

인터넷을 비롯한 정보통신기술의 발달은 우리의 미디어 환경을 획기적으로 변화시키고 있다. 사실 일반사람들이 생각하는 것보다 우리들의 매체 환경은 이미 훨씬 많이 변했고 계속 가속도가 붙어 빠르게 변하고 있다. 그 변화의 속도와 과급효과는 이용자들은 물론 경우에 따라서는 전문가도 따라가기 힘들 정도이며, 사회적으로나 제도적으로 제대로 대처하지 못하고 있는 실정이다. 디지털 기술은 문자, 그림, 소리 등 성격이 다른 정보들을 디지털 부호로 변환, 압축시켜 자유자재로 융합, 전송하는 기술이다. 결과적으로 기존 매체간에 존재하였던 경계가 허물어지고 인터넷처럼 기존 매체들의 장점을 복합적으로 살린 멀티미디어 기능을 갖고 있는 융합미디어들이 계속 나오고 있다. 디지털 방송이 활성화되면 고화질, 다양한 부가서비스, 첨단 쌍방향 방송 서비스를 갖춘 100여 개의 채널까지 접근 가능하다는 것이다.

문제는 이 변화의 주체가 기술, 사업자, 정부이며, 이용할 사람들은 사실상 소외되어 있다는 것이다. 소비자들은 혼란스럽기만 하다. 신문인지, 방송인지, 컴퓨터인지, 전화인지 알 수 없는 새로운 융합미디어를 이해하기도 힘들 뿐더러, 누구를 위해서 왜 디지털 기기로 바꾸어야 하는지, 과연 디지털 단말기들이 그들에게 폭넓은 선택, 상호작용, 심층적 정보를 줄 것인지 수용자들은 잘 알지 못한다. 매체융합은 소비자에게 편리성, 효율성, 융통성을 줄 수도 있는 반면에 정책이나 법리의 적용에 있어서는 큰 혼란을 주는 것이다. 왜냐하면 정책적 또는 법리적 해석의 근거가 되었던 많은 요인들이 새로운 매체환경에서 없어졌거나 약화되었기 때문이다. 좀 더 깨어있는 수용자의 입장에서 보면 새로운 수상기 구입, 유료서비스에 지출해야 하는 수신 비용 등 경제적 문제뿐만 아니라 채널이 많아지고, 선택의 폭이 넓어졌다고 해도 방송의 공공성이 계속 지켜질 것인지, 정보산업의 기업화로 상업성만 강화되는 것은 아닌지, 결국 가전제품업자들이나 방송사들만 이익을 보는 것은 아닌지 다양한 쟁점들을 제기할 수 있을 것이다.

미디어 환경의 변화에 대한 많은 논의가 기술, 정책, 법리적 관점에서 행해졌기 때문에 그 내용이 일반 수용자들에게 지나치게 어려웠다. 이러한 문제점을 인식하여 이 논의는 수용자의 관점에서 현재 진행되고 있는 미디어 환경 변화의 쟁점들을 살펴보고자 한다. 구체적으로 수용자와 관련된 최근의 쟁점들인 인터넷 저널리즘, 디지털 방송, 통합방송법을 분석해보고 정보복지 개념을 중심으로 이 문제들을 논의하려고 한다. 수용자의 관점에서 이 문제를 접근하는 이유는 미디어 환경이 재편되는 가운데 법적, 제도적 정비가 미비한 상황에서 수용자의 권익찾기가 매우 중요하다고 보기 때문이다. 시민사회의 적극적인 참여와 감시가 요구되는 현 시점에서 미디어 환경변화에 관련된 쟁점들을 제기하면서 시민들의 바람직한 역할을 모색하고자 하는 것이다.

