

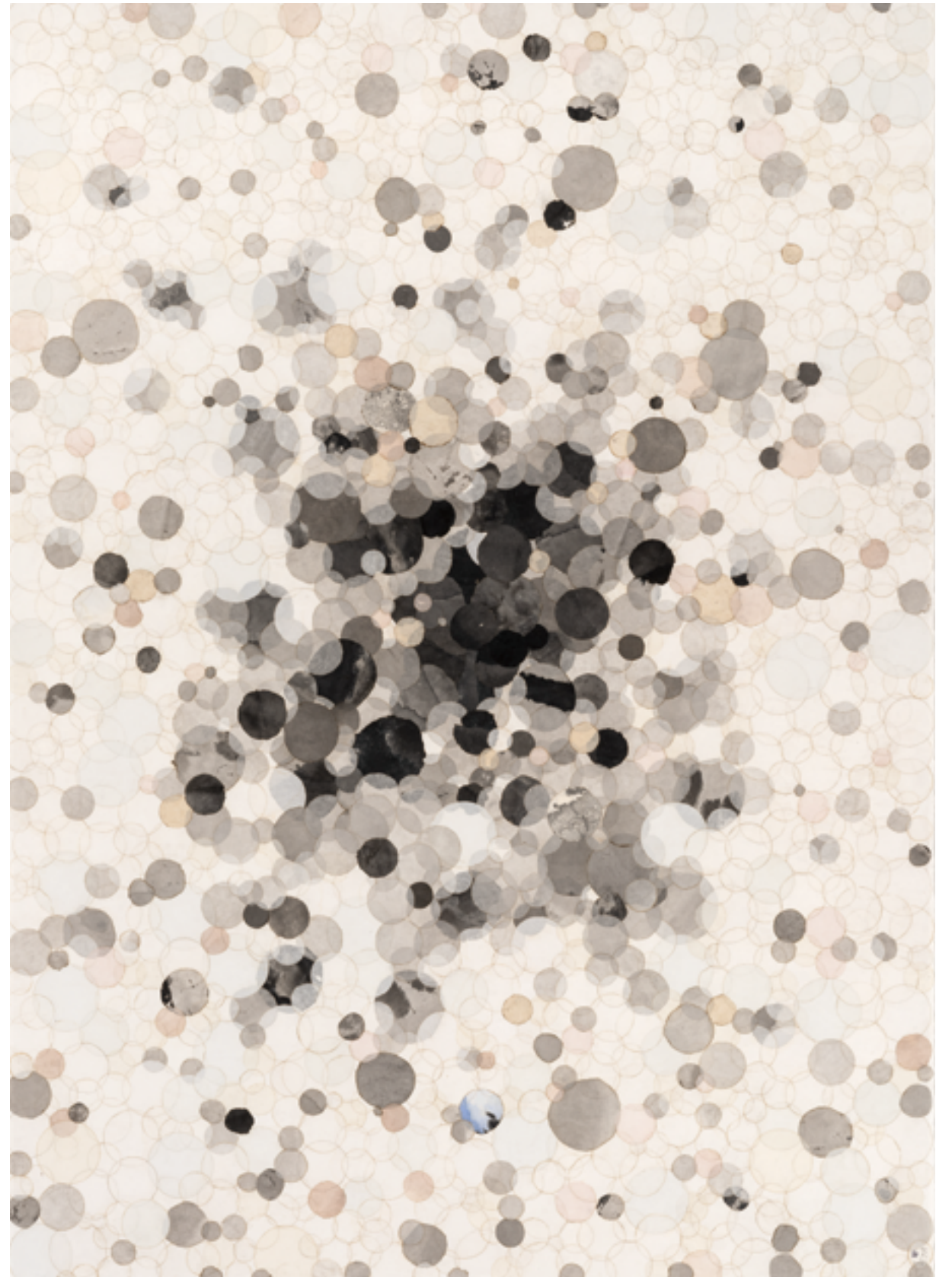
아주
좋은 날



김민정, The Street, 2025, 한지에 혼합 매체, 85×135cm

Courtesy of the artist © Minjung Kim Photo © Studio Minjung Kim

Courtesy of the artist & Gallery Hyundai



김민정, Encounter, 2024, 한지에 혼합 매체, 132×182cm

INSPIRATION



- 4

PRISM

ARCHITECTURE

역사의 능선을 담은
미술관의 창, 오아르미술관

ART

자전적 예술의 힘,
루이즈 부르주아의 세계

DESIGN

비움의 미학,
'달랑'에 빠지다

CULTURE

아주 보통의 하루를 위하여

- 12

FORECAST

기피에서 필수로:
미래 산업의 핵심, 공학

- 16

CITYSCAPE

노들섬 소리풍경,
21세기 서울의 도전과
문화의 유기적 공공성

- 20

INTERVIEW

매력도시를 설계하는
건축가의 감각적인 시선, 조성익

- 24

ART & LIFE

여행 예능,
시대를 비추다

EXPLORATION



- 28

WORLD REPORT

예술가의 정원,
아름다움 속의 더 깊은 아름다움

- 32

K-CULTURE

뛰는 K콘텐츠,
나는 K크리에이터

- 36

SERENDIPITY

온라인 취미 구독,
일상 속 나를 리부트하다

- 38

OPENMIND

다정함, 연결이
필요한 시대의 언어

AJU



- 40

AJU INSIDE

환경, 안전, 기술로 여는 미래
브이샘

- 44

AJU FOCUS

아주산업 슈퍼 콘크리트
도시의 감도를 바꿀 UHPC

- 48

AJU NEWS

아주 소식을 전합니다

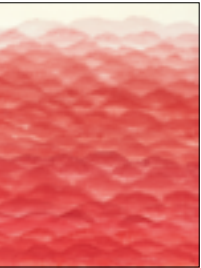
- 52

READER'S VIEW

독자 후기와 아주의 선물

회복의 힘, 혁신의 마음

예측하기 어려운 변화의 시대, 우리가 함께 나아가기 위해 필요한 두 가지 힘은 회복Resilience과 혁신Innovation입니다. 회복은 어려움 앞에서도 균형을 잃지 않고 다시 일어서는 힘이며, 불확실한 상황을 성장의 기회로 바꿔내는 긍정적이고 적극적인 마음가짐입니다. 이러한 마음은 개인의 성장을 넘어 조직 전체의 경쟁력을 단단하게 만들어 줍니다. 그러기 위해 우리는 열린 마음으로 다양성을 인정하고 포용하며, 함께 실행할 수 있는 환경을 만들어가야 합니다. 혁신은 새로운 가능성을 여는 열쇠입니다. 익숙한 방식을 넘어 창의적인 시도를 이어가야만 우리는 더 나은 미래를 만들어 갈 수 있습니다. 혁신은 크고 거대한 변화만을 뜻하지 않습니다. 작은 아이디어 하나, 새로운 시선 하나가 모여 조직의 큰 도약으로 이어집니다. 믿음을 가지고 우리가 함께 해낼 때 밝은 미래가 열릴 것입니다. 이번 호 <아주좋은날>은 ‘회복과 혁신’을 주제로, 어려움 속에서도 서로를 북돋우며 한 걸음 더 나아가는 우리의 이야기를 담았습니다. 독자 여러분께도 이 글들이 따뜻한 격려가 되어 함께 미래를 열어가길 에너지가 되기를 바랍니다.



Front Cover
Red Mountain, 2020
한지에 혼합 매체
174 x 138cm

Cover Artist
김민정 Kim Minjung (b. 1962)

김민정은 동아시아 서예와 수묵화의 전통을 토대로 현대 추상화의 언어를 확장해온 작가다. 그의 작업의 중심에는 언제나 한국의 전통 한지가 자리하며, 이는 수행의 장(場)으로 기능한다. 김민정은 한지를 태우고 겹겹이 쌓는 과정을 반복하며 불꽃이 그려낸 자연스러운 선을 통해 작품을 완성한다. 이러한 행위는 관람자에게 명상적 사유와 치유 의식을 환기시키며, 종이, 먹, 불이라는 가장 근원적인 재료를 통해 자연의 순환과 열정 그리고 인생무상을 탐구한다. 홍익대학교에서 동양화를 전공한 후 밀라노 브레라국립미술원Accademia di Belle Arti di Brera에서 수학하며 한지와 안료의 예측 불가한 효과에 주목한 김민정은 2000년대 이후 한지를 자르고 태우는 작업을 통해 전통 회화의 관습을 해체하고 재해석해왔다. 그의 작품은 테이트모던, 메트로폴리탄미술관, 대영박물관 등 세계 유수 미술관에 소장되어 있으며, 광주비엔날레와 타이베이비엔날레를 비롯한 국제 무대에서 꾸준히 조명되고 있다.

Courtesy of the artist & Gallery Hyundai

역사의 능선을 담은 미술관의 창 오아르미술관

2025년은 오아르미술관OAR Contemporary Art Museum을 비롯하여 서울시립 사진미술관, 강릉시립미술관 서울 등 주목할 만한 미술관 개관 소식이 연이었다. '고분 옆 미술관'으로 주목받은 오아르미술관은 올해 초에 문을 연 지상 2층, 지하 1층 규모의 복합 문화 공간으로, 경주 대릉원 고분군 공원 부지에 고분과 건축을 접목한 독창적 콘셉트로 자리하고 있다. 전면 유리창 너머로 3개의 고분 실루엣을 안으로 들여 미술관을 거니는 이들이 시시각각 경주의 고즈넉한 분위기를 감상할 수 있다. 오아르는 '오늘 만나는 아름다움 The Beauty You Encounter Today'을 뜻하며, 일상의 틈에서 예술이 작동하는 순간을 포착하고자 하는 의도를 담고 있다.

천년고도 경주가 갖는 역사적 정체성과 현대의 예술과 건축이 조화롭게 어우러지는 이곳은 경주 출신의 한 컬렉터가 20여 년간 수집한 약 600점의 미술 작품을 토대로 전시 콘텐츠를 꾸렸다. 설계는 건축가 유현준이 맡았으며,

1 | 2

- 1 오아르미술관 외관 전경
- 2 오아르미술관은 고분을 하나의 현대 미술처럼 바라보게 하는 공간으로 완성되었다.

고분과 현대미술관의 조화에 중점을 두었다. '능 뷰'를 즐기는 정면은 길이 30m에 달하는 11등분의 유리창이 병풍처럼 두른다. 쇠로 된 세로 프레임이 없는 구조라 바깥 풍경을 볼 때 시야가 방해받지 않는다. 이처럼 미술관의 각 공간에서 섬세하고도 감각적으로 경주를 경험할 수 있는데, 스테인리스 스틸을 적용한 카페의 거울 면으론 대릉원이 펼쳐지고, 대각선의 묘미를 살린 계단식 루프톱에선 대릉원과 황리단길 일대를 한눈에 조망할 수 있다. 전시실에 놓인 원형 의자는 작품이나 창밖 풍경 등 정해진 방향 없이 자유롭게 감상할 수 있게 해주어 마음이 넉넉해진다.

지난 4월 개관전으로 김문호 관장의 소장품을 엄선한 '오아르 컬렉션'전이 열렸다. 미국, 유럽, 일본 등에서 수집한 수십여 점의 현대 미술 작품으로 구성됐으며, '열린 미술관'이라는 미술관의 미션처럼 누구나 즐길 수 있는 팝 아트와 스트리트 아트 위주의 작품을 선보이며 큰 호응을 얻었다. 이후 일본 현대 미술가 에가미 에츠와 무라카미 다카시의 전시가 진행되었고, 현재는 미디어아트 듀오 문경원과 전준호 작가의 '팬텀 가든'(2026년 3월 31일까지) 전시가 열리고 있다. 이들은 현실과 비현실의 경계를 넘나들며 지구 환경 변화와 다양한 생명의 모습을 아름다운 영상미로 그려냈다. 전시 외에 아티스트 토크, 건축가와와의 대화, 세미나, 어린이 아트 워크숍 등 다양한 문화 교육 프로그램을 운영 중이며, 미술관을 찾는 이들을 대상으로 다채로운 콘텐츠를 운영하고 있다.

그야말로 미술 전시공간의 이상적인 형태라 할 수 있는 화이트 큐브의 진정한 의미가 경주의 역사적 배경에 녹아 있는 특별한 예술 여행을 즐길 이유가 생겼다.



© Jo Jiyoung



사진: 호암미술관 © The Easton Foundation/Licensed by SACK, Korea

자전적 예술의 힘

루이즈 부르주아의 세계

사진: 호암미술관 제공

이름난 예술가들의 생애를 들여다보면 으레 시련과 고난, 트라우마, 그리고 비참한 삶이 그림자처럼 따라온다. 거대한 청동 거미 조각을 ‘엄마Maman’라 명명한 루이즈 부르주아Louise Bourgeois(1911~2010) 역시 예외는 아니다.

프랑스 파리에서 태어난 그는 소르본대학Sorbonne Université에서 대수학과 기하학을 전공한 후 에콜 데 보자르École des Beaux-Arts에서 본격적으로 미술을 공부했다. 1949년 뉴욕 페리도 화랑Peridot Gallery에서 첫 개인 조각전을 열었고, 1982년 뉴욕 현대미술관MoMA에서 회고전을 연 최초의 여성 작가로 이름을 남겼다. 이어 1999년 베니스 비엔날레에서 황금사자상을 수상하며 세계적인 거장으로 자리매김했다.

1 | 2

- 1 루이즈 부르주아, ‘엄마Maman’, 1999
호암미술관에서 대규모 회고전 <루이즈 부르주아: 덧없고 영원한> (호암미술관, 2025.8.30-2026.1.4)이 열려 작가의 생애 전반을 아우르는 110여 점의 작품을 선보인다.
- 2 루이즈 부르주아, ‘꽃Les Fleurs’, 2009

PRISM ART

“

내가 추구하는 것은 이미지가 아니다.
개념도 아니다. 내가 되살리고 싶은 것은 감정이다.
갈망하고, 내어주고, 파괴하는 감정.

It’s not an image I am seeking. It’s not an idea.
It is an emotion you want to recreate, an emotion of
wanting, of giving, and of destroying.

”

그의 작품 세계에서 가장 두드러지는 주제는 어린 시절의 상처와 분노, 그리고 연민이다. 대표작 ‘엄마’는 오랫동안 직물 공예를 하던 어머니의 모습을 거미로 형상화한 것이다. 집을 지탱하는 가느다란 다리와 알을 품은 몸체는 어머니의 불안하면서도 헌신적인 내면을 상징한다. 위협적인 외형에도 불구하고 작품 속에는 생명에 대한 강력한 모성과 보호의 의지가 담겨 있다. 부르주아는 이 거미를 통해 “어머니는 보호자이자 창조자”라는 양가적 의미를 동시에 드러냈다.

‘엄마’에 사용된 청동 또한 단순한 조형 재료를 넘어 특별한 의미를 지닌다. 구겐하임 빌바오미술관에서 재료과학을 가르치는 데보라 가르시아 베요는 “작품의 재료는 의미가 숨겨진 암호”라고 말한다. 청동은 구리와 주석의 합금으로, 구하기 어렵고 귀했던 재료다. 부르주아는 이를 통해 모성의 귀함과 강인함을 은유적으로 표현했다. 뿐만 아니라 그는 대리석, 석고, 천과 같은 다양한 재료를 다루며 각각의 질감과 물성을 감정의 언어로 전환했다.

그가 활동하던 시기, 미국 미술계는 추상표현주의와 미니멀리즘이 주류였다. 작가의 감정을 드러내지 않거나 익명성을 중시하는 흐름 속에서 부르주아는 정반대의 길을 걸었다. 그는 자신의 삶을 주제로 삼아 가장 내밀한 감정을 직설적으로 작품에 담았다. 30여 년간 작업을 이어가면서도 개인전은 단 여덟 차례에 불과했지만, 그 긴 시간 동안 스튜디오에서 묵묵히 자신을 파고들며 창작을 이어갔다. 1982년 MoMA 회고전 당시 발표한 에세이에서 그는 “내 작품은 곧 내 삶의 자서전”이라고 고백하기도 했다.

그의 작업은 가족 관계, 욕망, 불안, 외로움 등 인간이 겪는 가장 본질적인 감정의 기록이었다. 설치미술은 물론 드

로잉, 판화, 조각, 손바느질한 천 조각까지, 매체와 기법에 제한이 없었다. 특히 출산과 육아의 경험을 바탕으로 한 연작에서는 임신한 여성의 몸을 천 조각으로 재현하거나, 출산 후 느낀 외로움과 결핍을 글과 자수로 남기며, 여성의 몸과 감정을 사회적·예술적 언어로 끌어올렸다. 반복되는 신체 형상, 사지의 분절, 구속과 해방을 상징하는 형태들은 그의 불안과 욕망을 시각화한 것이자, 여성의 경험을 보편적 주제로 확장한 시도였다.

부르주아의 예술은 단순히 고난을 드러내는 데서 멈추지 않는다. 그는 고통스러운 시간을 정직하게 직면했고, 이를 창조적 에너지로 변환해냈다. 그가 남긴 적나라한 형태와 날카로운 언어는 삶을 외면하지 않고 끝까지 응시한 한 인간의 용기였다. 루이즈 부르주아의 작업은 자기 고백적인 동시에 시대와 인류 보편의 이야기를 담는다.



Photo by Christopher Burke © The Easton Foundation/Licensed by SACK, Korea

비움의 미학, ‘달멍’에 빠지다



© Jo,jiyoung

추상화가 김환기는 달항아리에 대해 이렇게 말했다. “달항아리에는 조선 사람의 마음이 담겼다. 넉넉하고 고요하고, 비워냈지만 충만하다.” 그의 친구이자 국립중앙박물관장을 지낸 최순우가 1963년 신문 칼럼에서 ‘달항아리’라는 이름을 공식적으로 사용하면서, 이 항아리는 단순한 도자기를 넘어 한국미의 상징으로 자리 잡았다.

조선 후기 17~18세기 무렵 등장한 달항아리의 본래 명칭은 백자대호(白磁大壺)다. 이름처럼 큰 몸집을 지닌 이 항아리는 높이가 40cm를 웃돌며, 최대 지름과 높이는 거의 1:1 비율을 이룬다. 위낙 크고 둥글어 흙의 무게를 감당하기 어려워, 반구형 두 개를 따로 빚어 하나로 이어 붙이는 방식으로 제작됐다. 불가마에서 구울 때는 접합부가 비틀어지고 구부러지는 경우가 많아 완벽한 구형이 아닌, 살짝 일그러진 듯한 비대칭의 형태를 띤다. 그러나 바로 그 불균형과 비대칭이 달항아리의 매력이자, 한국적 자연미의 정수로 여겨진다.

