

MP3Player의 변화에서 나타나는 재매개적 특성 II: 외형적 변화와 문화, 사회적 패러다임을 통한 재매개성

Remediation Characteristics that Appear in the Change of MP3Player II : Re-mediation through Appearance Changes, Cultural and Social Paradigms

이진혁*, 이영천*, 구윤희**
(주에프오알씨엔씨*, 서영대학교 산업디자인과**)

Jin-Hyuk Lee(jides91@paran.com)*, Young-Chun Lee(lee01002@paran.com)*,
Yoon-Hee Koo(yoonhee9@gmail.com)**

요약

최근 국내의 MP3P는, DMB, 영상재생, 라디오, 전자사전, 저장장치, 인터넷이 제공되는 그야말로 통합 멀티미디어 기기가 되고 있다. 그러나 이러한 기능들이 모두 한 번에 매개되어 제공된 것은 아니다. 따라서 이러한 기능들을 확보하거나 탑재하기까지 어떠한 변화가 있었는지, 그리고 그 변화를 가능하게 하는 원인은 무엇이었는지를 연구하는 것은 매체를 통한 매체의 변화요인을 접근하는 것이다. 결국 이 연구의 핵심 논점인 MP3P의 변화를 통해 문화, 사회적 변화의 요인들을 접근할 수 있게 함으로써 매체를 통한 사회상을 연구하는 방법론적 시도가 될 수 있을 것이다.

이 연구는 MP3Player의 계보적 변화에 따른 재매개성을 접근한 것이다. MP3Player의 재매개성을 통한 매체의 변화를 살펴보고, 이를 통한 사회적 맥락성의 변화도 접근하였다. 하나의 매체가 변화하는 요인은 다양하지만, MP3Player의 변화에는 기술적 변화 외에도 각 매체간의 재매개성이 존재한다. MP3Player의 재매개성을 통한 변화에는 '기기간의 재매개성'과 '사회 맥락적인 재매개성'이 있다고 하겠다.

■ 중심어 : | MP3Playe | 재매개성 | 사회적 맥락 |

Abstract

A Korean MP3player also has become complex multimedia device which can provide various functions such as DMB, image playback, radio, electronic dictionary, storage device, and Internet. However, these functions are not provided through one-time mediation. Therefore, studying which changes were made for obtaining or installing these functions and what made such changes possible will be a basis to approach the change factors of medium through medium. Ultimately, by enabling to access the factors of cultural and social changes through MP3player, the main point of this study, it will be a methodological attempt to study a social aspect through medium.

This study approached re-mediation according to the genealogical change of MP3player. This study researched the change of media through mediation of MP3player, and approached the change in social contextuality through this. The factors for which a medium is changed are various, but in the change of MP3 player there is re-mediation of each medium in addition to technical change. That is, it is deemed that there are 're-mediation among devices' and 'socially contextual re-mediation' in the change through re-mediation of MP3player.

■ keyword : | MP3Player | Remediation | Social Context |

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

이 연구는 MP3P(mp3음원을 재생하는 장치, 이하 MP3P)의 매체가 변해가는 과정을 분석함으로써 매체의 변화에는 문화나 사회적인 변화의 맥락이 반영되어 있다는 가설을 제시한다. 또한 점점 모호해지는 MP3P의 기기적 특성과 나아가 매체적 특성을 논의한다. 이러한 매체에 대한 접근과 관점이 향후에 나타나게 될 다양하고 새로운 미디어의 담론화, 그리고 그것을 가능하게 하기 위해서는 문화-맥락적인 해석이 요구된다는 관점을 제시할 수 있을 것이다.

특히 지금의 MP3P가 만들어지기까지는 이전의 미디어와 MP3P미디어간의 상호관련성, 그리고 MP3P기기를 통한 재매개성이 연관되어 있다. 따라서 재매개적 관점에서 MP3P의 계보학적 논점들을 참고하였다. 볼터(Jay David Bolter)의 논점은 다분히 변증법적인 한계성을 가지고 있기는 하다. 특히 비매개와 하이퍼매개적 특성이 하나의 재매개적 특성을 만들어 낸다는 논리적 한계는 있지만, 상호간의 진동(oscillation)을 통해 지금의 MP3P가 존재한다면, 그러한 논점이 한계성을 제공하기보다는 하나의 매체에 관한 논점을 접근하는 방법론이 될 수 있을 것이다. 따라서 재매개의 개념은 볼터의 논점을 차용하되, 매체간의 상호관계와 문화맥락적인 차원에서 인용하고자 한다.

2. 연구 접근방법 및 범위

이 연구는 2편의 연속된 논문으로 구성된다. 1편에서는 계보적인 변화를 통해 기술적 변화의 패러다임을 4개의 주요한 변화 지점으로 구분할 수 있다고 결론 내렸다. 또한 그 기준에는 사회적 요구와 맥락이 관계하고 있는데, 그것은 바로 기기를 사용하는 목적, 기술적 실현의 목적성과 함께 사회적 요구도 반영되었기 때문이다. 후편 격에 속하는 이 연구는 MP3P의 재매개성에 관한 논점으로 접근한다. 특히 '기기간의 재매개성의 관계와 사회적인 맥락성의 반영'이 주요한 논점인데, 하나의 기기가 다른 기기와의 관계 속에서 상호간의 간섭과 영향권 아래 지속적인 변화를 빠르게 보인 것은 바로

MP3P였다. 따라서 MP3P가 변화하는 원인에 대한 접근을 기술적 변화에서 읽을 수도 있지만, 이 연구에서는 다른 매체와의 관계와 사회적 변화의 재매개성을 중심으로 접근한다.

