

마을미디어 교재-첫걸음 시리즈

마을TV 첫걸음

마을미디어 교재 - 첫걸음 시리즈

마을TV 첫걸음

박영록 · 송주민 · 김수경 · 김희영 지음



* 일러두기

- 프로그램명이나 코너명은 〈 〉로 표시했습니다.
- 이 책에 수록된 정보는 2016년 2월 기준으로, 각 단체 및 주민모임의 사정에 따라 바뀌었을 수도 있습니다. 잘못된 내용은 서울마을미디어지원센터로 알려주시면 감사하겠습니다.
mediact@maeulmedia.org

I · SEOUL · U

SEOUL
마을미디어지원센터



서문

마을미디어교육, 첫걸음을 내딛으며

교재 개발 배경

서울시가 '마을미디어교육'이라는 이름으로 교육을 시작한 지 3~4년이 흘렀습니다. 그동안 약 서른 곳에서 마을방송, 마을신문이 생겨나고 마을미디어 활동에 참여하는 참여자와 결과물 콘텐츠의 수도 비약적으로 증가하고 있습니다. 이 과정에서 주민들은 새로운 방식의 의사소통과 공론장 형성을 경험할 수 있었습니다. 마을미디어는 어떤 사람들에게는 꿈을 실현시켜주는 것, 또 어떤 사람들에게는 새로운 이웃을 만나고 공동체를 형성하게 해주는 것이 되었습니다. 때로는 지역 언론의 기능도 수행했습니다.

마을미디어는 그동안 현장에서 다양한 성과를 거뒀지만 교육을 위한 체계화된 커리큘럼과 자료가 충분치 않아 어려움을 겪는 곳이 많았습니다. 자료도 여기저기 흩어져 있어 그때그때 찾아서 사용해야 하는 번거로움이 있었습니다.

《마을미디어 교재-첫걸음 시리즈》는 이러한 고민에서 출발했습니다. 서울마

을미디어지원센터와 현장의 마을미디어 활동가들 사이에 공감대가 형성되고, 그동안의 마을미디어 교육 현장을 거치며 쌓아온 경험과 참여자 특성, 현장 상황을 두루 반영하고자 했습니다. 2015년 발간된 《마을미디어 가이드북 - 떠나자! 서울 마을미디어여행》이 서울 마을미디어의 개괄적 부분을 보여줬다면 이번 교재는 마을미디어 활동을 좀 더 체계적으로 준비하기 위한 길잡이가 되어줄 수 있을 것입니다.

교재의 구성과 특징

이 교재는 마을라디오, 마을TV, 마을신문 등 각 매체별 총 세 권으로 구성했습니다. 실제 마을미디어 활동은 더 다양한 형태로 진행되지만 일단 이번 교재에서는 현장에서 가장 많이 활용하는 매체를 중심으로 다뤘습니다.

각 책은 총 4부로 구성됩니다. 1부 '교육을 시작하며'에서는 마을공동체와 마을미디어를 개괄적으로 이해하는 데 필요한 내용을 담았습니다. 2부 '마을라디오/TV/신문, 어떻게 만드나요?'에서는 각 매체별로 기획 단계에서부터 제작 준비, 제작에 이르기까지의 과정을 설명했습니다. 3부 '마을라디오/TV/신문, 어떻게 보고 듣나요?'에서는 제작만큼 중요한 배포와 홍보의 의미와 방법을 정리했습니다. 마지막으로 4부 '지속가능한 마을라디오/TV/신문을 위해'에서는 교육이 교육으로만 끝나지 않고 후속 활동으로 이어질 수 있도록 참여자들이 함께 고민해야 할 질문거리들을 던져놓았습니다.

이 책은 미디어교육 교재이긴 하지만 기술적 내용보다는 공동체 소통에 더 초점을 맞췄습니다. 마을미디어교육은 콘텐츠 제작 자체가 목적이 아니라기보다는 제

작을 통해 마을공동체를 형성하는 과정 자체에 더 의미를 두고 있기 때문입니다. 따라서 이 교재는 미디어 활동을 매개로 공동체와 소통하는 방법까지 두루 고민할 수 있도록 만들었습니다.

이 책의 독자는 마을미디어에 처음 진입하는 '초급 참여자'를 기본 대상으로 설정했습니다. 초급 참여자란 마을공동체와 마을미디어 활동에 어렵פות이 관심은 있지만 직접 경험한 적은 거의 없는 주민을 뜻합니다. 교육을 진행하는 주체 단체 또한 이미 마을방송이나 마을신문을 운영하고 있는 상태가 아니라 초기 참여자 모집 단계로 전제했습니다. 따라서 교재의 내용은 개별 콘텐츠 기획에 초점을 맞추고 전체 운영에 관한 내용은 일부만 담았습니다. 이 교재가 마을미디어교육을 처음 시작하는 참여자들을 위한 첫걸음에 도움이 되기를 바랍니다.

교재의 한계와 발전 방향

초급 과정으로 설정하고 교재를 구성하다 보니 생략한 내용이 많습니다. 쉽게 쓴다고 썼는데도 미디어교육에서 쓰는 용어 자체가 낯설다 보니 어떤 참여자들에게는 어렵게 느껴질 수 있을 것 같습니다. 교재의 독자층을 청소년부터 중장년까지로 설정하여 어린이나 어르신 참여자가 사용하기에는 부적절하다는 한계도 있습니다.

또한 마을미디어교육에서 교육보다 중요한 것은 후속 활동입니다. 후속 활동이란 교육 이후 참여자들을 지속적으로 관리해가면서 마을방송, 마을신문 제작 모임의 형태를 조직해 활동하는 것을 뜻합니다. 하지만 이 교재에서는 참여자 모집과 후속 활동 등에 대해서는 부분적으로만 담았습니다. 이후 심화 수준의 교재

를 만든다면 교육의 앞뒤에 필요한 내용도 반영해야 할 것입니다.

《마을미디어 교재-첫걸음 시리즈》가 이 세상에 나오기 위해 애써주신 분들이 많습니다. 먼저 각 매체별로 마을미디어 현장 활동가들이 1년 가까운 기간 동안 기획과 집필에 참여해주셨습니다. 동작FM 양승렬 방송국장과 김아리 PD(마을라디오), 마을미디어 도봉N 이상호 편집위원(마을신문), 마을미디어 도봉N 박영록 PD와 와보송 송주민 PD(마을TV) 님께 감사드립니다. 마을공동체와 마을미디어 일반에 대해 글을 써주신 서울시 마을공동체종합지원센터 소통과연구실 김수경 실장, 미디어엑트 미디어교육실 김희영 전 실장에게도 감사드립니다.

어려운 자문을 맡아주신 전주시민미디어센터 영시미 최성은 센터장님, 익산공공영상미디어센터 재미 홍교훈 전 사무국장님, 서울시 마을공동체종합지원센터 찾아가는동주민센터 추진지원단 마을계획팀 선기영 팀장님, 그리고 부산민주언론시민연합 복성경 대표님께 감사드립니다. 마지막으로 복잡한 행정 절차를 도맡아준 서울시 문화예술과 담당자에게도 감사의 인사를 드립니다.

《마을미디어 교재-첫걸음 시리즈》는 교재로서 부족한 점이 많습니다. 서울마을미디어지원센터에서는 앞으로 이 교재를 실제 현장에서 활용해보면서 보완해 나가려고 합니다. 이 책을 보는 독자 여러분들께서도 오타자나 내용적 오류를 발견하면 서울마을미디어지원센터로 연락주시기 바랍니다. 고맙습니다.

2016년 2월

서울마을미디어지원센터

교재 PDF 다운로드: 서울마을미디어지원센터 홈페이지 www.maeulmedia.org



차례

서문 마을미디어 교육, 첫걸음을 내딛으며	— 4
· 교재 활용하기	— 12
· 그림으로 보는 마을TV 교육 과정	— 14

1부. 교육을 시작하며

1장. 대도시 서울에서 마을이라고요?	— 18
1. 마을, 공동체, 마을공동체에 대한 이해	— 19
2. 마을공동체가 추구하는 가치와 철학	— 26
3. 마을공동체 사례 살펴보기	— 29

2장. 마을미디어, 그게 무엇인가요?	— 44
1. 마을미디어의 이해	— 45
2. 마을미디어의 종류와 콘텐츠 살펴보기	— 59
3. 미디어 읽기(리터러시)와 마을미디어	— 75
· 서울시 마을미디어 지도	— 86

3장. 마을TV, 그게 무엇인가요?	— 88
1. 마을TV 개념과 정의	— 89
2. 마을TV의 중요성과 특징	— 94

2부. 마을TV, 어떻게 만드나요?

1장. 마을 탐구와 마을미디어 소재 찾기	— 106
1. 마을 자원 조사와 기획의 시작	— 107
2장. 마을TV 기획하기	— 114
1. 마을미디어형 기획	— 115
2. 마을TV에서 만들 수 있는 영상들	— 119
3. 대본 쓰기	— 128

3장. 마을TV 제작 준비하기	— 140
1. 영상 장비 소개	— 141
2. 촬영의 기본	— 150
4장. 마을TV 제작하기(1) 촬영	— 160
1. 영상 종류별 촬영의 응용	— 161
5장. 마을TV 제작하기(2) 편집	— 168
1. 수준별 편집 툴 선택하기	— 169
2. 실전 연습: 편집 기초 다지기	— 173

3부. 마을TV, 어떻게 보고 들나요?

1장. 마을TV 배포하기	— 184
1. 마을영상 공유와 배포	— 185
2. 주민 상영회: 현장 배포의 중요성	— 198

4부. 지속가능한 마을TV를 위해

1장. 마을미디어 제작 과정 되돌아보기	— 210
1. 마을미디어 결과물 평가하기	— 211
2. 마을미디어 제작 과정 평가하기	— 216
2장. 지속가능한 마을TV 활동을 위해	— 220
1. 실력 향상을 위해	— 221
2. 행사를 영상으로 남기는 작업	— 224
3. 마을을 영상으로 기록하기	— 225
4. 주민·사업·공공... 세 가지 기반의 '황금비율' 찾기	— 227
· 그림으로 보는 마을TV 제작 과정	— 232



교재 활용하기

언제나 그랬듯이 교재는 교재일 뿐 현장은 다릅니다. 그렇기 때문에 이 교재의 커리큘럼은 하나의 예일 뿐 현장에서 얼마든지 응용·변형할 수 있다는 점을 미리 밝힙니다. 모든 마을미디어 교육에서 가장 교육 효과(수료 후, 자체 제작 능력)가 떨어지는 부문이 마을TV이므로 1회의 수료로 제작이 가능하지 않을 수 있습니다. 그래서 기초를 천천히 익혀갈 수 있도록 준비했습니다.

가장 초급의 수준으로 만들어진 이번 과정은 제작의 경험 쌓아보기에 중점을 두었습니다. 천천히 여러 장르를 접하다 보면 우리 마을에 가장 적합한 마을TV 장르가 무엇인지 알 수 있게 됩니다. 교육 후에도 관심 있는 주민들끼리 시간을 두고 여러 편 만들어보면서 실력을 다지면 좋습니다.

개인이 한 작품을 만들어내기보다는 팀을 이루어 작업을 하는 편이 좋고, 교육의 과정으로 모두 마음을 모아 한 작품을 끝내보는 것을 목표로 두어주시요. 단순히 기술만을 익히는 교육은 다른 곳에서 배울 수 있지만, 마을TV는 마을 콘

텐츠를 만드는 일이 주목적이고 이것은 팀 작업이 아니면 어렵기 때문입니다.

이렇게 만들어진 작품으로 퍼블릭 액세스 프로그램이나 시민영상제 등에 응모해보는 것도 좋습니다. 또, 일정 기간 여러 팀들이 만든 작업들로 마을 영화제를 열어 마을 주민들과 함께 상영해보는 프로그램도 진행해볼 수 있습니다. 마을의 이야기는 다 같이 공유하는 것이 중요하기 때문입니다.

힘들어도 포기하지 말고 마을TV 콘텐츠를 만들 수 있다면, 여러분은 마을을 보는 새로운 눈과 도구를 가진 특별한 사람이 되는 것입니다. 축하드리고 기대합니다.

필진을 대표하여 박영록 씀

그림으로 보는 마을TV 교육 과정

마을공동체와 마을미디어 맞보기

- 인사하기 & 교육 과정 공유
- 마을미디어 활동의 의미와 마을TV 사례 알아보기



1



마을탐색과 기획 시작하기

- 마을탐구와 마을미디어 소재 찾기
- 마을영상의 종류 알기
- 기획안 작성하기

2

3

기획 완성하기

- 영상 종류별 구성안 작성법 이해하기
- 구성안 작성하기



4

제작 준비하기(2)

- 영상물 종류별 촬영 방법 알고 연습해보기
- 수준별 편집도구 알아보기



5

제작 준비하기(1)

- 촬영 장비 및 유의 사항 알기
- 촬영 계획 짜기



6



제작하기(1)

- 팀별 작품 촬영하기

7



제작하기(2)

- 영상 편집의 기초 알아보기

8



제작하기(3)

- 팀별 작품 편집하기

9



온라인에 배포하기

- 결과물 배포의 의미와 방법 알아보기
- 온라인에 작품 공유해보기

10



평가 및 활동 계획 나누기

- 결과물 및 제작 과정 평가하기
- 교육 이후 후속 활동 구상해보기



1부

교육을 시작하며

1장 ... 대도시 서울에서 마을이라고요?



[학습목표]

- 마을 공동체의 가치와 필요성을 이해하고 일상에서의 필요와 연결하기
- 서울에서 이웃과 어울려 사는 다양한 방법과 가치에 대해 이해하기

1 마을, 공동체, 마을공동체에 대한 이해



댁의 이웃은 안녕하십니까?

장면 하나. 위로 올라가지도 아래로 내려가지도 않는 멈춘 엘리베이터 안에 교복을 입은 남학생이 울며 서 있습니다. 흑백의 CCTV 화면 속 어린 학생의 모습은 처연하기 그지없습니다. 몇 시간 후, 이 학생은 스스로 목숨을 끊었습니다. 지속적인 집단 따돌림으로 고통을 겪고 있었다고 합니다.

장면 둘. 부족함 없는 환경에서 정규교육을 받았고, 좋은 직장과 행복한 결혼 생활을 유지하던 한 여성은 임신과 육아 과정에서 예상치 못한 산후 우울증을 겪게 됩니다. 혼자 노력으로는 떨치기 힘든 우울의 무게가 지속되자 그녀는 결국 소중한 아기를 창밖으로 던졌습니다.

장면 셋. 모든 것을 바쳐 자식을 길러낸 노모는 장성한 자식들에게 짐이 되고

싶지 않다는 생각에 혼자 생활하고 있습니다. 사느라 바쁜 자식들은 노모를 돌보기가 녹록지 않은 상황이고, 많아야 두어 달에 한 번 집에 들르는 일이 전부였습니다. 그러던 어느 날, 자식들은 경찰서에서 온 전화 한 통을 받게 됩니다. 그들의 노모가 킴킴한 방 안에서 홀로 삶을 마쳤다는 소식이었습니다.

이러한 장면들은 비단 우리나라에서만 벌어지는 일이 아닙니다. 몇 해 전 일본에서는 '무연사회(無緣社會)' 혹은 '무연고사회(無緣故社會)'라는 용어가 사회적 파장을 일으켰습니다. 무연사회 또는 무연고사회는 1인 가구의 증가, 장기화된 경기 침체, 대규모 청년 실직, 저출산, 고령화 등으로 인해 인간관계가 해체된 사회를 의미합니다.¹ 무연고사회에서는 혼자 밥을 먹고 혼자 잠을 자는 일이 흔합니다. 누구와도 대화하지 않고 하루가 지나가며, 이런 날들이 한 달이고 1년이고 계속됩니다. 이런 공포가 사회적으로 확장되자 일본에서는 대단히 많은 사람들이 혼자 맞는 죽음을 준비하고 있다고 합니다. 너무나 끔찍한 일이죠.

'마을'을 설명하기 위해 다소 어둡고 우울한 이야기를 먼저 꺼내게 된 점을 안타깝게 생각합니다. 하지만 처음 들어보는 이야기이거나, 더 이상 매우 놀랍게 느껴지는 소식은 아닐 것 같습니다. 왜냐하면 앞에서 말한 이야기 모두, 반복적으로 들려오는 우리네 모습이기 때문입니다. 어느 순간부터 우리는 이런 뉴스에 익숙해진 사회를 살고 있습니다.

다소 극단적인 사례들을 글의 시작에 늘어놓았지만, 무연사회의 징조는 우리 주변에서도 쉽게 찾을 수 있습니다. 옆집 사람의 얼굴도 알지 못하는 삶, 이웃들과 다정하게 인사 나누기 부담스러운 삶, 어려움에 처해도 도움을 구할 사람이

¹ 위키백과 참조, 재편집.

쉽게 떠오르지 않는 삶, 혹시 여러분의 삶도 이런 모습은 아닌가요? 여러분의 이웃들도 이렇게 살고 있지는 않은가요?

마을이 대안이 될까요?

나로부터 시작하는 마을

엘리베이터 안 학생에게, 소중한 아이를 잃은 엄마에게, 외롭고 싸늘하게 생의 마지막을 맞이한 노인에게 무엇이 필요했을까요? 그건 아마도 친구이자 이웃이었을 겁니다. 생활의 고민을 함께 상의하고 더 나은 내일을 공동으로 구상할 수 있는 이웃이나 친구, 즉 '관계망'이 절실히 필요하지 않았을까요?

이런 극단적 상황에 처해 있는 사람들이 아니더라도 우리 모두에게는 관계망이 필요합니다. 각박한 자본주의 사회에서 각 개인의 안전한 삶은 점차 위협받고 있습니다. 더 많은 돈을 벌거나 자신만 보호할 수 있는 성을 쌓는 일로 안전을 도모하기란 불가능합니다. 누구도 혼자서는 살 수가 없기 때문이죠. 사람은 누구나 관계를 맺으며 정서적·물리적 안정감을 느낄 수 있습니다. 서로의 얼굴이 친숙한 마을일수록 범죄율이 낮은 이유도 이 때문일 것입니다.

몇 년 전부터 서울에서는 바로 이 관계망을 '마을'이라는 단어로 부르기 시작했습니다. 관계망이란 "자료, 기술, 지식이나 연락 등을 공유하고 있는 조직이나 사람들의 공식, 비공식 결연²"을 의미합니다. 흔히 '네트워크'라고도 부릅니다. 일

² 《사회복지학 사전》, 이철수 외 공저, 2009, Blue Fish.

상의 희로애락을 함께 나누고, 고민을 공유하고, 가끔은 돈이나 물건도 빌리고, 문제가 생겼을 때 달려와 주는 가족, 친구, 이웃이 여러분에게는 관계망이자 마을입니다.

그렇다면 ‘마을’은 어떻게 시작될 수 있을까요? 과거의 마을은 그냥 한동네에 살기만 해도 자연스럽게 만들어졌죠. 이웃끼리 인사를 주고받고 음식을 나누어 먹으며 함께 이야기하는 등 일상에서의 자연스러운 ‘나누기’를 통해 마을, 즉 관계망이 만들어지고 확장됐습니다. 지금도 이런 자연스러운 마을살이를 하는 사람들이 많습니다. 다만 집의 모양이 낱알이 폐쇄적으로 바뀌고 집값이 올라 이사를 자주 다녀야 하거나 일이 바빠 집에서 잠만 자는 사람들이 늘어나는 사회적 상황에서는 조금 더 의도적이고 적극적인 마을 관계 맺기가 필요합니다.

기억하는 분들도 계실지 모르겠습니다. 몇 해 전 청주의 한 아파트에서는 사랑스러운 전입신고가 이뤄졌습니다. 준희라는 일곱 살 아이가 엘리베이터에 붙여놓은 깜찍한 편지가 사건의 시작이었답니다.³ 손수 그린 전입 알림을 공용 엘리베이터 안에 붙여놓았는데, 내용이 이랬습니다.

“12층에 이사 왔어요! 자기소개입니다. 힘세고 멋진 아바랑 예쁜 엄마와 착하고 깜찍한 준희 귀여운 여동생 지민, 저희는 12/16일 날 이사 왔어요, 새해 복 만이(많이) 바드세요(받으세요). - 1206호 사는 준희 올림”

알록달록하게 색칠된 준희의 편지에 이웃들은 따뜻한 환영 인사를 해줬습니다.

3 ‘팍 단힌 현관문 열게 한 7세 아이의 벽보 사연은’, <중앙일보>, 유혜은, 2011. 12. 28. (news.joins.com/article/69997868)

“준희야 이사 와서 반가워. 앞으로 보면 인사하고 지내자. 항상 웃는 얼굴로. - 605호”
 “산타할아버지께서 우리 통로에 큰 선물을 주셨구나. ㅎㅎ 모두가 행복해하니. 딱 잘 먹고 반갑다. - 406호 아줌마가”

준희의 편지와 이에 답하는 주민들의 메모



출처: 장범중 페이스북, <중앙일보> 재인용.

아마도 준희는 이 편지 한 통으로 더 많은 이웃들의 관심과 애정을 받으며 자라게 될 것입니다. 아파트를 오며 가며 “어머, 네가 그 준희구나!” 하는 인사를

수없이 들었을지도 모르겠습니다. 준희의 얼굴과 편지 이야기를 아는 이웃들이 많아질수록 준희의 어머니는 아이가 문밖에 나서는 일이 덜 두려워질 겁니다. 어쩌면 준희가 동네에서 아주 많은 친구들을 사귀었을 수도 있죠. 또 어떤 날은 준희가 어머니가 해주는 밥 대신 이웃집에서 식사를 하고 집으로 돌아갈 수도 있고, 잊고 간 학교 준비물을 동네 아줌마가 대신 챙겨줄 수도 있을 겁니다. 바로 이게 준



희의 마을이자 관계망입니다.

준희가 살고 있는 마을은 바로 준희 스스로에게서 시작됐습니다. 준희뿐이 아니죠. 아주 많은 관계망은 '나'로부터 비롯됩니다. 나의 필요와 욕구를 삶의 터전에서 스스로 바꿔나가는 작은 시도와 용기로 시작할 수 있는 일이 바로 마을살이입니다. 이렇게 관계망이 형성되면 혼자서는 할 수 없는 일이 꿈처럼 이뤄지기도 합니다. 아이를 믿고 맡길 수 있는 어린이집을 찾다 공동육아를 시작한 학부모들, 마을 밴드나 공방 활동에서 삶의 무료나 권태를 극복하고 활기를 되찾은 직장인들, 불규칙한 식사와 고립된 생활을 마을의 공동부엌이나 밥상 모임에서 바꿔가는 1인가구와 청년들 등이 바로 모두 준희와 같은 시작을 경험하고 있습니다.

삶의 조건과 필요에 따라 이웃과 함께할 수 있는 재미있는 일들은 무궁무진합니다. 하지만 어떤 사업이나 프로그램을 하느냐는 중요하지 않습니다. 다양한 사업이나 활동은 이웃의 삶을 돌보고 내 삶의 자족과 안정을 꾀하는 '얼굴 아는 마을'의 매개일 뿐입니다. 마을은 이웃에 대한 관심과 수줍은 인사를 건네는 일에서 시작합니다. 서울에서는 이미 많은 사람들이 이웃과 손을 잡기 시작했습니다.



‘마을’이라고, 하면 인기를 끌었던 드라마 <응답하라 1988>의 동네를 떠올리는 분도 있을 겁니다. 낮은 담장을 공유하는 주택들이 늘어선 골목길, 나란히 등교하고 함께 커가는 동네 아이들, 이웃집 엄마와 아빠들끼리 모여 소소한 수다와 모임을 즐기며 서로의 집안 사정을 속속들이 아는 풍경 말이죠. 이 얼마나 정겹고 아름다운 풍경인가요. 하지만 이런 마을이 21세기 서울에서 과연 가능할까요?

과거의 마을은 말 그대로 옆집 수저 개수까지 알고 지내는 공간이었습니다. ‘누구네 집 아이는 어느 학교에 다니고, 누구랑 친구고, 부모 속을 얼마나 썩인 다더라’ 하는 개인적 이야기들도 모두 알려지곤 했습니다. 이런 뜻하지 않은 공개가 가끔은 집단적 억압이나 폭력으로 작용하기도 했습니다. 또한 전통적인 가부장제가 지배하는 세계였다는 평가도 있습니다. 이로 인한 성 역할 고정, 나이주의(Ageism), 서열주의 등이 마을의 어떤 계층에게는 불편하고 불합리하게 작용

하기도 했습니다.

현대적으로 재해석한 마을은 이런 전통적 마을이 아닙니다. 그런 마을로 돌아가는 일이 가능해 보이지도 않고요. 그럼 이 글에서 이야기하는 마을은 대체 어떤 공간일까요? 마을의 가치 지향을 가장 잘 보여주는 글은 바로 서울시 노원구 공릉동의 주민들이 스스로 만든 ‘공릉동 꿈마을 선언문’이 아닐까 싶습니다. 공릉동 꿈마을은 꿈, 학습, 문화, 행복을 추구하고, 사람에 대한 존중, 함께하는 문화에 대한 지향을 고루 담고 있습니다.

함께 배우고, 성장하는 공릉동 꿈마을 선언문

우리는
이웃과 이웃이 반갑게 인사하고, 소통하며, 협동할 수 있는 마을
마을의 모든 아이들이 당당하고, 단단하게 성장할 수 있도록
아이들의 꿈을 응원하는 마을로 공릉동을 만들어가기 위해 모였다.

- 우리가 꿈꾸는 꿈마을은
1. 우리 아이들의 꿈을 함께 키워가는 꿈공동체 마을이다.
 2. 배움과 가르침이 마을 곳곳에 넘쳐나는 학습공동체 마을이다.
 3. 마을 곳곳에 꿈꾸는 문화가 흐르는 문화공동체 마을이다.
 4. 이웃을 돌보고, 사람과 사람이 더불어 사는 행복공동체 마을이다.

우리 마을을 아끼고, 우리 아이들의 건강한 성장과 꿈을 응원하는
모든 이들은 꿈마을 공동체의 일원이다.
꿈마을 공동체는 공릉동을 꿈마을로 만들어가기 위한 일에
온 마을 사람들의 힘과 지혜를 모아 함께 노력해나갈 것을 다짐한다.

2012. 9. 9. 공릉동 꿈마을 공동체

공릉동 꿈마을 공동체 가치와 약속 9

꿈마을에서는

가치

1. 마을의 주인은 주민입니다.
2. 모든 사람이 소중합니다.
3. 누구나 배우고, 성장하는 일을 멈추지 않습니다.
4. 하고 싶은 일을 하며 사는 것이 성공입니다.
5. 공동체 활동에 신나고, 재미있게 참여합니다.
6. 돈으로 교환되지 않는 것들에도 소중한 가치와 의미를 둡니다.

약속

7. 경쟁을 줄이고, 친구와 우정을 나누며, 평화롭게 살아갑니다.
8. 일주일에 하루는 컴퓨터, 휴대폰보다 책을 더 많이 읽습니다.
9. 소중한 사람들이 함께 모여 대화와 음식을 나누기 위해 일을 잠시 멈춥니다.

치열한 경쟁 사회와 고도화된 자본주의 체제에서 다름이 인정되고 수평적 의사소통이 가능한 공동체, 갈등을 봉합하기보다는 갈등 그 자체를 인정하고 건강하게 다룰 줄 아는 공동체, 집단의 폐쇄성이 작용하지 않고 누구에게라도 열려 있는 개방의 공동체, 나아가 자족과 연대가 순환하는 주민 자치의 근간이 되는 공동체, 멀지도 가깝지도 않은 독립과 연대가 공유되는 공동체가 새로운 마을공동체의 모습입니다.



서울시가 마을공동체 만들기 지원 사업을 시작하기 이전부터 서울에는 크고 작은 많은 마을들이 존재했습니다. 강북구 삼각산재미난마을, 마포구 성미산마을, 서대문구 개미마을, 성북구 장수마을 등 저마다의 특색을 지닌 '이름 있는 마을'들도 있었고, 이보다 작은 규모의 주민 모임들은 수없이 많았습니다. 이번에는 마을공동체 활동을 먼저 시작한 이웃들의 이야기를 살펴보겠습니다.

아파트는 삭막하기만 할까요?

함께 만드는 신나는 먹거리방

은평구 진관동은 일명 '은평뉴타운'이라고 불리는 아파트촌입니다. 뉴타

운이 형성되면서 새로 이주해 오는 사람들이 많았고 이웃 관계망은 척박한 상황 이었습니다. 주민들의 고립감은 심해져갔고 우울증에 걸린 사람이 있다는 소문 까지 돌았습니다. 그런데 궁하면 통하는 걸까요? 이웃과 친구를 찾고 싶어 하는 사람들의 소망이 뉴타운 이곳저곳에서 터져 나오기 시작했습니다. ‘함께 만드는 신나는 먹거리방’은 그중 하나의 소망이 실현된 경우라고 할 수 있습니다.

타지에서 따로 사는 자녀가 밥은 제대로 먹고 다니는지 노심초사하던 60대 어머니가 있었습니다. 늘 아들 걱정이던 어느 날, 아들 또래의 동네 청년들이 눈에 들어왔다고 합니다. 한동네 청년들과 아이들에게 영양가 있고 맛있는 밥을 해 먹이는 일이 의미 있겠다고 생각한 그는 이래저래 방법을 찾아다녔습니다. 한편, 또 다른 어머니도 있었습니다. 결혼한 지 10년이 다 되도록 김치 담그는 법도 몰랐고 할 수 있는 요리를 열 손가락 안에 꼽을 수 있는 30대 ‘직장맘’이었습니다. 그는 집 가까이에서 음식을 배우고 사람들과 함께 요리를 해서 나눠 먹기도 하면 좋겠다고 생각했습니다. 어느 날 운명처럼, 그들이 아파트의 한 공간에서 만나 작당 모의를 하게 됐는데, 서로를 얼마나 반가워했는지 모른다고 합니다.

‘함께 만드는 신나는 먹거리방-신나는 마을 공동부엌(신나는 먹방)’은 이렇게 시작됐습니다. 마음을 모은 엄마들은 처음에는 냄비와 프라이팬을 들고 구성원들의 집을 돌며 반찬 모임을 했습니다. 전문가를 초청해서 식자재와 요리에 대한 교육을 받았고 산지를 방문하는 체험학습도 진행하면서 이 모임은 입소문을 타고 점점 유명해졌습니다. 점차 참여자가 늘어나면서 공동부엌에 대한 꿈이 구체화됐고, 서울시의 ‘우리마을 공간지원사업’에 선정되자 본격적으로 불씨가 당겨졌습니다.

주민들은 직접 공동공간을 찾고 부엌을 만들었습니다. 날로 치솟는 임대 보증

금과 월세 부담이 큰 걱정이었지만 그래도 용기를 내서 힘을 모았습니다. 공간을 마련한 뒤에는 직접 벽지를 바르고 나무를 잘라 부엌의 틀을 짜고 타일도 붙였습니다. 조금 엉성해 보일지도 모르겠지만 ‘신나는 먹방’의 엄마들은 “인테리어 회사를 차리자”는 자화자찬을 하며 깔깔거리기도 했습니다. 그뿐만 아니었죠. 부

신나는 먹방의 활동 모습



공동부엌 구상과 설계



먹거리방 엄마들의 동네잔치 준비



다문화 가족과 함께하는 요리 체험



마을 주민들과의 밥상 나눔

역에 필요한 각종 집기들을 줌고 얻고 중고로 구하는 등 저렴한 방법을 찾아 하나하나 마련했습니다. 함께 공동의 공간을 만드는 과정에서 매일매일 끈끈해지는 주민들 사이의 정과 신뢰가 피부로 느껴질 정도였다고 합니다.

‘건강한 먹거리가 건강한 사람을 만들고 건강한 사람은 건강한 세상을 만든다’는 말이 신나는 먹방의 신조입니다. 먹거리에 대한 관심은 자연스럽게 건강에 대한 고민으로 이어졌고, 나의 건강뿐 아니라 이웃의 건강도 함께 돌보자는 의견들이 많아졌습니다. 그렇게 해서 시작하게 된 활동이 독거노인들을 위한 반찬 봉사, 맛벌이 가정 자녀들의 저녁 챙기기, 방과 후 아이들의 건강한 간식 챙기기 등입니다. 그리고 다문화 가정 엄마들과 함께 필리핀, 베트남 음식을 만들어 먹었고 자연스럽게 다름에 대한 인정과 존중도 배워가고 있습니다.

‘신나는 먹방’에서의 지구촌 교육⁴

참가자 임미영

은평뉴타운은 아파트로 빼곡히 들어차 있어 추운 겨울에 집 밖으로 나오면 사람이 살지 않는 듯한 삭막한 모습이다. 사람들도 이곳저곳에서 이사를 와서 낯익은 얼굴들보다 낯선 이들이 많으니, 이사를 온 뒤 우울증에 빠진 사람들도 있다는 이야기가 더러 들린다. 이런 쓸렁하다 못해 스산한 분위기의 마을을 따뜻한 온기로 가득 채워주었던 곳이 바로 ‘신나는 먹방’이었다. 서로 어색한 인사도 잠시, 재료를 손질하고 나누고 끓이고 볶으며 함께 어울리는 분위기 속에서 언제 어색했다는 듯 즐겁고 유쾌한 수다가 이어졌다. 또 한 끼를 나누어 먹으면서 서로 개인적인 이야기를 털어놓거나 정보를 교환하고 연락처를 주고받으며 다음에 또 만나자고 기약하곤 했다. 이런 모임에 참여하면서 ‘이제야 사람 사는 마을 같다’는 생

각을 하며 마음이 푸근해졌다.

마을 사람들끼리 북작북작 재미나게 지내던 어느 날, 신나는 먹방의 박정희 대표님이 다문화여성센터의 사람들을 초청해서 다문화 요리와 그 나라의 문화를 함께 알아보는 시간을 마련하겠다고 했다. 늘 먹던 음식만 만들어보던 중, 색다르면서도 뜻깊은 시간이 되겠다는 생각이 들어 모두들 기대에 찼다. 마침 방학 중인 아이들은 다른 나라에서 온 다문화 가정의 사람들에게 그 나라의 문화에 대해 듣고 요리도 함께해보자는 말에 호기심 어린 눈으로 모여들었다. 약간은 긴장한 듯 보이는 베트남, 필리핀 여성들은 은평뉴타운 가족들을 만나 어색한 인사로 프로그램을 시작했다. 그들은 친절한 미소와 말씨로 자기 나라의 문화를 설명해주었고 아이들과 엄마들은 그들의 이야기를 신기한 듯 들으며 많은 질문을 쏟아냈다. 호기심 많은 아이들의 엉뚱한 질문에 깔깔깔 웃기도 하고 미소도 지으며 분위기는 점점 무르익어 갔다.

각 나라의 음식 문화에 대한 이야기를 들으며 그 나라 음식을 직접 만들어보는 시간이 가장 인기 있었다. 아이들과 엄마들은 서로 손을 건어붙이고 재료를 손질하거나 궁글한 점은 다시 물어가며 요리를 함께했다. 친절하면서도 재치가 넘쳤던 필리핀 여성은 아이들에게 쉬운 영어로 설명을 해주기도 해서 좀 더 이국적 풍경을 만들어줬다. 그 자리에 있던 엄마들은 이렇게 자연스럽게 재미있는 분위기에서 아이들이 스스로없이 영어를 써보고 체험을 한다며 매우 만족스러워 했고, 어떤 날 빠른 엄마는 그분들을 초청해서 아이들에게 영어교육을 시켜보고 싶다고 넌지시 말을 꺼내기도 했다.

처음 신나는 먹방이 열린 날, 이제는 삶이 조금 풍족해졌지만 도시 생활을 하면서 조금씩 외로워졌던 엄마들을 만난 기억이 떠오른다. 이렇게 먹방에 참여해준 다문화 가정 여성들은 또 얼마나 깊은 외로움을 느낄까, 싶은 생각이 들며 마을공동체가 자기 마을만 끌어안는 것이 아닌 주변의 다문화 가정과 그 가정의 사람들까지 끌어안는 풍경을 보고 깊은 감동을 받았다.

주부들이 지역사회 활동에 적극적으로 참여하게 되고, 세대 간 소통과 교류가 활발해진 점이 신나는 먹방의 최대 성과라고 할 수 있습니다. 지금은 요일별 운영팀이 만들어져서 마을의 활기찬 에너지를 조금 더 많은 사람들과 나누려고 애쓰고 있습니다. 연잎밥, 곶절이, 만두, 잡채 등 혼자서는 엄두가 나지 않는 음식

4 <2014 신나는 먹거리방 사업 결과보고서> 중 발췌하여 일부 편집했습니다.

들이 신나는 먹방에서는 똑딱 만들어집니다. 물론 혼자 먹을 때보다 맛도 훨씬 좋고요. 오늘 저녁, 우리 마을의 신나는 먹방을 상상해보면 어떨까요?

