

남녀 만남을 주선했던 '데이트 라인' 자판기

아주 오래전 일이다.

한 친구가 여자 2명을 만나기로 했으니 '너도 나오라구 긴급 호출이 왔다.

만남 장소인 서울대공원으로 가보니 옛된 여대생 2명이 나와 있었다. 사유인 즉, 당시 친구가 남녀 만남을 주선하는 만남정보센터에 등록을 했다고 한다. 이곳에서는 남자회원들의 프로필을 자판기를 통해 불특정 다수가 뽑아볼 수 있도록 했다. 프로필이 마음에 들면 만남정보센터로 연락해 만남을 주선했다. 그렇게 해서 한 여대생이 친구의 연락처를 받아 연락을 했고, '혼자 나가기 멋쩍으니 2명씩 만나자해서 자리가 마련이 된 것이다. 그때 그 여대생들과 즐거운 데이트를 즐겼던 기억이 아련하다.

에디터 김지완

이 자판기가 처음 등장한 때는 1992년이다. 당시 종로 등의 시내 변화가와 대학가 주변에 50여대가 설치되었었다. 남녀 만남을 주선했던 '미팅자판기'라 불렸다. 여성과 교제를 원하는 남성이 자신의 나이, 주소, 직업, 특기를 적은 신상명세서를 입회비 5000원과 함께 보내면 자판기를 운영하는 '만남 정보센터'는 남성의 정보를 입력해 곳곳에 설치된 자판기에 프로필이 기록된 종이 내용물을 넣게 된다.

여성은 미팅자판기에 동전 500원을 넣고 원하는 연령층의 교제 대상 남성을 선택한다. 곧 누가 될지는 모르지만 한 회원 남성의 프로필이 투출이 된다. 신상 정보가 마음에 들면 여성이 전화를 걸어 데이트가 이루어졌다. 당시 결혼상담소 소개

료가 수십만 원인 것에 비해 저렴하게 이성을 만날 수 있다는 장점이 있다. 이색적인 것은 남자만 회원으로 받는다는 사실. 여성의 프로필을 제공하면 범죄에 악용될 가능성이 크기 때문이었을 것이다. 당시 이 자판기는 많은 화제를 불러 일으켰으나 장수 아이템이 되지 못했다. 처음에 호기심에 이용해 보지만 진짜 자신이 원하는 만남 상대의 프로필을 찾기에는 적지 않는 돈이 소요되는 문제가 가장 컸던 것으로 보인다. (*한명 프로필을 뽑는데 500원이면 부담이 적지 않다.)

또 새로운 시스템을 도입한 결혼정보 회사들이 속속 생겨나는 이유도 한몫을 했다. 체계적으로 회원관리를 하는 결혼정보 회사들의 시스템과 비교하면 자판기로 프로필을 뽑는 방식은 경쟁력이 떨어질 수밖에 없었다.

결국 많은 관심을 끌기는 했지만 지속적인 사업 모델이 되는 데는 실패를 했다. 그래도 지극히 아날로그적이고 아이디어 지향적인 자판기 만남 주선 법이 지금 봐도 재미가 있다. 사업적으로는 별로겠지만 이벤트 수단으로는 지금 활용해도 괜찮을 것 같다는 생각이 든다. 대학축제나 지역축제, 문화축제 등에 있어 이벤트로 활용해 보는 것을 어떨까? 사람들에게 많은 관심과 재미를 줄 수 있을 것이다. 시대가 가도 새로운 이성을 만난다는 설렘은 변함이 없을 테니까.

