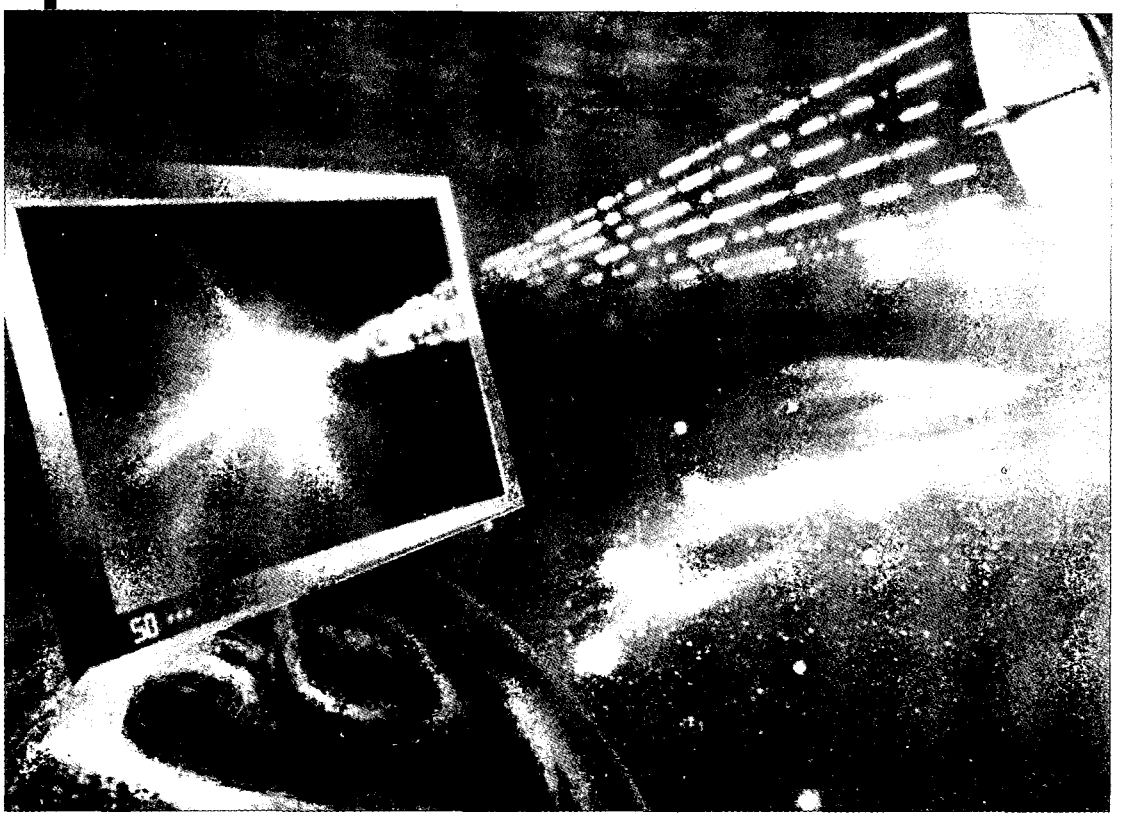
전자정보사업, 내용이 중요하다

<세계는 지금>

컴퓨터와 통신기술의 발달은 미디어간의 융합을 촉진하고 새로운 미디어를 창출하여 뉴미디어시대, 멀티미디어시대라는 열병을 낳고 있다. 미국에서는 신문사와 전화회사간에 전자정보서비스시장을 두고 첨예한 주도권 쟁탈전이 전개되다가, 서로 동맹하는 시기로 접어들었다. 이제는 컴퓨터의 메이커 및 통신회사를 미디어산업에 가해야하는 시대인 것이다. 이글은 미국신문협회의 프레스타임(The Presstime) 최근호(93. 9. 12월, 94. 1월호)에 게재된 신문사의 뉴미디어 대응 관련기사를 편역한 것이다. 여기서는 미국의 신문사들이 이러한 흐름에 어떻게 대응하고 있는지, 그리고 장차 어떻게 대응해야할 것인가에 대하여 기술하고 있다. 프레스타임은 신문이 전자정보서비스의 주요 요소인 '정보내용'를 가지고 있으며, 이를 잘 활용해야 할 것이라고 주장한다.