건어물 가게 2층에서 동네 사람들이 예술가가 되다

마을예술창작소 공간릴라

서울시 마포구의 망원시장 안에는 재래시장과는 다소 어울리지 않는 이름의 마을 공간이 있습니다. ‘마을예술창작소 공간릴라(릴라 힐링 앤 아트)’⁵가 바로 그 이름입니다. ‘릴라’는 산스크리트어로 신의 유희, 우주의 놀이터라는 뜻이라고 합니다. ‘릴라 힐링 앤 아트’라는 이름에는 놀이, 치유, 예술의 의미들이 담겨 있는데, 실제 공간릴라에서 일어나고 있는 작용들을 잘 간추린 이름처럼 느껴집니다.

공간릴라는 마포구 망원동, 성산동 일대의 주민들과 예술 활동을 하는 곳입니다. 2010년 마을예술 작업공간으로 문을 열었고 2013년부터 서울시의 ‘마을예술 창작소 지원사업’에 참여하고 있습니다. 현재는 망원시장 안쪽 상가 건물 2층에 자리 잡고 악기 연주 소모임, 마음을 그리는 방(미술 치유 활동), 손끝 모임(수공예 모임) 등 마을 사람들이 하고 싶은 예술 작업을 중심으로 모임, 교육, 공연 등의 활동을 하고 있습니다. 릴라의 모임은 주로 세 가지 지향점의 영역에서 이뤄집니다. 표현하려는 인간의 욕구를 지지하는 ‘생활 속에 깃든 예술’, 여성의 성장을

5 [facebook.com/leela2010](https://www.facebook.com/leela2010)

위한 맘(마음) 품앗이와 몸 돌보기를 지향하는 ‘오늘을 사는 삶에 대한 끊임없는 질문’, 가족 공동체를 벗어나 멀고도 가까운 다른 공동체를 꿈꾸는 사람들을 위한 ‘도시 생활의 상처와 소외를 쓰다듬고 마을과 인사하기’가 그 영역들입니다.

모임 운영 방식 역시 마을이 지향하는 가치와 잘 맞아떨어집니다. 공간의 관리자나 전문가가 교육 프로그램을 개설하고 참여자를 모집하는 방식이 아니라, 이를 뒤집어 참여자가 무엇을 배우고 싶은지 이야기하면 길잡이, 즉 주민 강사를 마을에서 찾아 모임을 만드는 방식입니다. 지금까지 기타나 우쿨렐레 등의 악기 연주 모임이 만들어졌고, 기술을 익히기보다는 서로 격려하고 조금씩 함께 배우며 즐기는 데 초점을 맞춰 진행하고 있습니다. 이런 식의 모임에서 만나는 사람들은 한시적으로 보는 강사와 수강생이 아니라 동네에서 편하게 만날 수 있는 친구가 되어갑니다.

이런 소모임 활동이 일정 기간 계속되면 다양한 방식의 공연으로 이어집니다. 일주일에 한 번 거리에서 공연을 하는 ‘금요일에 슬그머니’에는 마을 예술가들

공간릴라에서의 ‘서로 배움’의 의미

1. 누구나 예술가, 누구나 선생님	공동체를 구성하고 운영하는 사람과 그 운영 내용이 마을공동체 안에서 순환하고 서로 성장할 수 있도록 돕습니다.
2. 개인이 마을로 스며들게 도와주기	마을공동체 사업이 활발하게 펼쳐지고 있기는 하지만, 한편으로는 다른 사람들 앞에 나서기를 부담스러워 하는 사람들이 많습니다. 지속적인 확장을 목표로 하기보다 개인에게서 개인으로 이어지는 공동체로서 삶(일상)에 스며드는 활동을 함께 즐기고 싶습니다.
3. 마을의 공간을 개인, 모임이 공유하기	마을사업을 통해 만든 공간이나 모임이 서로의 생활에서 이어지길 바랍니다. 공간을 공유하고 모임에서 사람을 만난 경험을 마음으로 나누도록 애 씁니다.

과 청소년, 청년들이 등장합니다. 이들은 공연에서 함께 준비한 음악을 연주하거나 직접 작곡한 음악을 발표하기도 합니다. 참여하고 싶은 사람들이 거리를 공연장으로 혹은 예술 시장으로 바꿔냅니다. 이제는 제법 많은 소모임들이 여러 마을

공간릴라와 활동 모습



공간릴라 모습



'금요일에 슬그머니' 공연



악기 소모임 모듬 공연



다문화 가족과 함께하는 요리 체험

행사에 초대받기도 하고, 모든 소모임이 정기적으로 모여 모듬 공연을 진행하는 경우도 있습니다. 또한 릴라에서는 창작, 소통, 쉽의 공간이 필요한 사람들에게 최저 운영비만 받고 공간을 대여하기도 합니다. 공간릴라를 발판으로 좀 더 다양한 예술 활동과 주민 모임이 이어지고 이로써 개인 작업의 교류가 이뤄지기를 바라고 때문입니다.

릴라와 함께하는 망원동의 청년들은 이전까지는 '동네 친구'에 대한 기대를 품어본 적이 없다고 합니다. 특별한 목적 없이 누군가를 만나 편하게 책을 보거나 맥주를 마시는 비생산적 활동이 주는 기쁨도 '마을'을 만나기 전에는 알지 못했다 하고요. 이제는 전화를 걸어 커피 한잔 하자고 불러낼 동네 친구가 있고, 서로의 삶을 애정 어린 시선으로 바라보며 조심스레 격려나 조언 한마디를 건네기도 합니다. 마을의 가치는 거창한 마을 사업의 성공이 아니라, 한 사람 한 사람이 동네 친구와 서로의 삶을 나누는 일로 실현되는 게 아닐까 합니다.

청년들이 주인이 되어 온 세대가 어울리는 마을을 꿈꾸다 오늘공작소

2013년, 재기발랄한 청년들이 마포구 망원동에 삼삼오오 모여 청년 공동체 '오늘공작소'⁶를 열었습니다. 이들은 사회가 청년들에게 강요하는 끝없는

6 www.todaymaker.com

스펙 쌓기와 치열한 경쟁 체제를 벗어나서 실패를 경험하고 다양한 도전을 마음 편히 시도할 수 있는 환경을 스스로 만들어보는 실험을 하고자 했습니다. 그리고 그 실험의 장으로 '마을'을 선택했습니다. 오늘공작소는 마을에서 청년이 자립하고 서로 다른 세대가 어울려 살아갈 수 있도록 하는 데 이로운 활동을 하는 것을 목표로 열심히 달리고 있습니다.

망원동 지역은 20년 전만 해도 "똥마을"이라 불렸다고 이 동네에서 오래 사신 할머니들이 말씀하셨다고 합니다. 지대가 낮은 탓에 여름에 비가 많이 오면 온 마을에 홍수가 났고, 그럴 때면 하수구가 역류하여 오물이 물 위에 둥둥 떠다녔다고 합니다. 게다가 옆 동네인 상암동에는 쓰레기 폐기장이 있어 바람이 불 때마다 역한 냄새가 실려 왔습니다. 이런 열악한 환경 탓에 가난한 사람들이 망원동에 모여 살게 됐습니다. 오죽하면 서교동의 국민학생(초등학생)은 망원동 국민학생과 친구도 안 하려고 했다고 합니다.

지금의 망원동은 그때와 사뭇 달라졌지만, 여전히 그 시절 풍경이 느껴지는 집이 있습니다. 바로 '부흥주택'입니다. 건물 입구에 들어서면 '안전등급 D등급'이라는 노란 안내판이 선명하게 눈에 띕니다. 어떤 집이 몇 호인지도 불명확해서 부흥주택으로 오는 모든 우편물은 건물 입구에 쌓입니다. 벽 곳곳에 금이 간 만 큼, 그곳에 살고 계신 어르신들의 얼굴에도 주름살이 깊게 패여 있습니다.

오늘공작소 청년들은 2014년부터 부흥주택 주민이 됐습니다. 어르신들이 당신 몸 하나 가누기 어려운 와중에도 집 앞에 꽃이며 상추를 심고, 누가 버린 의자를 갖다가 당신들만의 정원을 만든 모습을 본 이후 부흥주택 입주를 결심했다고 합니다. 늘 무언가를 보듬어 살피는 어르신들에게 한눈에 반한 것입니다. 청년들은 그 마음을 이어받고 싶었고, 그해 가을부터 집을 세 채 정도 빌려서 살기 시작했

오늘공작소의 활동 모습



마을예술가와 함께하는 교육과 공작



청년들과 마을에 관한 고민 나누기



마을 주민들과 함께하는 축제



부흥주택과 오늘공작소 청년들

습니다.

오늘공작소는 주로 지역재생에 청년이 참여하는 지점에서 다양한 활동을 펼쳐 나가고 있습니다. 대표적인 활동이 앞에서 말한 '부흥주택 살기 사업'이라고 할

수 있습니다. 1970년대에 지어진 노후한 다세대주택에 들어가 청년들이 집을 고치고 작업실을 만드는 등 사람의 온기가 느껴지는 곳으로 바뀌어나가고 있습니다. 더불어 동네 사람들이 모여서 놀 수 있는 망원정 축제, 예술가와 지역 주민이 서로의 재능과 물품을 맞교환하는 물물교환 프로젝트 등을 진행하고 있습니다. 또한 마을 청년들의 정착이 지속될 수 있도록 마을 안 일거리를 만들어내고 있습니다. 일명 '창직' 프로젝트입니다. 창업지원 사업과는 다르게 청년들이 일감을 공유하고 함께 일하면서 자신의 비즈니스를 만들 수 있도록 돕는다고 합니다.

어르신들은 아침마다 집 앞에 옹기종기 모여 앉아 담소를 나눕니다. 오늘 아침에는 몸 상태가 어떤지, 어제 무슨 일이 있었는지 한참 이야기를 하고는 이야깃거리가 떨어지면 지나다니는 사람들, 해지는 풍경을 묵묵히 바라보기도 합니다. 그러다가 오늘공작소 청년들이 지나갈 때면 어디를 가는지, 밥은 먹었는지 늘 물어보고 믹스커피라도 마시라며 친자식처럼 끼니를 걱정해줍니다. 부흥주택에 1년도 채 살지 않은 청년들에게 할머니들은 이미 끈끈한 마을 관계망이 됐습니다. 할머니들의 따뜻함과 부드러움을 통해 청년들 스스로가 새롭게 관계망을 체험하고 삶이 충만해지는 경험을 하고 있습니다. 할머니들 덕분에 청년들 스스로가 바뀌어가는 것을 한껏 느끼며 살고 있습니다. 하지만 이 관계망은 할머니들의 따뜻함만으로 만들어지지 않았습니다. 청년 스스로의 참여와 활동이 더해져 마을 전체가 바뀌어가는 것을 마을 사람 모두가 잘 알고 있습니다.

지금까지 마을공동체 활동 사례 세 가지를 살펴보았습니다. 먹거리, 문화와 예술, 청년의 일감과 비전 찾기 등 다양한 자기 욕구를 스스로 해소하며 삶의 또 다른 풍요를 찾게 되는 이웃들의 이야기였습니다. 관계와 정서의 풍요, 이것이 아마도 마을과 이웃이 주는 힘일 것입니다.

마을미디어는 이런 다양한 마을활동 중 독립적 활동 영역으로 자리매김하고 있습니다. 마을미디어를 통한 새로운 주민들의 등장과 성장, 마을 안 숨겨진 이야기의 발굴과 확산, 누구나 하고 싶은 이야기를 할 수 있는 소통의 장. 이것이 바로 마을미디어 활동의 의미와 역할입니다. 마을미디어가 없다면 주민들의 관점과 철학으로 마을이 기록되고 소통되는 일은 없을 것입니다.

다음 2장에서는 마을과 마을을 연결하는 가교로, 기록자로, 전파자로, 그리고 마을의 공론장 그 자체로 1인 다역을 도맡아 하고 있는 마을미디어에 대해 자세히 살펴보도록 하겠습니다.

곰씹어보기

1. 이웃 관계망이 없어서 불편하거나 불안했던 적이 있습니까? 있다면 구체적으로 어떤 경우였나요?
2. 마을공동체를 만든다면 주로 어떤 활동을 이웃들과 함께하고 싶나요?
3. 마을공동체의 어떤 가치와 약속을 추구하나요?

더 읽어볼 자료

〈서울 마을을 품다〉 | 서울특별시 | 2012

서울을 대표하는 단단한 마을공동체 사례 15곳의 이야기를 무료로 읽을 수 있습니다.

gov.seoul.go.kr/archives/17456



〈마을의 귀환〉 | 오마이뉴스 특별취재팀 | 2013

다양한 영역에서 지속가능성을 모색하며 활동하는 한국과 영국의 마을공동체 사례를 생생하게 다루고 있습니다.

〈마을을 상상하는 20가지 방법〉 | 박재동, 김이준수 | 2015

박재동 화백의 재치만점 삽화가 마을을 이해하는 감수성을 높여줍니다.

〈전국 마을선언 초안〉 | 전국 마을선언 초안 작성 준비위원회 | 2015

마을공동체가 추구하는 가치 지향과 마을의 의미를 진하고 깊게 고민할 수 있는 자료입니다.

<https://goo.gl/giP4TH>





2장 ... 마을미디어, 그게 무엇인가요?



[학습목표]

- 마을미디어의 개념을 알고 의미 이해하기
- 다양한 마을미디어 매체와 콘텐츠를 살펴보고 우리 마을의 미디어 상상해보기
- 미디어에 대한 나만의 관점을 갖고 마을미디어 활동 전망하기

1 마을미디어의 이해



마을, 그리고 미디어

우리는 일상에서 수많은 미디어에 둘러싸여 살아갑니다. 아침에 일어나 잠자리에 들 때까지 종일 다양한 미디어로 세상 돌아가는 이야기를 살피고 정보를 찾거나 휴식을 취하기도 합니다. 하지만 우리가 빈번하게 접하는 미디어에서는 내가 사는 마을의 소식이나 이웃들의 이야기를 다루지 않습니다. 그래서 스스로 뉴스 앵커가 되고 스스로 기자가 되어 우리 마을의 소식과 주민들의 이야기를 미디어로 만들어가는 사람들이 있습니다. 바로 ‘마을미디어’를 만드는 사람들입니다.

2016년 1월 현재 서울시 전역에는 약 80여 곳 이상의 마을미디어 활동이 있습니다. 서울시 성북구 주민들이 함께 만드는 성북마을방송 ‘와보송TV’는 ‘모든 주

민은 앵커다'라는 구호를 갖고 있습니다. 실제로 와보충TV에서 제작하는 <성북 마을뉴스>에서는 아이부터 노인까지 다양한 마을 주민이 앵커가 되어 마을의 소식을 전합니다. 10년 넘게 발행되고 있는 <은평시민신문>의 1면에는 언제나 은평구 주민들이 관심 갖고 함께 고민해야 할 지역 이슈가 실리고, 동작·중랑·강북·종로구 등에는 주민DJ들이 만드는 마을라디오가 운영되고 있습니다. 마포구에 사는 문화·예술인들이 지역과 예술에 대해 이야기하는 잡지 <월간이리>, 마을 주민들이 함께 영화를 보고 이야기를 나누는 양천구의 <이야기하는 마을 극장> 등 주민들이 스스로 미디어를 만들며 마을과 이웃을 만나고 자신들의 이야기를 건네는 다채로운 활동이 이어지고 있습니다.

마을미디어에는 다양한 주민들이 함께합니다. 영상, 라디오, 신문 같은 미디어 제작에 관심이 있어서 참여하는 주민도 있고 자신이 속한 공동체 또는 소모임을 알리고 관계망을 넓히기 위해 참여하는 주민도 있습니다. 주민들의 공감과 소통의 장을 만들려고 참여하는 활동가들도 있고 좀 더 많은 이웃과 재미난 경험을 해보고자 참여하는 이들도 있습니다. 참여 주민들은 미디어 제작 교육에 참가하고 평소 자신이 하고 싶었던 이야기를 미디어 콘텐츠(신문·잡지, 라디오·TV방송 프로그램, 영화·기타 영상 등)로 제작합니다. 만나보고 싶었던 사람을 찾아가 인터뷰를 하고 해결해야 할 문제나 마을에 필요한 것들에 대해 주민들의 의견을 듣기도 하며 마을의 역사나 알려지지 않은 기록을 찾아 전달하기도 합니다. 이들은 다양한 방식의 미디어로 제작한 콘텐츠를 주민들과 나누면서 공감과 소통의 장을 만들어갑니다.

전문가가 만들어 대량으로 유통되는 대중미디어와 다르게 마을미디어는 평범한 주민들이 직접 제작하고 유통합니다. 이 과정이 이웃을 만나고 이야기를 주고

받는 계기가 됩니다. 제작 과정이 곧 소통의 과정이고, 유통 과정이 마을 주민들 사이의 관계망을 넓혀가는 과정인 셈입니다. 저마다의 이유로 마을미디어를 찾았던 주민들은 마을미디어 활동을 하며 점차 이웃과 마을로 관심사를 확장해나 가게 됩니다.

변화를 만들어가는 마을미디어

마을미디어는 개인의 욕구를 풀어내는 표현의 장이자 주민들의 관계망을 만들고 소통을 이끌어내는 곳이기도 합니다. 미디어 제작에 관심 있는 사람들의 학습 공간이 되기도 하고 문화와 예술이 모이는 공간이 되기도 하죠. 마을 주민들의 의견이 모이면서 마을의 공론장 역할을 하기도 하고 더 나아가 마을 언론으로서의 역할도 할 수 있습니다. 마을의 미디어가 어떤 기능과 역할을 할 것인가는 각 마을마다 조금씩 다를 수 있습니다. 마을의 상황과 필요, 주민들의 욕구 등이 모두 다르기 때문이죠. 하지만 마을미디어가 주민들과 이야기를 연결하면서 개인과 마을의 크고 작은 변화를 만드는 동력이 된다는 사실은 여러 사례를 보며 확인할 수 있습니다.

개인에서 주민으로, 잊었던 꿈을 되찾는 시간

마을미디어에서는 누구나 PD가 되고 DJ가 되며 앵커가 되고 기자가 됩니다. 미디어나 마을을 잘 몰라도 괜찮습니다. 각자가 가진 삶의 이야기, 취미나 특기, 관심사, 만나고 싶은 사람 등 자신이 하고 싶은 이야기를 할 수 있는 만큼 풀어내

면 그만입니다. 나의 이야기를 먼저 꺼내며 마을 주민들에게 말 걸기를 시도하고, 콘텐츠 제작에 필요한 지식이나 기술은 마을미디어 구성원들과 함께 공부하고 품앗이할 수도 있습니다. 누구나 쉽게 자신의 이야기로 시작할 수 있다는 점은 누구에게나 잠재되어 있는 문화적·예술적 표현의 욕구를 자극하기도 하고, 생계를 위해 포기했거나 잊어버렸던 소싯적 꿈을 되찾게도 하고, 새로운 꿈을 꾸게도 합니다.



“작년 2월에 동네에 라디오교실을 연다는 벽보를 봤다. 참엔 어릴 적 꿈이던 글을 쓴다는 게 좋아서 끌렸다. 꼬박 반년을 일요일마다 만나 대본 쓰고 이야기 나누며 보냈는데, 어느 날 강사를 하던 조은형 씨가 ‘우리도 라디오 한번 해보자’고 하더라. 겁이 덜컥 났다. 근데 그 친구가 ‘창신동 사람들이 행복하면 좋겠다. 우리가 멍석 하나 깔자’ 하는데 그 얘기에 확 꽃혔다.”

(중략)

“여기 40년을 살았어도 나는 ‘창신동 사람들이 행복하면 좋겠다’는 생각을 못해봤다. 그간 여기서 살아도 산 게 아니다. 그냥 살아진 거지. 궁둥이에 티는 박일 정도로 앉아서 일하는 동안 노상 라디오를 끼고 살았는데. 우리가 엠비시(MBC) 최유라만큼은 못하겠지만, 라디오를 듣고 산 세월이 어디냐. 귀명창이 다 됐다. ‘할 수 있는 거면 뭐든 해볼까’ 싶어 주변을 둘러보니 길거리에서 할머니를 만나도 ‘어떠세요?’ 말을 걸게 되고 골목에 비닐봉지 들고 가는 아줌마를 봐도 ‘저 안에 뭐가 담겼을까’ 궁금해지고…. 모든 것이 방송 소재가 되니까 사람들도 달리 보이기 시작했다.”



‘전태일도 우리처럼 재미나게 살고 싶었죠’, <한겨레>, 이진순, 2013. 8. 9. 중에서 발췌.
(www.hani.co.kr/arti/society/labor/598987.html)

창신동 라디오 팀의 ‘동대문 그 여자’ 김종임 씨의 말처럼 내가 하고 싶은 일, 내게 필요한 일을 찾아 마을미디어를 만들고 사람들을 만나고 마을 구석구석을 다니다 보면 오랫동안 살아왔던 평범한 동네가, 마을이 조금씩 다르게 보이기 시작합니다. 살면서 그냥 지나쳤던 모습들이 시야에 들어오고, 인사를 나누게 된 이웃들과 새로운 관계망이 만들어지기도 하죠. 새롭게 만들어진 관계망은 ‘나’의 변화를 가져오기도 합니다. 주부, 아내, 엄마로서뿐만 아니라 ‘주민’으로서 금천구에 살게 되었다는 ‘너나들이’ 활동가의 이야기를 들어볼까요?

“2013년 첫 공동육아 모임에서 이웃 엄마들을 만났고 글쓰기를 함께 하고자 너나들이에 첫 발을 내딛었습니다. 너나들이 멤버들과 함께 금천구 내 유일한 공동육아 어린이집 조합원이 되었지요. 무엇보다, 그동안 내 아이, 옆집 그리고 구청, 도서관만이 내가 아는 마을이었습니다. 2014년 마을지기(금천구 유일)로 활동하게 되면서 시흥2동을 점차 알아가기 시작했습니다. 우리 동네 공유공간이 무엇인지, 어떤 마을활동가들이 있는지 인터뷰도 하고 맛집도 알아보고, 4년 동안 금천구에 살면서 단 한 번도 이루어지지 않았던 일들이 단 몇 개월 만에 이루어졌지요. 정말 엄청난 변화였습니다. 그러면서 다시 너나들이의 대표제안자로서 엄마들의 연속적 글쓰기가 얼마나 큰 힘을 가지고 있는지 알기에 다시 미디어 사업에도 도전하였고 지금 잘 진행하고 있습니다.

때론 힘이 들기도 하지만 그럼에도 불구하고 지금의 제 모습이 정말 뿌듯합니다. 자랑스럽습니다. 육아에 찌든 일반 주부에서 마을의 활동가로 활동할 수 있었던 것은 바로 너나들이 사람들과의 인연이 아니었다면 불가능했을 것입니다. 글쓰기 수업을 통해서 미약하



나마 글도 써보며 아주 작은 꿈도 꾸어봅니다. 이게 바로 마을미디어의 힘이 아닌가 합니다. 너나들이 박언경, 2014 서울마을미디어축제 '자화타찬' 마을미디어 대상 개인상 추천 글 중에서 발췌.

엄마들의 글쓰기 모임이 공동육아로, 다시 웹진으로 발전하면서 단순히 우리 아이의 육아뿐 아니라 아이와 엄마가 함께 살고 성장하는 마을을 가꾸어가는 데 까지 관심과 활동이 확장됐습니다.

마을을 고민하고 변화를 도모하는 공론장의 형성

저마다의 이유로 마을미디어와 접촉한 개인들은 주민PD, 주민DJ, 주민앵커, 주민기자 등으로 불리며 주민으로서의 정체성을 갖게 됩니다. 처음에는 자신이 만드는 콘텐츠에만 집중을 하는 경우가 많지만 점차 다양한 콘텐츠 제작과 유통을 위해 주변에 참여를 독려하거나 콘텐츠를 알리면서 다양한 이웃들을 만나기 시작합니다. 동료 DJ, 앵커, PD 등과 서로의 콘텐츠에 대해 이야기를 나누기도 하고, 방송국 프로그램 편성과 운영을 함께 논의하게 됩니다. 신문이나 잡지의 경우 직접 배달을 다니면서 면 대 면으로 주민들과 관계를 맺고, 공개방송이나 공연 혹은 상영을 하게 되는 경우 더 많은 주민들을 만나 소통하고 공감대를 형성하며 삶의 이야기를 나눌 수 있습니다. 자신을 향해 있던 관심이 내 주변으로, 마을로 확장되는 과정을 자연스럽게 경험하는 것입니다. 이렇게 확장된 관심은 좀 더 즐겁고 살기 좋은 마을을 만들기 위한 고민으로 구체화되고, 이로써 마을공동체의 변화가 시작됩니다. 이것이 마을미디어의 기능과 역할입니다. 창신동 라디오 덩의 조은형 국장이 들려주는 이야기를 들어볼까요?



“각자 자기표현을 하다 보니... 어느새 놀랍게도! 마을과 만나게 되었다. 분명 나로부터 출발했고 내가 하고 싶은 방송을 했는데 마을을 만난 것이다. 마을 사람들이 듣는다고 생각하니 한 번 더 생각하게 되고, 방송에 게스트를 초대하고 인터뷰를 나가고 사람들을 만나면서 주변이 보이기 시작한 것이다. 초기 멤버 중 남아

있는 2명은 개국 후 1년 만인 2014년 1월에 주민자치위원이 되었다. 그리고 지금은 자기표현을 넘어선 동네 소식 방송, 동네 현안을 다루는 간담회, 주민 인터뷰, 주민들의 음반 제작 등을 주요하게 다루기 시작했다.”

〈전국 마을미디어 팔도유람〉, 조은형, 2014, 24쪽 중에서 발췌.

창신동 라디오 덩에서는 요즘 주민 개인이 원하는 방송을 할 수 있도록 방송국 문을 열어두는 한편, 마을의 숨겨진 예술인들을 찾아 무대를 제공하는 작은 음악회, 음반 제작 프로젝트, 공개방송 등을 진행하고 있습니다. 더불어 점차 열악해지는 창신동 봉제마을의 변화를 위한 ‘봉제마을 살길 찾기 간담회’ 같은 지역 현안에 주민들의 의견을 모으는 일도 하고 있습니다.

대구의 공동체라디오인 ‘성서공동체FM’은 주민들이 라디오 방송을 통해 지역 사회를 변화시키기도 했습니다. ‘주민의 힘으로 성서를 바꾸는 프로젝트’라는 이름이 붙은 <주민발언대>가 바로 그 프로그램인데요. 주민들의 문제나 제안이 해결될 때까지 방송을 한다는 기획의도를 바탕으로 합니다. 지역 도서관을 만들고 싶었던 주민들이 녹음기를 들고 마을 사람들을 만나 도서관에 관한 의견을 모으고 구청, 의회 등을 취재하며 <주민발언대> 방송을 제작하기도 했습니다. 이렇게

모인 마을의 목소리가 매주 방송됐고, 방송이 담긴 CD가 매주 구청과 참여 주민들에게 전달됐습니다. 의견들을 담은 방송을 몇 주, 몇 달씩 꾸준히 방송하다 보니 방송은 도서관 설립을 위한 주민 서명운동의 동력이자 주민들의 구체적인 바람과 의견을 모으는 통로가 됐습니다. 결국 구청에서는 주민들의 의견을 받아들여 도서관을 건립했습니다.

성서의 사례에서 볼 수 있듯이 마을의 공론장 형성과 변화는 개인으로 흩어져 있던 주민들의 목소리를 한데 모으고 마을의 필요와 문제를 이야기할 수 있는 마을미디어가 그 계기가 되어 이뤄집니다. 삶의 문제를 적극적으로 탐색하고 필요와 욕구를 표현하면서 스스로 살아가는 마을을 가꾸어나가고 변화를 만들면서 주민자치의 토대가 되고 마을민주주의의 확장으로 이어집니다.

스스로 미디어 되기, 미디어 권리 찾기

2012년 서울에서 진행된 '우리마을 미디어문화교실' 프로젝트는 마을 단위의 미디어교육 지원을 통해 다양한 마을 주체들이 마을미디어를 꿈꾸고 도전하게 한 계기가 됐습니다. '우리마을 미디어문화교실' 이후, 프로젝트에 참여했던 주민들이 삼삼오오 모여 마을라디오, 마을TV, 마을신문 등을 구성하기 시작했고 그 후 현재까지 다양한 마을미디어를 운영하고 있습니다.

마을미디어 이전에도 스스로의 이야기를 표현하고 소통하고자 했던 시도들은 있었습니다. 2000년 통합방송법 제정 이후 누구나 방송에 참여할 수 있도록 한 퍼블릭 액세스⁷ 제도가 도입되면서 누구나 자신의 이야기를 미디어로 표현하고 소통할 수 있게 됐습니다. 2001년 개국한 시민방송 RTV는 시민PD들이 방송 프로그램을 만들면서 기존 미디어에서 소외됐던 장애인, 이주민 등이 자신들의 목

소리를 내고 사회에 참여하는 계기가 됐습니다. 이후 시민들의 미디어 교육과 창작을 지원하는 미디어센터가 전국적으로 확대되면서 교육을 통해 미디어를 접한 시민들이 미디어동아리 또는 미디어공동체 등을 구성해 활발한 활동을 벌여나갔습니다. 그뿐만 아니라 시민들이 직접 미디어를 소유하고 운영하는 형태의 공동체라디오가 시작되면서 세대별, 계층별, 지역별로 다양한 사람들의 미디어 참여가 늘어났습니다.

이렇게 퍼블릭 액세스, 미디어센터, 공동체라디오 등은 지금의 마을미디어가 자생적으로 등장하고 성장할 수 있도록 한 토대라고 볼 수 있습니다.

우리는 미디어에 둘러싸여 살고 있지만 미디어에 참여하고 나의 이야기를 표현할 수 있는 권리에 대해서는 쉽게 잊어버립니다. TV, 컴퓨터, 스마트폰 등으로 미디어 콘텐츠를 쉽고 간편하게 소비하지만 미디어를 통한 내 삶의 변화까지는 생각하지 못하고 있죠. 마을미디어는 우리 주변의 미디어에 질문을 던지고 적극적으로 우리의 권리를 찾아가는 과정입니다. 우리 스스로가 미디어가 되는 것이죠.

7 퍼블릭 액세스(public access): 다양한 사회구성원들의 자기 발언 확대를 위해 매스미디어의 일정 시간을 요구하고 이용하는 권리를 말합니다. 매스미디어가 확대되면서 소수의 권력이나 자본의 영향으로 일반 대중이 표현의 자유를 누리게 된 상황에서 이들의 권리를 보장해주기 위해 등장했죠. 국내에는 2000년 통합방송법 제정시 '시청자 참여 프로그램'이라는 이름으로 처음 도입되어 <KBS 열린채널>, 위성방송, 종합유선방송, 지역 지상파 등에 반영되고 있습니다. 국내에서는 아직 '퍼블릭 액세스=시청자 참여 프로그램'이라는 인식이 지배적이지만, 넓은 의미에서 퍼블릭 액세스는 시민들이 직접 방송을 제작하고 방영할 수 있도록 보장하는 활동 전반을 말하며, 더 나아가 '시민이 직접 소유하고 운영하는' 소유권 액세스까지의 포괄적 개념으로 봐야 합니다.

마을미디어의 공동체 책임성

2016년 2월 현재 서울에서만 80여 곳의 마을에서 다양한 마을미디어 활동이 진행되고 있고 그 수는 점점 늘어나고 있습니다. TV, 라디오, 신문, 잡지 등 매체 형태를 갖추고 정기적으로 콘텐츠를 제작하고 있는 곳만도 20여 곳, 마을미디어에서 생산되고 있는 마을콘텐츠의 수도 2000여 건에 달하고 있습니다. 누구나 쉽게 참여할 수 있다는 점이 마을미디어의 빠른 확산과 성장 배경이라고 할 수도 있습니다. 하지만 마을미디어가 ‘마을미디어’답기 위해서 고민하고 잊지 말아야 할 것들도 있습니다. 무엇이 있는지 간단히 살펴보겠습니다.

공동체의 이해를 대변하기

마을미디어는 개인의 자기표현의 장이자 동시에 마을의 소통 공간입니다. 그렇기 때문에 마을미디어가 추구하는 가치, 활동의 방향, 마을에서의 역할 등에 대해 구성원들이 함께 고민하고 논의해야 합니다. 특정 가치나 욕구가 일방적으로 강요되면 안 되겠죠. 이 점이 마을미디어가 다른 미디어와 구분되는 지점이기도 합니다.

2007년 유럽의회는 <유럽의회 공동체미디어 현황보고서>를 통해 공동체미디어를 “비영리적이며 공동체가 소유하거나, 공동체에 복무하는 미디어. 프로그램 제작 과정에 공동체의 참여를 보장하며, 공동체 구성원들에 의해 운영되고 있다”라고 정의했습니다.⁸ 이와 같은 맥락으로 우리나라 공동체미디어의 특성과 의미

⁸ ‘유럽 공동체미디어 현황’, <ACTI: 진보적미디어운동연구저널> 48호, 박채은, 2007.

를 표로 정리한 자료도 있습니다.

공동체미디어의 특성과 의미

공동체 미디어 특성	의미
비영리	이윤 추구가 목적이 아님 비영리적 조직에 의한 운영과 비영리적 활동
공동체 소유	공동체 구성원들에 의한 소유와 통제 완전한 액세스와 참여
사회적 서비스 제공	공동체의 요구와 이해의 반영 공동체의 변화 추구

출처: <국가규제와 공공지원이 공동체미디어에 미치는 영향에 대한 연구: 영국, 호주, 미국, 캐나다, 한국의 비교를 중심으로>, 최성은, 2010, 11쪽.

비영리, 공동체의 소유와 운영, 공동체 이해의 반영을 통한 사회적 서비스 제공이라는 세 가지 특성은 마을미디어도 공통적으로 지닌 특성이기도 합니다. 따라서 마을미디어는 주민들 스스로 우리 마을에 어떤 미디어가 필요한지, 우리가 꿈꾸는 마을은 무엇인지, 그 속에서 개인은 어떠한 활동을 하며 마을과 사회를 만날 것인지 끊임없이 고민하면서 마을미디어의 정체성과 운영 원칙을 만들어가야 합니다.

참여자 간 수평적 의사소통과 결정

앞서 살펴보았듯이 마을미디어는 공동체가 소유하고 그 구성원들이 운영합니다. 공동체는 구성원들과 구성원들의 이해를 대변하고 마을의 변화를 만들어가게 되는데, 이 과정에서 가장 중요한 부분이 바로 수평적 의사소통과 의결구조입니다. 이러한 수평적 의사소통 구조는 마을미디어의 운영뿐 아니라 콘텐츠를 만드는 과정에도 똑같이 적용됩니다. 아이디어를 낸 사람, 프로그램을 진행하는 사람,

연출을 하는 사람, 유통하는 사람 등이 각자의 역할을 존중하며 민주적 토론과 합의를 거쳐 진행해야 합니다. 따라서 수평적 의사소통을 위한 운영 원칙을 마련하고 마을미디어의 취지를 잘 반영할 수 있는 제작 과정을 지켜가는 일이 중요합니다.

‘나’를 넘어서, 보고 듣는 사람에 대한 배려

마을미디어는 누구나 자유롭게 하고 싶은 말을 할 수 있고 마을 또는 자치구 행정에 대한 비판도 할 수 있습니다. 하지만 이러한 비판이 특정인을 비하하거나 공동체 가치를 위해하는 범위까지 허용되지는 않습니다. 마을미디어의 자율성은 상호 존중과 공동체의 이해라는 바탕 위에 만들어지기 때문에, 내가 하고 싶은 말이어도 누군가에게 상처를 주거나 피해를 입히지는 않을지 점검하는 배려가 필요합니다. 바로 ‘인권감수성’을 기본으로 지녀야 하는 것이죠.

저작권과 초상권 고려하기

최근 마을미디어의 고민 중 하나가 바로 저작권입니다. 마을미디어 콘텐츠를 제작할 때 대중가요나 뉴스 기사, 이미지 등 타인의 저작물을 활용하는 경우가 많기 때문입니다. 특히 마을미디어는 콘텐츠를 혼자 소장하는 것이 아니라 더 많은 주민들과 나누기 위해 다양한 방식으로 온·오프라인 유통을 하기 때문에 저작권에 대한 고려가 필요합니다. 저작권은 창작자의 권리를 보호하기도 하지만, 창작물의 공정이용을 통해 문화의 발전을 꾀하려는 제도이기 때문에 타인의 저작권을 고려하는 동시에 나의 저작물을 어떻게 나누고 활용할 것인가에 대한 고민도 필요합니다. 대부분의 마을미디어의 경우, 상업적 이익을 목적으로 하는 콘

텐츠보다는 일상의 이야기를 나누고 공감을 만들어내는 콘텐츠들이 많기 때문에 단순히 콘텐츠에 대한 권리 규정을 어떻게 할까의 차원이 아니라 제작자의 권리를 침해받지 않으면서도 많은 사람들과 나눌 수 있는지를 함께 고민해볼 필요가 있습니다.

