

□ 특집 □

# 아날로그에서 디지털로

## - 조선일보사의 멀티미디어 전략 -

한 창 민<sup>†</sup>

◆ 목 차 ◆

- |               |                    |
|---------------|--------------------|
| 1. 들어가는 말     | 3. 조선일보사의 멀티미디어 사업 |
| 2. 신문사와 멀티미디어 | 5. 맺음말             |

### 1. 들어가는 말

최근 인터넷 뉴스서비스, 옥외 뉴스전광판 서비스, 멀티미디어 전문 자회사 설립, 신문지면에서의 정보통신 관련 지면의 대폭 확대, 위성방송 참여 준비, 각종 정보화 캠페인 전개 등 중앙일간지를 비롯한 신문사들의 멀티미디어 사업 진출과 경쟁이 두드러지고 있다. 한국의 신문사들이 기존 일간신문과 잡지, 서적 등 소위 인쇄매체를 넘어 전자매체 및 전파매체로 자기영역을 확대하고 있는 것이다. 이 글에서는 조선일보사의 사례를 중심으로 최근의 동향이 단순한 사업 영역의 확대에 머무르지 않고 '신문사'의 '종합미디어 기업'으로의 변화-발전이라는 근본적 전략을 지향하고 있다는 점을 살펴보고자 한다.

### 2. 신문사와 멀티미디어

#### 2-1. 신문사의 멀티미디어 사업 진출 배경

1) 신문을 비롯한 인쇄매체는 '궁극적 사양산업'이라는 관점에서 이를 대체할 시장을 선점키 위한 선행 투자의 성격이 강하며 이를 위해 사내에 전담부서 및 자회사를 운영하고 있다. 상당한 기간 동안 인쇄매체가 생존할 것임은 분명한 사실이지만 신문의 구독자수는 경향적으로 감소하는 것이 일반적 추세이며 전체 광고시장에서의 비중 역시 타 매체에 비해 위축되고 있는 것은 공지의 사실이다.

2) 이미 운영되고 있는 케이블 TV 및 조만간 가시화 될 위성TV 등 다매체-다채널 시대에 능동적으로 대응하고 참여하기 위함이다

3) 신문제작에서 80년대 중반부터 컴퓨터를 이용한 전산제작시스템(CTS) 도입이 일반화되어 CD-ROM 제작, PC통신 및 인터넷을 활용한 온라인 뉴스서비스 등 멀티미디어 사업에 진출하기에 용이한 기술적 기반이 마련되었다.

4) 미국을 비롯, 전세계적으로 미디어 기업간 제휴 및 통합 경향이 가속화되면서 언론산업의 일대 재편기를 맞이하고 있다. 미국의 Time Warner사와 CNN으로 대표되는 터너그룹의 합병, FOX TV를 앞세운 루퍼트 머독의 끝없는 영토 확장, 소프트웨어 회사인 마이크로소프트사와 공중파방송인 NBC가 합작해 만든 24시간 TV-인터넷 뉴스서비

<sup>†</sup> 정희원 · 디지털조선일보 홍보/전시팀장

스 회사인 MSNBC, 공중파 방송인 ABC와 디즈니사의 합병 등 이체는 단일 언론기업으로는 홀로서기가 불가능하며 미디어기업의 거대화, 복합화는 이미 대세가 되었다.

5) 이미 신문, 방송, 통신이라는 고전적 경계는 붕괴되고 있으며 시대의 기본 추세는 미디어의 융합으로 수렴되고 있다는 점이다.

## 2-2. 멀티미디어의 함의 : 아날로그에서 디지털로

먼저 개념적으로 혼동을 일으키고 있는 멀티미디어에 대해 살펴 보자.

### 2-2-1. 멀티미디어의 사전적 의미

멀티미디어의 사전적 의미는 매체(Media)의 복합(Integration)이다. 즉 Text(글)와 Image(그림/사진/그래픽)와 Audio(소리), Video(동영상)의 결합이다. 따라서 이런 규정에 따르면 글과 그림이 함께 나타나는 그림책, 글-그림-사진이 결합된 신문, 소리와 동영상이 동시에 표출되는 TV도 어엿한 멀티미디어라고 할 수 있다.

