

휴대전화 문화와 콘텐츠

휴대전화는 동전의 양면과 같다. 아누스의 얼굴을 가졌다. 삶의 질을 높여줬다고도 하고 삶의 질을 떨어뜨렸다고도 한다. 휴대전화는 아내와 같다. 없으면 불편하고 있으면 노예가 된다. 하루가 멀다 고 신기술을 탑재한 세련된 디자인의 휴대전화들이 쏟아져 나온다. 휴대전화의 진화는 눈부시다. 음성통화가 전부였던 초창기와는 다르게 이제는 개인비서이자 생활필수품이다. 몸의 연장이요, 내 손안의 세상이다.

글 안명옥 시인

얼마전 지인의 딸아이가 개학을 앞두고 치과도 가야하고 휴대전화도 고쳐야 한다고 해서 수업 없는 오전시간에 함께 동행할테니 보다 급한 것을 하나 선택하라고 했다고 한다. 그러자 그 아이는 휴대전화 서비스 센터에 먼저 가자고 했다며 요즘 중학생들이 휴대전화에 중독되고 있음을 염려했다. 밥을 먹을 때도 공부를 할 때도 심지어 화장실에 가거나 침실에서도 늘 옆에 휴대전화를 둔다고 한다. 문자를 보내는 것을 보면 공부에 집중 못하는 것이 부아가 난다고, 괜히 휴대전화를 사준 것이 후회된다고 했다.

필자의 어린 시절에는 친구와 대화하고 싶으면 친구네 집으로 가거나 놀이터, 논둑, 길 위, 운동장 등에서 만나곤 했다. 그러나 요즘 학생들에겐 운동장이 없다. 심지어 어린이들마저도 조기교육이나 선행학습 등으로 학원에 몰려가 있어 놀이터마다 텅텅 비어 있다. 함께 놀 친구

들이 없어 학원에 보낸다는 초등학교 학부모의 말이 생각난다. 학원에서 친구들을 만나지만 충분히 대화를 나눌 시간도 없다.

예전에는 편지를 주고받는 시간적 여유가 있었다. 그러나 지금은 학교와 학원을 갔다 오면 새벽까지 숙제 하기도 바쁘다. 그러다보니 친구와 대화하고 싶을 때 사용하는 것이 휴대전화 문자 서비스다. 서로 상대방의 눈빛이나 표정을 보면서 대화하는 것이 아니고 폐쇄적 공간에서 대화를 하는 것이니 얼마나 안쓰러운가. 그렇게라도 청소년들은 친구들과 소통을 이루고 있는 것이다. 열린 공간에서 마주하고 대화를 하는 것이 제도적으로 안 되니까 그들 나름대로 휴대전화라는 기기를 통해 새로운 대화법을 만들어 가는 것이다.

만약 그 아이들에게 휴대전화마저 빼앗는다면 그네를 입장에서 보면 시간과

공간을 빼앗는 폭력이 된다. 그래서일까. 요즘 아이들은 친구에게 문자를 보냈는데 바로 응답이 오지 않으면 불안해한다. 친구에게 거절당했다고 생각한다.

세대차이와 온·오프라인 체험관들

휴대전화도 사람처럼 세대차이가 난다. 1세대는 1980년대부터 1990년대 중반까지 사용된 이동통신 서비스다. 아날로그방식의 이동통신으로 음성통화만 가능했다. 2세대는 1996년 초 우리나라가 세계에서 가장 먼저 시작한 CDMA(부호분할다중접속)방식의 이동통신 서비스로 깨끗한 음질과 데이터 통신을 가능하게 하고 문자메시지와 무선인터넷이 가능했다.

3세대통신이란 음성과 데이터와 영상이 결합된 것이고, 2010년 후에 개발될 4세대는 그 속도가 3세대보다 50배 이상 빨라진다고 한다. 의사가 휴대전화로 전

송된 환자의 상처를 보고 처방을 내릴 수도 있다고 한다.

10대에게 휴대전화는 새로운 놀이문화이다. 10대들은 게임도 휴대전화로 즐긴다. 요즘엔 문자·사진·음성·음악·비디오 등으로 각종 메시지를 주고받는 MMS, 즉 멀티미디어 메시지서비스와 버디버디, MSN메신저, 싸이월드 등 모바일 메신저서비스가 인기가 있다.

20대들에게 휴대전화는 손안의 뮤직박스다. 멜론이나 도시락, 뮤직온에 접속하여 국내의 음악을 즐긴다. 벨소리나 컬러링을 즐기고 게임이나 각종 정보검색 등을 해결한다. 증권, 날씨에 대한 정보를 찾고 전자책을 읽고 미니홈피 관리까지 한다.

