

藝術學碩士 學位論文

인터넷신문에서의 미디어융합  
(media convergency) 현상에 관한 연구

- 인터넷신문 ‘오마이뉴스’의 미디어융합 기사를 중심으로 -

慶州大學校 產業經營大學院

映像藝術學科

崔 燦 文

2005年 12月

# 인터넷신문에서의 미디어융합 (media convergency) 현상에 관한 연구

- 인터넷신문 ‘오마이뉴스’의 미디어융합 기사를 중심으로 -

指導教授

이 論文을 碩士學位 論文으로 提出함

2005年 12月

慶州大學校 產業經營大學院

映像藝術學科

崔燦文

崔 爐 文의 碩士學位論文을 認准함

審查委員長 印

審查委員 印

審查委員 印

慶州大學校 產業經營大學院

2005年 12月

# < 목 차 >

국문초록	IV
영문초록	vi
<b>I 서 론</b>	1
1. 문제제기	4
2. 연구 문제 및 연구 방법	8
 <b>II 이론적 배경 및 논의</b>	
1. 미디어 환경의 다변화	11
2. 디지털과 결합하는 올드 미디어(Old Media)	12
1) 인쇄신문과 인터넷신문	12
(1) 인쇄신문 매체의 변화	13
(2) 인쇄신문과 인터넷신문과의 관계	14
2) 라디오, Tv 방송매체와 인터넷신문	16
(1) 라디오매체의 변화	16
(2) Tv 방송매체의 변화	18
(3) 케이블Tv 매체의 변화	20
3) 유비쿼터스 방송	22
3. 인터넷신문의 매체 특성	24
1) 인터넷신문의 등장	24
2) 인터넷신문의 매체 특성	25
3) 재매개(Remediation)론	27
4) 인터넷 미디어의 특성	31
(1) 멀티미디어	31
(2) 하이퍼텍스트	33
(3) 패킷스위칭	35
(4) 비동시성	36
(5) 상호작용성	36

### **III 분석 및 결과**

1. 인터넷신문에서의 미디어 융합 선결과제	38
2. 인터넷신문에서의 미디어 융합 현상	41
3. 인터넷신문에서의 미디어 융합 기사	43
1) 동영상뉴스	45
2) 오디오뉴스	49
3) 포토뉴스	52
4) 독자 의견과 속보성 뉴스	54
4. 미디어융합의 수용과정	58

### **IV 결 론**

1. 연구결과 요약 및 결론	61
2. 연구의 한계점 및 제언	65

참고문헌	67
------	----

## < 표 목 차 >

< 표 1 > 디지털 케이블TV 방송의 TPS 서비스	22
< 표 2 > 재매개화의 방법과 특성	30

## < 그림 목 차 >

< 그림 1 > 텍스트기사와 사진과 동영상이 포함된 멀티미디어 기사	47
< 그림 2 > 동영상 뉴스	48
< 그림 3 > 텍스트를 함께 보여주는 오디오뉴스	49
< 그림 4 > 댓글 오디오뉴스	50
< 그림 5 > 라디오 생방송 뉴스	50
< 그림 6 > 사진의 비중이 높은 기사	53
< 그림 7 > 신속한 업데이트 뉴스	54
< 그림 8 > 기사와 관련된 독자 의견	56
< 그림 9 > 여론조사	56

# 인터넷신문에서의 미디어융합 (media convergency) 현상에 관한 연구

- 인터넷신문 '오마이뉴스'의 미디어융합 기사를 중심으로 -

## 최 찬 문

경주대학교 산업경영대학원

영상예술학과

(지도 교수 김성민)

### (초록)

최근 매스미디어의 가장 큰 변화는 미디어의 융합 현상을 꼽을 수 있다. 미디어 융합 (media conversion)은 매체 전환 현상을 뜻하며, 사회·문화·경제적 환경 속에 매스미디어가 어떻게 변화하고 있는가를 의미한다. 컴퓨터, 방송, 통신간의 상호 결합이 진행됨에 따라 서로 다른 분야로 고정되어 각각의 영역이 엄격하게 구분되어 있던 개별 미디어의 독자성과 독립성이 약화되는 동시에 서로 다른 미디어간의 융합이 가속화되고 있다. 이러한 현상은 무엇보다도 디지털 기술의 발전에 의해 이루어지고 있다.

본 연구는 미디어 환경이 인터넷으로 인해 다변화됨에 따라서 기존의 미디어들이 인터넷미디어와 결합, 통합되는 새로운 미디어 환경에 대한 분석을 통해 각각의 미디어들이 어떻게 인터넷신문의 뉴스형식에 융합되고 있는지를 인터넷신문의 뉴스 콘텐츠를 중심으로 살펴보고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

[연구문제 1] 기존매체들이 인터넷을 기반으로 하는 디지털 환경에서 어떻게 새로운 미디어환경을 구축하고 있는가?

[연구문제 2] 인터넷신문의 뉴스 형식에서의 재매개화는 어떻게 나타나는가?

[연구문제 3] 인터넷신문에서 제공하는 뉴스 콘텐츠에 나타나는 인터넷미디어의 특성은 무엇인가?

[연구문제 4] 인터넷신문에서 제공하는 뉴스의 콘텐츠에서 미디어융합현상이 어떻게 나타나는가?

미디어환경의 변화에 대해서는 기존 미디어들 특히 인쇄신문매체, 라디오, TV 방송 매체들이 디지털화 되어가는 과정에 대해 피들러(Fidler)의 미디어 변화 과정 원칙들

즉 공동 진화(Co-evolution), 융합(Convergence), 복잡성(Complexity)의 3C 개념을 중심으로 기존 미디어의 진화과정을 분석해보았고, 또한 뉴미디어가 올드미디어와의 관계 속에서 정체성을 확립해 가는 과정을 재매개화라고 정의한 볼트(Bolter)와 그루신(Grusin)은 재매개(Remediation)론에서 재매개화의 6가지 특성인 차용(borrowing), 재현(resentation), 확장(fidelity), 공격(aggressive), 흡수(absorb), 개조(refashion)를 근거로 하여 인터넷신문의 기사에 어떻게 기존 미디어들이 재매개 되고 있는지를 분석해 보았다. 또한 라파엘리(Rafaeli)의 인터넷 미디어의 특성, 즉 멀티미디어(multimedia), 하이퍼텍스트(hypertextuality), 패킷스위칭(packet switching), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)등 다섯 가지 주요 특성을 근거로 하여 인터넷신문 오마이뉴스에서 제공하고 있는 동영상 뉴스, 오디오 뉴스, 포토뉴스, 독자의견과 속보성 뉴스 등의 뉴스 콘텐츠에 대해 분석하였다.

올드미디어와 뉴미디어가 서로 완전히 단절된 관계가 아니라 공동 진화의 과정을 거치면서 올드미디어는 뉴미디어의 새로운 기술인 디지털과 인터넷을 접목하여 새로운 커뮤니케이션 환경을 조성하여 새롭게 부활하고 있으며, 뉴미디어 역시 올드미디어의 장점을 디지털화하여 올드미디어와 공동 진화 혹은 융합의 형태로 발전하고 있음을 알 수 있었다. 볼트(Bolter)와 그루신(Grusin)의 재매개(Remediation)론적 측면에서 동영상뉴스는 TV방송의 뉴스 형식을 차용하여 TV화면의 축소판 형식으로 NTSC방식의 표준화면인 640×480보다 작은 320×240의 작은 화면으로 뉴스를 제공하고 있으며, TV의 뉴스형식과 사진, 신문의 텍스트 기사가 융합된 형태의 멀티 미디어융합 형식의 동영상뉴스를 제공하고 있음을 파악할 수 있었다. 또한 오디오뉴스에서는 라디오매체의 속보적인 특성과 청각적 커뮤니케이션을 차용하여 인터넷신문에서 제공하고 있으며, 인쇄신문의 텍스트 기사형식을 차용하여 독자들이 뉴스에 몰입할 수 있는 환경을 조성하여 인터넷신문의 오디오 뉴스를 확장하고 있었다. 결과적으로 인터넷신문의 기사형식에 나타난 재매개화 현상은 올드미디어의 장점을 디지털로 전환하여 각각의 장점을 차용, 재현, 개조하여 인터넷신문에 활용하고 있음을 알 수 있었다. 오디오뉴스에서는 라파엘리(Rafaeli)가 주장하는 인터넷미디어의 특성 중에서 멀티미디어(multimedia)적 특성으로는 기존 라디오 방송은 청각적인 정보 제공에 한정되어 있지만 인터넷신문에서의 오디오뉴스는 DAB(Digital Audio Broadcasting)시스템으로 텍스트와 함께 제공하는 새로운 형태의 인터페이스를 제공하고 있다. 즉 오디오뉴스에 관련된 자료를 텍스트로 제공하여 멀티미디어적인 형태로 청각적 미디어인 라디오와 텍스트에 기반한 인쇄신문의 장점을 융합한 미디어 컨버전스의 형태를 보여주고 있는 것이다.

본 연구는 지금까지 미디어 융합현상에 대한 논의가 방송과 통신의 융합, 서비스의 융합, 사업자의 융합 또는 기술 결정론적 접근, 정책 추진론적 접근, 그리고 산업결정론적인 거시적인 관점이 아니라 미디어의 콘텐츠를 중심으로 미디어 융합현상을 분석한 연구로서 향후 디지털 뉴미디어들의 콘텐츠 연구에 학제 간 연구가 활성화 될 수 있기를 기대해 본다.

# A Study of Media Convergence In Internet Newspaper

- Focused on Media Convergence Articles of *OhmyNews*,  
an Internet Newspaper -

Choi, Chan-Moon

Department of Visual Arts  
The Graduate School of Industry & Business Administration  
Gyeongju University

(Supervised by Professor : Kim, Sung-Min)

## (Abstract)

The biggest change in mass media can be recent mass media convergence. Media convergence means a phenomenon of media conversion, and how mass media is changing amid the social, cultural and economic circumstances. The originality and independence of individual media, which have been fixed in other fields each other and strictly separated in terms of domain, become weak, and simultaneously the convergence across the media is accelerated, as mutual combination among computers, broadcasting and communications are carried out.

The following research propositions have been introduced in this paper to explore how each medium is converged in Internet newspaper through an analysis of the new media environment, where combination and integration of the existing media with the Internet media are made, as the media environment is diversified, due to the Internet, focusing on Internet newspaper' news contents.

[Proposition 1] How do the existing medium establish the new medium environment under the digital environment, based on the Internet?

[Proposition 2] How is remediation displayed in the news type of Internet newspaper?

[Proposition 3] What are the features of Internet media demonstrated in the news contents provided by Internet newspaper?

[Proposition 4] How is a media convergence phenomenon displayed in the news contents provided by Internet newspaper?

For the change in the media environment, the evolution progress of the existing media has been analyzed, focused on 3C concepts, such as co-evolution, convergence and complexity, which are Fidler's media process principles in the digitalization process of the existing media, in particular, print news media, radio and TV broadcasting media. How the existing media were remediated was analyzed, based on six features of remediation, that is, borrowing, representation, fidelity, aggressiveness, absorption and refashion, of Bolter and Grusin, who defined remediation as the process for new media to establish its identity in the relationship with old media in "Remediation" theory. Founded on Rafaeli's five major Internet media features, say, multimedia, hypertextuality, packet switching, elasticity of synchronicity, interactivity, this paper analyzed the news contents of moving image news, audio news, photo news, readers or viewers' comments and flash news provided by an Internet newspaper, *OhmyNews*.

This paper found out that old medium and new medium were not completely severed, but the former was newly reviving by creating a new communication environment through combination with new medium's new technologies, say, digital and Internet through co-evolution, while new medium digitalized the merits of old medium and developed in the form of co-evolution or convergence with old medium. From a Bolter and Grusin's remediation theory perspective, the moving image news borrowed the TV broadcasting news type, and remodeled suitable for Internet newspaper. In this manner, news is represented through  $320 \times 240$  screen, which is smaller than the standard NTSC mode TV screen,  $640 \times 480$ .

Also, the moving image news in the mode of multimedia convergence with converged form of TV news, photos and newspaper's text was provided. The audio news was provided in the Internet newspaper by borrowing radio's rapid speed feature and auditory communication. The audio news in Internet newspaper was expanded by creating an environment where audiences can be absorbed in news through borrowing the text article form of printed newspaper. As a result, the remediation displayed in the article form of Internet newspaper was utilized in Internet newspaper by borrowing, representing and refashioning the merits of old

media through converting them into digital. Of the Internet media's features asserted by Rafaeli, the existing radio broadcasting was limited to auditory information provision for multimedia features in audio news. However, the audio news in Internet newspaper provided a new interface provided along with texts through DAB(Digital Audio Broadcasting)system. In other words, a media convergence type that converged the merits of auditory radio and text-based printed newspaper in multimedia form by providing audio-news related materials in text was demonstrated. In the *OhmyNews*, one of Internet newspapers, it displays the provision of multimedia-converged articles that converge two or more of media, rather than the text, photo, audio and image are used independently. And, this proves that media convergence is gradually developing into more complex modes in Internet newspaper. The domains of each media are expected to disappear, and new news types that develop in a mode to maximize their merits are forecast to constantly appear.

This study is an analysis of media convergence, focused on media contents, not from a macro perspective, such as convergence of broadcasting and communications, service convergence and firms' convergence, in relation to the discussion of media convergence. The author expects further studies of digital news media contents to be activated across.

## I. 서 론

최근 통신·방송·인터넷 부문이 통합하고, 결합하며, 복합되는 양상을 ‘컨버전스(Convergence)’라고 말한다. 컨버전스는 ‘한 점으로 모이다’는 뜻으로 ‘융복합’이란 단어로 풀이되곤 하는데 ‘여러 곳으로 갈라진다’라는 뜻의 다이버전스(divergence : 분기, 분화)의 상대 개념이라 할 수 있다. 니콜라스 네그로폰테(Nicholas Negroponte) MIT 미디어랩(MediaLab)이사장은 컨버전스를 “과거에는 다른 것으로 여겨졌던 것들의 경계가 무너지거나 하나로 합쳐지는 현상”으로 풀이한다.

현재의 컨버전스 현상들은 유선과 무선, 방송과 통신, 통신과 컴퓨터, 방송과 인터넷 등의 기술과 산업, 서비스와 사업자, 네트워크의 구분 등이 갈수록 의미를 잃어가며 경계를 알기 힘든 융·복합 상품과 서비스가 속속 출현하고 있다.

マイ클 델(Michael Dell)은 “TV를 만드는 사람은 TV가, PC를 만드는 사람은 PC가, 휴대폰을 만드는 사람은 휴대폰이 컨버전스의 중심에 있다”고 말한다. 빌 게이츠(Gates, Bill)는 “디지털 컨버전스의 중심은 결국 PC와 소프트웨어에 달려있다. 눈에 보이지 않을 정도로 곳곳에 스며든 끊임없는(seamless)사회로 진전될수록 그렇게 될 것이다”라며 PC중심으로 컨버전스 현상이 진행될 것이라 전망한다.<sup>1)</sup>

인터넷 포털 사이트 야후의 설립자인 제리 양(Jerry Yang)은 “디지털 컨버전스란 인터넷을 통해 전자 기기와 광대역, 무선통신 등 서로 다른 기술들이 통합되는 세상이다”라며 언제 어디서나 컴퓨터와 접속할 수 있는 유비쿼터스(biquitous)시대로 전환되고 있는 현재의 상태에서 인터넷 중심의 디지털 컨버전스를 강조하고 있다.

디지털 기술발전과 네트워크의 확장에 따라 인터넷을 중심으로 다양한 정보를 통해 깊은 활동공간을 물리적인 공간에서 사이버공간으로 확대되고 있다. 또한 컴퓨터는 크기는 작아지면서 성능은 더욱 강력해질 것이며, 또한 생활 곳곳에

---

1) SBS 서울디지털포럼 엮음, 제3의 디지털혁명 컨버전스의 최전선, 2004, 미래M&B p.23 요약

깊숙이 스며들게 될 것이며, 사람들은 컴퓨터를 인식하지 못할 정도의 다양한 형태로 발전하여 생활에 없어서는 안 되는 중요한 장치로 일상화 될 것이다.

후지쯔(Fujitsu)는 1999년에 ‘Everything on the Internet’이라고 하는 메시지를 발표, 모든 미디어들은 반드시 인터넷이라는 매개체로 융합될 것이라는 의미를 담은 메시지를 통해 인터넷 중심의 컨버전스 현상을 중요하게 부각시키고 있다.

인터넷은 우리에게 생활과 여가, 정보에서 혁명적 변화를 이끈 기술이다. 이를 통해 더욱 생산적이고 또 안전한 비즈니스 활동을 벌일 수 있게 되었으며, 더욱 즐겁게 삶을 즐길 수 있고, 교육을 통해 우리의 지적 수준을 풍부하게 할 수 있으며, 인터넷 여론 등을 형성해 정치 및 사회, 경제, 문화 등의 공동체에 변화를 일으키고 있다. 하지만 우리는 이 같은 혜택을 누리기 위해 여전히 인터넷에 전용선을 찾아서 사무실이나 가정의 벽 한 구석에 마련된 연결구에 꽂아야 한다.

네트워크화와 디지털화가 도래하기 전에는 미디어 기업들이 주파수, 브랜드, 특정 채널을 위해 제작된 콘텐츠를 유통함으로써 소비자들과 접촉해 왔다. 그러나 디지털화와 네트워크화가 가속되면서 개인화된 전달체계가 중요해지고 있으며, 미디어의 지능화도 빠른 속도로 이루어지고 있다. 대중을 위한 매스미디어가 디지털 미디어 시대에서는 개인화된 미디어 즉 디지털 기술과 네트워크로 인해 대중적인 개인화 미디어(mass personalized media)로 진화해 가고 있다.<sup>2)</sup> 이 같은 현상은 기존의 대중매체들(TV, 라디오, 신문, 잡지 등), 즉 콘텐츠를 소유한 측에서 소비자에게 ‘푸시(push)<sup>3)</sup>’라는 방식으로 전달했기 때문에 소비자는 자신의 의도와는 상관없이 선택한 매체에서 제공하는 콘텐츠를 선택할 수밖에 없었다. 그러나 현재의 소비자들은 인터넷을 통해 자신이 원하는 콘텐츠를 선택할 수 있으며, 자신이 직접 콘텐츠 제공자가 되어 독자적인 미디어를 만드는 상황까지 발전하게 되었다. 이러한 현상의 예는 ‘블로그’, ‘미니 홈피’ 등과 같

2) SBS 서울디지털포럼 엮음, 제3의 디지털혁명 컨버전스의 최전선, 2004, 미래M&B, p.p214-221 요약

3) 푸시기술 (push technology)은 인터넷에 몇 개의 관심 채널을 설정하고 자주 사용하는 정보와 사이트를 선택하면 이에 대한 정보를 전송받을 수 있는 기술을 푸시기술(push technology)라 한다. 정보를 ‘밀어내는 기술’이라고 해서 붙여진 명칭으로, 인터넷 초기에 미국의 포인트캐스트(Point Cast)사 등에 의해 개발되었다. 네티즌들이 일일이 정보를 찾아다닐 필요가 없다는 편리함 때문에 대표적인 인터넷 기술로 인정받았으나, 인터넷 발전을 정체시킨다거나 대형업체들이 정보를 독점한다는 폐해가 있다는 비난을 받으면서 시들해지기도 하였다. 그러나 오히려 인터넷의 정보량이 너무 많아지자 다시 인기를 얻어, 다양한 정보를 개인의 관심 분야에 따라 시간대·주제 별로 제공할 수 있는 쌍방향 통신의 주력 웹 캐스팅으로 성장하였다. 또 모바일을 이용한 무선 인터넷이 활성화된 것도 이 기술이 새롭게 주목받고 있는 이유 중의 하나이다.

은 개인화된 미디어를 통해 인터넷상에 자신의 생각이나 의견을 올려놓고 네이션들과 교류를 통한 쌍방향 커뮤니케이션을 하고 있다. 과거와 달리 현재는 소비자의 역할이 수동적인 정보 수용자에서 인터넷을 통해 정보의 능동적인 활용을 하는 인터넷 여론의 형성자로 급부상하고 있다.

현재 진행되고 있는 미디어환경의 다변화현상 즉 인터넷 미디어, 케이블 TV, TV의 다채널 방송 등 인터넷과 TV중심의 영상 매체의 영향으로 인쇄 신문들은 1990년대 이후 구독자 감소와 구독시간 감소, 특히 대다수의 젊은 층들이 매일 신문을 읽는 습관을 가지고 있지 않거나 점점 흥미를 잃어가고 있다.<sup>4)</sup> 또한 신문 산업은 타 매체<sup>5)</sup>(특히 인터넷 신문)에 비해 인건비와 자재비를 포함한 신문 운영상의 총 경비 상승에 대한 압박, 신문발행부수의 정체, 새로운 대체 미디어<sup>6)</sup>로 인한 광고점유율의 하락, 인쇄미디어보다는 영상미디어에 대한 선호도의 증가, 판매 유통질서의 다변화, 정보 속보성의 한계 등 여러 가지 당면한 문제들이 산재해 있기 때문에 변화하는 미디어 환경 속에서 생존하기 위한 방편으로 새로운 변화를 모색하고 있다. 이러한 위기 상황을 극복하기 위해 종이 신문사들은 미디어융합의 중심인 인터넷에 뛰어들어 ‘온라인 신문’, ‘사이버페이지’ 등으로 불리는 ‘인터넷신문<sup>7)</sup>’을 창간하여 기존 인쇄신문과 더불어 On / Off Line에서 기사를 제공하는 새로운 형태의 신문사로 전환하게 된 것이다.

4) W. Dizard, 이민규 역, 올드미디어와 뉴미디어, 1997, 나남, p.62

5) 어떤 일이나 작용을 전달하는 데 매개가 되는 것. 자기 카드, 디스크, 종이 테이프 등은 자료나 정보를 전송하기 위해 고안된 매체의 예이다. 영어의 media라는 단어는 medium의 복수형으로서 라틴어로 ‘중간의’를 나타내는 medius에서 유래되었으며, 매체 또는 수단으로서 어떤 의사나 사실을 전달하는 도구라고 할 수 있다. 일반적으로 신문이나 잡지, 라디오, 텔레비전 등의 매스커뮤니케이션을 지칭하는 미디어와 혼동하는 경우가 많다.

6) 미디어란 말의 쓰임새는 아주 다양하다. 혼하게는 메시지의 전달 수단을 의미하며 책, 신문, 잡지, TV, 라디오, 영화, 광고전단, 메일, 전화, 인터넷 등 다양한 미디어가 있다. 신문, 잡지, TV, 라디오 같은 대량의 수신자를 대상으로 하는 미디어를 매스미디어라고 부르며, 이를 줄여서 그냥 미디어라고도 한다.

맥루한(Herbert Marshall McLuhan ; 1911-1980)은 미디어란 개념을 그의 책 ‘미디어의 이해(Understanding Media)’에서 구어, 문어, 도로와 종이, 숫자, 옷, 집, 화폐, 시계, 인쇄, 만화, 인쇄된 문자, 바퀴/자전거/비행기, 사진, 신문, 자동차, 광고, 게임, 전신, 타자기, 전화, 축음기, 영화, 라디오, 텔레비전, 무기 등 맥루한은 구어/문어, 자동차, 철도는 물론이고 심지어는 전광(electric light)까지 미디어라고 부르고 있다.

또한 맥루한은 미디어에 대한 협의의 정의를 거부하고 있다. 그에게 미디어는 신체기관과 감각, 또는 기능을 증폭 또는 강화시키는 어떤 것이다. 미디어는 감각기관의 연장으로서 책은 눈의 확장이고, 바퀴는 다리의 확장이며, 옷은 피부의 확장이며, 전자회로(특히 컴퓨터)는 중추신경체계의 확장이다. 미디어는 우리의 범위를 확장시키고 효율성을 증대시킬 뿐만 아니라 우리의 사회적 존재를 조직하고 설명하는 필터로서 기능한다. 라고 설명한다.

7) 컴퓨터 네트워크라는 수단을 통해 이루어지는 저널리즘 활동을 지칭하는 용어는 전자신문, 온라인신문, 사이버신문, 웹페이지, 넷신문, 인터넷신문등 다양하다. 본 연구에서는 일반용어로 정착되어 가는 종합적 성격의 ‘인터넷신문’ 이란 용어를 사용하기로 한다.

디지털 미디어와 인터넷의 결합으로 인해 미디어 환경 자체에 혁명적인 변화를 가져왔으며 미디어의 융합으로 각각의 미디어들은 독특한 자기만의 모습을 가지기보다는 서로간의 장점을 극대화 하고 단점을 보완하고 자신만의 장점을 더욱 부각시키는 미디어간의 융합된 모습으로 발전하고 있다. 기존미디어들은 새로운 미디어가 등장하게 되면 새로운 미디어와 공동 진화의 과정을 거쳐 기존 미디어의 장점은 계속 유지하면서 발전할 것이다. 또한 인터넷 망을 통해 기존 미디어들은 새로운 미디어들과 융합함으로써 새로운 형태의 미디어로 재탄생 되고 있으며 그 결과 인터넷신문의 기사 형태가 멀티미디어적인 미디어 융합형 기사 형태로 나타나고 있다.

## 1. 문 제 제 기

테너리언(Majid Tehranian)이란 학자는 역사변동 자체를 커뮤니케이션 테크놀로지의 발전에 근거해 설명하고 있다. 우선 인간의 말을 중심으로 하는 구어(口語)시대에는 초자연적인 것에 의존하는 문화 패러다임 속에서 시인이나 예언자가 엘리트 역할을 하고 혈연사회의 기본단위인 부족이 사회구성원을 교육하는 사회화 기관이었다. 농경사회에 와서는 문자라는 커뮤니케이션 테크놀로지가 개발되면서 종교라는 비교적 체계화된 패러다임이 형성되었으며, 성직자가 엘리트 계급으로 자리 잡았고 사원과 같은 종교집단에서 사회규범을 전수시켰다. 도시상업사회는 인쇄술이 지배적인 테크놀로지로 정착한 시대이며, 이제 신(神)중심의 사회에서 벗어나 인간의 이성에 바탕을 둔 과학의 패러다임이 형성되었다. 산업사회의 주 테크놀로지는 영화와 방송이며, 체계화된 지식체계보다는 일종의 허위의식이라고 할 수 있는 이데올로기가 패러다임이 되고 지배계급층인 이데올로그(ideologues)가 엘리트 집단이 되었으며, 정보화 사회에서는 컴퓨터와 위성이 주 테크놀로지로서 아예 테크놀로지 자체가 패러다임의 역할을 하게 된다. 엘리트 집단은 기술자 집단인 테크놀로그(tehnologues)이며 커뮤니케이션 기관은 국가 내의 지역단위가 국가 혹은 국제단위로 발전하게 된다.<sup>8)</sup>

현재의 정보화 사회는 발달된 전자미디어가 생활의 중심이 되는 사회이며 정보가 사회적 재화 가치<sup>9)</sup>의 중심을 이루는 사회이고, 정보생산기술이 사회발전

8) 김우룡, 정인숙 공저, 현대 매스미디어의 이해, 1999, 나남출판, p.27

을 리드하는 ‘사회적 기술’이 되는 사회이다. 사회구조를 근본적으로 바꾸는 기술의 집합을 ‘사회적 기술’이라고 부르는데 커뮤니케이션 혁명을 가져온 대표적인 사회적 기술로는 ‘말’과 ‘글’, ‘인쇄술’ 그리고 ‘텔레커뮤니케이션’을 들 수 있다. 전신전화로부터 시작된 텔레커뮤니케이션 혁명은 라디오와 텔레비전을 거쳐 위성과 뉴미디어 등으로 이어지고 있다.

