

뉴미디어시대 출판의 설자리 갈 길

출판영역의 '잠식'인가 '확장'인가

이범수

외국어대 강사·언론학

최근 들어 우리사회의 변화는 기술의 변동에 의해 주도되는 경향이 강하다. 특히 컴퓨터 기술의 발달로 인하여 파생되는 사회변화는 정보화사회라는 새로운 사회구조 개념을 탄생시켰다. 정보혁명 또는 컴퓨터혁명으로도 표현되고 있는 정보화 사회는 정보의 특성이나 역할이 날이 가면 갈수록 더욱 증시되는 사회로서 새로운 통신기술의 광범한 효과범주와 맞물려 있다.

이러한 기술에 의한 사회변화의 주도 성향은 사람들로 하여금 자칫 인과론에 매몰되게 하여 기술이 사회를 결정한다는 소위 기술결정론의 함정에 빠지게 하기도 한다. 이는 기술중속이 파생시키는 여러가지 문제들을 너무 가볍게 여기거나 아니면 기술을 가진 자들이 자기우위를 계속 유지·확대하기 위해 퍼뜨리는 신화 때문인 것이다.

출판 역시 이러한 컴퓨터혁명에 의한 영향권의 가운데에 위치하고 있다고 볼 수 있다. 그 첫째 이유는 작업일정 등 제작과정에서 컴퓨터가 기능하는 바가 크기 때문인데 전산사식시스템의 개발이 제작기간을 엄청나게 단축시키고 있는 것이 그 단적인 예가 되겠다. 두번째 이유는 출판이 담고 있던 정보가 뉴미디어의 개발로 인하여 다른 새로운 매체로 분산된다는 점에서도 찾을 수 있다. 인쇄화됨으로써 구체화되고 보존이 가능했던 정보들이, 데이터베이스로 집적되어 전화선을 이용한 비디오텍스 등의 형태로 변환되거나 전자출판 등의 형식을 빌어 기존의 출판이 하던 기능을 대신하고 있는 현상이 바로 그것이다.

이렇듯 급속도로 진행되고 있는 컴퓨터 및 전기통신기술을 중심으로 한 정보기술의 혁신은 뉴미디어라는 고도정보사회를 실현시키는 구체적인 도구를 양산시켜 출판에까지 심대한 영향과 변화를 불러오고 있는 것이다.

뉴미디어는 이전까지 인간이 가지고 있던 시간과 공간개념을 엄청나게 바꿔 놓았다. 팩시밀리나 화상이나 문자정보가 음성정보와 동일 시간대에 동일 공간에 전달될 수 있다는 인식의 전환을 가져다 주었고, 컴퓨터 장치로써 활자의 크기와 형을 손쉽게 조절하여 금방 활자화할 수 있는 레이저사식기는 출판공정에 관한 기존의 인식을 송두리채 뒤집어 놓았다. 광섬유의 생활화로 인한 전화 적체 해소, 위성방송에 의한 난시청 문제 해결, 케이블 텔레비전이 가져다 줄 다양한 정보의 전일 취득, 서로

다른 공간에 있으면서도 한 군데서 하듯 회의를 할 수 있는 화상회의 장치, 사실보다 나은 영상미를 보여주는 고정밀도 텔레비전(HDTV), 텔레비전 수상기를 통해 언제라도 일기예보나 경기안내 등 각종 정보를 취득할 수 있는 문자다중방송(Teletext), 집안에 앉아서 은행 관계 일을 처리할 수 있고 시장도 볼 수 있는 부가가치 통신망(VAN) 등등 현재 생활화되고 있는 뉴미디어의 종류는 다양하다.

전화선과 텔레비전 수상기 외 몇 가지 부수적인 장치로서 대개 활용가능한 이러한 뉴미디어 기체들이 바로 현재 출판의 영역을 잠식할 수 있는 도구들인 것이다.

출판과 관련되는 뉴미디어

국내에서도 이미 이러한 뉴미디어들이 다방면에 걸쳐 이용되고 있다.

