

# 전자신문에 대한 고찰: IT전문지의 경영성과 및 대중적 산업전문지로의 성장을 중심으로

원철린\*, 김성욱\*\*

중앙대학교 신문방송학과\*, 서울여자대학교 언론영상학부\*\*

## Analysis of the evolution of the Electronic Times

Cheol-Rin Weon\*, Sung-Wook Kim\*\*

Dept. of Mass Communications at Chungang University\*

School of Media and Communication at Seoul Women's University\*\*

**요약** 본 논문은 전자신문이 창간되고 성장, 발전해 온 과정을 정리하고 이를 통해 전자신문의 경영성과와 더불어 전자신문이 IT대중화 및 IT 저널리즘의 발전에 기여한 측면이 무엇인지 정리하고자 했다. 이를 위해 필자들은 전자신문 20년사와 전자신문 감사보고서, 우리나라 전자정보통신 산업 관련 지표, 한국 ABC협회의 감사보고서 등 관련 자료들을 조사연구 하는 한편 전·현직 전자신문 기자들에 대한 심층 인터뷰를 실시했다. 이를 통해 본 연구는 지난 2000년 매출 500억 원을 돌파하기도 했던 전자신문이 2000년대 중반 이후에는 연간 300억 원 안팎의 안정적인 매출을 달성하는 등 외형적인 성장을 이룩한 동시에 대중성을 확보한 산업전문지로 자리매김할 수 있었던 배경에는 비단 전자정보통신산업의 성장이라는 외적인 변수 외에 우수한 기자인력의 확보와 편집권 독립, 신문지면의 대중성 확보를 위한 전자신문 내부의 혁신적이고 지속적인 노력이 있었음을 확인할 수 있었다.

**주제어** : 전자신문, IT전문지, 경영성과, IT 대중화, IT 저널리즘

**Abstract** The Electronic Times, starting in 1982 as a weekly newspaper, has become an influential daily newspaper specializing in Information Technology(IT) since the mid 1990s in Korea. Particularly, it has shown significant and impressive financial achievements in the past thirty years since it was established. Also, it has contributed to the development in the field of IT journalism as well as the popularization of Information Technology. The primary purpose of this study is to provide useful lessons and implications to those who are interested in the evolution of The Electronic Times by investigating the financial performance of The Electronic Times and its contributions to the popularization of IT in our society.

**Key Words** : The Electronic Times, Financial performance, IT Journalism, Information Technology.

### 1. 서론

1982년 주간 '전자시보'로 출발해 일간신문으로 성장

한 전자신문(電子新聞, The Electronic Times)은 여러 가지 측면에서 주목할 만한 신문이다. 우선, 전자신문은 창간 9년 만에 1991년 완전일간화 체제로 전환했으며 경영

\*이 논문은 2013년 서울여자대학교 교내 학술 특별 연구비 지원을 받았다.

Received 27 September 2013, Revised 20 October 2013

Accepted 20 November 2013

Corresponding Author: Sung-Wook Kim(School of Media and Communication at Seoul Women's University)

Email: swkim@swu.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

측면에서는 창간 12년만인 1994년 흑자 경영기조 정착에 성공했다. 또 1990년대 중·후반 이후에는 산업전문지로서는 거의 유일하게 관련업계 종사자뿐만 아니라 상당수의 일반 독자층을 확보하는데도 성공, 대중성을 갖춘 전문일간지로 성장했다. 이와 관련, 한국 ABC협회 박용학 사무국장(2013)은 “전자신문이 전자·정보통신 산업과 관련된 뉴스를 주로 다루는 전문지임에도 불구하고 발행부수와 매출규모, 매체 영향력, 일반 독자들의 인지도 등을 종합적으로 고려할 때 전자신문은 다른 산업전문지와는 확연히 차별화되는 매체로서 대중성을 확보한 일반 일간신문으로 분류하는 오히려 타당할 것”이라는 의견을 제시하고 있다.

전자신문은 2012년 5월 현재 한국 ABC협회에 등록된 200여종에 이르는 전문지 가운데 유일하게 우리나라 3대 언론단체로 꼽히는 한국신문협회와 한국신문방송편집인협회, 그리고 한국기자협회에 1996년과 1997년에 잇달아가입함으로써 대내외적으로 산업전문지의 영역을 넘어서 대중성을 갖춘 일간신문으로 성장했음을 인정받은 것으로 평가되고 있다.[1] [2]

전자신문의 급속한 성장은 1970년대 이후 비약적으로 성장한 우리나라 전자산업의 발전에 힘입은 것이 사실이지만 전자신문 역시 우리나라 전자산업 및 정보화산업의 발전 및 대중화에 크게 기여한 것으로 평가되고 있다. 전자신문은 창간 당시 미국과 일본의 전자산업 전문지를 모델로 삼아 출발했으나 신기술과 신제품, 업계동향을 전달하는데 초점을 맞춘 미국과 일본의 전자정보지와는 달리 1985년 격일간 체제로 전환하면서부터 2면에 사설(社說)을 게재, 저널리즘 성격을 갖춘 산업전문지로의 변신을 시도했다. 이같은 차별화를 통해 전자신문은 국내 전자산업의 발전을 위한 정책 대안을 제시하고 관련정책에 대한 비판과 견제의 역할을 수행했으며 1990년대 이후에는 ‘정보화사회의 혜택을 전 국민이 누릴 수 있도록 한다’는 편집방향 아래 정보화의 확산과 보급에도 주도적인 역할을 담당했다.

아울러 전자신문은 우리나라 언론매체들의 전자·정보통신 분야의 취재 및 보도의 발전에도 큰 기여를 해오고 있다. 1990년대 중반 이후 정보통신산업의 비약적인 성장과 대중화가 이루어지면서 전자·정보통신 분야의 전문 기자에 대한 수요가 급격히 늘어나게 되었고 이에 따라 조선일보와 동아일보, 한국일보 등 종합일간지를 비롯해

경제신문들도 전자신문 출신 기자들을 적극적으로 스카우트하게 된다. 전자신문을 통해 전자·정보통신 분야의 전문 기자들이 영입됨에 따라 국내 언론들은 1990년대 후반 이후 정보화관련 기사에 대한 독자들의 수요가 폭발적으로 늘어나는 상황에 탄력적으로 대응해 전자·정보통신 및 과학분야에서 전문성과 대중성을 동시에 갖춘 양질의 기사들을 공급할 수 있었던 것이다. 이처럼 전자신문 출신 인력들은 종합 일간지와 경제신문들이 수준 높은 전자·정보통신관련 기사들을 공급할 수 있도록 하는데 일익을 담당했을 뿐 아니라 1990년대말과 2000년대초에는 전자·정보통신 분야의 신규 매체 창간을 직접 주도함으로써 국내 전자·정보통신 분야의 언론매체 발전에도 크게 기여했다. 이를 구체적으로 살펴보면 2000년 문화일보 주도로 창간된 디지털 타임즈는 전자신문 인력 30여명이 대거 자리를 옮겨 창간작업을 주도했으며 아이뉴스24와 지디넷코리아, 블로터닷넷 등 IT(정보기술) 전문 인터넷 신문들의 창간 러시도 전자신문 출신 인력들에 의해 이루어졌다.

