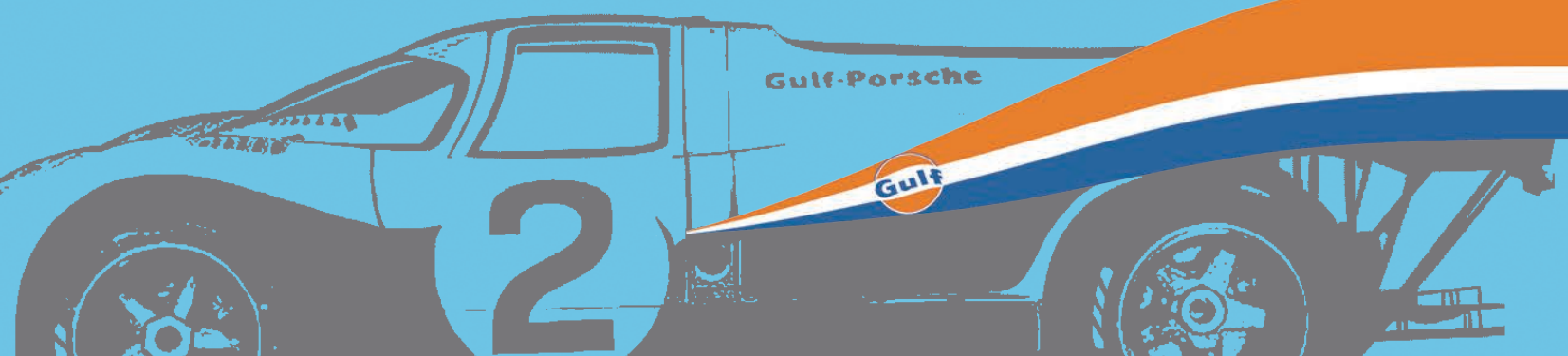




MIU 2015 | VOL. 06

TECHNOLOGY IN MOTION
MiU





Gulf Porsche 917K at 1971 BOAC 1000km of Brands Hatch.

©Rauner W. Schlegelmich/Getty Images

CREATE YOUR OWN COLOR

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

2015년 봄호 표지엔 산뜻한 파우더 블루를 입혔습니다. 연파랑 위에 칠해진 굵은 오렌지 스트라이프, 원가 떠오르는 게 있는 독자라면 모터스포츠 마니아의 자격이 충분합니다. 파우더 블루와 오렌지는 한 시절을 풍미한 골프 레이싱의 상징색입니다. 이런, 실례했습니다. 비록 모기업인 걸프 정유 회사는 인수합병을 통해 오늘날 그 이름이 사라졌지만 걸프 레이싱만큼은 여전히 살아 있습니다. '우리 가슴속에 영원히...' 운운하는 수사학이 아니라 여전히 활발하게 각종 레이싱에 참여하고 있습니다. 물론 걸프 레이싱이 우리 가슴속에 영원히 바래지 않을 색상을 각인해놓은 것도 사실입니다만, 스페셜 색선으로 마련한 걸프 레이싱 리버리를 감상한 다음에는 세계 최고의 투어링카 대회인 DTM의 이모저모를 둘러보시기 바랍니다. 특히 숫자로 보는 DTM 인포그래픽을 눈여겨보시면 오는 5월 1일 개막하는 2015년 시즌을 더욱 흥미롭게 관전할 수 있을 것입니다. 매년 1월 초에 남미의 사막을 질주하며 한 해의 모터스포츠 서막을 여는 다카르 랠리와,

레드불에서 영광의 순간을 한껏 만끽하고 올해부터는 페라리의 빨간 레이싱카를 타게 된 F1 드라이버 페텔의 이야기도 재미있었습니다. 이제 멋진 탈것을 구경할 차례입니다. 맥라렌 P1과 부가티 베이론, 한 대 한 대 주문 제작하는 사상 최고의 슈퍼카 브랜드 두 개를 소개합니다. 오늘날의 자동차 회사들은 모터쇼뿐만 아니라 가전 박람회에도 콘셉트카를 출품합니다. 올해 CES에서 관심을 끈 자동차 기술은 가까운 미래 우리의 생활을 좀 더 편리하게 만들어줄 것으로 기대합니다. 조금 더 먼 미래에 등장할 새로운 교통수단, 창조적인 벤처 CEO가 제안한 튜브형 캡슐 열차의 개념도 이해하실 수 있습니다. 소재공학 시리즈 두 번째로는 점점 다양한 분야의 제품에 널리 쓰이고 있는 탄소섬유에 대한 기사를 준비했습니다. 모터스포츠 모터브로 가장 유명한 시계, 남자를 위한 구두 이야기를 비롯해 간단하면서도 근사한 요리를 만들 수 있는 레시피 등 독자 여러분을 위한 라이프스타일도 안내합니다. 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



PAULSMITH.CO.KR



1985 | 2015
JN 30th Anniversary



JACK NICKLAUS



technology in motion

12

COVER
Eternal Colors
영원히 잊을 수 없는 색상, 고풍 레이싱의 파우더 블루와 오렌지는 여전히 싱그럽다.

18

The Machine Age
세계 최고 투어링카 대회 중 하나인 DTM의 이모저모.

24

Numbers of DTM

26

Racing Map

58

Black Diamond
더 강하고, 더 가벼운 것을 추구하는 인간의 욕망을 채워줄 카본파이버.

62

Size Does Matter

64

Duracell vs. Energizer

66

Shoes and Men

28

Vettel in Red

30

Far and Away Dakar

36

Super Hybrid
맥라렌 P1은 가공할 성능과 황당한 가격을 겸비한 부호들의 호기심 천국이다.

70

Evolution of an Idea
군인에게는 갑옷이, 운동선수에게는 언더머머가 필요하다

72

A Ton of Power
육체가 만들어내는 경이적인 위력을 살펴보자.

74

Science of Espresso

76

Truffle Pasta

78

The Innovator
노면 포스터를 한미디로 소개한다면 하이테크 건축가다

42

1220km per Hour
역만장자 사업가 엘론 머스크가 발표한 초고속 열차 아이디어.

44

The Best Brand
'슈퍼카의 제왕'이라는 타이틀은 아직 부가티 베이론의 몫이다.

48

Car of Future

50

Make Fun of Drive
차 안을 콘서트장으로 바꾸는 럭셔리한 고성능 카 오디오들.

52

Tiny but Fast
가속속에 스피드를 즐기고 싶은 남자라면 누구라도 빠질 수밖에 없는 RC카 세계.

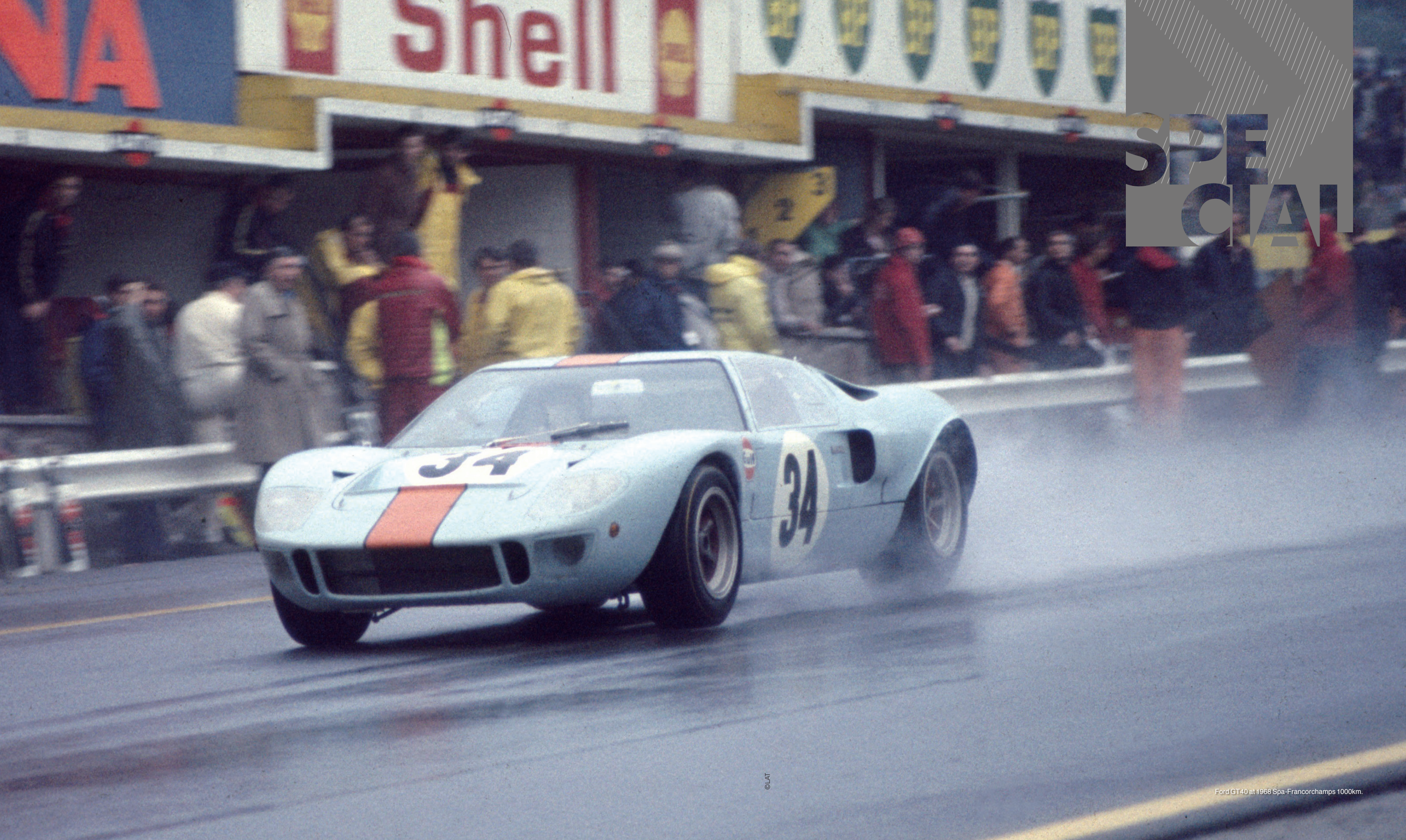
80

McQueen, Le Mans and Monaco

MASTHEAD
계간 (유) 2015년 봄호, 통권 6호 | 발행일 2014년 12월 10일 | 등록 번호 강남 바00137/2013년 11월 11일 등록 | 발행인 서승화 | 발행 한국타이에(주) | 서울시 강남구 테헤란로 133 | 담당 모리스포츠 이인혁 팀장, 김정은 차장, 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



SPECIAL

©LAT

Ford GT40 at 1968 Spa-Francorchamps 1000km.

Eternal Colors

어떤 분야에서든 영원히 잊을 수 없는 색상이 있다. 모터스포츠라면
걸프 레이싱의 파우더 블루와 오렌지다. 유래가 된 회사는 없어졌지만
그 이름만큼은, 아니 그 색깔만큼은 여전히 상심하다.

WORDS 박종재(FT 레이싱 코리아) 편집장
PHOTOGRAPHS 애스턴 마틴 코리아, newspress.co.uk, 포르쉐, 서터스톡, 게티이미지



걸프 레이싱은 빈티지 카
축제인 영국 굿우드 페스티벌의
단골손님이다. 1965년 르망
24시간에 출전했던 포드
GT40(위)과 당시 걸프 주유소를
재현한 모습(왼쪽).

모터스포츠 올드 팬들은 레이스카를 어떻게 기억할까? 거친 엔진 사운드? 아름답게 구부러진 라인으로 치장한 환상적인 보디워크? 아니다.
이렇게 생각해보면 쉽다. 첫사랑의 그녀를 떠올릴 때 가장 먼저 생각나는 것은 무엇인가? 그녀의 목소리? 아마 가장 빨리 잊어버렸을 것이다. 그녀의 늘씬한 보디라인? 자신의 감성이 더해져 더 부풀려졌거나 더 날씬한 모습으로 기억 속에 남아 있을 것이다. 하지만 어떤 색깔의 어떤 옷을 입었는지는 비교적 구체적으로 떠오른다. 휴가 나온 나를 차버리고 떠났을 때 무슨 옷을 입고 있었는지 거의 대부분 기억나는 것처럼 말이다. 물론 그녀의 향수 냄새가 더 뚜렷하게 기억될지도 모르겠지만, 대부분은 옷 혹은 정확하지 않더라도 컬러 정도는 기억날 것이다.
레이스카도 마찬가지다. 특히 이미 트랙을 떠난 지 오래된 히스토릭한 레이스카라면 더욱 그럴 것이다. 그들이 어떤 컬러였으며, 어떤 회사의 후원을 받았는지가 기억에 가장 선명하게 남아 있다는 뜻이다.
지난 호에 소개한 마티니 역시 그렇게 기억되는 것 중 하나라 할 수 있다. 강렬한 스트라이프와 지중해 태양을 상징하는 듯한 붉은색 원형 로고는 우아한 클래식 레이스카의 보디워크보다, 매콤하게 타 들어가 뿜어지는 휘발유와 오일의 냄새보다, 그리고 귀찮이 떨어질 것 같은 화끈한 사운드보다 더 강렬하게 기억에 남아 있다. 그래서 그들의 화려한 리버리(Livery)를 다시 윌리엄스 레이스카 위에 올렸을 때 많은 사람은 열광할 수밖에 없었다. 마치 오래전 헤어진 애인을 다시 만난 것처럼 말이다. 그 강렬함을 두고 사람들은 "감성 마력 30마력 충전"이라 말할 정도였다.
실제로 윌리엄스는 마티니와 만난 후 2014년 시즌에 실로 오랜만에 종합 3위를 차지하는 기염을 토했다. 물론 마티니 스트라이프가 윌리엄스의 FW36에 마력을 올려줬을 리 만무하지만, 어찌 되었건 성적이 그러했으니, 사람들은 마티니의 감성 마력이 전혀 사실 무근인 것만은 아니라고 여겼다.

©Cindy Stern

©Leo Mason



포르쉐의 1970년(위 왼쪽), 1971년(위 오른쪽) 포스터. 빈티지 레이스에 빠지지 않는 컬러가 파우더 블루와 오렌지다. 1980년대 BMW 3 시리즈(아래 왼쪽).



이러한 막강한 힘을 더해주는 파워 부스트팩(?) 스폰서는 마티니뿐만이 아니다. 이번에 소개할 왕년의 대형 스폰서 역시 마티니와 양대 산맥이라고 해도 좋을 정도로 올드 레이스카 팬의 뇌리에 강렬하게 박혀 있다. 파우더 블루와 오렌지 컬러로 조합된 걸프가 바로 그 주인공이다. 걸프는 올드 레이스카의 상징과도 같은 존재이며, 레이스 분야뿐만 아니라 클래식 모터 라이프의 아이콘으로 여겨지는 존재였다. 아는 사람들은 다 알고 있겠지만, 걸프는 미국의 정유 회사다. 그래서 어떤 의미에서는 마티니보다 더 레이스와 클래식 모터 라이프에 잘 어울리는 회사인지도 모른다. 자동차와 기름은 떼려야 뗄 수 없는 관계니까.

걸프는 모터레이싱에 모습을 드러낸 순간부터 아주 강렬한 인상을 남기기에 충분했다. 바로 포르쉐와 페라리를 모두 잠재웠던 포드 GT40과 함께였기 때문이다. 영국의 레이스카 엔지니어이자 팀 매니저였던 존 와이어는 포드의 GT40 프로그램을 진행했는데, 당시 포드는 원래 엔초 페라리와 함께 유럽으로 진출하려 했으나 고압적인 엔초의 태도에 실망하고 영국의 롤라, 존 와이어와 함께 하고자 했다. 이때 존 와이어는 자신의 오랜 스폰서였던 걸프를 끌어들이는 데 성공, 걸프 포드 GT40을 1964년 르망 24시간에 출전시켰다. 1966년부터 1969년까지 걸프의 옷을 입은 포드 GT40은 유럽의 맹호였던 포르쉐와 페라리를 차례로 때려눕히면서 르망을 평정하기에 이르렀다.

당시 포드 GT40에 칠해진 파우더 블루와 오렌지는 거만하기 짝이 없던 유럽의 모터스포츠 팬의 뇌리에 강렬한 인상을 남겼고, 포드에 일격을 당한 포르쉐는 1970년대에 들어 자신들의 새로운 프로토타입 스포츠카 917을 출전시키면서 마치 지금 우리가 이야기하는 감성 마력을 더하려는 것처럼, 걸프의 옷을 입기도 했다. 덕분에 포르쉐는 현재 클래식 레이스카를 상징하는 양대 산맥이라 불리는 마티니와 걸프를 모두 자신들의 917에 칠할 수 있었다.



©Drew Gibson

현재 애스턴 마틴과 공조 체제를 갖춘 걸프 레이싱 팀은 내구 레이스 위주로 경기를 펼쳐나가고 있다. 2009년 뉘르부르크링 1000km에 출전한 DBR1-2(위), 2014년 르망 24시간에 출전한 v8 벤티지 GT(왼쪽 페이지 오른쪽).

그리고 이러한 강렬함에 도취된 마초의 아이콘인 스티브 맥퀸은 급기야 자신이 본 강렬한 인상을 영상으로 남기고자 걸프의 컬러가 칠해진 레플리카 917을 만들고 영화를 제작하기에 이른다. 그렇게 제작된 영화가 바로 스티브 맥퀸의 <르망>이다. 지금도 스티브 맥퀸 하면 가장 먼저 떠오르는 장면이 바로 걸프의 로고와 스트라이프가 그려진 하얀색 레이싱 오버롤을 입고 있는 모습이다. 당시 그의 손목에 채워져 있던 태그호이어(당시는 호이어) 모나코가 최근에 복각되기도 했는데, 걸프의 로고와 스트라이프는 어김없이 들어 있었다. 스티브 맥퀸과 걸프 포르쉐를 기억하던 올드 모터스포츠 팬들은 당연히 자지러질 수밖에 없었다. 걸프와 포르쉐, 그리고 스티브 맥퀸과 르망. 거기에 모터스포츠의 성지인 모나코의 이름까지 더해졌으니 이견 지르지 않고는 견딜 수 없는 아이템이 아닌가? 뭐, 걸프가 이 정도라는 얘기도.

1960년대에 해상같이 등장해 1980년대까지 수많은 모터스포츠 팀과 레이스카의 스폰서가 되어주었던 걸프는 한때 미국 10대 정유사에 포함되기도 했지만, 1980년대를 끝으로 스탠더드 오일과 합병하며 잠시 팬들의 눈앞에서 사라진 적도 있었다. 비록 회사는 사라졌지만 그들의 오렌지 디스크 로고와 파우더 블루는 못 남성들의 뇌리와 가슴 깊숙한 곳에 박혀 있었고, 그래서 그들의 부활을 바라는 사람도 결코 적지 않았다.

그들이 다시 모터스포츠에 모습을 드러낸 것은 맥라렌 F1과 함께한 1995년과 1996년 르망 24시간에서였다. 비록 파우더 블루가 아닌 그보다 훨씬 짙은 블루였지만 모터스포츠 팬들이 기억하는 문명 그 오렌지 디스크가 틀림없었으며, 그들은 그렇게 부활했음을 세상에 알렸다.

안타깝게도 걸프의 오렌지 디스크 로고는 두 번의 대회를 치르고 사람들의 눈앞에서 사라졌다. 다시 몇 년 후, 걸프는 애스턴 마틴



©Thor Jørgen Udvang

©Phipps

과 함께 그들을 그토록 기다린 사람들의 갈증을 해소해주었다. 돌아온 걸프 레이싱을 본 나는 한 가지 기묘한 느낌을 받았다. 분명히 21세기의 모터스포츠, 그리고 21세기 애스턴 마틴의 프로토타입 레이싱카를 보고 있음에도 오직 걸프의 파우더 블루와 오렌지 디스크 로고가 있다는 사실 때문에 마치 클래식 모터스포츠를 보는 것 같았기 때문이다. 그만큼 걸프의 컬러와 로고는 클래식 모터스포츠의 아이콘이라는 반증일 것이다.

물론 지금의 걸프는 분명 과거 거대 정유사였던 걸프와는 조금 다른 형태다. 합병 후 다시 부활한 그들은 걸프라는 브랜드와 자신들의 연구소 일부만을 가지고 있는, 축소된 규모의 회사로 변모했기 때문이다. 그러나 사람들에게 그들의 사업 규모나 형태의 변화는 관심 밖이다. 오직 클래식 모터스포츠의 아이콘으로서, 강렬한 퍼포먼스를 뽐내던 현대의 명차를 더욱 빛내주는 스폰서로만 기억되고 있을 뿐이다. 그들은 모터스포츠 팀을 후원하며 자신들이 키워낸 브랜드에 영원불멸의 생명력을 불어넣은 것이다. 그래서 그들의 로고를 마치 신주단지 모시듯 소중히 벽에 걸어둔 사람도 많고, 그런 사람들의 갈증을 잘 알고 있는 영민한 회사들은 그들의 브랜드를 활용한 수많은 상품들을 쏟아냈다. 시계, 의자, 모델 카, 의류, 가방 등 걸프의 로고와 컬러가 담긴 수많은 상품은 당시의 강렬했던 모습을 회상하고자 하는 이들, 그리고 구전동화처럼 그들의 역사를 전해 들은 사람들을 통해 소비되었다.

이런 현상은 오렌지 디스크 로고와 걸프라는 브랜드에 대한 사람들의 감상은 전혀 달라지지 않았음을 뜻한다. 올해도 애스턴 마틴 GTE 레이싱카와 함께 WEC에 출전한 그들은 걸프를 기억하는 사람들을 다시금 열광하게 만들었으며, 나이가 그들을 기억하게 될 새로운 팬들을 양산했다. 앞으로도 걸프는 지금처럼 클래식 모터스포츠와 모터 라이프의 아이콘으로 계속 남아 있을 것이며, 잠시 사라진다 해도 사람들의 염원에 힘입어 기어코 다시 트랙으로 돌아오게 될 것이다. 어쩌면 125년 후 달 표면에서 레이스를 한다고 해도 걸프의 파우더 블루와 오렌지 디스크 로고는 어딘가에서 반드시 발견될 것이다. H

걸프 레이싱은 1970년대 F1 서킷에서도 화려한 색상을 뽐냈다. 1976년 오스트리아 GP에서 질주하고 있는 스쿠데리아 걸프 론디니 타이탈 007 레이싱카(위), 2012년 두바이에 모습을 드러낸 람보르기니 가야르도 LP600 걸프 리버리 레이싱카(맨 위).



©DTM

The Machine Age

인간의 경쟁심은 본능에 각인돼 있는 바, 보유한 장비가 고스란히 육체일 뿐이던 시절부터 우리는 각축을 벌여왔으니 기계문명과 하이테크 과학기술의 은혜를 입은 지금은 두말할 나위가 없다. 자동차 속도 경쟁의 단면 하나를 살펴보자.

WORDS 이수진(카라이프 편집위원) PHOTOGRAPHS 아우디, BMW, DTM, 메르세데스 벤츠, newspress.co.uk



1, 3 DTM에 출전하는 레이서들은 겉모습만 양산차와 흡사할 뿐 오로지 경주만을 위해 제작한 전혀 다른 차다. 일반 세단에는 아수나 다름없는 M4나 RS5도 DTM 머신 앞에서는 양이 된다. 2 지난해 네덜란드 잔트보르트 서킷에서 우승을 차지한 아우디 스포츠 팀 알트 스포츠라인의 드라이버 마티아스 엑스트렐. 4 DTM 레이서카가 양의 탈을 쓴 승냥이라는 증거물 목록 1호. 차 옆구리, 그러니까 운전석 도어 코드머리에 뿜린 거대한 구경의 배기구를 보시라. 5 증거물 2호. 메르세데스 벤츠 DTM 머신의 스티어링 휠.

Dr. Jekyll and Mr. Hyde

'양의 탈을 쓴 승냥이'라는 표현이 있다. 겉모습은 별다를 것 없는데 속에는 아수를 감쌌다는 의미로, 사람에게 사용한다면 인면수심(人面獸心)처럼 부정적인 의미가 된다. 자동차 세계에서는 전혀 다른 뜻으로 쓰이는데, 겉모습과 달리 엄청난 고성능을 숨긴 차를 뜻한다. BMW M3나 메르세데스 벤츠 C63 AMG, 아우디 RS4 등이 대표적인 양의 탈을 쓴 승냥이들. 일반 세단에 어울려 파츠 몇 개 덧붙인 것처럼 보이지만 어지간한 스포츠 쿠페들이 배를 신칭을 했다가는 본전도 찾지 못하는 몬스터들이다. 양의 탈을 쓴 승냥이들 중에서도 역사가 오랜 모델은 대부분 모터스포츠와 깊은 관계를 맺고 있다. 앞서 언급

한 독일 프리미엄 브랜드 3사의 고성능 차들은 DTM이라는 기름진 토양에서 태어나고 자란 모델이다.

양의 탈을 썼다는 표현은 도로 위에서 흔히 볼 수 있는 양산차가 베이스라는 뜻. 따라서 기본적으로 스톡카(Stock Car) 레이스로 분류되는 대표적인 경주들은 크건 작건 양산차 성능 향상과 밀접한 연관을 맺고 있다. 예를 들어 미국의 나스카(NASCAR), 유럽의 GT 레이스, 독일의 DTM, 호주의 V8 슈퍼카 등은 대부분 시판하는 자동차를 구입해 경주차로 개조하는 방식에서 시작되었다.

하지만 자동차의 진보와 스피드에 대한 욕구는 규정을 점점 변화시켰고, 일부 레이스는 도저히 양산차 경주라 부를 수 없는 수준까지 변질돼버렸다. 예를 들어 미국의 나스카는 강판 스페이스 프레임에 V8 엔진을 얹고 얇은 강판 보디를 씌워 제작한다. 앞부분 모양만 시판차를 그대로 흉내 냈을 뿐 사실상 순수한 경주차. 그럼에도 레이스 명칭은 여전히 나스카(National Stock Car Racing)다.

독일의 DTM도 이와 다르지 않다. 외형은 나스카에 비해 더 양산차풍이지만 독일 자동차 메이커들이 적극적으로 참여하는 만큼 기술 수준이 높고 하이테크 도입에도 적극적이다. 제작비 절감을 신경 쓰는 여느 레이서들과 달리 카본 복합소재가 널리 쓰이고, 아우디가 FR 머신을 따로 제작—아우디의 양산차는 기본적으로 FF 혹은 AWD—할 만큼 자유도도 높은 편. 현행 DTM 머신들은 겉모습은 BMW M4, 메르세데스 벤츠 C 쿠페, 아우디 RS5지만 일맹이는 전혀 다른 '완전' 경주차다.



1 1990년의 경기 장면. 맨 뒤에 있는 차를 알아본다면 '연식이 좀 되는' 독자다. 우리나라에서는 대우자동차 르망 레이서로 판매된 오펔 카데트(E) 3도어다. 2 오늘날 DTM은 한국타이어를 신고 뛴다.



Machine Timeline

얼핏 양산 쿠페처럼 보이는 현행 DTM 머신은 카본 모노코크와 스틸 롤케이지를 품고 있다. 구동계로 V8 4.0ℓ 엔진과 6단 세미AT를 조합해 뒷바퀴를 굴리는데, DTM 규정상 겹모습을 본 뜬 실제 양산차에 동일한 구동계가 없어도 상관 없다. 경주차를 위해 개발한 오리지널 메커니즘을 사용할 수 있다는 뜻이다. 양산차에서 가져오는 것은 지붕과 헤드램프 정도. DTM 머신은 개발비 절감을 위해 엔진 형태와 소재를 제한하고 있으며 ECU는 보쉬에서 공급받는다. 변속기와 타이어도 지정된 제품을 사용하는데, 타이어는 2011년부터 한국타이어가 공급하고 있다.

4.0ℓ 엔진의 최고 출력은 약 500마력, 차량의 최저 중량은 1110kg이다. 양산 슈퍼카와 비교해 그리 특별해 보이지 않는 수치다. 하지만 아마추어가 뛰어나봤자 프로의 세계는 '남사벽'인 것처럼, 현역 드라이버들의 설명에 따르면 성능 수준이 매우 높아 포물러 머신과 비슷한 수준이라고 한다. 게다가 2013년부터는 F1과 비슷한 DRS(Drag Reduction System)를 도입해 한층 치열한 추월전을 유도하고 있다. 누구 하나 중뿔 나게 될 수 없도록 엮치락뒤치락하는 재미도 있다. DTM은 상위권을 차지한 차종—해당 팀의 차량 한 대가 아닌 차종 전체—에 무게 추를 더하는 독특한 핸디캡 규정으로 한 메이커의 독주를 막고 치열한 배틀을 유도한다.

여명기 원래 양산차 기반이었던 DRM 시리즈가 1980년대 초 레이스카 규정으로 바뀌면서 갈 곳이 없어진 중소 팀들을 위해 DPM이라는 이름의 새로운 투어링카 레이싱이 만들어졌고, 2년 후 DTM으로 개명했다. 따라서 경주차는 양산차 기반의 그룹 A 규정을 따랐다. BMW 635와 포드 시에라, 볼보 240 터보 등이 활약했지만

BMW가 M3(E30)를 투입하면서 점차 메이커의 영향력이 강화되었다. 이어 메르세데스 벤츠가 190E 에보를 투입했고, 아우디의 V8 콰트로는 비가 많은 독일 날씨 덕분에 주가를 올렸다.

독일을 벗어나 세계로 10년 차를 맞은 1993년에는 이탈리아의 알파로메오가 워크스 머신을 투입했다. 이탈리아 레드로 무장한 사륜구동 알파로메오 155 V6 Ti는 쟁쟁한 독일세를 누르고 데뷔 연도 챔피언을 따냈다. 기세가 오른 DTM은 1995년부터 해외 경기(ITC)를 추가하더니 1996년에는 아예 시리즈 명을 ITC로 바꾸었지만 지나친 비용 증가와 관중 동원 실패로 결국 문을 닫고 말았다.

신 DTM 부활 2000년 부활한 새로운 DTM은 지나친 비용 증가가 부담이 되었다는 교훈을 되새기며 머신 규정을 개정했다. 우선 독일 국내로 시리즈를 구성하고 머신은 양산 쿠페 보디에 V8 뒷바퀴 굴림으로 통일. 메르세데스 벤츠 CLK와 오펔 아스트라 쿠페, 아우디 TT-R01 DTM 부활을 이끌었다. 2004년부터는 쿠페 보디 대신 4도어 세단 보디를 사용하도록 규정이 바뀌었다.