II. MP3P의 재매개성을 통한 매체적 변화

1. 기술적 변화의 물리적 반영

1.1 외형적 변화와 한계

초기의 MP3P는 기존의 워크맨보다 자유로운 디자인이 가능했다. 테이프라는 저장매체의 한계를 가지지 않았기 때문에 상대적으로 박스형 타입의 디자인을 피할 수 있었다. [그림 1]은 기술적 변화에 따른 디자인의 차이를 단적으로 보여준다. 또한 아이리버(레인콤의 세이름)에서 출시한 미키마우스 타입의 MP3P는 미니멀리즘의 경향도 볼 수 있다. 이렇게 팬시 제품과 유사한 캐릭터상품으로 출시할 수 있었던 것은 MP3P가 상대적으로 자유로운 조작성을 통해서도 사용자에게 다가갈 수 있는 가능성을 가지고 있기 때문이다. 이 변화에 대해서는 다양성의 측면에서만뿐만 아니라, 소비자의 측면에서도 해석할 수 있는데 소비자는 이제 하나의 장치를 소비하는데 있어 기계적인 구현장치를 소비하는데 그치지 않고 자기를 표현하고, 조작성의 즐거움을 원하기도 하며 제품을 통해 캐릭터를 소비하려는 경향도 나타나고 있다고 하겠다. 물론 이전의 워크맨류도 그러한 캐릭터적 성향을 가질 수 있었지만, 크거나 재생매체의 물리적 한계를 벗어나지 못하였기 때문에 외형적이고 물리적인 한계는 최근의 변화와는 다른 것이라고 할 수 있다.



그림 1. 소니의 워크맨과 초기 MP3P인 레인콤의 MP3P와 아이리버의 미키마우스

아날로그에서 디지털로 전환된 변화는 외형적인 변화에 그치지 않고, 조작성에도 변화를 가져왔다. 그러나 가장 큰 변화는 물리적 한계에 대한 구조적 변화이다. 마그네틱 테이프나 CD의 사용은 저장매체의 한계를 그대로 반영하고 있었다. 특히 휴대성을 위한 소형기기라는 특성은 저장매체 부분을 제외한 나머지부분을 가장 작게 만들어야 했으므로 저장매체의 외형을 유사하게 따라갈 수밖에 없었다. 그러나 디지털로 전환된 MP3P는 상대적으로 작은 메모리 칩이 저장매체였기 때문에 그러한 형태적 제한은 적었다 따라서 초기의 MP3P는 형태적으로 자유로운 디자인의 적용이 가능했다. 그러나 이러한 자유로움은 2기와 3기를 거치면서 다시 제한되는 현상을 보이는데, 이는 이전의 저장매체로부터 영향을 받은 것이 아니라 다른 요인으로부터 영향을 받은 것이다.

1.2 외형적 변화의 크기관계

초기 MP3P의 크기는 작았다. 그래서 휴대하기가 더 용이했다. 그런데 이러한 작은 크기는 지금까지 전반적인 주류를 만들지는 못했다. 이는 마치 휴대전화의 크기가 작은 것을 지향하다가 일정한 시기 이후에 다시 일정 크기 이상으로 커지기 시작한 것과 다르지 않다.

초기 휴대전화의 경우 휴대성에 중심이 맞추어졌다가 영상의 요구와 콘텐츠의 상호매개가 이루어지면서 일정크기 이상으로 다시 커지기 시작했다. MP3P의 경우도 이와 유사하다. MP3P의 크기가 점점 더 커지는 데에는 2기 이후의 영상장치의 변화로부터 기인한다. 초기의 자유롭던 디자인이 다시 제한받기 시작한 것도 바로 영상 기능이 구현되면서부터이다. 또한 PMP나 휴대전화의 기능은 MP3P의 변화에도 민감하게 영향을 미치고 있었다.

MP3P는 단어의 의미상으로는 분명 음향기기에 속한다. 그러나 그러한 음향기기가 단순히 그 본질적 기능에만 충실했다면 지금처럼 커진 화면을 제공할 필요는 없었을 것이다. 이 크기의 변화는 바로 음향장치가 영상장치가 되어가고 있었기 때문이다. 오디오나 CD플레이어가 내장된 다양한 음향재생 장치들은 디자인상의 크기나 기술적으로 집약된 상태, 공간의 효율성 등에

의해 크기가 변화하는 것이지 오디오가 LCD화면 등을 제공하여 영화를 볼 수 있도록 커지는 경우는 없다. 차라리 오디오 매니아들은 보다 큰 스피커를 소유하기는 해도 음향만을 위한 보다 큰 시각장치를 필요로 하지는 않는다. 이는 당연한 결과이지만, MP3P의 변화에서는 당연한 결과이지가 않다. 음향장치가 음향장치에만 머무르지 않았기 때문인데, 만약 휴대전화나 PMP 등의 장치가 mp3파일을 재생하지 않았다면, MP3P의 변화도 재매개된 형태가 아닌, 독자적인 계보를 가질 수 있었을지도 모른다.

