



뉴 미디어가 사회에 미치는 영향

이진광

〈조선일보 뉴미디어연구소 소장〉

다양한 정보입수 개성화 가속 기업마케팅 戰略 변혁 불가피

미래아닌 현실 문제

뉴미디어 시대가 열리고 있다.

컴퓨터라는 생소한 이름의 기계가 우리의 생활 구석구석에 파고들기 시작하면서부터 「뉴미디어」라는 말로 대표되는 새로운 매체는 그 어느 때보다도 색다른 방식으로 정보를 전파시키며 우리 사회를 변화시키고 있다.

새로운 매체의 정착이 우리 삶에 미치는 영향을 이해하는 것, 그리고 앞으로의 발전방향을 가늠해 보는 것은 실제로 우리 미래의 전망을 보여준다는 점에서 많은 사람들의 관심을 모으고 있다.

뉴미디어 시대, 그로 인해 주도되는 새로운 사회상은 더이상 공상과학 영화에서나 볼 수 있었던 가상의 세계나 혹은 멀고 먼 미래의 일이 아니라 우리 앞에 가깝게 다가서고 있다.

뉴미디어는 말 그대로 기존의 매체

와 대비되는 '새로운 매체의 개념'으로 대두됐다. 그러나 '뉴미디어의 시대가 열렸다'느니, 혹은 '뉴미디어 혁명'이라는 말들을 쉽게 이야기하면서도 실제로 뉴미디어가 무엇이고 어떻게 '혁명적으로' 우리사회를 변화시킬 것인가에 대한 전망을 바로 세우는 일은 아직까지 걸음마 단계의 서툰 작업에 머물고 있는 것이 사실이다.

기존의 미디어에 대비된 개념으로 뉴미디어에 대한 논의가 활성화되기 시작한 것은 대략 20여년전으로 거슬러 올라간다. 대략 70년대 이후부터 전자기술이 눈부신 속도로 발전을 이룩하면서 신문이라든지, 방송이라든지 대중매체의 시대를 이끌었던 기존의 정보전달 수단을 대신할 새로운 매체가 등장하기 시작했다. 때문에 사실상 뉴미디어의 등장은 테크놀러지의 발달과 깊은 연관을 맺을 수밖에 없다. 그리고 오늘날 대중적인 정보처리 기기

로 자리잡고 있는 컴퓨터는 그런 의미에서 뉴미디어 시대의 개막에 핵심적인 역할을 맡아왔다.

단순히 '기능이 뛰어난 계산기' 정도로 인식됐던 컴퓨터가 우리의 생활 구석구석으로 파고들기 시작하면서 컴퓨터는 커져만 가는 일반 대중들의 정보 욕구를 수용해 주는 중요한 매체로 정착됐다. 특히 상상을 뛰어넘을 정도로 하루가 다르게 발전하는 컴퓨터의 처리 능력이 컴퓨터의 대중화를 이루었기 때문이다.

80년대 시작된 개인용 컴퓨터(PC) 혁명은 급기야 컴퓨터의 영역을 가정으로까지 확산시켰고 사람들은 컴퓨터를 통해 정보를 수용하고, 처리하고, 가공하는 일에 익숙해졌다. 이러한 변화는 이제까지와는 다른 새로운 정보환경과 정보흐름을 만들어내고 새로운 매체의 탄생을 이끌어냈다.

컴퓨터는 이처럼 테크놀러지의 발전

으로부터 모습을 드러내기 시작한 뉴미디어 시대의 기반을 형성함과 동시에 정보의 디지털화라는 속성을 주도해냈다. 또 한가지 뉴미디어의 흐름을 이해하는데 중요한 점은 컴퓨터가 점차 통신 수단과 결합을 하게 됐다는 사실이다.

