



잡지 성공의 관건은 때려다임 변화에의 적응

현재는 전자잡지의 미래검증 위한 시험단계

본란은 이코노연재라는 제목으로 연재가 되었으나
6회분이 끝나고 2회분의 원고분량이 남아 있어서
'집중조명'으로 2회분의 원고를 게재합니다.
독자 여러분들의 착오가 없으시길 바랍니다.

-편집자 주-

김인숙 前 월간 환경과조경 편집장, 중앙대 강사

VIII. 전자잡지의 기술발달과 특성

전자잡지는 원고 작성부터 편집, 제작 등 전 과정에 이르기
까지 컴퓨터 활용은 물론 CD-ROM이나 인터넷을 이용, 전
통 인쇄방식 없이도 독자에게 전달되는 단계에 접어들었다.
컴퓨터와 인터넷, 그리고 디지털혁명과 뉴테크놀로지는 잡
지 형태를 현격히 변화시키고 있는 것이다. 앞으로 정보기술
을 이용한 전자잡지의 발전은 더욱 증대될 것이다. 따라서 전
자잡지 분야에서는 이러한 신기술의 발전에 대해 더욱 많은
관심과 끊임없는 실험정신을 가지고 멀티미디어 시대를 대비
해 나가야 할 것이다.

1. 탁상출판(DTP)기술과 디지털 인쇄

DTP(Desk Top Publishing)는 말 그대로 책상에서 출판물
을 제작한다는 의미이다. 잡지를 비롯한 모든 분야에서의 출
판이 정보와 문화 창조, 전달, 보존이라는 개념을 가질 때
DTP 또한 단순히 원고작성, 편집디자인, 인쇄과정만을 뜻하

진 않는다. 컴퓨터로 작업하고 종이, CD-ROM, 웹 등 다양한 매체를 통해 출판되는 것이 모두 DTP에 포함된다.

국내 DTP는 80년대 후반부터 잡지 출판업계에 신선한 충격과 함께 이제는 DTP 프로그램 없이는 미디어 출판을 생각할 수 없을 정도로 필수적인 것으로 인식, 지속적인 발전을 해오고 있다.

DTP의 개념을 살펴보면 컴퓨터 프린터, 스캐너 등을 이용하여 원고 입력부터 편집, 인쇄까지 일괄공정으로 처리해 낼 수 있는 시스템을 말한다. 데스크탑을 이용하여 CD-ROM 잡지를 만든다던가, 또는 인터넷상에 올리는 인터넷잡지는 이러한 데스크탑 프로그램을 이용해 더욱 멀티미디어 되고 질적 성장의 가능성을 가지고 있는 셈이다.

퍼스널 컴퓨터의 보급이 확대되고 성능이 고도화되면서 잡지 제작에 있어 핵심장비로 자리잡아 가고 있는 이유가 여기에 있다. 특히 최근들어 많은 잡지사들이 퍼스널 컴퓨터와 다양한 전자장치를 이용한다. 이로 인해 고품질 그래픽 요소는 물론 화려한 컬러와 사진으로 지면을 꾸미고 있으며 비주얼(visual)한 편집에 무게를 실는 경향이 높아지고 있다. 보다 빠른 방법으로 읽는 잡지에서 보는 잡지로의 변화는 더욱 두드러질 것이다.

이는 잡지매체가 영상매체에 친숙해져 있는 젊은 세대를 독자로 확보하기 위해 컬러, 사진, 그래픽 사용을 과감히 늘리고 있기 때문이다. 이러한 시각적 또는 디자인적 변화는 DTP 기술의 발전으로 더욱 가시화 될 것이며 이를 이용한 전자잡지 또한 많은 질적 양적 변화를 예고하고 있다.

미국의 경우, 90년대 DTP 시스템 시장규모는 약 3백50억 달러에 이르는 것으로 추정되고 있으며 이보다 앞선 1987년에는 이미 30만개가 넘는 DTP 프로그램이 팔려나갔다. 현재

미국은 대부분이 DTP를 이용해 출판물을 만들고 있는데 1992년 잡지사의 82%가 DTP를 이용해 제작하고 있는 것으로 조사됐다.

