

변하지 않으면 '퇴출' 불가피

디지털 혁명이 목전에서 일어나고 있다. 문자, 음성, 사진, 동영상, 애니메이션 등이 하나로 통합된 초고속 광통신을 타고 세계를 누빈다. 멀티미디어 시대라 일컫는 21세기는 이렇듯 잡지, 신문, 방송, 영화, 정보통신 간의 경계선을 무너뜨리고 새로운 형태의 미디어들을 탄생시키고 있다. 전자 잡지, 인터넷 신문, 인터넷 방송 등이 그 대표적인 예라고 할 수 있다. 이들은 기존 미디어가 갖는 특성은 물론, 인터넷이 지니고 있는 불특정 다수의 리얼타임 정보전달, 즉, 동시에 보고, 들을 수 있을 뿐만 아니라 쌍방향 통신에 의한 피드백이 실시간으로 이루어져 21세기 새로운 언론 매체로 각광받고 있다.

■ 김 인숙 前 월간 <환경과 조경> 편집장

연재 순서

- 1 I. 들어가는 말
II. 미디어의 발달과 구조변화
- 2 III. 전자잡지의 등장과 발달
- 3 IV. 웹진의 이해
- 4 V. 웹진의 저널리즘적 특성
- 5 VI. 세계 미디어 시장과 잡지기업의 전략
- 6 VII. 전자잡지의 미래

1. 들어가는 말

21세기는 방송, 잡지 출판, 통신, 컴퓨터가 결합하는 본격적인 멀티미디어 시대로 전환하는, 이른바 정보혁명의 시대, 멀티미디어의 시대, 커뮤니케이션 혁명의 시대라고 일컬어진다.

이러한 미디어 환경의 변화와 정보화 사회로의 진전에 따른 멀티미디어 발전에는 인터넷이라고 하는 범 세계적인 정보네트워크의 성장이 큰 역할을 담당하고 있다. 소위 '정보의 바다'라고 일컬어지는 인터넷이 부각되고 기존 미디어가 축소되면서 등장하는 새로운 경향은 바로 기존 미디어와 인터넷의 융합이다.

즉 인터넷의 대표적 특성인 멀티미디어 기술이 급진전됨에 따라 매체간 고유 경계선이 무너져 문자, 음성, 사진, 동영상, 애니메이션 등의 통합적 처리가 가능하게 되었다. 이러한 현상으로 인해 신문, 방송, 잡지 출판, 영화, 정보통신 간의 경계선이 모호해지고 기존 매체를 응용한 새로운 형태의 매체들이 탄생하고 있는 것이다.

인터넷 신문, 인터넷 잡지, 인터넷 방송 등이 그 대표적 예라고 할 수 있다. 이들은 신문, 잡지 출판, 방송과 같은 기존 매체의 특성 외에도 인터넷에서 활용할 수 있는 독특한 영역을 추가 시킴으로써 새로운 21세기 언론 매체로 각광받고 있다.

이 중 인터넷 잡지는 유구한 전통을 가진 인쇄 잡지와는 또 다

른 형태로 디지털 시대에 새로운 변화를 시도하는 전자 잡지의 하나로 주목을 받고 있다.

전자 잡지에 관한 정의는 아직 정론화하지는 않았지만 일반적으로 전자적 형태로 존재하는 잡지로서 인터넷잡지 외에도 CD-ROM잡지와 웹진을 포함한다. 임의적인 구분이기는 하나 인터넷상에서 검색이 가능한 전자 잡지는 활자매체에서 시작해 인터넷으로 재편집 나온 것을 제1세대, 인터넷에서 자생적으로 생겨난 것을 제2세대, 인터넷에서 생겨나 다시 활자 매체로 확장된 형태를 제3세대로 구분하기도 한다.

국내에서는 각 신문사와 잡지사에 의해 이루어지는 제1세대 전자 잡지가 가장 많고 제2세대와 제3세대 웹진이 속속 출현하고 있다. 구체적으로 표현하자면 1세대는 인터넷 잡지, 2,3세대는 웹진이라고 명명하지만 아직 이들 간의 개념이 보는 시각에 따라 다소 차이가 있어 이 모든 것을 일컬어 전자 잡지, 인터넷 잡지 또는 웹진, 이진(Electric-zine), 온라인 매거진 등으로 혼용해 사용하고 있다.

짧은 시간에 급속한 성장을 하고 있는 웹진의 세계적 추세를 살펴 보면 93년 <핫와이어드>라는 세계 최초의 사이트가 등장한 이래, 현재 4만종에 이르고 있다. 96년 처음, 태동한 국내의 경우는 검색 엔진 야후 코리아에서 검색한 결과 2000년 6월 말 현재 4백44종이 검색되었다. 이것은 인터넷신문이나 인터넷방송의 증가 추세와 비교했을 때 상대적으로 큰 증가폭이다.

본 연재시리즈는 이러한 시대적 흐름과 명제 하에 디지털 혁명을 간단히 살펴 보면서 전자 잡지(특히 웹진) 분야에 역점을 두어 그동안 흩어져 있는 전자 잡지에 대한 내용과 자료를 한곳에 모아 정리한다는 차원에서 구성했다.

