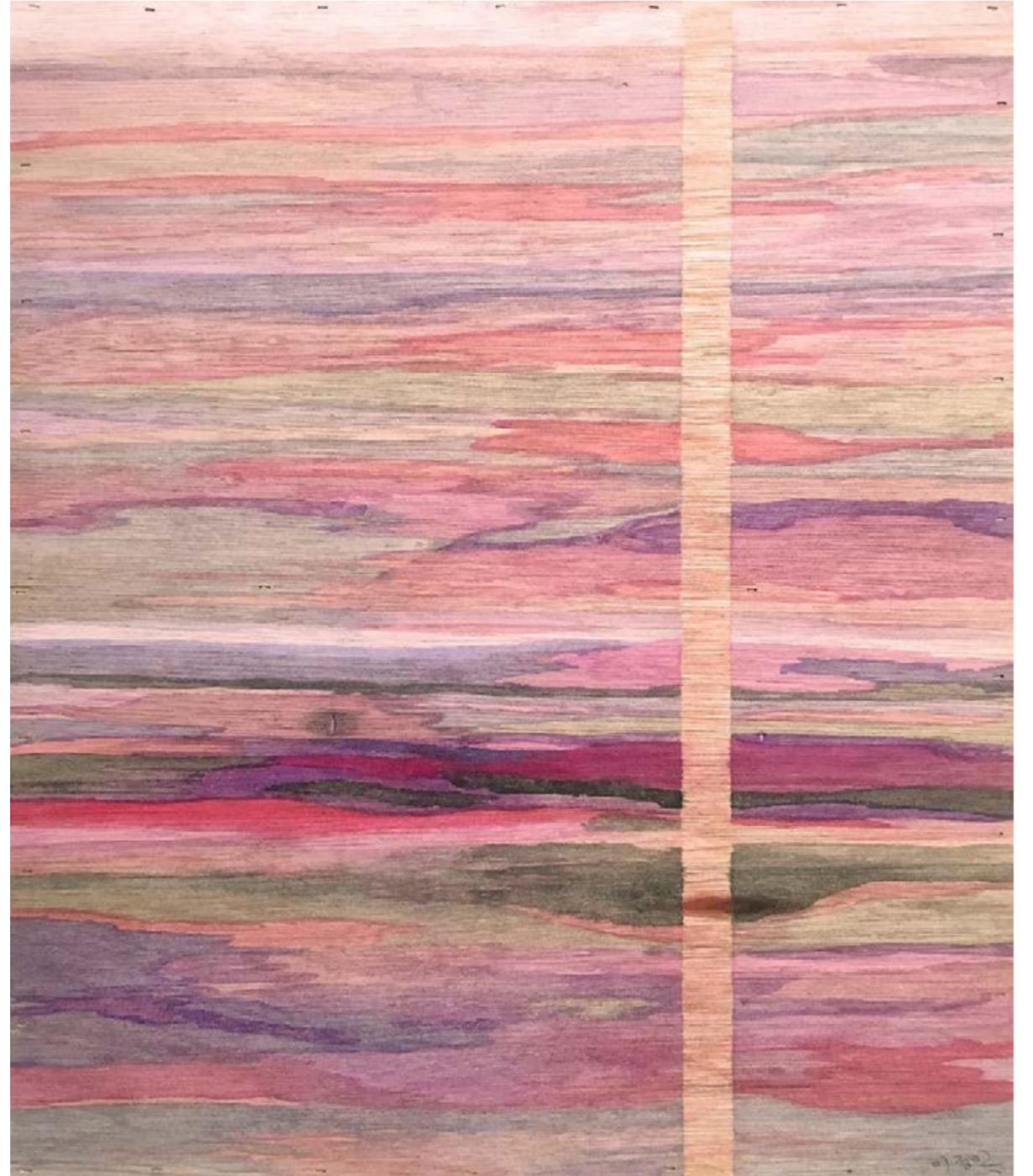


아주 좋은 날

2022 Autumn - Volume 59



Back cover - Wooden Wave 63
30cm×30cm, gouache on wood panel, 2021



Front cover - Wooden Wave 13
50cm×60.6cm, water color on wood panel, 2018



Wooden Wave 33 30cm×30cm, water color on wood panel, 2019



Wooden Wave 50 72.7cm×60.6cm, gouache on wood panel, 2021

이정민 Lee Jungmin

이정민 작가는 나무를 자른 면에 나타나는 나이테를 기반으로 종이나 실제 나무 패널에 드로잉하고 채색한다. 'Wooden Wave' 작품에서 보이는 너울거리는 물결 이미지는 요동치는 자연의 생명력을 은유하며, 빠르게 변해가는 세상 속에서 자신만의 속도로 인생의 흐름을 축적해 나가는 역동성을 전달한다. 홍익대학교 시각디자인과 및 동 대학원 판화과를 졸업했으며, 9회의 개인전 및 다수의 기획전과 아트 페어에 참여했다.

Creative

2022 AUTUMN
AJU BIENNIAL MAGAZINE

VOLUME 59

발행일 2022년 10월 17일
통권 제59호
발행처 아주
서울시 서초구
강남대로 351
발행인 아주 커뮤니케이션팀
02-3475-9693
기획 애플트리태일즈
편집·디자인 안그라픽스
인쇄 대한프린테크
등록번호 서초 사00076호

현 인류의 미래는 팬데믹 이전과 이후로 나뉜다고 해도 과언이 아닙니다.
급격한 변화의 시대를 맞이한 우리는 과거와 다른 새로운 세계로 빠르게 나아가고 있습니다.
메타버스를 포함한 다채로운 가상 세계가 새로운 플랫폼으로 부상하고 있고,
바이오테크가 그 어느 때보다도 절실한 현실을 살고 있습니다. 그러나 한편으로
우리는 팬데믹이 불러온 과속화된 세상의 속도에 정신없이 휩쓸리지 않고,
나를 그리고 우리를 생각해 볼 필요가 있습니다.

〈아주 좋은 날〉 2022년 가을호에서는 엔데믹이 확실치 않은 불확실한 현재를 살아가는
우리에게 필요한, 세상에 유연하게 적응하는 힘, 즉 새로운 적응력에 대해 이야기하려 합니다.
우리에게는 급격한 세상의 변화 속도에 뒤처지지 않으면서도 본질에 집중하며,
유연하고 능숙하게 대응할 수 있는 ‘창조적 적응력’이 절실합니다. 그런 적응력은 비바람이 몰아쳐도,
밝은 해가 짙 짙 나도 삶을 긍정적으로 지탱해 나가게 하는 원동력입니다.

Flexibility

contents

변화의 시대,

우리에게 필요한 창조적 적응력

inspiration

- 4 gallery
문화, 시대를 기록하는
위대한 유산
- 12 forecast
불확실한 시대,
상상보다 관찰하라
- 16 insight
디지털을 만난 ESG,
새로운 기회의 등장
- 18 interview
새로운 우주의 시대,
새로운 세대
오영재 항공우주연구원 연구원
- 22 art of happiness
버티는 삶에 관하여
- 26 lifestyle archives
언택트 소비,
나 혼자 산다

movement

- 30 mind test
나의 행복 지수
- 32 world report
디지털 기기 사용이
온실가스를 배출한다고?
- 36 my routine
나만의 성공법,
매너 테크
- 40 AJU spirit
창립 62주년 기념,
아주TEAM스타
- 44 AJU now
환경과 안전을 모두 생각한
아주 산업의 ESG 경영
- 48 AJU news
아주 소식을 전합니다
- 52 reader's view
독자 후기와 아주의 선물

Reawake

탄생 100주년,

1세대 건축가 김종업의
위대한 유산



1

© Jang Mi (장미)



2

2022년은 한국 현대건축의 걸출한 선구자이자 1세대 건축가인 김종업(1922-1988) 탄생 100주년이 되는 해다. '예술로서의 건축', '환경과 인간의 조화'를 추구하며 한국 건축계에 위대한 유산을 남긴 김종업은 '현대건축의 아버지'로 불리는 르코르뷔지에(Le Corbusier, 1887-1965)의 유일한 한국인 제자이기도 하다. 김종업의 건축은 단지 인간이 머무는 공간이 아니라 건축 예술이자 거대한 조형물로서 가치를 보여준다. 초창기 한국에서 그의 건축은 모더니즘을 근간으로 필로티, 외부 차양막, 모듈러 등 르코르뷔지에의 영향을 받은 구조적 요소에 한국 전통을 결합한 독창적 예술로 평가받는다.

현재 청계천에 위치한 삼일빌딩(1970)은 1985년 여의도 63한화빌딩 완공 전까지 당시 지상 31층, 높이 110m로 아시아에서 가장 높은 빌딩이었다. 50년만에 리노베이션 프로젝트를 거쳐 2020년 11월 준공했다. 한편 유유산업 안양공장(현 안양박물관, 1959)은 김종업이 설계한 공장 건물 중 유일하게 남아 있다. 주한 프랑스 대사관(1960)은 김종업만의 건축적 성취가 더욱 빛나는 작품이다. 한국의 전통 가옥에서 영감을 받아 경사진 대지 위에 둥근 정원을 품은 듯이 네 동의 건물을 배치했다. 특히 사무동 건물 지붕은 한국 전통 기와지붕의 날렵한 곡선을 현대적 재료로 표현했으며, 판저 외벽 전체를 둘러싼 모자이크는 옛 기와와 자기를 부숴 제작했다. 건축, 미술, 조각이 통합된 종합예술로서의 가치를 추구한 김종업의 건축 세계가 집약되어 있다.

서산부인과병원(1965)과 제주대학교 본관(1995년 철거), 부산대학교(구 본관, 1959)에서 볼 수 있는 기하적 곡선과 유기적 곡면도 김종업 건축 예술의 특징으로 꼽힌다. 특히 서산부인과병원을 세로로 둘러싼 듯 곡면으로 처리한 통유리창은 당시 유리 제조와 설치 기술로는 실현이 어려웠던 절반밖에 구현하지 못했다.

쇼핑센터 태양의 집(1982), 육군박물관(1983), 중소기업은행 본점(1987), KBS국제방송센터(1988), 올림픽공원 세계평화의 문(1988) 등 1980년대 이후 김종업의 후반기 작업은 당대에는 기존 작품에 비해 저평가되었다. 하지만 오늘날 젊은 세대에게 일반 건축물의 전형적 규범에서 탈피한 독특한 공간으로 사랑받고 있으며, 이를 통해 초창기 김종업의 건축적 특징이 어떻게 적용되었는지 발견하는 묘미를 즐길 수 있다.

김종업 탄생 100주년 기념 스페셜 영상 <김종업건축, 오늘을 만나다>를 김종업건축박물관 공식 유튜브 채널에서 감상할 수 있다. www.ayac.or.kr/museum



3

- 1- 삼일빌딩, 1970
- 2- 건축작품전시회에서의 청년 김종업, 1957
- 3- 주한 프랑스 대사관, 1960

자료 및 사진 김종업건축박물관, 원오원아키텍스 제공

Recreate

블록체인 기술과 만난 한글,
gagya(가가) 프로젝트



전 세계 국가 중 고유 문자가 있는 나라가 몇이나 될까? 한글은 세계의 문자 가운데 유일하게 만든 사람과 반포일이 알려져 있으며, 글자를 만든 원리까지 밝혀진 문자다. '큰 글'이라는 의미를 가진 한글. 한글의 훈민정음해례본 목판본은 1962년 12월 10일 국보 제70호로 지정되었으며, 1997년 유네스코 세계기록유산에 등재되었다. 우리나라는 훈민정음해례본의 발간일을 계산해 양력 10월 9일을 한글날로 지정하고 1946년부터 매년 국가 기념행사를 개최하고 있다.

이렇게 세계에서 가장 과학적이고 신비로운 글자로 평가받는 한글을 시대의 흐름에 맞춰 NFT화하는 작업이 활발하게 이루어지고 있다. 모든 글자가 닿자(자음) 14자, 홀자(모음) 10자로 구성되고, 한글의 단순한 규칙을 따르기만 하면 무려 1만 1,172자까지 만들 수 있다는 점에 착안해 4차 산업혁명의 대표적 기술로 관심받고 있는 블록체인 기술과 결합해 탄생한 gagya(가가) 프로젝트가 바로 그것이다.

대한민국 대표 타이포그래피 아티스트로 알려진 안상수의 디렉션과 기획 아래 시작한 gagya(가가)는 블록처럼 이리저리 글자를 조합해 단어, 나아가 의미를 만드는 새로운 한글 NFT를 표방한다. gagya(가가)는 각각 한 장의 글자 카드로 이루어져, 자모를 조합하듯 NFT를 합치는 과정에서 단어를 만들거나, 예술이 결합한 새로운 NFT를 제작할 수 있다. 한글을 하나의 놀이이자 예술로 받아들일 수 있도록 하는 것이 gagya(가가)의 핵심 목표다.

gagya(가가)는 한글 글자를 합성해, 원리를 배우면서 즐길 수 있다. 블록체인 전문 기업 람다256에서 출시한 글로벌 NFT 플랫폼 사이펄리(Cyphrly)와 함께 진행했으며, 다방면으로 경험할 수 있는 프로그램을 지속적으로 공개할 예정이다.



자료 안그라피스 제공



Reinform

건축을 문화로
바라보기,

오픈하우스서울



©이택수 (Taku Lee)



2

오늘날 도시와 건축에 대한 관심이 높아지면서 대중은 좋은 공간을 알아보고 건축의 역할에 대해 재고하기 시작했다. 건축가 또한 시민과 소통하며 전문성을 넘어 대중성을 확보 중이다. 올해로 9년째를 맞는 오픈하우스서울은 대중이 건축을 문화로 바라보는 인식 변화에 일조했다는 평가를 받는 건축 전문 행사다. '건축을 부동산이나 관광이 아닌 일상으로 체험하게 한다'를 기본 취지로 하는 오픈하우스서울은 매년 10월 중순, 평소 지나치기 쉬운, 그러나 개별 방문이 어려운 서울 곳곳의 좋은 건축물을 선별해 공개한다. 한시적이지만 시민들은 이 기회를 통해 건축과 건축가를 직접 만나고, 공간을 둘러보며 공간의 이야기를 듣고 체험하는 기회를 갖는다.

온라인 무료 티켓 오픈 5분 만에 '마감' 표시가 뜨는 핫한 행사로 자리잡은 오픈하우스서울은 현대건축을 어떻게 바라볼 것인가를 고민하고, 동시에 왕성하게 활동하는 건축가와 젊은 건축가들의 좋은 건축물을 대중에게 환기시키며, 건축가들의 참여를 이끌어낸다. 이에 오픈하우스서울의 취지에 공감하는 건축주와 기업도 점차 늘어나고 있다. 오픈하우스서울은 건축에 대한 인식 변화에 일조했다는 건축계 전문가들의 평가와 국내 건축 행사 중 유일하게 대중성과 스타일을 확보한 건축 축제라는 평가를 받는다.

오픈하우스 프로그램은 오픈하우스 월드와이드라는 국제 네트워크를 이루고 있으며, 매년 9~10월에 전 세계 도시에서 동시다발적으로 개최된다. 프랑스 문화재의 날에서 영감을 받은 오픈하우스 런던이 30년 전 최초로 시작되었으며, 이후 뉴욕, 시카고, 취리히, 바르셀로나, 로마, 더블린, 텔아비브 등 전 세계 50개 도시(2022년 8월 기준)로 확장되었다. 오픈하우스서울은 2018년 46번째 참여 도시가 되었다.

비영리재단 오픈하우스가 운영하는 오픈하우스서울은 2022년 서울문화재단이 서울시 대표 행사로 선정했다. 올해도 10월 29일부터 11월 6일까지 행사가 열릴 예정이다. ohseoul.org, www.openhouseworldwide.org



3

자료 오픈하우스서울 제공 / 사진 이강석

- 1- 코어건축, 서진학교, 2022 오픈하우스서울
- 2- 조병수, 문자집, 2020 오픈하우스서울
- 3- 최문규, 현대카드 뮤직라이브러리, 2015 오픈하우스서울

Rethink

흥미 그 이상,
모션 디자인의 세계

기술의 발전은 디자이너의 상상력과 결합해 과거의 형식과 태도를 넘어서 새로운 시공간적 경험을 선사한다. 최근에는 2D 그래픽 디자인에 모션을 더한 모션 그래픽(motion graphic) 디자인 혹은 무빙 포스터 등이 대중과 더욱 가까워지고 있다. 모션 그래픽은 2D 그래픽이나 3D 그래픽에 움직임을 더해 역동적인 느낌을 주는 형식을 말한다. 최근 몇 년간 영상 콘텐츠에 대한 관심과 수요가 늘어나면서 모션 그래픽에 대한 관심도 커지고 있는 것이다.

이러한 세계적 추세를 말해주듯 오는 10월 6일 네덜란드 암스테르담에서 '모션 디자인 페스티벌 DEMO(Design in Motion Festival)'가 개최된다. 코로나19로 잠시 중단되었다가 올해 2회째를 맞는 이 행사는 2019년 첫 개최 당시 암스테르담 중앙역 곳곳에 설치된 스크린용 상업광고를 24시간 동안 중단하고, 대신 모션 디자인 작품들을 재생시켜 공공장소에서 관객과 작품 사이에 새로운 소통을 시도하며 주목받았다.

스튜디오 덤바르(Studio Dumbar/DEPT)가 주최하는 모션 디자인 페스티벌 DEMO는 올해 그 규모를 더욱 키워 글로벌하게 확장했다. 디지털 작품이라는 특징을 살려 전 세계 디자이너, 작가로부터 모션 디자인 작품을 온라인으로 접수받았다. 프랑스, 중국, 영국, 미국, 노르웨이, 덴마크 등 전 세계 그래픽 스튜디오와 디자이너들이 타이포그래피, 3D 등 다양한 모션 디자인 작품을 제출했으며, 5,000점 이상의 작품을 디지털 스크린에서 24시간 동안 상영할 예정이다. 장소는 기차역, 지하철역, 쇼핑센터, 스키폴 공항, 에인트호번 공항과 로테르담 헤이그 공항, 그리고 네덜란드 전역의 주요 고속도로와 대로 등으로, 한마디로 말해 도시 전체가 거대한 모션 디자인 작품 전시장이 된다.

세계에서 가장 큰 모션 디자인 페스티벌일 뿐 아니라 역대 최대 규모의 야외 전시회가 될 이번 페스티벌의 향방이 궁금하다.

'모션 디자인 페스티벌 DEMO 2022'는 네덜란드 전역에서 10월 6일 24시간 동안 펼쳐진다. demofestival.com



Photos: Design in Motion Festival 2019 - photo Aad Hoogendoorn

불확실한 시대,

상상보다
관찰하라

전대미문의 코로나 팬데믹을 거치면서 불확실함이 극대화되고 있고, 도처에서 불투명한 미래에 대한 걱정이 드러난다. 한마디로 혼란스럽다. 어떻게 해야 하나? 어차피 신이 아닌 이상 미래를 정확하게 내다보는 것은 불가능하다. 그렇다고 손 놓고 가만있을 수만은 없다. 우리는 어떻게든 미래를 대비한 생각과 준비를 해야 한다. 그렇다면 어떤 마음의 준비가 필요할까? 심리학적 해석은 이러한 고민을 풀어가는 데 꽤 의미 있는 실마리를 제공한다.

글. 김경일
일러스트레이터. 민지홍



미래를 제대로 예측하지 못했던 수많은 실패는 거의 대부분 미래의 변화를 과대평가보다는 과소평가했기 때문이다.

10년 후를 예측하려면 조직의 젊은 사람들에게 물어보라

수많은 사람들이 미래를 예측하고자 하지만 결코 쉬운 일이 아니다. 제 아무리 대단한 심리학자라 해도 마찬가지다. 하지만 미래를 예측하는 데에서 우리가 빠지기 쉬운 함정을 의미 있게 생각해 보면 도움이 될 만한 실마리를 확보할 수 있다. 그중 하나가 바로, 미래를 제대로 예측하지 못했던 수많은 실패는 거의 대부분 미래의 변화를 과대평가보다는 과소평가했기 때문이라는 점이다. 정말로 인간은 미래를 과소평가할까?

스페인인 호르디 쿠오이드바(Jordi Quoidbach) 교수와 미국의 댄 길버트(Dan Gilbert) 교수 연구 팀이 발표한 흥미로운 연구 결과를 통해 그 이유를 알아보자.¹ 연구진은 사람들에게 자신의 가치나 성격을 포함한 다양한 측면에 대해 두 종류의 질문을 했다. 첫째는 지난 10년 동안 해당 측면이 얼마나 변했는지를 회고하는 것이다. 둘째는 앞으로 10년 동안 얼마나 변할지를 예측해 보도록 하는 것이다. 두 질문에 대한 대답에서 확연한 차이가 관찰됐다.

과거 10년의 변화에 대한 기억에 비해 미래 10년의 변화에 대한 예측은 모든 연령대에서 절반밖에 안 되는 것으로 나타났다. 예를 들어 20대는 지난 10년간 자신이 경험한 변화를 100 정도로 회고한 반면, 미래 10년 동안의 변화는 50 정도만 예측했다. 또한 60대는 지난 10년간과 앞으로 10년 동안 변화의 정도를 각각 50과 25로 생각한다는 것이다.