현재 국립중앙박물관의 ‘분청사기·백자실’은 달항아리를 주제로 한 대표적인 공간으로, 관람객들의 발길이 끊이지 않는 인기 전시실이다. 특히 보물 제1437호 백자 달항아리가 전용 공간에 단독으로 놓여 있어, 흰 달처럼 고요히 앉아 있는 항아리 앞에 서면 누구나 넉넉한 위안을 느끼게 된다. 공간 안에는 감상용 의자가 마련되어 있는데, 관람객들은 자리에 앉아 달항아리를 오래도록 마주하며 달항아리에 빠져드는 몰입의 순간, ‘달멍’을 경험한다. 단순하면서



도 수더분한 곡선, 비워낸 듯 충만한 형태는 일상의 번잡함을 잠시 잊게 하고, 고요한 평화를 선사한다.

달항아리 뒤편에는 김수철의 ‘매화서옥도’, 전기의 ‘매화초옥도’, 이인문의 ‘눈 속에서 벗을 찾아가다’, 조희룡의 ‘붉은 매화와 흰 매화’ 등 달과 밤의 풍경을 담은 회화들이 미디어아트로 구현되어 전시되고 있다. 이 그림들과 함께 달항아리를 바라보면, 마치 자연과 예술, 전통과 현재가 하나로 이어지는 듯한 느낌을 준다.

한편, 이 전시실은 달항아리뿐 아니라 국보 제259호 ‘분청사기 구름·용무늬 항아리’를 비롯해 국보 6점과 보물 5점 등 400여 점의 유물을 함께 선보인다. 백자가 1,300°C 이상의 고온에서 구워낸 최고급 도자기라면, 분청사기는 회청색 흙 위에 백토를 입혀 다양한 기법으로 장식한 도자기로, 조선 전기에 독자적인 미감을 꽃피웠다. 이곳에서는 백자의 청아한 단정함과 분청사기의 자유분방한 조형미를 나란히 소개하고 있어, 한국 도자 문화의 흐름과 미학적 깊이를 한눈에 볼 수 있다.

달항아리의 말간 담박함은 단순히 과거의 미학에 머무르지 않는다. 절제되고 자연스러운 형태와 색은 오늘날 단색화वाद 맞닿아 있으며, 최소한의 시각 요소가 오히려 감상자에게 최대한의 상상과 여운을 남긴다. 바로 이 ‘비움의 미학’ 덕분에 달항아리는 오늘날에도 여전히 큰 울림을 준다. ‘분청사기·백자실’은 단순한 전시 공간을 넘어, 우리에게 위안을 주고 마음을 쉬게 하는 가장 사랑받는 명소가 되었다.

1 | 2

1 보물 제1437호 백자 달항아리와 미디어아트 작품이 결합해 새로운 감각을 선사한다.

2 백자의 단정함과 달리 자유와 생동감을 전하는 분청사기

아주 보통의 하루를 위하여

올해의 트렌드 키워드로 꼽힌 '아보하', 아주 보통의 하루는 그날을 마무리하며 확인하는 무탈함과 무사함에 대한 만족 아닐까. 지속되는 아보하 트렌드는 그만큼 평범하고 무탈하게 하루를 보내기 어렵다는 지금의 시대적 상황과 시점에 대한 암시나 다름없다.

한때 '플렉스', '호캉스'처럼 호사스럽고 특별한 경험을 인증하는 과시적 소비 기록이 SNS를 도배했다. 그러나 어느 틈엔가 피드를 채우는 건 평범한 일상의 행복에 집중하는 이미지다. 가족과 함께하는 정갈한 상차림, 뜨개질로 만든 무언가, 러닝 코스 혹은 주파 기록, 반려견과의 산책길, 이 같은 보통날의 소소한 하루 일상이 차곡차곡 쌓여 간다. 이를 자극적인 욕망을 쫓느라 지치고 피로한 현대인들이 평범한 생활에서 위안을 찾는 현상으로 보는 시각도 있다.



사회 변화는 너무나 빠르고, 인류는 팬데믹을 겪었으며, 이후 전쟁이나 금융 위기 등 불확실성의 시대에 대한 각성이 일었다. 자극적인 도파민 중심의 욕망 사회를 벗어나 '행복 호르몬'인 세로토닌 감성을 찾아 움직이기 시작했다. 실제로 인간의 뇌는 생존을 목표로 작동하는데, 시상하부가 위협을 감지하면 스트레스 호르몬인 코르티솔을 분비하고, 편도체에서는 정서적 위기를 과도하게 감지해 경계 모드에 돌입한다. 이때 외부 자극이 주어지면 편도체가 지속적으로 활성화되면서 뇌를 만성 스트레스 상태로 몰아넣는다. 자극은 최소화되고 감정의 평형을 보장받을 수 있는 아보하를 선택하는 일련의 과정은 생존하고자 중립 지대를 찾는 뇌의 선택인 셈이다.

남들에게 보이기 위함이 아닌, 지극히 사적인 즐거움을 추구하는 것이 아보하의 지향점이다. 소비는 물론 취미 분야에서도 이러한 가치의 선호가 불거진다. 전통차나 블렌딩 티를 즐기는 예약제 티룸이나 '티마카세'의 인기도 꾸준하다. 직접 키운 채소로 자신을 위해 요리하는 건 예사다. 2021년부터 3년간 아주에서 운영된 '아주 농부'는 텃밭을 제공받아 채소나 과일을 재배하고 수확했는데, 이러한 농사나 가드닝으로 얻는 즐거움과 기쁨 또한 아보하 때문일까?

아보하는 고자극에 치우친 욕망을 비우고 자기 자신에게 집중하며 본래의 상태로 돌아가려는 의지의 선언이자, 도파민 시대에 휴식과 돌봄을 갈구하는 뇌의 전략이라 할 수 있다. 잠자리에 누웠을 때 마음에 걸리는 것이 없는 안온함, 아주 보통의 것들로 겹겹이 포개진 평안한 하루는 비로소 아주 귀중한 삶을, 그 삶을 대하는 태도를 보다 단단하게, 건강하게, 또 행복하게 만든다.



기피에서 필수로: 미래 산업의 핵심, 공학

TECHNOLOGY

지금 한국의 무게추는 의대로 기울고, 공대에서는 멀어져 간다. 입시에서는 의약학 계열을 향한 쏠림이 두드러지고, 산업 현장에서는 이공계 인력 부족이 현실로 다가오고 있다. 그러나 세계는 정반대의 길을 걷고 있다. AI, 반도체 전쟁과 기술 패권 경쟁이 치열해지는 가운데, 각국은 앞다투어 공학 인재 확보에 국가의 명운을 걸고 있다. 반도체, 배터리, AI·미래 산업의 핵심은 여전히 공학이다. 국가 경쟁력을 지키고 기술 주도권을 확보하기 위해서는 공학 인재를 어떻게 길러낼 것인가가 가장 중요한 과제가 된다. 아직도 늦지 않았다. 그리고 지금 우리에게 필요한 질문은 분명하다. “왜, 지금 다시 공대를 주목해야 하는가!”

글. 엄재호

의대 열풍이 거세다. 사교육 시장에서 의대 진학을 목표로 유치원 반까지 운영한다고 한다. 부모는 그들이 대학에 다녔던 30년 전의 경험치로 30년 후 사회에서 활동하게 될 자식들을 자기 생각대로 만들어보려고 한다. 과연 AI 시대, 미래의 의사는 오늘날의 직업 의사와 같을까? 이 사회에서 의사들이 누리는 보상을 그대로 누릴 수 있을까? 아이가 유치원에 다니면서부터 치르는 엄청난 교육 노동의 대가로 성공하고 행복해질까?

VUCA 시대의 직업 선호도

요즘을 VUCA 시대라고 한다. 매우 빠르게 변하고Volatile, 어디로 갈지 불확실하고Uncertain, 다양한 요소가 복합적으로 작용하고Complex, 어떤 것이 어떤 것에 영향을 주는지 상호 관계가 모호하다Ambiguous는 의미의 영어 단어 첫 자를 따 VUCA 시대로 부른다. 반도체 시장만 해도 몇 해 전에는 한 해에 수 조 원의 적자를 내던 회사가 지금은 분기당 수십 조 원 가까운 흑자를 낸다. 하지만 이런 현상도 언제 바뀔지 모른다. 기술 시장이 급변하고 있기 때문이다.

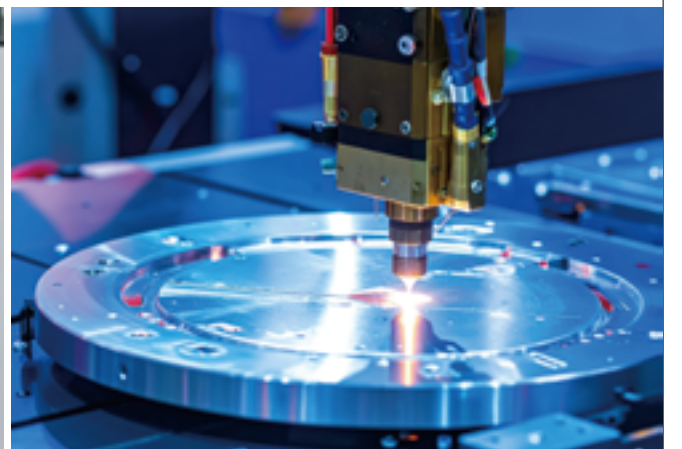
수학) 출신 졸업자를 배출한다. 인도 270만 명, 미국 160만 명에 비해 월등히 앞서 있다. 매년 이공계 졸업생이 15만 명 정도인 우리나라는 앞으로 첨단 기술로 국가 경쟁이 좌우되는 시대에 국가 경쟁력의 심각한 위기를 맞을 수 있다. AI 시대에 필요한 능력은 특정 전문 분야에 대한 지식이 아니라 복잡한 문제에 관한 해결 능력이다. 코딩이나 프로그래밍 같은 전문 지식은 물론이고 단순 반복 업무는 AI가 인간보다 훨씬 더 잘할 수 있다. 수학과 공학을 바탕으로 문제 해결 능력을 갖춘 다음 인문학적 상상력을 통해 복잡한 문제를 지혜롭게 풀어내는 인재다운 역량이 필요하다. AI는 실제적인 인적 요소나 감정을 대신해 줄 수 없기에, 단순 반복 업무를 뛰어넘는 역량을 갖춘 인재가 필요하다. 의사 직업을 예로 들면 AI를 활용해 진단의 질을 높이거나, 환자 중심의 서비스 기능이 강조될 것이다.

미래에는 특정한 세부 전문성에 올인하는 것보다 지식의 융합 능력과 빠른 변화에 적응하는 유연성flexibility이 무엇보다 중요하다. 한때 자조론까지 등장했던 인문, 사회, 예술 등 AI보다 인간이 더 잘하는 통합적 인문학으로 대접받는 인재의 시대가 도래할 것이다. AI의 한계를 넘어 인간의 상상력에 바탕을 둔 융합적 문제 해결 능력이 각광받을 것이다. 지금 인기 있는 전공이라고 해서 미래에도 그만한 인기가 있을 것으로 기대할 수 있을까? 더 빠르게 바뀔 미래에서 전공 분야나 전문 지식보다 중요한 것은 창의적으로 문제를 풀어내는 디자인 능력이다.

염재호는 2023년부터 국내 최초의 AI 대학인 태재대학교 초대 총장으로 있으며, 대통령 직속 과학기술정책위원회 의원 등 다수의 정부 직책을 역임했다. SK 이사회 의장, AI 전향고위험의회의 위원장으로도 활동 중이다.

1 | 2 3

- 1 베이징 AI 로봇 박람회, 뜨거운 공학 열기로 미래를 설계하는 중국
- 2,3 반도체, 에너지 기술, 미래 모빌리티 등 공학 분야는 대한민국의 내일을 설계하는 힘이 된다.



자유롭다. 시간 활용 면에서도 자유로워 인기 분야였다. 2017~2021년 전공의 지원 분야 중 정형외과, 피부과, 성형외과와 함께 영상의학과는 평균 157.2%의 지원율로 최상위에 속했다. 산부인과, 소아청소년과는 30% 정도의 지원율로 하위에 머물렀다.

하지만 2025년에는 달라졌다. 산부인과와 함께 영상의학과 전공의 확보율은 5.7%로 최하위다. AI 시대를 맞아 기존의 아날로그식 영상 자료 분석이 IBM Watson 같은 디지털 AI 분석을 이길 수 없게 된 까닭이다.

AI 시대에 필요한 건 전문 지식보다

해결 능력과 유연성

도전하고 혁신하는 사람은 성공할 수 있다. 대만 출신 쟁선황의 '엔비디아'는 우리나라 GDP의 두 배가 넘는 시가총액 4.46조 달러를 돌파했다. 시총 상위 순으로, 3.88조 달러 '마이크로 소프트'의 빌 게이츠, 3.4조 달러 '애플'의 스티브 잡스와 팀 쿡, 2.4조 달러 '구글'의 래리 페이지와 세르게이 브린, 2.4조 '아마존'의 제프 베이조스까지, 모두 컴퓨터 공학 등을 전공한 공대 출신이다. 미래를 내다보고 공학적 마인드로 문제를 해결해내는 인재가 세상을 바꾼다. 이들은 불과 30여 년 만에 세계 최고의 기업을 일궈냈다.

미국 스탠퍼드 대학의 한 학년 정원이 1,700명 정도인데, 컴퓨터공학을 전공하는 학부생은 지난 20년간 100명에서 800명으로 8배 늘었다. AI와 로봇 첨단 기술에서 비약적으로 발전한 중국은 40% 이상의 대학생이 이공계 전공을 선택하고, 매년 약 470만 명의 STEM(과학·기술·공학·

ENGINEERING



부모는 30년이나 더 남은 자식의 미래를 위한다는 이유로 아이를 몰아치지만, 미래의 바뀌는 속도가 점차 가속화되고 있기 때문에 그들의 투자가 성공하리라는 보장은 없다. 우리의 예측이 얼마나 비껴가는지는 최근 20, 30년 사이의 경험만 봐도 알 수 있다.

20여 년 전 한의대 열풍이 불 때 한의대는 의대보다 높은 경쟁률을 보였다. 이후 정관장, 비아그라 등 대체 의약품이 나오고 중국산 한약재에 대한 불신이 커지면서 한약시장 붕괴와 함께 한의대 진학 열기는 빠르게 식었다. IMF 이후 교사가 인기 직업이 되어, 교대 진학 열풍이 거세졌다. 그러나 저출생과 교육 현장의 교권 침해 등으로 이제 교대에는 정원을 겨우 넘기는 정도만이 지원한다. 공무원 시험도 최근 지원자가 반 토막이 났다.

의료 시스템이 변하면 의사의 보상 체계가 언제 어떻게 바뀔지 모른다. 영국이나 북유럽처럼 사회주의 의료 체계에서는 의사의 금전적 보상이 여느 직장인보다 결코 높지 않다. 이들 국가에서 의사는 늘 존경받는 직업이지만, 다른 이의 병을 고쳐주는 헌신 때문이지 금전적 보상이 이유는 아니다. 의사가 되기 위해 오랜 기간 수련받아야 하고 힘든

교육 과정을 거쳐야 전문의가 된다. 이런 수련은 의사로 사망감과 박애 정신이 없으면 불가능하다. 만약 AI 의료와 함께 우리나라 의료 시스템이 보편적 의료 서비스 중심으로 바뀌면 금전적 보상과 안정성만 추구하던 의사에 대한 선호도는 빠르게 변할 것이다.

미국 최고의 심장병 의사이자 의학 연구자인 에릭 토폴Eric Topol 교수의 저서 <창진기가 사라진다The Creative Destruction of Medicine>, <창진기가 사라진 이후The Patient Will See You Now>, <딥메디슨Deep Medicine> 등을 보면 미래 의료가 얼마나 빨리 변화하게 될지 보인다. 이제는 환자들도 다른 곳에서 쉽게 의료 정보를 얻을 수 있기 때문에 그동안 의료 정보를 독점해왔던 의사를 오히려 환자가 판단할 것이라고 한다. 원격 의료가 보편화되고 AI로 진단하고 로봇이 수술하게 되면 의사의 역할은 빠르게 변하게 될 것이다.

올해 전공의 지원 사례만 보아도 그렇다. 전공의 지원 분야에서 가장 인기 있는 곳 중 하나는 영상학과였다. MRI나 CT 등으로 촬영한 영상 자료를 분석해 병을 진단하는 전공 분야다. 영상학과 교수는 수술 등 응급 상황이 없고, 의료 사고에 대한 책임 등에서 비교적



노들섬 소리풍경, 21세기 서울의 도전과 문화의 유기적 공공성

노들섬이 전시·공연·휴식이 어우러진 복합 문화 공간으로 변모하는 중이다. 세계적인 건축가 토마스 헤더윅(Thomas Heatherwick)이 설계한 '소리풍경'의 공개된 예산 규모는 총 3,704억 원에 이른다. 기존 건축물을 최대한 보존하며 생태 복원을 목표로 한 자연 친화적 공간은 미래의 서울에 어떤 변화를 가져 올까?

글. 김정후 사진. 서울시



문화예술섬의 진화

도시 재생은 20세기 후반부터 쇠퇴를 개선하는 수단으로 각광받아 왔으며, 오늘날에는 전 세계 주요 도시들이 경쟁적으로 추진하는 핵심 과제가 되었다. 이는 단순히 낡은 지역 환경을 정비하는 차원을 넘어 도시의 정체성을 혁신하고 친환경화해 공익에 기여하는 전략으로 자리 잡았다. 이러한 흐름 속에서 2024년 5월 서울에서 진행된 '노들 글로벌 예술섬 국제지명설계공모'는 우리나라 도시 재생에 중요한 의미를 지닌다. 단순한 디자인 제안에 그치지 않고, 서울의 도시 재생이 나아가야 할 방향을 제시해 도시 정체성을 형성해가는 혁신적 과정이기 때문이다.

노들섬이 특별히 주목받는 이유는 세 가지다. 첫째, 독특한 입지 조건이다. 서울 한강의 중심부, 용산구 이촌동과 동작구 노량진을 연결하는 한강대교 한가운데 자리한 노들섬은 그 자체로 강한 상징성을 지닌다. 둘째, 공간의 재탄생이다. 오랫동안 방치되었던 노들섬은 우여곡절 끝에 2019년 '문화예술섬'으로 조성돼 시민을 위한 공공 공간으로 돌아왔다. 수십 년간 잊혀진 장소가 문화·예술을 매개로 새로운 기능을 얻은 것은 단순한 활용을 넘어 패러다임의 전환을 의미한다. 셋째, 국제적 관심이다. 이번 공모에서 세계적으로 주목받는 건축가 토머스 헤더워의 안이 최종 선정되면서 서울의 도시 재생이 K컬처와 함께 글로벌 무대에서 관심을 끄는 계기가 되었다.