또 30대에게 휴대전화는 금융거래, 길안내 등 생활형 서비스 수단이다. 은행을 통해 계좌이체, 현금 입출금 등의 은행 업무를 처리하고 네이트 드라이브, 케이웨이즈, 이지드라이브를 통해 길 안내를 받는다.

휴대전화 콘텐츠를 만드는 사람들은 사람들의 라이프 속성을 파악해 카메라 기능, 시계기능은 물론이고 텔레비전, 교통카드, 신용카드 기능까지 접목하여 휴대전화 하나로 해결할 수 있도록 한다. 이제 휴대전화는 단순한 전화가 아니고 멀티미디어 기기다. 휴대전화나 콘텐츠를 구입하기에 앞서 이용하고 싶은 서비스에 대한 지식이나 정보도 얻고 콘텐츠를 미리 체험할 수 있다. '에니콜랜드'나 '폰엔핀'과 모바일 박물관 '모뎀'에는 서비스 체험관이나 기술 체험관과 같은 가상 전시관이 있어 홈네트워킹, 모바일 뱅킹 등 다양한 콘텐츠를 게임형태를 빌어 체험할 수 있다. 이밖에도 이동통신사에서 운영하는 오프라인 서비스 체험매장을 이용할 수도 있다. 무료충전서비스나 휴식 공간을 제공하기도 한다. 폰엔



핀, 굿타임샵 등 고객 체험형 매장들은 풍부한 콘텐츠를 경험해 볼 수 있는 공간들이다.

전화요금이 부담 된다

각 가정마다 대부분 유선전화만 가지던 것이 모든 가족 구성원이 휴대전화를 가지고 있다. 사정이 이렇다 보니 통신비가 가계부에 큰 부담이 되고 있다. 돈의 소중함을 모른채 쉽게 부모에게 용돈을 받아쓰는 청소년들은 이동통신 요금에 크게 구애받지 않는다. 그래서 콩나물 한 톨이라도 깎아가며 알뜰하게 생활하는 어머니들은 월말이 되면 자녀들의 휴대전화 요금 때문에 목청이 높아지기도 한다.

일반가정의 통신비용은 번들 상품을 이용하면 부담을 줄일 수 있다. 국제전화 사용이 많거나 이동전화와 시외전화

많은 소비자를 위한 번들 상품도 나와 있다. 청소년들은 무료문자를 많이 주는 요금제를 선택하고 사용량이 적은 주부는 기본료가 낮은 게 적당하다.

실버요금제도 있다. 30, 40대의 통화량이 많은 직장인이라면 이동통신사들의 무료통화요금제를 선택하는 게 좋다. 자녀가 초등학교 고학년만 되어도 휴대전화를 사주는 부모들이 늘어나고 있는 것은 이런 이동통신사들의 탄력적인 실수요자 중심의 콘텐츠 가격제 때문이라 여겨진다. 자신의 휴대전화 이용 스타일을 점검해서 요금제를 선택하는 지혜가 필요할 때다.

휴대전화기 휴대하기 힘들다?

휴대전화기 보편화되면서 상대적으로 공중전화는 쓸모가 많이 없어져 먼지가 쌓인 채 길거리의 애틀단지로 전락해버

렸다. 처음에 휴대전화가 생길 때는 부의 상징이요, 성공한 사람들 혹은 커리어우먼 같은 이미지를 풍겼다.

현대인들은 누구나 고독하다. 그러나 휴대전화를 갖고 있으면 덜 외로워 보인다. 누군가와 대화하고 있는 것이란 생각마저 든다. 저마다 신호등을 건너가면서도 휴대전화를 받거나 걸면 바쁜 사람처럼 느껴진다. 일이 있는 사람처럼 느껴진다. 혼자 가만히 오래 서있는 당신은 웬지 서글프게 외로워 보인다. 그러니 차라리 휴대전화를 꺼내서 음악이라도 듣고서 있으라. 그러면 내 시선을 거두어줄 일 것이니.

펼치는 휴대전화를 손에 들고 다니다 보니 손이 부자유스러워 아예 가방 속에 넣고 다닌다. 휴대전화 벨 소리도 소음이 되므로 늘 진동상태다. 나의 휴대전화엔 부재중 전화가 그래서 늘 많다. 작고 가벼워지고 디자인이 아름다워져도 손에 들고 다니는 것이 여전히 불편하다. 그러다보니 휴대전화 관련 콘텐츠들도 쏟아지고 있으나 그것들마저도 썩 내키지 않는다. 목걸이용 휴대전화 줄이 액세서리로 등장하기도 하고 휴대전화를 허리춤에 차고 다닐 수 있도록 하는 상품도 나오고 있다. 가격도 천차만별이다. 최근 브랜드마다 경쟁적으로 시장에 내놓는 제품은 슬림폰이라고 불리는 얇은 휴대전화다.