이는 무엇을 의미하는가? 첫째, 나이가 많은 사람일수록 과거든 미래든 변화의 정도를 상대적으로 작게 추정한다. 둘째, 모든 사람은 과거의 변화보다 미래의 변화를 더 과소평가한다. 그런데 당혹스럽게도 대부분의 조직에서 리더는 가장 나이가 많다. 그러니 조직 내에서 미래의 변화를 최소로 내다보는 사람이 될 수도 있다. 아니, 그럴 위험이 가장 큰 사람이 오히려 리더라는 것이다. 특히 그 리더가 직전에 큰 성공을 거두었다면 더욱 그렇다. 가능성이 높다. 자신의 판단과 예측이 지극히 과거에 지배당하는 경우가 허다하기 때문이다.² 과학 및 공학용 컴퓨터 분야에서 독보적 존재였던 디지털 이큅먼트사 설립자이자 회장인 케네스 올센(Kenneth Olsen)은 1977년 “집에서 개인적으로 컴퓨터를 가지고 있을 이유가 전혀 없다”고 예측했다.³ 즉 PC 시대가 온다는 것을 전면 부정했다. 노벨 물리학상 수상자이자 라디오를 발명한 마르코니의 후원자였으며 전화기 개발 과정에도 관심이 많았던 영국 체신부의 최고 엔지니어 윌리엄 프리스(William Preece)는 “미국인에게는 전화기가 필요할지

1. Quoidbach, J., Gilbert, D., & Wilson, T. (2013). The end of history illusion. Science, 339, 96-98

2. www.digitaltrends.com/features/top-10-bad-tech-predictions

3. 세계적인 컴퓨터 회사였던 디지털 이큅먼트는 예측 실패로 컴팩, 휴렛 팩커드 등에 순차적으로 인수되었다.

모르겠지만 영국인에게는 전혀 그렇지 않다. 왜냐하면 영국에는 헤아릴 수 없이 많은 하인들이 이미 메신저 역할을 충분히 잘하고 있기 때문이다"라고 일축했다. 심지어 빌 게이츠조차 1980년대 초반 1메가바이트(MB)도 안 되는 '640킬로바이트(KB)면 모든 사람에게 충분한 메모리 용량'이라고 전망하기도 했다. 모두 그 분야 최고 전문가이자 리더임에도 현재의 지속성을 가장 과대평가해 미래를 가장 과소평가했다.

그렇다면 어떻게 해야 할까? 정점에 도달해 성공의 달콤한 맛을 본 사람은 이제 미래를 예측하기 어렵다는 것을 인정해야 한다. 또한 그 정점에 아직 도달하지 않은 사람들이 미래에 대해 적극적으로 이야기하지 않는 것 역시 직무 유기다. 조직이 더 성공하려면 조직의 리더는 팔로워들에게 미래를 물어야 하며 팔로워들은 그 질문에 적극적으로 대답해야 한다. 미래에 대한 예측을 독점하는 리더와 미래에 대한 질문에 침묵하는 팔로워 모두 직무 유기를 하는 셈이다.

구체적으로 예측할수록 멀어지는 미래, 리더는 그저 관찰하라

미래에 대한 예측에서 우리가 빠지기 쉬운 함정이 또 있다. 결론부터 말하자면 '구체적인 예측을 해놓고 정확하게 예측했다고 착각'하는 것이다. 무슨 뜻일까? 미래를 예측할 때 구체적인 정보에 관한 생각과 이야기가 너무 많으면 이후의 보다 거시적인 예측이 오히려 부정확해지는 역설적 현상이 필연적으로 뒤따른다는 것이다.

고려대학교 석관호 교수 연구진은 이를 잘 보여주는 매우 흥미로운 연구 결과를 발표한 적이 있다.⁴ 석 교수 연구진이 관찰한 결과는 무엇일까? 특정 팀의 승리 여부를 예측할 경우 바로 그 예측을 하는 것보다 최종 스코어를 먼저 예상하고 어떤 팀이 승리할지를 예측하라고 할 때 승패의 예측이 덜 정확해지는 현상을 발견했다. 예를 들어 축구 경기의 스코어에 대한 예측을 하면 이후 어떤 팀이 이길지를 예측하는 것보다 포괄적인 예측의 정확성은 더 떨어진다. 점수 차나 골을 얼마나 넣을 것인가 등 부가적 정보에 초점을 맞추다 보니 승패라고 하는 더 큰 결과의 예측에서 정확도가 떨어진다는 것이다.

왜 이러한 현상이 발생하는 것일까? 워싱턴 대학교 테리사 켈리(Theresa Kelly) 교수 연구진은 석 교수 연구진의 연구를 좀 더 확장해 그 이유를 구체적으로 밝히는 데 성공했다.⁵ 켈리 교수 등에 따르면 구체적 예측 이후에 큰 예측의 정확도가 떨어지는 것은 결코 부주의나 거듭된 예측의 피로도 혹은 지나치게 많은 생각 등의 요인 때문이 아니다. 왜냐하면 경기 당일 날씨와 같이 큰 관련 없는 예측을 할 때보다 점수나 안타가 얼마나 발생할지와 같이 관련성이 높으면서 구체적인 예측을 하고 난 뒤 경기 승패에 관한 보다 중요한 예측에 대한 정확성이 더 떨어지기 때문이다.

그렇다면 이렇게 소예측으로 인해 대예측이 실패하는 이유는 무엇일까? 이를 심리학에서는 '생생함의 함정'이라는 현상으로 설명한다. 2002년에 노벨 경제학상을 수상한 미국 심리학자 다니엘 카너먼(Daniel Kahneman)이 1980년대에 자신의 연구를 통해 밝힌 바 있다.⁶ 미국인들에게 다음과 같이 물어본다. "미국과 러시아 간 전면 핵전쟁의 위험은 얼마나 되겠는가?" 이 질문에 사람들 반응은 시큰둥하다. 그럴 위험이 얼마나 되겠느냐는 식이다. 하지만 "미국과 러시아 간에는 핵전쟁 의도가 없으나 이라크, 리비아, 이스라엘, 파키스탄 같은 제3국의 행동에 의해 미국과 러시아 간에 오해가 발생해 벌어지는 두 나라 사이의 전면 핵전쟁의 위험은 얼마나 되겠는가?"라고 질문을 좀 더 구체적으로 하면 사람들 반응이 이런 식으로 달라진다. "아, 그럴 위험은 꽤 클 것 같은데! 조심해야겠어!" 다시 말해 위험의 확률을 더 높게 지각한다는 뜻이다. 하지만 이는 말이 되지 않는 확률 추정 양상이다. 왜냐하면 전자

가 후자를 포함하고 있기 때문이다. 그럼에도 사람들은 구체적 시나리오가 일반적 시나리오보다 발생 확률이 더 높다고 추정한다. 왜냐하면 불필요하게 생생한 상상은 과소 혹은 과대 추정의 오류를 필연적으로 유발하기 때문이다.

빅데이터 하면 떠오르는 인물인 다음소프트의 송길영 부사장이 늘 강조하는 '상상하지 마라. 관찰하라'도 정확히 여기에 해당한다고 생각된다. 작고 구체적인 예측에 몰입하면 머릿속에서 생생하게 무언가가 상상되는데 그것은 사실 새로운 것이 아니라 선입관과 고정관념에 의한 시나리오일 가능성이 높다. 그러니 미래를 너무 구체적으로 예측하려고 하지 말아야 한다. 오히려 정확도가 떨어질 가능성이 크다. 차라리 지속적으로 관찰하는 것이 더 낫다. 더욱 중요하게는 인간이 굉장히 많은 경우에 예측의 구체성과 예측의 정확성을 혼동한다는 점을 잊지 않는 것이다.

그렇다면 결론은 분명하다. 조직 내 젊은 구성원은 예측의 구체성이 떨어진다. 하지만 변화의 폭은 더 잘 볼 수 있다. 조직 내 리더는 더 먼 곳까지 내다볼 수 있다. 그만큼 더 높은 위치에 있으니 관찰할 수 있는 조망력이 큰 것이다. 그러니 리더가 관찰한 결과와 팔로워들의 예측이 절묘하게 어우러질 때 조직은 높은 정확도로 미래 예측이 가능해질 것이다.

김경일

아주대학교 심리학과 교수이자 인지심리학자. <어쩌다 어른>, <세바시>, <요즘책방: 책 읽어드립니다>, <선을 넘는 녀석들: 마스터X> 등 각종 인기 방송 프로그램에 출연하고 있다. 저서로 「김경일의 지혜로운 인간생활」, 「지혜의 심리학」, 「아름지 말고 따르게 하라」, 「적정한 삶」 등이 있다.

4. Yoon, S. O., Suk, K., Goo, J. K., Lee, J., & Lee, S. M. (2013). The devil is in the specificity: The negative effect of prediction specificity on prediction accuracy. *Psychological Science*, 24, 1164–1170. dx.doi.org/10.1177/0956797612468760

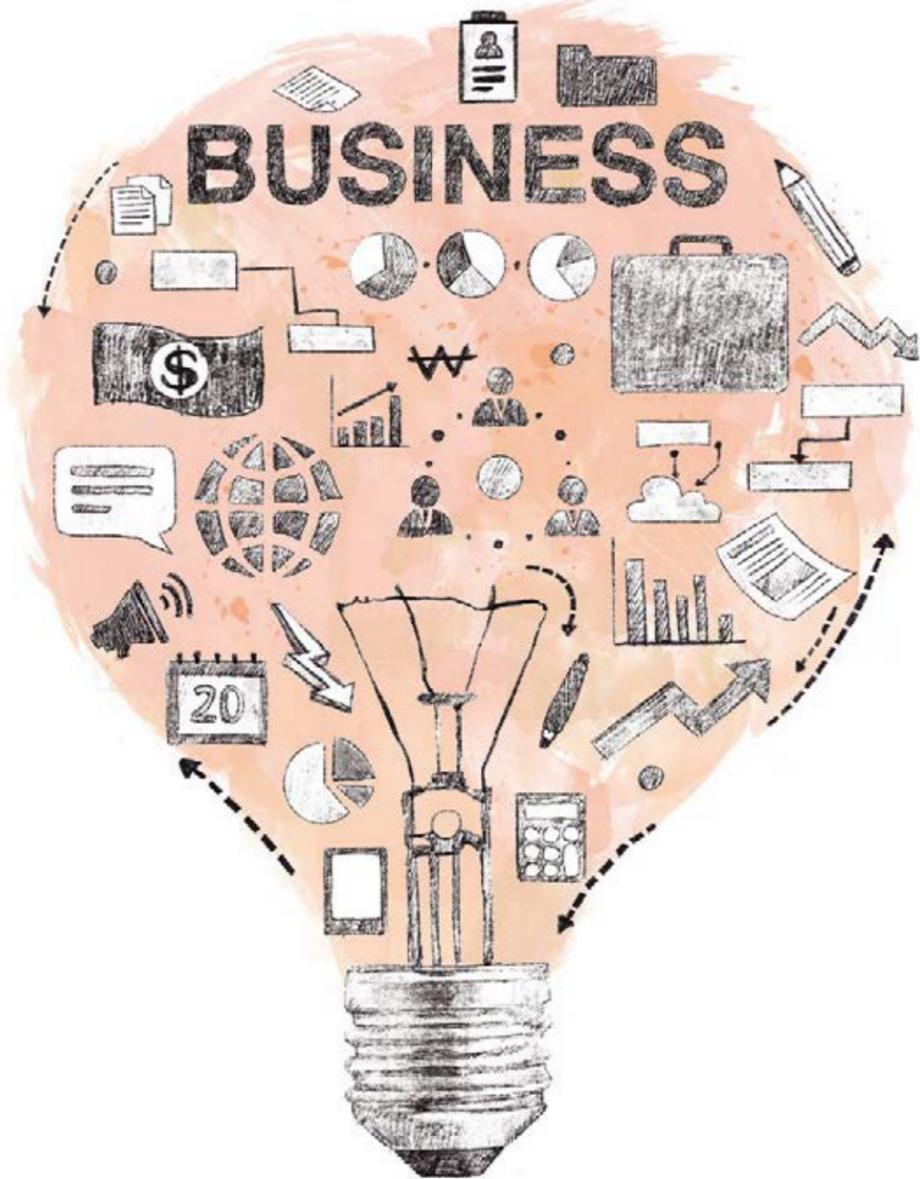
5. Kelly, T. F., & Simmons, J. P. (2016, August 8). When Does Making Detailed Predictions Make Predictions Worse? *Journal of Experimental Psychology: General*. Advance online publication. dx.doi.org/10.1037/xge0000204

6. Tversky, A. and Kahneman, D. (1983). "Extension versus intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment". *Psychological Review* 90 (4): 293–315

미래는 구체적으로 예측할수록 멀어진다.

리더가 관찰한 결과와 팔로워들의 예측이 절묘하게 어우러질 때

조직은 높은 정확도로 미래 예측이 가능해질 것이다.





디지털을 만난 ESG, 새로운 기회의 등장

글. 김상윤

세계경제를 뒤흔든 코로나 팬데믹

집 앞 분식집 하나가 결국 문을 닫았다. 퇴근길 몇천 원이면 하루의 피로를 다 잊게 하기에 충분한, 정말로 맛있는 분식집이었다. 문 닫기 직전 마지막 방문에서 들은 얘기로는 코로나19로 인한 매출 감소를 힘겹게 버텨왔는데, 기간이 이렇게 길어질 줄 몰랐다고 했다. 코로나19의 장기화로 인한 피해는 이렇게 직접적이고 구체적이다. 현재 그 누구도 코로나19의 완전한 종식 시점을 장담하지 못하고 있는 상황이다.

2022년 필자가 집 앞 '최애' 분식집을 잃은 것처럼 우리는 우리 산업의 핵심 기업을 잃을지도 모르는 절체절명의 시간을 지나고 있다. 2년 8개월이라는 긴 시간 동안 세계경제는 어두운 터널을 빠져나오지 못하고 있지만, 기업들은 현재 상황에서도 변화하고 있는 시장을 적극적으로 비즈니스에 반영해야 한다. 또한 언젠가는 도래할 회복 이후의 미래를 준비해야 한다.

회복탄력성(resilience)이라는 말이 있다. 탄성을 가진 용수철에 빔대어 위기의 상황에서 매출이 줄거나 경쟁력을 상실한 기업이 특정 계기로 새로운 역량과 기회를 발굴해 이전의 모습으로 복귀하거나 그 이상의 성과를 얻는 힘을 말한다. 향후 세계경제가 어두운 터널을 빠져나오는 시점이 되면 터널 속에서 이루어진 투자 방향과 의사 결정에 따라 새로운 경쟁 양상이 펼쳐질 것이다. 그렇다면 코로나 팬데믹 상황에서도 기업이 추구해야 할 투자 방향은 무엇일까?

ESG, 지속 가능성에 투자하라

최근 주요국 및 글로벌 기업들이 적극적으로 투자하는 부분이 있다. 바로 ESG 영역이다. ESG란 기업의 비재무적 요소인 환경(Environment), 사회(Social), 지배 구조(Governance)를 뜻하는 것으로 'ESG 경영'이란 장기적 관점에서 친환경 및 사회적 책임 경영과 투명 경영을 통해 지속 가능한 발전을 추구하는 것이라고 할 수 있다. 기업의 ESG 경영은 팬데믹 이후 우리 사회가 바라는 기업의 모습이며, 현재 글로벌 유수의 기업들은 ESG 분야를 가장 중요한 투자처로 인식하고 있다.

ESG는 소비자들 사이에서도 중요한 이슈가 되고 있다. 이왕이면 '그린(green)', '에코(eco)' 등 친환경과 관련된 수식어가 붙은 제품을 소비하거나 일회용품 사용하지 않는 등 환경 파괴를 줄이기 위한 직접적인 노력을 시행한다. 관련 활동을 적극적으로 하는 기업에 호감을 표하는 소비자도 점차 늘어나고 있다. 또한 더 좋은 근로 환경을 제공하거나 사회 문제를 해결하기 위해 노력하는 기업의 제품을 찾는 소비자도 늘어나고 있다.

이렇다 보니 '이윤 추구'와 더불어 '지속 가능성'까지 고려한 경영 전략을 펼치는 기업이 성장 가능성이 더 클 것이라는 점에서 주요 투자 기관들은 기업의 ESG 활동을 투자 의사 결정의 주요 지표로 활용하기도 한다. 대표적으로 모건스탠리의 MSCI ESG 등급 주요 이슈 체제(MSCI ESG Rating Key Issue Framework)를 보면 총 10가지 항목별 35개의 주요 이슈로 기업의 ESG 활동을 평가한다. 예를 들어 환경(E)은 기후변화, 천연자원, 공해, 환경 기술로, 사회(S)는 인적 자원, 제품 책임, 이해관계자 대응, 사회적 기회로, 지배 구조(G)는 기업 지배 구조, 기업 행동으로 구성되어 있다.

ESG+D(디지털) = 새로운 기회

여기서 중요한 점은 MSCI의 35개 주요 이슈 중 디지털 전환으로 해결할 수 있는 부분이 다수라는 사실이다. 필자의 분석대로라면 35개 주요 이슈 중 약 15개가 디지털 기술과 관련되어 있다. 환경 영역만 보더라도 탄소 배출, 탄소 발자국, 친환경 기술, 녹색 건물 등 9개의 주요 이슈는 디지털 기술과 직접적인 관련이 있다. 즉 환경 관련 산업과 서비스의 디지털 전환이 곧 ESG의 달성인 셈이다.

최근 다양한 연구에서 디지털 기술 발전이 온실가스 감축 목표에 50% 정도 기여할 수 있다는 결과가 나오고 있다. 특히 제조업에서 디지털 기술의 온실가스 감축 영향력이 가장 클 것으로 기대된다. 매킨지가 발표한 온실가스 감축 시나리오는 2030년까지 제조업 분야에서만 디지털 기술 활용으로 최대 61Mt의 이산화탄소를 절약할 수 있다고 예측한다. 디지털 트윈(digital twin) 기술을 활용해 현실의 공정과 설비를 가상에서 제어하고, 시제품이나 프로토타입 등 현실 세계의 제품 개발 과정을 메타버스라는 가상 공간에서 수행하는 등 제조업의 디지털 기술 활용은 재료, 에너지 등 자원의 사용을 최소화하는 방향으로 진화하고 있다.

미국 타이어 기업 브리지스톤(Bridgestone)은 재생 타이어 분야에 적극 투자해 시장에 선제적으로 진출함으로써 타이어 시장의 새로운 영역을 개척했을 뿐만 아니라 친환경 기업이라는 이미지도 얻었다. 브리지스톤의 재생 타이어 연구는 2008년부터 시작해, 경쟁사보다 빠르게 ESG 경영에 투자한 대표적인 기업으로 언급되고 있다.

또한 프랑스에 본사를 둔 제약업체 사노피(Sanofi)는 제약 공장에 디지털 트윈을 이용한 시뮬레이션을 활용해 기존 공장 대비 생산량을 80배 증가시켰으며 연간 에너지 소비량과 이산화탄소 배출량을 80% 감소시키기도 했다. 스코틀랜드의 친환경 기업 IES는 영국 노팅엄 지역의 한 작은 마을을 탄

소 중립 마을로 구현했다. 최근 각종 센서와 영상 인식 기술로 공해 물질의 정교한 측정이 가능해졌으며, 인공지능, 메타버스 등 소프트웨어 기술로 현실 세계를 실시간으로 제어할 수 있는 디지털 트윈이 가능해졌다. IES가 구현한 버추얼 트윈(virtual twin) 마을은 가상 세계에서 공해 물질의 배출을 실시간으로 점검하고, 이를 제어해 친환경 도시를 구현하도록 한다.

이렇듯 많은 기업이 ESG 활동과 목표 달성을 위해 디지털 기술을 적극 활용하고 있다. 최근 디지털 기술이 단순 편리 제공이나 기존 방식을 다소 효율화하는 것을 넘어 모든 것을 새롭게 바꿔버리는 '디지털 대전환'의 시대가 펼쳐지고 있는 것이다. ESG와 디지털의 만남 또한 우연이 아니다. 이는 디지털 대전환의 시대와 ESG 지속 가능 경영의 시대, 팬데믹을 헤쳐나가는 새로운 기회이자 미래의 먹거리가 될 것이다.

실제로 이제는 친환경이 아니면 생존하기가 어렵다. 그만큼 모두의 일상 이 환경과 직결되어 있다는 이야기다. 내가 그리워하는 '최애' 분식집의 손맛은 AI가 대체할 수 없다. 친환경 먹거리를 쓰며, 아날로그 손맛이 성공할 수 있는 디지털 시대를 그려나가야 할 때다.

