 최신 기기들은 최근 개관한 몇몇 신규 센터에만 보급된 상황임

[그림 7] 시청자미디어센터 전경



5. 이용자 조사

- 시청자미디어재단은 매년 시청자미디어센터 이용자, 시청자참여프로그램

방송 편수 등을 포함한 시청자 참여도를 조사하고, 시청자의 센터 이용 전반, 미디어교육 프로그램, 시설 등에 대한 만족도 조사를 실시하고 있음

- 2006년부터 2016년까지의 시청자미디어센터 이용자 현황을 살펴보면, 제일 먼저 개관한 부산의 경우 총 누적 이용자는 110만 명을 넘었고, 2015년 6월에 임시 개관한 서울센터도 총 누적 이용자 수가 5만 명을 넘음

[표 9] 시청자미디어센터 이용자 누적 현황(2006년~2016년)

(단위: 명)

| 구 분 | 부산 | 광주 | 강원 | 대전 | 인천 | 서울 | 울산 | 합계 |
|---------|-----------|---------|---------|---------|---------|--------|----|-----------|
| 시설 및 장비 | 772,496 | 643,373 | 79,780 | 102,154 | 89,903 | 29,210 | 0 | 1,716,916 |
| 미디어 교육 | 209,355 | 238,428 | 60,313 | 47,760 | 42,550 | 20,503 | 0 | 618,909 |
| 미디어 체험 | 119,373 | 100,109 | 12,305 | 18,977 | 13,372 | 1,010 | 0 | 265,146 |
| 합계 | 1,101,224 | 981,910 | 152,398 | 168,891 | 145,825 | 50,723 | 0 | 2,600,971 |

자료: 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

참고: 각 센터별로 개관 년도가 달라 누적 이용자 수에 차이가 있으며, 울산센터는 2016년 12월에 개관하여 이용자 수가 0으로 집계됨

- 시청자미디어센터가 외부 조사기관에 의뢰해 수행한 시청자미디어센터 이용자 만족도 조사 결과에 의하면, 2016년 센터 이용에 대한 전반적 만족도는 89.5점임¹³⁾

- 이는 2012년 86점에서 소폭 상승한 수준으로 최근 5년간 센터 이용의 전반

13) 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 3월.

적 만족도는 조금씩이나마 증가하고 있음

- 2016년 기준으로 미디어교육 프로그램에 대한 만족도는 86.3점, 시설 만족도는 86.6점, 장비 만족도는 87점으로 나타남
- 시청자미디어센터의 미디어교육을 받은 사람과 받지 않은 사람 간의 비교 연구 결과는 다음과 같음¹⁴⁾
 - 교육을 받은 사람이 이용 시간 및 기술, 미디어 이용통제, 미디어의 도구적 활용, 매스미디어 및 시민미디어에 대한 이해, 창작 행위에 있어서 상대적으로 점수가 높게 나타나는 등 학교 및 사회미디어교육으로서의 효과가 있음
 - 학교 미디어 교육을 수강한 응답자의 미디어리터러시 능력 점수가 총점 15점 중 9.4점으로 비수강생인 일반 학생 응답자의 점수인 7.61점보다 높게 나타남
 - 사회 미디어 교육을 수강한 응답자의 미디어리터러시 능력 점수는 총점 15점 중 10.05점으로 비수강생인 일반 시민 응답자의 점수인 7.21점보다 높게 나타남
 - 시청자미디어센터의 교육을 받은 응답자들은 상대적으로 접근성, 기술, 비판적 이해, 행위 등의 모든 미디어 리터러시 하위요인에서 높은 미디어리터러시를 지니는 것으로 나타났고, 이에 따라 상대적으로 미디어에 대하여 더 잘 이해하고 통제함

14) 미디어미래연구소, 「미디어리터러시 교육 효과성 연구」, 방송통신위원회, 2016.

V. 개선과제

- 시청자미디어센터의 전반적인 운영 현황을 살펴보면, 국민들의 미디어 이해도를 증진시키고 방송접근권을 확대하는 등 미디어 교육의 측면에서 긍정적으로 평가할 수 있음
 - 다양한 미디어 교육 관련 프로그램을 모든 계층에게 무상으로 제공하고 실질적으로 방송에 참여하도록 하면서, 보편적 서비스로서의 방송을 실현하고자 하는 기능을 잘 수행하고 있음
 - 또한 학교미디어 교육을 통해 청소년에게 진로체험 및 모색의 기회를 제공하고, 지역민들의 마을공동체 미디어 활동을 통해 공동체로서의 소통을 원활하게 돕는 등 여론 형성과 공론 장으로서의 역할도 다소 수행하고 있는 것으로 나타남
- 이처럼 시청자의 방송접근 및 참여 기회 제공에 있어 긍정적인 역할을 수행하고 있지만, 운영의 효율성 부족, 시청자 참여 기회 불균등, 미디어교육 수행의 체계 미확립 등의 문제가 있는 것으로 평가됨
 - 첫째, 운영의 효율성 문제는 예산 부족, 사업의 연속성 부재, 효과에 대한 평가 부재로 인해 나타남
 - 다양한 프로그램을 운영하기에는 사업비가 부족하고, 사업 대상자가 많기 때문에 연속적으로 서비스를 제공하기 어렵고, 사업 평가가 심도 있게 이루어지지 못하여 중장기적 목표를 세우지 못하고 있음
 - 둘째, 미디어센터의 접근성 부족으로 시청자의 참여기회가 균등하게 제공되지 않고 있고, 지역성 구현이 충분히 되지 않고 있음
 - 전국 7곳에 시청자미디어센터가 있지만 하나의 센터가 담당해야 하는 지

역이 너무 광범위하여 모든 시청자에게 공평한 기회가 제공되지 못하고 있고, 지역에 특화된 서비스가 이루어지지 못하는 문제가 있음

- 셋째, 미디어교육을 수행할 수 있는 체계가 확립되어 있지 않음
 - 미디어교육이 너무나 중요한 과제임에도 불구하고, 법제도적인 체계가 마련되어 있지 않은 동시에 사회적인 합의도 이루어지지 못하고 있음
- 디지털 미디어 시대의 국민들의 미디어능력 강화와 같은 실질적인 효과를 나타내기 위해서는 다음과 같은 법·제도적 개선이 요구됨
 - 법적으로는 미디어교육 관련 법률을 제정함으로써 미디어교육의 체계를 확립하고, 시청자미디어센터를 포함하여 미디어교육 추진 주체들의 역할이 무엇인지를 명시하며, KBS는 시청자가 제작한 방송프로그램을 적극적으로 편성함으로써 시청자의 방송참여 기회를 확대할 필요가 있음
 - 제도적으로는 미디어 환경 변화에 맞게 시청자미디어센터의 업무를 특화하고, 사업운용의 효율성을 제고하며, 모든 국민이 서비스를 받을 수 있도록 접근성을 강화하고, 지역성 구현에 노력해야 하며, 소외계층 및 취약계층에 대한 지원 강화 등이 요구됨