편역자 주



"이 미개척의 영역을 주시하라!"고 고든 메데니카(Gordon Modenica)씨는 강조한다.

뉴욕타임즈(New York Times)의 운영기획담당 부사장인 메데니카가 구식게시판광고업자에게 제시하는 이 문구는, 가속하는 전자미디어의 통합에 대한 '신문의 대응'을 기다려온 사람들에게 주는 조언이다. 새로운 정보초고속도로(Information Superhighway)를 구축하려고 미디어업계가 분주한데도 불구하고, 대부분의 신문사들이 국외자로 있지만, 몇몇 신문사 경영자들이 말하는 바와 같이, 신문은 미래 전자정보세계의 주인없는 미개척 영역을 차지할 태세를 갖추고 있다.

컴퓨터, 케이블, 전화회사들이 새롭고 통합된 정보 유통경로를 개발함에 따라, 이제는 정보내용이 '주요 결손요소'로 등장하게 되었다. 신기술개발에 따라서, 뉴스, 지역정보, 분석, 여론, 안내, 오락 등의 정보를 무한하게 활용할 수 있을 것처럼 보이는데, 신문은 과연 이러한 신기술의 수혜자가 될 수 있을까?

로스앤젤레스 타임즈미러사(The Times Mirror Co.)의 스코트 화이트사이드(R. Scott Whiteside)씨는 "지난해부터 정보유통회사들(distributers)은 서비스를 전달하는 기술적 문제로부터 눈을 돌려, 정보내용(Content)에 관심을 집중하고 있다"고 관측하고 있다. 그래서 정보유통회사들은 필름스튜디오, 텔레비젼방송국, 출판권 등의 풍부한 정보내용을 가지고 있는 파라마운트사(Paramount Communications Inc.)를 소유하고자 관심을 가지고 있는 것이다.

얼마나 신속하고 광범위하게 신문사가 전자정보상품을 만들어 내느냐하는 것은, 적어도 부분적으로는 투자에 달려있다. 다음은 신문사가 뉴미디어 사업에 참여하는 전략을 네가지로 분류해본 것이다. 첫째, 로스앤젤레스의 타임즈미러사, 어틀랜타의 콕스엔터프리이시스사(Cox Enterprises Inc.), 뉴저지주 뉴와크의 어드밴스퍼블리케이션스사(Advance Publications Inc.)등은 대규모 CATV 소유회사들과 합병하여, 이미 수퍼하이웨이 건설에 깊히 관여하고 있다.

둘째, 시카고의 트리뷴사(Tribune Co.), 뉴욕의 다우존스사(Dow Jones & Co.), 마이애미의 나이트-리더사(Knight-Ridder Inc.)등과 같이 보다 다양한 미디어사업에 관심을 가진 신문사들은 보다 광범위하게

< 1993년도 업계 주요사건 >

2월	사우스웨스턴벨사는 워싱턴 D.C.지역의 두개 CATV 시스템을 6천5백만달러에 매수한다고 발표함. 이것은 지역벨회사가 최초로 CATV를 매수한 것.
5월	유에스웨스트사는 타임워너사의 CATV 시스템과 영화자회사에 25억달러를 투자한다고 발표함.
6월	콕스엔터프라이시스는 벨사우스와 공동으로 전자 전화번호부를 제공하는 모험 사업에 참여한다고 발표. 이것은 신문사와 벨사간의 최초 협정이라고 양사는 주장함.
8월	AT&T사는 126억달러에 최대 무선전화회사인 멕코이 셀룰라커뮤니케이션스사 매수한다고 발표함.
	미 지방법원판사 엘리스(T. S. Ellis)는 벨어틀랜틴사가 구역내에서 CATV를 소유하지 못하도록 하는 법안을 무효화시킴.
9월	바이아콤사와 QVC네트워크사는 파라마운트커뮤니케이션사(PCI)의 경쟁 입찰에 참여한다고 발표함.
10월	나이넥스사는 바이아콤사의 PCI 경쟁입찰에 12억달러를 투자한다고 발표함.
	벨어틀랜틱사는 260억달러에 텔리-커뮤니케이션스사(TCI)를 매수하는 협정을 발표함.
	콕스엔터프라이시스사와 어드밴스커뮤니케이션스사는 QVC사가 파라마운트를 매수하는데 5억달러를 투자한다고 발표함.

