방통융합정책연구 KCC-2023-05

방송역사 100년 기념사업의 타당성 및 구체적 사업 추진방안 연구

(A study on the feasibility and the specific plan of the 100th anniversary of broadcasting history)

홍원식/김유정/송인덕/조성동/허준

2024. 1

연구기관 : 한국방송학회

방송통신위원회
Korea Communications Commission

이 보고서는 2023년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신 융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『**방송역사 100년 기념사업의 타당성 및 구체적 사업 추진방안 연구**』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2024년 1월

연구기관: 한국방송학회
총괄책임자: 홍원식
참여연구원: 김유정
송인덕
조성동
허 준

목 차

요약문 ····· v

제 1 장 서 론 ····· 1

1. 연구의 필요성 및 목적 ····· 1
2. 연구의 방법 ····· 5

제 2 장 기념사업 추진계획 사례 연구 ····· 9

1. 사례 연구 개요 ····· 9
2. 사례 연구 분석 ····· 12
3. 사례 연구 시사점 ····· 35

제 3 장 방송역사 100년 기념사업 추진 방향에 대한 조사 결과 ····· 39

1. 시청자 FGI 조사 결과 ····· 39
2. 방송박물관 건립 방안 관련 전문가 심층인터뷰 ····· 50

제 4 장 방송역사 100년 기념 사업 계획 제안 ····· 63

1. 기념사업 추진 배경과 방향성 ····· 63
2. 비전 수립 및 비전선포식 개최 ····· 66
3. 역사편찬 및 학술포럼 ····· 80
4. 기념 프로그램 제작 추진 방안 ····· 96
5. 기념행사 및 페스티벌 추진 방안 ····· 103
6. 방송박물관 건립 추진 방안 ····· 110

제 5 장 방송박물관 건립의 쟁점과 사례 ····· 115

1. 방송박물관의 필요성 및 기능 ····· 115
2. 참고 사례 분석 ····· 121
3. 자료 수집 기본 구상: 유물 조사, 수집 및 관례 계획 ····· 142

4. 법적 근거 및 건립 절차 ····· 148
5. 인력/조직 운영계획 ····· 154
6. 교육·체험 프로그램 운영 방안 ····· 159
7. 박물관 중장기 발전 방향 ····· 169

제 6 장 결론 및 사업계획 제안 ····· 179

참고문헌 ····· 190

별 첨 ····· 191

표 목 차

<표 1－1> 연구 포럼 구성 ····· 7
<표 1－1> 연구 포럼의 진행 ····· 8
<표 2－1> 천마총 발굴 50년 기념사업 추진일정 ····· 14
<표 2－2> 천마총 발굴 50년 기념사업 비전선포식 ····· 15
<표 2－3> 천마총 발굴 50년 기념사업 천마총 50년사 발간 ····· 16
<표 2－4> 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 과업의 범위와 단계 명시 ····· 20
<표 2－5> 2012여수세계박람회 10주년 주요 목표와 추진방향/프로그램 ····· 24
<표 2－6> 입지 및 시설조성 기본방향 ····· 31
<표 2－7> 대상지 검토 ····· 32
<표 2－8> 공간 조성방안 및 조성규모 ····· 33
<표 3－1> 시청자조사 개요 ····· 41
<표 3－2> 방송박물관 건립 필요성 및 근거 요약 ····· 54
<표 3－3> 방송박물관의 주요 기능 요약 ····· 56
<표 3－4> 방송박물관 설립 형태 요약 ····· 58
<표 3－5> 방송박물관 입지 요약 ····· 59
<표 3－6> 방송박물관 신축 또는 임대(리모델링) 방안 요약 ····· 61
<표 3－7> 방송박물관 건립 추진위원회 구성 방안 요약 ····· 62
<표 3－8> 방송박물관 운영 주체 요약 ····· 63
<표 3－9> 방송박물관 운영 재원 요약 ····· 64
<표 3－10> 방송박물관 포지셔닝 및 운영 전략 요약 ····· 65
<표 4－1> 사업 분야 및 예산 규모 (추정치) ····· 68
<표 4－2> 방송역사 100년 비전 수립 및 비전선포식 개최 사업 개요 ····· 71
<표 4－3> 1단계: 방송역사 100년 비전위원회 발족 준비 ····· 72
<표 4－4> 2단계: 방송역사 100년 비전위원회 구성 ····· 73
<표 4－5> 3단계: 방송역사 100년 비전 수립 사전 통합 연구 실행 ····· 74

<표 4－6> 4단계: 대국민 의견수렴 및 공론화 ····· 75
<표 4－7> 5단계: 방송역사 100년 비전 초안 확정 ····· 76
<표 4－8> 6단계: 대국민 공감대 형성(비전 슬로건 및 엠블럼 공모전) ····· 77
<표 4－9> 7단계: 방송역사 100년 비전 최종안 개발 및 비전위원회 추인 ····· 78
<표 4－10> 8단계: 방송역사 100년 비전 포럼 개최(공모전 시상식 연계) ····· 79
<표 4－11> 9단계: 방송역사 100년 비전선포식 준비(전담 PCO 선정) ····· 80
<표 4－12> 10단계: 방송역사 100년 비전선포식 개최(기념식 연계) ····· 81
<표 4－13> 11단계: 사후 정책 홍보 및 레거시 창출 ····· 82
<표 4－14> 학술연구 및 역사편찬 각 연도별 추진 방안 제안 ····· 95
<표 4－15> 24년도 추진 방안 제안 ····· 96
<표 4－16> 25년도 추진 방안 제안 ····· 97
<표 4－17> 방송제작 각 연도별 추진 방안 ····· 103
<표 4－18> 방송역사 100년 기념행사 사업 개요 ····· 108
<표 4－19> 방송박물관 건립 주체 및 법제 마련 방안 ····· 115
<표 4－20> 방송박물관 공간구성 및 규모 ····· 117
<표 4－21> 한국대중음악자료원 신축 총건축비 추정 ····· 117
<표 4－22> 방송박물관 건립 추진 계획 ····· 118
<표 5－1> 한국 대중음악 박물관의 개요 ····· 126
<표 5－2> 한국 영화박물관의 개요 ····· 128
<표 5－3> 스웨덴 국립 공연예술 박물관의 개요 ····· 130
<표 5－4> 스웨덴 아바 ABBA: The Museum ····· 135
<표 5－5> 파리 그래뱅 뮤지엄 Musée Grévin ····· 137
<표 5－6> 이탈리아 국립 영화 박물관 Museo Nazionale del Cinema 개요 ····· 143
<표 5－7> 유물 확보 유형 ····· 148
<표 5－8> 유형별 유물 확보 절차 ····· 149
<표 5－9> 박물관 및 미술관 법적 등록 기준 ····· 153
<표 5－10> 국공립 박물관, 미술관 설립 타당성 사전평가 신청서 양식 ····· 154
<표 5－11> 타당성 및 필요성 영역 지표 평가기준 ····· 154

<표 5－12> 박물관 대상 부지 선정 기준 ·····155
<표 5－13> 박물관 스페이스 프로그램 개괄 ·····156
<표 5－14> 운영형태 장단점 비교 ·····159
<표 5－15> 박물관 전문인력 권고사항 요약 ·····160
<표 5－16> 각 실의 업무내용 ·····161
<표 5－17> 주 이용 계층에 따른 활동 프로그램 ·····166
<표 5－18> 영유아 대상 활동 프로그램 ·····167
<표 5－19> 초등학생 대상 활동 프로그램 ·····167
<표 5－20> 청소년 대상 활동 프로그램 ·····167
<표 5－21> 가족 대상 활동 프로그램 ·····168
<표 5－22> 단체 대상 활동 프로그램 ·····168
<표 5－23> 장애인/소외계층 대상 활동 프로그램 ·····169
<표 5－24> 교육체험 프로그램의 단계별 내용 ·····159
<표 5－25> 방송 박물관 단계별 마케팅 전개 및 기대효과 ·····177
<표 5－26> 박물관 마케팅 믹스의 내용 ·····161
<표 6－1> 비전 사업 단계 요약 ·····188
<표 6－2> 역사편찬 사업 단계 요약 ·····189
<표 6－3> 방송제작 사업 단계 요약 ·····190

그 림 목 차

[그림 1－1] 사업범위와 추진방법 ·····5
[그림 1－2] 연구의 진행 방법 ·····6
[그림 2－1] 분석대상 목록 및 표지 ·····11
[그림 2－2] 천마총 발굴 50년 기념사업 <사업명, 사업기간, 사업내용> ·····12

[그림 2－3] 참여기관 협업 관계도 ····· 13
[그림 2－4] 국립공원 50주년 기념사업 취지와 연표 ····· 17
[그림 2－5]국립공원 50주년 기념사업 추진 범주와 계획 ····· 18
[그림 2－6] 국립공원 50주년 기념사업 추진위원회 출범식과 활동 ····· 19
[그림 2－7] 2012여수세계박람회 10주년 기념사업의 가치 정리 ····· 21
[그림 2－8] 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 시설물 관련 내용 ····· 23
[그림 2－9] 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 주요 추진행사 구분 정리 ····· 25
[그림 2－10] 세부 행사별 구체적인 정리 방향 예시 ····· 26
[그림 2－11]2012여수세계박람회 10주년 기념사업 추진체계 ····· 27
[그림 2－12] 서울관광플라자 조성 배경 및 필요성 도표 ····· 28
[그림 2－13] 서울관광플라자 통합 거버넌스 구축 ····· 28
[그림 2－14] 서울관광플라자 조성 및 운영 추진 전략 및 방향 ····· 29
[그림 2－15] 조성 비전 및 목표 설정 ····· 30
[그림 2－16] 사업 비용 및 기금 조성 등에 대한 논의 ····· 34
[그림 2－17] 운영조직 및 조직도 구성 방안 ····· 35
[그림 4－1] 방송역사 100년 기념사업의 구성 ····· 68
[그림 4－2]방송통신위원회 2023년 주요업무 추진계획 ····· 70
[그림 4－3] 라디오에서 OTT까지 국내 미디어 발전 연표 ····· 86
[그림 4－4] 한국방송사, 한국방송육십년사, 한국방송칠십년사 표지 ····· 87
[그림 4－5] 2017년 방송의 날 및 포상 수여식 공고와 언론사 보도 ····· 90
[그림 4－6] 2007년 방송 80주년 훈포장 수여 관련 언론사 보도 ····· 91
[그림 4－7] 방송역사 기념 우표 및 엽서, 기념우편날짜도장 ····· 92
[그림 4－8] 방송 80주년 기념프로그램 편성 안내 기사 ····· 93
[그림 5－1] 박물관의 개념 확장 ····· 121
[그림 5－2] 방송 박물관의 방향성 ····· 122
[그림 5－3] 방송박물관의 S.W.O.T 분석 ····· 123
[그림 5－4] 한국 대중음악박물관 내부 ····· 127
[그림 5－5] 한국 영화박물관 내부 ····· 129

[그림 5－6] 스웨덴 공연예술 박물관의 다양한 활용 예 ·····131
[그림 5－7] 스웨덴 공연예술 박물관: 1차 유물과 디지털 디스플레이의 결합 ·····132
[그림 5－8] 스웨덴 공연예술 박물관의 필즈 온 사례 ·····133
[그림 5－9] 스웨덴 공연예술 박물관의 휴식공간 활용 예 ·····134
[그림 5－10] 스웨덴 아바뮤지엄의 첨단 전시기법 활용 예 ·····136
[그림 5－11] 스웨덴 아바뮤지엄의 참여/체험형 전시 예 ·····136
[그림 5－12] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예1 ·····138
[그림 5－13] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예2 ·····139
[그림 5－14] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예3 ·····139
[그림 5－15] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예4 ·····140
[그림 5－16] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예5 ·····140
[그림 5－17] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예5 ·····141
[그림 5－18] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예5 ·····141
[그림 5－19] 파리 그레뱅 뮤지엄의 활용 사례 ·····142
[그림 5－20] 이탈리아 국립 영화 박물관 내부 ·····143
[그림 5－21] 이탈리아 국립 영화 박물관의 투명 고속엘레베이터 ·····145
[그림 5－22] 이탈리아 국립 영화 박물관의 다양한 체험 사례 ·····145
[그림 5－23] 이탈리아 국립 영화 박물관의 행사와 전시 사례 ·····145
[그림 5－24] 유물 조사에 대한 정보의 분류 관리 ·····147
[그림 5－25] 추진 조직구성 개념도 ·····157
[그림 5－26] 방송 박물관 조직구성 ·····161
[그림 5－27] 방송박물관의 교육·체험 프로그램 운영 방향 ·····163
[그림 5－28] 교육체험프로그램-기간 차원 ·····169
[그림 5－29] 교육체험프로그램-전시연계성 차원 ·····170
[그림 5－30] 교육체험프로그램-박물관 내·외부 차원 ·····170
[그림 5－31] 교육체험프로그램-학교 및 지역 타 기관·단체와의 관련성 차원 ·····171

요 약 문

1. 연구 목적 및 필요성

글로벌 플랫폼의 영향력이 날로 증대되는 가운데 국내 창의적 콘텐츠에 대한 관심이 전 세계적으로 강화되는 상황에서 이제 한국 방송은 이러한 도전을 넘어서는 것은 물론 끊임없는 구조적 혁신과 창의성 모델의 개발을 통해 '한류'와 '문화 국가, 한국'의 지속성을 유지하고 이끌어갈 역할을 요구받고 있다. 이를 위해 새로운 창의성 모델에 기반한 미래 비전을 세우는 것이 필요하며 이를 위한 전환적 계기가 절실히 요구되고 있다. 이러한 계기로서 방송역사 100년을 기념하는 것은 변화되는 방송 환경 속에서도 유지되어야 하는 방송영상 분야의 정체성을 재확인하고 미래 비전을 제시하는 중요한 의미를 지니는 것이다. 본 과제는 2027년에 있을 방송역사 100년을 맞이하여, 기존 방송 100주년 기념 방향 연구의 결과를 바탕으로 방송역사 100년의 기념 의미를 현재적 시점에 맞게 정립하고 이를 구현할 수 있는 구체적 기념사업의 계획을 수립하는 것을 주요 목적을 하고 있다.

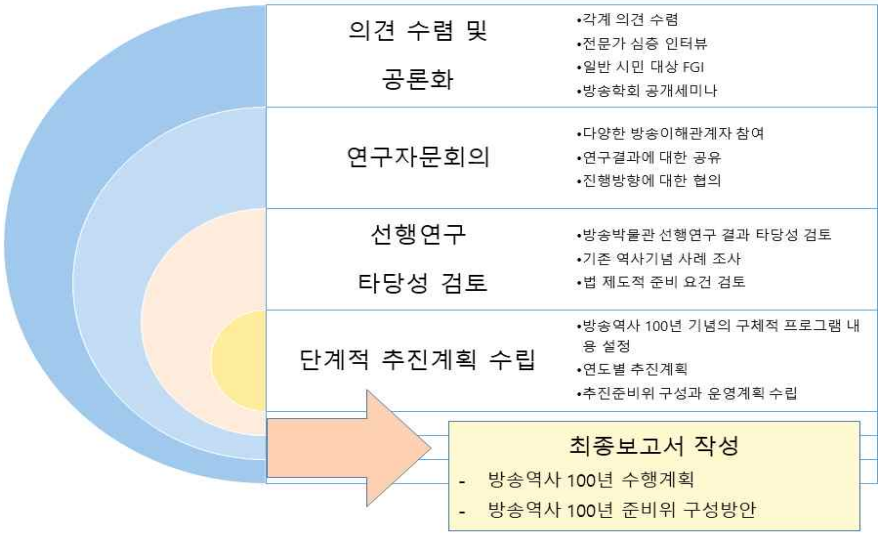
2. 연구의 구성 및 범위

본 연구의 목표는 2027년 2월 방송 100년을 계기로 새로운 미래 100년의 첫 발걸음을 내딛는 방송역사 100년 기념행사의 구체적인 계획을 마련하는데 있다. 이는 다른 역사 기념 행사의 사례들을 분석하고 시민들의 의견을 청취하는 사전 조사를 진행한 후, 이를 바탕으로 방송 100년 기념사업의 밑그림과 사업 추진 계획을 설계하여 이에 대한 여러 이해관계자들의 의견을 수렴하여 반영하는 방식으로 진행되었다. 단순한 기념행사가 아닌 방송역사 100년의 현재적 의미를 실현하기 위해서는, 계획 수립단계에 방송사업자 및 다양한 이해관계자들의 적극적 참여와 의견 공유가 필수적이다. 이를 위하여, 본 연구는 전문가 심층인터뷰, 공개 세미나 실시, 포커스 그룹 인터뷰 등을 한국방송학회의 특별연구팀을 구성하여 진행하였으며, 이는 다음과 같은 체계를 통해서 방통위와 유기적인 협력 속에서 추진되었다.

본 연구의 내용 및 범위의 주요 현안들을 다음의 방법을 통해 진행하였다. 본 사

업은 크게 (1) 방송역사 100년 기념 추진 방향 및 의제 설정을 위한 연구 포럼 2회 실시, (2) 방송역사 100년의 의미 및 방송역사 기념 사업 방향을 설정하기 위한 시청자 FGI 조사 및 전문가 심층인터뷰 조사 연구, (3) 타 역사 기념 사례조사를 통한 방송역사 100년 행사 실행 방안 검토, (4) 최종 보고서: 방송 100역사 기념행사 계획 작성 등의 세부 과제로 나누어 진행하였다.

[그림] 연구의 진행 방법



3. 연구 내용 및 결과

1) 사례 연구

이전 <방송100년 기념사업 추진방향 연구>에서 본 연구와 유사한 국내외 사례들을 선정하여 추진 비전과 목적 설정에 대한 분석한 바 있지만, 본 연구에서는 새로운 사례들을 추가로 검토하여 구체적인 실행계획을 참조하고자 하였다. 사례분석을 통하여, 본 연구에서는 추진사업의 분명한 목표와 가치를 기반으로, 다양한 범주의 기념사업들이 목록화 되고 참여 기관의 명확한 명시와 분업을 통해서 진행되고 있다는 점을 확인하였다. 즉, 대부분의 사업들은 기념의 의미를 실현하기 위해서 단일 행사나 사업보다는 여러 사업들을 구

성하는 복합적 사업의 형태로 진행하고, 이를 준비위원회 내의 체계를 구성하며 기념사업의 사업명과 세부내용, 담당기관을 명시하여 구체적으로 사업들을 목록화하고 있었다. 또한, 각각의 기념사업들은 각 사업의 본질적 성격을 충실히 담는 주요 행사도 진행하지만, 이와 함께 다양한 홍보 사업을 함께 구성하여 국민들의 관심과 참여를 유도하고 있다는 점도 공통적으로 확인할 수 있었다. 각 사업들은 민관을 아우르는 형태로 추진위원회를 구성하여 다양한 이해관계자의 참여를 유도하고 있으며, 이 과정에서 추진체계를 구성하는 각 방안들은 본 사업이 향후 특성에 맞추어 참고할 필요가 있을 것이다. 또한, 본 연구의 방송박물관 건립 방안과 관련하여서도, <서울관광플라자 조성 및 기본계획>의 사례는 사업의 각 추진단계에서 수행해야 하는 단계별 항목들과 거버넌스의 구축 및 입지, 재원 등에 대해서 참고해야 하는 부분을 제시해 주었다.

2) 의견 수렴 연구

본 연구에서 의견 수렴은 크게 시청자 FGI와 전문가들에 대한 자문연구 및 심층인터뷰를 통해서 진행하였다. 먼저, 시청자 FGI를 통해서는 방송역사 100년을 맞이하여 방송에 기대하는 가치와 비전을 탐색하고 구체적인 기념사업에 대한 기대와 반응을 확인하고자 하였다. 2집단에 대한 FGI를 통해서, 본 연구는 먼저 방송을 한국 사회의 변화에 대한 기록이자 현재 한국 문화의 우수성을 확인하는 대상으로 인식하고 있음을 확인하였다. 또한, 방송역사 100년 사업 필요성과 참여의사에 있어서 긍정적으로 반응하고 인식하고 있으며, 방송역사 100년을 통해 강조되어야 하는 방송미래에 대한 키워드로 '상승', '어울림', '다채로움', '빛', '역동성', '젊어짐' 등을 제시하기도 하였다. 기념행사에 대해서는 비전 선포의 장소와 구체적 세부방안을 통해서 전국 각지의 연결과 개방성과 포용성이 담긴 장소와 의미를 중요시하고 있음을 확인하였다. 이와 함께, 다큐멘터리와 대하드라마, 기념 전시회와 같은 행사에 대한 기대도 확인할 수 있었다. 한편, 방송박물관에 대해서는 높은 수준의 기대가 있음을 확인하고, 다양한 경험과 교육 공간으로서 의미가 다양하게 구성되는 경험과 참여의 공간으로서 의미를 부여하고 접근성이 높은 입지를 희망하고 있는 것으로 나타났다.

전문가 심층인터뷰는 방송역사 100년 기념사업 중 방송박물관과 기념 프로그램 제작에 대하여 현업 및 학계 전문가들을 대상으로 진행하였다. 전문가들은 방송박물관에 대해서는 방송의 사회문화적 의미의 기록 뿐만 아니라, 교육과 문화의 공간이자, 한류의 정체

성과 가치를 확인하는 의미에서 그 필요성을 강조하였다. 박물관의 주요 기능으로 아카이브와 체험 기능을 모두 강조하는 의견을 보였으며, 설립 형태로는 국립박물관으로 위상과 공적역할의 수준을 담보할 것을 주문하였다. 입지와 관련해서는 시청자 FGI와 마찬가지로 접근성을 가장 강조하며 상암동을 우선 제시하였으며 기존 건물의 임대보다는 신축을 통해 운영의 안정성과 지속성을 높이는 것이 바람직하다는 의견을 보였다. 건축 주체와 관련해서는 정부관련 부처 등 공적 기관의 참여를 우선 강조하였지만, 실제 운영에 있어서는 별도 법인을 설립하여 운영하는 것을 더 바람직하다고 제시하였다. 전체적으로. 방송에 대한 기억의 구성 공간이자 한류의 중심으로 방송의 역할과 비전을 직접 체험할 수 있는 온오프라인의 중심점으로서 방송박물관이 자리매김 되어야 한다는 의견을 보인 것으로 요약할 수 있다.

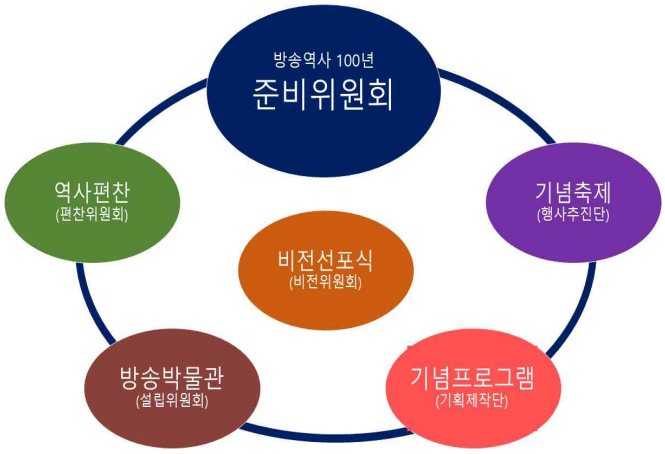
한편, 기념 방송프로그램의 제작과 관련한 전문가 심층인터뷰 조사에서는, 방송역사 100년의 기념사업인 만큼 방송 프로그램의 제작이 필수적이라는 의견을 확인하였다. 기념 프로그램의 주요 메시지로는 우리 삶에서 없어서는 안 될 요소이자, 소통 및 공유의 수단으로 방송이 기능해왔다는 점을 강조할 것을 주문하였다. 기념 프로그램의 장르에 대해서는 가장 먼저 다큐멘터리 제작의 필요성을 강조하였고, 방송이 국민들의 삶 속에서 함께 감정을 공유하는 동반자의 역할을 가져왔기 때문에 대중문화로서 가치를 재조명하기 위해서 예능과 드라마 프로그램의 제작도 필요하다는 의견도 확인할 수 있었다. 제작의 주체와 제작 규모 등에서 대해서 질문하였는데, 이에 대해서는 서로 다른 이견이 있음을 확인하였다. 다수 응답자들은 방송역사 100년의 가장 직접적인 당사자로서 KBS의 참여를 가장 우선시하였지만, 한편으로 최대한 당야한 방송사업자들이 참여하여 모든 방송의 기념행사로 만드는 기회가 될 것을 주문하기도 하였다. 제작 규모에 대해서는 공통적으로 대규모의 프로젝트로 충분히 100주년의 의미를 담을 수 있을 정도로 여러 편의 다큐멘터리 시리즈와 대하드라마 형태의 제작을 선호하고 있음을 확인하였다.

3) 기념사업 계획안

본 연구에서는 역사적 기점을 단일하게 정의하기 어려운 우리나라 방송의 역사적 특성을 고려해, 2027년 2월 16일(경성방송국 출범일)~9월 3일(방송의 날)기간 동안을 기념사업 기간으로 설정하여 일련의 행사 조직화할 것을 제안하였다. 해당 기간 동안, “방송역사 100년, 방송미래 100년”을 기본 컨셉으로 우리나라 방송 발전사에 대한 성찰 및 미래 혁신

성 제고의 방향성을 제시하는 다양한 행사를 다각적으로 구성하여 방송역사를 기념하고 그 의미를 함양할 것을 제안하고 있다. 구체적으로는, 크게 다섯 개 분야의 기념사업을 제시하고 있는데 이는 다음과 같다. 1) 비전선포식 : 방송역사 100년의 해 선포 및 새로운 방송미래 100년의 발전을 위한 비전 제시. 2) 역사편찬 및 학술행사 : 방송역사 100년 의미의 체계적 평가 및 성찰을 통한 올바른 방송역사 정립. 3) 기념 방송프로그램 제작 : 방송역사 100년의 의미를 국민과 공유하는 방송 콘텐츠 제작 및 방영. 4) 기념행사 및 문화축제 (페스티벌) : 시민들의 자발적 참여를 유도하는 페스티벌 개최와 국제 행사를 연계하여 한류로 대표되는 한국 방송 및 문화의 우수성을 홍보. 5) 방송박물관 건립 : 방송역사 100년의 성과를 기록 및 보관, 방송영역의 정체성을 강화하는 공간으로 활용.

[그림] 방송역사 100년 기념사업의 구성



4. 요약 및 결론: 사업 계획 제안

본 연구과제의 목표는 2027년으로 100년을 맞이하는 우리 방송의 역사적 기점을 계기로, 지난 과거사에 대한 자주적 성찰을 바탕으로 새로운 미래 100년을 바라보는 우리나라 방송의 미래 비전 제시와 그 시작점을 자축하는 '방송역사 100년 기념행사의 구체

적인 추진방안을 마련'하는 데 있다. 이를 위하여 올해 연구과제에서는 다양한 역사 기념의 사례를 검토하고 국민적 기대와 전문가 의견을 조사하여, 이를 바탕으로 다음과 같은 새로운 100년 미래 비전 위에서 설계되는 '방송역사 100년 기념사업의 밑그림과 사업 추진방안을 제시'하고자 하였다. 이에따라, 본 연구에서는 방송역사 100년의 기념사업을 5개 세부 분야로 구성하여 진행할 것을 제안하고, 각 사업 분야에 대한 진행 일정과 대략적인 사업비용의 규모를 추정하여 제시하였다.

〈표〉 사업 분야 및 예산 규모 (추정치)

사업 항목	예산	비고
비전 위원회 및 비전 선포식	약 6억	
역사편찬위원회 및 역사편찬	약 2억~2억 7천	
기념프로그램 제작	약 50억	제작사 자체 펀딩 제외
기념행사 및 문화축제	약 30~40억	
방송박물관 건립 준비	약 4~5억	건축 및 운영 비용 별도
합	약 90 ~ 100억	

본 과제에서 제시하는 사업 계획안은 2022년 실행된 <방송100주년 기념사업 추진방안 연구>의 조사결과를 바탕으로 하고 있으며, 이를 토대로 주요 기념사업의 영역을 설정하여 추진 방향을 제시하고 있다. 사업의 추진 과정에서 국내 방송사업자들의 적극적 참여를 유도할 수 있도록 기념사업 방향에 대한 의견 공유 및 자발적 참여를 유인하는 사업 추진 체계 기획하고자 하였으며, 방송역사 100년의 학술적 의미, 방송 산업의 요구 및 국민들의 호응을 함께 충족시킬 수 있는 기념사업 발굴 및 기본 실행방안 도출하고자 하였다. 사업추진을 위해서는 방송역사 100년 준비위원회 구성 및 각 사업별 추진주체를 준비위원회내 하위 기구로 구성하여 방송역사 100년 전체 체계 내에서 유기적으로 역할 분담하는 체계를 필요로 하며, 이는 차기년도 사업을 통하여 진행될 필요가 있을 것이다.

SUMMARY

1. A research on the direction of the broadcasting 100th anniversary project

2. Objective and Importance of Research

Celebrating 100 years of broadcasting history has the important meaning of reaffirming the identity of the broadcasting, which must be maintained even in a changing broadcasting environment, and presenting a vision for the future. In celebration of the 100th anniversary of broadcasting history in 2027, this research is to establish the meaning of commemoration of 100 years of broadcasting history in accordance with the present time and to develop specific commemorative projects.

3. Contents and Scope of the Research

This project is largely (1) conducting two research forums to set the direction and agenda for commemorating 100 years of broadcasting history, (2) conducting a viewer FGI survey and conducting in-depth expert interviews to establish the meaning of 100 years of broadcasting history and the direction of commemorating broadcasting history projects, (3) review of implementation plans for the 100th anniversary of broadcasting history through case studies of other historical commemorations, and (4) final report: preparation of a plan for commemorating the 100th history of broadcasting.

4. Research Results

1) Review of Other Cases

Through case analysis, this study confirmed that, based on the clear goals and values

of the projects, various categories of commemorative projects are listed and are being carried out through clear specification and division of labor by participating organizations. Each project is encouraging the participation of various stakeholders by forming a promotion committee that encompasses the public and private sectors, and in this process, each plan that constitutes the promotion system will need to be referred to in accordance with the future characteristics of this project.

2) FGI and In-depth Interviews

Through FGI, this study first confirmed that broadcasting is perceived as a record of changes in Korean society and an object that confirms the excellence of current Korean culture. In addition, there is a positive response and recognition in terms of the necessity and willingness to participate in the 100-year broadcasting history project, and keywords for the future of broadcasting that should be emphasized through 100 years of broadcasting history include 'rise', 'harmony', 'diversity', and ' It also suggested ‘light’, ‘dynamism’, and ‘rejuvenation.’

Through in-depth interviews, experts emphasized the need for a broadcasting museum not only to record the socio-cultural meaning of broadcasting, but also to serve as a space for education and culture, as well as to confirm the identity and value of the Korean Wave. Opinions were expressed that emphasized both archive and experiential functions as the main functions of the museum, and requested that the establishment form a national museum to ensure the level of status and public role.

3) Specific Plans for the Commemorative Project

In this study, considering the historical characteristics of Korean broadcasting, which makes it difficult to define a single historical starting point, the period from February 16, 2027 (the launch date of Gyeongseong Broadcasting Station) to September 3

(Broadcasting Day) was set as the commemorative project period. It was proposed to organize a series of events. During this period, based on the basic concept of “100 years of broadcasting history, 100 years of broadcasting future,” various events were organized to reflect on Korea’s broadcasting development history and suggest directions for improving future innovation to commemorate broadcasting history and its meaning. It is proposed to be cultivated.

5. Conclusion and Policy Suggestions

In this study, it was proposed to proceed with the commemorative project for 100 years of broadcasting history by organizing it into five detailed fields, and the progress schedule for each project field and the approximate size of the project cost were estimated and presented. These five fields are 1) Vision declaration ceremony, 2) Historiography and academic events, 3) Commemorative broadcast program production, 4) Commemorative events and cultural festivals (festivals), 5) Establishment of a broadcasting museum,

In order to make a progress on the project, it is necessary to form a preparatory committee for the 100 years of broadcasting history and organize the driving entities for each project into subordinate organizations within the preparatory committee to organically share roles within the overall system of the 100 years of broadcasting history, which will be carried out through the next year's project. There will be a need to progress.

제1장 서 론

제1절 연구의 필요성 및 목적

1. 필요성

국내에서 처음 방송이 시작된 것은 1927년 2월 16일 경성방송국을 통해 처음 전파가 송출된 시점이지만, 한국 방송의 기원에 대해서는 논란이 있어왔다(박인규, 2003)[1]. 당시 일제강점기에 일본이 사용하는 호출부호 JO를 사용하여 실시된 방송이어서 일부에서는 이를 국내 방송의 전사로 따로 구분하자고 주장한 바 있으며, 실제로 현재는 해방 후 국제전기통신연합으로부터 한국 고유 호출부호를 배정받은 1947년 9월 3일을 우리 방송의 날로 기념하고 있다. 하지만, 최근 방송사 연구에서는 일제 강점기의 경성방송국이 일본총독부의 선전매체였음에도 불구하고 조선 민중의 풍속과 생활문화에 상당한 변화를 가져왔다는 점에서 국내 중요한 방송사의 일부로 포함하고 있다(예, 한국방송의 사회문화사, 2011)[2]. 비록 자랑스러운 역사로 출발하지 못했지만, 일제 강점기의 방송도 우리 방송 문화의 형성에 지대한 영향을 끼친 바 있음을 감안할 때 이를 포함하여 방송 100주년을 기념하는 것은 국가중심적 또는 행정주의적 관점을 탈피하여 방송 현장의 실제 생산자와 생활세계를 구성하는 이용자의 시점에서 역사를 기념하는 의미를 지니는 것이다. 2022년의 방통위 과제를 통한 선행연구에서도 국민인식조사와 전문가조사를 통하여 경성방송국이 비록 국내 방송의 온전한 출발은 아니지만 그 자체로 갖고 있는 역사적 의미를 부정할 필요가 없다는 점을 확인한 바 있다.

우리 방송은 지난 100년의 역사 속에서 공적 차원에서는 물론 산업적으로도 큰 성과를

---

1) 박인규.(2003).[특집 : 연속과 변화 : 우리 사회 들여다보기] 한국 방송의 역사와 유산. 현상과인식, 27(1·2), 31-51.

2) 한국방송학회 (2011). 한국 방송의 사회문화사: 일제강점기부터 1980년대까지. 한울아카데미.

일구어낸 것이 사실이다. 이러한 성과는 방송영상산업에 대한 국가적 정책과도 긴밀한 연관성을 갖고 있다. 즉, 영상산업 진흥이라는 정책 비전 속에서 새로운 채널이나 매체가 시장에 새로이 진입하거나 정책 실행이 국내 방송환경의 구조 변동을 끊임없이 발생시켰고, 여기서 지상파방송사 등 주요 방송사업자들은 경쟁적 상황을 직접 대면하고 창의성의 새로운 모델을 끊임없이 개발하면서 이에 대응하였고 정책기관은 제도적 설계를 통해 이를 뒷받침해 온 것이다. 한국 방송은 서구 선진국들에 비해 출발은 늦었지만 '한류'라는 글로벌 현상을 만들며 전 세계 문화의 중심축으로서의 위상을 공고히 한 주체이며, 문화 국가 이미지를 고양시킨 주역이며, 이는 방송영상산업을 국가 정책 비전의 우선 순위에 두고 다양한 미디어 테크놀로지에 대한 적극적 수용, 창의성을 국가 핵심 자원으로 보는 정책적 결단이 큰 역할을 해왔음을 부인할 수 없는 것이다. 글로벌 플랫폼의 영향력이 날로 증대되는 가운데 국내 창의적 콘텐츠에 대한 관심이 전 세계적으로 강화되는 상황에서 이제 한국 방송은 이러한 도전을 넘어서는 것은 물론 끊임없는 구조적 혁신과 창의성 모델의 개발을 통해 '한류'와 '문화 국가, 한국'의 지속성을 유지하고 이끌어갈 역할을 요구받고 있다. 이를 위해 새로운 창의성 모델에 기반한 미래 비전을 세우는 것이 필요하며 이를 위한 전환적 모멘텀이 절실히 요구되고 있는 것이다.

이러한 의미에서 방송역사 100년을 기념하는 것은 변화되는 방송 환경 속에서도 유지되어야 하는 방송영상 분야의 정체성을 재확인하는 중요한 의미를 지니는 것이다. 본 과제는 2027년에 있을 방송역사 100년을 맞이하여, 방송역사 100년의 의미를 담보할 수 있는 구체적 사업계획을 수립하고 이를 실행할 수 있는 준비 조직의 체계 구성방안을 마련하고자 한다. 본 과제는 방송역사 100년 기념을 준비하기 위한 2차년 단계의 연구로서, 기존 방송 100주년 기념 방향 연구의 결과를 바탕으로 방송역사 100년의 기념 의미를 현재적 시점에 맞게 정립하고 이를 구현할 수 있는 구체적 계획을 수립하는 것을 주요 목적을 하고 있다.

2. 연구의 목적과 연구 범위

본 연구의 목표는 2027년 2월 방송 100년을 계기로 새로운 미래 100년의 첫 발걸음을 내딛는 방송역사 100년 기념행사의 구체적인 계획을 마련하는데 있다. 이는 다른 역사 기념행사의 사례들을 분석하고 시민들의 의견을 청취하는 사전 조사를 진행한 후, 이를 바탕으

로 방송 100년 기념사업의 밑그림과 사업 추진 계획을 설계하여 이에 대한 여러 이해관계자들의 의견을 수렴하여 반영하는 방식으로 진행되었다.

본 연구는 정치·경제·사회·문화 발전에 이바지해온 한국 방송 역사 100년을 재조명하고, 급변하는 미디어 환경 하에서 한국 방송의 새로운 미래를 밝히는 의미의 구체적 사업 추진 계획을 마련하고자 하였다. 방송역사 100년 사업 추진 계획은 구체적인 프로그램들까지 제안하는 수준을 의미하는데, 이는 전년도 연구에서 진행된 조사연구결과를 바탕으로 진행하였다. 2022년 진행된 방송 100년 기념사업에 대한 국민 인식 조사에서는 '문화·예술·홍보 사업 (영화나 드라마 또는 단편 기념 영상 제작 등)', '공익·나눔·복지 사업(미래 인재 양성 장학금, 방송 문화 개선 실천 운동, 기증 및 기부)', '한국 방송 100주년 기념식, 방송 문화 축제/박람회/EXPO와 같은 기념행사 사업', '한국 방송사 및 미래 비전 연구, 학술회의 또는 편찬 등 학계 중심의 학술·편찬 사업' 등이 방송 100년 기념 사업으로 상당한 수준의 호응을 얻을 것으로 나타난 바 있다. 사회통합에 기여하고, 미디어와 콘텐츠 산업의 발전을 견인하는 한국 방송의 새로운 100년을 바라는 국민과 전문가 집단의 의견들을 반영하여 방송 100년 기념 행사의 프로그램과 내용을 보다 구체화하고자 하였다. 본 연구진은 과거-현재-미래, 제작/제공자-이용자, 학계-산업계-정책기관 간의 관계에 대한 이해를 바탕으로 기본행사의 기본 틀을 구성하고 이를 기념사업으로 구현과 이어내는 작업을 수행하였다.

한국 방송역사 100년 기념행사는 마치 우리나라가 '원조를 받던 나라에서 원조를 보내는 나라'로 눈부신 발전을 이룬 것에 대해 자부심을 가지는 것과 동일하게, 비록 초기에는 '외세에 의한 방송 시대 개막'이었을 지라도 광복 이후 '자주 방송 시대'를 거쳐 현재에는 '세계적으로 인정받는 한류 방송 시대 발전'을 이루어 낸 우리나라 방송 산업 및 방송 역사의 우수성을 국민은 물론 세계와 소통하고 축하하는 국가적 차원의 대규모 행사로 개최할 필요성이 있다. 한국 방송역사 100년 기념행사 개최 필요성과 타당성을 인정받기 위해서는 '공익성 : 국가적 필요에 의해 개최되는 기념행사', '효율성 : 예산 투입 대비 사회적 Legacy (유산 가치)를 창출하는 기념행사', '국제성 : 세계인들의 관심을 집중시키고 한국의 우수성과 경쟁력을 보여줄 수 있는 기념행사', '경제성 : 실용적 예산 집행 계획을 바탕으로 한국 방송의 전·후방 산업 발전에 기여할 수 있는 기념행사' 등의 심사 승인을 획득할 수 있는 타당성의 논리와 전략적 접근이 필요하다. 한국 방송역사 100년 기념행사의 경우에는 방송통신위원회가 담당하는 다양한 정책 사업 중에서 본 기념행사의 개최 준비와 개

최, 그리고 사후활용이 얼마나 중요한 정책 사업에 해당하는지에 대하여 근거 제시하는 것이 중요할 것이다.

또한, 다가오는 2027년 한국 방송역사 100년을 기념하고 한국 방송 발전을 위한 미래 비전을 국민과 함께 공유하기 위한 주요 사업의 일환으로서 방송박물관 설립에 대한 검토 및 추진방안을 마련하고자 하였다. 해외 여러나라에서는 방송박물관을 설립하여 방송 유물 및 역사의 테마전시와 일반 국민들의 교육 및 체험프로그램을 통한 사회·교육적 공공서비스를 제공하고 있다. 방송의 역사와 미래의 발전상을 조망할 수 있는 방송박물관의 설립을 통해 지난 100년간의 한국 방송 역사에 대한 이해뿐만 아니라, 일반 국민들의 미디어 리터러시 함양을 위한 교육프로그램 및 복합문화공간의 기능과 역할을 제공함으로써 향후 시청자 중심의 방송 및 미디어 발전 방향과 비전을 확산하는 효과를 기대할 수 있을 것이다. 본 연구에서는 2022년 수행된 '방송 100주년 기념사업 추진방향 연구'의 결과를 토대로 방송박물관 설립에 관한 기존 연구 및 국내외 사례를 체계적으로 검토·분석하고 전문가 인터뷰 등을 통해 사회구성원들의 광범위한 합의를 이끌어낼 수 있는 방송박물관 설립의 필요성 및 정당성을 정교화 하고자 하였다.

다음으로, 역사 편찬 학술 연구의 방향성과 추진방법을 제시하는 것도 본 연구의 주요한 과제이다. 지난 22년도 <방송100주년 기념사업 추진방향 연구>에서 실시한 방송학회 세미나와 23년도 <방송역사 100년 기념사업의 타당성 및 구체적 사업 추진방안 연구>에서 진행할 세미나 내용을 향후 역사 편찬을 위한 기초 내용으로 활용할 수 있도록 준비하였다. 2027년 방송역사 100년 기념사업 이전 더 다양한 관점과 의견을 수렴하는 학술 세미나 및 추진 방안 공청회를 통해 기초적인 방송 100년 사료 정리에 더해 정부/학계 및 대국민적인 이해와 동의, 응원 등을 기반으로 하는 역사 편찬 과정의 초석을 다질 필요가 있을 것이다. 본 과제를 통하여, 학계 전문가와 역사 전문가 등의 식견을 다양하게 교류시키고 의견을 부딪치는 기회를 갖고, 이를 통해 방송 100년의 의미와 가치를 확고하게 정립시키는 자원으로 활용하고자 하였다. 이 과정에서 한국방송학회와의 적극적인 협력을 통해 정기학술대회 및 이번에 기획한 학회 세미나, 그리고 향후 더 다양한 학술사업으로 성장/확대시켜 나갈 수 있는 기반을 마련하고자 하였다.

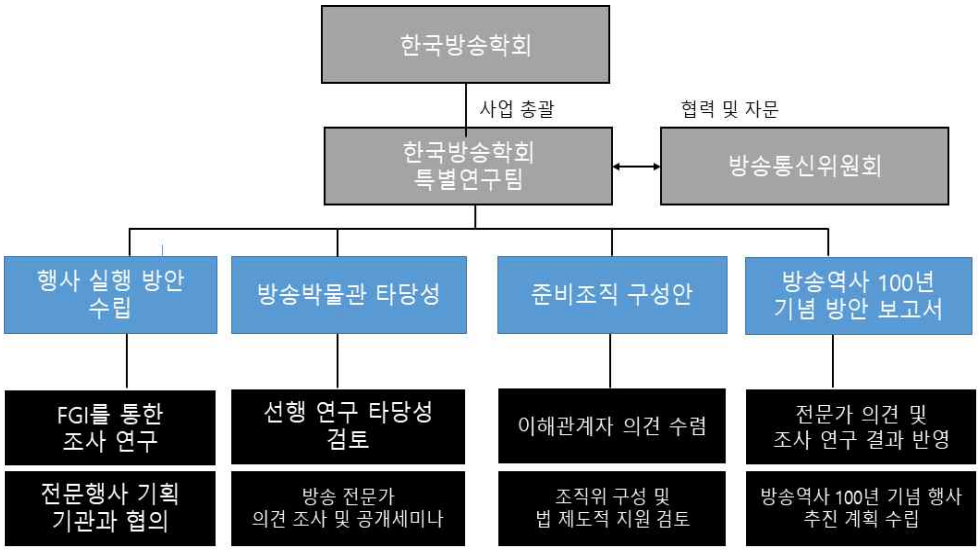
제2절 연구의 방법

1. 연구 설계

본 연구는 2027년에 있을 방송역사 100주년을 맞이하여 이를 방송 발전의 계기로 활용하기 위해 방송역사 100년을 기념할 수 있는 계획을 수립하고 이에 필요한 사회적 의견 수렴과 법제도적 요건을 검토하는 것을 목적으로 한다. 이를 위하여, 시청자 집단에 대한 포커스그룹 인터뷰를 실시하여 국민적 기대를 파악하고, 주요 연구 결과에 대해서 공개세미나와 자문회의를 통해 공론화하여, 제반의 검토 내용을 최종적으로 방송역사 100년 기념 추진 계획서로 작성하였다. 같은 유기적 체계를 통해 추진하고자 함.

단순한 기념행사가 아닌 방송역사 100년의 현재적 의미를 실현하기 위해서는, 계획 수립 단계에 방송사업자 및 다양한 이해관계자들의 적극적 참여와 의견 공유가 필수적이다. 이를 위하여, 본 연구는 전문가 심층인터뷰, 공개 세미나 실시, 포커스 그룹 인터뷰 등을 한국방송학회의 특별연구팀을 구성하여 진행하였으며, 이는 다음과 같은 체계를 통해서 방통위와 유기적인 협력 속에서 추진되었다.

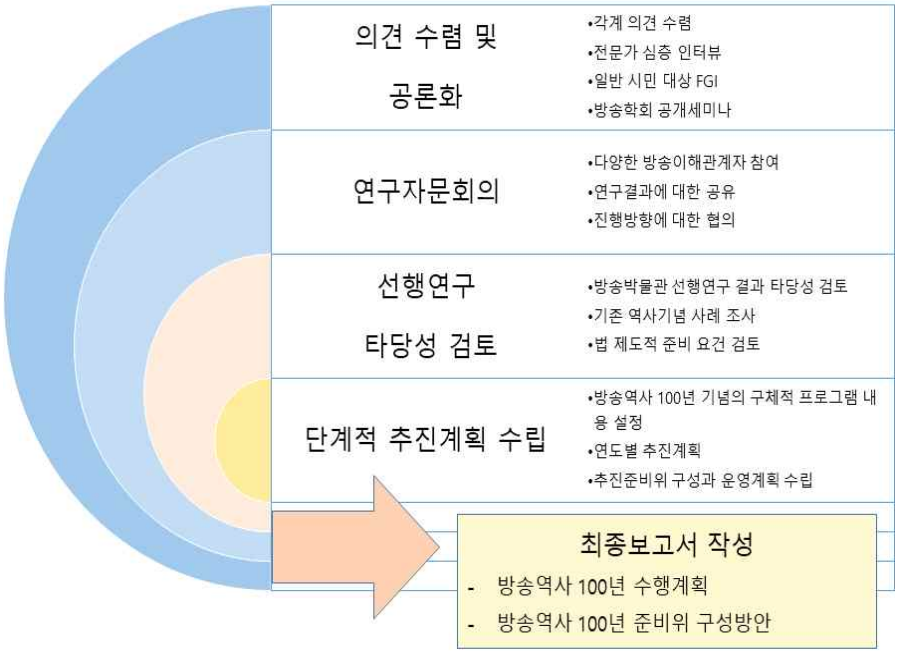
[그림 1-1] 사업범위와 추진방법



2. 연구 방법

본 연구의 내용 및 범위의 주요 현안들을 다음의 방법을 통해 진행하였다. 함. 본 사업은 크게 (1) 방송역사 100년 기념 추진 방향 및 의제 설정을 위한 연구 포럼 2회 실시, (2) 방송역사 100년의 의미 및 방송역사 기념 사업 방향을 설정하기 위한 시청자 FGI 조사 및 전문가 심층인터뷰 조사 연구, (3) 타 역사 기념 사례조사를 통한 방송역사 100년 행사 실행 방안 검토, (4) 최종 보고서: 방송 100역사 기념행사 계획 작성 등의 세부 과제로 나누어 진행하였다.

[그림 1-2] 연구의 진행 방법



1) 연구 자문 포럼 운영

22년도의 연구과제와 연속성을 이어가는 방식으로, 방송 유관 기관의 대표들을 본 과제의 연구 포럼으로 구성하여 포럼의 정기 회의를 통해 본 과제의 주요 주제를 결정하여 기본적 논의의 방향성을 설정하였다. 포럼의 논의를 바탕으로 조사 연구를 위한 기본 방향 설정 및 사업자들의 의견 공유를 추진하였다

- (주요내용) 방송역사 100년 기념행사의 방향 설정 및 타당성 검토
- (형　　식) 총 2회의 포럼 진행
- 포럼 구성원 명단

<표 1-1> 연구 포럼 구성

소속	지위	이름
한신대	교수	문철수
방송학회 연구팀		홍원식 김유정 송인덕 조성동 허　준
방통위 담당	미디어전략기획과	문정경 사무관
방송학회	교수	윤상길
KBS	공영미디어 소장	엄경철
방송협회	정책팀	최상훈
케이블TV협회	정책팀	김동현
채널진흥협회	정책기획팀	김세원
IPTV 협회	정책기획센터	이상경

방송역사 100년을 돌아보고 새로운 100년을 계획하는 본 연구의 속성 상, 연구 진행 상황과 단계별 성과에 대한 지속적인 공유가 필수적이다. 이 연구에는 여러 학문적 배경의 연구자들을 비롯해 다양한 분야의 미디어 사업자와 이해당사자들이 참여하며, 연구 범주와 주제도 넓을 뿐만 아니라 연구방법도 다양하다. 따라서 연구 단계별, 세부 연구 분야별 성과에 대한 체계적 점검, 학문적·정책적 연구 성과와 100년 기념사업과의 연계성 제고 등

을 위한 토론과 의견 수렴이 중요할 수밖에 없다. 이를 위해 본 연구에서는 2차례에 걸친 연구포럼 자문회의를 개최하고 다양한 이해관계자들의 의견을 수렴하였다. 연구 자문회의의 구체적인 주제와 시점은 다음과 같다.

<표 1-2> 연구 포럼의 진행

시기	연구 포럼 내용	비고
2023.9	• 기념행사 내용에 대한 의견 수렴 조사 연구결과 공유 - 전문가 집단에 대한 심층인터뷰 분석결과	
2023.12	• 방송박물관 추진 방안 공유 및 검토 - 연도별 추진계획과 준비위 역할에 대한 논의	박재연 교수 발제

2) 의견 수렴을 위한 조사 연구

방송역사 100년 기념행사를 구성하기 위하여 전문가들의 다각적 의견을 수렴하고 공개 세미나를 개최하여 연구결과를 공유하였다. 방송 전문가들의 심층 인터뷰를 진행하여 방송박물관 건립방향 및 방송역사 100년 기념 방송 프로그램의 제작 방향에 대한 의견을 수렴하였다. 한편으로, 일반 수용자를 대상으로 하는 FGI를 실시하여 방송역사 100년을 기념하는 행사에 대한 국민들의 일반적인 기대와 의미를 탐색하였다. 국민적 정서와 인식을 통한 방송역사 100년 행사에 대한 기대를 바탕으로 공개 세미나를 통하여 사업 추진의 타당성을 검토하고 공론화하고자 하였다.

3) 실행 방안 검토 및 보고서 작성

본 사업에서는 이와 같은 전문가 심층 인터뷰 및 일반 수용자 인식 조사 결과 및 세미나를 통한 공론화 과정을 거쳐서 방송역사 100년 기념 행사의 기본 계획을 수립하고 이를 실행할 수 있는 구체적 계획을 단계적으로 수립하여 제시하고 그 타당성을 검토하여 최종보고서에 포함하였다.

제 2 장 기념사업 추진계획 사례 연구

제1절 사례 연구 개요

1. 사례 연구 목적

제2장에서는 ‘방송역사 100년 기념사업 추진계획’ 정립을 위한 구체적인 참고를 위해 주요 분석 대상 기념사업들의 ‘추진계획·기본계획’ 사례 4개를 검토하고 정리하고자 한다. 이 연구는 기존 연구들에서 시도한 기념사업 사례 연구의 연속선상에 있지만, 이번 연구에서는 보다 구체적인 실행 계획을 검토하여 <방송역사 100년 기념사업>의 실제적인 실행 방향을 논의하기 위한 목적을 지니고 있기 때문이다.

지난해 홍원식 외(2022)의 연구에서는 연구의 기본배경과 목적을 구체적으로 설정하고, 우리나라 방송역사를 기념하는 데 있어서 신중한 접근이 필요한 부분을 잘 정리한 것에 더해, 주요 분석 대상 사례를 체계적으로 잘 정리하고, 기본적인 추진 방향성과 관련된 참고 사항들을 연구 배경과 목적에 따라 적절히 잘 정리했다.[3)]

---

3) 기본적으로 가장 신중하게 접근해야 하는 사항이 1927년 2월 16일 개국한 ‘무선전화 경성방송국(JODK)’이 한반도 내에 설치된 최초의 방송국이라는 역사적 사실을 어떤 방향으로 규정하고, 방송역사 100년에 대한 보편타당한 전국민적 인식을 어떤 방향으로 정립시켜야 하는지에 대한 부분이었다. 그들의 연구에서는 비판적 담론 형성을 통해, 숙의하고 되새기고 새로운 미래 방향성을 정립해 나가는 과정으로 제안하고 있는데, 과거 성과에 대한 '평가와 감사 목적의 기념’과 과거 발자취에 대한 '자성과 미래 발전에 대한 다짐 목적의 기념’ 중 그사이 어디쯤에서 어떠한 자세를 취해야 하는지에 대한 비평적 담론 형성이 필요하다고 정리하고 있다(32쪽). 사실상 2027년 2월 16일은 우리 한반도에서 방송이 시작된 역사적 기점이기 때문에 100년 기념을 자연스러운 절차로 볼 수도 있지만, 반면 일제강점기에 대한 국민 정서는 일반적인 기념으로는 수용하기 힘든 것 또한 분명한 사실이다. 결국 민감한 이슈인 일제강점기 역사를 제대로 되새기고 성찰해야 한다는 측면에서 현시점에서 과거와 미래를 제대로 논의해나갈 필요가 있다는 점을 잘 정리했다. 또한, 그들의 연구는 세계적으로 인지도를 높여 퍼져나가는 상승 기류의 한국

해당 연구에서 우리나라의 '100년 기념사업'을 검토한 사례만 추려 간략히 요약하면, <여수 개항 100년 기념사업> 정리를 통해서는 여수 개항 100주년 기념사업 추진 과정에서 '역사적 근거 자료 고증'이 기념사업 추진의 명분과 목적을 위해 적절히 이루어졌던 점을 정리했고, 기념사업 추진 '마스터 플랜'이 정립되어야 하는 점과 '중장기 사업' 및 '단기 집중 사업' 등이 명확히 분리되어 추진되었다는 점을 참고할 필요가 있다.

또한, <경북 항만 100년 기념사업> 역시 그 시작은 일제강점기라는 점에서 과거의 평가 부분과 미래의 새로운 100년을 위한 '공감대 형성 전략'을 정립했음을 알 수 있다. 그들은 '기념사업 기본구상' 및 '기념사업 목적' 내용과 '세부 사업 내역'을 검토하여 참고가 가능하도록 잘 정리하고 있다. 또한, '운영위원회' 구성 부분을 정리하면서 '방송역사 100년 기념사업'에서도 적절한 운영위원회의 설치와 추진, 그리고 타당한 사업목적과 세부 비목을 적절하게 구성할 필요가 있음을 잘 정리하고 있다.

다음, <3·1운동 및 대한민국 임시정부 수립 100주년 기념사업>의 경우는 '100주년 기념사업 기본구상 연구'의 수행체계부터 정리해서 추진 방향을 잡아야 한다는 점을 잘 정리하고 있다. 기념사업의 단계별 추진을 진두지휘하기 위해서 추진 조직의 특성과 세부 일정, 추진 비목을 일목요연하게 정리한 사례를 명시하면서 향후 방송역사 100년 기념사업에서도 참고할만한 사항들을 제시하고 있다고 볼 수 있다.

마지막, <한국 영화 100년 기념사업>과 관련해서는 100년을 기념하는 '국제학술세미나' 추진 내용, 100년 기념 광화문 '축제 및 기념식' 등을 정리해 방송역사 100년 기념사업에서 참고할만한 행사 및 축제/기념식의 방향성을 제시하고 있다.

이상의 내용과 기존 연구들의 논의를 참고하여, 이 연구에서는 다른 기념사업 추진 과정에서 논의하고 설정한 좀 더 구체적인 <추진계획과 기본계획>을 검토하여 방송역사 100년 기념사업에서도 참조할 수 있는 방향성을 검토 및 정리, 제시하고자 한다.

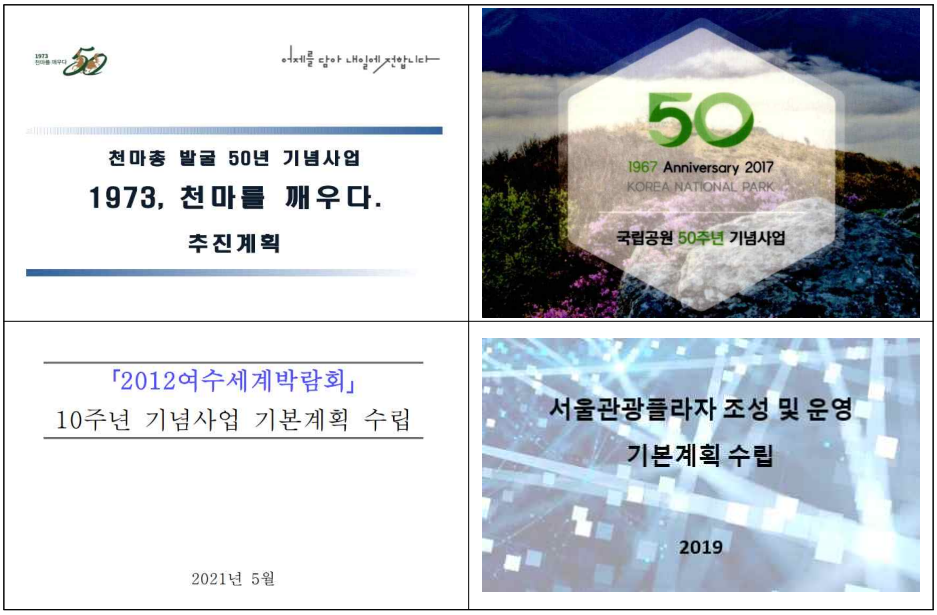
방송의 위상에 대한 과정적 평가 기회 마련이 필요하고, 방송 분야의 다양한 이해관계자들의 상생협력 거버넌스 구축이 필요하다는 점, 포스트코로나 시대 방송의 지속적인 발전 추진 체계 구축이 필요하다는 점도 중요한 배경으로 잘 정리하고 있다.