문자다중방송의 경우 지난 88년 서울올림픽에서 처음으로 서비스가 시작된 이래 뉴스종합, 경제·산업 정보, 스포츠 및 레저 정보, 생활·여성 정보, 텔레비전 프로그램 등 문화 정보, 증권정보 등을 방송하고 있으며 전자기기 생산업체에서는 이러한 문자다중방송을 수신할 수 있는 텔레비전 수상기를 생산하여 대중을 상대로 판매하고 있다.

각종의 정보를 미리 데이터베이스에 축적해 두고 이용자가 주체적으로 정보를 선택할 수 있는 비디오텍스(Video Tex)도 매일경제, 한국경제, 조선일보 등 몇개 신문이 신문의 전 기사내용, 주식정보, 환율, 도매물가, 부동산, 중고차시세, 문화·예술 정보, 여행안내, 신간서적 소개 등의 내용을 가지고 독자나 정보 수용자에게 서비스하고 있다.

이러한 문자다중방송이나 비디오텍스는 기존의 주간지나 월간지 그리고 주체별로 엮여졌던 단행본 형식이 담아내었던 정보의 상당부분을, 보다 빠르고 신속하게 정보 소비자에게 보급해 줌으로써 출판이 행했던 일부 영역을 차지하게 된 것이다.

한국데이터통신(DACOM)이 80년대 초반부터 공중통신망을 이용하여 생활정보를 제공하고 있거나 교보문고가 신간서적 정보를 고객에게 제공하는 기체로 사용하고 있는 뉴미디어가 부가가치통신망이고, 전자우편 등으로 종이 없는 사무실의 운영을 가능하게 하는 뉴미디어가 근거리통신망(LAN)인데 이러한 뉴미디어

시장세분화 전략을 세우고

적재적소에 뉴미디어 기술을 원용할 수

있다면 출판의 입지는

그렇게 비관적인 것만도 아니다.

오히려 새로운 경지를 열 수 있을 것이라는

낙관이 더 클 수도 있다.

특히, 획일화와 균질화로 내달았던

산업사회의 대중시대가

이제는 차별화와 개별화의 방향으로

전회하고 있다는 점에서 더욱 그렇다.

기종 역시 앞으로 더욱 출판사업의 활동범위를 능동적으로 넘나들 것으로 보인다.

85년부터 도입되어 점차 그 규모가 커지고 있는 전자출판 시스템(Electronic Publishing System)은 작업일정 상의 누수를 덜어주고 제작기간을 단축시키는 등 많은 장점 때문에 단행본, 사보, 종교 관련 단체나 연구소 등에서 발간하는 간행물 등등에 많이 이용되었는데 한글 코드 체계가 완벽화되는 대로 그 이용빈도는 급등할 것으로 짐작된다.

앞으로는 인쇄공정에서도 미술이나 장정 등 화상 부분은 컴퓨터그래픽 등 컴퓨터 제작 시스템으로 모아질 것이고 문자정보는 문자다중방송이나 비디오텍스 등을 통한 전자적 전송 시스템으로 일괄 처리될 것인데, 이미 상당 부분에서는 제작과정에서 구체화되고 있는 실정이다. 재판과정에서도, 고정밀도 텔레비전이 일반화되면 이것의 정세도 높은 화상을 직접 제판에 연결시켜 그 영상을 바로 상용 출판물의 소재로 이용하게 될 것이다.

컴퓨터 디스크는 어떤 다른 뉴미디어보다도 현존 출판의 입지에 위협을 주는 기체이다. 이는 기존의 출판물 생산공정과 보급기간 등에서 파생되었던 문제점들을 일시에 해결해버렸는가 하면 책 자체가 가지고 있는 종이나 창고, 서점, 도서관 등의 공간적인 장애를 아주 간단하게 대폭 줄여 주었다. 게다가 음성과 문자정보자료를 함께 수록할 수 있는 콤팩트 디스크는 가히 출판의 혁명을 불러일으킬 만하다고 볼 수 있다. 음성과 화상과 문자가 동시에 자유자재로 다양하게 구사될 수 있는 이 콤팩트 디스크는 각종 교재나 백과사전 등의 편찬

에까지 엄청난 변화를 가져 올 것으로 보인다.