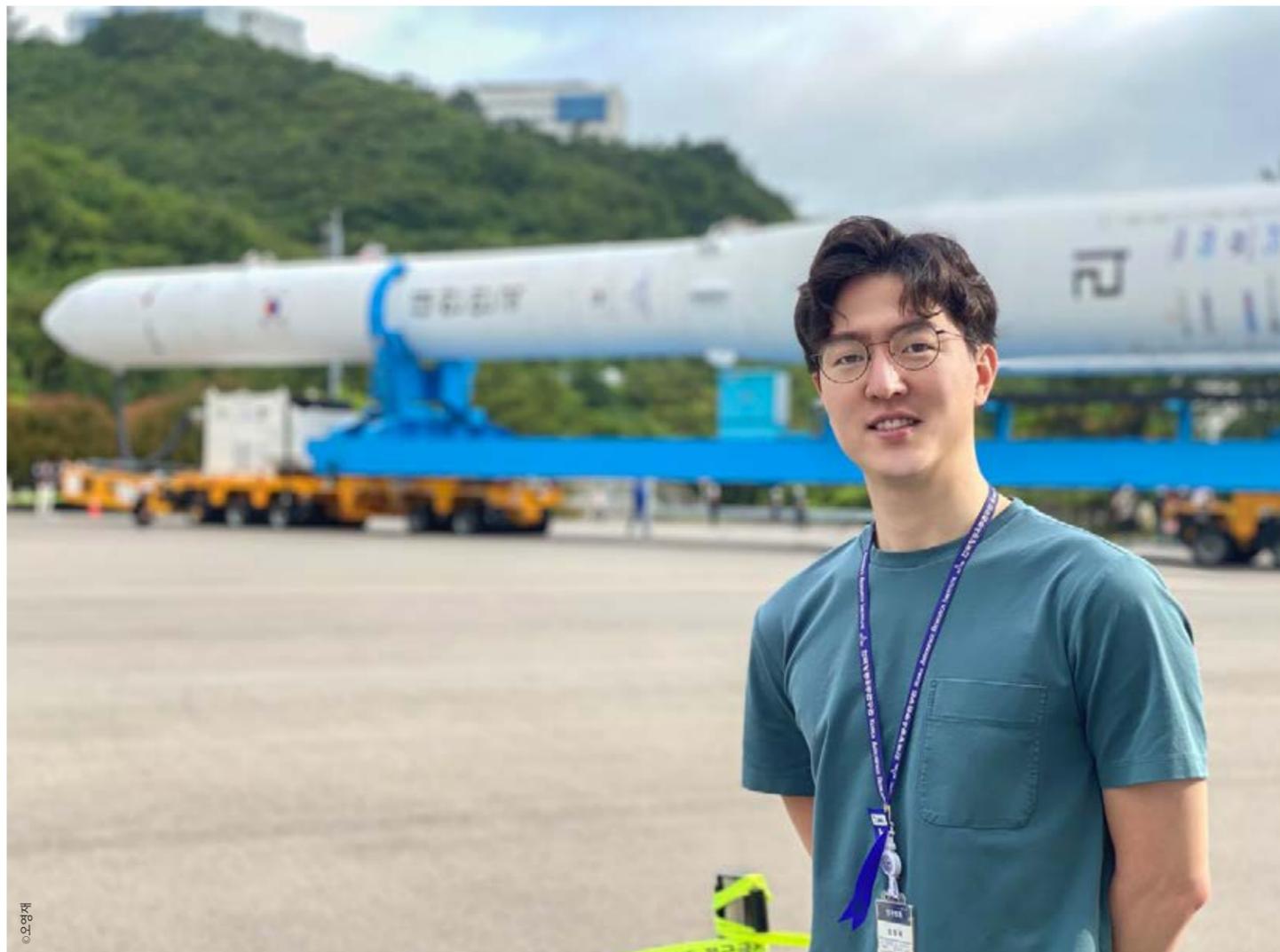
최근 디지털 기술이 단순
편리 제공이나 기존 방식을
효율화하는 것을 넘어
모든 것을 새롭게 바꿔버리는
'디지털 대전환'의 시대가
펼쳐지고 있다. ESG와 디지털의
만남은 우연이 아니다.

김상윤
김상윤은 인공지능과 빅데이터, 로봇 같은 다양한 디지털 기술이 우리 사회와 비즈니스 환경을 어떻게 바꾸는지를 연구한다. 현재 중앙대학교 컴퓨터공학과 연구 교수로 있다.

새로운 우주의 시대, 새로운 세대

오영재 항공우주연구원 연구원

2022년 6월 20일, 누리호(KSLV-II)가 우주로 향해 힘차게 날아올랐다. 팬데믹이라는 긴 터널을 지나 드디어 또 다른 세상이 열렸듯이 우리나라 항공우주 연구 분야에도 새로운 희망의 시대가 시작되었다. '나로호 키즈'로 불리는 오영재 연구원을 만나 미래 한국의 항공 산업을 이끌어갈 젊은 주역으로서 이번 발사 성공의 의미와 한국의 항공우주 연구 산업의 미래에 대한 생각을 들어보았다.



앞으로 누리호는 2027년까지 4회의 반복 발사를 계획하고 있다. 바로 내년인 2023년 3차 발사부터는 차세대 소형 위성 2호부터 시작해 발사 때마다 다양한 탑재체를 우주 궤도에 올리는 미션을 수행하게 된다.

2009년 한국 최초 우주 발사체 나로호(KSLV-I) 이후 12년이 흘렀습니다. 나로호는 러시아와의 합작품이었다면 이번에는 독자적 개발 연구 결과물이라 그 의미가 남다를 것 같습니다. 정확히 12년 3개월 만의 성공인데, 이번 누리호 발사 성공의 의미와 의의에 대해 말씀 부탁드립니다.

이번 누리호 발사 성공은 한국이 이제 마음만 먹으면 언제든지 지구 저궤도에 1.5톤급의 실용 위성을 올려놓을 수 있는 운송 수단을 갖게 되었다는 것에 가장 큰 의미가 있습니다. 이번 발사 성공으로 많은 언론에서 한국을 세계 7대 우주 강국으로 다루는데, 사실 일곱 번째 국가라는 타이틀은 1톤 이상의 위성을 지구 저궤도에 올릴 수 있는 나라만 따졌을 때 해당하는 것이고 조그마한 탑재체라도 지구 저궤도에 올린 나라로 치면 한국은 열한 번째 정도 됩니다. 저는 이 숫자는 별로 중요하지 않다고 봅니다. 현재 한국이 우주에 어떠한 물체를 자력으로 올릴 수 있는 능력을 가지게 됐다는 것에 더 큰 의미가 있다고 생각합니다.

오영재 연구원은 누리호 발사 성공과 함께 '나로호 키즈'로 주목받고 계십니다. 현재의 자리에 오게 된 과정이 궁금합니다.

어릴 때 기억을 더듬어보면 초등학교 때부터 하늘에 비행기가 날아다니는 것을 보며 신기해했고, 또 매년 5월에 열리는 과학의 달 행사 때마다 글라이더, 고무 동력기 대회에 나가기도 했습니다. 이렇게 항공우주 분야를 좋아하고 재미있어해서 자연스럽게 파일럿의 꿈을 키웠습니다.

2009년 당시를 떠올려보면 그때 제가 고등학교 2학년이었는데, 지금처럼 우리나라에 우주 관련 이벤트가 많았습니다. 2008년에는 한국 최초의 우주인이 탄생했고 그로부터 1년이 지난 2009년에는 한국 최초의 우주 발사체 나로호의 첫 발사가 예정되어 있었죠. 어려서부터 항공우주 분야에 관심이 많아서 나로호 첫 발사는 꼭 보고 싶었어요. 발사 3일 전에 마침 가족 행

사가 있어서 전라남도 고흥에 가게 되었고, 아버지께 부탁해서 근처에 있는 나로우주센터에 방문하게 되었습니다. 주변 경계가 삼엄했고 한창 달아올랐던 당시 분위기가 아직도 잊히지 않습니다.

고등학교 3학년 때 파일럿의 꿈을 이루고자 공군사관학교에 지원했지만 낙방하면서 잠시 방황한 적도 있습니다. 그러나 저는 여전히 항공우주 분야가 좋았고 제가 이 분야에 조금이라도 기여할 수 있으면 좋겠다는 마음으로 항공우주공학과에 진학했습니다.

대학생 때도 학교에서 지원받아 미국의 나사와 보잉을 탐방하고, 네덜란드 델프트 공대 항공우주공학과 교환학생으로 다녀오는 등 제가 좋아하는 분야에 대한 역량을 키우고 경험을 많이 쌓고자 노력했습니다. 또 대학원에 진학해 석사과정을 마쳤는데, 마침 운이 좋게도 항공우주연구원에서 제가 원하는 직무로 채용 공고가 올라왔습니다. 그렇게 2019년에 입사해 올해 누리호 발사 개발에 참여하게 되었습니다.

누리호는 어떤 미션을 수행하는 발사체인가요? 항공우주연구원에 대한 소개도 부탁드립니다.

누리호는 중량 1.5톤급 탑재체를 600~800km의 태양 동기 궤도에 올릴 수 있는 발사체입니다. 누리호 자체는 운송 수단이라 미션은 발사 때마다 다릅니다. 예를 들어 2021년 10월 첫 발사에서는 발사체 자체의 비행 성능을 검증하기 위해서 아무런 역할이 없는 1.5톤의 더미 위성을 실었습니다. 이번 6월에 성공한 발사의 경우 발사체의 궤도 투입 성능을 확인하기 위한 성능 검증 위성과 각 대학에서 만든 큐브 위성 4기, 그리고 나머지 남은 중량은 1차 발사 때와 마찬가지로 더미 위성으로 채웠습니다. 앞으로 누리호는 2027년까지 4회의 반복 발사를 계획하고 있습니다. 바로 내년인 2023년 3차 발사부터는 차세대 소형 위성 2호부터 시작해 발사 때마다 다양한 탑재체를 우주 궤도에 올리는 미션을 수행하게 됩니다.

한국항공우주연구원은 항공 우주과학 기술 영역의 새로운 탐구, 기술 선도, 개발 및 보급을 통해 국민경제의 건전한 발전과 국민 생활 향상에 기여함을 목표로 1989년 한국기계연구소 부설 항공우주연구소로 시작해 현재에 이르렀습니다. 대표적으로 항공기, 인공위성, 우주 발사체의 종합 시스템 및 핵심 기술 연구개발을 하고 있습니다. 나로호, 누리호, 또 최근 달 탐사선 다누리까지 대한민국 항공우주 역사의 시작과 현재 그리고 미래를 함께하는 연구원입니다.

한국항공우주연구원에서 현재 어떤 연구를 담당하고 계신가요? 연구원님의 연구 분야에 대해 알고 싶습니다.

저는 2019년 9월 한국항공우주연구원에 입사할 때부터 한국형발사체(누리호)개발사업본부 소속으로 연구개발을 진행했습니다. 다만 제가 입사할 당시에는 이미 누리호의 설계가 거의 다 진행된 상태였고, 설계를 시뮬레이션으로 검증하는 단계만 남아 있었습니다. 저는 입사 후 지금까지 누리호의 유도, 항법, 자세 제어 계통의 하드웨어를 모아 여러 시나리오상에서 설계를 만족하는 지 시뮬레이션하는 업무에 참여했습니다. 누리호 발사가 성공적으로 이뤄진 지금은 누리호가 보내온 원격 측정 데이터를 바탕으로 상세한 비행 데이터 분석을 하고 있습니다.

이렇게 지금까지는 주로 주어진 설계를 바탕으로 검증하는 업무를 했다면 누리호의 후속 발사체인 차세대 발사체 개발 사업에서는 설계 단계부터 검증, 그리고 비행까지 발사체 개발의 처음부터 끝까지 참여할 수 있어 기대가 큼니다.

저의 주 전공은 비행 동역학 및 제어 분야입니다. 누리호에서는 발사체가 유도 명령을 잘 따라갈 수 있도록 발사체의 제어 법칙을 설계하고 발사체의 운동을 수학적으로 모델링해 시뮬레이션하는 데 활용했습니다. 또한 미국 기업 스페이스X의 팔콘-9 발사체처럼 발사체의 재사용에도 필수적인 분야로 앞으로 도전적인 과제가 많은 연구 분야입니다.

독자 기술 확보가 왜 중요한 걸까요?

독자 기술을 가지고 있으면 발사체에 문제가 생겼을 때 아주 빠르게 대처할 수 있습니다. 누리호 1차 발사의 실패 원인은 연구원에서 치열한 분석 끝에 발사 2개월 만에 찾아냈고, 이번 2차 발사의 경우 산화제 레벨 센서 문제로 발사가 연기되었으나 하루 만에 문제를 해결해 신속하게 발사할 수 있었습니다. 하지만 2010년 나로호 2차 발사의 경우 러시아가 개발한 1단 비행 구간 중 실패했는데 이때 러시아와 원인을 규명하는 데 2년여의 시간을 보냈습니다. 독자 기술을 가지고 있는 데 대한 장점이 여실히 드러나는 대목이라고 할 수 있습니다.

비단 문제가 발생한 경우 신속한 대처뿐만 아니라, 발사체 기술은 대표적인 첨단 기술로 분류됩니다. 예를 들어 누리호 엔진에 적용한 극저온 터보펌프는 LNG 운송선 제작에 사용할 수 있는 등 발사체에 들어가는 항공, 전자, 통신, 소재 기술에 대한 경제적 파급효과가 큰 만큼 독자 기술 확보는 매우 중요합니다.

이번 로켓 연구에 다수의 외부 연구진과 국내 기술진이 함께했다고 들었습니다. 어떤 협업이 이루어졌나요? 또 우주항공 분야 협업에서 가장 중요한 점은 무엇일까요?

누리호는 한국항공우주연구원의 250여 명의 연구진뿐만 아니라 300여 개 협력 업체와 함께 개발한 발사체입니다. 대표적으로 발사체 엔진은 한국항공우주연구원에서 설계하고 한화에어로스페이스가 제작했으며 발사체 총 조립은 한국항공우주산업이 맡았습니다. 천문학적 비용이 들어가는 우주항공 분야에서는 이처럼 협업이 필수적이며 민간 기업과의 협업을 통해 자연스레 기술이 전수되는 환경이 조성될 수 있습니다.

우주항공 분야에서 민간 기업과의 협업뿐만 아니라 나라 간 협업도 활성화되고 있습니다. 미국의 경우 1960년대에는 정부 예산만으로 달에 갔습니다. 하지만 2025년 달에 착륙하는 것을 목표로 하는 ‘아르테미스’ 프로젝트는 미국 정부뿐 아니라 우리나라를 포함해 전 세계 21개국이 참여하는 국제 협력 프로젝트입니다.

가장 최근에는 다누리 발사도 성공적으로 이루어졌습니다. 다누리는 어떤 과제를 수행하는 발사체이고, 우리나라 혹은 전 세계적 차원에서 어떤 영향을 끼치게 될까요?

다누리는 2022년 8월 5일 미국 스페이스X의 팔콘-9 발사체에 실어 우주로 발사한 달 궤도 탐사선입니다. 한국에서 처음으로 지구권 외 천체 탐사에도 전한다는 데 의미가 있습니다.

다누리에는 여러 탑재체가 실려 있습니다. 향후 한국이 달 착륙에 도전할 때 필요한 달 착륙선의 착륙 후보지 탐색을 위한 고해상도 카메라, 세계 최초로 우주 인터넷을 사용하는 우주 인터넷 탑재체, 미국 나사에서 개발한 달의 영구 음영 지역을 촬영해 물의 존재를 확인하는 색도 캠 등입니다. 이러한 탑재체를 통해 ‘다누리’라는 이름처럼 달을 남김없이 누릴 수 있게 됩니다. 이중 색도 캠의 경우 국제 협력의 결과물이라고 할 수 있는데 기존에 나사가 달

궤도에서 운용하던 카메라 성능보다 200배나 뛰어나 영구 음영 지역을 세밀하게 살펴볼 수 있기 때문에 나사에서 다누리에 거는 기대가 큰 것으로 알고 있습니다. 또한 색도 캠의 데이터는 2025년까지 달에 우주인을 보내는 ‘아르테미스’ 프로젝트에도 활용해 달의 영구 음영 지역의 일부인 남극 지역에 우주인과 로버를 보내 물의 존재 여부도 직접 확인할 계획입니다. 이처럼 다누리는 우리나라의 달 탐사뿐만 아니라 전 세계 우주 기관의 협력 프로젝트인 ‘아르테미스’ 프로젝트에도 역할을 하게 되는 셈입니다.

최근 우리나라 항공우주 연구 분야가 조금씩 빛을 보고 있지만, 그간 산업 자체에 대한 관심이나 지원은 다른 나라에 비해 적은 편이라고 들었습니다. 하지만 이번 발사 성공 이후 많은 변화가 있을 것 같습니다. 최근 현장 분위기가 궁금합니다.

한국의 우주개발을 위한 예산은 선진국에 비해 턱없이 적은 수준은 맞습니다. 지난해 예산은 미국의 1%대 수준이고, 국내총생산(GDP) 대비로는 미국은 0.21%인 데 반해 한국은 0.04% 수준입니다. 다만 누리호 발사 성공 이후 정부에서는 연구·인재 개발, 발사체 산업, 위성 산업 등 3축 체제로 클러스터를 지정해 정책적으로 항공우주 연구개발 및 산업을 지원하겠다고 하는 등 큰 변화를 예고하고 있습니다. 또한 국내에 발사체 및 위성 분야 스타트업도 많아지고 있습니다. 발사체 분야에서는 소형 위성을 지구 저궤도에 올리는 것을 목표로 하는 3개 이상의 발사체 스타트업이 있으며, 이번 누리호 발사 때 실린 성능 검증 위성에 포함된 큐브 위성과 같은 위성을 만드는 스타트업 등 우주산업 생태계의 저변이 확대되고 있습니다.

우주산업 분야에서 세계 선진국과 비교해 한국의 기술은 어느 정도 인가요?

한국의 우주 기술 수준의 객관적인 지표는 한국과학기술기획평가원(KISTEP)의 ‘2020년 기술 수준 평가’ 보고서에 따르면 다음과 같습니다. 미국을 100%라고 했을 때 우주 발사체 개발 및 운용 기술 수준은 60%, 우주 물체 관측 및 우주 방사선, 위성 통신 장애 등 우주 환경 관측·감시·분석 기술 수준은 55.5%, 달·소행성·화성 등 우주 탐사를 위한 우주 비행체 설계·제작, 운영 기술, 관측 위성을 이용한 기상·환경·해양·국가안전·항법·통신 등에 활용하는 위성 제작·활용 기술을 망라한 우주탐사 및 활용 기술 수준은 56%에 이릅니다. 기술 격차도 10~18년 정도 벌어져 있고요. 아직 갈 길이 먼 만큼 예산, 인력과 투자 규모를 더 키워야 한다고 생각합니다.

항공우주 연구 분야에서 지금 가장 주목해야 할 부분은 무엇인가요?

미국 스페이스X가 팔콘-9 발사체를 통해 발사체도 일회용이 아닌 재사용할 수 있다는 것을 보여준 뒤로 전 세계 많은 우주 관련 기관과 산업체에서 발사체 재사용 관련 연구를 앞다투어 하고 있습니다. 미국의 블루 오리진(Blue Origin)사는 재사용 발사체로 우주 관광 상품을 개발해 운용 중입니다. 또 독일의 DLR과 일본의 JAXA가 협업해 만든 칼리스토(Callisto)라는 재사용 발사체는 올해 말 최초 발사를 앞두고 있고, 중국도 장정 발사체를 재사용할 계획입니다. 이 외에 낙하하는 1단 발사체를 헬리콥터로 회수하는 방식을 시험하고 있는 로켓 랩(Rocket Lab)이라는 미국의 우주 기업도 있습니다. 이처럼 전 세계적으로 발사체 재사용에 대한 연구개발이 활발히 이루어지고 있습니다. 세부적으로는 발사체 재사용을 위한 유도·항법·제어 시스템 개발, 발사체 엔진의 재점화 및 추력 조절을 위한 스로틀링 기술, 발사체 구조의 경량화 기술 등이 있습니다.



▲ 2022년 8월 5일 미국 스페이스X의 팔콘-9 발사체로 발사된 다누리 달 탐사선

발사체 재사용 기술은 비단 경제적인 발사체 개발뿐만 아니라 달 착륙 및 화성 탐사에도 반드시 필요한 기술인 만큼 앞으로 계속 주목할 만한 연구 분야입니다. 실제로 이미 팔콘-9 발사체를 재사용하고 있는 스페이스X는 달 및 화성에 사람을 보내기 위한 재사용 발사체 스타십(Starship)을 개발 중이며 올해 안에 궤도 비행할 준비를 하고 있습니다.

이번 발사 성공과 더불어 ‘나로호 키즈’ 박사님 덕분에 최근 청소년들의 진로에 새로운 자극이 되고 있다고 들었습니다. 누리호 발사 성공을 지켜보고 우주에 대한 꿈을 키워나가는 청소년들에게 한 말씀 부탁드립니다.

저도 그랬지만 우주에 대한 꿈을 키워나가는 청소년들 또한 우주를 신비롭고 아름답고 계속해서 호기심을 자극하는 대상으로 생각할 것입니다. 이러한 마음을 유지하고 꾸준히 우주와 관련된 다양한 경험을 하고 지식을 쌓다 보면 한국이 달도 가고 화성, 소행성 등 머나먼 우주를 누비는 데 함께할 수 있지 않을까 싶습니다.

왜 지금 우리에게 우주산업에 대한 관심이 필요한 걸까요?

1960년대 미국과 소련이 ‘우주개발 경쟁(space race)’을 펼치며 아폴로 11호가

달에 착륙한 이후 불과 10년 전까지만 해도 더 이상 달에 갈 목표 의식이 없었던 것 같습니다. 하지만 재사용 발사체가 개발되고 달에서 물이 발견된 것과 함께, 청정 에너지로 각광받는 핵융합 발전의 연료인 헬륨3가 인류가 수세기 동안 사용할 만큼 매장되어 있다는 연구 결과가 나오는 등 인류가 달에 가야 할 목표가 점차 생겨나고 있습니다. 미국의 ‘아르테미스’ 프로젝트 또한 단순히 달에 ‘방문’하는 것이 아닌 ‘거주’의 목적으로 가는 것입니다. 이처럼 아폴로 11호 달 착륙 이후 50년 만에 다시금 우주산업이 활기를 띠고 있습니다. 이에 발맞춰 누리호 성공, 다누리 달 탐사선 전이 궤도 진입 성공 등으로 한국도 떠오르는 우주산업에 본격적으로 참여하고자 합니다. 누리호는 앞으로 추가 네 번의 반복 발사와 2030년으로 예정된 차세대 발사체 발사에 달 착륙선을 실어 발사할 계획을 가지고 있습니다. 이처럼 막중한 임무를 가지고 사명감을 다해 연구개발을 하고 있는 만큼 많은 응원과 관심 부탁드립니다.

버티는 삶에 관하여

우리는 노를 저으며 제자리를 지키는 것도 안간힘이 필요한 시대를 살고 있다. <라이프 오브 파이>와 <니모를 찾아서>를 통해 인생의 돌파구를 찾기 직전까지 희망의 끈을 놓지 않고 버틴 영화 속 두 주인공의 삶을 바라보며 불안의 시대를 돌파하는 이내라는 유연한 힘에 대해 사유해 보는 계기를 만들고자 한다.

