

*외부필자의 기고는 본지의 편집방침과 일치하지 않을 수 있습니다.



문보경 칼럼

iPad2가 몰고올 후폭풍

애플이 아이패드2로 다시 한번 세상을 뒤흔들었다. 지난 11일 미국에 출시된 아이패드2의 인기는 아이패드1보다 놀라웠다. 200여개 대리점과 AT&T·버라이즌 등의 매장을 통해 발매됐으나 단 하루만에 매진된 매장이 속출할 정도였다. 뉴욕애플 매장에서는 신제품을 가장 먼저 구입할 수 있는 첫 번째 자리가 900달러에 거래되는 풍경도 연출했다고 한다. 첫날 미국에서 판매된 대수만 50만대에 달할 것으로 추정됐다. 우리나라에서도 4월 출시할 것으로 예상되고 있으나 보다 빨리 아이패드2를 구매하기 위한 소비자들이 늘어나면서 구매를 대행하는 업체들이 인기를 끌고 있다.

아이패드2가 세상에 모습을 드러낸 후 지난 1년 동안 스마트패드라는 새로운 시장이 창출됐다. 그 사이 스마트패드는 가장 편리한 미디어(콘텐츠) 소비기기라는 인식이 자리잡혔다. 그런 점에서 스마트패드는 스마트폰과 달리 방송 시장에도 새로운 변화를 몰고 올 것으로 예측된다.

우선 아이패드2가 왜 인기를 끌고 있는지를 살펴 보자. 스티브 잡스는 지난 2일 아이패드2 발표장에서 “아이패드보다 더 빠르고 더 가볍고 더 얇아진 아이패드2는 놀라운 제품”이라며 “2011년은 아이패드2의 해가 될 것”이라고 확신했다.

스티브 잡스의 말처럼 더 빠르고 더 가볍고 더 얇아진 것이 아이패드2의 특징이다. 여기에 카메라 2대가 전면부와 후면부에 장착돼 페이스타임(영상통화)을 즐길 수 있게 된 것도 다른 점이다.

무게는 601g(와이파이), 607g(버라이즌), 613g(AT&T)에 불과하다. 아이패드2는 와이파이 모델이 680g이었으며, 3G까지 겸한 모델은 730g이었다. 화면이 7인치로 작은 삼성 갤럭시탭의 무게가 599g이라는 점을 감안하면 파격적인 감량이다. 두께는 기존 아이패드 13.4mm보다 훨씬 얇아진 8.8mm다. 스마트폰인 아이폰4의 두께가 9.3mm인 것을 비교하면, 얼마나 얇아졌는지 알 수 있다. 배터리 지속시간도 뛰어나다. 아이패드2 역시 10시간 정도 사용이 가능하다고 한

다. 뿐만 아니라 대기모드(standby)상태에서는 무려 1달간 배터리가 지속된다.

별다른 특징이 아니라고 생각할 수도 있지만, 아이패드가 휴대하기엔 무겁다 혹은 두껍다라고 생각했던 사람들이라면 큰 장점으로 다가올 수 있다. 다시 말해 이동하면서 큰 화면으로 영상을 보고 즐기는 것이 불편하지 않게 된 것이다. 너도나도 아이폰을 끼고 2~4인치 화면을 들여다 보고 있는 지하철의 풍경이 보다 큰 스마트패드 화면을 들여다보면서 영상을 보고 e북을 즐기는 모습으로 바뀔 수 있다는 뜻이다.

가격마저 매력적이다. 32GB 용량에 와이파이 및 3G를 지원하는 아이패드2는 729달러에 책정됐다. 이는 모토로라 줌보다 70달러 저렴한 가격이다. 좁은 구글의 태블릿 전용 운영체제(OS) ‘허니컴’을 채택한 안드로이드 스마트패드의 대표 상품이다. 애플은 또 499달러부터 시작하는 와이파이 모델도 내놨다.

