

특집 포스트 코로나 시대 언택트 미디어 라이프

포스트코로나 시대 디지털 미디어 서비스 발전 방향

□ 최용석 / (재)전라북도콘텐츠융합진흥원

요약

포스트코로나 시대는 디지털 라이프 시대이다. 지금 전 세계는 코로나 확산 방지를 위하여 디지털 기술을 활용한 비접촉, 비대면 생활 환경으로 급속도로 빠르게 변화하고 있다. 한 마디로 디지털라이프 시대가 본격적으로 열리게 되었다. 이러한 상황에서 디지털 미디어 기술과 서비스는 영상 서비스 중심에서 우리의 생활 전반에 다양한 기능과 서비스로 확대 발전하고 있다. 이에 디지털라이프 시대에 인간의 행복을 위한 디지털 미디어의 역할과 서비스 방향에 대하여 함께 생각해 보도록 하자.

교류가 차단되어 정신적인 스트레스와 생업에 위기를 맞고 있다. 인류 역사상 전례가 없었던 이러한 혼돈 속에서 비접촉, 비대면, 디지털 온라인 방식으로 우리의 생활과 서비스가 빠르게 바뀌고 있다.

한 마디로 디지털 라이프 시대가 본격적으로 열리기 시작하였다.

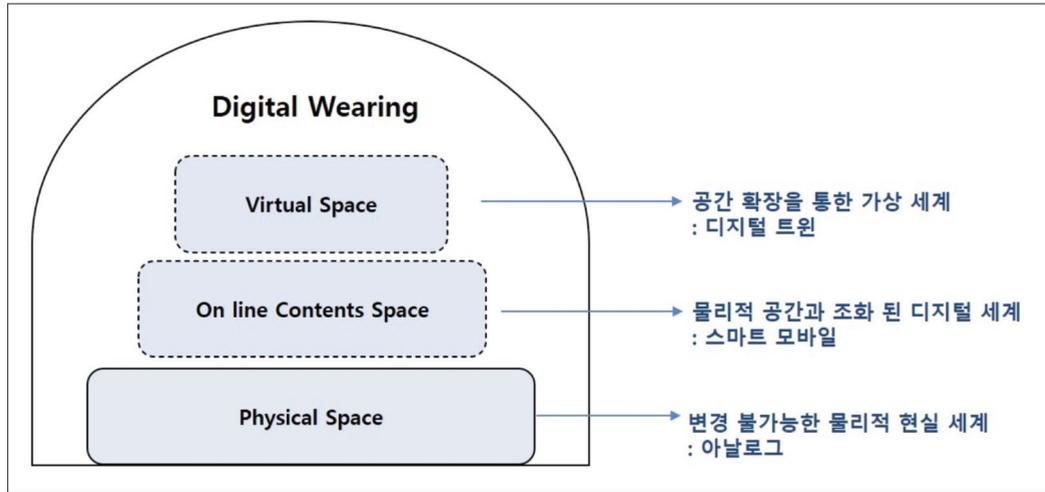
이러한 디지털 라이프 시대에 인간을 위한 인간 중심의 디지털 미디어의 역할과 서비스 발전 방향에 대해 제시해 보도록 하겠다.

I. 서론

2019년 12월 중국 우한에서 처음 발생한 코로나19 바이러스는 1년이 채 안 되는 기간 동안 우리들의 생활 전반을 바꾸어 놓고 있다. 지금 전 세계는 감염 확산 방지를 위한 국내·외 인적, 물적, 경제적

II. 디지털라이프 시대

우리 인간은 지금까지 아주 오랜 시간 동안 시간과 공간속에서 아날로그적인 삶을 살아왔다. 우리의 삶에서 디지털 미디어는 초기 가정의 TV를 중심으로 한 홈 미디어 서비스에서 스마트폰이 개발 보



<그림 1> 디지털 라이프

급되면서 개인 스마트미디어 서비스로 발전하였고 서비스 형태는 다양해지고 품질은 지속적으로 좋아지고 있다. 디지털 미디어의 기술이 점점 발달하면서 다양한 고품질의 콘텐츠 서비스가 제공되어 우리에게 시간과 공간의 제약을 뛰어넘는 다양한 콘텐츠를 통한 지식정보 서비스와 간접 체험의 기회를 제공하여 왔다. 또한 정보통신기술의 발달로 우리의 생활 전반에 디지털 기술이 하나둘씩 활용되고 있었다.