토머스 헤더워는 종종 '21세기 레오나르도 다빈치'라는 화려한 수식어와 함께 소개된다. 그는 상하이 엑스포 영국관(2010), 런던 올림픽 성화대(2012), 구글 신사옥(2017), 뉴욕 베슬(2019), 아자부다이 힐스 가든 플라자(2023) 등 유수의 프로젝트를 통해 국제적 명성을 쌓았다. 대표작들을 종합해보면 그의 건축 세계는 조형성, 공공성, 지속가능성이라는 세 가지 키워드로 요약된다. 그는 첨단 기술과 혁신적 재료를 적극적으로 활용해 압도적 형태와 공간을 창조하는 동시에 공공성과 친환경 개념을 정교하게 결합해 자신만의 독보적인 건축 세계를 구축해왔다. 특히 헤더워 건축의 특징은 '경험'을 중시하는 것이다. 그의 건축은 단순한 시각적 감상에만 머무르지 않고, 고도의 기술과 장인 정신을 융합해 사용자가 직접 체험하고 몰입할 수 있는 장소를 창출한다.

토머스 헤더워가 노들섬에 제안한 '소리풍경Sound-scapes'은 그의 기존 작업에 비해 한층 흥미로운 도전으로 보인다. 서울의 역사적·도시적·문화적 맥락을 깊이 이해하려 노력했으며, 도시 재생의 관점에서 노들섬이 지닌 건축적·공간적 장소성을 존중하면서 고유의 개념을 살려 문화·예술적 정체성을 강화한다. 이러한 접근은 곧 도시·건축·기술·디자인을 아우르며 지속 가능성을 구현하려는 그의 건축 철학을 선명하게 드러낸다.

소리풍경이 창조할 서울의 미래

2019년 노들섬이 문화예술섬으로 조성되었을 때 이미 음악이 핵심 개념으로 접목되었다. 이는 음악을 매개로 시민들이 한가롭게 휴식하고 교류할 수 있는 문화예술 플랫폼을 구축하는데 초점을 맞춘 것이었다. 이러한 배경 위에서 헤더워의 새로운 제안은 기존 노들섬의 정체성을 한층 확장한다. 그가 제시한 소리풍경은 음악의 개념을 단순한 프로그램 차원에 머무르지 않고, 전체적인 형태와 공간을 조직하는 디자인 개념으로 승화시킨다. 그는 한편으로 노들섬 곳곳에 자연과 어우러져 음악을 즐길 수 있는 다양한 공간을 배치하는 동시에 다른 한편으로 음악처럼 흐르는 유연한 건축적 풍경을 제시했다.

“토마스 헤더워 건축의 특징은 ‘경험’을 중시하는 것이다. 그의 건축은 단순한 시각적 감상에만 머무르지 않고, 고도의 기술과 장인 정신을 융합해 사용자가 직접 체험하고 몰입할 수 있는 장소를 창출한다.”



“스카이워크 캐노피는 파격적이고 실험적인 형태임에도 불구하고 가볍고 날렵한 실루엣 덕분에 노들섬과 주변 경관을 압도하지 않는다. 오히려 노들섬을 감싸안듯 조화를 이루며 랜드마크의 새로운 가능성을 제시한다. 공존과 균형 속에서 장소성을 강화하는 전략이다.”

소리풍경을 구현하는 핵심 개념은 '스카이워크 캐노피 Skywalk Canopy'다. 이는 다양한 높이의 기둥을 세우고 그 위에 물결치듯 흐르는 꽃잎 형상의 정원을 조성한 뒤 이를 공중 보행로로 유기적으로 연결하는 창의적 장치다. 스카이워크 캐노피는 전통적 건축 구조의 틀을 넘어 풍경, 조형, 보행을 결합한 하이브리드적 공간을 창조한다. 이 구조물은 조형적 제스처에 머무르지 않고 건축과 조경, 공공성과 예술성을 극적으로 통합한다는 점에서 탁월하다. 동시에 도시에 들어선 친환경 산책로이자, 전망대이며, 건축적 지붕의 역할까지 수행하는 다층적 기능을 담고 있다. 이러한 설계는 곧 헤더워 특유의 상상력과 실험성이 집약된 결과라 할 수 있다.

나아가 스카이워크 캐노피는 노들섬 곳곳에서 자연스럽게 풍경을 감상하고 휴식할 수 있는 공간 경험을 제공한다. 이를 통해 사용자의 걷는 행위 자체가 미학적 체험으로 전환하며 도시적 맥락에서 보행과 체험을 하나로 통합한다. 결국 소리풍경의 본질은 음악처럼 흐르는 공간을 구현하는 데 있으며, 스카이워크 캐노피는 그 개념을 가장 집약적으로 드러내는 건축적 장치라 할 수 있다.

한편, 북쪽 다리 아래에 조성되는 보행로와 자전거도로, 그리고 남쪽 교각 사이에 배치되는 산책로는 노들섬을 더는 고립된 섬으로 존재하지 않게 만드는 핵심이다. 이러한 연결을 통해 노들섬을 강남과 강북을 잇는 도시적 보행 허브로 전환하는 동시에 기존 도시 맥락에서 찾아보기 어려운 매력적인 '어반 하이킹Urban hiking' 코스를 창조한다. 이는 단지 이동 수단을 넘어 도시 경관과 보행 경험을 재구성해 모두가 즐기며 웰빙을 창조하는 실험적 공간 전략이다.

서울은 오랫동안 개발의 최전선에 서 있었다. 눈부신 양적 성장에도 불구하고 여전히 질적 측면에서 한계를 드러냈다. 2027년 완공을 목표로 하는 소리풍경은 이러한 맥락 속에서 시민들에게 바람직한 도시의 미래를 성찰할 기회를 제공할 것이다. 뿐만 아니라, 단절된 도시를 연결하고, 공공성을 재구성해, 친환경의 가치를 공유하고, 나아가 문화예술적 라이프스타일을 일상에서 향유하는 가능성을 열어줄 것이다.

노들 글로벌 예술섬
국제지명설계공모에 당선된
헤더워 스튜디오와 간삼건축총합
건축사사무소의 '소리풍경'

김정후는 건축가이자 도시사회학자로, 런던시티대학에서 연구·강의와 더불어 JHK 도시건축정책연구소(UURL)를 운영 중이다. 서울시와 지방자치단체 도시·건축·디자인 정책과 프로젝트를 자문했고, 펴낸 책으로는 〈발전소는 어떻게 미술관이 되었는가〉, 〈런던에서 만난 도시의 미래〉, 〈유럽의 발견〉, 〈유럽건축 뒤집어보기〉 등이 있다. 도시학, 사회학, 지리학, 경제학을 넘나들며 도시와 건축의 본질을 탐구한다.



매력도시를 설계하는 건축가의 감각적인 시선 조성익

Photo by Jo Jiyoung

2020년 6월 서울 종로구 송인동에 ‘맹그로브 송인’이 문을 열었다. ‘짧지만 잦은 스침’을 지향하는 시대의 흐름과 1인 청년 가구의 요구를 접목한 ‘공유 주거 하우스’ 모델을 제시해 건축계 안팎에 깊은 인상을 남겼다. TRU 건축사사무소가 설계를 맡았으며, 2021년에는 한국건축문화대상 대통령상을 수상했다. 그 무렵 건축가이자 홍익대학교 건축도시대학 교수 조성익은 한 강연에서 “혼자의 시대는 가고 린(隣, 이웃)의 시대가 도래”할 것으로 전망했다.

맹그로브 송인은 먼저 한국건축문화대상으로, 또한 사후 관리 개념으로 이뤄진 ‘거주 후 평가(Post Occupancy Evaluation)’로 화제를 모았습니다. 건축 시장에서 으레 생략되는 평가 과정을 시행했던 특별한 이유가 있나요?

거주 후 평가는 1960년대 개발된 일종의 모니터링입니다. 미국의 한 사립학교에서 기숙사를 지을 때 건축가가 라운지 홀을 기획하면서 사용자들이 머무는 곳에 그치지 않고 친해지는 계기가 될 거라고 했어요. 더 좋은 기숙사를 만들자고 건축주를 설득했던 거죠. 막상 완성 후엔 홀이 텅텅 비었고, 기숙사 아이들은 계단 아래 모여 시간을 보냈어요. 그 후 현장에서 사람들을 관찰해 보았지요. 우리나라 아파트를 예로 들면, 완공과 분양을 거쳐 누군가의 소유가 되다 보니 내부에서 어디를 많이 이용하는지, 정원에선 어디에 주로 앉는지, 실사용자에 근거한 데이터를 수집하거나 분석하기가 힘들죠. 방법론이 없었다기보다 거주나 투입 비용 등 현실적인 이유로 거주 후 평가가 정착되기 어려웠어요.

맹그로브 송인은 청년 사례자를 선정해 일정 기간 머물면서 사례자를 포함한 거주자가 장소를 이용하는 빈도나 방법, 라이프스타일 등에 대한 데이터를 수집했지요. 거주 후 평가를 통해 설계하면서 각 공간의 쓰임에 대해 예측했던 결과를 확인하고 싶었어요. 과연 ‘청년 거주자가 설계 때 예상한 대로 움직일 거라고 보는 나의 근거는 무엇인가’ 그걸 확인하고 싶었어요.

맹그로브 설계 당시 예측했던 공간의 쓰임이 실제 구현된 것을 확인했을 때 기쁘셨겠어요.

그렇지요. 그곳은 24실로 룸이 적은 편인 데다가 공유 공간이라 화장실을 같이 써야 해요. 도면을 본 사람들이 불편해서 못 살 것 같다고도 했어요. 그런데 사용자들은 아무 문제 없고 살만하고 괜찮다고 해요. 지금도 공실이 거의 없고, 대기가 있어요.

사람들이 공유 주택을 받아들일 수 있다는 첫 번째 증명은 확인된 셈이죠. 한편 길에 벤치를 놔는데, 정작 사람들이 앉지 않더군요. 설계할 땐 그들만의 바운더리가 되지 않기를 바랐어요. 구멍가게나 세탁소 사장님하고 인사 나누고 자전거 타고 다니는 풍경. 그렇게 집이 확장돼서 동네의 하나로 스며드는 걸 그렸어요. 20대가 사는 집이잖아요. 다양한 사람과 어울릴 수 있는 장소와 시간이 주어진다는 게 얼마나 귀중해요. 한 사람이 사회를 이해하고 폭넓게 볼 수 있다면 이익이죠. 공유 주택이나 지역을 경험하고서 사업, 창업 아이디어를 얻을지 또 아니요? 1층에는 쌀밥과 된장국, 매일 바뀌는 반찬이 나오는 밥집, 동네의 커넥터가 될 저녁의 바bar를 기대했지만, 운영하지 못해 아쉬움이 남습니다.

맹그로브 작업 경험으로 생각의 변화가 있었나요?

‘린(隣)’, 이웃에 대한 것입니다. 구체적으로 ‘중거리 관계’를 생각하게 됐습니다. 주목하고 있는 현상 중 하나는 ‘러닝 클럽’이에요. 지금의 세 세대는 같이 뛰는 문화를 만들어냈어요. 먼 곳이 아닌 동네, 자신의 지역에서 뛸니다. 또 서로의 건전한 상승 작용 기반으로 활동해요. 달리는 방법을 배우고 공유하면서 서로가 성장할 동기를 얻어요. 끈적거리지 않는 관계를 지향해요. 전에 없던 새로운 모임 형태, 린의 형태가 속속 등장하고 있어요. 과거엔 누구 집에 밥 손가락이 몇 개 하는 걸 마을 사람들이 다 알았어요. 밀접한 근거리 관계가 이웃을 뜻했다면, 시대가 바뀐 요즘은 새 유형이 나타나고 있어요. 저는 이걸 끈적거리지 않는 중거리 관계라고 봐요. 이름을 모르지만 얼굴은 아는 관계, 느슨하게 연결된 관계. 앞으로 우리가 중거리 관계를 얼마나 맺고 있는지가 개인 행복도에 영향을 미치는 잣대가 될 거예요. 퇴근하면서 집에서 그리 멀지 않은 바에 들리고, 과묵한 바텐더가 종종 방문하는 제 입맛에 맞게 술을 타주고, 취하지 않은 채 한

잔 마시면서 올해 야구 시즌 우승팀 누가 될까 하는 이야기도 나뉘요. 그렇게 한두 마디쯤 나누고 집에 가서 자는 거죠. 도시에서 좀 더 보고 싶은 장면이에요. 느슨함을 기반으로 하는 중거리 관계에 대한 욕구가 드러나고 있어요. 저녁에 동네를 달리는 몇 사람들의 러닝 클럽, 주말에 카페 옆자리에 모인 독서 토론회, 주변에서 어렵지 않게 보고 있죠.

“생각이나 감정의 전환을 가져다주는 공간을 찾아놓으세요.”

지난해, 스케치와 기록을 모아 건축가 30년 소회를 담은 <건축가의 공간 일기>를 펴냈는데, 영감의 노트나 다름 없었어요.

아마 1994년부터 썼을 거예요. 대학교 1~2학년 때 한 선배가 건축가라면 스케치북을 갖고 다니면서 아이디어가 떠오르거나 좋은 공간을 봤을 때 기록하는 것이 좋다고 했어요. 그때부터 스케치북에 뭔가 그렸어요. 그 습관이 오늘까지 계속되고 있죠. 예전 일기 보면 실연당한 일부터 수업 내용, 20대에 가졌던 사회에 대한 고민 등 건축에 대한 것뿐 아니라 온갖 이야기가 남아 있어요. 케이스 스터디를 통해 가졌던 생각을 돌아보는 거죠. 모로코 여행 기록에는 ‘더블 도어’라고 하는 이중 도어 스케치가 있어요. 왕이 지나갈 때, 신하가 지나갈 때 큰 문, 작은 문을 구분해서 열었대요. 언젠가 프로젝트를 설계할 때 더블 도어를 시도해보려고요. 파티할 때 큰 문 열고, 평소에는 작은 문을 여는 식으로 할 수 있겠죠. 현지의 레시피, 식재료 일러스트를 보면서 요리하곤 해요. 이런 기록으로 일종의 ‘기억의 서랍’이 많아지는 거죠. 바닥 패턴을 궁리하면서 여행지에서 봤던 곳을 떠올려 디



자인할 수 있고요. 저에게 디자인은 창의적인 작업이기도 하지만, 경험, 특히 공간에 기대서 구체화하는 거예요. 기억의 서랍이 많으면 많을수록 유리해요. 아름다웠던 조명이 있던 거기는 어디였지? 책이 잘 읽혔던 창가 자리는 어떻게 생겼더라? 기억의 서랍에 넣어놓고 다시 꺼내봐요. 제 그림이 만화풍이라 공간과 사람의 행동, 감정까지 한 묶음으로 보관할 수 있어요. 공간 작업에서 디자인으로 꺼낼 수 있는 저의 레시피입니다.

교수님에게 ‘인생공간’은 어떤 의미인가요?

‘인생영화’는 재미있다는 차원을 넘어서 영화 보기 전과 후의 나로 얘기할 만큼 강렬한 작품에 붙이잖아요. 가치관이 바뀌었다거나 생각을 변화시킨 계기가 될 때 인생영화, 인생음악, 인생맛집이라고 해요. 그 정도는 돼야 ‘인생’을 붙일 수 있어요. 인생공간은 어떨까요? 공간에 들어올 때 나와 나올 때 내가 달라져야 그렇게 부를 수 있는 거예요. 공간에 대한 관심이 커지면서 인생공간에 대한 열망도 커졌는데요. 옷이나 액세서리, 차 등으로 자신을 증명했다면 이제는 어떤 공간에 나를 두는지를 통해서도 얘기할 수 있어요. 누군가의 공간을 보면 그를 알 수 있다는 인식이 보편화된 게 그리 오랜 일이 아니에요. 공간 속 자신을 전시하기 급급한 경우를 두고 SNS의 패헤로 보는 일부 시작이 있지만, 꼭 나쁘지 않다고 봐요. 문화가 자리 잡는 초기 단계이기도 하니까.

건축 명작을 보기 위해 여행을 떠나는 것 외에 집이나 일터 근처에서 인생공간을 찾을 방법, 전문가가 알려주는 ‘공간 감상법’이 있다면요?

뉴욕에서 직장 생활하면서 속상하고 지치는 일이 있을 때 회사 앞 트리니티교회에 가서 5분간 ‘땡땡이’를 부렸어요. 그리고 나면 전보다 나아지는 경험을 했고요. 사람들로 북적이는 관광지 로마 알던 교회는 오후 3시 아름답게 빛이 들어오는 고요한 곳이었어요. 잠깐 쉬면서 생각을 정리하고 회사로 돌아갔는데, 분노했던 게 하찮게 여겨지더군요. 우리 주변에는 낮에는 문을 열어 놓고, 입장료가 없으며, 누가 들어와도 반겨주는 성당이 있어요. 사무실 근처, 반경 5분 내 성당이 있는지 찾아보세요. 의외로 명작 성당은 가까이에 있으니 점심시간에 가보는 거죠. 여행으로 찾아가는 명작 인생공간이 있고, 일상 인생공간이 있는 거예요. 영화를 떠올려보세요. 사람들은 전체 내용보다 명장면이나 극적인 대사 한 마디로 영화를 기억해요. 소위 디테일이라고 하는 부분을 자세히 보세요. ‘공간이 아늑하다’고 할 때 거기 놓인 오브제, 걸린 그림처럼 호기심을 자극하는 무언가에 집중하는 거예요. 공간 감상의 첫 단계는 전체가 아닌 부분이나 요소를 발견하기, 눈길 끄는 한 가지에 주목하기, 내 방식으로 모사하기. 바로 ‘경험의 언어화’입니다.

‘매력도시연구소’를 설립해 마음을 끄는 지역과 사람을 발굴, 연구해오고 있어요. 지역 소멸을 우려하는 오늘날 ‘매력도시’의 요건은 무엇이고, 어떤 역할을 할 수 있을까요?

