

온라인 공동체 미디어(Community Media) 실천연구: 대덕밸리라디오를 중심으로

Study on Online Community Media Practice: Focus On Daedeok-valley Radio

최순희

배재대학교 교양교육부

Soonhee Choi(shchoi@pcu.ac.kr)

요약

본 연구는 그동안의 공동체 미디어 실천연구들이 전통적 방식의 지상파(전파) 방송에 국한되어 온 것에 대한 문제의식에서 출발하였다. 기존연구들에서 소홀하게 다루어진 온라인 기반 위에서 실천되고 있는 지역 공동체 미디어의 특성과 콘텐츠 제작 및 유통의 특성을 규명하고자 대덕밸리라디오의 사례를 분석하여 다음과 같은 연구결과와 시사점을 얻을 수 있었다. 첫째, 온라인 공동체 미디어 활동은 지역 공동체의 가치를 담아내는 시민미디어(civic/citizen media) 활동이다. 둘째, 미디어 콘텐츠 제작과 유통전략에 따라 퍼블릭 액세스(Public Access)를 통하지 않고도 공동체의 지역성을 실현하는 효과적인 매체 활용을 할 수 있다. 셋째, 온라인 미디어의 콘텐츠는 공동체를 연결하며 개인이 연결점(node)이 되어 온라인과 오프라인에서 상호작용한다. 따라서 본 연구를 통해 온라인 기반 공동체 미디어 실천은 시민들의 미디어 활동의 지속 가능성을 높일 수 있는 틈새(니치) 미디어로서 기능할 수 있다는 것을 밝힐 수 있었다.

■ 중심어 : | 온라인 공동체라디오 | 시민미디어 | 페이스북라이브방송 | 퍼블릭액세스 |

Abstract

This study started from the consciousness that the community media practice studies have been confined to the traditional terrestrial broadcasting. The following research results and implications were obtained by analyzing Daedeok-valley Radio's case to elucidate characteristics of online-based community media and content production and distribution characteristics neglected in previous researches. First, online community media activities are civic/citizen media activities that capture the value of local communities, and this locality is realized through media content production and its online distribution. Second, contents of online community media link members of the community, and individuals become nodes, interacting both online and offline. Therefore, online-based citizen media activities can be utilized effectively as a means to enhance civic participation and to achieve the locality of community in online and offline spaces depending on strategies for online contents production and distribution. Utilizing online infrastructures for media content creation and distribution in Korea demonstrates potential opportunities of local online media to be considered as niche media that can increase its own sustainability.

■ keyword : | Online Community Media | Civic Media | Facebooklive | Public Access |

* 이 논문은 2017학년도 배재대학교 교내 학술연구비 지원에 의하여 수행된 것임

접수일자 : 2017년 04월 21일

심사완료일 : 2017년 06월 08일

수정일자 : 2017년 06월 01일

교신저자 : 최순희, e-mail : shchoi@pcu.ac.kr

I. 서론

지상파와 케이블 방송의 경우 권역을 중심으로 편제되어 지역민의 실질적인 일상과 필요한 정보를 담지 못하고 있다. 지상파 방송은 경영적 필요에 의해 광역화를 지향하면서 ‘지역방송’은 있으나 ‘지역민’이 보이지 않는 구조가 심화되고 있는 추세이다. 국가와 시장 영역이 주도하는 주류 언론이 미디어 수용 변화에 효과적으로 대처하지 못하고 있는 것과는 달리 지역주민들의 참여를 일으키면서 삶의 기반에 밀착하는 공동체 미디어 실천 영역은 보다 활발해지고 있다. 온라인 제작 미디어 콘텐츠는 인터넷 망을 최초 유통경로로 사용하지만 지역 케이블을 통해 재 유통되는 사례까지 나타난다. 디지털 온라인 미디어로 최초 공개된 미디어 콘텐츠가 퍼블릭 액세스(Public Access) 프로그램으로 역유통이 이루어지다가 하면, 유튜브와 페이스북에서 보이는 라디오로 방송하는 등 공동체 미디어의 콘텐츠들이 온라인과 오프라인에서 공진이 활발하게 일어나고 있다.

우리나라는 2005년 1KW의 공동체 라디오가 첫 전파를 쏘아 올리면서 비로소 공동체에 밀착한 지역 방송인 공동체 라디오에 조명이 이루어지기 시작했다. 공동체 라디오가 ‘대안 미디어’로서 다양한 가능성을 지니고 있다는 주된 시각에 의해 지역미디어, 이주민 미디어, 다중의 실천 등에 초점을 둔 학술 연구들이 이어졌다.

대안적 미디어 활동이라는 측면에서는 공동체 라디오의 다중참여[1], 공동체 라디오와 지역 공동체 구성원의 상호작용[2], 항쟁의 에토스로서 공동체[3], 중국동포 커뮤니티 형성과 에스닉미디어의 역할[4] 등 공동체와 지역 주민, 혹은 실천적 의미의 장으로서 공동체 미디어를 연구 대상으로 하고 있다. 그럼에도 불구하고 전통적인 FM방송이 아닌 온라인을 기반으로 하는 지역 공동체 미디어 실천에 관한 현장연구를 찾아 보기 어렵다. 미디어 환경이 극적으로 변화하고 상호작용적인 온라인 기술기반 위에 있음에도 불구하고 그동안 지역 공동체 미디어 실천연구들은 지상파(전파) 방송에 국한되어 논의 자체가 소출력 공동체 미디어와 미디어 실천 연구에 집중되어 있다.

온라인 역시 인터넷 개인방송 공동체에 대한 탐색적 연구[5], 혹은 SNS상에서 이루어지는 ‘독서 커뮤니티’의 실천 연구[6], 온라인 공간의 정치적 소통[7] 등 일명 ‘사이버’ ‘커뮤니티 공동체’와 같은 미디어 이용의 특성이 온라인 ‘시청 공동체’에 대한 탐색적 연구가 진행되었을 뿐이다. 인터넷이 단지 재미와 유희의 공간 혹은 정치 참여 활동의 장이라는 인식의 편향은 스마트 환경에서 실천되고 있는 공동체 미디어는 물론 온라인 지역 미디어에 대한 연구의 소외로 이어지고 있다.

본 연구에서는 ‘온라인 기반’의 매체이면서 ‘지역 공동체’ 미디어인 대덕밸리라디오의 사례를 연구하고자 한다. 온라인에서 미디어 콘텐츠를 생산하는 시민들은 어떠한 공동체적 성격을 가지는가, 그리고 지역 미디어 콘텐츠를 지속적으로 생산하기 위해서 어떠한 콘텐츠 생산 및 유통 전략을 채택하는가를 살피고자 한다. 시민들에 의해 생산·소비되는 지역 공동체 미디어에 대한 부족한 연구 영역을 넓히고 스마트 환경에서 공동체 미디어가 지역 미디어로서 생존하는 양상을 밝히는데 연구의 의미를 찾고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 공동체 미디어와 미디어 실천

각 나라에서 공동체 라디오가 주류 미디어와 함께 병행하도록 법적 장치 두는 이유는 무엇보다 공동체 라디오가 지역 주민에게 봉사하는 정보매체로서 공공성을 꼽는다. 공동체 구성원들에게 필요한 정보를 제공하고, 공동체 구성원들이 참여할 수 있는 소통의 장을 열어주는 역할을 하며, 소외당한 주변부 집단이나 공동체의 발언권과 ‘권한’을 높이는 목적이 주된 이유이다 [8][9]. 전통적 의미의 ‘공동체라디오’는 지상파 소출력(low-power)으로 지역주민에 의해 만들어지는 방송콘텐츠가 중심이 되어 지역성 구현과 주민 참여를 돕는다. 적은 재원으로 운영하는 공동체 라디오는 시민의 재능과 의향에 힘입어 공동체 내 소통과 참여를 일으킨다[9][10]. 즉 지역 사회 안에서 공동체 저널리즘의 실천의 장으로서 의미를 가진다는 것이다.¹⁾ 주류 언론에

의해 야기된 무관심, 투표 포기, 탈정치화에 대응하는 대안적 미디어(alternative media)로서 공론장을 형성하고 민주주의 체제 안에서 미디어 다원주의와 다양성(media pluralism and diversity)을 높일 수 있는 대안 미디어로 모색된다. 따라서 공동체 미디어는 '지역 공동체'가 전제된다. 공동체의 정체성과 당면한 지역 상황에 대한 문제의식을 공유하는 것이다[9]. 공동체 라디오가 지역 공동체 미디어로 중요한 지점은 단지 콘텐츠를 생산하는 것을 넘어서 공동체 구성원들의 삶을 나누는 의미의 방송제작 참여, 사회 문화적 실천으로써 상호작용 과정에 있다. 공동체 라디오를 한다는 것은 중앙집권적 혹은 지나치게 상업적인 주류 미디어 전문가들에 의해 실현되지 않는 방식을 실천한다는 것이기도 하다. 공동체 라디오 고유의 운영, 즉 제작시스템과 유통을 통해서 지역 공동체 안에 공적가치가 살아나도록 미디어 차원에서 고민하는 실천행위가 된다. 공동체 미디어로서 지역에 거주하는 지역민을 포함하여 미디어 소외층에게 정보제공과 소통이 이루어지도록 하여[2][5] 공론장으로서 기능하고 상대적으로 작은 미디어로 생존해야 하는 과제를 안고 있다. 공동체 라디오의 실천적 행위를 중심으로 특성을 살펴보면, 첫째, 제작과정은 구체적인 정보에 대한 접근이 쉽다. 둘째, 유통과정에서 혁신적인 참여를 일으키고 공유하면서 작은 미디어의 강점을 가진다[12]. 셋째, 제작에 참여하는 콘텐츠 생산자는 스스로를 인식하는 정체성으로 공동체를 정의하고 범주화 한다. 넷째, 제작과정에 참여하는 사람들이 전문가가 아니라 이슈와 관련된 방송의 주체들이 직접 만든다는 점에서 제작 주체의 다원화로 나타난다[13].