표 1. MP3P의 크기변화

구분	특징	기술적 변화	크기적 특징
1기	재생기	아날로그에서 디지털로 변화 (mp3파일 재생)	휴대가 간편한 초소형 크기
2기	저장기	하드디스크 크기가 반영	초소형에서 탈피
3기	영상기	휴대전화의 LCD반영	영상 콘텐츠의 시청 목적이 반영
4기	통신기	인터넷 접속기능	브라우저 구현이 가능한 크기가 반영

결국, MP3P의 크기는 바로 1기의 음향 재생기와 2기의 저장의 시대를 지나 3기의 영상장치가 4기의 통신장치가 되는 변화의 과정을 그대로 반영한다. [표 1]의 1기는 지금의 MP3P에 비하면 가장 큰 차이가 있다. 지금은 최초의 MP3P와 같은 초소형 크기를 취함에 따라 선택한다. 다시 말해서 개인의 취향이나 의도에 따라 음원 재생만을 위한 목적으로 초소형 MP3P를 소비하는 것이다.

2기의 저장기능이 유입되면서 외장하드와의 재매개현상도 일어난다. 더 작은 HDD로 음악이나 영상까지 재생하는 기능이 탑재되어 출시된 것이다. 이처럼 저장 공간에 대한 사용자들의 요구에 맞춰, 보다 효율적인 방법으로 값비싼 메모리형 반도체 보다 HDD를 선택하면서 크기가 다시 커지기 시작하였다. 그러나 비교적 값비싼 MP3P의 경우에는 작아진 크기를 유지하면서 메모리형 반도체의 용량을 높임으로써 저장 공간을 확장한 경우도 있었으나 상대적으로 고가(高價)의 제품으로 인식되어 모든 사용자의 환영을 받지 못했다. 그래서 확장형 메모리 슬롯을 제공함으로써 여타

기기들의 메모리를 함께 사용할 수 있도록 하였다.

또한 이 시기는 휴대전화의 영상화가 급격히 일어나던 시기였으므로 상대적인 차별점을 제공하는 MP3P만의 상품화 전략이 필요했는데, 이것이 바로 저장기능의 확장이었다. 3기로 넘어가는 시기는 휴대전화의 변화와 보조를 맞추는 시기였다. 얼핏 보면 제품의 외관이 휴대전화인지 MP3P인지 분간하기 어려울 정도로 기능적으로나 형태적으로 유사함이 공존하는 시기이기도 하였다. 4기부터는 인터넷 콘텐츠의 유입과 같은 통신기술의 매개와 관련이 있다.

2. 문화, 사회적 재매개성

2.1 노마디즘과 코쿰니즘

2000년을 기점으로 하나의 거대한 담론이 주류화 되었는데, 그것은 바로 노마디즘(nomadism)이었다. 노마디즘은 코쿰니즘(cocoonism)과도 함께 고려해 볼 수 있다. 또한 디지털 환경의 변화로 가장 주목받은 개념 중 하나는 바로 디지털 유목민, 바로 노마드다. 특히 새로운 밀레니엄을 맞이하는 기업들의 마케팅에 밀레니엄 버그를 대체할만한 긍정적인 용어가 필요했는데, 이것이 바로 노마드였다. 결국은 '3A로 부각되는 유비쿼터스[1]'의 문화에 대한 욕망이 투영된 것이기도 하다.

한편 코쿰니즘은 노마디즘과는 반대로 꼼짝하지 않음을 전제한다. 실제로 '페인'이라는 용어는 게임이나 인터넷, 드라마의 노예가 된 그들의 삶을 빗대어 사용하는 부정적인 용어이기는 하지만, 코쿰적 삶을 살수 있다는 가능성이야말로 현대 기술이 선사한 가능성일 수 있다. 이주와 정주에 대한 문제가 현대적 삶에 나타나는 또 하나의 작은 대체는 바로 노마디즘과 코쿰니즘의 사례들일 것이다[2][3]. 코쿰니즘은 새로운 아파트에서도 나타난다. 아파트 단지 내에 할인점, 극장, 쇼펩몰, 학원, 심지어 직장까지 존재함으로써 코쿰적 삶을 가능하게 한다.

노마드와 같은 담론들은 하나의 소비적 흐름을 만들어 낸다. 더 작은 노트북, 음악을 듣는 MP3P, 디지털 카메라를 휴대하는 광고 속 주인공은 역시 노마드족에 대한 소비심리를 부추겼다. 이에 따른 MP3P의 경향도 다르지 않았다. 자유롭게 음악을 듣는 신인류는 젊고 자

유로운 신세대의 표상이 되었고, 디지털 시대를 살아가는 신인류에 대한 자연스러움으로 받아들여졌다. 휴대하지 못하는 것은 곧 구시대적인 기기나 과거의 산물로 취급을 받던 것이다. 공중과 방송뿐만 아니라, 위성을 통한 DMB방송까지 제공되었으니, 노마디즘과 코쿰니즘은 일정정도 담론적인 용어만은 아니었다.

담론적으로 보면 노마디즘과 코쿰니즘은 상대적이지 만 동전의 양면과 같다. 마치 질 들뢰즈의 영토화와 관련한 담론에서 탈영토화를 재영토화와 따로 생각할 수 없는 것과 같다[4]. MP3P에 있어서도 노마드적인 영향은 적지 않다. 디지털기기를 생산하는 당시의 국내기업들은 '디지털 유목민'이라는 용어를 사용하였는데, 이는 그 기기를 사용함으로써 새로운 시대의 패러다임에 귀속될 수 있다는 믿음을 주고 소비의 촉진을 유도하기 위함이다. 결국 MP3P의 소비에도 위와 같은 담론들이 소비문화를 만들어 가는데 일조했고, 다시금 그러한 담론을 탄탄하게 만들었다. 그런데 이러한 변화의 중심에는 디지털화와 온라인 기반의 서비스가 자리 잡고 있다. 탈 장소성과 재목적화가 가능해진 이유도 바로 이러한 인프라적 환경과 담론의 결합에 부합한다.