2. 사례 연구 대상

사례 연구 대상은 우선, 문화재청의 천마총 발굴 50년 기념사업 <1973, 천마를 깨우다.> 추진 계획, 둘째, 환경부와 국립공원관리공단의 <국립공원 50주년 기념사업> 추진 계획, 셋째, 여수시의 <「2012여수세계박람회」 10주년 기념사업> 기본 계획 수립, 넷째, 서울시의 <서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획> 수립 내용 4개 사례를 검토하고자 한다.

- <천마총 발굴 50년 기념사업 "1973, 천마를 깨우다." 추진 계획>
- <국립공원 50주년 기념사업 추진 계획>
- <「2012여수세계박람회」 10주년 기념사업 기본 계획>
- <서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획>

[그림2-1] 분석대상 목록 및 표지



상기 사례의 <추진 계획과 기본 계획> 검토 및 정리, 그리고 시사점을 명확히 추출하기 위해 기념사업의 의미와 사전 준비, 추진 일정, 구체적인 기념사업 비목, 그리고 예산 부분 등에 대해 종합적인 검토와 분석을 시도하고, 중요 사항들을 <방송역사 100년 기념사업>에 참고할 사항들로 제시하고자 한다.

제2절 사례 연구 분석

1. 천마총 발굴 50년 기념사업 <1973, 천마를 깨우다.> 추진 계획

문화재청의 <천마총 발굴 50년 기념사업>은 2023년도 천마총 발굴 50주년을 맞아 "신라문화유산의 발굴 보존 정비의 역사를 재조명하고, 신라 문화유산의 가치 확산 및 홍보, 신라문화유산의 찬란함이 국민의 자긍심을 넘어 세계로 도약할 수 있도록 체계적인 준비 및 추진"하겠다는 목표로 사업 추진 계획을 설정했다.

[그림2-2] 천마총 발굴 50년 기념사업 <사업명, 사업기간, 사업내용>

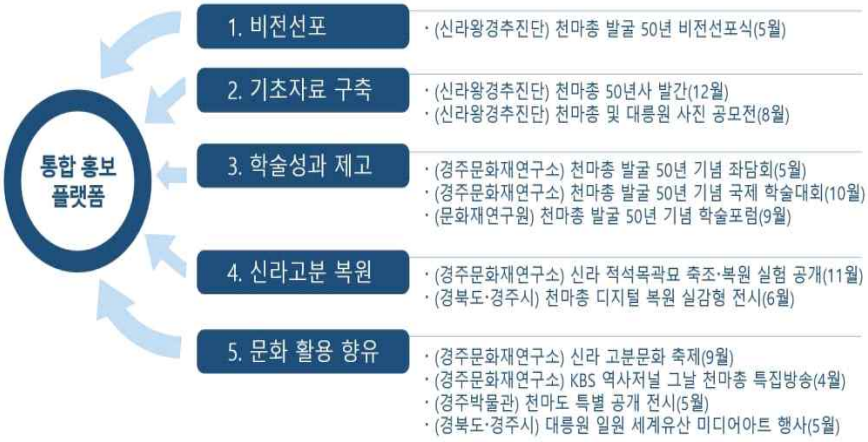
□ 사 업 명 : 천마총 발굴 50년 기념사업 '1973, 천마를 깨우다'

□ 사업기간 : 2023년 4~12월

□ 사업내용

○ 5가지 분야(비전선포 · 기초자료 구축 · 학술성과 제고 · 신라고분 복원 · 문화 활용향유), 12개 사업으로 추진

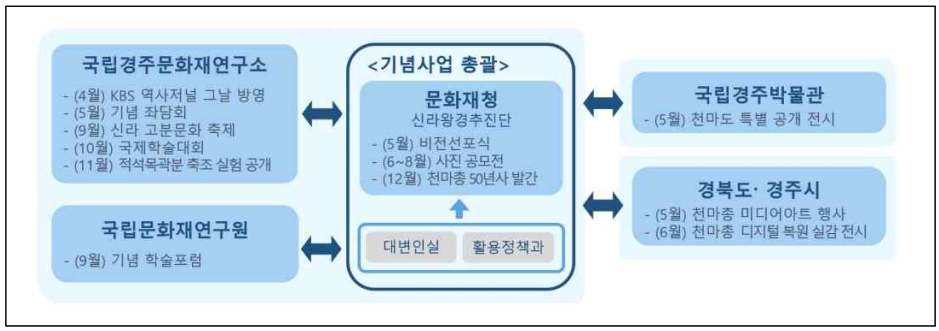
○ 통합 홍보 플랫폼 구축·운영 통한 일원화된 소통창구 운영



사업 내용은 5가지 분야의 12개 사업으로 추진하고자 계획을 잡았고, <1. 비전 선포, 2. 기초자료 구축, 3. 학술성과 제고, 4. 신라고분 복원, 5. 문화 활용 향유> 5개 기준에 세부 추진목표를 명확하게 설정하고 있다. 23년도 사업 기간에 월별로 실시할 구체적인 사업 내용을 명시함으로써 진행 방향을 명료하게 제시하고 있다. <방송역사 100년 기념사업>도 2027년도에 추진할 기념사업 일정을 이처럼 구체화할 필요가 있다.

또한, <천마총 발굴 50년 기념사업>은 문화재청 이외의 참여기관과의 협업 관계도를 명시함으로써 사업 추진의 주체와 역할을 구체적으로 밝히고 있다. 참여기관은 6개로 '문화재청, 국립문화재연구원, 국립경주문화재연구소, 국립경주박물관, 경상북도, 경주시'다. 이를 참고하면, <방송역사 100년 기념사업>의 경우 방송통신원회와 과학기술정보통신부 외에 주요 방송사업자 및 방송유관 단체의 참여가 필요하다는 점에서 이해관계자들이 함께 모여 명확한 관계 설정과 추진 사업에 대한 분담이 이루어질 필요가 있다.

[그림2-3] 참여기관 협업 관계도



다음, <천마총 발굴 50년 기념사업>은 '비전 수립'을 위해 '천마총 발굴 50주년 브랜딩 공모전'을 실시하고, '선포 비전과 기본방향, 목표' 등을 명확히 명시하고 있다. 또한, 이에 따른 구체적인 추진전략을 제시하고 있는데, 각 추진 사업에 대한 '사업명, 세부내용, 추진기관'을 명시함으로써 추진 방식과 주체를 명확히 하고 있다는 점을 알 수 있다. 이 또한

<방송역사 100년 기념사업>에서도 추진전략 체계 정립 과정에서 참조할 필요가 있다.

<표2-1> 천마총 발굴 50년 기념사업 추진일정

일정	사업명	세부내용	기관명
'23년 4월	ㅇ천마총 특집방송 공동제작·방영(KBS '역사저널 그날')	ㅇ국민문화재 '천마총' 가치 홍보 ㅇ어려운 환경을 극복한 발굴조사 성과와 가치 부각	국립경주문화재연구소
'23년 5월	ㅇ천마총 발굴 50년 기념 좌담회	ㅇ천마총 발굴 참여 조사단원 6인의 대담 형식의 좌담회 ㅇ대담 영상물 기록 보존	국립경주문화재연구소
	ㅇ천마도 특별 공개 전시	ㅇ천마도 실물 특별 공개 전시 ㅇ천마도 관련 전시	국립경주박물관
	ㅇ천마총 발굴 50년 비전선포식	ㅇ미래비전 선포 ㅇ감사패 전달 및 기념공연	신라왕경추진단
	ㅇ세계유산 미디어아트 행사	ㅇ'대릉원 녹턴 : 빛의 예술로 밝히다.' 를 주제로 미디어아트 상영 및 공연	경북도·경주시(문화재과)
'23년 6월	ㅇ천마총 디지털 복원 실감형 전시	ㅇ천마총을 포함하여 신라 고분을 주제로 신라 고분 실감영상 제작·상영	경북도·경주시(왕경조성과)
'23년 8월	ㅇ천마총 및 대릉원 사진 공모전	ㅇ2가지 분야(기록/작품)로 추진 ㅇ사진 기록자료 수집 및 국민 관심도 제고	신라왕경추진단
'23년 9월	ㅇ천마총 발굴 50년 기념 학술포럼	ㅇ국가주도 천마총 발굴의 연장선인 신라왕경복원정비 사업 주제 학술포럼	국립문화재연구원
	ㅇ신라 고분문화 축제	ㅇ고분 문화유산 활용행사 ㅇ발굴조사 체험 ㅇ발굴현장 및 유적 답사	국립경주문화재연구소
'23년 10월	ㅇ천마총 발굴 50년 기념 국제 학술대회	ㅇ주제1-천마총과 적석목곽묘 ㅇ주제2-동아시아 고분문화 속 천마총	국립경주문화재연구소
'23년 11월	ㅇ적석목곽묘 축조 복원 실험 공개	ㅇ쪽샘44호분 축조 복원 실험 ㅇ적석목곽묘 CG영상 공개	국립경주문화재연구소
'23년 12월	ㅇ천마총 50년사 발간	ㅇ천마총의 시원적 의미 부각 ㅇ2권(전문/도록)으로 구성	신라왕경추진단

마지막, 세부 사업 계획에 따른 각 기념사업 계획을 보면, 첫째, 비전선포식은 '참석대상, 주요내용, 행사일정'을 명확히 명시해 놓고 있다. 주요 참석대상 인원은 관계자 200여

명으로, 주요 내용은 미래비전 선포로, 그리고 행사일정과 행사내용을 명시해서 비전선포식의 사전 준비를 명확하게 정리하고 있다고 할 수 있다. <방송역사 100년 기념사업> 비전선포식에서도 이러한 내용들을 참조할 필요가 있다.

<표2-2> 천마총 발굴 50년 기념사업 비전선포식

□ 세부내용

○ 참석대상 : 관계자 200여명(문화재청장 등 주요인사)

○ 주요내용 : 천마총 발굴 50년 기념 미래 비전 선포

- 비전 : **"다시 보는 천마총 50, SILLA-WAVE Again "**
- 기본방향
  - 1973년, 천마를 깨우다(물결의 시작)
  - 발굴 50년의 혼을 담아내다(물결의 확산)
  - 미래 100년의 맥을 이어가다(새로운 물결의 시작)
- 추진전략 : 문화유산 중심 · 국민 중심 · 세계 중심 3개 분야로 추진

○ 행사일정

시간	행사내용(안)
17:00 ~ 18:00(1시간)	ㅇ 기본식순(국민의례, 내빈축사, 홍보영상 상영 등) ㅇ 감사패 전달 **ㅇ 비전선포(영상 또는 역동적인 그래픽/ 퍼포먼스)** ㅇ 기념공연(시민과 어우러질 수 있는 행사)

※ 이후 진행되는 **세계유산 미디어아트** 행사와 자연스럽게 연계

둘째, <천마총 50년사 발간>을 위한 기초자료 구축 계획이 명확히 명시되어 있다. 천마총 발굴부터 복원 정비 활용의 50년 역사를 하나로 집대성함으로써 천마총 발굴의 가치 부각 및 홍보를 목표하고 있다. '약 1년간의 계획으로 예산은 1억 원'으로 잡았고, 추진 주체를 '신라왕경추진단'으로 선정했음을 명시했다. 세부 내용을 보면, 2권으로 구성해 1권은 전문서적으로, 2권은 도록으로 연계시켜 제작하는 것을 명시하고 있다. 또한 세부 내용을 명시함으로서 역사편찬서가 명확한 방향으로 진행/집필 될 수 있도록 제시하고 있다. <방송역사 100년 기념사업>에서도 <역사편찬>은 중요한 과업으로 한국방송학회 등이 발간의 주체가 된다면 사전에 사료 수집부터 발간까지의 계획을 명확히 설정할 필요가 있다. 또한, 세부 내용들도 사전에 적절하게 아웃라인을 잡을 수 있어야 할 것이다. 특히 앞서

논의했지만, 방송역사 100년은 일제강점기 역사를 포함하고 있다는 점에서 진행계획이나 예산계획, 세부내용은 좀 더 숙고하여 결정해나갈 필요가 있다.

<표2-3> 천마총 발굴 50년 기념사업 천마총 50년사 발간

□ 세부내용

○ 2권 구성: 1권(전문서적) / 2권(도록) * 1-2권을 연계된 책자로 제작

○ 천마총이 가지는 시원적 의미 부각할 수 있는 책자 제작

- 국가주도 발굴조사의 시초
- 무덤 내부 공개의 시초
- 경주 유적 관광자원화의 시초

구분	세부 내용(안)	
Ⅰ부. 천마총의 어제와 오늘	1. 천마총 발굴	발굴성과 회고
	2. 신라고고학의 발전	신라 고분문화 연구 성과
	3. 천마총과 한국고고학의 변화	토층조사, 고분 발굴기법 발달
Ⅱ부. 천마총 발굴과 보존과학의 발전	1. 금속유물 처리	유물 처리 기술의 발달
	2. 목제유물 처리	
	3. 전기분해	
Ⅲ부. 경주의 50년전, 그리고 오늘	1. 유적 정비	경주 일원 유적지 정비, 세계유산 등재
	2. 경주 시가지	시가지 경관 변화
	3. 경주의 관광산업	관광, 교육자원, 관광인구 변화 추이
Ⅳ부. 천마총의 가치 평가	천마총 발굴의 역사적 의미	
Ⅴ부. 천마총 역사 연표	고분 발굴사, 정치 문화사, 문화재 법령 등 주요사건 정리	

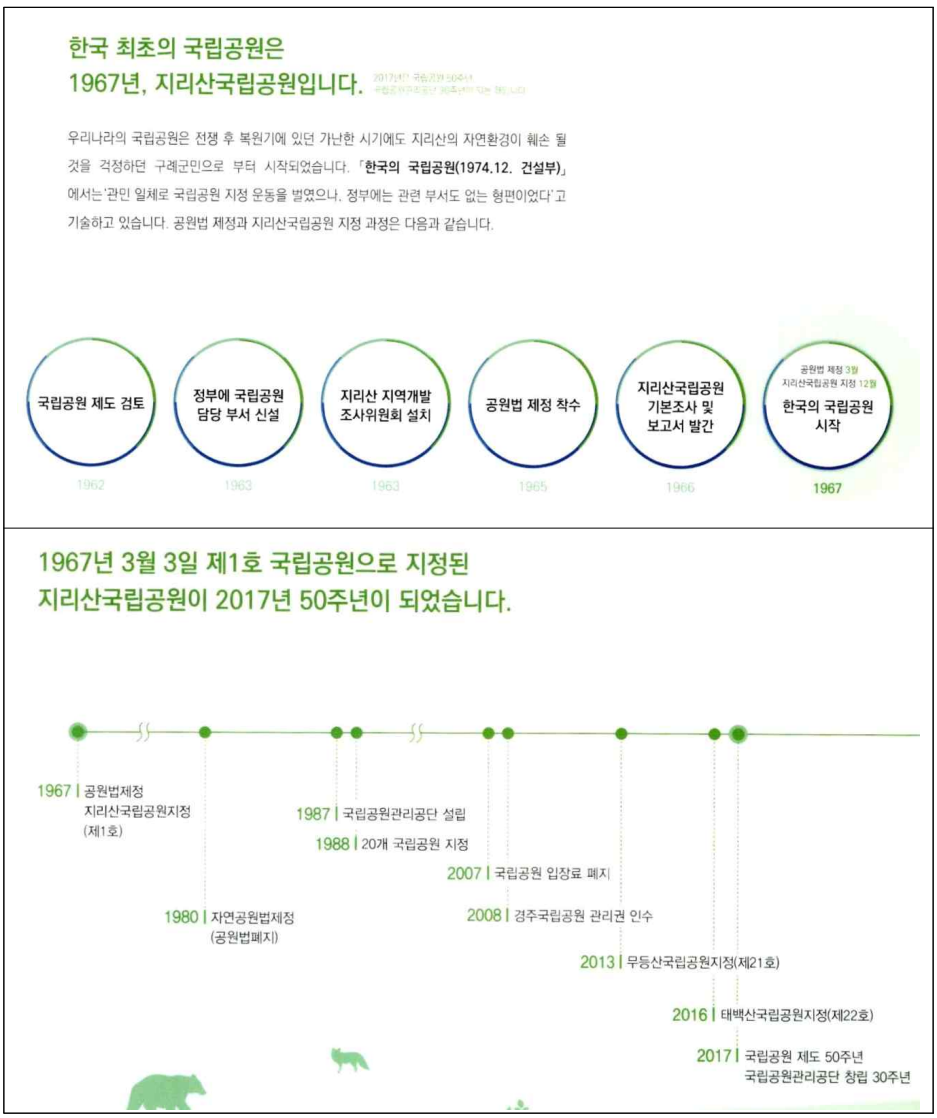
셋째, 이 외에도 천마총 발굴 50년 기념사업에서는 세부적으로 자체적인 <공모전 실시계획> 내용과 <학술 좌담회>, <국제학술대회> 계획, <특별 공개 전시>, <신라고분 복원> 추진, <미디어 아트 행사>, <신라 고분문화 축제>, <역사저널 그날 공동제작/방영> 계획, <홍보 계획> 등을 잡고 있는데, 이러한 구체적인 계획들은 당해연도에 이상 없이 실시하도록 <방송역사 100년 기념사업>에서도 필요 사업들을 선정해 밴치마킹할 필요가 있다.

2. 국립공원 50주년 기념사업 추진 계획

환경부와 국립공원관리공단의 <국립공원 50주년 기념사업 추진 계획>을 보면, 우선, '기

념사업의 취지' 및 우리나라 최초의 국립공원을 설명하고 50주년 행사의 필요성을 연표와 함께 논리정연하게 명시하고 있다.

[그림2-4] 국립공원 50주년 기념사업 취지와 연표



또한, 기념사업의 목표 설정을 명확히 명시해서 방향성을 깔끔한 이미지들과 함께 적절하게 제시하고 있다. <방송역사 100년 기념사업>에서도 이러한 특성을 참고할만하다.

[그림2-5] 국립공원 50주년 기념사업 추진 범주와 계획

그 외에도, <미래포럼 및 워킹그룹> 명시 및 <그간의 활동 성과 정리>, <추진위원회>를 통한 기념행사의 구체적인 준비와 진행을 명시하고 있다. 추진위원회에는 '환경부장관 및 주요 저명 인사들'이 함께함으로써 국립공원 50주년 기념사업이 정상적인 본 궤도에서 준비 운용될 수 있도록 기여했음을 알 수 있다. 따라서 이를 참고할 때, <방송역사 100년 기념사업>에서도 추진위원회나 준비위원회, 비전위원회 등을 적극적으로 운용해 2027년도에 성공적인 기념사업을 진행할 수 있도록 준비해나갈 필요가 있다.

[그림2-6] 국립공원 50주년 기념사업 추진위원회 출범식과 활동

기념행사 추진위원회 출범식　　기념행사 추진위원회 2차 회의

마지막으로, <언론 및 온/오프라인 홍보>, <기념우표 발행>, <기념주화 발행>, <역사기록물 DB구축>, <50주년 기념식 행사>, <콜로키움>, <체험문화행사>, <미래 대토론회>, <폐막 행사>, <지리산 기념행사>, <명품길 걷기>, <힐링 콘서트>, <국립공원주간>, <국립공원 편지쓰기 공모전>, <도서지역 어린이 문화체험> 등 다양한 행사와 이벤트를 진행한

것을 알 수 있다. 이러한 사례들은 참고해서 <방송역사 100년 기념사업>에서도 전국민이 함께 참여하고 기념하는 행사가 진행될 필요가 있다.

3. 「2012여수세계박람회」 10주년 기념사업 기본 계획

2012여수세계박람회 10주년 기념사업 기본 계획을 보면, 우선, <추진위원회> 논의와 함께, 과업의 기본배경과 목적을 명확히 하는 것에 더해, 구체적인 수행체계를 명시하고 있다. 1~5단계 수행체계를 구체적으로 명시함으로써, 기념사업의 진행 방향을 확고히 하고 있다는 점에서 <방송역사 100년 기념사업>에서도 이러한 부분을 참고할 필요가 있다.

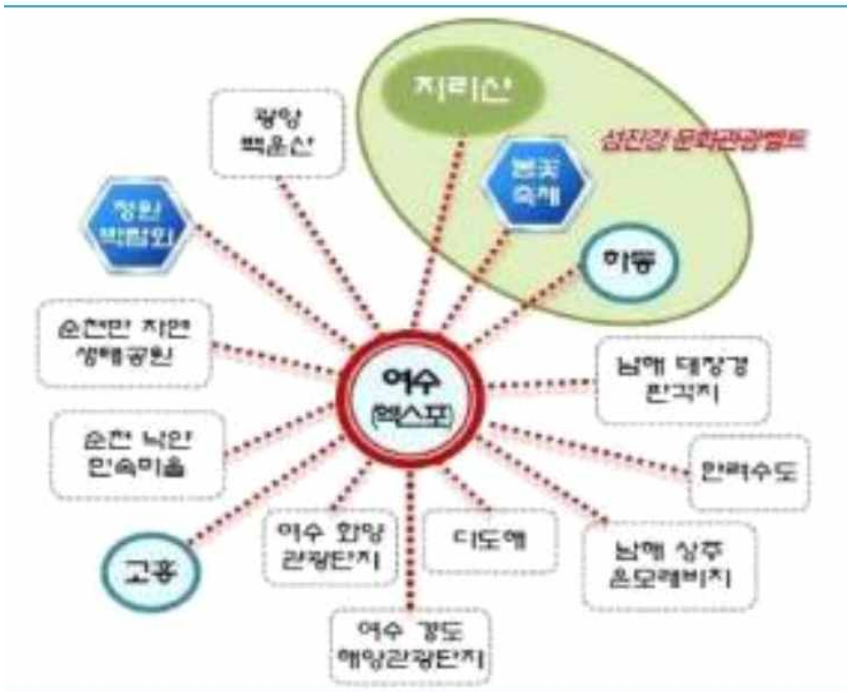
<표2-4> 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 과업의 범위와 단계 명시

단계	단계별 수행체계
1단계	• 2012여수세계박람회에 관한 자료 수집 및 분석 • 기념사업의 필요성 • 여수시 여건 분석
2단계	• 기본방향 및 추진전략 수립 • 세부사업
3단계	• 추진체계 및 추진일정 수립 • 기념사업 운영 및 홍보방안
4단계	• 여수시청 및 민간단체 의견 수렴
5단계	• 세부 추진사업 조정 • 소요예산 산출 및 기대효과 • 최종보고회 및 기본계획 최종 수립

또한, 2012여수세계박람회 10주년 기념사업에서는 기존의 인프라를 적극 활용할 수 있다는 점과 주변 지역과의 상생 연결 등을 강조하는 내용을 통해 기념 사업의 가치를 잘 정리하고 있다는 점에서 방송 영역 또한 상암이나 여의도, 기타 방송 기반시설이 많이 밀집

되어 있는 지역의 강점을 살리고, 주변 지역 혹은 해당 지역 등의 경제적 활성화나 네트워크 외부효과 등을 정리해서 명시할 필요가 있겠다.

[그림2-7] 2012여수세계박람회 10주년 기념사업의 가치 정리



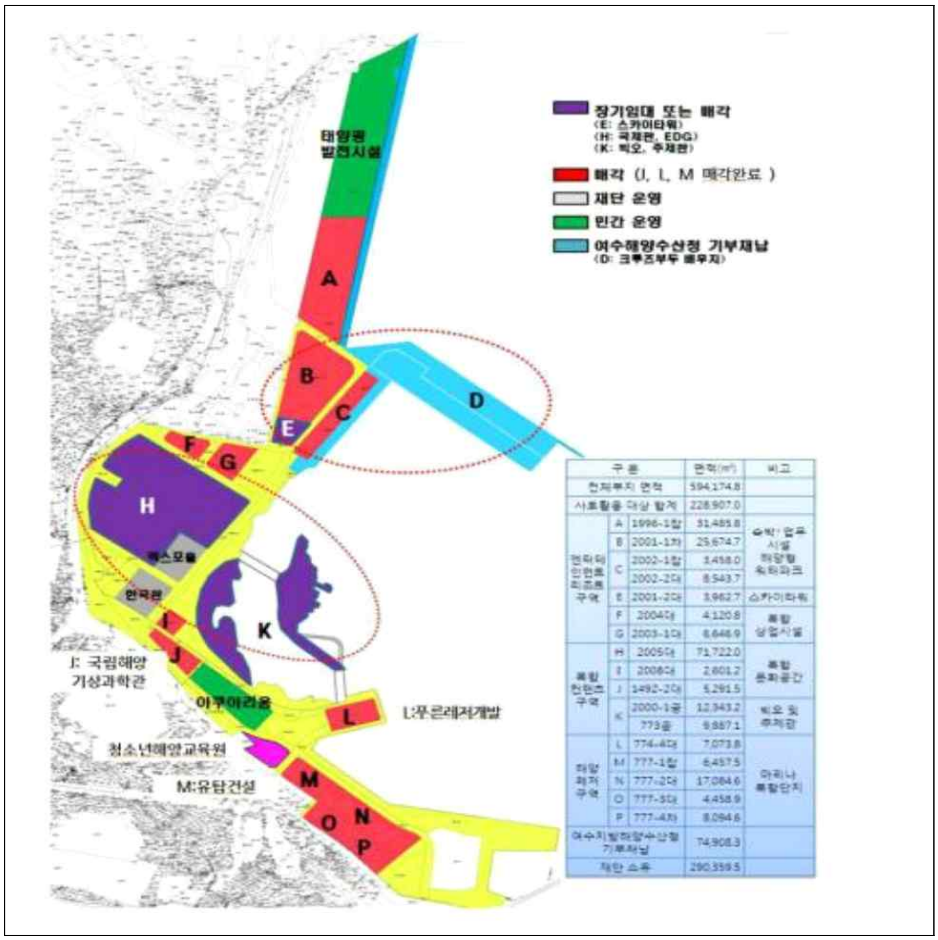
여수 중심 Hub and Spoke 개념

남해안 선벨트 및 동서통합지대 조성과의 연대

- 남해안 선벨트 계획과 연계하여 남해안 선벨트의 핵심거점으로 조성
- 박람회장이 남해안 및 국제적 해양관광의 관문으로 기능
- 박람회장을 동서통합지대로 활용하고 남부경제권의 새로운 성장거점으로 조성

그 외에도 여수엑스포 단지의 해양밸트 추진 관련으로 시설 계획 현황에 대한 구체적인 검토 내용이 포함되고 있는데, 방송역사 100년 기념사업에 방송박물관 건립 계획 내용이 포함되어 있는 만큼 이러한 내용은 적절히 참고하여 구체적인 시설계획 추진 과정에서 참고할 필요가 있다. 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 기본 계획 내용의 경우, 기념행사와는 직접 관련이 있는 것은 아니지만, 엑스포 단지 주변의 상황 및 임대, 정리, 운영 등에 대한 논의가 포함되어 있어 차후 적절히 참고할 필요가 있는 내용이라고 할 수 있다.

[그림2-8] 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 시설물 관련 내용



구 분			면적(㎡)	비고
전체부지 면적			594,174.8	
사용활용 대상 합계			228,907.0	
민자개발 인센트 리조트 구역	A	1996-1합	31,485.8	수족관 업무시설 해양형 복합리조트
	B	2001-1차	25,674.7	
	C	2002-1합	3,458.0	
		2002-2다	8,543.7	
	E	2001-2다	3,962.7	스카이타워
	F	2004다	4,120.8	복합 상업시설
	G	2003-1다	6,646.9	
복합 인센트 구역	H	2005다	71,722.0	복합 문화공간
	I	2006다	2,801.2	
	J	1492-2다	5,291.5	
	K	2000-1공	12,343.2	빅오 및 주제관
		773공	9,887.1	
해양 레저 구역	L	774-4다	7,073.8	마리나 복합단지
	M	777-1합	6,457.5	
	N	777-2다	17,084.6	
	O	777-3다	4,458.9	
	P	777-4차	8,094.6	
여수지방해양수산청 기부채납			74,908.3	
재단 소유			290,359.5	

또한, 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 기본 계획에서는 10주년 '기념사업 필요성, 정책적 타당성, 추진목적, 기본방향, 추진전략 등'을 적절하게 정리/명시하는 것에 더해, 행사와 관련된 '세부 사항'을 매우 구체적으로 명시하고 있다. 이는 행사의 목표를 명확히 하고, 추진 방향에 따라 세부 프로그램이 구체적으로 어떻게 구현될 수 있는지 잘 보여주고 있어, 향후 참조할 필요가 있는 내용이라고 할 수 있다.

<표2-5> 2012여수세계박람회 10주년 주요 목표와 추진방향/프로그램

목표	추진 방향	프로그램
여수세계 박람회 정신 지속적 실천	• 2012여수세계박람회의 가치 공유 • 여수선언문의 정신을 지속적으로 실천 • 여수선언문의 정신을 이어갈 사업 발굴 • 지표 발굴과 홍보	• 해양관광 휴양도시 여수! • 개막 세레머니 풋프린팅(Footprinting) • 리마인드 텐(ten) 페스티벌(나이트 퍼레이드) • 섬사람 이야기! • 감동과 열정, 환희의 그때 그모습!(기념주제 전시관) • 여수선언 문화공론장 • 학술행사(심포지엄): 미래 한국형 해양연안 뉴딜의 산업화
여수세계 박람회장의 활성화와 남해안관광허브로 육성	• 박람회장 시설을 최대한 활용하고 홍보 • 야간경관 개선을 통한 여수 관광명소 부각 • 콘텐츠 구축으로 기념식 후에도 지속적으로 활용	• 빅오(BIG-O)쇼와 함께하는 "여수 환타지아" • 추억의 뉴노멀 여수세계박람회의 회상 • 청소년과 함께하는 "박람회 시민광장" • 세계청소년 의상 및 국기 플래시몹 • 세계청소년 해양안전 여름캠프 • 세계 물풍선 전투 • 청소년 친환경보호 아이디어 작품 퍼레이드 • 추억의 박람회 문화예술 공연 "리멤버 여수!" • 해양워터 락(樂) 풀파티 • 추억의 씨푸드 월드 페스티벌 • 3D 맵핑과 미디어파사드(여수의 밤!) • 학술행사(포럼): 해양관광과 기후변화에 따른 여수 미래의 10년!
국제행사 유치 등과 연계하여 여수시 도시발전 기회로 활용	• 국제행사 유치 분위기 조성 • 향후 개최될 주요사업과 연계 홍보	• 학술행사(세미나): 여수세계박람회 기본정신과 함께하는 전남의 미래 • 합토(합수)식 및 기념식수(개막기념)
시민과 함께하는 해양관광 휴양도시	• 2012여수세계박람회 이후 10년간의 성과 홍보 • 국제해양관광도시로의 이미지 홍보	• 열린음악회(기념식후 행사) • 2012여수세계박람회 10년의 성과 보고회 • 기념우표 발간 및 전시판매
여수시민 역량강화와 성장동력 확보	• 엑스포를 유치한 여수시민 위로 • 국제해양관광도시로의 전진을 위한 시민참여 운동 • 여수시민 화합과 단결 • 시민단체 연계강화	• (전야제)후원사의 밤 • 글로벌 해양 에코(eco)시대의 서막! • 글로컬 해양도시 AR교류의 장 • 에코(eco)공감의 향연 • 시민참여 문화예술 대제전(경연대회) • 해양레저·레크레이션의 대향연 • 2022여수 세일페스타 • 자원봉사자 대제전 • 여수 씨푸드 레스토랑 • 낭만여수 보은의 날 • 여수시민 보은의 맛 배달

[그림2-9] 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 주요 추진행사 구분 정리

기념행사(4)

- 개막 세레머니 풋프린팅(Footprinting)
- 해양관광 휴양도시 여수!
- 열린음악회(개막식후 행사)(*)
- 합토(합수)식 및 기념식수(기념식 연계)(*)

사전행사 및 체험(5)

- (전야제)후원사의 밤
- 해양레저·레크레이션의 대향연
- 세계청소년 해양안전 여름캠프(*)
- 세계 물풍선 전투(*)
- 낭만여수 보은의 날(*)

공연행사(9)

- 빅오(BIG-O)쇼와 함께하는 "여수 환타지아"
- 추억의 뉴노멀 여수세계박람회의 회상
- 청소년과 함께하는 "박람회 시민광장"
- 세계청소년 의상 및 국기 플래시몹(*)
- 청소년 친환경보호 아이디어 작품 퍼레이드(*)
- 섬사람 이야기!
- 추억의 박람회 문화예술 공연 "리멤버 여수!"
- 해양워터 락(樂) 풀파티
- 글로컬 해양도시 AR교류의 장

홍보 및 학술(6)

- 기념우표 발간 및 전시판매(*)
- 추억의 씨푸드 월드 페스티벌
- 2012여수세계박람회 10년의 성과 보고회(*)
- 학술행사(심포지엄): 미래 한국형 해양·연안 뉴딜의 산업화
- 학술행사(포럼): 해양관광과 기후변화에 따른 여수 미래의 10년!
- 학술행사(세미나): 여수세계박람회 기본정신과 함께 하는 전남의 미래

시민참여행사(9)

- 글로벌 해양 에코(eco)시대의 서막!
- 리마인드 텐(ten) 페스티벌(나이트 퍼레이드)
- 에코(eco)공감의 향연
- 시민참여 문화예술 대제전(경연대회)
- 여수선언 문화공론장
- 2022여수 세일페스타(*)
- 자원봉사자 대제전(*)
- 여수 씨푸드 레스토랑(*)
- 여수시민 보은의 맛 배달(*)

전시행사(2)

- 감동과 열정, 환희의 그때 그모습!(기념주제 전시관)
- 3D 맵핑과 미디어파사드(여수의 밤!)

2012여수세계박람회 10주년 기념사업 기본 계획에서는, 상기 정리된 수많은 세부 행사나 추진 일정들을 모두 구체적으로 재정리하고 있는데, 각 행사별 <필요성과 운영방법, 그리고 기대효과와 행사 추진 사례>를 모두 정리하면서, 보다 구체적인 이해를 돕고 있다는 점에서 <방송역사 100년 기념사업>에서도 참고할 필요가 있다. 아래는 정리 내용 예시로, 향후 이를 참고하여 정리해나갈 필요가 있다.

[그림2-10] 세부 행사별 구체적인 정리 방향 예시

(6) 2022여수 세일페스타

시민참여행사

운영 필요성

❖ 2012여수세계박람회 10주년 기념을 위한 **여수시민 붐업 조성과 시민참여 유도** 콘텐츠 필요
❖ 10주년 기념사업을 계기로 **코로나19로 침제된 지역경제 활성화 전략 모색 필요**
❖ 10주년 기념사업 기간중 **외지 관광객 적극 유인방안 강구 필요**

운영방법

❖ 10주년 기념사업 행사 기간중[2022. 7. 20.(목) ~ 7. 29.(토) / 10일간] 여수시 지역경제에 도움이 될 수 있을만한 이벤트성 행사로 운영함
❖ 행사기간을 "여수쇼핑주간"으로 선정하고 가칭 "2022여수 세일페스타"로 명명하여 참여기업 또는 참여업체 등을 사전에 섭외하여 운영하도록 함
❖ 한국외식업중앙회 여수지부와 대한숙박업중앙회 여수지회, 여수시 관내 재래시장, 중소형 마트를 포함한 대형마트와 일반 의류소매업, 전자제품판매업 및 기타 유통업 등을 **총망라한 세일페스타를 진행**하도록 함
❖ 사전에 철저한 참여의사 시장조사 분석후 각 참여단체 조직의 대표 및 업체의 대표 또는 일대일 대표 면담을 통해 세일기준율을 정하도록 함
❖ 관련된 행사 포스터 및 배너기, 임시 홍보현수막 등은 여수시에서 지원하도록 함
❖ 언론매체 홍보는 물론 SNS등 대내외 홍보를 강화하여 여수지역을 방문하는 관광객들의 소비를 이끌어내도록 함

기대효과

❖ 행사기간중 여수지역경제 활성화에 기대효과 창출
❖ 세일페스타를 통해 지역인지도 상승
❖ 행사기간중 세일페스타를 통해 관광객 유입증대 효과

사례 이미지

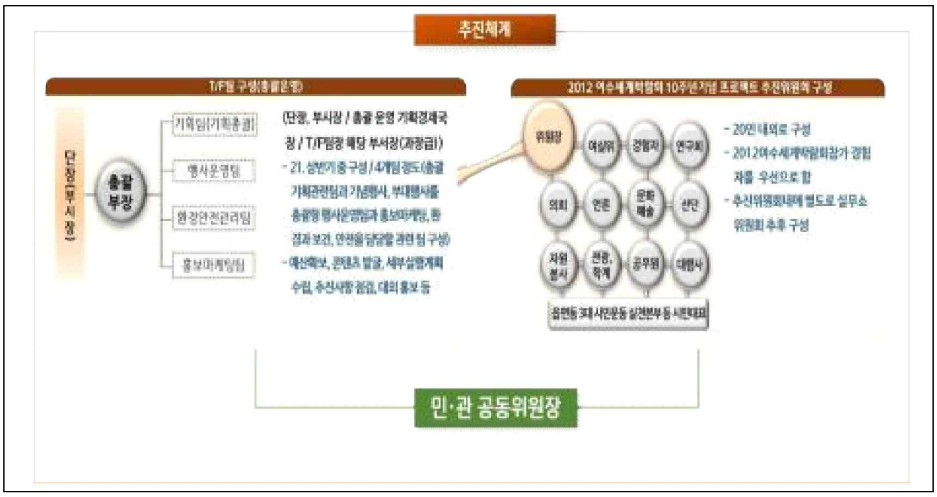
사례 : 대한민국 쇼핑주간 SNS매체 포스터

사례 : 경상북도 세일페스타 홍보 포스터

특히 이러한 모든 계획들을 추진할 주최인 <추진위원회>의 구성과 역할을 명확히 명시

함으로써 기념사업을 보다 구체적으로 추진할 수 있는 토대를 제시하고 있다는 점을 참고할 필요가 있다. 기본 계획에서는 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 행사의 성공적인 개최를 위해 T/F팀과는 별도로 민·관을 아우르는 추진위원회의 설립과 구성방식을 정리하고 있고, 해당 추진위원회가 준비해야 할 추진체계를 아래와 같이 정리하고 있다.

[그림2-11] 2012여수세계박람회 10주년 기념사업 추진체계



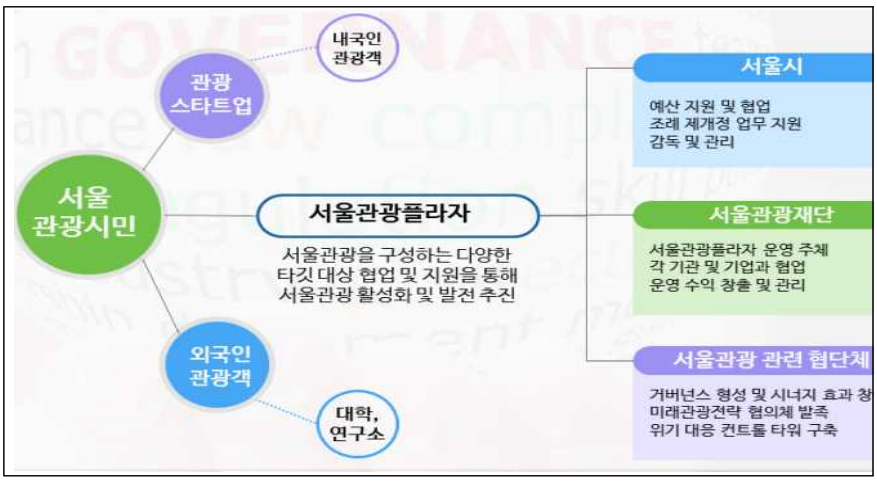
4. 서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획

서울관광플라자 조성 및 운영 기본계획을 보면, 기본적으로 '조성 배경과 필요성'을 정리하고, '의견조사, 기본구상, 역할/기능 정리, 시설 조성 방안 및 계획, 운영조직, 사업 추진 절차 등'을 매우 구체적으로 정리하고 있다. 특히 다양한 이유로 필요성을 정리하고 있는데, 조성 배경과 필요성을 '협치성, 혁신성, 경제성, 시의성, 공익성, 집적성' 논리로 제안하고, 강조하고 있다는 점에서 <방송역사 100년 기념사업>에서도 방송박물관 설립 준비 과정 등에서 적극적으로 활용할 필요가 있어 보인다.

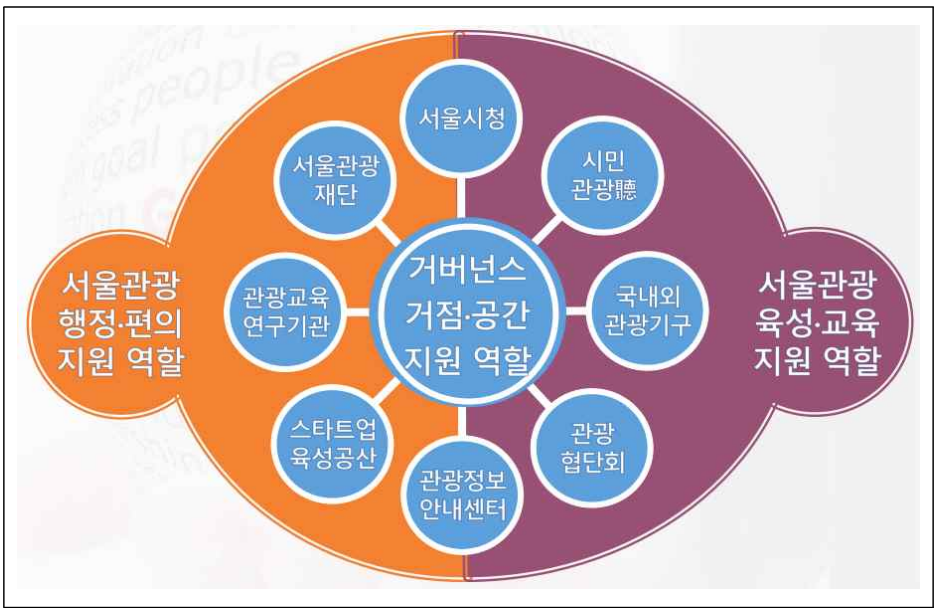
[그림2-12] 서울관광플라자 조성 배경 및 필요성 도표

다음으로 추진 전략 및 방향 설정에서 <통합 거버넌스 구축>이라는 다양한 이해관계자 포용 및 구체화를 시도하고 있다는 점에서 참조가 필요해 보인다. 허브의 역할에 더해, 다양한 역할 및 가치가 있다는 점을 정리하는 것은 <방송역사 100년 기념사업>에서도 방송박물관 건립에 대한 가치와 필요성 서술 등에 활용할만한 가치가 있어 보인다.

[그림2-13] 서울관광플라자 통합 거버넌스 구축



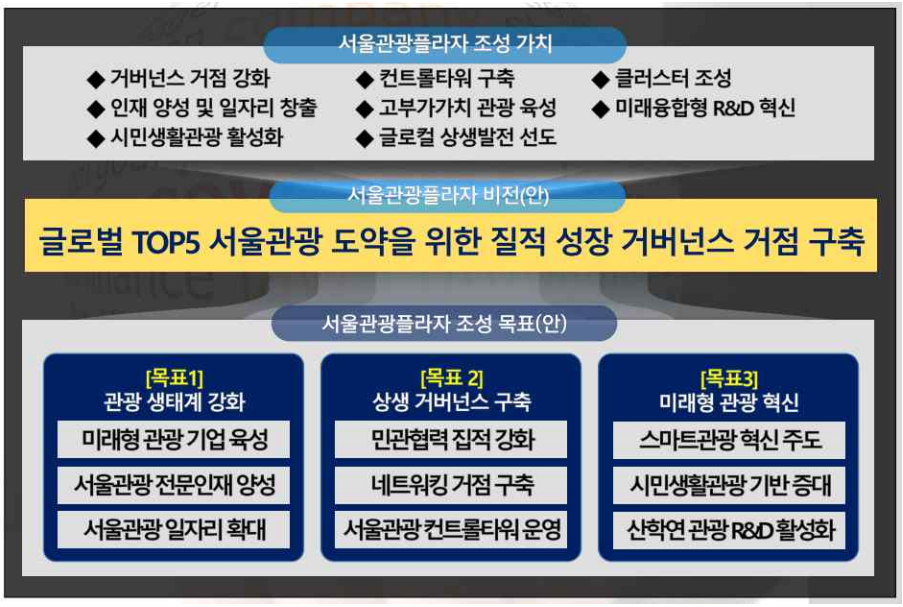
[그림2-14] 서울관광플라자 조성 및 운영 추진 전략 및 방향



또한, 서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획에서는 전문가 의견조사를 통해 종합분석과 시사점을 정리하고 있고, 이 내용을 조성 관련 수요조사의 '입주희망 또는 거부 사유' 정리, 유관단체나 전문가들이 바라는 갖추어야 할 사항 등과 연결해 논의하고 있다. 서울관광플라자 조성 과정에서 논의되는 이러한 사항은 향후 방송박물관 설립 추진 과정에서도 적절하게 참고 및 활용할 필요가 있어 보인다.

이 외에도 매우 구체적인 조성 비전 및 목표설정 정리 내용이 포함되고 있어(4대 핵심전략, 4대 조성 방향, 5개 비전 및 추진목표 등), 이를 참고할 필요가 있다. 서울플라자 조성 가치는 '거버넌스 거점 강화, 컨트롤타워 구축, 클러스터 조성, 인재 양성 및 일자리 창출, 고부가가치 관광 육성, 미래융합형 R&D 혁신, 시민생활관광 활성화, 글로컬 상생발전 시도' 등이 정리되고 있고, 이와 관련하여 <목표1> 관광 생태계 강화, <목표 2> 상생 거버넌스 구축, <목표 3> 미래형 관광 혁신 등을 구체적으로 정리하고 있다.

[그림2-15] 조성 비전 및 목표 설정



비전	글로벌 TOP5 서울관광 도약을 위한 질적 성장 거버넌스 거점 구축			
가치	조 화	교류협력	상 생	혁 신
목표	관광 생태계 강화	상생 거버넌스 구축		미래형 관광혁신
추진 전략	인큐베이팅 거점 구축	거버넌스 거점 구축	커뮤니케이션 거점 구축	이노베이션 거점 구축
추진 과제	①관광 창업 및 일자리 육성 허브 ②지속 가능한 고부가 관광산업 육성	③서울관광 민관협력 활성화 거점 구축 ④서울관광 네트워킹 거점 공간 구축	⑤서울시민 생활관광 기반 강화 ⑥서울관광 글로컬 상생 발전	⑦서울특화 관광 R&D 혁신 활성화 ⑧서울 스마트 관광 강화 및 확산

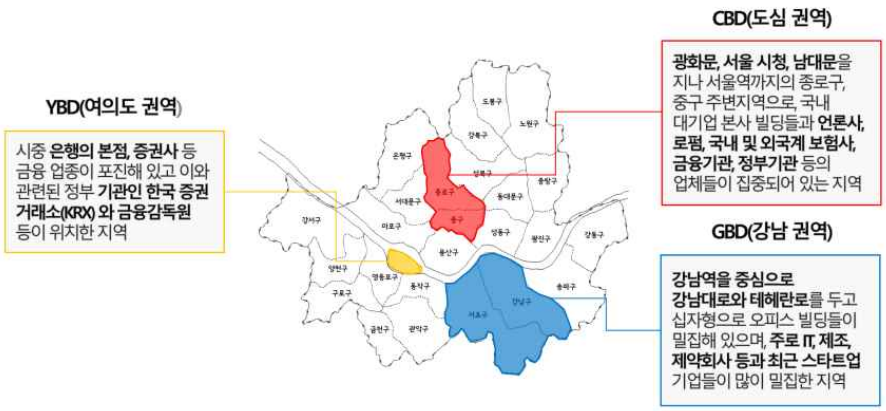
단계별 추진 방안	1단계 (2020년)	2단계 (2021년~2024년)	3단계 (2025년~)
	• 도심 건물 임차 (전용 2천평 규모) • 서울관광플라자 개관 (2020년 7월) • 서울관광플라자 조성 기금 신설 (2020년 7월) • 신규 매입 물건 협의	• 건물 매입 사전 절차 이행 • 서울관광플라자 운영 기반 마련 • 서울관광 컨트롤타워 수행 • 서울관광플라자 운영 고도화 • 서울관광플라자 조성 기금 적립 (건물 매입 재원 마련)	• 건물 매입 및 이전 준비 • 서울관광플라자 이전 개관 (2025년 6월)

다음으로는 입지 및 시설조정, 대상지 검토 관련으로 여러 안을 비교하는 내용을 포함하고 있는데, 방송방물관 건립 추진 역시도 여러 입지와 방식(신축이나 기타 방식 등)을 논의해나가야 한다는 점에서 이에 대한 참고가 필요하다.

<표2-6> 입지 및 시설조성 기본방향

항목	기존	변경안
유형구분	매매 또는 신축조성	단기 임차 후 대상건물 매매 후 조성
장점	• 초기 투자비용에 대한 절감효과 • 건물용도를 원하는 방향으로 활용 가능 • 부동산 가치 상승에 따른 자본수익 증가	• 단기간 내 역할기능을 수행할 수 있음 • 상징적인 조성을 통해 인지도 상승효과 기대
한계점	• 서울 주요 도심지역 내 매각 대상지가 많지 않음 • 서울시의 대상지 매입 시기와 절차의 한계점 발생 (기초타당성 조사 및 재원확보기간 등)	• 민간건물의 경우 최소 5년의 임대 기간 선호 • 기존 건물의 구조 변경의 한계로 제한적 조성 • 공간 이전에 따른 시간적, 물리적, 비용적 손실 발생
고려사항	• 민간부지 매입 절차와 서울시 행정 절차간 소요 기간차이로 인해 계약실현 가능성에 대한 이슈 발생 • 공공기관의 유휴부지, 타기관과의 교환 등 공공기관에서 소유 하고 있는 대상지를 우선적으로 고려	• 단기 조성에 따라 발생하는 임차 비용의 최소화를 위해 임차 계약 조건 및 협상의 필요성이 높음 • 최종 조성단계에서 손실에 대한 대비가 필요함 (공간이전 및 재원마련 등)
사례	• 서울창업허브, 제주웰컴센터 등	• 마포혁신타운(프론트원)

임대조성 개관 후 건물 매매를 통해 조성하는 방법을 가장 현실적인 방안으로 제안함



<표2-7> 대상지 검토

- 서울관광재단 주제로 부동산전문컨설팅기업 CBRE 의뢰를 통해 임차 가능 물건 검토 중
- 초기 5개 후보 물건 중 최종 3개의 후보 물건으로 압축 (④게이트타워, ⑤콘코디언 제외)
- ①종로타워, ②삼일빌딩, ③TES(무교청사) 중 세부 조건 검토 및 조율을 통한 최종 선정 진행 (2020년 12월 내 선정 추진 중)

연번	임차 건물명 (위치)	임차 층수	준공 /리모델	빌딩 규모	전용면적(평) (임차면적/평)	예상비용(백만원)/VAT별도			비고 (1층 가능여부)
						총액	보증금	연지출 (임차료+관리비)x12	
1	종로타워 (종로구 종로 51)	3~5,11F, 22F (wework)	리모델	33F/ B6	1,976 (3,866)	5,389	-	5,389	1F공유 오피스 연계 가능
2	삼일빌딩 (종로구 관철동 10-2)	4~11F	2020.9 리모델/ 준공	31F/ B2	2,008 (3,017)	5,159	-	5,159	1F 가능
3	TES(무교청사) (중구 무교로 21)	B1,3,4,7~ 9F	리모델	15F/ B3	2,390 (3,497)	6,849	2,922	3,927	B1 가능

사 업 명	세운4구역도시환경정비사업
위 치	서울시 종로구 예지동85번지일원
용 도	업무시설(오피스,오피스텔), 숙박시설(호텔),판매시설
대 지 면 적	29,854.70㎡
건 축 규 모	지하6층,지상18층
건 축 면 적	저층부:19,156.31㎡,고층부:16,998.58㎡
연 면 적	301,546.15㎡
건 폐 율	[법정]저층부:80%이하,고층부:60%이하
	[계획]저층부:64.17%,고층부:56.94%
용 적 률	법정:600% /허용:700% /상한:기반시설 제공에 따른완화
	계획:636.99%

이 외도 '공간조성방안이나 조성 규모, 세부구성 내용 등'은 사전에 면밀한 검토를 통해 추진이 필요한데, 성격이 다소 다르긴 하지만, 방송박물관에 조성해야 할 사항들을 고민하는 데에 있어서 이와 같은 형식의 숙의 과정은 참고할 수 있는 내용이라고 할 수 있다. 전시관부터 교육 시설 등 수많은 필요사항들을 검토하고 정리하는 과정에서 중요하게 참고

할 수 있는 구성과 형식이라고 할 수 있다.

<표2-8> 공간 조성방안 및 조성규모

층별	핵심역할	구분	용도	기능	면 적
지상 1층	커뮤니케이션 거점	서울관광시민 개방공간	다목적라운지	서울관광종합정보센터 및 홍보관, 한류문화체험센터 오픈스튜디오	1,325㎡ (약 400평)
			서울관광안내센터		
			카페		
지상 2-3층			전시장 및 체험공간		
			방송부스		
지상 4층	인큐베이팅 거점	관광창업 허브	타운홀	교류공간 및 외부접객공간 네트워킹 및 미팅공간	440㎡ (약 134평)
			사무공간		
			접객라운지		
지상 5-6층		관광 스타트업 육성 및 네트워킹	홀	관광스타트업 육성공간 (입주기업 20개사)	880㎡ (약 267평)
			사무 및 휴게공간		
지상 7층		관광일자리 지원 허브	홀 / 상담창구	관광MICE 일자리 지원센터 서울시민 및 업계대상 전문아카데미 운영	880㎡ (약 267평)
			네트워킹 라운지		
지상 8층		관광관련 전문 아카데미	중소형 세미나실		
			대형 세미나실		
지상 9-10층	이노베이션 거점	관광R&D 및 스마트관광 지원공간	미팅룸 / 사무공간	관광R&D지원센터 온라인미디어지원센터 관광MICE마케팅(서울관광재단)	880㎡ (약 267평)
			방송시설(편집실)		
			데이터센터(자료실)		
지상 11-13층	거버넌스 거점	지역관광 교류 및 관광정책 사업 지원공간	사무공간	협단체 및 지자체, RTO, 해외관광청 거점 공간 관광MICE마케팅(서울관광재단)	1,325㎡ (약 400평)
			개방형 사무공간		
			라운지		
지상 14-15층		관광컨벤션 공간	다목적 컨벤션 홀	각종 MICE행사 공간 워크숍 및 경진대회 교육 및 강연 공간 (컨벤션홀 200명 이상 규모 조성)	880㎡ (약 267평)
			중형 세미나실		
			라운지		
			F&B 지원		
면적 합계				6,610㎡(약 2,000평)	

다음, <사업비 및 예산>과 관련된 분석 내용이 있는데, 이는 방송박물관 건립 추진 과정에서도 종합적인 투입 예산 산출이 필요하다는 점에서 한국감정원 산정기준 내용이나, 각 연도별로 투입해야 하는 비용, 그리고 '추정 총 사업비, 대상지 매입비, 리모델링 비용, 설계/감리 비용 등'과 더불어, 비용을 충당하는 방안(기금이나 조세, 민간 영역의 출연 등 다양)을 충분히 고민하고 준비해 나갈 필요가 있겠다.

[그림2-16] 사업 비용 및 기금 조성 등에 대한 논의

마지막으로는 운영 주체에 대한 논의인데, 방송박물관 역시도 국립, 공립, 민간 등 다양한 방식의 운영이 존재하기 때문에 보다 구체적인 고민과 함께 해당 특성에 맞는 운영 주체 설정이 필요하다. 서울관광플라자의 고민 내용들을 참고하여 향후 운영주체 설정 과정 등에서 적절히 참고할 필요가 있다.

[그림2-17] 운영조직 및 조직도 구성 방안

공공기관 운영관리 방식 및 검토

✓ 서울관광플라자 특성상 다양한 형태의 운영관리 방식 검토가 요구됨
✓ 직영관리, 공단 위탁, 민간 위탁 중 가장 적합한 형태 선정 필요

공공기관 운영방식의 종류

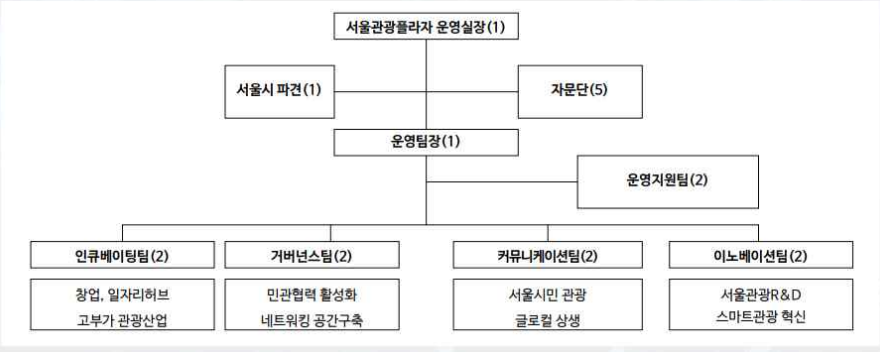
각 주체별 성격, 장점 및 단점 비교

구분	성격	자본조달	경영자	장점	단점
직영 관리	행정 기관의 성격	지방자치 단체예산	지방 자치 단체장	·공공성 확보 ·규제개선 용이 ·안정적 예산확보 가능 ·조직구성의 초기비용 저렴 ·관련 단체들과의 연계용이	·경쟁체제 구축 미흡 ·민관파트너쉽 저조 ·전문성 결여 ·관료제 조직의 한계 ·비용확보의 문제 ·사업추진의 정치화 가능성
공기관 위탁	공적 기관의 성격	지방자치 단체의 출자	이사장	·서비스 다원화에 대응 용이 ·전문성 확보 ·경영마인드 도입 가능 ·조직의 독점적 지위 인정 ·경제상의 지원 가능	·기존 조직의 반발 가능성 ·조직 성격의 모호성
민간 위탁	민간 기업의 성격	자치단체 + 민간 부문의 출자	이사장 또는 사장	·계약방식 통한 예산의 절감 ·고용의 탄력성 ·신속한 대응성 ·결과중심적 성과관리 ·규모의 경제 실현 ·민간의 전문성 활용	·계약에 다른 감시비용 ·공익성 저해우려 ·서비스 제공 중단 가능성 ·책임성 저하 ·자동계약갱신의 한계

운영 조직
- 검토 결과에 따라 공기관 위탁운영을 채택하여 '서울관광재단'에서 운영

계약 기간
- 5년(특별한 결격사유가 없는 경우 연장 계약 가능)

파트너 기관 운영 업체 선정
- 시설 위탁 및 입주기관/기업 관리 등 파트너 기관 경쟁입찰 선정
- 관리계획의 타당성, 운영비용 합리성(재정 독립성 강화 위한 계획 포함), 운영 충실도 등으로 평가



제3절 사례 연구 시사점

사례 연구에서는 본 연구의 목적에 따라, 보다 구체적인 추진계획이나 기본계획 내용들을 검토해 <방송역사 100년 기념사업 추진계획>에 참고할 수 있는 내용들을 정리해 보고자 시도했다. 주요 분석대상으로 삼은 '추진계획 2건과 기본계획 2건'은 방송 분야와는 다소 다른 측면이 존재하기는 했지만, 국가나 지방정부 차원에서 수행해나가는 기념사업의 추진체계를 보다 면밀하게 검토해볼 수 있는 기회가 됐다.