중국 문학기행에 갔다가 중국인들이 휴대전화를 시계처럼 손목에 차고 다니는 것을 본 적이 있다. 손이 자연스러워 다른 일을 하기 편리하고 분실하는 위험도 크게 줄여주는 아이디어라고 생각했으나 손목에 무리가 가거나 장시간 사용시 전자파 위험 등이 있다.

이동통신과 광고

요즘의 휴대전화는 디자인이 소비자

의 선택을 좌우한다. 치열한 광고와 마케팅 경쟁은 늘 휴대전화에 대한 새로운 아이디어를 불러온다.

탐험가 허영호를 내세워 한국의 자존심이라는 카피와 함께 한국지형에 강하다는 것을 부각시킨 광고가 떠오른다. 높은 산에서 통화가 잘 안 될 것이라고 여겼던 우리에게 산에서 통화하는 모습은 통화품질이 뛰어나다는 생각을 가지게 만들었다. 또 뿌연 앞 유리 때문에 멋진 여자를 놓친 남자를 보여주며 높은 화소의 액정으로 보다 선명한 화질을 즐기라는 광고도 있었다.

휴대전화 광고의 가장 큰 장점은 연령, 성별 등의 자료를 활용하여 개인별 타겟 광고가 가능하다는 점이다. 적절한 시점을 잡아 목표타겟과의 접촉 지점을 정확하게 하는 휴대전화 광고는 실시간 개인 광고로 틈새시장을 정확히 공략할 수 있다. 그러나 과도한 무선 인터넷 비용과 무분별한 스팸성 광고들은 여전히 문제다.

여기 휴대전화와 관련된 광고 슬로건들을 소개해 본다. 광고를 보면 그 시대 세상이 보인다.

- 좋은 생각이 나가든 망설이지 마세요 -SK텔레콤
- 스무살, 꿈의키를 키워라 -TTL(SK텔레콤)
- 나의동아리에 봄날은 왔다! -NA(KTF)
- 카라, 당신은 가진 게 참 많은 여자입니다. -카라(SK텔레콤)
- 아름다운 생각들이 모이면 세상은 저절로 새로워집니다 -SK텔레콤
- 아이와, 같은 꿈을 꾸는 여자 -카라(SK텔레콤)
- 무지개가 나를 행복하게 한다 -스피드011 레인보우(SK텔레콤)
- 지금까지의 세상, 당신과 잘 맞습니까? -원초 1tb(KT 원초)
- Have a good time! -KTF

광고는 본래 기업이 상품을 판다든지 인재를 모은다든지, 기업의 신뢰도를 올

린다든지 하는 데에 필요한 정보를 정하는 것이고 그 이상의 것을 광고에 기대하는 것은 광고의 기능을 과신하는 것이 된다. 요즘은 기업의 이미지 창출을 광고가 해내기도 한다. 에릭·이효리·전지현 등 배우의 이미지를 휴대전화에 입히기도 한다.

삶의 질과 휴대전화

연인과 찾은 레스토랑에서 포도주를 시킬 때 포도주문화에 익숙하지 않은 사람은 당황하기 마련이다. 포도주를 좋아하는 바이어를 접대하는 자리라면 더욱 난처하다. 이런 사람들을 위해 주문한 음식을 문자메시지로 보내면 늦어도 2분 안에 주문한 음식과 궁합이 잘 맞는 포도주를 추천해준다. 하루 열 번까지는 질문할 수 있다니 이제 포도주를 잘못 골라 음식 맛을 망치는 일은 없을 것이다. 휴대전화에서 애창곡을 고를 수도 있다. 휴대전화 노래방책 서비스다.

한편 휴대전화가 삶의 질을 떨어뜨렸다고 보는 이들도 있다. 휴대전화의 효용가치는 별개로 하더라도 기계에 의존하는 삶이 되었다는 것이다. 휴대전화 없으면 불안하고 답답해진다. 낭패가 이만저만이 아니다. 혹 집안에 휴대전화를 둔 채 출근하면 다시 집으로 가지러 가야 한다. 휴대전화에 저장된 전화번호들이 없어도 내가 소통했던 사람들과 소통할 수도 없다. 노래방때문에 노래 가사를 외우지 않게 된 것처럼 휴대전화에 저장하는 전화번호, 그리고 이름으로 번호를 찾아 걸면 되므로 전화번호를 외우지 않는다.