독일 워크스 3강 체제 2012년 DTM 최고 뉴스는 워니 워니 해도 BMW 워크스의 복귀였다. DTM과는 떼어놓고 생각할 수 없는 명차 M3를 보유하고 있는 BMW이기에 팬들의 관심이 더욱 클 수밖에 없었다. 이로서 BMW, 메르세데스 벤츠, 아우디 독일 3대 메이커의 워크스 대결이 다시 실현되었다. 다시 쿠페 보디로 규정이 바뀌면서 머신들 역시 BMW M3, 아우디 A5, 메르세데스 벤츠 C 쿠페로 외형이 전면 교체됐다. 또한 2000년 부활 후 처음으로 세미AT가 허용되고, 경기 중 주유가 금지되는 등 많은 변화가 있었다. 2013년 리어 워크도를 바꾸어 공기저항을 줄이는 DRS가 도입되었다.

3,4 BMW가 다시 무대에 오르기 전까지 2000~2011년 DTM의 패권은 아우디와 메르세데스 벤츠가 여섯 번씩 나눠 가졌다.



2012년 BMW의 복귀로 DTM은 더욱 흥미진진해졌다.

1990년 DTM 여명기의 BMW M3와 메르세데스 벤츠 190E 에보.



1993년 DTM에 입성하지만 시즌 챔피언을 차지한 알파로메오 155 V6 Ti.



Faces of DTM

스톡카나 투어링카 자체가 모터스포츠의 정점은 아니다. 따라서 대부분의 유망주 드라이버들이 처음부터 이곳을 종착점으로 꿈꾸지는 않는다. 하지만 포물러 주전 경쟁에서 물러나거나 은퇴한 드라이버까지 있기 때문에 DTM은 결코 만만한 클래스가 아니다. 덕분에 뜻밖한 새내기부터 거물급 스타까지 한자리에서 볼 수 있다는 것이 DTM이 가진 매력 중 하나다.

마이크 로켄펠러 F1 외에는 관심이 없는 사람에게는 낯선 이름이었지만 마이크 로켄펠러는 사실 스포츠카 레이싱 분야에서 높은 실력과 인기를 자랑하는 스타 드라이버다. 별명은 '로키'. 2013년 DTM 드라이버스 타이틀을 차지했을 뿐 아니라 르망 24시간(2010년)과 데이토나 24시간(2010년), 뉘르부르크링 24시간(2006년) 등 특히 내구 레이스에서 강세를 보였다.

마티아스 에크스트룀 2001년 DTM에 데뷔했고 2004년에 챔피언에 올랐지만, 사실 그의 이름을 세계적으로 알린 것은 시즌 오프 기간에 세계 각국 유명 선수들이 모여 실력을 겨루는 레이스 오브 챔피언스(ROC)였다. 2006년 당시 WRC 챔피언 타이틀을 3연패한 세바스티앵 뢰브를 물리치고 개인전 우승을 차지했기 때문이다. 2007년과 2009년 ROC에서는 미하엘 슈마허를 결승에서 누르고 다시 정상에 올랐다.

베르트 슈나이더 F1에서 변변치 않았던 베르트 슈나이더는 DTM으로 자리를 옮겨 최고 스타로 떠올랐다. 1995년 드라이버스 챔피언에 올랐고, 다시 부활한 DTM 첫해인 2000년과 이듬해, 2003년과 2006년에도 챔피언을 차지했다. 신구(新舊) DTM에서 모두 챔피언을 경험한 유일한 드라이버다.

폴 디 레스타 폴 디 레스타는 카트와 포물러 르노, F3라는 정식 코스를 밟았지만 제바스티안 페텔이라는 거물 라이벌이 있었다. 결국 그는 DTM으로 눈을 돌려 착실하게 실적을 쌓은 덕분에 2011년 F1 입성의 꿈을 이룰 수 있었다. 하지만 포스 인디아에서 별다른 활약을 하지 못하고 2014년 다시 DTM으로 복귀했다.

클라우스 루트비히 1988년 포드 시에라, 1992년 메르세데스 벤츠 190E 에보를 타고 드라이버스 챔피언을 차지했던 클라우스 루트비히는 DTM의 전신인 DRM 시절부터 활약한 고참 드라이버. DTM 이전에는 포르쉐를 몰고 르망 24시간을 제패하기도 했다. 1995년 은퇴했다가 2000년에 반짝 복귀해 시즌 3위를 기록하며 50세의 노익장을 과시했다.

브루노 스펡글러 유로 F3를 거쳐 2005년 DTM에 데뷔한 브루노 스펡글러는 F1 데뷔도 가능하다는 이야기가 있었지만 결국 폴 디 레스타에게



1 Mike Rockenfeller 2 Mattias Ekström
3 Bernd Schneider



6 Bruno Spengler 7 Hans-Joachim Stuck
8 Mika Häkkinen

기회를 빼앗기고 말았다. 심기일전한 스펡글러는 2012년 메르세데스에서 BMW 진영으로 이전, 멋지게 DTM 드라이버스 챔피언 타이틀을 따냈다.

한스 요하임 슈틱 전설적인 드라이버(한스 슈틱)를 할아버지로 둔 덕분에 어릴 때부터 엘리트 코스를 밟았고, 19세의 나이로 뉘르부르크링 24시간 레이스에서 자신의 첫 우승 기록을 남겼다. 1974년부터 6년간 참가한 F1에서는 두 번 포디엄에 오른 게 전부였지만 르망 24시간에서는 두 번 우승했고 DTM에서도 드라이버스 챔피언을 한번 차지했다.

미카 하키넨 얼음과 호수의 나라 핀란드에서는 극단적으로 미끄러운 도로 환경 덕분에인지 우수한 드라이버가 많이 배출되었다. 그중에서도 미카 하키넨은 첫손에 꼽히는 존재. 그 이유는 물론 F1 월드 챔피언 타이틀을 두 번(1998~1999년)이나 따냈기 때문이다. 미하엘 슈마허가 "최강의 적이자 가장 존경하는 드라이버"라 인정한 사람. 2002년 F1에서 은퇴한 후 2004년부터 메르세데스 벤츠 팀으로 DTM에 참전했다. 챔피언에는 오르지 못했지만 2007년 은퇴하기까지 3승을 챙겼다.

데이비드 콜사드 제바스티안 페텔이 F1 월드 챔피언 4승을 거두었던 레드불에 이적한 것이 2009년 데이비드 콜사드가 은퇴한 빈자리를 매우기 위해서였다. 콜사드는 머릿속에 스위치가 있는 것처럼 일단 분위기를 타면 엄청나게 빠르지만 성격이 안정적이지 못하다는 평을 받았는데, 2010년부터 3년간 참전한 DTM에서는 스위치가 켜지지 않았는지 성격이 좋지 못했다. 현재 BBC F1 중계 해설자로도 활약하고 있다.

발터 뢰 WRC 드라이버스 챔피언을 두 차례나 차지한 20세기 가장 위대한 랠리 드라이버. 1973년부터 1987년까지 무려 14년간 WRC에서 현역으로 활동했고, 현재는 포르쉐의 개발 드라이버로 노익장을 과시하며 수많은 사람들의 인기와 존경을 한 몸에 받는 스타 드라이버다. WRC 은퇴 후 아우디 DTM 팀에 합류했는데, 경주차 개발 테스트가 주된 임무였지만 종종 드라이버로 나서기도 했다.

랄프 슈마허 1997년 F1에 데뷔해 2007년까지 여섯 번의 우승을 따냈지만 자신의 이름보다는 미하엘 슈마허의 동생으로 더 유명하다. 2008년 DTM에 데뷔했고 2012 시즌을 마지막으로 은퇴했다. **▶**

4 Paul di Resta
5 Klaus Ludwig



9 David Coulthard
10 Walter Röhrl
11 Ralf Schumacher



Numbers of DTM

독일 프리미엄 삼총사가 자존심을 걸고 경쟁하는 DTM. 5월 1일 개막하는 2015 시즌을 위한 프리뷰 성격의 DTM 인포그래픽을 준비했다.

WORDS 박종제, 박승원 INFOGRAPHIC AIROMANTIC



2015 타이어 규격

Front: 300/680R18

립폭 11J, 내경 462mm, 외경 676mm, 폭 332mm, 무게 11.89kg

Rear: 320/710R18

립폭 12J, 내경 462mm, 외경 707mm, 폭 350mm, 무게 12.94kg

2015 경기당 허용 타이어

DTM 규정상 매 경기/차량당 허용되는 타이어는 7세트. 그중 1세트는 옵션 타이어다.



2015 경기 규모

18개 레이스, 8개 서킷(독일×12, 네덜란드×2, 오스트리아×2, 러시아×2)

2015 참가 차량



8 + 8 + 8 = 24 VEHICLES

BERND SCHNEIDER

5th WINNER

F1에 미하엘 슈마허, 르망에 톰 크리스텐센, WRC에 세바스티앵 뢰브가 있다면 DTM에는 베른트 슈나이더가 있다. 그는 다섯 번이나 시즌 챔피언에 올랐다.



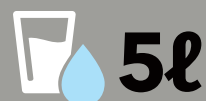
3set

한 시즌에 차량 한 대당 사용할 수 있는 브레이크 세트는 총 3개. 카본 디스크 및 카본 패드가기 때문에 가능하다.



550°C

DMT 차량의 280~50km/h 제동 시간은 4~5초. 이때 브레이크 패드는 섭씨 550도까지 차솟는다.



5ℓ

DTM 차량에 탑재된 브레이크 냉각용 물. 스티어링 휠의 버튼을 누르면 캘리퍼에 직접 물이 분사된다.

2014 타이어 총 사용량 1만6000개(경기용+테스트용)



13th



Mercedes-Benz

메르세데스 벤츠는 지금까지 13회의 시즌 챔피언과 170회의 경기 우승을 차지했다.

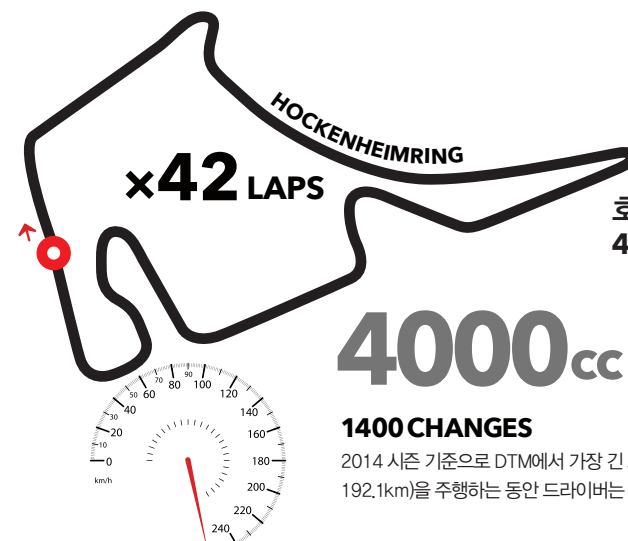
HANDICAP



DTM 경기 우승자는 다음 경기에 중량 핸디캡을 받는데, 2.5kg의 추를 차량에 탑재해야 한다.

17BRANDS

지금까지 DTM 서킷을 달린 자동차는 총 17개 브랜드다. 알파로메오, 아우디, 쉐보레, 피아트, 포드, 마쓰다, 메르세데스 벤츠, MG, 미쓰비시, 닛산, 오펜, 로버, 토요타, 폭스홀, 폭스바겐, 볼보.



x42 LAPS

2015 최장 vs 최단 서킷

호켄하임링 4.574km VS 노리스링 2.3km

4000cc

1400 CHANGES

2014 시즌 기준으로 DTM에서 가장 긴 코스인 호켄하임링 서킷의 길이는 4.574km로 42랩(총 192.1km)을 주행하는 동안 드라이버는 대략 1400번 기어 변속을 한다.



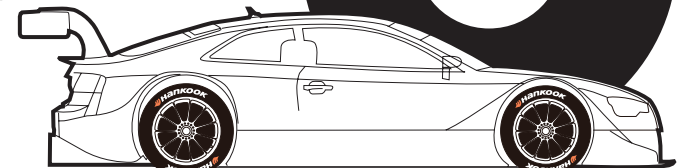
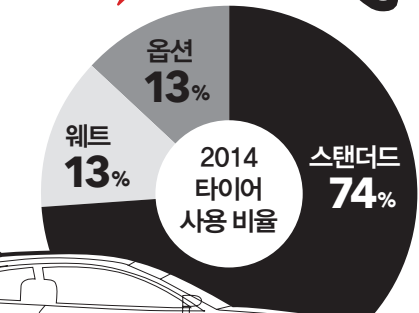
285km/h

DTM 차량의 서킷에서의 최고 속도. DRS(Drag Reduction System)를 사용하면 대략 7km/h 증가한다. 평균 속도는 서킷마다 다르지만, 서킷 전체를 통틀어 170km/h 정도.

DTM 규정상 타이어 1세트로 주행할 수 있는 최장 거리. 100km



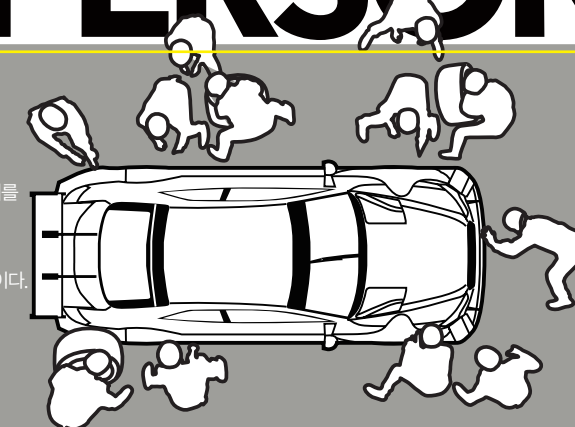
x83 LAPS



13 PERSONS

3 sec

DTM 피트 크루는 F1 다음으로 인원수가 많다. 구성은 휠의 너트를 풀고 조이는 사람(4), 타이어를 빼내는 사람(4), 새 타이어를 끼우는 사람(4), 그리고 에어잭으로 차량을 들어 올렸다가 내리는 사람(1)이다. 부서진 에어로파츠를 덕테이프 수리해야 할 때에는 이보다 좀 더 많은 인원이 달라붙는다.



DTM 피트 크루가 타이어를 교체하는 시간은 대략 2초 후반~3초대. F1 다음으로 피트 스톱 시간이 빠르다.

POINTS

DTM은 피니시 라인을 10위로 통과한 차량까지 점수를 얻을 수 있다. 1~10위에 주어지는 점수는 25-18-15-12-10-8-6-4-2-1점이다.

0.089sec

DTM 역사상 가장 근소한 차이의 우승. 1998년 호켄하임링에서 1·2위 차량이 피니시 라인을 거의 동시에 통과했다.



NÜRBURGRING 24H

레이싱에 관심이 없더라도 한번쯤은 들어봤을 닐르부르크링 24시. 말 그대로 24시간 동안 극심한 고저차로 녹색 지옥이라는 별명이 붙은 26km의 서킷을 달린다. 동시에 200대에 이르는 차가 동시에 주행하지만 완주하는 드라이버는 통상적으로 50~60%밖에 되지 않는다.

미정

DTM

DTM은 세계 3대 투어링카 경주 대회 중 하나로 탄탄한 기술력을 바탕으로 세계 자동차 시장에서 선전하고 있는 메르세데스 벤츠, 아우디, BMW가 동일 사양의 차로 승 막하는 레이스를 펼친다. 올해는 새로운 2014년형 BMW M4, AUDI RS5, DTM Mercedes AMG C-Coupe 세 대의 레이싱카로 자웅을 겨룬다.

- 1 Round 5월 1~3일 Hockenheimring Baden-Wurttemberg
- 2 Round 5월 29~31일 Lausitzring
- 3 Round 6월 26~28일 Norisring
- 4 Round 7월 10~12일 Circuit Park Zandvoort
- 5 Round 7월 31일~8월 2일 Spielberg
- 6 Round 8월 28~30일 Moscow Raceway
- 7 Round 9월 11~13일 Motorsport Arena Oschersleben
- 8 Round 9월 25~27일 Nürburgring
- 9 Round 12월 16~18일 Hockenheimring Baden-Wurttemberg

GT4 EUROPEAN SERIES

300마력의 장거리 고속 주행이 가능한 고성능 차로 참여할 수 있는 비교적 비용이 적게 드는 대회다. 하지만 FIA에서 공식적으로 인정하는 경기인 만큼 참가 선수들의 수준이 높다.

- 1 Round 4월 3~5일 Nogaro
- 2 Round 5월 22~24일 Zandvoort
- 3 Round 6월 5~7일 Red Bull Ring
- 4 Round 7월 10~11일 Spa-Francorchamps
- 5 Round 8월 14~16일 Nürburgring
- 6 Round 10월 2~4일 Misano

KOREA SPEED FESTIVAL

국내 유일 원메이크 대회다. 차의 성능에 따라 제네시스 쿠페, 벨로스터 터보, 이벤티 MD, 기아자동차 K3 Koup 네 개로 나뉜다. 일반인도 참가 자격만 갖추면 누구나 참여할 수 있다.

- 1 Round 4월 25~26일 영암 코리아 인터내셔널 서킷
- 2 Round 5월 23~24일 송도 스트리트 서킷
- 3 Round 6월 20~21일 미정
- 4 Round 7월 25~26일 미정
- 5 Round 9월 12~13일 미정
- 6 Round 10월 24~25일 영암 코리아 인터내셔널 서킷

CJ SUPERRACE CHAMPIONSHIP

한국 모터스포츠의 정통성을 잇는 대회. 국내는 물론 중국, 일본 등 아시아에서도 뜨거운 관심을 받고 있다. 다양한 이벤트와 야간 레이스 등 선수뿐 아니라 관중들도 볼거리, 즐길거리가 가득하다.

SuperRace

- 1 Round 4월 11~12일 영암 코리아 인터내셔널 서킷
- 2 Round 5월 23~24일 중국 광저우(슈퍼6000)
- 3 Round 6월 6~7일 중국 상하이(슈퍼6000)
- 4 Round 7월 18~19일 미정
- 5 Round 8월 1~2일 인제 스피디움
- 6 Round 8월 29~30일 일본 후지
- 7 Round 9월 19~20일 영암 코리아 인터내셔널 서킷
- 8 Round 10월 17~18일 영암 코리아 인터내셔널 서킷

Super Challenge

- 1 Round 4월 18~19일 인제 스피디움
- 2 Round 5월 23~24일 인제 스피디움
- 3 Round 6월 27~28일 영암 코리아 인터내셔널 서킷
- 4 Round 8월 1~2일 인제 스피디움
- 5 Round 9월 5~6일 인제 스피디움
- 6 Round 10월 3~4일 인제 스피디움

*GT, 슈퍼1600은 2, 3전 통합으로 5월 30~31일까지 인제 스피디움에서 진행.

FIA FORMULA 3 EUROPEAN CHAMPION

드라이버라면 누구나 꿈꾸는 무대 F1. 그 무대의 주인공이 되기 위해서는 유럽, 영국, 스페인 등에서 열리는 F3 대회 중 최고로 손꼽히는 FIA F3 유러피언 챔피언십의 높은 문턱을 넘어야 한다.

- 1 Round 4월 10~12일 Silverstone(WEC)
- 2 Round 5월 1~3일 Hockenheim(DTM)
- 3 Round 5월 15~17일 Pau(F3 GP)
- 4 Round 5월 29~31일 Monza(ACI)
- 5 Round 6월 19~21일 Spa-Francorchamps(ADAC GT Masters)
- 6 Round 6월 26~28일 Norisring(DTM)
- 7 Round 7월 10~12일 Zandvoort(DTM)
- 8 Round 7월 31~8월 2일 Spielberg(DTM)
- 9 Round 8월 28~30일 Moscow Raceway(DTM)
- 10 Round 9월 25~27일 Nürburgring(DTM)
- 11 Round 10월 16일~18일 Hockenheim(DTM)

Race Ready in 2015

서킷이 아직 조용하다. 얼마 남지 않은 첫 경기를 앞두고 선수들은 모든 준비를 마쳤을 것이다. 지난해 우승자들은 올해도 포디엄을 지킬 수 있을까? 어떤 경기가 펼쳐질지 벌써부터 설렌다.

WORDS 구본진 PHOTOGRAPHS 박남규

FORMULA DRIFT

포뮬러 D는 미국의 전문 드리프팅 대회로 결승점을 빠르게 통과해야 하는 여느 레이싱과는 사뭇 다른 방식으로 진행된다. 아슬아슬한 코스 위에서 드리프팅의 속도, 각도, 선회 등 연출력은 물론 드라이버의 예술성까지 평가된다.

Pro Championship

- 1 Round 4월 10~11일 Long Beach GP Street Course, Long Beach, CA
- 2 Round 5월 8~9일 Road Atlanta, Braselton, GA
- 3 Round 6월 5~6일 Orlando Speedworld, Orlando, FL
- 4 Round 6월 26~27일 Wall Speedway, Wall Township, NJ
- 5 Round 7월 24~25일 Evergreen Speedway, Monroe, WA
- 6 Round 8월 21~22일 Texas Motor Speedway, Fort Worth, TX
- 7 Round 10월 9~10일 Irwindale Speedway, Irwindale, CA

Other Schedules

Asia Championship
미정

WRC

WRC는 1973년에 시작된 세계에서 가장 도전적인 모터스포츠 대회다. 포장도로부터 비포장도로, 빙판길 등 달릴 수 있는 곳이라면 가리지 않는다. 11개월 동안 13개국을 돌며 각 경주로 얻은 점수를 합산해 우승자와 팀을 가린다.

- 3 ROUND 3월 5~8일 Rally Guanajuato Mexico
- 4 ROUND 4월 23~26일 Rally Argentina
- 5 ROUND 5월 21~24일 Vodafone Rally de Portugal
- 6 ROUND 6월 11~14일 Rally Italia Sardegna
- 7 ROUND 7월 2~5일 LOTOS 72nd Rally Poland
- 8 ROUND 7월 30일~8월 2일 Neste Oil Rally Finland
- 9 ROUND 8월 20~23일 ADAC Rallye Deutschland
- 10 ROUND 9월 10~13일 Coates Hire Rally Australia
- 11 ROUND 10월 1~4일 Rallye de France
- 12 ROUND 10월 22~25일 Rally RACC-Rally de Espana
- 13 ROUND 11월 12~15일 Wales Rally GB





©Philip Platzer

Vettel in Red

레드불이 키운 F1 루키. 레드불을 키운 챔피언 드라이버. 그런 그가 빨간 차로 돌아왔다. 페라리 팀으로 이적한 제바스티안 페텔 이야기.

WORDS 박종제 PHOTOGRAPHS 레드불 콘텐트풀, 서티스톡

남청색 레이싱카를 타고 수많은 기록을 수립했던 페텔은 3월 15일 호주 멜버른 그랑프리에서 처음으로 빨간색 레이싱카(맨 아래)를 타고 출전한다.



©Mark Thompson

페텔, 그는 알랭 프로스트와 동일한 챔피언 기록을 가진 드라이버이자 미하엘 슈마허 이후 가장 무서운 기세로 F1을 평정한 드라이버다. 다만 슈마허 시대의 '레전드 드라이버'와는 다른 느낌의 새로운 시대의 레전드 드라이버로 비쳐졌다. 그는 누구보다 맹렬한 기세로 F1을 지배했지만, 레이싱카에서 내려온 후에는 그야말로 평범한 20대 후반의 청년이었다. 가장 도도하고 오만할 것 같은 이미지를 가진 사람들이 바로 레이싱 드라이버다. 페텔은 오히려 가장 털털하고 친숙한, 그래서 챔피언 같지 않은 챔피언이었다. 2013년 인도에서 자신의 네 번째 챔피언십 타이틀을 결정지은 후 그는 떠들썩한 파티 현장이 아닌, 뿌연 먼지가 곱게 가라앉은 개러지로 향했다. 청바지 차림의 그는 머개닉들과 손이 시커멓게 변할 때까지 개러지에 남은 짐을 포장했다. 그는 그런 사람이었다. 그리고 그의 모습은 발랄하고 엉뚱하며, 젊고 다이내믹한 이미지의 레드불과 정확히 맞아떨어졌다. 레드불은 그를 프랜차이즈 스타로 육성하고자 어릴 때부터 막대한 투자를 진행했고, 그는 레드불의 노력에 부응해 주었다. 2014년 한 가지 과장한 소문이 나돌았다. 레드불의 모티홈에서 페텔이 눈물을 흘렸으며, 크리스티안 호너—레드불 레이싱 팀 대표—가 그를 달랬다는 소문이었다. 그 눈물의 의미를 두고 수많은 해석이 오갔는데, 그중 가장 허무하면서도 신빙성이 높았던 것이 바로 페텔이 마라넬로—페라리 본사 및 스쿠데리아 페라리 팀 소재지—로 옮긴다는 소문이었다. 영원히 레드불의 남청색 오버올을 입을 것 같았던, 아니 아예 목과 손목을 레드불의 레이싱 오버올과 함께 바느질해놓았을 것만 같았던 그가, 붉은색 페라리의 레이싱 오버올을 입는다는 것은 도저히 믿을 수 없는 일이었다. 하지만 소문은 정확했다. 레드불은 자신들의 영 드라이버 프로그램의 최고 성과였던 제바스티안 페텔과의 마지막 레이싱을 아쉬워하며 'Danke Seb'이라는 글자를 그의 개러지 바닥에 그려놓았다. 본인 입에서 '마라넬로' 또는 '페라리'라는 단어가 나오도록 유도하는 미디어의 짓궂은 질문에 페텔은 특유의 수줍어하는 듯한 미소를 띠며 그들이 원하는 답을 적어줬다. 정식으로 페라리 입단을 발표하면서 페텔은 자신

이 꿈꾸던 팀에 합류하게 되어 기쁘다는 이야기를 남겼다. 그렇다, 10명의 어린 레이싱 드라이버에게 가장 가고 싶은 팀이 어디냐고 물어보면 9명은 스쿠데리아 페라리라고 답한다. 제바스티안도 다르지 않았을 것이다. 하지만 여전히 사람들은 붉은색의 페라리에 오른 그의 모습을 쉽게 연상하지 못한다. 그만큼 레드불과 그의 이미지가 완벽히 밀착되어 있기 때문이며, 그것을 떼어내는 데까지는 제법 오랜 시간이 걸릴지도 모른다. 자신이 꿈꾸던 드림 팀으로 옮기는 페텔의 얼굴에는 미소가 가득했겠지만, 그의 두 어깨와 마음은 그 어느 때보다 무거웠을 것이다. 2014년 그는 디펜딩 챔피언으로서 가장 치욕적인 상황에 직면했다. 바로 팀메이트인 다니엘 리카르도에게 완벽하게 밀린 것이다. 레드불은 더 이상 페텔만의 팀이 아니었고, 팀의 절대 권좌에서 자신이 밀려났음을 느껴야 했으니 분명 치욕이라 생각했을 것이다. 그런 상태에서 그는 지난 시즌 컨스트럭터 4위에 그친 페라리로 향했다. 지금 페라리 내부에는 크고 작은 문제들이 산재해 있다. 그들은 몇 년째 페르난도 알론소가 세 번째 챔피언을 차지할 수 있는 레이싱카를 만들어주지 못했으며, 그 결과 수많은 인재를 내쫓아야만 했다. 티포시—페라리의 광적인 팬—들의 불만은 극에 달했고 페라리는 조롱의 대상이 되고 말았다. 페텔의 어깨가 무거울 수밖에 없다. 사람들은 퀴드러를 챔피언이 미하엘 슈마허처럼 스쿠데리아의 전성기를 되찾아 줄 것이라 기대하고 있으며, 이는 페라리 내부에서도 다르지 않을 것이다. 게다가 페라리는 결코 레드불처럼 프랜차이즈 스타를 용납하는 팀이 아니다. 철저한 팀 시스템을 강요하며, 팀 위에 드라이버는 없다. 이제 페텔은 붉은 옷을 입고 페라리맨으로서 첫 번째 레이스를 눈앞에 두고 있다. 그는 자신의 꿈을 이루었다. 하지만 그 꿈이 길몽일지 악몽일지 지금으로선 불확실하다. 붉은 옷을 입은 제바스티안 페텔의 두 번째 드라이버 커리어는 과연 어떤 결말을 맺게 될까??

레이싱카를 운전하지 않을 때의 페텔은 순박하고 환한 미소가 독립 시골의 목동을 연상케 한다.



©Mark Thompson



©Kiko Jimenez

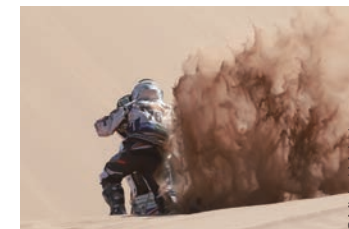
Far and Away Dakar

매년 모터스포츠 시즌의 서막을 여는 대회가 1월 초 개최되는 다카르 랠리다. 이름의 유래는 아프리카지만, 요즘은 남미에서 열리는 '지옥의 레이스'를 관전해보자.

WORDS 권규혁 PHOTOGRAPHS A.S.O.



© Benjamin Cremel



© Michel Mantru



© Fred Le Poch



© Florant Gooden

올해 다카르 랠리는 아르헨티나, 볼리비아, 칠레를 잇는 코스로 열렸다. 위에서부터 차례대로 KTM, 푸조, 카마즈 팀.

자기 나라에 대한 자부심에서는 아마 프랑스인들이 세계 최고일 것이다. 때로 이런 높은 자부심으로 인해 다른 나라나 문화를 업신여기는 경향도 있고, 매너도 저렴(?)한 사람들이 많아서 '유럽짱개'라는 비아냥을 듣기도 하지만, 일반적으로 미적 감각이나 모험심에서 프랑스인들이 상당히 앞서 있는 것도 사실이다.

기술린 자동차를 발명한 것은 독일이지만 이를 상품화하고 자동차 레이스를 시작한 것은 프랑스였다. 세계 최초의 공식적인 카레이스는 1894년 7월에 파리-루앙 사이의 50km 구간에서 열린 경주였다. 1907년 약 1만5000km에 달하는 북경-파리 장거리 레이스를 기획한 것도 프랑스인들이었다. 세계에서 가장 가혹한 레이스라고 할 수 있는 다카르 랠리도 프랑스인 티에리 사빈(Thierry Sabine)에 의해 창시되었다.

그는 아비장(코트다부아르 수도)-니스 구간에서 열린 랠리에 모터사이클로 출전했다가 니제르 인근의 사막 구간에서 길을 잃고 헤매던 경험을 되살려 장거리 사막 랠리 레이드를 기획하게 되었다. 첫 경기는 1978년 12월 파리에서 출발하여 항구도시인 세트에 집결하여 지중해를 건너 알제리를 통해 아프리카로 들어서 사하라 사막을 지나 세네갈의 수도 다카르까지 달리는 코스에서 펼쳐졌다. 첫 경기의 출전 차량은 182대(80대의 사륜차, 90대의 모터사이클, 12대의 트럭)였는데 이중 완주한 차량은 74대에 불과했다. 험준한 지형을 헤쳐나가는 도전과 모험, 극한 상황에서 인간과 기계의 한계까지 몰아붙이며 사력을 다해 주파하는 스피드, 사막이 주는 묘한 매력 등에 해가 갈수록 참가자들이 늘어나게 되었다.

