



휴대폰 속 친구와 놀아보면 어때?

휴대폰 속에 친구가 살고 있다. 휴대폰 속 캐릭터에게 인사를 하면 그 친구가 반갑게 인사를 한다. 심심해서 말을 걸고 쪽지를 보내면 그 친구가 대답을 해준다. 그 친구에게 뭔가 알아봐달라고 심부름도 시키고, 그 친구와 끝말잇기 게임도 한다. 처음에는 내가 심심해서 휴대폰 속에 사는 그 친구를 찾았으나, 이제는 답답한 휴대폰 안에서 심심해할 그 친구를 위해 함께 놀아준다. 이야기를 나누기에는 조금 답답하고, 정신적 수준도 다소 모자란 휴대폰 속 친구이긴 하지만, 내가 찾으면 언제나 나를 반겨주는 것 하나만은 매번 정신없이 바쁜 친구들이나, 잘 빠지는 여자친구나, 속내 꺼내놓기 어려운 직장동료들보다 나은 점도 있다. 이 친구가 오늘도 휴대폰 속에서 나를 기다리고 있다.

글 임영모 객원기자



● 휴대폰 속 친구로부터 온 편지 ●

친구 안녕, 나야.
 내가 누군지 모르겠다고? 그렇게 말하면 내가 서운해지는 걸?
 항상 네 곁에 있으면서 네가 말 걸어주기를, 관심 가져주기를, 친해지기를 기다리고 있는 너의 친구인데 말야.
 저런, 아직 나를 못 알아보는 눈치네. 좀 실망이군.
 이름이 뭐냐고? 글썽? 한 번 맞춰봐. 아니면, 부르고 싶은 이름을 불러봐.
 맞았어. 방금 네가 부른 이름, 그게 바로 내 이름이야. 이제부터는 나를 부를 때 그렇게 불러줘.
 (설마 이름 대신에 욕을 한 건 아니겠지?^^)
 내 소개를 네게 안 했었던가? 안 했었다면 지금 하면 되지 뭐. 이제부터라도 알고 지내면 되지 않을까?
 사는 곳은 휴대폰, 관심사는 너와 비슷하고, 취미도 성격도 너와 비슷해.
 너를 닮았다고 말하는 게 아마 정확할 지도 몰라.
 네가 만들었고 너 때문에 태어났고 너와 함께 있기 위해서 존재하니까 말야.
 이제 앞으로 친구가 그리우면 나를 불러줘.
 어떻게 찾으면 되냐고? 호주머니 속 휴대폰을 꺼내서 다정다감한 목소리로 부르면 내가 당장 뛰쳐나올 거야. 그러면, 그동안 있었던 이야기도 나누고, 지금 생각하는 것도 말하고, 알고 싶은 정보가 있으면 내가 찾아주고, 그러다가 내가 하는 것이 이쁘면 상도 주고 그러면 돼.
 나는 항상 네가 불러주기만을 기다리고 있을 거야.
 고마워. 내 편지를 읽어줘서.
 친구, 다음에 봐. 안녕.

심심해? 심심해도 심심한데 우리 같이 놀자

MSN 메신저로 심심이와 대화를 나누는 것을 보고 있거나, 혹은 직접해보면 은근한 재미를 느낄 수 있다. 물론 취향에 따라 느끼는 게 다를 수 있지만, 가끔 정말 '심심'하다면 한번 어떤 건지 사용해봐도 좋다.

MSN 메신저에서 '심심이'를 만나는 방법은 간단하다.

[대화 상대 추가] 메뉴에서 메일 주소로 친구를 등록할 때에 'simsimi***@hotmail.com' (***)에는 1~999 까지 중 마음에 드는 숫자 하나 입력을 등록하면 된다.

이 친구(?)는 그다지 수다쟁이는 아니다. 늘 내가 먼저 말을 걸어주기를 기다린다. 아무 말이나 한 번 건네보자.