국내에서는 4월 29일 출시될 것으로 예측되고 있다. 그것도 SK텔레콤과 KT, 두 사업자를 통해서다. 아이패드1은 국내 출시까지 6개월 가량이 걸렸지만 아이패드2는 50여일 늦는 수준이다. 아이패드1 출시 당시, 국내 출시가 늦어지면 서 해외 구매 대행을 통해 많은 이들이 아이패드를 구매해버린 사례가 국내 출시 시기를 앞당긴 주요 이유로 보인다. 그만큼 아이패드2의 인기가 한국에서도 유효할 것이라는 통신사업자들의 기대감이 반영됐다.

지난해 4월 아이패드가 처음 출시될 때만 해도 스마트패드에 대해서는 회의적인 시각이 많았다. 소비자들이 구매할 필요를 느끼지 못할 것이라는 이유였다. 하지만 지금은 너도나도 이 시장에 뛰어들고 있다. 시장컨설팅업체인 PRM에 따르면, 현재 판매 중이거나 출시를 대기중인 스마트패드가 무려 102종이나 된다. 단말기기 뿐만이 아니다. 스마트패드용 애플리케이션과 콘텐츠도 쏟아지고 있다. 세계적인 미디어 거물 루퍼트 머독의 뉴스코퍼레이션은 벌써 스마트패드 전용 신문 ‘더데일리’를 출간했다. 더데일리는 퍼드 머독이

3000만 달러를 투자해 만든 스마트패드 전용 온라인 뉴스 서비스로, 타블로이드 100쪽 분량의 뉴스를 매일 전달한다. 출간 한달여가 지난 현재, 외신에 따르면 더데일리측은 한달 간의 성과에 만족감을 드러냈다. 애플리케이션 다운로드 횟수는 수십만 건에 이른다고 전해지고 있다. 이러한 자신감에 이어 더 데일리는 오는 2분기 중 안드로이드 기반의 서비스도 시작할 예정이다.

이미 스마트패드는 누구도 부정할 수 없는 대세가 됐다. 이제 스마트패드용 애플리케이션과 전용 콘텐츠가 봇물처럼 쏟아질 것으로 보인다. 이에 발맞춰 통신사업자들은 무선인터넷 인프라를 확충하기 바쁘다.

하지만 미디어 업계를 비롯해 많은 업계가 여전히 혼돈 속이다. 새로운 비즈니스를 창출할 수 있는 시장임과 동시에 기존의 시장 질서를 무너뜨리는 트로이의 목마가 될 수도 있기 때문이다. 우선 가정내 세컨드·서드 TV 시장에 위협이 될 수도 있다. 유료방송업계가 스크린 전략을 다변화해야 할 시점이 됐다는 뜻이다. 스크린 전략을 다변화하면서 중요한 것은 저작권이다. 사업모델과 광고모델도 각각 다른 전략을 취해야 한다.

인터넷이 확산될 당시 미디어업계는 그에 맞는 비즈니스 모델을 만들어내지 못하고 콘텐츠 가치를 제대로 매기지 못했다는 과오가 있다. 스마트패드는 단순한 기기이기 보다는 플랫폼의 역할을 한다. 그만큼 스마트패드 시장 활성화에서 2차, 3차로 이어지는 연관효과를 내다보고 보다 빨리 시장에 대응해야 할 숙제가 있다.



문보경 전자신문 기자



류석진 서강대 정치외교학과

소셜 미디어의 가능성을 생각해본다

지금쯤 소셜 미디어 시기로 진입하는 과도기일뿐이고 아직 진행형이다. 우리가 어떤 선택을 하는지에 따라 필요조건으로서의 소셜 미디어가 약이 될 수도 있고, 병이 될 수도 있다. 소셜 미디어의 가능성은 지금 우리의 선택이라는 충분조건에 따라 모양을 갖추어 나갈 것이고, 이에 대한 현명한 판단이 요구되는 시점이다.

