

휴대폰 모양도 다양각색, 이젠 디자인으로 승부

# 열고, 밀어올리고, 돌리고...

# 휴대폰은 변신 중

바야흐로 현대인들은 휴대폰 흥수의 시대에 살고 있다. 이동통신사 대리점 쇼케이스를 보면 언제나 새로운 단말기가 준비하다. TV CF를 봐도 최소 몇 주에 하나 꼴로 신규 모델에 대한 광고가 나온다. 휴대폰 업계의 동향에 대해 잠시만 눈여겨보지 않고 소홀했다가는 그세 격세지감을 느낀다. 무슨 휴대폰 모델들이 이렇게나 많이 발표되는지... 휴대폰에서 '통화 품질'이라는 요소가 소비자의 구매 결정을 좌우하던 시대는 끝난 상태다. 어느 단체의 설문조사 결과에서도 밝혀진 바와 같이 통신사 혹은 단말기 결정을 위해 소비자가 비교하게 되는 항목 중 가장 중요한 요소로 작용하는 것이 바로 디자인이라고 한다. 이번호에서는 다양한 휴대폰 디자인에 대해서 살펴본다.

글 임영모 객원기자



**초**기 휴대폰 모양을 기억하는 사용자라면 공사장의 벽돌만 보더라도 초기 휴대폰에 대한 아련한 추억을 떠올릴지 모르겠다. 1983년 모토로라에서 발표했던 세계 최초의 휴대폰 '다이나택(DynaTAC)'은 1.3Kg 정도로 여성용 텀벨만한 무게에, 가로 12Cm, 세로 22Cm 정도의 크기였다. 호주머니에 넣어 다니는 것은 고사하고, 가방에 담아 다니기에도 버거운 크기라 할 수 있다. 국내에도 선을 보였던 모델로 권력과 부를 상징하는 한 시절을 풍미하던 유물이 된 제품이기도 하다.

## 초창기 모델은 바와 플립 형태

그 후 삼성전자에서 SC-1000이라는 카폰 모델을, 88년에는 SH-100이라는 휴대폰 모델을 선보였지만 휴대폰 대중화 길은 멀기만 했다. 90년대 들어서 '삐삐'라고 불리던 무선호출기의 틈새에 잠시나마 '시티폰'이라는 발신전용 휴대폰 모델이 나온 적도 있지만, 실질적으로 휴대폰 문화가 대중화된 것은 90년대 후반이었다.

국산제품에서 초기 주류 모델을 이뤘던 것은 주로 바(Bar) 형태의 디자인 제품이었다. 바 형태의 휴대폰의 최대 단점은 키패드가 너무 쉽게 닳아진다는 것. 고무 재질이었던 키패드 중 '통화(Send)' 키와 같은 경우, 아무리 아껴 쓰는 사용자라 할지라도 글자가 닳아 없어져 보이지 않게 일쑤였다.

이 와중에 모토로라의 스타택(StarTAC)이라는 폴더형 모델이 엄청

난 고가이면서도 폭발적인 판매를 보여, 2000년 5월 단종될 때까지 130만대가 판매됐다.

바 형태를 넘어서 등장했던 모델이 플립 형태의 휴대폰 디자인이다. 휴대폰 하단부에 키패드를 덮을 정도의 크기로 덮개를 만들어 가볍게 쳐서(Flip) 닫을 수 있게 마련돼 있었다.

## 폴더 전성시대와 밀어올리는 슬라이드 디자인

국내 제품으로서 폴더 디자인 시장을 개척한 모델로는 삼성전자의 SCH-800 모델이 있었고, 이후 각 단말기 제조사에서 폴더 제품을 내놓으면서 본격적인 폴더 디자인 전성시대가 이뤄지기도 했다.

지금까지 바 형태나 플립 형태의 휴대폰에서 액정 화면에 나타나는 시각 정보를 시계 대응으로 사용하던 사용자들도 꽤 많았는데, 일반 폴더 폰으로는 매번 시각 확인을 위해 폴더를 열어야 하는 불편이 초래되기도 했다. 이에 대한 해결 방안으로 '듀얼 LCD'를 갖춘 폴더형 제품이 나타나게 된다.