저작권과 함께 고려해야 할 점이 초상권입니다. 인쇄물이나 영상미디어 등을 제작할 때 사진이나 동영상에 촬영된 인물이 피해를 입지 않도록 해야 합니다. 보도 내용과 맞지 않는 상황의 이미지를 사용하거나 특정 사건을 이야기하면서 관련 없는 인물의 사진이나 영상을 사용하면 시청자가 잘못된 인식을 하거나 틀린 정보를 얻게 될 위험이 있습니다. 따라서 제작 당시 이미지에 등장하는 인물에게 소속과 제작 의도를 밝히고 허가를 받는 과정이 필요합니다. 또한 늘 정확한 사실관계를 바탕으로 콘텐츠를 만들어야 한다는 점도 잊지 말아야 합니다!

곰씹어보기

1. 기존 미디어에는 유명인이나 연예인이 아닌 평범한 사람들의 이야기가 얼마나 나올까요? TV, 라디오, 신문, 잡지 등 일상적으로 접하는 미디어에서 주로 어떤 이야기를 다루는지 살펴봅시다.
2. 기존 미디어와 마을미디어는 어떤 차이가 있나요?
3. 내가 사는 마을에는 어떤 마을미디어가 있나요? 만약 내가 만든다면 어떤 마을미디어를 만들고 싶나요?

더 읽어볼 자료

《미디어 시민권》 | 이병남 | 2014

퍼블릭 액세스와 시민들의 미디어 권리를 잘 설명하고 있습니다.

《떠나재! 서울 마을미디어 여행》 | 서울마을미디어지원센터 | 2015

서울의 다양한 마을미디어 현황과 활동이 잘 정리되어 있습니다.

<http://goo.gl/tKL2XK>



《동네 사람들이 만드는 라디오 방송 만만한 라디오》 | 성서공동체FM | 2015

대구의 공동체라디오 성서공동체FM의 10년 동안의 이야기를 담은 책. 공동체라디오를 통한 주민들의 자기표현과 소통, 변화의 과정을 읽을 수 있습니다.



마을에서 주민들을 만나고 이야기를 건네는 데에는 소셜네트워크서비스(SNS)부터 신문·TV·라디오 등 매우 다양한 미디어를 활용할 수 있습니다. 이번에는 그 다양한 미디어 활용 방법을 알아보고, 실제 마을미디어 현장에서의 미디어 종류와 콘텐츠를 살펴보겠습니다.

마을미디어의 종류와 특징

온·오프라인 게시판

인터넷이 보편화되고 각종 커뮤니티 서비스가 늘어나면서부터 우리의 관계망은 오프라인뿐 아니라 온라인에서도 다양하게 구성·확장되고 있습니다. 이제는

‘아파트 주민카페’나 지역의 육아 정보를 모아두는 ‘맘카페’와 같은 온라인 커뮤니티 사이트가 광범위하게 활용되고 있죠. 온라인 커뮤니티는 오프라인에서 일일이 만나기 어려운 많은 주민들을 쉽고 간편하게 연결해주기 때문에 마을의 특정 화제나 주제 등을 중심으로 다양하게 운영되기도 합니다. 최근에는 SNS와 모바일 메신저 사용이 활발해지면서 마을공동체 SNS 페이지나 메신저 그룹에서 마을공동체 소식을 전하거나 일상 이야기 혹은 사진을 공유하기도 하고, 마을의 풍경과 사람의 이야기를 기록으로 남기기도 합니다.

온라인뿐만 아니라 마을 주민들이 많이 모이는 곳에 공개 게시판을 설치해 마을과 주민들의 소식을 공유하는 경우도 있습니다. 오프라인 게시판은 소식을 전하는 용도로도 활용되지만, 특정 문제에 대한 주민들의 의견을 받는 여론 형성의 통로가 되기도 하고 주민들이 건의사항 등 의사를 표현하는 공간이 되기도 합니다.



라디오금천 네이버 밴드



도봉구 주민들이 운영하는 페이스북 페이지 'Humans of Dobong'

마을극장, 마을사진관

영화나 사진 같은 특정 미디어에 관심 있는 주민들이 모여 오프라인 모임을 진행하는 경우도 있습니다. 양천구 목2동의 경우 한 달에 한 번씩 주민들이 모여 영화를 함께 보는 극장을 운영하고 있습니다. 상영시설이 잘 갖춰진 진짜 극장은 아니지만 동네 주민들이 자주 이용하는 커뮤니티 카페를 상영관으로 꾸미고 주민들이 보고 싶은 영화를 선정해 함께 영화를 봅니다. 영화를 보고 난 뒤에는 관련 주제로 토론을 하거나 감독 또는 출연자들과 만나는 자리를 마련하기도 합니다. 일명 ‘모기동 이야기하는 마을극장’은 이름처럼 영화를 보는 일 자체보다 주민들이 영화를 매개로 만나고 이야기 나누는 기회를 만드는 데에 모임의 목적이 있습니다. 이야기와 먹거리와 마실거리를 나누면서 주민들의 관계망을 조금씩 넓혀가는 것이죠.



이야기하는 마을극장

기록과 아카이빙

재개발과 상권의 이동, 주거 형태의 변화와 이주 등 우리가 살고 있는 도시는 매일매일 빠른 변화를 겪고 있습니다. 도시의 변화는 그곳에서 살고 있는 사람들의 삶의 모습도 빠르게 바꿔놓고 있습니다. 하루가 다르게 변하는 마을의 모습, 함께하는 주민들의 이야기를 기록하고 보관하고자 하는 것이 바로 아카이빙입니다. 아카이빙은 전 세계에서 다양한 방식으로 이루어지고 있습니다. 영국 공영방

송 BBC와 대영도서관이 진행하는 '리스닝 프로젝트(The Listening Project)'나 서울 문화재단이 진행하고 있는 '메모리인(人) 서울 프로젝트'와 같은 시도를 예로 들 수 있습니다. 영국의 리스닝 프로젝트는 온라인 홈페이지에 접속해 누구나 자신의 이야기를 녹음할 수 있습니다. 주제나 이야기 방식을 불문하고 지금 살아가는 이야기를 자유롭게 말할 수 있죠. 이렇게 녹음된 이야기들은 대영도서관의 소리 도서관에 저장됩니다. 메모리인 서울 프로젝트는 이야기를 기록하는 '이야기 채록사'가 여러 마을을 돌아다니면서 녹음부스에 주민들을 초청해 살아온 이야기를 풀어내게 하여 녹음합니다.

대규모 재개발이 이뤄졌던 서울시 은평구에서도 재개발 이전과 이후의 모습을 기록해두고자 했던 시도가 있었습니다. 은평뉴타운의 중심지인 진관동에서 오랫동안 살고 있는 주민들이 각자가 갖고 있던 진관동의 과거 사진들을 모으고, 재개발 이후에도 여전히 터전을 떠나지 않은 주민들과 상인들의 이야기를 모아 《진

관동 이야기》라는 책으로 엮었습니다.

이처럼 아카이브는 우리 스스로가 만드는 우리의 역사이기도 합니다. 역사책에 기록되지 않은 우리의 소소한 일상을, 주류 미디어에 등장하지 않는 평범한 삶을 100년이 지나고 200년이 지나도 누군가 다시 들춰보고 기억할 수 있도록 말이죠.

신문과 잡지

주민들이 스스로 기자가 되고 편집자가 되어 마을의 다양한 소식과 모습을 지면에 싣고 주민들을 찾아다니며 나누는 신문은 일종의 아카이브 역할을 하기도 합니다. 마을신문은 주민들의 소소한 이야기나 마을 행사 등 알림사항을 전하기도 하고, 자치구의 행정을 감시하거나 새로운 정책을 비판적으로 분석하기도 합니다. 마을신문은 소통의 매체이면서 동시에 지역 언론이자 주민들의 언론 역할을 하기도 합니다. 실제로 1년 동안 발행된 마을신문을 모아 보면 지난 한 해 동안의 마을 풍경과 이야기를 고스란히 살펴볼 수 있습니다.

신문이 마을의 전면을 볼 수 있는 매체라면 잡지는 좀 더 특정 주제를 중심으로 마을을 살펴볼 수 있는 매체입니다. 은평구에 거주하는 비혼 여성들이 중심이 되어 만드는 잡지 <4인분 말고 1인분>은 4인 가족 중심의 사회·생활 서비스 구조 때문에 겪게 되는 1인 비혼 여성 가구의 불편함과 안타까움을 유쾌하게 풀어내는 잡지입니다. 이 잡지에서는 은평구 내 1인분만 판매하는 식당 목록, 반찬이나 김장 나누기 소식, 1인 비혼 여성으로 살아가는 것에 대한 이야기 등이 실려 있습니다. 성북동에서 오랫동안 살아온 퇴직 교사와 지인들이 중심이 되어 만드는 <성북동 이야기>는 성북동을 배경으로 하는 시, 에세이, 수필 등을 담은 잡지



영국의 리스닝 프로젝트 홈페이지



《진관동 이야기》와 《불광동 이야기》

입니다. '놀이 위해 만든다'는 신조의 잡지답게 늘 풍성한 먹거리를 즐기며 진행되는 편집회의는 <성북동 이야기>의 대표적 이미지이기도 합니다. 마을을 바라보는 다양한 시선으로 고즈넉한 분위기의 성북동을 새롭게 느낄 수 있도록 하는 잡지입니다.

신문과 잡지는 다른 미디어와 달리 오프라인에서 정기적으로 배포된다는 특징이 있습니다. 마을신문 도봉N의 경우 배포 자원활동가가 있어 옆집에서 옆집으로 얼굴을 맞대고 신문을 건네는 문화를 만들었고, <성북동 이야기>의 경우 동네의 음식점, 서점 등을 중심 배포처로 두고 있습니다. 주민들이 신문과 잡지를 매개로 인사를 나누고 마을을 새롭게 바라보며 기억할 수 있게 됩니다.

TV와 라디오

마을TV와 라디오는 적게는 주 1회에서 많게는 주 10회 이상 정기적으로 프로그램을 제작·유통하고 있습니다. 지역의 소식을 전하는 프로그램부터 주민들 각자의 관심사와 주제를 중심으로 한 프로그램, 마을뿐만 아니라 사회적 이슈를 다루는 시사 프로그램까지 다루는 주제와 영역이 다양합니다.

서울에서 운영되는 마을미디어는 라디오가 상대적으로 많습니다. TV나 신문 또는 다른 매체들에 비해 접근과 제작이 쉽고, 팟캐스트의 영향으로 다양한 라디오 방송에 대한 사람들의 관심이 늘고 있는 최근의 분위기가 반영된 결과라고 볼 수도 있습니다. TV나 라디오는 정기적인 콘텐츠의 생산과 유통이 가장 큰 특징이지만, 마을TV나 마을라디오는 주민들을 직접 만나는 일 또한 중요하게 생각합니다. 마을라디오의 공개녹음이나 마을TV의 공개상영회 등을 통해 해당 마을미디어를 주민들에게 알리기도 하고, 주민들이 자신의 끼를 표출할 수 있는 기회를

제공함으로써 주민들이 마을미디어를 자기표현의 통로로 활용할 수 있음을 보여 주기도 하는 것이죠. 최근에는 마을의 크고 작은 행사나 축제와 결합하여 이러한 만남의 자리를 만들기도 합니다.

마을미디어 콘텐츠 살펴보기

마을미디어에서 제작되는 콘텐츠는 제작에 참여하는 주민들만큼이나 형태, 주제, 내용 등이 다양합니다. 정기적으로 콘텐츠를 제작하고 있는 TV와 라디오 방송을 중심으로 다양한 콘텐츠 유형과 사례들을 알아보겠습니다.

지역밀착형: 마을의 소식을 전하고 이슈를 살펴보는 정보 프로그램



많은 수의 마을미디어들이 마을과 주민들의 소식을 전하거나 지역의 주요한 이슈를 다루는 지역밀착형 프로그램들을 제작하고 있습니다. 성북구 와보송TV

의 <성북마을뉴스>나 종로구 창신동 라디오 덤의 <창신동 소통통>, 서대문구 가재울라디오의 <ZOOM IN 서대문>, 중랑구 마을미디어 뽀의 <중랑이래요> 등이 있습니다.

교양정보형: 삶을 풍요롭게 하고 마을살이에 유용한 팁을 제공하는 프로그램



교양정보형 프로그램은 마을의 역사, 교육, 복지, 육아 등 삶을 다채롭게 하는 이야기와 마을살이에 유용한 정보를 제공하는 유형입니다. 세계 각국의 언어를 배워보는 도봉N 제작의 팟캐스트 <아매떼>, 영화나 드라마에 심리학적 해석을 덧붙여 방송으로 풀어내는 강북FM의 <마음 읽는 시간> 등을 대표적 예로 들 수 있습니다.

특히 지역의 숨겨진 역사와 전설을 발굴하여 주민들과 공유하기 위해 시작된 동작FM의 <낭만과 전설의 동작구>는 2013년 1월을 시작으로 현재까지 총 100편 이상의 에피소드를 쌓으며 지역 중심의 역사 해설에 나서고 있습니다. 조선시대

정조의 화성행차에서 중간 쉼터 역할을 했던 동작구의 작은 행궁을 조명해보고, 6·25전쟁 당시 이승만 대통령의 한강인도교 폭파 사건을 ‘동작구와 연결된 한강다리’라는 관점에서 다시 살펴보기도 합니다. 잘 알려진 역사 속에서 동작구를 재발견하는 작업과 함께, 알려지지 않은 동작구 출신의 독립운동가 등 역사적 인물을 소개하는 일도 놓치지 않습니다. 그동안의 방송을 모아 책으로 출간하기도 했고, ‘동네 역사 탐방 프로그램’을 진행하며 주민단체, 지역 학교, 도서관 등과의 강연도 연계하고 있습니다. 단순한 역사적 정보 제공을 넘어서서, 살고 있는 지역의 역사를 살펴봄으로써 우리 삶의 과제를 해결해가는 데 필요한 것을 발견하고자 하는 <낭만과 전설의 동작구>는 주류 미디어에서 다루지는 않지만 삶과 밀착된 생생한 역사를 스스로 발굴하고 기록한다는 마을미디어의 역할과 필요성을 잘 보여주는 사례입니다.



<낭만과 전설의 동작구> 녹음 현장과 출간된 책

문화예술형: 문화·예술·스포츠 등 다양한 주제별 프로그램



문화예술형 콘텐츠는 마을 주민이 자신의 문화적 관심사를 중심으로 풀어나가는 프로그램을 뜻합니다. 지금은 평범한 주부이자 공인중개사이지만 한때는 가죽바지 차림으로 헤드뱅잉 좀 했던 메탈 음악 마니아가 진행하는 동작FM의 <노량진 봉숙씨의 메탈헤븐>, 주부 두 명이 그림책에 관한 이야기를 들려주는 가재올라디오의 <그림책 읽어주는 여자> 등이 있습니다.

이러한 문화예술형 콘텐츠는 마을미디어가 ‘마을의 이야기만 해야 한다’는 편견을 깨줍니다. 마을을 잘 모르거나 미디어 전문 지식이 없어도 자신의 관심사와 주제를 중심으로 얼마든지 이야기를 풀어낼 수 있습니다. 그렇기 때문에 가장 많이 제작되는 마을미디어 콘텐츠이기도 하고, 많은 주민들이 마을미디어를 시작할 때 가장 먼저 도전하는 콘텐츠 형식이기도 합니다.

커뮤니티형: 세대·계층·주제별 공동체가 운영하는 교양 정보 프로그램



각양각색 사람들이 만나는 마을미디어에서는 커뮤니티형 콘텐츠도 눈에 띕니다. 주로 마을 안의 이야깃거리를 풀어놓는 프로그램들입니다. 파킨슨병 환우들이 만드는 가재올라디오의 <라디오 파킨슨 사랑방>, 종로구 송인동 성인 한글학교 어머니 학생들이 글로 표현하고 싶었던 내용을 방송하는 창신동 라디오 덤의 <글밥 먹는 날>과 세계 유일의 봉제사 방송인 <썩썩~ 그러나 조금은 쉬기도 하는 시간>, 동네 아빠와 언니들의 입담이 돋보이는 와보송TV의 <아빠들의 수다>와 <언니들의 호박씨> 등이 커뮤니티형 프로그램입니다. 이런 형태의 콘텐츠는 마을이 여러 세대와 계층이 함께 어울려 사는 공간임을 확인하게 해줍니다.

기타: 인터뷰형과 시사형 등

특정 인물을 스튜디오에 초청해서 이야기를 나누는 인터뷰형 프로그램도 마을 미디어에서 종종 볼 수 있습니다. 주민이 만나고 싶어 했던 유명인이나 지역 활

동을 하고 있는 마을활동가 혹은 이웃 주민을 초대하기도 합니다. 인터뷰형 프로그램은 살아가는 이야기를 나누면서 공감대를 형성하고 때로는 감동과 위로를 주기도 합니다. 강북FM의 <반달곰이 만난 사람>, 창신동 라디오 팀의 <산증인프로젝트>, 한아름방송국의 <수요일의 만남> 등이 인터뷰형 프로그램입니다.

시사형은 마을 현안을 넘어서서 우리 사회의 이슈를 살펴보는 프로그램으로 동작FM의 <이상한 나라의 너우스>, 강북FM의 <응답패설> 등이 있습니다.

마을미디어 콘텐츠 유통 현황

온라인 중심의 마을미디어 콘텐츠 유통

마을미디어 매체와 특성에서 알 수 있듯이 현재 마을미디어는 온라인 중심으로 콘텐츠가 유통되고 있습니다. 영상이나 라디오의 경우 콘텐츠가 제작되면 유튜브(youtube) 또는 팟빵(podbbang)과 같은 무료 유통 플랫폼에 1차 배포를 합니다. 사람들이 보고 들을 수 있도록 콘텐츠가 등록되면 마을미디어 홈페이지, 커뮤니티, SNS 등에 2차 배포를 합니다. 그 후에는 관련 있는 마을공동체나 단체, 기타 네트워크나 그룹 등에 3차 배포를 하죠. 이러한 과정을 거치며 주민들은 물론이고, 마을미디어에 관심 있는 마을 밖 시민들이 콘텐츠를 더 많이 접할 수 있도록 합니다.

마을미디어 콘텐츠 유통 과정

구분	1차 배포		2차 배포	3차 배포
TV/라디오	서버 업로드	유튜브/ 팟빵 공유	홈페이지, 온라인 커뮤니티, SNS 배포	유관단체/네트워크 홈페이지 또는 SNS 배포
신문/잡지	오프라인 배포		홈페이지, 온라인 커뮤니티, SNS 배포 (콘텐츠 전체 PDF 또는 기사별 공유)	유관단체/네트워크 홈페이지 또는 SNS 배포 (콘텐츠 전체 PDF 또는 기사별 공유)

마을미디어 매체의 확장 - 공동채널

최근 들어 개별 마을미디어 차원의 유통에서 머물지 않고 마을미디어 콘텐츠들을 모아 공동으로 유통하는 채널을 만들려는 시도들이 진행되고 있습니다. 2015년 9월부터 시작된 '성북마을TV'의 경우 성북·강북·도봉·노원구 등 서울시 동북부 지역 4개구의 주민들이 직접 영상 콘텐츠를 제작하여 방영합니다. 성북구청의 지원으로 온라인 사이트를 마련했고, 시험 방송을 거쳐 현재는 하루 6시간씩 실시간으로 방송을 내보냅니다. 성북마을TV는 온라인 방송이 자리를 잡으면 지역 케이블과 협력하여 TV 채널로 확장하려는 계획을 세우고 있습니다.

라디오 영역에서도 공동채널의 실험이 진행되고 있습니다. 2015년 10월부터 팟캐스트 전문 플랫폼인 팟빵을 통해 실시간 방송을 운영하는 채널이 있습니다. '서울마을라디오 동네방네'라는 이름의 이 채널은 매일 15시간씩 마을라디오 13곳의 다양한 콘텐츠를 방송합니다.

마을TV와 마을라디오의 공동채널 실험으로 개별 마을미디어들이 시도하기 어려웠던 본격적 방송 채널 운영을 경험해볼 수 있습니다. 마을미디어 콘텐츠를 한 데 모아 접할 수 있게 하여 좀 더 많은 주민들에게 마을미디어의 존재와 콘텐츠



성북마을TV



서울마을라디오 동네방네

를 알리는 기회도 되고 있습니다. 시민들이 힘을 모아 만드는 채널로서 기존 미디어로의 확장을 기대해볼 수도 있을 것입니다.

Tip! 저작권에 대해 알아봅시다!

저작권은 저작권자의 권리 보호를 위한 법률이라고 생각하기 쉽지만 저작권법은 저작권자의 '권리 보호'뿐 아니라 이용자가 '공정 이용'을 할 수 있도록 하는 목적도 갖고 있습니다. 저작권법은 나라마다 그 내용이 조금씩 다르긴 하지만 궁극적으로는 사회의 문화 발전을 추구한다는 점에서 그 방향성이 동일합니다.

저작권은 크게 저작권, 저작인접권, 저작인격권 등으로 나뉩니다. 저작권은 창작 활동으로 만들어진 저작물에 대한 창작자의 권리를, 저작인접권은 저작물을 문화 콘텐츠 형태로 복제·배포하는 과정에 관여하는 이들(실연자, 음반 제작자, 방송 사업자 등)의 권리를, 저작인격권은 저작물의 공표 여부를 결정할 수 있는 공표권과 저작자의 성명 또는 상호를 표시하도록 하는 성명표시권, 저작물의 내용과 형식, 제호 등을 유지하게 하는 동일성유지권 등을 포함하는 개념입니다.

저작권이 부여된 저작물을 이용하고자 하는 모든 경우에는 저작자의 허락을 얻거나 사용료를 지불해야 합니다. 하지만 저작권법은 공공 목적이나 문화 공유 차원에서 저작권의 일정 부분을 제한하기도 합니다. 음악의 경우 교육이나 시사 보도를 목적으로 이용할 때, 비영리

적 음악 공연, 이익이나 대가 없는 판매용 음반의 공연, 사적 이용을 위한 복제 등이 이에 해당합니다.

최근 저작권법은 저작권자들의 권리 보호에 좀 더 무게를 두면서 처벌을 강화하는 방향으로 바뀌고 있습니다. 그러다 보니 공정 이용의 범위도 점차 줄어들고 있습니다. 저작권법을 너무 권리자의 입장으로 엄격하게 해석하면 일반 공중의 향유를 제한하게 되어 문화의 발전을 저해한다는 비판의 목소리도 있습니다. 이를 보완하기 위한 대안적 활동도 있는데, 바로 정보공유라이선스인 CCL(Creative Commons License)입니다. CCL은 자신의 창작물에 대해 일정한 조건을 두고 다른 사람의 자유로운 이용을 허락하는 내용의 자유 이용 라이선스입니다. 저작권자는 자신의 의사에 맞는 조건을 선택하여 저작물에 적용하고, 이용자는 적용된 CCL의 조건을 확인하고 그 범위 안에서 자유롭게 이용할 수 있습니다.

또한 자유 이용이 가능한 콘텐츠들을 모아놓은 다양한 사이트들이 생기면서 이용자들의 창작을 독려하는 사례도 점차 확대되고 있습니다. 유튜브는 자체적으로 오디오 라이브러리를 갖추고 저작권에서 자유로운 무료 음원을 제공하고 있습니다. (<https://goo.gl/4RShfa>)



저작권은 때때로 마을미디어 제작에 어려움으로 작용합니다. 물론 마을미디어는 비영리를 목적으로 하고 공공성을 바탕으로 하지만 원칙적으로는 사용이 제한되는 경우가 많습니다. 따라서 마을미디어도 교육이나 비영리 공연과 같이 저작권 제한 범위 안에 포함해야 한다는 의견도 있지만 아직 관련 논의가 활발하게 진행되지는 않고 있습니다. 우리가 마을미디어 콘텐츠를 창작할 때 이용하는 여타 저작물의 저작권을 잘 살피는 일도 필요하지만, 이와 함께 만들어내는 저작물의 이용 권리를 어떻게 할지도 고민해야 합니다. 저작권은 보호돼야 하는 권리가기도 하지만, 보호만을 목적으로 이용과 확산을 가로막아 버리면 안 되기 때문입니다. 본래의 취지대로 저작권자의 권리와 이용자 권리의 균형을 고려하면서 저작권에 대한 논의를 함께 해나가면 좋겠습니다.

꼭 읽어보기

1. 이웃의 이야기나 마을 소식을 접해본 적이 있나요? 어떤 경로로 접하게 되었나요?
2. 어떤 마을미디어 콘텐츠를 만들고 싶나요?
3. 저작권의 필요와 사용에 대한 생각을 나눠봅시다.

더 읽어볼 자료

'마을미디어 보고 듣는 방법 총정리' | 마을미디어 소식지 <마중> 11호 | 2014

TV, 라디오, 신문 등 다양한 매체로 제작/유통되고 있는 마을미디어 콘텐츠를 살펴보는 방법들을 정리해놓았습니다. blog.naver.com/mediact/220177929940



성북마을TV

성북마을TV 홈페이지에서 마을 영상을 시청할 수 있습니다.

www.seongbuk.go.kr/sb_new/information/broadcast/broadcast.jsp



서울마을라디오 동네방네

서울마을라디오 동네방네에서 다양한 마을라디오 콘텐츠를 접해보세요.

www.poddbang.com/live/maeulmedia



정보공유라이선스(CCL)

CCL에 대해 더 자세한 정보를 얻고 싶다면 이 사이트를 참고해주세요.

www.cckorea.org/xe/?mid=ccl



미디어 읽기가 필요한 이유

미디어는 특정 정보나 메시지를 전달하지만 누가, 어떤 목적으로 전달하느냐에 따라 그 내용과 의도가 매우 다양하게 해석될 수 있습니다. 우리 사회의 다양한 쟁점을 방송사, 언론사마다 조금씩 다른 관점으로 전달하는 경우를 보면 쉽게 이해할 수 있을 것입니다.



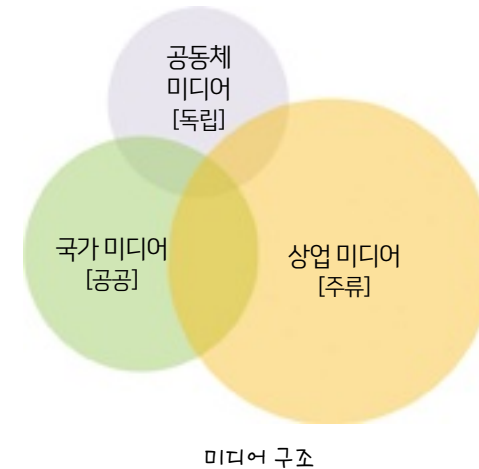
미디어의 속성을 나타내는 그림

두 사람이 쫓고 쫓기는 순간을 담은 그림이 있습니다. 이 상황을 누군가 카메라에 담고 있죠. 그런데 카메라 속 상황이 어떤가요? 실제 벌어지는 상황과 동일하게 보이나요? 화면 속에서는 실제 상황의 일부를 카메라에 선택적으로 담아냄으로써 현실과 다른 내용을 전달하고 있습니다. 이것은 미디어 생산자가 실제 상황을 어떠한 시각으로 보고 있는지, 어떠한 의도로 미디어를 생산하고 있는지 등에 따라 전달하는 메시지가 달라진다는 사실을 의미합니다. 미디어 전달 과정에 생산자의 가치, 생각, 의도 등이 반영된다는 뜻이죠. 즉 미디어에서 접하는 정보나 이야기는 반드시 누군가에 의해 '선택된' 혹은 '만들어진' 것이라고 할 수 있습니다.

미디어의 속성을 살필 때에는 우리를 둘러싼 미디어가 어떤 구조 속에 있는지도 함께 살펴봐야 합니다. 왜냐하면 우리가 접하는 매스미디어(대중매체)의 생산자는 주로 PD나 기자 등과 같이 특정 미디어에 소속된 사람들이기 때문이죠. 미디어 생산 과정에서 생산자 개인의 가치와 생각이 반영되기도 하겠지만, 이것들이 속한 미디어의 구조와 운영 목적을 넘어서지는 못합니다. 그럼 우리를 둘러싼 미디어 구조는 어떨까요?

미디어 구조는 소유 구조와 운영 목적에 따라 세 가지 영역으로 구분해서 살펴볼 수 있습니다. 국가가 직접 운영하는 국가 미디어, 기업 등이 운영하는 상업 미디어, 시민 또는 공공영역에서 운영하는 공동체(독립)미디어가 그 영역입니다. 국가 미디어는 KBS와 같이 국가가 소유하며 국가의 정책을 국민들에게 소개하고 미디어의 공익적 목적을 추구하는 미디어지만, 이는 정권의 성향이나 정책 기조에 영향을 받습니다. 우리나라 미디어 구조에서 가장 큰 비중을 차지하는 상업 미디어는 SBS와 같이 민간 영역에서 소유하고 운영하는 미디어를 말합니다. 케

이블TV, 종합편성채널, IPTV 등 지상파뿐 아니라 다양한 상업 미디어가 존재합니다. 이러한 미디어는 콘텐츠 제작과 광고 등을 통한 수익 창출을 목적으로 하기 때문에 자극적이고 오락적인 콘텐츠를 만들어 많은 시청률을 점유하고 이윤을 창출하려는 경향이 있습니다. 미디어의 세 영역 중 가장 작은 비중을 차지하는 공동체미디어는 시민이 직접 운영하고 소유하며 공동체 이익을 위해 힘쓰는 공동체라디오, 시민방송 등을 뜻합니다.



누군가에 의해 만들어진 이야기, 그 이야기를 만드는 권력과 자본의 속성, 나와는 관계없는 듯 느껴지는 '보이지 않는' 메시지를 우리는 미디어를 통해 일상적으로 접합니다. 특정 미디어 또는 제작자의 의도나 가치가 반영된 미디어를 있는 그대로 수용하는 것이 아니라 비판적으로 읽어낼 수 있는 능력은 현대를 살아가는 데 매우 중요한 부분입니다. 미디어를 비판적으로 바라보는 행위는 단순히 콘텐츠의 해석을 넘어서서, 미디어에 얼마나 접근하고 참여할 수 있는지 그 구조

를 분석해보는 능력으로 확장돼야 합니다. 이로써 미디어를 이용한 소통이 좀 더 평등하고 다양한 구조로 바뀌는 데 동참할 수 있습니다.

마을미디어 읽기와 쓰기를 관통하는 네 가지 질문

미디어는 콘텐츠를 생산하고 유통할 뿐만 아니라 그 형식과 내용으로 우리 사회와 문화에 여러 가지 영향을 끼칩니다. 미디어는 우리 사회의 모습을 반영하기도 하지만 특정 사건이나 이슈에 사람들의 관심을 불러일으키기도 합니다. 따라서 미디어 읽기는 단지 미디어 콘텐츠의 내용만 살펴보는 것이 아니라 콘텐츠의 표면적 의미와 그 속에 감춰진 제작 의도나 목적까지 파악해보는 총체적 이해의 과정입니다. 미디어 콘텐츠를 읽어내는 힘을 기르는 일은 기존의 미디어 콘텐츠를 심도 있게 파악하고 이해하기 위한 것임과 동시에 우리가 마을미디어를 제작할 때 어떤 콘텐츠를 어떻게 만들어낼 것인가를 고민하는 데 기준이 되기도 합니다.

누가 누구에게 이야기하는가?

신문의 경우 사건을 취재하고 기사를 쓰는 기자와 어떤 기사를 신문에 담을 것인지를 결정하는 편집장, 신문사를 소유하고 있는 사주 등 신문을 만드는 데 관여하는 다양한 관계자가 있습니다. 기자가 어떤 관심사를 갖고 있는지, 특정 사건을 어떤 시각으로 바라보는지, 편집장의 가치관, 사주의 정치적 입장과 발행 목적 등은 해당 신문이 독자에게 어떤 사건이나 이야기를 어떤 방식으로 전달할

지를 결정짓는 중요한 요소입니다.

2015년 11월 16일자 경향신문과 동아일보의 기사를 살펴보겠습니다. 이날 두 신문 다 주말 도심에서 있었던 집회를 다뤘습니다. 경향신문은 경찰의 과잉 진압을 비판하는 내용의 기사를, 동아일보는 시위대의 과격한 행동을 비판하는 내용의 기사를 내보냈습니다.

두 기사가 동일한 대중집회를 두고 정반대의 관점을 보이는 것은 집회를 취재하고 기사를 작성한 기자의 가치관 차이 때문일 수도 있고, 대기업 사주가 소유한 보수 성향 신문과 사원주식회사 방식으로 운영되는 진보 성향 신문의 소유 구조와 성향 차이 때문일 수도 있습니다. 게다가 제작자뿐만 아니라 각 신문을 구독하는 독자들도 기사의 방향이나 신문의 논조에 영향을 끼칠 수 있죠.

그렇다면 마을신문은 어떨까요? 마을신문은 비영리적으로 운영되고 마을이 공동으로 소유합니다. 전문 기자가 아니더라도 마을 주민이면 누구나 신문에 참여할 수 있습니다. 마을신문은 주류 신문들이 다루지 않는 우리 마을의 소식과 주민들의 이야기를 담아내고 함께 나눔으로써 소통하는 것을 목적으로 하기 때문에 전국 단위의 큰 이슈보다 우리 마을의 이슈, 마을 주민들의 이야기를 주로 다룹니다. 주민센터, 구청, 구의회 등에서 발표하는 마을 정책이나 제도와 관련한 이슈를 다룰 때에도 주민의 관점과 의견을 중점적으로 다루게 되죠. 취재를 하는 기자나 신문을 만드는 편집장 그리고 신문을 보는 독자들의 기대와 관심사가 기존 신문들과는 매우 다를 수밖에 없습니다. 따라서 마을신문들의 1면은 보통 마을에 직접적으로 영향을 미치는 정책이나 사건 등의 소식이 차지하는 경우가 대부분입니다. 주민들의 소소한 일상이나 마을의 사계절 풍경 사진 등은 마을신문이기에 다룰 수 있는 콘텐츠이기도 합니다.



2015년 11월 16일 <경향신문> 8면



2015년 11월 16일 <동아일보> A10면

무엇을 이야기하는가? 왜 이야기하는가?

앞서 마을신문이 기존 신문들과 다른 이유를 '누가 만드는가?'라는 질문을 통해 살펴보았습니다. '무엇을, 왜 이야기하는가?'라는 질문을 던지며 살펴보면 그 차이가 좀 더 확연해집니다.

지리산 자락에 위치한 산내면은 2000명 정도가 살고 있는 마을입니다. 산내면에서는 마을 주민들이 만드는 산내마을신문이 발행되고 있습니다. 이 신문의 창간호에는 산내면의 최고령 주민과 최연소 주민의 이야기가 특집기사로 실려 있습니다. 90세가 넘는 할머니와 태어난 지 며칠 되지 않은 아이의 이야기는 산내면만의 독특한 이야기였습니다. 그런데 이 신문은 1년 뒤, 1주년 특집호에서 산내면의 최고령, 최연소 주민의 이야기를 다시 다뤘습니다. 1년의 시간 동안 산내면에, 그리고 산내면 주민들에게 어떤 일이 일어났는지 살펴보고자 한 것이죠.

사건, 사고와 관련된 사람도 아니고 뭔가 특별한 사연을 가진 사람도 아니지만 산내면의 최고령, 최연소 주민이라는 이유만으로 이들의 이야기는 기사가 되어 산내 주민들에게 전해질 수 있었습니다. 마을신문이 아니었다면 기사화될 수 있었을까요?



<산내마을신문>

주민들이 함께 만드는 마을라디오인 동작FM에는 마을의 입장에서 역사를 거꾸로 살펴보는 프로그램이 있습니다. 바로 <낭만과 전설의 동작구>입니다. 이 프로그램에서 다루는 '역사'는 역사책에 나오는 이야기와도, 기존 TV나 라디오의 역사 프로그램에 나오는 역사 이야기와도 다릅니다. '동작구'와 동작구에서 살아가는 사람들이 그 주인공이기 때문이죠. 예를 들어, 정조의 화성 행차를 다루면서 행렬 규모나 인원, 행차 동안 일어난 사건 등을 조명하지 않고 행차 당시 정조의 쉼터가 됐던 동작구의 작은 행궁을 조명해본다든지, 알려지지 않은 동작구 출신의 독립운동가를 발굴하고 소개하는 등의 내용을 다룹니다. 이는 <낭만과 전설의 동작구>가 역사 속에서 동작구를 재발견해보려고 하는 프로그램이기 때문입니다.

어떻게 이야기하는가?