그러한 시기에 우리에게 찾아온 코로나로 어쩔 수 없는 비대면, 비접촉 환경에 놓이게 되면서 우리의 삶은 디지털 온라인 기술과 서비스의 사용이 증가하면서 자연스럽게 디지털라이프 시대로의 전환을 맞이하게 되었다.

이러한 디지털라이프가 본격적으로 열리는 포스트코로나 시대에 디지털 미디어의 역할과 서비스는 무엇일까? 포스트코로나 시대의 디지털 미디어의 역할과 디지털 미디어를 통해 인간이 얻고자 하는

가치는 무엇인가?

Ⅲ. 포스트코로나 시대의 디지털 미디어의 역할

코로나로 인해 사람들과의 접촉이 끊어지고 공동의 생활 공간이 아닌 개인의 생활공간에서만 생활을 하다 보니 유튜브나 넷플릭스 같은 VOD 소비가 계속 늘어나고 있다.

그러면 사람들은 왜 미디어 콘텐츠를 소비하는 것인가?

우리 인간에게 있어 디지털미디어의 역할은 무엇인가?

플로리다의 디지털 미디어 산업 협회인 디지털 미디어 동맹 플로리다(Digital Media Alliance Florida)는 디지털 미디어를 “사람의 표현, 의사소통, 사회 상호작용, 교육을 위한 디지털 예술,

과학, 기술, 사업의 창조적 집중”으로 정의하고 있다.

1. 인간과 디지털 미디어

디지털 미디어가 현대를 살아가는 개개인에게 왜 필요하며 삶에 어떤 역할을 하고 있는 걸까? 그것에 대한 답을 찾기 위해서는 현실에서의 각 개인의 삶에 대해 먼저 생각을 해 보아야 할 것이다. 인간의 삶은 연속된 시간과 공간속에서 다른 사람들과의 관계를 통해 자신만의 완성된 삶을 만들어 가며 살아간다. 그 시간과 공간속에서 서로 다른 신체적, 환경적 여건을 가지고 다양한 경험과 학습을 통해 자신이 주인공인 자신만의 이야기를 만들어 가는 것이다. 그런 우리 인간의 삶에 있어 디지털 미디어는 어떤 역할과 서비스로 삶에 가치를 주고 있는 것인가? 현재 디지털 미디어라 하면 대표적으로 지식정보를 얻거나 간접 체험 서비스를 제공하고 있는데 과연 인간이 미디어 콘텐츠를 통하여 얻고자 하는 것이 단순한 미디어의 기술적/단편적 서비스일까? 우리가 일반적으로 이야기하는 시간과 공간의 제약을 뛰어넘은 현실과 같은 체험을 통해 인간이 얻고자 하는 것은 무엇일까? 그건 바로 인간이 자신의 현실 상황에게 실현할 수 없는 여러 가지 일들을 현실과 같은 환경에서 사실적으로 체험하면서 정신적인 행복감을 느끼기를 원하는 것이라 필자는 생각한다.

인간은 태어나서 죽을 때까지 자신이 갖고 태어난 육체와 주어진 환경 속에서 각자의 방식으로 노력을 하며 자아를 실현해 간다. 그러하기에 각 개인의 삶은 그 하나하나가 모두 다른 그 사람만의 삶의 영화가 만들어지는 것이다.

2. 삶의 관점에서 본 시간(Time)과 공간(Space)

삶에 있어서 시간이라는 것은 무엇인가? 시간은 흘러간다. 그리고 멈추지 않는다. 인간은 자신에게 주어진 시간속에서 각자의 방식으로 자신만의 삶을 그려 나가기도 하고, 그 시간들을 채워 가기도 한다. 지나 온 시간들에 대해 후회를 해도 돌아갈 수가 없다. 이러한 시간속에서의 디지털 미디어를 통하여 인간은 무엇을 원하는 걸까? 계속 흘러만가는 자신의 삶의 시간을 멈추고 무엇인가를 하고 싶은 건 아닐까? 아니 더 정확히 이야기하자면 시간과 비용을 많이 소모하면서 얻어야 하는 지식이나 경험을 디지털 미디어를 통하여 적은 투자로 효율적이며 실감나게 얻고 싶을 것이다. 또 무엇이 있을까? 바로 시간속으로의 여행이다. 내가 경험해 보지 못했던 과거나 알 수 없는 머나먼 미래에 대해 여행을 한다면 너무 너무 좋을 것이다. 인간은 시간을 제어할 수 없다. 잘 활용할 뿐이다. 디지털 미디어를 통하여 자신의 시간을 효율적으로 관리하고 활용할 수 있다면 한 번뿐인 삶에 있어서 그것은 정말 대단한 일이 될 것이다.

