+ 신정환 · KBS 라디오기술국

하이엔드의 진화와 오디오를 좋아하는 사람들의 양상

"저 사람은 저런 소리 좋아하는구나, 내 취향과는 맞지 않는구먼".
이해하려고도 하지 말고 이해 해달라고도 하면 안 된다.
필자가 많이 경험했던 부분인데, 자작을 하면서 빈티지를 좋아하는 사람들을 알게 되어 이야기를 나누다 보면 어느 순간 필자의 오디오 시스템은 입도 떼기도 전에 오디오 취급도 못 받는다. 오디오에는 절대적으로 좋은 기기도 없고 절대적으로 나쁜 기기도 없다. 단지, 본인의 취향에 맞는 오디오와 맞지 않는 오디오만이 있을 뿐이다. 내 소리가 좋고 네 소리는 나쁘다라고 싸우는 것은 종교와 정치 얘기처럼 정답이 없는 얘기일 뿐이다.

★ 본 이미지는 기사의 내용과 관련이 없습니다.

[90년대 혜성같이 등장하여 폭발적인 인기를 누렸던 아발론사의 ISIS]

하이엔드의 진화

아무래도 빈티지에는 문외한이다 보니 하이엔드에 대해 더 기술해야 할 수밖에 없다.

우리나라에서 하이엔드라는 오디오들이 어떻게 어떠한 양상으로 변화되어 왔고 현재는 어떤 모습들을 갖추고 있는지 기술해 보겠다.

필자가 처음 오디오에 입문했을 때는 90년대 중반 한창 여러 신생 브랜드들과 외국에서는 유명했으나 국내에는 알려지지 않았던 메이커들이 한창 전투를 벌이던 시기였다.

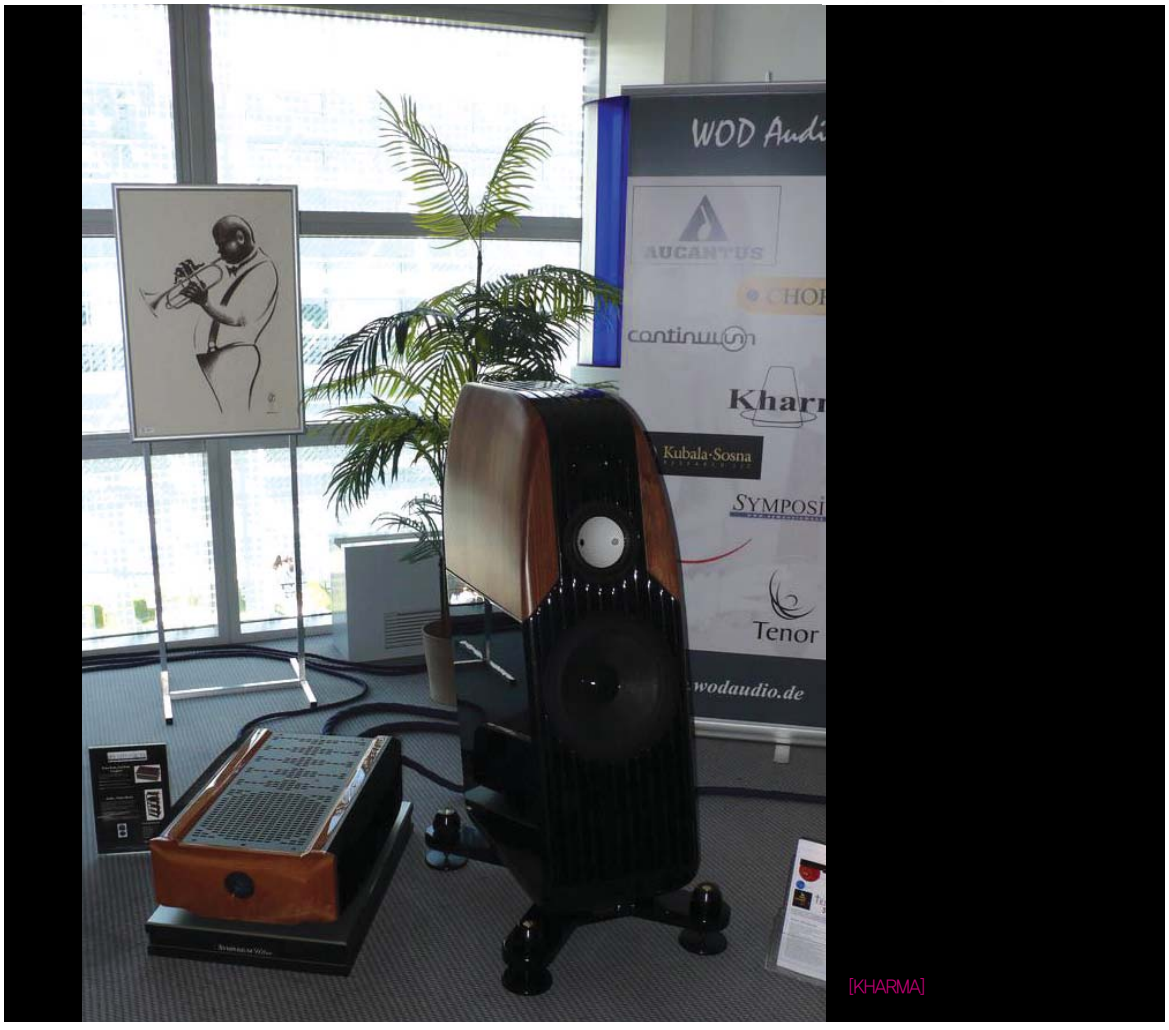
우리나라에 고급 오디오가 처음 보급되던 시기는 80년대 들어서면서다. 그 때의 오디오 수입업자들은 오디오에 관한 지식도 없었고, 외국에서는 어떤 브랜드들이 인기가 있었는지도 모르던 터라 가까운 일본의 영향을 받았다. 그래서, 그 시기 처음으로 고급 오디오라는 것들이 수입이 되었다. 사실 뭐 여러 가지 다양하게 수입된 것은 아니었다. 그때 고급 오디오라는 것은 몇 개 브랜드로 정해져 있었다.

