

지 역 미 디 어 센 터 미 디 어 교 육 기 획 자 들 의



지역미디어센터
미디어교육 기획자들의

TALK BOOK

TalkBook: 상설미디어교육편



TalkBook: 상설미디어교육편

 전국미디어센터협의회



 전국미디어센터협의회

지 역 미 디 어 센 터 미 디 어 교 육 기 획 자 들 의



TalkBook:상설미디어교육편







지 역 미 디 어 센 터 미 디 어 교 육 기 획 자 들 의

TalkBook:상설미디어교육편

발행일 2023년 3월

발행처 (사)전국미디어센터협의회

총괄 김예은

기획 김수연, 정윤영

집필 권나리, 김다정, 노윤아, 원동은, 유빛나, 이은미, 조윤영, 조현지,
홍성현 (가나다순)

자문 고영준

디자인 조용호

인쇄 예지미술

(사)전국미디어센터협의회

주소 (04626)서울 중구 퇴계로36가길 18 401호

전화번호 02-6325-6430

팩스 070-7614-2206

홈페이지 www.krmedia.org

비매품

contents

01	토크북 프로젝트의 여정	06
	사업소개	08
	(사)전국미디어센터협의회의 미디어센터 스태프 재교육 사업	09
	미디어센터 스태프 재교육 사업의 일환으로 시작된 '세미나리포트'	12
	2022년 세미나리포트 진행 경과	13
	2022년 세미나리포트 기획단 소개	14
	세미나리포트를 시작하며	15
	첫 번째 워크숍	16
	2022년 세미나리포트 제작을 위한 첫 번째 워크숍	17
	첫 번째 워크숍 대화 재구성	20
02	토크북	26
	여는 글	28

지역미디어센터 미디어교육 기획자에게 물었습니다	30
2022년 세미나리포트 제작 방향 설정	32
인터뷰이 구성현황	33
응답자 미디어교육 담당 연차	34
응답자 미디어교육 직무 선택 계기	35
1 미디어교육 사업의 분류 기준이 있나요?	39
2 미디어교육 사업의 기획 프로세스를 알려주세요!	42
3 상설미디어교육의 세부운영절차를 알려주세요!	45
4 상설미디어교육 기획 시 어떤 것을 고려하시나요?	48
5 교육기획 시 아이디어를 얻기 위하여 어떤 노력을 하나요?	54
6 교육기획 시 강사와 교육 참여자의 의견을 어떻게 반영하고 있나요?	59
7 선호하는 교육회차는 무엇이고 기간에 따른 기대효과는 무엇인가요?	62
8 감사관리는 어떻게 하고 있나요?	66
9 미디어센터 미디어교육의 기능과 역할은 무엇이라고 생각하나요?	71
10 앞으로 미디어센터 미디어교육은 어떤 방향으로 나아가야 할까요?	75
A 미디어센터에서 일하는 우리	78
B 미디어교육 기획자로서의 우리	81
C 선배로서의 우리	85
D 후배로서의 우리	88
E 연대하는 우리	90

지 역 미 디 어 센 터 미 디 어 교 육 기 획 자 들 의

TalkBook



01

토크북 프로젝트의 여정

TALK
BOOK



사업소개

introduction



(사)전국미디어센터협의회의 미디어센터 스태프 재교육 사업

2017년 발간된 『지역미디어센터 전문인력 재교육사업 프로그램 개발 연구』 보고서에 따르면, 미디어센터 스태프는 “문화·미디어와 관련한 국민의 권리 실현을 위한 정책의 맥락 속에서 지역미디어센터 설립·운영의 취지를 이해하고, 해당 지역미디어센터의 설립배경과 운영전략에 대해 공유하며, 미디어교육·창작지원·공동체상영·공동체미디어 관련 사업을 기획·운영함으로써, 해당 지역의 주민·공동체의 문화·미디어 역량을 강화시키기 위해 활동하는, 공공영역의 전문적 활동가¹⁾”이다. 이처럼 미디어센터 스태프는 미디어센터에서 가장 중요하고 핵심적인 역할을 담당하고 있다.

전국미디어센터협의회(이하 ‘전미협’)는 매년 지역미디어센터 스태프를 대상으로 한 재교육 사업을 운영한다. 미디어센터의 외적·양적 확산과 함께 미디어센터의 내적·질적 성장이 담보되어야 한다는 문제의식에서 출발하여 미디어센터의 주요한 인적 자원인 스태프의 역량을 강화하는 것을 그 목적으로 한다. 지역미디어센터가 개별적인 교육프로그램을 운영하는 것에 더해, 전국 단위의 협의체인 전미협이 스태프들의 수요를 반영한 재교육 프로그램을 운영하는 것을 주요 목표로 설정하였으며 온·오프라인 강의 및 사례발표, 워크숍, 스태프 간 네트워크 프로그램, 연구사업 등 다양한 방면에서 재교육 사업을 진행해왔다.

세부내용을 살펴보면 2017년에는 교육프로그램 개발 연구, 실무자·책임자별 워크숍, 교강사 대상 작은 연구 프로그램, 센터별 교육프로그램을 시범 운영하였으며, 2018년에는 권역별 스태프 네트워크 구축을 목표로 권역별 워크숍(5개)과 센터별 교육프로그램을 운영했다. 2019년에는 미디어센터 스태프 주도의 프로그램 기획개발을 위하여 기획단을 운영하고 이를 기반으로 전국 스태프 워크숍 및 연속강의 프로그램을 개최했다. 2020년에는 코로나 팬데믹 상황으로 대규모 집체 프로그램

운영이 어려워져, 미디어센터 스태프 역량 강화를 위한 재교육 활성화 방안 연구 진행 및 온라인 직무교육 영상 제작, 온라인 사례발표 등 비대면 프로그램 중심으로 운영하였다. 2021년에는 온라인 연속강의 프로그램 운영, 미디어센터 장비/시설 표준모델 수립 세미나리포트 및 미디어센터 통합성과수합모델 수립 세미나리포트 제작 활동을 진행하였다. 2022년에는 온라인 연속강의 프로그램 운영, 신규 스태프 대상 온보딩 프로그램 운영, 미디어교육 세미나리포트 제작 등으로 구성되었다.

전미협 스태프 재교육 사업의 운영 과정은 '분권적 지역미디어센터 정책체계 구축'이라는 전략과 발맞추어 추진²⁾ 되었으며, 2020년을 기점으로 전국/권역/개별센터 차원의 역할 구분, 직급별/직무별 교육프로그램 구분 등을 아울러 다시 한번 설계³⁾ 되기도 하였다. 즉 고정적이고 불변한 형식을 갖추고 운영되는 것이 아니라 미디어센터 스태프들의 직무별/역량별(성장단계별)/연차별 변화에 맞추어 세분화되고, 그에 적합한 맞춤형 프로그램을 구성하는 형태로 변화되어 온 것이다.

2022년 현재는 전국을 단위로 하는 집체 교육만으로는 스태프들의 지역/직급/업무/연차별 차이에 따른 다양한 수요를 충족시키기 어렵고, 코로나 팬데믹으로 인하여 대규모 집체 교육 및 대면 프로그램 운영 또한 어려워진 외부 상황에 맞추어 더 세분화된 소규모 프로그램들을 구성하여 온오프라인을 병행하는 방향으로 운영되고 있다.

1) 위의 보고서, 40~41쪽

2) 허경(2020), '사업총평 2', <2019 전국미디어센터협의회 스태프 재교육사업평가>, 전국미디어센터협의회, 2020, 10쪽

3) 허경, 같은 글, 10쪽

주요내용			
연도	워크숍 / 네트워크	교육 / 강의	기타
2017	시범 프로그램 운영 (실무자, 책임자별 워크숍 각 1회)	시범 프로그램 운영 (센터별 교육프로그램, 교강사 연구)	재교육 프로그램 개발 연구
2018	권역별 워크숍 운영	센터별 교육프로그램 운영	
2019	프로그램 기획단 운영 미디어센터 스태프 전국 워크숍 운영	연속강의 프로그램 운영	
2020		직무별 교육 영상 제작 온라인 사례발표 운영	재교육 활성화 방안 연구
2021	소규모 워크숍 운영 (세미나리포트)	온라인 연속강의 프로그램 운영 온라인 이슈 특강 운영	
2022	신규 스태프 대상 온보딩 워크숍 운영 소규모 워크숍 운영 (세미나리포트)	온라인 연속강의 프로그램 운영	

미디어센터 스태프 재교육 사업의 일환으로 시작된 '세미나리포트'

'세미나리포트'는 지역미디어센터 스태프들이 자신이 속한 각 센터의 현황을 공유하고 직무에 대한 문제의식을 자유롭게 논의하는 과정을 통해 공동의 이슈를 선정하는 워크숍을 개최하는 것에서 시작한다. 이후 선정된 이슈에 대해 현황과 문제점, 향후 방향 및 비전을 논의하는 세미나를 개최하고, 참여자들은 해당 이슈에 관해 개별적으로 발제 및 토론 등을 진행한다. 이 세미나의 결과물을 편집함으로써 완결된 리포트를 발간하는 형태로 운영된다.

각 직무별 이슈를 선정하고 공동의 스터디를 진행하는 과정을 통해 직무에 대한 비전 수립 역량을 강화하고, 전문인력 간 네트워크를 통해 업무 노하우를 공유함으로써 개인의 경험을 미디어센터계 공동의 경험지식으로 확장해내는 것을 목적으로 한다.

다시 말하자면 '세미나리포트'는 ①미디어센터의 각 영역별로 전문역량을 가진 참여자들 간 네트워크를 수립하고 ②이 네트워크를 기반으로 미디어센터 각 영역별 공동의 표준모델 수립 필요성에 대해 논의함으로써 ③미디어센터의 실무적 비전을 강화하고 ④참여자간 공감대 형성을 통해 직무 네트워크를 강화하는 프로그램이라 할 수 있다.

2021년에는 장비/시설 담당 스태프들의 스터디를 통해 『미디어센터 장비/시설 표준모델 수립 세미나리포트』를 발간하였으며, 애널리포트 담당자와 실무책임자 등의 인터뷰를 통해 <미디어센터 통합성과수합모델 개발을 위한 기초연구>를 진행하였다. 2022년에는 미디어교육 분야의 스태프들 간의 스터디를 운영하였으며 진행 경과는 아래와 같다.

2022년 세미나리포트 진행 경과

introduction

5월	사업기획
6월 2일 ~ 10일	기획단 모집
6월 17일	워크숍 개최 (연차별, 직무 경험 사례, 노하우 공유 및 세미나리포트 주제 확정)
7월 26일 ~ 8월 2일	미디어교육 담당 스태프 인터뷰 (주제에 따른 서면 및 비대면 인터뷰(전화/Zoom))
8월 19일 ~ 20일	세미나 (인터뷰 취합 및 원고 작성 심화 세미나)
9월 ~ 12일	파트별 원고 수합 등 책자 제작



2022년 세미나리포트 기획단 소개

소속	성명	직함
수원미디어센터	김다정	대리
원주영상미디어센터	원동은	팀장
군포시미디어센터	권나리	팀원
주안영상미디어센터	노윤아	팀장
노원마을미디어지원센터	유빛나	주무관
은평뉴타운미디어라이브러리센터	이은미	팀원
대구영상미디어센터	조윤영	선임
익산공공영상미디어센터	조현지	팀장
원주영상미디어센터	홍성현	팀원

세미나리포트를 시작하며



미디어교육 담당 스태프가 왜 모여야 했나요?



2015년 이후로 미디어센터 미디어교육의 성과자료를 모아놓은 내용이 없어요. 미디어센터가 미디어교육 확산의 본거지라고 할 수 있는데도, 그에 대한 성과가 정리되거나 잘 보여줄 수 있게 포장되지 못했다는 느낌을 받습니다.



지역 시민들에게 미디어센터와 미디어교육이 어떤 영향을 미치고 있는지에 대한 확인이나 공감대를 만들어내지 못한 채로, 각자 지역에서 활동들이 이어져 왔습니다. 미디어센터 차원에서 공동사업 형태로 운영하는 미디어교육도 없고요. 지역 미디어센터별로 현황들은 매우 다르고 성과는 전국에 산발적으로 흩어져 있습니다. 그러던 중 코로나라는 초유의 사태가 벌어졌고요. 이러한 스펙트럼 속에서 우리는 어떻게 갈피를 잡아야 할까요? 그간 각자 쌓아온 것들에서 중요하다고 생각하는 것들을 함께 이야기 나눠보면 미디어센터 미디어교육의 가치들이 짐작되지 않을까요? 미디어센터에서 미디어교육을 기획하고 운영하는 담당자들은 이렇게 모이게 되었습니다.



왜 미디어센터 미디어교육 중 상설교육만을 다루나요?



미디어센터에서 많은 교육을 진행하고 있지만 각 센터 상황에 따라 형태도 내용도 매우 상이해서, 우선적으로 정리하기 용이해보이는 상설교육 부분만 집중해 이야기를 나누어보기로 했습니다.



기획단에 상설교육을 담당하는 스태프가 많았던 것도 상설교육 쪽으로 이야기를 집중해보자는 데에 의견이 모아진 지점이었어요.

TALK
BOOK



첫 번째 워크숍

workshop



2022년 세미나리포트 제작을 위한 첫 번째 워크숍



각자 자기소개를 해주세요.

첫 번째 워크숍 참가자의 자기소개 발언 내용을 표형식으로 구성한 것입니다.
불참자는 사후 서면으로 자기소개를 첨부하였습니다.

김다정(수원미디어센터)

연차 2017년부터 업무를 시작해 올해로 6년차입니다.

업무 상설미디어교육 담당으로 스튜디오, 전미협과 외부사업, 강사 관리, 애뉴얼 리포트 등을 담당합니다.

주요프로그램 슬기로운 유튜브 생활, 리터러시 교육을 진행하고 있고, 학교 연계 교육을 준비 중입니다.

입사계기 저는 전공은 다르지만, 카메라나 영상에 더 관심이 많았어요. 미디어센터에서 미디어교육 수강 경험이 있고, 본격적으로는 입사를 통해서 미디어교육에 관심을 갖게 됐습니다.

원동은(원주영상미디어센터)

현황 입사는 미디어교육 담당자로 했고요.

지금은 공동체미디어교육팀 팀장입니다.

코로나19로 사업구조를 변경하면서 21년부터는 커뮤니티 사업도 담당하고 있습니다.

외에도 지역에서 외부 단체와 연계하거나, 편딩을 받아 기획하는 프로젝트도 겸하고 있습니다.

주요프로그램 청소년 문화예술교육, 프로젝트 맵핑, 셀프 다큐 워크숍, 학교 미디어교육, 인디밴드 워크숍 등을 진행했고, 운영하고 있습니다.

입사계기 당시 사무국장님을(현 센터장님) 통해 미디어센터의 보조강사, 영화제 스태프로 일하면서 센터 사업에 관심이 생겨 입사하게 되었습니다. 그리고 아버지가 어릴 때 교육 현장에 많이 데리고 다니셔서 그런지 교육분야에 흥미를 가질 수 있었습니다.

권나라(군포시미디어센터)

업무 미디어교육(상설, 특강, 찾아가는 미디어교육, 강사양성과정 등)과 미디어체험 사업을 기획 및 운영하고 있습니다.

주요프로그램 시나리오 교육(연 3-4회 운영), 영상제작 교육, 초등학생 대상 스톱모션 애니메이션, 소외계층 대상 찾아가는 미디어교육, 장애인 대상 교육 등을 운영합니다.

입사계기 전국미디어센터협의회에서의 인턴경험이 미디어센터와 미디어교육에 대한 관심을 갖는 계기가 되었습니다.

유빛나(노원마을미디어지원센터)

연차 목포MBC시청자미디어센터에서 시작해 순천시영상미디어센터에서 7년, 시청자미디어재단에서 2년 근무하였고 현재는 노원마을미디어지원센터에서 근무하고 있습니다.