이러한 맥락에서 본 연재는 총 11회에 걸쳐 소개, 제1, 2회는 오늘날과 같은 뉴미디어 발달과 변화의 동력이라고 할 수 있는 정보통신기술과 뉴미디어의 발달 과정을 개괄적으로 조명해 보았다. 이를 근간으로 뉴미디어 시대 미디어의 환경 변화 및 구조 변화를 모색해 보면서 온라인 미디어의 성장 배경을 논의하고자 했다.

제3, 4회는 온라인 미디어의 하나인 전자 잡지의 등장 배경과 발달과정을 훑어 봄으로써 전자 잡지의 개념 및 특성과 종류를 간단히 조명해 본다.

제5, 6회는 국내에서 그 역사가 일천한 전자 잡지 중 최근에 가장 주목을 받고 있는 웹진에 대한 정의와 특징 및 현황과 실태를 짚어보고 국내 외의 대표적인 사례를 간단히 언급한다. 이

어 제7, 8회는 기존 인쇄 잡지와 웹진의 차이점, 사이버 공간에서 전자 잡지의 저널리즘적 기능과 역할을 조명함으로써 대안 언론으로서의 웹진에 대한 이해를 돕고자 했다.

제9회는 세계 미디어 시장과 잡지기업의 전략을 통해 이들의 경영 다각화 및 잡지미디어의 환경변화 그리고 세계 잡지기업의 기업합병을 통한 경영전략을 훑어 봄으로써 세계적 잡지기업의 동향과 움직임을 주시해 볼 것이다.

이러한 변화를 토대로 마지막 제10, 11회는 전자 잡지의 미래에 대한 논의에 앞서, 먼저 미래 디지털 혁명 시대에 잡지언론의 새로운 패러다임이 어떻게 형성되고 재편집 될 것인지를 예측해 보았다. 또한 잡지미디어 정착을 위한 기술적 특성을 재조명해 봄으로써 국내 전자 잡지 저널리즘의 발전 방안을 모색하는데 초점을 맞추고자 했다.

앞서 살펴 보았듯이 정보통신기술의 발전은 컴퓨터와 인터넷 사용자의 증가를 가져 왔고 이에 따라 인쇄기가 아닌 인터넷을 이용한 잡지의 발행이 점차 늘어나고 있는 것이 세계적 추세이다.

또한 뉴테크놀러지의 발전은 텔레비전이나 라디오를 켜는 것처럼 인터넷의 접속을 쉽게 함으로써 앞으로 이용자의 폭이 20~30대에서 40~50대로까지의 확장을 의미한다고 볼 수 있다. 더욱이 인터넷의 발전과 함께 성장하는 초기 사이버 세대들이 40~50대가 되었을 경우 웹진의 이용 가능성은 지금보다 훨씬 확대된다고 할 수 있다.

그러나 최근 들어 전자출판에 관한 연구와 논의는 활발히 이루어지고 있는 반면, 전자출판의 한 분야인 전자 잡지에 관한 연구는 아직 미흡한 실정이다. 더욱이 실무분야에서의 운용 역사가 짧아 디지털 기술을 통한 전자 잡지를 적극적으로 확대 발전, 잠재 가능성 독자를 끌어내는 데 많은 한계를 안고 있다.

때문에 다채널 다매체 시대 수용자(독자)의 라이프 스타일의 변화와 흐름에 맞춰 전자 잡지의 현황과 실태, 국내 전자 잡지의 발전 방안을 모색해 보는 작업은 한국잡지 저널리즘의 역사적인 측면에서 의미 있는 일이라고 할 수 있다. 무엇보다도 국내 잡지언론의 멀티미디어 시대에의 대비와 이미 정보화 시대 흐름에 동참하고 있는 국내 전자 잡지 저널리즘의 발전을 앞당기는 데 소기의 효과를 기대해 볼 수 있을 것이다.

II. 미디어의 발달과 구조변화

토플러는 인류역사의 변화 과정을 1만년 전 농업으로 출발한 '제1의 물결'과 산업혁명으로 시작된 '제2의 물결'을 거쳐 현

재의 정보화 현상 추이를 '제3의 물결'로 전망했다. 제3의 물결이 가져다 줄 새로운 문명은 고도의 과학기술에 바탕을 두고 산업사회의 특징인 표준화, 동시화 등의 제약을 벗어나는 새로운 정보사회로의 진입이다.

21세기 현대사회를 '정보의 혁명' '컴퓨터의 혁명' '커뮤니케이션의 혁명'으로부터 파급된 정보사회라고 일컫는 이유도 여기에 있다. 정보사회란 정보통신기술의 급속한 발전과 사회 전반에 걸쳐 정보와 지식의 가치가 높아지는 사회를 말하기 때문이다.

지금 우리는 정보통신기술의 혁신적 발전으로 커뮤니케이션의 시간적 공간적 벽을 허물고 전세계를 단일한 커뮤니케이션 공간으로 만드는 '커뮤니케이션의 지구촌화(globalization)'를 맞고 있는 것이다.