스피커는 TANNOY, JBL이 양대 산맥으로 뒤이어 ROGERS 스피커가 수입되었다. 앰프는 단연 McINTOSH, MARANTS가 있었다. 뒤이어 QUAD 등이 수입되었는데 그 시기에는 살 수 있는 브랜드가 이렇게 한정되어 있었다. TANNOY는 본국인 영국에서도 인지도가 낮고 미국에는 전혀 알려지지 않았지만 일본과 우리나라에서는 인기가 높았다. 살 수 있는 스피커라야 JBL, TANNOY 밖에 없었으니 이해도 간다.

이 당시는 소리의 어떤 점들이 부각되었을까? 이 당시에 발매되었던 TANNOY 스피커들은 현재 빈티지 취급을 받고 있다. 이들이 한 결 같이 얘기하는 부분은 질감이다. 현 소리가 부드럽고 편안하다고들 한다. 그러니 현재 들어보면 필자의 귀에는 둔하고 어둡고 답답하게 들린다. 어쨌든 이 당시는 마란츠와 탄노이, JBL, 매킨토시의 전성시대였다.

이후 다양한 브랜드들이 수입되면서 이들의 아성은 무너지기 시작한다. 80년대 중후반에 들어서면서 당시로서는 신생 브랜드지만 미국에서 인기가 높아가는 브랜드들이 수입되기 시작한다. 앰프 쪽에서 Mark Levinson, krell, AUDIO RESEARCH 등 미국의 최고 하이엔드 브랜드들이 수입되고, 스피커 쪽에서는 INFINITY, ROGERS, HARBETH 등이 수입되면서 우리나라에 고급 오디오의 변혁시기가 시작되었다.이들의 브랜드들이 보급되면서 우리나라 애호가들의 귀들이 업그레이드되면서 일명 고해상력을 바탕으로 하는 세밀한 사운드들이 주류를 이루기 시작한다. Musical Fidelity사는 A1이라는 작은 A급 30W 앰프로 우리나라에서 예쁜 소리와 저렴한 가격으로 엄청난 인기를 누렸다. 이 당시가 아마 오디오 업자들에게 있어서는 전성시대라고 해야 할 것이다. 아울러, 이 당시 이 브랜드를 수입한 수입상과 소매점들은 상당한 수익을 올렸다고 한다.