'어떻게 이야기하는가?'는 각각의 미디어가 어떤 '언어'를 사용하고 있는지를 살펴보는 질문입니다. 신문의 경우 글과 사진, 영상의 경우는 화면 크기나 카메라 움직임과 같은 영상 문법이 바로 '어떻게'에 해당합니다. 신문 기사에 어떤 사

진을 사용하는가는 그 기사에서 전달하고자 하는 핵심 메시지를 부각하는 역할을 하고, 영상 문법은 영상의 분위기를 조정하며 이야기를 전개해나가는 역할을 합니다. 더불어 각각의 기사와 사진을 어떤 크기로 어느 면에 배치하는지에 따라 기사의 중요도가 결정되기도 합니다. ‘어떻게 이야기하는가?’는 ‘무엇을 이야기 하는가?’의 질문과 매우 밀접한 연관을 지니는데, 미디어 콘텐츠에서 전달하고 싶은 메시지를 다양한 매체 언어로 표현하기 때문입니다.

기존 미디어가 매체 언어를 엄격하게 사용한다면 마을미디어는 조금은 자유로운 형태를 취합니다. 마을의 다채로운 여름 풍경을 사진으로 담아 한 면 전체에 배치하거나 진행자의 실수를 편집하지 않고 프로그램 재미의 요소로 그대로 내보내는 경우는 마을미디어가 비전문가인 주민들이 만들기 때문이기도 하지만, 다른 한편으로는 기존의 매체 언어에 얽매이지 않고 더 자유분방하게 표현할 수 있는 구조이기 때문이기도 합니다.

언제, 어디서 이야기하는가?

마지막 질문은 미디어의 생산, 유통, 배포의 구조와 관련된 질문입니다. 미디어 콘텐츠는 전달 구조를 비롯해 콘텐츠 생산과 유통의 체계, 독자들의 선택권과 참여권 여부 등에 따라 콘텐츠의 내용과 형태가 달라지기도 합니다. 예를 들어 콘텐츠 생산과 유통을 스스로 할 수 있는 대기업의 경우, 기업의 이익에 부합하는 콘텐츠를 중심으로 유통하거나 부정적인 정보를 유통에서 차단하여 기업의 이미지를 관리할 수 있습니다. 하지만 생산과 유통이 분리돼 있는 경우, 유통을 담당하고 있는 기업에 문제를 제기하는 내용의 콘텐츠는 배포에 어려움이 생길 수 있습니다. 또한 콘텐츠의 주요 플랫폼과 유통망이 무엇인가에 따라서 콘텐츠

를 접하고 나누는 방식이 달라집니다.

주민들이 직접 배포하는 마을신문의 경우 기존 미디어처럼 언제 어디서든 구매할 수는 없지만 마을 안에서 주민들이 직접 배포하기 때문에 제작과 마찬가지로 배포하는 과정 역시 주민들을 만나고 소통하는 과정이 됩니다. 온라인 무료 플랫폼을 중심으로 콘텐츠를 유통하는 마을TV나 마을라디오의 경우, 온라인의 공간적 한계를 넘어서기 위해 정기적으로 주민들과 만나는 공개방송 또는 상영회 등의 오프라인 소통의 장을 만들어갑니다.

최근에는 디지털 기기가 다양하게 발전하면서 콘텐츠의 유통과 소비 방식도 조금씩 바뀌고 있습니다. 모바일 기기에서 쉽게 소비할 수 있는 짧은 분량의 영상물, 핵심적인 메시지를 담아 쉽게 이해할 수 있도록 한 카드뉴스, 독자가 직접 스토리 전개에 참여하여 함께 만들어가는 융합 콘텐츠 등이 그러한 사례입니다. 마을미디어도 이러한 미디어의 변화에 발맞춰 더 많은 주민들과 함께할 수 있는 방법들을 고민하고 있습니다.

지금까지 마을미디어가 무엇인지, 현재 활동 중인 마을미디어와 그 콘텐츠로는 어떤 것들이 있는지 살펴보았습니다. 다음 3장에서는 마을TV가 무엇인지, 기존 지상파 및 케이블TV와 비교해 어떤 특징이 있는지, 어떤 사람들이 참여하는지 등을 알아보겠습니다.

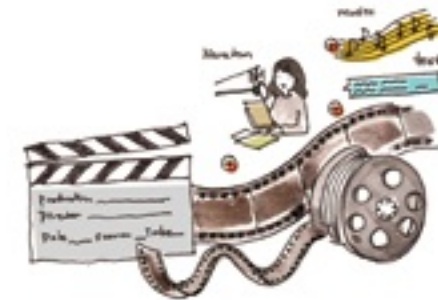
곱씹어보기

1. 우리 사회의 주요 이슈를 다루는 뉴스 프로그램을 살펴봅시다. 다양한 방송사와 언론사에서 동일한 사건이나 사회 현상을 어떻게 전달하고 있나요?
2. 자주 보는 드라마의 한 장면을 분석해봅시다. 등장인물의 세대, 계층, 직업이 어떤가요? 특정 가치나 메시지를 전달하고 있지는 않나요?
3. 상업 미디어의 콘텐츠와 마을미디어의 콘텐츠를 비교해봅시다. 어떤 점이 다른가요?

더 읽어볼 자료

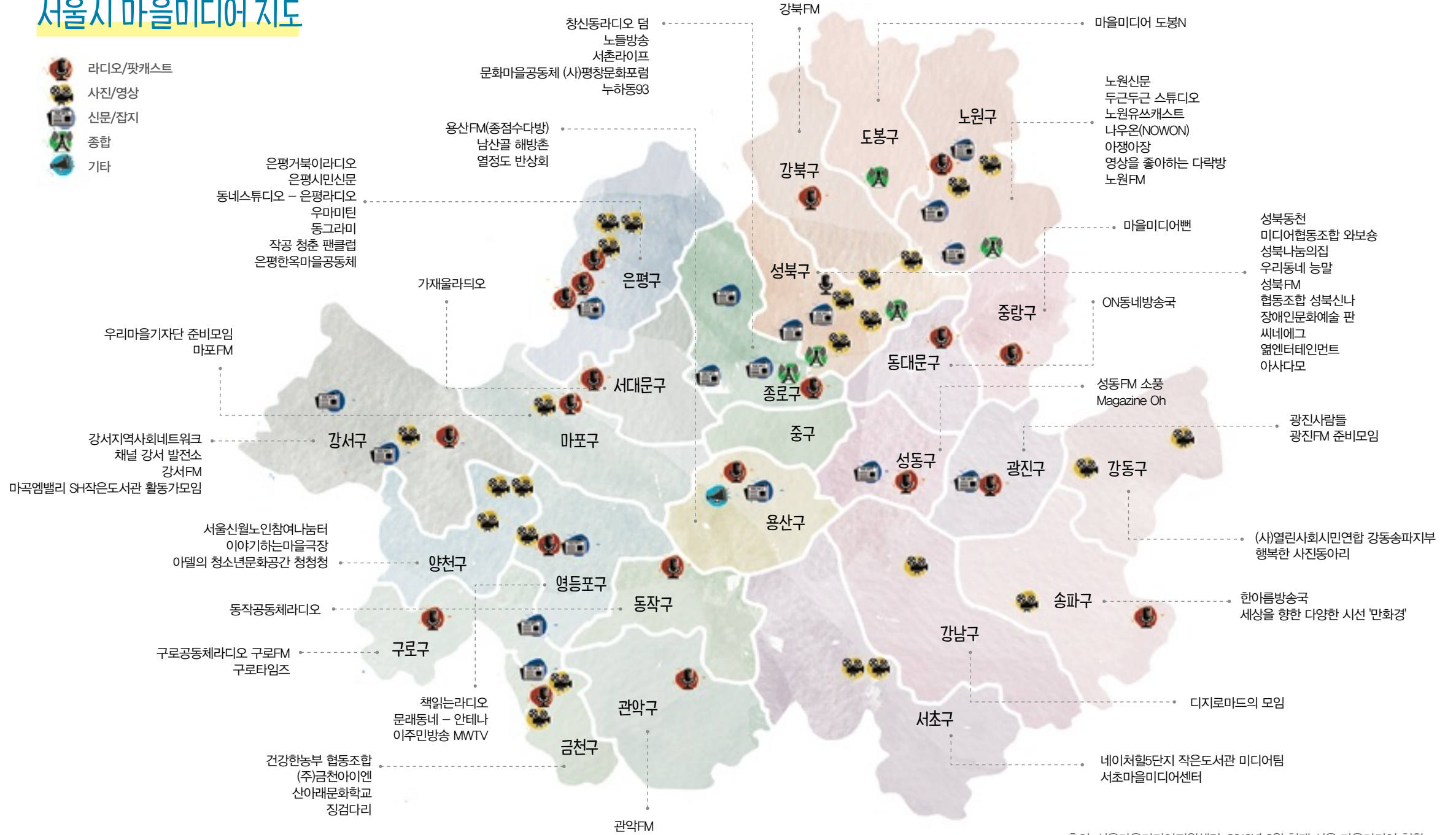
《미디어 리터러시》 | 스가야 아키코 지음, 안해룡 · 안미라 옮김 | 2001
미디어 리터러시의 개념과 의미에 대해 자세히 알아봅시다.

《미디어 리터러시의 도구상자》 | 일본민간방송연맹 · 도쿄대학 정보학환 MELL 프로젝트 지음, 안미라 · 황조희 옮김 | 2007
텔레비전을 중심으로 영상 미디어의 읽기와 쓰기를 종합적인 구조로 이해할 수 있도록 돕는 연구 자료집입니다.



서울시 마을미디어 지도

-  라디오/팟캐스트
-  사진/영상
-  신문/잡지
-  종합
-  기타



출처: 서울마을미디어지원센터, 2016년 2월 현재 서울 마을미디어 현황

3장 ... 마을TV, 그게 무엇인가요?



[학습목표]

- 마을TV의 기본 개념과 특성 살펴보기

1 마을TV 개념과 정의



마을을 비추는 창, 마을을 소재로 한 영상미디어

공중파와 케이블TV, 인터넷 그리고 요즘 누구나 들고 다니는 스마트폰 속 세상에 온갖 '영상물'이 넘쳐나는 시대입니다. 이렇게 수많은 영상이 있는데, '마을영상' 즉 영상으로 된 마을미디어를 만드는 일은 어떤 의미가 있을까요? 도대체 마을TV란 무엇을 말하는 것인지, 그 개념을 정리해보겠습니다.

이름에서도 드러나듯 마을TV는 마을이 곧 주요한 기반이자 목적이 됩니다. 공간적·정서적·사회적 생활권을 기반으로 한 마을을 주요 소재로 삼아 각종 영상콘텐츠를 제작하는 활동이 마을TV입니다. 일반적인 종합편성 방송(지상파, 케이블, 위성방송 등)보다는 세밀하고 구체적인 소재를 다룬다는 특징이 강합니다. 또한 단발성이나 시의성이 강한 뜨거운 이슈 중심의 소재보다는 일상적 소재를

낮설게 혹은 친근하게 조명하고 다루는 경향이 짙기도 합니다.

또한 마을TV는 한 가지 주제나 소재를 전문적으로 다루는 바둑TV, 등산TV 등 이른바 분야별 전문편성 방송과도 차별점이 있습니다. 마을은 살을 맞대고 정서를 나누는 구체적 공간이지만 '요람에서 무덤까지' 모든 세대들이 어우러져 교육, 문화, 복지, 환경, 주거, 경제 등 인간 생활에 필요한 모든 활동들이 맞물려 펼쳐지는 '통합된 생활 세계'라고 정의되곤 합니다. 따라서 한 가지 전문 소재보다는 구체적이지만 다양한 소재가 영상에 담기게 됩니다.

마을TV 방송과 다른 방송과의 비교

구분	종합편성 방송	마을TV 방송	전문편성 방송
제작 범위	포괄적이고 광범위한 소재	구체적이고 다양한 소재	구체적인 단일 소재
주요 시청자	불특정 다수	지역 주민	특정 분야 마니아층
주요 타깃 콘텐츠	전국적 이슈 중심	일상적 이야기 중심	특정 주제에 집중

모두가 주인공, 텔레비전에 내가 나올 수도 있는 미디어

“텔레비전에 내가 나왔으면 정말 좋겠네~ 정말 좋겠네~.” 어릴 적 자주 부르던 노래 기억하시나요? 자신이 텔레비전에 나오는 장면, 굉장히 특수한 예외적 상황이거나 평생 겪지 못할 순간일 가능성이 큼니다. 우리가 부르는 노래는 갈망에서 그치지만 마을TV에서는 꿈이 현실이 됩니다. 외모, 능력, 학력, 계급계층에 관계없이 주민 누구나 화면의 주인공으로 등장할 수 있는 방송이 마을TV입니다. 또한 등장인물이 꼭 내가 아니더라도 길을 걷다 주위에서 봤음직한

옆집 아줌마, 아저씨, 동네 형, 누나, 같은 학교 다니는 언니, 동생 같은 사람들로 화면이 채워지곤 합니다.

화려하고 반짝이는 스타들 말고 평범한 사람들이 나오는 영상이 무슨 재미가 있냐고요? 그런데 한번 유심히 생각해봅시다. 사람들이 가장 재미있어 하거나 관심 있게 바라보는 영상이 무엇인 것 같나요? 자기 자신이 스크린에 등장하거나 아는 지인이 나오는 경우가 그런 경우 중 하나 아닌가요? 마을에서 상영회를 해보면, 등장인물의 배경이나 출신, 말썬 등과 상관없이 그저 '아는 얼굴'이면 표정 하나하나 바뀌는 모습만 보더라도 박장대소를 터뜨리는 사람들의 모습을 자주 목격합니다.

마을TV는 이러한 '대면적 관계망'을 기반으로 제작하고 소비됩니다. 주인공으로 등장하는 사람들이 많아질수록, 즉 관계망이 폭넓어지는 만큼 마을영상이 성장해나간다고 볼 수 있습니다. 이렇게 마을TV는 “텔레비전에 내가 나오는”, '우리 스스로'가 주인공이 되어 직접 화면에 등장한다는 특성을 지니고 있습니다.

더 알아보기 | 추가 취재

와보송이 만드는 성북마을뉴스, “모든 주민은 앵커다”

52회의 뉴스를 만드는 동안 매회 새로운 얼굴의 앵커가 등장했습니다. 한 명의 전문 앵커가 혼자 진행하는 것이 아니라, 매회 관심 있어 하거나 입소문, 각종 이웃관계망을 통해 섭외된 주민들이 돌아가며 카메라 앞에서 앵커 역할을 한 것이지요. 대본을 읽는 주민들의 발음은



어색하게 떨리는 경우도 있었고, '카메라 올림증'으로 표정이 굳어버리는 모습도 있었습니다. 그저 이려고 있는 모습이 웃겨서 터지는 웃음보에 촬영은 뒷전으로 밀린 채 시간이 훌쩍 가버리는 경우도 있었지요.

뉴스 제작을 시작하면서, 집중적으로 '스타 주민 앵커'를 한 명 키워보자는 의견도 있었지만, 와보송 식구들은 "서툴더라도 모두 돌아가면서 해보자"는 방향으로 초기 기닥을 잡았습니다. 더 넓게 마을미디어의 '맛'을 함께 들어가는 과정이라는 판단이 있었던 것이죠. 그리하여 인터넷언론 <오마이뉴스>의 "모든 시민은 기자다"란 모토를 우리에게도 적용해 "모든 주민은 앵커다"라고 명명했습니다. 주민이면 누구나 와보송에서는 앵커로 출연할 수 있다는 선언이었죠.

그렇게 성북마을뉴스에는 어린이 초등학생부터 남녀 청소년 듀오, 대학생, 청년, 아기를 안고 출연한 엄마, 퇴근 후 넥타이 매고 카메라 앞에 선 중년 남성, 동네 막걸리집 사장님, 40년 동네 토박이 어르신 등등 성별과 세대를 불문한 다양한 얼굴의 주민들이 앵커로 나서서 뉴스를 채웠습니다. 앵커 촬영 장소 또한 고정된 스튜디오가 아니라, 주민들의 집이나 가게를 방문해서 하기도 하고, 동네 카페, 어린이집, 공공기관(마을지원센터, 마을미디어지원센터 등), 성북의 명소 야외(정릉 등) 등등 다양한 곳에서 이뤄지기도 했지요.

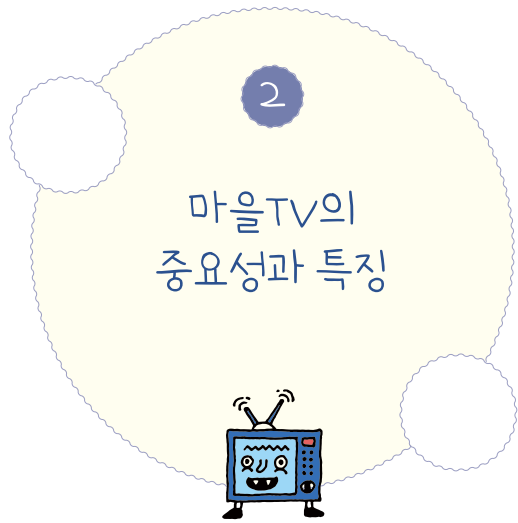
성북마을뉴스, 모두가 주인공, 텔레비전에 내가 나오는 방송을 만들어가는 실험은 지금 이 순간에도 계속되고 있습니다. (와보송 홈페이지 www.sb-wabs.net)

주민들이 모든 과정에 직접 참여해 만드는 미디어

잘 훈련된 전문 인력들이 유려하게 방송을 제작하고, 시청자는 소파에 누워서 리모컨을 눌러 채널을 돌려가며 바라봅니다. 방송 제작자와 시청자의 역할은 명확히 구분됩니다. 제작자는 열심히 밥상을 차리고 주민들은 잘 차려진 밥상을 바라보며 침을 꿀꺽 삼키곤 하죠. 주민들은 수동적인 관객입니다. 그렇다고 나쁘다는 뜻은 아닙니다.

마을TV에서는 이 구분이 사라지거나 희미해집니다. 주민들이 직접 영상의 기획부터 제작, 유통, 소비의 전 과정에 능동적으로 참여하게 됩니다. 말하자면 '차려진 식탁'에 초대되는 게 아닌, 스스로 식단을 짜고 재료를 고르고 사서 직접 요리하고 음식을 나눠 먹는 과정을 주민들이 함께 품을 내어서 만들어가는 것이죠.

그렇기 때문에 특히 초기에는 기술을 잘 모르거나 실력이 많이 부족하기도 하고 무언가 어설피습니다. 프로의 관점에서 보면 애교 수준의 실수는 물론이거니와 '방송사고'라고 할 만한 대형 사태들도 많이 발생하게 됩니다. 사실 그런 정제되지 않은 모습들이 오히려 매력으로 다가오는 순간들도 있죠. 어찌면 마을TV는 이런 매력을 잘 발산해야 하는지도 모릅니다. 어쨌든, 그래도 어찌겠습니까. 우리 손으로 직접 만들어보고 우리 이름이 엔딩 크레딧에 올라가는 그 순간의 희열을 결코 놓칠 수 없는데 말이죠.



일상적 소재의 목직한 재발견, 그리고 공유와 전파

마을TV는 '마을살이'와 따로 떨어뜨려놓고 말할 수 없습니다. 마을TV는 마을에서 벌어지는 일상의 삶을 비추고 조명하는 주민들의 창이기 때문입니다. 그렇기에 마을영상은 멀리 있거나 거대한 무엇을 찾아서 다룬다기보다는 지금 여기에, 항상 알게 모르게 존재했던 우리 주변의 소재에서부터 출발합니다. 그렇다고 새로움이 전혀 없지는 않습니다. '익숙한 모든 것들을 낯설게 보기'. 마을TV는 일상적 소재를 목직하고 신선하게 재발견하는 미디어 활동이라고 할 수 있습니다.

우리의 미디어 환경은 사회적 주요 이슈와 단발적·자극적 보도물들로 가득합니다. 우리 주변의 일상사나 마을에서의 활동들은 의미 여부와 상관없이 제대로

조명되지 못하는 현실입니다. 마을TV는 이 지점에서 본연의 역할과 주요 과제를 만나게 됩니다. 번두리로 밀려난 우리의 일상을 다루는 마을TV는 시도 그 자체만으로도 세상을 좀 더 풍성하고 다양하게 하는 활동입니다.

사실 마을을 가장 잘 아는 사람은 '전문 기자'가 아닌 '주민'이기도 합니다. 지역사회에 감초처럼 숨겨진 이야기와 소식들을 의미 있고 재미있게 확산시키는 것, 즉, 마을활동을 알리고 공유하고 전파하는 매체는 누가 대신 해줄 수 없는 현실입니다. 마을 주민들은 직접 나서서 마을미디어를 만들고 자신과 이웃의 활동을 기록하고 재조명해 스스로의 활동을 확장시키는 역할을 하게 됩니다.

더 알아보기 | 추가 취재

도발뉴스... '고발뉴스'와 비견(?)되는 마을방송 특유의 현장밀착 뉴스



이름하야 '도봉구 발로 뛰는 뉴스! 도발뉴스를 만들고 있는 도봉N의 이상호 주민기자(방학동 거주)는 "구청장 다음으로 도봉구 동네를 많이 돌아다니는 사람이 저 같은 사람"이라고

웃으며 말한 뒤, “그렇기에 지역 주민들이 궁금해하는 것, 보고 싶어 하는 것 등을 발견하고 취재하기 좋다”고 강조했습니다. 그는 “전문 기사는 특정한 사건 사고가 일어난다면 우리 동네에 오겠지만, 그런 게 아니라 일상 속에서, 자세히 들여다보면 특이함이 숨어 있는 ‘뉴스거리’는 우리 마을방송이 더 잘 발굴할 수 있다”고 덧붙였습니다. 이상호 씨는 종이신문으로 시작한 도봉N에서 가가호호 신문 배달, 취재 등을 하며 마을 현장 곳곳을 발로 누벼왔다고 합니다.

도발뉴스는 “기사는 손이 아니라 발로 쓰는 것”, “동네에서 움직이는 만큼 기사도 영상도 풍성해진다”는 원칙하에 만들고 있다고 합니다. 시작은 마을에서 종이 신문을 발행하던 중, 지면에 담을 수 없는 한계에 대한 갈증에서부터 출발했다고 합니다. 현장의 역동성과 입체적 이미지를 영상으로 강조해 담아보는 것으로 도봉N 식구들은 의기투합을 한 것이죠. 이상호 주민기자는 “마을에서 죽음준비교육을 할 때, 어르신들이 눈물을 흘리는 장면이 있었는데, 신문 지면보다는 영상을 통해 담아보면 훨씬 더 주민들에게 호소력 있을 수 있겠다는 생각을 했다”며 “혼자 보기 가까운 다양한 마을 소식들을 신문에 이어 영상으로도 담아서 보여 주고 함께 나누자는 취지로 도발뉴스를 하게 되었다”고 말했습니다.

도발뉴스, 이상호. 이름 때문에 웃음 터지는 에피소드도 있었다고. 고발뉴스, 이상호. MBC 해직기자인 동명이인의 사람이 만드는 이름 비슷한 뉴스로 인한 사건. 도발뉴스의 이상호가 고발뉴스의 이상호인 줄 알고, 트위터와 페이스북 친구 신청이 엄청 많이 쏟아져 들어왔다고. 덕분에 도봉N과 도발뉴스의 인지도와 ‘조회수’도 덩달아 올라간 사연!

이처럼 도발뉴스는 마을방송을 만드는 주민들이 직접, 전문기자 누구도 할 수 없는 일상적 소재의 목직한 재발견을 시도하는 ‘마을 밀착형’ 영상 뉴스입니다. 보고 싶으면 도봉N 홈페이지를 들어가 보세요! (www.dobongn.kr)

흥미롭게, 주민들과 함께하는 꿈의 실현

미디어, 특히 영상은 일단 흥미롭고 재미있습니다. 기회가 마땅치 않아

서 그렇지, 기회와 여건만 주어진다면 배워보고 싶다는 주민들의 욕구도 많은 편입니다. 어렵지 않게, 진지한 의미에서 시작되지 않더라도 재미와 호기심을 느끼는 주민들이 모여 시작해볼 수 있는 대중적인 영역입니다.

그리고 누구라도 살면서 한 번쯤 ‘영화감독이 돼보고 싶다’, ‘관심 있는 주제로 다큐멘터리를 만들어보고 싶다’, ‘배우 해보고 싶다’, ‘앵커가 되어 카메라 앞에서 보고 싶다’, ‘기자가 돼서 중요한 현장에 취재를 나가 보고 싶다’ 등등의 생각을 해보곤 합니다. 과거 한때의 꿈이 언론인, 앵커, 영화감독, 프로듀서, 배우 등이었던 주민들도 있고요.

마을TV는 이러한 꿈과 관심사들을 공동으로 실현해낼 수 있는 장이 되기도 합니다. 전문 직업인이 아니어도, 그저 삶을 살아가는 주민으로서 말이죠. 그것은 삶의 활력소 같은 취미 활동이 될 수도 있고 이루지 못한 채 여전히 내재돼 있는 자아실현의 기회가 되기도 합니다. 거기다가 마을공동체에 기여를 할 수도 있는 활동이니 이만큼 매력적인 활동도 또 없겠다는 생각도 듭니다.

더 알아보기 | 추가 취재

한때 기사를 꿈꿨던 나... 취직 대신 마을방송 ‘설립자’가 되다

“한때 기자가 되려고 준비를 하던 시절이 있었다. 그런데 ‘기자’로서 고용되는 게 아니라, 지금 이렇게 주민들과 함께 미디어를 직접 만드는 순간, 감개무량하다.”

이번에는 필자(송주민)의 이야기를 소개해보려고 합니다. 성북마을방송 와보송에서 2012년



‘우리마을 미디어문화교실’의 초기 교육부터 함께해오며 마을방송을 만들어오다가 2015년 봄에 와보송이 ‘미디어협동조합’으로 전환하고 공식적인 법인격을 갖는 창립 총회의 순간이 있었습니다. 순간적으로 감정이 북받치는 느낌에 휩싸였습니다. 그리고 대학 다니던 시절, 기자 되기를 바라며 이런저런 취재 활동도 하고 글도 쓰며 살았던 기억이 떠올랐습니다. 그런데 지금 이 순간, 저는 언론사에 취직을 하는 게 아니라 언론사를 만들고 있었습니다. 그것도 뜻과 일상을 함께 나누는 이웃들과 더불어 마을미디어라는 공동의 언론사를 말이죠. 물론 저 역시 시작은 재미와 호기심이었습니다. 마을에서 함께 미디어를 배워보자고 했을 때, 지금 이 순간처럼 미디어를 하나 만들겠다는 생각에서였다기보다, 관심과 흥미가 있고 해보고 싶은 활동이기 때문에 즐거운 마음에서부터 발을 들여놓았습니다. 그리고 지금, 여러 주민, 동료들과 함께 마을미디어를 창립하겠다고 공표하는 자리에 선 것입니다. 가지 않았던(혹은 못했던) 길이었지만, 조금 돌아와서 더 색다른 길로 걷고 있다는 생각에 순간 가슴이 벅찼습니다. 기성 언론사는 아니지만 작지만 새로운 언론사를 함께 만들어가는 길, ‘취직’이 아니라 ‘주인(조합원)’으로서 함께 새로움을 개척해나가고 있는 지금 이 순간, 가슴 한편에 묻어두었던 꿈을 여럿이 함께 실현해내고 있는 기분에 행복했습니다.

영상 제작의 대중화... 주민이 직접 미디어 생산 주체로!

영상을 촬영하고 만들고 배포하고 공유할 수 있는 기술적 수단들이 대중화되고 있고 이 추세는 가속화될 예정입니다. 과거 전문 인력들의 특수하고도 배타적인 영역이었던 영상 작업은 이제 누구나 들고 있는 스마트폰만으로도 시도해볼 수 있게 됐습니다. 또한 영상을 게재하고 공유할 수 있는 온라인 플랫폼을 비용 부담 없이 이용할 수 있게 해주는 서비스 공간들도 늘고 있습니다.

이는 누구라도 관심과 의지만 있다면 당장이라도 영상 미디어를 만들 수 있는 가능성이 생겼음을 의미합니다. 물론 영상 제작을 하다 보면 욕심, 기대, 요구들이 점점 커지기 때문에 고급화된 장비나 기술을 필요로 하게 됩니다. 그렇지만 첫발을 내딛기 위해 넘어야 할 문턱이 상당 부분 낮아진 것은 사실입니다.

사실 마을미디어는 거대한 자본이나 장비가 없어도 시작할 수 있습니다. 지금 가진 것만큼의 자원만으로도 겁 없이 시도해볼 수 있습니다. 출발부터 많은 장비와 인력, 자본력, 전국 단위의 취재 가능 능력 등이 필요한 대중미디어의 방송과 달리, 지금 여기, 우리의 생활 영역부터 대상으로 정하고 당장 활용 가능한 컴퓨터, 스마트폰, 디지털카메라만 갖고도 시작할 수 있습니다. 이웃 사람들과 함께 서서히 군불을 지펴나가며 큰 부담 없이, 할 수 있는 만큼 한 걸음씩 나아가며 출발할 수 있는 것이죠.

마을TV 첫 출발의 의미는 방송국의 생존이나 비즈니스 모델 마련이 아닙니다. 물론 이것들이 중요하지 않다는 의미는 아닙니다. 다만, 마을TV 제작의 동기 자체가 다른 방송미디어와 다르다는 것입니다. 이는 주민들이 직접 미디어의 생산 주체로 등장한다는 주체성의 의미가 짙기 때문입니다. 그렇게 스스로 우리의 삶

을 비추는 주인공이 되어갈수록, 마을에서의 관계망이 넓어질수록, 미디어의 '생존'과 '비즈니스 모델'도 탄탄하게 파생되어 나갈 수 있는 활동이기 때문입니다.

더 알아보기 | 미디어 읽기

더 구체적으로 마을TV에 대해 감을 잡아볼까요? 마을TV가 만드는 콘텐츠를 기성TV 콘텐츠와 비교해보겠습니다. 제작 과정과 제작진은 어떻게 다른지, 주요 기사거리는 어떻게 선정하고 조명하는지, 기사의 형태와 내용은 어떠한지, 중점을 두는 가치 기준은 어떠한지 등을 중심으로 방송 영상을 들여다보겠습니다. 이들의 차이점과 매체별 특징을 파악하고, 마을TV를 어떻게 구성하고 콘텐츠를 제작할지 생각해봅시다.



마을TV: 와보송 <성북마을뉴스>
www.sb-wabs.net



기성TV: JTBC <뉴스룸>
news.jtbc.joins.com

뉴스 프로그램의 예시일 뿐이니, 적절한 다른 방송을 선택해서 봐도 됩니다. 각각의 뉴스 홈페이지에 들어가서 최신 혹은 시의적절한 뉴스를 고른 후 비교해보세요.

마을TV와 기성TV의 뉴스 프로그램에서 나타나는 주요 경향성 비교

	성북마을뉴스(마을TV)	JTBC 뉴스룸(기성TV)
제작진	주민기자, 주민앵커, 주민편집자, 현장 즉흥 섭외 인사(스태프) 등	전문(직업)기자, 전문앵커, 전문편집 데스크, 전문 스태프 등
주요 기사 소재	마을축제, 마을 모임, 지역 행사, 특별한 혹은 낯익은 주민 개인사 등	전국적 핫이슈, 전국적 주요 인물의 발언이나 행위, 정치권 혹은 경제계 주요 동향 등
기사 형태	-기본 배대는 있으나 형식에 구애 받지 않는 경향성 -다소 아마추어적, 부족한 그대로 한 걸음씩 나아가듯 과정 중시 제작	-스트레이트 기사, 피쳐 기사 등 구조적으로 전문 정형화된 경향성 -숙련된 제작진을 통해 정제되고 완전한 형태의 결과물 제작
중요 가치	-만드는 활동 자체에 의미(주민참여) -특종보다는 일상적 소재의 목직한 재발견에 초점 -비교적 조회수보다는 주민 관계망의 확장(참여주민 확대 등)에 관심	-시의적절한 특종, 시청률(조회수)이나 상업성, 전 사회적 영향력과 기능 등

곱씹어보기

1. 종합편성TV나 전문편성TV 등 기성미디어와 다른, 차별화된 마을TV의 특징들을 다시 떠올려봅시다.
2. 우리는 어떻게 '마을'과 함께 TV를 만들 수 있을까요?
3. 마을TV는 어떤 중요성과 특징을 지니는지, 나와 마을과 사회에 무엇을 기여할 수 있는지 생각해봅시다.

더 읽어볼 자료

'모든 주민이 앵커다' 서울 성북구 마을방송... 기자·촬영감독 등 맡아
| <경향신문> | 박주연 | 2014. 4. 14.
<http://goo.gl/cPT3nn>



옆집 아줌마가 앵커로 나와요 | <시사IN> | 이세진 | 2014. 3. 19.
<http://goo.gl/tQknRa>



우리 동네 이야기가 한 편의 다큐멘터리로! | <프레시안> | 서여리 |
2013. 9. 26.
<http://goo.gl/P4oH9c>





2부

**마을TV,
어떻게 만드나요?**

1장 ... 마을 탐구와 마을미디어 소재 찾기



[학습목표]

- 내가 살고 있는 마을을 다른 시각으로 바라보고 이해하기
- 마을의 숨은 자원과 마을미디어의 소재 사전 탐색하기
- 마을에게, 마을에서 내가 하고 싶은 이야기 발견하기



마을 관계망 맺기는 내가 살고 있는 마을을 잘 아는 일로부터 시작됩니다. 어쩌면 너무나 당연한 이야기겠죠. 마을을 잘 알고 싶다면 시간을 내어 느릿한 걸음으로 집 주변 동네를 걸어보세요. 평소에 그냥 지나쳤던 건물과 사람들도 새로운 시선으로 바라보고, 더 용기가 난다면 서먹했던 이웃에게 말 한마디 건넬 수도 있을 겁니다. 이 작은 시도만으로도 밋밋했던 마을 풍경에 알록달록 색이 입혀지는 느낌이 들지도 모릅니다. 이렇게 일상에서 마을에 관심 갖기가 익숙해졌다면, 가벼운 프로젝트를 시도해볼 수도 있습니다. 마을미디어 제작에 본격적으로 돌입하기에 앞서 마을을 이해하고 탐구하는 일을 먼저 시작해보죠.

마을을 거닐다 보면 여러분의 관심을 특별히 끌거나 호기심을 자아내는 것들이 눈에 띄어 수 있습니다. 머릿속에 마을을 떠올렸을 때 자랑하고 싶거나 보존하고 싶은 것들이 있을 수도 있죠. 아이들이 뛰어놀기 좋은 공원, 기가 막힌 맛집,

나만이 알고 있는 전망 좋은 곳, 잘 알려지지 않은 유적지 등 특별한 장소가 여러분의 관심을 끌 수 있습니다. 마을의 역사를 고스란히 기억하는 어르신들, 멋진 재주를 갖고 있는 마을의 달인들, 이웃을 위해 헌신하는 숨겨진 주역들 등 마을의 사람들도 훌륭한 자랑거리입니다. 이러한 자랑거리들을 ‘마을자원’이라고 하며, 이 자원들을 찾아 기록하는 일을 ‘마을자원 조사’라고 합니다. 마을자원 조사는 마을을 더 깊이 들여다보고, 이웃에게 말을 걸어보고, 조사 결과를 직접 적어 보는 행위입니다. 조사의 목적과 유형에 따라 방법이 다양하고 조사 항목도 광범위하지만, 이 글에서는 마을미디어를 제작하는 데 필요한 사전 단계로서의 체험 수준으로 다뤄보겠습니다.

기본적인 마을자원 조사 기록지를 참고로 봐주시기 바랍니다. 조사 항목은 선호와 필요에 따라 얼마든지 빼거나 더할 수 있습니다.

① 주제: 마을자원 조사에서 정한 주제가 무엇인지 기입합니다. 동네의 숨은 맛집, 보수가 필요한 위험 지역, 터줏대감 어르신들 등 포괄적 주제도 가능하고, OO분식 아주머니의 선행과 봉사 등 구체적 주제도 좋습니다.

② 마을자원: 여러분의 관심을 끌어난 대상의 특징을 기입합니다.

②-1. 자원 종류: 사람, 공간, 역사, 자연환경, 단체나 행사 등 자원의 종류를 표시합니다. 나중에 비슷한 자원끼리 모아 또 다른 마을활동이나 미디어 제작을 기획할 수도 있습니다.

②-2. 자원 이름: 이름을 써주는데, 특정한 이름이 없다면 생략하거나 지어 써도 좋습니다.

마을자원 조사			
기록일	____년 __월 __일	조사자	
① 주제			
② 마을자원	②-1. 자원 종류	인적 자원 (), 공간 및 시설 자원 (), 역사문화 자원 (), 생태환경 자원 (), 공동체 자원 (), 기타 ()	
	②-2. 자원 이름		
	②-3. 자원의 위치		
	②-4. 특징 및 이야기		
③ 자원에 대한 생각			
④ 사진 등 이미지 자료			
⑤ 기타			

②-3. 자원 위치: 자원의 지리 정보를 씁니다. 구체적일수록 좋습니다. 나중에 비슷한 주제의 자원들을 모아 지도 위에 표시하여 시각화할 수도 있습니다.