전자정보서비스사업 분야에 투자하는 전략을 채택하고 있다.

세째, 워싱턴포스트사(The Washington Post Co.)나 뉴욕타임즈사(The New York Times Co.)와 같은 초일류 신문사들은, 더욱더 전국지로서의 기득권을 지키고, 이에 투자하는 전략을 수립하고 있다.

네째, 제한된 자원과 소규모 시장을 가지고 있는 신문사들은, 우선 상대적으로 소규모이고 높은 기술력이 필요하지 않은 오디오텍스와 팩스서비스에 투자함으로써, 미래의 전자정보시대로 보다 느리게 나아가고 있지만, 움직이고 있는 것임에는 틀림없다.

신문의 뉴미디어 모험사업은 너무나 다양하고 신속하게 전개되기 때문에 분류하기를 거부한다. 예를 들어 워싱턴포스트사는 동맹체결에는 신중했지만, 작년에 전자정보 유통사업분야에서 활동한 것을 보면, 신속하고도 광범위하였다. 전자정보시대가 어떻게 전개될지 불확실하

< 신문사와 벨사의 제휴현황 >

신문사	전화회사	상품명	상품내용
The Sun-Times Co.	Ameritech Corp.	Fantasy Baseball Line	독자가 전화로 Fantasy Baseball을 즐김
Cox Enterprises Inc., Landmark Communication Co., (Greensboro News & Record), Morris Communications Corp.	BellSouth Corp.	신문/전화번호부 컨소시움	신문의 안내광고와 전화번호부광고를 전자적으로 제공
Dow Jones & Co.	Bell Atlantic Corp.	Info To Go, 뉴스리포트	무선전화이용자에게 뉴스와 정보를 제공
Dow Jones & Co.	BellSouth Corp.	독자서비스 라인 개인 정보클리핑	대화형 음성광고 무선전화이용자에게 정보를 제공
Dow Jones & Co.	Nynex Corp.	Nynex/Dow Jones 비디오 서비스 (아직 미정)	Dow Jones 및 기타 뉴스서비스를 비디오로 법인고객에게 제공 고객이 선택한 주제 관련 정보를 시험적으로 제공
Dow Jones & Co.	Pacific Telesis Group	데일리리포터	전화이용자에게 뉴스를 제공
Dow Jones & Co.	Southwestern Bell Corp.	(아직 미정)	무선전화이용자에게 정보를 제공
E.W.Scripps Inc. (Rocky Mountain News)	U S West Inc.	팩스 온 헬스	건강관련 기사를 24시간 팩스로 제공
The Seattle Times Co.	U S West Inc.	시애틀타임스 인포라인	무선전화이용자에게 정보를 제공
The Times Mirror Co. (Newsday, Melville, N.Y.	Nynex Corp.	(아직 미정)	음성사서함을 통해 지역뉴스서비스를 시험중
Tribune Publishing Co. (Lewiston Morning Tribune)	U S West Inc.	뉴스뷰/커뮤니티링크 서비스	시애틀 구독자에게 4개 서부 워싱톤신문을 트리뷴 S/W를 통해 제공함.
Utah Press Association	U S West Inc.	(아직 미정)	유타 안내광고 전자네트워크

1993년 9월 현재

지만, 이 분야에 광범위하게 투자하고 있는 여러 신문사들은 서로 뒤지지 않기 위해 노력하고 있다. 하지만 범주 구분은 신문산업이 뉴미디어의 전개에 어떻게 대응하고 있는지를 고찰하는데 하나의 틀이 된다. 특히 주요한 장애가 점점 제거됨에 따라서, 이러한 대응형태는 장차 더욱 확산될 것처럼 보인다.

