

천태만상, 자판기 세상 속으로 그 네 번째 보따리

'얼짱' 비켜... '노래방짱' 뜬다...

노래방 동영상 자판기 통해 데뷔

노래방 동영상 자판기(일명: 뮤직비디오 촬영자판기)가 드디어 예비스타를 만들었다. 그 주인공은 바로 '동성로 시스템스' 대구 계명대 무용학과 여학생 3명으로 구성된 이들은 인터넷으로 유명해진 노래방 스타들이다. 11월 4일 첫 방송된 SBS '최수종쇼'(화 오후 11:05)의 '끼 대결-자아도취 노래방' 코너에서 가수 황보 등과 대결을 펼치며 남다른 기량을 발휘해 오프라인에서도 인기 급상승 중이다. 연예인과 일반인이 노래방 대결을 펼치는 이 코너에서 이들은 가수 소찬휘의 댄스곡 '현명한 선택'을 부르면서 탄탄한 팀워크와 '엽기발랄'한 무대를 선보여 "연예인보다 더 재밌다"는 시청자들의 평가를 받았다. 이 인기를 바탕으로 계속 고정 출연을 하고 있다. 경북예고 시절부터 단짝으로 19세 동갑내기인 이들(장현진, 박수란, 이희정)은 1월 '교복 시절을 기념하기 위해' 교복을 입고 대구의 중심가인 동성로 한 노래방 동영상 자판기에서 찍은 동영상을 인터넷에 올리면서 '발광 3인조'로 유명해졌다. TV 출연 뒤 인터넷 포털사이



트 '다음'에 만들어진 팬 카페에는 17일 현재 5700여 명의 회원들이 등록했다.

'동성로 시스템스'는 노래방 문화가 인터넷 동영상과 결합하면서 놀이문화와 '연예계 입문'에 새로운 단초를 보여주는 사례다.

서울 대구 인천 등을 중심으로 2000년부터 본격 자리 잡기 시작한 노래방 동영상 자판기는 노래방 문화를 '노래'가 아닌 '퍼포먼스' 중심으로 바꿔놓고 있다. 노래방 동영상 자판기는 반주에 맞춰 노래 부르는 모습을 동영상 카메라로 촬영, CD에 담아주는 서비스. 신세대는 이렇게 촬영한 동영상을 인터넷 사이트에 올려 서로 폼평하면서 '노래방 짱'을 가린다.

디지털 카메라로 촬영한 얼굴을 인터넷에 올려 잘 생긴 사람을 뽑는 '얼짱 문화'가 노래방 동영상과 합쳐진 셈이다. '노래방 짱'은 노래를 잘 부르기보다는 노래를 얼마나 엽기적으로 '재해석'하느냐에 따라 가려진다. '동성로 시스템스'는 노래방 동영상 자판기의 기술적 한계를 극복해 고유의 '자판기 퍼포먼스' 노하우를 고안했다.



① 표정 집중

카메라엔 상체만 촬영되므로 표정이 중요하다. 가사 및 무드와 정반대되는 표정으로 노래를 '유린'하기도 한다.

② 분업

엽기 표정과 사팔뜨기가 일품인 희정은 표정에, 간드러진 고음처리에 능한 현진은 노래에, 눈빛과 '코믹-섹시'한 동작이 좋은 수란은 제스처에 주력한다. 삼각형을 기본 포메이션으로 해 자기 순서가 되면 앞으로 나온다.

③ 순수

탤버린이나 가발, 화장 등의 도구 및 특수효과는 멀리한다. 지나친 기교는 오히려 역겨움을 줄 수 있다는 것.

④ 교복 착용

교복을 입으면 어떤 일탈을 저지르고 싶은 모험정신이 생긴다.

최근에는 노래방이 인터넷으로 네트워크를 형성해 다른 지역 노래방 안의 모습을 보면서 평가를 주고받는 체인 점도 생기고 있다. 폐쇄적이고 내밀했던 과거 노래방 문화가 개방형 문화로 바뀌어가고 있는 것이다.