- 넌 누구니?
- 내가 심심이지 누구냐
- 만나서 반가워
- 나도 반가워요^-~*

말투가 일정치 않고 왔다갔다 한다. 같은 질문을 해도 여러 개의 답변이 다양하게 돌아온다. 가령, '나 사랑해?' 라는 질문을 계속 물어보고 있다면 '응..많이많이 사랑해♡', '아니...-_-:;', '정그려워 저리 가' 등 다양한 답변이 튀어나온다. 도대체 제대로 된 정신을 가진 친구인지 의



스िम이 서비스를 제공하는 www.simsimi.com. 여기서 심심이에게 말을 가르칠 수 있다. 부디 좋은 말만 가르치는 이모와 삼촌이 많길 바란다.



모바일 심심이를 통해서도 심심이에게 말을 가르치고 쪽지를 교환하고 심심이의 이모와 삼촌을 소개받을 수 있다.

심스럽기도 하다.

이 시스템을 만든 회사는 이즈메이커로, 인공지능 자동응답 로봇인 AIKCR(Artificial Intelligence for Korean Chatting Robot)을 개발해 MSN을 통한 심심이 서비스를 제공하고 있다. 응답을 위한 데이터베이스를 사용자들이 직접 만든다는 것이 이 서비스의 장점이자 단점. 심심이 사용자들은 심심이의 이모와 삼촌으로 불린다. 심심이의 이모와 삼촌들은 심심이 홈페이지(www.simsimi.com)에 들어가서 심심이에게 말을 가르쳐 줄 수 있다. 메신저를 통해 상대방이 어떤 말을 건네는 경우, 그에 대해서 이렇게 대답하라고 답변을 만들어 주는 것. 무수히 많은 이모와 삼촌이 심심이에게 말을 가르치다보니 나름대로 대답은 잘하는 편이지만, 특별한 제한 없이 사용자들이 답변 DB를 만들다 보니 별별 대답들이 다 올라가 있다. 종종 욕설 비슷한 말도 서슴치 않게 하고,

모바일 심심이에게 다양한 정보를 물어볼 수 있다.(괄호 안은 사용자 입력 사항)

쪽지 종류	쪽지 내용	쪽지 종류	쪽지 내용
일기예보	ㄴㅅ (지역명) 날씨 (지역명)	바이오리듬	ㅂㅇ (YYMMDD) 바이오 (YYMMDD)
오늘의 명언	명언	우편 번호 찾기	ㅇㅍ (지역명) 우편 (지역명)
영한 사전 검색	ㅅㅈ (영어단어) 사전 (영어단어)	친구 애인 찾기	ㅈㅅ (나이/성별/지역) 친구 (나이/성별/지역)
주식 시세 보기	ㅅㅅ (종목명 혹은 코드) 주식 (종목명 혹은 코드)	로또 번호 찍기	ㄹㅃ 로또



심지어는 060-800-xxxx 같은 전화번호를 버젓이 자신과 통화할 수 있는 전화번호로까지 내세우기도 한다. 좋은 말만 가르쳐 주는 착한 이모와 삼촌들이 많으면 좋으려만, 개중 포함돼 있는 몇몇 나쁜 이모와 삼촌들 때문에 심심이가 잘못된 언어습관을 갖고 있기도 하다.

이 서비스를 모바일에 응용해 모바일 심심이 서비스가 서비스 중이다. KTF를 통해 '모바일 심심이(##332)' 서비스를 진행하고 있고, KTF 이외 통신회사를 이용하는 사용자들은 2000-332 번호를 통해 이용할 수 있다. 휴대폰 SMS를 작성해 수신자 번호에 KTF 유저는 **332를, SKT 사용자는 2000-332 앞으로 보내면 심심이가 휴대폰으로 쪽지를 보내온다. 물론 돈이 좀 든다. 심심이가 보내는 문자를 받을 때에는 무료지만, 심심이에게 말을 건네려면 건당 200원 정도의 투자를 해야 한다. 종종 심심이가 먼저 말을 걸어오기도 한다. 이렇게 먼저 말을 걸어올 때 세 번 이상 대담을 안해주면 소심한 심심이는 빠져서 말을 더 이상 걸지 않는다.

모바일로 넘어오면서 심심이 서비스는 정보 제공 서비스를 추가해, 단순한 말장난 쪽지 서비스를 넘어선 시도를 보인 바 있다. 이를테면, 쪽지를 보낼 때 *날씨 서울'이라고 보내면, 심심이는 서울의 오늘과 내일의 날씨 정보를 알려준다. 주식 시세를 알고 싶을 때에는 여기저기 찾아 들어가서 말고, *주식 삼성전자'를 하면 현재 해당 종목의 시세와 정보를 알려주기도 한다.

