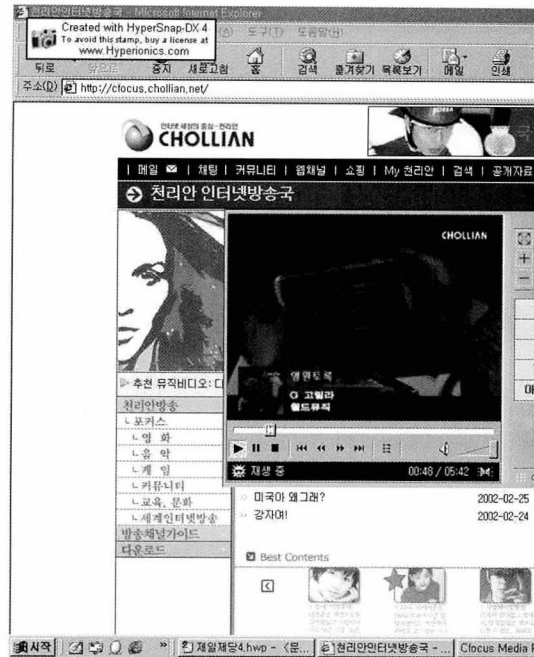


텔레비전의 미래, 진화인가 혁명인가?

텔레비전의 미래

하종원 | 선문대 신방과 교수

인터넷의 등장으로 텔레비전 시청시간이 줄어들었다는 조사결과를 보면 인터넷이 텔레비전을 대체할 것이라는 주장이 설득력이 있어 보인다. 그러나 학자들은 갑작스럽게 텔레비전이 사라지리라고는 전망하지 않는다. 인터넷과 텔레비전이 공존하면서 이 둘이 통합된 '텔레퓨터' 같은 거대 미디어로 나아갈 것이라고 전망하기도 한다.



텔레비전은 당장 사라지지 않고 진화해갈 것이라는 주장도 있다. 인터넷 방송은 그런 진화의 한 형태다. 사진은 한 인터넷방송국의 홈페이지.

'바보상자' '피할 수 없는 최면제' '가정의 화로' '황금의 거미줄' '제5의 계절' '문화적 환경' 등은 1939년 뉴욕의 세계박람회에 처음 그 모습을 드러낸 이후 이젠 삶의 한 양식으로 고착돼 있는 텔레비전의 존재에 대한 감탄과 경계의 별칭들이다. 그러나 '꽃도 피면 지고, 달도 차면 기운다' 고 했던가. 철옹성처럼 보이던 텔레비전 왕국에 붕괴의 조짐이 엿보이고 있다. 인쇄시대의 몰락을 애도하는 구텐베르크의 만가(輓歌)가 이젠 옆 동네 일만은 아니라는 징후가 여기저기서 나타나고 있기 때문이다. 특히 인터넷의 확산과 확산에 따라 텔레비전 시대가 점차 몰락할 것이라는 논리가 강한 힘을 얻고 있다.

새로운 기술과 매체의 등장은 전통적 매체들을 아예 도태시키거나 혹은 기능의 재조직을 통해 명맥을 유지하거나 아니면 새로운 매체와의 융합을 통해 완전히 탈바꿈하도록 만든다. 그렇다면 인터넷의 등장은 텔레비전으로 하여금 어떤 선택을 하도록 할 것인가.

공존론 혹은 대체론으로 텔레비전의 미래 전망 엿갈려

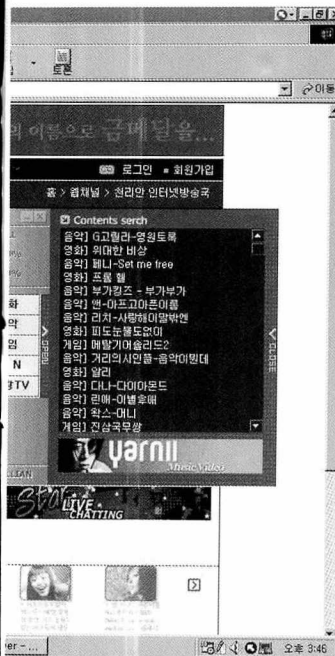
인터넷의 확산과 텔레비전 사이의 관계에 대해서는 크게 두 가지 입장이 제시된다. 하나는 텔레비전과 인터넷이 상호 보완관계를 형성하면서 생존할 것이라는 공존론으로, 두 매체의 특성이 서로 다르기 때문에 대체보다는 보완적 관계를 유지할 것이라는 전망이다. 다른 하나는 인터넷이 확산되면서 지상파 방송과 같은 전통적인 매스 미디어의 영향력은 점차 줄어들 것이라는 경쟁론 혹은 대체론으로, 기성세대와는 다른 신세대적 감각에 맞는 인터넷의 매체적 매력은 점차 텔레비전

의 자리를 밀어낸다는 것이다.

