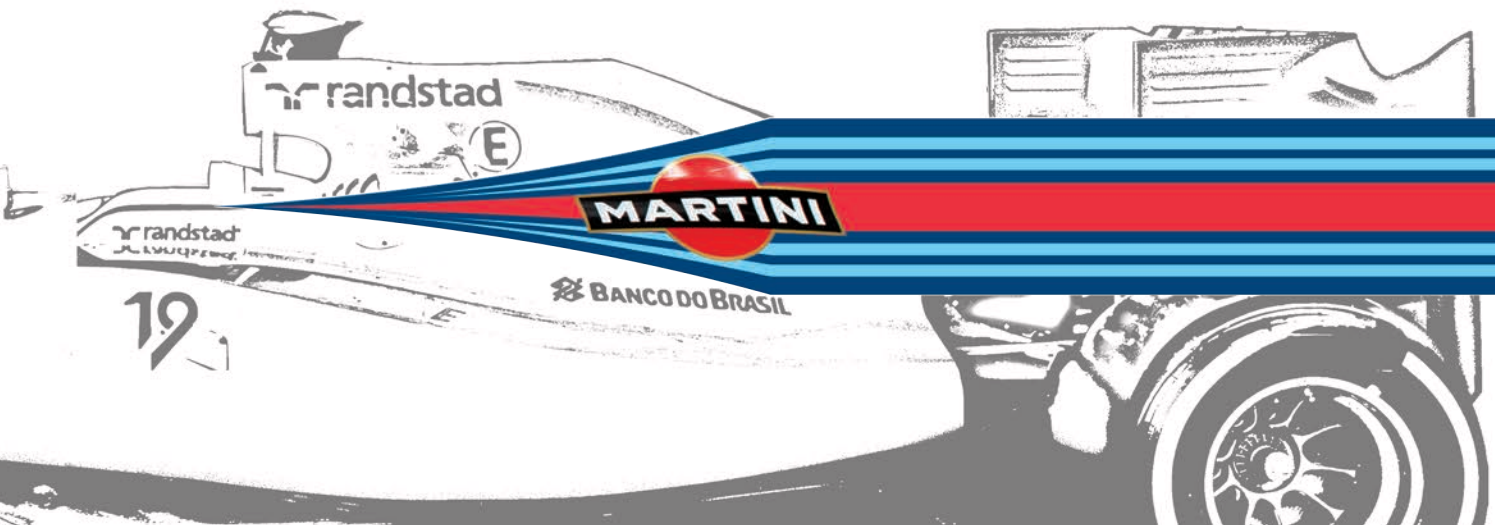


TECHNOLOGY IN MOTION  
**MiU**





Martini Brabham BT45 in Nürburgring, 1976 F1.

©MARTINI RACING

## GET YOUR STRIPES

한국타이어의 하이테크 라이프스타일 매거진 <유>를 펼친 여러분을 환영합니다.

<유>가 준비한 세 가지 무대의 첫 번째는 모터 스포츠입니다. 겨울은 빙설 스포츠를 제외한 대부분의 아웃도어 스포츠에 스토브 리그에 불과합니다. 모터스포츠도 예외는 아닙니다. 오늘날 우리에게 가장 현실 테크놀로지가 있습니다. 레이스카의 유리창 너머로 바라보는 것과 똑같은 시야를 제공하는 콕핏에 앉아 버추얼 레이스를 즐길 수 있습니다. 실제 서킷과 레이스카를 그대로 구현한 비디오 게임을 통해 안방에서 전 세계 서킷을 공략할 수도 있습니다.

두 번째 무대는 새로운 탈것입니다. 이번 호의 백미는 '뇌파로 움직이는 타이어'입니다. 더 넥스트 드라이빙 랩(The Next Driving Lab)의 두 번째 상상력에 감탄하신 다음에는 상용화가 코앞에 다가온 전기 자동차를 만나실 수 있습니다. 먼저, 시간이 오래 걸리는 충전 방식의 배터리 대신 우리에게 익숙한 주유 방식으로 전기 에너지를 품은 액체를 교환하는 자동차입니다. 다른 하나는 엔진 배기음으로 확고한 캐릭터를 구축한 모터사이클 브랜드가 내놓은 전기 바이크입니다.

세 번째 무대로는 라이프스타일 섹션을 마련했습니다. 우리는 보통 혁신적인 테크놀로지 와 엔지니어링에 반하곤 하지만, 제품 그 자체를 구성하는 소재를 개량하고 개선하기 위한 연구도 치열합니다. 스마트폰 시대 소재공학 경쟁의 한복판에 서 있는 고경도 유리를 소개합니다. 스테이크의 맛이 생성되는 과정을 과학적으로 이해하고, 명장의 최신 건축물을 감상하며, 최신 기술과 아이디어로 디지털 라이프스타일을 업그레이드할 수 있는 정보를 제공하는 지면도 준비돼 있습니다.

One More Thing. 표지를 보고 눈치채셨겠지만 2014년 F1에 컴백한 색동 줄무늬를 환영하는 의미로 이번 호 스페셜 섹션은 모터스포츠 명가 마티니 레이싱을 선택했습니다. 바이스 패키지를 적용한 포르쉐 918 스파이더가 지난해 뉘르부르크링 노르트슬라이퍼를 달리며 양산차 신기록(6분 57초)을 달성할 때도 화려한 줄무늬 옷을 입었습니다. 심장박동수를 증가시키는 마티니 스트라이프는 추억과 회고전을 위한 유산이 아니라, 현재 진행형입니다.

모쪼록 즐겨주십시오.

<유> 편집부 올림

# RAMP

### 테크노마드를 위한 하이테크 라이프스타일 매거진

<유>는 인간의 경쟁 본능을 하이테크라는 수단으로 확장한 모터스포츠와 함께, 최신 기술을 토대로 등장하는 흥미롭고(Interest) 독특한(Unique) 물건과 트렌드에 대한 콘텐츠를 재미있게(Fun) 소개하는 니치 매거진입니다.

[RAMP] 그리스 문자의 열두 번째 알파벳, 100만 분의 1m를 가리키는 길이의 단위, 마찰 계수의 기호

# TECHNOLOGY IN MOTION

*Cartier*

CALIBRE DE CARTIER DIVER  
MANUFACTURE MOVEMENT 1904 MC

WATER-RESISTANT TO 300 METRES, THE CALIBRE DE CARTIER DIVER WATCH IS AN AUTHENTIC DIVING WATCH. FITTED WITH THE 1904 MC MOVEMENT, IT COMBINES THE HIGH TECHNICAL REQUIREMENTS OF THE ISO 6425: 1996 STANDARD WITH THE ASSERTIVE AESTHETICS OF THE CALIBRE DE CARTIER WATCH. ESTABLISHED IN 1847, CARTIER CREATES EXCEPTIONAL WATCHES THAT COMBINE DARING DESIGN AND WATCHMAKING SAVOIR-FAIRE.





Jägermeister

# ICE COLD SHOT



**WE NEVER FREEZE**  
f [www.facebook.com/jagermeister.Korea](http://www.facebook.com/jagermeister.Korea)

지나친 음주는 간경화나 간암을 일으키며, 운전이나 작업 중 사고 발생률을 높입니다.



*technology in motion*

# CONTENTS

MIU  
2014 | VOL. 05

COVER  
**14** Return of Stripes

모터스포츠 역사상 가장 강렬한 아이콘 중 하나인 마티니 스트라이프, 2014년 F1 윌리엄스 팀과 손잡고 타이틀 스폰서로 돌아왔다.

Enjoy Race at Home

**20**

**26** Virtual Racing

진짜가 나타났다! 실감 나는 레이싱 시뮬레이터 알크래프트!

**30**

The Switch Driver: Kimi Räikkönen

Numbers and Faces **32**

모터스포츠 영광의 기록들.

369.9  
250

**34**

Hankook Tire Track Day 2014

**38** Cutting Edge

지난 3월 제네바 모터쇼에서 주목을 받은 '판트 e-스포트리무진'은 나노 플로 셀이라는 충전 메커니즘을 채용했다.

**42**

The New Paradigm

할리데이비슨의 전기 모터사이클 라이브와이어.

**44** Chat Between Cars

**48** Mind Reading Tire

향후의 The Next Driving Lab 무인도모험 프로젝트

더 넥스트 드라이빙 랩(The Next Driving Lab)의 두 번째 상상력, 이번엔 '뇌파로 움직이는 타이어다.'

**56** Sapphire Tomorrow

고가의 손목시계 유리로 사용되는 사파이어 글라스는 이제 스마트폰의 디스플레이 유리로도 뜨거운 관심을 모으고 있다.

(주)에스케이듀폰 02-2106-3400 www.st-dupont.co.kr



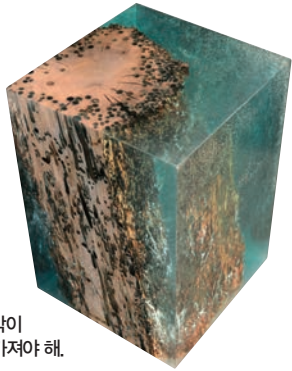
S.T. Dupont  
CLASSICS

# CONTENTS

MiU  
2014 | VOL. 05

60  
Must Have

남자라면 누구나 이런 생각이 들 것이다. 어메! 이젠 꼭 가져야 해.



## Check Your Coat

클래식이 대세다. 아우터는 코트가 제격이라는 뜻이다. 여덟 가지 코트의 역사와 스타일링 팁을 모았다.



64

## 66 NIKE vs. ADIDAS

황제 전략의 나이키, 제국 전략의 아디다스. 축구화의 아디다스, 농구화의 나이키.



68

## Maillard Reaction

재료(고기)에 열(불)을 가해 얻어진 화학 반응의 결과물(맛)이 바로 우리가 즐기는 스테이크다.



70

## Cook Yourself

식탁을 우아하게 만들어주는 고급 레시피.



72

## Frank Gehry: A Master Architect



74

## Planted Aquarium

숲 속 같은 물속 세계.



## A Perfect Day for CEO Driver



레이싱 팀 감독이자 드라이버, 기업 CEO로 분주한 아틀라스BX 레이싱 팀의 조항우 선수의 하루를 쫓았다.

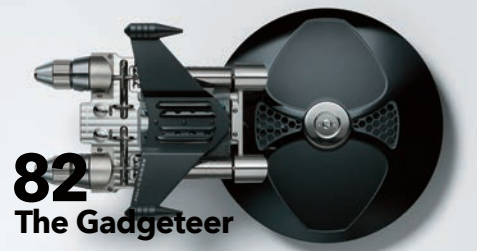
76

## MASTHEAD

계간 <유> 2014년 겨울호, 통권 5호 | 발행일 2014년 12월 10일 | 등록 번호 강남 바00137/2013년 11월 11일 등록 | 발행인 서승화 | 발행 한국타이어(주)/서울시 강남구 테헤란로 133 | 담당 모터스포츠 이인혁 팀장, 김정곤 과장, 오주영 사원 | 전화 02-2222-1876 | 편집인 김영철 | 편집·제작 (주)가이미디어/서울시 강남구 삼성로 81길 6 | 구독 신청 miusurvey.com | 구독 문의 miu@kayamedia.com | <유>에 실린 모든 콘텐츠의 무단 전재와 복제를 금지합니다.

82

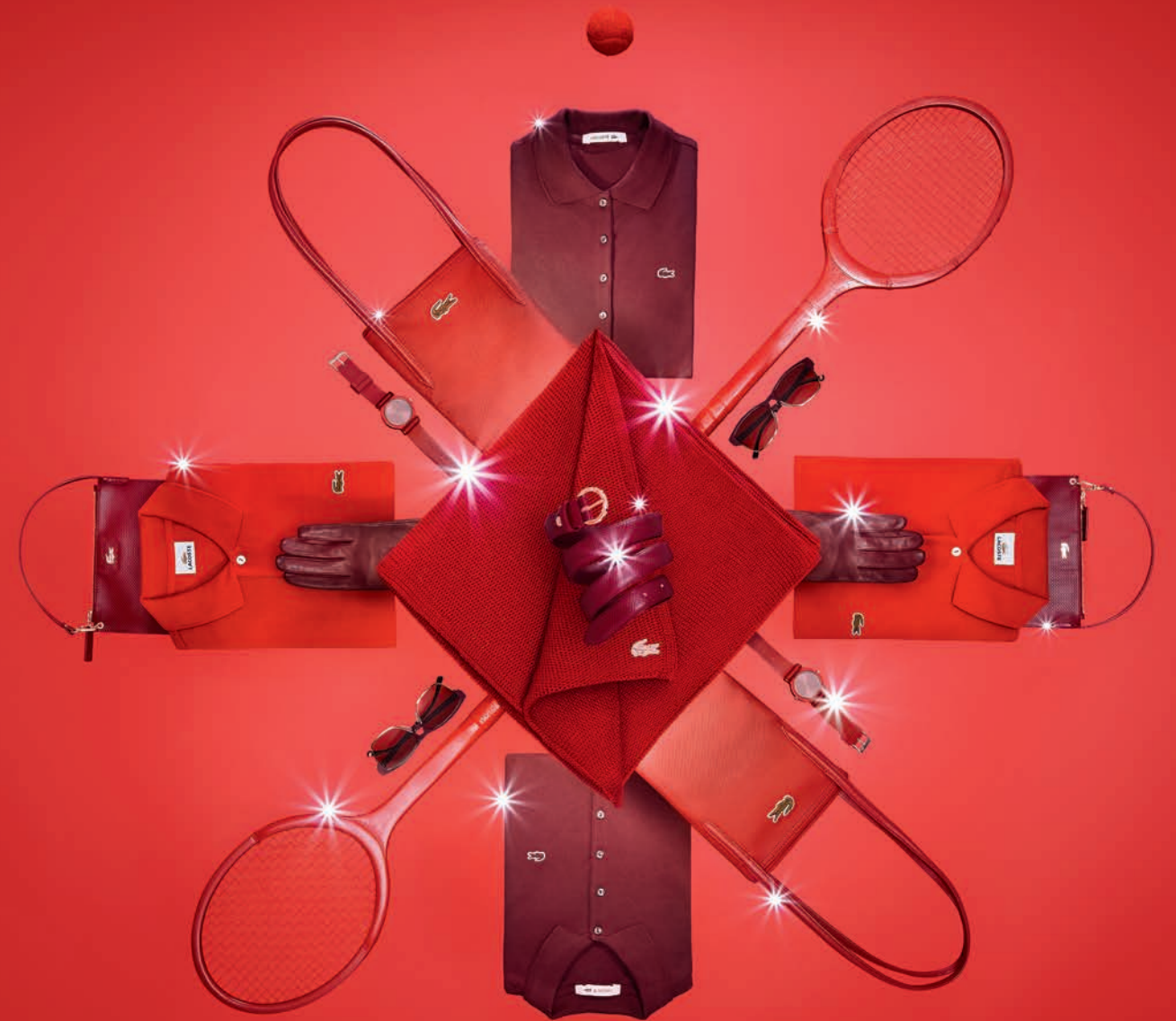
## The Gadgeteer



80  
Documented Life



ELEGANCE IS ALWAYS THE BEST PRESENT



라코스테와 함께하는 올리데이 시즌, 라코스테 온라인 이벤트에 참여하세요. (12/01-12/18)  
LACOSTE DIGITAL FLAGSHIP www.Lacoste.co.kr

LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT LACOSTE

SPECIAL



© Martini Racing

Lancia Martini 037 in Safari Rally, 1983



# Return of Stripes

모터스포츠 역사상 가장 강렬한 아이콘 중 하나인 마티니 스트라이프가 돌아왔다. 타이틀 스폰서로 윌리엄스 팀에 합류하며 2014년 포뮬러1에 복귀한 마티니를 환영한다.

WORDS 박종재(F1 레이싱 코리아) 편집장 PHOTOGRAPHS 윌리엄스 마티니 레이싱, 포르쉐 AG, 게티이미지



©Bob Martin

1

누구는 이걸 짓지 말고 흔들라고 하고, 누구는 이것만으로도 감성 마력이 30마력쯤 더 올라간다고 한다. 이것은 모터스포츠의 아이콘이며, 폴 스미스의 스트라이프보다 훨씬 사랑스럽고, 장 폴 고티에의 스트라이프보다 훨씬 위대해 보인다. 섹시하며 강렬한 스트라이프 위에 떠 있는 태양은 레이서들의 뜨거운 열정이고, 향취는 가솔린과 타이어가 매캐하게 타오르는 서킷의 냄새처럼 자극적이다. 아마 모터스포츠 올드 스쿨이라면, 아니 적어도 당신이 본드 걸의 허리춤을 움켜쥔 제임스 본드를 동경했던 소년이었다면 이미 눈치챈 것이다.



2

3

1 자동차에 가장 잘 어울리는 데칼은 줄무늬라는 증거 자료. 1966년 실버스톤 6시간 내구 레이스에 출전한 마티니 레이싱 란치아 LC2-86는 알렉산드로 나니와 안드레이 데 체사리스가 몰았다. 2 1970년 르망 24시간 내구 레이스에서 제라드 라루스의 마티니 포르쉐 917이 2위를 차지했다. 분명 마티니가 스폰서였는데, 특유의 스트라이프 대신 숲에 취한 사이카밀리를 표현했다. 이 또한 마티니만의 감성. 3 1976년 르망 24시간에 출전한 마티니 포르쉐 935 '베이버'. 하지만 애칭과 다르게 무시무시한 성능으로 드라이버들을 공포로 몰아넣었다. 랠리의 전설 중 한 명이자 나중에 아우디 콰트로를 띄운 혁혁한 공신인 빌터 뢰를도 고생 좀 했다는 후문이 있다.



1 서킷에서 출발한 마티니는 랠리에도 진출했다. 1978년 사파리 랠리에서 포르쉐 911SC '사파리'가 달리는 모습. 이 대회는 1953년 영국 엘리자베스 2세 여왕의 즉위식을 기념하기 위해 케냐, 우간다, 탄자니아에 걸쳐 개최되기 시작한 '동아프리카 대관식 사파리(East African Coronation Safari)'가 이름을 바꾼 것이다. 2 푸근하고 정겨워 보이는 1970년대 레이싱 신. 1974년 스파-프랑 코상 1000km 내구 레이스에서 포르쉐 911 카레라 RSR 터보는 3위를 차지했다. 3 1976년 F1 시즌에 독일 뉘르부르크링 서킷을 달리고 있는 마티니 브라밤의 카를로스 루테만. 당시 브라밤은 라틴아메리카 드라이버들로만 라인업을 구성했고, BT45 포뮬러카에는 알파로메오가 제작한 수평대향 12기통 엔진을 얹었다.

마티니가 돌아왔다. 이 소식을 처음 접한 나는 진심으로 흥분을 감추지 못했다. 마티니는 가장 위대한 모터스포츠 현장에 늘 함께했다. 1986년 아우디 콰트로보다 진흙탕에 굴렀던 란치아가 더 사랑스러워 보였던 것도 마티니 덕분이었다. 1971년 르망의 라 사르트에서 포르쉐 917LH가 웅장해 보였던 것도 마티니 덕분이었다. 1976년 진흙빛 브라밤 BT45가 페라리의 로스 코르사보다 더 강렬해 보였던 것도 마티니 덕분이다.



4 단정한 2:8 헤어스타일이 돋보이는 1973년 르망 24시간에서의 포르쉐 마티니 레이싱 팀. 한가운데 서 있는 사람의 마티니 레이싱 스트라이프 넥타이를 지금 살 수만 있다면 지갑을 열 사람도 꽤 될 것 같다. 5 1971년 르망을 빛낸 포르쉐에도 어김없이 마티니 스트라이프가 그려져 있었다. 라 사르트 서킷의 울산 직선 주류에서 387km/h의 최고 속도 기록까지 세운 917 롱테일은 현재 포르쉐의 슈투트가르트 박물관에 전시돼 있다.



©Steven Tee

1

1 윌리엄스 마티니 팀의 펠리페 마사가 바레인 사키르 서킷을 달리고 있다. 마티니 스트라이프는 어느 시대 어느 차에 그려져 있어도 모터스포츠 마니아의 심장 박동수를 레드존에 차박은 마력을 지녔다. 2 2014년 돌아온 마티니 스트라이프가 메르세데스-벤츠 엔진을 장착한 F1 명가 윌리엄스의 신차 FW36을 장식했다. 마티니의 귀환은 2014 F1 시즌 초반의 가장 뜨거운 뉴스였다.

## STRIPED INCENTIVE

사실 마티니는 2008년에도 F1 페라리 팀을 후원한 적이 있었지만, 올해 처럼 타이틀 스폰서로서 차체에 스트라이프를 그리고 아예 팀 이름에 포함될 정도의 대규모 후원은 거의 10년 만의 일이다. 호들갑 떠다고 해도 좋을 정도로 마티니 팬이 시골벽적했던 이유다. 마티니 스트라이프가 그려진 물건도 불티나게 팔릴 것 같다. 사진 속의 펠리페 마사와 같은 모자를 쓸 수 있다는 것은 충분한 구매 동기가 될뿐더러, 예전부터 포르쉐가 판매하고 있던 마티니 용품도 덩달아 인기를 누리고 있다.



©Glem Durb

네비 블루 바탕에 라이트 블루와 레드 스트라이프가 붙은 레이싱 카가 등장한 1968년부터 마티니는 남자를 가장 섹시하게 만들어주는 술이 되었다. 그랬던 마티니가 2014년 윌리엄스와 함께 오랜만에 타이틀 스폰서로서 포뮬러1로 다시 돌아왔다. 이번 시즌 윌리엄스의 퍼포먼스가 눈에 띄게 달라진 것도 어쩌면 마티니 때문인지도 모른다. 심지어 하얀색 바탕에 마티니 로고와 스트라이프가 수놓아진 레이싱 오버울을 입은 펠리페 마사와 발테리 보타스도 작년보다 훨씬 더 근사해 보이며, F1에 오랜 역사를 갖고 있는 윌리엄스가 훨씬 클래식해 보이는 것도 마티니 때문일 것이다. 적어도 나는 그렇게 믿고 싶다. H

PUSH



©HerwegXPBimages

Gran Turismo 6 for PlayStation 3

# Enjoy Race at Home

어떤 사람들은 레이싱 게임을 두고 '서킷의 미세한 표면 차이를 표현하고 타이어의 디그레데이션이 느껴지며, 충돌했을 때 그에 맞춰 퍼포먼스가 떨어지는 것'을 리얼하다고 이야기한다. 하지만 현실에서도 그런지 직접 확인한 사람은 그리 많지 않을 것이다. 따라서 중요한 것은 그런 요소들의 디테일한 구현이 아니다. 우승하기 위해 자동차에 적용된 물리 법칙을 공부하고, 매일같이 달리고 싶게 만드는 것. 그래서 리얼 레이싱 상황에 젖어들게 하는 것이 오히려 진정한 리얼 레이싱 시뮬레이터가 아닐까?

WORDS 박종재(『F1 레이싱 코리아』 편집장) PHOTOGRAPHS SCEK, PS3 캡처



1 가장 저렴하게 뉴르부르크링 노르트슐라이페를 경험하는 법. 30만 원으로 PS3와 GT6를 사라. 2 프랑스 사르트 서킷에서 르망 24시간에 도전할 수도 있다. 3 레이싱 진행은 드라이버 1인칭 시점이 기본이다. 레드불 X 챌린지 장면.

나는 거의 미쳐 있었다. 매일 밤, 차를 수집하고 새로운 라이선스를 취득하느라 정신이 없었다. 싸늘한 날씨였음에도 한참 즐기다 보면 등에 땀이 흥건했다. '그래서 레이싱 드라이버들이 차에서 내리면 온통 젖어 있는 거로군!' 하고 생각하며 스스로를 대견하게 생각한 적도 있다(물론 내 경우는 살이 썪서 그랬을 수도 있다).  
그런 투리스모 시리즈는 나에게 거의 센세이션이었다. 등장하는 차 하나하나에 붙어 있는 설명과 스펙을 섭렵했고, 달리는 도중에도 그 내용들을 머릿속으로 되뇌었으며, 코너 하나하나를 지나갈 때마다 미끄러지지 않으려고 레이싱 휠을 사정없이 흔들었다. 등교하려고 운전할 때면 차선을 망각할 정도의 착각이 일어날 때도 있었다. 아주 심각한 부작용이었지만, 그만큼 푹 빠져 살았다는 뜻이다.

어떤 게임은 엔딩을 보고 나면 이내 질려서 다시 꺼내지 않게 되는데, 그런 투리스모 시리즈는 엔딩에 큰 의미가 없다. 오히려 엔딩까지 걸리는 시간보다 등장한 차들을 몽땅 수집하느라 더 많은 시간을 보내곤 한다. 잠겨 있는 서킷이나 시리즈를 모두 다 열었다고 해도 그런 투리스모는 언제고 다시 꺼내 즐기기에 부족함이 없다.

달리 말하면 그런 투리스모가 가진 진정한 재미는 더 강력한 차, 더 복잡한 서킷, 더 까다로운 레벨의 시리즈에 있는 것이 아니라 달리는 감각 그 자체에 있다는 뜻이다. 출력이 낮다고 해서 절대 시시하게 느껴지지 않는다. 비슷한 퍼포먼스의 차량들을 모아놓고 달리기 시작하면 각자 고유의 까다로움이 존재하며 결국에 유지는 자동차로 싸우는 것이 아니라 자동차가 적용받는 물리적인 법칙들과 싸워야 함을 깨닫게 될 것이다. 그러니까 목표는 자동차나 서킷을 수집하는 게 아니다. 우승을 향해 달려가는 과정이다. 실제 레이스와 다를 바가 없다. 이것이야말로 그런 투리스모가 리얼 레이싱 시뮬레이터로 불리기에 충분한 요소 중 첫 번째라 할 수 있겠다.

간혹 그런 투리스모 시리즈와 라이벌 시리즈를 비교하면서 어떤 것이 더 리얼한가를 두고 갑론을박하는 사람들도 있다. 나는 그건 중요한 게 아니라고 말해주고 싶다. 이 이야기를 하면 그런 투리스모의 명성에도 약간의 흠집이 생길지 모르지만, 진짜 시뮬레이터는 재미는 고사하고 진땀만 흘리다 시트에서 기어 내려와야 할 정도다.

그럼에도 레이싱 드라이버들은 그들의 팀에서 마련한 초고가—F1팀의 레이싱 시뮬레이터라면 보통 슈퍼컴퓨터로 구동된다—의 시뮬레이터가 여전히 80% 정도의 현실만을 구현할 수 있어서 실제와는 차이가 있다고 한다. 그래서 레이싱 시뮬레이터는 레이스 직전 새로운 셋업이나 파트에 대한 느낌을 파악하고 새로운 서킷에 대한 적응 훈련 용도로 사용될 뿐이다.

레이싱 팀에서도 시뮬레이터의 활용도가 아직 이 정도인데, PC 혹은 게임 콘솔 환경에서 리얼함을 추구한다면 대체 어느 정도나 리얼할 수 있겠는가. 설사 현실 세계를 완벽히 표현했다 하더라도 레이싱 드라이버가 아닌 이상 진짜 그런지는 확인할 길이 없다. 가령 어떤 이는 자신이 경험한 게임 중 "리처드 번스 랠리가 정말 리얼한 시뮬레이터였다"고 표현하는데, 정말 랠리카나 랠리 환경을 경험해보고 판단한 것일까? 나는 사람들이 "이게 더 리얼하다"고 말하는 걸 그냥 이렇게 받아들인다. "훗! 나조차도 다룰 수 없을 정도로 난도가 높으니 리얼한 거다." 결국 일종의 허세로 자기 위안에 차하지 않는다고 본다.

그런 투리스모의 진짜 가치는 앞에서 이야기한, 과정의 즐거움을 누릴 수 있게 해준다는 점에 있다. 얼마나 더 리얼한지도 중요한 부분이기도 하나, 만약 극도의 리얼만 추구한 끝에 도무지 재미를 느낄 수 없다면 그건 게임으로서의 가치를 포기한 것이나 다름없다. 극소수의 마니아를 제외하고는 시장에서 철저히 외면받을 테니, 폴리포니가 소수의 레이싱 팀에 납품하고자 엄청난 시간과 비용을 투자해 이 타이틀을 제작한 건 분명하지 않은가?

그렇다고 해서 그런 투리스모가 아케이드 성향이 짙다는 뜻은 아니다. TV 앞에서 비디오 게임기로서 가질 수 있는 리얼함의 한계까지 밀어붙이려 애썼고, 동시에 더 많은 이들이 즐길 수 있도록 레벨을 절묘하게 조절하고 있다. 바로 이런 특징들이 레이싱 게임 판매 순위에서 그런 투리스모 시리즈가 뒷줄에 놓일 수 있게 한 원동력이었을 것이다.



GT6에는 수많은 자동차가 들어 있다. 빈티지카, 슈퍼카, 스포츠카, 레이싱카, 아메리칸 머슬, 심지어 현대 제네시스에서부터 페라리에 이르는 시판 양산차는 물론 전기차까지 즐길 수 있다. 1 페라리 458 이탈리아, 2 포드 GT40 마크 I, 3 라이트카 컴패니 로켓, 4 로터스 유로파 S2, 5 닷산 GT-R 블랙 에디션, 6 파가니 후에이라, 7 람보르기니 레벤토, 8 쉐보레 콜벳 스티레이 레이싱 콘셉트.

그럼 그란 투리스모 6로 들어가보자. 일단 그란 투리스모 시리즈를 이미 접해본 사람이라면 익숙한 화면이나 익숙한 서킷, 차량들이 다수 등장한다는 것을 알 수 있다. 그란 투리스모 3~4에서 누적된 데이터들이 새로운 버전으로 진화하는 데 밑바탕이 된 덕분이다. 우선 서킷을 달려보면 주행 감각은 크게 다르지 않다. 조금 더 정교해지긴 했으나 레이싱 게임, 특히 물리 엔진이 잘 구현된 게임을 즐기던 사람들에게는 크게 까다롭게 느껴지지 않을 것이다. 그러나 처음에만 이렇다. 획득하는 라이선스 등급이 올라갈수록 더 높은 출력의 차들이 등장하며 점점 더 컨트롤이 까다로워진다. 분명 이전에는 살짝 미끄러져도 이내 자세를 잡을 수 있었지만, 올라갈수록 약간의 실수가 레이스를 다시 시작하게 만든다. 마지막 단계인 슈퍼라이선스까지 가면 연료와 함께 타이어도 닳기 시작할 것이다. 더 복잡한 계산과 예측이 필요해지며, 이제는 단순히 빨리 달리는 것만이 능사가 아니라는 것을 깨닫게 될 것이다. 이런 점은 실제 레이싱에서도 고민하게 하는 부분이다. 특히 타이어의 종류에 따라 코너에서의 반응과 마모량이 다르다는 점은 레이싱 전략을 복잡하게 하는 부분 중 하나인데, 이런 요소들이 그란 투리스모 시리즈에서는 비교적 충실히 구현되어 왔다. 이번 그란투리스모 6에서도 마찬가지고, 이런 리얼리티는 하이 레벨 유저들을 까다롭게 만들 것임에 틀림없다. 심지어 이번에는 풀 커스터마이징 가능한 몇 가지 부품이 새로 등장했다. 서스펜션과 기어박스를 튜닝하는 과정에서 풀 커스터마이징 부품으로 교체할 경우 서스펜션의 미세한 반응이나 각 서킷에 맞춰 기어비를 맞춰 나갈 수 있게 됐다. 실제로 변경해본 결과 상당히 디테일한 반응 차이를 느낄 수 있었다. 특히 현재 출전하려는 레이싱 서킷의 구조를 어느 정도 분석해본 후 서스펜션과 기어비를 조절해 컨트롤이 좀 더 쉬운 차를 만들어나가는 과정은 까다로우면서도 즐거운 부분 중 하나였다.

비가 내릴 때 가속페달을 밟기가 두려워지는 점이나 웨트 타이어라도 비의 양에 따라 반응이 달라진다는 점은 꽤 놀라운 부분. 실제와 어느 정도 비슷한가는 중요치 않다. 적어도 이런 환경에서 이 같은 현상이 일어날 수 있으며, 그럴 때 어떤 식의 드라이빙을 해야 하고, 어떤 식의 셋업을 취해야 하는지 연상하고 적용할 수만 있다면 이 게임의 매력을 거의 끝까지 뽑아 먹을 수 있을 것이다. 그란 투리스모 6만의 특별한 점이라면 '아이르통 세나 트리뷰트'가 있다는 점. 세나가 생전 가장 순수했다고 생각하는 카트 시절부터 F3 그리고 그가 1986년 몰았던 로터스 98T까지 충실히 재현되어 있다. 심지어 98T의 경우는 F1에서 터보차저를 사용한 시절의 레이싱카 특유의 반응들, 그러니까 초기에 굼뜨다가 나중에 갑자기 튀어나가는 반응이 잘 표현되어 있다. 세나를 그리워하는 이들에게는 아주 큰 선물이 아닐 수 없다. 물론 98T를 손에 넣기 위해서는 수많은 고통과 인고의 시간을 보내면서 게임 머니를 모아야 한다(그게 귀찮다면 약간의 돈, 그러니까 현실 세계에서의 돈을 들이면 되겠지만). 사진인지 그래픽인지 착각할 정도로 정교한 포토 모드는 나날이 발전한 흔적이 역력하다. 경기를 마친 후 자신의 레이싱 리플레이를 보며 '내가 이렇게 멋지게 몰았던가?' 하면서 자기도취에 빠질 수 있게 하는 것. 이 게임의 숨겨진 즐거움이라 하겠다. '더 리얼 레이싱 시뮬레이터'. 이게 그란 투리스모의 제작사 폴리포니가 내건 슬로건이다. 레이싱 '게임'이 아니라 거다. 그래, 나는 게임을 했던 것이 아니라 가상으로 만들어진 서킷에서 진짜 레이싱을 하는 마음으로 달려본 건지도 모르겠다. 다시 이야기하지만 리얼함의 정도는 그리 중요하지 않다. 진짜 중요한 건 '이 게임 타이틀을 통해 얼마나 레이싱에 푹 빠질 수 있었는가?'다. 그란 투리스모의 가치는 바로 여기에 있다. 누구나 레이싱을 즐길 수 있게 하며, 동시에 실제 레이싱 현장을 연상케 하는 것, 나아가 실제 레이싱을 꿈꾸게 하는 것이야말로 그란 투리스모가 게임을 넘어 모터스포츠 세계까지 영향력을 발휘하게 하는 이유일 것이다. 현재 GT 카테고리에서 실제 레이싱 드라이버로 활동하는 루카스 오르도네스나 안 마덴보로 같은 드라이버들이 그란 투리스모 아카데미를 통해 발굴되기도 했다. 물론 현실 세계의 레이싱 드라이버가 되기 위해 진짜 훈련을 받아야 했지만, 적어도 이들이 그란 투리스모를 통해 레이싱 드라이버로서 첫발을 내디딘 것만큼은 분명하다.