먼저, 서울을 따라하는 걸 버려야 해요. 그리고 지역이 가진 것에서 매력을, 캐릭터를 찾아야 합니다. ‘밭 밑의 보물’을 찾는 거죠. 일례로 대전의 ‘노잼 도시’가 있어요. 지금의 젊은 세대에게 그런 캐릭터는 놀이, 즐길 거리가 돼요. 유바리의 경우는 일본에서 처음으로 망했던 도시예요. 실제로 파산했죠. 도시가 다시 관광객을 끌어들이는 방법은 ‘불쌍한 도시’를 캐치프레이즈로 내세운 거였어요. 우리 불쌍해, 망했어, 이렇게 외치자 사람들이 주목하기 시작했어요. 보잘것없이 비치더라도 매력, 캐릭터가 될 수 있어요. 그건 새로 만드는 게 아니에요. 그러니 갖고 있는 것의 목록을 만들 것, 그리고 밭 밑의 보물을 찾는 것. 지역의 캐릭터가 자원이 되는 까닭은 지역에 갈 이유가 되니까요. ‘빵지순례’가 여행의 방식, 유형이 됐어요. 서울에는 단팥빵 가게가 없어서 대전 성심당을 가는 게 아니잖아요. 이제는 지역의 캐릭터에 의해 지역이 좌우될 거예요. 캐릭터란 모든 조건을 갖추었거나 빼어난 게 아니에요. 다른 곳에서 경험할 수 없는 독특함, 어쩌면 취약성일 수 있어요. 절대적인 조건 말고, 타고난 매력을 논하는 시대는 매력도시에 관한 저의 오랜 비전이었어요.

“일상에서 잠깐이나마 위로받는 일상의 명작 공간, 일상 속 인생공간을 찾았거나 알고 있다는 건 그만큼 회복능력을 보유했다는 의미가 돼요.”

1인 가구 1000만 시대, 건축계에는 어떤 변화가 일어날까요?

얼마 전 한 여행객이 식당에서 1인분을 주문하면서 겪은 일이 뉴스에 났어요. 아마 모두 공감할 거예요. 1인분을 파는 게 왜 절대 불가능한가요? 이제 사회 전 분야에 걸쳐 개인의 개념을 재고하게 될 거예요. ‘1코노미’를 돈벌이의 대상으로만 알았다



1 | 2
3

1 조성익 교수가 운영하는 TRU 건축사사무소의 모형 작품들

2,3 조성익 교수가 1994년부터 기록해온 공간 일기는 그에게 기억의 서랍과 같다. 작업실 책장 가득 꽂혀 있는 스케치북들

면 앞으론 달라질 거예요. 1인 가구 시대를 정확하게 짚어낸 말로 ‘코-디비주얼’이 있죠. 함께(Co)와 개인(Individual)의 합성이 인데, 개인의 개성은 극단까지 치달으면서 한 사람, 한 사람이 재미있고 즐겁고 독특한 사람으로 존재하는 것을 의미해요. 앞으로 우리가 바라봐야 할 지점일 거예요. 이런 신인류가 등장하고 있고, 그들을 위한 공간 역시 생겨나야 하는 거죠. 예를 들면,라운지 공간을 설계할 때 선택형으로 제한할 수 있어요. 사용자가 그날의 기분 따라 장소와 용도를 선택하고, 1인석과 다인석이 공존하지만 1인석이 사람들과 영 분리된 채가 아니라, 거창하게 마음먹지 않고도 슬쩍 옆 사람 이야기 들으면서 대화에 끼 수 있도록 요소를 더하는 거죠. 모르는 이와 나란히 앉을 수 있고 대화할 수 있지만 보이지 않는 선이 있는 술집의 바 좌석처럼요. 시대의 흐름과 라이프스타일에 맞춘 공간 설계는 건축가에게 도전이죠. 해보고 싶은 일이고요.

앞으로의 계획에 대해 들려주세요.

AI 시대가 되면서 논리와 이성을 담당할 것들이 생겨났어요. 몸 밖에 뇌가 생겼고 몸 밖에 신체가 생겼죠. 이성적이고 합리적인 사고는 AI가 누구보다 빨리, 잘할 거예요. 그럼 우리가 해야 할 일은 뭘까요? 더 감각적인 일을 인간이 해야 한다고 봐요. 이를테면 비논리적이고 비이성적이고 비합리적인 일인데요. 저는 학교에 있으니 어떻게 감각적인 것에 대해 교육할까, 하는 것에 관심을 갖고 있어요. 방법론은 지금 만들고 있고요. 학생들이 과제를 한다면 AI를 쓰지 말라고 하기보다 쓸 거면 철저하게 쓰라고 합니다. 최신의 것으로 활용하라고요. 저도 그랬거든요. 예전에 컴퓨터로 설계 도면 그린다고 하면 비웃는 이들이 있었어요. 지금 그들은 어디 있을까요? 기술은 일종의 공기에요. 같이 있다 보면 존재를 의식하지 않게 돼요. 인간이 할 수 있는 비이성적이고 감각적인 일에 관한 실험, 시행착오를 즐겨볼 겁니다.

조성익은 홍익대 건축도시대학 교수, TRU 건축사사무소의 대표다. 서울대학교, 미국 예일대학교 졸업 후 뉴욕 SOM에서 건축가로 활동했다. 도시 주거의 대안이자 1인 가구를 위한 코리빙 하우스 ‘맹그로브 숭인’ 프로젝트로 2021년 한국건축문화대상을 수상했다. 건축을 통해 도시의 매력을 발견하는 일을 목표로 매력도시연구소 설립, 연구 등을 이어오고 있다. 지은 책으로 <건축가의 공간 일기>, <혼자 사는 사람들을 위한 주거 실험> 등이 있다.

여행 예능, 시대를 비추다



한국 여행 예능은 단순한 관광지, 특산물 소개 방식을 벗어나, 시대에 따라 끊임없이 진화해왔다. <1박 2일>, <패밀리가 떴다>와 같은 리얼 버라이어티 형식의 초창기 여행 예능부터 배우 중심 힐링 예능 '꽃보다 시리즈', OTT와 유튜브 스타일의 무계획·현지 체험형 콘텐츠까지. 여행 예능은 끊임없이 변화하고 있다.

글. 복길 일러스트. 강태이

부산을 가는데 비행기를 탄다고?

고향이 부산인 J는 내게서 '아니'라는 대답이 나오기를 바라듯 몇 번이고 그 질문을 반복했다. "그깟 부산을 가는데 비행기를 탄다고?" "그깟"을 힘주어 말하던 J는 나를 바라보며 관자놀이 부근에 검지를 대고 빙빙 돌렸다. "김포에서 부산 가는 비행기 많던데?" 무성의한 대답에 결국 울화통이 터진 J는 속사포처럼 훈계를 쏟았다. "네가 전용기 타고 투어 공연하는 테일러 스위프트냐, 자고로 부산 여행은 부산역에서부터 시작된다는 걸 모르냐, 요즘 고속버스는 비행기 일등석보다 좋다, 김포공항은 서울에 있지만 김해공항은 정말 김해에 있다."

'KTX가 매진돼 어쩔 수 없었다'고 간단히 해명할 수 있었지만, 어째서인지 그의 잔소리를 계속 듣고 싶어 입을 꼭 닫았다. 내가 아는 사람 중 가장 감정 기복이 없는 J는 고향에 관한 이야기만 나오면 격렬한 반응을 보였다. '그깟 부산'을 탈출하기 위해 안간힘을 썼다면서도 고향 얘기가 나오면 얼굴 가득 차오르던 자부심과 그리움. 서울 아닌 타지 출신인 나는 그런 J의 얼굴을 보는 것이 좋았다. '지방'으로 불리는 그곳에서 자란 경험은 때론 굴욕감을 안겨주었지만, 그 덕분에 나와 닮은 배경을 가진 이들을 만나 외롭지 않을 수 있었다. 함께 이방인이 되는 것만큼 우리를 빠르게 결속시키는 게 또 있을까? 그렇게 서로 긴밀한 관계가 되기 위해 사람들은 여행을 떠나 일시적으로 이방인이 되는 경험을 나누기도 하니 말이다.

2000년대 후반 한국의 주말을 장악했던 KBS <1박 2일>의 줄거리를 떠올려보자. "마산 출신의 천하장사가 코미디언이 되

어 전국의 농촌을 방문하고, 그 고장 산천을 배경으로 ‘복불복 게임’을 펼친다.” 〈1박 2일〉의 인기는 대부분 ‘까나리 액젓 먹기’와 ‘야외 취침’ 별책이 걸린 퀴즈 게임에서 비롯되었으나, 내가 생각하는 이 작품의 묘미는 서울 아닌 지역 출신의 강호동이 서울 출신인 나머지 출연자들을 타지에 데려와, 서울에서는 느낄 수 없는 ‘낯섦’을 안기며 기묘한 결속을 다지는 데 있었다. 달리던 차에서 내려 길을 걷던 노인의 손을 잡고 우는 강호동과 곁에서 그의 행동을 어색하게 따르는 서울 남자들. 나는 웬지 그런 장면에서 서울과 타 지역의 위계가 역전된 듯한 인상을 받곤 했는데, 실은 그것이 방송계 선후배의 위계에 의해 작동한 것임을 안 뒤로 누구에게도 말하지 않고 혼자만의 재미로만 간직해왔다.

“여행의 짜릿함이 사라진 자리에 남는 것은 소외와 외로움일지 모른다.
그러나 바로 그 어둠이, 아이러니하게도
내 세계를 더욱 빛나게 만든다.”



이방인과 여행자는 늘 긴장 상태에 놓여 있다. 판단 능력은 약해지고, 실수는 잦아지며, 무모한 결정을 내리기도 한다. 그리고 알다시피 이 모든 것은 리얼리티 예능이 가장 필요로 하는 요소들이기도 하다.

나영석 PD는 tvN 〈꽃보다 할배〉, 〈꽃보다 누나〉 등 배우들이 출연하는 해외 여행 시리즈를 제작하며 이순재, 윤여정, 김희애 같은 베테랑 배우에게서 조급하고 분주한 이방인의 모습을 끌어내는 데 성공했다. 평소에는 잘 볼 수 없었던 배우들의 곤란한 얼굴은 시청자에게 파파라치 영상을 보는 듯한 은밀한 만족감과 함께 누구나 낯선 곳에서는 위축된다는 안도를 동시에 안겼다.

진짜를 찾아서

〈1박 2일〉이 조직의 결속을 다지기 위해 이방인을 ‘수행’하고, ‘꽃보다 시리즈’가 이방인의 경험을 ‘관음’하게 했다면, 팬데믹 이후 제작된 여행 예능은 이방인 퇴기의 서사에 집착하지 않았다. 코로나 상황은 모두를 ‘집 안의 이방인’으로 만들었다. 외출의 자유가 제한된 시간 동안 가장 익숙한 나의 공간과 반복한 경험은 우리에게 타자로 머물 외부가 존재해야 비로소 나의 공간도 의미가 있음을 깨닫게 했다. 갇힌 집 안에서 사람들은 그 어느 때보다 여행을 갈구했다. 고립을 겪은 시청자는 더는 여과된 관점으로 여행 예능을 보려 하지 않았다.

실제 여행 유튜버들이 참여하고, 유튜브 콘텐츠 구성을 따라 만든 MBC 〈태어난 김에 세계 일주〉는 그런 변화된 요구가 직접적으로 반영된 작품이다. 기안84를 비롯한 여행자와 제작진은 웃기고자 하는 갈증도, 근사한 장면에 대한 욕심도 없다. 홀로 태연히 길을 걷다 우연히 만난 사람

의 얼굴을 담고, 잘 모르는 식당에 들어가 밥을 먹는다. 이 예능의 유일한 카타르시스는 현지인에게서 간헐적으로 받는 환대의 순간뿐이다. 뉴미디어 플랫폼의 여행 예능은 여행을 통한 개인의 성장이나 성찰보다 서툰 불완전한 경험을 시청자와 온전히 나누는 것을 더 중요하게 여기기에 가능했던 결과다.

짧게나마 여행 예능의 흐름을 훑으면서 ‘정작 여행을 좋아하는 사람들은 여행 예능을 보지 않을 것’이란 마음의 소리를 달래느라 힘들었다. 바꿔 말하자면 여행 예능이란 여행을 그리 좋아하지 않거나, 여행을 갈 여력이 없는 이들을 위한 것일지도 모른다는 얘기다. ‘대리 체험’의 성격이 강화된 현재의 여행 예능이 우려스러운 이유도 거기 있다. 인기 있는 여행 콘텐츠 대부분은 논란이 될 만한 내용을 미리 제거하거나, 여행에서 겪는 모든 상황에 여행자 1인의 한 가지 시점만을 제공한다. 이는 시청자가 여행하는 듯한 생생한 현장감을 주기도 하지만, 실제 여행하며 느끼는 고독, 슬픔, 분노, 수치, 불안 같은 부정적 감정을 축소하고 여행이 오직 자신만의 경험인 것처럼 인식을 왜곡하게도 한다.

그런 인식의 왜곡이 여행을 떠나고자 하는 욕구를 불러일으키는지도 모르겠다. 가끔 여행을 떠날 땐 아무것도 생각하지 않으려 한다. ‘아무 생각 없이 웃고 즐기 위한’ 선택지로 여행은 예능과 자주 호명되지만, ‘아무 생각을 하지 않는다’를 믿는 그 순간이 실은 가장 많은 생각을 하고 가장 많은 결정을 내리는 순간임을 알고 있다. 여행의 짜릿함과 즐거움보다 그 후 필연적으로 밀려올 소외와 외로움을 먼저 품어본다. 그런 외로움 마저 여행의 일부로 여기면서 여행의 어둠이 내 세상을 밝혀줄을 피부로 느끼게 되니까.

복길은 자유기고가로, 한국 대중문화, K팝을 고찰하면서 미디어 산업 속 창작자 등을 조명하는 칼럼을 쓴다. 경향신문에서 ‘복길의 채무일기’를 연재했고, 〈아무튼 예능〉과 〈걸어간다, 우리가 멈추고 싶을 때까지〉 등을 펴냈다.

지베르니 정원 내
모네의 집 내부
전경

예술가의 정원, 아름다움 속의 더 깊은 아름다움

정원은 자연의 아름다움과 인공의 아름다움이 어우러지는 곳,
그러나 그 아름다움은 쉽게 얻어지지 않는다. 끊임없는 돌봄과 가꿈,
노동과 인내가 필요하기 때문이다. 정원의 아름다움을 유산으로 남긴
이들이 그토록 그곳을 가꾸고 돌보는 데 헌신했던 이유는 무엇이었을까?

글 정여울

정원. 이 자연의 아름다움은 때로는 방랑자의 아름다움이 아니라 정착민의 아름다움이다. 헤르만 헤세의 <나르치스와 골드문트>의 주인공 골드문트처럼 평생 떠도는 사람들은 정원을 가꿀 수 없다. 끊임없이 떠나야 하기 때문이다. 정원을 소유한 사람들은 꽃과 나무의 아름다움을 매일 들이마시는 대신 엄청난 육체노동을 감당해야 한다. 하지만 그 노동의 수고로움이 결코 아깝게 느껴지지 않는다. 아침마다 마치 새로운 우주가 열리듯이 온 힘을 다해 찬란한 꽃잎을 피워내는 식물들을 보면, 모든 피로가 달아나기 때문이다. 정원은 자연의 아름다움뿐 아니라 영혼의 아름다움을 발굴하는 공간이다. 모든 피로와 고통을 씻어내는 치유와 휴식의 공간, 슬픔과 절망조차 성장과 치유를 향한 '보이지 않는 거름'이 되는 공간이 바로 정원 아닐까?

지베르니, 클로드 모네의 유토피아

예술가의 이상향이 있다면 클로드 모네 Claude Monet의 지베르니 Giverny 정원을 꼽고 싶다. 예술가 혼자서 행복하고자 마음먹고 얼마든지 멋진 집과 정원을 지을 수 있겠지만, 예술가의 가족은 물론 예술가의 친구들, 비평가, 먼 훗날의 관객까지 기뻐할 수 있는 공간을 만들기는 쉽지 않다. 모네는 그것을 해냈다. 더 놀라운 점은 그에게는 그런 '의도'가 없었다는 것이다. 그는 우선 '자신이 행복할 수 있는 공간'을 만들었고, 그 공간을 가족과 친지와 공유했다. 그다음에는 비평가나 기자들을 비롯해 사람들이 알아서 자발적으로 움직였다. 모네가 직접 만든 것은 아니지만 일종의 '모네 학파'가 만들어졌고, 모네가 그림 그리는 모습을 조금이라도 가

까이서 보기 위해 전 세계에서 모여든 화가들이 일종의 '예술가 촌락'을 이뤘다. 한때는 300명 정도의 주민이 살던 작은 마을 지베르니는 이제 연간 300만 명이 넘는 여행자가 다녀가는 핫 플레이스로 탈바꿈했다. 예술가 한 사람이 마을의 운명 자체를 바꾼 것이다.

모네는 평생 많은 여행과 이주를 경험하며 '과연 어디에 나만의 집과 아틀리에를 만들어 정착할까'를 궁리했다. 문득 기차 창밖을 바라보던 모네가 지베르니라는 마을을 발견했다. 파리처럼 북적이는 도시에서 살기는 싫었다. 폐가에 가깝던 자리는 모네의 부지런한 가꿈과 돌봄으로 점차 아름다운 정원으로 변신했다. 모네는 365일 꽃이 지지 않는 정원을 꿈꾸었다. 늘 그리고 싶은 대상이 집에 있다면 얼마나 좋겠는가. 힘든 스케치 여행을 하느라 더 이상 가족과 떨어져 지내지 않아도 됐을 것이다. 가정적이었던 모네는 아내와 아이들과 함께하는 공간에서 자연스럽게 그림을 그릴 수 있는 장소를 꿈꾸었고, 마침내 비평가들과 화상들이 쉽게 찾아올 수 있는 파리 근교의 집을 '예술가의 유토피아'로 만들 수 있었다. 연못과 초록빛 다리와 수련 모두 모네가 여섯 인부를 고용해 함께 조성하고 가꾼 것이었다. 이곳에서 '수련 연작'을 그려낼 수 있었다. 집과 정원, 진심을 담아 매일 함께했던 장소는 영감의 장소이자 창조의 원천이 되었다.