업무 미디어교육과 회계를 담당하고 있습니다.
(상설교육, 마을/단체/기관 협력사업, 미디어 체험 및 강사 양성 교육 등)

주요프로그램 돌봄미디어교실(초등대상 찾아가는 미디어체험), 온라인 중계단, 스마트패드로 이모티콘 제작 교육 등이 대표적인 프로그램입니다.

입사계기 고교시절 지역에 미디어센터가 설립되며 그곳에서 배움의 갈증을 채웠어요. 제가 받았던 기회들을 지역민에게도 베풀고싶다는 생각에 강사를 거쳐 기획자로 입사하게 되었습니다.

조현지(익산공공영상미디어센터)

업무 다양한 계층과 영역의 교육을 기획, 운영, 관리하는 교육 전반적 업무를 진행합니다. 교육 사업의 목적에 따라 상영회 및 전시회 기획, 책 발간, 후속활동이나 모임 운영 및 지원, 지역네트워크, 교육 프로그램 개발 및 연구지원 등 진행하고 있습니다.

주요프로그램 장애인, 문해학습자, 여성, 학교밖청소년 등 다양한 계층을 위한 공동체 미디어교육, 유아, 청소년, 노인 대상 생애단계별 미디어교육, 학교 및 기관 연계 미디어교육입니다.

입사계기 미디어교육 교사 양성과정을 수강하고 강사활동을 고민하던 중 센터 신규 스태프 채용이 있어서 지원하게 되었습니다.

이은미(은평뉴타운미디어라이브러리센터)

연차 2019년부터 의정부/노원/성북 등 여러 미디어센터에서 보조강사, 콘텐츠 제작 등 여러 활동에 참여하였습니다.

업무 미디어특화 공모사업, 장비 담당, 커뮤니티 양성을 담당합니다.

주요프로그램 지역 영상콘텐츠 제작, 배리어프리영화, 웹툰창작체험관 등이 대표적인 프로그램입니다.

입사계기 여러 기관에서 일한 경험을 바탕으로 미디어교육에 대해 관심을 가지게 되어 관련 업무에 참여하게 되었습니다.

조운영(대구영상미디어센터)

연차 2019년 입사하여 4년차입니다.

업무 학교 교육, 상설교육, 외부 교육사업 기획 등을 진행합니다.

주요프로그램 단편 시나리오 제작 워크숍, 독립다큐 제작, 배리어프리 영화진흥위원회 사업(2022년까지) 등을 운영합니다.

입사계기 대학생 때 미디어센터에서 제작 동아리 활동을 했어요. 활동을 통해 자연스럽게 미디어센터 인턴으로 활동하게 되었고 미디어교육에 관심을 가지게 되었습니다. 그 계기로 미디어교육 강사활동을 하다가 미디어센터에 입사하게 됐습니다.

홍성현(원주영상미디어센터)

연차 2019년 5월 입사하여 현재 4년차입니다.

업무 공동체 미디어교육, 공동체 라디오 DJ 양성, 시니어, 어린이, 장애인 소외계층, 전미협 노인사업 등을 진행합니다.

주요프로그램 찾아가는 미디어 체험(유투브, 폴리 아트 등을 20개 학교 찾아가 진행), 영화진흥위원회 영상나눔 버스, 커뮤니티 사업, 아카이빙 북클럽, 독립 출판물 제작 등을 운영합니다.

입사계기 대학에서 문화콘텐츠를 전공했습니다. 미디어센터 인턴으로 일했을 때 센터 분위기나 회사 비전이 좋다고 느껴서 센터에 입사해야겠다고 생각했어요. 미디어교육에 대해 관심을 갖고 본격적으로 공부한 건 입사 후예요.

노윤아(주안영상미디어센터)

현황&주요프로그램 라디오, 다큐멘터리, 영화분야를 비롯하여 유튜브 제작 등의 기초 교육과 제작단 교육을 단계별로 배치하여 '시민미디어학교'라는 브랜드로 상설강좌를 운영하고 있습니다.

시대에 발맞춰 메타버스, 드론, 코딩 등의 교육과정은 뉴미디어로 나누어 운영하고 있으며, 최근 지역 내의 네트워크 협의회를 통해 지역의 이야기로 영화를 만들고 함께 보고 나누는 생태계 조성에 주력하고 있습니다.

업무 시민미디어학교 상설교육, 뉴미디어 교육, 지역기관 미디어교육, 지역기관 네트워크 협의회 등의 업무를 운영하고 있습니다.

입사계기 영화를 전공해 영화제작 현장, 영화 분야 강사를 거쳐 지금은 기획자로 일하고 있습니다. 지난 경험들이 현재 미디어교육 기획자로 교육을 만들고 강사들과 소통하고 참여자들을 이해하는 데 많은 도움이 되는 것 같아요.

첫 번째 워크숍 대화 재구성



이어지는 내용은 첫 번째 워크숍
논의 내용을 대화 형식으로
재구성한 것으로, 발언자의 이름은
기재하지 않았습니다.

Q 미디어교육을 기획할 때의 키워드나 슬로건이 있다면요?

A 일상생활에 적용하고 반영할 수 있는 교육을
만드는 게 중요하다고 생각해요, 진짜 교육은 강의실
문밖에서 시작된다고 생각하거든요.

A 한두 명의 역량 심화보다 전반적인 능력을 상향
평준화하는 데에 중점을 두고 있어요.

A 이 교육에서는 하나만 건진다고 생각하고
시작해요. 저는 완벽주의 성향이 있어서 모든 것을
다 하려면 너무 힘들어지거든요. 하나만 잘 되면
괜찮다 이런 마음으로 해요. 학교 밖 친구들 만났을
때는 아이들 보는 재미에만 집중해서 한다든지요.
아이들과 같이 놀려면 계획을 세워야 하거든요. 그런
활동이 동기가 되어줘요.

A 비우려고 애를 써요. 아직도 다음 단계를
시뮬레이션하거나 완급조절 하는 게 너무 힘들어요.

A 내가 했던 것들을 답습하지 않는 것에 중점을
둬요. 자가 발전형 인간이라, 조금은 나은 걸 하려고
애쓰고 있어요. 입사 초기에는 트렌디한 걸 찾으려고
노력했었어요. 미디어센터가 이런 곳이거나 알게
되고, 저 자신만의 신념을 갖게 되는 데까지 3~4년
정도 걸린 것 같아요. 내가 재밌는 걸 찾아야 하는데
올해는 번아웃을 겪고 있어서 이걸 어떻게 극복하지
하는 생각을 많이 하고 있어요. 미디어센터의 사업
방향과 지역의 요구를 맞추면서도 일반 시민들에게
도움이 되어야 하니까 그런 걸 갖추려고 애쓰면서요.

Q 미디어교육을 기획하는 게 가장 신날 때는 언제인가요?

A 내가 재밌고 관심 있는 걸 할 때요.

A 저도요. 사심을 갖고 교육을 기획할 때 더 열심히 하게 되죠. 내가 듣고 싶은 주제나 내가 좋아하는 강사를 섭외하고요.

A 저도 사심을 담은 교육할 때가 신나요. 새롭게 기획할 때는, 내가 듣고 싶은 교육을 상정하고 이 교육이 왜, 누구에게 필요한지 고민하면서 난이도를 설정해요. 변화되는 지점들을 고려하면서 지속가능한 교육을 만들어가고자 하고요. 대상자가 누구냐에 따라 강사들과 난이도 설정해가면서 조정해요.

Q 미디어교육을 기획할 때 가장 중요하게 생각하는 부분은 무엇인가요?

A 저는 수강생이나 강사들한테 의견을 많이 듣는 스타일이예요. 사전 수요조사를 탄탄하게 하려고 노력해요.

A 참여자들의 니즈요. 대상이 정해져 있을 때는 어떤 것들을 배우고 싶은지 조사하는 데에 신경을 많이 써요. 상설교육은 대상이 정해져 있는 것이 아니라서, 적어도 센터를 다시 방문하게 하려면 뭘 해야 할까 그런 생각을 많이 하죠. 사람들이 뭘 재미있게 느낄까? 일반적인 영상제작 강좌나 어르신 대상 교육은 특히 그런 생각을 많이 해요.

A 그동안 모르는 것을 알게 되거나 새로운 사람을 알게 되었을 때 에너지를 받는 편이예요. 센터에 오는 분들은 교육의 질 여부와 상관없이, 관심이 생기시면 담당자에게 다음 단계의 강좌를 요구하시더라고요. 수강생들에게 경험을 많이 줄 수 있는 것에 초점을 맞추고 있어요.

A 후속 교육에 대한 고민이 많아요. 예산이 받쳐줘야 하는 것도 있고, 후속 교육 요청이 있어서 개설했는데 막상 수강 신청은 안 들어오는 경우가 많아서요.

A 저희는 개관한 지 얼마 안 된 센터라 오래 한 교육은 없어요. 우선 트렌드 이슈에 맞춘 교육을 많이 하고 있고요, 사람들이 재밌어하는 교육은 다시 기획하는 형태로 운영해보고 있어요. 센터장님이 기획자가 사심 있는 교육을 기획하는 게 중요하다고 하셔서 그래보려고 노력 중이에요.

↳ 시대가 변하고 있다는 게 느껴지네요. 예전에는 기획자가 사심을 갖고 교육을 기획하면 이게 미디어교육인지 미디어센터에서 할 교육이 맞는지 질문을 받았었고, 그걸로 다른 사람들을 설득해야 했거든요.

A 트렌드 교육도 고민이 되기는 하네요. 코딩이나 3D프린팅이 유행할 때 미디어센터에 관련 교육을 개설해달라는 요구를 받았었어요. 미디어센터에서 해야 하는 교육이 맞는 건지 고민이 많았어요.

↳ 교육을 개설하는 것 자체보다 미디어센터에서는 다른 교육 기관과 달리 어떤 차별성을 가진 교육인 건지를 보여주는 게 중요하다고 생각해요.

Q 미디어교육을 기획/운영하는 과정에서 고민되는 지점이 있으신가요?

A 도서관, 평생학습관, 복지관 같은 곳에서 스마트폰 영상제작교육을 많이 진행해요. 아이덴티티 고민이 정말 필요해요. 특히 코로나 이후로 너무 많이 변화했어요.

A 미디어센터에서 꼭 진행해야 하는 기본 과정과 일부 사람들만 원하는 전문적인 교육이 있는데 이게 반드시 필요한지 판단하기가 어려워요.

A 자조적으로 말하자면, 지역에서는 미디어센터가 '노인미디어센터'라고 불러요. 시니어 이용객들이 가장 많거든요. 대중 강좌 수강생의 대부분이 50대 이상이에요. 비슷한 분들만 찾으시니 교육의 폭이 넓어지지 않는 듯해서 고민이에요. 청년 대상 교육 설계를 해보는데, 그래도 시니어 계층이 많이 오시는 게 현실이에요.

A 시니어 강좌는 반복 교육에 대한 요구가 많은 것 같아요. 시니어 교육 내에서 난이도를 조정하는 게 꽤 어렵더라고요. 컴퓨터 활용 능력이 떨어지는 분들과 그렇지 않은 분들의 차이가 커서요.

A 유튜브 스쿨 등 청년층 대상 교육을 기획했는데 60대 이상 분들이 많이 신청하셔서 교육 과정을 다시 세팅한 경험이 있어요. 그렇다고 신청을 막거나 허들을 둘 수는 없고요.

↳ 계층이나 성별에 차별을 두면 민원이 들어올 수 있어요.

↳ 지원 허들이 높으면 인원이 차지 않기도 하고요. 인원 미달이 걱정되어서 문턱을 낮추어 기획하는 경우가 많았어요.

A 저희는 도서관 내 미디어센터라는 특수성 때문에 수요자층이 다양한 편이에요. 초등생 대상의 코딩교육에 수요가 많은 편이고요. 지역 특성상 40~50대 아파트 거주자가 많다 보니 거기에 맞춘 교육을 기획해요. 현재로는 청소년은 모이기 힘든 구조인 것 같아서 어떻게 해야 넓혀낼 수 있을지 고민이 돼요.

Q 미디어교육 기획자 간 네트워크가 필요할까요? 필요하다면 어떤 역할을 하면 좋을까요?

A 기획자로서의 자제나 노하우 같은 얘기들을 나눠보고 싶어요. 이걸 정리도 해보면 좋겠고요. 내 직무에 관해 일목요연하게 쓰는 게 어렵더라고요.

A 다른 분들을 만나면 기획 운영의 노하우를 들어보고 싶어요. 저는 교육 기획할 때 타 센터에서 무슨 강의하는지 서치를 먼저 하거든요. 홈페이지를 먼저 보고 궁금한 내용은 전화를 드려서 문의해요. 이런 노하우를 모아놓고 볼 수 있게 하면 좋을 것 같아요.

A 강사 섭외할 때 지역에 와주실 수 있는 분들을 위주로 서치하는데, 섭외 노하우나 강사풀을 공유하고 싶어요. 강사 서치는 광범위한 차원에서 다 같이 하고 지역에 맞추어 연계한다든지 하는 시스템이 필요해요. 함께 만드는 고민을 해보면 좋을 것 같아요.

Q 미디어교육 기획자로서의 고민이 있다면요?

A '미디어교육이 뭐지?' 나는 미디어 전공자도 아니고, 교육도 몰랐는데, 내가 설계하고 있는 것이 맞는 걸까에 대한 의심이 계속 있어요. 요즘은 변화도 많아지고 정답이 없는 시대가 되니 더 모르겠더라고요. 교강사 교육은 어떻게 해야 하고, 교안은 어떻게 만들어야 할지, 수업은 어떤 방향으로 해야 하는지도요.

A 미디어센터가 뭔지 이해하는 데에 3년이 걸렸어요. 사업 운영하는 데에 급급했죠, 선임이 없어서 혼자 배워야 했거든요. 그때 서울영상미디어센터에서 나온 『미디어센터 미디어교육 이론』을 보며 공부했어요. 결과물이 있어야 하는데, 정량적인 결과뿐만 아니라, 지역 내에서 회자 될 수 있는 정성적인 결과, 그리고 더 나아가는 정책적으로 이어지는 성과까지요. 요새는 이런 성과에 대한 고민이 많아요.

A 우리는 잘 알고 있지만 밖에서는 모르기 때문에 연차 보고서 등으로 정리해보려 하고 있어요. 과정을 보여주는 게 참 어려운 일인 것 같아요. 보이지 않는 맥락 속에서 담당자들이 애쓰고 있다는 것들을 보여줄 수 있는 성과관리가 필요해요.

A 저도 초반에는 주어진 업무를 처리하는 데에 급급했던 것 같아요. 연차가 쌓이기 시작하면서부터는 기획과 운영 과정에서 사람들이 이어질 수 있게 만드는 방법들에 대한 고민을 시작할 수 있었어요. 우리 지역에는 우리 미디어센터 말고도 다른 교육기관들이 많아지고 있어요. 비슷한 교육이 넘쳐나는데 거기서 우리만의 교육을 어떻게 만들고 또 어떻게 사람들을 오게 할 수 있을지 고민이 많아요. 개인적으로 새로운 트렌드를 반영해야 한다는 부담감, 정책적인 흐름을 파악하고 거시적으로 볼 수 있는 관점이 없다는 자신감 부족이 고민이에요.

A 변화하는 트렌드의 속도를 맞추지 못하는 게 힘들고, 기획자 역량을 강화해야 한다는 필요성은 느껴지는데 그에 반해 시야를 넓힐 기회는 많지 않은 게 고민 지점이에요.

A 어떻게 참여자가 교육을 통해 지속적인 활동으로 이어지게 할 수 있을지에 대한 고민이 커요. 어떻게 사람들을 미디어센터로 오게 할까 하는 방법론적 고민도 많고요.

A (지역적으로든, 미디어센터적으로든, 개인적으로든) 끊임없이 아웃풋을 내야 하는데, 나에게 들어오는 인풋은 한계가 있어서 그걸 맞춰가는 게 어려워요.

A 지역은 수도권에 비해 수요 발생이 더딘 편이에요. 이 수요와 공급의 비대칭을 어떻게 맞출지 고민이기는 한데, 우선 기획만 해보자 해 놓고 가지고 있으면, 언젠가 해보게 되는 날이 오더라고요.