또 DTP 시스템이 발전함에 따라 잡지의 원격제작 가능성도 엿볼 수 있다. 즉 멀리 떨어져 있는 지역의 경우 통신망을 이용하여 주문과 제작이 가능한 네트워크 잡지 제작이 급속히 발전하게 된 것이다. 미국에서는 벌써 DTP를 이용한 네트워크 출판을 전문으로 하는 대형업체들이 등장해 잡지시장의 변화를 주도하고 있다.

대표적인 업체로는 서스피디(Sir Speedy), 퀵카피(Kwik Kopy), 알파그래픽스(Alpha Graphics), 아메리칸 스피드(American Speedy), 피아이피 프린팅(PIP Printing) 등이 있다. 이들은 디지털 인쇄기와 고속 네트워크를 구축해 글로벌 잡지 출판영업을 전개하고 있다. 원고전송, 편집, 사진처리, 제작 및 제본 등 잡지출판작업이 DTP 프로그램과 통신망을 통해서 처리되고 있다. 따라서 신문과 같이 잡지 제작도 본사에서 편집되고 거점 지역에서 인쇄되는 원거리 제작방식이 가능케 된 것이다.

국내의 경우 DTP가 본격화 된 것은 1989년으로 매킨토시에 편집용 소프트웨어인 QuarkXpress를 장착한 시스템이 소개되면서 부터이다. 국내 출판환경이 DTP방식으로 선회하자 '문방사우'(휴먼컴퓨터), '컬러페이지(colorpage-코아기술)', '디자인 퍼펙트(design perfect-듀얼시스템)' 등의 편집전용 소프트웨어가 본격적으로 선보이기 시작했다. 현재 DTP시장은 '뽀엑스프레스', '페이지메이커'와 같은 외국 프로그램들과 병존하면서 제작현장에서 활용되고 있다.

1996년 국내 DTP 소프트웨어 시장 규모는 약 5백억원으로 추산된다. 여기에 매킨토시나 PC등 컴퓨터를 포함할 경우 약 1천5백억원, 출력기까지 포함하면 약 2천5백억원에 이르러 전년보다 20%이상 성장한 것으로 집계됐다.

한편, 인쇄출판에 있어 정확한 의미의 DTP 시스템이 완벽하게 이루어진 상태는 아니다. 고품질의 컬러 인쇄물을 제작하기에는 책상 위의 컴퓨터만으로는 해결할 수 없는 전통적인 인쇄의 여러 공정이 여전히 존재하고 있기 때문이다. 아직 널리 쓰이고 있지는 않지만 디지털 인쇄기는 인쇄출판에 있어 DTP 시스템의 완결된 구조를 보여준다.

디지털 인쇄 시스템은 인쇄 전의 여러 가지 작업과정을 통

| PC보급과 성능향상 | | |
|------------|---------|-------------|
| | 1985 | 1999 |
| CPU | 8086 | 펜티엄Ⅲ |
| Mips | 2-3 | 300 |
| 메모리 | 256KB | 516MB |
| HDD | 10MB | 20GB |
| 모뎀 | 2400bps | IDSN, ADSL |
| 네트워크 | | 100Mbps 이더넷 |

100-1000배의 성능향상, 출처: 정보통신부, 「디지털경제교실」, 1992, p.162.

합시킨다. 기존 방식은 출력기를 이용해 데이터 필름을 출력하고 다시 인쇄용 판으로 출력하여 인쇄기에 각 색상별로 인쇄판을 걸었다. 그러나 디지털 인쇄는 필름 출력과 인쇄판 없이 데이터 자체로 직접 인쇄기에서 출력할 수 있다. 2천년에 열린 세계적인 인쇄기 전시회인 드루파(DRUPA) 전시회에서 8색 인쇄가 가능하고 기존 인쇄방식을 넘어선 색의 안정성을 가진 디지털 인쇄기가 소개됐다.