1. 법적 개선과제

가. 미디어교육 체계 확립 및 관련법 제정

(1) 미디어 교육 체계 확립

- 텔레비전 시청자 또는 미디어 이용자의 방송·미디어 참여를 보장하고 권익을 증진시키기 위해서는 시청자미디어센터의 서비스와 같은 제도적 지원이 필요한데, 이러한 전반적인 미디어교육에 대한 체계가 확립되어 있지

않은 문제가 있음

- 우리는 태어나면서부터 각종 미디어를 접하고 정보를 얻고 소통을 하는데, 이러한 미디어를 제대로 이해하고 잘 활용할 수 있는 교육을 통해 미디어 능력을 강화하고 미디어 이용과 관련하여 발생할 수 있는 부작용을 최소화해야 함
- 그러나 현재 미디어교육의 체계는 확립되어 있지 않고, 추진 주체도 여러 곳으로 나뉘어져 효율적이지 않으며, 관련 법제도도 미비한 상황임
- 미디어교육의 필요성과 중요성에 대하여는 학계나 시민사회 등에서 공감하면서 많은 논의를 이어오고 있지만, 어떻게 체계를 확립하여 추진해 나가야 할지에 대하여는 의견이 모아지지 않고 있는 상황임
- 미디어 교육을 제공하는 센터의 운영 주체가 방송통신위원회, 문화체육관광부, 지방자치단체, 방송사업자 등으로 분산되어 있고, 이 센터들이 유사한 서비스를 제공함으로써 비효율성의 문제가 발생할 수 있음¹⁵⁾
- 각 센터가 강조하는 영역은 영화, 방송 등 매체 및 콘텐츠 별로 나뉘지만 결국 유사한 미디어 관련 교육을 제공함으로써 정부의 예산이 낭비되거나, 사업의 효율성이 감소하는 문제가 있음¹⁶⁾

15) 2017년 3월 기준으로, 전국에 40개의 미디어센터가 운영 중인데, 설립주체가 방송통신위원회, 문화체육관광부와 같은 정부부처, 도, 시, 군 단위의 지방자치단체, 그 밖에 영화진흥위원회, 방송문화진흥회, 관련 협회, 방송사업자 등으로 분산되어 있음

16) 정인숙, 「지역시청자미디어센터의 위상 변화에 대한 평가와 정책 제언: <MBC시청자미디어센터>의 사례를 중심으로」, 『커뮤니케이션학 연구』, 2014.

[표 10] 전국 미디어센터 현황(2017년 3월 기준)

| 권역 | 지역 | 명칭 | 운영주체 | 설립주체 |
|-------|------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|
| 서울특별시 | 중구 | 서울영상미디어센터 | 영화진흥위원회 | 영화진흥위원회 |
| | 성북구 | 성북마을미디어지원센터 | 성북구 | 성북구 |
| | | 서울시청자미디어센터 | 시청자미디어재단 | 방송통신위원회/서울시/성북구 |
| | 중구 | 충무로 영상센터 '오! 재미동' | (사)서울영상위원회 | 서울시 |
| | 강서구 | 강서영상미디어센터 | 강서구 | 강서구/영화진흥위원회 |
| | 마포구 | 영상미디어센터 '미디어팩트' | (사)한국영상 미디어교육협회 | (사)한국영상 미디어교육협회 |
| | 용산구 | 청소년미디어센터 '스스로넷' | 청소년폭력예방재단 | 서울시 |
| 은평구 | 은평뉴타운도서관 미디어라이브러리센터 | 사회복지법인 인덕원 | 은평구 | |
| 인천광역시 | 남구 | 주안영상미디어센터 'CAMF' | 남구학산문화원 | 문화부/남구 |
| | 연수구 | 인천시청자미디어센터 | 시청자미디어재단 | 방송통신위원회/인천시/연수구 |
| | 강화군 | 강화미디어센터 | 작은영화관 사회적협동조합 | 문화부/강화군 |
| 경기 | 부천 | 부천시민미디어센터 | (재)부천문화재단 | 문화부/부천시 |
| | 고양 | 고양영상미디어센터 | (재)고양문화재단 | 문화부/고양시 |
| | 성남 | 성남영상미디어센터 | (재)성남문화재단 | 문화부/경기도/성남시 |
| | 수원 | 수원영상미디어센터 | (재)수원청소년재단 | 문화부/경기도/수원시 |
| 대전광역시 | 대전 | 대전시청자미디어센터 | 시청자미디어재단 | 방송통신위원회/대전시 |
| 충남 | 천안 | 천안영상미디어센터 '비채' | (재)충남문화산업 진흥원 | 문화부/천안시 |
| | 서천 | 서천군미디어문화센터 | (사)관악FM | 문화부/서천군 |
| 충북 | 제천 | 제천영상미디어센터 '봄' | (사)청풍영상위원회 | 문화부/제천시 |
| | 옥천 | 옥천군영상미디어센터 | 옥천군 | 농림부/옥천군 |
| 울산광역시 | 울산 | 울산MBC 시청자미디어센터 | 울산MBC | 방송문화진흥회 |
| | | 울산시청자미디어센터 | 시청자미디어재단 | 방송통신위원회/울산시 |

