

아주
좋은 날

2024 SPRING - VOLUME 62

AJU BIENNIAL MAGAZINE



위 QR코드를 스캔하면 <아주좋은날> 62호의 표지를 장식한
박수정 작가의 작품을 모션그래픽과 ASMR로 감상할 수 있습니다.
새로운 작품 감상 기회로 잠시나마 여유로운 시간을 가져보시길 바랍니다.



9 772508 522001
ISSN 2508-5220

62



Installation view at Vivian Choi Gallery, 2022



Hollis (diptych #2) 2022, ink, pigments on plexiglas, 38×45cm (left)
Cove (diptych #1) 2022, ink, pigments on plexiglas, 38×45cm (right)

Contents

Inspiration

Exploration

4	prism architecture 물 위의 건축 art 데이비드 호크니	28	world report 공원의 진화, Green Escapes
	design 자유의 모자	32	lifestyle archives 신 미술 지형도, New Wave of Art
	culture 전통 시장 바이브	36	anyway, 아무튼, 비건
12	forecast AI로 인한 일자리 불안, 어떤 직업이 유망할까	40	openmind 밥상머리 대화법
16	cityscape 혁신과 조화가 만들어낸 도쿄의 새 얼굴, 아자부다이 힐스	44	AJU inside AJU New Thinking, ANT경영
		48	AJU focus 아주의 미래를 이끌어갈 기술
20	interview 따뜻한 기술이 만드는 더 나은 미래, 만드로 이상호 대표	50	AJU news 아주 소식을 전합니다
24	art & more 더 나은 세상을 위해 불편해도 괜찮아	54	reader's view 독자 후기와 아주의 선물

Message

탄탄한
근간

봄이 왔지만 2024년 대내외 환경은 불안정합니다. 치열한 경쟁 속에서 성장하지 않는 개인이나 기업은 정체될 것입니다. 우리 모두에게 성장은 필수 불가결한 선택입니다. 성장은 도전할 때 이루어집니다. 작은 도전이 모여 큰 성장을 이룰 수 있습니다. 멈추지 않는 성장을 위해서는 단단하고 올곧은 뿌리가 필요합니다. 그래야 더욱 견고하게 성장할 수 있습니다.

〈아주좋은날〉 62호에서는 ‘도전’, ‘창조’, ‘성찰’이라는 화두로 과거를 뒤로하고 용기 있는 도전으로 성장을 거듭하고 있는 다양한 이야기를 소개합니다. 매일 반복되는 삶 안에서도 어떤 가치를 추구하느냐에 따라 미래의 궤도가 달라집니다. 우리가 〈아주좋은날〉을 통해 세상의 변화에 공감하고, 간접 경험함으로써 생각의 지평을 넓혀 긍정적 삶을 만드는 단편으로 이어지기를 희망합니다.

우리 모두가 저마다의 ‘아주 좋은 날’을 만들어가기를 바랍니다!



Cover Artist

박수정 Soo Jung Park (b.1968)

미국 로스앤젤레스에서 거주하며 활동하는 박수정 작가는 빛과 공간의 상호작용을 탐구한다. 작가는 나이프로 플렉시글라스 표면에 선을 긋고 사포로 앞뒷면을 갈아낸 다음 마모된 표면 위에 잉크와 안료를 문지르며 색을 입힌다. 근거리에서 보면 나이프로 힘껏 내리그은 날카로운 선이 표면에 드러나며 마치 액션 페인팅처럼 작가의 역동적인 움직임을 상기시키는데, 이는 작품 전체에서 느껴지는 사색적이고 고요하며 명상적인 정서와 대조된다. 작품 전반에 흐르는 시적이고 낭만적이며, 평온하고 단순한 아름다움, 그리고 선과 선 사이의 공간에 의해 유도되는 끝없는 관점의 다양한 반향을 경험할 수 있다.

자료 제공

Soo Jung Park Studio, Vivian Choi Gallery

Front Cover

Prim - Rosas 2022, ink, pigments on plexigals

물 위의 건축 New Way of Life

UN 산하 기후변화에 관한 정부 간 협의체에 따르면 해수면 상승에 의한 위험에 노출된 지구촌의 주요 도시가 점점 더 많아지고 있다고 한다. 지난 10년간 지구온난화와 이상기후로 인한 해수면 상승, 자원 감소 등 수많은 환경적 위험이 증가하면서 인간 삶의 터전이 점점 더 큰 위협을 받고 있는 것이다. 인도네시아 수도 자카르타, 미얀마의 상업 중심지 양곤, 베트남의 문화 수도 호찌민, 방글라데시 남부의 치타공 항구, 인도 서부 도시 아마다바드와 뭄바이, 몰디브, 뉴질랜드 오클랜드 등 귀에 익은 이 도시 이름들은 해수면 상승으로 급격하게 바닷속으로 가라앉고 있는 대표적인 장소들이다. 가라앉는 정도는 3mm에서 2cm까지 다양하다.

이 가운데 플로팅 아키텍처가 기후 위기에 대한 현명한 대응책으로 떠오르고 있다. 덕분에 우리는 지구촌 곳곳에서 재기 넘치는 건축 스튜디오들이 제시하는 다양한 수상 건축물을 자주 목격할 수 있게 되었다. 플로팅 아키텍처는 물 위에 떠 있는 동시에 인간과 상호작용할 수 있는 공간을 제공하는 건물 시스템으로, 점차 심각해지는 토지 부족 문제를 해결하고 환경 파괴를 막을 수 있는 아이디어로 여겨진다. 또한 재생 에너지, 에너지 효율, 수 자원에 의존하는 지속 가능한 건축을 기반으로 하기 때문에 기후변화와 지구온난화 방지를 위한 시급한 해결책이 될 수 있다. 플로팅 아키텍처의 기본 아이디어는 아르키메데스의 법칙으로, 부력 공법을 적용해 구조물이 안전하게 물에 떠 있도록 설계하는 것이다.

최근 SNS에서 주목받은 '새먼 아이(Salmon Eye)'는 하르당에르피오르에 있는 수상 전시관이자 양식장 방문자 센터로 UFO를 떠올리게 하는 수상 건축물이다. 하르당에르피오르는 노르웨이에서 두 번째로 규모가 큰 피오르다. 새먼 아이는 전시회를 개최하고 지속 가능한 양식의 가능성에 대한 정보를 제공하는 곳으로 건축물의 기본 형태는 노르웨이의 대표 수산물인 연어의 둥근 눈 모양에서 착안해 디자인했다. 새먼 아이를 설계한 덴마크의 전시 디자인 스튜디오 크보르닝 디자인(Kvorning Design)은 9,500개의 스테인리스 스틸 판을 건축물 외관 전체에 섬세하게 배열해 마치 연어의 비늘처럼 보이도록 해 상징성을 부여했다.

부유식 구조물을 안정적으로 유지하기 위해 밸러스트 탱크를 1층에 배치했으며, 나선형 계단으로 연결된 지하와 지상 및 1층으로 구성되었다. 곡선형 공간 곳곳에 주방, 영화관 및 다양한 열린 공간을 마련해 연어 양식 산업에 대한 정보를 제공하는 프로그램을 진행하는 등 방문객의 흥미를 돋운다. 야외 옥상 테라스에서는 주변에 자리한 피요르와 산의 극적인 경치를 감상할 수 있다.

마치 영화 속 장면처럼 물 위에서 영위하는 삶을 상상해본 적이 있는가? 앞으로 인류의 미래가 어떻게 변화할지 쉽게 예측할 수 없지만, 단 한 가지는 분명하다. 물 위에서 산다는 것은 기존 삶의 태도와 삶의 방식 모두 근본적으로 변화하는 일상임에는 틀림없다.



도전의 아이콘 David Hockney

2018년 뉴욕 크리스티 경매장에서 그림 한 장이 9,030만 달러(약 1,019억 원)에 낙찰되며 전 세계를 놀라게 했다. 크리스티 측이 예상한 낙찰가 8,000만 달러(약 904억 원)보다 높은 가격은 물론, 생존 작가의 작품 중에서 최고가를 경신한 가격으로 더욱 화제를 모았다. 현존하는 세계적인 현대미술 작가인 제프 쿤스(Jeff Koons)의 〈풍선 강아지: Balloon Dog〉가 2013년에 세운 5,800만 달러(약 652억 원)를 훌쩍 넘긴 금액이었다. (여담으로 2019년 쿤스의 〈토끼: Rabbit〉에 밀려 2위가 되긴 했지만, 쿤스의 작품은 조각이라는 점에서 호크니의 작품이 여전히 회화 중 최고 낙찰가로 남아 있다).

이 화제의 주인공은 바로 1960년대부터 현재까지 꾸준히 사랑받는 현대미술의 거장 데이비드 호크니(David Hockney)다. 1937년 영국 요크셔에서 태어나 영국 브래드퍼드 예술학교와 왕립미술학교에서 공부했다. 회화, 판화, 일러스트, 오페라 무대장치 등 다양한 예술 분야에서 활동하던 호크니는 1960년대 초 이미 예술계가 주목하는 젊은 아티스트로 자신의 존재감을 뚜렷이 각인시켰다. 이후 끊임없이 작품 활동을 하면서 회화뿐 아니라 사진, 비디오 등 다양한 분야를 넘나들며 예술적 실험을 계속했다. 1985년에는 처음으로 컴퓨터 프로그램인 퀀텔 페인트 박스(Quantel Paintbox)를 사용하면서 디지털 기술 작업에 관심을 가졌고 마침내 2010년부터는 본격적으로 아이패드와 아이폰을 이용한 디지털 드로잉 작업을 시작했다.

호크니는 반세기 넘는 시간 동안 폴라로이드와 아이패드 등 다양한 매체를 이용해 과감한 도전을 거듭했다. 계속해서 아이패드 기술의 혁신적 드로잉 기법을 탐구하며 다양한 디지털 작품을 완성했다. 호크니에게 아이패드는 붓이나 연필 같은 또 하나의 새로운 도구로, 더욱 적극적으로 창작 활동을 펼치며 새로운 시도로 예술 세계를 확장해나갔다.

디지털 기술을 융합한 아이디어로 자신의 작품을 완전히 새롭게 보여줄 수 있다고 확신한 호크니는 2023년 라이트룸 런던을 시작으로 올 해는 라이트룸 서울에서 몰입형 미디어 아트 전시 〈데이비드 호크니: 비거 & 클로저〉(라이트룸 서울, ~5.31)를 개최했다. 서울 전시 또한 런던과 동일한 규모로 가로 18.5m, 세로 26m, 높이 12m의 대형 스크린 27개와 스피커 1,500여 개를 설치해 더 몰입감 있는 전시를 추구했다. 입체적 공간에 다채로운 음악과 조명 연출, 그리고 무빙 이미지를 더해 기존

David Hockney at Lightroom



©Photo by Justin Sutcliffe

미술관이나 갤러리 전시에서는 만나기 어려운 감각적 경험을 할 수 있다. 특히 전시장을 가득 채운 커다란 화면을 통해 호크니가 아이패드로 그림 그리는 과정을 지켜볼 수 있으며, 호크니가 직접 참여한 내레이션들을 들으며 작품을 감상하는 동안 호크니의 예술적 시선과 섬세한 디테일을 마주하게 된다.

여든이 넘는 나이에 또 여전히 실험과 도전을 거듭하며 흥미로운 예술 여정을 이어가는 데이비드 호크니. 현존하는 팝아트의 거장이라는 화려한 수식어 아래 ‘살아 있는’ 작가로서 멈추지 않는 도전과 폭넓은 예술 세계를 경험하며 그가 어떤 사람인지 상상해본다.

2024 파리 올림픽 마스코트, ‘자유의 모자’



파리 올림픽 개막까지 약 3개월 남았다. 이번 파리 올림픽은 프랑스에서 100년 만에 열리는 올림픽으로 7월 26일부터 8월 11일까지 개최된다. 성공적인 올림픽을 위한 행운의 상징으로 탄생한 마스코트에 대한 관심도 높아지고 있는데, 2022년 국제올림픽위원회(IOC)와 2024년 파리 올림픽·패럴림픽 조직위원회가 프랑스 파리 북부 생드니에서 마스코트 관련 기자회견을 열고 ‘프리주(Phryges)’라는 이름의 올림픽 마스코트를 공개했다. 지난 올림픽 마스코트들을 돌아보면 알 수 있듯 올림픽 마스코트는 주로 동물인 생명체였지만 2024년 파리 올림픽 마스코트는 예외적으로 모자를 선택했다. 프리주는 프랑스 대혁명 당시 시민군이 썼던 프리기아 모자

(Phrygian cap)에서 영감을 받아 만든 것으로 절대왕정에 저항한 자유주의 정신을 상징하며 흔히 ‘자유의 모자’라고 부른다. 자유를 사랑하는 프랑스 역사에서 자유 그 자체를 상징하는 프리기아 모자를 모티프로 한 것은 어찌면 당연한 일인지도 모른다.

프리기아 모자는 프랑스의 낭만주의 화가 외젠 들라크루아(Ferdinand Victor Eugène Delacroix)가 프랑스 혁명을 묘사한 기념비적 작품인 <민중을 이끄는 자유의 여신>에 등장하는가 하면, 프랑스의 우표나 동전 같은 일상적인 물건에도 등장해 프랑스인에게 많은 사랑을 받고 있다. “프리기아 모자는 우리가 보다 나은 것을 쟁취하기 위한 순간에, 특히 프랑스 역사에서 일어난 중



외젠 들라크루아, <민중을 이끄는 자유의 여신>, 1830년.
캔버스에 유화 물감, 260x325cm, 프랑스 루브르 박물관 소장

요한 순간에 늘 함께했습니다. 이제 프랑스에서 열리는 큰 행사를 위해 돌아왔으며, 스포츠를 통해 우리 사회의 모든 것을 변화시킬 수 있다는 것을 보여주기를 바랍니다.” 파리 2024 프레스 브랜드 디렉터 줄리 마티킨(Julie Matikhine)은 ‘모두의 올림픽’을 위해 프리기아 모자를 선택한 이유를 밝혔다.

모자 형태를 표현하기 위해 마스코트의 전체 형태는 삼각형으로 만들었으며 윗부분이 살짝 접혀 있는 것이 특징이다. 프랑스 국기를 연상시키는 빨강, 하양, 파랑 세 가지 색의 털실을 사용했으며, 올림픽 마스코트와 패럴림픽 마스코트 모두 크고 파란 눈동자에, 배에는 각각 파리 엠블럼을 그려 넣었다. 두 마스코트는

서로 비슷하면서도 살짝 다른데, 올림픽 마스코트는 패럴림픽 마스코트보다 키는 작지만 훌륭한 전술가로서 스포츠 정신과 가치를 전파할 예정이다. 의족을 착용한 패럴림픽 마스코트는 직접적으로 장애를 표현함으로써 장애인들이 스포츠 축제에 적극 참여하도록 이끌 예정이다. 두 마스코트가 서로의 모습에 상관없이 에너지와 열정으로 함께 어울리며 포용하는 모습을 엿볼 수 있다. 어떠한 편견도 없이 프리주와 함께 즐거운 축제가 펼쳐지길 기대해본다.

전통 시장 바이브 Old But New



경동시장 내 대형 카페로 재탄생한 경동극장이 젊은 세대에겐 핫 플레이스가 됐다.

전통 시장의 인기가 뜨겁다. 전통 시장과 트렌드, 이 둘은 서로 어울리지 않는 것 같지만 전통 시장이 요즘 가장 트렌디한 장소임은 분명하다. MZ세대를 중심으로 전통 시장은 뉴트로를 느낄 수 있는 핫 플레이스로, 외국인에게는 K-문화 체험을 위해 방문해야 하는 필수 코스로 많은 사람들의 발걸음을 이끌고 있다. 젊음의 열기가 넘치는 전통 시장, 과연 무엇이 이들의 마음을 사로잡은 걸까.

성수동에 있을 법한 세련된 카페나 맛집, 브랜드의 팝업 스토어가 속속 들어선 전통 시장의 풍경은 이제 더 이상 낯설지 않다. 2022년 광장시장에 문을 연 디저트 카페 어니언을 비롯해 1960년대에 지은 경동극장이 대형 카페로 탈바꿈한 '스타벅스 경동 1960점'은 평일에도 많은 사람들로 붐빈다. 흥미로운 점은 이곳을 찾는 사람들의 연령대가 매우 다양하다는 것이다(핫 플레이스를 찾는 MZ세대와 경동시장을 찾는 5060세대가 적절히 섞여 있다). 스타벅스 경동 1960점 바로 옆에 자리한 'LG금성전파사 새로고침센터' 역시 눈길을 사로잡기에 충분하다. LG전자를 레트로 콘셉트로 꾸민 이색 체험 공간으로 1958년 설립한 금성사가 선보였던 흑백 TV와 냉장고, 세탁기 등 전자 제품을 전시하며 신선한 볼거리를 제공한다.

비단 유명 브랜드뿐 아니라 청년 창업자를 중심으로 이색적인 재미를 전하는 공간도 심심치 않게 볼 수 있다. 최근 MZ세대를 중심으로 개인의 취향과 선호도가 다양해지면서 에스프레소 바 같은 일종의 취향의 영역이자 트렌디한 공간이 인기를 끌고 있다. 논현역 인근 영동시장에 생긴 칵테일 바 '장생건강원'은 실제로 20년간 장생건강원을 운영했던 곳에 자리한 건강원 콘셉트의 바다. '들기름 칵테일', '육회 칵테일' 등 시장 상인들과 협업해 선보이는 이색 칵테일이 특별한 재미를 선사한다. 최근 핫한 가게들이 문을 열어 '힙당동'이라 불리는 신당동 중앙시장에도 을씨년스러운 무당집이 연상되는 칵테일 바 '주신당'의 칵테일을 먹기 위해 1시간 이상 긴 대기도 주저하지 않는다.

최근 전통 시장의 변화 중 예산군과 더본코리아가 공동으로 진행한 '예산시장 살리기 프로젝트'는 특히 주목할 만하다. 예산시장을 중심으로 한 '예산형 구도심 지역 상생 프로젝트'의 일환으로 백종원 대표가 로컬 크리에이터로 참여한 시장 창업 프로젝트는 신과 구의 절묘한 조합과 접근이 침체된 전통 시장에 생기를 불어넣는 데 성공했을 뿐 아니라 지역의 대표 브랜드이자 콘텐츠가 될 수 있는 가능성을 보여주었다. 실제로 한국관광공사가 발표한 '2023 관광 트렌드'를 살펴보면 2019년 대비 2023년 충남 예산시장을 방문한 MZ세대 증가율이 934%로 가장 높은 증가세를 기록하며 팬데믹 이전의 매출 수준을 회복하고 있는 것으로 나타났다.

그 밖에도 제주 서귀포 매일올레시장, 강릉 중앙시장, 포항 죽도시장 등 각지의 유명 시장이 저마다 차별화된 문화 콘텐츠를 선보이며 더욱 매력적인 문화 공간으로 변신을 꾀하고 있다. 이제 전통 시장은 '새로운 일상'을 경험하는 개인의 즐거움과 동시에 지역 경제 활성화를 위한 방안으로 더욱 확대되며 지속될 전망이다.

AI로 인한 일자리 불안, 어떤 직업이 유망할까

2024년 1월 국제통화기금(IMF)은 “선진국 일자리 60%가 인공지능(AI)에 노출돼 있으며 그중 절반은 부정적 영향을 받는다”고 발표했다. 비판론만 있는 것은 아니다. CNN은 MIT 연구팀이 ‘인간의 업무 중 AI가 대체할 수 있는 업무의 23%만 인공지능을 쓰는 게 효율적’이란 결론에 이르렀다고 밝혔는데, 앞으로 인공지능은 사람의 일자리를 얼마나 빼앗을까? 불안한 우리가 지금 해야 할 일은 뭘까?

글·구본권

2023년 11월 생성 인공지능 챗GPT가 등장한 이후 일자리에 대한 불안이 유례없이 확산되고 있다. 직종과 직무를 가리지 않는다. 그동안 전문적인 직무 역량과 경험, 졸업장, 자격증, 협회 등으로 보호받아오던 일자리들도 인공지능의 위협에 노출되었다. 생성 인공지능은 일상 언어로 복잡한 업무를 지시할 수 있어 누구나 다양한 직무를 처리할 수 있게 해주는 ‘범용 인공지능’이라는 것이 특징이다. 과연 어떤 직업과 전공이 인공지능의 거센 파고로부터 안전할까? 새로운 기술의 등장으로 일자리를 위협받는 상황에서 지혜로운 직업관은 무엇일까?