폴더 디자인의 대중화 시점에서 이에 제동을 걸고 나타났던 것이 바로 슬라이드 기능을 갖춘 휴대폰이었다. 2002년 SK텔레텍에서는 SKY IM-5100 모델의 출시와 함께 남자의 허리춤에 다리를 걸친 여자 모델이 일어서는 컨셉의 CF를 통해 슬라이드 디자인 시대의 서막을 알린 바 있었다. 슬라이드 기술은 이제 다른 제조사에서도 적극 반영해 뒤에 서 슬하겠지만 더블 슬라이드 등 또다른 형태로 발전하고 있다.



바형의 휴대폰(왼쪽부터 2종)과 플립형태 휴대폰



듀얼 LCD형태(왼쪽부터 2종)와 슬라이드 형태

### 이리저리 돌리는 로테이션 방식에서 가로보기 디자인까지

슬라이드와 더불어 휴대폰 디자인에서 두드러진 트렌드를 만들었던 것은 로테이션 방식이다. 폴더가 자유자재로 회전하는 방식으로, 폴더의 앞뒤를 사용자 마음대로 바꿔 사용할 수 있게 됐다. 이는 휴대폰이 디지털카메라 기능을 부가시키면서 자연스러운 경향으로 발전했다. 로테이션 방식과 유사하지만 '여는' 방식이 아니라 '젓히는' 방식으로 여는 기능을 '스위블'이라고 부르며, 이러한 컨셉의 디자인 제품도 여럿 출시됐다.

DMB 영상 및 게임 등 콘텐츠에 대한 환경 요구에 맞춰 휴대폰 디스플레이 방향이 가로로 교체된 것도 중요한 변화 중 하나라고 말할 수 있다.

'가로본능'을 외치며 삼성전자에서 내세웠던 모델이 SCH-V500이었으며, 이후 발표된 DMB폰이나 게임폰 등은 대부분 가로보기 UI를 채택하고 있다.

이외에도 사소한 디자인 컨셉의 변화는 무수히 시도되고 사라지고 응용되고 있다. 카메라 기능이 채택되면서 나타났던 UI 디자인은 외장 카메라를 켜기도 했으며, 고정형, 회전형 렌즈도 부착되고, 이에 한 걸음 더 나아가 줌 기능을 갖춘, 외관상 디지털카메라와 전혀 다를 바 없는 제품으로까지 발전했다.

어찌 보면 다소 눈에 거슬리는 안테나 부분을 과감하게 단말기 내부로 집어넣어 흔적을 없앤 안테나 폰 디자인 컨셉도 여러 제품에서 응용되고 있다.

### 컬러 컨셉의 변화

컬러를 내세운 상품 기획과 마케팅 역시 상당한 효과를 준다. 한창 기획자와 마케터들 가운데 필독서처럼 읽혔던 '보랏빛 소(Purple Cow)가 온다'와 같은 책에서 주는 강렬한 색감, 그리고 요즘 새로운 이야기거리로 떠오르는 '블루 오션(Blue Ocean)' 컨셉 등은 '컬러'를 강조해 독자 및 시장의 의식을 상징적으로 유도해내고 있다. 컬러를 강조한다는 것은 보랏빛 소를 이야기했던 세스 고딘의 말처럼 리마커블(Remarkable)한 효과를 주기 위한 훌륭한 방법이기도 하다.

초기 휴대폰 디자인의 컬러 주류는 블랙 위주였다. 국내 휴대폰 초기 시장을 선점했던 모토로라 스타택 모델이 가장 대표적인 사례. 검은 색이 주는 느낌은 중후함, 함부로 넘겨볼 수 없는 고급스러움을 나타낸다. 휴대폰 시장과 잠시나마 함께 공존했던 시티폰의 디자인이 다소 밝고 가볍다는 느낌을 줬던 반면, 통화의 수발신이 모두 가능한 '휴대폰'이라는 상징적 지위를 내세우는 블랙 계통의 제품이 양산됐다.