정보화 사회에서는 인간과 인간만이 커뮤니케이션을 하는 것이 아니라 인간과 기계(컴퓨터), 기계와 기계간의 커뮤니케이션도 활발해지고 있다. 그리고 커뮤니케이션 환경이 급변하는 상황 속에서 미디어 테크놀로지의 융합(technological convergence)이라는 요인이 자리 잡고 있다. 예를 들면 지금까지 신문은 그날의 사건을 전달해 주는 핵심 매체였고 텔레비전, 라디오, 영화는 주로 오락매체였으며, 전화는 대안 커뮤니케이션의 기본 채널이었지만 오늘날 이러한 구분은 그 의미가 급속도로 쇠퇴하고 있다. 이와 같은 미디어 융합을 가리켜서 커뮤니케이션 혁명(communication revolution), 또는 컴퓨터네트워크, 텔레컴퓨터 에너제틱스(telecomputer energetics)<sup>10)</sup>라고 부른다.

1920년대 라디오가 등장하면서 전문가들은 인쇄매체의 수명이 머지않아 끝날 것이라고 예견했었고, 1940년대 TV가 본격적으로 등장하면서 라디오도 언젠가는 사라질 것이라고 성급한 진단을 했었다. 그리고 수십 년이 지난 지금 인터넷이라는 새로운 매체가 등장하면서 또 다시 인쇄매체가 위기를 맞고 있다.<sup>11)</sup> 하지만 라디오는 지금도 우리 곁에 존재하는 친숙한 매체로 자리 잡고 있으며, 인쇄매체 또한 인터넷과 경쟁하면서 새로운 미디어 환경에 적응하기 위해 다방면으로 활로를 찾고 있으며 전문가들의 예측과 달리 기존매체들은 새로운 매체가 등장하더라도 기존매체의 고유한 특성을 잘 보존하면서 발전하고 있다. 즉 피들러(Fidler)<sup>12)</sup>가 주장한 것처럼 기존 미디어들은 새로운 미디어가 탄생하면 함께 공동 진화하면서 발전하는 것이다.

공동 진화에 따른 미디어 융합적 측면에서 보면 인쇄 매체 및 스크린 매체들은 컴퓨터를 기반으로 하는 디지털 기술이 발전함에 따라 급격하게 변화하고 있고, 신문과 텔레비전은 인쇄지면, 전화, 텔레커뮤니케이션 및 컴퓨터의 좋은

9) 정보사회에서 정보가 사회적 재화가치를 지니는 것은 정보의 다음과 같은 특징에서 비롯된다. 첫째, 정보는 다른 자원의 응용과 평가에 유용하게 사용된다. 둘째, 정보는 부가가치가 높은 시장을 창출한다. 셋째, 정보는 아무리 분배해도 줄어들지 않을 뿐만 아니라 오히려 가치가 증대한다. 넷째, 정보는 융합이 쉬워서 무궁무진한 정보의 창출이 가능하다는 것이다.

10) 김우룡, 정인숙 공저, 현대 매스미디어의 이해, 1999, 나남출판, p 25-30 요약

11) 계정립, 인터넷 신문의 발전 방안에 관한 연구, 1999, 연세대 언론정보대학원, p1

12) 피들러(Fidler)는 미디어 변화 과정의 원칙들은 공동 진화(Co-evolution), 융합(Convergence), 복잡성(Complexity)의 3C 개념으로 설명하고 있다.

속성들을 혼합한 새로운 매체로 진화되고 있다. 결국 기존 미디어들은 더 이상의 독자적인 영역을 고집할 수 없는 상황이며, 이를 극복하기 위해 인터넷과 결합을 추구하고 있다. 19세기 말 망판 인쇄술이 발명되면서 20세기 초 ‘Life’와 ‘Look’등 그래픽저널리즘이 미디어 시장을 장악하였으나, 변화하는 미디어 환경에 능동적으로 대처하지 못하면서 그 후 라디오와 TV의 등장으로 많은 부분을 이들에게 넘겨주어야 했다. 이는 뉴미디어 환경에 적응하지 못한 하나의 예일 것이다.<sup>13)</sup>

디지털과 인터넷으로 인해 1990년대 이후 우리는 커다란 변화의 시점에 서 있다. 디지털미디어와 인터넷의 등장은 미디어 자체에 양적·질적인 변화를 가져왔으며, 양적인 측면에서는 미디어의 수를 엄청나게 폭발시켰고, 질적인 측면에서는 인터넷을 기반으로 하는 인터넷신문의 등장으로 기존 인쇄신문의 ‘읽는 매체’보다는 TV와 같은 ‘읽고·보는 매체’ 즉 인쇄신문의 특성과 TV방송의 특성을 혼합한 형태로 발전하고 있다.

또한 멀티미디어 콘텐츠를 바탕으로 인터넷은 새로운 저널리즘 환경을 구축하고 있다. 즉 디지털화되고 네트워크화된 새로운 커뮤니케이션 미디어 환경으로 인해 신문의 사회적 존재양식과 그 성격에 대해 매우 구체적인 문제를 제기하고 있다. 그것은 인터넷신문의 등장으로 새로운 커뮤니케이션 패러다임 시대를 맞게 된 것이다. 결국 기존 미디어들이 인터넷신문과 융합하여 새로운 형태의 멀티미디어 쌍방향 커뮤니케이션의 형태로 발전한 것이라 할 수 있을 것이다.

인터넷을 기반으로 하는 인터넷신문은 기존의 인쇄신문이 지니고 있는 시간적·공간적 제약을 받지 않으며 뉴스의 주요 속성인 속보성은 물론 인터넷에 접속이 가능한 어느 장소에서건 쉽게 접근할 수 있는 유비쿼터스(Ubiqitous) 환경이 조성되어 폭넓은 공간성을 제공하고 있다. 또한 장기간 보도된 뉴스가 파일로 축적되어 있는 데이터베이스를 제공할 수 있으며, 검색기능을 통해 독자가 원하는 정보취득이 용이하며, 동영상 뉴스, 오디오 뉴스, 포토 뉴스, 독자 의견과 속보성 뉴스 등 쌍방향 커뮤니케이션 환경 구축으로 기존 인쇄매체인 신문과 잡지의 기능을 포함해 라디오, TV방송 매체의 장점들을 모두 수용하여 멀티미디어적인 뉴스 서비스를 제공하는 특성을 가지고 있다.

본 연구에서는 현재 진행 중인 인터넷 신문의 새로운 경향 즉 초고속 통신망과 멀티미디어 기술의 발달로 문자 위주 보다는 그래픽, 사진, 동영상을 제공하는 토클미디어의 성격을 가지고 있는 인터넷 신문에서의 미디어 융합 현상을

13) 이종탁, 미디어컨버전 현상 속에 등장한 원맨비디오저널리즘에 관한 연구, 2002, 경일대학원, p.1

분석하기 위해 미디어 환경의 변화에 따라 기존 미디어들 특히 인쇄신문매체, 라디오, TV 방송매체들이 디지털화 되어가는 과정에 대해서는 피들러(Fidler)의 ‘미디어 모포시스(media morphosis)’ 즉 커뮤니케이션 미디어의 기술적 진화에 대한 하나의 통합적 사고라고 규정하고, 새로운 기술과 주류 미디어의 장래에 관해 합리적인 판단을 하기 전에 사람들은 인간 커뮤니케이션과 전체적인 변화의 역사적 패턴에 관한 광범위하고 총체적인 지식을 가져야 한다고 주장한다. 그는 또한 기존의 커뮤니케이션 미디어 형태는 새로운 미디어의 출현에 부응하여 변하지 않으면 죽게 된다고 주장하면서, 미디어 변화 과정 원칙들 즉 공동 진화(cooevolution), 융합(convergence), 복잡성(complexity)의 3C 개념을 미디어 변화과정의 원칙으로 설명하고 있다. 본 연구에서는 피들러의 3C 개념을 중심으로 기존 미디어의 진화 과정을 분석해보고, 또한 현대는 과거 개념의 뉴미디어에서는 상상할 수 없을 만큼의 빠른 속도로 발전하는 테크놀로지와 그것이 구현하는 화려한 시각적 표현스타일의 흥수라고 해도 과언이 아닐 만큼 미디어 환경이 변화하고 있다. 이러한 시점에서 뉴미디어가 올드미디어와의 관계 속에서 정체성을 확립해 가는 과정을 재매개화라고 정의한 볼터(Bolter)와 그루신(Grusin)은 재매개(Remediation)론에서 재매개화의 6가지 특성을 차용(borrowing), 재현(representation), 확장(fidelity), 공격(aggressive), 흡수(absorb), 개조(refashion)라고 제시하고 있다.

본 연구에서는 볼트(Bolter)와 그루신(Grusin)이 제시한 재매개화의 6가지 특성들이 인터넷신문 오마이뉴스의 동영상 뉴스, 오디오 뉴스, 포토 뉴스, 독자의 견과 속보성 뉴스 등의 기사에 어떻게 적용되고 있는지를 분석해 보고자 한다.

인터넷미디어에 대해서는 초고속 인터넷망의 보급과 멀티미디어 기술의 발달로 기존의 미디어들을 융합한 인터넷신문의 콘텐츠적 측면에서는 라파엘리(Rafaeli)의 인터넷미디어 특성, 즉 멀티미디어(multimedia), 하이퍼텍스트(hypertextuality), 패킷스위칭(packet switching), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)등 다섯 가지 주요 특성을 근거로 하여 인터넷신문 오마이뉴스에서 제공하고 있는 동영상 뉴스, 오디오 뉴스, 포토 뉴스, 독자의 견과 속보성 뉴스 등의 뉴스 콘텐츠에 대해 분석하고자 한다.

## 2. 연구 문제 및 연구 방법

인터넷신문의 개념 정의에 관하여서는 지금까지 많은 논의가 진행되어 왔다. 이러한 논의과정을 통해 인터넷신문은 ‘1차적 뉴스 정보 제공자가, 웹상에서 하루 1회 이상 그 정보 내용을 개신하여 여론을 전달할 목적으로 발행하는 전자적 형태의 신문’ 또는 ‘정치, 경제, 사회, 문화, 시사 등에 관한 보도, 논평 및 여론 등을 전파하기 위한 목적으로 인터넷이라는 가상공간을 통해 전문적으로 정보를 제공하는 온라인 미디어’라는 개념으로 대체적 합의가 이루어지고 있다.

인터넷신문은 기존의 고전적인 인쇄신문과는 뚜렷이 구별되는 여러 특징을 지니고 있는데 그 특징을 살펴보면 우선 고전적 신문의 전달방식에서 벗어나 디지털 전송방식을 채택함으로써 신문의 편집과 제작, 인쇄, 배포에 이르는 일련의 시간적 경과에 따른 정보전달의 자연과 지면의 제약에 따른 한계를 근본적으로 해결할 수 있게 되었으며, 또한 독자가 자신의 관심 분야별로 보고 싶은 신문기사의 종류를 사전에 선정하면 푸시(push)기술을 이용하여 컴퓨터가 스스로 많은 기사 중에서 독자가 원하는 기사만을 전송해 주는 ‘맞춤 신문’이 가능해지게 되었다. 마지막 특징으로 인터넷신문은 더 이상 문자 위주의 기사나 사진 기사를 전달하는데 그치지 않고 독자적으로 제작된 동영상뉴스와 오디오뉴스를 동시에 제공함으로써 전통적인 신문과 방송의 영역을 자연스럽게 허물고 있다.<sup>14)</sup>

인터넷 신문의 발전단계를 살펴보면 초기의 인터넷신문은 컴퓨터와 통신, 그리고 신문이 융합했던 형태로 인쇄과정의 내용을 요약, 정리하여 이를 PC에 전송하는 방식이었다. 엄밀한 의미에서는 인터넷 신문이라 부를 수 없는 이 같은 전자신문은 1980년대 말까지 존재하였으나, 전송용량의 제한과 소프트웨어의 한계로 기사 전문을 보내거나 받아보기는 힘들었다. 두 번째 단계는 1990년대에 이르러 명실상부한 인터넷신문이 등장한다. 전송용량이 확대되고 컴퓨터관련 기술이 발달됨에 따라 PC화면에서 신문의 내용은 물론 사진도 받아 볼 수 있고, 신문사가 준비한 데이터베이스를 이용하여 추가적 정보도 받아볼 수 있는 단계로 발전했다. 세 번째 단계는 초고속 통신망과 멀티미디어의 결합을 인터넷신문에 이용하는 단계로서 문자 위주의 신문이 그래픽이나 음성은 물론 동영상을 제공하는 신문으로 바뀌고 쌍방향 커뮤니케이션이 더욱 강화되는 단계

14) 성동규, 21세기 매스컴의 발전 전망 , 1999, 농업정보과학 Agroinformatic J. 1(2): 57-61

에 이르게 되었다. 또한 최근에는 미디어 융합현상으로 인해 신문과 방송, 출판으로 분류되던 전통적인 매체형식은 점차 사라지고 디지털이라는 하나의 원리로 통합되고 있으며, 공중과 지상, 무선과 유선으로 구분되던 미디어 채널이 통합되면서 미디어의 구조 또한 일방적 신호에서 상호작용적 대화채널로 바뀌고 있다.

미디어 융합현상의 중심에 있는 디지털 기술의 진화과정은 60년대 컴퓨터의 등장으로 디지털화가 시작되어, 70년대에는 통신이 디지털화되었고, 80년대는 오디오 중심의 디지털화가 진행되었으며, 90년대에는 비디오 중심의 디지털화가 이루어졌다. 2000년 이후에는 미디어 융합현상으로 개별 미디어의 통합과 연결현상이 생기게 되었고, 현재는 네트워크간 융합현상이 진행되고 있다. 네트워크간의 융합현상은 통신과 방송의 융합과 서비스의 융합형태로 진행되고 있는 것이다.

본 연구에서는 미디어 환경이 다변화됨에 따라서 기존의 미디어들이 인터넷신문의 등장으로 인터넷 미디어와 결합, 통합되는 새로운 미디어 환경에 대한 분석을 통해 각각의 미디어들이 어떻게 인터넷신문의 뉴스 형식에 융합되고 있는지를 뉴스 콘텐츠를 중심으로 살펴보고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

#### [ 연구문제 1 ]

디지털기술의 발달로 기존매체들이 인터넷을 기반으로 하는 디지털 환경에서 어떠한 변화, 발전과정을 거치면서 새로운 미디어환경을 구축하고 있는가?

#### [ 연구문제 2 ]

인터넷신문 오마이뉴스에서 제공하는 뉴스의 형식에서 어떠한 재매개화 현상이 나타나는가?

#### [ 연구문제 3 ]

인터넷신문 오마이뉴스에서 제공하는 동영상뉴스, 오디오뉴스, 포토 뉴스, 독자의 의견과 속보성 뉴스의 콘텐츠에 나타나는 인터넷미디어의 특성은 무엇인가?

#### [ 연구문제 4 ]

인터넷신문 오마이뉴스에서 제공하는 뉴스의 콘텐츠에서 미디어융합현상이 어떻게 나타나고 있는가?

본 논문의 구성은 서론에 이은 제Ⅱ장 이론적 배경 및 논의에서 미디어환경의 변화에 대해서 피들러(Fidler)의 미디어 변화 과정 원칙들 즉 공동 진화(co-evolution), 융합(convergence), 복잡성(complexity)등 세 가지의 원칙 중에서 미디어환경의 변화 과정을 공동 진화의 기본 개념을 바탕으로 새로운 커뮤니케이션

형태들이 등장하고 발전하는 과정에서 기존의 다른 커뮤니케이션 형태들에 영향을 미치게 되고 그에 따라 기존의 커뮤니케이션 형태들은 새로운 형태의 미디어가 출현하면 새로운 미디어에 추가되는 방식(공동 진화)을 가정 하여 인쇄매체, 전파매체, TV방송매체의 진화과정과 각각의 매체들이 인터넷신문에서 새롭게 융합되어가는 현상을 분석해보고, 인터넷신문에 대한 이론적 배경에서는 라파엘리(Rafaeli, S.)의 인터넷미디어 특성 즉 멀티미디어(multimedia), 하이パーテ스트(hypertextuality), 패킷스위칭(packet switching), 비동시성(elasticity of synchronization), 상호 작용성(interactivity)등 다섯 가지 주요 특성에 의해 인터넷미디어가 기존매체와 구분된다는 이론을 근거로 하여 인터넷신문에 대한 매체적 특성을 살펴보고, 또한 뉴미디어가 올드미디어와의 관계 속에서 정체성을 확립해 가는 과정을 재매개화라고 정의하고 있는 볼터(Bolter)와 그루신(Grusin)의 재매개화의 6가지 특성인 차용(borrowing), 재현(representation), 확장(fidelity), 공격(aggressive), 흡수(absorb), 개조(refashion)적 특성을 살펴보고자 한다.

제Ⅲ장 분석 및 결과에서는 인터넷신문의 미디어융합기사를 분석하기 위해 국내 독립형 인터넷신문사 중 ‘오마이뉴스’에서 제공하는 뉴스 기사를 본 연구의 대상으로 한정하여 라파엘리(Rafaeli, S.)의 인터넷미디어의 다섯 가지 특성들이 인터넷신문에서 뉴스를 제공하는 형식에 어떻게 적용되는지와 기존 매체들이 인터넷신문과 어떻게 재매개화하고 재결합하고 있는가에 관해서는 볼트(Bolter)와 그루신(Grusin)의 재매개화의 6가지 특성인 차용(borrowing), 재현(representation), 확장(fidelity), 공격(aggressive), 흡수(absorb), 개조(refashion)적 특성들을 바탕으로 인터넷신문에서의 미디어 융합현상을 분석한다.

본 연구의 제Ⅳ장 결론에서는 현재 진행 중인 인터넷신문에서의 미디어융합현상에 대해 정리하면서 맺는다.

## II 이론적 배경 및 논의

### 1. 미디어 환경의 다변화

말의 역사가 1백만 년, 그림과 글의 역사가 6천 년에서 1만 년이라면 매스미디어의 역사는 비교적 짧다. 인쇄매체는 15세기에 발명되었으며 영화, 전화, 라디오 같은 전기매체는 불과 1백여 년 전에, 그리고 텔레비전과 컴퓨터 같은 전자매체는 실용화 시기가 겨우 50년 정도가 경과했을 뿐이다. 이 과정에서 각종 매체는 기존 매체와 경쟁 또는 보완 관계를 유지하면서 발달하였다. 계속되는 뉴미디어의 출현은 기존 매체들을 위협하기에 충분한, 혁명적인 것이라 할 수 있다.

현재 상용화되고 있는 뉴미디어의 특징은 기술의 혁신과 융합으로 종래의 미디어들과는 달리 복합 형태를 띠고 있다는 것이다. 즉, 컴퓨터, 전화, 위성, 비디오, 오디오 등 기존의 미디어가 연결되어 복수의 감각기관에 작용하며 새로운 커뮤니케이션 시스템을 구축하고 있는 것이다.<sup>15)</sup>

뉴미디어(New media)란 기존의 올드미디어(Old media)에 대칭되는 개념으로 두 가지 의미를 갖는다. 하나는 과거에 없던 전혀 새로운 형태의 미디어를 가리키고, 다른 하나는 전자공학의 발달에 힘입어 기존 미디어가 성능이 개선·개량되어 새로운 이용이 가능해졌거나 또는 이미 존재하는 미디어나 기술이 서로 결합해서 새로운 매체로 기능하는 경우이다. 또한 뉴미디어의 개념은 ‘올드 미디어’와의 구별을 위한 상대적인 개념으로 어느 한 시기에만 존재하는 절대적인 의미의 미디어를 뜻하는 것이 아니라, 미디어발전 단계에 따라서 모든 시기에 존재하는 상대적 의미의 미디어를 의미한다. 현재 우리가 뉴미디어라고 일컫는 미디어들은 일종의 멀티미디어로 지금까지 각기 독립적으로 존재하면서

15) 김규.전환성.김영웅 공저, 디지털시대의 방송미디어, 2005, 나남출판, p378

기능하던 출력 미디어가 새로운 커뮤니케이션 기술에 의해 개발된 전달 미디어와 하나로 복합되어서 새로운 기능과 역할을 하면서 운용되는 미디어인 것이다.<sup>16)</sup>

신문시대에 라디오가 등장하면 신문은 올드 미디어가 되고 라디오는 뉴미디어가 된다. 마찬가지로 텔레비전시대에 케이블 텔레비전이 등장하면 텔레비전은 올드 미디어, 케이블 텔레비전은 뉴미디어이다. 문자다중방송과 같은 경우는 기존의 텔레비전의 성능을 개량한 것이라 할 수 있을 것이다.

또한 멀티미디어<sup>17)</sup>는 뉴미디어 중에서 가장 진보된 형태로 두 개 이상의 미디어가 하나의 시스템 하에서 동시에 사용되는 경우를 말한다. 인터넷신문에서는 유·무선 인터넷을 기반으로 하여 문자, 음성, 그리고 영상 미디어 즉, 전화, 텔레비전, 라디오, 신문을 통합한 새로운 형태의 신문을 제공하고 있다.

미디어 환경변화의 가장 큰 특징은 첫째, 방송, 인쇄, 통신, 컴퓨터가 결합하는 멀티미디어시대로 전환되고 있다. 이러한 결합은 각 매체간의 영역을 무너뜨리고 각각을 융합함으로써 미디어에 새로운 지형도를 만들게 하는 중요한 역할을 한다. 둘째, 정보전달 방식에 변화가 이루어지고 있다. 정보전달 방식의 변화란 기존의 인쇄 또는 전파미디어 외에 케이블, 광섬유, 통신위성, 마이크로파, 컴퓨터 네트워크 등 새로운 전송방식이 활용되고 있는 변화를 말한다. 특히 새로운 채널기술은 정보교환의 방향성을 바꿔놓고 있다. 기존 미디어의 일 대 다수(one-to-many)뿐만 아니라 보다 편리하고 신속한 일 대 일(one-to-point) 또는 상호 다수간(many-to-many)의 정보교환이 쌍방향으로 자유롭게 가능해진다. 셋째, 다채널·다매체화로 소비자의 선택권이 크게 확대되고 있다. 디지털로 인한 기존 채널의 증가와 케이블, 위성, 인터넷의 등장으로 인한 새로운 매체의 출현으로 인해 다채널·다매체의 현상이 일어나고 있다.<sup>18)</sup>

## 2. 디지털과 결합하는 올드미디어(Old Media)

### 1) 인쇄신문과 인터넷신문

16) 정일형, 디지털미디어 인터페이스의 재매개화 연구, 2005, 경희대학원 박사학위논문 p2

17) 멀티미디어가 되기 위해서는 ‘대화기능(interactive)과 디지털(digital)’이라는 두 가지의 특성을 바탕으로 기존 올드미디어가 갖는 표현방법을 뛰어 넘는 새로운 커뮤니케이션 방법이 담겨있어야 한다. (정일형, 앞의 논문 p7 )

18) 성동규, 21세기 매스컴의 발전 전망 1999, 중앙대, 농업정보과학 Agroinformatic J. 1(2): 57-61

## (1) 인쇄신문 매체의 변화

16세기 인쇄술의 발명으로 시작된 활자미디어의 발명 이후 본격적인 대중일간지 신문의 출현으로 뉴스의 전달형식이 구어(口語)에서 문자(文字)를 기반으로 하는 종이신문의 형태로 바뀌게 되었고, 19세기 사진의 발명과 더불어 망판 인쇄술의 개발로 활자와 사진이 결합된 형태의 신문으로 발전하게 되었다.

최초의 대중지는 미국에서 1센트짜리 신문 페니 페이퍼(penny paper)이다. 데이(Benjamin Day)가 발간한 New York Sun (1833)과 베넷(James Gordon Bennett)가 발간한 New York Herald(1835)가 대표적인 페니 페이퍼로서 이들 신문은 신문의 대중화를 가져오는 기폭제가 되었다. 페니 페이퍼는 사실상 대중을 상대로 한 최초의 대중매체였다고도 할 수 있다

신문이 발간된 이후로 새로운 미디어가 등장할 때마다 신문의 미래는 항상 논쟁(라디오와 텔레비전의 등장이 신문 산업의 몰락을 가져 올 것이라는 예측)이 되어왔지만 아직까지 신문은 방송과 더불어 우리 생활에 있어서 중요한 대중매체임에는 틀림없다. 하지만 신문 또한 변화하는 미디어 환경 속에서 생존하기 위한 방편으로 변화를 모색해야만 한다. 신문이 지니는 활자매체의 특수성과 신문만이 지니는 고유의 저널리즘 기능이 존속되는 한 소멸되지 않을 것이다. 그러나 전자영상매체의 소비 비중이 갈수록 높아가는 추이와 병행하여 신문의 경제성은 갈수록 악화되어 갈 것으로 예측된다. 신문 산업의 경우 아직도 다른 정보미디어에 비해 가장 큰 산업규모를 유지하고 있다. 그러나 인건비와 자재비를 포함한 신문 운영상의 총 경비 상승에 대한 압박, 신문 발행부수의 정체, 새로운 대체 미디어로 산재되는 광고 점유율의 하락, 인쇄미디어보다는 영상미디어에 대한 선호도의 증가, 판매 유통질서의 다변화, 규모 확장에 따른 경영관리의 문제, 정보 속보성의 한계 등 여러 가지 당면된 문제들이 산재해 있다. 이런 문제들을 해결할 수 있는 확실한 대책이 준비되지 못한다면 이른바 신문 쇠퇴론의 틀을 벗어나기 어렵게 될 것이다.

신문의 위기는 새로운 정보환경 속에서 해결 방안을 모색해야 할 것이다. 신문 산업의 쇠퇴에 대한 대안으로서 현재 나타나고 있는 것이 잉크를 사용하지 않고 신문을 만들고 배급할 수 있는 인터넷신문이다. 인터넷의 영향으로 종이신문사들이 취한 대응으로는 신문의 편집변화를 들 수 있다. USA Today는 1982년 창간 당시부터 세련된 그래프, 화려한 컬러, 박스기사, 간결한 기사로 인기를 끌어 창간 10년 만에 WSJ(Wall Street Journal) 다음으로 부수가 많은

신문으로 성공하였다. USA Today로 대변되는 신문편집의 변화는 ‘영상세대’를 겨냥한 “읽는 신문에서 보는 신문으로의 전환”이라고 간략히 정리해 볼 수 있는데 주요한 특징을 몇 가지 살펴보면 우선 기사소개 또는 뉴스 인덱스를 통해 원하는 기사를 간단히 찾아 읽을 수 있도록 하고, 둘째, 재미있는 도표, 그림 등 적절한 그래픽 사용과 사진사용 빈도가 높으며, 세련된 컬러의 사용 및 다채로운 일기예보 기사를 볼 수 있으며, 셋째, 짧은 기사, 광범위한 주제로 독자의 의견들은 다양하게싣고, 넷째, 각 요인별 섹션이 고유한 컬러를 가지고 있는 점 등을 들 수 있다. 이러한 USA Today의 변화는 신문편집에 많은 영향을 주었으며, 현재는 많은 신문들이 USA Today의 편집방침과 유사한 편집을 하고 있다.

## (2) 인쇄신문과 인터넷신문과의 관계

1981년 CNN방송의 회장인 테드 터너(Ted Turner)는 “나는 신문 사업에는 뛰어들지 않을 것이다. 내 생각으로는 인터넷이 어떤 미디어보다도 신문을 먼저 먹어 버릴 것 같다”<sup>19)</sup> 라며 종이 신문은 향후 10년 안에 사라질 것이라고 주장했다. 테드 터너의 주장대로라면 지금쯤이면 인터넷으로 인해 종이 신문이 사라져야 한다. 그러나 신문사들은 인터넷이라는 뉴미디어와 손을 잡고 종이 신문과 동시에 WWW(월드와이드웹)을 이용해 자신들의 기사를 제공하고 있다. 이것은 기존의 매체가 새로운 매체와 융합되어 공동 진화 되고 있다고 설명될 수 있을 것이다.