1. 정보기술과 뉴미디어

뉴미디어는 70년대 중반 기존의 매스미디어, 즉 텔레비전이나 라디오, 잡지와 신문에 비해 정보에 대한 접근을 보다 편리하고 다양하게 확대시켜 주는 미디어이다. 여기에는 케이블TV, 홈비디오, 위성방송, 텔레텍스트, 비디오텍스 등이 포함된다. 최근에는 하이퍼미디어(hypermedia) 또는 멀티미디어(multimedia)라는 개념이 사회적으로 통용되는데, 이는 기존 방송기술에 통신과 컴퓨터 기술이 추가되어 보다 발전된 형태의 미디어를 의미한다.

지금까지 뉴미디어와 멀티미디어는 편의상 구분 없이 사용되어 왔다. 그러나 정확히 표현하면 멀티미디어는 뉴미디어를 포괄하는 개념으로 보아야 할 것이다. 왜냐하면 멀티미디어란 개념은 뉴미디어가 발전하는 과정인 지난 80년대 중반 이후부터 사용되기 시작한 것으로 컴퓨터의 보급 확대에서 비롯됐기 때문이다.

'멀티'라는 접두어는 복합적인 의미를 지닌다. 여기서 복합적이란 뉴미디어가 다루는 영상, 문자, 음향 등의 정보형태는 물론, 동시에 컴퓨터의 고유 기능인 정보저장력과 정보전송력 그리고 다양한 정보검색력을 모두 포함하고 있음을 의미한다.

일반적으로 멀티미디어라는 용어는 영상, 음성, 데이터 등 다양한 형태의 메시지, 혹은 서비스를 하나의 미디어를 통해서 제공하는 기기를 말하는

것으로, 다양한 정보를 처리하는 방식으로 디지털 압축, 전송, 복원기술을 사용하며, CD롬이나 온라인 정보서비스를 이용하여 미디어와 이용자, 혹은 미디어 이용자 간에 쌍방향적인 정보 검색 그리고 정보교류를 가능하게 하는 복합 미디어 개념을 포함하고 있다.

즉 이용자들이 어떤 종류의 정보서비스를 원하고, 언제 받고자 하는지 또한 어떤 형태로 얻고자 하는지를 스스로 결정할 수 있는 쌍방향적인 성격을 가진 전자채널을 통해 문자와 소리, 영상, 그래픽 등으로 제공된다

인쇄기술에 의존했던 활자미디어나 전파기술에 의존했던 전자미디어가 지난 반세기 동안 지배적인 매스미디어로 존재해왔다. 그러나 현 시점에서 멀티미디어란 인쇄나 전파기술을 뛰어넘는 고도의 정보처리 기술과 첨단 정보전송 기술이 추가된 새로운 차원의 미디어 기술을 지칭한다.

멀티미디어의 등장은 의도적이라기 보다는 주변의 혁신기술을 모체로 파생된 부수적 산물로서의 성격이 강하다고 볼 수 있다. 여기서 혁신기술이란 컴퓨터기술과 통신기술로 집약할 수 있으며 이 모든 것이 정보기술의 발달에서 비롯됐다고 할 수 있다.

멀티미디어의 기술적 특성으로는 흔히 컴퓨터와 통신의 '융합'(convergence)을 든다. 실제로 컴퓨터와 통신의 융합이 이루어질 수 있었던 근본적인 요인은 극소전자기술의 발전 과정에서 비롯된 디지털 방식의 등장 때문이었다. 디지털 방식은 컴퓨터의 정보처리(processing)부분과 통신기술의 정보전송



출처: 전석호, 『정보사회론』, 서울: 나남, 1995, p45

(transmitting)부분이 상호 결합할 수 있는 바이너리 코드방식에 따른 공통언어 시스템이 가능했기 때문이다.

앞서 간단히 밝혔듯이 정보처리 기술의 역사적인 전환은 컴퓨터의 등장에서 비롯된다. 튜링(Turing), 섀넌(Shannon), 바이너(Wiener)가 컴퓨터 기술의 태동에서 각기 독특한 이론적 기반을 구축했다면, 존 반 뉴먼(John von Neumann)은 실제로 근대적 의미를 갖춘 전자식 컴퓨터를 최초로 실현시킨 공헌자이다. 뉴먼은 컴퓨터의 정보처리 기능을 통제하고 수행할 수 있는 제어용 프로그램을 컴퓨터 내부에 저장해 EDVAC이란 이름을 붙여 1940년 말에 컴퓨터를 시장에 선보였다.

1960년대부터는 컴퓨터 기술이, 전자공학과 함께 급진적인 발전을 이루면서 기존 미디어로도 그 기술의 도입이 시도되었다. 특히 1971년 기존의 컴퓨터 중앙처리 장치에 해당하는 고기능의 논리회로를 밀집시켜 담을 수 있는 반도체 소자, 즉 마이크로 프로세서의 등장이 멀티미디어의 개발을 촉진시킨 기폭제 역할을 맡았다.

이러한 컴퓨터와 정보통신 기술은 짧은 기간에 비약적인 진보를 거듭, 정보사회를 특징짓는 핵심적인 기술로 인정받고 있다. 뿐만 아니라 컴퓨터와 커뮤니케이션 미디어의 기술적 융합 과정 역시 정보사회를 이해하는 데 필수적이라 할 수 있다.