- <천마총 발굴 50년 기념사업 "1973, 천마를 깨우다." 추진 계획>
- <국립공원 50주년 기념사업 추진 계획>
- <「2012여수세계박람회」 10주년 기념사업 기본 계획>
- <서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획>

우선, <천마총 발굴 50년 기념사업 "1973, 천마를 깨우다." 추진 계획>을 통해서는, 첫째, 추진사업의 분명한 목표와 가치를 정리하고, 구체적인 사업 목록화가 필요함을 알 수 있었다. 5가지 기본 분야에 12개 사업을 제시하고 있는 측면을 고려할 때, <방송역사 100년 기념사업 추진계획>의 경우 좀 더 많은 범주의 기념사업을 기획하고 있다는 점에서 체계적인 목록화가 필요해 보인다. 둘째, 참여기관의 명확한 명시와 분업이 필요하다는 점이다. <천마총 발굴 50년 기념사업>은 6개 기관이 참여하고 있었으며, 기관별 역할 분담이 명시되어 있었다. <방송역사 100년 기념사업>의 경우도 이를 참고하여 부처 협력이나 민간사업자나 협단체의 참여 여부 등을 분명하게 정립하고 역할을 분담해나갈 필요가 있어 보인다. 셋째, 비전 수립 과정을 참고할 필요가 있는데, <천마총 발굴 50년 기념사업> 처럼 공모전 실시나 공론화를 통해서 전국민 수준에서 공감할 수 있는 <방송역사 100년 기념사업 추진계획> 비전 수립이 필요해 보인다. 이를 기본으로 해서 구체적인 추진 체계의 방향성을 마련할 필요가 있다. 넷째, <천마총 발굴 50년 기념사업>은 기념사업의 사업명과 세부내용, 담당기관을 명시한 매우 구체적으로 사업들을 목록화하고 있었다. <방송역사

100년 기념사업 추진계획>에서도 이러한 사항은 잘 벤치마킹해서 각 부문별 세부 사업들을 구체적으로 명시하고 담당 기관의 역할과 연결시킬 수 있도록 준비할 필요가 있다. 다섯째, 비전선포식 준비 관련 세부 내용과 50년사 역사편찬 관련 내용은 <방송역사 100년 기념사업 추진계획>에서도 매우 중요하게 참고할 필요가 있다. 세부 내용을 통해 비전선포식을 공고히 해야 한다는 점과 역사편찬 과정에서 기록물에 대한 사전 입수와 이를 통해 기초자료로 사용해야 한다는 점 등이다. 그 외에도 <공모전 실시 계획>과 <학술 좌담회>, <국제학술대회>, <특별 공개 전시>, <신라고분 복원 추진>, <미디어 아트 행사>, <신라 고분문화 축제>, <역사저널 그날 공동제작/방영>, <홍보 계획> 등 다양한 행사 관련 사항들 역시 참고할 필요가 있는 내용이었다.

다음, <국립공원 50주년 기념사업 추진 계획>을 통해서는, 첫째, 기념사업의 취지와 가치를 공고히 하는 것에 더해, 공인된 연표를 제시해 기념사업의 가치를 더하고 있다는 점을 참고할 필요가 있다. 둘째, 기념사업에 대한 주요 사항들을 깔끔한 그래픽/이미지로 표현해 이해를 돕고 있다는 점에서 <방송역사 100년 기념사업 추진계획>도 이를 참고할 필요가 있어 보인다. 셋째, <추진위원회>의 구성과 역할, 그리고 성과를 정리하고 있는데, 이는 <방송역사 100년 기념사업 추진계획>에서도 보다 분명하게 <준비위원회> 등을 구성하고 체계적으로 준비해나갈 필요가 있음을 보여주는 내용이라고 할 수 있다. 넷째, <언론 및 온/오프라인 홍보>, <기념우표 발행>, <기념주화 발행>, <역사기록물 DB구축>, <50주년 기념식 행사>, <콜로키움>, <체험문화행사>, <미래 대토론회>, <폐막 행사>, <지리산 기념행사>, <명품길 걷기>, <힐링 콘서트>, <국립공원주간>, <국립공원 편지쓰기 공모전>, <도서지역 어린이 문화체험> 등 다양한 행사 내용들은 필요 내용에 따라 <방송역사 100년 기념사업 추진계획>에서도 참고를 해나갈 필요가 있어 보인다.

다음, <「2012여수세계박람회」 10주년 기념사업 기본 계획>을 통해서는, 첫째, 기념사업 과업의 범위와 단계를 구체적으로 정리하고 있다는 점을 참고할 필요가 있다. 모든 기념사업들이 마찬가지겠지만, 기념사업의 필요와 가치, 그리고 전국민적 인식 공감 등이 매우 중요하다고 할 수 있다. 둘째, <「2012여수세계박람회」 10주년 기념사업 기본 계획>에서는 주변 인프라 활용에 대한 정리가 구체적으로 잘 들어가 있는데, <방송역사 100년 기념사업 추진계획>에서도 이를 참고하여 구체적으로 정리해나갈 필요가 있다. 주요 방송기반 시설이 있는 입지나 지역 등을 고려하는 전략이 필요해 보인다. 셋째, 방송박물관 건립

에 참고할 수 있는 부지활용계획이나 기타 인프라, 그리고 지역 연결가치 등을 정리해나가는 방향성을 검토할 수 있었다. 여수엑스포 단지와는 특성은 좀 다르지만, 상암이나 여의도 등의 입지를 고려하는 방향성은 참조할 필요가 있어 보인다. 넷째, 기념사업에 대한 추진방향과 프로그램을 매우 구체적으로 명시하고, 세부 행사별로도 '필요성과 운영방법, 그리고 기대효과와 행사 추진 사례'를 모두 정리하면서, 보다 구체적인 이해를 돕고 있다는 점에서 <방송역사 100년 기념사업>에서도 참고할 필요가 있다. 다섯째, <「2012여수세계박람회」 10주년 기념사업 기본 계획>에서는 <추진위원회>의 구성과 역할을 명확히 명시함으로써 기념사업을 보다 구체적으로 추진할 수 있는 토대를 제시하고 있다는 점을 참고할 필요가 있다. 민·관을 아우르는 추진위원회의 설립과 구성방식을 정리하고 있고, 해당 추진위원회가 준비해야 할 추진체계를 정리하고 있는데, <방송역사 100년 기념사업>에서도 반드시 참고할 필요가 있다.

다음, <서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획>을 통해서는 방송방물관 건립 추진 사항과 관련해서 참고할 사항들이 많았다. 첫째, '조성 배경과 필요성'을 정리하고, '의견조사, 기본구상, 역할/기능 정리, 시설 조성 방안 및 계획, 운영조직, 사업 추진 절차 등'을 매우 구체적으로 정리하고 있었는데 이는 방송박물관 설립 추진과정에서도 반드시 참고가 필요하겠다. 둘째, 통합거버넌스 구축과 허브 역할 등을 명시하는 내용은 방송박물관이 입지하는 지역이나 혹은 방송 분야 전반에 다양한 역할과 가치가 존재한다는 점을 잘 보여줄 수 있는 방식이라는 점에서 참고가 필요해 보인다. 셋째, 서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획에서 시도하고 있는 조성 및 운영 관련 전문가 조사는 방송박물관 설립 추진 과정에서도 동일하게 시도해야할 부분이라는 것을 알 수 있었다. 넷째, 서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획에서는 비전 및 목표와 관련해서 구체적인 정리를 시도하고 있었는데, 특히 목표사항에 대해서는 <목표1> 관광 생태계 강화, <목표 2> 상생 거버넌스 구축, <목표 3> 미래형 관광 혁신 등을 구체적으로 정리하고 있다는 점에서 방송박물관 설립 추진 과정에서도 이를 참고할 필요가 있음을 알 수 있었다. 다섯째, 입지 및 시설조성 과 관련된 내용들이 체계적으로 잘 정리되고 있다는 점에서 이를 반드시 참고할 필요가 있어 보인다. 방송박물관 입지나 박물관에 필요한 공간조성, 필요시설 등을 적극 고민하고, 실제 외부 전문가들을 통해 감리와 책정, 필요 방향 및 예산 등이 잘 검토되어야 할 필요가 있다. 여섯째, 예산 및 기금 마련 등과 관련된 사항으로 방송박물관 역시 이 부분이 가장 중

요하고 어려운 사항이라고 할 수 있다. 사업비 주체와 사업비를 충당해 진행하기 위한 구체적인 예산 마련이 매우 중요한 사항이라는 점에서 방송박물관 건립 추진 과정에서도 이에 대한 보다 체계적인 논의와 부처간 협력, 또는 방송통신발전기금이나 정보통신진흥기금, 언론진흥기금 또는 그 외의 민간 영역에서 구축하는 자발적인 기금 등 다양한 관점에서 논의 및 정리가 필요할 것이다. 일곱째, 운영주체에 관련된 사항으로 방송박물관 운영을 국립으로 정부 산하기관이 주도해야 할 것인지, 아니면 지자체의 도립이나 시립으로 운영해야 하는지, 아니면 협단체 등이 참여해 민간으로 운영해야 할지 심도있는 고민이 필요할 것이다. 운영 예산이 매우 중요하고, 실제로 수익이 없을 경우 공적자금이 필수적으로 투입되어야 한다는 점에서, 방송박물관 건립 추진 과정에서 사전에 보다 명확한 운영주체의 설정과 운영방식에 대해 확정해나갈 필요가 있어 보인다.

상기 4개 '추진계획 및 기본계획' 분석 대상 검토/정리를 통해 <방송역사 100년 기념사업 추진계획>에서도 반드시 참고해야 할 중요 사항들을 구체적으로 정리해 볼 수 있었다. 다만, 이번 4개 사례만으로는 <방송역사 100년 기념사업 추진계획>에 필요한 모든 내용들을 검토/정리할 수는 없었기 때문에 차후에도 여러 중요 관련 계획 사례들을 추가적으로 검토/정리해 기념사업을 준비해나가는 과정이 필요할 것이다. 향후 24년도부터 준비해나갈 <방송역사 100년 기념사업> 관련 과업들은 <준비위원회>의 발족과 함께 하부 추진 목표와 체계를 시의적절하게 정립하고, 2027년도 본 기념사업까지 흐트러짐 없이 단계적으로 준비가 이루어질 수 있길 바란다.

제 3 장 방송역사 100년 기념사업 추진 방향에 대한 조사 결과

제1절 시청자 FGI 조사 결과

<표3-1> 시청자조사 개요

o 조사 방법 : 포커스그룹인터뷰(FGI) ㈜한국리서치 o 조사 일시: 2023.11.27. 1차 15:00, 2차 19:30 o 조사 대상 - 40-49세 자녀 있는 전업주부 7인 - 30-44세 직장인 남녀(1인 가구 및 자녀 없는 기혼 남녀)

1. '방송'과 '방송역사 100년'

1) 국내 방송에 대한 인식

시청자 조사결과, 방송은 언론, 콘텐츠, 미디어, 제도 등 다층적이고 복합적인 대상으로 인식되고 있었다. 특별히 어떤 부면과 맞닿아있고 어떻게 연관되어있는가에 따라 인터뷰 참여자들의 국내 방송에 대한 인식은 다르게 나타났다. 디지털 기술의 발달로 방송의 제작·유통·소비 자체가 혁명적으로 변화하고 있고 따라서 기존의 전통적이고 통일된 개념으로 규정되기 어려운 방송 현상의 특징이 인터뷰 참여자들의 응답에도 확인되었다. 즉, 복합적이고 다양한 방송의 현상 중 무엇을 주시하는가에 따라 '방송'에 대한 규정과 표현은 달라졌다.

첫째는 한국 사회를 비추고, 사회 변화를 쫓고 기록해온 대표적인 미디어 시스템으로 방송을 인식하는 관점이라고 할 수 있다. 이 관점에서는 굴곡진 한국 현대사 속에서 방송도 권위주의 정부의 수단으로 기능하기도, 시민사회를 대변하기도 하면서 우리 사회에서 정치사회적으로 중요한 역할을 해왔음을 인정하고 있다. 그 속에서 '언론으로서의 방송'에

대한 엇갈리는 인식이 나타났다.

> *"민주화운동 때도 광주사태 때도 있었지만 그 때는 제가 너무 어려서 그 과정을 잘 모르고 있었고 저의 첫 기억은 광우병 사태였던 것 같아요. 엄청난 인파들이 모여서 같이 항의를 했다는 것도 방송에서 봤어요(여 44세)"*
> *"나라의 민주화를 위해서 애써줬잖아요. 또 IMF 때도 생각하면 우리나라 사람들이 정말 나라 애국심이 많았고, 이걸 방송에서 이끌고 (중략) 그러나 지금은 계층 간 갈등, 정치 양극화를 언론이 더 선동하는 느낌이예요(여 42세)"*

둘째, 국내 콘텐츠의 우수성을 한류 콘텐츠의 전지구적 경험이라는 과정을 통해 재인식하는 관점으로, 방송을 문화적 정체성 형성의 동력으로 인식하는 것으로 알 수 있다. 이 관점에서는 성장과 실패의 과정을 거쳐 세계의 중심에 선 한류 콘텐츠의 신뢰할만한 생산기지로 방송을 바라보고 있다.

> *"외국계회사를 다니고 있는데 같이 일하는 외국인이 한국 아이돌 아냐고, 콘텐츠 되게 좋아한다 이렇게 말할 때 약간 뿌듯하고 같은 한국인인게 좋기도 하고 (여 32세)"*
> *"한국 컬처가 세계적으로 유명해지면서 그에 맞춰서 드라마나 음식, 스타일 패션 이런 게 다 전세계로 나가고, 그런 방송을 보면서 한국에 대해서 사람들이 적어도 생소하다고 생각하지 않는 것 같더라구요 우리나라가 인지도가 많이 좋아졌구나 그걸 방송을 보면서 느끼고, 사람들이 조금 더 한국에 대해서 친근하게 생각을 하고 좋아해주는 것 같다(여 44세)"*

셋째, 미디어 기술 발전 단계의 특정 지점으로 방송을 바라보는 관점이다. 이 관점에서는 OTT 등 새로운 미디어 플랫폼의 등장과 이용의 전환을 통해 소멸 혹은 게토화될 대상으로 방송을 인식하고 있다.

"지금 방송 3사는 진짜 없어질 것 같은 느낌이 들어요. 지금 애들도 크게 보지 않기 때문에. 지금 애들은 거의 유튜브만 (보니까), 유튜브가 그때까지 잘 된다면 유튜브가 더 커질 것 같아요(여 40세)"

"점점 더 유튜브라든지 개인방송을 더 많이 보는 시대가 됐기 때문에 방송은 약간 고루한 느낌 이렇게 되지 않을까 싶어요(여 43세)"

넷째, 사회 변동의 매개체가 되어 일반 시민들의 사회 참여를 의도적으로 혹은 비의도적으로 촉발시키는 원동력으로 바라보는 관점이다. 결과적으로 국민 정체성 형성과 집합적 효능감 확인을 가능케 하는 사회문화적 매개체로서 역할을 담당해왔다는 인식이라고 할 수 있다.

"방송은 국민들의 힘을 모아주는, 그런 힘이 있는 느낌이예요(여 47세)"

"그 텔레비전방송을 보고 너무 화가 나고 그 이후로 촛불집회에 되게 열정적으로 참여하고 그 이후까지 하게 됐던 그 원동력이 그 장면을 봤기 때문이라고 생각하거든요. 영향을 많이 줬었던 것 같아요.(여 42세)"

"민주화운동 했던 것도 본인한테 위해가 가는 일이었지만 나라의 민주화를 위해서 그렇게 애써줬잖아요. 또 IMF 때도 생각하면 우리나라 사람들이 정말 나라 애국심이 많았고, 이걸 방송에서 이끌고 (중략) 지금은 계층 간 갈등, 정치 양극화를 언론이 더 선동하는 느낌이예요(여 45세)"

2) 방송역사 100년에 대한 인식

'방송역사 100년'에 대한 질문에 대해 인터뷰 참여자들은 방송의 미디어 특성상 내용물은 끊임없이 변화해왔지만, 그럼에도 오랜 시간 나를, 우리 사회와 동행하며 함께 어려움을 헤치며 성장을 거듭해온 존재로 평가하고 있었다. '함께', '진화', '융합', '공감', '사회 통합' 등이 핵심 키워드였는데, 한국 방송의 '강함'을 증명해온 시간으로 인식하고 있음을 보여준다.

흥미롭게도 '방송'에 비해 '방송역사 100년'에 대해 비교적 긍정적 이미지를 표현한 것은 특기할 만하다. 현재에 대한 평가가 아닌, 그간 방송이 사회적으로 지녀온 역할과 공적을 통시적으로 보았을 때 갖는 인상이라고 할 수 있을 것이다. 구체적으로는 방송은 국민의

알권리를 위해 사회의 어렵고 외진 곳을 열정적으로 누빈 방송 종사자들을 떠올리며 오랜 시간 나와 우리, 한국 사회와 함께 이를 기록하며 함께 희노애락의 길을 함께 걸어온 존재였다고 인정하였다.

> *"저는 국민의 알권리를 위해서 어렵고 힘든 곳에서 열심히 일했던 기자들이 많이 생각 나거든요(여 45세)"*
> *"방송이 똑똑해졌듯이 시청자들도 함께 똑똑해지고 스마트해지지 않았나 싶다. 방송이 진화하면서 시청자들도 점점 진화해왔다.(남 35세)"*
> *"시간을 같이 보내주는 친구같은 느낌(여 43세)"*
> *"저는 인생에 뗄래야 뗄 수 없는 존재라고 생각해요(남 38세)"*
> *"옛날에는 TV가 바보상자 이런 느낌이었다면 지금은 좀 달라진 것 같아요, 긍정적으로. 물론 이걸 받아들이는 국민들도 인식이 좀 더 성장한 것 같고.(여 32세)"*
> *"이제 방송이 좀 더 다양해지고 장르가 여러가지 있으면서 인간극장을 보고 슬픔을 느끼고 재미있는 예능을 보면서 재미를 느끼듯이 희로애락을 같이 해왔다고 생각해요(여 35세)"*
> *"저는 방송이 주는 힘은 그렇게 강하고 강렬하고 그런 것 같아요(여 44세)"*
> *"민주화를 거치면서 방송도 다 어두운 색깔이었다면 지금은 마음을 다스릴 수 있는, 남의 감정을 헤아릴 수 있는 방법을 알려주는, 우리가 함께 공동체가 함께 살아갈 수 있게끔 하는 그런 느낌을 많이 느껴요(47세)"*

방송은 사회적 변혁과 미디어 환경의 변화 속에서도 끊임없이 성장한 친구로서 그 100년의 역사는 방송과 나, 그리고 우리가 함께 스마트해지는 시간이었다고 평가하는 목소리가 적지 않았다. 또 다양한 문화와 매체가 만나 융합의 과정을 밟으며 한국 방송 고유의 내용과 형식으로 다듬어온 시간으로 인식하고 있음을 확인할 수 있었다. 사회적으로는 다소의 혼란이 있어도 공감과 소통의 장이 되거나 매개체가 되어 사회 통합의 재개념화를 끊임없이 시도했던 시간으로 보고 있었던 것이다.

2. '방송역사 100년' 관련 행사

1) 방송미래 100년에 대한 상상

기술적 변화의 한 가운데 있는 방송이 앞으로 미디어 시스템으로나 산업적으로 일부는 쇠락이나 변화를 겪겠지만, 방송이 갖는 사회적 가치와 공적 역할은 계속 유지될 것이며 한류 콘텐츠의 우수성도 지속될 것이라는 낙관적 기대와 상상이 시청자 조사 결과 확인되었다.

전통적 영역의 방송 혹은 방송사업자는 인터넷 응용체계 위에 행위자로 존재하며 기존의 영향력은 약화되겠지만, 한국 사회의 기본 시스템으로서의 방송, 대중문화를 이끄는 중심으로서의 방송, 콘텐츠 산업의 주축으로서의 방송이 수행한 역할과 기본 가치는 지속될 것으로 조사 참여자 모두 기대한다고 답변하였다. 이를 전통적 의미의 방송이 계속 번성하리라는 낙관이라고 해석할 수는 없으며, 한국 사회를 지탱하는 기본 인프라로서 방송의 역할과 가치의 지속성에 대한 믿음에 가까웠다. 또 방송에 대한 다양한 방식의 시청자 참여폭이 넓어질 것이라는 의견이 나왔는데, 여기에는 방송과 함께 그동안 진화한 시청자들이 방송을 지켜보고 함께 만든다는 인식이 함축되어 있다고 할 것이다. 넷플릭스 등 글로벌 OTT의 등장과 함께 일반 시민들 스스로 방송영상 콘텐츠의 유통 및 소비 패러다임의 변화를 경험했지만, 국내 콘텐츠는 앞으로도 전세계적으로 인정을 받을 것이며 산업적으로도 빠른 적응력을 보일 것이기 때문에 세계 시장을 변함없이 선도할 것으로 기대한다는 의견도 지배적이었다. 앞으로 펼쳐질 방송미래 100년에 대한 핵심 키워드가 '상승', '(서로 다름의) 어울림', '다채로움', '빛', '역동성', '젊어짐' 등인 이유였다.

> *"텔레비전도 핸드폰이나 OTT 서비스로 다 바뀔 것 같고 공중파 이런 건 분해돼서 없어지지 않을까라는 생각도 들어요.(여 42세)"*
> *"저는 일반인들의 참여도가 높아질 것 같아요(여 32세)"*
> *"너무 가짜뉴스도 많고 진실된 뉴스랑 가짜뉴스를 판별하는 기준도 제가 갖고 있어야 되는 것 같고(중략) 그런 와중에 공신력 있는 방송사가 없어지면 안된다고 생각하고, 계속 있을 것 같아요.(여 45세)"*

"한국방송은 물론 잘 될 것 같아요. 지금까지 발전했던 것처럼 앞으로도 발전할 것 같아요(여 45세)"

"(방송의 미래는) 빛의 삼원색. 색이 섞이면 검은색이 되잖아요. 그런데 빛에 색이 섞이면 밝은색이 되잖아요. (방송의 미래는) 점점 밝아질 것 같아요 다양해지고 밝아지고(여 45세)"

"OTT를 다 보는 것이 아니니까 방송은 있어야 할 것 같다 생각은 하거든요. OTT로 다 바뀌면 어쩔 수 없겠지만, 좀 다른 방법을 쓰더라도 일반 방송이 있어야 하고 그러지 않을까 생각해요, 우리 애들도 나중에는 볼 것 같거든요(여 47세)"

"방송은 미래에는 점점 젊어질 것 같아요(여 30세)"

2) 방송역사 100년과 방송미래 100년 행사에 대한 인식

'방송역사 100년' 행사에 대한 관심과 참여의사도 충분한 것으로 나타났다. 극소수의 반대 의견도 있었지만, 대다수가 참여 의사가 있다는 의견을 즉각적으로 표시하여 일반 시민들의 호응도 적지 않을 것으로 예상할 수 있었다.

'방송역사 100년과 방송미래 100년' 비전 선포와 기념 행사에 대해서는 인터뷰 참여자 대다수가 단순히 방송의 역사가 아닌 한국 역사의 중요한 일부로 의미를 부여하고 있었다. 비전 선포식의 장소, 기념 행사나 기념 프로그램에 있어서도 한국 역사를 통시적으로, 전국 각지와 공간을 연결시키며, 나아가 우리 사회 구성원과 세대를 서로 잇는 의미를 담는 것이 중요하다고 여기는 인식을 보여준다. 먼저 비전 선포식의 경우 실제 제안 장소는 차이가 있었지만, 공통적으로 역사적, 사회적 상징성을 고려할 것, 새로운 100년을 준비하는 마음가짐(개방성과 포용성)이 담길 것을 다양한 장소 제시안 이유로 거론하였다. 이를 통해 장소 선정에 함축된 의미를 중요시하고 있음을 확인할 수 있다. 구체적 장소로는 광화문 광장, 시청 광장 외에도 여의도, 독도, 제주도, 부산 등이 제안되었다.

한편, 기념 행사로는 관련 다큐와 대하드라마 등 대작 프로그램 제작, 방송 100년 기념 전시회와 기념 공연, 인기 프로그램 출연진과의 대화 등이 거론되었다. 여기서도 '방송역사 100년'은 결코 가벼운 소재가 아니며 한국 역사에 큰 획을 긋는 역사적 사건이라는 의미를 담는 것이 중요하다고 지적하였다.

"백년을 잘 마쳤으니까. 그러고나서 또 새롭게 시작할 백년을 준비하는 새로운 마음가짐이 필요하고 그래서 광화문(여 45세)"

"뭔가 대한민국의 역사가 써질 때 가장 시발점이 되는 곳이 광화문인 것 같아서 광화문에서 해야 한다고 생각해요(여 42세)"

"한국사에서 의미 있는 것들은 다 광화문에서 이루어졌던 것 같아요. 그래서 저도 처음에 여의도라고 생각했다가 생각을 바꿔서 광화문으로(여45세)"

"대하드라마는 사실 지상파 3사를 따라올 수가 없다고 생각하거든요. 그래서 대하드라마를 좀 더 멋들어지게 한번 만들었으면 좋겠어요(여 43세)"

"다큐로 다루는게 좋을 것 같아요. 이런 얘기는 가볍게 갈 소재는 아니라고 생각해서, 한국에 큰 획을 긋는 역사에 관련된 얘기잖아요. 그렇기 때문에 다큐로 진지하게 가는게 어떤가 그런 생각이 드네요(여 33세)"

"올드보이 20주년 해서 과거에 출연했던 배우들이 토크쇼 형식으로 유지태 최민식 나와서 감독이랑 관객들이랑 대화하는 시간을 마련했는데 한국에서 역사가 중요한 작품들같은 경우에 배우나 감독들 토크쇼 형식으로 하면 관객들도 같이 참여하면서 할 수 있지 않을까요(남 35세)"

3. 방송박물관

1) 방송박물관에 대한 관심

조사결과, 방송박물관에 대한 높은 관심을 확인할 수 있었다. 그동안 박물관 체험의 유용성에 대한 기본 인식 위에 방송 콘텐츠에 대한 흥미와 '방송' 관련 직업군에 대한 호기심이 작용한 결과라고 해석할 수 있다.

FGI 참여자 모두 방송박물관에 대해서는 상당한 관심과 긍정적 반응을 보였다. 부모 세대에 비해 박물관을 비롯해 다양한 문화공간 경험이 있는 30대, 박물관을 자녀 교육에 이미 적극 활용 중인 40대, 이들을 통해 박물관 방문이 익숙한 것으로 추정되는 유아·아동·청소년 세대까지 박물관은 놀이 같은 오감 체험을 통해 유용한 지식을 얻는 곳으로 받아

들여지고 있음을 확인할 수 있다. 여기에 방송에 대한 지대한 관심이 더해지면서 '방송박물관'에 대한 긍정 인식이 형성될 가능성이 크다. '방송에 대한 관심'은 국내 콘텐츠에 대한 흥미를 의미하면서 동시에 콘텐츠를 만드는 직업군에 대한 선망이 체험 욕구를 높이고 이것이 방송박물관에 대한 관심과 호응으로 이어지고 있었다.

(박물관에 아이들 데리고 많이 가시나요?) "(모두) 네"
"대한민국역사박물관이 제일 좋았어요. 층별로 단순히 눈으로 보면서 끝나는 게 아니라 뭐든지 다. 사람이 눈으로 보면 되게 지루하거든요. 그런데 다 만져보고 체험해보고(여 44세)"
"저 어렸을 때 드라마 세트장 체험을 가봤었거든요. 민속촌같이 꾸며놨었는데 너무 재미있어서 지금도 가끔씩 기억이 나요(여 33세)"
"아이들은 정말 관심이 많을 것 같아요. 그래서 부모님이 가자 가자, 가서 한번 해봐라 해서 뭐 하나 시켜보기도 하고. 그래서 아이들한테 그렇게 되면 견학도 되게 많이 올 것 같아요. 학교에서 직업체험 그런 식으로 견학을 많이 하잖아요. 그래서 그런걸로 견학도 조금 가고 그런게 있지 않을까요(여 32세)"
"(방송이라든지 미디어 분야 직업이 아이들이 하고 싶어하는 직업군일까요?) 네, 굉장히 좋아할 것 같아요. 앞으로도(여 47세)"
"이 분야가 고수익이잖아요. 애들이 방송 직업을 하면 돈을 번다 약간 이런 생각들을 가지고 있는 것 같아요. 이 쪽 관심 갖는 애들이 앞으로도 많을 것 같아요(여 40세)"
"편집자 카메라맨 이렇게 우리가 알고 있는데 그 밑에서 하는 일이 뭐가 있는지를 알아서 방송국에서 이런 일이 있구나라는거 있잖아요. 우리가 알고 있는 직업군이 딱 카메라맨, PD, 이렇게만 알고 있는데 그 외적으로 거기에서 뭘 할 수 있는지 체험을 해서 이런 직업이 방송국에 있으니까 나도 이런거 해보고 싶다는 그런거 있잖아요. 알고 있는 직업군이 아닌 좀 모르는 직업들 속속들이 해서. 이런걸 모르는게 너무 많거든요(여 47세)"

2) 방송박물관에 대한 기대와 활용

일반 시민들에게 방송박물관은 과거의 추억을 깨우고, 현재의 재미를 느끼게 하며, 미래의 성장을 준비하는 공간으로 그려지고 있는 것으로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 콘텐츠 경험의 다차원적 확장에 대한 기대이다. 나와 우리의 과거, 현재를 방송이라는 매개체를 통해 다시 확인하고 새롭게 느끼고 싶어하는 것이다. 즉, 과거에 그리고 현재 접했고 향유했던(하는) 콘텐츠, 한국 사회의 시대적 전환의 순간과 장면을 담은 콘텐츠를 보다 가까이에서 새로운 각도로 접하고 체험하고 싶은 열망이 큰 것으로 나타났다. 즉, 시민 개인의 추억이 시공간적으로 확장되어 다가오고, 한국 사회와 역사를 다양한 내용과 형식으로 재현하고 재연하여 경험의 폭을 넓힐 수 있는 공간으로 방송박물관을 상상하고 있는 것이다.

둘째, 방송 유관 직업 체험과 교육의 장으로 방송박물관을 기대하고 있다. 이는 미래 인재의 교육과 미디어에 대한 이해도를 높일 수 있는 공간으로 인식될 가능성을 의미한다. 연령대별로 살펴보면, 20대 이하의 경우 방송 유관 직업 체험과 진로 교육에 대한 관심도가 매우 높은 것으로 나타났다. 유치원/초등학생 연령대에서는 향후 진로를 탐색해보기 위해 다양한 직업 체험이 일반화된 상태로, 방송 관련 전문 직업을 키자니아의 업그레이드 버전으로 경험하고(시켜보고) 싶은 욕구가 강했다. 한편, 중고등학생은 실질적으로 대학 입시에도 활용 가능한 중장기 프로그램과 진로 교육에 대한 니즈가 컸다. 20대 이상의 연령대에서는 개인 방송의 확산과 함께 방송 기술 및 유관 분야에 대한 관심이 예전보다 높아진 것이 두드러졌다. 직업적으로는 물론 취미로도 배우고 싶다는 의견이 관찰되었다. 또한 연령대별로 방송박물관에 대한 기대와 니즈가 다르므로 공간 구성을 연령대별로 달리하는 방안에 대한 의견 개진도 있었다.

마지막으로 프로그램 운영에 대한 의견으로 미루어 볼 때, 박물관 전시/체험 프로그램의 기획성과 다양성을 중시하는 것으로 나타났다. 폭넓고 다양한 기획력을 가능케 하는 아카이브가 구축이 중요함을 시사하는 대목이다. 이는 체험 및 교육 참여자의 눈높이를 다양하게 맞추는데 매우 중요한 자원이 될 것이라는 전망을 가능케 한다.

"그런 게 생기면 초등학생들만 많이 갈 것 같다고 많이 생각을 하는데 만

약에 주말에 전문적인 프로그램이 있다고 하면 중고등학생도 그쪽으로 진로를 정한 아이들이 정말 거기에서 배울 수 있고, 대학입시에 좀 활용할 수 있는 그런 프로그램을 만든다고 하면 중고등학생들도 참여하지 않을까 라는 생각이 들어요(여 45세)"

"아이들은 정말 관심이 많을 것 같아요. 그래서 부모님이 가자 가자, 가서 한번 해봐라 해서 뭐 하나 시켜보기도 하고. 그래서 아이들한테 그렇게 되면 견학도 되게 많이 올 것 같아요. 학교에서 직업체험 그런 식으로 견학을 많이 하잖아요. 그래서 그런걸로 견학도 조금 가고 그런게 있지 않을까요(여 32세)"

"대학 생기부에 쓸 수 있게. 이런 걸 내가 체험했더니 이런 게 좋더라 이런 거 하면 애들이 가죠. 엄마들이 신청해서. 돈을 내더라도 해요(여 47세)"

"굉장히 치열할 것요(여 45세)"

"특수분장 그리는 거에 관심이 많아서 특수분장 배워서 해보고 싶긴 해요(여35세)"

"요즘은 개인유튜브도 많이 하다보니까 1인카메라 외에도 조명이나 마이크 이런 전문화된 장비같은거 보면 흥미 많아요. 영상 편집 같은 것도. 방송기술은 어떨까 궁금하더라구요(남 35세)"

"최근에 조카랑 키자니아 갔다 왔는데 거기 너무 재미있더라구요. 직업체험을 실제로 하면서. 성우나 배우같이 리딩을 한다든지 어떤 식으로 연기를 하는지 그런 클래스가 조금이라도 있으면 좋을 것 같아요(여 30세)"

"그때 그때 트렌드에 맞춰서 여러 주제로 (바꿔가면서) 단기클래스 원데이 클래스를 하면 괜찮을 것 같아요(여 30세)"

"역사박물관은 한달에 한번씩 내용이 바뀌잖아요. 계속 똑같은 걸 전시하는 게 아니고 계속 그 내용이 바뀌고 그게 계속 체험으로 되고 그리고 연령별로 층별로 연령대를 달리 하다보니까 (연령 높아지면서) 나중에 위로 올라갈수록 다른 내용이고. 저희 가족은 음향에 대한 거 봤는데, 직접 체험도 해보고 만져도 보고 하면서 되게 즐거웠던(여 44세)"

3) 방송박물관의 위치와 입지

방송박물관의 위치는 서울, 그 중에서도 상암동을 제안하는 의견이 압도적으로 많았다. 주요 방송사 건물과 클러스터를 형성하여 구경할 수 있다는 기대감이 기본적으로 컸으며, 지하철 등 대중교통 시설이 잘 구축되어 접근성이 높다는 점도 장점으로 꼽혔다. 인터뷰 참여자들이 수도권에 거주하고 있다는 점이 일부 의견에 반영되었겠지만, 방송이 한국 사회에서 갖는 역할을 생각했을 때 서울에 방송박물관이 건립되는 것이 가장 바람직하다는 인식을 가지고 있는 것으로 보인다. 주요 방송사들이 주변에 포진하고 있어 상암동에 방송박물관을 건립하는 것이 가장 자연스럽다고 보는 응답자가 많았으며, 상암동이 상대적으로 부지를 크게 쓸 수 있어 주차시설도 여유있게 지어질 수 있을 것이라는 점도 고려하였다는 응답도 있었다.

"그래도 서울이 낫지 않을까요(여 47세)".
"상암이 좋은 것 같아요.(여 45세)"
"상암이 제일 좋은 것 같아요. (방송사 등)관련되어 있는 게 다 있다보니까 애한테 설명하기에도 편할 것 같고 흥미 있어할 것 같아요.(여 43세)"
"전철 잘 되지 않나요. 전철로 갈 수 있기 때문에 그렇게 멀다고 느끼지는 않는 것 같아요.(여 45세)"
"부지를 크게 쓸 수 있어서 상암이 좋을 것 같아요. 다양한 체험을 할 수 있게 크게 지었으면 좋겠어요(여 44세)"

제2절 방송박물관 건립 방안 관련 전문가 심층인터뷰

1. 심층인터뷰 방법 및 대상

본 절에서는 방송박물관 건립 방안 마련을 위해 검토가 필요한 주요 사항들에 대해 관련 전문가들을 대상으로 실시한 심층인터뷰의 주요 결과를 요약 정리하고자 한다. 심층인터뷰는 2023년 10월 16일부터 27일까지 서면 질의 및 답변 방식으로 7명의 관련 전문가들을 대상으로 실시되었다[가나다 순: 고인석(KBS 공영미디어연구소 팀장), 김영주(한국언론진흥재단 수석연구위원), 김예란(광운대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수), 박재연(아주대학교 문화콘텐츠학과 교수), 윤상길(신한대학교 미디어영상학과 교수), 이성민(방송통신대학교 미디어영상학과 교수), 최효진(한국외국어대학교 정보기록학연구소 책임연구원)]

2. 방송박물관 건립 필요성 및 근거

심층인터뷰에 참여한 전문가들 모두 방송박물관 건립의 필요성에 대해서는 예외 없이 공감하는 가운데 그 의미와 근거를 다양한 차원에서 제시하고 있다. 우선 방송박물관 건립은 *"역사가 1세기에 가까워지는 시점에서 방송을 역사화하고 미래에도 중요한 사회문화적 가치로 인정한다는 점에서 유의미"*(A응답자)하며, *"언론, 미디어, 콘텐츠 등과 혼재되기 시작한 방송 영역의 정체성을 확립하고, 100년에 걸친 방송의 사회문화적 가치를 보존"*(B응답자)하기 위해 필요하다. 요컨대 *"방송박물관은 단지 과거의 기록이 아니라 현재를 심도 있게 이해하고 변화하는 미디어 환경에서 방송의 미래를 그려보기 위한 사회적 제도로 필요"* (A응답자)하다는 것이다.

방송 관련 유물 및 사료 등에 체계적 수집, 보관, 관리 기능의 필요성도 강조되고 있다. *"기본적으로 한 사회 내에서 박물관은 그 사회의 주요한 유산을 보존, 전시, 활용하는 데 중요한 역할을 하는 제도이다. 그리고 방송(기술, 제도, 콘텐츠)은 비록 민간적 차원에서 이뤄진다 하더라도 기본적으로 공공적인 가치를 지니는 유산임은 부인할 수 없는 사실이다"*(C응답자). 또한 *"방송은 국민의 일상과 함께해 온 핵심 미디어이자, 시기별 사회문화의 변화를 담아온 아카이브 역할을 담당하고 있는 사회적 제도라는 점에서 역사적 자료로서의 보존 필요성과 이를 활용한 문화 향유 기반으로서의 가치가 높*

다"(D응답자). 그럼에도 불구하고 우리나라의 경우는 현재까지 방송 관련 역사 자료나 유물들이 전문적이고 체계적으로 관리되지 있지 못한 상황이다. 이는 *"일제강점기를 거쳐 한국에 방송 문화가 들어온 시간이 100년에 가까워지고 있는 반면 국내에 들어온 방송기술, 시대별 프로그램 편성, 텔레비전 및 라디오 방송프로그램 제작 및 방영을 통해 우리 사회와 문화에 어떤 변화를 가져왔는지에 대한 내용을 확인할 수 있는 공간이 지금까지 마련되어 있지 않다"*(E응답자)는 것을 의미한다. 그리고 *"무엇보다 시간이 지날수록 방송 관련 기록이나 장비 등의 귀한 자료들이 보존의 어려움으로 유실, 폐기될 우려가 커지고 있다. 더 늦기 전에 방송 역사 관련 자료들을 통합적으로 수집하고 정리, 보존해서 시청자들과 공유하는 것이 절대적으로 필요하다"*(F응답자).

방송 사료의 체계적 정리를 바탕으로 한 시민 교육 및 문화 공간으로서의 방송박물관의 필요성도 제기되고 있다. *"방송의 역사, 방송의 가치, 방송저널리즘, 방송기술, 방송 콘텐츠의 진화 등에 대한 전시와 체험, 교육, 이용자 참여 복합문화 공간으로서의 방송박물관이 반드시 필요하다"*(G응답자)는 것이다. 현재 KBS에서 운영하는 사이버 박물관은 재원, 사료, 관리 등에 있어 한계가 있을 뿐만 아니라, 사이버 전시관 형태로 운영됨으로써 일반인들의 체험이나 교육 등은 전혀 이루어지지 못하는 한계가 있다. 또한 김영주와 장은미의 연구(2019)에 따르면, 국내 미디어 관련 박물관은 총 43개로 다양한 미디어 및 장르에 걸쳐 운영되고 있으나 다음과 같은 의견을 보이고 있다.

> *"이들 박물관 중에는 재정적 어려움 등으로 인해 박물관으로서의 공적 기능을 수행하기 어려운 곳들도 있고, 다양한 주제의 참신한 기획전도 활발히 진행되지 못하는 것이 현실이었다. 또한 미디어를 이해하는 데 도움을 주는 체험 공간이나 주제별 섹션에 따른 테마관 형식의 프로그램이 부족한 실정이다"*(G응답자).

> *"최근 디지털 미디어 기술의 발전으로 인해 콘텐츠의 가치가 점차 강조되고 있는 상황에서 미래지향적이고 문화경제적인 가치를 창출하는 데 필요한 창조성의 배양을 위해선, 무엇보다 방송이라는 공적 유산을 보존 및 교육하는 제도적 기반으로서 방송박물관 건립이 필요"*(C응답자)

끝으로 한류 확대를 위한 문화관광 인프라로서의 방송박물관의 필요성도 제시되고 있다. 현재 한류의 세계적 확산 추세를 고려해 볼 때, *"한류의 핵심 분야로서 한국 방송의 주요 현장의 기록들에 대해 관심이 높은 해외 관광객과 국내외 문화 체험 수요에 대응할 수 있다"*(D응답자)는 점에서 방송박물관은 매력 있는 문화관광 상품 또는 인프라로서 그 효과성이 높을 것이라는 전망이다.

<표3-2 > 방송박물관 건립 필요성 및 근거 요약

○ 방송의 역사적, 사회문화적, 공공적 가치를 인정하는 상징적 의미 - 변화하는 미디어 환경에서 방송의 정체성 확인 및 미래 비전을 위한 제도적 기반 ○ 방송 관련 역사 자료와 유물의 전문적이고 체계적 수집, 보관, 관리 - 방송 관련 기록 및 장비 등의 유실, 폐기 우려 ○ 방송 역사와 가치, 기술 등 미디어 리터러시를 위한 시민 교육 및 문화 공간 - 미래지향적이고 문화경제적인 가치를 창출하는 데 필요한 창조성 배양 ○ 한류의 정체성과 가치 확인을 통한 한류 확대 - 한류를 통한 문화관광 인프라 구축 및 국가 이미지 제고

3. 방송박물관의 주요 기능(아카이브 vs. 전시·체험)

전문가들은 방송박물관의 두 가지 핵심 기능, 즉 방송 사료의 아카이브 기능과 전시 및 체험 기능 모두 중요한 것으로서, 어느 특정 기능을 배제하거나 또는 상대적으로 더욱 비중 있게 강조하기 보다는 두 기능을 상호의존적인 것으로 제시하고 있다. 즉 아카이브와 전시·체험 기능 각각은 방송박물관의 효용성을 위한 상호 필요조건이라는 의미이다. 방송 사료 및 유물 등의 통합적이고 체계적인 수집, 보존, 관리가 부재한 가운데 전시 및 체험의 질이 확보될 수 없으며, 또한 방대한 아카이브만으로는 시민 교육 및 문화공간으로서 방송박물관이 가지는 효용성은 구현할 수 없게 된다.

다만 전문가들의 의견을 토대로 방송박물관의 두 주요 기능들의 우선순위를 고려해 보면, 아카이브 기능이 전시·체험 기능의 선행요건이라고 할 수 있다. 즉 *"방송박물관은 1차적으로 방송 사료와 유물의 수집, 보존과 정리가 충실하게 이루어져야 한다고 본다. 100년의 역사 동안 시대별 방송 기술 변화와 발전, 프로그램의 변화와 사회상 등이*

체계적으로 정리 보존된 이후에야 이를 통한 방송의 역사 이해와 전시와 체험 등을 더 다양하고 실감나게 할 수 있을 것"(F응답자)이다. 이는 방송박물관이 *"아카이빙 체제를 완벽하게 갖춰서, 이름만의 박물관이 아니라 그간 산재한 한국 방송역사의 지도 역할을 충실하게 수행해야 한다"*(A응답자)는 의미이다. 이와 함께 다음과 같은 의견도 제시되었다.

> *"최근 전시의 주요 경향 중 하나가 아카이브 기반 전시, 수장고 활용 전시인 만큼, 전시와 아카이브를 별도의 영역으로 바라보기 보다는 이 두 분야가 어떻게 어우러질 수 있는지에 대한 고민이 필요"*(B응답자)

> *"지금까지 방송 사료나 유물의 대상이 무엇이고 그 범주, 유형 등에 대한 수집이 이루어지지 않은 상태이므로 사료와 유물 수집, 보존과 정리를 우선해야 할 것이다. 다만 사료 전시나 체험 프로그램 제공을 염두에 두고 컬렉션을 수집해야 한다. 따라서 수집된 사료나 유물의 대국민 공개 공간인 전시 및 체험프로그램 구상을 위해 원본(실물 자료) 뿐만 아니라 고화질 디지털 사본 수집의 방법 또한 고려해야 한다. 현재 전국에 운영 중인 미디어 박물관(민간 카메라 박물관 등)이 대부분 전시에 방점을 둔 측면이 있고, 이것이 한국 방송문화 100년의 역사를 조망하는 수집 컬렉션으로 보기는 어렵다. 즉, 지금까지 수집과 보존, 정리 측면이 깊이 있게 논의되지 못한 측면이 있으므로 이에 대한 작업에 우선순위를 둘 필요가 있다"*(E응답자).

이상의 방송박물관의 주요 기능에 대한 전문가들의 의견을 바탕으로 메간 윈젯(Megan Winget)이 제시한 '라키비움(Larchiveum)' 개념의 적용을 고려해 볼 수 있다. Library, Archive, 그리고 Museum을 합성한 라키비움(Larchiveum)은 용어 그대로 도서관, 기록관, 그리고 박물관 기능을 통합한 복합적 문화정보 시설을 의미한다. *"국내에서 라키비움 수립 방안 연구가 몇몇 진행되었지만, 아직까지 직접적인 공간화 사례는 찾아볼 수 없다. 방송박물관 역시 역사의 기록관이면서 교육이 이루어지는 도서관, 전시*

와 체험이 이루어지는 박물관의 성격을 띠는 이용자 친화적인 복합문화공간으로 자리매김해야 할 것이다. 영역별 비중을 어떻게 할 것인가는 방송박물관의 포지셔닝을 어떻게 정의할 것인가에 대한 사회적 합의를 거친 후 결정하되, 특정 영역에 치우치지 않는 통합형 복합문화공간으로 설립하는 것이 바람직하다" (G응답자).

<표3-3> 방송박물관의 주요 기능 요약

○ 방송 사료의 아카이브 기능과 전시·체험 기능 모두 중요 - 라키비움(Larchiveum) = Library + Archive + Museum

4. 방송박물관 설립 형태

박물관은 설립 및 운영 주체에 따라 국가가 설립·운영하는 국립박물관, 지자체가 설립·운영하는 공립박물관, 그리고 민법 및 상법 등에 따른 법인 및 개인이 주체가 되는 사립박물관으로 구분된다. 방송박물관의 경우, 전문가들은 사립을 제외하고 국립 또는 공립의 형태로 설립·운영되는 것이 바람직하다는 의견으로 나뉘고 있다. *"사립의 경우, 사적 이윤추구, 운영자의 정치적 이해관계 등이 반영될 수 있다는 우려가 있으며"* (G응답자), *"운영의 전문성 및 객관성에 있어 문제가 될 소지가 있기 때문에"* (B응답자) *"지속적인 관리나 효과성 측면에서 제한이 크다"* (D응답자)는 점에서 방송박물관에는 적합하지 않다는 의견이다. 반면 국·공립 형태가 적절하다고 보는 근거로는 *"각 방송사가 개별적으로 보존하고 있는 방송 사료나 유물, 기록 등을 종합적으로 수집 보존하기 위해서는 현 제도상으로는 국립박물관이나 공립박물관 형태가 적합하며"* (F응답자), *"국·공립이 재정적 안정성을 더 확보할 수 있다"* (G응답자)는 점이다.

그럼에도 불구하고 국립 형태를 공립에 비해 상대적으로 더욱 바람직한 것으로 보는 입장에서는 다음의 우려도 확인할 수 있다.

"최근 독자적인 주제를 가지고 설립되는 전문박물관들이 국립으로 건립되고 있어 방송박물관 역시 그에 걸맞는 위상을 갖추고 추진되어야 할 것으

로 본다. 뿐만 아니라, 현재 지자체에 위치한 공립박물관의 경우 기관이 아닌 시설로 여겨지면서 전문적인 운영에 어려움을 겪는 사례들도 많다"(B응답자)

구체적으로 사료 및 유물 *"수집 범위의 포괄성과 망라성을 장기적으로 보장하기 위해서"*(E응답자) *"국립박물관 형태로 운영되는 것이 향후 자료의 확보 측면이나 기관 운영의 공공성 측면에서 필요하다"*(D응답자)는 것이다. 특히 방송의 공적 성격을 고려해 볼 때, *"방송의 역사는 국가의 역사이기도 하면서 공공의 역사이며 민간이 콘텐츠 창작 역사이기도 한 것이다. 결국 방송박물관 운영 주체의 문제는 공공성을 강조할 것인가 아니면 상업성을 지향할 것인가에 대한 문제인 셈이다..... 방송이 한반도에 외래의 기술이자 제도로 도입되어 한반도에 생긴 이래 상당 기간 동안 공적 기능을 담당해 왔고, 향후 글로벌 콘텐츠 시장에서 방송의 공적 역할 또한 중요한 만큼, 설립 및 운영의 주체는 국가가 되어야"*(C응답자) 한다고 본다.

반면 국립에 비해 공립을 더욱 바람직한 형태로 보는 관점에서는 방송박물관 운영에 있어서의 독립성 및 자율성, 그리고 이를 통한 문화의 탈중앙화 가능성을 강조하고 있다. 해당 의견은 다음과 같이 제시되었다.

"박물관의 설립과 운영에서 가장 중요한 것은 정부로부터의 독립과 재정적 안정성이다. 문제는 정부의 재정적 지원 없이 '독립적'인 운영은 사실상 거의 불가능하다는 점이다. 정부로부터 독립적이어야 하되, 안정적인 재원 확보를 위해서는 정부로부터 지원을 받을 수밖에 없는 딜레마적인 상황을 어떻게 해결하는가가 관건이다. 사립보다는 국·공립이 재정적 안정성을 더 확보할 수 있다는 점에서 더 낫고, 국립과 공립 중에서는 공립이 상대적으로 정부 혹은 정권의 영향을 덜 받을 것이라는 점에서 더 나을 것이라고 생각"(G응답자)

"문화의 탈중앙화 문화를 형성하는 데 기여하기 위해서"(A응답자)

이상의 국립 또는 공립 형태의 방송박물관에 대한 전문가 의견을 종합적으로 고려해 볼 때, 최근 문화체육관광부 주도로 인천 송도 신도시에 설립된 국립세계문자박물관은 지자체 공모를 통해 인천광역시로부터 박물관 건립 부지를 기부체납 받아 국립으로 운영하는 형태로서, 적어도 건립 과정에서는 일종의 국·공립 융합 방식을 적용한 사례 중 하나로 방송박물관 건립 방안 모색을 위해서도 시사하는 바가 크다고 판단된다. 따라서 추후 국립세계문자박물관 건립 과정에 대한 보다 면밀한 사례분석이 요구된다.

<표3-4> 방송박물관 설립 형태 요약

○ 1안: 국립 - 방송의 위상, 공적 역할 등 - 운영의 전문성 및 공공성 확보 - 자료 확보 및 안정적 재원 확보 ○ 2안: 공립 - 정부 혹은 정권으로부터의 자율성 - 문화의 탈중앙화

5. 방송박물관 입지

전문가들이 심층인터뷰를 통해 제공한 의견들을 종합해보면, 방송박물관의 입지로서 가장 적합한 곳은 주요 방송사 및 미디어 관련 사업자들이 집중되어 있으며 이용자의 편의성과 접근성이 극대화될 수 있는 상암동 미디어시티인 것으로 확인되고 있다. 그 구체적 근거로는 우선 *"집객력의 차원에서 서울/수도권이 좋을 것"*(B응답자)이라는 전제 하에, 상암동 지역은 *"미디어 관련 기업, 조직, 기관들이 모여있는 '미디어 클러스터'로 인지되어 있다. 여기에 방송박물관이 건립된다면 지역과의 상호 호흡도 원활하고 사회적으로도 뚜렷하고 일관되게 인지될 수 있으리라 생각한다. 클러스터의 장점인 이용도도 활성화되고, 현재 활동 중인 방송 기관, 기업, 조직과의 상호 협력도 활발할 수 있으리라 기대한다"*(A응답자)는 것이다. 또한 *"한류 붐이 불고 있다는 점에서 외국인 관광객을 유입시키는 데에도 한 몫을 담당할 수 있을 뿐만 아니라, 현 시대 방송의 주도권이 민간에 있다는 측면을 반영하기 위해서이다. 한 편 콘텐츠 저작권 등의 현실*

적인 문제를 고려한다면, (일본 오다이바에 후지TV 샵 등이 입지하고 있는 사례가 시사하고 있듯이) 상암동의 주요 지상파 방송사 내에 자체적인 콘텐츠 아카이브와 상업시설을 배후지로 한다면, 공공성과 상업성의 조화를 이뤄내기에도 상암동이 가장 적절하다" (C응답자)는 것이다.

상암동 미디어시티 이외 제시된 기타 의견으로는 먼저 KBS 중심의 입지로서, "대한민국 방송 역사의 시작과 명맥은 KBS가 이어오고 있으므로 KBS와 가까운 곳으로 하는 것이 합당하다고 생각한다. KBS 수원연수원에 KBS의 방송 역사 유물과 사료 등이 수집, 보존되고 있으며, 방송 제작 시설도 같이 있어 박물관과 연계한 시청자 체험의 기회도 같이 제공할 수 있다고 본다. 시청자 접근성을 고려한다면 서울 여의도에 공간을 마련하여 설립하는 것도 검토할 수 있을 것이다" (F응답자)는 의견이 제시되었다. 또한 서울/수도권 내에서도 역사적 상징성 등을 고려하는 경우, 구 서울역사와 같은 공간을 활용할 수 있으며, 공공성을 고려한다면 목동 방송회관, 그리고 접근성이 극대화될 수 있는 광화문 인근 등의 입지도 고려 대상으로 제안되었다. 끝으로 빛마루 등 일산의 방송과 한류 관련 시설과의 연계성을 고려한 방송박물관의 건립 추진에 대한 의견도 제시되었다.

<표 3-5> 방송박물관 입지 요약

○ 1안: 상암동 미디어시티 - 이용자 편의성 및 접근성 + 한류 관광 연계 - 방송사 및 미디어 클러스터와의 연계성 및 상호협력 ○ 기타 의견 - KBS 수원연수원 또는 여의도 - 구 서울역사 (역사성), 목동 (공공성), 광화문 (접근성) - 빛마루 등 일산의 방송과 한류 관련 시설과의 연계

6. 방송박물관 신축 또는 임대(리모델링) 방안

방송박물관 건립 예산 및 입지 등의 현실적 문제와 관련하여, 방송박물관의 신축 건립 또는 기존 건물/시설 임대 후 리모델링 방안에 대해 의견을 구하였다. 결론을 요약

하면, 대다수의 전문가들은 신축이 상대적으로 더욱 바람직한 방안으로서 우선적으로 추진하되, 건립 시간 및 예산 등의 이유로 부득이한 경우에는 임대 후 리모델링 방안도 고려할 것을 제안하고 있다.

방송박물관의 신축을 우선적으로 제안하는 근거로는 *"100년의 역사를 정리하는 방송박물관을 임대 후 리모델링하여 운영하는 것은 안정성이나 계속성, 시설관리 측면에서 제한적일 수밖에 없다. 미국 방송통신박물관(Museum of Broadcast Communications)을 보더라도 시카고에서 이전 개관한지 10여년 만에 박물관 건물이 매각되어 이전을 위해 수년간 운영 중단을 하는 사례도 있다. 100년을 넘어 계속되는 방송 역사와 유물을 보존하고 유지 관리 및 교육, 시청자가 체험할 수 있는 안정적인 공간이어야 한다. 방송박물관 성격에 맞도록 공간 구조와 보존 시설, 항온 항습 등 환경 조건 등을 종합적으로 반영하여 신축해야 한다"*(F응답자)는 것이다. 요컨대 *"신축의 경우, 방송박물관의 정체성에 맞는 건물 디자인, 목적에 맞는 공간활용이 가능"*(G응답자)하다는 취지이다.

그럼에도 불구하고, 신축의 경우에는 *"부지 선정에서부터 건물 건립에 이르기까지 시간과 비용이 임대(리모델링)보다 많이 소요될 것이다. 임대(리모델링)의 경우, 기존 건물을 활용하기 때문에 시간과 비용면에서 세이브가 되는 부분이 많을 것이다. 다만 공간 활용 측면에서는 신축보다는 제한이 있을 것이나, 디자인적인 요소를 통해 잘 해결할 수 있을 것이다"*(G응답자)는 의견이다. 오히려 *"건물을 짓기 위한 물리적인 시간과 비용이 추가되는 건 낭비라고 생각된다. 이미 있는 건물을 임대하거나 리모델링하는 방안을 선호한다"*(A응답자)는 의견도 제시되었다. 이러한 견해를 신축을 선호하는 근거와 함께 종합해보면, 역사적 건물의 창의적 재활용이나 일산 빛마루/한류월드 등 현재 개발 및 운영 중인 시설을 임대 활용하는 경우라도 방송박물관 운영의 안정성 및 지속성이 보장될 수 있도록 사회적 합의를 통한 공공적 성격의 임대 방식이어야 한다는 결론을 내릴 수 있다.