인터넷의 영향으로 위기를 맞고 있는 신문 산업의 대응전략으로는 첫째, 소극적인 방법으로 인수·합병을 통해 경영 합리화를 꾀하거나, 둘째, 신문의 편집을 새로이 하여 이탈된 독자를 다시 얻기 위해 노력하거나, 셋째, 인터넷 신문을 만들어 위기상황에 적극적으로 대응하게 된다. 먼저 합병과 인수(Mergers & Acquisition)는 기업 간의 수평적, 수직적 결합을 통하여 시너지 효과를 거두기 위한 대표적인 방법이다. 1990년대 이후 신문 산업의 대표적인 합병·인수의 예로는 뉴욕 타임즈가 보스톤 글로브를 11억 달러에 인수(1993)한 것을 들 수 있는데 이를 통해 뉴욕 타임즈(New York Times)는 가넷(Gannett), 나이트리더(Knight Ridder), 뉴 하우스(New house), 타임즈 미러(The Times Mirror)에 이어 5대 체인으로 뛰어 올랐다. 결국 신문 산업의 합병·인수는 신문 산업의 거대화와 다국적 기업화를 초래했다.

---

19) 박금자, 인터넷 미디어 읽기, 2001, 커뮤니케이션북스, p14

기업화된 인쇄신문사들이 창간한 ‘종속형 인터넷신문’은 ‘문자이탈’이라는 종이신문의 위기상황을 극복하기 위한 대안으로 시작되었다. 그러나 인터넷신문은 종이신문의 독자를 되찾기보다 종이신문과 차별화된 매체로 인터넷신문 이용자 대부분은 종이신문을 보기 위해 추가비용을 지출하지 않기 때문에 오히려 종이신문의 독자를 빼앗는 것은 아니냐는 의문이 제기되고 있다. 이러한 관점에서 인터넷신문은 종이신문과 경쟁적 관계라고 할 수 있다. 이와는 반대로 인터넷신문이 종이신문에 큰 수익을 가져다주었다는 의견으로 “아직까지 문화적으로 인터넷신문이 기존 신문과는 다른 이름(Brand)으로 기존 신문과 별개로 활동한다 할지라도 이용자들은 기존 신문의 기사가 ‘재활용(reproduced)’된 신문으로 인지한다.”고 주장하면서 인터넷신문은 종이신문을 전제로 한다고 주장한다. 인터넷신문이 종이신문의 신뢰도를 바탕으로 신문구독이 이루어진다는 점에 초점을 맞추고 있는데 실제로 미국 인터넷신문의 대부분이 기존 종이신문의 인지도를 바탕으로 서비스되고 있는 실정이다. 인터넷신문을 전국지와 지방지로 나누고, 이를 다시 일간지, 경제지, 특수신문, 부정기 신문, 대안신문(alternative)등 종이신문의 구분을 그대로 사용하고 있어 인터넷신문을 종이신문의 연속선상에서 다루고 있다. 즉 인터넷신문과 종이신문은 상호 보완적인 관계라는 것이다.

콜럼비아대 노암(Eli M Noam)교수는 인터넷 TV와 관련된 글에서 앞으로 인터넷을 중심으로 모든 매체가 통합될 것이라는 전망 하에 이용자는 통합된 하나의 미디어를 이용할 것이며, 이용자의 기호에 따라 보고 싶은 내용을 고르게 될 것이라고 전망했다. 이러한 미디어 통합 상황에서 미디어 시장은 단일시장이 될 것이며 따라서 여러 가지 미디어를 소유하고 있는 거대기업의 시너지 효과는 더 이상 산출되지 않을 것이라고 전망하면서 적은 규모의 미디어 산업이 등장할 것이라고 전망하였다.<sup>20)</sup> 노암 교수가 전망한 소규모의 미디어 산업의 등장은 국내의 독립형 인터넷신문인 ‘오마이뉴스’가 여기에 해당된다고 할 수 있다. 2000년 설립자본금 1억원, 상근기자 4명, 시민기자인 뉴스 게릴라 727명으로 인터넷신문인 ‘오마이뉴스’가 창간됐다.

멀티미디어인 인터넷의 등장으로 미디어 시장은 통합의 길에 접어들었으며 따라서 미디어간의 경쟁은 더욱 심화될 것으로 예상된다. 결국 인터넷신문은 종이신문이 위기 상황을 타개하기 위한 수단으로 등장하였지만 향후에는 종이신문을 대체할 것으로 보인다. 그러나 인터넷의 성장과 종이신문의 퇴조가 인과

---

20) Eli M Noam 'Towards the Third Revolution of Television' 뉴미디어 시대의 방송 현황과 전망, 방송학회 국제 학술 심포지움 1997년 10월 17일 p35~37

관계에 있다고 할 수 만은 없다. 우선 ‘신문의 위기’는 이미 인터넷이 활성화되기 전부터 제기되어 오다가 인터넷 활성화라는 상황을 맞아 급격히 심화했던 ‘진행중인’ 현상이라고 할 수 있다. 또한 인터넷신문의 기사내용의 정확성과 진실성 문제는 매체로서의 신뢰도와 직결된 문제이다. 비록 현실에서는 이미 부정할 수 없는 매체의 하나로 자리잡아가고 있으며 매체로서의 영향력도 매우 커지고 있다고 해도, 이 모든 것은 인터넷신문이 새로운 패러다임과 표준을 갖는 또 하나의 매체로 자리 잡기 위해서 어떤 방식으로든 검증되어야 할 문제들이다.

인터넷신문이 대안 미디어로 자리 잡기 위해서는 환경의 변화와 기술의 발전, 미디어 작동구조의 변화, 재정적 안정성 혹은 상업적 가능성뿐만 아니라, 상품 즉 뉴스생산방식과 재생산방식 및 그 물적 토대로서의 기자 제도, 그에 대한 사용자의 평가와 판단이 중요할 것이다.

## 2) 라디오, TV 방송매체와 인터넷신문

### (1) 라디오매체의 변화

20세기 매스 미디어의 발전 과정에서 가장 중요한 사실은 전파 매체의 등장이다. 라디오는 1930년대 신문 산업을 위협하면서 방송의 위력을 발휘하였으나 1950년대에는 텔레비전의 등장과 폭발적인 FM방송국의 증가로 광고수입이 줄어들면서 위기를 맞게 되었지만 라디오는 계속되는 미디어 환경변화 속에서 라디오만이 지닌 속보성(速報性), 광파성(廣波性), 감성(感性)을 자극하는 청각적 매체, 일상생활과 친숙한 매체적 특성을 계속 유지해 오고 있다.

뉴미디어 시대의 라디오는 지방화(地方化), 개인화(個人化), 전문화(専門化)에 맞추어 기술발달이 진행되고 있다. 또한 개인화로 인해 하나의 기기로 여러 기능을 이용할 수 있는 복합수신기가 개발되었으며, 더욱 깨끗한 음질 개발 연구도 활발히 진행되고 있다. 또한 미디어융합현상에 따른 수신기 기능의 복합현상, 다채널 시대의 수신가능 기기 개발 등 현재의 라디오는 디지털 음성방송, FM 다중방송, AM 스테레오, 유선라디오, PC라디오 등으로 영역을 확대하고 있다.

21세기에 전개될 이른바 정보화시대의 사회적 특성은 다니엘 벨(Daniel Bell)이 지적하는 바와 같이 표준화 대신 다양화의 원리, 분업화 대신 통합화의 원리, 중앙집권화 대신 지방 분산화의 원리가 지배하게 될 것으로 예측하고 있다. 이러한 사회구조적 특성상의 변화는 인구증가, 기계기술의 발달, 특히 커뮤니케이션의 발달 및 사회발전 추세에 따라 필연적으로 나타날 수밖에 없는 현상으로 파악되고 있다. 여기서 급속한 기술의 발전과 아울러 특히 라디오 방송을 중심으로 한 변화는 다음과 같은 특성을 나타낼 것으로 예측된다.

첫째, 동종(同種) 미디어간 및 이종(異種) 미디어간의 융합현상이 발생할 것이라는 점이다. 기존의 공중파 라디오 시스템이나 위성 라디오 시스템의 융합이 일어날 것이다.

둘째, 다(多)주파수 시대가 도래 할 것이라는 점이다. 다 주파수화는 지상방송이나 위성방송과 같은 공중파계 미디어뿐만 아니라 유선계 미디어(케이블 라디오, PC라디오) 및 패키지계 미디어(Compact CD, CD-Rom)모두를 포함하여 컴퓨터나 인쇄매체 등 이종 미디어의 다양화도 포함된다.

셋째, 다원적 경쟁시대의 도래다. 양적 확대는 지상방송의 다국화, DBS<sup>21)</sup>의 출범과 패키지계, 콤팩트디스크와 인터넷의 급성장, 프로그램 공급업의 양적, 질적 팽창 등에 의해 이뤄진다. 그리고 질적 변화 및 새로운 영역의 출현은 하나의 전파로 동시에 전국 커버가 가능한 위성방송의 매체 특성과 쌍방향성, 주문성, 기록성이 높은 새로운 매체의 출현 및 시·청취자 욕구의 다양화와 정보원의 다채널화에 따른 프로그램의 전문화, 세분화 현상에 의해 그 양상이 결정될 것이다.<sup>22)</sup>

최근 라디오 매체들은 인터넷과 결합하여 인터넷상에서 실시간으로 라디오를 청취할 수 있을 뿐 아니라 라디오 방송을 AOD<sup>23)</sup>서비스를 통해 언제든지 원하는 시간에 재청취할 수 있는 서비스를 실시하고 있으며, 인터넷방송의 특성을 활용한 실시간 방송을 하면서 동시에 라디오 방송의 청각적 메시지에 국한되지 않고 영상을 추가하여 보이는 라디오방송이라는 새로운 형식의 라디오방송을 실시하고 있다. 또한 인터넷신문에서는 오디오뉴스를 서비스하고 있어 라디오 매체와 인터넷과의 결합을 쉽게 엿볼 수 있다.

---

21) DBS(direct broadcast satellite) : 직접위성방송

22) 김규·전환성·김영웅 공저, 앞의 책 p386-399 요약

23) AOD (Audio On Demand) 주문형오디오 방송

## (2) TV 방송 매체의 변화

수 세기 동안 대중 매체의 시작적 커뮤니케이션은 인쇄 매체에 의해 가능하였다. 이제 대중에게 영상 전달을 위한 또 다른 기술이 존재하고 있다. 그것은 전자적 이미지, 즉 텔레비전이다. 전자적 시각 커뮤니케이션은 영상을 대중에게 전달하는데 있어서 즉각적이고 동시적이다.

텔레비전 방송매체는 인쇄매체와 구별되는 몇 가지 특성이 있다. 우선 기술적 특성으로는 현장에서 생생한 보도가 가능한 동시성이다. 이것은 그대로 방송의 속보성과도 연결된다. 반면 시간의 제약으로 융통성이 없고 단위시간의 정보 전달량이 적은 것이 특징이다. 따라서 “가장 자세한 텔레비전 뉴스라고해도 가장 간략한 신문뉴스에 지나지 않는다.”고 흔히 말한다. 비디오의 개발로 반복이나 선택적 시청이 가능해지기는 했지만 그래도 신문에 비해서는 여전히 미디어의 이용이 일회적이라는 특징을 갖는다. 또한 라디오는 일하거나 담소를 나누면서 방송내용을 청취할 수 있지만 텔레비전을 시청하면서는 그것이 어렵다.

라디오와 텔레비전 시대는 뉴스 생산-전달 과정에서 시공간의 제약을 받는다는 측면에서 종이신문의 연장선상에 서 있다. 즉 종이신문의 뉴스보다 더욱 생생하게 전달하기는 하지만 여전히 몇 시까지 몇 초짜리 뉴스를 만들어야 한다는 제약은 그대로 남는다. 따라서 종이신문의 뉴스 생산-전달 과정처럼 닫힌 구조이다. 독자의 입장에서 보면 쌍방향성은 잊고 매스미디어는 얻는 시대가 계속되는 것이다. 특히 인터넷 이전의 가장 발달된 형태의 매스미디어였던 텔레비전은 이전의 매스미디어의 장점들을 통합하지 못했다. 즉 텔레비전은 라디오의 여러 채널을 가질 수 있는 장점, 신문의 많은 활자를 편집할 수 있는 장점들을 통합하지 못한 한계가 있었다. 따라서 더 많은 표현의 자유를 요구하는 인간들은 신문, 라디오, 텔레비전 등 기존 매스미디어를 모두 통합할 수 있는 진정한 뉴 미디어를 만들어내려고 시도해왔다.<sup>24)</sup>

현재 세계적으로 지상파 방송, 위성방송, 케이블TV 등 모든 방송매체가 고품질과 다채널을 가능하게 하는 디지털 기술로 혁신되는 추세에 있다. 위성 방송은 이미 미국, 유럽, 일본에서 수백 개 채널의 디지털 방송 서비스를 제공하고 있으며, 케이블TV, 지상파 방송은 주요 국가들이 2000년대 초반부터 디지털 방송을 실시하고 있고, 영국과 미국은 1998년에 서비스를 시작하였다. 이와 함께 콘텐츠의 디지털화가 동시에 이루어지고 있다. 이것은 멀티미디어 콘텐츠로의 발

24) 오연호, 대한민국 특산품 오마이뉴스, 2004, 휴머니스트, p83

전을 가져와 정보의 내용에 따른 음성, 데이터, 영상의 구분을 무의미하게 하며, 다양한 유형의 콘텐츠를 동일 매체와 기기를 통해 전송, 처리하는 것이 가능하게 된다. 이를 뒷받침하는 것이 네트워크의 광대역화와 초고속화이다. 이 역시 디지털 압축기술 및 통신기술 발전으로 가능하다. 이는 하나의 네트워크를 통해 수백 개 채널의 동영상 정보를 전송할 수 있도록 함으로써 융합을 현실화하고 있다. 즉, 방송망이나 통신망의 구분 없이 어떤 망을 통해서도 방송 프로그램, 인터넷, 데이터 서비스 등을 동시에 전송하는 것이 가능해지는 것이다. 더욱이 일방향 방송 프로그램에 쌍방향 기능을 부가함으로써 방송의 성격마저 크게 변화시키고 있다.

TV와 컴퓨터가 통합된 새로운 정보기기의 출현으로 방송, 통신, 컴퓨터 기능을 한 번에 수용할 수 있게 되어 TV는 다매체 전송방식 통합 수신이 가능한 다기능 통합 셋톱박스(set top box) TV를 부가하여 정보기기로 변신하고 있다. 향후 TV는 보이스 메시징 (voice messaging)<sup>25)</sup>, 웹 브라우징(web browsing), 비디오 컨퍼런싱(video conferencing), Fax, e-mail 등의 기능을 가져 방송, 통신망을 함께 연결하는 컴퓨터/TV 복합형 다기능 기기화가 되고 있다. 즉 인텔리전트(intelligent) TV로 발전하는 것이다.

방송, 통신의 융합시대에 방송 사업자와 통신 사업자의 인수와 합병, 전략적 제휴, 방송 사업자의 통신 서비스 진출, 통신 사업자의 방송 서비스 진출 등으로 가시화되고 있다. 그렇다고 방송 매체별 특성이 모두 사라지는 것은 아니다. 특히 지상파 방송, 위성방송, 케이블 TV는 각각의 고유한 특성을 극대화하는 방향으로 특화하게 된다. 특히 지상파 방송은 거의 모든 시청자에게 도달되는 가장 기본적인 정보 매체로서의 특성을 유지하게 된다. 지상파 방송은 공익적인 방송 서비스를 위주로 시민에게 필요한 기본적인 정보를 제공하고 오락을 제공하는 역할을 유지할 것이다. 지상파 방송사의 독점은 사라지겠지만 다매체 시대에도 강력한 브랜드 이미지를 가지고 사회적으로 영향력 있는 방송매체로의 기능이 요구되고 있다.<sup>26)</sup> 또한 디지털 HDTV는 컴퓨터와 텔레비전을 융합시킨 가장 교과서적 사례로 평가되었다. 이 결합이 높은 평가를 받는 이유는 컴퓨터가 갖는 재현 도구로서의 잠재력, 특히 상호작용성<sup>27)</sup> 때문이다. 컴퓨터는

25) Voice messaging은 1인 이상에게 전달할 음성 메시지를 숫자로 기록하여 번역, 저장하는 컴퓨터 제어 시스템

26) 김인홍, 디지털화에 따른 영상콘텐츠 산업의 효율화 방안연구, 2000, 중앙대학원, p19-20

27) 상호작용성은 디지털 텔레비전의 가장 혁신적인 특성으로 주목받고 있으며 이용자는 미디어 환경에 참여하여 미디어 형태와 내용을 실시간으로 통제할 수 있다. 대표적인 기능으로는 편성의 개인화, 개별 프로그램 내용과의 상호작용, 라이브 포즈(live pause), 그리고 EPG(Electronic Program Guide)가 있다.

일종의 메타미디어(meta-media)<sup>28)</sup>로서 과거에는 경험할 수 없었고 불가능했던 것을 자유롭게 표현하고 재현할 수 있게 해준다. 컴퓨터와 결합한 HDTV의 잠재력은 시간과 공간의 한계를 극복하고 인간의 상상을 가상현실로 재현시킬 수 있을 것으로 예상된다. 그러나 디지털 HDTV의 핵심개념인 상호 작용성은 분명히 그 잠재력이 엄청난 환상적 미디어 도구이지만, 그 실현은 아직도 불확실한 과제로 남아있다. 시청자들은 그들이 보는 것과 직접 상호작용하기를 원하지만 아직도 상호작용은 사람과 텔레비전을 연결시키는 물리적 접촉으로 제한되어 있다. 이런 한계를 극복하고자 이제는 ‘살아 있는 이미지’의 시뮬레이션을 발전시키게 될 것이다. 미디어에서 살아있는 이미지가 창조되면 앞으로 미디어의 가상세계도 인간의 사회적 행위가 자연스럽게 받아들여지는 그런 공간으로 변화되어 갈 것이다.<sup>29)</sup>

### (3) 케이블 TV 매체의 변화

지상파 방송과 같은 무선전파를 사용하는 커뮤니케이션 시스템은 일반적으로 채널의 제한성이나 전파간섭 등과 같은 근본적인 기술적 문제점을 안고 있다. 케이블TV는 이러한 문제를 해결하기 위하여 동축케이블(coaxial cable)이나 광케이블(optical cable)을 사용하여 신호를 송수신하는 뉴미디어의 한 형태라고 할 수 있다. 케이블 TV는 선(cable)을 사용한다는 점에서 지상파 방송이나 위성 방송과 구별되며 다채널성과 다기능성, 쌍방향성 및 지역성을 구현하는데 가장 적합한 매체로 인식되고 있다. 또한 케이블 TV는 일정지역의 가입자를 대상으로 하는 협파 방송(narrowcasting)이며, 가입비(subscription free)에 의존하는 유료방송이라는 특징이 있다.

위성을 이용한 DBS(direct broadcast satellite 직접위성방송)은 케이블TV의 경쟁 매체로 지상에서 전송한 방송전파를 적도상공 약 3만 6천Km에 위치한 방송위성을 이용하여 각 가정의 수신안테나(parabolic antenna)로 직접 재전송해 주는 방송방식을 말한다. 이러한 위성 방송은 지상파 방송이나 케이블 방송에 비해 여러 가지 특징을 지닌다. 우선 위성 방송은 높은 산이나 건물 등과 같은 물리적 장벽에 구애받지 않고 넓은 지역을 하나의 위성으로 커버할 수 있

28) 컴퓨터로 하여금 음성, 텍스트, 화상 등의 각종 미디어를 통합하게 하는 멀티미디어 개념. 앨런 케이(Alan Kay)가 제창한 개념이다

29) 김규·전환성·김영웅 공저, 같은 책 p186-200 요약

고, 수신지역 내에서는 어디에서라도 수신이 가능하다는 점에서 광역성과 동시성을 함께 지닌다. 둘째, 위성방송은 광대역을 사용하기 때문에 DVD, CD에 버금가는 고화질과 고음질을 제공할 수 있다. 셋째, 위성방송은 다채널 제공이 가능하기 때문에 케이블과 마찬가지로 전문편성이나 전략편성을 제공할 수 있다. 전략편성이란 장편영화나 올림픽과 같은 대형 프로그램이나 행사를 중간에 끊지 않고 끝까지 방송하는 것을 의미한다. 넷째, 위성방송은 비상방송에 특히 적합하다. 위성을 사용하기 때문에 천재지변이나 전쟁과 같은 재난에 대하여 별 영향을 받지 않는다는 것이다. 다섯째, 위성방송은 케이블TV와 유사한 쌍방향 서비스 제공이 가능하다. NVOD(Near Video On Demand 유사주문형 비디오), VOD는 물론 PPV(Pay Per View)<sup>30)</sup> 등 다양한 유료 서비스가 가능하다. 이러한 위성방송의 특성으로 인하여 현재는 케이블 TV의 가장 강력한 경쟁 매체로 급부상하고 있다.<sup>31)</sup>

국내의 지상파 방송이 2001년 10월부터, 위성방송이 2002년 3월부터 디지털 방송서비스를 실시하고 있음에도 불구하고, 2005년 현재까지 케이블TV 방송이 전면적으로 디지털 케이블TV 방송으로 전환하지 못하고 있는 주요한 원인들 중의 하나는 불안전한 기술표준, 전환에 필요한 막대한 투자가 요구되기 때문이다. 그러나 디지털 케이블TV 방송은 2005년도를 디지털 케이블TV 방송의 원년으로 2010년까지 장기적인 로드맵을 제시하고 있다.

디지털 케이블TV 방송은 2005년부터 2010년까지 3단계의 과정을 거치면서 진화 발전할 계획으로 TPS(Triple Play Service)라는 다양한 서비스들을 시청자들에게 제공할 수 있게 된다. TPS 서비스의 주요내용은 <표 1>과 같다. 또한 디지털 케이블TV에 의해 제공되는 다양한 서비스로는 RVOD, 독립형 T커머스, 연동형 T커머스, 독립형 데이터 방송, 연동형 데이터 방송, TV-Government, 지자체 공공 서비스, 여론조사, 통신메일 서비스, TV-Stock 등을 서비스가 제공 가능하다.

VOD<sup>32)</sup> 서비스의 종류에는 NVOD(Near Video on Demand), RVOD(Real Video o

30) PPV(Pay Per View) : 시청한 프로그램마다 요금을 지불하는 유료 케이블 텔레비전 방식. 일반 유료 케이블은 채널 하나에 대해서 월정액을 추가 지불한다. PPV방식은 쌍방향 케이블의 프로그램에서 유용한 방식이다.

31) 김규·전환성·김영웅·공저, 같은 책 p201-230 요약

32) 주문형비디오 (VOD: Video on Demand)는 PC 혹은 TV등을 전기통신 네트워크로 연결하여, 이용자들로 하여금 자신이 원하는 콘텐츠를 원하는 시간에 제공받는 서비스를 말한다. 향후 이용자는 마치 기존 VCR을 사용하는 것처럼 되감기, 정지 등의 기능을 사용할 수 있다. 이러한 형태의 VOD 서비스를 RVOD(Real Video on Demand)라고 표현하기도 한다. 이와 비교되는 서비스로 NVOD(Near Video on Demand)는 특정 프로그램을 여러 채널을 통해 일정 간격으로 잇따라 송출함으로써 가입자가 제한적으로나마 시간을 선택해 시청할 수 있도록 하는 서비스를 의미한다.

n Demand), SVOD(Subscription VOD)<sup>33)</sup>로 구분되며, NVOD는 일정시간 간격으로 제공되는 영화를 편당 요금을 지불하고 시청하는 채널 형태로 영화 중심의 서비스다. RVOD는 원하는 시간에 원하는 콘텐츠를 편당 요금 지불 방식으로 시청하는 서비스로 영화, 성인물 등을 제공한다. SVOD는 RVOD 시리즈를 월 정액으로 시청하는 서비스이며, 어학, 성인 등의 월정액 패키지 서비스함으로써 디지털 케이블 TV의 수익성 제고에 가장 큰 역할을 할 것으로 기대된다.<sup>34)</sup>

디지털 다채널 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 100개 채널 이상의 다채널 프로그램 및 음악 콘텐츠 제공</li> <li>· 소비자 요구 및 취향을 충족시킬 수 있는 효율적인 구성</li> </ul>
ISP(IPTV)서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 초고속 인터넷 서비스 제공</li> <li>· ISP(WebTV)서비스 제공</li> <li>· 다채널 프로그램 서비스 및 쌍방향 서비스에 인터넷 연동</li> </ul>
쌍방향서비스 ( VOD , PPV, Walled Garden)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· PC환경과 달리 Closed 네트워크 하의 TV 포털 구성</li> <li>· EPG P/F 하의 게임, 정보 서비스(lean forward content)의 통합</li> <li>· 컬러 애플리케이션으로써 VOD, PPV 서비스 제공</li> </ul>
T - Commerce (인터넷TV를 이용 한 전자상거래)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 프로그램 연동 독립형 T - Commerce 서비스 제공</li> <li>· 각 개별 P/F 통합 프로모션</li> <li>· 다양한 마케팅 툴 구사 가능</li> </ul>

< 표 1 > 디지털 케이블TV 방송의 TPS 서비스

지금까지 인쇄신문, 라디오, TV, 케이블TV의 발전과정을 살펴보았다. 이들 Old Media들은 피들러(Filer)가 미디어 변화과정의 원칙들로 제시한 공동 진화, 융합, 복잡성 중에서 현재 공동 진화 과정을 거쳐 미디어간 융합 단계에 있다. 융합의 단계에서 각각의 미디어들은 다른 미디어들과 서로 영향을 주고받으며 복잡한 미디어 환경을 만들어 가고 있으며, 자율적 조직화 과정에 따라 새로운 미디어 환경에 적응해가고 있는 것이다.

### 3) 유비쿼터스(Ubiquitous) 방송

유비쿼터스(ubiquity)는 신(神)의 편재성을 의미하였는데, 이제는 미디어의 실상을 설명하는데 사용되고 있다. 다른 표현으로는 단절 없는 정보접촉(constant c

33) SVOD(Subscription VOD) : 월이용료를 내면 한 달 동안 마음대로 각종 동영상 콘텐츠를 볼 수 있는 서비스이다. 시청자가 보고싶은 프로그램을 골라 보면서 리모콘 조작을 통해 앞으로 돌리기, 뒤로 돌리기, 일시 정지 등의 기능을 활용할 수 있다

34) 유삼렬, 케이블TV 10년사, 2005, 한국케이블TV방송협회, p411-413

ontact), 침투하는 컴퓨팅(pervasive computing), 숨은 컴퓨팅(invisible computing), 솔기 없는 컴퓨팅(seemless computing) 같은 표현이 이를 설명해 준다.<sup>35)</sup>

방송과 통신의 융합현상이 디지털 방송시대를 이뤘다면 그 후의 단계는 유비쿼터스(ubiquitous) 방송시대가 된다. 지상파, 케이블, 위성, 데이터, DMB, 인터넷TV, PDA(personal digital assistants) TV, cellular-phone TV 같은 정보영역이 결합하고, 벽걸이TV, 냉장고TV, 전광판TV, 멀티TV 같은 것이 출현하여 모든 매스미디어와 개인 미디어가 TV 기능을 갖추게 되면, 그 다음 단계는 사물(things)과 결합하여 이른바 지능형 서비스TV 시대가 된다는 뜻이다. 이것은 아날로그, 디지털 미디어 시대에 이어 제3 방송시대라고 불러도 좋을 것이다.