이른바 '컴퓨터커뮤니케이션'(C&C: Computer Communication) 또는 커뮤니케이션(communication)으로 지칭되는 두 분야의 기술적 융합은 정보사회의 진전을 더욱 구체화시키는 데 근간을 이루고 있다.

정보사회로 접어들면서 잡지미디어에서도 가시적인 변화들을 수없이 발견하게 된다.

첫째, 텍스트 중심이 아닌 비주얼 편집이 증가하고 있다. 영상미디어에 길들여져 있는 세대들을 독자층으로 끌어들이기 위해 컬러, 사진, 그래픽 사용을 대폭 늘리고 있다. 잡지의 경우

그래픽과 사진과 다양한 컬러 사용으로 화려한 지면을 선보이고 있다. 글자와 선을 이용한 단조로운 편집에서 벗어나 점차 글자와 지면이 여유 있게 편집되고 그림이나 컷도 더욱 다양하게 많이 사용되고 있는 것이다.

둘째, 전자 잡지에 대한 끊임 없는 연구와 노력이 이루어지고 있다. 종이는 탄생 이후 2천년 가까이 문명을 유지하고 전수하는 중추적 도구로 기능해 왔다. 그러나 정보통신 기술의 발달로

종이의 중요성은 과거에 비해 눈에 띄게 줄어들고 있다. 종이이라는 2천년 역사를 자랑하는 미디어 대신 컴퓨터 속에 존재하는 무형의 가상공간을 지면 삼아 전자 잡지라는 새로운 유형의 미디어가 활발한 시도를 계속 하고 있는 것이다.

셋째, 잡지미디어는 여러 형태의 미디어에 콘텐츠를 제공하는 복합적인 정보산업으로의 전환을 조심스럽게 꾀하고 있다. 최신 기사만 올려놓는 것이 아니라 과거 기사, 내지는 이들을 다시 재편집해 지적상품화하고 있다.

마지막으로 정보사회에서 멀티미디어의 중요성이 점차 증가하자, 잡지기업은 멀티미디어 개발과 활용에 많은 노력을 기울이고 있다. 멀티미디어 시대에 새장을 열었던 CD-ROM 잡지는 물론, 온라인 정보서비스에 있어서도 타 인쇄미디어에 비해 후발자로 참여했지만 서서히 그 자리를 굳혀나가고 있는 것이다.

2. 미디어의 환경변화

컴퓨터와 정보통신기술의 급격한 변화와 발전을 가리켜 앤서니 스미스(Anthony Smith)는 이미 커뮤니케이션의 '제3의 혁명'이 시작되었다고 지적한 바 있다. 커뮤니케이션의 멀티미디어화로 컴퓨터와 정보통신 기술을 이용하지 않는 미디어가 없을 정도로 오늘날 미디어 환경에 엄청난 변화가 일어나고 있다.

컴페인(Compaine)은 미디어의 환경변화를 정보내용(content), 전달방식(process), 정보표현 양식(format)등 세 가



정보기술의 태동과 발전 과정

태 동

- ▶ 근대 물리학의 발달에서 그 근거를 찾을 수 있음
- ▶ 1837년: Morse(아미) 유선전기기 발명
- ▶ 1864년: James C. Maxwell(영)의 전자파 이론 정립
- ▶ 1876년: Bell(미)의 유선전화 발명
- ▶ 1877년: Edison(미)의 축음기 발명
- ▶ 1895년: Marconi(미)의 무선전신기 발명

발 전 과 정

[제1세대(진공관세대)]

- 1904년: John. A. Fleming(영), 2극 전자관 발명(전자산업의 기원으로 추정)
- 1906년: Lee Deforst(미) 3극 전자관 발명
- 1916년: Edwin. H. Armstrong(독) 라디오 발명
- 1920년: Westing House사: 라디오방송국 개국
- 1924년: 미, 라디오제조자협회(RMA) 창립
- 1928년: Baird(영) 기계식 TV 발명
- 1936년: BBC(영) 세계 최초 정규 흑백 TV 방송 개시

[제2세대(Tr세대)]

- 1847년: Bell 연구소(미) 점접촉식 트랜지스터(Transfer-Resistor) 발명
- 1951년: 접합형 트랜지스터 발명
- 1954년: Silicon 트랜지스터 발명
- 1955년: Epitaxial 성장형 트랜지스터 발명
- 1956년: 확산형 트랜지스터 발명

[제3세대(IC세대)]

- 1959년: TI(미), Fairchild사 IC개발
- 1964년: IBM(미) 360시리즈컴퓨터 발표
- 1966년: RCA(미) ICTV 발표
- 1967년: IBM(미) 반도체 메모리 실용화
- 1970년: 일, IC 컬러 TV 실용화
- 1971년: Intel(미) 사 4bit Microprocessor 개발
- 1973년: IBM(미) 4bit CMemory 개발

[제4세대(PC세대)]

- 1975년: Altair사, 개인용 컴퓨터(PC) 개발
- 1978년: Micro-Camera 개발
- 1981년: BM, MS-DOS 채용 16bit PC 발표
- 1982년: 미, Micro Mainframe 개발
- 1984년: IBM 16bit AT기종 발표

[제5세대(디지털혁명)]

- 1990년: 일, 디지털 VTR 개발
- 1991년: 미, 마이크로소프트 윈도우 3.1 발표
- 1994년: 미, EC 디지털 TV 방송 규격 제정
- 1996년: 미, 실리콘발광소자 개발
- 1998년: 일, DVDR 개발
- 1990년: 일, TFT-LCD 개발
- 1992년: 애플(미), 개인 휴대 단말기(뉴턴)
- 1996년: 한, 1G DRAM 개발
- 1997년: 일, 5.2GB 광디스크 개발

*출처: 한국전자산업진흥회, 『전자산업 40년의 발전과 성과』, 1999, p.1.

