

매스·컴퓨터이전 事業의 本質에 대한 一考察

林 根 洙

<차 례>

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| 一. 머리말 | II. 一般 他企業과 다른 點 |
| 二. 매스·컴퓨터이전 事業의 比較
制度論的 乃至 歷史的 考察 | III. 매스·컴퓨터이전 企業의 目的 |
| I. 매스·미디어의 比較制度論的
考察에서 본 經濟性 | IV. 公共性과 企業性의 二律背反 |
| II. 매스·미디어의 歷史的 考察에
서 본 企業性 | V. 매스·컴퓨터이전 企業의 새
로운 傾向 |
| 三. 매스·컴퓨터이전 事業의 本質 | 四. 매스·컴퓨터이전 事業의 社會
制度論的 分析 |
| I. 定 義 | 五. 우리나라의 경우 |
| | 六. 맺는 말 |

一. 머 리 말

매스·컴퓨터이전學이 科學的研究 分野로서 成立함에 있어서는 隣接分野의 學問의 方法論의 많은 도움과 援用에 크게 힘입어 왔으며, 또한 앞으로의 飛躍的인 發展·成長에 있어 서도 그리하리라고 思料되는 것은⁽¹⁾ 周知의 事實이다. 매스·미디어事業의 本質論的 研究, 調查, 分析 乃至 檢討와, 더 나아가서 그 制度論的 追求는 現代 매스·컴퓨터이전學 研究 에 있어서 基礎的 作業의 하나로 看做되는 것이나, 이 學問 理論의 形成과 展開에서도 큰 比重을 차지하는 것으로 보지 않을 수 없을 것이다. 이점에 대하여는 Charles Wright가 매스·컴퓨터이전 研究領域의 五大指標의 하나로서 「매스·미디어事業의 構造 및 機能에 대 한 各種 制度的側面에서의 追求와 研究」를 그 첫째의 課題로 내 세우고 있는 것으로⁽²⁾ 보

- (1) 美國에 있어서의 研究(經驗主義的 方法論을 主軸으로 하는)에 대하여는
가) 金圭煥, “컴퓨터이전 科學研究의 現況과 方向”(新聞學報 第二號, 1969年 11月, 所收),
나) B. Berelson, “The State of Communication Research” (*Public Opinion Quarterly*,) 1959, Spring, pp. 1~6),
다) 辻村 明, “아메리카에 있어서의 매스·컴퓨터이전 研究”(日本放送協會 放送文化研究所 刊「放送學研究」第五號, 1963, pp. 104~119).
등을 參照하고, 獨逸에 있어서의 理論主義的 研究에 對하여는
가) 朴有鳳, “獨逸新聞學의 先驅者들” 「新聞研究」 1965 가을, pp. 93—100.
나) ———, “新聞學——「푸블리시스트」의 問題點” 「新聞研究」 1966 겨울, pp. 136~146).
다) ———, “Publizistik의 理論的展開” (서울大 新聞大學院 新聞研究所刊, 「學報」 第四號, 1968, pp. 11~28).
등을 參照. 그리고 美·獨의 獨特한 方法論的 差異點에 대하여는 Robert K. Merton의 *Social Theory and Social Structure* ((Free Press, N.Y., 1957)중, Part II The Sociology of Knowledge and Mass Communications의 序論인 “Wissenssoziologie and Mass Communications Research에서 상세하고 明確하게 설명해 주고 있다.
- (2) Charles R. Wright, “Sociology of Mass Communication”, *Mass Communication in the United States of America* (1956) 所收— 金圭煥教授의 上揭 論文에서 再引用.

아도 충분히 理解된다.

그리하여 美·獨 등 外國에서는 오래 전부터 法律學, 經濟學, 社會學, 歷史學 등 各 分野에서의 多角度的인 研究의 結果로 이 方面에 刮目할 만한 業績을 내놓고 있다. 이를테면 獨逸에서는 Karl Bücher가 經濟史的인 方面에서, 美國에서는 Melvin L. De Fleur가 社會學的인 角度에서 그리고 Frank Thayer와 James E. Pollard가 各己 法律學的인 視野에서 매스·미디어事業의 本質論의 乃至는 制度論의 解釋을 明快하게 해 주고 있다.⁽³⁾

도리켜 우리나라의 이 方面에 대한 研究實情을 보면, 金圭煥博士가 指摘하고 있듯이,⁽⁴⁾ 매스·컴퓨터이전學의 年輪이 日淺하여 列擧할 만한 것이 別無하므로 오히려 앞으로의 研究·調査에 期待할 수 밖에 없는 形편이거니와, 한편 現在와 같이 既成 매스·미디어가 그 事業內容에 대한 大部分의 事項을 一切 機密에 붙여 公表하지 않는 限 將來에의 期待도 그리 대수롭지 못한 것으로 짐작된다. 筆者는 이런 狀況 아래서 다만 序論의인 着想으로 本稿을 草하는 바이니, 外國의 基本的理論의 紹介를 主로 해서 우리나라의 매스·컴퓨터이전 事業의 本質 乃至 制度에 대한 觀察을 走馬看山으로 試圖하려는데 不過하다.

周知하는 바와 같이 現代의 매스·미디어의 範圍는 新聞, 通信, 雜誌, 出版, 定期刊行物, 라디오, TV, 필름, 팜프렛 등에 걸친 상당히 廣範한 것으로 되어 있으나, 本稿에서는 說明의 便宜上(實相은 必要한 資料의 貧困이 더 큰 原因이지만) 新聞을 主軸으로 하는 印刷媒體와 라디오, TV의 電波媒體의 兩大媒體를 중심으로써 생각해 보기로 하겠다.

二. 매스·컴퓨터이전 事業의 比較制度論의 乃至 歷史的 考察

1. 매스·미디어의 比較制度論의 考察에서 본 經濟性

매스·컴퓨터이전 事業이 그 本質에 있어서 文化的活動이나 或은 政治的活動이나 그렇지 않으면 經濟的活動이나에 관하여는 본시 對立되는 몇개의 觀念이 있어 온 것이 사실이나, 이것을 明確하게 理解·把握하기 위하여는 매스·미디어의 制度論의인 比較觀察이 우선 必要하다.

(3) 周知하는 바와 같이 Karl Bücher는 본시 經濟學者로서 20世紀 初頭に 理論新聞學의 學問的 體系를 成立시켜 놓은 鼻祖이다. 특히 國民經濟史學의 大家였던 그는 後期歷史學派의 代表者로서 獨自의인 經濟發展段階說을 主唱하고, 이러한 學說 위에서 저 有名な 古典的著作인 *Die Entstehung der Volkswirtschaft* (2卷, 1893)와 *Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde* (1926)를 問世함으로써 新聞事業의 本質을 經濟史的으로 究明하였다. 한편 美國의 De Fleur는 社會學者로서 매스·컴퓨터이전 事業의 本質을 制度論의으로 解明해 준 學者의 하나이니, 그의 *Theories of Mass Communication*(N.Y., 1966) 가운데서 "Mass Media as Social System"이 가장 잘 설명되고 있다. 그리고 Thayer와 Pollard는 모두 法律學과 新聞學을 함께 專攻한 學問的 orientation에서 매스·미디어 事業의 本質을 研究한 學者들이다. 前者에는 *Newspaper Business Management*(N.Y., 1954)와 *Legal Control of the Press*(N.Y., 1953)의 名著가 있고, 後者에는 *The Newspaper as Defined by Law*(Ohio State Univ. Press, 1940), *Principles of Newspaper Management*(N.Y., 1937) 및 *The Presidents and the Press*(N.Y., 1947) 등의 力著가 있다.

(4) 金圭煥, 上揭 論文 參照.

그러나 이런 比較觀察에 앞서 「매스·컴퓨터케이션」이란 都大體 무엇을 뜻하는 것인지 그 定義부터 따지고 들어가야 할 것이다. Charles Wright 에 依하면 이것을 「特殊한 活動條件을 갖춘 特別한 종류의 컴퓨터케이션으로, 그 條件가운데서 무엇 보다도 크게 重要的 것은 “受容者”, “컴퓨터케이션 經驗” 및 “送信者” 등 三者의 性格이다」라고 規定하고, 다시 그 세가지 性格에 대하여는 다음과 같이 말하고 있다.

- 첫째로 受容者の 性格은 比較的 多數, 異質, 그리고 匿名이라야 하며,
둘째로 條件은 公開性, 迅速性, 一時性을 말하는 것이며,
셋째로 送信者의 性格은 巨額의 費用을 움직이는 複雜한 組織·機構이다.⁽⁵⁾

한편 獨逸의 理論新聞學에서 크게 영향을 받은 日本의 小野秀雄은 「新聞이란 그 使命에 立脚해서 現實의事實에 依한 報道 및 批判을 最短의 規律의連續 안에서 普遍的으로 傳達하는 經濟的機構이다」라고 定義하고, 이에 敷衍하여 이 定義는 一國 乃至 一時代의 新聞에 限한 것이 아니라 가장 普遍的인 것이라고 하였다.⁽⁶⁾

小野의 古典的인 定義에서의 「新聞」을 擴大解釋해서 「매스·미디어」로 보아 無妨하다고 한다면, Wright 의 最新의 見解와 小野의 그것 사이에 別로 큰 差異點을 찾을 수 없을 것 같다. 오히려 兩者 사이에는 共通되는 點으로 一貫하고 있다고 할 수 있을 것이다. 특히 前者나 後者가 다 매스·컴퓨터케이션 組織이 經濟機構라는 점에서 結論을 맺고 있는 것은 注目해야 할 사실이라 하겠다.

그러면 이와 같은 매스·미디어의 經濟的性格이 時代와 地域에 따라 果然 어떠한 變化를 갖어 왔는가를 制度論的見地에서 論述한 諸家의 理論을 살펴 봄으로써, 거기에서 엿볼 수 있는 어떤 原則的結論을 整理해 보기로 하겠다.

最初로 컴퓨터케이션의 制度論的理論을 展開하여 考察을 加한 學者는 Siebert, Peterson 및 Schramm 의 세 사람이라고 할 수 있을 것 같다. 이 세 學者가 1956년에 내놓은 Four Theories of the Press 에서 世界의 컴퓨터케이션制度를 ① 소비엘共產主義類型, ② 自由主義類型, ③ 社會責任理論, ④ 權威主義類型 등의 넷으로 分類하고 있는 것은 周知의 事實이다. 그런데 이들이 말하는 社會責任理論이란 一種의 政策志向的理論의 提唱에서 온 것으로 實存의 類型이라고 하기는 곤란함으로 論外로 하고, 그 밖의 세 類型에 있었서의 미디어의 所有가 共產主義類型을 除外하고는 모다 “私有” 또는 “私有 乃至 公有”로 되어 있음을 알 수 있다. 要컨데 매스·미디어의 “私有” 또는 “私有 乃至 公有”가 認定되는 兩類型에 있어서, 그 使用權의 所有者가 經濟的機構로서 움직여 나간다고 하는 사실이 매우 중요한 점이

(5) Charles R. Wright, *Mass Communication*(Random House, N.Y., 1959) pp. 11—16. [同書에는 朴權相譯의 國譯本 「매스·컴 社會學」(1967)이 있음.]

(6) 小野秀雄, 「新聞原論」(日本 東京堂, 1953, 增補改訂版) p. 210.

小野는 日本의 新聞學 및 同教育의 開拓者로, 獨逸流의 文化科學의 新聞學을 攝取·消化하여 獨自의 見解를 開拓한 學者이다. 그리고 이 冊에서 小野는 外國의 著名한 新聞學者들(Bücher, Groth, Brunhuber, Dovifat, Löbl, Gusti, Bauer 등)의 「新聞事業의 本質論」을 要約해서 紹介하고 있어 參考가 된다—同書 pp. 193—214.

된다. 더구나 “公有”를 固執하는 共產主義類型에 있어서서도 미디어가 社會的으로 實現되는 過程에서 볼 때에는 經濟的 乃至 政治的 行爲로 나타나고 있는 점은 그 本來의 制度的性格을 潛在的으로 보여 주고 있는 것이라고 할 수 있을 것이다.⁽⁷⁾ 그 具體的인 實例로서는 匈聯에서 國營 또는 公營의 新聞, 放送들이 한결같이 紙代와 視聽料를 받고 있는 사실을 들 수 있다.⁽⁸⁾

Siebert 등 三學者의 制度論에서 指摘되어야 할 하나의 缺陷은 그들의 四類型으로써 世界의 모든 地域·國家에서 볼 수 있는 모든 매스·미디어를 規定하기 어려운 점일 것이다. 이를테면 中南美의 많은 나라들이나 新生 亞·阿諸國이나, 또는 中東 乃至 近東의 여러 나라에서 볼 수 있는 매스·미디어의 경우, 이것을 어느 한 類型에만 適用시키기에는 너무나 알쏭달쏭한 경우가 많다. 이런 未洽한 점을 보충해 준 것으로는 우선 Dovifat의 所論이 매우 適切한 것으로 思料된다. Dovifat는 그의 Handbuch der Auslandspresses의 序頭(Stand und Entwicklung der Weltpresse)에서 「世界의 新聞은 Mass의 時代에 處해서 多種多樣化해 나가고 있는데, 그 類型을 결정짓는 根本要素는 그 나라의 憲法과 政策에 달려 있으나 經濟 및 購買力, 民族文化, 民族越向 및 嗜好등도 중요한 要因이 된다」고 하면서, 이를 大別하여 全體主義的形態와 自由主義的形態로 兩分하는 동시에, 이 對立되는 두 개의 類型사이에는 그 나라의 政治體制와 民主主義的 成熟度에 따라 移行型(Übergangsformen)과 民主主義 志向型(Demokratischer Anlauf)이 適用되어질 많은 나라들이 널리 存在한다고 하였다.