그런 투리스모 6는 리얼리티를 강조하고 있다. 거듭 말하지만 이것이 모든 차량과 서킷의 디테일한 특성들을 100% 옮겨왔음을 뜻하는 것이 결코 아니다(만약 그랬다면 게임을 즐기기 위해 슈퍼컴퓨터가 필요했을지도 모른다). 그런 투리스모에서 이야기하는 리얼은 드라이빙의 기본과 즐거움, 그리고 우승을 향해 나아가는 과정의 개연성을 뜻하는 것이다.

폴리포니는 이 시리즈를 만들면서 실제 레이싱에 참가했으며, 현실과 가상 사이에서 타협점을 찾아 방금 언급한 과정의 즐거움을 표현하고자 애써왔다. 그런 투리스모를 제대로 즐기기 위해 가장 중요한 첫 번째 과정은 자동차에 대한 이론을 공부하는 것이다. 그런 투리스모를 즐기기에 앞서, 적어도 게임 패키지에 포함된 핸드북만큼은 꼭 읽어보기를 바란다. 이 작은 핸드북 하나만으로도 그런 투리스모 6의 깊어지는 충분하다고 본다.

그렇게 배운 자동차 이론과 레이싱 테크닉을 실제로 적용해보기 위해서는 소리 플레이스테이션을 켜기만 하면 된다. 레이싱을 즐기다가 뭔가 잘 풀리지 않을 때 인타넷을 뒤져 게임 팁을 찾는다는 것은 다른 게임과 다를 바가 없다. 하지만 그런 투리스모의 게임 팁은 곧 자동차를 운전하는 요령이고 드라이빙 스킬이다. 새로 배운 것을 써먹기 위해 다시 듀얼쇼크(플레이스테이션 컨트롤러)를 손에 친다. 그렇게 당신은 코너를 공략하기 위해 레이싱카의 무게중심을 옮기는 법을 터득하게 된다. 이것만으로도 꽤나 리얼하지 않은가?!

1 진짜 스페인 아스카리 서킷의 모습. 2 GT6에 표현된 아스카리 서킷의 모습. 사진 번호를 바꿔 달았다고 해도 눈치채기 어려울 정도다. 3, 4, 5, 6 태양빛이 차체에 반사되는 모습. 타일을 빠져나가기 직전의 장면. 코스 아웃 했을 때 트랙 옆에 떨어진 낙엽을 흔트려드리는 모습과 서킷 자체까지도 사실적으로 표현했다. 7 차량의 실내도 충실히 재현했다. 아우디 콰트로 S1 갤리카. 8 월면 미션을 택하면 아폴로 우주인이 달에서 느꼈던 드라이빙 감각도 즐길 수 있다.

PLAYSTATION AND GRAN TURISMO

플레이스테이션(PS)은 소니컴퓨터엔터테인먼트(SCE)의 게임 전용 고성능 콘솔이다. 1994년에 처음 출시되었고, 후속 기종으로 PS2는 2000년에, PS3는 2006년에, PS4는 2013년에 출시됐다. 시리즈 전체의 판매량은 2014년 11월 현재 4억 대를 바라보는 수준이다. 그런 투리스모(GT)는 SCE의 자회사인 폴리포니 디지털(Polyphony Digital)이 제작한 레이싱 게임 타이틀이다. 폴리포니의 발표에 따르면 1997년 처음 출시된 이래 2013년 3월까지 GT 시리즈—PS용 정규 및 프롤로그 타이틀, PSP용 타이틀 포함—는 총 7000만 장 이상 판매됐다. GT6는 2013년 12월에 출시됐다. GT6는 PS3용 타이틀이며, 폴리포니는 PS4용 GT7을 2015년 또는 2016년에 출시할 것으로 알려졌다.



PS4

PS3

GT6



## R-Craft Simulator Virtual Racing!

진짜가 나타났다. 엉덩이만 흔들리는 기존 레이싱 시뮬레이터는 잊어라. 앉는 순간부터 게임인지 실제인지 헷갈릴 정도로 실감 나는 레이싱 시뮬레이터 알크래프트를 소개한다.

WORDS 구본진 PHOTOGRAPHS 박남규 MODEL 양승환

RS-1은 지금까지 쉽게 접하지 못한 완성도 높은 레이싱 시뮬레이터를 만들고자 하는 알크래프트의 강한 의지가 담긴 모델이다.



봄부터 열심히 달려온 국내외 굵직한 모터스포츠 대회가 막바지에 이르렀다. 이번 시즌에는 누가 우승 트로피를 들고 포디엄에 올라설지 궁금하기도 하지만 한편으론 아쉬운 마음이 든다. 벌써 끝이라니... 이제 내년 1~2월까지의 대부분 모터스포츠 경기가 다음 시즌을 맞이할 준비에 들어간다. 게다가 추운 날씨로 인해 도로가 얼거나 눈이라도 내리면 서킷에서 스피드를 즐기는 기회와 재미마저 줄어들다. 낭만이 넘치는 겨울은 모터스포츠 팬들에게는 잔혹한 계절이다. 하지만 레이싱 시뮬레이터 알크래프트와 함께라면 폭설도 두렵지 않다. 따뜻한 실내에서 실제 레이싱 못지않은 짜릿함을 즐길 수 있으니.

### 서킷을 통째로 내 방에

스튜디오에 도착한 알크래프트 RS-1은 게임기라기보다 실제 레이싱카의 콕핏에 가까웠다. 예전 오락실 레이싱 시뮬레이터와 차원이 다르다. 알크래프트에 장착된 47인치 트리플 디스플레이(시야각 170°)는 그야말로 '압도적'이다. 단단한 버킷 시트, 기어 레버, 각종 페달 등은 게임기가 아닌 레이싱카에 탑승한 기분을 선사한다. 일본 프렉스사와 독점 계약을 통해 실제 프로 레이서들이 연습용으로도 사용하는 시뮬레이션 장비들을 접목해 완성도를 높인 결과다.

하드웨어를 먼저 살펴보자. 앞에 설명한 것과 같이 레이싱에 필요한 최소한의 요소를 모두 갖추고 있다. 사이드브레이크까지 달려 있어 레이싱을 즐기는 남자라면 한번쯤 도전해보고 싶은 드리프트도 마음껏 즐길

수 있다. 스티어링 휠—패들 시프트도 부착 가능하  
—에 장착된 알록달록 작은 버튼은 시동, 헤드라이트,  
클락스 등으로 설정해 사용하면 된다.  
페달은 로지텍 G27을 베이스로 만들었다. 자세히 살펴  
보면 기본 프레임, 센서를 움직이는 기어 부분을 제외  
하고는 G27의 흔적을 거의 찾아볼 수 없다. 알크래프  
트의 독자적인 기술력을 투입한 결과다. 페달을 밟는  
움직임, 브레이크의 답력, 클러치가 접촉되는 순간까지  
실제와 거의 비슷하게 구현했다. 특히 ABS 작동에 따  
른 효과는 실제 프로 레이서들도 놀라는 부분이다. 사  
용자에 따라 좌우 간격, 페달 높이, 각도를 변경할 수  
있다.

**실제와 똑같은 움직임**

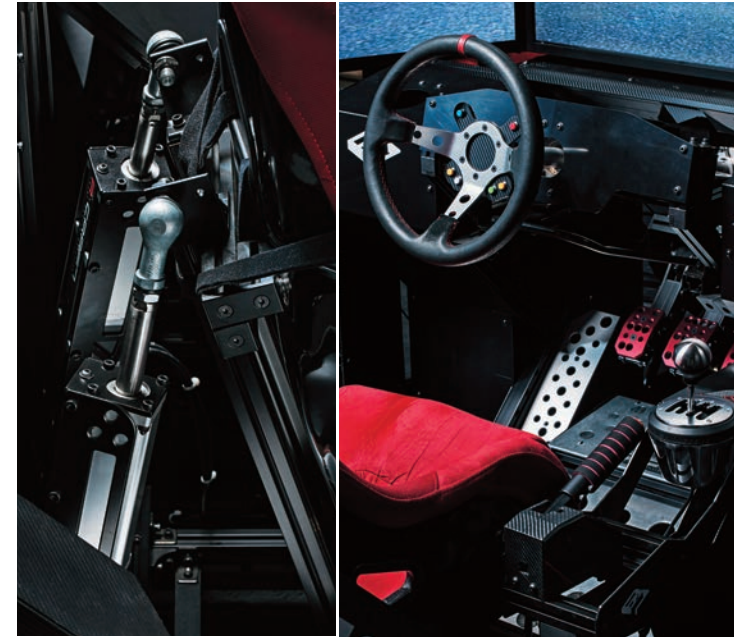
알크래프트의 핵심 기술은 드라이빙 감각 재현이다. 6  
축 방식은 실제 F1 머신이나 상업용 항공기의 연습용  
시뮬레이터에 사용되고 있는 모델로, 표현력은 좋으  
나 복잡하고 비싼 데다 설치를 위해서는 큰 공간이 필  
요하다는 게 가장 큰 단점이다. 현재 알크래프트가 개  
발한 모든 시뮬레이터는 2축 방식(2-DOF)—시트 뒷  
면에 두 개의 전동축 설치—이다. 두 개의 축이 연결된  
시트의 움직임만으로도 서킷을 달리면서 느낄 수 있



는 크고 작은 진동을 모두 재현해낸다. 연석, 자갈, 도  
로, 풀밭 등 노면 상태에 따라 미세한 진동까지 달라진  
다. 코너에서 차의 롤링과 피칭은 물론 주행 시의 격렬  
한 진동, 충격을 고스란히 드라이버에게 전달한다. 기  
존 레이싱 시뮬레이터와 비교를 거부할 정도.  
알크래프트 개발을 진두지휘하고 있는 김무광 기술이  
사—그는 DDGT, GT300 클래스와 드리프트 대회에  
도 출전했던 레이서다—는 “2축 기반의 알크래프트는  
단순히 의자가 움직인다는 개념이 아니라 관성력에 의  
한 차량의 움직임을 수치화해 구현한 것”이라 말한다.  
“가속페달을 밟으면 몸이 뒤로 쏠리고, 브레이크를 밟  
았을 때 앞으로 쏠리고, 스티어링 휠을 꺾는 반대 방  
향으로 몸이 움직이는 것처럼 실제 차 안에서 드라이버  
가 겪는 모든 움직임을 그대로 느낄 수 있습니다. 이게  
알크래프트의 핵심이죠. 레이서로 활동한 경험에 비취  
봤을 때 실제 서킷 주행과 차이는 거의 없다고 봐도 됩  
니다.” 알크래프트 시뮬레이터가 레이싱 선수들의 훈  
련용으로 사용되는 이유도 여기에 있다. 모터스포츠가  
최근 인기를 끌면서 이제는 마니아층이 생길 정도. 세  
계 무대에서도 좋은 평가를 받고 있다.

**달리고, 달리고, 달리고**

약 20분에 걸쳐 RS-1을 설치하고 전원을 켜자, 레이스  
의 시작을 알리는 엔진 소리가 스튜디오에 울리기 시작  
했다. 남자들의 아드레날린 수치도 함께 치솟았다. 제  
일 먼저 ‘그리드2’ 게임의 BMW M3 스티어링 휠을 잡  
은 선수는 박남규 실장. 그는 수동변속기 차량으로 스  
피드를 즐기는 상남자다. 처음에는 낯선 시트 진동에  
놀란 듯했으나 금세 멋지게 수동 기어를 꽂아 넣으며  
랩타임을 줄여나갔다. 이마에는 땀이 맺혔다. 47인치



2010년에 설립된 알크래프트는 4년 만에 국내외 시뮬레이터 시장에서도 기술력을 인정받았다. 그중 자체 개발에 성공한 액추얼 컨트롤과 지포스 익스프레스는 그들의 딸과 열정이 가장 많이 담겨 있는 기술이다.

모니터 3대에 펼쳐지는 풍경은 보는 사람도 마치 뒷좌  
석에 탄 것처럼 느껴졌다. 한편 서킷 주행 경험이 없는  
막내는 시작과 동시에 가드레일을 들이박으면서 차를  
만신창이로 만들었다. 창문은 깨지고, 기어 변속 미스  
로 엔진 불로가 나면서 엔진룸에서 연기까지 나는 사  
고를 냈다.  
다음 선수는 자동차 매거진 <모터 트렌드> 김태영 에디  
터. 옆에 태운 사람의 혼을 쏙 빼놓는 드리프트 마니아  
다. 물론 서킷에서의 주행 실력도 일품. 직선 구간에서  
시속 250km를 넘어가자 탄성이 터져 나왔다. 앞차를  
추격하는 아찔한 순간에는 나도 모르게 몸이 긴장될  
정도. 그는 24명 중 6위로 레이스를 마쳤다. 옆에 있던  
김무광 이사도 실력을 인정하는 눈치였다. ‘볼굴’을 포  
기한 남자들은 그날 스튜디오에서 에너지 음료를 마시  
며 해가 뜰 때까지 달리고, 달리고, 또 달렸다.  
스피드를 즐기는 사람이라면 누구라도 탐낼 만한 매력  
을 지닌 레이싱 시뮬레이터 알크래프트. 기사와 사진만  
으로 느낌이 오지 않는 사람은 평택과 일산에서 운영  
되고 있는 두 곳의 알크래프트 매장에 들러 체험해보길  
추천한다. 영암 인터내셔널 서킷을 비롯한 F1 서킷에서  
부터 뉴리부르크링까지 순회 레이싱을 돌고 나면 분명  
버추얼 레이싱에 흠뻑 빠지게 될 것이다. ♣

1, 2 2011년 엘지트윈타워 사이언스 홀에 교육용으로 설치된 알크래프트. 3 올해 세종 대학교에서 진행된 총동 실험용 시뮬레이터.



**R-CRAFT LINE UP**

현재 알크래프트는 한 개의 스크린으로 제작된 RX  
시리즈, RX-I을 베이스로 핸들, 시트, 페달, 스틱, 답  
력, 스크린 타입, 외관, 각종 포지션에 이르기까지 다  
양한 커스텀 작업이 가능한 RC-I도 판매 중이다.

**RS-I** / 47인치 트리플 스크린, 65W 포스피드백,  
350mm 핸들, 150mm 40kg 대응 2축 액추에이터,  
7단 기어, 패들 시프트, 사이드브레이크, 클러치를  
포함한 3페달, 버킷 시트, 4채널 사운드 바이브레이  
터, THX 5.1ch 사운드 시스템. 가격 3500만원대.

**RC-I** / 39인치부터 55인치까지 싱글 스크린, 월스  
스크린, 캐노피 스크린 등 다양한 스크린 형태 선택 가  
능, 스티어링 휠과 시트까지 모두 원하는 대로 튜닝  
가능, 2축에서 6축까지 모션 시스템 적용 가능, 가격  
2500만원부터 6000만원까지.

**RP-I** / 개인을 위한 모델로 사이즈가 작으며 가격  
도 저렴한 편. 최소한의 장비로 알크래프트를 시작  
할 수 있는 제품. 모션 시스템 업그레이드 가능. 가  
격 1000만원대.

**알크래프트에서 지원하는 대표 게임**  
GRID 2/GT Legends/GTR/GTR2/Need for  
Speed Hot Pursuit/rFactor/rFactor 2/WRC 4/  
Fomula Truck 2013  
이 밖에도 약 20가지가 넘는 레이싱 게임을 알크래  
프트로 즐길 수 있다. R-Craft.co.kr





(왼쪽에서부터) 키미의 '리즈' 시절인 2002년 웨스트 맥라렌 메르세데스 팀의 테스트 데이, 2010년 WRC 불가리 랠리에서, 2014년 F1 바르셀로나 GP에서.

# The Switch Driver

극단적인 전문성을 필요로 하는 오늘날의 모터스포츠에서 F1 챔피언이 나스카 서킷을 달리고 WRC에 출전하기도 한다. 키미 레이코넨뿐이지만.

WORDS 권규혁 PHOTOGRAPHS 페라리, 코비스, 셔터스톡

후안 마누엘 판히오(Juan Manuel Fangio), 스티어링 모스(Stirling Moss), 타지오 누볼라리(Tazio Nuvolari) 등의 이름은 모터스포츠 역사를 이야기할 때 빼놓을 수 없는 인물들이다. 이들은 그랑프리 초기에 활약한 드라이버들이었다는 것뿐만 아니라 르망 24시간 같은 내구 레이스, 밀레밀리아와 타르가 플로리오 같은 랠리에서도 뛰어난 활약을 보였다. 그 당시의 모터스포츠 세계는 지금과 판이하게 달랐기 때문에 종목을 넘나드는 것이 요즘에 비해 좀 더 수월하기는 했다. 그럼에도 노면과 차량 특성의 차이뿐만 아니라 레이스 전략까지 완전히 다른 분야에서까지 수차례 우승을 거둔 레이스들은 많지 않았다. F1이 모터스포츠의 최고봉이라고는 하지만 거기 적용되는 운전 기법이나 차량 세팅이 다른 레이스에서도 비슷한 것은 아니기 때문이다. 모터스포츠가 세분화되고 전문성이 강해지면서 종목별로 특성이 다르게 발전하게 되었으므로, 점점 다른 종목의 모터스포츠까지 아우르는 레이스들은 초창기보다 줄어들었다. 그러니까 전혀 없는 것은 아니다. 최근에도 F1 드라이버가 다른 종목으로 전향하는 경우는 가끔 찾아볼 수 있었다. 챔프카 드라이버 출신의 F1 드라이버 후안 파블로 몬토야(Juan Pablo

Montoya)는 나스카를 거쳐 올해 인디카로 옮겨 탔고, 미카 헤키넨(Mika Häkkinen)은 랠리를 거쳐 DTM으로 전향해 활약한 뒤 은퇴했다. 그중 가장 특별한 사례가 핀란드 출신의 드라이버 키미 레이코넨(Kimi Räikkönen)이다. 그는 F1 월드 챔피언 출신이면서 WRC로 이적했다가 다시 F1으로 복귀한 독특한 이력을 지니고 있다. 핀란드는 많은 레이싱 드라이버를 배출한 국가다. 겨울이 길고 혹독한 핀란드의 기후 특성상 '플라잉 핀(Flying Finn)'이라는 칭호가 붙은 드라이버 중에는 랠리 드라이버가 압도적으로 많다. 얼음 위에서 걸음마를 배우고, 눈 덮인 산길을 헤쳐나가는 운전 실력이 삶의 일부분인 것을 생각할 때 어찌 보면 당연한 결과인지도 모른다. WRC에서 이름을 떨친 플라잉 핀 중에는 유하 칸쿠넨과 토미 마키넨도 포함된다. 키미 레이코넨은 케케 로즈버그(Keke Rosberg)와 미카 헤키넨의 대를 잇는 3대 F1 플라잉 핀이다. 그는 무표정한 얼굴과 과묵한 성격, 냉정한 이미지와 핀란드인다운 새하얀 피부 등으로 인해 '아이스맨'이라는 별명을 얻었다. 본인도 이 별명이 만족스러운지 헬멧에 붙이는 것으



1 키미는 장난처럼 로마 검투사 갑옷을 입는 것도 서슴지 않는다. 2010년 WRC 오르단 랠리의 오프닝 행사에서. 2 2011년 키미는 스스로 랠리 팀(Ice 1)을 창단해 WRC에 출전하기도 했다. 스웨덴 학스푸스 랠리에서. 3 올 시즌 F1 페라리 팀에서 키미의 성적은 두 가지가 눈에 띈다. 한 번도 포디엄에 오르지 못했다는 점과, 기록 없이 일정하게 중위권에 머물렀다는 점.



2

로 모자라 팔뚝에 문신으로도 새겨두고 있다.

1979년생인 키미는 다른 많은 레이서들과 마찬가지로 어린 시절 카트를 타면서 레이서의 세계에 입문했다. 1990년대 초반 크고 작은 경기에 출전해 기본기를 다진 키미는 1997년과 1998년 핀란드 카트 챔피언에 올랐다. 카트를 졸업하고 본격적으로 드라이버 활동을 시작한 것은 그의 나이 20세, 포물러 르노 시리즈에 진출하면서부터였다. 1999년과 2000년 두 시즌에 걸쳐 르노 시리즈에 23차례 출전해 13승을 올린 키미는 2001년 자우버 F1 팀에 전격 발탁되었다. 놀라운 사실은 그에게 F3이나 F3000 경력이 없다는 것이다. 카트에서 뛰어난 성적을 보인 레이서들은 F3과 F3000의 단계를 올라 F1에 진출하는 것이 일반적이지만 F1 입성 이전 키미의 경력은 포물러 르노 시리즈 출전 23회가 전부였다. FIA 일각에서는 그가 경험이 부족하다는 이유로 슈퍼리전스 발급에 대한 우려를 표명했으나, 당당하게 테스트를 거친 키미는 F1 라이선스를 취득했고 2001년 호주 그랑프리에서 데뷔함과 동시에 포인트를 획득했다.

키미는 2002년 헤키넨이 떠나며 생긴 맥라렌의 자리를 채우며 팀을 이적했다. 그는 맥라렌의 드라이버로 뛰면서 여러 차례 인상적인 결과를 거두었지만 차량 트러블이나 사고로 인한 리타이어도 잦았다. 성적은 상위권이거나 하위권(또는 리타이어), 그야말로 '모 아니면 도'였다. 기복이 심한 선수였지만 수많은 레이스에서 가장 빠른 랩 타임을 기록해 팬에게는 'F1 드라이버 중 최고속은 키미'라는 이미지를 각인시켰다.

그는 2007년에 페라리로 이적해 6승을 거두며 드디어 F1 월드 챔피언에 등극했다. 하지만 바로 이듬해에는 '모 아니면 도'의 버릇이 도져 이번 GP에서는 포디엄에 올랐다가 다음 GP에서는 리타이어하는 등 기복이 극심했다. 당연히 챔피언십 포인트에서도 불리하게 작용했고, 이러한 성향은 안정적인 성적을 유지하는 맥라렌의 루이스 해밀턴과 비교됐다.

성적이 부진해지면서 팀 내 커뮤니케이션이나 미디어 인터뷰 태도 등 키미의 단점이 부각되었고, 연봉에 비해 결과를 내지 못하고 있다는 비난이 이어졌다. 키미 스스로는 그런 이야기에 아랑곳하지 않는 태도를 보였다. 시즌 중임에도 틈틈이 랠리에 출전하거나, 폭우로 레이스가 중단되었을 때 언제 재개될지 모르는 상황에 대한 준비 태세를 갖추는 대신 레이싱 슈트를 벗고 아이스크림을 먹으며 돌아다니기도 했다. 이처럼 F1에 흥미가 떨어진 모습을 보여주니 구설수에 오른 것은 당연지사. 2009년부터 짬짬이 랠리에 출전해오던 그는 2010년 시즌부터는 아예 F1을 떠나 WRC에 출전한다고 발표했다. 2년 동안 WRC에서 그의 성적은 시즌 포인트 10위였다. 심지어 2011년에는 미국 나스카에 도전하기도 했다. 나스카에서 키미는 성적이 아니라 팀 스태프와 주고받은 투덜거리는 무전 교신 내용으로 유명세를 탔다.

2012년 키미는 로터스 레이싱카를 타면서 F1에 복귀했다. 2년 of 공백이 있었지만 복귀 후 4전 만인 바레인 GP에서 2위로 시상대에 오르며 견재함을 과시했다. 11월에 열린 아부다비 GP에서는 우승을 거두고 포디엄에 올랐을 뿐만 아니라 지난해의 나스카에서처럼 무전 교신 내용 또한 화제에 올랐다. 팀 스태프에게 이렇게 말했던 거다. "Leave me alone, I know what I'm doing(날 좀 내버려둬. 뭘 해야 할지는 알고 있으니까)." 키미가 어떤 성격인지 알고 뭔가 재밌는 일을 또 벌어주지는 않을까 기대하는 팬들에게 웃음을 선사한 대목이다. 게다가 그는 경기 후 'Leave me alone, I know what I'm doing'이라는 글을 금색으로 적은 검은 티셔츠를 제작해 팀원들에게 나누어주기도 했다. 실제로 키미는 리타이어 한 번 없이 포인트를 올려 드라이버 챔피언십 3위로 2012년 시즌을 마무리했다. 하지만 2013년에는 중반 이후 팀과의 갈등이 심화되었고, 부상 문제가 있어서 두 번의 레이스에 결장했다(그리고도 시즌 포인트 5위에 올랐으니 대단하기는 하다).

올해 키미는 페라리로 이적했지만 차량 성능이 브랜드 이름값에 미치지 못했다. 성적은 부진했고, 영국 GP에서는 큰 사고를 겪고 리타이어하기도 했다. 2014년 시즌에서의 순위는 마지막 한 경기만을 남겨놓은 현재 11위에 머물렀으며, 올 최고 성적은 벨기에 GP에서의 4위였다. 어쩌면 그만의 문제는 아닐지도 모른다. 팀 메이트인 알론소의 성적도 기대에 미치지 못했으니, 페라리 머신이 새 규정에 적응을 마치고 안정화되면 키미 레이코넨에게 제2의 전성기가 도래할 수도 있다. 빠르다는 것뿐만 아니라 상당히 독특한 언행으로 팬들에게 즐거움을 주는 키미가 내년에는 어떤 모습을 보여줄지 궁금해질 수밖에. ■

# Numbers and Faces

모터스포츠 영광의 기록들.

WORDS 안준하 INFOGRAPHIC AIROMANTIC

**Monaco Circuit**  
**3,340m**

**King Of Monaco**

**Ayrton Senna**

모나코는 F1 서킷 중 가장 짧다. 1929년부터 2014년까지 같은 장소에서 계속 개최되고 있다는 기록도 갖고 있다.

2,700억원

600명의 스태프를 보유한 레드불 레이싱이 2013년 한 해 사용한 총 예산을 추정 환산한 금액(물론 레드불은 절대 이만큼 쓰지 않았다고 주장한다). 2013년 F1 챔피언십 우승으로 수령한 배당금은 1000억원가량. 나머지 금액은 자체 투자와 스폰서십으로 충당했다고 보면 된다. 참고로 가장 적은 예산을 사용한 팀은 마루시아다(705억원).

F1의 전설 아이르통 세나는 모나코에서 5년 연속 우승을 차지하면서 동일 그랑프리 연속 최다 우승자로 기록되었다. 아이르통을 '모나코 마스터' 또는 '킹 오브 모나코'로 부르는 이유가 여기에 있다.

**1,200°C**

레이스카의 브레이크 디스크가 최고로 달아올랐을 때의 온도. 평균적으로 400~600°C에서 최상의 효과를 발휘하는 카본 컴포지트 소재의 디스크는 1200°C에 도달하면 산화하기 시작한다.



**2.6sec**

F1 레이스카가 정지 상태에서 100km/h에 도달하는 시간. 1초가 더 지나면 160km/h, 거기서 1.5초 후면 200km/h를 넘어섬. 3초가 더 지나면 250km/h를 넘어선다. 그러니까 출발하고 7초 만에 250km/h를 훌쩍 넘긴다는 뜻이다. 이보다 더 빠른 것이 있으니, 전기 레이스카다. SAE 포뮬러 스투던트에서 전기 레이스카로 1.785초의 0-100km/h 기록이 나온 적이 있다.

**75%**

미하엘 슈마허는 마지막 챔피언십을 획득한 2004년 F1 시즌에 18개의 경기 중 13번의 우승을 차지하면서 72%라는 승률을 기록했다. 2013년 제바스티안 페텔이 같은 승수를 기록했으나 그해에는 19개의 경기였기 때문에 승률 면에서는 슈마허에 미치지 못했다. 승률만 보면 1952년 8개의 경기에서 6번 우승한 알베르토 아스카리의 75%가 최고다.

미하엘 슈마허는 프렌치 그랑프리에서 여덟 번 우승을 차지하며 동일 그랑프리 최다 우승자가 되었다.

# Michael Schumacher

F1 최다 챔피언십 우승자는 미하엘 슈마허다(1994~1995, 2000~2004년).

**7th**

**369.9 km/h**

F1 레이스카가 공식적으로 기록한 순간 최고 속도. 2004년 BMW 윌리엄스 F1 팀의 안토니오 피초니아가 이탈리아 몬차 서킷에서 기록했다. BAR 혼다는 2006년 미국 본네빌 소금사막에서 비공식 기록으로 400km/h를 넘었다. 하지만 공식 기록으로 인정되려면 왕복을 해야 했는데 돌아올 때의 속도가 충분하지 못해 FIA에 의해 인정된 것은 355.9km/h다.

**56세**

모나코 출신의 루이 시몽은 가장 늦은 나이에 F1에 데뷔한 사람으로 기록되어 있다. 1955년 모나코 그랑프리에 출전할 당시 그의 나이는 무려 55세 292일. 19번 그리드에서 출발한 그는 6위를 차지했다.

# English vs. Finnish

모터스포츠에 대한 열정으로 가득한 영국인은 F1과 르망 24시간을 비롯해 가장 많은 우승을 차지해 왔다. 하지만 그들조차도 한 수 접어주는 대회가 바로 WRC. 랠리에서만큼은 핀란드인이 절대적 강세를 유지하고 있다. 6명의 드라이버가 13번의 챔피언십을 차지했고, 171번의 경기에서 우승을 거두었다. 인구수당 챔피언의 숫자를 따져보면 핀란드가 단연 최고다.

**3x3x2**

르망 24시간에서 한 조의 드라이버(3명)가 3년 연속 우승을 차지한 사례는 두 번이다. 톰 크리스텐센, 프랭크 비엘라, 에마뉴엘 피에로가 2000~2002년에, 그리고 마르셀 페슬레와 앙드레 로테렐, 베누와 트웰리에가 2011, 2012, 2014년에 우승을 차지했다. 6명 모두 아우디 소속이었다.

# Guanajuato

**55,920m**

WRC에서 가장 긴 SS는 멕시코 과나후아티토로 55,920m에 달한다. 오직 비포장도로만 구성된 이 코스는 평균 120km/h의 속도로도 40분 가량 소요된다. 올해 이 코스에서만만큼은 노르웨이의 마츠 외스트베르그가 세바스티앙 오지에를 누르고 스테이지 우승을 차지했다.

# 19 Years Old

2009년 스페인 출신의 하이메 알게르수아리는 19세 125일이라는 나이로 F1에 데뷔하면서 가장 나이 어린 F1 드라이버가 되었다. 하지만 이 기록은 내년이면 깨질 전망이다. 토로 로소는 올해 17세인 막스 페르스타펜을 내년부터 F1 레이스카에 태우겠다고 발표했다.

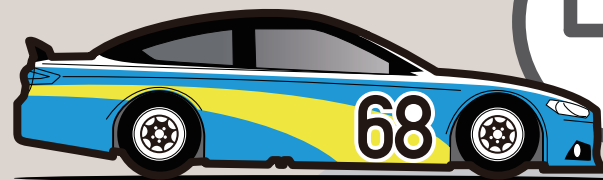
# 22 Years Old

최연소 WRC 드라이버는 22세 313일의 아리 마티 라트발라(핀란드). 2008년의 일이었는데, 그의 얼굴을 보면 여전히 20대라는 것이 믿어지지 않을 것이다.

# 22⇒1

F1 1983년 시즌에서 맥라렌 팀의 존 왓슨은 22번 그리드에서 출발했지만 1위로 들어왔다. 하고자 하면 아무리 스타트 라인이 좋지 않아도 이루지 못할 것이 없다.

간혹 어떤 영국인들은 4단 기어만으로 경주하는 미국 나스카를 조종하곤 한다. 하지만 나스카 레이스카를 타본 영국 출신의 F1 드라이버들은 그 엄청난 힘에 놀라곤 한다. 애초에 경마 시스템에서 출발한 F1과 금주령 시대에 출발한 미국의 레이스는 다를 수밖에 없지만, 어쨌든 영국인들은 그 차이를 인정하지 않으려는 것 같다.