'동성로 sist어스'는 최신곡보다 소찬휘의 '티어스', '핑크'의 '나의 왕자님께', 빅마마의 '체념', 이효리의 '10 Minutes', 박미경의 '집착' 처럼 널리 알려진 노래들을 선호한다. 그 이유에 대해 이들은 "멜로디나 가사가 익숙해야 많은 네티즌들이 우리 노래에 관심 가질 것"이라고 말한다.

'동성로 sist어스'는 오디오의 새로운 방식이 될 가능성도 있다. 이들의 동영상에 담아 유명해진 동영상 노래방 사이트 '핑크스타'(www.pinkystar.com)는 '동성로 sist어스'의 연예계 진출을 모색 중이다.

사이트를 운영하는 '맥스헤드' 경민규 대표는 "인터넷이란 '시장'을 통해 실력과 상품가치를 검증받기 때문

에 오디오 비용을 절감할 뿐 아니라 일정 인지도를 확보한 뒤 데뷔할 수 있다"고 말했다

가전 대리점, 변신수단으로 자판기 속속 도입

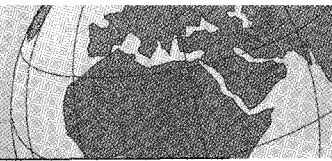
앗! 가전 대리점에 웬 자판기? 가전 대리점들의 '무한변신'에 있어 자판기가 차지하는 비중이 점차 커지고 있다. 지난해까지만 해도 전자제품만을 판매하던 가전 대리점들이 울들어 매장 내에 커피숍을 유치, 숃인숍(Shop in Shop)을 개설하는가 하면 현금입출금기, 무인민원서류발급기, 디지털사진인화인화기 등의 편의시설을 잇따라 갖추며 신개념 복합 생활공간으로 거듭나고 있다.

삼성전자는 지난 5월 매장 안에 스타벅스 커피 전문점을 유치한 데 이어 현금입출금기를 설치했으며, 최근에는 민원서류발급기를 설치하기 시작했다. LG전자 역시 대형 대리점에 민원서류발급기, 디지털사진인화자판기, 웹텔단말기 등을 설치하며 대리점 변신작업에 박차를 가하고 있다.

가전 업체들이 이처럼 대리점을 복합생활 공간으로 전환하고 있는 것은 매장 대형화로 유효 공간이 늘어난데다, 이같은 편의시설을 갖춘 경우 '집객력 향상'에 절대적으로 도움이 되기 때문이다.

실제로 스타벅스 커피숍을 유치한 삼성전자 분당점의 경우 커피숍을 유치하기 전에는 하루 평균 100명 정도가 매장을 방문했으나 커피숍이 들어선 후에는 400여명으로 늘었다. 이에 따라 매출도 30%가량 증가했다. 현금입출금기를 설치한 매장도 이전에 비해 평균 70명 가량이 더 방문하는 것으로 조사됐으며 매출도 10% 이상 증가효과를 나타냈다.

삼성전자 국내영업사업부 관계자는 "생활편의시설을 갖춘 후 매장을 찾는 고객들이 늘어나고 매출도 그와 비례해 증가하는 것으로 나타났다"며 "매장도 수수료를 받



으므로 매출향상과 수익이라는 두 마리 토끼를 잡을 수 있다"고 말했다.

가전업체들의 대리점 대형화 및 복합화는 전략적인 측면에서 진행되고 있다. 기존 커피숍, 현금입출금기, 민원 서류발급기 등이 30~50대 주부를 유인하기 위한 수단이라면, 최근 설치하기 시작한 디지털사진인화자판기 등은 양판점이나 할인점을 선호하는 10~30대의 젊은 층을 유도하기 위한 것이다.

삼성전자·LG전자 양사는 일단 집객 가능성이 높은 대형 대리점을 중심으로 이같은 기기들을 집중 공급하는 한편 앞으로 소비자들이 필요로 하는 아이템을 지속적으로 발굴, 설치할 예정이다.

양판점·할인점과의 경쟁력을 높이기 위한 전문가전 대리점들의 변신은 앞으로도 계속될 것으로 보인다. 향후 어떤 편의시설이 또 가전 대리점 속으로 들어올지 기대된다.

커피자판기 앞 '휴식테크'에 제격

영화 <반칙왕>에서 직장상사가 부하직원의 실적과 업무태도를 운운하며 혼낼 때 프로레슬링의 헤드락을 사용하는 것이 나온다.