초반에는 중간 기착지가 해마다 조금씩 바뀌기는 했어도 늘 파리에서 출발하여 다카르에 도착하는 코스에서 경주가 열렸으나 1992년 이후로는 출발지나 도착지가 변경되기도 했다. 도착지가 케이프타운이었던 적도 있고, 파리에서 다카르로



1, 2 사막이라고 모래 사막인 것만은 아니다. 칠레 이키케의 스테이지 7에서 토요타와 미니. 3 게임 또는 만화영화의 한 장면 같은 이베코 트럭의 주행 장면. 4 웃이며 얼굴, 안경에 덕지덕지 묻은 것은 흙탕이 아니라 선수들의 땀. 클한 투혼이다.

갔다 다시 파리로 돌아오는 코스도 있었다. 출발지가 스페인의 그라나다, 바르셀로나 또는 포르투갈의 리스본으로 변경된 적도 있었고 도착지가 이집트 카이로 인 적도 있었다.

2008년에는 대회를 앞두고 경기 코스가 지나는 모리타니 인근에서 테러가 발생하고, 사하라 사막 인근 국가들의 정국이 불안정해지면서 인명 피해를 우려한 프랑스 정부의 요청으로 대회가 취소되었고 그 이듬해부터는 남미 지역으로 개최지가 변경되었다. 주로 칠레와 아르헨티나를 중심으로 코스가 구성되기 때문에 더 이상 세네갈의 다카르와는 관련이 없어졌으나 다카르 랠리는 명칭은 계속 사용되고 있다.

다카르 랠리는 '지옥의 레이스' 또는 '죽음의 경기'라는 말이 무색하지 않게 사망자가 많이 나오는 대회이기도 하다. 첫 대회부터 사망 사고가 있었고 대회 창시자인 티에리 사빈도 1986년 대회에서 헬리콥터로 코스를 둘러보던 중 말리에서 모래폭풍에 휘말려 추락하면서 유명을 달리했다. 현재까지 다카르 랠리 관련 사망자 수는 69명에 달한다. 위험성뿐만 아니라 기아에 시달리는 아프리카를 첨단 경주차로 질주하는 데서 오는 위화감 조성 등으로 인해 교황청과 인권 단체, 프랑스 일부 정치인들로부터 대회 폐지를 요청받기도 했지만 다카르 랠리의 인기는 여전하다. 참가 부문은 모터사이클, 자동차, 트럭으로 나뉘었으나 2009년부터는 모터사이클에 속해 있던 쿼드(ATV)가 별도 부문으로 신설되었다. 다른 레이스와 마찬가지로 각 부문은 구동 방식이나 개조 범위에 따라 다시 클래스가 세분화되어 있다. 자동차 부문의 경우 처음에는 개인 참가자들이 대부분이었으나 대회 규모가 커지고 극한의 환경을 극복해낸 성능과 내구성을 어필할 수 있는 홍보 효과가 부각되면서 워크스 팀의 참가가 늘어나게 되었다.

포르쉐의 경우 1984년 파리-다카르 랠리에 맞게 911을 완전 개조한 953을 투입하여 우승을 거두었고 1986년에는 959를 출전시켜 또 우승했다. 원래 959는 연간 200대 이상 생산되는 차를 바탕으로 한 랠리카가 출전하는 WRC 그룹 B에 투입하기 위하여 개발되었으나, 시판 직전 해당 클래스가 폐지되자 다카르 랠리에 투입된 경우였다. 1980년대 후반부터는 푸조가, 그 이후로는 시트로엥이 여러 번



5 사육구동 르노의 지붕까지 뿜아 올린 공기흡입구가 주행 환경의 험악함을 입증한다. 6, 7. 우유니 사막 코스였던 스테이지 8의 바이크/쿼드 부문 랠리는 날씨 문제로 전체 코스(784km) 중 378km만 진행됐다. 8 쿼드(ATV) 부문은 2009년 모터사이클 부문에서 독립했다.

우승을 차지했고, 2001년부터 2007년까지는 미쓰비시 파제로가 우승을 놓치지 않았다.

남미로 개최지가 바뀐 이후로 폭스바겐에 이어 2012년부터는 미니가 자동차 부문에서 종합우승을 거두고 있다. 모터사이클 부문에서는 KTM이 2001년부터 한번도 우승을 놓치지 않았으며, 트럭 부문에서는 러시아의 카마즈가 2000년 이후 세 번을 제외하고는 항상 1위에 올랐다.

지난 1월 열린 올해 다카르 랠리의 자동차 부문 우승자는 레드불 미니 ALL4 팀의 나세르 알 아티야·매튜 바우멜이었다. 카타르 출신의 나세르 알 아티야는 2012년 런던 올림픽 사격 스키트에서 동메달을 딴 이력을 가지고 있다. 모터사이클 부문에서는 KTM 450 랠리를 타고 출전한 마크 코마가 다섯 번째 우승을 거머쥐었다. 카미옹(트럭) 부문에서는 카마즈가, 쿼드 부문에서는 아마하가 1위에 올랐다. 한편 올해는 스페인 업체인 아시오나에서 전기자동차를 출전시켜 관심을 모았다. 아시오나 전기 랠리카는 스테이지 3에서 체크 포인트 이탈로 실격했지만, 전기자동차의 성능과 가능성을 보여주었다.

다카르 랠리는 우리나라와도 인연이 많다. 다카르 랠리가 우리나라에도 알려지게 된 것은 1987년 최중림이 대회에 참여하면서부터다. 그 이듬해인 1988년은 서울 올림픽으로 기억되는 해이기도 하지만, 국산차가 메이커 차원에서 국제 경기에 참가한 첫해였다. 그 무렵 기아자동차는 계열사인 아시아자동차에서 생산하는 군용 지프인 K-111의 민수용 시판 모델을 준비하고 있었는데, 당시 사육구동 차는 쌍용(또는 전신인 동아, 거화) 코란도가 확고한 지위를 다지고 있던 시기였다. 크기가 작은 K-111-나중에 록스타라는 이름으로 시판-은 4WD다운 강한 이미지를 심어줄 필요가 있었다.

기아자동차는 K-111 민수용 버전의 홍보와 개발 참고를 위해 1988년 파리-다카르 랠리에 출전하게 되었다. '랜드마스터'라는 이름으로 투입된 두 대의 K-111은 모두 경기에서는 탈락했으나, 그중 한 대는 남은 코스를 비공식적으로 완주했다. 아주자동차대학 박정용 교수가 당시 드라이버 중 한 명이었다. 1988년 파리-다카르 랠리는 방송 다큐멘터리를 통해 국내에 크게 알려졌으며, 국산차의 해외



©Michel Mandru



©Michel Mandru

1,4 다카르 랠리를 기획한 티에리 사빈 또한 모터사이클 사막 랠리 출전자였다. 2 자동차/트럭 부문에서는 버기도 출전한다. 3 차량에 문제가 생겨 위상전화로 통화하며 응급수리를 시도하는 선수들. 5 한 쪽의 그림 같은, 그러나 치열한 경쟁의 순간.

모터스포츠 진출이라는 점에서 의미가 컸다. 1993년에는 기아자동차가 출시를 앞두고 있던 스포티지 두 대를 투입했으나 모두 중도에 탈락했다. 한 대는 고장이었고 다른 한 대는 선두차보다 72시간 이상 뒤처진 차는 실격된다는 규정 때문이었다. 시간 관계로 탈락한 스포티지는 비공식적으로 코스를 완주했다.

이듬해인 1994년, 쌍용자동차는 이탈리아의 드라이버이자 튜너인 자야코모 비스마라와 손을 잡고 다카르 랠리에 코란도 웨이퍼를 투입하여 T3 클래스 5위, 종합 8위에 오르며 국산차의 위상을 높였다. 별다른 기대를 하지 않고 투입한 코란도 웨이퍼의 선전에 고무된 쌍용은 이듬해 무쏘를 투입하여 또다시 종합 8위에 올랐다. 비스마라는 파라-다카르 랠리에서 메르세데스 유니모그와 랜드로버로 여러 번 출전했고 우승 경력도 가지고 있는 드라이버였다. 비스마라가 튜닝한 쌍용차들은 완전 개조 부문이었는데, 외관의 일부만 쌍용차였고 새시와 파워트레인은 비스마라가 친숙한 랜드로버와 쌍용의 제휴 선인 벤츠에서 가져온 것을 조합했다.

1996년 비스마라는 쌍용에게 또 한 번 종합 8위의 성적을 안겨주었다. 이때 김한봉 선수가 한국인 드라이버 최초로 대회 완주와 함께 부분 개조인 T2 부문 9위에 올랐다. 김한봉 선수가 탄 차는 3.2ℓ 기술린 엔진을 탑재한 무쏘였다. 1997년 쌍용자동차는 대회 규정 변화와 함께 비스마라가 기술적인 데이터를 제공하지 않는 등 협조가 잘 이루어지지 않자 직접 경주차를 개발하여 출전했으나 리타이어했다. 쌍용은 대우자동차와의 합병, IMF 등으로 인해 더 이상 모터스포츠에 출전할 여력을 잃고 말았다. 그 후로 우리나라 메이커의 해외 법인이나 딜러 또는 개인 출전자가 한국 차로 다카르 랠리에 출전했다.

다카르 랠리는 다큐멘터리로 두 번 방송되었고 만화 <아스팔트 사나이>에서도 주요 소재로 등장하여 우리나라 모터스포츠 팬들에게도 잘 알려진 레이스다. 거기에 작년 <무한도전>에서 다카르 랠리 출전을 선언하며 그 준비 과정으로 '스피드 레이스' 편을 진행하기도 했다. 그러나 죽음의 레이스답게 올해 대회에서도 사망자가 나왔을 만큼 실제 출전자와 방송 스태프들이 목숨을 걸어야 하는 일기에 <무한도전>이 출전할 수 있을지 여부는 두고 보아야 할 것이다. 우리나라 자동차 메이커가 처음으로 공식 출전한 레이스, 그리고 험난한 여정을 헤쳐나가야 하는 장거리 랠리가 주는 로망은 꼭 <무한도전>이 아니더라도 다시금 한국인 드라이버나 한국 자동차 업체의 출전을 기대하게 만든다. ♣



©Frederic Le Floch



©Eric Vaigolier



©Florent Gooden



STEER

©Bugatti

①역사는 돌고 돈다. 자동차도 그렇다. 여명기엔 오너 주문에 따라 손으로 두드리고 자르고 꺾매 만들었다. 20세기 초, 포드 모델 T가 패러다임을 바꿨다. 컨베이어 시스템을 적용해 대량생산의 물꼬를 텄다. 심지어 더 빨리 많이 만들려고 검은색만 칠했다. 100년이 지나 자동차가 흔해진 지금, 역설적으로 소량 맞춤 생산이 주목받고 있다. 희소성 때문이다.

②자동차 기술 역시 마찬가지. 전기차가 좋은 예다. 1880년대 처음 나온 이후 20세기 초까지 전성기를 누렸다. 내연기관(엔진) 자동차 보다 먼저 나왔고 한뼨 더 흔했다. 오늘날 상황은 반복되고 있다. 업체별 평균 이산화탄소 배출량 규제, 성능을 획기적으로 높이기 어려워진 기존 엔진 기술의 장벽을 뚫기 위한 해법으로, 자동차업계는 전기심장을 주목하고 있다.

최근 ①과 ②를 관통하는 차가 부호들의 호기심을 자극하고 있다. 엔진과 전기모터를 엮어 황당한 파워와 연비를 내는 슈퍼스포츠카다. 적은 수요를 최대한 포장하기 위해 한정판은 기본. 개발비를 회수해야 하니 가격은 까마득히 높다. 현재 이 시장에서 페라리 라 페라리, 포르쉐 918 스파이더, 맥라렌 P1이 트로이카로 손꼽힌다. 공교롭게 다들 2013년에 나왔다.

이번 호에 소개할 주인공은 맥라렌 P1이다. 영국의 맥라렌 오토모티브가 개발하고 생산한다. 맥라렌은 2012년 파리 모터쇼에서 P1을 콘셉트카로 선보였다. 출고는 이듬해 10월부터 시작했다. P1은 지갑만 뺄뻑해선 살 수 없다. 375대 한정판인 까닭이다. 그나마도 출고 시작 한 달 만에 '완판'되었다.



Super Hybrid

P1은 영국의 자동차 회사 맥라렌이 자존심을 걸고 만든 하이브리드 슈퍼카다. 가공할 성능과 황당한 가격, 기발한 기술에 희소성까지 겸비한 부호들의 호기심 천국이다.

WORDS 김기범(로드테스트 편집장) PHOTOGRAPHS 맥라렌 오토모티브

맥라렌의 뿌리는 1963년 뉴질랜드 출신 브루스 맥라렌이 세운 레이싱 팀이다. 지금은 맥라렌 테크놀로지 그룹이 레이싱·오토모티브·일렉트로닉스·테크놀로지 센터 등의 자회사를 거느린 형태다. 1985년부터 론 데니스가 이끌고 있다. P1을 만든 맥라렌 오토모티브의 지분은 맥라렌 그룹이 41%, 바레인 왕이 41%, 싱가포르 사업가 피터 림이 18%를 쥐고 있다.

오늘날 맥라렌은 체질 개선에 열심이다. 그동안 터줏대감 노릇을 하던 모터스포츠 바닥에서 벗어나 제조사로 우뚝 일어서는 중이다. 여러 조건이 맞았다. 가령 최고의 F1 레이싱 기술과 엔지니어를 갖고 있다. 시장도 변했다. IT 신화로 대박을 낸 젊은 경영인, 고속 성장에서 기회를 잡은 신흥국의 벼락부자 등 비싸고 빠르며 희귀한 차를 찾는 수요가 부쩍 늘었다.

무엇보다 맥라렌에는 짜릿한 성공 경험이 있다. 1992~98년 106대만 생산한 맥라렌 F1이 신화의 주역이다. 이 차는 1998년 3월 31일, 양산차 세계 최고속의 타이틀을 거머쥐었다. 엔진 회전수 제한기를 달고서 시속 372km, 떼어내고선 시속 391km를 기록했다. F1은 독창적 디자인부터 공학적 완성도까지 신화로 화자될 자격이 충분한 명차였다.

F1의 개발명은 P1이었다. 이후 맥라렌은 흥미로운 차를 여럿 선보였다. 1998년엔 맥라렌 메르세데스 MP4/98T를 내놓았다. 2인승 F1 경주차였다. F1의 압도적 성능을 승객과 공유하기 위한 머신이였다. 1999년 맥라렌은 메르세데스-벤츠와 손잡고 SLR을 선보였다. 개발명은 P7. 원래 벤츠와 함께 P8과 P9, P10까지 내놓을 계획이었는데 무산되었다.

현재 맥라렌은 12C(P11)와 650S(P11M), P1(P12) 등 세 가지 자동차를 생산 중이다. 모두 늘씬한 스포츠카다. 이 가운데 P1은 맥라렌 라인업의 꼭짓점이다. 아울러 남다른 의미도 갖는다. F1의 실질적 후속을 자청했기 때문이다. P1은 플러그인 하이브리드 슈퍼카다.



올해 초, 한국에도 공식 딜러 '맥라렌 서울'이 오픈한다는 소식이 발표됐지만 P1은 못 산다. 기존 구매자에게서 '중고'를 넘겨받거나 아직 출고하지 않은 계약을 인수한다면 또 모를까.



지난해 말 특별 주문 프로그램을 통해 걸프 레이싱 리버리로 출고된 세상에서 하나뿐인 맥라렌 P1. 13억 원짜리 차를 샀는데 파워더블루와 오렌지의 매력을 더하는 데 드는 비용쯤이야.



거대한 세라믹 카본 브레이크 시스템 덕분에 2.8초 만에 가속한 100km/h에서 차를 멈추는 데 2.9초가 걸린다. 스티어링 휠에도 카본파이버 소재를 적용했고 알칸타라까지 들었다. 보통 독일 브랜드 세단의 운전석 전동 시트가 30kg이 넘는 데 비해 P1의 시트 무게는 10.5kg이라는 것도 놀랍다.



플러그인은 전원과 연결해 배터리를 충전할 수 있다는 뜻이다. 맥라렌 P1의 엔진은 V8 3.8L 트윈터보, 좌석과 뒷바퀴 사이에 있는 미드십 방식이다. 엔진의 최고출력은 737마력. 그런데 거기서 끝이 아니다. 전기모터가 178마력을 더으로 얹는다. 그 결과는 으스스하다. P1의 시스템 최고출력은 916마력, 최대토크는 99.7kg·m에 달한다. 가공할 힘은 7단 듀얼클러치 변속기를 통해 뒷바퀴로 전한다. 배터리는 324개의 리튬-이온 셀로 구성했다. 승객실 뒤쪽에 숨겼다. 엔진 또는 별도의 소켓을 통해 배를 불릴 수 있다. 바닥난 배터리를 100% 채우는 데 2시간 정도 걸린다. P1은 전기모터만으로 숨죽여 달릴 수 있다. 유럽 기준으론 최소 10km, 미국 기준으로는 최대 31km의 거리까지 움직일 수 있다. 엔진과 전기모터를 합친 항속거리는 530km다. 맥라렌 P1에서 가장 호기심 끄는 체원은 성능이다. 예상대로 압도적이다 못해 충격적이다. P1은 정지 상태에서 2.8초 만에 시속 100km까지 가속한다. 이후에도 가속 곡선은 뽀뽀하다. 0-200km/h 가속을 6.8초 만에 해치우고 300km/h 가속엔 16.5초가 걸린다. 전설적인 맥라렌 F1보다 5.5초나 빠르다. P1의 최고속도는 시속 349km로 제한된다.



P1은 워든지 대단하다. 탑승 공간을 이루는 카본파이버 소재의 상자형 모노케이지의 무게는 90kg에 불과하고, 꼬리날개가 불쑥 솟아오르면 F1의 DRS와 같은 원리로 공기저항을 23%나 감소시킨다.

이미 다 팔린 '그림의 떡'이지만 가격 이야기를 빼놓을 수 없다. 맥라렌 P1의 가격은 103만 유로부터 시작한다. 지금 환율로 12억8000만원 정도 하는 셈이다. 해외시장의 현지 통화를 단순 계산한 가격이라 와 닿지 않을 수도 있다. 영국 기준으로 비교하면 P1의 가격은 람보르기니 아벤타도르 3대와 맞먹는다. 낫산 GT-R은 10대 사고도 거스름돈을 받는다. 여기서 잊어서 안 되는 게 하나 있다. P1은 맞춤 생산이 기본이다. 맥라렌은 특별 주문 프로그램 MSO(McLaren Special Operations)를 운영 중이다. 인력과 기술을 총동원해 고객의 소원을 들어주는 팀이다. 지난해 크리스마스, 맥라렌은 아주 특별한 P1을 공개했다. 세계에서 여덟 번째로 큰 광고 회사 MDC 파트너스의 CEO 마이클 나달의 주문을 받아 MSO를 완성했다. 블루와 오렌지를 짝지은 컬러는 1997년 걸프 레이싱 팀에서 활약한 맥라렌 F1 GTR의 오마주. 차체만 칠한 게 아니다. 브레이크 캘리퍼는 물론 센터페시아의 스위치까지 오렌지 악센트로 꾸몄다. 맥라렌은 개조 비용을 포함한 가격을 밝히지 않은 상태라 추측과 소문만 무성하다. 확실한 건 하나 있다. 사고를 겪지 않는 한 이 차의 가격은 오를 일만 남았다는 것. **▶**





1220km per Hour

전기차 테슬라를 비롯해 다수의 도전적 프로젝트를 성공시킨 억만장자 사업가 엘론 머스크가 향후 10년 내 현실화할 초고속 열차의 개발에 도전장을 던졌다.

WORDS 양철승(파퓰러사이언스 편집장) PHOTOGRAPHS HTT

지난 1월 16일 세상의 이목은 한 기업가의 트위터에 집중됐다. 민간 우주항공기업 스페이스X의 창업자이자 CEO인 엘론 머스크가 미국 텍사스 주에 하이퍼루프(Hyperloop)의 실험 트랙을 건설할 것이라는 소식을 전했기 때문이다. 하이퍼루프는 지난 2013년 엘론 머스크가 처음 개념을 제시한 차세대 초고속 열차 시스템이다. 당시 그는 강철 소재의 튜브 터널 속을 마하 1에 근접하는 속도로 질주하는 28인승 열차를 표방했지만 현실화 가능성이 낮다는 평가 속에 사람들의 기억에서 잊혔다. 그런데 이번 언급으로 그동안 지속적 연구 개발이 이뤄지고 있었음이 새삼 확인되며 상용화에 대한 기대감이 높아지고 있다. 하이퍼루프가 표방하는 최고 속도는 마하 0.99, 시속 1220km다. 웬만한 제트 여객기보다 시속 200km가

더 빠른 속도다. 자동차로 5시간 30분이 걸리는 샌프란시스코-LA를 35분 만에 주파할 수 있다. 서울-부산은 25분이면 족하다. 이 같은 속도를 실현할 하이퍼루프의 기본 메커니즘은 '진공 터널 자기부상 열차'와 유사하다. 튜브형 진공 터널 내부에서 자기부상 열차를 운영하는 이 방식은 레일은 물론 공기와의 마찰도 제거할 수 있어 열차의 속도 한계를 재정립하는 초고속 열차의 종결자로 불린다. 하이퍼루프 역시 추진 시스템은 자기부상 열차와 동일하다. 선형 유도 모터가 만들어낸 자기력의 인력과 척력을 활용해 가속과 감속이 이뤄진다. 다만 하이퍼루프는 진공 터널이 아닌 진공에 가까운 아진공(亞眞空) 터널을 이용하며, 자기부상 대신 압축 공기 부상 시스템을 채택한다. 다수의 정거장과 열차

TECHNOLOGIES OF HYPERLOOP

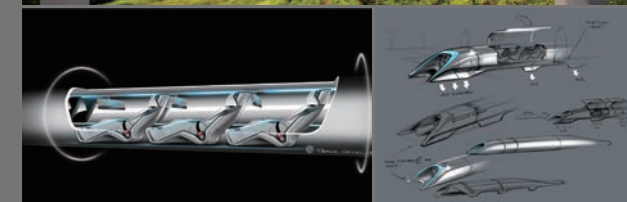
1 아진공 터널 하이퍼루프 열차는 진공에 근접한 수준까지 내부 공기를 제거한 직경 2~3m의 터널 속에서 운용된다. 내부 압력이 0.015psi(0.001021기압)에 불과하기 때문에 탑승 캡슐이 받는 공기저항은 일반 열차의 1000분의 1에 불과하다.

2 태양전지 아진공 터널의 상부에 부착된 태양전지가 1㎡당 120W의 전력을 생산한다. 터널 길이가 600km라면 300~450MW의 전력을 얻을 수 있다. 이는 하이퍼루프 운용에 필요한 에너지를 100% 충당하고도 남는 전력량이다.

3 탑승 캡슐 열차, 즉 탑승 캡슐은 승객 전용 버전과 승객 및 자동차를 함께 이송할 수 있는 버전이 고려되고 있다. 승객용 버전은 폭과 높이는 각각 최대 1.35m, 1.1m다. 캡슐 최전방에는 공기를 입구와 압축기, 전기모터가 위치하며 최후방에는 배터리가 탑재된다.

4. 압축공기 부상 하이퍼루프의 터널 속에는 미미한 양의 공기가 들어 있기 때문에 탑승 캡슐의 컴프레서가 압축한 공기를 아래로 분사하면서 캡슐을 살짝 띄운다. 부상 높이는 0.5~1.3mm 정도. 자기부상 방식에 비해 비용 절감이 높다.

5 전천후 운행 항공기, 선박, 열차, 자동차 등 현존하는 모든 교통수단은 폭설, 폭우, 강풍, 안개, 파도 등의 날씨에 영향을 받는다. 하이퍼루프는 터널 내부에서 운용되는 만큼 악천후로부터 자유롭다. 항공기와 달리 탑승 및 하차 시간이 짧다는 것도 장점이다.



진출입로가 터널에 연결돼야 하는 만큼 길이 1000km를 넘는 긴 터널을 완벽한 진공 상태로 유지하는 게 극히 어렵다는 판단에서다. 또한 진공 터널은 진공이 깨지는 순간 전체 시스템을 멈춰야 한다. 반면 아진공은 상용 진공 펌프로 비교적 손쉽게 구현 가능하며, 외부 공기 유입 등에 대한 대처도 한층 용이하다. 진공 터널과 거의 동급으로 공기 마찰력을 제거하면서 말이다. 압축공기 부상 시스템의 경우 열차 전방에서 흡입한 공기를 내장 컴프레서가 압축한 뒤 아래쪽으로 배출해 열차를 공중 부상시키는 방식이다. 자기부상 방식처럼 열차의 부상을 위해 막대한 전기에너지를 잡아먹는 전자석을 사용하지 않아 전력 소비를 대폭 줄일 수 있다. 하이퍼루프는 매우 친환경적인 교통수단이기도 하다. 열차 운용에 필요한 모든 에너지를 아진공

터널 외부에 부착한 태양전지로 충당하기 때문이다. 엘론 머스크의 1차 목표는 오는 2025년까지 총연장 600km의 샌프란시스코-LA 구간에 하이퍼루프를 상용화하는 것이다. 이곳에 28인승 캡슐형 열차 40기를 매 30초~2분 간격으로 발사(?)하는 것으로 연간 최대 740만 명의 승객을 수송할 계획이다. 이후 중장기적으로 1450km 이내의 도시들을 하이퍼루프로 연결하게 된다. 이를 위해 이미 '하이퍼루프 트랜스포테이션 테크놀로지스(HTT)'라는 기업을 설립, 관련 기술 고도화와 상용 기술 확보에 돌입했다. 과연 우리는 10년 뒤 항공기와 자동차, 열차, 선박에 이은 제5의 교통수단을 목도하게 될까. 다른 사람도 아닌 엘론 머스크라면 기대를 걸어봐도 아깝지는 않을 것이다. **▶**



지난해 파리 모터쇼에 공개된 부가티 레전드 에디션의 여섯 번째이자 마지막 모델 에토레 부가티.



The Best Brand

뭐든지 '최고' 타이틀을 붙여야만 속이 풀린다면, 부가티는 그야말로 완벽한 브랜드다. 도전자가 없었던 건 아니지만, '슈퍼카의 제왕'이라는 타이틀은 아직 베이론의 몫이다.

WORDS 최민관<<루엘>> 에디터 PHOTOGRAPHS 부가티

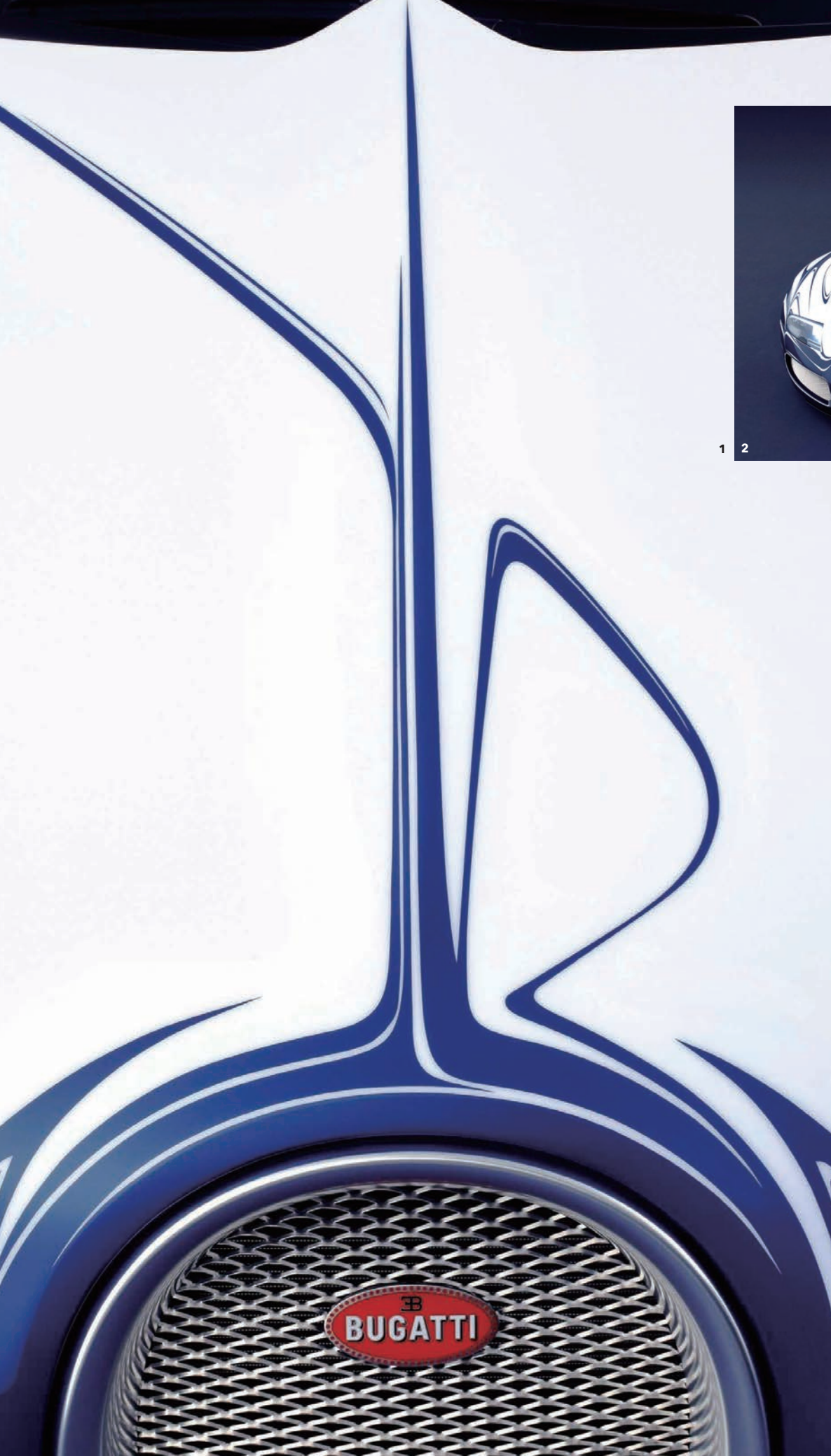
부가티보다 한 발짝 더 빨랐다거나 더 높은 가격표를 붙인 모델은 있었다. 하지만 고성능에 대한 열정과 투자 금액, 소유 가치, 자동차로서의 기능 등 모든 요건을 두루 만족시키는 브랜드는 단연컨대 부가티뿐이다. 동공을 꽉 채우는 아름다운 보디 스타일은 말해 무엇 하리. 이 괴기한 덩어리는 조형미보다는 최고속을 추구한 과학적 산물이다. 물체의 부피감이 암시하는 고성능, 그 물체가 공간을 이동하면서 시각적 자극, 그 물체가 발휘하는 출력과 통제력의 균형, 동종의 물체 중에서 압도적으로 탁월한 가속력까지. 이 얼마나 멋진 개념인가? 부가티의 역사는 한 편의 드라마다. 레이스, 아낌없는 투자, 파산과 화려한 부활로 이어진다. 이탈리아와 프랑스와 독일을 넘나들며 겪은 쓰린 과거는 폭스바겐 그룹의 품에 안착하는 것으로 막을 내렸다. 그 기념(?)으로 부가티는 엔지니어링에 대한 아낌없는 투자로 베이론(Bugatti Veyron 16.4)이라는 불세출의 영웅을 개발했다. 베이론은 자동차계의 마릴린 먼로다. 아니, 오히려 모나리자에 가깝겠다. 공작새처럼 싱그러운 젊음을 뽐내는 눈앞의 미녀는 언젠가 사그라진다. 요는 영속성이다. 베이론의 가치는 그 정도로 완벽하다. 예상하건대 앞으로도 베이론의 아성을 깨뜨리는 프로젝트는 나타나기 어렵겠다. 워낙 미친 짓이었어야지.