2008년 미국 대선에서 오바마 후보의 트위터를 사용한 선거전략, 지진과 집중호우 등 각종 천재지변과 사고 소식 전달에서의 속보성, 2011년 중동의 재스민 혁명 등 소셜 미디어의 정치사회적 영향력에 관심이 집중되고 있다. 특히 소셜 미디어를 과연 미디어로 볼 수 있는지, 소셜 미디어가 기존의 매스미디어를 대체할 것인지 아니면 보완할 것인지 등 다양한 문제가 제기되고 있다. 소셜 미디어의 작동 원리와 역사에 대하여는 수많은 소개가 있기 때문에 생략하기로 한다.

소셜 미디어는 혹자에게는 새로운 세계를 여는 창을 역할을 하는 것으로 인식되기도 하고, 혹자에게는 유언비어와 정제되지 않은 의견이 난무하고 유통되는 공간으로 인식되기도 한다. 하지만, 세상의 모든 일이 그러하듯, 소셜 미디어는 유포피어를 약속하는 공간도 그렇다고 혹세무민을 촉진하는 공간도 아닌, 어느 중간쯤에 위치하고 있을 것이다.

마치, 금속활자의 발명이 유럽 중세 봉건제도의 몰락을 촉진하고 이성애에 기초한 근대사회를 불러왔다는 주장이 솔깃하게 들리는 것과 비슷하다고 할 수 있다. 금속활자의 발명이 중세 종교권력의 몰락을 가져온 중요한 이유는 금속활자 자체라기보다는 성경을 일반 대중이 읽을 수 있는 자국어로 출판하였다는 점이다. 라틴어로 되어 있던 성경을 자국어로 출판한 사실이 사제와 신부들이 독점하고 있는 종교적 해석 권력의 해체를 가져왔다는 점이다. 조금 더 빠른 시기에 이루어진 고려의 금속활자 발명이 우리의 봉건제를 해체하는데 큰 역할을 하지 못하였던 중요한 이유는 금속활자를 통한 지식의 대중화가 이루어지지 않았기 때문이다. 다시 말하여 금속활자의 발명은 근대세계의 출현을 위한 필요조건이었지, 충분조건은 아니었던 것이다.

소셜 미디어도 이와 유사한 속성을 가지고 있을 것으로 생각된다. 즉, 소셜 미디어는 사회변화를 위한 필요조건일지 모르지만 그 자체로서 충분조건은 아닐 수 있다. 소셜 미디어는 속보성, 연결성, 개방성을 동시에 지닌, 웹2.0의 참여, 공유, 개방의 정신을 구현하고 있다. 관계 형성 및 유지, 뉴스 전달과 정보 공유 등과 같은 사회적 특성을 가지고 있으며,



원용진 서강대 커뮤니케이션학부

공영방송의 가치와 책임을 따지는 일에서 공공성, 공익성은 중요한 개념으로 대접을 받았다. 정확한 개념 정의를 둘러싸고 갑론을박하는 일이 지속되었지만 그에 손을 놓지는 않았다. 그런데 언제부턴가 공공성, 공익성을 대체하는 개념이 고개를 내밀기 시작했다. 그 개념이 추상적이어서 분석가능하지도 않고, 현실을 점검하는데 걸림돌이 되기도 한다는 불만과 함께 제기되었다. 책무성, 공적 책무, 공적 가치로 그를 대체하는 용어들이다. 책무성은 어카운터빌리티로도 불리면서 2000년대 중반 이후로 학문 담론장에서는 꾸준히 연구 주제로 각광을 받았다. 2004년 영국의 BBC가 제안해 놓은 새로운 지표인 공적 가치도 여기저기서 언급되고 있다.

공공성, 공익성을 책무성, 공적 책무, 공적 가치로 대체한 논의는 일정 내러티브를 갖는다. 먼저 그 개념들의 추상성을 강조한다. 공공성, 공익성의 개념이 추상적이어서 현실을 평가하기엔 적당하지 않다는 것이다. 그러므로 측정가능하고 현실을 평가할 수 있는 ‘작은’ 개념으로 대체할 필요성이 있음을 강조한다. 2000년대 중반 이후로 등장한 이 같은 내러티브의 공영방송 정책 논의는 일정 성과를 보이고 있다. 수신료 인상에 몰두한 KBS는 전에 없이 공적 책무라는 용어로 자신의 가치를 공문화하고 있다. 과거에는 없던 개념이고 활용법이다.