영화가 다소 과장 표현하긴 했지만 실제로 그런 일방통행식 명령하달이 여전한 곳이 회사다. 상호간에 커뮤니케이션이 전혀 이뤄지지 않는 것이다.

21세기 기업경영에 있어서 가장 중요한 건 구성원들 간의 커뮤니케이션이다. 서로의 경험을 털어놓으며 노하우가 공유되고 불필요한 시행착오를 줄일 수 있기 때문이다. 따라서 기업의 가치는 양방향 커뮤니케이션을 통한 지식경영, 즉 구성원의 지식을 얼마나 효율적으로 공유하고 관리하느냐에 달려 있다.

그렇다면 기업의 가치까지 좌우하는 구성원들의 창의적 아이디어와 각 개인의 노하우가 가장 빈번하게 교환되

고 공유되는 곳은 어디일까. 전문가들이 연구한 바에 따르면 창의적 아이디어가 막힘없이 교환되는 장소는 커피자판기 앞, 흡연실, 화장실의 세면대 앞 등이라고 한다. 최고경영자가 없는, 말하자면 정서 표현이 자유로운 곳이다.

21세기 기업경영의 승패는 구성원들의 정서를 어떻게 배려하는가에 의해 결정된다. 그렇기에 회사가 즐거운 곳으로 변해야 한다. 즐거운 마음으로 자발적으로 일하는 분위기가 조성돼야 한다는 말이다. 열심히 일하라고 핏대 올리는 방식으로는 아무도 자발적으로 일하지 않는다.

가장 이상적인 노동 형태는 일과 여가가 분리되지 않는 방식이다. 가장 창의적인 작업을 하는 예술가의 삶이 그렇다. 재미있어서 한 일이 돈이 되는 것이다. 21세기 기업은 이제 이러한 예술가들이 일하는 곳이다. 아무 생각 없이 시간만 때우는 방식의 육체노동, 소외된 노동은 더 이상 설자리가 없다. 직원들의 여가를 배려함으로써 직원들이 예술가적 마인드를 갖게 하는 것, 바로 이것이 21세기 경영의 핵심이다.

무릇 성공학의 패러다임이 "밤이나 낮이나 쉬지 않고..."가 아니라 "휴테크를 통해 감성지수를 높여야..."로 바뀌고 있는 것이다.

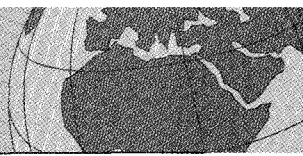
<김정운 명지대 교수의 칼럼 중에서...>

대학, 고교에 미니커피자판기 '선물공세'

2004학년도 대학수학능력 시험에 앞서 대전,충청지역 대학들이 우수 학생 유치를 위해 지역내 고교들을 상대로 선물공세를 펼쳐 화제가 되었다. 이 선물공세 품목에 있어 미니커피자판기가 특목한 역할을 담당했다.

충남지역 B대학은 대전지역 30여개 자매결연 고교에 미니 커피 자동판매기를 기증했다.

B대학 관계자는 "지난 4월 충남 예산의 한 초등학교에



서 일어난 기간제 여교사의 차 시중 논란으로 교장이 자살하는 사건이 벌어졌다" "커피자판기가 있으면 그같은 불상사는 발생하지 않을 것"이라고 밝혔다.

자판기 관련, 사건사고

〈“성인용품 자판기” 1200억원대 사기〉

자판기 관련, 사건사고에 있어 초대박(?)이 터졌다. 어떻게 이렇게 엄청난 금액의 사기가 가능할지 혀를 내두르게 할만큼 그 피해금액이 엄청나다.

서울지검 형사4부(부장 임춘택)는 지난 9월 30일 성인용품 자동판매기를 다단계 방식으로 판매, 1만여명의 투자자로부터 1200여억원을 받아 가로챈 혐의로 한국코인개발 대표 김모(46)씨를 구속기소하고 영업이사 안모(55)씨를 불구속기소했다.