시청자미디어센터의 운영현황 및 개선과제

| 권역 | 지역 | 명칭 | 운영주체 | 설립주체 |
|-------|-------|---------------------|---------------------|-------------|
| 대구광역시 | 대구 | 대구영상미디어센터 '씨눈' | (재)대구디지털산업진흥원 | 문화부/대구시 |
| | | 대구MBC 시청자미디어센터 | 대구MBC | 방송문화진흥회 |
| 경북 | 안동 | 안동영상미디어센터 | (재)경북문화콘텐츠진흥원 | 문화부/안동시 |
| 부산광역시 | 부산 | 부산시청자미디어센터 | 시청자미디어재단 | 방송통신위원회 |
| 경남 | 김해 | 김해영상미디어센터 | (재)김해문화재단 | 문화부/김해시 |
| | 마산/창원 | 경남MBC 시청자미디어센터 | 경남독립영화협회 | 방송문화진흥회 |
| | 진주 | 진주시민미디어센터 | 진주시민미디어센터 | 진주시민미디어센터 |
| | 양산 | 양산영상미디어센터 | 양산시 | 양산시 |
| 광주광역시 | 광주 | 광주시청자미디어센터 | 시청자미디어재단 | 방송통신위원회 |
| 전남 | 순천 | 순천영상미디어센터 | (사)전남영상위원회 | 문화부/순천시 |
| | 목포 | 목포MBC 시청자미디어센터 | 목포대학교 | 방송문화진흥회 |
| 전북 | 익산 | 익산공공영상미디어센터 '재미' | (사)삼동청소년회 | 문화부/익산시 |
| | 전주 | 전주시민미디어센터 | 퍼블릭액세스실현을 위한 전북네트워크 | 영진위 |
| | 전주 | 전주MBC 시청자미디어센터 | 전북대학교 | 방송문화진흥회 |
| 강원 | 원주 | 원주영상미디어센터 | 원주시민영상네트워크/원주민예총 | 문화부/원주시 |
| | 강릉 | 강릉시영상미디어센터 | 강릉문화재단 | 문화부/강릉시 |
| | 화천 | 화천생태영상센터 | (사)관악FM | 환경부/화천군 |
| | 춘천 | 강원시청자미디어센터 | 시청자미디어재단 | 방송통신위원회/강원도 |
| 제주 | 제주 | 제주영상미디어센터 | (사)제주영상위원회 | 문화부/제주도 |

자료: 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 8월 9일.

- 전국 7곳에 있는 시청자미디어센터와 타 부처 또는 지자체가 운영하는 미디어 관련 센터를 통합하거나 각각 센터별 설립 목적에 맞게 차별화하는 등 미디어교육 제공 서비스의 체계 확립이 요구됨

- 통합 또는 협업에 대한 논의는 미디어교육의 체계 확립 하에 논의 되어야 하는데, 교육부, 문화체육관광부, 방송통신위원회 등 여러 부처와 관련 기관이 협업을 통해 우리나라의 미디어교육과 관련한 거시적인 논의를 해야 함¹⁷⁾
- 시청자미디어센터의 경우 현재는 보유한 방송기자재를 다른 미디어센터에 위탁하거나 지원하는 방식의 단순한 협업에 그치고 있는데, 각 기관 및 센터가 제공하는 유사 서비스를 하나로 통합할 것인지 아니면 각각의 설립 목적에 맞게 좀 더 특화된 서비스를 제공하는 방향으로 나아갈지에 대한 결정이 필요함
- 특히 미디어 센터들 대부분이 대도시에 집중되어 있어 지역 간의 격차가 발생하고 있기 때문에, 지역적 분포를 고르게 함으로써 가능한 한 많은 국민들이 혜택을 받을 수 있도록 체계를 정비해야 함

(2) 미디어교육 관련법 제정

- 시청자미디어센터의 서비스를 포함하여 미디어교육을 보편적 서비스로 확대하기 위해서는 미디어교육 관련법 제정이 필요함
- 제19대 국회에서는 미디어교육의 법적 기반 마련과 관련하여 2건의 법안이 발의되었으나 모두 임기 만료로 폐기됨
 - 2012년 8월 3일 최민희 의원이 대표 발의한 「미디어교육지원법안」은 미디어교육의 활성화, 미디어교육진흥위원회의 설치, 미디어교육사 양성과 관련한 내용을 규정함
 - 2013년 9월 17일 김희정 의원이 대표 발의한 「미디어교육지원법안」은 미디어교육 지원정책의 총괄 및 계획수립, 미디어교육 진흥기관 지정, 미디어교육 활성화 지원, 미디어교육 전문 인력의 양성 등을 제안함

17) 외부 전문가 자문 의견, 2017년 9월 17일.

- 현재 언론 및 방송 관련 학회, 방송현업 협회, 미디어교육 관련 교사 및 시민 단체를 중심으로 ‘디지털 민주주의를 위한 미디어교육지원법 추진위원회’가 구성되어 논의를 하고 있으나 큰 진전은 없는 상황임
- 미디어 교육의 기본은 비판적 사고 능력 함양으로, 최근 가짜뉴스 등 소셜 미디어를 통해 유통되는 다양한 정보에 대한 판단 능력을 기르는 교육이 반드시 포함되어야 함¹⁸⁾
- 비판적 사고 능력은 누군가를 비판하거나 비난하는 것이 아니라, 증거에 기반하여 미디어가 전달하는 내용이 사실인지 아닌지를 판단하는 것임
- 어린이부터 노인까지 다양한 미디어를 통해 전달되는 수많은 정보에 노출되어 살아가는 시대이기 때문에 미디어를 제대로 활용하고 이해하지 못하면 사회에서 낙오될 수 있으며, 이에 미디어교육을 받을 보편적 권리를 법적으로 보장할 필요가 있음
 - ◆ 참고로 한국언론진흥재단은 1993년부터 미디어교육 사업을 수행하고 있는데, 초기에는 신문을 활용한 교육인 NIE(Newspaper In Education)에 집중하였고, 스마트미디어 이용 증가에 따라 가짜뉴스 분별과 같은 뉴스·정보 리터러시 중심의 미디어교육을 강화하고 있음¹⁹⁾
- 법률 제정을 통해 미디어교육의 근거를 마련하고, 체계를 수립하며, 미디어교육의 운영자로서의 시청자미디어센터의 역할을 규정할 필요가 있음
- 미디어교육과 관련이 있는 정부부처만 해도 방송통신위원회, 문화체육관광부, 교육부 등이 있으며, 민간에서도 미디어교육을 실시하고 있음

18) 외부 전문가 자문 의견, 2017년 9월 17일.

19) 한국언론진흥재단 제출자료, 2017년 9월 28일.

- 운영 주체별로 개별적이고 단편적인 사업 위주로 진행되고 있는 현재의 미디어교육은 눈에 띄는 효과를 나타내지 못하고 있기 때문에 미디어교육의 철학을 분명히 하고 체계를 갖출 필요가 있음
- 미디어교육은 기본적인 미디어리터러시를 위한 교육으로 그 체계를 확립하고, 다양한 매체, 콘텐츠, 이용자 등에 따라서 교육 목적, 방향, 방식을 차별화할 수 있음
- 현재 시청자미디어재단은 미디어교육 인프라 구축을 위해 미디어교육 강사 양성, 미디어교육 교재 개발, 방송환경 조사 등을 실시하고 있는데, 시청자미디어센터의 경우 지역민이 가장 쉽게 접근할 수 있는 미디어 교육의 거점으로서 중요한 기반시설이 될 수 있기 때문에 활용가치가 있음
- 그러나 디지털미디어 시대의 디지털리터러시 향상을 위해서는 현재와 같이 올드미디어 방송영상 중심의 체험이나 단순 강좌 제공에 그치는 것이 아니라, 다양한 매체에 대한 이해, 활용을 포함하여 디지털미디어 시대의 시민을 양성하기 위한 목표와 비전을 새롭게 설정할 필요가 있음

나. 시청자참여 프로그램 활성화

- 시청자미디어센터는 시청자제작단을 운영하여 방송프로그램을 제작하고 이를 직접 방송프로그램으로 편성하는데, 「방송법」 제69조제7항에 의하면 한국방송공사는 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램을 편성해야 할 의무가 있음
- 「방송법시행령」 제51조에 의하면, KBS는 텔레비전 방송 채널에서 매월 100분 이상의 프로그램을 시청자가 직접 제작한 참여프로그램으로 편성해야 하며, 이와 관련한 편성기준을 정하여 공표해야 함

「방송법」 제69조(방송프로그램의 편성등)

- ⑦ 한국방송공사는 대통령령이 정하는 바에 의하여 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램을 편성하여야 한다.