로드리게스[14]는 다양한 주체들이 주도하고 있는 미디어의 다양성을 담아내기 위해 '대안 미디어'라는 개념 대신 '시민 미디어(citizens' media)'라는 개념을 제안한다. 공동체 라디오의 실천맥락에서 지역 미디어 참여자들의 정체성은 중요한 자원이다[3]. 예를 들어 새로운

주책 단지나 오래된 마을에 공동체 의식을 개발하거나 재구축하기 위해 새로운 미디어를 활용하고자 하는 미디어 활동을 단순한 개인들의 미디어 활동으로만 보지 않고 삶을 조직하는 시스템으로 보는 것과 같다. 다양한 정체성을 가지고 있는 시민들이 다양한 차원에서 실천하는 '살아 있는 경험'(lived experience)을 보다 풍부하게 담아낼 수 있다는 점에 참여 미디어로서 의미가 살아난다. 공동체의 다양한 자원인 참여자들은 그들이 인식한 공동체의 정체성을 유지 발전하고자 하는 미디어 행위(참여)로써 혁신적인 참여방법을 찾고 공유한다.

시민미디어(citizens' media)로서의 성격은 시민에 의해 제작된 콘텐츠가 기존 미디어에 대해 접근권을 가질 수 있도록 하는 퍼블릭 액세스(Public Access)에도 적극적인 태도를 가진다. 공동체 라디오 활동에서 미디어 액세스권(Access Rights)이라는 개념은 중요한 역할을 한다. 기존 매체와의 협력을 통해 공동체 미디어의 가치를 유지할 것으로 기대하기 때문이다. 액세스권(Access Rights)을 매스 미디어와 관련하여 보다 적극적으로 정의하자면 매스 미디어로 부터 소외된 공중이 자기의 의견을 표명하기 위해 필요한 지면이나 시간을 매스 미디어(Mass Media)에 요구하여 그것을 이용할 수 있게 하는 권리라고 볼 수 있다. 요컨대 수용자가 미디어 측의 부담으로 신문의 지면이나 방송의 시간을 요구하여 자유로이 의견이나 작품, 자신 등을 나타낼 수 있는 권리를 의미한다. 거대 자본의 미디어에게 약간의 지면이나 시간을 할애하도록 요구하고 보장받는 데 그치는 것이 아니라, 시민들이 직접 매체를 소유함으로써 언론의 자유를 보다 풍부하게 누릴 수 있도록 제안되는 이유가 여기에 있다[15]. 공동체 미디어와 관련하여 시민의 참여(participation)와 액세스(access)가 강조되는 이유는 비전문가인 일반 시민들의 미디어 제작을 독려한다는 의미에서 참여이며, 미디어 플랫폼을 개인과 공동체의 관점을 표현하는데 제공한다는 점에서 액세스이다[16][17].

공동체 구성원의 참여 미디어로서 공동체 미디어를 바라보는 것은 미디어를 만드는 주체들이 전유하는 공간인 공동체의 성격을 가늠하게 한다. 공동체 미디어의 참여주체에 대한 접근은 온라인 커뮤니티의 이용자 참

1) 필리핀의 공동체 라디오 활동가인 Louie Tabing(2002)[11]은 공동체 내에서(in the community), 공동체를 위해(for the community), 공동체에 대해(about the community), 공동체에 의해(by the community) 만들어지는 방송을 공동체미디어로서 공동체라디오를 정의한 바 있다. 공급자와 수용자가 일정 지역 내에 거주하며 지상파에 의해 송출되는 특성이 있어 소출력으로 가능하고 소자본에 의한 소규모의 지역 커뮤니티 방송이 주류를 이룬다.

여를 비롯하여 소수자와 다중의 참여 등 다양한 관점이 필요해졌다. 현재 우리가 살아가는 인터넷의 시대에는 레인폴드[18]의 ‘가상 공동체(virtual community)’나 일반적인 의미에서 표현의 자유와 참여적 민주주의에 헌신하고자 공동체의 관계를 강화하고 공동체의 연대를 진작시키는 미디어[19]로서 ‘공론의 장’은 모두 다양한 미디어 실천 공간의 한 형태로 이해할 수 있다. 따라서 현재 공동체 미디어 차원에서 참여자의 공동체적 특성은 다음과 같이 범위와 유형을 나누어 볼 수 있다. 첫째, 온라인을 기반으로 하는가? 오프라인을 기반으로 하는가? 미디어 활동 측면에서 온라인 공동체는 인터넷, SNS, 스마트폰 등을 통해 연결된 사이버 공동체인가? 혹은 포괄적인 의미로 다양한 지역 공동체나 소수자 집단으로서의 공동체 미디어 활동인가를 구분한다. 둘째, 오프라인인 경우 행정단위나 지역적인 경계 안에 있는가? 그렇지 않은가?(매일의 일상을 나눌 수 있는 마을이나 구 단위 등으로 묶이는 소규모 지역주민들로 이루어졌는가, 그 보다는 큰 지역적 경계 혹은 물리적인 공간을 특정하지 않는가,이다.) 셋째, 온 오프를 모두 포괄하는 정체성을 가지는가이다. 즉 일상의 생활이나 재미 공동체인가? 그렇지 않은가?(방송을 통해 이익을 내진 않지만, 지역 상권을 활성화하기 위한다든지 어떤 특정한 직업적인 배경을 가지고 있는 미디어 공동체도 존재한다.)이다. 미디어 공동체를 이와 같이 유형화 하는 이유는 각 공동체의 주체가 공동의 주제와 목적을 가지고 상호관계하고 의견을 교류하는 공간[24][25]이기 때문이다. 성미산 마을의 주민이 만드는 미디어와 이주민 다문화 여성이 참여하는 미디어는 공동체 미디어를 하는 주된 목적과 가치 지향을 다르게 한다. 공동체 미디어 활동에 참여자의 구체적인 목적과 지향에 따라 수용자를 향한 공동체 미디어 콘텐츠의 생산양식과 운영이 달라질 수 있기 때문이다. 공동체의 성격에 따라 공동체 라디오에 담기는 내용과 형식(콘텐츠의 제작과 유통), 소통하는 대상(수용자)의 성격도 다르게 나타난다. 공동체 미디어 실천행위는 지역과 그들이 향유하는 공동체 라디오에 대한 정의와 공동체적 삶(communal life)과 밀접한 연관이 되기 때문이다.

공동체 미디어로서 공동체 라디오 방송은 다양한 특

성을 가지고 있지만 일반적으로 세 가지로 요약할 수 있다[20]. 첫째, 비영리성(non-profit)이다. 공동체방송은 이윤 추구를 목적으로 운영되는 방송이 아니다. 비영리적 특성은 비영리적 커뮤니케이션 활동과 비영리적 조직에 의한 운영 등 두 가지 의미를 내포한다[21]. 둘째, 참여적이다. 공동체방송의 참여적 특성은 방송에 대한 소유(ownership)와 통제(control)에서 투영된다[22]. 즉 단순한 프로그램 참여를 의미하는 것이 아니라 공동체방송의 소유와 운영, 행정, 편성, 재정 등에 있어서 지역 공동체의 참여가 보장되는 것을 말한다[23]. 셋째, 사회적 서비스 제공이다. 이는 공동체방송이 공동체의 요구와 이익을 반영하고, 그들에게 사회적 발언의 기회를 제공하는 공론장의 역할을 함으로써 공동체의 변화를 추구한다는 것이다. 이처럼 공동체방송은 권력 지향적인 공영방송이나 이윤 추구적인 상업방송과 구별되는 사회적 목적을 제공하는 독립적이고 비영리적 방송이다. 공동체 라디오는 ‘공동체 미디어(community media)’의 한 유형에 해당한다.

2. 연결하는 개인과 공동체 미디어

네트워크 안에서 상호작용하고 소통하는 공동체 라디오의 온라인 제작과 유통은 어떠한 의미를 가지는가는 커뮤니케이션 영역에서 중요한 질문이라고 할 수 있다. 웹으로 표현되는 온라인의 특성은 네트워크를 통한 공동체의 소통방식을 변화시킨다. 양방향의 소통이 이루어지므로 이용자와의 직접적인 상호작용을 하게 되어 그동안 무시되었던 다양한 소수 의견이 표출되고 소수 엘리트 미디어의 의제설정 역할이 약화되며 콘텐츠의 힘은 부각된다. 인터넷 공간에서 이루어지는 이러한 소통의 특성을 혹자는 이를 시민저널리즘의 완결이라고 하는가 하면, 혹자는 소수자의 혐오의 공간으로 규정한다. 어떤 경우이든 정보의 중요도에 대한 판단이 매체(미디어 회사)가 보유하는 전통 미디어의 운영방식(기고-편집-게재, 혹은 기획-제작-편성)에서 더 나아가 정보 및 콘텐츠의 내용 뿐 아니라 콘텐츠의 중요도에 대한 판단까지 개인들의 판단을 따르는 구조가 작동한다. 공동체 미디어 실천행위로서 온라인 미디어 활동은 완전한 시민 저널리즘의 지향, 소수자의 혐오현상은

표출 등 극단적인 구분 보다는 사회적 문제의 장으로 바라보아야 한다. 어떤 경우이든 이러한 미디어 활동이 소통하는 장으로서 미디어 영역을 더욱 확대하고 있다는 것만큼은 분명하기 때문이다. 참여주체들이 보여주는 아마추어리즘적인 미디어 활동을 진작시켜 기존의 미디어 생산 조직과 역할이 재구성되고 기존의 매체 간 경계가 무너지면서 상호 미디어 영역을 오고 가는 일이 빈번하여 내용이 다양하게 전개된다는 것을 의미한다.

