

2. 미디어 큐레이션

2-1. Phase 1 발견 : 미디어 큐레이터 관점

콘텐츠 큐레이터 시각에서는 콘텐츠와 미디어를 하나로 인식하는 **맥루한**의 명제도 동의하지만, 정보화 시대를 넘어선 초 미디어 시대에서는 콘텐츠가 미디어에서 분리되면서 **맥루한** 미디어 개념에 대한 비판도 제기되고 있는 점을 고려하여 미디어를 살펴보아야 한다.

○ 미디어를 사회문화적 맥락관점

미디어를 바라볼 때 개별적인 매체의 특수성이 아닌, 오히려 이러한 개별성을 가능하게 하는 사회적 환경 역학에 맞추어서 해석함으로써 마셜 맥루언의 미디어 자체에 초점을 맞춘 연구와 병행할 수 있게 된다.

방송 혹은 영화 및 신문이든 각 미디어의 카테고리는 기술적 발명의 소산이 아니라 각각 사회적 실천 속에서 구성되었다고 보아야 한다. 우리가 영화를 논하고, 텔레비전을 논하고, 잡지나 신문을 논할 때 미디어 영역을 처음부터 주어진 전체로 삼는 것은 무의미하다. 영화나 텔레비전을 논하기 위해서는 먼저 이러한 영화나 텔레비전으로 구성된 미디어 카테고리가 성립되는 배경에 질문을 던져야 한다. 큐레이션 관점에서 미디어 연구란 이처럼 각 분야를 횡단하는 시각으로 바라보는 것이다. 우리는 처음부터 몇 개의 미디어가 독립해 있어서 그것을 묶어내는 집합 명사로서 미디어 전체를 사고하는 것이 아니라, 오히려 거꾸로 사회적 실천이 교차하는 각각의 장에서 각각의 카테고리나 그 실천, 제도, 장치가 어떻게 창출되었는가를 생각해 봐야 한다.

○ 미디어를 큐레이션적 접근

미디어가 더이상 메시지를 전달하는 매체 수단이 아니라 커뮤니케이션을 원활하게 하는 모든 환경이라는 포괄적인 시각에서 출발해야

한다. 즉, 미디어가 지닌 3가지 요소 간의 상호작용을 통해서 발생하는 다양한 현상을 주목해야 한다.

첫째, 기술 혹은 디바이스로써 미디어의 상호작용이다. 텔레비전이나 전화나 모바일이나 각각의 디바이스가 사회공간 속에서 어떤 위치를 차지하며, 생활세계의 어떠한 곳에 배치되어 맥루한이 제기한 일상의 신체론적 개념과 연계해서 관찰하는 것이다.

둘째, 미디어는 각각의 역사, 사회적인 컨텍스트 속에서 구축된 것이라는 문화론적 시각이다. 이러한 인식에서 다양한 미디어의 구축과정에 대한 방대한 사회적, 또는 문화인류학적 의미를 발견하게 된다. 현재 미디어도 처음부터 생성된 것이 아니라, 각각의 사회환경 변화의 컨텍스트 속에서 끊임없이 변화하고 발전한 것으로 보는 것이다.

셋째, 미디어가 사회환경 변화 속에서도 생존하게 된 배경을 보면 고객가치 창출과 관련된 경우가 많다. 이러한 흐름을 따르다 보면 전에는 보지 못했던 연관성이 드러날 때가 있다. 새로 등장한 전자책 정기구독 서비스와 클라우드 기반 소프트웨어의 성장에 관한 것을 조사하는 과정에서 정기 구매형 **상거래** 트렌드를 발견할 수 있는 것은 바로 여기에 해당한다. 이 두 **기업은** 일반적 판매 대신에 정기 구매 회원에 치중하는 쪽으로 사업모형을 전환한 경우이다. ©백상훈