II. 인터넷 저널리즘: 허와 실

미디어 환경의 변화 중에서도 현재 인간 커뮤니케이션에 가장 큰 영향을 미치고 있는 것이 인터넷이다. 1994년 북미지역에서 상용화된 인터넷은 꾸준한 보급률의 신장으로 1999년 말을 기준으로 북미 지역에만 6천2백만명의 인터넷 사용자가 있다. 전문가들은 지금까지의 증가추세로 볼 때 2002년까지 북미지역의 사용자수가 1억5천만명에 이를 것이라고 추정하고 있다.¹⁾

우리 나라의 경우 1994년 12월, 13만8천명에 불과했던 사용자 수가 1년 뒤에는 36만6천명으로 늘어났다. 작년부터 정부가 정보화를 정책사업으로 추진하면서 보급률이 크게 높아져 2000년 2월, 현재에는 사용자수가 1천2백97만명에 이르고 있다.²⁾

인터넷은 단순한 편지교환에서부터 대화방, 게임, 음악이나 영화감상, 정보 검색, 생활필수품의 구매, 기관·업체들간의 대규모 전자 상거래, 주식을 포함한 다양한 금융거래 등 다양한 용도로 쓰여지는 성공적인 융합미디어이다. 바로 이런 화려한 첨단기능 때문에 많은 사람들은 인터넷을 통한 언론기능 또는 사이버 저널리즘의 중요성에 대해 인식하지 못하는 것 같다. 인터넷의 상용화 원년인 1994년에 20개에 불과했던 인터넷 신문이 1999년 말을 기준으로 미국에 적을 둔 것이 2,799개를 포함, 전 세계에 4,925개가 존재하고 있다.³⁾ 우리 나라의 인터넷 뉴스는 96년에는 3개에 불과했으나 97년에는 18개로 늘어났으며 현재는 83개로 대부분의 신문사, 방송사, 통신사가 인터넷 뉴스를 제공하고 있다.⁴⁾ 인터넷을 통한 소식전달과 여론조성은 크게 기존의 제도권 미디어가 인터넷을 통해 활동을 확장, 보완하는 것과 일인신문, 일인 방송국, 일인 잡지사나 같은 기존 미디어에 대한 대안적 언론활동이 있다.

미국의 퓨리서치센터의 발표에 의하면 일주일에 적어도 한 번 이상 인터넷으로 뉴스를 찾아보는 사람의 수가 1996년~1998년 사이 세 배로 증가하여 3천6백만명에 이른다고 한다. 그 중 47%가 30세 이하 대학졸업자라는 사실은 향후 인터넷 뉴스의 중요성을 시사한다고 본다.⁵⁾

우리 나라의 경우도 인터넷을 뉴스 미디어로 이용하는 사람들이 늘고 있는 추세이다. 우리 나라 인터넷 이용자를 대상으로 한 최근의 조사에 의하면, 전체 응답자 중 19.5%가 뉴스를 보기 위하여 인터넷을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 특히 경제 관련 뉴스에 있어서는 인터넷이 신문, 텔레비전보다 중요한 뉴스미디어로 활용되고 있다. 인터넷 신문 이용자 중 72%가 인쇄신문을 함께 읽고 있는 것으로 나타나 아직까지 인쇄신문에의 의존도가 훨씬 높음을 알 수 있다. 아직까지 디지털 미디어의 잠재력, 상호작용성, 하이퍼텍스트 구조를 제대로 활용하지 못해 이용자들의 만족도가 낮다.⁶⁾

제도권이 인터넷뉴스를 인정하게 된 것은 1998년부터 권위 있는 풀리처상이 온

1) Washington Post 기자였던 Chip Brown이 쓴 "Fear.Com"(American Journalism Review, 1996년 6월호) 참고.

2) http://stat.nic.or.kr/public_html/iuser.html

3) "Fear.Com" 참고

4) www.yahoo.co.kr에 등재된 news site 합산

5) "Fear.Com" 참고

6) 이상철 외, "99 인터넷 신문 이용자 조사", 한국 멀티미디어뉴스 협회

라인 저널리즘도 폴리처상 공공봉사 수상후보에 포함시키기로 결정한 것을 보면 알 수 있다. 이와 같은 자료를 종합해보면 인터넷은 이제 확실한 뉴스매체로 인식되고 있음을 알 수 있다.