<

<표3-6> 방송박물관 신축 또는 임대(리모델링) 방안 요약

○ 1안: 신축 - 운영의 안정성, 계속성, 시설관리의 효율성 - 방송박물관의 성격 및 정체성에 부합하는 건물 디자인, 공간 구조, 아카이브 시설(항온, 항습 등) 구축 ○ 2안: 임대 - 건립 시간 및 예산 절감 - (방송 관련) 역사적 건물의 창의적 재활용 또는 일산 빛마루/한류월드 등 현재 개발 및 운영 중인 시설과의 연계

7. 방송박물관 건립 추진위원회 구성 방안

방송박물관 건립의 기획과 실무를 담당할 추진위원회는 방송학, 박물관학, 그리고 문화정책 및 문화경영 분야가 핵심으로서, 방송사업자와 관련 학계 및 시민단체, 그리고 방통위 등 정부부처의 전문가들로 구성하는 것이 바람직하다는 것이 전문가들의 의견이다. 뿐만 아니라 추진위원회는 한국영상자료원이나 대한민국역사박물관 등 방송자료를 소장하고 있는 기존 국·공립 박물관과 긴밀히 연계하고, 방송 사료의 수집, 보존, 활용의 각 단계에서 구체적이고 체계적인 기획을 할 수 있도록 전문적 워킹그룹을 내부적으로 운영하는 것이 바람직하다는 제안을 하고 있다.

방송박물관 추진(위원회)과 방송역사 100년 기념사업(준비위원회)의 연계 필요성에 대해서는 "방송역사 100년 기념사업 위원회와 박물관 건립은 목적 자체가 다르기 때문에 포함 또는 연계는 바람직하지 않다"(G응답자)는 의견이 제시되기도 했으나, 대다수 전문가들은 두 사업 간의 연계가 바람직할 뿐 아니라 필요하다는 의견을 제시하고 있다. 구체적으로, "방송박물관의 가치를 알려나가는 설득력 측면에서 방송역사 100년 기념사업 준비위원회와의 연계는 반드시 필요"(D응답자)할 뿐만 아니라, 두 사업을 연계함으로써 "박물관 건립에의 의지를 표방할 수 있고(이후 문체부 사전평가 시에 중요한 기준이 됨), 관련 유물 기증을 독려할 수 있는 등 실질적인 프로모션의 효과가 있기 때문"(B응답자)이다.

<표3-7> 방송박물관 건립 추진위원회 구성 방안 요약

○ 방송박물관 건립 추진위원회 구성 - 방송학, 박물관학, 문화정책 및 문화경영 분야가 핵심 - 방송사업자, 관련 학계 및 시민단체, 방통위 등 정부부처 참여 - 한국영상자료원, 대한민국역사박물관 등 방송자료 소장 기존 국공립 박물관 참여 - 방송사료수집위원회, 보존/디지털화위원회, 자료활용기획위원회 등 세부 워킹그룹 구성 ○ 방송역사 100년 기념사업 준비(위원회)와 연계 필요 - 방송박물관 건립 필요성 홍보 및 건립 의지 표명(문체부 사전평가 시 중요한 기준이 됨) - 방송 관련 유물 및 사료 기증을 독려할 수 있는 프로모션 효과

8. 방송박물관 운영 주체

향후 방통위의 주도로 방송박물관이 국립의 형태로 건립될 경우, 운영의 지속성과 안정성 그리고 효율성 차원에서 바람직한 운영 방식에 대해 전문가들은 별도의 법인 설립을 통한 위탁 운영 방식과 방통위 소속 책임운영기관을 통한 직접 운영 방식을 제안하고 있다. 두 유형의 운영 방식은 각기 상호보완적인 장단점을 지니는 바, *"방통위는 규제기구이기 때문에 방통위가 직접 운영하는 것은 성격상 맞지 않는다. 박물관을 국립의 형태로 운영할 경우 자금의 안정성, 재원 확보 및 관리 등에 있어 많은 장점이 있겠으나, 경직된 운영의 가능성, 운영의 독립성 보장 등이 문제로 드러날 수 있다"*(G응답자). 또한 *"방통위는 규제기관이지 박물관을 건립하고 운영하는 문화전문 기관은 아니기 때문"*(A응답자)에 방송박물관의 전문적 운영을 위한 별도 법인 설립이 바람직하다는 의견이다.

이와 달리 재원 확보 및 박물관 평가인증 제도 등의 행정적 차원에서 소속 책임운영기관을 통한 방통위 직접 운영이 바람직하다는 의견도 제시되고 있다. 예를 들어, *"박물관 설립 이후 지속적인 운영이 관건이 되고 있는 만큼 책임운영기관 등으로 운영되어*

야 전문 관장을 비롯한 전문 학예인력을 안정적으로 고용하고 주요 박물관 사업(전시, 교육, 소장품 수집)을 추진할 수 있는 동력이 생기는" (B응답자) 등, *"박물관의 공적 책임이나 운영재원 마련 등을 고려할 때 방송통신위원회 소속의 책임운영기관으로 운영하는 것이 가장 현실적"* (C응답자)이라는 것이다.

추가적으로 방송박물관의 주요 기능에 따라 *"국립의 형태로 운영할 경우, 사료의 확보 등 아카이빙 기능이 강조될 경우 소속 책임운영기관 형태가 적절하다고 생각하며, 전시 및 체험 기능이 강조될 경우 외부 위탁 운영을 통한 서비스 품질 제고에 집중하는 전략이 가능하다"* (D응답자)는 의견도 제시되었다.

<표 3-8> 방송박물관 운영 주체 요약

○ 별도 법인 설립 (위탁 운영) - 유연한 운영 및 운영의 독립성 보장 - 박물관 운영의 전문성을 바탕으로 한 서비스 품질 제고 - KBS에 운영 위탁 (방통위 예산 및 방발기금 지원) ○ 방통위 소속 책임운영기관 (직접 운영) - 재원 확보 및 조직 운영·관리 등의 안정성과 지속성 확보 - 박물관 운영의 공적 책임 강화 - 공립박물관 평가인증 제도 상 유리

9. 방송박물관 운영 재원

방송박물관의 안정적인 자료 수집 및 전시 운영을 위해 필요한 재원은 국고 및 공적기금 지원을 바탕으로 입장료, 개인 및 기업의 후원과 기부, 지자체 지원 등을 포함하는 재원의 다양성을 확보해야 한다는 것으로 요약된다. *"어떤 형태로든 방송박물관이 건립되는 상관없이, 박물관 운영의 안정성과 효율적 차원에서 바람직한 운영 재원으로서는 국고 지원이 가장 기본이 되면서, 문화나 방송 관련 공적 기금이 보충적으로 구성되어야 한다고 본다. 사료 수집이나 구술사 등의 방송사료 연구 등의 사료실 운영 및 박물관 운영에 소요되는 (박물관 교육 등의) 인력 등에는 국고를 사용하고, 그 밖의 매년 박물관 운영비 등은 박물관 입장료 및 기업/개인 등의 후원 및 기부로 충당하고, 박물*

관 전시에 소요되는 유물이나 콘텐츠의 소장 및 대여와 관련해서는 방송기금이나 문화기금 등을 재원으로 하는 것이 바람직하다" (C응답자)는 것이 전문가 의견의 대표적 사례이다.

<표 3-9> 방송박물관 운영 재원 요약

○ 국고 + 공적 기금 지원을 기본으로, ○ 입장료, 개인/기업의 후원 및 기부, 지자체 지원 등 재원의 다양성 확보 필요

10. 방송박물관 포지셔닝 및 운영 전략

끝으로 전문가들은 향후 방송박물관의 활용과 가치의 지속성을 위해 방송박물관이 어떤 위상과 기능으로 자리 잡아가야 할지에 대해 다양한 포지셔닝 전략을 제안한 바, 우선 방송과 관련한 시민들의 공동의 기억(collective memory)을 재구성함으로써 방송의 역할과 중요성에 대한 사회적 인식을 제고하는 노력이 필요하다. 한 전문가의 의견을 요약 인용하면, *"박물관 설립의 가장 중요한 목적은 컬렉션의 대상이 무엇이든 시민들의 공동의 기억(collective memory)을 재구성하는 데 기여해야 할 것이다. 이에 따라 방송사업자들이 기증하고 싶은 컬렉션을 입수하는 데에만 멈추지 말고 각 기증에 의한 수집 결과로 구성된 방송 사료/유물 컬렉션이 한국 방송 100년을 시청자들이 기억하고 다시 떠올릴 수 있는지 고려해야 할 것이다..... 방송 역사 100년을 전체적으로 조망하는 접근도 현재로서는 국내에서 필요하지만 전시공간은 시민들이 직접 찾아서 전시물을 보고 체험프로그램을 경험해야 하는 만큼, 지식 전달 수준의 전시물을 구성하는 것보다는 연령대별 시민들의 TV시청 경험, 라디오 청취 경험이 그들의 삶과 문화 변화에 어떤 기여를 했는지에 대한 내용을 다루는 것도 필요하다"* (E응답자). 이는 이용자 중심의 방송박물관 기획 및 운영 전략이 필요하다는 의미이며, 따라서 이용자들이 방송박물관에서 무엇을 기대하는지에 대한 수요 조사 등이 사전에 충분히 수행될 필요가 있다.

콘텐츠가 중심이 되는 방송의 특성상, 다양한 포맷으로 산재해 있는 방송 콘텐츠 자료의 아카이빙을 통한 온·오프라인 하이브리드 전시 전략의 필요성도 제기되고 있다.

“현재 해외의 중요 방송박물관 및 유사기관에서는 온라인 자료 아카이빙의 중요성이 특히 강조되고 있다. 도자기 같은 유물처럼 실체가 중요하기 보다는 사료 자체가 전자 매개화된 자료이기에, 온라인 아카이빙 및 배급에 더욱 유리하리라 생각한다. 아카이빙 체제를 완벽하게 갖춰서, 이름만의 박물관이 아니라 그간 산재한 한국 방송역사의 지도 역할을 충실하게 수행”(A응답자)해야 한다. 유사한 맥락에서 *“코로나 팬데믹 이후 기존 박물관이나 미술관의 디지털 전시가 확대됨으로써 아날로그 전시물과 디지털 전시물이 결합된 하이브리드 전시 등 박물관 콘텐츠의 트랜스미디어적 확장이 모색되고 있다. 이는 MZ세대와 같은 디지털 세대의 박물관 체험을 극대화하려는 시도의 일환으로 볼 수 있기 때문에, 특히 많은 사람들의 관심을 끌만한 주제나 콘텐츠에 대한 박물관의 기획전시에는 하이브리드 전시가 적극 활용되어야 할 필요성이 있다”*(C응답자). 아울러 한류 중심의 콘텐츠 산업과 대중문화를 선도하는 방송의 역할과 비전을 제시하는 방향으로 방송박물관의 위상과 기능을 제안하는 의견도 제시되었다.

<표3-10 > 방송박물관 포지셔닝 및 운영 전략 요약

○ 방송에 대한 시민들의 공동의 기억(collective memory)을 재구성함으로써 방송의 역할과 중요성에 대한 인식 제고 - 방송박물관의 기능 관련 이용자 수요 조사 필요 ○ 오프라인 및 온라인 전시를 병행하는 하이브리드 전략 - 온라인 자료의 아카이빙 및 배급 강화 ○ 한류 중심의 콘텐츠 산업과 대중문화를 선도하는 방송의 역할과 비전 제시

제 4장 방송역사 100년 기념 사업계획 제안

제1절 기념사업 추진 배경과 방향성

1. 계획안 추진배경

1927년 2월 16일 경성방송국 전파 송출 개시 이후 2027년은 한반도 내에서 방송역사 100년을 맞이하는 해이다. 방송역사 100년을 기념하는 것은 그동안 비약적으로 발전한 현재의 방송을 기념하고, 새로운 미디어 환경에서 새로운 성장을 위한 미래의 방송 비전을 제시할 필요성이 있기 때문이다. 2022년도에 실시한 방통위 연구의 국민인식조사 및 전문가조사 결과에 의하면, 1927년 2월 16일 한반도에서의 첫 방송 개시가 비록 일제 치하에서 시작된 방송일지라도 이 역시 우리 방송의 역사적 사실이기에, 의도적 단절보다는 방송 발전사의 연속성 내에서 성찰과 함께 미래 발전을 도모하는 100년의 기점임을 기념할 필요성에 동의하고 있다. 방송역사 100년 기념행사를 계획하고 구성하는 것은 이러한 연속성 위에서 새로운 방송 발전의 비전을 제시하고 이를 토대로 국민적 공감대를 이끌어 내는 다각적 차원의 종합적 기획을 필요로 한다. 본 연구과제의 목표는 2027년으로 100년을 맞이하는 우리 방송의 역사적 기점을 계기로, 지난 과거사에 대한 자주적 성찰을 바탕으로 새로운 미래 100년을 바라보는 우리나라 방송의 미래 비전 제시와 그 시작점을 자축하는 '방송역사 100년 기념행사의 구체적인 추진방안을 마련'하는 데 있다. 이를 위하여 올해 연구과제에서는 다양한 역사 기념의 사례를 검토하고 국민적 기대와 전문가 의견을 조사하여, 이를 바탕으로 다음과 같은 새로운 100년 미래 비전 위에서 설계되는 '방송역사 100년 기념사업의 밑그림과 사업 추진방안을 제시'하고자 한다.

본 과제에서 제시하는 사업 계획안은 2022년 실행된 <방송100주년 기념사업 추진방안 연구>의 조사결과를 바탕으로 하고 있으며, 이를 토대로 주요 기념사업의 영역을 설정하여 추진 방향을 제시하고 있다. 사업의 추진 과정에서 국내 방송사업자들의 적극적 참여를 유도할 수 있도록 기념사업 방향에 대한 의견 공유 및 자발적 참여를 유인하는 사업 추진 체계 기획하고자 하였으며, 방송역사 100년의 학술적 의미, 방송 산업의 요구 및 국민들의 호응을 함께 충족시킬 수 있는 기념사업 발굴 및 기본 실행방안 도출하고자 하였다.

사업추진을 위해서는 방송역사 100년 준비위원회 구성 및 각 사업별 추진주체를 준비위원회내 하위 기구로 구성하여 방송역사 100년 전체 체계 내에서 유기적으로 역할 분담하는 체계를 필요로 하며, 이는 차기년도 사업을 통하여 진행될 필요가 있을 것이다. 2027년 방송역사 100년 행사 이후에도 방송역사 100년의 성과를 이어갈 수 있는 중장기적 후속 사업으로 연계되는 사후 관리 방안도 함께 고려할 필요가 있을 것이다.

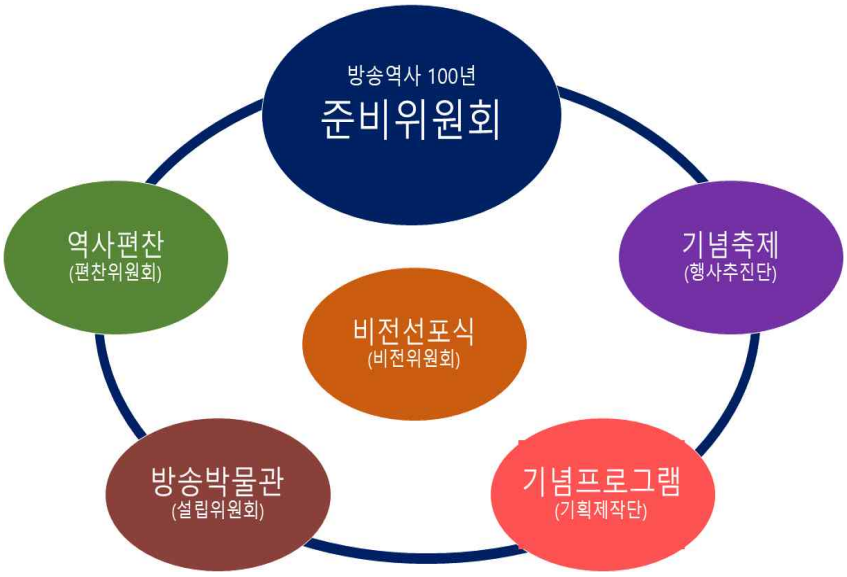
2. 추진 방향성

본 연구에서는 역사적 기점을 단일하게 정의하기 어려운 우리나라 방송의 역사적 특성을 고려해, 2027년 2월 16일의 단일 행사보다는 “2027년 2월 16일(경성방송국 출범일)~9월 3일(방송의 날)기간” 동안을 기념사업 기간으로 설정하여 일련의 행사 조직화 필요가 있다고 판단하였다. 해당 기간 동안, “방송역사 100년, 방송미래 100년”을 기본 컨셉으로 우리나라 방송 발전사에 대한 성찰 및 미래 혁신성 제고의 방향성을 제시하는 다양한 행사를 다각적으로 구성하여 방송역사를 기념하고 그 의미를 함양할 것을 제안한다. 구체적으로는, 크게 다섯 개 분야의 기념사업을 제시하고 있는데 이는 다음과 같다.

1) 비전선포식 : 방송역사 100년의 해 선포 및 새로운 방송미래 100년의 발전을 위한 비전 제시. 2) 역사편찬 및 학술행사 : 방송역사 100년 의미의 체계적 평가 및 성찰을 통한 올바른 방송역사 정립. 3) 기념 방송프로그램 제작 : 방송역사 100년의 의미를 국민과 공유하는 방송 콘텐츠 제작 및 방영. 4) 기념축제 (국제 페스티벌) : 시민들의 자발적 참여를 유도하는 페스티벌 개최와 국제 행사를 연계하여 한류로 대표되는 한국 방송 및 문화의 우수성을 홍보. 5) 방송박물관 건립 : 방송역사 100년의 성과를 기록 및 보관, 방송영역의 정체성을 강화하는 공간으로 활용

우리나라 방송문화와 역사에 대한 자긍심은 국가에 대한 자긍심 및 사회적 결속에 긍정적 영향을 주는 핵심적 요인으로 작용하고 있으므로, 이러한 방송역사 100년 행사의 실행을 통하여, 방송이 국민적 통합에 기여하고 있음을 재확인하고 미디어 환경의 급격한 변화로 혼란을 겪고 있는 우리나라 방송 산업 분야의 다양한 이해관계자들에게 새로운 성장 동인과 미래 비전을 제시하는 기대효과를 발생시키고자 한다.

[그림4-1] 방송역사 100년 기념사업의 구성



<표4-1> 사업 분야 및 예산 규모 (추정치)

사업 항목	예산	비고
비전 위원회 및 비전 선포식	약 6억	
역사편찬위원회 및 역사편찬	약 2억~2억 7천	
기념프로그램 제작	약 50억	제작사 자체 펀딩 제외
기념행사 및 문화축제	약 30~40억	
방송박물관 건립 준비	약 4~5억	건축 및 운영 비용 별도
합	약 90 ~ 100억	

제 2절 비전 수립 및 비전선포식 개최

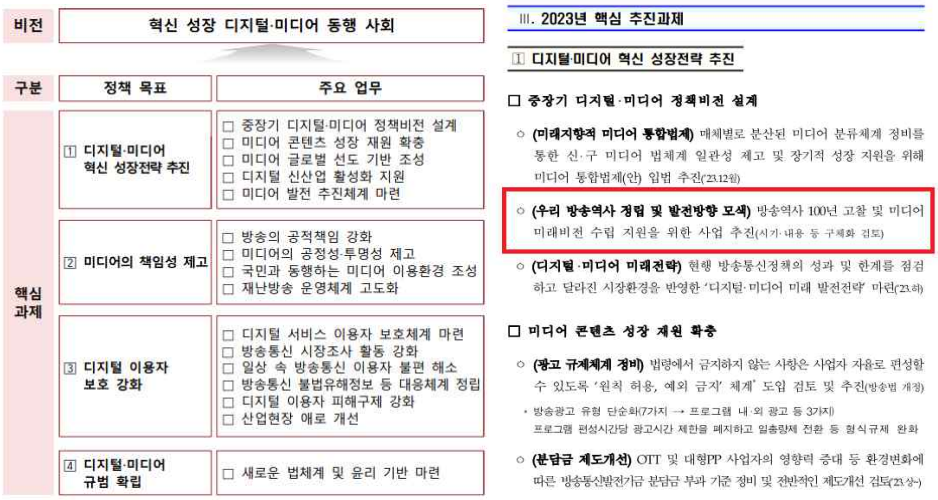
1. 비전 수립 및 비전선포식 개최 필요성

본 절에서는 '방송역사 100년 비전 수립 및 비전선포식 개최'의 필요성과 진행 방향을 종합적으로 논의하고자 한다. 먼저 방송역사 100년 비전 설정의 필요성은 본 연구의 사전 연구로 2022년 실시된 <한국방송100주년 기념사업 추진방안 연구> 결론에서 다음과 같이 제시되었다.

> *"방송역사 100년 기념사업 추진의 국가적 대의명분과 국민적 호응을 담보하기 위해서는 방송역사 100년 기념에 대한 보다 전국가적 차원의 인정과 공감대를 형성하는 체계적인 합의 도출 과정이 반드시 선행될 필요가 있다."*

또한 대한민국 대통령실의 방송통신위원회 업무보고의 <2023년 주요업무 추진계획>에서 역시 "혁신 성장 디지털·미디어 동행 사회"라는 정책 비전 달성을 위한 핵심 과제로 '우리 방송역사 정립 및 발전방향 모색' 방송역사 100년 고찰 및 미디어 미래비전 수립 지원을 위한 사업 추진"을 명시하고 있다.

[그림4-2] 방송통신위원회 2023년 주요업무 추진계획



비전	혁신 성장 디지털·미디어 동행 사회	
구분	정책 목표	주요 업무
핵심 과제	1 디지털·미디어 혁신 성장전략 추진	□ 중장기 디지털·미디어 정책비전 설계 □ 미디어 콘텐츠 성장 재원 확충 □ 미디어 글로벌 선도 기반 조성 □ 디지털 신산업 활성화 지원 □ 미디어 발전 추진체계 마련
	2 미디어의 책임성 제고	□ 방송의 공적책임 강화 □ 미디어의 공정성·투명성 제고 □ 국민과 동행하는 미디어 이용환경 조성 □ 재난방송 운영체계 고도화
	3 디지털 이용자 보호 강화	□ 디지털 서비스 이용자 보호체계 마련 □ 방송통신 시장조사 활동 강화 □ 일상 속 방송통신 이용자 불편 해소 □ 방송통신 불법유해정보 등 대응체계 정립 □ 디지털 이용자 피해구제 강화 □ 산업현장 애로 개선
	4 디지털·미디어 규범 확립	□ 새로운 법체계 및 윤리 기반 마련

Ⅲ. 2023년 핵심 추진과제

1 디지털·미디어 혁신 성장전략 추진

□ 중장기 디지털·미디어 정책비전 설계

○ **(미래지향적 미디어 통합법제)** 매체별로 분산된 미디어 분류체계 정비를 통한 신·구 미디어 법체계 일관성 제고 및 장기적 성장 지원을 위해 미디어 통합법제(안) 입법 추진(23.12월)

○ **(우리 방송역사 정립 및 발전방향 모색)** 방송역사 100년 고찰 및 미디어 미래비전 수립 지원을 위한 사업 추진(시기·내용 등 구체화 검토)

○ **(디지털·미디어 미래전략)** 현행 방송통신정책의 성과 및 한계를 점검하고 달라진 시장환경을 반영한 '디지털·미디어 미래 발전전략' 마련(23.하)

□ 미디어 콘텐츠 성장 재원 확충

○ **(광고 규제체계 정비)** 법령에서 금지하지 않는 사항은 사업자 자율로 편성할 수 있도록 '원칙 허용, 예외 금지' 체계' 도입 검토 및 추진(방송법 개정)

· 방송광고 유형 단순화(7가지 → 프로그램 내·외 광고 등 3가지)
프로그램 편성시간당 광고시간 제한을 폐지하고 일송량제 전환 등 형식규제 완화

○ **(분담금 제도개선)** OTT 및 대형PP 사업자의 영향력 증대 등 환경변화에 따른 방송통신발전기금 분담금 부과 기준 정비 및 전반적인 제도개선 검토(23.상-)

자료: 방송통신위원회 2023년 주요업무 추진계획, 2023

이에 '방송역사 100년 비전위원회 발족 및 운영'과 '방송역사 100년 비전 슬로건 및 엠블럼 디자인 공모전' 진행 등을 통해 1927년 2월 16일의 JODK 경성방송국 개국을 한반도 내 방송역사가 시작된 사실로 인정하는 것에서부터, 일제치하의 방송 역사가 가지는 자주적 의미와 반성, 광복 이후 찬란한 성장과 발전을 이룬 대한민국 방송의 긍지와 성찰, 그리고 세계를 호령하는 한국 방송의 미래 비전과 역할에 대한 기대에 이르기까지 방송역사의 100년 전체를 아우르는 전국가적 인정과 공감대 형성이 가능할 것이다.

본 절의 내용은 다음 2절의 "방송역사 100년 역사편찬 및 학술행사 추진 방안" 내용과 의미적으로 연결되어 있으나, '방송역사 100년 비전 수립 및 선포식 개최'는 학술적 관점을 넘어 대국민 참여와 합의의 장이자 전국가적 공감대 형성과 정책 홍보의 장 마련이라는 차별된 의미를 부여하고자 한다. 따라서 '방송역사 100년 비전 설정'과 그 결과의 '방송역사 100년 비전선포식'을 누가, 언제, 어디서, 왜, 무엇을, 어떻게 실행할 것인지에 대한 기본 추진 방향의 구체적인 설정이 필요하다.

2. 방송역사 100년 비전 수립 및 비전선포식 개최 방향 논의 세부 내용

가. 사업 개요

본 연구에서 제안되는 '방송역사 100년 비전 수립 및 비전선포식 개최' 사업은 2024년 '방송역사 100년 비전위원회 발족 준비' 사업을 시작으로 총 11개 단계의 세부내용으로 구성된다. 지난 방송의 100년의 역사에 대한 올바른 인식을 바탕으로 미래 100년 대계를 설계하는 비전 수립 사업의 중대함과 엄중함이 큰 만큼 국가 정부와 관계 기관은 물론, 관련 업계와 학계, 그리고 국민들의 종합적인 가치와 의견이 수렴되고, 충분한 관심과 참여가 동반될 수 있도록 치밀하고 체계적인 추진이 중요하다.

<표4-2> 방송역사 100년 비전 수립 및 비전선포식 개최 사업 개요

○ 사업명칭 : 방송역사 100년 비전 수립 및 선포식 개최
○ 사업기간 : 2024년 ~ 2027년 2월 17일(방송역사 100년 비전선포식)
○ 추진주체 : 한국방송통신위원회 및 한국방송학회
○ 소요예산 : 6억 원
○ 단계별 사업내용
- 1단계 : 방송역사 100년 비전위원회 발족 준비
- 2단계 : 방송역사 100년 비전위원회 구성
- 3단계 : 방송역사 100년 비전 수립 사전 통합 연구 실행
- 4단계 : 대국민 의견수렴 및 공론화
- 5단계 : 방송역사 100년 비전 초안 확정
- 6단계 : 대국민 공감대 형성 (비전 슬로건 및 엠블럼 공모전)
- 7단계 : 방송역사 100년 비전 최종안 개발 및 비전위원회 추인
- 8단계 : 방송역사 100년 비전 포럼 개최(공모전 시상식 연계)
- 9단계 : 방송역사 100년 비전선포식 준비(전담 PCO 선정)
- 10단계 : 방송역사 100년 비전선포식 개최(방송역사 100년 기념식 연계)
- 11단계 : 사후 정책 홍보 및 레거시 창출

나. 1단계 : 방송역사 100년 비전위원회 발족 준비

방송역사 100년 비전 수립과 비전선포식 개최를 위해서는 치밀하고 체계적인 추진 과정과 결과에 책임 있는 전담 조직 마련이 필요하다. 따라서 방송역사 100년 비전 수립 및 비전선포식 개최를 위한 첫 단계는 바로 그 전담 조직 구성을 준비하는 것이다. 본 연구에서는 해당 전담 조직을 '(가칭) 방송역사 100년 비전위원회'라 명칭하고, 다음과 같은 세부 내용을 제시한다.

<표 4-3> 1단계 : 방송역사 100년 비전위원회 발족 준비

구분	내용
주체	- 방송통신위원회
구성	- 전문 학술연구 용역 발주를 통한 진행
기간	- 2024년 4월 ~ 12월
방법	- 방송역사 100년 비전 수립 과정에 대한 적합성 및 타당성 검토/논의 : 방송역사 100년 비전위원회 발족 및 중장기 사업 추진에 대한 2025년 예산 반영 가능 여부 검토 - 방송통신위원회 TFT 구성 : 방송통신위원회 내 방송역사 100년 비전위원회 구성 관련 사전 준비 사업 체계 구축 및 사업 추진 관련 인가 획득 - 비전위원회 발족 및 운영 계획 수립 : 위원회 구성 및 운영 관련 계획 수립. 특히 비전위원 추천 및 평가, 선정에 대한 세부 과정별 관리 계획 수립 - 방송역사 100년 비전위원회 규정 사전 수립 : 비전위원회 구성 및 책임, 의무, 운영 등에 대한 규정 마련을 위한 가이드라인 수립
결과	- 용역 결과 보고서 : 방송역사 100년 비전위원회 발족 준비 계획
예산	- 방송통신위원회 예산, 5천만 원

다. 2단계 : 방송역사 100년 비전위원회 구성

다음 2단계는 본격적인 방송역사 100년 비전위원회 구성 단계로 방송역사 100년 비전을 대국민이 공감할 수 있도록 체계적이고 포용적으로 정립하고, 이를 전국가에 공유·확산할 수 있도록 하는 비전선포식 개최를 준비하는 추진 체계를 구성하는 것이다. 조직 구성

방법은 방송통신위원회 산하의 별도기구 또는 방송역사 100년 기념사업 준비위원회 산하의 전담기구 형태로 구성이 가능하다. 이에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-4 > 2단계 : 방송역사 100년 비전위원회 구성

구분	내용
주체	- 방송통신위원회
구성	- 비전위원회 위원장 : 정부와 민간에서 각 1인 공동위원장 체제 - 비전위원회 위원 : 방송 역사 학자, 산업 및 정책 전문가 등 선발 - 비전위원회 자문위원 : Old & Young 방송 역사 리더 등 선발
기간	- 2025년 5월 ~ 7월 내 구성(위원회 활동은 비전선포식까지 지속)
방법	- 방송역사 100년 비전위원회 규정 정립 : 비전위원회 구성 및 책임, 의무, 운영 등에 대한 규정 마련 - 대국민 비전위원 추천 : 산업, 학문, 정부/정책, 일반국민, 국제 분야 구분하여 공식 추천 작업 진행 - 비전위원 선정 및 관리 : 방송통신위원회 내 선정・관리 기구를 두고, 선발 기준 결정, 단계/체계적 선발 진행, 선발 결과 발표, 선발 위원 활동 관리 등 진행 - 비전위원회 자문위원 선정 및 관리 : 산업, 학문, 정부/정책, 일반국민 분야별로 각 2인의 원로세대(역사세대)와 MZ세대(미래세대) 자문위원을 추천하고, 이를 방송통신위원회에서 승인 및 관리 - 방송역사 100년 비전위원회 발족식 : 최종 선정된 비전위원회 위원에게 임명장을 수여하고, 위원회 활동 내역 및 의무에 대한 설명회를 병행한 1차 위원회의를 실시 - 정기 방송역사 100년 비전위원회의 진행 : 반기별로 1회(연간 2회)의 전체 위원회를 진행하고, 10개 단계별 세부내용별로 필요시 임시위원회를 진행
결과	- 방송역사 100년 비전위원회 구성 및 규정 결과물 - 비전위원회 회의 기록물(전체위원회 및 임시위원회 전체)
예산	- 방송통신위원회 예산, 5천만 원

라. 3단계 : 방송역사 100년 비전 수립 사전 통합 연구 실행

3단계는 방송역사 100년 비전 수립을 위한 사전 통합 연구 실행으로, 이는 비전위원회 자체 또는 방송역사 100년 역사편찬 조직(ex. 방송학회) 연계를 통해 추진하는 것이 바람직할 것이다. 사전 통합 연구의 목적은 대국민 의견수렴 및 공론화를 위해 실시할 대국민 설문조사를 설계하는 것으로 설문조사의 배경 및 내용 설명과 설문조사 문항 개발의 기초 뼈대를 제공하기 위한 것이다. 이에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-5> 3단계 : 방송역사 100년 비전 수립 사전 통합 연구 실행

구분	내용
주체	- 비전위원회
구성	- 자체 학술용역 발주를 통한 구성 또는 - 방송역사 100년 역사편찬 조직(ex. 방송학회) 연계를 통해 구성
기간	- 2025년 8월 ~ 9월
방법	- 방송역사 100년 비전 수립 기초 여건 및 조건 통합 연구 : 사실 근거 기반의 관련 이슈, 주요 타 국가 및 분야 사례 시사점, 비전 수립을 위해 고려해야 하는 기본적인 조건 등 - 방송역사 100년 비전 수립 대국민 설문조사지 개발 : 방송역사 100년 비전 추출에 도움이되는 의견 수렴을 위한 설문조사 내용 및 방법 설명, 설문 문항 개발 - 설문조사 실행 및 해석 방법 설계 : 설문 대상 분할 및 결과 신뢰성/타당성 담보를 위한 설계
결과	- 사전 통합 연구 보고서 - 비전 수립 대국민 설문조사지
예산	- 방송통신위원회 예산, 2천만 원(수의 계약 가능)

마. 4단계 : 대국민 의견수렴 및 공론화

3단계에서 설계된 '방송역사 100년 비전 수립 대국민 설문조사지'를 기반으로 대국민 의

견수렴 설문조사를 실시한다. 설문조사 실시 목적은 조사의 실시 배경 및 취지, 내용에 대한 대국민 홍보 활동을 통해 최대한 많은 국민이 설문에 참여하므로 방송역사 100년 기념사업이 전국가적으로 공론화 되도록 유도하는 것이다. 최소 2개월의 충분한 시간을 가지고 대국민 설문조사를 객관적이고 과학적으로 실시한 경험이 풍부한 전문조사기업을 통해 실시하는 것이 바람직하며, 이에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-6> 4단계 : 대국민 의견수렴 및 공론화

구분	내용
주체	- 비전위원회
구성	- 전문 설문조사 운영 기관(기업)을 선정하여 시행 또는 - 방송역사 100년 역사편찬 조직 연계를 통해 시행 가능
기간	- 2025년 10월 ~ 12월(최소 2개월 이상 추진)
방법	- 설문조사 운영 기관 공개 입찰 : 공개 입찰을 위한 과업지시서(RFP) 개발 및 사전 규격 확보, 입찰 공고 실시 - 설문조사 전담기관 선정 : 경쟁 입찰을 통해 협상에 의한 계약을 하여 선정 - 설문조사 협조 가능 기관 및 기구 대상 안내 : 설문조사 응답률을 높일 수 있도록 협조 가능 기관 및 기구 대상 설문 참여 독려 진행 - 설문조사 결과 관리/감독 : 착수보고, 중간보고, 결과보고(결과 활용 세미나 형태 추천)
결과	- 결과의 신뢰성과 타당성이 담보된 대국민 설문조사 결과 보고서
예산	- 방송통신위원회 예산, 5천만 원

바. 5단계 : 방송역사 100년 비전 초안 확정

다음 단계로는 4단계를 통해 도출된 대국민 의견수렴 결과 정리와 방송역사 100년 미래 비전 수립을 위한 시사점 도출이 필요하다. 이는 비전위원회 전체 회의 및 방송역사 100년 역사편찬 조직 연계를 통해 방송역사 100년 비전의 초안을 확정하는 과정을 거친다. 비전 초안을 확정하는 목적은 차후 대국민 공감대 형성을 위한 활동 기반으로 활용(ex. 대국민

비전 슬로건 및 엠블럼 공모 시 기초 안내 자료 활용)하기 위함이다. 이에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-7> 5단계 : 방송역사 100년 비전 초안 확정

구분	내용
주체	- 비전위원회
구성	- 비전위원회 주관 - 결과 도출의 대표성을 부여한 전문연구팀 의뢰를 통해 진행
기간	- 2026년 1월 ~ 2월
방법	- 방송역사 100년 미래 비전 설정을 위한 주요 이슈 및 대국민 요구 분석 : 결과 도출의 대표성을 부여한 전문연구팀 의뢰를 통한 결과 도출 필요 - 방송역사 100년 비전 초안(안) 작성 : 결과 도출의 대표성을 부여한 전문연구팀 의뢰를 통한 결과 도출 필요 - 공론회장 마련 : 워크숍 및 세미나, 포럼 등 적합한 유형을 선택하여 개최 가능(비전위원회 위원 및 자문위원 참석 필수) - 방송역사 100년 미래 비전 초안 확정 : 차후 대국민 공감대 형성을 위한 활동 기반으로 활용
결과	- 방송역사 100년 미래 비전 초안
예산	- 방송통신위원회 예산, 3천만 원: 초안 개발(2천만 원, 수의 계약 가능) + 공론회장 마련(1천만 원, 별도 수의 계약 가능)

사. 6단계 : 대국민 공감대 형성(비전 슬로건 및 엠블럼 공모전)

다음 단계는 3단계부터 5단계까지를 거쳐 도출된 방송역사 100년 비전 초안에 대하여 대국민 인정 및 공감대를 형성하고, 향후 기념사업 진행에 BI(Brand Identity)로 활용할 슬로건 문구 및 엠블럼 디자인 시안을 개발할 목적으로 실시하는 대국민 공모전 개최이다. 이는 비전위원회가 진행하기는 하지만, 방송통신위원회 또는 대한민국 정부 주최의 공모전으로 실시될 필요가 있으며, 그 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-8> 6단계 : 대국민 공감대 형성(비전 슬로건 및 엠블럼 공모전)

구분	내용
주체	- 방송통신위원회 또는 대한민국 정부 주최
구성	- 비전위원회 내 공모전 분과 구성 - 전문 공모전 운영 기관(기업)을 선정하여 시행
기간	- 2026년 3월 ~ 7월 (공모 기간 최소 100일 이상 진행 필요)
방법	- 공모전 운영 기관 공개 입찰 : 공개 입찰을 위한 과업지시서(RFP) 개발 및 사전 규격 확보, 입찰 공고 실시 - 공모전 운영 전담기관 선정 : 경쟁 입찰을 통해 협상에 의한 계약으로 선정 - 공모전 협조 가능 기관 및 기구 대상 안내 : 공모전 참여율을 높일 수 있도록 협조 가능 기관 및 기구 대상 공모전 참여 독려 진행 - 공모전 진행 : 응모 기간 최소 100일 이상, 작품 접수 시스템 구축(개별 접수 결과 확인 및 관리 기능 포함) - 공모 심사위원회 구성 및 심사규정 확립 : 전문 운영 기관 초안 수립 및 비전위원회 내 공모전 분과 승인 형태 진행 - 공모 심사 진행 및 시상작 선정 : 심사위원회 공정 심사 진행 관리감독 철저, 단계별 시상작 선정(필요시 최종 단계는 대국민 공개 심사투표 형태로도 진행 가능), 표절 등 윤리규정 최종 확인, 최종 시상작 통보 및 관리 - 공모전 결과 관리/감독 : 착수보고, 중간보고, 결과보고(결과 활용 세미나 형태 추천)
결과	- 방송역사 100년 미래 비전 슬로건 및 엠블럼 시상작
예산	- 방송통신위원회 예산, 1억 원 : 예산 내 시상금 및 포럼(시상식) 포함

아. 7단계 : 방송역사 100년 비전 최종안 개발 및 비전위원회 추인

다음 단계는 5단계를 통해 도출된 방송역사 100년 비전 초안과 6단계를 통해 도출된 방송역사 100년 비전 슬로건 및 엠블럼 결과를 바탕으로 방송역사 100년 비전의 최종안을 도출하는 것이며, 나아가 비전위원회 전체 회의를 통해 방송역사 100년 비전 최종안을 추인하고 확정하는 것이다. 이에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-9> 7단계 : 방송역사 100년 비전 최종안 개발 및 비전위원회 추인

구분	내용
주체	- 비전위원회
구성	- 비전위원회 전체 회의를 통해 추인
기간	- 2026년 8월 ~ 9월
방법	- 방송역사 100년 비전 최종안(안) 작성: 결과 도출의 대표성을 부여한 전문 연구팀 의뢰를 통한 결과 도출 필요 - 공론회장 마련: 워크숍 및 세미나, 포럼 등 적합한 유형을 선택하여 개최 가능(비전위원회 위원 및 자문위원 참석 필수) - 방송역사 100년 미래 비전 최종안 확정 및 비전위원회 추인
결과	- 방송역사 100년 미래 비전 최종안 및 추인 결의안
예산	- 방송통신위원회 예산, 3천만 원: 최종안 개발(2천만 원, 수의 계약 가능) + 공론회장 마련(1천만 원, 별도 수의 계약 가능)

자. 8단계 : 방송역사 100년 비전 포럼 개최(공모전 시상식 연계)

다음 단계는 7단계에서 추인된 '방송역사 100년 미래 비전 최종안'에 대한 대국민 발표와 더불어 관련 전문가 포럼이나 공개 토론회를 진행하는 것이다. 이러한 '방송역시 100년 비전 포럼' 개최의 핵심 목적은 이를 진행하는 과정에서 비전 수립 최종안에 대한 대외 공인 및 여론 수렴, 수정 필요성 및 가능성을 검토 등이 가능하다는 것이다. 이는 2027년 2월 17일 비전선포식에서 선포될 '방송역사 100년 비전'에 대한 정당성과 상징성을 강화하는 효과를 가질 것이다. 이에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-10> 8단계 : 방송역사 100년 비전 포럼 개최(공모전 시상식 연계)

구분	내용
주체	- 비전위원회
구성	- 비전위원회 내 공모전 분과 주관 - 6단계에서 선정된 전문 공모전 운영 기관(기업)을 통해 시행
기간	- 2026년 9월말 or 10월초
방법	- 포럼 운영 계획 수립: 비전위원회 내 공모전 분과 기획 의도를 반영한 초청 VIP 및 연사, 토론자, 기타 참석자 섭외 방향을 바탕으로 공모전 운영 전문 기관(기업)이 세부 운영 계획 수립 - 포럼 개최 및 운영: 7단계에서 개발된 방송역사 100년 비전 수립 최종안에 대한 대외 공개 및 의견 수렴을 중심으로 진행(비전 슬로건 및 엠블럼 공모전 수상작 시상식 및 작품 전시회 등 포함) - 포럼 개최 사후 홍보: 방송역사 100년 비전 수립 최종안 및 포럼 결과에 대한 언론 보도와 SNS 홍보 활동 전개(공모전 운영 전문기관 활용 진행)
결과	- 방송역사 100년 미래 비전 포럼 결과보고서
예산	- 6단계 예산 내 반영

차. 9단계 : 방송역사 100년 비전선포식 준비(전담 PCO 선정)

다음은 3단계 ~ 8단계를 거쳐 완성된 '방송역사 100년 비전'을 공식적으로 대외로 선포하기 위한 비전선포식 행사 개최를 준비하는 단계이다. 이는 '방송역사 100년 기념사업 추진위원회' 주관의 방송통신위원회 또는 대한민국 정부 주최 사업으로 진행하되, 꼼꼼하고 체계적인 선포식 행사 준비가 가능하도록 고도의 전문적인 기획과 운영을 담보할 수 있는 전문 이벤트 기획사(PCO; Professional Convention Organizer) 선정을 통해 진행하는 것이 필요하다. 이는 6단계 경우와 동일한 형태로 경쟁 입찰 방식에 따른 협상에 의한 계약을 통해 전담 PCO를 선정한 후 세부 비전선포식 개최 준비 업무를 추진하는 것이 일반적이다. 단, 비전선포식만을 전담할 PCO를 선정할 것인지 또는 방송역사 100년 기념사업 및 행사 총괄 전담 운영사 선정 과업에 비전선포식 개최 준비를 포함할 것인지는 별도의 추가 논의 및 결정이 필요하다. 이에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-11> 9단계 : 방송역사 100년 비전선포식 준비(전담 PCO 선정)

구분	내용
주체	- 방송역사 100년 기념사업 추진위원회 주관
구성	- 방송통신위원회 또는 대한민국 정부 주최 필요 - 전담 PCO 선정을 통해 시행
기간	- 2026년 10월 ~ 2027년 2월(준비 기간 최소 4개월 이상 필요)
방법	- 전담 PCO 선정 공개 입찰 : 공개 입찰을 위한 과업지시서(RFP) 개발 및 사전 규격 확보, 입찰 공고 실시 - 전담 PCO 선정 : 경쟁 입찰을 통해 협상에 의한 계약을 하여 선정 - 비전선포식 개최 계획 수립 : 방송역사 100년 준비위원회 주관으로 전담 PCO의 전문 역량을 활용하여 비전선포식 개최 계획 확정(VIP 초청 및 개회사/환영사/축사, 강연, 선포식 세레모니, 기념영상, 기타 프로그램 및 국민 참여 이벤트 등 비전선포식 세부 내용 포함) - 협조 가능 기관 및 기구 대상 홍보와 사전 신청 접수 : 비전선포식에 대한 방송 산업 및 학계 관심과 참여 제고를 위해 협조 가능 기관 및 기구를 대상으로 한 사전 핀셋 홍보와 참가 신청 접수 진행 - 대국민 대상 사전 집중 홍보와 사전 신청 접수 : TV방송사 및 라디오, 영화관, OTT, 매거진, 지역커뮤니티 등 대국민 대상으로 방송역사 100년 기념과 미래 비전 선포의 의미와 가치를 홍보하고, 대국민 참여 이벤트 사전 참가 신청 증대를 위한 활동 전개 - 비전선포식 대국민 홍보 성과 관리/감독 : 착수보고, 중간보고, 결과보고를 통해 비전선포식 대국민 붐업 및 흥행 성과 관리 철저 필요 - 비전선포식 운영계획서 수립 : 비전선포식 운영인력(전담인력 및 자원봉사자, 대국민 서포터즈 등 포함) 계획을 포함한 행사 세부 운영계획 확정(인력 외에도 필요 장비 및 소품, 협력 및 협조 기관 비상연락망, 위기관리 계획 등 일체 포함)
결과	- 방송역사 100년 비전선포식 개최 실행계획서 및 운영계획서 - 비전선포식 대국민 홍보 사업 결과보고서
예산	- 방송통신위원회 예산, 2억 원 : 비전선포식 기획·운영 준비 및 개최 비용 일체 포함

카. 10단계 : 방송역사 100년 비전선포식 개최(방송역사 100년 기념식 연계)

다음은 9단계를 통해 준비되고 사전 붐업된 '방송역사 100년 비전선포식'을 2027년 2월 17일 방송역사 100년 기념식과 함께 개최하는 것이다. '방송역사 100년 기념식'의 진행 컨셉 및 성격이 국내 방송 산업계의 다양한 이해관계자 및 기관들이 주도적이고 능동적으로 참여하여 방송역사 100년이 가지는 역사적인 의미를 기념할 수 있는 장으로 마련되는 것에 반하여, '방송역사 100년 비전선포식'은 대한민국 정부 또는 방송통신위원회가 주최가 되어 세계를 선도하는 K-방송의 미래 발전을 실현하기 위한 정부의 정책 비전을 선포하고, 다양한 이해관계자와의 하나 된 합의와 협력을 구축하기 위한 정부 노력의 진정성과 성과를 확인하는 거버넌스 확립의 장이 될 것이다. 이에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-12> 10단계 : 방송역사 100년 비전선포식 개최(방송역사 100년 기념식 연계)

구분	내용
주체	- 방송통신위원회 또는 대한민국 정부 주최
구성	- 9단계에서 선정된 전담 PCO를 통해 시행 - K-방송 이해관계자의 최대 및 최선의 참여 유도 필요
기간	- 2027년 2월 17일(방송역사 100년 기념식 연계)
방법	- 비전선포식 계획 최종 점검 및 리허설: 개최 실행계획 및 운영계획 상 모든 준비 완료 상황 점검 및 확인(단계별 리허설 진행) - 비전선포식 개회 및 운영: 수립된 계획 기반의 원활한 운영 철저 - 현장 안전 관리: 수립된 계획 기반의 현장 참가자 안전 및 위기관리 철저 - 비전선포식 개최 결과보고: 개최 성과 집계 및 보고서 개발(사후 정책 홍보 및 레거시 창출 기초 자료로 활용)
결과	- 방송역사 100년 비전선포식 개최 결과보고서
예산	- 9단계 예산 내 반영

타. 11단계 : 사후 정책 홍보 및 레거시 창출

마지막 단계는 '방송역사 100년 비전 수립과 비전선포식 개최' 준비와 결과 도출 과정에 형성된 자산들을 활용하여 전체 '방송역사 100년 기념사업' 추진의 실효성 제고를 위한 사

후 정책 홍보 및 레거시 창출이다. 이는 비전선포식 결과물은 물론 전체 기념사업 내 타 사업 성과 간 시너지 창출을 통해 K-방송산업 발전 사에 후대에도 남을 레거시가 무엇인지에 대한 담론을 형성할 수 있는 구체적인 내용 도출과 실천 방안 마련에 관한 것이다. 이에 대한 세부 내용은 다음과 같다.

<표4-13 > 11단계 : 사후 정책 홍보 및 레거시 창출

구분	내용
주체	- 방송통신위원회
구성	- 전체 방송역사 100년 기념사업 추진 주체와의 연계/협력 체계 구축 - K-방송 산관학연 및 대국민 참여 체계 구축
기간	- 2027년 2월 17일 이후 공식 사업 종료까지 계속
방법	- 사후 정책 홍보 계획 및 내용 개발 : 방송역사 100년 비전 수립 및 선포식 개최 결과보고 내용을 바탕으로 대국민 정책 홍보 및 확산 활동 지속 계획 및 구체적이고 가시적인 내용 개발(방송역사 100년 비전선포식 전담 PCO 또는 전체 방송역사 100년 기념사업 전담 운영사 과업 포함을 통한 진행 가능) - 방송역사 100년 기념사업 레거시 창출 계획 및 내용 개발 : 방송역사 100년 비전 수립 및 선포식 개최 결과뿐만 아니라 전체 방송역사 100년 기념사업을 통해 생산된 모든 성과물을 활용해 향후 K-방송산업 발전에 기여할 레거시가 무엇인지에 대한 구체적인 내용 도출과 실천 방안 개발(별도의 연구 용역을 통한 진행 필요)
결과	- 방송역사 100년 기념사업 사후 정책 홍보 결과보고서 - 방송역사 100년 기념사업 레거시 창출 방안 결과보고서
예산	- 방송통신위원회 예산, 5천만 원 : 사후 정책 홍보 관련(9단계 예산 내 반영) + 레거시 창출 계획 및 내용 개발(5천만 원)

제 3 절 역사편찬 및 학술포럼

1. 역사편찬 및 학술포럼의 필요성

본 절에서는 역사편찬 및 학술포럼의 필요성과 진행 방향을 종합적으로 논의하고자 한다. 방송역사 100년 기념사업을 추진하기 위한 기본적인 근간이자 동력이 역사편찬이므로 방송역사를 회고·평가하는 과정을 진행하는 동시에, 학술세미나 연속개최 및 자료집 집대성으로 역사편찬의 기본 토대를 마련할 필요가 있다. 올해 본 연구를 수행한 학술공동체 기관인 <한국방송학회>를 중심으로 학회 내에서 또는 필요시 학계 간 공동협력 작업으로 '방송역사 100년'에 대한 논의를 적극적으로 공론화하고, 자율적인 숙의 과정을 통해 연구회 및 학술세미나 활동 자료를 축적하는 과정을 진행할 필요가 있다. 이를 통해 이 연구에서 종합적으로 논의하고 있는 '비전선포 방향, 기념 축제 및 프로그램 진행 방향 등'에 적극적으로 참조/활용하고, 향후 건립될 '(가칭)방송영상박물관'에 사료 보존 및 전시 활용, 운용 기획 등에 참조/활용될 필요가 있다. 이는 역사편찬을 통한 모든 추진 계획과 진행, 그리고 그 성과가 역사적으로 정당성을 가질 수 있는 핵심 과정이라고 할 수 있고, 동시에 우리나라 방송역사를 보다 풍부하고 가치 있게 되새기고 보여주는 절차라고 할 수 있다.

이미 정부 차원에서도 혼란스러운 우리나라의 방송역사 부문에 대한 보다 명확한 정리 작업이 필요하다는 점을 직시하고, 23년도 방송통신위원회 업무보고 <중장기 디지털 미디어 정책비전 설계>에서 '(우리 방송역사 정립 및 발전방향 모색) 방송역사 고찰 및 미디어 미래 비전 수립 지원을 위한 사업 추진'을 명시했다.

중장기 디지털·미디어 정책비전 설계

- 미디어 지속성장을 지원하는 미디어 통합법제(안) 입법
- 방송역사 고찰 및 미디어 미래비전 수립을 위한 사업
- 디지털·미디어 미래 발전전략 마련

이를 실행하기 위한 구체적인 방법 등을 역사편찬 및 학술포럼 추진 과정에서 조속히 결정할 필요가 있다. 우리나라 방송은 그야말로 질곡의 역사를 지니고 있고, 일제 강점기

부터 미군정기, 그리고 군부정권에서 민주화 운동 이후, 그리고 미디어 무한 경쟁 환경이 정착한 지금에 이르기까지 다양한 관점의 방송역사를 서술해 나가고 있다. 미디어 역사 연구자들이 저마다 다른 기준과 해석, 입장을 가지고 있을 뿐만 아니라, 또 분명히 정리되고 짚고 넘어가지 않으면 우리나라 방송 발전사 전반이 왜곡될 수 있는 위험성이 내재되어 있다. 따라서 매우 적극적이면서도 신중하고, 투명한 공론화 과정이 이루어지는 절차를 통해 역사편찬이 이루어져야 한다.

기존 역사편찬 사례의 경우 관련 학계 대표 기구와의 협력을 바탕으로 정체성 정립 및 미래 비전 수립을 추진하는 방법이 일반적이었다. 예를 들어, 영화역사 100년, 철도역사 100년, 항만역사 100년, 임시정부역사 100년, 의료역사 100년, 국립공원역사 50년, 관광학역사 50년 등 수많은 역사편찬서가 이에 해당된다. 정부주도 또는 일부 협단체가 아닌 학술공동체를 통해 역사편찬을 시도하는 것은 불필요한 미화나 비난, 역사적 맥락상의 왜곡된 해석 등이 발생하지 않도록 숙의와 합의의 절차가 이루어지는 가장 바람직한 모델이라고 할 수 있기 때문이다. 따라서 역사편찬 사업은 후대의 역사적 평가 대상이기 때문에 현 정부의 방송정책 추진 과정에서도 신중한 숙의 과정 진행이 요구되는 부분이고, 이에 학술공동체의 적극적인 참여와 집필/해석, 발간 작업이 필요하다.

이와 관련하여 지난 22년도 방통위 연구보고서(홍원식·송인덕 외, 2022)에서는 방송역사 100년 기념에 대한 전문가 및 대국민 인식조사를 실시해 방송역사 100년 기념사업에 대한 매우 적절한 그리고 신중한 접근을 시도했다. 여전히 학계 내에서는 우려와 일부 논란 등이 언급되고 있는데, 그 핵심은 일제강점기 경성방송국, 그리고 그 이후의 미군정기 문화정책 속의 방송, 군부정권기 및 최근의 정권 교체기까지 조심성 있는 해석이 필요하다는 점에 근거한다. 정권교체에 따른 방송사의 기조 변화 등도 민감한 논의 대상이 되기도 한다. 학술공동체 내에서 편향된 해석과 치우침이 발생하지는 않겠지만, 자칫 친일/친중/친미 해석주의 또는 과거 정권들의 공과를 구분하지 못하고 미화 혹은 흑화시키는 시도 등이 부적절하게 연결될 수도 있다는 기우들이 논란의 핵심이 되기도 하다. 따라서 이러한 논란을 잠재우는 방향이 바로 전문적/중립적 공론화가 가능한 학술공동체에서 시의적절한 숙의 과정을 공개적으로 수차례 진행하고, 반복되는 포럼/공청회 등의 과정에서 최적의 사실 해석과 맥락 설명이 이루어져야 할 것이다.

이를 통해, 방송역사 100년 역사편찬서는 기념행사 추진 전반에 내용 활용 및 비전선포

와 홍보자료/홍보영상, 기념프로그램 제작 등에 핵심적으로 반영/활용될 필요가 있다. 역사적 사건/기점 맥락 해석과 이해를 바탕으로 한 편찬서, 그리고 역사편찬 준비과정에서 입수하게 될 사료 및 자료 등은 향후 설립/운영될 방송박물관 등에서 활용되는 가치가 클 것이다. 예를 들어, 사료의 경우는 역사편찬 과정에서 문화사, 인물사, 기술사, 지역사 등 다양한 관점의 의미와 해석을 조명하고, 이 과정에서 방송사료를 소장하고 있는 전문가들의 기증을 위한 과정의 토대가 될 수 있다. 역사를 바르게 이해하고 설명하는 역사편찬위원회의 신뢰성과 적극성을 통해 더 많은 기증과 함께 발전적인 역사편찬의 방향성을 모색해 나갈 수 있을 것으로 기대된다. 특히, 기존 방송역사 사료/물품 중, KBS 방송박물관 수장고, (구)한국방송영상산업진흥원 보관자료, 한국영상자료원 등의 방송사료/자료, 주요 정부기관 등이 소장하고 있는 방송 사료/물품, 여러 독지가들이 보관하고 있는 사료/물품 등을 리스트업 하고 향후 적절한 전시공간을 만들어나가는 데에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

2. 역사편찬 준비 방향 및 참조 사료/자료 대상 논의

역사편찬은 우선, 역사 시기별 방송발전 과정에서 나타난 시기별 맥락을 종합적으로 분석하고 논의하는 과정이 필요하다. 즉, 지난 100년 방송이 발전해오는 과정에서 방송역사 100년의 시기별 구분 논의가 이루어져야 한다. 기본적으로 일제강점기, 미군정기, 50~80년대 정권별 시기, 민주화 이후의 시기와 2000년대 이후 디지털미디어 가속화 환경 시기 등을 기점별/정권별로 정리해나가며 방송역사 100년의 역사적 흐름을 고찰해 나갈 필요가 있다. 기존 방송역사 연구들에 따르면, 시기를 규정하고 이를 기준으로 해당 시기의 사건과 특성 등을 종합적인 맥락에서 정리하고자 시도하고 있다.