移行型이라 함은, 國際的인 政治評價에 있어서 共產主義的 全體主義와는 또 다른 “權威的 國家”인 스페인과 포르투갈의 兩國과 植民地로부터 解放·獨立된 亞·阿의 新生國 그리고 變化無雙한 政情을 항상 나타내고 있는 中南美諸國의 매스·미디어의 경우를 가르킨다. 西·葡 兩國은 勿論, 中南美諸國에서도 憲法上으로는 新聞의 自由 즉 新聞企業의 自由가 許容되고 있지만, 실제에 있어서는 甚한 新聞制限(Presserestriktion)을 받는다 하면 때로는 거의 完全에 가까운 自由를 누리는 수도 없지 않다. 아뭏든 形式的인 自由 속에서 制限을 받으면서도 상당히 流動的인 狀況 아래 있는 類型을 移行型이라고 할 수 있을 것이다.

다음으로 Demokratischer Anlauf라 함은, 中近東의 一部 國家 및 東南亞의 몇 군데(Dovifat

(7) F.S. Siebert, T.A. Peterson, & W. Schramm, *Four Theories of the Press* (Univ. of Illinois Press, 1956). 특히 pp. 1-7의 Introduction을 參照할 것. [同書에는 李圭鍾, 韓炳九 共譯의 國譯本 「매스·콤의 四理論」(1968)이 있음.]

社會責任理論에 대하여는 同書 p. 5에서 보면, 이것이 學者들의 抽象的理論에서 나온 所産이 아니라는 것을 強調하면서 同理論이 Hutchins Commission에 依하여 正式으로 擧論되어지기 훨씬 前에 一部 編輯人 및 發行人들에 依해서 獨自的으로 主唱되어 온 것이라 하였다. 그러므로 이 理論은 學問的提論이 아니라 하나의 trend라는 것이다. 현대 여기서 이 “trend”라고 主張되는 內容으로 말하면 自由主義類型이 歷史的으로 發展되어 나가는 가운데서 發生된 하나의 當爲論으로, 自由主義類型이 內包하고 있는 一部分이라고 할 수 있을 것 같다. 때문에 美國의 新聞人들이 一般的으로 同理論이 내세우고 있는 當爲的責任論을 支持하면서도 이 理論의 核心部分이라고 할 수 있는 “매스·미디어에 대한 政府의 參與”만은 新聞의 自由에 대한 威脅이요 社會主義的 志向이라고 看做하고 있는 것이다——J.C. Merrill, C.R. Bryan, & M. Alisky, *The Foreign Press*(Louisiana State Univ. Press, 1964) pp. 13-14.

(8) J.C. Merrill, *et al.*, *op. cit.* p. 113.

는 이집트, 印尼, 버마, 泰國 등을 그 一例로 들고 있다)에서 볼 수 있는 것으로, 統制화된 新聞 속에서도 從來의 自由로운 新聞들이 回生하게 되어 어느 정도의 活動을 계속할 수 있다는 것이다. Dovifat의 表現을 빌리면 “半 또는 ¼ 民主主義國家”에서 자주 되풀이 되는 類型으로 해석된다.⁽⁹⁾

Dovifat가 提示해 주는 위의 諸類型에 있어서도 매스·컴퓨터통신 制度上的 經濟性이 根本적으로 說明되고 있음은 勿論이려니와, 이미 論及한 바와 같이 Four Theories of the Press 로써 커버되지 않는 여러 國家나 地域에 대한 說明도 일단은 남김없이 되었다고 보겠다. 다만 이 경우에 있어서도 阿洲의 新生國에서의 특히 매스·미디어에 대한 制度論的 說明에 있어서는 多少의 문제점이 없지 않을 것 같다. 周知하는 바와 같이 阿洲大陸의 新生國家群이 거의 半原始的의 狀態에서 獨立하여 現代國際社會의 成員으로서 政治, 經濟 및 文化生活의 새 出發을 하게 되고 보니 여기에는 다른 어느 地域이나 國家에서 일찌기 볼 수 없었던 奇現象이 일어 날 수 밖에 없는 것 같다. 특히 매스·컴퓨터통신現象에 있어서는 더욱 그러한 느낌을 주고 있다고 하겠다. 西歐의 近代社會가 동트기 시작한 以來로 3百年 以上에 걸쳐 점차적으로 發展되어, 특히 最近의 數十年 사이에 急激하게 變貌한 先進的 매스·미디어에 대한 阿洲人의 감정은 한 말로 다음과 같을 것이리라.

‘We shall by-pass the newspaper age, just as we shall by-pass the railway age. We shall go straight into radio and television—all government-controlled, of course.’⁽¹⁰⁾

아 물론 阿洲의 많은 新生國들이 이른 바 “一黨國家”로서 “아프리카流의 社會主義”를 志向하고 있음으로 해서, 그들의 매스·미디어에 대한 觀念과 實踐에 있어서는 自由主義類型도 아니고, 共產主義類型이나 權威主義類型과도 判異하면서 그렇다고 반드시 移行型에 屬하는 것이라고도 할 수 없는 特異한 現象을 보여 주고 있는 것이다. 그래서 이 新生國들에서는 매스·미디어의 所有와 運營이 ① 國家, ② 外國資本, ③ 民間企業 등의 세 갈래에 依存되고 있는 實情에 있다. 要컨데 公·私의 매스·미디어는 好不好間에 政府支持의 테두리 안에서 共存하고 있으며, 그것이 將來에 自由로운 企業으로 順調롭게 轉換될 수 있는지의 與否는 오로지 經濟 및 政治의 興件如何에 달려 있는 것이다. 그러나 그 前途가 다른 어느 後進國 보다 더 遼遠한 것만은 틀림 없을 것 같다.⁽¹¹⁾

위에서 觀察한 바 諸家의 理論에서 엿보이는 缺陷이랄가 혹은 短處말가를 커버해 주는 것으로서는 Wright의 見解가 매우 適切하다고 생각된다. 그는 世界의 매스·컴퓨터통신을 電波미디어를 중심으로 한 事例의 類型으로서 <① 卍聯制度, ② 英·加의 放送制度 (BBC,

(9) Emil Dovifat, *Handbuch der Auslandspresse* (Bonn, 1960) SS. 1—11.

(10) Tom Hopkinson, “A New Age of Newspaper in Africa?”, *Gazette*, Vol. XIV, No. 2 (1968) 所收.

(11) 上記 論文, 및 上記 *Gazette* 所收의 E.Lloyd Sommerlad, “Problems in Developing a Free Enterprise Press in East Africa”와 Felice Carter, “The Press in Kenya” 參照.

CBC 등의 公營放送), ③ 美國의 放送制度 (商業放送), ④ 非工業國에서의 커뮤니케이션)으로 分類하고 있다.⁽¹²⁾ 英·美를 中心으로 한 印刷媒體의 制度에 대한 것은 自明한 것이므로, 이것을 除外하고 多少 복잡한 內容을 지니고 있는 英·加의 電波미디어와 美의 그것을 ②와 ③으로 分類한 점과, 모든 後進國——즉 非西歐 또는 非共產의 諸國——을 非工業國의 커뮤니케이션 制度로 類型化한 점은 분명히 적절하고도 妥當하다. 다만 非工業國의 미디어 制度에 대한 설명이 近東國(이집트, 요르단, 레바논, 시리아 등)에 있어서의 電波미디어 受容過程에 관한 것에만 그치고 있어 너무나 간략한 점이 유감스럽다.

走馬看山格이긴 하나 以上에서 본 바 미디어 制度의 比較論的觀察에서 얻을 수 있는 結論의 하나는 매스·커뮤니케이션의 運營體가 一般的으로 「經濟的機構」性을 띠고 있는 사실이다. 이 「經濟的機構」의 性向이란 바꾸어 말하면 「經濟性」이라는 좀 廣義의인 述語로 表現할 수도 있는 것으로, 한 거름 더 나아가서는 「企業性」이라는 말로 좀혀서 부를 수도 있는 것이라고 하겠다. 즉 그것은 自由主義類型의 매스·미디어에 있어서는 企業性으로 나타날 것이고, 英·加流의 公營放送의 경우에는 어떤 意味의 公企業의 性格으로 나타나고 있는 것이다. 심지어 共產主義類型에 있어서도 어느정도의 經濟性을 認定하지 않을 수는 없을 것 같으니, 그 까닭은 紙代나 視聽料 또는 通信料 등을 받아 이것으로써 미디어 運營의 自給自足を 꾀하고 있기 때문이다.

II. 매스·미디어의 歷史的 考察에서 본 企業性

위에서 試圖한 바 매스·미디어에 대한 平面的인 考察에 反해서, 이번에는 그 垂直的인 觀察을 통하여 매스·미디어의 發生 및 發展過程에서 나타나는 本質的인 特徵을 指摘해 보기로 하겠다. 즉 매스·미디어가 歷史的으로 發展해 온 발자취를 더듬어 봄으로써 그것이 어떠한 本質的 母體에서 出發하여 어떠한 本質的 形態로 進展되었는가를 把握할 수 있을 것으로 생각된다.

周知하는 바와 같이 近代新聞의 成立은 西歐 近代社會의 形成과 더불어 그 一部分으로서 이뤄진 것이다. 이것을 經濟史的으로 풀이한다면, 近代新聞의 發生, 成立 및 發展은 資本主義를 前提로 하지 않고서는 絶對로 想像조차 할 수 없다는 말이 된다. 要컨데 매스·미디어(發生 당시에는 主로 新聞)는, 古代社會와 中世社會의 길고 긴 迂餘曲折을 거쳐서, 資本主義的 產物인 印刷機의 發明·利用과 더불어 資本主義的 製作物이 되었으며, 이를 營爲하는 中心體도 資本主義的 經營形態로서의 新聞業으로 成立되었다.

古代 로마社會에서 볼 수 있었던 新聞의 現象도 富裕한 貴族의 집에 所屬된 하나의 財貨供給 關係에서 理解되어야 할 것이니, 말하자면, 新聞에 있어서 廣義의 經濟性의 存在가 일찌기 로마時代부터 시작되었다고 할 것이다. 貴族들에 所屬된 新聞記者는 醫員이나 圖書擔當

(12) C. Wright, *op. cit.* pp. 24—48.

者의 경우와 꼭 같은 主從關係를 유지하면서 그 上典에게 奉仕하였다. 그래서 당시 新聞記者는 讀者로서의 貴族이 所有하고 있는 財産인 동시에, 그 所有主人 貴族의 指示에 따라 活動하는 일종의 奴僕이었던 것이다.

그 후 中世社會를 통해서 계속되었던 書翰新聞이나 筆寫新聞에 있어서도 그 때의 高級한 經濟行爲이었던 全部門을 支配한 手工業的 範圍內에서 發行·經營되었다. 다시 말하면 이 때의 通信記者는 記者·編輯人·發行人의 세 가지 구실을 도맡아 遂行한 綜合的인 經營主的 存在였던 것으로 해석할 수 있다. 이러한 경향은 그 후의 不定期印刷新聞(Flug-blatt)과, 定期 및 週刊印刷新聞時代에 이르기까지 계속되었는데, 다만 이 때의 經營主는 初期 부르조와인 印刷業者로 바뀌었을 뿐이다.

그러나 18世紀以後 資本主義社會의 本格的 形成과 民權思想의 進展은 마침내 新聞(雜誌 및 出版物까지 包含해서)으로 하여금 近代的形式을 갖추게 하여 주었으니, 첫째로는 日刊發行的 豐富한 內容으로써 讀者에게 奉仕하였으며, 둘째로는 本格的商品으로서의 新聞을 다루는 資本主義的 企業으로 成長하게 되었다. 여기서 볼 수 있는 두드러진 현상은 新聞事業에 있어서의 分業——編輯·業務·工務——의 擡頭와 讀者市場의 복잡한 競爭關係가 新聞商品의 性格을 基本的으로 規定하는 要件이 되어진 점과 그리고 廣告에서 들어오는 收入이 이 企業의 成敗에 많은 영향을 준 사실이다.

