

한국 철도동호회의 발전동향과 시사



임 병 국
철도동호회 엔레일 운영자
T.010.6611.8586
badajr@naver.com

1. 서론

인터넷과 통신망이 활성화되기 전에도 ‘철도동호회’라는 명칭이 있었다. 퇴직 철도인이 중심이 되어 만든 취미 활동모임을 철도동호회라고 부르기도 했고, 한국철도동호회라는 이름의 오프라인 모임이 구성되어 철도여행, 철도모형, 철도사진, 철도수집을 비롯한 철도 관련 취미활동을 주제로 활동하기도 했다. 현재의 철도동호회란 온라인을 중심으로 개설되어 활동 중인 동호인들의 모임, 즉 온라인 철도 커뮤니티를 뜻하는 것이 일반적이다.

과거에는 단순히 철도를 좋아하는 일반인들이 모여 온라인에서 대화하는 취미공간에 불과했다면, 현재의 철도동호회는 일반인 외에도 현업 철도직원, 관광업계 종사자, 지자체 공무원, 시민단체, 기관 연구원, 철도취업예정자, 외국인 등 다양한 이해관계를 가진 사람들이 하나의 공간에서 철도라는 주제로 모인 무형의 거대한 공간, 즉 ‘온라인 커뮤니티’가 되어 있다. 단순한 이용자 모임을 넘어 때때로 크고 작은 철도정책에 소비자로서 긍정적 영향을 미치기도 하고, 철도사업이나 계획 수립 시 전문가로서 일정한 기여를 하고 있는 만큼 본 원고에서는 온라인 철도동호회의 발자취와 활동 경향을 살펴보기로 한다.

2. 본문

1990년대 중반 이후 시작된 한국의 온라인 철도동호회는 크게 PC통신기, 홈페이지 활동기, 카페 활동기, 블로그 활동기, SNS를 통한 활동기로 나눌 수 있다.

1995~1999 PC통신기: 최초의 온라인 철도동호회 생성기

온라인 철도동호회의 발달은 국내 인터넷 발달 및 보급과도 밀접한 관련이 있다. PC통신이 활발하던 1990년대 중.후반에는 동호회나 소모임 기능을 이용한 모임이 온라인에서 생겨나 텍스트 중심의 활동을 하기 시작했고, 철도를 주제로 한 모임도 만들어졌다. 나우누리에는 현업 철도 직원들로 구성된 ‘철도청 사람들’이라는 CUG(Closed User Group: 폐쇄 사용자 그룹)가 만들어졌고, 하이텔에는 ‘철도사랑모임’이라는 소모임이 개설되었다. 하지만 이 시기의 통신 접속 방식은 주로 전화선과 모뎀(modem)을 이용하거나 ADSL같은 PC통신망 접속 방식으로 공유할 수 있는 철도 관련 자료가 텍스트 중심으로 극히 제한적이었다. 웹 기반 서비스의 보급 초기인 1999년 10월에는 최초의 인터넷 철도카페라 할 수 있는 다음철도동호회(<http://cafe.daum.net/kicha>)가 한우진 미래철도DB 운영자에 의해 개설되어 인터넷카페의 시작을 알렸다.

2000~2002 인터넷 홈페이지 시대: 1인 커뮤니티 생성

국내에 고속 인터넷망이 보급, 확산되면서 인터넷을 이용한 정보 공유 속도도 빨라졌고, 인터넷카페 또는 개인홈페이지를 통해 사진이나 음악, 동영상 등 멀티미디어를 본



〈그림 1〉 온라인 철도동호회의 시기별, 유형별 사례

격적으로 활용할 수 있게 되면서 철도홈페이지 또한 다양한 분야에서 생겨났다. 네띠앙, 신비로 등 무료홈페이지 공간을 제공하는 업체를 통해 누구든 쉽게 정보를 제공, 조회할 수 있게 되자 철도를 주제로 한 1인 커뮤니티가 확대되고 정보 공유의 범위 또한 다양해졌다. 철도사진, 철도논문, 철도음악, 일러스트 등을 웹이라는 환경에서 자유롭게 올릴 수 있게 되었기 때문이다. 당시 인터넷 카페는 멤버를 모으기 쉽고 콘텐츠 운영이 쉬운 장점이 있었지만, 대용량 자료를 올릴 수 없고 원하는 방식으로 콘텐츠를 노출할 수 없다는 단점도 있었다. 반면 개인 철도홈페이지는 자유롭게 원하는 방식으로 페이지를 구성하고 용량이나 파일의 포맷 구분 없이 자료를 다룰 수 있다는 장점이 있었지만, 유지보수에 많은 시간이 소요되고 용량에 따라 일정한 비용이 들기 때문에 쉽게 만들었다 사라지는 경우가 많았다.