버지니아 울프의 돌봄과 가꿈이 새겨진 정원

오랫동안 우울증과 싸워온 버지니아 울프 Virginia Woolf에게 정원은 큰 힘이 되어주었다. 정원을 가꾸다 보면 자꾸만 새



로운 마음이 들었기 때문이다. 어떤 꽃을 심어야 할지 남편과 상의하거나, 온실의 벽돌은 무슨 색깔로 칠해야 할지 고민해야 했다. 그렇게 크고 작은 정원 가꾸기의 일들에 신경 쓰는 동안, '내 안의 깊은 슬픔'이 누그러졌다. 내가 아닌 다른 존재를 위해 해야 할 일이 있다는 사실은 '나'로 지나치게 집중되는 에너지를 분산시킬 수 있었다. 나의 기분, 나의 일들에 과도하게 힘을 쓰다 보면 더 우울해지거나 지치기 마련이었다. 꽃들이 무슨 색깔로 봄을 피워내는지, 나무들이 어떤 빛깔로 햇살을 맞이하는지, 그 모든 생명체의 경이로운 하루하루를 관찰하다 보면 '슬픈 나'에게 집중되는 에너지를 분산시켜 조금씩은 저 꽃들과 나무들을 닮은 나로 변신하는 기쁨을 느낄 수 있었다. 버지니아 울프는 그렇게 정원을 가꾸면서 느끼는 기쁨을 일기에 이렇게 고백했다.

“책 속으로 깊고 안전하게 가라앉기, 그러곤 밖에서 산사나무가 흔들리는 소리, 마치 파도가 부서지는 것 같은 소리를 들으면서 맑고 투명한 낮잠. 정원의 모든 초록 터널과 둔덕들. 깨어나니 덥고 고요한 낮. 보이는 사람도 없고, 방해가 되는 것도 없다. 우리만의 장소. 천천히 가는 시간.”

“일기에 쓸, 대단히 심오한 관심사가 너무도 많다. 영혼과 영혼 사이의 대화라든지 말이다. 그리고 나는 그걸 그냥 흘려보낸다.” 버지니아는 언젠가 친구에게 이런 질문을 던

졌다. “한 사람의 일생에서 가장 행복한 순간이 언제라고 생각해?” 그러고는 혼자 대답하길, ‘나는 이런 순간이라고 생각해. 자기 집 정원을 걸으며 시든 꽃 몇 송이를 꺾다가 문득 생각하는 거야. 나의 남편이 저 집에 산다. 그리고 그는 나를 사랑한다.’ -캐럴라인 줌 Caroline Zoob, 〈버지니아 울프의 정원: 몽크스 하우스의 정원 이야기〉(봄날의 책, 2020) 중에서

바로 이런 충만한 느낌이 정원을 가꾸는 기쁨이다. 나와 너, 그리고 꽃들만으로 충분하다는 느낌. 자연의 장점과 인공의 장점을 최대한으로 확장하는 감각의 기쁨이 정원을 가꾸는 기쁨이다. 사람들은 흔히 ‘버지니아 울프의 우울증’에 비추어 그의 결혼 생활이 행복하지 않았을 것이라 추측한다. 하지만 버지니아 울프가 가꾼 ‘몽크스 하우스’의 정원에 관한 기록들을 읽어보면, 정원을 가꾸는 버지니아와 레너드의 삶은 행복으로 가득했음을 알 수 있다.

버지니아 울프는 네 모서리가 삶에 아주 살짝 달라붙어 있는 거미줄이 바로 픽션, 즉 소설이고, ‘픽션은 거미줄을 닮았다’고 생각했다. 그 거미줄은 허공에 매달려 있는 것이 아니라, 건강, 돈, 매일 살아가는 집처럼 지극히 물질적인 것들에 부착되어 있다고 봤다. 버지니아 울프의 정원은 ‘물질적인 삶’, ‘노동이 없으면 돌아가지 않는 삶’, ‘일을 해야만 얻어지는 행복’에 가깝다. 삶이라는 거대한 건축물에 끈질

기게 달라붙어 있는 거미줄 같은 존재가 바로 픽션이고, 정원이고, 사랑이 아닐까? 매일매일의 삶이라는 소중한 레고 블록에 하나하나 깃들여 있는 그날그날의 추억, 노동, 사랑, 우정의 필름들이 정원이라는 앨범에 소중히 저장되어 있는 것이다.

헤르만 헤세의 정원

버지니아 울프의 정원이 매우 세심한 돌봄과 가꿈이 필요한 공간이었다면, 헤르만 헤세Hermann Karl Hesse의 정원은 ‘야생의 멋’을 그대로 느낄 수 있는 조금 더 자유로운 공간이었다. 산과 바다의 아름다움은 현장으로 가야 느낄 수 있지만, 정원의 아름다움은 아침에 눈을 뜨자마자 바로 ‘내 집’에서 느낄 수 있다. 야생의 자연이 주는 기쁨은 물론 크지만, 야생의 자연을 ‘내 마음대로’ 편집하고 재구성할 수는 없다. 하지만 정원은 ‘자연과 인간의 대화’를 가능하게 한다. 나무를 옮겨 심을 수 있고, 새로운 꽃을 심을 수 있고, 연못을 만들 수 있으며, 그 안에 금붕어나 잉어를 키울 수 있다. 심고 가꾸고 키우고 옮기는 동안 자연은 내 마음과 대화하고, 자연이 주는 기쁨이 매일의 삶 속으로 깊이 스며들게 된다. 헤르만 헤세는 자신의 우울감을 치유하는 데 정원 가꾸기가 매우 중요한 역할을 했음을 고백하기도 했다.

전쟁에 반대한다는 이유로 독일 정부의 눈 밖에 나서 더 이상 독일에서 출판을 할 수 없게 되자 헤르만 헤세는 스위스의 몬타놀라라는 아름다운 시골 마을로 이사하고서 정원 가꾸기를 멈추지 않았다. 꽃과 나무를 돌보는 부지런한 노동 속에서 하루를 버텨내는 힘을 길렀던 것이다. 인간의 일은 때로 여러 풍파에 밀려 멈추기도 하고, 한동안 좌초되기도 한다. 그러나 자연의 일은 멈추지 않는다. 모든



1 | 2
3

- 1 모네가 평생을 가꾼 지베르니 정원
- 2 스위스 몬타놀라에 자리한 헤르만 헤세의 집
- 3 버지니아 울프가 글을 쓰고 사유하던 몽크스 하우스



잡초를 뽑아 버려도 또 다시 어디선가 꽃씨가 날아와 꽃을 피우고, 잎이 무성하게 자라고, 작았던 묘목이 어느 순간 거대한 아름드리나무로 성장한다. 그 멈추지 않는 자연의 거침없는 변화를 바라보며 헤르만 헤세는 재기의 발판을 마련했고, 스위스 이주 후 〈나르치스와 골드문트〉, 〈데미안〉 등의 역작을 써낸 뒤 마침내 노벨문학상을 거머쥐었다. 고등학교도 졸업하지 못하고 두 번의 퇴학을 당한 낙제생이 훗날 뛰어난 작가가 되어 노벨문학상을 탄 것이다.

자연을 사랑하고, 자연 속에서 늘 새로운 아이디어를 얻었던 헤르만 헤세는 평생 세 번의 큰 이사를 했는데, 그 모든 집에서 ‘정원을 가꾸는 삶’은 단 한 번도 빠지지 않았다. 정원 속 자연의 아름다움은 많은 예술가들의 감성의 원천이 되어 그들을 기리는 많은 애호가들에게도 그 아름다움을 전해준다.

정여울은 문학평론가이자 KBS 라디오 '정여울의 도서관' 진행자다. 네이버 프리미엄 콘텐츠 '살롱 드 뮤즈' 연재와 네이버 오디오클럽 '월간 정여울' 진행도 맡고 있다. 문학과 예술, 여행과 심리학에 대한 열정과 애정을 담아 쓴 책으로 〈데미안 프로젝트〉, 〈오직 나를 위한 미술관〉, 〈감수성 수업〉, 〈여행의 쓸모〉, 〈문학이 필요한 시간〉, 〈나를 돌보지 않는 나에게〉 등이 있다.

뛰는 K콘텐츠, 나는 K크리에이터

누적 시청 수 2억 3,600만 회에 달하는 <케이팝 데몬 헌터스>, 토니상을 수상한 뮤지컬 <어쩌면 해피엔딩>의 중심에는 K크리에이터가 있다. <케이팝 데몬 헌터스>의 매기 강 감독은 한국계 캐나다인으로 K팝 걸그룹과 가요계, 무속 신앙, 귀마 같은 전통문화를 엮어 해외 제작사의 투자를 받아 콘텐츠화했다. 전 세계적으로 주목을 받은 <엘리멘탈>, <인사이드 아웃> 역시 다수의 한국인이 디렉터로 참여했다. 한국 원천 스토리를 바탕으로 K콘텐츠의 흐름을 이끄는 K크리에이터들이 주목되는 시점이다.

글. 이자연 일러스트. 장은영



시카고 도심에 울려 퍼지는 ‘Golden’ 그 출처는 바로 <케이팝 데몬 헌터스> 싱얼롱 시티 버스다. 오픈된 2층 버스에서 모든 승객이 헌트릭스의 노래를 ‘떼창’하는 광경이 틱톡을 통해 퍼져 가면서 많은 이들이 <케이팝 데몬 헌터스>의 세계적인 인기와 대중성을 실시간으로 체감할 수 있었다. 주인공 루미처럼 김밥을 통째 목구멍에 넣어보거나 ‘혼문’이 열리는 한국 명소를 궁금해하는 등 한국을 향한 호기심과 관심이 <케이팝 데몬 헌터스>를 경유해 나타나기도 했다. 실질적 성과도 가시적이다. 작품 전체를 관통하는 노래 ‘Golden’은 지난 8월 11일 미국 빌보드 메인 싱글 차트 ‘HOT100’ 1위를 차지했다. 여성 가수가 부른 K팝 곡으로는 무려 ‘최초’다. 게다가 <케이팝 데몬 헌터스>는 공개 52일 만에 누적 조회수 1억 8460만 회를 돌파하며 넷플릭스 오리지널 영화 사상 누적 조회수 2위를 달성했다. 1위가 2억 달러(약 2조 7000억 원)를 투자한 액션물 <레드 노티스>인 점을 감안하면 상대적으로 아동용이라는 인식이 높은 애니메이션의 성과라는 점에서 이례적이다. 이 즈음에서 근원적인 질문 하나가 맴돈다. 그렇다면 한국 고유의 전통문화와 K팝을 사수한 콘텐츠가 이토록 글로벌 시장에서 성적을 낼 수 있는 이유는 도대체 무엇일까?

해외에서 활약하는 새 세대 K크리에이터

제목이 명시하듯 소재로 ‘K팝’을 선정한 순간부터 영화는 지역적·문화적 배경을 한국으로 설정해야만 한다. 특정 문

화권(심지어 아시아 단일 문화권인 한국)이 작품의 기본 바탕이 될 때 배경적 뽀진성은 작품의 오락성을 좌지우지하는 중대한 요소가 되고 만다. 이렇듯 <케이팝 데몬 헌터스>는 태생적으로 ‘문화 이해도’라는 과업을 타고난다. 그리고 이를 해결한 이는 한국인의 정체성을 지닌 메기 강 감독이다. 그는 다섯 살에 캐나다로 이민을 떠났지만 방학마다 한국을 찾은 기억을 발판 삼아 갓, 저승사자, 호랑이 등 한국 고유의 이미지를 현실적으로 구현할 수 있었다. 특히 K콘텐츠가 글로벌 시장에서 오랫동안 김치를 자랑하는데 급급했던 면모를 과감히 버리고, 김밥부터 새우깡, 설렁탕 등 일명 ‘김치 빠진’ 이야기를 완성한 것도 이 시점에 진정한 한국다움을 고민한 메기 강 감독의 성과다. <케이팝 데몬 헌터스>는 단순히 특정 대상을 재연하는데 그치지 않는다. 귀여운 까치를 대롱대롱 매달고 다니는 귀여운 호랑이 ‘더 피’는 그간 한국인도 크게 관심 갖지 않았던 ‘호작도’를 모티브 삼았다. 전통과 역사를 향한 자긍심이 이야기 재료를 감별하는 눈을 키웠고, 그 덕에 악령을 퇴마하는 한국 민속 신앙과 판타지에 열광하는 시대적 트렌드에 세계적 환호가 이어질 수 있었다.

해외 곳곳에서 활동하는 한국인 크리에이터의 비중이 늘어나자 최근 5년 사이에는 K컬처가 곳곳에서 등장하고 있다. 예를 들어 픽사 김재형 애니메이터가 합류한 영화 <소울>에서는 ‘한국식당’이라고 쓰인 간판이나 “안녕하세요,” “내 바지 어디 갔어?” 같은 한국어 대사가 자연스럽게

등장하고, 픽사 최초의 한국인 감독 피터 손은 이민자 2세로, 미국 정착 당시 힘겨운 시간을 보낸 부모를 지켜보며 가족을 위해 희생하는 K장녀 ‘엠버’ 캐릭터를 완성한다. 원소 세계에서 불을 꺼트리지 않기 위해 불 민족끼리 모여 사는 풍경은 미국 내 코리아타운을 연상시키고, 엠버 부모에게 잘 보이기 위해 불에 달궈진 돌을 간신히 삼키는 ‘웨이드’의 모습에선 김치를 처음 맛본 서양인이 떠오른다. 결과적으로 소수자의 불편과 두려움, 고단함과 고통을 이해할 기회를 제공한다. K크리에이터의 존재는 그렇기에 의미 있다. 그들이 직간접적으로 경험했던 것을 작품에 은유적으로 녹여내면서 한국어, 한국 문화, 한국인의 정서, 그리고 한국인이 오랫동안 맛따드려온 설움을 절대 다수가 목격하고 이해하게 된다.

만에 1억 1100만 가입자가 시청했고, 모든 넷플릭스 콘텐츠를 통틀어 역대 최초 1억 가구 시청을 기록했다. 시즌2는 공개 첫 주 6800만 시청수로 넷플릭스 역대 첫 주 최다 시청수를 달성했다. 직전 1위였던 <웬즈데이> 시즌1과는 무려 1800만 차이다. 비교적 아쉬운 목소리가 나왔던 시즌3 또한 저력만큼은 변하지 않았다. 공개 첫날 93개국 모든 국가에서 1위를 차지했고 넷플릭스 오리지널의 역사를 바꾼 최초 시리즈로 공식 발표했다. <오징어 게임>이 이토록 전 지구적 환호를 받을 수 있던 것은 어느 국가에서나 쉽게 실천해볼 수 있는 이색적인 한국 전통 게임(실제로 많은 한국인이 다음 시즌에 나오길 바라는 게임을 적극적으로 추천하기도 했다)뿐만 아니라, 승패에 따라 생존 여부가 갈리는 극적 잔혹성 때문이다. 어느 인물

“파도란 결국 그것의 가치를 이해하고 사랑하는 한 사람으로부터
급류를 타고 만들어지는 셈이다. 또 어떤 K 이름표가 발굴될 수 있을까?
무한한 창작의 바다에서 지극히 한국적인 장면은 반드시 그 의미를 아는
혜안을 통해 세계적인 장면으로 다시 전환될 것이다.”

한국 원천 스토리의 독립적인 힘

해외 자본과 투자를 받아 활동하는 해외 크리에이터 이외에도 한국의 원천 스토리만으로 세계적인 입지를 다진 창작자들이 있다. 올해, 미국 연극·뮤지컬계에서 가장 권위 있는 ‘토니상’ 6개 부문을 수상한 한국 창작 뮤지컬 <어쩌다 해피엔딩>은 박천후 작가의 위력을 입증한 계기이기도 하다. 정확히 구분하자면 6관왕에 오른 것은 브로드웨이 버전의 <어쩌면 해피엔딩>이고, 박천후 작가는 극본상과 음악상을 받았다. 하지만 이로 원작의 가치와 위력은 더 빛을 발한다. 아무리 다른 언어로 번역돼도 본작의 작품성은 변하지 않고, 나아가 전 세계가 원작자의 성과를 인정하고 존중한다는 점을 한꺼번에 설명하기 때문이다. 21세기 후반, 근미래를 배경으로 서울 메트로폴리탄의 소동을 그린 <어쩌다 해피엔딩>은 대도시와 인류 보편적인 감정을 경유해 마침내 국경을 가로질렀다.

무궁화 꽃이 피었습니다, 딱지치기, 줄다리기 등 다양한 전통 게임을 소재 삼았던 <오징어 게임> 또한 순수 한국 창작 시리즈로 놀라운 역사를 썼다. 시즌1은 공개 17일

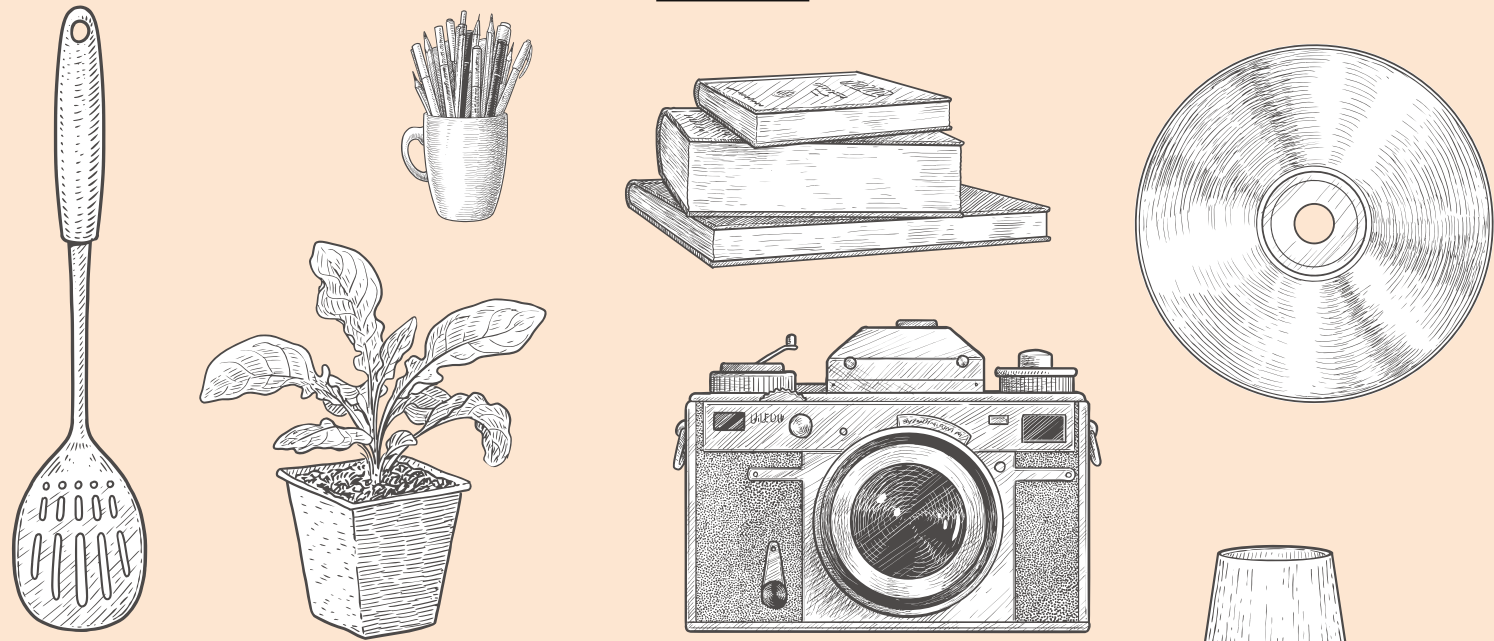


이 어떤 게임으로 쓰러질지 모르는 긴장감 넘치는 전개는 ‘과몰입’을 이끌어내기 충분하다. 또한 국가성이 반영된 개인사를 유연하게 캐릭터에 조합한 황동혁 감독의 의도가 눈에 띈다. 이를테면 특전사 출신의 트랜스젠더, 무당과 추종자들, 해병대 출신 사실로 친목을 다지는 참가자까지 한국의 사회문화를 기저에 둔 인간 군상이 다음 이야기를 궁금해하도록 만든다. 이러

한 한국적 특수성은 오히려 인류 보편적 감정으로 수용되었고, 자연스레 한국 문화에 대한 관심으로 전환됐다.