필자의 단골 오디오 샵 사장님이 당시 용산에서 아주 큰 오디오 샵의 직원이셨는데 이 분의 얘기로는 하루 매출액을 1억원까지 올린적도 있다고 했다. 그 당시부터 오디오를 수입하고 팔면 많은 돈을 벌수 있었기에 많은 사람들이 오디오 사업에 뛰어들기 시작하고 유럽과 미국에서 발매되는 거의 모든 브랜드들이 수입되기 시작한다.



[KHARMA]

90년대에 접어들면서 하이엔드 사운드도 상당히 변모하기 시작한다. 한마디로 고해상도를 바탕으로 하는 정교한 사운드에 치중하기 시작한다. 그야말로 안 들리던 소리가 들리고 악기간의 분리도들이 선명해진다. 그래서 빈티지 사운드를 선호하는 분들에 의해 하이엔드는 오래 들으면 귀가 피곤하다는 말이 이때 나오게 된다. 아울러, 새 시대의 변화에 적응하지 못한 유명 회사들은 망하기 시작한다.
우리나라에서 귀한 대접을 받았던 매킨토시는 우리나라 롯데 전자에서 인수를 고려했다. 결국 일본의 카오디오 업체인 클라리온사에 넘어가서 요즘엔 사실 카오디오 앰프로 인기가 더 높다. 마란츠는 일본의 어느 회사에 넘어가서 지금은 고급 하이엔드라기보다는 보급형 민수용 오디오로서 이미지를 바뀌었다. JBL은 원래 주 종목이 하이파이가 아니라 PA용 스피커였으므로 지금까지 이어져오고 있고, TANNOY는 미국 시장에 진출은 못했어도 일본에서 좋아해줘서 회사는 이어져오고 있는데 우리나라에서 하이파이 쪽으로는 신제품이 안 나온지 상당히 오래된 것 같다.

90년대가 되면서 수많은 오디오 브랜드들이 등장하고 이와 함께 사운드도 변화의 바람이 분다. 이 당시 국내와 외국에서 인기 있었던 브랜드를 소개해 보자.

앰프 쪽에서는 Mark Levinson, KRELL, GOLDMUND, GRYPHON, JEFF ROWLAND, THRESTHOLD, PASS, AUDIO RESEARCH 등이 대표적이지 않을까 싶다. 마크레빈슨은 청아하고 깨끗한 사운드로, 크렐은 압도적인 파워감으로, 그리폰은 파워를 동반하여 음색 짙은 소리로, 골드문드는 투명하고 빠른 반응으로, 제프는 무색무취의 중립적 사운드로, 오디오 리서치는 넘치는 구동력과 음영 짙은 중역으로 저마다의 사운드로 우리나라 하이엔드 샵의 앰프군단의 주류를 이루게 된다. 그 외에도 중급 브랜드로 COPLAND, MUSICAL FIDELITY, MERDIAN, PATHOS 등도 인기가 많았다. 이들은 망해버린 마란츠와 매킨토시와는 비교도 안 될 정도로 고감도 해상력과 투명함을 바탕으로 정교한 사운드를 만들어내는 장점을 가졌다.

스피커 쪽에서는 신생 브랜드들이 해외나 국내 모두에서 주류를 이루게 된다. 대표적으로 WILSON AUDIO, INFINITY, PRO-Ac, ATC, AVALON, HARBETH, SONUS FABER, DYNAUDIO, B&W 등의 브랜드가 있다.