「방송법 시행령」 제51조(시청자 참여프로그램)

- ① 법 제69조제7항에 따라 공사는 지상파텔레비전방송사업의 허가를 받아 행하는 텔레비전방송의 채널에서 매월 100분 이상의 텔레비전방송프로그램을 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램으로 편성하여야 한다.
- ② 한국방송공사는 시청자 참여프로그램의 편성기준을 정하고 이를 공표하여야 한다.
- ③ 시청자 참여프로그램의 운영, 제작지원 및 방송권 등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙이 정하는 바에 따른다.

- 「방송법 시행에 관한 방송통신위원회 규칙」 제15조는 시청자 참여프로그램의 운영, 제작지원 및 방송권 등에 관하여 필요한 사항을 규정함

제15조(시청자 참여프로그램)

- ① 법 제69조제7항에 따른 시청자가 직접 제작한 시청자참여프로그램은 다음 각 호의 방송프로그램을 말한다.
 - 1. 시청자가 직접 기획·제작한 방송프로그램
 - 2. 시청자가 직접 기획하고 방송발전기금등의 지원을 받아 제작한 방송프로그램
- ② 영 제51조3항에 따른 시청자참여프로그램의 운영에 관한 사항은 한국방송공사의 시청자위원회에서 담당한다.
- ③ 한국방송공사의 시청자위원회는 필요하다고 인정하는 경우에는 한국방송공사에 시청자참여프로그램의 제작에 소요된 제작비용의 일부에 대한 지원을 요청할 수 있다. 이 경우 한국방송공사는 제작비의 일부를 지원할 수 있다.
- ④ 시청자참여프로그램의 방송을 요청받은 한국방송공사는 무상으로 시청자참여프로그램을 방송한다. 다만, 방송된 시청자참여프로그램의 저작권은 제작자에게 있다.
- ⑤ 방송통신위원회는 시청자참여프로그램의 제작비 지원 등 제작의 활성화를 위한 시책을 수립·시행하여야 한다.

- 시청자 참여프로그램의 의무 편성 대상 방송사업자는 KBS가 유일한데, 시청자제작 프로그램 편성이 시청률이 낮은 시간대에 되어 노출 자체가 낮아 시청자 참여 프로그램의 의의를 살리지 못하고 있음
- KBS외에도 몇몇 지역의 민영방송사는 시청자 참여프로그램을 편성하고는 있지만, 의무편성이 아닌 경우 방송사의 사정에 따라 지속적으로 편성되지 못하는 경우가 많음
- 「방송법」 제86조~제90조의2는 시청자의 권익보호를 규정하고 있는데, 방송사업자로 하여금 자체 방송프로그램 심의, 시청자위원회 구성 및 운영, 시청자평가프로그램 편성 등을 통해 시청자의 의견을 수렴하고 이익을 보호하도록 함
- 시청자가 직접 기획·제작한 방송프로그램의 편성은 시청자의 방송참여 및 권익보호 측면에서 중요하기 때문에 방송사의 시청자제작 프로그램 편성의 취지를 적극적으로 반영해야 함
- 「방송법 시행에 관한 방송통신위원회 규칙」 제15조 제5항에 따르면 방송통신위원회는 시청자참여프로그램의 제작비 지원 등 제작의 활성화를 위한 시책을 수립·시행해야 하는데, 현재는 단순히 시청자미디어재단을 통한 시청자 제작 지원에 그치고 있는 상황임
- 따라서 방송통신위원회는 시청자참여프로그램의 제작 활성화를 위한 구체적인 시책을 마련해야 하고, 의무 편성 사업자인 KBS는 가능한 한 많은 시청자가 시청할 수 있는 시간대에 시청자참여프로그램을 편성해야 하며, 시청자제작프로그램을 편성하는 방송사업자에게는 방송평가 등에 있어 가점을 부여하는 방안을 강구해야 함

2. 제도적 개선과제

가. 사업 운용의 효율성 제고

(1) 예산

- 현재의 예산은 이용자 증가 대비 사업비 증액이 이루어지지 않아 다양한 사업을 수행하기 부족한 상황으로 단계적으로 예산을 확충하는 방안을 모색해야 함
- 각 센터별 연간 사업비 2억 원으로 미디어체험, 상설교육 프로그램, 찾아가는 미디어교실 등 모든 사업을 수행하는데, 현재 이 사업비 규모는 센터별로 제공하는 프로그램 운영과 강사 인건비 충당, 지역 소외계층의 찾아가는 미디어교육을 진행하기 부족한 상황임

[표 11] 2017년 시청자미디어센터 사업비 예산 내역

(단위: 백만 원)

| 사업 항목 | 사업 내용 | 예산 |
|---------------|--|----|
| 상설미디어교육 운영 | 상설 미디어교육 프로그램 운영 | 69 |
| 지역 소외계층 미디어교육 | 장애인 등 소외계층 찾아가는 미디어교육 지원 | 19 |
| 미디어체험 운영 | 상설 미디어 체험 및 센터 미 설립 지역과 도서산간 지역 찾아가는 미디어 체험 운영 | 21 |
| 지역 센터 허브 강화 | 센터 발전협의회 운영, 장비 위탁 사업, 산학 연관 네트워크 구축, 지역 대학 인턴십 운영 등 | 39 |
| 지역 시청자권익증진 | 시청자 참여 프로그램 제작 지원, 시청자 제작단 운영, 지역 마을 미디어교육 | 21 |
| 홍보 | 시청자의 밤 행사, 안내 홍보물 제작비 등 | 31 |

자료: 시청자미디어재단 제출자료(2017년 10월 20일)를 재구성함.