2.2 탈장소성과 재목적화

TV콘텐츠가 거실의 전유물이었다면 이제는 거실만의 전유물이 아니다. 교육 서비스는 특정 장소를 지칭하던 것에서 벗어나기 시작한다. 인터넷 강의는 중, 고, 대학생은 비롯해 직장인을 넘어 일반인에게도 보급되는 콘텐츠가 되고 있다. 특히 노량진과 종로를 거점으로 하던 입시학원의 무대가 옮겨짐과 동시에 교육 콘텐츠가 온라인 기반으로 변화하면서 성공적인 성장세를 지속하고 있는데, 이러한 변화를 가능하게 하는 데에는 온라인 기반의 서비스 확대와 휴대 가능한 개인화 기기의 전유가 가능했기 때문이다. 이러한 변화는 바로 탈 장소성으로부터 가능해졌다. mp3파일을 재생하던 1기에는 과거의 워크맨과 같은 노마드적인 삶의 모습들이 강조되었다. 다만 과거의 아날로그 방식에서 디지털 방식으로 변화된 것 외에는 휴대성의 본질적 변화는 없는 것처럼 보였다. 그러나 '냅스터'나 국내의 '소리바다'와 같은 음악공유 사이트들은 기존의 패러다임과 차별을

요구했다. 음악을 듣기위해서는 특정한 장소에서 음악을 소비해야하는 번거로움으로부터 벗어날 수 있었다.

또한 놀이장치가 교육장치가 되는 것은 콘텐츠 구현의 문제가 개입되어 있었다. 컴퓨터와 자유롭게 호환되는 다양한 기기(anydevice)들은 콘텐츠를 언제(anytime) 어디서(anywhere)나 접속할 수 있는 인프라 환경 속에서 과거의 서비스 거점을 이동시키고 있다[1]. 이는 모두 탈 장소성이라는 개념과 관련이 있다. '특정 장소에 귀속되지 않는 인프라 환경'이 바로 탈장소성일 것이다. 의식주(衣食住)를 제외한 삶의 모습들, 그 전반의 탈장소성과 관련한 모습들이 구체화되어가는 데에는 디지털기기들의 변화가 지대한 영향을 미쳤다. 그러나 디지털 기술이 휴대용 기기에만 국한된 것은 아니다. 휴대용 기기를 탈장소화하기 위한 통신기술과 인프라환경의 총체적인 변화가 탈장소성을 만들어준 것이다. 이제 음악을 어떻게 듣는가는 장소로부터 귀속되기보다 기기로부터 귀속된다. 이렇게 새로운 탈장소성은 휴대전화, MP3P, PMP, 그리고 노트북등의 기기들로부터 시작되었다.

1기의 초기는 휴대하는 음악기기에 머무른다. 그러나 이때의 이동의 대상은 음악파일 즉, mp3파일이다. 2기로 넘어가면 휴대해야할 대상은 음악파일만이 아니다. 영화파일, 문서, 이미지 등이 포함된다. 따라서 노마드라는 개념이 '들고 다닐 수 있는 가능성'에서 '모든 파일을 들고 다닐 수 있는 가능성'으로 확장된다. 3기의 영상기에는 단순히 들고 다니는 것에 머무르지 않고 즉시 재생할 수 있음을 전제한다. 다시금 커진 MP3P는 PMP와 끊임없이 경쟁하면서 휴대하는 파일을 재생하도록 한다. 여기에는 기술적 변화도 한 몫 한다. 기존의 MP3P는 음악파일을 재생하기 위한 장치가 주류를 이루었지만, 3기 이후부터는 모든 파일을 재생하기 위한 추가적인 소프트웨어가 필요했고, 이에 따라 하드웨어적인 사양들도 높아졌음을 의미한다. 4기의 통신기에는 이제 휴대 가능성을 제공하는 내려 받기와 같은 일련의 행위들까지도 노마드화 한다. 이제 진정한 탈장소성이 이루어진 것인데, 파일을 저장하고 휴대하기 위해서는 장소적 한계는 사라지고 있었다. 1기부터 4기까지의 탈장소성에 대한 변화는 이전의 변화들과는 차이를 보인

다. 이전의 탈장소성 즉, 워크맨이 제공한 탈장소성은 이 장소에서 저 장소로의 장소적 경계가 사라진 것이지만, 노마드적 탈장소성은 장소적 개념자체를 바꾸어 놓은 것이다. 집과 밖이라는 공간적 개념이 사라지고 집이든 밖이든 접속하는 장소 자체가 장소적 의미를 부여받는다. 이러한 탈장소성은 MP3P와 관련한 서비스에 만 의미가 있는 것이 아니다. 사용자의 접속 공간, 장소 등은 '다양한 서비스를 가능하게 하는 존재론적 지점'이 된 것이다.

MP3P의 재목적화는 다양한 재매개 현상으로부터 결정되었다. 가장 큰 변화는 바로 음향재생장치가 영상 재생장치가 된 것인데, 하나의 기기가 다양한 기능을 수행함으로써 재목적화는 이루어진다. 여기서의 재목적화도 1기부터 4기까지의 변화를 반영한다. 1기의 재목적화는 휴대성의 변화이다. 과거 워크맨의 휴대에는 문제가 있었다. 바로 충격에 약하다는 것인데 소위 '음반이 튕다.'거나 '테이프가 씹히는 현상'이다. 그런데 MP3P의 장점 중의 하나는 바로 이러한 충격에 상대적으로 강하다는 것이었다. 따라서 휴대라는 거시적 관점에서 보면 양자가 동일하지만, 미시적으로 따져보면, 이전의 휴대는 휴대가능성이었고 이후의 휴대는 휴대하면서도 행동의 제약을 받지 않는 것이었다. 운동을 하면서 음악을 듣는 일은 이전처럼 조심스럽지 않게 되었고, 행동의 폭이 덜 제약적이었다.