[90년대 하이엔드 스피커하면 가장 먼저 떠올렸을 정도로 유명했던 윌슨 오디오의 WATT PUPPY]

WILSON AUDIO는 당시에는 가장 선망의 스피커였다. 가격도 높았지만 투명함과 넓은 스테이지는 많은 사람들의 탄성을 자아냈다. WILSON의 WATT+PUPPY는 2로 시작해서 8번까지 진화해서 아직도 판매되고 있다. 필자도 이 당시에 오디오에 입문해서 WATT+PUPPY는 그야말로 애증의 스피커였고, 미국에서는 많은 레코딩 스튜디오에서 채용할 정도로 그 가치를 인정받는 스피커였다. 지금도 그들의 스피커는 우리나라에서 인정받고 미국에서도 마찬가지 이다. 이에 대항하는 하나의 막강 브랜드가 있으니 바로 AVALON 이다. 인클로저는 형이상학적으로 커팅해낸 인클로저 기술로 초고감도 해상력과 스피커를 완벽하게 사라지게 하는 이탈감과 스테이지로 많은 사람들의 탄성을 자아낸 스피커였다. 현재의 3차원적인 넓고 깊은 스테이지의 재현에 중점을 두는 현대 하이엔드 사운드의 시초가 되는 브랜드가 아니었나 싶다. 단점은 윌슨 오디오에 비해 울리기가 힘들어 힘이 좋은 앰프를 필요로 했다.

AVALON과 WILSON AUDIO는 높은 가격에 접근하기 어려운 스피커였고 젊은 중급 및 입문자들이 사랑했던 스피커가 프로악이다. 영국제였던 이 스피커는 좋은 해상력을 갖추고 탄력 넘치는 저역과 특히 조여진 듯한 밀도감으로 탄노이같은 스피커와는 완전히 그 궤를 달리하는 스피커였는데 젊은 사람들에게 많은 사랑을 받았다.

또 하나, 빼놓을 수 없는 스피커는 역시 다인오디오다. 다인오디오는 눈감고 아무거나 사도 모두 가격대 성능비가 뛰어나다는 말이 나돌 정도였고, 다양한 가격대의 스피커들이 고루고루 사랑을 받았고 현재도 받고 있다. B&W도 우리나라에서 인기가 많은 스피커이다. 이 스피커는 유명한 영국의 ABBEY ROAD STUDIO에서 레퍼런스 모니터 스피커로 채택되면서 주목을 끌기 시작한 스피커이다.

이 당시의 스피커들은 재료 공학의 발달로 인해 스피커 유닛에 신소재들이 대거 투입되던 시기였다. ACCOUSTIC ENERGY사는 알루미늄 재질의 유닛을 스캔 스피크사는 카본 파이버로 이외에도 베릴륨 등 신소재 진동판을 갖는 유닛들이 등장하고, 스피커 설계 기법도 많이 바뀌던 시기이다. 앰프의 출력이 높아져 구동력이 훨씬 증가하면서 스피커는 점점 더 울리기 힘들게 나오는 경우가 많았다. 이유는 인클로저 진동을 극도로 억제하기 시작한다.

탄노이는 통울림이 아주 심한 스피커이다. 유닛의 진동과 함께 인클로저가 진동되어 유닛의 운동에 방해가 되는 것이다. 그러니 이 시기부터 통울림을 극도로 억제하기 시작한다. 그래서 인클로저 내부는 흡음재들로 꽉 찼고 인클로저의 진동에 강한 재질들이 앞 다투어 개발된다. WILSON의 가장 비싼 모델은 고체와 MDF를 압출 성형해서 사용하고, AVALON은 특유의 인클로저 커팅으로, THIEL사는 전면 배플이 콘크리트를, VOCE DIVINA는 내부에 많은 연구 결과를 거친 수많은 홈을 내서 통울림을 억제하고 자연스러운 유닛 운동을 유도하던 시기고 이는 지금도 마찬가지이다. 정말 신기한 것이 아무리 크게 틀어도 손을 인클로저에 올려놓아도 떠는 것을 느낄 수 없을 정도다. 이 당시에는 수많은 CDP들이 쏟아졌다. 아마도 가장 큰 인기를 누린 회사는 WADIA이다. WADIA 6, WADIA 22, WADIA 8+15, WADIA 20+27 등 하이엔드 CDP의 대부라고 할 수 있다.