생성 인공지능은 지금까지 자동화로부터 안전할 것이라고 여겼던 고학력·고숙련 노동자의 일자리를 어느 때보다 위태롭게 만들고 있다. 국제통화기금(IMF)은 2024년 1월 14일 발표한 ‘인공지능 세대: 인공지능과 일의 미래’ 보고서에서 ‘기존 자동화 기술과 달리 인공지능은 선진국의 고학력·고숙련 노동자의 일자리에 더 큰 충격을 줄 것’이라고 전망했다. 전 세계 일자리의 40%가 인공지능의 영향을 받게 되며 선진국

에서는 이보다 높은 60%가 영향을 받을 것이라는 예측이다. 경제협력개발기구(OECD)는 2023년 7월 보고서에서 “인공지능을 이용한 자동화로 가장 위협해진 직업은 고숙련 직업이며 법률·의료·금융 직군이 가장 큰 위험에 처해 있다”고 밝혔다. 한국은행이 2023년 11월에 펴낸 ‘인공지능과 노동시장 변화’ 보고서는 ‘국내 취업자의 12%(341만 명)가 인공지능 기술에 의해 대체 가능성이 높는데 고소득·고학력 노동자가 인공지능에 더 많이 노출되어 고용이 줄어들고 임금 상승률도 낮아질 것’이라고 내다봤다. 2010년 노벨 경제학상을 받은 크리스토퍼 피사리데스 런던 정치경제대학교(LSE) 교수는 2024년 1월 STEM(스텝, 과학·기술·공학·수학을 합쳐 문제 해결 능력을 키우는 교육) 전공 선호에 대해 경고했다. 그는 “데이터를 수집·대조·개발하고 이를 활용하는 기술은 결국 인공지능이 그 일을 대체할 것이기 때문에 자멸의 씨앗을 뿌리는 셈이다”라고 말했다.

그런가 하면 다보스 세계경제포럼(WEF)에 참석한 빌 게이츠 마이크로소프트 창업자는 CNN과의 인터뷰에서 인공지능이 새로운 일자리를 더 많이 만들어낼 것이라고 낙관했다. 그는 “20세기 초 농업 생산성이 높아지자 사람들은 ‘이제 뭘 해야 하나’ 걱정했지만 많은 새로운 것과 새 직업이 생겨난 것처럼 이번에도 그렇게 될 것이다”라고 말했다. 어느 쪽의 예측이 맞을까? 현재 인기 높은 인공지능과 기술·공학 관련 전공을 선택하면 인공지능이 발달할 미래에 다른 직군보다 더욱 위태로워질까? 사실 ‘인공지능’이라는 용어만 추가되었을 따름이지 미래의 유망 직업에 대한 불안과 예측, 실제 결과의 불일치는 게이츠가 언급한 것처럼 반복되는 ‘고장 난 레코드판’과 비슷하다. 현시점에서 미래의 유망 직업을 예측하는 것은 기본적으로 실패할 가능성이 매우 높기 때문이다. 여기에는 세 가지 이유가 있다.

첫째, 기본적으로 미래는 예측이 불가능하다. 유망 직업은 특정한 미래의 모습이나 방향을 가정한 상태에서의 미래인데, 예측이 불가능한 미래 사회에서의 유망 직업이라는 말은 예측 시점에서의 희망 사항에 그치는 경우가 많다. 미래를 예측하는 시점에서 생각하는 것과 실제 미래가 당도했을 때의 상황은 완전히 다른 경우가 많다. 미래가 예측한 대로 펼쳐진다면 마케팅 전략도, 주식투자도 존재하지 않는다. 치밀한 시장조사를 거치고 출시한 신제품 대부분이 실패하는 이유다. 사람은 새로운 정보와 환경에 따라 수시로 판단을 바꾸는 예측 불가능의 존재다. 경영학의 아버지 피터 드러커는 “우리가 미래에 대해 아는 유일한 사실은 현재와 다르리라는 것뿐이다”라고 말했다.

둘째, 고용 시장도 수요·공급 곡선의 영향을 받는다. 인력 공급이 일자리 수요에 비해 넘쳐나면 해당 직업의 시장 가치가 떨어지게 마련이다. 알파고 이후 인공지능, 머신 러닝 전문가의 몸값이 크게 올라가고 챗GPT로 인해 프롬프트 엔지니어가 유망 직업으로 부상한 것도 수요·공급의 불일치 때문이다. 생겨난 지 얼마 되지 않은 첨단 기술 분야의 전문가는 초기에 공급이 부족하다. 지금처럼 인공지능이 유망 분야라고 알려져 10~20년 뒤 이 분야 전문가가 크게 늘어나면 더 이상 인기 직종이 되기 어렵다. 직무 자체의 중요성보다 시장에서 얼마나 희소성이



있느냐에 따라 임금과 대우가 결정되는 게 고용 시장이다.

셋째, 시장의 수요가 많을수록 기술 개발 경쟁이 치열하다. 유망 직업으로 거론되는 일자리는 중요하고 시장성이 높은 직무라는 의미인데 이 직무를 대체하는 인공지능, 자동화 기술, 로봇을 개발하면 높은 수익성이 보장된다. 다른 영역보다 기술 개발 경쟁이 치열해지고 해당 직무를 대체할 기술이 등장하기 쉬워지는 구조다. 워드프로세서, 엑셀 등 업무용 오피스 프로그램이 가장 먼저 완성도 높은 제품으로 다수 개발된 이유도 문서 작성과 회계 처리 업무가 모든 사무실에서 필수적인 핵심 업무라는 게 배경이다. 스마트폰에 무료로 제공하는 필수 앱인 내비게이션, 음악 재생기(MP3), 카메라, 동영상 재생기(PMP), 게임기 등은 한때 고가에 팔리던 모바일 기기와 서비스다. 생성 인공지능의 등장으로 영향받는 직무 영역과 역량이 달라졌을 따름이다.

알파고 충격을 겪은 뒤 다수의 전문가들은 인공지능과 자동화 기술의 발달로 정형화된 업무는 결국 기계의 몫이 되고 창의적 업무를 다루는 일만이 사람의 일이 될 것이라고 예측했다. 창의성 교육과 미래 필수 역량으로 코딩을 비롯한 스템 교육이 강조되었고 대학 전공 선택에서 선호하는 현상 등이 나타났다. 그런데 생성 인공지능의 등장은 소설 쓰기, 그림 그리기, 작곡, 프로그램 개발 등 지금까지 우리가 창의적 업무의 전형으로 여겨온 직무를 위협하고 있다. 마이크로소프트, 아마존, 구글, 페이팔 등의 기업은 2023년 이후 인공지능 열풍으로 기업 가치가 크게 올라갔지만 오히려 직원을 대대적으로 해고한 사실이 알려졌다.

기술 발달로 사회가 급속히 변화하고 무엇이 미래의 유망 직업일지에 대한 불안과 관심이 높아지면서 다양한 미래 전망과 일자리에 대한 예측이 쏟아져 나오고 있다. 그런데 앞서 살펴본 것처럼 유망 직업일수록 미래가 불안하거나 위태로워지는 ‘유망 직업의 역설’이 생겨난다. 미래 일자리 예측과 준비를 기존과 다른 관점에서 바라보는 자세가 필요하다. 첫째, 사라지는 일자리는 눈에 잘 띄지만 새로 생겨날 직업은 눈에 보이지 않는다는 것은 재미있는 사실이다. 우리는 이미 존재하는 것만 볼 수 있다. 미래는 보이지 않고, 알 수 없기 때문에 미래다. 미래의 일자리에 대비하는 가장 안전하고 유용한 길은 지금 인기 높은 직업을 염두에 둔 스펙 쌓기가 절대 아니다. 둘째, 미래를 바라볼 때 중요한 것은 점쟁이처럼 미래의 특정한 결과를 예고하며 선택지를 고르는 게 아니다. 미래의 어떠한 변화를 예상할 수 있으면 사전에 위험하고 잘못된 선택을 피해 결정할 수 있다. 『사피엔스』의 저자 유발 하라리는 2024년 1월 인터뷰에서 “미래에 대해 중요한 것은 미래를 정확히 예측하는 것이 아니다. 중요한 것은 위험한 시나리오에 대해 사람들에게 경고해서... 최악의 시나리오가 현실화되는 것을 피하도록 하는 것이다”라고 말했다. 그래서 ‘유망 직업의 역설’ 현상은 우리가 미래를 전망하고 선택할 때 고려해야 할 중요한 요소다.

그렇다면 유망 직업일수록 쉽게 기계로 대체되는 세상에서 어떻게 미래의 일자리를 위한 준비를 해야 할까? 먼저 디지털 세상의 변화가 어떠한 구조와 속도로 일어나는지를 고려해야 한다. 무어의 법칙은 디지털 세상의 속도와 변화의 폭을 규정한다. 약 24개월마다 반도체의 집적

도가 2배가 된다는 이 법칙은 기술 발전의 속도가 지수함수라는 걸 의미한다. 2년 뒤 2배, 4년 뒤 4배, 6년 뒤 8배로 컴퓨터 칩 성능이 증가하니 갈수록 기술 발전과 변화의 속도가 빨라진다. 현재 안정적인 직업이나 기술이 이내 기계로 대체되거나 사라질 운명임을 알려준다. 그다음은 변화를 가까이 받아들이고 배우려는 개방적 태도다.

20여 년 단골인 동네 카센터가 있다. 평생 자동차를 수리해온 60대 정비 기능장이 운영하는 업체다. 그런데 몇 년 전부터 문이 닫힌 날이 많아, 어느 날 차량 정비를 맡기면서 이유를 물었다. ‘요즘 차량 맡기는 손님이 줄어 일주일의 절반은 아파트 보일러실에서 격일 근무로 일하고 있다’는 게 답변이었다. 그나마 보일러 관리의 자동차 정비 기술과 비슷한 측면이 있어 투잡을 가질 수 있었다.

고교 시절 차량 정비 기술을 익히면 자동차가 대중화된 세상에서 점점 가치가 높아질 것이라고 생각했는데 현실은 달랐다. 마이카 시대가 됐지만 차량 정비 고객은 오히려 줄어 경영난을 겪는다는 게 ‘투잡’의 이유였다. 기술 발달로 고장이 줄고 최근엔 내연기관 없는 전기차가 보급되기까지 했다. 미래 예측의 어려움을 알려주는 사례다.

유망 직업일수록 미래가 불안하거나 위태로워지는 ‘유망 직업의 역설’이 생겨난다. 미래 일자리 예측과 준비를 기존과 다른 관점에서 바라보는 자세가 필요하다.



지난해 초 카센터에 방문했을 때 사장님이 시험공부를 하고 있었다. 전기 기사 자격증 시험 대비였다. “보일러실에서 일하는 게 60대에게는 힘에 부쳐요. 그런데 옆에 있는 전기실을 보니 업무가 힘들지 않고 나이 들어서도 자격증만 있으면 계속할 수 있더라고요.” 카센터 사장님은 미래가 유망해 보이던 자동차 정비를 배웠지만 보일러 수리, 다시 전기 기사 자격증으로 시대에 따라 상황에 맞는 기술을 새로 배우고 있었다.

한때 도스 명령어를 다루는 능력은 유망한 생계 기술이었지만 윈도 운영체제가 나오면서 효용성이 사라졌다. 정보검색사, 항법사 등도 마찬가지다. 해당 기술의 의존도가 높아지자 기계를 통해 자동화되었다. 미래학자 짐 데이터는 “미래는 알 수 없기 때문에 미래다”라고 말한다. 미래 예측이 대부분 실패하는 이유다. 알 수 없는 미래에 무엇이 유망할지를 무한 탐색하기보다 흥미를 갖는 분야에 뛰어드는 게 중요하다.

일단 실무를 경험하면 그다음 단계에 무엇이 필요한지 볼 수 있기 때문이다. 부단히 직업을 업그레이드하는 카센터 사장님이 모범 사례다.

이제 미래 예측을 했다고 데이터만 믿고 안주하는 시대는 지났다. 어느 때보다도 유연성이 필요하고 사고의 전환이 필수인 시대다.

구본권 디지털 인문학자이자 한겨레 사람과디지털연구소 소장. 서울대학교 철학과를 나와 한양대학교에서 저널리즘으로 박사 학위를 받았다. 『인터넷에서는 무엇이 뉴스가 되나』(2005), 『당신을 공유하겠습니까?』(2014), 『로봇 시대, 인간의 일』(2020), 『메타인지의 힘-인공지능 시대, 대체 불가능한 존재가 되는 법』(2023) 등을 저술했다.



©Kenji Masunaga

혁신과 조화가 만들어낸 도쿄의 새 얼굴, 아자부다이 힐스

도쿄가 변화 중이다. 2023년 말 공개한 아자부다이 힐스는 신개념 도심 건축 프로젝트로 복합 구역으로 개발해 사람과 사람을 이어준다는 역할의 광장 개념이 적용됐으며, 도시민의 삶을 풍요롭게 하고자 푸른 자연과 예술적 인공물의 조화로운 공생을 지향한다.

글. 유이화
자료 제공. 헤더릭 스튜디오

혁신의 최전선에 선 모리 빌딩

도쿄, 일본의 심장부에서 기술과 규제 완화 덕분에 지속적인 변화의 물결이 일고 있다. 도쿄는 지난 수십 년간 도시 경관을 재창조해왔으며 1989년에는 100m가 넘는 빌딩이 겨우 50채에 불과했으나 2018년에는 500채를 훌쩍 넘어섰다. 이 변화는 2002년 당시 고이즈미 준이치로 총리의 규제 개혁 이후 가속화되었으며 도쿄의 스카이라인은 도심 지역의 고도 제한 폐지와 용적률 상향 조정으로 새로운 장을 맞이했다.

모리 빌딩(Mori Building Company, 도쿄의 주요 복합 단지를 개발한 부동산 개발업체)은 롯폰기 힐스와 도라노몬 힐스를 비롯해 200~300m에 달하는 거대한 초고층 빌딩을 잇달아 세우며 도쿄의 경관을 새롭게 만드는 데 큰 역할을 했다. 최근 세계 건축계와 부동산업계의 관심을 한 몸에 받고 있는 ‘도시 속의 도시, 아자부다이 힐스’라는 고밀도 복합 단지는 330m 높이의 모리 JP 타워를 중심으로 한 3개의 초고층 빌딩과 함께, 일상의 모든 요소를 해결할 수 있는 ‘콤팩트 시티’의 이상을 실현한 곳이다. 거주, 업무, 교육, 쇼핑, 문화생활이 한곳에서 이루어지며 도시 생활의 모든 요소를 10분 이내 거리에서 해결할 수 있는 환경을 제공한다.

현대 도심 속 자연의 품, 사람과 자연의 조화

아자부다이 힐스의 진가는 2만 3,000㎡(7,000평) 규모의 녹지 공간에서 드러난다. 가파른 언덕 지형을 활용해 조성한 계단식 정원에 320종의 나무가 있으며, 중앙 광장을 흐르는 시냇물과 함께 가꿔진 화려한 야생 초 정원은 도심 속에서 자연과 교감할 수 있는 곳이다. 낮에는 2만여 명이 근무하고 밤에는 주민 3,500여 명이 거주하는 일상이 이어지는 가운데 일반 시민에게도 개방된 공간으로 도시 공동체의 일부가 되었다. 아자부다이 힐스의 가로수는 상록수와 낙엽수 등 다양한 종류의 나무로 이루어져 사계절 내내 변화하는 자연의 아름다움을 즐길 수 있다. 마치 나지막한 야산을 산책하는 듯한 느낌마저 들게 한다. 물론 그런 수려한 자연을 유지하기 위해 신 테크놀로지는 당연히 접목되었다.

아자부다이 힐스는 우리나라에서 노들섬 프로젝트를 진행하기도 한 영국의 건축가 토머스 헤더윅(Thomas Heatherwick)의 혁신적 아이디어가 반영되었다. 세상에 없던 설계도로 ‘그 자리에 오래 있었던 것 같은 공간’을 창조하고자 단순히 고정된 건축물이 아닌, 도시인이 필요로 하는 수많은 상호작용을 하는 유기체적인 공간을 만들었다. 사용자 경험을 중심으로 한 설계, 자연과의 조화, 그리고 지속 가능한 건축물을 통해 도쿄 도심에 새로운 랜드마크를 만들며, 건축이 건물을 넘어 도시 생활의 질을 향상시키고 지속 가능한 미래를 향한 가능성을 탐구할 수 있음을 보여준다. 단순한 고층 스카이라인이 아니라, 굴곡지고 각기 개성을 뽐내는 건물들이 서로 얹히고설켜 우아한 곡선을 만들어냈다.

지형을 이용한 단지 계획

이 지역의 이름인 ‘아자부다이’는 원래 경사진 언덕을 의미한다. 언덕 지대를 재개발할 경우 보통 언덕을 깎아내 평지로 만들고 건물을 세우지

1 ‘아자부다이’는 경사진 언덕을 의미한다. 언덕을 깎아내 평지로 만드는 기존 방법을 따르지 않고, 지형을 살려 고저 차를 활용하고, 자연을 이용해 개발했다.



2 아자부다이 힐스에는 320종의 나무와 다양한 야생초를 심어 시민들이 도심 속에서 자연과 교감할 수 있다.

3 헤더릭 스튜디오가 디자인한 곡선 지붕의 캐노피 '더 클라우드'는 중앙 광장의 이벤트 공간으로 조성했다.

만 아자부다이 힐스는 이러한 방식을 따르지 않았다. 기존 지형을 살린 채 고저 차를 이용해 개발했다. 아자부다이 힐스의 동선은 살바도르 달리의 '기억의 지속'에서 영감을 받은 듯 건물과 건물, 층과 층을 이어 주는 마치 초현실적인 듯한 경험을 선사한다. 즉 평지를 걷는 듯한 착각 속에서 갑자기 오르막길을 만나거나, 지하 3층에서 문을 열었을 때 지상에 도달하는 경험 등 일반 건물에서는 가능하지 않은 예기치 않은 발견과 탐험의 즐거움을 누릴 수 있다. 경사지의 고저 차를 살려 물결치는 듯한 곡선으로 디자인한 파빌리온은 고지대와 저지대 사이의 연결을 강조하며, 방문객이 건물 크기에 압박감을 느끼지 않고 편안하게 거닐 수 있도록 설계했다. 이 곡선은 퍼걸러(정원의 덩굴을 비롯한 식물이 타고 오를 수 있도록 아치형으로 설계한 서양식 정자)에서 영감을 받았다고 하는데, 아자부다이 힐스의 파빌리온은 이 작은 구조물을 대형 건축물로 확장한 것이다. 높낮이를 살린 설계는 방문객의 이동성에도 새로운 방식을 제시하며, 지상은 경사를 완만하게 마감해 산책로로 만들고 지하는 세 단계의 평면으로 나누어 각 구역을 에스컬레이터로 연결한다. 이를 통해 지하 쇼핑몰은 저지대에서 고지대로 이동하는 동안 다양한 테마 공간을 보여주며 유럽의 전통 시장부터 현대적인 도쿄 거리, 미술관과 전시관에 이르기까지, 각 층마다 전혀 다른 풍경을 만들어낸다. 모든 요소를 하나로 묶는 건축물과 조경의 격자형 네트워크 디자인도 인상적이다. 특히 유리섬유 강화 콘크리트(GFRG)로 만든 모듈식 기둥을 곡선으로 매끈하게 이어 붙인 주요 건물의 뼈대는 건축 공학적으로도 특출하다. 못이 없는 일본식 가구 제조의 아름다움을 현대적 프리캐스트 콘크리트(PC) 구조로 표현했다고도 한다.

상생과 협력의 개발 철학

모리 빌딩이 주도한 아자부다이 힐스 개발은 '상생의 개발'을 모토로 1989년부터 약 34년간 추진하면서 건설비만 약 5조 6,000억 원(6,400억 엔)이 투입된 메가 프로젝트다. 우리나라에서도 매년 논란이 되는 도시 재생이나 재개발이나를 놓고 일본은 이미 오래전부터 고민해왔다.

수명이 다한 도시를 가능한 한 그대로 보존하자는 의견과 완전히 허물고 새로운 도시로 건설하자는 주장이 늘 충돌하기 때문이다. 아자부다이 힐스는 아자부다이에 '재개발 모델'을 제시했고 공공과 민간의 협력으로 이루어졌으며, 일본 정부와 도쿄도청의 도시 과밀화 문제에 대한 혁신적 해결책을 위한 규제 혁파와 제도 개선이 이를 가능하게 했다.