극적인 동맹이 속속 체결되고 있는 가운데, 최근에는 신문산업과 전화산업간의 협정을 성문화하는 법안이 마련되고 있다. 이것은 전자정보서비스의 공정한 경쟁기준을 확립하는 것일 뿐만 아니라, 효과적인 협력방법을 모색하는 것이기도 하다. 이것은 또 모든 규모의 신문들이 미래의 전자정보시대에 참여하는 무대를 마련하는 것이다.

'내용'이라는 딜레마

미디어의 융합은 전자산업 인프라 소유주들에게는 '매우 매력적'일 것이라고 벨어틀랜틱사(Bell Atlantic Corportion)의 정보부문 중역인 래리 플럼(Larry D. Plumb)씨는 말한다. "우리는 정보를 수집하고 편집하는 기술이 없다. 반면에, 정보수집에 있어서 신문은 達人이다"라고 플럼은 주장한다.

플럼은 로컬벨 전화회사의 정보고속도로에 깊은 관심을 가지고 있다. 지난 93. 10월 필라델피아 벨은 케이블사업계의 거인인 콜로라도주 이글우드의 텔리-커뮤니케이션스사(Tele-Communications Inc.; TCI)를 인수하겠다고 발표했는데, 이는 260억달러규모의 거래가 된다. 'TCI가 자산가치는 있어도 정보내용이 빈곤하다'는 것을 잘 알고 있는 벨어틀랜틱사는 93. 12월초, 버지니아주 알렉산드리아에서 우선 전화회선으로 비디오를 공급하는 사업을 시도하면서, 정보제공자들(Information Providers)의 참여를 호소했다.

이와같이 통신회사가 정보내용을 찾아나섰다는 사실은, 다우존스사의 토마스 페이스(Thomas Pace)씨의 주장, 즉 "벨어틀랜틱사과 TCI사간의 합병을 비롯한 인프라 산업들간의 합병이 신문에게는 좋은 징조"라는 주장을 뒷받침하는 것이다.

플럼은 "일단 전국적인 전자정보서비스 프로그램들이 알려지고 고객들이 이를 모두 이용해보면, 고객들은 다른 전자정보시스템을 통해 추가적인 지역정보를 찾아나설 것"이라고 말한다. 그리고, 신문은 지역시장 지배를 통해 이런 정보를 확보하고, 고객의 요구에도 대응할 수 있다고 주장한다.

나아가 고객들은 그 유명한 '500채널이나 되는 정보선택의 미로'에서 자신을 안내해 줄 수 있는 숙련된 기자와 편집자들을 필요로 한다. 최근의 뉴욕 해설자회의에서 트리뷴사 회장인 찰스 브룸백(Charles T. Brumback)씨는 "고객이 더많은 정보를 이용할 수 있게됨에 따라서, 기자 및 편집자의 역할은 전자정보시대에서도 축소되지 않을 것이다. 현재의 흐름으로 볼 때, 정보에 대한 이러한 역할은 실로 증대한다"고 말했다.

뉴스 보도는, 오락 및 거래서비스에 중점을 두고 있는 전화 및 케이블사업자들이 현재 생각하고 있는 것보다, 가치있는 상품이다. 산호세머큐리뉴스(San Jose Mercury News) 편집자인 로버트 잉글(Robert D. Ingle)씨는 머큐리뉴스 전자신문에서 두번째로 인기있는 메뉴는 하드뉴스(Hard News)라고 주장한다. 아메리카온라인(America Online)으로 제공되는 머큐리센터(Mercury Center) 정보중에서, 하드뉴스가 총사용량의 25%를 차지한다. 그러나 "신문이 정보제공자라는 장점만으로, 벨 및 대규모 케이블회사들과 제휴할 때, 규모가 작기 때문에 발생하는 불이익을 완전히 극복할 수는 없다"고 타임즈미러의 화이트사이드는 경고한다. 거인들간의 합병은 '정보제공자로서 신문이 정보유통업자에 대하여 가지는 영향력이, 이전보다 감소하게 된다'는 것을 의미한다. 또 정보내용을 가지고 있는 회사를 포함하여 합병하는 방법도 있다. 흥미있는 것은 "신문이 장차 통합된 정보유통업자에게 수직적으로 종속될 것이냐"하는 점이다.