컴퓨터와 통신의 결합

컴퓨터가 그 자체로서의 정보처리기의 역할에 그쳤다면 그 기능과 뉴미디어로서의 역할은 상당한 제약을 갖게 됐을 것이다. 오늘날 컴퓨터 문화가 이처럼 발달하고 사회변화를 촉발할 수 있었던 것은 컴퓨터를 통해 처리되고 저장된 정보가 전파력을 갖게 됐기 때문일 것이다. 컴퓨터에 통신기능이 결합되면서 컴퓨터는 본격적으로 사람들 사이의 의사소통을 매개하는 미디어로서의 역할을 수행해내기 시작했던 것.

실제로 「컴퓨터로 처리된 정보를 통신망을 통해 보낸다」라는 개념은 새로 등장하는 뉴미디어의 기본을 이루고 있다. 우리가 흔히 뉴미디어 시대의 대표적인 서비스로 손꼽고 있는 정보검색서비스, 홈쇼핑, 홈뱅킹 등도 이를 바탕으로 한 것이며 끊임없이 새로운 매체와 새로운 서비스의 출현은 연속적으로 이어지고 있다.

예를 들어 뉴미디어 시대에서는 활자매체를 중심으로 이루어진 신문도 「전자신문(electronic newspaper)」의 개념으로 바뀌어가고 있다. 각 신문사에서 정보를 모아 우리가 흔히 보는 '신문'의 형태로 제작을 하고, 그것을

신문배달소년을 통해 받아보는 형태가 아니라 정보수집단계 다음에 직접 신문사에서 신문구독자의 안방으로 소식을 전달할 수 있는 획기적인 방법이 등장하기에 이르렀다. 몇 단계의 과정을 축소하면서 전자신문은 엄청나게 빠르고 신속한 정보를 제공해 줄 것으로 기대를 모으고 있으나 그 기본 개념은 '대용량의 정보를 저장하고 그것을 통신망을 통해 원하는 사람들에게 보낸다'는 간단한 것이다.

뿐만 아니라 다양한 유형의 정보서비스 업체들이 생겨나면서 컴퓨터와 통신망을 통해 다양한 통로로부터 정보를 제공받을 수 있는 창구가 마련됐다. 대중매체시대에 신문이나 방송 등이 맡았던 정보전달자로서의 기능이 보다 다양한 부분으로 분산되고 있는 것이다.

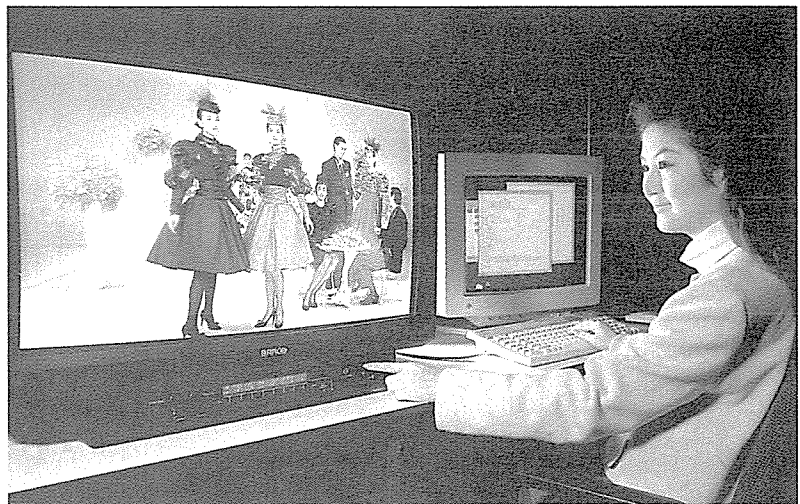
이는 정보를 만들어내고 유통시키는 과정 자체가 그만큼 손쉬워졌다는 것을 의미하며 동시에 정보수용자로서의 대중들의 관심이 보다 다양해지고

여러 가지 분야로 분산되고 있음을 나타내기도 한다.

