Hello Nexen Magazine

헬로우 넥센

빙글뼝글

Relations

변화를 향해 굴러가는 것들, 나은 세상을 위한 움직임 - 2

사이

2022 Spring vol. 87

www.nexentire.com

SPECIAL THEME

빙글뱅글: 사이

6 **24h 빙글뱅글**
타인으로부터 인정받고 싶은 욕구

10 **명사 인터뷰**
요리인류 이욱정 PD

14 **일상을 깨우는 여행**
내면의 나에게 로그인, 합천 해인사

20 **넥센인의 pick**
보다 특별한 우리 '사이'를 위해

한 바퀴 달리기

26 **ISSUE ①**
넥센타이어 제64기 정기 주주총회 개최

28 **ISSUE ②**
디지털 마케팅, 상상이 기억이 되게 하다!

30 **ISSUE ③**
각 사업장 N젤 어린이집 졸업식

32 **ISSUE ④**
'뜨거운 지구를 구해요' 팝업북 만들기

34 **TIRE TECH**
타이어테크 신곡점

38 **Color of NEXEN**
더넥센유니버시티

42 **넥센 알고리즘**
넥센인이 pick한 앱 6선

한 바퀴 어울리기

48 **원더풀 라이프**
화사한 봄을 맞이하기 위한 준비

52 **컬러 테라피**
안정감을 전하는 초록 인테리어

56 **필환경 로드**
그 많은 플라스틱은 다 어디로 갈까?

한 바퀴 쉬기

62 **미래참견시점**
전자회사, 자율주행차 실내 공간을 혁신하다

66 **트렌드가 뭣이오?**
'촌'스러워서 '힙'하다, 러스틱 라이프

70 **마음처방전**
인관관계가 어려운 사람을 위한 북 큐레이션

74 **별별 스포츠**
'영구결번' 전설이 되다

76 **NEWS**

82 **함께해요!**

헬로우 넥센

2022년 〈헬로우 넥센〉에서는 세상을 아름답게 변화시키기 위해 끝없이 빙글뱅글 도는 것들에 대해 이야기합니다.

정보간행물 신고번호 양산, 바00008 **신고일자** 2016년 9월 29일 **발행인** 강호찬
발행일 2022년 4월 4일 **발행처** 경남 양산시 충렬호 355 넥센타이어(주) **담당** 문화혁신팀
기획 및 출판 (주)대통기획 02-2269-3613 **ISSN** 2765-2904

이 책에 쓰인 글과 사진은 작가의 의견에 따른 것으로 넥센타이어의 의견과 일치하지 않을 수 있습니다. 책에 쓰인 글과 사진을 재사용하려면 〈헬로우 넥센〉과 저작권자 양측의 동의를 얻어야 합니다.

친환경 환경부

헬로우 넥센은 환경부가 인증한 친환경 재생용지를 사용하고 있습니다.

www.nexentire.com

사이

가족 사이,
친구 사이,
동료 사이

사람과 사람 사이에서
생겨난 에너지는
빙글뱅글 끊임없이 돌며
모두를 하나로
연결합니다.

Relations

빙글뱅글 : 사이

너에게서 나온 것은
너에게로 돌아간다

- 맹자

코로나 팬데믹으로 거리 두기와 비대면이 일상이 되었습니다. 그럼에도 우리는 새로운 방법으로 다른 사람과 끊임없이 소통하며 관계를 이어나가고 있습니다. 이렇게 사람과 사이에서 발생한 에너지는 끊임없이 순환하며 모두를 하나로 묶고 있습니다.

24h 빙글뱅글
명사 인터뷰
일상을 깨우는 여행
넥센인의 pick

글. 김학진 고려대학교 심리학과 교수

우리는 왜 선뜻 남을 도울까?

Altruism

타인으로부터 인정받고 싶은 욕구

자신보다 다른 사람의 행복과 이익을 더욱 추구하는 이타성은 우리 사회를 더욱 끈끈하게 연결한다. 그리고 뇌과학적 측면에서 살펴보면 인간이 이타적 행동을 하는 데는 다른 사람으로부터 인정받고자 하는 욕구가 기저에 깔려 있다.

김학진 교수 고려대 심리학과를 졸업하고 미국 보스턴대에서 석사 학위를, 워스콘신주립대에서 심리학으로 박사 학위를 받았다. 미국 캘리포니아공대에서 박사 후 연구원을 거쳐 현재 고려대 심리학과 교수로 재직 중이다. fMRI(기능적 자기공명영상 기법)를 사용해 인간의 경제적, 사회적 의사결정과 관련된 뇌 메커니즘을 연구하며, '공정성'과 '이타적 선택의 신경학적 기제를 밝히는 연구들을 진행해왔다.

타인을 통해서 자아 인식하기

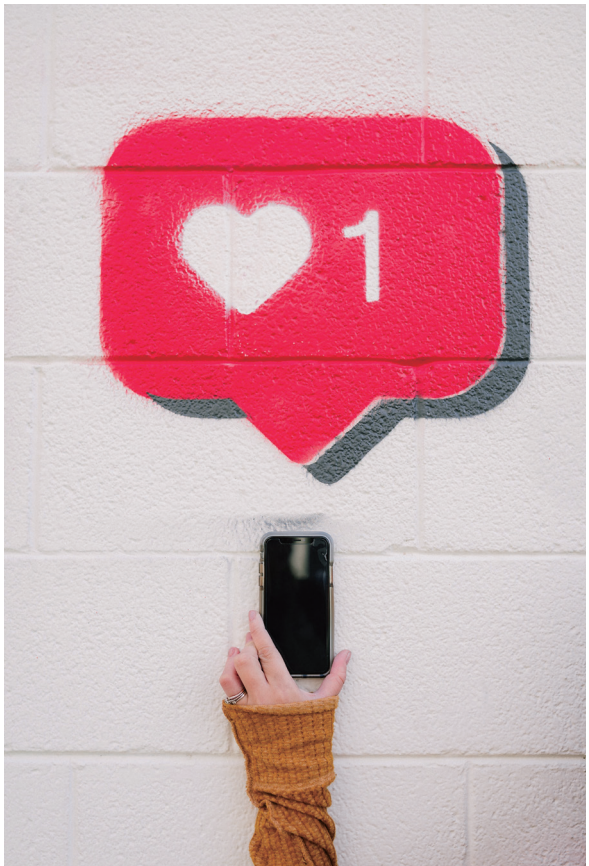
"당신은 나를 더 좋은 사람이 되고 싶게 해요."