2. PDF문서 활용의 확대

HTML(Hyper Text Markup Language)은 웹상에서 편집을 하는데 기초가 되는 것으로 알파벳으로 되어 있는 태그들을 중심으로 짜여진 컴퓨터 언어의 일종이다. 글자 크기, 종류, 정렬방식 등을 워드프로세스처럼 메뉴에서 지정하는 것이 아니라 글 주변에 관련된 정보를 추가로 입력하여 지정하는 방식이라고 할 수 있다. 이 HTML 언어가 웹 편집의 가장 큰 특징인 하이퍼텍스트를 가능하게 해주는 것이다. HTML을 Markup Language라고 하는 것은 화면에 표시할 문자열의 앞뒤에 태그(tag, 일종의 해석기호)를 붙여서 그 특성을 정하는 방법을 사용하는 언어이기 때문에 지금까지 많이 사용되고 있다.

그러나 웹에서 제공되는 HTML 문서는 다양한 편집양식을 구현하기에는 많은 제약 조건을 가지고 있다. 사용할 수 있는 글자 크기도 일곱 가지에 불과하며 편집에서 많이 사용되는 단단편집, 자간조절, 행간조절, 장/평의 조절, 사진이나 그림의 다양한 조합 등이 기본적으로 불가능하게 되어 있다. 때문에 웹에서 보는 문서는 일반 종이 출판물에서 보는 문서에 비해 편집이 단조롭고 어색하다.

이러한 HTML 문서의 한계를 극복하기 위해 PDF(Portable Document Format)파일 제공이 최근 인터넷에서 활발히 이루어지고 있다. PDF는 포스트스크립트 언어에 기반을 두고 만들어졌으며 평균 1/40까지 데이터를 압축할 수 있는 기능을 가지고 있다.

이 같은 조건은 웹출판과 디지털 인쇄, 네트워크 인쇄에 이상적이며 미래 DTP 환경에 표준이 될 만한 획기적인 파일 포맷이다.

인터넷에서 쓰이고 있는 기존 HTML은 문자, 동영상, 그림 파일이 따로 존재하고 링크를 통해 화면에서 조합되어 보이게 된다.

또 그림은 비트맵 형태로만 정보를 공유할 수 있었다. 그러나 PDF는 파일 안에 모든 문자, 동영상, 그림이 정해진 위치에 존재하고 글꼴이나 그림 등은 벡터 기반에서 보여준다. 따라서 아무리 축소, 확대해도 해상도가 떨어지지 않아 인쇄물과 거의 같은 수준의 편집된 내용을 볼 수 있어 전자문서방식으로 최적의 환경을 갖추고 있다.

즉, 종이책이나 잡지 수준의 다양한 편집을 인터넷에서 할 수 있고 종이잡지와 같이 웹문서를 페이지 단위로 편집할 수도 있다.

PDF 파일을 생성할 수 있는 소프트웨어는 몇몇 소프트웨어 회사에서 개발되었으나 현재 가장 보편적으로 쓰이고 있는 표준 포맷은 어도비(Adobe)사에 의해 개발된 아크로벳(Adobe Acrobat)이다. Acrobat은 전용화일 포맷인 PDF를 사용하는데 이것은 어떤 컴퓨터 시스템 환경에서도 전송과 읽기가 가능하다. 따라서 PDF화일은 Acrobat Reader만 있으면 읽을 수 있다. Acrobat Reader라는 프로그램은 웹 브라우저(Browser)에서 사용되는 플러그 인(Plug-In) 프로그램이다.

이미 대한매일신문과 요미우리신문 등이 PDF 파일에 의한 다양한 정보서비스를 시작했으며 국내에서도 조선일보와 동아일보를 비롯해 국내 일간지가 PDF 형식을 이용한 인터넷 신문 및 전자잡지를 출판하기 시작했다.