Q 교육 홍보는 어떻게 하고 계세요?

A 신문에 넣는 삽지 광고를 많이 활용해요.

A 저희는 홍보를 꽤 많이 하는 편이에요. 아파트에 광고 전단이나 리플렛을 뿌리기도 하고요. 홈페이지는 보는 사람이 거의 없더라고요. 그래서 시청 소식지에 많이 실어요. 시청 소식지는 전화는 많이 오는데, 효과는 그만큼까지 안 나오는 것 같아요.

Q 요즘 교육 기획하면서 어려운 점은요?

A 다른 교육 기관과의 협업 부분이 고민돼요.

어떻게 하면 네트워크를 넓힐 수 있는지 방법을 잘 모르겠어요.

A 트렌드에 맞춘 교육을 기획하고 거기에 맞는 강사를 섭외해야 하는데 센터 입장에서는 예산이 한정적이지요. 강사 섭외가 참 쉽지 않아요.

↳ 저는 여기저기서 다른 수업 듣고 와서, 강사 모셔 오는 경우가 많아요.

A 시나리오 쓰기 수업이 있는데 너무 전문적인 교육 아닌가 하는 고민이 있었어요. 내 눈높이, 내 기준이 아니라 수요자의 기준에 맞춰줘야 하는데 이게 어렵네요.

A 동아리는 성과가 나는 곳이라고 생각해요. 교육을 통해 어떻게 커뮤니티로 이어갈지에 대한 고민이 어려운 지점이에요. 센터 스태프가 개입을 많이 하면 동아리가 잘 돌아가게 되기는 하지만 막상 관리가 안 되면 무너지기 쉬운 것도 고민이고요.

↳ 담당자는 커뮤니티가 정착할 수 있도록 돕는 역할이라고 생각해요. 흐름을 잡아주는 정도만으로 담당자가 행복해야 커뮤니티가 오래간다고 봅니다.

A 저희는 상설강좌에서 시작해 고급제작단까지 갈 수 있는 단계가 마련되어 있어요. 이 과정을 통해 사람을 남기고 싶은데, 교육이 잘 끝났어도 강사가 없으니 다음 활동으로 이어지지 않더라고요. 이 공백을 직원이 뼈를 갈아 채워 넣는 식으로 운영하고 있는데, 힘들어서 언제까지 할 수 있을지 모르겠어요.

Q 스스로 동기부여, 아이디어 확보는 어떻게 하시나요?

A 다양한 방식으로 '어떻게 될지' 고민해요.

A 마음이 맞는 직원들과 스몰토크하면서 많이 풀어요. 보통 영화 얘기로 시작해서 사업 얘기로 마무리되곤 하죠.(웃음) 서로 아이디어를 던져주는 가벼운 토크를 하는 게 도움이 많이 되더라고요.

A 뉴스레터를 20개 구독하고 있어요. 경제, 문화 등 다양한 트렌드를 탐구하면 몰랐던 것도 알게 되고, 글을 읽으면서 교육에 대한 인풋을 확보할 수 있어서 좋아요.

A 트렌드를 파악하기 위해 힙한 곳을 일부러라도 찾아가요. 전시를 보면서 영감을 받기도 하고요. 각자 좋아하는 주제로 세미나를 하면 좋을 것 같아요. 강제성을 좀 두고 일처럼 해야 진척이 되더라고요.

A 어도비, 교원자격증, 평생교육사 자격증이 다 있는데, 우리 업무가 그런 자격증으로 해결되는 직무는 아니잖아요. 전문적이기만 해서는 안 되고 교육의 대상이 시민이라는 걸 잊지 않는 태도가 필요한 것 같아요. 그런 점에서 커뮤니케이션 능력, 소프트스킬, 이런 지점을 놓치지 않으려 노력합니다.

Q 강사 관련 고민이나 어려운 점이 있다면요?

A 전속 강사가 아니기는 하지만 어떻게 소속감을 줄 수 있을지 고민이에요. 특화된 역량 강화 프로그램을 운영해보려고 애쓰고 있어요.

A 강사 중에도 교육의 기능적 측면에 치중하는 분들이 있고 수강생이나 기획자와 소통을 중요하게 생각하는 분들이 나뉘어요. 이 부분의 밸런스를 맞추기가 어려워요.

A 기획 단계에서 강사와 많이 소통하고 많이 만나고 싶은데, 회의비가 마련되어 있지 않아서 연락드리기가 죄송하더라고요.

A ‘빠띠’라는 단체에서 만든 표준계약서를 참고해서 센터와 강사가 동등한 입장에서 쓸 수 있는 계약서를 만들어보려 했어요. 저희의 방향성을 가지고 사전에 충분히 조율하는 시간을 가지고요. 물론 피곤할 수도 있는 절차지만, 주고받으면 그만큼 분명해지는 게 있더라고요.

A 신규 강사가 올 때나, 기존 강사여도 새 강의를 개설하면 첫 강의는 참관하려고 하는데 강사에 따라서 불편해하는 분들이 계셔서 고민이에요. 또 어떨 때는 제가 안 들어오면 서운해하는 강사분들도 계시고요.

A 찾아가는 미디어교육의 경우 참관하는 게 쉽지 않은데 이 부분의 조절을 어떻게 할지 고민이 됩니다.

↳ 공동체 미디어교육, 찾아가는 교육은 믿고 맡길 수 있는 선생님들을 찾는 게 관건인 것 같습니다. 저는 첫 차시에는 어떻게든 가서 안내, 소개 등을 맡아 진행해요. 상황을 파악하고 강사와의 유대관계도 잘 형성해야 하니까요.

↳ 수업 참관은 매우 중요하다고 생각해요. 수강생 반응을 직접적으로 살필 수 있으니까요. 교육 종료 후에도 처음 오신 분들을 챙기고 의견도 여쭙고 하면서 챙겨드려야 다음으로 이어지는 것 같아요. 수강생들과 상호작용이 중요해요.

A 강사의 욕심과 기획자의 욕심 사이에서 묘한 신경전이 있죠. 내가 기획한 걸 그대로 했으면 좋겠다는 생각을 빼려고 노력해요. 강사와 수강생 관계가 중요하니까 그 뒤로 빠지려고 애써보는 거죠. 오히려 저는 기관 담당자가 강사에게 요구하는 성과가 있을 때 이걸 중간에서 커트해주는 식으로 역할을 하려고 노력하고 있습니다.

A 강사와 수강생 사이의 입장 차이도 있죠. 강사가 너무 전문적인 경우도 있고 수강생이 자기 위주로 해달라고 할 때도 있고요. 당사자가 아니다 보니 중간에서 조정하는 게 쉽지 않더라고요. 이 직무는 관계 맺는 일이 많잖아요. 강사, 수강생, 기관 등등, 아직도 그게 제일 어려운 것 같아요.

지 역 미 디 어 센 터 미 디 어 교 육 기 획 자 들 의

TalkBook



2

토크북

TALK
BOOK



여는 글

preface





미디어센터와 미디어교육, 그 안에서 고군분투하는 미디어교육 기획자들이 이 작은 책 한 권을 위해 모였습니다. ‘가슴에 품어두고 언제든지 꺼내 볼 수 있는’ 세미나리포트를 만들고 싶었던 우리는 미디어교육 기획업무 매뉴얼과 노하우는 물론 마음속에 담아둔 이야기를 조금씩 꺼냈습니다. 각자의 지역에서 점으로 존재하던 우리가 이 책을 통해 이어지기를 바라며, 서로가 서로를 격려하고 위로하는 세미나리포트가 되었으면 합니다.

2022 세미나리포트 기획단장 김다정

이제는 만날 때가 된 것이다. 전국 미디어센터의 교육 담당자들은 재야의 교수처럼 각자의 자리에서 묵묵히 할 일을 해왔습니다. 열심히 일하다 보니 어느새 신입 직원이 팀원으로 들어왔네요. ‘나 언제 시니어가 된 거지?’

어느덧 시니어 연차가 된 교육 담당자들은 잘 있는지, 안부가 궁금해졌습니다. 그리고 이젠 흩어져 있던 경험과 노하우를 모아 우리의 새로운 동료들에게 전해야 한다는 사명감도 생겼습니다. 다년간 축적해온 미디어교육에 대한 경력과 경험, 그리고 웃픈 비하인드까지 우리가 얘기하지 않으면 호로록 사라질 얘기이기 때문입니다. 이번 세미나리포트를 위해 만나고 또 만났습니다. 이야기하고 또 이야기하고 마시고 먹으며 나눈 시간들은 그동안 얼마나 우리가 만나 얘기하고 싶었는지를 여실히 나타내주었습니다.

미디어교육 담당자들의 시작과, 같고 닮으며 버텨낸 시간들을 이야기합니다. 그리고 이제 막 우리와 같은 길을 걷는 이들이 조금은 쉽게 갈 수 있게, 이 길이 조금은 뚜렷해질 수 있게 도움을 주고자 세미나리포트를 만들었습니다. 일하다가 외로울 때 문득 꺼내 보시면 좋겠습니다.

2022 세미나리포트 기획단장 원동은





지역미디어센터 미디어교육



questions



기획자에게

물었습니다

questions

2022년 세미나리포트 제작 방향 설정

첫 번째 워크숍을 통해 미디어센터에서 미디어교육을 담당하는 스태프들의 목소리를 직접 들어보아야 한다는 데에 모두의 마음이 모아졌습니다. 특히 교육을 기획하고 만들어 나가는 '과정'을 보여주는 데에 집중해야 한다는 이야기, 각개전투처럼 혼자 만들고 쌓아왔던 노하우를 함께 나눔으로써 미디어센터에서 새로 일하게 된 스태프들이 조금이라도 덜 헤맸으면 좋겠다는 이야기들이 모두의 공감을 샀습니다.

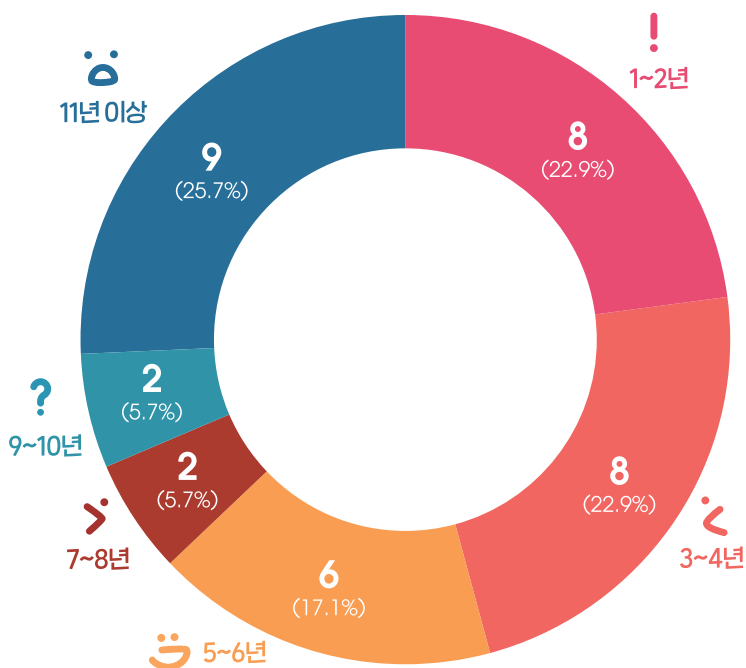
이제 우리는 미디어센터 미디어교육의 현재 모습을 다양하게 또 진솔하게 담아내기 위해 미디어센터 스태프들의 목소리를 직접 들어보고자 합니다. 이를 위해 기획단 9인이 주축이 되어 설문 문항을 만들고, 전국미디어센터협의회 회원센터의 미디어교육 담당 스태프들을 대상으로 서면 및 비대면 인터뷰를 진행하고 그 결과를 정리했습니다.

인터뷰에 응해주신 28개 미디어센터, 35명 스태프의 응답 결과를 통해 미디어교육의 구분기준, 기획과정 등 지역미디어센터 미디어교육 기획의 현재를 살펴보고, 미디어교육 기획자들의 고민을 만나봅니다. 이번 세미나리포트는 위 인터뷰의 결과물을 정리하여 담아낸 작은 책입니다. '지금, 여기, 지역미디어센터 미디어교육 기획을 둘러싼 기획자들의 고민'을 살펴보고 이를 통해 우리가 서 있는 곳을 찬찬히 다시 살펴볼 수 있는 계기가 되기를 바랍니다.

응답자 구성현황

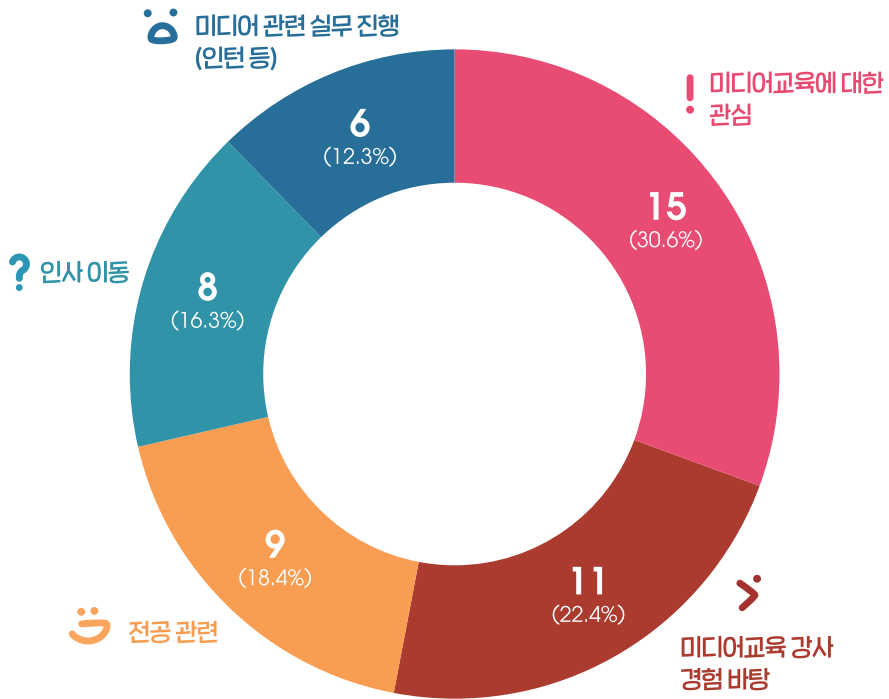
구분	참여센터 (개)	참여 스태프		비고
		인원(명)	백분율(%)	
서울특별시	5	6	17.1	노원마을미디어지원센터 영상미디어센터 미디어엑트(2인) 은평뉴타운미디어라이브러리센터 중랑미디어센터 충무로영상센터 오재미동
인천광역시	1	1	2.9	주안영상미디어센터
경기도	6	7	20.0	군포시미디어센터 고양영상미디어센터 부천시민미디어센터 수원미디어센터 의정부영상미디어센터(2인) 화성시미디어센터
강원도	2	5	14.3	강릉시영상미디어센터(3인) 원주영상미디어센터(2인)
충청북도	1	1	2.9	제천영상미디어센터
충청남도	3	4	11.4	서산시영상미디어센터(2인) 서천군미디어센터 천안시영상미디어센터
전라북도	3	4	11.4	완주미디어센터 익산공공영상미디어센터(2인) 전주시민미디어센터
전라남도	1	1	2.9	순천시영상미디어센터
대구광역시	3	3	8.6	대구시민미디어센터 대구영상미디어센터 수성영상미디어센터
경상남도	2	2	5.7	김해문화의전당영상미디어센터 미디어센터 내일
제주도	1	1	2.9	제주영상·문화산업진흥원미디어센터
합계	28개	35명	100%	

응답자 미디어교육 담당 연차



구분	응답 수(명)	백분율(%)
! 1~2년	8	22.9
3~4년	8	22.9
5~6년	6	17.1
7~8년	2	5.7
? 9~10년	2	5.7
11년 이상	9	25.7
합계	35	100

응답자 미디어교육 직무 선택 계기(중복응답 가능)