이처럼 전자신문은 우리나라 신문역사상 매우 독특한 이력의 역사를 가지고 있다. 본 논문은 전자신문이 창간되고 성장, 발전해 온 과정을 정리하고 이를 통해 전자신문의 경영성과와 더불어 전자신문이 IT대중화 및 IT 저널리즘의 발전에 기여한 측면이 무엇인지 정리하고자 했다. 이를 위해 필자들은 전자신문 20년사와 전자신문 감사보고서, 우리나라 전자·정보통신 산업 관련 지표, 한국 ABC협회의 감사보고서 등 관련 자료들을 조사·연구하는 한편 전·현직 전자신문 기자들과 한국 ABC협회 사무국장에 대한 심층 인터뷰를 실시했다. 이를 통해 본 연구는 지난 2000년 매출 500억 원을 돌파하기도 했던 전자신문이 2000년대 중반 이후에는 연간 300억원 안팎의 안정적인 매출을 달성하는 등 외형적인 성장을 이룩한 동시에 대중성을 확보한 산업전문지로 자리매김할 수 있었던 배경에는 비단 전자·정보통신산업의 성장이라는 외적인 변수 외에 우수한 기자인력의 확보와 편집권 독립, 신문지면의 대중성 확보를 위한 전자신문 내부의 혁신적이고 지속적인 노력이 있었음을 확인할 수 있었다.

## 2. 문헌연구

언론학 연구에 있어 개별 언론사의 특성과 역할에 대

한 고찰이 이루어진 사례는 그리 많지 않은 편이다. 필자들이 한국언론학보에 수록된 연구논문을 전수 조사한 결과 특정 언론사의 역사적 의의 혹은 개별 언론사의 특성과 역할 등에 초점을 맞춘 논문은 16편에 불과한 것으로 나타났다. 또 이 가운데 일부는 <독립신문 논설의 언론 관련 개념 분석>(김영희, 최운호, 윤상길, 2011)[3], <대한매일신보 국문 논설의 언론 관련 개념 분석>(김영희, 윤상길, 최운호, 2011)[4], <기독교 방송의 이념성향과 수용자의 시청 양식에 대한 문화연구>(윤선희, 2007)[5], <매일신보의 러시아에 관한 기사 내용분석>(김문중, 2005)[6], <해조선문의 광고에 관한 일 연구>(안종목, 2002)[7], <황성신문 발행인의 정치사회사상에 관한 연구>(안종목, 2002)[8], <주요 국가에 대한 독립신문의 정치적 입장>(채백, 1998)[9], <독립신문 잡보의 내용 및 보도방식에 관한 분석연구>(채백, 1995)[10], <해의 교포신문의 실태와 사회의식에 관한 연구: 독립(Korean Independence)지의 내용을 중심으로>(김복수, 1994)[11], <한성순보의 뉴스源에 대하여>(최준, 1969)[12] 등과 같이 특정 주제에 대한 개별 언론사의 보도행태와 논설 등에 연구의 초점을 맞춘 것이어서 한 언론사를 전체적으로 조망하며 그 언론사의 역사적 의의 혹은 특성과 역할을 주요 연구대상으로 삼은 논문은 다른 연구들에 비해 매우 적은 것으로 파악됐다. 개별 언론사의 역사적 의의와 특성 및 역할 등에 관한 연구로는 <1960년대 VUNC(유엔군 총사령부방송)의 운영과 폐쇄>(김영희, 2012)[13], <대한제국 말기 국민신보의 특성과 역할>(박용규, 2012)[14], <식민지 공공영역으로서의 1910년대 매일신보>(윤상길, 2011)[15], <문화적 냉전과 한국 최초의 텔레비전 HLKZ>(강명구, 백미숙, 최이숙, 2007)[16], <황성신문의 경영연구>(채백, 1999)[17], <조선신보에 관한 일고찰>(채백, 1991)[18] 등을 꼽을 수 가 있다.

이처럼 개별 언론사의 역사적 의의 혹은 특성과 역할에 대한 연구가 상대적으로 많지 않은 것은 각 언론사에 대한 역사적 평가가 연구자의 입장에 따라 차이가 날 수 있을 뿐 아니라 언론사의 역사적 의의, 그리고 특성과 역할을 평가하기 위한 객관적이고 구체적인 분석의 틀을 제시하는 것이 쉽지 않기 때문인 것으로 보인다. 이같은 현실적인 제약과 한계에도 불구하고 필자들은 전자신문이 지난 30년간 거둔 경영성과와 더불어 전자신문이 전자·정보기술 분야의 매체 지형도에 미친 영향 등을 중심

으로 전자신문의 특성과 역할에 살펴보고 이를 바탕으로 주간신문으로 출발해 대중성을 갖춘 일간 산업전문지로 성장한 전자신문의 의의를 평가하는 작업을 수행할 계획이다. 이번 연구는 그동안 언론계와 산업계와 달리 학계에서 별다른 관심과 주목을 받지 못했던 전자신문의 특성과 역할, 그리고 역사적 의의에 대한 이해를 높이고 한국 언론사 연구의 성과를 조금이나마 풍요롭게 할 수 있을 것으로 기대된다.

### 3. 전자신문의 발전과정에 대한 연대기적 고찰<sup>1)</sup>

#### 3.1 창간시절 - 주간지로 출발

1982년 전자신문의 출발이 된 주간지 <전자시보>가 창간됐다. 당시 전자시보의 창간을 주도한 사람은 1980년대 당시 대통령 경제수석비서실 과학기술 비서관과, 체신부 차관, 체신부 장관 등을 역임한 오명 前장관과 1981년 전자공업진흥회 상근회장에서 물러난 김완희 박사이다. 이들은 우리나라 전자산업의 지속적인 발전을 도모하기 위해서는 전자산업분야를 다루는 전문지의 창간이 필요하다는 데 인식을 같이하고 무역회사 선광상사 이상규 회장의 지원 아래 미국과 일본에서 먼저 선보인 전자산업 분야 전문지를 모델로 삼아 신문창간작업을 본격 추진, 언론통폐합을 강제했던 전두환 정권이 출범한 이후 처음으로 신문사등록을 신청, 1982년 6월30일<전자시보(電子時報)>의 등록허가증을 발급받게 된다. 이에 따라 김완희 박사는 본격적인 창간작업에 들어가 선광상사로부터 초기 자본금 2억5천 만원을 지원받아 오현위 박사를 대표이사 회장으로 선임하고 김 박사 자신은 대표이사 겸 발행인을 맡아 조직체계를 갖추기 시작했다.

창간작업의 실무를 담당할 초대 편집국장으로서 한국일보를 거쳐 내외경제신문 창간에 간여했던 해직기자 출신의 성의경(成義慶)씨를 영입하고 편집국의 조직을 취재, 편집, 외신 3부로 구성하고 해직기자 16명을 기자로 충원했다. 1980년대 당시 '언론통폐합'으로 해직된 경험과 실력을 갖춘 유능한 기자들을 확보함으로써 신문창간을 빠

1) 제 3장은 전자신문 20년사(전자신문사, 2002)를 바탕으로 내용 일부를 추가하여 재구성하였음.

르게 진행할 수 있었다.