지 측면에서 설명하고 있다.

첫째, 정보 내용상의 변화란 뉴스, 오락물, 교육, 문화, 시사 등 미디어 편성분류에 속하는 모든 프로그램 유형이 보다 세분화되고 전문화되어 가는 추세를 의미한다. 즉 신문 또는 텔레비전과 같은 기존 매스미디어는 최대 다수의 수용자를 확보하기 위해 하나의 미디어에 다양한 내용을 다루고 있다. 나아가 점차 수용자의 다양해진 정보욕구와 세분되는 정보용도에 따라 특정 내용을 전문으로 다루는 다수의 매체가 확산되고 있다. 이에 따라 뉴미디어는 '최대다수'가 아니라 '특정다수'를 대상으로 정보내용을 다루게 된다.

둘째, 정보전달 방식의 변화란 기존의 인쇄 또는 전파미디어 외에 케이블, 광섬유, 통신위성, 마이크로파, 컴퓨터 네트워크

등 새로운 전송방식이 활용되고 있는 것을 말한다. 특히 새로운 채널기술은 정보교환의 방향성을 바꿔 놓고 있다. 기존 미디어의 일대일(point-to-point) 또는 상호다수간(many-to-many)의 정보교환이 쌍방향으로 자유롭게 가능해진다. 이로 인한 채널 상호성(interactivity)은 매스미디어 개념을 재고 시키는 동시에 뉴미디어를 상징할 수 있는 가장 획기적인 혁신적 속성으로 평가되고 있다. 또한 이와 같은 정보전달 방식의 변화에 따라 그 수단에 적합한 정보수집, 창출, 보관, 관리 등 새로운 정보처리 기술 혁신도 동반되고 있다.

셋째, 정보표현 양식의 변화란 영상, 음성, 활자, 음향 등으로 구분했던 미디어의 정보표현 형태가 점차 혼합돼 가는 현상을 의미한다. 이러한 혼합은 '영상혁명'(visual revolution)으로 불리는 뉴미디어의 영상화 추세로 나타나고 있다.

새로운 미디어의 환경변화는 곧 새로운 미디어 산업을 창출함으로써 미디어 시장(media marketplace)의 확장과 경쟁을 부추기고 있을 뿐만 아니라 정보 관련 기업 간의 통합현상도 일으키고 있

다. 결국 커뮤니케이션 미디어 간의 기술적 수렴과도 깊은 관련을 맺고 있다. 미디어의 기술적 수렴이란 컴퓨터나 기술의 융합으로 인해 정보의 전달방식 및 전달유형이 점차 새로운 집합적인 특성으로 전환되어감을 의미한다.

여기에는 몇 가지 중요한 특성이 나타나고 있다.

첫째, 디지털화(digitalization)이다.

컴퓨터에 접속하는 정보처리 및 전달양식을 위해서는 모든 정보가 디지털 신호로 통일되어야 하는 기술적 속성이 뒤따른다. 디지털이 아날로그 방식에 비해 정밀도가 높고 재현 성능이 우수하며, 음성과 영상의 구분 없이 동일회선으로 통일된 전송방식이 가능한 장점 때문에 통신 및 미디어 기술 전반에 걸쳐 디지털화해 가는 경향을 보이고 있다.

둘째, 영상화(visualization)이다.

이는 문자, 음성, 음향, 영상, 기호 등 지각적 소구력이 각각 다른 정보 형태들이 텔레비전 스크린을 통해 영상화한 정보 전달 형태로 전환하는 경향을 의미한다. 영상화의 대표적 전환은 전자신문 형태인 텔레텍스트나 비디오텍스트와 같은 기존 활자 미디어의 변모를 꼽을 수 있다. 최근에 개발되고 있는 텔레비전 수상기의 다기능성, 즉 다중 음성방송 및 스테레오 음향, 고선명 TV(high-definition television), 동시 복수 채널 텔레비전 등은 모두 이러한 영상화의 일면을 나타내고 있다.

셋째, 종합화(integration)이다.

미디어의 종합화 경향은 고도화한 유선 및 무선 전송 수단을 융합해 형성된 정보망을 활용하는 것이다. 실용 단계에 있는 부가가치통신망(VAN: Value Added Network)이나 근거리정보통신망(LAN: Local Area Network) 그리고 정보망의 절점으로 일컬어지는 종합통신망(ISDN: Integrated Services Digital Network) 개발은 뉴미디어의 종합성을 잘 보여 주고 있다.

넷째, 상호화(interactivity)이다.