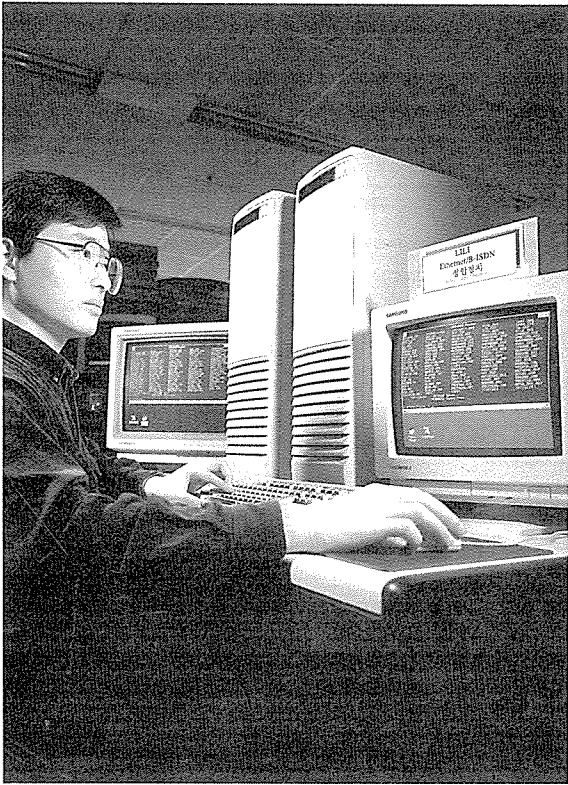
예를 들어 부동산이나 증권 등 경제 부문에 관심을 가지고 있는 사람들을 위해 정치, 사회 관련 정보가 항상 중요하게 다뤄지는 신문이나 방송에 의존하지 않고도 보다 자세한 정보를 얻을 수 있는 전문정보매체들이 속속 생겨나 이들의 정보욕구를 채워주고 있다.

컴퓨터와 통신기기의 결합도 한 예가 될 수 있겠지만 뉴미디어의 또다른 속성 가운데 하나는 매체가 서로 합쳐진다는 사실이다. 우리가 흔히 사용하는 「멀티미디어」의 개념은 바로 뉴미디어의 출현에서 빼놓을 수 없는 특징을 결정해 준다.

이제까지는 활자(문자) 매체를 대표하는 것으로는 책이나 신문, 잡지 등이 있었고 방송이나 영화 등을 비롯한 영상매체는 별도의 영역으로 구분돼 왔다. 그러나 최근에 와서는 마치 TV와 닮아가고 있는 컴퓨터의 변화된 모



◇고선명 TV 전송기술



◇광대역 종합정보통신망은 미래 정보사회로 향한 인간이 바라는 궁극적인 통신망으로서 그 형태가 가시화되고 있다.

습을 발견할 수 있을 것이다. 첩판과 같은 까만 화면에 문자만을 담았던 컴퓨터에서 소리가 나오고 그래픽과 영상도 처리되기에 이르렀다.

뉴미디어가 갖는 멀티미디어로서의 속성은 또한 정보에 대한 욕구가 양적인 면에서의 팽창과 함께 질적으로도 향상되고 있음을 나타내는 것이기도 하다. 책으로 읽는 것보다는 영상으로 접할 때 훨씬 더 쉽게 이해할 수 있는 것처럼 멀티미디어의 등장은 우리의 정보 환경을 보다 풍요롭게 해주고 있다.

멀티미디어로 발전하고 있는 뉴미디어시대의 총아, 컴퓨터는 계속해서 다른 매체와의 결합을 진행시켜 나간다.

가장 두드러진 것은 바로 TV와의 결합이다. 얼마전부터 「인포테인먼트(Info-tainment)」나 「정보가전」이니 하는 말들이 자주 등장하고 있다. 정보(인포메이션)기기와 오락(엔터테인먼트)기기의 결합을 상징하는 인포테인먼트나 정보가전 모두 바로 컴퓨터와 TV의 기능들이 합쳐지고 있는 현상을 나타낸 것이다.