인터넷은 일 대 다수의 전통적인 매스커뮤니케이션과정과 달리, 일 대 일, 일 대 다수, 다수 대 다수라는 융통성 있는 커뮤니케이션이 가능하기 때문에 다양한 상호작용이 가능하다. 또한 시간과 지면의 제약 때문에 복잡한 게이트 키퍼와 편집과정이 필요한 기존의 방송, 신문과 달리 하이퍼 텍스트 구조로 얼마든지 심층정보를 담아낼 수 있다. 그리고 무엇보다도 엄청난 시설투자가 법적으로 요구되어 진입장벽이 높을 수밖에 없는 방송, 신문과 달리 시설투자 없이 사이트 개설만으로 글, 그림, 소리 메시지를 주고 받으면서 크고 작은 언론활동을 할 수 있다.

인터넷 뉴스의 또 다른 장점은 이용자가 수동적으로 틀에 짜여진 뉴스를 읽는 것이 아니라 하이퍼텍스트 구조의 장점을 살려 자유자재로 관련 정보에 링크 시키면서 스스로 뉴스를 구성할 수 있다는 것이다. 이용자가 관련기사와 참고 자료들을 어떻게 선택하느냐에 따라 질적으로 매우 다른 뉴스가 만들어질 수 있다는 점에서 인터넷 뉴스의 이용자는 더 이상 수용자가 아니라 뉴스의 생산과정에 능동적으로 참여하는 적극적인 이용자가 되는 것이다.

뉴스를 스스로 구성하는데 그치지 않고 게시판에 의견을 올린다는가, 기자에게 잘못된 것을 지적한다는가, 다른 독자들과 기사에 관한 정보와 의견을 나눈다는가 하는 활동을 가능하게 함으로써 인터넷 뉴스는 수용자에게 상상하지 못했던 권한을 부여하고 있는 것이다. 디지털 뉴스 미디어의 또 다른 장점은 수용자들이 활발하게 토론에 참여할 수 있도록 한 것이다. 특히 쌍방향, 비동시적, 다수 대 다수의 커뮤니케이션이 가능한 사이버 스페이스 환경은 대중들의 민주적 의사소통과 이를 통한 공론이 형성될 수 있는 새로운 공간을 제공해 준다

기존 신문의 디지털 뉴스 전략은 기존의 전자신문의 틀을 벗어나 각종 정보 제공 포털 사이트로 전환하는 것이다. 결국 기존의 신문사들은 거대한 종합정보 산업으로 기업화되고 있다. 바로 이 점이 수용자들이 주목해야 할 사항이다. 신문이 거대한 종합정보 산업체로 전환했을 때 신문의 공익적 성격은 어떻게 될 것인가에 유념해야 할 것이다.

대안적 미디어군에서는 ‘판지일보’로 대표되는 패러디 미디어⁷⁾와 ‘오마이뉴스’⁸⁾ 같은 대안적 정론지⁹⁾가 있다. ‘오마이 뉴스’는 일정 규모의 자금력을 갖춘 전업형

7) PC통신 게시판을 모태로 소위 통신논객들에 의해 발전된 패러디 신문은 도발적인 문체와 재미로 인기를 끌었으나 이용자들에게 신뢰할 수 있는 정보원으로 인정받지 못했다. 많은 패러디 미디어가 나왔으나 경제성이 없었기 때문에 단명하고 말았다. 오마이뉴스 창간 100일 기념 심포지움에서 민경배 씨가 발표한 “인터넷 시대 대안 미디어의 현 단계와 가능성”이라는 주제논문 참조.

8) 지난 5월 31, 스스로를 “뉴스 게릴라”라고 부르기를 서슴지 않는 ‘오마이뉴스’가 창간 100일을 맞아 자신들의 100일간의 실험이 성공한 데 대해 일찌감치 삼패인을 터트렸다.

9) 패러디 미디어의 한계를 극복하여 신뢰도를 높힌 종합지 성격의 정론지와 정보통신, 경제 등 특수주제로 특화된 뉴스를 다루는 전문지들이 나오게 되었다.