- 2013년 센터 수가 2개 소였을 때는 센터당 사업비가 2.6억 원이었으나, 현재 7개 센터가 운영되면서 센터 당 사업비가 2억 원으로 감소됨
- 미디어체험의 경우 유치원부터 고등학교까지 학교 단체 위주의 신청이 많은 데 체험 예산 부족으로 신청자의 약 53.8%만 체험이 가능한 수준이며(2016년 기준으로 총 신청 건수는 2,981건이며, 승인 건수는 1,603건임), 1일 최대 3회까지 체험 운영이 가능함에도 불구하고 평균 1일 1회의 체험이 진행 중임²⁰⁾
- 상설미디어교육 또한 신청자 대비 승인 비율이 약 72.8% 수준으로(2016년 기준으로 교육 신청자 수는 총 5,530명이고, 승인자 수는 4,025명임), 지역 시청자의 수요를 수용하기 위해서는 예산 확충이 필요한 상황임
- 지역의 수요와 특성에 맞는 지역특화 프로그램의 경우 사업비가 아닌 외부 예산을 활용하여(지역 교육청, 시, 영화제 등) 진행하고 있어 프로그램의 유지 측면에서 안정성이 취약함
- 지자체의 지원을 받는 센터의 경우 지자체의 예산에 따라서 운영비가 삭감되는 상황도 발생할 수 있어 예산 운용의 어려움이 있음
- 센터의 프로그램이라는 것이 결국 예산이 충분히 확보되면 그만큼 다양하고 많은 프로그램을 운영할 수 있고, 또 그만큼 많은 국민이 혜택을 받을 수 있기 때문에, 사업의 효과를 평가하여 단계적으로 예산을 증대할 필요가 있음

(2) 인력

- 업무의 전문성과 효율성을 위해 인력의 규모를 증대하고, 지자체의 공무원 파견제도의 효율성을 제고해야 함

20) 시청자미디어재단 제출자료, 2017년 10월 16일.

- 센터별로 현재 약 10~12명의 직원이 근무 중인데, 상설 미디어교육의 특성상 저녁 및 주말 프로그램이 많고, 찾아가는 미디어 교육의 경우 도서 산간 지역으로 출장을 가는 사례가 많아 현재의 인력 규모는 부족한 상황임
- 특정 센터는 상급 또는 신입 직원이 많고 중간 직급이 부족하여 업무의 효율성을 추구하기가 어려움
- 지자체에서 파견된 공무원은 센터와 지자체 간의 협력을 강화하고 지자체의 매칭 예산 집행에 있어서 장점이 있지만, 대부분 1~2년간 단기적으로 파견되는데다 중간 이상 직급이 많고, 미디어 관련 분야를 처음 접하는 경우가 대다수여서 업무의 전문성 및 효율성을 극대화하지 못할 수 있음
- 디지털시대에 맞는 미디어 교육기관으로 성장하기 위해서는 인력 증원과 탄력적 운용이 필요하고, 21) 지자체에서 파견된 공무원이 실제로 담당하는 업무가 별도로 구분되어 명확하지 않은 한 파견 자체의 필요성에 대하여 재검토하여 센터 업무의 전문성과 효율성을 제고하는 방향으로 운영해야 함

(3) 프로그램

- 여러 가지 다양한 사업과 프로그램이 진행되고 있지만, 이러한 사업이 연속성이 없고 단발성에 그쳐 효과가 떨어지는 측면이 있어 사업의 효율성을 제고해야 함
- 마을미디어사업의 경우 특정 마을에만 계속 지원을 할 수 없고 신규 마을도 선정하여 지원해야 하기 때문에, 결국 장기적으로 지원하지 못해 호지부지되는 등 교육의 효과를 제대로 나타내지 못하고 있음
- 학교미디어 교육의 경우에도 자유학기제를 통해 한 학기 동안 미디어교육을

21) 외부 전문가 자문 의견, 2017년 9월 17일.

받는 것도 중요하지만, 연속성을 가지고 장기적으로 지원하여 실질적으로 학생들의 미디어 능력을 향상시켜야 함

- 가능한 한 많은 사람들이 혜택을 받는 것이 중요한가 아니면 소수라도 지속적이고 심도 있는 교육을 받는 것이 더 나은가의 문제일수도 있지만, 사업의 특성에 따라 장기적인 지원이 필요한 경우는 연속적으로 사업을 수행할 필요가 있음
- 즉 너무 많은 프로그램을 개설하기 보다는 사업의 실질적인 효과를 나타낼 수 있도록 연령별, 미디어 능력별 맞춤형 특화 교육 프로그램이 제공되어야 하며, 특히 디지털미디어 시대에 맞는 방향 설정이 필요함
- 미디어 교육의 정의를 “단순히 시청자 참여프로그램을 만들거나 제작 능력을 함양하는 것이 아니라 미디어에 대해 주체적이고 비판적으로 이해하고 동시에 디지털미디어의 활용능력을 함양하는 것”이라고 할 때,²²⁾ 현재 영상 제작 중심의 시청자미디어센터는 미디어에 대한 비판적 이해와 디지털미디어 능력 함양에 초점을 맞추어야 할 것임

(4) 시설 및 기자재

- 시청자미디어센터가 제공하는 서비스는 기본적으로 시설 및 장비와 같은 물적 인프라가 중요한데, 시설 및 기자재가 지속적으로 보완되지 못하면서 교육에 있어서 문제가 발생하고 있어 확충이 필요함
- 미디어 기자재의 경우 기본적으로 수명이 5년 이내로 길지 않고, 특히 센터의 회원에게 대여하는 기자재는 여러 명의 손을 거치면서 고장이 잦은 문제가 발생하게 됨
- 미디어 제작 관련 소프트웨어 등도 지속적으로 업데이트가 되어야 호환이

22) 외부 전문가 자문 의견, 2017년 9월 17일.