1982년 9월 22일 전자업계의 전시회인 「한국전자전」에 맞춰 일반판형의 창간호 1만 2000부를 인쇄·배포했다. 창간 작업에 나선지 3개월도 안되어서 특집면을 포함한 20면을 발행한 것이다. 창간호에는 국내외의 전자정책, 관련산업 현황은 물론 산업용 기기, 가정용 기기, 부품 및 소재, 반도체, 컴퓨터, 방위산업, 전자의료기, 신제품 소개, 해외시장동향, 전자생활, 기타 관련산업 등과 관련된 다양한 뉴스들이 실렸다. 전자시보는 국내 전자산업의 발전에 일익을 담당하는 전자전문지를 지향한다는 편집방침을 정하고 70년대부터 비약적인 성장을 이루고 있던 국내 전자산업계를 대변하는 데 주안점을 두었다. 창간사에서 “국내전자산업이 갖고 있는 구조적 취약점을 보강, 시정하는 데 공헌하기 위해 신속, 정확한 최신의 기술정보 및 해외시장의 동향을 입수, 전달하여 우리 전자산업의 해외선전에 최대의 지면을 할애한다”고 밝혔다(전자신문, 2002, p.113) 아울러 전자시보는 신문의 주 구독층이 기술자나 과학자에 국한되지 않고 전자분야에 관심과 취미를 가지고 있는 일반인과 학생들도 읽을 수 있는 대중적인 신문을 만들기 위한 노력도 함께 기울였다. 이러한 노력에 힘입어 전자시보는 창간 첫 해부터 관련업계의 호평을 받았으나 유료부수가 수천 부에 불과했던 데다 광고매출마저 미약해 경영측면에서는 1992년까지 10여 년간 적자를 기록하게 된다.

이러한 상황에서도 전자시보의 중장기적 발전을 모색하기 위한 다양한 시도가 1984년부터 본격 추진되었다. 1984년 3월부터 기존의 12면 체제를 16면 체제로 전환해 통신과 컴퓨터관련 뉴스를 대폭 강화했으며 1985년에는 수습기자 공개채용제도를 채택, 주간지로서는 과거적으로 12명의 수습기자를 채용했다. 이후 전자시보는 특별한 사정이 없는 한 매해 10여명 안팎의 수습기자를 채용하며 우수한 신규인력을 지속적으로 충원했다. 한편 1985년 전자시보의 새로운 대주주가 된 대영전자는 적극적인 투자를 단행, 빠르게 발전하는 국내외 전자산업에 대한 정보들을 보다 신속히 제공하기 위해 1985년 8월12일자(149호)부터 주 2회 발행체제로 전환하게 된다. 전자시보는 주 2회 발행체제 전환과 더불어 2면에 사설(社說)을 게재, 그동안 국내외 업계동향과 최신 정보의 전달에 국한됐던 정보지 성격에서 벗어나 저널리즘 성격을 산업전문지로의 변화를 시도했다. 전자시보는 창간호를 발행

한 이후 해마다 전자 산업의 빠른 기술변화에 대응하기 위해 증면을 단행해 왔는데 이를 요약하면 다음과 같다. 1986년 1월16일자(193호)부터 16면에서 20면으로 증면, 월요일판은 8면 체제를 유지하고 목요일판은 12면으로 증면, 발행한데 이어 4월3일자(제215호)부터 주 24면체제로 전환했다. 아울러 지면특화를 위해 1~2면 종합뉴스, 3면 통신·반도체, 4면 컴퓨터, 5면 OA(FA), 6면 해외정보, 7면 미래산업, 8면 부품·신소재·기계, 9면 경영, 10면 유통, 11면 가전, 12면 문화면으로 각 지면을 구성했다. 편집기본방향은 1차 구독대상인 전자업계를 위해 다양하고 깊이 있는 정보를 제공하는 한편 컴퓨터와 반도체, 통신 등 첨단산업 관련 기사의 비중을 높여 첨단산업 전문지로 위상을 제고하고 ‘읽기 쉬운 기사’를 작성한다는 원칙아래 일반 독자들을 확보하기 위한 노력도 병행했다. 제작측면에서는 1987년 88\*564사이즈 양면을 시간당 1만2000부 인쇄할 수 있는 오프셋윤전기를 도입해 자체 인쇄시스템을 구축했다.

조직정비와 더불어 증면 및 지면개편을 통해 주 2회 발행체제를 안착시킨 전자시보는 1988년 5월 <일간추진위원회>를 구성하고 일간화작업에 나서게 된다. 여기서 주목할 점은 전자시보의 일간화작업이 회사측과는 별도로 편집국기자들이 발족시킨 <일간지추진 평가자협의회>에 의해 주도적으로 진행되었다는 점이다. <일간지추진 평가자협의회>는 지면쇄신 방안을 비롯해 인력충원계획과 부서개편안을 마련하는 등 일간화작업 프로젝트를 주도했는데 이는 1987년 설립된 전자신문 노동조합과 1987년 11월부터 1988년 2월까지 이어졌던 노조파업의 승리에 기인한 바가 매우 크다.(허두영, 2013) 이에 대한 자세한 설명은 다음 장에서 다뤄질 전자신문의 성공요인 가운데 하나인 ‘편집의 자율권’을 살펴보면서 덧붙이기로 한다. 전자시보의 일간화작업은 1989년 결실을 맺어 그해 7월12일 특수일간 <전자신문>의 정기간행물 등록증(등록번호가-87)이 교부되었다. 발행주기는 격일간이었으며 제호는 전자시보에서 현재 제호인 <電子新聞(The Electronic Times)>으로 변경되었다.

### 3.2 초창기 - 일간지로 전환

전자신문은 1989년 9월22일자로 격일간 발행체제로 전환하며 새로운 시대를 맞이했다. 전자신문은 창간사를 통해 “전자산업의 규모가 20조원으로 세계 제 3위의 목

표에 도달할 수 있도록 발맞춰 나가면서 특수일간지로서의 영역에만 안주하지 않고 정보화사회의 혜택을 누리는 모든 사람들에게 꼭 필요한 신문이 되겠다"고 밝혔다(전자신문, 2002, p.157-158). 이는 전자신문이 산업전문지인 동시에 대중적 신문을 지향하고 있음을 잘 보여주는 것이라고 할 수 있다. 격일간화를 계기로 전자신문은 1990년부터 신문에 게재된 뉴스정보를 PC통신인 한국데이터통신의 천리안II를 통해 서비스한데 이어 1991년 3월부터는 PC-서브를 통해 전자신문(Electronics Newspaper)형태로도 제공하기 시작했다. 또한 격일간 출범이후 인원과 제 경비의 증가에 따른 어려움을 극복하고 경영을 개선하기 위해 1990년 6억5000만원을 증자하는 등 자본 확충도 꾀했다.

이러한 준비를 거쳐 전자신문은 발행체제를 격일간체제에서 완전일간체제로 전환기로 하고 1990년 10월 노사 공동으로 「전자신문 일간지추진 기획단」을 발족시켰으며 2개월 후 77쪽 분량의 「전자신문일간추진계획서」를 내놓았다(전자신문, 2002, p.169).

이 계획서는 일간지 추진 개요를 비롯해 총괄, 부문별 세부계획, 수지예상명세 등에 이르기까지 일간지 추진에 관한 전반적인 사항을 상세하게 담고 있다. 주요 내용을 보면 전자산업의 성장과 정보화사회의 급진전에 따른 신속한 정보를 제공, 대외 영향력을 제고하기 위해 주 6회, 1일 12면체제의 조간신문을 발행기로 하고 일간화 첫째 3만부(유가지 1만7000부, 홍보지 1만3000부), 1년 후에 5만부(유가지 3만5,600부, 홍보지 1만4,400부)를 각각 발행해 매출목표 87억7,420만원에 지출예산액 85억5,601만원으로 2억1,819만원의 흑자를 달성한다는 계획을 세웠다. 이 계획에 따라 편집국은 편집부·경영부·부품산업부·유통부·교열부외에 과학부를 정보산업부로 개칭하고 외신조사부를 국제부와 조사부로 분리하는 한편 가전산업부·특집기획부를 신설해 모두 10개부로 개편했다. 운전시설 확충을 위해 1990년 9월 미국 DEV사의 고속운전기(모델명 Horizon 1000시리즈)를 112만 달러에 리스 도입 계약을 체결, 91년 3월말에 설치 가동에 들어갔다. 이 운전기는 원색 4페이지와 흑백 16페이지 등 총 20페이지를 시간당 3만부 인쇄할 수 있었다.