W16 엔진. 그러니까 평범한 자동차의 엔진 네 개를 꼬집어내어 W 모

양으로 한데 묶었다. 달리 표현하면 V8 엔진 두 개를 붙인 거다. 터보차저를 네 개나 달았고, 캠샤프트 역시 네 개다. 고열을 다스리기 위해 라디에이터를 열 개나 장착했다. 상상할 수 없는 출력을 안정적으로 배분하기 위해 사륜구동을 택해 트랙에서는 아수처럼 날뛰고, 일반 도로에서는 젠틀맨처럼 움직인다. 볼프스부르크-폭스바겐 공장이 있는 독일 도사-에서 100% 수공으로 조립되는 티타늄 엔진은 베이론의 상징이다.

부가티 베이론은 그야말로 익스트림 엔지니어링이었다. 효율성의 추구는 개에게나 쥐버리라지. 결정 웃으며 모든 자원을 아낌없이 쏟아 부은 호기로운만으로 이 차는 경탄의 대상이다. 최고 속도는 시속 407km. 솔직히 운전 감각은 전혀 예상할 수 없다. 나 역시 타본 적이 없으니까. 극단적인 순간 이동. 몸무게는 2톤에 가깝지만 스펙 수치만 보면 깃털처럼 날아오를 것만 같다. 타이어는 당연히 베이론만을 위한 특수 모델이다. 그럼에도 400km/h를 넘겨 30분을 주행하면 과열로 터져버린다. 지면과의 마찰열을 비롯해 수많은 방해 요소가 타이어를 괴롭히니까. 하지만 걱정일랑 접어두시라. 그전에 연료 탱크가 바닥나 멈춰 설 테니.

부가티 베이론은 유로파이터 전투기와 겨룬 BBC 탐기어의 영상을 비롯한 수많은 오락물을 양산하는 소재이기도 하다. 그러한 베이론을



1 2



3

1,2 독일 도자기 회사 KPM과 협업 제작한 베이론 로르 불랑. 차체 표면은 도자기 같은 느낌으로 그린 문양이지만 스티어링 휠에 박은 BB 로고나 주유구 캡 등의 일부분에는 진짜 도자기로 장식했다. 3 부가티 베이론 그랜드 스포트는 7단 DSG 변속기를 장착했다. 연비는? 부가티가 밝힌 바에 따르면 'In town 41.9 l/100km, Out of town 15.6 l/100km'니까 복합연비로 4km/l 남짓.

한층 정제된 스페셜 에디션이 있었다. 달리기 성능을 더욱 특화한 모델이다. 정식 이름은 부가티 베이론 슈퍼 스포트. 시속 100km 가속에 2.52초면 충분하다. 잠깐 속으로 숫자를 세어보시라. "1, 2, 3!" 2를 거쳐 3이 입술에 채 머물기 전에 베이론은 100km/h에 도달한다. 사상 최고의 강력함 성능. 자동차 역사상 최초이며 유일한 8l 알루미늄 쿼드 터보 엔진은 상상하기조차 힘든 1183마력을 뿜어낸다. 슈퍼 스포트 기본형 베이론보다 우월한 까닭은 화끈하게 뿜어내는 배기 시스템에 있다. 공기 흐름을 매만져 잠재 속도를 한 뼉 더 끌어냈다. 새 시도 완전히 다시 손봤다. 타이어 파열을 막기 위해 장착한 최고 속도 (415km/h) 제한 장치라는 족쇄도 원한다면 풀 수 있게 했다.

이런 물건에 얹은 채로 공간을 이동한다는 것은 생각만으로도 짜릿하다. 운전대를 잡은 행운아들의 영상을 보면 그것도 아주 매끈하게 이동한다. 부호들의 호승심을 만족시키고 아마추어 드래그 레이서의 동경을 자극하는 기능이 있다. 바로 론치 컨트롤. 타이어가 헛돌지 않게 최대한의 동력을 노면에 전달하며 출발하는 발전 제어 시스템의 작동은 단순하다. 브레이크 페달을 꼭 밟은 채 액셀러레이터를 지그시 누르면 엔진 회전수가 3000rpm에 머무른다. 브레이크에서 발을 떼면 고무줄을 튕긴 듯 부가티가 튀어나간다. 영상으로도 잘 기록돼 있다. 일말의 미끄러짐이 없으니 한 줄기 매캐한 연기조차 없다. 한층 극단적이고 더 강렬한 가속감을 원한다면 5000rpm에서 클러치가 붙는 '전투 모드'가 따로 있다.

베이론은 두경 없는 차로도 나온다. 컨버터블 최초로 400km/h를 돌파하고 최고 속도 408.84km/h를 기록한 부가티 베이론 그랜드 스포트 비테세의 영상에서는 "와러 어메이징 캐!"라는 탄식만 흘러나오더라. 아예 감동에 복받쳐 '영영영' 소리 내며 울기도 하더라. 어떤 면에서 베이론은 무섭기까지 하다. 론치 컨트롤을 써서 '승' 달려나가는 덩치의 모습은 그야말로 유명 같다. 고막을 두들기며 흔적도 없이 사라지니까.

부가티 베이론의 기본 가격은 260만 달러. 그렇지만 시간이 지날수록 베이론의 가치는 높아만 간다. 그도 그럴 것이, 몇 대 없다. 베이론 오너는 카지노 대부분 이랍의 성주, 프랑스의 귀족 같은 타이틀을 갖고 있을 법한 하다. 나는 겨우 미니어처 모델을 몇 대 갖고 있는데, 내 드림카는 미니어처조차 수십만 원을 호가한다. 부가티 아틀란틱(1938

년형)인데 그중에서도 디자이너 랄프 로렌의 클래식 자동차 컬렉션 버전이다. 랄프 로렌 컬렉션은 진품은커녕 독일 볼프스부르크 자동차 박물관에서 본 복제품조차 신성시되는 모델이니까.

우리는 언제나 돈이 전부가 아니라고 말하지만, 자동차에서는 돈이 전부다. 베이론은 다른 의미에서 돈의 굴레를 벗어난 존재다. 타이어 바꾸는 데만 어지간한 차 한 대 살 수 있는 비용이 들어간다. "그거 알아? 베이론을 서킷에서 제대로 즐기려면 타이어를 바꿔야 하잖아? 얼마 안 들어. 3만5000달러?" 그렇다고 베이론을 '돈질해서 얻어낸 기술의 대가'라고 폄하하진 마시라. 아무리 돈을 쏟아부어도 집요한 기술자와 과감한 혁신가가 없다면 불가능한 프로젝트였다. 그러니 베이론이야말로 진정한 진보적인 자동차다. 모든 걸 수익성으로 환산하는 브랜드는 이해조차 어려울 시도이며, 호승심으로만 무장한 슈퍼카 브랜드 역시 도전하기 어렵다. 더구나 이제는 포물라카나 르망 경주차에서조차 하이브리드 기술이 쓰이는 시대 아닌가? 후속 모델이 데뷔를 앞둔 지금도 베이론은 여전히 슈퍼스타다. 베이론은 화석연료 시대의 무모한 도전의 역사적 증인으로 영원히 기억될 것이다. 11

부가티 라이프스타일 부티크

당신이 패션에 관심이 많다면, 지난해 12월 런던 나이트브리지 브롬턴 로드에 모여든 셀러브리티의 면면에 살짝 흥분했을지도 모른다. 베이론 워너비를 위해 부가티는 라이프스타일 부티크를 론칭했다. 옷, 가방, 구두, 액세서리 등 패션 아이템이 즐비하다. 예전부터 부가티는 명품 브랜드와 협업해 베이론 스페셜 에디션을 자주 만들었다. 시계를 좋아한다면 프리다지아니니가 만든 부가티 슈퍼 스포트에 눈길도 쏠릴 수도 있겠다. 베이론에는 루이비통 스페셜 에디션도 있었는데, 트렁크에 넣으면 딱 좋은 모노그램 여행 트롤리도 있다. 아, 에르메스 베이론 버전도 존재했지. 부가티 부티크에는 지갑, 키 홀더 같은 자잘한 소품도 많다. 부가티 로고가 박힌 아이템이 궁금하다면 유튜브에 'Bugatti Lifestyle Boutique'를 검색하고 오프닝 파티를 훑쳐보자.



Car of Future

CES는 세계 최대의 가전/전자 박람회다. 인젠가부터 CES에서 자동차 회사들이 눈에 띄기 시작했다. IT 기술이 대거 접목된, 그야말로 '바퀴 달린 컴퓨터'를 선보이기 위해서다. 올해 CES에서 눈에 띈 몇몇 기술을 소개한다.

WORDS 김한용<모터그래프> 편집장 PHOTOGRAPHS 아우디, BMW, 메르세데스 벤츠, 볼보, 폭스바겐



스스로 운전한다

1월 5일, 아우디 전시 관계자들은 미국 네바다 주 라스베이거스에서 발을 동동 구르고 있었다. CES 행사 불과 하루 남았는데 A7 자율주행차가 아직도 착하지 않았기 때문이다. 보통 전시차는 트랙에 실려 일찌감치 배달되지만 이 차는 그렇지 않았다. 행사 이틀 전 900km나 떨어진 실리콘밸리에서 출발한 전시차가 스스로 달려와 자신을 야외무대에 주차하고 전시한다는 놀라운 계획이었다. '잭'이라는 별명이 붙은 아우디 A7은 사막과 고속도로와 도심을 스스로 운전했다. 이뿐만 아니라 미국 자동차 전문지 기자 다섯 명을 번갈아 운전석에 태웠다. 워드 따지고 문제점을 들춰내길 즐기는 기자들을 굳이 태운다는 건 그만큼 자신감이 넘친다는 뜻이었다. 잭은 도심을 벗어나자마자 신호등과 속도 경고를 읽었다. 최고 시속 110km로 주행하며 차선도 알아서 바꾸고, 필요하면 가속해 추월을 하는 등 일반 운전자와 다를 바 없는 운전을 했다. 아니, 좀 달랐다. 이틀간 운전하면서 단 한 번의 휴식도 요구하지 않았기 때문이다. 휴식을 원한 건 그 안에서 무료하게 시간을 보내던 기자들이었다. 아우디 담당자도 "극도로 심심한 운전이었다"고 자평했고, 지루해하던 미국 기자들은 창밖에 두 손을 내밀고 옆 차 운전자를 놀라게 하는 따위의 장난을 하면서 시간을 보냈다.

메르세데스 벤츠가 내놓은 자율주행차 F015는 승차 공간에 대한 아이디어가 핵심이다. 완전 자율주행 모드로 바뀌고 나면 운전석과 조수석을 180도 돌려 뒷좌석 승객과 마주 볼 수 있도록 했다. 사방에 터치스크린을 달았고, 한가운데에는 터치스크린 패널을 장착한 테이블이 스르륵 올라온다. 친목을 도모하거나 회의하는 데도 좋겠다. 물론 우리나라에선 고스톱을 칠 때도 딱이겠다. 한 명은 광 팔고,



헤드램프가 사라진다

유럽이나 미국 도로는 가로등이 별로 없고 대체로 깜깜해서 헤드라이트에 대한 연구가 우리보다 훨씬 진지하게 이뤄진다. 주로 밤에 대형 사고가 일어나기 때문이다. 헤드램프는 아무리 밝아도 부족한데, 선행 차나 마주 오는 차 운전자의 눈부심을 감안하면 조도를 높이는 데도 한계가 있다. 메르세데스 벤츠, 아우디, BMW 등 독일 프리미엄 브랜드들은 레이저 헤드램프를 공개했다.

일반 상황등보다 두 배나 멀리까지 비추는 강력한 레이저 빔을 다른 사람들에게 방해가 되지 않도록 정확한 곳에만 비춘다는 게 핵심이다. 직진성이 우수한 레이저 특성상 매우 정교한 제어가 가능해졌다는 설명이다. 내비게이션 시스템과 연계해 도로 진행 방향에 따라 미리 진행 방향을 비추는 기능, 100m 거리에 사람이나 동물 혹은 장애물이 있다는 걸 센서로 감지해 해당 부분에 밝은 빛을 비추는 기능, 보행자의 주의를 환기하기 위해 레이저로 도로 바닥이나 벽에 그림을 그리는 기능도 구현했다.

테일램프도 달라진다. BMW는 M4 아이코닉 라이트 콘셉트카를 통해 테일램프에 OLED(유기 발광 다이오드)를 적용한 차를 선보였다. 부분적으로 켜져 아름다운 무늬를 만들거나 다양한 방향으로 빛이 흐르는 듯한 애니메이션 효과도 줄 수 있다. 메르세데스-벤츠는 콘셉트카에 '테일램프'를 아예 없앴다. 대신 빨간색으로 'STOP' 또는 'SLOW' 같은 글씨나 제한 속도를 알려주는 디스플레이를 달았다.



허공에 손짓한다

CES에 나온 상당수 자동차 브랜드는 제스처를 강조했다. 운전자가 버튼을 누르는 대신 허공에서 손짓만 하면 이를 인식해 자동차의 실내 온도를 조절한다거나, 라디오를 켜고 끄거나, 시트를 조절하는 등의 일들이 이뤄졌다. 폭스바겐은 허공에 손짓하면 선루프가 열리는 기능을 장착한 골프R 터치를 내놨고, BMW나 현대도 제스처 체험 장치를 만들어 관람객을 끌어모았다. 버튼을 찾아 누르느라 시선을 뺏기지 않기 때문에 안전에도 도움이 된다는 게 핵심이다.

사실 제스처 입력기는 버튼과 다이얼을 설치하는 것보다 오히려 저렴하고, 소비자가 첨단 장비로 인식하기 때문에 일부 자동차 회사는 조만간 채택할 것처럼 보인다. 하지만 제스처 방식은 고민이 더 필요하겠다. 이번 CES에서도 모델들이 나름 진지한 표정으로 데모에 임하는데도 보는 입장에서는 좀 어색했다. 예를 들어 온도를 올리려면 손을 앞으로 했다 뒤로 했다 돌렸다 내렸다 하는 등 일련의 허우적거림을 반복해야 했다. 데모를 하는 직원도 허공을 허우적대다 조작에 실패하는 경우도 있었다.



사고를 피한다

볼보는 이번에도 자동차와 자전거, 보행자를 인식해 스스로 멈춰 서는 자동차를 내놨다. 2020년을 목표로 교통사고 제로(0)라는 거창한 계획까지 세웠다. 인간은 미래에도 끝없이 실수하겠지만, 자동차가 실수를 막아내겠다는 의미다. BMW는 i3에 4개의 센서를 이용한 주차 안전 시스템을 내놓고 부스를 열어 일반인이 시연하도록 했다. 일반인과 기자들을 비롯해 여러 사람들이 가속 페달을 꼭 밟아 벽으로 돌진해봤지만 차는 천천히 멈춰 섰다. 아무리 엉망으로 움직이려 해도 정면 후면은 물론 측면의 장애물도 감지해 어떤 종류의 작은 굴림조차 낼 수 없었다.

운전이 편리해진다

현대가 내놓은 증강현실 헤드업 디스플레이(AR HUD) 체험 장치는 꽤 인기를 끌었다. HUD(Head Up Display)란 속도계와 내비게이션 등 다양한 정보를 앞 유리에 비춰주는 기능이다. AR HUD는 여기서 한 걸음 더 나아가 창문 너머로 보이는 모습에 맞춰 더 많은 정보를 보여주도록 한다는 것이다. 주행 상황에 맞춰 정보 표시 위치도 움직이기 때문에 운전자 시선에선 마치 도로 위에 색칠이 돼 있는 것처럼 보인다. 예를 들어 차선을 옮겨야 할 때 HUD에 굵은 화살표가 표시되는 게 아니라 옮겨야 할 차선 전체를 파란색으로 보여준다. 골목에 들어가야 할 때도 골목 입구에 화살표를 보여준다. 현대는 웨어러블 스마트 시계도 내놨지만 그리 인기를 끌지 못했다. 블루링크에 접속해 자동차 시동을 걸고 내부 온도를 조절하는 등의 기능이었지만, 이번 CES에서 그 정도는 당연하게 여겨졌기 때문이다. BMW는 i3를, 아우디는 프로그라는 콘셉트카를 내놓고 시계로 다양한 조종을 해 보였다. 스마트 시계를 이용해 자동으로 무인 주차를 하고, 다시 출차해 운전자 앞에 가져다 놓는 자동 발레(Auto Valet) 서비스였다. 이미 완성됐을 뿐 아니라 야외 행사장을 만들어 관람객을 태우는 시연까지 해 큰 호평을 받았다. ■



Make Fun of Drive

차 안을 콘서트장으로 바꾸는 럭셔리한 고성능 카 오디오들을 모아봤다.

WORDS 구분진 PHOTOGRAPHS 박남규, PR

BMW × B&O

BMW 뉴 7시리즈부터는 뱅앤올룹슨 하이엔드 서라운드 사운드 시스템이 기본적으로 탑재된다. 1200W의 뮤직 시스템에는 최대 16개의 스피커가 연결돼 늘 생생한 음감을 느낄 수 있다. 고음 재생용 스피커인 트위터와 중간급의 드라이버가 짝을 이뤄 완벽한 사운드 스테이지 역할을 한다.



PORSCHE × BURMESTER

독일의 하이엔드 오디오를 이끌어가고 있는 부메스터. 911, 박스터, 카이맨, 카이엔, 마칸까지 모두 옵션으로 부메스터 오디오를 탑재할 수 있다. 그중 가장 완벽한 하모니를 이루는 모델은 파나메라다. 1000W 이상의 출력을 뽐내는 16개의 부메스터 앰프는 차 안이라고 믿기지 않을 만큼 선명한 음과 풍부한 공간감을 선사한다.

FERRARI × HARMAN KARDON

벤츠나 마이바흐 등 하만카돈 사운드 시스템을 탑재한 자동차 브랜드는 여럿 있지만, 그중에서 가장 잘 어울리는 건 역시 페라리다. FF에 탑재된 시스템은 1280W 앰프와 16채널 퀴텀로직 서라운드다. 심장을 사정없이 두드리는 엔진음과 12개의 스피커에서 터져 나오는 강렬한 사운드의 어우러짐은 오직 페라리 오너에게 주어지는 특권이다.



INFINITI × BOSE

일본차 특유의 감성으로 독일차와 묵묵히 경쟁하고 있는 인피니티. 차의 실내를 달리는 콘서트홀로 만들기 위해 인피니티는 보스와 손을 잡았다. 작년 초에 선보인 Q50에는 10인치 우퍼와 14개의 스피커가 탑재됐다. 음향 전문가들이 모형 자동차 안에서 2000여 시간을 공들인 ES300h도 빼놓을 수 없는 명품. 이 차에는 마크 레빈슨 스피커 15개가 운전자의 오감을 만족시킨다. 이 차에서만큼은 마크 레빈슨 스피커 15개가 운전자의 오감을 만족시킨다.



AUDI × B&O

아우디와 뱅앤올룹슨의 만남은 2007년으로 거슬러 올라간다. 사운드 시스템을 위해 아우디는 기술자 25명과 뱅앤올룹슨 기술자 20명으로 구성된 팀을 만들어 시스템 개발에 매달렸다. 엔진 소리만큼이나 뽐뽐한 사운드를 운전자가 고스란히 느낄 수 있다. 특히 A8L W12에 적용된 시스템은 1400W 이상의 출력을 가진 앰프 2개가 차량 곳곳에 숨겨진 19개의 스피커를 작동시킨다.



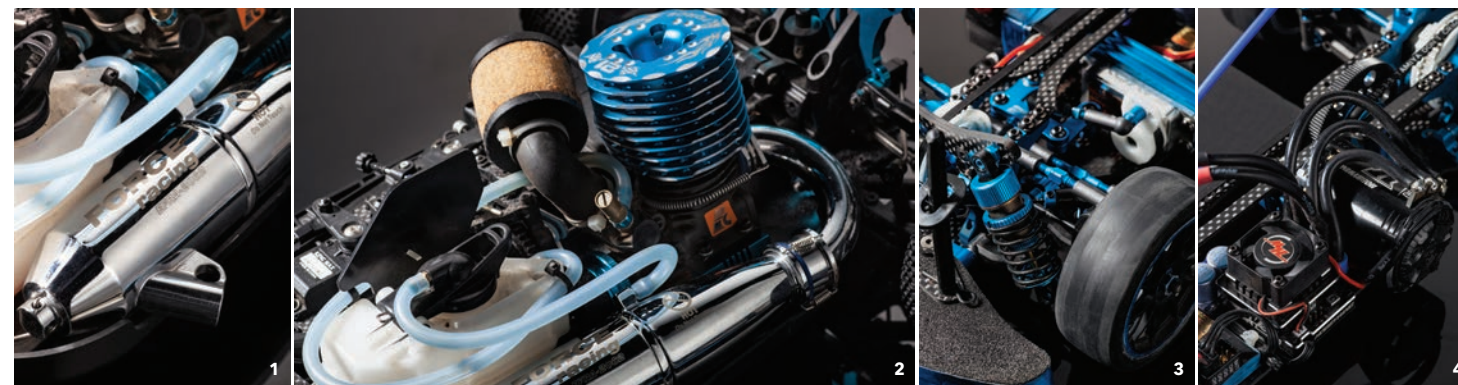
MASERATI × B&W

마세라티가 선택한 B&W는 영국을 대표하는 오디오 브랜드다. 전설적인 밴드 비틀스가 선택한 브랜드이기도 하다. 기블리와 6세대 콰트로포르테에 탑재된 B&W의 스피커는 총 15개. 출력은 1280W에 달한다. 퀴텀 로직 프로세싱과 오라복스(AuraVox) 이퀄라이저를 사용해 어느 좌석에서든 최고의 음향을 들을 수 있다. 특히 마세라티의 장인 정신이 깃든 튜닝을 통해 달리는 동안 외부에서 소음이 유입돼 음악 청취에 방해가 되지 않도록 설계됐다. ■

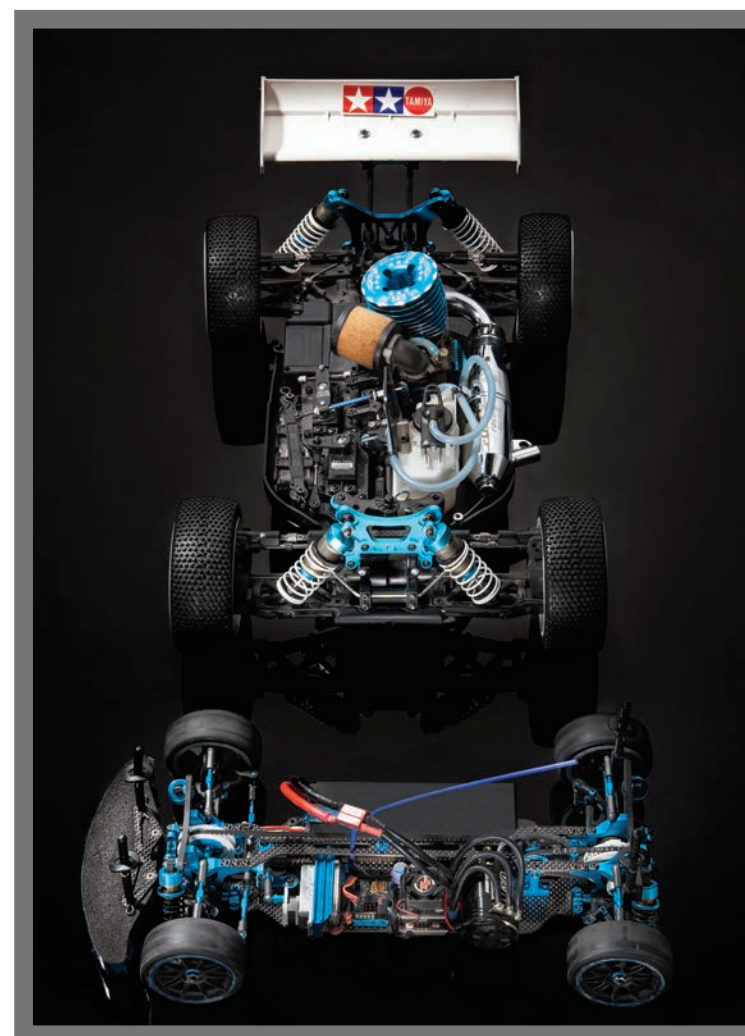
Tiny but Fast

가속속에 스피드를 품고 사는 남자라면 누구라도 빠질 수밖에 없는 RC카 세계.

WORDS 구분진 ADVICE 한국타미야, GRC서킷 PHOTOGRAPHS 조혜진, 유진호



1,2 연료를 태우는 방식의 GP. 잦은 관리와 유류비 부담에도 남심을 자극하는 특유의 엔진음이 매력적이다. 3,4 GP에 비해 간편하고 언제 어디서나 즐길 수 있는 EP. 입문 시 주행용 배터리와 충전기도 함께 구매해야 한다.



스피드는 남자의 로망이다. RC카는 언제 어디서나 스피드를 즐기고 싶은 사람들의 로망을 이루기에 좋은 취미다.

RC(Remote Control)는 무선 조종기를 사용해 조종할 수 있는 차, 배, 비행기, 트럭, 탱크 등을 말한다. 흔히 아이들이 가지고 노는 장난감 정도로 생각하는데 실제로는 기계에 대한 지식이 필요한 수준 높은 놀이다(지난 가을에 소개한 쿼드콥터도 RC의 일종이다). 그중 가장 두터운 마니아층을 형성하고 있는 것이 RC카다.

RC카는 엔진의 종류에 따라 전기모터(Electric Power)와 연료(Gas Power) 두 가지로 분류한다. EP는 입문자나 이것저것 관리하는 번거로움 없이 편하게 즐기고 싶은 사람에게 적합하다. 언제 어디서나 조종기의 전원 버튼만 올리면 조용하게 스피드를 만끽할 수 있기 때문이다. 고성능 모터를 장착하면 최고 속도가 시속 100km를 넘는다. GP는 실제 차와 같다고 생각하면 쉽다. 엔진 특성상 소리가 크기 때문에 집 주변에서 즐기기에 부담스럽다. 하지만 RC카 특유의 연료 엔진 소리는 색다르다. 이런 매력에 빠져 GP만 고집하는 마니아들도 많다. 단 주유-육탄 첨가율이 높은 전용 가솔린을 사용한다-와 청소 등 손이 많이 간다. RC카를 처음 입문할 때 두 엔진 사이에서 고민을 많이 한다. 예전에는 EP가 GP의 속도를 따라가지 못했지만 최근 브러시리스 모터 같은 고성능 모터의 등장으로 수준이 비슷해졌다. 배터리팩 성능도 많이 개선됐다. 주로 사용되고 있는 리튬폴리머 배터리의 경우 팩 하나로 30분 정도 달릴 수 있다(국제 대회 경기 시간은 5분이다).

온로드와 오프로드가 시시하다면 모기를 부릴 수 있는 드리프트 RC카 세계에 입문해보는 것도 좋다. 영화 속에서나 보던 멋진 드리프트를 RC카로도 구현할 수 있다. 온라인이나 오프라인을 통해 드리프트 전용 RC카를 구입하는 방법도 있지만, 직접 튜닝을 해 자신만의 차를 만들 수도 있다. 가장 간단한 방법은 기존 고무 소재 타이어를 플라스틱 소재가 첨가된 타이어로 교체하는 것. 이 정도만 해도 드리프트의 맛을 느끼는 데 문제없다. 현실에서와 마찬가지로 드리프트는 노하우와 숙련된 조종 실력을 필요로 하기 때문에 꾸준한 연습은 필수.

이 밖에도 차체나 보디가 F1 레싱카와 비슷하게 생긴 버기카나 트럭은 레이싱, 투어링, 랠리 RC보다 유럽에서 많은 인기를 끌고 있다. 스케일 RC라고 부르는 트럭 RC는 실제 트럭과 내외관은 물론 클랙스, 후진 경고음, 엔진 소리까지 실제 차를 그대로 재연하는 것이 포인트다. 실제 차와 가까울수록 가격은 높아진다. 버기카는 쇼크업소버와 바퀴가 좀 더 커 오프로드는 물론 점핑도 가능하다. 주로 입문자에게 추천하는 제품인데 다루기도 쉽고 운동장과 같이 포장이 되지 않은 곳에서도 무리 없이 달릴 수 있다.

RC카의 세계는 겉으로 보이는 것보다 훨씬 전문적이다. 차에 대한 이해나 지식이 풍부할수록 RC카의 매력을 한층 더 느낄 수 있다. 이미 미국을 비롯해 일본과 유럽에서는 세계적인 대회를 매년 개최하고 있다. 이제는 소수 마니아들의 취미가 아닌 누구나 즐길 수 있는 하나의 놀이가 된 RC카. 스피드를 갈망하는 남자들에게 이만한 취미가 또 있을까. **▶**



김포에 위치한 GRC 서킷에는 주말이면 시합에 출전하기 위해 연습하는 RC들로 가득하다. 특히 오프로드 코스는 속도뿐만 아니라 장애물을 효율적으로 공략할 수 있는 스킬이 필요하다.

주행을 마치고 점검 중인 RC카들. 즉석에서 튜닝을 통해 기록을 향상시킬 수 있는 점 또한 RC카만의 특별한 매력이다.



©David Birbeck/Getty Images



탄소섬유 제조업체 SGL의 생산 장면. 3의 차체는 물론 장치 탄소섬유 샤프트와 휠 등의 부품까지 양산하겠다는 탄소섬유 소재에 차세대 역량을 집중하고 있는 BMW가 투자한 회사다.

Black Diamond

소재공학 시리즈 두 번째. 더 빠르고, 더 강하고, 더 가벼운 것을 추구하는 인간의 욕망을 채워줄 소재, 카본파이버에 대해 파헤쳐보자.

WORDS 정상혁(고려대학교 연구원) PHOTOGRAPHS 게티이미지

금단의 상자를 열어 인류에게 해악을 안겨준 처녀 판도라. 인류를 위해 마지막으 로 상자에서 꺼낸 것은 '희망'이었지만, 과학자들을 위해 꺼내준 한 가지는 어쩌면 '욕망'일지도 모른다. 석기를 사용하던 인류가 부서지지 않는 금속을 발견하고, 금 속보다 월등히 가벼운 20세기 최고의 발명품 플라스틱을 만들어내더니, 이제는 금속만큼 단단하면서 더욱 가벼운 소재를 만들어 사용하고 있다.