되는데, 시설 및 장비를 관리하고 구입할 수 있는 예산이 부족한 상황임

- 일부 기자재는 관련 업체의 후원이나 기부를 통해 확보되기도 하지만 전반적으로 빠르게 변하는 미디어의 기술 변화를 따라잡지 못하고 있고, 고장 나거나 노후되어 사용하지 못하는 기자재가 방치되어 있는 경우도 있음
- 오래된 센터의 경우 시설 안전에 대한 점검이 필요하고, 기자재는 교체주기를 지금보다 짧게 잡고 이에 대한 예산을 배정해야 함
- 최초로 개관한 부산센터와 광주센터의 경우 건물이 10년을 넘어섰고, 특히 건물 외벽의 경우 태풍으로 인해 피해를 입은 사례가 있기 때문에 시설 안전에 대한 점검과 유지·보수가 필요함
- 컴퓨터, 방송제작용 편집기, 관련 소프트웨어 등의 교체와 함께 VR, 드론과 같은 최신 기기에 대한 수요를 반영하여 보급할 필요가 있음
- 다만 이러한 기자재 교체 및 신규 구입은 센터 이용자의 이용에 대한 수요와 이용률에 대한 통계적 근거를 바탕으로 이루어져야 함
- 모든 센터에 일률적으로 동일한 기자재를 동일한 수량으로 공급하기보다는 각 센터별 특성과 필요에 맞게 공급하여 효율성을 도모해야 함

(5) 평가

- 시청자미디어센터의 사업 목적 및 중장기 계획이 보다 더 명확하고 설득력이 있어야 하며, 동시에 교육 효과에 대한 검증이 필요함
- 시청자의 방송참여와 권익을 증진시키고자 하는 현재의 목적은 현재의 미디어 환경과 맞지 않기 때문에 뉴미디어 활용을 포함하여 디지털미디어 시대에 맞는 구체적이고 명확한 목적이 제시되어야 함
- 디지털미디어 시대에는 전통적인 텔레비전 중심이 아니라, 1인 미디어 등 다

양한 스마트미디어와 소셜미디어를 통한 뉴스·정보 유통이 중요하기 때문에 장기적으로 센터가 추구해야 하는 미디어교육의 방향을 재설정해야 함

- 예를 들어, 광주센터는 교육받은 시니어들을 미디어봉사단으로 구성하여 미디어 활용능력을 사회적으로 환원할 수 있도록 하고 있는데, 이러한 미디어 나눔은 교육의 목표와 효과를 동시에 나타낼 수 있으며, 센터의 사업목적에 제고하는 데에 참고가 될 수 있을 것임
- 대국민 서비스로서의 시청자미디어센터의 목표, 기능과 역할, 미션 등에 대한 중장기적 로드맵이 필요함
 - 현재 미디어체험, 학교미디어교육, 사회미디어교육, 소외계층 지원 등의 사업들이 어떠한 단기적·장기적 효과를 나타내고 있고, 실제로 국민들의 삶에 어떠한 영향을 미쳤는가에 대한 실증적인 평가가 필요함
 - 평가를 바탕으로 시청자미디어센터가 나아갈 방향은 무엇이고, 어떻게 시청자들의 미디어 이해 및 능력을 강화하고 권익을 증진시킬 것인가에 대한 중장기적인 계획을 수립해야 함
 - 이러한 평가와 계획 수립을 위해서는 시청자미디어센터를 관장하는 시청자미디어재단의 정책연구 기능이 필요하며, 실증적인 연구와 실태조사를 통해 방향을 재설정해야 함

나. 시청자 참여확대 및 지역성 구현

(1) 전 국민의 접근성 확보

- 시청자미디어센터가 제공하는 미디어 관련 서비스는 보편적 서비스이자 교육으로 전 국민이 공평하고 평등하게 혜택을 받을 수 있어야 하는데, 현

재는 센터가 전국에 7곳밖에 되지 않아 접근성이 매우 부족함

- 한 센터가 담당해야 하는 지역의 영역이 너무 넓어 센터가 위치한 곳 주변의 지역민들만 혜택을 받을 수밖에 없는 구조로, 모든 국민에게 혜택이 돌아가야 하는 보편적 서비스로서의 역할을 수행하지 못하고 있음²³⁾
 - 제주, 전북, 충북 등에는 센터가 아예 없고, 도서 및 농어촌 등 문화적·지리적으로 소외되어 있는 지역의 주민들은 서비스 접근 자체가 어려움
 - 물론 학교미디어 교육이나 특정 마을을 대상으로 찾아가는 미디어 서비스가 시행되고 있지만, 대부분이 단기적이어서 교육의 효과를 나타내기 어려운 상황임
 - 따라서 장기적으로는 지역별로 균등하게 센터를 설치할 수 있는 계획을 수립하고, 단기적으로는 소규모 분원을 만들어 소외되는 지역이 발생하지 않도록 해야 함
- 시청자미디어센터를 통해 국민으로서 받을 수 있는 교육에 대하여 잘 알 수 있도록 이와 관련한 정보를 충분히 제공하고 홍보할 필요가 있음²⁴⁾
- 시청자미디어센터가 제공하는 다양한 무료 미디어교육 프로그램을 수강한 시청자들은 대부분 이에 만족하고 또다시 수강하거나 여러 가지 방식으로 참여를 하는데, 현재는 시청자미디어센터 자체가 무엇이고 어떠한 기능을 하는지에 대하여 충분히 알려지지 않아 대다수의 국민은 혜택을 받지 못하고 있음

23) 예를 들어 강원센터의 경우 대중교통수단이 원활하지 않은 지역에 위치해 있어 접근성이 매우 부족한 상황임

24) 홍중배·김광옥·유승관, 「시청자미디어센터의 미디어교육 현황 및 향후 운영 방안에 관한 연구: 부산시청자미디어센터를 중심으로」, 『미디어교육연구』, 2010.

- 현재의 인력 및 예산 규모로는 더 많은 시청자들이 센터를 찾아와도 모두에게 서비스를 제공하기 어려운 상태이지만, 아는 사람만 혜택을 받고 모르는 사람들은 아예 모르는 상황이 발생하지 않도록 보편적 공공서비스 제공 방법을 강구해야 함

(2) 지역성 구현

- 시청자미디어센터는 결국 지역과 밀착되고 연계되어 공적서비스를 제공해야 하기 때문에 지역이 요구하고 필요로 하는 미디어교육에 대하여 고민하고 프로그램을 개발함으로써 지역성을 구현해야 함
- 현장 조사 결과 군부대가 많은 강원센터의 경우 군인들을 대상으로 미디어교육을 시행하고, 근로자가 상대적으로 많은 울산센터는 근로자 및 자녀들을 대상으로 하는 맞춤형 미디어교육 프로그램을 제공하고 있었는데, 이와 같은 지역민이 필요로 하는 지역 밀착형 프로그램이 요구됨
- 센터 운영의 측면에서도 지역민을 직원으로 채용하는 제도를 검토하여 지역민이 센터 운영의 주체가 되고, 센터가 건강한 지역 공동체로서의 역할을 수행할 수 있도록 해야 함
- 지역민이 자연스럽게 모이는 공간이자 공동체로서 시청자미디어센터가 자리매김하면서 지역의 공론장으로서의 역할도 수행할 필요가 있음
- 단순히 프로그램 수강의 기능만이 아니라 지역민이 편하게 오고가면서 다양한 의견이 개진되고 의사소통이 이루어지는 공간의 기능을 할 수 있다면, 시청자의 권익증진만이 아니라 지역의 디지털 민주주의의 기초를 다지는 장이 될 것임
- 지역신문이나 지역방송이 지역의 의견을 수렴하여 이를 공론화하고 전달하