화이트사이드는 신문이 이러한 위험에 대응하는 방법을 제시하고 있다. 그것은 프로디지(Prodigy) 온라인시험서비스에 타임즈미러와 콕스엔터프라이

시스가 손잡고 참여한 것처럼, 신문이 서로 손잡는 것이다.

케이블 신청자

대규모 케이블을 소유한 신문사는 하이테크 동맹에 커다란 관심을 가진다. 10위권의 대규모 CATV 소유회사인 타임즈미러에 근무하는 화이트사이드는 "이처럼 뉴미디어인프라의 중요한 부분을 소유하고 있으며, 자연히 하이테크 동맹에 관심을 가지게 된다"고 말한다.

"우리는 현재 진행되고 있는 하이테크 동맹에 드러나지 않게 참여하고 있음에 틀림없다"고 콕스엔터프라이시스사 아틀란타저널 앤드 컨스티튜션지(Atlanta Journal and Constitution)의 전자정보서비스 발행인인 데이비드 스코트(David C. Scott)씨는 동의한다.

콕스사는 더욱더 비중있는 하이 테 크 링 크 (High – Tech Links)를 계획하고 있는 중이다. 지난 93. 6월 콕스사는 오디오텍스안내광고와 전화번호부 광고 서비스를 위해서 벨사우스사(Bell South Corp.)와 연합한다고 발표했다. 93. 12월에는 이 회사의 케이블관련 자산 대부분과 산안토니오 사우스웨스턴벨사(Southwestern Bell Corp.)이 케이블관련 자산을 공동 출자하여, 일곱번째로 규모가 큰 케이블회사를 만들기로 합의하였다.

전자정보시대로 첫발을 내디디는데, 반드시 대규모 케이블을 소유해야만 하는 것은 아니다. 트리뷴사는, CD-ROM기술과 로컬케이블 뉴스채널을 포함하는, 일련의 재미있는 전자정보상품 개발에 투자하고 있다. 그중에서, 스타사이트(Star-Sight)라는 온스크린 CATV가이드는 시청자가 많은 정보중에서 자신에게 필요한 정보를 찾아내는 데 도움을 주는 시스템이다.

브룸백은 "간단히 말해서, 우리의 전략은 소중한 지역시장을 위해서 정보를 개발하는 것이다. 이러한 정보를 인쇄, 방송, 동축케이블, 광케이블, 전화 등 어떠한 방법으로든 고객이 원하는 방법으로 전달하려 한다"라고 말한다.

가네트사(Gannett Co.)는 적극적으로 유에스에이투데이(USA Today) 정보를 전자응용상품으로 개발하고 있고, 뉴욕시 주변 신문의 정보를 컴퓨서브(CompuServe)에 제공하고 있다. 반면에, 다우존스는 전자 재무정보상품을 계속 발전시켜 나가면서, 간판격인 월스트리트저널지(The Wall Street Journal)의 대화형 전자신문을 개발하겠다고 발표했다.

나이트-리더사도 광범위하고 능동적으로 활동하고 있는데, 산호세머큐리뉴스와 디트로이트 프리프레스(The Detroit Free Press)를 별도의 온라인 서비스인 아메리카온라인과 컴퓨서브에 각각 제공하고 있다. 그리고 콜로라도주 보울더에 있는 정보디자인연구소(Information Design Laboratory)에서 전자신문의 최첨단 비젼을 추구하고 있다. 동시에 마이애미의 음성 자동차안내광고서비스와 같이, 오디오텍스와 팩시밀리상품의 새로운 모델을 시험하고 있다. 나이트-리더사는 소위 스크린폰이라는 상품을 개발중인 버지니아주 헌돈의 유에스오더사(US Order)에도 투자하여, 전화 테크놀로지 개발에도 관심을 기울이고 있다.