이렇게 해서 18世紀以後 近代新聞은 資本主義的 經濟組織(機構)으로서의 國民經濟的 分業과 機械的 技術에 依하여 製作되는 商品으로서 精神的 또는 經濟的 交通의 하나의 手段으로 점차 完成되어 왔다. 그 뒤에 產業革命과 自由主義革命((1848年)의 完成은 또 다시 그 企業으로서의 基盤을 공고히 해 주었을 뿐만 아니라 大企業化에의 路程으로 휘모라쳐 준 源泉이 된 것이다.⁽¹³⁾

위와 같은 西歐의 매스·미디어 企業은 美大陸에 移入되어, 거의 비슷한 過程을 밟아 오늘에 이르렀다고 보겠다. 美國에 있어서의 매스·미디어 企業이 進展된 經路를 歷史적으로 分析해 보면 大略 三段階로 發展되어 왔다고 할 것이다. 즉 第一段階인 初創期에는 印刷技術者(Printer)——James 및 Benjamin Franklin 과 같은——의 副業的 事業으로 出發된 것으로, 그 뒤 大陸에서의 經濟生活이 어느 정도 安定되면서 第二段階로 접어 들어 갔으니, 이때에 企業으로서 分業化된 新聞組織은 마침내 Pulitzer 나 Hearst 같은 大新聞人의 손에 依해서 安定된 企業으로서 구축되기에 이르렀다. 그 후 美國 社會經濟의 大發展(1900年 以來)과 더불어 新聞企業은 다시 大企業의 隊列에 어깨를 겨누기에까지 되었으니, 이것이 바로 第三段階로 규정되는 것이다.⁽¹⁴⁾

한편, 20世紀에 접어 들어 技術의 前進는 限없이 계속되는 가운데 電波미디어의 發生을

(13) 拙著, 「新聞發達史」(正音社, 1967) pp. 32-33, 44-127 參照.

(14) James E. Pollard, *op. cit.* pp. 1-4.

보기에 이르렀으니, 이것은 마침내 印刷미디어를 앞질러 先頭를 달리는 느낌마저 주고 있는 것 같게 되었다. 電波미디어의 發生과 企業化는 주로 美國을 중심으로 進行되어 世界 各國에 波及된 것으로 볼 수 있는데, 美國式의 私企業形態 즉 商業方式을 모든 나라가 取擇模倣하지는 않았다. 勿論 여기에는, 後述하겠지만 制限된 周波數라는 電波미디어의 特殊性에도 그 原因을 찾아 볼 수 있을는지 모르나 이것을 口實로 한 그 밖의 要因이 더 크게 作用하였을 것이다. 美國自體內에 있어서도 技術的인 문제로 因하여 다른 大部分의 미디어보다 聯邦政府의 直接的인 統制를 더 받고 있는 것이 사실이다. 그렇지만 이 統制는 그 意圖와 效果라는 점에서 拘束的이라기 보다는 調整的인 傾向이 더 強하다는 점에 留意하여야 할 것이다.⁽¹⁵⁾

電波미디어의 경우 印刷미디어와는 달리 自由主義國家 중에서도 몇나라는 公營制를 擇한 나라도 있고, 또 그 밖의 나라들에서는 國營制 乃至는 國家管理 아래에 두고 있는 例를 흔히 볼 수 있다. 그러나 특별히 TV의 경우를 考察해 보면, 1950年 以後 經濟發展의 速度가 빨라짐에 따라 많은 나라들에서 TV 導入의 可能性을 검토하였는데, 그 管理를 누가 맡아 하느냐의 문제에 부딪혔다. TV 施設과 運營의 經濟性 및 技術面을 考慮에 넣지 않은 나라들(約 30 個國)에서는, 라디오의 경우와 같이 TV도 당연히 政府獨占이라고 생각하여, 나아가서는 엄중한 政府管理만이 그 發展을 妨礙할 수 있는 것으로 알았다. 그래서 1950年 以來로 TV는 라디오가 걸어온 발자취를 그대로 뒤쫓는 運命에 놓여 있었으나 實際로는 그대로 실현되지는 않았다. 1965年 現在로 TV 活動을 하고 있는 90 餘個國 중에서 오직 數個國에서만 國家管理의 非商業 TV가 存在하고 있을 뿐이다. 나머지 나라중의 約 半數는 國家가 直接管理하는 TV 組織을 가지고 있긴 하지만, 여기에는 어떠한 形態이건 間에 商業的인 參與가 許容되고 있는 것이다. 그 밖의 모든 나라에서는 完全한 商業經營이 아니면, 國營과 商業放送을 合친 것과 같은 形態를 取하고 있다.

商業型의 TV가 世界的으로 強烈한 支持를 받게 된 理由는, 나라에 따라 多少 다르기는 하겠으나, 大體로 TV 活動을 發展·維持하는데 있어서의 冷酷한 經濟性에 있다고 하겠다. 즉 거의 모든 나라에서 TV를 國家豫算으로만 維持해 나가기가 얼마나 어려운가를 알게 된 것이다. 이것은 最近까지 韓國의 國營 TV가 國家豫算, 視聽料 및 商業廣告의 三元制度를 採擇했던 事實로만도 짐작이 될 수 있다. 한편 TV 經營에 있어서 嚴重한 國家獨占을 擇한 나라들의 TV가 이것 때문에 그 發展에 심한 沮害를 입었다는 事實은 매우 重要한 點으로 注目하여야 할 것이다. 그 結果 많은 나라들에서는 TV에 대한 政府管理와, 經營維持를 爲한 商業活動을 發達시키는 一定한 方式을 發展케 함으로써 그 문제를 해결하였다. 政府와 民間의 管理比率는 大體로 새로운 미디어의 管理에 포함되는 큰 利害關係를 깨달은 사람들에 依해서 指導되어진 政治的, 經濟的勢力에 依하여 決定되었다. 그 結果는 매우 多樣多彩로운

(15) C. Wright, *op. cit.* p. 41.

方式로 나타나게 된 것이다. 그런데 그範圍는 이란, 룩셈부르크, 큐바(카스트로 以前의), 비律賓 등과 같이 名目上의 政府管理에 지나지 않은 完全한 商業型으로부터 伊太利, 핀란드, 스페인 등과 같이 制限된 범위 안에서 商業的利用이 許諾되고 있는 一種의 國家管理型에까지 이르고 있다.⁽¹⁶⁾

본시 電波미디어의 發生과 發展은 美國을 중심으로 展開된 것으로, 라디오가 처음으로 商業化한 것은 1922年이다. TV 역시 美國에서 1940年 以後 企業化한 것이다.⁽¹⁷⁾ 이와 같이 商業放送의 始祖요 모델이라고 할 수 있는 美國의 경우, Llewellyn White에 依하던 政府統制 즉 調整의 時期를 다음과 같이 區分하고 있다.

- 一. 自由放任期 1922—1927
- 二. 通信統制期 1927—1932
- 三. 淨化期 1932—1937
- 四. 트러스트期 1937—1944
- 五. 民衆奉仕期 1944—⁽¹⁸⁾

위의 時期區分에서 보는 바와 같이 電波統制에 있어 若干의 變遷은 있었지만, 美國의 放送事業은 어디까지나 企業으로서 一貫해 왔으며, 마침내는 大規模의 產業으로 成長하였고 또한 하고 있는 것이다. 이렇게 해서 電波미디어는 印刷미디어(主로 新聞)와 結合되어 미디어의 多角經營(몇가지의 相異한 매스·미디어產業에 걸쳐서의 결합)과 같은 새로운 현상이 나타나기도 하고, 또한 한편으로 電波受信機의 製造業과 放送事業이 結合되는 일도 생기게 되었다. 동시에 電波미디어를 중심으로 한 支配權을 둘러싼 치열한 경쟁의 결과는 少數의

(表一) 유럽 放送局의 各種形態 一覽表 (1920~1950)*

	第一期 1920年 (29個國을對象)	第二期 1930年 (32個國을對象)	第三期 1950年 (37個國을對象)
I. 民間放送	24	19	12
自 主 管 理	(11)	(4)	(4) { 안도라 스페인 모나코 탄제
國家의 間 接 管 理	(10)	(7)	(4) { 헝가리 룩셈부르크 이태리
國家의 直 接 管 理	(3)	(8)	(4) { 오스트리아 핀란드 홀랜드 스웨덴
II. 國營放送	8	16	27

* 資料 : Roger Pradalié, L'art Radiophonique(Collection Que Sais-Je? No. 504), 內村直也, 梅田晴夫譯의 日譯本(白水社) p.16.

(16) Wilson P. Dizard, *Television: A World View* (Syracuse University Press, 1966). 津川秀夫譯의 日譯本 pp. 24—26 參照.

(17) 러시아에서는 露人 빠크네체프가 1880年에 世界最初로 TV 映像을 送信하였다고 영당한 主張을 하고 있지만, 實際로는 1932年 이전에 처음으로 美國에서 實驗放送이 實施되었고, 그 뒤 1936年 11月 2日에 英京 London에서 世界最初의 公開發送이 있었다——前掲 Dizard의 日譯本 pp. 22—23 및 同書〈第八章 註(2)〉參照.

(18) Llewellyn White, *The American Radio* (University of Chicago Press, 1947) Chapter 7.

大規模 組織이 그 産業全體를 支配함에 이르렀으니, 그 현저한 例로서는 Radio Corporation of America (RCA)와 같은 「컴퓨터케이션 帝國」의 탄생을 보게 될 것이다.⁽¹⁹⁾

한편 유럽의 放送制度의 所有形態는 前頁의 〈表一〉과 같이 나타나고 있다.

위해서 본 바와 같이 매스·컴퓨터케이션의 事業은 그 發生 當初로부터 企業性을 潜在的으로 內包하고 있는 것이며, 또한 바로 그것이 導因이 되어져서 各種의 매스·미디어가 계속 發展되어 가고 있다. 그러나 이의 發生과 發展이 自體保全에 對한 威脅 乃至 沮害로 看破한 Ancien Régime 的 勢力은 자연히 이것의 企業化(즉 私有化)를 막아 公有化(엄격하게는 國有化)하려 하였다. 그렇다고 해서 그 企業性이 喪失되거나 否認되는 것이 결코 아님은 勿論이며, 오히려 그 企業性의 本質을 한층 더 明白히 浮刻시켜 주고 있을뿐이다. 또한 20世紀 以後에 擡頭된 “맑스·레닌의 解釋에 立脚한 共產主義의 新聞形態”도 위의 權威主義新聞形態에서 볼 수 있는 自體保全의 論理에서 크게 벗어나지는 못하는 것이다.

三. 매스·컴퓨터케이션 事業의 本質

Ⅰ. 定 義

上述한 대로 매스·컴퓨터케이션 事業은 그 本質上 政治的活動이 아님은 勿論, 한 때 나치 獨逸 또는 舊日本帝國 등의 所謂 樞軸國에서 널리 主張되었던 文化的活動으로서의 規定도 成立되지 않음을 알 수 있다. 따라서 經濟的活動을 本體로 하는 매스·컴퓨터케이션 事業의 定義는

「어떠한 使命觀에 依據해서 社會的事實의 報道, 이에 대한 批判과 意見, 娛樂 및 廣告를 印刷物, 電波 및 其他의 手段을 통하여 定期的, 連續的, 普遍的으로 匿名·異質的인 大衆에게 傳達하는 經濟的組織·活動이다」

라고 하겠다.⁽²⁰⁾ 이것을 좀 더 仔細하게 설명해 주는 것으로서는 Karl Bücher가 「現代新聞은 하나의 資本的企業이다. 말하자면 그것은 뉴스工場(Neuigkeitfabrik)으로, 거기서는 많은 사람(通信員, 編輯員, 植字工, 校正員 등)이 몇 갈래의 分業과 統一된 指導 아래서 報酬를 받고 일하고 있는 것이다. 이工場은 中間體에 依해서 分離되어진 未知의 讀者圈에 對하여 有價物을 계속적으로 生産한다. 新聞은 廣告面을 製作하여 販賣하는 營利企業으로, 그 廣告面은 編輯面에 依해서만 販賣되어질 수 있는 것이다」⁽²¹⁾라고 말한 定義에서 찾아 볼 수 있다.

以上の 定義에서, 우리는 누구든지 “表現의 自由”를 “하나의 企業(Enterprise)”을 통해서 실현할 수 있다는 두 가지의 原則을 추려내게 될 수 있는 것이다. 다시 말하면 “言論·出版의 自由”——精神的自由——와 “企業의 自由”(즉 營利性 또는 利潤의 追求)——經濟的自由——가 合致해서 具顯된데에 매스·컴퓨터케이션 事業의 存在理由가 成立한다는 말이다. 이

(19) C. Wright, *op. cit.* pp. 43-45.

(20) 本稿 p. 5에서 이미 紹介한 바 小野의 見解, 및 註(6)에서 紹介된 外國의 여러 學者들의 所見을 參照——(小野의 上掲書 pp. 193-214).

(21) Karl Bücher, *Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde* (Tübingen, 1926).