실제 조사결과는 후자를 지지하는 편이 좀더 많이 나타났다. 약간의 차이는 있지만 분명한 것은 증가추세 일변도였던 텔레비전 시청률이 감소의 기미를 나타내거나 적어도 주춤하는 경향을 보인다는 점이다. 특히 인터넷 이용자에게 이런 추세는 더욱 뚜렷하게 나타났다.

2000년 2월 미국 스탠퍼드대의 '인터넷이 일상 생활에 미치는 영향' 보고서에 따르면, 인터넷을 많이 사용할수록 텔레비전을 적게 보고 신문도 적게 읽는다고 나타났다. 영국, 독일, 프랑스, 스웨덴 등지에서 2000년 8월 조사한 결과에서도 응답자의 50% 이상이 인터넷 이용 이후 텔레비전을 덜 보게 됐다고 밝혀졌다. 우리나라의 경우에도 한국정보문화센터의 조사(2000년)에 따르면, 컴퓨터 이용시간이 늘면서 텔레비전 시청시간과 수면시간이 가장 많이 감소했으며, <2001년 텔레비전 시청행태 연구>(방송위원회)에서도 인터넷 이용자의 64.8%가 텔레비전 이용시간이 줄었다고 응답했다. 가장 최근(2001년 11월)에 LG애드의 조사에서도 네티즌의 인터넷 이용시간이 텔레비전 시청시간을 앞섰으며, 텔레비전 시청시간이 6개월 전보다 8.7% 줄어든 것으로 나타났다.

그렇다면 이런 결과를 놓고 인터넷이 텔레비전을 대체할 것이라고 단정할 수 있을까. '매체변이가설' (mediamorphosis)을 제시한 피들러(R. Fidler)에 따르면, 새로운 미디어의 등장이 곧 기존 미디어의 몰락을 의미하는 것은 아니며 사실상 커뮤니케이션 미디어의 역사상 급격하고 완전한 대체는 거의 발견할 수 없다는 것이다. 대개의 경우 뉴미디어들은 기존 미디어들의 변형과정을 통해 서서히 등장하고 진화와 채택의 과정을 반복하면서 변



화해 나간다는 것이다. 즉 일종의 '공진화'(coevolution)현상이 나타나는 것인데, 그리 보자면, 케이블 텔레비전이나 위성방송은 지상파 텔레비전의 1차적 진화체며, 통신과 방송의 융합으로 탄생한 대표적인 뉴미디어인 인터넷 방송, 인터캐스트 그리고 인터넷 텔레비전 등은 좀더 변형되고 진화된 형태라 할 수 있다. 이런 끊임없는 매체 융합은 궁극적으로 현재의 전화, 컴퓨터, 팩스, 도서, 신문, 잡지 그리고 텔레비전과 같은 미디어들을 단 하나로 통합하는 '텔레퓨터'(Teleputer)와 같은 거대 미디어로 나아갈 것이라고 전망되고 있다. 아마도 그것이 텔레비전 몰락 시나리오의 피날레가 아닌가 싶다.

제작자와 수용자 사이의 구분 없어질 것이라고 예측되기도

하나의 미디어가 도입되고 사용되는 것은 사회 구성원들이 느끼고 있는 필요성, 법과 제

도의 압력, 기술혁신과 그것을 받아들이는 사회 혹은 그 구성원간의 상호작용 등의 결과로 나타난다. 특히 현대사회에서 미디어는 여가생활과 문화활동의 중요한 부분을 차지하고 있기 때문에 텔레비전의 몰락을 논하기 위해서는 그것의 위상과 변화를 살펴봐야 한다.

현대사회에서 텔레비전이 차지하는 위상은 텔레비전에 의한 여가의 식민화(colonization)라는 개념을 통해 지적되기도 한다. 이 논점에 따르면, 텔레비전을 시청하는 시간이 많아지면 상대적으로 교제, 여행, 파티, 종교 등과 같은 다른 여가활동의 비중이 감소될 수밖에 없으며, 결국 텔레비전 시청은 여가 및 문화활동을 기능적으로 대체하게 된다는 것이다. 그것은 여가패턴의 동시화(synchronization)로 이어지는 바 현대적 의식과 관습으로 정착된 텔레비전 시청의 의식화(ritualization)를 낳는다.