는 역할을 한다면, 지역의 미디어센터들은 지역민의 미디어 이해와 능력을 함양시켜 지역민 스스로가 지역 미디어의 주체가 될 수 있도록 도울 수 있을 것임

다. 소외계층 및 취약계층 지원 강화

- 시청자미디어센터가 제공하는 서비스가 대국민 보편적 서비스이기 때문에 미디어격차 해소는 중점 사업 중에 하나가 되어야 하고, 특히 미디어 소외 계층 및 취약계층의 참여를 확대할 수 있는 방안을 강구해야 함
- 어린이, 노인, 장애인, 저소득층과 같은 소외계층은 미디어교육 자체를 우선 순위에 두지 못하기 때문에 교육의 기회가 적고, 이에 따라 미디어 이용·이해·능력에 있어서 격차가 발생하게 됨
- 현재 우리의 삶은 각종 미디어 기기를 잘 이용하지 못하면 상대적으로 생활의 편리함이 감소되는 상황이고, 또 미디어가 제공하는 메시지를 제대로 이해하지 못하여 가짜뉴스와 같은 부정적인 영향 하에 고스란히 놓이게 됨
- 따라서 소외계층 및 취약계층일수록 더욱 미디어 이해와 능력을 향상시키기 위한 교육을 받아야 하고, 또 이러한 창의적인 표현 활동 등을 통해 공동체의 일원으로서 소속감을 높이고 삶의 질도 향상시킬 수 있음
- 미디어 소외계층 및 취약계층을 위한 프로그램을 확대하고, 이들의 수요에 맞는 사업을 발굴하여 지속적으로 보살피는 미디어 서비스 수행 방안을 모색해야 함
- 소외계층 및 취약계층의 미디어 격차는 단순히 접근성을 의미하는 격차뿐만 아니라 활용의 격차로 이어지고 있기 때문에,²⁵⁾ 이러한 격차를 해소하는 지원방안이 필요함

- 미디어 격차는 미디어 기기 사용 기회 여부인 ‘기회격차’, 미디어 기기 소유 여부인 ‘소유격차’뿐만 아니라 미디어 기기를 얼마나 잘 활용할 수 있는가에 대한 ‘활용격차’ 및 심리적으로 기기를 얼마나 잘 받아들이고 있는가에 대한 ‘심리적 격차’까지 범위가 확대되고 있음
- 시청자미디어센터가 제공하는 프로그램 중 방송기기 및 편집실 대여, 방송제작 기회 및 활용 교육, 심리적 접근성 강화 등이 미디어 격차를 해소할 수 있는 방안이 될 수 있음
- 소외계층 및 취약계층 대상의 미디어교육은 정책적으로 더욱 강화되어야 할 것이고, 관련 프로그램 개발과 지원이 요구됨

25) 김미경, 「융합 미디어 시대 시청자미디어센터의 기능과 역할에 대한 연구: MBC 시청자 미디어센터의 운영 평가를 중심으로」, 『미디어와 공연예술 연구』, 2015.

VI. 결론

- 시청자의 방송참여를 제도적으로 보장하는 시청자미디어센터가 제 역할을 하기 위해서는 다음과 같은 법·제도적 개선이 요구됨
- 법적으로는 미디어교육 관련 법률 제정과 시청자 참여 방송프로그램 편성 활성화 시책이 필요함
 - 미디어 교육을 전담할 부처 및 기관, 지원 내용, 전문 인력, 재정 등을 포함하는 미디어교육 관련 법률 제정 논의가 필요하고, 시청자미디어센터를 비롯한 지역의 미디어센터의 역할 등 추진주체를 명확히 해야 함
 - 방송통신위원회는 시청자권익보호의 하나로 시청자참여프로그램 제작 활성화를 위한 구체적인 시책을 수립하여야 하고, 의무편성 사업자인 KBS는 시청자 참여 프로그램을 많은 시청자들이 시청할 수 있는 시간대로 편성할 필요가 있음
- 제도적으로는 센터 운영의 효율성을 확보하도록 지원이 필요하고, 모든 국민에게 공평한 기회가 제공되도록 센터를 확대할 필요가 있음
 - 예산 및 인력을 확보하여 시청자에 대한 미디어교육 제공과 방송참여의 기회를 전 국민이 평등하게 누릴 수 있도록 센터를 확충할 필요가 있음
 - 지역을 기반으로 공공 미디어 영역을 대표하는 역할을 수행함으로써 지역성 구현에 기여할 수 있는 방안을 모색해야 함
- 융합미디어 시대에 미디어를 통한 정보 공유와 소통을 위해서는 특정 계층이 아니라 전 국민이 보편적으로 교육을 받을 수 있도록 권리를 보장해야 하기 때문에 미디어교육을 추진해 나갈 필요가 있음²⁶⁾

26) 김경희, 「민주사회와 정보복지 구현을 위한 미디어 교육」, 디지털민주주의를 위한

- 미디어교육은 국민들의 미디어 능력을 향상시키고 미디어 격차를 해소하는데 중요한 역할을 하는데, 이러한 미디어 교육을 누구는 받고 누구는 받지 못하는 상황이 발생해서는 안 될 것임
- 시민단체나 MBC와 같은 방송사들이 운영하는 지역미디어센터는 예산, 장비, 인력 측면에서 구조적 안정성을 확보하지 못하고 있어 양질의 지속가능한 서비스 제공이 어려운 문제가 있음²⁷⁾
- 따라서 보편적 서비스의 차원에서 미디어교육이 제공되어야 할 것이며, 이를 위해서는 정부부처 및 다양한 미디어센터의 향후 통합 또는 기능 분할 등을 포함한 논의가 요구됨
- 어떤 뉴스가 진짜이고 어떤 뉴스가 가짜인지 분별하기 어려운 이 시대에 미디어를 제대로 분별하고 또 미디어 이용자로서 적극적으로 참여하기 위해서는 우리 주변에 쉽게 찾아갈 수 있는 미디어센터가 필요함
- 21세기 공공 미디어 도서관을 지향하는 시청자미디어센터는 국민 누구나 거리낌 없이 찾아와서 쉬고, 놀고, 배우고, 소통하는 물리적·심리적 공간으로서의 기능을 해야 함
- 이를 위해서는 법제도적 개선을 통해 미디어교육의 체계를 확립해야 하고, 시청자미디어센터는 디지털미디어 시대의 미디어교육의 운영 주체로서의 목표와 방향을 재설정할 필요가 있음

미디어교육지원법 추진위원회 세미나, 2017년 2월 13일.