1955년 르망 24시간에서 일어난 사고는 모터스포츠 역사상 가장 끔찍한 인명사고를 동반했다. 벤츠 300SLR이 추돌 후 관중석을 덮쳐 드라이버와 관중 83명이 사망하고 120명이 부상을 입었다. 이처럼 많은 사람이 죽은 것은 인화성이 높은 마그네슘이 포함된 합금 차체가 폭발했기 때문이다.

**84 people**

**16**

르망 24시간 최다 우승 팀은 포르쉐다. 이 기록에 가장 근접한 팀은 아우디(13회)로, 앞으로 네 번 더 우승하면 포르쉐의 기록을 뛰어넘게 된다. 공교롭게도 현재 두 회사는 모두 폭스바겐 그룹 소속이다.

2011년 요르단 랠리에서 우승자 세바스티앙 오지에와 2위 아리 마티 라트발라 사이의 시간차는 고작 0.2초. 눈 한 번 깜빡일 시간에 희비가 엇갈린 셈이다.

**0.2sec**

**57m**

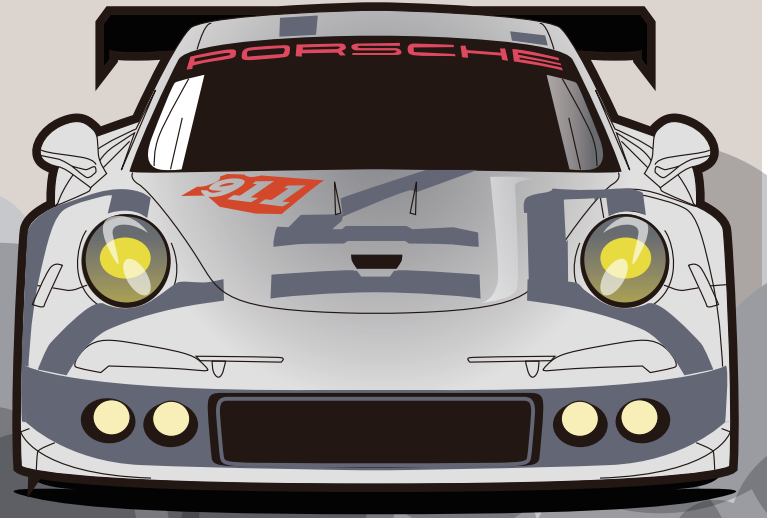
WRC 랠리카가 점프한 가장 먼 거리는 2003년 핀란드 랠리에서 마르코 메르틴이 달성한 57m였다. 핀란드는 WRC 캘린더에서도 가장 호쾌한 점프 구간을 보유한 코스로, 매년 이곳에서는 점프 거리를 두고 따로 순위를 매기곤 한다. 당시 마르코는 57m의 거리를 시속 170km/h의 속도로 날아갔다. 그의 랠리카(포드 포커스 RS WRC 03)는 서스펜션이 부러지기는커녕 드라이버에게 우승까지 선사했다.

# 9th WRC

WRC 최다 챔피언십 우승자는 세바스티앙 로에브다. 그것도 연속 기록이다(2004~2012년). 현재는 WTCC에서 활약 중인데, 올해에도 우승에 거의 근접했다(2014년 11월 현재).

**WRC 10th**

WRC 최다 컨스트러터 챔피언십 우승자는 란치아다(1974~1976, 1983, 1987~1992년).



# A Great Opportunity

서킷을 달리는 건 어렵지 않지만 누구나 잘 달릴 수 있는 건 아니다. 한국타이어가 주최하는 트랙데이는 서킷에서 빠르게 잘 달리는 방법을 배울 수 있는 좋은 기회다.

WORDS 구분진 PHOTOGRAPHS 박남규, 조혜진

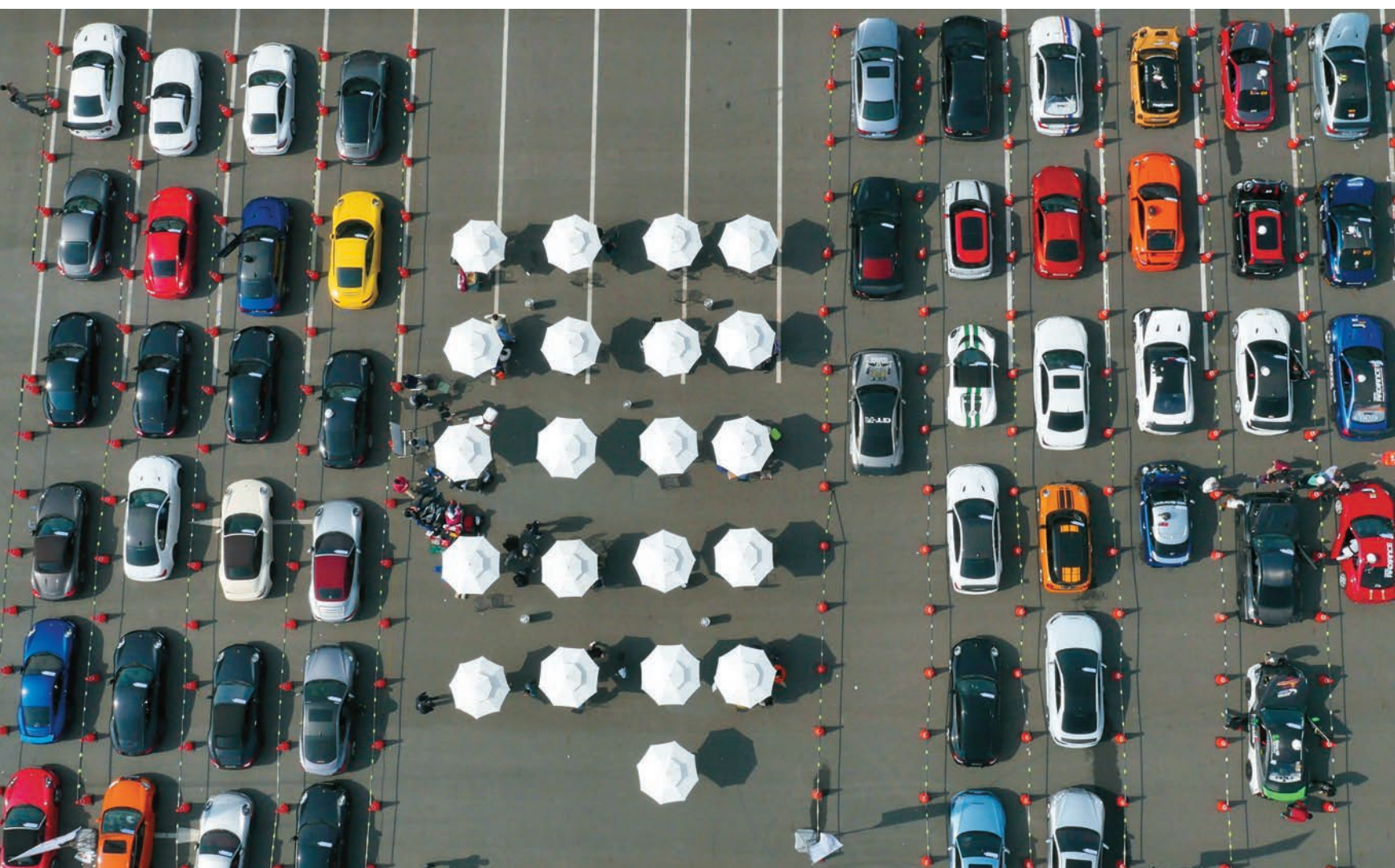


많은 사람이 고성능 차만 있으면 서킷에서 누구보다 잘 달릴 수 있다고 생각한다. 운전 실력과 상관없이 모든 드라이버가 마음만은 제바스티안 페텔이다. 서킷에서 달리는 건 도로에서 달리는 것과는 전혀 다르다. 차의 성능도 중요하지만 코너 공략법, 변속, 제동 타이밍 등 드라이버의 실력에 따라 랩타임이 바뀌기도 한다. 무엇보다 필요한 것은 충분한 연습.

지난 10월 19일 인제 스피디움에서는 서킷 주행 실력을 늘리고 싶은 드라이버들을 위한 행사가 열렸다. 올해 두 번째 열린 한국타이어 트랙데이다. 이제는 참가자 중 낮익은 얼굴들이 보일 정도. 특히 여성 참가자가 늘어난 게 눈에 띄었다. 이들의 손을 잡고 참가한 드라이버도 있었다. 아빠의 모습을 보고 자란 이들은 성인이 돼서 모터스포츠 문화를 제대로 즐기는 멋진 드라이버가 될 것이다.

지난번과 마찬가지로 간단한 코스 설명과 일정 안내로 트랙데이의 막이 열렸다. 한쪽에서는 서킷 주행에 필요한 라이선스 취득을 위한 이론과 실기 교육이 진행됐다. 기록 단축을 위한 기본적인 스킬은 물론 피트에서의 주행, 신호와 깃발을 읽는 법, 추월하려는 차를 피하는 법 등을 배울 수 있었다. 특히 안전에 대한 교육이 집중적으로 이뤄지는데, 서킷은 시속 200km를 넘나들며 차들의 주행 규칙도 일반 도로와 다르기 때문에 주의해야 한다. 이미 라이선스를 갖고 있는 많은 드라이버들도 다시 한 번 안전과 기본기 교육에 집중했다.

A조의 주행이 시작되기 전, 드라이버들은 '찾아가는 모바일 서비스' 카에 둘러 타이어의 기본적인 점검은 물론 자신의 주행 스타일에 맞게 공기압을 세팅했다. 인제 스피디움 서킷은 코너가 많고 고저 차가 심해 서킷 주행에 익숙



1 트랙데이에 참가한 포르쉐 동호회.  
2 라운지 한쪽에 마련된 랩타임 계산판.  
3 작지만 강한 폭발력으로 서킷에서 화려한 주행을 선보인 미니와 드라이버.  
4 드라이버들이 서킷을 달리는 동안 관제실에서는 랩타임과 서킷 상태를 체크한다. 5 찾아가는 모바일 서비스 카.

질나가는 수십 대의 슈퍼카를 한 자리에서 볼 수 있는 트랙데이. 자동차 마니아들에게 트랙데이는 이제 그들의 또 다른 문화로 자리 잡았다.



한 드라이버들도 진땀을 빼는 곳이다. 준비를 마친 차들이 하나 둘 서킷으로 입장했다. 첫 번째 주행인 만큼 드라이버들은 빠르게 달리기보다는 적당한 속력으로 레코드 라인을 그리는 이미지 트레이닝을 했다. 똑바로 달리지 않고 스티어링 휠을 확확 꺾으며 지그재그로 달리는 차들도 있었다. 실제 레이스에서도 종종 시작 전 접지력 향상을 위해 이런 식으로 타이어 온도를 높이는 선수들이 있다. 접지력이 높을수록 급가속 시 차가 스핀할 가능성이 낮아져 사고 위험이 줄어들고 기록 단축에 도움이 된다. 그렇게 오전은 '준비운동'으로 시간을 보냈다.

오후가 되자 본격적으로 서킷은 엔진이 내는 배기음과 타이어 마찰음으로 가득 찼다. 드라이버들은 소음에 아랑곳하지 않고 자신과 차를 한게까지 몰아붙였다. 서킷에서는 자신의 실력과 차의 성능을 과대평가하지 않는 것이 중요하다. 한 번에 기록을 줄이려 하기보다 부족한 부분을 하나씩 공략하며 실력을 향상시켜야 한다. 이날 참가한 한국타이어 시범 3팀 인근은 테스트 드라이버와 시범 2팀이 윤식 테스트 드라이버도 같은 생각이었다. 인근은 드라이버는 이렇게 조언했다. "랩타임은 자신과의 싸움에 다름없죠. 코너에서 최대한 직진 주행을 만들어가는 게 핵심 포인트. 무리하게 속도를 높이기보다 브레이크를 안정적으로 밟아가면서 진행하는 게 좋습니다. 그리고 코너에 진입한 후에는 제동하지 않고 조금씩 가속하는 것이 안전하게 주행하는 방법입니다."

오전·오후 주행을 모두 마치고 그리드 워크에 모인 드라이버들은 트랙데이에 빠놓을 수 없는 기념 촬영을 마지막으로 모든 일정을 마무리했다. 집으로 돌아가기 위한 준비로 분주한 피트 한쪽에서 포르쉐 동호회는 자체적인 선물 증정 이벤트를 벌이기도 했다. 총무 강동현 씨는 트랙데이의 즐거움을 간단히 요약했다. "트랙데이는 안전하게 스피드를 즐기고, 공감대가 같은 드라이버의 친목 도모와 정보 교류를 포함한 소중한 문화입니다. 한국타이어가 앞으로 트랙데이를 지속적으로 유지해주시길 바랍니다."

## MINI INTERVIEW



거친 남자들 사이에서 작은 체구로 서킷을 질주하는 여성이 있었으니, 바로 문혜인 씨다. 그녀는 남편과 함께 트랙데이에 참가한 모터스포츠 마니아다.

체험하러 온 줄 알았어요, 아니에요. 저도 벌써 한 타임 달렸는걸요. 경력이 짧아서 그렇지 나름 스피드를 즐기는 마니아예요. 아직은 부족한 게 많아요. 트랙데이에 참가해보니 어때요? 자동차에 대해 이야기하고, 드라이빙을 함께 즐기고, 좋은 사람들을 사귄다는 점이 매력적이예요. 경력은 짧지만 본인만의 서킷 주행 노하우가 있나요? 아직 배우는 입장이라 특별한 노하우는 없어요. 대신 주변 전문가들에게 조언을 구하거나 영상을 보며 이론을 익히고 달릴 때 하나씩 응용하다 보면 실력은 저절로 향상되는 것 같아요.

한국타이어 트랙데이만의 깨알 재미

# 쿨만 VS 형진태

## 쿨만 vs. 형진태

트랙데이가 시작되기 전부터 모터스포츠 마니아 사이에서 화제가 된 승부가 있었으니, 바로 쿨만 선수와 BMW 도이치 모터스 대치점 형진태 선수의 대결이다. 이미 두 사람 모두 뛰어난 기량으로 서킷을 공략하는 소문난 드라이버였기에 더욱 관심을 모았다. 대결 시작 전부터 유튜브 영상을 통해 서로에게 도발을 서슴지 않았던 두 사람. 대결이 열리는 트랙데이 당일 새벽 서로의 미니에 귀여운(?) 낙서를 하며 '디스'하기도 했다. **▶**

### 선수 입장



쿨만(대치점, 용인) / 아마크이 레이서

닉네임 쿨만  
본명 윤영순  
특이사항 '특기어' 유튜브 영상으로 유명해지고 있는 신홍 강자. CJ 슈퍼린지 TT-2전에서 2분 26초 574로 3위 기록.

### VS.



이상 오르지 못할 나무(형진태)를 넘진태였습니다.

닉네임 오르지 못할 나무(영상에서 자신을 그렇게 표현함)  
본명 형진태  
특이사항 BMW 도이치 모터스 대치점 판매원, 영암 코리아 인터내셔널 서킷에서 평균 1분 31초~32초대 유지. CJ 슈퍼린지 TT-2전 1위 기록.



아니 무슨 그런 드라이버가 있어? 우리나라에?

형진태 선수에 대해 묻자, "틀보잡인데? 아니 무슨 그런 드라이버가 있어? 우리나라에?"라고 대답함.



시합에 참부로 참여하고 그러는거 아니야~

오히려 본인보다 서킷 경험이 많은 형진태 선수를 걱정함.

"(VJ의 맥살을 잡으며) 쿨만 어디 있어? 화장실에 앉아서 영상 보고 깜짝 놀랐네. 내가 세일즈하기도 바쁜 사람인데 그런 것까지 신경을 써야 해?"



"영암 서킷 기준으로 나는 (쿨만 선수랑) 5초 이상 차이 나는 사람이야."



연습 주행부터 열기가 뜨거웠던 두 사람. 기존 8랩 대결이 6랩으로 정해지면서 긴장감은 더욱 고조됐다. 노련한 주행으로 4랩까지 선두를 유지하던 형진태 선수. 그때까지만 해도 누구도 그의 우승을 의심하지 않았다. 하지만 블라인드 코너가 많은 인제 서킷에서 자만은 금물. 경기가 막바지로 다다랐을 무렵 17번 코너에서 쿨만 선수에게 기회는 찾아왔다. 극적 추월에 성공한 쿨만. 먼저 피니시 라인을 통과하는 영광의 주인공이 됐다.



오르지 못할 나무 형진태 선수를 이겼는데..?



누르지 못할 호떡을 온전히 누르지 못하러!

당연한 결과에 대해 뭘 그렇게 자꾸 물어보냐는 쿨만 선수. 이번 승리를 원동력 삼아 앞으로 더욱 열심히 달렸으면 하는 바람에서 1위 자리를 가까이 내주었다며 웃어 넘기는 형진태 선수. 과연 다음 트랙데이 때에는 형진태 선수가 구겨진 자존심을 회복할 수 있을지... 많은 모터스포츠 마니아는 벌써부터 다음 경기가 열릴 한국타이어 트랙데이를 기다리고 있다.

# STEER



# Cutting Edge

지난 3월, 제네바 모터쇼에서 낯선 차 한 대가 화제를 모았다. '퀀트 e-스포트리무진'이란 스포츠카였다. 이 차가 주목받은 이유는 단지 낯설어서가 아니다. 기발한 메커니즘 때문이다.

WORDS 김기범(로드테스트 편집장) PHOTOGRAPHS nanoflowcell.com



퀀트 e-스포트리무진은 유니크하고 미래지향적인 동력원을 채용한 신개념 전기 자동차다. 단순한 콘셉트카 또는 쇼카로 볼 수만은 없는 것이, 독일에서는 지난여름에 이미 일반 도로에서 주행 가능한 자동차로 인증도 받았다.

'소금물로 달리는 전기차' 퀀트(Quant) e-스포트리무진(e-Sport limousine)의 특징을 기막히게 함축한 기사의 헤드라인이다. 클릭하게 만드는, 이른바 낚시용 제목 같지만 엄연한 사실이다. 언론은 본능적으로 벌 떼처럼 달려들었다. 수많은 기사가 앞장서서 이 차의 존재를 알렸다. 발상의 전환, 세상을 바꾼 이들의 공통점 가운데 하나다. 이 괴짜 전기차를 개발한 나노 플로 셀(Nano Flow Cell)이란 회사는 전기차에 드러운 편견에 정면으로 맞선다. 전기차는 더 이상 '그림의 떡'이 아니다. 이미 국내에서도 어엿하게 판매 중이다. 기아 레이 EV, 쉐보레 스파크 EV, 르노삼성 SM3 Z.E., BMW i3 등 4종이나 된다. 조만간 제주도에서 닛산 리프도 판매를 시작할 예정이다. 그러나 정작 주위에서 전기차를 찾아보긴 쉽지 않다. 선뜻 사기엔 망설여지기 때문이다. 그 이유를 하나하나 따져보자.

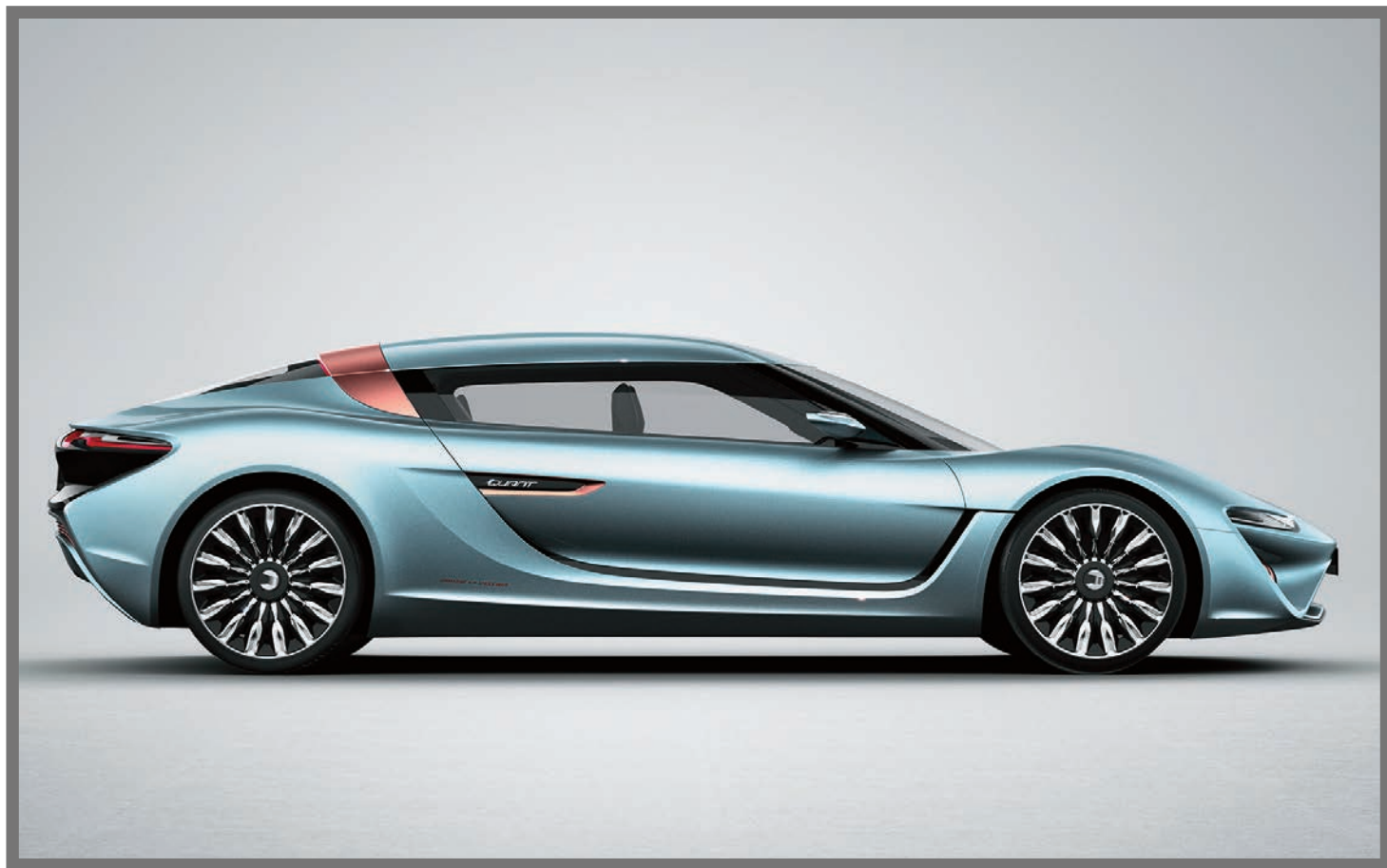
## 전기 자동차의 고민

우선 충전이 불편하다. 국내에 몇천 개나 된다는 전기차 충전소는 어디 공공 숨었는지 당최 볼 수 없다. 일반 전원 콘센트에 꽂아도 충전할 수 있지만 전선 문치를 들고 다녀야 한다. 장소도 마땅치 않다. 아파트 거주자가 전기차를 주차장 전원으로 충전하려면 입주인 전원의 동의를 얻어야 한다. 이 때문에 계약한 전기차를 취소하는 경우도 있다. 아울러 충전 시간도 길다. 주유 시간은 길어야 몇 분이면 충분하다.

반면 충전은 급속이라도 30분은 족히 걸린다. 게다가 급속 충전은 배터리의 80% 정도만 채울 수 있는데 전기차 제조사들은 급속 충전을 가급적 피하라고 권한다. 배터리의 수명이 빨리 닳기 때문이다. 결국엔 잠자는 시간에 편하게 세워놓고 충전할 곳이 있어야 한다는 이야기다.

한 번 충전으로 달릴 수 있는 거리도 짧다. 르노삼성 SM3 Z.E.와 닛산 리프가 멀리 가는 편이다. 제원표의 항속거리는 각각 182km, 160km다. 아직 국내에서는 판매되지 않지만 폭스바겐 e-골프의 항속거리는 190km다. 그래 봤자 내연기관 자동차와 비교하면 '새 발의 피' '도토리 키 재기'다. 최신 디젤차는 한 번 주유로 1000km 이상 달린다. 전기차는 오디오 와이퍼 등 전기 장치를 많이 쓴다든지 고속으로 달릴 경우 항속거리가 빠르게 줄어든다. 겨울엔 특히 불리하다. 내연기관 자동차에서 연비 걱정 없이 썼던 히터가 '전기 먹는 히터'로 변한다. 불지옥이 일상인 엔진이 없으니 순전히 전기로 열을 만들어야 하는 까닭이다. 이 때문에 자동차 제조사 스스로도 전기차의 용도를 제한적으로 본다.

폭스바겐을 비롯한 유럽 자동차업체들은 동력원에 따라 용도를 구분 짓고 있다. 가령 도심 및 근거리 교통수단은 전기차, 중거리 이동수단은 플러그인 방식을 포함한 하이브리드 자동차, 장거리엔 기존의 내연기관 자동차로 나눈다. 물론 테슬라처럼 엔진 없는 차 못 지 않게 빠르고 항속거리도 넉넉한 전기차도 있다. 그러나 테슬라 역시 충전 방식은 여느 전기차와 같다.



열핏 2인승으로 보이지만 길이가 5.2m에 달하는 4인승  
길형 타입 쿠페로, 400ℓ의 전해액을 채우면 600km 이상  
달릴 수 있다. 총 925마력의 전기모터로 발휘하는 가속  
성능이나 최고 속도가 슈퍼카 뺨칠 정도다.



### 크고 아름답고 빠르고 멀리 가는

퀀트 e-스포트리무진은 여러모로 흥미롭다. 일단 외모부터 호기심을 끈다. 높이 1.3m 살짝 넘는 스포츠카인데 4인승이다. 열핏 사진만 보고서는 “2인승 아니었어?” 하겠지만 e-스포트리무진은 굉장히 큰 차다. 길이가 5.2m, 휠베이스가 3.2m에 달한다. 무게도 2.3톤이나 된다. 동력원은 각 바퀴마다 한 개씩 달린 전기모터. 231.2마력이 네 개니까 925마력을 낸다.

e-스포트리무진의 성능은 그야말로 황당하다. 나노 플로 셀의 주장에 따르면 이 차는 0~100km/h 가속을 단 2.8초 만에 마친다. 페라리의 최신작 458 스페치알레보다 빠르다. 최고 속도는 시속 379km에 달한다. 벤틀리에서 가장 빠르다는 컨티넨탈 GT 스피드의 실력을 까마득히 앞선다. 운전의 질감, 승차감 등 전반적 완성도는 아직 알 수 없다.

한편 e-스포트리무진은 완전 충전했을 때 600km 이상 달릴 수 있다. 지난 7월엔 독일 기술감독협회(TUV Sud)의 인증을 받아 일반 도로에서 주행도 가능해졌다. 무대 위를 반짝 빛내고 사라지는 쇼카나 투자자의 관심을 모으기 위한 떡밥이 아니란 이야기다. 나노 플로 셀 측은 한술 더 뜬다. “자동차는 시작에 불과하다”고 뭔가 기대하게 하는 멘트를 던졌다. 언론 플레이도 참 잘한다.

### 혁신적인 배터리

‘나노’는 10억분의 1, ‘플로’는 흐름을 뜻한다. 보통 배터리는 밀폐되어 있다. 내부에서 화학반응을 일으켜 전기를 만들기 때문이다. 반면 나노 플로 셀은 전해질의 흐름을 통해 산화 환원(Redox) 방식으로 전기를 만든다. 별도 저장된 전해액(바나듐 황산염 용액)이 배



터리 안을 순환한다. 앞서 소개한 기사 제목의 소금물은 미네랄 성분을 품은 전해액을 가리킨다.

충전을 마친 전해액을 밀폐해두면 손실 없이 전력을 저장할 수 있다. 전력 효율도 리튬이온 전지보다 5~6배 더 좋다. 이 기술은 원래 1976년 나사(NASA)의 우주선 에너지 저장 시스템을 위해 개발되었다. 특허가 풀린 이후 나노 플로 셀 기술은 태양열과 풍력발전, 대형 건물의 에너지 공급 및 저장에 활발히 쓰이고 있다.

나노 플로 셀이 “검증된 기술을 기반으로 삼되 한계를 획기적으로 높였다”고 뽐내는 이유다. 전기를 셀이 아닌 액체에 저장하는 혁신적인 배터리 기술의 가장 놀라운 개념은 전기를 충전하는 대신 배터리를 교환하는 방식이다. 전해액 탱크 용량이 400ℓ지만 충전 보단 빠르다. 전해액을 갈아 넣을 기반 시설이 필요하지만 기존 주유소에 간단한 설비만 추가하면 된다. 한 괴짜 기업의 도전이 전기차의 패러다임을 바꿀 수 있을지 관심을 모은다. **▶**

### 나노 플로 셀은 어떤 회사?

2013년 설립된 신생 기업으로 리히텐슈타인에 연구 개발 센터를 뒀다. 현재 주행 관련 및 나노 플로 셀 기술 개발에 집중하고 있다. 시뮬레이션 실험실은 스위스 취리히, 홍보실은 독일 슈투트가르트에 있다. 나노 플로 셀은 e-스포트리무진 프로토타입 너 대를 더 만들어 테스트할 계획이다. 아울러 이 기술을 자동차 이외의 다양한 분야에 적용할 예정이다. 무엇보다, 모터쇼에서부터 기자회견마다 ‘얼굴마담’ 격으로 나서는 CTO 눈치오 라 베키아(Nunzio La Vecchia)부터가 괴짜로 보인다.



할리데이비슨의 전기 모터사이클 라이브와이어

# The New Paradigm

심장을 울리는 둔탁한 배기음. 안장을 통해 올라오는 진전한 고동. 가슴 가득 바람을 안고 달리다 보면 그것은 자유 그 이상이 된다. 많은 모터사이클 메이커가 스피크 경쟁에 매진하는 시대에 여전히 감성 코드로 라이더를 만나는 브랜드. 할리데이비슨의 새로운 도전을 위한 전기 모터사이클을 만나보시라.

WORDS 김진태(모터바이크 미디어팀장) PHOTOGRAPHS 할리데이비슨



1903년 미국 위스콘신 주 밀워키의 허름한 목조 건물에서 모터사이클 석 대가 만들어졌다. 윌리엄 S. 할리와 아서 데이비슨은 그들의 첫 작품에 할리데이비슨이란 이름을 붙였다. 영국에서는 트라이엄프, 그리고 같은 미국 내에서는 인디언 모터사이클이 태동하던 시기였다. 새로운 탈것에 대한 갈망과 기대를 안고 탄생한 할리데이비슨은 110년이 넘는 세월 동안 하나의 문화가 되었고, 히피와 반항의 상징을 대변했다. '모터사이클=악동'이라는 이미지를 만든 것도 어쩌면 할리데이비슨이었다. 사실은 할리데이비슨이 그런 이미지를 창조했다기보다 다양한 영화 속 마초들이 반항이 필요할 때마다, 또는 일탈을 꿈꾸는 젊음을 표현할 때마다 타고 나왔던 거다. 말런 브랜도의 <위험한 질주>에서 라이더는 범죄자가 되었고, 미키 루키의 <할리와 말보로 맨>에서는 대놓고 섹슈얼한 남자가 되기 위해서는 할리의 안장 위에 앉아야만 한다는 것을 보여주었다.

엇박자 배기. 대부분의 내연기관 엔진이 정갈하게 고른 출력을 위해 규칙적으로 반응하는 것과 달리 할리데이비슨의 V형 2기통 엔진은 '두동탁 두탁' 하는 독특한 말발굽 소리 같은 배기음을 낸다. 크랭크에 결합시키는 커넥팅 로드 마운트를 하나로 집합시켜 곧 꺼질 듯하면서도 깊고 낮게 울리는 엔진 사운드를 만들었다. V형 엔진은 할리를 대표하는 상징이며 코드였다. 이런 그들이 110주년을 기념하며 세상에 새로운 패러다임을 던져왔다. 전기 동력의 라이브와이어(LiveWire)가 공개되자 많은 모터사이클 관계자는 '과연 둔탁한 엔진의 할리데이비슨이 변신할 수 있을까?' 궁금해했다. 그러나 그 질문은 할리가 갖고 있던 상징성이 바뀌느냐를 묻는 게 아닌 다변화에 대한 이야기로 이어졌다. 하이브리드나 친환경을 내세우는 전기 모터사이클로 무조건 변화한다기보다는 할리를 다양하게 만날 수 있는 가능성을 본다는 것이 곧 미래를 향한 움직임이라는 것이었다.

실제로 할리는 110년의 역사 속에서 다양한 시도를 계속했다. 아메리칸 투어러에 국한되지 않고, 뷰엘이라는 자회사를 통해 스포츠성을 높인 슈퍼바이크를 선보였고, 다양한 고속 투어러를 출시하며 라이딩의 본질에 가까이 다가서고자 했다. 21세기를 맞이하면서도 포르쉐와 함께 그들의 아이덴티티와도 같았던 공랭 엔진이 아닌 새로운 수랭 V트윈 엔진을 라인업에 추가하며 100마력이 넘는 고성능 할리를 경험할 수 있게 했다. 2014년에는 스트리트라는 이름으로 750cc 이하의 미들 클래스로 비기너를 위한 무대를 만들었다. 그리고 라이브와이어, 할리데이비슨이 공개한 라이브와이어는 아이러니하게도

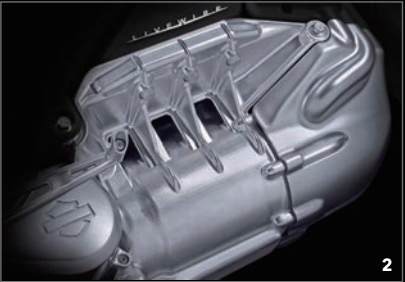
한국에서 먼저 목격되었다. 라이브와이어는 서울의 도심 을 다이내믹하게 주행했고, 수많은 사람이 그 광경을 진지하게 지켜보았다. 할리우드 영화 <어벤져스: 에이지 오브 울트론>의 한국 촬영에 라이브와이어가 함께한 것이다. 스칼렛 요한슨이 연기한 블랙 위도의 전투 머신으로 등장한 라이브와이어는 사진에서 보는 것처럼 외일드한 크루저 타입으로, 영화 속의 여전사 이미지와 잘 맞아떨어졌다.