실제로 Web2.0의 환경에서는 기존 미디어의 생존방식과는 다른 측면에서 개인들은 소셜미디어를 활용하면서 지역 미디어의 제작과 유통과정에도 많은 변화를 가져 온다. 스마트폰을 일상적으로 사용하게 된 개인들이 Web의 개방성을 적극적으로 활용하기 때문이다. 참여의 능동성은 프로그램의 포맷과 내용에 다양한 방식이 적용될 수 있다. 이용자들은 기술과 사회의 상호적인 결합으로 만들어지는 새로운 가치창조의 구조를 이용한다[24]. 따라서 Web2.0 시스템으로 잘 설계된 미디어 콘텐츠는 기존에 존재하던 경계를 해체시키고 참여하는 개인들에 의해 다양성이 높아짐으로써 참여의 재미, ‘연결된’사람’들에 대한 관심을 가지게 되어 공동체성을 복원하는 등 긍정적인 영향을 기대하게 한다. 현대에 들어서면서 인터넷 미디어와 비즈니스 세계에서 차용되었던 네트워크의 개념이 확장되고 자연스럽게 생활공간으로 이동하게 된 배경에는 인터넷 미디어의 역할이 크다.

디지털 정보화를 이끄는 인터넷 미디어는 왜 네트워크라는 구조와 긴밀하게 호응하는가? 이는 웹의 진화에서에서 그 연원을 찾을 수 있다. 의식하든 의식하지 못하든 모든 디지털 기술과 정보는 전체 사회를 연결하는 노드/접점(node)에 의해 구조화 한다. 디지털 미디어를 장착한 개인(접점으로서의 node)이 사회를 구성하게 된 디지털 커뮤니케이션 사회에서는 행위자를 연결하는 관계로 부상하기 때문이다. 여기서 행위자는 노드(node)라고도 하며 구체적으로는 사람이며, 대상 혹은 사건, 조직, 시스템이다. 관계란 상호작용을 말한다. 즉 미디어의 시작과 끝에 위치하는 건 사람이며 동시에 사람은 또 다른 연결점(node)이 된다[25].

카스텔 역시 네트워크를 “상호 연관된 결절(node)의

집합”으로 정의한다[26]. 그에 따르면, 네트워크는 네트워크 내에서 커뮤니케이션을 할 수 있는 한, 말하자면 동일한 커뮤니케이션 코드(예를 들어 가치나 수행목표)를 공유하는 한, 새로운 결절을 통합해 무한히 뻗어나갈 수 있는 개방구조이다. 네트워크에 근거한 사회구조는 사회구조의 균형을 위협하지 않고도 손쉽게 혁신을 피할 수 있는 고도로 역동적이고 개방적인 체계이다. 네트워크는 혁신·지구화·분권화된 집중에 근거한 자본주의 경제에서 적절한 도구이자 네트워크 형태는 권력 관계를 역동적으로 다시 조직하는 원천이기도 하다 [27]. 카스텔은 네트워크 사회의 문화에 대해 독특한 가설을 제시하는데, 그는 “네트워크 사회의 문화는 다른 사람에게 베풀고 다른 사람에게 받으면서 획득하는 시너지와 네트워킹의 힘에 대한 공통적인 믿음을 근거로 발전된 세계의 모든 문화 사이의 커뮤니케이션 프로토퀴의 문화”라고 개념화 한다[27]. 전통적인 공동체는 내부의 동질성이 강하기 때문에 새로운 미디어가 등장하면 공동체 바깥의 경계들을 해체시켜 버리지만 네트워크 사회는 꼭 그렇지만은 않다. 네트워크 사회는 고도로 발달된 정보기술(컴퓨터, 인터넷, 휴대폰, 인공위성 등)에 의해 인간과 인간이, 인간과 조직이, 인간과 데이터베이스가 촘촘히 그리고 실시간으로(real-time) 연결되는 사회를 의미한다는 것이다[28].

마셜 맥루한[29]은 지구를 좁게 만드는 현상을 내과(implosion)라고 개념화하고 그렇게 해서 탄생하는 사회를 지구촌(global village)이라고 부른다. 내과(implosion)란 경험의 응축으로 인간경험의 모든 측면을 한 장소에 가져오는 것으로써 사람이 먼 거리에 떨어진 사건이나 사물을 동시에 감지하고 만질 수 있게 되는 현상을 말한다. 이미 많은 학자들은 우리 사회가 적어도 기술적인 측면에서 이미 네트워크 사회에 진입해 있으며 인터넷이나 휴대폰으로 항상 누군가와 연결되어 있는 우리 자신이 그것을 증명한다고 말한다.

각 국에서 공동체 미디어는 국가적 또는 제도적 상황에 기반 하여 텔레비전, 라디오, 인터넷, 인쇄매체 등 다양한 미디어 형태로 현실화한다. 예컨대, 덴마크에서는 ‘지역 텔레비전(Local TV)’, 미국에서는 ‘소출력라디오(LPFM)’와 ‘액세스TV(Access TV)’, 영국과 호주에서

는 ‘커뮤니티 라디오(Community Radio)’가 공동체 미디어로 운영되고 있다. 그동안의 국내의 공동체 라디오 연구도 공동체 미디어(Community Media)적인 이러한 특징을 중심으로 연구되었다. 본 연구대상이 되는 미디어 공동체는 기존의 지상파 소출력에 대한 연구를 바탕으로 형성된 공적이자 사적인 미디어 활동연구이다. 공동체 미디어 연구는 시장경쟁 구조에 입각한 주류 미디어의 대안이라는 시각에서 출발했다. 이후 공동체 미디어에 대한 논의가 확장되면서 지역성(locality), 문화적 다양성(cultural diversity), 미디어 다원성(media pluralism), 미디어 리터러시(media literacy), 사회통합(social cohesion), 시민권 촉진(active citizenship), 표현의 자유(freedom of speech), 커뮤니케이션 권리(right of communication)라는 다양한 관점 속에서 그 사회적 가치가 논의되고 있다[14][30-35]. 국내에서는 매체적 시각에서 수용자들과 상호 관계하는 방식, 이용과 충족의 측면, 미디어 이용과 참여가 가져다주는 자기효능감과 관계 맺기, 이주민 여성의 권능화로 표현되는 공동체의 소통원리와 그에 따른 미디어 활동 동기 등이 연구되었다. 공동체 미디어 참여주체에 대한 연구들도 온라인 커뮤니티, 소수자, 이주민미디어, 그리고 다중미디어 등으로 세부적으로 연구되는 경향이 있다[1][2][9][36-40]. 이를 미디어 활동의 장인 온라인 혹은 오프라인 미디어 활동과 미디어 공동체의 특성, 수용자와의 연결성 등을 구분하면 [그림 1]과 같은 미디어 활동 유형으로 구분할 수 있다. 소출력 공동체 미디어의 참여주체 연구 역시 일반 이용자에서 이주민과 결혼이주여성 등 소수자에 대한 관심으로 확장되고 있다. 그러나 공동체 미디어로서 온라인과 오프라인상에서 동시에 실천되는 연구(D영역)는 많지 않다. 특히 공동체 라디오 실천행위로서 제작과 유통과정에 SNS를 주 유통채널을 활용하고 제작과정에 이를 반영해 온 사례 연구는 아직까지 연구되지 않았다.

이는 온라인을 기반으로 소출력 공동체 방송의 특성을 유지하는 공동체 라디오(보이는 라디오)방송의 사례가 많지 않은 연유이다. 더구나 지역 케이블 방송(C영역)에 퍼블릭 액세스(Public Access) 프로그램을 운영하고 SNS에 플랫폼을 구축하는 방법(D영역)으로 방송

을 하는 미디어 실천사례를 찾아보기 어렵기 때문이다. 이러한 채널 혼합형 미디어 실천은 미디어 활동의 근간이 되는 채널(플랫폼)선택의 문제와 직결 된다. 소출력 공동체 라디오라는 공적영역에서 논의되어 온 운영상의 문제가 민간 영역으로 이전된다는 것을 의미한다. 그러므로 이러한 유형의 공동체미디어 실천현장에 나타나는 선택과 집중이 미디어 현장에서 지속가능한 실천모델로 모색될 수 있도록 한다는 점에 본 연구의 의미를 찾을 수 있을 것으로 기대한다.

A 오프라인 지상파 공동체 라디오 기반 대안·시민·에스닉 미디어 오프라인 공동체 미디어활동 내 상호적임 공적활동	B 온라인 대부분의 온라인 커뮤니티 활동 공동체 (재미와 유희의 공간으로서) 온라인 공동체 상호적임 사적활동
C 오프라인 지상파 · 케이블의 네트워크 지역방송 오프라인 수용자 일방적임 공적활동	D 온·오프라인 SNS로 수렴되는 공동체 미디어 활동 미디어생산 및 수용자 공동체 상호적임 공적·사적

그림 1. 온·오프라인 매체 특성과 공동체 유형

III. 연구방법과 연구문제

1. 연구방법

본 연구는 참여관찰과 인터뷰로 진행되었다. 참여 관찰 기간은 2015년 5월 27일 부터 2017년 4월 10일 까지 80회여 회의 콘텐츠 제작과정과 제작회의에 참여하였다. 대덕밸리라디오의 방송 편성은 주 1회 매주 수요일 정오 12시를 전후로, <보들 라디오 쇼:보이고 들리는 라디오 쇼>의 경우 12시 30분, <우주스토리:우리가 주인공>는 12시를 시작으로 각각 60분, 30분 송출하는 것

이 기본편성이다. 이에 따라 연구자는 매주 수요일 2시간, 매주 월요일 2시간 정도 제작회의에 참석하여 콘텐츠가 기획되고 제작되는 차원, 또한 콘텐츠 유통 및 피드백이 이루어지는 차원을 직접 참여관찰 하였다. 그러므로 연구방법으로는 1년 6개월 동안에 진행된 콘텐츠 제작과 유통에 대한 참여관찰이 가장 큰 비중을 차지한다. 참여관찰은 콘텐츠 생산을 하는 첫 단계인 제작자 그룹과 콘텐츠 소비그룹으로 두 그룹 모두를 포함하였다. 회의에서 논의되는 제작 준비과정과 방송이 된 후 피드백을 기록하였다. 본문에 기술하는 내용의 기본적인 틀은 관찰, 분석된 내용을 바탕으로 인터뷰로 보강하였다.