다음, 방송역사 100년의 기술발전에 따른 방송사업별 구분과 논의가 필요하다. 일제강점기 라디오를 시작으로 지상파 흑백TV/컬러TV(중앙사, 지역사 구분), 중계유선/케이블방송(SO와 PP 구분), 위성방송, DMB(위성과 지상파 구분), IPTV, OTT 등 각각의 방송기술 출현에 따라 연대별/발전별 기술사를 정리해나갈 필요가 있다. 기존 방송역사 연구에 따르면, 각 매체 특성별 발전사 정리를 시도하는 과정을 참고할 수 있다.

[그림4-3] 라디오에서 OTT까지 국내 미디어 발전 연표

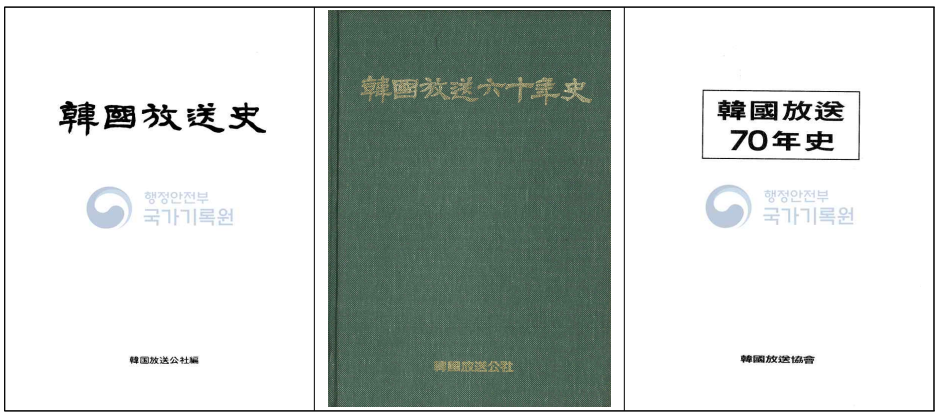
* 출처 : 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회(2022.12). <방송산업실태조사보고서> 재구성.

시기별/기술별 구분과 논의과정에서는 기본적으로 방송역사 100년 기간 동안 한반도 내에서 발생한 사회적/문화적/정치적/경제적 변화 등을 종합적으로 연결지어 논의하는 시도가 필요하고, 전국적/전지구적 방송의 특성을 고려한 지역별/국가별 연결고리를 함께 논의하는 것도 바람직한 시도가 될 수 있다. 또한 기술적 혁신에 따라 방송 개념이 급변해온 내용들을 함께 정리하면서 방송역사 100년과 방송미래 100년을 동시에 조명해보는 시도가 이루어질 필요가 있다.

그간 방송사 및 협회, 또는 개별연구자 단위로 방송역사를 정리해 온 많은 사료/자료가 존재하는 것이 사실이다. 다만, 일제강점기에 시작한 경성방송국(1927년 2월 16일)이 한반도 내에서의 첫 전파 송출이라는 점에서 논란은 지속됐고, 이를 우리나라 방송으로 연결지어야 하는지 아니면 역사적 단절과 상관없이 독립 이후의 방송만을 다뤄야 하는지가 역사 연구 토대에서 지속적으로 의견을 달리해왔던 부분이다(박인규, 2003). 다만 이 연구에서는 향후 방송역사 100년 역사편찬 과정에서 그간의 논란을 종식하고, 사실 그대로의 일제강점기 시기의 방송과 독립 이후의 방송 그 자체를 있는 그대로 정리하면서, 이를 토대삼아 이제는 방송미래 100년을 준비하는 방향성이 더 적절하다는 관점에서 역사편찬 준비 방향을 제안하고자 시도하고 있다.

그간 방송사 및 협단체, 학계 및 개인연구자들이 발행한 편찬서를 역사편찬위원회에서 면밀하게 검토하고 역사적 사실과 의견, 그리고 논쟁이 되는 해석 등을 구분하여 숙의해 나갈 필요가 있다. 그간 자주 참조한 편찬서는 <1977년 한국방송사 韓國放送史>, <1987년 한국방송 60년사 韓國放送六十年史>, <1997년 한국방송 70년사 韓國放送七十年史>이다. <1977년 한국방송사>는 한국방송공사가 편찬을 했지만 박정희 대통령 사진 게재와 문화공보처 장관의 방송 50년 기념사가 함께 수록되어 편찬이 이루어졌고, 주요 시기구분과 함께 방송 변화 및 주요 인물 등을 내용을 담고 있다. <1987년 한국방송 60년사>는 전두한 전 대통령의 사진 게제와 함께 시기별/기술별 방송 발전 및 변화 과정을 정리하고 있다. <1997년 한국방송 70년사>는 대통령 사진 게재는 없이 국내외 주요 사건 연표와 함께 방송역사 연표를 중심으로 기록하고, 법령 및 주요 키워드 찾아보기로 구성하여 객관적인 정리를 시도하고 있다. 상기 세 편찬서는 1920년대 일제강점기 시기에 시작한 경성방송국 라디오방송을 한반도에서 최초로 시작한 방송으로 보고 편찬서를 정리하고 있다는 점에서 이에 대한 논의가 지속해서 이루어질 필요가 있다. 다만 2000년 이후에는 <80년사>, <90년사>는 정식으로 편찬되지 못했고 KBS와 한국방송협회 차원에서 연표 업데이트 및 자료 수집 정도만을 진행한 것으로 밝혀지고 있다.

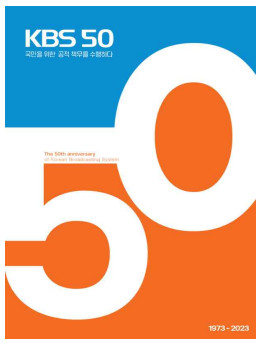
[그림4-4] 한국방송사, 한국방송육십년사, 한국방송칠십년사 표지



※ 출처: 국가기록원 및 국립중앙도서관 소장자료.

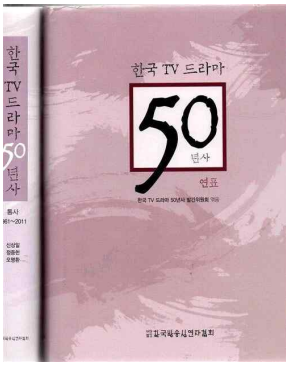
가장 최근의 편찬서로는 한국방송공사(2023)의 <KBS 50년사>이다. 우리나라 방송 전반의 역사서가 아닌 KBS를 중심으로 공영방송의 시기별 역할과 국민들이 인식하는 공영방송 KBS를 정리하고 있다. 특히 공정책무를 기준으로 장르별 내용 및 각 지역총국의 내용을 정리한 점에 그 의미가 있다.

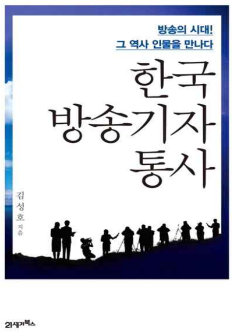
<표4-13> KBS 50년사 개요

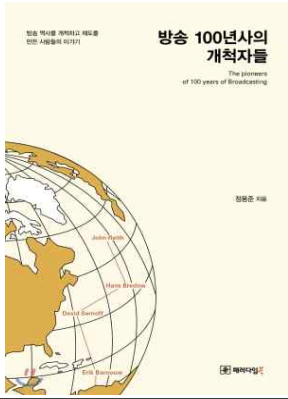
구분	내용	
주체	KBS (KBS공영미디어연구소)	
방법	KBS 중심의 내외부 사료 정리	
표어	KBS 50 국민을 위한 공적 책무를 수행하다	

※ 출처: KBS 공영미디어연구소.

방송역사와 관련하여 수많은 기관 및 학계의 편찬서와 개인연구자들의 저술서 등도 주요 참조 대상이 된다. 이하의 서적들이 그 예시가 된다. 방송문화진흥회(1991) <한국방송총람>이나 한국방송실연자협회(2014)의 <한국드라마 50년사>, 그리고 김성호 외(2017) 편찬위원회에서 발간한 <한국방송 90년 연표> 등은 방송역사 100년 역사편찬 과정에서 주요 참조대상이라고 할 수 있다. 이 외에도 개인저술을 통해 발간한 송재국(2003)의 <방송기술 총람>, 김성호(2014)의 한국방송기자통사 등도 참고 대상이며, 한국방송회관 건립과정을 기록한 <한국방송회관: 건설기록지> 등과 같은 자료들도 검토대상이라고 할 수 있다. 또한, 조항제(2003)의 <한국 방송의 역사와 전망>, 정진석 외(2008)의 <한국방송 80년, 그 역사적 조명>, 정용준(2020)의 <방송 100년사의 개척자들> 등도 역사편찬과정에서 참고 대상이 될 수 있다.

한국방송총람		한국 방송 90년 연표, 1927-2017 (KBS 방송문화연구소)
방송문화진흥회 1991.12.31	한국방송실연자협회 2014	김성호 외 2017.

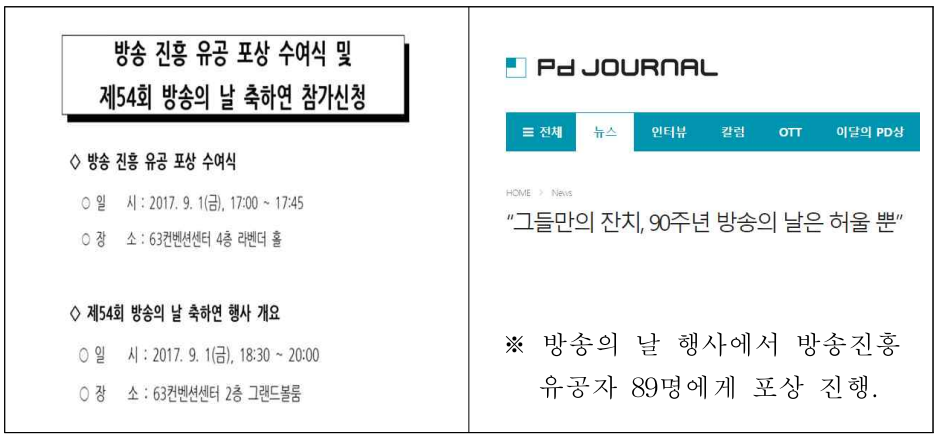
		한국방송회관: 건설기록지
송재국 2003.09.03	김성호 2014.12.15.	한국방송회관 1998

		
조항제 2003.08.30.	정진석 외 2008.01.10.	정용준 2020.08.10

또한, 방송관련 주요 협단체는 연표나 편찬서 등 발행하고 있는데, 예를 들어, 한국케이블TV방송협회는 <케이블TV 20년사, 2015>를 발행하고, 향후 30년사를 준비하는 것으로 알려져 있다. 방송영역에서 주요 역할을 하고 있는 IPTV 등도 20년사 발간 등의 시도가 향후 이루어질 것을 기대되고, 종합편성채널이나 기타 MPP 등도 역사서나 주요 행상 등을 기획할 것으로 보여 주요 참조 정리 대상으로 둘 필요가 있을 것이다.

이상의 역사편찬서나 저술서 외에도, 정부 및 협단체 차원에서 진행했던 다양한 기념사업이나 훈포장/수여식 등을 참고하여 역사편찬 작업에서 활용될 필요가 있다. 지난 2017년에는 <방송의 날> 축하연 기념과 함께 방송 90주년 훈포장이 있었다. 하지만 방송에 종사하고 방송발전에 기여한 사람들를 위한 90년 훈포장 수여식은 90년이라는 그 가치와 의미와는 달리 방송인들에 대한 훈포장이 모든이의 축하를 받는 장이 되지는 못했었다. 방송사 내외부의 정치적 갈등에 더해 역사적 시작/기점 해석 차이에 따라 언론들조차도 크게 반기지 않는 모습이 나타났다. 이러한 모습은 그간 명확하게 방송역사를 조명하고 성찰하지 않은 토대에서 나타난 부작용이라고 할 수 있다.

[그림4-5] 2017년 방송의 날 및 포상 수여식 공고와 언론사 보도



※ 출처: 주요 언론사 보도 및 PD저널.

이러한 모습은 과거 2007년 방송 80주년 때에도 마찬가지 현상으로 나타났다. 학계 차원

에서는 <한국방송학회>에서 방송 80주년 학술대회를 개최하고 <방송 80년, 회고와 전망: 방송 연구의 지평 확대를 위한 되돌아보기>라는 주제로 봄철 정기학술대회에서 의미 있는 세션을 진행했다. 숙의와 성찰의 시간을 자기고 향후 발전적인 논의 방향을 제시하는 시도가 있었다. 그러나 언론 등에서는 방송 80주년을 보도를 통해 알리면서도 역사적 비판 관점의 '식민 잔재' 의식 등을 지적하는 등 일제강점기 방송 목적의 부정당성으로 인해 역사적 가치는 인정하지 않는 모습이 나타났다. 물론 이전의 방송 70주년 훈포장도 언론에서는 크게 다뤄지지 않았고, 일부 언론에서만 57명이 방송발전 기여로 훈포장-표장 되었다는 수준에서만 다루었다(1997.9.2. 동아일보, '방송발전 기여 57명 훈포장-표창). 결국 우리나라에서 방송 산업 발전을 눈부시게 이룩하고, 글로벌 영향력까지도 지니게 됐음에도 이러한 불투명한 방송역사 기념 모습이 반복되는 문제는 방송역사를 있는 그대로 정리하지 못하고 불필요한 역사적/정치적 논쟁 속에 방치했던 책임과 원인이라고 할 수 있다. 따라서 2027년을 기점으로 과거의 방송역사 100년을 냉철하고 투명하게 공론화시켜 정리하고, 방송미래 100년을 준비하는 기회를 마련해나갈 필요가 있다.

[그림4-6] 2007년 방송 80주년 훈포장 수여 관련 언론사 보도

※ 출처: 주요 언론사 보도 및 노컷뉴스, 디지털데일리, PD저널 등.

이러한 과거의 논란 속에서도 이미 우리나라 방송 관련 정부부처 및 각 방송사들은 소심하지만 자체적으로 역사적 기념을 이어나가는 노력들이 있어왔다. 역사적 해석관점에서 이러한 사실 자료들을 사료로 참조해서 역사편찬 과정에서 논의해나갈 필요가 있다. 한국방송 50주년, 60주년, 70주년 등 방송역사를 기념하기 위해 과거에 발행했던 기념 우표와 엽서, 우편도장 등은 어떠한 배경에서 발행될 수 있었고, 특히, 70주년 기념우편날짜도장은 'JODK' 그대로를 명시하면서도 이날을 어떻게 기념할 수 있었는지 그 배경과 의미를 관찰할 필요도 있다. 또 한국방송 80주년 기념프로그램 편성/송출의 배경이나(80주년을 기념하는 다양한 프로그램 기획/편성 실시), 라디오 90주년을 기념하는 과정에서 특별전시회가 진행된 배경(라디오를 중심으로 라디오 전시회 실시) 등에 대한 역사적 해석관점과 가치 등을 검토해서 방송역사 100년과 방송미래 100년에 활용할 필요가 있다.

[그림4-7] 방송역사 기념 우표 및 엽서, 기념우편날짜도장

※ 출처: 국가기록원, 서울기록원, KBS 등.

[그림4-8] 방송 80주년 기념프로그램 편성 안내 기사

연합뉴스 (2007.02.21. 강종훈 기자)

KBS는 **방송 80주년**을 맞아 다양한 특집프로그램을 마련했다. 특별 공연부터 다큐멘터리, 특선영화까지 각 분야에서 지난 80년을 돌아보는 기회를 갖는다. **KBS 1TV는 '방송 80년, 사람・노래・프로그램'이라는 기획**을 준비했다. 26일 오후 10시부터는 **방송 80주년 특집 '국민가수 이미자'**가 방송된다.
이미자가 1926년에 발표돼 우리 대중가요 발전의 효시 역할을 한 '사의 찬미'부터 '신사동 그 사람' '어머나'까지 가요 80년사의 이정표 같은 명가요 30곡을 열창한다. 김동건・전인석 아나운서가 진행을 맡은 이날 무대는 방송 80주년의 의미를 더하기 위해 KBS 관현악단원 80명, 합창단원 80명이 함께 한 가운데 80분간 방송된다.
27일 오후 10시부터는 전국 시청자를 대상으로 한 설문조사를 통해 방송사의 큰 획을 그은 진행자, 가수, 코미디언 등 각 분야 방송인을 선정한 **'방송 80년 인물 80년'**이 방송된다. 이어 오후 11시30분에는 시청자가 뽑은 최고의 프로그램을 소개하는 **'방송 80년 프로그램 80년'**이 방송된다.
3월3일에는 오전 8시30분 방송되는 1부 '한국방송, 세계를 품다'를 시작으로 '연중기획 희망 릴레이'가 5부까지 방송된다. 4부 '사랑의 리퀘스트'에서는 한・중・일 공동으로 조혈모세포 기증 캠페인을 펼쳐 소아암 어린이들에게 희망을 전한다. 5부 '찾아가는 음악회'는 KBS 국악관현악단이 여수 종화동 해안마을을 찾아간다.
그 외 3월2일 오후 11시50분에는 방송 80년 대토론 '다매체시대, 공영방송의 나아갈 길은?'(가제)이 마련되며, 4일 오후 8시에는 공영방송의 역할과 각국 사례를 살펴보는 **'KBS스페셜-왜 공영방송인가'**가 방송된다.
다큐멘터리로는 KBS 환경스페셜 **'유네스코 세계자연유산'** 시리즈와 5부작 다큐멘터리 '미술'이 선보인다. 드라마는 **'HD TV문학관'**을 통해 '카스테라' '난장이가 쏘아올린 작은 공' '탑스터를 먹는 시간' 등이 방영된다.
2TV는 특집 영화를 중심으로 방송 80주년을 기념한다. **'기록을 깬 한국영화 시리즈'**로 '미워도 다시 한번'(2월28일), '별들의 고향'(2월29일), '애마부인'(3월3일), '서편제'(3월4일), '쉬리'(3월4일) 등이 이어진다. 10년 주기로 한국영화의 기록을 새로 쓴 기념비적인 작품들을 다시 봄으로써 당시 시대상을 돌아보고 한국영화 발전의 기반을 다진 대표작들을 되짚어보는 기회로 마련됐다.
3일 오후 10시15분에는 안성기・박중훈 주연의 **'라디오스타'**가 방영된다. 매니저와 늘 붙어다니는 왕년의 톱가수가 우여곡절 끝에 영월에서 라디오 DJ를 맡으면서 벌어지는 이야기를 그린 영화로, 라디오 방송에서 출발한 한국 방송 80주년의 의미를 되새긴다.

3. 역사편찬 및 학술포럼 진행 방향 논의

2022년도부터 논의되고 23년도 현재에도 방향성을 검토한 방송역사 100년 역사편찬 사업타당성 내용이 24년도부터는 적극적으로 추진되고 실질적인 역사편찬 과정으로 이어질 필요가 있다. 아래 향후 추진 일정 예시는 우리나라 방송역사가 지니고 있는 수많은 질곡을 보편타당하게 해석하고 집필해 나가는 일정으로 참고할 필요가 있다.

○ (2024년 5~12월) 역사편찬위원회 추진 연구용역팀 운용
○ (2025년 1~12월) 방송학회 방송역사 100년 1차 편찬위원회 운용 <역사편찬서 초안 인쇄> (수시 공개 포럼)
○ (2026년 1~12월) 방송학회 방송역사 100년 2차 편찬위원회 운용 <역사편찬서 확정 발간> (수시 공개 포럼)
○ (2027년 2월) 역사편찬서 발간기념 대규모 학술세미나 실시

구체적인 추진 일정에 더해, 각 연도별 사업/주체, 후원/비목, 예산 등은 아래의 가안을 통해 참고해볼 필요가 있다. 학계 차원에서 주요 편찬사업을 진행하더라도 기본적인 재원은 공적인 기금을 활용한 방통위의 후원이 기본 토대가 되어야 할 것이고, 이를 기준으로 각 연도별로 사업 주체인 <한국방송학회> 등에서 공개적인 역사편찬 사업을 진행해나갈 필요가 있다. 24년도는 기본 조사를 수행하는 기간으로 지정하고, 25년도는 공식 <편찬위원회>의 발족과 1차 역사편찬서 정리/집필, 26년도는 2차적으로 검증 및 집필 완료를 통한 발간이 이루어질 수 있어야 할 것이다. 이 과정에서 24~26년도에는 학회의 공론화 과정이 이루어져야 하기 때문에 최소 6회 이상의 포럼/공청회 등이 진행되어야 하고, 마지막 27년도 2월 이전에는 방송역사 100년에 대한 <역사편찬> 과업이 완료될 필요가 있다. 과거의 소심한 자세의 방송역사 되돌아보기는 종식하고, 방송미래 100년을 그려볼 수 있는 당당한 방송역사 100년 편찬서가 발행되어야 한다.

<표4-14> 학술연구 및 역사편찬 각 연도별 추진 방안 제안

구분	24년도	25년도	26년도	27년도 2월
사업	학술연구사업 및 학술세미나	학술연구사업 및 학술세미나	학술연구사업 및 학술세미나	학술 기념세미나
주체	한국방송학회 연구용역팀	한국방송학회 1차 편찬위원회	한국방송학회 2차 편찬위원회	한국방송학회
후원	방송통신위원회	방송통신위원회	방송통신위원회	방송통신위원회
비목	연구사업비	연구사업비	연구사업비	학술세미나
예산	3~4천만원	8천만원~1억원	8천만원~1억원	2~3천만원
	총액 : 2억 1천만원 ~ 2억 7천만원 (추정치)			

※ 참고: 1927년 2월 16일 경성방송국 개국일 (라디오, JODK),
1947년 9월 3일 한국호출부호(HL) 배정일
1947년 10월 2일 한국호출부호(HL) 첫 방송일

구체적으로는, 24년도에는 다음의 연구용역사업을 통해 역사편찬의 기본 토대 조사가 이루어질 필요가 있다. '방송역사 100년 역사편찬 추진 방향 연구 (연구팀)' 진행은 아래와 같이 제안하고자 한다. 우선, 편찬위원회 추진 연구팀을 운용해서 25년도에 구성할 <편찬위원회>의 기본 활동 방향과 목표를 설정하고, 초기 사료 수집 및 기본 작업을 수행할 필요가 있다. 다음, 주요 연구진은 학회 차원에서 학회장급 책임연구원을 두고, 역사연구자 및 정책연구자들이 함께 방송역사 100년과 방송미래 100년 관련 추진 방향을 검토할 필요가 있다. 이에 더해, 연구팀 외에 학회 내외부로 전문가 자문위원회를 두어 전반적인 공신력이 고양될 수 있도록 진행할 필요가 있다. 다음, 주요 연구내용은 편찬위원회가 수집해야 할 자료 검토 및 리스트업 기본 작업을 수행하고, 편찬위원회가 주의해야 하거나 반드시 다루어야 할 주제 목록 등을 사전에 준비해 둘 필요가 있다. 24년도 연구팀의 보고서 내용은 25년도, 26년도 정식 <편찬위원회>의 주요 활동을 위한 토대 연구라는 점에서 그

중요성과 연구 추진의 가치를 확인할 수 있다.

<표4-15> 24년도 추진 방안 제안

구분	내용
주체	- 한국방송학회 <방송 100년사 편찬위원회 추진 연구팀>
구성	- 책임연구원: 전 학회장급 미디어 역사 연구자 - 공동연구원: 미디어 역사 연구자 및 미디어 정책전문가 등 - 자문위원회: 원로 미디어 역사 연구자 등
기간	- 5월~12월 (연구용역 일정에 맞춰 진행)
방법	- 24년~26년까지 역사서 편찬을 위해 수집해야 할 자료 검토와 수집 가능성에 대한 전문가(역사연구자 또는 방송종사자 등) 및 기관(방송사, 진흥원, 박물관, 공공기관 등) 등 전방위 조사 수행 ※ 25년~26년 정식 편찬위원회의 향후 정리 방향성 검토 진행 ※ 사료 구입 목록 및 협조 요청 목록 초기작업 등 - 정식 편찬위원회가 수행해야 할 구체적인 편찬 방향성 연구 수행
결과	- 연구보고서 발행 - 학술세미나 실시 결과물 (1~2회)
예산	- 방송통신위원회 연구용역예산 (3~4천만원)

25년도에는 24년도 토대 연구내용을 기반으로 연구용역사업을 더욱 구체화해서 <1차 편찬위원회> 운영과 동시에, 1차 편찬위원회에서 책임감을 가지고 26년도에 최종 역사편찬이 이루어질 수 있도록 적극적인 작업/진행 기반을 마련해둘 필요가 있다. <방송역사 100년 1차 역사편찬위원회 구성/운용> 방향은 아래와 같이 제안하고자 한다. 우선, 방송역사 100년 초안이 나오도록 목표한다는 점에서 편찬서의 구성과 내용의 틀을 잡는 작업이 필요하다. 기존 역사연구 편찬서와 서적 전반을 고려해서 시대사/기술사/문화사/인물사/지역사 등 체계적인 검토 방향과 구성 방안을 마련해야 한다. 다음, 편찬위 구성은 24

년도 참여 전문가를 기본으로 하되, 규모를 좀 더 확대하고 추가적인 연구 범주를 확장해 나갈 필요가 있다. 다음, 가장 중요한 점은 <편찬위원회>가 1년~2년 상시적 운영이 가능하도록 상근 <전문위원>의 운용을 통해 체계적인 역사편찬 작업이 이루어질 수 있는 기본 토대를 마련하고 편찬위 과업을 시작할 필요가 있다는 점이다. 25년도의 기본 목표는 역사편찬서 초안이 나오고, 이 방대한 분량의 초고를 26년도에 체계적으로 집대성할 수 있는 정리를 진행해야 한다는 것이다. 따라서 전문적인 위원의 선임과 운용으로 책임감 있는 정리가 이루어질 필요가 있다. 마지막으로, 논란이 될 수 있거나 부족한 사료 보강을 위해 전문가 포럼 및 세미나를 수시로 실시하고, 사료/물품 등의 확보/구매 리스트업을 체계적으로 작성해 나갈 필요가 있다.

<표4-16> 25년도 추진 방안 제안

구분	내용
주체	- 한국방송학회 <방송 100년사 편찬위원회> 운용 및 초안 발간
구성	- 위원장: 전 학회장급 미디어 역사 연구자 - 위 원: 미디어 역사 연구자 및 미디어 전문가 등 - 자 문: 원로 미디어 역사 연구자 등
기간	- 24년 1월~12월 (주간 단위 회의 운용 등) ※ 상근 전문위원 운용 필요성 논의 필요 (인건비 발생)
방법	- 편찬위에서 각 방송사/단체/기관 등의 사료 요청 및 구입, 정리 ※ 필요 시 요청리스트 작업 후 정부 공문 협조요청으로 추진 등
결과	- 역사편찬서 초안 (방대한 분량으로 예상) - 학술세미나 실시 결과물 (3~4회)
예산	- 방송통신위원회 연구용역예산 (8천만원~1억원)

26년도에는 기본적인 <2차 편찬위원회> 연구용역사업 <방송역사 100년 역사편찬>을 목

표로 한다. 우선, 25년도와 마찬가지 수준으로 지속성 있게 방송역사 100년 2차 역사편찬 위원회 구성/운용이 필요하다. 1차 편찬위원회의 기본 운영방식을 그대로 가져와서 지속성을 가지고 연구를 진행하되, 1차 편찬위원회 운용 과정에서 발생한 문제점이나 한계점을 보강하고 필요시 추가적인 전문가 초빙 및 운용이 필요할 것이다(1차 편찬위 구성인원에서 3~40% 인원 충원 방식 바람직). 다음, 26년도에는 역사편찬 과정에서 보다 적극적인 수시 학술세미나 실시/확대가 필요하고, 방대하게 수집된 사료의 체계적인 간결한 정리 및 정교화 된 구성과 서술이 등이 이루어질 필요가 있다. 25년도 사료 수집 정리내용 검토/검수 및 26년도의 체계적인 보강/수정, 확정 서술이 이루어져야 한다는 점에서 지난하지만 성실한 작업이 요청된다. 특히, 역사적 사건/기점에 대한 해석/동의 방식으로 진행하면서 논란이 되는 부분은 양쪽의 의견을 병기하는 노력/시도 등도 필요할 것으로 보인다. 마지막으로, 26년도에는 27년 2월에 실시할 방송역사 100년 역사편찬서 발행 기념세미나 기획이 필요하고, 이 기준에 따라 국내/국제회의 방식으로 진행 여부 결정하는 등 기념세미나의 규모/형식/구성 등 전반을 확정할 필요가 있다.

27년도에는 역사편찬서 발간기념 학술세미나가 실시되어야 하고, 이는 <한국방송학회> 주최 혹은 학계의 공동 주최 등으로 진행 가능할 것으로 보인다. 일시는 일제강점기 경성방송국 전파 송출을 기준으로 하는 2027년 2월 16일 또는 전후 2월 중으로 기획하는 방안이 있고, 2월이 부담스러울 경우 방송의 날 기점으로 진행하는 방향 등이 있을 것이다. 이에 대한 기본적인 기획과 확정은 26년도 <편찬위원회>에서 결정할 필요가 있고, 이 기준에 따라 진행이 필요하다. <한국방송학회> 주최 <방송역사 100년 학술 기념세미나>는 필요에 따라 정부 방통위 공동주최 방식으로도 추진 가능하고, 발표 주제는 3~4개 수준으로 진행 가능할 것으로 보인다. 수년간 지속한 숙의 과정의 결과물을 발표하는 자리로 각 주제별 학계/정부/업계 전문가 초청 라운드테이블이 진행되는 과정을 방송사 중계 또는 유튜브 생중계 실시로 이루어질 필요가 있다. 공개된 세미나를 통해 <역사편찬>의 가치를 확장시키고 공론의 의미를 되새길 필요가 있기 때문이다.

제 4 절 기념 프로그램 제작 추진방안

1. 추진 필요성

본 절에서는 방송역사 100년을 기념하기 위해 기념 프로그램의 제작 추진 필요성과 진행방향을 논의하고자 한다. 방송역사 100년은 방송 기술의 발전과 방송 제도의 변화 등도 중요한 역사적 기념의 대상이지만, 무엇보다도 국민들과 함께 해온 방송프로그램의 가치를 되돌아보고 이를 평가하는 것이 일반 수용자의 관점에서는 가장 중요한 부분이라 할 수 있다. 방송역사 100년을 기념하는 프로그램을 제작하는 것은 이 땅에서 성장한 방송이 걸어온 역사와 그것이 갖는 가치와 미래유산을 일반 시민들과 시청자와 함께 되짚어 보고 재조명하는 의미를 갖는다. 방송역사 100년 기념 프로그램의 제작은 방송 100년의 역사 속에서 가장 기념할만한 장면들을 다큐멘터리, 예능, 드라마 등 다양한 형태로 재현하여, 우리 현대사 속에서 방송의 역할과 성과를 홍보하고 이를 바탕으로 향후 방송의 문화적, 산업적 발전에 대한 사회적 관심과 이해도를 높이는 효과를 유도할 수 있을 것이다.

2. 제작 방향에 대한 전문가 심층인터뷰

가. 심층인터뷰 목적과 개요

방송역사 100년을 기념하는 프로그램이 단순히 계기적인 기념 프로그램의 형식에 그치지 않고, 방송역사 100년의 기념을 통해 기대하는 방송 사업자들의 방송 정체성의 함양과 국민들의 방송에 대한 관심과 애정을 유인하는 효과를 발생시키기 위해서는 체계적이며 섬세한 준비가 필수적이다. 특히, 방송 프로그램 제작을 통해 방송 사업자들이 자발적으로 방송역사 100년 기념사업으로 참여를 유도할 수도 있으므로, 방송 산업 분야의 다양한 사업자들의 의견을 수용하여 방송 프로그램의 제작을 준비하는 것이 바람직 할 것이다.

이러한 목적으로 본 연구에서는 방송역사 100년 기념 프로그램의 제작 방향에 대한 다양한 의견을 수렴하고자, 방송 분야 전문가들에 대한 심층 인터뷰를 실시하였다. 심층인터

뷰는 방송 프로그램 제작 및 기획자 2인, 방송 정책 담당자 1인, 방송관련 학계 2인 등 총 5명의 방송 전문가를 대상으로 실시하였다. 충분하지 않은 조사 인원이지만, 기념 프로그램의 실제 제작까지는 여러 단계를 거치며 기획이 정교화 되고 구체화될 것으로 전망하고 본 연구에서는 제작 추진 방향에 대해서만 제한적으로나마 방송 전문가들의 의견을 수렴하기 위하여 심층인터뷰를 진행하였다.

나. 심층인터뷰 결과

가장 먼저, 방송역사 100년을 기념하며 방송 프로그램의 제작 필요성에 대해서 질문하였다. 이에 대하여, 심층 인터뷰에 응한 방송 전문가들은 공통적으로 그 필요성에 대하여 충분히 공감하고 있음을 확인할 수 있었다. 그 이유로는 가장 먼저, 방송역사에 대한 기념이기 때문에 다른 어떤 행사보다도 "방송 프로그램의 제작이 필수"라고 강조하였고, 다른 한편으로 방송역사 100년의 의미를 일반 시청자가 잘 이해하지 못하는 부분도 많기 때문에 방송 프로그램을 통한 접근이 필요하다는 점도 강조하였다.

다음으로, 방송 프로그램의 제작이 필요하다면, 방송 프로그램을 통해서 어떤 메시지가 전달될 필요가 있는지 물어보았다. 방송 전문가들은 대개 공통적으로, 방송이 갖는 사회적 가치를 재확인하는 메시지가 전달되기를 기대하고 있었다. 예를 들면, "우리 문화의 정체성 확립과 민주주의 발전에 얼마나 기여했는가를 전달해주면 좋을 것" 또는 "메시지를 '방송 100년 문화 100년' 으로 정하고 우리 삶에서 없어서는 안 될 요소이자, 소통이자, 공유의 수단으로 방송이 기능해왔다는 점을 강조"할 것을 주문하는 등 사회적인 가치의 측면과 일상 생활의 친근한 동반자로서 가치를 주요 메시지로 제시하였다.

다음으로, 방송역사 100년 기념 프로그램의 제작 장르 유형에 대하여 질문하였다. 기념 프로그램의 의미를 담아서 제작하기에 적합한 장르를 질문한 것인데, 가장 공통적으로 제시된 답은 다큐멘터리 유형의 프로그램이었다. 모든 답변자들이 공통적으로 역사의 의미를 되돌아보는 방식으로 다큐멘터리를 통해서 방송과 대중문화의 변천사를 객관적으로 고증하고 기록하는 의미를 담을 필요성을 제시하였고, 이를 세분화하여 '방송과 정치', '방송과 대중문화', '방송과 경제', '방송과 재난극복' 등으로 제작할 것을 주문하기도 하였다. 다큐멘터리와 함께, 복수의 응답자들은 예능 버라이어티와 드라마 제작의 필요성을 제시하기도 하였다. 방송이 국민들의 삶 속에서 함께 감정을 공유하는 동반자의 역할을 가져왔기

때문에, 대중문화로서 가치를 재조명하기 위해서 예능과 드라마 프로그램의 제작도 필요하다는 의견을 확인할 수 있었다.

다음으로, 구체적으로 제작 방식에 대해서 질문하였다. 제작의 주체와 제작 규모 등에서 대해서 질문하였는데, 이에 대해서는 전문가별로 서로 다른 의견을 갖고 있음을 확인할 수 있었다. 다수 응답자들은 방송역사 100년의 가장 직접적인 당사자로서 "공영방송이면서 국가기간방송인 KBS가 제작하고 방영하는 것이 가장 적합"하다고 제시하고 이에 따라 수신료를 재원으로 일부 방송통신발전기금과 정부 예산을 지원하는 것이 바람직하다고 답하였다. 하지만 다른 한편으로, 일부 응답자는 "지상파 방송 3사, 종편 4사기 각각 제작할 수 있도록 장려"해달라고 주문하였는데, 최대한 다양한 방송사업자들이 참여하여 방송역사 100년의 기념을 모든 방송의 기념행사로 만드는 기회로 활용해야 한다고 강조하기도 하였다. 향후 방송 제작의 주체를 결정함에 있어서 신중하고 섬세한 판단이 필요하다는 것을 확인할 수 있었다.

제작 규모에 대해서는 전문가들은 공통적으로 대규모의 제작이 바람직하다는 의견을 제시하였다. 우선적으로 제작의 필요성을 강조한 다큐멘터리 장르에 대해서는 단편의 다큐멘터리가 아닌 연속 기획 성격으로 여러 편의 다큐멘터리 제작이 필요하다는 의견에 대체로 공감하였다. 또한, '대하 드라마'와 같은 대형 프로그램의 제작 필요성에 대해서도 복수의 응답자들이 의견을 일치하였다. "해외의 BBC 같은 방송에서 방송의 역사를 회고하며 가장 큰 사건인 2차 세계대전을 대하드라마 형태로 제작한 것을 참조"할 필요가 있다는 의견을 제시하기도 하였다.

마지막으로 기념 프로그램의 적합한 방영시기를 묻는 질문에 대해서는 공통적으로 방송역사 100년의 기점이 되는 2027년 2월 16일을 시작으로 일정한 기간 동안 연속적으로 방송이 편성되는 방안에 공감하였다. 2027년에 대통령 선거 등 주요 이벤트가 있는 만큼, 다른 일정으로 편성되었을 때 발생할 수 있는 오해와 논란의 소지를 줄이기 위해서라도 2월 16일을 중심으로 방송 편성이 이뤄지는 것이 타당하다는 의견이라 할 수 있을 것이다.

3. 방송역사 100년 기념 방송 프로그램 제작 방향 논의

전문가 심층 인터뷰와 자문 포럼의 논의를 거쳐서, 본 연구는 방송역사 100년을 기념하

기 위해서 방송의 역사적 의미를 기념하고 향후 방송의 사회적 가치에 대한 국민들의 관심과 애정을 제고하기 위하여 충분한 규모의 방송 프로그램 제작이 다큐멘터리, 예능, 드라마 등 다양한 장르로 진행될 필요가 있음에 공감하였다. 이에 따라 다음과 같은 향후 추진 방향성과 일정을 제시하여 향후 방송역사 100년 기념 프로그램 제작을 준비하고자 한다.

◯ (2024년 1~12월) 기념 방송프로그램 제작 계획 확정 - 제작 규모 및 재원 확정 ◯ (2025년 1~12월) 방송 제작사 공모 및 제작 투자 유치 및 사전준비 시작 ◯ (2026년 1~12월) 방송 편성 협의 및 일부 사전 제작 개시 ◯ (2027년 2월~9월) 제작 완료 및 방송사별 방송 프로그램 방영

본 연구에서 방송역사 기념의 다른 사업들과 함께 방송역사 100년 기념 방송프로그램의 제작 필요성을 확인하고 기본적인 타당성과 제작방향을 제시하였지만, 이후 방송역사 100년 기념의 의미를 충분히 담보하는 프로그램이 제작되기 위해서는 연도별로 체계적이며 구체적인 준비가 필요하다. 본 연구에서는 2027년 방송역사 100년의 일정에 맞추어 방송 프로그램이 제작되기 위해서는 2024년에는 기념 방송그램의 제작 계획을 확정할 필요가 있으며, 이를 바탕으로 2025년부터는 방송역사 100년 기념 준비위원회(가칭)가 설립되어 본격적으로 제작사의 공모 및 제작 투자 준비할 것을 제안한다. 고품질 방송 프로그램의 제작을 위해서는 실제 제작기간이 최소 1년 이상 필요하고, 특히 드라마 장르의 프로그램 경우에는 더 많은 시간이 필요하다는 점을 감안하면 2024년부터 최대한 빠른 시간 내에 계획을 확정하고 사업 추진이 이뤄질 필요가 있을 것이다. 방송역사 100년의 의미를 전달하기 위해서는 제작된 방송 프로그램의 편성 시기도 중요하므로, 방송 제작 추진 과정에서 방송 편성을 위한 협의도 방영 1년 전에는 시작될 필요가 있을 것이다. 이러한 추진 일정과 함께 각 연도별 사업 주체 및 재원 등에 대해서는 다음의 표와 같이 제시한다.

<표4-17> 방송제작 각 연도별 추진 방안

구분	2024년	2025년	2026년	2027년도 2월~9월
사업	기념 방송 프로그램 계획안 확정 (다큐, 예능, 드라마 등)	제작사 공모 및 선정 및 제작 사전 준비	방송 편성 협의 및 방송 제작 시작	방송 제작 완료 및 방영
주체	방송통신위원회	기념사업 준비위원회	제작사 + 기념사업 준비위원회	제작사 + 기념사업 준비위원회
예산		방송역사 100년 사업비	방송역사 100년 사업비/제작사 자체 투자	방송역사 100년 사업비/제작사 자체 투자
	-	제작 계약 5~10억	제작비 지급 15~20억	제작비 지급 15~20억
	총액 : 약 50억 (추정치)			

구체적으로, 2024년에는 방송통신위원회에서 2027년에 있을 방송역사 100년의 기념계획 및 재원을 확보 방안을 확정할 필요가 있다. 방송역사 100년 기념 방송 프로그램의 경우 전체 예산은 약 50억원 정도로 추정하는데, 이는 다큐멘터리 시리즈의 기획 및 제작, 기념 대하 드라마의 제작, 그리고 27년에 있을 방송역사 100년의 페스티벌에 개최할 K-Pop 공연 방송 등을 감안하여 책정한 비용이다. 방송 프로그램의 제작비를 모두 방송통신위원회의 예산 또는 방송역사 100년 준비위원회(가칭)의 예산으로만 충당하는 것은 바람직하지 않으며, 제작비의 상당부분은 제작사의 자체 투자 유치를 통해서 진행되어야 할 것이다. 전체적으로 준비위원회의 예산이 40% 그리고 제작사의 자체 펀딩이 60% 수준으로 배분되는 것이 타당할 것으로 생각된다. 방송통신원회 또는 준비위원회에서 투자하는 예산은 방송 제작계획의 확정 및 제작사의 참여를 유인하기 위해 필수적이며, 실제 제작 과정에서는 제

작사들이 자체적인 투자 유치 및 방영권 판매 등을 통해서 확보하는 재원으로 채워져야 할 것이다. 이러한 제작사 공모와 실제 제작사 관리 등은 다른 기념행사 준비 사례를 참조하여, 향후 설립될 방송역사 100년 기념 준비위원회(가칭) 내에 홍보, 커뮤니케이션 소위원회 또는 방송 프로그램 제작 소위원회를 구성하여 이를 총괄하고 관리하는 방안이 적합할 것으로 생각한다.

세부적인 방송 프로그램의 내용은 추후 공모를 통해서 확정하겠지만, 방송역사 100년의 준비위원회에서 제시되는 방송 발전 비전의 큰 줄거리에 맞추어서 <방송역사 100년, 방송 프로그램 100년>이라는 콘셉트를 중심으로 발전시킬 것을 제안한다. 방송 프로그램의 100년이라는 큰 주제 속에서, 방송역사 속에서 기념할만한 내용을 다큐멘터리, 드라마, K-Pop 공연으로 제작할 것을 제안한다. 먼저, 다큐멘터리의 경우에는, 전문가 심층인터뷰를 통해서 확인한 바와 같이, 역사 기념의 의미를 가장 적합하게 담아낼 수 있는 장르이므로 방송역사 100년 기념에 핵심이라 할 수 있다. 전문가 심층인터뷰에서 제시된 바와 같이 다큐멘터리는 복수의 에피소드로 연속 기획 제작될 필요가 있는데, 크게 방송역사 100년 동안의 시사보도, 드라마, 그리고 엔터테인먼트를 각각 영역의 100년 역사 기념비적 역사자료 및 영상을 취합 및 구성하고 이를 시대적 흐름과 사회적 영향과 연결하여 다루는 내용으로 총 3편 기획 제작할 것을 제안한다.

드라마의 경우에는, 방송역사 100년을 기념할 만한 대형 드라마 기획 및 제작을 추진할 것을 제안하며, 반드시 방송을 주제로 다룰 필요는 없겠지만 방송역사 100년을 기념할만한 근현대사의 역사적 소재를 중심으로 한국 방송을 대표할 수 있는 작가 및 연출가를 초빙하여 제작하는 것이 필요하다는 점을 강조한다. 다큐멘터리외에 굳이 드라마를 제작하는 것은 시청자들에게 가장 가깝게 다가갈 수 있으며 전 세계적인 파급력을 가질 수 있는 장르이기 때문인데, 이러한 의미를 실현하기 위해서는 국내 시청자와 해외 방송 플랫폼의 관심을 끌 수 있는 충분한 규모를 갖춰야 한다고 생각하기 때문이다. 이러한 대형 규모의 제작을 위해서는, 준비위원회의 예산은 대형 제작사의 공모를 유인하는 수준으로 제시되고 제작사의 자체적인 제작 동기를 유인하여 과감한 투자를 유도할 필요가 있다. 공모과정에서 제작사와의 저작권 및 수익 배분에 대한 유연한 협의를 통해 제작 규모의 대형화를 추진하는 것이 필요할 것이다.

끝으로, K-Pop 공연 방송은 2027년 5월에 준비될 페스티벌 행사와 연계하여 공연을 진행

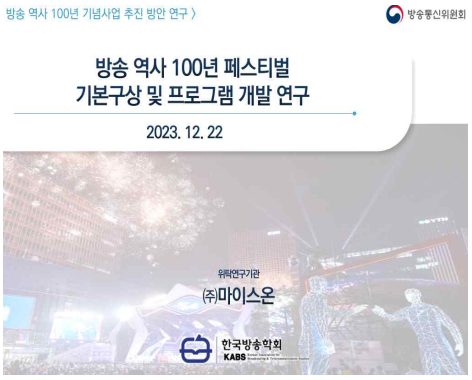
하고 이를 방영할 것을 제안한다. 페스티벌을 통해서 방송역사 100년에 대한 국민들의 관심과 호응을 유도하는 한편 국제 학술세미나 등으로 국제적 관심도 높일 수 있는 기회이므로, 페스티벌의 마지막 대미를 장식하는 행사로서 대형 K-Pop 공연을 준비하고 이를 방송으로 연계하고자 하는 것이다. 공연 및 방송 제작비의 상당 부분은 페스티벌 행사에 참여하는 기업들과 공연 협찬 등을 통해서 자체 펀딩할 것을 기대하고, 준비위원회에서는 페스티벌 행사와 공연의 연계 속에서 공연 장소의 결정, 공연 제작사의 공모 선정의 역할을 수행해야 한다.

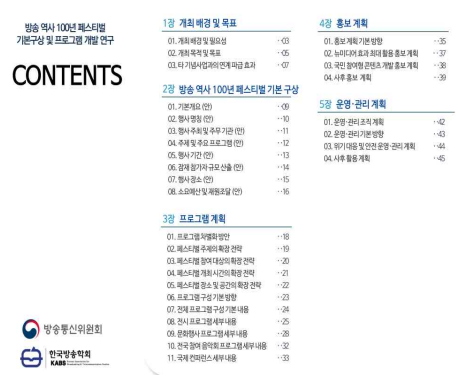
4. 향후 계획 및 추가 검토 사항

고품질의 방송 프로그램 제작을 위해서는 상당한 제작시간을 확보할 필요가 있다. 드라마 시리즈의 경우에는 최소 1년전 편성 확정이 필요하므로, 방영 시기에서부터 역산하여 방송 제작사 공모-제작 기획-편성확정-사전제작 개시 등의 과정이 빠르게 준비되어야 한다. 2024년에는 가장 먼저, 방송통신위원회의 방송역사 100년 재원 방안을 확정하고 준비위원회(가칭)의 설립이 필요하다. 방송역사 100년 기념 준비위원회가 구성되면, 그 하위 조직으로 홍보소통 소위원회 또는 방송제작 준비소위원회를 구성하여 방송 제작 공모 및 진행과정을 종합적으로 관리하는 것이 바람직하다.

제작사의 공모, 선정 및 계약 과정에서는 방송역사 100년 기념 프로그램의 제작과 관련하여, 제작된 방송 프로그램의 활용 방안과 해당 프로그램의 저작권 및 수익배분 계획을 협의해야한다. 이 과정에서 방송 프로그램의 저작권 및 수익배분의 상당부분을 제작사 또는 방송사 등 민간사업자에게 할당하는 대신에 방송 프로그램의 대형화를 위한 자체 펀딩 및 투자 조건을 높이는 것도 검토해볼 필요가 있을 것이다. 다만, 방송역사 100년을 위해 제작된 프로그램의 경우에는, 향후 건립을 목표로 하고 있는 방송박물관을 통해서 전시, 상영되는 것에 대한 저작권은 미리 확보하는 것이 타당할 것이다. 이에 대한 구체적인 협의는 준비위원회의 설치 이후 소위원회를 통해서 논의되고 진행되어야 할 것이다.

제 5 절 기념 행사 및 페스티벌 추진방안4)





1. 추진배경

방송 100년을 맞이하여 이 땅에서 성장한 방송이 걸어온 역사, 이것이 지닌 가치와 미래 유산을 방송을 사랑하는 국민, 그리고 이제 세계인들과 함께 되짚어 보며 재조명하는 것은 앞으로 한국 방송의 미래에 대한 구상과 방향 설정에 있어서 매우 중요하다. 방송과 함께 성장한 우리 사회의 대중문화에 대한 새로운 해석을 과거-현재-미래에 이르는 시간과, 서울-지방을 아우르는 공간적 체험까지 여러 각도에서 모색하고 함께 공유할 방법을 찾아 구체화할 필요가 있다. 여기서는 전 세계가 함께 호흡하고 즐기며 매료되는 '한류'의 정신을 100년을 기념하는 행사 및 문화 축제로 구현할 수 있도록 그 방향과 내용을 구체화하고자 한다.

2. 사업 개요

가칭 <방송역사 100년 기념행사>은 방송의 역사와 문화를 실제 향유자인 일반 시민들이 다양하게 접하고 체험하고 경험하며 우리 사회는 물론 전 세계인들과 문화를 통해 교

4) 문화축제(페스티벌) 세부 계획안은 본 보고서의 <별첨1>로 별도 제시함

류하고 소통하는 자리의 의미를 갖는다. 이를 위해 방송역사 100년 기념 문화축제는 방송역사 100년을 맞이하는 2027년 2월부터 9월까지 약 7개월에 걸쳐 서울 광화문광장 ~ 상암동 ~ 여의도 ~ 주요 지역 거점 뿐만 아니라 온라인 공간까지 확장하여 하이브리드 개최를 목표로 하는 것이 바람직하다. 방송역사 100년에 담긴 의미가 그러하듯 이 행사는 방송통신위원회 등 관련 정부기관, 서울 및 전국 지자체, 지상파방송 등 전국 방송사업자와 유관단체 등 범 방송계의 참여가 필수적이다. 물론 다양한 기관과 사업자, 시민들의 참여가 필수적인 만큼 전체 기념행사의 성격을 명료히 하며 전체 참여 주체의 역할을 잘 조율하고 이끌고 갈 수 있는 준비위원회의 역할이 무엇보다 중요하다고 할 수 있다.

<표4-18> 방송역사 100년 기념행사 사업 개요

○ 사업명칭 : 방송역사 100년 기념행사
○ 사업기간 : 2027년 2월 ~ 9월
○ 추진주체 : 한국방송통신위원회, 국내외 방송 업계 및 학계 협력 개최
○ 소요예산 : 약 20억 원 ~ 30억 원 (국비 사용 20억 원 이내)
○ 주요 사업내용
- 방송역사 100년 기념 전시회
- 방송역사 100년 문화 축제(페스티벌)
- 방송역사 100년 전국 순회 음악회
- 방송역사 100년 국제 컨퍼런스

3. 세부내용

<방송역사 100년 기념행사>는 크게 전시회, 방송 역사 100년 문화축제(페스티벌), 방송역사 100년 음악제, 국제 컨퍼런스 등으로 구성되는 것을 제안한다. 이 외에도 다양한 행사 아이디어가 추후 추가될 수 있음은 물론이지만, 이들 네 가지 행사는 <방송역사 100년 기념행사>의 기본 구상을 담는다고 볼 수 있다.

가. 방송역사 100년 전시회

방송역사 100년 전시회는 1, 2차로 나누어 진행할 것을 제안한다.

먼저 1차 전시에서는 방송 100년의 100이라는 숫자에 초점을 맞추어 전시회를 개최하는데, ▲방송 100년, 100개의 흐름 ▲방송 100년, 100개의 얼굴 ▲방송 100년, 100개의 장소 ▲방송 100년, 100개의 소리 등 4개 섹션이 구성된다. 먼저 '방송 100년, 100개의 흐름'에서는 시대별 방송 역사를 보여주는 주요 사건 100건을 선정하여 스토리텔링 기반의 인터렉티브 전시 콘텐츠로 구현한다. '방송 100년, 100개의 얼굴'은 말그대로 인물 중심으로 꾸며진다. 시대별 방송 역사의 주요 인물 100명을 선정하여 관련 스토리텔링을 보여주며 이 또한 인터렉티브 전시 콘텐츠로 전시하는 것이다. '방송 100년, 100개의 장소'는 시대별 방송 역사의 주요 스팟 100곳을 선정하여 여기에 얽힌 방송의 역사를 스토리텔링하여 관람객들이 방송의 역사를 보다 체험적으로 접할 수 있도록 하는 것이다. 이 섹션은 지자체와의 협업이 필수적이며 이를 통해 서울 중심의, 서울에 국한된 행사가 아닌 전국 단위의 행사로 확장될 수 있으며 관련 콘텐츠를 시청한 사람들이라면 국내외를 막론하고 전시회 관람객이 될 수 있음을 전시회 자체로 보여주게 된다. '방송 100년, 100개의 소리'는 그도안 방송 역사 100년과 그 흐름을 보여주는 소리와 사운드 100선을 준비하여 인터렉티브 콘텐츠를 통해 스토리텔링하는 전시가 될 것이다.

2027년 5~9월 기간 동안 진행되는 2차 전시는 방송프로그램들이 중심이 되는 특별 전시의 성격을 띤다. 대한민국역사박물관 특별전시장 등 광화문 일대의 공간들을 대상으로 역시 100을 모티브로 하는 전시회를 여는 것인데, 드라마, 교양, 예능을 주제로 삼았다. 가칭 방송 프로그램 100 시리즈 전시회로서 ▲한국 드라마100 ▲한국 교양프로그램100 ▲한국 예능프로그램100의 연작 시리즈 전시회를 각각 5월, 6월, 7월 한 달 동안 개최하는 것을 제안한다. 5월 한 달 동안 진행되는 '한국 드라마100' 전시회는 전세계적으로 관심을 이끌어낸 "오징어게임", "킹덤" 등에 이르기까지 시대별 대표 드라마 100편을 선정하여 오프라인 미디어아트 전시와 온라인 특별 스트리밍 서비스를 동시에 진행하도록 하는 것이다. 한국 교양프로그램100은 6월 진행을 목표로 하는데, 시대별 대표 교양프로그램 및 다큐멘터리 100선을 선정하여 오프라인 미디어아트 전시와 온라인 강연(TED X 형태) 형태의 진행도 생각해볼 수 있다. 한국 예능프로그램100은 7월 전시를 목표로 하며 시대별 대표 예

능프로그램 100선을 선정하되, 이 역시 오프라인 미디어아트 전시와 콘서트 진행을 함께 병행하는 방안을 제안한다.

기념행사의 막바지에 해당하는 8-9월에는 방송 미래 비전 미디어아트를 생각해볼 수 있다. '국민이 바라는 방송 미래', '세계인이 바라는 한국방송 미래'라는 주제를 담은 미디어아트 전시를 광화문 일대에서 진행하는 것이다. 방송100년의 역사를 넘어 이제 미래 100년으로, 대한민국이라는 영토와 공간을 넘어 전 세계로, 온라인으로 확장되면서 펼쳐질 한국방송의 미래에 대한 비전이 미디어 아트로 구현되는 것을 목표로 한다. 이는 전 국민과 전 세계인들이 함께 방송의 미래를 그리는 작업에 참여토록 한다는 의미를 담을 수 있을 것이다.

전시회와 관련하여 국제 규모의 전시회 개최안을 추가 검토하였다. 방송역사 100년 기념 전시회를 국제 전시회 규모로 확장할 것인지를 전시회의 개최 취지와 전시 대상 측면에서 검토한 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 방송 100년 기념 전시회는 전통적인 방송의 속성 상, 한반도라는 영토에서 '방송'이 뿌리내리고 우리 사회의 대중문화를 키워온 성장 과정과 지금 우리에게 남긴 유산을 살펴보는데 1차적인 목표를 두게 된다. 이러한 전시회의 취지로 볼 때, 전시회를 국제 규모로 기획할 만한 필요성과 타당성은 상당히 떨어질 수밖에 없다. 또 한반도라는 공간에서 방송이 시작되었음을 기념하는 전시회라는 점에서 이에 참여할 해외 국가 섭외도 쉽지 않을 것으로 예상한다.

둘째, 만약 전시회를 국제 규모로 기획할 경우 전시 대상의 범위가 모호해지며, 잡음을 일으킬 가능성이 크다. '방송 100년'는 일제 치하 식민통치를 위해 시작된 'JODK 경성방송국'을 기원으로 잡는 것인데, 국제 전시회로 기획하여 일본 사료 등이 전시 대상에 포함될 경우 문제를 야기시킬 소지를 배제하기 어렵다.

나. 방송역사 100년 문화행사 (페스티벌)

방송역사 100년 문화행사(페스티벌)는 '과거, 현재, 그리고 미래를 잇다'라는 주제로 상암동 DMC 일대에서 오프라인과 온라인 동시 개최 행사로 기획하는 것이 바람직할 것이다. 2027년 5-6월로 예상하는 이 문화행사는 방송이 중심이 되어 성장해온 한국 대중문화의 현재를 다양한 문화행사와 이벤트, 워크샵을 통해 직간접적으로 체험하며 축하하는 장

을 마련한다는 의미를 지닌다.

구체적인 행사로는 콘서트/공개방송, 각종 문화행사, 거리 축제 등이 진행될 수 있다. 먼저 콘서트/공개방송로는 공연_K-POP 콘서트, TV 프로그램 공개 방송, 라디오 DJ 콘서트 등을 제안한다. 문화행사로는 국내외 전문가(학자, 감독, 아티스트, 작가 등) 초청 강연과 대담 형태가 큰 호응을 받을 것으로 예상한다. 나아가 방송 관련(디자인, 아트, 빛, 카메라, 사운드, 영상기술, 스타일, 글쓰기 등) 취향 워크샵을 개최할 경우 일반 시민들의 참여를 이끌어낼 수 있을 뿐만 아니라 방송역사 100년과 방송미래 100년의 의미를 함께 담을 수 있을 것이다. 마지막으로 거리 축제에서는 뮤지션 버스킹, 스타와 인생네컷, OST/테마음악 청음회, 팝업스토어 (인기 프로그램의 포스터 판매 등) 등으로 기존 거리 축제와 차별화를 만들어내는 것이 필요하다.

다. 방송역사 100년 음악제

이 음악제는 '공간과 장소를 잇다'는 주제로 2027년 8-9월 전국 각지 개최를 목표로 한다. 서울과 지역, 지역과 지역을 연결하는 이벤트를 통해 공간와 공간, 장소와 장소, 공간과 장소를 연결하며 그동안 사회적 통합에 기여해 온 방송의 역할과 의미를 되새기는 기회 제공할 수 있을 것이다.