멀티미디어의 기능을 갖는 컴퓨터가 점차 TV를 닮아가는 것처럼 일반 대중들과 가장 가까운 매체중의 하나인 TV 역시 컴퓨

터의 특성을 채용하면서 양 매체간의 수렴을 촉진시키고 있다. TV화면을 통해 생활정보를 검색할 수 있게 해주는 문자다중방송 등은 TV가 컴퓨터의 모습을 닮아가는 대표적인 예이다.

TV, 바보상자 아니다

컴퓨터와 TV가 결합된 새로운 매체의 가능성은 「인터랙티브(대화형) TV」 시대의 전망을 열어놓고 있다.

대화형TV는 정보전달체제 자체가 일방통행식인 기존의 TV방송을 양방향으로 바꾼 것으로 이해할 수 있다. 컴퓨터가 가지고 있는 상호작용적인 속성이 가미된 것이다. 예를 들어 이

제까지는 안방의 시청자들은 TV채널을 통해 방송사가 기획한 프로그램을 일방적으로 수용하는 수동적인 입장에만 머물러 왔다. 시청자들의 선택의 폭은 몇 개 안되는 채널선택과 방송사의 프로그램을 볼 것인가, 말 것인가 하는 제한적인 영역에 머물러 있었다.

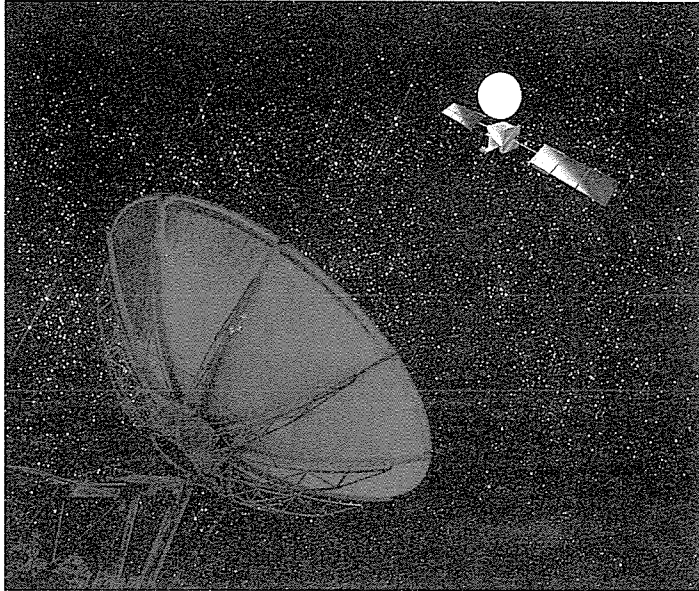
하지만 대화형TV 시대의 시청자는 '바보상자' 앞에서 시간을 때우는 명청이가 아닌 그야말로 '주인'의 입장에서 TV를 조작하게 된다.

주말 오후, TV앞에 앉아 프로야구를 본다 가정해 보자. 지금처럼 방송국에서 보내주는 화면 그대로를 지켜보는 것이 아니라 구장내 설치된 카메라 가운데 시청자가 마음대로 보고 싶은 각도와 위치를 선택해서 원하는 화면을 볼 수가 있다. TV를 보다가 마음에 드는 장면은 즉석에서 리모콘 조작으로 저장할 수도 있다. 그리고 야구를 보다가 팀의 전적이나 선수의 기록을 알고 싶을 때에도 지루하게 해설자의 설명을 귀담아 기다릴 필요가 없다. 얼마든지 그 자리에서 데이터베이스에 연결해서 알아볼 수 있기 때문이다.

영화를 보고싶을 때에도 굳이 비디오 대여점을 찾는 번거로운 절차가 필요없다. 대화형TV를 켜고 이제까지 발표된 수만편의 영화목록에서 원하는 것을 선택하는 간단한 일만 남아있을 뿐이다. 영화를 보다가 기억에 담이들만한 그림같은 장면이 나왔을 때 기록해두는 것 물론 간단한 일이다.