다음은 공간에 대하여 이야기해 보자.

삶에 있어서 공간이라는 것은 무엇일까? 내가 다른 사람들과 공유하면서 움직이고 무엇을 만들어서 가져다 놓는 곳. 내가 지금 살고 있는 이 공간에 100년 200년 아니 아주 오래전부터 내가 아닌 다른 사람들이 살아왔다. 그 사람들은 이 공간에서 무슨 생각을 했고 또 매일 매일 무엇을 느끼며 살았는지 너무나 궁금하다. 그들은 자기들의 방식대로 이 공간을 채우고 만들었으며 생활을 하였을 것이다. 그러하기에 기록으로 남겨진 생활속에서

의 공간의 모습을 보면 각 시대별로 다른 방식의 삶의 모습들을 알 수 있다. 그리고 기술적으로 더 발달한 현대인들이 과거의 생활 모습을 볼 때 낙후되고 불편하다는 느낌을 1차적으로 느끼면서 2차적으로는 뭘지 모르는 신기함을 느끼기도 한다. 그 이유는 무엇일까? 현대인 입장에서 같은 공간에 만들어진 과거의 생활 모습을 보며 느끼는 낙후된 신비감을 그 시대의 사람들도 느꼈을까? 만약 그 시대 사람들을 현재의 공간으로 데려온다면 그들은 어떻게 느낄 것인가? 아니 우리가 과거의 역사 속 현장으로 갈 수 있다면 우리는 무엇을 어떻게 느낄 수 있을까? 아마도 같은 인간으로서 그 시대를 살아갔던 사람들의 의식과 삶의 형태가 궁금한 것이라 판단된다. 그러면 다른 시대 다른 사람들의 삶과 모습이 왜 궁금한 걸까? 그것은 내 삶에 있어 나 자신이라는 정신적, 육체적, 공간적 한계에서 벗어나서 다른 사람의 삶을 들여다보고 싶은 호기심 아닐까? 아니 더 거창하게 이야기하면 인간 영혼의 자유에 대한 갈망이라고 말할 수도 있겠다. 디지털 미디어 라는 기술과 서비스가 다른 공간속에서 자유롭게 다른 사람이 되어 생활을 하는 생생한 체험을 선물해 줄 수 있다면 인간에게는 지금 현실과 다른 또 하나의 새로운 삶을 선사해 주는 것이며, 이것은 인간 자신은 물론 인류의 역사에 엄청난 큰 사건이 될 것이다.

3. 디지털 미디어 서비스

그러면 우리의 삶속에서 디지털 미디어 서비스를 통해 인간은 어떠한 것을 원할까? 여러 분야의 다양한 시각에서 여러 가지 서비스를 말할 수 있을 것이다. 필자는 인간 중심의 삶이라는 측면에서 다음과 같이 정리해 보았다.

첫째, 내 삶이 아닌 다른 사람으로서 삶의 경험을 원한다.

내가 주인공인 나만의 삶 속에서 인간은 가끔 다른 시간과 공간에서 다른 사람으로 사는 꿈을 꾀다. 나의 성격이나 신체 그리고 현실의 나에게 주어진 환경적인 한계를 벗어나 다른 사람이 되어 다른 모습으로 살아보고 싶은 마음이 있다. 그래서 우리는 드라마나 영화 또는 게임 속 주인공에게 감정이입이 되어 카타르시스를 느끼곤 한다. 인간은 누구나 스타가 되어 주목받기를 원한다. 디지털 미디어 서비스를 통해 내 현재 모습이 아닌 다른 인물이 되어 영웅 같은 삶을 산다면 그보다 행복할 수는 없을 것이다.

둘째는 시간과 공간속으로의 여행이다.