전자사전의 재목적화는 지금도 첨예한 상태에 있다. 1기부터 3기까지는 사전기능이 탑재되는 형식이였다. 그러나 4기부터는 탑재되던 서비스가 접속되는 형태로 변화하는 과정을 겪는데, 이는 iPod과 같은 기기들이 어플리케이션을 통해 서비스하면서 나타나는 과도기적 진통이였다. 또한 재목적화는 음향 재생장치가 휴대장치로 그리고 멀티미디어장치가 되어가면서 나타난다. 목적이 불분명해지고, 다양한 목적이 중첩되었다. 이 현상을 하이브리드(Hybrid)라고 해야 할지, 아니면 컨버전스(Convergence)라고 해야 할지 고민스럽게 만드는 대목이다[5].

2.3 콘텐츠 시장의 재편

[그림 2]에서 음반시장의 규모가 온라인 기반으로 이

동하는 모습을 볼 수 있다. 음악의 주요한 시장은 초기 휴대전화 벨소리 시장을 중심으로 확장되어 갔다. 또한 mp3 음원을 온라인 기반으로 서비스하는 SK텔레콤의 멜론이 등장하면서 온라인 기반의 시장은 확대되어 갔다.

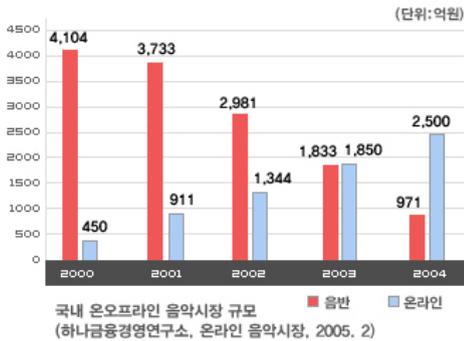


그림 2. 국내 온/오프라인 음악시장 규모

[그림 2]에서 보면 전반적인 매출의 총액 - 2000년, 4,600억원 규모에 달하던 시장규모가 2004년에는 3,500억원 규모 정도였다. - 은 과거에 비해 감소했다. 그 이유는 첫째, 음반을 중심으로 음원을 구매할 때는 원하는 음원만 구매하기가 어려웠다. 그러나 디지털 음원이 확대되면서 원하는 음원만을 구매할 수 있게 되었고, 멜론 등의 온라인 음악 서비스 업체가 정액제를 시행함으로써 상대적인 매출규모가 감소한 것으로 나타난다. 이 변화는 매출액의 차이보다는 음원 시장에 대한 변화가 중요할 것이다. 사용자가 음원을 구매하는 것은 이제 음악 감상에서 벗어나 휴대폰 벨소리, 통화연결음 등으로 확대된 것이다. 그러나 MP3P는 벨소리나 연결음이 요구되지 않는다. 따라서 MP3P의 보급은 음원의 불법복제 문제를 제외한다면, 오히려 음원시장의 활성화에 긍정적인 영향을 미칠 수 있었음을 알 수 있다. 이제는 음원을 재생하는 문제를 넘어서 음원에 대한 부가적인 정보뿐만 아니라, 음원과 관련한 다양한 콘텐츠의 확대, SNS와의 연계성, 그리고 그것을 사용자가 접속하는 UX적 환경 등의 변화를 예고한다.

음원시장뿐만 아니라 다양한 콘텐츠를 제공하는 각종 시장들은 기기들의 변화에 민감하게 반응한다. 소비

의 집중이 분산되고, 분산은 혼종화 된다. 따라서 시장의 재편에 따른 기기의 변화도 주요한 변화를 제공한다. 다만 기기의 변화가 먼저인지, 시장의 변화가 먼저인지는 변화요인마다 차이가 있을 것이다. 디지털카메라가 많이 보급되면서 싸이월드와 같은 관계지향서비스가 확대된 것인지 아니면 그 역의 경우인지는 관점에 따라 해석에서의 차이를 보일 수 있다. 중요한 것은 상호간의 간섭은 분명하다. 따라서 시장의 재편에는 양자간의 재매개현상과 상호간섭, 그리고 타 매체와의 결합이 주요한 원인이다.

교육 콘텐츠는 한국만의 특수성을 잘 반영하는 요소일 수 있다. 교육 콘텐츠는 PMP를 중심으로 제공된 기능이라는 하지만, 전자사전 기능은 기기를 가리지 않고 상대적으로 범용적인 콘텐츠로 제공된 것 중의 하나이다. 3기 이후의 시기부터 나타나는 전자사전 기능도 시장 재편에 따른 영향을 보였다. 전자사전은 별개의 기기를 통해 제공되기 시작하였다. 이 경우에는 보다 전문화된 기능을 중심으로 휴대가 간편한 교육용 사전기기였다. 그러나 대중적인 기능을 수행하면서 우리사회에 무료 콘텐츠로 인식된 가장 특이한 경우는 사전기능일 것이다. 이는 영어교육에 대한 열기의 반영도 있겠지만 그 보다는 놀이기기로 인식된 MP3P의 탈놀이기구화에 대한 영향이 컸을 것이다. 특히 청소년의 경우 상대적으로 고가의 MP3P를 자신의 경제력으로 구매하기는 쉽지 않았을 것이다. 그렇다면, 대체로 부모님의 동의를 득하여 간접구매를 하게 되는데, 이때 교육 콘텐츠인 사전기능은 놀이기구라는 개념을 일정정도 상쇄시킬 수 있다. 즉, 단순히 음악만을 듣는다가나 오락적인 기능을 위해 구매하는 장치가 아니라는 인식을 줄 수 있는 것이다. 사전의 정보는 상대적으로 정보의 양이 많은 편이다. 음악제목, 가수, 재생 시간 등을 제공하는 것 보다는 상대적으로 많은 양을 제공하여야 하므로 제한된 2기보다는 시각적 확장성이 유용한 3기부터 사전의 기능이 보다 수월하게 호환되었을 것이다. 사전 기능의 유입과 교육 콘텐츠의 연동은 음향기기가 영상기기로 변하게 되는 시대적 흐름을 반영하기도 하지만 요구도 반영한다. 시장의 실질적 구매자는 구매를 통한 기대효과를 요구하는데, 언제나 한번이라도 사용할 기회가 생