HTML과 PDF문서의 비교

| 구분 | HTML파일 | PDF파일 |
|-------|---------------------------|-----------------------------------|
| 사용언어 | HTML | 포스트스크립트 |
| 데이터 | 각각의 파일로 존재하고 링크하여 주소를 찾는다 | 본문, 동영상, 그림이 파일안에 존재한다 |
| 브라우저 | 네비게이터, 익스플로러 | 네비게이터, 익스플로러, 아크로벳 리더, 아크로벳 익스체인지 |
| 시스템 | 윈도우, 매킨토시 | 윈도우, 매킨토시, OS2, 유닉스 |
| 파일저장 | HTML, 그림, 동영상, 각각 저장 | PDF만 저장 |
| 그림표현 | JPG, GIF | JPG, GIF, EPS, TIFF |
| 압축기능 | 없음 | 있음 |
| 보안기능 | 자체 보안기능 없음 | 있음 |
| 확대·축소 | 불가능 | 가능 |

출처 : 홍익대학교 미술대학 시각디자인학과, 서울 : 한음문화사, 1998, p.123.

3 국내 전자잡지의 전망

1) 전자잡지의 위상변화

80년대 말부터 잡지분야에 서서히 확산되기 시작한 전자잡지는 해를 거듭할수록 양산될 것이며 그 분야와 형태, 접근방법이 한층 다양화 될 전망이다.

(사)한국잡지협회가 잡지발행인 1백34명을 대상으로 설문 조사한 조사보고서에 따르면 조사대상 잡지사 중 66.2%가 이미 홈페이지를 개설해 놓고 인터넷잡지를 발행하고 있는 것으로 조사됐다.

또 응답자의 87.2%가 영상매체와 전자잡지에 의한 독자

| 구분 | 잡지사(%) | |
|----------|--------|----------|
| 인터넷 홈페이지 | 있다 | 88(66.2) |
| | 없다 | 45(33.8) |

| 구분 | 명(%) | |
|--------------------|--------------|----------|
| 영상매체 및 전자잡지의 독자 잠식 | 매우 잠식 | 49(36.8) |
| | 약간 잠식 | 67(50.4) |
| | 그저 그럴 것 | 10(7.5) |
| | 거의 잠식하지 않을 것 | 5(3.8) |
| | 전혀 잠식하지 않을 것 | 2(1.5) |

잠식에 있어서 긍정적인 답변을 하였고, 영상 및 전자매체에 의한 시장 잠식을 예상하고 있는 것으로 나타나 전자잡지 시장은 더욱 확대될 것으로 전망된다.

2) 인쇄잡지와와의 관계

전자잡지를 언급하면서 가장 많이 언론적 관심을 갖고 있는 부분은 역시 기존 인쇄잡지와와의 관계 설정이다. 이는 크게 세 가지 관점에서 바라보고 있다.

먼저 상호보완적 관계로 낙관적으로 보는 시각이다. 즉 기존 미디어가 하지 못했거나 소홀히 다루는 부분에 웹진이 전문성과 열의를 보이면서 기존 매체와 균형을 이룬다는 이상적인 형태의 시각이다.

둘째, 기존 미디어보다 우위에 설 것이라는 분석이다. 인쇄매체 산업을 부정적으로 봄으로써 종이잡지 역할이 축소되는 반면 디지털 미디어의 효력이 확대, 기존 미디어의 사회적 역할을 담고 올라설 것이라는 전망이다.

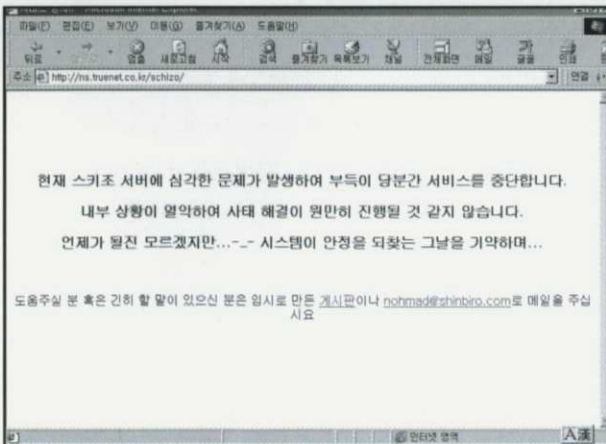
셋째, 기존 미디어를 따라잡는 강력한 도구로 보는 것이다. 인터넷 환경 속에서 기존 미디어의 단점을 보완하는 선을 뛰어 넘어 가장 강력한 미디어 세력으로 보는 분석이다. 홍수를 이루는 여론을 담아내고 다양한 의견 개진의 장으로서 기존 미디어의 역할을 대체할 만한 미디어로 자리잡을 것이라는 의미를 담고 있다.