영화 〈이보다 더 좋을 순 없다〉에 등장하는 이 문장은, 오랫동안 극도의 이기주의자로 살아왔지만 여자주인공을 만난 뒤 타인을 향해 마음을 열게 된 남자주인공이 그녀에게 사랑을 고백하며 건넨 감동적인 대사다.

그런데 이 감동에 대해 조금 더 생각해보면 의문이 드는 부분이 있다. 누군가에게 잘 보이기 위해 남을 돕는 행위는 불순한 동기가 아닌가? 타인에게 인정받고자 하는 욕구가 이타적 행동의 동기로 용납될 수 있을까? 만약 그럴 수 없다면, 어려운 사람을 도왔을 때 느끼는 뿌듯함과 즐거움은 과연 어디서 비롯된 것일까? 위기에 처한 사람을 구하기 위해 일말의 망설임도 없이 목숨을 던진 시민영웅들의 이타적인 행동은 어떻게 설명할 수 있을까?

우리가 SNS '좋아요'에 집착하는 이유는 인정 욕구 때문이다. 심리학 역사를 통틀어서 가장 뛰어난 통찰력을 가졌던 심리학자로 손꼽히는 윌리엄 제임스는 이미 100년도 훨씬 전에 "인간 본성의 가장 근원적인 원리는 바로 인정받고자 하는 욕구"라 주장한 바 있다. 인정 욕구는 자신에게 필요한 것을 제공해주는 대상(예를 들면 아기일 경우 그 대상은 엄마가 된다)의 관심을 지속적으로 얻기 위한 노력에서 비롯된다. 육체적, 지적, 감성적, 예술적으로 자신의 우수성을 과시하고 인정받으려는 행동의 원동력이 되기도 하며 타인을 위한 이타적인 행동이나 자신을 낮추는 겸손한 태도로 나타나기도 한다.

최근 여러 연구에 따르면 사회화가 이루어지기 훨씬 전인 유아들에게서도 도덕적·이타적 가치를 추구하는 성향이 관찰된다고 한다. 이러한 결과들은 인간이 본격적으로 사회적 가치들을 학습하기 훨씬 전부터 타인의 감정을 구분하고 타인의 호감을 보상으로 환산할 수 있는 가치 계산 기제를 사용하는 증거로 볼 수 있다. 인정 욕구 혹은 기본적으로 타인의 호감을 얻으려는 욕구는 인간의 거의 모든 사회적 행동, 그리고 인간이 추구하는 거의 모든 사회적 가치의 밑바탕에 자리 잡고 있다고 봐야 한다. 사실 이러한 욕구야말로 인간이 다른 동물과 구분되는 가장 큰 차이가 아닐까 싶다.



인정 욕구는
자신에게 필요한 것을
제공해주는
대상의 관심을
지속적으로
얻기 위한 노력에서
비롯된다.

공감과 관점 이동이 적절하게 균형을 이룰 때
우리 뇌는 타인과 소통하는 데 최적의 기능을 발휘하게 된다.

타인과 효율적으로 소통하기 위한 뇌의 선택

2008년 동계올림픽에서 김연아 선수의 마지막 경기를 숨죽여 봤던 사람이 많을 것이다. 한 폭의 그림 같이 경기장을 수놓은 뒤 빙판 위에 우뚝 선 김연아 선수가 울음을 터뜨리는 순간을 기억하는가. 김연아 선수가 그동안 느껴온 고민과 설움, 그리고 간절함이 모두 내 것처럼 느껴지는 듯했다. 이 경기를 지켜본 많은 사람이 아마 나와 비슷한 경험을 했을 것이다.

'공감'이라고 불리는 이러한 심리적 경험을 통해 우리는 어린아이가 잔인하게 성폭행당한 사건 보도를 들을 때 아이의 아빠처럼 함께 분노하는가 하면, 차가운 바닷물에 갇힌 아이들의 소식을 들을 때에는 아이의 엄마처럼 간절한 마음으로 구조 소식 하나하나에 신경을 곤두세우게 된다. 타인의 감정에 공감할 때, 우리는 상대방도 나와 똑같은 감정을 경험한다고 믿는다. 하지만 사실 공감은 우리가 생각하는 것보다 훨씬 자기 중심적인 감정이며, 나의 과거 경험과 현재 신체 상태를 재료로 사용해 재구성한 감정 경험이 실제 타인의 감정과 일치할 가능성은 거의 없다.

'관점 이동 능력'은 공감과는 구분되는 또 다른 종류의 타인 이해 능력으로, 자신의 것과는 다른 타인의 선호, 의도, 신념 등을 파악하는 능력이다. 타인을 이해하기 위해서는 자신의 경험을 그대로 투사하여 상대방을 이해하려는 시도보다는 이전에 상대방이 보였던 행동과 현재 주어진 상황을 최대한 고려하여 다음 행동을 추론해 내는 고도의 계산 과정이 필요하다.

공감과 관점 이동이 적절하게 균형을 이룰 때 우리 뇌는 타인과 소통하는 데 최적의 기능을 발휘하게 된다. 공감과 관점 이동이 상호보완적 기능을 완수해야 비로소 개인의 공감 반응은 여러 사람의 관점을 취해 더욱 풍부하고 다양해질 수 있다.

'자기 감정 인식'은 어떤 감정을 경험할 때 이 감정을 유발한 원인을 섬세하고 정확하게 인식함으로써 보다 정교하고 세분화된 감정 반응을 만들어가는 과정이다. 자기 감정 인식의 결과로 정교하게 세분화된 풍부한 감정 리스트를 갖게 된 사람은 공감을 위해 사용할 수 있는 재료들이 풍부하다. 섬세하고 풍부한 감정 리스트를 재료로 사용하여 타인의 감정을 이해할 때 우리는 직관적이면서도 정확하게 공감할 수 있다.