추상성을 벗어나 구체성을 보이며 공영방송의 책무를 꼼꼼히 점검하는 일을 반대할 이유는 없다. 다만 그것이 갖는 효과가 애초 의도에서 벗어난다는 점은 지적해야겠다. KBS의 공적 책무 기재부분을 보면 당연히 KBS가 해야 할 구체적인 일을 꼼꼼하게 적고 있다. 난시청 지역의 해소나 해외방송에 대한 기여 등을 열심히 언급한다. 하지만 KBS가 보여준 공영적 방송 행태나 사회적 책임에 대한 언급은 어디에도 없다. 수신료 인상을 위해 매진하는 마당에 그 같은 언급을 하지 않은 것은 당연한 일일 것이다. 공공성, 공익성에 대한 강조가 전보다 덜 함으로써 공영방송이 갖는 부담의 무게도 훨씬 줄어보였다는 점은 간과할 수 없다. 달리 말해 공공성, 공익성을 책무성, 공적 책무, 공적 가치로 대체함으로써 면죄부를 주는 전혀 엉뚱한 실정적 효과가 생기고 있는 것이다.

발터 벤야민은 근대의 진전을 문명, 인간, 언어의 타락으로 보고, 새롭게 회복할 가능성을 타진하였다. 그가 파리를 응시하며 우울(멜랑콜리)로 설명했던 것도 도시에서 타락을 읽었던 탓이다. 언어철학을 통해 본 그의 생각은 우울해진 삶을 미메시스(mimesis)로 회복하자는 요체를 담고 있다. 신으로부터 언어라는 은총을 부여받은 인간은 애초 신의 말씀에는 못 미치지만 그럴 듯한 언어를 가지고 있었다. 신의 언어가 세상 만사를 만드는 창조어의 언어였다면 인간의 언어는 창조할 수 없으나 지칭하는 사물과 인연을 맺는 인연의 언어였다. 인간의 언어는 사물에 이름을 부여하며 그 이름은 신의 정신과 인연을 맺고 있음을 드러내고 있었다. 신의 정신을 사물에 부여하는 일이 바로 인간 언어의 역할이었다.

그런데 어느 틈엔가 인간 언어는 신의 정신과는 거리가 멀

어지기 시작했다. 인간 언어는 신의 정신을 담기보다는 자신의 언어 내용을 설명하기 위해 다른 언어를 동원해가는 역사를 벌였다. 이른바 말이 말을 만드는 일이 인간 언어를 지배한 것이다. 벤야민을 이를 인간 언어의 타락이라고 보았다. 인간의 언어 속에서 신의 정신을 읽을 수 없는 언어의 연쇄 시대를 말한다. 그럼으로써 인간의 언어는 사물과의 인연을 끊게 되고 정보의 언어로 바뀐다. 신의 언어가 사물을 창조해 내는 창조어의 언어였다면 인간의 언어는 타락해서 언어를 양산해내는 이른바 사이버 창조 언어가 되어가고 있었다. 벤야민은 이 순간을 두고 인간이 신으로부터 소외되고, 사물로부터도 소외되며 인간들끼리도 소외되는 때라고 말한다.

추상성을 벗어나 구체성으로 가자며 책무성, 공적 책무, 공적 가치를 만들어낸 과학적 노고를 폄하해선 안되겠다. 다만 그 과학적 노고가 어느 틈엔가 노획한 집단, 권력에 이용당하게 된다는 점도 염두에 두고 경계해야 한다는 주장을 펴고 싶을 따름이다. 언어를 통해 새로운 가치를 창출하려는 사이버 창조 세력은 끊임없이 ‘만들어 내기’에 몰두한다. 정책 담론에서 을 바르고 구체적인 개념 정의를 몰두해 좋은 성과를 내놓으면 단 순히 학문의 장에서 무심히 오가는 무가치적 존재 이상이 된다. 전혀 예상치 못한 가치를 창출하고, 전혀 생각지 못한 곳으로 집합되어서 애초 의도했던 것과는 거리가 먼 활용이 이뤄지기도 한다. 이른바 언어의 타락이 발생한다는 말이다.