우리는 현 시간 속에 살면서도 과거나 미래의 다른 시간과 공간속으로 여행을 떠나서 실제로 경험하기를 원한다. 그것은 인간이라면 누구나 갖고 있는 호기심 아니 지적탐구욕이라고 표현하는 것이 좋을 것이다. 그래서 항상 다른 시간과 공간속의 세계를 동경하며 꿈을 꾀다.

셋째는 창조적인 사고의 생산과 예술의 도구이다.

인간은 끊임없이 사고하며 생각을 발전시키고 주어진 환경을 바꾸어 가며, 지금의 문명으로 발전시켜 왔다. 그리고 지금도 무엇인가 더 발전적인 미래를 향해 끊임없이 노력하고 만들어 가고 있다. 또한 오랜 시간을 거쳐 이 창조적인 사고의 결과물을 문화와 예술이라는 형태로 표현하고 공유하며 보존해 가고 있다. 이러한 인간의 창조적인 사고의 생산과 예술의 도구로서 디지털 미디어 기술과 서비스는 많이 활용될 것이다.

IV. 포스트코로나 시대 디지털 미디어 서비스 발전 방향

인간은 자신이 존재한다는 것을 인식하고 존재의 가치를 느낄 때 행복하다고 느낀다.

그러면 인간이 존재한다는 것과 나의 가치를 어디서 느끼는 것인가?

그것은 바로 다른 사람들과 함께 있을 때 서로의 교감을 통해 상대방과 다른 나를 인지하고 그 안에서 차별화되고 개성 있는 내가 가치가 있고 기여하고 있다고 느낄 때 행복하다고 느낀다.

하지만 코로나19로 인해 다른 사람들과의 교류와 교감이 단절된 지금 간접참여, 단순체험 형태의 기존 미디어 서비스로는 인간의 행복 욕구를 다 채워줄 수가 없다. 혹자들은 TV, 유튜브, 넷플릭스를 보는 것도 이제는 지겹다고 한다. 코로나가 가져온 우리의 일상 생활 변화로 인해 미디어 콘텐츠 공급 과잉의 시대에서 미디어 콘텐츠 소비 과잉의 현상이

일어나고 있다. 또한 디지털 미디어 기술이 VOD 서비스나 방송미디어 서비스가 아닌 우리 삶의 다양한 분야에서 다양한 형태의 서비스 형태로 지금 현재도 진화하고 발전하고 있다. 하지만 다른 사람들과 같은 공간에서 만나 교감하면서 얻어지는 그 무엇인가를 다 채워주지는 못하고 있는 것 같다. 과도기적인 시기에 아직도 무엇인가 2% 부족하다. 포스트코로나 시대 비접촉, 비대면 생활 환경에서 현대인들을 위한 디지털 미디어 서비스 발전 방향은 무엇인가?

본격적인 디지털라이프 시대가 열리고 있는 지금 정말 인간의 행복 욕구를 충족시켜줄 수 있는 미디어 서비스는 무엇일까?

첫째, 양방향 실감 감성 소통 서비스

현재 전세계인들은 코로나 감염 확산 방지를 위하여 타인과의 접촉을 최소화하기 위해 개인 공간에 갇혀 있게 되었다. 그러면서 자연스럽게 인간과 인간



<그림 2> 디지털 라이프 서비스

상호간의 대면 소통을 줄이게 되었다. 한마디로 타인과의 소통과 교감이 줄어들어 자신만의 외로운 섬에 갇히게 된 것이다. 그리고 그러한 생활이 자연스러운 일상이 되어가고 있다. 미래에 코로나가 아닌 또 어떤 여러가지 상황들로 인간이 공동의 공간에서 직접 만나 소통을 할 수 없는 상황이 지속되고 재발한다면 현재 간접적이고 소극적인 단방향 단순 시청 및 의사 전달 형식으로 소통하는 형태에서 실시간 참여를 통한 양방향 실감 감성 소통 서비스가 절실하게 필요할 것이다.

둘째, 개인 맞춤형 미디어 서비스

디지털 기술의 발달로 개인 미디어 생산 및 소비의 시대가 도래했다. 지금은 스마트 기기를 통한 정보의 접근과 수집이 자유롭고 용이하여 개인이 똑똑해지고 의사 표현이 분명하고 다양한 1인 개성 시대이다. 5G 환경의 인공지능(AI) 기술로 이제는 개 개인이 원하는 서비스를 특성에 맞게 실시간으로 제공할 수 있도록 준비를 해야 한다.