글. 이자연

묵묵하게 오늘에 집중하는 것,
지금 여기 주어진 일에 몰두하는 것,
내게 주어진 일에 조용히
몰두하는 것만으로도 누군가는
또 다른 힘과 의지를 전이받는다.

불안 앞에 나만의 중심축을 세우는 이유

매거진 에디터의 일을 한마디로 간략하게 표현하자면 동시대가 마주한 현상을 기민하게 알아차리고, 관련된 구체적 사례를 정돈해 연결하는 것이다. 이 연결 고리를 두고 누군가는 트렌드라 부르고, 또 누군가는 사회적 통찰이라고 부른다. 2년 전 가을, 여느 날처럼 다음 호 매거진을 기획하고 있었다. 주제는 '루틴'. 사전적 정의는 다음과 같다. '규칙적으로 하는 일의 통상적인 순서와 방법'. 그렇다면 우리는 현재 어떤 방식으로 나만의 규칙을 만들어 실행하고 있을까. 전체적 조망을 그려내기 위해 이 기본 질문부터 되짚어 봐야 했다.

생각보다 많은 사람에게 루틴은 가까웠다. 모닝 루틴, 나이트 루틴, 공부 루틴, 운동 루틴, 청소 루틴 등등. 거의 모든 활동에 루틴이라는 하위 장르가 생겨났고 유튜브와 SNS, 블로그에도 이와 관련한 무수한 콘텐츠가 쏟아졌다. 그렇다면 다음 질문으로 넘어갈 차례. 도대체 사람들은 왜 이렇게까지 스스로 일정 규칙을 만드는 걸까?

답은 간단하다. 세상에서 유일하게 통제 가능한 것이 바로 자기 자신이기 때문이다. 당시는 코로나19가 일상을 습격해 많은 사람들이 실내 생활을 이어나가고 있었다. 미디어는 가을을 기점으로 감염자가 폭발적으로 증가할 거라는 뉴스를 계속해서 내보냈고, 사람들은 씰룩거리는 엉덩이를 가라앉히고 마음을 꺾꼭 눌러 집에 머물렀다. 가족들은 자주 싸웠고, 누군가는 우울에 갇혔다. 원룸이나 고시원에서 지내던 이들은 그 작은 공간으로 몸을 옥여넣었다. 집은 가장 안전한 듯 보이면서도 가장 위태로웠다. 언제 끝날지 누구도 장담할 수 없는 상황에서 모든 것이 불확실했다. 어제의 방역 지침이 오늘 달라졌고, 오늘 만난 사람과 내일 또 볼 수 있을지 알 수 없었다. 그러니까 모두 불안했다.

그러자 사람들은 자신이 통제할 수 있는 유일한 무언가를 만들었다. 평범한 일상 속에서 쉽고 간단하게 이뤄낼 수 있는 것들로 자기 자신과 약속을 맺었다. 내일도 모레도 일주일 뒤에도 이것을 실천하겠노라고. 그 무엇도 확실하기 어려운 세상에서 이것만큼은 흔들리지 않겠노라고. 사람들은 자기 안의 중심축을 만들어냈다.





©2012-Twentieth Century Fox Film Corporation. All rights reserved.

어제도 아니고 내일도 아닌, 오늘에 집중하기

영화 <니모를 찾아서>는 제목 그대로 니모 아빠의 관점을 보여준다. 언뜻 아기 니모가 아빠 말리의 과보호에서 벗어나 성장해 나가는 이야기처럼 보이지만, 더 정확히는 과잉 집착이라는 강박에서 해방되는 말리의 성장기에 가깝다. 물론 이 강박에도 나름의 사연이 있다. 말리는 아름다운 바닷속에서 알들이 부화할 날만을 기다리고 있었다. 이때까지만 해도 커다란 고래를 볼 수 있는 널찍한 말미잘에서 가족과 행복하게 살 계획이었다. 하지만 천적인 대형 물고기 바라쿠다로부터 공격을 받고 아내 코랄과 다른 모든 알이 죽음에 이르면서 오로지 니모만 그의 곁에 남게 됐다. 게다가 하필 니모의 한쪽 지느러미가 태생적으로 유난히 짧았기에 말리의 애달픔은 더 클 수밖에 없었다. 말리는 초조했다. 니모가 학교도 지금보다 5~6년 더 있다 다니길 바랐고, 선생님이 동행하는 상어 정원 소풍에도 지레 걱정돼 몰래 따라갔다. 니모의 세상이 좁아질수록 말리는 안심했다. 그에게 온갖 것이 자기 손아귀에 있다는 감각이 중요했다.

니모와 말리의 불안정한 평온은 니모가 인간에게 잡혀가면서 완전히 전복되고 만다. 온실 속 화초처럼 키웠건만 눈 깜짝할 사이에 사고가 벌어진 것이다. 니모는 말리의 정체성이기도 했다. 시시각각 변화에 신경을 곤두세운 채 보호자 역할에 모든 것을 쏟아내느라 광대물고기라는 자기다움은 희석되지 오래다. 자식을 돌보는 것 외에 아무것도 관심을 갖지 않았던 말리는 어쩌면 당연하게도 니모를 찾아 먼 길을 떠난다.

외부 세계와의 접촉은 성장 영화에서 중요한 발판이 된다. 주인공의 한정적인 시야를 열어주고 둔했던 마음 근육을 마음껏 써보도록 돕기 때문이다. 니모는 자기와 교집합이라곤 찾아볼 수 없는 이들과 생활하면서 자유라는 공동의 목표를 향해 앞으로 나아간다. 이러한 상황은 아빠 말리에게도 동일하게

적용된다. 여전히 니모를 보호하기 위한 과정에 있지만 지금까지 만나본 적 없던 이들을 만나 대화를 나누면서 자신을 조금씩 확장해 나간다.

여기서 눈여겨볼 점은 말리는 누구도 쉽게 확인할 수 없는 상황에서 매 순간 자신이 할 수 있는 것을 해나갔다는 것이다. 일말의 희망이 보이지 않더라도 한 단계 한 단계 조금씩 쌓아올렸다. 묵묵하게 오늘에 집중하는 것, 당장 주어진 일에 몰두하는 것. 내게 주어진 일에 조용히 몰두하는 것만으로 누군가는 또 다른 힘과 의지를 전이받는다.

물론 이건 몹시 힘든 일이다. 니모를 만나고도 말리는 니모의 자립을 계속해서 의심했고, 긍정어보다 부정어를 더 많이 썼다. 누군가는 내일이 불확실한 상태에서 오늘만을 바라보는 건 나이브할 뿐이라고 지적할 수도 있겠다. 하지만 마침내 말리가 니모의 역량을 인정하는 장면에서, 그래서 두 주인공이 순수한 행복을 만끽하게 되었을 때, 매일을 무던히 통과해 온 거북이와 말리가 나눈 대화를 떠올리게 된다.

“우린 알을 낳으면 그냥 바닷가에 내버려 두고 와. 새끼들이 알을 깨고 나와서 알아서 찾아오지.”

“자기들 힘으로? 하지만 언제 힘이 생길지 어떻게 알아?”

“그거야 아무도 모르지. 하지만 때가 되면 알게 돼 있어.”

나와 가까워지는 일

<니모를 찾아서>가 아빠 말리의 과잉 보호와 통제형 태도에서 역경이 비롯됐다면 <라이프 오브 파이>는 순전히 어쩔 도리가 없는, 그래서 더더욱 서러운 자연재해에서 고난이 시작된다. 어느 날 파이 가족은 동물원 사업까지 정리하며 캐나다 이민길에 올랐으나 험난한 폭풍우를 만나 배가 침몰한다. 순식간에 일가족을 잃은 파이는 구명보트에서 다리 다친 얼룩말, 오랑우탄, 하이

에나, 그리고 리처드 파커라는 이름의 뱅골 호랑이를 마주하게 된다. 하지만 살아남은 것 또한 고역이다. 물과 식량이 거덜나 모두가 말라가고 예민해졌다. 작은 구명보트 안에서 먹이사슬에 따른 위계가 철저히 적용되면서 파이와 리처드 파커 사이에 마지막 전투와 다투는 눈치 싸움이 오랫동안 지속되었다.

뱅골 호랑이를 맨손으로 제압할 수 있는 사람이 과연 존재할까. 게다가 맨몸에 굶주림과 목마름이 극심한 상태에서 호랑이를 이길 재간은 파이에게도 없었다. 파이는 살아남기 위해 별의별 방법을 시도하기 시작한다. 하지만 오랜 시간을 거치면서 그가 터득한 방식은 리처드 파커와 가까워지는 일이었다. 다른 말로 ‘유대감 쌓기’.

야생동물을 완전히 길들이기는 불가능하겠지만 훈련 정도는 할 수 있을 거라 생각했다. 그렇게 먹이를 이용해 자신이 원하는 방식대로 리처드 파커를 움직이게끔 하는 데 성공한다. 이것을 기점으로 재난을 바라보는 파이의 관점이 완전히 바뀌었다. 자신이 마음대로 할 수 있는 게 아무것도 없을 때, 당장 몇 시간 뒤조차도 예측할 수 없는 불안한 상황일 때 파이는 주변의 존재를 적대시하거나 경쟁하기보다 그와 마음을 터놓고 함께 이겨내려는 공생의 방식을 취했다. 이러한 해결 방식이 파이에게 주어진 상황 대비 지나치게 포용적인 태도로 비쳐질 수 있지만 파이가 힌두교, 기독교, 이슬람교 등 다양한 종교를 품은 인물이라는 배경을 생각해 보면 충분히 납득이 간다. 종교의 중심에는 언제나 사랑이 있다.

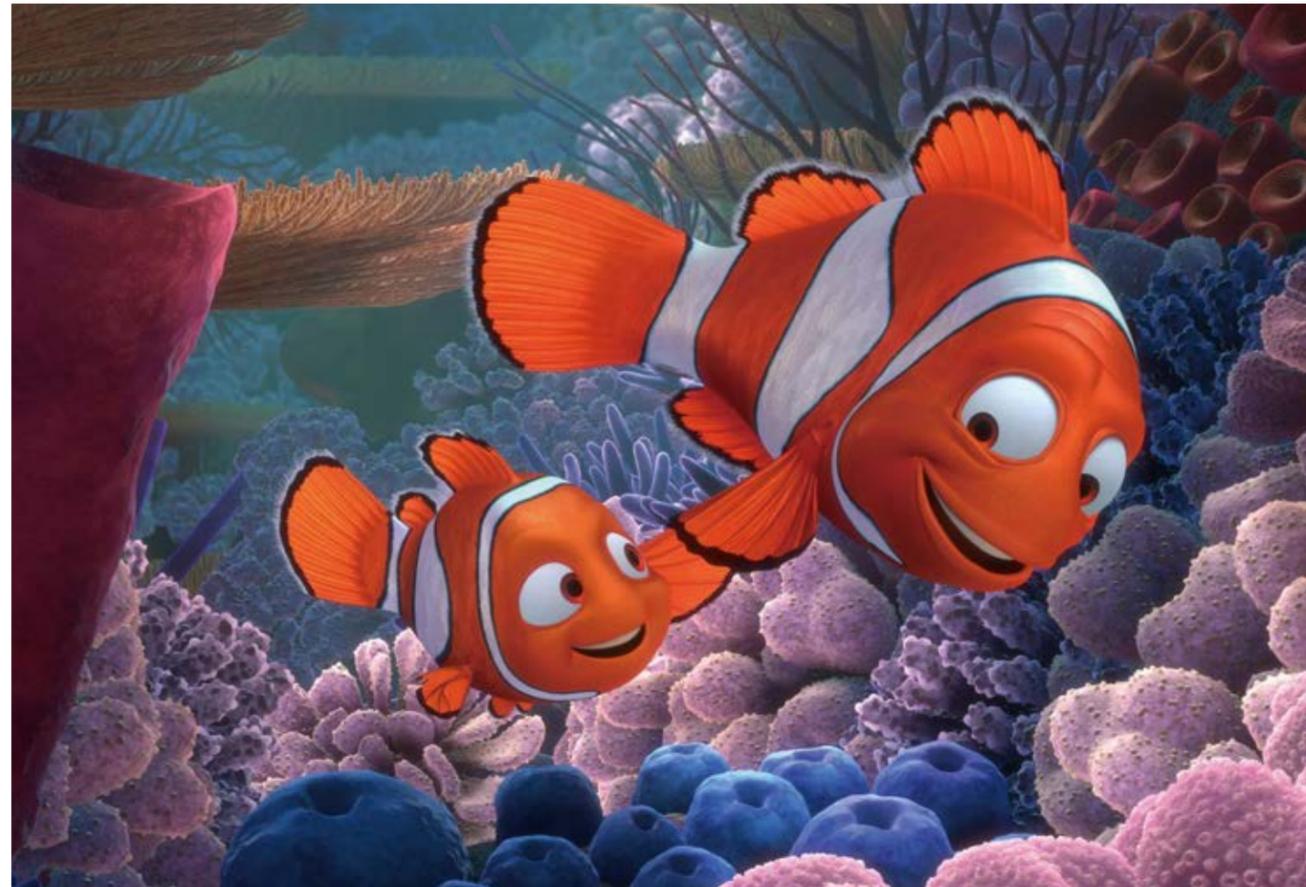
거센 폭풍우를 다시 만나게 된 순간, 파이가 왜 발 빠르게 준비 태세를 갖추기보다 “폭풍이 와, 리처드 파커”라고 말했는지 이제는 충분히 이해가 된

다. 그에게 호랑이는 더 이상 자신과 다른 종의 존재가 아닌, 함께 시련을 맞닥뜨린 동료이기 때문이다. 이 시련이 끝나 멕시코 섬에 다다랐을 때 리처드 파커가 홀연 사라지자 파이가 깊은 울음을 터뜨린 이유도 바로 여기에 있다. 죽고 싶을 때 살아남고, 살고 싶을 때 죽을 것만 같았던 지난한 시기를 함께했음에도 서로를 수용한 방식이 일방향이었던 것을 새삼 깨닫게 되자 지난 시간 동안 켜켜이 누적된 고독과 외로움이 물밀 듯 밀려온 것이다. 혼자가 아니고 생각했지만 사실 혼자였구나, 그는 이제 알게 됐다.

하지만 그럼에도 파이와 리처드 파커의 관계에는 큰 의미가 있다. 영화 말미에 이 생존기가 사실은 다리가 부러진 선원(얼룩말), 파이의 어머니(오랑우탄), 프랑스인 요리사(하이에나)의 이야기라는 것이 드러나면서 리처드 파커가 바로 파이의 상징이란 것을 알게 되었기 때문이다. <라이프 오브 파이>는 나 자신과 극렬히 싸우고 경계하다가 결국 나를 돌보는 게 최종 목표가 되었던 힘든 시기를 일종의 통과의례처럼 바라보게 한다. 어떤 것도 쉽게 의지할 수 없는 상황에서 나와 잘 지낼 결심으로 버텨낸 게 얼마나 대견한지, 다른 눈으로 나를 살피게 되는 것이다. 괴로움을 참고 견디는 힘은 어디서 비롯할까? 이 짧은 질문을 두고 이제는 다른 누가 아닌 나를 떠올리게 될지도 모르겠다.

이자연

대중문화평론가이자 미디어 에디터. 미디어 비평 에세이 『어제 그거 봤어?』(2021)를 썼으며, 『한겨레신문』에 <MZ 커뮤니티 보고서>를 연재하고 있다. 영상 콘텐츠를 여성주의 관점으로 분석한다.



©2003-Pixar/Disney. All rights reserved.



언택트 소비, 나 혼자 산다

21세기 새로운 대세로 무인 매장이 그 세력을 점차 확장 중이다
“윌리엄 김슨은 『뉴로맨서』에서 “미래는 이미 와 있다. 다만 고루 퍼져
있지 않을 뿐이다”라고 말했다. 이처럼 코로나19는 미래의 풍경으로
여겨지던 언택트 소비와 무인 매장을 단숨에 일상으로 만들었다.

글. 구본권

구본권

한겨레 사람과디지털연구소 소장, 디지털 인문학자. 서울대학교 철학과를 나와 한양대학교에서 저널리즘으로 박사 학위를 받았다. 『당신을 공유하시겠습니까?』(2014), 『인터넷에서는 무엇이 뉴스가 되나』(2005) 등을 저술하고 『잊혀질 권리』(2011)를 번역했다.

현실이 된 미래 풍경

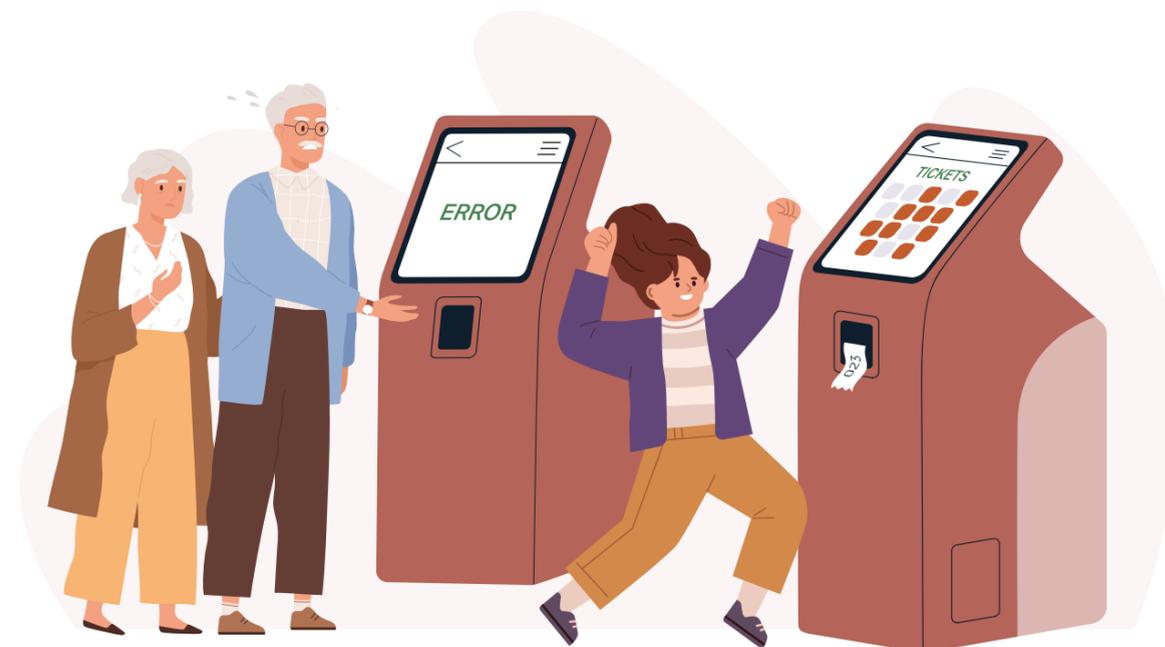
지난 8월 초 서울 남산에 있는 국립극장에 연극 〈햄릿〉을 보러 갔다. 기라성 같은 국내 연극계 원로와 스타 배우들이 출연하는 화제의 작품이어서 전석이 매진된 인기 공연이었다. 국립극장 내 편의점은 무인 매장이었다. 연극 관람을 하러 온 손님들이 편의점 셀프 계산대 앞에서 음료수와 컵라면 등을 사기 위해 결제했다. 고품격 공연을 감상하기 위해 한껏 드레스와 정장으로 멋을 낸 중장년 관람객들이 셀프 계산대 앞에 줄을 서서 직접 제품의 바코드를 찍고 신용카드를 꽂아 결제하는 풍경이 뭔가 어색하면서도 익숙했다.

“미래는 이미 와 있다. 다만 고루 퍼져 있지 않을 뿐이다”라고 『뉴로맨서(Neuromancer)』(1984) 작가 윌리엄 김슨(William Gibson)이 말했는데 코로나19는 미래의 풍경으로 여겨지던 언택트 소비와 무인 매장을 단숨에 일상으로 만들었다. 코로나19 사태 이전부터 키오스크와 셀프서비스 형태로 서서히 일상에 스며들던 무인 서비스가 코로나19 팬데믹 상황에서 급속히 모든 사람들의 필수적 생활 방식으로 자리 잡아가고 있다. 바이러스 감염에 대한 우려로 대면 접촉을 피하거나 최소화하려는 상황에서 온라인 주문과 배달 서비스가 대중화했을 뿐 아니라, 판매자와 구매자 사이에 필수적이던 만남과 거래의 절차가 사라졌다.

무인 매장의 오늘과 내일

이미 주변엔 무인점포가 널려 있다. 무인 편의점, 무인 아이스크림 할인 매장, 무인 세계 과자 판매점, 무인 간편식 매장, 무인 샌드위치 판매점, 무인 모델(무인텔), 무인 빨래방, 코인 노래방, 무인 반려동물용품점, 무인 스터디 카페 등 하루가 다르게 종류와 매장이 계속 늘어나고 있다. 셀프 주유와 결제를 할 줄 모르면 운전할 수 없게 된 것처럼 도시에서 생활하려면 무인 매장을 이용하지 않을 도리가 없는 수준이다.

최근엔 통신판매점, 전자 제품 대리점, 청바지 판매점 등 고객별 맞춤 상담과 상세한 설명, 서비스가 필수적이라고 여겼던 영역에도 속속 무인 매장이 도입되고 있다. LG전자는 가전 매장인 베스트샵의 야간 무인 매장을 2020년 9곳 도입했는데 성과가 좋아 2021년 19곳으로 확대했다. 무인 매장 관리 서비스를 제공하는 업체에 따르면, 2022년 기준 서울에만 무인 매장이 6,000곳이 넘으며 전국적으로는 10만 곳 이상으로 파악된다. 고객이 앱으로 상품을 주문·결제하고 쇼핑물은 현관에 상품을 배달하고 메시지를 남길 뿐 고객·판매자·배달자 간에 얼굴을 마주치거나 대화할 일은 거의 없다.