라이브와이어의 기계적 성능은 엔진 바이크 못지않다. AC 인덕션 전기모터는 8000rpm에서 74마력을 발휘하며 7kg·m가 넘는 최대 토크는 출발하자마자 즉각 발휘된다. 로켓처럼 폭발적인 스타트가 가능하다는 뜻이다. 드래그 머신과 같은 가슴 상능으로, 0→100km/h까지 3초면 충분하다. 고성능 스포츠카에 전혀 끌리지 않는 성능이며, 심지어 페라리나 람보르기니와도 충분히 견줄 만하다. 리튬이온 배터리를 완전 충전(약 3시간)하면 160km를 주행할 수 있다. 전체적인 실루엣은 포르쉐 디자인의 V형 수랭 엔진을 채용한 V-로드를 닮은 드래그 스타일이지만, 도립식 얇다운 서스펜션과 CNC 가공 알루미늄 절삭 파트를 통해 스포츠성도 충분히 담고 있다. 그러나 무엇보다 할리가 강조한 것은 사운드다. 모터사이클을 타는 즐거움 중 하나가 엔진의 배기음이며, 전기 모터사이클에서도 이 소리가 구현되어야 한다는 것이 전제 조건이었다.

할리는 이를 실현시키는 것에 많은 노력을 했고, 그렇게 공개된 영상 속 라이브와이어의 주행음은 전투기가 돌진하는 것과 같은 강렬한 느낌을 자아낸다. 기존 전기 모터사이클의 소리보다 한층 더 음감이 풍부하고 웅장하며, 넓게 펼쳐지는 소리를 통해 라이브와이어만의 차별화를 완성했다. 여기에서 끝이 아니다. 할리는 더욱 완벽한 제품을 생산하기 위해 1년여의 주행 테스트를 진행 중이다. 즉 현재 발표된 라이브와이어는 양산을 목전에 둔 최종 프로토타입이다. 미국 66번 국도를 중심으로 뉴욕, 밀워키, 보스턴, 필라델피아 등의 30여 개 도시를 순회하고 있는 라이브와이어는 캐나다와 유럽 대륙으로까지 여정을 확장할 예정이며, 이는 더 많은 이야기를 담기 위한 도전이다. 공랭 엔진이 달린 두 바퀴의 탈것으로 시작한 111년의 역사, 할리데이비슨은 가장 오랜 역사를 가진 모터사이클 제조사 중 하나지만, 가장 많은 시도를 하는 젊은 모터사이클 메이커이기도 하다. 그들의 새로운 패러다임 라이브와이어를 통해 우리는 곧 또 하나의 즐거움을 만나게 될 것 같다. **MIU**



1



2

1 미국 전역을 돌며 테스트 중인 현재 라이브와이어의 최고 속도는 시속 150km로 제한돼 있다.  
2 연료 탱크와 특유의 소리를 내는 2기통 엔진 대신 7kWh 배터리와 전기모터를 탑재한 라이브와이어는 할리데이비슨의 차세대 기대주다. 출력 74마력, 토크 7kg·m가 넘는 라이브와이어는 아이언 883의 엔진 성능을 뛰어넘는다.

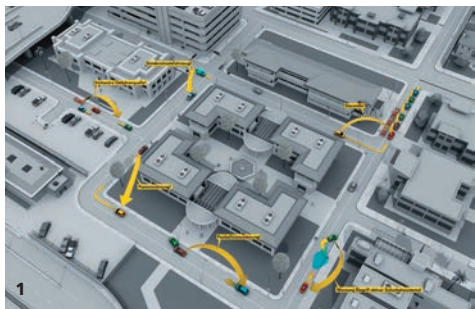
# Chat Between Cars

자동차끼리 교통 상황을 서로 전파하며 안전을 모호하고 정체를 줄이는 C2C(Car to Car) 네트워크 기술이 실현될 날이 머지않았다. 몇 년 안에 상용화될, 내비게이션 그 너머의 기술.

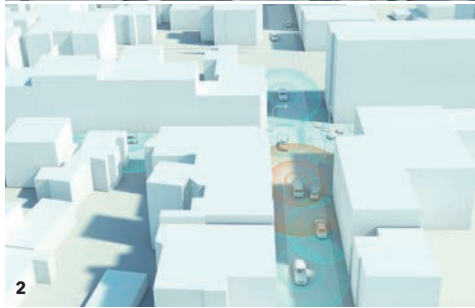
WORDS 김기범(로드테스트 편집장) PHOTOGRAPHS 최민석



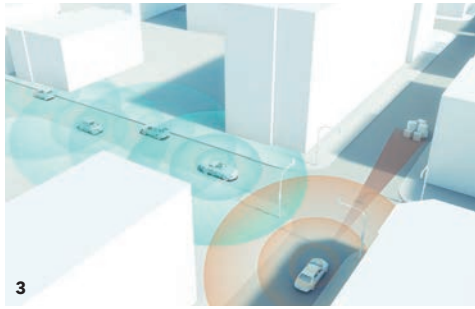




©Volkswagen AG



©Daimler AG



©Daimler AG

1 폭스바겐의 C2X 통신 개념도. 정체, 장애물, 사고, 공사 등의 상황을 각각 해당 코스에 있는 다른 차량에 전파한다. 2 C2C 통신이 실현되면 건물이나 앞차에 가려 앰블런스를 눈으로 확인하지 못한 운전자도 미리 주의할 수 있다. 3 내비게이션 정보뿐 아니라 차량의 카메라로 확인한 장애물 정보까지 주고받아 안전을 도모할 수 있는 것은 물론 교통 흐름도 개선할 수 있다.

120만 명. 해마다 전 세계에서 교통사고로 사망하는 이들의 숫자다. 세계보건 기구(WHO)에 따르면 교통사고는 전체 상해사고의 25%를 차지한다. 다치는 사람은 훨씬 더 많다. 전 세계에서 연간 교통사고 부상자 수는 대한민국 인구보다 많은 5000만 명이다. 1990년의 교통사고는 전체 사망 원인 가운데 9위였지만 2020년엔 3위까지 치솟을 것으로 전망된다.

한국은 더욱 심각하다. 2011년 기준, 자동차 1만 대당 교통사고 사망자 수가 2.4명이다. OECD 32개 회원국 가운데 31위다. 미국 교통부(DOT)는 연간 4만 3000건의 사망사고 가운데 2만1000건이 차로 변경 중 또는 교차로 사고라고 밝히면서 “자동차 간 통신으로 막을 수 있다”고 주장했다. 서로의 의도를 모르는 데서 비롯된 사고이기 때문이다.

최근 ‘자동차 통신(Vehicular Communication)’이 주목받는 이유가 여기에 있다. 바로 안전이다. 차선을 바꾸거나 교차로를 통과할 차가 자신의 존재와 의도를 주변 차량에 미리 알리면 사고를 예방할 수 있다는 원리다. 그 밖에 여러 가지 부수적 효과도 기대할 수 있다. 가령 교통 흐름을 좀 더 원활하게 할 수 있다. 정체와 정차 시간 감소로 연료 소모도 줄일 수 있다.

사고가 잦은 구간에서는 경고를 통해 의도적으로 주행 흐름을 조절할 수도 있다. 유럽연합의 조사 결과에 따르면 자동차 평균 주행속도를 시속 5km만 낮춰도 교통사고 사망자를 25% 줄일 수 있다. 사회적 비용을 줄이는 데도 도움이 된다. 미국자동차협회(AAA)는 자동차 사고 때문에 발생하는 비용이 연간 300억 달러(약 32조8890억원)에 달한다고 밝혔다.

오늘날의 최신 자동차들은 이미 통신의 혜택을 누리고 있다. 예컨대 내비게이션 시스템은 인공위성이 보낸 신호를 토대로 길을 찾는다. 사고를 막기 위한 통신은 여기서 한발 더 나아간다. 차와 차, 차와 기반 시설의 소통을 꿈꾼다. 이 같은 개념을 아우르는 용어가 ‘연결성(Connectivity)’이다.

자동차 대 자동차 통신은 ‘C2C(Car to Car)’ 또는 ‘V2V(Vehicle to Vehicle)’라고 부른다. 자동차 대 각종 기반 시설 사이의 통신을 뜻하는 ‘C2X’ 또는 ‘V2I(Vehicle-to-Infrastructure)’도 있다. 자동차와 보행자 사이의 통신은 ‘C2P’ 혹은 ‘V2P(Vehicle-to-Pedestrian)’, 차와 모터사이클 간의 통신은 ‘V2M(Vehicle-to-Motorcycle)’이라고 한다.

연결성과 관련된 연구는 전 세계 곳곳에서 동시다발적으로 진행 중이다. 자동차 제조사와 주요 부품업체가 단독으로, 또 컨소시엄을 짜서 개발 중이다. 실제 교통 상황에 통신을 도입해보는 실험도 활발하다. 독일 프랑크푸르트에서는 대학과 연구소가 모여 simTD(‘안전하고 자능적인 이동수단 시험 장소’를 뜻하는 독일어 이니셜) 프로젝트를 진행 중이다.

simTD 프로젝트엔 BMW와 아우디, 다임러, 포드, 폭스바겐, 보쉬, 콘티넨탈, 도이체 텔레콤 등의 회사와 베를린 공대, 뮌헨 공대가 컨소시엄 형태로 참여하고 있다. 최근 BMW 그룹은 학계, 민간 연구소와 4년간의 공동 연구 끝에 가장 큰 규모의 C2X 시험에 성공했다고 밝혔다. 이 시험을 위해 120대의 자동차가 프랑크푸르트 주변 고속도로와 국도를 달렸다.

C2X의 장점은 무궁무진하다. 사고 상황을 미리 파악해 정체나 2차 사고를 막을 수 있다. 다가오는 구급차의 존재를 알려 좀 더 빨리 길을 터줄 수도 있다. 연

구진은 긴급 상황 때 신호망에 속한 자동차들의 브레이크 등을 임의로 조작해 감속을 유도하는 기술까지 개발 중이다. C2X는 모터사이클 사고 예방에도 큰 도움을 줄 것으로 기대를 모은다.

포드는 미국 앤아버에서 교통부, 미시간 주립대와 함께 C2X 테스트를 진행 중이다. 이미 3000여 대의 차가 참여했다. 이 차량들은 와이파이 기반의 라디오 시스템을 통해 현재 위치, 주행 속도, 예상 경로 등의 정보를 주고받는다. 미국은 2017년경 자동차 대 자동차 통신 기술을 신차에 의무화할 전망이다. 포드는 독일에서 진행 중인 simTD에도 참여하고 있다.

아우디는 교통 신호 예측 시스템을 곧 전 차종에 상용화할 예정이다. 이 기술은 지난 1월 미국 라스베이거스에서 열린 CES(소비자 가전 박람회)에서 처음 선보였다. 지역별 교통 컴퓨터와 양방향으로 통신하는 차량의 운전자는 전방 교통 상황과 신호등 정보를 계기반에서 확인할 수 있다. 빨간 신호등에 멈춰 서면 녹색 불로 바뀔 때까지의 시간도 표시된다.

혼다도 다양한 양방향 통신 기술을 개발 중이다. 혼다는 V2V와 V2M을 2016년엔 상용화할 예정이다. 아울러 V2P도 연구 중이다. 자동차와 보행자의 스마트폰이 서로 통신하는 기술이다. 가령 차와 보행자가 가까워질 경우 서로에게 경고음을 보낸다. 보행자가 실내에 있으면 스마트폰의 V2P 앱은 대기 모드로 전환되었다가, 다시 바깥으로 나가면 기능이 켜진다.

최근엔 자동차뿐 아니라 신호등과 주변 건물까지 클라우드(Cloud) 시스템에 연결해 상호 커뮤니케이션함으로써 더욱 효과적으로 교통 정체를 줄이고 사고를 예방하는 기술이 주목받고 있다. 포드는 이 기술을 갈고닦기 위해 러시아 상트페테르부르크 폴리테크닉 대학교 텔레매틱스학과와 함께 스페이스 로봇 통신 연구에 착수했다. ▶

예측 변속 시스템



연결성의 범위는 나날이 확장되고 있다. BMW는 내비게이션을 통해 얻을 수 있는 정보를 차의 기능과 짝짓고 싶어 한다. GPS 정보와 지도를 활용하면 다가올 도로의 형태는 물론 각 지점의 해발고도까지 알 수 있다.

이런 알토란 같은 정보를 자동차의 기능과 짝짓었다. 가령 코너 앞에서 운전자는 속도를 줄이게 마련이다. 그러면 자동변속기는 기어를 낮췄다가, 코너를 빠져나온 후 가속과 함께 단수를 높인다. 그런데 코너가 또 나온다면 낮은 기어를 계속 물고 있는 편이 감속과 가속 양쪽에 유리하다. 예측 변속 시스템은 지도와 GPS 정보를 토대로 몇 단 기어를 물지 운전자에 앞서 판단한다. 서스펜션과도 맞물릴 수 있다. 교부랑길이나 다가올 땐 앞서서 단단히 굳히고, 쪽뽀는 구간에서는 부드럽게 풀어주는 식이다. 스티어링 휠의 반응성과 기어비도 상황에 맞춰 바꿀 수 있다. 뜬구름 잡는 공상이 아니다. 곧 BMW의 신차에 적용될 기술이다.

1 위성 또는 라디오 통신을 이용해 생방향 네트워크와 연결되면 도로 상황을 실시간으로 수집하고 관제할 수 있다. 2 능동형 보행자 안전 시스템은 앞으로 스마트폰과 연동할 수도 있고 다른 차량이 수집한 정보까지 활용할 수 있게 된다. 3, 4 모터사이클도 생산하는 BMW는 차량은 물론 모터사이클의 안전을 위한 V2M 기술도 활발하게 연구하고 있다.



©Daimler AG



©BMW AG



©BMW AG



©BMW AG



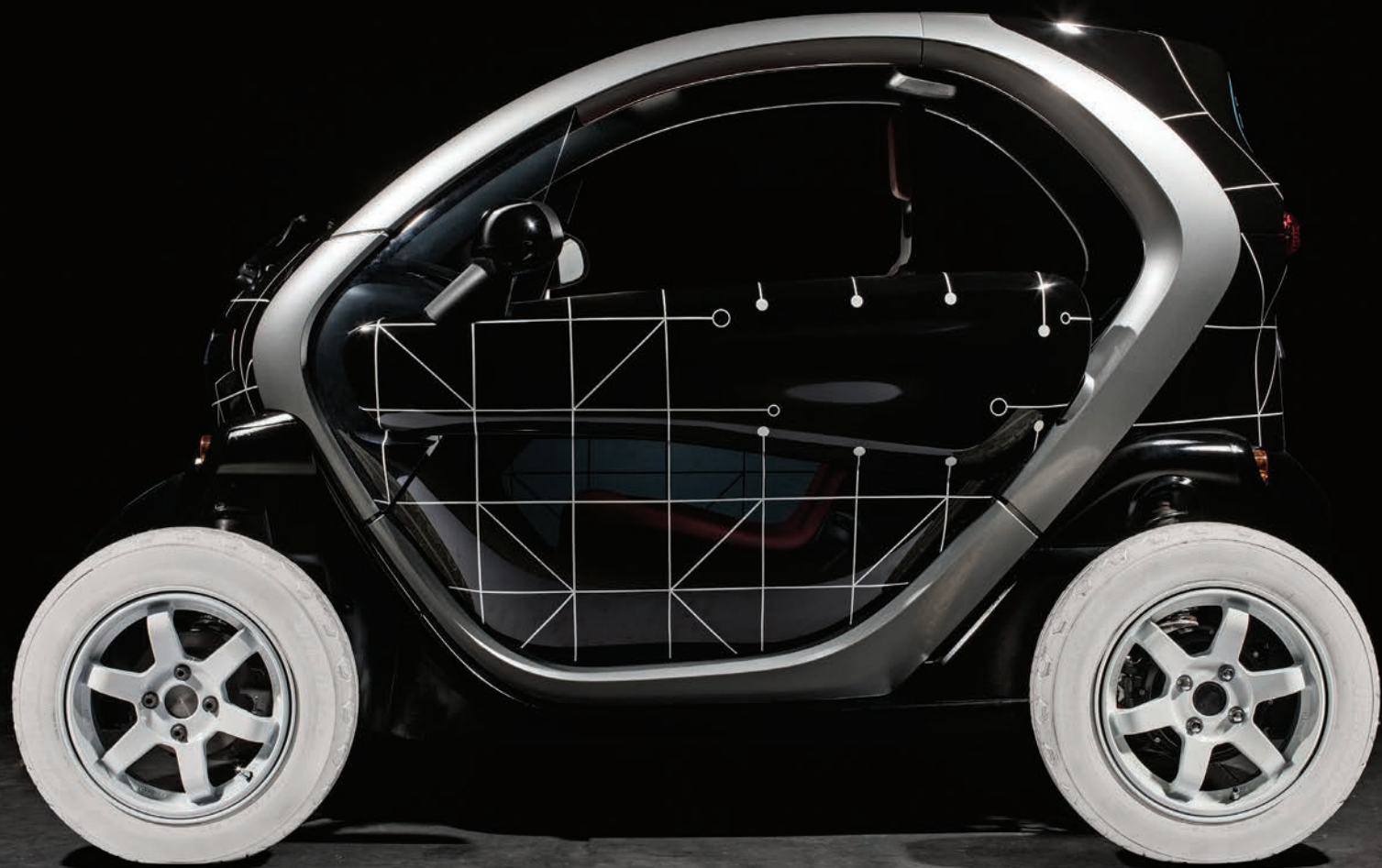
Who Creates the Driving? TNDL 2nd Project

# Mind Reading Tire

한국타이어 더 넥스트 드라이빙 랩(THE NEXT DRIVING LAB)이 또 한 번 놀랄 만한 프로젝트에 성공했다. 이번엔 '뇌파로 움직이는 타이어'다.

WORDS 구분진 PHOTOGRAPHS 박남규, 한국타이어

뇌파만으로 드라이빙을 즐기는 TNDL의 두 번째 프로젝트 '생각을 읽는 타이어'를 경험하지 못했다면 지금 당장 TNDL 홈페이지(tndl.hankooktire.com)에 접속할 것.



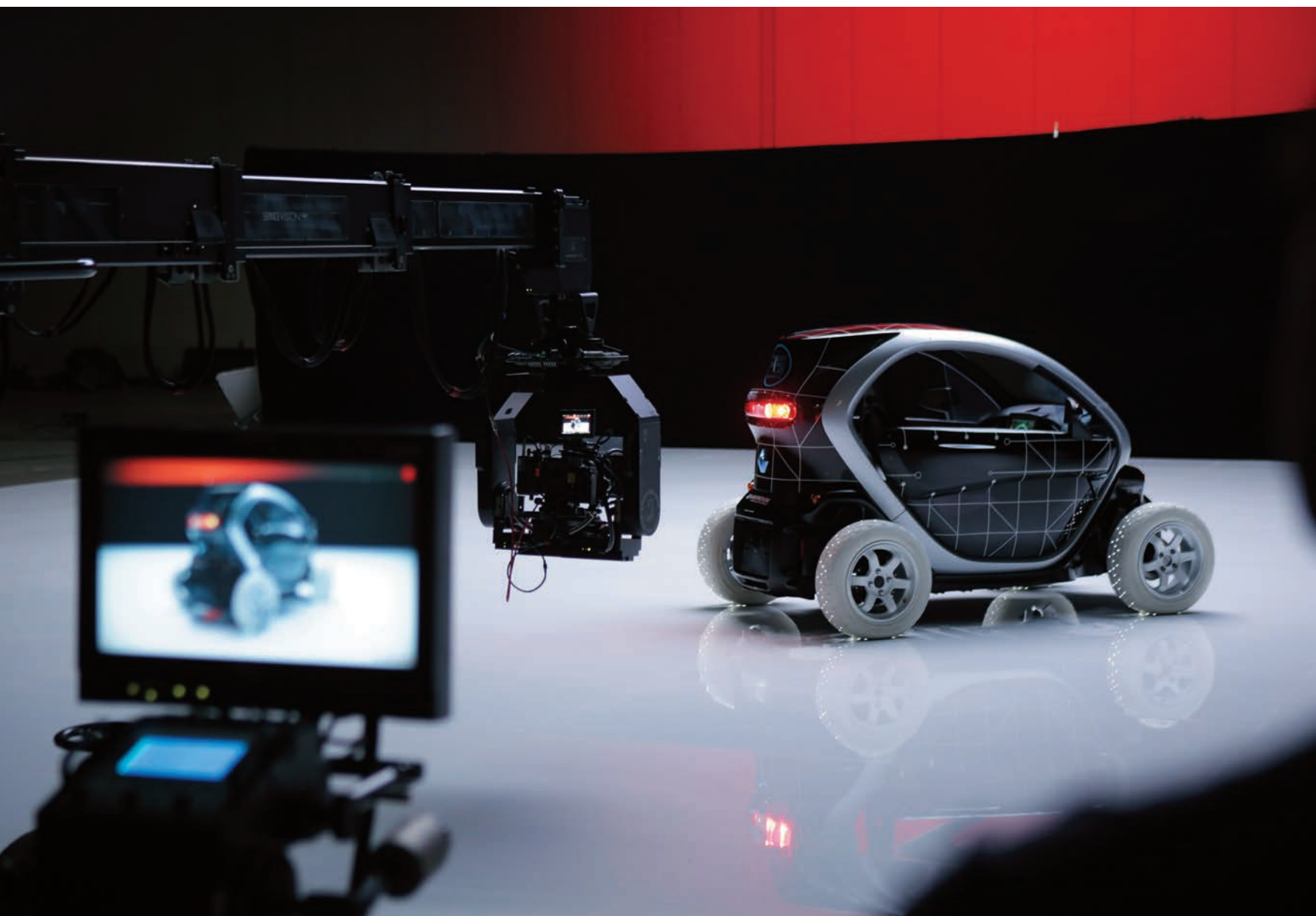
## D-365

한국타이어는 단순히 타이어만 만드는 게 아니라 혁신적인 하이테크놀로지를 통해 지금까지 경험하지 못한 새롭고 놀라운 드라이빙을 선사한다는 분명한 목표를 좇는 브랜드다. 이런 독특한 브랜드 철학과 맞닿아 있는 프로젝트가 바로 TNDL(The Next Driving Lab)이다. 지난해 시작된 TNDL은 한국타이어의 기술과 번뜩이는 아이디어가 만나 기존에 없던 드라이빙을 창조하는 독창적인 프로젝트다. 첫 번째 프로젝트인 지난해 '드라이빙 일루션'의 디지털 크리에이티브 카는 지금까지 이슈가 되고 있다. 덕분에 많은 사람들은 한국타이어를 '타이어 만드는 회사'에서 '새로운 드라이빙을 선사하는 브랜드'로 인식하고 있다. 한국타이어 TNDL이 만들어낸 드라이빙은 삶을 보다 즐겁게 변화시키며 독특한 경험이 되기에 충분하다. 드라이빙의 한계를 뛰어넘는 기술력으로 만들어진 타이어는 TNDL이 추구하는 목표다.

TNDL이 이번에 주목한 기술은 뇌파다. 전기모터에 연결된 타이어와 뇌파 컨트롤을 결합해 '생각을 읽는 타이어(Mind Reading Tire)'를 만들었다. 타이어가 운전자의 생각을 읽어 드라이빙을 한다. 머나먼 미래의 이야기 같지만 뇌파 기술은 생각보다 가까이 다가와 있다.

운전석에는 드라이빙을 위한 스티어링 휠과 가속페달이 없다. 비상 정지를 위한 브레이크만 있을 뿐.





마인드 리딩 타이어를 위해 한국타이어는 새롭게 타이어를 디자인하고 제작했다. 게다가 영상 촬영을 위해 수작업으로 90여 개의 광섬유를 타이어에 삽입했다.

### D-34

마인드 리딩 타이어 바이럴 영상이 지난 9월 21일에 처음으로 유튜브에 공개됐다(11월 20일 기준 조회 수 약 138만을 넘었다). TNDL 시즌 2를 위한 영상에서 가장 중요한 포인트는 상상력이었다. 실체를 보기 전까지 사람들은 영상을 통해 상상 속에서 드라이빙을 즐길 것이기 때문이다. 동영상 촬영 감독은 마인드 리딩 타이어에 삽입된 수십 개의 광섬유가 달리면서 만들어내는 궤적을 이용해 영상 속에서 유기적인 구조와 공간을 만들어냈다. 빛의 다양한 변화가 마인드 리딩 타이어를 더욱ダイナ믹하게 표현했다. 이런 영상은 보는 이들이 머릿속으로 역동적인 움직임을 상상할 수 있도록 의도한 것이다. 메인 컬러로 하이라이트드 블루 그린(Highlighted Blue-Green)과 보색 계열인 LED 라이트드 레드(LED Lighted Red)를 사용해 신비로움을 더한 것도 의도적인 장치.

특히 이번 영상에서는 마인드 리딩 타이어의 핵심 기술 중 하나인 인휠모터의 역동성이 잘 표현됐다. 인휠모터는 주로 전기 자동차, 전기 자전거에 사용되는 구동 장치다. 타이어를 지탱하는 휠 속에 고성능 모터를 장착해 기존의 엔진과 변속기를 포괄하는 파워트레인 없이도 드라이빙이 가능하다. 전륜, 후륜 상관없이 장착이 가능하며, 4개의 타이어에 각각 모터가 달려 있어 가속과 코너링에서 운전자의 생각대로 차를 컨트롤할 수 있다.



뇌파 자동차는 엔진 대신 배터리와 인휠모터로 움직이는 전기 자동차다. 마인드 리딩 타이어를 자유자재로 조종하기 위해 가장 중요한 것은 집중력.



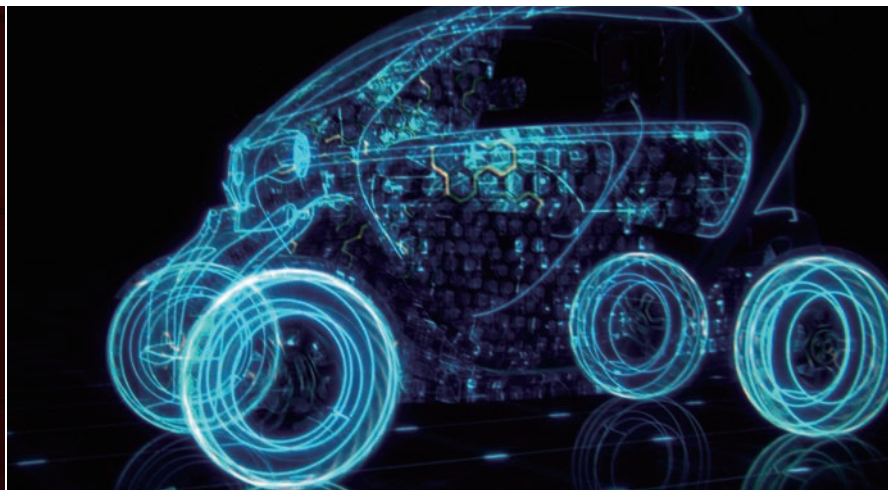


### D-day

11월 1일 오전 11시, 7개월 동안 베일에 싸여 있던 마인드 리딩 타이어를 장착한 뇌파 자동차가 드디어 서울 IFC 몰 사우스 아트리움에서 공개됐다. 취재를 위해 처음 뇌파 자동차를 대면했을 때가 문득 떠올랐다. 차의 기본인 스티어링 휠과 가속페달이 없어서 무척 당황스러웠다. 과연 진짜 움직일지, 어떤 방식으로 구동되는 건지 짐작조차 되지 않았다. 뇌파 자동차를 처음 본 사람들의 반응도 그때의 나와 별반 다르지 않았다. “이건 뭐지? 콘셉트카 아니냐?” 사람들이 점점 뇌파 자동차 주변으로 모여들기 시작했다.

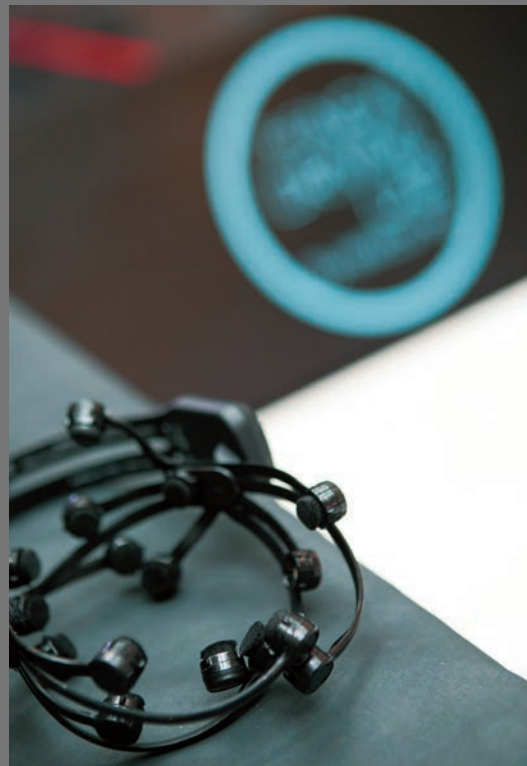
뇌파 자동차를 체험하려면 반대편 노스 아트리움으로 이동해 간단한 두 단계의 뇌파 측정 테스트를 거쳐야 했다. 첫 번째 단계는 뇌파와 기기의 싱크율을 측정하는 것이었다. 머리에 뇌파 감지기를 쓰고 직진, 후진, 방향 전환을 떠올리면 이때 발생하는 특정 뇌파를 컴퓨터에 저장한다. 두 번째 단계는 뇌파 자동차의 축소판인 RC카를 조종하는 테스트다. 쉬워 보이지만 만만치 않은 미션이다. 제한 시간은 2분. 시간 내에 차를 피니시 라인까지 이동시키면 된다. 2단계까지 통과한 사람에게는 뇌파 자동차를 체험할 수 있는 자격이 주어졌다.

기존 드라이빙과는 전혀 다른 방식이다 보니 2단계 통과자라고 해도 대부분 처음에는 몇 미터 움직이지 못하고 정지하는 일이 벌어졌다. 하지만 금세 적응한 사람들은 적어도 직진만큼은 일반 오토매틱 차량처럼 부드럽게 뇌파 자동차를 움직였다. 시간이 갈수록 사람들의 관심은 뜨거워졌다. 뇌파를 측정하기 위해 줄을 서고, 자동차가 움직일 때마다 함성이 터져 나왔다. 영상으로 남기려는 사람들도 곳곳에 보였다. 이날 약 100명의 사람들이 스티어링 휠 없는 자동차로 벅스트 드라이빙을 체험했다.



시저(Scissor) 도어가 장착된 TNDL 뇌파 자동차는 르노의 전차 트위지(Twizy) 디자인을 모티브로 개조했다.





**D+∞**

이번 프로젝트의 핵심 기술은 운전자의 머리에서 발생하는 미세한 뇌파(전기 신호)를 감지해 휠 속도에 장착한 인휠모터(In Wheel Motor)를 구동하는 MCU(Micro Controller Unit)이다. 좀 더 자세히 살펴보면 주행 전 머리의 14개 위치에서 발생하는 뇌파를 알파(α), 베타(β), 델타(δ), 세타(θ)파로 분류하여 주파수의 대역을 측정하고 전용 소프트웨어에 저장한다.

MCU로 신호가 전달되면 인휠모터가 작동한다. 직진, 후진, 방향 전환 등 주행이 가능한 이유는 다른 생각을 할 때와는 다른 특정 뇌파가 발생하기 때문이다. 이때 가장 중요한 것은 뇌파를 잘 감지하기 위해 운전자가 마인드 트레이닝으로 정확한 생각을 해야 한다는 점. 잠깐이라도 다른 생각을 하면 뇌파가 약해져 차가 움직이지 않기 때문이다(아직은 기계에 사람이 맞춰줄 필요가 있다). 이번 프로젝트에서는 한번 감지한 뇌파 신호를 지속적으로 유지할 수 있도록 많은 시간과 노력을 투자했다. 소프트웨어상에서 뇌파 신호 입력이 끊어지더라도 3~5초기량 신호값을 유지하여 차량의 주행을 부드럽게 지속하는 데 성공했다.

뇌파 기술이 아직 먼 미래의 이야기라 말하는 사람들이 있다. 맞다. 다만 '아직'에 방점을 찍자. 뇌파 기술은 최근 각종 웨어러블 디바이스의 출시와 함께 더욱 활발하게 연구, 개발되고 있다. 해외에서는 이미 뇌파 컨트롤을 비행기, 차량에 적용해 테스트를 진행한 사례도 있다. 간단한 제품들도 출시되고 있다.