모리 빌딩은 34년이라는 총 개발 기간의 대부분을 300여 명에 달하는 소유자들의 동의를 받는 데 썼다. 2층짜리 주택 300채 대신 같은 입지에 50층짜리 초고층 건물을 올리면 건폐율이 3%로 줄어 나머지를 녹지 공간과 다른 도시 기능, 즉 학교, 병원, 호텔 등으로 채울 수 있었기 때문이다. 당시나 지금이나 모리 빌딩은 지역의 재개발을 추진할 때 토지 소유자들과의 교섭을 외부 업체에 위탁하지 않고 직원들이 직접 처음부터 끝까지 담당하는 것을 원칙으로 한다. 따라서 이 프로젝트가 시작되자 직원들이 지도를 들고 계획 토지 지구에 포함된 집들을 하나하나 찾아다녔다. 물론 처음부터 쉽지 않았으나 5년, 10년, 20년간 주민들과 신뢰를 쌓아가며 설득했다. 아자부다이 힐스는 외관만 보면 자본의 힘이 만들어낸 것처럼 보이지만 공간 곳곳에 지난 34년 동안 쌓인 모리 빌딩 직원과 주민들 사이의 끈끈한 정과 인고의 세월이 녹아 있다. 아자부다이에 살던 기존 주민 대부분이 등가교환 제도에 따라 아자부다이 힐스의 주거 공간에 거주하고 있다. 주민의 철학을 반영해 완성한 아자부다이 힐스는 과수원을 비롯한 다양한 자연 요소를 통해 '녹색에 싸여 사람과 사람을 연결하는 광장 같은 도시(Modern Urban Village)'라는 콘셉트를 드러내고 있다. 또한 '녹색(green)'과 '웰니스(wellness)'를 내세워 레지던스 입주 주민을 위한 친환경 푸드 마켓, 예방 의료 센터, 국제 학교 등 의식주가 모인 공간을 마련했다.

지속 가능한 미래 도시의 비전

아자부다이 힐스 프로젝트는 단순한 건축적 성과를 넘어 도쿄 도심에서의 새로운 생활 방식과 공동체 문화를 창출해냈다. 도쿄뿐만이 아닌 현대 도시가 직면한 도전 과제에 대한 해결책의 모색이기도 하고, 지속 가능하고 인간 중심적인 도시 설계의 새로운 지향점과 미래로 나아가는 건축의 방향성이기도 하다. 또한 사용자와 자연과의 조화, 그리고 지속 가능한 발전을 고려한 설계가 얼마나 중요한지를 다시 한번 되새기게 한다. 도쿄의 변화를 이끄는 지속 가능한 미래 비전을 제시한 아자부다이 힐스는 한동안 도쿄와 전 세계에 영감을 주는 랜드마크로 자리매김할 것이라 믿어 의심치 않는다. 상생의 철학을 바탕으로 공공과 민간의 협력을 통해 이루어낸 도쿄의 한 콤팩트 시티 개발 사례가 우리나라의 미래 도시 개발에도 새로운 이정표가 되길 기대해본다.

유이화 ITM유이화건축사사무소 대표이자 이타미준 건축문화재단 이사장이다. 이타미준건축연구소 서울지사를 설립한 2002년부터 이타미 준(유동홍)이 타계한 2011년까지 건축 작업을 함께 했다. <유동홍 미술관>으로 한국건축가협회상(2023)과 if 디자인 어워드(2024)를, <아주좋은꿈터>로 if 디자인 어워드(2018)를 수상했다. 현재 대통령 직속 국가건축정책위원회 위원이자 서울디자인재단 총괄 큐레이터로 다양한 프로젝트를 진행하며 활발하게 활동 중이다.



따뜻한 기술이 만드는 더 나은 미래

만드로(Mand.ro) 이상호 대표

인류가 기술을 발전시키는 궁극적 이유는 무엇일까?
만드로 이상호 대표는 3D 프린팅으로 전자 의수를
개발하며 완성도 높은 기술력을 인정받아 CES 2024에서
최고혁신상을 수상했다. 의수라는 보편적 가치부터
로봇 손이라는 미래적 가치까지 모두 아우르는 제품을
개발하는 이상호 대표를 만나 그가 창조해나가는 따뜻한
기술 여정에 관한 이야기를 들어본다.

CES 2024에서 최고혁신상 수상 이후 어떤 시간을 보내고 있나요?

올해 CES 전시에는 153개국 4,300여 개 기업이 참가했는데, 그중 35개 제품에 최고혁신상을 수여했습니다. 만드로 제품은 소셜 이노베이션 부문에서 상을 받았는데, CES가 만드로를 알리는 데 많은 도움이 된 것 같습니다. 저희 회사를 좋게 봐주시는 기업이나 관심 없던 분들도 만드로라는 회사에 관심을 기울여주셔서, 앞으로 더 많은 일을 하고 싶은 저희로서는 투자 유치에 많은 도움이 될 것으로 기대하고 있습니다. 최근에 만드로가 투자 유치를 위해 많은 미팅을 했습니다. 그렇지만 저희가 기존에 하던 일에는 크게 변화가 없습니다.

만드로는 어떤 회사인가요?

2014년에 3D 프린팅에 관심을 갖게 되어 3D 프린터 소프트웨어를 만드는 회사를 창업했습니다. 회사 이름은 '만들다'라는 뜻이면서 한국어이고 외국 사람도 부르기 쉬운 것으로 고민하다가 '만드로'라고 지었습니다. 2015년 1월 우연히 산업 현장에서 사고로 양손을 잃은 저와 동갑인 장애인을 알게 되었고, 비싼 의수 가격이 부담되는 그를 위해 처음에는 재능 기부 형식으로 3D 프린터로 의수를 만들어주었습니다. 이후 어느 정도 고민의 기간을 거쳐 의수 개발 쪽으로 사업 방향을 정하게 되었습니다. 그때 첫 번째 직원이자 지금까지도 중요한 역할을 하는 분이 합류했고, 현재는 총 7명이 함께 일하는데 대부분 공학 전공자입니다. 아직 마케터가 없는데 앞으로는 확장성을 고려해 마케터가 필요하다는 생각을 하고 있습니다.

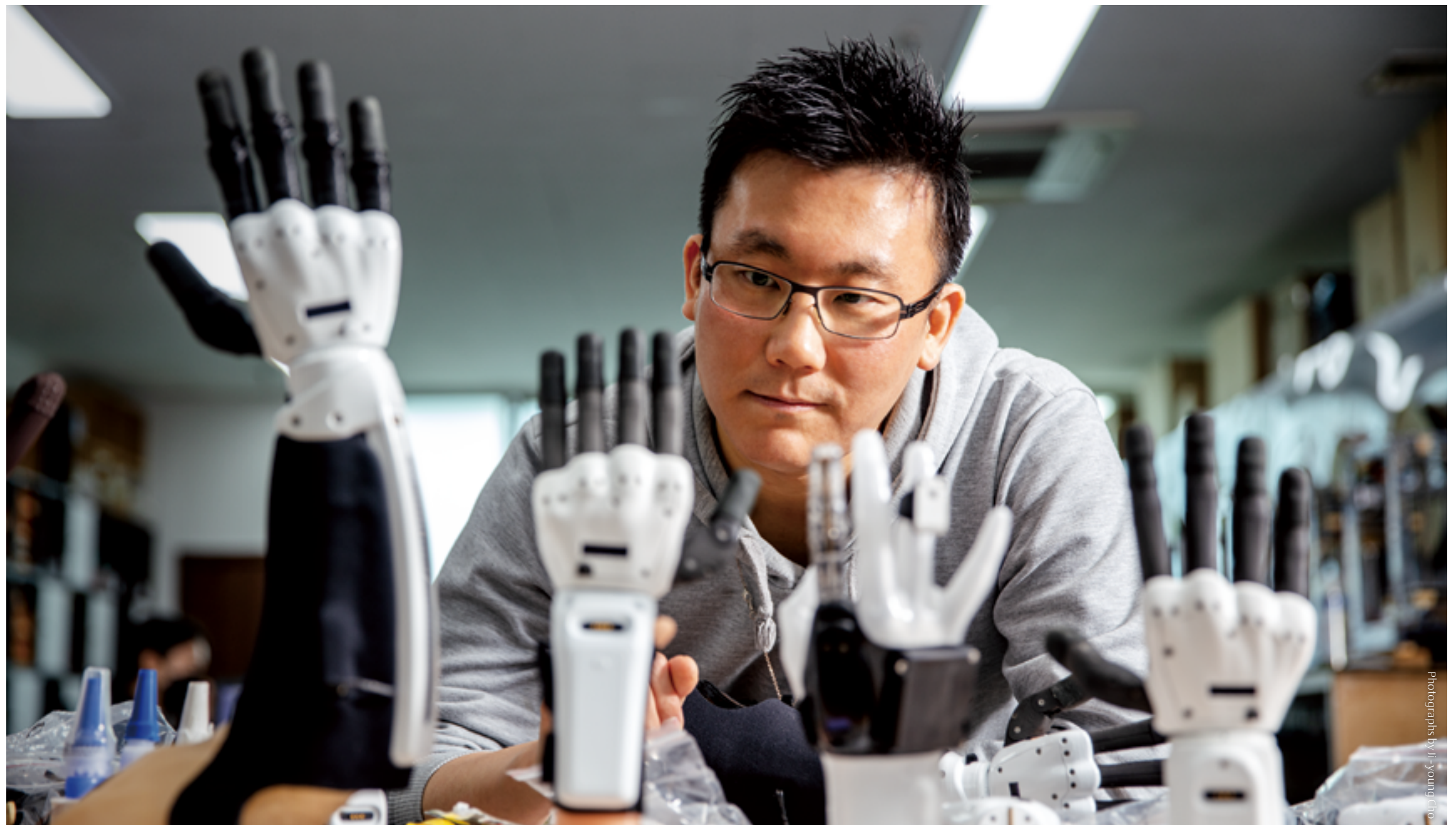
원래부터 의수 만드는 일을 했던 것은 아닙니다. 의수를 주 종목으로 삼게 된 계기가 궁금합니다.

사실 3D 프린터 사용이 어려워 쓰기 편하게 만들고 싶어서 소프트웨어 개발을 시작했는데, 하다 보니 그 일은 저 말고 누구나 해도 되는 일이었습니다. 그 이야기는 제가 굳이 소프트웨어를 만들지 않아도 누군가는 할 일이고, 실제로 10년이 지난 지금, 사용하기 매우 편리한 소프트웨어가 많이 나왔고 쓰기 편한 프린터도 나왔습니다. 저는 이제 업그레이드된 프린터를 잘 활용하기만 하면 됩니다. 그런데 우연히 재능 기부로 3D 프린터를 이용해 의수를 만들게 되었던 것입니다. 그리고 나서 돌아보니 이 일은 아무도 하지 않는 일이었습니다.

그런데 사실 제가 이 사업을 하기 전부터 늘 하던 생각이 '누군가에게 도움이 되는 사람이 되자'는 거였습니다. 누군가에게 도움이 된다는

것은 '사람들이 필요로 하는 일이지만 누가 발 벗고 나서서 하지 않는 일을 찾아서 하는 것'이고, 이것은 아주 사소한 것에서부터 시작할 수 있다고 여겼습니다. 그래서 언젠가 내가 운영하는 회사가 그런 일을 하는 곳이 된다면 좋겠다는 생각을 했습니다. 남들이 하지 않는, 조금이라도 가치 있는 일을 추구하자는 것이 제가 바라보는 지향점이었습니다. 그렇게 어쩌다 보니 재능 기부로 시작한 일이 거기서 끝나지 않고 이 방향으로 계속 오게 된 것입니다. 덕분에 이 일을 9년째 하고 있습니다.

한 사람을 돕기 위해 시작하게 된 일이었지만, 만약 사업 형태가 되지 않았다면 수많은 사람들의 기회와 가능성을 놓치게 되었을 것입니다. 의수가 절실하지만 비싸서 포기하는 사람이 많다는 것을 알게 되었고, 의수 평균가를 낮추는 것이 더 많은 사람에게 혜택을 줄 수 있는 방법이었습니다.



2019년 CES에 첫 참가 이후 2024년 두 번째 참가였는데, 5년이라는 시간 동안 가장 중점을 두고 변화시킨 부분은 무엇인지 궁금합니다.

2019년 CES에 참가했을 때는 코로나19 발생 전이었는데, 그때만 해도 해외 진출에 대해 정확히 알지 못한 상태였기 때문에 미국 시장에 뭘 선보여야 할지부터 일종의 시행착오가 많았습니다. 전시회를 어떻게 준비해야 하는지도 몰랐고, 자사 제품도 몇 개 없었습니다. 그래서 사실 좋은 성과는 나오지 않았습니다. 그래도 CES가 어떤 건지 현장 공부를 많이 하고 왔습니다. 이후 5년이라는 시간 동안 많은 변화가 있었습니다.

2017년쯤부터 만드로가 코이카 사업을 받아서 일을 했습니다. 중동 요르단에 가서 팔레스타인, 이라크, 시리아 난민을 지원하는 일이었어요. 중동에는 전쟁으로 남녀노소 할 것 없이 수많은 사상자가 발생했습니다. 거기서 그들을 돕는 일을 한 것이죠. 이번 2024년도 CES에서는 무엇을 중요한 포인트를 잡을까 고민하다가 최근에 개발한 부분 손절단 장애인용 제품을 선보여 주목받게 되었습니다.

이번에 큰 주목을 받은 ‘마크 7D’에 대한 소개 부탁드립니다. 기존 제품 가격 대비 20분의 1 수준으로 만들 수 있었던 이유도 궁금합니다.

마크 7D(Mark 7D)는 손 부분 절단 장애인용 로봇 손가락입니다. 우리나라에서 절단 장애인은 중년 노동자가 많은데, 대부분이 손이 부분적으로 절단된 분들입니다. 전체 절단 장애인 중 약 84%인데, 바로 그분들을 위한 제품입니다. 손가락 하나가 절단된 사람을 위한 제품이라고 하면, 그 손가락 안에 힘을 낼 수 있는 모든 장치를 넣어야 합니다. 그래서 손가락 안에 반영구적 모터와 감속기, 컨트롤러, 관절 구조 등이 모두 내장되어 있습니다. 손을 부분적으로 다친 절단 장애인이 사용하기 편리합니다. 손가락 길이나 악력, 구동 속도 등을 맞춤형으로 조절할 수 있어 다양한 절단 장애인 수요에 대응할 수 있습니다. 의수를 착용한 후 세 마디의 관절을 움직여 가리키기, 쓰기, 집기 등의 동작을 할 수 있습니다.

예전에는 이런 의수가 손가락 하나당 약 1,000만 원씩 했습니다. 전체를 합하면 자동차 한 대 값이 거뜬히 넘었습니다. 그런데 저희가 개발하며 최대한 저비용으로 만들려고 노력했고, 50만 원 정도로 가격을 책정할 수 있게 된 것입니다. 모듈형 의수는 3D 프린팅으로 개인 사용자에게 맞춰 제작하고 모터로 작동시켜 제작 비용을 크게 줄였습니다.

마이크로소프트(MS)가 주목한 점도 크게 이슈가 되었습니다.

네, MS 수장 사티아 나델라 최고경영자(CEO)가 CES 개막 첫날 부스를 방문했고, 이후 실무진이 다섯 차례 다녀갔습니다. 실무진은 좋은 제품이라 평가하고 명함을 건네면서, 앞으로 로봇이 쓰일 곳이 많다며 관심 있는 주제지만 이 사업을 영위하는 회사는 많지 않다고 말했습니다. 그러나 투자로는 이어지지 않았습니다. 규모가 큰 다른 회사에 5,000억 원 이상을 투자했다는 소식이 들렸죠. 물론 아쉬운 점은 있지만 우리



1, 2 2024 CES에서 수상한 만드로의 ‘마크 7D’ 제품으로 손 부분 절단 장애인용 로봇 손가락이다.

회사에 관심이 있다는 건 좋은 일인 것 같습니다. 언젠가 기회가 올 수도 있겠죠.

앞으로 로봇 산업 시장이 커질 텐데 어떻게 준비하고 있나요?

회사가 커지려면 수익이 많이 나와 하는데 장애인만 대상으로 해서는 한계가 있습니다. 따라서 앞으로 로봇 시장이 커지리라 예상하는 가운데 기회를 보고 있습니다. 로봇도 손가락이 필요합니다. 그런데 로봇의 마지막 숙제는 이 손가락입니다. 테슬라 같은 큰 기업도 어찌나 팔 관절을 만들 수 있습니다. 그러나 손가락에 관해서는 아직 어려운 점이 있습니다.

대부분의 로봇 회사는 로봇이 걷는 것, 전체적인 움직임, 머리 움직임 같은 큰 관절을 해결하는 데 주로 집중합니다. 유명한 우리나라 로봇 공학자인 데니스 홍 박사도 손가락은 저희 제품을 씁니다. 물론 왜 손가락만 못 만들까 의아할 수도 있습니다. 사실 저도 장담할 수는 없지만, 이게 어쨌든 종합적인 예술입니다. 저희는 인원은 적지만 모터도 직접 만들고 회로를 만들고 감속기도 만들고, 구조를 전부 다 한 번씩 만들어본 경험이 있으니까 그 경험을 녹여내서 이걸 만드는 것입니다.

시작점이 다르니까 저희가 손가락 부분을 잘 만들 수밖에 없다고 생각합니다. 그러면 기존에 비싼 의수를 만들던 회사들은 뭐 하고 있는냐고 물을 수도 있겠습니다. 그들은 그들만의 기술이 있습니다. 그런데 그 의수를 비싼 가격에 시장에 내놓고 소량만 판매하는 것입니다. 어쨌든 그들이 개발한 방식은 그 나름대로 충분히 완성도가 있지만, 완성된 것을 굳이 뒤집어엮어가며 싸게 만들려고 노력할 필요는 없다고 생각할 것입니다. 그런데 저희 같은 경쟁자가 나타났으니 이제 새로운 발전적 경쟁 구도가 만들어질 것이라고 생각합니다.

저는 의수라는 것이 결국 사람을 위한 형태의 손가락이라면, 사람의 형태를 한 휴머노이드에도 바로 적용할 수 있다고 생각합니다. 그게 저희가 생각하는 사업의 또 다른 방향입니다. 앞으로 의수 기술은 필요한 곳이 더 많아질 것이고, 만드로라는 회사도 지속 가능하리라 생각합니다.

그동안 전자 의수를 만들면서 가장 어려웠던 점은 무엇인가요?

가장 어려웠던 시기를 꼽으라면 코로나 시기였습니다. 그때는 사람들을 만날 수 없어서 어려운 점이 많았는데, 그것이 저희에게 가장 큰 문제였습니다. 사람들을 못 만난다는 건 개인 맞춤형 제조를 하는 사업에서는 모든 게 거의 불가능한 상황이었습니다. 그리고 협력사들도 그때 모두 문을 닫았습니다. 해외에도 연락해보면 다 다른 일을 하고 있었습다. 그래서 기존 업체들과 다시 관계를 회복하는 것은 이제 포기했고 아예 새로운 파트너를 만들어야 해서 지금은 그런 단계를 거치고 있습니다. 두 번째 어려움이라면 시행착오 기간이 무척 길다는 것입니다. 시행착오는 짧게 끝나지만 그 시행착오의 횟수가 많기 때문에 개발에 항상 시간이 많이 걸립니다. 이런 게 저희에게 큰 어려움입니다.

코로나 시기를 돌아보면 해외에서의 활동도 모두 접어야 했기 때문

에 회사 매출도 많이 떨어졌습니다. 저희가 실질적으로 할 수 있는 일이 적었기 때문에 미래를 바라보고 개발하는 것에 투자할 수밖에 없었습니다. 다행히 지금 와서 보니 그 시기가 연구에 집중할 수 있는 시간이 되었고, 그렇게 해서 마크 7D가 나올 수 있었죠. 지금도 아이디어가 있으면 계속해서 시도해봅니다. 또 다른 어려운 점은 자금이 부족해 특정 장비를 사지 못해 미루고 있는 일이 많다는 것입니다. 그래서 투자금을 받으면 그런 일에 쓰려고 합니다.

지금의 사업이 굉장히 치열한 기술이면서 동시에 따뜻한 기술이라는 생각이 듭니다. 기술은 쓰는 것이고, 앞으로 나아가는 성질이 있는데, 만드로의 유니크한 기술이 앞으로 더욱 널리 사용되도록 하기 위해 어떤 계획을 세우고 있나요?

장애인을 위한 제품으로, 모든 사람이 행복한 삶을 살게 만드는 게 우리의 목표입니다. 지금은 현재까지 개발한 제품들의 완성도를 높이는 작업을 하고 있습니다. 마크 7D를 상품화할 계획이라 올해 안에 제품을 출시하는 것이 첫 번째 숙제입니다. 마크 7D가 아무 문제 없이 장시간 작동할 수 있게 내구성도 확보하고 소음도 줄이고, 사용자들이 원하는 잡기 동작도 모두 구현되는 그런 완성도가 확보되어 잘 팔리는 게 첫 번째 목표입니다. 그래서 매출이 좀 생기길 바랍니다. 두 번째는 이제 그 기술을 로봇에도 적용할 수 있기를 기대합니다. 주변에 로봇 관련 회사가 있으면 협력하고 싶고, 그래서 이 기술이 단지 의수만을 위한 기술로 국한되지 않고 넓게 확장되어 인류를 위해 사용되기를 바랍니다. 올해는 사업적으로도 매출 신장을 촉진하기 위해 범용성 있는 영역으로 확장하는 한 해가 되 고자 합니다.

우연한 사고의 전환이 불러온 사회적, 기술적 반향은 기업의 ESG에 더욱 힘을 실어주며 만드로의 미래가 밝아 보인다.