②-4. 자원 특징: 특징과 숨겨진 이야기를 씁니다. 자원의 속성이나 의미를 이해하는 데 가장 중요한 내용입니다. 인적 자원의 경우 해당 인물의 이야기를 풍부하게 듣고 세밀하게 기록할수록 좋습니다. 자원의 가치와 활용 방안 등이 잘 드러나야 합니다.

③ **자원에 대한 생각**: 그 자원을 선택한 이유, 특히 호기심을 끌었던 부분이나 그 자원에 대한 느낌, 생각 등을 씁니다. 즉각적 감상뿐 아니라 자원을 통해 다른 사람들과 나누고 싶은 이야기를 정리합니다. 해당 자원의 특징만큼이나 자신의 생각이 중요합니다.

④ **사진 등 이미지 자료**: 자원의 모습을 직접 찍은 사진이나 인터넷 등에서 얻은 이미지 자료를 첨부합니다. 느낌을 담아 그림을 그려도 좋습니다. 이런 이미지 자료는 자신의 관점에서 기록한 내용을 다른 사람과 생생하게 나누는 데에 도움이 됩니다.

⑤ **기타**: 기본 항목에서 다루지 못한 사항이 있다면 별도로 기입합니다.

마을자원 조사는 반드시 마을의 자랑거리만 대상으로 하지 않습니다. 어린이가 다니기에 위험한 길, 상습 침수 구역 등 개선이나 보완이 필요한 부분을 조사

하는 일도 매우 의미 있습니다. 이를 통해 실제로 마을의 변화를 이끌어낸 사례들도 많습니다.

이렇게 조사된 마을자원은 매우 다양하게 활용할 수 있습니다. 조사한 자원을 바탕으로 마을공동체 지도를 만들거나 인적 자원인 마을 주민들을 모아 이야기 마당을 펼쳐보는 사례도 많습니다. 이 과정을 이웃들과 협력해서 진행된다면 그 자체로 의미 있는 마을활동이 될 수 있습니다. 마을과 이웃에게 말을 건네고 그들의 말에 귀를 기울이는 시작이 훨씬 더 중요합니다.

곰씹어보기

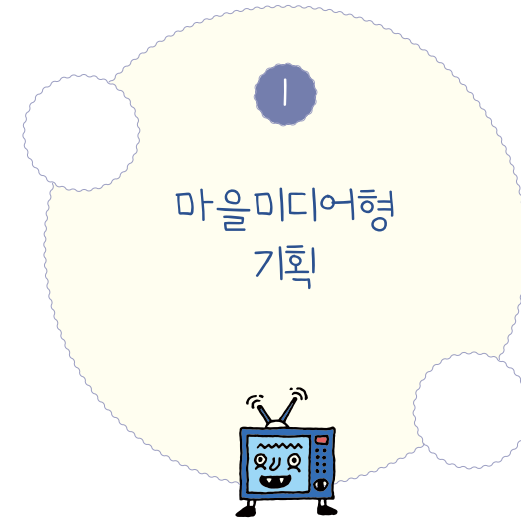
1. 여러분이 살고 있는 마을에 유·무형의 어떤 자원이 있나요?
2. 만나서 이야기 나누고 싶거나 호기심을 자극하는 이웃은 누구인가요?
3. 조사한 유·무형의 자원들은 어떻게 마을미디어로 연결할 수 있을까요?

2장 ... 마을TV 기획하기



[학습목표]

- 우리 마을에 어울리는 마을영상을 생각해보고, 제작 가능성 있는 영상 기획하기



우리 마을에 영상으로 만들 만한 콘텐츠가 있을까?

매일같이 영상을 접하고 있지만 막상 영상을 만들어보려고 하면 무엇부터 해야 할지 막막하기만 합니다. 늘 보는 드라마를 만들자니 주민배우들의 연기력이 부족하고 뉴스를 만들자니 취재가 부담스럽고…… 과연 마을에서 영상콘텐츠를 만들 수나 있을까 하는 회의가 들기도 합니다.

그러나 마을영상은 그 모든 한계를 넘어설 수 있는 강점이 존재합니다. 전문 방송국이 아니기 때문에 높은 수준이 요구되지도 않고, 또 최근 영상이 가장 많이 소비되는 SNS에서는 작은 이야기들에 주목하는 사람들이 더 많습니다. 그렇기 때문에 우리 마을의 일상을 영상에 담은 작업은 충분히 의미 있는 일입니다.

물론 처음부터 장편 영화나 열 쪽지짜리 뉴스 프로그램을 만들 수는 없습니다.

그보다는 화면과 음향으로 무언가를 기록할 수 있다는 영상의 강점을 살려, 너무나 빠르게 변하는 마을 모습을 담아내는 게 가장 중요한 영상 콘텐츠일지도 모릅니다. 곧 재개발될 골목을 구석구석 찍는 것, 마을 놀이터에서 뛰노는 아이들의 즐거운 웃음소리를 담아보는 것, 시원한 바람이 부는 동네 하천변의 풍경을 찍어 보는 일부터 시작해봅니다.

이렇게 카메라가 마을에 자연스럽게 들어가 사람들과 어울리다 보면 마을미디어에 관심 있는 이웃들과 영상으로 무언가 해보자는 논의가 나오게 됩니다. 멋진 풍경을 담아내기 좋아하는 사람이 있다면 ‘마을스케치’ 영상을 만들 수 있고, 카메라 앞에서 떨지 않고 잘 말하는 사람이 있다면 ‘마을 탐방’ 프로그램을 만들어 볼 수도 있습니다. 또한 평소의 나와는 다른 모습을 카메라 앞에서 보여주고 싶다면 ‘마을 단편영화’를 만들어보는 일도 재미있겠습니다.

마을미디어는 일단 시작하는 것이 중요하지만 어느 정도 단계가 지나고 나면 재미만으로 지속하기는 어렵습니다. 마을의 가치를 찾고 미디어로 기록하는 일에 집중하는 기획이 필요하고, 이런 기획 경험을 훌륭한 콘텐츠를 만드는 밑거름으로 삼아야 합니다.

마을영상 제작에 필요한 스태프 구성하기

영상은 다른 형식의 미디어보다 제작 인원이 많이 필요합니다. 단순히 인원수만 많이 필요한 것이 아니라, 필요한 역할들이 많기 때문에 인력을 적재적소에 배치하는 일이 중요합니다. 또한 촬영이 진행되는 현장은 기술과 응용력이

필요로 하기 때문에 해야 할 일을 미리 설명하고 예상 가능한 상황들을 서로 숙지하는 편이 좋습니다. 이를 위해 촬영 전 동선과 화면을 구성하기 위한 리허설이 필요합니다.

영상 제작에 필요한 스태프와 역할

PD	연출자. 화면을 결정하는 사람이자 프로그램 전체를 머릿속에 넣고 있는 사람.
AD	조연출. PD를 보조하며 현장을 정리하고 조정하는 역할을 한다.
작가	대본을 만드는 사람. 필요에 따라 취재도 해야 한다.
카메라맨	화면을 잡아서 녹화를 시작하고 멈추는 사람. 완성도 있는 영상을 만드는 역할을 한다. 필요에 따라 음향과 조명까지 신경 써야 한다.
편집자	녹화된 화면들을 대본에 맞게 잘 배치하며 효과를 넣고 자막까지 만드는 사람. 컴퓨터를 잘 다루며 영상 편집 프로그램을 익혀야 한다.
앵커	정확하고 자연스럽게 원고를 읽을 수 있는 사람.
기자	현장에서 취재하고 리포팅하는 사람.
리포터	카메라 앞에서 사람들과 자연스럽게 대화를 이어나갈 수 있는 사람.
배우	연기에 자신감이 있고 대사를 잘 외우며 다양한 캐릭터로 변신하기를 즐기는 사람.

마을 탐험으로 사전 준비 완료

영상의 배경이 마을이므로 마을의 지리·문화적 정보를 미리 조사해봅시다. 공원, 문화유적, 산책길, 골목길뿐만 아니라 화면에 담으면 좋을 분위기 있는 카페나 도서관, 해가 질 때 풍경이 멋진 곳, 신비스러운 아침 안개를 볼 수 있

는 곳 등 마을의 보물 같은 곳들을 알아놓아야 합니다. 영상으로 기록할 가치가 있는 마을 명소를 빠짐없이 확인해두는 것이 좋습니다.

우리가 마을에서 만들고 싶은 영상은 무엇일까?

마을TV를 만들고 싶어 하는 사람들이 몇 명이라도 모였다면 과연 우리 마을에 필요한 영상은 무엇인지 이야기해봅시다. 처음부터 거대한 이야기를 담으려고 하기보다는 소소한 이야기에서 출발하는 편이 좋습니다.

무엇보다 영상은 눈으로 먼저 '읽게 되는', 즉 시각적으로 접하는 부분이 크기 때문에 화면이 보기 좋아야 합니다. 이야기가 좋아도 화면이 시선을 잡아두지 못하면 시청자들의 관심을 잃게 됩니다. 그렇기 때문에 좋은 이야기가 있더라도 꼭 좋은 화면과 함께 어우러질 수 있는 소재를 선정해야 합니다.

하지만 무엇보다도, 마을에서 영상으로 제작할 수 있는 것으로 무엇이 있을지 이웃들과 의견을 나눠보는 일이 가장 중요합니다. 장비와 시설, 인력에 따라 만들 수 있는 종류와 그렇지 못한 소재가 가려질 수 있습니다. 처음에는 만드는 사람들이 열정을 잃지 않고, 흥미를 놓치지 않을 소재를 찾아서 부담 없이 만들어 보는 것이 좋습니다. 그렇게 조금씩 제작 경험이 쌓이면 완성도를 높여가는 쪽으로 새로운 시도를 해봅니다.



마을뉴스

콘텐츠를 비교적 쉽게 기획할 수 있는 프로그램이 마을뉴스입니다. 대부분의 마을에서 가장 먼저 시작할 수 있는 장르이기도 합니다. 동이나 구 단위 마을 소식을 모아서 자료 사진 등과 함께 앵커 보도 형식으로 간단히 만들 수 있고, 직접 카메라를 들고 나가 현장을 촬영한 후 영상을 편집하여 보도하는 방법을 택할 수도 있습니다.

마을뉴스를 만들 때는 몇 개의 소식을 어떤 순서로 배열할지에 대해 나름의 원칙을 세워야 합니다. 또 가급적 콘텐츠 제작 주기를 정확히 지켜야 뉴스의 신뢰도를 높일 수 있습니다. 주간 뉴스는 제작하는 인력이 집중적으로 투입되어야 하는 부담이 있기 때문에 제작 여건에 따라 격주간, 월간으로 제작하는 편이 무리가

없습니다.

또한 지자체나 공공기관에 협조를 요청할 필요도 있고 마을의 소식을 취재하는 기자도 필요합니다. 마을뉴스의 가치는 기성미디어에서 전하지 않는 마을의 소식들을 전하는 것에 있습니다. 비록 프로 기자나 제작자보다 기술이나 실력은 모자라도 현장을 대하는 자세나 준비만큼은 철저해야 합니다.

마을뉴스 사례



와보송TV의 <성북마을뉴스>
겨우로 성북구의 마을 소식을 전해주는
뉴스 프로그램



도봉N의 <보이는 마을신문>
매달 발행되는 마을신문을 방송에서
다시 읽어보는 프로그램



마을CF

마을의 여러 단체나 관공서에서 홍보를 원할 때 마을CF를 제작할 수도 있습니다. 이미지로 만든 웹용 홍보물은 한 번 보면 다시 살펴볼 일이 적지만, 재미있게 만든 광고영상은 재미만으로도 계속 볼 수 있고 공유되면 더 널리 퍼질 수 있는 장점이 있습니다. CF를 만들 때는 핵심적 카피로 호기심을 자극하는 것이 중요합니다. CF는 특성상 30초 정도로 만들어야 효과적이기 때문에 탄탄한 기획력이 필요합니다.

CF 사례



도봉N 라디오 방송 <야매떼>



UCC

CF와 혼동되어 쓰이기도 하지만 좀 더 다양한 내용을 담을 수 있는 UCC(User Created Contents, 사용자 제작 콘텐츠)를 만들어볼 수도 있습니다. 보통 홍보용으로 많이 제작되지만 원래는 아무런 제한 없이 누구나 만들 수 있는 영상물을 말합니다. 자신의 일상 스케치나 휴대폰으로 찍은 마을영상 등을 모아서 마을UCC 채널을 만들어보는 것도 좋습니다. 또 최근에는 홍보를 목적으로 관청과 기업, 단체 등에서 UCC 공모전을 진행하는데 마을 사람들과 함께 영상을 응모해

UCC 사례



도봉N <마을에는 돈키호테가 필요합니다>



봐도 좋습니다. 정확한 목적과 의도를 파악해 제작하면 수상도 얼마든지 가능합니다.

교양물

인터뷰나 탐방 프로그램 등 교양물의 범위는 굉장히 넓고 다양합니다. 마을의 명소나 가볼 만한 곳들을 탐방해보는 프로그램을 기획할 수도 있고, 마을

교양물 사례



와보송TV <빌리진>



의 특색 있고 이야깃거리가 있는 인물들을 인터뷰하는 프로그램을 만들 수도 있습니다. 이런 프로그램은 가능하면 1회로 끝내지 말고, 시리즈로 4회 이상 기획해서 마을의 콘텐츠로 남기면 좋습니다.

또 마을방송국이 공연, 강의 등을 기획해서 콘텐츠로 기록하는 작업도 중요합니다. 마을미디어의 중요한 기능 중 하나는 마을의 문화를 선도하는 역할입니다. 마을의 예술가들과 협업하여 공연을 기획하거나, 들을 만한 강연을 여는 일은 마을미디어가 마을 주민들과 직접적으로 호흡할 수 있는 좋은 기회입니다. 또한 이런 이벤트들을 영상으로 기록한다면 우리 마을 문화를 널리 홍보할 수 있는 콘텐츠가 될 수 있을 것입니다.

다큐멘터리

마을은 늘 이야기가 풍성하고 계속 변하고 있습니다. 마을에서 오래 살아온 분들의 이야기를 들어보거나 조만간 개발되어 없어질 마을의 풍경을 기록할 수도 있습니다. 다큐멘터리의 본질은 감동보다는 기록입니다. 마을영상으로 기록하지 않는다면 마을의 풍경은 영원히 사라질 것입니다.

다큐멘터리 사례



도봉N <마을신문 분투기> (출처: KBS 열린채널)



드라마와 영화

영화나 드라마를 만드는 일은 비교적 많은 인원이 오랜 시간을 들여 하는 작업입니다. 마을에서 시도해보기는 어렵고 많은 부분에서 전문성을 담보할 수는 없는 것 또한 사실입니다. 하지만 자신이 출연한 영화나 드라마를 보는 일은 특별한 감동을 주며 이것 역시 마을영상이 줄 수 있는 좋은 추억이고 자산이기에 해볼 만한 작업입니다.

드라마/영화 사례

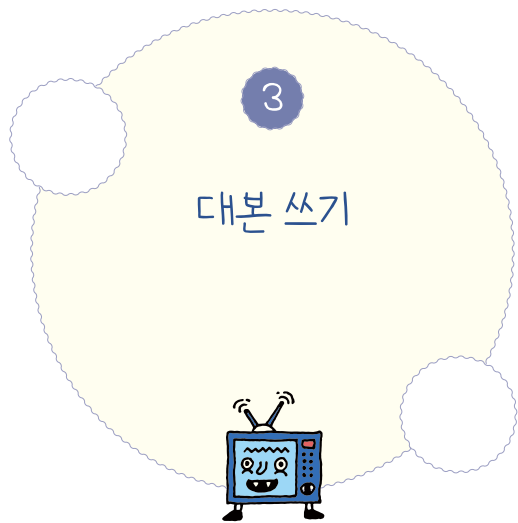


도봉N <나의 Serendipity 도봉N>



마을에서 만들고 싶은 영상의 종류를 결정했다면 이제 기획안을 써봅시다. 기획안을 쓰면서 주제와 기획을 좀 더 명확하게 다듬을 수 있습니다.

영상 제작 기획안			
프로그램 이름		종류	형식
부제			러닝타임
기획의도			
제작 일정	- 촬영: - 편집:		
주요 내용			
구성			
촬영 장비		제작 인원	
비고			



마을영상 대본의 기본

대본은 작품 속에서 해야 할 말, 행동 그리고 그 밖의 필요한 사항들을 담은 글이라고 할 수 있습니다. 하지만 더 큰 의미에서 본다면 일종의 설계도와 같다고 말할 수 있습니다. 설계도가 없으면 집을 건축하는 데 큰 혼란을 겪게 되는 것은 자명합니다. 물론 현장 상황이나 예측할 수 없는 변수에 따라 계획대로 되지 않는 일이 허다하지만, 기본 틀이 없으면 실제 현장에서 모든 일을 새로 시작해야 하는 난관을 맞이하기 때문에 설계도, 즉 대본은 꼭 필요합니다.

대본은 설계를 미리 한다는 의미와 함께, 현장의 스태프들과 공유하는 사전 정보의 의미도 있습니다. 모든 설계가 연출자의 머릿속에만 있다면 스태프들은 다음 순서를 준비하지 못하고 허둥지둥할 것입니다. 대본 안에는 대사뿐 아니라 스

태프들의 역할까지 포함시켜놓는 것이 좋습니다. 이런 대본을 공유해 촬영 전에 미리 현장 흐름을 설명해주면 모두의 시간과 노력을 아낄 수 있습니다.

좀 더 전문적으로 진행하려면 장면을 그림으로 그려서 설명해놓은 스토리보드를 만드는 것도 좋습니다. 각 카메라의 위치, 화면 구도, 배우의 연기 등을 꼼꼼히 기획해볼 수 있습니다.

각 종류별로 벤치마킹할 만한 TV 프로그램을 정해 몇 번이고 돌려보면서 프로그램 내용대로 대본을 짜보면 전체 열개가 한눈에 파악됩니다. 대부분 영상의 종류에 따라 어느 정도 매뉴얼은 미리 짜여 있기 때문에, 몇 번의 연습을 거치면 현장에서 크게 바뀌지 않는 대본을 만들 수 있습니다.

종류별 실전 대본 작성법

마을뉴스

마을뉴스는 마을 소식을 전하는 방송으로서 다른 뉴스 프로그램 포맷과 동일합니다. 미리 보도자료나 사전 취재에 따라 대본을 만들고, 대본에 맞춰 현장에 나가 촬영을 하거나 인터뷰, 취재기자 리포팅을 진행합니다. 뉴스인 만큼 사실 확인이 가능한 내용으로만 기사에 담고, 인터뷰는 꼭지당 두 명 이상 진행하여 다양한 의견을 담아낼 수 있게 합니다.

일반 뉴스와 달리 기자 리포팅을 할 수 없을 경우에는 앵커가 뉴스 원고를 읽는 경우가 많습니다. 하지만 인력과 장비의 여유가 있는 방송국은 꼭 현장 리포트를 시도해서 현장감 있는 뉴스를 만들어보기를 추천합니다.

Tip! 촬영 영상에 맞춰 앵커가 읽어야 하는 경우의 예

장면 번호	영상	앵커	음성
1	스튜디오 앵커를 비춘다	앵커	다음은 우리 마을에 등축제가 화려하게 펼쳐졌다고 합니다. 그 소식 전해 드리겠습니다.
2	축제 전체가 다 보이는 장면	앵커	지난 ○월 ××일 도봉구 방학천에는 등불의 장관이 펼쳐졌습니다.
3	식전 행사 장면, 공연, 사람들의 박수, 구청장 인사말, 점등식 버튼을 누르는 장면, 불이 켜지는 장면	앵커	올해로 네 번째를 맞는 등불축제에는 점등식에 앞서 다양한 공연들이 펼쳐져 많은 주민들의 박수를 받았습니다. 축제 후 이번 행사의 하이라이트인 점등식에는 △△△ 구청장을 비롯한 주민과 내빈들이 함께 전등 버튼을 눌렀습니다.
4	인터뷰: 행사 관계자	인터뷰이	(행사 정보 내용)
5	행사 스케치 장면	인터뷰이	(행사 정보 내용) *오디오만
6	사람들이 많이 오가는 모습	앵커	원래 이곳은 주민들이 산책을 하거나 운동을 하던 조용한 장소였지만, 등불축제를 진행하여 도봉구의 명물로 자리 잡았습니다.
7	인터뷰: 주민	인터뷰이	(소감, 감상, 긍정적인 점)
8	인터뷰: 주민	인터뷰이	(소감, 감상, 개선할 점)
9	등불축제 스케치	앵커	이런 작은 축제들이 많아져서 주민들이 저녁이 있는 다양한 문화생활을 즐길 수 있기를 기대합니다.

참고 영상: <성북마을뉴스> youtu.be/oh-VyLI7dAQ



Tip! 취재기자 리포팅이 포함된 경우의 예

장면 번호	영상	담당	음성
1	스튜디오 앵커	앵커	가을은 독서의 계절이라고 하지요. 하지만 현대인들은 점점 책과 멀어지는 삶을 살고 있습니다. 주민들이 책과 가까이 할 수 있게 해주는 북페스티벌이 열렸습니다. ○○ ○ 기자가 전합니다.
2	북페스티벌 전체 장면	기자	지난 △월 ××일 마포구청 앞마당에서 다양한 독서 문화를 보여주는 북페스티벌이 열렸습니다.
3	사람들이 많은 장면	기자	이번 마포구 전체 *개개의 도서관과 주민 모임이 참여해서 다양한 체험부스와 책을 전시하는 행사를 열었습니다.
4	인터뷰: 행사 관계자	인터뷰이	(행사 개요와 취지)
5	행사 스케치 장면	기자	
6	행사장 배경 기자 리포팅	기자	마포구 내에 *개개의 도서관들이 있지만, 이용객은 하루 ○○○명 정도로 전체 구민의 △퍼센트 정도만 도서관을 이용하고 있습니다. 스마트 기기가 독서 생활을 방해한다는 분석도 제기되고 있습니다.
7	어린이들이 책을 보는 장면	기자	독서 습관은 어려서부터 형성되기 때문에, 어린이들이 좀 더 자주 책을 접할 수 있는 여건이 필요합니다.
8	인터뷰: 어린이 체험부스 관계자	인터뷰이	(어린이 독서에 대해)
9	어린이 체험부스 스케치	인터뷰이	(어린이 독서에 대해)
10	인터뷰: 어린이와 함께 온 학부모	인터뷰이	(자녀의 독서에 대해)
11	인터뷰: 일반인	인터뷰이	(북페스티벌 감상)

12	북페스티벌 전경	기자	하루라도 책을 읽지 않으면 입안에 가시가 돋친다고 한 안중근 의사의 말은 책을 읽는 습관의 중요성을 지적한 말입니다. 지금이라도 좀 더 여유 있는 삶을 위해 스마트폰 대신 책을 손에 쥐는 습관이 필요할 때입니다.
13	행사장 배경 기자 리포팅	기자	지금까지 xx뉴스 ooo 기자였습니다.

참고 영상: <쇼미더 도봉> youtu.be/qME0mcz8VKI



마을CF

모든 CF의 기본 법칙은 각인과 반복입니다. 시청자가 정확하게 기억해야 할 카피를 어떻게 드러낼 생각인지 대본에 나타나야 합니다. 또한 아주 짧은 시간 안에 이미지가 각인돼야 하는 만큼 보는 이에게 강한 인상이 남을 장면으로 꾸며야 합니다. 배경음악 역시 CF에서 중요한 역할을 합니다. 새로 작곡을 하거나 짧게 편집해서 영상의 처음과 끝에 정확히 맞춰야 합니다.

마을CF가 다루는 대상은 동네 상점도 있지만 마을행사 소개나 단체의 이미지 광고가 대부분입니다. CF 영상은 정확한 정보 전달이 생명인 지면이나 라디오 광고에 비해 화려한 그래픽이나 감성적 장면으로 사람들의 시선을 더 붙잡아놓을 수 있다는 강점이 있습니다. 또는 패러디 광고를 만들어 웃음을 유발하면 인터넷에서 공유되어 화제가 될 가능성도 있습니다. 마을CF는 다양하고 창의적인

시도를 통해 더욱 발전할 수 있는 분야입니다.

Tip! 마을CF 제작에 적합한 장비

감성적인 광고 영상을 원한다면 DSLR카메라로 촬영해보세요. 일반적인 HD캠코더에 비해 심도가 낮고 색감의 표현이 좋은 장점이 있기 때문에 원하는 결과를 얻을 수 있을 것입니다. 다루기 어렵더라도 시도해볼 만합니다.

Tip! 마을행사 예고 CF의 예

카피: 제5회 은행나무 축제가 열립니다. 10월 25일 오후 2시, 장소는 원당공원, 우리 모두 만나요!

기획: 5명이 포스터 앞에 등장해서 빠르게 반복하며 카피를 말한다.

CF 구성안

No.	영상	음성
1	남자 1	제5회 은행나무 축제!
2	여자 1	은행나무 축제!
3	남자 2	은행나무 축제가 열립니다!
4	남자 3	날짜는 10월 25일 오후 2시!
5	여자 2	10월 25일 오후 2시!
6	남자 1	10월 25일 오후 2시!
7	여자 1	장소는 원당공원!
8	남자 2	원당공원에서!

9	남자 3	원당공원에서 만나요!
10	여자 2	제5회 은행나무 축제 10월 25일 원당공원에서 만나요~!
11	웹자보나 포스터	

참고 영상: <쇼미더 도봉> youtu.be/qME0mcz8VKI



UCC

영상에서 전달하려는 메시지를 한 문장으로 정확하게 표현할 수 있어야 하고, 그것을 어떤 스타일로 전달할지에 대한 기획이 필요합니다. 화려한 그래픽보다는 스토리 라인에 집중하면 더욱 지속적으로 공유되는 UCC를 만들 수 있습니다.

Tip! 복지에 대한 새로운 인식이 필요하다는 내용의 UCC의 예

메인 카피: 복지는 대화가 먼저입니다.

내용: 무거운 짐이 실린 손수레를 끄는 할머니가 언덕길을 올라간다. 주위에서 여러 명이 도움을 손길을 내밀지만 결국 할머니와 대화를 나누는 사람은 아무도 없다.

No.	영상	음성
1	할머니, 작은 손수레에 짐을 싣고 언덕을 올라가는 모습	힘들어하는 신음과 혼잣말

2	남자, 할머니 뒤에서 나타나 할머니의 손수레를 대신 끌어주며 앞서간다.	남자: 할머니 제가 저 위까지 끌어드릴게요!
3	남자, 한참 위에서 할머니를 기다리고 있다가 다른 골목으로 빠져나가며	남자: 조심해서 가세요~! 할머니: 아이구! 고마워요!
4	할머니 혼자 다시 언덕을 올라간다.	힘주는 소리, 혼잣말
5	여자, 할머니 뒤로 나타나며 괜찮다는 할머니의 손짓을 무시하고 손수레를 강제로 빼앗는다.	여자: 할머니! 제가 끌어드릴게요! 무거운데 끌고 가시면 허리 다치세요!
6	할머니 고마운 듯 말을 걸어보려 하지만, 전화가 온 여자는 통화하느라 정신이 없다.	할머니: 아줌마! 김장은 했수? 여자: 아 여보세요?
7	여자, 할머니보다 앞서나가다 옆 골목으로 빠지며 고개로만 인사한다.	할머니: 요즘 아줌마들은 다 바쁘지.
8	할머니 혼자 다시 언덕을 올라간다.	힘주는 소리, 혼잣말
9	청년, 조용히 나타나 맨손으로 카트를 잡아서 끌고 간다.	할머니: 아유~! 고마워요! 학생인가 봐! 요즘 힘 들지?
10	청년, 아무 말없이 휴대폰만 본다. 잠시 후, 다른 골목으로 나가려 한다.	
11	할머니가 장갑을 벗어 청년의 손을 잡아준다. 청년 깜짝 놀라며 손을 뺀다.	할머니: 손 시렵지? 손 좀 녹여줄게!
12	청년 조용히 인사하고 사라진다. 할머니 그 모습을 물끄러미 보다 다시 언덕을 올라간다.	
13	이 모습을 멀리서 뒤에서 잡으며 자막: 복지는 대화가 먼저입니다.	배경음악

참고 영상: www.facebook.com/seoulwelfarefoundation/videos/493002724121350

이 UCC는 2012년 제1회 서울복지재단 UCC 공모전 대상 수상 작품 대본입니다.



교양물

전달해야 하는 정보에만 집중해서 기획하는 것이 좋습니다. 너무 많은 내용을 담으려고 하면 오히려 중심이 흔들려버릴 수 있습니다. 모든 대본에 다 적용되는 사항이긴 하지만 사전 취재를 꼼꼼히 한 뒤 전달할 내용을 명확히 해야 합니다. 메시지를 전달하는 톤도 뉴스처럼 경직된 톤이 아니라 재미와 유머, 또는 감성적인 면을 강조해서 구성하면 좋습니다.

Tip! 마을 벽화를 그리는 주민 모임 탐방의 예

기획: 리포터가 진행하는 탐방 프로그램

No.	영상	음성
1	마을을 배경으로 리포터가 서 있다.	안녕하세요? <마을나들이> 리포터 ○○○입니다. 여러분, 가을의 빨갛고 노랗게 물든 마을 풍경을 흠뻑 느끼고 계시나요? 전 이 가을의 색깔이 너무 좋은데요! 우리 마을을 직접 물들이고 계시는 분들이 있다고 해서 찾아 나왔습니다. 같이 가보실까요?
2	마을 벽화팀 한 사람이 열심히 그림을 그리고 있다. 리포터 인사.	리포터: 안녕하세요! 마을 벽화 그리시나 봐요? 저도 한번 해봐도 돼요? 벽화팀: 아유 안 되죠! 이게 얼마나 중요한 작업인데요, 한 번 그리면 몇 년을 가는 그림인데, 연습 좀 하고 오세요!
3	리포터: 기가 죽어 한쪽에 가서 작업 보조를 한다. 전체 작업 스케치 장면.	리포터: 네! 정말 마을 분들이지만, 이분들이 그동안 준비해오고 연습해온 시간은 전문가들 못지않으신 것 같습니다.
4	리포터: 벽화팀 관계자와 만나서 어떻게 시작하게 됐는지 인터뷰.	우리 마을 벽화 팀은..... (역사, 작업 등 소개)

5	리포터: 조금씩 벽화를 그려보면서 다른 팀원들과 인터뷰.	리포터: 아, 생각보다 어려운데요? 원래부터 그림을 그리셨어요? 팀원: (작업을 시작한 개인적인 이야기, 작업 후 느끼는 보람 등)
6	벽화 그리는 장면을 주민들이 지켜보는 장면. 주민 인터뷰.	리포터: 벽화 너무 예쁘죠? 우리 마을에 이런 벽화가 그려지니까 더 예쁜 마을이 되는 것 같죠? 주민: 긍정적인 대답
7	다른 주민 인터뷰.	주민: 벽화 작업에 대한 반응
8	벽화 작업이 마무리 되는 장면.	사람들: 와 ~! 끝났다!
9	리포터, 팀원 인터뷰.	리포터: 와~! 멋진 벽화가 완성됐어요! 기분이 어떠세요? 팀원: (보람 있다는 말)
10	리포터, 팀원들과 벽화 앞에서 서 있다.	조금은 어두웠던 골목에 이렇게 환한 벽화가 그려졌습니다. 동네 분위기가 다 확 바뀐 것 같아요! 주민들의 힘을 모아 그린 벽화로 골목이 행복해지는 우리 마을! 너무 부듯하고 자랑스럽습니다!
11	zoom아웃하며 다 같이 손을 흔들고 정지 화면에서 페이드아웃!	모두 수고하셨습니다! 파이팅!

참고 영상: <이상호의 도발뉴스> youtu.be/dWfm64XfP_M



다큐멘터리

다큐멘터리라는 장르는 세세한 대본보다는 전체 기획에서 방향을 잡고 긴 호흡으로 기록해나가는 작업이라고 할 수 있습니다. 현장에서 벌어지는 상황에 연

출의 개입 없이 진행되는 경우가 많아서 흐름을 잘 따라가면서 촬영을 해야 합니다. 꼭 필요한 장면들과 인물들, 시간의 순서에 따른 스케치 장면들을 빠짐없이 촬영하기 위해 계획표를 만들어놓는 것이 좋습니다.

기획이 정확하게 끝나는 사건이나 시점이 있지 않다면, 또는 결론을 예측할 수 없다면, 어떻게 끝내야 할 것인가에 대한 몇 가지 대안을 마련해놓아야 합니다. 다큐멘터리 특성상 연출이나 대본에 따라 진행되지 않는 경우가 비일비재하므로 어느 시점에서 멈출 것인가, 아니면 어떻게 마무리지을 것인가를 결정해야 합니다.

Tip! 마을신문 제작 다큐멘터리의 기획안

기획의도: 마을신문 한 호를 제작하는 과정을 따라가며 마을신문의 시작과 의미, 앞으로의 계획에 대해 들어본다.

No.	영상	내용
1	마을신문 기획 장면	
2	인터뷰: 현 발행인, 창간 발행인	창간에 관한 이야기
3	마을신문 취재 장면 1	
4	인터뷰: 취재기자	취재의 노하우
5	마을신문 취재 장면 2	
6	인터뷰: 취재부장	마을신문 제작의 어려움

7	마을신문 취재 장면 3	
8	인터뷰: 디자이너	마을신문 디자인에 대한 이야기
9	인쇄소에서 인쇄되는 장면	
10	인터뷰: 전 발행인	마을신문의 의미
11	배포 장면	
12	인터뷰: 현 발행인	앞으로의 계획
13	엔딩: 다음 호를 기획하는 기자들	

참고 영상: 도봉N <마을신문 분투기> (출처: KBS 열린채널)



3장 ... 마을TV 제작 준비하기



[학습목표]

- 마을TV 제작에 필요한 장비 알아보기
- 영상 촬영의 기본 이해하기

영상 장비 소개



카메라

기본적으로 HD캠코더를 사용합니다. 비교적 사용법도 쉽고 작아서 촬영도 용이하다는 장점이 있습니다. 최근에는 DSLR카메라로 촬영하는 경우도 많습니다. 화질이나 영상이 감각적이어서 인터뷰나 자연 다큐멘터리에 많이 사용됩니다. 또한 크기가 작고 방수도 되는 액션캠이라는 카메라를 사용하면 역동적 장면을 촬영할 수 있습니다.

카메라를 구입할 때는 배터리를 하나씩 더 구입하기를 추천합니다. 배터리 하나로 보통 2~3시간 정도 촬영이 가능하지만 충전할 수 없는 경우를 대비해 추가 배터리는 필수입니다. 또한 영상을 저장하기 위해 SD(Secure Digital)카드도 2~3개 정도 필요합니다. HD캠코더나 핸디캠의 경우에는 내장메모리가 있는 제품들도



HD 캠코더

있지만, 편집을 위해 메모리를 옮기는 동안에는 촬영을 할 수 없기 때문에, 가능한 한 메모리카드에 저장을 하고 내장메모리는 비상용으로 사용하는 것이 좋습니다.

Tip! 카메라 구입할 때 알아둘 점

대부분의 카메라는 수입품이므로 인터넷에서 검색을 한다고 해서 그 매장에 있다는 보장이 없습니다. 그렇기 때문에 항상 재고를 확인하고 구매를 하는 게 좋고, 병행수입품보다는 정품을 구입하는 것이 새 제품을 구입할 수 있는 가장 확실한 방법입니다. 같은 모델이라도 싼 물건은 뭔가 그만한 이유가 있기 마련입니다.

HD캠코더는 가능하면 지향성 마이크가 달려 있는 300만 원대 이상의 제품이 활용도가 높습니다. 추가 무선 마이크도 달 수 있고 움직임도 가볍지 않아서 중계나 손으로 들고 찍을 때도 안정감 있게 사용할 수 있습니다.

핸디캠 스타일의 작은 카메라들은 서브 카메라로 사용할 수 있습니다. 만약 핸

디캠을 메인 카메라로 사용한다면 가벼운 만큼 흔들림이 심하고, 내장 마이크라서 인터뷰를 할 때 멀리 있는 인터뷰이보다 가까이 있는 인터뷰어의 목소리가 더 크게 들어가는 경우가 생깁니다.

DSLR카메라는 화면 크기에 따라 100만 원대와 300만 원대 이상의 카메라로 나뉩니다. 최근에는 미러리스 카메라도 동영상도 가능해졌습니다. 다만 일반 캠코더와는 그 사용법이 좀 다르기 때문에 충분히 연습을 해야 하며, 색감의 구현이나 초점(포커스) 조정, 다양한 렌즈의 특성을 살리는 법 등을 습득해야 합니다.



