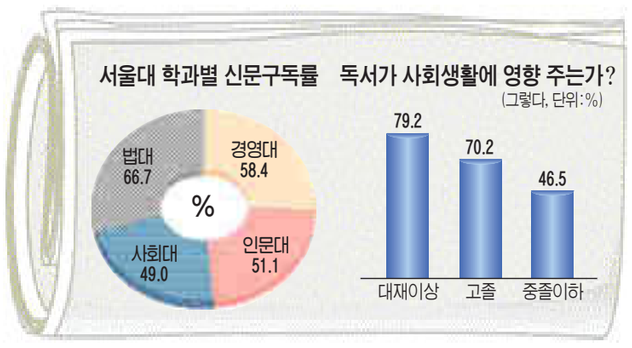
미디어 학자들은 한때 '신문'이라고 부르던 것을 요즘 '종이신문'이라고 부른다. 인터넷으로 보는 뉴스와 차별화하는 차원으로 보인다. 이 종이신문을 읽은 세계인의 수는 10억여명. 하지만 뉴미디어의 잇단 출현으로 종이신문은 위기를 맞고 있다. 그러나 위기는 기회인 법. 아서 설츠버그 뉴욕타임스 회장은 지난해 6월 한국을 방문, "미디어의 역사를 살펴보면 뉴미디어가 구미디어를 대체한 적이 없다. TV가 라디오를, 비디오가 영화를 대체하지 못했다"고 말했다. 그 만큼 신문의 경쟁력은 여전하다. 특히 한국 나아가 세계를 움직이는 지식인들 사이의 영향력은 더욱 크다. 이제 신문은 변신을 꾀하고 있다. 독자에게 더욱 좋은 모습으로 다가가기 위해서다.

新聞

光州日報 제언

책을 읽자, 신문을 읽자

"세상과 통하는 살아있는 교과서"



인터넷은 눈에 남지만 신문은 가슴 속에 남아

가구구독률 41%…OECD 국가중 최하위

똑똑해지고 싶다면 눈으로 보지 말고 읽어라

20여년 전, 신문·라디오·TV는 미디어의 모든 것으로 생각됐다. 하지만 이제 이 매체들은 구시대의 유물 정도로 받아들여진다. 매년 뉴미디어가 쏟아지고 있기 때문이다. 뉴미디어는 1980년대 이래로 음성과 문자의 다중방송, 인공위성으로부터의 직접방송, 인터넷, 대화형의 방송매체, 가정용 팩시밀리, 고도정보통신시스템 등으로 다양하게 발달해왔다. 최근 주목을 받으며 뉴미디어의 총아로 떠오른 DMB는 방송과 통신이 융합된 이동멀티미디어방송 서비스다. 이제 곧 대부분의 사람은 이 '손안의 TV'로 수많은 정보를 얻을 것이다.

인터넷은 지적·문화적 취향 대변못해

◇**신문의 위기**=뉴미디어의 잇단 출현으로 신문과 TV는 경영위기를 맞고 있다. 방송사도 장기불황에 따른 광고물량의 급감 등으로 긴축경영을 하고 있다.

신문의 경영위기는 더욱 심각하다. 미디어학자들이 요즘 '종이신문'이라고 부르는 활자신문의 위력은 서서히 줄어들고 있다. TV와 인터넷 등 뉴미디어에 독자들을 계속 빼앗기고 있다.

때문에 우리의 신문 구독상황은 극히 열악하다. 북유럽 선진국 노르웨이는 인구 1천명당 700명 이상이 신문을 구독하고, 일본은 653명, 영국은 400명이 넘는다. 하지만 한국은 일본의 3분의 1에도 못 미치는 200명 수준이다.

또 닐슨미디어리서치가 지난해 1월 전국 8천500가구를 대상으로 조사한 결과, 신문을 구독하는 가구는 100가구 중 41가구로 나타났다. 2000년 12월 조사 당시 57%가 나왔으니, 불과 4년 만에 전체가구의 16%가 신문을 끊은 것이다. 가구구독률 41%는 OECD 국가 중에서 최하위권이다.

신문 가구구독률은 하향곡선을 그리고 있지만, 텔레비전은 거의 모든 가구에 있다. 인터넷 보급률은 76%이고, 모바일 가입자는 72%다. 이를 기반으로 등장한 위성방송·DMB·포털·인터넷방송·인터넷신문·블로그 등이 정보시장에서 영향력을 넓히고 있다.

◇**건재한 신문**=때문에 일부 학자는 신문의 종말을 예고하기도 한다. 하지만 대부분 학자는 신문의 영원성을 믿는다. 지난 80년간 라디오가 뉴스를 타전했는데도 사람들은 신문을 구독했다. 50년간 TV가 그림을 보여주었어도 신문은 건재하다. 이제 인터넷이 실시간 보도를 장점으로 내세우며 신문독자를 빼앗아가고 있다. 하지만 이마저도 한계가 있을 것으로 보인다.