상호성은 컴퓨터시스템이 기존 텔레비전에 도입되어 단방향으로 유통되던 미디어

의 정보전달이 쌍방향화 함에 따라 수용자의 의도에 따른 정보 선택이 가능해진 기술적 혁신에서 비롯된다. 쌍방향 미디어로는 고기능 비디오텍스트, 화상통신회의, 화상전화 및 쌍방향케이블 텔레비전을 꼽을 수 있다.

마지막으로 뉴미디어의 비동시화 기능을 들 수 있다. 이는 종래의 미디어 행위가 성립되기 위해서 정보의 전달자와 수용자가 반드시 참여해야 하는 시간적 공간적 제한을 받지 않아도 되는 것이다. 즉 전자사서함(electronic mail)이나 전자게시판(electronic board)과 같은 컴퓨터 커뮤니케이션에서 편리한 시

간에 정보를 전달하고 수신하는 비동시적인 미디어 기능이 발휘되고 있다.

잡지분야의 경우 이러한 현상은 쉽게 찾아볼 수 있다. 잡지는 불과 얼마 전까지만 해도 활자를 이용해 대지에 작업을 해서 발간되었다. 그러나 요즘은 활자는 사라지고 컴퓨터와 매킨토시, 스캐너 등을 이용한다. 뿐만 아니라 CD-ROM이나 통신망을 통해 기사를 올리거나 인터넷상에서 전통적인 인쇄방식을 이용하지 않고도 제작이 가능해졌다. 단순히 문자 위주로 정보를 전달하는 방식에서 벗어나 음성과 동영상을 함께 제공하는 미디어로 변모하게 된 것이다.

이러한 측면에서 볼 때 이제 정보통신 기술과 컴퓨터가 잡지미디어에 지각변동을 일으킬 것이라는 점에는 의심의 여지가 없다.

3. 미디어의 구조변화와 융합

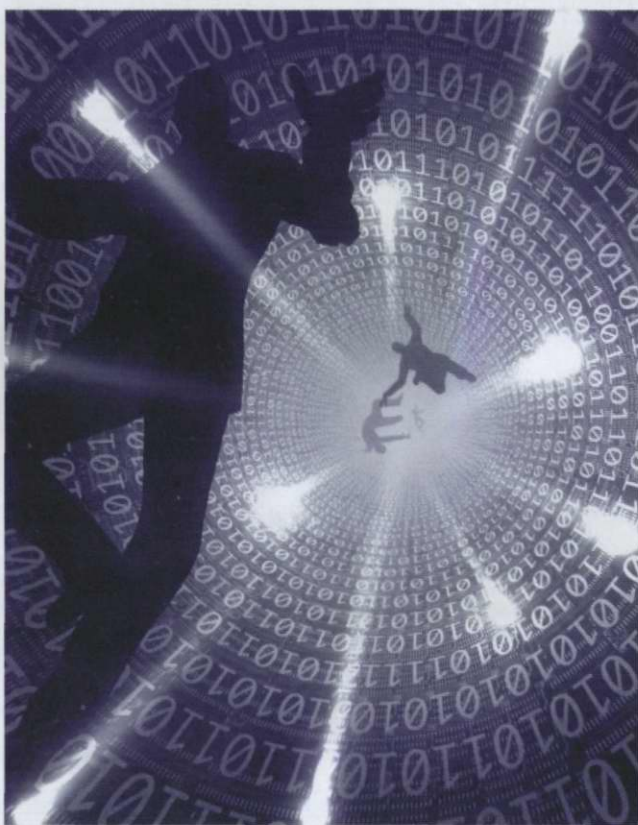
1) 미디어의 구조변화

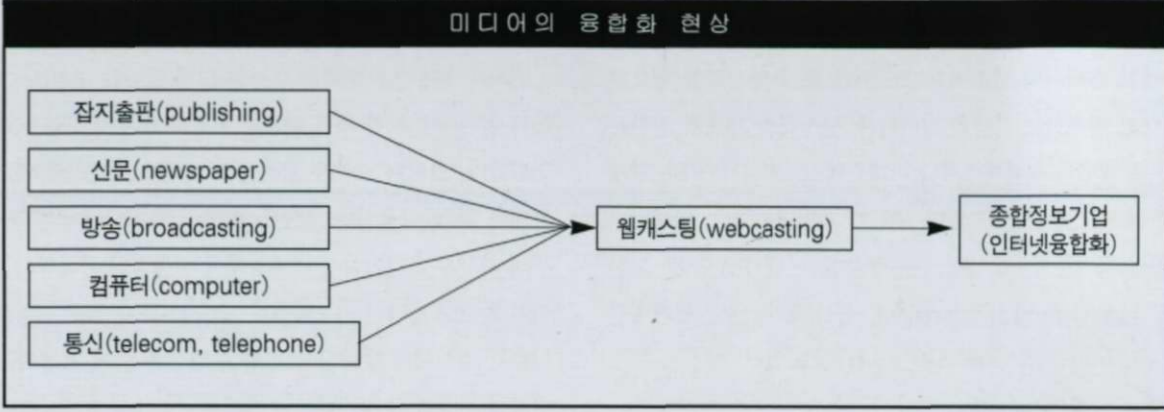
정보기술에 따른 미디어의 기능적 구조적 변화에 따라 개별미디어의 독자성과 독립성이 약화되는 동시에 미디어간 콘텐츠와 서비스의 융합(convergence)이 가속화, 정보양식과 미디어양식도 변하고 있다.