완전 무인 매장 vs 하이브리드형 무인 매장

언택트 매장은 24시간 무인으로 운영하는 완전 무인형과 밤에만 무인으로 운영하는 하이브리드형이 있다. 고객이 키오스크 셀프 주문·계산대를 이용하도록 하는 식당이나 마트도 하이브리드 형태다. 언택트 소비는 가속화하고 있는 글로벌 트렌드다. '포천 비즈니스 인사이트'는 2019년 기준 세계 키오스크 시장이 161억 달러인데 2027년 339억 달러로, 매년 9.8% 성장할 것으로 전망했다.

언택트 소비 확산은 정보 기술의 발달, 경제적 동기, 젊은 MZ세대의 취향 등이 주된 배경이다. 정보 기술과 자동화 기술의 발달은 무인 매장 언택트 소비를 넘어 자동 결제로 나아가고 있다.

미국의 노 라인즈 노 체크아웃, 국내의 그랩 앤드 고

미국의 아마존은 2018년 첫 무인 매장이인 아마존 고(Amazon Go)를 공개하고 셀프 계산도 필요 없이 매장에서 상품을 골라 담은 뒤 스피드게이트를 통과하면 자동 결제가 이뤄지는 시스템을 선보였다. 아마존 고는 줄 설 필요가 없고 상품을 일일이 계산할 필요도 없는 '노 라인즈, 노 체크아웃(no lines, no check-out)' 소비를 내세운다.

국내 편의점들도 시범 매장에서 '그랩 앤드 고(grab and go)' 방식의 자동 결제 서비스를 테스트 중이다. 아마존 고는 고객이 집을 상품을 식별하는 머신 비전, 상품에 붙어 있는 태그를 인식해 결제하는 RFID, 고객 행동 패턴을 감지하는 딥 러닝, 판매 정보 관리 시스템 등을 통해 자동 결제를 구현한다. 대형 마트 셀프 계산대는 바코드 인식·결제를 위해 장바구니에서 상품을 꺼내면

중량 변화를 감지해 제대로 결제가 이뤄지는지를 파악한다.

언택트 소비의 핵심 기술은 카메라와 센서를 통해 이용자 행동 패턴을 감지하는 장비와 생체 정보 식별 기술이다. 이미 출입 절차나 항공 탑승, 금융 서비스, 현관 출입 장치에 지문·홍채·얼굴 인식 등의 생체 정보 신원 확인이 도입돼 있으며, 문턱을 낮추고 고도화한 무인화 기술은 코로나19 상황에서 상거래와 일상 서비스로 확산됐다.

경제적 요인도 중요하다. 소득 증가로 인건비가 높아져 야간 근무자를 구하기 힘든 상황에서 무인화 기기로 직원 관리와 인건비 부담 없이 24시간 매장을 운영할 수 있다는 것은 매력적이다. 무인화 장비 수요가 늘면서 설비와 운영비도 낮아질 전망이다.

언택트 소비를 주도하는 MZ세대

눈여겨볼 점은 언택트 소비를 주도하는 MZ세대의 특성이다. 유년기에 정보화 세상이인 뉴 밀레니엄(2000년)을 경험하고 모바일

언택트 소비 확산은 정보 기술의 발달, 경제적 동기, 젊은 MZ세대의 취향 등이 주된 배경이다. 정보 기술과 자동화 기술의 발달은 무인 매장 언택트 소비를 넘어 자동 결제로 나아가고 있다.

기술로 둘러싸인 환경에서 나고 자란 MZ세대에게 디지털 기기를 통한 온라인 비대면 활동은 지극히 자연스럽게 편리한 환경이다. MZ세대는 소셜 미디어와 스마트 기기를 통한 소통이 오프라인에서 얼굴을 마주 보며 대화하는 소통보다 편리하고 훨씬 효율적이라고 여긴다.

특히 MZ세대는 누구의 간섭이나 도움 없이 스스로 마음껏 제품을 만져보고 시간 제약 없이 테스트해 보거나 선택할 수 있는 언택트 매장을 선호한다. 통신사의 무인 매장이나 종합 가전사의 무인 매장 방문객의 70%가량은 MZ세대인 것으로 파악되는데 이들을 중심으로 방문자가 지속적으로 늘고 있다.

복잡한 이용 조건의 이동통신 서비스를 계약하거나 다양한 기능의 가전제품을 구매할 때 기성세대는 판매자로부터 설명을 듣고 추천을 받는 게 필수 절차였다. 하지만 디지털 환경과 기기 특성에 대해 잘 알고 있는 MZ세대는 판매자의 권유나 설명을 꺼리고 자신이 직접 상품을 체험·비교해 보고 스스로 구매 결정을 내리는 것을 선호한다. MZ세대가 트렌드와 소비의 주축으로 성장하고 기술이 발달함에 따라 이들이 선호하는 언택트 소비는 점점 더 대세가 될 전망이다.

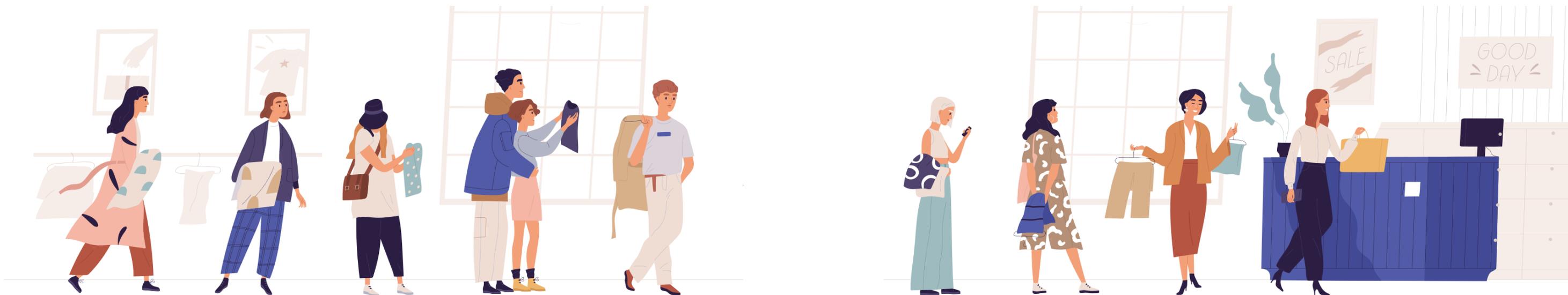
언택트 소비 트렌드는 코로나19 상황이 종식되고 바이러스 위험이 사라져도 수그러들지 않을 미래 트렌드다. 키오스크와 셀프 계산대에 거리감을 느끼던 세대와 이용자들이 이에 적응해야 한다. 키오스크를 통한 주문과 셀프 계산도 처음이 어렵지 일단 경험해 보면 높게만 느껴지던 문턱과 거리감이 빠르게 사라진다. 스마트폰 보급 초기만 해도 스마트폰은 디지털에 익숙한 젊은 세대 위주로 사용했다. 장노년층은 픽처폰을 주로 사용하고

스마트폰의 다양한 기능을 이용하기 어려워할 것이라고 예상했지만 얼마 안 가서 스마트폰의 열성적 이용자가 됐다.

서비스 제고 수단으로서 언택트 기술

언택트 소비와 생활 패턴에서 코로나19는 확산의 기폭제가 되었을 따름이고, 미래는 기술 발달과 경제적 동기, MZ세대적 특성의 영향으로 언택트가 점점 일상화될 것이다. 언택트 라이프의 일상화는 편리하고 효율적이지만 개인과 기업, 사회에 각각 새로운 과제를 던진다. 개인에게는 키오스크와 셀프 기기 사용법과 문화를 머뭇거리지 않고 적극 학습해 수용해야 하는 것이 과제다. 키오스크나 셀프 계산대 사용법을 배우는 것은 단순히 하나의 기기 조작법을 익히는 것을 넘어서, 새로운 트렌드를 적극적으로 수용해 미래 변화에 능동적으로 적응하는 것을 의미한다.

키오스크와 언택트 기술은 인건비 절감 수단이 아닌 고객 경험을 향상시키는 서비스 제고 수단으로 접근해야 한다. 당장의 경비 절감 도구가 아니라, 변화하고 다양해지는 고객의 요구를 반영하고 충족시키기 위한 도구로 언택트 기술을 바라보고, 장기적 관점에서 좀 더 포용적이고 고객 중심으로 설계해 나가는 자세가 필요하다. 사회적으로는 언택트 소비 확산이 편리하지만 새로운 트렌드를 배우거나 수용할 여건을 갖추지 못한 이들에게는 배제와 소외를 불러오는 문턱이 되지 않도록 대책 또한 마련해야 한다. 키오스크와 셀프 코너를 이용하기 어려운 약자층을 위해 이들이 불편 없이 이용할 수 있도록 대면 코너를 함께 운영하고 사용법을 안내하는 배려가 필요하다.



나의 행복 지수

“지금 당신은 얼마나 행복하십니까?”라고 누군가 묻는다면 어떻게 대답할 수 있을까? 행복은 자존감과 긴밀히 연결돼 있다. 자존감은 행복의 결과물이기도 하고, 자존감의 결과가 곧 행복이기도 하다. 나의 자존감은 몇 점이고, 만약 자존감이 많이 떨어졌다면 이를 회복시킬 방법은 무엇인지 알아보자.

소셜 미디어가 발달하면서 우리는 자존감이라는 단어를 흔히 접하게 됐다. 얼마 전에는 <월스트리트 저널>에서 전 세계 유명 소셜 네트워크 서비스 회사들이, SNS 사용이 특히 10대들의 심리에 부정적 영향을 미친다는 자체 연구 결과를 수년간 비밀에 부쳤다는 사실을 보도하며 사회적으로 큰 이슈가 되기도 했다. SNS에 노출되면서 어른이고 아이이고 할 것 없이 부정적 영향을 받을 가능성이 높아진 것이다.

이처럼 환경과 관계없이 어떤 일이든 이를 극복해 내는 데에는 건강한 마음으로 무장한 자신이 가장 강력한 무기다. 진짜 행복은 자존감에서 나오기 때문이다. 자존감이야말로 요즘처럼 복잡한 시대를 살아가기 위해 필요한 가장 강력한 무기다.

그런데 자존감이란 무엇일까? 진정으로 스스로를 믿고 사랑하는 마음을 자존감이라고 보통 알고 있지만, 자존감의 기본적인 정의는 ‘자신을 어떻게 평가하느냐(self-esteem)’다. 또한 자신을 어떤 높이로 받아들일 것이냐에 대한 문제다. 곧 자신을 높게 평가하는지 또는 낮게 평가하는지, 그 레벨을 의미한다. 100점 기준으로 환산할 수 있고, 높이로 표현할 수도 있다.

흔히 자존감을 ‘정신 건강의 척도’라고 부르는데, 요즘처럼 힘들다고 호소하는 사람이 많을 때 자존감은 더욱 중요해진다. 자존감은 사회 환경과 밀접한 관련이 있다. 아무리 자존감이 높은 사람도 지속적인 스트레스나 압박 상황에 놓이면 자존감이 떨어지며, 반대로 자존감이 낮은 사람도 환경에 따라 잃어버렸던 자존감을 서서히 회복하기도 한다.

여기서 중요한 점이 있다. 자존감을 높이려면 자기비판이 아닌 자기 연민을 실천해야 더 효과적이라는 사실이다. 자기 연민은 실수를 해도 스스로에게 따뜻하고 힘이 되는 무조건적인 심리적 지지와 같다. 정신건강의학과 전문의가 추천하는 자존감 회복을 위한 작지만 중요한 생활 속 실천 방법을 알아보자.

*아래 문항 중 6개 이상 'Yes'를 선택했다면 자신의 자존감을 점검해 볼 필요가 있다.

1

혼자 길을 걸으면 외롭고 불안하다.

Yes No

2

쉽게 주눅이 든다. 사람을 피한다. 긴장을 한다.

Yes No

3

“사랑한다며 어떻게 그럴 수 있어?”라는 말을 입에 달고 산다.

Yes No

4

자꾸 타인이나 타인의 환경과 나를 비교하게 된다.

Yes No

5

‘왜 나만 이런 일을 겪을까?’라는 생각이 든다.

Yes No

6

잊으려고 해도 불운했던 과거가 자꾸 생각나며, 나의 불행의 원천이라는 생각이 든다.

Yes No

7

거울을 보다가 흰머리를 발견하고 아름다움을 잃었다는 생각에 좌절이 앞선 적이 있다.

Yes No

8

칭찬을 들어도 인사치레거나 진심이 아닌 칭찬이라고 생각한다.

Yes No

9

모임에서 누군가 자랑한 말을 ‘나 들으라고 하는 말 아냐?’라고 생각한 적이 있다.

Yes No

10

SNS를 이용하다 보면 마음이 답답해지고 무기력해지며 화가 나기도 한다.

Yes No

Solution

자존감 향상을 위해 쉽게 할 수 있는 일부터 시도해 보자.

오늘 당장 시도할 수 있는 자존감 향상의 초석을 다지는 작은 일들을 생활 곳곳에서 실천해 본다.

1. ‘괜찮아’ 일기 쓰기

오늘 겪은 일을 적어보고, 그 일을 떠올리면 어떤 감정이 생기는지 적어본다. 그리고 어떤 결과가 나오든 “괜찮아, 수고했어”라고 쓴다.

6. 천천히 심호흡하면서 안정 찾기

간단한 호흡법을 추천한다. 숨을 들이마시는 동안 ‘하나, 둘, 셋’을 세고 내쉬는 동안 일곱까지 센다. 이를 반복한다. 숨을 내쉬며 “사는 게 다 그렇지 뭐”라는 말도 함께 내뱉는다.

2. 가정하고 목표 정하기

만약 내가 과거 경험에 영향을 받지 않았다면 현재 어떻게 살고 있을지 상상해 보고 적는다. 그리고 그 모습을 이루기 위한 목표를 미래형, 긍정형, 행동형으로 적어본다.

7. 어떤 사람이 되고 싶은지 적기

나에 대한 불만을 적고, 어떤 사람이 되고 싶은지 적어본다. 그리고 그 사람이 어떻게 행동하는지 적어보자. 만약 매사 무덤덤한 동료처럼 되고 싶다면 그가 하는 행동을 따라 해보자.

3. 내가 원하는 것 적기

내가 어떤 사람인지, 어떤 것을 좋아하고 싫어하는지 구체적으로 적는다. 이때 긍정형 문장으로, ‘나’를 주어로, 과거 시점이 아닌 미래 시점으로 적을 것.

8. “그럼 좀 어때!”라고 주문 외우기

세상에 죽기 살기로 덤벼들 일은 별로 없다. 무언가에 예민해져 있을 때 “그럼 좀 어때!”, “그게 뭐라고!”, “좀 잘못되면 어때!”라고 해보자. 그 말만으로도 예민함에서 조금은 벗어날 수 있다.

4. 내가 두려워하는 것 적기

내가 진짜 무엇을 두려워하는지 생각해 본다. 그다음엔 어떻게 될 것 같은지 반문해 보고 그에 대한 대책을 고안해 적어본다.

9. 스스로 선택하고 결정하기

결정을 앞두고 남에게 의존하지 않는다. 존재감이 큰 사람은 모임의 분위기를 결정하고, 성과나 방향을 결정한다. 마찬가지로. 스스로 결정하고 자신의 결정을 존중하자.

5. 일단 무작정 몸을 움직이기

문제가 생기면 일단 몸을 움직여 본다. 스트레칭부터 해보자. 원치 않아도, 재미없어도, 의미 없어도 된다. 만약 달리를 할까 고민된다면, 가볍게 산책부터 시작해 보자. 이처럼 고민의 원인과 관련된 비슷한 활동을 무조건 시도해 본다. 거창할 필요가 전혀 없다.

10. ‘Here and Now’ 원칙 따르기

문제가 생기면 과거나 미래가 아닌 현재에 집중한다. 지금 당장 할 일에 집중하자. 자꾸 잡념이 든다면 눈앞에 이렇게 적어둔다. “지금 여기서 내가 해야 하는 일은 무엇인가.” 현재에 몰두하며 문제를 해결해 나가자.

디지털 기기 사용이 온실가스를 배출한다고?

글. 광재식

현실 세계에서 흘러나오는 독과 약

조선 시대를 배경으로 하는 사극을 보다 보면 은수저를 음식에 담가 음식에 독이 들어 있는지 확인하는 장면이 가끔 나온다. 만약 독약을 탄 음식에 은수저를 담그면 수저에 이상한 얼룩이 생긴다. 그 때문에 옛사람들은 은에 사악한 것을 감지하고 물리치는 신비한 힘이 있다고 생각했던 것 같다. 하지만 과거에 독약으로 자주 사용되던 비상에는 황 계통의 성분이 많이 들어 있다. 따라서 비상을 탄 음식에 은수저를 넣으면 얼룩이 생길 수 있다. 그러니까 은수저는 사악함을 감지하는 것이 아니라 황 화합물 중 일부를 감지하는 것이다.

사실 비상에는 황 화합물보다 훨씬 더 위험한 물질이 같이 들어 있다. 바로 비소다. 비상이 독약으로 활용되었던 것도 바로 그 속에 황과 함께 비소가 들어 있었기 때문이다. 애초에 비소라는 이름 자체가 비상과 같은 뿌리에서 나왔다. 즉 비소는 비상의 주성분이라고 해도 된다. 우리나라에서 비상이 독약의 대표로 알려졌던 것만큼, 유럽에서는 긴 세월 동안 비소가 대표적인 독약으로 활용되었다. 과거 유럽의 기록을 보면 비소를 이용한 암살 사건이나 독살 사건이 매우 흔하다. 심지어 나폴레옹이 사망한 것도 비소 중독 때문이었다는 설이 한동안 인기 있었다. 외딴섬에 갇혀 있던 나폴레옹을 암살하기 위해 누군가 비소를 몰래 먹였을 거라는 전설 같은 이야기도 있었고, 나폴레옹이 살던 집이나 나폴레옹이 사용하던 도구에 비소 성분이 많았기 때문에 나폴레옹의 시신에서 비소가 많이 검출되었을 거라는 이야기도 있었다.

사용할 때보다 더 중요한 떠나보낼 때

현대사회에서는 비상을 독약의 용도로 거의 사용하지 않는다. 살충제나 제초제처럼 독약과 비슷한 용도로 사용할 약품으로 비상 보다 더 싸고 더 성능이 뛰어난 제품이 나와 있기 때문이다. 현대 화학의 힘으로 개발한 이런 제품

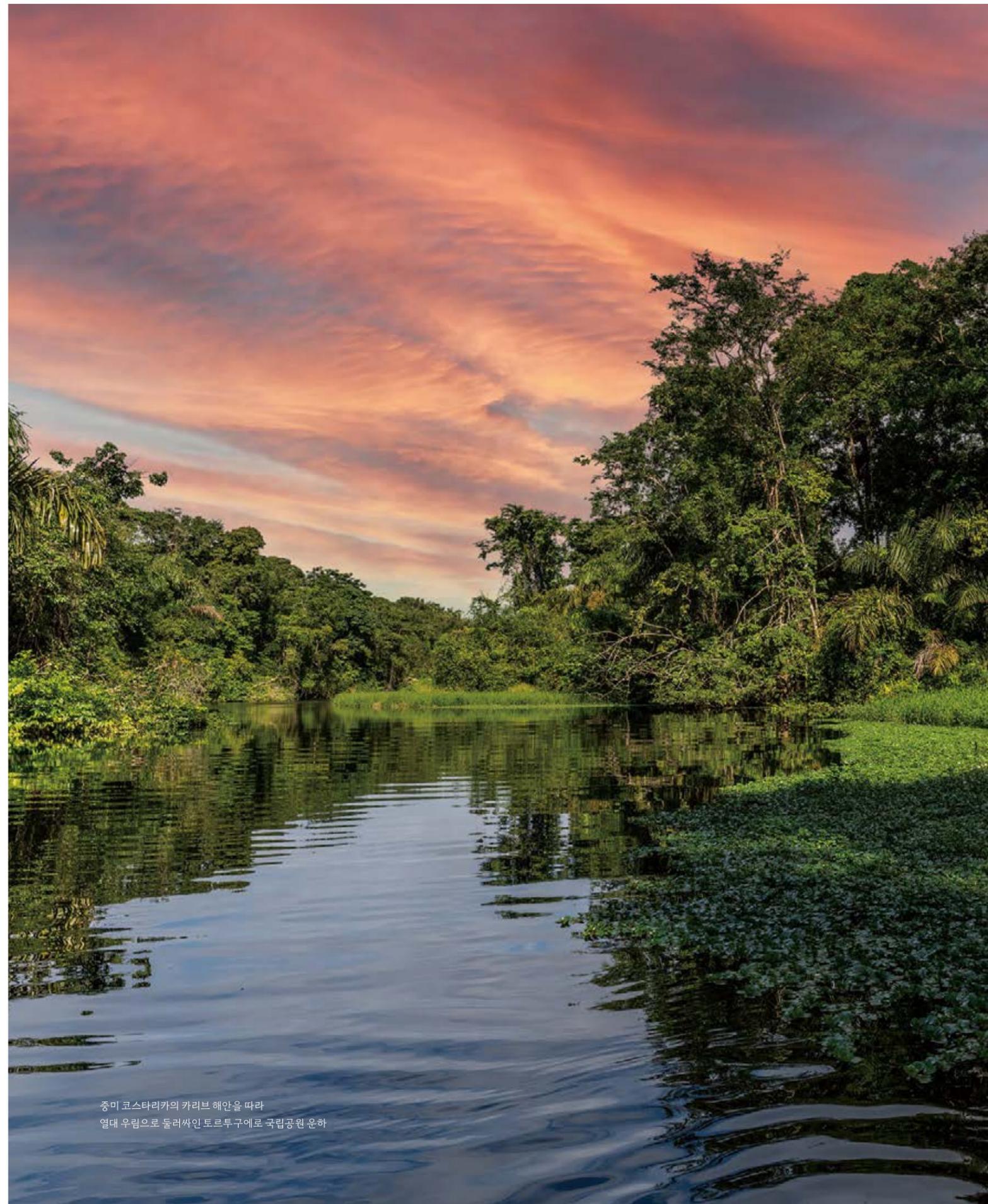
은 심지어 비상보다도 더 안전하다. 하다못해 범죄자들조차도 요즘에는 과거보다 훨씬 비소를 사용하지 않는다. 그렇기 때문에 요즘은 주변에서 비소를 마주칠 일이 드물지 않나 싶을 수도 있다. 하지만 그렇지 않다. 비소는 우리가 항상 사용하고 언제나 만지는 기기 속에 들어 있다.