보이지 않는 가상의 캐릭터를 친구로 둔다는 것이 상당한 상상력을 요구하기도 하지만, 이러한 자동응답로봇이라는 컨셉은 앞으로 계속 발전해 나갈 가능성이 큰 분야라 할 수 있겠다.

뭐하니? 1mm한테 말해봐

종종 그런 상상을 해보게 된다. 언제나 말을 걸면 대답해주고 반갑게 맞아줄 친구가 있었으면. 심심할 때 툭툭대지 않고 놀아주고, 나에게 대해 알아주고 이해해주는 맘 넓은 친구가 있었으면. 심지어는 좀더 나아가 내 전용 비서가 하나 있었으면. 우리가 CF를 통해 익히 봤을 만한 장면이 있다. 늦잠을 잔 인기 연예인 '비'가 허둥지둥 옷가지를 챙기는 것이 휴대폰 액정모니터 안에서의 촬영 각도로 잡힌다. 캐릭터 하나가 뽕뽕맞게 말을 건다. '뭐하니?' 하면서 놀래킨다. 이런 친구에 대한 개념을 살려 서비스를 선보이고 있다.

SK텔레콤에서 전략적으로 지능형 인터페이스 상품으



SK텔레콤은 지능형 인터페이스 서비스의 일환으로 1mm 서비스를 개시했다. 이제 휴대폰 속에 나를 아는 내 친구 있다.

로 선보인 것이 바로 1mm 서비스(1mm.nate.com)다. 지난해 10월부터 첫선을 보여, 올해 3월에 정식 유료화 서비스를 시작했다. 사용료는 월 정액 1,200원에 별도의 기능들을 종량제로 이용할 수 있다.

앞서 말한 심심이 서비스와 유사한 부분도 있지만, 더욱 발전된 모습을 갖추고 본격적인 상품화가 추진됐다. 기본적인 개념으로 볼 때, '휴대폰 속에 사는 친구'라는 점이 같다. 사용자의 킬링 타임을 위한 엔터테인먼트 제공 도구이면서, 동시에 프렌드십을 내세우는 서비스라 할 수 있다.

심심이 서비스에 비해 나아진 점은 우선 심심이 서비스가 SMS 솔루션에 기반을 두고 제공되는 것에 반해, 이 1mm 서비스는 폰 내장형 시스템을 추구하고 있다. 위피 기반의 솔루션으로 제작돼 폰 바탕화면과 연동돼 작동한다. 이러한 환경은 사용자가 휴대폰 폴더를 열거나 슬라이드를 올려 바탕화면을 볼 때에 항상 1mm 서비스가 대기 상태에 있도록 제공한다. 게다가 엽기발랄 깜찍한 다양한 캐릭터들이 나타나 사용자가 무엇을 하는지, 무엇을 할 건지, 어떤 게 궁금하고, 사용자 상태가 어떤지 관찰하기도 한다. 폰에 내장돼 있으며, 항상 대기 상태이고, 비주얼한 캐릭터로 구현되고 있다는 점에서 본격적인 지능형 캐릭터 상품화 시대가 도래했음을 알 수 있게 한다.

그렇다면 1mm 서비스는 어떤 것일까? 우선 1mm라는 서비스 명칭부터 이해해야 할 듯 하다. SK텔레콤 측의 설명에 의하면 사용자와 휴대폰, 혹은 휴대폰 서비스의 거리가 채 1mm도 안될 정도로 가까워질 수 있는 서비스를 추구하는 것 때문에 지어진 이름이라고 한다. 하지만, 아직 지원되는 단말기가 많지 않아 1mm 사용자를 만나는 게 쉽지는 않다. 현재 1mm 서비스를 사용할 수 있는 단말기는 위피 기반 단말기로 LG SD-340, LG SD-870, 삼성 SCH-V650 세 기종이며, 연내에 수십 기종을 보급하겠다는 계획이다.