휴대전화가 자꾸 시 창작에 방해가 되고 집중이나 몰입할 시간을 앗아간다고 아예 휴대전화를 없앴다는 지인도 있다. 그런데 몇 달 뒤 그 지인을 만났을 때 다시 휴대전화에 있었다. 휴대전화 없

지자 사람들과 영영 연락이 끊어지는 것이 아닐까하고 불안해지더라.

이것이 휴대전화란 기기에 길들여지는 삶일까. 선거철만 되면 각 후보들이 보내는 메시지가 하루 종일 들어오고 지지를 호소하는 전화나 안부전화가 공해처럼 느껴진다. 원하든 원하지 않든 간에 마구잡이로 들어와 읽게 만들고 시간을 내서 지우게 만든다.

사유, 그리움을 잊어간 휴대전화

어떤 지인은 애인한테 자꾸 전화 오니까 아예 메시지를 남겨 달라고 하고 전화를 받지 않는다. 기다릴 줄 모르는 결과다. 전화 노이로제에 걸리기도 한다. 발신번호를 확인할 수 있으니 경우에 따라서 받지 않을 수도 있다. 하지만 받고 싶지 않은 전화가 날마다 오는 것은 짜증을 넘어 폭력이 된다. 차라리 나중에 어디서 왔나 확인 후 필요한 사람에게만 전화를 하는 경우도 많다.

믿음이 없는 사람들에게서 휴대전화는 어떤 모습일까. 애인이 휴대전화를 받지 않을 때는 무얼 하는가, 혹 지금 다른 여자를 만나는 것은 아닐까하는 의구심을 일으킬 수도 있다. 이럴 때는 더 많이 사랑하는 쪽이 늘 상처를 받는다.

휴대전화 문화는 혼자만의 시간을 아이작다. 기다림도 없어졌다. 그리움도 없어진 삶을 살게 만들었다. 약속을 한 후 만나기 전까지의 설레임이나 긴장되는 시간도 없어졌다. 약속장소가 다가와도 만나러 가는 내내 전화로 이야기를 나누다 보니 두근거림이 없다.

휴대전화와 예절

영화관에서 연극이나 도서관 등 공공의 장소에서 휴대전화 예절을 지키지 않아 불쾌하고 감상이나 공부에 불편을 느끼는 때가 있다. 혹은 전철이나 버스 등



대중교통을 이용할 때 제 집안에서 통화 하듯 큰 소리로 전화를 하며 소음을 일으키는 경우도 있다.

회의 등을 할 때에도 휴대전화를 받는 사람들로 분위기가 어수선해지거나 진행에 방해가 되는 경우도 있다. 개인주의적 사고에서 비롯된다. 이제는 휴대전화 없던 시절과 달리 예절 하나를 더 갖춰야 현대인이 된다. 바로 휴대전화 예절이다.

휴대전화의 미래

휴대전화는 우리 생활의 중심에 자리 잡고 도시의 풍경을 바꿔가고 있다. 사람들은 지하철·버스·화장실·거리에서 휴대전화를 들고 무언가를 한다. 휴대전화의 미래는 개인미디어 센터가 될 것이라고 전망하는 사람도 있다. 일각에선 대중문화산업전체가 휴대전화로 빨려 들어가고 있다고 하거나 모바일 산업이 문화 활동의 다양한 경로를 차단하고 있다고 우려하는 사람도 있다. 하지만 일각에

선 미디어는 콘텐츠를 소비하는 수단이며 그릇이 바뀌는 것 뿐이라고 대수롭지 않게 여기는 경우도 있다.

휴대전화의 원래 기능인 의사소통을 넘어 이제는 인터넷·게임·음악 감상·사진촬영·상거래뿐만 아니라 교통카드와 음주측정에 이르기까지 많은 일을 휴대전화 하나로 해결하다보니 대용량의 메모리가 필요하게 됐다. 이런 이유 때문인지 휴대전화의 진화는 멈출 줄 모른다. 특히 첨단기술력과 디자인을 향한 경쟁이 뜨겁다. 소비자의 마음을 사로잡기 위한 새로운 마케팅기법이 계속 이어진다. 앞으로 선보일 새로운 기능이나 디자인의 휴대전화들, 마케팅 시도들에 대한 기대만큼이나 짧아져 가는 휴대전화의 수명이 안타깝다. 점점 더 벌어지는 계층 간 디지털 격차도 염려된다. 오늘도 문자를 열심히 날려 보내는 당신, 휴대전화 없으면 불안한가, 외로운가. 디지털 너머의 세상이 그리워지는 때가 부쩍 늘어만 간다. ㉠