언론으로, 자체 취재진과 회원제 사이버 기자진을 운영하면서 독자적인 취재, 보도 기능을 담당하고 있는 실험적 미디어라 할 수 있다. “모든 시민은 기자다”라는 모토를 내건 ‘오마이뉴스’는 개개인이 뉴스의 생산자이자 소비자가 되는 패러다임의 변혁을 꾀했다. 실제로 ‘오마이뉴스’ 기자회원은 5월 20일 현재 2,237명이며, 그 중 37.9%인 846명이 최소한 1회 이상 기사를 기고하였다. 또한 지난 2월 창간 후 100일간 총 8,225건의 게재 기사 중 기자회원의 기사가 80%인 6,593건을 차지하고 있다. 속보성을 살리기 위하여 ‘오마이 뉴스’는 최근 입수된 뉴스를 헤드라인으로 먼저 알린 후 점차 다른 정보가 들어오는 대로 기사를 업그레이드 시켜 나가는 보도 방식을 택하고 있다.¹⁰⁾ 뉴스를 계속 업그레이드 해야 하는 속보성의 압력은 사실 확인 과정을 소홀히 함으로써 오보의 위험을 초래할 수 있다.

지금까지 살펴본 인터넷 뉴스의 현황을 보면 인터넷 뉴스가 이미 우리의 미디어 환경에 당당하게 자리잡았다는 것을 알 수 있다. 인터넷 뉴스는 수용자를 이제 단순히 언론사 혹은 정보 산업체의 고객, 소비자로서가 아니라 정보 제공자, 참여자가 될 수 있게 만들었다. 크고 작은 시민들의 단체 또는 개인 언론활동이 탈제도 개인 저널리즘을 실현 가능하게 하였다. 조직의 영향력에서 벗어난 시민기자들은 공공기관의 정보공개 제도를 적극 추진하여 기존 언론의 나태한 취재관행에 도전할 수 있을 것이다. 기존 언론사의 높은 문턱을 생각할 때 누구나 이용할 수 있고 누구나 진입이 가능한 인터넷 뉴스는 정보복지의 실현에 기여할 수 있으리라고 생각된다.

속보성과 게이트키퍼의 생략은 인터넷 뉴스의 장점인 동시에 취약점이기도 하다. 왜냐하면 둘 다 오보의 위험을 가져다 주기 때문이다. 이와 관련된 쟁점으로 우리가 주목해야 할 점이 바로 인터넷상의 정보왜곡 문제이다. 사이버 스페이스는 다양한 생각들이 경쟁하는 자유로운 사상의 시장으로서 민주주의 과정에 필요한 공론장이라는 인식이 지배적이다. 그러므로 사전 규제는 바람직하지 않은 것으로 인식되고 있다. 문제는 인터넷에서 문제가 되는 표현물을 익명으로 올리고 사라지는 경우가 많아 적발도 힘들고 증거 보전도 쉽지 않아 사후 피해구제가 어렵다는 것이다. 인터넷의 내용의 문제는 음란, 외설물에 관한 것에 관심이 집중되었을 뿐 사실의 왜곡성, 편파성의 문제에 대해서나 인터넷상의 명예훼손에 대한 법적 논리가 아직 개발이 잘 되어 있지 않다는 것이다. 인터넷상의 표현물의 위법성 구성은 기존의 표현물의 위법성 구성에 비해 매우 복잡하고 모호하다.¹¹⁾ 인터넷에 올린 정보가 명예를 훼손했을 경우 반론권을 인정해주어야 하는가의 문제도 쟁점으로 남아있다. 사이버 스페이스에서는 누구나 치고 받을 수 있기 때문에 명예훼손을 줄 수 있는 정보에 대해서는 즉각 반격할 수 있는 것이다. 그 승패가 빠른 시간에 공개 토론가들에 의해 결정된다는 것은 성숙한 토론문화가 정착되지 않은 상황에서 큰 문제가

10) 민경배, “인터넷 시대 대안 미디어의 현단계와 가능성,”참조

11) 언론중재위원회 간, “언론중재,” 2000년 봄호 특집면에 진지한 논의가 나와 있으므로 여기에서는 생략하기로 한다.