긴다면, 기왕이면 다기능을 원하는 것이 우리네 구매자들의 특성인 것은 하루아침의 일은 아니다. 따라서 전자사전기능이 MP3P에까지 본격적으로 제공되는 것은 이제 MP3P를 음향기기로 분류하지 말아야 하는 원인 중의 또 하나라고 이야기 할 수 있을 것이다.

이 외에도 문화, 사회적인 변화에 따른 MP3P의 소비와 변화는 다양하다. 몸짱 만들기의 영향은 하루아침의 이야기는 아니지만, 한류의 열풍이 이어짐과 동시에 몸짱 만들기는 열풍의 시각주류 문화의 특성을 그대로 반영한다. 몸짱 만들기는 자기신체의 건강함을 목적으로 하는 것을 넘어서 타인에 대한 시각적 노출을 염두에 둔 일종의 '상징적 동일시'라고 할 수 있다[6]. 이러한 영향에 소위 운동을 하는 공간인 헬스클럽은 운동뿐만 아니라, 음악을 소비하는 공간이기도 하다. 지루한 런닝머신에서 자신이 듣고자 하는 음악을 듣기 위해서 이전의 투박하고 무거운 음원 재생기는 필요하지 않다. 또한 이전의 재생기들은 충격에 대해 안정적이지 않았는데 디지털기들은 이에 대해 상대적으로 안정적인 기능성을 제공한다. 미비한 영향일 수 있지만, 이러한 사회적인 변화들도 MP3P와 그 사용 환경에 변화를 일으킨 요소라고 할 수 있을 것이다.

III. 매체의 변화에 대한 비판적 고찰

1. 음원 소팅(sorting)방식의 차이와 영향

아이튠즈의 음원 소팅(sorting) 방식은 단순히 음원을 재생하는 문제가 아니라, 음원을 듣고 사용하는 사람들의 경험에 영향을 미치는 것이다. 음원재생은 영상장치와 달리 어떻게 들을 것인가가 중요한 경험의 요인이다. 애플의 사례는 문화적인 차이를 보이는 것과 동시에 장치가 하나의 경험을 구체적으로 실현하는 장치임을 시사한다.

음원을 어떻게 들을 것인가는 미디어의 소비와 관련이 있다. 맥루한은 미디어의 분류를 뜨거운 미디어(Hot media)와 차가운 미디어(Cool media)로 분류하였다. 그에 의하면, 뜨거운 미디어는 단일감각을 집중적으로 소비하여 뜨거운 미디어가 되고 상대적으로 감각적 과열

이 적은 것은 차가운 미디어가 된다[7]. 과거의 음악소비는 뜨거운 형태로 소비했을 것이다. 그런데 최근의 음악소비를 보면, 음악만을 듣기보다는 이동 중이나 다른 작업을 동시에 하면서 부가적으로 듣게 되는 경우가 많다. 운동 중, 이동 중 등등의 “중에”라는 개념은 동시적 의미를 제공한다. 단일개념으로 사용된다면 MP3P는 뜨거운 미디어이겠지만, 현대의 매체소비의 행태를 보면 차가운 미디어에 가깝다. 특히 다기능을 제공할수록 위와 같은 현상은 두드러진다.

이전의 음원재생은 앨범별로 정해진 순서를 지키거나 자주 듣는 음원을 구별하여 선별적으로 들을 수 있었다. 그러나 애플의 음원재생방법은 이전과 달랐다. 임의재생이라는 개념을 제공하여 저장한 음원을 임의로 재생하는 방식을 제공하였다. 이것은 음악듣기를 차가운 형태로 소비할 수 있게 하였다. 또한 A-Z등의 어휘별, 음악가별 등의 음원소팅방식은 사용자의 음원듣기가 다양한 형태임과 동시에 음원관리의 별도의 폴더를 만들지 않아도 되는 조작방식의 변화도 가져왔다. 사용자가 음원폴더를 만들고 그 순서에 따라 듣는 것이 아니라, 기기가 임의로 분류한 방법에 따라 음원을 듣는 것은 미디어 소비의 차이를 극명하게 드러내는 대목이다. 여기에는 두 가지의 큰 시사점이 있다.