[빈티지를 하는 사람들이
가장 많이 사용하는 알텍의 LANSING]

하여튼 90년대는 사운드에 큰 변화가 있었고 스피커의 설계기법과 새로운 신소재를 유닛으로 갖는 유닛 개발 등이 이러한 큰 사운드의 변화를 이끌어 냈다. 이때부터 빈티지파와 하이엔드파의 성향이 극단적으로 나뉘게 된다.

2000년대에 접어들면서 사운드에도 다른 변화를 가져온다. 80년대에서 90년대로의 큰 변화는 아니지만 초고감도 해상력을 추구하는 것은 많이 시들해지고 3차원 스테이지 재현에 비중을 두는 시대가 열린다. 80년대는 음의 전체적인 대역간 밸런스와 질감이 중요했고, 90년대는 해상도와 밀도감으로 탄력과 정교한 사운드였다면, 지금은 3차원적인 스테이지 재현에 비중을 두는 시대가 되었다.

과거 80년대에는 홀로그래픽 이미징이니, 음장의 깊이감이니, 공간감이니 이런 말은 아예 없었고, 90년대에 아발론 스피커를 기점으로 이런 말들이 처음으로 나오기 시작했는데 2000년대에 그 전쟁이 본격화 된다. 그래서 각 메이커들의 광고 문구에 빠지지 않고 등장하는 것이 3차원적 스테이지에 뛰어나다는 것이었다. IMF를 만나 경기 불황이 되고, 온라인 마켓이 활성화되면서 중급 브랜드의 가격이 오픈되면서 샵과 수입상의 영화는 온데간데 없다. 하지만, 많은 메이커들은 계속해서 쏟아져 나왔으며, 지금은 필자가 샵에 가도 모르는 메이커가 꽤 있을 정도로 정신이 없다. 90년대의 전통적인 강자들이 건재하고, 나머지 부분을 일일이 열거 할 수 없을 정도로 너무나 많은 메이커들이 존재하고 있다. 이런 신생 브랜드들이 미국과 유럽에서도 상당한 인기를 끌고 있다. 그리고 아직도 이들은 기술적으로 회로적으로 진화하고 있으며, 앞으로 어떤 사운드들이 재현될지 필자도 궁금하다.

오디오를 좋아하는 사람들의 양상

하이엔드를 좋아하는 사람들

최신 기성품들을 좋아하는 사람들이다. 오디오를 좋아하는 사람들 중 가장 다수의 사람들이 있다. 용산 전자랜드 2층에 가면 일명 하이엔드만을 취급하는 오디오 샵이 아주 많다. 각 회사마다 회사만의 기술과 광대역 특성을 자랑하며 값비싼 기기들이 전시되어 있다. 필자도 하이엔드를 좋아하는 사람에 속한다. 최근에는 정말 억소리날 정도로 비싼 기기들이 수입되어 전시되고 있다. 이제는 정말 1억 넘는 스피커와 앰프가 많다.

이들의 물리적 특성을 보면 정말 눈물이 날 정도이다. S/N 100dB에 수백 kHz를 넘나드는 광대역, 엄청난 다이내믹 레인지와 수백 와트씩 되는 출력.

빈티지를 좋아하는 사람들

이 사람들은 소위 수십년 된 기기들과 부품들을 좋아하는 사람들이다. 빈티지파들이 가장 많이 사용하는 스피커가 아마 알텍일 것이고, 가장 선망하는 기기는 과거의 웨스턴 일렉트릭의 앰프와 스피커들일 것이다. 이 빈티지 기기들은 과거에 거의 극장용으로 사용되었던 기기들인데 앰프의 출력이 크지 않았기 때문에 스피커들은 중고역이며, 유닛들은 음압레벨이 높은 혼형의 스피커들이 대부분이다.

필자는 빈티지 오디오의 소리를 좋아하지 않기 때문에 함부로 얘기할 수 없다. 그런데 골수 빈티지파들은 좀 심하게 얘기해서 하이엔드 오디오는 오디오 취급도 안 해주는 분들도 많다. 나를 얼마나 한심하게 보던지 그 돈을 주고 이 오디오를 샀냐며 정말 바보취급을 당한 경험도 있다.