'자기중심적' 기준에서의 이타성

인간의 뇌는 약 1,000억 개의 신경세포들로 구성된다. 하나의 신경세포가 평균 1,000개의 시냅스를 가지고 신경회로망을 이룬다는 점을 고려하면 천문학적 수준의 정보 조합도 가능하다. 이처럼 인간의 뇌는 놀라울 정도로 방대한 정보의 저장과 처리가 가능하지만 거의 무한에 가까운 세상의 정보들 앞에 놓일 때는 너무나 보잘것없는 존재가 되고 만다. 하지만 생존을 위해 우리 뇌는 최대한 정보를 수집하고 이를 활용할 수 있는 형태로 잘 변형해야 한다. 그래서 뇌는 자연스럽게 세상의 정보들을 덩어리로 묶어서 분류하게 된다. 또한 정보들을 변형하기 위해 필연적으로 요구되는 '기준'을 정하는 시점에서 우리 뇌는 자연스럽게 '자기중심적' 기준으로 세상을 바라보게 된다.

자신을 정확히 인지하기 위해서는, 역설적으로 타인을 떠나 홀로 존재하는 '나'는 없다는 사실을 인식해야 한다. 그리고 최대한 타인의 눈을 통해 바라보는 객관적 관점이 필요하다. 타인의 시선과 무관하게 인간의 사회적 판단과 행동을 설명하는 것은 의미가 없다. 오히려 타인으로부터 인정받고 싶어 하는 마음을 더욱 명확히 인식하고, 타인과의 소통을 늘리며 긍정적인 사회적 규범을 형성할 방법을 모색하려는 노력이 필요하다.

뇌과학이 보여주는 도덕성과 이타성이란, 이기적인 나의 어두운 욕구를 억제하는 절대 선이 아니다. 오히려 내 주위를 둘러싼 여러 대상과 환경에 발맞추어가면서 내가 갖고 태어난 내적 욕구를 자연스럽게 표출하고 다듬어가는 과정에서 만들어지는 또 다른 형태의 욕구일 수 있다. 도덕성과 이타성은 어쩌면 우리의 내적 욕구가 성장하면서 도달하기 위해 노력할 수밖에 없는 궁극적 지향점이 아닐까? 이 궁극적 지향점을 향해 가는 과정에서 나 자신의 욕구는 결코 무시되거나 배제되어야 할 존재가 아니다. 그 목표에 도달했을 때 가장 큰 수혜자 또한 내 자신이 될 것이다.

Sympathy

글. 편집실, 사진. 전재천 Studio TEAM

요리, 사람 사이의 거리를 줄이다

음식을 통해 인류를 통찰하는 '요리인류' 이욱정 PD

이욱정 PD 연세대학교에서 영문학을, 서울대학교 대학원에서 인류학 석사학위를 받았고 런던의 르 꼬르동 블루 요리학교에서 고급 과정을 마쳤다. KBS 다큐멘터리 〈누들로드〉 〈요리인류〉를 기획하고 연출했으며, 현재 서울시의 요리를 통한 도시재생사업의 총괄 프로듀서를 맡고 있다. 2년여에 걸쳐 10개국을 누비며 제작한 〈누들로드〉 시리즈로 방송통신위원회 방송대상 대상과 백상예술대상 TV부문 교양 작품상을 수상했다.

이욱정 PD는 함께 밥을 먹는 것은 단순히 배를 채우는 행위를 넘어 사람 사이의 가장 원초적인 유대라고 말한다. 음식은 그 자체로 하나의 커뮤니케이션 수단이다. 그런 의미에서 코로나 이후 함께 밥을 먹는 게 어색해지고 동네 밥집이 사라지는 지금의 상황이 앞으로 우리 사회에 어떤 영향을 끼칠지 우려하고 있다.

Q. 요즘 아주 바쁜 나날을 보내고 계십니다. 근황에 대해 말씀해 주세요.

〈푸드 크로니클〉이라는 다큐멘터리 촬영을 위해 4주간 해외 촬영을 다녀오고 자가격리를 끝내자마자 오늘 중구 필동상인회와 함께 어린이들에게 도시락을 전달하고 왔어요. 코로나 시국에 전 세계를 누비는데 지금까지 함께 일하는 스태프 중 아무도 코로나에 걸리지 않아 감사한 마음으로 하루하루를 보내고 있습니다.

Q. '요리를 통한 도시재생' 프로젝트도 진행 중이라고 들었습니다.

필동상인회와 함께한 도시락 전달이 '요리를 통한 도시재생' 프로젝트의 일환입니다. 필동의 골목식당 사장님들과 밥차를 꾸려서 인근 다문화 가정 또는 보육원 등 어려운 환경에 처해있는 어린이들과 청소년들에게 따뜻한 한 끼를 전달하고 있습니다. 작년에는 회현동 남촌상인회 16개 식당 사장님들과 도시락을 만들어서 명동성당 노숙인들에게 전달했습니다. 코로나19 때문에 가장 큰 어려움을 겪고 계신 분들이 자영업자, 그중에서도 골목에서 작은 식당을 운영하시는 분들이잖아요. 손님이 없는 식당에 우두커니 앉아있는 사장님들을 보며 도울 방법이 없을까 고민하다가 도시락을 만들어 마을 축제에서 판매하는 프로젝트를 진행했죠. 그 과정을 〈코로나 19, 이모네 밥차 희망가〉라는 다큐멘터리로 만들었는데 대기업에서 방송을 보고 도시락을 대량 구매해 준 덕분에 노숙인들에게 희망을 전달할 수 있었습니다.

