

# 더 이상 '공짜 MP3'는 없다

더 이상 '공짜 음악'을 들을 수 없게 된 걸까. 대표적 개인간 파일 공유(P2P) 사이트로서 무료 음악파일 내려 받기 서비스의 원조격인 '소리바다'가 지난 1일 유료로 전환한 데 이어, 3일부터 모든 음악 파일을 삭제기로 했다. 앞서 대형 음악사이트 벅스 역시 지난해 9월 유료화했다. 무료 음악 서비스는 이제 찾아보기 힘들다. 다른 공짜 음악 파일 서비스로 옮겨가는 이용자들이 많지만 업계에서는 시장 판도가 유료 서비스로 정착될 것으로 보고 있다.

## ■ 내게 맞는 '음악 사이트'를 찾자

◇디지털 음악 시장, 본격 유료화 시대  
온라인에서 음악을 들으려면 진짜 돈을 내야 한다. 맥스MP3를 비롯, 푸키·송앤닷컴 9개 온라인음악 서비스가 유료화한 것을 시작으로 2004년에는 LG텔레콤 뮤직온이 유료화를 시작했고, 지난해 벅스, 올헤 소리바다가 뒤를 이었다. 소리바다는 지난 2월 한국프레스센터에서 음원 신락 단체인 한국 음원제작자협회(이하 음제협)와 기자회견을 열고, 법적 분쟁을 끝내기로 했다. 이에 따라 소리바다는 1일 서비스를 유료화한 데 이어, 3일부터 모든 음악 파일을 삭제하는 등 조치를 취한다.

## 소리바다-음제협 화해...법정분쟁 끝내고 유료화 멜론, 월 4500원으로 모든 음악 무제한 다운로드

또 현재 음악 한 곡을 내려받아 컴퓨터에 저장할 경우 500원을 받고 있다. 음악을 저장하지 않고 인터넷으로 그냥 듣기만 하는 이용자도 60초만 미리 들을 수 있다.

◇어디로 갈까?  
'나만의 차별화된 인터넷 음악 서비스 제공 사이트를 찾아라' 유료화 모델이 정착되면서 이용자들은 내게 맞는 사이트를 골라 이용하는 전략을 구사하고 있다.

각종 무료 체험과 이벤트 등으로 비용을 줄일 수 있는 방법을 찾는 것도 필수다. 곡이나 기간에 따라 꼬박꼬박 부과되는 비용이 부담될 수 밖에 없기 때문이다.

SK 텔레콤의 음악 서비스 멜론(www.melon.com)은 웹사이트 조사업체 메트릭스(www.metrixcorp.com)의 이용자 현황을 조사한 결과, 3월 한달 내내 2위로 올라 있을 정도의 대표적 음악 서비스 사이트.

3월 셋째주(13~19일)에는 하루 평균 방문자 수가 32만4000명으로 31만8000명에 그친 '벅스뮤직'을 따돌리고 1위에 오르기도 했다. '멜론'은 국내 최대인 100만곡의 국내 음원을 서비스하고 있는 음원 보유수에 있어서 '절대 강자'의 위치를 고수하고 있다. 한 달에 4천500원으로 모든 음악을 무제한 다운로드 받을 수 있는 '정액 다운로드제'를 채택하고 있다.

지난 1999년 설립된 벅스(www.bugs.co.kr)는 '무료 음악 서비스'를 표방하며 대형 포털 업체와 견줘도 될 만한 회원수를 확보한 사이트. 웹사이트 조사업체의 주요 음악 서비스 이용자 현황조사에서는 매주 1위를 차지할 정도다.

벅스는 CD음질과 동일한 수준의 320K 음원을 제공하고 있다. 뮤즈(www.muse.co.kr)의 경우 콘텐츠의 고급화를 꾀하면서 보는 음악서비스를 강화하고 있다. 1인 블로그 형태의 '음악상자'를 운영, 네티즌들에게 음악공간을 마련한 것이 특징. 가격은 30곡에 1만 3천 원 정도.

보유한 음악을 장르뿐만 아니라 세대·감성·날씨 등 다양한 방식으로 분류해 사용자들의 음악 검색이 편리하게끔 꾸렸다.

맥스엠펙3(maxmp3.co.kr)는 신곡 업데이트를 중요시하는 젊은 이들 사이에서 인기이며, 야후의 비트박스(kr.music.yahoo.com)는 팝 관련 콘텐츠가 풍부하기로 유명하다. '2000엠펙3'(www.2000mp3.com)는 올드 팝 마니아를 위한 사이트. 팝은 1950년대곡부터 가요는 1920년대곡부터 검색이 가능할 정도로 희귀곡까지 폭넓게 보유하고 있다.

'아이엠펙3'(imeps.co.kr)에선 다른 사람이 저장한 음악을 볼수록 다수가 검색해 들을 수 있다. /김지을기자 dok2000@kwangju.co.kr



당신은 건강하고 행복한가. 행복하다면 그 행복은 어디서 오는 것인가. 미리 말해두지만, 돈이 많아서, 지위가 높아서 오는 행복은 참다운 행복이 아니다.