구분	응답 수(명)	백분율(%)
! 미디어교육에 대한 관심	15	30.6
> 미디어교육 강사 경험 바탕	11	22.4
😊 전공 관련	9	18.4
? 인사 이동	8	16.3
👤 미디어 관련 실무 진행(인턴 등)	6	12.3
합계	49	100

지역미디어센터 미디어교육 기획자에게 물었습니다

part 1. 기본정보

- ▶ 소속
- ▶ 미디어교육 총 연차 (현재 센터에서의 연차)
- ▶ 미디어교육 직무 선택의 계기

part 2. 교육기획

- ▶ 센터 운영 목표에 따른 교육 구분 및 분류 기준
- ▶ 상설미디어교육 기획 시 최우선 고려사항
- ▶ 상설미디어교육 기획 프로세스와 추가하고 싶은 것
- ▶ 교육기획 시 영감/아이디어의 원천 및 정보검색의 과정
- ▶ 교육기획 시 미디어트렌드를 반영하기 위한 방식
- ▶ 교육기획 시 교육 참여자, 강사 등의 참여 여부, 방식
- ▶ 다양한 교육을 짧게 vs. 적지만 충분한 차시로 기획 중 선호하는 방식과 예상 기대효과
- ▶ 예산 등 어떠한 한계도 없다고 가정할 때 꼭 기획해보고 싶은 교육

part 3. 교육운영

- ▶ 강사모집/관리 프로세스
- ▶ 강사 섭외 시 의사소통의 노하우
- ▶ 강사와의 계약 시 형태/방식
- ▶ 강사비 지급기준 근거
- ▶ 기존 활동 강사에 대한 재교육 및 네트워크 프로그램 유무
- ▶ 교육 참여자 발굴-연결-성장 등을 위한 시스템 여부 및 노하우
- ▶ 악성 민원 및 대응 사례
- ▶ 강사양성과정 운영 시 목적/목표 및 운영사례
- ▶ 강사양성과정 운영 후 활동 연계 사례

part 4. 미디어센터

- ▶ 미디어센터 미디어교육의 기능과 역할은 무엇이라고 생각하나요?
- ▶ 앞으로의 미디어센터 미디어교육은 어떤 방향으로 나아가야 할까요?
- ▶ 입사 후 미디어교육 전반에 관한 인수인계/교육을 받으신 적이 있나요? 있다면 어떤 방식으로 진행되었나요?
- ▶ 미디어교육 기획자로서 가장 힘들었을 때는 언제였나요? 어떻게 해결했나요?
- ▶ 업무 지속성 확보를 위해 미디어센터 직원으로 지금 가장 필요한 것은 무엇인가요?

part 5. 기타

- ▶ 오늘도 내가 상설교육을 기획할 수 있게 하는 원동력은 무엇인가요?
- ▶ 선배에게 '이것만큼은 꼭 묻고 배우고 싶다!' 하는 것이 있다면 무엇인가요?
- ▶ 후배 기획자가 들어온다면 '이것만큼은 꼭 알려주고 싶다!' 하는 것은 무엇인가요?
- ▶ 실무에 바로 적용할 수 있는 핸드북 발간을 위해 꼭 다루었으면 하는 내용은 무엇인가요?
- ▶ 교육 담당자에게 서로 하고 싶은 이야기

교육기획

1

미디어교육 사업의
분류 기준이 있나요?

39p

2

미디어교육 사업의
기획 프로세스를
알려주세요!

42p

3

상설미디어교육의
세부운영절차를
알려주세요.

45p

4

상설미디어교육 기획 시
어떤 것을 고려하시나요?

48p

5

교육기획 시 아이디어를
얻기 위하여
어떤 노력을 하나요?

54p

교육운영

6

교육기획 시 강사와
교육 참여자의 의견을
어떻게 반영하고 있나요?

59p

7

선호하는 교육회차는
무엇이고 기간에 따른
기대효과는 무엇인가요?

62p

8

강사관리는
어떻게 하고 있나요?

66p

미디어센터

9

미디어센터 미디어교육의
기능과 역할은 무엇이라고
생각하나요?

71p

10

앞으로 미디어센터
미디어교육은 어떤 방향으로
나아가야 할까요?

75p

미디어센터 그리고 우리

A

미디어센터에서
일하는 우리

78p

B

미디어교육
기획자로서의 우리

81p

C

선배로서의 우리

85p

D

후배로서의 우리

88p

E

연대하는 우리

90p



1

미디어교육 사업의 분류 기준이 있나요?



미디어교육 사업의 분류 기준이 있나요?

각 미디어센터에서 미디어교육을 분류하는 기준을 조사해본 결과, 각 미디어센터의 운영방식, 지향점 등에 따라 그 분류의 기준이 다양하였습니다. 응답 내용을 크게 구분하여 아래와 같이 정리해보았습니다.

사업적 측면에서 미디어센터의 미디어교육은 크게 상설교육과 비상설교육으로 나누어 볼 수 있었습니다. 일반적으로 상설교육은 일반 시민을 대상으로 교육 참여자를 공개 모집하여 유료 또는 무료로 진행되며, '상설강좌', '정규강좌', '시민미디어강좌' 등 다양한 명칭으로 운영되고 있었습니다. 센터의 고유 예산으로 운영되는 경우가 많으며, 매년 연간 계획 속에서 지속적으로 이루어지는 교육에 가까웠습니다. 비상설 미디어교육은 '특강'처럼 일회적이거나 비정기적으로 이루어지는 교육이 많았고, 상대적으로 공동체미디어교육 형태와 프로젝트적 성격이 많았습니다.

내용적 측면에서는 ①목적, ②분야, ③장르, ④수준, ⑤연령, ⑥기간 등을 기준으로 나누어졌습니다. 주요 응답을 살펴보면 ①목적별로 '시민들의 미디어 활용 능력 향상', '미디어 체험 및 향유', '미디어 강사, 영화 전문인력, 시민미디어제작단과 같은 미디어 전문인력 양성'으로 크게 나누어볼 수 있었습니다. ②분야별로는 '미디어 리터러시', '미디어 이론', '미디어 기술', '미디어 제작(워크숍, 제작캠프 등)' 등이 있었습니다. ③장르별 응답은 '영화·영상·유투브', '라디오·팟캐스트', '온·오프라인 인쇄매체(잡지, 웹진 등)' 등 영상, 라디오, 인쇄매체로의 구분이 대표적이었으며, 이외에도 뉴미디어 교육과 장르 융복합 교육 등이 있었습니다. ④수준별로는 기초, 심화, 멘토링 교육 등으로 진행되고, ⑤연령별은 유아, 아동, 청소년, 성인, 노인 등 생애주기별 교육프로그램이 운영되었습니다. ⑥기간은 특강 형태의 단 차시(1~4차시) 교육, 중 차시(5~10차시) 교육, 장 차시(11~15차시) 내외 교육이 일반적이며 교육의 목적과 대상, 내용에 따라서 차시가 설정되는 것을 확인할 수 있었습니다.

미디어교육은 미디어센터의 역할과 운영 목표에 따라 그 영역과 세부 내용을 설정해왔으며 시대의 흐름에 따라 변화되어 왔습니다. 『미디어센터 미디어교육 이론』(2015, 영화진흥위원회 서울영상미디어센터)에서는 2012년 이후의 미디어교육과 관련된 변화된 지형을 아래와 같이 생활창작, 전문강좌, 공동체교육 등으로 정리한 바 있는데, 이번 조사 결과 3개 미디어센터가 이 분류 기준을 따르고 있다고 응답하였습니다.

2012년 이후 미디어센터 미디어교육 지형





2

미디어교육 사업의
기획 프로세스를 알려주세요!



미디어교육 사업의 기획 프로세스를 알려주세요!

미디어교육 사업의 기획 프로세스는 크게 '기획 ▶ 강사 섭외 ▶ 커리큘럼 협의 ▶ 참여자 모집/홍보 ▶ 교육운영 ▶ 결과보고' 순으로 진행되고 있었습니다. 여기에 참여자의 의견 및 트렌드를 반영하기 위한 설문조사, 정보검색, 지역 분석 등의 작업이 사전에 이뤄지고 있음을 확인하였습니다. 응답 내용을 정리하면 아래와 같습니다.

단일형 교육프로그램 기획 시

주요절차 교육기획 ▶ 강사 섭외 ▶ 강사와 커리큘럼 협의 ▶ 참여자 모집/홍보 ▶ 교육운영 ▶ 결과보고

연간기획형 교육프로그램 기획 시

주요절차 연간 교육방향 설정 ▶ 기본 강좌리스트 기획 ▶ 사업 이유와 목적 설정 ▶ 세부 운영계획 수립 ▶ 강사 섭외 ▶ 커리큘럼 협의 ▶ 참여자 모집/홍보 ▶ 교육운영 ▶ 결과보고

특징 교육 현황을 한눈에 확인할 수 있고 사업을 꼼꼼하게 추진할 수 있다는 장점이 있습니다.



미디어교육 사업의 기획 프로세스를 알려주세요!

설문조사 반영 시

주요절차 잠재적 교육참여자를 대상으로 미디어교육 기획 내용 공유 ▶ 우선순위 선정 ▶ 강좌 기획 ▶ 강사 섭외 ▶ 커리큘럼 협의 ▶ 참여자 모집/홍보 ▶ 교육운영 ▶ 결과보고

특징 기획 단계에서 교육수요를 확인할 수 있고, 사전에 교육 참여도를 일정 정도 확보할 수 있습니다. 교육 추진 시 구체화하기 좋습니다.

트렌드 반영 시

주요절차 트렌드 조사(또는 의견수렴) ▶ 타 기관 교육 현황 등 관련 정보 검색 ▶ 지역에 맞는 프로그램 기획 ▶ 강좌 기획 ▶ 강사 섭외 ▶ 커리큘럼 협의 ▶ 참여자 모집/홍보 ▶ 교육운영 ▶ 결과보고

특징 현시점에 가장 필요한 미디어교육의 수요 등 현황을 파악할 수 있고, 그에 따른 교육 참여자들의 니즈를 반영할 수 있습니다.



3

상설미디어교육의
세부운영절차를 알려주세요.



상설미디어교육의 세부운영절차를 알려주세요.

미디어교육 중에서도 특히 상설미디어교육과 관련한 프로세스를 세부적으로 확인하여 응답을 정리해보았습니다. 응답 내용을 보편·일반적으로 정리한 내용으로 실제 운영내용과는 상이할 수 있습니다.

주요절차	시기	주요내용
사전수요조사 ▼	전년 11월~12월	교육 참여자 설문조사 취합 및 정리 교육기획 아이디어 수립, 트렌드 조사 강사간담회 진행
연간운영계획 수립 ▼	1월~2월	연간 교육사업 기획 및 관련 계획 작성 연간 프로그램 홈페이지 게재 및 홍보 - SNS 및 온오프라인 언론홍보 등 진행
세부운영계획 수립 ▼	2월~9월, 교육 2~3달 전	교육프로그램별 세부 계획 수립 교육컨셉트 및 목표 설정 교육 일정 및 차시, 커리큘럼 등 확정 수강료 책정
강사섭외 ▼	교육 2~3달 전	강사 섭외 요청 메일(교육일정, 필요서류, 강의 진행 환경 안내) 강사 사전 미팅 강사계약서 작성
홍보 및 사전준비 ▼	교육시작 5주 전	모집공고문 및 포스터 등 홍보물 제작 교육프로그램 등록(홈페이지 등) SNS활용 홍보 대외 홍보 (세부 일정) - 선착순 모집 교육 홍보: 모집일 일주일 전 - 선발모집 교육 홍보: 모집일 당일

※ 선발모집 과정은 사전홍보 진행할 경우 초반 신청률이 다소 낮아지는 경향



상설미디어교육의 세부운영절차를 알려주세요.

주요절차	시기	주요내용
수강신청 접수 ▼	교육시작 4주 전	선착순 모집: 홈페이지 접수 ▶ 수강료 입금 확인, 취소 및 대기자 관리 선발 모집: 신청서 접수(구글폼 등 활용) ▶ 선발절차 ▶ 선발 완료 (▶ 필요시 수강료 입금 안내)
교육운영 ▼	교육준비	교육 신청자 명단 강사 전달 수강확정자 대상 개강 안내 SMS 발송 강의 환경 점검 (필요 장비, 프로그램 등)
	교육진행	기획자가 배석하여 오리엔테이션 진행 출석관리, 진행관리(사진촬영 등) 교육 모니터링 교육 참여자 강의평가 실시(만족도 및 의견조사) 강사 대상 강의 평가서 취합
	교육종료	강사비 증빙서류 취합 교육 결과물 취합 및 아카이빙 (◎ 교육 참여자의 발굴-연결-성장 프로세스를 충분히 고려할 것)
결과보고 ▼	관련 서류 취합 후 2주 이내	강사비 지출 전체 운영현황 및 실적정리 (수강인원, 수료자, 출석률, 수료율, 만족도 조사 등) 평가간담회 등을 통한 의견 정리 (전체 교육 평가 및 개선-검토사항 정리 등) 종합 사업추진 실적 및 성과, 자체평가, 개선 및 건의 사항 보고
연간 실적 및 평가공유	11월~12월	미디어교육 백서, 애뉴얼 리포트 등 결과물 발간



4

상설미디어교육 기획 시
어떤 것을 고려하시나요?



상설미디어교육 기획 시 어떤 것을 고려하시나요?

미디어센터의 미디어교육 기획자가 상설미디어교육 기획 시 무엇을 고려하는지에 대한 응답을 아래와 같은 키워드로 정리해보았습니다.



위 키워드들과 관련하여 각 스태프의 노하우와 팁도 아래에 모아보았습니다. 큰 따옴표로 표기된 내용은 응답자들의 응답 내용을 그대로 발췌하여 기재한 것입니다.

교육 개설 가능 여부

- ▶ “교육 참여자의 흥미를 유발할 수 있는 교육인지”, “폐강되지 않을 만큼의 인원이 모집될 수 있는지”, “지역적인 특성을 잘 고려했는지”, “참여자의 수요를 잘 파악했는지” 등 다양한 면에서 고민이 필요합니다.
- ▶ “교육내용을 초급 수준으로 구성하여 참여자들이 교육에 좀 더 쉽게 접근할 수 있게 해 센터 이용자를 늘리는 방향으로 설정”해 볼 수 있습니다.

참여자 니즈(요구 사항) 파악

- ▶ “설문조사를 통해 교육 참여자의 의견을 이끌어내거나, 교육명에 최대한 교육의 특징이나 주요 키워드를 넣어서” 참여 수요의 반응을 살펴볼 수 있습니다.
- ▶ “관내의 평생교육기관, 공동체 등 미디어센터와 유사하게 미디어교육을 하는 기관을 파악하면서” 교육 수요를 확인해 볼 수 있습니다.

강의에 대한 흥미 유지

- ▶ “참여자가 교육 시작부터 끝날 때까지 흥미를 갖고 참여할 수 있는지”에 대한 고민입니다. 이는 교육 출석률과 직결됩니다. 강의에 대한 흥미를 유지하기 위해 교육 시간 및 회차, 보조강사 배치 여부, 미디어 흐름 변화 및 미디어에 대한 관심도 등을 고려해야 하며 이는 세대/계층별로 다를 수 있습니다.

연령대별 선호 시간

- ▶ “시간별로 이용하는 연령대가 매우 다를 수 있”다는 응답도 참고할만 합니다. 예를 들어 어린이와 청소년은 주말 시간대를, 주부와 시니어는 오전 시간대를 선호하며 일반(성인)은 직장 퇴근 시간 이후인 저녁 시간대에 수요가 많다는 것이 일반적으로 받아들여지고 있습니다. 하지만 이것은 일반적으로 그렇다는 것이며, 지역의 상황,

상설미디어교육 기획 시 어떤 것을 고려하시나요?

교육 내용이나 특수한 조건에 따라 다를 수 있다는 것도 꼭 염두해야 합니다.