와 같은 두 개의 基本的自由權이 具顯化한 매스·컴퓨터커뮤니케이션 事業의 本質은 近代國家의 基本精神에 淵源해서 發生된 것이다. 그런 故로 自由民主主義를 표방하는 近代國家에서는 그 것을 無制限으로 保障하게 마련이다. 그 一例를 든다면 저 有名한 美國憲法의 修正第一條가⁽²²⁾ 될 것이다. 여기에서 말하는 精神的自由란 다시 말하면 「政治的自由」로부터 「私益에 關한 言論」(이를테면 순전한 商業上의 廣告같은 것)에 이르기까지 상당히 廣範한 것으로 생각되는데, 後者は 顯著하게 營利性을 띤 表現行爲라고 해서 憲法上 差別을 받은 先例도 없지는 않았다. 그 一例로 美國의 映畫는 오랫동안 修正第一條의 保護를 받지 못했으나, 이제 法律上의 이런 判斷의 基準은 放棄되고 말았다.⁽²³⁾ 要컨대 言論의 自由가 있는 곳에는 매스·컴퓨터커뮤니케이션 事業이 어디까지나 私經濟的 企業의 形態로서 維持·進行되는 것이라는 見解가 가장 옳다고 하겠다.

한편 企業으로서의 매스·컴퓨터커뮤니케이션 事業은 營利를 爲한 生産經濟의 單位로 規定할 수 있는 것이다. 따라서 그 企業上의 特性은 ② 個別經濟, ② 生産經濟, ③ 營利經濟의 셋으로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 企業으로서의 獨立한 單位體란 말이고, 둘째는 人間의 欲望을 充足케 하는 하나의 財貨를 만들어내는 單位體라는 말이며, 셋째는 獨立한 單位體로서의 經濟活動의 主體로서 營利를 目的으로 한다는 뜻이다.⁽²⁴⁾

매스·컴퓨터커뮤니케이션 企業을 오늘날 흔히들 情報產業 또는 特殊產業으로 呼稱하는 수도 많으나, 原則上 第三次產業에 屬하는 것으로 보아야 할 것이다. 그러나 그 內容이 비록 精神的인 것이긴 하지만도 여기에는 製造業의 性格이 없는 것은 아니다.⁽²⁵⁾ 그러므로 다음에서는 一般 他企業과의 差異點을 찾아 봄으로써 그 特徵의 內容을 뚜렷이 浮刻시켜 보기로 하겠다.

II. 一般 他企業과 다른 點

매스·컴퓨터커뮤니케이션 企業에는 分明히 어떠한 特殊性——다른 一般 企業에서 보기 드문——이 存在하고 있는 것이 事實이다. 우선 여기서 다루어지고 있는 「商品」(新聞, 放送內容)은 가장 빨리 상해버리는 것으로, 新聞을 그 一例로서 든다면, 다음 號가 나올 때의 지난 號는 이미 종이 조각에 不過하게 되어 버리고 마는 것이다. 다시 말하면, 衣服이나 食料業의 경우와 같이 그 販路와 販賣의 時機를 自由로히 選擇할 수 있는 것에 比해서 顯著한 差異가 있으니, 그 特徵은 時間과 速度가 結合되어 있는 점이라 하겠다. 이것을 매스·미디어의 時間性이라고 한다. 다음으로 이 商品에는 다른 어느 商品에서도 볼 수 없는 公共性·公益性·

(22) Edward G. Hudon, *Freedom of Speech and Press* (Washington, 1963) Chapter One.—同書의 國譯本 「近代國家와 言論自由」(朴權相, 高明植 共譯, 1965)가 있음.

(23) 伊藤正己, 「言論·出版의 自由」(日本 岩波書店, 1959) pp. 193—199.

美國에서의 思想表現의 自由가 無制限하다(憲法 修正第一條)고는 하지만, 實제에 있어서는 Holmes 大法官의 유명한 「明白하고도 現存한 危險」(Clear and present danger)의 法理論(1919年 提唱)이 判例化하여, 言論의 自由에 대한 法律的拘束力(多少의 起伏은 있었으나)을 가지고 있는 것이 사실이다.—Hudon의 上揭書 Chapter Seven 으로부터 Chapter Thirteen 까지 參照.

(24) 有賀 清, 「新聞經營論」(日本 評論社, 1968) pp. 16—19.

(25) J.E. Pollard, *op. cit.* p. 2.

指導性이 強烈하게 存在한다는 點이 特異하다. 무엇 어느 商品이나 또는 商行爲이든 間에 程度의 差異는 있을망정 多少의 公益性이 있게 마련이지만, 매스·미디어에 있어서와 같이 國家, 社會, 個人에게 至大하고 莫重한 影響을 끼치는 경우는 그리 흔하지 않다. 이 特殊性으로 因하여 매스·컴퓨터케이션 企業에 있어서는 往往 問題거리가 惹起되고 있는데, 이것에 대하여는 다시 後述하기로 하고 이제는 나머지 몇가지 特異點을 다음과 같이 列擧하기로 하겠다.

첫째, 公共性 以外에도 이 商品에는 文化性, 政治性, 社會性, 教育啓蒙性 등이 顯著히 存在한다.

둘째, 이 企業에는 原則적으로 그 機構 속에 商品製作의 여러가지 工程을 完備하고 있는 것이 普通이다. 즉 新聞의 경우에는, <編輯→生産(以上 製作面)→販賣(商品販賣, 紙面—廣告—販賣)→配達(運輸)> 등의 하나 하나가 獨立한 企業을 形成할 수 있는 各種의 作業을 一貫해서 有機적으로 統合해서 一個의 企業體를 形成하고 있다. 한편 放送에서도 <編成→放送(以上 製作面)→販賣(聽取料, 프로그램 및 스포츠 廣告)→送信(技術)> 등의 相異한 여러 部門을 包括적으로 統合·運營하는 企業組織을 이루고 있는 것이다.

셋째, 그러나 그 組織이 아무리 有機的이라 하더라도 이런 各部門의 末端까지의 모든 作業을 통틀어서 하나의 企業體로 統合·運營하기는 너무 困難하기 때문에, [실제로는 外廓에 그 補助事業으로서의 通信社, TV 映畫製作業, 廣告代理業, 製紙業 등과 緊密한 關係를 維持하게 된다.

네째, 때로는 이 企業이 獨占의인 企業形態를 取함으로써 販賣市場, 原料市場 등의 獨占을 公하여 利潤의 增大 또는 安定의 維持를 圖謀하게 되는 경우가 생긴다. 이 때에 外廓 補助企業에 대한 支配現象이⁽²⁶⁾ 일어나게 됨은 企業 本來의 性格上 自然한 歸結이라고 보겠다.

Ⅲ. 매스·컴퓨터케이션 企業의 目的

매스·컴퓨터케이션 企業이 目的하는 바를 社會學的 또는 心理學的으로 설명한다면, 人間의 潛在要求인 行動心理를 이루고 있는 第一次欲求(生理欲求), 第二次欲求(社會的欲求) 및 第三次欲求(願望)의 세 가지의 欲求를 企業化한 것이라고 할 수 있을 것이다. 즉 第二次欲求에서 나오는 群居 및 所屬의 欲求와 他人에게 認定을 받고자 하는 意欲이 政治的 또는 社會的 人間으로서 表現의 自由를 實現하고자 하는 決定資料로 具顯되어질 때 이것이 곧 매스·미디어로 나타난다. 다시 말하면 人間の 表現의 自由(法律的인 것)를 통해서 潛在的欲求(主로 社會的欲求)를 充足시키고자 하는데에 매스·미디어 企業의 目的이 存在한다.

그러므로 그 目的의 深層에는, 呼訴·表現하고자 해도 自身의 手段을 所有하지 못한 많은 社會的 成員을 代身해서 呼訴해 주는 評論·批判·意見 등의 存在理由가 있게 되는 것으로, 이것이 바로 公共性이라고 하는 것이며, 여기에 매스·미디어 企業의 目的이 存在하는 것이라고 하겠다.

Ⅳ. 公共性和 企業性的 二律背反

公共性和 指導性을 強烈히 지니고 있음으로써 社會生活에 대해 重大한 구실을 하는 매스·미디어를 私經濟的 企業에 放任해 둔다는 것은, 어떻게 보면 매우 危險한 일로 생각 될지도

(26) 補助企業에 대한 支配現象은 우리나라의 경우에도 中央日報의 同系의 全州製紙(新聞用紙 年生産高—3萬9千噸)의 例가 있다. 그러나 世界的으로 有名한 典型的인 實例의 하나는 美國의 Chicago Tribune 紙가 植樹, 製材, 製紙, 水力發電, 輸送(海運, 陸運), 紙業 등의 一貫産業을 所有하고 있는 경우이다—Carl Wiegman, *Trees to News* (McClelland & Stewart Ltd., 1953) 參照.

모른다. 事實上 여기에는 적지 않은 弊端이 隨伴되고 있는 것이 사실이다. 그렇다고 해서, 이 때문에 그 것을 國營 또는 國家管理에 넘겨 줌이 옳다고 하는 論理가 成立할 수 없음은 이미 言及한 바와 같다.

그러므로 매스·미디어 企業에서 나타나고 있는 <公共性과 營利性>의 二律背反을 調節해서 그 弊害를 最少限에 그치도록 하는 문제가 自然히 提起된다. 매스·컴퓨터케이션 事業은 本是 近代資本主義의 產物로서, 그것과 같이 자라 온 것인 以上 여기에서 생기는 矛盾·短處는 하나의 不可避한 宿命일지도 모른다. 그러나 資本主義 自體가 맑스나 레닌의 豫言을 뒤엎고 그 矛盾을 克服함으로써 그 宿敵인 共產主義에 對하여 많은 敎訓과 새 方向을 提示해 주지 않았는가. 西歐의 完璧한 社會保障制의 實施와 累進稅率의 철저한 適用 같은 것은 그 가장 비근한 例의 하나가 될 것이다. 매스·미디어의 경우에 있어서도 마찬가지로 問題의 解決은 그리 어렵지 않은 것으로 짐작된다.

本是 이 二律背反의 缺陷은 自由主義新聞理論에서 실명되고 있는 <自由로운 思想의 市場>에서 <自動調整作用>을 함으로써 除去되어지는 것이다. 즉 國家나 어느 다른 監督制度 대신에 自動調整作用은 情報, 意見, 또는 娛樂의 市場에서 自由로운 競争을 通하여 가장 非公式的인 統制를 받도록 되어 있다는⁽²⁷⁾ 말이다. 이 理論을 매스·미디어 企業 自體內에 適用해서 실명하면, 매스·미디어가 제아무리 完全한 組織과 設備(즉 資本力)를 誇示한다 해도 거기에 根本的으로 公正性과 眞實性이 缺如되었을 때에는 絶對로 成功할 수는 없다는⁽²⁸⁾ 말이 된다. 一言而蔽之하면 民主社會에 있어서의 audience는 公共性을 喪失한 매스·미디어로 하여금 殘存하도록 내버려 두지 않는다. 이렇게 볼 때, 매스·미디어 企業의 營利性이란 것도 自然히 이 公共性에 依據해서 本質的制限을 받게 마련이다. 다시 말하면 私經濟的活動으로서의 企業性은 自動的 또는 自律的으로 그 公共性·公益성이 毀損되어지지 않는 범위內에서 단 許容되는 것이다.

한편 近代 社會에서는 企業의 經營慣行(practice)으로서 資本과 經營을 分離하고 있다. 이것은 現代 資本主義社會의 特徵의 하나이다. 매스·미디어 企業도 이러한 經濟社會의 背景 아래서 公共性的 強力한 維持를 위하여 資本과 經營을 分離함으로써 錢主의 干涉으로부터 벗어날 뿐만 아니라 公益에 積極힘쓰도록 하는 實情에 있는 것이다. 한 걸음 더 나아가 資本과 經營의 分離는 個別資本의 形態로부터 經營體로서 企業自體化한 存在形態로의 轉換을 가져 오기도 한다. 그래서 그 目的도 크게 달라지게 되는 수가 있으니, 곧 利潤追求뿐만이 아니라 經營體로서의 企業自體의 繼續과 發展을 꾀하는데서 연유한 意識的인 企業目的이 나타나고 있다. 日本같은 곳에서는 이것을 法制化하여 「日刊新聞의 發行을 目的으로 하는 株式會社 및 有限會社의 株式 및 股分의 讓渡制限等에 關한 法律」이 制定되고 있으며,⁽²⁹⁾ 英國에서는

(27) Siebert, *et al.*, *op. cit.* pp. 7, 51—53.

(28) Frank Thayer, *op. cit.* Preface 參照.

(29) 有賀 清의 上揭書 pp. 22—23.

「新聞合併法院」이 設置되고⁽³⁰⁾ 있는 것이다. 때문에 매스·미디어 經營體의 경우에는 自己資本의 投資에 대한 利潤率의 最大獲得이라는 目的이 他企業의 경우 보다 後退하고, 오히려 企業自體의 存續發展만이 그 目的으로서 뚜렷이 表面化하는 수가 많다. 그렇다고 이 경우에 本來의 營利性이 否認되는 것은 勿論 아니다. 企業自體의 健全한 維持·繼續을 基盤으로 함으로써 그 公共性을 誠實하게 發揮할 수 있다는데 目的意識이 놓여 있을 뿐이다.