Digital TV와 Ubiquitous TV의 특성을 비교해 보면 개념상으로 DTV는 Narrowcasting<sup>36)</sup>이고 Pointcasting<sup>37)</sup>인데 반해 UTV는 Broad, Narrow, Point, Personal을 모두 포함한 유비쿼터스 방송이 된다. 구성매체는 DTV가 지상, 케이블, 위성, 인터넷, Mobile, Cellular-phone 등이라면 UTV는 모든 정보기기와 사물이 된다. 네트워크도 복합망에서 단일화된 통합망이 되며, 시간과 공간편향성에서 벗어나 언제 어디서나 가능한 편재(遍在)성이 지배한다. 결국 유비쿼터스 TV란 각종 방송매체와 통신매체가 결합하여 다양한 콘텐츠를 이용자가 원하는 대로 선택 소비할 수 있는 기능형 TV로, 그 실현 시기는 디지털TV가 한층 더 세련되어 새로운 패러다임 변화가 일어날 때 가능하리라고 생각된다. 즉 DTV가 핵심 플랫폼이 되어 모든 방송 통신 매체를 결합하여 활발한 상호작용을 통해 이용자 위주의 생활환경을 이뤘을 때를 의미한다. 이것은 IT사회가 이상적으로 완성된 상태를 의미한다.<sup>38)</sup>

---

35) 김규.전환성.김영웅 공저, 앞의책, p16-17

36) Narrowcasting(峽送)은 지역적·계층적으로 한정된 시청자를 대상으로 한 텔레비전 방송으로 브로드캐스팅(broadcasting)에 대응하는 말로서 케이블텔레비전이 가지고 온 새로운 개념이다. 개인의 특성을 고려하여 특정계층을 대상으로 차별화된 서비스를 제공하는 것으로 이른바 다매체, 다채널 미디어시대의 다양성 속에서 수용자측의 선택폭이 넓어지는 것이다. 그러나 일반적으로 서로 상이한 특성을 지칭하는 개념으로 쓰여지는 방송과 협송은 기존 매스 미디어의 특징인 일방향적 커뮤니케이션이라는 점에서 공통적이다

37) Pointcasting(點送): 이용자 개개인의 요구에 따라 원하는 채널이나 프로그램 혹은 정보를 시간과 공간의 제약없이 주고 받을 수 있는 점송 형태의 정보서비스

38) 김규.전환성.김영웅 공저, 앞의책, p20-21 요약

### 3. 인터넷신문의 매체 특성

#### 1) 인터넷신문<sup>39)</sup>의 등장

커뮤니케이션 매체의 발달과정을 보면 문자를 중심으로 하는 시각 커뮤니케이션인 신문이 등장한 후 전파를 이용한 청각 커뮤니케이션인 라디오가 등장하게 되었고, 텔레비전의 등장으로 시각과 청각을 이용한 영상중심적인 커뮤니케이션이 가능해지게 되었다. 1980년대에 처음으로 인터넷이 등장한 이래 인터넷은 기존의 문자중심인 신문과 오디오 중심의 라디오 매체와 영상중심적인 텔레비전 매체를 인터넷은 유·무선 통신망을 이용해 하나의 매체로 융합하기에 이르렀다.

인터넷에는 인터넷신문, 인터넷잡지(웹진), 인터넷방송 등 다양한 미디어 서비스가 있다. 이들은 아날로그 매체에서는 상상도 못한 쌍방향 커뮤니케이션과 실시간 참여, 사용자 중심의 주문형 서비스 등을 구현하고 있다. 웹(Web)에서 구현되는 멀티미디어는 매체의 해체와 재구성을 통해 방송과 통신이 합해진 형태의 미디어로 거듭나고 있다.<sup>40)</sup>

인터넷과 신문의 결합으로 생긴 ‘인터넷신문’은 기존의 인쇄신문에 비해 실시간으로 기사를 구독할 수 있는 ‘속보성’과 데이터베이스의 개발로 인해 과거의 기사도 손쉽게 접근할 수 있는 ‘검색기능’을 지니고 있다. 뿐만 아니라 인쇄매체처럼 신문제작자가 독자에게 일방적으로 기사를 제공하는 일방적 커뮤니케이

39) 컴퓨터의 웹(Web)에서 볼 수 있는 전자신문. 주류 언론에 대항하는 새로운 개념의 언론으로, 주로 대안(代案) 언론을 표방하며, 중산층 위주의 보수적 시각에서 벗어나 소집단이나 특정지역의 목소리를 대변하기 위해 노력한다. 시장진입 장벽을 피하기 위해 지역신문, 1인 저널리즘 등 적은 자본과 인력으로 운영하는 방식을택한다. 기존 언론의 시각과 사회질서에 비판적이다.

한국에서는 1998년 폐리디 신문 《딴지일보》가 등장해 인기를 끌었고, 그 뒤 인터넷신문이 잇달아 선보였다. 그 가운데 《오마이뉴스》는 종합 일간지를 내세우고 있으나, 대부분은 교육·종교·지역소식 등의 틈새시장을 공략하고 있다. 이들 매체는 정치권력과 자본 등으로부터 상대적으로 자유로운 점을 활용해 민감한 이슈를 거침없이 다루며, 시민 기자, 온라인 기자 등이 취재현장에서 자칫 지나칠 수 있는 여러 사건을 전혀 다른 시각으로 기사화한다. 때로는 독설과 야유를 펴붓기도 한다. 이들은 뉴스 소비자인 독자들을 제작에 참여시켜 쌍방향 커뮤니케이션을 활성화하며, 일부 매체는 영향력 면에서 웬만한 신문이나 방송에 유패할 만큼 성장하였다. 그러나 한편으로는 기사의 신뢰도가 낮고 폭로성 기사와 흥미에 치중하는 등 대안언론으로 자리잡기에는 한계가 있다는 지적이다. (인터넷 네이버 백과사전에서 ‘인터넷신문’의 정의 )

40) 김용섭, 인터넷 방송, 1999, 현암사, p14

션이 아닌 자신이 원하는 정보만을 찾아볼 수 있는 ‘선택성’과 배달을 위한 인건비, 소송비를 절감시켜 신문사의 경영을 개선시킬 수 있는 ‘경제성’을 지니고 있다.<sup>41)</sup>

인터넷상의 뉴스매체들은 기존 오프라인매체(신문사, 지상파 방송사)기반 여부와 뉴스 텍스트 양식에 따라 네 가지 유형으로 구분된다. 첫째, 기존 오프라인 매체에 기반해 인터넷상에서 뉴스 서비스하는 매체를 ‘종속형 인터넷 뉴스매체’라 하고, 기존 오프라인 매체에 기반 하지 않고 인터넷상에서만(online only) 뉴스 서비스하는 매체를 ‘독립형 인터넷 뉴스매체’라 한다. 둘째, 뉴스 텍스트 양식에 따라 인터넷상에서 문자텍스트를 위주로 뉴스 서비스하는 매체를 ‘인터넷 신문’이라 하고, 동영상텍스트 위주로 뉴스 서비스하는 매체를 ‘인터넷방송’이라 한다.

기존 오프라인 언론사 기반여부에 따른 ‘종속형 인터넷 뉴스매체’와 ‘독립형 인터넷 뉴스매체’의 구분은 명확한 반면, 텍스트 양식에 따른 구분은 명확하지 않다. 인터넷 매체의 특성상 기존 오프라인 언론사 기반 여부에 관계없이 인터넷상에서는 ‘문자텍스트,’ ‘음성텍스트,’ ‘사진 및 그래픽 텍스트,’ ‘동영상 텍스트’ 등 모든 텍스트 양식의 구현이 가능하기 때문에 텍스트 양식에 따른 구분은 불명확하다.

## 2) 인터넷신문의 매체 특성

인터넷은 정보의 생성과 유포 및 확산 등 미디어 환경을 크게 변화시킴으로써 신문과 방송을 중심으로 발달되어온 매스 커뮤니케이션 영역도 급속도로 달라지고 있으며, 정보화 시대의 이러한 변화 중의 하나가 인터넷신문의 등장과 확산이다. 디지털 기술을 기본으로 하여 운영되는 커뮤니케이션 시스템으로 데이터의 유형에 상관없이 모든 데이터를 하나로 통합하는 정보의 디지털화가 가능하여 인터넷은 인쇄시대의 신문과 잡지의 콘텐츠(contents)를 비트(bit: binary digit)형식으로 콘텐츠를 저장하고, 전자 신문과 웹진, 인터넷방송까지 비트형식의 콘텐츠를 활용하여 매체의 영역을 확대함으로써 새로운 커뮤니케이션 환경을 만들고 있다.

---

41) 계정립, 인터넷신문의 발전 방안에 관한 연구, 1999, 연세대 언론정보대학원 p23

인터넷 미디어의 커뮤니케이션 특성은 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(Computer Mediated Communication : CMC)으로 나타난다. 일 대 일(one-to-one), 일 대 다수(one-to-many), 혹은 다수 대 다수 (many-to-many)간에 이뤄지는 쌍방향 커뮤니케이션으로서, CMC의 특징을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 시간성을 초월하는 동시적, 그리고 비동시적 커뮤니케이션이다. 실시간 커뮤니케이션이 가능하기도 하지만, 검색, 저장, 편집과 같은 능동적 행위를 통해 시공간을 초월하는 커뮤니케이션이 가능하다. 둘째, 물리적 거리감과 함께 사회 분위기나 규범에 특별히 얹매이지 않고 동질성을 갖춘 집단끼리 손쉽게 모여 문화적 연대를 구성할 수 있다. 가상 공동체의 출현이 이에 속한다. 셋째, 다양한 구성원의 동시적 참여와 상호 작용적 관계를 형성할 수 있다. 이는 민주적인 의사 결정과 공동체 문화를 만드는데 기여한다. 특히 메시지를 수신하면서 자신의 의견을 전달하는 것은 물론 자신이 생산한 정보를 메시지 발신자 또는 다른 수신자에게 보내는 것도 가능하다는 점이 주목된다. 정보 생산자와 소비자라는 두 역할을 동시에 만족시켜주는 의미로 ‘Prosumer (provider + consumer)’ 생산 소비자라는 새로운 개념이 생겨났다. 넷째, 표준적인 사회적 언어가 아닌 기술적 언어 체제로 확장된다. 이는 새로운 정보 흐름과 정보 생성 및 재가공이 일어나는 것을 의미한다.<sup>42)</sup>

라파엘리(Rafaeli, S.)는 인터넷미디어를 멀티미디어(multimedia), 하이퍼텍스트(hypertextuality), 패킷 스위칭(packet switching), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)등 다섯 가지 주요 특성으로 인터넷미디어를 설명하고 있다. 멀티미디어적 특성은 인터넷상에서 문자, 음향, 사진, 애니메이션, 동영상 등 다양한 양식의 텍스트 구현이 가능함을 의미하며, 또한 추가자료와 기사검색도 한 화면에서 할 수 있음을 의미한다. 하이퍼텍스트(hypertextuality)의 하이퍼텍스트라는 용어는 넬슨(Nelson)이 1960년대 후반에 처음 사용한 개념으로 한 주제어를 다른 문서에 연결한다는 개념으로 사용한 것이다. 그는 하이퍼미디어를 “컴퓨터 기반의 비순차적인 정보의 저장과 추출”이라고 정의하고 있으며 하이퍼텍스트의 개념이 문서와 문서 또는 단어와 문서의 연결 기능을 의미하던 것을 확장하여 단어의 연결 기능뿐 아니라 그림, 음성, 동영상 등 저장된 모든 데이터 파일들을 연결, 검색하는 기능으로 확장시켰다. 패킷스위칭(packet switching)기술은 매스미디어에서 게이트키피ング(gatekeeping)<sup>43)</sup>에 해

42) 오미영, 정인숙, 커뮤니케이션 핵심이론, 2005, 커뮤니케이션북스, p77~78

43) 매스 커뮤니케이션 연구에서 게이트키피ング(gatekeeping)은 뉴스 미디어 조직내에서 기자나 편집자와 같은 뉴스결정권자에 의해 뉴스가 취사 선택되는 과정을 의미한다. 어떤 메시지라도 목표에 도달하기 위해서는 많은 문(gate)을 통과해야만 한다. 모든 메시지가 이 문을 통과할 수 없다면 필연적으로 어떤 메시지는 선택되고 어떤 메시지는 거부되는 과정이 따를 것이다. 이처럼 메시지의 취사, 선택이 이루어지

당되는 개념으로 인터넷상에서 텍스트의 내용, 양식, 순서 등과 관계없이 전달자와 수신자의 커뮤니케이션을 원활하게 하는 기술적 특성이다. 동시성(synchronicity)은 전달자와 수신자의 위치(지역)에 상관없이 실시간 커뮤니케이션이 이루어지는 특성으로 기존 매체인 신문, 라디오, TV, 영화 등을 녹음이나 녹화를 하는 경우 외에는 방송 시간에만 볼 수 있는 동시적 성격을 갖는 매체이다. 이에 비해 인터넷 미디어는 접속과 동시에 실시간으로 원하는 정보를 확인할 수 있는 비동시성(elasticity of synchronicity)을 가진 매체이다. 상호 작용성(interactivity)은 매스 커뮤니케이션이 동시적 혹은 비동시적으로 계속 이뤄지는 특성이다. 이때 전달자와 수신자는 대등한 관계로 역할이 수시로 바뀐다는 것이다. 인터넷은 그 설계 당시부터 정보의 분산과 공유를 목적으로 개발되었을 뿐만 아니라 고도의 개방적 네트워크로서 컴퓨터 네트워크를 통한 상호 작용성을 실현시켜 왔다.

본 연구에서는 인터넷신문에서의 미디어 융합현상을 분석하기 위해 라파엘리(Rafaeli, S.)가 주장하는 인터넷 미디어의 특성인 멀티미디어(multimedia), 하이パーテ스트(hypertextuality), 패킷 스위칭(packet switching), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)등 다섯 가지 주요 특성들을 바탕으로 인터넷신문의 뉴스 형식을 분석하고자 한다.

### 3) 재매개(Remediation)론

현대는 과거 개념의 뉴미디어에서는 상상할 수 없을 만큼의 빠른 속도로 발전하는 테크놀로지와 그것이 구현하는 화려한 시각적 표현스타일의 홍수라고 해도 과언이 아닐 만큼 미디어 환경이 변화하고 있다. 이러한 시점에서 뉴미디어가 올드미디어와의 관계 속에서 정체성을 확립해 가는 과정을 ‘재매개(Remediation)화’라고 정의하고 그것의 특징과 논리들을 정리하는 볼트(Bolter)와 그루신(Grusin)의 연구는 기존의 미디어 연구가 가진 한계점을 극복하고 새로운 미디어 이론으로써 평가받을 수 있는 함의를 지닌다고 판단된다.

미디어 융합과 재매개화에 대해 살펴보면, 재매개한 뉴미디어가 이전의 구 미디어를 개조하는 것으로 재매개 현상이 디지털 미디어의 등장으로 시작된 것은 아니라고 주장한다. 지난 수백 년 동안 서구의 시각적인 표현양식 전반에 걸쳐

---

는 것을 게이트키퍼이라 하고 게이트키퍼를 하는 사람을 게이트키퍼(gatekeeper)라고 한다.

서 재매개라고 하는 똑같은 과정을 확인할 수 있다는 것이다. 또한 재매개는 디지털 미디어의 주요한 특성이다. CD-ROM, DVD, 디지털화한 그림 혹은 사진을 전시하는 화랑, 문화적 텍스트의 수집, PC사용자들이 다운로드(Download) 할 수 있는 그림이나 텍스트를 제공하는 수많은 웹 사이트 등에서 재매개가 이루어지고 있다. 이런 경우에는 전자 미디어가 그림, 사진, 인쇄물 등과 같은 구 미디어를 거부하지 않고 받아들인다. 또한 컴퓨터가 구 미디어에 접근하는 새로운 수단으로 구 미디어의 내용이 뉴 미디어 속으로 흘러 들어가는 것처럼 흡수되고 통합되는 재매개가 이루어진다.

인터넷신문에서 재매개화 현상은 먼저 기존 인쇄신문, 만화, 라디오 매체, TV 방송 매체, 사진, 잡지 등의 매체들이 각각의 데이터를 디지털이라는 공통된 형식을 이용함으로써 인터넷신문 상에서 재매개화 되고 있는 것이다. 결국 인터넷신문에서는 기존 매체의 특성을 최대한 부각시켜 각각의 매체의 장점들을 결합하여 사용하고 있는 것이다. 예를 들면 동영상을 활용한 동영상 뉴스, 음성을 이용한 음성 뉴스, 사진을 이용한 포토 뉴스와 포토에세이 형식의 뉴스, 만화와 그래픽을 활용한 그래픽 뉴스 등 인터넷신문에서는 멀티미디어적인 뉴스를 제공하고 있다.

재매개화의 두 가지 논리는 비매개(Transparent Immediacy)와 하이퍼매개(Hypermediacy)로 요약될 수 있다. 여기서 비매개는 원어 의미 그대로 투명한 즉 시성으로 해석되고, 미디어 이용자로 하여금 미디어가 실재하고 있다는 것을 잊게 만드는 시각적 표현 스타일로 인터페이스가 없는 인터페이스(interfaceless interface)의 속성을 지니고 있으며 비매개의 세 가지 전략으로는 먼저 그래픽 유저 인터페이스(GUI)와 선형원근법(linear perspective) 그리고 선형원근법 기술의 자동화를 통하여 인터페이스가 없는 인터페이스를 만들어 내는 핵심 개념이다. 하이퍼 매개는 미디어 이용자로 하여금 그 미디어를 상기하고 기억하게 만드는 시각적 표현 스타일로 하이퍼 매개의 세 가지 전략으로는 먼저, 윈도우의 인터페이스(windowed interface)와 상호 작용성(interactivity) 그리고 다양성(multiplicity)을 통하여 이용자로 하여금 미디어를 상기하고 기억하게 만드는 시각적 표현 스타일이다. 이러한 재매개화는 우리가 문화 속에 수많은 기술을 미디어로 사용하며 받아들이는 과정에서 나오며, 그 기술의 기능이 발휘되고 다른 미디어와 관계하는 방식으로부터 발생하게 된다. 그 결과 올드미디어와 디지털 미디어는 모두 기술적, 사회적, 경제적 맥락으로 구성된 네트워크에 참여하게 된다. 따라서 모든 미디어의 ‘재현(representation)’은 재매개화라 할 수 있으며, 그런 의미에서 재매개화는 매개(mediation)의 매개(mediation)이자 새로

운 창조(reform)의 개념이 되는 것이라고 할 수 있다. 이러한 재매개화의 두 가지 논리인 비매개와 하이퍼 매개는 올드미디어와 뉴미디어사이에서 다음의 세 가지의 다른 방법으로 기능하고 여섯 가지의 특성을 나타내고 있다.

재매개화의 방법은 매개의 매개(mediation of mediation), 현실과 매개의 불가분성(inseparability), 개혁(reform)으로 매개의 매개 방법은 매개는 다른 매개의 역할에 의존하게 되며, 미디어는 끊임없이 서로에 대해 평가(comment), 대체(replace), 재생산(reproduce)하는 과정을 통해 완전해진다. 따라서 수많은 미디어의 매개 행위는 바로 재매개화가 된다. 즉 있는 그대로의 현실 자체에 대해 관계를 맺고 있을 뿐 아니라, 이전 미디어의 매개 작용에 개입하면서 이전 미디어를 대신하고 반성한다. 이러한 측면에서 모든 미디어는 미디어로 기능하기 위해 언제나 상호 작용하는 미디어야 한다. 재매개화에서 매개와 현실은 분리될 수 없다. 재매개화에서 모든 미디어는 다른 미디어에 의존하고 있지만, 미디어 자체는 현실의 언어적, 문화적, 사회적, 경제적 교환 시스템 등에 존재하는 객체이자 대상물(object)이며 실재하는 것이다. 따라서 미디어는 혼성적이고 미디어를 생산하고 이용하는 현실에 존재하며 그 사회구성원들의 함의의 결과물로 나타난 문화인 것이다.

앞의 두 측면을 정리하면 모든 매개는 실재적임과 동시에 실재적인 것의 매개라고 볼 수 있는데, 이 과정에서 다른 미디어를 개조(refashion)하거나 재건(rehabilitate)한다. 따라서 재매개화는 현실을 개혁하는 과정으로 이해될 수 있다.

재매개화의 6가지 특성은 차용(borrowing), 재현(representation), 확장(fidelity), 공격(aggressive), 흡수(absorb), 개조(refashion)이다. 여기서 차용이란 하나의 미디어로부터 나온 한 속성을 다른 미디어에서 재사용하는 것으로 이는 재정의 (redefinition)와 함께 미디어간의 의식적인 상호작용은 없으며, 독자나 시청자가 두 버전을 알고 비교할 수 있을 경우에만 발생하는 개념이다. 재현은 디지털 미디어에서 올드미디어의 특성을 그대로 반영하여 올드미디어의 특성을 숨기기보다는 진보된 형태로 올드미디어와의 차이를 강조하며 디지털 미디어의 인터페이스에 차용된 경우를 말하며, 공격은 디지털 미디어가 원도우 스타일에서 프레임이나 버튼, 슬라이더 등의 GUI를 통해 다른 미디어를 없애거나 감추고 사용자로 하여금 새로운 경험을 하게하는 환경을 제공하는 것을 말한다. 흡수는 디지털 미디어가 올드미디어와의 관계를 감추고 사용자에게 매개되지 않은 듯한 경험을 제공하는 것을 말하며, 개조는 하나의 미디어 장르에서 올드미디어의 형식을 차용하여 동일하게 나타나는 경우를 말한다.

재매개화		내 용
방법	매개의 매개	매개(mediation)는 다른 매개의 역할에 의존하며, 미디어는 끊임없이 서로에 대해 평가(comment), 대체(replace), 재생산(reproduce)하는 과정을 통해 완성 미디어가 미디어로써 기능하기 위해 서로 독립적이면서 서로를 필요로 하는 미디어의 매개 행위가 바로 재매개화
	현실과 매개의 불가분성	재매개화에서 모든 미디어는 다른 미디어에 의존하고 있지만, 미디어 자체는 현실의 언어적, 문화적, 사회적, 경제적 교환 시스템에 존재하는 객체이자 대상물이며 실재하는 것. 미디어는 혼성적이고, 미디어를 생산하고 이용하는 현실에 존재하며 그 사회구성원들의 함의의 결과물로 나타난 문화
	개혁	미디어는 다른 미디어를 개조(refashion)하거나 재건(rehabilitate)함, 따라서 재매개화는 현실을 개혁하는 과정
특성	차용	하나의 매체로부터 나온 한 속성을 다른 매체에서 재사용하는 것 재정의(reddefinition)와 함께 하지만 미디어간의 의식적인 상호작용은 없으며. 독자나 시청자가 두 버전을 알고 비교할 수 있을 경우에만 한정
	재현	디지털 미디어에서 올드미디어의 특성을 그대로 반영하여 올드미디어의 형태가 복원되어 나타나는 경우
	확장	재현의 확장 개념으로 올드미디어의 특성을 숨기기보다는 진보된 형태로 올드미디어와의 차이를 강조하며 디지털 미디어의 인터페이스에 차용된 경우
	공격	디지털 미디어가 윈도우 스타일에서 프레임이나 버튼, 슬라이드 등의 GUI를 통해 다른 미디어를 없애거나 감추고 사용자로 하여금 새로운 경험을 하게하는 환경을 제공하는 것
	흡수	디지털 미디어가 올드미디어와의 관계를 감추고 사용자에게 매개되지 않은 듯한 경험을 제공하는 것
	개조	하나의 미디어 장르에서 올드미디어의 형식을 차용하여 동일하게 나타나는 경우

<표 2> 재매개화의 방법과 특성 ( 정일형, 앞의 논문 p25, Bolter, J. D & Grusin, R (2001), Remediation : Understanding New Media, Cambridge MIT Press p:53-62 내용 재정리 )

스콧(Scott)과 화이트(White)는 'Unnatural history? Deconstruction the Walking with Dinosaurs phenomenon'이라는 논문에서 그들은 볼터(Bolter)와 그루신(Grusin)이 언급한대로 올드미디어와 뉴미디어 사이의 관계가 복잡하면서도 끊임없이 발전한다는 개념을 서로 다른 미디어들이 상호 작용하면서 재현의 개조(refashioning representation)를 이끌어내고 비매개와 하이퍼 매개 양자 간 균형을 유지하면서 재매개화를 반영한다고 분석하고 있다.

스콧(Scott)과 화이트(White)의 비매개와 하이퍼 매개의 특성들은 그들이 연구를 수행하는 과정에서 볼터(Bolter)와 그루신(Grusin)의 재매개화 이론을 확장하는 과정에서 나온 결과이다. 이들은 회화, 사진, 영화, TV 등 시각 미디어들의 연속적인 발달은 비매개를 통한 환영을 재생산하려는 우리의 욕망을 더욱 만족시켜주는 수단으로써, 더 나아가 세계를 향한 열린 창을 우리가 직접 조작

할 수 있게 하는 수단으로써 기능해왔다고 주장한다. 가장 대표적으로 헐리웃 영화들은 화면에서 원하지 않는 요소들을 제거하는 특수효과를 통해 관객들에게 비매개의 환영을 방해하는 모든 요소들을 지워내고, 웹페이지와 같이 사용자가 다양한 메뉴를 통해 모든 원도우를 직접 통제함으로써 몰입하고 즐거움을 느끼게 된다는 것이다. 그들은 이러한 재매개화 과정을 하나의 미디어 안에 비매개와 하이퍼 매개가 공존하면서, 다양한 미디어 사례들에서 보듯 투명성과 불투명성 사이를 왕복하는 개념으로 설명하고 있다. 결국 볼터(Bolter)와 그루신(Grusin)의 논의대로 더 오래된 미디어 형태(예컨대 텔레비전, 필름과 인쇄된 페이지)와 뉴미디어 형태(컴퓨터 애니메이션과 월드 와이드 웹)의 관계는 복잡하고 끊임없이 전개하는 과정에 있다는 것이다.<sup>44)</sup>

#### 4) 인터넷미디어의 특성

초고속 인터넷망의 보급과 멀티미디어 기술의 발달로 기존의 미디어들을 융합한 인터넷신문의 콘텐츠적 측면에서 각각의 미디어들이 인터넷 미디어에 어떻게 재결합하여 인터넷신문의 뉴스 기사형식에 활용되는가에 대해 라파엘리(R afaeli)의 인터넷 미디어의 특성, 즉 멀티미디어(multimedia), 하이パーテქ스트(hype rtextuality), 패킷 스위칭(packet switching), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)등 다섯 가지 주요 특성을 근거로 하여 인터넷신문을 살펴보면 다음과 같다.

##### (1) 멀티미디어(multimedia)

멀티미디어적 특성은 인터넷상에서 문자, 음향, 사진, 애니메이션, 동영상 등 다양한 양식의 텍스트 구현이 가능함을 의미하며, 또한 추가 자료와 기사검색을 한 화면에서 할 수 있음을 의미한다. 기술적 측면에서 멀티미디어란 최소한 하나의 지속적 디지털 미디어(음성 또는 영상)와 이 미디어에 상호 작용할 수 있는 하나의 간헐적 디지털 미디어(텍스트)가 조합된 것으로, 간단히 정의하면 컴퓨터에서 문자, 음향, 사진, 애니메이션, 동영상 등을 동시에 사용하고 이를 다양한 데이터를 통합 시스템에 저장하는 것이라 할 수 있다. 이와 같은 인터넷의 멀티미디어적 특성은 뉴스 제공은 물론 홈쇼핑, 교육, 각종 금융 서비스 등이 폭넓은 부가 기능을 갖춘 복합적 매체로 발전하고 있어 기존 인쇄신문이

---

44) 정일형, 앞의 논문 p22-31 요약정리

제공하는 정보 전달 서비스의 기능을 넘어 오락과 여가선용 서비스를 포함한 다양한 기능을 가지고 있다.

디지털 미디어는 멀티미디어로써 영상과 소리, 문자, 그림 등을 모두 포괄하고 있으므로 방송 미디어인 동시에 인쇄 미디어로서 양쪽의 역할을 모두 담당한다. 그렇다면 디지털 미디어 세대의 인간이 어느 쪽으로 발전할 것인가? 피상적이지만 일반적인 지식 체계로 갈 것인가, 심층적이지만 집중적인 지식체계로 갈 것인가?