정책 연구의 성과가 언어의 타락으로 이어지는 과정은 정책 연구자가 오롯이 책임질 일은 아니다. 정책 연구가 전문 분야로 존재하다 보니 전문가적 동지 안에서 주고 받는 폐쇄성이 본의 아니게 형성되기도 했다. 특히 방송의 공공성, 공익성 논의는 한정된 전문가에 의해 수행된 흔적을 여기저기서 찾을 수 있다. 그런 조건 하에서 타락의 순간을 포착해내거나 미리 염려하는 일은 쉽지 않다. 정책 연구를 둘러싸고 학술 담론적 협동이 과소했음을 지적할 필요가 있다. 정책 철학을 논의하고, 담론의 권력적 실정성(實定性)을 경계하고, 헤게모니를 예지할 협동은 있었어야 했다. 정책 담론 생산자에 비판적으로 다가가는 발걸음이 필요했던 것이다. 그런 점에서 보자면 비판적 연구자들의 생산적 비판담론의 생산이 과소했음을 반성하지 않을 수 없다.

영국의 비판적 문화연구 역사는 BBC 철학의 변화와 맥을 같이 한다. 한때 엘리트주의 문화담론을 펴다, 대중의 담론으로 그리고 헤게모니의 담론으로 이어진 비판적 문화연구는 언제나 BBC의 주요 쟁점 탱크였다. 영국의 보수 정치인들이 BBC의 맨 앞 자를 ‘불세비기나’의 약어라고 공격했던 것도 그 맥락이다. BBC가 최고이거나 최선일 수는 없으나 오랜 기간 동안 공공성, 공익성의 끈을 놓지 않았던 그들의 끈기를 높이 산다면 언어의 타락을 경계하고 있는 한국으로선 그 협동의 정신을 더듬어 볼 일이다.

협동의 정신으로 이뤄내야 할 일을 미메시스라 부른다. 미메시스는 언어에 담긴 신의 정신을 회복하는 일이다. 원래 신이 계획했던 방식대로는 아니라 할 지라도 시대가 필요로 하는 신의 정신으로 회복하는 일, 미메시스가 공공성, 공익성 논의에서 질질해졌다. 아직 공공성과 공익성은 더 많이, 더 자주 언급되어야 할 가치로 설정하고 그를 더 두텁게 설명하며 그러기 위해 정책 담론 안팎과 협동하는 일을 멈추지 말 일이다.

특히 트위터는 140자라는 제한된 글쓰기이지만 플랫폼 자체의 네트워크 개방성과 독특한 커뮤니케이션 기능으로 모바일 길러 콘텐츠를 생산 유통시킬 수 있는 강력한 ‘미디어’이다. 페이스북이 사람이 매개의 중심이 되는 관계추구적 ‘미디어’라면, 트위터는 공동의 관심사나 이슈가 매개의 중심이 되는 정보추구적 ‘미디어’이며 ‘실시간 정보 네트워크’를 구현하고 있다.

소셜 미디어가 권력관계에 미칠 영향을 추론하여 보면 다음과 같다. 첫째, 권력 주제별로 보았을 때 소셜 미디어의 등장은 비제도권력에게 작은 비용으로 많은 효과를 누릴 수 있는 ‘권력의 경제’를 가능하게 만들었다는 점에서 변혁적이다. 하지만 이에 못지않게 제도권력은 중요한 정보를 상대적으로 많이 점유하고 있으며, 점유하고 있는 정보의 가치 자체에서 비롯되는 권력의 불균형은 유지될 것이다. 다만 불균형의 정도에 대한 미세 조정이 예상된다. 하지만, 사회의 변화가 균질한 양과 질의 변화에 의해 이루어지는 것이 아니라 일정한 정도의 티핑 포인트(tipping point)에 의해 촉발된다는 점을 생각할 때, 소셜미디어의 의한 비제도권력의 약진은 보다 강화될 것이다. 중동에서의 재스민 혁명이 이를 잘 보여주고 있다.