"전자정보상품 개발이 추세임에도 불구하고, 미래는 아직 불투명하기 때문에, 이와같은 광범위한 접근방법이 필요하다"고 나이트-리더의 대외협력 및 기획담당 부회장인 프랭크 호킨스 주니어(Frank N. Hawkins Jr.)씨는 말한다. "미래는 어떻게 전개될지 정확히 알고 있다고 말하는 사람이 있다면, 머지않아 실직할 수도 있다"

기득권을 상기하라

워싱턴 D.C.의 디지탈잉크사(Digital Ink Co.)는 워싱턴포스트의 전자정보 자회사로 기사속의 인물과 관련되는 정보를 비디오로 볼 수 있도록 하는 전자신문, 즉 TV같은 신문을 만드는 것을 목표로 하고 있다. 포스트지의 편집자였으며 현재는 디지탈잉크사의 편집자겸 발행자인 도날드 브레이질(Donald K. Brazeal)씨는 "우리는 결코 우리 신문의 기득권을 포기하지 않겠다"고 거듭 단언한다. 그는 포스트지의 전국적인 지명도와, 수도권 신문중에서 가장 높은 점유율, 워싱턴

< 신문사의 50대 CATV 소유현황 >

순위	가입자수	케이블회사	母회사
6	1,722,000	Cox Cable Communications	Cox Enterprises Inc., Atlanta
8	1,346,000	Newhouse Broadcasting Corp.	Advance Publications Inc., New York City
11	1,133,000	Times Mirror Cable Television	Times Mirror Co, Los Angeles
17	766,000	Colony Communications Inc.	The Providence Journal Co.
18	690,000	Telecable Corp.	Landmark Communications Inc. 회장인 Frank Batten 개인소유
19	671,000	Scripps Howard Cable	The E.W. Scripps Co, Cincinnati
20	584,000	TKR Cable Co.	Knight-Ridder Inc, Miami Tele-Communications Inc, Denver
25	473,000	Post-Newsweek Cable Co.	The Washington Post Co.
30	410,000	Multimedia Cablevision Inc.	Multimedia Inc., Greenville, South Carolina
33	319,000	Western Communications Inc.	Chronicle Publishing Co., San Francisco
39	215,000	Media General Cable	Media General Inc., Richmond
39	215,000	Greater Media Inc.	Greater Media Inc. East Brunswick, New Jersey
50	146,000	Blade Communications Inc.	Blade Communications Inc., Toledo

1992년말 현재

D.C.를 관통하는 수도권 시장 등은 회사가 가장 아끼는 귀중한 자산이라고 지적한다. 그래서, 포스트는 전자정보서비스사업의 거의 모든 분야에 투자하고 있지만, 주로 자신의 것, 신문에 대부분을 투자하고 있다.

포스트사는 오디오텍스 및 개인통신서비스를 촉진하는 N11 서비스 개발하고, 94. 7월까지 포스트지의 대화형 전자신문을 개발할 것을 계획하고 있다. N11서비스 개발은 아메리카퍼스널커뮤니케이션스사(America Personal Communications Inc.)와 공동으로 시도하고 있다.

뉴욕타임즈사는 더욱 수성의 입장을 견지한다. "우리는 월드스트리트라는 미디어를 가지고 있어서 전자정보서비스에 진속하게 참여하지는 않는다"고 메데니카는 말한다. 그는 "최근 케이블회사와 전화회사들간의 합병은, 이미 가능한 한 광범위하게 정보서비스사업을 확장해 왔고, 시장을 보다 많이 점유하고자 경쟁하던 기업들간에 이루어지는 것이다. 이 정보서비스 시장은 몇몇 학자들이 예측하는 것보다는 성장 잠재력이 작고, 이미 성숙해버린 것처럼 보인다. 우리는 정보유통을 공급망 조율방법을 알고 있는 유통업자에게 맡기겠다"고 말한다.

