

■ Digital & IT

이어폰의 진화



“귀가 즐겁다” 이젠 웰빙·패션

MP3 플레이어나 PMP 등 전자기용 이어폰이 진화하고 있다. 음의 전달 방식을 바꿔 귀에 스트레스를 주지 않도록 하거나, 외부 소음을 적절히 차단한 제품이 잇따라 출시되고 있다.

단순히 귀에 끼고 듣는 수준을 벗어나 패션 아이템으로도 활용할 수 있도록 디자인도 다양해졌다.

◇귀에 스트레스 주지 않은 ‘웰빙’ 이어폰 = 바이브비에스는 지난 3월 콧바퀴 이어폰인 ‘NVE-300’을 출시했다. 이 제품의 가장 큰 특징은 콧바퀴를 이용하여 이소골(耳小骨)과 피부부를 통해 소리가 전달되기 때문에 귀에 스트레스를 주지 않는 점과 청각기관에 진동으로 음을 전달하는 방식으로 소음성 난청으로부터도 안전하다는 점이다. 또한 귀를 살짝 자극하는 진동은 소리에 대해 몰입을 증대시킨다. 가격은 7만원대.

귀 속으로 속 들어가는 로지텍의 ‘UE700’ 노이즈 차단 이어폰은 개개인의 귀 모양 특징에 맞춰 사용할 수 있도록 다양한 종류의 이어쿠션을 제공한다. 편안한 착용감을 제공하는 이 제품은 최대 26dB의 외부소음까지 완벽하게 차단, 외부 소음에 의해 볼륨을 높이지 않아도 된다. 20만원대.

◇무선 이어폰·접는 헤드폰 등 다양한 기능 갖춰 = 디지털파사에서 제작한 무선 이어폰 ‘오페라 S5’는 무선 전송 방식인 ‘ISM 밴드 모듈’을 탑재해 똑같은 2.4GHz를 사용하는 블루투스에 비해 뛰어난 전

고막 무리 안주고 청력 악화 방지, 외부소음 차단

큐빅·물방울 보석 등 화려함 더해 여성들에 인기



송 성능을 지원한다. 비압축 방식이어서 음질 손실 없이 CD 수준 음질을 즐기고 단말기 하나로 4개 이어폰까지 전송할 수 있다. 이 제품은 미국 애플에서 블루투스 이외의 무선 이어폰으로는 처음으로 아이팟뿐 아니라 아이폰용 인증도 따냈다. 한국 발매 미정, 미국 가격은 150~200달러.

이어폰보다 휴대하기는 힘들지만 접으면서 단점을 극복한 헤드폰도 나왔다. 크레인이 3단으로 접을 수 있는 헤드폰 ‘C550H’를 선보였다. ‘C550H’는 메탈 재질 헤어밴드를 갈지(之)자로 접어 전용가죽 주머니나 가방에 넣을 수 있는 제품. 음질도 유닛(unit)은 소형 헤드폰에 쓰이는 20mm급이 아닌 40mm로 2배 크다. 5만

원대. ◇이어폰도 디자인 시대 = “똑같은 디자인의 식상한 이어폰은 가라.” 푹푹 튀는 디자인으로 소비자들의 눈길을 끄는 이어폰도 있다.

익스틴(ixin)사의 ‘CA-550’은 이어폰의 결면을 무당벌레나 돼지, 팬더 등의 모양을 입혀 재미있는 디자인으로 만들었다. 6천원대.

큐빅이 박히고 하트 모양의 물방울 보석을 얹어 놓은 것 같은 이어폰도 여성 소비자들 사이에서 인기다. 엘레컴코리아의 ‘EHP-AIN120’은 길게 늘어지는 Y형 이어폰 줄이라 헤어스타일을 망가뜨릴 걱정도 없다. 2만5천원.

/강필성기자 kps@kwangju.co.kr

네이트 뉴스, 네이버보다 더 본다

지난달 페이지뷰 15억346만건, 다음 이어 2위 올라

SK커뮤니케이션즈의 인터넷포털 네이트가 뉴스서비스 부문에서 네이버를 제치고 다음에 이어 2위에 올랐다.

12일 시장조사업체 코리아클릭 조사에 따르면 네이트 뉴스 섹션의 지난달 페이지뷰(PV·웹사이트를 열어본 횟수)는 15억346만건을 기록해 13억7천472만건의 네이버를 9%가량 앞선 것으로 나타났다.

월간 지표에서 네이트 뉴스 섹션이 네이버를 앞지른 것은 이번이 처음이다. 네이트 뉴스는 싸이월드 뉴스와 통합된 지난달 초부터 PV가 증가해 지난달 첫째 주 뉴스 서

비스 순 방문자 수에서 네이버를 앞섰고, 둘째 주부터는 주간 페이지뷰에서도 네이버를 추월했다.