최근 (사)한국잡지협회가 잡지 발행인 1백34명을 대상으로 설문 조사한 결과보고서에 따르면 인쇄잡지에 대한 전망에 대해 전체 응답자의 75.2%가 “전자잡지와 인쇄잡지가 병존하며 발전할 것이다”라고 답변했으며 또 “현재와 같은 인쇄잡지 위주의 시장상황이 유지될 것이다”라는 답변도 11.35%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 전자잡지에 의한 시장잠식을 예측하고 있으면서도 인쇄잡지의 존재도 불변, 아직까지는 전자잡지와 인쇄잡지가 병존해 잡지시장을 형성해 나갈 것이라는 의견이 지배적인 것으로 조사됐다.

이를 종합해 볼 때 앞으로 잡지시장이 어떤 구도로 어떻게 재편될 지 예측하기가 어렵다. 왜냐하면 인터넷잡지의 주체가 되는 잡지사의 경우 인쇄잡지와 전자잡지가 병존할 것이라는 의견이 지배적인 데 반해 웹진의 경우 지금 이 순간도 수없이 생겼다가 없어지는, 그러면서도 꾸준히 성장하는 과도기적 단계이므로 전자잡지가 우위에 설 것이라는 뚜렷한 근거가 없기 때문이다.

3) 미래에 관한 전망

21세기 정보화 시대는 분명 잡지매체에 ‘위기’와 ‘기회’를 동시에 던져주고 있다.



국내 최초 웹진(ns.truenet.co.kr/schizo) 내부사정으로 휴간상태에 들어간 스키즈(3월말 현재)

인쇄잡지의 향후 전망

| | 구분 | 명(%) |
|---------|---------------------------|-----------|
| 인쇄잡지 전망 | 인쇄잡지 위주의 시장상황이 유지될 것이다 | 15(11.3) |
| | 전자잡지와 인쇄잡지가 병존하며 발전 할 것이다 | 100(75.2) |
| | 전자잡지가 인쇄잡지를 대체할 것이다 | 8(6.0) |
| | 전자잡지 위주의 시장상황이 될 것이다 | 10(7.5) |

매거진 디자이너 윌리안 오웬(William Owen)이 '종이잡지는 가독성, 컬러, 잉크 냄새와 종이의 질감들이 여전히 그 특징으로 남을 것'이라고 예견했듯이 종이잡지의 미래는 낙관적일 수 있다. 실제로 종이잡지는 영상시대에 맞게 더욱 전문화되고 다양한 정보로 젊은 독자층의 기호에 맞게 화려한지면 편집에 초점을 맞추어 지면을 꾸미고 있다.

오히려 인쇄매체 종류와 종이 소비는 계속 늘어가고 있는 실정이다. 뉴욕의 투자은행인 'Veronis Suhler & Associates'는 1988년에서 1993년 사이 도서판매는 매년 70%씩 증가했으며 앞으로 5년간은 이같은 증가폭을 보일 것이라고 예측하고 있다. 잡지와 매년 5만 종에 이르는 서적이 지속적으로 발행됐고 1994년 봄, 잡지·신문사의 간부회의에서도 지난 10년 동안 종이사용량이 4배이상 증가했다는 통계치가 발표되기도 했다.

미국의 언론학자인 언더우드(Dong Underwood)도 "현재까지 눈으로 종이를 훑어보는 효율적인 방식, 종이를 접어서 들고 다니는 방식, 아침을 먹으면서 읽을 수 있는 편리함을 당해낼 수 없다"고 지적한 바 있다. 실제로 1986년 미국의 한 연구소는 모니터를 통해 문장을 읽는 것이 책으로 문장을 읽는 것보다 20-30%의 시간을 더 소비한다는 결과 보고를 제시하고 있다. MIT 대학의 조 제이콥슨 박사 역시 "손으로 페이지를 만지며 넘기는 행위는 사람의 두뇌 속에서 그 내용을 기억하는 데 일조한다"며 "눈으로 보기만 하는 모니터보다 실제로 넘기며 보는 책의 형태가 더 대중에게 친숙한 게 사실"이라고 밝힌 바 있다.