지역적 특성

- ▶ “인구가 많지 않은 지역의 경우 교육 모집에 어려움을 겪기도” 합니다.
- ▶ “지역 주민들의 의견”을 수렴하여 교육 기획을 합니다. 고려해야 할 지점으로 지리적 특성과 인구 구성적 특성, 문화적 특성 등이 있습니다. 예를 들어 지리적 특성은 농촌지역, 도심지역, 도농지역 등으로, 인구 구성적 특성으로는 고령자가 많거나 군인 가족이 많은 것, 다문화 가정이 많거나 귀촌인(이주민)이 많다는 것 등 많은 변수가 있을 수 있습니다. 문화적 특성은 신도시, 농촌지역처럼 지리적 특성, 인구구성과 연계되어 발현되는 경우가 많습니다. 이외에 지역적으로 동호회 활동이 활발하다거나 문화예술이 활성화되거나 역사가 깊은 도시는 그에 맞는 지역색이 발현되므로 이를 고려하여 의견을 수렴하는 과정이 필요합니다.

교육내용에 따른 적절한 강사 섭외

- ▶ “교육 기획 후 해당 교육 진행이 가능한 강사를 섭외”합니다. “교육 대상의 특성을 파악하고 눈높이에 맞춘 교육 진행이 가능한 강사 섭외”는 중요합니다.

계층의 세분화에 따른 교육목표 설정

- ▶ 교육 대상은 연령대, 프로그램 활용 능력, 관심도, 필요도, 소속 단체 및 기관 등에 의해 나눌 수 있습니다.
- ▶ 미디어 흐름 변화 및 흥미도와 지역에서 요구되는, 교육 참여자가 필요로 하는 지점을 분석하고, 단순한 향유부터 기술 및 이론 습득, 창작 등 참여자가 교육을 통해 얻을 수 있는 교육적 효과를 고려해 교육목표를 설정합니다.

계층별 미디어교육 수요 파악

- ▶ **어린이** \ “미디어놀이, 미디어 이용 습관 기르기, 미디어 체험 등 환경 안에서 다양하게 활동할 수 있”도록 구성합니다. “어린이 대상 교육의 경우 컴퓨터와 스마트패드, 코딩키트 등 직접 실습해볼 수 있는 전자기기가 있으면 집중도가 높아집니다. 전자기기의 관심도가 높은 연령대이다 보니 호기심이 많아 적극적으로 참여하여 교육을 잘 진행할 수 있었습니다. 또한 보조강사를 배치하면 조용한 환경으로 교육을 진행하는 데 도움이 될 수 있습니다.”
- ▶ **청소년** \ “진로와 관련된 교육”을 진행하고 “영상제작에 관심 있는 대상들이 많아 전문적인 영상제작 과정 전반의 기초를 다질 수 있도록 진행합니다. 미디어를 어떻게 보아야 하는지, 미디어가 어떻게 세상을 반영하고 있는지와 같은 정보판별 교육 또한 필수로 진행할 필요가 있습니다”
- ▶ **시니어** \ “자신감을 심어주는 것이 가장 중요하다고 생각”합니다. “시니어의 활동 영역에 대한 보존 및 늘어나는 여가 활동 시간을 채울 수 있는 활동을 제공하고, 이를 지속해서 이어갈 수 있도록 동기부여를 할 필요가 있습니다”. “반복 교육이 필요”합니다.

미디어 트렌드 반영

- ▶ 빠르게 변하는 미디어 환경을 반영함으로써 미디어교육 구조나 미디어교육 영역에 다양한 변화를 줄 수 있습니다.
- ▶ 코로나19 이후 비대면 교육은 큰 화두로 떠올랐고 ZOOM, 구글미트, 메타버스 플랫폼 등 미디어교육의 새로운 방법론에 대한 교육들이 운영되기도 하였습니다.
- ▶ 미디어 기술의 발전에 따라 메타버스, VR, AR, 코딩 등과 같은 새로운 미디어 트렌드를 반영한 교육도 등장하고 있습니다.

상설미디어교육 기획 시 어떤 것을 고려하시나요?

미디어 활동 영역 반영

- ▶ 미디어 활동가를 위한 맞춤형 교육프로그램을 신설하는 것도 매우 좋은 방법입니다.

후속 교육 및 활동

- ▶ 초급라디오를 진행하는 경우 심화 과정 기획으로, 제작 교육의 경우 제작 동아리 활동으로 확장하는 등 후속 활동을 기획해볼 수 있습니다.
- ▶ 영상 제작 과정은 체험 프로그램부터 실제 제작 교육까지, 또 시나리오 제작부터 영상콘텐츠 제작까지 수준별, 단계별 교육프로그램 및 제작지원을 진행합니다.
- ▶ 특히 지난 교육이 아쉬웠다면 그를 보완할 수 있는 방식의 연계 교육을 그려봅니다.

미디어 장르와 주제 다양성

- ▶ 극영화, 다큐멘터리, 애니메이션, 1인 미디어 등 다양한 장르를 접할 수 있도록 교육 기획 방향을 잡을 수 있습니다.
- ▶ 또 비교적 잘 다뤄지지 않는 사회적 주제를 다뤄볼 수 있는데, 페미니즘이나 퀴어 등의 소재를 미디어교육 내에서 풀어내는 시도를 해볼 수도 있습니다.



5

교육기획 시 아이디어를 얻기 위하여
어떤 노력을 하나요?



교육기획 시 아이디어를 얻기 위하여 어떤 노력을 하나요?

본 섹션에서는 지역미디어센터 미디어교육 기획자들이 빠르게 변화하는 미디어 트렌드를 고려하며 교육을 기획하기 위한 전 단계로, 미디어 트렌드 탐색을 위한 정보 검색의 과정과 교육과정에 반영하기 위한 아이디어션 방법들을 공유하고자 합니다.

지역미디어센터의 미디어교육 기획자들의 고민은 교육을 기획하는 단계에서부터 시작됩니다. 미디어센터의 교육프로그램은 급격하게 확장되는 미디어 기술을 빠르게 반영해야 하고, 미디어 트렌드 속에서 일반 시민들이 필요로 하는 것이나 원하는 것이 무엇인지 그 수요를 파악해 맞춤 기획되어야 하기 때문입니다.

『미디어센터 스태프 역량 강화를 위한 재교육 활성화 방안 연구』(2020, 전국미디어센터협의회)에 따르면 스태프 재교육의 필요성을 느끼는 때가 언제인지를 묻는 질문에 ‘미디어 환경 및 트렌드 변화를 따라가기 어려울 때’, ‘업무기획 및 실행에서 아이디어 부족 등의 어려움을 느낄 때’에 응답한 비율이 약 61%로, 많은 기획자가 교육 기획 시에 트렌드 파악과 아이디어션 단계에서 많은 고민이 있음을 알 수 있습니다. 날이 갈수록 교육을 필요로 하는 주체나 교육의 주제가 이전보다 더 다양해지고, 이에 따라 미디어교육 시설의 기능과 역할 또한 확장되고 전문화되는 시점에서 이러한 고민의 깊이는 더해져 갈 수밖에 없습니다.

미디어 트렌드를 파악하거나 아이디어션하는 과정에서 인터넷 검색을 통한 타 미디어센터 및 유관기관의 교육 현황과 사례 조사가 가장 먼저 이뤄졌습니다. 이후 미디어와 관련된 전문 자료를 검색하거나, 실제 교육 현장에 있는 강사 및 교육 참여자와의 소통을 통해 아이디어를 얻고 교육을 기획하는 경우도 많았습니다. 또 직접적인 관련이 없더라도 문화·예술과 관련한 다양한 전시, 행사 등에 참여해 미디어와 연계할 수 있는 지점들에 대해 경험해보거나, 다양한 소규모 커뮤니티

활동에 참여하며 미디어 트렌드를 파악해 나가는 등 각자만의 노하우를 살피볼 수 있었습니다.

‘최신 미디어 트렌드를 교육 기획에 반영하기 어렵다’는 답변도 있었습니다. ‘미디어 트렌드를 반영하고자 노력은 하지만 새로운 교육을 기획하고 준비하는 과정에서 많은 시간이 소요되고, 강사 섭외 및 기자재 준비 등의 여건들이 뒷받침되지 않는다’는 것이 주된 이유였습니다. 다른 한편으로는 ‘주어진 여건이 한정적이다 보니, 최신 트렌드를 따라가기보다 시민들의 미디어 리터러시 함양이라는 미디어센터의 기본 기능과 역할에 충실한 교육을 우선적으로 기획한다’는 응답도 있었습니다.

본 답변은 개별적인 조건이나 환경적인 제약 속에서 미디어교육의 방향성을 어떻게 가져갈지에 대한 고민이라는 점에서, 서로 수행지점이 다르더라도 미디어교육을 담당하는 스태프들이 함께 논의해볼 지점으로 보입니다.

미디어센터 미디어교육 기획은 단순히 기획서만 작성하는 것이 아니라 많은 것을 보고, 듣고 또 직접 실행해 보는 과정이 동반되어야 하는 실천적 분야입니다. ‘시야를 넓히기 위해 업무시간 외에도 개인적인 시간을 할애하고 있다’는 응답이 많았던 것도 이 때문이라 볼 수 있습니다. 미디어교육 기획자를 위한 미디어센터의 적극적인 지원과 더불어 미디어교육 기획자 간 긴밀한 네트워크가 마련된다면 더욱 큰 시너지를 낼 수 있지 않을까요? 서로가 가진 아이디어와 고민을 연결하는 것만큼 큰 힘이 되는 것은 없기에!

교육을 기획할 때 아이디어의 원천은 무엇이고 정보 검색의 과정은 어떠한지에 대해 질문의 주요 응답과 각 담당자가 전해준 참고 채널 및 사이트를 아래와 같이 나누어 정리해보았습니다.

교육기획 시 아이디어를 얻기 위하여 어떤 노력을 하나요?

최신 미디어 트렌드 분석과 시장 조사를 위한 인터넷 및 SNS 검색

- ▶ 타 미디어센터 홈페이지를 통한 교육 현황 및 사례 파악
 - 센터별 홈페이지/유튜브채널/SNS
 - 전국미디어센터협의회 홈페이지 및 블로그(미디어센터의 모든 것)
- ▶ 유관 기관 홈페이지 및 웹진을 통한 교육 현황 및 사례 파악
 - 미디어온, 미디어리(시청자미디어재단), 포미, 다독다독(한국언론진흥재단),
미리네(한국청소년정책연구원), 아르떼365(한국문화예술교육진흥원),
에듀코카(한국콘텐츠진흥원), 미디어생각(익산공공영상미디어센터), 진보적 미디어운동
연구저널 ACT!(영상미디어센터 미디어액트), 인디앤임팩트(독립미디어연구소 사회협동조합) 등
- ▶ 미디어 콘텐츠 구독
 - 유튜브, OTT 플랫폼 콘텐츠, 팟캐스트 콘텐츠 감상
 - 뉴스레터 구독(뉴닉, Trend A Word, 어거스트, 캐릿 등)
- ▶ 인스타그램 해시태그 검색

미디어 관련 전문 자료 활용

- ▶ 유관기관 정책연구지, 자료집 참고
 - 전국미디어센터협의회 세미나리포트 및 연구자료 등
 - 영화진흥위원회, 한국콘텐츠진흥원 등 정책연구지

포럼 및 워크숍, 강사연수 프로그램 참여

- ▶ 한국문화예술교육진흥원 강사연수, 시청자미디어재단 콘퍼런스, 한국언론진흥재단
미디어교육전국대회, 영화진흥위원회 포럼 등
- ▶ 전국미디어센터협의회 미디어센터 스태프 재교육 프로그램, 워크숍 및 이슈 포럼

관계자 소통

- ▶ 강사와의 소통
 - 강사 강의 제안(미디어강좌 공모사업)
 - 강사 간담회 등 직접 소통
- ▶ 교육 참여자와의 소통
 - 설문조사(사전수요조사 또는 강의평가)
 - 라포(참여자와의 긴밀한 관계)형성을 통한 의견 청취

문화·예술 관련 경험

- ▶ 독서 및 전시, 문화행사 관람 및 참여
- ▶ 미디어 커뮤니티 활동 참여



6

교육기획 시 강사와 교육 참여자의
의견을 어떻게 반영하고 있나요?



교육기획 시 강사와 교육 참여자의 의견을 어떻게 반영하고 있나요?

많은 미디어센터에서 교육 방향과 목표를 미디어교육 담당자가 먼저 설정하고, 이후 교육 강사와 기획 회의 등을 통해 방향과 내용 등을 조정해가며 커리큘럼을 구성하고 있었습니다. 교육 시작 전 강사와 교육 참여자가 참여하는 간담회를 개최하고자 노력하는 곳도 있었습니다. 많은 센터가 교육 참여자의 의견을 반영하기 위해서 사전 수요조사, 교육 모니터링, 교육 후 설문조사 등을 진행하고 있었습니다. 응답 결과를 토대로 주체별 의견 반영 방법을 아래와 같이 정리해보았습니다.



미디어 강사

- ▶ 교육 전 사전 미팅 등을 통하여 커리큘럼 구성에 관한 의견수렴 및 반영
- ▶ 교육 후 강의평가서 및 평가간담회 등을 통한 의견수렴 및 반영

교육 참여자

- ▶ 사전 수요조사
 - ▶ 모니터링을 통한 욕구 확인
 - ▶ 교육 종료 후 설문조사(만족도, 개설 희망 교육 등) - 차기년도 반영이 많음
 - ▶ 1차 교육 후 참여 이유 파악 등 교육 참여자 의견 청취
 - ▶ 오픈 채팅방, 밴드 등 온라인과 오프라인을 통해 평소 교육 참여자 이야기를 자주 청취
- ◎ 심화, 기획강좌의 경우 재참여가 높은 편이라 적극적으로 수요 파악 노력



7

선호하는 교육회차는 무엇이고
기간에 따른 기대효과는 무엇인가요?

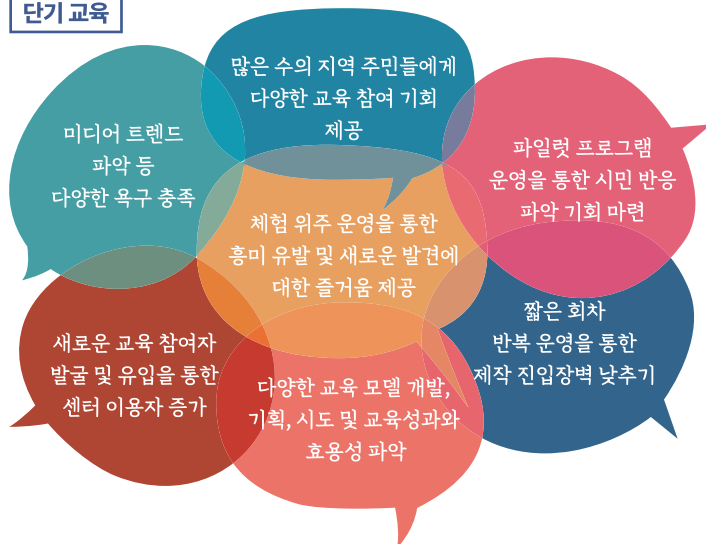


선호하는 교육회차는 무엇이고 기간에 따른 기대효과는 무엇인가요?

미디어교육 기획 단계에서 교육 회차를 설정할 때 기획자는 교육 내용과 대상, 교육 목표와 환경 등 다양한 여건을 고려합니다. 조사 결과 응답자들은 교육프로그램 수가 적어지더라도 충분한 회차의 교육을 기획하는 것을 선호하기는 했지만, 짧은 회차의 교육을 반복적으로 운영하거나 상대적으로 긴 회차의 수업을 통해 교육 참여자와 유대관계를 쌓아나가며 교육을 운영하는 등 전략적 접근을 병행하는 경우가 많았습니다. 참여자들이 단기 교육을 선호하고 참여율이 안정적이라 단기 교육 위주로 운영한다는 답변도 소수 있었습니다.

미디어교육 기획자는 교육 회차를 고민할 때 어떤 것을 고려하고 어떤 것을 기대효과로 두고 있을까요? 조사 결과를 아래와 같이 정리해보았습니다.