Q. 요리를 통한 도시재생은 어떻게 시작하게 되었나요?

오래전부터 도시재생에 대해 관심이 많았습니다. 20년 전 이탈리아 볼로냐에 방문해 도시재생 사업을 취재한 적이 있었는데 중세 시대부터 천 년 가까이 이어온 구도심의 오래된 창고나 버려진 건물들을 철거하지 않고 문화시설과 상업시설로 바꿔서 도시 전체가 다시 부활하는 모습이 굉장히 인상 깊었습니다. 우리는 오래된 동네나 건축물의 가치를 오랫동안 몰랐습니다. 빨리 부시고 그 위에 빌딩과 아파트를 새로 지어 올리는데 혈안이었죠. 우리보다 앞서 산업화를 경험했던 유럽의 도시들이 재생사업을 통해 가장 오래되고 낡은 구도심을 매력 있게 바꿔 사람들을 모이게 하고 일자리를 만들어내는 모습을 보며 서울에서도 할 수 있지 않을까 생각했습니다. 그리고 서울 구도심의 작은 골목 식당들에 눈길이 닿았죠.

Q. 도시에서 식당은 어떤 역할을 하나요?

도시는 낯선 이들이 함께 모여 살기 시작하면서 탄생했어요. 그리고 낯선 사람들이 이렇게 가까이 앉아서 대면하는 장소가 바로 식당 혹은 카페입니다. 때로는 초면에 같은 테이블에 앉기도 합니다. 친구들이나 지인과 약속을 잡을 때도 마찬가지예요. 도시 내에서 가장 단위의 사회생활이 이루어지는 곳이 식당입니다. 식당은 도시의 꽃이라고 생각합니다. 요리는 소통의 매개체죠. 함께 밥을 먹는 것은 단순히 배를 채우는 행위를 넘어 사람 사이의 가장 원초적인 형태의 유대입니다. 그런 점에서 식당은 도시의 문화를 형성하는 중요한 인프라입니다.

Q. tvN 예능 프로그램 〈유 퀴즈 온 더 블록〉에 출연해서 '골목식당이 사라지면 집에서 간편식만 먹게 될 것'이라고 하셨습니다. 코로나19이후 '밥 한끼 먹을래?'라는 인사가 어색해졌는데, 앞으로 우리 사회가 어떻게 변할까요?

코로나19로 식당들이 문을 닫고 영업을 중지하면서 사람들이 자유롭게 모일 장소가 사라졌습니다. 식당을 가더라도 혼밥이 대부분이죠. 1인 가구가 많아지면서 간편식으로 때우는 경우도 많습니다. 30대 이상의 세대는 학창 시절 친구들이랑 어울려 밥을 먹고 가족과 식탁에서 저녁 식사를 하는게 당연했어요. 직장에서도 마찬가지였고요. 그런데 10대 청소년과 20대 청년들은 그렇지 않아요. 누군가와 같이 앉아 밥을 먹는 자체가 어색하고 낯설 거예요. 처음 보는 사람과는 더 그렇겠죠. 유튜브를 보면서 혼밥하는 게 더 편하다고 느끼는 사람들이 점점 늘어나면 어떻게 될지 조금 걱정도 됩니다. 서로 대화하고 이해할 수 있는 기회가 줄어들면서 양극화, 공동체 와해로 이어질 것 같은 위기를 느낍니다. 위기를 타파하기 위해 당분간 '요리를 위한 도시재생' 프로젝트를 이어가려고 합니다.

Q. 그동안 〈누들로드〉, 〈요리인류〉 등 요리를 통해 인류를 통찰하는 작품을 꾸준히 제작하셨습니다. 다양한 콘텐츠를 통해 궁극적으로 전하고자 하는 메시지는 무엇인가요?

저는 요리 다큐멘터리만 만드는 게 아니에요. 디자인, 교육, 병원, 자동차 등 다양한 소재로 다큐멘터리를 제작할 계획입니다. 소재는 다르지만 관통하는 질문은 같습니다. '인류는 어디에서 시작했고, 어떻게 지금에 이르렀고, 앞으로 어디로 갈 것인가' 끊임없이 질문하여 답을 찾기 위해 노력하고 있습니다. 현재 제작 중인 작품은 〈푸드 크로니클〉로 티빙에서 처음 제작하는 오리지널 다큐멘터리입니다. 인류의 식탁을 바꾼 음식에 대한 이야기를 다룹니다. 만두, 쌈, 타코 같은 '싸먹는 음식', 피자, 전, 팬케이크 등 '납작한 음식', 케이크, 샌드위치, 스시 등 '레이어를 가진 음식' 등 9가지 형태로 구분하고 이 음식들이 어떻게 전 세계인을 매료시켰는지 연대기를 살펴봅니다. 이 음식들 간에는 공통점이 있어요. 간편하게 먹을 수 있는 점, 빨리 만들고 빨리 먹을 수 있는 점, 손으로 먹는 점, 휴대와 이동이 편한 점, 온도에 크게 영향을 받지 않는 점이죠. 이를 통해 21세기 인류가 지향하는 바를 깨달을 수 있습니다. 그게 바로 이번 시리즈의 중요한 인사이트입니다. 오는 8월에 공개되니 많은 시청 부탁드립니다.

Interview

Lee wook jeong

소재는 다르지만 관통하는 질문은 같습니다. '인류는 어디에서 시작했고, 어떻게 지금에 이르렀고, 앞으로 어디로 갈 것인가' 끊임없이 질문하여 답을 찾기 위해 노력하고 있습니다.

Q. 이동이 편하다는 점도 포함되는군요. 조금 더 자세히 얘기해 주시겠어요?

모빌리티, 바퀴의 발명이 인류의 식탁을 바꿨습니다. 바퀴가 만들어지면서 먼 곳에 있는 재료를 공수할 수 있게 되었고, 멀리까지 외식이 가능해졌죠. 자동차가 없던 시절에는 집이나 동네 식당 밖에 가지 못했지만 자동차로 인해 동네를 벗어나 맛집을 찾아다닐 수 있게 됐죠. 외식과 레스토랑 문화를 발달시켰습니다. 〈미슐랭 가이드〉가 탄생한 것도 결코 우연이 아닙니다. '바퀴는 어떻게 인류의 식문화를 바꾸었나'도 좋은 이야깃거리가 되겠네요. 넥센타이어에서도 관심을 가져 주시면 좋겠습니다.(웃음) 비단 식탁뿐만이 아닙니다. 자원을 찾아, 절대적인 존재를 찾아 또는 사랑을 찾아 끊임없이 이동하며 문명을 이룰 수 있었습니다. 모빌리티는 인간의 중요한 속성이자 인류 문명의 근간입니다.