1991년 4월1일, 전자신문은 마침내 완전일간지로 새롭게 창간하였으며 창간호로 특집 기획 24면을 포함, 36면을 발행했다. 일간화이후 지면구성은 전자 75%, 경제·

정책 10%, 문화·오락 15%(격일간 체제에는 전자 70%, 일반 경제 20%, 문화 예술 10%)로 하기로 하고 1면 종합, 2면 경제·정책(사설포함), 3면 논평·해설, 4면 정보통신, 5면 산업기기·자동차·항공, 6면 외신, 7면 부품·소재, 8면 가전·소형전기, 9면 AV·오락기기, 10면 지방·신제품·신기술·교육, 11면 종합유통, 12면 문화 등으로 구성했다. 전문일간지로서의 위상제고를 위해 전문정보를 더욱 강화하고 업계 전문가들의 논평체제도 늘렸으며 전자산업과 관련된 새로운 분야를 개척해 보도영역을 확장했고, TV프로, 기상정보, 외환시세표 등 생활정보란을 신설해 다양한 생활 및 경제 정보를 제공했다. 또한 컴퓨터 사용의 생활화와 대중화를 촉진하고 앞으로 본격 도래할 정보화 사회에 대비하기 위해 <컴퓨터 라이프>란을 주 1회 삽지로 발행하여 컴퓨터 관련 정보를 제공했다.

완전 일간화에 맞춰 수익성 제고를 위해 광고단가를 일간경제지에 맞춰 인상하는 한편 배급망도 정비해 격일간 당시 71개 그쳤던 지국을 189개로 크게 늘려 주요 도시를 중심으로 100% 직배체제를 갖추었다. 새로운 정보통신 환경에 대응하기 위해 온라인 뉴스서비스시장에도 참여, 1992년 2월부터 포스테이타의 통신망 포스서브를 통해, 1993년 6월에는 한국PC통신에서 운영하는 서비스망인 하이텔을 통해서도 온라인 파일전송방식으로 뉴스 서비스를 시작했다.

1992년 10월1일자부터 종래 1개면이던 정보산업을 정보통신면과 컴퓨터 소프트웨어 산업면으로 나눠 2개면으로 늘렸으며 국제면도 2개면으로 확대한 데 이어 1993년에 들어서는 매주 금요일특집으로 4면씩 발행하던 컴퓨터 라이프를 <정보생활>로 변경해 12면 발행함으로써 일반 독자들의 정보화 수준을 높이는 데도 일익을 담당했다. 경영측면에서는 완전 일간화에 따른 투자비 증대에 따른 차입금부담을 줄이고 경영안정화를 이르기 위해 1992년 세 차례에 걸친 증자를 단행, 총자본금을 43억768만원으로 늘렸다. 이 같은 노력에 힘입어 전자신문사는 주간지에서 격일간지, 일간지로 순차적으로 전환하는 가운데 재정건전화와 매출확대를 동시에 달성하면서 새로운 도약의 계기를 마련하게 된다. 1992년 처음으로 영업이익을 낸데 이어 1993년에는 전년대비 30%이상 성장한 111억4600만 원의 매출에 당기순이익 2억2500만 원을 달성해 창간이후 첫 경영흑자를 실현했다.(표1 참조)

완전 일간지체제로 전환한지 3년 만에 전자신문은 만

(Table 1) Business results of the Electronic Times(1990-1993) (Unit:1000won)

	Revenue	Operating Profit	ordinary profit	Net profit during the term
1990	3,477,489	-461,954	-1,324,493	-1,324,261
1991	5,922,508	-326,923	-1,350,355	-1,393,772
1992	8,519,555	94,324	-1,322,813	-1,565,321
1993	11,146,577	1,471,488	212,537	225,315

(Twenty year history of the Electronic Times, 2002)

성적자에서 벗어나 경영흑자를 기록함으로써 전문지로서 경영자립을 이룩할 수 있는 발판을 마련했다. 이는 중간으로 출발한 산업전문지가 불과 12년 만에 이룩한 성과로 우리나라 신문언론사에서 유례를 찾아 볼 수 없는 일대 사건이라고 할 수 있다. 이러한 측면에서 볼 때 전자신문은 우리나라 언론사에 적지 않은 의미를 남기고 있으며 여러 가지 시사점을 제시하고 있다. 일단 경영적인 측면에서 볼 때 우리나라의 신문사들은 대부분 창간할 때부터 대기업의 자본에 의존하거나 가족중심의 폐쇄적인 경영태도를 보인 반면 전자신문은 특정자본에 의존하지 않고 독자적으로 경영성장을 이루면서 일간지로 성장을 이뤄냈다. 또 신문의 편집측면에서는 대다수 산업전문지들이 대부분 특정 협회나 기관의 산하지로 발행되면서 경영의 독립성은 물론 편집의 독립성을 확보하지 못해 어려움을 겪은 것과는 달리 전자신문은 경영의 독립성을 바탕으로 편집의 독립성을 확보함으로써 편집권의 자율성을 지킬 수 있었다.

### 3.3 도약 및 성장기

1993년 적자경영에서 탈피해 새로운 도약의 기틀을 마련한 전자신문은 1994년 4월1일을 기해 본지의 지면을 12면에서 16면으로 증면하고 지면의 체계와 내용을 쇄신했다. 주요 지면개편 내용을 살펴보면, 빠르게 발전하는 컴퓨터 및 소프트웨어 분야의 지면을 1개면에서 2개면으로 늘려 컴퓨터 산업의 신기술과 업계동향, 정부정책 등 다양한 정보를 제공하고자 했다. 또 뉴미디어면을 신설, 첨단문화산업으로 떠오르는 케이블TV 산업과 정보가전을 비롯해 다양한 영상 및 오락물 등을 폭넓게 소개했다. 지면쇄신에 이어 1994년 10월에는 기사기명제(記事記名制)를 도입, 기사의 정확성과 공정성을 제고하고자 했다. 전문성 차원에서는 갈수록 산업비중이 커지고 있는 정보통신과 일반부품 부문을 강화하기 위해 1개면씩을 늘리고 전자정보산업 선진국의 산업기술동향을 신속하게 소

개하기 위해 국제면을 증면했다. 아울러 대중성 확보를 위해 일반 대중의 관심이 커지고 있던 게임·CD롬타이틀·영화·앨범 등 영상오락물에 관한 내용을 다루는 영상정보면을 증면하고 케이블TV와 위성방송 관련 소식을 전하는 방송면을 신설했다.

신문 제작 측면에서는 1988년 신문제작의 문선부문을 부문자동공정화한 1세대 CTS를 도입한데 이어 1995년 3월에는 4세대 방식의 신문제작 자동화시스템을 도입했다. 또 1994년에는 한글가로쓰기체제를 전면 도입하고 일간 20면체제로 증면 발행함으로써 전문성을 강화하는 동시에 대중지로서의 면모도 확대해 나갔다. 이와 함께 1996년 4월부터 국내의 전자 정보통신분야의 뉴스와 정보를 통합 DB로 구축, <ETNEWS>라는 인터넷 웹서비스를 제공하기 시작했다.