얼마 전에 단골 오디오 샵의 부장과 함께 턴테이블을 인수하러 어느 집에 간적이 있다. 물론, 나는 귀동냥을 목적으로 따라 붙었다. 그 집에는 말로만 듣던 올 웨스턴 시스템이 10평 정도의 공간에 자리 잡고 있었다. 나이가 지긋하신 주인 분의 얘기로는 자신이 직접 일본의 빈티지 오디오 전시회에 가서

[골드문드 시스템]

[boulder 2000 시리즈 파워 앰프]

들어보고 그 자리에서 바로 구매해서 들여왔다고 한다. 가격은 무려 12억원 정도로 일본에서 직접 엔지니어가 와서 본인의 방에 직접 세팅까지 했다는 시스템이었다.

주인의 죽인다는 감탄사를 연발해서 듣기를 어느 덧 1시간이 흘렀는데 내 귀에는 영 별로였다. 아래 위는 없는 듯, 중역이 강조된 듯, 목소리는 코맹맹이 소리 같고, 음상은 너무 커서 빅 마우스였다. 그렇지만 주인은 하이엔드 시스템은 절대로 들어줄 수가 없다고 하신다.

내가 느끼는 빈티지의 좋은 점은 가지고 있을수록 가격이 오른다는 것이다. 빈티지 기기들은 새로 생산되는 것이 아니기 때문에 가지고 있을수록 희귀해지기 때문에 가격은 계속 오른다. 사실 빈티지 오디오가 가장 인기를 많이 끄는 나라는 바로 일본이다. 과거의 웨스턴 일렉트릭의 극장용 시스템을 되살려 재조명하여 마니아들을 만들어낸 나라이다.

반면에 유럽과 미국에는 빈티지파는 매우 적다. 일본, 한국, 홍콩의 빈티지파가 전 세계의 빈티지파의 상당수를 차지하고 있다고 보면 된다. 물론, 그중 제일 압도적으로 일본이 많다. 비슷한 맥락으로 탄노이 스피커는 미국에는 단 한 번도 수출된 적이 없어 알려지지 않았는데 일본에서는 아주 귀한 대접을 받고 있다. 이들 기기의 물리적 특성은 요즘 기준으로 보면 정말 형편없다. 하이엔드 오디오에 비하면 아니 오디오라고 할 수 없는 정도이다. 그런데, 그 수많은 팬층을 확보하고 있는 것을 보면 물리적 특성이 좋다고 사람들이 그 소리를 좋아하는 것은 아니라는 것을 알 수 있다.

한마디로 물리적 특성과 소리는 아무 관계가 없다는 것을 증명한다. 물리적 특성이 좋아야 소리가 좋다면 진공관과 트랜스는 벌써 박물관으로 가고 만들어지지 않았을 것이다.

소출력 진공관파

진공관 중에 가장 골수팬을 형성하고 있는 관이 아마 300B와 2A3일 것이다. 그러기에 현재에도 여러 회사에서 만들어지고 있으며, 출력이 얼마 되지 않음에도 기성품으로 출시가 되고 있다. 300B는 싱글로 하면 8W, 2A3은 2.5W 이다. 그런데 이런 소출력에도 싱글로 더 많이 만들어지는 것도 재미있다. 싱글에서 이 관들의 장점이 잘 살아난다고들 말한다. 그래서 소출력으로도 잘 울릴 수 있는 음압이 높은 스피커들과 매칭하여 보통 많이 사용된다. 물론, 여기서도 빈티지와 하이엔드가 갈리게 된다.

그 외

수집을 전문으로 하는 분도 있는데 40평 아파트 전체를 빈티지 오디오 기기로 꽉 채운 것을 봤다. 빈티지 오디오 업자들 사이에는 이분이 용산의 업자들을 모두 먹여 살린다는 얘기까지 나돌 정도였다. 아울러 이 분이 사망하셔서 소장하신 몇 천점의 빈티지 기기들이 쏟아지면 빈티지 업자들은 망할 것이라는 얘기도 나돌았다. 거의 전 재산을 투자하셨다는데 정말 놀라울 따름이다.