Q. 마지막으로 〈헬로우넥센〉 독자들에게 한 말씀해주세요.

코로나19와의 전쟁이 빨리 종식되기를 바라며, 그날이 온다면 국내든 해외든 여행을 떠나는 걸 추천합니다. 기왕이면 해외가 좋겠네요. 평소 가보고 싶었던 곳이 있다면 더 늦기 전에 미루지 말고 떠나세요. 그리고 그 나라의 사람들을 만나고 음식을 꼭 맛보셨으면 좋겠습니다. 이탈리아, 프랑스 또는 아시아, 중남미의 어떤 나라, 도시라도 상관없습니다. 낯선 식당에서 한 번도 먹어보지 못한 요리를 맛보며 팬데믹 이후의 가장 특별한 한 끼를 경험해 보세요.

글, 사진. 정철훈 여행작가

똑똑,

거기 계시죠? 반가워요! 내면의 나에게 로그인,

조금은 이른 봄, 해인사를 다녀왔다. 왜? 이유는 무궁무진하다. 세계문화유산으로 지정된 팔만대장경이 해인사에 있고, 교과서에 나오는 사명대사와 이 시대 큰 어른인 성철스님이 입적한 곳도 해인사다. 게다가 가야산이라는 걸출한 뒷배까지. 이 정도면 더 이상의 설명은 무의미 할 듯.
아, 봄! 봄볕에 투명하게 물든 해인사를 한번이라도 본 사람이라면 가만히 고개를 끄덕일 테니 이건 패스.
자, 그럼 모든 준비가 끝났으니, 이제 출발.

합천 해인사

천년고찰 해인사에서 보낸 나를 위한 하루

가끔 그럴 때가 있다. 어디로든 훌쩍 떠나고 싶을 때. 그것도 혼자. 그런 마음이 들 때면 절집을 찾곤 한다. 종교적인 이유는 아니다. 그저 한적한 곳을 찾다보면 대개 절집 앞에서 걸음이 멎는다. 우리 땅에 있는 사찰 대부분이 산 깊고 물 맑은 곳에 자리했으니 어쩌면 당연한 일. 걸음마저 조심스러운 고즈넉한 분위기도 마음을 끈다. 산중 암자에서 보내는 하룻밤은 그래서 특별하다. 내게 주어진 모든 시간을 온전히 나를 위해 쓸 수 있으니까. 게다가 지금은 마침 봄이지 않은가. 차분히 나를 돌아보고, 뭔가 새로운 것을 시작하기에 딱 좋은 계절, 봄.

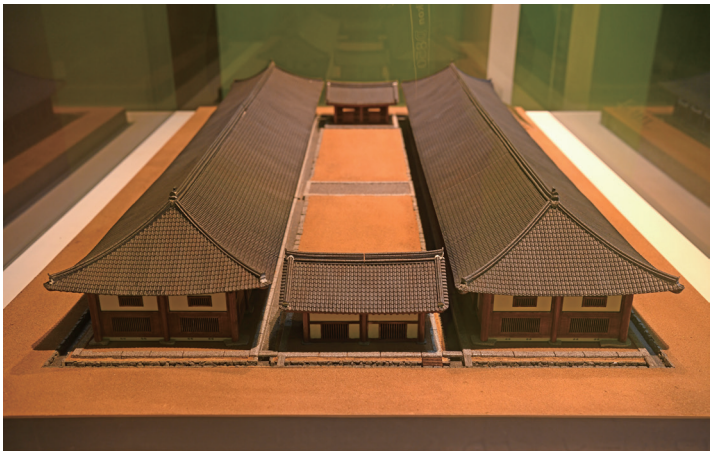
해인사는 통도사, 송광사와 더불어 우리나라 3대 사찰이다. 불가의 세 가지 보물인 불(佛)·법(法)·승(僧) 중 부처의 가르침을 집대성한 '팔만대장경'을 모신 절이라고 해서 법보종찰이라 부른다. 부처의 진신사리를 모신 양산 통도사는 불보종찰, 보조국사 지눌을 시작으로 16명의 국사를 배출한 순천 송광사는 승보종찰이다. 홍류동 계곡을 따라 해인사에 이르는 숲길에 봄이 왔다. 아니 오고 있다. 뼈처럼 앙상한 가지에 새잎이 조금 돋았고, 그 여린 잎들이 듬성듬성 숲을 초록으로 물들이는 중이다. 신록. 아직 설익은, 갓 태어난 아기 피부처럼 투명한 그 빛에 가슴이 설렌다. 유독 추운 겨울을 지나온 탓이겠지. 계절은 그렇게 가고 또 온다. 기적처럼. 우리네 삶도 마찬가지다.

해인사 템플스테이는 오후 2시 30분에 시작한다. 수련복으로 갈아입고 나면 합장과 절하는 법 등 사찰 생활에 필요한 기본예절을 배운다. 손바닥을 마주