특히 放送事業의 경우에는 使用이 可能한 channel의 數가 有限할 뿐만 아니라 傳達內容의 迅速성과 傳達範圍의 廣範性에 있어 다른 미디어의 追從을 不許하는 동시에, 新聞과는 달리 非文盲率(literacy)의 程度에 左右되지 않고도 普及이 確保될 수 있는 特殊性이 있다. 이 때문에 權力의 干涉을 받기도 쉽지만, 한편으로 그 公益性을 維持하며 特定人의 獨占을 防止하기 위하여 適切하고도 公正한 規制(좋은 意味의 調節)를 必要로 하게 된다.⁽³¹⁾ 이러한 趣旨에서 美國에서는 F.C.C.가 同一資本系統이 AM, FM, TV를 各各 五局以上 支配하지 못하도록 規定하고 있다. 또한 不正慣行도 이 基準에 依하여 禁止되고 있으니, 不正慣行으로서 ①事實의 歪曲, ②論爭點에 대한 一方의인 意見의 提示, ③不當한 廣告로 因한 大衆의 經濟的搾取等を 들고 있다. 특히 F.C.C.가 政治的인 行事的 경우 公職候補者에 대해 平等하게 放送의 機會를 주도록 要求하고 있는 점은 매우 注目할만 한 일이다.

아름든 現狀으로서 放送에 대하여 어떠한 形式이든 간에 規制 또는 統制를 加하지 않을 수 없다. 그러나 그것이 言論의 自由를 沮害하거나 또는 그 伸長을 妨害하는 것이 되어서는 안될 것이다. 하지만 이런 規制自體가 實相은 一種의 自體矛盾이어서, 具體的으로 어떠한 方策이 가장 좋으냐의 문제는 매우 困難한 것이라 아니 할 수 없다.⁽³²⁾

한편 매스·미디어의 企業性은 때때로 센세이셔널리즘 또는 엘로·저널리즘을 誘發하기도 한다. 또한, 그것이 言論의 自由인양 錯覺되어지는 수도 없지 않다. 허나 이 問題도 많은 나라들에서 制定·實施되고 있는 倫理綱領 또는 專門教育같은 것을 통해서 잘 解決될 수 있는 것으로 생각된다.

(30) Royal Commission on the Press, 1961—1962 (H.M. Stationary Office, London) 參照.

英國에서는 新聞合併法院 外에도, The Guardian 이나 Observer를 管理하는 非營利·非商業的인 信託(Scott Trust와 Observer Trust)이 있다. 이 Trust들은 新聞事業에서 얻은 收益으로 첫째로는 新聞自體의 發展을 위해서 둘째로는 慈善事業과 教育을 위해서 使用하도록 要求하고 있다. 그리고 The Times의 경우에는, 그 普通株의 讓渡에 대하여 特殊한 信託委員會를 構成(1924年 以來)하고 있어, 그 承認을 받든지 받지 않으면 안되게 되어 있는 것이다. 이 委員會는 大法官(Lord Chief Justice), 옥스포드大學校 All Souls大學長, Royal Society會長, 公認會計士會長, 英蘭銀行長 등으로 組織되는 것으로, The Times의 뛰어난 傳統과 政治的獨立을 계속 維持하는 동시에 個人的利益 보다도 國家的利益을 優先케 하며 個人的野心과 營利의 문제는 妥當한 限, 度外視하는 것을 條件으로 하여 株式賣却의 可否를 決定하게 되어 있다. 이와 비슷한 制度는 週刊紙 Economist와 Spectator에서도 定款으로 定해져 있으며, 地方紙 중 Yorkshire Post, Liverpool Daily Post, Birmingham Post 등은 新聞의 性格을 變하게 하지 못하도록 株式移讓에 대한 制限을 實施하고 있다.

(31) NHK 放送學研究室編, 「放送研究入門」(日本放送協會, 1964) pp. 73—75 參照.

(32) 上記書 p. 103.

以上에서 본 바와 같이 마치 야누스의 두 얼굴 같은 「매스·미디어의 企業性과 公共性」은 그 本來의 宿命的屬性이긴 하나, 반드시 永遠한 平行線을 그리는 悲觀的要因이 되지는 않을 것이다. 오히려 이 兩面의 健全한 배란스를 잘 維持함으로써 그 媒體 自體의 特異한 性格을 決定될 수 있는 열쇠가 된다고 할 수 있다.⁽³³⁾ Sir Norman Angell은 이 문제에 대하여 大略 다음과 같이 말하고 있는데 매우 妥當한 表現이라고 하겠다.

「유토피아의 世界에서도 新聞의 私企業性은 許容되어질 수 있는 것일 뿐만 아니라, 오히려 더욱 獎勵될만 한 것이다. 新聞의 企業性으로부터 생기는 弊端을 認定하지 않을 수 없으나, 이를 國營 또는 國家管理에 넘기는 것은 오히려 事態를 더욱 惡化하는데 지나지 않는다.」⁽³⁴⁾

그러므로 한 때 美國의 一部 論者들이 提唱한 바 있는 매스·미디어의 社會責任論은 그 志向하고자 한 目標은 매우 崇高하나 이를 實現코자 한 手段(一部의)은 贊成할만 한 것이 못된다. 公共性의 增大·維持를 強調하는 나머지 企業의 自由나 表現의 自由가 조금이라도 侵犯되어서는 안될 것이다. 더구나 公正性을 口實로 政府의 法的規制나 制度的介入이 許容된다면, 이것은 그야말로 歷史의 後退가 아니고 무엇이라.⁽³⁵⁾

V. 매스·컴퓨터레이션 企業의 새로운 傾向

매스·컴퓨터레이션 企業은 近代社會의 工業化 및 都市化와 더불어 19世紀 後半으로부터 20世紀 初葉에 이르는 사이에 다른 一般企業과 함께 產業化하기에 이르렀다. 產業化한 이 企業이 高度의 技術과 巨大한 資本·金融을 必要로 하는 經營組織體으로 發展되어 가게 됨은 必然的過程이 아닐 수 없다.⁽³⁶⁾ 한편 20世紀 前半에 飛躍的인 進展을 본 電波미디어의 普及·發達과 함께, 그칠 사이 없이 開發되어 가는 現代의 科學技術의 導入·應用으로 因한 各種 미디어의 치열한 競爭의 展開는 世界的으로 매스·컴퓨터레이션 企業의 新局面을 가져 오게 하였다. 이제 그 現代의 傾向의 大貌를 展望하여 보면 大略 다음과 같다.

1) 大規模의 產業(즉 大企業化)이란 점. 外國의 큰 新聞社, 放送局에 대하여는 말할 필요도 없고 國內의 그것도 보더라도, <中央日報의 資本金——6千萬원, 東亞日報——1億5百52萬5千원, 韓國文化放送——3億萬원, 合同通信社——1億5千9百80萬원>⁽³⁷⁾의 大資本, 즉 大企業의 ranking에 올라서

(33) 島崎憲一, 「現代新聞의 原理」(日本 弘文堂新社, 1968) p. 76.

(34) Sir Norman Angell, *The Press and the Organization of Society* (London, 1922) 參照.

(35) The Commission on Freedom of the Press, *A Free and Responsible Press* (Univ. of Chicago Press, 1947) pp. 79—106 參照.

(36) J.E. Pollard, *op. cit.* p. 3.

(37) 中央日報의 資本金은 同紙 1969年 2月 27日字 掲載의 同社 4期 貸借對照表에서, 東亞日報의 그것은 同紙 1969年 2月 18日字에 掲載된 同社 43期 貸借對照表에서, 文化放送의 그것은 1969年 2月 27日字 서울신문 掲載의 同社 7期 貸借對照表에서, 그리고 合同通信의 경우는 1969年 2月 8日 朝鮮日報 所載의 同社 24期 決算公告에서 各各 引用하였음.

한편 日本의 경우를 잠깐 살펴 보면, 日刊紙의 경우 94社의 資本金이 다음과 같이 나타나고 있다.

10億圓(日貨)以上		2社
2 "	"	11 "
1 "	"	16 "
8千萬圓	"	6 "
5 "	"	15 "

고 있음을 알 수 있다.

2) 미디어 運營體 사이에 結合(併合·合同)의 現象이 두드러지게 나타나고 있어, 이것은 結果的으로 매스·미디어 資本의 集中化를 招來하고 있다. 이 事業이 企業으로서 成功을 거두기 위하여는, 資本主義下의 一般 他企業과 마찬가지로 巨大한 資本을 集中함으로써 優秀한 現代的設備를 갖추는 일과 다른 한편으로 既存의 他 미디어 企業과 合理的으로 結合 또는 提携함으로써 競爭能力을 充實·增大하게 됨은 自然之勢라고 하겠다. 그러기 위한 第一步는 企業組織 形態를 株式會社로 編成하게 마련이니, 이 法人體의 長點은 大資本을 吸收하기 쉬운 뿐만 아니라 그 壽命이 긴데에 있으며 나아가서는 資本의 證券化로 因해서 企業間的 結合을 용이하게 해주기도 한다.

매스·미디어 企業의 結合 現象은 Trust, Kartel, Konzern 등의 形式으로 全世界에 걸쳐서 나타나고 있으나, 主로 英·美·獨 등 地에서 심각해 지고 있는 現狀이다.⁽³⁸⁾ 우리나라에서도 一種의 新聞企業 Kartel에 가까운 것이 없지 않은데, 이에 대하여는 後述하기로 하겠다.

이러한 結合의 盛行은 結果的으로 매스·미디어의 獨占化와 少數化를 促進하게 되었고, 이에 따른 弊端이 社會問題化하기도 하였다. 英國의 兩次에 걸친 Royal Commission on the Press 와 The National Newspaper Industry: A Survey 나, 美國의 Hutchins Committee⁽³⁹⁾가 다 이것을 立證해 주는 것이다. 그러나 事態는 豫想했던 것 보다 그렇게 深刻한 缺陷을 內包하고 있는 것 같지 않다. 反面에 少數化에 따른 質的向上 같은 面도 否認할 수는 없을 것이다.

3) 多角經營化의 傾向. 印刷媒體와 電波媒體 그리고 필름등을 綜合的으로 多角經營하는 傾向이 顯著해졌다. 多角經營을 하지 않더라도 新聞과 放送은 近緣關係에 있는 고로해서 共存協調하고 있는 것이 사실이다. 電波媒體의 發生과 成功은 一時 “新聞의 斜陽產業論”까지 나오게 하였지만 실제에 있어

1 " " 18"
1 " 未滿 12"

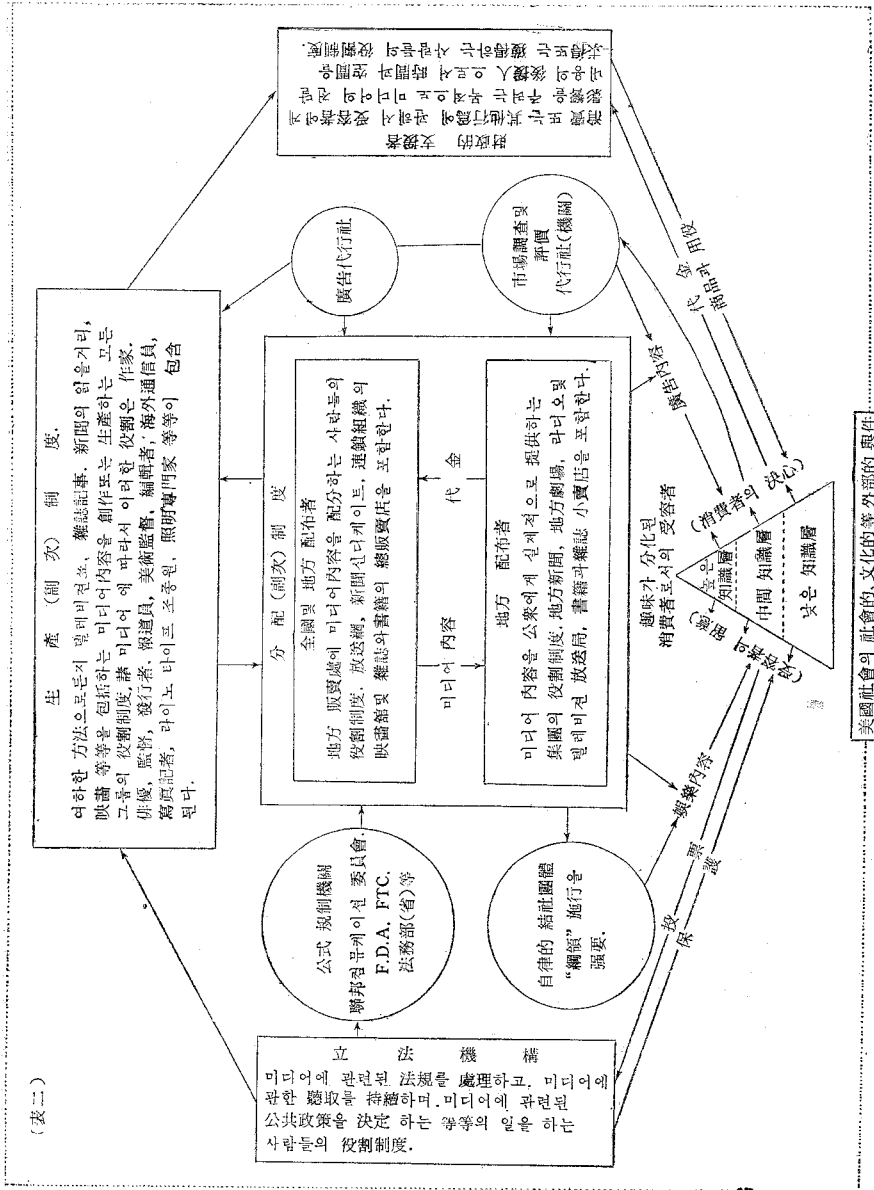
但 8千萬圓 以下の 各紙는 主로 地方紙, 特殊紙, 또는 業界紙 등이 그 大部分을 차지하고 있다—「新聞經營」(日本新聞協會刊, No. 24, 1968) “經營資料” (p. 75)에서 引用.

