

매스 미디어

정보 중심 사회의 기동

신문·잡지
키오스크의 매장에
진열된 신문과 잡지



일본에서 언론의 자유는 기본권으로 보장되어 있다. 일본의 낮은 문맹률과 새롭고 자극적인 정보에 대한 갈망은 대중매체가 발전하는데 기여하였다. 지난 수십 년 간에 컴퓨터와 디지털 통신기술의 진보로 인해 인쇄와 방송 매체에 많은 변화가 있었고, 인터넷을 근간으로 한 월드와이드웹을 통해 새로운 대중매체가 창조되었다.

신문

1868년에는 도쿄, 오사카, 교토, 나가사키에서 일간지는 아니지만 국내 소식을 담은 신문이 발간되었다. 1870년에는 최초의 신문인 '요코하마 마이니치 신문'이 발간되었고, 뒤를 이어서 다른 신문들도 속속 발간되었다. 오늘날 대부분의 주요 일간지들은 1870년대에 발간된 것이다.

오늘날의 신문은 대형 미디어 재벌의 중심 역할을 담당한다. 텔레비전 네트워크와 프로스포츠팀 및 그 밖의 사업체를 가지고 있다. 2018년 신문 구독자 수는 평균 0.70명. 주요

일간지는 대개 조간과 석간(일요일 제외)을 동시에 발행하며 약 95퍼센트의 신문이 집으로 바로 배달된다. 일반 신문 외에도 스포츠신문, 정당 신문, 타블로이드판, 산업 무역 신문 및 레저 관련 신문이 있다.

전체 판매 부수의 50%이상을 차지하는 5대 일간지는 일본 전역에서 지방판으로 배포된다. '요미우리 신문', '아사히 신문', '마이니치 신문', '니혼 게이자이 신문', '산케이 신문' 순으로 발행 부수가 많다. 이러한 신문 협회들은 해외영업부가 있으며, 이 중 몇몇 신문은 매일 해외판을 인쇄하는 데 사용하는 디지털 데이터로 전환하기 위해 통신 위성을 사용한다. 많은 지방 도시와 마을에는 지방의 소식을 다루는 지방 신문들이 있다.

처음에 신문은 서점에서 위탁 판매되었으나, 1903년에 '호치 신문'을 시작으로 가정 배달이 활성화되었다. 2016년 구독 신문의 95%는 16,731곳의 판매소에서 각 가정 및 사무실로 직접 배달되는 신문이며, 배달 직원수는 31,7016명에 달한다. 한편, 신문가판대에서 5% 이상 할인해 주지 않는다. 일본의 또 다른 특이한 제도는, 배포 대리점과 구독 사원의 역할을 함께 하는 독점 대리점을 지정하는 것인데, 이는 1930년 이후에 널리 퍼지게 되었고, 오늘날까지도 영향을 미치고 있다. 이러한 제도로 인해 일본에서는 신문 배포가 원활히 이루어지고 있다.

신문 협회에 더해서 교토 뉴스 서비스와 지지 프레스 뉴스 대행사들이 국내, 국제부를 지원하고 외신 서비스를 제공하고 있다.

일본에는 두 종류의 영어 일간지 '재팬 타임스'와 '재팬 뉴스'가 있다. 일부 외국 신문은 일본에서 인쇄하고, 나머지는 해외에서 항공으로 운송된다. 이들은 주요 호텔이나 서점들에서 구할 수 있으며, 도시의 전철역이나

지하철 역의 매점에서도 볼 수 있다. 그러나 인터넷과 휴대폰의 보급과 더불어 젊은 층을 중심으로 신문의 구독 비율이 감소하고 있다. 일본의 총인구 수가 감소 추세에 있어 신문의 발행 부수 또한 감소하고 있다. 게다가 신문 광고 마저 줄고 있어 신문 업계에 비즈니스 스타일의 변화를 요구하고 있다.

서적과 잡지

2017년에는, 약 75,412가지의 책과 잡지가 일본에서 출판되었으며, 새로 출판되는 서적은 광범위한 분야를 다룬다. 분야별로, 사회과학과 문학은 각각 전체 서적의 5분의 1정도를 차지하고, 미술, 기술, 산업, 자연과학과 어린이 서적이 그 다음을 차지한다. 판매에 있어서는, 주로 중장년층이 가장 좋아하는 역사소설, 추리소설 같은 인기 있는 문학작품들이 다른 장르보다 훨씬 앞서간다.

일본에서는 매주, 격주, 매월 그리고 분기별로 엄청나게 다양한 잡지가 발행된다. 대부분의 잡지는 주요 신문사와 서적 출판사에서 발행되고, 몇몇은 잡지 전문 출판사와 독자적인 기관이나 특별한 이익단체에서 발행되는 잡지들도 있다.