마크 포스터(Mark Poster)는 커뮤니케이션 테크놀러지의 발전이 정보혁명을 유발시켜 왔다면 '정보양식(Mode of Information)'이라는 새로운 개념을 주장했다. 포스터는 인류

역사의 발전단계를 지배적인 정보양식의 유형에 따라 첫째는 대면적이고 구어적으로 매개된 의사소통단계, 둘째는 인쇄를 매개로 해서 글로 쓰여진 의사소통단계, 셋째는 전자적으로 매개된 의사소통 단계로 나누고 있다.

포스터가 특별히 주목하고 있는 부분은 세 번째 단계인데, 이 단계에서는 전자적 커뮤니케이션이 사회의 중심 테크놀러지로 부각되어 정보의 비중이 엄청나게 높아지고 있다. 그는 이러한 전자적 커뮤니케이션이 현대사회의 조직을 바꿔 놓고 있으며,





특히 인간 상호작용의 구조를 변형시킨다고 보았다.

다니엘 벨(D. Bell)도 사회적 하부구조의 역사를 운송체계로부터 에너지 체계로 그리고 매스컴 체계로의 진전 등 세 단계로 설명하고 있다. 세 번째 단계인 매스컴은 컴퓨터 기술과 융화된 형태를 띠며 정보혁명을 일으킨다는 것이다.

디저드(Dizard)도 인류의 역사에서 세 번의 중요한 커뮤니케이션 발전단계가 있었다고 보고 있다. 첫째는 '폐니프레스'와 값싼 서적을 가능케 했던 19세기 중반 인쇄술의 발전과 필프종의 등장을 들었고, 둘째는 라디오와 TV가 우리 생활에 급속히 파고들었던 20세기 초반의 전파혁명을 들고 있다. 셋째는 컴퓨터와 커뮤니케이션의 결합으로 정보 및 오락물의 생산과 저장 및 분배 방식이 디지털로 변하는 20세기 후반의 정보혁명을 꼽았다.

폴(Pool) 교수도 이미 15년 전에 새로운 미디어 기술의 발전 형태를 '미디어양식의 융합' (the convergence of communication modes) 과정으로 요약한 바 있다. 이는 컴퓨터와 통신기술이 융합되어 종래의 매스미디어에 응용이 가능해짐으로써 정보처리 및 전달방식이 합일적으로 전환되어감을 뜻한다.

또한 [이코노미스트]지의 전 편집장 노먼 마크(Norman Macrae)도 "점차 미디어 내용은 음성과 비디오 또는 인쇄정보를 조합하여 0과 1로 상징되는 디지털 정보로 바뀌고 있다"고 지적한 바 있다.

결과적으로 미디어 기능상의 분류와 경계가 흐려지고 미디어마다 고유의 정보처리 영역이 복합, 다중화하는 정보혁명 시기로 접어드는 단계에서는 새로운 형태의 정보미디어의 급속한 발전은 물론, 올드미디어는 컴퓨터를 활용하는 대대적인 구조개편을 수행하게 된다.

그렇다면 잡지가 정보기술과 만나게 되면 어떻게 될까. 일반적으로 대부분의 경우 컴퓨터를 이용하여 제작되지만 인쇄단계에서는 종이 외에도 전자적인 방식으로 출판되기도 한다. 이러한 전자문서의 경우 이전의 인쇄미디어가 그랬던 것처럼 메시지 제작, 편집, 출판 과정이 동일하게 진행된다. 그러나 정보기술과 컴퓨터의 기술 발달로 전과정이 기술적으로 진행될 뿐만 아니라 최종 생산단계에서 종이 인쇄 대신에 전자정보의 형태로 제작되고 있다는 점에서 크나 큰 변별성을 찾아 볼 수 있다.

2) 미디어의 융합

기존의 신문이나 잡지는 대량의 문자정보 외에 음성이나 동영상 제공할 수 없었고, 라디오는 대량의 텍스트와 사진을, 텔레비전은 많은 양의 글을 전달하는 데 한계가 있었다. 그러나 정보기술의 발달에 따라 미디어 구조에 대대적인 지각변동이 일어나 멀티미디어 경향이 뚜렷해지면 미디어 융합이 이루어지고 있다.

또한 컴퓨터를 매개로 모든 미디어가 기존의 아날로그 방식에서 디지털화하고, 여기에 디지털 정보를 전달하는 정보네트워크의 발전이 합세해 미디어의 융합은 더욱 가속화하기에 이른다. 신문, 잡지, 영화, 음반, 라디오, 텔레비전 등 기존 미디어는 컴퓨터와 만나 제작비 절감은 물론이고 질적 향상과 글로벌 네트워크(global network)인 인터넷을 통한 새로운 미디어도 창출하고 있다.