합천 해인사 경남 합천군 가야면 해인사길 122 **템플스테이** 055-934-3110

대는 합장은 불교의 독특한 예법으로 몸과 마음을 하나로 모아 예를 표하는 방법이다. 경내에서 인사를 하거나 법당에 들어가고 나갈 때, 또 절을 하기 전과 끝낸 후에 합장한 채 허리를 숙여 합장 반배를 한다. 절은 무릎을 먼저 꿇고 오른손과 왼손을 차례로 내려놓은 뒤 이마를 바닥에 대고 두 손을 뒤집어 귀밑까지 들어 올리는 순서로 한다. 일어설 땐 역순. 불전사물 참관은 저녁 공양 후에 진행된다. 예불에 앞서 행하는 불전사물은 법고, 목어, 운판, 범종 등 네 가지 법구를 차례로 치는 의식이다. 법고는 땅을, 목어는 물을, 운판은 바람을, 범종은 불을 상징한다. 경내에 울려 퍼지는 네 가지 법구 소리는 세상을 깨우는 진리의 소리다. 예불은 오후 6시와 오전 4시 40분, 하루에 두 번 대적광전에서 열린다. 108배를 겸한 108염주 만들기는 해인사 템플스테이의 백미다. 체험은 절을 하면서 1배에 한 알씩 염주알을 끼우는 방식으로 진행된다. 스님의 죽비 소리 한 번에 1배. 그렇게 백여덟 번 절을 하는데, 1시간쯤 걸린다. 번뇌에서 벗어나는 일이 그리 만만치는 않다. 스님과 차담을 나누고 예약을 통해 한정된 인원에게만 공개하는 장경판전 내부를 돌아보는 일정도 해인사 템플스테이에서 빼놓을 수 없다. 팔만대장경과 이를 보관한 장경판전은 모두 국보이자 세계문화유산이다. 장경판전은 팔만대장경보다 12년 앞선 1995년 유네스코 세계문화유산으로 지정됐다.

해인사 템플스테이는 체험형과 휴식형으로 구분해 운영하며, 휴식형은 공양, 불전사물 참관, 예불 등 기본 프로그램 외 나머지 일정을 자유롭게 활용할 수 있어 체험형보다 자유롭게 시간을 보낼 수 있다. 참가 시청은 템플스테이 홈페이지(www.templestay.com)를 통해 가능하다.



팔만대장경의 모든 것이 한자리에, 대장경테마파크

대장경테마파크는 이름처럼 팔만대장경을 주제로 꾸몄다. 해인사에서 눈으로 본 팔만대장경과 장경판전에 얽힌 재미있고 흥미로운 많은 이야기들을 이곳에서 만날 수 있다. 대장경테마파크는 팔만대장경 간행 1000년을 기념해 개최한 〈2011 대장경천년세계문화축전〉을 위해 조성됐다. 대장경테마파크의 주전시장인 '대장경천년관'은 팔만대장경을 만들게 된 연유와 제작과정, 강화에서 해인사로 옮겨온 사연 등을 다양한 전시물을 통해 소개하는 공간이다.

팔만대장경은 강화로 천도한 고려 왕실이 불심으로 몽골에 맞서기 위해 제작했다. 목재로 된 경판 8만1258개로 이뤄진 팔만대장경은 제작에만 16년이 걸렸다. 제작에 동원된 명필과 조각사는 수백 명. 그 많은 인원이 참여했음에도 필체가 한결 같고 오·탈자 하나 없다. 조선후기 명필 추사 김정희가 팔만대장경을 보고 '사람이 쓴 것이 아니요, 마치 선인들이 쓴 것 같다'라고 감탄한 건 그래서다. 강화도 선원사에 보관하던 팔만대장경은 조선 태조 7년(1398년) 서울 지천사로 운반됐다가, 같은 해 가을 해인사로 옮겨졌다.

팔만대장경이 1000년 동안 뒤틀림 없이 보존될 수 있었던 건 경판 원료인 목재를 바닷물에 3년 동안 담갔다가 판자로 짠 뒤 다시 소금물에 삶아 그늘에서 말리는 지난한 과정을 거쳤기 때문이다. 경판 양 끝에 각목으로 마구리를 붙이고 옻칠을 하는 세심함도 비결.

장경판전의 과학적 설계도 팔만대장경을 이야기 할 때 빼놓을 수 없다. 장경판전을 설계할 당시 가장 중요시한 건 습도 유지와 통풍이다. 이를 위해 장경판전 부지에는 기본 토질에 숯, 횟가루, 찰흙을 섞어 자연적으로 습도 조절이 되도록 했고, 외벽 위아래에 크기가 다른 창을 설치해 공기가 특정 공간에 정체하지 않도록 했다. 해인사에서 볼 땐, 그저 낡은 창고마냥 허술해 보이던 장경판전이 달리 보이는 순간이다. 역시 아는 만큼 보이는 법이다.

대장경테마파크

경남 합천군 가야면 가야산로 1160
9:00~18:00
성인 3,000원, **청소년** 2,000원, **어린이** 1,500원
055-930-4801

해인사를 품은 가야산이 남쪽으로 힘차게 뻗어 우뚝 솟은 산이 오도산이다. 오도산은 우리나라에서 마지막으로 표범이 발견된 곳이라는 명성만큼 울창한 숲으로 유명하다. 오도산자연휴양림에 자리한 오도산치유의숲은 합천으로 떠나온 여행을 마무리하기에 최고의 장소이다. 여행의 피로를 풀어줄 다양한 치유프로그램이 마련됐기 때문. 특히 40~50℃의 열로 체온을 올려 면역력을 높이고 혈액순환을 돕는 온열치유프로그램은 여행의 피로를 말끔히 풀어내기에도 좋다. 온열치유프로그램은 건강측정 후 족욕과 반신욕, 안마매트 순으로 진행된다. 걷기명상, 랜덤요가, 아로마테라피 등으로 꾸민 산림치유프로그램도 꼼꼼한 구성으로 참가자들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 오도산치유의숲 치유프로그램 참여 신청은 전화로만 가능하며, 사전 예약은 필수다.

오도산자연휴양림

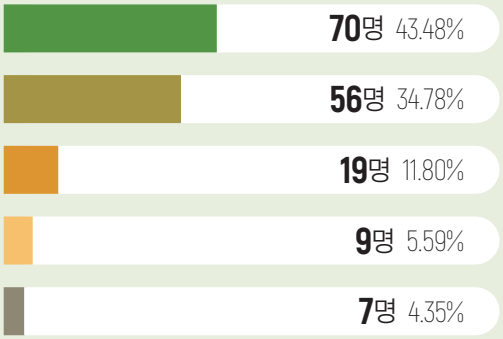
경남 합천군 봉산면 오도산휴양로 208
09:00~18:00
055-930-3733

보다 특별한 우리 '사——이'를 위해

코로나 팬데믹으로 비대면과 언택트가 일상이 됐음에도 우리는 끊임없이 자신을 둘러싼 존재들과 소통하며 가족 사이, 연인 사이, 친구 사이, 동료 사이 등 다양한 관계 속에서 삶을 일궈 나가고 있다. 주변인과 보다 특별한 사이로 거듭나기 위해 어떤 노력이 필요한지 넥센인들의 생각을 공유한다.