우리가 자주 쓰는 전자 기기에는 다양한 반도체가 들어 있다. 반도체의 주재료로 가장 많이 사용하는 것은 실리콘, 즉 규소다. 좀 더 정확하게 말하면, 규소를 주재료로 하고 규소와 무게가 거의 비슷한 인과 붕소를 아주 약간 흠뿌리는 방식으로 반도체를 만든다.

그런데 원소 주기율표에서 같은 열에 적혀 있는 원소들끼리는 성질이 비슷한 경향이 있기 때문에, 주기율표에서 규소 바로 한 칸 아래에 적혀 있는 게르마늄을 이용해서 반도체를 만들 수도 있다. 라디오나 트랜지스터를 이용한 전자 제품을 만들 때 게르마늄을 흔히 썼기 때문에 게르마늄이라는 이름은 낯설지 않을 것이다. 마찬가지로 원소 주기율표에서 인, 붕소 바로 한 칸 아래에 적혀 있는 갈륨과 비소를 활용해서 반도체를 만들 수도 있다. 역시 그 성질에서 비슷한 점이 나타날 수 있기 때문이다. 특히 갈륨, 비소를 주재료로 만든 반도체를 갈륨 비소 반도체라고 부른다.

갈륨 비소 반도체는 예로부터 사용하던 보통의 규소 반도체에 비해 훨씬 더 빠르게 작동할 수 있다. 그렇기 때문에 1980년대부터, 미래의 더 빠른 전자 제품, 더 뛰어난 성능의 컴퓨터에는 갈륨 비소 반도체가 사용될 거라는 기대를 모아왔다. 단, 갈륨 가격이 너무 비싸고 가공하기 어렵다는 문제가 있었다. 그렇기 때문에 기대만큼 널리 사용되지는 않고 있다.

그러나 일부 특수한 용도에서 갈륨 비소 반도체는 이미 널리 활용되고 있다. 예를 들어 특별히 고성능이 필요한 슈퍼 컴퓨터의 일부 부품이라든가, 인공 위성이나 통신 장비에 사용하는 특수 반도체에 갈륨 비소 반도체가 요긴하



중미 코스타리카의 카리브 해안을 따라
열대 우림으로 둘러싸인 토르투구에로 국립공원 운하



친환경 국가로 잘 알려진 몬테네그로는 해안가 중심으로 신재생 에너지 이용 발전시설 프로젝트를 추진하고 있다. 사진은 닥시치에 있는 풍력발전기

게 사용된다. 스마트폰 성능이 날이 갈수록 향상되고 있는 요즘에는 스마트폰에 들어가는 반도체, 특히 센서 용도로 사용되는 반도체에 갈륨 비소 반도체가 들어 있는 경우가 많다. 손이 닿지 않는 제품 내부에 아주 소량으로 사용되기는 하지만, 옛날에는 독약으로나 사용하던 물질을 지금은 일상생활에서 항상 끼고 다니는 기기에 사용하고 있다는 뜻이다.

현대의 고성능 전자 제품과 IT 기기 속에는 이런 물질이 적잖이 들어 있다. 물론 기술진이 안전하게 제품을 개발했기 때문에 사용하는 과정에서 특별히 이런 물질이 위험하다는 이야기는 아니다. 좀 더 심각하게 고민해 볼 필요가 있는 문제는 이 제품이 버려진 후, 사람 손에서 벗어났을 때 벌어지는 일이다. 사람에게 직접 갈륨 비소 반도체의 비소가 묻어나지는 않겠지만, 버려진 전자 제품이 이리저리 굴러다니다 부서지고 열을 받거나 비를 맞으면 그 과정에서 내부 물질이 조금씩 녹아 나올 수 있다. 그러면 그 물질 중 일부가 땅에 스며들거나 주변 자연환경으로 퍼져나갈지 모른다. 그 물질이 스며든 땅에서 풀과 나무가 자라나면서 위험한 물질을 품은 채로 퍼져나갈 가능성이 생긴다. 어쩌면 그런 물질이 조금씩 지하수로 스며들거나 강물로 흘러나올 수도 있다.

비소 이상으로 골칫거리가 될 수 있는 물질은 많다. IT 기기에 들어 있는 정밀 부품 중 적지 않은 것이 자연환경에 드물게 퍼져 있는 특이한 물질들을

모아서 특별한 성능을 갖도록 만들어낸 것이다. 그렇기 때문에 이런 물질이 쓰레기가 되어 녹아 나가면 주변을 오염시켜 환경에 악영향을 미칠 가능성을 항상 염두에 뒀야 한다.

탄소발자국 줄이는 화상 회의

IT 기기로 접속해서 경험하는 세상은 항상 아름답고 상쾌하고 잘 다듬어져 있으며 편리하다. 그렇지만 그런 만큼 앞으로 가상 세계가 우리 삶에서 차지하는 비중이 점점 더 늘어나고, 그에 따라 더 많은 첨단 IT 제품이 사용될수록 쓰레기가 된 후의 상황도 점점 더 복잡해질 것이다. 새로운 부품, 특이한 물질은 그만큼 더 영향을 예측하기 어렵고 처분하기 까다로울 가능성이 있기 때문이다. 대부분의 사람들은 어떤 물건을 쓰레기통에 던져 넣으면 그것으로 끝이며 그 이후를 더 이상 생각하지 않는다. 그러나 환경에 대한 진짜 고민은 IT 기기를 쓰레기통에 던져 넣고 잊기 시작할 때부터 시작된다.

그렇다면 혹시 IT 기기를 쓰지 않고, 가상 세계에서 벗어나 과거의 방식, 전통 방식으로 되돌아간다면 모든 것이 환경에 더 이로우질까? 문제가 더 어려워지는 것은 그런 단순한 해결책이 오히려 더 틀릴 가능성이 높기 때문이다.

제작년까지 나는 회사에서 일하면서 매주 두세 시간씩 중국, 인도, 독일, 네덜란드, 미국, 일본에 있는 직원들과 함께 원격 회의를 했다. 서로 목소리를

듣고 얼굴을 보고, 화면을 공유하거나 상대방 컴퓨터에 접속하면서 일하면 직접 만나서 일하는 것 못지않게 일을 해낼 수 있다. 때에 따라서는 오히려 직접 만나서 대화하는 것보다 원격 회의가 더 의사소통이 잘되기도 한다.

만약 그때마다 세계 곳곳에 흩어져 있는 직원들이 직접 만나서 회의를 했다고 상상해 보자. 그러면 다들 비행기를 타고 이곳저곳 다니면서 엄청난 이산화탄소를 배출했을 것이다. 별로 길지 않은 비행이라도 비행이 배출하는 이산화탄소량은 대단히 많다. 일회용품을 덜 쓰거나 전등을 꺼서 이산화탄소 배출을 줄이려는 긴 세월과 많은 사람의 노력을 단숨에 무효로 만들어버릴 정도로 비행 연료는 많은 이산화탄소를 배출한다. 비행기뿐만 아니라 자동차나 기차도 어느 정도는 연료를 소모하며 이산화탄소를 배출한다.

이런 모든 이산화탄소 배출 활동은 지구온난화를 심각하게 만들고 기후 변화 문제를 악화시킨다. 기후변화 문제가 악화되면 그만큼 사람들은 재난으로 피해를 입고 생태계 파괴로 인한 간접 피해도 늘어난다. 이에 더해 연료를 태우고 물자를 소모하는 여행은 미세먼지를 비롯한 오염 물질을 만들어낸다.

이런 상황과 비교해 본다면, 가상 세계 기술을 이용하는 원격 회의는 환경을 보호하는 데 큰 도움이 된다. 좀 더 현실적으로 생각해도 원격 회의가 없다면 매주 사람들이 비행기를 타고 가서 만나지 않을지라도 누군가는 회사 근처로 이주해야 했을 것이다. 그러면 그 과정에서 비용이 소모될 뿐만 아니라 새로 터를 잡고 살기 위해 에너지와 물자를 소모해야 하고, 고향을 떠난 직원이 종종 고향을 방문하면서 꾸준히 여행에 따른 이산화탄소를 발생시킬 수밖에 없다.

여행에 따른 오염 물질 저감뿐만 아니라 가상 세계의 활동은 실험 행위에 따른 비용을 전반적으로 감소시킬 수 있다는 근본적인 장점이 있다. 간단한 예로, 어떤 설계대로 건물을 지은 후 그 안에 들어갔을 때 어떤 느낌이 드는지 한번 체험해 보고 싶다고 하자. 현실 세계에서 모델하우스를 짓고 그 안에 들어가 본다면 짓는 데 시간도 오래 걸릴 뿐만 아니라 실제 재료로 모델하우스를 짓는 모든 과정에서 자원이 소모되고 연료를 사용해야 하며 그 과정에서 이산화탄소와 다른 오염 물질이 발생한다. 그렇게 지은 모델하우스를 나중에 철거하는 것도 문제다. 그렇지만 가상 세계라면 컴퓨터 소프트웨어로 금세 건물을 만들고, 설계를 이리저리 마음대로 바꾸면서 몇십 번이고 새로운 공간을 체험해 볼 수 있다. 그 과정에서 딱히 재료가 소모되지도 않는다.

이런 식으로 컴퓨터 계산을 통해 실제 실험하는 번거로움과 비용을 줄이는 것은 예로부터 IT를 과학 분야에 활용해 온 방법이었다. 비행기를 설계하는 작업에서부터 질병을 치료하기 위한 새로운 특효약 개발에 이르기까지, IT를 이용하는 방식은 수십 년 전부터 널리 쓰이고 있다. 실제 비행기 날개 모양을 이리저리 바꿔가면서 비행기가 잘 나는지 실험해 본다면 얼마나 오래 걸리고 비용이 많이 들겠는가? 온갖 물질을 먹여보면서 약효가 있는지 확인해 보는 실험은 얼마나 위험하겠는가? 그런데 그렇게 직접 실험하는 대신 미리 컴퓨터로 정밀히 계산하고 예측해 볼 수 있다. 그렇게 해서 가장 잘될 만한 것만 시험해 본다면 훨씬 효율적으로 과학 연구를 진행할 수 있다.

순환 자원 채굴하는, 도시 광산

앞으로 가상 세계 기술이 발전한다면 이런 특별한 연구개발 분야에서 사용하던, 계산해서 미리 예상해 보는 일의 장점을 훨씬 더 많은 분야에서 더 많은 사람들이 누리게 될 것이다. 소형성이 미래에 우주의 어느 곳을 움직이다가 지구에 얼마나 가까이 다가올 것인지를 계산하던 기술을, 새로 산 옷이 나에게 얼마나 어울리는지 확인해 보는 데 활용할 수 있게 된다.

결국 환경에 대한 영향과 가상 세계의 관계는 양쪽으로 복잡하게 물려

있다. 기술 발전은 항상 지구를 파괴한다고 쉽게 이야기할 수 있는 것도 아니고, 가상 세계는 언제나 깨끗하다고 장담할 수 있는 것도 아니다. 기술을 버린다고 저절로 환경이 보호되지 않는다. 동시에 모든 것을 가상 세계로 옮겨간다고 해서 자연을 지킬 수 있다는 보장이 있는 것도 아니다.

그런 만큼 문제를 조금씩 풀어나갈 실마리를 찾는 새로운 산업에 대한 관심도 높아지고 있다. 최근에는 도시 광산이라는 말이 자주 들리는데, 버려진 IT 기기 쓰레기를 잘 가공하고 처리해서 유용한 물질을 다시 뽑아내 재활용하는 기술을 말한다. 독약이 녹아 나올지도 모르는 쓰레기 더미가 광물을 캐내는 원료가 될 수 있다는 뜻에서 붙은 이름이다. 이런 도시 광산에서 노다지를 캐내려면 곡괭이나 삽을 잘 다루어야 하는 것이 아니라, IT 기기 속 부품의 특성에 따라 필요한 물질만 정확히, 값싸게 추출해내는 기술이 필요하다. 요컨대 가상 세계가 더 넓어지고 화려해질수록 현실에 쌓여갈 쓰레기를 더 열심히 뒤지는 재주를 키워나가야 한다.

결국 환경에 대한 영향과 가상 세계의 관계는 양쪽으로 복잡하게 물려 있다. 기술 발전은 항상 지구를 파괴한다고 쉽게 이야기할 수 있는 것도 아니고, 가상 세계는 언제나 깨끗하다고 장담할 수 있는 것도 아니다.

곽재식

소설가이자 송실사이버대학교 환경안전공학과 교수. 본업은 과학자로, 과학도가 되기 위해 카이스트에 진학하여 이론 화학을 전공했다. 역사소설, 추리소설 등을 저술하는 소설가로 활동하는 한편 괴담, 설화, 과학 지식, 기후변화와 환경 문제에 대한 책도 출간했다. <집사부일체>, <다빈치노트>, <심야괴담회> 등 다양한 TV 프로그램에 출연하며 대중과 친근한 작가로 활발하게 활동 중이다.

Rules of Etiquette



나만의 성공법, 매너 테크

매너라는 행동 방식이나 자세를 대하는 직장인의 태도는 다양하다. 혹시 자신의 매너 수준을 좀 더 높여야겠다고 생각한다면 게임 레벨을 올리듯 하나씩 즐기며 실천해 보자.

영화 <킹스맨> 1편의 명대사, “매너가 사람을 만든다” 라는 말이 있다. 살면서 한 번쯤 들어보았을 이 문장은 복잡한 세상을 원만하게 살아가려면 새겨들어야 할 듯하다. 그렇다면 매너가 뭘까? 매너는 어떻게 하는 걸까? 매너 레벨을 높이기 위해 어떤 것을 점검해 보면 좋을지 전문가와 함께 체크해 보자. 요즘 사회, 머니 테크도 중요하지만, 성공을 위한 매너 테크 또한 중요하다.

글. 이정민
일러스트레이터. 김민지

매너 좋은 사람을 만나면 그에 대해 어떤 평가를 하게 될까? 장소, 시대, 상황에 따라 차이는 있겠지만 신뢰감, 성실함, 여유, 지적 이미지, 고급스러움 등 긍정적 평가를 하지 않을까? 나를 배려해 주는 매너가 좋은 사람에 대해 사기꾼, 무지함, 천박함, 무례함 등의 표현을 하는 사람은 없을 것이다.

삼성 반도체를 세계 1등으로 키우는 데 큰 역할을 한 권오현 회장은 그의 저서 『초격차』에서 인재를 발굴할 때 제일 먼저 제외시켜야 할 사람으로 ‘남의 말을 경청하지 않는 사람, 겸손하지 않고 무례한 사람’이라고 했다. 한마디로 매너 없는 사람이다. 이런 사람이 입사하거나 승진을 하면 반드시 조직이 망가지기 때문이라고 했다. 결국 입사에서도 승진에서도 매너가 좋지 않으면 반드시 제외시켜야 할 사람의 명단에 제일 먼저 오른다는 이야기다. 좋은 매너가 성공하는 데 얼마나 중요한지 세계 1등 기업의 CEO가 한 말이니 새겨두는 게 좋지 않을까?

일상생활에서도 매너는 중요하다. 한 중고 거래 앱이 매너 좋은 사람에 대한 생각을 잘 보여준다. 이곳에는 매너 온도라는 ‘개인별 신뢰 등급 제도’가 있다. 처음에는 36.5도로 시작하지만 거래 매너가 나쁘면 0도가 되기도 하고 매너가 좋으면 99도까지 올라갈 수 있다. 이렇게 정해지는 매너 온도는 물건을 거래할 때 중요한 역할을 한다. 매너 온도가 높은 사람과 거래할 때는 의심이나 불신 없이 믿고 거래하는 반면, 매너 온도가 낮은 사람은 설령 물건이 마음에 들더라도 믿을 수 없어 거래를 하지 않거나 망설이게 되기 때문이다. 이 앱에서 거래를 잘하려면 매너 온도를 높이는 노력을 해야 한다는 말이다. 결국 매너가 좋은 사람은 직장에서도 사회에서도 신뢰한다는 점에 이견이 없는 것 같다.

그런데 이처럼 중요한 ‘매너’라는 행동 방식이나 자세를 대하는 직장인의 태도는 다양하다. 매너의 중요성을 알고 실천하는 매너 좋은 사람, 매너가 좋지 않다는 것을 알고 나아지려고 노력하는 사람, 자신이 매너가 좋다고 착각하는 사람, 매너를 지킬 필요성 자체를 못 느끼는 사람, 알면서도 혹은 몰라서 여러 사람에게 민폐를 끼치는 매너가 형편없는 사람으로 나뉘볼 수 있다. 혹시 자신의 매너 수준을 좀 더 높여야겠다고 생각한다면 게임 레벨을 올리듯 하나씩 즐기며 실천해 보자. 그리 오래 걸리지 않아 자신의 격과 직업에 맞는 매너 온도에 다다를 수 있을 것이다. 참고로 직장에서 매너 온도를 높일 수 있는 몇 가지 방법을 소개한다.

이정민 매너 테크 코치가 추천하는 '직장에서 매너 온도 높이는 방법'



1 시간과 관련된 자신의 매너 온도를 생각해 본다.

당연한 말이지만 근무 시간은 급여로 계산되는 시간이다. 즉 그 시간을 낭비한다는 것은 회사 돈을 함부로 사용하는 것과 마찬가지라는 것이다. 출근 시간보다 먼저 도착해서 모든 준비를 끝내고 정해진 출근 시간에 업무를 시작하는지, 사적인 전화, SNS 활동, 인터넷 쇼핑 등 개인적인 일로 근무 시간을 사용하지는 않는지, 습관적으로 점심시간 전에 식사하려 나가거나 점심시간이 이미 지난 뒤에 업무를 시작하지는 않는지, 외근 나가서 개인적인 일을 보지는 않는지, 퇴근 시간 전에 미리 퇴근 준비를 하느라 근무 시간을 낭비하지는 않는지 스스로 체크해 보자. 남들이 눈치채지 못하게 자신은 요령껏 잘하고 있다고 생각할 수도 있지만 착각일 때가 많다. 직장 동료나 상사가 그렇게 어리석지는 않으니 말이다. 그럴 경우 자신도 모르는 사이에 직장에서의 매너 온도가 내려가고 있다는 것을 명심해야 한다.

2 배려에 관해 생각해 본다.

배려는 매너의 시작이자 끝이라고 할 만큼 중요하다. 역지사지(易地思之)의 마음으로 상대방 입장을 먼저 배려하는 사람의 매너 온도는 결코 낮아질 수가 없다. 업무와 관련해 아무리 능력이 뛰어나도 사람들과 협력하지 못하면 직장 생활을 원만히 해나가기 어렵다. 배려심이 있는 사람은 상대방이 싫어하는 행동을 하지 않으려고 노력하기 때문에 직장에서 인간관계가 원만하기 마련이다. 가령 퇴근 후 이메일이나 SNS 등으로 연락을 취하거나 업무 지시를 내리는 것은 상대를 배려하지 않는 행동이다. 원치 않는 회식을 강요하거나, 회식 때 술 시중을 들게 하는 것도 마찬가지다. 부하 직원에게 한 말 또 하고 또 해서 괴롭히는 것도 배려심 없는 행동이다. 한편 상사도 칭찬받으면 기분이 좋기 마련이다. 존경할 만한 점이 있을 때는 순수한 마음으로 칭찬해 보자.

물론 좋은 매너의 기준에 정답이 정해져 있는 것은 아니다. 직업, 상황, 장소, 상대방의 나이, 성별, 직위, 직장 문화 등에 따라 얼마든지 바뀔 수 있다. 그래서 때로는 복잡하고 어렵게 느껴지기도 한다. 처해진 상황에서 어떻게 해야 할지 모를 때는 상대방 입장이 되어 배려하는 마음으로 처신을 해보자. 그럴 때의 목소리 톤, 표정, 태도는 설령 실수로 무례한 행동을 하더라도 배려하려 노력했다는 것을 상대방이 느끼게 할 수도 있기 때문이다.

3 경청하는 것이 매우 중요하다.

대화할 때 최소한 50% 이상 상대의 말을 들어주고 있는지 스스로 체크해 본다. 상대방의 말이 끝나면 '좋은 생각이네요', '미처 그런 생각은 못 했습니다'와 같은 표현을 하며 상대의 말을 경청하고 존중한다는 자세를 가지고 대화하고 있는가? 대화하는 중에 상대방이 침묵이 길어지거나, 집중을 안 하고 시선을 다른 데 두거나, 왠지 공격적인 표정이나 태도를 보이면 자신의 대화 태도에 문제가 있는지 점검해 볼 필요가 있다. 특히 리더가 되면서 점점 말이 많아지고 명령조로 말을 하지는 않는지 부하 직원들의 듣는 태도도 세심히 살펴볼 일이다.



4 자신의 언어 온도를 살펴본다.