인터뷰는 2017년 1월 중 두 번, 2017년 2월 중 1번, 총 3번에 걸쳐 각 2시간씩 진행되었다. 인터뷰는 제작진이 회의를 하는 TBC회의실에서 이루어졌으며, 회의에 참석을 하지 못한 제작단의 경우, SNS 메시지를 통해 별도로 실시하였다. 인터뷰는 참여관찰이 이루어지는 제작현장 및 제작회의, 카카오톡의 온라인 회의 등에서 진단된 내용이지만 이를 명료하게 확인하여 참여관찰을 보강하는 수준에서 진행되었다.

[표 1] 과 같이 인터뷰 대상은 직접 제작에 참여하는 제작진과 단순참여자를 포함해서 방송과 직간접적으로 연결되어 있는 시민제작단과 지원기관 담당자를 대상으로 하였다. 인터뷰 대상자에 대한 질문은 [표 2]에 정리된 바와 같이 비구조화한 공통질문과 개별질문이 이루어졌으며 그룹과 개인별 진행을 병행하였다. 참여관찰과 인터뷰를 진행하면서 콘텐츠와 연결된 블로그 활동과 SNS 활동, 페이스북 페이지, 카카오톡, 밴드 활동 등 프로그램 제작과 유통과정에서 발견되는 2차 자료를 분석하였다.

복잡하게 얽혀 있는 커뮤니케이션 과정을 단순한(선형적/일방향적) 정의들로 환원시켜서는 미디어를 통한 커뮤니케이션 현상을 제대로 이해할 수 없다는 로드리게즈(Rodríguez)의 비판적 입장[14]에 따라 온라인 기반 공동체 미디어가 지역사람들에게 정보를 제공하고 영향을 미치는 방식, 즉 콘텐츠 생산자이며 소비자인 시민제작단의 활동을 분석하는데 유용한 방법이 될 것으로 판단하였다.

표 1. 인터뷰 대상자 특성

대상	담당	비고
A	기획/진행	방송경력 20년, *라디오제작 강사, 50대
B	PD	강사경력 2년 *시청자미디어센터 강사, 30대
C	작가	방송작가경력 10년, *라디오제작교육 3기, 40대
D	대외협력 촬영	메이커공동창업 대표, *라디오제작교육 2기, 40대
E	대외협력/ 촬영	청소년교육행정, *라디오제작교육 2기, 40대
F	기술	벤처회사 대표, 30대
G	편집/홍보	프리랜서 20대
H	대외협력/ 기술	섬유공예 작가, *라디오제작교육 1기, 60대
I	MC	시민MC 1호, *라디오제작교육 1기, 40대
J	대외협력	코워커 회사 대표, 30대
K	지원기관 직원	대전시청자미디어센터 지원팀장, 40대

*시청자미디어센터의 라디오제작교육은 4기까지 시행되었다.

표 2. 인터뷰 대상자에 대한 질문 유형

문항	대상	내용
1	공통질문	참여동기
2		프로그램 제작과정에서 맡은 역할
3		미디어 활동이 개인적으로 가지는 의미
4		지역미디어 활동을 하면서 지역과 지역 공동체 의식의 변화
5		온라인 미디어 제작과 일상적인 생활의 연관성
6		콘텐츠 제작 전반
7		지역 미디어로서 대덕라디오
8	기술스태프	기술구축 과정/어려움/향후 계획
9	작가/PD (전문인력)	기존 방송 활동과의 비교
10	단순참여자	대덕밸리라디오 참여를 통해 얻은 경험과 의미

2. 연구문제

본 연구는 온라인에서 출발한 지역기반의 공동체 미디어가 디지털 환경의 제작 및 유통과정에 나타나는 공동체 미디어 실천의 함의를 찾고자 한다. 따라서 본 연구는 스마트 미디어 환경에서 온라인 기반의 공동체 라디오가 어떠한 선택과 집중을 하며 지속되는가에 대한 관심을 가지고 출발한다. 온라인 기반 위에 탄생한 지

역미디어인 보이는 라디오가 어떠한 운용전략을 가지고 미디어 콘텐츠를 제작하고 시민제작진 및 참여자(온라인 이용자포함)의 미디어 실천이 이루어지는지 관찰하고 특성을 찾고자 한다. 이를 통해 현재와 같은 스마트 미디어 환경에서 온 오프 채널 모두를 가용 채널로 놓고 필요에 따라 선택을 해야 하는 공동체 라디오의 참여활동에 대한 특성도 찾아질 것으로 기대한다. 지역 공동체 미디어 제작 주체인 시민제작단이 어떠한 공동체를 형성하고 그 공동체 안에서 소통하기 위해 실천하는 제작 및 유통과정에서 나타나는 특성은 무엇인지를 알아보고자 한다. 먼저 시민제작단 스스로 방송할 만한 것으로 규정하고 생산하는 미디어 콘텐츠를 지속적으로 생산하는 조건을 알아보고자 한다. 이를 위해 다음과 같은 연구문제를 설정한다.

[연구문제 1]

웹을 기반으로 하는 공동체 라디오 제작에 참여하는 시민의 미디어 실천행위는 어떠한 공동체적 특성을 나타내는가?

[연구문제 2]

웹 기반 공동체 라디오의 콘텐츠 제작과 편성 및 유통(플랫폼 선정)과정에 나타나는 특성은 무엇인가?

IV. 연구결과

1. 학습공동체에서 지역 공동체미디어 생산자로

대덕밸리라디오(이후, 대덕라디오)는 시청자미디어재단 대전센터(이후, 대전시청자미디어센터)의 라디오 제작교육과 장비(A/V) 및 장소(스튜디오)지원으로 시작되었다. 대전시청자미디어센터는 대전과 충남북, 세종을 권역으로 시민에게 미디어 교육과 제작지원을 하는 기관이다. 궁극적으로 시청자들이 방송프로그램 제작 능력을 길러 기존 지상파와 케이블 방송에 퍼블릭 액세스(Public Access, 이후 PA) 활동을 할 수 있도록 하고 있다. 미디어센터의 지원을 받아 제작된 프로그램을 방송사가 반영(편성)하도록 하는 퍼블릭 액세스권이

실현할 수 있도록 지원하며 기관평가 역시 퍼블릭 액세스를 통해 이루어지고 있다. 대덕라디오의 제작에 참여하는 참여자들(시민제작단)은 이러한 기능을 하는 시청자미디어센터에서 라디오 제작교육을 받은 사람들로 교육 후, 자발적인 의사에 의해 만들어진 온라인 매체이다.

초기 제작에 참여한 시민은 단순하게 방송에 대한 막연한 꿈과 동경을 가지고 교육에 참여한 경우가 대부분이다. “누구나 한 번씩 꿈을 꾸잖아요. 말하자면 저 같은 사람이 평소에 꿈을 꾸던 일을 실제로 이루는 통로가 된거지요(스태프, G).” “처음부터 지금까지 계속 참여하고 있어요. 시민MC 1호라고도 불립니다.(H, 스태프).” 평범한 주부(시민)가 꾸었던 방송인에 대한 동경과 꿈이 이루어지게 된 것은 방송 경험이 없는 일반 시민이 방송에 쉽게 접근할 수 있는 시청자미디어센터의 라디오 교육이 있었기 때문이다. 2014년 9월, 처음 교육을 시작한 교육프로그램은 ‘라디오와 친해지기’ 초급교육으로 4주간 12시간을, 이후, 중급교육이 8주간 32시간이 있었다. 초급과 중급 교육을 이수한 인원은 각각 20명 정원에 중복인원이 포함되어 1,2기 수강 인원 중 12명이다. 이후 라디오 초급교육은 방학기간 중인 2015년 1월 중 교육(8시간)이 한 번 더 실시된 후, 중급과정(2월, 4월)이 개설되어 2015년 4월, 교육을 받은 80여명 가운데 시민 20여 명이 주축이 되어 2015년 5월27일 대덕라디오를 시작한다. 시민MC 1호라고 밝히는 활동가의 경우, 결혼과 함께 대전으로 이주하여 15년 간 아파트 주변의 이웃과 친교 하는 것 외에는 대전의 원도심을 방문하거나 생활권을 넓혀 온 일이 없었다고 밝힌다. 대덕연구단지 외의 지역에 대한 이해가 없고 대전시 주민들과의 교류가 없던 주부에서 미디어를 통해 대전과 지역사람을 새롭게 만나는 계기가 되었다. 그는 대덕라디오가 있어서 방송에 참여하게 되었다고 말하지만 실제로는 시청자미디어센터 같이 시민에게 방송 프로그램을 제작할 수 있도록 지원하는 기관이 있어서 미디어 활동이 가능했다고 하는 것이 보다 정확하다고 하겠다. 이는 안진·채영길(2015)의 연구에서 나타나는 바와 같이 이주 다문화 여성이 그들의 언어로 소통하는 지대구축 장소로써 관악FM이라는 공적지원 시스템이

존재했다고 밝힌 사례와 유사하다. 평범한 주부(시민)가 방송을 통한 권능화의 경험을 하고 미디어 활동과정에 지역 사람들과 소통하고 교류하는 기반이 되는 지원 기관은 미디어 실천영역에서 중요한 장소로서 시민미디어 활동의 계기가 되고 있다.