탄소도 알고 섬유도 안다. 그런데 탄소섬유?

탄소(Carbon)와 섬유(Fiber)다. 탄소 하면 고깃집에서 자주 보는 숯이나 연필심(흑연)이 생각나고, 섬유 하면 옷이 떠오른다. 둘을 합쳐보니 검은 가루가 묻어나는 실이나 천이 연상되기는 하는데 그다지 강력해 보이지 않는다.

먼저 탄소에 대한 상식을 조금 넓혀보자. 숯도 흑연도 탄소로 이루어져 있지만, 다 이아몬드도 마찬가지다. 탄소는 원소 기호 C로 표시하는 원자 번호 6번의 원소로, 지구 상 모든 생명체의 구성 원소다. 탄소는 보통 원자 한 개만의 상태로 존재하지 않고 여러 개의 원자들이 모여 안정된 구조를 이루는데, 탄소 원자들의 배열에 따 라 전혀 다른 모습과 형태, 특성을 보인다. 화학에서는 동일한 원소의 원자로 구성 된 분자 또는 결정에서 원자들의 배열이 다른 물질을 '동소체'라 한다.

숯, 검댕, 활성탄의 경우 특정한 결정성 구조를 갖지 않는 무정형 탄소라고 한다. 애네들은 보통 가루나 가루가 묻어 있는 상태로 존재한다. 흑연은 각 탄소 원자가 평면상에서 세 개의 다른 탄소 원자와 결합해 육각형을 이루며, 이런 2차원 평면 들이 약한 힘으로 쌓여 있는 구조를 하고 있다. 그래서 흑연은 무르고, 각 층은 쉽 게 미끄러진다. 다이아몬드는 각 탄소 원자가 네 개의 다른 탄소 원자와 정사면체 형태로 결합한 구조를 하고 있다. 다른 동소체와는 다르게 다이아몬드는 투명하 고 매우 단단하다.

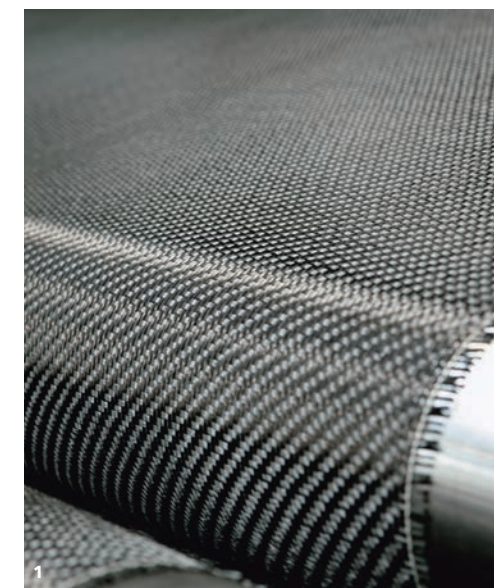
그러면 탄소섬유는 무엇이나. 말 그대로 탄소로 만든 섬유다. 제조 방법을 보면 이 해가 쉬운 것이다. 폴리아크릴로니트릴(Polyacrylonitrile), 피치(Pitch, 아스팔트), 레이온으로 제조한 섬유 형태의 물질을 열처리를 통해 탄화시켜 탄소만 남긴 섬 유가 탄소섬유다. 견고한 탄소 원자의 육각 고리가 끝없이 연결된 실이며, 철보다 열 배 강하지만 무게는 4분의 1에 불과해 고강도 초경량 소재로 주목받아왔다.

이러한 탄소섬유를 이용해 천을 만들어 사용한다. 탄소섬유로 만든 원단(Carbon Fabric) 또한 소재와 직조 방식에 따라 이름 붙인 광목, 비단, 데님, 옥스퍼드, 캔버 스, 리넨, 시어스커처럼 어디까지나 직물이다. 이쯤 해서 이런 말을 할 사람들이 많 을 게다. “응? 내가 본 탄소섬유는 다 플라스틱처럼 단단하던데?” 보통 독자들이 접한 '카본파이버'는 탄소섬유 원단을 여러 장 겹쳐 에폭시 등의 합성수지로 열처 리해 굳힌 탄소섬유 강화 플라스틱(CFRP; Carbon Fiber Reinforced Plastic) 이다. 현실적으로 탄소섬유나 탄소섬유 원단을 그 자체로 사용하는 일은 거의 없 기 때문에 대체로 CFRP를 카본파이버나 탄소섬유라고 부르곤 한다.

탄소섬유의 역사는 꽤 오래다. 에디슨이 백열전구에 사용하기 위해 대나무를 태 워 만든 탄소 필라멘트는 논외로 치더라도, 소재공학의 한 장르로서 대접받기 시 작한 것이 1950년대 후반이다. 당시 러시아와 미국의 우주 경쟁으로 연구 개발을 가속화한 탄소섬유는 뛰어난 물리적 특성과 내화학적 특성을 지니고 있지만 제조 원가가 너무 비싸서 일부 첨단 분야에서만 사용됐다.

탄소섬유가 일상용품으로 영역을 넓힌 것은 1973년 1차 석유 위기 때 일어난 골 프업계와 블랙 샤프트 붐이 시작이었다. 가볍고 튼튼하다는 장점은 곧 테니스 라 켓, 낚싯대 등 다양한 스포츠 레저 분야에서 상품화되었다. 1970년대 후반 항공기 분야에서 탄소섬유 활용이 증대되어 전성기를 보내지만, 1990년대 들어 세계적 인 냉전 체제가 종료되면서 군사, 항공우주 개발에 대한 투자가 감소했고 탄소섬 유 같은 첨단 복합 재료는 급격한 수요 감소라는 암초를 만나게 된다.

하지만 성능이 부족하면 향상시키고, 비싸면 공정 개발로 생산 단가를 떨어뜨리 고, 쓸 데가 없다면 쓸 곳을 만드는 것이 연구 노동자들의 사명 아니겠는가. 오늘



1 이른바 '카본파이버' 특유의 패턴은 탄소섬유로 짠 원단에서 나온다. excludtec.com
2 탄소 원자가 육각 고리 모양으로 결합된 탄소섬유 원사.



©Cjp24



1 현재 판매되는 것 처럼 발바닥에만 탄소섬유를 적용한 것이 아니라 신발 전체를 탄소섬유로 만든 나이키 머큐리얼 SL.
2 이제는 탄소섬유 휠도 만들어진다. carbonrev.com

날 탄소섬유는 토목건축 분야부터 기계공학, 의공학, 전자공학 분야 등 광범위한 적용 가능성을 열어줌과 동시에 가격 경쟁력을 갖춰 제2의 전성기를 위해 발돋움하고 있다. 현재까지는 생산 공정에서의 높은 에너지 소비와 낮은 생산성으로 철강재 대비 약 9배 가격에 판매되고 있어, 경제성 확보가 가장 큰 숙제로 남아 있다. 생산 공정 중 많은 부분이 수작업으로 이루어지기 때문에 추후 자동화 공정 시스템 개발을 통해 원가를 절감해야만 대중화가 가능할 것이다. 또 급격한 충격에 의한 파괴가 상대적으로 잘 일어나며, 스크래치나 파손 시 수리가 용이하지 않고 재활용이 불가능하다는 단점이 있다.

대중적인 소재로 거듭나기까지 해결해야 할 문제들이 많지만 큰 걱정은 말자. 당신이 잠든 사이 오늘도 어디에선가 이 문제들을 해결하기 위해 밤을 지새우는 연구자들이 있으니.

비싸서 그렇지 쓸 데는 많다

독자들이 잘 알고 있는 차량용 부품을 비롯해 탄소섬유는 앞서 말한 대로 여러 가지 분야에서 사용하고 있으며 점차 사용 범위를 넓혀가고 있다. 그중 몇 가지를 소개하고자 한다.

먼저 축구화. 전 세계 축구 팬을 열광시키는 푸른 잔디 위 축구 선수들, 그들이 장착하는 유일한 무기인 축구화 또한 경량화와 내구성, 유연성, 탄성을 동시에 만족시켜야 한다. 나이키 디자이너 피터 허드슨은 가능한 한 가장 가볍고 날쌔 축구화를 디자인하는 것을 목표로 기존에 써먹지 않은 신소재를 사용해 과학적으로 혁신적인 축구화를 만들고자 했다. 나이키의 혁신성과 창의성을 한 단계 높이고자, 더 나아가 디자인과 공학의 경계를 무너뜨리고자 콘셉트가 같은 개념으로 2008년에 탄생한 축구화가 머큐리얼 SL(Mercurial Super Light)이다.

출시된 해의 숫자만큼 전 세계 2008족만 한정판으로 출시된 이 축구화는 3년간

4개 대륙에서 신발 개발과 공학 부문 최고의 전문가와 장인들을 선정해 제작되었다. 이탈리아 몬테벨로에 소재한 나이키 연구센터의 엔지니어들은 운동성이 뛰어난 부드러운 어퍼에 최상의 소재인 탄소섬유를 성형할 수 있는 새로운 방법을 고안해냈고, 독일의 파트너와 공조함으로써 이 재료의 특징을 극대화할 수 있도록 TPU, 폴리우레탄과 혼합된 7개 층으로 구성된 탄소 합성물질 플레이트(신발 밑창)를 개발했다. 신발 전체를 통틀어 탄소섬유가 아닌 유일한 소재는 분홍색 스우시로고뿐이다.

이렇게 탄생한 190g의 초경량 축구화 머큐리얼 SL은 축구 팬이 아니라도 누구나 한번쯤 들어본 포르투갈 출신의 크리스티아누 호날두 선수가 2008년 챔피언스 리그 결승전에서 신고 나와 당시 소속 팀인 맨체스터 유나이티드의 승리를 견인하면서 더욱 유명해졌다. 한정판이라는 점과 혁신적인 콘셉트 축구화라는 점 때문에 머큐리얼 SL은 중고 매물로 구하기 어려운 제품이 됐다. 게다가 그 후로 나이키는 탄소섬유를 플레이트에만 적용할 뿐 어퍼에까지 적용한 축구화는 출시하지 않았다. 이에 대해 격렬한 축구 경기 중에 축구화는 여러 방향으로 접히고 꺾이는데 주름 잡힌 탄소섬유 어퍼의 복원력이 다소 떨어진다는 의견이 많아서가 아닐까 추측하고 있다. 탄성체의 탄성 한계를 생각해보면 어찌면 당연한 결과일 수도 있지만, 혁신이라 해놓고 더 이상 쓰지 않는 데는 다 이유가 있을 것이다.

자전거도 하나 보자. 탄소섬유가 자동차, 비행기, 콘크리트 등등에 접목되는 멋진 소재라 해도 차와 비행기는 원래 빠른 녀석들이고 콘크리트는 원래 단단한 녀석이다. 과학자들이야 10에서 11이 되면 1이라는 차이에 열광하지만 일반인들은 몸소 그 차이를 느껴보기 전까지는 10이나 11이나 그게 그거일 뿐이다. 하지만 자전거라면? 액셀만 밟던 내 다리로 페달을 돌려야 한다면 1이라는 차이가 황홀하게 다가올지도 모른다.

탄소섬유가 자전거 소재로 사용되기 시작한 것은 1970년 중반부터. 지금은 선수들이 가장 선호하는 자전거 소재가 되고 있다. 탄소섬유 덕분에 자전거를 만드는 방식에도 새로운 변화가 생겼다. 전통적으로 자전거는 여러 개의 튜브를 결합하는 방식으로 제작해왔다. 그런데 탄소섬유는 이런 방식으로 만들지 않고 틀을 만들어 성형하기 때문에 원하는 형태나 어떤 크기로도 만들 수 있다. 차체 전체를 하나로 만드는 모노코크 방식으로 만들 수 있기 때문에 꼭 필요한 구조로 만들 수 있고 접합 부위가 없어 관리하기도 좋다.

획기적이라는 평가와 함께 1992년 바르셀로나 올림픽에서 금메달을 딴 로터스 스포츠 108 자전거의 탄소섬유 프레임은 6kg이라는 놀라운 무게를 자랑한다. 공기역학적 디자인으로 공기저항을 최소화해 기존의 금속 프레임 자전거의 한계를 뛰어넘었다. 20년 이상 지났지만 지금까지도 세상에서 가장 빠른 자전거 중 하나로 남아 있다.

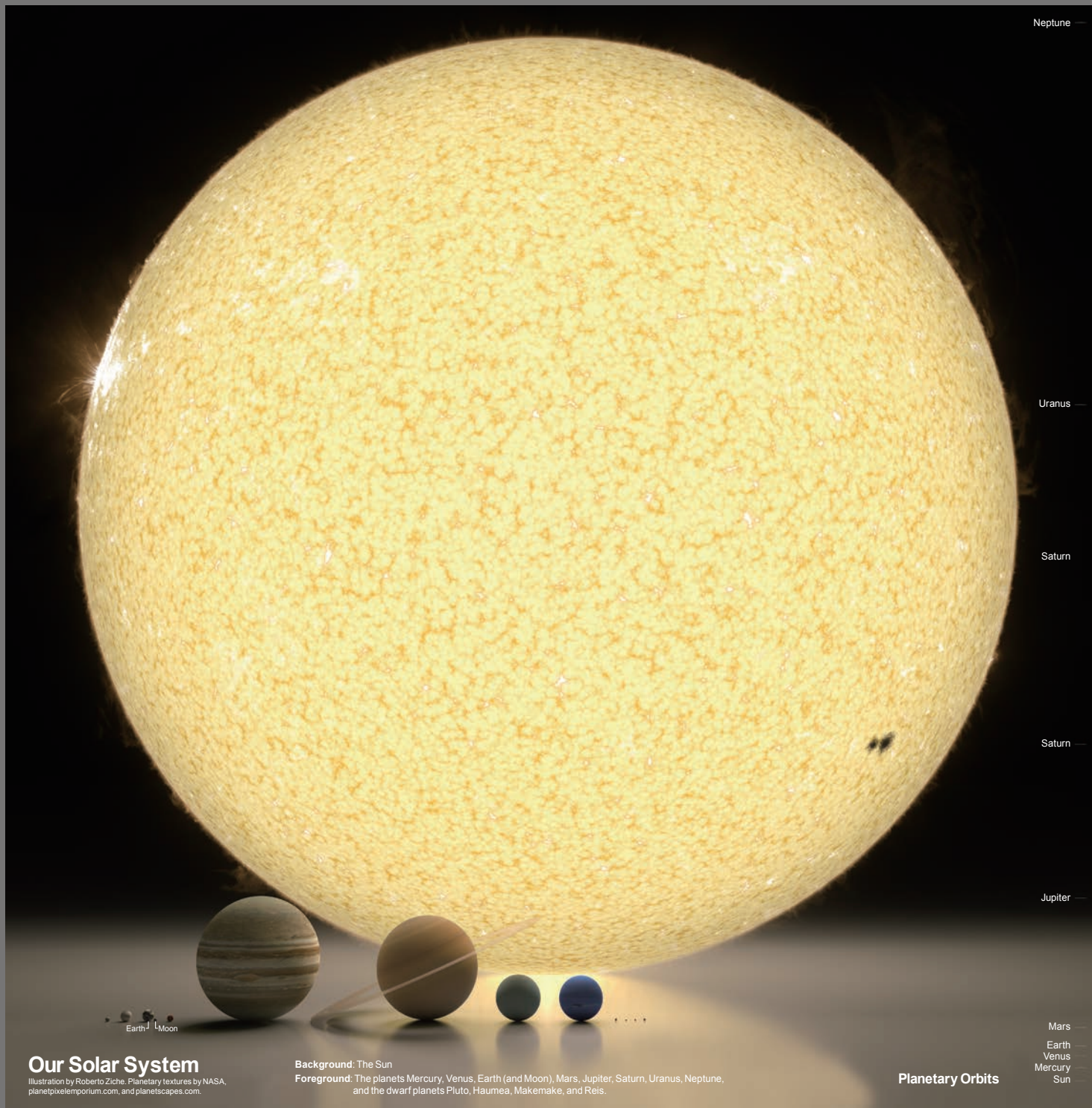
21세기에 들어선 지금은 정말 많은 분야에 탄소섬유가 적용되고 있다. 자동차와 모터스포츠를 비롯한 온갖 스포츠 장비에서부터 반지, 넥타이 핀, 머니클립, 시계, 스마트폰 케이스, 펜, 심지어 욕조에 이르기까지 수많은 생활용품 소재로도 사용된다. 가볍고 튼튼하다는 기능성의 가치는 물론 특유의 가슴 설레게 하는 문양이 주는 심미적 가치로 선택되기도 한다. ♪



3 아우디가 제작한 탄소섬유 스키 플레이트.
4 탄소섬유 욕조. carbonfiberglass.com



5 로터스 엔지니어링이 만든 탄소섬유 자전거는 안장과 바퀴 등 모든 부품을 포함해 9kg이 채 되지 않는다. 6 탄소섬유 명함 케이스. rcfibers.com



Size Does Matter

문득 지구의 크기가 궁금하다면, 적혈구가 더 큰지 바이러스가 더 큰지 궁금하다면, <스타 트렉>의 갤럭시호가 더 큰지 <스타 워즈>의 스타 디스트로이어호가 더 큰지 궁금하다면 웹 브라우저를 켜라.

WORDS 인준하 PHOTOGRAPHS Roberto Ziche, joshworth.com, htwins.net, merzo.net

동해 바다 위에서 떠오르는 새해를 맞이하며 한 해를 다짐한 적 있으신가? 뭐, 지금 하려는 얘기는 꼭 해돋이 명소에 가서 불끈 솟아오르는 태양을 본 적이 없다고 해도 상관없다. 해는 태양계의 주인이자 거대한 항성이고 달은 지구의 위성인데 지구 상에 선 인간의 맨눈으로 보기엔 크기가 참 비슷하다. 거리가 달라서 그렇다는 건 초등학교 과학 시간에 배워서 알 거다. 그런데 실제로 해와 달은 얼마나 크고 작을까?

태양의 직경은 약 139만2000km다. 적도 쪽으로 켄 지구의 직경이 1만2756km라니까 109배 남짓하다. 그런가 하면 달은 지구의 1/4을 조금 넘는 3474km다. 태양은 달보다 약 400배 크다. 지구에서 태양까지 평균 거리는 1억4959만 7871km인데, 달까지 평균 거리는 38만4400km다. 따라서 태양은 지구에서 달까지의 거리보다 389배쯤 멀다. 400배와 389배, 그래서 태양과 달이 비슷한 크기로 보이는 거다.

숫자만 들입다 써봤자 감이 잘 안 온다. 벤틀리 플라잉 스펀(5299mm)가 스마트(2695mm)보다 두 배 크다고는 해도 나란히 주차돼 있는 걸 보기 전까지는 그냥 그런가 보다 할 뿐이다. 벤틀리와 스마트는 어쩌다가 볼 기회라도 있지, 태양과 달과 지구와 다른 행성은 어디 볼 수가 있나. 그런 궁금증을 풀어주기 위해 아래 사진처럼 태양계 행성을 죽 늘어놓은 것을 본 적이 있을 것이다. 실제 거리를 비례해 CG를 만들면 너무 긴 그림이 될 테니까 이렇게 그릴 수밖에 없는 탓에, 크기는 대충 알겠는데 실제 거리는 도통 와 닿지 않는다.

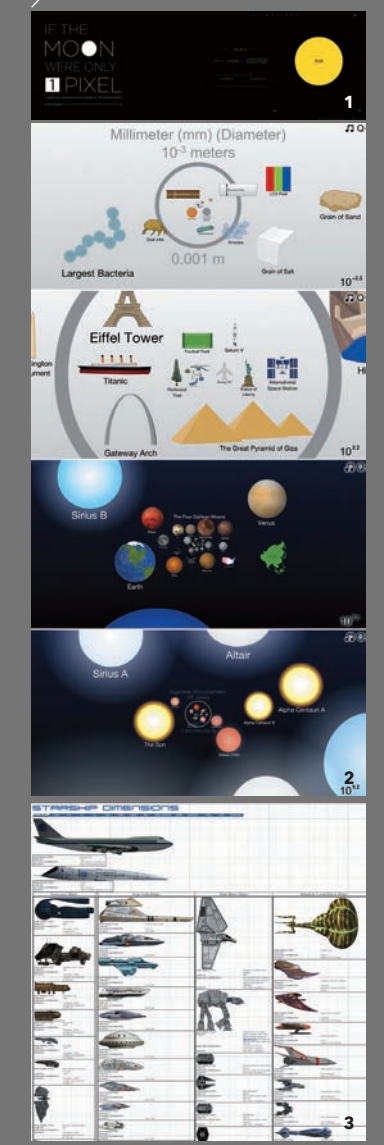
그런 거 궁금해하는 사람들을 위해 재미있는 사이트 두 개를 소개한다.

먼저 만화와 일러스트레이션도 그리고 디자인도 하는, 인터랙티브 미디어 아티스트로 활동하는 조시 워스(Josh Worth)라는 사람이 만든 '만약 달이 1픽셀이라면 (If the Moon were Only 1 Pixel)'이라는 제목의 웹사이트다. 제목 그대로 달을 1픽셀로 놓고 태양과 태양계 행성의 크기를 비례해 보여주는데, 크기뿐 아니라 실제 천체들의 거리도 비례해 표현한다. 무엇보다 백미는, 화면 아래에 있는 햇빛 아이콘을 누르면 태양에서부터 빛의 속도로 이동하는 시뮬레이션을 보여준다는 거다. 태양에서부터 오른쪽으로 스크롤하면서 3.3분 만에 수성을 지나고 6.1분에 금성을 거쳐 지구까지 오는 데 8분 19초가 걸린다(기다리기 지겨우면 화면 위쪽의 행성 아이콘을 누르면 워프하듯 빨리 이동한다). joshworth.com

미국 캘리포니아에 사는 10대 소년 캐리 황이 만든 '우주 스케일 2탄(The Scale of the Universe 2)'도 재미있다. 캐리는 열두 살이던 2012년에 선생님이 보여준 세포 크기 비교 비디오에 감명을 받았다. 기술적인 부분은 형 마이클의 도움을 받아 크기 비교 사이트를 처음 만들었는데, 지금은 업그레이드 버전인 2탄이 별도의 웹 주소로 서비스되고 있다. 세포 얘기에서 눈치챌겠지만, 박테리아와 바이러스는 물론 가장 작게는 뉴트리노까지 보여준다. 크게는 지구와 태양, 은하와 성운, 알려진 우주 전체까지로 확대된다. 에펠탑 같은 유명 랜드마크와 개미, 쌀알 같은 동식물을 망라했다는 점이 더욱 빠져들게 만든다. htwins.net

크기 얘기를 하다 보니 생각나서 서비스로 하나 더 소개한다. SF 마니아라면 이미 알고 있을 법한 오래된 사이트인데, '우주선 규모(Starship Dimension)'라는 이름답게 잘 알려진 SF에 등장하는 각종 우주선의 크기를 정밀한 일러스트레이션과 함께 비교해주는 곳이다. 우주선뿐 아니라 에일리언, 프레데터, 클링곤 같은 외계 생명체도 보여주고, 더 이상 우주선이라고 부를 수 없는 규모의 링월드나 다이스구까지 들어 있다. merzo.net. **H**

- 1 joshworth.com
- 2 htwins.net
- 3 merzo.net



Duracell vs. Energizer

21세기에 들어서며 휴대용 전기/전자 제품이 널리 보급됨에 따라 1차 전지 수요가 부쩍 성장했다. 건전지 시장의 두 라이벌도 싸우면서 커왔다.

WORDS 신기주(에스콰이어 기자) PHOTOGRAPHS 이혜련

주인
<p>듀라셀 워런 버핏</p> <p>듀라셀은 2014년 11월 워런 버핏의 투자 회사 버크셔 해서웨이에 인수됐다. 워런 버핏은 P&G가 갖고 있던 듀라셀의 지분 전량을 47억 달러에 인수하기로 결정했다. 버크셔 해서웨이의 듀라셀 인수는 2015년 2분기에 마무리될 예정이다. P&G는 실적 부진을 타개하기 위해 비주력 부문인 듀라셀을 매각하기로 결정했다. 건전지 시장의 미래 성장 가능성이 높지 않다고 봤다. 실제로 배터리 시장은 일회용보단 충전식으로 재편돼가는 분위기다. 워런 버핏의 듀라셀 인수 결정을 두고 시장에서 의견이 분분했던 이유다.</p>
vs.
<p>에너지이저 에너지이저 홀딩스</p> <p>에너지이저는 듀라셀과 함께 전 세계 건전지 시장을 양분하고 있다. 듀라셀의 주인이 최근 P&G에서 워런 버핏으로 바뀐 것과 달리 에너지이저의 주인은 뉴욕 증권거래소에 상장돼 있는 에너지이저 홀딩스다. 흥미롭게도 시장은 워런 버핏의 듀라셀 인수에 대해선 부정적 이면서도 에너지이저 홀딩스의 주가 전망에 대해선 낙관적이다. 건전지 시장의 미래가 불투명하다면서도 배터리 전문기업인 에너지이저 홀딩스에 대해선 한사코 긍정적이다.</p>

마스코트
<p>듀라셀 분홍 토끼</p> <p>듀라셀의 분홍 토끼는 코카콜라의 산타클로스나 북극곰에 버금가는 인기 광고 모델 가운데 하나다. 북 치는 분홍 토끼는 1973년 처음으로 광고에 등장했다. 듀라셀은 건전지라고 하는 딱딱한 이미지에서 벗어나 부드럽고 귀여운 제품 이미지를 만들어내는 데 성공했다. 그럼에도 분홍 토끼의 미국 내 상표권을 에너지이저에게 빼앗긴 탓에 듀라셀은 분홍 토끼를 해외시장에서만 써먹을 수 있게 됐다.</p>
vs.
<p>에너지이저 백만돌이</p> <p>듀라셀에게서 빼앗은 분홍 토끼를 내세워 미국 시장에서 열심히 광고했지만 오히려 에너지이저 판매는 제자리고 듀라셀에 도움을 줬다는 마케팅 비화가 있다. 해외시장에서는 듀라셀이 여전히 분홍 토끼를 사용할 수 있으므로, 에너지이저는 “백만스물하나, 백만스물둘”을 외치며 팔급허퍼기 하는 건전지 캐릭터를 만들었다. ‘백만돌이’는 분홍 토끼처럼 따뜻한 이미지는 아니지만 건전지 본연의 힘세고 오래간다는 이미지를 각인시켰다.</p>

대표 기술
<p>듀라셀 듀라락</p> <p>듀라셀은 듀라락 기술을 적용해 건전지의 방전율을 최소화했다. 전기를 발생시키는 화학 회로 소재로 손금에 가까운 순수 물질을 사용하고 건전지를 사용하지 않을 때는 내부에서 전력을 이중 차단해주는 장치를 통해 최대 10년까지 방전을 방지한 기술이다. 화학적 해법과 물리적 해법을 총동원한 셈이다. 듀라락 기술은 배터리 전량을 알려주는 파워 체크 기술과 함께 듀라셀의 간판 혁신 기술이다.</p>
vs.
<p>에너지이저 파워실</p> <p>에너지이저 역시 방전을 잡아주는 파워실 기술을 선보였다. 듀라셀의 듀라락 기술과 마찬가지로 일회용 건전지의 최대 약점인 방전 문제를 해결한 기술이다. 파워실은 자가 방전을 최소화하는 기술이다. 에너지이저의 맥스는 파워실 기술이 적용된 건전지 제품이다. 한국에서는 12년 연속 국내 1위 제품이다. 특히 맥스는 아파트 현관의 전자 도어록처럼 자주 사용하진 않지만 방전됐을 경우 큰 불편을 초래하는 분야에서 주로 쓰인다.</p>

혁신의 역사
<p>듀라셀 혁신</p> <p>듀라셀이 오래 안 가는 주인들을 자주 만난 건 역사적으로 듀라셀의 혁신성 때문이었다. 듀라셀은 1950년대 이스트먼코닥이 개발한 카메라에 딱 맞는 휴대용 건전지를 개발하면서 각광받기 시작했다. 이스트먼코닥은 전기 플래시가 터지는 소형 카메라를 개발했다. 이전까지는 화학 합성물을 이용해 플래시를 터뜨렸고, 소형 카메라로는 밤에 촬영이 불가능했다. 플래시 내장형 카메라에는 작은 건전지가 필요했다. 듀라셀은 이스트먼코닥의 플래시 카메라에 적합한 알카라인 건전지를 개발했다. 세계 최초의 AAA형 건전지였다. 듀라셀의 혁신성은 당연히 시장엔 매력적인 요소였다. 정작 일회용 배터리 혁신엔 한계가 있다는 게 문제였다. 듀라셀을 인수한 질레트는 울트라 건전지를 개발했다. 정말정말 오래가는 건전지였다. 파워 체크 기능도 넣었다. 건전지의 양쪽 끝을 동시에 누르면 남은 전기 용량을 알 수 있게 만들었다. 편리했지만 사람들이 더 비싼 값을 주고 건전지를 사게 만들 만큼 충분히 편리하진 않았다.</p>
vs.
<p>에너지이저 역혁신</p> <p>듀라셀은 혁신의 역설에 걸려들었다. 배터리 시장은 전형적인 피라미드형 산업이다. 기술 혁신을 통해 프리미엄 시장에 도달해도 시장 크기는 피라미드의 정상처럼 오히려 협소해진다. 에너지이저는 듀라셀의 실패를 반면 교사로 삼았다. 에너지이저도 듀라셀처럼 프리미엄 건전지를 만들었지만 별 재미를 못 봤다. 그래서 싸고 오래가는 건전지 위주로 제품군을 재편했다. 에너지이저는 또 스스로 인수합병의 주체가 되어 일회용 건전지의 안정적인 수요처를 확보해왔다. 면도기 회사 쉬크와 여성용품 회사 플레이텍스를 인수한 것도 그 연장선에 있다. 피라미드의 맨 아래쪽에 머물면서 매일 백만스물한 개 또는 백만스물두 개씩 꾸준히 건전지를 판매하는 ‘오래가는 장사’를 하겠다 전략이다. 건전지 산업을 건전지 회사가 주도할 것이냐, 건전지를 필요로 하는 회사가 주도할 것이냐에서 에너지이저와 듀라셀의 길이 갈렸다.</p>