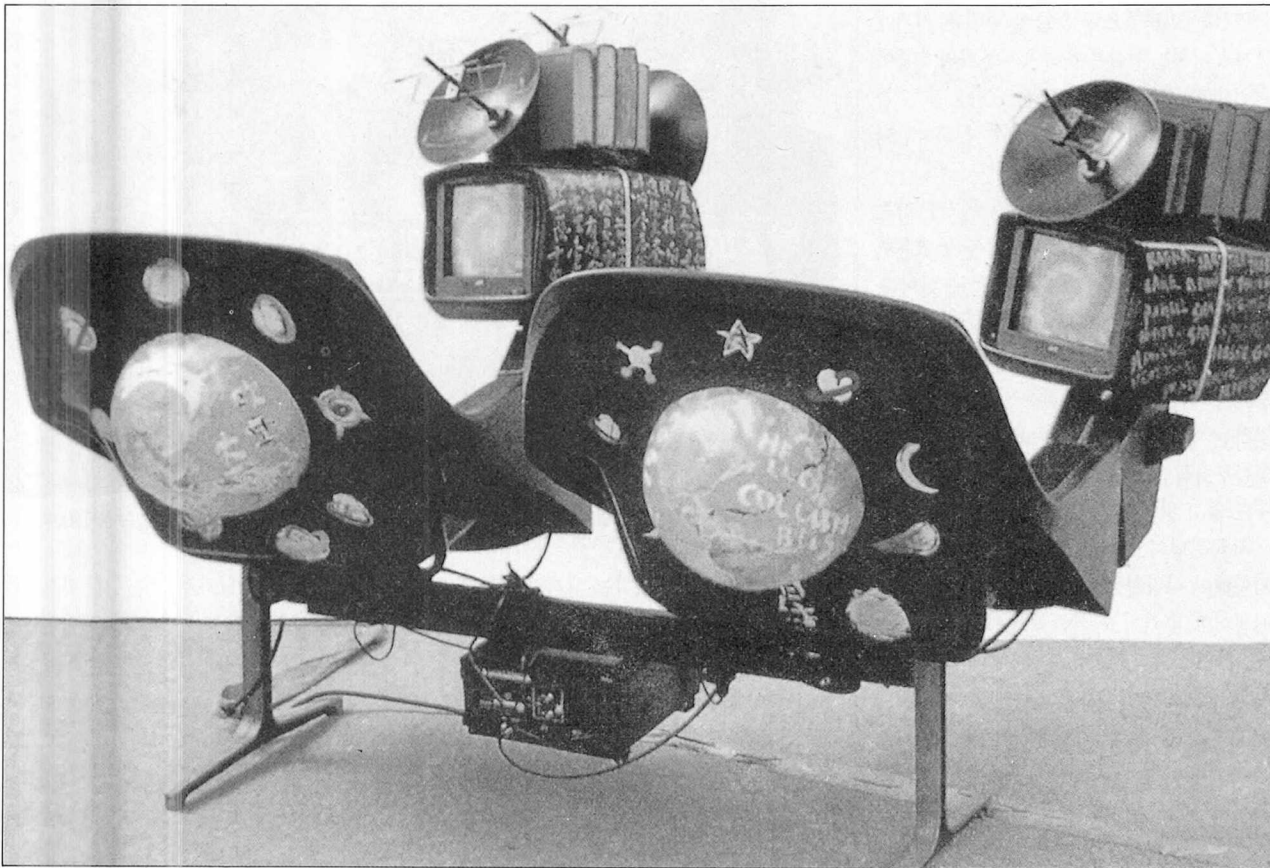
이전까지의 출판제작 기술상의 혁신 뿐만 아니라 좁은 공간에 상상을 초월하는 정보의 분량과 형식을 담아낼 수 있다는 점에서 이 콤팩트 디스크는 기존의 출판의 입지를 송두리채 흔들어 놓을 것 같은데 이미 선진국에서 그 구체적인 양상들이 보이고 있다. 즉, 워너 뉴미디어에서는 모짜르트의 오페라를 전문가의 평가 여러 나라 말로 된 가사까지 곁들여 콤팩트 디스크에 담아내 놓았고, ABC뉴스에서는 미국 대통령 선거에 수반되는 제반 상황, 팔레스타인 문제, 에이즈 및 약물 중독 등에 관한 캠페인 등에 관한 내용을 벌써 콤팩트 디스크로 제작하고 있으며, 엔사이클로피디어 브리태니커에서는 일러스트레이션 애니메이션 등을 다 수록한 백과사전을 콤팩트 디스크로 제작하여 판매하고 있다.