설문기간: 2022.03.07~03.08
참여자: 159명(중복 응답 가능)

Q 다른 사람의 감정을 잘 알아채는 편인가요?



- 그저 그렇다
- 귀신 같이 알아채고 미리 준비한다
- "그때 그랬어?" 하고 뒷북 치는 타입이다
- 기타
  - 나이먹을수록 다른 사람의 감정을 알아채는 속도가 느려지고 있다. - **신미진**
  - 고객 대응 업무를 하다 보니 눈빛, 말투, 몸짓만 봐도 어느정도 알 수 있다 - **유민**
- 다른 사람 사정은 관심 밖이다

Q 대인관계에 있어서 얼마나 자신감을 가지고 있나요?

어느 정도 자신감이 있다 **63명** 38.65%

평균인 것 같다
56명 34.36%

조금 자신이 없는 편이다
18명 11.04%

마음만 먹으면 전세계 사람들과 이웃사촌 할 수 있다
15명 9.20%

다른 사람이 나를 어떻게 생각할까 걱정부터 앞선다
11명 6.75%

Q 다른 사람과 관계를 유지하는데 중요한 것은 무엇이라고 생각하나요?

서로의 다름에 대한 이해와 배려

110명

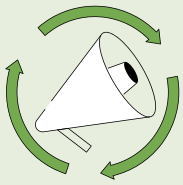
50%

주기적인 만남과 대화
37명 16.82%

솔직한 마음과 잦은 표현
37명 16.82%

가는 만큼 오는 마음
26명 11.82%

갈등을 해결하려는 노력
10명 4.55%



Q 여러 관계에서 이뤄지는 소통, 장애가 되는 요소는 무엇인가요?

상대방을 무시하는 일방적인 소통

110명

49.77%

"이게 왜 싫어?" 성향 차이
60명 27.15%

- 상대방을 이해하지 않고 나만의 성향을 나타낼 때… - **박우상**
- 서로의 성향을 알 수 있는 기회가 많이 없다 - **추권철**

부담스러울 정도로 지나친 관심과 오지랖
28명 12.67%

"라떼는 말이야…" 세대 차이
21명 9.50%

기타
2명 0.90%

Q 코로나19 이후 당신만의 대인 관계를 맺는 방법은 무엇인가요?

지인/친구와의 통화

71명

38.38%

따로 하는 것이 없음
50명 27.03%

친추! 좋아요 꾸욱! SNS 활용
33명 17.84%

온라인 랜선 모임, 커뮤니티 참여
25명 13.51%

기타
6명 3.24%

- 코로나19로 바뀐 건 관계 중심의 인원 관리 뿐… - **김상문**
- 방역수칙 준수하면서 오프라인 모임 - **박규현**

Q 주변 사람들에게 어떤 사람이 되고 싶은가요?

- 손톱에 봉숭아 물들이듯 상대에게 스며들어 예쁘게 돋워줄 수 있는 존재 - **최임철**
- 자주 보지 못해도 오랜만에 봤을 때 편안한 사람 - **최웅일**
- 외로울 때 생각나는 사람 - **박대경**
- 만나면 즐거운 사람! 힘들고 피곤한 얘기만 하기에는 세상은 너무 즐겁다! - **최상현**
- 부담없이 언제든지 이야기를 들어줄 수 있는 사람 - **김성우**
- 좋은 일이든 힘든 일이든 편하게 얘기할 수 있는 친구 - **이형권**
- 박카스 - **한비**
- 아프거나 술 한 잔 후 생각나는 그리운 친구 - **탁세원**
- 행복한 소식을 1등으로 전해주고 싶은 친구 - **이승은**
- 저 정도면 그래도 괜찮은 사람이지 싶은 사람 - **전형주**
- 꼰대는 되지 말자! - **김종혁**
- 선한 영향력을 공유하는 사람 - **강영한**
- 늘 한결같은 사람 - **김의휘**
- 해피 바이러스 - **이지혜**

글. 편집실

사람과

사람 사이,
적정 온도 찾기

대인관계는 지치고 힘들며, 때로는 스트레스의 원인이 된다. 하지만 곁에 있는 사람들과 좋은 사이를 유지함으로써 그들로부터 이해받고 위로받으며 고된 일상을 버틸 힘을 얻는다. 인간은 상호교류를 통해 진화한 사회적 동물이기 때문이다. 너무 뜨거워도 너무 차가워도 고달픈 대인관계, 적정 온도를 찾는 게 중요하다.

혼자가 편한 자발적 아싸

사회에서 일어나는 모든 문제의 원인은 결국 대인관계로 모인다. 서로의 입장 차이를 이해하려는 노력은 배제한 채 자신의 의견만 날카롭게 앞세우다 갈등이 생긴다. 더욱이 근 2년간 코로나 팬데믹으로 대면 소통이 어려워지며 많은 사람이 대인관계에 어려움을 겪고 있다.

최근 통계청이 발간한 '2021년 국민 삶의 질' 보고서에 따르면 코로나19 발생 이후 외부활동 및 대인관계 단절로 인한 '사회적 고립도'가 코로나19 이전인 2019년(27.7%)보다 6.4% 늘어난 34.1%로 나타났다. 2009년 통계 작성 이래 최고 수치다. 연세대학교 사회과학연구소가 진행한 설문조사에서도 전체 응답자 중 47.3%가 '가족, 지인과 관계가 단절됐다'고 답했다.