하나는 맥루한이 제공한 시사점, 즉 뜨거운 미디어와 차가운 미디어의 차이가 21세기에도 여전히 적용되는 것이라고 할 수 있는데, 이러한 애플의 방식은 최근 대부분의 기기들이 적용하고 있다. 이는 기존의 음원사업이 음악을 듣는 개념에만 집중했다면, ‘어떻게’ 들을 것인가의 차이를 통해 나타난 특수성이다. 영화와 달리 음원은 3분 내외의 개체적 콘텐츠이다. 한국만 듣고 마는 것이 아니라, 일정시간동안 여러 곡을 소비하는 패턴은 사용자의 음원듣기 환경에 따라 달라진다. 그러나 휴대성이 전제되는 MP3P가 뜨거운 미디어로만 소비될 것이라면 고정된 음원소팅방식을 통해 음원을 소비할 수도 있다. 그러나 이것을 포괄하는 동시에 음원의 관리와 복사 등에 아무런 제약 없이 사용할 수 있는 음원소팅방식은 매클루언의 분석이 여전히 유효함과 동시에 사용자의 음원소비에 대한 애플만의 고민과 세심함이 엿보이는 대목이라고 할 것이다.

둘째는 음원의 메타코드(메타태그, 아이디 태그)에 대한 차이를 들 수 있다. 당시의 한국 내에서의 mp3음원은 대부분 공유사이트 등을 통해 공유하는 형태였다. 따라서 음원이 임의로 편집된 형식이었고 이에 따라 음원의 메타코드가 일정하지 않았다. 따라서 가수별, 작곡가별, 형식별 등의 음원 소팅을 동등하게 제공하기 어려웠다.



그림 3. 음원분류방법의 차이

[그림 3]에서 보면, 이에 비해 애플의 차이는 iTunes(아이튠즈)를 통해 음원을 제공하고 이 시스템이 기기와 상호 소통하는 방식이기 때문에 상대적으로 일괄적인 음원의 분류와 그에 따른 소팅의 방식을 제공하는 데에 무리가 없었다. 아마도 국내의 경우에도 위와 같은 불법유통 음원이 대중화되기 이전에 애플과 같은 방식의 음원 소팅이 일반화되었다면, 사용자경험에도 유사성이 나타날 수 있었을 것이다. 서비스 제공업체가 유도했던, 사용자들이 만들어낸 환경으로부터 발원했던, 이 차이와 영향은 사용성의 차이로 이어졌고 이러한 차이는 UI의 차이로까지 이어질 수 있었다.



그림 4. 애플의 iPod nano와 아이리버 E100 Season2의 앨범정보[8][9]

또한 [그림 4]처럼 공식적인 음원은 음원에 대한 시각정보가 제공되지만, 임의로 만들어진 음원에는 이 매핑 데이터(mapping data)가 없는 경우가 많다. 따라서 이러한 차이가 향후의 기기에 대한 조작성에 영향을 미쳤을 것이다.

아직도 일부에서는 애플의 방식을 어렵고 번거롭다고 하는 것은 이러한 차이에 대한 영향이기도 하겠지만, 문화나 생활습관, 기술적 인프라의 차이가 오랜 시간동안 관습화되어 영향을 주는 것일 수도 있다. 따라서 이러한 차이들은 UI의 연구와 매체의 매개성을 접근하는 중요한 지점이 될 수 있을 것이다. 이것은 결국 UI의 연구에 있어서 문화적이고 맥락적인 요소들이 어떻게 구체적으로 차이가 날 수 있는가를 보여주는 것을 반증하는 것이기도 하다.

2. 하드웨어에서 소프트웨어로의 변화와 비판

1기부터 4기까지의 변화를 살펴보면, 하드웨어적인 특성에 따른 변화가 주류를 이루었다. 시장에서의 진입장벽을 감안할 때 하드웨어적인 속성은 생산과 소비에 직접적인 영향을 미치는 요소이다. 그런데 이 4단계의 변화 속에서도 그간의 시사점을 찾을 수 있다. 하드웨어적 속성이 변화되면 그에 맞는 소프트웨어가 반드시 변화해야 한다는 것이다.

[그림 5]를 보더라도 안내패널의 변화는 그간의 계보를 반영함과 동시에 소프트웨어적인 속성의 변화까지도 반영한다.

예외의 전형인 블랙스완(Black Swan)처럼 iPod을 열외로 하기에는 그간의 변화에 대한 시사점이 아쉽기만 하다. 또한 그것을 업계의 미비함으로 돌리기에 문제점이 있다. 중요한 것은 이전의 패러다임과는 확연히 다른 패러다임이 등장했다는 것이고 그에 대응하거나 새로운 패러다임을 제공할 수 있는가이다.

이 연구가 구분한 1기부터 4기까지의 변화가 하나의 패러다임이었다면 이제부터는 새로운 패러다임 속에 놓여 있다. 또한 패러다임의 변화 속에는 단순히 기술적 변화와 하드웨어나 소프트웨어간의 담론만이 존재하는 것이 아니다. 문화와 사회적인 관계들은 이러한 변화에 대해 시사점과 변화의 지점을 제공할 수 있을

것이다. 사용자의 사용 환경과 이것을 소비하려는 사용자의 의도와 소비패턴의 연구야말로 하드웨어든 소프트웨어든 양자 간의 담론을 뛰어넘을 수 있을 것이다.