이상호 만드로 대표로 고려대학교 전자전기공학 전공 후 서울대학교에서 컴퓨터공학으로 박사 학위를 받았다. 프랑스 국립 정보학 자동제어 연구소(INRIA) 박사후연구원, 삼성전자 소프트웨어 R&D 센터 선임 연구원을 지냈다.

더 나은 세상을 위해

불편해도 괜찮아

청각장애를 앓고 있는 화가 차진우(정우성)의 아름다운 사랑 이야기 <사랑한다고 말해줘>에는 이런 장면이 등장한다. “같이 있을 때 말이 끊겨도 괜찮다는 게, 되게 편하고 좋은 거 같아요. 말이 없는 걸 기분이 좋지 않은 거라고 생각했는데. 그래서 말을 하지 않으면 불안하고 불편했나 봐요. 마음으로 온전히 느끼는 것 같아요. 조용히 둘만의 세상에서 소리 없는 대화를 끝없이 나누고 있는 느낌이에요.” 수어(手語)로 대화하는 청각장애인의 세상에서는 ‘아무 소리도 들리지 않는 것’, ‘아무 말도 없는 것’이 결코 이상한 일이 아니다. 수어의 세계로 진입하는 순간, 사람들은 그동안 주의 깊게 보지 않았던 수많은 순간에 주목하게 된다. 사소한 표정 변화, 아주 작은 몸짓, 손가락의 미세한 떨림, 그리고 손과 얼굴의 움직임만으로도 얼마나 많은 이야기를 만들어낼 수 있는 지까지.

새로운 세계와의 만남이 주는 성장의 기회

장애가 결핍이 아니라 오히려 ‘지금까지 몰랐던 새로운 세계와의 만남’임을 보여주는 수많은 이야기가 나와 많은 사람들의 관심을 끌고 있다. 발달장애를 앓고 있지만 달리기를 향한 열정을 포기하지 않는 초원의 의 성장 스토리 <말아톤>, 자폐스펙트럼장애를 앓고 있지만 오히려 일반인보다 뛰어난 관찰력과 통찰력으로 변호사 일을 성공적으로 처리해 내는 이야기 <이상한 변호사 우영우> 등 많은 작품이 장애에 대한 우

최근 장애를 가진 인물을 주인공으로 하는 대중문화가 속속 등장하며 큰 사랑을 받고 있다. 이러한 움직임은 사회에서 소외되었던 다양한 장애인에 대한 인식 개선에 큰 영향을 미치고, 장애인과 비장애인 모두 성장하게 하며, 지금보다 더 나은 세상이 올 것을 믿게 한다. 타인의 세계와의 새로운 만남으로 인해 너와 나, 개인과 사회 모두가 함께 살아가며 성장하는 스토리를 주목해본다.

글. 정여울
일러스트. 강태이

리 사회의 편견을 바꾸어놓고 있다. 영화 <마미>에서는 ADHD를 앓고 있는 아들을 키우는 엄마의 감동적인 이야기가 펼쳐진다. 아들이 엄마에게 미안해하며 이렇게 말한다. “나 같은 등신 말고 좋은 아들 두지.” 하지만 엄마는 변함없이 아들을 사랑하기에 이렇게 말한다. “엄마가 아들을 덜 사랑하게 될 일은 없어.” 아들은 엄마가 언젠가는 자신을 사랑하지 않을까 봐 두렵다. “언젠가는 엄마도 나를 사랑하지 않을 거야. 하지만 나는 엄마를 위해 살게. 엄마는 내 1순위야.” 하지만 엄마는 언제까지나 아들을 사랑할 것이다. “우리가 제일 잘하는 게 사랑이잖아.”

수화는 감각적으로 이해되기 때문에 아름다워 보인다. 지하철에서 수화를 하는 두 사람을 보았다. 그들은 서로의 눈을 똑바로 보면서 수어로 이야기했다. 소리를 듣는 일반 사람과 달리 그들은 서로의 눈을 훨씬 더 많이 바라보고 서로의 표정에 온 신경을 집중하면서 소통했다. 때로는 격정에 휩싸인 듯 눈을 커다랗게 뜨거나 손뼉을 치면서 뭔가 심각한 논쟁을 하는 것 같았다. 그들은 어떤 문제에 대해 서로 의견이 다른 듯했는데, 때로는 화를 내는 듯하다가 마지막에는 깔깔 웃으며 토론을 마치는 분위기였다. 수화를 하는 그들의 몸짓은 놀랍도록 눈부시고 아름다웠다. 이토록 조용한 논쟁이 있을 수 있다니. 듣지 못하는 농인(聾人)의 수화는 일반 청인(聽人)의 입말과 달리 한없이 조용하고 느긋했다. 똑같은 내용으로 일반적인 대화를 했다면 아마 싸우는 것처럼 들렸을 것이다. 수화는 손뿐 아니라 얼굴 표정과 온몸의 분위기를



모두 활용해 몸과 몸이 대화를 나누는 듯한 느낌을 준다. 농인의 수화는 내게 마치 아름다운 무용처럼 다가온다.

우리 모두에게 필요한 공통의 용기

이렇게 수화는 멀리서 보면 아름답지만 막상 ‘소리가 들리지 않는 세계’에서 살아가는 사람들은 온갖 불편을 감수해야 한다. 영화 <코다>에서 딸에게 모든 소통의 책임을 맡길 수밖에 없었던 부모의 이야기를 보며 가슴 시렸다. 가족 중에서 말을 할 줄 아는 사람이 딸밖에 없었기에 가족 모두가 딸에게 ‘세상을 향한 통역’을 맡겼던 것이다. 농인 부부 사이에서 태어난 자녀를 코다(CODA, Children Of Deaf Adult)라고 하는데, 딸은 그런 운명에서 벗어나고 싶어 한다. 부모에게 무슨 일이 생기면 학교를 조퇴하고서라도 곧바로 뛰어와야 하는 삶. 사람들이 부모에게 말을 걸 때마다 ‘우리 부모님이 청각장애인이라서요, 저에게 말씀해주세요’라고 말해야 하는 상황. 아주 어린 시절부터 ‘부모의 보호자’가 되어, 혹시라도 부모가 상처받을까 봐 자신이 진정으로 원하는 것을 표현하지 못하는 상황에서 주인공은 벗어나고 싶다.

음악에 뛰어난 재능을 가진 딸은 노래로 오디션을 보게 되는데, 자신의 아름다운 노랫소리를 부모님이 듣지 못한다는 생각을 하니 가슴이 무너진다. 자신의 꿈을 반대하는 줄로만 알았던 부모님이 딸이 노래하는 모습을 ‘보기’ 위해 오디션 장소에 나타나자 딸은 미안함과 고마

움과 안쓰러움과 사랑이 뒤섞인 표정으로 수화를 통해 노래를 들려준다. 부모님은 딸의 아름다운 목소리를 듣지 못하지만 온몸으로 수화를 하며 노래 부르는 딸의 모습을 보면서 비로소 딸의 꿈을 이해하고, 응원하고, 마침내 딸을 독립시킬 수 있는 용기를 얻게 된다. 나는 이 장면을 보노라면 들을 수 없는 사람이나 들을 수 있는 사람이나 차별 없이, 우리 모두에게 필요한 공통의 용기를 발견하게 된다. 언젠가는 자녀가 부모로부터 독립해야 하듯이 부모도 자녀로부터 독립해야 한다는 것을, 사회는 장애인과 비장애인을 지나치게 구분하지만 사실 우리 모두는 조금씩 장애와 결핍을 앓고 있다. 자기 몸에 100% 만족하는 사람이 어디 있으며 100% 건강한 사람이 어디 있겠는가. 결핍과 장애를 비정상으로 바라보는 사회가 사람들 사이에 ‘마음의 장벽’을 만드는 상황이 바뀌어야 한다.

타인을 배움으로써 성장 가능한 삶

청각장애인을 위한 학교와 커뮤니티가 매우 발달한 미국이나 유럽과 달리 한국에서는 농인의 교육과 생활 면에서 매우 불편한 점이 많다. 이길보라 감독의 <반짝이는 박수소리>는 농인 부모 사이에서 태어난 딸이 어린 시절부터 부모를 보호하기 위해 얼마나 많은 감정 노동을 감수했는지, 그럼에도 불구하고 그들은 얼마나 크고 깊은 사랑으로 서로를 한결같이 응원해왔는지를 보여준다.

고통받는 이웃에게 눈을 돌릴 수 있을 때에야
우리는 진정으로 ‘볼 수 있는 사람’이 되고,
아파하는 이웃에게 귀를 기울일 수 있을 때에야 우리는
진정으로 ‘들을 수 있는 사람’이 될 수 있다.



입으로 말하는 언어보다 수화를 먼저 배운 아이, 이길보라는 엄마, 아빠의 수화가 아름답다고 느꼈다고 한다. “나는 손으로 말하고 사랑하고 슬퍼하는 사람들의 세상이 특별하다고 생각해왔다. 정확히 말하면 엄마, 아빠가 그 누구보다 아름답다고 생각했다. 입말 대신 손말을 쓰는 것이, 입술 대신 얼굴 표정을 미세하게 움직이는 수어를 사용하는 것이 그랬다. 그러나 아무도 ‘아름답다’고 말하지 않았다. 세상 사람들은 ‘장애’ 혹은 ‘결함’이라 불렀다.”(〈반짝이는 박수소리〉중에서) 제대로 배려하지도 소통하지도 않은 채 장애인을 차별하는 사회 분위기가 ‘수화의 아름다움’을 바라보지 못하게 만들었던 것이다. 내 눈에 비친 수화는 언제나 아름다웠다. 언어로는 너무 쉽게 스쳐가 버리는 단어 하나하나가 수화에서는 하나하나 소중한 동작으로 기억된다. 게다가 ‘시끄럽지 않게, 그러면서도 강렬하게, 열정적으로 토론할 수 있구나’라는 생각이 들어 나도 수어를 하고 싶다는 생각이 들었다.

나는 그와 똑같은 생각을 이길보라의 〈반짝이는 박수소리〉에서 발견하고 뿔 듯이 기뻐다. 그리고 어린 시절부터 부모님의 온갖 문제를 해결해주는 통역사 역할을 하면서 세상 물정에 너무 빨리 눈을 뜨게 된 이길보라 작가의 이야기를 읽으며 두 세계, 즉 ‘들을 수 있는 세계’와

‘들을 수 없는 세계’를 연결해주는 사람, 이야기, 그리고 미디어의 필요성을 깨달았다.

그 중심에는 슬픔을 이겨낸 사람의 이야기가 있다. 영화 〈코다〉의 원작은 또 다른 영화 〈미라클 벨리에〉였고, 〈미라클 벨리에〉의 모델이 된 실제 인물은 〈수화, 소리, 사랑해〉의 작가 베로니크 폴랭이다. 불편하고 힘겨운 삶을 견뎌내고, 오늘도 어디선가 불편을 참고 있는 사람들을 향해 ‘우리가 걸어왔던 시간’을 이야기하는 사람이 있을 때 우리는 ‘우리가 미처 생각하지 못했던 아픔’을 이해하고 공감할 수 있게 된다.

남과 다름을 ‘차별’이 아닌 ‘차이’로 인정하는 세상을 꿈꾸며

〈이상한 변호사 우영우〉에는 자폐스펙트럼장애를 앓는 딸이 아빠의 아픔에 아무런 반응을 해주지 않을 때 한없이 외로움과 슬픔을 느끼는 아버지의 이야기가 나온다. 아빠가 다쳐서 아플 때도, 너무 외롭고 힘들 때도 공감하지 못하고 자신의 세계에만 빠져 있는 딸을 보면서 아빠는 막막함을 느낀다. 하지만 사람들이 슬퍼할 때는 어떻게 해야 하는지, 외로운 친구 앞에서는 어떻게 해야 하는지, 그 모든 것을 하나하나 배우면서 더 나아지는 딸의 모습을 보면서 장애가 있는 딸을 홀로 키우는 아픔을 극복한다. ‘공감조차도 가르쳐야 한다’는 것을 아빠가 깨닫는 장면은 단지 장애가 있는 사람들의 이야기는 아닐 것이다. 아무런 장애가 없는데도 공감 능력이 떨어지는 사람이 얼마나 많은가. 수화를 가르치는 교육기관이 더 많아져야 하듯이, 타인의 고통에 공감하는 마음 또한 사회 구성원 모두가 더 깊이 배워야 할 삶의 지혜가 아닐까.

이길보라 감독은 다시 태어나도 코다가 되고 싶다고 한다. 아빠와 엄마도 다시 태어나도 농인으로 살아가고 싶다고 고백한다. 듣지 못하는 세계지만, 들을 수 없을 뿐이지 다른 모든 감각은 일반인보다 더 예민하고 섬세하기 때문이다. 농인 최초로 아카데미 여우주연상을 받은 배우 말리 매틀린은 이렇게 말한다. “청각장애인은 무엇이든 해낼 수 있습니다. 듣는 것만 빼고 말이지요.” 헬렌 켈러는 시각장애와 청각장애를 모두 앓았지만 훌륭한 작가이자 사회운동가가 되었다. 그녀는 ‘스스로 정상인이라 믿는 사람들의 결핍과 장애’를 날카롭게 지적한다. “우리 모두는 이웃에게 눈이 열리기 전까지 맹인이고, 우리의 귀가 인류의 목소리를 듣기 전까지는 농인입니다.” 고통받는 이웃에게 눈을 돌릴 수 있을 때에야 우리는 진정으로 ‘볼 수 있는 사람’이 되고, 아파하는 이웃에게 귀를 기울일 수 있을 때에야 우리는 진정으로 ‘들을 수 있는 사람’이 될 것이다. 공감과 친절, 다정함이라는 ‘소리 없는 언어’는 우리의 모든 결핍과 장애를 뛰어넘어 아름다운 소통의 무기가 될 수 있기에.

정여울 서울대학교 국어국문학과에서 박사 학위를 받았으며, 인문학, 심리학, 글쓰기 등을 주제로 다수의 책을 썼다. 저서로 제3회 전속희문학상을 수상한 산문집 『마음의 서재』를 비롯해 『문학이 필요한 시간』, 『나를 돌보지 않는 나에게』, 『끝까지 쓰는 용기』 등이 있다. 현재 네이버 프리미엄콘텐츠 ‘살롱드류즈’에 연재하고 있으며, KBS라디오 〈이다혜의 영화관 정여울의 도서관〉 진행을 맡고 있다.

공원의 진화, Green Escapes

자연의 중요성이 그 어느 때보다 강조되고 있는 가운데 공원이 도시의 환경문제를 해결하기 위한 대안으로 주목받고 있다. 공원은 우리의 삶을 여유롭게 만들 뿐 아니라 도시 경관을 보호하고 공기 정화, 생물의 다양성 보전 등 여러 문제를 완화하는 기능을 한다. 진화하고 있는 공원의 다양한 변화와 쉼모를 알아본다.

글. 김상호

1 트리톱 워크 하마렌 공원의 핵심은 자연에 대한 최소한의 개입을 개발 원칙으로 해 조성된 공중 산책 트레일이다.

1

도시에서 마주하는 자연이라는 것은 고작해야 거리에 부는 바람, 비, 눈, 햇볕, 그리고 인도를 차지하고 있는 가로수 정도다. 그러나 우리가 ‘배운’ 자연은 그보다 훨씬 더 많고 짝 찬 것이다. 빌딩 숲과 아파트 숲으로 빼곡한 도시에서 자연 같은 자연을 만날 수 있는 곳은 공원이다. 우리는 공원으로 자연의 상실을 보상받을 뿐 아니라, 공원으로 삭막한 도시 환경을 개선하려고 한다. 공원은 우리의 쉼모에 따라 만들어지고, 변화하고, 업그레이드된다.

자연 속 산책로, 자연과의 공존

노르웨이 피레스달의 트리톱 워크 하마렌 공원(Treetop Walk Hamaren Activity Park)은 자연과의 공존을 중요시하는 최근 공원의 전형적인 사례로 자연 속 산책로를 중심으로 한 공원이다. 덴마크 건축 사무소 에펙트(Effekt)가 ‘아름다운 자연환경을 파괴하지 않으면서 이를 더욱 돋보이게 하는 경험을 제공한다’는 비전 아래 조성했다. 이곳의 핵심인 공중 트레일은 자연에 대한 최소한의 개입을 원칙으로 삼아, 있는 그대로의 숲과 자연을 체험하고 조화롭게 이용하는 데 집중했다. 현지에서 조달한 나무를 사용하는 단순한 목조 건축 시스템을 개발해 기둥과 판자만으로 길이 1km, 폭 2m의 공중 산책로를 만들었다. 이 시스템에서는 자연을 보호하기 위해 소형 기계와 손으로 쉽게 다룰 수 있는 작고 곧은 조립식 요소만 사용했다. 독립적인 작은 유닛을 서로 결합해가며 나무 주변과 산을 따라 구불거리는 유기적 형태로 만들었다. 이 건축 시스템 덕분에 현지 목재와 현지 장인 기술을 사용해 피레스달의 벌목 시대를 연상시키는 산책로를 건설할 수 있었다.

산의 능선과 경사를 따라 구불구불하게 만든 숲 ‘위’의 오솔길은 장애인과 비장애인, 노인과 어린이, 자전거와 유아차 모두 불편 없이 다닐 수 있다. 종점에는 지름 50m의 넓은 원형 전망대가 자리해 소나무 숲, 숲을 둘러싼 암석과 호수, 호수를 감싸고 있는 산세를 사방으로 감상할 수 있다. 공원을 찾는 모든 사람에게 나무 꼭대기 사이를 거니는 특별한 경험을 선물한다. 트레일은 호수를 따라 북쪽으로 올라가면 수변 플랫폼과 하마렌의 바비큐 오두막으로 이어지고, 남쪽 루트로는 지역 학교와 유치원을 지나 인근의 또 다른 공원으로 순환하며 연결된다. 곳곳에 쾌적하게 쉴 수 있는 테이블과 벤치가 있어서 도시락을 즐기거나 오두막이나 야외에서 음식을 만들어 먹을 수도 있다. 트레일 중심부에는 누구나 쉽고 안전하게 이용할 수 있는 자전거 트레일이 놓여 있고, 이를 우회해서 좀 더 난도 높은 루트가 마련되어 있다. 공원 구석구석에는 자연 안내 표지판을 설치해 현지의 야생동물과 식물종, 나무 종류,

역사에 대해 자세히 알 수 있도록 했다.

유적지로서 생태 공원

미국 휴스턴의 메모리얼 파크(Memorial Park)는 랜드스케이프 디자인으로 긴 시간에 걸쳐 생태적 전환 과정을 실행에 옮긴 급진적이면서 야심 찬 프로젝트다. 텍사스주 코퍼스 크리스티에서 루이지애나주 라파엣까지 3만 6,000km² 넘게 드넓은 이곳은 한때 아열대 생태계와 대초원이 펼쳐져 있었던 곳이다. 하지만 오늘날에는 연안 대초원 서식지의 1%만 남았다. 메모리얼 파크는 제1차 세계대전 때 7만 명의 군인이 훈련했던 캠프 로건(Camp Logan)이 있던 곳으로 역사적 유적지이기도 하다.

2023년에 완성한 (땅 전체가 다리 역할을 하는) 랜드 브리지와 초원(Memorial Park Kinder Land Bridge and Cyvia & Melvyn Wolff Prairie)은 앞으로 10년에 걸쳐 진행할 전체 마스터 플랜의 시작이다. 첫 프로젝트는 고속도로(메모리얼 드라이브)로 분리된 기존 공원의 북쪽과 남쪽을 인공 지형으로 완전한 횡단로를 연결함으로써 이곳의 생태계를 복원하는 것을 가장 중요한 목표로 삼았다. 브리지 위의 넓은 녹지는 공원과 그 너머 도시 풍경을 즐기며 쉴 수 있는 장소가 된다. 이 정도의 대규모 토목 공사를 동반한 공원 조성 사업이 자연환경의 ‘회복’과 ‘복원’에 초점을 맞추는 동시에 지역 커뮤니티의 공원 이용까지 충족시킨다는 것은 매우 어려운 과업이다. ‘사람과 동물 모두에게 더 나은 안전과

연결성을 제공한다’는 양립하기 어려운 목표를 추진했다는 점에서 매우 도전적이며 논쟁적인 사례다.