예상되는 출판의 형식

농업혁명, 공업혁명에 이어 제3의 혁명으로 시사화되는 정보혁명은 서적의 편집 및 제작에도 새로운 차원을 안겨 준 것이 사실이다. 수동적인 납 활자에 의존하던 인쇄가 컴퓨터에 의하여 자동화되고 편집의 내용이 컴퓨터 기술의 운용에 의해 다양화된 것이다. 그 예로 편집실의 컴퓨터화는 아직까지는 초기 단계이지만 이전까지의 출판물 제작 구조에 새로운 형식과 관행들을 대체시키고 있다.

출판 편집인의 역할은 보다 고도화되고 전문화된 자본주의 조건 속에서 규정되기 때문에 이들의 이념적 목적설정은 자본의 논리에 의해 좌지우지되는 면도 있다. 그리고 출판 경영인들은 흠어져 있는, 제작 과정상 필요한 자동화 기술을 어떻게 효율적으로 연결시켜 활용하느냐 하는데 그 관심을 집중시켜야 할 것이다. 출판에 관한 기획은 기술적인 면이 우선시되어 이루어질 것이며 인쇄업자들은 보다 고도화되는 자동기계설비의 선택과 대체에 많은 고민을 하게 될 것이고 그래서 자본 지배의 힘은 더욱 더 강해질 것으로 보인다.

이러한 높아지는 자본 의존도는 이전까지 편집자나 기획자의 고유영역으로 우선시되었던 편집이나 기획들이 컴퓨터의 기술적 하부체계로 변질되어 기계법칙이 우선시되는 등 생산 체계가 능동적 주체로 부상하게 하도록 하는 요인으로도 작용될 것이다. 그리고 얼마든지



백남준의 「문학은 책이 아니다」.

손쉽게 활용 가능한 데이터 베이스는 전문 기획자의 아이디어를 능가할 것이며 필진 개발의 어려움을 덜어 줄 것이다.

인쇄물의 정신적 상업적 소유권에 국한되었던 저작권의 문제는 뉴미디어 기술의 급격한 발달로 인하여 세분화되어 일정 종류의 자료 기록 및 복사의 금지, 개인의 정보수집방법의 규제, 개인이나 단체 혹은 출판사 등의 의사에 거스르는 입력의 금지, 개인 정보의 무기한 축적의 금지, 개인 파일에 대한 정보접근(access) 권의 확보, 개인 정보의 정정권 보장 등의 문제로까지 확대될 것이다.

정보와 돈의 문제도 관건

1960년 이후 여러가지 경제중심의 정책으로 케도에 오른 한국사회 산업화의 본질은 국민경제의 통합체제에 기초하지 못하고 국내 독점자본의 성장으로 귀결되어 있어 정보화사회인 후기산업사회로 이행하면서 많은 부작용들을 돌출시키고 있다.

이러한 부작용 중에는 최근 들어 양적으로 급격하게 팽창하고 있는 언론산업의 변화양상

도 한몫을 차지한다. 이미 재벌기업이 매체를 상당수 확보, 이윤창출과 기업홍보에 최대한 활용하고 있고, 종교자본 또한 종합일간지와 방송사 등을 신설하여 종교를 통해 자본을 확대재생산하려 하고 있으며, 중·소 지방자본도 지방지 등의 창간으로 언론에 진출하고 있다.

거대자본의 언론에의 이러한 참여와 진출은 기존의 언론독점자본과 더불어 매체집중 현상을 더욱 심화시키고 있다는 점에서 향후 국내 출판업계에 더 큰 회오리 바람을 불러일으킬 것으로 예상된다.