당시 접속자수가 1일 300명 이상이고 검색 상위에 등록되어 있던 홈페이지로는 ‘한우진의 미래철도DB (<http://www.frdb.wo.to>)’, ‘열차사랑 (<http://www.ilovetrain.com>)’, ‘MEIS (<http://www.meis.pe.kr>)’, ‘소정리역부역장의 철도역 홈페이지(<http://stationdb.x-y.net>)’ 등이 있었는데, 각각 철도건설계획, 철도사진/문화유산, 광역철도DB, 일반철도DB라는 고유한 영역의 정보를 다루고 있어서 같은 관심사를 가진 철도동호인들이 해당 홈페이지를 중심으로 모여들어 1인 커뮤니티에서 다수가 정보를 주고받는 커뮤니티로 확장되고 있었다. 온라인 DB 측면에서 보자면 개인에 의해 정제된 철도 데이터베이스가 온라인상의 공간에 쌓이기 시작하는 초기 단계라 할 수 있다.

2003~2005 인터넷 카페 시대

누구나 쉽게 접할 수 있는 인터넷 시대가 되면서 정보제공자와 소비자의 구분이 모호하게 되었고, 인터넷 카페와 블로그는 이러한 사용자들의 요구에 가장 적합한 수단이었다. 기존 철도홈페이지가 정제된 고급 정보와 신뢰도 높은 자료를 제공했다면, 인터넷 카페에서는 철도에 관한 새로운 뉴스를 발빠르게 전달하고 친목 오프라인 모임을 정기모임, 출사모임 등의 형태로 열면서 정보와 친목을 주고받는 공간으로 성장했다. 블로그는 카페 등 단체커뮤니티 활동에 피로감을 느낀 개인이 직접 자료를 올리고 방문자들과 커뮤니케이션 하는 개인커뮤니티로 성장하기 시

작하는 시기였다.

이 시기 대표적인 카페로는 Daum철도동호회(<http://cafe.daum.net/kicha>), 일본철도동호회(<http://cafe.daum.net/jtrain>), 기차여행기를 적는 사람들(<http://cafe.daum.net/traintripwrite>) 등이 있었으며, 이 시기의 철도 관련 블로그가 여럿 생겨나기는 했지만 철도 주제의 독립된 개인 커뮤니티로 볼 만한 공간은 없었고, 여전히 철도홈페이지가 그 주도적 역할을 해오고 있었다.

2006~2007 카페, 홈페이지, 블로그 공존의 시기

인터넷 홈페이지와 카페의 활성화에 이어 개인커뮤니티인 블로그 서비스가 철도동호인 활동의 한 축이 되었다. 개인 영역이므로 업데이트가 자유롭고, 홈페이지에 비해 관리가 쉬우며, 사진이나 동영상 등의 새로운 자료를 신속하게 업데이트 할 수 있다는 장점이 철도 관련 개인블로그의 급성장을 이끌었다. 범람하는 정보를 신속하게 전달하기에 홈페이지는 비용이 들고 까다로운 데다가 회원이 직접 찾아오지 않으면 소식을 알 수 없었던 것에 비해 카페와 블로그는 글만 올리면 댓글을 통해 빠른 커뮤니케이션이 발생했기 때문이다. 자연스럽게 카페와 블로그는 급성장하고 개인홈페이지는 온라인상에서 그 역할이 축소되기 시작한다.

한편, 개인홈페이지의 축소와 달리 철도기관에서 운영하는 기업홈페이지는 오히려 이 시기에 집중적으로 주요한 철도정보를 소개하고 업데이트하여 소비자들이 쉽게 고급 철도정보에 접근할 수 있도록 도왔으나, 해당 홈페이지를 통한 철도커뮤니티의 확대 및 활성화는 일어나지 않았다.

2008~2010 카페, 블로그의 시기

수 년간 정보의 양이나 품질 위주로 운영되던 철도 관련 홈페이지는 유로서버 운영의 한계, 유지보수의 어려움, 1세대 철도사이트 운영자들의 활동중단 등과 맞물려 급속히 그 역할이 축소되었다. 그 자리는 점점 다양한 정보와 신속성을 필요로 하는 정보에 부합하는 카페와 블로그 서비스로 빠르게 채워지거나 옮겨갔고, 이 시기 등장하여 활발한 활동을 시작한 카페로는 엔레일(<http://cafe.naver.com/korailslr>), 주요 블로그로는 현업 철도직원이 운영하는 철도문화블로그 ‘기차와 함께 하는 여행(<http://blog.naver.com/lovtrout>)’이 빠르게 회원수(이웃수)를 늘려 나갔다.