적어도 신문은 정제되지 않은 따라서 편견과 욕설, 비방이 난무하는 인터넷이 갖지 못한 신뢰성이 있다. 또 인터넷은 신문 읽기가 주는 지적이고 문화적인 취향, 그리고 생각하는 공간까지 대신하진 못한다.

더욱이 신문은 요즘 변화하고 있다.

박성희 이화여대 언론홍보학과 교수는 "공간적 산물이었던 뉴스가 인터넷의 특성과 결합하면서 시공간적 산물로 업그레이드되고 있다"며 "신문은 죽지 않고 다만 시공간적 매체로 변신할 뿐"이라고 신문의 지각변동을 예기했다. 즉, 애초에 뉴스가 종이 없이 시작했듯, 종이가 사라져도 뉴스는 건재하다는 것이다.

공부잘하는 학생들은 신문 즐겨봐

◇**지적능력을 향상시키는 신문**=이 같은 신문의 생존력을 뒷받침하는 또 하나의 특징은 독자의 지적 능력을 향상시켜준다는 데 있다. 뇌 연구 전문가들의 연구와 독서 효과에 대한 실태 조사들은 한결같이 '똑똑하고 싶다면 보지 말고 읽으라'라고 결론 내린다.

한국교육개발원과 함께 지난 2002년 서울시내 50개 고등학교 1, 2학년 학생 5천명을 대상으로 학습실태 설문조사를 한 성기선 가톨릭대 교수(교육학)는 "공부 잘하는 상위 10% 학생들은 책과 신문을 즐겨 보고 영상매체를 멀리했다"고 지적했다.

상위 10% 학생들의 35%가 거의 매일 신문을 읽었다. '자주 읽는다'는 대답도 22.3%를 차지, 절반 이상인 57.4%가 신문을 즐겨 읽었다. 반면, 나머지 90%의 학생들은 신문을 매일 읽는 학생(15.2%)과 자주 읽는 학생(15.6%)을 합해도 30.8%에 불과했다. 또 상위 10% 학생들 가운데 문학작품을 읽는 비율은 22.4%인 반면, 하위권 학생들은 10.8%에 머물러 상위권 학생들이 교과서 밖 독서에도 관심이 많은 것으로 나타났다. 서점에서 책을 사는 비율도 상위권(19.3%)이 하위권(11.6%)보다 높았다.

한국출판연구소가 20대 이상의 성인 남녀 1천 명을 대상으로 실시해 지난 2004년 12월 발표한 국민독서실태 조사는 학력이 높고 소득이 높을수록 문자(text)의 힘을 믿는 경향을 보여준다. "독서가 사회생활에 영향을 주느냐"는 질문에 대해 대학 재학 이상 응답자의 79.2%가 '그렇다'고 답한 반면, 중졸 이하는 46.5%만이 글의 영향력을 인정했다. 고졸은 70.2%였다. 소득별로는 301만원 이상 소득자의 76.9%, 201만~300만원 71.3%, 200만원 이하 67.4%가 '그렇다'고 대답, 소득이 높을수록 글 읽기를 중시했다.

오피니언 리더층 신문 가장 선호

지난 4월 서울대 기초교육원이 재학생들을 대상으로 실시한 조사 결과도 흥미있다. 설문에 신문을 읽고 있다고 대답한 학생은 전체의 42.1%였다. 법대가 66.7%, 경영대 58.4%, 인문대 51.1%, 사회대 49.0% 등 입시 커트라인이 높은 학과일수록 신문을 끼고 사는 학생이 많았다.

성공한 사람들은 대부분 신문을 많이 본다. 부자들은 신문에서 정보를 얻고, 활용하는 경향이 있다.

황창규 삼성전자 반도체 총괄사장은 ""나는 매일 아침 신문을 꼼꼼히 읽는다. 신문은 영감과 시너지를 주는 원천이다"고 말한다.

정보화시대에 정보의 양 이상으로 중요한 것은 정보의 질이다. 또 정보를 얻는 방법이다. 고급정보란 단순 지식이나 속보를 의미하지 않는다. 세상의 흐름을 이해하고 분석·예측할 수 있는 판단력과 통찰력을 주는 정보를 말한다. 때문에 오피니언 리더 층이 가장 선호하는 매체는 신문이다. 성공했다고 하는 사람들 중 신문을 읽지 않는 이는 거의 없을 정도다.

이 같은 상황에서 정부도 신문의 변신을 도와야 한다는 지적이 많다. 이제 과거와 같이 특정 신문이 정보와 영향력을 독점하는 시대는 끝났다. 이제는 누구나 '차별성'과 '깊이'로 승부를 걸어야 한다. 차별화된 정보는 다양한 매체를 통해 독자들에게 전달할 수 있어야 한다.

그런데도 우리나라 신문사는 생산한 정보를 전달할 수단이 종이와 인터넷 외에는 없다. 따라서 국내 신문업계가 급변하는 미디어 환경에 적응할 탈출구는 열어줘야 한다는 것이 미디어학자들의 대체적인 견해다.

/박지경기자 jkpark@kwangju.co.kr