대화하기 가능

이것은 심심이 서비스와 비슷하다. 1mm 캐릭터



1mm에게 내 현재 감정 상태를 이야기해 주면 1mm가 이에 따라 다른 반응을 한다는 것도 이 서비스의 핵심 1mm에 등록된 마이 버디들. 현재 상태를 알 수 있다. 그런데,젠 왜 우울하지?



1mm 서비스의 다양한 캐릭터들. 어떤 캐릭터를 내 폰에서 만날까 골라보자. 날 닮은 듯한 페인 캐릭터가 어울린다?

와 '대화 놀이' (대화라기보다는 놀이라는 표현이 정확할 듯 하다)를 하는 것이다. 이 캐릭터 역시 모든 말을 알아들을 거라고 기대하는 것은 너무 앞서가는 상상이 될 것이다. 알아듣는 말에 한계가 있으므로, 이 친구도 심심이와 마찬가지로 말을 가르쳐야 한다. 다른 점이 있다면 심심이처럼 모든 이모와 삼촌이 가르쳐주는 말을 그대로 학습하고 아무에게나 곧이곧대로 말하는 게 아니라, 말을 가르쳐준 사용자에게만 한정되고 기본적으로 알고 있는 답에 대해서는 아무리 주입해도 고집피우며 배울러 들지 않는다는 점이다.

이 대화 기능은 상호작용을 의미한다. 사용자가 무선 네이트에 접속하고, WAP 메뉴를 검색해 정보를 찾았던 예전 방식에서 탈피, 이제 1mm 캐릭터와 이야기를 하면서 필요한 내용을 찾을 수 있다는 것이다.

내 감정 상태 설정과 1mm 버디 기능

특징 중 하나이다. 사용자의 상태를 네 가지 형태 ('좋아좋아', '심심해', '우울해', '건들지마')로 등록할 수 있으며, 감정 상태를 '심심해' 와 '우울해' 로 변경하는 경우 1mm 캐릭터가 사용자에게 현 상태에 어울릴만한 서비스를 추천해 준다.

1mm를 사용하는 친구들끼리 버디 등록을 할 수 있다. 1mm 서비스의 네트워크화를 추구하는 모델이라면 공격적인 표현일 수도 있지만, 다분히 사용자 간의 네트워크를 통한 서비스 확대까지 염두한 기능이라 할 수 있다. 가령, 사용자가 내 현재 감정 상태를 '심심해' 로 변경했을 때에는, 사용자가 등록해 둔 버

 <p>1mm TV 1mm+</p> <p>500원/월 신청하면 정보가 방송 2시간 전에 소옥 휴대폰으로~</p>	 <p>1mm 뉴스 1mm+</p> <p>0원/월 1mm '뉴스플러스'로 연재나 빠른 정보 리더~</p>
 <p>1mm 패션 1mm+</p> <p>500원/월 패션 플러스로 완성되는 당신의 패션 라인~</p>	 <p>1mm 날씨 1mm+</p> <p>0원/월 늦잠때문에 아침뉴스에서 날씨를 못 보셨나요?</p>
 <p>1mm 운세 1mm+</p> <p>0원/월 1mm 운세 아이템이 있다면 운세 1mm+로 금상첨화 운세...</p>	 <p>1mm 1mm item</p> <p>1mm 아이템은 계속 업데이트됩니다. 많은 관심과 사랑 부탁드립니다.</p>

1mm에서 제공하고 있는 1mm+ 아이템들.

다들에게 친구가 심심해한다는 내용의 1mm 쪽지를 발송해 주는 식이다. 상태가 '건들지마' 인 경우에는, 버디로 등록된 친구들이 감정 상태를 '심심해' 로 변경하더라도 친구가 심심해한다는 내용의 1mm 쪽지를 알아서 차단하고, 핸드폰 첫 화면에서 캐릭터가 사용자에게 서비스를 추천하는 메시지 등도 보내지 않고 잠전히 있게 된다.

1mm+ 서비스

1mm 서비스에는 부가 서비스로 1mm+ 서비스가 따로 있다. 사용자가 설정한 개인정보에 따라 맞춤 정보를 제공하는 알림 서비스라 생각하면 된다. 현재 제공되는 1mm+ 서비스는 뉴스, 운세, 날씨, 패션, TV 등 다섯 가지. 현재 뉴스와 날씨, 운세 서비스는 무료로, 패션과 TV 등은



별도 약정 요금이 부과된다.