앞서거나 뒤서거나 100년의 역사
<p>듀라셀 말로이 배터리 회사</p> <p>듀라셀의 역사는 1920년 기업가인 필립 로저스 말로이와 과학자인 사무엘 루벤이 건전지 사업에 뛰어들면서 시작했다. 제2차 세계대전 당시 말로이와 루벤은 군납용 수은 건전지를 대량 생산했다. 전장에서 말로이와 루벤의 수은 건전지는 휴대용 조명과 통신 장비에 요긴하게 쓰였다. 1940년대 말로이 배터리 회사가 설립됐다. 1964년 오래 견딘다는 의미의 ‘듀라블’과 건전지를 뜻하는 ‘셀’을 합성해 듀라셀이라는 브랜드를 선보였다. 1978년 말로이 배터리 회사는 사명을 아예 듀라셀로 바꿨다.</p>
vs.
<p>에너지이저 아메리칸 에버레디</p> <p>W. H. 로런스는 1896년 전화에 전력을 공급하기 위한 최초의 상업용 건전지를 만들었다. 1899년 콘래드 허버트는 데이비드 마셜로부터 세계 최초의 휴대용 손전등 특허를 사들였다. 이 손전등의 전원으로 사용된 것이 휴대용 기기에 사용할 만한 규격의 D형 건전지였다. 로런스와 허버트는 1905년 아메리칸 에버레디라는 회사를 창업했다. 에너지이저 브랜드를 선보인 건 75년이 지난 1980년이었다. 2000년 뉴욕 증권거래소에 상장되면서 ‘에너지이저’가 마침내 회사의 공식 명칭으로 쓰이게 됐다.</p>

인수합병의 역사
<p>듀라셀 변화무쌍</p> <p>듀라셀은 지난 반세기 동안 수많은 기업들의 인수합병 대상이었다. 전자 제품 수요가 증가하면서 당연히 일회용 건전지에 대한 관심도 높아질 수밖에 없었다. 듀라셀은 1978년 닷트 인더스트리에 인수됐다. 그리고 불과 2년 만인 1980년 식품 회사 크래프트에 다시 매각됐다. 크래프트는 맥스웰하우스 같은 커피류, 오레오 같은 과자류, 필라델피아 크림치즈 같은 유제품류를 생산하는 세계 최대의 제과 회사다. 결국 사모펀드 콜버그 크라비스 로버츠(KKR)에 인수되면서 기업 사냥터로 흘러들었다. KKR은 듀라셀을 다시 면도기 회사 질레트에 팔았다. 2005년 P&G(프록터앤갬블)가 듀라셀의 모회사인 질레트를 사들이면서 P&G의 계열사가 됐다. 듀라셀은 이름과 달리 오래가는 주인을 만난 적이 별로 없었다.</p>
vs.
<p>에너지이저 일편단심</p> <p>듀라셀과 앞서거나 뒤서거나 해온 에너지이저 역시 당연히 인수합병의 목적이 됐다. 하지만 에너지이저는 듀라셀과 달리 인수합병의 부침을 상대적으로 덜 겪었다. 식품 회사 램스틴퓨리나가 1986년 에너지이저의 전신인 에버레디를 인수한 게 전부다. 램스틴퓨리나는 세계 최대의 애완동물 식품 회사다. 램스틴퓨리나가 2000년에 에버레디를 분사시켜 뉴욕 증권거래소에 상장시킨 게 오늘날의 에너지이저 홀딩스다. 백만스물한 번째도 백만스물두 번째도 에너지이저의 주인은 언제나 에너지이저인 셈이다. 에너지이저는 오히려 스스로 인수합병의 주체가 됐다. 2003년 세계 2위의 면도기 제조업체인 쉬크를 인수했다. 2007년엔 여성용 스킨 케어 제품인 플레이텍스를 사들였다.</p>

세계 시장, 한국 시장
<p>듀라셀 세계 1위, 한국 2위</p> <p>전 세계 시장점유율에선 듀라셀이 에너지이저를 앞선다. 유독 한국 시장에서 에너지이저가 듀라셀을 줄곧 앞서왔다. 2014년 듀라셀의 한국 시장 점유율은 듀라셀은 20% 안팎이다. 나머지 30%를 국산 브랜드인 백셀과 로케트가 나눠 갖고 있다. 듀라셀은 한국 시장 공략을 위해 1996년 한국 건전지 브랜드인 썬파워를 인수했고, 2년 뒤에는 로케트전기의 건전지 브랜드 로케트를 800억원에 인수했다. 당시 로케트의 시장점유율은 40% 가까이 됐다. 현재 로케트의 시장점유율은 7% 남짓이다. 듀라셀은 사실상 로케트 브랜드를 고사시킨 셈이다. 대신 듀라셀 브랜드 마케팅에 역량을 집중했다.</p>
vs.
<p>에너지이저 세계 2위, 한국 1위</p> <p>에너지이저는 한국 시장에서만큼은 듀라셀을 앞선다. 2014년을 기준으로 에너지이저의 한국 시장점유율은 50% 가까이 된다. 듀라셀이 한국 시장 공략을 위해 로케트를 인수했다면 에너지이저는 또 다른 토종 브랜드인 백셀과 치열한 경쟁을 벌였다. 백셀은 썬파워를 만든 한국 건전지 제조사 서통의 새로운 브랜드였다. 로케트전기와 달리 서통은 백셀을 앞세워 선전했다. 오랫동안 듀라셀과 2위 다툼까지 벌였다. 역부족이었다. 에너지이저의 물량 공세와 중국 저가 건전지 사이에서 샌드위치 신세가 됐다. 그랜드 백셀은 에너지이저와 듀라셀의 1차 전지(건전지) 시장에서 버티려면 서 2차 전지(충전지) 시장을 통해 권토중래를 노리고 있다. B</p>

Shoes and Men

자, 역사의 시작에 남자가 있었고 뒤이어 구두가 있었다.
남자와 구두, 구두와 남자. 무엇보다 매력적인 이야기인 동시에
모든 이야기의 시작이다.

WORDS 연사우 PHOTOGRAPHS 박남규

스퀘어 토의 레이스업
구두 289만원 벨루티

엘리자베스 여왕의 부군인 에든버러 공은 50주년 생일 메시지의 답장에 이렇게 적었다. '내가 50년 동안 건강했던 이유는 좋은 구두를 신었기 때문입니다.' 그리고 우리 아버지는 언제나 내게 '남자를 고를 때엔 반드시 얼굴보다 시계와 구두를 먼저 봐야 한다'고 했다.

남자의 삶에서 구두와 시계가 얼마나 중요한지에 대한 이야기였다. 그것은 아버지 스스로가 저지른 엄청난 금액의 구두와 시계 구매에 대한 합리화이기도 했지만 동시에 삶에 대한 당신의 태도였다. 그렇게 아버지는 내게 롤렉스 시계를, 동생에게는 볼로냐식 구두와 굿이어 웰트 구두 몇 켤레를 남겨주었다. 아버지에게 구두는 남자의 취향, 남자의 인생을 담은 거대한 우주와 같았다.

아버지와 같은 시대의 남자들, 그리고 지금의 남자들에게도 구두란 우주다. 역설적으로 구두는 그 자체로 드러나지 않는다. 타이나 벨트가 없는 것과는 별개로 구두가 존재하지 않을 때 '불완전'이라는 단어를 완벽히 표현하며 그 묵직한 존재감을 드러낸다. 구두는 그렇게 남자의 차림을 완성해주는 화룡점정 이자 불완전을 완전하게 바꾸어주는 요소다. 덕분에 우리는 발바닥에 공기 주머니를 넣은 볼로냐식 구두, 아들에게 물려줄 수 있을 정도로 튼튼하고 실용적인 굿이어 웰트 구두, 새빌로의 클래식을 담은 노스햄프턴식 구두를 만날 수 있게 되었다.

굿이어 웰트나 노스햄프턴, 볼로냐식 구두로 남자 구두의 역사를 정의할 수는 없다. 남자의 구두 역사(내 생각엔 여자의 구두보다 훨씬 까다롭게) 세분화되어 있다. 우선 발등을 한 장의 가죽으로 만든 구두를 플레인토라고 한다. 플레인토는 V 프린트, 플레인토 더비, 홀 컷, 플레인토 벨모럴로 나뉜다. 발가락 부분에 캡을 덧씌운 것 같은 디자인은 캡토라고 부르고 스트레이트 팁, 펀치드 캡토로 나뉜다.

발등에 구멍이 뚫린 것 같은 펀칭 디테일이 더해진 구두는 브로그라고 한다. 비가 자주 오는 영국에서 신발의 물이 빨리 빠지게 하기 위해 만든 디테일이다. 브로그는 풀 브로그 더비, 풀 브로그 벨모럴, 블라인드 풀 브로그, 롱 윙팁, 퀴티 브로그, 세미 브로그 등으로 나눌 수 있다.

아직 설명하지 않은 구두의 종류가 많이 남아 있지만 다 차치하고, 꼭 알아야 할 몇 개의 구두만 기억해두자. 페니 로퍼, 몽크 스트랩, 옥스퍼드, 더비, 브로그다. 그러나 솔직히 얘기하면 구두의 이름을 얼마나 많이 알고 있느냐 하는 것은 그다지 중요하지 않다. 그보다 중요한 것은 구두를 어떻게 신는가다. 이를테면 구두는 두 번째 발이자 두 번째 피부이며 여자만큼이나 까다로운 관리가 필요한 존재다.

우선 구두는 하루 걸러 신는 것이 기본이다. 하루를 신었다면 하루는 쉬어야 한다. 아무리 미끄러워도 가죽으로 만들어진 바닥에 고무 밑창을 대면 안 된다. 가죽으로 만든 밑창은 가장 클래식한 구두 제조 방법인 동시에 제대로 만들어진 구두를 상징하는 요소다. 고무창을 대는 순간 구두는 당신의 발과는 상관없이 뒤를어지고 빠르게 망가진다. 물론 신발 끈 묶는 것이 귀찮다고 고무 끈으로 교체해서도 안 된다. 구두 끈으로 신는 사람의 발 모양에 맞게 가죽의 모양이 잡히는 과정이 사라지기 때문이다. 구두 뒤축을 꺾어 신어서도 안 되고 가죽이 벗겨졌을 때 '불광'을 내는 식으로 흔적을 없애려 해서도 안 된다.

안 되는 것투성이이지만 이 물을 지켜냈을 때 당신의 소중한 구두는 수명이 길게 늘어난다.

그럼에도 걷는 버릇, 신발을 신는 방법 등의 문제로 오랫동안 구두를 신을 수 없는 남성들을 위해 구두 밑창을 교체할 수 있는 기법으로 만들어진 구두도 있다. 굿이어 웰트 방식으로 만든 구두가 바로 그 주인공. 미국의 찰스 굿이어 주니어가 1897년에 만든 기법으로, 핸드소운 기법을 대체할 구두용 제화 기계를 개발하면서 만들어졌다. 웰트는 신발의 발등, 즉 아퍼와 밑창을 연결해주는 부분을 말하는데 바로 이 부분을 뜯어내면 새로운 밑창을 달 수 있다. 아버지가 신던 구두를 아들에게, 또 그 아들에게 물려줄 수 있다는 얘기다(물론 제대로 관리했을 경우의 이야기지만). 시대를 관통해 아버지의 구두를 아들이 물려받아 신는 이야기는 꿈같기도 하다. 이러한 이야기야말로 모든 구두 제조업자들이 꿈꾸는 남자의 삶, 남자의 인생을 담은 구두의 판타지인 셈이다. 그렇다고 굿이어 웰트 구두가 세계 최고의 구두라는 뜻은 아니다.

우리 곁에는 벨루티라든가, 존 롱 혹은 엔초 보나페 같은 걸출한 구두들 또한 존재하기 때문이다. 이 구두들은 아주 오랜 역사와 깊이 있는 아카이브를 갖추고 있다. 그중 벨루티는 좀 더 특별한 이야기를 갖고 있다.

1895년 이탈리아인 알레산드로 벨루티로부터 시작된 이 유서 깊은 브랜드는 1900년 만국박람회를 통해 이름을 드높이기 시작했으며 현재는 중손녀인 율가 벨루티가 이끌어가고 있다. 최고급 베네티차 가족을 이용해 만드는 벨루티의 구두는 고유한 컬러 표현 방식인 파티나 기법을 통해 독특하고 자유로운 디자인 아카이브를 보여주고 있다. 염색 전의 가죽을 이용해 구두를 먼저 만든 뒤 장인들이 직접 손으로 컬러링을 해 개별적인 매력과 깊이를 지닌 컬러의 구두들이 탄생한다. 이렇게 만들어진 구두들은 '문 왁싱'이라는 과정을 통해 더욱 특별한 컬러를 갖추게 된다. 베니스의 갯벌 속에서 달빛을 통해 아주 천천히 구두를 탈색시키는 문 왁싱은 가죽의 불리칭 과정이라고 할 수 있다. 과도한 오일 성분을 제거해 은은한 투명감을 더해준(다고 알려져 있다).

이토록 독특하게 완성된 구두를 사랑하는 벨루티의 오랜 고객들의 공식적인 사고 모임인 '클럽 스완'은 1년에 한 번 전통적인 의식을 치른다. '폴리싱 리추얼'이라 불리는 이 의식에서 회원들은 달빛 아래에서 돛 페리뇽을 이용해 구두를 닦는다. 최고급 삼페인으로 구두를 손질함으로써 구두를 내 몸과 같이 아낀다는 것을 의미한다. 실제로 삼페인은 구두의 광을 내는 가장 좋은 재료다.

엔초 보나페의 구두는 완벽한 볼로냐식 구두의 상징이다. 전통적인 볼로냐 공법으로 만든 엔초 보나페의 구두는 100% 수작업이다. 자르고 다듬고 칠하고 꿰매는 모든 과정과 거기에 필요한 것들을 모두 손으로 만든다는 뜻이다. 볼로냐 공법이란 발바닥에 공기 주머니를 넣어 발가락과 발바닥이 구두 안에서 자유롭게 움직일 수 있도록 해주는 고급 제조 방식이다. 당연히 훨씬 더 많은 공정이 필요하고 더 까다로우며, 제대로 만들 줄 아는 사람 역시 많지 않다.

1940년대부터 시작된 엔초 보나페의 구두는 볼로냐가 세상에서 가장 아름다운 구두를 만들던 시대인 1960년대부터 볼로냐 구두의 상징이자 가장 아름다운 구두를 만드는 브랜드로 이름을 알리기 시작했다. 엔초 보나페의 창립자는 여전히 똑같은 방식으로 50년 이상 일해온 파트너들과 함께 하루에 겨우 30



태슬 로퍼 53만원 맥나니 by 란스미어.



스트레이트 팁 로퍼 89만원 엔조보나페 by 란스미어.



더블 몽크 스트랩 85만원 처치스 by 란스미어.



스웨이드 로퍼 209만원 존롭.



첼시 부츠 146만원 생로랑.



블랙 데비 슈즈 179만원 브루넬로 쿠치넬리.



브라운 데비 윙 팁 169만원 브루넬로 쿠치넬리.



페니로퍼 100만원 알든 by 유니페어.



오스트리치 로퍼 에르메네질도 제냐 by 스테파노 필라티.

컬레의 구두를 생산한다. 그들은 모두를 위한 구두를 만들기보다 그들이 직접 고객을 선택하는 방식을 취한다.

그런가 하면 오늘날 비즈니스맨들의 꿈의 구두로 꼽히는 존 롭 구두의 시작엔 광부들이 있었다. 존 롭은 금광 앞에서 금을 캐고 나오는 광부를 기다렸다가 강도짓을 하려는 도둑들에게서 금을 지키기 위해 부츠 뒷굽에 금을 숨길 수 있는 공간을 가진 구두를 만들며 이름을 알렸다. 존 롭의 구두는 단단하고 남성적인 뉴앙스를 지닌 광부의 구두였지만 동시에 가장 영국적인 디테일을 지닌 구두로 성장하며 순식간에 부유한 런던 명사들의 구두로 성장했다.

존 롭의 구두는 영국식 핸드메이드 방식을 고수하고 있는데 무려 190여 공정을 거쳐 완성된다. 이 모든 공정은 슈 메이커이자 핸드크래프트 스피릿을 추구하는 존 롭의 아이덴티티이자 역사적 유산으로 평가받는다. 존 롭은 구두를 제작하는 190가지 단계를 일일이 촬영한 영상 또한 공개했다.

무엇이든 알고 난 뒤에는 그걸 몰랐던 시절의 삶으로 돌아갈 수 없다. 구두 역시 그러하다. 위의 브랜드들이 가진 역사, 가치, 그들만의 독특한 문화와 특별한 테크닉을 겨우 몇 장의 종이로 설명할 수는 없다. 그럼에도 겨우 그 정도의 설명만으로도 우리는 충분히 이 구두들에 매료된다. 구두란 성공의 상징이자 남은 인생을 근사하게 살아갈 수 있는 자본금과도 같다. 정말로 성공한 어떤 남성들에게는 그의 삶을 대표하는 구두가 한 켤레씩은 존재한다.

마이클 잭슨은 페니 로퍼를 사랑했다. 페니 로퍼는 최초의 구두였던 모카신의 형태를 가장 많이 지닌 구두다. 거의 최초의 구두에 가까운 형태미를 자랑한다. 1940년대 바스가 노르웨이 농부들이 신던 모카신을 본떠 워전스라는 구두를 만들었고, 공중전화 요금기 1페니이던 당시 남자들이 긴급한 상황을 대비해 동전을 구두에 끼우고 다닌 것에서 유래한 이름이다. 마이클 잭슨은 블랙 페니 로퍼에 흰 양말을 신고 문 워킹을 했고 중력을 거스르는 듯 몸을 기울였다. 페니 로퍼는 가장 캐주얼한 구두의 역사를 지닌 동시에 팝의 황제를 상징하는 구두가 되었다.

지구 상에서 가장 악명 높은 패셔니스타인 알 카포네의 삶을 대표하는 구두도 있다. 1920년대 세상에서 가장 글래머러스한 섹시 슈트 룩을 선보인 알 카포네는 더블브레스트의 핀 스트라이프 슈트와 악어 가죽 스펙테이터로 화려한 재즈 에이지의 상징이 되었다. 그가 신은 블랙과 화이트 컬러의 반짝이는 악어 가죽 스펙테이터는 알 카포네라는 남자의 화려한 취향과 부에 대해 이야기해주는 궁극의 매개체였다.

윈스턴 처칠은 옥스퍼드를 사랑했다. 그러나 그의 옥스퍼드는 레이스업이 아닌 지퍼를 단 모델이었다. 나치와 맞서 싸우던 시절, 구두 끈을 맬 시간이 없다는 이유로 신기 시작한 지퍼 달린 옥스퍼드는 전쟁이 끝난 뒤에 늘 처칠과 함께했다. 영국의 전통적인 비스포크 슈즈 브랜드인 조지 클레버리가 만들었는데, 그가 신던 구두를 여전히 처칠이라는 이름으로 만들고 있다.

미국의 대통령들 역시 자신들의 구두가 존재한다. 존스턴&머피는 150년간 미국 대통령을 위한 구두를 만들었다. 에이브러햄 링컨은 역사상 가장 발이 큰 대통령이다. 그의 발 사이즈는 무려 320mm였다. 그는 발목까지 올라오는 단

단한 부츠를 신었다. 하나의 가죽으로 이루어진 구두가 발등 전체를 덮고 발목 부분에 겨우 두어 번 교차하는 레이스업 디테일이 있는 디자인이었다. 군인 출신이자 아웃도어 라이프를 사랑한 루스벨트는 레이스업 처커 부츠를 신었고 윌슨 대통령은 사슴 가죽으로 만든 빅스를 신었다. 케네디는 대통령 중 가장 화려한 구두를 사랑했다. 펀칭 디테일이 잔뜩 더해진 화려한 윙팁 옥스퍼드를 신고 이런 말을 남겼다. "나도 이제 스타일이 얼마나 중요하지 막 깨닫고 있다. 사람들이 내 연설보다 재키의 옷에 더 집중하고 있기 때문이다."

그렇다면 당신의 삶을 상징하는 구두란 무엇일까. 우선 당신의 옷장을 체크해야 한다. 그리고 그 안에서 네이비 슈트, 그레이 슈트, 더블브레스트 슈트, 체크 슈트, 데님, 치노가 몇 벌씩 있는지 계산해보라.

우선 네이비 슈트를 입는 남자라면 베이식한 브라운 더비 혹은 옥스퍼드가 필요하다. 네이비 슈트는 '베이식들의 베이식'이라는 뜻이다. 베이식들의 베이식에는 클래식한 디자인의 강건한 구두가 제격이다. 게다가 네이비 슈트를 사랑하는 남자들은 대체로 젊고 유능한 남자의 삶을 추구하는 존재들이다. 언제나 신입 사원처럼 단정하게 치려입기를 좋아하고 레저맨탈 타이를 사랑하며 막 사워하고 나온 것 같은 코롱 냄새를 사랑한다고 유추할 수 있다. 케네디 역시 네이비 슈트에 레저맨탈 타이를 사랑한 전형적인 프레피이면서 윙팁 브로그 옥스퍼드를 사랑했던 것을 떠올려보라.

그런가 하면 그레이 슈트를 사랑하는 남성들은 오히려 좀 더 중후한 매력의 더블 몽크 혹은 몽크 스트랩 구두가 적당하다. 그레이는 블랙과 네이비 사이, 아무리 시간이 흘러도 변하지 않는 클래식을 상징한다. 쉽게 번색되지도 않고 언제 어디서나 적당하다. 오랫동안 사회에서 전쟁을 치른 승리자이며 못내기들의 위에 존재하면서 땅에 발을 딛고 하늘 저 너머의 달을 볼 줄 아는 사람들이다. 또한 실용성과 효율성, 빼어난 전투력까지 갖춘 남성들이다. 그들에게 몽크 스트랩은 화려하고 정감한 전투화다.

더블브레스트 슈트나 체크 슈트를 사랑하는 남성들에게는 스웨이드 태슬 로퍼, 페니 로퍼와 같은 전설적인 클래식의 섹시 버전이 잘 어울린다. 작정하고 섹시하고자 하는 남성들에게 맨발의 로퍼란 룩 브레이커이자 물을 지배하는 존재로 만들어주기 때문이다.

생지 데님이나 치노의 캐주얼한 스타일을 추구하는 남자에선 단단한 러버솔이나 하드한 형태의 윙팁 브로그가 필요하다. 그들은 마치 이 딱딱한 구두를 신고 화이트칼라에게 대항해 이기고야 마는 기백을 지닌 남성들이다. 다듬어지지 않은 마초적 남성성에 짙은 컬러의 단단한 가죽은 남자가 가야 하는 길 어디인지를 제대로 알고 있는 남자라는 것을 드러내준다.

무엇이 되었건 이 모든 구두들이 자극히 평범한 삶을 살아가는 한국 남성들에게도 필요하다고 말할 수는 없다. 그러나 이토록 근사한 역사와 의식, 가치를 지닌 구두를 안다는 것, 그러한 구두를 제대로 다룰 줄 안다는 사실은 당신이 남자로서 또 남자를 위한 존재들의 가치를 아는 남자라는 것을 증명한다. 당신의 구두는 당신이 누구인지 알려준다. 당신이 얼마나 건재한지도 알려준다. 그렇게 구두는 당신의, 그리고 남자의 역사가 된다. ■



Evolution of an Idea

군인에게는 갑옷이, 운동선수에게는 언더아머가 필요하다.

WORDS 구분진 PHOTOGRAPHS 이혜련

어떤 분야든 최고 수준에 오른다는 건 많은 노력과 희생
을 요구한다. 운동선수에게 최고의 영광은 자신의
손으로 우승컵을 들어 올리는 일일 것이다. 그것을 위
해 그들은 쉬지 않고 땀 흘리며 자신을 갈고닦는다.

1996년 미국 메릴랜드대학에는 미식축구로 슈퍼스
타가 되고 싶은 친구들과 다른 생각을 지닌 선수가 있
었다. 그의 이름은 케빈 프랭크. 당시 미식축구 선수로
활동하던 그는 경기 중 슌더 패드 안에 입을 면 티셔츠
가 땀에 젖으면 몸에 달라붙는 게 늘 불만이었다. 땀을
한껏 머금은 티셔츠는 무겁고 불편함에 경기력까지
저하시켰다. 티셔츠를 바꾸거나 불편감을 참는 게 일
반적이었지만, 그는 새로운 기능성 티셔츠 개발 의지
를 불태웠다. 그렇게 화려한 미식축구 선수의 꿈은 '기
능성 의류 제작자'로 바뀌었고, 졸업과 동시에 새로운
꿈을 향해 걸기 시작했다. 소재에서부터 구조, 스타일
에 이르기까지 그가 그리던 이상적인 아이디어를 상
품으로 구체화하기 위해 직접 뉴욕의 수많은 원단 시
장과 봉제 공장을 찾아다녔다. 합성섬유로 된 여성 속
옷에도 관심을 갖게 됐다. 기존의 티셔츠 개념을 완전
히 벗어나야 했기 때문이다. 새로운 기능성 티셔츠의
열쇠는 빠른 건조와 신축성에 있었다. 기능 개발을 위
해 심혈을 기울인 결과, 세계 최초로 전신에 밀착되는
스포츠 의류가 탄생했다. 케빈은 운동복 안에 착용하
는 이 획기적인 발명품을 '운동선수가 착용하는 갑옷'
이라는 의미를 담아 '언더아머'라 이름 지었다. 그렇게
미식축구 선수의 작은 아이디어로부터 언더아머는 탄
생했다.

지난해 전 세계 몇몇 언론은 나이키와 아디다스를 위
협하는 브랜드로 언더아머를 꼽았다. 설립 이후 부도
위기까지 겪어야 했던 언더아머를 오로지 '품질력' 하
나로 시가 총액 150억 달러에 육박하는 기업으로 성
장했기 때문이다. 시장조사업체 스포츠 스캔인포와
증권사 스텐 애지가 공동으로 지난해 발표한 데이타
를 살펴보면 언더아머는 지난해 말까지 11개월간 미
국 스포츠용품 시장에서 26억 달러의 매출을 올렸다.



1 언더아머의 돋보이는
기술력이 눈에 띄는
스피드폼. 스포츠 브라의
기술을 응용해 발
모양에 맞게 감싸주는
'일체성형'이라는
구조를 개발했다.
2 언더아머 제품의
기술력에 반해 지금까지
인연을 이어가고 있는
나상범 선수. 그는
현재 언더아머를 입고
NCD아노스 팀에서
외야수로 활약 중이다.



언더아머 마스코트 마네킹, 에릭

마스코트라고 하니 귀여운 이미지가 떠오르겠지만
에릭을 실제로 보면 입이 딱 벌어진다. 왼쪽 페이
지 사진 속 마네킹이 에릭이다. 폴네임은 에릭 오그
보구(Eric Ogbogu). 메릴랜드대학 미식축구 팀에
서 케빈 프랭크와 운동을 같이한 동료이자 후배다.
195cm에 120kg이 넘는 체중의 거대한 근육질 몸
매와 뛰어난 운동신경으로 NFL에서도 1998년부터
2005년까지 활약한 프로 선수다. 실제 언더아
머의 광고 모델이기도 하며, 케빈이 가장 좋아하는
미식축구 선수다. 그래서 그는 에릭의 몸을 본떠 마
네킹을 만들었다. 이런 독특한 스토리가 에릭을 언
더아머의 마스코트로 만들었다.

언더아머 CEO 케빈 프랭크는 선수 시절의
경험을 바탕으로 기존과는 전혀 다른
선수만을 위한 운동복을 탄생시켰다.



이런 성장의 배경에는 선수 출신 CEO 케빈 프랭크의
독특한 경영 철학이 있다. 그는 다른 브랜드가 열을 올
리고 있는 스타 마케팅이나 후원에 목을 매지 않는다.
오히려 키타로그와 제품을 들고 직접 선수들을 찾아
간다. 직접 경험해보면 계속 사용할 것이라는 자신감
에서다. 이른바 '간지'보다는 경기력 향상에 더욱 신경
을 쓰는 선수들에게 언더아머의 마케팅이 제대로 먹
힌 것이다. 소문은 발보다 빨랐고, 선수들이 먼저 구매
의사를 밝히기 시작했다. 이 경영 철학은 미국뿐 아니
라 국내에서도 마찬가지였다. 갤럭시아코퍼레이션이
국내에 처음 언더아머를 소개한 지 4년 만에 매출 100
억원을 목표로 하고 있다.

독특한 마케팅 전략과 폭발적인 매출 상승을 이뤄낼
수 있었던 건 품질에 대한 자신감이라고 선수들은 입
을 모아 말한다. 경기력 향상을 위해 생경한 모습의 전
신 쫄쫄이도 마다하지 않는 운동선수들에게 품질 하
나만으로 인정을 받은 것이다. 실제로 언더아머 기술
력의 결실인 컴프레션—몸에 달라붙는 옷—은 세컨드
스킨으로 불리며 선수들의 경기력 향상을 위해 어떠
한 환경에서도 신체의 밸런스를 유지할 수 있도록 만
들어졌다. 사용된 UA 패브릭은 짧은 시간에 땀을 흡
수해 밖으로 배출하는 데 탁월하다. 동시에 자유자재
로 신축하는 소재가 주는 편안함과 경량성까지 선사

한다. 근육에 적당한 압력이 가해지면서 근육과 혈관
이 적절하게 수축한다. 덕분에 혈액순환, 산소 공급은
더욱 활발해지고 젖산과 같은 피로 물질이 줄어들어
지구력이 높아진다. 이 밖에도 운동 시 발생하는 다방
면의 충격으로부터 근육의 진동을 최소화한다. 동시
에 근육을 모아줘 손상을 억제한다. 이런 기능적인 면
만 살펴봐도 티셔츠 한 장에 언더아머가 얼마나
많은 기술과 노력을 투여했는지 알 수 있다. 그렇기 때
문에 선수들은 언더아머 제품이라면 믿고 쓰는 것이
다. 언더아머 덕분에 선수들은 더 이상 땀에 젖은 티셔
츠가 주는 불편한 경험을 할 필요가 없다.

"나이키는 연구실에서, 아디다스는 구두방에서, 언더
아머는 로커에서 시작했다. 스포츠의 본질을 가장 잘
이해하고 꿰뚫는 브랜드이기 때문에 성공 가능성이
매우 높다." 국내 언더아머 마케팅을 담당하는 정총렬
팀장의 자신감에 찬 설명이다. 그의 말대로 언더아머
는 경영 철학부터 기술력까지 스포츠웨어의 본질을
정확하게 꿰뚫고 있다. 광고 한 번 잘해서 이익을 많이
남기려는 브랜드가 아니다. 현재 언더아머는 미식축
구를 비롯해 야구, 러닝, 골프, 여성 운동복까지 다양
한 스포츠 분야에서 사업을 펼치고 있다. 하지만 스포
츠웨어에 대한 철학은 변함없다. 오로지 선수의 경기
력 향상을 위한 갑옷이라는 것. 1

A Ton of Power

권투나 종합격투기를 볼 때마다 궁금한 것 하나. 저 펀치는 어느 정도의 힘일까? 육체가 만들어내는 경이적인 위력을 살펴보자.