앞에 열거한 오디오를 좋아하는 사람들 사이에는 다양한 부류들이 있다. 이런 부류들을 생각하면 알 수 있는 것이 사람의 귀는 정말로 다양하다는 것이다. 하이엔드파와 빈티지파가 만나면 의견 충돌이 일어나기 십상인데, 틀린 사람도 맞는 사람도 없다. 그냥 다양성만을 인정하면 된다.
"저 사람은 저런 소리 좋아하는구나, 내 취향과는 맞지 않는구먼". 이해하려고도 하지 말고 이해 해달라고도 하면 안 된다.
필자가 많이 경험했던 부분인데, 자작을 하면서 빈티지를 좋아하는 사람들을 알게 되어 이야기를 나누다 보면 어느 순간 필자의 오디오 시스템은 입도 떼기도 전에 오디오 취급도 못 받는다. 오디오에는 절대적으로 좋은 기기도 없고 절대적으로 나쁜 기기도 없다. 단지, 본인의 취향에 맞는 오디오와 맞지 않는 오디오만이 있을 뿐이다. 내 소리가 좋고 네 소리는 나쁘다라고 싸우는 것은 종교와 정치 얘기처럼 정답이 없는 얘기일 뿐이다.
그런데 많은 분들이 "오디오는 이래야 돼, 스피커는 이걸 써야 돼, 내가 사라는 거 사, 이게 소리 좋은 기기야"라는 얘기들로 입문자들에게 혼돈을 주고 있다. 처음에 오디오를 어떤 분이 인도해 주었느냐에 따라 빈티지파냐 하이엔드파냐가 결정될 수 있다. 필자는 입문자에게 이렇게 말한다.
"이사람 저사람 얘기 들어봐야 더 혼란스러우니까 신중하게 여러 기기를 들어보고 고민하다보면 본인의 취향을 알게 되고 그렇게 자신의 경험으로 스스로 결정해라."

오디오에 관한 속설

비싼 앰프는 다 진공관 앰프이다

절대 아니다. 반도체 앰프들이 훨씬 많다. 그리고 이 현상은 갈수록 심해지고 있다. 오디오 잡지를 들춰 보거나 전자랜드 2층에 가보면 쉽게 알 수 있다. 하지만 하이엔드 오디오는 반도체 앰프들이 압도적으로 많다. 물론, 빈티지에서는 모든 앰프가 진공관 앰프이기에 논외로 한 얘기이다. 과거 웨스턴 일렉트릭 앰프는 부르는 게 값이다.

진공관 앰프가 반도체 앰프보다 더 따뜻하고 부드럽다?

이 말은 진공관 앰프가 부활하면서 많이 떠돌던 얘기다. 아직도 그렇다고 믿는 마니아들도 있다. 그렇지만 이 말이 진실이라면 하이엔드 오디오는 모두 진공관으로 만들어졌을 것이다. 그렇지만 현실은 그렇지 않다.
본인의 경우에도 오디오 리서치 진공관 프리 파워 앰프에서 최근 반도체 프리앰프와 파워앰프로 바꾸었다. 가장 큰 이유는 스테이지와 공간감이지만 다른 오디오 리서치의 프리와 파워가 더 거칠게 느껴진다. 하이엔드파에는 별로 새삼스러울 것도 없는 얘기지만 진공관 골수팬들은 제대로 된 진공관을 못 들어 봐서 그렇다고 할지 모르겠다. 반도체이건 진공관이건 중요하지 않고 어떻게 만들었나가 중요한건 사실이다.

아메리칸 사운드와 브리티쉬 사운드

처음 오디오에 입문하던 시절에 많이 들었던 얘기다. 그 당시만 해도 어느 정도 맞는 얘기였던 것 같다. 그러나 지금은 절대로 아닌 것 같다. 그간에 수많은 오디오 회사들이 생겨나고 망했다. 그리고 소리를 듣는 관점도 많이 바뀌었다. 신생 브랜드들이 스테레오 파일을 독차지하는 것을 보면 소리의 성향이 얼마나 바뀌었는지 알 수 있다.

잘 모를 땐 유명 회사 제품을 사는 것이 좋다?