둘째, 보다 중요하게 소셜 미디어의 확산은 의제를 설정하는(agenda-setting) ‘구조적 권력’을 변화시킬 수 있다. 트위터에서 리트윗을 통해 확산되는 의제와 기존의 미디어가 설정하는 의제 사이에는 큰 차이가 존재하는 경우가 많다. 모 대학원생의 ‘통큰치킨’ 논쟁이 트위터에서 먼저 제기된 것이 대표적인 예라고 할 수 있으며, 이는 기존 미디어에서 소외받고 있던 의제들이 스스로 자리매김하면서 의제로 자리잡은 사례이다.

셋째, 불충분하지만 소셜 미디어는 비제도권력을 권력의 주제로 등장시킴으로써 권력을 특정한 주제로부터 탈구시키는 결과를 초래했다. 따라서 권력의 관계는 권력행위자와 권력수용자라는 기존의 불평등한 관계(즉 갑과 을의 관계)가 아닌, 권력행위자와 권력행위자 간의 관계(즉 갑과

관계로 변화 가능하게 되었다.

넷째, 권력 주체의 변화와 더불어 소셜 미디어가 권력 관계에 미친 중요한 변화 중 하나는 ‘정보화’ 시대가 가져온 “네트워크 개인주의(Network Individualism)”를 다시 하나의 네트워크로 결집시키는 “네트워크 집단화(Network Collectivization)”를 가져왔다는 점이다. 네트워크 개인주의는 정보생산자와 정보수용자를 구분하고, 또한 그러한 집단 내에서 맡은 역할 또한 위계적 질서에 따라 고정되어 있음에 반해서, 네트워크 집단화는 다양한 권력 자원과 특수화된 권력 수단을 보유한 개인을 저마다 다양한 권력의 주제이자, 능동적이고 자유롭게 전환 가능한 정보생산자로서 네트워크에 평등하게 참여하고 있다. 기술 진화로 인해, 이제 각 개인들은 자기 안의 무한한 자아의 형태들을 소셜 미디어를 통해 실현시킬 수 있게 되었고, 이를 통해 일정한 정도의 자아실현이 가능하게 되었으며, 권력적인 속성도 보유하게 되었다. 이렇게 볼 때, 소셜 미디어 시대의 비제도권력 주체들을 권력의 주제로 등장할 수 있게 한 가장 큰 원인은 권력 자원이나 특정한 권력 수단 때문이라기보다는, 네트워크화된 집단화로 인한 ‘정보 공유’와 ‘연대’라고 볼 수 있다.

다섯째, 소셜 미디어를 어떻게 수용하는가에 따라 국가는 감시의 주체가 될 수도, 소통의 주체가 될 수도 있다. 제도권력의 대표주자라 할 수 있는 국가는 소셜 미디어로의 변화를 적극적으로 수용하고 받아들여, 이를 소통의 도구로 활용하는 방안을 모색하여야 할 것이다. 마치 금속활자의 등장이라는 필요조건에 자국어 성경출판이라는 충분조건을 연계시켜 서구의 근대를 앞당긴 경험에서 교훈을 받아야 할 것이다.

지금쯤 소셜 미디어 시기로 진입하는 과도기일뿐이고 아직 진행형이다. 우리가 어떤 선택을 하는지에 따라 필요조건으로서의 소셜 미디어가 약이 될 수도 있고, 병이 될 수도 있다. 소셜 미디어의 가능성은 지금 우리의 선택이라는 충분조건에 따라 모양을 갖추어 나갈 것이고, 이에 대한 현명한 판단이 요구되는 시점이다.