반면에, 타임즈는 수익성이 있는 "정보의 포장과 정보의 내용 자체에 촛점을 둔다"고 그는 덧붙인다. 그래서, 타임즈사는 지난 93. 12월부터 아메리카온라인을 통하여 내용이라는 정보를 서비스한다고 발표했다.

<註> N11서비스 : 전화고객에게 특정서비스를 제공하는 전화번호로, 예를 들면, 911은 응급구조, 411은 전화번호안내 등에 사용된다. 211, 311, 511, 711

등은 사적인 목적으로 사용가능한데, 신문사에서는 전자안내광고 등에 이를 활용하려한다.

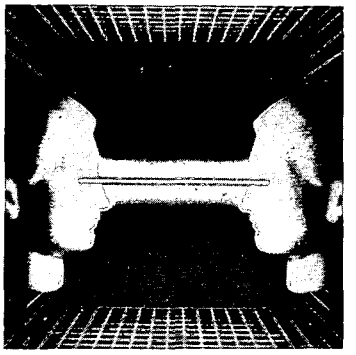
소규모시장의 움직임

소규모 신문사들은 어느 정도만 이러한 변화를 수수방관하고 있다고 볼 수도 있다. "변화가 너무 빠르고 여러 각도에서 일어나므로, 솔직히 소규모 신문사들의 반응은 혼돈되고 불확실하다"고 펜실베니아주의 포츠빌 리퍼블리칸지(The Pottsville Republican : 석간, 발행부수 28,505부) 발행자인 우잘 마츠 주니어(Uzal H. Martz Jr.)씨는 말한다. 사실 이러한 변화가 소규모 시장에까지 일어나려면 시간이 필요하다.

그러나, 소규모 신문도 오래 기다릴 여유는 없다. 캔저스주의 가든시키 텔리그램지(The Garden City Telegram ; 석간, 발행부수 11,039부) 편집자겸 발행자겸 제임스 불룸(James E. Bloom)씨는 "여기 외지고 격리된 시장에도 TCI가 CATV 광고를 위협적으로 팔고 있으며, 또다른 전화회사는 오디오텍스를 서비스하고 있다"고 말한다.

이러한 그들의 움직임이 다른 활동적인 신문사보다는 신중하다고 해도, 그들은 현재 움직이고 있으며, 과거에도 때로는 움직였었다. 가든시티 텔리그램지의 모기업인 해리스엔터프라이시스사(Harris Enterprises Inc.)는 현재 오디오텍스를 시험중이며, '80년대에는 전자게시판이라는 전자정보상품을 서비스한 적도 있었다. 리퍼블리칸지도, 현재 오디오텍스도 32개의 다른 신문을 제공하고 있는데, 이를 더욱 발전시키기 위해서 뉴호라이즌스(New Horizons)그룹을 결성했다.

전자정보서비스의 가능성을 타진하는 한편, 마츠는 신문의 가치있는 정보를 제공하기 위한 다양한 방법을 강구하고 있다.



"우리는 데이터베이스 마케팅을 검토하고 있으며, 신문의 보다 원대한 목적을 능동적으로 수행하고 있다"고 그는 강조한다. 그리고, 아메리테크사(Ameritech ; 시카고벨사)는 신문의 안내광고에 대하여 전화응답서비스를 제공하기 위해, 사우스게이트(Southgate)의 일원인 미시건주 헤리티지뉴스페이퍼스사(Heritage Newspapers Inc.)와 협정을 체결하였다.

신문이 미래 정보사회로 진출함에 따라서, 신문산업계에는 확실히 많은 선택의 여지가 주어졌지만, 정보의 내용이 그 사업의 성패를 좌우한다.

시카고트리뷴지의 전자판인 시카고온라인(Chicago Online) 경영자인 유진 퀸(Eugenes. Quinn)씨는 "그러나 신문에 종사하는 우리가 신문이라는 본업을 포기할 수는 없다"고 강조한다.

* 이규천<조선일보사 DB부>