생각보다 많은 사람이 언어에도 온도가 있다는 사실을 모른다. 똑같은 문장을 말해도 말하는 사람의 억양, 표정, 감정, 말투에 따라 듣는 사람이 느끼는 온도는 차이가 나기 마련이다. 사람은 생각하는 대로 말하고, 말하는 대로 생각하게 된다. 따라서 상대방을 배려할 줄 아는 사람이라면 마음 내키는 대로, 상대방이 듣기 거북한 말을 하지 않는다. 가령 동료나 부하 직원을 존칭이나 직책 없이 함부로 부르는 사람은 상대방의 가치를 깎아내릴 뿐 아니라 그렇게 말하는 사람 자신도 교양이 부족하고 악의적으로 보이게 만들 수 있다. 조금만 신경 써서 정중한 표현과 고상한 표현을 한다면 겸손하고 사려 깊다는 평가를 받게 될 것이다.



앞에서 살펴본 바와 같이 아무리 업무 능력이 뛰어나도 매너가 없으면 빨리 승진해서 더 많은 월급을 받는 급여 재테크는 쉽지 않을 수 있다. 결국 자신의 매너 온도 혹은 매너 레벨을 올리는 '매너 테크'가 투자금 손실 염려가 없는 안전한 재테크의 한 방법이 될 수 있다는 말이다. 앞으로는 재테크를 위한 도서 목록에 매너 관련 서적도 한두 권쯤 포함시키면 어떨까 제안해 본다.

이정민

25년 넘게 국내 주요 대기업과 해외를 넘나들며 활동하는 국제 비즈니스 매너 전문가이자 해외 비즈니스 컨설턴트다. 구독자 약 6만 명의 '매너도서관' 유튜브를 운영하고 있으며 저서로 『매너레벨 올리기』(2022)가 있다.



창립 62주년 기념, 아주TEAM스타

행복도 어려움도 함께하며
성장하는 'One Team'

장기화된 코로나19 사태로 사내 행사 및 각종 교류가 축소된 시기, 조직의 활력과 유대감 증대를 위한 아주 창립 62주년 기념 활동을 소개한다. 이제는 단계적 일상 회복을 넘어 엔데믹을 바라보는 시점으로 아주의 소통도 다시 본래의 모습을 찾아가야 할 때다. 코로나19 확산도 예방하면서 조직의 활력을 도모하고자 기획한 '아주TEAM스타(전사 체육대회)'를 통해 펜데믹 이전과 확연히 달라진 기업의 체육대회 현장을 살펴보자.



1960년 설립 후 62주년을 맞았다.

One Team으로 하나 된 우리가 아주의 주인공!

아주 창립 62주년을 맞아 7월부터 8월까지 두 달간 진행된 '2022 아주TEAM스타 선수권대회'의 각 종목 최종 우승자가 정해지며 대단원의 막을 내렸다. 시상식이 열린 9월 1일은 아주 창립 62주년 기념일로 문규영 회장과 각 종목 우승자들이 라이즈 오토그래프 컬렉션 5층 연회장에서 '2022 아주TEAM스타 선수권대회' 시상식을 치르며, 창립을 기념하고 미래 비전을 나누는 시간을 가졌다.

'2022 아주TEAM스타 선수권대회' 시상식은 문규영 회장과 카트라이더, 골프, 레이스 종목 우승자와 우승 팀 소속 회사 경영진 등이 참석한 가운데 진행되었다. 행사 주관 맡은 비서실 커뮤니케이션팀은 '2022 아주TEAM스타 선수권대회'를 개최하게 된 취지에서부터 40여 일간의 대장정을 소개하며 행사를 시작했다. 세대를 아우르며 단일 프로그램으로는 최다 참가자를 기록한 '카트라이더', 다양한 계열사들과 깊은 교류를 나눌 수 있었던 '골프', 직급을 초월해 가장 뜻깊은 팀 내 소통의 시간을 마련한 '레이스' 등 여러 계열사, 다양한 직급, 다양한 세대를 배려했던 '2022 아주TEAM스타 선수권대회'의 현장 모습을 담은 영상이 상영되었고, 이어서 행사의 하이라이트인 시상식이 진행되었다.

문규영 회장은 각 종목 우승자들에게 축하 인사와 꽃다발을 건넸고, 각 종목 우승자들은 우승의 기쁨을 담아 '2022 아주TEAM스타 선수권대회'에 참가한 소감을 밝히는 자리도 가졌다. 문규영 회장의 "62회 창립기념일, 아주의 가장 좋은 생일날에 직원들과 함께 할 수 있어 이 자리에 있어서 너무 행복하고 좋습니다. 앞으로 더 멋진 아주를 만들기 위해 함께 노력합시다!"라는 축사와 함께 저녁 식사까지 이어졌고, 이 자리에 참석한 모두는 승리의 기쁨이 채 가지지 않은 오늘의 열기를 내일의 더 나은 성장으로 이어가자고 약속했다.

'2022 아주TEAM스타' 시상식 후 기념 촬영





'2022 아주TEAM스타 선수권대회'에는 다양한 구성원들이 참여해 화합을 도모했다.

아주 '나이스'한 '샷'으로 우리들의 행복 On! - '골프' 편

8월 18일부터 골프 종목의 8강전과 4강전, 결승전이 차례대로 오프라인 필드에서 진행되며 열기를 더했다. 특히 골프는 최근 MZ세대를 중심으로 '골린이' 열풍이 일어날 만큼 세대를 초월해 뜨거운 인기를 얻고 있는 핫한 종목이라 그런지 전 계열사, 다양한 직책의 구성원들이 참여해 골프에 대한 뜨거운 관심과 열정을 보였다. 골프 예선전은 7월 19일부터 29일까지 약 10일간 온라인 스크린 대회로 치러졌다. 2개 이상의 직책이 혼합된 4명이 한 팀을 이루어야 한다는 규정 아래, 무려 50팀이 참가하며 예선전부터 치열한 경쟁을 예고했다. 참가 팀들은 예선 기간 중 자유롭게 원하는 골프 존을 방문해 미리 지정해 놓은 대회 코스인 제이드 팰리스 GC 코스에서 경기를 펼쳤다.

골프가 대중 스포츠가 되면서 세대와 실력도 천차만별인 만큼 승부를 가르는 기준이 중요했는데, 비서실 커뮤니케이션팀은 핸디캡을 적용하는 '신페리오' 방식을 도입해 실력만이 아닌 운과 재미를 더함으로써 누구나 부담 없이 참여할 수 있도록 배려했다. 신페리오 방식은 18개 홀 중 미리 12개 홀을 지정해 핸디캡을 적용, 핸디캡에 따라 최종 스코어를 계산함으로써 '초보도 우승할 수 있다'는 가능성을 열어두어 흥미를 더하는 게임 방식이다.

우승을 차지한 대상 1팀에게는 상금 200만 원과 1박 2일 라운딩권이 주어졌고, 최우수상 1팀에게는 상금 200만 원이 전달되었다. 4강에 올랐지만 결승전에 오르지 못한 우수상 2팀에게는 120만 원의 상금이 돌아갔다. 대망의 최종 우승은 아주산업 '인싸병점' 팀에게 돌아갔다. 역사는 승자의 시선으로 기록된다고 하지만 구성원 모두의 행복을 위해 창립 62주년을 맞아 치러진 대회인 만큼 4강 팀 외에 다양한 분야에서 열정적으로 임한 구성원들을 위한 시상도 마련되었다. '최대 버디', '니어리스트', '신토불이-똥양파', '신토불이-똥파', '최저 타수', '최대 타수' 등 특별 수상을 통해 많은 참가자에게 고루 상을 전달, 모두가 축제의 기쁨을 함께 누릴 수 있었다.



영광의 결승선을 향해 Booster Up! - e스포츠 '카트라이더' 편

e스포츠 부문 '카트라이더'는 7월 4일부터 11일까지 참가 신청을 접수받았다. 특히 카트라이더는 세 종목 중 가장 인기를 끌며 총 65개 팀, 260명에 달하는 구성원이 참가했다. 대회 진행 측에 따르면, 역대 카트라이더 기업 대회 중 최다 인원이 참가한 것으로 집계되는 등 e스포츠에 대한 아주의 열기를 실감케 하며 인기몰이에 성공했다.

대회 참가자들은 8월 1일부터 3일까지 3일간 대진표에 맞춰 온라인 예선전을 치렀고, 8월 12일에는 청남빌딩 17층에 모여 오프라인 결승전을 가졌다. 카트라이더의 모든 경기는 게임 전문 진행업체의 도움을 받아 맵 선정에서부터 경기 룰까지 공정하고 공정하게 치러졌다. 또한 준결승전부터는 아주 비서실 커뮤니케이션팀 정진웅 팀장이 깜짝 해설자로 참여, 게임 중계와 녹화까지 진행해 프로 대회를 방불케 하는 긴장감으로 관전의 묘미를 더했다.

"코로나19로 대면이 쉽지 않아 영업적으로 힘든 시기가 이어지고 있는데, 이런 시기에 전사적으로 골프, 카트라이더, 레이스 등을 통해 기분 전환하며 마음을 다잡는 시간을 가질 수 있어 행복했습니다."(볼보라이더)

작은 휴대폰 화면 속 게임에 불과하지만 아주 구성원들을 하나로 모으고, 회사를 대표하는 프로 레이서가 되어 응원하고 격려하며 영광의 분위기로 이끌었던 '2022 아주TEAM스타 선수권대회' 카트라이더. 최종 우승 팀인 '어우우'에는 200만 원이, 준우승을 차지한 '볼보라이더'에는 120만 원의 상금이 주어졌고, 안타깝게 4강에 그친 '볼도저'와 'SSAP'에게도 각각 80만 원의 상금이 전달되었다. 아주 구성원들의 뜨거운 마음을 나누는 좋은 기회였다.



이번 대회에서 가장 인기를 끌었던 카트라이더 결승 진출자들

아주와 함께 더 뜨겁게 Run! Now! - '레이스' 편

'2022 아주TEAM스타 선수권대회'의 세 종목 중 유일하게 예선전을 치르지 않은 레이스 종목은 동일한 회사 소속 내 4명의 구성원이 한 팀이 되어, 팀별로 자유롭게 코스를 선정 후 팀원들이 각각 5km를 달려 기록을 인증해 올리면 이를 모두 합산해 다시 팀 기록을 산출, 순위를 정하는 기록 경기 방식으로 진행되었다. 모든 팀원이 GPS 러닝 앱을 이용해 각자 원하는 시간에 지정된 코스를 달리는 자유 레이스로, 참여에 대한 부담이 적어서인지 총 44팀, 156명이 참가할 만큼 호응이 좋았다. 경기는 8월 15일부터 8월 25일까지 진행되었고, 42개팀이 완주하며 아주 구성원들의 파고드는 근성과 열의를 보여주었다.

수상은 5km를 가장 빨리 달린 기록순으로 대상(1팀), 최우수상(1팀), 우수상(2팀)을 선정했는데, 아주산업 '나달리기좋아했네'가 팀 기록 1시간 35분 59초로 최종 대상의 영예를 안았다. 서울교육대학교 트랙을 완주한 '나달리기좋아했네'는 개인 기록이 모두 23~24분대로, 팀원들의 고른 활약이 돋보였다. 최우수상은 반포종합운동장을 1시간 38분 40초로 완주한 지주부문 '아주빨라'가 차지했다. '아주빨라' 역시 팀원들의 고른 기록이 눈길을 끌었다. 우수상은 광고호수공원에서 매탄권선역 부근을 달린 아주모터스 '달려라-CS'가 1시간 48분 51초, 아주산업 '묻고 더블로 가!'가 남부 수자원생태공원 코스를 1시간 52분 24초로 달려 수상했다.

이 외에도 이번 대회가 창립 62주년을 기념한 아주 구성원 모두의 축제라는 점에서 순위와 상관없이 경기를 즐긴 열정 아주인에 대한 다양한 시상이 있었다. 개인별로 5Km를 가장 빨리, 혹은 늦게 달린 구성원에게 '토끼와 거북이상', 아이디어 넘치는 코스를 채택한 팀에게 '별별코스상' 등을 시상했다. '별별코스상'에는 본사가 위치한 강남역 일대에 GPS 경로로 AJU 알파벳을 그리며 참여한 코그넷나인의 '아좌좌 호이팅' 팀이 선정되었다.

레이스 부문 우승자는 아주산업의 '나달리기좋아했네' 팀이다.



환경과 안전을 모두 생각한

아주산업의 ESG 경영

아주산업이 ESG 경영을 본격화했다. 건설사의 ESG 경영 화두가 환경에서 안전으로 확대되면서, 아주산업도 기업과 사회의 지속 가능 발전에 기여하고, 향후 도래할 수 있는 ESG 리스크 관리, 또한 평가에 선제적으로 대응하기 위한 적극적인 경영 활동을 펼치기 시작한 것이다. 이는 기업의 지속 성장의 발판을 마련하고, 경쟁력의 원천으로 삼기 위한 큰 그림이다. 순차적으로 2022년에는 ESG 경영 체계 정립, 2023년과 2024년에는 ESG 경영 수준 성과 강화, 2025년부터는 본격적으로 ESG 경영 고도화에 나서겠다는 방침이다.

친환경이 곧 경쟁력, 적극적인 ESG로 경영으로 경쟁력 확대

신설된 'ESG 경영팀'은 기후변화 대응, 친환경 비즈니스 등의 환경(Environmental) 경영 전략을 수립했다. 구축된 온실가스 인벤토리에 대해서는 전담조직인 ESG 경영팀과 사업소 담당자가 매년 실적을 관리하는데, 중장기적으로 제3자 검증과 더불어 온실가스를 저감할 목표다. 친환경(하이브리드) 업무용 차량도 발주를 마쳐 16대가 현장에 도입되었으며, 친환경 레미콘 인증 규격인 환경성적표지 인증을 받은 제품도 6건에서 10건으로 확대했다.

또한 아주산업은 그린뉴딜 정책으로 친환경 정책에 부합하는 콘크리트 개발에도 집중하고 있다. 건설 및 전자재 업계에 따르면 2019년 3,900만톤의 온실가스 배출량을 기록했는데, 이는 국가 전체 5.6%에 달하는 양으로 이는 시멘트 제조 공정 과정에서 60% 이상 발생하는 양이라고 한다. 이에 따라 건설, 전자재 산업 전반에서는 적극적인 콘크리트 연구 산업에 전력을 다하고 있으며, 이는 건설 구조물의 장수명화로 이어지고 있다. 이처럼 저탄소 콘크리트 활용이 증대되면서 CCS 기술을 활용한 스마트 팩토리 시스템도 산업 전반에서 나날이 발전하고 있는 중이다.





아주산업도 '콘크리트 랩'을 신설해 콘크리트를 활용한 신소재 개발과 콘크리트의 다양화에 힘쓰고 있다. 아주산업에서 스마트/고성능 콘크리트로 개발한 저탄소 콘크리트 중 하나인 UHPC(Ultra-High Performance Concrete)는 일반 콘크리트에 비해 압축 강도가 6배에 달하는 특수 조성물이다. 강한 내구성을 가져 비바람 속에서도 변질이나 부식이 거의 발생하지 않아 건축 내외장재 및 조경 제품의 소재로 활용도가 높다. 또한 기존 콘크리트보다 높은 강도를 갖춰 유동성, 제작성 측면에서 매우 용이하다. 콘크리트 전체 사용량을 저감시키고 온실가스의 주요 요인인 시멘트와 클링커 사용량까지 감소시킬 수 있어 친환경 소재로 손꼽힌다. 아주산업의 UHPC는 MZ세대의 놀이터로 각광받는 여의도에 위치한 '더현대 서울' 1층 화장품 매장에 적용돼 화제가 되기도 했다.

건강한 일터, 안전한 일터 만들기

이해관계자 상생을 통한 사회적 책임 경영도 중요하게 부각되고 있다. 얼마 전 태풍 힌남노로 인해 강남, 서초 일대가 큰 침수 피해를 입었을 때 주목받은

곳이 있는데, 그곳이 바로 방수빌딩으로 국민적 관심을 받은 아주그룹의 청남빌딩이다. 1994년 준공된 청남빌딩은 신축되던 당시부터 지역 침수 피해를 예상하고, 차수문을 설치했다. 이후 2012년 1.8미터 높이의 유압실린더로 구동되는 엷다운 방식의 차수문으로 업그레이드했으며, 정전을 대비하여 UPS(Uninterruptible Power Supply)도 내장했다. 이번 청남빌딩의 차수문 사례는 지역사회 안전에 크게 기여한 모범사례라고 할 수 있다.

이처럼 건강하고 안전한 일터는 점점 더 중요해지고 있다. 아주산업도 산재 예방을 통해 더욱 건강하고, 안전한 일터를 조성한다는 목표를 실행하고자 사업소 안팎으로 더욱 촘촘한 '안전보건관리 강화'에 나서고 있다. 2005년부터 시행 중인 아주산업 제안 제도 중 안전보건 관련 제안에 대한 포상을 확대했다. 그동안 안전보건 제안 제도는 아주 구성원만 참여할 수 있었는데, 앞으로는 생산 협력업체도 직접 제안에 참여할 수 있도록 제도를 개선하여, 안전보건관리에 제한을 두지 않음으로써 제도의 실효성을 높여갈 계획이다.

아주산업은 '안전캠페인'도 펼치고 있다. 매월 셋째 주 수요일, 아주 구성원과 협력업체가 모두 참여하는 'AJU 안전점검의 날'도 새롭게 운영 중이다.

하절기 침수, 태풍 예방, 동절기 화재 예방, 기타 추락재해 예방 등 작업별, 계절별 특성에 맞는 주제를 선정하여 안전 캠페인을 진행하고 있으며, 특히 모든 사업장에 경영진이 1명 이상 함께 참여하여 캠페인 진행 후 공동으로 사업장 순회점검을 실시함으로 안전관리에 대한 인식과 실행력을 높이고 있다.

보다 나은 미래를 위한 책임 경영과 투명 경영 강화

아주산업은 2004년 2월 윤리경영 선포와 아주윤리센터 개설 이후 지금까지 윤리·준법경영 실천을 지속 강화해오고 있다. 윤리경영 실천 사례 중 하나로 2004년부터 진행해오고 있는 '명절선물 안받기'가 대표적이다. 명절에 당사로 수신되는 선물들을 반송 가능할 경우 반송하고, 반송이 불가능한 품

목의 경우 '아주장터'에서 아주 구성원 대상 경매를 통해 판매, 이 수익금을 아주복지재단에 기부하고 있는데, 윤리경영의 모범적인 실천 사례라 할 수 있다. 이 외에 임직원 윤리서약, 정보보안 서약 및 보안관리 교육, 내부고발제도 등을 함께 시행 중이다.

더 멀리 나아가기 위한 장기 전략으로서 구체적인 지배구조 개선안(governance)도 마련 중이다. 아주산업 홈페이지 내 ESG 주요 정보 및 성과 공개를 위한 시스템을 구축해 ESG 정보를 외부에 공시할 계획이다. 이해관계자와 투명한 협력체제 기반을 마련하고, 사회와 함께 호흡하며 발전하는 동반자로서 역할을 다하겠다는 취지다.



여의도 '더현대 서울' 1층 화장품 매장에 사용된 아주산업의 UHPC

AJU news

최고경영자 소통 프로그램,
다시 시작하는 아주의 대화

아주큐엠에스



격의 없는 대화와 문답을 통해 경영 철학을 나누고 구성원들의 노고를 격려하는 최고경영자 소통 프로그램이 거리두기 해제와 함께 대면으로 돌아왔다. 5월 30일 아주큐엠에스와의 만남을 시작으로 재개된 소통 프로그램은 오후 12시, 뜨거운 환호 속에서 라이즈 오토그래프 컬렉션(이하 'RYSE') 스튜디오 E에서 시작되었다. 올해 프로그램은 빠르게 변화하는 시대에 발맞춰 가장 트렌디한 디지털 기술과 서비스 등을 함께 경험하고, 이들이 우리의 삶과 업무에 어떤 변화를 가져올지 폭넓게 대화를 나누는 등 새로운 인사이트를 가져오는 방향으로 업그레이드되었다.

이번 프로그램 주제는 IT부문 임직원들과 함께 하는 <특별한 점심 식사>로의 초대였다. 2022년 아주큐엠에스에 새로 부임한 강학동 대표를 비롯해 20명의 구성원들이 참여한 <특별한 점심 식사>에서는 '푸드테크'와 관련된 다양한 기술과 재료를 조합해 RYSE만의 방식으로 재해석한 특별 코스 요리를 경험했다.

이번 프로그램의 두 가지 이슈는 사람을 대신해 주방을 차지한 '키친 로봇'과 '대체육'이 접목된 최신 푸드테크 요리였다. 키친 로봇은 인건비 절약을

물론, 안전사고에 대한 우려 없어 주방의 숨은 조력자로 부상하고 있으며, 대체육은 비건인뿐만 아니라 육류 생산 과정에서 발생하는 생태계 파괴와 지구 온난화를 걱정하는 일반인 사이에서도 전 세계적으로 증가세를 보이며 주목받는 식재료다. 이번 행사는 이미 우리에게 다가온 미래 산업을 눈으로, 맛으로 경험하는 소중한 시간이었다.

'푸드테크' 세션 이후 김지용 그룹IT본부 팀장과 강전형 대외사업본부 매니저는 일하는 방식의 변화가 불러온 일에 대한 생각의 변화를 전망할 수 있도록 아주큐엠에스 구성원들이 어떤 생각을 가지고 일에 임하고 있는지 소개했다. 'Covid-19가 가져온 아주의 업무 변화'를 주제로 발표에 나선 김지용 팀장은 이제 아주큐엠에스는 일하는 방식을 지원하는 회사가 아닌, 일하는 방식을 주도해 가는 회사가 될 것이라고 포부를 밝혔다.