이후 모델에서는 백색과 미색 계열이 한동안 유행했고, 이를 기준으로 대비색을 넣은 투톤(Two Tone) 컨셉의 디자인이 많이 나왔다. 하지만, 실질적으로 현재까지 주류를 이루면서 블랙 디자인을 대체한 컬러는 실버 계통의 컬러라 할 수 있다. 휴대성을 강조하다보니 차질 유채색을 넣으면 무게가 느껴지게 마련이고, 명도가 낮은 컬러도 무거워 보이는 효과를 준다. 백색이나 미색은 쉽게 변색되거나 지저분해 진다는 단점을 보이면서 실버 계통의 컬러로 통용되기 시작했다. 더욱이 '은나노' 코팅 기술을 적용하면서 이러한 컬러 컨셉은 딱딱 맞아떨어지는 느낌마저도 줬다.

컬러 면에서는 국내 브랜드보다 해외 브랜드가 훨씬 파격적이고 다양한 패턴을 보여줬다. 대표적으로 모토로라 폰의 경우, 직사각형의 여성용 파운데이션 케이스 모양을 띠고 파스텔톤의 옷을 입은 MS150 시리즈도 상당히 특이한 디자인으로 어필했으며, 주로 다른 제품들은 다양한 기능을 넣다보니 비대해지는 반면 MS400이라는 아주 작고 깔끔하면서도 그에 걸맞은 컬러를 갖춘 슬라이드 폰도 출시한 바 있다.

LG텔레콤 '퀵유' 시리즈는 일본 카시오의 디자인이라고 알려져 있으며, 이 시리즈의 제품 역시 컬러 감각이 화려하다. 물론 국내 생산 제품에서도 여러 모델에서 혁신적인 컬러를 사용한 바 있기도 하다. 최근 출시한 블루블랙폰(SPH-V6900)이나 최초 DMB폰이었던 SCH-B100 등은 블랙 계열을 목직하게 사용해 복고적인 디자인 감각을 살리면서도 고급스러운 이미지를 부



로테이션 형태의 휴대폰



파운데이션 게임형태의 여성용 휴대폰

각시키고 있다.

**취향에 따라 마음대로, 다양한 선택의 폭**

최근 단말기 제조사들에서 혁신적인 디자인을 도입하면서 독특한 디자인 컨셉을 갖춘 단말기들이 대거 출시돼 소비자들을 즐겁게 하고 있다. 이제 휴대폰은 단순한 전화기가 아니라 멀티미디어 복합기로 점점 더 변모하고 있다. 뿐만 아니라 각종 측정 도구로 활용되다 보니 전화기 이상의 디자인으로 진화하는 게 어쩔 땀연하다고 할 수 있다.

**DMB 시대를 위한 DMB 전용폰**

올 들어 모바일 단말기 제조사는 물론 사용자에게 가장 화두가 되고 있는 것중 하나가 DMB 시대의 개막이다. 손안의 TV를 구현하기 위해서 무엇보다도 TV 컨셉에 맞춘 휴대폰 디자인 설계가 중요한 이슈로 떠올랐다. TV를 들고 다니면서 가장 간편하게 볼 수 있는 방법이 무엇인가를 고민해 본다면 이에 대한 다양한 디자인 컨셉이 나올 것으로 보인다.

예를 들어 최초의 DMB 폰으로 출시된 삼성전자의 SCH-B100은 스위블 형태로 후면에 위치한 디스플레이를 꺼낼 수 있으며, 이를 손에 들고 TV를 보는 모습이 마치 도끼를 든 형상이라 하여 일명 ‘도끼폰’이라고도 불린 바 있다(만약 블랙 바디가 아니라 레드 바디를 채택했다라면 애칭으로 ‘프란체스카 폰’으로 불렸을지도 모른다). SK텔레텍에서 선보인



DMB 전용폰

위성 DMB 폰(IMB-1000)은 가로 슬라이드 방식을 채택하고 있다.

**게임가능 물론 됩니다, 게임 전용폰 디자인**

모바일에서 게임이 안 됐던 것은 아니지만, 높은 수준의 그래픽과 연산처리를 요구하는 3D게임 등을 구동하는 데에는 많은 한계가 있었다. 게임을 즐기는 사용자들에게는 모바일 단말기를 가지고 늘 비슷비슷한 아케이드 게임이나 퍼즐 게임, 타이쿤류 게임만을 즐겨야 한다는 것 자체가 고역이기도 했다. 멀리 유럽에서 들려오는 노키아의 엔게이지(N-Gage) 폰과 같은 게임 전용폰의 디자인을 보면서, 휴대폰 강국에 사는 보람을 못 느끼겠다는 푸념도 했다.