디스 플레이스가 출시한 마인드RDR은 바이오센서의 일종인 뉴로스키를 머리에 장착해 생각만으로(음성명령 없이도) 구글 글라스로 사진을 찍을 수 있다.

영화 <인셉션> 속 '드림머신'처럼 꿈을 조절할 수 있는 기기도 출시됐다. 스마트 헤어밴드라 불리는 오로라는 뇌파와 눈 운동 간격을 측정해 분석한다. 이 데이터를 바탕으로 꿈꾸는 순간을 스스로 통제할 수 있으며, 알람시계가 없어도 깨어나고 싶은 순간에 일어날 수 있게 도와준다. 퍼즐 박스는 뇌파로 조종하는 미니 헬기 오빗을 출시했다. 뇌파를 읽어내는 EEG 헤드셋과 오빗은 블루투스로 연결된다.

뇌파 기술이 완벽하게 우리 생활에 적용되려면 좀 더 기다려야 하는 건 사실이다. 하지만 미래의 뇌파 기술은 지금처럼 단순히 사물을 조종하는 데에 그치지 않을 것이다. 1993년에 개봉한 영화 <데몰리션 맨>의 실베스터 스탤론과 샌드라 블록이 그랬던 것처럼 물리적으로 떨어져 있는 두 사람이 뇌파만으로도 감정과 감각까지 모두 공유하고 교류하는 세상이 올지도 모른다. ♪

TNDL 마인드 리딩 타이어의 뇌파 감지 헤드셋(위), 오빗(가운데)은 EEG 헤드셋이 뇌파를 감지해 블루투스 방식으로 모바일 디바이스에 전달한다. 소프트웨어는 실시간으로 뇌파를 분석 및 시각화해 적외선 어댑터를 통해 헬리콥터에 명령을 내린다. 구글 글라스와 연동되는 마인드RDR(아래)은 오빗과 마찬가지로 EEG 헤드셋을 통해 뇌파를 감지한다.



전용 애플리케이션에 기록된 수면 패턴과 꿈의 기록으로 좋지 않은 수면 습관을 고치거나 짧은 시간에 숙면을 취하는 것도 가능하다.

MOTIVE



# Sapphire Tomorrow

하이테크의 세상에서 기술만큼이나 중요한 소재공학 시리즈 첫 번째, 최근 아이폰 6의 출시를 전후해 전 세계적으로 주목 받은 소재가 하나 있다. 사파이어 글라스다. 현존 최강을 자랑하는 디스플레이용 강화유리인 고릴라 글라스보다 강하다고 알려진 사파이어 글라스의 속살을 들여다보자.

WORDS 양철승(파퓰러사이언스 편집장) PHOTOGRAPHS 박남규

혁신의 아이콘 애플의 간택을 받아 아이폰 6에 채용될 것으로 회자되며 주목을 받았던 소재. 하지만 끝내 애플의 버림(?)을 받아 더 유명한 소재, 사파이어 글라스 이야기다. 이 녀석의 등장은 휴대폰 화면의 취약성과 맥을 같이한다. 강화유리를 사용했다고는 해도 보호 필름의 도움 없이는 몇 개월만 사용해도 화면 여기저기에 흠집이 난다. 자칫 떨어뜨리면 산산이 깨져버리기 일쑤다. 설령 깨지지 않더라도 휴대폰이 손에서 미끄러지는 순간의 가슴 철렁함은 수명을 단축시키고도 남는다.

물론 휴대폰 제조사들이 그동안 두 손 놓고 있었던 것은 아니다. 더 강한 소재를 찾기 위해 백방으로 노력했다. 그렇게 세상에 나온 것이 코닝의 '고릴라 글라스'다. 2007년 애플의 1세대 아이폰에 처음 사용된 이래 2014년 8월 현재 전 세계 33개 메이저 브랜드의 2450개 모델에 고릴라 글라스가 사용된다.

## 고릴라 전성시대

고릴라 글라스의 주성분은 이산화규소(SiO<sub>2</sub>)와 탄산나트륨(Na<sub>2</sub>CO<sub>3</sub>), 석회석, 알루미늄, 산소다. 이걸 혼합한 뒤 용융시키면 알루미노규산염(Aluminosilicate)이라는 유리가 된다. 여기까지는 그리 특별한 게 없다. 고릴라 글라스의 핵심은 이후 진행되는 '이온 교환'이라는 특수 화학 공정이다. 쉽게 말해 알루미노규산염을 약 400°C의 질산 칼륨(KNO<sub>3</sub>) 용액에 담그는 것이다. 그러면 알루미노규산염 내부의 나트륨 이온이 방출되고, 칼륨 이온이 그 자리를 메운다. 칼륨 이온은 나트륨 이온보다 덩치가 크기 때문에 이온 교환이 완료된 알루미노규산염은 분자들 사이의 간격이 훨씬 촘촘해져 강력한 압축 강도를 갖게 된다. 고릴라 글라스가 여타 강화유리와 비교해 외부 충격과 흠집에 강한 이유가 여기에 있다. 코닝은 자체 실험 결과에 따르면 3세대인 고릴라 글라스3의 강도는 일반적인 soda 석회 유리의 6.5배, 경쟁사 화학 강화유리의 3.4배에 달한다고 주장한다. 이 터프함을 무기로 고릴라 글라스는 무섭게 시장을 장악해나갔다. 휴대폰과 태블릿 PC, 노트북, TV를 막론해 지금껏 판매된 고릴라 글라스 탑재 제품은 총 27억 대가 넘는다. 명실공히 디스플레이용 강화유리의 최강자라 할 수 있다. 하지만 고릴라 글라스조차 휴대폰 사용자를 화면 깨짐과 흠집으로부터 자유롭게 해주지는 못하고 있다. 지금도 휴대폰을 새로 마련하면 가장 먼저 보호필름부터 구입해서 붙이는 우리의 모습이 그 방증이다.

과연 고릴라 글라스를 능가하는 소재는 없는 걸까. 고민을 거듭한 끝에 애플이 포스트-고릴라 시대를 이끌어갈 차기 주자로 낙점한 소재가 바로 사파이어 글라스다. 이윽고 애플은 지난해 아이폰용 사파이어 글라스의 대량 생산을 목표로 미국 뉴햄프셔 주에 본사를 둔 GT 어드밴스드와 독점 공급 계약을 체결하고, 5억7800만 달러의 투자에 합의했다.



**1** 오늘날 스마트 디바이스 디스플레이 유리 시장의 강자로 군림하는 고릴라. **2** 현재라는 단서를 달아야겠지만, 사파이어가 고릴라보다 표면 긁힘에는 더 강하지만 떨어뜨렸을 때는 더 잘 깨진다. **3** 사파이어 글라스가 차세대 디스플레이 유리의 주역으로 등극할 수 있을지는 강도 보강 여부에 달렸다(사진은 일반 유리로 촬영한 이미지 켓).

## 사파이어를 향한 러브콜

애플이 어떤 기업인데 6000억원이 훌쩍 넘는 돈을 허투루 쓸까. 그만큼 사파이어 글라스의 장점은 명확했다.

사파이어는 화학적으로 산화알루미늄(AI2O3)의 결정체다. 순수한 산화알루미늄은 무색 투명하지만 자연계에서는 불순물이 함유돼 유색의 광물로 발견된다. 티타늄(Ti)과 철(Fe)이 섞이면 푸른색의 사파이어, 크롬(Cr)이 섞이면 붉은색의 루비가 되는 식이다. 즉 순수한 사파이어는 깨끗하고 투명해 디스플레이 위에 덮는 강화유리로 사용하기에 제격이다.

애플이 가장 주목한 점은 경도(硬度)였다. 모스 척도를 기준으로 사파이어의 경도는 9, 고릴라 글라스는 6.8이다. 사파이어보다 경도가 높은 물질은 다이아몬드와 탄화텅스텐밖에 없다. 단순하게 얘기하면 돌 외에 사파이어의 표면에 흠집을 낼 수 있는 물질은 지구 상에 없다는 얘기다. 즉 이론상 사파이어 글라스가 채용된 디스플레이는 아무리 험하게 다루어도 처음과 같은 맑고 투명함이 유지된다. 쇠도 자른다는 티타늄 합금 소재의 '장미칼'을 가지고 일부러 긁어대도 필만 아플 뿐이다. 이와 관련해 GT 어드밴스는 사파이어 글라스가 화학적 공정을 거친 기존의 어떤 알루미늄규산염 유리보다 역학적으로 3배 가까이 강하다고 설명한다.

사파이어 글라스는 최근 개발된, 다시 말해 공정 기술이 개발돼 있지 않거나 산업적 검증이 이뤄지지 않은 신소재가 아니다. 이미 고급 LED 조명의 소재로 각광받고 있으며, 다수의 명품 또는 고급 손목시계의 유리로도 사용된다. 사실 많지는 않지만 몇몇 휴대폰에도 이미 쓰이고 있다.

## 천연이 아닌 인공 사파이어

사파이어 글라스는 천연 사파이어가 아니다. 천연 사파이어로는 산업적 수요를 충족할 만한 양을 구하기도 힘들뿐더러 불순물 때문에 가공 및 대량생산이 불가하다. 비용은 둘째치더라도 말이다. 이 때문에 산업용 사파이어 글라스는 인공합성 사파이어를 활용한다.

GT 어드밴스드, 루비콘, 모노크리스털 등 제조사에 따라 일부 공정에 차이는 있지만 인공 사파이어는 기본적으로 작은 사파이어 결정을 씨앗 삼아 커다랗게 '성장'시키는 형태로 생산된다. 일례로 GT 어드밴스드는 크게 3단계 공정

**3**

을 운용한다. 1단계에서는 씨앗 역할을 할 하키 펙 크기의 사파이어 결정을 밀폐형 고온·고압 용광로에 넣고 원료 물질을 채운다. 여기서 원료 물질은 아직 결정화되지 않은 사파이어 원재료와 산화알루미늄 분말의 혼합물이다. 2단계에선 용광로의 뚜껑을 닫고 진공 상태로 만든 뒤 약 2100℃의 고온으로 가열, 원료들을 용융시키게 된다. 마지막 3단계는 냉각이다. 용융물을 2주일에 걸쳐 천천히 식히면 물리·화학적 작용에 의해 결정화가 이뤄지면서 대형 인공 사파이어 원석을 얻을 수 있다. 사파이어 글라스는 투명한 원석을 용도에 맞춰 다이아몬드 커터로 절단·가공한 것이다.

이런 사파이어 글라스는 동일 크기의 고릴라 글라스 대비 1.6배가량 더 무겁다. 하지만 탁월한 경도 덕분에 더 얇게 가공이 가능해 디스플레이의 종량이 증가될 우려는 없다는 것이 GT 어드밴스드의 주장이다. 다만 인공 사파이어

는 100% 순수한 산화알루미늄 결정체여야지 공정 과정에서 불순물이 들어가는 등의 결함이 생겨서는 안 된다. 불순 소재는 작은 충격에도 손쉽게 부서질 수 있다.

## 고릴라와의 진검승부

이 같은 장점에도 사파이어 글라스는 결국 아이폰 6에 채용되지 못했다. 그리고 GT 어드밴스드는 애플과의 계약 파기로 파산 위기에 몰렸다. 관련 업계는 이를 놓고 디스플레이용 강화유리로서 사파이어 글라스가 지닌 맹점들을 해결하지 못했기 때문으로 풀이한다. 실제로 일부 전문가들은 사파이어 글라스가 아직 많은 단점을 지니고 있으며, 알려진 것처럼 금강불괴의 존재도 아니라고 지적한다. 이들의 주장에 따르면 사파이어 글라스는 제작 시간이 고릴라 글라스의 4000배에 달하고, 제조 공정에 투입되는 에너지는 100배 이상이다. 그만큼 양산이 어렵고, 환경 유해성도 크다. 또 이는 제조비 상승으로 이어져 고릴라 글라스보다 약 10배 비싸다. 사파이어 글라스를 채용하면 아이폰의 제조 단가가 최소 100달러 상향될 것이라는 조사 결과도 나와 있다.

빛 투과도도 사파이어 글라스가 비교 열위에 있다. 그래서 기존과 동일한 화면 밝기를 유지하려면 더 많은 배터리 전력을 소모해야 한다. 특히 코닝은 자체 실험 결과를 바탕으로 사파이어는 경도가 강할 뿐 강도는 고릴라 글라스가 낫다고 강조한다. 두께 1mm의 두 유리를 45분간 스크래치 실험한 뒤 압력을 가했더니 고릴라 글라스는 198kg까지 버틴 반면 사파이어 글라스는 73kg에서 파손됐다는 것. 긁힘에는 강하지만 훨씬 더 잘 깨진다는 얘기다. 이에 코닝은 손목시계와 달리 크기가 크고, 외부 충격에도 자주 노출되는 휴대폰의 경우 사파이어 글라스 채용이 시가상조라는 입장을 취하고 있다.

그렇다. 우리는 '시가상조'라는 단어에 주목해야 한다. 많은 전문가가 머지않아 사파이어 글라스도 이온 강화 공정과 유사한 화학 처리를 통해 주목할 만한 강도 향상을 꾀할 수 있을 것이라고 말한다. 고릴라 글라스와 사파이어 글라스의 진검승부는 시간문제다. 이 싸움에서 소비자는 손해 볼 것이 없다. 왕좌를 차지하기 위한 두 진영의 치열한 기술혁신 경쟁이 가져다줄 혜택은 고스란히 소비자의 몫으로 남겨질 테니 말이다. **■**

## 사파이어 글라스 스마트폰

스마트폰 화면에 사파이어 글라스를 채용하려는 시도는 애플이 처음이 아니었다. 이미 몇몇 제품들이 출시됐다.

### Vertu Ti

3.7인치(9.4cm) 사파이어 글라스 터치스크린을 탑재한 버투 티는 럭셔리 휴대폰 브랜드답게 구석구석 명품의 품격이 배어 있다. 보디는 티타늄 소재, 스피커는 뱅앤올룹슨의 작품이며 뒷면은 고급 가죽으로 마감돼 있다. 기본 모델인 블랙의 가격이 무려 9600달러.

### Kyocera Brigadier

유명 탐험가 베어 그릴스와 공동 개발한 교세라의 러기드 스마트폰 브리거디어, 4.5인치(11.4cm) 사파이어 글라스를 채용했다. IP68 등 방수·방진 등 아웃도어 환경에 최적화된 제품이다. 통화용 스피커 대신 진동을 통해 소리를 전달하는 골전도 방식을 채택했다.

### Huawei Ascend P7 Sapphire Edition

중국 화웨이의 안드로이드 스마트폰 P7과 같은 스펙의 특별판이다. 원래 P7은 고릴라 글라스를 장착해 급의 방수·방진 등 아웃도어 환경에 최적화된 제품이다. 통화용 스피커 대신 진동을 통해 소리를 전달하는 골전도 방식을 채택했다.



# Must Have

남자라면 누구나 이런 생각이 들 것이다. 어머! 이걸 꼭 가져야 해.

WORDS 구분진 PHOTOGRAPHS 이해현



## VINTAGE EYEWEAR – RETROSPECS & CO.

1930년대에 만들어진 12K 금테 안경을 모으는 남자가 있었으니 바로 레트로스펙스의 설립자 제이 오언스다. 그는 단순히 안경을 모으는 게 아니라 프레임과 부품에 고유 번호를 매겨 데이터베이스화했다. 이렇게 모아진 안경 데이터는 무려 2600여 종. 덕분에 당시에 사용했던 소재와 기법들을 그대로 재현하여 정교한 기능성까지 완벽하게 갖춘 오리지널 제품을 21세기에 만날 수 있다. 옐로 골드 프레임 안경 175만원, 바슈룸, 화이트 골드 프레임 안경 145만원, 아메리칸 오펀티컬.

## SPEAKER - JMC

무엇에 쓰는 물건인고? 나무인 건 알겠는데, 용도가 무엇인지 감이 안 잡힐 것이다. 나도 그랬다. 이 제품은 일명 '사운드 보드'라고 불리는 스피커다. 공명의 특성이 가장 우수한 가문비나무를 사용했다. 수만 그루의 나무 중에서도 40m 이상 꼭대기 부분을 가공하여 제작한다. 습도와 온도에 민감한 나무 재질의 특성상 공명 나무를 작은 보드로 만들어 건조하고 안정화시키는 데 걸리는 시간은 최소 5년에서 10년. 지금 주문하면 최소 2009년쯤 가공한 나무로 만든 제품을 받게 되는 것. 사운드 보드는 일반 스피커와 달리 무지향의 방사 방식으로 공간 전체에 음악이 스며드는 듯한 효과를 구현한다. 2500만원대. audiogallery.co.kr



## TEQUILA – PATRÓN

프리미엄 테킬라 패트론은 멕시코 특산 식물인 아가베(용설란)만 사용하여 전통적인 타호나 제조공정 방식으로 생산한다. 맛과 향을 유지하기 위해 멕시코 할리스코 지역에 직영 농장을 소유하고 있으며, 이곳에서 최고급 웨버 블루 아가베 재배부터 수확, 증류, 병 제작 등의 전 과정이 장인의 손길을 거친다. 패트론 한 병을 만드는 데 필요한 공정은 약 60가지. 여기에 14가지가 넘는 까다로운 검사를 통과해야 비로소 '패트론' 이름을 달 수 있는 자격이 생긴다. 패트론은 2011년 애플, 삼성과 함께 <포브스> 선정 '세계 10대 로열티 브랜드'로 뽑혀 세계적으로 그 가치를 인정받았다. 18만원대. patronspirits.com



## BIKE – BMW

BMW 로고가 박힌 탈것들은 오랜 세월을 걸쳐 많은 사람들에게 신뢰와 사랑을 얻고 있다. 이번에 선보이는 자전거도 "역시 BMW답다"라는 감탄사가 절로 나온다. BMW 그룹 자회사인 디자인웍스USA가 직접 디자인한 프레임은 윤곽이 뚜렷한 클리어컷이 특징. 특히 헤드튜브와 튜브브가 만나는 지점이 황소의 목을 닮았다 하여 '볼 넥'이라 불리기도 하는데, 이 프레임은 연료 탱크의 윤곽선을 따르고 있어 모터사이클을 연상시킨다. 굳이 돈을 들여 자전거를 꾸미거나 튜닝할 필요가 없을 듯. 149만원. bmw.co.kr



## DRIVING GLOVES – FERRARI

드라이빙에서 '그립력'은 꽤 중요한 부분이다. 스티어링 휠을 잡고 있는 손에 땀이 차 그립력이 떨어지면 큰 사고가 날 수 있다. 서킷에서 빠르게 코너를 공략하기도 어렵다. 드라이빙 글러브는 빠르고 안전하게 스티어링 휠을 조작하기 위한 안전 도구지 멋을 부리기 위해 끼는 것이 아니다. 드라이빙 글러브를 고를 때 가장 먼저 체크해야 할 부분은 역시 가죽의 질이다. 페라리 드라이빙 글러브의 손등 부분은 메시 소재로 되어 있어 땀과 열기를 배출하는 역할을 한다. 21만원. ferrari.co.kr



## ACTION CAM – PIVOthead

구글 글라스를 시작으로 웨어러블 디바이스에 대한 콘셉트 제품과 출시설이 쏟아지는 가운데 가성비 높은 피보헤드를 소개한다. 가장 매력적인 점은 가벼운 선글라스처럼 평소에도 패셔너블하게 착용하고 다닐 수 있다는 것. 일인칭시점에서 풀 HD(1080p)로 녹화, 촬영, 애플리케이션으로 간단하게 공유까지 할 수 있다. 소니의 CMOS 센서 탑재로 실내에서도 만족스러운 결과물을 선사한다. 익스트림 스포츠는 물론 서킷에서도 착용자의 눈으로 보는 모든 것을 기록할 수 있다. 35만원. bandocamera.co.kr



## SYRUP – SHOTT

최근 국내에 첫선을 보인 '샷'은 청정 뉴질랜드산 원료와 고도화된 기술, 축적된 경험을 바탕으로 만들어진 카테일 시럽이다. 집에 한 병만 구비해 놓으면 예고 없이 들이닥친 친구나 손님에게 5분 내로 멋진 카테일을 대접할 수 있다. 종류만 20가지가 넘는 샷은 술뿐만 아니라 물과 만나도 맛있는 음료가 된다. 2만5000원. shottbeverages.co.kr



## DIMENSION SYSTEM – FOCAL

작은 고추가 맵다는 속담에 딱 어울리는 스피커. 차원이 다른 5.1 채널 서라운드 시스템으로 공간을 압도하는 사운드 퀄리티를 자랑한다. 일반 사운드바와는 출력부터 달라 사운드 스테이지(소리를 줄길 수 있는 공간)가 훨씬 넓다. HDMI CEC를 지원할 뿐 아니라 TV, 셋톱박스 및 DVD, 블루레이 플레이어 등을 리모컨 하나로 간편하게 사용할 수 있다. 스마트폰이나 태블릿 등의 스마트 기기에도 무선으로 연결이 가능한 점도 매력적이다. 55kg까지 지탱 가능한 서브 우퍼를 함께 구입하면 텔레비전 아래에 받침대로 사용할 수 있다. 210만원. audiogallery.co.kr



## WATCH – GAGA MILANO

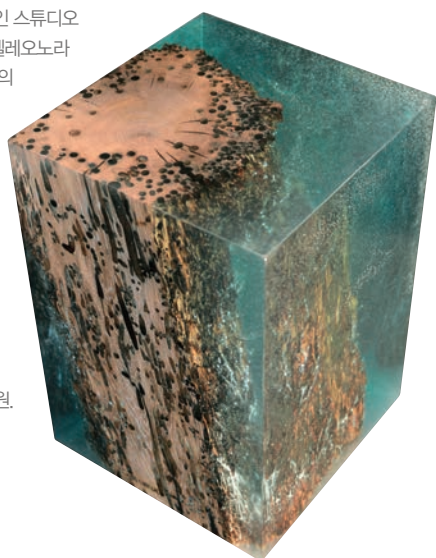
이탈리아 사람들은 옷만 잘 입는 게 아니다. 시계도 '간지 나게' 잘 만든다. 가가 밀라노는 이탈리아를 대표하는 명품 시계 브랜드다. 19세기 회중시계를 현대적으로 재해석해 손목 위에 그대로 얹은 디자인에서 이탈리아 특유의 멋과 위트가 느껴진다. 콤팩트하게 자리 잡은 양각의 아라비아숫자 인덱스는 어떤 색상과 만나도 환상적이다. 클래식과 고급스러운 남성성의 이미지를 동시에 느낄 수 있다. 각각 210만원대, 270만대. gagamilanokorea.com





### STOOL - ALCAROL

수면 속에 잠겨 있는 나무와 물을 통째로 질라 고정시킨 듯한 이 스톨은 이탈리아 디자인 스튜디오 알카롤의 안드레아 포르피와 엘레오노라 달 파라가 제작한 작품이다. 물의 속성을 표현한 레진과 폐목재를 결합해 에메랄드 빛 바다를 표현했다. 작품에 사용된 목재는 베네치아에 배를 정박하기 위해 세워둔 나무 기둥이다. 설치한 지 10년 이상 되면 안전 문제로 더는 사용하지 않는 나무 기둥들을 골라 재활용한 것이다. 영광의 상처들이 고스란히 남아 있어 더욱 유니크하다. 575만7000원. bo-e.co.kr



### SHOES - ADIDAS ORIGINALS BY TOKYO 84 LAB

멋 좀 부릴 줄 아는 남자들의 필수품 아디다스 오리지널 슈즈. 그중 아디다스 오리지널스 바이 도쿄 84 랩은 레어 아이템 중에 더욱 유니크한 모델이다. 몬테카를로 하이탑 모델을 재해석한 디자인은 빈티지한 멋이 느껴진다. 스트리트웨어 디자이너 카즈키와 아메리칸 클래식에 유려피언 스타일을 혼합한 감각적인 컬렉션을 선보이는 마크 맥네어리가 협업한 세 번째 작품으로 더욱 의미가 깊다. 18만9000원. shop.adidas.co.kr

### E-BIKE - OTO CYCLES

바다 건너 스페인에서 수제로 만든 전기 자전거. 클래식한 레트로 디자인이 새로운 전기 자전거 기술을 만나 독특한 탈것으로 탄생했다. 컬러, 타이어, 안장, 모터, 배터리 등 모든 구성 요소를 자신의 입맛에 맞게 제작할 수 있다. 1회 충전으로 약 50~70km 주행 가능하며 최대 시속은 23km다. 500W 모델을 선택할 경우 최대 시속 42km까지 달릴 수 있다. 평소에는 일반 자전거처럼 페달로 타다가, 언덕이나 체력이 떨어질 때 가볍게 오른쪽 핸들의 스토를을 당기면 안락하고 편안한 라이딩을 즐길 수 있다. 790만원. otocyclesasia.com



### LIGHT - PULPO

젊은 디자이너들과 손잡고 가구, 조명, 홈 액세서리 분야에서 새로운 창조물을 탄생시키는 브랜드 풀포. 모든 제품을 직접 손으로 제작하는 방식으로도 유명하다. 리빙룸에 사용할 수 있는 대형 플로어 램프로, 소파나 암체어 옆에 놓기 좋은 오다의 디자인은 독일 사진가 베르트와 힐라 베겔이 촬영한 워터 타워에서 영감을 받았다. 오다 스몰 130만원대. 오다 미디엄 300만원대. bo-e.co.kr

### MOLECULAR GASTRONOMY - COOKERFACE

분자 요리는 실험실에서나 볼 수 있는 도구나 방법으로 음식을 요리하는 장르다. 지금까지는 고급 레스토랑에서나 맛볼 수 있었지만, 분자 요리 도구 세트만 있으면 당신도 집에서 셰프 대접을 받을 수 있다. cookerface.co.kr

**1 스모킹 건** 다채로운 요리의 마무리 단계에서 음식에 열을 가하지 않고도 천연의 진한 스모키 향을 입힐 수 있는 도구. 27만원대. 폴리사이언스 **2 니트로 자** 영하 196℃ 액화 질소를 소량 덜어 사용할 수 있는 전용 주전자. 30만원대. 알피. **3 마우스 믹스 글라스** 두 가지의 음료를 빨아들여 입속에서 섞이게 하는 이색적인 글라스. 11만원대, 100% 셰프. **4 아로마 포크** 포크 손잡이가 시작되는 부분에 에센스를 묻힌 아로마 필터를 장착하고 음식에 아로마 향을 더해 즐길 수 있게 만든 아이디어 포크. 26만4000원. 풀플러 알. **5 인젝터 실린지** 육류 및 두꺼운 식재료의 중심부 또는 내부에 고르게 양념을 주입할 수 있는 인젝터 주사기. 가격 미정. 쿠키 페이스. **6 스모크 드링크** 시가 파이프 모양의 컵에 위스키 및 음료를 담아 그 입구로 흡입할 수 있는 글라스. 13만원대, 100% 셰프. **1**



# Check Your Coat

클래식이 대세다. 아우터는 코트가 제격이라는 말.

유행을 반영하면서도 활용 범위가 큰 여덟 가지 코트를 선별해 제시하는 체크리스트를 꼼꼼히 살펴보자. 큰맘 먹고 구입해도 아깝지 않을, 당신에게 꼭 어울릴 숨은 코트 한 벌이 바로 여기 있다.

WORDS <에스콰이어> 패션팀 PHOTOGRAPHS 장원석

## 체스터필드 코트 (Chesterfield Coat)

19세기 영국의 체스터필드 백작이 프랑스 시인혁명에서 희생된 귀족들을 애도하기 위해 윗가에 까만색 벨벳을 붙이고 다니면서 시작되었다. 코트의 정식이라 불린다.

• 오피스 룩으로 활용할 수 있는 최고의 코트다. 출근하는 남자라면 교복처럼 입어라. • 실집이 있다면 싱글브레스트를, 마른 남자라면 더블브레스트를 선택하라. • 일반적인 디자인은 세로로 단추가 세 줄이다. 키가 작은 편이라면 두 줄 혹은 한 줄의 단추로 고르는 게 좋다. 키가 커보일 수도 있다. • 슈트 위에 입어도 멋지지만 청바지와도 잘 어울린다. 물론 워싱 없는 인디고 데님 바지를 살짝 롤업해야 한다. • 단추가 없는 체스터필드 코트는 깔끔하고 정돈된 인상을 준다. 단 배 나온 남자는 나온 배를 더 강조할 뿐이다. • 격식을 갖춘 코트다. 행동에도 매너를 갖춘 것. 어깨가 직선으로 딱 떨어지는 실루엣이 포인트다. 크게 입지 마라. • 모자는 비니까지가 좋다. 피도라는 배우가 아닌 이상 부담스럽다. • 깃을 세워서 좋다. 코트와 색이 다른 브리프케이스와 함께라면 더 좋다. • 요즘은 화려한 색의 체스터필드 코트도 많다. 캐주얼하게 입어도 괜찮단 말이다.



## 피코트 (Pea Coat)

더블브레스트로 길이가 짧은 스포티한 코트를 말한다. 영국 해군 선원들이 배 위뿐만 아니라 평소에도 즐겨 입었던 코트로 유명하다. 바닷바람을 막는 넓은 깃 양옆에 달린 주머니, 낫을 새긴 단추가 특징이다.

• 특히 네이비 피코트는 시간과 공간을 초월한다. 당장 구입하라. • 영덩이가 큰 사람은 허리선까지 오는 것을 선택하라. 어정쩡하게 가리려고 했다가 더 푸짐해 보일 수 있다. • 단추를 끝까지 잠그고 싶다면 깃은 반드시 세워라. 목이 찼다면 열고 입어라. • 깃의 넓이가 좁을수록 슈트나 포멀 룩에 잘 어울린다. • 터틀넥과 피코트는 환상의 콤비. 깃의 넓이가 넓을수록 셔츠보다 터틀넥이 잘 어울린다. • 피코트 안에 후드 집업을 함께 입으면 파파라치에 찍힐 만한 패셔니스타가 된다. 비니와 인디고 데님. 운동화의 조합은 당연. • 긴 머리와 피코트는 상극이다. 피코트는 남성적인 얼굴을 동반할 때 그 느낌이 산다. • 영덩이를 살짝 덮는 길이의 피코트는 배 나온 사람에게게는 금물이다. 빼져나온다. • 견장 장식과 메탈 단추가 달린 피코트는 군인 느낌이 물씬 풍기기 마련이다. 터프한 남자를 원하는 여자를 만날 때 좋은 말이다. • 아직 피코트의 멋을 모르겠다면 작고한 배우 스티브 맥퀸을 검색해보라. 그는 영화 <대탈주>부터 피코트를 주야장천 입었다.



## 더플코트 (Duffle Coat)

더플은 벨기에의 작은 도시 이름이다. 더플코트는 더플에서 나는 거친 모직물로 처음 만들어 붙은 이름이다. 딱딱이가 연상되는 단추 모양 때문에 오직 우리나라에서만 딱딱이 코트라고 불린다.

• 딱딱이 코트라고 부르지 마라. 우린 더 이상 중딩이 아니다. • 더플코트를 무시하지 마라. 다신 입을 일 없을 줄 알았겠지만 유행은 돌고 돈다. 버린 옷은 언젠가 아쉬워지기 마련. • 슈트를 입든 청바지를 입든 더플코트를 걸치면 나이가 다섯 살쯤 어려 보인다. 그러나 더플코트 입고 억지로 어려 보이는 척하지 마라. • 단추를 모두 잠그고 모자까지 눌러쓰면 너드(Nerd; 비주류) 스타일이 탄생한다. 여기에 흰색 스니커즈나 앞코가 둥글고 까만 데미 슈즈를 매치하면 화룡점정. • 허벅지와 무릎 사이에서 자신에게 가장 잘 어울리는 길이를 고르면 된다. 영덩이 위로 올라간 길이의 더플코트는 찔없는 남자애들에게 앙부하고. • 스타일을 더하려는 욕심은 버릴 것. 심플하게 입을 때 가장 빛난다. • 그렇다고 진짜 학생처럼 입으란 건 아니다. 전혀 어울리지 않을 것 같은 의외의 시도가 신선한 스타일을 완성한다. 더플코트에 가죽 바지를 입혀 로큰롤 무드를 연출한 생 로랑처럼. • 함께 입는 바지는 통이 넓지 않아야 한다. 몸통이 넉넉한 더플코트를 날씬해 보이게 입는 방법이다. • 더플코트의 격은 토클(Toggle)이라고 하는 나무 단추 장식의 견고함과 비례한다. 질이 좋은 더플코트를 고르려면 도구를 세심히 살펴라. • 아무리 그래도 마흔 살이 넘었다면 사양해라.



## 드롭 숄더 코트 (Drop Shoulder Coat)

두 치수 정도 크게 입은 것처럼 흘러내린 어깨선이 특징이다. 어깨선을 생략하고 라인을 둥글게 처리한 제품도 드롭 숄더 코트의 일종이다. 오버사이즈 코트라고도 불린다.