검찰에 따르면, 김씨 등은 지난해 6월부터 투자자를 상대로 "물래카메라를 탐지하는 기능이 부착된 성인용품 자동판매기를 개발해 러브호텔 등의 수요가 많다"며 "1대당 400만원을 투자하면 매달 25만원을 무한정 지급하겠다"고 속여 9845명으로부터 투자금 명목으로 1221억8400여만원을 받아 챙긴 혐의다.

김씨는 자판기 20대를 팔면 부장, 40대를 팔면 실장 등으로 승진시켜 1대당 14만~16만원의 유치금을 추가로 지급하는 다단계 방식으로 투자자를 모집했으며 1200억원으로 실제 설치한 자판기는 1800여대에 불과했다고 검찰은 밝혔다.

검찰 관계자는 "자판기 1대당 월 매출이 1만~2만원에 불과해 매달 25만원을 준다는 것은 불가능하다"며 "사업 초기에 투자한 40여명을 제외한 나머지 투자자는 모두 피해를 입었다"고 밝혔다.

〈고수익 미끼로 100억대 분양 사기〉

성인용품자판기와 더불어 복권자판기도 최근 단골 자판기 사기 아이템으로 등장하고 있다.

서울 관악경찰서는 지난 11월 4일 높은 수익을 미끼로 분양사업 투자자를 모집한다고 속여 거액의 투자금을 유치한 이모씨(44) 등 4명에 대해 유사수신행위 규제에 관한 법률 위반 혐의로 구속영장을 신청했다.

이들은 지난 3월 관악구 봉천3동에 사무실을 차린 뒤 지난 9월 강모씨(48·여)로부터 투자금 명목으로 2억 5000만원을 받는 등 99년부터 지금까지 300여명으로 부터 모두 100억여원의 투자금을 끌어 모은 혐의다.

이들은 이 과정에서 2대 밖에 없는 이동식복권판매차량 3000대나 아예 있지도 않은 복권자판기 분양사업을 한다고 속이는 수법으로 투자금을 유치한 것으로 드러났다. 또 지난 9월에는 채권이 압류된 경기 광명시 M백화점 건물에 영상아카데미 학원을 차리고 분양사업을 할 예정이라며 투자자들을 끌어 모은 것으로 밝혀졌다.

이들은 투자자들에게 5개월 동안 투자하면 매월 원금의 12.5%를 수익금으로 돌려주겠다고 돈을 유치한 뒤 투자금 일부는 이전 투자자들의 수익금으로 돌리고 나머지는 자신들이 빼돌린 것으로 조사됐다.

이들은 이같은 수법으로 지금까지 3차례 법인과 사업 아이템 등을 바꿔가며 투자자들을 상대로 투자금을 빼돌려 온 것으로 드러났다.

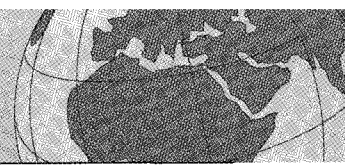
〈커피자판기서 100원짜리 동전 6만개 훔쳐〉

자판기 털이 경보! 최근 자판기 동전털이 사범이 급증하고 있어 이에 대한 대책 마련이 시급한 상황이다.

부산 도심에 설치된 커피자판기에서 수백차례에 걸쳐 100원짜리 동전 6만여개(600여만원)를 훔친 20대 2명이 경찰에 붙잡혔다.

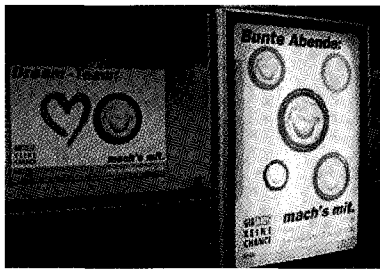
부산 동래경찰서는 지난 10월 9일 특정범죄가중처벌법 위반(특수절도) 혐의로 양모(22.무직.주거부정)씨와 공모(20.무직.주거부정)씨 등 2명에 대해 구속영장을 신청했다.

경찰에 따르면 이들은 지난 1일 부산 동래구 온천1동



모 식육점앞 커피자판기이 출구안으로 손을 넣은 뒤 현금반환버튼을 눌러 동전 2만원을 훔치는 등 그동안 부산 도심을 돌며 커피자판기에서 350여차에 걸쳐 100원짜리 동전 6만여개를 훔친 혐의를 받고 있다.