디지털 미디어의 이용은 모순적으로 들리지만, 이 양쪽 방향을 모두 충족시키는 것으로 보인다. 피상적이고 단편적인 내용을 많이 접하게 되지만 자신의 동기를 유발시키는 한 두 분야에 대해서는 아주 깊고 심층적인 지식을 갖추게 되는 경향을 보인다. 즉 미디어의 속성은 영상 쪽으로 하지만 네트워크와 하이퍼링크의 상승 작용으로 광범위한 정보에 접속할 수 있으므로 원하는 분야에서는 심도 있는 정보를 얻는다고 볼 수 있다.<sup>45)</sup> 또한 디지털 콘텐츠의 특징은 ‘원 소스 멀티 유스(one source multi-use)’로 한번 만들어진 콘텐츠는 각기 다른 여러 가지 플랫폼에서 재사용이 가능하다는 특징을 가지고 있다. 이것이 디지털 컨버전스를 가능하게 만드는 것이다.

‘오마이뉴스’의 오연호는 “인터넷 언론 1세대가 90년대 출범한 딴지 일보나 대자보 등의 주간지형 매체들이었다면 2세대는 ‘오마이뉴스,’ ‘이데일리’ 등 본격적인 뉴스 속보 체제를 갖추고 기존 언론에 대응한 매체이며, 3세대는 ‘탈 신문화(新聞化)’의 특성을 갖고 멀티미디어를 추구 한다”라고 설명했다. 또한 미디어환경의 변화와 관련해서는 “미디어 융·통합 등의 과정을 겪겠지만 두 가지 흐름은 여전할 것”이라며 “첫째는 뉴스 콘텐츠 자체의 가능성과 시민참여 모델은 계속 따라 붙을 것”이라고 전망했다. 뉴스 콘텐츠 자체의 가능성은 각각의 매체를 어떻게 활용하여 뉴스 콘텐츠를 잘 만들 것인가가 중요하며, 어떤 매체나 채널이 됐건 시민참여로 일방향이 아닌 쌍방향 커뮤니케이션은 계속될 것이다. 또한 ‘3세대 인터넷언론’으로 도약하겠다며 ‘제3세대’를 “멀티미디어를 지향하면서 신문인지, 방송인지 구분할 수 없으며, 인터넷신문이라고 부르는 것이 어색해지는 개념”이라며 텍스트와 동영상의 결합을 통한 새로운 인터넷 언론의 전형을 만들어갈 것이라고 한다.

2005년 10월에 창간한 인터넷신문 ‘코리아 포커스’의 김희수는 “새로운 형태의 시각적 요소를 강조해 비주얼 뉴스의 새 지평을 열어나갈 것이다. 기존 어떤

---

45) 유재천, 디지털 컨버전스 시대를 열며, 2004, 디지털 컨버전스, 커뮤니케이션북스, p46

언론에서도 볼 수 없었던 새로운 형식의 사진 면을 준비했고, ‘인터랙티브 뉴스’라는 독창적인 비주얼 뉴스와 입체적인 그래픽과 사진, 동영상과 텍스트가 역동적인 조화를 이룬 스토리 텔링 형식의 뉴스를 제공할 것”이라고 한다. 또한 요즘 선풍적인 인기를 끌고 있는 블로그와 미니 홈페이지의 사용자들은 다른 사람이 제작한 콘텐츠를 사용하는 주체이면서 동시에 자기의 콘텐츠를 생산해서 다른 사람에게 공급하는 공급자 역할을 동시에 담당하는, 이른바 ‘1인 퍼블리싱’시대를 열고 있다.<sup>46)</sup>

현재까지 많은 멀티미디어 관련 연구들이 있지만 각 미디어들의 영역이 허물어짐과 동시에 새로운 영역이 생기고, 또한 디지털화된 새로운 하나의 미디어로 통합되어 가는 과정에서 다양한 멀티 인터페이스가 차용되고 있다. 더욱이 최근 디지털화된 정보 유통 미디어의 대부분을 멀티미디어라 칭하는 경향이 있어, 이로 인해 그 의미의 범위가 매우 혼란스러워지고 있는 실정이다. 이것은 현재 멀티미디어의 뚜렷한 정의나 그 범위가 한정되어 있지 않기 때문인데, 이는 또한 앞으로의 멀티미디어의 범위가 무궁무진함을 말해주고 있는 증거이기도 하다.<sup>47)</sup>

## (2) 하이퍼텍스트성(hypertextuality)<sup>48)</sup>

하이퍼텍스트라는 용어는 넬슨(Theodore Nelson)이 1960년대 후반에 처음 사용한 개념으로 한 주제어를 다른 문서에 연결한다는 개념으로 사용한 것이다. 그는 하이퍼미디어를 “컴퓨터 기반의 비순차적인 정보의 저장과 추출”이라고 정의하고 있으며 하이퍼텍스트의 개념이 문서와 문서 또는 단어와 문서의 연결 기능을 의미하던 것을 확장하여 단어의 연결 기능뿐 아니라 그림, 음성, 동영상 등 저장된 모든 데이터 파일들을 연결, 검색하는 기능으로 확장시켰다. 실제로 하이퍼미디어 환경은 이러한 개념뿐만 아니라 사용자가 하이퍼미디어 형태의 정보를 재가공 할 수 있도록 해주는 프로그램을 포함해야 한다고 한다.

인터넷은 하이퍼텍스트 구조를 지니고 있는데, 비선형성(nonlinearity)이라고

46) SBS 서울디지털포럼 엮음, 제3의 디지털혁명 컨버전스의 최전선, 2004, 미래M&B, p173

47) 정일형, 앞의 논문 p43

48) 하이퍼텍스트 (hypertext): 하이퍼링크(hyper link)와 쌍방향성이라는 컴퓨터의 특성을 결합한 것으로 1960년대에 테오도르 넬슨이 만든 컴퓨터 관련용어로 파생텍스트라고도 한다. 1960년대 컴퓨터 개척자 테오도르 넬슨(Theodore Nelson)이 'hyper(건너 편의, 초월, 과도한)'와 'text'를 합성하여 만든 컴퓨터 및 인터넷 관련 용어이다. (인터넷 네이버 백과사전에서 ‘하이퍼텍스트’의 정의)

불리는 이 하이퍼텍스트성은 종래의 선형적인 매스미디어와는 전혀 다른 커뮤니케이션 환경을 창조했다. 하이퍼텍스트는 상호 연계된 텍스트 또는 정보 조각들로 구성되는데, 이러한 정보 단위를 노드(node)라 하고, 다른 정보 단위로의 이동을 나타내는 포인터(pointer)를 링크(link)라 한다.<sup>49)</sup> 하이퍼 텍스트적 특성은 정보원(communicator) 중심의 서사적 구조와는 대립적인 개념으로 인터넷 이용에 있어 수용자 중심적 구조를 의미하며, 비연속적, 비선형적(nonlinearity) 정보검색 기능을 가져 정보의 흐름이 순차적인 시간과 연속적인 흐름에 따라 이루어지지 않는다.

서로 연관성이 있는 정보가 위치한 곳으로 곧바로 이동할 수 있음으로 인해 정보의 원래 맥락과는 관계없이 이용자 의도에 따라 다시 구성될 수 있으므로 소비자가 정보의 흐름을 주도할 수 있고, 누구라도 필요한 정보를 제공할 수도 있기 때문에 스스로 정보의 생산과 흐름 및 소비의 과정에 참가하는 생산 소비자이자 송수신자(sender & audience)로 존재하게 된다.

인터넷신문에서의 이 같은 특징이 송신자와 수신자의 구분을 사라지게 했을 뿐만 아니라 송신자와 수신자를 연결하는 길도 하이퍼링크에 의해 매우 다양하게 열려있으며, 독자의 입장에서 어떤 길을 선택하느냐에 따라 다양한 텍스트가 구성되므로 의제의 선택과 배제 메카니즘이 형성될 수 있다. 이는 신문사의 편집 방향에 따라 취재된 자료를 취사선택해 기사를 작성해서 독자에게 일방적으로 제공하는 기존 언론사 기자의 저널리스트적 역할과는 상당한 차이가 있는 것이고, 바로 이 같은 점이 인터넷신문에서 보다 자유로운 의견 개진과 토론이 벌어질 수 있는 발판으로 작용한다.<sup>50)</sup> 또한 인터넷신문은 기존의 인쇄 신문과는 비교할 수 없을 만큼 거대한 저장 능력이 있다. 인쇄신문의 경우와 같은 지면의 제약으로부터 인터넷신문은 정보에 대한 거의 무제한의 저장성을 지니고 있다. 컴퓨터의 무한한 저장 능력 때문에 하나의 기사나 주제에 관련된 다양한 정보나 기초 자료들을 첨부할 수 있고 관련 사이트나 홈페이지로 연결시켜 더 많은 정보를 얻을 수 있어 정보량을 더욱 확대시키고 있다.

플루서(Vilem Flusser)는 디지털 시대에 비로소 가능한 이른바 하이퍼 텍스트적 메시지 읽기에 의해 “하나의 메시지는 단순히 수용되지 않고 독자에 의한 다양한 짜깁기를 통해 완전히 새로운 의미로 생산될 수 있다”고 설명한다. 미디어에서 생산되는 메시지에 대해 전에 없이 다양하고, 많은 능동적인 커뮤니티 활동이 자발적으로 만들어지는 최근의 동향들은 그의 주장을 뒷받침한다고

49) 진행남, 온라인 저널리즘 연구, 2002, 나남출판 p33

50) 박인숙, 인터넷신문의 저널리즘적 성격에 관한 연구, 2002, 한양대학교, p26-27 요약

할 수 있다. 언론활동을 둘러싸고 있는 미디어의 문명적, 기술적 환경이 이렇게 바뀌어 가고 있는 점을 고려할 경우 보도 영상물의 생산도 과거와는 달라져야 할 것이라는 점은 쉽게 추론할 수 있다.<sup>51)</sup>

인터넷신문의 다양한 뉴스의 내용들은 기본적인 정보부터 전문적인 정보에 이르기까지 세분화된 영역의 정보 제공을 비롯해 교육, 의료, 상거래 등 인터넷 미디어의 활용 범위는 그야말로 무궁무진하다. 이러한 점 때문에 인터넷 미디어는 기존 매스 미디어의 보조적 미디어로서뿐 아니라 독립적 미디어로서 커다란 경쟁력을 갖추고 있으며 발전 가능성이 매우 높다. 또한 인터넷 미디어는 개개인이 원하는 정보나 서비스만을 선택해 접근할 수 있게 함으로써 이용자의 능동성이 강조되며, 이는 곧 이용자의 자유로운 정보 선택권이나 채널 선택권 보장이라는 특성으로 이어진다. 이러한 특성이 이용자가 원하는 메시지를 주문에 따라(on demand) 보내주는 제작 방식을 발생시켰다.<sup>52)</sup>

### (3) 패킷 스위칭(packet switching)

패킷 스위칭 기술은 매스미디어에서 게이트키핑(gatekeeping)에 해당되는 개념으로 인터넷상에서 텍스트의 내용, 양식, 순서 등과 관계없이 전달자와 수신자의 커뮤니케이션을 원활하게 하는 기술적 특성이다. 패킷은 소화물을 의미하는 패키지(package)와 덩어리를 뜻하는 버킷(bucket)의 합성어이다. 우체국에서 화물을 적당한 덩어리로 나눠 행선지를 표시하는 꼬리표를 붙이는데, 패킷화는 이러한 방식을 데이터 통신에 접목한 것이다. 이때 패킷은 파일을 데이터 송신 측과 수신 측에 의하여 전송을 위해 분리한 파일의 집합체을 의미한다. 분할된 각각의 패킷에는 별도의 번호가 붙여지고 목적지의 인터넷 주소가 기록된다. 파일을 분할해서 전송하지만 수신하는 곳에서는 원래의 파일로 다시 재조립된다. 헤더(header)와 데이터(data), 테일러(tailer)로 이루어져 있는데, 헤더에는 데이터가 전달될 주소와 순서 등이 기록되고, 테일러에는 에러정보가 기록된다. 결국 디지털 신호로 된 패킷 단위의 신호들은 신호의 에러를 원천적으로 제거하여 송수신 전송이 가능하게 된 것이다.

---

51) 정일형, 앞의 논문 p18

52) 오미영, 정인숙, 앞의 책 p76

#### (4) 비동시성(elasticity of synchronicity)

비동시성은 전달자와 수신자의 위치(지역)에 상관없이 실시간 커뮤니케이션이 이루어지는 특성으로, 기존 매체인 신문, 라디오, TV, 영화 등은 녹음이나 녹화를 하는 경우 외에는 방송시간에만 볼 수 있는 동시적 성격을 갖는 매체이다. 그러나 인터넷은 시·공간적 제약 없이 원하는 시간에 원하는 정보를 송수신할 수 있는 비동시성이 있다.

파블릭(Pavlik)은 “21세기 온라인 저널리스트들은 전방위(omnidirectional)카메라와 모바일 워크스테이션을 통해 ‘움직이는 뉴스 룸’역할을 하게 될 것”이라고 전망했다. 속보성은 인터넷신문이 개척한 또 다른 지평으로 평가 받고 있으며 길드너(Gildner)는 “컴퓨터는 신문에 있어서 완벽한 보완 수단이다. 그것은 혁신하는 뉴스 산업이 제작과 실시간으로 그 생산물을 전달할 수 있게 하는 동시에, 다양한 수단을 제공함으로써, 뉴스의 풍부함과 즉시성을 크게 강화시켜 주는 역할을 한다”<sup>53)</sup>고 했으며, 얼린드슨(Erlindson) 역시 “인터넷신문은 뉴스를 즉시 제공할 수 있으며, 인쇄 마감이나 조석간과 같은 시간적인 제약이 없으며, 사건 발생 즉시 관련 기사를 업데이트 할 수 있는 특성을 지닌다.”고 설명했다.

비동시성과 함께 속보성도 인터넷신문의 장점이라 할 수 있다. 그러나 속보성은 인터넷신문들이 사건 사고나 뉴스를 리얼 타임으로 보도하기 위해 항상 대비 체제로 운영되고 있어 실시간 속보 경쟁에 의한 시간적 압박으로도 작용하고 있다. 또한 속보성 경쟁은 취재정보 사실의 확인 과정에서 충분한 시간을 가지고 검증을 거치지 못한 상태로 기사가 게재되는 요인의 하나로 작용하며, 속보성으로 인해 해설을 곁들인 심층적 보도를 제약하는 요인으로도 작용하고 있어 양면성을 지니고 있다. 결과적으로 오보나 부정확한 보도를 제공하는 폐해를 냉을 수도 있다는 문제점을 가지고 있다.

#### (5) 상호 작용성(interactivity)

상호 작용성은 매스 커뮤니케이션이 동시적 혹은 비동시적으로 계속 이뤄지는 특성이다. 이때 전달자와 수신자는 대등한 관계로 역할이 수시로 바뀐다. 인터넷은 그 설계 당시부터 정보의 분산과 공유를 목적으로 개발되었을 뿐만 아니라 고도의 개방적 네트워크로서 컴퓨터 네트워크를 통한 상호 작용성을 실현시

53) 이광재, 인쇄신문과 인터넷신문 기사 비교 연구, 2003, 경희대 언론정보대학원, p15

켜 왔다.

상호 작용성은 인쇄신문과 인터넷신문을 뚜렷이 구분 짓는 중요한 특징 가운데 하나라고 할 수 있다. 인쇄신문을 포함한 매스미디어의 경우 뉴스의 생산자가 그들의 게이트키핑(gatekeeping)을 거친 뉴스 정보를 다수의 소비자에게 일방적으로 전달하는 반면, 인터넷신문에서는 인터넷의 상호 작용성으로 인해 기자와 독자, 독자와 독자가 부단히 상호 작용할 수 있게 되었다. 따라서 누구나 뉴스를 생산하고 배포하며 소비하는 주체적 입장에 설 수 있다. 이처럼 뉴스 생산자와 소비자 사이에 가로놓인 벽을 제거함으로써 뉴스의 ‘생비자(prosumer)<sup>54)</sup>’가 될 수 있는 길이 열리게 된 셈이다.<sup>55)</sup>

공적 커뮤니케이션의 측면에서 과거에는 공론화가 이루어지는 공적 공간을 신문, 방송 등의 미디어가 독점적으로 점유하는 경향이 있었으나 인터넷이 발달하면서 인터넷이 각 개인의 의견을 표출하는 공간으로 등장하게 되었다. 물론 기존의 미디어가 예전의 권위를 잃은 것은 아니지만 예전에는 매우 힘들었고, 기관을 소유하지 못한 개인의 목소리가 인터넷 미디어를 통해 집단적으로 표출할 수 있는 공간을 가지게 되었다는 점에서 중요하다. 과거에는 사회적으로 권위가 부여된 사람들이, 또는 미디어에 의하여 권위가 부여된 사람들이, 공적인 공간에서 발언할 수 있는 기회를 갖게 되었지만 이제는 각각의 개인들이 자신을 표현할 수 있는 공간을 갖게 되었다. 견해의 권위에 대한 기존 체계의 게이트키핑 기능이 상대적으로 권위의 우위를 갖는 것은 여전하지만 그것과 다른 견해가 표출될 수 있다는 것은 상당한 의미를 가지는 것이다. 이제는 아무리 소수 견해라 하더라도 그런 것이 존재한다는 것을 알릴 수 있는 수단을 가지는 것이다. 결과적으로 다양한 구성원들이 동시적 참여와 상호 작용적 관계를 형성할 수 있기 때문에 인터넷신문은 민주적인 의사 결정과 공동체 문화를 만드는데 기여하고 있다.

---

54) 생산자(producer)와 소비자(consumer)의 성격을 동시에 지니는 정보사회 개인의 특성을 가리키는 용어

55) 박인숙, 인터넷신문의 저널리즘적 성격에 관한 연구, 2002, 한양대학교, p24-25 요약

### III. 분석 및 결과

#### 1. 인터넷신문에서의 미디어 융합 선결과제

미디어의 융합은 통합이 아닌 호환성 증가의 개념으로 이해되어야 한다는 측면에서 보면 각 미디어 간, 각 사업자 간, 각 단말기 간의 이음새 없는 매끈한(see amless) 호환성이 미디어 융합의 궁극적인 귀결점이 될 것이다. 각 커뮤니케이션 미디어는 각각의 고유한 특성을 상당 부분 간직한 채 다른 미디어의 특성을 받아들이는 형태로 진화할 것이다.<sup>56)</sup> 또한 미디어 융합은 여러 미디어의 통합이 아니라 패러다임의 변화로서 독립적인 디지털 기술과 서비스가 통합되어 새로운 가치를 창출하는 현상이다. 따라서 융합이 미디어 환경에 많은 변화를 초래할 것은 명백하지만 기술의 발전 전망을 제외하고는 그 변화가 앞으로 어떻게 전개될 것이며, 어떤 결과를 초래할 것인지는 아직 예측하기 어렵다. 특히 융합이 사회에 어떤 영향을 미치게 될 것인지는 더욱 그러하다. 그 까닭은 지금까지 미디어 융합에 대한 논의가 주로 기술 결정론적 접근, 정책 추진론적 접근, 그리고 산업 결정론적 접근 방식으로 이루어졌기 때문이다. 이와 같은 접근 방식들은 일반 대중의 현실적 요구에 대한 검토는 거의 수반하지 않고 미디어 융합을 산업적이고 상업주의적인 시각에서 보아왔기 때문에 그것의 사회적 영향이 어떠할 것인가는 도외시한 채 기술이 사회의 수요를 앞서가게 만들고 있다. 또한 융합의 사회적 영향력은 다소 시간이 지난 다음에야 측정이 가능하기 때문이다. 그렇지만 미디어 융합은 다음과 같은 몇 가지 변화를 가져오고 있다. 첫째, 미디어 시장 구조가 변화하고 있다. 새로운 기업들도 융합된 미디어 시장에 진입하기 위해 합병이나 제휴 등에 적극적이다. 둘째, 서비스가 변화한다. 융합의 결과 기존 서비스의 특징을 혼합한 새로운 서비스가 등장하며, 내용과 엑세스(access)과정 모두 맞춤화(customized) 되어간다. 그러나 VOD 와 같은 새로운 쌍방향 서비스에 대한 수요는 여전히 불확실하다. 셋째, 수용자의 위상이 변화한다. 다양한 콘텐츠 제공자에 의해 정보량이 증대하는 상황에서 수용자가 새로운 미디어 환경을 주도할 여지가 훨씬 확대된다. 그러나 수용자의 변화는 빠르지 않기 때문에 기존의 구분, 예컨대 TV와 PC의 구분은

56) 류춘렬, 커버전스와 사회 변동, 2004, 디지털 커버전스, p14

여전히 남을 수 있다. 넷째, 미디어 융합의 결과 당연히 미디어 규제에 변화가 일어난다. 뉴미디어 부문에서 규제는 소비자와 데이터 보호 측면에서 특히 필요하다. 왜냐하면 데이터 전송과 교환이 매우 활발하기 때문이다.

뉴미디어가 지상파 방송에 미칠 영향에 대해서는 첫째, 채널의 다양화와 매체의 양적인 증가가 정보에 대한 접근 기회를 확장시켜 주었지만, 그것이 곧 소비자들의 이용 증대로 이어지지 않는 이른바 정보 과잉(information overflow), 즉 정보의 생산량과 정보 소비량의 불균형 현상이 발생한다는 것이다. 따라서 기술적 잠재성과 이용의 현실성 사이에 거리가 있다는 것을 인식할 필요가 있을 것이다. 둘째, 뉴미디어가 어떤 사람들의 미디어 이용에 어떤 영향을 미칠 것인가를 이해하는데 중요한 요인은 미디어 기술의 본질보다는 미디어 이용 습성의 본질에 더 연관되어 있다는 것이다. 사람들은 여가 시간의 상당 부분을 미디어의 이용에 쓰고 있지만 어느 한 매체의 이용에만 집중하지 않는다는 것이다. 셋째, 뉴미디어 특히 방송계 뉴미디어의 도입으로 얼마나 다양성이 보장되는지에 대해서도 이상적인 기대와 다른 현실을 드러내고 있다. 즉 케이블TV 채널이 아무리 많아도 유료 가입자 가운데 약 80%가 2~3개의 영화 전문 채널을 집중적으로 이용하고 있다는 미국의 경우에서 잘 드러나듯이 오락 위주의 편중된 채널 이용이 현실이므로 프로그램 장르별 다양성을 다채널이 보장해 주는 것이 아니라는 점이다. 결국 소수자의 취향에 소구하는 채널들은 경쟁에서 탈락함으로써 다채널에 의한 다양성의 보장이라는 기대는 허구로 귀결된다. 또한 뉴미디어를 이용할 수 있는 경제력을 지닌 사회 계층만 그 혜택을 향수할 수 있으므로 채널의 다양화가 모든 사회 구성원들에게 선택의 기회 균등을 실현시킬 것이라는 기대는 현실성을 상실하고 말았다는 것이다. 넷째, 뉴미디어의 기능 대안성에 대해서도 유의할 필요가 있다. 뉴미디어가 기존의 유사한 기능을 발휘하는 미디어를 대체해 버리지는 않을 것으로 보고 있으며, 미디어 이용자의 시간적 경제적 유한성, 기존 미디어 이용 습성, 기존 미디어에 대한 최소한 만족도 유지 및 대중들의 지상파TV에 대한 오락 의존도 등으로 뉴미디어의 기능 대체 효과는 예측처럼 크지 않을 것으로 보인다.<sup>57)</sup>

인터넷신문은 신문의 미래에 결정적인 영향을 미칠 것이 분명하다. 우선 신문 시장의 판도가 달라질 것이다. 현재의 중고생 세대가 가정을 꾸려 세대주로 정착하게 되는 20년 후가 되면 인터넷신문이 인쇄신문을 제치고 주된 뉴스 전달 수단으로 자리를 굳힐 것이 분명하기 때문이다. 신문이 다루는 뉴스의 형태도 달라질 수밖에 없다. 인터넷의 보급으로 인해 저렴한 비용으로도 뉴스의 생산

57) 유재천, 디지털 컨버전스 시대를 열며, 2004, 디지털 컨버전스 p2-12 요약

과 제공이 가능해지면서 기존 거대 언론매체의 아젠다 세팅(agenda setting)과 게이트키핑(gate keeping) 기능이 크게 약화되었다. 과거에는 뉴스의 공급이 수요를 따라가지 못했으나, 이제는 수요보다 공급이 앞서고 있다. 인터넷이 등장하면서 뉴스의 공급자들은 크게 늘어났지만 뉴스에 대한 수요는 그에 비례하지 못하기 때문이다. 결국 독자를 확보하기 위한 인터넷 뉴스매체의 경쟁이 치열해지고, 자연히 인력과 자본에서 우위를 점한 언론이 뉴스시장을 지배하게 될 것이다. 신문이 치열한 인터넷 뉴스경쟁에서 살아남기 위해서는 기존의 뉴스매체와 차별성을 갖는 길 뿐이다. 여기에 인터넷이 가져다주는 속보성, 편리성, 쌍방향성 등을 추가해 뉴스매체로서의 경쟁력을 높여야 한다.

신문규모에 따른 인터넷 사업규모의 격차는 정보화가 진행될수록 더욱 벌어질 것으로 예상되고 있다. 특히 2000년 상반기 이후 닷컴의 거품이 빠지는 구조조정의 과정에서, 상대적으로 자본이 부족한 중소 언론사들은 가장 심한 타격을 받을 수밖에 없다. 뉴미디어 사업이 언론사간의 빈익빈 부익부를 심화시키는 이유를 언론학자 허행량은 다음과 같이 설명했다. “콘텐츠가 좋은 신문사는 이제 신문뿐만 아니라, 핸드폰, 인터넷, 위성, 케이블TV, 전광판, 라디오 등을 통해 자사의 정보를 팔 수 있게 됐다. 중요한 것은 소비자들의 선택기준이 인터넷, 위성, 핸드폰 등 기술적 채널이 아니라 해당 채널 내에서의 콘텐츠 품질이라는 점이다. 결국 이러한 콘텐츠는 기존의 거대언론이 시장 우위를 점하고 있다. 따라서 인터넷이라는 평등성 매체기술이 등장했건 하지만, 시장논리에 의해 그 평등성이 사장되는 것이다.”

인터넷 덕분에 기술적으로는 언론사의 규모와 관계없이 독자들을 대상으로 대등한 경쟁할 수 있게 된 것 같지만, 대부분의 국가에서 대형 언론사들의 인터넷 사이트가 다른 뉴스사이트에 비해 훨씬 많은 접속자 수를 기록하고 있다. 광고 점유율이나 구독률이 월등히 높은 소수의 대형 언론사들이 인터넷 사업에 있어서도 유리한 것이다. 대형 중앙 언론사는 많은 구독자와 높은 인지도를 통해 새로운 매체 환경에 적응 단계를 거쳐 성장하고 있는 반면 시장 진입이 늦거나 지역적인 한계를 극복하지 못한 소형 언론사는 상대적으로 접속자 수를 확보하기 어려워지는 것이다.

결국 기존 미디어와 같거나 유사한 기능을 발휘하는 새로운 매체의 도입은 기존 미디어를 대체해 버리기보다 상호 보완하여 미디어 특성에 맞는 기능을 창출해냄으로써 공존해 가는 동시에 이용자들에게 새로운 서비스를 제공하게 될 것이다.