케이블TV의 전화사업은 물론 전화회사의 방송사업이 가능해졌을 뿐만 아니라 팩시밀리 기기는 인쇄물과 전화를 융합시키고, CD롬은 개인용 컴퓨터와 인쇄기계 등의 정보자원을 한 곳에 결합시켜 개별미디어 서비스가 하나로 통합되고 있다.

미디어의 융합은 미디어 환경 변화 중 가장 주목해야 할 부분으로 크게 네트워크 융합, 서비스의 융합, 기업의 융합이라는 세 가지 측면에서 이해될 필요가 있다.

첫째, 네트워크 융합(convergence of network)을 들 수 있다. 즉 방송은 방송망 외에도 통신망을 통해서 전송 가능하며 또 통신은 통신망 뿐만 아니라 방송망을 통해서도 이루어질 수 있다. 방송망과 통신망의 구분이 사라지는 것이다. 비단 여기에 국한되지 않고 기존 미디어들과 통신과의 융합도 가능해지고 있다. 잡지상품(콘텐츠)은 인터넷에서 별도의 유통망 없이 내용 전달이 가능하다. '비트(bit)' 잡지상품은 물리적 공간 이동에 필요한 교통수단 없이 네트워크와 연결되어 있으면 인터넷 네트워크 자체가 유통망이 되어 전세계 모든 곳에 잡지 정보상품을 판매할 수가 있다.


둘째, 서비스의 융합(convergence of service provision)이다. 이는 기존 미디어 간의 서비스 구분이 불분명해지는 경제 영역적 서비스가 출현한다는 것이다. 서비스의 융합이 가져 오는 파급효과는 신규 서비스의 등장으로 기존 서비스와의 경쟁이 심화될 뿐만 아니라 ② 새로운 경쟁자의 등장으로 기존 시장 자체의

경쟁이 극심해지며 ③ 신규 서비스가 기존의 법 제도의 틀 안에서 정의되어 있지 않아 적용할 법규범이 애매하다. 기존 서비스의 새로운 응용 역시 현재 법 제도의 틀로 규제하기가 용이하지 않아 전반적인 혼란이 야기될 수가 있다. 따라서 이들에 적용할 법적 제도 장치가 시급하다. ④ 서비스 융합 현상에 의해 잡지는 인쇄 잡지를 모태로 한 전자 잡지와도 경쟁해야 하는 상황이 발생할 뿐 아니라 신문 방송사의 웹진 창간(MBC-넷담, 조선-디조) 등으로 이들과도 경쟁하는 상황이 전개된다.

셋째, 기업의 융합(convergence of corporate organizations)을 들 수 있다. 기업의 융합으로 인해 방송사업자와 통신사업자가 연합, 합병 등에 의해 하나가 되기도 하고, 특정 분야의 사업에 종사하던 사업자가 다른 분야로 진출하기도 한다.

또한 잡지출판 사업자가 방송사업과 통신사업을 할 수도 있으며, 역으로 방송 사업자와 통신 사업자의 잡지출판사업도 가능해졌다. 이렇게 기업의 융합을 통해 해당 기업 간의 경쟁이 심화하며, 이러한 경쟁에서 유리한 고지를 선점하기 위하여 또는 경쟁을 회피하기 위하여 각 기업은 연합, 합병 등을 통하여 규모를 확장시키는 경향을 보인다. 기업의 융합화가 가속되면 잡지기업, 신문기업, 방송기업, 통신기업의 구분이 모호해지고 결국은 종합정보 기업화를 추구하게 된다.

한마디로 미디어의 융합화란 위의 그림과 같이 잡지 신문 방송 그리고 컴퓨터와 통신이 인터넷¹⁾을 중심으로 통합되는 현상을 말한다. 융합화의 집결지점은 종합정보기업화라고 할 수 있다. 즉 지금까지 전통적 미디어들은 정보상품의 출구가 각각 분화해 가는 특징을 갖고 있는 반면 인터넷은 각 미디어의 운영이나 형식 면에서는 각각 독립적으로 정보상품의 출구를 통해 하나의 단일한 창구(window)로 모이게 한다.

이렇게 되면 잡지 신문 방송 컴퓨터 통신산업 중 어느 분야가 주도권을 갖느냐 하는 데에 관심이 모아지며, 중심미디어의 선점을 위한 동종 이종 미디어 간 경쟁이 치열하게 전개될 것이다. 어느 산업분야가 주도권을 확보하건 간에 최종적인 모습은 이 모두를 통합한 산업형태를 갖추게 될 것이다. 그 통합의 귀결점은 종합정보 기업화일 것이며 잡지 신문 방송 컴퓨터 통신산업의 발전전략은 결국 종합정보 기업화를 추구함으로써 온라인 미디어 저널리즘의 새 장을 열어 가게 되는 것이다. 



1)커뮤니케이션 연구자들이 인터넷에 주목해야 하는 이유는 크게 4가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째 네트워크가 제공하는 환경은 기존의 환경과 비교할 때 전혀 새로운 것이며, 둘째 인터넷은 정보 및 콘텐츠를 담고 있으며, 셋째 아직은 완전히 정착되지 않은 혼돈의 상태일 뿐 아니라, 넷째 경제적인 영역에 있어서 매우 큰 잠재력을 갖고 있기 때문이다.