1996년은 전자신문이 전문지로서 성격과 함께 대중지로서의 자리매김을 확고하게 한 해였다. 대외적으로 신문의 위상을 제고하기 위해 1996년 7월11일에 한국 ABC 협회에 가입한 데 이어 전문일간지로서 처음으로 국내 대표적인 언론단체 3개 기구에 모두 가입한 것이다. 1996년 9월 한국신문협회에 49번째 회원사로 가입한 데 이어 같은 해 11월 한국신문방송편집인협회, 그리고 1997년 3월 한국기자협회에 가입했다. 대외적인 위상제고와 함께 1997년 3월부터 신문제작시스템도 1판 발행체제에서 3판 발행체제로 전환했다.

전자신문은 1990년대 지속적인 증면과 판매망 확대를 통해 두 자리 수의 고성장을 달성하면서 흑자경영 기조를 정착시켜 나갔다(표2 참조). 1994년도 매출과 당기순이익은 전년대비 63%인상한 174억5452만원과 21억954만원을, 1995년도에는 매출 217억4463만원에 당기순이익 13억11만1000원을 기록했으며 1996년도에 매출은 전년 대비 20%이상 성장한 263억7473만원에 당기순이익 18억5043만원을 달성하는 등 꾸준한 성장세를 이어갔다. 증권감독원에 보고된 1996년 신문 통신문사 결산 분석에 따

〈Table 2〉 Business results of the Electronic Times(1994-1997) (Unit: 1000won)

	Revenue	Operating Profit	Ordinary Profit	Net profit during the term
1994	17,454,521	6,467,369	2,008,227	2,109,540
1995	21,744,632	6,614,243	2,324,063	1,300,111
1996	26,374,737	7,969,065	2,581,259	1,850,439
1997	28,326,520	9,348,968	3,655,771	2,351,399

(Twenty history of the Electronic Times, 2002, p. 214)

〈Table 3〉 Business results of the Electronic Times(1998 - 2001) (Unit : 1000won)

	Revenue	Operating Profit	Ordinary profit	Net profit during the term
1998	21,012,788	2,325,187	1,986,013	1,533,090
1999	29,174,546	4,952,606	4,982,477	3,658,982
2000	51,827,713	16,989,824	17,120,602	12,472,240
2001	35,101,458	432,021	951,037	631,073

(The annual report of the Electronic Times, 1999, 2000, 2001; Twenty year history of the Electronic Times, 2002)

르면 전국 33개 일간신문사 가운데 매출액은 20위, 순이익은 3위를 기록했다. 경기가 크게 나빠지기 시작한 1997년에도 전자신문은 전년대비 7.4% 증가한 283억2651만원의 매출에 당기순이익 23억5139만원을 기록했다.

1997년 말 IMF(국제통화기금)시대로 인해 전자신문도 일시적인 경영상의 어려움을 겪게 된다. 일간화 이후 1997년까지 두 자리 성장을 해왔던 매출은 광고시장의 위축 등으로 1998년도에는 오히려 감소했다. 1997년도 283억2652만원이었던 매출은 210억2788만원으로 25.7% 감소한 것이다. 하지만 임금삭감 등 긴축경영을 통해 IMF과고를 넘은 전자신문은 1999년 10월 ‘디지털시대 지식종합지’로 거듭난다는 목표아래 조직 및 지면개편을 단행하고 새로운 성장기반을 구축하게 된다. 편집국은 인터넷부와 디지털경제부, 기획취재부 등을 신설해 13부 24팀 체제로 확대 개편됐다. 이와 함께 ▲ 전문대중지로서의 새로운 진형 정립 ▲ 기자경쟁력 제고 통한 지식종합지의 정체성 확보 ▲ 매체로서의 여론 선도 기능강화 ▲ 기사의 집중화 심층화 주력 ▲ 편집체제에서의 해외 정보 확대 ▲ 정책기획력의 제고 ▲ 정보유통체계의 개선 등을 주요 편집방침으로 정하고 기존 1일 20면(평일), 주간 124면에서 1일 24면(평일), 주간 144면 체제로 증면을 단행했다. 또 2000년대 들어서도 인터넷 비즈니스의 확산에 대응하고 IT분야의 다양한 정보를 제공하기 위해 증면을 실시, 2000년에는 32면으로 증면했다. 이러한 증면 등에 힘입어 신문매출이 큰 폭으로 성장하면서 2000년에는 신문분야에서 471억1439만원의 실적을 올려 매출 500억 원을 돌파했다. 신문매출이 사상 최대 수준으로 크

게 늘면서 회사경영도 호전되기 시작했다. 1998년 IMF로 인한 일시적 매출 부진을 극복하고 비약적인 성장기를 맞이한 것이다. (표3 참조)

1999년 매출은 전년대비 38.8%신장한 291억7454만 원을 기록했으며 당기순이익도 전년대비 2배 이상 증가한 36억5898억 원을 달성했다. 또 2000년에는 IT분야 벤처 붐을 타고 매출이 크게 증가, 전년대비 77.6% 늘어난 518억2771만 원을 기록했고 당기순이익 124억7224만 원을 달성했다.

### 3.4 정체기와 안정기

2001년부터 IT분야의 벤처거품이 빠지고 전자 정보통신산업의 성장이 크게 둔화된 데다 90년대 말부터 잇달아 등장한 신규매체와의 경쟁이 치열해지면서 전자신문의 경영환경이 크게 악화되게 된다. 특히 2002년에는 IT경기의 침체와 매체간 경쟁의 심화로 전자신문은 완전일간화 이후 처음으로 33억원의 적자를 기록하게 된다. 이에 전자신문은 시장환경 변화에 대응하기 위해 조직 슬림화와 인력 감축에 나서 274명의 인원을 216명으로 감축하는 등 구조조정을 단행하게 된다. 구조조정의 여파로 1991년 이후 지속적으로 증면을 해왔던 추세는 오히려 감면추진으로 돌아서게 된다. 완전일간화 이후 처음으로 2003년에 본지 지면을 36면 체제에서 32면 체제로 줄였으며 2000년대 말에는 다시 28면 체제로 축소하게 된 것이다. 2000년 사상 최대의 매출실적을 기록했던 전자신문은 2001년 이후 전자 정보통신산업의 위축과 경쟁매체의 증가 등으로 매출이 감소하면서 고속성장 시대를

〈Table 4〉 Business results of the Electronic Times(2002-2011년) (Unit:1000won)

	Revenue	Operating profit	Ordinary Profit	Net profit during the term
2002년	28,907,773	-4,437,153	-3,355,374	-3,355,374
2003년	26,983,125	-642,052	-1,079,907	-1,244,047
2004년	27,069,290	639,963	367,968	133,510
2005년	27,124,323	592,736	274,790	96,407
2006년	25,701,892	-4,590,007	-4,679,637	-4,679,637
2007년	28,105,657	386,860	65,099	208,823
2008년	29,069,943	442,993	248,447	363,770
2009년	29,392,188	207,790	953,545	837,902
2010년	32,673,385	1,599,189	1,767,313	1,192,545
2011년	32,923,073	459,164	654,160	391,065

(The annual report of the Electronic Times, 2002-2011)

〈Table 5〉 The indexes of the electronic industry (1990-2002) (Unit: million dollars)

		1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Output	Amount	28,918	63,704	61,367	59,128	48,321	69,343	76,023	53,648	69,861
	Rate of change	-	120.3%	-3.7%	-3.6%	-18.3%	43.5%	9.6%	-29.4%	30.2%
Export	Amount	17,224	43,592	41,223	41,438	38,670	51,893	66,787	51,747	61,172
	Rate of change	-	153.1%	-5.4%	0.5%	-6.7%	34.2%	28.7%	-22.5%	18.2%

(The white paper of the Ministry of Commerce, 2000, 2001, 2002)

마감하고 정체기로 접어들게 된 것이다. (표4 참조)

하지만 2001년부터 감소추세로 돌아섰던 매출은 2006년 저점을 통과한 이후 점진적인 회복세로 돌아서 2010년 이후에는 320억 원대 매출실적을 달성하며 안정적인 경영성과를 유지하고 있다. 이처럼 정체기를 거쳐 안정기로 접어든 전자신문은 2012년 창간 30주년을 맞아 사상최대 실적을 기록했던 2000년도의 매출회복을 목표로 광고 및 구독료에 의존하는 기존의 신문사모델에서 벗어나 미래 기술연구센터(ETRC) 등을 설립해 정보가공 사업에 진출하는 종합 정보화매체로의 도약을 추진하고 있다.