(38) 美國에서의 新聞結合은 흔히 “Chain”으로 불리는 것으로 全部 130個가 있는데 그 중 큰 것을 紹介하면, Gannett系가 全國에 29紙(日刊 및 日曜紙)를, 그리고 Newhouse系가 26紙를 所有하고 있다.—*Editor and Publisher International Year Book, 1968*에서 引用.

Group Newspaper 로 불리는 英國의 新聞結合 중에 Roy Thomson (1964年 Lord of Fleet의 稱號를 女王으로부터 받다)의 그것은 可謂 매스·컴뮤니케이션 帝國이라고 呼稱할 만 하다. 이 傘下에는 日刊·週刊을 합해서 130紙(加 39, 英 54, 美 27)의 新聞이 美, 阿, 亞, 濠 등 世界 各地에 걸쳐 있다. 또한 新聞 以外에도 10數個의 라디오와 TV 放送會社를 經營하는 한편 出版, 雜誌, 印刷 등에도 손을 뻗치고 있다. 이 “帝國”의 總資產은 約 3億弗로 推算되고 있으며, 1966年 10月 1日에는 The Times까지 그 傘下에 집어 넣어 世界的으로 큰 衝激을 주었다.—「新聞經營」(No. 16, 1966) 所收 “英美에 있어서의 新聞의 Group經營” 參照.

한편 西獨의 巨大한 新聞 Konzern의 王者 Springer는 直系 6紙, 傍系 5紙의 日刊紙와 많은 週刊을 發行하고 있는데, 그 總部數는 1,200萬 以上에 達한다고 한다. 특히 西獨의 ‘超地方紙’로 看做되는 日刊紙의 總發行部數인 480萬部 중 그 89%에 該當하는 430萬部가 그의 傘下에서 나오고 있는 사실은 매우 놀란단 한 일이라 하겠다.—「新聞經營」(No. 18, 1967) 所收 “西獨 新聞界의 巨星 슈프링거” 參照.

(39) Royal Commission on the Press의 “1947—49年” 및 “1961—62年”의 兩報告書와 1947年의 Commission of Freedom of the Press의 報告書는 널리 알려져 있어 여기서 다시 紹介하지 않겠다. *The National Newspaper Industry: A Survey*는 英國의 全國紙 勞資合同委員會(The Joint Board for the National Newspaper Industry)가 經濟專門調查機關인 Economist Intelligence Unit에 依頼하여 1966年 1月부터 1年間 調査된 全國紙의 新聞企業에 관한 報告書이다. 이 報告書는 Wilson首相의 要求에 依해 1967年 1月 18日에 公表되었는데, 그 內容은 英國의 全紙國가 매우 險難한 經營狀態에 있다고 지적하고, 앞으로 現在의 cost構造를 바꾸지 않으면 日刊紙 2 및 日曜紙 1이 廢刊될지 모르며 夕刊紙는 重壓下에 허덕이게 될 것이라고 警告한 것이다.



美國社會的 社會的, 文化的 等 外部의 條件 (De Fleury의 Theories of Mass Communication p. 152 에서 引用)

서 그리 悲觀할 정도는 아닌 것 같다. 이러한 가운데 雜誌媒體의 旺盛한 進出을 보게 되어 同列에 개기에 이르른 것은 周知의 事實이다. 新聞媒體가 이를 놓치지 않고 多角經營化의 하나로 집어 넣고 있는 사실은 매우 흥미있는 일이라 하겠다.⁽⁴⁰⁾

4) 技術의 革新化. 컴퓨터의 利用을 비롯해서 印刷의 革新, 通信衛星의 利用, Colour TV의 普及 등등 매스·미디어 產業의 技術改革의 將來는 그야말로 豫測不許의 狀態를 이루고 있다 해도 過言은 아닐 것이다.⁽⁴¹⁾

四. 매스·컴퓨터통신 事業의 社會制度論의 分析

新聞도 放送도 雜誌도 이제는 이미 단순한 言論·報道의 미디어에 그치고 있는 것이 아니다. 즉 現代의 產業構造 속에 直接 엉켜 있는 marketing media로서도 크게 作用하고 있음은 周知의 事實이다.好不好 간에 매스·컴퓨터통신의 이름으로 불리워질 수 있는 것은 모두 產業社會의 構造 속에서 그 구실이 定해져 있게 마련인 것이다. 編輯取材의 觸手が 白壁館의 가장 은밀한 房에서부터 貧民街의 板子지붕에 이르기까지 뻗치고 있는 것과 같이, 매스·미디어는 廣告라는 業務를 통해서 모든 企業과 直接的인 關係를 맺고 있다. 그 廣域的인 接觸은 銀行企業에 比肩되기도 한다. 여기에다 編輯, 販賣(普及)를 加하게 되면, 이 세 根幹으로부터 뻗어 내린 細根은 모든 社會構造 속에 浸透해 들어가서 個人 또는 集團의 意識·行動·組織에 連結되는 것이다. 이 廣域的이고 深層的인 相關關係에 他企業에서 볼 수 없는 高度의 公共性이 연유하는 것이라고 할 수 있다.⁽⁴²⁾

要컨대 社會가 工業化하고 都市化하면 自然히 「4 mass의 經濟」時代로 突入하게 된다. 西歐에서는 이미 19世紀 末부터 ① 大量生産(mass production) ② 大量販賣(mass selling), ③ 大量傳達(mass communication), ④ 大量消費(mass consumption)의 經濟를 樹立하였다. 그런데 이러한 經濟社會에서의 財貨의 生産과 分配는 항상 一定한 制度的環境 아래서 行하여 지게 마련이다. 이 制度的環境이란 비단 經濟的體制的 歷史的인 環境의 制度를 가르킬 뿐만이 아니라 生産技術, 市場經濟, 經營을 둘러싼 諸立法 또는 政治的影響, 文化制度, 社會制度, personality system 등의 모든 制度的環境 속에서 營爲되어진다.

이제, 「4 mass의 經濟」의 社會에서 比較的 갖추어진 制度的環境 아래 매스·컴퓨터통신 事業이 關聯된 各面과 어떠한 相關關係를 가지고 움직이고 있는가를 그 하나의 模型的實例로서의 美國社會에서 찾아 보기로 하겠다. De Fleur는 그의 Theories of Mass Communication에서 이 相關關係의 作用面을 圖式化해서 前頁의 圖表(表二)와 같이 表現하여 주고 있다.

매스·컴퓨터통신이 社會制度的으로 움직여 나갈 때에 그 가장 重要的 構成分子가 受容

(40) 「新聞經營」(No. 17, 1966) “現代新聞產業의 特質과 展望” 參照.

(41) Remote control에 依한 自動寫眞植字機와 오프셋輪轉機는 이미 널리 使用되고 있고, 近者 프랑스의 France-Soir紙는 처음으로 종이 대신 프라스틱 印刷를 해 냈으며 日本에서는 家庭에서 新聞을 電送模寫하는 「電波新聞」의 試驗에 成功하였다는 것이다.

「新聞經營」(No. 21, 1967, “英國新聞의 危機”; No. 24, 1968, “新聞產業에 있어서의 電子計算機 利用의 全體像을 追求하여”) 參照.

(42) 「新聞經營」(No. 4, 1963) “古典의 ‘新聞經營論’을 넘어 신 것”

者라고 하는 사실은 다시 말할 것도 없다. 이 受容者の 性格은 매우 복잡한 構成分子로서, 여러가지 점에 있어 多層·多様하면서도 彼此에 相關關係로써 일켜있는 것이다. 매스·컴퓨터의 社會制度 안에서 受容者란 構成分子가 어떻게 움직이고 있는가를 測定하는데 있어서는 大略 ① 個人的差異論 (Individual differences theory), ② 社會的範疇論 (Social categories theory), ③ 社會的相互關係論 (Social relationships theory)의 세 가지 理論⁽⁴³⁾이 있어, 이에 따라 그 測定에 있어서 基本的資料의 一部分으로서의 變數가 나타나게 된다. 이 세 理論은 모두 受容者가 주어진 送信의 內容에 대하여 나타내는 바 “留意”, “解釋” 및 “反應”의 類型을 결정짓는 行態過程(또는 機構)을 이끌어 내는 것이다.

이 세 理論에 대한 설명은 本稿의 目的하는 바가 아니므로 여기서는 論及하지 않기로 하고, 우선 受容者の 各關聯者에 대한 行態的關係서부터 살펴 보기로 한다. 一般 市場調査에 從事하는 調査機關은 各 媒體의 受容者가 무엇을 즐기나를 調査·實測하거나 또는 各 送信責任者에게 受容者가 「무엇을 願하는가」에 대한 情報를 供給하는 것이다. 이렇게 해서 이 制度內的 第一次의 構成分子로서의 受容者와 第二次의 構成分子로서의 調査·評價機關 사이에는 連結關係가 成立한다. 순수하게 理論的인 述語로 表現하면, 이 두 構成分子는 役割的 制度이며, 따라서 실제로는 副次的인 制度이다. 그리고 이것은 어떤 意味에서 一方的連結인 것이다. 왜냐하면 이러한 調査에 應하는 受容者の 경우 그 調査機關에 대한 情報提供에 대하여 普通 何等의 反對給付도 받지 않기(때로는 僅少하게 받는 수도 있다) 때문이다. 情報資料도 受容者로서의 構成分子로부터 調査機關으로서의 構成分子에게 流出되나, 그 反對의 경우는 거의 없다.

다음으로 매스·미디어 內容의 流出狀況을 보기로 하자. 어떠한 形態의 內容이건 간에, 그것은 配布者로부터 受容者에게 流出하게 마련이다. 그런데 配布者로서의 構成分子의 役割的 制度는 媒體에 따라 各各 다르다. 뿐만 아니라 이 全般的 構成分子 內部에는 여러개의 다른 副次的 制度가 存在한다. 우선 먼저 여기에는 地方販路의 當局者가 있게 되는데, 이들은 大體로 受容者와 直接的인 接觸을 維持하는 것이다. 특히 地方紙나, 地方의 劇場이나, 또는 地方 放送局은 各己의 受容者에게 가장 直接的인 送信을 할 수 있는 位置에 있다고 하겠다. 그러나 全般的 構成分子의 副次的 制度는 이 地方 미디어와 不可分の 關係를 맺고 있다. 즉 新聞의 syndicate 나, 放送網이나, 또는 劇場의 連鎖網은 그 미디어 內容을 그들의 地方 販路者에게 내 보내 준다. 이 두 副次的 制度 사이의 連結方式은 交流型으로, 地方 販路者는 代金を 그리고 上位 配布者(즉 全般的 構成分子)는 미디어 內容을 서로 주고 받는다. 또 어떤 경우에는 前者는 用役을 그리고 後者(다른데서 돈을 받는다)는 代金を 주고 받는 수도 있다.

受容者와 配布者의 關係는 얼듯 보면 거의 一方的連結같이 보인다. 配布者는 娛樂內容(廣

(43) M.L. De Fleur, *op. cit.* pp. 119—122, 127—128, 129—133 參照.

告 以外の 모든 內容을 가르킨다)을 흔히 廣告와 함께 受容者에게 供給하나, 受容者는 直接的인 意味에 있어 거의 反對給付를 하지 않는다. 實相으로 말하면, 配布者가 懇求하는 바는 바로 受容者의 ‘留意’에 있는 것이다. 그래서 配布者는 이것을 그의 財政的支援者 即 스폰서에게 팔게 된다. 이에 덧붙여, 이미 論及하였드시 受容者가 調査機關에 情報를 提供함으로써 그것은 反對給付의 形式으로 配布者에게 되돌아가게 되어, 그가 알고자 하는 ‘留意’의 量이 計測될 수 있는 것이다. 이 때에 그 모든 構成分子 사이에 벌어지는 連結狀況은 점점 복잡해지기 때문에 制度上的 境界線을 가리어 내기란 容易한 일이 아니다.