여기서는 방송 OST 등을 레퍼토리로 지역 교향악단의 연주회를 개최하여 지역 시민들의 참여와 동시에 지역방송사에서 이를 중계하여 9월에 있을 방송의 날을 함께 기념하도록 할 것이다. 지역방송사와 전국 주요 교향악단의 연계 공연을 TV 중계하며 평창 알펜시아 야외 음악당에서 8월 초 열리는 이미 국제적으로 유명한 평창대관령음악제에 특별 세션을 마련하고, 방송100년 기념 야외 음악회를 덕수궁 석조전 앞에서 9월에 열어 방송역사 100년과 미래 100년에 대한 시민들의 관심과 열기를 전국적으로 고조시키는 것이 필요하다.

라. 방송 역사 100년 국제 컨퍼런스

방송역사 100년에 대한 국제 컨퍼런스는 '우리 속의 세계, 세계 속의 우리'라는 주제로 기획할 것을 제안한다. .국제 컨퍼런스는 방송 100년 국제 행사로서는 가장 적절한 선택지라고 할 수 있다. 방송 100년의 시점인 JODK 경성방송국에 대한 논란에서 자유로우면서

미래 지향 비전을 보여줄 수 있기 때문이며, 또한 방송을 정의하는 다양한 요인 중 '콘텐츠'로 관심을 집중시키는 효과 가능하다.

이러한 의미에서 방송 100년 기념 컨퍼런스를 기획할 경우 국내에서 매년 열리는 여러 콘텐츠 마켓과의 연계를 생각해볼 수 있음. 이 경우 장점은 다음과 같다. 첫째, BCM, BCWW, 그리고 ACFM은 각각 매년 5월, 8월, 9-10월 국내에서 진행되는 상당히 규모 있는 국제콘텐츠마켓으로 자리잡은 상태이다. 참여 국가의 범위나 규모, 참여자들의 전문성으로 볼 때 일회성 행사로는 기대하기 힘든 효과를 거둘 수 있다. 이 점은 ABID, 아시아미디어서밋, IIC 등에 비해서도 월등한 수준이다. 둘째, 이들 마켓에서는 매년 전문가들이 참여하는 컨퍼런스를 주요 프로그램 중 하나로 포함시키고 있다는 점에서도 매력적이라 하겠다.

이에 본 연구진은 다음 중 택일하여 국제 컨퍼런스를 개최할 것을 제안한다. 매년 5월 BEXCO에서 열리는 부산콘텐츠마켓(BCM)에 방송역사 100년 특별 세션을 구성하거나, 서울 코엑스에서 매년 8월 열리는 국제방송영상마켓(BCWW)의 특별 세션을 기획해볼 수 있을 것이다. 또 매년 9월 부산에서 열리는 아시아콘텐츠&필름마켓의 활용도 고려해볼 수 있다. 이는 기존에 개최 중인 방송 관련 MICE 행사 연계 특별 세션 및 특별 컨퍼런스 형태로도 고려해볼 수 있다. 방송프로그램에서 시작된 한국 콘텐츠는 이제 다양한 장르와 포맷으로 확장을 거듭하고 있다. 글로벌 시장에서 한국 콘텐츠의 위상, 한국 콘텐츠가 추구하는 지속 가능한 새로움과 변화에 있어서 한국 방송의 역할을 살펴보기 위해서는 콘텐츠 마켓을 활용하는 것이 유용할 것으로 판단한다. 이에 매년 열리는 콘텐츠 마켓과 병행하여 우리 방송역사 100년을 기념하는 국제 컨퍼런스를 개최하는 방안이 효과적일 수 있을 것이다.

다만, 콘텐츠 마켓과의 연계 컨퍼런스는 몇 가지 한계도 있음을 부인할 수 없다. 이들 콘텐츠마켓은 모두 문화체육관광부와 콘텐츠진흥원 주관 행사로서 이들 기관과의 협의와 조율이 필수적이다. 또한 이들 콘텐츠마켓의 취지와 성격이 이미 분명하기 때문에 '방송 100년' 행사로서의 취지와 특징을 살리는데 오히려 걸림돌이 될 수 있다.

4. 향후 계획

‘방송역사 100 페스티벌’ 개최 추진을 위한 주제와 프로그램 개발 방향을 기반으로 향후 구체적인 세부 추진 계획 수립이 필요하다. 세부 추진 계획 수립 시기는 2027년 5월 개최(4월 30일 개막식) 기간을 감안할 때 2026년 상반기 중 확정되는 것이 필요하다. 상반기 중 확정되어야만 하는 가장 직접적인 이유는 페스티벌 핵심 프로그램 인 ‘전시회’와 ‘음악회’의 세부 내용(ex. 한국 드라마 100, 한국 교양프로그램 100, 한국 예능프로그램 100, 한국방송 OST 100 등의 리스트 선정 및 세부 내용) 확정에 따른 페스티벌에서 구현할 콘텐츠 개발 기간 확보가 필수적이기 때문이다.

세부 추진 계획에 반드시 포함되어야 할 내용으로는 ‘① 참가자 수요 예측 및 목표 설정’, ‘② 추진 조직 구성 및 운영 계획’, ‘③ 세부 프로그램 기획 및 연출 계획’, ‘④ 행사장 선정 및 조성, 운영 계획’, ‘⑤ 개최 홍보 및 참가자 유치 계획’, ‘⑥ 개최 성과 평가 및 사후 활용 계획’이 있다.

1차적으로 , 2024년에는 방송100년 문화 축제 구성안 확정과 예산을 확보하는 것이 필수적이다. 이어 2025년에는 문화행사 세부 운영계획 수립과 참여자 선정, 지자체/관련 기관 협의/계약을 완료해야 할 것이다. 2026년에는 현장 설치안을 확정하여 2027년 전시, 문화행사, 음악제, 국제 컨퍼런스 등 다양한 행사를 운영할 것을 제안한다

제6절 방송박물관 건립 추진 방안

1. 추진 배경 및 사업 개요

방송박물관 건립을 통해 한국의 방송역사 100년을 체계적으로 정리하고 향후 방송산업 발전 및 한류 확산을 위한 방송연구 및 교육·문화 공간을 조성할 필요성이 제기되고 있다. 이에 "국민과 동행하는 디지털·미디어 세상"(방통위), "글로벌 미디어 강국 실현"(방통위·과기정통부), "K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산"(문화부)이라는 국정과제 실현을 위해 2030년 개관을 목표로 방송역사 100년을 맞이하는 2027년 예산 반영 및 착공을 방송통신위원회 주도로 추진하기 위한 방안을 제시하고자 한다.

2. 방송박물관의 주요 기능

방송박물관은 네 가지 주요 기능을 수행한다. 첫째, 아카이브 기능으로서 방송 관련 실제 유물과 디지털 아카이브를 병행 구축한다. 둘째, 전시·체험 기능을 통해 오프라인과 온라인을 병행한 유연한 전시 운영 및 디지털 경험의 다양한 차원을 고려한 전시·체험 콘텐츠 제작을 확대한다. 셋째, 교육·연구 기능을 통해 전시·체험 콘텐츠와 연계한 방송 및 미디어 리터러시 교육프로그램의 다변화와 방송의 사회적 역할에 대한 인식 제고 및 방송연구자들 간 교류·협력을 강화한다. 넷째, 방송산업 발전 및 한류콘텐츠 확산을 위한 글로벌 차원의 교류·협력 사업과 지속 가능한 운영기반 구축을 위한 대관 및 머천다이즈 사업 등의 기타 사업을 수행한다. 이 가운데 아카이브 기능과 전시·체험 기능은 어느 특정 기능을 배제하거나 상대적으로 더욱 비중 있게 강조할 수 없는 상호의존적 기능으로서 방송박물관의 가장 핵심적 기능이다.

3. 방송박물관의 건립 주체 및 법제 마련 방안

방송의 위상 및 공적 역할 등을 고려할 때, 방송박물관은 국가가 설립·운영하는 국립 또는 지자체가 설립·운영하는 공립 형태가 적절하다. 국립의 경우, 방송박물관 운영의 전문성과 공공성을 상대적으로 높은 수준에서 확보할 수 있을 뿐만 아니라 자료 및 안정적

재원 확보를 위해 더욱 적합한 유형이다. 반면 공립의 경우, 방송박물관 관리 및 운영에 있어 정부 혹은 정권으로부터의 정치적 영향을 최소화하고 문화적 탈중앙화를 통한 지역 균형 발전에 부합하는 긍정적 의미를 가질 수 있다.

국립 또는 공립 형태로 방송박물관을 건립하기 위해서는 관련 법제를 마련해야 하는데, 우선 국립의 경우, 가칭 '국립방송박물관법'을 제정할 수 있다. 법 제정을 위해서는 독자적인 법률로서의 입법의 가치를 증명해야 하는 바, 방송박물관의 공적 역할 및 가치에 대한 사회적 합의의 과정이 전제되어야 하며 실제 운영 주체와 사업에 대한 전략들이 구체화되어야 할 것이다. 방송박물관을 위한 별도 법률의 입법은 방송박물관의 법인격, 운영의 방식 등을 구체적으로 결정할 수 있다는 점에서 방송 분야의 특수성을 반영할 수 있는 장점이 있다. 대표적 사례로 해양수산부의 국립해양박물관 국토교통부의 국립항공박물관은 각각 [국립해양박물관법]과 [국립항공박물관법]에 따라 설립·운영되고 있다. 별도의 법 제정 이외의 방법으로는 [영상산업진흥법]에 근거한 한국영상자료원 및 [기상법]에 근거한 기상박물관과 같이 [방송법] 또는 [방송통신발전기본법]에 근거 규정을 마련하거나, [문화체육관광부와 그 소속기관 직제]에 근거한 대한민국역사박물관과 같이 방통위 직제 개정을 통해 방송박물관을 국립 형태로 설립·운영하는 방안도 고려할 수 있다. 그리고 방송박물관을 공립 형태로 건립하는 경우에는 문화부가 인천광역시에 건립한 세계문자박물관과 같이 설립 및 운영의 주체가 되는 해당 지자체의 조례 제정이 필요하다(<표 1-1> 참조).

<표4-19> 방송박물관 건립 주체 및 법제 마련 방안

주체	법제	유사 사례
국립	[국립방송박물관법] 입법	국립해양박물관, 국립항공박물관
	[방송법] 또는 [방송통신발전기본법]에 근거 규정 마련	[영상산업진흥법]-한국영상자료원, [기상법]-기상박물관
	방통위 직제 개정	[문화체육관광부와 그 소속기관 직제]-대한민국역사박물관
공립	지자체의 조례	인천&문화부-세계문자박물관

4. 방송박물관의 입지 및 신축 여부

방송박물관의 입지는 방송의 공적 성격 및 위상뿐만 아니라 한류 문화 관광과의 연계성을 고려한 이용자의 편의성 및 접근성, 그리고 방송사를 포함한 다양한 유형의 방송산업 및 미디어 클러스터와의 연계성 차원에서 상암동 미디어시티 내 또는 인근이 가장 바람직한 것으로 평가되고 있다. 대안적 입지를 고려하더라도 수도권(서울, 경기, 인천) 지역의 범위를 벗어나는 것은 방송박물관 건립 목적 및 취지에 잘 부합하지 못할 것으로 예상된다. 상암동 미디어시티 또는 수도권 내 부지 확보 가능성 및 부지매입 비용의 부담은 인천광역시에 건립된 세계문자박물관의 경우와 같이 지자체의 협조 방안을 모색할 필요성이 제기된다.

그리고 다수의 관련 전문가들의 의견에 따르면, 기존 다른 목적으로 건립・활용되고 있는 건물을 임대하여 방송박물관으로 리모델링하는 방안은 방송박물관 건립 시간 및 예산을 절감할 수 있다는 장점이 있으나, 방송박물관이 갖는 상직적 의미나 기능 등을 고려해 볼 때 적절치 못하다. 이에 방송박물관의 신축 필요성이 제기되는 바, 무엇보다 방송박물관의 성격 및 정체성에 부합하는 건물 디자인, 공간 구조, 그리고 주요 사료를 보관하는데 필요한 아카이브 시설(항온, 항습 등)을 구축하기 위해서는 신축이 불가피하다는 의견이다. 또한 방송박물관을 신축하는 것이 임대(리모델링)에 비해 방송박물관 운영의 안정성 및 지속성 그리고 시설관리의 효율성을 제고할 수 있다는 장점이 있다.

5. 방송박물관 신축 규모 및 건립 예산(추정)

방송박물관의 신축을 전제로 2020년 방통위가 지원한 [방송박물관 건립 및 운영방안에 관한 연구]에서 제시된 방송박물관의 공간 규모는 총면적 16,700㎡이다(<표 1-2> 참조). 방송박물관의 신축 예산을 성격과 규모(16,500㎡)가 유사한 한국대중음악자료원의 총건축비 추정액을 근거로 하면 약 954억 원 가량으로 추정해 볼 수 있다(<표 1-3> 참조).

<표4-20 > 방송박물관 공간구성 및 규모

영역구분	공간구분	면적(㎡)	총면적(㎡)	비율(%)
전시공간	상설전시실	3,000	6,000	35.9
	기획전시실	3,000		
교육공간	강의실 및 세미나실	250	1,050	1.5
	자료실(도서열람실)	800		4.8
수장공간	디지털 및 실물자료 수장고, 관리공간 등	1,000	1,000	3.0
사무・관리 공간	사무실 등	1,000	1,350	8.1
	회의실, 창고 등	350		
공용공간	기계실, 전기실, 방재실 및 복도, 화장실, 수유실, 로비, 카페, 레스토랑, 기프트샵 등	4,000	7,300	43.7
	주차장(100대)	3,300		
총 계			16,700	97

자료: 방송통신위원회(2020), [방송박물관 건립 및 운영방안에 관한 연구].

<표4-21 > 한국대중음악자료원 신축 총건축비 추정

(단위: 천원)

구 분		금액
공사비	건축공사비	60,043,500
	전시공사비	15,858,859
	신재생에너지 설치공사비	2,046,383
	부가가치세	7,794,874
	소계	85,743,616
시설부대비	설계비	5,298,838
	감리비	3,897,905
	시설부대비	197,210
	설계VE	231,842
	소계	9,625,795
총건축비(부가가치세 포함)		95,369,410

자료: 방송통신위원회(2020), [방송박물관 건립 및 운영방안에 관한 연구].

6. 향후 추진 계획

방송박물관을 국·공립 형태로 건립하기 위해서는 방통위가 주관하는 <방송박물관 건립 사전 타당성 연구>를 바탕으로, [박물관 및 미술관 진흥법]에 따라 문화부와의 사전협의 또는 사전평가 절차를 거쳐야 한다. 사전평가의 주요 항목은 ①설립의 목적 및 필요성, ②박물관의 설립 추진계획 및 운영계획, ③운영 조직 및 인련구성계획, ④부지 및 시설 명세, ⑤박물관 자료의 목록 및 수집계획을 포함한다. 이후 [국가재정법]에 따라 총사업비가 500억 원 이상이고 국가의 재정지원 규모가 300억 원 이상인 신규 사업의 경우 기재부의 예비타당성 조사를 통해 사업의 목적, 경제성, 정책성, 지역균형발전 등사업의 타당성을 종합적으로 검토 받아 예산을 반영한다. 이러한 절차를 토대로 국·공립 형태의 방송박물관 신축을 전제로 한 향후 추진 계획은 다음 <표 1-4>와 같다.

<표4-22> 방송박물관 건립 추진 계획

구분	’24년	’25년	’26년	’27~’30년
사업	타당성 조사 (11월 문체부에 수요제출)	사전협의 사전평가 (4~6월)	예비타당성 조사	예산 반영 (착공~개관)
주체	방통위	문화부	기재부	방통위
예산	2~2.5억 원		방통위 주관 예타 대응 연구용역 1~1.5억 원	954억 원

제 5장 방송박물관 건립의 쟁점과 사례[5)]

제 1 절 방송 박물관의 필요성 및 기능

1. 방송 박물관의 필요성

방송박물관의 필요성은 다음과 같이 요약해볼 수 있다. 첫째, 훼손되고 소실되어 가는 대한민국 방송의 유물과 사료의 발굴보존 필요성인데, 역사자료는 적절한 시기에 전문적으로 보존, 연구, 전시되지 않으면 그 가치를 상실하기 마련이다. 다양한 자료와 유물을 보다 융합적이고 통섭적인 차원에서 보존할 수 있는 시설 마련이 더 없이 중요한 이유라고 하겠다. 따라서 기관과 기업, 혹은 개인 차원에서 관리되고 있는 방송 역사, 문화자원을 국가 차원에서 보다 안정적이고 의미 있는 기획을 통해 전시할 수 있는 시설 필요성이 제기되는 것이다. 이는 향후 입수, 조사될 미래 문화자원의 현지 보존을 위한 기반시설 확보한다는 의미이기도 하다.

둘째, 방송과 연계된 근현대사에 대한 체계적 정비와 아카이브 구축에 대한 요구이다. 과거를 비판적으로 인식하게 함으로써 다각도로 미래를 예측한다는 의미라고 할 수 있는데, 기억된 과거를 새롭게 기록하는 역사박물관을 통해 역사적 사건을 미래의 발전 시스템을 구축할 수 있는 기반으로 삼을 수 있음은 주지의 사실이다. 방송 박물관의 건립은 단순한 사건의 기록을 넘어서서 대중의 관심을 불러일으키고 새로운 미래를 논의하고 보다 자연스럽고 실질적인 역사 교육 프로그램 개발에 일조할 가능성이 크다.

셋째, 방송업계 종사자 및 방송학 연구자의 자긍심 고취 필요성이다. 이는 방송에 대한 긍정적인 일반의 인식 제고에도 기여하며, 관계 인력의 만족도 및 자긍심을 고양시키게 된다. 이를 통해 역사적, 문화적 자긍심과 경제적 가치에 대한 주목도가 높아진다는 점도 지적할 수 있다.

넷째, 문화시설 확충으로 시민 문화 참여기회가 확대될 수 있다. 국민들의 문화욕구를

---

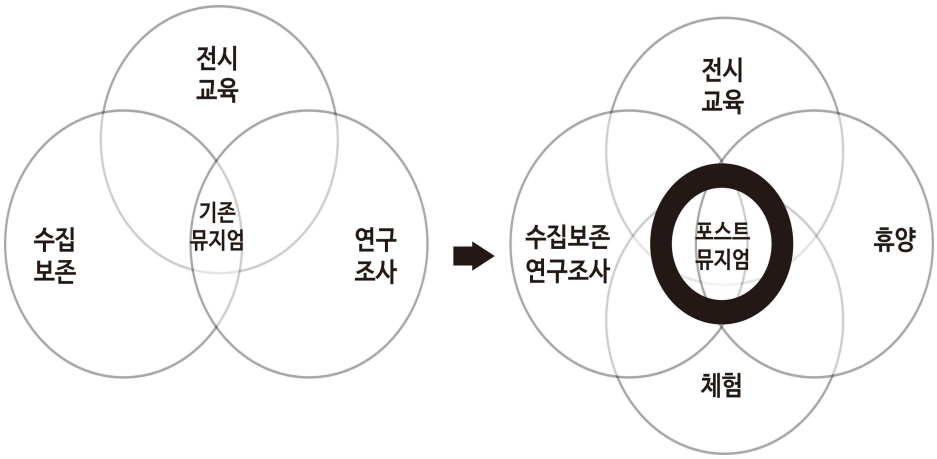
5) 박주연(아주대) 교수의 자문 의견을 바탕으로 작성함.

충족시키고 지역의 문화 수준을 높일 수 있도록 여러 가지 기능이 조화된 박물관 건립되어야 하는데, 방송 박물관은 휴식과 교육, 여가 목적의 복합 문화 공간의 성격을 띠기 쉽다. 또 문화산업이 새롭게 부각되고 있는 오늘날 고부가가치 미래 산업으로서 박물관에 대한 인식을 제고하는데 기여한다.

2. 방송 박물관의 성격

박물관의 개념은 시대에 따라 변화해왔다. 가깝게는 ICOM 박물관 정의(2022, ICOM 프라하 세계박물관대회)에서 이를 알 수 있다. 1946년 설립한 국제박물관협회가 박물관의 정의를 수립·공표하고 1974년에 연구와 교육의 성격을 강조하는 내용으로 개정했으며, 2007년에 무형의 유산까지 포괄하는 정의로 개정되어 지금까지 사용해왔다. 시대변화에 따라 박물관의 정의가 달라져야 한다는 인식 속에 2022년 ICOM은 "뮤지엄은 모든 사람에게 열려 있어 이용하기 쉽고 포용적이어서 다양성과 지속가능성을 촉진한다. 뮤지엄은 공동체의 참여로 윤리적, 전문적으로 운영하고 소통하며, 교육·향유·성찰·지식·공유를 위한 다양한 경험을 제공한다."라는 새로운 정의를 채택하기에 이른다. 이제 박물관은 포용적이고, 다양성과 지속가능성을 증진하며, 지역사회의 참여를 중시하는 사회적 기능을 더욱 중요시하는 관점으로 문화다양성과 지속 가능한 미래를 위한 역할을 하는 기관으로 거듭나야 한다는 요구에 대한 응답이라고 할 수 있다.

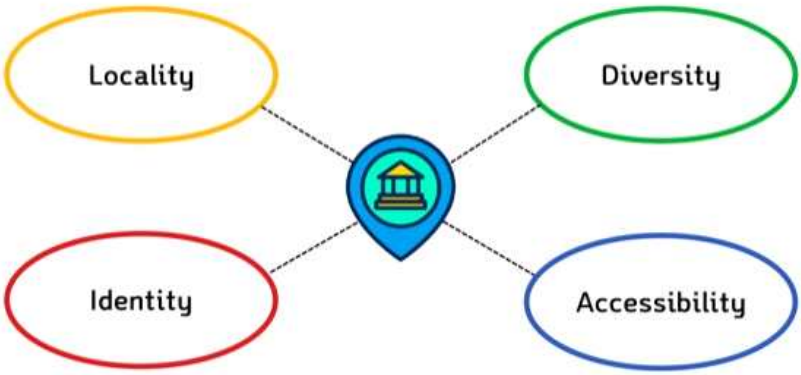
[그림5-1] 박물관의 개념 확장



구체적으로 살펴보면 우선 현대적 전시연출 방법을 기반으로 한 효과적인 체험형 감상 프로그램 제공을 강조한 것이다. 체험은 관람객과 프로그램 사이에서 새로운 소통 체계를 구축하여 의미와 공유를 유발시키며, 체험 프로그램이란 주변 환경과 연관된 정보·사고·감정을 다양한 방법으로 대중에게 전달하는 의사소통 방법으로 이처럼 일방향 정보전달인 관람의 형태보다는 양방향의 정보전달인 체험은 전시물의 흥미유발과 전시내용에 몰입할 수 있는 방법이기 때문이다. 전통적인 박물관의 전시가 소장품을 '일방적'으로 대중에게 공개 하였으나 현대의 박물관에서 전시는 점차 적극적으로 관람객의 수요·요구·기호를 파악하여 이를 기획에 반영하는 '상호 소통적'인 행위로 바뀌어왔다. 이에 따라 박물관이 보여주고자 하는 유물이나 문화에 관련된 체험 기획의 의미와 중요성은 더욱 강조되고 있는 실정이다. 체험은 현대 대부분 박물관이 필수로 채택하고 있는 박물관의 중요 요소 중 하나이며, 관람객이 수동적으로 주어진 전시를 관람하는 '옵저버'의 입장이 아니라 '적극적인 참여자'의 입장에서 전시된 유물 및 역사 자료의 문화적 맥락을 더욱 잘 이해하기 위해 시도하는 행위이다. 기술 및 테크놀로지 역시 최근의 박물관 전시 영역에서 크게 활용되고 있으며, 그 중 가장 많이 활용되고 중요한 체험의 요소 중 하나가 바로 VR/AR 시스템인데, 이는 박물관 전시의 원초적 한계로 여겨졌던 시공간의 문제를 쉽게 해결하여 전시를 입체적으로 이해하는 방법 중 가장 큰 도움을 주는 시스템이다.

둘째, 다양한 사회 구성원들 간의 통합과 소통의 장이 되어야 한다. 와서먼(Wasserrnan)의 공동체에 대한 정의에 따르면 동일한 지리적 영역에서 사람들은 같은 문화 활동을 하고 이를 서로 공유하여 공동체 의식(communal consciusness)과 공동 의식(a sense of common identity)을 쉽게 형성하는 경향이 있다. 방송 문화에 관련된 일련의 흐름들과 콘텐츠들을 전시한 박물관을 공유하는 사람들은 연령 및 세대, 국적 등을 떠나 같은 공동체의 일원으로서의 통합적 정체성을 지니게 된다. 강화된 공동체 의식은 자연스럽게 한국문화에 대한 관심으로 이어질 수 있다. 방문자뿐만 아니라 지역민에게도 박물관을 개방, 지역적·사회적 '문화 활동의 장'으로 활용되도록 해야 한다.

[그림5-2] 방송 박물관의 방향성



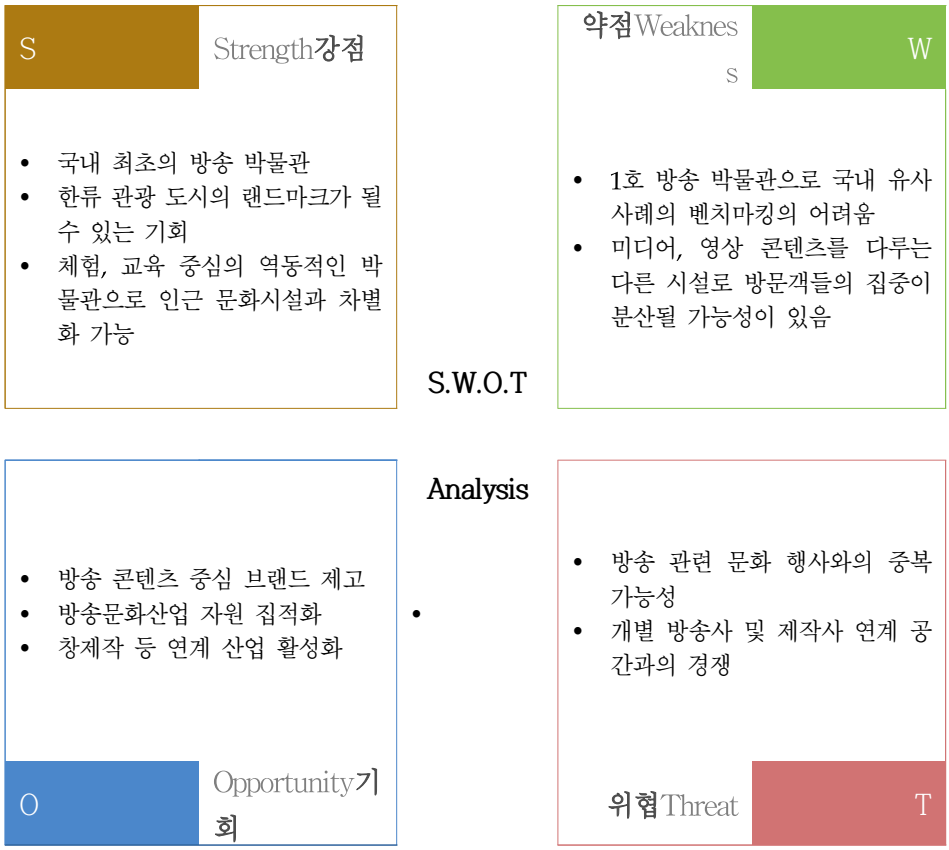
셋째, 방송과 관계된 역사 자료를 활용한 전시 체험 공간의 성격을 갖는다. 이는 과거에 대한 융합적인 접근이며 단순 전시를 지양하고 참여와 체험이 중심이 되는 박물관으로 운영되어야 하는 이유이기도 하다. 전통적인 박물관의 역할에서 벗어나 지역 커뮤니티와의 연계, 참여와 체험을 중심으로 하는 쌍방향 소통을 중시하는 복합문화공간으로서의 박물관을 지향점으로 삼는 것이 중요하다. 넷째, 방송 역사의 재조명을 통한 근현대사에 대한 교육 공간의 성격을 가져야 할 것이다. 협의의 연대기적 사건에서 광의의 역사적 비전 개념으로 발전되어야 하며, 여기서 역사는 문화와 산업의 영역으로 확대된 개념으로 이해되어야 한다. 인문학적이고 종합적인 접근을 통해 광의의 지역 정체성을 보여주는 박물관의

성격도 빠뜨려서는 안 될 것이다.

넷째, 방송의 미래를 가늠해 볼 수 있는 홍보 공간의 성격을 갖는다. 여기서는 대한민국 방송의 역사적 정체성을 제시함으로써 방송 업계 관계자의 긍지와 자부심을 고취시킬 수 있으며, 앞으로 발전하는 대한민국 방송의 비전에 걸 맞는 위상을 지속적으로 제시하는 성격이 무엇보다 중요하다.

이와 같은 방송 박물관의 성격과 콘텐츠 개발을 고려할 때, 방송 박물관의 각 부분별 강점, 약점, 기회, 위협 요소를 고려하여 S.W.O.T 분석결과를 제시하면 다음과 같다.

[그림5-3] 방송박물관의 S.W.O.T 분석



3. 방송 박물관의 기능

방송 박물관의 기능 중 방송 관련 유물의 효율적인 전시는 무엇보다 중요하다. 이는 전문적인 운영 주체의 주도, 관리 하에 수준 높은 학예연구사들을 선발하여 방송 관련 문화재들을 전시함으로써 가능하다. 상설전과 기획전으로 크게 분류할 수 있으나 기존에 거의 변화 없는 영구적인 형태의 상설전을 벗어나 일정 주기를 근거로 변화를 주는 것을 제안한다. 상설전의 경우, 주요한 주제를 중심으로 대하민국 방송의 정체성을 설정, 다양한 방송관련 유물들을 효과적으로 배치, 관리해야 할 것이다. 방송 박물관은 실제 유물 부분이 취약한 편이므로 다양한 전시 연출 방식을 활용하여 박물관 전체를 거대한 체험관으로 연출하는 것이 필요하고, 또 가능하다. 비교적 전시 변경의 주기가 긴 상설전이 진행되는 동안 단기로 학예사들의 역량에 따라 변화가 가능한 기획전 역량 강화가 필요하다.

둘째, 방송 관련 문화재들의 수집 및 보관, 아카이브 기능이다. 구매, 기증, 대여 등으로 확보한 다량의 유물들을 최적의 환경 하에 보존, 보관하고 나아가 복원까지 가능한 자체 역량 확보가 필수적이다. 상설전의 유물들도 순환전시가 필요한 만큼 많은 유물들을 보관할 수 있는 대형 수장고도 필요하다. 수장과 전시, 연구는 각자가 서로 매우 긴밀한 협조 아래 움직인다는 점이 뉴 뮤지엄 시대의 새로운 특징이라는 점을 기억할 필요가 있다.

마지막으로 대한민국 방송에 관한 광범위한 이해를 위한 교육·체험 프로그램을 제공할 수 있다. 단순히 패널과 유물을 드러내 보여주는 것에 그쳤던 과거 지향적 박물관 교육에서 탈피, 체험과 참여가 주를 이루는 체험형 교육 프로그램의 개발이 매우 중요할 것이다. 박물관을 찾는 주 대상인 지역주민, 학교, 연구자, 나아가 관련 기업과도 연계하여 맞춤형 프로그램을 설정, 박물관이 수익을 발생시킬 수 있는 콘텐츠 개발의 가능성을 증대시켜야 한다. 방문자뿐만 아니라 지역 주민에게도 박물관을 개방, 지역적·사회적 '문화 활동의 장'으로써 활용할 것을 제안한다.

제 2 절 참고 사례 분석

1. 사례 분석의 배경

방송 박물관의 건립에 필요한 전시계획 및 건축계획을 세우기 위하여 유사 및 선진 사례 박물관을 조사 분석하였다. 이는 건립 후 효율적인 박물관 운영을 위한 운영계획 및 프로그램 계획에 필요한 사례 박물관을 분석하여 시사점 및 적용요소를 도출하여 자료로 활용하기 위함이다. 직접적으로 방송을 주제로 하는 박물관보다는 건립 성격, 전시 내용의 유사성 등을 고려하여 선정하였음을 미리 밝혀둔다.

국내에서는 방송 박물관이 지향하는 대중 매체 관련 콘텐츠 박물관에 해당하는 국내 유사사례가 부족한 만큼, K-POP을 중심으로 한 '한국 대중문화 콘텐츠'를 주요 테마로 하는 박물관을 살펴보았다. 또한 제주 플레이 팝 뮤지엄(현재 폐관), 한국대중음악박물관, 한국영화박물관 등이 참고사례로 살펴볼만하다.

해외에서는 대중문화 콘텐츠를 다양하게 활용하고 있는 스웨덴과 프랑스, 이탈리아의 사례를 고루 선정하였다. 스웨덴 공연예술 박물관, 아바 뮤지엄, 파리 그래뱅 뮤지엄, 이탈리아 국립 영화박물관 등이 그것이다.

2. 사례 분석

가. 한국 대중음악 박물관

한국 대중음악 박물관은 다양한 연령대 및 외국인까지 아우를 수 있는 전시 구성을 진행하고 있다. 2019년 8월에 진행된 K-POP 기획전시는 하루에만 외국인 관람객 300명을 기록 중이다. 부산국제영화제, 부산국제무용예술제 등 외국인 관람객을 끌어 모을 수 있는 행사 및 축제와 연계하여 기획전시 진행하는 등 다채로운 구성의 결과라고 할 수 있다. 또한 주요 향유층의 언어 지원 등이 원활하게 이루어지고 있는 점도 참고할 만하다. 관광지와 박물관을 연계하여 운영하여 한류박물관 운영에 있어 좋은 사례라고 보인다.

다만 관람객이 참여할 수 있는 활동이 음악 감상 위주로 제한적이며, 도슨트 운영이 불규칙적인 점이 문제점으로 지적된다. 또한 박물관의 위치가 갖는 한계가 크다는 지적을

받고 있으며, 서울과 용인에 대중음악박물관 카페 오픈 등으로 이를 극복하고자 하지만, 관리가 제대로 이루어지지 않고 있어 그 효과가 크지 않다.

<표5-1> 한국 대중음악 박물관의 개요

한국 대중음악 박물관	▪ 위치: 경북 경주시 엑스포로 9 ▪ 개관일: 2015. 04. 25 ▪ 운영시간: 매일 10:00 - 18:00 ▪ 월요일 휴무(단 1,8월은 휴무 없이 정상운영) ▪ 입장료: 성인 12,000원, 청소년 9,000원, 어린이 6,000원 ▪ 운영주체: 사립	▪
개 요	▪ 경상북도 경주시 엑스포로 9(신평동 220-6) 보문단지 내에 위치한 대중음악 전문박물관 ▪ 국내 최초로 유성 음반부터 현재까지의 음반을 전시하고 있으며 국내 대중음악에 관한 전시 뿐 만 아니라 전세계 희귀 음향 시스템도 전시되고 있음 ▪ 한국대중음악박물관은 역사와 문화의 도시 경주에 위치하고 있으며 지하 1층부터 지상 3층까지 총 4개 층으로 구성되어 있음	
전 시	▪ 1층은 음악 감상실에서 전설의 스피커 미로포닉에서 흘러나오는 노래를 감상할 수 있음 ▪ 2층 전시실은 한국대중음악 백년사관으로 1896년 대한민국의 최초 노래가 녹음된 에디슨 실린더 음반부터 2000년대 k-pop음반까지 시대 순으로 전시되어 있고 노래 듣기 체험을 할 수 있음 ▪ 3층 전시실은 오디오 백년사관으로 1926년 제작된 인류최초 스피커, 1936년 제작된 스피커의 전설이라고 하는 미국의 웨스턴 일렉트릭의 미로포닉, 제2차 세계대전 당시 히틀러가 연설할 때 사용하던 스피커 등 각종 희귀 스피커를 전시 및 청음 할 수 있음 ▪ 지하는 악기 체험관, 어린이 체험관, 동전노래방, 포토존으로 구성되어 있어 체험과 재미를 느낄 수 있다. 음악을 통한 올바른 역사 이해, 추억 되살리기, 지친 몸과 마음에 휴식을 취할 수 있는 곳으로 구성되어 있음	

[그림5-4] 한국 대중음악박물관 내부

나. 한국 영화박물관

<표5-2> 한국 영화박물관의 개요

한국 영화박물관	▪ 위치: 서울특별시 마포구 월드컵북로 400 (상암동 1602) 한국영상자료원 1층 ▪ 개관일: 2008. 05. 09 ▪ 운영시간: 10:00 ~ 18:00 ▪ 입장료: 무료 ▪ 운영주체: 국립	 ▪
개 요	▪ 예술의 전당에 있었던 한국영상자료원이 2007년 5월 상암동의 신사옥으로 이전하면서 시작된 부설 박물관 ▪ 2008년 5월 9일 개관 ▪ 2015년 9월 15일에는 1종 전문 국립박물관으로 등록 ▪ 한국영상자료원 1층에 자리 잡고 있으며, 전시실 면적은 673㎡ ▪ 필름, 지류 등 160점 이상의 영화 관련 자료를 소장	
전 시	▪ 주요 전시시설로는 1층의 상설전시실과 기획전시실 ▪ 상설전시실에서는 영화의 발명과 상영을 다루는 '영화의 탄생'을 시작으로, '신기한 경험의 시작, 활동사진 조선에 오다', '한국 영화 100년의 시간', '근대, 식민, 조선영화', '해방과 전쟁', '한국영화 르네상스', '청년문화의 시대', '변화의 바람', '영상문화의 폭발'이라는 주제로 한국 영화사를 시대순으로 개괄 ▪ 영화, 영화 음악, 포스터 등을 검색할 수 있는 '아카이브', 주요 작품의 장면과 타이틀을 전시한 '한국영화 100선', 애니메이션의 제작과정을 보여주는 '애니메이션', 수상경력이 있는 영화계 종사자들을 다루는 '영화인'의 주제로 기획된 다양한 공간을 만나볼 수 있음 ▪ 기획전시실에서는 한국영화를 중심으로 영화와 관련된 다양한 특별 전시가 개최 ▪ 지하 1층의 교육실과 시네마테크에서 영화 상영 등의 행사와 교육프로그램이 진행 ▪ 이 외에도 한국영상자료원이 수집, 보존한 영화 관련 자료를 열람할 수 있는 2층의 영상도서관, 휴식을 취할 수 있는 지하 1층의 카페가 있어 관람객에게 한국 영화에 관한 지식과 편의를 제공	

한국 영화박물관은 상설 전시와 기획 전시를 통해 역사와 트랜드를 모두 반영하려는 시도를 지속하고 있다. 한국영화유산 수집 및 캠페인, 영화의상과 소품 수집 및 체계적 보존, 기증된 일부 의상과 소품 전시를 꾸준히 하고 있다. 또 한국영화박물관, 영상도서관, 시네마테크, 영화 관람, 영상 만들기 등의 다양한 프로그램 체험으로 영상문화를 향유할 수 있도록 유도한다.

그러나 한국 영화의 역사적 일대기 전시는 낮은 가독성으로 관람에 피로도를 높이고 있다는 지적이 많다. 잠재적 관람 매개 역할이 취약하고 영화에 관심이 있는 방문객에게 훌륭한 서비스를 제공하나, 비방문객을 끌어당기기 어렵다는 점은 큰 문제가 아닐 수 없다. 한류는 유동적이고 끊임없이 변화하므로 과거와 현재를 적절히 배치하는 것이 영화박물관이 다루고 있는 콘텐츠의 특성상 중요하며 이를 위해 상설전시와 기획전시를 활용하여 과거와 현재의 균형을 맞춰야 할 필요가 있다. 현재 트렌드도 미래에는 과거가 된다는 점을 고려하여 기획전시를 시간이 지난 후 상설전시에 추가하는 것도 하나의 방법으로 고려할 수 있다. 이를 통해 역사와 동시대 트렌드를 반영할 수 있게 될 것이다.

[그림5-5] 한국 영화박물관 내부

다. 스웨덴 국립 공연예술 박물관 (Swedish Museum of Performing Arts)

<표5-3> 스웨덴 국립 공연예술 박물관의 개요

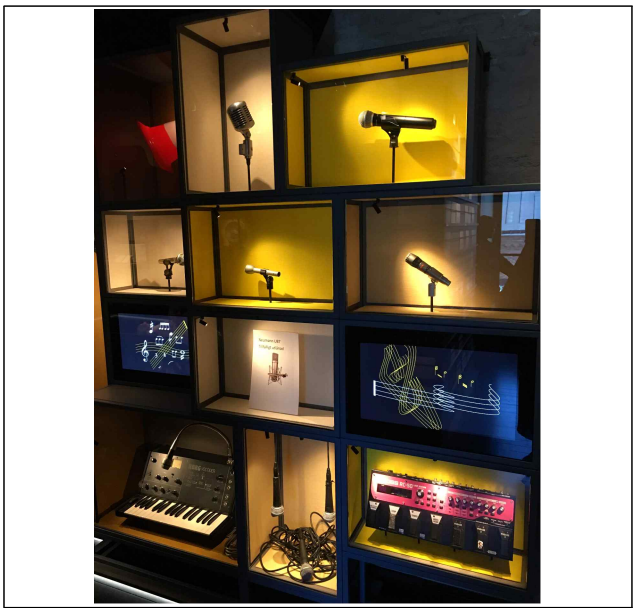
스웨덴 국립 공연예술 박물관	▪ 위치: Sibyllegatan 2, 114 51 Stockholm ▪ 개관일: 2017. 02. 13. ▪ 운영시간: 11:00 ~ 17:00 (화요일~일요일) ▪ 입장료: 무료 (20세 이하)/ 140SEK (21세 이상) ▪ 운영주체: 국립	▪
개요	▪ 1899년 개관한 '음악박물관', 1921년 개관한 '연극박물관', 1973년 개관한 '인형극 박물관'이 연합하여 2010년 재개관한 '음악과 연극박물관'을 모태로 2017년 개관한 뮤지엄 ▪ 스톡홀름에서 가장 오래된 산업용 건물에 위치, 건물의 역사와 정체성을 살리는 현대적인 리노베이션 등 성공한 도시 재생의 표본 ▪ 오리지널 악보 및 대본을 포함한 60,000점의 공연예술 관련 콜렉션, 6,000여점의 악기와 무대 의상 소장 ▪ 2017년부터 집중 투자를 통해 확충된 인터랙티브 체험 콘텐츠	
전시	▪ 제빵 공장, 무기고, 주류 공장 등으로 쓰였던 산업 유산 건물을 리노베이션한 만큼 효율적이지 못한 동선의 한계를 극복하기 위한 전시 계획이 눈에 띄는 박물관 ▪ 지상 1층에 위치한 '스웨덴 명예의 전당'은 관람객이 가장 먼저 만나게 되는 공간으로, 스웨덴 공연계와 음악계의 전설적인 스타들과 그들의 업적을 연대기적으로 정리해서 개괄하는 전시 공간 ▪ 지상 2층에 위치한 특별전시실은 무용, 연극, 음악 등 장르별 공연 예술의 세계를 다채롭게 보여주는 공간이다. 관람객의 참여를 요하는 인터랙티브한 전시 디스플레이가 적재적소에서 활용되고 있으며, 체험 공간과 전시 공간을 별도로 분리하지 않고 유기적으로 연결하여 전시와 체험의 경계를 허물었음 ▪ 디지털 시대의 동시대 음악 예술에 대한 심도 있는 접근이 돋보이는 전시가 대규모로 기획, 운영되며, 전반적인 전시 디스플레이 역시 미디어를 활용하여 관람객들의 참여를 유도	

스웨덴 공연예술 박물관은 음악 박물관, 연극 박물관, 인형극 박물관 등 세 곳의 전통적

인 박물관이 결합하여 시대적 흐름에 맞게 변모한 공간으로 알려져 있다. 장소의 역사성과 상징성을 살린 입지의 활용이 돋보이며, 콘서트, 학술행사 등 공연예술과 관련한 다양한 문화행사를 개최하는 등 건축물 자체의 활용도를 제고하고 이벤트 대관과 촬영 허가 등 박물관의 수익 창출 증대를 위한 다채로운 시도가 이루어지고 있다. 아카이브를 비롯하여 무대 의상, 소품, 악보와 같은 1차 유물을 디지털 디스플레이와 결합하여 보여줌으로써 단조로움을 탈피하고 더욱 생생한 관람객들의 반응을 이끌어내어 참여를 유도하고 있다.

[그림5-6] 스웨덴 공연예술 박물관의 다양한 활용 예

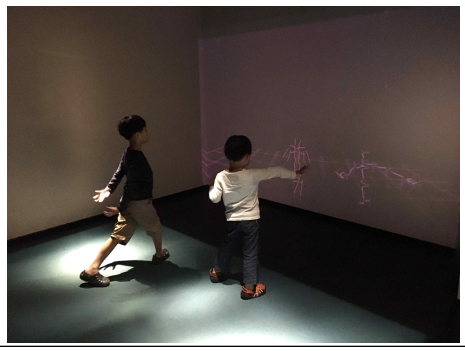
[그림5-7] 스웨덴 공연예술 박물관: 1차 유물과 디지털 디스플레이의 결합 예



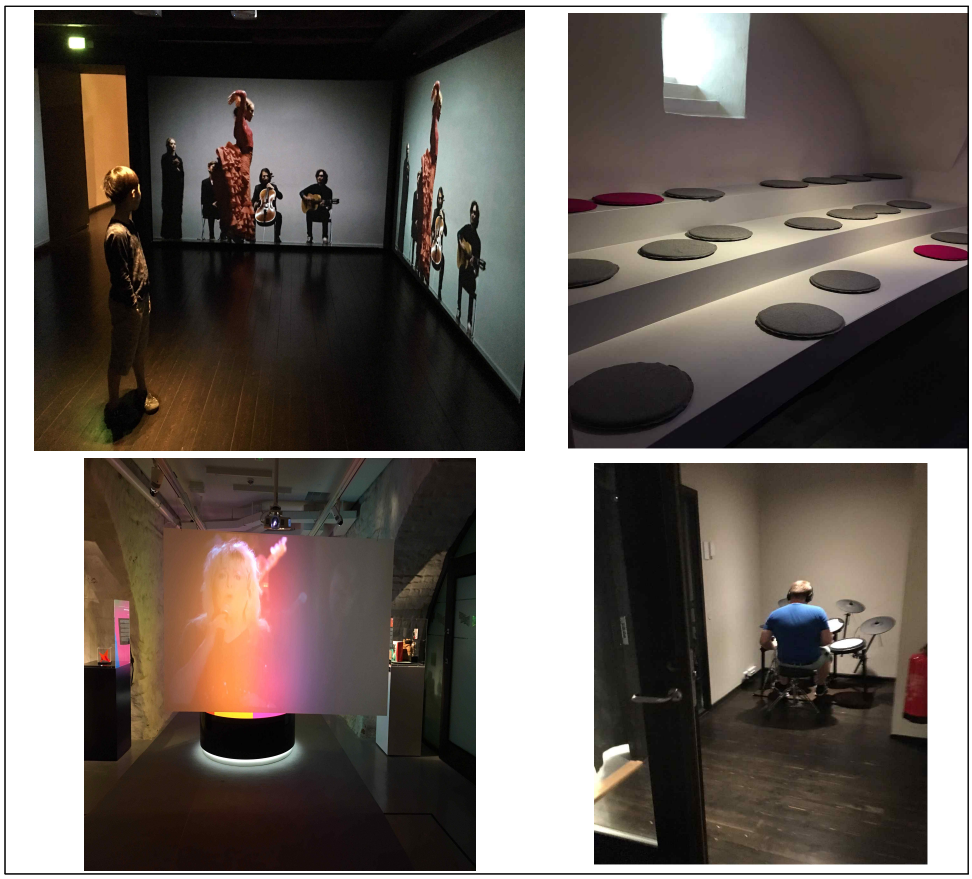
또 다양한 방식으로 관람객들의 체험과 참여를 유도하는 핸즈 온(hands-on), 마인즈 온(minds-on) 중심의 전시 디스플레이가 돋보이며 궁극적으로 음악과 공연 예술을 관람객 개인이 직접 느끼게 하는 필즈 온(feels-on) 전시를 지향한다는 점이 스웨덴 공연예술 박물관의 중요한 특징 중 하나이다.

또 공간을 과감하게 활용함으로써 공간의 정체성을 명확히 드러내고, 관람객의 주도적인 관람을 유도하고 있다. 관람객을 위한 휴식 공간 역시 전시과 연계된 콘셉트로 디자인되어, 종합적인 뮤지엄 체험이 쾌적하게 이루어질 수 있도록 신경을 쓰고 있는데, 방송 박물관 운영 시 고려할만한 내용이다.

[그림5-8] 스웨덴 공연예술 박물관의 필즈 온 사례



[그림5-9] 스웨덴 공연예술 박물관의 휴식공간 활용 예



라. 스웨덴 아바 뮤지엄 ABBA: The Museum

우리에게도 유명한 아마 그룹을 기념하는 아바 뮤지엄은 유물 범주의 단조로움을 보완하기 위한 다양한 콘텐츠의 전시 자원화가 첨단 전시 기법을 바탕으로 우수하게 이루어지고 있는 사례로 유명하다. 전략적인 전시, 체험 공간 배치와 유기적인 동선 유도를 통해 유물의 반복적 전시를 보완하고 인체공학적인 관람 경험을 제공하고 있다. 관객 참여형 전시물 및 체험형 전시물의 수준이 뛰어나며, 이를 통해 관람객들은 단순히 전시물을 체험하는 것에서 벗어나 스타와 그들의 음악을 보다 친숙하게 여기게 되며 소통의 가치와 소속감을 향유하도록 유도한다.

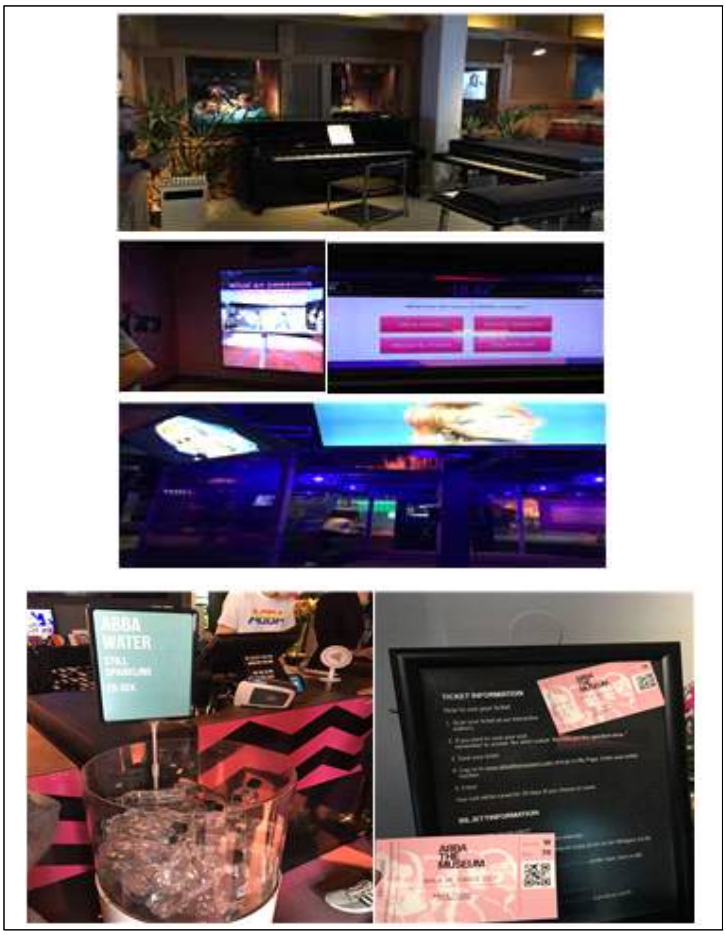
<표 5-4> 스웨덴 아바 ABBA: The Museum

스웨덴 아바 뮤지엄	▪ 위치: Djurgårdsvägen 68, 115 21 Stockholm ▪ 개관일: 2013.05. ▪ 운영시간: 10:00 ~ 18:00 ▪ 운영주체: 사립	▪
개요	▪ 멤버 중 1인과 활동 당시 스타일리스트가 직접 기획에 참여, 뮤지엄의 리얼리티를 높임 ▪ 총 3개층에 걸친 박물관으로, 1970년대 아바의 활동 당시 착용한 의상과 소품을 비롯하여 실제 사용하던 악기 등 아바와 관련된 거의 모든 오브제들을 수집한 콜렉션 ▪ 호텔, 레스토랑, 굿즈 샵 등 훌륭한 수준의 뮤지엄 수익 창출 모델 제시	
전시	▪ 아바 멤버들에게 의미 있는 녹음실과 분장실, 작업을 위해 함께 떠난 별장과 1982년 은퇴 무대인 스웨덴 아레나 아이스하키 링크를 전시장에 재현하여 아바의 전체적인 음악 인생을 관람객들이 직접 체험할 수 있게 하였음 ▪ 기존의 음악 뮤지엄이 작고한 뮤지션을 기리는 일종의 '기념관'인데 반해 아바 뮤지엄은 실제 그들과 만나고 이야기를 나눌 수 있는 소통의 요소를 강조하는 전시 디스플레이를 보여줌 ▪ 홀로holo 콘서트, 스튜디오 음원 녹음, 뮤직비디오 촬영 체험, 아바 관련 퀴즈 풀기 등 관람객들의 참여가 필수적인 전시 디스플레이를 통해 관람객들의 몰입을 유도 ▪ 과거의 전성기 시절의 모습만이 아닌 60대가 된 스타의 현재 모습이나 각자의 이별과 이혼 등 개인적인 이야기까지 보여줌으로써 스타를 보다 인간적으로 느끼게 함 ▪ 멤버의 육성을 활용한 스토리텔링이나 멤버의 기증품 전시 등 대중적인 스타를 친숙하게 여기게 하는 전략을 통해 팬들의 향수와 호기심을 동시에 자극함	

사설 뮤지엄인만큼 같은 건물에 위치한 부띠끄 호텔 운영, 차별화된 굿즈 개발 및 판매와 같은 수익 모델 개발에 많은 신경을 쓰고 있다. 독창적인 티켓 디자인과 온라인 공간 연계 등을 통해 전반적인 정체성 확립 역시 중요하게 고려하고 있고 이것이 박물관 관람객들에게 좋은 평가를 받고 있다.

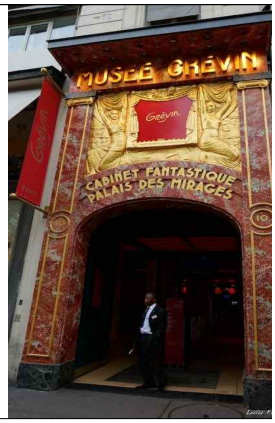
[그림5-10] 스웨덴 아바뮤지엄의 첨단 전시기법 활용 예

[그림5-11] 스웨덴 아바뮤지엄의 참여/체험형 전시 예



마. 파리 그래뱅 뮤지엄 Musée Grévin

<표5-5> 파리 그래뱅 뮤지엄 Musée Grévin

파리 그래뱅 뮤지엄	▪ 위치: 10, Boulevard Montmartre, 75009, Paris, France ▪ 개관일: 1882.06.05. ▪ 연간 방문객: 700,000명 ▪ 운영시간: 09:00 ~ 20:00 ▪ 입장료: 20-24.5유로(성인), 16.20-18.50유로(어린이) ▪ 운영주체: 사립	▪ 
개요	▪ 19세기 말 과학 기술 발전과 골상학에 대한 학술적 관심이 더해진 대중적 여흥이었던 밀랍 인형을 주제로 하는 뮤지엄 ▪ 새롭게 업데이트된 기술과 변화하는 대중의 취향을 바탕으로 유연하게 변화하는 컬렉션 ▪ 스펙터클의 요소를 중시하여 관람객들의 흥미를 높이고 여가 시설로서의 뮤지엄의 가치를 증빙 ▪ 역사적인 사건과 인물 역시 중요하게 고려하고, '프랑스다움'을 전반적으로 강하게 드러냄으로써 문화적인 정체성을 중시	
전시	▪ 대중의 호기심을 채워주기 위한 전시에서 대중들의 참여와 비판적인 사고를 유도하는 전시로 변화하고 있음 ▪ 실제 유물들이 아닌 모형 혹은 재현 유물들이 대부분임에도 그 양이나 진위 못지않게 구체적이고 흥미로운 매개 방식을 고민하는 뮤지엄으로, 시대에 맞게 진화한 뮤지엄의 모습을 살펴볼 수 있음 ▪ 연예인, 운동선수, 정치인 등 유명인들의 밀랍 모형을 단순히 나열하는 방식이 아닌 맥락에 맞게 분류, 배치함으로써 보다 몰입도 있는 전시를 추구 ▪ '거울의 환타지', '패션쇼'와 같은 스펙터클을 전시와 결합함으로써 관람객의 흥미를 불러일으키고 관람객들에게 경이로움을 선사 ▪ 프랑스만의 특성이 드러나는 주제 - 요리사, 정치인, 역사 인물 - 를 적절히 활용하여 역사적, 문화적 정체성을 명확하게 제시	

파리 그레뱅 뮤지엄의 특징을 꼽자면 도전적인 방식의 전시 디스플레이와 최신 전시 디스플레이가 적절하게 절충되어 심리적인 접근성을 높인다는 점이다. 피리어드 룸을 기본으로 한 전시 공간 배치와 체험형 전시를 통해 유물의 단조로움을 보완하고 흥미로운 관람 경험을 제공하고 있다.

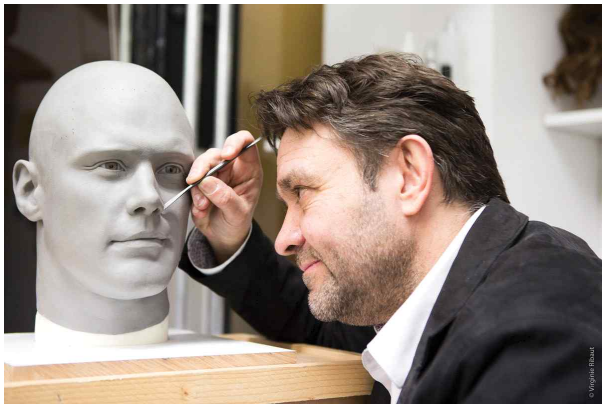
유명 방송 녹화, 비하인드-더-씬 투어, 그레뱅 워크샵, 할로윈 이벤트 등 박물관을 보다 효과적으로 대중화할 수 있는 방식을 끊임없이 실험함으로써 살아있는 박물관을 추구한다. 예를 들어 모형제작자 등 전시 콘텐츠와 관련된 다양한 직군과 작업을 함께 보여줌으로써 종합적이고 융합적인 관점에서 전시 콘텐츠를 감상할 수 있게 한다. 드라마, 영화, 만화와 같은 대중문화의 감성과 역사를 결합하여 관람객들의 흥미를 유발하고, 역사에 대한 고정된 인식을 타파, 외국인 관광객들과 국내 관람객들 모두의 욕구를 충족시킨다. 또 관람객이 음원 녹음, 영상 녹화 등을 할 수 있는 Grévin Studio를 전시 공간 속에 자연스럽게 연결시켜 관람객들의 참여와 호응을 유도하고 있다.