#### 4. 전자신문의 경영성과적 의의 및 언론사적 의의

##### 4.1 경영성과적 측면

전자신문의 성공요인에는 여러 요인이 있다. 우선 전자산업의 지속적인 성장과 이를 기반으로 한 광고시장의 확대, 그리고 컴퓨터 및 정보통신 관련 벤처붐 등 전자신문을 둘러싼 대외적인 환경여건이 무엇보다도 기업 성장에 크게 도움이 됐다는 점을 들 수 있다. 1960년대 말 정부의 강력한 산업진흥 정책에 힘입어 빠르게 발전한 국

내 전자산업은 전자신문 성장에 없어서는 안 될 물적 토대의 역할을 했다.

1959년 11월 금성사가 <A-501>라디오를 개발, 출시하면서 비로소 태동된 우리나라 전자산업은 1969년에 『전자공업진흥법』이 제정, 공포되고 이법에 바탕을 둔 『전자공업진흥 8개년계획』(1969~1976)이 수립되면서부터 비약적인 성장을 이루게 되었다. 전자제품의 생산 실적으로 보면 1970년 1억600만 달러에서 1979년 32억 8100만 달러로 무려 31배의 경이적인 성장을 기록했으며 수출도 비약적인 상승을 거듭해 1970년 5,500만 달러에서 1979년에 18억4,500만 달러로 33.3배의 증가세를 기록했다. 1999년의 경우 국내 제조업에서 전자산업이 차지하는 비중은 수출 및 생산이 각각 36.1%와 24.0%로 국내 제 1의 산업이었으며, 2000년에는 미국, 일본, 중국에 이어 세계 제 4위의 전자제품 생산국가로 올라섰다. (표5 참조)

한편으로는 1990년대 들어 전자산업이 컴퓨터와 정보통신분야로 확대되고 90년대 후반에는 벤처붐까지 일어나면서 전자신문이 급성장할 수 있는 토대가 마련되었다. 실제로 전자신문 매출증가의 기반이 된 컴퓨터와 정보통신, 가정용 전기전자 분야의 광고시장은 1990년대 들어 빠르게 성장, 2000년에는 전체 광고시장의 16.5%를 차지

했다(한국광고주협회, 2001). 또 전자신문이 2000년도에 크게 성장할 수 있었던 것은 무엇보다 벤처열풍이라고 할 수 있다. 특히 컴퓨터 및 정보통신분야를 중심으로 한 벤처창업이 활기를 띠면서 전문지에 대한 수요가 커졌던 것이다.

하지만 전자신문이 지난 30년간 거둔 경영성과를 전자산업의 성장과 같은 외부요인만으로 설명하는 것은 충분하지 않다. 아무리 외적 환경이 우호적일지라도 그와 같은 외적 환경을 적절히 활용할 수 있는 경영전략이 없었다면 전자신문이 오늘날처럼 안정적인 경영실적을 거두는 중견언론사로의 성장은 불가능했을 것이기 때문이다. 다시 말해 전자신문은 전자산업의 성장이라는 토양 위에 독특하고 효율적인 경영전략을 수립, 집행함으로써 국내에서 유일하게 대중적 산업전문지로 성장할 수 있었던 것이다.

이를 구체적으로 살펴보면, 우선 주목해야 할 점은 전자신문은 산업전문지로서는 매우 드물게 특정 협회 혹은 기관의 지원이나 영향력이 없이 자생적으로 성장한 신문으로 편집권의 독립이 매우 잘 유지될 수 있었다는 점이다. 이는 대외적으로 기사에 대한 공신력과 신뢰를 높임으로써 전자신문이 산업전문지라는 특수성에서 불구하고 단순한 정보제공지의 수준을 넘어서 권위와 영향력을 인정받는 신문으로 성장할 수 있는 토대가 된 것으로 분석된다.

두 번째로 주목할 것은 전자신문은 우리나라 전자산업이 본격적인 발전단계로 접어들기 시작한 1980년대 초반부터 전자산업의 육성 및 발전이 필요하다는 점을 강조하는 산업전문지의 역할을 수행함으로써 자연스럽게 전자산업계와 동반자적 관계를 구축, 산업계 전반으로부터 지지와 성원을 받을 수 있었다는 점이다. 이와 관련, 전자신문 공채 4기(1988년 입사) 출신으로 서울경제신문 등을 거쳐 현재 동아사이언스 총괄이사로 재직하고 있는 허두영 이사는 다음과 설명하고 있다.

전자신문은 다른 산업전문지와는 달리 창간 당시부터 삼성전자 등 전자업체에 대한 비판 기사를 신는데 크게 주저하지 않았다. 그럼에도 불구하고 전자업계에서는 우리나라 전자산업의 초창기에 창간한 전자신문이 전자산업 육성의 필요성과 정부 정책지원의 당위성을 역설하는 등 국내 전자업계 전반의 입장을 대변한다는 점을 긍정

적으로 평가해 전자신문의 성장과 영향력 확대를 적극 지지하는 모습을 보였다. 이로써 전자신문은 때로는 비판과 견제의 대상인 전자업체들과 긴장관계를 늦추지 않으면서도 전자업계의 지지와 성원을 얻을 수 있었다.

편집방침 및 지면구성 측면에서는 전자 정보통신 산업의 발전과 시대의 변화에 맞춰 주요 취재영역을 가정용 전자분야에서 정보통신 및 뉴미디어 분야로 확대 발전시켜 대중적 산업전문지의 위상을 구축하는 동시에 산업전문지의 특성에 맞게 기사의 전문성도 추구하는 투 트랙 전략을 구사했다. 우선 전자신문은 산업의 트렌드가 가진산업에서 컴퓨터와 인터넷 등을 기반으로 한 정보통신산업으로 변화하는데 탄력적으로 대응, 정보통신과 컴퓨터, 인터넷 등을 다루는 지면을 지속적 확대하는 한편 「컴퓨터라이프」 「정보생활」 등과 같은 별지를 제작함으로써 정보통신분야에 관심이 있는 일반인들을 전자신문의 구독자로 확보하기 위한 다각적인 노력을 기울여 산업전문지의 한계를 극복하고 대중화에도 상당한 성과를 거둘 수 있었다. 이와 함께 전문성 강화라는 측면에서는 일반 종합지와 경제지들이 크게 관심을 기울이지 않던 새로운 영역을 개척해 중소기업체들을 전자신문의 독자와 광고주로 적극 발굴해 나갔다. 일례로 전자신문은 1990년대 ‘부품산업면’을 통해 종합지와 경제지들이 별다른 관심을 기울이지 않던 전자부품업계의 소식과 동향을 전함으로써 많은 전자부품업체들을 전자신문의 장기구독자인 동시에 광고주로 대거 편입, 매출확대를 이루어내기도 했다.