WORDS 천창욱(종합격투기 해설가) PHOTOGRAPHS 셔터스톡

격투기 선수의 육체는 잘 깎은 조각을 연상시킨다. 보기 좋은 것만 아니라 일반인의 능력을 훨씬 상회하는 파괴력을 몸에 지녔다. 단련과 연마로 큰 힘을 낼 수 있다는 것은 알겠는데, 도대체 얼마나 셀까? 도구의 힘을 빌리지 않고 순수한 인간의 힘으로 발휘할 수 있는 힘은 과연 어느 정도일까? 각 무술별로 최대치의 파괴력은 당연히 케이스 바이 케이스다. 다만 객관적인 자료로는 내셔널 지오그래픽 채널이 '파이트 사이언스'라는 이름으로 만들어낸 콘텐츠가 가장 정확한 기록에 근접하지 않았을까 싶다.

The Kick

발은 주먹으로 낼 수 있는 것보다 세 배 강하다는 얘기가 흔히 알려져 있다. 발차기를 포함하는 무술은 매우 많은 편이고 제각기 특징적인 킥을 구사하기 때문에 어떤 무술의 파괴력이 더 셀까 많이들 궁금해한다. 파이트 사이언스의 발차기 실험에는 브라질의 고유 무술인 카포에라와 킥복싱, 태권도 등 킥이 강하기로 널리 알려진 종목의 선수들이 참여했다. 카포에라의 경우 킥이 목표물에 도달한 순간의 속도는 시속 159km였고 위력은 816kg이었다. 카포에라는 앉은 자세에서 축축이 되는 발 외에도 왼손을 바닥에 짚는 것으로 안정도를 높인 상태에서 뛰어오르며 날아 차는 듯한 킥을 구사했다. 가라테는 가볍게

밀어 차는 형식의 앞차기로 시속 114km의 속도와 195kg의 힘을 보였다. 무에타이 선수의 킥은 시속 209km의 속도로 목표에 도달했고 635kg의 파괴력을 발휘했다. 전형적인 앞돌려차기를 구사한 태권도는 목표물에 킥이 닿는 순간 속도가 시속 218km로 가장 빨랐고 파괴력 또한 1톤이 넘는 1043kg에 달했다.

이 실험은 어느 무술이 애초에 가장 센가 하는 걸 밝히기 위한 게 아니었다. 네 가지 킥이 발휘한 파괴력은 결국 물리 이론에 대한 해설로 마무리됐다. '힘=질량×가속도'라는 것. 파이트 사이언스는 목표물 도달 속도와 별도로 가속도를 측정했고, 네 가지 킥의 파괴력과 가속도의 비율을 구했다. 가라테는 6.04, 무에타이는 10.77, 태권도는 16.91, 카포에라는 18.18이었다. 파괴력 자체만 놓고 볼 때는 속도가 가장 빠른 태권도가 가장 썩지만, 가속도 비율을 보면 카포에라 선수가 가장 많은 체중을 실은 킥을 구사했다는

의미다. 또한 무에타이에 비해 태권도의 킥 속도는 겨우 5% 빠르지만 파괴력은 64% 높았다는 것은 태권도 선수가 더 많은 체중을 실었기 때문이다.

이러한 숫자의 차이는 실전에서의 강약을 의미하지 않는다. 예를 들어 무에타이의 킥이 카포에라보다 빨랐던 것은 돌려차기나 김아차는 방식이 아니라 거의 일직선으로 올라가 가장 빨리 목표에 도달한다는 형식을 가진 무에타이 킥의 특징으로 볼 수 있다. 속도에 비해 상대적으로 파괴력이 덜 나온 것 또한 크게 타원이나 곡선을 그리는 형식이 아니라서 회전과 원심력에 의한 파괴력의 증가가 별로 없었기 때문이다. 무에타이라고 큰 동작으로 큰 대미지를 입힐 수 있다는 사실을 모르는 게 아니다. 실험에 사용된 킥은 '한 방'이 아닌 실전용일 뿐이다. 공격이 실패했을 경우 반격의 여지가 있는 상황에서 파괴력이 좀 낮아지더라도 반격을 허용하지 않고 실리를 취하는 공격의 의도가 녹아 있는 동작인 것이다. 마찬가지로 가라테가 무에타이나 태권도만큼 빠르고 강력한 킥이 없는 것도 아니다. 실험에 사용된 킥은 상대방의 단점을 향해 밀어 차는 형식의 재빠른 앞차기였다. 싸움 좀 해본 사람은 알겠지만 실전에서는 굉장히 효과적인 킥이다. 발차기 하나에도 각 무술의 색깔이 그려지는 모습이 흥미롭다.

The Punch

발이 그렇다면 손은 어떻게? 주먹의 파괴력으로는 역시 복싱을 들 수 있다. 팩맨(Pac-Man)이라는 닉네임으로 더 잘 알려져 있는 볼세출의 복서 매니 파퀴아오의 경우 69kg 미만의 체중에서 경이적인 펀치 스피드와 각도, 그리고 파워를 보여줬다. 복싱의 특성상 정확한 가격을 위해서는 상대방에게 다가가는 접근전을 펼치게 되며, 이에 따라 주로 지근거리에서 공방이 이루어지는지라 펀치가 가속을 해서 파괴력을 올리기 쉽지 않은 편이다.

이런 점을 감안한 측정에서 파퀴아오는 상대방과 60~80cm 사이의 거리에서 약 0.12초 만에 타격을 가했고, 그 엄청난 스피드를 파괴력으로 바꾸는 모습을 보여줬다. 그는 쇼트 펀치 하나로 365kg의 힘을 냈다. 파퀴아오는 0.12초라는 찰나의 순간에 자기 체중의 5배가 넘는 초인적인 위력을 발휘한 것이다. 국내에도 잘 알려진 마우리시오 소군의 경우 지근거리에서 내뿜은 펀치 파워가 530kg의 위력을 보였다(두 선수의 체중과 측정 실험의 차이가 있으니 쇼군이 팩맨보다 더 세다고 단언할 수는 없다).

이는 작용과 반작용, 그리고 힘이 발끝에서부터 주먹으로 전달되는 과정의 극대화로 볼 수 있다. 복싱은 스텝을 이용해 치고 빠지고를 반복하다가 자신이 원

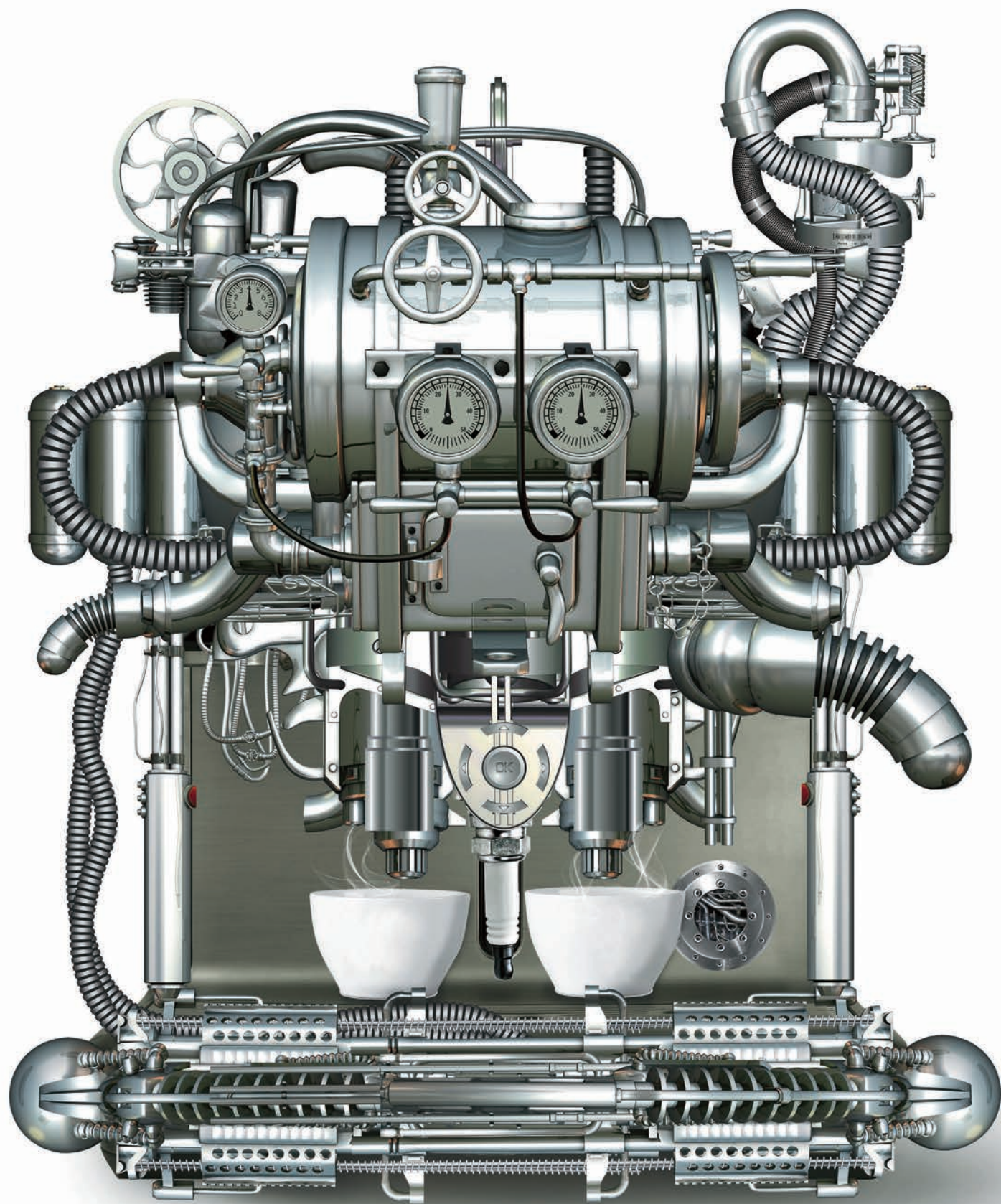
하는 타이밍에 순식간에 거리를 좁히면서 펀치를 내지른다. 이때 출발에서부터 에너지가 전달되어 종아리와 허벅지를 통과해 엉덩이를 거쳐 펀치를 내지르는 어깨와 주먹의 선단까지 몸이 일직선이 되는 것이 가장 이상적이라고 한다. 복싱 선수들은 이러한 자세가 자동적으로 나올 수 있도록 끊임없는 운동과 연습으로 자신의 몸을 단련하는 것이다.

종합격투기 선수들의 펀치는 어떻게? 복싱의 그것보다 얇은 오픈핑거 글러브로 손을 감싸고 주먹을 지르는 종합격투기의 타격 역시 강력하다. 웰더급에서 최강의 챔프로 군림했던 조르주 생피에르의 경우 77.1kg의 경기 체중을 기준으로 측정된 실험에서 순간적인 펀치력이 1296kg에 달했다. 자기 체중보다 거의 17배의 힘으로 상대를 가격한 것이니 무시무시하지 않을 수 없다.

반이면 격이지만 조르주 생피에르는 킥 측정에서 1577kg의 수치를 냈다. 더 높은 체급인 UFC 헤비급의 케인 벨라스케즈는 111kg의 체중으로 자신의 몸을 내던진 태클 파워가 1224kg에 달했다. 태클 하면

유명한 미식축구 선수들의 평균 측정치인 1034kg을 넘어서는 괴력이었다. 수년간 자동차 충돌 실험을 해온 베테랑조차도 이러한 실험 결과에 "눈으로 보지 않았다면 믿지 않았을 것이다"라고 혀를 내둘렀다.

이처럼 당장 확인되는 데이터만으로도 확실히 격투기 선수들의 육체는 대단하다. 역설적이지만, 그들이 격투기 선수라서 강하다기보다는 인간이라서 강할 수도 있다는 생각도 든다. 얼핏 보기에 우리의 육체는 곰이나 호랑이보다 나약하지만 몸과 두뇌를 망라하는 여러 가지 방식의 자기 개발로 인해 먹이사슬의 정점에서 있는 것 아니겠는가. 기계라고 해도 쉽게 낼 수 없는 파워와, 기계도 버티기 힘든 충격에 견딜 수 있는 강인한 내구력의 소유주가 될 수 있다는 사실이 증명하는 것은 '인간은 강하다'는 명제다. **M**



Science of Espresso

SF의 하위 장르 '스팀 펌크'에 꼭 걸맞은 조리도구가 에스프레소 머신이다. 보일러를 심장으로 달고 있으며 온갖 레버며 아날로그 계기판도 붙어 나온다.

WORDS 이용재 PHOTOGRAPHS 셔터스톡

'스팀 펌크'라는 장르가 있다. 과거와 미래의 교묘한 또는 오묘한 공존이 매력이다. 배경은 19세기인데 로봇이나 비행선이 등장한다. 물론 원동력은 증기기관, 구동은 톱나바퀴가 주로 맡는다. 미래 또는 대체 역사 속의 현재를 과거의 장치로 구현하는 것이다. 미야자키 하야오의 애니메이션 <하울의 움직이는 성>이나 최근 인기를 끈 게임 '바이오쇼크 인피니트'가 좋은 예다.

조리도구 가운데도 스팀 펌크의 분위기를 풍기는 게 있을까? 단연 에스프레소 머신이 떠오른다. 기본적으로 덩치가 있는 기계인 데다가, 보일러 심장이 움직이면서 구동음을 내고 때로 증기도 거칠게 토해낸다. 기계 미학을 칭송하듯 몇십 초면 커피콩의 정수를 진득한 액체로 추출해낸다. 그래서 붙은 이름, 에스프레소(Espresso, 이탈리아어로 '가장 빠르게'라는 뜻)도 정체성에 들어맞는다. 이래저래 에스프레소는 '스팀 펌크 커피'다.

에스프레소는 스팀 펌크의 주 배경인 19세기보다 정확한 한 세기 뒤인 20세기의 시작과 거의 동시에 탄생했다. 몇 천 년에 이르는 커피 자체의 역사에 비하면 굉장히 현대적인 발명인 셈. 1901년, 이탈리아의 사업가 루이지 베제라(Luigi Bezzera)가 처음 기계를 발명해, 즉석에서 가장 신선한 커피의 정수를 추출하기 시작했다. 이 특허를 1905년 데시데리오 파보니(Desiderio Pavoni)가 사들여 수정을 가하기 시작했다. 1900년대 중반엔 이미 오늘날과 흡사한 원리를 지닌 추출기가 등장했다.

에스프레소 추출의 원리는 무엇일까? 그보다 일단, 커피콩의 성질에 대해 이해할 필요가 있다. 습관처럼 '커피콩'이라 일컫지만, 사실 우리가 굵고 가루를 내어 추출해 마시는 원료의 실체는 과일의 씨앗이다. 익었을 때 색깔이나 생김새가 닮아 커피 '체리'라고 부른다. 이 열매의 과육과 씨앗을 분리해 건조 등 가공 과정을 거친 뒤, 참기름을 짜기 위해 깨를 볶듯 불에 구워 맛을 끌어낸다. 지난 겨울호에서 다룬 마이야르 반응이 커피콩의 맛에서도 중요한 역할을 맡는다.

일단 콩을 갖춰놓으면, 이후 에스프레소 추출의 목표는 단 한 가지다. 그 짧은 추출 과정 속에서 일정함을 최대한 확보하는 것. 한마디로 똑같은 콩을 똑같은 기계로 추출하면, 각 에스프레소의 맛 사이에 오차가 최대한 적어야 한다. 같은 날, 같은 콩을 같은 기계에서 뽑는데도 오차를 걱정해야 한다고? 그렇다. 그만큼 에스프레소를 비롯한 커피의 세계는 예민하다.

자, 이제 본격적으로 원리를 알아보자. 에스프레소를 '추출(抽出)'한다는 표현을 썼다. 말 그대로 뽑아(抽)내는(出) 과정이다. 갈아낸 커피콩 사이로 압력을 가해 물을 통과시키면, 그 물에 커피 맛의 정수가 자잘한 알갱이 형태로 섞여 함께 나온다. 물과 기름이 공존하는 원리인 유화가 작용하는 것. 그래서 에스프레소는 유화액의 형태로 잔에 담긴다.

에스프레소의 성공 여부는 다음 다섯 가지 요소의 상호 작용에 달렸다. 각 수치의 범위도 분명히 존재한다. 압력

(8~10bar), 물 온도(85~96°C), 간 커피의 양(7~21g), 추출 시간(18~35초), 추출한 양(15~45ml)이다. 일정함을 목표로, 이 다섯 가지 요소의 관리와 통제를 사람과 기계가 나눠 맡는다.

먼저 에스프레소 머신의 역할은 거듭되는 추출 가운데 압력과 물 온도를 일정하게 유지하는 것이다. 보일러를 심장에 비유했는데, 추출 뒤 바로 다음 잔에 임할 수 있는 체력 또는 회복 능력을 지녀야 한다. 심장을 굳이 하나만 갖출 이유가 없으니, 추출구가 여럿이라면 각각 전담 보일러가 떨어 나온다. 또한 최신 에스프레소 머신은 물의 세밀한 온도 조절을 위해 PID 제어기가 탑재되어 있다. 비례(Proportional)-미분(Integral)-적분(Derivative)의 세 가지 특성을 종합하는 제어기다. 비례 제어기는 오차에, 미분 제어기는 오차의 시간적 변화(미분값)에, 적분 제어기는 오차의 누적량(적분값)에 따라 출력을 조절하는 원리다. 변수가 많아 최적화가 어렵지만, 그만큼 좋은 결과를 얻을 수 있어 물의 온도를 1/10°C 단위로 조절할 수 있다. 다음은 제2의 기계인 콩 갈이, 즉 그라인더다. 추출을 일정하게 하려면 일단 콩부터 일정하게 갈아야 한다. 그래서 날의 형태와 온도 관리가 중요하다. 다공질인 내부 조직 구조를 살리고 물에 노출되는 면이 일정하려면 콩을 뺨지 말고 부숴야 하므로, 제대로 된 그라인더는 버(Burr)라는 명칭의 날을 쓴다. 고갈 없는 원뿔 형태에 나선형으로 날이 달려 있으니, 어찌 보면 앞서 언급한 게임 '바이오쇼크' 프랜차이즈의 캐릭터 빅 대디의 드릴과도 비슷하게 생겼다. 원리는 맷돌과 다소 비슷해서, 회전하는 입체적 날의 결을 따라 갈린 입자가 차츰 고와지는 원리다. 물론 날로 콩을 가는 그라인더도 있지만, 입자 굵기 조절이 불가능한 데다가 열로 콩을 손상시킨다는 단점이 있다. 버 그라인더

또한 과열되면 콩에 손실을 끼칠 수 있으므로, 요즘은 컴 퓨터처럼 팬이 달려 나온다.

이제 마지막으로, 사람의 역할이다. 물이 콩에 빈틈없이, 일정한 속도로 통과할 수 있는 여건을 만들어줘야 한다. 그래서 포트afil터(Portafiliter)라는 손잡이 달린 필터에 일정량의 콩을 담고(Dose) 여분을 덜어낸(Groom) 다음 일정한 압력으로 눌러(Tamping) 추출구에 장착한다. 마지막으로 흘러나오는 에스프레소의 흐름을 파악해 적당한 시점에서 끊어준다. 습도만 조금 높아도 갈아낸 커피콩이 영커 포트afil터 안에서 뭉치고, 추출의 흐름을 방해할 수도 있다. 이러한 변수에 맞춰 기계를 미세 조정하는 것도 물론 사람의 역할이다.

이 섬세한 과정을 통해 한 잔의 에스프레소가 당신 앞에 놓인다. 일단 크레마(Crema)가 눈에 들어올 것이다. 커피콩의 이산화탄소가 추출 과정에서 물에 과포화 상태로 녹았다가, 추출액이 잔에 담김과 동시에 떠오르다 표면에서 커피 고형분과 멜라노딘(Melanodin)이라는 중합체에 붙들려 생긴 거품이다. 요즘은 변수도 많고 인위적인 조작도 가능하므로 '크레마=좋은 에스프레소'의 공식을 무조건 받아들이는 이유는 없지만, 대개 나쁜 에스프레소엔 크레마가 없는 것도 사실이다.

어쨌든, 음미해보자. 머신의 머리 위에서 예열된 잔은 따뜻하겠지만, 정작 에스프레소 자체는 전혀 뜨겁지 않을 것이다. 이를 슬며시 넘기면 실상 쓰맛이라고 보기 어려운, 고급스러운 씹쓸함이 먼저 다가오고 이후 단맛과 과일 향 등이 피어오를 것이다. 찻나에 잔을 비울지라도, 여운은 길 것이다. 이 모든 요건을 갖추고 또 운마저 좋다면 '신의 샷(God Shot)'이라고 일컫는 최고의 에스프레소를 만날지도 모를 일이다. **▶**

THE BEST MACHINES

KEES VAN DER WESTEN SPEEDSTER

금속공예가이자 이제는 에스프레소 머신 장인으로 불리는 네덜란드의 키스 반데어 웨스턴이 만든 스피드스터는 아름다운 조형미와 수준 높은 금속 가공 기술로도 유명하다. 에스프레소를 만들어 먹지 않아도 흐뭇하다는 물건. keesvanderwesten.com



BUGATTI DIVA

부가티 자동차와는 다른, 고급 식기와 주방 기기를 제작하는 이탈리아 브랜드의 고급 에스프레소 머신. 스피드스터나 GS/3만큼 고기능인 것은 아니지만 이를 때문에 선정했다. 흰색을 비롯해 빨강, 노랑, 보라, 오렌지 등 색깔 있는 모델도 있다. casabugatti.com



LA MARZOCCO GS/3

에스프레소 마니아에게 최고의 제품으로 꼽히는 라마르조코의 가정용 머신. 듀얼 보일러와 PID 제어기를 탑재했다. 네덜란드의 라마르조코 달려있던 키스 반데어 웨스턴은 GS/2를 개조해 최초의 스피드스터를 만들기도 했다. lamarzocco.com



Truffle Pasta

아마추어 셰프에게 쉽다면 쉽고, 어렵다면 어려운 게 파스타다.
눈과 코와 입이 즐거운 트러플 파스타 만들기에 도전해보자.

COOKING 김나운 PHOTOGRAPHS 박남규 HAIR&MAKEUP 구현미



Ingredients

- 스파게티니 건면 80g
- 트러플 페이스트 2ts
- 화이트 트러플 오일
- 올리브유(퓨어, 엑스트라 버진)
- 마늘 2쪽
- 치킨 스톱(육수) 또는 야채 스톱 6oz
- 화이트 와인 2ts
- 페퍼론치노 1/2개(작은 것)
- 이탈리언 파슬리 한 줌
- 레몬 1개
- 파르미자노 레자노 치즈 적당량
- 백만송이버섯 20g
- 새송이버섯 20g
- 표고버섯 20g
- 소금, 후추 적당량



Serve
1

Cooking Time
1hr

How to Cook

- 1 마늘은 너무 곱지 않게 다진다. 이탈리언 파슬리도 칼로 다져둔다. 파르미자노 레자노 치즈는 강판에 갈아둔다.
- 2 표고와 새송이는 0.5cm 정도의 두께로 자른다. 백만송이버섯은 밀동만 조금 잘라낸 뒤 한두 송이씩 결대로 찢어 준비해둔다. 레몬은 반으로 잘라 즙을 낸다.
- 3 적당히 달군 프라이팬에 퓨어 올리브유를 넉넉히 두른 뒤 앞서 준비한 세 가지 버섯을 넣어 재빠르게 볶는다. 여기에 다진 마늘과 페퍼론치노를 차례대로 넣어 진갈색이 날 때까지 볶는다. 매콤한 게 좋다면 페퍼론치노를 더 넣을 수 있는데, 매운맛이 강할수록 트러플의 향과 맛을 음미하는 데 방해될 수 있으니 각자의 취향에 따르는 게 좋겠다. 볶을 때 모든 재료에 소금과 후추로 간을 한다. 다 볶으면 불을 꺼둔다.
- 4 냄비에 물을 넣고 끓인다. 소금을 적당량 넣어 간간한 정도로 맞춘 다음 물이 끓으면 파스타를 넣어 5~6분간 삶는다. 파스타 제품에 따라 조리 시간에 차이가 있다.
- 5 진갈색이 나도록 볶은 버섯이 들어 있는 프라이팬에 화이트 와인과 치킨 스톱을 차례대로 넣고 살짝 끓인다. 삶은 파스타를 건져 프라이팬에 넣고 트러플 페이스트와 다진 이탈리언 파슬리를 넣는다. 센 불에서 파스타를 저어가며 빠르게 조리한다.
- 6 엑스트라 버진 올리브유, 레몬즙 약간, 갈아놓은 파르미자노 레자노 치즈를 넣어 마무리한다. 간이 부족할 경우 소금을 넣어 맞춘다. 파스타를 볶을 때 불이 세면 소스가 모자랄 수도 있는데, 그럴 때는 치킨 스톱을 조금 더해주어 농도를 맞춘다.
- 7 조리된 파스타를 접시에 담고 기호에 따라 화이트 트러플 오일, 파르미자노 레자노 치즈를 좀 더 뿌려준다. 이때 커다란 접시를 쓰고, 남은 버섯(자르지 않은)과 파슬리를 곁에 장식하는 식으로 멋을 부리면 손님에게 더 큰 즐거움을 전할 수 있다. ♪

WHO COOKS



김나운

캐나다와 이탈리아에서 이탈리아 요리를 배워온 김나운 셰프는 IL SOGNO, THYME ON THE OCEAN, CIAO BELLA 등의 레스토랑에서 근무·운영을 하며 경력을 쌓아왔고, 곧 또 다른 멋진 레스토랑에서의 근무를 앞두고 있다.



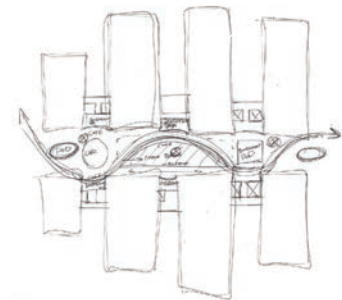


Norman Foster: The Innovator

예술에서의 그것과 마찬가지로 건축계에서 명장 대접을 받는 이는 고유한 아이덴티티를 갖고 있다. 예컨대 노먼 포스터를 한마디로 소개한다면, '하이테크 건축가'다.

WORDS 이용재 PHOTOGRAPHS 셔터스톡, 코비스

런던의 30 세인트 메리 액스(일명 거킨) 빌딩은 환경친화적으로 지어진 40층짜리 건물이다(왼쪽). 마드리드 토레 방카(이뱅크 타워)는 스페인에서 가장 높은 빌딩이다(아래).



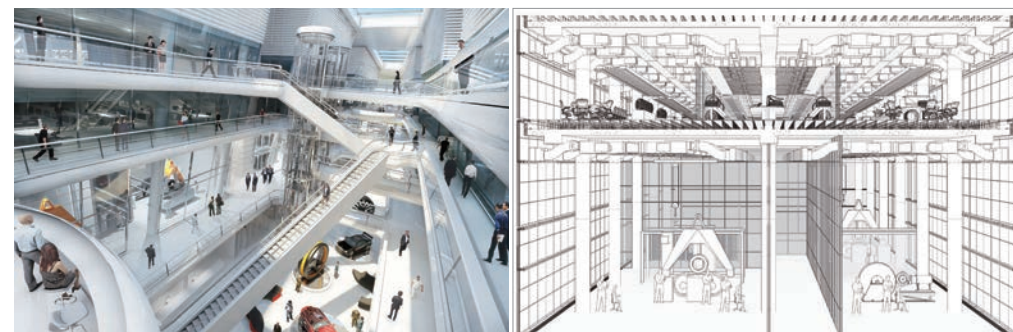
노먼 포스터(왼쪽)가 설립한 포스터 앤드 파트너스(Foster + Partners)는 첨단 타이어 기술센터인 한국타이어 테크노돔(Technodome)을 디자인했다.

스티브 잡스가 세상을 떠난 지도 3년이 넘었다. 매출은 여전히 훌륭하지만, 애플이 예전 같지 않다는 이야기가 나오는 지도 오래다. 최신 모델인 아이폰 6/6+는 잡스의 손길이 마지막으로 어렸다는 4에서 이미 네 세대가 멀어졌다. 혁신과 멀어졌다는 이야기도 이전 지겨울 정도다. 하지만 스티브 잡스의 혁신은 아직도 끝나지 않았다. 그것도 가장 혁신적이라는 건축가의 손을 거쳐 한창 결실을 보고 있다. '우주선'이라는 별명이 붙은 도넛 모양 애플의 신사옥과 그 건축가 노먼 포스터 이야기다.

요즘은 상황이 많이 달라졌지만, 흔히 건축을 '백인 남성의 직업(White Man's Job)'이라고들 한다. 부유한 가정에서 태어나 사회적 강자일수록 자리를 잡고 입지를 넓히는 데 유리하다는 의미다. 실제로 매체나 문학에서도 건축가는 그런 이미지로 등장하는 경우가 많았다. 잘 차려입은 정장 차림에 머리는 짧게 잘라 단정하게 빗어 넘겼다. 나비넥타이와 만년필은 필수 아이템. 아인 랜드의 소설 <마천루>에나 등장할 법한 인물이다.

올해로 80세인 노먼 포스터도 대머리라는 걸 빼놓으면 이런 이미지에서 크게 벗어나지 않는다. 하지만 그의 사정은 좀 다르다. 주류의 맥락에 머물다가 건축가가 되지 않았다. 오히려 자수성가형이라 보는 게 맞을 것이다. 그는 노동자의 가정에서 태어나 중산층으로 살기 원하는 부모의 바람을 이기지 못하고 고향인 맨체스터 시청 회계과에 사무원으로 취직해 일했다. 하지만 어릴 때부터 품은 항공기와 기차의 기계 미학에 이끌려 건축사무소에 비설계 직종으로 입사했다가, 퇴근길에 몰려 흠뻑은 도면을 밤마다 베껴 그린 포트폴리오로 건축가가 되었다. 이후 맨체스터 대학 건축과와 미국 예일 건축 대학원을 거쳐 정식 교육을 받는다.

혁신의 상징이라 할 수 있는 애플 신사옥을 맡은 것처럼, 사람들은 그를 하이테크 건축가라 칭한다. 첨단 기술을 적극 활용해 인간에게도 편한 것은 물론 그보다 더 중요한 환경에 미치는 영향을 최소화하는 해법을 찾기 때문이다. 한마디로 첨단 건축이 그에게는 인간과 자연의 공존을 위한 열쇠다. 그의 이러한 태도는 2010년의 전기다



한국타이어 테크노돔은 미래 타이어 기술을 주도하기 위한 최첨단 연구 장벽은 물론 컴파운드와 상품을 테스트할 수 있는 최적의 연구 환경을 갖춘 90여 개의 실험실을 갖추게 된다.