미디어 콘텐츠를 생산하는 차원에서 대덕라디오는 기존의 지역 지상파나 케이블 방송 등 주류 방송 미디어에 대한 대안적 활동으로서의 실천이나 비판적 시각은 보이지는 않는다. 그동안 지역에 시민중심의 방송활동이 존재하지 않았던 것은 대전과 대덕연구단지 내에 방송을 할 수 있는 여건이 마련되지 않아서라는 입장이다. 이제라도 방송을 할 수 있는 여건(대전시청차미디어센터의 지원)이 만들어졌으니, 자신들이 살고 있는 지역적인 특성을 반영한 프로그램을 생산하는 미디어 봉사를 할 수 있는 것이라고 밝힌다. “방송(프로그램)을 어떤 그릇에 담아야 하고 어떤 방식으로 전개해야 한다는 틀을 중요하게 생각하진 않았어요. 시민제작단이니까요. 방송에 대한 고정관념이 없다보니, 스스로 하고 싶은 방송이 무엇인가를 찾도록 했습니다(PD, B)” 강사이자 함께 방송에 참여한 B의 응답에서 나타나는 바와 같이 우선 미디어 실천을 하고자 하는 열기가 있고 열정이 있는 시민(교육생)이 무언가 자신들이 할 수 있고 의미 있는 일을 하고 싶어 했기 때문에 시작할 수 있었다는 것이다.

대덕라디오 시민제작단의 미디어 활동 초기 시기는 대안적 미디어를 지향하는 대안미디어 공동체가 아닌 ‘학습공동체’에 가깝다. “처음부터 자본이 들지 않는 방식으로 만들고 전달하려고 했습니다. 자본을 가지지 않은 시민이 미디어에 다가가는 통로로 인터넷을 이용하고 온라인으로 하는 방송을 하자, 제작도 쉽고 지역 사람들에게 다가가는 방식도 쉬운 방법을 택하자, 그것이 ‘보이는 라디오 쇼’였습니다(기획자, PD)” 시민이 방송으로 표현하거나 소통하고 싶은 내용의 취지를 제작단의 회의시간에 제안을 하면 전문가는 이를 실현할 수 있는 솔루션을 찾아주며 제작과정 전반의 경험을 전수하는 방식이다. 예를 들면 많은 지역사람들이 미디어에 참여하고 소통할 수 있도록 하고 싶다고 하면, 지역주민이 많이 참여할 수 있는 공개방송의 포맷을 시도하도

록 하는 등 보다 원하는 의도에 맞추어 프로그램을 구성하고 완성할 수 있도록 이끈다. “같이 해보면서 방송이 지역사회와 소통할 수 있는 좋은 도구이라고 생각합니다. 저희 같이 처음 해보는 사람들도 쉽게 만들 수 있는 것이라는 것을 직접 보여주고 다 함께 하면서 자신감이 생겼어요(스태프, G).”

대덕라디오는 공동체 미디어의 가치로 거론되는 기존 주류 미디어에 대한 비판적 시각이나 대안적 미디어 활동이라고 보기는 어렵다. 지역민이 해 볼 만 한 활동이라는 것이 미디어 활동을 시작한 계기이자 동기이다. “전문적인 편집을 맡아주는 자원봉사자가 교육을 해주거나 그 부분을 담당하면 다른 스태프들이 새롭게 배우면서 방송을 합니다(D, 스태프).”

시민의 미디어 활동이 지역사회에 좀 더 확장하게 된 계기는 지역 케이블 방송사인 CMB에 콘텐츠가 송출되면서이다. 대전시청차미디어센터 1층 라디오스튜디오에서 매주 수요일 ‘보이는라디오쇼’를 녹화해서 일부 코너(item)를 25분 방송용으로 후반 편집하는 방법으로 10개월 동안(2015. 10.1~ 2016. 7.30) 지역 케이블 방송인 CMB에 제공하였다. “미디어센터가 적극적으로 퍼블릭 액세스(PA)를 추진했습니다. CMB에서는 이제까지 방송으로 보여주지 않은 신선한 형식이고 유익하다는 판단을 했습니다(지원기관 직원, J).”

콘텐츠 제작과정에서 전문가는 콘텐츠를 기획하는 것을 돕고 아마추어 제작자인 시민 제작단은 미디어 경험을 높이는 다양한 경험을 한다. 이 때 전문가는 지역주민이 하고자 하는 내용, 즉 특정한 메뉴를 만들고자 하는 의욕이 있다면 이를 잘 만들어 식탁에 오르는 요리가 되도록 돕는다. 내용 구성 뿐 아니라 편성의 우선순위와 같은 전문적인 경험을 시민들과 함께 나눈다. 방송프로그램 제작에 대해 함께 공부하고 돕는 ‘학습공동체’에서 자신들이 살고 있는 지역과 사람을 소재로 지역 미디어 콘텐츠를 만드는 미디어 콘텐츠 생산자로 거듭나는 경험을 한다.

2. 시민미디어 활동의 의미: 지역 · 공동체

처음부터 의도하진 않았지만 시민제작단은 ‘학습공동체’에서 시민미디어 생산자로서 지역 미디어 활동가

가 되었다. 프로그램을 만들기 위해 지역에 대해 관심을 가지고 공동체 라디오 활동을 하면서 비로소 지역이 보이고 미디어의 공적인 역할을 더욱 실감하는 경험을 얻게 된 것이다. 기존의 공동체 미디어가 ‘주파수 정책에 의해, 허가된 지역에서 지역주민에 의한 지역민의 방송’을 시작하는 반면, 온라인 친화적인 미디어 이용자인 시민제작단은 전문가와 비전문가로 섞이면서 경험을 교류하고 새로운 미디어 경험을 꾸준한 미디어 활동으로 전개한 사례이다.

대덕라디오는 설계 당시 송출을 위한 기술적인 것은 구글 행아웃의 중계시스템을 이용했다. 시청자미디어 센터에서 대역한 스위처(화면분배장비)로 유튜브를 이용해 보이는라디오를 생방송한 후에는 유튜브에 콘텐츠가 저장된다. 유튜브가 송출 플랫폼이 되는 생방송 시스템이다. 출발은 이처럼 순수한 웹기반에 의한 미디어였지만 안정적인 콘텐츠 생산이 이루어지자 시청자미디어센터에서 제작되는 시민 미디어제작 콘텐츠로서 퍼블릭액세스(PA) 프로그램으로 제공된다. 2015년 9월부터 2016년 9월까지 10개월 동안 웹기반이 아닌 케이블 채널을 통한 송출이 이루어졌다. “방송국(CMB)에서 판단했겠지만 일정한 수준의 완성된 프로그램이 나왔기 때문에 매주 10회 정도가 편성이 되곤 했습니다(지원기관, J).”

이 시기 대덕라디오는 대전의 케이블 시청자에게 인지도도를 높이는 데 어느 정도 성공하게 되지만 시민 미디어로 그 정체성이 모호해진다는 내부평가가 나오기 시작했다.²⁾ 원인은 주채널을 CMB로 둔 것으로 의견이 모아졌다. 케이블 송출 시 많은 시간과 노력이 요구되는 촬영과 편집에 매달려야 하는데 인원이 적은 제작단의 스태프 인력이 이원화되어 기획 따로 송출 따로 이루어지는 제작시스템을 운용하게 된 것이 문제가 된다는 것이다. 온라인 방송으로 시작한 대덕라디오가 지역 케이블 방송에 프로그램 ‘보들라디오쇼’의 일부 아이টে을 PA프로그램으로 제공하면서부터 이러한 문제가 제기되었다. 자유로워야 할 시민의 방송이 케이블방송의 여러 프로그램 중의 한 부분을 맡아 하는 프로덕션이나 다름 없다라는 강한 저항이 나타났기 때문이다. 그

러나 “소액의 운영비라도 마련하는 방안이 있을 때 중단하는 것이 좋겠다”는 의견과 “신생 시민미디어로 지명도를 높이는 기존 방송채널에 편성되는 것은 도움이 된다”는 의견으로 양분되어 제작과 송출의 이원화는 한동안 지속된다. 이 후, 특정 플랫폼을 가지지 않은 시민 미디어로서 운영전략의 수정이 필요하다는 내부의견이 지속적으로 제기되는 계기가 되었다.

플랫폼을 가지지 않은 미디어 활동은 송출이 곧 프로그램의 유통을 일으키는 ‘편성’과 같다. 기획과 제작에서 대전과 대덕연구단지의 정보와 사람으로 소통하고자 하였으나 지역 케이블에 일부 아이টে만 편집되어 방송이 되면서 지역의 특색은 사라지고 미디어 활동의 존재가치도 훼손된다는 인식이 지배했다. 기획과 제작, 편집 및 송출의 이원화에서 생긴 문제점으로 진단된 후, 그동안 논의되었던 온라인 송출(페이스북라이브)에 우선하는 시스템 전환이 대안으로 제기된다.

대덕라디오는 퍼블릭 액세스(PA) 프로그램을 중단한 2016년 7월 이후 기관에 의한 지원보다는 직접 참여하는 시민에 의해 공동체 미디어로서 정체성과 지속성에 관심을 가지게 되어 이러한 목적에 맞는 시스템인 SNS를 주 채널로 결정하게 된다. 2016년 10월 첫 주 부터는 시즌2로 명명하고 페이스북라이브 방송을 주요 유통채널로 하여 방송이 끝난 콘텐츠는 유튜브에도 저장하여, 차후 콘텐츠를 자유롭게 유통하는 송출시스템으로 전환하였다. 이 과정에서 퍼블릭 액세스(PA) 실적으로 기관평가를 받는 시청자미디어센터는 스튜디오 사용과 장비제공을 제한하는 조치를 취한다. 재정적인 어려움과 더불어 ‘보이는 라디오’ 제작을 위한 핵심 장비인 고가의 장비(화면 분배 시 이용하는 스위처)의 대역가 거절되거나 스튜디오 사용에 불편이 따르게 되는 등 시민 미디어 활동의 어려움을 겪게 된다. 이러한 경험을 통해 미디어 활동에 대한 욕구를 가진 시민들에게 미디어 실천과 참여를 독려할 수 있는 지대구축으로 시청자미디어센터와 같은 지원 시스템이 존재하는 것은 바람직하지만, 한편으로는 시민이 주축이 되어 실천하는 미디어로서 지원기관과의 거리두기와 독립적인 미디어 실천을 위한 최소한의 예산과 편성이 전제되어야 한다는 점을 확인한다.