마지막으로 주목해야 할 점은 전자신문은 신문가격에 있어서도 종합일간지와 경제지보다도 구독료가 비싼 고가 판매 전략(예: 2013년 현재 전자신문 1부 1000원, 종합지 및 경제지 700원)을 구사해 매출확대를 꾀하는 한편 신문사의 매출이 지나치게 광고에 의존하는 것을 막기 위한 노력을 경주했다. 전자신문이 일반 종합지와 경제지보다 비싼 구독료 정책을 실시할 수 있었던 것은 전자신문이 정보가치가 높고 특화된 뉴스콘텐츠를 제공, 다른 매체와 달리 수요의 가격탄력성이 매우 작았기 때문이다.

한편 경영성과적인 측면에서 전자신문이 노출한 한계와 문제점도 없지 않다. 전자신문의 발전 및 성장을 되짚어 볼 때 가장 아쉬운 대목은 1990년대 말부터 2000년대

초에 있었던 IT벤처 열풍에 힘입어 연간 수 백 원의 흑자를 달성, 매체 다변화를 통해 IT종합 미디어그룹으로 성장할 수 있는 기회가 있었음에도 불구하고 성장기 전략의 부재로 인해 여전히 인쇄매체 중심의 미디어 기업에 머물고 있다는 점이다. 전자신문이 1990년대 말부터 2000년대 초까지 큰 폭의 흑자를 달성, 매체 다변화를 추진할 자금여력이 충분했음에도 불구하고 뉴미디어시대의 IT종합 미디어그룹으로 성장하지 못한 원인을 파악하고 분석하는 일은 본 논문과 별도의 작업으로 다루질 수 있을 것으로 생각된다.

## 2) IT대중화에 대한 기여

전자신문은 창간 초기부터 공채중심으로 인력양성에 힘쓴 결과, 자연스럽게 전문기자 인재양성기관의 역할을 맡아 국내 IT관련 과학전문저널리즘의 형성에 기여했다. 전자신문 창간초기에는 종합일간지 등에서 해직된 기자들이 대거 합류한 데 이어 1985년부터는 기자 공채제도를 도입해 우수 기자인력을 주기적으로 충원함으로써 편집국을 중심으로 조직을 빠르게 정비할 수 있었던 것이다. 이와 관련, 허두영 이사는 다음과 설명하고 있다.

전자신문 설립 초기에는 조선일보와 동아일보, 신한일보 등에서 해직된 기자들이 전자신문의 간부급 기자로 영입되면서 창간 초기 신문제작이 원활하게 이루어질 수 있었으며 후배 기자들에게 강도 높은 취재훈련 및 기사작성 교육이 이루어질 수 있었다. 당시 전자신문에 근무했던 종합일간지 출신 해직기자들은 김영용 편집국장(전 한국경제신문 사장)과 이원섭 정보산업부 부장, 박영배 기자 등을 꼽을 수 있다. 전자신문은 해직기자 영입에 이어 1985년부터 기자공개채용제도를 도입, 그 해 12명에 이르는 신입기자를 뽑은 데 이어 해마다 10여명 안팎의 신입기자를 채용하는 등 우수인력 확보에 적극 나섰다. 특히 해직기자 출신 간부급 기자들은 사회비판의식이 높은 지원자들을 신입기자로 적극 충원함으로써 전자신문은 발간 초기단계부터 산업전문지라는 특성에도 불구하고 관련업계 및 정부정책에 대해 비판적인 기사들을 적극적으로 취재, 보도하는 모습을 보일 수 있었다. 특히 전자신문은 민주화 대투쟁이 있었던 1987년 11월에는 편집국 기자들을 중심으로 노동조합을 설립하고 다음해 2월까지 농성투쟁을 전개, 그동안 편집권에 영향력을 행사

하던 경영진들과 일부 편집국 간부들을 퇴진시키는 성과를 거뒀다. 이후 회사측은 노동조합이 신문사 발전방안을 마련해 시행하는 것을 허용함으로써 전자신문은 다른 업계 전문지와 달리 경영으로부터의 편집권 독립을 이룰 수 있었다.

1990년대 중반이후 컴퓨터의 보급 등에 힘입어 정보화가 빠르게 진행되면서 국내 언론들은 앞다투어 전자·정보 분야에 대한 보도를 강화하고 해당 지면을 늘리기 시작했다. 이에 따라 전자신문의 인력들이 종합일간지와 경제신문 등으로 활발하게 진출, 국내 언론들이 전문적이면서도 대중들에게 쉽게 읽힐 수 있는 전자·정보관련 뉴스들을 제공토록 하는데 일익을 담당했다. 전자신문 기자들이 종합일간지와 경제신문 등에 활발하게 진출할 수 있었던 것은 IT산업의 성장으로 IT관련 정보에 대한 수요가 크게 늘었을 뿐만 아니라 앞서 허두영 이사의 인터뷰를 통해 확인한 것처럼 전자신문이 창간 초기부터 우수한 취재인력을 확보하고 교육시키는데 많은 노력을 기울여왔기 때문이라고 할 수 있다.

전자신문 출신 기자들이 종합일간지 및 경제지 등으로 진출한 사례를 정리하면 다음과 같다. 박원배 기자(전자신문 3기), 박대호 기자(3기), 민병호 기자(5기), 이재권 기자(5기) 등은 1988년에 복간된 서울경제신문으로 자리를 옮겼으며, 특히 김광현 기자(5기)는 서울경제신문을 거쳐 현재 한국경제신문 IT전문기자로 활동하고 있다. 1992년부터 1994년에 걸쳐 이규창 기자(4기)와 이지선 기자(6기), 황순현 기자(9기) 등이 조선일보로 자리를 옮겨 디지털조선의 설립과 조선일보의 정보화 섹션 지면의 발간을 주도했으며 정영태 기자(9기), 조용관 기자(9기), 이균성 기자(10기) 등이 1990년대 중후반에 걸쳐 한국일보와 동아일보 등으로 자리를 옮겨 각 매체들의 IT담당 전문기자로 활동했다.

2000년 이후 벤처붐을 타고 IT시장이 커지면서 불기 시작한 IT매체의 창간 붐에도 전자신문 인력이 주도적인 역할을 담당했다. 2000년 창간호를 발간한 디지털타임즈는 1999년 양경진 기자(3기)와 조인 기자(3기), 구원모 기자(4기) 등 전자신문 인력 20여명이 자리를 옮겨 창간작업을 주도했고, 2000년 창간된 온라인 신문 아이뉴스24는 이창호 기자(5기)와 윤휘중 기자(10기), 김윤경 기자(10기) 등에 의해 설립이 이루어졌다. 또 블로터닷컴과