강전형 매니저 역시 고객의 'Pain Point' 해결을 중심으로 한 영업을 언급하며 대외사업본부의 일하는 방식 또한 변화하고 있다고 설명했다. 이어 자신도 현재 맡고 있는 RPA 영업에서 고객이 필요로 하는 모든 솔루션을 제시할 수 있는 멀티플레이어로서 더욱 적극적인 자세로 임할 것이라고 덧붙였다.

디엘건설 우수 협력사 2년 연속 선정

아주산업



디엘건설이 우수 협력사에게 수여하는 'Partners'상을 아주산업이 2년 연속 수상하는 영예를 안았다. 디엘이앤씨(구 대림산업)의 계열사인 디엘건설은 2021년 기준 도급 순위 12위에 오른 중견 업체로, 2021년부터 우수한 성과를 거둔 협력사를 선정해 시상하는 '파트너스 데이' 행사를 개최하고 있다. 우수 협력사는 본사와 현장의 복합적인 평가로 선정되는데 아주산업은 2021년 첫해에 이어 올해도 레미콘 부문에서 베스트 파트너로 선정, 최고의

파트너로 또 한 번 인정받았다. 상패는 코로나19 여파로 별도로 전달받았고, 작년과 동일하게 동반 성장 포인트로 50만 원의 상금이 주어졌다.

이번 수상과 관련해 아주산업은 "디엘건설은 아주산업과 오랜 기간 동안 긴밀한 협력 관계를 지속적으로 유지하고 있는 매출 상위권 고객입니다. 디엘그룹도 상호와 고려개발의 합병 등 대내외적으로 여러 변화를 겪는 중에도 아주와 견고한 관계를 유지해오고 있습니다. 무엇보다 아주산업을 우수 협력 업체로 선정함으로써 단순한 파트너십을 넘는 상생 협력 관계를 견고히 다져가고 있어, 앞으로도 더 깊은 협력과 동반 성장을 기대하고 있습니다"라며 적시 납품, 철저한 안전 관리 등 기본적인 신뢰를 지키면서 지금과 같은 굳건한 관계를 계속 유지해 가겠다고 말했다.

한편 아주산업은 부상으로 받은 상금을 지난해와 마찬가지로 아주복지재단에 기부해 훈훈함을 전하기도 했다. "처음 포상금을 받았을 때 좀 더 의미 있는 일을 위해 사용자는 취지에서 기부를 결정했습니다. 그때 느꼈던 따뜻한 마음을 잊을 수 없어 다음에도 이런 좋은 일이 생기면 주저 없이 의미 있는 일에 사용하자고 생각했는데, 올해도 수상하게 되어 상금을 아주복지재단에 기부하기로 했습니다."

아주산업은 코로나19가 대유행하던 2021년에는 아주복지재단 행사 등에 사용할 마스크 등 방역 물품을 상금으로 구매해 전달했는데, 올해는 '아주 좋은 꿈터'에 방문하는 아이들을 위해 동화책과 보드게임 등을 구매하여 전달했다. 7월 18일 아주 좋은 꿈터를 방문해 직접 기부 물품을 전달한 아주산업은 앞으로도 이와 같은 기부활동을 통해 따뜻한 마음을 새기고 아주 ESG 경영이 발전할 수 있도록 힘을 보태겠다고 포부를 밝혔다.

'올 뉴 레인지로버' 국내 1호 차 전달식 진행

아주네트웍스



아주네트웍스가 8월 16일 한남 전시장에서 최광석 자동차부문 총괄대표, 로빈 콜건 재규어 랜드로버 코리아 대표가 참석한 가운데 국내에 정식 출시한 '올 뉴 레인지로버' 1호 차를 아주 고객에게 전달하는 차량 전달식을 가졌다. '올 뉴 레인지로버'는 랜드로버의 플래그십 SUV '레인지로버'를 9년 만에 완전 변경해 새롭게 출시한 야심작이다. 전작을 뛰어넘는 모던한 디자인, 최첨단 테크놀로지와 차세대 연결성이 조화를 이루며 온로드는 물론 비교 불가능한 오프로드 주행 성능까지 견비해 출시 전부터 기대감을 모았다.

특히 랜드로버의 가장 진보된 파워트레인이 탑재되어 새로운 차원의 성능은 물론 안정적인 승차감과 독보적인 품격, 력서리한 분위기로, 도심뿐만 아니라 일상 어디에서도 사용할 수 있는 다재다능한 차량으로 흥행 돌풍을 예고하고 있다. 그만큼 새 모델의 국내 1호 차를 고객에게 인도한다는 것은 딜러사로서 큰 영광이며, 의미 있는 특별한 행사가 아닐 수 없다. 아주네트웍스가 국내 수많은 딜러사를 제치고 이 특별한 자격을 받을 수 있었던 것은 지난해 12월 열린 'New Range Rover Golden Challenge'에서 우승을 차지했기 때문이다.

'New Range Rover Golden Challenge'는 재규어 랜드로버가 국내 1호 차 인도 딜러사를 선별하기 위해 개최한 'Walk-around Challenge' 대회로, 국내 200여 명의 영업 직원 중 각 딜러 지점 대표 21명이 모여 경합을 벌였다. 차량을 전면부부터 우측면, 후면, 좌측면 등의 순서로 소개하는 것을 집중 평가했고, 이 대회에서 김기창 아주네트웍스 한남영업지점 영업1팀 매니저가 우승을 차지했다.

최광석 자동차부문 총괄 대표는 "1호 차 전달식은 아주네트웍스에게는 브랜드 이미지 제고의 기회가 되고, 고객 입장에서는 가장 뛰어난 차량 설명 능력 및 전문성을 갖춘 영업 직원으로부터 국내 1호 차를 건네받는 의미가 있습니다"라고 전달식의 의미를 설명했다. 이어서 "아주네트웍스는 국내 1호 차 전달을 시작으로 더 많은 고객이 '올 뉴 레인지로버'의 진정한 가치를 경험할 수 있도록 한남·목동·송도 전시장에 '올 뉴 레인지로버'를 전시하는 한편, 시승 기회를 확대해 신차 체험에 대한 고객의 갈증을 적극 해소할 예정입니다"라며 신차 발매에 따른 세일즈 역량 강화를 강조했다.

쉽(休)과 성찰을 통해 모두가 리더로!

아주컨티뉴엄



아주컨티뉴엄이 7월 4일부터 5일까지 이틀간 강원도 정선에 위치한 파크로쉬 리조트앤웰니스에서 올해 상반기를 생각해 보는 '2022 AJU Continuum Workshop'을 진행했다. 이번 워크숍은 올해 초 아주컨티뉴엄으로 사명을 변경한 이후 전 구성원이 참여한 첫 번째 워크숍으로, 크게 세 가지 목적으로 프로그램을 구성했다. 첫 번째는 투자회사로의 전환을 선언한 이후, 상반기

동안 계획했던 것들을 얼마나 이루었는지 되돌아보고 미진했던 부분은 개선 방향을 도출함으로써 더욱 성장할 수 있는 발판을 마련해 보자는 것. 두 번째, 리더십 강연을 통해 특정한 사람만이 리더가 될 수 있는 것이 아니라, '모두가 리더가 될 수 있다'는 메시지를 공유하여 직원들이 자기 주도적으로 일할 수 있는 동기를 부여하는 기회였다. 마지막 세 번째는 MBTI 테스트를 통해 내가 더 잘할 수 있는 것과 부족한 것이 무엇인지 알아보고 자기 이해도를 높여 리더십을 향상시키는 한편, 구성원 간 서로가 다름을 인정하고 이해함으로써 조직의 단합력을 높일 수 있었다.

행사 마무리 시간에는 이날 워크숍을 함께한 문윤희 아주컨티뉴엄 대표가 상반기 주요 실적을 구성원들과 공유하는 '2022년 상반기 Review'와 아주컨티뉴엄만의 리더십을 생각해 보는 '리더십 강연'을 각각 진행했다. 두 강연을 통해 문윤희 대표는 '모두가 리더가 되는 회사'를 한 번 더 강조했다. 문윤희 대표는 우리 안에 리더가 있다는 것을 믿고, 그 안에는 오늘의 나의 버전이 있고, 더 나은 버전의 내일의 나도 있을 것이니 이번 워크숍을 통해 충분한 휴식을 즐기며 자신을 돌아보는 시간을 갖자고 이야기했다. 아주컨티뉴엄은 리더십 강연 이후 샴페인 증정 깜짝 이벤트를 열고, 전 구성원이 4인 1조가 되어 돌아가며 이야기를 나누는 '스몰 토크' 프로그램을 진행해 서로를 더 깊이 알아가는 시간도 마련했다. 다음 날에는 구성원들이 다양한 액티비티와 자유 활동을 즐기며 충분한 휴식과 힐링 시간을 가져 하반기에 더욱 힘을 낼 수 있는 전자 첫 번째 워크숍을 마쳤다.

아주세미나 '위기 속에서 기회를 보다'

2022년 하반기 글로벌 경제 전망과 기업의 대응

아주



지난 7월 6일, 2022년 아주 세미나 3회차가 온라인으로 진행되었다. 이번 세미나는 김영익 서강대학교 경제대학원 겸임교수를 초빙한 가운데 '글로벌 경제 전망과 기업 및 개인의 대응'이라는 주제로 90분간 진행되었다. 김영익 교수는 우리나라의 침체된 경제 상황에 대한 배경 설명과 함께 미국, 중국, 일본 등 글로벌 경제 흐름을 약 한 시간여 동안 심도 있게 분석했다. 앞으로의 전망까지 꼼꼼하게 짚은 김 교수는 글로벌 경제 위기로 시작된 우리나라의 현재 경제 위기 추세는 어쩔 수 없는 상황이지만, 경제는 언제나 사이클이 존재하는 만큼 위기 속에서도 늘 기회를 찾아야 한다고 조언하며 아주 구성원들과 Q&A를 이어갔다.

스마트 헬스케어 서비스를 위한

MOU 체결

코그넷나인



지난 9월 29일, 인공지능(AI) 전문기업 코그넷나인(COGNET9)이 헬스케어 플랫폼인 플랫홈 기업 솔브케어(Solve.Care)와 업무협약을 체결했다. 솔브케어는 미국, 유럽 등 해외에서 헬스케어 비즈니스 프로세스 및 기술력을 이미 검증받은 선도 기업으로, 이번 협약을 통해 양사는 블록체인 기술과 AI-데이터에 대한 상호 전문성을 활용해 강력한 정보보안 솔루션 및 스마트 헬스케어 서비스 제공을 위한 협력 체계를 구축할 예정이다. 코그넷나인 한선호 COO는 "국내 스마트 헬스케어 서비스의 활성화를 위해 보다 안정적으로 관련 데이터를 수집하고 활용할 수 있는 헬스케어 데이터 플랫폼을 제공하겠다"고 밝혔다.

책도 읽고 선물도 받고, 아주 좋은 꿈터로 오세요

아주복지재단



'아주 좋은 꿈터'(이하 '꿈터')가 '동대문구 도서관 탐방 프로젝트'와 함께 동대문구 아동·청소년을 비롯한 지역 주민 모두의 독서 문화 증진에 앞장서고 있다. '동대문구 도서관 탐방 프로젝트'는 '동대문구 도서관 네트워크'가 주관하는 '하루 20분 책 읽기' 프로젝트로 관내 마을 및 학교 도서관을 온·오프라인으로 방문해 책 읽기 미션을 수행하고 인증 도장을 받는 지역 주민 참여 프로그램이다.

인증 도장은 동대문구 관내 도서관에 직접 방문해 20분 동안 책을 읽기

나 온라인 카페에서 20분 동안 책을 읽은 후 인증샷을 올리면 1일 1회 받을 수 있다. 프로젝트 진행을 담당하고 있는 이동희 아주복지재단 매니저는 올해로 다섯 번째 참여하는 '동대문구 도서관 탐방 프로젝트'를 소개하며 그동안의 성과를 강조했다. "요즘 아이들과 성인들 모두 유튜브나 SNS를 많이 하다 보니, 한 달에 한 권도 읽지 않을 정도로 책과 많이 멀어졌습니다. 그래서 꿈터는 2018년부터 '동대문구 도서관 탐방 프로젝트'와 함께하며 지역 주민들이 조금이나마 책과 친해지는 기회를 제공하고 있습니다. 물론 당시에는 독서 문화 증진 외에, 꿈터가 신생 도서관이었던 만큼 이곳을 조금 더 알려 누구나 편하게 이용하는 도서관으로 자리 잡게 하고자 하는 목적으로 참여했는데, 다행히 프로젝트에 참여하면서 꿈터 일일 방문자 수가 2.5배 정도 증가했습니다."

꿈터는 프로그램의 좋은 취지를 살리는 한편 책 읽기에 대한 관심을 더욱 북돋기 위해 자체적으로 '에코백' 선물을 추가로 준비했다. '동대문구 도서관 탐방 프로젝트' 참여 중 꿈터 방문 횟수 15회를 달성하면 에코백을 받을 수 있다. 에코백은 꿈터에서 대출한 책을 담아가는 등 평소 데일리 백으로 사용할 수 있다. 특히 에코백에 네임 태그를 달아 대출한 책을 넣어 함께 반납하면 꿈터에서 에코백을 보관했다가 다음 대출 때 책을 담아줘 유용하다. 일회용 비닐봉지 사용도 줄이고 대출 과정에서 책이 손상되는 것도 방지할 수 있는 만큼 벌써부터 꿈터 이용객들 사이에서 인기 아이템이 되었다.

꿈터는 4월 20일부터 11월 15일까지 진행되는 '동대문구 도서관 탐방 프로젝트' 기간 동안 오후 12시부터 1시 30분까지의 방역 시간을 제외하고, 평일 오전 10시부터 오후 6시 사이 자유롭게 이용할 수 있다.

시원하고 달콤한 응원, 2022 혹서기 간식차 전달

아주



아주가 7월과 8월, 두 달에 걸쳐 전 건자재 사업소에 간식차를 보내 시원한 응원의 기운을 전달했다. '간식차'는 혹서기와 혹한기 등 1년에 두 차례 무더위와 한파 속에서 열심히 뛰고 있는 현장 구성원들에게 조금이나마 힘을 보태기 위해 음료와 간식을 전달하는 조직 활력 증대 프로그램으로 작년부터 시작했다.

올해 혹서기 간식차는 7월 19일 병점사업소를 시작으로 광명, 수원, 광주, 인천, 비봉, 상암, 아산, 파주, 평택 등 10개 사업소를 순회했다. 특히 이번에는 아주지오택 3개 현장(연륙교 브레인시티 안성-평택전력구)이 추가로 확대돼 총 13개 현장에 아주의 시원한 응원이 전달됐다.

알보우와 손잡고 프리미엄 어메니티 선보여

RYSE



라이즈 오토그래프 컬렉션(이하 라이즈 호텔)이 라이프스타일 뷰티 브랜드 '알보우(RboW)'와 협업해 프리미엄 어메니티를 제공한다. 라이즈 호텔 아티스트 스위트, 프로듀서 스위트 예약 시 무료로 제공해 감각적인 라이즈 호텔 객실에 뷰티를 더해 특별한 공간을 조성할 예정이다.

라이즈 호텔에서 만나볼 수 있는 알보우 프리미엄 어메니티는 '스틸 라이프' 라인업의 제품이다. '스틸 라이프'는 시트러스와 블랙 페퍼의 조합으로 여행지에서 느낄 수 있는 나른한 설렘을 자아내는 점이 특징이며 핸드워시, 핸드크림, 립밤 등 총 3종으로 구성됐다. 라이즈 호텔 로고가 돋보이는 파우치와 함께 선사해 협업의 의미를 더했다.

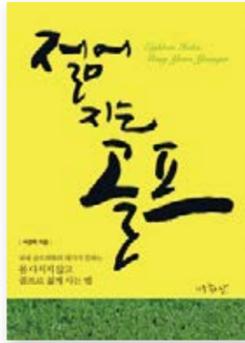
한편 라이즈 호텔은 지난 6월 18일, 19일 양일간 라이즈 호텔 아티스트 스위트 1505호에서 알보우 팝업 쇼룸을 오픈한 바 있다. 글로벌한 크리에이터와의 협업으로 탄생한 객실에서 뷰티를 통해 예술과 일상을 연결한 알보우의 제품을 선보인 만큼 감각적인 분위기를 자아냈다.

SPECIAL GIFT

『아주 좋은 날』 2022년 봄호에 대한 독자 여러분의
소감을 ajupr@aju.co.kr로 보내주세요.
선정되신 분에게 소정의 선물을 보내드립니다.



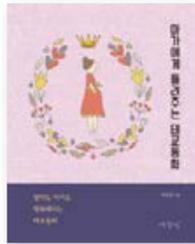
『상상으로 만나는 FACES COLORING BOOK』
숨 가쁜 일상에서 빠져나와 숨 고르기 모드로
들어가고 준비하는 사람에게 안성맞춤인 컬러링
북이다. 환상적인 분위기의 일러스트가 현실 공간의
나를 상상 속의 공간으로 순식간에 옮겨놓는다.



『절어지는 골프』
국내 최초로 골프의학을 도입한 재활의학
전문이자 대한골프의학회장인 서경목 교수가
다년간의 의료 현장 경험을 바탕으로 쓴 골프
지침서다. 골퍼 대부분이 잘못된 연습과
스윙 때문에 '골프 노화'를 초래하는 위험한
골프를 하고 있다는 사례들을 곁들여, 활력있는
골프를 타수도 즐기며 평생 이어갈 수 있는
방법들을 제안한다.

1

일상을 새롭게 보게 하는 이야기를 선물합니다.
독서는 일상에서 잠시 벗어나 새롭고 상상이 넘치는 세계를 탐험하도록
이끌곤 합니다. 다채로운 이미지로 상상력을 펼치게 하는 컬러링 북,
몸과 마음을 건강하게 만드는 운동, 우리의 미래를 이끄는 차세대
위한 태교법, 그리고 메타버스에 관한 애플트리태일즈의 도서를 독자
후기를 보내주신 네 분을 선정해 선물로 드립니다.



『아기에게 들려주는 태교동화』
엄마와 아기가 함께 행복해지는 15편의 창작
태교동화가 실려 있다. 특히 아빠도 태교에
참여하는 요즈음, 아빠가 읽어주는 태교동화는
태어날 아기의 행복 지수를 높여준다. 몸의 변화와
함께 심리적으로 불안해지기 쉬운 임신부의
마음을 안정시켜주고, 곧 세상에 나올 아기에
대한 기대감과 설렘 지수를 높여 '좀 더 행복하고
편안한 열 달'을 만들어준다.



『올려라, 골든벨! 탄소 제로를 찾아서』
함께 사는 세상 환경 동화 시리즈 9번째 신간. 지구가
신음하고 있는 주요 원인 중 하나인 '탄소'에 대해 다룬다.
사람들이 필요 이상으로 배출하는 탄소는 대기 중에
흡수돼 지구의 온도를 급격하게 높이고, 예측할 수
없는 기후위기를 야기하고 있다. 이에 삼소섬, 에테브리,
마스다르, 쿠리치바 등 대표 탄소 중립 도시들을 살펴보면,
어린이들이 탄소 발자국을 줄이는 실천 방안을 자연스럽게
터득할 수 있도록 한다.

3



2 **오늘과 다른 내일, 생활에 활력을 드립니다.**
매일 반복되는 하루를 보내다 보면 어제와 다른 오늘,
오늘과 다른 내일을 기대하게 됩니다. 즐거운 노래를
듣거나 마음에 담아두었던 영화 한 편을 보는 것만으로도
일상에 생기가 돌죠. 독자 후기를 보내주신 네 분을
선정해 문화상품권을 드립니다.



여유와 휴식이 있는 하루를 보내세요.
바쁘게 일상을 보냈다면 그만큼의 휴식을
자신에게 돌려주어야 합니다.
여유가 생긴다면 카페에서 차 한잔과 함께
시간을 보낼 수도 있습니다. 독자 후기를
보내주신 네 분을 선정해 스타벅스 기프트
카드를 선물로 드립니다.



『아주 좋은날』을 읽으면서 세상이 어떻게 발전하는지를
배우는 것 같습니다. '메타버스 시무식'과 '아주 복면가왕'이
인상적이었습니다. 각자의 취향으로 개성 있게 꾸민
아바타로 변신하여 메타버스 플랫폼에서 시무식을 갖고
각각의 인사말을 전하는 행사를 보고, 바쁜 사회생활과
비대면의 사회 환경 속에서 시도한 새로운 아이디어에
박수를 보냅니다. 또 소속, 나이, 직책 등을 숨긴 채 아바타로
변신하여 오직 목소리만으로 실력을 겨룬 복면가왕 행사도
비대면의 환경에서 직원들의 단합으로 회사의 발전과 성장에
크게 기여했다고 생각합니다. 이런 아이디어와 행사 과정을
읽으면서 아주의 저력을 느낄 수 있었습니다.

최두현 님

'회복력 대신 돌파력', 이 구절에서 큰 공감과 위안을
얻었습니다. 누구에게나 예측하지 못한 위기가 찾아옵니다.
심지어는 위기가 곧 올 것임을 알면서도 피하기보다는
정면으로 돌파하는 것을 선택하기도 합니다. 실패로 인해
금전적, 정신적, 신체적으로 감당하기 힘든 정도만 아니라면
돌파해서 리스크를 잘 관리한다면 분명 좋은 경험이자
용기를 얻을 수 있는 자양분이 될 것입니다. 안 하고
후회하기보다는 어떻게든 해보고, 안 되었을 때도 다음에 또
도전해 보자 하는 마음이 본인과 본인을 지켜보고 있는 다른
이들에게도 큰 동기 부여가 될 것입니다. 좋은 글을 접할 수
있게 해주셔서 감사드립니다.

박경환 님