오래된 자연 부지에 공원을 새로 조성할 때는 언제나 기존 식생을 어떻게 다룰지가 중요한데, 이때 취하는 방법과 계획이 새 공원의 자연에 대한 태도를 보여주는 거울이 된다. 사업 진행 과정에서 제거한 나무는 공원에 재배치하거나 용도를 변경해 연안의 초원과 생태 네트워크를 지원하는 데 사용한다. 일부는 가뭄으로 황폐해진 산림을 되살리는 데 사용하는데, 생존력이 강한 지름이 큰 나무를 이식해 숲의 상층림을 빠르게 조성한다. 메모리얼 파크의 조성 과정은 공원 사업을 추진하는 좋은 협력적 거버넌스 모델이 되기도 한다. 메모리얼 파크 컨서번시는 메모리얼 파크의 6km² 중 4.5km²를 운영 및 관리하는 비영리 민간 단체다. 현재와 미래의 모든 휴스턴 시민이 즐길 수 있도록 메모리얼 파크를 복원·보존·개선하는 것을 미션으로 삼고 있다. 메모리얼 파크의 나머지 영역은 킨더 재단(Kinder Foundation)이라는 민간 단체에서 맡고 있다. 이 재단은 도시 녹지 공간 사업과 교육 사업 등 삶의 질을 높일 수 있는 분야의 혁신을 위해 보조금을 제공하는 일을 하고 있다.

산업 유산과 자연의 조화

영국 맨체스터의 캐슬필드 고가교(Castlefield Viaduct) 공원은 1892년에 건설한 330m 길이의 철도 교량이 나무, 식물, 꽃이 있는 고가 공원으로 탈바꿈한 것이다. 맨체스터의 재



2 앞으로 10년에 걸쳐 완성될 미국 휴스턴의 메모리얼 파크 랜드 브리지와 초원.

3 뉴욕 하이라인식 도심 고가 재생 모델을 따른 최근 사례인 맨체스터의 캐슬필드 고가교.

개발 지역과 기존 산업 공간을 용도 변경하는 내셔널트러스트의 도시 장소 프로젝트의 일환이다. 모든 디자인 요소는 캐슬필드의 산업 유산을 기념하는 데 초점이 맞춰져 있다. 이곳의 플랜터(식재가 어려운 땅에 식물을 심기 위해 배치한 대형 화분)는 기존 고가교의 곡선을 반영하고 철로 폭을 그대로 따라 디자인했다. 1969년에 사용이 중단되어 폐쇄된 이후 자연이 스스로 재생한 모습을 볼 수 있도록 고가교 일부 구간은 그대로 남겨두었다. 새로 추가한 관목, 양치류, 풀 등의 식생도 이미 자연적으로 자라기 시작한 이곳의 작은 생태계에서 영감을 받아 고르고 배치했다. 공원은 3개 구역으로 나뉘어 있다. 첫 번째 구역은 격자 구조 철도를 모티프로 하여 방문객을 공원 안으로 안내한다. 두 번째 구역은 목화, 양치류, 회향 등 3,000여 종의 식물을 플랜터에 심어 지역 환경의 생물 다양성을 보여준다. 세 번째 구역은 방문자가 볼 수는 있는데 출입은 불가능한 곳이다. 내셔널트러스트는 공원을 시범 운영하며 지역 주민의 의견을 수렴해 이 계획의 궁극적인 모습을 함께 이해하고 그려가고자 한다.

프로젝트에 참여한 팀 가운데 구조 디자인 회사 아랍(Arup)은 기존 고가교의 구조를 평가하며 몇 가지 추가 과제를 제시했다. 중전철 교통량을 지탱할 수 있도록 설계한 구조물은 원래 상태라면 도시공원을 조성할 수 있을 만큼 하중 용량이 충분했을 것이나 130년이 지나면서 물이 고이는 철골 부위를 중심으로 노후화된 징후를 발견했다. 환경적 지속 가능성이라는 프로젝트의 핵심을 지지하는 차

원에서 아랍은 환경에 민감한 여러 조치를 프로젝트에 통합적으로 반영했다.

야생의 귀환이 필요한 때

공원을 만드는 일은 자연을 만드는 일이다. 좋은 공원을 만들기 위한 모든 노력에도 불구하고 인간의 개입은 자연을 어떤 식으로든 바꿀 수밖에 없다. 공원은 더 근본적인 자연과의 공존을 위한 방향 전환이 필요하다.

자연의 아름다움과 건강함을 도시의 일상 속에 두는 일이니 환경보호는 물론, 작지만 결코 작지 않은 생태계를 지원하는 일이 중요하다. 공원에 심는 온갖 식물뿐 아니라 그곳에 찾아드는 크고 작은 동물, 그리고 그곳의 바탕을 이루는 흙과 물까지 포함된다. 도시에 하루가 멀다 하고 세워지는 건물이 그런 것처럼 공원도 만드는 것보다 잘 관리하는 것이 훨씬 더 중요하다. 그래서 자연을 지속 가능한 자원으로 관리하는 개념이 오래전부터 자리 잡았다. 자연스럽게 인프라, 유지·보수 계획, 인력, 비용이 뒤따른다. 자연도 공원에서는 유지·보수가 필요한 존재가 된다.

최근 유럽과 북미 나라에서 일어나고 있는 리와일딩(rewilding) 운동은 ‘야생의 귀환’을 이야기한다. 인간이 자연과 맺은 과거의 일방적 관계를 반성하며 돌아보고 자연에 손을 대는 광범위한 인간의 행위에 대한 생태적 전환을 요구하고 있다. 짓고 만드는 인간의 모든 행위는, 그것이 설령 자연(공원)이라 하더라도 탄소를 발생시키고, 에너지를 소모하고, 생태계에 폭력을 가하기 마련이다. 새 공원을 만들 때 생태계를 방해하거나 자연을 파괴하는 것은 반드시 피해야 한다. 새롭고 멋진 공원을 만들기 전에 이미 있는 오래되고 낡은 공원을 더 잘 가꾸고 확장하는 일이 먼저여야 하고, 새 공원의 설계와 관리는 매우 신중하게 이루어져야 한다. 기존 생태계는 반드시 보존하고, 조성 과정이나 운영 과정에서 손상된 지역은 복원해야 한다. 새로 들어서는 공원은 그 지역의 생태학적 균형을 고려해야 하고, 지역 동식물에 적합한 서식 환경을 제공하는 데 기여해야 한다. 공원을 방문하고 이용하는 사람들을 대상으로 환경 교육과 보존 활동 프로그램을 운영해 사회의 인식을 높여야 하며, 실질적인 실천과 협력으로 공원을 가꿔야 한다. 앞으로는 올바르게 설계하고 관리하는 공원만이 진짜 공원이 될 것이다.

김상호 국민대학교에서 건축을 공부했으며, 월간 『공간』 기사를 거쳐 현재 정립건축문화재단 실장으로 있다. 한국 건축 문화의 균형 있는 매개자로서 건축·문화·예술계와 폭넓게 협력하며 미디어, 교육, 공동체 주거 사업을 진행하고 있다.

신미술 지형도,

New Wave of Art

아트계에 MZ세대 바람이 강하게 불고 있다. 코로나 팬데믹 이후 아트 페어들이 온라인 플랫폼을 적극적으로 도입하고 초보자가 소액으로 투자를 시작할 수 있는 온라인 공동구매 플랫폼이 등장하면서 젊은 세대가 미술품에 더 쉽게 접근할 수 있게 되었기 때문이다. 유명 연예인과 인플루언서들이 전시장을 찾아 작품을 구매하며 예술 작품을 통해 자신의 취향을 표현하기 시작했고, 디자인과 건축의 융합을 통한 ‘컬렉터블 디자인’이라는 새로운 수집 분야도 등장했다. 블록체인 기반의 NFT (Non-Fungible Token) 아트 시장의 등장과 디지털 영상 작품의 대중화로 예술은 패션만큼이나 흥미로운 분야가 되었다. 아트 바젤&UBS의 2023

미술 지형도가 달라지고 있다. 온라인과 오프라인 아트 페어를 자유롭게 오가는 20-40대 젊은 컬렉터들이 중심이 되어, 디지털 아트와 컬렉터블 디자인 등 미술 분야의 영역을 넓히며 아트 페어에 새로운 활력을 불어넣고 있는 것. 아트 페어 역시 단순한 작품 거래의 장을 넘어 하나의 축제로 자리 잡고 있다.

글. 계안나

년 글로벌 수집 조사에 따르면 Z세대(12-27세)와 밀레니얼 세대(28-43세)가 미술 작품 구매 지출을 크게 늘렸으며, 아시아 지역의 젊은 컬렉터가 급부상하고 있다. 경기가 급변하는 요즘 시대에 예술품이 환경적 영향을 덜 받는 대체 자산으로 주목받으며 아트 테크라는 신조어까지 생겨났다. 아트 컬렉팅에 대한 높은 관심은 올해 개요를 발표한 아트 페어에서 가장 먼저 감지할 수 있다. 아트 바젤은 3월 홍콩을 시작으로 미디어 영상 작품과 젊은 컬렉터 유치에 주력할 것이라고 발표했고, 프리즈 역시 뉴욕 무대를 준비하면서 디지털 플랫폼에 힘을 줬다. 디자인 마이애미는 ‘프리미엄 컬렉터블 디자인 페어’라는 이름으로 올해 로스앤젤레스

1



2

- 1 2024년 디자인 마이애미는 LA에서 개최된다. 미국건축사협회의 첫 흑인 건축가인 폴 윌리엄스가 설계한 280㎡에 이르는 홈비 힐스 대저택을 전시장으로 활용한다.
- 2 노마드 페어는 올해 14회를 맞는다. 카프리섬의 가장 오래된 건축물 체르토사 디 산 자코모(Certosa di San Giacomo)에서 개최한다.

에 첫 출사표를 던진다.

과거 아트 페어는 대중성을 앞세워 합리적 가격대의 작품을 소개하고 신진 아티스트를 발굴하는 데 초점을 맞췄으나 별다른 호응을 얻지 못했다. 수집가들의 마음을 움직이는 것은 ‘저렴한 가격’이 아닌 ‘독특한 취향’이라는 사실을 미처 파악하지 못했기 때문이다. 컬렉터들은 대중에게 널리 알려진 ‘국민 화가’보다는 자신이 발견한 잠재력 있는 아티스트를 찾길 원하고, 투자를 넘어 자기만족까지 얻고자 한다. 투자, 소유, 개성을 모두 충족시키는 작품을 추구하는 새로운 세대의 컬렉터들을 위해 아트 페어가 제시해야 할 것은 바로 다양성이다. 장르, 국적, 인종을 초월한 작품을 소개하며, 아트 페어 현장에 오랫동안 머무르고 싶게 만드는 다채로운 볼거리를 제공해야 한다. 수집이란 단순히 예술 작품을 소유하는 것에 그치지 않고, 관람하고 탐색하고 감상하는 전 과정을 아우른다. 다양한 아트 페어를 찾아 나서는 것부터 수집의 첫걸음인 만큼 올해 상반기에 찾아봐야 할 국내외 아트 페어를 소개한다.

디자인 마이애미, 로스앤젤레스

5월 16-20일(VIP 프리뷰 5월 16-17일), 로스앤젤레스

설립자 로드먼 프라이맥(Rodman Primack)은 2005년 디자인 마이애미를

론칭하며 ‘컬렉터블 디자인’이라는 용어를 처음 사용했다. 그는 아트 페어 시장의 변화의 필요성을 느꼈고, 예술과 밀접하면서도 대척점에 있는 디자인을 새롭게 바라볼 수 있는 장을 마련하고자 했다. “컬렉터블 디자인은 쓸모 있는 가구로 기능하면서도 아름다우며, 만만히 소유할 수 있는 단 하나의 디자인 피스를 의미한다. 이는 보통 디자이너가 생산하는 한정판 작품으로, 손바닥 크기의 주얼리부터 직물, 침대에 이르기까지 종류가 다양하다. 컬렉터블 디자인은 예술과 디자인의 융합이 아닌 전혀 별개의 장르로 예술 작품 이상의 가치를 지닌다.”

한때 ‘아트 퍼니처’, ‘디자인 가구’ 등으로 불린 컬렉터블 디자인은 요즘 별도의 장르로 정의한다. 디자인의 기능성, 예술의 독창성, 공예의 숙련된 기술이 결합된 예술품이라 할 수 있다. 그 자체로 감상의 대상이 되며, 생활 공간에 놓여 직접 만지고, 앉고, 사용하면서 사용자의 습관과 행위가 지문처럼 남는다는 점에서 더욱 특별한 의미가 있다. 투자와 경험을 동시에 추구하는 젊은 컬렉터들은 이런 생활과 예술의 경계를 넘나드는 컬렉터블 디자인 영역에 큰 관심을 보인다. 또 그림 투자에 익숙해진 컬렉터들이 미술 투자 영역을 좀 더 확장하고자 디자인으로 눈을 돌리면서 디자인 마이애미 행사는 컬렉터블 디자인 페어의 표본으로 거듭났다. 컬렉터블 디자인 전문 갤러리가 등장했고, 브뤼셀의 ‘컬렉터

블 디자인(Collectable Design)’, 뉴욕의 ‘살롱+디자인(Salon+Design)’, ‘노마드(Nomad)’ 등 새로운 페어들도 활약 중이다. 국내에서도 ‘디파인 서울(Define Seoul)’이라는 프리미엄 디자인 아트 페어가 처음으로 개최되었다.

올해 디자인 마이애미는 로스앤젤레스로 향한다. 할리우드 스타들과 거물급 아트 컬렉터들이 활동하는 지역인 만큼 어떤 작품이 등장할 지 기대를 모은다. 특히 건축가 폴 윌리엄스(Paul Williams)가 설계한 홈비 힐스 저택(The Holmby Hills Estate)을 무대로 선택해 더욱 흥미진진한 행사로 만들 예정이다. 건물 안팎이 아름다운 가구로 가득 차고 가구가 조각으로, 조각이 퍼포먼스로 변모하는 예술적 풍경을 보게 될 것이다. 디자인 마이애미는 6월 10-16일 스위스 바젤, 10월 15-20일 프랑스 파리, 12월 3-8일 미국 마이애미 순서로 대장정을 이어간다.

베니스 비엔날레, 4월 20일-11월 24일, 베니스

1895년에 시작한 베니스 비엔날레는 ‘미술 올림픽’으로도 불린다. 각국의 상황, 문화, 제도를 아트 작품에 담아내는 국가관을 특징으로 하기 때문이다. 황금사자상을 수상한 아티스트는 그해 주목받는 인물로 역사에 이름을 남기게 된다. 한국은 1986년에 처음 참여했으며, 아티스트 백남준이 황금사자상을 수상하면서 1995년 한국관이 건립되었다.

3 아트 부산은 2012년에 설립해 매년 입장객 수와 작품 판매 측면에서 새로운 기록을 만들어내고 있다.



이로써 베니스 비엔날레는 미술계뿐 아니라 한국 문화계 전체가 주목하는 행사가 되었다. 올해는 60주년을 맞아 아드리아노 페드로사(Adriano Pedrosa)가 총감독을 맡았다. 그는 ‘Foreigners Everywhere(어디에나 이방인)’를 주제로 선정하고 인종, 국가 등의 물리적 구분을 넘어 디아스포라, 선주민, 주류에서 밀려난 예술계 아웃사이더, 심리적 박탈감을 느끼는 이들을 비엔날레에 모으겠다는 포부를 밝혔다.

메인 전시장 아르세날레(Arsenale)에는 작품 ‘Foreigners Everywhere’(2004-)를 53개 언어로 전시할 예정이다. 브라질 선주민의 ‘후니쿠인 예술가 운동(Movimento dos Artistas Huni Kuin)’, 뉴질랜드의 ‘마타호 컬렉티브(Mataaho Collective)’ 등의 작품도 선보인다. ‘컨템퍼러리’ 섹션과 ‘스토리’ 섹션에서는 디아스포라 운동, 젠더 저항 운동과 관련된 작가들의 작품과 라틴아메리카, 아프리카, 중동, 아시아 출신 작가들의 초상을 볼 수 있다. 건립 30주년을 맞은 한국관에는 이철희와 야콥 파브리시우스(Jacob Fabricius)가 공동 예술 감독으로 참여하며, 구정아가 대표 작가로 활약하게 된다. 구정아 작가는 드로잉, 회화, 조각, 설치, 시, 소설 등 다양한 매체를 통해 현실과 비현실, 존재와 비존재의 경계를 넘나드는 작업을 선보여왔다. 올해 한국관은 향기로 가득 찰 예정이다. 눈으로 볼 수도, 귀로 들을 수도 없지만 항상 우리 주위를 감싸고 있는 향기는 숨을 들이쉴 때마다 그 존재감을 드러낸다. 경계 없이 자유롭게 넘나드는 향기를 통해 ‘이방인’이라는 주제를 담아낼 예정이다.

아트 부산, 5월 10-12일(VIP 프리뷰 5월 9일), 부산

부산은 부산엑스포, 부산국제영화제, 부산비엔날레 등 다양한 이벤트로 항상 새로운 활력이 넘치는 도시다. 그러나 5월이 되면 모든 이들의 관심이 예술로 집중된다. 국내 최대 규모의 아트 페어인 아트 부산이 열리기 때문이다. 지난해에는 기대에 못 미친 성적과 운영에 대한 비판이 있었으나 올해는 새로운 각오로 임하는 분위기가 감지된다. 참가 갤러리들이 선보이는 메인 섹션 외에도 아트 트렌드와 미술계 주요 이슈에 대한 강연 및 대화 프로그램, 부산 여행지와 연계한 프로그램 등이 준비되어 있다.

특히 올해 아트 부산은 글로벌 네트워크를 활용해 참여 갤러리와 출판작의 품질을 한층 끌어올리고 VIP 고객 프로그램에 더 많은 노력을 기울였다고 한다. 구체적 계획은 아직 공개되지 않았지만, 젊은 컬렉터를 위한 신선하고 개성 있는 작가들의 작품이 준비되어 있다고 밝힘으로써 예술 애호가들의 기대를 모으고 있다. 지난해 11월에 선보인 프리미엄 디자인&아트 페어인 ‘디파인서울’을 통해 디자인과 아트의 상호작용이 어떻게 새로운 예술을 창출하는지 보여주었던 경험을 바탕으로, 올해 아트 부산은 판매 성과를 넘어 독특한 콘텐츠로 관람객에게 새로운 경험을 제공할 것으로 보인다. 아트 페어가 열리는 동안 부산시립미술관, 부산현대미술관과 여러 사설 갤러리가 참여해 동시에 특별전을 열고 축제 분위기를 이어간다는 계획이다.

테파프 뉴욕, 5월 10-14일, 뉴욕

컬렉터블 디자인 작품, 디지털 영상 등 새로운 분야에 귀 기울이는 젊은 컬렉터들이 등장하면서 아트 페어 형식도 달라지고 있다. 매년 3월 마스트리히트(Maastricht)에서, 5월 뉴욕에서 두 차례 열리는 테파프(TEFAF, The European Fine Art Fair)도 예외가 아니다. 1988년 네덜란드 마스트리히트에서 처음 시작한 이 아트 페어는 본래 고미술, 장식 디자인 등에 집중했으나 점차 순수 미술, 현대미술로 영역을 확장하며 뉴욕까지 진출했다. 로마 동전에서부터 제프 쿤스(Jeff Koons) 작품까지 구입할 수 있는 블록버스터급 아트 페어인 셈이다. 하지만 코로나 팬데믹과 강도 사건 같은 불미스러운 일이 발생하고 다른 아트 페어가 급속히 성장하면서 위기에 직면한 테파프는 관점을 전환하기로 했다.

마스트리히트에서는 전통과 올드 마스터를, 뉴욕에서는 현대미술과 디자인을 강조하기로 한 것. 소셜 미디어를 의식해 부스 디자인에 공을 들이고, 디자인과 건축 역사 관련 강연 프로그램도 마련했다. 테파프 뉴욕은 신흥 갤러리 섹션을 두 배로 늘리며 컬렉터블 디자인을 소화하는 갤러리까지 포함시켰다. 소개 자료에 따르면 올해 테파프 뉴욕은 역사 깊은 파크 애비뉴 아모리(Park Avenue Armory) 건물에서 열리며 4개 대륙, 15개국에서 약 90개의 선도적 국제 갤러리가 참여할 예정이다. 현대 미술, 보석, 골동품, 가구 등 순수 미술부터 컬렉터블 디자인 작품까지 다양한 장르를 만나볼 수 있다. 프리드먼 벤다(Friedman Benda), 카펜터스 워크숍 갤러리(Carpenters Workshop Gallery), 갤러리 크레오(Galerie Kreo) 등 컬렉터블 디자인 전문 갤러리도 참석한다. 비슷한 시기 뉴욕에서는 나다(NADA, New Art Dealers Alliance), 인디펜던트(Independent), 뉴욕 프리즈(Frieze)는 물론 소더비, 크리스티 경매도 이어진다. 1차 시장과 2차 경매 시장의 분위기를 비교해보는 것도 좋은 미술 공부가 될 것이다.