이미 기존의 방송사나 신문사들이 각종 서적들을 출판하고 주간지나 월간지를 아울러 발행하고 있어 출판사 및 소규모 언론기업에 심대한 타격을 주고 있고, 최근에 발행되는 주간지를 비롯한 각종 잡지들이 이념보다는 자본에 의해 그 생존기간이 결정되는 사례들을 볼 때 출판산업에의 거대자본 잠식율이 더욱 높아질 것이 뻔하기 때문이다. 이는 출판물 비롯한 정보산업 내지 문화산업이 그 어떤 다른 제조업보다 자본지배가 강하다는 속성에

기인하는 바로써 정보는 곧 돈이라는 등식의 현실적 단면인 것이다.

앞으로는 시간이 흐를수록 텔레비전이 인쇄매체를 압도할 것이라는 견해가 지배적이다. 라디오의 시청율이 떨어졌다가 70년대 초 「라이프」(Life)나 「룩」(Look) 등 주간 혹은 격주간 잡지시장이 사양길로 접어 든 것이 그러한 예측을 뒷받침하고 있다. 그 외에도 선진국들의 총광고비 중 계속 수위를 차지하던 인쇄매체 광고구성비가 텔레비전에 의해 지속적으로 잠식되고 있다는 데서도 드러난다. 그러나 그렇다고 해서 출판 등 인쇄매체 부분의 생존이 절망적인 것만은 아니다. 그것은 다중시대의 대중들이 각기 다양한 정보를 추구하는 생리를 활용함으로써 그 돌파구를 찾을 수 있기 때문이다.

출판 입지의 폭은 뉴미디어 활용여부에

모든 생활 영역에서 '개성의 분출 내역'도 쉬이면서 획일화와 균질화로 내달았던 산업사회의 대중시대는 이제는 그 포화점에 도달하여 차별화와 개별화라는 해결방식을 찾게끔 되었

다. 매일처럼 늘어나는 수많은 단행본이나 월간지 주간지 등이 대중의 정보수요의 다양화·개별화를 실증적으로 증명해 주고 있기 때문이다

그래서 독자나 정보 수용자를 정확히 분석하여 전문영역을 명확히 구분하여 적절히 제작에 감안한다면 출판산업은 아직까지는 자기 영역을 확보할 수가 있다는 것이다.

그 분석의 구체적 예를 들어보면 정보내용을, 모르면 손해 보는 것, 모르면 인생에 실패할 우려가 있는 것, 모르면 남보다 뒤지는 것, 모르면 대인관계에서 창피를 당하는 것 등으로 나누어 특화시키는 것 등이다.

그리고 아직까지는 잡지나 단행본 등에 관한 신뢰도나 흥미도가 높아 있기 때문에 이러한 정보추구심리와 차별화를 적절히 조화시켜 출판전략을 수립한다면, 출판의 입지는 얼마든지 확보될 수가 있다.

현시점에서 볼 때 선진국에서의 잡지 등을 포함한 인쇄매체의 광고량 또한 전파매체의 그것보다 현격하게 많다. 우리나라에서도 잡지 광고의 경우 88년에는 6백5십1억6천5백만원으로서 87년 대비 140.9%가 증가하였고, 89년에는 8백2십6억6천만원으로서 역시 전년도 대비 125.4%가 증가하였다. 매체별 구성비로 봐도 잡지가 88년에는 5.1%, 89년에는 5.3%로서 아직까지는 광고액수와 더불어 증가추세에 있는 것이다. 이러한 사실들은, 광고가 매체의 1차적 존립 기반임을 감안할 때 출판의 기반을 가능할 수 있는 근거가 될 수 있다는 점에서 한국 출판 입지 확보의 청신호가 된다.

시장세분화 전략을 세워, 적체적소에 당시 개발되어 있는 뉴미디어의 기술을 적절히 원용한다면 문화산업에서 출판의 입지는 오히려 새로운 경지를 열 수가 있을 것으로 낙관할 수도 있다. 물론 기술 종속이나 거대 자본의 횡포 등을 최대한 저지할 수 있는 건강한 출판산업가들끼리의 결속이 우선되어야 하며 생산양식의 변화에 그치지 않고 생산관계의 변화까지 모색되는 경영기술의 전환까지 실천되는 것을 전제로 했을 때 말이다.