단기 교육





짧은 회차 교육을 통해서서는 툴 사용법 교육이나 기초적인 인문·교양 프로그램, 미디어 트렌드 강의 등을 운영하여 기술 습득이나 미디어에 대한 이해도를 높이는 데에 중점을 두고 있다는 것을 알 수 있었습니다. 반면 긴 회차 교육은 센터를 거점으로 하여 지역에서 활동할 수 있는 시민 제작자를 발굴하고 양성하는 데에 주요 목적을 두고 있었습니다.

교육 대상을 고려하여 회차를 설정하기도 하였습니다. 청소년의 경우 긴 회차의 교육 시 참여율 유지가 어렵다는 특징이 있지만, 반대로 시니어의 경우에는 반복 학습을 위해 긴 회차로 수업을 진행하는 것이 효과적이라는 응답이 많았습니다.

교육 회차가 긴 교육은 중도하차의 위험성이 있으므로 교육 참여자의 욕구가 충족되고 있는지 지속적 관리가 필요합니다. 짧은 회차의 교육은 교육 목적을 달성하기 위해

선호하는 교육회차는 무엇이고 기간에 따른 기대효과는 무엇인가요?

전략적 기획이 필요하고 교육 이후 다음 단계로 나아갈 수 있도록 단계별 교육을 구성하는 기획이 필요합니다. 하지만 현실적으로는 “예산”이 중요하다는 것이 응답자들의 중론이었습니다. “보통 예산에 맞춰 교육을 기획한다”는 답변이 많았습니다. 그럼에도 불구하고 “교육 참여자 모두가 자신이 설정한 교육목표에 도달하길 희망한다. 교육이 어렵거나 진도 속도가 맞지 않는 등 타의에 의해서 중도 포기하길 원치 않는다”는 응답을 통해 미디어센터 교육 기획자들의 고민과 마음을 엿볼 수 있었습니다.



8

강사관리는 어떻게 하고 있나요?



강사관리는 어떻게 하고 있나요?

기획자와 강사는 미디어교육 운영 완수를 위해 함께 달리는 이인삼각 같은 관계입니다. 미디어교육을 운영하는 데에 있어 기획자와 미디어 강사와의 협업은 매우 중요합니다. 이런 파트너십을 발휘하는 관계에서 '관리'라는 단어를 사용하는 것이 일반적으로 느껴지기도 하지만, 기획자가 '기획자'이자 '행정가'로서의 역할을 수행해야 하는 지점에 있어서 강사들을 어떻게 모으고 어떤 방식으로 소통하고 있는지를 알아보기 위한 방법론적 질문으로 받아들여 주시기를 바랍니다.

미디어센터에서는 미디어와 관련한 분야의 전문성을 갖춘 인재나 활동가, 또는 지속적인 활동을 할 수 있는 이들을 필요로 합니다. 그렇기에 센터에서 필요한 경우 강사를 모집하거나 양성합니다. 교육 참여자와 직접 만나는 강사들과의 소통을 통해 교육 기획을 보완하기도 하고, 빠르게 변화하는 미디어 환경에 대응할 수 있도록 미디어 강사 대상 역량 강화 교육을 실시하기도 합니다.

강사풀 구성

미디어센터에서는 강사모집과 강사양성프로그램을 통해 강사풀을 구성하고 있습니다. 강사모집은 수시모집, 공고모집, 개별 섭외로 나누어 볼 수 있었습니다.

강사모집

강사모집 중 수시모집은 홈페이지를 통해 상시로 이루어지고 있었으며, 공개모집은 필요 시, 또는 정기적으로 운영하는 곳 등 센터별로 운영양상이 달랐습니다.

공개모집의 경우 '강사모집 계획 ▶ 모집공고 ▶ 지원서 접수 ▶ 1차 서류 검토 ▶ 1차 결과발표 ▶ 인터뷰 심사 준비 ▶ 2차 인터뷰 심사 ▶ 최종 결과발표 ▶ 강사 간담회 진행 ▶ 강사풀 등록 및 강의 매칭' 순으로 진행하는 것이 일반적이었습니다.

강사모집에 있어 어려운 점으로 "신청자 수가 적다", "강사의 역량을 파악하기에 한계가 있다"는 응답이 있었습니다. 이를 보완하기 위해 개별 섭외를 가장 신뢰할 수 있다고 응답한 곳이 많았습니다. 비슷한 교육을 운영하는 다른 지역 미디어센터에 강사 추천을 받는 등 교육 기획에 맞는 강사를 개별 섭외를 하는 경우가 많았습니다. 미디어센터 간 네트워크나 지역 유관기관과의 네트워크가 탄탄한 곳에서는 네트워크를 활용하여 강사를 섭외하거나 강사풀을 축적하고 있었습니다. 미디어 강사 간의 네트워크 또는 강사 모임이 활발한 곳에서는 강사 네트워크와 소통하며 강사풀 관리를 하고 있었습니다. 기타 응답으로는 기획자 개인이 쌓아온 인적 네트워크를 활용한다는 내용이 있었습니다.

강사양성

강사양성은 센터의 미디어강사 양성과정을 통해 신규 미디어 강사를 양성, 발굴하여 강사로 배치하는 것을 의미합니다. 강사양성과정을 운영하는 센터는 대부분

강사관리는 어떻게 하고 있나요?

수료자에게 강사풀 등록 및 보조강사 활동 자격 등 센터의 교육프로그램에 참여할 기회를 부여합니다.

미디어 관련 분야의 전공자 및 경력 강사는 교육 현장의 투입이 비교적 쉽지만, 영상 제작 능력이나 미디어에 대한 기본적 이해가 없는 일반인을 강사로 양성하기에는 어려움이 있어 일부 센터에서는 미디어 체험 강사와 같은 난이도가 낮은 단계의 강좌와 연계하여 강사를 양성하고 교육으로 연계하는 등의 노력을 하고 있었습니다.

강사와의 소통

강사와의 소통은 “강사 간담회와 같은 공식적인 자리를 마련한다”는 응답과 “느슨하지만, 지속적인 관계 유지를 위해 비정기적으로 연락을 취한다”는 응답이 있었습니다. 다만 간담회는 강사들의 참여도가 높지 않고 주요 교육 혹은 교육 운영 횟수가 많은 일부 강사 중심으로 진행되는 한계가 있다는 응답도 있었습니다.

미디어 강사 역량 강화 프로그램 운영

미디어센터에서는 센터별 실정에 맞게 미디어 강사 대상의 연수 프로그램을 운영하고 있습니다. 기존 활동 강사에 대한 재교육과 네트워크 프로그램은 센터별로 활발히 이루어지고 있었습니다. 기존 강사에 대해서는 새로운 교육사업의 도입에 따라 역량 강화 교육, 강사들의 요구에 맞는 맞춤형 재교육(보수교육)을 진행하고 미디어 강사가 직접 기획할 수 있는 교육 연구 등도 지원하고 있었습니다. 일부 센터에서는 강사들이 교육 사례공유, 연구개발 등의 관련 활동을 할 수 있도록 동아리 활동비를 매년 지급하고 있기도 하였습니다. 다만 역량강화교육사업 기획을 위해 강사들에게 사전 수요조사를 실시하고는 있지만 실제 참여율은 크게 높지 않아 사업의 지속성이 고민이라는 이야기도 있었습니다.

강사 분류별 섭외 및 관리 방법

기존 강사

센터에서는 주로 강사풀 내에서 내부 사업의 강사를 선발합니다. 강사 워크숍, 간담회나 역량강화사업을 통해 기존 강사들의 관리가 이루어지고 강사가 직접 기획한 교육프로그램을 진행해볼 기회도 제공합니다. 센터가 강사 네트워크와 연계하며 강사들의 사례공유, 연구모임 등을 지원하기도 합니다.

신규 강사

신규 강사의 경우, 역량을 갖춘 강사를 모집하기도 하지만, 양성과정을 통해 신규 강사를 발굴하기도 합니다. 미디어강사 양성과정은 센터의 사정에 따라 운영되며, 양성된 인력을 보조강사 또는 체험 프로그램 강사로 연계하여 경력을 쌓을 수 있도록 지원합니다.

외부 강사

강사풀 내에서 적합한 강사가 없거나 별도의 섭외가 필요할 경우 외부 강사를 섭외합니다. 외부 강사의 경우 대면이나 유선상으로 사전 회의를 거치며 교육목표, 수강 대상, 센터가 원하는 강의 내용 등을 명확히 전달하고 강사비, 교통비 등을 사전 안내합니다. 추천과 소개를 통한 경우에는 강사의 이력을 파악하는 것도 중요합니다. 섭외가 이뤄지면 추후 교육의 방향과 방식에 대해 충분한 협의를 합니다.

관리 방법

“1년 단위로 주요 이력을 업데이트하고 강사 관리 카드를 활용한 강사 활동 현황을 기록”하기도 하며 “홈페이지 관리자 페이지를 통해 강사별 경력 사항을 기입·관리”하는 등의 방법이 있었습니다.

강사비 지급기준과 계약

지역미디어센터마다 강사비 지급기준의 근거가 상이합니다. 운영 규정에 명시된 지급기준을 근거로 하는 경우가 일반적이지만, 서울시 등 지방자치단체나 지방자치단체 인재개발원의 강사수당 지급기준 등 외부기관의 자료를 참고하여 근거화하고 이를 지자체와 협의하는 과정을 거쳐 강사비를 확정하는 방식도 많았습니다. 외부기관 연계사업 또는 공모사업의 경우 지원기관의 제시 기준에 따라 지급하는 경우도 있었습니다. 지역미디어센터에서는 미디어교육이 개설되기 전 강사계약을서를 작성합니다. 교육 기간, 회차당 강사비와 지급기일 등을 고지하고 계약하는 것이 보통입니다. 별도의 계약 절차를 거치지 않는 경우라도 사전에 교육 기간 및 강사비, 위촉 사항 등을 구두 또는 서면으로 안내하고 있음을 확인할 수 있었습니다.



9

**미디어센터 미디어교육의
기능과 역할은 무엇이라고 생각하나요?**



미디어센터 미디어교육의 기능과 역할은 무엇이라고 생각하나요?

미디어교육의 지형이 변화하는 만큼 교육 현장에서 기획자들의 고민도 깊어지고 있습니다. 영화, 다큐멘터리 등 전통적인 미디어뿐만 아니라 글, 음악, 미술 등 다양한 예술 분야와 결합한 미디어에 대한 수요가 늘어났고, 문화재단과 도시재생지원센터, 도서관 등 시설과 기관 등에서 직접 미디어교육을 운영하는 경우가 늘어나면서 미디어센터의 고유 역할이 무엇인지 고민하게 되는 시기입니다. 지역미디어센터 현장에서 일한다면 누구나 하고 있는 고민일 듯하여 물었습니다. 현재 지역미디어센터의 미디어교육 방향성을 점검하고, 앞으로 나아갈 방향을 짐작해보는 데에 서로의 목소리를 모아보는 자리가 될 것이라 생각합니다.





담당자들은 공통적으로 미디어센터의 기능을 “시민 누구나 미디어를 통해 소통·표현할 수 있고, 미디어를 일상에서 쉽게 활용하며, 다양한 미디어 활동을 할 수 있도록 지원하는 역할”이라고 정의하였습니다. “소외되는 사람 없이 보편적 미디어 권리 실현을 가능하게 하는 곳”이자 “미디어 리터러시 함양을 통해 건강한 사회를 만드는 데 기여하는 곳”이라고도 하였습니다. 공공적인 기능을 가지는 것은 필수이며, “지역의 공공 미디어 플랫폼이자 미디어교육과 시설 등을 이용하는 데 저렴하게 혹은 전액을 지원하는 공공기관”이라고 미디어센터를 정의하는 의견도 있었습니다.

“누구나 미디어를 향유하고 배우는 데에서 나아가 끊임없이 발전하는 미디어 환경에 맞춰서 미디어 활용 능력을 키워주고, 뉴미디어와 생활 창작 등 광범위한 영역을



미디어센터 미디어교육의 기능과 역할은 무엇이라고 생각하나요?

경험하는 공간”이지만 미디어센터가 뉴미디어만을 가르치는 공간은 아니라는 의견도 있었습니다. 이와 관련해서는 변화하는 미디어 환경 속에서 시민이 원하는 내용과 트렌드에 따른 교육은 진행하되, 그것이 기술교육이나 뉴미디어 교육에만 한정되지 않고 미디어센터는 공동체미디어교육 등 더 다양한 취지와 내용의 교육을 하는 것이 미디어센터 역할이라고 해석해 볼 수 있을 것 같습니다.

“비슷한 취미와 관심사를 가진 사람들과 작업을 지속할 수 있도록 단계적으로 배우고 참여할 수 있도록 미디어교육 프로그램이 구성된다면 미디어센터가 사람들이 모이는 공간이 될 것”이라는 제안도 있었습니다. “지역의 사랑방 같은 곳”이라고 센터를 설명한 응답도 있었습니다.

“영상과 영화 인력이 한정되어 있고 수도권으로의 유출이 많은 상황 속에서 센터는 영상·영화 전문인력을 양성하고 그들이 지속해서 지역 안에서 활동할 수 있는 환경, 정책 등을 만들어 나가는 역할도 해야 한다”는 응답도 있었습니다. “위탁기관의 정책사업을 시행하는 역할”을 수행한다는 의견, “지하철역을 이용하는 시민들이 누구나 편하게 들러 쉬어갈 수 있는 역할을 한다”는 의견도 있었습니다.

응답에 참여한 담당자들은 각자 연차도 다르고 소속 센터의 지역적 특성, 위탁 기관/단체의 특성, 센터가 위치한 장소성, 센터 사업 방향 등에 따라 주력 사업의 방향도 서로 다르기는 했지만, 미디어센터가 어떤 역할을 해야하는지에 대해서는 비슷한 생각으로 의견이 모아지고 있었습니다. 지역미디어센터가 앞으로 어떤 가치를 가지고 어떤 역할을 할지에 대한 방향성 고민하고 점검할 시점이라는 것입니다.



10

앞으로 미디어센터 미디어교육은
어떤 방향으로 나아가야 할까요?



앞으로 미디어센터 미디어교육은 어떤 방향으로 나아가야 할까요?



미디어교육이 앞으로 추구해야 할 방향과 지향점은 어떤 것인가에 대한 물음에 대한 응답은 다양했지만 대략 다음과 같은 요소를 공통으로 포함하고 있었습니다.

첫 번째는 교육 참여자들이 해당 미디어센터에서 자신이 속한 지역의 이야기와 연결된 공동체 활동을 할 수 있는 분위기와 환경을 꾸준히 일관되게 조성해야 한다는 것이었습니다. 그렇게 해야만 지속적인 미디어 커뮤니티 활동이 가능하고 미디어의 주요한 특징 중 하나인 '소통'의 장으로서 미디어센터가 지역 미디어센터의 역할과 기능을 수행할 수 있다는 것입니다. 개별적인 교육프로그램의 개발보다도 참여자들이 미디어를 적극적으로 활용하고 향유하는 본질적 활동을 더욱 활발하게 지속해 갈 수 있도록 환경을 만들어 주는 것이 더 중요하다는 담당자들의 메시지입니다.

다음으로는 미디어 리터러시 교육의 확장 및 강화를 꼽았습니다. 허위 정보가 넘쳐나는 요즘 시대에, 미디어에 대한 올바른 판단과 해석을 위한 리터러시 능력은 어느 때보다 중요해졌습니다. 유튜브와 소셜 미디어의 파급력을 고려해 볼 때 세대별, 계층별, 창작자, 소비자 모두를 위한 맞춤 리터러시 교육의 개발과 활용은 매우 시급하고도 중요해졌다는 의미일 것입니다.

또한 급변하는 미디어 환경에 따른 미디어 트렌드의 변화를 예측하고 그에 맞는 발 빠른 준비가 필요하다고 하였습니다. 미디어교육에서 기획의 중요성을 대변하고 있는 답변이라 생각합니다. 이제는 영상을 넘어서 라디오, 미술, 메타버스 그리고 인문학, 사회학 등 다양한 매체 및 주제와 융합한 교육에 대한 고민이 필요하고, 단순한 디지털 기술 및 기능 중심의 교육이 아닌 지역미디어센터의 존재 이유와 고유의 역할이 증명될 수 있는 교육프로그램의 기획과 개발이 더욱 중요하다고 말합니다. 그러면서도 센터마다 바쁜 업무로 인해 그에 대한 깊은 고민과 대비는 하지 못하는 것이 아쉽지만

앞으로 미디어센터 미디어교육은 어떤 방향으로 나아가야 할까요?