DSLR 카메라

액션캠 카메라는 최근 그 활용도가 높아지고 있습니다. 전문 브랜드의 카메라는 50만 원대에서부터 100만 원대까지 다양한 모델들이 있고, 최근 중국산 카메라도 가격에 비해 성능이 좋다는 평을 얻기도 합니다. 다만

모든 액션캠들은 그 쓰임새에 따라 추가 부품들을 구입해야 한다는 점을 잊지 마시기 바랍니다.



액션캠 카메라

저장매체인 SD메모리는 여러 가지 종류가 있습니다. 동영상용 메모리는 일반 사진용보다 용량이 훨씬 크기 때문에 빠른 시간 안에 안정감 있게 기록하는 'Class 10급'이 안전합니다. 용량은 적어도 16기가바이트(GB) 이상이 되어야 한 시간 정도 안전하게 촬영할



종류별 SD 메모리카드

수 있습니다. 최근 카메라의 사양이 해상도 'Full HD급' 이상, '4K급' 동영상도 촬영할 수 있는 모델들도 출시되고 있는데, 이런 카메라들은 SD카드 중에서도 'UHS급'의 메모리카드를 써야 합니다. 구입하려는 카메라와 맞는 SD카드를 골라야 낭패를 경험하지 않을 수 있습니다.

삼각대

삼각대는 안정감 있는 영상을 만드는 데 필수적이므로 카메라에 맞는 무게를 사는 것이 좋지만, 이보다 약간 더 무거운 것을 추천합니다.

10만 원대 안쪽의 국민 삼각대보다는 카메라맨이 서서도 촬영할 수 있는 20만 원대 이상의 삼각대가 좋습니다. 카메라를 올려놓았을 때 흔들림이 없어야 하고 다리가 휘어지지 않아야 합니다. 또한 다리를 접고 펴는 곳들이 튼튼한지, 잘 부서지는 재질은 아닌지 확인해보면 좋습니다.



삼각대

대부분 삼각대와 삼각대 헤드가 함께 달려 있지만 브랜드에 따라 유선 리모컨이 있는 것과 없는 것이 있습니다. 삼각대를 사용해서 촬영할 경우 부드러운 줌인(zoom-in), 줌아웃(zoom-out)을 위해 유선 리모컨이 필요한데, 달려 있지 않은 경우에는 삼각대 헤드의 손잡이에 추가로 부착해야 합니다. 일부 HD캠 코더나 핸디캠의 경우에는 유선 리모컨 단자가 없는 경우도 있으니 사용하는 카메라의 단자부터 확인할

필요가 있습니다.

또한 삼각대 헤드의 수평계 유무도 필수로 확인해야 합니다. 수평계가 없다면 수평을 맞추지 못해 화각이 기울어지거나, 패닝(panning, 좌우로 돌리는 카메라 무빙 기법)을 할 때, 카메라가 한쪽 방향으로 올라가거나 내려가 버리는 화면이 촬영되고 맙니다.



삼각대에 장착된 수평계

오디오

카메라 구입 시 지향성 마이크가 달려 있는 제품을 사용하는 것이 좋고, 인터뷰나 리포터가 현장에서 말을 하는 경우를 위해 무선 마이크도 필요합니다. 카메라의 마이크는 현장음을 잡는 데는 적합하지만, 조금 멀리 떨어져서 말하는 경우에는 소리가 잘 잡히지 않고 현장음과 섞여서 녹음되어 잘 들리지 않는 단점이 있습니다.

지향성 마이크는 한 방향의 음향이 다른 방향보다 더 잘 들리는 마이크를 말합니다. 대부분 카메라의 앞쪽이 뒤쪽보다 더 잘 들려서 보이는 화면의 음향이 그대로 전해지는 장점이 있습니다. 그러나 내장형 마이크는 무지향성이 대부분이기 때문에 현장의 전체적인 음향을 기



지향성 마이크



무선 마이크

록할 수는 있으나 카메라맨의 의도를 살리기에
는 어려운 부분이 있습니다. 또한 카메라를 만
지는 음향이 그대로 들어가기 때문에 불필요한
음향이 들어가지 않게 조심해야 합니다.

무선 마이크는 30만 원대의 국산 제품과 50만
원대 이상의 수입 마이크가 있습니다. 무선 마
이크는 크게 송신부와 수신부로 나누어지는데

송신부는 리포터나 기자가 들거나 차는 마이크고, 수신부는 카메라에 부착해서
카메라 마이크 단자와 연결해서 사용합니다. 대부분의 실내에서 사용이 가능하
며 탁 트인 야외에서는 30미터 이상의 거리에서도 사용이 가능합니다. 카메라에
달려 있는 마이크들과 달리 일반 AA배터리를 사용하기 때문에 카메라맨은 항상
이어폰이나 헤드폰을 이용하여 모니터링을 해야 합니다. 자주 끊어지거나 평소
보다 지지직거리는 음향이 들리면 배터리를 교환해야 합니다.

또 인터뷰를 할 때는 마이크를 옷에 달고 마이크 선이 안 보이게 옷 안쪽으로
집어넣는 것이 좋습니다. 말하는 사람이 자신의 가슴에 무심코 손을 대면서 마이
크를 만지면 굉장히 큰 잡음이 들어가게 되므로 녹화 전 주의시켜야 합니다.

조명

수준 높은 영상미를 위해서는 조명의 역할이 중요합니다. 하지만 가장
놓치기 쉬운 분야가 조명이기도 합니다. 뉴스, 인터뷰, 대담 프로그램처럼 실내



형광등 조명



LED 램프

스튜디오에서 촬영하는 영상의 경우 지속광 형광등 두 세트 정도만 있으면 방송
국 못지않은 품질을 낼 수 있습니다. 만약 야외 촬영일 경우에는 전원선 연결이
어려우므로 LED 소자가 128개 이상인 LED 조명을 사용하면, 하이라이트를 주
거나 그림자를 지울 수 있습니다. 반사판을 잘 활용하면 강렬한 햇빛으로 인한
그림자를 없앨 수도 있습니다.

지속광 형광등 세트는 40만 원대 이상으로 구입하면 조명, 조명 다리, 확산 커
버 등이 포함되어 있으며 실내에서는 이것만 있어도 충분히 사용할 수 있습니다.
두 개가 한 세트이기 때문에 좌우로 놓고 빛이 골고루 비취지게 세팅을 하면 인
물이 배경에 묻히지 않고 입체감 있게 촬영할 수 있습니다. 작은 LED램프는 실
외에서 활용도가 높습니다. 정면보다는 한쪽 위에서 아래로 비취주면 얼굴에 부
드러운 그림자가 쳐서 윤곽이 더 드러나 보이고 특히 야간 촬영이나 큰 조명이
들어가지 못하는 실내에서는 탁월한 효과를 발휘합니다. 카메라 배터리나 일반
AA배터리를 사용하기 때문에 전원선이 필요 없다는 장점도 있습니다.

편집용 컴퓨터

최근에 나온 컴퓨터들은 대부분 영상 편집이 가능한 수준의 성능을 갖고 있습니다. 다만 영상 파일의 용량이 크기 때문에 따로 영상 작업용 외장 하드디스크에 파일을 모아서 작업하는 것이 좋습니다. 더구나 SD메모리의 사용으로 영상 파일이 급격히 늘어났기 때문에 편집용 외장 하드디스크가 꼭 필요합니다. 용량은 1테라바이트(TB) 이상, RPM(하드디스크 속도 단위)이 7500rpm이상은 되어야 안정적으로 편집을 할 수 있습니다.

또, 사용하는 영상 편집 프로그램에 맞춰 컴퓨터 사양을 결정해야 합니다. 각 프로그램 설치 정보에 권장사양이 있으니 참고하시기 바랍니다. 비교적 높은 품질의 영상 편집을 하려면 최고 사양의 컴퓨터를 구매해야 합니다. 일반적인 브랜드 제품보다는 조립PC로 구비하는 쪽이 가격 대비 좋은 성능을 확보할 수 있고, 주문 시 동영상 편집용이라고 하면 RAM, CPU, HDD 등의 사양을 별도로 높일 수 있습니다.

만약 동영상이나 멀티미디어 전문으로만 사용하는 컴퓨터라면 아이맥(iMac) 등 애플의 컴퓨터도 추천합니다. 물론 오랫동안 윈도우(Windows) 운영체제 컴퓨터만 쓰다가 전혀 다른 운영체제의 컴퓨터를 사용하면 처음에는 익숙하지 않을 수 있습니다. 하지만 최근에는 동영상 제작용으로 애플사의 컴퓨터를 사용하는 사람들이 늘고 있습니다. 애플사의 편집 프로그램(iMovie 나 Final Cut Pro)의 경우, 초보자도 쉽게 사용할 수 있고, 프리셋(프로그램에 포함되어 있는 효과)의 기능도 다양해서 윈도우용 프로그램에 비해 비교적 좋은 결과를 만들어 낼 수 있습니다. 그렇기 때문에 일반 방송국에서도 주로 사용하고 있습니다.

영상 편집 프로그램은 컴퓨터의 기능을 최대한으로 사용하기 때문에 컴퓨터 사양이 좋을수록 편집 작업도 안정적입니다.

블루 스크린

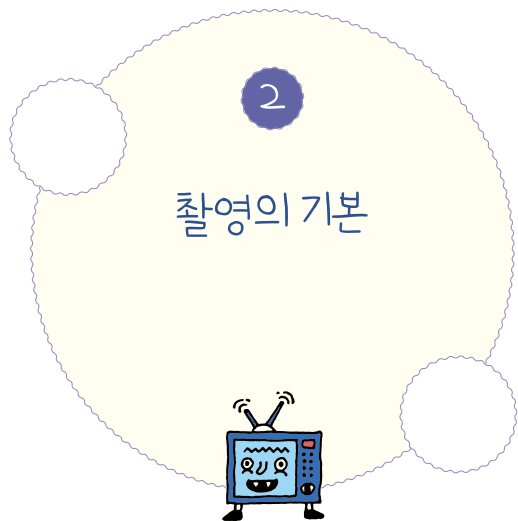
영상 편집에 합성을 활용하기 위해서는 푸른색 배경지가 필요합니다. 일기예보나 뉴스 같은 화면에 사용하는 스크린으로 푸른색과 초록색이 많이 쓰입니다. 촬영 후에는 편집 작업에서 키(key) 값을 조정해서 푸른색을 투명하게 만드는 식입니다.

실내에 설치할 수 있는 이동식 모델들이 40만 원대에 판매되고 있고, 스크린이 종이 재질의 롤로 말려 있기 때문에, 그린 스크린으로 사용하는 경우 롤만 구매해서 교체할 수 있습니다. 구입이 힘들거나 사용빈도가 낮을 경우에는 균일한 색과 농도의 천을 붙여서 사용해도 되고 색도화지를 여러 장 그림자가 드리우지 않게 붙여서 사용해도 어느 정도 비슷한 효과를 볼 수 있습니다.

최근 할리우드 영화에서는 블루 스크린보다 그린 스크린을 많이 사용하는데 이는 푸른 눈동자를 가진 사람들 때문에 그렇다는 말이 있습니다. 결국 블루나 그린이나 한 가지 색깔을 투명하게 만든다는 의미로 이해하면 됩니다. 블루 스크린의 경우에는 파랑 계통의 옷을 입거나 스카프 등의 장신구를 하면 같이 투명해지므로 촬영 시 의상이나 소품에도 신경을 써야 합니다.



블루 스크린 사용의 예



언제나 창작 작업의 원리는 같습니다. 많이 찍고 보고 연구하는 것. 여기에 기본 촬영의 노하우만 익힌다면 충분히 좋은 영상을 만들 수 있습니다. 서두르지 않고 차분하게 연습을 하고 촬영을 하다 보면 좋은 장면을 잡아내는 것이 무엇인지 알 수 있습니다.

촬영 시 유의할 점

흔들리지 않는 영상을 찍기 위해 삼각대를 사용하라

카메라가 점점 더 가벼워지고 있기 때문에 이동하면서 촬영하는 경우가 아닌 이상 삼각대 사용은 필수입니다. 카메라를 삼각대에 단단하게 장착한 후 수평을

꼭 잡아줍니다.

편집점을 잡자

편집점을 잡기 위해 컷의 앞뒤로 5초 정도 움직이지 않는 화면을 찍어 여유를 두어야 합니다. 편집점을 생각하지 않고 촬영을 해버리면 카메라 무빙 중 화면이 바뀌거나 장면이 너무 빨리 끝나버리는 상황이 발생합니다. 녹화 버튼(REC)을 누르고 난 후와 스탠바이(STBY) 버튼을 누르기 전에 5초 정도 정지 장면을 꼭 촬영해주세요. 순서를 정리하면 다음과 같습니다.

REC 버튼 → “레디, 고” → 정지 화면(5초) → 무빙 또는 연기 → 정지 장면(5초) → “컷” → STBY 버튼



이 그림처럼 정지 화면이 바로 편집으로 잘라낼 수 있는 편집점이 되는 것입니다.

미리 촬영 범위를 정하고 시작하자

패닝의 경우 시작점만 잡고 바로 회전하다 보면 끝내야 하는 부분에 가서 흔들

릴 수 있습니다. 가급적 카메라에 담아야 하는 범위를 미리 생각하고 연습한 다음, 실제 촬영에 들어가는 것이 좋습니다. 어떤 공간을 촬영한다면 한 번에 패닝을 하기보다는 두세 번 나눠서 촬영하면 상대적으로 지루한 화면을 피할 수 있기도 합니다.

Tip! 패닝 기법

카메라를 상하는 고정을 한 채 수평 좌우로 회전하는 기법

카메라를 몸에 붙여라

핸드헬드(handheld), 즉 카메라를 손에 들고 촬영할 경우에는 팔꿈치를 몸에 바짝 붙이고 한 손은 핸드스트랩에 끼우고 다른 한 손은 카메라를 받쳐서 카메라가 흔들리지 않도록 안정된 자세를 취해야 합니다. 패닝의 경우는 손목을 돌리는 것이 아니라 허리를 이용해서 회전합니다.

Tip! 핸드헬드

카메라를 삼각대에 고정해서 찍는 것이 아니라 손으로 들고 찍는 기법. 주로 이동이 많은 촬영에서 사용합니다.



핸드헬드의 자세



허리를 이용한 패닝

촬영 중 줌인, 패닝은 그만!

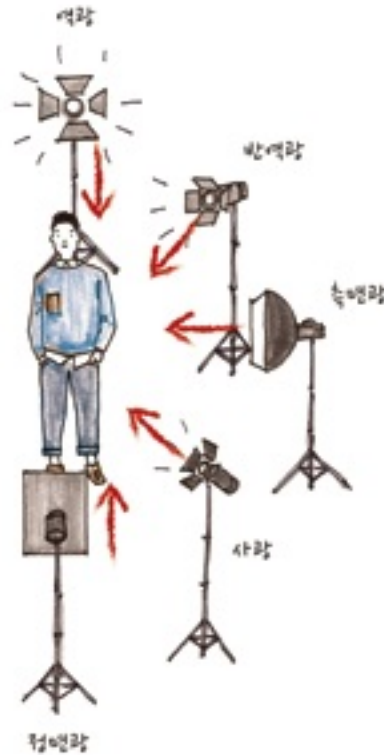
가능하면 녹화가 시작된 후 줌인, 줌아웃, 패닝 등의 카메라 움직임을 쓰지 말고 촬영하는 편이 좋습니다. 너무 과용하면 시선만 어지럽고 화면이 지저분해지는 단점이 있습니다. 화면의 범위를 정한 후 녹화 버튼을 누른 후에는 정지화면에서 피사체의 움직임을 촬영하는 것이 깔끔합니다.

Tip! 줌인, 줌아웃

카메라의 화각과 배율을 조정하는 기법. 줌인은 가까이 확대해서 보이며 화각이 좁아지는 반면, 줌아웃은 화각이 벌어져 전체 전경을 담는 기법입니다.

항상 빛의 방향을 살피자

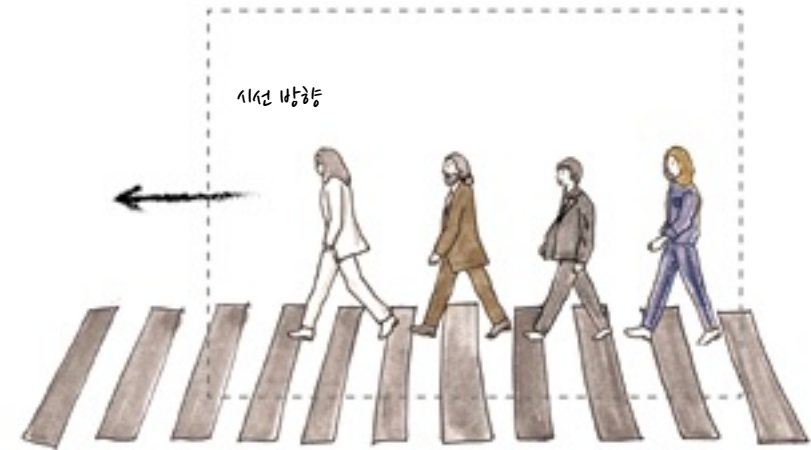
가능하면 빛을 피사체의 정면이나 45도 안쪽에서 비춰지게 찍어야 합니다. 빛을 살피지 않고 역광에서 촬영하면 아무리 좋은 순간이라도 효과적인 장면을 담을 수 없습니다. 빛을 잘 살리는 카메라맨이 실력 있는 카메라맨입니다.



피사체를 정중앙에 두지 말자

좌우로 긴 HD 화면일수록 피사체를 정중앙에 두면 양쪽이 너무 비어 있게 됩니다. 화면의 구성을 비대칭으로 해서 약간의 역동성을 주는 것이 좋습니다. 또

한 인물을 촬영하는 경우에는 시선 방향 쪽 화면에 여유를 더 두는 편이 안정적입니다.



같은 피사체를 다양하게 찍자

촬영을 할 때 한 화면의 구성으로만 찍지 말고 줌아웃해서 배경과 같이 찍고 줌인해서 클로즈업으로도 찍어야 합니다. 또한 피사체만 찍지 말고 그 주변을 많이 찍어놓으면 좋습니다. 그래야 편집할 때 훨씬 다양하고 풍성한 화면을 만들 수 있습니다.

Tip! 클로즈업

가까이 확대해서 촬영하는 기법

음향 확인

대부분의 초보 카메라맨들이 가장 많이 실수하는 것이 음향입니다. 카메라맨들은 항상 촬영할 때 이어폰을 카메라에 연결해서 음향이 제대로 들어오는지 확인해야 합니다. 주변 소음과 울림이 심하지는 않은지, 만약 무선 마이크 사용 중이면 음향이 잘 들어오는지 확인해야 합니다.

스마트폰으로도 촬영해보자

카메라가 없는 상황에서 아주 긴요하게 활용할 수 있는 장비가 바로 스마트폰입니다. 최근에 나오는 스마트폰은 HD 화면을 촬영할 수도 있어서 방송용으로도 무리 없이 사용할 수 있습니다. 몇 가지 유의할 점만 떠올려주세요.

우선 자신의 스마트폰으로 영상을 촬영할 경우, HD 촬영 모드인지 확인해봅니다. 용량의 문제로 기본 설정이 HD 촬영 모드가 아닌 경우도 있으니 꼭 확인해주세요. 그리고 화면은 가로로 촬영합니다. 우리가 평소 전화를 사용할 때처럼 세로 방향으로 촬영하면 시청하기에는 화면이 작을 수 있으니 가로로 촬영하는 것이 좋습니다. 스마트폰은 무게가 가벼워서 일반 카메라보다 흔들리기 쉽기 때문에 각별히 신경을 써서 흔들림이 덜하게 촬영을 합니다. 또 통화용 마이크를 사용하기 때문에 음향이 그다지 좋지는 않습니다. 음향을 잘 담아야 하는 영상물 이거나 시끄러운 곳에서 촬영할 경우에는 기대보다 효과가 떨어질 수 있습니다.

촬영 계획 짜기

섭외

촬영할 장소와 인물 섭외를 가장 먼저 해야 합니다. 섭외 없이 현장에서 해결하려면 예상치 못한 난관에 부딪힐 수 있습니다. 특히 관공서의 경우에는 해당 부서에 미리 연락을 해서 촬영 의도와 시간을 알려줘야 무리 없이 촬영할 수 있습니다.

상점의 경우 화면 배경에 나오는 시민들에게도 허락을 얻어야 합니다. 본인의 동의 없이 얼굴이 나오는 경우 초상권 침해에 해당될 수 있으므로 사전에 설명을 하고 동의를 구하는 것이 좋습니다.

날씨 점검

야외 촬영의 경우 날씨를 며칠 전부터 점검해봐야 합니다. 비가 오는 장면을 촬영할 경우에는 빗소리가 크게 들어갈 수도 있기 때문에 음향 확인도 필수입니다. 혹시 천둥이라도 친다면, 촬영은 접어야겠죠?

사전 답사

촬영 전 사전 답사도 필수입니다. 카메라를 어떻게 잡아야 할지, 빛은 어떻게 들어오는지, 음향이 울리지는 않는지 등을 꼼꼼히 점검해보세요. 만약 사전 답사를 가볼 수 없는 상황이라면 자료 조사를 통해서라도 정보를 입수해야 합니다. 90퍼센트는 미리 예상의 범주에 넣고, 10퍼센트의 변수 안에서 유연하게 촬영하는 편이 좋습니다.

촬영 시간 짜기

만약 영상 분량을 20분 정도로 생각한다면 촬영 시간은 적어도 세 배 정도 필요합니다. 촬영에 익숙해지면 시간이 짧아질 수 있지만 현장에 도착해서 세팅하고 정리하고 재촬영 하는 시간까지 포함하면 그것도 모자랄 수 있습니다. 야외 촬영의 경우 잘못해서 촬영이 길어지면 해가 저버리는 상황도 만날 수 있습니다. 그렇기 때문에 넉넉하게 시간을 잡고 촬영에 들어가면 좋습니다. 그런데 시간이 남았다면? 뭔가 촬영이 부족하다는 뜻입니다. 모자란 부분은 없는지 점검하고 좀 더 촬영하는 게 좋겠습니다.



4장 ... 마을TV 제작하기(1) 촬영



[학습목표]

• 마을TV 제작의 가장 기본적인 사항부터 습득하고 점검하기

1 영상 종류별 촬영의 응용



마을뉴스 촬영 요령

전체 컷 담기

높은 곳에 올라가서 위에서 찍든 행사장 정면에서 촬영하든 모든 꼭지의 첫 장면은 전경으로 시작하는 것이 기본입니다. 전체 개요를 파악할 만한 장면이 나오지 않으면 시청자들이 이야기의 맥락을 잡기가 어려워집니다.

사람이 많은 곳 찍기

부정적인 내용이 아닌 이상 행사나 장소 탐방 등의 경우 사람이 나오지 않으면 호응이 없는 소재를 잡은 것이나 마찬가지이기 때문에 사람이 많은 곳과 시간을 택해야 합니다.

스케치 컷 많이 찍기

기자나 앵커 리포팅 중에 필요한 장면들을 많이 찍어놔야 화면이 지루해지지 않고 다양한 화면으로 전환할 수 있습니다.

인터뷰이 시선은 카메라 밖으로, 기자 시선은 카메라를 향하여

인터뷰이의 시선은 옆에서 질문을 하고 답을 듣는 기자를 보도록 해야 합니다. 인터뷰이의 말을 듣는 사람은 기자이기 때문에 카메라 밖에 있는 기자를 보는 게 자연스럽습니다. 그 모든 이야기를 정리해서 시청자에게 직접 전달하는 사람은 기자이기 때문에 시청자를 향해 카메라를 정면으로 보고 이야기합니다.

마을CF 촬영 요령

짧게, 다양하게

길지 않은 시간에 5컷 이상을 넣어야 하므로 짧게, 감각적으로 촬영해야 합니다. 그러기 위해서는 사전 연기 연습과 동선 파악 그리고 여러 번의 촬영밖에는 방법이 없습니다.

배우는 메이크업이 필수

짧은 시간에 강한 인상을 전달하려면 조금은 과하다 싶은 정도의 메이크업이 오히려 낫습니다. 화면에서는 실제보다 과하게 나오지 않습니다.

주변 정리 깔끔히

화면 안에 필요 없는 것들은 다 치워놓아야 합니다. 화면을 단순화시켜야 전달하려는 메시지에 집중이 됩니다.

분위기에 따라 조명 활용

조명은 밝게 찍기보다 강조의 역할이 더 큽니다. 화면 안에 강조할 피사체가 있다면 조명을 써야 잘 돋보입니다.

UCC 촬영 요령

뮤직비디오 스타일이라면 역동적으로

뮤직비디오 콘셉트의 영상이라면 음악의 분위기와 박자에 맞게 카메라 움직임 을 넣는 것이 좋습니다. 또 촬영 현장에 그 음악을 틀어놓으면 리듬감 있는 영상을 만드는 데 도움이 됩니다.

CG를 넣을 경우

여러 UCC에서 자막이나 CG 효과 등을 사용하는 경우가 많습니다. 이때 가장 신경 써야 하는 부분이 화면 크기입니다. 피사체의 크기와 CG가 안 맞을 경우가 많기 때문에 미리 스토리보드를 만들어 화면과 CG 디자인을 맞춰본 후 촬영하면 실패 확률을 줄일 수 있습니다.

교양물 촬영 요령

장면의 연결성 미리 생각하기

어떤 장소를 탐방하는 프로그램일 경우 길에서 장소로 들어가는 장면을 찍을 때는 보통 두 번으로 나누어서 찍습니다. 길을 걸어가는 장면, 실내에서 리포터가 들어오는 장면 두 개를 연결하는 지점에 문을 열고 들어오는 동작이 양쪽 화면에 다 포함돼 있어야 합니다. 그렇지 않으면 화면의 흐름상 거칠게 끊어지는 느낌을 주게 됩니다. 어떤 상황에서도 장면의 연결과 흐름을 미리 생각하고 촬영해야 할 장면을 늘 고민해야 합니다.

카메라 두 대 사용

인터뷰나 강연회를 촬영하는 경우 별도의 자료 화면이 없다면 계속해서 큰 변화 없는 화면을 시청자가 봐야 합니다. 이렇게 되면 집중력이 흐트러져서 내용을 놓치게 되는 일이 발생합니다. 이때 화면 전환을 위해 카메라를 한 대 더 이용해 녹화를 하면 얼굴이나 손, 눈 등을 클로즈업해서 찍거나 다른 각도에서 인물을 잡는 화면을 넣을 수 있어서 단조로움을 줄일 수 있습니다. 두 대 이상의 카메라를 사용하는 경우 두 개의 파일을 편집해야 하므로 서로 싱크를 맞추기 위해 슬레이트나 박수를 쳐야 합니다. 음성 신호에 '피크(높이 올라감)'가 뜨는 것을 보고 서로 싱크를 맞추면 편집이 수월합니다.

다큐멘터리

현장에 없는 사람처럼 행동

다수의 경우, 출연하는 사람들이 카메라를 의식하면 어색한 장면으로 이어질 수 있습니다. 가능한 한 촬영 현장에서 카메라의 움직임을 적게 하고 카메라의 존재감이 드러나지 않게 찍는 것이 좋습니다. 현장에서 연출자의 목소리가 커지거나 카메라의 움직임이 번잡스럽다면 촬영팀과 촬영 대상인 사람들이 물과 기름처럼 분리될 수도 있습니다.

친해지는 시간 확보

처음부터 카메라를 들이대기보다 먼저 대상자와 이야기를 충분히 나눠야 합니다. 촬영을 왜 하는지 설명하는 과정이 필요합니다. 충분한 설명 없이 촬영부터 하는 것은 폭력이나 마찬가지로 설득과 이해가 우선입니다. 그렇기 때문에 다큐멘터리 제작 기간이 오래 걸리는 것입니다.

매일 제작 일기 작성

대본이 없는 경우가 많기 때문에 제작의 흐름을 기억하고 방향을 정하기 위해서 제작 일기를 적는 것이 중요합니다. 촬영할 때는 모르던 흐름의 변화를 다시 뒤돌아볼 수도 있고, 새로운 아이디어가 떠오를 수도 있습니다.

드라마와 영화

망해도 괜찮아

연기력이 필요한 드라마나 영화에서 마을 사람들이 배우로 나오는 것은 모험에 가까운 일입니다. 의욕은 있어도 연기력이 부족한 사람들도 많고 배역에 불만을 표하는 경우도 있습니다. 서로 스케줄도 맞춰야 하는 등 작품 촬영보다 사람들과의 관계 조정이 더 힘들 수 있습니다. 제작팀이 작품에 욕심을 부리기보다는 주민 모두 주인공으로 나온다는 마음으로 촬영을 이끌어가는 것이 가장 중요합니다.



5장 ... 마을TV 제작하기(2) 편집



[학습목표]

- 마을TV 모임에 맞는 수준별 편집 도구 선정하기
- 영상 콘텐츠 편집 기술의 기초 과정 습득하기

수준별 편집 툴 선택하기



“쉽지 않은 편집, 그러나 겁먹을 건 없다!” 마을미디어를 운영하고 마을 영상을 제작하는 데 있어 편집은 가장 어려운 기술적 장벽 중 하나입니다. 누구나 쉽게 조금만 노력하면 할 수 있다는 말은 감히 하지 않겠습니다. 다만, 현재 마을TV 영상을 열심히 만들고 있는 사람들 중에는 필자를 포함해 편집은 물론 영상 작업을 전혀 몰랐던 사람들이 다수였다는 사실은 꼭 알려드리고 싶습니다. 누구나 초보로 출발합니다. 관심과 재미, 옆에서 도와주는 ‘누군가’만 있다면, 그리고 함께 마을영상을 만드는 보람을 알게 된다면 밤을 새서라도 편집 기술을 익히는 광경을 여러 번 목격했습니다. 편집 기술을 익히기 위한 노하우를 이번 장에서 배워보도록 하겠습니다.

다양한 영상 편집 프로그램 중 무엇을 선택해서 배우고 활용할지 정하는 데서부터 편집 교육이 시작됩니다. 꼭 기능이 많은 고급 툴이라고 해서 무조건 좋지

는 않습니다. 우리 모임의 수준과 역량, 그리고 제작하고자 하는 영상의 질에 맞춰서 사용하기 쉽고 편한 프로그램을 선택하면 충분합니다.

초급 프로그램부터 익히기

실제 마을 현장에서는 영상 작업을 전혀 해본 적 없거나 컴퓨터 사용도 서툰 주민들이 많습니다. 그런 분들이 교육에 많이 참여하기 때문에 초급 툴부터 교육을 진행하는 경우가 대부분입니다. 누구나 무료로 활용할 수 있는 '무비메이커'가 주로 많이 쓰입니다. 일단 하나의 영상 편집 프로그램에 익숙해지면 다른 수준 높은 프로그램을 배우기가 상당히 용이해지기 때문에 초급 프로그램부터 잘 익힌 후 고급 프로그램으로 넘어가는 방법을 추천합니다.

처음부터 '프리미어' 같은 고급 프로그램으로 교육을 진행하면 수강 당시에는 끄덕끄덕 하는데, 막상 결과물이 나오는 경우는 잘 없었습니다. 초보자가 배우기에 어렵거나 굳이 배우지 않아도 될 고급 기능들이 많은 프로그램이라서 배울 땐 감이 조금 오더라도 돌아서면 잊어버리는 일이 많기 때문입니다. 혹은 지레 겁 먹고 편집을 포기하는 경우도 있습니다. 쉬운 툴부터 시작해 천천히 영상 편집에 재미와 맛을 들여가는 게 좋겠습니다.

여러 가지 영상 편집 프로그램

프로그램	수준	소개	장점	단점
무비메이커	초급	마이크로소프트 윈도우 기본 제공 프로그램	- 초보자가 배우기 가장 쉽고 용이 - 비용이 들지 않음	- 편집 기능 등에 한계와 제약이 많음
파워디렉터	초중급	사이버링크 사에서 만든 일반인용 편집 프로그램	- 초보자가 배우기 용이 - 애니메이션 효과 등 쉽게 활용 가능한 기본 템플릿 제공이 많음	- 고급 편집 기능 등에 한계와 제약
베가스	중고급	소니 사에서 만든 전문 편집 프로그램	- 인터페이스가 직관적이고 작업 편의성이 좋아 고급 툴 중 비교적 쉽게 배울 수 있음	- 컴퓨터 사양이 어느 정도 좋아야 함
프리미어	고급	어도비 사에서 만든 대표적 고급 편집 프로그램	- 전문가 수준의 툴 - 편집과 관련한 대부분의 기능 활용 가능 - 포토샵, 애프터 이펙트 등 어도비 사의 타 프로그램 연동 용이	- 초보자가 배우기 어려울 수 있음 - 컴퓨터 사양이 좋아야 함
파이널 컷	고급	애플 사에서 만든 매킨토시용 고급 편집 프로그램	- 전문가 수준의 툴 - 편집과 관련한 대부분의 기능 활용 가능 - 프리미어에 비해 직관적이고 쉬움	- 매킨토시 컴퓨터가 없으면 활용 불가

영상 작업에 비교적 능숙한 모임이라면 중고급 프로그램부터

만약 영상 작업에 약간의 경험이 있거나 익힘이 빠른 모임의 경우에는 중고급 툴 교육부터 시작하기도 합니다. 초급 툴은 편집에 대한 두려움을 떨치는 데는 도움이 되지만, 영상 작품으로 선보이는 결과물을 내기에는 다소 부족하고 아쉬운 점들이 있습니다. 중장기적으로 영상 작업을 꾸준히 해보겠다는 결의에

찬 주민들이 모여 있다면, 마음먹고 초급 툴을 건너뛸 채 베가스나 프리미어 등부터 배울 수 있습니다. 다만 프로그램 유료 구입이나 고급 사양의 컴퓨터 준비도 고려할 점입니다.

초보여도 결과물에 욕심이 난다면!

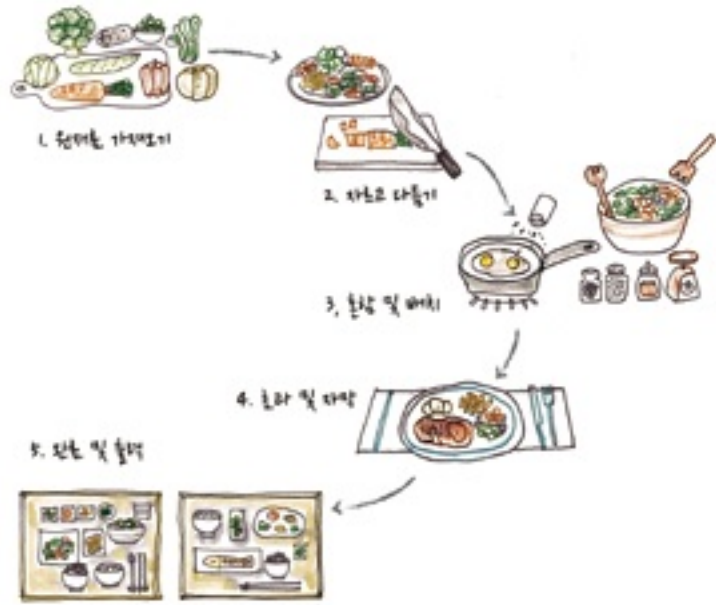
무비메이커와 같은 초급 툴은 결과물이 영 이 쉽고, 프리미어 같은 고급 툴은 처음부터 배울 엄두가 나지 않는다면 어떻게 해야 할까요? 실제로 마을영상 교육을 해보면 이런 질문들이 꼭 나옵니다. 무비메이커로 했더니 쉽게 배우긴 하는데 방송으로 내보낼 결과물을 만들기에는 한계가 있고, 프리미어를 배워보자니 너무 어려워서 편집에 성공하지 못하는 사례들이 많았습니다.

실제 마을TV 현장에서는 초급자용 툴이지만 어느 정도 고급 기능도 사용할 수 있는 '파워디렉터' 정도를 교육용으로 활용하고 있습니다. 성북구의 와보송TV에서도 그렇게 하고 있죠. 영화 상영용으로는 쓰기에는 한계가 있지만, 유튜브 등 웹 게시용으로는 손색이 없는 수준의 영상을 만들어낼 수 있습니다.



마을 현장에서 촬영을 해온 가지각색의 원재료, 즉 다듬어지지 않은 영상이나 이미지 파일 등이 있을 것입니다. 이 원재료를 편집 프로그램으로 불러오기(임포트) 해서 자르고(컷 편집), 붙이고, 재배치하고, 효과(오디오나 비디오) 및 텍스트 자막 등을 덧붙여서 새롭게 가공된 영상 작품으로 출력해내는 일련의 과정을 '편집'이라고 요약해 설명할 수 있습니다. 원재료를 가공해서 새로운 요리로 만들어내는 과정, 그렇기에 영상 제작은 '편집의 미학'이 중요하지 않을 수 없겠죠. 숙달된 요리사일수록 과감하게 칼질로 재료를 쳐내고 배합을 자연스럽게 잘 해내곤 하죠? 영상 편집자 역시 마찬가지입니다. 날것의 원재료를 잘 손질하여 새로운 '창작물'을 만들어내는 일은 전적으로 편집자의 몫입니다.