큐멘터리 <건축의 무게(How Much Does Your Building Weigh, Mr. Foster?)>의 한 장면에서 단적으로 드러난다. '90cm 높이의 벽을 쌓는 데 벽돌은 500kg이나 들지만, 샌드위치 패널이면 몇백 그램이 되는 데다가 빛도 잘 투과한다'며 새 재료의 미덕을 높이 사는 것. 이러한 그의 철학은 형태보다 주로 구조나 재료, 구축이나 조립의 언어로 재현되어 공간으로 승화한다. 한마디로 빛 잘 들어오며, 기둥으로부터 자유로워 트이고 너른 공간이다. 그래서 설계 집단 팀포(Team 4)를 거쳐 현재 포스터 앤드 파트너스가 된 포스터 어소시에이츠를 설립한 실무 초창기, 그는 산업 시설이나 사무실 설계를 통해 인지도를 쌓았다.

그러던 가운데 1980년, 홍콩의 홍콩 상하이 은행 본사(HBSC Headquarter)가 그의 경력에 전환점으로 찾아온다. 이 프로젝트는 여러모로 획기적이었다. 기둥이 상판을 지탱하는 현수교의 원리를 응용, 기둥을 건물 바깥으로 몰고 거기에 몇 개 층을 한꺼번에 묶어 지탱시킨다. 덕분에 건물은 1층이 완전히 길로 열려 있다. 홍콩을 여행한 경험이 있다면 매우 일요일 필리핀 가사도우미들이 한데 모이는 장소를 보았을 수도 있는데, 바로 그곳이다. 이는 바다를 면한 건물의 입지와 풍수를 감안한 해법으로, 그가 따로 풍수 전문가까지 고용해 얻은 결론이다. 내부 구

조물이 없으니 평면도 활짝 열려 자유로운데, 보통 천장에 설치하는 전원, 통신, 공기 조화 배관 등의 설비를 바닥에 설치하고, 그 위를 규격화된 경량 조립식 패널로 마감해 컴퓨터의 설치를 쉽게 만들었다. 또 거울과 차양으로 빛을 조절해 실내에 자연광을 들인다. 7년이라는 짧은 기간에 구상부터 완공까지 마무리하기 위해 영국, 미국, 일본 등 외국에서 만든 부품을 조립하는 방식도 획기적이었다. 이 프로젝트를 통해 포스터는 19세기 말부터 고속 승강기와 철골 구조, 내화 공법을 통해 마천루의 주도권을 잡은 미국의 아성에 도전장을 던졌다.

세월이 흘러 그는 1000명이 넘는 직원과 함께 세계 곳곳에 그의 하이테크 철학을 심는다. 고국 영국의 런던 시청, 오이(Gherkin)를 닮아 별명 붙은 거킨 빌딩, 프랑스의 밀요(Millau) 다리, 독일의 라이히슈타트 국회의사당, 맨해튼의 허스트 빌딩, 홍콩의 책랍콕 공항 등 다 셀 수 없을 정도다. 공로를 인정받아 1999년에는 건축계의 노벨상인 프리츠커 상을 받았고, 영국 여왕으로부터 남작 작위도 받았다. 이런 그의 하이테크 건축을 곧 한국에서도 만날 수 있다. 한국타이어의 대전 중앙연구소 테크노돔의 설계를 그가 맡았기 때문이다. 2016년 완공을 목표로 2014년 첫 삽을 떴다. ㅁ



McQueen, Le Mans and Monaco

하와이나 베니스라면 여자들이 두 손을 턱 앞으로 모으며 눈썹을 팔자로 만들 거고, 사하라나 다카라라면 마초들이 눈물을 글썽이며 감동하겠지만, 남녀 모두에게 비슷한 반응을 얻어낼 수 있는 지명은 모나코 이외의 예가 없다.

WORDS 신동현(레옹 편집장) PHOTOGRAPHS 태그호이어

모나코, 남녀 모두가 그 이름 석 자를 듣는 것만으로 눈망울이 초롱 초롱해진다. 여자들은 그레이스 켈리의 로맨틱한 삶을 연상한다. 모나코 해변을 거닐다 보면 자신도 왕자와 사랑에 빠지고 에르메스에서 자신의 이름을 딴 가방을 만들어줄 거라는 환상에 빠진다. 반면 남자들은 화려한 요트와 클래식카, 페라리가 함께하는 삶을 연상한다. 세계를 돌며 펼쳐지는 F1 레이스 중에서도 모나코는 특별한 의미를 갖는다. 관중석과 잔디밭에서 경기를 관람하는 다른 경기장과 달리, 모나코는 요트와 호텔 옥상, 야외 수영장과 왕궁의 지붕(?)에서 경기를 관람한다. F1 경주차가 명품 매장과 클래식한 양식의 호텔 주변을 달리는 모습은 다른 F1 서킷에서 흉내 낼 수 없는 모나코만의 매력이다.

태그호이어 모나코는 그 환상적인 모나코 그랑프리를 기리기 위해 1969년 탄생했다. 최초의 스퀘어(사각형) 케이스 오토매틱 시계이자 크로노그래프가 전 세계 남성들의 선망의 대상이 된 것은 스티브 맥퀸이 1971년 영화 <르망>에서 이 시계를 차고 등장하면서 부터였다. 대사 몇 마디 없이 눈빛, 그리고 포르쉐 917s와 페라리 512s가 뿜어내는 배기음만으로 못 남성들의 심장을 폭발하게 만든 영화에서 맥퀸은 가슴에는 호이어(태그호이어의 전신) 로고를 달고 손목에는 파란 태그호이어 모나코를 차고 등장했다.

레이스 세계에 스폰서십이 등장한 지 얼마 안 된 그때는 지금처럼 로고가 덕지덕지 붙어 있지 않았기 때문에 맥퀸의 오른쪽 가슴에 붙은 호이어의 로고가 가진 파괴력은 상당했다. 왼쪽 가슴에는 포르쉐의 메인 스폰서였던 정유 회사 쉘의 로고가 붙어 있는데, 이 로고는 1960년대 그래픽 디자인의 황금기를 대표하는 것 중 하나다. 수많은 모터스포츠 마니아들이 쉘 레이싱 팀의 '파우더 블루 +오렌지' 배색에 여전히 경의를 표하며, 많은 예술가가 작품의 소재로 삼기도 한다. 쉘프는 최근까지도 르망 24시간 내구 레이스 등에서 활발한 스폰서십을 전개하고 있다.

사실 모나코의 인기가 끊임없이 지속된 것은 아니었다. 1970년대 중반 몰아닥친 쿼츠 붐과 1980년대의 형광 패션 분위기는 1960년대의 이미지를 가진 모나코를 잊게 했다. 그런 점에서 마니아들은 향수를 더 느꼈고, 결국 1998년에 재발매되기 이른다. 모나코의 재발매는 지금 전 세계적으로 인기를 끌고 있는 클래식 패션과 자동차/모터사이클계에 불고 있는 레트로/카페라이서 붐의 신호탄



2004년 세계 최초의 벨트 구동 방식의 워치 메카니즘으로 탄생한 모나코 V4는 10년 만에 또 한 번의 세계 최초, 이번엔 벨트 구동 투르비용을 선보였다.

과도 같았다. 1960~70년대의 아이콘이었던 스티브 맥퀸의 '쿨함'은 다시 주목받기 시작했고 그가 입었던 옷, 신었던 구두, 안경과 시계에 이르기까지 모든 것이 인기를 끌면서 모나코는 주류로 올라서기 시작했다.

태그호이어가 대단한 점은 보수적인 시계 시장이 모나코를 고운 눈으로 볼 리 없다는 사실을 잘 알고 있었다는 것이다. 역사와 전통을 중요시하는 시계 세계에서 모나코는 신출내기나 다름없었고, 영화배우의 이미지를 빌려 반짝 인기를 끌다가 이내 사라졌다는 오명을 쓰기 십상이었다. 태그호이어는 호사기들의 "그건 패션 시계지 어른의 시계가 아니냐"라는 말에 멋지게 반격하기 위해 온갖 기술력을 쏟아부었다.

2004년 스위스 시계 박람회 바젤월드에서 태그호이어가 선보인 모나코 V4는 기존의 시계 제작 방식을 완벽하게 뒤엎은 사건과도 같았다. 작은 기어가 맞물려 작동하는 기존의 시계 구조에서 탈피해 수직으로 움직이는 선형 진동추를 벨트로 구동하며, 합성 루비 대신 볼 베어링으로 마찰계수를 줄인 획기적인 시계였다. V4라는 이름대로 4개의 동력 배열이 움직이는 모습을 스키텐 케이스백을 통해 볼 수 있었으며, 모터스포츠를 상징하는 시계답게 자동차의 구조를 연상하게 한다는 점에서도 완벽한 개성성이 있었다. 제네바 그랑프리 울로제리와 레드닷 디자인 어워드를 동시에 수상했으며, 여러 분야의 잡지들에서도 놀라운 관심을 받았다.

게다가 시판이 불가능할 거라고 여긴 이 시계는 2009년 시판 모델로 등장했으며, 2014년에는 머리카락 두께의 마이크로벨트로 구동되는 V4 투르비용까지 선보였다. 대중적인 시계 브랜드가 대표 모델로 아방가르드 시계의 반열에 들어선 예는 그리 많지 않다. 덕분에 오토매틱 시계와 쿼츠 기반의 디지털 워치를 양쪽 면에 장착한 후 모나코의 출시 연도와 '아래위가 바뀐 것'을 의미하는 은어를 중의적으로 명명한 '모나코 69' (2003년)까지 재조명되면서 20세기 후반에 등장한 가장 유명한 시계의 하나로 자리매김했다. 그런데도 커다란 사각 케이스를 손목 위에 올리는 건 아무나 할 수 있는 일이 아니다. 어색하지 않게 보이려면 그에 걸맞은 패션 센스를 갖춰야 하며 '모나코'라는 이름에 어울리는 라이프스타일도 필요하다. 누구나 꿈꾸지만 아무에게나 허락되지 않는 것. 그래서 모나코는 특별한 의미를 갖는다. ■



사각형 속의 사각형, 전형적인 태그호이어 모나코. 칼리버 12 크로노그래프 ACM 리미티드 에디션(왼쪽)과 크로노그래프(오른쪽).



The Gadgeteer

FOR HEALTH

바쁜 일상에서 스스로 건강을 챙길 수 있는 방법.

HUSH

블루투스 이어폰같이 생겼지만 귀에 착용하는 웨어러블 디바이스다. 알람과 귀마개 기능이 합쳐져 사용자를 잠잠의 세계로 인도한다. 주변 소음을 완벽히 차단해 알람 소리는 기가 막히게 들리니 아침에 알람을 듣지 못해 지각하는 끔찍한 상황은 벌어지지 않는다. 스마트폰 앱을 이용해 시간과 음악을 설정해두면 상쾌하게 잠에서 깰 수 있다. 이뿐만 아니라 전화, 문자 등을 알려주는 알림 기능을 탑재해 중요한 약속을 놓치지 않는다. 풀잠을 위해 투자할 비용은 150달러. 5월부터 배송된다. hush.technology



VELOPRESSO

벨로프레스는 진정한 이동식 카페다. 정지한 상태에서는 커피를 마실 수 없다. 발을 굴러야 원두를 분쇄할 수 있기 때문(더블샷을 마시려면 페달을 5초 정도 돌려야 한다). 다행히 원두만 갈아내면 나머지 커피를 만드는 과정은 쉬운 편이다. 한 번에 약 20L의 물을 채울 수 있는 물탱크와 커피 찌꺼기를 보관할 수 있는 공간도 있다. 자전거 뒤에 달린 투명한 에스프레소 머신에서 커피가 만들어지는 과정을 지켜보는 것도 깨알 같은 즐거움이다. 바리스타용으로 만들었기 때문에 이 제품을 구입하기 전 바리스타 교육을 받거나 자격증을 따는 것이 먼저겠다. 가격은 9995파운드다. velopresso.cc



MELOMIND

현대인에게 스트레스는 암만큼이나 무서운 존재다. 극심한 스트레스는 몸뿐 아니라 마음까지 파괴한다. 올해 미국 라스베이거스에서 열린 가전 전시회(CES 2015)에서 독특한 외관과 기능으로 관심을 끈 제품이다. 사용법이 뭔가 친숙하다. 1990년대 말 등장한 집중력 향상 기기 엠씨스퀘어와 유사하기 때문. 헤드셋에 달린 네 개의 전극이 뇌파를 측정해 전용 앱으로 전송한다. 전용 앱이 뇌파 정보를 분석해 알맞은 명상음을 제공한다. 가격은 290달러. 9월 출시 예정이다. melomind.com



FOR MODERN PEOPLE

하나쯤 사두면 현대인의 생활을 편하게 해주는 독특한 가젯들.

ENCRYPTED FLASH DRIVE

저장 매체로서 USB 메모리는 여전히 활용도가 높지만 컴퓨터에 꼽기만 하면 누구나 데이터를 볼 수 있는 단점이 있다. 최근 도시바는 보안과 데이터 보호 성능이 뛰어난 USB 메모리를 출시했다. 본체의 0부터 9까지 숫자 버튼이 달려 있는데, 데이터를 보려면 미리 설정해둔 비밀번호를 입력해야 한다. 만약 비밀번호 입력이 틀릴 경우 USB 메모리 안의 데이터는 삭제된다. 비밀번호를 입력할 수 있는 기회는 단 10회. USB 2.0이라는 점과 높은 가격이 아쉽긴 하다. 47기가는 60달러, 32기가는 180달러다. toshiba.com



OCTOFIRE 8 PORT USB 3.0 HUB

제품명이 암호같이 길지만 천천히 물어보면 무엇에 쓰는 물건인지 쉽게 알 수 있다. 맞다. 8명이 동시에 사용할 수 있는 문어발 USB 허브다. 별것 아닌 아이디어 같지만 집보다는 회사, 카페 등에서 매우 유용하게 쓰일 제품이다. 8개의 포트 모두 USB 3.0(USB 2.0보다 10배 빠르다)을 지원해 꽤 빠른 충전 속도를 자랑한다. 이제 콘센트나 USB 포트를 찾아 이리저리 헤매지 않아도 된다. 가격은 59달러. 배송비는 별도. skivatech.com



LANTERN

랜턴이라는 이름과 용도가 어울리지 않지만 컴퓨터 통신망 통칭 '아우터넷' 구축을 위한 일종의 수신기다. 아우터넷이라는 용어가 생소할 텐데, 간단히 설명하면 라디오처럼 전파를 이용해 정보를 전달하는 것이다. 인터넷과 달리 접근성이 뛰어나고 무료 접속이 특징이다. 케이블을 설치하기 힘든 오지나 재난 상황에 굉장히 유용해 보인다. 가격은 99달러. 배송비는 지역에 따라 추가된다. outernet.is



KEEWIFI ROUTER

예전에 비하면 많이 편해졌지만 여전히 공유기를 설치하는 것은 어렵다. 연결해야 하는 선도 많고 보안 문제로 비밀번호도 설정해야 한다. 키와이파이는 이런 복잡하고 귀찮은 과정을 최소화했다. 랜선을 연결하고 전원을 켜면 끝. 패스워드 설정도 필요 없다. 옆집 남자가 내 와이파이를 접속해 사용할 걱정도 없다. 와이파이를 사용하려면 반드시 기기를 본체에 가져다 대야 하기 때문. 7월부터 배송 예정이며, 가격은 69달러다. keewifi.com



FOR MEN

남자는 나이를 먹어도 동심을 잃지 않는다.



CARBONFLYER

종이비행기에 프로펠러를 다는 것만으로는 만족하지 못한 어른들은 종이 대신 탄소섬유를 사용하고 영상과 사진 촬영도 가능한 카메라도 달았다. 종이비행기의 끝판왕이 나타난 것이다. 가격은 99달러, 정가는 149달러. 스마트폰과 블루투스로 연결하면 기울기, 고도, 촬영 등 컨트롤이 가능하다. 제품은 길이 37cm, 폭 18cm, 높이 7cm, 무게는 42g이다. 날다가 떨어져도 찢어질 염려는 없으니 아이 손에 쥐어줘도 괜찮겠다. 8월부터 차례로 배송될 예정. carbonflyer.com

IPAC-MAN

보조 배터리로 사용할 수 있는 스마트 기가용 게임 패드로 남자 친구나 남편에게 선물하기 딱 좋은 제품이다. USB 포트와 별도의 자체 충전 케이블을 내장했다. 기기 2개를 동시에 충전할 수 있는데, 더욱 놀라운 사실은 두 명이 동시에 플레이도 가능하다는 것. 축구 게임을 명칭한 컴퓨터가 아닌 친구와 즐길 수 있다. 화이트&실버와 화이트&골드 두 가지 색상으로 출시됐다. 6000mAh 배터리는 49달러, 블랙&골드 색상으로 출시된 VIP 에디션은 8200mAh 용량 배터리와 마운트 홀더를 포함해 99달러에 판매 중이다. ipac-man.com



1000 COLOURS PUZZLE

민기지지 않겠지만 퍼즐이다. 색을 제대로 구분하지 못한다면 성공할 수 없는 퍼즐이다. 그것도 세 가지 색상 조합인 RGB가 아닌 네 가지 색상 조합인 CMYK다. 비슷한 색끼리 끼워 맞추다 보면 어느새 환상적인 색상표가 눈앞에 펼쳐질 것이다. 일반적인 퍼즐보다 성공의 기쁨은 배가 될 테지만, 자칫 성격을 버릴 수도 있지 않을까 싶다. 가격은 70달러, 배송비 포함이다. puzzle.lamingtondrive.com



6TH FINGER

모바일 게임을 하다 보면 액정을 다른 사람보다 오랫동안 빠르게 터치해야 점수를 많이 얻거나 승리하는 경우가 있다. 손가락을 번갈아가며 터치해도 그리 오래 버티지 못한다. 이 제품의 개발자도 이런 경험을 자주 했나 보다. 여섯 번째 손가락이라는 이름에서 알 수 있듯이 액정에 올려놓기만 하면 대신 열심히 화면을 눌러준다. 이제 밤새 모바일 게임 하는 남자들이 늘 것이다. 가격은 약 20달러, the6thfinger.com.com

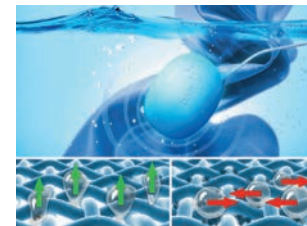


FOR WOMEN

여자들의 일상을 더욱 편하고 즐겁게 해주는 가젯들.

DOLFI

비누같이 생긴 이 작은 제품은 믿기지 않겠지만 세탁기다. 덕분에 출장이 잦은 남편을 위해 속옷과 양말을 바리바리 챙기느라 고생할 필요 없겠다. 일명 휴대용 세탁기라 불리는 돌피는 물만 있으면 언제 어디서나 환경을 해치지 않고 세탁할 수 있다. 사용 방법도 간단하다. 물에 세탁물과 세제를 넣고 돌피를 작동하면 30~40분 후에 세탁 완료. 손바닥만 한 본체에서 초음파가 나와 오염 물질을 세탁물에서 떼어낸다. 아직 개발 단계라 의류 종류에 따라 다양한 코스는 없다. 장기간 여행 시에도 유용하게 쓰일 듯. 가격은 기본 세트가 119달러. dolfi.co



PANTELLIGENT

요리를 식은 죽 먹기로 만들어주는 특한 제품. 스마트 프라이팬 팬텔리전트는 전용 앱의 도움을 받아 스테이크, 리소토, 파스타 등 50여 가지 요리를 실수 없이 할 수 있다. 재료를 넣는 순서부터 짓거나 뒤집는 시간까지 칼같이 알려준다. 요리가 다 되면 스마트폰으로 알람도 보내주니 요리를 망치는 일은 더 이상 없다. 물론 레시피를 추가할 수도 있다. 애플 제품하고만 연동된다는 것이 아쉽긴 하지만 요리를 잘할 수 있게 만들어준다는데 휴대폰 정도는 바꿀 수도 있을 듯. 가격은 199달러. 올해 8월 출시 예정이다. pantelligent.com



SPIN REMOTE

아직 개발 단계라 아쉬운 부분이 많지만 주부들에게 유용하게 쓰일 제품이라 소개한다. 집 안 가전제품을 손짓 하나로 컨트롤할 수 있는 리모컨이다. 일반적인 리모컨의 모습을 탈피한 귀엽고 멋진 이 제품은 조작하려는 기기 방향으로 든 후, 돌리면 끝이다. 전원을 켜거나 끄고, 채널, 볼륨, 전등 밝기 조절을 할 수 있다. 와이파이를 통해 앞으로 더욱 다양한 기기들과 연동되면 주방에서 가스와 방을 향해 소리 지르는 일이 줄어들 것이다. 리테일 예정가는 80유로, 2015년 7월부터 차례로 배송 예정. spinremote.com



FOR SMART LIFE
인간보다 스마트하게 빠른 속도로 진화하는 가젯들.

C-1

머지않은 미래에는 자이로스코프 기술 덕분에 자전거나 바이크를 타다 넘어지는 일이 없을 것이다. 자이로스코프는 회전 물체가 쓰러지지 않는 현상을 말하는데, 이 기술이 적용된 C-1이 움직이는 걸 보고 있으면 감탄사가 절로 나온다. 주행 중에 충격을 받아도 넘어지지 않고 수평으로 꼭 밀려나기만 한다. 좁은 폭은 소로 주행과 주차도 편리해 보인다. 내부는 강철 새시로 보강하고 에어백과 안전띠까지 갖춰 안심하고 주행할 수 있다. 더욱 놀라운 사실은 연료비 걱정이 전혀 없는 전기차라는 것. 완충 시 최대 운행 거리는 320km이며 최대 탑승 인원은 두 명이다. 홈페이지에서 지금 미리 주문을 받고 있다. 예상 가격은 세금을 제외하고 2만4000달러다. C-1을 개발한 사람은 한국인이다. litmotors.com



FLOW

필요한 동작 없이 직관적으로 작업할 수 있는 플로. 약간의 적응 시간이 필요해 보이지만 익숙해진다면 마치 SF 영화 주인공처럼 멋지게 일할 수 있다. 터치패드와 제스처 인식 센서, 돌릴 수 있는 테두리 버튼 세 가지 입력 방식으로 구성되어 있다. 복잡한 명령이나 작업은 패드를 톡 터치하면 되고, 미세한 조절은 회전 버튼을 숙 돌리면 된다. 디자인 톨은 물론 조명, 소리 등도 조절 가능하다. 가격은 149달러, 6월 배송 예정이다. senic.com

CHIPS

칩스는 분리 결합형 헤드셋이다. 헤드셋 좌우에 버튼이 하나씩 달려 있는데, 전화 받기(내장 마이크 탑재돼 있다)와 음향 재생 등이 가능하다. 아웃도어 전용 제품이라는 콘셉트에 걸맞게 장갑을 벗지 않고도 누구나 쉽게 조작할 수 있다. 홈페이지에서 판매하는 전용 헤드밴드, 비니 혹은 헬멧 전용 파우치나 전용 헤드폰 틀 같은 아이템으로 상황에 맞는 헤드셋 형태로 변신할 수 있다. 가격은 약 130달러. outdoorotechnology.com



KAIROS WATCHES T-BAND

기계식 위치도 스마트할 수 있다는 걸 보여주는 제품. 엄밀히 말하자면 스마트 위치와 기계식 위치의 결합이다. 위치는 그대로 두고 밴드에 스마트 위치를 담았다. 밴드는 ND(No Display), HD(Hidden Display), OD(Pmoled Display) 세 가지 중 라이프스타일에 맞게 선택할 수 있다. 이중 가장 상위 모델은 OD, 색상과 그림이 표현되며 한국어도 지원한다. 가격은 각각 ND 199달러, HD 249달러, OD 299달러. kairostband.com



FOR LUXURY LIFE
평범한 일상을 럭셔리한 라이프리로 바꿔주는 마법 같은 명품들.

MORGAN

우리나라에서는 생소하지만 모건은 100여 년의 역사를 자랑하는 영국의 수제 스포츠카 명가다. 여전히 1950년대 방식으로 수제 자동차 메이커의 명맥을 이어가고 있다. 나무로 만든 틀 위에 일일이 알루미늄 패널을 망치로 두드려 차체를 만들고, 가죽을 씌우고, 도색까지 모두 사람 손으로 이루어진다. 생산 방식이 이렇다 보니 한 해 생산량이 100대가 채 되지 않는다. 아무리 많은 돈을 지불해도 최소 1~2년은 기다려야 할 정도. 성능은 요즘 차를 따라갈 수 없지만, 클래식 자동차를 타고 누가 서킷을 달리겠는가. 복잡한 도심을 벗어나 여유를 즐기기에 클래식카가 단연 최고다. 모건의 이런 고집 덕분에 이제는 역사 속으로 사라진 자동차를 현실에서 만날 수 있다는 사실에 감사할 따름이다.morgan-motor.co.uk



ARMILLS

화려하고 굉장히 비싸 보이는 이 팔찌의 가격은 무려 14만9000달러. 비싼 데에는 다 이유가 있다. 엔초 페라리를 디자인한 이탈리아 디자인 회사 핀인파리나가 만들었기 때문. 곁에 보이는 보석은 모두 손으로 평균 1500번의 망치질을 통해 만들어 박아 넣은 다이아몬드다. 금색으로 반짝이는 건 18K 금이다. 고대부터 지금까지 전해 내려오는 승리와 용기를 의미하는 문양도 새겨 넣었다. 나머지 부분은 모두 카본파이버. 게다가 웨어러블 디바이스 기능을 넣었다고 하는데, 그리 중요해 보이지는 않는다. 총 세 가지 모델로 출시될 예정이다. 가격은 7만5000달러부터다. pininfarina.it



AK500N

MP3 플레이어로 2000년대에 세계 시장을 주름잡던 아이리버의 MQS 오디오 시스템 브랜드 아스텔링크엔이 선보인 거치형 네트워크 오디오다. 빛의 양에 따라 면을 잘라 나가면서 디자인을 완성한 AK500N은 스위스의 암벽 산 마테호른의 입체적인 형상을 띠고 있다. 특이한 것은 내장 배터리로 구동되는 방식이라는 점이다. AC 전원부를 통해 침입하는 노이즈마저 허락하지 않는다. 박스를 알루미늄으로 제작해 음질을 더욱 향상시켰다. 24비트 192kHz의 고음질 음원과 DSD, APE, FLAC 등의 음원을 재생할 수 있다. 가격은 1400만원. astellinkern.com



EXIT

MiU 정기구독 안내

모터스포츠에서 하이테크, 상식과 라이프스타일까지 두루 거치는 호핑 투어처럼 <유>와 함께 떠났던 산뜻한 봄나들이 드라이브는 어땠는지요.

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

다음 호 <유>를 받아보고 싶으시다면 정기구독을 신청해주세요. 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. 한국타이어의 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
의견 및 문의 접수 miu@kayamedia.com



SUBSCRIPTION EVENT

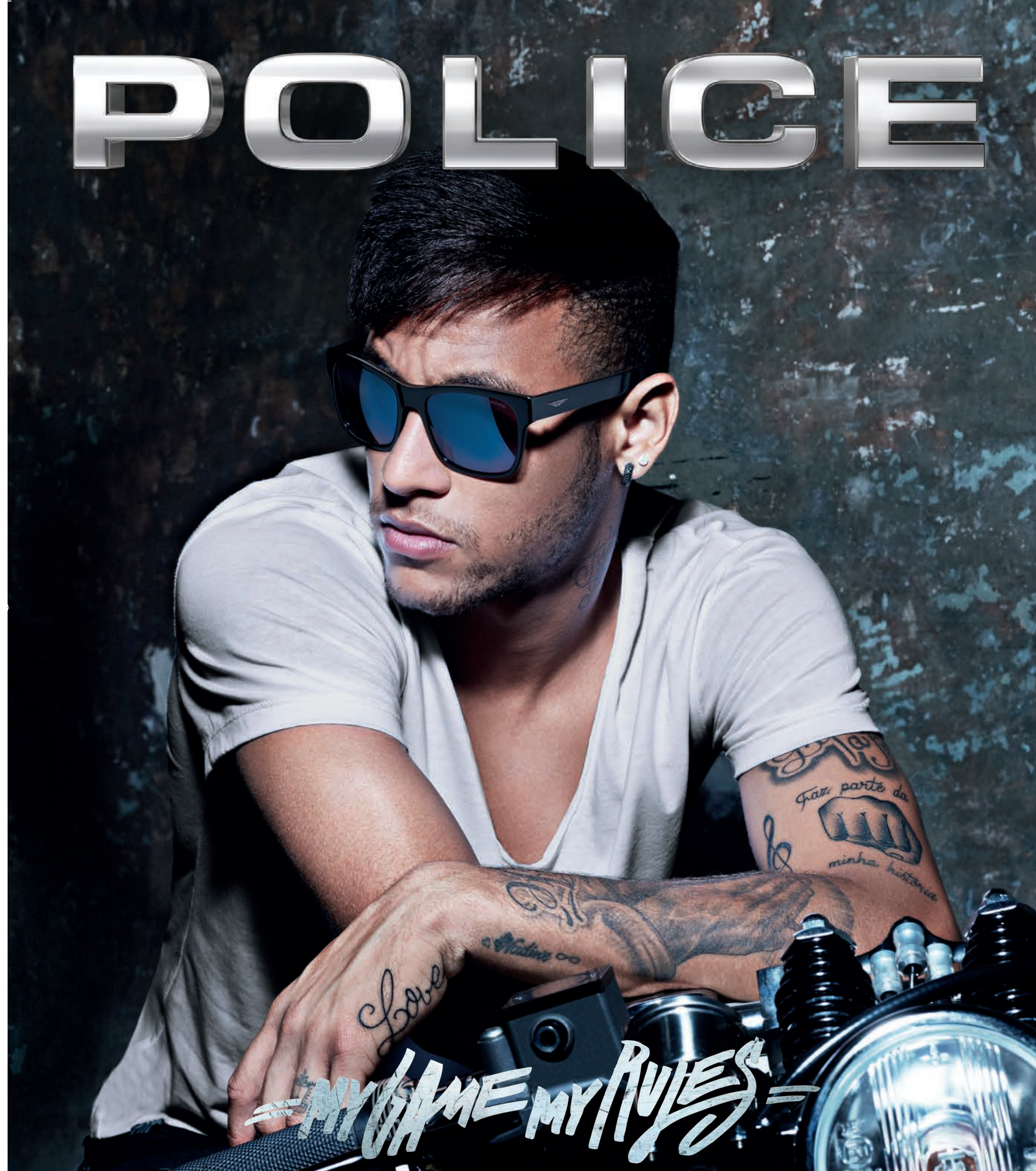
2015년 5월 15일까지 신규 정기구독을 신청해주시는 분 가운데 세 명을 추첨해 한국셀렉유가 제공하는 최고급 합성 엔진오일(Helix Ultra 0w-30) 4ℓ, 두 명을 추첨해 61페이지에 소개된 카본파이버 명함 홀더를 보내드립니다.



2014년 가을호(5호) 정기구독 이벤트 당첨자

마티니 포르쉐 야구 모자+ 마티니 레이싱 랠리 팀 가방
김한용 서울시 마포구 성마산로
이영임 경북 구미시 인동17길

POLICE



NEYMAR JR

f t p POLICELIFESTYLE.COM