빌 게이츠(마이크로소프트사 회장)는 2020년경 정보고속도로가 완성되면 매체의 통합현상이 가속화되고 잡지 출판 방송 영화 등의 매체간 경계는 사라질 것이라고 예견한 바 있다. 볼터도 "현재 우리는 인쇄문명의 말기에 살고 있다"고 우려하면서 종이매체의 미래를 부정적으로 보았다.

아이젠하르트 미래 잡지는 단어나 숫자만의 기록적 매체로서가 아니라 시각적인 이미지와 청각적인 소리나 그 밖의 미각, 후각, 등도 담게 된다고 간파했다. Datamonitor Tech-

nology Consultancy는 2000년까지 유럽에서 인터넷을 통해 잡지와 신문을 구독하는 독자가 지금보다 150%이상 증가할 것으로 내다보았다.

지금까지 살펴보았듯이 인쇄잡지매체에 대한 예견은 낙관론적 시각과 비관론적 시각이 팽팽히 맞서고 있다. 때문에 잡지매체의 미래는 예측 불허이다. 그러나 한가지 분명한 사실은 잡지매체의 미래는 세계미디어 구조의 변화 및 미디어의 테크놀로지 변동 속에서 상호 연관적으로 사고되어야 한다는 것이다. 그 이유는 이미 세계 미디어 질서가 이러한 시장구조와 정보기술 발달을 토대로 형성돼 가고 있기 때문이다. 이미 세계 주요 국가의 잡지기업은 미디어 기술 및 시장의 구조변화를 인식하고 구체적인 대응전략과 마케팅 기법을 모색해 나가고 있다. 뉴욕타임즈사도 뉴욕타임즈 이외에 17개의 잡지를 소유하고 있으며 급성장하고 있는 정보서비스 대행사를 운영하고 있다. 비단 외국 뿐만 아니라 국내 일부 잡지업체 역시 이러한 변화를 인식하고 전자잡지 내지는 웹진으로의 궤도수정을 꾀하고 있다. 이렇듯 활자 중심의 인쇄매체 시대를 넘어 인터넷을 중심으로 디지털 시대로 가고 있는 오늘날, 그 중심에 서 있는 것이 온라인 미디어이다.

세계적으로 온라인 미디어라는 매체에 대한 시각은 지극히 긍정적이다. 단적인 예를 들자면 언론분야에서 가장 권위 있는 상으로 여겨지는 풀리처상이 1999년부터 인터넷 온라인 저널리즘을 포함시키기로 결정한 것이다. 이제 전자잡지는 더 이상 '언더그라운드'가 아닌 대안 언론의 한 영역으로서 내지는 중핵적이고 종합적인 정보를 제공하는 언론으로서 본격적인 지위를 획득할 수 있는 기회까지 얻은 것이다. 80년 역사와 권위를 자랑하는 풀리처상 위원회가 온라인 저널리즘을 시상 대상에 포함시키기로 결정한 것은 미디어 환경 변화를 잘 반영하고 있는 것이다. 전자잡지가 안정성과 시장성을 확보하기 위해서는 에브리 슈위즈가 강조한 정보콘텐츠 개발로 값진 정보를 전달하고 양질의 서비스로 잠재 독자를 지속적으로 창출해야 한다는 것에 주목할 필요가 있다.

그러나 무엇보다도 중요한 것은 글로벌화된 환경에서 생존할 수 있는 방법을 스스로 모색해 나가야 한다는 것이다. 인쇄잡지든 전자잡지든 새로운 잡지 패러다임에 맞는 기술 도입과 전략으로 나름대로의 독특한 영역을 구축하는 길만이 미래사회를 선도하는 잡지기업으로 거듭날 수 있게 하는 것이다. ☞