지난해 말부터 이동통신사들과 단말제조사사 합심해 이에 대해 추진했고, SK텔레콤에서는 GXG라는 이름으로, KTF에서는 지팡(G-Pang)이라는 이름으로 본격적인 서비스를 시작했다. 이를 위한 3D 게임 전용폰들이 휴대용 게임기 디자인 컨셉을 띠고 각 제조사에서 속속 출시되고 있다.



3D 모바일게임 전용폰

**카메라와 캠코더를 닮아 가는 휴대폰**

휴대폰이 디지털카메라에 캠코더 기능까지 갖추게 된 것은 이미 몇 년 전 일이지만, 내친 김에 디자인까지 전문 기기 모습으로 탈바꿈한 제품도 양산되고 있다. 디지털카메라라고 불려도 손색없고, 캠코더라고 말해도 누구나 수공할 수 있을 정도의 기능을 갖춘 휴대폰 모델도 고객의 시선을 사로잡는다.

디자인뿐만 아니라 기능 구현 면에서도 자가형 디지털카메라나 캠코더 성능을 뛰어넘고 있어 진정한 컨버전스 제품을 표방하고 있다고 해도 과언이 아니다. 전화 통화, 사진 촬영, 동영상 녹화, 음악 감상, 이미지 발송, 게임 기능 등 단말기 한 대만 있으면 다양한 엔터테인먼트를 즐길 수 있으니 이게 바로 휴대용 디지털 복합기가 아닐까 생각해 본다.

**크기만 크다고 좋은 게 아니다. 작고 얇은 디자인은 어떻게?**

초창기 휴대폰은 벽돌 모양에다가 운동 기구가 아닐까 하는 착각을 일으킬 정도로 튼튼하고 무거웠음은 이미 앞서 설명한 바 있다. ‘휴대성’이라는 가장 기초적인 요구사항에 부합하기 위해서는 가능한 한 휴대폰의 크기를 작게 만들고 무게를 가볍게 했다. 2000년대 초반까지만



카메라와 캠코더 기능 탑재 휴대폰

해도 이 경향에 따라 누가 단말기를 작게 만드느냐에 대한 경쟁이 붙었던 적도 있다. 하지만, 이러한 경쟁 양상이 어느 순간 진정되면서 단말기의 크기가 다시 커지고 무거워지기 시작했다. 카메라 기능이 탑재되고 영상 콘텐츠를 즐기기에 위한 대형 액정 사이즈를 요구하다보니 자연히 휴대폰의 덩치가 커져갔다. 최근에 나온 일명 도끼폰(SCH-B100)의 예를 들자면, 길이는 12.3cm, 넓이는 4.9cm, 두께는 2.5cm 정도이며, 무게는 무려 171g 정도에 이른다.

모토로라에서 발표한 제품들 중 이 분야에서 눈여겨볼 제품들이 몇 개 있는데, 소형 컨셉의 디자인을 추구했던 미니모토(MS400)의 경우에는 길이 9cm, 넓이 3.2cm, 두께 2.1cm 정도이며, 무게는 90g 정도로 장난감 전화기 같은 느낌마저 주기도 했다. 또한, 최근 모토로라에서 발표한 '칼날보다 얇다'는 레이저(RAZR)의 경우에는 길이 9.8cm, 넓이 5.3cm에, 두께가 무려 1.45cm 정도 밖에 안되는 초슬림형 제품을 추구하고 있다. 이와 함께 삼성전자에서도 최근 SCH-V740 모델(길이 9.8cm, 넓이 5.1cm, 두께 1.45cm, 무게 98g)을 내세워 초슬림폰 경쟁에 뛰어든다.

### 디자인과 사용자 UI, 두 마리 토끼를 잡아라

국내 휴대폰 시장에 불어온 디자인 경쟁은 실로 치열한 이른바 '레드 오션' 시장을 보이고 있다. 톡톡 튀기 위한 차별화 전략들을 내세우고는 있지만, 특별한 이슈가 없는 상태에서 경쟁적인 베끼기, 혹은 응용에 지나지 않는 모델들도 여럿 된다.