프리즈 뉴욕, 5월 1-5일, 뉴욕

2022년 한국 미술 시장을 뜨겁게 달군 것은 프리즈 서울이었다. 세계 3대 페어 중 하나로 꼽히는 파리 피아크(FIAC)를 뛰어넘고 급속하게 성장한 글로벌 아트 페어 프리즈가 서울을 아시아 아트 허브 도시로 선택하고 키아프(Kiaf)와 공동 아트 페어를 열기로 한 것이다. 이로 인해 국내 시장은 글로벌 스탠더드에 한층 가까워졌고 프리즈에 대한 관심도 증가했다. 최근 프리즈는 미국에서 가장 오래되고 큰 아트 페어인 뉴욕의 아모리 쇼와 엑스포 시카고를 인수하면서 규모를 확장하고 있다. 출발은 1991년 미술 전문지 『프리즈(Frieze)』 창간에서 비롯되었다. 발행인 어맨다 샤프와 매슈 슬로토버는 잡지 창간을 넘어 2003년, 젊은 층을 타겟으로 한 아트 페어를 개최했다. 누구나 참여할 수 있도록 런던 시민이 사랑하는 리젠트 파크에 임시 텐트를 치고, 조각가들이 공원 내에 작품을 설치하고 시민이 감상할 수 있는 열린 아트 마켓을 만들고자 했다. 참신한 콘셉트와 크리스티 및 소더비 경매 날짜에 맞춘 일정으로 ‘프리즈 워크’라는 용어를 탄생시킬 만큼 큰 성공을 거뒀다. 런던 이후 프리즈는 뉴욕, 로스앤젤레스로 자연스럽게 확장하며 각 도시의 특성을 살린 아트 페어를 선보이고 있다.



4



5

4, 5 프리즈 뉴욕 전시(4) 및 프리즈 런던 전시 현장

프리즈 뉴욕은 첼시 지역과 가까운 복합 문화 센터 셰드(The Shed)에서 열려 뉴욕 관광을 하면서 즐길 수 있다. 하루 종일 돌아봐야 하는 대규모 아트 페어와 달리 프리즈 뉴욕은 메인 갤러리와 신생 갤러리가 참여하는 섹션으로 나누어져 관람객의 관심도와 구매 여력에 따라 작품을 감상할 수 있도록 배려했다. 올해는 25개국에서 총 65개 갤러리가 참가할 예정이다. 행사 일주일 전부터 전용 온라인 뷰잉 룸을 오픈해 실제 현장에서의 경험을 미리 예고하는 점도 신선하다. 프리즈 뉴욕의 진짜 행사는 밤에 열린다는 말이 있다. 갤러리스트, 아티스트와 함께하는 갤러리 파티뿐 아니라 프리즈 워크 기간에 진행되는 다양한 행사는 네트워킹 형성에 좋은 기회가 된다.

계안나 현재 영국 런던에 거주하며 네이버 <디자인프레스> 등 다양한 매체에 건축, 아트, 디자인 관련 컬럼을 기고하고 있다.



아무튼, 비건

비틀스의 폴 매카트니는 오래전부터 월요일은 육류를 먹지 않는 날로 정해 비거니즘을 실천했다. 라디오헤드의 톰 요크 역시 지구의 생명체와 환경문제에 목소리를 높이는 비건 셀럽이다. 내털리 포트먼 역시 잘 알려진 비건주의자로 동물권을 알리는 데 힘썼다. 비거니즘은 동물 해방 운동에서 파생된 하나의 생활 방식이다. 지구상의 동식물을 존중하며 단지 인간의 편의를 위해 다른 생명체가 고통이나 죽음을 당하지 않는 세상을 추구하는 신념에서 시작되었다. 또 근본적으로는 인간과 동물을 구분하지 않는 이타심에서 비롯되었기 때문에 동물 보호뿐 아니라 생태, 여성, 노동 등 환경과 인권 운동과도 기꺼이 연대하는 교차성을 보여준다.

한편 기후 위기가 들이닥친 현대에는 지속 가능한 삶을 위해 일상 곳곳에서 일어나는 생활 습관에 영감을 주며, 제로 웨이스트 운동과 결합해 일상의 영역으로 보다 넓게 퍼졌다. 오늘날 비거니즘이 하나의 큰 문화 산업 트렌드로 자리 잡는 데에는 다양한 연대와 화합이 있었고 음식, 패션, 여행 등 여러 산업으로 확대되고 있다는 점은 꽤 인상적이다.

비거니즘이 기후 위기에 대응하는 데 미치는 영향

모두가 알다시피 지구 온도를 높이는 요인으로 온실가스 증가가 있다. 화석연료 사용, 산림 파괴, 도시 산업화가 그 농도를 더 증가시킨다. 단지 산업 문제 같아 보이지만 사실은 우리의 생활 방식에서 출발한 인간의 영향력이다. 특히 현대인의 식량 생산 시스템은 인간의 활동으로 인한 온실가스 배출량의 31%를 차지한다. 개인의 문제로 단정 지을 수 있는 것은 아니지만, 우리의 식탁을 어떻게 차리느냐에 따라 기후변화 속도가 달라진다는 얘기다. 하루에 세 번 기후 위기에 대응할 기회가 주

최근 친환경과 가치 소비에 대한 사회적 관심이 높아지며 제로 웨이스트, 비건 등 생활 속 실천이 늘어나고 있다. ‘비건’은 원래 식생활에 관련된 개념이었지만 최근에는 동물 가죽 등을 소재로 한 의류를 입지 않고 동물실험 화장품을 사용하지 않으며 패션, 뷰티 분야로 확산해 하나의 라이프스타일로 자리 잡고 있다.

글. 유다미

어진다는 뜻도 된다. 실제로 내털리 포트먼은 “나에게 먹는 것은 하루 세 번 자신의 신념을 보여주는 것이다”라고 말했다. 즉 우리 모두가 하루 세 끼 식사 중 한두 끼만이라도 의식적으로 식탁을 차린다면 의미 있는 변화가 일어날 것이다.

기후 위기와 식량 생산 시스템

비건은 다섯 가지 단계로 나뉜다. 채소만 섭취하는 비건, 채소와 우유를 섭취하는 락토 베지테리언, 채소와 달걀만 섭취하는 락토 오보 베지테리언, 채소·우유·달걀을 포함해 생선까지 허용하는 패스코 베지테리언, 여기에 포유류 고기는 제외하지만 닭고기까지 허용한다면 폴로 베지테리언으로 정의한다. 선택적으로 고기를 먹지만 가급적 채식을 추구하는 플렉시테리언도 있다. 폴 매카트니가 추구한 것도 바로 플렉시테리언이다. 이런 융통성은 식생활을 엄격하게 구분하기보다는 의식적인 식사를 하고, 내가 먹는 것이 세상과 연결되어 있다는 인식에 방점을 두고 비거니즘을 실천하는 데 힘을 실어준다. 한번에 모든 것을 바꾸려 하지 말고 채식을 지향하며 점진적으로 식탁을 바꿔나가는 힘이다.

그런데 많은 사람들이 간과하는 것이 있다. 현대의 농업 또한 지구 온도 변화에 부담을 주는 큰 요인이라는 점이다. 세계적 역사학자 유발 하라리 역시 농업혁명이 인류에게 정착 생활을 가져다주고 인구를 증가시켰지만, 중국에는 노동과 계급을 만들고 현대의 환경과 인권 문제를 유발한 원인으로 분석한다. 과장된 논리 같아 보이지만 농업과 환경 문제는 서로 긴밀하게 영향을 주고받는 한 카테고리에 있는 것은 명백하다. 다만 농업은 기후의 영향으로 이루어지지만 이제는 농업이 기후에 영향을 준다는 것이 문제다. 우선 농사를 짓기 위해 쟁기질을 할 때 발생하는 탄소 배출이 어마어마하다. 유기물이 풍부한 토양일수록 식

밥상머리 대화법

사회생활의 근간은 어릴 적 밥상머리에서 시작된다. 밥상머리에서 나누는 긍정적인 대화는 발전적인 소통으로 이어져 긍정적인 인간관계까지 자연스럽게 익히게 된다. 내 아이의 인생을 결정지을 수 있는 중요한 소통 장소인 밥상머리에서의 대화법을 살펴본다.

글. 김종원
일러스트. 백주현



부모로서, 어른으로서 아이에게 어떤 말을 해줘야 할지 몰라 난감할 때가 많다. 항상 긍정적이어서도, 항상 부정적이어서도 안 된다.

식탁 위에서 아이의 좋지 않은 태도를 바꾸고 도전 정신을 키워주는 법

먼저 좋지 않은 태도를 바꾸는 말에 대해서 이야기해보자. 여러분의 하루를 회상해보라. 평일 저녁 시간에는 모습도 보이지 않다가, 주말이면 밖에 나가 놀다 들어와서 모처럼 가족이 모여 식사하는 자리에서 아이의 식사 태도가 좋지 않다고 혼내는 부모가 있다. 물론 나쁜 태도는 바로잡아야 하지만, 마치 독재자처럼 명령어만 남발한다면 식사 분위기가 망칠 뿐이다. 같은 말도 얼마든지 다르게 표현할 수 있고, 굳이 지적하지 않아도 지혜로운 표현으로 아이 스스로 자신의 잘못된 태도를 고치게 할 수도 있다.

부모가 자주 실수하는 대표적인 말을 소개해본다. 엄마, 아빠 모두 이렇게 고치면 더욱 좋으니 부부가 함께 읽고 실천하길 바란다.

전) “분명히 경고했지, 반찬 가지고 투정하지 말라고!”

후) “내일은 어떤 반찬이 먹고 싶니? 오늘 반찬은 어제랑 뭐가 다른 것 같아?”

전) “처음 보는 음식도 먹으려고 자꾸 시도해야지!”

후) “이 음식은 처음이지? 어떤 재료가 들어갔을 것 같아?”

전) “국 뜨거우니까 조심하라고 몇 번을 말하니!”

후) “국이 조금 뜨거울 거야. 어떻게 하면 안전하게 먹을 수 있을까?”

전) “밥 다 먹었으면 가서 숙제하고 책 읽어.”

후) “아침 식사 끝내고 우리 뭐 할까?”

가정은 사회의 가장 작은 단위다. 사회에 나가 좋은 인간 관계를 형성하려면 가정에서부터 사회생활에 대한 기초를 차근차근 습득할 필요가 있다. 특히 대화법이 그렇다. 어떻게 듣고 말하느냐에 한 아이의 더 나은 미래가 걸려 있다고 해도 과언이 아니다. 모든 부모는 궁금할 것이다. ‘내 아이의 나쁜 태도를 어떻게 하면 바꿀 수 있고, 도전 정신은 어떤 말로 키울 수 있을까?’

이때 식탁은 마법의 공간이 된다. 식탁은 그저 음식만 먹는 곳이 아니라, 이 공간에 존재하는 모든 구성원의 삶의 태도까지 바꿀 수 있는 장소다. 흔히들 밥상머리 교육이 중요하다고 말한다. 그러나 그 중요성은 잘 알고 있더라도

이 글을 읽고 있는 여러분도 잘 알겠지만, 먹을 때 혼나면 더 서럽다. 식사 자리에서 아이의 잘못된 태도를 바꾸는 일은 ‘훈내는 것’이 아니라 ‘모범을 보이는 것’이라고 생각하는 것이 좋다. 뭐든 과하거나 지나치면 소용이 없다. 그런 말은 결국 교육도 제대로 되지 않을뿐더러 거기 있는 모든 사람의 마음만 무겁게 만들 뿐이다. 대표적으로 이런 식의 말투가 모두의 마음을 무겁게 만든다.

“어른이 먼저 수저를 들면 그때 너도 식사를 시작하는 거야!”
 “소리 내지 말고 조용히 먹으라고 했지!”
 “식탁에 팔꿈치 올리지 말고, 다리 떨지 말라고!”
 “쓸데없는 짓 그만하고 제발 밥 좀 먹어!”
 “제발 밥 먹을 땐 먹는 데 집중하라고!”

이렇게 말한 후에는 이런 생각이 들기는 한다. ‘아이에게 좋은 이야기를 들려주고 싶었는데, 어쩌면 난 아이가 수저를 몇 번 드는지 그 숫자만 헤아리는 못난 사람이구나.’ 그러나 앞에 소개한 말이라면 지금이라도 여러분 가정의 식탁 분위기를 한결 따뜻하게 만들 수 있다. 식사를 대하는 아이의 태도 역시 그런 분위기에서 저절로 긍정적으로 바뀌게 된다.

차분하게 식사를 즐기는 태도를 갖게 되면 이 모든 변화는 저절로 이루어진다. 중요한 건 식사 그 자체를 즐길

수 있는 마음과 여유를 갖는 일이다. 나머지는 부수적으로 일어나는 현상일 뿐이다.

본질인 식사를 즐기는 마음과 차분한 태도가 갖추어지면 나머지는 저절로 이루어진다. 그간 우리의 잔소리와 지적이 아이의 식탁 예절을 바르게 바꾸지 못한 이유는, 그 안에 있는 본질이 아니라 포장지만 바꾸려고 했기 때문이다. 90% 이상의 부모가 식사 시간이 아이와 좋은 마음을 나눌 수 있는 기회라는 사실을 알고 있지만, 두 번이나 세 번은커녕 하루에 한 번이라도 다 같이 모여 식사하는 게 참 힘들다. 그게 현실이다. 하지만 그럼에도 불구하고 하루에 한 번 정도는 다 같이 모여 식사를 하는 게 좋다. 그런 최소한의 마음도 나누지 못한다면, 아무리 많은 돈을 벌고 높은 지위에 오르더라도 그 가치를 아이와 제대로 공유하지 못할 것이다.

아이의 도전 정신을 키우는 특별한 말 다섯 가지

이번에는 식사 시간에 들려주면 좋은, 아이의 도전 정신을 키우는 특별한 말 다섯 가지를 소개한다. 식사 시간에는 아이가 경험해보지 못한 식재료와 음식을 시도해볼 기회가 자연스럽게 주어진다. 이를 활용해서 지금껏 맛보지 못한 음식에 도전하며 도전 정신을 키울 수 있다. 식탁에서 기른 도전 정신은 아이가 살아갈 모든 환경에서 활용 가능하다. 따라서 부모가 먼저 낭독과 필사로 이 말에 익숙해진 후 가정에서 아이에게 사용하면 좋겠다.



전) “네가 혼자 어떻게 먹는다고 그래! 또 다 흘리고 난리 치려고 그러지!”

후) “좋아, 오늘은 혼자서 먹어볼래? 조금만 조심하면 할 수 있을 거야. 하루하루 나아지는 모습이 기대되네.”

전) “우리 집 식구들은 고기를 안 좋아하니까 너도 아마 고기는 별로일 거야.”

후) “우리 집 식구들은 다들 고기를 못 먹는데, 너는 다를 수 있으니까 한번 시도해보는 것도 괜찮을 거야.”

전) “딱 먹을 만큼만 가져가라고 했지! 왜 늘 많이 가져가서 남기는 거야! 음식 아까운 줄 모르고!”

후) “많이 먹고 싶은 마음은 이해해. 하지만 목표는 조금씩 늘려나가는 거야. 오늘은 어느 정도에 도전해볼래?”

전) “너는 주는 걸 그냥 먹기만 하면 돼! 쓸데없이 하나하나 묻지 말고 먹거나 해!”

후) “아, 이 음식에 대해서 궁금했구나. 이 음식은 피를 맑게 해준대. 뭐든 다 이유가 있으니 알고 먹는 게 좋지.”

전) “이건 네 입맛에 맞지 않을 거야. 넌 맵고 짭 음식은 안 좋아하잖아.”

후) “오늘 한번 시도해볼래? 지금까지 먹었던 음식과는 맛이 다를 거야.”



자, 어떨까? 아이는 아니지만 입기만 해도 나도 모르게 도전 정신이 솟아나는 게 느껴지지 않나? 말이라는 게 그렇다. 내가 좋으면 아이도 좋게 느끼고, 내가 기분 나쁘면 아이도 기분 나쁘게 느낀다. 아이도 나와 같은 기분을 느낀다는 사실을 꼭 기억해야 한다. 그래서 식탁이라는 공간은 더욱 소중하다.

집도 넓은 게 좋고 마당과 거실 역시 넓은 게 좋지만, 거의 유일하게 좁을수록 마음이 오히려 더 따뜻해지는 공간이 있다. 그곳은 바로 가족이 함께 앉아서 식사를 하는 식탁이다. 좁지만 따스함을 느끼는 이유는 뭘까? 그 ‘좁은 공간’에서 웃고 함께 식사를 즐기며 서로의 마음을 나누는 소중한 경험이, 아이에게 ‘넓은 세상’을 살아갈 힘을 주기 때문이다. 그 멋진 사실이 공간을 밝게 비추고 있으니까.

그 공간과 시간을 행복을 향한 과정으로 활용하려면 아무리 바빠도 하루 최소 한 번은 가족이 함께 모여 식사해야 한다. 아빠도 마찬가지로, 꼭 자리에 참석하는 게 좋다. 그 시간에 나누는 대화가 아이 성장에 결정적 영향을 주기 때문이다. 어떤 화식이나 비즈니스 미팅보다 더 중요할 수도 있다. 아이의 인성과 정서적 부분, 내면의 성장 역시 식탁에서 나누는 대화로 결정되기 때문이다.

몸에 좋은 음식이 아이의 신체 건강을 책임지는 것처럼, 마음의 건강에 좋은 영향을 주는 부모의 말은 아이의 미래를 건강하게 만든다. 힘들고 지친 날에는 식탁 분위기도 축 쳐지게 된다. 그럴 때는 꼭 이 말을 기억하고 다시 힘을 내보자. 그럼 앞서 소개한 아이의 태도를 바꾸는 말과 도전 정신을 키우는 말을 어렵지 않게 실천할 수 있게 될 것이다.

“세상에서 가장 좋은 음식은 부모의 말과 사랑입니다. 좋은 식사 시간은 좋은 대화로 끝납니다.”

김종원 우리나라 대표 인문 교육 전문가로 저서 『아이를 위한 하루 한 줄 인문학』이 ‘부모에게 필요한 자녀 교육의 모든 지혜를 집약한 책’으로 평가받으며 자녀 교육 베스트, 스테디 셀러로 자리 잡았다. 『인간을 바꾸는 5가지 법칙』, 『문해력 공부』, 『부모 인문학 수업』, 『매일 인문학 공부』, 『삼성의 임원은 어떻게 일하는가』, 『밥상머리 대화법』 등 다양한 분야의 책을 썼다. 주요 저서는 중국, 대만 등에서 번역 출간되었다.

AJU New Thinking, ANT경영

ANT경영은 ‘AJU New Thinking’의 약자로 아주인의 창의적이고 새로운 생각이 모여 더욱 발전된 미래를 지향하고 전 구성원이 개미처럼 협력해 꿈(목표)을 이루어간다는 의미를 담고 있다. 아주그룹의 일하는 방식인 ANT경영에 대해 알아본다.

근본적인 의미의 중요성, ‘Why’에서 시작하자

세계적인 경영저술가이자 연설가, 그리고 리더십, 조직 문화 등에 관한 주제로 활발하게 활동하고 있는 사이먼 시넥(Simon Sinek)은 시대가 변해도 늘 한결 같은 원칙이 존재한다고 말한다. 개인이든 기업이든 ‘Why’를 정립하는 것에서 시작해야 한다는 것이다. ‘Why’에 집중할 때 조직과 리더는 더 나은 성과를 이끌어낼 수 있다. 다시 말해 자신의 관점, 혹은 기업의 목적과 가치를 바르게 세우고, 이를 상기하는 것에서 모든 일이 시작되어야 한다는 것. 성공적인 조직은 내부 구성원이 각자의 행동에 대한 동기를 이해하고 이를 통해 그들의 목표와 가치를 명확히 하는 데 중점을 둔다. 조직의 성공은 그 안에 있는 조직원들의 행동과 의도에 의해 결정되기 때문이다. 빠르게 변화하는 세상에서 개개인은 일의 의미를 찾고 이를 통해 지속 가능한 성장을 도모하기 위한 동기부여가 절실하다. 결국 모든 기업은 사람이 재산이다.

일본 기업 ‘토요타’의 생산 시스템 TPS(Toyota Production System)도 이와 맥락을 같이 한다. 토요타는 구성원들 스스로 ‘일하는 의미’에 대해 고민하게 하고, 이를 통해 ‘일하는 방식’의 전환을 도모함으로써 내부 혁





AJU New Thinking

신을 이룬다. 토요타는 직원들에게 어떻게 하면 새로운 고객, 새로운 시장, 새로운 지역에 도달할 수 있을지, 어떻게 하면 경쟁사, 새로운 아이디어, 새로운 방식의 도전을 이겨낼 수 있을지에 대해 끊임없이 생각하게 만든다. 이와 동시에 업무의 목표를 사회적, 공익적으로 연계하되 불명확하게 정의하게 한다. 이는 직원들이 자신들의 에너지를 다양한 방향으로 발산하게 하고 그들만의 닫힌 공간을 벗어나 여러 분야의 전문가와 협업할 수 있게 하기 위해서다.

또한, 토요타는 큰 목표를 향하기에 앞서 세분화된 작은 과제들에 접근한다. 구성원 스스로가 각각의 단계에서 어려운 요소들을 해결하고 한 단계 성장할 수 있도록 돕는 것이다. 이러한 실용주의적 접근법으로 토요타는 구성원에게 수많은 배움의 기회를 제공했고, 1993년 연비를 50% 향상시킨 프리우스(Prius) 차량을 만들 수 있었다.