본격적인 편집을 시작하기 전에 원재료로 어떤 것이 있는지 점검합니다. 스마트폰이나 캠코더 등으로 촬영한 동영상 파일, 중간중간 들어갈 이미지 파일 등이



있을 텐데, 이를 '비디오 소스'라고 합니다. 그리고 각종 소리들이 있습니다. 녹음 파일, 음원 파일 등은 '오디오 소스'라고 합니다. 기본적으로 영상 편집은 이 '비디오 소스'와 '오디오 소스'라는 두 원재료를 편집 프로그램으로 불러와서 새로운 작품으로 만들어내는 과정입니다.

그럼 지금부터 누구나 쉽게 배울 수 있는 필수 편집 기능을 알아보겠습니다. 무비메이커를 예로 들어서 설명하는데, 기본적인 편집 진행 방법은 어느 프로그램이든 대동소이 합니다.

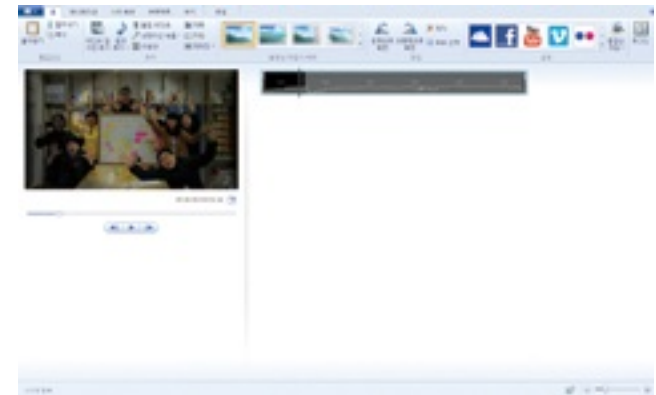
Tip! 무비메이커가 없다면?

무료 프로그램이기 때문에 각종 포털사이트에서 검색해서 다운로드할 수 있습니다.

무비메이커를 활용한 영상 편집 예시

시작하기

[시작] → [프로그램] 메뉴를 선택하고 무비메이커를 실행합니다. 프로그램이 열렸으면 상단 왼쪽에 있는 [비디오 및 사진추가] 메뉴를 누른 후, 컴퓨터에 있는 촬영 영상 혹은 사진 파일을 선택해 불러옵니다. 잠시 기다리면 타임라인에 영상이 배치됩니다.



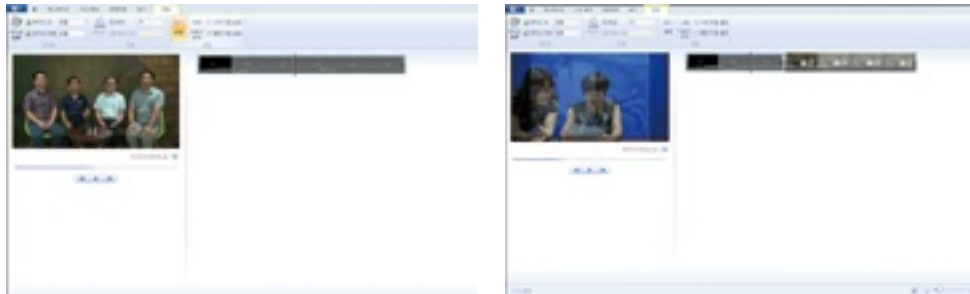
영상 소스 불러오기

Tip! 타임라인에 영상이 안 뜨나요?

확장자 'mov'를 쓰는 파일 등 무비메이커가 인식하지 못하는 동영상 파일도 있습니다. 이 경우 '다음 팟인코더' 등 인코딩 프로그램을 무료로 다운받아서 무비메이커가 인식 가능한 파일(wmv, avi 등)로 변환한 후 다시 불러오면 됩니다.

컷 편집

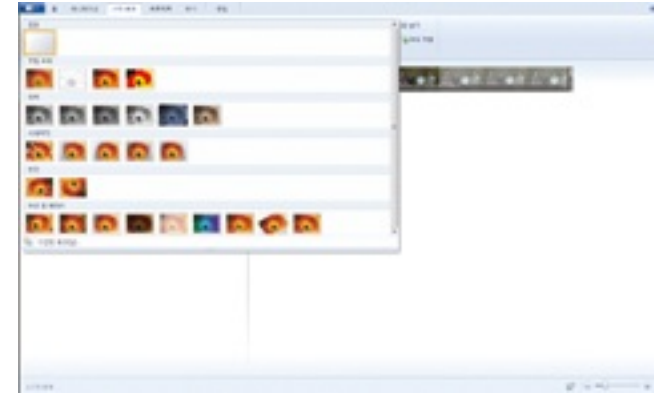
타임라인에 불러온 영상을 확인합니다. 검은 막대선을 따라 살펴보다가 편집(자르기)하고 싶은 부분에 막대를 옮긴 후 상단 메뉴의 [편집] → [분할]을 클릭합니다. 영상이 막대선을 기준으로 이등분 되어 잘린 것을 확인할 수 있습니다. 이런 식으로 원본 영상에서 필요한 부분만 남게 잘라냅니다. 잘린 영상 중 불필요한 부분은 클릭 후 'Del' 자판을 눌러 삭제합니다.



원본 영상에서 필요한 부분만 잘라내기

영상효과 넣기

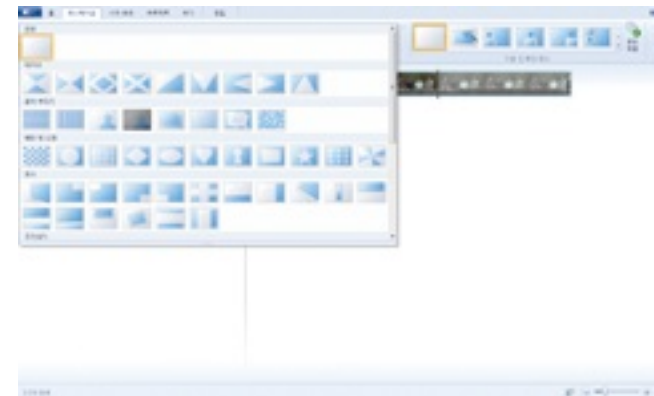
불러온 원본 영상에 반전, 모션, 페이드, 흑백, 모자이크 등 다양한 효과를 줄 수 있습니다. 효과를 넣고 싶은 영상 부분을 클릭한 후, 상단 메뉴에서 [시각효과]를 클릭해서 원하는 효과를 적용한 후 다시 [효과]를 선택한 후 클릭하면 됩니다.



영상에 효과 넣기

애니메이션 효과 넣기

영상 클립과 클립 사이를 이어주는 장면 전환 효과를 넣어보겠습니다. 두 영상 클립 중 뒤의 영상을 클릭합니다. 메뉴에서 [애니메이션]을 클릭한 후 원하는 효과를 선택하면 됩니다. 각각의 효과에 마우스를 올려놓으면 적용 전 '미리 보기' 기능을 사용할 수 있습니다.

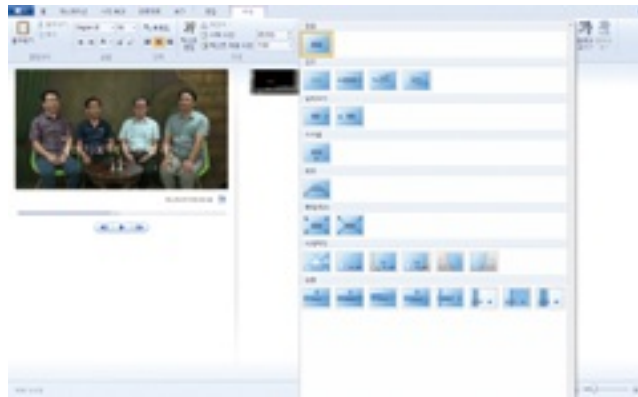


장면 전환 효과 넣기

자막 넣기

메뉴에서 [홈]을 선택하고 '제목', '자막', '제작진' 버튼을 눌러서 기능을 사용할 수 있습니다. '제목'은 영상 클립 맨앞에 작품의 제목을 넣을 때 주로 씁니다. '자막'은 영상 중간 필요한 지점에 글귀를 입력해 넣으며 활용합니다. '제작진'은 영상 마지막에 들어갈 크레딧 등에 활용합니다.

자막 글귀는 메뉴의 [텍스트 도구] → [서식]을 클릭하여 글씨체, 색상, 폰트 크기, 각종 효과 등을 변경하고 추가하면서 사용할 수 있습니다.



영상에 자막 넣기

오디오 파일 넣기

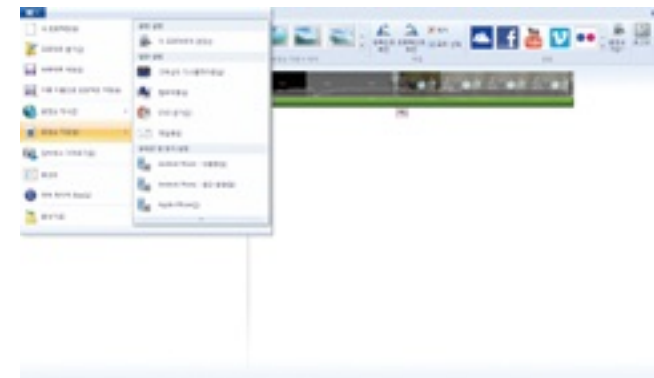
[홈] → [음악 추가]를 누른 후 오디오 파일을 불러옵니다. 불러온 오디오 클립은 [음악 도구] → [옵션]을 선택하여 자르기, 볼륨 조절, 페이드인/아웃 효과를 줄 수 있습니다. 그 후 음악이 필요한 영상 클립에 오디오 클립을 마우스로 끌고 가 위치시키면 됩니다.



영상 클립에 음악 넣기

편집 완료 동영상 저장 및 출력

영상 편집을 다 마쳤다면 완성된 파일을 저장 및 출력해야 합니다. 메뉴에서 [홈] 왼쪽 아이콘을 클릭한 후 [동영상 저장]을 선택합니다. 해상도 설정에 따라 출력 설정을 할 수 있습니다. 용도에 따라 선택한 후 저장하면 됩니다. [프로젝트 저장]은 무비메이커 내의 편집 작업 내용을 프로젝트 파일로 저장하는 것입니다. 혹시 모를 후속 작업 혹은 수정 작업을 위해 따로 저장해두면 좋습니다.



편집 완료 후 저장하기

Tip! 동영상으로 배우기

동영상 강의로 편집을 배워보고 싶다면 유튜브 사이트에서 '무비메이커'를 입력해보세요. 다양한 교육 자료들이 올라와 있습니다.

꼭 읽어보기

1. 편집을 위해 어떤 도구를 택해야 할까요? 우리 모임에 맞는 편집 프로그램을 정해서 자체 교육을 해봅시다.
2. 편집은 '원재료'(비디오/오디오 소스)를 '새로운 요리'로 만드는 과정과 비슷하다고 했죠? 레시피를 잘 익히기 위해서는 무한 반복 연습이 가장 좋습니다!

더 읽어볼 자료

블로그 '영상 꼼수 놀이터'

무료로 이용 가능한 무비메이커 매뉴얼 등을 많이 찾아볼 수 있습니다. 이 블로그에 접속하여 다양한 자료를 접해보세요. ferieo.blog.me





3부

**마을TV,
어떻게 보고 들나요?**

1장 ... 마을TV 배포하기



[학습목표]

- 소규모 마을미디어에서 활용 가능한 영상 콘텐츠 공유와 배포 방법 알아보기
- '현장'을 통한 영상 상영의 필요성과 노하우 살펴보기

1 마을영상 공유와 배포



마을영상의 주요한 공유와 배포 수단 역시 인터넷 공간입니다. 무료로 혹은 적은 비용으로 특별한 기술 없이 쉽게 활용 가능한 수단이기도 합니다. 꼭 거창한 방송 채널이 아니더라도 시작해볼 수 있습니다. 온라인에서의 영상 공유와 배포 방법을 살펴봅시다.

영상업로드 플랫폼: 유튜브, 유튜브, 다음 및 네이버TV 등

불과 얼마 전까지만 해도 인터넷 공간에 영상을 올리려면 상당한 비용을 들여 서버를 구축해야 했습니다. 그러나 지금은 비용에 대한 큰 걱정 없이 온라인에 영상을 게재할 수 있습니다. 심지어 언론사들도 자사의 뉴스 동영상을 유

튜브 등을 활용해 내보내고 있습니다. 이제는 영상을 게재하고 공유하는 기술적 출발점이 전문가와 아마추어 사이에 그리 차이가 나지 않게 된 것입니다. 적어도 인터넷 공간에서는 말이죠.

유튜브

가장 대중적이고 전 세계적으로 널리 쓰이는 무료 동영상 공유 사이트입니다. 사용자가 만든 영상을 직접 업로드할 수 있고, 다른 인터넷 공간에 공유하는 것도 쉬워 수많은 사람들이 이용하고 있습니다. 다양한 화질로 업로드와 시청이 가능한 것도 장점입니다. 많은 마을영상 혹은 대안미디어나 개인미디어 운영자들이 유튜브를 주요 업로드 공간으로 삼는 경우가 많습니다. 그 후 다른 홈페이지, 블로그, 카페, 기타 SNS에 퍼나르는 식으로 배포를 진행합니다.

다음 TV팟, 네이버 TV캐스트

국내 포털사이트에서 운영하고 있는 영상 공유 서비스입니다. 쉽고 유용하게 이용할 수 있는 온라인 영상 채널입니다. 운영 여건만 된다면 유튜브와 더불어 이곳들 역시 영상 채널로 활용하면 좋습니다.

라이브 서울 등 공공기관 채널

공공기관에서 운영하고 있는 사이트들도 마을영상에서 활용을 시도하면 좋습니다. 서울시에서 운영하는 라이브 서울의 경우에는 마을미디어를 위한 공간을 일부 할애해주고 있으며, 마을의 역량이나 주민들의 요구에 따라 더 많은 활용 공간을 주기도 합니다.

유스트림, 아프리카 TV 등

온라인 생중계 방송을 위한 인터넷 사이트입니다. 생중계 기법도 과거에 비해 많이 간편해지고 대중화되어 적극 활용해볼 만합니다. 마을축제 현장, 주민 토크쇼, 토론회, 강연회, 마을반상회, 총회 등을 생중계하면서 실시간으로 주민들과 공유할 수 있습니다.

더 알아보기 | 추가 취재

'선배' 마을영상 미디어들, 어떻게 방송을 시작했을까요?



유튜브를 이용해 배포하는 <성북마을뉴스>

성북마을방송 와보송도 유튜브를 주요 영상 업로드 사이트로 활용해 방송을 시작했습니다. 영상 제작을 완료하면 처음 접속하는 곳이 유튜브입니다. 파일 업로드를 마치면 공유 및 코드 붙여넣기 기능을 이용해 다른 페이지에 삽입해 영상을 최대한 널리 배포하려고 노력하고 있습니다. 와보송 홈페이지(www.sb-wabs.net), 성북마을 홈페이지(www.sbnet.or.kr), 와보송 페이스북 페이지, 개인 혹은 단체 카카오톡, 개별 블로그 등에 유튜브에 게재된 영상을 붙여 넣어서 주민들이 다양한 채널에서 영상을 볼 수 있도록 합니다.

도봉N도 같은 이유로 유튜브를 주요 업로드 사이트로 활용합니다. 도봉N은 특히 페이스북도 많이 쓰고 있는데, 도봉N 페이스북 페이지뿐 아니라, 도봉구 안에서 활동하는 각종 단체, 기관, 모임 등 관련 페이스북 페이지 등에서도 적극 공유하고 있습니다. 서울시 마을미디어 지원센터나 마을미디어 관련 네트워크 페이지에도 공유를 하며 운영을 해나가고 있습니다.

Tip! 쉽게 따라 해보는 유튜브 영상 업로드

웹용 업로드 영상은 분량을 길지 않게 클립별로 나눠서 올리는 것이 좋습니다. 지나치게 긴 영상은 웹 공간 특성상 집중도가 떨어지고 조회수가 잘 나오지 않습니다. 가급적 최대 10분을 넘지 않는 수준으로 해보세요. 40분짜리 토크쇼 영상을 만들었다면 네 편으로 나눠서 유튜브에 업로드 후 배포하는 것이 좋습니다.



① 개인 혹은 단체 아이디로 유튜브(구글)에 로그인 후, 유튜브 본인의 채널에서 우측 상단의 [업로드] 버튼을 누릅니다.



② 다음 화면이 나오면 화살표를 클릭하고, 이어 업로드할 영상 파일을 선택하여 클릭합니다.



③ 영상이 업로드될 때까지 기다립니다. 그동안 영상의 제목, 설명, 태그(설명란 하단, 영상물을 분류하기 위해 꼬리표 달기)를 적어 넣습니다. 더불어 하단 중앙의 '동영상 미리보

기 이미지(영상 상영 전 유튜브 화면에 뜨는 대기 이미지) 셋 중 하나를 골라서 클릭합니다. 마무리되면 상단 오른쪽의 [게시] 버튼을 클릭합니다.



④ 영상 업로드가 완료됐습니다. 공유 버튼(페이스북, 블로거, 트위터, 텀블러 등) 혹은 링크(하단), 소스 코드(홈페이지 혹은 블로그에 첨부 게재 시 활용, 다음 페이지에서 자세히 설명 예정), 이메일 등을 통해 업로드된 영상을 공유하면 됩니다.

공유 플랫폼 1: 홈페이지, 블로그, 카페

유튜브 등 영상 업로드 사이트에 올린 영상은 다른 페이지에도 공유하여 더 많은 시청자들이 보기 쉽고 편하게 합니다. 각종 온라인 페이지에 영상을 공유하는 방법을 알아보겠습니다.

마을TV 홈페이지

여건이 된다면 단독으로 사용하는 홈페이지가 있으면 좋습니다. 마을방송의 개성과 의미 등을 담아서 자유롭게 꾸미고 만들 수 있는 '얼굴' 역할을 홈페이지가 할 수 있습니다. 최근에는 '워드프레스' 등 비교적 비전문가가 독학으로도 만들고 꾸밀 수 있는 홈페이지 제작 툴이 널리 쓰이고 있습니다. 자본과 전문 기술이 부족하다면 결국 직접 배워서 만드는 수밖에 없습니다. 마을TV를 함께하는

Tip! 쉽게 따라 하는 유튜브 영상을 홈페이지(혹은 블로그)로 공유하기

① 유튜브에 업로드 완료된 영상의 소스 코드(상단 왼쪽)를 클릭하여 긴 박스 안의 알파벳, 숫자, 기호로 쓰인 코드를 복사합니다. 참고로 하단 왼쪽의 동영상 크기도 설정할 수 있습니다. 홈페이지 게시 웹용으로는 853×480 혹은 640×360 정도가 적당한데, 필요에 따라 크게 혹은 작게 할 수도 있습니다.



② 홈페이지(혹은 블로그)에 접속해 페이지 글쓰기로 들어온 후, 바로 게시판 글을 작성하지 말고, 상단 왼쪽과 같은 HTML로 작성하는 버튼을 클릭합니다. 복사한 유튜브 소스 코드를 글쓰기란에 붙여 넣습니다.



③ 게시판 글쓰기를 완료하고 게시하면 붙여 넣은 소스 코드가 영상으로 뜹니다.



주민 중 이런 작업에 관심 있는 사람에게 배움의 기회를 주고 투자하여 만들어보게끔 해보는 것은 어떨까요? 홈페이지에 영상을 붙여 넣고 공유하는 방법은 간단합니다. 앞에 나오는 팁을 따라 해보세요.

블로그

홈페이지 제작이 어렵다면 조금 더 활용이 쉬운 블로그를 만들어 이용해도 좋습니다. 블로그는 웹(web)과 로그(log)를 더한 줄임말인데요. 스스로의 관심사, 생활, 주장, 일기 등을 날짜 혹은 시간 순서대로 자유롭게 웹상에 게재하고 누리꾼들과 공유할 수 있는 공간입니다. 개인 방송이나 소규모 미디어부터 전문 웹진까지, 미디어 페이지로서도 널리 쓰이고 있습니다.

블로그는 비용 부담 없이 만들고 운영해나갈 수 있습니다. 네이버, 다음, 구글 등 국내외 주요 포털사이트에서 비교적 잘 짜인 블로그를 무료로 제공하고 있습니다. 게다가 각각의 포털에 검색 및 노출이 용이하다는 장점도 있습니다만, 역으로 가입한 포털에 의존하게 된다는 단점도 있습니다.

티스토리 등 블로그 전문 페이지에서도 무료 서비스를 제공하고 있습니다. 각각의 회사에서 제공하는 무료 디자인, 기능 등을 손쉽게 이용할 수 있다는 장점이 있습니다. 이용이 쉬운 반면 틀이 갖춰져 있는 경우가 많아 사용자가 원하는 모양과 기능을 자유롭게 꾸며가며 이용하기에는 제약이 있는 한계점도 존재하기도 합니다.

조금 더 실력이 된다면 직접 블로그를 제작해서 이용해볼 수도 있습니다. 이는 '설치형 블로그'라고 하는데요. 블로그 제작용 소프트웨어(워드프레스, 텍스트큐브 등)를 이용해 직접 블로그를 만들어보는 것입니다. 물론 주변에 재능기부가 가능

한 인재가 있다면 요청해볼 수도 있고, 욕심이 더 생겨서 제대로 만들어보고 싶다면 비용을 지불해서라도 전문 인력에게 의뢰해 제작해보는 방법도 있습니다. 설치형 블로그는 가입형 블로그에 비해 자유롭게, 원하는 디자인과 기능을 손수 꾸며나갈 수 있는 장점이 있습니다. 반면, 디자인부터 기능 삽입, 포털 검색 등록 까지 많은 걸 직접 해야 하기에 품이 많이 들고 약간의 전문성이 필요한 점은 충분히 고려해야 합니다. 또한 유료로 웹서버를 구입해 이용해야 하므로 약간의 비용도 필요합니다.

중간지대도 택할 수 있습니다. '가입형 블로그' 중에서 '설치형 블로그'처럼 사용자가 자유롭게 꾸미고 만들 수 있는 여지를 열어둔 회사의 것을 이용하는 방법인데요. 일명 '혼합형 블로그'라고 불리고 있습니다. 대표적인 게 구글 블로거나 티스토리 블로그입니다. 기본적인 디자인이나 레이아웃, 템플릿 등을 제공하면서 소스코드 등을 수정할 수 있도록 해서 사용자가 자유롭게 블로그를 꾸미고



설치형 블로그 프로그램을 이용해 만든 '도봉N' 홈페이지



혼합형 블로그(구글 블로거)를 이용해 만든 '성북마을방송 와보송' 홈페이지

만들어볼 수 있게 서비스를 제공하고 있습니다.

공유 플랫폼 2: 페이스북, 트위터, 카카오톡, 밴드 등 SNS

SNS도 마을영상 미디어가 적극 활용할 수 있는 주요한 온라인 플랫폼입니다. 방송 채널 같은 파급력 강한 송출 창구가 없는 마을미디어로서는 SNS처럼 관계망을 통해 확산되는 '실핏줄 언론'에 적극 기댈 수밖에 없습니다. 마을에서는 입소문이나 대면적 관계에서 소식들이 공유되죠.

페이스북

마을미디어를 시청하는 사람들은 영상을 만드는 주민들의 이웃이거나 지인들일 가능성이 큼니다. 대부분 친구로 연결돼 있는 페이스북 공간에서 손쉽게 영상을 공유하며 시청하고 있는 경우가 많습니다. 개별 홈페이지와 연합 홈페이지(성북마을), 유튜브 페이지 등을 가지고 있는 성북마을방송 와보송의 경우에도 다른 어느 공간보다 페이스북을 통한 영상 시청 유입이 가장 많은 것으로 나타납니다.

트위터

단발적인 실시간 정보 공유가 용이하고 메시지가 즉각적으로 확산되는 양태를 보이는 특성이 강합니다. 페이스북에 비해 대면적인 관계성은 조금 약한 반면, 상대적으로 불특정 다수와 더불어 메시지를 보내고 퍼트리듯이 활용하기에 적합합니다.

와보송과 도봉N 페이스북 페이지



유튜브에 업로드한 영상을 공유할 수도 있고 페이스북에 직접 원본을 업로드할 수도 있습니다. 이럴 경우 유튜브 업로드 동영상 조회수에는 카운팅되지 않기 때문에 별도로 조회수가 분산되는 점 고려해주세요.

카카오톡(카카오톡), 네이버 밴드 등

주로 스마트폰을 통해 가볍게 전하는 사소한 수다부터 업무 회의까지, 일 대 일 대화부터 전체 회원 그룹 대화창까지 밀접하게 한정된 그룹 내에서 소통과 공유에 용이하게 쓰이고 있는 관계망 서비스들입니다. 당연히 마을TV도 이 공간들을 통해 '수다 떨듯이' 공유되고 전파되고 있습니다.



퍼블릭 액세스, 각종 영화제, 공모전 참여

퍼블릭 액세스

공중파, 지역, 케이블TV 채널을 통해서 우리가 만든 마을영상을 방영할 수 있게끔 응모해보는 방법입니다. 일반 시민들이 제작한 영상을 방송국에서 일정 정도 방영할 수 있게끔 법으로 규정해놓은 제도가 있는데, 이를 '퍼블릭 액세스'라고 합니다. KBS <열린채널>, 시민방송 RTV, OBS <꿈꾸는 U>, 각 지역 케이블 프로그램 등에 마을영상을 응모해 방영을 노려볼 수 있습니다. 실제 도봉N, 성북 마을방송 와보송 등에서 주민들이 만든 영상 작품들이 공중파, 혹은 케이블로도 방영됐습니다. 이를 통해 나온 소정의 지원금을 살림에 보태기도 했다고 합니다.

각종 영화제, 공모전 참여

시민영화제, 독립영화제, 다큐페스티벌, UCC 공모 등 국내외에서 상시로 열리는 공모 행사에 주제를 맞춰서 마을영상을 출품해볼 수도 있습니다. 이미 만든 작품이 주제와 잘 맞으면 재작업해서 내볼 수도 있죠. 아예 영화제 출품을 목표로 주민들과 함께 팀을 꾸려서 작업을 진행해볼 수도 있습니다. 우리가 '상'을 받으려고 활동을 하는 것은 아니지만, 우리 이름이 걸린 영상 작품이 영화제에 당선될 수 있다는 목표 의식, 그에 따른 동기부여가 활동의 활력소가 될 수도 있습니다. 다양한 장소와 행사에서 마을영상이 상영된다는 의미도 있습니다.

더 알아보기 | 추가 취재

처음 만든 마을영상, '시민영화제작지원 공모'에서 장려상 수상!



지난 2012년 '시끌시끌 성북이야기'(성북마을방송 와보송 결성 전 교육모임 이름) 식구들이 첫 마을미디어교육을 마치고, 졸업작품을 '겁도 없이'(?) 한 영상 제작 공모전에 출품을 하

였어요. 당시 익산에서 열린 '지역영상미디어센터 연합워크숍 우수 시민영상제작 콘텐츠 공모전'이란 행사였는데요. 상을 노렸다가보다, '재미 삼아' 내본 것이죠. 그런데 그들 중 '먹고 놀자' 팀에서 만든 <네모의 꿈>이란 작품이 '장려상'을 수상하게 된 거 아니겠어요? <네모의 꿈>은 마을에서 협동에 기반을 둔 '착한 경제'를 일궈가고 있는 사회적경제 조직 및 기업에서의 소비만으로 하루를 살아가는 '깨어 있는 주민'의 삶을 담은 극영화였는데요. 기획부터 촬영, 대본, 연기, 편집까지 모두 마을미디어교육을 처음으로 받은 주민들이 함께 만든 것이었어요. 그런데 '덜컹' 장려상이라니.

많이 기뻐했죠? 물론 상 자체가 목적이었다기보다, 마을미디어를 일궈가는 초기에 주어진 즐거운 '이벤트'이자 특별한 '활력소'로 다가왔다고 해요. '먹고 놀자' 팀 식구들은 즐거운 발걸음으로 익산에 갔고요. 자신들의 영상이 영화제에 당당히 상영되는 모습을 보며 감격했다고 합니다. 함께 마을미디어를 준비하는 다른 팀들도 옆에서 모두 함께 축하해줬고요.



역시 마을에서는 '땅 딛고 살 맞대며' 만나야!

온라인을 통한 영상 배포만큼이나 오프라인 현장 배포도 같은 비중으로 중요하다고 강조하고 싶습니다. 제작과 기본적인 송출은 당연히 디지털과 온라인을 통하는 시대입니다. 인터넷, 스마트 기기를 통한 소통이 급증한 현대 사회에서 마을미디어도 당연히 온라인 공간을 통해서 매체의 영향력을 늘려나가야 하겠지만, 간과해서는 안 되는 것이 바로 현장 상영회, 공개방송 등을 통한 이웃들과의 직접적인 만남입니다.

미디어 중에서도 '마을'미디어를 만들어간다고 하는 것은 우리가 살고 있는 마을공동체의 관계성 안에서 터를 잡고 미디어를 통해 마을공동체의 성장과 확장에 기여하겠다는 과제가 숙명적으로 주어진 것이라고 볼 수 있습니다. 마을공동체의

핵심은 대면적·직접적으로 함께 생활을 영위해나가는 관계성이라고 할 수 있죠. 따라서 같은 공간에서 함께 땅을 딛고 살을 맞대는 만남이 핵심적으로 수반되는 과정입니다. 주민들과의 만남, 이웃들과의 만남, 영상 콘텐츠를 매개로 한 크고 작은 만남을 이어주는 게 마을미디어의 주요한 역할이라고 할 수 있습니다.

현장에서 주민들과 만나는 일은 마을미디어의 성장 전략을 위해서라도 꼭 필요합니다. 관계성, 즉 마을미디어의 토대를 이루는 주민 기반을 닦는 과정이기도 하죠. 마을에 미디어를 알리고 시청자, 주민기자, 회원, 조합원 등을 늘리는 기회 등이 됩니다. 그렇기 때문에 의도적으로라도 현장 상영, 방송 등을 꾸준히 기획해 진행하는 전략이 필요합니다. 어렵게 생각할 필요는 없습니다. 마을에서는 모든 공간이 '상영'을 위한 터전이 될 수 있습니다. 좀 더 구체적으로 살펴볼까요?

동네 사랑방 역할을 하는 커뮤니티 카페나 작은 도서관에서 상영회를 열 수 있습니다. 여름밤에 동네 골목길에 옹기종기 모여 앉은 마을 모퉁이에서도 빔 프로젝터 등을 활용해 영상을 함께 틀어볼 수 있습니다. 동네에 있는 극장도 좋습니다. 공공에서 운영하는 곳이면 적극 활용해볼 만합니다. 와보송의 경우 성북구에서 운영하는 '아리랑시네미디어센터'를 이용하곤 했습니다. 폼나게 상영회를 하고 '주민 감독과의 대화'까지도 기획해볼 수 있습니다. 마을축제의 장에서, 무대와 스크린을 설치해 공연 등도 함께 즐길 수 있는 '영상 콘서트'를 개최해볼 수도 있습니다. 마을에서의 관계만 있다면 다른 경우도 얼마든지 기획할 수 있습니다. 모두 이웃과 지인으로 엮여 있는 마을공동체에서는 한 다리 건너면 섭외하고 기획해볼 수 있는 인연들이 참 많습니다. '사업'이 아니라 '만남'으로 말이죠!

더 알아보기 | 추가 취재

마을미디어교육 수료하면 꼭 거쳐야 하는 코스, 주민대상 '공개방송'



도봉N에서는 마을미디어교육을 수료한 주민들의 졸업 작품을 1~4기까지 모두 공개방송으로 상영해왔습니다. 교육을 통해 마을미디어에 발을 들여놓고 미디어에 대한 역량을 키운 주민들이 직접 기획하고 참여한 영상 작품을 공개방송을 통해 마을 주민들에게 발표하고 나누는 취지를 담았던 것이지요. 그리하여 1기는 '초안산 근린공원' 2기는 '마

을카페 나무야 나무야', 3, 4기는 '도봉어린이문화정보도서관 강당' 등 지역사회 곳곳의 공간을 활용해 마을영상을 공개하고 주민들과 소박한 잔치를 벌여왔다고 합니다. 도봉N 박영록 프로듀서의 말을 들어보겠습니다.

준비 과정(현장, 세팅, 참여한 사람 등등)에 대해 알고 싶어요.

공개방송에 대한 기획을 하고, 수료생 중에 전체 PD를 정하고 카메라, 무대감독, 음향, 조명, FD까지 정말 방송처럼 큐시트대로 진행했습니다. '도봉구 마을박람회' 행사 때 했던 공개방송은 구청 앞마당에서 진행했는데, 외부 음향영상 업체의 장비를 이용해서 기술지원을 했고, 전체 프로그램 기획 구성을 맡아서 진행했습니다. PD, AD, 카메라맨 2명 등 도봉N 팀이 공개방송을 기록으로 남겼습니다.

월드와이드 마마톡은 마을문화공간 '나무야 나무야'에서 진행했는데, 여름 동안 장기간 해외여행을 다녀오신 분들의 이야기를 마을 사람들과 나누는 시간이었죠. 카메라 2대와 스튜

디오 조명을 사용해서 토크쇼 분위기를 내보려고 했어요. 'Jazzholic's After hours 음감회'는 음악 감상회를 할 수 있는 지하 공연장에서 진행했고, 진행자 중에 바리스타가 있어서 즉석에서 내려주는 핸드드립 커피를 마시며 음악과 영상, 이야기를 듣는 프로그램으로 진행했습니다.

공개방송 시, 주민들의 반응은 어땠나요?

마을미디어 교실 수료식은 특히 가족 분들이 많이 와주셔서 방송하는 모습을 보며 신기해하기도 했고, 공연팀들의 공연을 보며 즐거워했습니다. 도봉구 마을박람회에서 했을 때는 비교적 불특정 다수를 대상으로 하는 거라, 다른 행사와 장소가 겹쳐서 소박한 분위기와는 조금 달랐고요. 월드와이드 마마톡은 호기심을 가지고 봐주셨고 질문도 하며 관심 있게 참여했습니다. 'Jazzholic's After hours'는 감성적인 음악감상회라 감동을 받은 분들, 호평을 해주신 분들이 많았습니다. 다음번 기획에 대해서도 문의하신 분들도 있었고요.

마을미디어가 온라인 배포 말고 현장에서의 상영 등을 하는 이유나 의미는 무엇인가요?

주민들과의 만남이 가장 큰 목적이겠고, 결국 마을미디어에 대한 관심과 참여를 끌어내는 것이 궁극적인 목표라고 할 수 있겠죠.

'유튜브'의 '유'자도 모르는 주민들

현장 상영 기획을 꼭 해야 하는 이유는 지극히 현실적 필요에 따른 것이기도 합니다. 동네를 어슬렁어슬렁 돌아다녀 보세요. 마을에서 많이 보이는 사람들은 어떤 모습을 하고 있나요? 공부하고 '스펙' 쌓느라 바쁜 청소년, 청년들과 바쁜 직장생활로 밤늦게서야 마을에 등장하는 중년 이웃들 대신에, 마을에 남아

마을을 지키고 있는 분들 중 대다수가 노인 분들입니다. 그리고 장년층으로 갈수록 비교적 인터넷과 스마트기기 사용이 서툰 경우들이 많습니다.

마을에서 활동하기 위해서는 마을에 가장 오래 남아 있는 중장년 세대와 함께 하기 위한 계획들이 반드시 필요합니다. 인터넷 사용이 서툰 노인 분들 중에는, 쉽게 표현하자면 ‘유튜브’의 ‘유’자도 모르는 경우들이 적지 않습니다. 그런데 노인 주민 분들에게 이런 질문들을 자주 받습니다. “○○마을방송은 어디에서 볼 수 있어요?”

우리는 시간을 길게 활용해 유튜브와 페이스북과 블로그 등등에 대해 설명을 해보지만 그분들의 표정은 여전히 아리송합니다. 노트에 사이트 주소를 적어드리기도 하지만, 다음에 만나면 “결국 못봤다”는 말이 들립니다.

물론 우리는 중장년층들이 온라인상의 마을영상 콘텐츠들에 쉽게 접근하고 일상적으로 접할 수 있도록 함께 교육하고, 중장년 주민 분들의 마을영상 시청 및 활용에 필요한 기술적 감수성 역량을 증진시키기 위한 노력을 게을리 하지 말아야 할 것입니다. 하지만 그렇다 하더라도 “유튜브에서 보세요”란 말로 끝낼 수는 없습니다. 지금 당장, 여기에서 함께 영상을 나누고 쉽게 접근할 수 있는 창구들을 마련해야 합니다. 더 낮고 친근하고 일상 가까이에서 마을의 구성원들과 함께 나누는 ‘마을미디어’의 길을 가려면, 이러한 ‘주민 눈높이’와 ‘현장 감수성’을 잃지 않아야 하겠죠?