2) 2016년 1월 첫째 주 월요일 회의록 참고

3. 온라인 제작과 유통의 일원화

대덕라디오의 페이스북라이브 생방송은 콘텐츠 유통 측면에서도 모바일을 통한 동영상 송출이 다양하게 시도되던 시기여서 시민제작단은 보이는 라디오 콘텐츠 제작이 또 다른 시작을 하는 계기가 될 것이라고 기대하였다. 우선 모바일에는 모바일의 이용 동기가 있다. 기존 방송프로그램과 같은 프로그램의 완성도를 요구하지 않는다는 점도 장점이다. 대덕라디오의 동영상 콘텐츠에 제작에 대한 부담과 비중이 줄어들어서 그동안 어려움을 겪었던 인력 운용의 문제, 송출의 문제를 해결하는 새로운 대안이 되었기 때문이다. 페이스북라이브 방송은 초기 유튜브 채널을 활용했던 시기 보다 더 기술적으로 쉽게 제작하고 유통할 수 있기 때문이다. 다만, 시민 미디어로서 1인 미디어의 양식을 채택함에 따른 촬영장비의 가벼움이 소재의 가벼움으로 이어지지 않을까 하는 고민을 하게 되었다. 그러나 라디오적인 접근, 라디오 매체의 특성인 일상성, 친근성, 상호작용적인 요소, 제작의 편의성을 살릴 수 있는 스마트 환경을 시험해 보고 적용하자는 의견이 제기되었다. 이미 방송은 1인 미디어 시대에 들어서 있어서 비슷한 고민을 하는 아마추어 방송인들도 많았기 때문에 이러한 문제는 쉽게 극복할 수 있었다. 이러한 준비과정에 참여한 자문인력으로 1인 미디어 진행자 1명과 페이스북 전문가가 2명이 부정기적으로 참여하였다. 프로그램의 이름도 우리가 주인공, '우주스토리'로 바꾸고 포맷의 변화도 꾀한다. 기술적으로는 어느 채널에도 쉽게 실어 나갈 수 있게 최대한 가볍게 제작하고 라이브 방송을 할 수 있는 역량에 집중하는 미디어 콘텐츠 제작과 기술운용의 탄력성, SNS 운용전략의 집중이라는 키워드로 전략을 수정한 것이다.

이와 같이 참여관찰 후반기 6개월 동안은 페이스북라이브 방송과 유튜브 채널을 이용한 온라인 강화가 두드러진 특징이다. “저희가 하는 방송은 시청률이 의미 있는 것이 아니기 때문에 실시간 전달하는 것 못지않게 방송이 된 후에도 저희들과 연결되어 이웃들과 콘텐츠를 통해 소통하는 것이 중요했어요. 그러기 위해 카카오톡, 밴드, 카페와 블로그 등 온라인에서 저희 콘텐츠가 많이 돌아다니고 노출되도록 시스템을 구축하려고

했습니다(기획자, PD).” 시민들과 직접 접근하여 소통하는 데는 SNS에 바로 프로그램이 노출되고 추후, 더욱 많은 사람들에게 유통되는 것이 유리하다는 판단을 하게 된 것이다.

기술적인 측면은 기존 방송에서 하는 현장중계 생방송 시스템과 같은 제작 상황을 SNS에서 구축하는 방식이다. 다섯 번의 기술교육과 시험방송을 거쳐 실행된 것이 ‘페이스북라이브’ 방송이다. ‘퍼블릭액세스(PA) 프로그램으로 미디어 자원봉사자가 운영하는 미디어 프로그램이 지역케이블 방송에 방영되는 것은 양면의 칼을 가진다고 생각했습니다. 한정된 인원으로 어려움을 감수하면서까지 기존 방송의 체계 안으로 들어가는 PA를 할 필요가 있는가라는 의문이 들었습니다(H, 스태프).”

제작단계의 단순화가 지역적 정체성을 드러내는 콘텐츠를 제작하는 아마추어 제작자들에게 더 유리한 것이 사실이다. 기존의 공동체 라디오가 지역 공동체 미디어로서 장점을 가지는 것도 이러한 단순함에 있다 [41]. SNS에서 콘텐츠를 먼저 방송하고 유통단계도 SNS에 저장된 콘텐츠가 여러 채널을 통해 확산되도록 온라인에 집중하면 적은 인력이 운용하는 미디어 활동가들의 시간을 최대한 절약하고 그러면서도 이웃에게 도움이 되는 정보를 나누는 일이 단순해진다. SNS에 의한 콘텐츠 유통의 단일화로 미디어 활동가들인 시민들은 이웃과 정보를 나누는데 집중하게 된다.

페이스북 라이브방송은 정확히 페이지로 연동되어 콘텐츠를 이용하는 공유수와 도달수가 실시간으로 전해진다. 댓글을 통한 소통도 직접적이다. 시민제작단은 SNS 미디어가 행하는 ‘연결이 가져다주는 미디어 활동’의 활성화에 더 민감하게 반응한다. “어차피 저희 스태프는 이 일이 전업이 아니니까 우리의 이야기를 가볍게 제작해서 페이스북으로 우리의 콘텐츠가 직접 전달되는 것이 좋겠다고 생각했어요.(H, 스태프).” 시민에 의해 만들어지는 미디어 콘텐츠이므로 소셜미디어를 향하던 기존 방송채널을 향하던 지역이슈와 지역민이 요구하는 그들만의 담론들을 담아내면서 지역에서 오래 살아가는 미디어로 지속하길 원하게 된 것이다. “시민을 품는 방법으로 SNS도 괜찮은 그릇이 될 거라고 생

각합니다(I, 스태프).” 콘텐츠 제작과 유통의 일원화를 이루는데 핵심이 되는 SNS의 활용은 온라인 송출 시스템을 구축하겠다는 시민제작단의 결정 이후, 지속적인 손 안의 소통, 즉 모바일 환경에 집중하는 계기가 되고 있다.

4. 콘텐츠 유통의 개인화

앞서 대덕라디오가 콘텐츠를 제작하고 유통하는 방식에서 보다 효율적인 생산방식을 구축하고자 한 핵심은 연결과 확장성에 있다. 이미 한번 방송된 콘텐츠라 하더라도 온라인상에서 검색할 수 있고 ‘끊임없이’ 그리고 ‘끊김없이’ 여러 플랫폼을 타고 콘텐츠가 필요하거나 닿을 수 있는 사람을 향하여 쉽게 노출되도록 하는 것은 라디오가 Web2.0의 기술기반을 채택하면서 생기는 장점이기도 하다[42]. 대덕라디오가 이러한 흐름을 중요하게 이용하게 된 때는 시민제작단이 스스로 유통 채널이 되기 때문이다.

웹 상으로 공동체의 모든 것이 담기도록하고 연결은 가장 쉬운 스마트폰으로 한다. 손안의 미디어인 스마트폰으로 쉽게 옮겨 다니도록 하는 것이 핵심이다. 시민의 일상 안으로 들어가는 공동체 미디어는 시민들과 쉽게 연결되기 때문이다. 웹으로 연결되는 세상에서 지역 미디어는 또 다른 공동체인 온라인에서 의미를 찾아가고자 한다. 시민제작단은 페이스북 라이브 방송으로 SNS를 적극 활용하면서 공동체 미디어가 무엇인가, 라는 질문에 더욱 집중하게 된다. “사실 1인 미디어로 제작을 혼자서도 할 수 있지요. 다만 같이하면 시너지가 나니까 같이 하게 되는 것 같아요. 또 이런 미디어 활동을 함께 한다는 건 좀 더 다른 의미의 공동체를 위한 활동이라고 생각해요(MC, D).” 개인과 개인이 연결되어 있는 웹 커뮤니티 플랫폼을 이용하는 것은 일종의 추천 시스템을 통해 외부인들에게 콘텐츠를 확산하고 연결하는 일이다. 페이스북을 플랫폼으로 이용하고 다른 플랫폼을 넘나들도록 하는 것은 제작단 각 개인과 연결된 1년 6개월 총 250여 명의 출연자, 페이스북의 페이지 좋아요 566명, 팔로워 574명 등 SNS 알고리즘에 맡겨진 연결된 사람들이다.

대덕라디오의 페이스북 페이지 관리자 인사이트를

확인한 결과에 의하면, 누적 도달수가 101,043명 조회수 2,3114회, 좋아요 1,589회, 공유 221건으로 나타난다. 시기적으로는 2016년 9월 이후, 온라인 라이브방송으로 송출채널을 일원화하고 SNS연결망을 주요 유통 채널로 채택한 후 페이스북페이지에서 확인되는 조회수, 도달 및 반응이 3배 이상 늘어났다.³⁾ 페이스북 페이지의 인사이트에 나타난 통계를 통해서도 이러한 경향은 두드러진다. 초기 페이지를 개설하여 동영상을 올리던 2015년 6월 첫 주와 비교하여 1년 6개월 경과한 2017년 2월 통계를 보면, [그림 2]에서 보는 바와 같이 콘텐츠 도달율, 게시물 클릭수, 공감 및 댓글 모두 12배 이상 늘어났다.