그림 5. 안내 패널의 변화 (1기와 2기)

시장에서의 선점은 산업의 논리를 따른다. 다만 그 시장의 결과는 철저히 사용자의 손에 달려있다. 우리네 MP3P의 업계는 이점을 간과하지 않아야 할 것이다. iPad의 등장을 두고 그간 하드웨어에만 집중했다는 식의 사업관계에 대한 비판만을 할 것이 아니라, 사용자의 존재론적 의도를 제대로 파악하지 않았음을 비판해야 할 것이다. 이제는 새로운 패러다임 앞에서 사용자의 존재론적 가치를 연구해야 할 것이다. 또한 매체는 변화하고 재매개되며, 상호간의 끊임없는 간섭이 있다. 따라서 그 패러다임의 이동을 만들어 내는 주체인 사용자의 존재론적 탐구도 패러다임의 변화에 대처하는 방안이 될 수 있을 것이고, 매체의 빠른 변화를 미래지향적인 관점에서만 바라보기 보다는 과거의 변화로부터 시사점을 찾을 수도 있을 것이다. 왜냐하면 그 변화에는 기술적 변화의 유입 외에도 사회적 변화의 관계뿐만 아니라, 기기간의 재매개 현상과 그 재매개적 현상의 원인을 제공하는 다양한 맥락도 존재하기 때문이다.

IV. 결론

지금까지의 연구결과를 정리하면, MP3P가 지금의 위치에 오기까지에는 수많은 요인들이 있었지만 매체간의 재매개성이나 문화, 사회적인 맥락의 관계가 있었다고 할 수 있다. 이러한 다양한 재매개성은 사회적인 요구나 문화적인 변화로부터 기인하기도 하고, 기술적인 발전과 시장의 변화 때문이기도 하다. 그러나 가장 특이한 것은 ‘매체 상호간의 재매개성’이었다. 특히 휴대전화와 인터넷, 그리고 컴퓨터의 영향은 직접적인 원인이 될 수 있었고, 국내의 경우에는 DMB나 전자사전과 같은 특정 기능에 의한 변화와 재매개성도 나타나고 있었다. 하나의 대상에 대해 역사적인 접근을 한다는 것은 반성과 함께 미래의 모습을 기대하려는 시사점의 도출에 있을 것이다. 따라서 이 연구가 시도한 MP3P의 계보적인 과정을 통한 시사점이 독자적인 기술력을 제고하면서도 아직 부족한 시장에 대한 새로운 인식을 하는 계기이기를 바랐다.

MP3P의 변화는 문화와 사회의 변화에 대한 재매개성도 중요한 요인일 수 있다. 이것은 사용자의 라이프스타일과 교육, 그리고 서비스 전반에 걸친 문제라고 하겠다. 그러기 위해서는 사회에 대한 이해와 매체에 대한 심도 깊은 이해가 바탕이 되어야 할 것이다.

이제 하나의 매체는 기기적 특성뿐만 아니라, UI의 조작성이 중요한 위치에 있다. 사용자의 경험을 결정하고 새로운 서비스로의 무한한 가능성이 예고되는 UX는 이제 MP3P뿐만 아니라, 다양한 디지털 기기의 특성을 결정하는 중요한 부분이 될 것으로 예측된다. 따라서 이 연구가 제시하는 시사점이 UI의 변화를 살펴보는 데 하나의 역할을 할 수 있으면 하는 바람을 가지고 있다.

마지막으로 이 연구는 2개의 연결된 논문으로 구성되었고, 2개의 논문은 개별적 논제를 가지고 있었다. 하나는 계보적 변화에서 나타나는 재매개성인데, ‘기술적 변화와 그에 따른 사회적 관계’를 논의하였고, 둘째는 계보적 변화에서 나타나는 재매개성에 ‘기기간의 재매개성에 따른 관계와 사회적 맥락’으로 논의하였음을 밝힌다. 지면의 한계로 인하여 부분적으로 인용에 대한 반복이 불가피하기도 하였고, 후편 격에 속하는 이 연구는

전편의 단계별 패러다임을 전제하고 분석한 것이었다.

이 연구 결과를 토대로 매체에 대한 관점이 미시적-거시적 관점의 상호연관에 대한 시도로 받아들여지기를 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] 이장욱, 이흥주, *유비쿼터스 혁명*, 이코북, 2004.
- [2] 자크 아탈리, 이효숙 옮김, *호모 노마드 유목하는 인간*, 웅진씽크빅, 2005.
- [3] 군둘라 엘리슈, 이미옥 역, *잡노마드 사회:직업의 유랑자들*, 문예출판사, 2002.
- [4] 이진경, *노마디즘1*, 휴머니스트, 2002.
- [5] 하이브리드컬처연구소 편저, *하이브리드 컬쳐*, 커뮤니케이션북스, 2008.
- [6] 이진혁, 김현석, “자기표현의 웹 UI에서 나타나는 라캉의 ‘상징적 동일시’에 관한 해석”, *기초조형학 연구*, Vol.10, No.1, 2008.
- [7] 마셜 맥루한, 김성기 역, *미디어의 이해 (인간의 확장)*, 민음사, 2002.
- [8] <http://www.apple.com/kr/ipodnano/features/genius.html>
- [9] http://product.iriver.co.kr/product/product_mp4_view.aspx?iCode=327823

저 자 소 개

이진혁(Jin-Hyuk Lee)

정회원



- 2012년 2월 : 홍익대학교 일반대학원 영상학과(박사)
- 1999년 3월 ~ 현재 : (주)에프오알씨앤씨 대표이사

<관심분야> : UI, UX, UT

이영천(Young-Chun Lee)

정회원



- 2011년 2월 : 홍익대학교 영상대학원 인터랙션디자인학과(석사)
- 1999년 3월 ~ 현재 : (주)에프오알씨앤씨 수석 팀장

<관심분야> : UI, UX, UT

구윤희(Yoon-Hee Koo)

종신회원



- 2010년 2월 : 홍익대학교 일반대학원 영상학과(박사수료)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 서영대학교 산업디자인과 교수

<관심분야> : UI, UX, 멀티미디어, 정보디자인