27) 정인숙, 앞의 글, 2014.

참고문헌

- 국정기획자문위원회, 『문재인 정부 국정운영 5개년 계획』, 2017.
- 김경희, 『민주사회와 정보복지 구현을 위한 미디어 교육』, 디지털민주주의를 위한 미디어교육지원법 추진위원회 세미나, 2017년 2월 13일.
- 김미경, 『융합 미디어 시대 시청자미디어센터의 기능과 역할에 대한 연구: MBC 시청자 미디어센터의 운영 평가를 중심으로』, 『미디어와 공연예술 연구』, 제10권 1호, 2015.
- 김양은, 『미디어 교육의 필요성 및 현황』, 디지털민주주의를 위한 미디어교육지원법 추진위원회 세미나, 2017년 2월 13일.
- 미디어미래연구소, 『미디어리터러시 교육 효과성 연구』, 방송통신위원회, 2016.
- 방송통신위원회 · 시청자미디어재단, 『2015 시청자미디어재단 백서』, 2016.
- 정인숙, 『지역시청자미디어센터의 위상 변화에 대한 평가와 정책 제언: <MBC시청자미디어센터>의 사례를 중심으로』, 『커뮤니케이션학 연구』, 제22-3호, 2014.
- 홍종배 · 김광옥 · 유승관, 『시청자미디어센터의 미디어교육 현황 및 향후 운영 방안에 관한 연구: 부산시청자미디어센터를 중심으로』, 『미디어교육연구』, 통권 제3호, 2010.

현장조사보고서 발간 일람

| 호 수 | 제 목 | 발간일 | 집필진 |
|------|---|--------------|-------------------|
| 제53호 | 한국도박문제관리센터의 현황과 과제 | 2017.9.26 | 임주현 |
| 제52호 | 행정착오 및 처리지연 민원보상제도 운영 실태 및 개선방안 | 2017.9.15 | 하혜영 |
| 제51호 | 기초자치단체 지역내총생산(GRDP) 통계작성의 문제점과 개선방안 | 2017.6.30. | 김민창 정도영 김재환 |
| 제50호 | 여성친화도시의 운영실태와 개선과제 | 2017.1.9. | 조주은 김예성 |
| 제49호 | 안전체험교육시설 건립과 운영을 위한 과제-119 소방안전체험관의 시사점을 중심으로 | 2016.12.30. | 조인식 |
| 제48호 | 인터넷 불법·유해정보 신고 서비스 실태 및 개선방안 | 2016.12.30. | 김유향 |
| 제47호 | 임금체불 피해 근로자를 위한 무료법률구조 사업의 현황과 과제 | 2016.12.28. | 유재원 |
| 제46호 | 이주민·북한이탈주민 건강정보 문해력 관련 행정서비스 실태 및 개선방안 | 2016.12.27. | 김주경 이승현 |
| 제45호 | 녹색환경지원센터의 현황과 과제 | 2016.12.26. | 김경민 |
| 제44호 | 공중케이블 정비사업의 현황과 과제 | 2016.12.23. | 장은덕 |
| 제43호 | 공공기관 자체조달시스템 운영 현황 및 조달시스템 통합방안 | 2016. 6. 27. | 정도영 김민창 권순조 |
| 제42호 | 통관 제도 및 행정의 현황과 개선과제 | 2015.12.31. | 이수진 |
| 제41호 | 창조경제혁신센터의 현황과 과제 | 2015.12.31. | 정준화 |
| 제40호 | 여성장애인어울림센터의 운영실태와 개선과제 | 2015.12.28. | 조주은 |

| 호 수 | 제 목 | 발간일 | 집필진 |
|------|---|-------------|-------------------|
| 제39호 | 미국 학교안전교육의 특징과 시사점 - 버지니아주(州)를 중심으로 - | 2015.12.22. | 조인식 |
| 제38호 | 화학재난합동방재센터의 운영실태와 개선과제 | 2015.12.21. | 이혜경 |
| 제37호 | 노인복지관의 운영실태와 개선과제 | 2015.12.16. | 원시연 |
| 제36호 | 주한미군 공여구역 주변지역 등에 대한 정부지원 현황과 향후 과제 | 2015.10.7. | 하혜영 권용훈 |
| 제35호 | 공공데이터 개방 및 빅데이터 활용 지원 서비스 현황과 과제 | 2014.12.31. | 정준화 |
| 제34호 | 청소년쉼터의 운영실태와 개선과제 | 2014.12.31. | 조주은 |
| 제33호 | 유럽의회조사처(EPRS)의 설립과 영향평가제도 | 2014.9.19. | 이현출 조규범 |
| 제32호 | 납세자 권익보호 제도 현황과 개선과제 | 2014.6.24. | 이수진 김보례 |
| 제31호 | 노인돌봄서비스사업의 실태와 개선과제 | 2014.5.19. | 원시연 |
| 제30호 | 협동조합 운영 현황과 개선방안 | 2014.5.2. | 정도영 조주현 서경택 |
| 제29호 | 사회적기업 지원제도의 문제점과 개선방안 | 2014.2.28. | 손을춘 |
| 제28호 | 성폭력피해자 보호 및 지원정책 실태와 개선과제 -친족 성폭력을 중심으로- | 2013.12.31. | 조주은 |
| 제27호 | 학교안전 강화를 위한 과제 -출입관리·시설관리·위해환경관리를 중심으로- | 2013.12.27. | 조인식 |
| 제26호 | 로컬푸드 직매장 전개 현황과 활성화 전략 | 2013.12.13. | 배민식 |
| 제25호 | 과학관 운영실태와 개선방향 | 2013.12.2. | 권성훈 |
| 제24호 | 노인장기요양기관의 급식현황과 질 제고방안 | 2013.3.28. | 장영주 |

현장조사보고서 제54호

발 간 일 2017년 11월 7일
발 행 이 내 영
편 집 사회문화조사실 과학방송통신팀
발 행 처 **국회입법조사처**
서울특별시 영등포구 의사당대로 1
TEL 02·788·4710
인 쇄 경성문화사 (TEL 02·786·2999)

1. 이 책자를 허가 받지 않고 복제하거나 전재해서는 안 됩니다.
 2. 내용에 관한 자세한 사항은 집필자에게 문의하여 주시기 바랍니다.
 3. 전문(全文)은 국회입법조사처 홈페이지(<http://www.nars.go.kr>) 'NARS 발간물'에 게시되어 있습니다.
-

ISSN 2005-9558
발간등록번호 31-9735044-001358-14

© 국회입법조사처, 2017

현장조사보고서 제54호

시청자미디어센터의 운영현황 및 개선과제