아닐 수 없다. 사이버 스페이스상의 공개토론은 피해자에게 상당한 위험부담을 줄 수 있기 때문에 정정당당한 싸움을 하기 힘들다. 공개토론이기 때문에 다룰 수 없는 주제가 있을 수 있으며, 사실의 반박력보다는 토론참여자들을 자기편으로 만드는 설득력이 더 효과적일 수 있다.

한충련에 관한 토론실을 분석한 윤영철(1998)은 가상공간에서의 공개토론이 하버마스의 공론권 개념을 구현하지 못한다는 결론을 내렸다. 즉 반대의견을 제시하는 상대방에 대해서 신뢰나 존경을 표하는 경우를 찾아보기 힘들며 대립적인 의견들이 평행선을 달리면서 그 차이를 좁히거나 타협점을 모색하지 않는다는 것이다. 즉 가상공간에서는 하버마스가 의도하는 ‘합의된 여론’이 도출되기보다는 정치적, 이념적 대립과 경쟁이 반복적으로 지속되면서 의견들간의 ‘차이’만이 뚜렷하게 부각되고 있다고 하겠다. 따라서 가상공간에서의 토론 공동체는 합의지향적이 아니라 분열지향적이라는 것이다. 가상공간 토론에서는 상대방을 설득하기 매우 어렵다. 참여자들의 신분위장이 얼마든지 가능하기 때문에 각종 자료와 정보를 활용하더라도 상대방을 설득하기 힘들다는 것이다. 이런 위험부담 때문에 토론장에서의 공개적 대결을 택하기도 힘들며 그렇다고 해서 승산이 크지 않은 법적 소송을 통한 피해보상도 모색하기 힘든 것이 사실이다.

이와 같은 인터넷 저널리즘의 문제에 대해 시민사회가 나서야 한다. 우선 사이버 스페이스에 진정한 토론문화가 정착될 수 있도록 시민 교육과 운동이 전개되어야 한다. 지금과 같은 상황이 계속된다면, 자유로운 사상의 시장이나 공론장에 대한 희망은 가질 수 없다. 또한 지금과 같은 토론문화에서는 사이버 스페이스에서 공정하게 반론권이 행사될 수 없으므로 합리적인 사후 피해구제 방안이 나오도록 시민사회가 문제를 제기하여야 한다.

III. 디지털 방송과 정보복지

방송의 디지털화는 기존의 방송 기술과 서비스의 품질을 높일 수 있을 뿐만 아니라 다매체·다채널화를 실현하고 방송과 통신의 융합을 촉진하게 될 것이다. 90년대 초반 지상파 5개에 불과하던 TV 방송 채널이 99년 말 현재 전국 및 지역 단위의 지상파 13개, 케이블 30개, 위성 4개 등 50여 개 채널로 늘어났으며 수 많은 인터넷 방송이 나타났다.¹²⁾ 현재 진행 중인 방송매체의 디지털화는 머지않아 지상

12) 인터넷 방송은 지상파 텔레비전이나 케이블 텔레비전이 다루지 않는 틈새내용을 다루고 있고 수용자가 제작에 참여하는 쌍방향성, 시간의 구애를 받지 않고 언제든지 볼 수 있다는 융통성 때문에 인기가 높아지고 있다. 최근의 자료에 의하면 1997년 시작된 인터넷 방송은 현재 방송국이 360여 개, 채널 수는 5,000여 개에 이른다. 기존의 언론사가 운영하는 것, 독립 법인이 운영하는 것, 그리고 “나홀로” 방송 등 세 가지 유형을 보여주고 있다. 전문가들의 예측에 따르면, 5년 후에는 현재의 3배인 1,000개에 이를 것이며 틈새시장을 파고드는 현재의 전략에서 벗어나 자체적으로 경쟁력 있는 뉴미디어로 발전할 것이라고 예측한다. 통합방송법에 따르면 인터넷 방송은 유사방송으로 분류되어 방송위원회의 감독과 사후 심의를 받게 돼 있다.