지디넷코리아 역시 전자신문 인력들에 의해 운영되고 있다. 이처럼 2000년대 이후 전자신문 출신 인력들에 의해 IT전문 매체들이 잇달아 선보인 것과 더불어 전자신문 기자들이 개별적으로 방송 및 신문 등 다른 매체로 진출하는 사례도 계속해서 이어지고 있다. 2000년 유병수 기자(16기)가 SBS로 자리를 옮긴 것을 비롯해 박지환 기자(17기)가 CBS, 2002년에 한정훈 기자(19기)가 채널A, 2008년 정진욱 기자(21기)가 MBC로 옮기는 등 지상파 및 케이블 채널로의 진출도 이루어졌다. 또한 정혁준 기자(13기)와 남종영 기자(17기)가 한겨레신문으로 옮긴 것으로 비롯해 김용석 기자(17기)와 박창규 기자(22기)가 동아일보, 김규태 기자(15기)와 김민수 기자(2004년)가 과학동아, 성호철 기자(17기)와 류현정 기자(18기) 설성인 기자(20기) 안석현 기자(21기)가 조선일보, 손재권 기자(18기)와 황지혜 기자(20기), 이동인 기자(21기)가 매일경제신문, 김태훈 기자(16기)가 한국경제신문 등으로 이직했다. 이처럼 상당수 전자신문 출신 기자들이 종합일간지와 경제지 등으로 자리를 옮겨 IT와 과학 분야의 취재 및 보도를 담당함으로써 언론계 전반에 IT 및 과학 저널리즘의 발전과 확산에 일익을 담당했다. 특히 이들 전자신문 출신 기자들은 자신들이 새로 자리를 잡은 매체에서 IT분야의 기사들을 작성함에 있어 전문성을 놓치지 않으면서도 대중들이 쉽게 이해하고 관심을 가질 수 있는 다양한 IT관련 뉴스와 담론들을 생산해냄으로써 IT의 대중화에 크게 기여했다.

## 5. 결론

1982년 주간지로 출발한 전자신문은 창간 9년 만인 1991년 완전 일간체제로 전환했으며 경영측면에서는 창간 12년만인 1994년 흑자 경영기조를 정착시켜 주목을 받았다. 또 올해는 창간 31년이 되는 해로 결코 짧은 연륜을 가진 중견언론사로 성장했다. 다매체 다채널 시대를 맞아 언론환경이 크게 바뀌고 있고 특히 인쇄매체의 경영환경이 크게 불리해지고 있는 상황에서 전자신문이 그 동안의 성과를 바탕으로 안정적인 경영시스템을 정착시키고 우리나라의 IT분야 저널리즘의 발전과 대중화에 지속적으로 기여해온 점은 높이 평가해야 할 것이다. 다시 말해 전자신문의 성장과 발전과정 및 그 배경을 언

구하는 것은 단순히 전자신문에 대한 이해를 높이는 일로 끝나는 것이 아니라 우리나라 IT산업의 역사와 발전 과정에 대한 이해를 높이는 일이 될 것이다. 아울러 우리나라의 IT저널리즘의 발전과정과 IT가 우리사회 전반에 어떻게 확산되고 대중화되었는지 이해하는 데도 결정적인 단초를 제공하게 될 것이다.

앞서 살펴본 바와 같이 전자신문은 지난 30여 년 동안 경영성과 측면에서 주목할 만한 성과를 거두는 동시에 산업전문지로서는 유례가 드물게 전문성과 대중성을 확보한 대중적 IT전문지로 성장해왔다. 하지만 최근 들어 인터넷 매체의 확산과 새로운 IT전문 매체들이 대거 등장하면서 전자신문은 새로운 도전과 급변하는 미디어 환경에 직면하고 있다. 이에 전자신문은 활로모색을 위해 새로운 발전전략 수립 및 실행에 적극 나서고 있다. 전자신문연구센터(ETRC: The Electronic Times Research Center)의 설립을 통한 연구리서치 기사의 강화 등이 대표적인 사례라고 할 수 있다. 따라서 향후에는 전자신문이 새로운 미디어 환경에서 지속적인 발전을 도모하기 위해 추구하고 있는 다각적인 대응전략의 결과와 성과를 주의 깊게 지켜보는 것도 흥미롭고 유의미한 일이 될 것으로 예상된다.

## ACKNOWLEDGMENTS

This work was supported by a special research grant from Seoul Women's University. (2013)

## REFERENCES

- [1] Korea Audit Bureau of Circulation. Magazine & business publication audit report. Seoul, Korea. Korea Audit Bureau of Circulation, 2012.
- [2] The Electronic Times. Twenty year history of the Electronic Times. Seoul, Korea. The Electronic Times, 2002.
- [3] Kim YH. Choi WH. Yoon SK. The concept analysis related to journalism of the editorials in the Independent. Korean Journal of Journalism and

Communication Studies, 2011, 55(5), 5-29.

[4] Kim YH. Yoon SK. Choi WH. The concept analysis related to journalism of the editorials in the Daehan Maeilsinbo. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 2011, 55(2), 77-102.

[5] Yoon SH. Ideological orientation of Christian television and audience study. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 2007, 51(6), 5-32.

[6] Kim MJ. A content analysis of <Maeil Shinbo> coverage about Russia. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 2005, 49(4), 33-60.

[7] Ahn JM. A study on the advertising of the Haejo Shimmun. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 2002, 46(5), 43-72

[8] Ahn JM. A study on the publishers' thought of the Hwangsongshinmun. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 2002, 46(4), 217-248.

[9] Chae B. A content analysis of the coverage of major countries in the Independent. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 1998, 43(1), 254-276.

[10] Chae. B. A content analysis of Jab-bo of the Independent, Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 1995, 35, 5-36.

[11] Kim BS. A study on the status of overseas Korean newspapers : Focusing on Korean Independence. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 1994, 32, 63-103.

[12] Choi J. A study on the information sources of Hansungsunbo. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 1969, 2, 12-20.

[13] Kim YH. Operation and closedown of the VUNC in 1960s. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 2012, 56(5), 244-269.

[14] Park YG. Characteristics and roles of 'Kookmin Shinbo' in the end of the Daehan Empire, Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 2012, 56(2), 249-273.

[15] Yoon SK. 'The Maeil Sinbo' as colonial public

sphere in 1910s. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 2011, 55(2), 56-76.

[16] Kang MK. Baek MS. Choi YS. American cultural cold war and the first Korean television station , HLKZ. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 2007, 51(5), 5-33.

[17] Chae B. A study on the financial state of Hwangsong-Shinmun. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 1999, 43(3), 362-394.

[18] Chae B. An Analysis of Chosunshinbo. Korean Journal of Journalism and Communication Studies, 1991, 26, 345-374.

#### 원 철 린(Weon, Cheol Rin)



- 1988년 2월 : 중앙대학교 정치외교학과(정치학사)
- 2003년 2월 : 중앙대학교 신문방송대학원(인문학석사)
- 2012년 2월 : 중앙대학교 신문방송대학원(인문학박사)
- 1987년 11월 ~ 2007년 1월 : 전자신문사 정보통신부장. IT 지식센터장.
- 2011년 9월 ~ 현재 : 중앙대학교 신문방송학과 강사 (주)투데이베스트 부사장
- 관심분야 : 저널리즘, 뉴미디어
- E-Mail : [crwon1@hanmail.net](mailto:crwon1@hanmail.net)

#### 김 성 욱(Kim, Sung Wook)



- 1992년 8월 : 서강대학교(신문방송학 학사)
- 1994년 3월 ~ 2003년 8월 : 전자신문사 기자
- 2009년 5월 : 펜실베니아주립대(매스컴 박사)
- 2009년 8월 ~ 2010년 2월 : 명전대학 국제학부 매스컴 및 저널리즘학과 조교수
- 2010년 3월 ~ 현재 : 서울여자대학교 언론영상학부 조교수
- 관심분야 : 뉴미디어와 정보화사회, 저널리즘
- E-mail : [swkim@swu.ac.kr](mailto:swkim@swu.ac.kr)