미래사회에서는 바로 컴퓨터와 인터넷이 텔레비전의 자리를 대체한다는 것인데, 그 양태는 사뭇 다르게 나타난다고 본다. 텔레비전의 죽음을 천명한 대표적인 미래학자인 질더(G. Gilder)는 텔레비전 시대의 종언을 새로운 시대의 지평을 여는 것으로 평가하고 있다. 반민주적이고 독선적인 텔레비전의 몰락은 자유와 개성, 문화와 도덕성을 구현하는 동인이 될 것이라고 전망하고 있다. 따라서 텔레비전으로 인해 식민화되고 동시화돼왔던 여가생활의 다양성과 창의성이 비로소 발휘될 수 있다는 것이다.

이렇듯 디지털 기술이 궁극적으로 제작자와 수용자의 구분을 없애 생산소비자(prosumer)의 존재를 부상시킬 것이라는 예측이 보편적으로 제기되고 있지만 과연 이런 현상이 '보편화' 될 수 있

을지에 대해서는 여전히 불투명하다. 비록 새로운 매체가 이전보다 더 소비자의 주체성을 담보할 수 있는 힘을 지니고 있다고는 하지만 우리 삶의 문화권 내에서 본질적으로 수동적인 오락매체로 깊숙하게 파묻혀 있던 텔레비전의 존재가 쉽사리 사라지기는 어렵기 때문이다. 텔레비전으로부터 비교적 수동적이고 공통된 경험을 계속해서 제공받아왔던 시청자가 새롭게 원하는 것이 과연 오락 프로그램에 대한 폭넓은 선택과 시청시간의 더욱 자유로운 통제인지, 아니면 새로운 매체의 특성을 살려 자신들의 이야기를 제작하고 참여하려는 욕구를 실현하는 것인지 좀더 두고 봐야 할 것이다.

텔레비전의 미래에 대해 곧 파멸에 처하게 될 것이고 금세기 말을 지나서는 생존하지 못할 것이라는 의견을 표명하는 이들이 있는 반면, 정반대로 '고품위' 혹은 '쌍방향' 등의 기술이 새로운 텔레비전의 황금기를 구가하게 해줄 것이라는 입장도 제기된다.

텔레비전의 다양한 기능분화 나타날 가능성 높아

많은 예측과 전망이 제기되고 있음에도 불구하고, 21세기 초반까지 텔레비전이 소멸하

게 될 위험성은 그리 크지 않다고 생각된다. 텔레비전은 우리의 가장 보편적인 언어이며 가장 대중적인 소일거리고 우리 삶의 준거점으로 기능해왔기에 갑작스럽게 사라지거나 크게 감소되지는 않을 것이다. 그보다는 텔레비전의 다양한 기능분화가 나타날 소지가 있다. 예컨대, 지상파 텔레비전은 디지털 커뮤니케이션 시대에 비교적 저렴한 비용으로 멀티미디어 내용을 효과적으로 각 가정에 전달하는 '화물열차'와 같은 역할을 수행할 수 있다.

언젠가는 우디 알렌(Woody Allen)의 <Radio Days>를 본따, 지금의 텔레비전 시대를 회고하는 <Television Days>라는 영상물이 나올지도 모른다(어쩌면 보는 이들이 그 시대로 들어가는 가상체험까지 경험할 수 있을지도 모르겠다). 또한 미래에 텔레비전이라는 용어가 계속 유지될지도 장담할 수 없다. 네그로폰테(N. Negroponete)가 말했듯이 미래의 텔레비전을 이해하려면 텔레비전을 더 이상 텔레비전으로 생각하지 말아야 할지도 모른다. 이제 텔레비전이라는 존재는 오랫동안 준비해왔던 여행을 막 시작하고 있는지도 모른다는 생각이 든다. 그것을 텔레비전의 미래라 부르든 미래의 텔레비전이라 부르든 말이다. ■

하종원 교수는 서울대 대학원 신문학과에서 박사학위를 받고, 현재 선문대 신방과 교수로 있다. 지은 책으로 <호호에서 아하까지>(공저) 등이 있으며, 옮긴 책으로 <만화와 커뮤니케이션> <텔레비전의 이해 : 제도, 텍스트, 그리고 수용자> <글로벌 텔레비전>(공역) 등이 있다.