2011~2013 : 커뮤니티별 특성화 : 여행, 문화, 기술, 정책 등 활성화된 커뮤니티의 규모가 커지면서 자연스럽게 각 커뮤니티가 주제별 특성화 경향도 보이게 된다. 레일플러스(Daum철도동호회)의 경우 철도정책토론, 제도, 기술 측면에서, 엔레일은 철도사진, 철도답사, 철도사(史) 분야에서, 기차여행기를 적는 사람들은 기차여행 분야에서, 일본철도연구회는 일본철도연구에 집중하는 경향을 보여 이 시기에는 각 영역별 관심사를 가진 철도동호인들이 더욱 자신에게 적합한 커뮤니티로 집중하기 적합한 시기였다. 이 시기는 포털사이트를 통해 정보를 검색하고, 검색된 정보를 따라 해당 커뮤니티에 접속 후 가입, 활동의 단계를 반복하는 과정에서 철도라는 주제 안에서 더 깊이 있는 관심사를 나눌 수 있는 사람들끼리 모이게 된 결과라고 할 수 있다.

2014~현재 : SNS 를 통한 참여 확대

국내 인터넷 환경이 스마트폰의 보급과 모바일 중심으로의 전환이 이루어지면서 온라인 커뮤니티 활동 또한 개인화 경향을 보이며 빠르게 변하고 있다. 기존의 인터넷 카페가 거대한 철도정보 포털이자 대규모 그룹의 모임공간이었다면, 최근에는 SNS를 기반으로 한 실시간성 정보교환과 소규모 그룹 활동으로도 확산되어 활동 양상도 조금씩 바뀌고 있다. 카카오톡스토리(<https://story.kakao.com>)나 페이스북 그룹을 통한 정보 교환이 대표적이며, 페이스북 ‘철도마니아 그룹’(<https://www.facebook.com/groups/RailwayMania>)의 경우 일반인 외에도 현업 철도직원과 주로 일본인을 포함한 외국인들까지 활발히 정보를 주고 받고 있어 최신 뉴스나 토론은 SNS에서, 자료의 공유와 지속적인 정보 교환은 온라인 카페와 블로그를 이용하는 식으로 필요에 따라 매체를 선택하는 동호회 활동이 이루어지고 있다.

이외에도 철도기관에서는 공식 블로그를 통해 철도에 관심있는 누리꾼들과 소통하고 있고, 유용한 주요 철도정보를 적극적으로 외부로 알려 철도에 대한 대국민 이미지 개선에도 일정 부분 기여하고 있다. 또한 여름, 겨울방학 기간이면 만25세 이하에 대한 내일로티켓 발매가 활성화되면서 내일로 이용객들을 위한 지역별 기차역 커뮤니티가 많이 만들어졌다.

약 20년의 기간이 흐르면서 철도동호회 활동의 경향도

많이 달라졌다. 과거에는 10-20대가 중심연령대였으나, 현재는 30-40대가 활동의 중심축을 이루고 있다. 과거의 철도마니아가 나이를 먹고 30대가 된 경우도 있고, 철도라는 주제에 관심을 갖게 된 연령층이 전보다 높아진 것도 이 때문이다. 주요 관심사 또한 차량, 정책, 기술 등 공학적 측면에서 접근하던 것이 이제는 철도역사(驛舍), 제도, 문화로 확대되어 폭넓은 문화유산 발굴에도 일정 부분 기여하고 있다. 과거에는 취미생활 이상의 활동을 기대하기 어려웠다면, 요즘의 철도동호회 활동은 취미를 넘어 취업을 위한 기반 다지기 목적이거나 개인적인 연구활동의 연장선상에서 활동하는 경우가 많아졌다. 과거의 철도동호인이 철도동호회 활동을 통해 철도기관에 취업하는 사례가 늘면서 일반동호인과 현업을 구분하는 것이 무의미해지고 있다. 활동범위 또한 온라인 중심에서 오프라인으로 확장되는 경향을 보인다. 출사와 정기모임 같은 오프라인 모임은 물론, 철도관련 서적이나 회지를 직접 출간하기도 하고 매년 연말이면 달력을 찍어낸다. 철도사진공모전, 여행상품 공모전, 철도문학상 등 각종 공모전에 지속적으로 참여하고 현업으로 취업하는 등 온라인 활동이 점차 오프라인으로 확장되는 경향이 지속적으로 확대되고 있다.

항목	과거	현재
활동 연령대	10-20대	30-40대
주요관심사	차량, 정책, 기술	역, 제도, 문화
활동목적	취미생활	취미, 취업, 연구
활동범위	온라인only	온+오프라인 병행

3. 맺음말

한국의 철도동호회가 여전히 기본적으로 온라인에 머물러 있고 때로는 현장의 목소리를 충분히 이해하지 못해 비현실적일 때도 있지만, 열린 마음으로 철도발전에 필요한 여러 가지 아이디어를 제시하거나 소비자와 공급자를 이어주는 가교 역할을 해왔다는 점에서 철도동호회의 활동 경향을 이해하고 필요할 때 적극적으로 의견을 들어줄 수 있다면 앞으로도 유익한 철도발전의 장이 될 것이다. ☺