포털 뉴스 서비스의 월간 순 방문자 추이를 올해 초와 비교해보면 다음은 -3.3%, 네이버는 -5.47%로 마이너스 성장을 기록한 데 반해 네이트는 105.69%로 성장했다. 이는 엠과스, 싸이월드 뉴스의 트래픽을 단순히 합산한 것 이상의 성장세를 기록한 것이다.

월간 순 방문자에서도 네이트는 네이버를 바짝 추격하고 있는 것으로 나타났다. 올 초 두 사이트 격차는 1천100만명 정도였지만

지난달에는 240만명으로 대폭 줄어들었다.

SK컴즈는 네이버가 트래픽을 분산시키는 뉴스캐스트로 인해 트래픽이 줄어든 점도 있지만, 네이트 뉴스의 가파른 페이지뷰 성장 때문에 네이버를 추월했다고 설명했다. 지난 3월 댓글 안전실명제를 도입하고 엠과스를 네이트에 통합한 데 이어 7월에는 싸이월드의 검색과 뉴스 등 포털형 서비스를 네이트로 전환해 포털 역할을 네이트에 집중할 효과가 나타났다는 것이다.

또 최근에는 그동안 취향했던 스포츠 분야에서 차별화된 국내의 유명 칼럼과 카툰 등 경쟁력 있는 콘텐츠를 도입한 것도 누리꾼들의 호응을 얻고 있다고 SK컴즈는 분석했다. /연합뉴스

결혼식 축하 등 디지털 방명록 뜬다

터치 스크린 통해 동영상·인사말 '에이치아이 코리아' 선보여 눈길

“축하메시지도 디지털 방명록으로 전하세요.”

방명록이 진화했다. 단순한 종이 방명록에서 벗어나 각종 기능을 갖춘 전자방명록이 전시회, 결혼식 등 각종 행사장에서 눈길을 끌고 있다.

(주)에이치아이 코리아가 각종 행사를 비롯해 관공서, 유명 관공서 등에서 사용 가능한 디지털 전자방명록(MID)을 선보였다.

이 제품은 터치스크린을 이용해 방문객들이 직접 손으로 메시지를 남기거나 UCC 촬영 기능을 통해 얼굴을 담은 동영상 및 사진으로 인사말을 전할 수 있다. 또 메시지 내용은 즉석에서 개인 이메일로 전송할 수도 있다.

광주의 경우 조선컨벤션, 메리어트 등에서 디지털 방명록을 선보이고 있다. 서울 정계천 메인광장, 서울숲 공원, 논산지역 백제 군사박물관, 경남 통영의 해양관광공원 등에서도 볼 수 있다. 문의 1566-8423. /이음미기자 emlee@



12월부터 요일제 차량 보험료 5~10% 할인

오는 12월부터 평일 가운데 하루를 운행하지 않는 승용차 요일제에 참여하면 자동차 보험료가 5~10% 할인된다.

금융위원회와 금융감독원 관계자는 12일 “요일제 참여 승용차에 대한 보험료 인하 작업이 마무리 단계에 접어들고 있다”며 “4분기 시범 운영을 거쳐 12월부터 시행할 계획”이라고 밝혔다.

손해보험업계 관계자는 “기본적으로 차량 자가진단장치인 OBD 단자를 부착한 승용차의 보험료를 깎아주기로 했다”며 “현재 논의되는 보험료 인하 폭은 5~10%로, 10% 가까이 될 수도 있다”고 말했다.

OBD 단자에는 자동차의 운행 정보가 담기 때문에 요일제 준수 여부를 확인할 수 있다. 가격은 3만~4만 원으로, 보험사들이 대량 구매해 운전자에게 공급하면 2만 원대로 낮출 수 있어 블랙박스 설치보다 비용이 덜 들 것으로 금융원은 보고 있다.

자동차보험을 판매하는 모든 손해보험사가 요일제 승용차에 대해 보험료를 할인해 줄 계획이다. 지금은 메리츠화재만 서울 지역의 요일제 차량에 한해 보험료를 소폭 깎아주고 있다. /연합뉴스

좋은 보청기를 쓰십시오

1. 배우 할 못합니다. 2. 오해받습니다. 3. 친구들이 싫어합니다.

국제보청기

본점 (대전) 227-9940 / 순천점 (061) 752-9940
 광주점 (061) 262-9200 / 목포점 (061) 262-9200
 송정점 (061) 227-9970 / 익산점 (063) 851-2422

신개념 타겟마루, 옥션타겟, 타겟링크
 417-6021-2 / 1588-0766

상인들께는
별난 물건 박물관

■박지기와 함께 떠나는 재미있고
 별난 신개념 과학놀이터

2009. 6. 19(금) ~ 8. 23(일)
 김대중컨벤션센터 1전시장

with 신나는 별난물건 체험광주특별전

*체험을 하는 도중 과반이에서 체험비용을 포함합니다.