K팝, K음식, K장녀.... 무수한 K문화는 한국 크리에이터를 통해 스토리에 안정적으로 안착한다. 문화의 파도란 결국 그것의 가치를 이해하고 사랑하는 이로부터 만들어지는 셈이다. 또 어떤 K 이름표가 발굴될 수 있을까. 무한한 창작의 바다에서 한국적인 장면은 반드시 그 의미를 아는 혜안을 통해 세계적인 장면으로 다시 전환될 것이다.

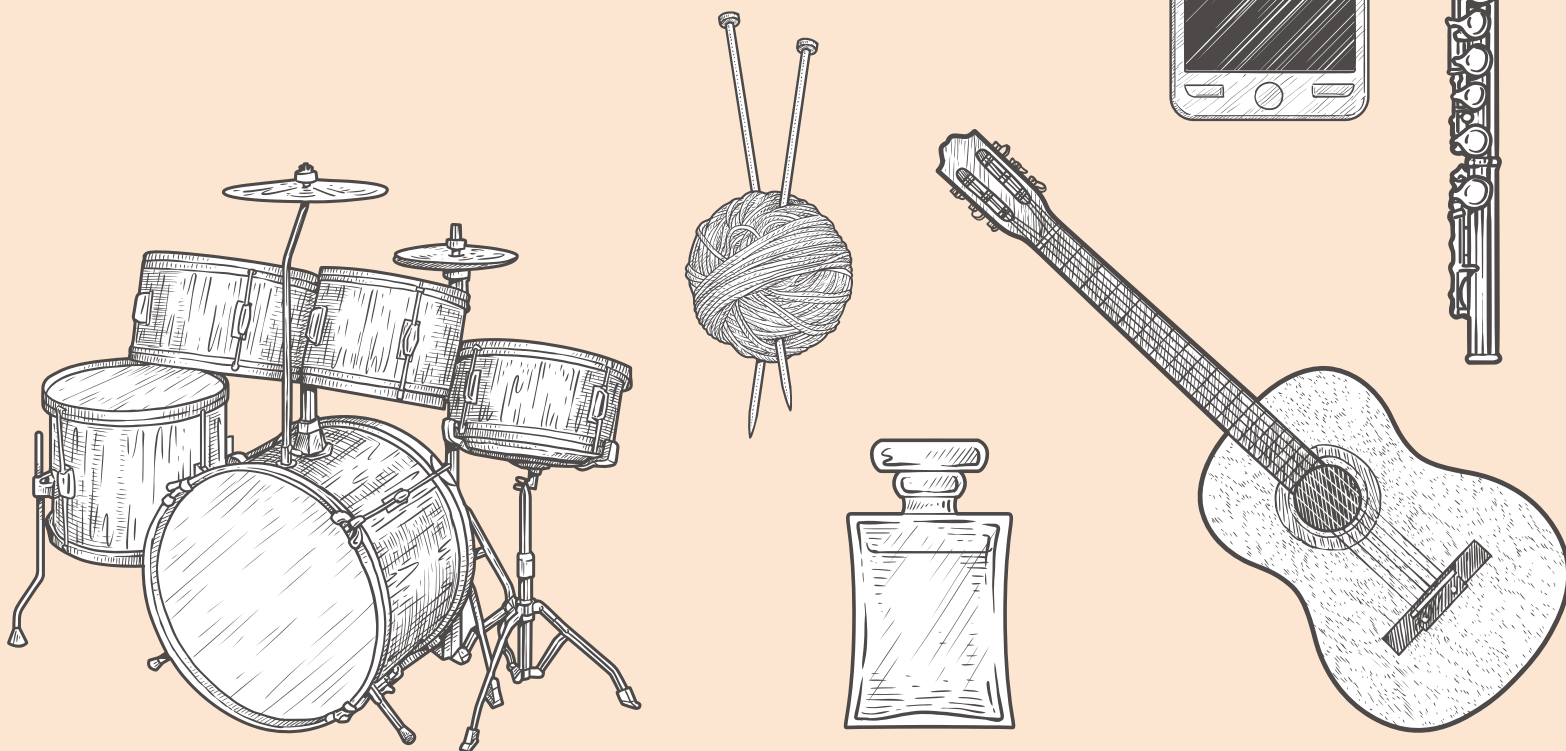
이자연은 대중문화비평가, 영화 주간지 <씨네21> 기자다. 콘텐츠 비평서 <어제 그거 봤어?>를 펴냈고, 한겨레신문에 ‘MZ 커뮤니티 보고서’를 연재했다.



온라인 취미 구독, 일상 속 나를 리부트하다

독서, 그림, 악기 등 전통적인 취미부터 MBTI 분석, 향수 조향, 명상 같은 니치한 분야까지, 취미 활동은 점점 더 세분화되고 전문화되는 추세다. 특히 AI 기반 추천 시스템을 도입한 온라인 클래스 플랫폼들은 MZ세대를 중심으로 단순한 여가를 넘어 디지털 기반의 자기계발 수단으로 자리 잡고 있다.

글. 이승연



어제보다 나은 오늘 나의 취미

“특별할 것 없지만 평화로운 하루가 되길.” 매일 아침, 눈을 뜨면 되새기는 말이다. 불확실한 미래 속에서 사람들은 과도한 미래의 목표를 세우는 대신 현재의 자신과 삶에 집중하며 ‘어제보다 나은 오늘의 나’를 지향하기 시작했다. 불과 1~2년 전만 해도 소소하지만 확실한 행복(소확행)을 위한 소비가 이루어지던 것과는 어딘가 다른 풍경이다.

이러한 트렌드와 맞물려 가파르게 떠오르는 분야가 있다. 바로 ‘취미 시장’이다. 주 52시간 근무 도입으로 ‘저녁이 있는 삶’이 가능해졌고, ‘위라벨’을 중시하는 현대인을 중심으로 자기계발과 힐링 중심의 콘텐츠에 대한 수요가 증가했다. 또 코로나19 이후에는 비대면 교육 서비스와 온라인 클래스 플랫폼이 우후죽순 생겨나기 시작했으며, 자신의 취향을 탐색하고 파헤치는 디깅(Digging) 문화를 비롯해 취미에 적극적으로 지출하는 ‘하비슈머’ 취미(Hobby) + 소비자(Consumer)가 새롭게 등장했다.

디지털 시대의 새로운 취미 생태계

팬데믹 이후 사람들은 집에서 즐길 수 있는 취미를 찾아 나섰다. 독서, 그림, 악기 등 대중적인 취미부터 MBTI 분석, 향수 조향, 인테리어 같은 니치 분야까지, 취미 활동은 세분화되고 전문화되었다. 이 같은 수요에 힘입어 온라인 클래스 플랫폼도 빠르게 성장해 누구나 손쉽게 다양한 취미를 즐길 수 있게 됐다. 와디즈의 경우 올해 1~2월 자기계발·취미 분야 펀딩이 전년 대비 49% 증가했으며, 전자책·클래스 카테고리 프로젝트 중 40% 이상이 자기계발·취미 분야였다.

‘클래스101’, ‘탈잉’, ‘페스트캠퍼스’, ‘숨고’ 등 비대면 교육 플랫폼의 사용자와 콘텐츠 수 역시 꾸준히 늘고 있다. 온라인 클래스 플랫폼의 경우 그 수만큼이나 내세우는 경쟁력 역시 다양하다. 온라인 클래스 플랫폼의 가장 큰 장점은 언제 어디서든 콘텐츠를 이용할 수 있는 접근성과 편의성에 있다. 모바일을 기반으로 한 서비스를 통해 현대인들은 출퇴근길 지하철에서 오디오북을 듣고, 주말엔 온라인 워크숍을 통해 자기계발을 하며, 심지어 잠들기 전 10분 남짓한 시간에도 얼마든지 취미를 수강하는 것이 가능해졌다.

그뿐만이 아니다. 온라인 클래스 플랫폼들은 최근 서비스에 AI와 빅데이터 기술을 접목하고 있다. 인공지능 크리에이터를 활용한 수업(EduTech)을 제공하기도 하고, 빅데이터로 사용자의 취향과 목표를 정교하게 분석해 AI 추천 기능으로 사용자가 원하는 강의나 콘텐츠를 제안하는 기술력 역시 효용성을 띈다.

취미가 ‘N잡’이 되는 또 다른 성장

최근 사람들에게 관심을 끄는 취미 활동으로는 무엇이 있을까. 2025년 여름 기준, ‘클래스101’ 내 ‘취미 분야 인기 클래스’에서는 이모티콘 만들기, 펜드로잉, 비즈니스 강의를 포함해 사진 촬영



에 대한 클래스들이 상당수 포진해 있다. 구체적으로 ‘기술보단 감각 배우기, 스마트폰으로 일상을 감성적으로 기록하는 법’(영상), ‘사진 입문자를 위한 쉽게 배우고 빨리 써먹는 사진과 라이트룸’(사진), ‘일상 유튜버 숏츠의 감성을 그대로, 영화 같은 브이로그 제작법’(영상), ‘환경에 구애받지 않는 인물 스냅 마스터클래스: 촬영, 보정, 셀렉 완전 정복’(사진), ‘스마트폰 카메라 300% 활용법: 기종 상관없이 DSLR 같은 풍경 사진 찍기’(사진)처럼 사진과 영상 카테고리에서 이색적인 콘텐츠들이 눈에 띈다. 이 가운데 ‘스마트폰으로 일상을 감각적으로 기록하는 법’ 클래스를 살펴보았다. 최근 SNS나 블로그를 통해 자신의 일상이나 루틴을 사진과 영상으로 기록하는 사람들이 늘어나며 이와 관련된 촬영, 편집 기술을 배우는 클래스가 덩달아 주목받고 있다.

‘사진으로 예술하는 아이돌 홈마(홈페이지 마스터, 카메라를 들고 아이돌이나 운동선수 등 특정 분야의 사람들의 사진, 동영상 촬영을 찍어 SNS에 올리는 사람들)’의 만우절 사진 모음은 보자마자 마음이 동하는 클래스다. 해당 클래스의 설명은 다음과 같다. ‘촬영과 편집은 고급 기술이 필요한 취미로 생각하는 것 같아요. 하지만 요즘은 스마트폰 카메라 성능이 좋아져서 누구나 사진과 영상을 쉽게 촬영할 수 있는 환경이 만들어졌습니다. 특히 온라인을 통해 손쉽게 따라 할 수 있는 촬영 기술을 찾아볼 수 있고요.’ 개인의 취미 영역에 머물던 ‘홈마’가 크리에이터 클래스로 이어지면서 취미가 일종의 직업이 된 셈이다.

이제 새로운 취미, 그와 관련한 호기심이 생겼다면 주변에서 학원이나 교습소를 찾기보다 집 안에서, 손 안에서 손쉽게 구독 서비스를 통해 접근할 수 있는 시대다.

이승연은 매일경제신문사 주간지 ‘시티라이프’ 기자다. 문화, 라이프스타일 트렌드를 탐구하면서 매주 한 권의 잡지에 세상을 담고 있다.

다정함, 연결이 필요한 시대의 언어

폭력적 언어와 태도가 일상이 된 시대에 우리에게 가장 시급한 처방은 무엇일까?

그것은 바로 ‘다정함’이다. 다정함은 나약한 감정이 아니라, 서로의 취약함을 인정하고 마음을 이어 배려를 하는 언어이자 소통이다. 상처 입은 타인을 헤아릴 줄 아는 따뜻함, 동시에 그동안 소홀히 했던 자기 자신을 돌보는 온기. 이 쌍방향의 다정함이 만날 때, 우리는 다시 인간다운 품격을 회복하고, 서로에게 깊이 연결될 수 있다.

글. 김진형 일러스트. 박지운

사피엔스, 어떻게 진화의 승자가 되었을까

세상이 온통 무채색이던 유년 시절, 고립되지 않을 수 있었던 것은 내 마음을 가장 먼저 알아채던 아람 때문이었다. 작디작은 강아지 시절 우리 집에 입양 온 진돗개 아람이는 누구보다 빨리 자랐고, 금세 나만한 덩치에 나보다 앞서 달리는 아이가 되었다. 아람은 아무도 없는 집에서 홀로 마당을 지키다가 내가 집 앞 골목 초입에 들어서던 순간부터 반갑게 짖었다. 기쁠 때, 슬플 때, 무서울 때, 화 났을 때 내는 아람의 소리를 나는 정확히 구분해냈다. 브라이언 헤어 Brian Hare와 버네사 우즈 Vanessa Woods가 쓴 <개는 천재다 The Genius of Dogs>의 한국어판을 만들면서 종종 그 유년기를 떠올렸다. 몹시 가난했던 시절이지만, 아람 덕분에 그리운 세월이 되었다. 그토록 견고했던 우정의 이유를, 이 책을 통해 알아갔고, 어렵קות한 생각은 확신에 닿았다.

2013년 미국에서(한국에서는 2022년) 출간된 <개는 천재다>는 주목받던 진화인류학자 브라이언 헤어를 세계적인 베스트셀러 작가로 만들었다. 2020년 발표된 <다정한 것이 살아남는다 Survival of the Friendliest>의 판권을 문의하자, 미국의 저작권사는 <개는 천재다>를 먼저 출간하는 것이 어떻겠냐고 되물었다. 브라이언의 대표작, 그리고 진짜 많

이 팔린 책은 전작이라면서... 그러나 <다정한 것이 살아남는다>를 먼저 출간했고, 책은 영미권보다 우리나라에서 훨씬 많이 팔린 책이 되었다. 2022년 11월, SBS D포럼 강연자로 한국에 온 브라이언 헤어는 <다정한 것이 살아남는다> 한국어판의 성공에 의아해하며 누차 감탄했다.

핵심은 친화력이다. 브라이언은 인간을 고유하게 만드는 능력을 찾아 전 세계를 돌아다니며 연구했다. 그는 인간의 인지 능력과 마음 이론에 천착했다. 유아는 생후 9개월이 되면 엄마가 보고 있는 것, 엄마가 만지고 있는 것, 엄마가 어떻게 행동하는지를 살핀다(이를 ‘9개월 혁명’이라 부른다). 브라이언은 어느 날 문득 자신의 개를 주목한다. 자신과 함께 성장해온 반려견 오레오에게서 그토록 찾아 헤맸던 인지 능력을 발견했다. 오레오와의 실험은 여러 개와의 실험으로 확장됐다. 생후 9주 된 강아지부터 성견까지, 견종에 상관없이 모든 개는 인간의 손짓과 몸짓을 정확히 읽어냈다. 개들은 인간과의 소통 능력에 있어 천부적인 재능이 있다는 사실을 입증했다. 개는 사람과 눈을 맞추고, 사람의 몸짓을 읽고, 사람에게 말하고, 때로는 자신의 불이익을 감수하면서까지 사람을 의지했고, 친족보다 사람과 함께 있는 것을 더 좋아했다.

사람을 향한 개의 헌신, 그 이면에 그들의 탁월한 인지 능력이 있었다. 같은 종족인 늑대는 멸종 위기에 처했지만, 개는 살아남았다. 개는 우리 곁에서 번성하고 있다. 인간이 그들을 선택한 것일까, 그들이 인간을 선택한 것일까. 브라이언은 후자일 거라고 강력히 주장한다.

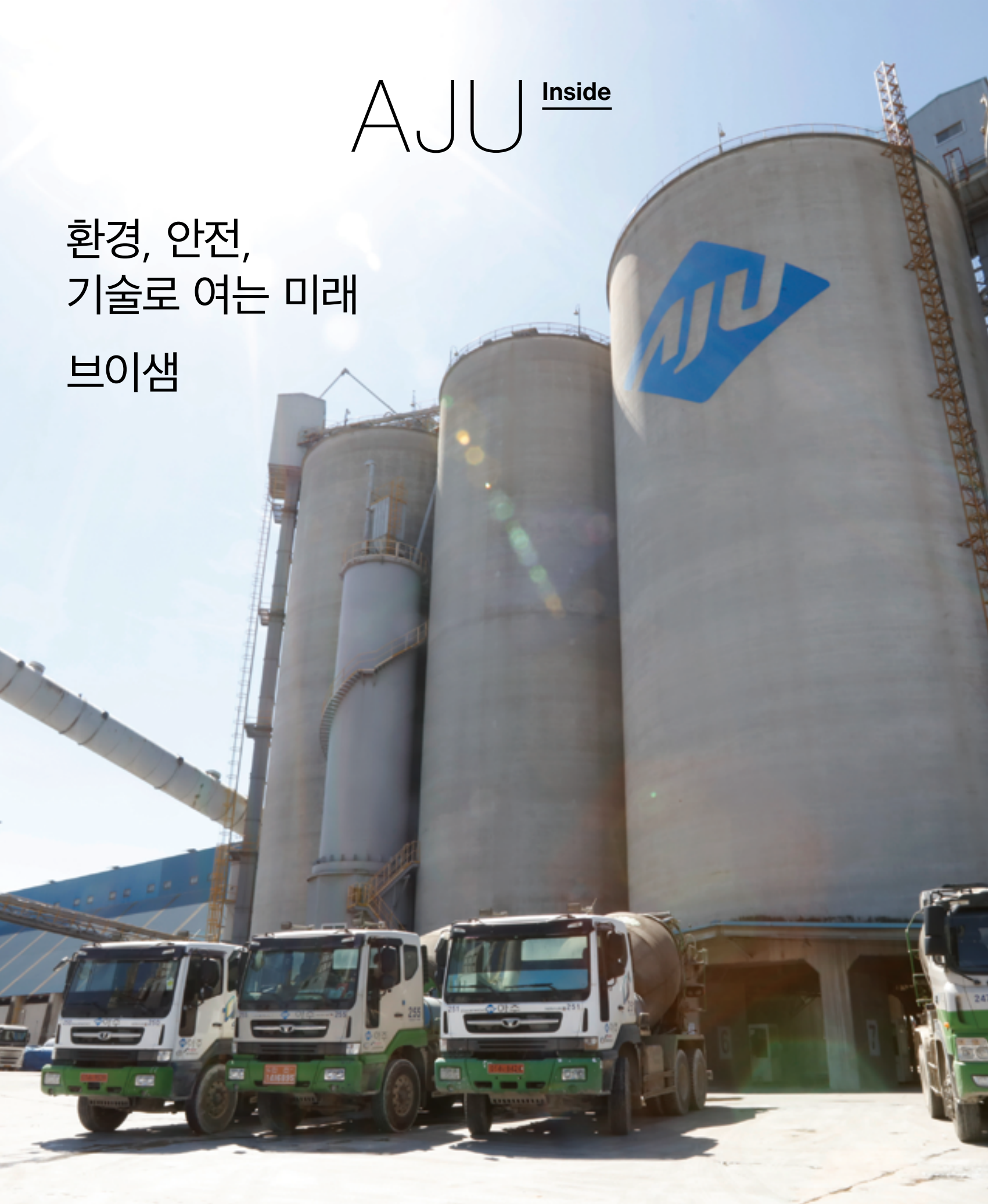
왜 한국에서 <다정한 것이 살아남는다>가 유독 성공했을까? 우리가 살아가는 바로 이곳이, 다정한 존재들이 도저히 살아남을 수 없을 것만 같은 각자도생의 사회였기 때문 아닐까? 욕망은 겉여에서 비롯된다. 다행히 책의 성공 이후, 수많은 책 제목에 ‘다정’이란 단어가 들어갔다. 웬지 조금은 다정한 사회가 된 것도 같다. 그런데 정말 다정하면 살

아남을까? 타인의 마음을 읽는 능력이 약해지면 공감 능력은 사라지고 상대를 비인간화한다. 친화력은 혐오와 배제로 전환된다. 사피엔스는 가장 번성한 종인 동시에 가장 파괴적이기 때문이다.