지금의 현실이라고 입을 모았습니다. 결국은 새로운 미디어교육에 대한 열정과 모험을 감수한 용기 있는 시도가 기획에 고스란히 담길 때 그것을 통해 미디어교육은 의미 있는 발전을 해나가는 것이 아닐까 하는 생각이 듭니다. 기획이 시작인 동시에 해결책이고 대안인 것입니다.

그 외에도 디지털 소외계층과의 격차가 갈수록 심해지는 가운데 미디어 불평등을 해소할 수 있는 꾸준한 노력이 필요하다고 했습니다. 역량 차이에 따른 눈높이 맞춤교육을 고려해야 하며 디지털 격차를 해소하기 위한 세대별 특성과 수요에 맞는 교육을 늘 고민해야 한다고. 또 지역미디어센터로서 지역과의 연계 방안을 담은 다양한 교육을 운영해야 하고 교육 기관과 연계하여 공교육에도 효과적으로 적용될 수 있는 다양한 미디어교육 프로그램을 공동으로 기획하고 제안할 수 있는 노력이 필요하다는 의견도 있었습니다.

지역미디어센터에서 미디어교육은 그야말로 핵심적인 사업입니다. 상설미디어교육 외에도 지역 미디어센터의 역할, 미디어 리터러시 확장 및 강화, 미디어 트렌드 소개, 보편적인 미디어 권리 실현, 지역사회와의 연계까지 미디어교육의 확장성이 곧 지역미디어센터의 역할로 이어진다고 할 수 있습니다. 지역미디어센터와 미디어교육의 고유성은 유지하되 새로운 것을 기획하고 개발하고, 확장성을 가져가는 것이 우리가 앞으로 나아가야 할 방향성이라는 생각이 들었습니다.

TALK
BOOK



A

미디어센터에서 일하는 우리



미디어센터에서 일하는 우리



센터 입사 후 미디어교육 전반에 관한 인수인계 또는 교육을 받은 바가 있나요?
있다면 어떤 방식으로 진행되었나요?

A 센터 자체 직원 교육을 통해 다양한 사례에 대한 교육을 받았다.

A 미디어 강사로 오랫동안 활동하였기에 미디어센터와 미디어교육에 관한 사전지식은 있었다.

A 개인 시간을 할애해 혼자 자료집 등을 찾아보고 공부하고, 실전에 적용해 보고, 센터 내부 스태프와 교육을 함께 기획하고 시연하면서 전반의 과정에 대한 프로세스를 익히고 교육을 진행해 나갔다.

A 입사 후 인수인계를 따로 받지는 않았지만, 함께 교육을 따라다니며 현장에서 배운 것이 크다. 그리고 이전 센터 교육 자료집, 타 센터들의 교육사례 등을 담은 책자들을 보면서 미디어교육에 대한 이해를 높일 수 있었다.

A 입사 후 인수인계, 교육을 따로 받지는 않았다. 입사 전 미디어교육을 진행할 때 선배 강사님들을 통해 전달받은 노하우, 관련 자료, 현장 경험 등을 통해 미디어교육 전반에 대한 이해도를 높였던 것 같다.

A 전미협 영상자료가 큰 도움이 되었다.

A 부딪히면서 배우다 보니 실수도 잦고 돈도 조금 까먹고(먼 산...) 했지만, 실패를 경험해서 좋았던 점도 많았다. 실패해도 다시 일어설 수 있는 조직의 문화와 환경도 중요하다고 생각한다.

A 어려웠던 부분은 행정적인 부분과 센터 비전과 함께 미디어교육을 기획하는 부분이었다. 주변에 조언받을 수 있는 분들을 찾아가고 다른 센터에서 발간한 책을 참고하였다. 하지만 1년이 지나 보니 보이는 것들이 있고 1년 6개월이 되니 할 수 있는 것들이 있다는 생각이 들었다. 가장 큰 힘은 궁금할 때 물어볼 수 있는 동료가 있는 것이다.

A 전미협 스태프 워크숍을 통해 미디어교육 파트를 담당하는 선생님들과 이야기 나누던 시간을 통해서도 배울 수 있었다.

A 전미협이 진행하는 스태프 재교육에서 미디어센터의 축제 행사 기획하는 방법, 미디어센터 사업 구성 방법 등에 대한 내용을 들을 수 있었는데, 미디어교육 기획에 있어서 도움을 많이 받았다.

A 센터 내에서 사내 스터디로 '미디어교육'에 대해 관심 있는 스태프들끼리 공부 및 논의를 하는 시간을 몇 차례 가졌다. 2007년 미디어엑스에서 펴낸 「미디어교육 새로운실천2-개념, 틀, 방향」에 한 자료가 특히 도움이 되었고, 「진보적미디어운동연구저널ACT!」에 실린 '나의 미디어이야기' 코너의 글들 등이 공부자료이다.

A 전설의 초록책 『미디어센터 미디어교육 이론』을 읽으며 미디어교육에 대해 배웠다. 내게 바이블 같은 책이다.

A 주니어미디어오늘 / 언론진흥재단 교육자료 / 시청자미디어재단 시청자미디어센터 등 미디어교육 및 미디어 리터러시와 관련된 책을 읽었다.



업무 지속성 확보를 위해 미디어센터 직원으로 지금 가장 필요한 것은 무엇인가요?

A 운영 예산이 충분히 확보되어 지원 공모 사업영역을 최대한 축소하여 행정업무를 효율적으로 개선하고 중점 사업의 지속성을 확보하고 향상해야 한다.

A 함께 공부하고 성장해나갈 수 있는 시간이 근무 시간 내에 마련될 수 있으면 좋겠음

A 연차별 경력을 반영한 급여 인상 그리고 정규직 전환

A 많은 미디어센터가 위탁기관 형태로 운영되고 있어 대체로 1~3년에 한 번씩 위탁기관 재지정의 절차를 거쳐야 한다. 고용이 불안하기 때문에 우선적으로 직원의 근무 안정성이 우선시 돼 센터 운영의 지속성·연속성을 유지하고, 다음으로 급여, 복지 등이 뒷받침되어야 한다고 생각한다.

A 미디어교육을 항상 기획해야 하므로 여러 가지들 배우거나 체험해볼 수 있는 자기 계발의 시간도 마련되면 좋겠다.

A 가능하지 않겠지만 길게 보았을 때 업무 지속성을 위해 5년 또는 10년 근속 시 안식휴가 등을 주거나, 그에 맞는 복지를 제공할 수 있게 된다면 개인적으로 너무 좋을 거 같다.

A 지속적인 역량 강화 및 네트워킹, 무엇보다 '미디어교육'의 전문가로 인정받아 인사발령을 받지 않고 이 업무를 지속 할 수 있는 여건이 되는 것

A 인풋을 가지는 환경. 새로운 자각이 있어야 새로운 기획을 하는데, 이를 위해서는 개인 시간을 할애할 수밖에 없음. 과중한 업무량과 처리해야 할 서류들이 산더미인 상황에서 새로운 것이 나오기는 힘들다고 생각한다. 업무시간 내에 새로운 것을 공부할 수 있는 환경이 조성될 수 있으면 좋겠다.

A 넉넉한 급여와 복지, 초과근무 안 해도 되는 업무 분장, 인풋을 가질 수 있는 자유로운 환경, 디지털 노마드 하고 싶다.

A 급여가 오르면 좋겠지요. 하지만 제가 가장 바라는 것은 다양한 것들을 시도하고 기획할 수 있는 상상력이 보장되는 환경, 다르게 말하면 인풋을 가질 수 있는 환경입니다. 새롭고 다양한 것들을 하기 위해서는 새로운 지식과 자극과 함께 격려와 응원, 협력이 필요할 것 같습니다.

A 인력 충원과 업무분장. 센터 대부분의 사업이 그렇겠지만 미디어교육 파트는 특히나 신경 써야 하는 부분이 많은 것 같음. 교육 기획, 운영만 하면 되는 것이 아니라 커뮤니티 사업, 공동체 사업 등 유기적으로 연계된 지점들에 대해 생각하고 고민해야 하는 부분이 많다 보니 교육파트에서 해당 업무를 다 맡게 되는 경우가 많은 것 같음. 적절한 업무분장이 필요하다.

A 미디어교육 관련된 네트워킹 /실무자 연수(남들이 하고 있는 걸 보고 듣고 할 수 있는 환경)

A 이용객을 생각하면 운영시간이 길면 좋겠지만, 직원들의 일상적인 삶과 자기 계발을 생각하면 아쉬운 부분이 많다. 근무 시간이 탄력적으로 조정 가능하고, 업무 관련한 강좌에 참여할 기회가 있으면 좋을 것 같다.

A 함께 공유할 수 있는 다양한 네트워크 (대면이 어렵다면 온라인이나 문서라도)



B

미디어교육 기획자로서의 우리



미디어교육 기획자로서의 우리



오늘도 내가 상설교육을 기획할 수 있게 하는 원동력은 무엇인가요?

▲ 교육 참여자들의 열정, 감사
인사, 발전 등 긍정적인 교육
참여자들의 반응

▲ 스텝으로서의 책임감

▲ 동료들의 칭찬

▲ 재미

▲ 기획이 계획대로 이루어질 때

▲ 새로움 추구

▲ 수강신청 조기 마감



미디어교육 담당자로서 가장 힘들었을 때는 언제였나요? 어떻게 해결했나요?

▲ 첫 기획, 첫 강사
섭외, 첫 모집 등 처음
할 때 힘들었다.

▲ 예산을 소진하지
못했을 때

▲ 지인들이 나를 기관
담당자로만 인식할 때

▲ 우리 지역은 인구가
줄고 있는 지역이다.
청년 계층의 참여가
많이 없어서 어려운
점이 있었다.

▲ 교육 기획 시 이상과 현실의 상이함을 느낄 때 힘들었다.

↳ 둘 중 현실적인 부분에 좀 더 초점을 맞추고, 예산안에서
하나씩 해결하다 보면 조금씩 문제가 해결됐다. 기관
연계사업으로 답을 찾기도 했다.

▲ 강사 선정부터 강의계획서,
홈페이지 교육 관리, 강의실 및
컴퓨터 컨디션, 관련 프로그램, 교육
참여자 관리, 교육 후 활동, 교육에
필요한 장비·시설 관리, 수입 및 지출
등 세세한 부분을 모두 체크하고
관리해야 하는 부분

▲ 미디어교육을 다양하게 하고 싶는데
강사에게 부여되는 예산에 한계가
있다고 느낄 때

▲ 성과를 위해서는 높은 수수료와
양질의 수료작이 완성되는 것이
중요한데 이것이 담당자 혹은 강사
개인의 역량으로 해소될 수 있는
지점이 아니기 때문에 항상 어렵고
이에 대한 고민이 많다.

▲ 비슷한 사례를 찾아보고 해결하려고
노력하거나 센터의 업무적인 어려움의
경우 센터 내 논의를 통해 문제를 해결한다.
상급자와의 면담을 통해 어려움에 대해
호소하거나 개인적으로 해결할 때도 있다.
많은 분이 그랬겠지만, 코로나19의 확산으로
교육을 지속할 수 없었을 때 가장 힘들었던
것 같다. 당시에 전혀 준비가 안 된 상태에서
교육의 비대면화(온라인교육)가 논의되고
있었지만, 우리도 준비가 안 되어 있고 다른
기관의 사례도 참고할 수 없어 그사이 아쉬운
시간만 보내게 되었다. 현재는 코로나로 인해
어쩔 수 없이 온라인 플랫폼을 만들고 온라인
교육이 시작되었지만, 오프라인 교육과는
별개로 온라인 교육시장도 꾸준히 개척해야
한다고 생각한다.

▲ 말을 함부로 하는 교육생 및 문의 전화
↳ 더욱 친절하게 응대 후 되도록 짧게
통화한다.

▲ 내가 기획한 교육에 대한 참여자들의 수요가 적을 때

↳ 지역적 특성 파악 후 교육 분야와 내용을
재설정하려 노력

A 강사 섭외가 잘 안될 때. 올해 워크숍 강사가 계속 섭외가 되지 않고, 섭외되었다가도 반려를 하는 경우가 생겨 교육 일정이 늦춰지는 일이 있었다.

↳ 그냥 계속 물색하고 연락하는 것 말고는 다른 해결 방법이 있을까... 하는 고민도 있었다.

A 성인 대상 교육일 때 가장 크게 느끼는데, '나 좀 안다'라는 태도로 수업에 참여하는 몇몇 교육 참여자들이 있으실 경우, 주위 다른 교육 참여자들은 본인이 못한다고 느끼거나 강사의 말에 따지를 걸거나 강사의 말을 듣지 않고 혼자 하고 싶은 대로 나가버리는 경우들이 있다.

↳ 수업의 분위기를 안 좋게 하는 행동들을 하는 경우, 당시에는 해결 방법을 찾지 못했고 해당 교육 참여자가 팀 안에서 너무 본인 마음대로 진행하려고 하는 경우 그렇게 되지 않도록 방향을 틀어주는 정도의 제안을 했다.

A 카톡방에서 여러 자료를 공유하면서 교육 진행 관련을 올리다가 갑자기 시간이 되지 않아 참여 못 할 것 같다고 의견을 올리고 나가는 경우가 생겼고, 교육에 잘 출석하다가 잘 안 나오는 경우가 발생하여 힘들다고 생각한 적이 있었다.

↳ 이런 경우 미디어교육 담당이 교육 참여자들이 끝까지 참여할 수 있도록 독려하고 의사소통하는 게 중요하다고 생각해 포기하지 않고 있다.

A 교육 참여자들의 출석률이 높지 않은 경우와 특히 무료 교육을 열었을 때 노소 문제

↳ 교육 전 사전 면접을 보면 아무래도 무단결석을 하는 경우가 조금은 적고, 신청 시 예약금을 받고 현장에 오면 돌려주는 형태로 진행하는 것도 조금은 도움이 됐다.

A 어떤 말을 했을 때 기관 입장으로 인지하고, 다채로운 활동을 할 수 없는 사람이 됐다고 인식할 때

A 교육 참여자 모집이 저조할 때와 중도 포기자가 많을 때

↳ 당일 수업 종료 후 개별 연락을 취해 다음 수업 시간 참여를 독려했다.

A 소수이지만, 이용자가 원하는 바를 들어줄 수 없고, 그것에 대해 이용자가 속상해하거나 의견충돌이 있을 때 힘들다.

↳ 이용자와의 선을 지키고, 감정적이지 않고 원칙적으로 생각하기 위해 마인드 컨트롤한다.

A 강사의 교수법에 문제가 발생할 때

↳ 센터에서 요구하는 사항을 전달하고 사전 수업자료를 받아 미리 내용을 체크하여 조율했다.

A 나 혼자 섬처럼 존재한다고 느꼈을 때

↳ 친한 센터 선생님들과 많이 얘기하기?

A 입사 후 1년 동안 나 자신의 한계 때문에 힘들었다. 일이 조금 익숙해진 후 한두 달은 그 긴장감이 나아졌다. 그러나 두려움, 외로움, 슬픔 등이 몸을 축축 늘어서 무기력해졌다.

↳ 바다에 가서 멍때리며 그 시간을 보냈다. 바닷가에 가서 가만히 앉아 있다 보면 파도가 심 없이 다가왔다 멀어지면서 토닥거리는 듯했다. 그 시간을 조금 지나니 옆에서 묵묵히 따뜻하게 바라봐주는 동료들이 있었다. 주변에서 기다리고 믿어주는 마음들 때문에 힘든 시간이 지나가게 된 것 같다.

A 교육 참여자 참여율이 저조할 때, 강제한다고 해서 해결되는 부분이 아니기 때문에 수업 진행 시 이런 부분에 대한 스트레스가 많다.