대화형TV 또 TV로서의 기능과 함께 데이터베이스로부터 정보를 검색

이렇게 될 것이다. <미국과 일본은 95년 초에 통신망용 위성인 '마틴' 위성들을 발사하게 된다. >



해 본다든지, 안방에 앉아 쇼핑을 하거나 은행업무를 보는 식의 정보처리도 모두 가능한 매체로 등장하게 될 것이다. 대화형TV는 아직까지는 실용화되지 않은 개념에 불과하다. 그렇지만 막연한 상상속에서 등장하는 먼 장래의 일만은 아니다. 세계정보산업을 이끌어가는 기업들이 구체적인 구상을 가지고 대화형TV 시대를 위해 준비된 절차를 밟아가고 있기 때문이다. 그리고 뉴미디어가 가진 속성들을 이해하고 있다면 앞으로의 매체는 대화형TV와 비슷한 형태로 등장하리라는 예측을 어렵지 않게 떠올려볼 수 있을 것이다.

지난해부터 미국을 선두로 번지기 시작한 정보고속도로 구축 움직임 또한 대화형TV를 비롯한 새로운 매체를 정착시켜 내기 위한 노력으로 해석될 수 있다.

「정보고속도로」는 말 그대로 정보가 빠른 속도로 교환될 수 있는 통신망을

의미한다. 클린턴정부가 취임시부터 21세기 경쟁력강화를 위한 정책의 하나로 전미국을 연결하는 첨단 광통신망, 즉 정보고속도로 구축에 많은 관심과 노력을 쏟고 있는 것은 앞으로 전개되는 정보화사회에서 한걸음 앞서 나가는 것이 국가경쟁력과 직결된다는 판단을 내렸기 때문이다.

어쨌든 음성, 영상을 포함한 각종 멀티미디어 정보를 고속으로 전송할 수 있는 통신망의 구축은 대화형TV와 같은 뉴미디어의 정착을 뒷받침해주는 혈액역할을 수행해낼 것이다.

대화형TV의 예에서 보듯이 뉴미디어가 정보수용자와 매체간의 상호작용을 가능케 하는 '대화형'의 속성을 갖는다는 사실은 사실상 과거의 매스미디어와 구분되는 가장 뚜렷한 변화 가운데 하나이다.

과거의 매스미디어는 '불특정 다수'를 대상으로 한 포괄적이고도 일방적인 성격을 지니고 있기 때문에 정보수

용자는 상당히 수동적인 역할을 가질 수밖에 없었다. 그러나 반면 뉴미디어는 정보수용자와의 상호작용이 가능하기 때문에 정보수용자가 가진 개성이 훨씬 강조된다.

정보수용자로서의 개개인에 따라 정보의 내용이 얼마든지 달라질 수 있고 많은 정보들 가운데 선택은 온전히 정보를 수용하는 개인의 몫으로 남는다. 예컨대 같은 야구경기를 보더라도 시청자 개개인이 선택하는 카메라의 각도와 위치에 따라 다른 느낌으로 즐길 수 있으며 자신이 관심을 두는 분야에 따라 각기 다른 정보를 얻을 수도 있다.

물론 이러한 '대화형' 매체의 정착은 기본적으로 폭넓고 다양한 정보를 전제로 하는 것이다. 정보처리기술의 발달과 정보가 사회의 근간이 되는 사회로 옮겨가면서 양적으로나, 질적으로나 엄청나게 풍부해진 정보체계가 개개인의 개성에 따라 각기 다르게 사용할 수 있는 정보를 만들어내고 정착시켰다. 기본적으로 정보의 양과 질이 풍부하지 않고서는 개개인의 특성을 반영해줄 수 있는 정보매체의 정립은 불가능하다.

이러한 개인화의 특성은 여러 가지 새로운 사회적인 개념을 이끌어내게 되는데 예를 들어 물건을 만들어 파는 기업의 마케팅 전략에 있어서도 새로운 변화가 시도될 것으로 예상된다. 매스미디어 시대에서처럼 '대중'을 상대로 한 광고나 마케팅이 아니라 소비자 개개인이 가지고 있는 성향과 특성을 중시한 새로운 개념이 정립돼야 할 것이다. 57