그리고 이 모든 것에 앞서 한 가지 더 중요한 지점이 있다. 토요타는 구성원들이 각자의 실수나 실패에 대해 공유하는 것을 두려워하지 않게 한다. 개개인의 경험을 함께 공유하고 이를 통해 다양한 생각을 가능하게 하는 ‘열린 커뮤니케이션’이 이루어질 때, 자신들이 말하는 ‘일하는 방식’이 이루어 질 수 있다는 것이다. 실제로 토요타는 이러한 조직문화와 일하는 방식을 기반으로 ‘실패에도 내성이 강한’ 기업이 될 수 있었

다. 지난 2010년 대량 리콜사태, 일본 대지진과 구마모토 지진 등을 겪으며 한동안 적자를 기록했지만, 그 위기를 하나하나 극복하며 되려 단단해졌다. 그리고 지난 2018년 일본 기업 최초로 연 매출 30조엔을 넘어 서며, 자국을 넘어 세계 최대의 자동차회사로 반등했다.

아주그룹이 일하는 방식, ANT경영

아주는 ‘구성원이 행복하면 고객이 행복하고, 고객이 행복하면 우리 사회도 함께 행복해진다’란 ‘행복의 선순환’을 기업의 핵심 철학으로 삼고 있다. 그리고 이러한 ‘행복의 선순환’은 구성원의 행복으로부터 비롯된다고 말한다. 여기서 구성원의 행복은 성장과 맞물린다. 구성원이 조직 내에서 성장하고 이 과정에서 성취감과 보상을 얻는다면, 이는 곧 행복의 가치로 연결된다 보는 것이다. 자신감과 열정으로 가득 찬 구성원들이 제품과 서비스를 만들어 내고, 여기서 나온 가치가 고객에게 전달되면, 사회 전반에 영향력을 미친다는 게 바로 ‘행복의 선순환’이다.

그렇다면 구성원의 행복을 위해 어떠한 조직문화를 추구해야 하는 걸까. 아주는 이에 대한 답으로 ‘수평적 조직문화’를 강조한다. 구성원의 성장과 행복은 개인의 잠재력을 최대한 발휘하고, 자신의 생각을 언제든지 개선할 수 있는 수평적 조직문화 하에서 시작된다는 것이다.

“개인과 회사가 추구하는 행복은 결코 다르지 않습니다.

오히려 서로 행복을 이룰 수

있도록 도움을 주는 존재입니다.”

아주그룹 문규영 회장

지금까지 말한 ‘행복의 선순환’ 그리고 ‘수평적 조직문화’의 개념을 기반으로 만들어진 것이 바로 ‘ANT경영’이다. 아주의 일하는 방식인 ‘ANT경영’은 AJU New Thinking의 약자로 창의적인 생각을 모아 발전된 미래를 지향한단 뜻을 담고 있다. 또한 전 구성원이 개미(ant)처럼 협력하여 꿈(목표, 비전)을 이루어 간다는 의미도 함께 내포하고 있다.

아주는 구성원들이 ANT경영에 대해 조금 더 쉽게 이해하고 이를 실천할 수 있도록 총 다섯 단계의 프로세스도 함께 정립했다. ① 내 일에 대한 ‘호기심’을 시작으로 ② 변화와 혁신을 위한 ‘질문’ ③ 성장을 위한 ‘학습’ ④ 다양한 생각을 모아 새로운 가치를 만드는 ‘집단지성’

⑤ 실질적인 ‘실행’이 그것이다. ‘주인의식’을 기반으로 스스로의 일에 대해 끊임없이 질문을 던지며 탐구하고, 이를 통해 얻은 다양한 생각을 기반으로 혁신을 이루자는 게 요지이다.

아주가 ANT경영 실천을 위해 활용하고 있는 대표적인 방법 중 하나는 바로 제안제도이다. 제안제도란 구성원들이 직접 자신의 업무 영역이나, 회사를 대상으로 변화와 혁신을 위한 아이디어를 개선하는 프로그램을 말한다. 아주 내에서도 건자재 사업을 담당하는 아주산업이 제안제도에 가장 적극적인 계열사로 손꼽힌다. 사내 혁신플랫폼인 ‘무지개’를 활용해 업무 개선사항, 안전 관리 등을 주제로 임직원의 제안을 접수하는데, 제안 건수가 연간 1천 건을 상회한다. 아주산업은 각 제안에 대한 피드백과 적절한 보상을 통해 임직원의 참여를 독려하고 있으며, 다양한 제안은 실제 업무 영역에 적극 활용하고 있다. 2024년부터는 (주)아주도 제안제도 활성화에 나섰다. 공통의 주제를 놓고 집단지성을 발휘해 보는 ‘아이디어 제안’, 주제 상관없이 자유로운 제안이 가능한 ‘상시 제안’의 투트랙(two-track) 운영을 통해 임직원이 ANT경영을 실질적으로 경험할 수 있도록 돕고 있다.

이외에도 아주는 매년 시무식에서 한 해 동안 ANT경영 실천에 앞장선 임직원과 사업장을 각각 선정하고, 그 공을 치하한다. ‘올해의 아주인’, ‘올해의 사업장’이란 이름으로 대상자들을 선정하고 있으며, 이를 통해 임직원 모두가 ANT경영의 의미와 가치를 내재화 할 수 있도록 돕고 있다.



아주의 미래를 이끌어갈 기술

전통 기업과 테크 기업의 공생 전략은 무엇인가?



아주그룹은 AI 기술의 변화와 트렌드에 대해

알아보고자 지난 1월 31일 ‘아주 세미나_2024 CES 디브리핑(Debriefing)’을 진행했다. ‘AI를 어떻게 활용할 것인가’가 전 산업 영역의 주요 화두로 자리 잡은 상황. 이번 CES 2024에서는 어떤 기업들이 주목 받았을까. 또 이 기술들은 우리의 일상에 어떤 변화를 가져오게 될까.

2024 CES: All Together. All On

전 세계 다양한 분야의 기업이 참여한 CES 2024가 미국 라스베이거스에서 열렸다. ‘올 투게더, 올 온(All Together, All On)’이라는 슬로건에 맞춰 많은 기업이 우리의 일상을 바꿔줄 혁신적인 기술을 선보였다. 이번 CES 2024의 핵심 키워드는 바로 ‘생성형 AI’. 생성형 AI란 AI가 콘텐츠의 패턴을 학습해 스스로 새로운 콘텐츠를 만들어내는 형태이다. 기존 AI가 대상을 이해하는 데 그쳤다면, 생성형 AI는 데이터를 통해 새로운 창작물을 만들어내는 것이 특징이다. 이번 전시회에 참가한 전 세계 4,300여 개 기업 중 AI를 카테고리로 등록한 기업은 약 900개 사. 전체 참여 기업의 약 21%에 달할 정도의 많은 기업들이 AI 활용 기술 및 제품을 선보이며 관련 산업 경쟁이 절정에 다다른 것을 알 수 있었다.

구글, 인텔 등을 필두로 네이버, 카카오 등 국내 기업들도 생성형 AI를 선보였다. 이 가운데 AI의 초점은 ‘초개인화’에 맞춰졌는데, 미래 모빌리티, 디스플레이, 디지털 헬스, 메타버스, 로봇 등의 산업군뿐만 아니라 스마트폰, 세탁기 등 일상에서 흔히 쓰는 제품으로 확장되며 ‘초개인화된 AI 기술 시대’의 출발을 알렸다. 그 외에 핵심 키워드로 ‘스마트 모빌리티’, ‘로봇’, ‘푸드테크’, 환경, 안전, 인간 안보 등을 아우르는 ‘지속가능성’이 핵심 키워드로 출현했다.

모빌리티 분야에서는 친환경, 자율주행, 소프트웨어 중심 자동차(SDV, Software Defined Vehicle) 등이 주요 이슈로 떠올랐다. 690개 모빌리티 기업 중 현대자동차는 가장 큰 규모로 전시에 참여했는데, SDV를 전면에 내세우며 차량 구매 후에도 소프트웨어 성능과 기능을 업데이트해 늘 최신 상태로 유지하는 미래형 자동차 콘셉트를 선보였다. 한편

그동안 제조 현장에 국한되었던 로봇이 서비스업 현장에 본격 투입될 준비를 마쳤다. 국내 기업 중 삼성전자와 LG전자가 선보인 초연결의 수단이 로봇이었는데, AI 컴패니언 로봇 ‘Ballie’, 공감지능 로봇 ‘스마트홈 AI 에이전트’ 등이 소개되며 로봇 시대가 눈앞에 왔음을 알게 했다. 또한 지속 가능성에 대한 화두는 식량과 환경, 안전, 인간 안보 등 전 분야를 아울렀다. 그 중 의료 영역이 빅데이터와 AI 등을 결합해 질병을 예방하고 치료하며, 재난을 예측하고 대응하는 것까지의 기술 전반이 소개되어 시대의 변화를 예고했다.

이번 CES는 하나의 제품에 하나의 기술이 적용되는 것이 아닌 여러 기술의 융복합이 이루어지는 현상이 예시되었다. 많은 전문가들은 이번 CES를 통해 “초거대 AI 트렌드와 우리 일상의 변화”에 대한 화두를 던졌다.

아주 세미나_2024 CES 디브리핑

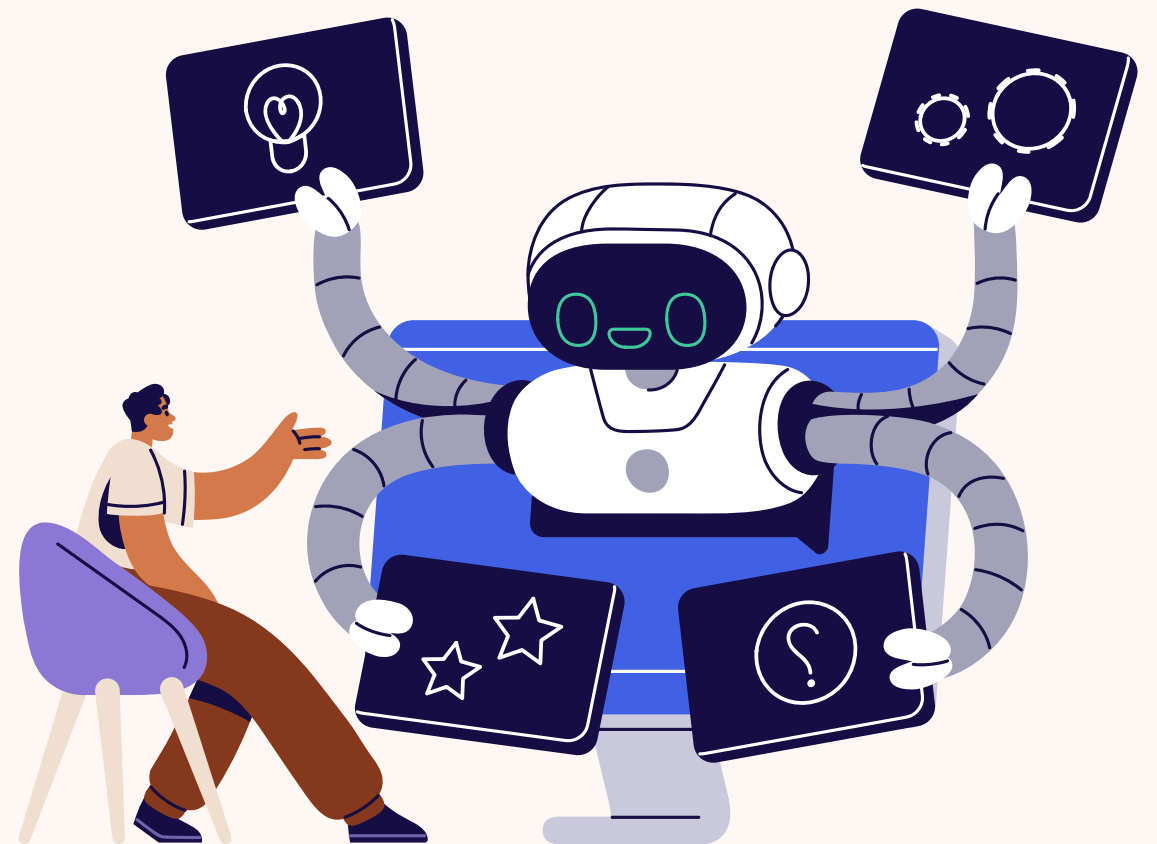
그렇다면 생성형 AI 관점에서 산업을 어떻게 바라보아야 하는가? 그리고 미래 AI 환경을 어떻게 받아들여야 할 것인가? 이를 위해 이번 CES 관련 포인트를 공유하기 위한 ‘아주 세미나_2024 CES 디브리핑(Debriefing)’이 개최되었다. 세미나에서는 앞으로 전통 기업과 테크 기업의 공생 전략은 어떠해야 하는지 알아보고, ‘혁신하지 않으면 도태된다’는 표제 아래 주목해야 할 기업들을 살펴보았다.

첫 번째로 주목한 기업은 엔비디아다. 엔비디아는 CPU의 시대에서

NPU의 시대로 변화와 혁신을 주도한 기업으로, RTX 40 Series NPU(AI반도체 칩셋)를 발표하며, NPU를 통해 B2B만이 아니라 B2C 고객을 확장할 수 있는 발판을 마련했다. 또한 로봇 사업으로 확장해 산업형 로봇이 더 잘 작동될 수 있는 AI 플랫폼(issac)을 개발했다.

한편 엔비디아 외에도 컴퓨터, 스마트폰, TV 등에도 적용되는 AI 칩의 발전 과정을 검토하고 이를 준비하는 다수의 국내 기업을 살펴봄으로써 앞으로 우리 생활 주변에서 더 많은 전자기기와 제품이 발견될 것으로 예상했다.

또 다른 대표 사례로 로레알, 월마트, 지멘스 등도 함께 살펴보았다. 이번 CES 2024에서 주요 키노트를 발표한 로레알은 대규모의 빅 데이터를 수집해 피부관리 및 화장품품을 추천하는 시스템을 개발함으로써 전통적인 뷰티 기업에서 테크 기업으로 진화했음을 알렸다. 로레알의 사례는 전통 기업이 강력한 혁신 의지를 갖고 디지털 트랜스포메이션에 성공한 유익한 사례이자 기업 경쟁력을 어떻게 해야 높일 수 있는지 알 수 있는 좋은 예시가 된다. 그 밖에 데이터 분석과 예측 기술을 통해 AI를 적용하고 커머스 서비스를 혁신하고 있는 월마트 키노트, 새로운 산업용 메타버스 서비스를 발표하며 공장 자동화, 새로운 고객경험 제안한 지멘스 사례, 두산과 롯데정보통신, HD현대의 기술 혁신 사례 등이 주요 사례로 거론되었다. 위와 같은 주요 케이스 스터디는 한국의 전통 기업이 다양한 기술 기업과의 제휴를 통해 새로운 사업 확장을 준비하는 구체적인 사례가 될 수 있음을 살펴볼 수 있는 기회였다.



AI의 핵심은 비즈니스 이슈를 찾는 것

코그네티나인 한선호 사업총괄본부 본부장

CES 2024에서 글로벌 기업들이 앞다퉈 AI 기술을 선보였습니다. 수많은 기술 가운데 최근 IT업계에서 주목하는 것은 어떤 것인가요?

CES에서 나누고자 했던 것은 현재 인류에게 닥친 여러 문제를 어떤 AI 기술로 해결할 수 있느냐였습니다. 새로운 기술을 논의했다기보다 지금 까지 나온 다양한 기술을 산업에 어떻게 적용할 것이냐가 화두였죠. 이번 CES는 크게 세 가지 영역에 대한 문제를 해결하고자 했습니다. 그것은 바로 모빌리티, 푸드, 그리고 애그리컬처 테크놀로지입니다. 모빌리티는 다른 기업들이 들어갈 틈이 별로 없어 보이는 영역이지만 푸드나 헬스케어 시장은 풍부한 다양성을 가지고 있습니다. 푸드와 관련된 가장 큰 이슈는 대체육입니다. 생산이라고 하는 소득 관점보다는 폐기하는 관점에서 어떻게 오남용을 줄일 것이냐라는 측면에서 접근했습니다. 사업장을 운영하는 관점에서는 잔반 처리 자체가 비용이거든요. 그 때문에 어떻게 하면 사람들이 선호하는 음식으로 플랜을 잘 짤 것이냐, 사업장에서 폐기하는 물량에 대해 어떻게 캐스팅할 것이냐가 매우 중요한 문제입니다.

그런 부분에 AI를 어떻게 적용할 건지 연구하고, 또 그것을 개인의 건강 관리 측면까지 연결하려다 보니 자연스럽게 헬스케어랑 이어집니다. 저희는 푸드로 시작해서 헬스케어로 넘어왔는데, 헬스케어가 다시 금융으로 이어지고 있습니다. 산업 장벽이 거의 없어진다는 뜻이죠. CES의 화두가 ‘기술을 어떻게 산업에 적용할 것인가’라면 저희는 한 단계 더 넘어, 실제 산업의 경계가 허물어지고 있다는 걸 실감하고 있습니다. 기술을 만들거나 활용하는 것보다 AI 애플리케이션을 여러 산

업에 적용할 수 있게끔 하는 것이 중요하다는 걸 깨달았습니다. 그래서 저희는 다양한 인공지능 기술에 대한 이해를 바탕으로 기업 고객이 어떤 영역의 AI를 활용해야 할지에 대해 컨설팅하고, 고객이 실제로 인공지능을 활용할 수 있도록 데이터를 준비하고 보여드리고 있습니다.

또 다른 주목 포인트는 시장의 수많은 멀티 인공지능 기술 중 고객이 필요로 하는 인공 기술을 모아 설계하고 운영해나가는 것까지 일련의 과정을 포괄적으로 제공하는 서비스입니다. 저희가 얘기하는 AI MSP(Managed Service Provider, 관리형 서비스 제공사)의 캐치프레이즈이기도 하죠.

전통 기업으로서 아주그룹이 앞으로 AI 기술을 빠르게 선점하려면 어떤 노력이 필요할까요?

‘Test and Learn’ 해야 합니다. 그러나 비즈니스에 적용할 수 있는 것이어야 합니다. 유의미하게 ‘기술을 써보자’라는 접근이라면 테스트하는 것이 의미가 없습니다. 나아지는 게 없으니까요. 항상 핵심은 현재 하는 비즈니스 이슈입니다. 우리에게 가장 밀접한 비즈니스 이슈가 무엇인지를 사용자 중심으로 먼저 찾고, 그걸 ‘Test and Learn’ 해야 합니다. 우리가 극복하고자 하는 부분을 찾아야 합니다.

고객이든 내부 직원이든 사용자가 현재 나의 비즈니스 업무에서 개선된 포인트가 어디 있는지를 찾고 거기에 빠르게 적용할 수 있는 방법을 찾는 겁니다. 사용자 중심으로 이슈를 찾아내고 그걸 기술로 접목하면 CS와 똑같습니다. 우리의 지속 가능한 경영 이슈를 찾고 거기에 기술을 접목시킬 수 있는 가장 빠른 방법을 찾는 것이 화두입니다.

자동차 부문, 호텔 부문, 금융 부문 등에서 아주는 세계의 지각변동에 발 빠르게 대응하고 있습니다. 아주그룹의 디지털 트랜스포메이션에 도움 될 만한 이야기를 해주신다면 어떤 것이 있을까요?

솔직히 말씀드리면 저희는 현재 그것을 찾는 과정에 있습니다. 제조 생산 공정에 AI를 어떻게 접목할 것인지 고민하고 있습니다. 아주IB투자 경우, 투자처에 대한 재무 분석에 인공지능을 어떻게 접목해 빠르게 분석할 것인가에 대해 고민하고 있고요, 자동차 부문은 차량이 갖고 있는 여러 이슈에 대한 고객의 리퀘스트를 잘 정리해서 작업 내역을 효율적으로 관리할 수 있도록 검토하고 있습니다.

현재 저희가 바라보는 관점은 인디비주얼 인텔리전스라는 관점입니다. 각 개인이 데일리 워크 업무에서 업무의 생산성에 가장 방해되는 것이 뭔지를 찾아내는 과정을 지나고 있습니다. 요약하자면 기본적으로 ‘컬처럴 트랜스포메이션(cultural transformation)’을 고민하고 있어요. 거기서 나아가간다면 테크니컬한 트랜스포메이션 단계를 거치기 위해 준비하고 있습니다.

한 매체에 따르면, 대표적인 AI 기술인 챗GPT의 등장으로 전통적인 방식으로 업무해온 직원들에게 새로운 바람이 불고 있다고 합니다. 신기술을 빠르게 받아들이기 위해서 아주그룹 직원들은 어떻게 대응하는 것이 바람직할까요?