SNS로 연결되는 개인과 그룹은 온라인 공동체의 특성을 가지게 된다. 오프라인으로 확장된 그룹을 포함, 상호 연결하는 구조이다. 유대가 약한 개인이지만 공동체의 관심사인 미디어 콘텐츠를 나누면서 관심과 지지를 주고받는다. 이 과정에 관계는 상호적이고 유기적인 공동체로 변화한다.



그림 2. 대덕밸리라디오 페이스북 페이지 인사이트

제작진의 활동은 오프라인에서 보다는 온라인상에서 더 많은 시간동안 준비한다. “사실 직접적인 관계가 없는 사람인데도 페이스북에 방송이 나와 관련된 이벤트나 참여할 만한 내용이 있거나 하면 메시지로 확인하고 오프에서 만나는 계기가 되죠. 그러다보니 미묘한 확장성이 있어요(C, 작가).” 실제 대덕라디오에 출연했던 시민들은 자신들의 활동과 미디어를 연결하는 것을 새로운 경험으로 즐거워하고 신기해하는 경향이 있다. 이러한 경험은 그들이 하는 일을 통해 적극적으로 소통하고자 하는 의욕과 연결로 나타난다. 시민 출연진은 지속적인 추천시스템에 의해 작동하기 때문이다. 예를 들면, 자원봉사기관의 봉사자-> 여성벤처연합회 회원-> 지원기관 실무담당자-> 신성동(대덕라디오의 소속 행정

3) 2017. 3. 31 기준

등) 사무장->한마음 마을축제 현장방송 등 꼬리에 꼬리를 물면서 지역과 지역주민의 방송출연 및 지역행사의 미디어 참여로 귀결된다. 대덕연구단지의 과학자와 지역주민이 어울리는 비영리단체 ‘벽돌한장’과 시민제작단과 함께 하는 일도 이와 비슷하다. 출연에 응했던 과학자들을 과학대중화를 위한 무료강연에 초대하여 미디어와 지역주민과의 어울림 행사를 정기적으로 열고 협력한다. 카카오톡 그룹 ‘벽돌한장’과 ‘대덕밸리라디오와 친구들’의 SNS 이용자가 상호교차 연결되어 한쪽에선 과학정보를, 한쪽에선 미디어콘텐츠를 연동(링크)시키면서 상호 연결하고 있다. 대전지역의 문화간행물인 ‘월간 토마토’의 문화활동가와 ‘계룡문고’, ‘벽돌한장’ 등이 SNS와 오프라인에서 소통 한다.

표 3. 공동체 미디어 활동 특성

시기	주채널	공동체 유대정도 관계유형	미디어 활동
1차 온라인	유튜브	학습공동체 ->지역공동체 강한 유대·상호의존적	오프라인 중심 시청자미디어센터 강사 교육생
2차 온라인 오프라인	CMB/유튜브	지역공동체 (광역) 약한유대·일방적	오프라인 중심 강사와 교육생 전문가 강화
3차 온라인 SNS	페이스북라이브 SNS 그룹 (카카오톡·밴드) 유튜브	네트워크 공동체 지역·온라인 (SNS) 공동체 약한 유대 상호연결적	온·오프라인 SNS (페이스북 페이지그룹) 시민이용자· 벽돌한장 온오프그룹·SNS 개인계정을 통한 시민 참여 확대

레인골드[14]는 넷(net)로부터 출현한 사회적 집단으로서 가상공간에서도 많은 사람들이 충분한 인간적인 감정을 가지고 인간적 관계망을 만들기 위해 장기간 그들의 관심사에 대한 공공토론을 하고 커뮤니티의 현안을 수행하는 공동체가 된다고 주장한다. 온라인 공동체는 현실 공동체의 공간적 확장에 의해 상호작용하면서 그 힘은 더욱 확대된다는 것이다.

대덕라디오 역시 공동체에서 시민제작단 자신들과 온라인 및 오프라인에서 서로를 연결하면서 공동체 구성원으로서 상호작용하는 등 미디어 콘텐츠를 통한 소

통의 증가를 확인하게 된다. 연결되는 것은 SNS상에서 콘텐츠이지만 콘텐츠는 사람들에 의해 연결되고 연결점(node)인 사람들은 특정한 이슈나 지역에서 사람들에 의해 벌어지는 일을 계기로 연결을 강화하고 상호작용하며, 미디어를 통해서 공동체가 결속하고 확장하는 것이다. “저희가 페이스북라이브를 하면서 공유를 하잖아요. 대덕라디오에서 생산되는 것(콘텐츠)이 내 네트워크를 통해서 가는 거예요. 네트워크에 교집합이 생길 수는 있지만 그렇지 않은 집합들 까지도 실제로 영향력을 미칠 수 있는 이런 일들이 쉽지가 않거든요. 저는 매 회 우리가 생산하는 내 매체라고 생각할 수 있는 것이 중요하다고 생각해요. 내가 대덕라디오 인거죠(F, 스태프.)” 지역을 배경으로 하는 공동체 미디어를 넘어서 ‘가치를 공유하는 개인들이 ‘공동체의 가치를 확산하는 미디어’로 만들고 성장할 수 있는 가능성에 주목하게 된다.

문화적 다양성을 실현하고 민주주의 발전에 기여하는 한 지역미디어는 사라지지 않는다[10]. 지역이 있고 지역에 사람이 있는 한 지속적으로 지역과 사람을 향해 변화하는 것 또한 지역 공동체 미디어이다. 공동체라디오는 그 공동체가 서비스하고자 하는 공동체가 소유[41]하기 때문이다. 온라인에서 실천되는 미디어 활동은 콘텐츠를 매개로 개인에서 공동체로, 공동체에서 개인으로 흐르면서 가치의 확산이 전방향으로 이루어진다. 대덕라디오가 온라인 방송으로 유튜브 방송을 했던 시기를 1차, 지역 케이블인 CMB에 퍼블릭 액세스(PA) 프로그램을 공급하면서 유튜브 방송을 병행했던 시기를 2차, 모바일 스마트 환경을 적극 채택하여 SNS에 집중하기 위해 페이스북라이브 제작 및 송출을 실시하고 있는 시기를 3차로 나누어 온·오프에 따른 미디어 실천의 특성을 살펴보면 [표 3]과 같다.

배영[41]의 지적처럼 온라인 공동체는 오프라인을 넘나들면서 연계하는 사람들의 관심이나 목적의 공유, 상호작용의 지속성, 구성원 간의 감정적 유대, 안정적인 네트워크를 통해 나타난다. 미디어 안에 담기는 공동의 관심과 가치가 온라인에서 시너지를 내기 위해 지속적으로 프로그램(지역과 지역사람에 대한 가치)을 생산하고 공유하는 개인들에 의해 지속될 수 있다. 지역의 주

인이 미디어의 주인으로 스스로를 자리매김하는 것은 이러한 실천행위가 가져다주는 선물로 해석되어 진다.

V. 결 론

학습공동체로 시작한 시민제작단은 단순한 동기로 미디어 제작활동을 시작하였으나 지역 안에서 미디어 활동의 의미를 찾아가는 방법을 통해 참여주체의 자발성이 두드러지는 시민 미디어(citizens' media)로 구축된다. 지역 공동체 미디어를 지향하는 미디어 활동이 소셜네트워크서비스(SNS)인 페이스북라이브 방송으로 채널을 일원화 하는 이유는 방송과 저장에 자유롭고 카카오톡, 네이버 밴드와 같은 SNS채널을 활용하여 유통채널을 다변화할 수 있다는 운용전략에 따른 것이다. 소출력 공동체 라디오가 지역적 범위와 유통방식에 한계가 있다면, 온라인을 기반으로 하는 대덕라디오는 인터넷 기반의 시민미디어로서 지역성 유지와 유통구조의 전방향성이라는 스마트 환경에 맞는 송출 시스템을 구축한다. 이러한 탐색과 적용과정은 시민에게 열린 참여를 유도하고 운영에 있어서는 장비와 공간의 문제를 해결하여 지속적인 활동을 가능하도록 한다. 온라인 미디어 콘텐츠는 시민제작단과 출연자 시민, 지역 주민을 상호연결하면서 시민제작단 개개인의 미디어 활동이 곧 공동체 미디어 실천이 되는 구조 위에 놓인다.

온라인 생방송 후, 기존 케이블 방송(CMB)에 제공하기 위해 후반작업으로 별도 생산하던 퍼블릭 액세스(PA)프로그램(콘텐츠) 제작도 지역 정체성을 담아내지 못하면 실행하지 않는다. 작은 미디어로서 지역 정체성을 유지하는 데 더욱 유리하다는 판단에 따라 온라인에서 보다 많은 연결을 하고 직접적인 상호작용을 강화한다. 온라인과 오프라인에서 각각 활동하는 지역민(수용자)은 카카오톡과 밴드 등 온라인으로 통합되기도 하고 오프라인의 지역 행사를 통해 만나면서 활발한 소통을 한다. 보편재가 된 스마트폰으로 이용자, 주민을 쉽게 연결하고 미디어 활동에 기여하도록 스마트 환경의 모바일을 채택하는 것이다. 스마트 환경에서 '살아서 돌아다니는' 콘텐츠를 만들고 이용자가 유통을 일으키는,

콘텐츠 생산자이자 유통채널이 되도록 하는 것이다.

페이스북라이브로 실시간 방송된 콘텐츠는 필요에 따라 편집과정을 거쳐 유튜브에 저장되고 어떠한 플랫폼을 통해서든 더 많이 개인(시민)을 향하도록 한다. 즉 시민미디어 활동으로 생산된 콘텐츠에 과학마을에서 생산되는 이야기와 사람들의 삶이 담겨 과학마을 미디어로 브랜드화 하는 것이다. 콘텐츠 제작에 참여하는 사람들은 지역주민이자 시민이므로 모두에게 개방된 온라인 오프라인의 열린 구조 안에서 '끊임없고 그리고 끊임없이' 다가가도록 한다. 시민들은 시민제작단이 만들어내는 콘텐츠가 쉽게 연결되는 것을 경험함으로써 더 많은 이용경험을 축적하면서 미디어 콘텐츠에 담긴 지역 공동체의 가치는 역시 사람을 통해 확산하도록 하는 것이다.