受容者, 調査機關 및 配布者 등의 構成分子 外에 役割的制度로서의 미디어 生産者의 경우를 살펴 보기로 하자. 이 分子의 一次的連結은 財政的支援者 및 配布者와 맺어지는 것으로, 生産者는 그들로부터 代金を 받고 미디어 內容의 여러가지를 製作·供給하는 것이다. 그리고 이 生産者로서의 構成分子에는 多數의 副次的制度가 있게 마련인데, 이를테면 俳優, 監督, PD, 寫眞技師, 技術者, 海外特派員, 電信編輯者, 필립製作者, 勞組指導者, 發行人, 事務陣 等等的 많은 實例를 들 수 있다.

財政支援者, 配布者, 生産者 및 調査機關을 서로 連結시키는 것으로는 廣告代理店이 있게 된다. 이 構成分子는 一次的으로 스폰서로부터 代金を 받고 그 代價로서 아이디어와 用役을 提供하는 것이다. 그런데 이 廣告代理店은 大體로 配布者에게 廣告內容을 供給하는 것이 常軌로 되 있으며, 때로는 調査機關과도 連結關係를 갖게 되기도 한다.

위에서 본 바 서로 얽히고 설켜있는 이 모든 構成分子의 복잡한 機構 위에, 그것들을 統制하는 또 다른 副次的制度가 있으니, 이것이 바로 立法機構이다. 美國에서의 立法機構은 聯邦 및 州의 兩級으로 分立되어 있는데, 여기서 統制的構成分子로서의 重要한 一部 任務를 遂行함으로써 各媒體에 관한 規制法規를 制定하도록 되 있다. 그리고 여기서 立法된 政策을 施行·執行하는 또 하나의 重要한 役割的制度로서의 公式規制機關(F.C.C., 法務省 등의)이 있다. 이 立法機構와 受容者의 사이의 連結은 다시 말할 것도 없이 投票行爲와 輿論으로 맺어진 統制的 構成分子다. 그래서 前者는 이 두가지 現象에 敏感하고 또한 依支하게 되는 것으로 짐작된다. 또한 受容者, 立法機構 및 公式規制機關 사이의 情報交流는 大略 公開的이다.

統制的 構成分子(法制面의)와 함께 一種의 規制的인 구실을 하는 또 하나의 機構가 있으니, 이것이 私設의 自律的 結社團體이다. 여기서는 綱領 따위를 만들어 내어 이것으로써 配布者에 대한 어느 정도의 統制를 힘쓰고 있는 것이다. 配布者는 이에 대하여 돈(會費, 寄附金, 負擔金 등)을 내고, 이 團體들은 반대로 監視 및 그 밖의 用役을 提供한다.

統制를 달고 있는 副次的制度에서는 美國 全體의 外部的인 與件(external conditions)의 一般的狀況을 勘案해서, 미디어 內容을 <容許될 수 있는 것>과 <容許될 수 없는 것>의 두 가지로 가리어 내게 되는데, 그 作業은 大端히 복잡한 것이다. 外部的인 與件으로서의 社會 全體의 構造를 둘러 싸고 있는데에, 道德的인 것과 公式的인 法律에 나타나 있는 精神에 관

한 美國 社會의 一般的인 規範이 存在한다. 法律로 制定되어 있지는 않지만, 美國의 一般的인 文化規範과 信仰도 같은 位置에 있으니, 이에 依하여 美國의 市民에게 무엇을 알리고 또 무엇으로써 그들을 만족케 해주느냐 하는 基準이 서게 되는 것이다.

媒體는 各已 多少 다른 方法으로 어떠한 社會制度의 一般的 모델에 잘 맞도록 適應해 들어 가야 한다. 그러므로 매스·미디어 產業의 分析도 社會制度의 概念을 떠나서는 無意味하다. 또한 이 概念的構成은 매우 복잡한 것이란 점과 各 媒體는 하나 하나가 分離된 制度이면서도 한편으로 모든 미디어가 制度的인 面에서 彼此에 깊이 連關되어 있다는 사실에도 留意해야 할 것이다.

이미 論及하였듯이, 매스·컴퓨터 制度의 構造는 社會, 經濟 및 文化的 與件에 大部分 左右되는 것이다. 따라서 美國의 매스·미디어 事業의 社會制度的 制約要素 로서는 그들의 ①企業의 自由에 대한 信念, ② 利潤追求의 合法性에 대한 見解, ③ 統制的 資本主義의 利點, 그리고 ④ 言論의 自由에 관한 價値觀 등이 모든 그 밖의 外部的인 與件을 構成하는 것으로 본다. 여기에 첨가해서 道德的 制限觀念과 文化的嗜好性도 包含되어야 할 것이다.

制度自體內的 主要한 內部的 與件으로서는 우선 財政的인 것을 손 꼽을 수 밖에 없다. 그 制度內的 거의 모든 構成分子는 職業的 役割構造로서, 그 人事的動機는 原次的으로 貨幣에 있는 것이다. 즉 돈을 벌기 위하여, 그들 모두가 窮極的으로는 모든 構成分子의 中心體인 受容者에 依存한다. 따라서 만일에 受容者의 決心이 ‘留意’, ‘購買’ 및 ‘投票’ 등에서 不利하게 나타나게 된다면, 그 制度는 심한 困難을 겪게 되는 것이니, 마침내는 廢亡하게 될지도 모른다.

한편 受容者의 行態에서 일어나는 劇的인 變化도 때로는 關係된 媒體의 制度內에 가장 극심한 分裂을 일으킬 수 있다. 勿論 이러한 分裂은 흔하지는 않으나, 생기는 수가 없지는 않다. 그러면 이와 같은 受容者의 行動上의 劇的變化를 未然에 防止하는 要諦는 무엇일까? 그것은 다시 말할 것도 없이 可能的 大多數의 受容者에게 그들이 만족할 수 있는 送信內容을 提供함으로써 그 制度의 必要性에 合致되는 그들의 役割을 遂行하게끔 心的動機를 마련해 주는데 있다고 하겠다. 다시 말하면 이런 送信內容이 그 制度의 安定을 維持해 주는 것이다. 이 制度上의 觀點으로 볼 때, 理想的인 內容은 受容者의 注意를 이끌어 줌으로써 그들로 하여금 商品을 購買하게끔 說得하면서도 동시에 嗜好의 基準과 道德的規範內에 여유있게 머물러 있어서 統制構成分子의 不利한 規制가 介入치 않도록 하는 것이다.

要컨데 美國에 있어서 매스·미디어의 社會制度는 그 基盤이 더욱 더 공고해지고 있는 것이 사실이다. 將來에 그 自體的安定을 지탱할 것으로 보이는 미디어 內容의 變化가 期待되기는 하지만, 迅速하고도 큰 性格上의 變化가 있을 것 같지는 않다. 허나 一般市民의 敎育水準이 徐徐히 上昇함에 따라 그들의 嗜好가 바뀔 수 있는 展望도 선다. 한편 性에 대한 道德觀의 基準이 크게 開放的인 方向으로 옮겨감에 따라, 多少 敎育의 惠澤을 받은 受容者 大衆은 映畫나 TV 드라마에서 한 층 더 大膽한 性묘사를 要求하게 될지도 모른다. 그리고 其他의 內容의

基準에 있어서는 그 變化 與否를 豫測키 不許하나, 아뭏든 복잡한 經路를 밟을 것 같다.

그러나 現在로서 보면, 이른바 <低級한 趣向의 內容>의 機能은, 뿌리 깊게 制度化한 이 社會 制度의 財政的安定을 유지해 주고 있는 것으로, 이 社會制度는 동시에 美國의 全經濟體制와도 굳게 融合되어 있는 것이다. 그런고로 美國의 매스·컴유니케이션 企業 制度가, 一部 批評者의 痛駁 따위로 因해 바뀔 可能性은 전혀 없는 것으로 보인다.⁽⁴⁴⁾

以上에서 觀察·分析한 것은 이미 言及한 바와 같이 美國의 경우이다. 그래서 나라에 따라서는 應당 그 分析의 內容이 달라질 밖에 없을 것으로 思料되나, 같은 資本主義制下的 自由로운 言論이 存在하는 限 거기에 原則적으로 그다지 큰 差異가 나타나지는 않을 것이다.

五. 우리나라의 경우

우리나라의 매스·컴유니케이션 事業을 여러가지 角度에서 檢討·分析하는 일은 무엇보다도 關係 資料의 貧困으로 因하여 매우 어려운 作業이라 아니 할 수 없을 것이다. 허나 資料가 許諾하는 限度內에서 거칠게나마 여기서 一瞥해 보기로 하자.

우선 이 事業이 지금까지 걸어온 過程에 대해서 歷史적으로 時期 區分을 하여 보면, 筆者의 所見으로서는 다음과 같이 나누어 볼 수 있다.

<新聞의 경우>

1. 移植 및 鬭爭時期——大體로 企業으로서 크게 考慮되지 않았다. (1883—1910)
2. 半企業時期——半企業·半抗日的 課業 時期. (1920—1940)
3. 企業志向時期——企業으로서 自立하려고 하는 傾向이 없지 않으나, 아직도 混亂 또는 新聞外的 要素가 相當히 크게 作用하고 있는 時期. (1945—至現在)

<放送의 경우>

1. 官營放送 一貫時期
 - 가) 日帝의 官營放送期(1927—1945)
 - 나) 解放 및 獨立以後의 官營放送期(1945—1954)
2. 官營 및 民營放送의 兩元制 時期
 - 가) 民營放送의 出現(1954—)
 - 나) 商業放送의 出現(1959—)
 - 다) 官營 TV 放送의 出現(1961—)
 - 라) 商業 TV 放送의 出現(1964—)⁽⁴⁵⁾

新聞이나 雜誌나 放送이나 또는 映畫나⁽⁴⁶⁾ 할것 없이 모든 매스·미디어에 關聯된 事業이, 비록 幾十年의 짧은 時期 동안이긴 하지만 險峻한 가시밭 길을 걸어 왔다는 것은 周知의

(44) *Ibid.* Chapter VIII.

(45) 千寬宇, 「言官 史官」(培英社, 1969) pp. 157—247; 「放送文化」(韓國放送會館刊, 第2卷 第3號, 1969年 4月) 所收. 印雲燮, “韓國放送史 (1)”; 및 文化公報部刊의 「한국방송현황」(1969年 4月) 參照.

(46) 映畫에 대하여는 短編의인 論文이 여럿 있는데, 특히 解放 以前에 대한 것으로는 高島金次の 「朝鮮映畫統制史」(1943年刊, 朝鮮映畫文化研究所 發行)를 參照하기 바란다.

事實이다.

그러면 이렇게 險難한 過程을 밟아 온 이 事業의 現況은 어떠하며, 또한 이것을 어떻게 分析할 것인가를 생각해 보기로 하겠다. 現在 우리나라에는 日刊新聞이 36紙(1968年 現在 韓國新聞協會에 加盟한 것), 라디오 放送局(AM, FM)이 40局, 그리고 TV局이 4局 運營되고 있다.⁽⁴⁷⁾ 그런데 이것을 所有 및 組織形態로 分析해 보면 다음과 같은 결과가 나온다.

<新聞의 경우>

(表三)

組 織 形 態	社 數	%
株 式 會 社	24	67.7
個 人 企 業 體	11	29.6
社 團 法 人	1	2.7
(計)	36	100.0

<放送의 경우>

라디오(AM, FM)放送局 總數 40局

(表四)

組 織 形 態	局 數	%
國 營	17	42.5
株 式 會 社	17	42.5
財 團 法 人	6	15.0
(計)	40	100.0

資料 : 1968年 「韓國新聞年鑑」 및 文化公報部 刊 「한국방송현황」 (1969)

以上에서 보면 放送의 경우에 國營體의 局이 約半數에 肉迫하고 있는 것을 除外하고는 大體로 私企業으로서의 外形을 보여 주고 있다. 分明히 近者의 一部 中央紙에서 兼營되고 있는 週刊紙(誌) 분단을 보면 매스·미디어 事業이 商業的 베이스에서 달리고 있는 것 같기도 한 것이다. 그런데 李祥雨氏의 「韓國新聞의 內幕」에 依하면 韓國의 新聞을 “韓國型 商業主義” 라고 規定하여 그것이 商業化하고 있는 것으로 말하면서도 실상인 즉슨 「……어느 特定人이 新聞外의 목적으로 新聞을 이용할 경우 그 新聞은 이미 新聞이라고 부를 수는 없는 것이다」라고한 다음에 「……新聞은 돈벌이가 잘 되는 다른 企業體의 護衛機關……」이라고 말하고 있다. 그는 다시 「또 한 가지의 類型이 있다. 다른 企業體는 갖고 있지 않지만 역시 新聞의 일 보다는 다른 목적에 더 관심이 있는 經營者이다. 그는 新聞기업체의 실질적인 所有者가 아니라 말하자면 일종의 管理者이다. ……그는 항상 新聞을 그만두었을 경우 다른데로 옮겨 앉을 「자리」를 머리 속에 그리고 있으며 좀더 나은 「자리」를 얻기 위해 권력의 눈치를 살피야 하는 것이다. 이 경우 新聞은 그의 政治的 處身을 위한 발판으로서의 역할을 하게 된다.」⁽⁴⁸⁾라고 말함으로써 韓國의 新聞을 特殊하게 類型化하였다.