[그림5-12] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예1

[그림5-13] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예2

[그림5-14] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예3

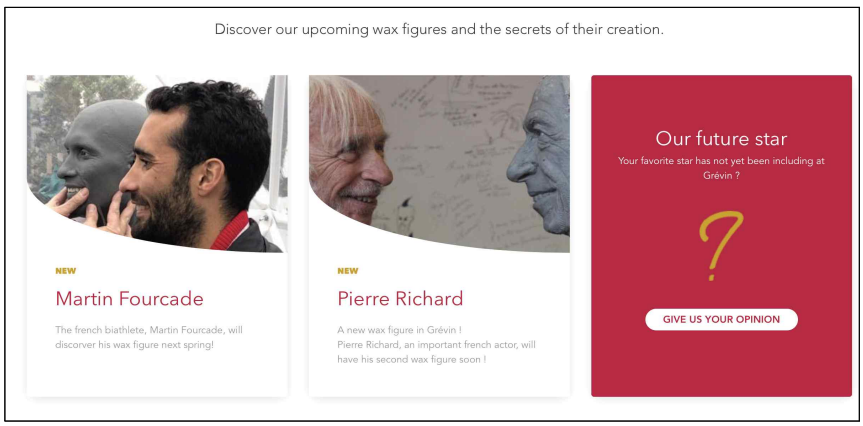
[그림5-15] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예4



[그림5-16] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예5

[그림5-17] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예6

[그림5-18] 파리 그레뱅 뮤지엄의 전시 예7



뮤지엄 홈페이지와 SNS의 활발한 운영을 통해 잠재적 관람객 유입을 도모하는 동시에, 기존 관람객의 경험 공유의 플랫폼을 제공함으로써 관람객과의 상호작용을 중시하는 모습을 보여주고 있다. 또 다이닝, 런칭 행사 등 기업체 이벤트를 위한 공간 대여 사업 등을 통해 공간을 알리는 동시에 실질적인 수익 창출을 도모하고 있다.

[그림5-19] 파리 그레뱅 뮤지엄의 활용 사례

바. 이탈리아 국립 영화 박물관 Museo Nazionale del Cinema

<표5-6> 이탈리아 국립 영화 박물관 Museo Nazionale del Cinema 개요

이탈리아 국립 영화 박물관	▪ 위치: Via Montebello, 20, 10124 Torino ▪ 개관일: 1958. 09.7. (개보수 후 2000년 재개관) ▪ 입장객 수: 720, 657 (2017년) ▪ 연면적: 3200m2 ▪ 운영시간: 09:00 ~ 20:00 09:00 ~ 23:00 (토요일) ▪ 휴관일: 화요일 휴관 ▪ 입장료: 10유로 ▪ 운영주체: 국립	
개요	▪ 르네상스 이후 발달한 근대 영상기구를 비롯해 만여 점 이상의 영화 관련 자료를 소장 ▪ 영화의 기원과 원리를 관람객들에게 잘 설명해주는 전시와 교육 프로그램 ▪ 2000년 설치된 투명 엘리베이터를 이용한 전망대 등 풍부한 매력을 지닌 관광 콘텐츠 ▪ 다양한 연계 학술 행사와 문화 행사를 개최하여 박물관의 정체성과 차별성을 강화	
전시	▪ 5개 층에 걸쳐 이탈리아 영화 역사와 산업에 대한 연대기별 상설전시, 주제별 특별전시 운영 ▪ 영화 포스터, 시나리오, 관련 사진 등 대량으로 보유하고 있는 소장품들을 맥락에 맞게 전시하며 전시품에 자주 변화를 줌으로써 재방문율과 소장품 활용 가능성을 높이고자 함 ▪ 배우뿐만 아니라 감독, 시나리오 작가, 촬영 스텝 등 산업과 예술로서 영화를 만드는 데 중요한 역할을 하는 이들에 대한 조망을 통해 영화와 관련된 다양한 시각을 강조 ▪ 영화 소품들을 영화 속 장면을 재연한 공간 속에 배치하여 관람객들의 흥미를 높이고 뮤지엄의 전체적인 분위기를 조성하는 데 일조	

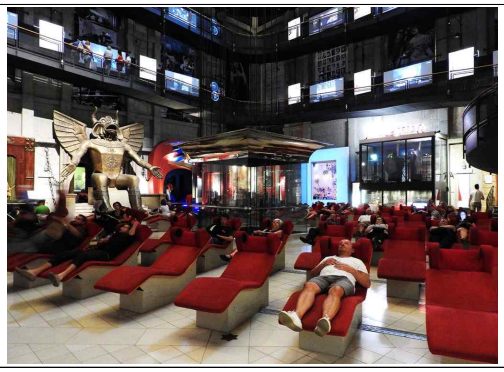
이탈리아 국립 영화 박물관은 특정 분야의 전문 박물관이라는 정체성을 고찰하기 위한 고민이 드러나는 전시 디스플레이로 유명하다. 현대적이고 감각적인 전시 디스플레이를 통해 관람객들의 집중도를 높이고 많은 양의 유물을 효과적으로 배치하고 있다.

[그림5-20] 이탈리아 국립 영화 박물관 내부

투명 고속엘레베이터(75m를 59초에 주파)를 설치, 360도 파노라마 옥상 전망대 설치와 같은 현대적인 리노베이션을 통해 건축물 자체가 지닌 역사적, 문화적 특수성을 매력으로 승화시키는 동시에 관람객 요인으로 적극 활용하고 수익 창출 모델을 마련하고 있다. 또 누워서 보는 영화관, 알프스 산이 보이는 전망대, 굿즈 샵, 레스토랑, 영화제 개최 등 뮤지엄 자체가 관광객들에게 하나의 관광지가 될 뿐 아니라 다른 분야와 연계하여 전반적인 관광 산업에 활용될 수 있는 여지를 보여준다. 이탈리아 국립 영화 박물관은 다양한 사회문화적 이슈와 관계된 영화 행사 개최, 전문 학술 아카이브 운영, 예술영화관 운영, 시네마랩 운영, 세미나 개최 등 영화를 산업과 문화의 영역에서 벗어나 학문과 정치의 영역으로 확장시키는 플랫폼 역할을 수행하고 있어 시사하는 바가 크다.

[그림5-21] 이탈리아 국립 영화 박물관의 투명 고속엘레베이터

[그림5-22] 이탈리아 국립 영화 박물관의 다양한 체험 사례



[그림5-23] 이탈리아 국립 영화 박물관의 행사와 전시 사례

제 3 절 자료 수집 기본 구상: 유물 조사, 수집 및 관리 계획

1. 방송박물관 유물 조사 방향

방송박물관 유물 확보를 위해서는 1차적으로 유물조사가 필요하다.

실제 본 조사에 앞서 방송 관계자, 관련 연구자, 유사 박물관 학예담당자 인터뷰와 문헌조사를 통해 확보 가능한 대표 콘텐츠와 유물에 대한 예비조사가 진행되어야 한다. 전수조사에 필요한 시간, 경제적 비용을 줄이기 위해 오피니언 리더를 중심으로 조사를 수행하게 된다. 사전 조사는 원활한 현장조사를 수행하기 위한 목적이 강하므로, 조사가 충실히 이루어질 수 있도록 조사 대상 집단과 피조사자에 의한 충분한 협조 구축이 필수적이다. 피조사자와의 신뢰, 정보공유가 중요하므로 사전 방문계획 수립 후 조정기간 설정이 면밀히 진행되어야 한다.

2. 유물 조사 절차

유물 조사 절차를 상세히 살펴보면 다음과 같다.

- 방송박물관 유물정보 조사범위에 대한 상세기준 설정
- 방송박물관 유물정보 조사대상에 대한 상세기준 제시를 통한 유물정보 조사기반 마련
- 문헌조사 국내·외 자료 소장자 및 단체 현황파악 등을 통해 기초조사를 하고 이를 바탕으로 효과적이고 현실적인 확보방안 마련
- 방송 역사 관련 문헌조사로 개별유물 품목 리스트 확보
- 방송박물관 유물 조사기준에 적합한 전시구성 하위 콘텐츠 목록 확보
- 수집조사 연구와 자료는 다양한 분류방법을 통해 분류체계 마련
- 국가기관 및 유관 협회, 단체 등의 정보를 통한 유물정보 보완, 조사
- 방송박물관 유물 조사양식을 전시 콘텐츠 구성에 맞게 구성

3. 유물 수집 기본 과정

우선 현황 조사가 실시된다. 여기서는 사료 리스트 확보 및 분석, 사료수집 세부계획서

작성, 사료분류표 및 카드 제작, 임시 및 장기 수장시설 계획이 진행된다.

다음은 사료 수집이다. 기초사료 조사, 사료리스트 소재 파악, 사료선별 및 확보계획 수립, 사료 조달이 이 단계의 핵심 과제이다. 이 과정에 이어 진행되는 유물 DB 작업은 분류표 및 분류카드 정리, DB 프로그램 제작, 입력 및 가동이 완료되어야 한다. 마지막으로 보관관리 및 운용 단계에서 정식 수장시설의 가동, 전시 유물 선정, 유물별 보존처리가 이루어진다.

[그림5-24] 유물 조사에 대한 정보의 분류 관리

4. 유물 확보 방법

일반적으로 소장품은 직접수집과 발굴, 구입, 기증(증여, 유증), 다른 기관으로부터의 교환, 양도(반환) 등의 다양한 방법으로 수집될 수 있다. 전시자료 확보방안에 따른 우선순위 설정을 검토하여 추진하며, 자료소장 및 기증, 개인과 단체 조사 및 DB를 구축하고 일괄 및 특별기증을 장려하는 작업이 필요하다.

수집정보로는 도서, 잡지, 녹음 매체 등의 자료와 함께 CD, DVD 등 최신 전자정보자료가 모두 포함된다. 최근의 콘텐츠 전시의 트랜드를 고려할 때, 특정 시대 관련 방송이나 애니메이션, 영화, 드라마 등 이미 가공된 1차 콘텐츠 자체를 다시 재가공하는 방식도 충분히 고려할 만하다.

일반적으로 유물을 확보하는 방법은 아래와 같이 분류해볼 수 있다.

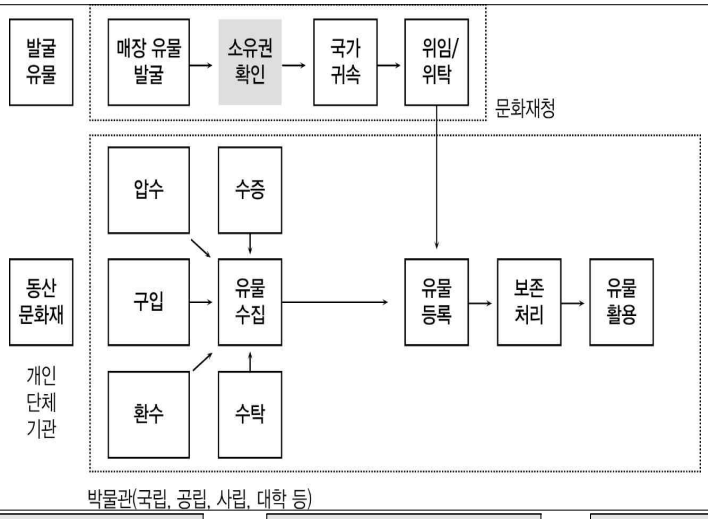
<표 5-7> 유물 확보 유형

구분			조사된 실물자료 확보방법
구입	공개구입	입찰	▪ 서로 경쟁하는 여러 희망자들이 각각 문서로 가격이나 그 밖의 문제에 관한 의사를 나타내어 낙찰로 결정
		경매	▪ 하나의 물건을 두고 판매자와 구매자 사이에 중개인을 통해서 판매하고 구입하는 방법
	비공개구입		▪ 중개인 없이 구매자와 판매자가 가격 협상을 거쳐 소장품 구입
기증			▪ 경제적 부담이 없는 무상의 수집방법으로 증여와 유증이 있음
복제			▪ 현존하지 않거나 기증자가 없거나, 예산상의 문제로 구입과 대여가 불가능한 경우 등에 추진
대여			▪ 기획전시 등의 추진에 필요한 사료이거나 구입, 기증, 복제, 교환이 불가능한 경우 등에 추진
발굴			▪ 비용 효율적이며 능동적인 수집 방법으로 발굴 과정에서 중요시되어야 할 것은 유물의 출토 상태와 보존 처리로 요약할 수 있음
교환			▪ 쌍방이 필요한 목적에 따라 서로 다른 사료를 상호 교환하는 방법. 필요 이상으로 중복된 소장품이 있거나 수료수집 정책에 부합되지 않는 소장품이 있는 경우에 추진

방송박물관에서는 유물 구입, 관계자들을 통한 유물 기증, 학교 및 기관을 통한 유물 대여 등을 통해 유물을 확보할 수 있을 것으로 판단된다. 구체적인 확보 방안은 아래와 같이 진행된다.

<표5-8> 유형별 유물 확보 절차

유물 공개구입 절차	유물수집실무위원회 ▶ 유물 구입 공고 ▶ 유물 매도신청서 접수 ▶ 유물 수집실무위원회 (1차 평가, 접수대상유물 선정) ▶ 평가 대상 유물 접수 ▶ 분야별 유물평가위원회 (2차 평가, 가치평가) ▶ 도난문화재 확인 (문화재청 및 각 지자체) ▶ 박물관운영자문위원회 (3차 평가, 최종심의) ▶ 유물 구입 계약 (수의계약)
기증	▪ 기증은 개인 또는 단체 소유의 보존 가치가 있는 유물을 박물관이 양도받아 소장유물로 등록하는 것을 가리키며, 수탁유물에 대한 주요 고려사항은 다음과 같다(Edson,G.&Dean,D. 1996:33) ▪ 유물수탁을 수락하는 것은 소장품에 대한 지속적인 보존과 관리에 대한 책임을 지는 것을 의미한다. ▪ 박물관은 합법적인 소유권을 지니지 않은 유물은 취득하지 않는다. ▪ 제한적 조건이 수반되는 기증 자료는 수락하지 않는다. ▪ 박물관 위상과 질적 수준을 결정짓는 유물은 그 가치와 출처가 분명해야 한다. ▪ 기증 자료는 원칙상 기증자 또는 기증자의 상속인에게 반환되지 않는다. ▪ 박물관은 법리적, 윤리적으로 문제의 소지가 있는 자료는 기증받을 수 없으며, 심지어 박물관은 그러한 자료를 일정 기간 동안 전시 또는 활용할 수 없다. ▪ 박물관은 기증 자료를 수용한 시설과 능력을 갖고 있어야 하며, 다른 소장품들과 동일하게 기증 자료를 최적 상태로 관리, 보존, 활용해야한다. 유물기증절차 유물 기증 홍보 ▶ 기증 유물 제보 접수 ▶ 유물 소장자 면담 및 유물 실사 유물기증서 및 유물 접수 ▶ 유물수집실무위원회 및 기증유물평가위원회 개최 ▶ 기증자 예우

대여	▪ 대여대상 유물은 박물관이 정당한 소유권을 갖고 있고 위탁관리의 권한을 위임받은 유물에 제한하며 보존상태가 대여에 적절해야 한다. ▪ 빠른 속도로 훼손이 진행될 수 있거나 변형될 가능성이 있는 유물은 대여 대상에서 제외된다. ▪ 유물관리부서는 유물의 특성, 희소성, 재화적 가치, 연구 우선권, 소장품 관리에 대한 고려사항을 근거로 대여대상의 범위를 설정해야 한다.
발굴	
국가귀속문화재 (위임.위탁) 절차	국가귀속문화재 보관관리 협의 (역사문화재과) ▶ 보관관리기관 지정 문서접수 ▶ 임시보관기관과 유물 인수 일정 등 협의 유물 인수 (국가귀속일로부터 1년 이내) ▶ 유물보관증 제출 (문화재청, 역사문화재과)

5. 방송 박물관 유물 조사, 수집 및 관리 가이드라인 제시

실시 설계 단계에서 필요한 유물목록 작성과 함께 전반적인 유물수집 조사가 요구된다. 전시 설계 공모를 통해 도출된 전시 연출 계획에 따라 방향성을 설정하고 그에 맞는 유물 확보를 하게 되는데, 이러한 유물 수집 관련 예산은 총 사업비의 2% 정도로 책정하는 것이 바람직하다. 실시 설계 단계에서는 전시 연출에 필요한 유물 선정 및 관리를 책임질 수

있는 전문 인력을 반드시 확보하도록 한다.

6. 방송박물관 유물 수집 예상 문제점

방송박물관 유물 수집 과정에서는 적지 않은 문제점도 있을 것으로 예상된다. 고고유물, 산업유물과 같이 구체적 사용목적과 기존 박물관 성격에 부합된 유물은 수집과 대상 선정이 용이한 반면, 방송 박물관과 같은 역사, 생활 유물은 여타 박물관과 차별화가 쉽지 않은 바, 콘텐츠를 제작해 나가는 과정을 통해 유물목록 작성이 가능할 것으로 보인다. 따라서 신문, 방송, 보고서 등 기록 매체로 제작된 유물은 별도의 전문 연구자, 그리고 콘텐츠 목록을 작성하는 유물 수집 용역이 필요할 것이다.

또 방송 박물관 건립 전 후로 전국민을 대상으로 한 유물수집 홍보활동이 필요하다. 개관 이후에도 지속적인 유물수집 활동 전개를 통해 장기적인 유물수집 노력이 이어져야 할 것이다.

제 4 절 법적 근거 및 건립 절차

1. 문화체육관광부 국공립 박물관, 미술관 설립타당성 사전평가제도

공립박물관 및 미술관의 설립타당성을 판단하는 사전평가제도는 박물관 건립을 통한 양적 증가보다는 그 이후의 운영 중요성을 부각하여 소장품 및 전문인력 미확보, 운영예산 부족 등의 부실화를 방지하는데 목표를 두고 있다.

해당 제도를 규정한 법령 제7조의2의에 따르면 지방자치단체의 장은 법 제12조의2제1항에 따라 공립 박물관 또는 공립 미술관의 설립타당성에 관한 사전평가(이하 "사전평가"라 한다)를 받으려면 문화체육관광부령으로 정하는 사전평가 신청서에 다음 각 호의 사항에 관한 서류를 첨부하여 문화체육관광부장관에게 제출하여야 한다. 여기에는 설립의 목적 및 필요성, 박물관 또는 미술관의 설립 추진계획 및 운영계획(건립을 위해 해당 기관에서 추진위원 및 자문, 토지 매입 등의 세부적 준비), 운영 조직 및 인력구성계획: 학예사 등 전공자들이 계획 단계부터 함께 진행했는지 여부, 부지 및 시설 명세, 박물관 또는 미술관 자료의 목록 및 수집 계획(관련 작품 또는 유물의 충분한 확보와 면밀한 준비작업)이 담겨야 한다.

이렇게 작성된 사전평가 신청서를 토대로 사전평가가 진행되는데 이는 서류심사, 현장심사, 최종 PT발표의 세 단계로 이루어진다. 심사 이후 결과는 기획재정부, 행정안전부 등의 관계 부처에 통보된다. 유의점 및 기간별 제출 시기를 구체적으로 살펴보면, 먼저 사전평가는 연 2회 반기별로 실시된다. 지방자치단체의 장은 상반기에 실시되는 사전평가를 받으려면 1월 31일까지, 하반기에 실시되는 사전평가를 받으려면 7월 31일까지 제1항에 따른 사전평가 신청서와 첨부 서류를 문화체육관광부장관에게 제출하여야 한다. 문화체육관광부장관은 상반기에 실시되는 사전평가의 경우에는 4월 30일까지, 하반기에 실시되는 사전평가의 경우에는 10월 31일까지 해당 사전평가를 완료하여야 한다. 또 문화체육관광부장관은 제4항에 따른 사전평가 결과를 사전평가 완료일부터 14일 이내에 해당 지방자치단체의 장 및 관계 중앙행정기관의 장에게 통보하여야 한다. 제1항부터 제5항까지에서 규정한 항 외에 사전평가의 운영 등에 필요한 사항은 문화체육관광부장관이 정할 수 있다.

<표5-9> 박물관 및 미술관 법적 등록 기준

구분		시설	박물관 자료 및 과학기술자료	전문 직원 (학예사)
제1종 박물관 또는 미술관	종합박물관	1. 각 분야별 전문박물관의 해당 전시실, 2. 수장고(收藏庫), 3. 작업실 또는 준비실, 4. 사무실 또는 연구실, 5. 자료실·도서실·강당 중 1개 시설, 6. 화재·도난 방지시설, 온습도 조절장치	각 분야별 100점 이상	각 분야별 1명 이상
	전문박물관	1. 100제곱미터 이상의 전시실 또는 2,000제곱미터 이상의 야외전시장, 2. 수장고, 3. 사무실 또는 연구실, 4. 자료실·도서실·강당 중 1개 시설, 5. 화재·도난 방지시설, 온습도 조절장치	100점 이상	1명 이상
	미술관	1. 100제곱미터 이상의 전시실 또는 2,000제곱미터 이상의 야외전시장, 2. 수장고, 3. 사무실 또는 연구실, 4. 자료실·도서실·강당 중 1개 시설, 5. 화재·도난 방지시설, 온습도 조절장치	100점 이상	1명 이상
	수족관	1. 200제곱미터 이상의 전시실, 2. 사무실 또는 연구실, 3. 수족치료시설, 4. 순환장치, 5. 예비수조	100종 이상	1명 이상
제2종 박물관 또는 미술관	자료관·사료관·유물관·전시장·전시관·향토관·교육관·문서관·기념관·보존소·민속관·민속촌·문화관 및 예술관	1. 82제곱미터 이상의 전시실 2. 수장고 3. 사무실 또는 연구실·자료실·도서실 및 강당 중 1개 시설 4. 화재·도난 방지시설, 온습도 조절장치	60점 이상	1명 이상
과학관	종합과학관	1. 200제곱미터 이상의 전시실(동물원 또는 식물원이 있는 종합과학관의 경우에는 별도의 당해 분야 전문과학관의 면적) 2. 사무실·연구실·자료실·강당 중 1개	각 자료별 60점 (종) 이상	각 자료별 1인 이상
	전문과학관	1. 100제곱미터 이상의 전시실(동물원의 경우에는 사육시설, 진료 및 검역시설, 오물 및 오수처리 시설을 포함한 200제곱미터 이상의 야외전시장, 식물원의 경우에는 200제곱미터 이상의 전시실 또는 1,000제곱미터 이상의 야외 전시장) 2. 사무실·연구실·자료실·강당 중 1개	30점(종) 이상	1인 이상

박물관 및 미술관 진흥법 시행규칙 별지 제5호의6 서식은 「박물관 및 미술관 진흥법」 제12조의2 및 같은 법 시행령 제7조의2에 따르는데, 공립 박물관 또는 공립 미술관의 설립 타당성 사전평가를 신청하는 서류의 서식은 아래와 같다.

<표5-10> 국공립 박물관, 미술관 설립 타당성 사전평가 신청서 양식

신청기관	기관명
	소재지
사업내용	시설명
	사업개요
	소요예산
	시행주체
	사업기간
	사업담당자(소속/연락처)

자료: 국가법령정보센터, 박물관 및 미술관 진흥법 시행규칙, 별지 제5호의 6서식

또 사전평가제도에서 규정하는 해당 신청의 타당성 및 필요성 영역, 그리고 각 항목별 심의기준은 다음과 같다.

<표5-11> 타당성 및 필요성 영역 지표 평가기준

심의내용				배점
계획의 적정성	기반 현황	정책적 환경	▪ 국가 정책 및 지자체의 중장기계획 등의 부합	10
		물리적 환경	▪ 부지의 적정성 및 편리한 접근성	5
	설립 목적	명확성	▪ 박물관의 설립 목적과 임무가 명확한가?	5
		실효성	▪ 박물관의 특성화 및 전문화 여부	10
	계획의 우수성	인력 계획	▪ 설립 준비를 위한 인력, 조직 및 전문성(자문위원회 등) 확보 노력	10
		운영 계획	▪ 운영 계획 및 전시, 교육 프로그램의 매력도 (향후 3년간 전시·교육 프로그램의 운영계획)	10

		시설 계획	▪ 건립 규모의 적정성 (인력·운영예산 등 운영능력, 소장품, 전시계획, 교육 계획 등 종합적 판단)	10
지속 발전 가능 성	발전 가능성	소장품	▪ 소장품의 문화적 가치(종류, 수량, 확보방식, 희소성, 선호도 등)	10
			▪ 소장품의 확장 가능성 (향후 3년간 예산, 확보할 수량, 확보방식 등)	10
		관람객	▪ 관람객 확보 및 확장 가능성 (관람객 확보 및 확장 계획, 관람객 예상 근거 등)	10
		경쟁력	▪ 유사 주제 및 인접 박물관의 경쟁력 및 서비스 경쟁력 (인근 박물관, 국내 유사주제 박물관, 인근 문화기관과의 비교)	5
	지자체 역량	운영 역량	▪ 해당 지자체 운영 공립박물관에 대한 평가인증제 인증 여부	5

자료: 소은애. “공립박물관 설립 타당성 사전평가의 실제: 여수시립박물관의 사례를 중심으로.”

2. 입지선정 및 스페이스 프로그램

박물관 대상 부지 선정도 방송 박물관 건립과정에서 핵심적인 부분이다. 박물관 대상 부지 선정 기준의 구체적인 내용을 정리하면 다음과 같다.

<표 5-12> 박물관 대상 부지 선정 기준

선정기준	세부기준	비고
접근성	▪ 관람객(시민, 학생, 관광객 등)의 접근성 - 물리적(교통) 접근성 : 도로, 교통수단 등 - 심리적 접근성 : 도심과의 이격거리, 행정구역 등	
연계성	▪ 문화재, 관광지 등 기존 자원과 연계할 수 있는 여건	
상징성	▪ 방송 역사 정립 및 미래적 역할 수행을 위한 상징성	
경제성	▪ 부지가격 및 부지 조성비용 - 부지가격 : 국·시유지, 시유지일 경우 지가	

	- 부지 조성비용 : 부지의 형태, 접근도로 등	
절차용이성	▪ 부지 확보절차의 용이성 - 토지이용계획 상의 토지규제 - 부지 소유자(사유지의 경우 매입 장기화 우려)	
균형발전성	▪ 지역 균형 발전에 기여 정도	

박물관의 실제 운영에서 중요한 것은 공간 구성이다. 이를 영역별로 정리하면 다음과 같다.

- 전시영역 : 상설전시실, 기획전시실
- 수장영역 : 수장고
- 교육영역 : 교육실 1, 교육실 2
- 사무영역(관리부문 및 학술부문) : 사무실, 학예실, 자료실
- 공용영역(지원시설) : 홀·계단·복도·화장실 등 서비스 공간, 안내데스크, 휴게 공간, 기계실 및 전기실 등

<표5-13> 박물관 스페이스 프로그램 개괄

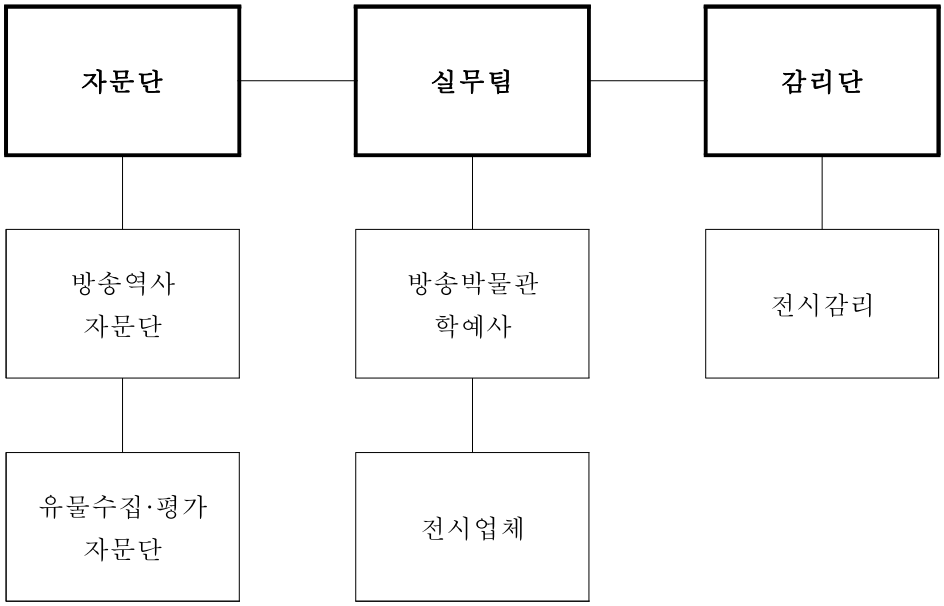
구분	기능	일반박물관 (비율)
전시부문	▪ 상설전시실, 기획전시실	30~40%
수장부문	▪ 수장고	10%
교육부문	▪ 교육실	5~10%
사무부문	▪ 사무실, 관장실, 학예 연구실, 자료실	7~15%
공용부문	▪ 홀, 계단, 복도, 휴게실, 화장실, 기계실, 전기실	30~40%
총 계		

3. 추진 조직구성

방송 박물관 추진 조직은 다음과 같이 정리해볼 수 있다. 박물관 전시분야는 매우 다양

한 과정이 총체적으로 묶여 있는 영역이기 때문에 실무전담팀(T/F팀)과 더불어 관련분야 자문단 및 영역별 전문가팀을 구성하여야 하며, 건축감리 발주 시 전시 감리자를 지정하여야 한다. 즉, 전문 실행팀 (학예사포함), 자문단, 감리단의 3자 기구가 함께 공조하여 진행하는 것이 필요하다.

[그림5-25] 추진 조직구성 개념도



4. 추진일정 및 주요업무

전시사업 진행은 단계별로 기획-설계-시공으로 진행되며, 별도로 유물구입 및 수집이 함께 병행되는 것이 바람직하다.

전시제작 및 설치관련 사업자선정 이후 약 1년에 걸쳐 기본설계 및 실시설계가 이루어진 후, 건설공사 완료 직전에 전시제작 및 설치작업이 진행되도록 한다. 전시제작 시 영상, 모형, 그래픽, 수장고 등의 다양한 영역 등이 구축되므로 별도의 전문성을 갖춘 전시 자문단을 상주시키는 것을 제안한다. 공사 완료 후 약 6개월간의 임시개관을 통해 문제점을 파

악하여 수정, 보완한 후 정식개관 하는 것을 원칙으로 한다.

전시유물확보는 2024년부터 개관 시점까지 진행되는 업무로서 유물조사 관련 용역을 실시한 후 구입/기증/교류 등의 방법으로 개관 및 운영에 차질이 없도록 확보하도록 한다.

제 5 절 인력/조직 운영 계획

1. 박물관 운영 형태

방송 박물관의 운영은 여러 방식이 가능하지만 각각의 안을 비교하는 과정을 거치는 것이 필요하다.

박물관 및 미술관 같은 공공문화시설의 운영 형태에 대해서는 크게 직영 운영과 위탁 운영으로 나눌 수 있으며, 두 형태 모두 장·단점이 있어 어느 한 쪽이 우수하다고 평가 하기는 쉽지 않다. 박물관의 건립 형태 등 다양한 주변 여건을 고려하여 결정되어야 한다.

<표 5-14> 운영형태 장단점 비교

구 분	직 영	위 탁
장 점	▪ 행정사무와 연계하여 사업수행을 하므로 종합적 행정정책 수행 가능 ▪ 사업에 대한 직접적 통제 가능 ▪ 다양하고 급변하는 고객에 대한 행정 서비스 요구 수용이 가능 ▪ 위탁관리에 비해 상대적으로 공공성 확보 용이 ▪ 지방자치단체가 직접 서비스를 제공 하므로 낮은 서비스 제공 비용 유지 가능 ▪ 수익성을 추구하는 사업 중단을 회피 할 수 있으므로 지속적이고 안정적 서비스 가능 ▪ 자금조달이 비교적 용이	▪ 비용절감 및 서비스 질의 개선 ▪ 수요변화와 자금운용에 대한 융통성 발휘 용이 ▪ 새로운 요구에 대한 신속한 대처 가능 ▪ 신규 사업 계획 수립 및 도입 용이 ▪ 민간 경험 활용으로 전문성·기술성 제고 ▪ 업체 간 경쟁에 의한 생산비용 절감 및 지속적인 서비스 개선 유지 가능 ▪ 일자리 창출을 통한 지역주민 고용 기회 제공
단 점	▪ 별도의 조직을 구성하지 않고 지방자치단체의 행정기구 내에 속하기 때문에 운영의 독립성 결여 ▪ 지방자치단체의 직접적 통제와 정치적 고려가 비효율성의 원인으로 작용 ▪ 공무원 순환보직제도에 의한 잦은 인사이동 으로 전문성과 지속성 확보 어려움	▪ 서비스 공급 비용의 증가 ▪ 적자로 인한 서비스의 중단 우려 ▪ 비용 절감을 목적으로 한 고용 불안 ▪ 기계설비의 무리한 가동으로 사용연한 단축 등 시설물 관리 부실화·노후화 촉진 ▪ 노동조합 활동 등 서비스 중단 시 주민 불편 초래

2. 운영 조직

유사 박물관 사례를 통해서 볼 때, 방송 박물관 운영조직은 방송 박물관의 비용추정에 있어서 경상적이고 고정적인 비용은 인건비가 될 것이며, 이를 자체적인 운영수입을 통해 어떻게 확보하느냐가 향후 방송 박물관의 안정적인 운영예산확보에 있어서 중요한 요인이 될 것으로 보인다. 향후 유사박물관의 면적당 인원에 대한 조사를 통한 면적당 평균인원을 산출할 필요가 있는 것은 이 때문이다. 국제기구 등에서 제시하고 있는 박물관 운영을 위한 전문인력 확보에 대한 권고사항을 정리해 보면 다음과 같다.

<표5-15> 박물관 전문인력 권고사항 요약

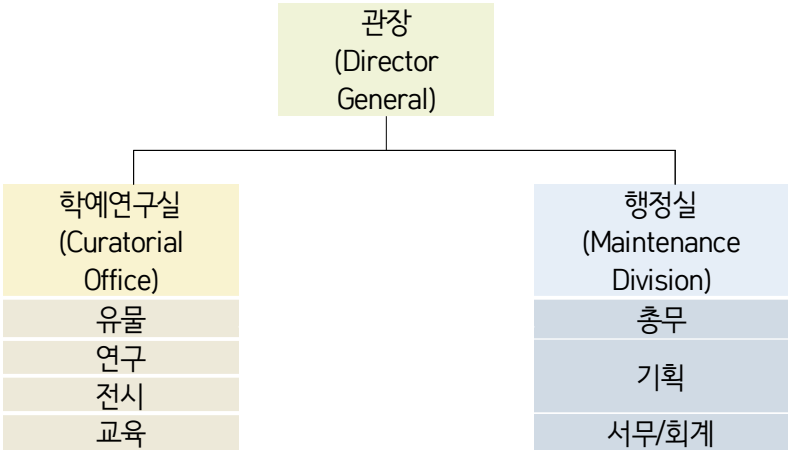
▪ UNESCO(국제연합 교육, 과학, 문화기구), ICOM((International Council of Museums : 국제박물관협의회) 350 ~ 500㎡ 이내의 전시실 1개 당 1명 이상의 전문 전시, 교육인력 할당을 권장함 ▪ 전시실 3실, 전시면적 1,290 ㎡ 적용 시 학예인원 3~4명 권장함 ▪ 현 우리나라 박물관들의 학예인원 보유현황을 국제수준의 1/3 정도 수준이며, 박물관 활성화를 위해서는 학예사의 활동이 절대적으로 필요하며, 우리나라 박물관도 학예인원의 비중을 높여가는 추세가 나타나고 있음

이에 기초하여 향후 방송 박물관 설립시 조직도는 아래 그림과 같이 그려볼 수 있다.

우선 관장(Director General)은 박물관 운영 일반에 대한 지휘 및 조정, 감독 기능을 수행하며, 박물관 조직의 전반적 관리, 박물관 중장기 정책수립 및 경영을 총괄한다.

학예연구실(Curatorial Office)의 학예연구관은 학예연구사를 지휘하여 박물관 학예업무를 총괄하며, 학예연구사는 학예연구관의 지휘를 받아 박물관 학예업무를 진행한다. 여기서는 상설전시, 기획전시 및 특별전시 계획 수립 및 운영, 유물수집·관리 및 교육·체험프로그램 운영, 홍보물 및 관련 인쇄물 출판 등 기타 전시 관련 업무 진행을 담당한다. 또 유물수집도 학예연구실의 핵심 기능이다. 유물 등록(유물 실측 및 명세서 작성, 유물카드 및 대장기록 업무)부터 유물 출납(관내 및 외부 유물 대여, 대출, 이관업무, 수장고 관리, 유물포장), 유물관리(보존처리 및 소장 유물의 안정적 유지), 유물 전산화(유물 관리의 전산화, 정보서비스), 자료보급(사진 원판정리 및 분류업무, 도서·도면·기록물 및 시청각 자료정리 소장, 유물 도록출판, 자료 관계 민원업무)가 포함된다.

[그림5-26] 방송 박물관 조직구성



행정실(Maintenance Division)에서는 방송 박물관의 행정을 담당함으로써 박물관 제반 운영을 지원하는 업무를 담당한다. 박물관의 행정업무 처리, 예산집행 및 결산, 회계, 계약 업무박물관 운영에서 발생하는 복무, 인사, 급여, 홍보, 차량, 문서관리 행정업무, 운영위원회, 자원봉사자 등 안내 및 운영인력 관리, 시설 대관 및 임대, 기타 대외 협력 업무, 전산 및 홈페이지 관리도 행정실 소관 업무에 해당한다.

<표5-16> 각 실의 업무내용

소속	종류	업무내용	
관 장		▪ 박물관의 지휘 조정 감독 ▪ 박물관 조직의 전반적 관리	▪ 박물관 정책수립 및 경영 ▪ 박물관 인지도 제고를 위한 홍보 활동
행정실	총무	▪ 박물관 직원의 인사 관련 업무 ▪ 시설의 유지, 보수 ▪ 전기시설 관리 ▪ 기계시설 관리	▪ 비정규직 직원 관리 ▪ 박물관 전시장 및 시설관리
	기획	▪ 박물관의 중장기 정책 수립 ▪ 박물관의 적정 예산 확보 ▪ 기획전 홍보 및 관람객 유치	▪ 박물관의 홍보 및 관람객 유치 ▪ 관장의 대외 홍보역할 유

		▪ 교육프로그램, 행사의 대외 홍보	치 보조 ▪ 온라인 홍보방안 기획
	서무	▪ 일반서무 업무 ▪ 민원 관리	▪ 각종 행사 및 회의 운영 ▪ 물품 및 소모품 구입 관리
	회계	▪ 박물관 자금의 회계처리	▪ 기타 운영 관련된 제반 행정 사항
학예실	유물관리	▪ 소장품 및 자료의 수집, 관리 ▪ 소장품의 확보 및 보존 ▪ 소장품의 적절한 보존환경 구축 ▪ 박물관의 전반적 자료의 등록 및 분류	▪ 박물관 관련 학예 활동 ▪ 전시물에 대한 체계적인 전문 연구 ▪ 자료관리 및 연구서 발간 ▪ 사이버박물관 운영
	조사연구		
	전시기획	▪ 전시 기획 및 운영 ▪ 전시장 시설 및 디스플레이 디자인 ▪ 전시물 반·출입 ▪ 교육 기획 및 교육 ▪ 어린이박물관 담당	▪ 대상에 맞는 교육프로그램 기획 ▪ 관람객들을 위한 특별 행사 기획 ▪ 어린이 박물관 프로그램 개발
	교육체험		
합 계			

제 6 절 교육·체험 프로그램 운영 방안

1. 방송박물관의 교육·체험 프로그램 운영 방향

국내외의 우수 사례 조사를 통해 방송 박물관의 교육·체험 프로그램 운영에 관한 다음 6가지 방향을 정립하였다.

[그림5-27] 방송박물관의 교육・체험 프로그램 운영 방향

첫째, 전시와 교육·체험 프로그램의 연계이다. 전시와 교육을 연계한 프로그램을 제공하여 전시관에서 교육프로그램을 진행하는 경향을 보이며, 보다 심층적인 내용의 교육이 마련된 교육공간에서 진행하도록 한다. 미국 어린이 창의성 박물관 (Children's Creativity Museum)은 전시실 구성을 토대로 교육프로그램을 구성하고 있으며, 전시실 자체가 연구실(Lab)로 사용되어 전시와 교육이 강하게 결합되어 있는데 이를 참고할 필요가 있다. 또 일본 키즈 플라자 오사카에서도 전시와 워크숍을 결합시킨 'Learn by doing' 콘셉트의 교육프로그램을 실시하고 있으며, 경기도 어린이 박물관, 국립 어린이 민속박물관에서도 특별전과 연계한 교육프로그램을 성공적으로 제공하고 있다.

둘째, 문화, 예술, 과학 등 다양한 분야에서 체험식 프로그램을 제공하는 것이다. 많은 박물관 프로그램이 다양한 주제를 다루면서 통합교과적인 관점과 사고방식을 길러줄 수 있는 체험형 프로그램을 집중적으로 제공하고 있다. 예를 들어 브루클린 어린이 박물관, 보스턴 어린이 박물관에서는 문화, 예술, 과학 등 각 분야별로 주제와 관련된 다양한 교육 프로그램을 제공하고, 주입형보다는 체험형 프로그램 제공한다. 각 교육 프로그램이 단일 분야에 머무르는 것이 아니라 다양한 분야에 걸쳐서 학습하고 체험할 수 있도록 함으로서 사물을 바라보는 다각적인 시야와 폭넓은 사고방식을 길러주는 데 주안점을 둘 필요가 있다. 대부분 어린이 대상 프로그램들은 어린이들의 학습에 흥미를 느끼면서 창의성을 키울 수 있도록 놀이와 학습이 결합된 다양한 체험 위주의 프로그램으로 구성되고 있다.

셋째, 학교, 지역사회와의 네트워크를 조성하는 것이다. 교육 프로그램을 통해 학교 교육과 박물관 교육이 연계하여 상호보완을 통하여 교육적 시너지 효과를 발생시킬 수 있기 때문이다. 국립중앙박물관 어린이 박물관, 국립 어린이 민속박물관에서는 학교 교과와 연계된 다양한 프로그램을 개설하고 있으며, 인천 어린이 박물관, 국립 어린이 민속박물관 등에서는 '창의적 체험학교'의 일환으로 학생 단체 교육프로그램을 진행, '찾아가는 창의 체험학교'를 통해 학교나 타 지역사회로 박물관의 교육 프로그램을 파견하기도 한다. 또 브루클린 어린이 박물관, 보스톤 어린이 박물관은 현장학습, 방과 후 프로그램, 홈스쿨 프로그램 등의 학교 교육시간을 반영한 프로그램을 운영하고 있으며, 캠프 프로그램 등의 박물관 이용에 대한 수요가 높은 방학 특별 프로그램을 제공한다. 국립 어린이 민속 박물관의 '다문화 꾸러미' 브루클린 어린이 박물관의 'Fortable collection', 'Museum on the Go', 보스톤 어린이 박물관의 'Traveling Exhibit', 인디애나폴리스 어린이 박물관의 'School Outreach'등은 박물관 교육 프로그램을 타 기관, 학교, 지역사회 단체 등의 외부에 대여하거나 파견하는 이동식 교육 프로그램이다. 이를 통해 박물관이 지역의 타 단체 기관들과 교류하며, 지역 문화예술교육 기관으로 자리매김하고 나아가 박물관 교육이 박물관 내에서만 그치는 것이 아니라 일상으로까지 연장될 수 있도록 인터넷과 홍보물을 통한 프로그램을 마련할 수 있다. 브루클린 어린이 박물관에서는 'Playnet'을 통해 박물관, 학교, 집, 일상에서 학습과 놀이의 기능 향상을 위한 프로젝트와 부모, 교사, 직원 등에 대한 워크숍 프로그램을 제공하고, 'Home Activity'를 통해 가정에서 학습이 가능한 인터넷 프로그램을 제공함으로서 박물관 교육이 박물관 관내에서의 교육으로만 그치는 것이 아니라

가정과 학교에서의 학습으로까지 연결될 수 있도록 하고 있다. 박물관 교육을 연관된 지역사회 공간까지 확대함으로서 교육적 효과도 높이고, 지역사회에도 긍정적인 효과를 기대할 수 있다. 체험 교육 효과의 증대를 위해 인접 문화유적 및 자연명소, 문화 공간, 타박물관 및 문화예술기관과 연계된 테마 프로그램을 실시하거나 테마벨트 및 테마구역을 조성하는 방안이 시행 중인데, 지역관광자원 활성화로 인한 지역 경제 활성화에도 영향을 주게 된다. 예를 들어 인디애나폴리스 박물관에서는 인근의 링컨생가, 공룡화석발굴지역, 자연 농장 등을 가족단위로 답사하는 연계 프로그램을 개발하고 있다.

넷째, 사회변화에 개방적으로 대처하는 것이다. 문화적 격차를 이해하고 화합할 수 있는 사회적 분위기를 조성하기 위하여 박물관 교육에 있어서도 다문화 사회에 대한 프로그램 도입하도록 한다. 실제로 보스턴 어린이 박물관, 키즈 플라자 오사카 등에서 다문화 관련 교육프로그램을 운영하여 어린이들의 문화적 차이에 대한 이해 형성에 기여하고 있다. 국립 민속 어린이 박물관, 경기도 어린이 박물관 등에서도 다문화 관련 전시 콘텐츠와 프로그램을 개설함으로써 다문화 시대로 접어든 한국의 현실상황을 박물관 교육 프로그램에 반영하여 다문화에 대한 편견을 없애고, 문화적 차이를 수용할 수 있는 미래 인재 양성에 기여할 수 있다. 이를 위해서는 사회문제와 지역사회문제에 적극적인 인재를 양성하기 위하여 사회적 문제와 지역사회의 공간과 변화에도 관심을 갖는 박물관 프로그램 구성이 필수적이다. 미국 인디애나폴리스 어린이 박물관에서는 'FOSTERING AWARENESS'를 통해 인종차별이라는 주제를 다루며 일찍부터 차별과 혐오에 대한 교육을 실시해왔다. 또 브루클린 어린이 박물관에서는 Educational Research & Special Projects를 통해 박물관, 학교, 레크레이션 시설, 공원, 영화관과 같은 청소년 문화 공간에 대한 전문적인 연구를 시도 중이다. Next Stop: Brooklyn Dakar 프로그램을 통해서 이민계 흑인과 브루클린 어린이 박물관에 대한, 특히 이민인구에 의한 지역사회와 도시의 변화 등에 대해 연구함으로써 박물관이 유물 보존· 교육 뿐 아니라 사회 문제에도 관심을 가지고 사회적 역할 담당하는 것으로 평가받고 있다. 국내에서는 국립 민속 어린이 박물관에서 장애어린이 또는 소외계층 대상 교육 프로그램을 실시하는 등 많은 박물관에서 장애인 대상 교육 프로그램을 실시하여 장애인 및 소외계층의 문화향유와 문화 복지에 기여하고 있다.

박물관 전문 인력양성과 네트워크로서의 역할을 목표로 삼아야 한다. 어린이 박물관이 어린이와 학부모만을 대상으로 하는 것이 아니라 박물관 전문가, 박물관 교육인력, 박물관

전문가 입문자 등의 재교육 기관으로서의 역할과 네트워크의 중심으로서의 역할이 필수적이다. 미국 어린이 창의성 박물관은 C.I.T.Y Teen Program을 통해 고등학생을 대상으로 하여 직업체험을, Fellowship제도를 통해 박물관 전문가, 대학졸업자, 대학원들에게 박물관 현장의 경험을 쌓을 수 있는 기회를 제공하고 있다. 또 인디애나폴리스 어린이 박물관에서는 Professional Development를 통해 에듀케이터를 육성하고 박물관 종사자 및 교사의 재교육을 실시하며, Teacher Club과 커뮤니티를 통하여 현직교사 및 박물관 관련자의 네트워크 역할 수행하는 것으로 평가받는다.

마지막으로 지속적인 박물관 발전을 위한 박물관 자체 콘텐츠 개발이라는 방향성을 지속해야 한다. 박물관이 지속적으로 발전하고 관람객의 재방문율을 높이기 위해서는 지속적인 콘텐츠 업데이트가 관건이기 때문이다. 박물관 자체적으로 개발된 콘텐츠 및 프로그램을 타기관이나 외부로 대여·판매함으로서 박물관 교육환경 개선에 있어서 선구적인 역할을 할 수 있고, 이로 인한 부가가치 창출이 가능하다. 보스턴 어린이 박물관은 전시 키트 프로그램을 판매, 이동식 프로그램을 다른 단체에 대여, 박물관 자체의 설계·생산 솔루션과 아이디어·컨설팅 서비스를 타박물관에 제공함으로서 수익을 창출한다.

2. 방송 박물관 교육·체험 프로그램 유형

방송 박물관의 주 타겟 관람객은 영유아, 학생, 지역 주민, 관광객 등으로 구분할 수 있다. 다음에서는 각 유형별 프로그램을 구성해보았다.

<표5-17> 주 이용 계층에 따른 활동 프로그램

주 이용 계층	회당 참여인원	주 이용 형태	주요 활동 항목
가족단위관람	2~5인	주말, 평일	동반 체험 프로그램
개별 관람객	2~8인	주말, 평일	단기성 관광 목적 활동
영유아 단체	20~30인	평일 당일 관람	당일형 전시 관람 교육 활동
학생 단체	30~50인	평일 당일 관람	당일형 현장학습 및 전시 관람 교육활동
지역주민 단체	20~50인	주말, 평일 관람	당일형 전시 관람 체험 활동

<표5-18> 영유아 대상 활동 프로그램

연령	▪ 만3~5세 유아, 미취학 아동
예상 교육패턴	▪ 부모를 동반한 교육, 부모와 함께 하는 교육 ▪ 인솔교사를 동반한 유치원이나 어린이집 등 단체방문
고려 사항	▪ 문자를 통한 교육보다는 감각을 활용하여 사물을 체험하는 방식으로 진행, ▪ 놀이가 곧 학습

<표5-19> 초등학생 대상 활동 프로그램

연령	▪ 만 7세~11세 취학아동	
예상 교육패턴	주중	▪ 학급, 학교 단체방문 위주
	주말 / 방학	▪ 부모, 가족동반 방문 위주 ▪ 학교 외 기관 단체 방문
고려 사항	▪ 감각을 활용한 체험놀이를 위주로 하면서 학교와의 교과 연계성 고려 ▪ 전시나 콘텐츠에 대한 배경지식을 위한 교육이나 안내 필요 ▪ 이 시기의 문화 예술적 체험은 성인이 되었을 때 교육이 문화예술 향유에 대한 접근을 용이하게 함	

<표5-20> 청소년 대상 활동 프로그램

연령	▪ 만 12세~16세 취학아동	
예상 교육패턴	주중	▪ 학급, 학교 단체방문 위주
	주말 / 방학	▪ 학교 외 기관 단체 방문
고려 사항	▪ 학교 교과 내용과 관련한 교육 자료와 박물관 전시 또는 교육 프로그램 제공 ▪ 박물관 내에서 뿐만 아니라 학교 수업에서 사용할 수 있는 교육 지침서를 제공하여 학교 교육과 박물관 교육이 연계될 수 있게 하는 배려 필요	

<표5-21> 가족 대상 활동 프로그램

예상 교육패턴	보호자로서 동반	▪ 자녀 교육을 목적으로 주중, 또는 주말 교육에 참여, 주말 방문 빈도가 많을 것으로 예상
	가족전체	▪ 관광 또는 여행 목적으로 하며 야외 활동 및 1박2일 프로그램도 참여, 자녀교육이나 가족의 화합을 위해 주말이나 휴일, 방학 중 방문이 많음
고려사항	▪ 자녀교육도 중요하지만 다양한 세대의 가족의 요구를 함께 충족시킬 수 있는 체험 프로그램 구축	

<표5-22> 단체 대상 활동 프로그램

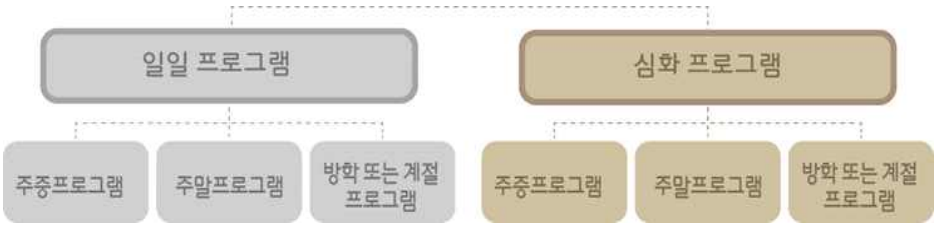
연령	만3~5세 유아, 미취학 아동, 초등학교 학급 단체 방문, 사회단체, 사설단체 방문
예상 교육패턴	부모를 동반한 교육, 인솔교사를 동반한 유치원이나 어린이집 등 단체방문
고려 사항	다른 관람객에게 방해가 되지 않도록 단체 교육을 위한 별도의 동선이나 안내, 주의가 필요, 방문 시 예약이나 공문발송 필수 방문 전 교사에게 사전교육을 하거나 박물관 전시나 교육에 관한 지침서 제공. 박물관 활동지 제공, 학생들에게도 박물관 방문 전 사전교육이 가능

<표5-23> 장애인/소외계층 대상 활동 프로그램

연령	장애를 가진 유아 및 아동 및 소외계층
예상 교육패턴	보호자 및 부모를 동반한 교육 복지기관 및 사회시설 단체 방문
고려 사항	인솔교사와 미리 충분한 협의를 함으로써 교육에 있어서 불편함이 없는 효율적인 교육이 될 수 있도록 준비 장애인을 대상으로 한 다양한 프로그램을 개발하고, 장애인 전담 특수교육 강사 인력 확보, 장애 어린이 교육에 효율적인 교구의 개발 필요 시각 장애인을 위한 체험하고 만져볼 수 있는 교구 제작

한편, 기간에 따른 프로그램 유형을 살펴보자. 교육·체험 프로그램은 크게 하루 만에 끝나는 일일 프로그램과 심화 프로그램으로 나누어지고, 세부적으로 주중, 주말, 방학, 시즌 등으로 구분된다. 최근 창의적 체험학습과 같은 교육적 수요에 부응하기 위해서는, 또 박물관이 지속적으로 방문할 수 있는 교육의 장이 되기 위해서는 교육 프로그램들이 일회성에 그치는 것이 아니라 단계별로 개발되거나 시리즈별로 개발되어야 한다.

[그림5-28] 교육체험프로그램-기간 차원

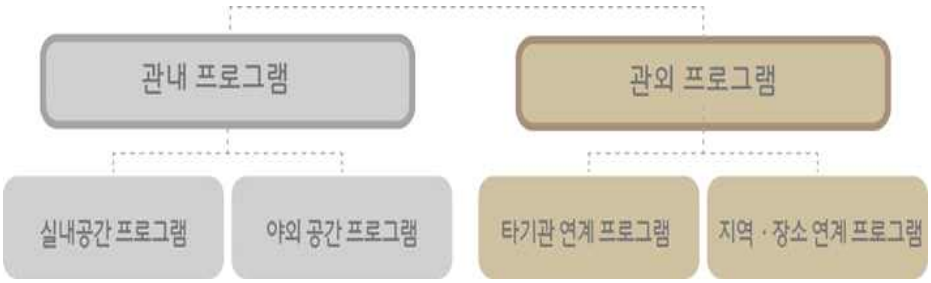


전시 연계성 차원에서 프로그램을 접근할 수도 있는데, 먼저 교육·체험 프로그램은 전시와의 연계 여부에 따라 전시 연계프로그램과 일반 프로그램으로 나뉜다. 전시연계 프로그램은 전시실 내의 전시물과 콘텐츠를 활용하여 관찰하고 체험함으로서 교육적인 효과가 크다 할 수 있다. 박물관 교육 프로그램을 살펴보면 교육 담당자와 아이디어의 부재로 박물관의 콘텐츠나 전시와 무관한 프로그램이 구성되는 경우가 많다. 박물관의 특성을 살려 특별한 경험을 제공하고, 전시물을 활용하여 살아있는 박물관을 조성하기 위해서는 전시와 교육·체험 프로그램의 연계가 필수적인 이유이다. 특히 단기로 구성되는 기획전의 경우, 이벤트성을 충분히 가미한다면 교육, 체험 프로그램의 참여도를 높일 수 있는 여지가 많다.

[그림5-29] 교육체험프로그램-전시연계성 차원

프로그램이 박물관 내부 혹은 외부에서 진행되는지도 주요 기준으로 삼을 수 있다. 박물관 관내에서 진행되는지 관외에서 진행되는지에 따라 관내 프로그램과 관외 프로그램으로 나뉘고 관내 프로그램은 실내인지 야외인지 유무에 따라 실내전시와 야외전시로 구분된다. 주변의 박물관, 명소 등의 문화자원과 연계·협력함으로써 관외 체험 교육프로그램을 개발하여 교육 프로그램의 다양화를 꾀하고, 교육이 이루어지는 공간을 외부로 확장할 수 있다. 예를 들어 지역과 연계한 1박2일 캠프 체험 프로그램을 개발하여 가족단위 관람객의 수요 충족시키는 것도 한 방법이다.

[그림5-30] 교육체험프로그램-박물관 내・외부 차원



학교 및 지역 타 기관·단체와의 관련성 차원도 중요하다. 창의적 체험학교 실시로 학교 교육보다는 현장에서의 실제 체험교육이 더 중요시되는 현상이 이미 나타나고 있기 때문이다. 박물관의 교육기능과 학교 연계성은 더욱 중요시될 것이고, 이러한 요구에 부응하기 위하여 종합적이고 체계적인 교육프로그램이 구축되어야 함은 물론이다. 사회교육기관으

로서의 박물관의 역할과 입지에 입각한 활발한 교류를 위해서 학교 및 타문화예술기관에 파견할 수 있는 프로그램 구성을 제안한다.

[그림5-31] 교육체험프로그램-학교 및 지역 타 기관·단체와의 관련성 차원

한편, 교육·체험 프로그램의 단계별로 살펴보면 다음과 같이 정리할 수 있다.