## 2. 인터넷에서의 미디어 융합 현상

미디어 융합(media conversion)은 매체 전환 현상을 뜻하며, 사회·문화·경제적 환경 속에 매스미디어가 어떻게 변화하고 있는가를 의미한다. 최근 매스미디어의 가장 큰 변화는 미디어의 융합 현상을 꼽을 수 있다. 미디어 융합을 아주 명확하게 정의할 수는 없지만, 일반적으로 성격이 다른 네트워크 플랫폼들이 본질적으로 유사한 종류의 서비스를 제공할 수 있는 것이며, 전화, 텔레비전 그리고 컴퓨터와 같은 기기들의 재결합이라고 할 수 있다. 컴퓨터, 방송, 통신 간의 상호 결합이 진행됨에 따라 서로 다른 분야로 고정되어 각각의 영역이 엄격하게 구분되어 있던 개별 미디어의 독자성과 독립성이 약화되는 동시에 서로 다른 미디어간의 융합이 가속화되고 있다. 이러한 현상은 무엇보다도 디지털 기술의 발전에 의해 이루어지고 있다.<sup>58)</sup>

오늘날 개별미디어들 간의 연결과 잡종 교배들, 다시 말해서 다양한 종류의 데이터 처리 과정들로 혼합된 미디어의 잡종들을 미디어믹스(mediamix)라고도 말할 수 있다. 그러한 결합들로부터 생성되는 것이 새로운 하이퍼미디어-테크놀로지들이다. 텍스트, 영상, 음향 그리고 애니메이션과 같은 다양한 종류들의 데이터 덩어리들의 성공적인 혼합은 디지털적으로만 가능하다. 그것은 컴퓨터의 사용자 인터페이스를 매개로 조정된다. 디지털-비디오-인터넷티브-테크놀로지는 텍스트·사진·스테레오 음향·3차원 컴퓨터 그래픽 그리고 생방송용 비디오 화면을 통합하고 있다. 모든 미디어들의 디지털화가 가능하기 때문에 그 데이터 모두를 똑같은 저장 장치에 기록할 수 있으며, 이로써 쌍방향 텔레비전 역시 기술공학적으로 가능하게 된다.<sup>59)</sup>

58) 이종탁, 미디어 컨버전 현상 속에 등장한 웨비디오저널리즘에 관한 연구, 2002, 경일대학원, p3-4

59) 컨트롤된 카오스, 노르베르트 볼츠, 2000, 문예출판사, p311-312

미디어 융합현상으로 인해 TV방송(broadcasting)의 개념도 웹 캐스팅(webcasting), 데이터캐스팅(date casting), 포인트 캐스팅(pointcasting), 퍼스털 캐스팅(personalcasting), 멀티 캐스팅(multicasting) 등으로 변화하고 있다. 물론 기존의 방송이 없어지는 것은 아니다. 지상파 방송은 디지털로, 통신망은 초고속통신망(VDSL)과 같은 고도화된 망으로 이를 가능하게 한다. 한편 융합은 단말기의 통합으로도 나타난다. TV와 컴퓨터가 통합된 새로운 정보기기의 출현으로 방송, 통신, 컴퓨터 기능을 한번에 수용할 수 있게 되는 것이다. 이제 TV는 다매체 전송방식 통합 수신이 가능한 다기능 통합 셋톱박스(set top box) TV를 부가하여 정보기기로 변신하고 있으며, 향후 TV는 보이스 메시징(voice messaging), 웹 브라우징(web browsing), 비디오 컨퍼런싱(video conferencing), Fax, e-mail 등의 기능을 가져 방송, 통신망을 함께 연결하는 컴퓨터/TV 복합형 다기능 기기화하고 있다. 즉 인텔리전트(intelligent) TV로 발전하고 있다.

방송과 통신의 융합화 현상은 다음과 같은 3가지의 융합 개념으로 정리될 수 있다. 첫째, 제1의 융합화에는 통신과 방송 네트워크의 상호 소유(cross ownership)이다. 유럽의 경우는 방송과 통신의 전송로를 국가가 직영하고 있어 통신과 방송제도 자체가 처음부터 융합되어 있으나, 일본이나 미국 등에서는 통신 사업자와 방송 사업자는 각각 별개의 네트워크를 소유, 운영해왔다. 이 두 종류의 사업자가 네트워크를 통합하는 전단계로서 통신 사업자가 방송국을 경영하거나 거꾸로 방송 사업자가 통신서비스를 겸용하는 것이 제1단계의 융합화라 할 수 있다. 둘째, 제2의 융합화는 네트워크의 융합이다. 전형적인 사례로는 케이블 TV 네트워크에 의한 통신과 방송의 제공일 것이다. 이미 영국의 케이블 TV에서는 그러한 서비스가 실용화되어 있다. 셋째, 제3의 융합화는 서비스의 융합이다. 즉 전통적인 개념에 의하면, 통신은 1대1의 쌍방향 통신, 방송은 불특정 다수를 대상으로 하는 일방향 통신이었다. 그러나 통신 네트워크를 경유한 서비스 가운데는 일대 다수의 통신 서비스, 나아가서는 불특정 다수를 대상으로 한 비디오 텍스트 같은 서비스가 등장하고 있다. 이와 같은 디지털화의 특성에 대해서는 이미 많은 논의가 있었고, 고품질, 다채널화 등 장점이 강조되었다. 그러나 사실 디지털이 갖는 가장 핵심적인 의의는 고품질, 다채널 측면보다는 방송, 통신 융합의 기반이라는데 있다. 방송, 통신 융합은 동영상 정보를 포함한 다양한 정보가 고속으로 전송되며, 시청각 정보의 분배 기능에 쌍방향화가 추가되어 기존의 방송과 통신의 경계 영역이 사라지는 것이다.<sup>60)</sup>

디지털 시대의 각 매체의 변화는 정보의 디지털화에 따른 결과라고 볼 수 있다. 정보의 디지털화는 영상, 소리, 문자가 모두 ‘0-1’, 또는 ‘on-off’로 된 부호로 전환된다는 뜻이다. 디지털 방식은 어떤 정보의 형태라도 바이너리 코드(binary code)를 이용해 정보의 단위를 ‘0’과 ‘1’이라는 비트(bit)로 분화시켜 두 코드의 연속된 흐름을 전송시키는 방식이다. 디지털화가 되기 전에 아날로그 정보들은 글자는 종이 위에, 영상은 필름 위에, 음성은 녹음 테이프에 녹음하는 식으로 각기 다른 저장방식을 필요로 하였으며, 인쇄기, 카메라, 녹음기 등 별도의 기계를 통해서만 재생산될 수 있었다. 인터넷을 통해서 갖가지 종류의 정보를 주고받을 수 있게 된 것도 정보의 디지털화로 인한 것이다. 이와 같은 현상에 대해 뉴만(W.R. Neuman)은 앞으로 “모든 미디어는 비트로 통합 되어간다.”라고 예측한다. 그는 그 근거로써 디지털화가 갖는 장점을 정보 처리의 효율성, 정확한 재생과 수용의 능동성, 상호 작용성, 지능화 등으로 설명한다.<sup>61)</sup>

60) 김인홍, 디지털화에 따른 영상콘텐츠 산업의 효율화 방안연구, 2000, 중앙대학원, p15

61) W.R. Neuman, The Future of Mass Audience, 전석호 역, 뉴미디어와 사회 변동, 1995, 나남 p106-108

정보가 디지털화로 변경된 상황에서는 디지털화된 정보의 집결지인 인터넷이라는 환경을 기반으로 하고 있는 인터넷신문에서는 초고속 통신망의 보급과 비디오 스트리밍 기술의 발달, 기존 매체들 특히 인쇄 신문과 라디오, TV매체를 융합하는 하이퍼미디어 기술의 발전 등으로 다양한 쌍방향 서비스를 수행할 수 있는 새로운 미디어의 출현이 가능하게 된 것이다. 인터넷으로 제공되는 기사, 동영상은 인터넷신문이냐, 인터넷 방송이냐의 구분 자체가 큰 의미가 없어진다고 볼 수 있다.

또한 온라인 뉴스라는 틀 안에서 방송과 신문과 인터넷은 구분이 없게 되었다.

국내의 인터넷신문사들의 매체 융합현상에 대해서는 90년대 중반 처음 시작한 인터넷신문 서비스에서는 PC통신과 같은 매체에 단순한 텍스트 위주의 뉴스 기사를 제공하는 형식으로 출발했지만 기존 인쇄 신문사들이 인터넷판을 창간하면서 인쇄매체에 게재된 기사를 그대로 인터넷신문에 재 게재하는 종속형 인터넷신문으로 인쇄 지면과 인터넷 지면의 기사의 차이가 없는 단순한 형태의 인터넷신문이었지만, 스포츠 현장에서의 인터넷 음성 중계로 라디오의 기능을 인터넷에 융합하거나, 선거 개표상황을 실시간 중계, 주요 이슈에 대한 실시간 인터넷 동영상 중계, 동영상 뉴스 취재 강화, DMB사업 진출, 이동 전화통신사와 방송 콘텐츠 제공 제휴, 실시간 뉴스 제공 서비스<sup>62)</sup>를 통해 인터넷신문에 미디어 융합현상이 활발하게 진행되고 있다는 것을 알 수 있다.

### 3. 인터넷신문에서의 미디어 융합 기사

인터넷신문의 기사를 분석함에 있어 볼트(Bolter)와 그뤼신(Grusin)의 재매개(Remediation)론과 라파엘리(Rafaeli)가 주장한 인터넷 미디어의 특징을 바탕으로 현재 ‘오마이뉴스’에서 제공하고 있는 뉴스 기사에서 미디어융합 현상을 분석해보고자 한다.

먼저 볼트(Bolter)와 그뤼신(Grusin)의 재매개(Remediation)론에서 재매개화의 6가지 특성인 차용(borrowing), 재현(representation), 확장(fidelity), 공격(aggressive), 흡수(absorb), 개조(refashion)적 특성이 뉴미디어인 인터넷신문에 어떻

62) RDF Site Summary, Rich Site Summary 등의 약식 명칭으로 콘텐츠의 업데이트가 자주 일어나는 뉴스, 블로그 등에서 직접 사이트에 접속하지 않아도 프로그램을 이용하여 새로 등록된 콘텐츠를 받아 볼 수 있는 서비스입니다

게 적용되고 있는가에 대한 분석과 아울러 라파엘리(Rafaeli)가 주장하는 인터넷 미디어의 특성인 멀티미디어(multimedia), 하이퍼텍스트(hypertextuality), 패킷 스위칭(packet switching), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)등 다섯 가지 주요 특성 들이 인터넷신문에서 제공하는 기사의 미디어 융합현상에 어떤 영향을 미치고 있는지를 알아보고자 한다.

본 논문에서 연구의 대상으로 선택한 인터넷신문 ‘오마이뉴스’는 2000년 2월 신문의 생산 - 유통 - 소비문화를 한꺼번에 바꾸려는 시도로 ‘모든 시민은 기자다.’라는 시민 기자 제도를 도입하여 기자가 특권시되는 문화 속에서 유린된 뉴스의 생산뿐 아니라 유통과 소비 구조 전체에 대한 대안 언론으로서 출발했다. 상근 기자 4명과 시민 기자 727명으로 출발한 ‘오마이뉴스’는 2005년 11월 현재 상근 기자 70여명과 시민 기자 4만 여명으로 언론계의 참여 민주주의를 실현하고 있으며, 미국의 권위지 < 크리스천 사이언스 모니터 >는 ‘오마이뉴스’를 “테크놀로지와 민주주의가 결혼해서 낳은 자식”이라고 표현하고 있다.

인터넷신문에서의 미디어융합형 기사 분석을 위해 ‘오마이뉴스’에서 제공하고 있는 뉴스의 형식에 따라 다음과 같이 네 가지의 형식적인 틀을 마련하였다. 첫째, 동영상뉴스 형식은 방송 매체와 인터넷신문의 융합현상으로 방송 매체의 특성인 동영상을 이용한 실시간 인터넷 방송 뉴스와 VOD 기능을 이용해 인터넷신문에서 기존 매체인 신문, 사진, TV 방송매체를 실제적으로 통합하여 새로운 형태의 뉴스 콘텐츠를 제공하는 미디어로 자리 잡게 된 것이다. 방송 매체와 인쇄 신문 그리고 관련 사진 자료들이 인터넷신문과 융합하여 인쇄 신문의 텍스트 위주의 기사를 인터넷신문에서 실시간으로 제공하면서 동영상 기사와 함께 사진 이미지를 제공하고 있어 인터넷신문의 멀티미디어적 미디어 융합현상을 확인 할 수 있다. 둘째, 오디오뉴스는 라디오 매체와 인터넷신문의 융합현상으로 라디오 매체의 특성인 음성을 이용한 뉴스를 인터넷신문에서 이용하고 있다. 오디오뉴스 제공으로 인터넷신문은 시각적인 뉴스 제공에 국한되지 않고 청각적인 뉴스를 제공하고 있어 라디오 매체의 특성을 인터넷신문에서 활용하고 있다. 또한 오디오뉴스에 부가적으로 문자 텍스트가 첨부되어 시각적 커뮤니케이션 기능을 함께 제공하고 있다. 셋째, 포토 뉴스에서는 사진잡지와 인터넷신문의 융합현상으로 인터넷신문에서 디지털화된 사진을 활용하여 잡지의 그래픽적 장점을 인터넷신문에서 받아들이고 있으며, 또한 인쇄신문의 지면 한계를 극복하여 인터넷신문에서의 여러 장의 사진을 이용한 포토에세이 형식의 그래픽적 뉴스를 제공하고 있다. 넷째, 독자와 상호 작용 뉴스에서는 인터넷신문에서의 상호 작용성(interaction)은 인터넷이라는 공간을 이용해 서로의 정보와 생각, 감정을 공유하는 행위로 일방향적으로 일어나지 않고, 누군가 자신의 얘기를 전달하면, 그것을 받은 사람이 이번에는 다시 전달하

게 되는 것이 자연스러운 커뮤니케이션의 과정이다. 그러나 송신자와 수신자의 역할이 반드시 고정되어 있지 않고 상황에 따라 수시로 바뀌는 특성이 있다. 인터넷 신문사들은 리얼 타임으로 속보성 기사를 제공하기 위해 인터넷신문의 편집진들은 24시간 대비체제로 운영하고 있는 것이다. 대부분의 뉴스 미디어가 일정한 간격을 두고 뉴스를 제공하는 반면에, 인터넷신문을 통해서 수용자들은 접속과 동시에 그 시간까지 발생한 사건에 관한 뉴스기사를 접할 수 있으며, 이러한 점에서 볼 때 인터넷신문은 현재 사회에 존재하는 대부분의 뉴스 미디어 가운데서 가장 높은 수준으로 속보성에서 강점을 지니는 매체로 간주되고 있다. 동시에 인터넷신문은 동일 사건에 대한 시간의 경과에 따른 업데이트 기사를 제공하여 동일 사건의 발생, 진행, 결과에 이르기까지 동시에 사건의 전말을 확인할 수 있는 장점을 보여주고 있다.

인터넷상에서의 디지털 콘텐츠의 새로운 경향들은 인터넷 이용자들이 다른 사람이 생산해낸 콘텐츠를 소비하는 동시에 콘텐츠를 직접 생산하는 프로슈머(prosumer)의 등장과 인터넷 이용들이 디지털 캠코더, 디지털 카메라, 폰 카메라 같은 디지털 기기와 장비의 발전으로 개개인이 손쉽게 자기의 콘텐츠를 생산할 수 있는 체계가 되면서 다양한 콘텐츠가 무수하게 양산되고 있다. 이는 곧 디지털 콘텐츠들의 급속한 진화를 의미하기도 한다. 또한 인터넷 이용자들은 더 많은 콘텐츠를 원하고 더 많은 콘텐츠를 통해서 다양한 경험과 만족의 기회를 추구하는 경향으로 인해 인터넷신문에서는 이용자들의 두 가지 욕구 충족을 위해 노력하고 있다. 이용자들은 인터넷신문을 통해서 새로운 정보, 지식을 얻고자하는 욕구와 즐거움을 얻고자하는 욕구를 동시에 가지고 있기 때문에 이를 충족시키기 위해 다양한 형태의 콘텐츠를 제공하고 있다.

## 1) 동영상 뉴스

영상적 표현의 특징을 랭거(Susanne K Langer)는 “선, 색, 구성 등의 시각적 형식은 복합적인 언어적 표현과 같은 메시지 전달을 할 수 있다. 그러나 영상적인 커뮤니케이션 방법은 언어적 커뮤니케이션의 방법과 다르다. 언어와 영상의 가장 큰 차이는 영상은 산만하지 않다는 것이다. 영상적 표현은 동시적으로 이루어지고 언어는 연속적인 속성을 가지고 있다. 그렇기 때문에 영상적 표현은 한 번 보는 것으로 이해할 수 있다.”

문자와 영상의 결합에 대해서 플루서(Flusser)는 “새로운 그림의 시대가 낡은 그림의 시대와 다른 점은 우선 그림에 소리와 같은 여러 가지 다른 요소들이 함께 수반된다는 점이다. 그러나 이는 다분히 외형적인 구분에 불과하고 본질적으로 디지털 코드는 그림과 문자가 상호변증법적인 지양을 통해 디지털 코드라는 다시 말해 그림도 아니고 문자도 아닌 새로운 형성체계를 만들어낸다는 것이다. 선형적 사고인 문자가 하나의 영상 속으로 조합되면서 문자와 영상이 동시적 작용을 통해 이전에 경험하지 못한 하나의 그림을 만들어 낼 것이다”<sup>63)</sup>라고 한다.

피들러(Fidler)는 “새로운 커뮤니케이션 기술이 과거의 유사한 기술과 비슷한 형태를 갖는다”고 말한다. 미디어융합 기술과 서비스를 살펴보면, 대부분의 것들이 기존의 미디어와 동일한 서비스를 제공하거나, 다르다고 해도 거의 유사한 형태의 것임을 알 수 있다. 동영상 서비스는 기존의 TV방송과 흡사한 형태로 제공되며, 음향 역시 기존의 스피커와 다름없는 기기에서 재생된다. 또한 이메일이나 채팅, 메신저 같은 비교적 새로운 형태의 커뮤니케이션 방식은 컴퓨터를 통하여 어느 정도 익숙하게 학습된 형태이므로 친밀성을 유지할 수 있다.

볼트(Bolter)와 그루신(Grusin)의 재매개(Remediation)론적 측면에서 동영상 뉴스는 TV방송의 뉴스 형식을 차용하여 TV화면의 축소판 형식으로 NTSC(National Television System Committee)방식의 표준화면인 640×480보다 작은 320×240의 화면으로 뉴스를 제공하고 있다. 재현적 측면에서 인터넷신문의 동영상 뉴스는 디지털화된 동영상 뉴스 자료를 VOD방식으로 제공하고 있으며 또한 일회성에 한정된 기존의 TV방송 뉴스에 비해 독자 중심의 뉴스 선택권이 보장되고 있다. 기본적으로 미디어 융합이라는 것은 기존 미디어의 장점들을 차용하고 개조하여 재결합하는 것으로 새로운 서비스가 등장하기는 하지만 이것은 기존 미디어의 서비스를 새로운 미디어를 통하여 제공하는 형식이다.

동영상 뉴스는 라파엘리(Rafaeli)가 주장하는 인터넷 미디어의 특성 중에서 멀티미디어(multimedia), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)이 강한 특성을 보여주고 있다. 동영상 뉴스에서의 멀티미디어적 특성으로는 ‘오마이뉴스’의 동영상 뉴스에서는 동영상과 텍스트 기사를 동시에 배치하여 제공하고 있어 뉴스에 접하는 독자들에게 종합적인 정보를 제공해 주고 있다. 또한 기사에 첨부된 동영상 자료들은 관련 사진과 기사를 통해 추가적인 정보를 얻을 수 있기 때문에 미디어가 융합된 형태로 제공하는 특징을 보여주

---

63) 정일형, 앞의 논문 p18



<그림1> 텍스트기사와 사진과 동영상이 포함된 멀티미디어 기사 (2005.10.23 박형숙,이종호 기자)

에서는 동영상 기사제공 형식을 기준 텍스트와 사진을 함께 사용하여 동영상과 텍스트, 사진의 장점을 결합시킨 형태의 멀티미디어적 동영상 뉴스를 제공하고 있다.

네티즌들이 정지된 글과 사진보다는 시각과 청각을 모두 만족시켜주는 동영상을 선호하는 경향이 강해지면서 인터넷신문의 이용자들을 만족시켜줄 동영상 뉴스의 비중은 계속 증가할 것이다. 그러나 아직 동영상 뉴스 제공의 기술적인 한계가 있어 고화질의 동영상을 제공하지는 못하고 있는 실정이다. 하지만 기존 TV방송 뉴스에 비해 인터넷신문의 동영상 뉴스는 단일한 사건에 대해 뉴스 제공 시간이 장시간으로 기존 TV방송 뉴스와 달리 상세한 내용의 동영상을 제공하고 있다. 하지만 대용량의 동영상 뉴스제공으로 인한 폭발적인 동시 접속자 증가 시 인터넷 서버 시스템 부하에도 많은 영향을 미치고 있다. <그림 2>와 같이 '오마이뉴스'의 동영상 뉴스 서비스는 초당 300Kbps정도의 용량으로 화면사이즈 또한 320 x 240의 작은 화면으로 동영상 뉴스를 제공하고 있다. 동영상 콘텐츠는 문자 텍스트와 달리 언어적 장벽이 적기 때문에 국내 인터넷신문이 세계시장으로 진출하기 위한 일종의 출구 지점이 되기도 하며, 인터넷신문사는 영상정보 기업과의 제휴를 통해 새로운 뉴스 가치를 창출할 수 있을 것이다. 또한 영상이 생활화된 젊은 영상 세대들의 기대와 선호를 고려하고, 멀티

고 있다. 비동시성적 특성으로는 중요한 사건에 대한 생방송뉴스 제공과 VOD를 이용한 뉴스를 제공하고 있으며 특히 VOD기능으로 제공되는 뉴스는 반복 시청이 가능하기 때문에 인터넷 미디어의 비동시성을 효과적으로 활용한 특징을 보여준다. 상호 작용성에 대해서는 생방송, VOD뉴스를 보면서 독자의 의견을 실시간으로 게재하여 쌍방향 커뮤니케이션을 쉽게 실현 할 수 있는 특징을 보여주고 있다. 결과적으로 동영상 뉴스에서는 TV의 뉴스 형식과 사진, 신문의 텍스트 기사가 융합된 형태의 동영상 뉴스를 제공하고 있다. <그림 1>와 같이 '오마이뉴스'



<그림 2> 오마이뉴스의 동영상 뉴스  
(2005.10.14 문경미 기자)

미디어 시대에 부응하기 위해서는 인터넷신문이 영상의 기능을 활용하여 동영상 기사 서비스를 더욱 강화한다면 TV방송사에서 제공하는 뉴스보다도 인터넷신문에서 보다 더 세밀하고 적극적으로 독자들에게 정보 전달을 할 수 있을 것이다. 이것은 인터넷신문의 장점을 살릴 수 있는 좋은 계기이며, 인터넷신문이 평면적인 신문의 한계를 극복할 수 있는 기회가 될 것이다. 하지만 아직까지 인터넷신문에서 동영상뉴스를 적극적으로 활용하지 못하고 있는 실정이며 또한 현재 인터넷

신문에서 서비스하고 있는 동영상 기사의 내용의 대부분이 사회적인 이슈와 흥미 위주의 동영상 기사가 제공되고 있다. 동영상 기사의 다양한 콘텐츠 개발이 이루어져서 인터넷신문 독자들에게 새로운 형태의 동영상 뉴스를 제공해야 할 것이다.

‘오마이뉴스’의 동영상 뉴스는 2002년 대선 생중계, 탄핵반대 촛불집회 생중계, 시민 발언대 등을 선보이며 동영상을 활용하는 인터넷신문에서의 멀티미디어 뉴스 보도의 전형을 만들어 가고 있다. 하지만 지상파 방송국처럼 동영상 취재 인력이 풍부하지는 않기 때문에 동영상 뉴스의 기사량이 부족한 실정이다. 동영상 뉴스 콘텐츠 구성은 정치, 사회, 토론회 등 중요한 이슈에 대하여 소수의 인원으로 취재팀을 구성하여 운영하고 있기 때문에 다양한 뉴스 콘텐츠의 생산에 한계가 있는 실정이다. 대안으로 4만 여명의 시민기자 중에서 동영상 뉴스를 제작할 수 있는 인력을 확보하여 시민 기자가 활동하고 있는 각 지역의 생생한 동영상 뉴스를 제공할 수 있도록 편집부의 지원이 이루어져야 할 것이다.

인터넷신문의 활성화를 위한 방안으로 인터넷 사용자들의 이해도와 흥미도를 증가 시킬 수 있는 동영상 기사의 활용 및 확대가 필수적이며, 동영상을 활용한 다양한 콘텐츠 개발은 물론, 인적, 물적 지원이 적극적으로 이루어져야 한다. 멀티미디어의 발달로 변화하는 환경 속에서 인터넷신문사들이 멀티미디어와의 미디어 융합을 통해 타 미디어와의 경쟁에서 현재는 다소 우위에 위치하고 있

으며 위성과 케이블TV, DMB를 바탕으로 유비쿼터스 환경에서 인터넷신문은 주요한 콘텐츠를 제공하는 하나의 매체로 급성장할 것으로 예측되고 있다.

## 2) 오디오 뉴스

눈으로 보는 텍스트나 이미지와 다르게 사운드는 귀로 들리는 모든 정보를 말한다. 사운드는 녹음 기술이 발전하기 이전에는 기록이 불가능한 미디어였으나, 19세기 후반 에디슨이 축음기를 개발함으로써 보존이 가능하게 되었다. 그 이전에는 소리를 기록하기 위해 텍스트로 묘사하거나 음악의 악보를 사용했지만, 최근에는 많은 디지털 미디어를 활용하여 다양한 포맷으로 쉽게 저장, 변형, 편집, 전송 등이 가능해졌다. 라디오 매체는 전파를 통한 청각적 커뮤니케이션이며, 가장 친숙한 생활 매체이다. ‘오마이뉴스’의 오디오 뉴스의 경우 <그림 3>과 같이 청각적인 음성 뉴스 서비스에 문자 텍스트를 추가로 제공하여 시각적 커뮤니케이션과 청각적 커뮤니케이션을 결합하는 새로운 형식의 멀티미디어적 특성을 가지고 있는 음성 뉴스를 제공하고 있다. 이 같은 현상은 라디오 매체의 고유한 특징인 단호한 억양, 확신에 찬 목소리, 따뜻한 메시지를 담은 사람 목소리의 청각 매체가 인터넷신문과 융합한 것이

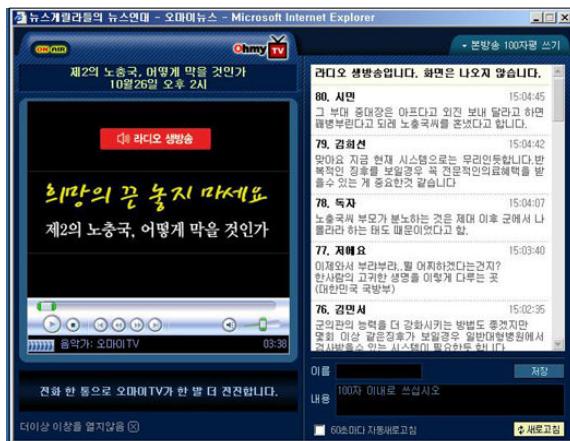


<그림 3> 텍스트를 함께 보여주는 오디오 뉴스  
(2005.10.13 박정호 기자)

다. 또한 텍스트를 함께 제공함으로서 시각적인 커뮤니케이션을 동시에 추구하고 있으며, 전파를 이용한 일회성 뉴스라는 라디오 매체의 단점을 인터넷신문에서는 AOD 서비스를 통해 극복하고 있다. <그림 4>는 ‘오마이뉴스’에서 제공하고 있는 오디오 댓글 뉴스이다. 뉴스기사에 대한 네티즌들의 상호 작용의 결과로 생기는 다양한 댓글들을 라디오 매체의 특성을 잘 살려서 속보성과 오락적 요소를 부각시키면서 인터넷의 특성을 활용한 오디오 뉴스는 청각적 메시지에 국한되지 않고 그래픽과 문자 텍스트를 동시에 추가하여 비주얼(visual)적인 오디오 뉴스라는 새로운 형식의 오디오 뉴스를 제공하고 있다.