• 체구가 왜소해서 고민이었다면 부디 선택하라. 콤플렉스를 감쪽같이 숨길 수 있다. 반대여도 마찬가지다. 입부복처럼 편안하며 D자 실루엣을 그려준다. • 품이 넉넉하다고 안에 이것저것 꺼입지 마라. 버티는 데 한계가 있다. 이 코트는 어디까지나 실루엣이 생명이다. • 다른 코트보다 어깨가 넓어 보인다. 얼굴이 커서 고민인 사람에게 딱이다. • 이너에 따라 완전히 상반된 두 가지 분위기를 연출할 수 있다. 예를 들어 셔츠, 스웨트셔츠, 치노 바지와 함께 연출하면 '기 코트'가 되고 신이 날립한 화이트 셔츠나 슬림한 블랙 바지와 입으면 '하이패션 코트'가 된다. • 너무 두꺼운 소재의 드롭 숄더 코트는 둔탁해 보인다. 안에 패딩 베스트를 꺼입더라도 기왕이면 얇은 것이 좋다. • 그래도 가장 추운 날 효과적이다. 사이즈가 넉넉해서 레이어드 룩을 연출하기에 좋기 때문에. • 겨울철에는 튀지 말고 사뿐하게 나는 것처럼, 실루엣이 날리도록. • 드롭 숄더 코트를 즐겨 입는 겨울에는 수시로 몸무게를 체크해야 한다. 갑박하다가 곧 된다. • SPA 브랜드의 여성용 코너를 활용하면 꽤나 괜찮은 드롭 숄더 코트를 구입할 수 있다. 단추가 반대쪽인 것은 감안할 것.



## 체크 코트 (Check Coat)

글렌 체크, 타탄 체크, 깁엄 체크, 하운즈투스 체크 등 다양한 체크 패턴으로 만든 코트다. 주로 체스터필드 코트와 동일한 형태로 출시되며 체크 종류에 따라 완전히 다른 분위기를 연출할 수 있다.

• 정중해 보이게 싶다면 글렌 체크나 하운즈투스 체크를, 좀 더 캐주얼한 스타일을 원한다면 타탄이나 아가일 체크를. • 함께 입는 모든 옷을 체크로 통일해도 괜찮다. 하운즈투스 체크 코트와 깁엄 체크 셔츠의 궁합은 그중 최고다. • 실루엣은 단순할수록 좋다. 체크무늬만으로도 충분하다. • 너무 산만하게 움직이지 말 것. 보는 사람이 어지럼증을 호소할 수도 있다. • 소재는 단연 헤링본부터 선택하라. • 배가 나오고 체격이 크다면 격자 사이 간격이 넓거나 색이 요란한 것은 입으면 안 된다. 내 배 좀 보라고 외치는 격이다. • 회사에는 금요일 정도에 입고 가라. 도드라진 체크 패턴 코트를 월요일에 입고 가면 주말 사이 내림굿이라도 받은 줄 알지도. • 체크 코트는 클럽에 입고 가도 괜찮은 유일한 롱 코트다. • 괜히 스카프를 두르거나 색깔 있는 프레임의 안경테를 쓰지 마라. 빈티지한 아이템을 많이 두르면 1970년대 세마을운동을 떠올리게 할지도. • 체크에 도트 프린트를 섞지 마라. 이런 1980년대 디스코테크를 연상하게 한다.



## 벨티드 코트 (Belted Coat)

허리 부분에 벨트가 달려 있어 단추나 지퍼 위에 한 번 더 여밀 수 있게 만들었다. 허리선을 강조하는 데 도움이 되며 벨트는 탈착 가능하므로 다양한 스타일로 연출할 수 있다.

• 핵심 디테일은 '허리에 묶든 두들 것'이다. 벨티드 코트를 입으면 흐름을 빠르게 포착하는 사람으로 보일 수 있다. • 혹은 유행에 초월한 우아한 남자코로 보일 수도 있다. 단추가 없는, 가운데 형태가 유사한 것이 그렇다. • 터틀넥이 얇은 니트를 매치해 우아함을 배가하라. • 허리끈은 절대 질긴 코트라면 안 된다. 줄부처럼 보일 수 있다. 풀릴 듯 말듯 느슨하게 아무렇게나 두르는 것이 멋이다. • 허리선을 잡아주기 때문에 배 나온 체형을 커버하는 데 도움이 된다. 다리가 짧은 사람도 마찬가지다. • 솔 마시고 허리끈 잃어버리지 마라. 따로 안 된다. • 물론 다른 허리끈을 매치할 수도 있다. 참고로 울 소재 코트에는 가죽 벨트가 잘 어울린다. 그러나 잃어버리지 마라. • 함께 입는 옷은 좀 더 신경 써야 한다. 특히 소재를, 침대에서 뛰쳐나온 것처럼 보이고 싶지 않다면. • 채우지 않고 열어 입었다면 허리끈의 흔적거림에 신경 쓰지 마라. 3년 전에 헤어친 여자 친구 뒤통수 보듯 해라. • 벨티드 코트는 뒷모습이 멋지다. 데이트 후 먼저 돌아서라. ♣



## 퍼 트리밍 코트 (Fur Trimming Coat)

깃 후드 테두리, 소매 끝, 코트 밑단 등에 부분적으로 퍼를 장식한 코트다. 퍼 코트보다 가볍고 관리가 수월하다. 퍼 종류에 따라 느낌이 천차만별이다.

• 따라서 다 같은 퍼가 아니다. 곰솔곰솔한 양털은 경쾌한 느낌을, 길이가 긴 여우나 라쿤 털은 색서한 느낌을, 짧게 깎은 밍크 털은 클래식한 느낌을 연출할 수 있다. • 단추를 채우지 말고 걸어라. 곰같이 보이지 않으려면. • 퍼 트리밍 코트 이외에 액세서리는 가볍고 쿨한 것으로 선택하라. 퍼 모자와 퍼 장갑을 함께 착용하는 것은 '소련' 사절 유행이다. • 동물이 불쌍하다고 퍼를 포기할 필요는 없다. 페이크 퍼가 있으니까. 요즘은 사벨에서도 페이크 퍼를 만든다. • 이걸 입고 담배 피우지 마라. 퍼는 열과 상극이다. • 퍼 코트의 입문자는 깃이나 모자에 퍼가 트리밍된 코트가 적당하다. • 중국 갑부처럼 보이고 싶지 않다면 코트 아래로 요란한 구두는 삼가라. • 퍼의 핵심은 길이다. 길이 부드럽고 모가 촘촘할수록 좋은 코트다. • 정제된 행동이 필요하다. 품위와 찬박은 한 곳 차이다. • 너무 애지중지하지 마라. 없어 보인다.



## 롱코트 (Long Coat)

롱코트는 무릎을 넘어 발목까지 올 정도로 길이가 극단적으로 긴 것을 말한다. 치렁치렁한 느낌이 강할수록 현대적인 롱코트라고 할 수 있다.

• 단추를 끝까지 잠그면 걸음걸이가 우스꽝스러워진다. 꼭 잠그고 싶다면 첫 번째 단추 하나만 잠가라. • 롱코트는 키 180cm 이상인 사람에게만 추천한다. 그보다 작다면 굵이 있는 워커를 신어라. • 키 작은 남자가 롱코트를 소화하는 방법. 최대한 부피가 작고, 얇은 롱코트를 고른다. 그러면 허리끈을 허리보다 훨씬 위에 묶는다. • 아버지의 고릿적 코트를 입은 것처럼 보이고 싶지 않다면 피트에 신경 써라. • 길이가 어정쩡하면 안 입은 것만 못하다. 무릎 아래로 최소 10cm는 내려와야 진짜 롱 코트다. • 코트 하나만으로 스타일에 극적인 힘을 불어넣을 수 있다. 즉 롱코트 외에 상의, 바지, 신발에는 힘을 빼야 한다는 얘기다. 안 그랬다가면 뮤지컬 배우처럼 보일 수 있다. • 여자들에게 롱코트가 있다면 남자들에게 롱코트가 있다. 정중하데 좀 더 화려해 보이고 싶다면 롱코트가 답이다. • 절대 어깨에 걸쳐진 말 것. 느끼한 제바처럼 보이기 십상이다. • 까만색 롱코트는 흰 피부가 아니라면 웬만해선 피해라. 흰 피부라도 흰색 언더웨어를 포함하라. • 설마 롱코트에 와이드 피트의 바지를 입진 않겠지?

# NIKE vs. ADIDAS

운동화로 시작해서 스포츠 용품, 나아가 스포츠 그 자체와 문화, 라이프스타일까지 지배하고 있는 세기의 라이벌 두 브랜드의 속살을 살펴보자.

WORDS 신기주(에스콰이어 기자) PHOTOGRAPHS 셔터스톡

## 대표 기술

### 나이키 | 에어

나이키는 에어조던(Air Jordan)으로 선풍적인 인기를 끌었다. 에어포스 원(AF-1)에서 처음 도입한 에어 테크놀로지는 압축공기를 주입한 충창을 넣어 신발의 탄성을 높이는 기술이다. 농구 스타 마이클 조던은 현역 시절 자유투 라인에서 골대까지 한달음에 날아가는 '어마무시'한 점프력을 자랑했다. 에어 테크놀로지가 적용된 에어조던은 마이클 조던의 점프력에 도움을 줬을 뿐만 아니라 착지할 때의 충격도 완화해줬다.

### 아디다스 | 아디프린

아디다스는 아디프린(adiPRENE) 테크놀로지로 전 세계 축구화 시장을 장악했다. 아디프린 테크놀로지는 나이키의 에어 쿠셔닝 시스템과는 대척점에 있다. 신발 앞창은 탄성이 높은 소재로 만들었다. 신발 뒤창은 충격 흡수력이 높은 소재로 만들었다. 뛰어갈 때 발뒤꿈치는 땅에 닿으면서 충격을 받고 앞꿈치는 몸을 앞으로 전진시키는 탄력을 일으킨다. 아디프린 테크놀로지는 성격이 다른 첨단 화학 소재를 운동화 앞뒤에 분리 적용해 탄성은 극대화하고 충격은 극소화하는 기술이다.

VS.

## 간판 스포츠

### 나이키 | 골프

한때 나이키의 간판 스포츠는 자타 공인 농구였다. 마이클 조던=나이키였다. 나이키는 마이클 조던한테 검은색 에어조던을 신기려고 NBA 측에 매 경기 1000달러의 벌금을 물어줘야 했다. NBA는 색깔 있는 농구화를 금지하고 있었다. 마이클 조던의 이미지 덕분에 농구는 나이키를 연상케 하는 스포츠가 됐다. 마이클 조던은 은퇴했고 농구의 전 세계적인 영향력도 함께 퇴조했다. 나이키가 찾아낸 다음 스포츠 스타는 타이거 우즈였다. 마이클 조던이 농구 코트를 지배했던 것처럼 타이거 우즈는 골프 18홀을 지배했다. 타이거 우즈 덕분에 나이키는 골프 시장에서 급성장할 수 있었다.

### 아디다스 | 축구

아디다스의 간판 스포츠는 태초부터 축구였고 지금도 축구고 앞으로도 축구다. 아디다스의 창립자인 아디 다슬러는 1924년 “모든 축구 선수에게 최고의 축구화를 신겨주겠다”며 회사를 설립했다. 축구화 전문 브랜드로 출발했던 애기다. 사실 축구의 발전사는 곧 아디다스의 발전사다. 아디다스는 오늘날처럼 축구가 대중화되는 데 결정적인 기여를 했다. 아디다스가 값싸고 질 좋은 축구화와 축구공을 대량 보급했기 때문에 축구가 전 세계인의 스포츠로 자리매김할 수 있었다. 아디다스는 이전 축구뿐만 아니라 테니스와 육상에서도 강하다. 반면에 나이키의 농구 시장에선 아직도 기를 못 펴고 있는 게 사실이다. 나이키가 아디다스의 아성인 축구 시장에 침투하고 있는 것과 대조적이다.

VS.

## 슬로건

### 나이키 | Just Do It

나이키는 스포츠를 대중화했다. 엘리트 선수들의 진기명기를 구경하던 사람들은 나이키를 입고 신고 직접 운동장으로 나섰다. 이런 흐름을 주도한 스포츠가 조깅이었다. 사실상 나이키가 미국인을 조깅 열풍으로 몰아넣었다고 할 수 있다. 나이키는 평범한 사람들이 조깅을 하면서 자기 자신을 이겨내는 장면을 광고로 만들었다. 고프머리에 한마디를 덧붙였다. “저스트 두 잇.” 나이키를 입고 신고 당신도 당장 해보란 얘기였다. 저스트 두 잇은 나이키의 회사 특성과도 맞닿아 있다. 나이키는 차고에서 창업된 미국식 벤처 기업이다. 일단 해봐서 성공한 기업이란 얘기다. 나이키는 제품을 만들기 전에 판매부터 했다. 기술을 발전시키기 이전에 광고 마케팅에서 성공을 거뒀다. 나이키는 사람들이 진정 무엇을 원하는지 간파했다. 소비자들은 스포츠가 아니라 스포츠의 성취를 소비한다. 스포츠를 통해 느낄 수 있는 승리감을 구매한다. 나이키는 자신들의 제품과 승리를 연결시켰고 나이키를 사는 순간 당장 승자가 될 수 있다고 설득했다. 저스트 두 잇 캠페인은 나이키의 광고를 넘어서 시대정신이 됐다. 모두 승자가 되려고 애쓰는 시대였다. 승리의 여신은 승리 대신 승리감을 판매했다.

VS.

### 아디다스 | Impossible is Nothing

2000년대 중반부터 정신을 차린 아디다스도 나이키에 필적할 만한 광고 캠페인 주제를 찾아내려고 애를 썼다. 아디다스는 도전에서 실마리를 찾았다. 도전이 아마로 나이키의 승리에 도전할 만한 매력적인 주제였다. 아디다스는 지네딘 지단을 전면에 내세웠다. 프랑스의 축구 스타 지단은 알제리 혈통의 빈민굴 출신이었다. 프랑스 식민지였던 알제리 혈통인 데다 무일푼이었던 지단의 성공 스토리는 “불가능은 없다”는 아디다스의 캠페인 주제와 딱 맞아떨어졌다. 지단은 불가능을 가능하게 만든 기적의 영웅이었다. 아디다스는 그리스 축구 국가대표팀도 모델로 기용했다. 그리스는 2004년 유로 챔피언스 리그에서 기적적으로 우승했다. 2002년 한국 축구 국가대표팀의 월드컵 4강에 비견되는 기적이었다. ‘불가능은 없다’는 아디다스를 상징하는 주제가 됐다. 덩달아 아디다스의 주가도 올라갔다. 불가능에 대한 도전은 아디다스의 문화와도 연결된다. 아디다스는 나이키에 밀려 2위로 내려앉았다. 다시 도전자가 됐다. 도전이야말로 아디다스에 어울린다. 게다가 아디다스는 태생적으로 기술 기반 기업이다. 기술은 불가능을 가능하게 한다. 역시 시대정신과도 이어진다. 승리는 너무 멀리 있다. 이제 당신이 승리할 거라고 말해봐야 별로 믿지 않는다. 그 대신 불가능해도 도전하라고 말해야 한다. 뉴발란스 역시 승리에 대한 의구심에서 출발했다. 뉴발란스는 승리보다 중요한 건 ‘삶의 균형’이라고 말한다. 승리의 여신에 대한 의심이 팽배해진 시대다. 아디다스는 도전을 선택했다.

## 역전극

### 나이키 | 1984년 LA 올림픽

1970년대까지만 해도 아디다스가 1등 스포츠 브랜드였다. 타의 추종을 불허할 정도였다. 아디다스의 경쟁 상대라곤 푸마 정도였다. 푸마는 아디다스의 창업자 아디 다슬러의 친형인 루돌프 다슬러가 만든 회사다. 형제는 신발 기술자인 아버지와 세탁소를 운영하는 어머니 아래에서 함께 자랐다. 그는 일찍부터 신발 제조 기술에 눈을 뗐다. 특히 아디는 독일인 특유의 장인 정신을 지닌 인물이었다. 루돌프와 아디의 싸움은 독일판 ‘형제의 난’이다. 루돌프는 나가서 푸마를 차리고 동생과 일대 혈전을 벌이게 된다. 아디다스가 푸마와의 경쟁에 정신이 팔려 미국 시장을 등한시하는 사이에 미국에선 나이키가 치고 올라오기 시작했다. 나이키를 공동 창업한 필 나이트와 빌 보어맨은 운동선수들이었다. 천생 테크니션인 아디다스의 창업자들과는 접근 각도 자체가 달랐다. 나이키는 와플 기계로 찍어낸 운동화를 아무렇게도 얹게 팔았다. 아디다스 입장에선 신발도 아니었다. 그런 나이키가 마침내 아디다스한테 결정적 한 방을 먹인 곳이 1984년 LA 올림픽이었다. 이때도 아디다스는 고색창연한 마케팅에 매달렸다. IOC 위원들과 고급 호텔에서 만찬을 즐기면서 제국주의 전락을 이어갔다. 나이키는 LA 해변가에서 흥겨운 파티를 열었다. 스포츠 스타들과 스포츠 팬들이 한데 어우러지는 격의 없는 축제로 만들었다. 동시에 칼 루이스와 매리 데커와 랜디 뉴먼과 존 맥렌로 같은 황제들을 광고 모델로 기용해 시선을 끌었다. 로스앤젤레스 올림픽은 스포츠 마케팅의 규칙이 바뀌고 있다는 걸 보여준 대회였다. 올림픽은 더 이상 스포츠 정치인과 엘리트 선수들끼리의 기록 경주여선 안 됐다. 나이키는 이 흐름을 읽었고 주도했고 장악했다. 1984년 올림픽을 기점으로 아디다스에 필적하는 스포츠 브랜드로 급부상할 수 있었다.

VS.

### 아디다스 | 2014년 브라질 월드컵

나이키에 밀린 아디다스는 잃어버린 1990년대를 보냈다. 창업자 아디 다슬러의 아들인 호르스트 다슬러는 전 세계 스포츠 정치를 주무르는 실력자로 군림했다. 호르스트 다슬러는 아디다스 제국을 다진 절대군주였다. 절대군주답게 절대적인 실수를 하나 저지르고 말았다. 미국 시장을 등한시했다. 호르스트는 나이키의 부상도 눈여겨보지 않았다. 큰손촌이 세운 푸마와의 유럽 각축전에 정신이 팔려 있었다. 집안 내력인지 호르스트 역시 아버지처럼 꾀많은 여동생들과도 권력 다툼을 벌여야 했다. 1984년 LA 올림픽을 기점으로 나이키를 견제하기 시작했지만 너무 늦었다. 호르스트는 1987년 51세의 나이에 암으로 사망한다. 절대군주를 잃어버린 아디다스는 무너져내리기 시작했다. 적자를 냈고 끝내 할값에 매각됐다. 그 사이에 나이키는 미국 시장에 이어 유럽 시장까지 넘보기 시작했다. 아디다스로서는 속수무책이었다. 아디다스는 유럽의 축구 시장조차 나이키한테 빼앗기기 직전이었다. 한때 아디다스는 분데스리가의 절대적 후원자였다. 이젠 다 나이키의 차지가 됐다. 영국 프리미어 리그도 상황은 더 나빠졌다. 맨체스터 유나이티드와 FC 리버풀을 잃었다. 그나마 스페인의 레알 마드리드는 아디다스의 의리를 지켰다. 아디다스가 반격의 실마리를 잡은 건 2000년대에 접어들면서였다. 새롭게 아디다스를 이끌게 된 헤르베르트 하이너는 병든 아디다스를 탈바꿈시켰다. 비대한 아디다스 조직은 다시 날렵해졌다. 이젠 차기워진 FIFA와도 줄다리기를 이어갔다. 2000년대의 월드컵에서 아디다스와 나이키는 일진일퇴의 공방전을 이어갔다. 분명한 건 나이키의 질주 속도가 눈에 띄게 줄어들었던 사실이었다. 2014년 브라질 월드컵은 아디다스한테 축복이었다. FIFA가 나이키의 앰부시 마케팅을 탄축하도록 설득하는 데 성공했다. 게다가 1등 마케팅으로 노른자만 쏙 빼먹던 나이키의 전략이 완패했다. 나이키가 후원한 대표팀과 선수들이 하나같이 부진했다. 반면에 아디다스는 승승장구했다. 2014년 브라질 월드컵의 준결승전은 독일과 브라질의 대결 같았지만 사실상 아디다스와 나이키의 대결이었다. 독일은 브라질에 7대1 대승을 거둔다. 브라질은 침몰했고 동시에 나이키도 승리의 여신도 미소를 잃었다. 아디다스는 완벽하게 부활했다.

## 클래베이션

### 나이키 | 리카르도 티시

이 분야에서만큼은 나이키가 뒤늦게 아디다스를 추격하기 시작했다. 지방시의 디자인을 총괄하고 있는 리카르도 티시와 나이키 에어포스 원을 선보이면서 협업 시장에 뛰어들었다. 아디다스 오리지널이 축구화나 축구복을 연상케 한다면 나이키의 에어포스 원은 농구화나 농구복을 연상케 한다. 리카르도 티시가 새롭게 재해석한 나이키는 복고적이다. 농구화가 일상화였던 1990년대를 연상케 한다.

### 아디다스 | 스티븐 매카트니

아디다스는 유명 디자이너와의 클래베이션을 통해 브랜드를 성장시켜왔다. 폴 매카트니의 딸인 디자이너 스티븐 매카트니와의 협업이 가장 유명하다. 패션계의 철학자로 불리는 요지아마모토와도 협업했다. 아디다스는 100년 가까이 된 브랜드다. ‘올드 패션’ 느낌을 피하려면 끊임없이 새로운 창작자의 에너지를 흡수해야 한다. 기술 기업이라는 이미지를 불식시키는 데도 효과적이다. 그중 가장 성공적인 사례인 스티븐 매카트니와의 협업 덕분에 아디다스는 스포츠웨어에서 일상복으로 진화했다.

VS.

## 마케팅 전략

### 나이키 | 황제 전략

나이키는 농구 황제 재위기에 부상해서 골프 황제 재위기에 절정을 누렸다. 나이키는 이렇게 스포츠 스타를 후원한다. 나이키를 신고 뽐낸 스타 플레이어는 승리를 거둬도 자연히 나이키 브랜드를 추종하는 소비자도 늘어난다. 그래서 나이키는 1등 마케팅을 한다. 나이키의 간판 모델은 마이클 조던, 타이거 우즈, 크리스티아누 호나우두, 코비 브라이언트처럼 해당 스포츠의 대명사 격인 선수들이다. 월드컵에서도 나이키는 1등 마케팅 전략을 썼다. 해당 대륙의 최고 국가를 후원한다는 게 나이키의 원칙이다. 남미 최강 브라질 대표팀이 나이키를 입고 신고 2014년 월드컵에 출전한 이유다. 한국 대표팀도 나이키의 모델이었다. 나이키는 한국 축구 국가대표팀이 아시아 최강이라고 판단했다.

VS.

### 아디다스 | 제국 전략

나이키가 스포츠 스타를 후원한다면 아디다스는 스포츠 자체를 후원한다. 역사적 배경 탓이 크다. 올림픽과 월드컵은 모두 20세기 초반에 유럽에서 발원한 글로벌 스포츠 이벤트다. 아디다스 역시 20세기 초반에 독일에서 탄생했다. 아디다스는 근대 스포츠의 성장 과정에 깊숙이 관여했다. 결과적으로 IOC와 FIFA처럼 전 세계 스포츠 산업을 지배하는 국제 조직들과도 깊은 인연을 맺어왔다. IOC와 FIFA 위원 인선에도 직·간접적으로 상당한 영향을 미친다. 아디다스는 전 세계 스포츠 정치의 파워 집단이다. 아디다스는 월드컵이나 올림픽의 대회 후원자로 나서는 경우가 많다. 스포츠 현장은 흡사 아디다스 제국처럼 보인다. 반면에 나이키는 이런 아디다스의 막강한 영향력에 대항해 앰부시(Ambush) 마케팅을 즐겨 사용한다. 공식 스폰서는 아니지만 스포츠 스타들과 각종 광고 이벤트를 통해 스포츠 팬들의 이목을 집중시킨다. 결국 FIFA가 앞장서서 앰부시 마케팅을 차단하기에 이르렀다. **H**

## 모터스포츠

### 나이키 | 무관심

### 아디다스 | 후원

아디다스는 (다른 스포츠 대비) 약소하지만 모터스포츠도 후원하고 있다. 2014년 시즌만 해도 유럽에서 열린 포르세 카레라 컵 대회에서 아디다스의 엠블럼을 만날 수 있었다. 모터사이클의 스타 발렌티노 로시도 후원하고 있다. 모터스포츠 최대 후원사는 도요타나 BMW 같은 자동차 회사였지만 최근 들어서 스포츠 브랜드의 비중도 커지는 추세다. 모터스포츠가 나이키와 아디다스의 새로운 각축장이 될 가능성도 없지 않다.

VS.



1 황제 전략을 추구하는 나이키는 농구 황제(마이클 조던) 재위기에 부상해서 골프 황제(타이거 우즈) 재위기에 절정을 누렸다. 2 1982년의 나이키 에어포스 원. 에어 테크놀로지 농구화는 1984년 에어조던으로 이어지며 나이키를 성장시키는 원동력이 됐다. 3 90년 전 회사의 설립 목표부타가 ‘최고의 축구화를 만들겠다’였을 만큼 예나 지금이나 축구는 아디다스의 간판 스포츠다. 4 아디다스는 모터스포츠에 일말의 관심을 보이고 있다. 레이스를 후원하기도 하고 용품도 생산한다. 예컨대 영국 포르쉐에서는 아디다스 레이싱 슈트와 용품을, 영국 아디다스 온라인에서는 포르쉐 디자인 의류와 신발을(박서 브리프까지) 판매하고 있다. 5 제국 전략을 추구하는 아디다스는 스포츠 그 자체를 후원한다. 1970년부터 역대 FIFA 월드컵 공인구도 항상 아디다스의 것이었다.



# Maillard Reaction

요리를 과학적으로 이해해보자. 예컨대 재료(고기)에 열(불)을 가해 얻어진 화학반응의 결과물(맛)이 바로 우리가 즐기는 스테이크다. 마이야르 반응 덕분이다.

WORDS 이용재 PHOTOGRAPHS 최성욱 INFOGRAPHIC AIROMANTIC

'자기 색깔을 내는 게 중요하다'는 말을 많이 한다. 물론 사람 이야기다. 하지만 음식에 적용해도 마찬가지다. '보기 좋은 떡이 먹기도 좋다'는 말과 맞물려, 재료 특유의 색을 잘 살려낸 음식은 일단 눈으로 먹었을 때 맛있다. 익히지 않고 먹는 경우가 많은 채소나 과일이라면 제 색깔에 대해 따지기가 아주 쉽다. 인간의 손길 또는 불을 거치지 않은 그대로의 색깔이 매력이다.

하지만 대개 익혀 먹는 고기라면 사정이 좀 다르다. 어찌 보면 식욕을 더 돋워주는 붉은색을 잃어야 한층 더 맛있는 고기'냄'으로 거듭난다. 익힐 때 띠는 색에 따라 고기의 맛이 천차만별로 달라진다고 해도 지나친 말이 아니다. 색이 짙어질수록 맛 또한 짙어진다. 이게 바로 마이야르 반응(Maillard Reaction)이다.

그렇다. 이 반응을 처음 발견한 사람의 성이 마이야르다. 프랑스의 화학자 루이 카미유 마이야르(Louis-Camille Maillard)는 서른넷이던 1912년, 아미노산에서 단백질을 합성하기 위해 실험하던 도중 어떤 현상을 발견한다. 아미노산과 당을 섞은 용액의 온도를 올리자 갈색으로 변한 것. 분석을 통해 아미노산과 당 사이에서 반응이 일어났다는 걸 발견하고는 이를 논문으로 발표했다. 한편 그는 실제 원리까지 밝혀내지는 못했으니, 그건 약 40년 뒤인 1953년 미국의 화학자 존 E. 호지(John E. Hodge)의 몫이었다(그래서 정확하게 '마이야르-호지 반응'이라 개명해야 한다는 의견도 있다).

그 명칭이며 유래를 모를 수는 있지만, 마이야르 반응은 세계에서 가장 유명한 화학반응이다. 오죽하면 2012년, 화학자들이 마이야르의 발견 100주기를 맞아 그가 처음 임용된 프랑스 낭시에서 학회를 벌였겠는가. 스테이크에서 빵, 커피를 넘어 우리에게 친숙한 누룽지까지, 마이야르 반응은 많은 음식의 깊은 맛을 책임진다. 원리는 한마디로 화학반응을 통한 확장이다. 재료를 조리, 즉 가열하면 90°C쯤에서 수분이 거의 모두 증발해 마이야르 반응을 위한 명석을 간다. 온도가 올라가 115°C 언저리에 이르면 본격적으로 재료의 당당류(포도당, 과당 등)가 단백질의 구성 성분 가운데 하나인 아미노산과 반응하니, 표면의 색과 냄새가 알아차릴 수 있을 정도로 변화를 겪는다. 이후 130도에 이를 때까지 마이야르 반응은 활발하게 일어나 재료가 지닌 맛을 최대한 이끌어낸다. 당당류와 아미

노산이 반응해 재배열을 거듭하면서 복잡한 맛의 화합물을 새로이 만들어 내는 것이다.

재료 전체를 따져본다면 맛 화합물의 양은 미미할 수 있지만, 그 영향력은 엄청나다. 미국의 맛 화학자 토니 블레이크에 따르면, 구운 쇠고기 향을 책임지는 화합물(bis-2-methyl-3-furyl-disulfide)은 단 2g만으로도 깊이 약 2m, 직경 8km의 호수에 두드러지는 고기 맛을 불어넣을 수 있다고 한다. 구운 쇠고기 향의 호수라니, 생각만 해도 군침이 고인다.

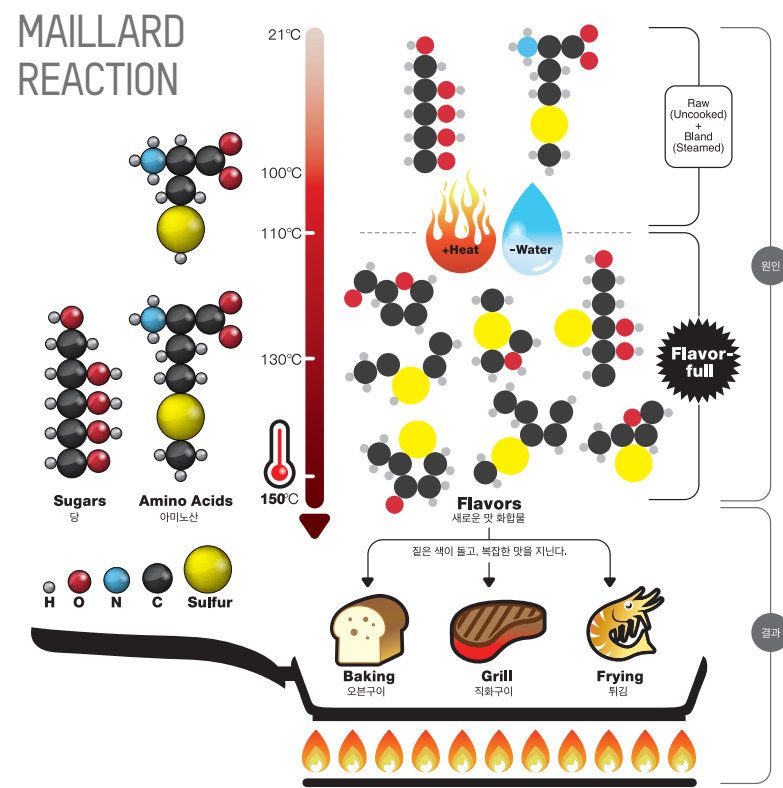
마이야르 반응과 그 결과물은 여러 측면에서 오해를 샀다. 첫 번째는 탄 것 아니냐는 오해다. '탄 음식=발암'이라는 두려움 때문이다. 스테이크 전문점이나 베이커리에서는 종종 음식의 겉에 도는 짙은 색을 놓고 과조리를 항의하는 손님도 있다고 한다. 물론 마이야르 반응이 끝도 없이 일어나는 것은 아니다. 180도를 넘어가면 진짜로 재료가 탄다. 잘 얼어낸 마이야르 반응의 결과물과는 색도, 맛도 다르다. 완전히 까맣게 변하는 것은 물론 쓰고 신맛마저 돈다.

육류만 놓고 본다면 불고기, 즉 얇게 저며 양념에 버무려 볶듯 굵은 고기를 주로 먹어왔기 때문에 일정 수준의 두께와 표면적을 확보해야 얻을 수 있는 마이야르 반응이 낯설 수는 있다. 하지만 진한 색이 들었다고 다 탄 것은 아니며, 마이야르 반응을 적절히 활용한다면 양념을 발리지 않고도 맛을 충분히 낼 수 있다.

두 번째는 '육즙을 가둔다'는 주장이다. 주 대상은 스테이크다. 고기의 표면을 센 불로 지지면 방수막을 형성해 내부의 육즙이 새지 않는다는 것이다. 주방의 실무자들 사이에서 아직도 사실상 양 통하고 있지만, 역시 근거가 없다. 이 잘못된 믿음의 뿌리는 소작(燒灼), 즉 지짐술이다. 약품이나 전기로 환부를 태워 치료하거나 출혈을 막는 치료법의 논리를 적용해, 같은 단백질인 육류나 생선을 지지면 겉면이 방수 처리되어 육즙이 흘러나오지 않는다는 것이다. 1850년 독일의 화학자 유스투스 폰 리비히(Justus von Liebig)가 처음 주장했지만 80년 뒤인 1930년대 다른 조리법을 통한 수분 손실량을 계산하는 실험을 통해 근거가 없다는 것이 밝혀졌다. 따라서 재료의 겉을 지지는 건 오로지 마이야르 반응을 통한 맛을 얻기 위한 전략이다.