본래 주간지는 주로 신문사에서 발행했지만 1956년 2월 '주간 신초'를 시작으로 서적 출판사들이 이 분야에 발을 들여놓았다. 주간지는 일간지보다 널리 배포되고, 더 깊이 있는 기사를 다룬다. 내용 또한 방송인의 가십과 정치 스캔들로부터 소문, 세상을 떠들썩하게 하는 범죄이야기에 이르기까지 광범위하다. 재미있게도 이들은 '게릴라 저널리즘'으로 불리며, 헌법에 보장된 출판의 자유를 방패삼아 자신들을 지켜야만 하는 일도 종종 있다.

'분게이 순주(문예 춘추)', '주오 고론(중앙공론)'과 같은 일반 잡지와 그 밖에 오랫동안 발간되어 온 월간지들은 오랫동안 명성을 유지해 왔으며 교양 있는 사람들이 주로 구독하는 반면, '위드', '모어'와 같은 젊은 여성 독자를 겨냥한 패션 잡지 또한 널리 읽혀지고 있다. 최근 몇 년 사이에, 잡지는 특정 연령대의 사람들과 특별한 분야에 있는 사람들, 가령 수집가, 스포츠 팬, 개인 컴퓨터 사용자들의 관

심을 끌 수 있는 내용에 더 초점을 맞췄다.

평균 연령대가 증가하는 것에 초점을 맞춰 중 장년층을 겨냥한 신간도 계속해서 발행되고 있다. 외국 잡지들의 일본판 또한 잡지 시장의 한 부분을 차지하고 있는데, 일례로 1986년 이래 발행되어 온 일본어 버전 '뉴스 위크'지를 들 수 있다. 한편, 최근 몇 년 동안 수많은 일본잡지가 해외판으로 발행되었는데, 이들은 주로 중국과 한국의 젊은 여성 독자들을 겨냥한 것이다.

'망가(만화)'로 알려진 코믹 잡지와 서적은 청소년과 성인 모두에게 인기가 있다. '망가' 시장은 거대하다. 2018년 총 매출액은 출판 전체의 22.1%를 차지했으며, 판매 부수는 33.8%를 차지했다. 일본 애니메이션이 세계적으로 각광을 받게 되자, 많은 일본어 '망가'가 외국어로 번역되어 해외에서 출간되었다. 미국의 월간 코믹 잡지 'Shonen Jump'는 일본에서 180만 부(2019년 3월 현재)가 발행되는 주간 '망가', '쇼넨 점프'의 이야기를 번역한 것이다.

상대적인 관점에서 볼 때 아주 작긴 하지만 전자서적 시장 또한 급속도로 상승세를 보이고 있다. PC나 PDA에서 읽을 수 있는 형식으로 된 전자서적을 제공하는 서비스가 많으며 2003년에는 휴대폰에서 읽을 수 있는 소설이나 그 밖의 전자서적을 제공하는 새로운 서비스가 도입되었다. 최근에는 전자책이 보급되기 시작하여 민간조사에 의하면 2018년 8월 시점에 44.7%의 사람이 전자책을 이용한 적이 있다고 대답하였다.

방송

1925년에 일본에서 라디오 방송이 시작되었지만, 제2차 세계대전 종전까지는 정부 산하 '닛폰 호소 교카이'(NHK: 일본 방송협회)가 라디오 방송을 독점하였다. 1950년에는 NHK가 공영도 민영도 아닌 특별협회로 재편성되면서 새로운 법이 효력을 발효하였다. 민영회사와는 달리, NHK는 정부에 의해 활동에 제한을 받았다. 의회 승인이 있는 후 장관이 임명한 사람들로 이루어진 정부 기관인 '관리 위원회'가 프로그램 및 다른 업무와 관련된 결정을 한다. . NHK 라디오와 텔레비전은 상업광고를

하지 않는다. 약 98%에 해당하는 운영 수익이 매월 시청료에서 확보된다. NHK 텔레비전은 1953년 2월 도쿄에서 처음으로 선을 보였다. 같은 해 8월에는 ‘요미우리 신문’이 운영하는 최초의 상업 방송국이 출범하였다.

처음 몇 년 간, 텔레비전은 단지 소수만이 가질 수 있는 사치품이었고, 대부분의 사람들이 ‘스모’와 다른 스포츠들을 시청하기 위해 종종 기차역과 다른 장소에 설치되어 있는 텔레비전에 모여들었다. 텔레비전이 도입된 지 5년 만에, 등록된 텔레비전 수신자의 수가 100만 명을 넘어섰다. 1960년 칼라 텔레비전이 보급되었을 때는, 판매수가 급속도로 증가하였다. 1962년까지 칼라와 흑백 텔레비전을 보유한 사람들의 수가 10배로 증가하였고, 이는 전체 세대의 절반에 약간 못 미치는 1000만 명 이상에 이르렀다. 1964년 도쿄 올림픽 개최로, 더 많은 사람들이 텔레비전을 보유하게 되었다.