더 알아보기 | 추가 취재

마을 어르신들과 함께 벌인 잔치... 성북동 북정마을 주민상영회

북정마을은 성북동 서울성곽 아래의 구릉을 따라 펼쳐진 아름다운 마을입니다. 오래된 ‘달동네’지만, 서울을 벗어난 것 같은 수려한 자연 경관과 시골 마을을 연상케 하는 주민들의 인심으로 가득한 곳이지요. 마을방송이 놓칠 수 없는 현상이겠죠? 성북마을방송 와보송에서는 지난 2012~2013년 1년 동안 자연스레 마을을 오가며, 계절이 변할 때 마다 새롭게 다시 담기는 주민들의 삶 그 자체를 카메라에 담았어요. 물론 ‘재개발’ 등의 첨예한 이슈도 마을에 있었죠.

오래된 마을이고 노인 주민들이 다수를 차지하는 곳이다 보니, 영상 작품을 인터넷에 올리는 것만으로는 주민들과 함께 나누기 힘들게 느껴졌습니다. 그래서 영상을 촬영하면서도 주민 분들에게 “나중에 완성되면 꼭 마을에 와서 상영회를 하겠습니다”라는 말을 하기도 했죠. 그리고 와보송이 설립된 지 1주년이 되던 무렵, 2014년 봄, 마을다큐 <접속, 북정마을>은 완성됐고, 아예 1주년 기념행사를 ‘북정마을 주민상영회’로 기획했습니다. 주민들과 함께 만든, 주민들이 주인공인 영상을 마을 현장에서 함께 나누고, 맛있는 먹거리도 준비해 잔치도 여는 행사였죠. “정겨운 영상과, 더 정겨운 마을과 주민이 함께하는날... 나들이 오세요~”라고 말하며 북정마을은 물론 주변 성북구 주민들을 초대했죠.

주민들의 아지트 ‘북정노인정’에 이동식 스크린과 빔프로젝터가 설치됐습니다. 상영이 시작되자, 웃음소리가 끊이지 않았죠. 머리 희끗한 어르신들 표정이 천진한 어린 아이처럼 되는 순간, 영상에 담긴 서로의 얼굴들에 마냥 즐거



운 모습들이었습니다. 매일 다니는 익숙한 골목길, 옆집, 이웃들의 표정이 담긴 영상인데도, 새로운 영화를 보는 듯한 호기심 어린 눈초리들이 모아지기도 했어요. 와보송 식구들로서도 특별히 보람 있는 순간이었습니다. 오랫동안 공들여 작업한 작품을 보며, 현장에서 직접 전해지는 이웃들의 긍정적인 반응, 웃음, 감탄사, 감동의 손길들…… 그것만큼 더 마을미디어 활동을 지속하게 하는 활력소가 있을까요?

덧붙여 이 작품은 <KBS 열린채널>에도 선정돼 보다 더 널리 소개되기도 했습니다. 마을에서부터 출발해 공중파 송출까지, 이 맛에 마을미디어 활동 한다니깐요!

내부 구성원들의 사기 진작과 보람을 위해서라도!

현장 상영은 '시청하는' 주민들을 위한 것만은 아닙니다. 마을영상 콘텐츠 제작에 직접 참여하고 있는 주민기자, 제작자들을 위해서이기도 합니다. 현장 반응, 폭소, 눈물, 격려, 주민들의 참여, 영상 콘텐츠에 대한 직접적인 품평 등 이러한 얼굴을 맞대고 둘러 앉아 전해주는 '반응'들이 마을미디어 활동을 하는 활력소이자 힘이 되는 경우들이 많거든요. 온라인에서의 '조회수'나 '댓글'에 서는 느낄 수 없는 것들이죠. 만남은 마을미디어를 만들고 있는 내부 구성원들을 위해서도 꼭 필요합니다.

Tip! 그 밖의 아이디어들

구청, 평생학습관, 미디어센터 등 공공기관 LCD, 지하철, 마을버스 등 대중교통 내 확보 가능한 공간 LCD, 동네 전자제품 판매점에 비치된 TV 스크린 등 온라인을 넘어서는 마을 곳곳의 오프라인 공간에서 마을영상이 상영될 수 있도록 시도해보세요.

더 알아보기 | 추가 취재

가을 밤을 마을영상과 웃음소리로 수놓은 '시골시골 성북이야기' 영상콘서트



평소 유동 인구도 많고 주민들이 모이기 쉬운 성북구청 앞 '바람마당'에 무대가 펼쳐졌습니다. 어두운 밤, 하얀 천막 스크린으로 영상 작품이 쏟아올려졌고요. 작품을 만든 '마을영상 미디어' 새싹들, 이제 갓 첫 교육(2012년 마을미디어문화교실 1기)을 마친 '시골시골 성북이야기'(성북마을방송 와보송 설립 전 프로젝트 이름) 참여 주민들은 긴장된 표정이면서도 즐거운 듯 웃고 있었습니다. 성북구에서의 마을미디어가 닦을 띄우는 태동의 맹아를 현장에서 공개적으로 알린 '영상 콘서트'가 열린 순간이었죠. 2012년 가을날, 와보송의 씨앗이 잉태되고 있었습니다.

“전문가들만 영상, 영화제를 하란 법 있어? 우리도 주변 이웃, 친구들을 초대해 마을영상제를 열어보자!”란 생각이 끝내 현실이 돼버렸다. 우리가 만든 영상물을 토대로, 흥겨운 콘서트 형식을 빌린 '시골시골 성북이야기 영상콘서트'를 성대히 개최하기로 한 것! 초보자들이 겨우 서너 달 경험하며 찍은 작품들이다. 분명 어설피고 어색하고 많이 부족할 것이다. 하지

만 우리와 웃기만이라도 스쳤거나, 마을의 소재거리에 공감할 수 있는 사람들이라면, 함께 웃고 깔깔대며 즐길 수도 있지 않을까? 결과물은 물론, 우리들이 참여했던 '과정'을 이번 행사를 빌려 이웃들과 함께 갈무리하고 싶다. 나아가, '우리 모두 주인공' 마을미디어에 관심 있는 모든 분들과 21일 저녁을 함께하고 싶다." (당시 필자가 오마이뉴스에 기고한 글 중)

첫 수료작, 작품의 완성도가 얼마나 나왔겠습니까? 다만, 아는 얼굴들이 나오는 영상물에 그저 웃음이 나오는 순간들이 이어졌죠. 무대에 오른 주민 제작자들은 작품의 취지와 애로 사항, 앞으로의 포부 등을 마을 사람들 앞에서 밝혔는데요. "현장에서 힘을 받는다"고들 하죠? 어설피고 부족한 작품들, 그래도 밤샘 편집 작업에 휴가까지 나가며 만든 '땀'과 '애정'이 깃든 결과물이란 걸 지지하고 격려해주는 건, 주변 이웃들 말고는 없겠죠? 그들의 함성과 박수 소리, 카메라 앵글에 담긴 미세한 표정 하나하나에도 크게 활짝 터트려주는 웃음, 주민들이 오감으로부터 전하는 관심의 기운에, 우리의 작업은 그래도 의미와 보람이 있었다고 느끼는 것이겠죠. 마을미디어는 그 속에서 태어난다고 해도 과언은 아닐 거예요.

꼭 읽어보기

1. 누구나 이용 가능한 유통 창구, 온라인을 통해 우리가 만든 영상 콘텐츠를 업로드하고 공유하는 방법, 기억하나요? 더불어 퍼블릭 액세스 채널 출품 등도 떠올려봅시다.
2. 현장 상영과 공개방송, 왜 중요할까요? 그리고 우리 마을에서 어떻게 구성할 수 있을 지 이야기해봅시다.





4부

**지속가능한
마을TV를 위해**

1장 ... 마을미디어 제작 과정 되돌아보기



[학습목표]

- 마을미디어를 만들었던 과정과 결과를 돌아보고 개선 방향 찾아보기
- 자기 스스로와 서로를 칭찬하고 지지하기

1 마을미디어 결과물 평가하기



마을미디어는 주민들이 직접 만들었다는 것만으로도 의미가 있지만 더 큰 의미는 마을 사람들과 나누는 과정에서 발생합니다. 누군가가 나의 이야기를 들어주고 그 이야기에 화답해준다는 것만으로도 신나는 경험이지요. 하지만 그 전에 함께 만든 사람들끼리 결과물을 되돌아보는 시간도 꼭 필요합니다. 마을미디어 활동을 두 가지 측면에서 평가하고, 이후의 방향을 모색해보려고 합니다.

평가의 한 측면은, 만들어진 결과물 즉 마을미디어 ‘콘텐츠’에 대한 평가입니다. 마을미디어는 속성 자체가 타인과의 소통이 주된 목적인 경우가 많습니다. 그렇기 때문에 제작에 참여한 사람들의 의도가 잘 표현된 콘텐츠인지, 더욱 잘 표현하려면 어떤 방법이 있을지 계속 고민해야 합니다. 평가의 또 다른 측면은 과정에 대한 평가입니다. 마을미디어를 만드는 과정은 그 자체가 ‘마을 관계 맺기’라고 할 수 있습니다. 따라서 그 과정에 대한 평가는 이웃을 이해하고 지속적

관계 맺기를 고민하는 시도입니다.

구체적 평가 방식

처음으로 만든 우리 마을의 미디어는 그 자체로 소중하게 느껴집니다. 그럼에도 마을미디어가 애초 목표로 했던 기획의도를 잘 담고 있는지 점검할 필요가 있습니다. 청취자나 시청자 등 마을미디어를 감상한 사람들은 제작자의 기획의도를 애써서 해석하거나 이해하려고 하지는 않습니다. 따라서 만든 사람의 입장에서 그 결과물을 다시 한번 들여다봐야 합니다. 물론 전문가에게도 쉽지 않은 평가이므로 너무 부담을 느끼지 않아도 됩니다. 다음의 평가 양식이 도움이 될 것입니다.

기획의도의 타당성

당초의 기획의도가 타당하고 유의미했나요? 혹시 실제로 미디어를 제작하는 과정에서 왜곡, 축소, 수정되지는 않았나요? 수정된 기획의도 역시 바람직한 문제의식을 담고 있나요?

표현 방법의 적절성

마을미디어의 형식과 내용이 기획의도를 최대한 정확하게 표현하고 있나요? 오해의 여지는 없을까요? 보고, 읽고, 들을 사람의 수준을 배려하고 있나요? 너무 어렵거나, 반대로 너무 쉬워 흥미가 떨어지지 않는가요? 어떻게 고치면 더 정

마을미디어 결과물 평가하기			
작품명:			
만든 사람들:			
		주요 평가	더 좋아질 방법
주요 평가와 더 좋아질 방법	① 기획의도의 타당성		
	② 표현 방법의 적절성		
	③ 제작 기술 적절성		
	④ 제작 윤리		

확하게 메시지를 전달할 수 있을까요?

제작 기술 적절성

메시지가 유려하게 전달되는 데 방해가 되는 기술적 문제나 결함은 없나요? 소리가 너무 크거나 글자가 너무 작거나 화면이 흔들리거나 하지는 않나요? 제작 과정의 어떤 부분을 보완해야 이런 문제가 해결될까요?

제작 윤리

저작권이나 초상권 문제가 발생할 가능성은 없나요? 상업적 음악, 폰트, 자료 화면 등을 임의로 사용하지 않았나요? 허가받지 않은 사람의 얼굴이 크게 나오지는 않나요? 출연자의 의도가 오해받을 수 있는 왜곡된 편집은 없나요?

이러한 질문에 대해 서로 토론해봐야 합니다. 이는 잘못을 들춰내는 과정이 아니라 불편해할 필요가 없습니다. 자발적으로 만든 미디어에 한 번 더 책임성을 부여하는 것이지 향후 더 즐겁게, 잘할 수 있는 힘을 기르는 과정입니다.





마을미디어를 만들었던 과정을 돌아보는 일은 마을활동 자체를 돌아보는 것과 같습니다. 어땠나요? 기획하고 만드는 과정이 순탄하고 아름답기만 했던 것은 아니죠? 누군가는 시간 약속을 지키지 않았을 것이고, 누군가는 이기적으로 행동한다는 느낌을 받았을 수도 있습니다. 또 누군가는 잘난 척하기를 즐기는 것 같아 불편하기도 하고, 취재에 응하는 다른 마을 사람들도 기대만큼 친절하지 않았을 수도 있습니다. 그렇다면 더욱더 꼼꼼이 뒤를 돌아봐야 합니다.

그런데, 이런 우여곡절이 나의 관계망을 더욱 튼실하게 만드는 근간이 된 것 같다는 생각이 들지 않나요? 공동체라는 것이 원래 그렇습니다. 혼자 하면 금방 끝날 일을 여럿이 하니 오히려 진행이 더디고, 내 맘대로만 할 수도 없고 참고 인내해야 할 일이 한두 가지가 아닙니다. 관계망 속 이웃은 무조건 좋지도 않고, 무조건 싫지도 않은 존재입니다. 이웃과 마을 관계망을 맺는다는 것은 그 사람의

장점과 단점을 고르게 알게 되는 것이고, 그것을 단점이 아닌 '다름'으로 인정하게 되는 것입니다. 그걸 받아들이게 되면 어울려 살기가 좀 더 쉬워집니다.

마을미디어를 다 만들었다면 이렇게 다른 사람들이 어울려 협동하는 마을살이의 과정과 가능성에 대해 몇 가지 질문을 던지고 되짚어봐야 합니다. 질문 각각은 주민의 성장, 건강한 의사소통, 공동의 문제해결 능력, 마을 공공성 지향, 지속가능성에 대한 구체적인 계획의 요소로 구성돼 있습니다.

- Q1. 마을미디어를 만드는 과정에 함께 참여한 사람들이 저마다의 성장과 기쁨을 느꼈나요? 성장한 점은 무엇이고, 즐거웠던 기억은 무엇인가요?
- Q2. 충분한 의사소통과 민주적인 결정 방식에 따라 마을미디어를 만들었나요? 자신의 마음대로만 했거나 다른 사람에게 의지만 하지는 않았나요? 문제를 해결하고 의사를 결정하는 동의된 기준과 절차가 있나요?
- Q3. 마을미디어를 만드는 과정에서 발생한 크고 작은 갈등들을 외면하지 않고 완화하거나 갈등 그 자체로 인정하기 위해 노력했나요? 갈등을 '문제'가 아니라 '과제'로 인지하고 있나요?
- Q4. 마을미디어를 만든 사람 외에 더 많은 마을 주민들과 소통하려고 노력했나요? 모임에 참여한 사람들 말고 더 많은 마을 주민들의 공익을 지향하며 활동했나요?
- Q5. 앞으로도 이 활동을 계속하고 싶나요? 언제까지 어떤 방법으로 계속하고 싶나요? 그러기 위해 무엇이 필요할까요?

이 질문 5가지는 전적으로 필자의 제안일 뿐입니다. 더해야 할 질문과 깊어지는 고민은 여러분의 마을에 맡기겠습니다. 질문이 다소 광범위하고 어렵게 느껴

질 수 있지만 답은 그럴 필요가 없습니다. 사소한 것이라도 솔직히 답하는 게 중요합니다. 여러분 마음속에 정답이 있고, 당장 답이 있지 않더라도 지금부터 고민을 시작하면 됩니다.

만약 다섯 번째 질문에 답이 정해졌다면 이를 실현할 수 있는 구체적 방안을 모색해야 합니다. 부담스러워할 필요 없습니다. 반드시 주파수가 있는 라디오 방송국을 만들어야 한다거나 죽을 때까지 이 활동을 유지해야 한다는 강박에 눌리지 않아야 합니다. 나의 욕구와 마을의 필요가 어떻게 연결되고 지속될지에 대한 고민이 필요하고, 이 지속을 위해 필요한 조건이 무엇이며 그것을 획득할 수 있는 방법이 있는지를 판단하면 됩니다.

주로 마을미디어 활동을 지속하기 위해 필요하다고 생각하는 외적 요소들은 함께 하는 사람, 기본적인 마을미디어 제작 기자재, 공간 그리고 소정의 운영비 정도입니다. 각각이 얼마만큼의 규모로 필요한지는 공동의 선택에 달려 있습니다. 이를 위해 회비를 모을 수도 있고 후원금을 받을 수도 있고 각종 지자체나 정부 기관의 지원금을 선택할 수도 있습니다. 필요하다면 여기에서 멈추거나 잠시 활동을 쉬는 일도 가능한 선택지일 수 있습니다. 다만 이 활동을 통해 만들어진 이웃에 대한 관심과 애정을 멈추지 않기를 진심으로 바랍니다. 그게 바로 힘겹게 일군 여러분의 관계망이기 때문입니다.



곰씹어보기

1. 마을미디어 활동을 하는 내내 충분히 즐겁고 행복했나요? 마을미디어를 만드는 과정이 나 스스로에게 어떤 의미였는지 고민해보세요. 그 외에는 더 곰씹을 것이 없습니다.

2장 ... 지속가능한 마을TV 활동을 위해



[학습목표]

- 실력 향상과 함께 꾸준한 작업을 이어갈 수 있는 비결 살펴보기
- 마을미디어 활동을 지속가능하게 하는 '기반'으로 무엇이 있는지 살펴보기

1 실력 향상을 위해



“교육도 다 마쳤고, 재미와 흥미도 느꼈고, 이제 조금은 ‘마을’과 ‘미디어’에 대해 감을 잡기 시작했는데, 앞으로는 어떻게 하지? 우리들의 활동이 일회성 교육이나 취미 모임으로 끝나지 않고, 지속적으로 이어지게 하기 위해서는 어떻게 해야 하는지…….”

마을미디어의 세계로 들어오신 것을 환영합니다. 배움의 시간을 가졌어도 여러 질문과 고민들은 끊이지 않을 것입니다. 무엇이든 어떤 활동이든 꾸준히, 지속가능하게 해나가기란 쉽지 않죠. 이번 장에서는 우리들의 활동을 어떻게 더 길고 끈질기게 이어갈 수 있을지 그 방향을 모색해보도록 하겠습니다.

교육을 마친 후에도 나의 작업에 발전이 없다면 금방 흥미가 시들해지고 말 것입니다. 나의 작업은 나의 또 다른 표현인데 스스로 성장하는 즐거움이 작업을 지속하게 하는 가장 큰 원동력이 될 수 있습니다. 현재의 작업에 만족하지 말고

더 다양하고 높은 수준의 작업으로 올라가야 합니다.

짧고 다양한 영상을 많이 만들어보기

누구의 의뢰를 받지 않더라도 자신의 작은 작품들을 많이 만들어보는 편이 좋습니다. 공중파 방송이든 마을방송이든 자신의 기획으로 작품을 만들어내는 일은 실력을 키우는 가장 좋은 방법입니다. 주변의 풍경을 시간과 계절에 따라 담아내거나 마을에 있는 문화유적지를 기록하는 작업부터 시작해도 좋습니다.

나만의 시각으로 만든 작품을 다른 이들과 공유하고 공감하는 기쁨은 너무나 큼니다. 하지만 작업들이 쌓이면 객관적인 시각에서 자기 작품을 보고 평가할 필요도 있으며, 다른 이들의 작업을 응용하는 노력이 나의 작업을 성장시킬 수 있습니다.

다른 좋은 영상을 흉내 내고 응용하기

창의력은 뭔가를 새롭게 만들어내는 것이 아니라 응용하고 연결하는 능력이라 할 수 있습니다. 다른 좋은 영상이 우리 마을TV에서는 어떻게 표현될 수 있을까? 이런 좋은 메시지를 마을의 풍경과 함께 어떻게 조합해볼 수 있을까? 이런 질문을 많이 하는 습관이 우리를 창의적으로 만들어줍니다.

영상은 그림이라기보다 언어입니다. 말을 배울 때는 따라 하기가 먼저고, 그다

음에는 말을 잘하는 사람들의 표현법을 익힙니다. 나의 부족한 부분과 멋진 작품들을 비교해보면서 개선점을 찾고 따라 해본다면 실력은 어느 틈엔가 늘어 있을 것입니다.

전문 영상 제작 팀원 길러내기

영상 작업의 어려움 때문에 사실은 마을TV가 많지 않은 상황입니다. 기존의 미디어들은 이제 영상 제작에 비중을 점점 높여가는데, 마을미디어는 이 부분에서 많이 뒤처지고 있습니다. 일반인들이 원하는 콘텐츠가 없다면 우리만의 방송으로 전략할지 모르는 상황에서 마을TV에 집중하는 방송국들이 늘어나야 하고, 영상 전문 인력들이 만들어내는 좋은 영상들이 사람들에게 드러나는 일이 중요합니다.



점점 마을 행사가 많아지고 다양해지고 있습니다. 작은 강연회나 공연부터 축제에 이르기까지 행사의 종류도 양도 많아지지만, 그 행사의 기록은 아예 없거나 너무도 미미하게 남아 있습니다.

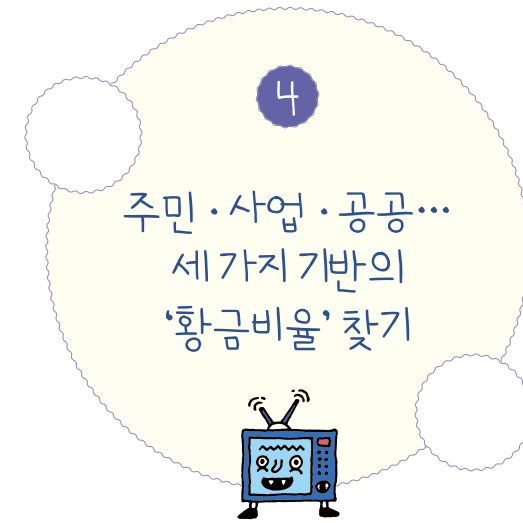
영상 기록의 강점은 오히려 소리에 있습니다. 사진이나 글은 소리를 기록하지 못하지만 영상은 소리를 담아낼 수 있습니다. 그리고 소리는 사람들의 감정이 그대로 전달됩니다. 축제의 환호성이나 참가한 아이들의 즐거운 재잘거림이 있는 그대로 담겨집니다. 안타까운 것은 행사 영상 기록이 구청 방송국의 구청장 동정란에만 올라간다거나, 행사 주최 측의 홍보 영상으로만 나간다는 현실입니다. 마을의 기록을 남긴다는 차원에서 마을미디어의 한 사업으로 크게 지원해야 할 부분이라고 생각합니다. 모든 행사는 영상으로 기록하는 일이 필요합니다

각 마을이나 지자체에서는 오래된 마을의 역사를 전시하면서 사진을 활용하는 작업을 하고 있습니다. 마을의 오래된 풍경들이 촬영할 당시에는 큰 의미 없이 찍혔겠지만, 시간이 쌓이면서 역사로 남는 것입니다. 그리고 대부분의 사진들은 개인의 소장품을 기부 받아 전시하는 경우가 많습니다.

1970년대 이후 기록 중에는 영상 기록들이 남아 있지만 대부분이 뉴스에 나온 보도화면들입니다. 마을의 기록은 뉴스에 나오지 않는 이상 영상으로 남아 있지 않습니다. 뉴스에 나온 마을은 부정적이거나 행사 그림뿐입니다. 그럼 지금은 어떨까요? 지금도 마을을 촬영한 영상은 똑같습니다.

마을의 이야기와 사람들을 영상으로 남기지 않으면 앞으로 50년 후에도 우리 마을을 기록한 영상은 1970년대 수준으로 보이지 않을까요? 마을 사람들의 시각으로 마을의 이야기를 기록하는 작업이 가장 필요합니다. 대한민국은 변화의 속

도가 세계에서 가장 빠른 나라라고 해도 과언이 아닙니다. 작년과 올해의 마을 풍경이 다르고 사람의 이야기가 다릅니다. 이런 변화를 기록으로 남길 수 있는 것은 오직 카메라를 든 마을 주민만이 할 수 있습니다. 역사를 기록하는 카메라가 마을미디어를 더 의미 있게 만들 수 있습니다. 이는 마을미디어만이 할 수 있는 고유의 작업입니다.



주민 기반: 주민 참여의 지속성이 결국 마을미디어의 지속성

조직과 콘텐츠 모두를 만들고 키우고 소비하는 핵심적인 사람들이 바로 주민들입니다. 영상을 포함한 마을미디어는 주민 기반이 없다면 조직을 꾸릴 수도 없고 콘텐츠 제작을 할 수도 없습니다. 어렵사리 만든 콘텐츠를 소비하고 퍼트려줄 사람들도 바로 주민들입니다. 그렇기에 마을미디어를 준비하고자 한다면 당연히 마을미디어 활동 전반을 응원해주고 직간접적으로 참여해줄 수 있는 '주민 기반'이 필수적입니다.

따라서 지속가능하게 마을TV 활동을 이어가기 위해서는 함께하는 '주민 기반'을 확보하고 넓히기 위한 노력들을 부단히 해나가야 합니다. 더 적극적으로 살펴보면, 마을영상 미디어 운영의 일정 정도의 인적·물적 자원은 이러한 '주민 기

반'으로부터 나오는 형태가 바람직합니다. 제인 이브리힘(케이프타운 부시 라디오에서 활동 중)이라는 사람은 “공동체 90퍼센트, 미디어 10퍼센트”가 공동체미디어 전반을 차지하는 ‘비중’이라고 설파한 적이 있는데요. 이렇듯 주민 공동체성과 미디어로서의 자립성, 독립성을 동시에 모색해나가기 위해서는 반드시 ‘주민 기반’이 확보돼야 할 것입니다.

그렇다면 구체적으로 ‘주민 기반’을 확보하기 위해서는 어떻게 해야 할까요? 확실한 것은 매월 일정 정도의 회비를 납부하며 미디어 활동에 참여하는 회원(혹은 조합원)을 모집하는 것입니다. 여기서 중요한 것은 단순한 ‘후원자’나 ‘시청자’로서 기능하는 회원이 아니라, 당장 숫자가 많지는 않더라도 마을공동체의 대면성과 관계성을 기반으로 우리 마을영상 미디어의 ‘주인’으로서, 우리 것을 함께 만들어간다는 ‘주인 의식’을 가진 회원으로서 함께 울타리를 만들어가는 일입니다. 이것이 ‘마을’미디어가 단단히 뿌리를 내릴 수 있는 길이기도 하거니와, 다른 중앙 혹은 전문방송은 시도해볼 수 없는 차별화된 시도로서 자리매김할 수 있는 색다른 강점이기 때문입니다.

사업 기반: 지속가능 활동을 위해 적당한 수익사업 모색을!

‘주민 모임’에서 ‘마을미디어’로 나아가기 위해 꼭 거쳐야 하는 과제 중 하나가 바로 적절한 ‘사업 기반’을 확보하는 일입니다. 물론 마을미디어는 ‘비즈니스 모델’로서 돈을 벌기 위해 설립하는 동기가 ‘주’는 아닐 겁니다. 그러나 활동이 취미나 동아리 수준을 넘어, 미디어로서 자립 기반을 마련하고 지속가능한

활동을 이어가기 위해서는 경제적인 수익 창출 부분도 간과할 수는 없습니다. 주민들의 자발적인 펀딩만으로 운영을 할 수 있다면야 얼마나 좋겠나만은 현실은 쉽지 않은 여건이고 그게 꼭 바람직하다고 볼 수도 없습니다. 실질적인 어려움일 수도 있는데, 현장에서 주민들을 만나다 보면, 여기저기 후원하고 돈 나가는 데도 많은데 여기(마을미디어)다가 또 매달 정액으로 기여해달라고 요청하는 게 그리 편치만은 않은 경우들이 발생합니다. 이런저런 이유로 마을미디어는 단지 ‘돈을 벌기 위해’ 수익 사업을 한다기보다는 ‘조직을 지탱하고 활동을 유지하기 위해’ 적당한 사업 수완을 확보해야 합니다.

마을영상 미디어가 특히 도전해볼 수 있는 사업은 ‘영상콘텐츠 외주제작’입니다. 쉽게 말해 각종 기관·단체의 홍보 혹은 행사 영상을 제작해주고 일정 정도의 수익을 확보하는 것이죠. 최근 들어 마을공동체 활동 혹은 사회적경제 영역에 대한 관심 및 지원이 늘어나면서, 이에 따라 마을미디어들의 역할에 대한 필요도 자연스레 늘어나고 있습니다. 공공기관이나 중간지원조직 등에서 주민들의 활동 영상을 ‘프로’에게 맡기기보다, 관계성이 있는 마을미디어들에게 의뢰를 주는 경우들이 있습니다. 예컨대 마을 공모 사업에 대한 영상 제작, 마을축제/행사 등에 대한 영상 기록 및 홍보 영상 제작 등의 의뢰들이 들어오곤 하죠. 실제로 성북 마을방송 와보송의 경우, 이런 의뢰를 통해 지난 2014년 한 해 동안 1500만 원의 수익을 얻고 제작 활동을 했습니다.

다음으로 고려해볼 수 있는 것이 ‘교육 사업’입니다. 마을미디어의 교육 사업은 교육 자체로서도 중요하지만, 주민들과의 만남과 신규 이웃의 발굴의 장이라는 점도 빼놓을 수 없습니다. 게다가 마을미디어 단체는 일회성 강사의 교육과 달리 지속적으로, ‘멘토-멘티’가 되어 일상적으로 배움을 나눌 수 있게끔 기획할 수 있

는 강점이 있습니다. 특히 영상 교육의 경우, 단발적인 교육만으로 제대로 된 결과물이 나오기 어렵잖아요. 어르신들 같은 경우에는 더더욱 그렇죠. 지속적으로 함께 '동네 형, 언니'처럼 알려주고 실제 영상 제작 현장도 바로 체험해볼 수 있는 '실습'까지 동시다발적으로 진행되는 교육 주체, 마을미디어밖에 없지 않나요? 각각의 마을의 필요에 맞는 특색 있는 영상 교육을 기획해 주민들과 함께 실시해보세요.

그밖에도 앞서서 활동하고 있는 마을미디어들은 스스로가 가진 인적·물적 자원을 이용해 '장비 및 공간 대여사업', '문화예술, 이벤트, 공연 기획 사업', '지역 광고 사업' 등을 실시하며 자립을 모색해나가고 있습니다.

공공 기반: 제도적 뒷받침을 위한 공동의 노력 필요

주민에 기반을 두고 사업 영역을 개발한다고 하더라도 자립적인 운영이 쉽지만은 않습니다. 태동 자체가 민간에서 살아남기 위한 '사업체'라기보다는 주민들의 흥미, 보람, 자아실현, 지역사회 기여, 이웃과의 만남, 사회참여 등 다양하고 복합적인 욕구와 기능에 의해 설립되고 움직이는 '공동체 모임'의 성격이 짙기 때문입니다.

많은 전문가나 미디어 활동가들은 주민들의 미디어 활동이 '공공의 제도적 뒷받침'이 뒤따라야 한다고 주장하고 있습니다. 주민들이 스스로 자기 목소리를 내고 함께 공동으로 조직화해나가는 과정 자체가 민주주의에 부합하며 민주주의를 확장시키는 행위라는 설명이죠. 독점화된 매스미디어에 둘러싸인 세상에서 평범

한 주민들에게도 최소한의 미디어에 대한 접근권 및 발언권을 '민주적 기본권'으로서 행사하고 활동해나갈 수 있도록 제도적 뒷받침을 해야 한다는 것입니다. 많은 해외 국가에서는 공동체 방송이나 커뮤니티 채널의 확보를 공적으로 의무화하여 제공하고 있기도 합니다.

'지역 미디어센터 설립 확대 및 제도화', '퍼블릭 액세스 등 채널 확대', '공공 기금 활용 제도화' 등등의 대안들이 이야기되곤 합니다. 사실 이러한 제도적 개선은 공동의 노력이 필요한 영역입니다. 마을미디어의 활성화를 바라는 우리 모두의 염원과 참여와 대안 마련을 통해 관철해야 할 과제이기도 하죠. 각자의 마을에서 열심히 활동하면서도, 한 번씩은 큰 그림을 바라보며 너른 시야로 활동에 임해야 할 때도 있겠죠?

Tip! 지속가능한 마을미디어의 길에 대해 더 궁금하다면!

〈2015 서울시 마을살이 작은연구〉의 '마을미디어 지속가능성 모색을 위한 탐색적 연구'를 보면 관련된 더 자세한 내용을 살펴볼 수 있습니다.

곰씹어보기

1. 지속가능한 마을TV 활동을 위하여 필요한 자원에는 어떤 것들이 있나요?
2. 나와 우리 모임 주변에 있는 자원을 모아봅시다.

그림으로 보는 마을TV 제작 과정

마을TV 기획에서 방송까지!
우리도 TV 방송을 만들어보자!



1. 기획

- ① 마을 사람들끼리 모여 마을TV로 어떤 이야기를 담을지 의견을 나누어본다.
- ② 어떤 포맷으로 할지 구성안을 만들고 대본을 써본다.

2. 촬영

- ① 촬영 스태프들을 정하고 장비 사용법을 익힌다.
- ② 촬영 장소를 섭외하고 촬영 계획을 세운 후 촬영에 들어간다.



3. 편집

- ① 대본에 따라 촬영된 영상을 편집한다.
- ② 음악과 내레이션, 자막 등의 효과를 넣어 완성한다.



4. 공유

- ① 만든 영상을 유튜브 등에 올리고 페이스북 등 SNS에 공유한다.
- ② 마을의 여러 곳에서 마을TV 상영회를 열어 주민들과 함께 감상한다.



자문

최성은 전주시민미디어센터 영시미 센터장

홍교훈 (전)익산공공영상미디어센터 재미 사무국장

선기영 서울시 마을공동체종합지원센터 찾아가는동주민센터 추진지원단 마을계획팀장

복성경 부산민주언론시민연합 대표

필진

박영록 · 마을미디어 도봉N 콘텐츠 PD

사진 작업을 하며 아프리카와 중앙아시아를 헤매다가 이젠 동네에서 마을TV, 라디오, 잡지 만드는 일에 집중하고 있다. 마을의 이야기를 미디어로 담는 작업이야말로 글로벌 콘텐츠라 생각하는, 몸은 마을에 있지만 세계로 방송하는 마을PD다.

송주민 · 미디어협동조합 와보송 PD

미디어협동조합 와보송에서 '다수파'인 중장년 누님(?)들 사이에 '드문' 남성 청년으로서 참여 활동하고 있다. 원래는 책과 글쓰기에 더 관심을 두고 살았으나 마을미디어를 통해 처음으로 영상 제작에도 발을 들였다. 아직은 어설피지만 주민들의 꿈을 보태 '기어이' 완성되는 마을방송이 앞으로 성북구 주민의 환한 눈과 시원한 목소리가 되는 그날까지 함께할 것이다.

김수경 · 서울시 마을공동체종합지원센터 소통과연구실 실장

미디어 민주주의를 고민하며 9년 동안 미디어 교육, 창작 지원 등의 활동을 펼쳐왔다. 그러다가 보통 사람의 일상과 궤를 같이하는 마을 미디어의 중요성을 깨닫고 마을공동체 종합지원센터에 입사했다. '직장맘'으로의 삶을 시작하며 마을과 사회에서 공동체 구성하기, 공동체원이 되기를 실험하고 있다.

김희영 · (전) 미디어엑트 미디어교육실 실장

카메라를 메고 세계탐험을 꿈꾸다 손에 쥔 카메라로 사람을 만나고 이야기 나누는 일을 시작했다. 시민PD, 미디어교육 기획자, 교사, 네트워커까지 다양한 과업을 껴안고 정신없이 달리다 지금은 잠시 걸음을 멈추고 숨고르기 하는 중이다. 지구력 있는 지구적 활동가로 오랫동안 다양한 사람들과 재미있는 일을 벌이며 살아갈 수 있기를 바라고 있다.

마을미디어 교재 첫걸음 시리즈
마을TV 첫걸음

1권 1쇄 펴낸날 | 2016년 2월 28일

펴낸곳 | 서울마을미디어지원센터
주소 | 서울시 마포구 서강로9길 52 동북이세빌딩 3층
전화 | 02-3141-6390
팩스 | 02-3141-6310
이메일 | mediact@maulmedia.org
홈페이지 | www.maulmedia.org
페이스북 | www.facebook.com/maulmedia

기획 | 이주훈
편집 | 정은경
교정 | 차경희
일러스트 | 이재은
디자인 | 디자인붐
인쇄 | 천일문화사

© 서울마을미디어지원센터, 2016
ISBN 979-11-954581-3-4 (03000)

이 책은 2015 서울시 마을미디어 활성화 사업 지원금으로 만들었습니다.

MEMO

MEMO

MEMO