### 2-2-2. 멀티미디어의 현재적 의미

(1) 하지만 이런 사전적 정의를 넘어 현재 쓰이고 있는 멀티미디어란 IT(Information Technology)를 이용한 매체의 복합과 각 매체의 장점을 통합하는 것을 말한다. 즉 '매체의 컴퓨터화'와 '정보의 디지털화'를 함축하고 있을 때 현재적 의미를 갖게 된다.

(2) 이런 점에서 일반적으로 통용되는 뉴미디어라는 용어는 정확하지 않다. 뉴미디어 역시 어느 시대나 존재했던 또 언제나 존재할 수 있는 상대적인 개념이기 때문이다. 신문, 잡지시대에 라디오가 등장했을 때 이는 뉴미디어였지만 곧 지상파-케이블-위성TV이 등장한 이후에는 곧바로 올드 미디어로 자리를 옮기게 된 것이다.

## 2-3. 멀티미디어 대두의 원인 : 정보매체가 소비자 중심 형태로 변화

이러한 멀티미디어가 대두되게 된 원인은

1) 미디어 공급자 중심에서 소비자 중심으로 미디어 환경이 변화하고 있다는 점이다. 이는 최근 NOD(News On Demand), VOD(Video On Demand) 등 소위 '주문형(On Demand)' 미디어가 각광을 받고 있다는 사실에서 잘 알 수 있다.

2) 정보전달 효과를 극대화 하기 위해서는 멀티미디어가 가장 효율적이라는 점이다. 먼저 정보의 수집-가공-유통-보관이 아날로그 정보보다 압도적으로 용이한 디지털 포맷으로 정보가 생산(Digitalization)되고 있으며 이러한 디지털 정보는 생산자와 소비자간의 신속한 상호작용(Interactiveness)을 가능케 한다. 이러한 정보의 전달 및 통합 과정에서 가장 핵심적이고 효율적인 역할을 수행하는 것이 바로 컴퓨터와 네트워크인 것이다.

## 2-4. 멀티미디어 시대의 본격 도래 시점

※ 각 매체의 Interactiveness Level 비교

Low ↑	극장 영화	지정된 장소/ 지정된 시간대/ 지정된 순서대로 시청
	TV방송/라디오	지정된 시간대/지정된 순서대로 시청채널, 켜기/끄기
	홈 비디오	시간/장소/순서 선택가능 되돌리기/빨리돌리기/일시 정지/켜기/끄기
	책	시간/장소 선택가능 순서 선택 가능 (페이지 이동 자유로움)
↓ High	디지털 매체(멀티미디어)	완전한 Quick Random Access 사용자의 선택과 권한 최대(On Demand) 정보 Manipulation(편집-수정 등) 자유로움 시간에 따른 수록정보의 질 훼손 없음.

멀티미디어 시대는 시기를 잘라서 말 할 수는 없지만 다음과 같은 측면들의 긴장관계 속에서 본격적으로 도래할 것이다.

2-4-1. 사회문화적 측면

(1) 자연요소 : 패러다임의 변화에 대한 일반인들의 적응시간이 소요되며 거부감과 반발은 자연요소로 작용할 것이다.

(2) 촉진요소 : 하지만 급속한 세대와 문화의 변화, 즉 X세대-신세대-영상세대로 통칭되는 새로운 흐름은 멀티미디어 시대의 조기화에 적극적 역할을 할 것이다.

2-4-2. 기술적 측면

(1) 사회의 인프라스트럭처에 거대한 변화가 수반되어야 한다. 즉 대용량 정보유통을 위한 유-무선 통신망의 확대는 필수적인 멀티미디어 환경이다.

(2) 단말기의 변화 : 간과할 수 없는 제약요인으로 배터리등 전원공급 장치, 디스플레이 장치의 절대 크기 요구 등 극복해야 할 기술적 한계요소가 엄존하고 있어 보편화-대중화의 걸림돌이 되고 있다.