저만 해도 챗GPT를 옆에 두고 생활합니다. 저희 개발자들도 개발 코드 같은 것을 활용하고요. 일반적으로 많은 분들이 챗GPT를 Q&A 정도만 하는 걸로 알고 있는데, 사실은 굉장히 방대한 능력이 있습니다. 제

가 생각하기에 앞으로는 생성형 AI를 활용해 업무하는 사람과 그렇지 않은 사람으로 나뉠 것 같아요. 중요한 건 이겁니다. AI의 가장 큰 화두는 상향 평준화예요. 지식의 상향 평준화를 어떻게 이룰지 고민해야 됩니다. 그룹 입장에서는 전체적인 그룹 차원에서도 그렇겠지만 계열사별로 가져가는 전문성을 저희가 잘 준비하고, 그것들을 잘 활용할 수 있게끔 만들어가는 과정이 필요합니다. 이럴 수도 있어요. 조직 구성원 입장에서 필요한 것을 회사에 요구하면, 회사가 그걸 빨리 캐치해서 바로 활용할 수 있게끔 도와가는 형태로 바뀔 수 있어요. 그게 더 활성화된 조직일수록 업무 효율을 증대할 수 있겠죠.

그래서 제가 말씀드린 첫 번째가 테크니컬 트랜스포메이션, 조직 문화에서 일하는 방식에 대한 컬처럴 트랜스포메이션을 하려고 했던 겁니다. 한 예로 조직원들이 일상적인 업무 중 가장 많이 접하는 것이 오피스잡아요. PPT, 워드, 엑셀... 이런 에스코 파일럿이 화두가 되고 있습니다. 그것 자체는 챗GPT는 아니지만 사실은 우리가 일상 업무에 가장 많이 쓰는 것이 오피스 도구입니다. 하루에 8시간씩 일하면 일주일이면 40시간입니다. 통계에 의하면 직장인들이 40시간 중 28시간을 자료 조사, 콘텐츠 보고서 작성, 미팅 등에 쓰고 있습니다. 저희는 단순 반복적인 작업과 그 시간을 어떻게 하면 좀 더 효율적으로 만들 수 있을지에 포커스를 맞췄습니다. 만약 프로덕트의 생산성을 높이는 쪽으로도 인공지능을 활용한다면, 인공지능을 잘 모르는 일반 사람들도 좀 더 쉽게 접할 수 있으리라 예상합니다.



AJU news

2023 볼보자동차코리아 딜러 어워드 수상

아주오토리움



아주오토리움이 볼보자동차코리아가 전국 딜러사의 서비스센터 및 직원을 대상으로 매해 개최하는 볼보자동차코리아 딜러 어워드(이하 볼보 딜러 어워드)에서 '서비스센터 최우수상'과 '올해의 최우수 사원상'을 수상했다. 가장 뛰어난 고객 서비스를 제공한 딜러사 서비스센터에 수여하는 '서비스센터 최우수상'의 주인공으로 선정된 문래서비스센터는 크게 두 가지 항목에서 높은 평가를 받았다.

먼저, 센터 내 근무 환경, 유니폼, 문서 관리, 고객 대기실 등 프로세스 감사에서 타 경쟁사를 제치고 압도적인 점수를 얻었다. 그뿐만 아니라 문래서비스센터의 최우수상 수상에는 서일선 지점장의 'B2B 타이어 판매율'이 센터 수익에 일조한 성과를 인정받았다. 서비스센터를 방문한 고객이 차량을 점검하고 정비하는 과정에서 타이어 교체가 필요한 경우 센터에서 바로 타이어를 장착해주는 서비스로 타이어 제공 업체 측의 까다로운 배송 문제를 극적으로 해결하며 센터 매출의 성장세를 이어나갔다. 볼보자동차코리아에서도 이를 벤치마킹해 정식 상품으로 론칭하며, 아주오토리움 문래서비스센터의 노력이 전국 표준이라는 놀

라운 결과를 만들었다.

볼보자동차코리아는 각 직군별 최고 사원에게 수여하는 '올해의 사원' 시상도 진행했는데, 아주오토리움 일산서비스센터 모준석 매니저가 부품 담당 부문 최우수상을 수상하며 영예를 안았다. 부품 담당 수상은 센터를 방문한 고객이 시간 지체 없이 한번에 수리받을 수 있도록 서비스를 제공하고, 1년 이상 된 악성 재고와 재고 관리 비용을 줄이는 등의 여러 항목을 평가해 수여하는 상이다. 모준석 매니저의 볼보 딜러 어워드 수상은 이번이 처음은 아니다. 2021년에도 이미 보증 담당 부문에서 최우수상을 수상했기 때문이다. 보증 담당은 볼보자동차코리아에 정비 작업의 합당성을 입증해 청구 금액 삭감 비용을 낮추는 중요한 업무로, 이를 위해서는 정비 과정을 잘 살펴보고 필요한 부품을 제때 공급해야 하므로 정비 분야를 모두 파악할 수 있는 경험이 무엇보다 중요하다. 보증과 부품 업무를 담당하는 모준석 매니저에게 두 번의 수상은 그간의 노력에 대한 보상이자 그가 쌓아온 성과가 빛이 나는 뜻깊은 의미를 지닌다.

김지원 아주IB투자 대표이사, 벤처창업진흥 유공 '산업포장' 수상

아주 IB 투자



지난 12월 김지원 아주IB투자 대표이사가 2023 벤처창업진흥 유공 포상 시상식에서 산업포장을 수상했다. 벤처창업진흥 유공 포상은 중소벤처기업부 주최로 혁신 성장의 주역인 우수 벤처기업 및 창업 기업을

발굴해 격려하기 위해 1999년부터 매년 진행하는 행사로, 김지원 대표이사가 수상한 산업포장은 투자 활성화 부분에서도 가장 높은 공로를 인정하는 상이다. 김지원 대표이사는 20년 이상 투자업계에 종사하며 다양한 투자 지원을 통해 투자업계 활성화를 이끌어온 공로를 인정받아 이번 산업포장 수상자로 선정되었다.

2015년 3월 아주IB투자 대표이사로 취임한 이후 현재까지 김지원 대표이사가 결성한 벤처 펀드만 무려 1조 원 이상이다. 무엇보다 이 자금을 통해 수많은 벤처기업이 설립 초기 성장 과정에서 겪는 데스밸리(창업 3~5년 차 기업이 겪는 경영난을 의미)를 무난히 극복할 수 있었고, 자금난을 해소해 꿈을 이룰 수 있었다. 또한 투자 기업과의 장기적 파트너십을 최우선으로 생각하는 동반 성장이라는 투자 철학을 바탕으로, 김지원 대표이사는 혁신적인 밸류업 지원 활동을 벌여 국내 중소·벤처기업이 강소 혁신 기업으로 도약할 수 있도록 힘을 쏟기도 했다.

2023년 12월 14일 서울시 서초구 엘타워에서 열린 시상식에 참석한 김지원 대표이사는 “이번 산업포장 수상은 개인의 영광이 아닌 아주IB투자 구성원 모두 하나 된 마음으로 일구어낸 큰 성과입니다. 앞으로도 더 많은 벤처기업의 성장을 위해 투자 활동뿐만 아니라 유관기관 등과의 밀접한 연계 활동을 통해 적극적으로 정책 제안을 하는 등 건전한 벤처 생태계를 조성할 수 있도록 지속적으로 노력할 것입니다”라고 수상 소감을 전했다.

더욱 쾌적한 근무 환경을 위한 인천사업소 신규 사무동 준공식

아주산업



지난해 12월, 아주산업 인천사업소가 1년여간의 공사를 마치고 신규 사무동 준공식을 가졌다. 준공식에는 박상일 아주산업 대표이사를 비롯해 송규섭 아주산업 인천사업소 사업소장, 권오영 레미콘사업본부 본부장 등 총 26명의 관계자가 참석해 축하와 격려 인사를 전하며 새

보금자리를 갖게 된 아주산업 인천사업소의 구성원들과 협력 업체 직원들의 새로운 입주를 축하하는 시간을 가졌다.

새롭게 증축한 인천사업소 새로운 사무동은 총 647㎡ 면적에 2층 건물로 탄생했다. 1층에는 고객만족팀 사무실, 기사 휴게실, 식당 등이 마련되었고, 2층에는 기사 사무실과 휴게실로 꾸며졌다. 임동규 인천사업소 지원팀 팀장은 “이번 신규 사무동은 외근을 다녀온 구성원들이 사업소로 복귀해 편안하게 휴식 시간을 가질 수 있도록 쾌적한 휴게 공간과 샤워실 개선에 주안점을 두었습니다. 신규동 사무동 내에 자체 조리 시설을 갖춘 식당을 마련해 보다 신선하고 따뜻한 음식을 먹을 수 있도록 했습니다”고 설명하면서, “공사 기간이 계획보다 조금 지연돼 어려운 부분도 있었지만, 신규 사무동을 본 구성원들의 밝은 표정을 보니 큰 보람을 느낍니다”고 강조하며 웃음지었다. 이와 더불어, “2024년은 어려운 경기 상황으로 도전의 한 해가 될 것으로 생각합니다. 이럴 때일수록 힘들어도 성장할 수 있다는 구성원들의 의지와 힘이 중요한데, 그런 의미에서 이번 신규 사무동 증축으로 구성원들에게 보다 나은 근무 환경을 제공함으로써 큰 격려의 기운을 전할 수 있을 것으로 생각합니다”라며 인천사업소 구성원들과 협력 업체 직원들 모두가 한마음이 되어 2024년에도 더 힘차게 뛰겠다고 포부를 밝혔다.

더 편리하게 리뉴얼된
아주 홈페이지

아주



아주 홈페이지가 리뉴얼 작업을 마치고 새로운 모습을 선보였다. 이번 홈페이지 리뉴얼은 다각화된 콘텐츠는 물론, 감도 높은 이미지로 새롭게 리뉴얼해 이용자들에게 더욱 친밀하게 다가갈 예정이다. 특히 이용자 관점에서 개편을 진행하며 아주의 참 모습을 보다 구체적이고 생생하게 살펴볼 수 있도록 한 것이 특징이다.

통합 애널리틱스 플랫폼을 활용해 홈페이지 방문자들의 이용 현황을 보다 자세히 분석해 홈페이지 방문자들의 인식과 접근 방식에 큰 변화가 있음을 파악했다. 특히 홈페이지를 찾는 이용자들의 연령대가 더욱 낮아지고, 아주가 진행하는 사업에 관한 내용을 집중적으로 살펴보았다는 점과 전체 이용자의 약 20%가 영어권 사용자라는 사실도 확인할 수 있었다.

이러한 분석 결과를 바탕으로 아주 홈페이지 리뉴얼은 특정 성별이나 연령층의 방문객과 방문사를 분석하고, 어떤 방식으로 홈페이지에 접속하는지, 어떤 사업에 관심을 가지고 살펴보는지 등 이용자 관점에서 개편의 방향성을 찾았다. 특히 기업에 대한 정보를 사내의 이용자들에게 알기 쉽고 보기 편하게 전달해야 하는 홈페이지의 역할이 잘 드러나도록 구성했다. 콘텐츠 부문에서는 다양한 정보가 담긴 영상 콘텐츠로 완성도를 높이고, 디자인 면에서는 최신 디자인 트렌드를 반영해 아주 고유의 아이덴티티를 표현할 수 있도록 역동적인 이미지를 구현했다.

이번 홈페이지 개편을 통해 기존 이용자들은 역동적인 메인 영상과 함께 구석구석 달라진 요소를 확인하는 재미를 느낄 수 있다. 처음 방문하는 이용자는 콘텐츠 재배열로 아주의 사업 전반을 시각적으로 쉽게 이해할 수 있도록 했다. 특히 홈페이지 메인 영상을 끝까지 감상하는 것만으로도 기업에 대한 전반적인 이해가 가능할 것으로 기대한다.

캘린더·다이ารี와 함께
2024년 갓생 살기

아주



2024년 갑진년(甲辰年), 아주 구성원들의 힘찬 출발과 성장을 응원하며, 새롭게 주어진 365일을 모두 행복으로 채울 수 있도록 탁상용 캘린더와 다이어리를 제작했다. 청룡의 해를 맞아 도전과 성취가 가득한 한 해가 되길 바라는 마음을 가득 담아 제작한 캘린더와 다이어리는 그림책 작가의 상상력과 친환경적 메시지를 통해 우리 일상에 긍정적인 에너지를 가져다 줄 것이다.

2024년 탁상용 캘린더를 통해 아주와 인연을 맺은 라라 호손은 영국의 그림책 작가이자 일러스트레이터로, 자연 친화적인 그림과 따뜻한 색감으로 행복을 전하는 아티스트다. 라라 호손의 작품이 담긴 캘린더는 올 한해 동안 책상 위에서 훌륭한 오브제가 되어, 일상에 잔잔한 웃음과 사색의 시간을 일깨워줄 것으로 기대된다. 다이어리는 푸른 청룡의 기운에 아주의 색깔을 고스란히 담아내는 한편, 구석구석 자기 계발 요소를 넣어 업무 활용도를 더욱 높였다.

변화와 혁신을 위한 시간
상반기 AFC

아주



철학을 매개로 스스로 변화와 혁신의 이유를 찾고 변화를 모색해보는 ‘AJU Fundamental Course’(이하 AFC) 2024년 상반기 교육이 3월 21일부터 22일까지 강원도 정선의 파크로쉬 리조트앤웰니스에서 열렸다. 아주 전사 경영진 28명이 참여한 이번 상반기 AFC는 지난해처럼 높은 만족도를 이끌었던 커리큘럼으로 진행했다. 김형철 교수를 시작으로 일본의 기시미 이치로 작가, 최진석 교수 등의 연사들이 ‘철학은 무엇인

봄을 알리는 클래식 축제
‘제19회 서울스프링실내악축제’ 공식 후원사

아주 IB 투자 & 아주컨티뉴엄

아주IB투자와 아주컨티뉴엄이 오는 5월 3일 예술의전당 IBK챔버홀에서 열리는 ‘나보다 나은 반쪽(Better Halves)’ 공연을 후원한다. 매년 열리는 서울스프링실내악축제(Seoul Spring Festival, 이하 SSF)로 올해 19회를 맞는 이번 공연에서는 부부 음악가들의 아름다운 하모니가 펼쳐질 예정이다. 아주는 2012년부터 SSF 공식 후원사로 참여하며 문화예술계 발전에 기여하고 있다.

2024년 SSF의 주제는 ‘올 인 더 패밀리(All in the Family)’로, 클래식 선율 속에 우리가 생각하는 가족의 의미를 폭넓게 담아낸다. SSF의 예술감독인 강동석 바이올리니스트를 비롯해 축제 원년부터 한 해도 빠짐 없이 자리를 지켜온 김영호 피아니스트, 김상진 비올리스트도 함께한다. 이 외에도 전 세계에서 활약하는 60명의 예술가들이 무대를 찾을 예정이다. 이번 행사는 다양한 민족의 작곡가와 여러 가지 스타일의 음악이 어우러질 것으로 예상되어 많은 관객들의 기대를 받고 있다.

가?’(생각하는 삶, 질문하는 삶), ‘나는 행복한가?’(행복해질 용기), ‘나는 누구인가?’(삶의 주인이 되는 법) 같은 대질문을 통해 방향을 제시하고 스스로에게 다양한 질문을 던지며 철학적 탐구를 시도하는 시간을 가졌다. 특히 이번 AFC가 경영진 대상 교육이라는 점을 고려해 강연 내용을 철학적 사고를 통해 솔루션수범이나 소통, 관계의 중요성 등을 생생하게 사유해볼 수 있도록 구성했으며, 아주의 선봉에 선 리더들의 사고와 시야를 더욱 깊이 있게 이끌었다.

이 외에도 일방적인 강연이 아닌 보고 듣고 알아간 모든 것을 한 번 더 온전히 자신의 것으로 만드는 시간을 가지는 ‘인사이트 세션’ 프로그램도 마련했다. 인사이트 세션의 가장 큰 목표는 스스로를 돌아보고 변화의 필요성을 자각해 혁신 마인드를 재정비하는 시간을 가지는 것으로, 훌륭한 연사들이 사고를 전환하고 생각을 환기하는 데 불을 지폈다면, 인사이트 세션에서는 그 과정에서 얻은 지식이나 깨달음을 온전히 자기의 것으로 소화하는 데 의미가 있었던 프로그램이다.

참가 경영진은 눈이 채 녹지 않은 가리왕산 전망대에 올라 자연의 정기를 깊이 호흡하는 한편, 이틀간의 일정을 리마인드하며 강연을 통해 품은 내·외적 질문들을 통해 깨닫고 느낀 점 등에 대해 다시 답을 찾고 정리해보는 시간을 가졌다. 이때 자신에게 하고 싶은 이야기를 직접 편지지에 기록하는 깜짝 이벤트도 진행했으며 편지는 AFC에서의 배움과 다짐을 다시 기억해 실천할 수 있도록 리마인드 차원에서 훗날 개별적으로 발송할 예정이다.



SPECIAL GIFT

〈아주 좋은 날〉 2024년 봄호에 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 도서,
친환경 비행기, 테라포밍 시대, 우주 엘리베이터 등
청소년이 곧 마주하게 될 가까운 미래의 일상
구석구석을 구성하는 과학기술을 알기 쉽게 소개한다.
어렵게만 느껴졌던 과학 분야를 실제 미래 생활에
접목시켜 쉽고 재미있는 일러스트레이션으로
보여주며 변화하는 미래를 생각해 볼 수 있게 한다.



『스타트업 대표가 돼볼까 합니다』
스타트업 성공 신화가 넘쳐나는 시대, 그러나 공식
발표되는 정부 통계는 창업 5년 뒤 10곳 중 3곳만
겨우 살아남는다고 말한다. 스타트업을 창업하기로
마음먹은 사람들이 알아야 할 엑기스 정보를
담았다. 스타트업 창업 입문 단계부터, 투자전략,
정부지원사업, 성장과 인수합병에 이르기까지
스타트업 창업가가 꼭 알아야 할 이론과 실무 전
단계를 시간 순서대로 균형 있게 다루며, 문제
해결에 필요한 디테일한 정보를 함께 알려준다.

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



『꼬끼오』
도서출판 아주좋은날의 창작 그림책 시리즈 '아주
좋은 그림책'의 여덟 번째 작품. 이순경 작가가
쓰고 그린 그림책 『꼬끼오』는 나에게만 닮은듯한
불행과 불운이 절대 나의 잘못에서 기인한 것이
아님을 또한 더 나아가 힘겨운 일상 속에서
나와 이웃이 서로를 받쳐주며 응원하고 함께
이겨내고 있다는 메시지를 전하고자 한다. 따스한
색연필화로 표현한 재기 넘치는 스토리는 남녀노소
전 세대를 아우르며 위로의 메시지를 던지고, 우리
각자의 '길'이 얼마나 소중한지 가능성 넘치는지
이야기해준다.

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

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 돋죠. 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.

reader's story

61호의 모든 기사를 재미있게 읽었습니다. 특히 '나이 든 몸에 대한 남다른 상상' 편이 더욱 기억에 남습니다. 자연스레 저의 어머니가 떠올랐기 때문입니다. 제 어머니는 70이 넘은 연세에도 용기를 내 중학교 과정을 시작하셨습니다. 처음 배우는 알파벳을 영어 공책에 빼곡히 쓰고 또 쓰며 공부하셨고, 이런 모습은 주변 가족들에게도 긍정적인 영향을 주었습니다. 중학 예비 과정 1년을 마치고, 진짜 중학교 1학년 과정을 마치신 저의 어머니를 보면 생산성만이 전부가 아님을 깨닫게 됩니다. 평생을 성실하게 최선을 다해 살아오셨고, 남은 인생도 그저 흘러가는 대로 보내지 않고 배움의 끈을 놓지 않으시는 모습은 분명 우리 가족에게 귀감이 되고 있습니다. 감히 살아계신 위인이라는 말씀 전해드리고 싶습니다. 감사합니다.

0865 님

알차고 유익한, 삶에 대한 혜안을 높여주는 기사로 가득했던 61호였습니다. 특히 이번 가을 호에서는 mindfulness 칼럼의 '나를 파괴하는 분노' 기사를 관심 깊게 읽었습니다. 분노는 무너져 내리는 건물 같다는 말. 자기 스스로 무너뜨리면서 파괴해버린 것 위로 자기 자신도 같이 산산이 부서져 흐트러진다는 말처럼 산다는 것은 실제로 순간순간 분노와의 갈등이며, 이러한 분노와의 파고를 잘 헤쳐나가는 것이야말로 행복한 일상의 기본이라는 사실을 세삼 깨닫게 되었습니다. 분노는 점점 증폭하고 확산하므로 이에 분노가 시작되는 시점에 바로 해결하는 것이 분노 조절의 핵심이라는 필자의 충고를 항상 명심하고 실천하며 마음의 평화, 행복한 일상과 희망으로 가득 찬 삶을 만들겠다고 다짐해 봅니다.

조한석 님