셋째, 다양한 생활 영역으로의 서비스 확대

디지털라이프 시대에 디지털 미디어는 우리들 생활 전반에 반드시 필요한 핵심 도구가 될 것이다.

소통, 교육, 체험, 비즈니스 뿐만 아니라 삶의 전 분야(스마트홈, 스마트카, 스마트웨어러블, 스마트오피스, 스마트팩토리, 스마트스쿨, 미디어커머스 등등)에서 기능과 역할이 강화되고 증가될 것이다. 그러므로 다양한 분야에서의 디지털 미디어 융복합 서비스를 개발하고 강화하여야 한다.

넷째, 가상공간 실감서비스

코로나19로 인하여 오염된 공간이 발생하면서 외부 활동이 자유롭지 못하게 되었다. 재택근무를 하

면서 우리는 같은 공간에서 서로 간에 대면 소통과 접촉을 하지 않아도 소통과 업무가 가능하다는 것을 학습하였다. 하지만 무언가 100% 만족스럽지는 않다. 현재의 디지털 미디어 기술과 서비스의 한계와 가능성이 공존하는 지금 발전적인 미래 생활을 위한 완벽한 가상공간 기술과 서비스가 필요하다는 것을 느끼고 있다.

시간과 공간의 제약을 뛰어넘어 완벽한 소통과 실감 체험이 가능한 텔레프레전스, 세컨라이프, 디지털트윈 같은 가상공간에서의 개인과 집단을 위한 다양한 가상공간 디지털 미디어 실감 서비스들을 개발 보급하여야 한다.

V. 결론

디지털 미디어 기술과 서비스가 도입되기 시작한 2010년에 비해 지금은 소프트웨어, 하드웨어, 콘텐츠 그리고 통신 기술이 엄청나게 발전한 것을 느낄 수 있다. 하지만 항상 아쉬운 것은 그 모든 미래 기술과 서비스 개발에 있어서 가끔 활용과 서비스의 주체인 우리 인간을 망각하고 신기술 개발에만 치우쳐 최종에는 활용되지 않는 이상한 결과물들을 만들어 낼 때가 많다. 그리고 빠르게 발전하면서 변화하는 세상 속에서 다양한 디지털 기술들이 제공되다 보니 현 시대에 창조자이며 소비자인 우리 현대인들이 무엇을 느끼고 무엇을 원하는지에 대한 깊이 있는 관찰과 고민 없이 기능 중심의 제품과 서비스를 너무도 쉽게 내놓을 때도 많다.

포스트코로나 시대를 살아가야 하는 전 세계인들이 무엇을 보고, 듣고, 느끼는지? 또 무엇을 원하는지?

신기술 개발을 위한 서비스나 특정 계층만을 위

한 서비스가 아니라, 우리 인간의 현실 생활 속에서 삶을 더욱 풍요롭고 행복하게 해 줄 수 있어야 하며, 개인이 아닌 우리 모두를 위한 기술과 서비스일 때 더욱 가치 있는 포스트코로나 시대 디지털 미디어 기술과 서비스가 될 것이다.

미래의 디지털 미디어 기술과 서비스...
이 모든 것들은 결국 사람을 위한 것이며, 사람이 현재 삶보다 더 행복하게 살기 위하여 제공되어야 한다는 것을 결코 잊지 말아야 할 것이다.

참고 문헌

- [1] 코로나19 이후의 미래, #6. 디지털 영상 미디어 소비 시대
<https://www.youtube.com/watch?v=L-q14aol9uM>
- [2] 위키백과 "디지털 미디어"
https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%94%94%EC%A7%80%ED%84%B8_%EB%AF%B8%EB%94%94%EC%96%B4

필자 소개



최용석

- 전 : 미래창조과학부 디지털콘텐츠 CP
미래성장동력 실감형콘텐츠 추진단장
(주)빅아이 대표
- 현재 : (재)전라북도콘텐츠융합진흥원 원장
서경대학교 컴퓨터공학과 교수
- 주관심분야 : 실감형콘텐츠(3D/4D, AR/VR, 홀로그램)