2-5. 멀티미디어 시대의 신문사의 역할

2-5-1. 대내적 측면

(1) 멀티미디어 시대에 적합한 콘텐츠(Contents) 개발

언론사가 보유한 강력한 정보력(정보의 수집-가공-전달-보관능력)을 아날로그 방식으로부터 신속히 디지털화하는 것 뿐만 아니라 기존 아날로그 형태의 정보를 디지털화하는데도 투자를 해, 멀티미디어 DB(기사-사진-동영상-그래픽-광고 등)와 같은 정보서비스를 리얼타임으로 제공해야 한다.

(2) 멀티미디어 시대에 적합한 매체 개발

또한 정보를 담는 그릇이라고 할 수 있는 미디어를 개발하는데 선도적 역할을 수행해야 한다.

현재 멀티미디어 신문의 원형이라고 할 수 있는 인터넷 신문의 기능과 성능을 뛰어 넘는 '완전히 새로운 멀티미디어 매체(Totally New Media)'에 대한 준비에 투자를 해야 한다.

2-5-2. 대외적 측면

(1) 멀티미디어 관련 정부 정책 계도 : 현재의 매체간 분리정책에서 통합-육성정책으로 정부의 정책 및 제도가 전환 될 수 있도록 다양한 의견수렴 작업을 수행하며

(2) 정보화포럼, 키드넷운동 등 다양한 캠페인을 전개해 일반국민의 마인드를 앞장서 계몽하고

(3) 정보통신 인프라 구축에 선도적 역할을 수행해야 할 것이다.

3. 조선일보사의 멀티미디어 사업

3-1. 연 혁

조선일보사는 CTS사업 추진부서인 전산본부를 멀티미디어전략 추진을 위한 전담부서로 확대 발전시킨 종합미디어본부 및 뉴미디어연구소를 설치, 한국사회의 정보화 및 언론 선진화를 선도하는 각종 사업을 수행해 왔다. 이후 정보화시대의 본격 도래 및 미디어 환경의 급변에 능동적으로 대처하기 위해 조직 및 사업을 확대, 1995년 10월 2일 국내 언론사상 최초의 멀티미디어-정보통신 전문 자회사인 ㈜디지틀조선일보를 설립했다.

1993. 11. 2 조선일보사 전산본부 뉴미디어기획팀 발족

1994. 3. 18 조선일보사 전산본부 뉴미디어연구소 설립

1995. 8. 1 조선일보사 종합미디어본부 각 팀 및 뉴미디어연구소로 확대

1995. 10. 2 멀티미디어 전문자회사 ㈜디지틀조선일보 창립

3-2. 목 표

인쇄-전자-전파매체를 아우르는 멀티미디어 언론사로 발전

### 3-3. 전 략

#### 3-3-1. One Source Multi Use전략

하나의 정보소스를 인쇄-전자-전파매체에 알맞는 형태로 가공-유통시켜 활용도를 극대화하는 전략

#### 3-3-2. 시너지 창출전략

인쇄-전자-전파 등 각 매체와 부문간의 분산과 집중을 병용해 시너지 효과를 창출함.

### 3-4. 핵심주체 : (주)디지털조선일보

### 3-5. 슬로건 : Let it be digital, make it smart

### 3-6. 사 업

디지털조선일보의 제반 사업은 한국사회 정보화의 조기실현 및 이를 통한 경쟁력 강화에 초점을 맞춰 '언제나, 어디서나, 누구나' 원하는 정보를 얻을 수 있도록 한다는 기본방향 아래 디지털기술에 기반한 멀티미디어 종합정보서비스를 제공하고 있다.

#### 3-6-1. 위성방송 : 무궁화위성 방송사업

98년경 본격화될 무궁화위성 방송사업을 위해 인력 및 시설을 마련하고 프로그램 제작 및 편성능력을 배양하기 위해 집중 투자하고 있다.