그렇다. 전략이 필요하다. 좋은 결과를 위해 전략이 필요하듯, 마이야르 반응을 통해 최대한의 맛을 끌어내는 데도 전략을 세워야 한다. 가장 먼저 생각할 수 있는 건 역시 온도 조절인데, 이는 수분 통제와도 맞물린다. 스테이크처럼 굵은 재료라면 팬에 올리기 전 키친타월 등으로 겉면의 물기를 충분히 닦아주는 것만으로도 앞에서 언급한 '명석'을 잘 갈아주는 셈이 된다. 물론 팬도 가능한 한 뜨겁게 달궈주면 더 좋다. 열을 잘 품는 주물이나 스테인리스 팬을 쓰고, 미리 250°C 이상의 뜨거운 오븐에 예열하는 것도 방법이다.

요즘은 저온 조리(Sous Vide) 등을 통해 스테이크의 속을 먼저 익힌 뒤, 토치 등으로 겉을 나중에 지지 마이야르 반응을 얻어내는 조리법도 많이 쓰인다. 한편 재료의 pH 값을 올리는 방법도 있다. 산은 마이야르 반응을 억제하고, 알칼리는 촉진한다. 중국요리에서 재료를 달걀흰자에 재우거나 베이킹 소다를 섞은 전분에 버무리는 이유다. 아예 당을 더해줘 반응을 활발하게 얻는 전략도 있으니, 맥아당을 발라 굽는 북경 요리가 좋은 예다. 마이야르 반응이 스테이크에 진정한 맛을 불어넣어주는 것처럼, 요리는 100% 감성의 영역 같지만 우리가 인식하지 못하는 사이 과학의 손길이 완성시켜주는 것이다. ♣





식탁을 우아하게 만들어주는 긴급 레시피  
**Cook Yourself**

긴급한 상황은 언제나 발생할 수 있다. 그 상황을 어떻게 대처하느냐가 관건이다. 순식간에 우아한 식탁을 만들어주는 전복송이찜을 기억해두자.

COOKING 이길수(스시 아메) PHOTOGRAPHS 박남규



**전복송이찜**

INGREDIENTS

1인분 기준 전복 큰 것으로 1마리, 송이 1개, 새우 2마리, 은행 2~3개, 가쓰오부시, 다시마, 정종(청주), 소금 약간.

RECIPE

1 냄비에 찬물과 다시마를 넣고 끓인다. 물이 끓기 시작하면 불을 끄고 다시마를 건져낸다. 2 가쓰오부시를 넣고 5분 정도 우린다. 3 전복은 살과 껍데기 사이에 손가락을 넣어 떼어낸 다음 살과 내장을 분리한다. 참고로 전복 내장은 죽을 끓일 때 넣어도 좋다. 4 수세미나 솔로 전복 살의 거뭇거뭇한 이물질을 제거한다. 입 부분을 제거하고 몸통에 격자 모양으로 칼집을 얇게 낸다. 5 송이는 가볍게 물로 세척한다. 새우와 은행도 준비해둔다. 새우는 꼬리를 남겨두고, 은행은 속껍질도 벗기는 게 좋다. 6 앞서 준비한 국물을 체로 받거나 가만히 따라내 다시마나 가쓰오부시 조각이 섞이지 않게 한다. 7 전복과 송이, 새우, 은행을 찜기에 담는다. 일본풍으로 주전자 사용해도 좋다. 8 끓여둔 국물과 정종을 4:1 비율로 섞고 소금을 약간 넣어 간한다. 9 찜기(주전자)에 국물을 붓고 냄비에 넣어 30분간 중탕으로 끓인다. 10 전복과 송이를 먹기 좋게 잘라 국물과 함께 그릇에 담아낸다.



언제나 예정대로 돌아가는 건 아니다. 갑자기 누군가를 초대하게 됐다거나, '초대'라기보다는 '밖에서부터' '동반'으로 귀가하는 경우가 있다. 씻고 자기만 하면 좋겠으나 식사를 하거나 술상을 봐야 한다면 술을 골치가 아파온다. 이럴 때를 대비해 간단한 과정으로 근사한 결과물을 낼 수 있는 레시피를 준비해두자. 이걸 자동차에 소화기를 비치해두는 것과 같은 일이다. 방금 언급한 상황이라면 손님을 홀로 놔두고 오래 요리하기 어렵다. 손님을 갤러리로 세워둔 채 썰고 다듬고 지지고 볶고 굽고 끓이고 건지고 무치면서 품 나게 요리하는 것은, 그 과정이 예정된 초대였거나 미리 예고됐다면 모를까 급작스러운 상황에서는 당신이나 지켜보는 사람 모두에게 부담스럽기만 하다. 그리하여 <유>가 추천하는 레시피는 전복송이찜이다. 장점이 한두 가지가 아니다. 무엇보다 전복과 송이라면 일단 재료가 주는 무게와 가치가 중후한 덕분에 언제든 누구든 미소를 띠게 할 수 있다. 생방이 인지하는 긴급한 상황이라는 핸디캡을 감안하면 전화위복으로 상대방의 환심을 살 수 있다. 두 번째로, 양념과 조리 과정을 배제하고 재료 자체의 맛을 그대로 살려내기 때문에 준비 시간이 짧고 생각보다 어렵지 않다. 요리에 능숙하지 않은 사람이 레시피만 보고 따라 해도 웬만큼 작품이 나온다. 세 번째로, 어떤 밥상에서든(심지어 김치 한 그릇 덜렁 내놓은 경우에도) 시선을 끄는 비주얼 포인트이자 입맛을 돌게 하는 유인책이 될 수 있다. 게다가 어떤 주종(酒種)에도 잘 어울리는 술안주가 된다. 전복송이찜은 밥상이든 술상이든 순식간에 우아한 식탁으로 만들어주는 힘이 있다. 네 번째로, 상대적으로 보관이 용이한 재료를 쓴다. 당신에게도 냉장고라는 물건이 있을 테고, 그 물건은 냉동실이라는 공간이 존재할 것이다. 마지막으로, 간단하게 만들 수 있으면서 보기에도 좋고 맛있다는 점이 최고의 매력이다. ♪



**스시 아메**

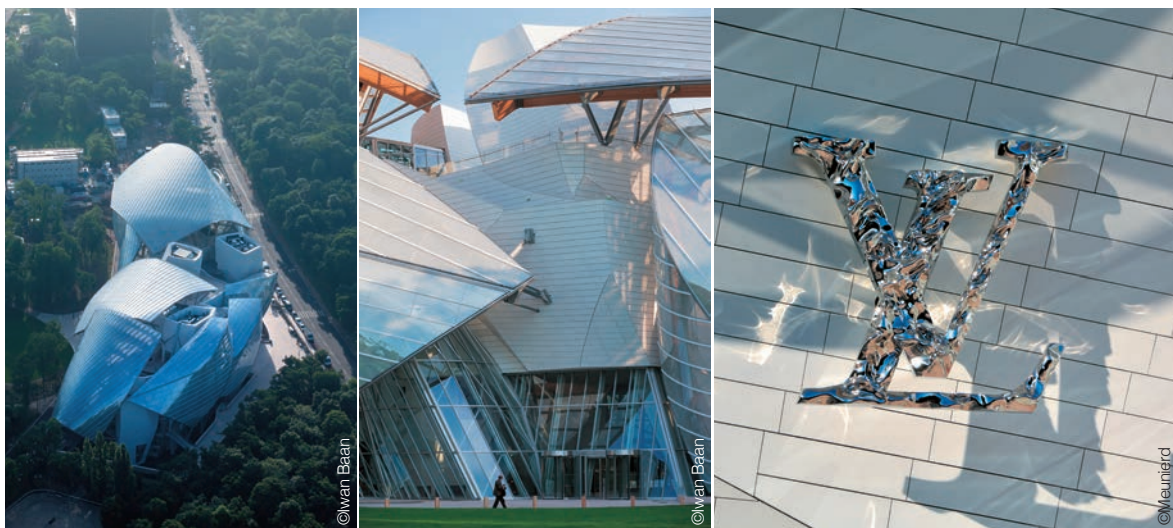
한남동 스시 전문점 아메(雨)는 동부이촌동 기꾸(菊)에서 일하던 박경우 셰프가 독립해 연 곳으로, 과하지 않은 가격으로 맛있는 스시를 흐뭇하게 먹을 수 있다. 촬영 당일 전복송이찜은 흰칠한 이길수 셰프가 요리했다. 한남리첸시아 상가 1층에 자리 잡고 있는 스시 아메에 들려 <유>에서 전복송이찜 레시피를 봤노라고 던지자 말을 건네면 스시 한 점을 더 얹어줄지도 모른다.

# Frank Gehry: A Master Architect

빌바오 구겐하임 박물관, 베를린 DZ 은행, LA 월트 디즈니 콘서트홀, IAC 빌딩과 뉴욕 타워... 건축가 프랭크 게리의 작품 목록이다. 올해 파리의 루이 비통 재단 미술관이 추가됐다.

WORDS 이용재 PHOTOGRAPHS 루이 비통, 코비스, 셔터스톡

파리 볼로뉴 숲에 솟아오른 프랭크 게리의 최신작은 3600장의 유리 패널과 1만9000장의 콘크리트 패널을 사용했다.



©Ivan Batin

©Ivan Batin

©Meunier G

루이 비통 재단 미술관의 야경



©Antoine Gyron

1929년생, 85세, 하지만 아직도 현역이다. 그뿐만이 아니다. 패기마저 넘친다. 최근 스페인의 아스투리아스 왕자상 수상을 위한 기자회견에서 "너무 볼거리에 치우치는 건축을 하는 건 아닌가?"라는 질문에 가운뎃손가락으로 화답했다. 한술 더 떠, 잇따른 질문엔 "현재 세계 건축의 98%는 순수한 개똥"이라 대답했다. <배너티 페어>가 '이 시대 가장 중요한 건축가'라 꼽은 가장 프랭크 게리(Frank Gehry) 이야기다.

캐나다 토론토의 폴란드계 유대인 가정에서 태어난 그는, 할머니 덕분에 건축에 관심을 품는다. 할아버지의 철물점에서 나온 나무 조각기로 건물 짓기 놀이를 했던 것. 물결무늬 함석판, 철책선, 합판 등으로 재료를 확장하며 즐거움을 준 놀이는 이후 그의 진로에 큰 영향을 미친다. 대학 진학을 위해 로스앤젤레스로 건너갔지만 화학공학 등 여러 전공을 전전하며 진로를 찾지 못하던 가운데, 예술에 대한 관심과 더불어 어린 시절 짓기 놀이의 추억이 떠오른 것이다. 그에 이끌려 남 캘리포니아 대학(USC)에서 건축을 전공한 뒤, 게리는 해체주의 건축(Deconstructivism) 영역에 발을 들인다.

모더니즘까지 지배적이던 원칙 '기능은 형태를 따른다(Form follows function)'로부터 의도적으로 거리를 두는 해체주의는 프랭크 게리의 손에서 여러 단계를 거쳐, 오늘날 특유의 폭발적이면서도 조각적이고 비대칭적인 형태와 휘고 겹치는 표면 및 공간, 그리고 그 모두를 감싸는 티타늄 표피로 자리 잡았다. 그러한 그만의 스타일이 처음으로 활짝 핀 건물이 바로 스페인 빌바오의 구겐하임 미술관(1997)이다. 공교롭게도 도시 맥락에서 자연스레 솟아오르는 건물의 형상이나 건물의 역할, 의미까지 달았으니, 건축가 자신마저 '꽃'이라 별명을 붙일 정도였다. 강렬한 랜드마크 성격으로 그의 건물은 이미 쇠락한 철강 및 항구 도시 빌바오를 관광 명소로 부활시켰고, 이런 현상을 두고 '빌바오 효과'라는 신조어가 생겼다.

빌바오 구겐하임 미술관은 꽃을 달았지만, 사실 프랭크 게리는 물고기를 가장 좋아한다. 그리고 그 형상을 현실화하기 위한 시도는 디지털 건축 디자인의 역사와도 맞물리는 구석이 있다. 특유의 형태를 디자인하



부풀어 오른 듯한 표피 내부에는 섬유 강화 콘크리트로 시공된 별도의 내부 공간이 존재한다.

던 초기에, 프랭크 게리의 사무실은 프랑스의 항공기 디자인 프로그램 카티아(CATIA: Computer Aided Three-dimensional Interactive Application)를 활용했다. 이제는 카티아를 바탕으로 자회사로 통해 독자 개발한 프로그램 디지털 프로젝트(Digital Project)를 쓰는데, 이는 디자인과 시공 사이의 간극을 줄여 지금껏 그에게 악명 높았던 공사비 초과를 막기 위한 노력의 일환이다.

꽃과 물고기에 이어, 프랭크 게리는 바람을 머금은 돛의 형태도 좋아한다. 항해를 향한 애정에서 가치를 친 이 형태 욕구가, 로스앤젤레스의 랜드마크인 디즈니 콘서트홀(2003)에서 한 번 건축으로 화한 뒤 이제 파리에도 돛을 내렸다. 오늘의 주인공, 루이 비통 재단 미술관이다. 이 건물은 그룹 LVMH는 물론, 회장 베르나르 아르노의 개인 소장 미술품의 보관 및 전시를 위한 공간이다. 부지는 파리 서쪽 끝 볼로뉴 숲의 아클리타시옹 공원. 파리 시장의 적극적인 권유와 19세기 온실, 공원에 자리 잡은 어린이 놀이동산 등에서 영감을 얻어 프랭크 게리가 선택한 이번 '돛'은 유리 재질이다.

한편 내부와 외부의 형태가 일치하는 덕분에 "그림 걸 벽이 없다"는 비판을 받던 빌바오 구겐하임의 전철을 밟지 않기 위해, 한껏 부풀어 오른 유리 표피 속에는 섬유 강화 콘크리트로 시공한 별도의 내부 공간이 존재한다. '빙산'이라는 별명이 붙은, 각기 다른 높이와 면적으로 다양한 작품의 전시가 가능한 갤러리 열한 군데가 자리한다.

프랭크 게리 특유의 디지털 디자인은 이 건물에서도 현실화의 열쇠다. 웹 기반 디자인 솔루션을 별도 제작, 400명에 이르는 대인원이 디자인 계획이며 시공 규칙 및 제한 사항 등을 공유하는 가운데 설계와 시공의 해법을 함께 찾았다. 또 건물의 표피를 책임지는 3600장의 유리 패널과 1만9000장의 콘크리트 패널은 전부 디자인 시뮬레이션을 거쳐 검증한 뒤, 공장에서 로봇으로 찍어내 만들었다.

루이 비통 재단 미술관은 미술을 기본으로 음악 연주며 뮤지컬 공연 또한 유치할 예정이다. 10월 28일 일반 공개되었으며, 55년 뒤 파리에 귀속될 예정이다. ♣

# 숲 속 같은 물속 세계 Planted Aquarium

애완견 콘테스트만 있는 게 아니다. 과연 이게 물속에 꾸며놓은 환경이 맞는지 어리둥절할 정도로 아름다운 수족관 콘테스트 입상작을 감상하자.

WORDS 안준하 PHOTOGRAPHS all4aquarium.ru

러시아에 '올4아쿠아리움(all4aquarium.ru)'이라는 사이트가 있다. 물고기와 파충류, 양서류, 곤충 등의 애완동물을 키우는 사육장 시설과 장비, 먹이를 판매하는 회사가 운영한다. 미국의 '아쿠아 포레스트 아쿠아리움(adana-usa.com)'도 유명하다. 수족관 장비나 물고기 밥을 해외 구매할 수도 있겠지만, 그보다는 수족관 콘테스트 정보를 구하고 도전해보라는 의미다. 예컨대 아시아 지역에서는 '인터네셔널 아쿠아틱 플랜츠 레이아웃 콘테스트(iapl.com)'라는 대회의 규모가 가장 크다. 대부분의 취미는 국제적인 커뮤니티가 있으니 같은 취미를 가진 사람이라면 웹 브라우저에 즐겨찾기를 해두시라고 권한다. 굳이 '당신도 도전하시라' 운운하지는 않겠다. 이런 대회의 수상작을 보는 것으로도 수족관 설계의 아이디어를 얻을 수 있을 테니. 유난히 아름다웠던 지난해의 '플랜티드 아쿠아리움 디자인 콘테스트'의 입상작을 소개하는 까닭이다. ▶



2. Change of Seasons  
Exhibitor Grigoriy Polishchuk(Ukraine) Aquarium Volume 275ℓ



6. A Drowned Forest  
Exhibitor Piotr Stoszek(Poland) Aquarium Volume 243ℓ



10. Windtalkers  
Exhibitor Vyacheslav Kryshchtopa(Ukraine) Aquarium Volume 320ℓ



3. Charm of Light  
Exhibitor Timucin Sage(Turkey) Aquarium Volume 270ℓ



7. Morning Forest  
Exhibitor Pavel Bautin(Russia) Aquarium Volume 400ℓ



8. Stepping Out into the Valley  
Exhibitor Zanda Sejane(Latvia) Aquarium Volume 243ℓ



11. Permanent Connection  
Exhibitor Mikolaj Weterle(Bydgoszcz, Poland) Aquarium Volume 325ℓ



1. Whisper of the Pines  
Exhibitor SerkanÇetinkol(Turkey) Aquarium Volume 150ℓ



4. Forest Lair  
Exhibitor Tibor Szecsei(Hungary) Aquarium Volume 117ℓ



9. Old Tree  
Exhibitor Pawel Iglewski(Poland) Aquarium Volume 243ℓ



5. Wild West  
Exhibitor Stjepan Erdeljć(Croatia) Aquarium Volume 160ℓ

# A Perfect Day for CEO Driver

아트라스BX 레이싱 팀의 조항우 선수가 CJ헬로모바일 슈퍼레이스 챔피언십 최상위 클래스인 슈퍼6000에서 종합 우승을 차지했다. 레이싱 팀 감독이자 드라이버, 기업 CEO로 분주한 그의 하루를 쫓았다.

WORDS 유정석 PHOTOGRAPHS 최민석 HAIR&MAKEUP 장해민

조항우(Steven Cho)  
로제타스톤 코리아 대표이사  
아트라스BX 레이싱 팀 감독 겸 드라이버



07:30 AM



07:42 AM



08:10 AM



09:30 AM



그는 모터스포츠에서 가장 치열한 동용문을 통과하고, 영어 교육에서 가장 치열한 시장에 도전한 승부사다.

## 07:30 AM | 경기도 일산

자택의 홈 오피스에서 하루를 시작. 미국 본사와의 화상회의가 예정된 날이다. 로제타스톤 코리아의 CEO 스티븐 조는 간밤에 새로 들어온 이메일이 있는지 체크한다. 요크셔테리어 페니가 들어와 들깨분다. “페니, 다운!” 강아지를 앉히고 다시 집중. 오늘 회의 어젠다에 대해 숙고하고, 그는 출근을 준비한다.

“태어난 지 60일 만에 부모님이 캐나다 에드먼턴으로 이주했습니다. 지금은 석유 개발 붐의 영향을 받았지만, 제가 10대 때만 해도 조용하고 한적한 동네였어요. 운전이 취미를 붙인 건 자연스러운 일이었죠. 레이스가 하고 싶어 1997년에 프랑스로 훌쩍 날아가 윈필드 레이싱 스쿨에 등록했습니다. 포물러 르노가 100% 후원하는 루키 드라이버 발탁 프로그램의 동용문이기도 하고, 엘프(ELF) 정도도 후원하는 곳이라서 카트 좀 뒀다는 전 세계 ‘꼬맹이’들이 몰려오는 곳이지요. 말이 ‘스쿨’이지, 교육보다는 경험과 기회를 제공할 뿐 실력을 못 보여주면 그냥 쫓아내는 것으로도 유명합니다.”

## 07:42 AM | 경기도 일산

워치 와인더를 열고 시계를 고른다. 가장 아끼는 시계—아버지가 물려준 오메가 시마스타—를 지난 스티븐의 손가락이 태그호이어 모나코 위에서 멈춘다. 스티븐은 이 사각형의 시계에 담긴 의미를 좋아한다. 중요한 회의 앞둔 오늘 같은 날 제격이다.

“저는 레이싱이란 걸 늦게 알았습니다. 열일곱 살에 처음 본 레이스가 1992년 F1 모나코 그랑프리였으니까요. 뒤따르던 만셀의 압박을 잘 막아내고 세나가 우승했죠. 박진감 넘치는 경기였고, 저는 레이스에 푹 빠졌습니다. 재미있는 인연은 그때 모나코에서 혼다 팀 엔지니어로 일하던 가토 히로시가 지금 아트라스BX 레이싱 팀의 엔지니어로 일하고 있다는 겁니다. 윈필드에 갔던 건 단순한 생각이었어요. 하키는 캐나다, 태권도는 한국, 레이싱은 유럽이잖아요. 자신감을 얻기 위해 ‘가장 치열한 곳으로 가보자’ 했던 거죠. 여기서 물먹으면 내가 (능력이) 안 되나 보다 판단할 수 있으니까요. 알은 담장을 살살 넘기보다는 처음부터 높은 담벽에 도전한 겁니다.”

## 08:10 AM | 서울 강변북로

스티븐은 아우디 A6와 아우디 SQ5를 아내와 공유한다. 오늘은 모처럼 포르쉐 911의 시동을 걸었다. 도로는 어느 때처럼 복잡하다. 그의 뇌내(腦內) 스위치는 서킷을 떠나면 즉시 ‘모범 운전자’ 모드에 맞춰진다. 그는 턴 시그널을 넣고 사이드미러를 예의 주시하며 신중하게 차로를 옮긴다.

“용기? 적극성? 모험심? 제겐 그런 성향이 있어요. 지금이라면 ‘기업가 정신’이라고 표현하겠죠. 레이스도 창업도 그런 성격 덕분에 시작했습니다. 창업도 자연스러웠습니다. 윈필드에서 신인상을 받고 캐나다로 돌아온 이듬해 은행에 불쑥 가서 대출을 받았어요. 그렇게 첫 사업을 시작하게 하이파이 오디오와 스피커를 만드는 회사였습니다. 브랜드는 서브컨셔스(Subconscious: 무의식)였죠. 뭐, 적어도 대출금은 다 갖고 ‘용돈 벌이’ 정도로는 운영했습니다. 레이스 하겠다고 한국에 오지 않았으면 어쩌면 지금쯤 서브컨셔스 사업을 계속하고 있을지도 모르겠네요.”

## 09:30 AM | 서울 역삼동

10분 후면 화상회의가 시작된다. 오늘 회의에는 미국 버지니아 주 알링턴에 위치한 로제타스톤 본사와 샌프란시스코·오스틴·서울 지사가 참여한다. 본사 임원이 퇴근을 미루고 회의에 참가할 만큼, 아니 애초부터 로제타스톤 코리아를 배려해 회의 시간을 조율할 만큼 중요한 일이다. 내년에 론칭할 주니어 리딩 제품을 위한 업데이트 진척 상황에 대한 회의다. 스티븐은 다시 한 번 머릿속으로 리허설을 한다.

“오늘 회의는 로제타스톤 신제품 출시를 앞두고 여러 지사가 협력해 서로 의견 교환과 경험 교류가 목적인데요. 로제타스톤은 영어 교육 콘텐츠 회사고, 우리의 신제품은 코어 소프트웨어를 온라인으로 교육할 수 있도록 가공한 것을 가리킵니다. 예를 들자면 어린이용 태블릿 PC다. 동화책의 부가 서비스로 제작한 번들도 포함됩니다. 로제타스톤 사업은 2006년에 창업했는데, 처음에는 단순한 교재 ‘리셀러’였지만 본사가 한국 시장에 관심을 갖고 투자 의사를 밝힌 끝에 제 회사를 인수하는 식으로 로제타스톤 코리아를 설립했습니다. 경영은 계속 제가 맡기로 했죠.”





회사를 경영하며  
깨우친 운영 시스템  
원리를 레이싱  
팀에 적용했다.  
컨센서스(합의)가  
중요하다.

10:50 AM | 서울 역삼동

1시간에 걸친 화상회의가 끝났다. 회의 결과는 만족스럽다. 오늘 회의를 통해 몇 가지 이슈를 해결했다. 또 다른 이슈에 관한 몇 가지 의사를 전달했다. 다시 한 번 체크하고, 더 알아봐야 할 이슈가 몇 가지 생겼다. 스티븐은 내년을 생각한다.

“비즈니스, 특히 창업은 레이스와 비슷한 면이 있어요. ‘감’이 중요하고 ‘센스’가 필요합니다. 몸으로 밀어붙이기도 하죠. 그렇게 시작해서 웬만큼 올라오면 곧 한계에 부딪치는데, 그때부터는 분석하고 조직하고 운영하는 ‘시스템’이 필요해진다는 점도 같습니다. 비즈니스와 레이스를 병행하면서 가장 즐거운 것은 일종의 시너지입니다. 각각의 회사에서 배우는 ‘모범 경영’ 사례를 공유하면서 전략과 운영 시스템을 빠르게 발전시켰다는 점입니다. 물론 지금까지 매끄럽게 승승장구한 것만은 아니죠. ‘바닥’을 친 적도 많았죠. 두 가지 일을 함께 하다 보니 정신없었던 때는 있었지만 괴로운 적은 없었습니다.”

11:05 AM | 서울 역삼동

본사와의 회의 결과를 공유하기 위해 스티븐은 주니어 리딩 제품 론칭 관련 스태프를 소집한다. 프로젝트 매니저는 지금껏 스티븐과의 합의—명령이 아니라—를 통해 설정한 방향으로 소신 있게 업무를 진행했다. 그의 자신감이 CEO를 미소 짓게 만든다. 스티븐은 해결된 이슈와 곧 도착할 데이터를 고지한다. 새로운 미션을 제시한다.

“저는 가능한 한 ‘컨센서스’를 도출하는 게 좋다고 생각합니다. 전략과 의사 결정은 최종적으로 CEO가 내리는 게 맞지만 실무 과정에서는 합의를 바탕으로 진행하려고 하죠. 비록 내 ‘감’이 맞다고 생각될 때도 한 번 더 타당성을 얻고 싶은 거죠. 그러기 위해 여러 가지 테스트도 거치는 거고, 그렇게 합의를 도출한 일에는 명령과는 다른 동기가 부여되는 법이니까요. 저는 ‘방향성을 추구’하는 편이지 시시콜콜 통제하고 컨펌하는 ‘마이크로 매니징’을 하지는 않습니다. 목표 달성을 중요시할 뿐 세부적으로 ‘어떤’ 길을 통해 도달했느냐를 따지는 편은 아닙니다. 내가 가면 이 길이 지름길이지만 다른 사람에게는 저 길이 더 짧을 수도 있습니다.”

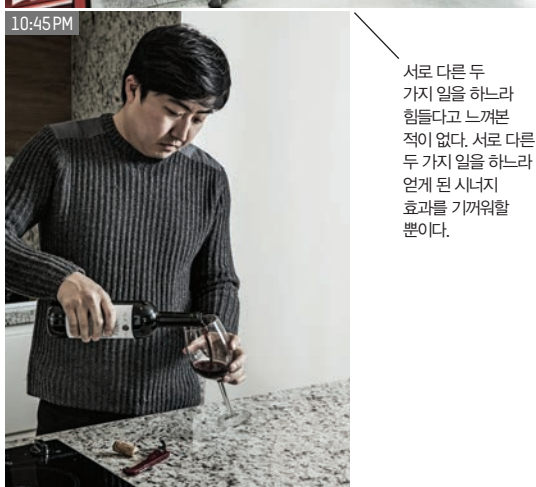
01:50 PM | 경기도 용인

스티븐은 아트라스BX 모터스포츠 개라지에 도착한다. 그의 뇌내 스위치는 로제타스톤의 CEO 스티븐에서 아트라스BX 레이싱 팀의 감독 조항우로 전환된다. 찰칵. 깔끔한 차고를 일별한 조항우는 이내 회의실로 들어선다. “레이스를 하고 싶어서 한국에 들어왔습니다. 2000년이었죠. SBS뉴스팀 팀의 드라이버로 프로 데뷔했습니다. 우승도 여러 번 했는데... 그리고 보니 제가 우승했을 때는 한국타이어가 메인 스폰서였거나 적어도 한국타이어를 끼우고 출전했거나 그랬군요. 저는 행운이라고 생각합니다. 강팀, 곧 스폰서십 운도 있었네요. 제 스타일은 처음에 ‘불’이었어요. ‘뚜껑’ 스타일이라는 얘기를 많이 들었죠. 요즘은 냉정한 스타일로 많이 바뀌었습니다. 특히 다른 사람들이 보기엔 파이팅, 다이나믹 이런 단어보다는 차분, 성실, 꾸준 이런 단어가 떠오르나 봐요. 레이스와 인생 경험이 쌓이면서 단점을 극복하고 개선하려는 의지가 작용한 거라고 자평합니다. 사실 저는 ‘불’이었던 시절에도 속으로는 ‘아이스’가 되고자 노력했거든요.”

02:10 PM | 경기도 용인

그는 3주 전 CJ헬로모바일 슈퍼6000 최종 레이스에서 포디엄의 가장 높은 자리에 올랐다. 2014년 시즌 종합 챔피언이 되었다. 2주 전의 회의에서 다음 시즌을 위한 개선 여지를 물었다. 오늘 조항우는 노트북을 열고 올 시즌 레이스 데이터를 불러낸다. 아트라스BX 레이싱 팀의 스태프들은 익숙한 눈치다. 그들은 각자의 영역에서 그동안 공리한 개선 방안을 제시하고 토의한다.

“아트라스BX가 설립한 아트라스BX 모터스포츠의 스태프는 15명입니다. 저는 드라이버 이전에 감독입니다. 비즈니스 매니징과 스폰서 전략도 제 몫이죠. 드라이버는 저 외에도 김중균 선수가 있죠. 저는 슈퍼6000 카테고리 처음 생긴 2008년에도 챔피언 자리에 올랐습니다. 그때도 1점 뒤지던 상황에서 결승전에서 2점 차로 우승하며 원년 챔피언십을 차지했는데, 올해도 똑같이 결승전에서 역전을 했네요. 그러니 몽클랄 수박에요. 그때와 지금이 가장 다른 점은, 제 자신의 기쁨과 만족감보다 아트라스BX와 한국타이어를 비롯해 든든하게 지원해주는 스폰서들에게 고맙고 뿌듯한 마음이 더 크다는 겁니다.”



서로 다른 두 가지 일을 하느라 힘들다고 느껴본 적이 없다. 서로 다른 두 가지 일을 하느라 얻게 된 시너지 효과를 기꺼워할 뿐이다.

03:20 PM | 경기도 용인

조항우가 드라이빙 슈트로 갈아입고 소매를 허리춤에 묶은 채로 나온다. 표정이 미묘하게 다르다. 드라이빙 슈트를 입은 이상 그는 감독이 아니라 드라이버다. 슈퍼6000 스톡 카의 새시 옆에 선 조항우는 자신이 몰 차의 드라이버로서 시트 포지션 변경에 대해 스태프와 의견을 나눈다. 더 낮게, 더 뒤로. 조정 방향 자체는 드라이버와 엔지니어의 의견이 일치한다. 다만 얼마나?

“아트라스BX 레이싱 팀의 전략과 목표는 ‘최고’입니다. 경기 성적만을 얘기하는 게 아니에요. 글로벌 모터스포츠 기준으로 팀의 운영 전체, 그러니까 소소하게 말하자면 개라지의 청결과 부품 정리를 포함한 디테일까지 선도적인 팀이 되고자 합니다. 레이싱 팀도 회사입니다. 간단히 말해 ‘가치’를 창출해야 하죠. 그러기 위해서는 운영 시스템의 선진화가 필수 과업입니다. 이미 아트라스BX 레이싱 팀을 국내 최고의 레이싱 팀으로 끌어올렸다고 자부하지만, 한편으로는 아직도 개선의 여지가 있기 때문에 만족하지는 못합니다. ‘완벽은 없다’는 게 제 생각이거든요. 언제나 좀 더 낮게 만들 구석이 있는 거죠.”

03:55 PM | 경기도 용인

거의 30여 분의 토론을 마치고 조항우는 오버울의 지퍼를 여린다. 외장까지 색은 경주차의 콕피트에 않는다. 여러 가지 두께의 패드를 준비한 스태프가 하나하나 바꿔 끼워준다. 스태프가 드라이버의 의견을 묻는다. 한번, 두 번, 세 번, 네 번... 아직 ‘감’이 오지 않는다.

“아트라스BX 레이싱 팀은 국내 어느 팀보다 앞서 있다고 자부하는 만큼 드라이버의 부담도 큼니다. 전문적인 운영 기술을 바탕으로 한 모터스포츠 시스템에 따라갈 수 있어야 하기 때문이죠. 그래서 저는 아트라스BX 레이싱 팀의 드라이버로 루키보다는 완성된 프로페셔널을 필요로 합니다. 물론 선수 개별적인 능력도 우수해야 하지만 기술적으로 차량의 성능을 향상시키거나 타이어 운용 전략 등의 팀 시스템 역량이 더 중요합니다. 그러한 시스템을 활용하기 위해 드라이버에게도 R&D 능력이 요구되는 겁니다.”