다시 한 번 말하지만 핵심은 친화력이다. 친화력의 핵심은 타인과 눈을 맞추며 다정하게 그들의 손짓, 몸짓, 마음을 읽어내는 것으로부터 시작된다. 진화의 승자가 되고 싶다면 거기서부터! 각자도생의 시대, 가장 시급하고 우리를 연결해주는 다정함이 어느 때보다도 필요한 지금이다.

김진형은 <다정한 것이 살아남는다>, <개는 천재다>, <보노보 핸드셰이크> 한국어판 편집자이자 만코프레스 대표다.





AJU Inside

환경, 안전,
기술로 여는 미래
브이샘

AJU INSIDE

아주산업과 S3사 합작 회사로 2002년 출범한 브이샘은 고로슬래그를 활용한 친환경 건자재 생산 이후 품질 향상을 위해 매진했다. 특수 제품 비중을 강화하고 콘크리트 2차 제품 시장에 진출하며 시장 상황에 능동적으로 대응했다. 또다시, 브이샘의 혁신 행보는 산업 현장의 환경과 안전이라는 중요 가치와 AI 접목을 통한 시너지로 진일보를 내딛는다.

브이샘의 시작과 활약

1990년대 한국에서 콘크리트 혼화 재료로 부상한 고로슬래그는 줄곧 시멘트 부원료로 사용됐다. 아주산업과 싱가포르 S3사의 해외 합작 법인으로 2002년 출범한 브이샘은 2004년 고로슬래그 미분말 제품을 출시했다. 업계 최초의 고로슬래그 미분말 생산이었다. 고로슬래그 미분말과 포틀랜드 시멘트를 일정 비율로 혼합하면 고로슬래그 시멘트가 된다. 제철소에서 발생한 부산물을 폐기하지 않고 재활용한다는 점에서 사회·환경 정비에 기여하는 친환경 건설 소재로 주목 받았다. CO₂ 배출량 문제가 수반되는 건설산업계에서 시멘트 대체재로도 기대를 모았다.

내구성 등 시멘트와 유사한 성질을 지닌 동시에, 부산물을 활용한 순환형 자원 방식 기반으로 제조 원가를 절감할 수 있어 경제성도 뛰어나다. 실제로 고로슬래그 미분말 가격은 시멘트 가격 대비 약 65% 수준이다. 무엇보다 브이샘의 고로슬래그 미분말과 고로슬래그 시멘트는 고품질·내구성·시공성 측면에서 일찍이 시장에서 인정받았다. 2004년 인천공장 완공과 함께 생산에 돌입했다. 브이샘의 제품은 독자적인 롤러 프레스 밀Mill을 사용한 까닭에 타사 대비 높은 분말도의 고품질을 자랑한다.

브이샘이 시장에서 살아남는 법

고품질 생산력을 유지하는 한편, 브이샘은 건설 경기의 흐름에 좌우되는 시장을 염두에 두고 특수 시멘트 제품 비중을 강화하는 등 콘크리트 2차 제품 시장에 진출하며 포트폴리오 다변화를 꾀했고, 시장 점유율을 높여 나갔다. 이후 건설 시장 변화와 무관하게 안정적인 수익, 고부가가치 제품을 목표로 혼합 시멘트 시장에 진출했다.

이 혼합 시멘트는 우수한 품질의 시멘트와 친환경 제품인 고로슬래그 미분말, 그리고 브이샘이 개발한 혼합재를 일정 비율로 배합해 만든다. 특히 증기 양생 조건에서 고강도를 발현하며 2차 콘크리트 제품 시장에서 각광받고 있다.

그럼에도 급변하는 시장 상황이나 건설 경기에 대응하는 브이샘의 전략은 무엇일까? 장수민 대표는 “가장 중요시하는 건 R&D 부문이다. 수많은 실험을 거쳐 가장 적절한 배합을 찾아내고, 이를 통해 경쟁사들과 차별화된 제품을 개발하는 것이 브이샘이 이 치열한 시장에서 살아남을 수 있는 전략”이라고 밝혔다.

1 | 2

- 1 브이샘 인천공장 전경
- 2 관리자도 현장 인력과 동시에 AI 솔루션 현황을 모니터링한다.



브이샘의 지속 가능성을 위한 안전 관리

생산 현장에서 전문성 못지않게 중요한 가치는 안전성이다. 브이샘의 안전 관리는 단순히 법적 의무가 아니라 기업의 지속 가능성과 구성원의 행복에 직결되는 핵심 가치다. 따라서 현장의 중점 사항은 자율 안전진단을 통한 위험 요소 사전 제거, 표준 작업 절차 준수, 개인 보호 장구 착용 철저, 교육과 훈련, 설비 안전 관리 등이다. 무엇보다 “생산보다 안전이 먼저”라는 메시지를 지속적으로 공유하며 안전 문화를 정착시키고 있다.

아주산업과 동일하게 매월 셋째 주 수요일 ‘AJU 안전점검의 날’을 진행하며 모든 구성원에게 안전의 중요성과 의미를 인식하게 한다. 또한 AI 카메라를 활용한 안전 솔루션 시스템을 적용해 내부는 물론 외부 인력의 안전 관리도 강화했다.

올해 시행된 ‘AI 기반 안전 관리 자동화 솔루션’은 스타트업 기업 미스릴과 협업해 도입한 것이다. 이는 브이샘 제품을 운반하는 BCT 기사들의 안전 관리 측면에서 크게 기여하고 있다. 브이샘은 낯선 시

스템이지만 자율성을 기반으로 기사들의 안전 의식이 강화되고, 현장 규칙을 준수하는 모습을 고무적으로 평가했다.

AI 솔루션으로 강력해지는 안전 가치

최근 한국 사회는 산업 재해와 안전사고에 대한 경각심이 크게 높아졌다. 2022년 시행된 중대재해처벌법은 경영진의 책임을 강화하며, 안전 관리가 기업의 생존과 직결되는 시대적 과제가 되었음을 보여준다. 브이샘의 안전 행보 역시 이러한 사회적 흐름과 궤를 같이한다. 단순한 준법 수준을 넘어, AI 기반의 선제적 안전 관리와 현장 문화 개선을 통해 기업의 지속 가능성을 강화하고 있다. 이 같은 흐름 속에서 브이샘은 구체적으로 어떤 시스템을 현장에 적용하고 있을까.

브이샘은 현장에 AI 솔루션을 도입해 작업자의 안전을 근본적으로 강화하고 있다. 원료 반입 단계에서 믹서트럭(레미콘 트럭)을 주차한 BCT 기사가 공정 절차를 진행할 때, 안내 방송에 따라 안전벨트 고리와 안전모 착용을 확인하지 않으면 AI 카메라가 이를 인식해 다



음 단계로 넘어가지 못하도록 한다. 골재 보관소에서는 작업자의 위험 구역 진입과 안전모 미착용을, 외부 승강기와 BCT 배차 키오스크에서는 안전모와 하네스 착용 여부를, 상차장에서는 고소 작업자의 안전 고리 미체결 여부를 실시간으로 감지해 현장뿐 아니라 관리자에게도 즉시 경고 알람을 전달한다. 이러한 시스템은 안전 규정을 지키지 않으면 작업 자체를 시작할 수 없도록 해 안전 문화를 정착시키고 있으며, 리포트를 통해 위반 사항을 공유해 재발을 방지한다. 브이샘은 이미 2024년 스마트팩토리 구축 지원 사업을 통해 ‘무인 자동 출하 및 MES 시스템’을 도입한 바 있고, 앞으로는 밀Mill 생산 과정까지 AI 기반 자동화를 실현할 계획으로, 오는 2026년에는 제조사 대상 AI 구축 지원 사업 참여도 검토하고 있다.

브이샘의 도약, 특수 시멘트 시장을 향해

현재 수도권에는 아홉 곳의 고로슬래그 제조 기업이 있다. 치열한 경쟁이 불가피한 현실 속에서 2026년 1분기에는 신규 공장 가동도 앞두고 있다. 브이샘은 시장의 감소세와 과열되는 경쟁 상황을 두고 오랜 시간 고민해왔다. 이는 단순한 고로슬래그 제조사라는 타이틀을 넘어, 시멘트 회사의 도약을 준비하는 이유이기도 하다.

공고히 다져온 브이샘의 우수한 품질 경쟁력을 바탕으로 이제는 특수 시멘트 분야에서 확고하고 독보적인 브랜드로 자리매김하고자 한다. 변화하는 브이샘은 친환경 제품인 고로슬래그 미분말을 중심으로 혼합재 시장, 지반 개량을 위한 고화재 시장, 건설사와 연계한 혼합 시멘트 시장으로의 진입 확대를 목표로 하고 있다. 수년간의 실험 데이터와 기술의 정수를 응축한 시멘트는 2025년 하반기부터 생산과 판매를 시작했으며, 이를 통해 새로운 성장을 향한 발걸음을 내딛고 있다. 브이샘의 2026년은 그 자체로 새로운 도약의 해가 될 것이다.

- 1

2

3
- 1

2

3
- 1

2

3
- 4개 구역에 AI 솔루션을 적용한 브이샘 공장
- 작업 중인 현장 전경
- 부착된 AI 카메라로 안전모 등 보호 장비를 감지하고 “안전 확인, 리프트카를 탑승해도 됩니다” 안내 방송이 나오면서 리프트카가 작동한다.



아주산업 슈퍼 콘크리트 도시의 감도를 바꿀 UHPC



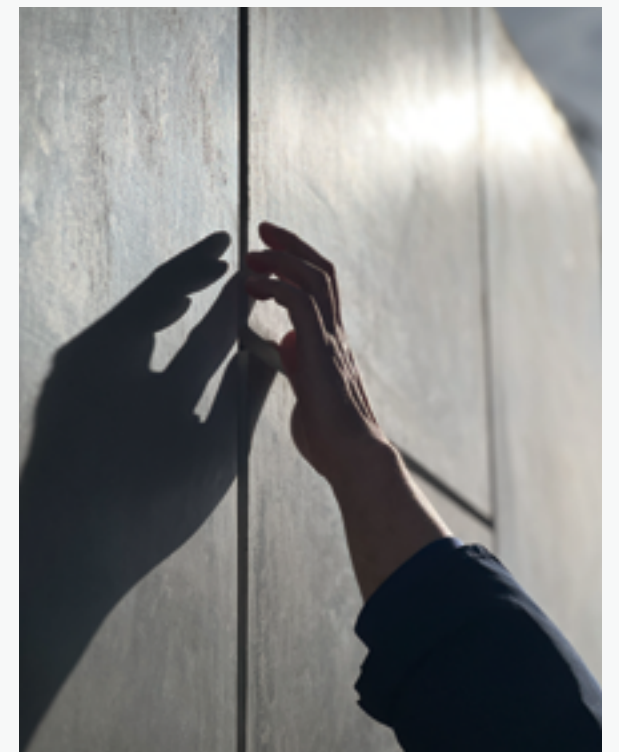
노출 콘크리트와 해체주의 건축 양식을 접목해 건축물을 브랜드 쇼케이스로 선보이는 아이아이컴바인드 신사옥, 'Haus Nowhere Seoul'이 서울 성수동에 들어섰다. 노출 콘크리트, 거대한 형태의 네오 브루탈리즘 건축 양식을 반기는가 하면, 골자 구조와 유리 커튼월을 파격적으로 조합한 새로운 랜드마크의 등장에 사람들은 환호했다. 무엇보다 건축물에 압도적인 긴장감을 불어넣은 건 콘크리트의 과감한 활용에 있다. 이 콘크리트는 아주산업의 초고성능 콘크리트, 바로 UHPC다.

저탄소 소재에서 UHPC 산업의 리더로

2012년, 아주산업은 초고성능 콘크리트 UHPC(Ultra High Performance Concrete)를 개발했다. 일반 콘크리트보다 단단하면서도 철근에 버금가는 유연함을 지녔으며, 얇은 두께로 자유롭게 디자인을 구현할 수 있다. UHPC의 성능은 수치로 확인된다. 압축 강도는 154.2MPa(일반 콘크리트 24MPa), 휨 강도는 29.4MPa(일반 콘크리트 2MPa)에 달한다. 흡수율은 0.04%(ASTM UHPC 기준 4.6%)로 극히 낮고, 길이 변화율은 -0.004%(일반 콘크리트 -18~40%)에 불과하다. 외부 환경 중 풍우에 거의 영향을 받지 않아 부식이나 변질이 일어나지 않으며, 수명은 200년이다.

기존 콘크리트의 단점을 보완한 UHPC는 자유로운 성형과 조색이 가능하다. 건축과 토목은 물론, 가구·소품·조형물에 이르기까지 적용 범위가 방대하다. 54종의 컬러 시스템을 통해 고객이 원하는 색을 얼마든지 구현할 수 있다는 것은 기존 소재와 차별화되는 독창적 강점이다.

대부분의 기업이 UHPC 분체만 만들거나 외주 제작 방식으로 2차 제품을 생산하는 것과는 달리, 아주산업은 부설 연구소인 CONCRETE LAB과 신소재사업팀을 중심으로 배합 설계·제조·2차 제품 디자인까지 전 공정을 자체적으로 수행한다. 배합 과정에서 강섬유를 첨가하면 UHPC는 철근 없이도 구조체 역할을 담당할 만큼 강력해지는데, 이는 철근 사용 최소화과 탄소 배출 저감으로 이어진다. 시멘트와 클링커 사용량 절감 효과를 거두기에 친환경 건축 소재로 손색이 없다. UHPC 산업을 선도하는 배경에는 아주산업의 축적된 노하우와 연구 역량이 자리한다.



1 | 2

1,2 젠틀몬스터 신사옥
IIC 파사드 패널



건축과 라이프스타일을 넘나드는 UHPC

서울 여의도의 '현대백화점 더현대 서울'에 적용된 아주산업 UHPC 또한 자연스럽고도 고급스러운 색감이 특유의 분위기를 자아낸다. 조색이 제한적이었던 기존 석재를 보완한 UHPC는 뛰어난 색상 구현력을 갖춰 다채로운 연출이 가능하다. 기존 철근 콘크리트와 동일한 강도일 때 중량은 1/4 정도만으로 시공할 수 있을 만큼 내구성 역시 강력하다.

물살을 연상시키는 결과 둥근 형태가 독특한 강원 '춘천 만다비 국민체육센터'는 1404m² 규모의 3D UHPC 패넬을 외벽으로 둘렀다. 외벽 패넬을 적용한 경우는 아이아이컴바인드 사옥, 제주문화관 등이 있다. 아이아이컴바인드 사옥이 콘크리트 매스와 골조가 드러난 커튼월 파사드 패넬로 외벽 전체를 감쌌다면, 제주문화관은 저유동의 배합으로 현무암 질감을 살린 루버를 적용했다.

서울 도림천 산책로 약 25m 구간에 놓인 콘크리트 조형물은 이제 시민들의 휴식처가 됐다. 상습 침수 구역을 이유로 설치되었는데, UHPC 특유의 높은 내구성으로 지금까지 파손되거나 유실된 것 없이 최초의 상태 그대로 유지되고 있다. KTX 광명역 인근의 주상 복합 단

지에 있는 '레인 체인 포레스트 Rain Chain Forest'는 성형, 강도 등 고기능성을 입증한 3차원 비정형 UHPC 조형물이다. 철근을 삽입하거나 외부 구조체를 두지 않고 오직 소재 자체로 형태를 구현하며 공공 미술의 새 차원을 열었다.

지하철 4호선 노원역에 조성된 복숭아색의 휠체어 경사로 패넬이나, 서울 미아동 아파트 단지 소공원에 놓인 파고라(정자), 벤치, 테이블 등에서 복숭아색과 버들잎색의 UHPC를 만날 수 있다. 국립현대미술관MMCA 과천관 버스 정류장의 의자 역시 UHPC 소재로, 일종의 '예술 쉼터'다. '양동구역'으로 불리는 CJ 본사 앞 산책로 계단과 벤치는 UHPC 배합 등에 사용된 플라스틱을 파쇄, 이를 업사이클링해 만든 경우다. 건축 자재, 조경 시설물 외에 습식 환경에서 변형과 손상 없이 쓰이는 야외용 가구, 화분과 상패, 코스터 등 다양한 사물을 통해 차츰 친환경적 UHPC를 경험하고 있는 것이다.