#### 3-6-2. 위성비즈니스

(1) 시티비전(Cityvision) : 전국 20개 주요 도심 위성전광판 네트워크

1995년 3월 5일 조선일보사 광화문사옥 벽면에 국내 최초의 풀컬러 동화상 뉴스전광판(CRT방식)을 설치한 이래, 1996년 10월 현재 수도권을 비롯한 전국 20개 주요 도시에 RGB-LED방식의 뉴스전광판을 설치해 무궁화위성을 통해 오전 6시부터 오후 12시까지 하루 18시간씩 뉴스와 각종 정

보, 광고를 서비스하고 있다. 이를 운영키 위한 영상취제, 제작, 편성, 송출 인력 및 시설을 보유하고 있으며 특히 사옥에 디지털 스튜디오와 자체 위성지구국, 멀티미디어 SNG(Satellite News Gatering :위성이동중계)차량을 보유하고 있다.

(2)뱅크비전(Bankvision) : 전국 8개 은행 2천여 지점 위성TV네트워크

국내 8개 주요은행의 전국 2천여 지점에 위성수신용 수상기를 설치해 영상뉴스 및 생활정보, 광고를 역시 무궁화위성을 통해 서비스하는 네트워크를 구성해 운영중이다

#### 3-6-3. 인터넷 멀티미디어 신문

(<http://www.chosun.com>)

(1) 1995년 11월부터 인터넷 월드와이드웹(WWW)에 조선일보 및 스포츠조선 뉴스, 영문뉴스 및 다한 기획물을 제공하고 있는 멀티미디어 서비스로 국내 최대의 독자(96년 10월 현재 30여만명)의 독자를 확보하고 있다.

(2) 세계 최초로 동화상 및 음성뉴스 서비스를 시작했으며 하이퍼텍스트 기능, 강력한 자료 검색기능, 미려하고 편리한 유저인터페이스 등 세계 최고 수준의 인터넷 신문으로 자리잡았으며 최신기술을 부단히 적용하여 기능 및 성능을 개선, 국내 인터넷 뉴스서비스를 선도하고 있다.

(3) 기획 및 기술의 우수성을 인정받아 정보통신부 산하 한국전자통신연구소(ETRI)에서 주관하는 서울-대덕간 초고속정보통신망 시범사업에 채택되어 서비스중이며 1996년 3월 11~14일 전세계 5천여명의 컴퓨터 전문가가 참석한 가운데 미국 샌프란시스코에서 열린 마이크로소프트社 전문개발자 회의(PDC)에서 한국을 대표하는 인터넷신문으로 소개된 바 있다. 또한 96년 10월 현재 미국의 인터넷 접속빈도 조사회사인 Web21(<http://www.web21.com>)에 국내 인터넷 홈페이지로는 유일하게 전세계 100대 사이트에 포함되어 있기도 하다.

#### 3-6-4. 굿모닝 디지털(Good Mornig Digital) :

**정보통신 전문 섹션 신문**

(1) 컴퓨터, 인터넷 등 정보통신과 문화예술을 주내용으로 하는 국내 최초의 16면 섹션신문을 96년 5월부터 발간, 매주 토요일 조선일보와 함께 배달하고 있다.

(2) 16면 울썸러로 발간되는 굿모닝 디지털은 파격적인 편집과 과감한 내용 등으로 '멀티미디어 뉴스페이퍼'로 불리며 네티즌(Netizen)들에게 절대적인 호응을 얻고 있으며 컴퓨터 초보자를 위한 교육지면도 좋은 반응을 얻고 있다.

**3-6-5. 멀티미디어 DB : 국내 최초의 기사-사진-비디오클립 DB**

(1) 조선일보 기사 및 사진, 동영상 및 음성 등 멀티미디어 정보를 최신 디지털기술을 적용해 구축하고 있는 국내 최초의 멀티미디어 DB로 발생하는 모든 자료는 물론 과거의 자료들도 소급해 축적하고 있다.

(2) 기사DB : 96년 10월 현재 기사 6만여 건 (약1년치) 축적

(3) 사진 DB : 3만여 장(약1년치)

(4) 비디오클립 DB : 6천여 건

**3-6-6. 시스템 통합(SI) 사업**

(1) CTS, 정보처리, 인터넷, 인트라넷, 위성방송 등 뉴미디어 및 정보통신 관련 시스템통합사업을 수행하고 있으며

(2) 조선일보사 토탈 디지털 CTS개발, 멀티미디어 정보자료실 구축, 인터넷-인트라넷 시스템 구축, 위성전광판 설치 및 디지털 스튜디오 구축 등을 진행했다.