<그림 4> 댓글 오디오뉴스 서비스



<그림 5> 군 복부중 위암말기로 사망한 노충국씨 관련 청취자 의견 라디오 생방송 뉴스 (2005.10.26 오마이TV)

뉴스의 경우 특정한 사항에 대해서만 이루어지며 단일 방송에 거치고 있는 한계점을 보여주고 있다. 또한 독자들에게 다양한 형태의 쌍방향 커뮤니케이션을 제공하기 위해서는 다양한 사건에 대해 더 많은 양의 라디오 뉴스 기사를 제공해주어야 한다. 독립형 인터넷신문사의 경우 한정된 소수의 인원으로 다양한 뉴스 제공을 할 수 없다는 한계점을 가지고 있지만 이는 인터넷신문사의 확실한 수익 모델이 선행되어야 해결될 문제일 것이다.

Bolter와 Grusin의 재매개(Remediation)론적 측면에서 오디오뉴스는 라디오 매체의 속보적인 특성과 청각적 커뮤니케이션을 차용하여 인터넷신문에서 제공하고 있으며 또한 신문의 텍스트 기사 형식을 차용하여 독자들이 뉴스에 몰입할 수 있는 환경을 조성하여 인터넷신문의 오디오뉴스를 확장하고 있다. 재현

인터넷신문에서의 오디오 생방송 뉴스는 사회적 이슈에 대한 독자의 의견을 텍스트와 함께 음성으로 전하는 형식을 보여주고 있다. 멀티미디어 데이터 가운데 우리가 가장 많이 사용하는 것이 바로 텍스트 데이터들이다. 텍스트 데이터는 주로 키보드를 이용하여 입력되며, 스캐너를 통해 문자를 인식하기도 한다. 텍스트는 다른 데이터들에 비해 용량이 가장 적다는 특징을 가지고 있으며 어떤 컴퓨터에서도 읽을 수 있다는 보편성도 가지고 있다. 반면, 언어에 따라 각기 다른 소프트웨어를 사용해야 한다는 불편함도 존재한다.

인터넷에서 생방송 오디오뉴스는 기존에도 실시한 적이 있지만 대부분은 행사 진행과 스포츠 중계였지만 <그림 5>와 같이 최근에는 사회적 과장을 일으키고 있는 뉴스를 소재로 생방송으로 청취자가 참여하는 형식의 뉴스를 제공하고 있다. 하지만 라디오 생방송

적 측면에서 보면 디지털로 전환된 오디오뉴스는 기존의 라디오의 특성을 그대로 재사용하면서 GUI를 이용한 새로운 형태의 인터페이스를 제공하고 있다.

오디오뉴스는 라파엘리(Rafaeli)가 주장하는 인터넷 미디어의 특성 중에서 멀티미디어(multimedia), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)등의 특성 들이 나타나고 있다. 멀티미디어적 특성으로는 기존 라디오 방송은 청각적인 정보 제공에 한정되어 있지만 인터넷신문에서의 오디오 뉴스는 DAB<sup>64)</sup>시스템으로 텍스트와 함께 제공하는 새로운 형태의 인터페이스를 제공하고 있다. 즉 오디오뉴스에 관련된 자료를 텍스트로 제공하여 멀티미디어적인 형태로 청각적인 미디어인 라디오와 텍스트에 기반한 인쇄신문의 장점을 융합한 미디어 컨버전스의 형태를 보여주고 있는 것이다. 비동시성과 상호 작용적 측면에서 ‘오마이뉴스’의 오디오뉴스는 생방송 뉴스와 AOD에 접속하는 순간 비동시성을 확보하여 뉴스에 내용에 관한 자신의 입장을 동시에 댓글에 게재할 수 있어 쌍방향 커뮤니케이션의 복원을 보여주고 있다. 결국 오디오뉴스에서는 기존의 라디오 매체와 텍스트를 기반한 인쇄신문의 뉴스 특성들이 융합된 형태로 제공되고 있는 것이다.

‘오마이뉴스’의 경우 오디오뉴스 제작 시스템은 소수의 인원으로 뉴스의 시의성<sup>65)</sup>에 중점을 두고 오디오뉴스를 제공하고 있다. 어떤 사건에 대한 뉴스가 보도 지연으로 인해 시의성을 잃어 뉴스로서의 가치가 떨어지는 것을 방지하기 위해 속보성 있는 뉴스를 제공하고 있다. 오디오뉴스 콘텐츠 구성은 뉴스의 속보성 차원에서 현재 가장 이슈가 되고 있는 사건에 대해 전화 인터뷰 생방송과 독자 의견인 댓글을 중심으로 진행하는 댓글뉴스의 형태를 취하고 있다. 현재 제공하고 있는 오디오뉴스들은 논쟁의 중심에 놓여있는 사건이 가장 뜨거울 때 시의성 있게 뉴스를 제공하고 있으며 오디오뉴스와 동시에 텍스트를 제공하여

64) DAB (digital audio broadcasting)는 콤팩트디스크와 같은 수준의 고음질은 물론, 문자·그래픽·동화상 까지 전송이 가능한 오디오 방송으로 기존의 AM방송이나 FM방송과 같은 단순한 오디오 서비스를 뛰어넘어 콤팩트디스크(CD) 수준의 고품질 음성은 물론, 문자·그래픽·동화상까지 전송이 가능한 오디오 방송을 말한다. 일반적으로는 지역적으로 무료 방송을 실시하는 지상파 방송을 가리키지만, 넓게는 위성과 지상망을 동시에 활용해 멀티미디어 유료 방송을 실시하는 위성 DAB도 포함된다. DAB의 장점은 ① 저렴한 가격에 다양한 멀티미디어 정보 서비스가 가능하고 ② 주파수 대역 할당에 따라 이동체 방송 용으로도 활용할 수 있으며 ③ 부가적인 데이터 전송 서비스를 통해 새로운 수익원을 창출할 수 있고 ④ 수신기 시장에 새로운 혜력소를 제공함으로써 막대한 산업 효과를 거둘 수 있다는 점 등이다. ( 네이버 백과사전 DAB 발췌 )

65) 때의 사정에 맞거나 시기에 적합한 성질. 언론에서는 뉴스 가치의 결정요소의 하나로 어떤 사건에 대한 뉴스가 새롭고 시기적으로 뒤지지 않는 것을 말한다. 이러한 시의성은 뉴스의 여러 가지 결정요소들 중에서 가장 중요한 것으로 뉴스의 생명이다. 이러한 시의성은 속보성과 밀접한 관계가 있는데, 만약 뉴스의 보도가 지연되어 그 시의성을 잃게 되면 그것은 곧 뉴스로서의 가치를 잃게 된다. 따라서 시의성을 살리기 위해 언론에서는 속보전(速報戰)을 벌이고 있다.

시각적인 정보가 추가되는 멀티미디어 뉴스를 선보이고 있다. 하지만 아직도 다양한 콘텐츠를 제공하지 못하고 있는 것이 현실정이다.

결과적으로 인터넷신문에서 제공하고 있는 오디오뉴스는 기존 라디오의 뉴스 형식을 인터넷신문이 차용하고, 인터넷신문에 적합한 형식으로 개조하여 새로운 형태의 오디오뉴스를 제공하고 있는 것이다. 기존 라디오 방송과의 차이점은 전파를 통해 전달하는 기존의 라디오 방송을 인터넷을 통해 제공하고 있다는 것이다. 또한 인터넷신문에서는 음성과 동시에 텍스트를 제공하여 독자들이 미디어융합현상으로 인한 다양한 형태의 미디어들을 동시에 접하게 하여 뉴스에 대한 만족도를 높이고 있으며 오디오 생방송 뉴스를 청취하면서 동시에 관련 기사를 검색할 수 있을 뿐 아니라, 독자 의견을 실시간으로 게재할 수 있는 쌍방향 커뮤니케이션 환경을 인터넷신문은 구축하고 있다.

### 3) 포토 뉴스

인터넷신문에서 사진을 이용하는 포토 저널리즘적 특성은 인쇄신문의 포토 저널리즘과는 달리 많은 양의 사진을 사용하여 텍스트의 비중보다는 사진의 비중을 높이는 커뮤니케이션적 특성을 보여주고 있다. 포토 저널리즘의 목적은 시각과 언어적 매체를 사용하여 일관적이며 보다 완전한 커뮤니케이션의 결과를 이루게 하는 것으로, 글과 사진의 결합체가 형성된다면 한 번의 지각 노력으로 주어진 메시지를 이해할 수 있는 결과가 나타나게 된다. 기존 인쇄신문의 단순한 문자의 나열보다는 인터넷신문에서는 하나의 사건에 많은 양의 사진을 제공함으로써 인쇄신문에 비해 더 많은 메시지를 전달할 수 있다. 또한 ‘오마이뉴스’ 기자 제도의 특성상 시민기자 제도를 운영하고 있기 때문에 시민 누구나 자신들의 삶의 희노애락을 포토에세이 형식으로 사진 위주의 기사를 게재 할 수 있기 때문에 포토 뉴스의 다양성의 확보라는 측면에서는 기존 인쇄신문의 전문가적 접근 방법이 아닌 일반인의 시각으로 바라본 세상살이가 포토 뉴스의 형식으로 제공되고 있다.

볼터(Bolter)와 그루신(Grusin)의 재매개(Remediatoin)론적 측면에서 인터넷 신문의 포토 뉴스는 인쇄신문의 포토 저널리즘적 특성과 화보잡지의 포토 저널리즘을 차용하여 인터넷신문의 환경에 적합하도록 전통적인 필름을 사용하



<그림 6> 사진의 비중이 높은 포토 뉴스  
(2006.1.8 배을선 기자)

는 사진술에서 디지털로 전환된 디지털 사진을 인터넷신문에서 개조하여 사용하고 있다.

시각적인 커뮤니케이션이 디지털 시대의 핵심적인 커뮤니케이션이기 때문에 포토의 중요성을 강조하는 뉴스의 형식은 지속적으로 유지될 것이다. 포토와 텍스트가 결합한 뉴스 형식은 인쇄 신문과 잡지 형식을 차용한 것으로 인터넷 시대의 독자들이 텍스트 위주의 읽는 신문에서 보는 신문으로 전환되었기 때문에 비주얼적인 요소를 많이 배치하고 가능한 텍스트의 양을 줄이는 형식으로 잡지의 형식보다도 더 사진의 비중이 높게 반영되고 있다.

포토 뉴스에서는 라파엘리(Rafaeli)가 주장하는 인터넷 미디어의 특성인 멀티미디어(multimedia), 상호 작용성(interactivity)이 나타는데 먼저 멀티미디어적 특성으로는 플래시(Flash Program)를 이용한 다양한 형태의 포토 뉴스와 <그림 6>과 같이 하나의 기사에 최대 10장의 사진을 첨부하여 시각적인 커뮤니케이션을 강조하는 비주얼적인 형식을 보여주고 있다. 상호 작용적 특성으로는 플래시를 이용한 포토 뉴스의 경우 독자의 선택적 접근이 가능하며 또한 시민기자들이 제공하는 포토 뉴스에서는 기존 거대 언론사의 사진 기자들이 다루지 못한 삶의 사소한 사건들을 포토에 세이 형식으로 보여주면서 독자들과 의견을 교환하는 상호 작용적 특성을 보여주고 있다.

결국 ‘오마이뉴스’에서 제공하는 포토 뉴스에서의 미디어융합현상은 그래픽 포토저널리즘과 인쇄신문의 텍스트가 디지털 데이터로 전환되어 인터넷신문에 포토 뉴스의 형식으로 융합된 것이다. 또한 일반 시민들이 참여하는 독자 투고형식, 시민기자 형식의 포토 뉴스에서는 기존 매체에서 다루지 못했던 진솔한 이야기가 있어 대안 언론매체로서 긍정적인 작용을 하고 있는 것으로 보아야 할 것이다.

#### 4) 독자 의견<sup>66)</sup>과 속보성 뉴스

### 사망자 1만8천... 3만 추산하기도 핵심 피해지역 인구 절반 어린이

[파키스탄 강진-4신] 영국일본터키미국 등 긴급 구호·지원



파키스탄군 대변인인 샤우카트 술탄 중장은 9일 오전(현지시각) 지오TV 와의 인터뷰에서 “1만8000명 이상이 사망했으며 이 가운데 1만7000명은 파키스탄령... /김태경 기자

- ↳ 필리핀, 콜롬비아로 30명 사망... 태풍 '딥레이' 영향
- ↳ 파키스탄은 찾은 강진, 지각총돌 때문
- ↳ 동물의 재해 예지능력 다시 '입증'
- ↳ 알-카에다도 강진에 타격받나
- ↳ 정부 '확인된 교민 피해는 없다'

<그림 7> 신속한 업 데이트 뉴스  
(2005.10. 8 김태경 기자)

인터넷신문은 인쇄 신문에 비해 <그림 7>과 같이 신속한 업 데이트 기사를 게재함으로써 취재과정에서부터 보도 후의 사건 경과 변화 등을 동시에 게재할 수 있다. 또한 인터넷신문에서의 상호 작용성(interaction)으로 인해 인터넷이라는 공간을 이용해 서로의 정보와 생각, 감정을 공유하는 댓글과 독자 의견을 통해 기사와 관련된 자신의 생각을 자유롭게 게재할 수 있다. 이러한 독자 의견이 가능한 인터넷신문은 종이신문이 출현하면서 축소시

켰던 뉴스 생산-전달 과정에서의 쌍방향성을 다시 회복시켜주고 있다. 종이신문이 전에는 쌍방향성은 높았지만 매스미디어(직업기자)가 없었다. 종이신문 시대는 정반대로 쌍방향성은 잊고 매스 미디어를 얻었다. 그러나 인터넷의 시대는 둘 다를 얻었다. 종이신문이 잊어버렸던 쌍방향성을 복원시키고 매스 미디어 기능은 더 강해졌다. 신문 기능뿐 아니라 동영상, 음성으로 TV, 라디오 기능까지 보탰다.<sup>67)</sup>

66) 오마이뉴스의 독자 의견은 설명제와 익명성을 보장하는 두 가지 형태로 독자 의견을 분리하여 서비스하고 있다. 설명과 익명성으로 게재하고 있는 독자 의견의 내용에서는 별다른 차이가 없으며 익명성을 이용한 악의적인 댓글의 수가 감소하고 있으며, 또한 댓글 독자끼리 다양한 논쟁의 장으로 발전하고 있기 때문에 설명제와 익명성을 유지하면서 독자들의 차율적인 규제에 의한 성숙한 댓글 시스템으로 정착되어 가고 있다.

67) 오연호, 앞의 책 p86

언어적인 측면에서 독자 의견란의 인터넷 언어는 (한글 파괴라고 보는 몇몇 한글 학자들의 주장이 있기는 하지만) 또 하나의 언어로서, 즉 언어는 한 시대의 생각과 문화를 반영하는 만큼 커뮤니케이션 환경이 변하면 언어도 함께 변하는 것으로 보아야 할 것이다. 컴퓨터가 의사소통 도구로 사용되는 시대에는 문자 형태가 키보드로 기록되기에 적합하게 변하는 것이 자연스러운 현상이라는 것이다. 온라인에서 대화를 나눌 때는 사람과 사람이 마주 보고 이야기할 때와 달리 미묘한 감정을 전달할 수 없기 때문에 글자를 소리 나는 대로 적거나 이모티콘<sup>68)</sup>을 사용해 자신의 느낌을 전하려는 것으로 인터넷 언어에서 일정한 규범 없이 문자가 분리되고 해체되는 현상은 탈 규범성을 강조하는 포스트모더니즘으로 이해 될 수도 있을 것이다.

독자 의견과 관련된 ‘오마이뉴스’의 기사 중에서 시민 기자인 정병태 기자가 쓴 ‘나는야 댓글 기자가 되련다’에서 댓글 기사의 장점을 다음과 같이 6가지로 제시하고 있다.

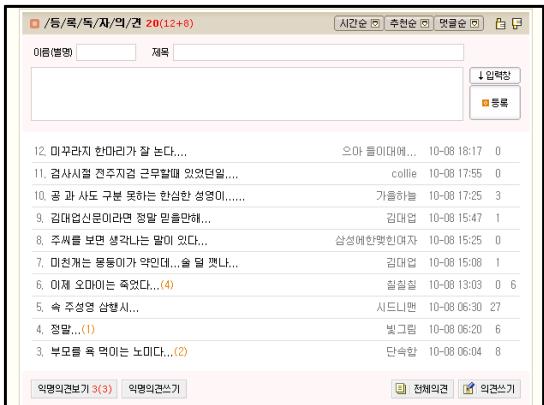
1. 생나무에 걸릴 걱정이 없다. (댓글은 이미 채택된 기사에 독자 의견을 추가하기 때문에 모든 댓글은 기사와 함께 제공되고 있다. 단 악의적인 댓글은 예외이다.)
2. 언제든지 수정 편집할 수 있다.(의견의 추가, 삭제가 가능하다.)
3. 기사 소재가 마를 일이 없다. 딴 사람들이 찾은 무궁무진한 소재가 다 내 것.
4. 남의 기사를 빛내 주면서 내 뜻도 알릴 수 있다.
5. 최대의 장점은 객관성이라는 틀에 얹매이지 않고 내 뜻대로 쓸 수 있다.
6. 시민기자로 가입해서 부담을 가질 필요가 없다. 등록된 가입자면 누구든 쓸 수 있다. <sup>69)</sup>

라며 “기사를 써야만 기자인가요, 댓글을 쓰는 것이 훨씬 재미있다”며 댓글과 관련된 내용을 기사로 제공하고 있다. 쌍방향 커뮤니케이션의 형태인 독자 의견은 초기에 악의적인 독자 의견 때문에 일명 지우개 기자라는 악의적인 독자 의견을 삭제하는 전담 요원을 두었지만 현재는 비록 악의적인 댓글 또한 다양한 독자 의견 중 하나의 의견이라는 생각으로 명예 훼손, 인신공격(aggressive) 내용을 제외한 독자 의견은 삭제하지 않고 있다.

대안 언론의 성격을 가지고 출발한 ‘오마이뉴스’는 뉴스 소비자인 독자들을 제작에 참여시켜 쌍방향 커뮤니케이션을 활성화한다고는 하지만, 아직까지는 기사의

68) 이모티콘(emoticon)은 사이버 공간에서 컴퓨터 자판의 문자·기호·숫자 등을 조합해 감정이나 의사를 나타내는 표현방법으로 감정을 뜻하는 이모션(emotion)과 아이콘(icon)의 합성어이다. 1980년대 초 미국의 카네기멜론대학 학생이 컴퓨터 자판을 이용해 ':-)'이라는 부호를 사용하면서 보급되기 시작하였다. 사이버 공간에서 자신의 감정이나 의사를 전달할 때 사용하는 특유한 언어로, 컴퓨터 자판의 문자·기호·숫자 등을 적절히 조합해 만든다.

69) 정병태 시민기자, 나는야 댓글 기자가 되련다, 오마이뉴스 2005년 11월 23일, 기사 요약



<그림 8> 기사와 관련된 독자의 의견

스트가 융합한 형식으로 제공되고 있으며, 실시간으로 결과 확인이 가능한 특징을 보여주고 있다. 인터넷신문은 이러한 쌍방향성 기능을 적극 활용해 신문의 질적 향상에 기여하고, 공론장의 역할을 발휘해야 한다. 앞서 말했듯이 현재의 무질서한 게시판이나 토론 방을 보다 효율적으로 관리해 주요 현안에 대한 개별적인 토론 방을 운영함으로써, 인터넷신문을 통해서 여론 수렴이 효과적으로 이루어져도록 해야 할 것이다.



<그림 9> 위기의 대북사업에 관련된 기사 특정사항에 관한 독자들의 여론 조사에서 사진과 텍스트가 융합한 형식으로 제공되고 있으며 또한 실시간으로 결과 확인이 가능한 특징을 보여주고 있다.(2005.10.21 톡톡통통 위기의 대북사업)

신뢰도가 낮고 폭로성 기사와 흥미에 치중하는 등 대안 언론으로 자리 잡기에는 한계가 있다. 하지만 쌍방향성으로 인해 인터넷신문은 <그림 8>과 같이 기사와 독자의 의견을 함께 게재하고 있어 독자들의 반응을 쉽게 측정할 수 있고, 독자들에 대한 다양한 정보를 수집할 수 있게 해준다. 또한 <그림 9>와 같이 현재 핫이슈에 대해 독자들의 여론 조사(온라인 풀 Online poll)와 토론방을 사진과 텍

스팅으로 결과 확인이 가능한 특징을 보여주고 있다. 인터넷신문은 이러한 쌍방향성 기능을 적극 활용해 신문의 질적 향상에 기여하고, 공론장의 역할을 발휘해야 한다. 앞서 말했듯이 현재의 무질서한 게시판이나 토론 방을 보다 효율적으로 관리해 주요 현안에 대한 개별적인 토론 방을 운영함으로써, 인터넷신문을 통해서 여론 수렴이 효과적으로 이루어져도록 해야 할 것이다.

인터넷신문의 속보성은 인쇄 신문의 커다란 약점이라 할 수 있는 시간적 제약성을 극복하게 했다. 즉 인터넷신문은 디지털 테크놀로지를 활용함으로써, 뉴스 기사를 제작과 동시에 배포할 수 있도록 되어 있다. 따라서 인터넷신문에서는 인쇄 신문에서 기사 게재 여부를 결정적으로 가늠하는 ‘데드라인’ 즉 마감 시간 개념이 희박하다. 그리고 한편으로는 뉴스 가치가 높은 사안이 발생할 경우 하루에 몇 차례라도 기사를 업데이트 할 수 있어 생생한 기사를 독자들에게 제공할 수 있다. 이러한 속보성은 인터넷신문에서 생생한 현장감을 심어준다. 또한 뉴스가 발생하고 진행되는 실시간에 맞춰 수용자가 뉴스를 접할

수 있게 하는 한편, 컴퓨터 네트워크를 접속할 수 있는 전 세계 어느 곳에서나 뉴스를 읽을 수 있게 함으로써 인쇄신문의 시간적·공간적 제약을 해소할 수 있게 했다. 또한 TV나 라디오가 지니고 있던 속보성의 구체적인 표현인 ‘생방송’이라는 영역까지도 인터넷신문이 그 세력을 확장하고 있어 인터넷신문의 속보성이라는 개념은 한층 더 강화되고 있음을 알 수 있다.

인터넷신문에서 제공하는 부가서비스들은 기존에 사회적으로 중요하다고 간주되었던 분야(정치, 경제, 사회 등)의 뉴스들을 보다 용이하게 수용자들이 획득할 수 있도록 제공하는 서비스를 의미한다. 뉴스 기사 뿐 아니라 뉴스 기사 내부에 등장하는 다양한 시사용어들을 그 내용으로 한 데이터베이스를 바탕으로 ‘검색’을 대표로 한 다양한 서비스를 제공하고 있다. 대부분의 인터넷신문은 데이터베이스를 바탕으로 ‘기사 검색’으로 대표되는 서비스 하에 핵심어, 날짜, 영역 등의 여러 가지 검색 조건에 부합하는 방식으로 독자들에게 다양한 서비스를 제공하고 있다. ‘오마이뉴스’에서는 지금까지 분석해본 새로운 뉴스 서비스 이외에도 인터넷 매체의 특성 중 새로운 정보의 검색과 동시에 Entertainment 적 요소인 뉴스의 놀이터를 만들어 시민 기자 중심의 네티즌 편집판<sup>70)</sup>, 편편 게시판, 오마이 디카, 톡톡 통통 등 시민기자와 독자들이 다양하게 상호 작용하는 여러 가지의 부가 서비스를 제공하고 있다.

볼터(Bolter)와 그뤼신(Grusin)의 재매개(Remediation)론적 측면에서 상호 작용 독자의 의견은 기존 미디어의 유·무선 전화를 이용한 독자 의견과 엽서의 형식을 띤 독자 의견 형식을 차용한 것으로 인터넷신문에서는 즉각적인 상호 작용 독자의 의견의 게재가 가능하도록 개조하여 재현하고 있으며 인터넷 미디어 이전에 없어버린 쌍방향적 커뮤니케이션을 복원했다고 할 수 있다. 확장의 측면에서 보면 독자의 의견인 댓글을 모아서 댓글 뉴스<sup>71)</sup>라는 새로운 형식의 뉴스를 제공하고 있다.

상호 작용 독자의 의견은 라파엘리(Rafaeli)가 주장하는 인터넷 미디어의 특성 중

70) 네티즌편집판은 독자들의 추천에 의한 또 하나의 뉴스로 뉴스제공자의 뉴스 가치와 달리 독자들만의 시각으로 구성된 편집판으로 또 하나의 혁명적 시도이다. 메인 탑(main top)에 배치된 기사를 제외하고 모든 기사는 독자의 추천 점수에 따라 배치되고 있으며, 의도적으로 추천수를 높이려는 독자들도 있지만 뉴스의 생산자와 소비자의 역할을 재배치함으로써 인터넷신문의 쌍방향 커뮤니케이션적인 특성을 보여주고 있다.

71) 댓글뉴스는 독자들의 댓글을 뉴스의 내용으로 오디오뉴스를 기본 형식으로 제공하고 있다. 소수의 뉴스 생산 인력으로 뉴스의 시의적절성에 중점을 둔 댓글뉴스는 한창 논쟁의 중심에 놓여있는 사건들의 관한 독자의 의견들이 가장 뜨거울 때 제작되고 있다. 결국 댓글뉴스는 독자와의 쌍방향성을 기반으로 다양한 독자의 여론을 보여주는 뉴스 시스템으로 활용하고 있는 것이다.

에서 특히 상호 작용(interactivity)적 특성을 적용하고 있다. 기존 미디어에서 불가능한 독자들 간의 동시적 의견 교환이 가능한 인터넷신문의 독자 의견들은 쌍방향 커뮤니케이션을 적극적으로 활용하여 인터넷신문에서 공론의 장을 형성하여 건전한 여론 형성에 영향을 주고 있다.

#### 4. 미디어 융합의 수용과정

인터넷신문의 다양한 뉴스 형식들을 분석해 봄으로써 현재 진행되고 있는 인터넷 중심의 커뮤니케이션 기술과 인터넷 미디어에 대한 이해를 바탕으로 미래의 또 다른 변화에 대비하는 것이 무엇보다 중요하다고 생각된다. 피들러(Fidler)에 따르면, 로저스(Rogers,E.M)는 미디어 혁신이 사회적으로 확산되고 수용되는 과정을 체계적 이론으로 수립하였는데 이것을 ‘로저스의 확산이론’이라고 한다. 로저스는 사회에서 각 구성원이 혁신을 수용하게 되면 혁신이 완성되는 것으로 보았는데, 이렇게 혁신을 받아들이는 속도는 혁신의 특성에 기인한다고 보았다. 로저스가 말한 혁신의 다섯 가지 특성은 상대적 장점(relative advantage), 호환성(compatibility), 복잡성(complexity), 신뢰성(reliability), 관찰 가능성(observability) 등이다. 피들러는 이 다섯 가지에 친밀성(familiarity)을 추가하여 사회에서 쉽게 받아들여지는 기술 혁신의 속성을 여섯 가지로 제시하였다. 먼저 상대적 장점은 미디어의 융합이 가지는 장점은 여러 가지다. 그 중에서도 대표적인 것은 다양한 형태의 정보가 통합된 한 가지 방식으로 저장되고 처리되고 유통될 수 있다는 점이다. 특히 하나의 단말기로 여러 미디어를 사용할 수 있고 한 미디어를 여러 단말기로 사용할 수 있다. 예를 들면 최신 핸드폰으로 전화도 하고 음악도 듣고, TV도 시청 가능하며, 인터넷은 물론 디지털 카메라 기능 뿐 아니라 동영상 촬영이 가능하다. 음악의 경우에 MP3 형식으로 저장한다면, MP3 플레이어에서 들을 수도 있고 컴퓨터에서도 들을 수 있으며 심지어 최신 핸드폰에서 들을 수 있다는 것이다. 둘째, 미디어 융합 기기들은 기존의 미디어 기기들과 뛰어난 호환성을 가지고 있다. 특히 디지털 TV가 많이 보급된다면 컴퓨터와 디지털 TV의 호환성이 두드러지게 부각될 것이다. 즉 TV 모니터와 컴퓨터 모니터가 서로 호환성이 있고 TV 수상기가 거의 컴퓨터 정도의 정보 처리 능력을 갖게 됨에 따라 두 기기의 차이가 상당히 완화되어 서로 구분된 역할이 불분명해질 수도 있다. 이러한 미디어 호환성의 중심에는 컴퓨터가 자리하고 있다.