독일 베를린 시의회, 교내 콘돔자판기 설치 허용



최근 미성년자 임신과 낙태가 급증하자 베를린 몇몇 구의회가 학교안에 콘돔자판기 설

치 결정을 내렸다.

수요가 있는 곳에 공급이 찾아가게 마련이다. 성인들은 주로 약국이나 슈퍼마켓에서 콘돔을 구입하지만, 이를 쭉스럽게 여기는 청소년들이 남의 이목을 피할 수 있는 콘돔자판기를 주로 이용한다는 것은 이미 잘 알려진 사실이다.

그렇다면 콘돔 자판기를 영화관이나 실내 스케이트장의 화장실 등에 제한해 설치할 필요가 없을 것이다. '최대 소비자'인 청소년들이 쉽게 구입할 수 있도록 학교 화장실에 설치하면 될 일이다. 그러나 언뜻 보기에는 자명한 이 '시장의 법칙'은 그렇게 간단한 일은 전혀 아니다.

<가톨릭 교구 반발도 만만치 않아>

지난 8월부터 베를린의 몇몇 구의회는 구 관내 고교 화장실에 콘돔 자판기의 설치를 결정했다. 최근 급격히 증가한 미성년자의 임신과 낙태에 대한 통계자료 및 실태 보고서가 이 결정의 근거로 제시되었다.

또한 1990년대 이후 크게 줄어들었던 에이즈 감염자가 최근 청소년을 중심으로 상승하고 있는 사실도 지적되었다. 이에 대한 대처방안의 하나로 고교 내 콘돔자판기

설치가 이루어진 것이다.

이런 결정에 녹색당과 사민당에서 보수적인 자유민주당과 기독교민주당에 이르기까지 정치적 색채가 다양한 정당들이 동의했다. 따라서 학내 콘돔자판기 설치가 곧 독일 전역에 자리 잡을 가능성이 크다.

이런 흐름에 처음 제동을 걸고 나선 단체가 베를린 가톨릭 교구다. 콘돔 자판기의 학내 설치하는 성경험이 없는 학생들에게 성관계를 보편적 현실 내지는 의무사항으로까지 느끼게 하는 심리적 압박효과를 일으킬 것이라는 강한 우려에서다.

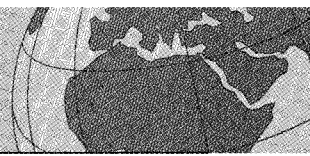
이는 임신·에이즈 예방의 효과를 가져오기보다는 이미 미디어를 중심으로 한 성인 중심의 성문화에 노출되어 있는 청소년들에게 성관계를 조장하는 측면으로 작용할 것이라는 게 베를린 교구청 대변인의 주장이다.

더불어 그는 콘돔 자판기의 설치보다는 청소년들이 자신들의 성문제에 좀더 여유 있고 자연스럽게 접근할 수 있도록 해당 수업시간을 확대하고 활용하는 방안을 대안으로 제시했다.

독일 연방 통계청의 발표에 따르면 미성년자의 임신, 특히 14살 미만 청소년들의 임신이 최근 빠르게 증가하고 있다. 1996년 9490건이던 미성년자의 임신이 2001년에는 1만2845건으로 크게 늘어났다. 또한 만 10~14살 청소년의 낙태가 같은 기간 내에 365건에서 761건으로 두배 가까이 증가했다.

2002년에는 그 수가 832건으로 계속 늘어났고, 이 수치가 공식 통계에 잡힌 '합법적 낙태'만 포함하고 있다는 점에서 문제의 심각성을 더하고 있다. 특히 1999년 공식 집계에서 처음 등장한 만 10살 아동의 낙태가 2002년에는 20건에 이르자, 독일 교육계에서 성교육 방식과 내용의 전면적 재검토 목소리가 높아지고 있다.

40명의 여의사들로 구성된 '40인 성교육'이라는 단체는 "청소년들 사이에서 이제 성관계는 마치 책가방 안의 헨



드론처럼 돼버렸다"며 이제는 사회가 청소년의 성문제를 현실적으로 바라봐야 한다고 촉구하고 있다.