**3-6-7. 전시회 및 컨퍼런스 비즈니스**

(1) 정보통신산업의 인프라스트럭처 구축을 위해 코리아네트, 위성-케이블TV전, 뉴미디어월드, PC/DB쇼 등 하이테크 전시회 및 컨퍼런스를 개최해 왔음.

(2) 세계 최대의 컴퓨터-정보통신 이벤트인 컴덱스(COMDEX)쇼를 유치, 97년부터 컴덱스코

리아(COMDEX/Korea)를 개최한다.

**3-6-8. 멀티미디어 이벤트 및 엔터테인먼트 :** 광화문 거리축제를 비롯한 멀티미디어 이벤트를 수시로 개최하고 있으며 영화 및 음반 제작, 공연사업을 진행하고 있다.

**3-6-9. 정보화 캠페인**

(1) 조선일보 21세기 정보화포럼 : 1995년부터 산업화는 늦었지만 정보화는 앞서가자'라는 주제 아래 한국 사회 정보화를 앞당기기 위한 캠페인 및 프로모션 사업 수행.

(2) 강연회 : 빌 게이츠, 앨빈 토플러, 앤디 그로브, 니콜라스 네그로폰테, 손정의, 스티븐 스피버그 등 전세계 정보통신 지도자 초청 강연회 연속 개최 중.

(3) 키드넷(KidNet)운동 : 정보화 캠페인의 구체적 사업으로 '어린이에게 인터넷을'이라는 실천과제를 목표로 '키드넷운동'을 국민운동으로 전개 중.

**3-6-10. 투자사업:**

PCS, TRS 등 차세대 정보통신사업에 대한 투자로 미래 정보유통망 확보

**3-7. 조 직**

1) 4부 1소 1실 16팀 체제 : 정보통신 및 미디어 환경에 탄력적으로 대처하기 위한 전문적이고 기동력있는 체제로 구성됨.

2) 현 인원은 170여명으로 정보통신, 멀티미디어, 인터넷, DB, 위성방송 등 디지털기술 및 정보관리기술 전문인력, 특히 시스템 통합(SI) 및 기획-관리능력을 보유한 인력을 중심으로 하는 소수정예주의를 채택하고 있음.

**4. 맺음말**

이상에서 거칠게 살펴 본 바와 같이 멀티미디어

어 시대에 적합한 콘텐츠 개발과 매체 및 네트워크의 확보가 신문사 멀티미디어 사업 전략의 요체이다. 이를 위해서는 전인미답의 길을 열어 나가려는 개척자 정신 및 과감한 투자가 필수적이다. 하지만 가장 중요한 것은 '신문사의 멀티미디어사업 다각화'라는 일견 적극적으로 보이지만 다분히 방어적인 차원의 접근이 아니라 '총체적 멀티미디어화를 통한 미디어기업으로의 변신'이라는 근본적인 패러다임의 변화를 선취하려는 마인드라고 할 수 있다.



**한 창 민**

1989년 연세대학교 철학과 졸업  
 1994년-1995년 조선일보사 뉴미디어연구소 기획팀원  
 1995년-1996년 디지털조선일보 전략기획팀장

1995년-현재 디지털조선일보 홍보/전시팀장  
 Net : changmin@chosun.com

**'97년 1·3월 학회지 특집 원고 접수 안내**

월/ 권 호	특집주제	특집 담당자	위 원	접 수 마 감
1월/4권1호	CALS	조창현 교수(경기대) T : (0331)40-7538	전세용(통신기술) 이강호(쌍용정보) 최창원(한신대) 이재용(수원여전)	'96년 12월 30일한
3월/4권2호	Security	박우근 교수(광주대) T : (062)670-2389	유홍준(홍은출판사) 윤석환(ETRI) 박용범(단국대) 민태홍(안하전문대)	'97년 2월 15일한