컴퓨터가 사람과 교신하는 방법이 원도우를 통한 GUI(graphic user interface) 방식으로 완전히 자리 잡음으로써 기존의 미디어와 호환성을 가지게 된 것이다. 또한 사업자 간의 호환성이 높아짐에 따라 사용자에게 개별 서비스를 제공하는 것도 유기적으로 이루어질 수 있다. 예를 들면 현재 국내에서 케이블 TV 사업자가 케이블 가입자에게 초고속 인터넷 서비스를 제공하고 있다. 한 사업자가 여러 사업 분야에 진출할 수 있게 된 것은 역시 하나로 합쳐지는 통합의 개념보다는 다양한 기능을 갖추게 되는 호환성의 개념으로 파악하는 것이 적절할 것이다.셋째, 미디어 융합을 이용하는 기기들은 상대적으로 기존 미디어 기기의 복잡함을 넘지 않는다는 것이다. 기존 세대들이 디지털 미디어 기기의 사용을 어려워하는 것은 디지털 미디어 기능이나 사용이 복잡하기 때문이 아니라, 기존의 미디어와 다른 개념을 적용하거나 새로운 과정이 등장하기 때문에 그것이 익숙하지 않아서 어려워하는 것으로 은유적인 그래픽 인터페이스를 통해 기존 세대들에게 익숙한 개념으로 접근한다면 오히려 쉽다고 느낄 수도 있다. 넷째, 미디어의 융합은 기존의 미디어들이 점진적으로 발전하는 것이므로 신뢰성에 별다른 문제점이 발생하지 않는다. PPV(pay per view)의 경우 예전에는 전화를 해서 예약을 하는 등 서비스가 복잡하였으나 현재는 통신망과 연결된 셋톱박스를 통하여 PPV를 신청하고 수신하는 것이 용이하게 되었다. 개별 고유카드를 통하여 암호 체계를 사용하는 위성 방송이나 케이블 TV의 셋톱박스는 시청자의 사용 경험이 점차 쌓여감에 따라 신뢰성이 더욱 높아지고 있다. 다섯째, 정보 사회의 도래와 IT산업에 대한 현재 경제의 높은 의존도는 언론이 미디어 융합의 기술이나 서비스에 대한 보도를 빈번하게 하도록 유도한다. 새로운 기술에 대한 미디어 보도 형태와 그것을 받아들이는 사회의 호의적인 반응에 의한 상승 작용으로 미디어 융합의 사실과 당위성, 그리고 기술과 서비스는 사회에서 쉽게 받아들여지는 경향을 보인다. 여섯째, 꾀들러가 제안한 친밀성은 새로운 커뮤니케이션 기술이 과거의 유사한 기술과 비슷한 형태를 갖는 것을 말한다. 미디어 융합 기술과 서비스를 살펴보면, 대부분의 것들이 기존의 미디어와 동일한 서비스를 제공하거나 다르다고 해도 거의 유사한 형태의 것임을 알 수 있다. 동영상 서비스는 기존의 TV방송과 흡사한 형태로 제공되며, 음향 역시 기존의 스피커와 다름없는 기기에서 재생된다. 또한 이메일이나 채팅, 메신저 같은 비교적 새로운 형태의 커뮤니케이션 방식은 컴퓨터를 통하여 어느 정도 익숙하게 학습된 형태이므로 친밀성을 유지할 수 있다.

기본적으로 미디어 융합이라는 것은 기존의 미디어를 결합하는 것으로 새로운 서비스가 등장하기는 하지만 이것은 기존의 한 미디어의 서비스를 다른 미디어를 통하여 제공하는 형식이 되기 십상이라는 것이다.

피들러(Fidler)는 미디어의 변화 과정을 분석하면서 “새로운 미디어들이 자생적이고 자발적으로 생성되는 것이 아니다”라고 주장하였다. 그는 새로운 미디어들이 기존의 미디어의 변형이라는 과정을 거쳐서 천천히 등장하며 새로운 미디어가 등장한다고 해서 기존의 미디어들이 사라지는 것이 아니라 계속해서 존재하며 새로운 환경에 적응해 나간다고 지적하였다. 72)

맥루한(McLuhan)은 “우리가 독특한 혁명의 시대, 역사상으로 볼 때 중심점에 살고 있다고 확신하였다. 인쇄언어의 위력은 끝났으며, 마르코니의 무선통신 발명은 전자 커뮤니케이션 매체의 시작에 불과한 것”이다. 맥루한은 1980년 사망하기 전에 커뮤니케이션 하드웨어의 충격적인 문화적 영향이란 앞으로 컴퓨터에 의해 초래될 엄청난 변화와 비교하면 아무것도 아니라고 예측하였다. 인터넷은 모든 형태의 메시지를 통합해 전달하기 때문에 송신자 위주가 아닌 수신자의 기호나 취향에 따라 메시지가 선택되는 환경을 낳았다. 이는 매스 미디어를 설명해온 지금까지의 논리와 구조를 완전히 뒤엎는 것이다. 즉 송신자의 역할을 위주로 한 ‘노출’개념에 보다 많은 초점을 맞춰온 기존 매스미디어에 대한 공급자 논리의 접근 태도가 인터넷 미디어에 이르러 이용자 역할이 강조되는 수용자 논리인 ‘접근’의 개념으로 변화될 수밖에 없다는 점에서 중대한 패러다임의 전환을 요구한다. 73)

---

72) 류춘렬, 컨버전스와 사회 변동, 2004, 디지털컨버전스, p.14-50요약

73) 오미영, 정인숙, 앞의 책 p77

## IV. 결 론

### 1. 연구결과 요약 및 결론

디지털 시대에서는 전통적인 인쇄매체의 가치, 즉 명제적 논리나 연속적 이해, 맥락, 원리와 같은 고전적 가치는 무시되고, 속도, 용량, 이미지, 즉각적 보상, 감정적 관여와 같은 사이버 가치가 선호된다. 즉 메시지 전달에 있어서 로고스(logos)<sup>74)</sup>에 의존하는 진리탐구에 가치를 부여하기 보다는 파토스(pathos)<sup>75)</sup>에 의존하는 미적 수용에 더 관심을 가지게 되는 것이다. 뉴미디어는 선택의 폭이 좁고 시간적 유용성이 떨어지는 기존 미디어보다 사용에 있어 더 많은 선택과 유용성, 그리고 편리함을 제공해 준다. 간단히 말하면, 뉴미디어는 더 다양한 선택의 폭과 더 많은 시간적 편리함을 제공해주는데, 이러한 속성들이 많은 부분에서 그들의 성공에 기여했을 것이다.

본 연구에서는 뉴미디어인 인터넷신문에서의 미디어융합현상을 살펴보기 위해 각각의 미디어들이 디지털과 결합하면서 새로운 미디어 환경을 구축하고, 재매개화 과정이 일어나며, 인터넷신문에서 어떻게 미디어융합현상이 진행되는지를 살펴보고자 다음과 같은 연구문제를 설정했다.

[ 연구문제 1 ] 기존매체들이 인터넷을 기반으로 하는 디지털 환경에서 어떻게 새로운 미디어환경을 구축하고 있는가?

74) 로고스 (logos) 고대 그리스 철학이나 신학의 기본 용어. 사물의 존재를 한정하는 보편적인 법칙, 행위가 따라야 할 준칙, 이 법칙과 준칙을 인식하고 이를 따르는 분별과 이성(理性)을 뜻한다. 파토스 (pathos)와 대립되는 개념으로, 본래는 고전 그리스어로 '말하다'를 뜻하는 동사 'legein'의 명사형이며 '말한 것'을 뜻한다. 여기서 '로고스'는 많은 종류의 파생적 의미를 낳아 고대철학에서 중요한 구실을하게 되었다.

(인터넷 네이버 백과사전 인용)

75) 파토스 (pathos) 수동(受動)을 나타내는 말로 철학상의 용어로 정념(情念) ·충동 ·정열 등으로 번역되며 로고스와 상대되는 말이다. 고대 그리스어 paschein(받다)에서 파생된 말로 근본적인 뜻은 '받은 상태'이다. 그러므로 광의로는 어떤 사물이 '받은 변화상태'를 의미하고, 협의로는 특별히 '인간의 마음이 받은 상태'를 의미한다. 수동성 ·가변성이 내포되며 그때그때 내외의 상황에 따라 인간의 마음이 받는 기분 ·정서를 총괄하여 표현한 말이다. (인터넷 네이버 백과사전 인용)

디지털기술의 발달로 인한 미디어환경의 다변화에 따른 인터넷 이전의 인쇄신문, 라디오, TV방송매체들이 아날로그방식에서 디지털화 되어가는 과정을 살펴보고 각각의 매체들이 인터넷을 기반으로 하는 디지털 환경에서 어떠한 변화, 발전과정을 거치면서 새로운 미디어환경을 구축하고 있는가에 대하여 본 논문에서는 미디어 환경의 변화에 따라 기존 미디어들 특히 인쇄신문매체, 라디오, TV 방송매체들이 디지털화 되어가는 과정들을 피들러가 주장하는 미디어 변화 과정 원칙들인 공동 진화(cooevolution), 융합(convergence), 복잡성(complexity)을 중심으로 살펴보았다. 이 과정에서 올드미디어와 뉴미디어가 서로 완전히 단절된 관계가 아니라 공동 진화의 과정의 거치면서 올드미디어는 뉴미디어의 새로운 기술인 디지털, 인터넷과 융합하여 새로운 커뮤니케이션 환경을 조성하여 부활하고 있으며, 뉴미디어 역시 올드미디어의 장점들을 디지털화하여 올드미디어와 공동 진화하면서 다양한 미디어들이 융합한 복잡한 형태로 미디어가 변화, 발전하고 있음을 알 수 있었다.

## [ 연구문제 2 ] 인터넷신문의 뉴스 형식에서의 재매개화는 어떻게 나타나는가?

인터넷신문 ‘오마이뉴스’에서 제공하는 뉴스의 형식에서 볼터(Bolter)와 그루신(Grusin)이 제시한 재매개화의 6가지 특성 즉 차용(borrowing), 재현(representation), 확장(fidelity), 공격(aggressive), 흡수(absorb), 개조(refashion)적 요소들이 어떻게 적용되고 어떠한 재매개화 현상이 나타나는가에 대해 살펴보았다. 동영상뉴스는 TV방송의 뉴스 형식을 차용하여 인터넷환경에 맞게 개조되어 TV화면의 축소판 형식으로 NTSC방식의 표준화면인 640×480보다 작은 320×240의 화면으로 재현하여 뉴스를 제공하고 있다. 공격적인 측면에서 인터넷신문의 동영상뉴스는 디지털화된 동영상뉴스 자료를 VOD방식으로 제공하고 있으며 또한 일회성에 한정된 기존의 TV방송뉴스에 비해 독자 중심의 뉴스 선택권이 보장되고 있음을 알 수 있었고, 오디오뉴스에서는 라디오 매체의 속보적인 특성과 청각적 커뮤니케이션을 차용하여 인터넷신문에 알맞게 인터페이스(interface)를 개조하여 제공하고 있으며 또한 신문의 텍스트 기사형식을 차용함으로써 독자들이 뉴스에 몰입할 수 있는 환경을 조성하여 인터넷신문의 오디오 뉴스를 확장하고 있었다. 또한 포토 뉴스는 인쇄신문의 포토 저널리즘적 특성과 그래픽(Graphic) 포토 저널리즘의 형식을 차용하여 인터넷신문의 환경에 적합하도록 전통적인 필름을 사용하는 사진술에서 디지털로 전환된 디지털 사진을 개조하여 사용하고 있다. 상호작용 독자의견은 기존 미디어의 유·무선 전화를 이용한 독자의견과 엽서의 형식을 떤 독자의견 형식을 차용한 것으로

인터넷신문에서는 즉각적인 상호작용 독자의 의견의 게재가 가능하도록 개조하여 재현하고 있으며 인터넷미디어 이전에 잊어버린 쌍방향적 커뮤니케이션을 복원했다고 할 수 있다. 확장의 측면에서 보면 독자의 의견인 댓글을 모아서 댓글 뉴스라는 새로운 형식의 뉴스를 제공하고 있다.

결과적으로 인터넷신문의 기사형식은 올드미디어의 장점을 디지털로 전환하여 각각의 장점을 차용, 재현, 확장, 공격, 개조하여 활용하고 있는 모습이므로 재매개화 현상을 보여준다고 할 수 있다.

[ 연구문제 3 ] 인터넷신문에서 제공하는 뉴스 콘텐츠에 나타나는 인터넷미디어의 특성은 무엇인가?

라파엘리(Rafaeli)가 주장한 인터넷미디어 특성인, 멀티미디어(multimedia), 하이퍼텍스트(hypertextuality), 패킷스위칭(packet switching), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)등 다섯 가지 주요 특성들이 인터넷신문인 ‘오마이뉴스’에서 제공하는 동영상뉴스, 오디오뉴스, 포토 뉴스, 독자의 의견과 속보성 뉴스 콘텐츠에 어떻게 적용되고 있는가에 대해서 살펴보았다. 동영상뉴스는 멀티미디어(multimedia), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)이 강한 특성을 보여주고 있다. 멀티미디어적 특성으로서의 ‘오마이뉴스’의 동영상뉴스는 동영상, 사진, 텍스트를 기사에 동시에 배치하여 제공함으로써 뉴스에 접하는 독자들에게 종합적인 정보를 제공해 주고 있다. 또한 기사에 첨부된 동영상 자료들은 관련사진과 기사를 통해 추가적인 정보를 얻을 수 있기 때문에 미디어가 융합된 형태로 제공하는 특징을 보여주고 있다. 비동시적 특성으로는 중요한 사건에 대한 생방송뉴스 제공과 VOD를 이용한 뉴스를 제공하고 있으며 특히 VOD기능으로 제공되는 뉴스는 반복 시청이 가능하기 때문에 인터넷미디어의 비동시성(elasticity of synchronicity)을 효과적으로 활용한 특징을 보여준다. 상호작용성에 대해서는 생방송, VOD뉴스를 보면서 독자의 의견을 실시간으로 게재하여 쌍방향커뮤니케이션을 쉽게 실현 할 수 있는 특징을 보여주고 있다.

또한 오디오뉴스는 라파엘리(Rafaeli)가 주장하는 인터넷미디어의 특성 중에서 멀티미디어(multimedia), 비동시성(elasticity of synchronicity), 상호 작용성(interactivity)등의 특성들이 나타나고 있다. 멀티미디어적 특성으로는 기존 라디오 방송은 청각적인 정보 제공에 한정되어 있지만 인터넷신문에서의 오디오뉴스는 DAB시스템으로 텍스트와 함께 제공하여 새로운 형태의 인터페이스를 제공하

고 있다. 즉 오디오뉴스에 관련된 자료를 텍스트로 제공하여 멀티미디어적인 형태로 청각적 미디어인 라디오와 텍스트에 기반한 인쇄신문의 장점을 융합한 미디어 컨버전스의 형태를 보여주고 있는 것이다. 비동시성(elasticity of synchronization)과 상호작용성적 측면에서 ‘오마이뉴스’의 오디오뉴스는 생방송뉴스와 AOD에 접속하는 순간 동시성을 확보하여 뉴스에 내용에 관한 자신의 입장을 동시에 댓글에 게재할 수 있어 쌍방향커뮤니케이션의 복원을 보여주고 있다.

포토 뉴스에서는 라파엘리(Rafaeli)가 주장하는 인터넷미디어의 특성인 멀티미디어(multimedia), 상호 작용성(interactivity)이 나타는데 먼저 멀티미디어적 특성으로는 플래시를 이용한 다양한 형태의 포토 뉴스와 하나의 기사에 최대 10장의 사진을 첨부하여 시각적인 커뮤니케이션을 강조하는 비주얼(Visual)적인 형식을 보여주고 있다. 상호 작용적 특성으로는 플래시를 이용한 포토 뉴스의 경우 독자의 선택적 접근이 가능하며 또한 시민기자들이 제공하는 포토 뉴스에서는 기존 거대 언론사의 사진기자들이 다루지 못한 삶의 사소한 사건들을 포토에세이 형식으로 보여주면서 다른 독자들과 의견을 교환하는 상호작용적 특성을 보여주고 있었다.

상호작용 독자의견은 라파엘리(Rafaeli)가 주장하는 인터넷미디어의 특성 중에서 특히 상호 작용(interactivity)적 특성을 뚜렷이 보여주고 있다. 기존미디어에서 불가능했던 동시적 의견 교환이 가능해진 인터넷신문의 독자의견들은 쌍방향 커뮤니케이션을 적극적으로 활용하여 인터넷신문에서의 공론의 장을 형성함으로써 건전한 여론 형성에 영향을 주고 있었다.

#### [ 연구문제 4 ] 인터넷신문에서 제공하는 뉴스의 콘텐츠에서 어떠한 미디어 융합현상이 나타나는가?

인터넷신문 ‘오마이뉴스’에서 제공하는 뉴스의 형식을 동영상뉴스, 오디오뉴스, 포토 뉴스, 독자의견과 속보성 뉴스 등으로 나누어 각각의 뉴스의 콘텐츠에서 어떠한 미디어융합현상이 진행되고 있는가에 대해서 알아보았다. 대부분의 디지털 콘텐츠는 디지털 방식에 의해 제작, 생산된 파일 포맷으로 존재하므로, 해당 파일을 구현하는 소프트웨어에 따라 달라질 수 있다. 그러나 전반적으로 텍스트, 이미지, 사운드, 동영상 등의 미디어별 콘텐츠는 표형양식에 따라 표준 포맷이 존재하고, 그것을 구현하는 소프트웨어들도 어느 정도 통일성을 가지고 있기 때문에 주로 HCI<sup>76)</sup>에서 언급되는 인터페이스 요소들이 이에 해당된다.

76) HCI는 Human-Computer Interaction의 약자로 인간과 컴퓨터 간의 상호작용에 관한 연구를 일컫는다. 곧 컴퓨터 작동시스템이 인간과 상호작용할 수 있게 컴퓨터 작동시스템을 디자인-평가-완성하는 과정을 다루며, 이 과정을 둘러싼 중요 현상들에 대해서도 연구하는 학문이다.

GUI(Graphic User Interface)와 같이 사용자가 더 쉽게 컴퓨터를 이용할 수 있도록 유저 인터페이스

‘오마이뉴스’의 동영상뉴스에서는 TV의 뉴스형식과 사진, 신문의 텍스트 기사가 융합된 형태의 멀티 미디어융합 형식의 동영상뉴스를 제공하고 있다. 그리고 오디오뉴스에서는 기존의 라디오 매체와 텍스트를 기반한 인쇄신문의 뉴스 특성들이 융합된 형태로 제공되고 있다. 청각적 커뮤니케이션에 시각적 커뮤니케이션이 미디어간 융합한 형태로 제공되고 있는 것이다. 기존 라디오들 또한 인터넷과 결합하여 비주얼적인 요소를 추가적으로 제공하여 디지털 미디어로의 전환이 이루어지고 있는 것이다.

포토 뉴스에서의 미디어융합현상은 그래픽 포토저널리즘과 인쇄신문의 텍스트가 디지털 데이터로 전환되어 인터넷신문에 포토 뉴스의 형식으로 융합된 것이다. 상호작용 독자의 견에서의 미디어융합현상은 특정사항에 관한 독자들의 여론 조사에서 사진과 텍스트가 융합된 형식으로 제공되고 있으며 또한 실시간으로 결과 확인이 가능한 특징을 보여주고 있다.

현재 국내 인터넷신문(오마이뉴스)에서는 텍스트와 사진, 오디오, 영상 미디어들이 단독으로 사용되기 보다는 둘 이상의 미디어가 융합된 멀티미디어 융합형 기사를 제공하는 모습을 보여줌으로써 인터넷신문에서의 미디어 융합 현상이 점점 복잡한 양식으로 발전하고 있다는 것을 증명해주고 있다. 아울러 미디어 간의 영역은 점점 사라지고 각각의 장점을 극대화하는 형식으로 발전하는 새로운 형식의 뉴스형태들이 계속 나타날 것으로 예상된다.

## 2. 연구의 한계점 및 제언

본 연구는 지금까지 미디어 융합현상에 대한 논의가 방송과 통신의 융합, 서비스의 융합, 사업자의 융합 또는 기술 결정론적 접근, 정책 추진론적 접근, 그리고 산업 결정론적 접근 등의 거시적인 관점으로 진행된 것과 달리, 미디어의 콘텐츠를 중심으로 미디어 융합현상을 분석한 연구로서 본 연구를 수행하는 과정에서 도출된 한계점과 향후 연구를 위한 제언을 제시하면 다음과 같이 정리해 볼 수 있다.

첫째, 본 연구에서는 인터넷신문에서의 미디어융합현상을 분석하면서 미디어 융합형 기사의 형식적인 접근을 통해 미디어 융합현상을 분석하는 한계점을 가지고

---

(User Interface)를 고안하는 것 뿐 아니라 컴퓨터의 세부적인 기능과 시스템이 인간에게 끼칠 장기적인 영향까지 연구한다. 즉 사람과 컴퓨터 기술, 그리고 양자가 서로에게 영향을 미치는 방식을 연구하는 학문인 것이다.

코리아인터넷닷컴 it용어사전에서 발췌 <http://www.korea.internet.com/Search/search.asp>

있어 향후 내용적인 측면에서의 미디어 융합형 기사의 분석이 이루어지길 바란다.

둘째, 본 연구의 대상을 독립인터넷신문인 ‘오마이뉴스’에 한정하여 분석한 한계점이 있으며, 향후 종속형 인터넷신문과 함께 다양한 형태로 전개되는 미디어 융합형 기사의 수용자 태도변화에 관한 연구가 이루어지길 바란다.

셋째, 미디어 융합형 기사의 수용자 태도변화와 아울러 미디어 융합형 기사의 효과분석에 관한 다양한 연구가 이루어지길 기대한다.

넷째, 본 연구를 수행하는데 있어 이론적 분석방법을 중심으로 미디어융합현상을 분석했기 때문에 다소 자의적 해석이라는 한계를 가질 수 있다. 따라서 향후의 연구에서는 미디어 융합형 기사의 제작자와 인터넷신문의 편집인들의 인터뷰를 통해 심층적인 분석이 이루어져야 할 것이다. 그리고 본 연구를 바탕으로 향후 디지털 뉴미디어들의 콘텐츠 연구에 학제간 연구가 활성화 될 수 있기를 기대해 본다.

## 《 참 고 문 헌 》

### < 단 행 본 >

- 1) 김기덕, 영상역사학, 생각의 나무, 2005
- 2) 김규, 전환성, 김영용 공저, 디지털시대의 방송미디어, 나남출판, 2005
- 3) 김우룡, 정인숙 공저, 현대매스미디어의 이해, 나남출판, 1999
- 4) 김용섭, 인터넷방송, 현암사, 1999
- 5) 문화방송라디오국 편, 라디오 방송제작론, 나남출판, 1991
- 6) 박금자, 인터넷 미디어 읽기, 커뮤니케이션북스, 2001
- 7) 이상철, 신문의 역사, 커뮤니케이션북스, 1999
- 8) 이용준, 디지털 혁명과 인쇄매체, 커뮤니케이션북스, 1999
- 9) 이홍주, 이장욱 공저, 유비쿼터스 혁명, 이코북, 2005
- 10) 일본신문협회 연구소 지음/김욱 옮김, 오늘의 신문을 말한다. 한언, 2004
- 11) 오미영, 정인숙 공저, 커뮤니케이션 핵심이론, 커뮤니케이션북스, 2005
- 12) 오연호, 대한민국 특산품 오마이뉴스, 휴머니스트, 2004
- 13) 유삼렬, 케이블TV 10년사, 한국케이블TV방송협회, 2005
- 14) 유재천 외 공저, 디지털컨버전스, 커뮤니케이션북스, 2004
- 15) 지경용 외 공저, 차세대 디지털 컨버전스 DMB서비스, 전자신문사, 2005
- 16) 진행남, 온라인 저널리즘 연구, 나남출판, 2002
- 17) 한병구, 언론과 윤리법제, 서울대학교출판부, 1996
- 18) 2005년 상권/통권 제17호, 세계의 언론법제, 한국언론재단, 2005
- 19) Chris Barker/하종원, 주은우 옮김, 글로벌 텔레비전, 민음사, 2001
- 20) John Berger/강명구 역, 영상커뮤니케이션과 사회, 나남출판, 2002
- 21) John W. Dimmick/ 권상희 옮김, 미디어의 경쟁과 공존, 커뮤니케이션북스, 2005
- 22) Marshall McLuhan, 미디어의 이해, 커뮤니케이션북스, 1997
- 23) Marshall McLuhan, 브루스 R 파워스 지음/박기순 옮김, 지구촌, 커뮤니케이션북스, 2005
- 24) R.Smith Schuneman/ 한민규 옮김, 사진커뮤니케이션, 기다리, 1993
- 25) SBS 서울디지털포럼 엮음, 제3의 디지털 혁명 컨버전스의 최전선, 미래M&B, 2005

- 26) Tomas Elsaesser, Kay Hoffman엮음/김성욱 외 옮김, 디지털시대의 영화, 한나래, 2002
- 27) W. Dizard, 이민규 역, 올드미디어와 뉴미디어, 나남, 1997

### < 논문 >

- 1) 김선녕, 인터넷 동영상 서비스에서 사용자의 콘텐츠 접근형태에 대한 분석, 한양대학원, 2003
- 2) 김인홍, 디지털화에 따른 영상콘텐츠 산업의 효율화 방안 연구, 중앙대학원, 2000
- 3) 김진국, 인터넷신문 시민기자제도에 관한 연구, 서강대학원, 2004
- 4) 김정욱, 인터넷신문의 동영상 효과에 관한 연구, 연세대학원, 2001
- 5) 계정림, 인터넷신문의 발전 방안에 관한 연구, 연세대학원, 1999
- 6) 류용인, 인터넷신문의 동영상 기사 활용에 관한 연구, 단국대학원, 2004
- 7) 박창문, 독립 인터넷신문의 대안 요소에 관한 연구, 경남대학원, 2003
- 8) 박인숙, 인터넷신문의 저널리즘적 성격에 관한 연구, 한양대학원, 2002
- 9) 박혜진, 인터넷 환경변화에 따른 디지털 콘텐츠 저작권에 관한 연구, 중앙대학원, 2001
- 10) 이강현, 인쇄신문과 인터넷신문 기사 비교 연구, 경희대학원, 2003
- 11) 이종탁, 미디어 컨버전 현상 속에 등장한 원맨비디오 저널리즘에 관한 연구, 경일대학원, 2002
- 12) 이희성, 인터넷신문의 기사특성과 보도과정 비교분석, 세종대학원, 2003
- 13) 윤영우, 인터넷신문의 이용동기와 만족도에 따른 이용행태에 관한 연구, 동국대학원, 2003
- 14) 정일형, 디지털 미디어 인터페이스의 재매개화 연구, 경희대학원, 2005
- 15) 정형원, 인터넷신문에 대한 인식이 보도의 인식에 미치는 영향, 고려대학원, 2002