이들은 2001년부터 자신들의 성교육 프로그램의 대상을 초등학교로 확대했다. 최근 100년 동안 청소년들의 육체적 성숙과 성관계의 경험이 평균 4, 5년 빨라졌으나 학부모나 학교 당국은 이에 부응한 조기 성교육의 필요성을 미처 깨닫고 있지 못하고 있다는 것이 이들 의사협회의 비판이다.

〈성교육 프로그램 초등학교까지〉

이런 인식을 바탕으로 베를린 일선 학교 당국들은 콘돔 자판기 설치에 대해 찬성 의사를 표하고 있다.

베를린 지역 학부모협회와 교원노조도 가톨릭 교구의 비판이 원인과 결과를 바꿔놓은 것이라며 콘돔 자판기는 청소년들의 임신과 성병을 예방하는 새로운 성교육 프로그램의 하나일 뿐임을 밝히고 있다.

학내 콘돔 자판기 설치가 현실적으로 어떤 결과를 가져올지는 아직 알 수 없다. 하지만 부모와 교사, 그리고 사회가 그들의 아이들이 자신들보다 훨씬 일찍 성숙한다는 사실을 받아들이고 이 문제에 새롭게 접근해야 한다는 사실에는 의문의 여지가 없는 듯하다.

태국도 대학교에 콘돔자판기 설치 논란

독일에 이어 아시아 태국에도 콘돔자판기 설치 논란이 일고 있다

태국 정부는 젊은이들 사이의 에이즈(후천성면역결핍증) 확산을 차단키 위한 교육지적으로 대학교 구내에 콘돔자판기를 설치하는 방안을 추진키로 했다.

태국 질병통제국(DCD)은 내년부터 학생들이 콘돔을 쉽게 구입할 수 있도록 대학교 구내 화장실에 콘돔 자판기를 설치토록 할 방침이라고 태국 신문들이 11월 26일 보도했다.

DCD국장인 차란 트린우티퐁 박사는 DCD 자체 통계를

인용, 젊은이들이 안전하지 않은' 섹스를 할 가능성이 상대적으로 높아 에이즈 감염 위험이 그만큼 크다고 지적하면서 이러한 방침을 밝혔다고 신문들은 전했다.

차란 박사는 "태국의 젊은이들은 편의점에서 콘돔을 구입하길 꺼리는 경향이 있는 것으로 조사결과 밝혀졌다"며 대학교 구내의 콘돔 자판기 설치 필요성을 강조했다. 그러나 DCD의 이런 방안은 태국 교육부로부터 미온적인 반응을 얻고 있어 성사 여부가 확실치 않아 보인다고 신문들은 지적했다.

아디사이 보다라릭 교육부 장관은 이 방안을 승인하기에 앞서 대학생들의 의견을 들어봐야 할 것 같다고 말했다. 그는 에이즈 예방이라는 "취지는 좋지만 도가 지나치면 안된다"며 "젊은이들에게 섹스를 장려하지 않으면서도 에이즈를 예방할 수 있는 방법을 찾는 게 바람직하다"는 입장을 밝혔다.

시리콘 마니린 태국 교육부 차관(여)은 "교육기관은 학문의 전당이지 섹스를 위한 곳이 아니다"고 개탄하면서 "교육기관에서 섹스를 손쉽게 하도록 도와주겠다는 뜻이냐"고 반문했다.

미국 코카콜라, 중고등학교 자판기로만 콜라 판매

세계 최대의 청량음료 회사인 코카콜라가 어린이 비만을 조장한다는 비난을 피하기 위해 학교에서 콜라 판매를 자제하기로 했다.

코카콜라사는 먼저 방학을 제외한 기간에 초등학교에서 탄산음료를 팔지 않고 대신 주스와 밀크음료, 스포츠음료, 물을 판매하기로 했다.

또 중,고등학교에서는 학교 식당이 아닌 자동판매기에서만 탄산음료를 팔되 자판기 작동시간도 제한할 계획이다. 코카콜라가 마련한 이번 지침은 코카콜라와 학교 간에 앞으로 체결될 모든 계약은 물론 기존 계약에도 적용되게 된다. 