UHPC의 무궁무진한 진화

최근 아주산업은 DL이앤씨와 협업해 건축 모듈러용 UHPC 커넥터를 새롭게 개발했다. 모듈러 주택 건축을 위한 차별화 기술로, 모듈

유닛을 사전 제작해 현장에서 조립·설치하는 방식이다. 레고 블록처럼 유닛을 이어 붙이는 모듈러 건축에서 구조의 안전한 접합은 고난도 기술이다. UHPC 커넥터는 기존 강재 대신 초고강도 콘크리트를 기반으로, 접합 철물을 매립해 볼트로 체결하는 무용접 방식을 도입했다. 모듈 유닛의 한층 견고하고 효율적인 연결이 가능해진 것이다. 2023년 전남 구례 모듈러 주택 단지 시험 적용 후, 이듬해 경기 의정부 소재 아파트 단지 상가에 적용하는 등 UHPC 커넥터는 건설하게 성장 중이다.

2025년 9월 개최된 '서울도시건축비엔날레'를 통해 아주산업의 초고성능 콘크리트의 미감을 확인했다. 영국 건축 설계사무소 '브루드 상제Bureau de Change'와 협업한 작품을 선보이며, UHPC의 무궁무진한 가능성과 예술적 잠재력이 동시에 조명되었다. <2025서울도시건축비엔날레 - 일상의 벽> 24개 작품 중 하나로, 가장 한국적인 건축 자재인 '기와'를 파쇄해 미래를 잇게 될 건축 자재 UHPC와 접목한 테라조Terrazzo 작품이어서 한국적인 미를 표현한 제품의 글로벌화가 확인된 셈이다. 영국인 건축가가 바라본 한국의 선을 고스란히 담은 이번 작품은 9월 26일부터 11월 18일까지 서울 송현동 '열린송현 녹지광장'에서 공개된다.



1 2 3 4

- 1,2 춘천 만다비 국민체육센터
- 3 2025 서울도시건축비엔날레 '일상의 벽' 코너에 출품한 작품
- 4 경기도 광명에 위치한 '레인 체인 포레스트'



아주의 출발점 망우동 새로운 도전, 상봉 센트럴 아이파크



아주가 시행하고 현대산업개발이 시공하는 망우동 이마트 부지 개발 사업, **상봉 센트럴 아이파크**의 분양이 9월부터 본격적으로 시작됐다. 1961년, 아주의 첫 공장이 들어섰던 서울 중랑구 망우동. 공장에서 터미널로, 다시 주거 복합 단지 랜드마크로 변모한 이곳은 이제 시민들의 삶 속에 행복한 보금자리로 자리하며, 아주의 이름을 다시 새기게 되었다. 과거와 현재를 잇는 이 여정은 아주의 도전과 혁신의 발자취를 보여주는 상징이 기도 하다.

시작과 성장의 이름, 망우

망우동은 아주에게 각별한 의미를 지닌다. 1961년 9월 故 청남 문태식 창업주가 국내 최초로 원심력 콘크리트 전주와 파일 생산에 성공하며 세운 첫 공장이 바로 '망우공장'이었다. 이곳에서 생산된 전주는 한전에 납품되어 국가 전력 공급 확대에 기여했고, 망우동은 아주의 개척자정신 이 첫 발자국을 내디딘 상징적인 장소가 되었다.



상봉 센트럴 아이파크
분양 홈페이지

1980년대 초, 교통 정책 변화로 시외버스터미널 신설지가 필요해지자 망우동 부지가 선정되었다. 아주는 과감하게 터미널 사업에 뛰어들었고, 1985년 상봉터미널이 문을 열며 교통 인프라 기업으로의 도약을 이뤄냈다. 이는 건자재 전문 기업을 넘어 새로운 영역에 도전하는 아주의 성장 전환점이 되었다. 이후 상봉터미널은 2023년 11월 30일 운영을 마칠 때까지 동북권 교통의 중심지로 자리하며 지역과 함께했다.

다시, 도전의 무대로

이제 망우동은 과거와 현재를 넘어 미래를 여는 새로운 도전의 무대로 탈바꿈하고 있다. 아주는 이 부지 개발에 시행사로 참여해 서울 동북권의 새로운 라이프스타일 주거 중심지를 직접 조성 중이다. **상봉 센트럴 아이파크**는 지하 7층, 지상 28층, 총 4개 동 규모로, 아파트 254세대(84㎡ A~E형)와 오피스텔 189실(84㎡ OA·OB형) 등 총 443세대가 입주할 수 있다. 지하철 7호선·KTX·경춘선·경의중앙선·GTX-B(예정)의 더블역세권 입지를 갖추었으며, 코스트코·홈플러스·CGV·중랑아트센터 등 생활·문화 인프라가 인접해 높은 주거 편의성을 제공한다.

‘망우(忘憂)’라는 지명은 태조 이성계가 선영을 살피고 돌아오며 “이제 오래도록 근심을 잊을 수 있겠다”는 말에서 유래되었다. 과거에는 전력난을 해소하는 전주 생산으로, 이번에는 시민들의 근심을 덜어주는 주거 공간으로, 아주는 망우동에서 또 한 번 개척자 정신을 이어가며 행복을 선도해갈 준비를 하고 있다.



1 2
3
4

1 상봉 센트럴 아이파크 투시도
2,3 상봉 센트럴 아이파크 내부
4 상봉 센트럴 아이파크 조경 투시도



아주 안전실천 서약식 개최

아주산업이 2025년 9월을 ‘2025 아주 안전문화 정착 실천의 달’로 지정하고, ‘제로 텐 백(0·10·100) 선포 및 안전실천 서약식’을 개최했다. 이날 선포식에는 문승만 대표와 근로자 대표가 참석해 무재해 사업장 조성 의지를 다졌다. 전 사업소 안전실천 서약, 경영진 주관 안전 점검, 협력업체와 함께하는 안전실천 다짐 챌린지 등 다양한 행사가 진행되었다. 이번 캠페인은 전 구성원이 함께 참여해 안전 경각심을 높이고, 건강하고 지속 가능한 일터 문화를 조성하는 계기가 될 것이다.



광복 80주년, 아주와 함께하는 ‘815런’

아주는 광복 80주년을 맞이한 올해 서울 마포구 상암월드컵공원에 서 열린 ‘815런’에 참가했다. 현장에는 임직원 30명이 직접 뛰며 광복의 의미를 되새겼고, 아주의 이름으로 1천만 원을 기부했다. ‘815런’은 가수 선과 한국해비타트가 매년 광복절 개최하는 대표적인 기부 마라톤으로, 올해로 6회째를 맞았다. 창립 65주년을 맞은 아주는 “‘815런’이 지향하는 독립유공자 후손 주거환경 개선 취지에 깊이 공감해 지난해에 이어 올해도 함께하게 되었습니다”라며, 앞으로도 아주만의 방식으로 사회에 긍정적인 변화를 만들어가겠다고 밝혔다.



재규어랜드로버코리아 ‘최우수 리테일러사’ 선정

아주네트웍스가 4월 30일 서울 포시즌스 호텔에서 열린 ‘2024/25 RETAILER OF THE YEAR’에서 ‘최우수 리테일러사’로 선정됐다. 이와 함께 ‘최우수 전시장’을 비롯해 개인 부문 4개까지 총 6개 부문에서 수상하며 재규어랜드로버코리아 최고의 파트너사임을 입증했다. 아주네트웍스는 지난해에 이어 ‘최우수 전시장’을 연속 수상했으며, 송도영업지점은 지역 특화 마케팅과 맞춤형 응대의 모범 사례로 꼽혔다. 아주네트웍스는 올해를 ‘고객 점점 혁신의 해’로 삼고 전시장별 맞춤형 브랜드 체험을 강화하는 한편, 서비스 품질과 고객 관리 시스템을 고도화해 ‘차를 산다’를 넘어 ‘프리미엄 라이프스타일을 만나다’는 경험을 제공할 것이라고 강조했다.



고척스카이돔서 ‘브랜드데이’ 진행

아주오토리움이 8월 28일 서울 고척스카이돔에서 고객과 만나는 ‘브랜드데이’를 열었다. 이번 행사는 5월 키움 히어로즈와 체결한 파트너십을 기념해 마련된 특별 이벤트로, 한화 이글스와의 경기를 찾은 1만 6천여 명의 관중에게 브랜드를 알리는 기회가 됐다. 특히 이날 경기에서는 광고 노출뿐 아니라 다채로운 현장 이벤트가 펼쳐졌다. 시구·시타에는 아주오토리움 최재환 매니저와 초등학교 1학년 아들이 함께 참여해 큰 화제를 모았고, 해당 장면은 방송 중계와 SNS를 통해 100만 회 이상 조회되며 관심을 끌었다. 아주오토리움은 이를 통해 ‘가족을 위한 안전한 패밀리카’라는 볼보의 이미지를 따뜻하게 전달했다.

안양 서비스센터 확장 이전 강서 전시장 신규 오픈

7월 9일, 아주오토리움은 안양 서비스센터를 확장 이전해 문래 서비스센터에 이은 두 번째 풀숍Full Shop으로 새롭게 문을 열었다. 안양 서비스센터는 2017년 퀵숍Quick Shop으로 문을 연 이후 경기 남부 고객에게 경쟁비 중심의 서비스를 제공해왔다. 그러나 빠르게 증가하는 수도권 수요에 대응하고 더 높은 수준의 서비스를 제공하기 위해 확장 이전을 결정했다. 새롭게 오픈한 안양 서비스센터는 총 연면적 1941㎡, 지상 2층 규모로 워크베이를 기존 3개에서 8개로 늘리고, 판금·도장 부스까지 갖춰 월 최대 600대의 수리가 가능하다. 또한 태양광 캐노피를 활용한 친환경 에너지 운영으로 볼보자동차의 지속가능성 철학과 아주오토리움의 ESG 경영 방침을 반영했다.

고객 편의 역시 강화됐다. 정비 기술자와 고객을 일대일로 매칭하는 ‘볼보 개인 전담 서비스VPS, Volvo Personal Service’를 제공하며, 스웨디시 감성의 프리미엄 라운지를 마련해 고객이 점검·수리 대기 중에도 쾌적한 시간을 보낼 수 있도록 배려했다. 같은 날, 볼보자동차코리아는 아주오토리움과 인증 중고차 사업 업무 협약을 체결하고 서울 강서구에 ‘볼보 셀렉트 강서 전시장’을 새롭게 오픈했다고 밝혔다. 강서 전시장은 김포, 수원, 광주, 부산에 이어 다섯 번째로 운영되는 인증 중고차 전시장으로, 연면적 904.8㎡ 규모에 최대 50대의 차량을 전시할 수 있다. 접



근성이 뛰어난 입지에 자리 잡아 강서·강남·경기 서부 고객들의 편의를 높였으며, 인근 20분 거리에 영등포 문래 서비스센터가 위치해 서비스 연계성도 확보했다. 전시장에는 볼보자동차 공식 서비스센터에서 180가지 항목의 품질 검사를 통과한 차량을 선별해 전시하며, 인근 서서울 모터리움 단지 내 자동차등록사업소와 연계해 차량 구매부터 등록까지 원스톱 진행이 가능하다.

이번 안양 서비스센터 확장 이전과 강서 전시장 오픈은 서비스 품질과 리테일 채널 모두 아주의 경쟁력을 강화하는 전략이다. 아주오토리움은 앞으로도 고객이 ‘차를 산다’는 경험을 넘어, 볼보와 함께하는 프리미엄 라이프스타일을 누릴 수 있도록 서비스 혁신과 네트워크 확장에 속도를 높여갈 계획이다.



하나로 연결된 우리! ‘아주특별한여행’

아주복지재단이 주관하는 ‘아주특별한여행’이 5월 27일부터 29일까지 제주도에서 열렸다. 2006년 시작된 이 프로그램은 올해로 26번째를 맞으며, 24시간 돌봄이 필요한 중증 장애 자녀를 둔 어머니들에게 휴식과 재충전의 시간을 선사하는 사회공헌 활동이다.

이번 여행에는 24명의 어머니가 참여했으며, 자녀 돌봄 서비스도 함께 제공해 안심하고 여행에 집중할 수 있도록 했다. 아주복지재단은 “제주의 축제와 함께한 이번 여행이 어머니들에게 진정한 쉼과 힐링의 시간이 되었기를 바란다”고 전했다.



‘차르 스테이크 뷔페’ 론칭

라이즈 오토그래프 컬렉션 4층 ‘차르CHARR’ 레스토랑에서 ‘차르 스테이크 뷔페’ 프로모션을 오픈했다. ‘차르 스테이크 뷔페’는 나무와 숲을 이용한 오픈 파이어 그릴 방식을 이용해 웨스턴 음식에 한식을 접목한 조리법으로 꾸준히 고급 다이닝 경험을 제공해왔다. 이번엔 럭셔리 다이닝에 프리미엄 스테이크와 미국 가정식 요리를 무제한으로 즐길 수 있는 프로모션을 특별히 준비했다. ‘차르 스테이크 뷔페’에서는 ‘소 꽃등심 통구이’와 ‘양갈비 구이’, ‘바삭한 껍질과 육즙을 품은 정통 광동식 바비큐’, ‘크리스피 포크밸리’ 등 품미 높은 양질의 고기 메뉴를 선보인다.

SPECIAL GIFT

《아주 좋은 날》 2025년 가을호에 대한 독자 여러분의
소감을 ajupr@aju.co.kr로 보내주세요.
선정되신 분에게 소정의 선물을 보내드립니다.



《미래로의 여행(A Trip to the Future)》
우리의 미래는 어떻게 달라질까? 하늘 정원,
수상 도시, 친환경 비행기, 테라포밍 시대,
우주 엘리베이터 등 현재의 청소년이 곧 마주하게
될 가까운 미래의 일상 구성구석을 구성하는
과학기술을 알기 쉽게 소개한다. 어렵게만 느껴졌던
과학 분야를 실제 미래 생활에 접목시켜 쉽고
재미있는 일러스트레이션으로 보여주며 변화하는
미래를 생각해볼 수 있게 한다.

일상을 새롭게 보게 하는 이야기를 선물합니다.
독서는 일상에서 잠시 벗어나 새로운 상상이 넘치는 세계를 탐험하도록 이끌곤 합니다.
다채로운 이미지로 상상력을 펼치게 하는 그림책, 몸과 마음을 건강하게 만드는 운동,
다가올 미래와 스타트업에 관한 애플트리테일즈의 도서를, 독자 후기를 보내주신 네 분을
선정해 선물로 드립니다.

《지브리 스튜디오에선 무슨 일이?》
지브리는 현존하는 가장 위대한 애니메이션
제작소로 매혹적인 마법 같은 이야기와 살아 숨
쉬는 애니메이션으로 수십 년째 세계인의 사랑을
받고 있다. 그러나 정작 지브리의 광팬을 자처하는
이들조차도 지브리 스튜디오의 숨겨진 이야기는
거의 알지 못한다. 《지브리 스튜디오에선 무슨
일이?》는 스튜디오 지브리의 전 작품을 소개하는
동시에 흥미진진한 비하인드 제작 스토리를 가득
담아 '진짜 지브리'의 모든 것을 알려준다.



《픽사 애니메이션 스튜디오》
전 세계인의 눈과 마음을 사로잡은 현존하는 최고의
애니메이션 스튜디오 '픽사'의 비밀을 파헤치는 책.
〈토이 스토리〉, 〈몬스터 주식회사〉, 〈니모를 찾아서〉,
〈인크레더블〉, 〈카〉, 〈라따뚜이〉, 〈월-E〉, 〈업〉, 〈인사이드
아웃〉, 〈코코〉 등 픽사의 수많은 명작들은 픽사 애니메이션
스튜디오의 제1 원칙인 '이야기'에서 출발한다. 픽사의
제작자들은 이야기를 중심으로 모든 것을 결정하고 영화
속 픽셀 하나하나까지도 전부 이야기의 일부여야 한다고
믿는다. 독창적인 예술성과 작품성이 고스란히 전해지는
픽사 애니메이션 스토리와 시네마의 행로를 바꾸어
놓은 픽사의 엄선된 아트웍, 애니메이션의 획기적인 빛
이야기들을 소개한다.



《연어 살미의 여행》
알래스카 바다에서 태어난 연어 살미가 태평양을 건너 고향 양양 바다로 돌아가는
긴 여정을 그린 그림책. 기후 변화로 바닷물의 온도가 높아지고 플라스틱 쓰레기가
떠다니는 등, 살미가 마주하는 환경은 더 이상 예전과 같지 않다. 그럼에도 살미는
산란이라는 생애의 중요한 임무를 완수하기 위해 끊임없이 나아간다. 따뜻한 그림과
생생한 이야기 속에서 작은 생명의 용기와 생태계의 소중함을 전한다.

reader's
story

지친 일상을 뒤로하고 마음 깊은 곳에 힐링을 주는 봄호

〈아주 좋은 날〉도 반갑게 읽었습니다. 특히 OPENMIND

칼럼 '편견을 버리고 마음 열기'는 편견에 대한 올바른

시각을 키우는 소중한 시간이었습니다.

필자가 전한 "편견을 바꾼다는 것은 단순히 생각을 고치는

것이 아니라, 세상을 더 넓고 깊게 이해하려는 도전"이라는

말에 깊이 공감하며, 저 역시 편견을 내려놓고 마음을 여는

용기로 한 단계 성장해야겠다고 다짐하게 되었습니다.

돌아보면, 우리 삶에 있어 편견에 맞선 변화와 그것을 가능

케 하는 믿음이야말로 가장 소중한 철학임에 틀림없습니

다. 이번 기사를 다시 꼼꼼히 되새기고, 그 가르침을 실천하

여 껌데기를 버리고 알맹이를 품는 성숙한 삶을 만들어가

야겠다고 생각합니다.

조영민 님

'토픽경제'라는 단어는 익숙하게 들어왔지만, 이번 기사를

통해 정확한 의미를 다시 짚을 수 있어 유익했습니다.

제품이나 서비스에 직접 참여해 특별한 가치를 부여하는

소비 현상이라 정의된 것이 인상적이었습니다. 우리

집 현관에 아무렇지 않게 놓여 있던 크룩스 신발 역시

토픽경제의 한 사례라는 점이 신기하게 다가옵니다.

같은 물건이라도 개인의 욕구에 따라 쓰임과 표현 방식이

달라지는 소비 트렌드라는 점도 흥미롭습니다. 마치 저녁

식탁의 된장찌개에 어떤 재료를 더해 매번 새로운

맛을 내듯, 매주 반복되는 음식이 단순한 끼니가 아닌

'나만의 레시피'로 재탄생하는 순간. 이 역시 토픽경제의

또 다른 모습일지도 모르겠습니다.

장효선 님