25년간 뇌를 연구해온 나는 행복은 뇌에서 온다고 생각한다. 뇌가 행복이라는 감정을 만들어 내면 우리는 행복을 느끼게 된다. 따라서 뇌를 행복을 느끼기 쉬운 상태로 만들어 주면 우리는 외부적인 조건에 관계없이 행복할 수 있다. 이게 참다운 행복이다. 이렇게 행복해진 뇌는 뇌력을 키워 행복을 느끼기 쉽게 만들고 나아가 행복한 일을 불러들인다. 그럼으로써 행복감이 증폭되는 것이다. 뇌를 소중히 여기고 뇌가 가지고 있는 본래의 기능을 회복하면 우리는 자연스럽게 건강해지고 행복해지고 평화로워지는 것이다.

이것은 마음만으로는 되지 않는다. 체

다음으로 양심에 바탕을 둔 건강한 원리와 철학을 가져야 한다. 뇌 속의 정보가 바뀌면 생각이 바뀌고 언어가 바뀌고 행동이 바뀌고 운명이 바뀐다. 이것은 운명의 방정식이다. 뇌에서 생각을 구체화한 것이 언어이고 그 언어를 실천에 옮긴 것이 행동이다.

## 뇌혁명 이루면 운명도 바뀌어

따라서 광주·전남 지역민들이 뇌에 어떠한 정보를 입력시키는가에 따라 생각과 말과 행동이 달라진다.

내 삶의 모든 것을 결여도 아깝지 않을 무언가를 가져야 한다. 그리고 중요한 것은 행동력과 실천력이다. 행동이 없이는 어떠한 창조도 없다. 행동이 없이는 그야말로 아무 일도 일어나지 않는다. 창조적

## 행복을 창조하는 뇌

력이 뒷받침되어야 하고 뇌력이 따라주어야 한다. 체력, 뇌력, 심력의 삼박자가 맞을 때 우리 두뇌는 최고의 기능을 발휘할 수 있다. 이 세 가지 힘이 균형있게 개발되고 조화를 이룬 뇌를 나는 '파워브레인'이라고 부른다. 파워브레인은 생산적이고, 창조적이고 평화적인 뇌이다. 체력에서 생산성이 나오고, 뇌력에서 창조성이 나오며, 심력에서 평화의 힘이 발휘된다. 호남 지역민 모두가 파워브레인이 되어야 한다.

## 체력·뇌력·심력 조화 이뤄야

그러기 위해서는 체력이 있어야 한다. 내가 하는 모든 활동에서 생산적인 결과를 낼 수 있고 내가 정한 목표를 향해 나아갈 때 몸이 받쳐 줄 수 있어야 한다. 아무리 좋은 기회를 만나고 좋은 구상과 계획이 있어도 몸이 그것을 실행할 힘을 뒷받침해 주지 않으면 아무런 결과를 낼 수 없다.

기회가 찾아올 때 놓치지 않기 위해, 필 요할 때 언제라도 불려 없이 움직일 수 있도록 활력 있는 몸을 만들어야 한다. 몸을 움직여 주면 신경 기능이 좋아지고, 그 자극이 대뇌로 전달되어 뇌가 활성화된다.

인 사람이 되기 위해서는 행동으로 표현하고 행동으로 판단하는 것을 규칙으로 삼고 습관으로 만들어야 한다. 이상은 높게 가지되 현실은 한 걸음부터다. 한 발 한 발 꾸준히 내다간 보면 언젠가 목표에 도달하게 된다. 이를 광주·전남 지역민 모두가 습관화하길 바란다.

최근 '황제골프'니 '황제테니스'니 하여 고위공직자들이 국민을 슬프게 하고 있다. 향기가 나는 지도자가 드문 것이 우리나라의 문제다. 모두 심력이 부족하기 때문이다.

심력은 살아가는 중에 난관이나 시험, 위기에 처해 있을 때 발휘된다. 그러한 도전과 시험의 순간에 어떤 선택을 하느냐를 통해 심력이 드러난다. 광주·전남 지역민들은 우리 민족이 위기에 처해 있을 때마다 높은 심력을 보여주었다. 심력은 침묵 속에서도 사람들에게 각성을 주고 감동을 준다. 다른 사람의 영혼을 깨우는 힘이 있고 희망을 주고 평화를 창조해 내는 힘이다. 이 심력을 더욱 길러 광주·전남이 그리고 호남지역이 진정으로 잘 사는 지역이 되기 바란다. 그러기 위해 항상 평화롭고 행복한 뇌가 되도록 그 기능을 회복시키도록 하자. <국제평화대학원대학교 총장, 한국뇌과학연구원장>

A grid of various advertisements including:

- 생활정보 (Life Information)
- 명품전당# (Premium Pawnshop)
- 중합병원 적합부지 매매 (Junghep Hospital Suitable Land Sale)
- 독일보청기 (German Hearing Aids)
- 부동산 (Real Estate)
- 자동차 (Cars)
- 음식점 (Restaurants)
- 서비스 (Services)