05:30 PM | 경기도 용인

스태프가 시트 포지션 결정값과 패드 스펙을 기록하는 사이 조항우는 드라이빙 슈트를 벗는다. 다음 단계는 페달 위치 조정이다. 스페셜 파트는 따로 가공 발주해야 하기 때문에 오늘 일정은 여기서 마쳐야 한다. 페달이 도착하면 주행 테스트까지 여러 번 거듭한 뒤에야 최종 변경값을 확정할 수 있다. 다시 아트라스BX 레이싱 팀의 감독이 된 조항우는 주행 테스트를 위해 셋업에 착수한 스태프들을 바라본다.

“현재 슈퍼6000 카테고리에는 실질적으로는 타이어 경쟁입니다. 그때그때 적합한 타이어를 개발하고 개량하고 테스트하는 능력이 필요하죠. 컴파운드에서부터 구조까지 모든 면에서, 그 결과를 적용하고 피드백을 통해 최적 성능의 타이어 개발 방향을 추구할 수 있어야 합니다. 슈퍼6000은 양산차가 아닌 전용 스톡카로서 세팅과 설정 피드백을 예민하게 느낄 수 있어야 하는데, 그걸 머릿속으로 정리해서 엔지니어와 머캐닉에게 전달할 줄도 알아야 하거든요. 재능과 경험 모두 필요하다는 얘기죠. 드라이버는 엔지니어의 ‘데이터’를. 엔지니어는 레이서의 ‘필’을 서로 많이 이해할수록 팀워크가 좋습니다.”

10:45 PM | 경기도 일산

클리어민지가 끝나잇 키스를 하고 엄마 품에 안겨 침실로 들어간다. 아파트 문을 통과하면 RFID 태그에 반응하는 센서처럼 그의 스위치는 ‘아빠’ 모드로 전환된다. 그를 반기는 세 살짜리 딸은 아빠가 로제타스톤의 CEO라서, 아트라스BX 레이싱 팀의 감독이어서, 챔피언 타이틀을 딴 드라이버라서 좋아하는 것이 아니다. 이유는 단 하나다. ‘아빠니까’. 조항우는 주방에서 와인을 한 잔 따른다. 조용한 거실에 앉아 TV와 DVD 플레이어를 켜다. 지난 상하이전 경기 장면을 노려본다. 그 경기에서 1위를 했지만 상하이 인터내셔널 서킷 1번 코너가 석연치 않다. 그림이 아직 남았는데도 너무 위축되지는 않았나 반성한다. 수십번째 같은 장면을 본다. 곱씹는다. 조항우는 이미 2015 시즌에 들어가 있다. ♣

# Documented Life

디지털 라이프스타일의 '끝판왕'은 한 인간의 삶을 요람에서 무덤까지 기록하는 게 아닐까?

WORDS 안준하 PHOTOGRAPHS GOPRO, NARRATIVE CLIP



1,2 고프로를 이용하면 코스에 집중하느라 제대로 즐기지 못한 경치를 나중에 감상할 수도 있고, 극단적인 앵글로 익스트림 스포츠를 기록할 수도 있다. 3 우수한 성능과 고화질 덕분에 고프로는 모터스포츠에서도 각광받고 있다. 아드라스BX 레이싱 팀도 경기 기록용으로 고프로를 사용한다. 4 티셔츠든 청바지 주머니든 배낭이든 달아놓으면 30초마다 한 장씩 하루 종일 사진을 찍어주는 내러티브 클립.

사람은 살면서 기억 대부분을 잊어버리며 살아간다. 안타까운 일이다. 또는 다행이라고 해야 할지도. 뇌 신경 활동에서부터 기억, 심리의 영역에 걸쳐 연구된 바에 따르면 사람은 어떤 기억을 머릿속에서 되살릴 때 그 내용을 편집하거나 조작하거나 뒤섞거나 발췌하곤 한다(의식적이든 무의식적이든). 이 사실은 대단한 연구를 들먹일 필요조차 없이 우리가 늘 겪는 일이다. 한편으로는 미처 알아채지 못한 채 지나가는 사건도 많다. 횡단보도 앞 교통사고에 정신이 팔린 나머지 연락처를 찾지 못해 전전긍긍하던 고등학교 동창과 어깨를 스치며 지나가기도 한다. 아무 생각 없이 마신 커피가 하루에 몇 잔이나 되는지, 한 달이면 또 1년이면 얼마나 많은 양일지 기억(또는 인식)조차 할 수 없다. 그러나 그걸 다 기억해야 할 필요가 있을까? 그렇지 않을 것이다. 그러한 불완전성은 인간이라는 동물의 모호한 정체성이기도 하고 자기 보호 기능이기도 하다.

무엇보다 인류는 스스로 할 수 없는 일을 하기 위해 꾸준히 대안을 마련해왔다. 자동차가 그렇고 비행기가 그렇고 전자레인지가 그렇고 컴퓨터가 그렇고 스마트폰이 그렇다. 기억과 기록이라는 측면에서 인류 역사상 처음으로 우리는 존재의 매 순간을 기록할 수 있게 됐다. 21세기의 인류는 이제 애매한 기억을 바탕으로 짐작할 필요가 없다. 영화 <라쇼몽>에 나오듯 서로 다른 기억을 두고 다툼 일도 없다. 누가 마지막 술을 다 마셨는지, 누가 먼저 사비를 걸었는지 궁금해할 필요가 없으며 내가 어제 처음으로 멋들어지게 성공한 드리프트의 추억을 모호하게 곱씹을 필요도 없다. 재생하기만 하면 된다. 이제 우리는 누구나 거대한 디지털 비디오 레코더의 삼각대가 될 수 있다. 과거의 일을 보려면, 기억 속의 정보를 꺼내야 한다면 그저 '되감기'만 하면 된다. 인생 전체를 늘 잊지 않을 수 있다. 이러한 경향이자 문화를 '라이프로그(Lifelog: 인생기록)'라고 한다. 라이프로그는 영화나 방송의 카메라로 찍은 것과는 다르다. 애초부터 개인의 기록을 위한 디지털 비디오다. 홈 무비에서부터 캠코더, 오늘날의 '폰카'가 있어왔지만 그것과도 다르다. 라이프로그는 잠깐 찍는 비디오가 아니라 연속적인 기록이다. 부분적인 라이프로그는 스포츠에서 먼저 시작됐다. '액션캠(ActionCam)'이라고 부르는 소형 디지털 카메라다. 이 분야의 원조이자 만형은 고프로(GoPro)다. 설립자 닉 우드맨은 호주에서 서핑을 즐기던 도중 바삭 들이던 앵글로 촬영할 수 있는 가벼운 웨어러블 카메라가 있었으면 했다. 그는 2004년에 최초의 액션캠을 판매했다. 고프로는 금세 육·해·공을 넘나드는 익스트림 스포츠의 동반자가 됐고, 지속적인 성능 개량과 화질 개선으로 오늘날 방송—특히 아웃도어와 수중과 공공 앵글을 위한 짝막한 비디오 클립—에서도 사용하는 표준 장비의 지위에 올랐다.



1 액션캠 시장을 열고 최강의 장비로 군림하고 있는 고프로는 최근 하이로4 시리즈를 출시했다. 블랙 에디션은 최대 4K 동영상을 30프레임으로 기록할 수 있는 막강 스펙을 자랑한다. 2 캠코더 시장에서의 영향력을 아웃도어로 확장하고자 하는 소니의 하이엔드 액션캠 HDR-AS100V. 3, 5 카메라 모듈은 충분히 작아졌으나 일상을 지속적으로 기록하기에는 배터리와 메모리의 문제가 남아 있다. 아직은 30초마다 한 장씩 사진을 찍는 내러티브 클립(3)이나 여러 가지 센서를 이용해 사진을 찍을 만한 순간인지 판단하는 오토그래퍼(5) 같은 스틸 기반의 라이프캠이 현실적이다. 4 룩시(Looxie)는 블루투스 이어셋처럼 생긴 라이프캠으로 관심을 끌었다. 지금은 카메라 자체보다는 클라우드 기반의 라이프로그 비디오 저장 및 관리 서비스를 제공하는 비드시(Video)로 사업의 중심을 옮겼다. 6 HTC는 스마트폰과 연동해 사용하는 예쁘고 단순한 카메라 Re를 출시했다.

카메라와 기록 장치의 소형화 및 저전력을 포함하는 디지털 기술의 발달은 일상 그 자체를 기록하는 진정한 라이프로그 캠코더를 출현시켰다. 고프로는 큐브 블록보다 작긴 하지만 아무래도 스포츠에 특화돼 있는 반면에, 새로운 개념의 일상용 '라이프캠(LifeCam)'은 목걸이처럼 걸거나 블루투스 이어셋처럼 귓가에 장착할 수 있도록 더 작고 더 가볍다. 자동차에 설치한 '블랙박스'가 운전 상황을 기록하는 특화형 기기라면 라이프캠은 매일 당신의 눈으로 보는 것과 같은 시야를 기록하는 장치다. 소형화를 위한 기술은 액션캠이든 블랙박스가든 라이프캠이든 같은 은혜를 입었지만 각각의 설계 목적은 애초부터 다르다.

라이프캠은 다이어리의 확장판에 비교할 수 있다. 라이프캠의 할아버지뻘이자 마이크로소프트 연구소의 이사인 고든 벨은 2009년 출간한 <토틸 리콜(Total Recall: How the E-Memory Revolution will Change Everything)>에서 이렇게 말했다. "법정 진술을 할 때, 연인이나 부부 사이에 싸움이 날 때 얼마나 큰 효과를 낼지 상상해보라. 짐수리가 제대로 됐는지, 세일즈맨이 약속을 지키는지, 애완견이 정말 학교 숙제를 먹었는지를 증명하기가 얼마나 쉬울지 상상해보라. 친한 친구와 어릴 때 나는 대화, 자녀가 어릴 때 말한 더없이 귀중한 수많은 말, 이런 것들이 모두 다 기록돼 있다면 얼마나 좋을지 생각해보라." 그는 세계 제일의 기록 광으로 유명하다. 모든 대화를 녹음하고 모든 위치를 GPS 데이터로 저장했으며 영수증과 메모뿐 아니라 새로 구입한 티셔츠의 로고까지도 모두 스캔했다. 30초마다 자동으로 사진을 찍는 센스캠—마이크로소프트 연구소가 개발했다—이라는 웨어러블 카메라를 목에 걸고 살았다. 확실히 그는 시대를 앞서갔다. 그가 인생 기록을 디지털 사진에 담기 시작했을 때는 아직 동영상까지 찍을 수 있는 초소형 캠코더가 없었지만, 지금이라면 구글 글라스를 쓰고 있을지도 모르겠다. 아직 액션캠 시장만큼은 되지 않지만 라이프캠 시장에 도전하는 벤처는 속속 등장하고 있다.

라이프캠에는 천반 논리가 팽팽하다(관심이 있는 사람들 한해서지만). 하지만 더도 말고 지난 수십 년을 돌이켜보건대 라이프캠은 곧 누구나 갖고 있는 표준 장비가 될 것이다. 지금까지는 집단으로서의 '인류'의 삶이 디지털로 기록되었다면, 앞으로는 개인으로서의 '인간'의 삶도 하드디스크나 메모리에 기록될 것이다. 이미 우리는 트위터와 페이스북에 감정과 인생 절반을 쏟아내고 있으니 말이다. **■**

# The Gadgeteer

## LIMITED EDITION

한정 수량 제품만이 리미티드 에디션이 아니다.  
손에 넣기 힘든 제품이나 서비스도 리미티드 에디션이다.

## LEICA X MONCLER

라이카 카메라 구입을 계획했던 사람이라면 아래 사진을 보자마자 매장으로 달려갈지도 모른다. 올해 출시된 컬래버레이션 제품 중 가장 마음을 설레게 하는 녀석이다. 몽클레르를 연상케 하는 고급스러운 패턴의 옷을 입은 기종은 라이카 X다. 500g도 되지 않는 콤팩트한 보디에는 1600만 화소 APS-C 이미지 센서가 탑재됐다. 오리지널 모델의 가격은 2295달러. 여기에 라이카 X가 입은 몽클레르의 값을 합하면 2950달러. 패딩을 입은 것치고는 가격 차이가 심하지 않은 듯. 덕분에 폭설이 와도 카메라가 동사할 걱정은 덜겠다. en.leica-camera.com



## MUSICMACHINE 2

설립자가 외계인이 아니라는 소문이 돌 정도로 매번 특이한 제품을 선보이는 MB&F. 이번 제품은 <스타트렉>에 등장하는 우주선 모양의 오르골 뮤직 머신이다. 복잡하고 희한하게 생긴 만큼 가격도 어마어마하다. 무려 2만3500달러. 다행히(?)도 딱 다섯 대만 생산했다는 것. 시계 집지 <호딩키>와 손잡고 리미티드 에디션으로 만들었다. 두 개의 우주선 꼬리에 달려 있는 재생 버튼을 누르면 <스타트렉>과 <스타워즈>의 사운드트랙과 레드 제플린, 롤링 스톤스, 클래시의 대표곡이 흘러나온다. www.mbandf.com



## MESOLOFT

가젯은 아니지만 일반적인 장례보다 독특한 서비스를 제공하는 곳이 있어 소개한다. 메소로프트사의 일명 '우주장'이라고도 불리는 이 서비스는 화장한 골분을 지구 상에서 가장 높은 곳에서 뿌려준다. 헬륨가스가 든 풍선에 뿔가루를 넣은 종이 봉투를 달아 띄워 보내는 것. 유족이 원하는 위치에 뿌리는 것도 가능하며, 풍선이 뜨고 뿌려지는 순간까지 영상으로 기록할 수도 있다. 헬륨 풍선이 올라가는 높이는 약 36km. 가격은 2800달러부터. mesoloft.com



## LUX NIKON KIT

당신의 예산은 적중했다. 니콘 DF보다는 물론 14-24, F2.8 렌즈까지 뒤따고 있는 번쩍이는 금속은 금이다. 그것도 24K 순금으로 두께는 약 4~5μm. 카메라 기능이 달라진 건 아니지만, 이 에디션은 단순히 부를 과시하기 위한 용도가 아니다. 이 카메라를 구입하기 위해 브릭에 지불해야 하는 금액은 4만1395달러. 그 수익은 NGO와 연계해 전 세계 고통받는 사람들을 위한 사회 공헌 활동에 쓰인다. 딱 77대만 생산. brikk.com



## REGAL R1

아이폰과 갤럭시를 놓고 누가 더 좋은지 싸우는 동안 바다 건너에서는 그레소가 메탈 보디 스마트폰 리갈 R1을 내놓았다. 요즘 유행하는 메탈 보디의 '골판양'으로, 항공기 등에 쓰이는 티타늄으로 만들어졌다. 외관을 제작하는 모든 과정은 장인의 손을 거친다. 티타늄을 연마하고 각각의 부품을 조립하는 것은 물론 뒷면에 새겨진 로고 또한 일일이 손으로 광택을 낸다. 재료와 제작 과정이 이렇다 보니 가격이 높아지는 건 당연한 일. 가격은 3000달러로 999개만 생산된다. 무게는 205g이며, 5인치 풀HD 디스플레이에 고릴라 글라스를 사용했다. 현재 그레소 홈페이지에서 예약 주문을 받고 있다. gresso.com

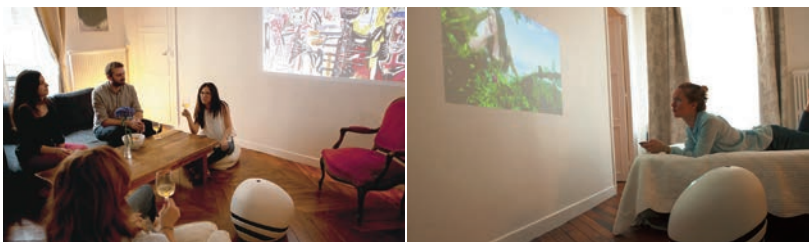


### EASY LIFE

작지만 번뜩이는 아이디어로 생활을 편리하게 해주는 가젯들.

### KEECKER

손바닥만 한 크기의 프로젝터가 이미 출시된 마당에 굳이 키커를 소개하는 이유는 파노라마 카메라 옵션과 스마트 시스템이 매력적이기 때문이다. 제작자는 키커를 홈 포드(Home Pod)라 부르는데, 집 안뿐만 아니라 집 밖에서도 무선 조종으로 사용할 수 있다. 즉 필요한 곳에서 원하는 영상을 언제나 즐길 수 있다는 얘기. 그뿐만 아니다. 움직임 감지, 온도와 이산화탄소 농도 체크 기능이 있어 애플리케이션을 통해 집 밖에서도 화재나 주거 침입 등의 상황을 신속히 대처할 수 있다. 게다가 스마트폰 애플리케이션으로 집 안 곳곳을 둘러보며 반려동물이나 아이들을 돌보는 것도 가능하다. 현재 구입하면 얼리버드 패키지로 50% 할인 가격인 2500달러만 지불하면 된다. 2015년 3월 출시 예정. Keecker.com



### AMPY

운동하며 전력까지 얻을 수 있는 일석이저 웨어러블 충전기다. 반나절이면 바닥을 보이는 스마트폰 배터리에 스트레스를 받는 현대인을 위한 발명품. 앰피의 설명에 따르면 1만 보를 걸으면 3시간 정도 스마트폰을 쓸 수 있다. 자전거 타기 1시간, 달리기 30분으로도 같은 양의 전력을 얻을 수 있다. 꼭 신체에 부착하지 않아도 가방이나 손에 쥐고 다니면 좀 더 편하다. 무게 140g, 사이즈는 여자들이 사용하는 콤팩트 수준이다. 1000mAh의 배터리 용량이 조금 아쉽긴 하지만 앰피를 충전하면서 스마트폰 충전까지 동시에 할 수 있다니 사용에 큰 불편은 없다. 95달러, 2015년 6월 출시 예정. Getampy.com



### JUSE

가방도 귀찮아서 최대한 적은 물건만 들고 다니는 사람에게서 보조 배터리도 부담이다. 그런 이들을 위한 스마트폰 케이스 주제를 소개한다. 충전 케이블도, 충전기도 필요 없다. 기존 케이스 대신 주제로 교체만 하면 된다. 갤럭시 S5와 갤럭시 노트4, 아이폰 5S와 아이폰 6, 6플러스까지 출시할 예정이다. 케이스에 솔라 패널이 내장돼 있어 사무실 형광등 아래에서도 충전 가능해 별도로 충전기에 꽂아놓을 필요 없다. 배터리 용량은 1550mAh. 110달러. 출시 예정일은 2015년 3월. Juse.it



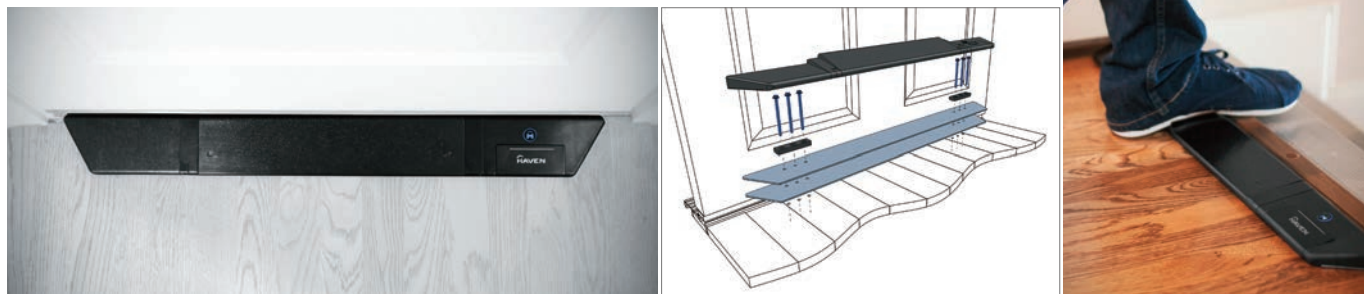
### SOCKET II, PULSE

미국의 사회적 기업 언차티드플레이에서 선보인 축구공 사켓2와 줄넘기 펄스는 제3세계 국가를 위해 제작한 아이디어 상품이다. 인프라가 구축되지 않은 마을의 부족한 전력을 충당하기 위해 만들어진 것. 15분간 공을 차면 약 3시간 정도 전구를 켤 수 있다. 전기를 공급받을 수 없는 바닷가나 도서, 산간 지역에서도 요긴하게 쓰인다. 사켓2는 99달러, 펄스는 129달러. unchartedplay.com



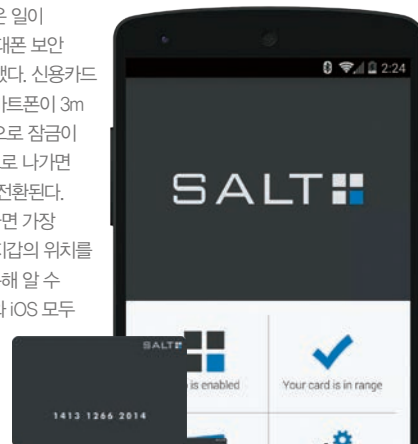
### HAVEN

발상의 전환이 낳은 또 다른 아이디어 제품. 잠금장치를 문 중간이 아닌 안쪽 하단에 설치하는 방식. 단순히 열쇠로 돌리면 열리는 잠금장치가 아니다. 문 안쪽 하단에 자리 잡은 방식이기 때문이다. 문이 닫히면서 문의 개폐를 조절한다. 스마트폰을 사용해 여닫을 수 있으며, 각종 웨어러블 기기를 열쇠 대신 사용할 수 있다. 문에 구멍을 뚫는 방식이 아니라 설치 및 이동도 간편하다. 문밖에서는 이 장치에 손댈 수 없으니 침입자가 문을 열려면 통째로 부숴야 한다. 한 가지 아쉬운 점은 문이 안쪽으로 열리는 구조에만 설치할 수 있다는 것. 2015년 8월 판매 예정이다. 269달러. havenlock.com



### SALT

정보의 홍수 속에서 사는 현대인들은 자신의 개인 정보가 그 속으로 흘러들어 간다는 것을 잊고 산다. 특히 수많은 개인 정보가 담긴 스마트폰은 보안을 철저히 해야 한다. 가장 좋은 방법은 주기적으로 비밀번호나 패턴을 바꿔주는 것인데 여간 귀찮은 일이 아니다. 그래서 휴대폰 보안 카드 솔트가 탄생했다. 신용카드 크기의 솔트는 스마트폰이 3m 안에 있으면 자동으로 잠금이 해제되고, 3m 밖으로 나가면 바로 잠금 상태로 전환된다. 지갑을 잃어버렸다면 가장 최근에 인식했던 지갑의 위치를 애플리케이션을 통해 알 수 있다. 안드로이드와 iOS 모두 사용 가능하며, 12월부터 배송 예정. 15달러. securesalt.com



### VOYCE

애완동물을 기르는 사람들은 한결같이 "우리 아이는 내 말을 다 알아들어요"라고 주장한다. 그만큼 애완동물과 대화를 하고 싶은 것이다. 특히 아픈 기색이라도 보이면 그 마음은 더욱 간절해진다. 코넬 대학 연구진과 동물 전문가가 그런 사람들을 위해 웨어러블 기기 보이스를 개발했다. 이름처럼 동물의 보이스를 들을 수 있다면 좋겠지만, 아직은 미래의 이야기인가 보다. 그 대신 이 기기를 이용해 애완동물을 좀 더 체계적이고 건강하게 키울 수 있다. 착용한 애완동물의 활동과 휴식 패턴, 열량 소모량, 심박수 그리고 호흡률을 측정하고 기록하며, 전용 애플리케이션으로 주변 사람들과 공유할 수 있다. 2015년 출시 예정. 홈페이지에 이메일을 등록하면 출시 일정 등의 자료를 보내준다. mydogsvoyce.com



SMART & SIMPLE

사람도 기계도 겉모습만 보고 판단하지 말 것  
심플한 디자인 뒤에는 똑똑한 기능들이 가득하다.

BLUESMART

그저 가볍고 튼튼하고 예쁘면 최고라고 생각했던 캐리어가 스마트하게 바뀌었다. 가장 먼저 눈에 띄는 기능은 스마트폰 애플리케이션을 이용한 잠금장치. 스마트폰과 일정 거리 이상 떨어지면 자동으로 잠긴다. 게다가 누군가 캐리어를 열려고 하면 경고 메시지가 발송된다. 분실 위험으로부터 안전하다. 캐리어의 최근 위치는 지속적으로 애플리케이션에 기록돼 잃어버리더라도 쉽게 찾을 수 있다. 자체 내장 배터리로 작동하는데, 배터리가 바닥나면 구입할 때 제공되는 열쇠를 이용해 열면 된다. 가격은 450달러, 2015년 7월 배송 예정. Bluesmart.com



MOTA SMARTRING

스마트 링은 이미 (유)에서도 몇 번 소개한 적이 있다. 그만큼 웨어러블 디바이스 중 스마트 링 시장이 뜨겁다는 증거. 이번에 소개할 제품은 웨어러블 디바이스 전문 업체 모타에서 선보인 스마트 링이다. 스마트폰과 연동해서 문자, 전화, 메일, 일정을 진동과 아이콘으로 알려준다. 스마트폰을 꺼내지 않더라도 터치스크린을 통해 일부 내용을 확인할 수도 있다. SNS와 연동하면 각종 알림을 받을 수 있다는 것도 장점. iOS와 안드로이드 두 가지 모두 지원한다. 생활 방수 기능은 기본. 출시 미정. mota.com



ARIST COFFEE MACHINE



저렴한(?) 가격으로 집 안에 바리스타를 들고 싶다면 아리스트 커피 머신을 눈여겨보자. 이 머신에는 전 세계에서 유명 바리스타 100명이 만든 1000여 개의 커피 레시피가 들어 있다. 사용자는 그저 스마트폰

애플리케이션을 구동시켜 입맛 당기는 커피를 선택하면 된다. 에스프레소와 아메리카노는 기본, 카푸치노와 라떼 등도 주문 가능. 재미있는 것은 클라우드에 전용 애플리케이션을 연결해놓으면 주인의 취향을 파악해 새로운 커피를 추천한다. 구입 시 제공되는 6개의 전용 컵은 바닥에 NFC 스티커를 부착해 컵만 올려놔도 일어서 미리 저장해둔 커피를 뽑아준다. 킥스타터를 통해 자금을 모으고 있는데 목표 금액을 넘어선 지 오래. ariscake.com

WRISTIFY

여름은 땀이 나서 싫고, 겨울은 추워서 싫다. 하지만 웨어러블 디바이스 리스티파이만 있으면 사계절을 다 사랑할 수 있을 것 같다. 기기가 찬 바람을 일으키거나 난로 역할을 하는 게 아니다. 피부에 전해지는 공기의 온도 및 습도를 분석해 뇌 시상하부에 전달한다. 즉 추울 땀 따뜻한 감각을 느끼도록, 더울 땀 추운 감각을 느끼도록 유도하는 것이다. 심리적으로 항상 쾌적한 상태를 유지할 수 있다. 아직 상용화 테스트를 진행하고 있지만, 발전 가능성이 높은 아이템. embriabs.com



SPECIAL VEHICLE

남자들은 바퀴의 유무와 상관없이 탈것의 영원한 노예다.

HENDO

탐사선을 해상에 착륙시키는 오늘날 호버보드의 공중부양이 신기하지 않을 수도 있겠다. 하지만 미국 캘리포니아의 한 벤처 기업이 개발한 헨도 호버보드를 타보면 생각이 달라질 것이다. 10대만 만들어진 호버보드는 이미 대당 1만 달러라는 높은 가격에도 예약 완료. 자기장을 생성하는 4개의 엔진은 당신을 지면에서 2.5cm가량 띄게 한다. 금속 재질의 코트에서만 우아하게 떠다닐 수 있지만 너무 실망하지 말자. 아직 개발 단계다. 출시 예정일은 2015년 10월. Hendohover.com



HOVER BIKE

호버보드와 바이크가 결합한 호버바이크. SF 영화에나 나올 법한 디자인이 남심을 뒤흔든다. 제품 시연 영상을 보며 갖고 싶다는 욕구는 더욱 강렬해진다. 현재 판매 중인 호버바이크는 실물 사이즈의 3분의 1인 드론이다. 테스트용으로 제작했는데 비행 성능이 만족스럽고 사람들의 관심이 뜨거워지자 판매하기로 결정한 것이다. 본체는 전용 가방에 넣어 휴대 가능하다. 무게는 2.2kg, 비행 속도는 시속 20km다. 가벼운 짐(1.5kg까지)을 실어 나르는 데도 요긴하게 쓰인다. 사람이 운전할 수 있는 사이즈의 호버바이크는 프로토타입으로 테스트 중이다. 1050파운드, hover-bike.com



RENOVOMOTORS COUPE

레노보모터스에서 '전기 자동차=느리다'라는 선입견을 확실하게 깨부숴 매끈한 차를 선보였다. 흔히 말하는 제로백(정지 상태에서 시속 100km까지 걸리는 시간)이 불과 3.4초. 최대 출력은 500마력—2014년형 포르쉐 911 카레라 S보다 100마력이나 앞선다—이다. 최고 속도는 시속 193km로, 살짝 아쉽다. 외관은 피터 브룩이 1960년대에 설계한 경주용 차량 '셀비 데이토나 CSX 9000'에서 따왔다. 탑재된 리튬이온 배터리를 완충하기 위해서는 보통 충전기로 5시간, DC 고속 충전기로 1시간 30분이 걸린다. 한 번 완충 시 약 160km를 달릴 수 있다. 52만9000달러에 예약을 받고 있으며 내년부터 공식 인도될 예정. renovomotors.com/the-coupe



SKULLY-AR1



바이커들이 필요로 했던 기능들만 쏙쏙 뽑아 담은 스컬리의 AR-1. 후방 카메라, 내비게이션, 핸즈프리, 뮤직 스트리밍 등 자동차 옵션 못지 않게 다양하다. 뛰어난 내구성과 탐나는 디자인은 라이더들의 지갑을 열게 만든다.

클라우드 펀딩에서 227만 달러를 달성하며 처음 목표 금액을 넘긴 지 오래. 제시된 제품은 약 1500달러로, 약간 부담이 될 수 있으나 옵션을 다시 한 번 천천히 살펴보면 이미 결제를 하고 있는 자신을 발견할 수 있을 것이다. 배송은 2015년 5~7월부터 시작될 예정. skullysystems.com



EXIT

### MiU 정기구독 안내

**창간한 지 만 1년, 시즌 2에 접어들 <유>의 다섯 번째 드라이브를 마친 독자 여러분께 감사의 인사를 드립니다.**

<유>는 독자 여러분께서 얼마나 만족하시는지, 개선되었으면 하는 내용이 있는지 무척 궁금합니다. <유> 편집부에 전하고 싶은 말씀이 있다면 아래 이메일을 통해 의견을 보내주십시오. 독자 여러분의 의견은 더욱 흥미진진한 내용을 담은 다음 호 <유>를 만드는 데 큰 도움이 될 것입니다.

다음 호 <유>를 받아보고 싶으시다면 정기구독을 신청해주시고, 특히 다른 사람이나 카페, 은행, 골프장, 리조트, 자동차 서비스 센터에서 잠깐 빌려 읽은 분이라면 정기구독을 신청해 자택이나 사무실에서 편안하게 받아보시기를 권합니다. 하이테크 라이프스타일 매거진 <유>는 정기구독을 원하시는 분께 매호 발송해드립니다. 한국어타이어의 사회공헌 활동의 일환으로 발행되는 <유>는 무료로 배포되며, 정기구독자에게 <유>를 보내드리는 비용 또한 무료입니다.

<유>와 함께 테크노마드 드라이브에 나서고자 하시는 독자께서는 아래 구독 신청 사이트에 접속해 정기구독을 신청해주시기 바랍니다. <유> 정기구독은 언제든지 신청 가능합니다.

정기구독 신청 접수 [miusurvey.com](http://miusurvey.com)  
 의견 및 문의 접수 [miu@kayamedia.com](mailto:miu@kayamedia.com)

### SUBSCRIPTION EVENT

2015년 2월 15일까지 신규 정기구독을 신청해주시는 분 가운데 두 명을 추첨해 마티니 스트라이프가 장식된 포르쉐 드라이버 셀렉션의 야구 모자와 마티니 레이싱 헬리 팀 가방을 보내드립니다.



**2014년 가을호(4호) 정기구독 이벤트 당첨자**  
 6인치 셰프 나이프와 가죽 칼집  
 김소형 서울 영등포구 여의동로  
 이주미 서울 서초구 잠원로

### LUCKY BREAK

지난 호 특별 이벤트 상품이 주인을 기다리고 있습니다. 뒤르부르크링에 가시면 티에르가르텐 호텔에 들러보십시오. 지하 레스토랑 천장을 사진으로 찍어 '양정호'라는 이름이 여전히 남아 있는지 또는 지워졌는지 확인 해주시는 처음 한 분께 <유>가 제공하는 기념품(지난 호에 소개된 파워업 2.0)을 보내 드립니다. 사진은 위 이메일 주소로 보내주시면 됩니다.



**HEAD OFFICE**  
 FASTOSO CO.,LTD 171, Seooreung-ro, Eunpyeong-gu, Seoul, Korea.  
 tel: +82-2-383-6203 / fax: +82-2-383-6489

**BRAND OFFICE**  
 LIBERCLASSY 2F, 173, Seooreung-ro, Eunpyeong-gu, Seoul, Korea.  
 tel: +82-2-3216-8686 / fax: +82-2-3216-8681

liberclassy  
 2014 FALL / WINTER COLLECTION  
**FASTOSO**