1950년대 후반에는 흑백TV와 세탁기, 냉장고가 ‘3가지 보물’로 일컬어졌지만, 고도 경제 성장과 더불어 컬러TV가 에어컨, 자동차와 더불어 ‘신 3가지 보물’로 불리며 급속도로 보급되었다. 기술력도 해마다 향상을 거듭하여 고품질을 자랑하는 일본의 컬러 TV는 일본의 주력 수출품이 되었다. 1978년에는 세계 최초로 음성다중 실용화 시험 방송을 개시하였으며 1992년에는 세계에서 처음으로 플라스마 디스플레이(PDP)를 사용한 TV를 개발하는 등 세계의 기술 혁신에도 기여했다. 지금도 3D TV와 유기ELD 등 세계의 텔레비전 기술을 선도하고 있다.

정보 기술의 발달에 의해, 지금까지는 따로 구분되어 왔던 방송과 통신 분야가 융합하게 되었다. 예를 들면, 2006년에는 휴대폰으로 텔레비전을 보는 ‘원세그’ 방송이 시작되었다.



1997년 도쿄의 오다이바에 완성된 후지텔레비 사옥은 그 독특한 디자인으로 이제 오다이바의 상징이 되어 있다.

위성 방송과 디지털 방송

1987년에 전체 방송을 위성으로 송신하는 NHK 위성방송국(BS)이 2개의 채널로 시작되었다. 1990년에는 WOWOW이라 불리는 일본 최초의 상업 BS채널이 도입되었다. 아날로그 형태의 통신 위성방송국(CS)은 1992년에 시작되었고, 디지털 CS방송국들은 1996년에 퍼펙TV(지금은 SKY퍼펙 TV)에 의해 시작되었다. 2000년 12월에는 BS디지털 방송국들이 라디오, 데이터 전송 채널과 10개의 텔레비전 채널로 시작되었다.

지상파 디지털 방송은 음향, 화상, 문자와 같은 서로 다른 정보를 음향신호와 화상 신호를 압축함으로써 대량으로 한번에 전송할 수 있게 한다. 지상파 디지털 방송은 기존 아날로그 TV방송이 제공해온 화상과 음향과 같은 기능의 품질을 향상시킬 뿐만 아니라, ‘ISDB-T’로 불리는 일본의 표준 지상파 통합 디지털방송서비스와 같은 새로운 서비스를 제공할 수 있다. 이 서비스는 뉴스, 날씨, 교통정보의 서브타이틀을 제공하는 문자 데이터 전송, 하나의 채널에 복수의 프로그램 동시 전송, 인터랙티브 프로그램 등이 가능하다. 문자 데이터 전송은 고연령층이나 장애가 있는 시청자들도 필수 정보를 손쉽게 이용할 수 있도록 해준다. 동시전송은 스포츠 경기가 방송시간대를 초과할 경우 스포츠 생방송과 동시간대에 편성된 프로그램의 방송이 가능하다. 인터랙티브 TV는 시청자가 인터넷을 통해서 TV프로그램에 참여할 수 있다. 다양한 유용한 기능을 가진 ISDB-T는 일본뿐만 아니라 전세계에서 도입되고 있다.

일본에서는 1998년 이후 케이블 TV회사는 점진적으로 디지털TV로 전환해왔다. 일부 민영 TV방송과 일본의 공영방송인 NHK는 2003년에 디지털 TV방송을 시작하였다. 2011년 3월에 발생한 동일본 대지진과 쓰나미의 피해를 입은 일부 지방을 제외하고 2011년 7월에 아날로그 방송이 종료되었다. 2012년 3월 31일, 지진이 발생한 지역에서도 아날로그 방송이 종료되었으므로 전국이 위성 디지털 TV 방송으로 바뀌었다.

2012년에는 세계 최고 높이의 자립식 전파탑 도쿄 스카이트리(634m)가 완공되어. 지상파 디지털 방송과 휴대용 기기 전용 지상 디지털 방송 서비스(원 세그)의 송신기능이 강화되었다.



디지털 방송 (사진제공 : 일본방송협회)



세계 최고 높이의 전파탑
도쿄 스카이트리

인터넷과 월드와이드 웹

1993년 일본에 상용 인터넷서비스 제공자들이 등장하였다. 2016년 인터넷 사용자는 1억 84만 명이며, 보급률은 83.5%였다. 놀랄만한 증가의 두 가지 원인으로는, 1999년 12월에 시작된 휴대폰 인터넷 사용으로 사용자 수가 증가하였고, 인터넷 사용 요금이 세계에서 가장 저렴하다는 점이다. 2015년 세대당 인터넷 브로드밴드 접속률이 전체의 96.9%이며, 73.3%가 광케이블을 이용하고 있다.

신속하게 고속 인터넷망이 구축된 덕분에 일본에서는 TV뿐만 아니라 인터넷이 오락을 제공하게 되었다. 민간조사에 의하면 2018년에는 1750만명이 인터넷 상의 정액제 동영상 제공서비스를 이용하고 있으며 2021년에는 이용자수가 2360만명까지 늘어날 것으로 예상하고 있다.

일본에서 인터넷 보급은 SNS나 YouTube와 같은 유저들이 정보를 올리는 게시판형 사이트의 인기를 높여주었다. 일본은 YouTube 열람자 수가 세계에서 세 번째로 높다.