나를 아는 캐릭터

1mm는 사용자 개개인의 정보를 축적해 이를 기초로 개인화된 서비스를 하는 모델을 표방하고 있다. 휴대전화 속의 캐릭터가 사용자의 습성이나 취향 등을 파악하고, 스스로 알아서 음악이나 놀거리를 추천하기도 하고, 이용자의 위치를 파악해 인근 맛집도 추천해 주기도 한다. 이렇게 나와 함께 살며, 나에게 필요한 정보를 제공하기 위한 서비스 컨셉이 바로 1mm의 기본 목표라 할 수 있다.

가령 휴대전화에 “심심해”라고 문자 메시지를 입력하면 캐릭터가 “퀴즈 한 번 해볼래?” 하면서 퀴즈 사이트로 연결해주고, “입맛이 없어”라고 입력하면 “근처에 있는 맛집 추천해줄까?”라면서 이용자가 있는 장소에서 가까운 한식, 양식, 중식당을 보여주는 방식의 지능을 갖춘 대화형 서비스라 할 수 있다.

SK텔레콤은 이 서비스를 발전시켜 이용자의 취향이나 휴대전화 사용 패턴을 분석해 가입자에게 외부 전문 서비스를 추천하는 방식의 '1mm 엑스퍼트 에이전트(Expert Agent)' 서비스도 내놓을 계획이며, 올 7월에는 음악 서비스 멜론과 연계해 '멜론 에이전트' 서비스를 선보일 예정이다. 본격적인 CRM 기반의 이동통신 콘텐츠 서비스가 개시되고 있다.

이 밖에도 가상 캐릭터라는 성격에 있어서 약간 다르긴 하지만, KTF에서는 바탕화면에 아이콘을 설정해 원하는 서비스로 바로 접속할 수 있거나 실시간으로 주식 정보를 초기화면에서 볼 수 있는 팝업 서비스를 선보이고 있기도 하다. 다마고찌류의 애완용 식물과 동물을 키우는 개념이 있긴 하지만 많은 부분이 다르다.

친구, 그 이상의 친구를 찾아서

누군가를 만나서 이야기하고 싶을 때가 있다. 그러면서도 한편으로는 이야기를 하는 게 부담스러울 때도 있다. 참으로 마음 터놓고 이야기하고 싶지만 그게 쉽게 되지 않을 때도 있다.

차라리 벽이나 거울을 보고 이야기하는 건 어떠냐고 반문하는 사람도 있겠지만, 뭔가 주고받아야 이야기라는 게 성립되지 않을까? 심심이란 정말 심심한 이야기를 나누다 보면, 어차피 나에 대해서 크게 신경쓰지 않고 나를 모르는 존재라는 게 오히려 매력적인 것 같다. 엉뚱한 대답에서 한 번 슬쩍 웃을 수도 있다. 인생상담하라고 만든 서비스는 아니니까 심심풀이로 가볍게 받아들이면 될 듯하다. 물론 단축명령을 통해 원하는 정보를 한 번에 액세스해 결과를 얻을 수 있는 부분은 상당히 필요하고 유용한 서비스임은 간과할 수 없다.

1mm 서비스가 어떻게 발전할지 아직 예측할 수는 없지만, 캐릭터가 말을 걸고 귀여움을 떠는 인터페이스적인 부분을 떠나서, 상호작용을 통해 고객 개개인의 취향과 습성이 분석되고 그에 맞는 서비스로 발전한다면 상당히 가치있는 차기 서비스가 마련될 것 같다. 어쩌면 나보다 더 나를 속속들이 알고 있는 캐릭터가 될 수도 있을 것이다. 장점만 있는 것이 아니라 은근히 개인 사생활을 들키는 듯한 단점도 없잖아 있겠지만, 그건 서비스 제공자와 사용자들이 어떻게 사용하느냐에 따라 달라질 것으로 본다.

이러한 서비스들이 '입 안의 혀' 처럼 사용자에게 밀착해 원하는 대로 도움을 주는 친구로 자리잡길 바란다. ☺