<표5-24> 교육체험 프로그램의 단계별 내용

1단계	▪ 분석(요구분석, 내용분석, 환경분석)
2단계	▪ 목표 설정
3단계	▪ 학습 구조 및 내용 설계
4단계	▪ 평가 체계 설계
5단계	▪ 세부 프로그램 개발
6단계	▪ 교육·체험 프로그램 운영안 계획
7단계	▪ 교수-학습자료 개발 학습도구 개발
8단계	▪ 시범운영, 수정보완
9단계	▪ 실행
10단계	▪ 평가
11단계	▪ 피드백, 수정 보완

1단계 : 박물관의 설립 취지와 프로젝트를 정의하고, 교육·체험프로그램의 필요성, 예상 학습자들의 특성과 요구, 학습능력에 대해 분석하고, 교육이 이루어질 대상지의 외부 환경과 사용가능한 자원(인력, 재원, 시설)을 분석

2단계 : 박물관의 취지와 교육·체험프로그램의 비전에 부응하고 교육의 필요성에 합당한 교육 프로그램의 목표와 취지를 설립

3단계 : 박물관의 특성과 교육·체험프로그램의 비전에 맞는 교육 주제와 콘텐츠를 선정하여 내용을 구성하고 주요 구성요소, 대상물, 도구를 선정

4단계 : 개발된 교육·체험프로그램이 대상 학습자에게 적절하였는지 효과적인 방법으로 진행되었는지 교육의 효과를 평가하기 위한 평가문항을 개발, 측정기준을 설정

5단계 : 교육목표와 주제에 맞는 세부 프로그램을 설정하여 구체화하고, 교육개발 시나리오를 작성

6단계 : 교육·체험프로그램을 효과적으로 운영할 수 있는 운영안과 일정을 계획

7단계 : 교육내용에 맞는 교수법과 교육자료, 학습도구 개발

8단계 : 파일럿 실행 평가를 통해 프로그램을 시뮬레이션 하고, 이 과정을 통해 발생한 문제점을 수정·보완

9단계 : 전문 인력, 강사를 중심으로 하여 교육대상자를 대상으로 프로그램을 운영

10단계 : 실행한 프로그램에 대해 평가하고, 강사, 프로그램 참가자, 외부 평가를 통해 평가를 실시하고, 미비한 점은 다시 피드백 하여 수정, 보완할 수 있도록 함. 박물관 이용자들과 공청회 또는 간담회를 열어서 이용자들의 불만사항이나 개선요망사항을 직접 청취하여 반영

제 7 절 박물관 중장기 발전 방향

1. 고정 관람객 확보

대부분의 공공박물관은 낮은 재정 자립도, 체계적인 관리 미흡 및 재투자의 어려움에 직면하여 결국 이용객 감소의 결과를 초래하고, 재투자 및 인력 감축이라는 악순환으로 이어진다. 관람객 수가 많다 해도 공립박물관의 경우는 기본적으로 관람료 무료 정책을 고수하는 경우가 많기에 경제적으로 유의미한 입장료 수익을 기대하기는 어렵다는 사실도 악순환을 일으키는 이유이다. 결국, 공립박물관 운영의 문제는 다양한 계층과 형태의 관람객들을 얼마나 고정적으로 확보하는가의 문제이며, 이의 해결을 위해서는 아래와 같은 방안들을 고려해 볼 수 있다.

지역 주민의 참여형 프로그램을 지속 개발해야 한다. 지역주민의 욕구를 충족시킬 수 있는 지역문화 프로그램을 개발하여 주민친화적인 박물관을 운영함으로써 지역 주민들의 여가와 휴식, 문화생활의 거점으로 자리 잡아야 한다. 방송 박물관은 지역 참여형 프로그램을 개발, 운영해야 하며 '박물관 아카데미'은 그 중의 하나의 좋은 예시가 될 수 있을 것이다. 박물관 아카데미는 많은 국·공립박물관에서 시행하고 있으며 시즌제, 학기제로 운영됨. 인문·예술 관련 강의들이 주를 이루지만 다양한 강의 주제를 구성하는 것이 좋다. 단순한 교육 대상으로 여기는 것에서 나아가 전시 기획, 해설과 같은 박물관 전문 영역 업무에도 지역 주민의 참여를 활용할 수 있는 방안을 고안하는 것이 바람직하다. 큐레이터, 도슨트 프로그램에 지역주민의 참여가 활성화 될수록 생활밀착형 아이디어를 반영할 수 있으며, 높아진 문화 수준의 관람객들 요구를 충족시켜 줄 수 있다.

박물관의 고정 관람객 확보 역시 중요하다. 박물관이 활발하게 운영되기 위해서는 재방문이 용이한 지역주민들, 그리고 박물관의 전시나 유물에 관련이 있는 전문가들의 박물관 이용률을 높이는 것이 필요하다. 관내 유치원, 어린이집, 초등학교의 어린이들에게 적절한 프로그램을 개발함으로써 이들을 장기적인 고정 관람객으로 흡수하는 것도 하나의 방법이다. 지역 관련 기관, 지역의 역사 및 민속 전문가, 연구자, 복원 전문가 등 실제로 박물관과

연관이 있는 계층의 이용자들이 참여할 수 있는 행사 및 프로그램 제공으로 지속적인 참여가 가능하도록 하여, 박물관의 이용률을 제고할 필요가 있다. 이런 전문가들의 정보 교류의 장이자 네트워크의 구심점으로 활용한다면, 박물관의 고정 관람객들의 참여율을 높일 수 있을 것이다.

2. 운영재원 확보

운영재원 확보는 전시사업과 판매사업을 통해 가능하다. 먼저 전시사업을 통한 수익으로는 입장권 판매가 핵심이며, 부수적으로 전시도록 및 안내책자 판매, 전시회 기념품 판매 등이 가능하다. 입장권 판매는 상설전시(일반, 청소년)와 특별전시로 구분할 수 있으며, 세련된 디자인의 입장권 제작을 통해 단순한 증명서가 아닌, 기념품 역할도 함께 수행하도록 하는 것이 중요하다.

다음으로 판매사업은 크게 식당 및 스낵코너, 카페테리아, 자판기 등의 식음료 판매와 기념품 판매, 서적 및 출판사업 등으로 구분할 수 있따. 식당은 성인 및 가족단위 관람객을 타깃으로 하며 방송에 나온 지역의 유명 음식 등을 활용하여 다른 박물관과의 차별화를 도모하는 것이 필요하다. 카페테리아는 휴게, 휴식 공간이자 박물관 행사의 모임장소로 공간을 조성하며, 전문 브랜드 업체의 공간 임대 또는 자체 운영을 통한 수익창출을 도모해야 한다. 자판기는 방송 관련 디자인 도입 자판기, 종이컵 등을 제작 하여 홍보 수단으로도 이용할 수 있도록 배려해야 한다. 방송 박물관의 기념품 판매는 전시주제와 연계성을 확보할 수 있도록 하며, 고가 및 저가 등 다양한 가격대의 기념품을 기획하는 것이 필요하다.

3. 마케팅 계획

방송 박물관의 마케팅 계획 기본 방향은 방송 박물관에 대한 국민들의 기대심 고취 및 방문에 대한 동기 부여 목표, 개관을 전후 기점으로 하여 단계별로 효과적인 홍보활동 전개, 경제적이고 효과적인 커뮤니케이션 수단을 적극 활용, 단기간 내 홍보효과를 극대화하는 것이어야 한다. 또 중앙언론사와의 협조를 통해 미디어 노출을 높이고, 국가행정조직을

최대한 이용하는 것이 중요하다.

구체적인 마케팅 계획 수립 시 다음과 같은 사항을 고려해야 한다.

지역주민관심 유도가 필수적이다. 마케팅 계획 시행에 앞서 지역민을 상대로 개인이 소장하고 있는 중요 전시 자료 수집효과와 병행한 언론매체를 통한 관심 유도하는 방법은 제안한다. 이는 민간에 숨어있던 유물 확보라는 직접적인 이점 외에 박물관 개관을 홍보하는 효과를 가져올 수 있다. 각 언론기관의 기획 기사 홍보방법으로 국민관심 유발하는 방안이 효과적일 수 있다.

또 기념품 및 상품 제작이 있는데, 지역주민의 입과 입을 통한 홍보전달 효과를 가져올 수 있다. 또 기념품 소장으로 수집에 대한 만족감 부여 및 지속적 관심 유도가 가능하다.

광고매체로 인쇄매체(정기 간행물, 신문, 잡지, 팜플릿), 전파매체(TV, 라디오, 인터넷 홈페이지), 옥외(포스터, 입간판 등의 활용을 제안한다.

새로이 박물관을 개관하는 경우, 홍보 과정은 크게 개관 전, 개관, 그리고 개관 후 홍보로 나눌 수 있으며, 각 단계별 마케팅 기대효과도 다를 수밖에 없다. 이를 정리하면 다음 표와 같다.

<표5-25> 방송 박물관 단계별 마케팅 전개 및 기대효과

구분	개관 전 홍보	개관 홍보	개관 후 홍보
기간	개관 1개월 전 6개월	개관 전 1개월	개관 이후
내용	▪ 준공식 ▪ 방송 박물관의 건립취지 및 의의 ▪ 방송 박물관의 건립 과정 ▪ 방송 박물관 전시 및 운영형태 개요	▪ 방송 박물관 개관 고지 ▪ 전시내용 및 연계행사 소개	▪ 기획전시 및 특별행사 위주 ▪ 기본 전시내용의 지속적인 소개 ▪
활용 매체	▪ 기획전시 및 특별행사 위주 ▪ 기본 전시내용의 지속적인 소개 ▪ 박물관 공식 SNS 계정 오픈	▪ 중앙언론 및 지방언론 (전파 및 인쇄) ▪ 특집기사 및 교양시사 프로그램 ▪ 지방 행정조직 관련 장소 유인물 ▪ 광고, 포스터, 간행물 특집기사 및 협찬광고 ▪ 공공장소 부착유인물 ▪ 주변도로 간판 광고	▪ 후원언론사 집중 활용 ▪ 행정조직 및 공공장소 부착 유인물 활용 ▪ 쇼 케이스 활용
기대 효과	▪ 방송 박물관에 대한 인지도 및 기대감 제고 ▪ 방송 박물관 방문 유도 ▪ 미 방문자의 관람유도 및 기 관람자의 재방문 유도		

4. 미래 관람객 증대 방안

박물관의 기능적 운용을 위해서는 관람객들의 재방문율을 높이고 나아가 잠재 관람객, 혹은 미래 관람객 방문 수를 높일 필요가 있다. 박물관 역시 현대의 마케팅 증대 방안에서 다루는 7Ps의 요소를 기준으로 마케팅 전략을 수립해야 할 것이다. 7Ps 란 기존의 마케팅 관리에서 제시하던 4Ps, 즉 제품 (Product), 가격 (Price), 장소 및 유통 (Place), 촉진 (Promotion)의 개념에다, 인력 (Personnel), 시설 및 환경 (Physical Facility), 진행 및 관리 (Process Management) 의 3 Ps를 추가한 것이다.

<표5-26> 박물관 마케팅 믹스의 내용

구분	내용
상품 Product	박물관 자체, 전시, 교육 프로그램, 특별행사, 이벤트
가격 Price	박물관 재정, 멤버쉽, 입장료, 프로그램 참여비용
장소 Place	지리적 위치, 교통관계, 공간 구성
홍보 Promotion	홍보, 관광상품화 등
물리적 증거 Physical Evidence	박물관 팜플렛, 브로셔, 소식지
인력 People	박물관 직원, 자원봉사자, 이용자와의 커뮤니케이션
진행 관리 Process	행사 진행, 서비스 활동 등

첫째, 상품 (Product) 개발을 통한 관람객 증대 방안이다. 박물관 자체로 본다면, 방송박물관에서 벌어지는 모든 형태의 프로그램을 상품화해야 함을 의미한다. 카페테리아 및 뮤지엄 샵, 그 외에도 가능한 다양한 형태의 공간을 구축하여 박물관 자체에 대한 거리감을 좁히고, 박물관 관람이라는 1차적 목표를 갖지 않는 잠재 관람객 역시 유도하는 방안으로 나아가야 한다. 전시 측면에서는 학예 인력 강화를 통해 깊이 있고 전문성 있는 상설전 구축을 통해 전문가 및 연구 인력 방문 증대를 도모해야 한다. 박물관의 기획전 혹은 특별전은 박물관이 단기간에 관람객을 증가시킬 수 있는 가장 강력한 방문자 증대 방안인 이유이다. 예를 들어 국립중앙박물관의 경우, 상설전도 중요하지만 다양하고 신선하며 파괴력 있는 기획전을 연속으로 내놓으며 단기간에 박물관 관람객 증가 효과를 거두고 있다. 또 교육 프로그램의 활용도 중요하다. 기획전 및 특별전이 외부에서 찾아오는 일반 방문객의 숫자를 증가시키는 방안이라고 한다면 박물관의 교육 프로그램은 실제로 박물관 근처에서 거주하며 지속적으로 박물관을 찾을 수 있는 입지 지역의 주민들의 재방문율을 높이는 증대 방안이다. 특히나 교육 및 체험 프로그램의 강화는 인근 주민들의 자녀들의 연령대에 따라 짧게는 3~5년, 길게는 10년까지도 지속적으로 박물관을 방문할 수 있는 잠재 관람객을 조직하는 행위라고 할 수 있다. 유아부터 유소년, 청소년부터 청·장년 및 노년층에 이르기까지 다양한 프로그램을 개발하여 안정적이고 충성도 높은 잠재 관람객으로 유도해야 한다. 마지막으로 특별행사 및 이벤트가 있다. 박물관은 단순히 유물을 수장, 전시

하는 공간이 아닌 복합문화공간으로 설정, 다양한 이벤트와 행사를 유치하여 박물관에 대한 관심도를 증가하는 것을 일차적 목표로 해야 한다. 최근 박물관들은 사회 문화 분야의 저명인사나 연예인 등 대중에게 친근한 인물을 홍보 대사나 1일 큐레이터로 위촉하여 박물관 홍보에 적극적으로 활용하기도 한다. 개관 이후에도 박물관과 관련된 여러 이벤트를 대거 조직하여 박물관 무관심자들 역시 박물관을 찾게 만들어야 한다. 교육 프로그램과 발맞추어 '방송 아카데미'같은 프로그램을 통해 박물관의 특성을 널리 알리고 홍보도우미나 홍보대사와 실제적으로 지속적인 접촉이 계속되어야 한다.

둘째, 가격 (Price) 정책을 통한 관람객 증대방안이다. 박물관이라는 공간은 기본적으로 공익을 추구하는 구조물이므로 자체적인 운영비 조달은 현실적으로 불가능하다. 방송 박물관은 직영을 우선순위로 하지만 직영을 하는 가운데에서도 위탁을 통해 수익구조를 발생시킬 부분이 있다면 이를 과감히 실행, 운영비 확보에 조금이라도 도움이 되어야 한다. 멤버십 제도는 고정적으로 박물관의 행사나 기획전, 그 외 각종 이벤트에 정기적, 혹은 비정기적으로 참여할 의지를 가진 '문화열광자 (Cultural Enthusiast)'를 이끌어낼 수 있는 방법이다. 이들은 박물관의 정기회원, 후원회, 박물관대학 등의 박물관 내 조직에 비용을 지불하며 참여할 의지를 가진 계층이라고 할 수 있다. 방송 박물관은 개관 당시의 상설전의 유물들이나 콘텐츠와 관련된 여러 프로그램부터 시작해서 주민들의 가벼운 참여부터 유도하는 방향으로 멤버십 진행을 고려해볼 수 있다. 청장년이나 일반 관람 대상자 뿐 아니라 어린이회원제 역시 개관과 동시에 진행하여야 한다. 어린이 회원 같은 경우는 앞으로 최장 10년 이상 박물관의 고정적인 멤버십을 유지할 수 있는 가장 강력한 멤버십 고객이므로 많은 역량을 기울일 필요가 있다. 한편 기본적으로 현재 국내의 국·공립 박물관들은 상설전 입장료를 무료로 책정하는 추세이기는 하나, 입장료는 여전히 중요한 재원이 될 수 있다. 입장료 수익을 발생시킬 수 있는 구조는 역시 강화된 학예실 역량을 바탕으로 한 다양한 기획전 운영이다. 국립중앙박물관 및 국립민속박물관, 한가람미술관, 국립현대미술관 등에서 추진하고 있는 다양한 특별전 또는 기획전의 관람객 수는 박물관 운영비 확보에 유의미한 가치를 부여할 정도의 수준이다. 상설전도 중요하지만 기획전의 수준 향상이 중요하고 따라서 학예실의 역량 제고에 집중해야 한다. 기획전에 흥미를 갖는 관람객이 증가하도록 하여 입장료 수익을 발생할 수 있도록 전개해야 하기 때문이다. 또 프로그램 참여비용도 중요하다. 박물관에서 운영하는 교육 및 체험 프로그램들을 통해 어린이와 유

소년, 청장년층, 노년층까지 다양한 계층의 박물관의 잠재 관람객, 혹은 미래 관람객을 증대시킬 수 있다. 합리적이고 적절한 프로그램 참여 비용을 설정, 고정적으로 박물관에 방문하는 절대적인 수치를 높일 수 있을 것이다.

셋째, 장소 (Place)와 공간 구성을 통한 관람객 증대 방안도 고려할 수 있다. 지리적 위치는 박물관에 대한 접근성, 편리성은 관람객을 증가시킬 수 있는 가장 물리적인 요소들 중 하나이다. 따라서 방송 박물관의 지리적 위치 차원에서 장점은 강조하고 단점은 보완하는 형태로 관람객을 증대시켜 나가야 한다. 교통 접근성에 있어서 최소한 관내의 광역교통단위인 고속철도 역이나 고속버스터미널 등을 비롯, 건립될 방송 박물관까지의 접근을 용이하게 할 만한 대중교통수단을 확보하는 것이 필수적이다. 각 후보지 인근에서 가장 중요한 관광지나 유적지, 혹은 테마파크 등에서 방송 박물관을 연계하는 교통편을 확보하여 많은 관람객들을 가능한 박물관 관람객으로 유치해야 할 필요성이 크다. 한편, 박물관 내 카페테리아 부대시설도 중요하다. 전 세계의 주요 박물관 및 미술관은 박물관 내의 중요한 공간 구성으로 카페테리아 혹은 레스토랑을 주목하고 있다. 박물관 내 카페테리아를 단순히 임대수익 발생원으로 바라보는 시각에서 벗어나 적극적으로 박물관 방문객의 수를 늘리는 방안으로 활용되어야 함을 시사한다. 빈 미술사박물관 관내 카페테리아, 나오시마 베네세 하우스, 뉴욕 메트로폴리탄 박물관의 루프 탑 바, 오르세 미술관의 Cafe Campana, MoMA(뉴욕 근현대미술관)의 THE MODERN 등이 벤치마킹할 만한 사례이다. 박물관만이 가질 수 있는 우아하고 품위 있는 분위기를 장점으로 적극 활용, 박물관 내의 카페테리아 운영을 단순히 프랜차이즈나 체인점에 맡기기보다 방송 박물관의 품격와 분위기에 어울리는 독자적인 카페테리아 운영을 통해 박물관에 흥미가 없는 일반인들을 잠재적 관람객으로 변모시키는 작업이 필요하다. 퐁피두 센터의 '르 조르주' 와 MoMA 의 'THE MODERN' 의 경우는 카페테리아가 아니라 레스토랑이지만 이 역시도 충분히 벤치마킹할 모델로 삼을 만하다고 판단된다. 또한 뮤지엄 샵도 중요한 재원이 될 수 있다. 최근의 박물관 뮤지엄 샵의 트렌드는 단순하게 기념품을 구매하는 정도의 수준을 넘어, 매우 높은 퀄리티의 굿즈를 생산, 판매하여 박물관 운영에 일조하고 박물관 관람객을 증대하는 수단으로 활용하는 것이다. 단순하게 유물 엽서, 필기구 등에 그치지 않고 일상생활 전반에 걸쳐 사용하는 다양한 물품들을 굿즈로 생산하고 있다. 일례로 국립중앙박물관의 뮤지엄 샵인 문화상품점은 굿즈 자체의 우수성과 더불어 판매하는 뮤지엄샵 매장의 분위기도 백화

점의 명품 코너를 연상하게 하는 우아한 분위기 연출에 심혈을 기울이고 있다.

넷째, 홍보 (Promotion) 활동을 통한 관람객 증대 방안이다. 우선 가장 기본적이지만 가장 적극적이고 1차적인 홍보방안인 언론 활용이다. 이를 통해 방송 박물관에 대한 정보 제공을 확대하고 국민적 관심을 유도해야 할 것이다. 온라인 및 SNS 홍보의 경우 온라인 매체 협력을 통한 고객 발굴 및 서비스 확대를 도무하고 페이스북, 트위터, 네이버 캐스트, 유튜브 등 다양한 채널 운영 및 전시 교육 콘텐츠별 전략적 홍보 추진이 필요하다. 박물관의 공식 SNS 계정담당은 고객들의 질문이나 요구사항에 친절하면서도 재미있게 응답하여야 한다. 상대적으로 TV, 신문, 정간물 등의 매체를 통한 유입인구보다 SNS를 통한 유입인구가 많을 것으로 예상되므로 반드시 SNS 채널 전문 담당 직원을 배치하여야 한다. 개관 이후의 기획전 및 각종 이벤트 홍보에 있어서도 SNS 홍보가 훨씬 빠르고 용이하며 파급력이 있으므로 이후의 관람객 재방문을 위해서도 SNS 관리는 반드시 필요하다. DM 발송과 같은 직접 홍보도 간과할 수 없는 부분이다. 최근에는 불특정 다수를 대상으로 한 홍보보다는 특정 대상을 선정해서 직접적으로 구체적인 정보와 내용을 전달하는 방식을 선호한다. DM은 가장 대표적인 직접 홍보 수단으로서, 고객 관리(Customer Relationship Management)의 핵심적인 부분을 차지한다. DM 발송은 박물관 정기 회원, 후원회, 박물관 아카데미 수강생, 관련 대학의 학과, 연구소, 협회나 학회 등을 대상으로 선정하여 추진하는 것이 효과적이다. 무엇보다 구전 또는 입소문을 통해 방송 박물관에 대한 주목도를 높여야 한다. 구전이란 소비자들 스스로가 제품이나 서비스에 관한 개인적인 직·간접 경험에 대해 다양한 정보를 비공식적으로 교환하는 자발적인 의사소통과정 또는 행위로서 비정기적이고 비조직적이지만 직접적으로 체감하는 설득력과 확산력이 월등히 높기 때문에 그 중요성이 높이 평가된다. 특히 준거 집단에 의해 구전되는 박물관에 자체에 대한 정보나 박물관이 제공되는 전시나 교육프로그램에 대한 평판은 박물관이 직접 통제하기가 용이하지 않으며, 빠른 속도로 확산되고 그 위력이 강하다. 박물관 자체, 전시나 프로그램에 대한 긍정적인 구전을 창출할 수만 있다면 관람객들로 하여금 구매 욕구를 가지도록 유도할 수 있으며, 반복 관람이나 지속적인 관람객의 유지, 더 나아가서는 잠재 관람객을 확보할 수 있다.

다섯째, 물리적 증거 (Physical Evidence) 관리를 통한 관람객 증대 방안이다. 박물관 팜플렛이 대포적이다. 박물관 팜플렛은 간단한 방송 박물관의 안내, 찾아오는 길, 주요 소장

품 사진과 설명, 연락처 등 기본 정보를 수록하여 인쇄하는 것이 일반적이다. 입주하게 될 지역의 주요 국공립박물관 및 미술관, 각 대학 학과 사무실 및 주요 배부처에 비치하여 누구나 쉽게 정보를 접할 수 있도록 하여 일반인 관람객들에게 정보를 제공하고 박물관에 대한 흥미를 유발할 수 있도록 제작해야 한다. 이외에도 소식지를 활용해봄직하다. 박물관 소식지의 경우, 기존의 박물관 이벤트 안내 및 공지의 기능은 홍보 및 공식 SNS, 또는 온라인 상으로 옮겨간 이후로 오히려 멤버십의 유대감 강화 및 박물관 관련한 소소한 이야기와 칼럼 등으로 구성할 수 있다. 하지만 기본적인 '이 달의 박물관 행사' '이벤트' '공지사항' '야외행사 안내' '멤버십 회원모집 안내' 등의 사항은 반드시 포함되어야 한다. 각종 공공기관이나 기업 내의 사보 같은 형식으로, 온-오프라인 모두 정기적으로 발간하여 멤버십 회원들에게는 소속감을 높이고 일반 회원들에게는 박물관 및 박물관 멤버십에 대한 흥미를 유발하여 잠재적 고정 관람객으로 변모시키는 기능을 수행한다. 소식지 내에는 기획연재, 주요 인사 칼럼 및 기고, 박물관 주요 유물에 대한 안내 등 다채롭고 흥미로운 볼거리, 읽을거리를 실어야 한다. 소식지가 안정적으로 자리 잡게 되면 정기구독자들을 위한 주요 기관이나 식당 및 공연장 등에 활용할 수 있는 쿠폰이나 이벤트 응모권 등을 첨부하여 소속감을 높이도록 한다.

여섯째, 인력 (People) 관리를 통한 관람객 증대 방안이다. 박물관 직원들은 정갈한 제복과 깔끔한 차림으로 찾아오는 방문객들에게 안정감과 쾌적함, 그리고 신뢰감을 전달해야 한다. 반드시 필요한 경우를 제외하고 박물관 직원 동선과 관람객 동선은 가능한 겹치지 않도록 해야 한다. 또 관람객이 곤란을 겪을 시, 주저하지 않고 먼저 다가가 도움을 주려는 의사를 피력, 관람객들에게 친절하다는 인식을 심어주어 박물관의 재방문 가능성을 높여야 한다. 자원봉사자의 활용도 중요하다. 자원봉사자들의 주요 활동 영역은 도슨트 쪽에 집중되는 경향이 많다. 특히 상당한 전문지식이 필요한 특별전이나 기획전을 준비할 경우, 또는 명망 있는 학자나 연구자의 자원봉사의 경우, 자원봉사자들에게 명예심과 자부심을 심어주어 이들이 또 한 번 방송 박물관에 관련된 행사가 있을 경우 기꺼이 자신의 역량을 기증할 수 있는 환경을 조성해야 한다. 한편, 실제 이용자와 커뮤니케이션도 중요하다. 결국 박물관 내에서의 모든 커뮤니케이션은 대부분 기존 관람객의 재방문율을 높이고, 잠재적 관람객의 수를 증대하는데 맞춰져 있다고 보아도 무방하다. 박물관의 직원 및 자원봉사자는 이용자와의 커뮤니케이션에 적극 개입, 대응하여 관람객들이 불편이나 어려움을

겪지 않도록 최선을 다해야 한다. 단순한 박물관 현장에서의 1:1 커뮤니케이션 뿐 아니라 온라인 상의 문의, SNS 상의 대화, 그 외 각종 행정적, 또는 절차적 문의에 대한 답변에 있어서도 명확하고 정확한 내용을 명쾌하게 전달하도록 한다. 박물관 직원 및 자원봉사자 측에서도 박물관 내에서의 관람 질서에 관련해서는 적극적으로 개입하여 전체적인 관람객의 관람 수준을 높이는데 일조해야하며 높아진 관람 수준으로 인해 쾌적해진 환경은 관객의 재방문 내지는 관람객 증대로 이어진다.

마지막으로 진행 및 관리 (Process)의 개선을 통한 관람객 증대 방안이다. 상설전 및 기획전, 그 외 기타 교육 및 체험 프로그램 진행 시 명확한 사전 준비와 철저한 비상 상황 대비 계획을 수립, 박물관 측에 대한 관람객의 신뢰도를 높이는 것이 중요하다. 깔끔하고 경쾌한 행사 진행 역시 박물관에 대한 신뢰도를 높여주는 중요한 요인임을 기억해야 한다. 또 박물관의 청결도 및 구조적 안전 관리는 일정 주기별로 철저하게 시행되어야 한다. 방송 박물관의 경우 외국인 방문객의 가능성도 배제할 수 없으므로 영어, 일어, 중국어 등의 기본 언어를 구사할 수 있는 도슨트, 자원봉사자, 박물관 직원을 확보해야 할 것이다. 상설전 및 기획전의 경우, 어플리케이션과 오디오 가이드 등을 관리하여 적절하고 정확한 정보를 쾌적하게 전달할 수 있도록 만전을 기해야 한다.

제 6장 결론 및 사업계획 제안

1. 연구 결과 요약

본 연구는 2027년 2월 방송 100년을 계기로 새로운 미래 100년의 첫 발걸음을 내딛는 방송역사 100년 기념행사의 구체적인 계획을 마련하는데 목적이 있다. 날로 글로벌 플랫폼의 영향력이 날로 증대되는 가운데 국내 창의적 콘텐츠에 대한 관심이 전 세계적으로 강화되는 상황에서 이제 한국 방송은 이러한 도전을 넘어서는 것은 물론 끊임없는 구조적 혁신과 창의성 모델의 개발을 통해 '한류'와 '문화 국가, 한국'의 지속성을 유지하고 이끌어갈 역할을 요구받고 있다.

이를 위해 새로운 창의성 모델에 기반한 미래 비전을 세우는 것이 필요하며 이를 위한 전환적 계기가 절실히 요구되고 있다. 이러한 계기로서 방송역사 100년을 기념하는 것은 변화되는 방송 환경 속에서도 유지되어야 하는 방송영상 분야의 정체성을 재확인하고 미래 비전을 제시하는 중요한 의미를 지니는 것이다. 이러한 배경 속에서, 방송역사 100년을 기념하는 의미는 국내 방송 산업이 맞이하고 있는 새로운 도전 요인들에 대응하여 방송 영역의 정체성을 재정립하고 방송 발전의 비전을 공유하여 새로운 방송 발전의 동력을 이끌어내는 계기로서 활용하기 위함이라고 정의할 수 있다. 이러한 배경 속에서, 본 과제는 기존 방송 100주년 기념 방향 연구의 결과를 바탕으로 방송역사 100년의 기념 의미를 현재적 시점에 맞게 정립하고 이를 구현할 수 있는 구체적 기념 사업의 계획을 수립하는 것을 목표로 진행되었다.

구체적으로, 본 연구는 다른 역사 기념 행사의 사례들을 분석하고 시민들의 의견을 청취하는 사전 조사를 진행한 후, 이를 바탕으로 방송 100년 기념사업의 밑그림과 사업 추진 계획을 설계하여 이에 대한 여러 이해관계자들의 의견을 수렴하여 반영하는 방식으로 진행되었다. 단순한 기념행사가 아닌 방송역사 100년의 현재적 의미를 실현하기 위해서는, 계획 수립단계에 방송사업자 및 다양한 이해관계자들의 적극적 참여와 의견 공유가 필수적이다. 이를 위하여, 본 연구는 전문가 심층인터뷰, 공개 세미나 실시, 포커스 그룹 인터뷰 등을 한국방송학회의 특별연구팀을 구성하여 진행하였으며, 이는 방통위와 유기적인

협력 속에서 추진되었다. 본 과제에서 주요하게 진행한 각 조사결과와 검토 내용은 다음과 같다.

1) 사례분석 연구

이전 〈방송100년 기념사업 추진방향 연구〉에서 본 연구와 유사한 국내외 사례들을 선정하여 추진 비전과 목적 설정에 대한 분석한 바 있지만, 본 연구에서는 새로운 사례들을 추가로 검토하여 구체적인 실행계획을 참조하고자 하였다. 지난 〈방송100년 기념사업 추진방향 연구〉에서는 연구의 기본배경과 목적을 구체적으로 설정하고, 기본적인 추진 방향성과 관련된 참고 사항들을 연구 배경과 목적에 따라 정리한 바 있다. 본 연구에서는 문화재청의 천마총 발굴 50년 기념사업 <1973, 천마를 깨우다.> 추진 계획, 둘째, 환경부와 국립공원관리공단의 <국립공원 50주년 기념사업> 추진 계획, 셋째, 여수시의 <「2012여수세계박람회」10주년 기념사업> 기본 계획 수립, 넷째, 서울시의 <서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획> 수립 내용 4개 사례를 추가로 검토하여 구체적인 사업 방안을 검토하고자 하였다.

사례분석을 통하여, 본 연구에서는 추진사업의 분명한 목표와 가치를 기반으로, 다양한 범주의 기념사업들이 목록화 되고 참여 기관의 명확한 명시와 분업을 통해서 진행되고 있다는 점을 확인하였다. 즉, 대부분의 사업들은 기념의 의미를 실현하기 위해서 단일 행사나 사업보다는 여러 사업들을 구성하는 복합적 사업의 형태로 진행하고, 이를 준비위원회 내의 체계를 구성하며 기념사업의 사업명과 세부내용, 담당기관을 명시하여 매우 구체적으로 사업들을 목록화하고 있었다. 또한, 각각의 기념사업들은 각 사업의 본질적 성격을 충실히 담는 주요 행사도 진행하지만, 이와 함께 다양한 홍보 사업을 함께 구성하여 국민들의 관심과 참여를 유도하고 있다는 점도 공통적으로 확인할 수 있었다. 각 사업들은 민관을 아우르는 형태로 추진위원회를 구성하여 다양한 이해관계자의 참여를 유도하고 있으며, 이 과정에서 추진체계를 구성하는 각 방안들은 본 사업이 향후 특성에 맞추어 참고할 필요가 있을 것이다. 또한, 본 연구의 방송박물관 건립 방안과 관련하여서도, <서울관광플라자 조성 및 기본계획>의 사례는 사업의 각 추진단계에서 수행해야 하는 단계별 항목들과 거버넌스의 구축 및 입지, 재원 등에 대해서 참고해야 하는 부분을 제시해 주었다.

위의 4개 '추진계획 및 기본계획' 분석 대상 검토/정리를 통해 <방송역사 100년 기념

사업 추진계획>에서도 반드시 참고해야 할 중요 사항들을 구체적으로 정리해 볼 수 있었다. 추가로 , 이번 4개 사례만으로는 <방송역사 100년 기념사업 추진계획>에 필요한 모든 내용들을 검토/정리할 수는 없었기 때문에 차후에도 여러 중요 관련 계획 사례들을 추가적으로 검토/정리해 기념사업을 준비해나가는 과정이 필요하다는 점을 함께 강조하였다.

2) 의견 수렴 연구

본 연구에서 의견 수렴은 크게 시청자 FGI와 전문가들에 대한 자문연구 및 심층인터뷰를 통해서 진행하였다. 먼저, 시청자 FGI를 통해서는 방송역사 100년을 맞이하여 방송에 기대하는 가치와 비전을 탐색하고 구체적인 기념 사업에 대한 기대와 반응을 확인하고자 하였다. 주요 시청층을 주부집단과 직장인 집단으로 구분하여, 두 집단에 대하여 전문가 모더레이터를 통해서 FGI를 실시하였다.

FGI를 통해서, 본 연구는 먼저 방송을 한국 사회의 변화에 대한 기록이자 현재 한국 문화의 우수성을 확인하는 대상으로 인식하고 있음을 확인하였다. 또한, 방송역사 100년 사업 필요성과 참여의사에 있어서 긍정적으로 반응하고 인식하고 있으며, 방송역사 100년을 통해 강조되어야 하는 방송미래에 대한 키워드로 '상승', '어울림', '다채로움', '빛', '역동성', '젊어짐' 등을 제시하기도 하였다. 기념행사에 대해서는 비전 선포의 장소와 구체적 세부방안을 통해서 전국 각지의 연결과 개방성과 포용성이 담긴 장소와 의미를 중요시하고 있음을 확인하였다. 이와 함께, 다큐멘터리와 대하 드라마, 기념 전시회와 같은 행사에 대한 기대도 확인할 수 있었다. 한편, 방송박물관에 대해서는 높은 수준의 기대가 있음을 확인하고, 다양한 경험과 교육 공간으로서 의미가 다양하게 구성되는 경험과 참여의 공간으로서 의미를 부여하고 접근성이 높은 입지를 희망하고 있는 것으로 나타났다.

전문가 심층인터뷰는 방송역사 100년 기념사업 중 방송박물관과 기념 프로그램 제작에 대하여 현업 및 학계 전문가들을 대상으로 진행하였다. 먼저, 방송박물관에 대한 심층인터뷰는 총 7명의 전문가들을 대상으로 2023년 10월 16일부터 27일까지 서면 질의 답변 방식으로 진행하였다.

해당 조사에서 전문가들은 방송박물관에 대해서는 방송의 사회문화적 의미의 기록 뿐만 아니라, 교육과 문화의 공간이자, 한류의 정체성과 가치를 확인하는 의미에서 그 필요성을 강조하였다. 박물관의 주요 기능으로 아카이브와 체험 기능을 모두 강조하는 의견을 보였으며, 설립 형태로는 국립박물관으로 위상과 공적역할의 수준을 담보할 것을 주문하

였다. 입지와 관련해서는 시청자 FGI와 마찬가지로 접근성을 가장 강조하며 상암동을 우선 제시하였으며 기존 건물의 임대보다는 신축을 통해 운영의 안정성과 지속성을 높이는 것이 바람직하다는 의견을 보였다. 건축 주체와 관련해서는 정부관련 부처 등 공적 기관의 참여를 우선 강조하였지만, 실제 운영에 있어서는 별도 법인을 설립하여 운영하는 것을 더 바람직하다고 제시하였다. 전체적으로. 방송에 대한 기억의 구성 공간이자 한류의 중심으로 방송의 역할과 비전을 직접 체험할 수 있는 온오프라인의 중심점으로서 방송박물관이 자리매김되어야 한다는 의견을 보인 것으로 요약할 수 있다.

한편, 기념 방송프로그램의 제작과 관련한 전문가 심층인터뷰 조사에는 방송업계의 제작 전문가 2명, 정책 전문가 1명, 그리고 학계 전문가 2명 등 총 5명을 대상으로 서면으로 2024년 12월 2주간 진행하였다. 해당 조사 결과, 먼저 방송 프로그램 제작 필요성에 대하여 방송역사 100년의 기념사업인 만큼 방송 프로그램의 제작이 필수적이라는 의견을 확인하였다. 기념 프로그램의 주요 메시지로는 우리 삶에서 없어서는 안 될 요소이자, 소통 및 공유의 수단으로 방송이 기능해왔다는 점을 강조할 것을 주문하였다. 기념 프로그램의 장르에 대해서는 가장 먼저 다큐멘터리 제작의 필요성을 강조하였고, 방송이 국민들의 삶 속에서 함께 감정을 공유하는 동반자의 역할을 가져왔기 때문에 대중문화로서 가치를 재조명하기 위해서 예능과 드라마 프로그램의 제작도 필요하다는 의견도 확인할 수 있었다. 제작의 주체와 제작 규모 등에서 대해서 질문하였는데, 이에 대해서는 서로 다른 이견이 있음을 확인하였다. 다수 응답자들은 방송역사 100년의 가장 직접적인 당사자로서 KBS의 참여를 가장 우선시하였지만, 한편으로 최대한 다양한 방송사업자들이 참여하여 모든 방송의 기념행사로 만드는 기회가 될 것을 주문하기도 하였다. 제작 규모에 대해서는 공통적으로 대규모의 프로젝트로 충분히 100주년의 의미를 담을 수 있을 정도로 여러편이 다큐멘터리 시리즈와 대하 드라마 형태의 제작을 선호하고 있음을 확인할 수 있었다.

3) 기념사업 계획안

방송역사 100년 기념행사를 계획하고 구성하는 것은 이러한 연속성 위에서 새로운 방송 발전의 비전을 제시하고 이를 토대로 국민적 공감대를 이끌어 내는 다각적 차원의 종합적 기획을 필요로 한다. 본 연구과제의 목표는 2027년으로 100년을 맞이하는 우리 방송의 역사적 기점을 계기로, 지난 과거사에 대한 자주적 성찰을 바탕으로 새로운 미래 100년을 바라보는 우리나라 방송의 미래 비전 제시와 그 시작점을 자축하는 '방송역사

100년 기념행사의 구체적인 추진방안을 마련'하는 데 있다. 본 연구과제에서는 다양한 역사 기념의 사례를 검토하고 국민적 기대와 전문가 의견을 조사하여, 이를 바탕으로 다음과 같은 새로운 100년 미래 비전 위에서 설계되는 '방송역사 100년 기념사업의 밑그림과 사업 추진방안을 제시'하고자 하였다.

먼저, 본 연구에서는 역사적 기점을 단일하게 정의하기 어려운 우리나라 방송의 역사적 특성을 고려해, 2027년 2월 16일(경성방송국 출범일)~9월 3일(방송의 날)기간 동안을 기념사업 기간으로 설정하여 일련의 행사 조직화할 것을 제안하였다. 해당 기간 동안, "방송역사 100년, 방송미래 100년"을 기본 컨셉으로 우리나라 방송 발전사에 대한 성찰 및 미래 혁신성 제고의 방향성을 제시하는 다양한 행사를 다각적으로 구성하여 방송역사를 기념하고 그 의미를 함양할 것을 제안하고 있다.

구체적으로는, 크게 다섯 개 분야의 기념사업을 제시하고 있는데 이는 다음과 같다. 1) 비전선포식 : 방송역사 100년의 해 선포 및 새로운 방송미래 100년의 발전을 위한 비전 제시. 2) 역사편찬 및 학술행사 : 방송역사 100년 의미의 체계적 평가 및 성찰을 통한 올바른 방송역사 정립. 3) 기념 방송프로그램 제작 : 방송역사 100년의 의미를 국민과 공유하는 방송 콘텐츠 제작 및 방영. 4) 기념행사 (페스티벌) : 시민들의 자발적 참여를 유도하는 페스티벌 개최와 국제 행사를 연계하여 한류로 대표되는 한국 방송 및 문화의 우수성을 홍보. 5) 방송박물관 건립 : 방송역사 100년의 성과를 기록 및 보관, 방송영역의 정체성을 강화하는 공간으로 활용. 이상의 5개 분야의 사업을 방송역사 100년 준비위원회의 설립을 통해, 해당 조직 내의 하위 체계를 통해 역할을 부여하고 이를 비전위원회에서 제시하는 비전에 맞추어 유기적으로 진행할 것을 제안하였다.

2. 본 연구의 제안

1) 비전 수립 및 비전선포식

본 연구에서 제안되는 '방송역사 100년 비전 수립 및 비전선포식 개최' 사업은 2024년 '방송역사 100년 비전위원회 발족 준비' 사업을 시작으로 총 11개 단계의 세부내용으로 구성된다. 지난 방송의 100년의 역사에 대한 올바른 인식을 바탕으로 미래 100년 대계를 설계하는 비전 수립 사업의 중대함과 엄중함이 큰 만큼 국가 정부와 관계 기관은 물론, 관련 업계와 학계, 그리고 국민들의 종합적인 가치와 의견이 수렴되고, 충분한 관심과 참여가

동반될 수 있도록 치밀하고 체계적인 추진할 것을 제안하였다.

<표 6-1> 비전 사업 단계 요약

○ 사업명칭 : 방송역사 100년 비전 수립 및 선포식 개최
○ 사업기간 : 2024년 ~ 2027년 2월 17일(방송역사 100년 비전선포식)
○ 추진주체 : 한국방송통신위원회 및 한국방송학회
○ 소요예산 : 6억 원
○ 단계별 사업내용
- 1단계 : 방송역사 100년 비전위원회 발족 준비
- 2단계 : 방송역사 100년 비전위원회 구성
- 3단계 : 방송역사 100년 비전 수립 사전 통합 연구 실행
- 4단계 : 대국민 의견수렴 및 공론화
- 5단계 : 방송역사 100년 비전 초안 확정
- 6단계 : 대국민 공감대 형성 (비전 슬로건 및 엠블럼 공모전)
- 7단계 : 방송역사 100년 비전 최종안 개발 및 비전위원회 추인
- 8단계 : 방송역사 100년 비전 포럼 개최(공모전 시상식 연계)
- 9단계 : 방송역사 100년 비전선포식 준비(전담 PCO 선정)
- 10단계 : 방송역사 100년 비전선포식 개최(방송역사 100년 기념식 연계)
- 11단계 : 사후 정책 홍보 및 레거시 창출

2) 역사 편찬 및 학술 포럼 사업

역사를 기억하고 기념하는 것은 방송역사 100년 기념사업을 추진하기 위한 기본적인 근간이자 동력이므로, 방송역사를 회고·평가하는 과정을 진행하는 동시에, 학술세미나 연속개최 및 자료집 집대성으로 역사편찬의 기본 토대를 마련할 필요가 있다. 올해 본 연구를 수행한 학술공동체 기관인 <한국방송학회>를 중심으로 학회 내에서 또는 필요시 학계간 공동협력 작업으로 '방송역사 100년'에 대한 논의를 적극적으로 공론화하고, 자율적인

숙의 과정을 통해 연구회 및 학술세미나 활동 자료를 축적하는 과정을 진행할 필요가 있다. 이를 통해 이 연구에서 종합적으로 논의하고 있는 '비전선포 방향, 기념 축제 및 프로그램 진행 방향 등'에 적극적으로 참조/활용하고, 향후 건립될 '(가칭)방송영상박물관'에 사료 보존 및 전시 활용, 운용 기획 등에 참조/활용될 필요가 있다. 이를 실행하기 위한 구체적인 방법 등을 역사편찬 및 학술포럼 추진 과정에서 조속히 결정할 필요가 있다.

본 연구에서는 우선, 역사 시기별 방송발전 과정에서 나타난 시기별 맥락을 종합적으로 분석하고 논의하는 과정이 필요하다는 점을 강조하였다. 지난 100년 방송이 발전해오는 과정을 기본적으로 일제강점기, 미군정기, 50~80년대 정권별 시기, 민주화 이후의 시기와 2000년대 이후 디지털미디어 가속화 환경 시기 등을 기점별/정권별로 정리해나가며 방송역사 100년의 역사적 흐름을 고찰해 나갈 것을 제안하였다. 이 과정에서, 그간 방송사 및 협단체, 학계 및 개인연구자들이 발행한 편찬서를 역사편찬위원회에서 면밀하게 검토하고 역사적 사실과 의견, 그리고 논쟁이 되는 해석 등을 구분하여 숙의해 나갈 필요가 있음을 강조하였다. 이상의 사업을 2024년부터 2025년까지 다음의 단계로 체계적으로 진행할 것을 제안하였다.

<표 6-2> 역사편찬 사업 단계 요약

○ (2024년 5~12월) 역사편찬위원회 추진 연구용역팀 운용
○ (2025년 1~12월) 방송학회 방송역사 100년 1차 편찬위원회 운용 <역사편찬서 초안 인쇄> (수시 공개 포럼)
○ (2026년 1~12월) 방송학회 방송역사 100년 2차 편찬위원회 운용 <역사편찬서 확정 발간> (수시 공개 포럼)
○ (2027년 2월) 역사편찬서 발간기념 대규모 학술세미나 실시

3) 방송역사 100년 기념 프로그램 제작 사업

방송역사 100년은 방송 기술의 발전과 방송 제도의 변화 등도 중요한 역사적 기념의 대상이지만, 무엇보다도 국민들과 함께 해온 방송프로그램의 가치를 되돌아보고 이를 평

가하는 것이 일반 수용자의 관점에서는 가장 중요한 부분이라 할 수 있다. 방송역사 100년을 기념하는 프로그램을 제작하는 것은 이 땅에서 성장한 방송이 걸어온 역사와 그것이 갖는 가치와 미래유산을 일반 시민들과 시청자와 함께 되짚어 보고 재조명하는 의미를 갖는다. 이러한 의미에서 본 과제 연구에서는 방송전문가들의 심층인터뷰를 실시하고, 해당 의견을 바탕으로, 방송역사 100년을 기념하기 위해서 방송의 역사적 의미를 기념하고 향후 방송의 사회적 가치에 대한 국민들의 관심과 애정을 제고하기 위하여 충분한 규모의 방송 프로그램 제작이 다큐멘터리, 예능, 드라마 등 다양한 장르로 진행될 필요가 있다고 제안하였다. 이에 따라 다음과 같은 추진 일정에 따라서 향후 기념 프로그램의 준비가 필요하다고 제시하였다.

<표 6-3> 방송제작 사업 단계 요약

○ (2024년 1~12월) 기념 방송프로그램 제작 계획 확정 - 제작 규모 및 재원 확정 ○ (2025년 1~12월) 방송 제작사 공모 및 제작 투자 유치 및 사전준비 시작 ○ (2026년 1~12월) 방송 편성 협의 및 일부 사전 제작 개시 ○ (2027년 2월~9월) 제작 완료 및 방송사별 방송 프로그램 방영

2027년 방송역사 100년의 일정에 맞추어 방송 프로그램이 제작되기 위해서는 2024년에는 기념 방송그램의 제작 계획을 확정할 필요가 있으며, 이를 바탕으로 2025년부터는 방송역사 100년 기념 준비위원회(가칭)가 설립되어 본격적으로 제작사의 공모 및 제작 투자 준비할 것을 제안한다. 고품질 방송 프로그램의 제작을 위해서는 실제 제작기간이 최소 1년 이상 필요하고, 특히 드라마 장르의 프로그램 경우에는 더 많은 시간이 필요하다는 점을 감안하면 2024년부터 최대한 빠른 시간 내에 계획을 확정하고 사업 추진이 이뤄질 필요가 있다는 점도 강조하였다.

4) 방송역사 100년 기념행사 및 페스티벌

<방송역사 100년 기념행사>는 방송의 역사와 문화를 실제 향유자인 시민들이 다양하게

접하고 체험하고 경험하며 우리 사회는 물론 전 세계인들과 문화를 통해 교류하고 소통하는 자리의 의미를 갖는다. 이를 위해 방송역사 100년 기념 문화행사는 방송역사 100년을 맞이하는 2027년 2월부터 9월까지 약 7개월에 걸쳐 서울 광화문광장 ~ 상암동 ~ 여의도 ~ 주요 지역 거점 뿐만 아니라 온라인 공간까지 확장하여 하이브리드 개최를 제안하였다. 방송역사 100년에 담긴 의미가 그러하듯 이 행사는 방송통신위원회 등 관련 정부기관, 서울 및 전국 지자체, 지상파방송 등 전국 방송사업자와 유관 단체 등 범 방송계의 참여가 필수적이다. 물론 다양한 기관과 사업자, 시민들의 참여가 필수적인 만큼 전체 기념행사의 성격을 명료히 하며 전체 참여 주체의 역할을 잘 조율하고 이끌고 갈 수 있는 준비위원회의 역할이 무엇보다 중요하다는 점도 강조하였다. 본 연구는 <방송역사 100년 기념행사 및 페스테벌>을 크게 전시회, 방송 역사 100년 문화축제(페스티벌), 방송역사 100년 음악제, 국제 컨퍼런스 등으로 구성할 것을 제안하였다. 이 중 페스티벌에 관한 자세한 기획안은 <별첨1>을 통해서 세부적인 전시계획, 행사계획, 홍보계획 등을 포함하여 제시하였다.

5) 방송박물관 건립

방송박물관 건립을 통해 한국의 방송역사 100년을 체계적으로 정리하고 향후 방송산업 발전 및 한류 확산을 위한 방송연구 및 교육・문화 공간을 조성할 필요성이 제기되고 있다. 이에 본 연구에서는 2030년 개관을 목표로 방송역사 100년을 맞이하는 2027년 예산 반영 및 착공을 방송통신위원회 주도로 추진하기 위한 방안을 제시하고자 하였다. 본 연구는 방송의 위상 및 공적 역할 등을 고려할 때, 방송박물관은 국가가 설립・운영하는 국립 또는 지자체가 설립・운영하는 공립 형태가 적절하다고 제시하였다.

본 연구에서는 국・공립 형태로 건립하기 위해서 필요한 과정 및 평가 절차를 확인하여 제시하였으며, 2030년 완공을 목표로 대략적인 일정을 제시하였다. 별도로, 박주연(아주대) 자문의견을 참조하여 방송박물관의 적합한 성격 및 건립에 필요한 검토 사항을 함께 제시하여 향후 진행 방향을 구체화하고자 하였다.

3. 맺음말

방송역사 100년을 기념하는 것은 방송의 역사적 가치를 재평가하고 이를 통해서 미래를 위해 필요한 방송 발전의 비전을 제시하는 기회로 삼기위한 것이다. 즉, 역사 100년의

기념은 급변하는 방송 산업계에 공동의 역사적 의미를 부여하고 이를 통해 방송의 가치를 공유하는 현재적 필요가 더 큰 사업이라 할 수 있을 것이다. 글로벌 플랫폼을 중심으로 재편되는 방송 시장 환경에서, 국내 방송이 직면하는 도전을 넘어서기 위해서는 결국 구조적 혁신과 문화적 상상력에 기반한 창의성이 가장 중요한 기반이 되어야 할 것이다. 2027년에 맞이하는 방송역사 100년은 단순한 기념 행사의 의미가 아니라, 우리 방송이 갖는 혁신과 창의성을 새로운 비전으로 제시하기 위한 중요한 계기로 준비되어야 할 것이다.

본 보고서에서는 전년도의 방송역사 기념에 대한 기반 연구를 바탕으로, 방송역사 100년의 역사적 의미와 현재적 필요성을 담을 구체적 사업을 제시하고자 하였다. 본 보고서에서는 방송역사 100년의 기념사업을 크게 5개 분야로 나누어서 제시하였는데, 각각의 분야는 독립된 사업 영역을 갖고 있지만 총체적인 방송발전의 비전을 바탕으로 조율되어야 할 것이다. 즉, 다른 역사 기념사업의 사례에서도 확인했듯이, 5개 분야 중에서도 가장 중추적인 사업은 비전의 수립과 제시라고 할 수 있는데 역사 기념의 의미를 미래 발전으로 연결시켜주고 다양한 이해관계자들의 적극적 참여를 유도하는 것이 바로 그 효과라 할 수 있을 것이다. 한편, 방송박물관 건립 사업은 방송 산업계 및 방송학계에서 오래전부터 관심을 갖고 있었던 주요한 사업이라 할 수 있다. 오랜 관심에도 불구하고, 상대적으로 큰 규모의 사업비에 대한 재원 마련과 다양한 이해관계자들의 체계적 논의 부족으로 좀처럼 진행되지 못한 바 있다. 하지만, 본 연구에서 확인한 것은 방송박물관의 필요성에 대해서 대부분 이해관계자들이 공감하고 있으며, 특히 한류와 문화강국으로서 대한민국에 대한 관심이 높은 현 시점에 그 구심점으로 방송박물관에 대한 필요가 더 높아지고 있다는 점이다. 다른 사업 분야와 달리, 방송박물관은 3~4년의 기간으로 완전히 달성되기 어려운 사업이므로 방송역사 100년의 의미를 적극적으로 활용하여 사업의 동력을 유도하고 키워가는 것이 중요할 것이다.

2027년까지 5개 분야의 사업이 체계적으로 준비되기 위해서는, 지금까지의 연구단계를 지나서 2024년부터 본격적인 사업단계로 진입하여 짜임새 있고 체계적인 실제 사업 초기진행이 필요할 것이다. 본 보고서에서는 각 분야의 사업진행 일정을 제시하였는데, 그 중에서도 당장 2024년에 시작될 필요가 있는 것은 크게 3가지 정도로 요약할 수 있다. 가장 먼저 필요한 부분은 본 보고서에서 제안한 사업계획을 검토하여 기념사업의 규모를 확정하고 사업을 위한 재원을 마련하는 것이다. 본 보고서에서는 5개 분야의 사업 추진에 2027년까지 약100억 규모의 공적 재원이 필요하다고 제시하였는데, 이에 대한 검토와 평

가를 통해서 향후 정부 예산 책정에 반영하는 작업이 필요할 것이다. 두 번째로, 2024년에는 방송역사 100년 기념사업 준비위원회(가칭)의 구성이 필요하다. 이전 보고서와 본 보고서에서 공통적으로 제시하고 있는 것은 공공과 민간이 공동으로 참여하는 준비위원회의 구성을 통해서 방송 산업 발전에 대한 국가 정책적 책임성과 시장의 자발적 역동성을 조화롭게 유도해야 역사 기념의 의미와 가치가 실현될 수 있다는 것이다. 이러한 배경 속에서 공공과 민간의 합동 준비위원회를 구성하고 방송역사 100년 기념사업 진행의 체계를 마련할 필요가 있다. 세 번째 사항은, 준비위원회의 구성과 함께 비전 수립을 위한 작업을 시작하여야 한다는 것이다. 비전 수립의 작업은 단순히 사업 슬로건이나 캐치프레이즈를 제시하기 위함이 아니라, 방송 사업 분야의 발전 계획을 수립하는 과정에 다양한 사업자들의 참여를 유도하여 방송 분야에 대한 정체성을 만들어가는 과정이라 할 수 있다. 즉, 방송역사 기념의 핵심적 과정이자 방송역사 100년의 기념사업의 성공을 위한 필수 조건이라 할 수 있을 것이다. 또한, 변화되는 미디어 환경 속에서 방송분야에 대한 국가 정책의 청사진을 마련하는 중요한 계기로서 활용될 수도 있을 것이다. 방송역사 100년 기념사업의 첫 번째 단계로서 비전 수립을 준비할 필요가 있다.

본 보고서에서 이전 연구의 성과를 이어서 다양한 조사와 논의를 거쳐서 방송역사 100년을 기념하기위한 기본 계획을 제안하였지만, 실제 실현 과정에서는 현실적 어려움과 변화되는 정책 및 시장 환경에 대응하기 위해서는 유연한 조정과 대응이 필요할 것으로 예상된다. 국가를 대표하는 방송 정책기관으로서 방송통신위원회의 적극적 정책 추진과 민간 방송영상 관련 사업자들의 활발한 참여와 의견 개진을 통해서 방송역사 100년 기념사업이 방송영역의 발전을 위한 중요한 기반이 되는 구체적 사업으로 실현되길 기대한다.

참 고 문 헌

문화재청 (2023). 〈천마총 발굴 50년 기념사업 “1973, 천마를 깨우다.” 추진 계획〉.

박인규 (2003). [특집: 연속과 변화, 우리 사회 들여다보기]. 한국 방송의 역사와 유산. 현상과 인식, 27(1・2), 31-51.

방송통신위원회 (2023). 2023년 주요업무 추진계획

서울시 (2019). 〈서울관광플라자 조성 및 운영 기본 계획〉.

여수시 (2021). 〈「2012여수세계박람회」 10주년 기념사업 기본 계획〉.

이상길・윤상길・이성민・김정환・김성중 (2020). 〈방송박물관 건립 및 운영방안에 관한 연구〉, 방송통신위원회 보고서.

환경부·국립공원관리공단 (2017). <국립공원 50주년 기념사업 추진 계획>.

한국방송공사 (1977). 〈한국방송사 (韓國放送史)〉. 한국방송공사 편찬.

한국방송공사 (1987). 〈한국방송육십년사 (韓國放送六十年史)〉. 한국방송공사 편찬.

한국방송공사 (1997). 〈한국방송칠십년사 (韓國放送七十年史)〉. 한국방송공사 편찬.

한국방송공사 (2023). KBS 50: 국민을 위한 공적 책무를 수행하다. KBS 항국방송 발행.

한국방송학회 (2011). <한국 방송의 사회문화사: 일제강점기부터 1980년대까지>. 한울아카데미

홍원식, 김유정, 송인덕, 허준 (2022). 방송 100주년 기념사업 추진 방향 연구. 방송통신위원회 〈방송융합정책연구 KCC-2022-12〉.

<별첨 1> 방송역사 100년 페스티벌 행사 기획안