↳ 단기, 기술 교육과정이지 아니라 장기로 진행되는 제작과정의 경우 교육 참여자들과 네트워킹을 통해 관계를 형성해 나가고 그 안에서 동기부여 하는 것이 문제를 해소해나가는 데 많이 도움이 되었다.

A 첫 교육을 개설할 때 힘들었다. 지금도 물론 교육 기획할 때 고민이 많지만 처음 왔을 때는 이쪽 주민들이 무엇을 원하는지 모르고 어떤 계층이 많이 오는지 아무런 정보가 없었고, 이전 센터에서는 강사 섭외를 한 적이 없었는 데 여기 와서 강사 섭외를 처음 했을 때 어려움이 있었다.

↳ 온갖 미디어센터 교육을 보는 일이 가장 많았던 것 같다.



현재의 나는 어떤 상태인가요?

A 관계는 늘 힘들다, 시민과의 관계 형성, 스태프들과의 관계들이 때론 아주 힘들 때도 있지만, 그렇지만 또 그 안에서 행복하고 만족감을 찾는 것 같다.

A 내가 뭐라고 감사하다는 인사를 늘 받으며 일할 수 있는 곳이 얼마나 되겠는가 생각해보면 행복하다.

A 자기 발언의 기회가 적은 시민들에게 미디어 매체를 통해 자기를 드러낼 기회를 줄 수 있는 자리에 있어서 너무 좋다.

A 나는 미디어 전문가로 인정받을 수 있는 미디어센터에서 일할 수 있어서 좋다.

A 센터에서 진행하는 모든 교육을 열심히 다 수강하러 오시는 어르신이 있었는데 나중에 상담을 통해 이야기를 들어보니 현재 몸이 편찮으셔서 젊을 때 해보지 못했던 것들을 많이 경험하고 싶어서였다. 그런 열정을 닮고 싶다.

A 내가 하고 싶은 일과 해야 하는 일이 일치하는 행복감을 느끼며 일하고 있다.

TALK
BOOK



C

선배로서의 우리



선배로서의 우리

Q 후배 기획자가 들어온다면 '이것만큼은 꼭 알려주고 싶다!' 하는 것은 무엇인가요?

A 기획에서 끝나는 것이 아닌 소통이 중요하다 :
교육은 기획에서 끝나는 것이 아니다. 교육 참여자들과 강사를 잘 파악하고 그들이 필요한 것이 무엇인지 잘 듣고 소통이 이루어져야 다음 기획으로 이어질 수 있다. 따라서 타인과 많이 소통하고 뭐든지 배우려는 자세를 가지면 일할 때 조금 수월하다.

A 견문을 넓히고 다양한 경험을 해라 : 미디어교육의 기획은 다양한 경험과 정보에서 나올 수 있다고 생각한다. 따라서 많은 분야에 넓게 관심을 가지며 많은 것을 유연하게 받아들이는 자세가 필요하다. 일에 전념하는 것도 필요하지만 견문을 넓히는 것도 중요하다. 그러니 다양한 활동을 찾아 출장 다니면서 견문을 꼭 넓히라고 조언해 주고 싶다.

A 스스로를 위한 기획을 해라 : 내가 기획하며 재밌어야 교육을 듣는 사람도 재밌었다. 나 자신이 좋아하는 것을 기획하고 자신을 위한 기획을 해봐라. 자기 계발이 결국 시민과 지역사회를 위한 참신한 기획이 될 것이고, 성취감은 자연스럽게 따라온다.

A 기획하는 데 주저하지 말고 용기를 내라 : 첫 기획은 무조건 성공하니, 주저하지 말고 겁먹지 말고 다양한 의견을 내서 기획해보자.

A 실패해도 괜찮다. 두 번 안 하면 된다.

A 완벽한 기획과 교육은 없다. 하지만 변화와 성장은 항상 기획자와 교육생에게 동시에 찾아온다.

Q 기획자가 잊지 말아야 할 것은 무엇일까요?

A 사명감을 가지자. 우리 모두 얼마나 멋진 일을 하고 있는가!

A 이것은 그냥 일이 아니다. 조금은 고민하고 철학을 가지고 교육하길 바란다.

A 참여자는 내가 알고 있는 상식보다 더 많은 것들을 알고 있다는 사실을 기억할 것

A 함께 성장하고 있다는 점을 잊지 않기

Q 후배 기획자에게 한 마디!!

A 고민 있으시면 얘기해주세요. 기다리고 있습니다.

A 조금은 쉬어가도 괜찮아요.

A 일하면서 너무 많이 상처받지 않았으면!



일할 때 꿀팁이 있나요?

A 미디어교육 기획에 있어서는 제목이 중요한 역할을 한다. 키워드를 반영한 제목의 교육이 금방 마감되는 경우가 많다.

A 교육 참여자들의 반응에 따라서, 강사 스타일에 따라서 교육내용이 달라져야 할 때가 있다. 따라서 자신이 기획한 교육은 처음부터 끝까지 다 들어가서 참관하는 것이 좋다.

A 많이 경험하고 공부하고 경험이 쌓이면 업무가 편해진다. 일을 늘리지 말고 임팩트 있게 정말 필요한 것을 해라.

A 기안서를 작성할 때는 꼼꼼하게 작성하자.

A 기존에 해왔던 것들을 바꾸는 것도 필요하지만 지속적인 사업 진행을 위한 정보도 필요하다.

A 강약조간약. 업무를 하는 데 있어서 힘과 페이스 조절이 필요하다.

A 교육 참여자들의 진행 속도가 다르면 강사가 조금(많이) 힘들 수 있다. 수강생들도 만족스럽지 못한 교육이 될 가능성이 높다. 예를 들어 영상편집 교육이라면 교육 전 신청자들이 어느 정도 수준인지를 사전설문을 통해 확인하고 강사님께 공유해 그것에 맞게, 교육 참여자들이 필요로 하는 내용을 전달할 수 있도록 진행하는 것도 좋다.

A 시니어 연령층의 기초영상제작교육, 기술교육 수요도 지속해서 있는 편이다. 반복 교육이 필요한 경우가 많기 때문에 이전에 수업을 수료한 교육 참여자 대상의 SMS 광고를 진행하고 시니어 연령층의 구독률이 높은 신문지면 광고, 보도자료 배포 등을 활용한다. (실제 신문지면 광고를 진행한 경우 시니어 연령층의 문의가 많았다)

A 교육 대상별 교육 시간대 운영에 대한 고민이 필요하다. 시니어 대상이면 평일 오전, 성인 대상은 직장인을 고려해 평일 저녁. 그리고 학생들을 대상으로 하는 수업은 주로 토요일로 진행하는 편이다.

A 교육 참여자 모집에 있어 각 지역, 센터별 차별점이나 특징이 있을 것 같은데, 이런 지점이 공유되면 추후 교육 진행 시 큰 도움이 될 수 있을 것 같다. 대구의 경우 영화 관련 교육 수요가 높은 편이며 이러한 교육의 경우 20~30대 연령층의 수요가 많은 편이다. 이에 맞추어 2030 연령층의 사용 빈도가 높은 SNS 위주로 홍보를 진행하고, 그에 맞는 말랑한 홍보콘텐츠를 제작한다.

A 시니어분들은 매우 일찍 강의실에 도착한다. 다른 교육을 30분 전에 세팅하신다면, 시니어 대상 교육은 1시간 전 정도에 미리 세팅해두는 게 마음이 편안하다.

A 교육 진행 전 최종 참석 여부를 확인해요! 교육 진행 전 취소하는 사람도 많으니 꼭 확인할 것! 16명 신청했는데 교육 첫날 8명이 와서 눈물이 날 뻔했던 기억이 있다.

A 출석률을 높이기 위한 작은 선물이나 수료증 등이 있다면, 더욱 열심히 참여해준다.

TALK
BOOK



D

후배로서의 우리



후배로서의 우리



선배에게 '이것만큼은 꼭 묻고 배우고 싶다!' 하는 것이 있다면 무엇인가요?

A 누구나 영상을 제작할 수 있게 된 지금의 환경 속에서 미디어센터에서의 제작 교육은 사람들에게 어떤 지향점을 심어주어야 할까요?

A 교육의 형태가 아닌 활동의 형태로서 미디어교육을 기획하는 노하우 방법

A 이미 너무 많은 교육이 진행되고 있고 어떻게 보면 콘텐츠를 만드는 것이 어렵지 않은 요즘인데. 이런 상황에서 미디어센터는 앞으로 어떤 교육을 더 해나가면 좋을까요?

A 색다르고 획기적인 교육을 해야 한다는 무언의 압박이 있다. 그래서 그런 아이디어는 어디서 얻어오는 건지 배울 수 있으면 배우고 싶다. 다른 센터와 다르게 하고 싶은 욕망이 있는데, 기획과 강사 섭외에서 어려움이 있어서 아이디어를 구하고 싶다.

A 흔들리지 않고 지켜나가는 방법

A 이해당사자 간 조율을 잘하는 방법, 동료와 조직을 내 언어로 설득하기

A 계속 변화하는 미디어교육 분야에서 신규사업 발굴하기

A 사업을 진행하고 다양한 프로그램에 참여해서 이야기하다 보면 미디어센터, 미디어교육과 관련한 정책적인 이야기들이 많이 나오는데 이런 부분은 아무리 들어도 아직은 어렵게 다가오는 것 같다. 좀 더 쉽게 접근하고, 공부해나가고 싶은데 어디서부터 시작해야 할지 모르겠다.

A 신기술을 알고 배우고 싶다. 타 센터에서 새로운 교육을 기획 및 진행하게 이를 공유할 수 있는 장이 마련되고, 전국에 있는 미디어교육 담당자들에게 1차시 정도라도 참관의 기회를 줄 수 있는 환경이 마련되면 좋겠다. (cf. 예전 MBC시청자미디어센터 간 네트워크가 있었다. 연초에 전국의 MBC시청자미디어센터 담당자들이 모여 사업계획을 공유하고, 센터별 어떤 수업을 참관할지 사전 협의를 거쳐 한 번씩은 수업에 참관하고 의견을 나누는 자리를 가졌었다. / 참관비有)

A 선배에게 묻고 싶기보다 함께 같은 고민을 나누는 사람을 만나 고민을 나눴고 싶다. 저만 어려운 거 아니죠?

A 시야를 넓힐 수 있는 방법

A 어떻게 관리하면 출석률을 90퍼센트로 유지할 수 있을까요? 기초교육을 통해 동아리로 연계할 수 있는 사례가 궁금합니다.

A 비영리 기관에서 일하며 직업적 만족도는 어떠신가요?

A 어떻게 하면 오래 버틸 수 있나요?

A 직원들과의 이상적인 소통 방법은?

A 여유로워지는 방법

A 전화 받을 때 당황하지 않는 방법

TALK
BOOK



E

연대하는 우리



연대하는 우리



우리가 만나면 더 이야기하고 싶은 것은 무엇인가요?

A 미디어교육 기획 시 노하우, 프로세스 정리, 프로세스 중에서 중점을 두어야 하는 부분, 그 업무를 처리하기 위해 필요한 능력, 운영 시 발생할 수 있는 문제점과 해결점, 기획 정리(다른 센터의 교육 정리 및 다른 센터에서 하지 않는 미디어교육 진행 사례 등)

A 한계를 극복해내는 방법, 예산이나 기획 아이디어 등

A 예산과 회차에 따라 교육을 기획할 때 기준이 되는 가이드라인이 있다면?

A 미디어교육을 기획하고 진행할 때 생기는 딜레마 (현실적 vs 이상적)

A 그만둘 뻔한 에피소드

A 아이디어를 얻는 과정과 미디어교육을 담당할 시 가지면 좋을 마인드

A 미디어교육 실패 사례(?) 실수한 사례(?)들에서 의외의 놓치고 있던 유의점

A 사례 중심의 이야기_이럴 때 이렇게 대처했다!

A 고민거리나 애로사항 (들으면서 공감될 수 있는 것들)

A 열심히 일했는데 보이는 것(단순한 정량적 성과)이 작을 때, 숫자에 가려져서 과정 속 희로애락이 보이지 않을 때

A 직원들과의 소통 방법

A 교육 참여자들에게 미디어교육 중 가장 인기 있는 키워드는?

A 교육 참여자의 요구 어디까지 들어주어야 하는지?

A 우리 함께 교류하며 도움이 필요할 때 서로 연락 주고받았으면 좋겠어요.

A 서로에게 전하는 격려의 말 한마디!

A 우리 미디어는 놀이의 발상이라고 생각합니다. 그러기 때문에 일이라고 생각하지 말고 즐길 수 있는 거리를 찾는 놀이의 미디어가 되었으면 좋겠습니다. 나중에 슬로건을 만든다면 저는 '미디어 놀아보자!' 라고 짓고 싶습니다.

A 인생에서 의미와 가치를 찾아가는 것이 굉장히 힘든 일이란 건 누구나 알고 있습니다. 미디어교육 활동을 하며 내가 왜 이 활동을 해야 하는지에 대한 방향을 찾았던 것 같아요. 특히 미디어 취약계층과의 만남을 통해 내가 어떤 활동을 하고 있고 어떤 가치를 만들어내는지 알게 되는 계기였습니다. 이런 경험을 꼭 해보길 바랍니다.

A 이것도 했으면 좋겠다. 저것도 했으면 좋겠다. 항상 제안하시죠. 일을 즐기십시오. 마음의 속도도 즐기십시오. 그래야 생각의 여유가 생기고 꽤 멀리 걸어가지 않을까요?

A 교육을 담당 하다보면 현실적인 부분에 부딪히기도 하고, 어려움이 많기도 하지만 그래도 모두들 힘내셨을 좋겠습니다. 파이팅!)

A 교육을 기획하고 준비하다보니 강사와의 “협업”이 가장 중요하다고 항상 느끼고 있습니다. 초기에는 강사풀도 없고 미디어 분야에 대한 지식이 전무한 상태에서 어떻게든 미디어교육을 기획해야 했고, 강사와 함께 고민하고 이야기 하다보니 결국은 많은 교육들을 기획할 수 있었고 교육 참여자들의 만족도도 높아지게 되었던 것 같습니다.

A 입사해서 처음으로 ‘미디어교육’ 담당자들이 미디어교육과 미디어교육 담당자를 위해 이렇게 모였습니다. 그래서 저에게 참으로 귀하게 느껴지는 시간이라 이 리포트를 기획하고 쓰는 내내 피곤함보다는 기분 좋은 설렘을 느끼고 있습니다. 미디어교육 담당자분들이 있어 누군가는 영상을 만들 수 있고, 인생에 새로운 즐거움을 알게 되었을 것입니다. 우리의 일이 보이지 않지만 누군가의 일상을 변화시키는 중요한 일임을 알아주셨으면 좋겠습니다.

A 기획할 때 예산과 회차에 대한 한계가 있어서 업무하는 데 지체된 적이 많았을 것입니다. 해결책을 좀 더 찾아보면서 천천히 생각하는 게 중요한 것 같아요. 어쩌다가 너무 힘들면 잠시 접는 것도 좋은 방법이라고 생각합니다. 뿌듯한 순간을 느낄 때도 있기 때문에 너무 자책하거나 번아웃이 오지 않으셨으면 좋겠습니다.

A 각자의 자리에서 지난한 과정을 견디며 살아가고 있습니다. 미디어교육 담당자로서 서로가 가지고 있는 공통점을 찾고 나누며 ‘세상 밖에 나와 비슷한 일을 하는 동지들이 있네?’라는 조금은 유치하지만 왠지 모르게 위안이 되는 경험을 할 수 있으면 좋겠습니다. 오늘하루도 버티느라 애쓰셨습니다. 내일도 힘내봅시다.

A 앞으로의 미디어교육은 어디로 어떻게 갈지 막연하기도 합니다. 함께 기지를 모아 변화에도 흔들리지 않게 우리만의 철학과 신념, 에너지를 가지고 앞으로 나아가고 싶습니다.

?

ö

...

>

<

!

u

✱



ö

z

TALK BOOK