사실상 우리나라의 新聞이 眞正한 意味의 企業化 段階에 있는지는 상당히 疑問視되는 것 같다. 그 實證的인 一例로서는 많은 新聞이 缺損經營을 敢行하고 있는 사실로도 알 수 있다. ×紙의 경우 1969年 2月 27日 同紙上에 發表된 缺損金이 890餘萬圓(移越缺損金은 總 1億 6千3百50餘萬圓)이나 된다. 大部分의 新聞이 決算公告를 發表하지 않기 때문에 全國의 狀況을 分明히 把握하기는 어렵지만, 위의 實例만으로 보아도 무엇 때문에 巨額의 缺損

(47) 新聞의 數는 1968 「韓國新聞年鑑」에, 그리고 放送局의 數는 上掲 「한국방송현황」에 各各 依據했다.

(48) 李祥雨, 「韓國新聞의 內幕」 (三省社, 1969) pp. 76-77.

을 내면서도 新聞經營에 執念하는지를 理解하기 困難하다. 이미 言及하였듯이, 매스·미디어 事業은 文化活動도 政治活動도 慈善事業도 아니다. 放送의 경우는 新聞의 그것과 크게 다른 故로 別問題이나, 通信社의 경우는 新聞보다도 더욱 甚한 狀態에 있는 것 같다. 通信社 運營은 依例히 赤字이기 마련이라는 것은 우리나라 新聞界의 하나의 常識같이 되어 있다. 本是 이것은 通信社의 屬性의 하나인⁽⁴⁹⁾ 것으로, 이 때문에 美國 같은 곳에서도 協同組織體가 採用(AP 같은 경우)되고 있는 것이다. 高明植氏는 우리나라 通信社의 赤字運營에 대하여 「……여기 우리나라 國內通信社의 赤字運營의 실태가 문제된다. 우리나라의 通信社들은 모두가 利潤을 목적으로 하는 民間商業組織이면서도 通信業務만 가지고는 赤字를 보고 運營을 계속해 나가고 있다는 것은 우리나라 通信社의 또 하나의 特殊性이다. ……이렇게 볼 때 우리나라의 通信社를 「赤字運營의 文化事業」이라고 하는 말이 나오는 것도 수궁이 가지만, 合同通信이 麥酒, 코카콜라의 企業體를, 同和通信이 紡績業體를, 東洋通信이 시멘트企業體를 背景으로 하고 있는 것을 생각하면 「赤字運營의 文化事業」이라는 評은 더욱 正鵠을 찌른 感이 나며……」라고 말한 다음, 그는 다시 「……우리나라에는 3個通信社가 鼎立할 수 있을 만 한 新聞界의 실정이 아닐지도 모른다.」라고 상당히 深刻한 分析을 하고 있다. 그리고 그는 新聞과 關聯해서 「우선 서울에서 發行되는 中央의 全國紙 가운데 몇 個社를 제외하고 黑字를 올리고 있는 新聞이 얼마나 되며 특히 地方의 群小紙들의 경우에 想到할 때 新聞社로부터의 通信料를 收入의 基本으로 하는 民間商業組織의 通信社들이 存立할 수 있는 基盤이라는 것이 얼마나 脆弱한 것인가를 생각지 않을 수 없을 것이다」⁽⁵⁰⁾라고 말하므로써 新聞과 通信社의 企業性의 內面을 밝혔다.

이렇게 보면 一部 商業 또는 民營放送을 除外하고 우리나라의 매스·컴퓨터케이션 企業이 營利를 目的으로 하는 健全한 企業性에 그 基盤을 두고 있는 것 같지는 않다. 萬一에 現在 우리나라에 매스·미디어에 관한 많은 問題가 山積해 있다고 한다면, 그것들은 무엇 보다도 먼저 企業性의 缺如(外形의으로는 그렇지 않지만)에서 派生되 나오고 있는 것이 아닐까?

다음으로 社會制度論的인 若干의 檢討를 試圖해 보자. 우선 外部的 輿件 중의 가장 重要한 것으로 經濟社會의 內容이 아직 「4 Mass의 經濟」에 도달한 것으로는 볼 수 없다. 周知하듯이 近者의 經濟成長率이 눈부신 것만은 사실이나, 大量消費의 段階에는 미치지 못한 듯 하다. 이를테면 다음과 같은 新聞廣告의 內容分析(表五)에서 나타난 결과를 보더라도 一般 商品 廣告는 大端히 微弱한 形편에 있음을 알게 되니, 大量消費의 社會는 遼遠한 것 같다.

(49) 通信社에는 集中性, 獨占性, 國籍性이 특별히 強하게 나타나고 있다. 그런데 通信社가 본래 新聞經營을 合理化하는 手段으로서 생겼기 때문에, 通信社의 經營이 힘들게 되는 屬性이 나오게 되는 것은 그 本來的 運命的性格의 所產이라 하겠다. 그래서 한 나라에서 複數의 通信社를 유지하기란 거의 不可能하다고 한다. 1958年 5월에 있는 UP와 INS의 合併도 이런데 그 原因이 있다. 兩者가 다 企業으로 시작된 것인데, Hearst系인 INS의 14年間の 缺損은 3千萬弗에 達하였다 하니 그 合併은 不可避한 結果라 하겠다——城戶, 日高共編, 「講座 現代 매스·컴퓨터케이션, 3—저널리즘」(日本 河出書房新社, 1960) pp. 75—78 參照.

(50) 高明植, “出血경영·過當競爭의 奇現狀”, 「저널리즘」 創刊號(1969年 가을) 所收.

(表五) 廣告分析 (種類別)

業 種 別	分 布 (%)	
	1967. 7~12	1968. 1~6
醫 藥 品	31.08%	28.78%
其 他	25.95%	31.35%
映畫·演劇·興行·娛樂	25.29%	17.83%
出 版·印 刷 物	3.95%	4.16%
食 品	3.75%	4.86%
外 國 廣 告	2.07%	2.16%
家 庭 用 化 學 製 品	1.19%	1.61%
衣 服·日 用 品	1.08%	1.66%
其 他 家 庭 用 品 機 器	0.34%	1.37%

* 主로 소수집 이상의 業種別 品目만 掲載했음.

資料源: 合同通信社 廣告企劃室.

1) 67年 下半年 廣告量, 廣告費.

2) 68年 上半年 廣告量, 廣告費.

하다는 것을 말해 주는 것이다.

한편 受容者의 ‘留意’와 ‘決心’이 連結 관계에 있는 다른 構成分子와 얼마나 緊密하게 作用하고 있는가도 大略 짐작이 간다. 投票등의 行爲로 나타난 결과가 그다지 크게 受容者 保護의 形態로 되돌아 오지 않고 있는 것도 거의 사실이다. 또한 調查機關의 구실이 缺如되고 있는 것도 周知하는 바와 같다. 다만 公式 規制機關으로서의 公報部가 立法機構의 節次를 거친 法律 第 1486 號(1963年 12月 12日)〈新聞·通信 등의 登錄에 관한 法律〉을 執行하여 傳達內容 아닌 制度的規制를 加하고 있는 것은 또 하나의 特殊性이라고 보겠다.

이와 비슷한 特異性은 自律規制機關에서도 엿보인다. 韓國新聞協會, 編輯人協會, 記者協會, 週刊新聞協會, 放送協會, 雜誌協會, 出版協會 및 各 倫理委員會 등 一種의 自律的機構가 完備되어 있긴 하나 이들의 傳達內容에 대한 自律規制的 活動은 그리 旺盛하게 展開되고 있는 것 같지는 않다. 勿論 1957年 4月 制定의 新聞倫理綱領(1961年 7月 修正)을 비롯한 各 미디어別의 完備된 倫理綱領이 찬연히 빛나고 있긴 하지만, 受容者와의 連結關係에서 유감없이 作用하는 것 같지도 않다.

끝으로 受容者自體에 대한 문제점도 적지 않을 것으로 思料되나 紙面관계와 資料入手의 難關으로 해서 여기서는 論及하지 않기로 한다.

六. 맺 는 말

매우 거칠게나마 매스·컴퓨터이션 事業에 대한 私見의 一端을 展開해 본 셈이다. 이 事業은 企業으로서 發生하고 企業으로서 자라나서 마침내 大產業으로서 世界的으로 주름

(51) 李一基, “韓國製紙工業과 紙類生產現況”, 「印刷界」(創刊號, 1969年 9月) 所收; 및 上記「저널리즘」所收의 鄭晉錫, “增面은 不可能한가?” 參照.

그리고 最近에 論難되고 있는 新聞의 增面 문제에 있어서도 一部에서는 增面이 되었을 때의 廣告量에 對해서 극히 悲觀的展望을 하고 있는 것으로 傳聞되고 있다. 즉 문제는 用紙(國內生産量으로 充分하다)⁽⁵¹⁾에 있는 것이 아니라 增面된 紙幅을 채울 廣告가 없다는 것이다. 이것은 매스·컴퓨터이션 制度的의 副次的 構成分子로서 的의 財政支援者가 充分치 못

을 잡고 있는 現況이지만, 여기에는 이미 指摘하였듯이 몇 가지의 문제점이 內在해 있는 것이다. 무릇 어떠한 制度이든 完璧한 것은 있을 수 없는 것이 眞實이고 보면, 이 경우에 있어서도 多少의 矛盾이나 難點이 있다고 해서 곧 이것 때문에 그 存廢가 심각하게 論難되어질 까닭은 없다. 오히려 運營의 妙와 誠實한 努力으로써 그 矛盾과 難關을 解決·打開해 나가야 할 것이다. 아뭏든 先進國은 先進國대로 開發 途上에 있는 나라들은 그 나라들 대로 이보다도 더 좋은 制度를 찾기는 어려우리라. 때문에 企業으로서의 매스·컴퓨터케이션 制度는 앞으로도 永遠히 우리가 發見할 수 있는 最善의 것임에는 틀림 없다.

도리켜 우리나라의 매스·미디어 事業의 現況은 果然 어떠한 位置에 있는가를 보자. 신문 및 통신에 대하여는 이미 論及한 대로 極히 一部の 新聞을 除外하고는 企業性이 度外視되고 있음으로 因하여, 그 企業經營의 目的이 新聞外的要素에 있는 듯이 보인다고 해도 過言은 아닐 것 같다. 過去 十數年間に 걸쳐 實施되온 新聞協會의 紙面 및 紙代統一(一種의 Kartel)은 다른 理由도 있겠지만 이런 企業性의 缺如를 커버 하려고 하는 主因으로도 推測된다. 따라서 이것을 Dovifat가 말하는 目的新聞의 範疇에 집어넣어도 無妨할듯 하다. 다음으로 雜誌는 現在總數 510餘種이 每月 約 400萬部를 發刊한다고⁽⁵²⁾ 傳해지고 있으나, 擧皆가 零細運營에 허덕이고 있는 實情⁽⁵³⁾인즉, 그 企業性을 云謂할 餘지가 아닌듯 하다. 出版部門에 있어서도 資金의 零細性과 함께 貧弱한 市場性으로 因한 企業의 不振이 한결같이 指摘⁽⁵⁴⁾되고 있어 雜誌의 경우와 大同小異하다. 映畫 역시 企業化에의 길은 까마득한 모양이다. 도대체 필름產業의 育成을 목적으로 마련됐다는 映畫法(1962年 制定, '63年 및 '66年 改正)이 이렇다 할 實効를 거두지 못한채 도리켜 이에 대한 再改正의 是非가 높아지고 있다는 것이다. 要컨데 現況에서 分析된 論者들의 結論은 韓國의 映畫產業을 “不渡 產業”으로서 表現할 정도로 되어있다.⁽⁵⁵⁾ 이러한 가운데 民營의 電波미디어만이 着實한 企業으로 成長(國營放送이 並行되고 있긴 하지만)함으로써 그 企業性이 樹立되어가고 있다고 하겠다.⁽⁵⁶⁾

이렇게 觀察하여 보면, 우리나라의 매스·컴퓨터케이션 事業의 當面の 課題는 企業性의 樹立 즉 企業化의 確立을 先行시키도록 努力하는 然後에 그 公共性과의 調和를 企圖하는데에 있을 것으로 推定해도 無妨할 것 같다. 勿論 이 경우에 社會, 經濟, 文化, 政治의 外的 與件이 제대로 成熟되어야 함은 再論할 必要조차 없다는 것을 밝혀둔다.

(52) 新亞日報(1969年 10月 30日字) 所載, “近代化의 先鋒 70年——한국 雜誌의 어제와 오늘” 參照.

(53) 中央月報(1969年 11月 1日字) 所載, “韓國의 雜誌” 參照.

(54) 東亞月報(1969年 12月 11日字) 所載, “終章의 문턱서 되돌아 본 60年代——出版”; 및 新亞日報(1969年 12月 11日字) “60年代의 出版——出版凶作” 參照.

(55) 서울신문(1969年 12月 11日字) 所載, “문화 60년대”; 및 大韓일보(1969年 12月 6日字) 所載, “60年代의 文化——映畫” 參照.

(56) 大韓일보(1969年 12月 11日字) 所載, “電波時代에의 발돋움” 參照.