본 연구는 대덕라디오 사례를 통해 인터넷 미디어를 이용한 공동체 미디어 연구의 연장선 안에 있다. 지역 미디어 콘텐츠의 제작과 소비, 유통 과정에서 나타나는 특성, 즉 SNS를 주 유통채널로 했을 때 지역공동체의 소통채널이 어떻게 작동하는지 등을 살피고 시민 제작단의 미디어 실천의 방향성을 살피고자 하였다. 김은규, 최성은[26]의 연구에서도 나타나는 바와 같이 공적의미를 가지는 공동체 라디오로서 시민의 자발적 참여 이전에 콘텐츠 제작과 관리, 일상적 운영에 있어서 공적지원이 일정부분 필요하다고 할 수 있다. 온라인을 기반으로 오픈소스를 활용한다고는 하지만, 대덕라디오 역시 시청자미디어센터라는 지원기관이 있어서 가능했다는 것을 알 수 있다. 그러나 한편으로는 교육과 장비 및 스튜디오 제공과 같은 제작과정에 중요하게 작용하는 지원의 형태는 기관의 이해관계에 따라 중단될 수 있다는 사례가 의미하는 바가 크다. 대덕라디오는 이를 해결하는 방법으로써 온라인 제작·유통에 집중하게 되었기 때문이다. 주파수 정책에 의해 기존 공동체라디오의 시민활동이 영향을 받는 우리나라에서 미디어 콘텐츠 제작과 유통에 있어서 온라인 기반의 틈새(니치)미디어가 채택될 수 있는 가능성을 발견하는 것은 커다란 함의를 가진다. 지역이 가지고 있는 사회·문화적 자원을 미디어를 통해 함께 공유하고 소통하는 방법으로 온라인 기반의 미디어 실천이 보다 효과적이라는 것을 확인

하게 된 것이 중요한 시사점이라고 할 수 있다.

본 연구를 통해 공동체 미디어 활동가가 공동체를 어떻게 규정하고 지속하고자 하는가에 따라 공동체에서 미디어의 실천이 달라질 수 있다는 것을 살펴 볼 수 있었다. 그러나 대덕라디오의 지역적 문화적 인구학적으로 특수한 상황을 고려할 때, 스마트 환경에서 다양하게 콘텐츠가 생산되고 있는 온라인 공동체 미디어 운용 사례로 일반화하기 어려우며 이를 극복하기 위해 또 다른 실천 사례와도 비교할 수 없었다는 것이 아쉬움으로 남는다. 온라인 기반에서 운용될 미디어 실천의 다양한 가능성에 대해 부족한 부분은 후속 연구를 통해 풍부하게 이루어지기를 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] 강진숙, 소유석, “공동체 라디오 동작FM의 다중 참여와 실천사례 연구: 네그리와 하트, 비르노의 다중이론을 중심으로,” 한국언론학보, 제60권, 제5호, pp.292-318, 2016.
- [2] 반명진, 김영찬, “공동체 라디오와 지역공동체 구성원의 상호작용에 관한 현장 연구:마포FM 사례를 중심으로,” 한국언론정보학보, 제78호, pp.79-115, 2016.
- [3] 박경섭, “항쟁의 에토스와 공동체: 1980년 5월 광주의 마음을 찾아서,” 한국언론정보학보, 제71호, pp.33-51, 2015.
- [4] 김유정, 김용찬, 김지현, 우지희, 정혜선, 손혜영, “중국동포 커뮤니티 형성과 에스닉미디어의 역할: 커뮤니케이션 하부구조의 관점에서,” 한국언론학보, 제56권, 제3호, pp.347-375, 2012.
- [5] 안진, 최영, “인터넷 개인방송 시청공동체 특성에 관한 탐색적 연구: 아프리카TV 먹방 애봉이를 중심으로,” 한국방송학보, 제30권, 제2호, pp.5-53, 2016.
- [6] 김지연, 강진수, “SNS 독서 커뮤니티의 집단지성과 미메스 실천에 관한 연구: 벤야민의 미메시스와 레비의 집단지성을 중심으로,” 한국방송학보, 제29권, 제4호, pp.225-257, 2015.
- [7] 박창식, 정일권, “정치적 소통의 새로운 전망: 20-30대 여성들의 온라인 정치커뮤니티를 중심으로,” 한국언론학보, 제55권, 제1호, pp.219-244, 2011.
- [8] N. Jankowski, “Creating Community with Media: History, Theories and Scientific Investigations, in Lievrouw,” Leah A. & Livingstone, Sonia eds., *Handbook of New Media*, Sage, London, 2006.
- [9] 차재영, “지역공동체 라디오와 지역대학의 역할,” 사회과학연구, 제18권, 제2호, pp.67-81, 2007.
- [10] 차재영, 유지영, “대전지역 일간지의 지역성 변화 연구: 언론환경 변화를 중심으로,” 사회과학연구, 제21권, 제1호, 2010.
- [11] L. Tabing, *How to do Community Radio: A Primer for Community Radio Operater*, New Delhi: UNESCO, 2002.
- [12] C. Fraser and S. R. Estrada, *Community Radio Handbook*, UNESCO, 2011.
- [13] European Parliament, *The State of Community Media in the European Union*, European Parliament’s Committee on Culture and Education, 2007.
- [14] C. Rodríguez, *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens’ Media*, Cresskill, NJ: Hampton Press, 2001.
- [15] 김선희, *시민미디어로서의 공동체 라디오: 금강 FM 자원활동가의 방송 참여 경험을 중심으로*, 충남대학교 대학원, 석사학위논문, 2009.
- [16] C. Atton, *Alternative Media*, London: Sage publications, 2002.
- [17] E. Rennie, *Community media : a global introduction*, Rowman&Littlefield. Publishers, INC, 2006.
- [18] H. Rheingold, *The Virtual Community: Homesteady on the Electronic Frontier*, Addison-Wesley, 1993.
- [19] K. Howley, *Community media: People, places,*

- and communication technologies, Cambridge University Press, 2005.
- [20] 최성은, 국가 규제와 공공지원이 공동체 미디어에 미치는 영향에 관한 연구, 전북대학교 대학원, 박사학위 논문, 2010.
- [21] E. I. Price-Davies and J. Tacchi, *Community Radio In A Global Context: A Comparative Analysis*, Sheffield: Community Media Association, 2001.
- [22] K. Howley, *Understandin Community Media*, London: Sage publications, 2009.
- [23] AMARC, *Principles for Democratic Legislation on Community Broadcasting*, 2008.
- [24] 윤영민, *Dialogue: 소셜미디어와 집단지성*, 서울: 한양대학교 출판부, 2011.
- [25] 윤지영, *오가닉 미디어*, 과주:21세기북스, 2016.
- [26] M. Castells, *The Rise of the Network Society*, MA: Blackwell, pp.606-607, 2000.
- [27] M. Castells, *The Power of Identity*, Malden, MA: Blackwell, p.71, 2004.
- [28] 윤영민, “수용자의 관점에서 본 위기 커뮤니케이션 전략,” 한국언론학보, 제51권, 제5호, pp.424-443, 2007.
- [29] M. McLuhan, *The Global Village: Transformations in World Life and the Media in the 21st Century*, Oxford University Press, 1989/2004.
- [30] M. McLuhan, *The Global Village: Transformations in World Life and the Media in the 21st Century*, Oxford University Press, 1989/2004.
- [31] D. Halleck, *Hand-Held Visions: The Impossible Possibilities of Community Media*, 2002.
- [32] N. Carpentier, R. Lie, and J. Servaes, *Community media: muting the democratic*, 2003.
- [33] K. Howley, “Communication, Culture and Community: Towards A Cultural Analysis of Community Media,” The Qualitative Report, Vol.7, No.3, 2002.
- [34] P. Lewis and S. Jones, *From the Margins to the cutting edge ; community media and empowerment*, Cresskill, NJ: Hampton Press, 2006.
- [35] K. Howley, “Communication, Culture and Community: Towards A Cultural Analysis of Community Media,” The Qualitative Report, Vol.7, No.3, 2002.
- [36] 김은규, 최성은, “정규방송 도입 이후 공동체 라디오 운영구조 및 정책에 대한 평가적 고찰,” 언론과학연구, pp.184-214, 2013.
- [37] 안진, 채영길, “공동체 미디어 실천과 다문화 정체성 연구,” 한국방송학회, 제29권, 제6호, pp.94-136, 2015.
- [38] 강진숙 “공동체 미디어의 담론 흐름과 연구경향,” 한국언론정보학보, 제81호, pp.9-39, 2016.
- [39] 김선희, *시민미디어로서의 공동체 라디오 : 금강 FM 자원활동가의 방송 참여 경험을 중심으로*, 충남대학교 대학원, 석사학위논문, 2009.
- [40] 김유정, “사이버 커뮤니티 참여와 이용에 대한 이용과 충족 연구,” 한국언론학보, 제49권, 제3호, pp.291-317, 2005.
- [41] 배영, *사이버커뮤니티의 내부동학과 관계구조*, 한국사회학, 제37권, 제3호, 2003.
- [42] 최순희, “Web2.0과 라디오의 동행,” 미디어 경제와 문화, 제9권, 제2호, pp.85-129, 2011.

저 자 소 개

최 순 희(Soonhee Choi)

정회원



- 1986년 7월 ~ 2008년 9월 : MBC R/TV프로듀서(TV제작부장)
- 2014년 8월 : 충남대학교(언론학 박사)
- 2016년 3월 ~ 현재 : 배재대학교 교양교육부 조교수

<관심분야> : 방송제작, 양방향 방송광고, 언론법제