지난 5월 개최됐던 '서울디지털포럼 2005'에서 세계적 시장조사기업인 아이서플라이의 테렉 리도 사장은 "세계 휴대폰 3, 4위 업체인 삼성전자와 LG전자가 출시하는 휴대폰 기종이 너무 많다"고 지적하며, 이는 "휴대폰 모델당 연평균 매출액이 4,000만달러로 세계 1, 2위 업체인 노키아와 모토로라(1억8,000만달러)의 22% 수준에 불과하다"는 의견을 내세우며 일침을 가한 바 있다. 너무 새 모델, 새로운 디자인의 휴대폰 양산에 집착하다 보니 실속이 줄어드는 게 당연하다는 말이다.

디자인의 다양성은 고객들의 선택의 폭을 넓혀주는 효과도 있지만, 단말기 양산 시스템을 서두르다보니 제품 하자 발생률도 많은 게 단점으로 지적되기도 한다. 또한 밀리언셀러 제품이 별로 없을 정도로 스타

상품이 없이 오로지 새 모델만을 급하게 추구하다 보니 이전투구형 레몬 마켓을 형성하는 것처럼 보이기도 한다.

흔히들 '디자인이 바로 경쟁력'이라는 말을 한다. 국내 휴대폰 모델들은 최근 각종 전시회에서 우수 디자인상을 휩쓸 정도로 질적 측면에서 인정받으며 국제적인 입지를 갖춰가고 있다. 단말기 디자인을 설계하고 제품을 생산하는 현장에 종사하는 분들에게 감사할 뿐이다.

다만 아쉬운 것은 사용자 인터페이스에 대한 편이가 고려되지 않고 너무 디자인 위주로 치우치는 경향이 적지 않다는 것이다.

최근 나온 혁신적인 디자인의 단말기들을 보면 일반적인 자판 배열을 벗어나서 2열 배열 혹은 LCD 디스플레이 양쪽 배열 등으로 새로운 시도들을 하고 있다. 이에 대한 소비자의 반응은 시큰둥하기만 하다. 물론 새로운 키패드 배열에 적응하는 것이 소비자의 몫이라고 미룰 수도 있겠지만, 컴퓨터 자판이 몇 십 년 동안 비슷한 UI를 갖추고 있듯이 일정한 틀을 벗어나는 것은 모험이라 하지 않을 수 없다. 최근 컴퓨터 자판(일명 QWERTY 자판)을 그대로 적용한 제품도 발표된다는 기사를 보면서, 이러한 것이 디자인의 혁신이 될 수도 있지만 소비자로부터 외면당하는 요소일 수도 있다고 생각한다.

단말기 모양에 치중하다 보니 '통화'라는 본연의 목적을 너무 소홀히



초슬림형태의 휴대폰

하는 경우도 발생하곤 한다. 기본적인 요소 위에서 나머지 부가 기능들이 어우러진 디자인이 돼야 하지 않을까 싶다.

한 가지 덧붙여 말하자면, 외형 디자인은 상당 수준 앞서 나가고 있는 반면 단말기 내부의 사용자 인터페이스 부분은 이에 따라가지 못하는 느낌이다. 일례로 최근 삼성전자의 모델들에서는 신 UI 적용을 내세우며 차별화 전략을 세우고 있다. 액정 화면의 고급화나 크기 확장 등의 여건 변화를 벗어나 가장 큰 차이점으로 볼 수 있는 게 바로 백터 방식의 글자 구현이다. 하지만 아직까지도 대부분의 단말기는 비트맵 폰트를 활용하던 구형 UI를 사용하다보니 뛰어난 그래픽 품질, 성능 좋은 사운드 제공, ARM 9급 프로세싱 등 좋은 여건을 갖추고 있으면서도 유독 텍스트 처리에 있어서는 취약하다. 외형 디자인과 더불어 단말기 내부 디자인에 있어서도 사용자 인터페이스를 고려한 혁신적인 시도가 필요하다.

보기 좋고 실속 있으면서 사용하기에도 간편한 휴대폰, 이것이 바로 진정한 디자인 컨셉이 아닐까 생각해 본다. ●