우리나라 사람들에게 가장 많이 알려진 고급 오디오 회사는 어디일까?

스피커는 탄노이, JBL, 앰프는 매킨토시와 마란츠 일 것이다. 이들 중 매킨토시는 망해서 일본의 카오디오 브랜드인 클라리온으로 90년대 초반 넘어갔고, 마란츠도 기억이 나진 않는데 일본 민수용 기업으로 넘어가서 민수용 기기로 더 많이 알려진 회사가 되었다.

여기서 하나 재미있는 회사가 탄노이인데 우리에게 너무 잘 알려진 이 스피커 브랜드도 미국에는 전혀 알려져 있지 않다는 것이다. 전혀 수출된 적도 없기에 당연한 것이다. 탄노이가 제일 사랑을 받는 나라는 일본이다. 탄노이가 생산하는 민수용 스피커는 상당수가 일본에서 소비된다. 그만큼 일본에서 좋아하는 브랜드다. 과거 80년대는 일본의 수입업자의 요구대로 맞추어서 디자인까지 설계했다는 얘기도 있었다. 80년대에 접어들면서 수입하는 사람들이 해외의 오디오 사정에는 어두워서 일본에서 인기 있는 품목들을 일단 들여왔고, 그 당시에는 고급 스피커는 탄노이와 JBL 그리고 ROGERS 정도 밖에 없었기 때문에 많이 알려 진 것이 당연한 일일지도 모르겠다.

[90년대 젊은 층을 중심으로 상당한 인기를 끌었던 프로악 스피커 중 프로악 2.5]

어쨌든 마란츠, 매킨토시는 과거의 명성을 이어가지 못하고 망했고, JBL도 하이엔드 시장에서 자취를 감추고 그들의 가장 큰 마켓인 PA 분야에만 치중하고 있는 것이 현실이다. 이미 해외에서는 80년대부터 오디오의 춘추 전국시대가 시작되었고 민수용 가전의 소니, 삼성 같은 절대 강자는 없고 앞으로도 나타나기 힘들 것이다.

미국에서 가장 인기 있는 오디오 잡지는 '스테레오 파일'이다. 이 잡지는 매년 오디오 기기들을 놓고 여러 평론가들이 모여 일종의 등급을 매긴다. A+, A, B, C의 순인데 여기에서 A클래스에 오르면 매출에 상당한 영향을 미칠 정도라고 한다. 그런데 A클래스에 오른 제품들을 보면 상당 부분이 신생 브랜드들이 차지하고 있다.

우리나라도 다양한 브랜드들이 많이 수입이 되면서 별반 다를 봐 없다. 절대 강자도 절대 약자도 없다. 그만큼 다양한 오디오 브랜드들이 인기를 끌고 있기에 회사의 이름값이 오디오를 결정하는 데 선입견으로 작용해서는 안 된다.

오디오만 좋으면 무조건 좋은 소리가 난다?

이것은 오디오를 듣는 환경에 관한 문제다. 값비싼 오디오를 사용하면서 오디오 룸에는 별 신경을 안 쓰는 사람들을 자주 본다. 우리나라의 아파트 거실은 오디오에겐 최악의 환경이다. 모두 반사되는 콘크리트 벽에 한쪽은 유리, 다른 한쪽은 뻥 뚫려있으니 좋은 소리가 날수 없는 구조다.

요즘에는 생각들이 많이 바뀌어서 갖가지 룸 튜닝제들을 사용하지만 아주 중요한 항목이다. 샵에서는 소리가 좋았는데 집에 가져오니 소리가 별로라고 하는 분들은 이런 경우이다. 전용 룸이 있으면 제일 좋겠지만 주어진 환경 내에서 베이스 트랩, 디프렉탈, 업퓨저 등 룸 튜닝이 아주 중요한 항목이다.

이 글은 필자의 주관적인 사견이 많이 들어간 글이므로 너무 진실로 받아들이기보다는 이런 사람도 있구나하는 측면으로 봐주기를 부탁한다.
오디오의 세계로 입문하려는 독자들에게 도움이 됐으면 좋겠다.