'관태기(관계+권태기)'라는 단어도 등장했다. 인맥을 관리하고 새로운 사람과 관계 맺는 것에 권태기를 느끼는 현상이다. 어릴 때부터 치열한 경쟁을 해오고 피상적인 관계에 익숙해진 MZ세대들은 일찍 관태기에 젖었다. 관계 맺기에 실패해 따돌림을 당하거나 상처를 받느니 차라리 혼자인 게 낫다며 자발적 아싸를 선택하고 있다. 기성세대도 마찬가지다. 인맥관리는 고사하고 자기관리도 버겁다는 이유다.

혼자만의 시간은 머리와 마음에 휴식을 주고 재충전할 수 있는 기회가 되지만, 너무 길어지면 사회성이 떨어지고 대인관계 자체에 공포감을 가지게 된다.

'내'가 중심이 되는 관계를 위해

사람들과의 관계에서 겪는 문제들 중 대부분은 스스로와의 관계에서 보여주는 문제를 거울처럼 비춘다. 모든 관계의 중심에는 '내'가 있어야 한다. 다른 사람과 관계를 맺기 전에 내가 어떤 사람이고 어떤 생각을 하는지, 무엇을 원하는지를 알아야 한다. 자신과의 관계가 좋은 사람은 주변 환경이 열악해도 좋은 것만을 받아들여 자신을 강하게 키워낸다. 이는 자존감과도 직결된다.

남과 비교해서 자신을 평가하는 사람은 그 기준에 미치지 못하는 자신을 부족하다고 여기고 남들에게 들킬까 노심초사하며 대인관계에도 소극적이다. 이런 사람의 경우 다른 사람에게 인정받고 싶은 욕구도 크기 때문에 주변 사람들을 불편하게 만들어 관계에 도움이 되지 않는다.

남과 다름을 인정하고 있는 그대로의 자신을 존중하는 방법을 연습해야 한다. 나의 장점뿐만 아니라 단점, 약한 모습을 아껴주는 것이다. 그리고 내가 소중하게 생각하는 것을 계속 지켜가고 내가 원하지 않는 것을 정중하게 거절하며 내가 생각하는 이상적인 나의 모습을 위해 노력하는 자신을 칭찬한다. 그러다 보면 주위 환경이나 사람들에 흔들리지 않고 '내'가 중심에 깊게 자리 잡은 견고한 대인관계를 이뤄나갈 수 있다.

너와 나에서 우리로

관계를 형성할 때 중요한 것은 적절한 거리를 지키는 것이다. 너무 가까우면 데이고 너무 멀면 냉각된다. 사람에게는 자신만의 영역이 있다. 이 영역을 침범당하거나 방해받으면 갈등이나 문제가 발생한다. 상대방이 너무 좋다고 무작정 들이대서는 안되는 이유다. 내 영역에 대해 상대방에게 미리 알려주고 나도 상대의 영역에 대해 미리 알고 대화를 하거나 접근을 한다면, 서로 간에 친밀감과 신뢰감을 형성하는데 더욱 도움이 된다. 이는 친구나 부모 형제 사이에도 똑같이 적용된다.

대화도 기술이다. 상대방을 바라보고 이야기를 잘 들으며 내가 느낀 것을 충분히 표현한다. 내가 당신의 이야기에 귀 기울이고 관심을 가지고 있다는 것이 상대방에게 전달되면서부터 관계의 물꼬가 트인다. 그리고 점점 더 깊은 대화를 통해 점차 '나'와 '너'에서 '우리'로 유대감이 형성되고 삶을 보다 넓고 깊게 이해하는 지혜를 가지게 된다. 결국엔 우리 모두 연결되어 있는 존재라는 것을 깨닫고 더불어 사는 삶을 고민하게 된다. 물론 모든 대화가 즐겁고 유쾌한 것은 아니다. 상대방이 이해가 안 될 때도 있고 내 생각을 명료하게 표현하지 못할 수도 있다. 그럼에도 대화를 통해 상대방과 나의 간극을 줄이려는 노력을 멈추지 않아야 한다.

한 바퀴 달리기

ISSUE

TIRE TECH

Color of NEXEN

넥센 알고리즘

인터넷의 발달로 전 세계 사람들은 여섯 명만 거치면 모두 연결될 수 있다고 합니다.
앞으로 자꾸 걸어 나가지 않아도, 클릭 몇 번으로 온 세상 사람들을 다 만나고 올 수 있는 세상이죠. 그리고 이제는
보다 나은 내일을 위해 다양한 사람들과 더 많이 소통하고 생각을 나누며 움직여야 합니다.

글, 사진. 김희진 책임 문화혁신팀

넥센타이어, 제64기 정기 주주총회 개최

넥센타이어가 지난 3월 28일 오전 11시 경남 양산 본사에서 제64기 정기 주주총회를 개최했다. 이번 주주총회에서는 재무제표 및 연결재무제표 승인과 이익잉여금처분안 승인의 건, 이사 선임의 건 등이 의결됐다. 특히, 이현종 사장은 이사회를 통해 각자 대표이사에 선임됐다.

이와 함께 액면가 500원 기준 1주당 보통주 105원, 우선주 110원을 결의해 현금배당을 확정했다.

넥센타이어는 2021년 연결기준 매출액 2조 794억 원이라는 사상 최대 매출을 거두었으나, 해상운임 급등 및 원자재 가격 상승의 영향으로 영업이익은 44억 원을 기록했다.

지난해 넥센타이어는 지속되는 코로나 확산이라는 어려운 상황에서도 포르쉐와 아우디 등 프리미엄 완성차 업체로의 공급 확대와 스텔란티스 최우수 공급 업체 선정, 일본 레이싱 대회 첫 포디움 입상, 그리고 한국노사협력대상 수상 등의 성과를 냈다.

넥센타이어 강호찬 부회장은 인사말을 통해 “올해는 혁신 전략의 과감한 실행 및 중장기 성장의 기반 마련, 고객 니즈 충족을 위한 R&D 핵심 역량 강화, 그리고 다공장 생산 체제 구축 및 품질의 시장 경쟁력 확보 등을 통해 회사의 지속적인 성장과 발전을 이어 나갈 것”이라고 밝혔다.

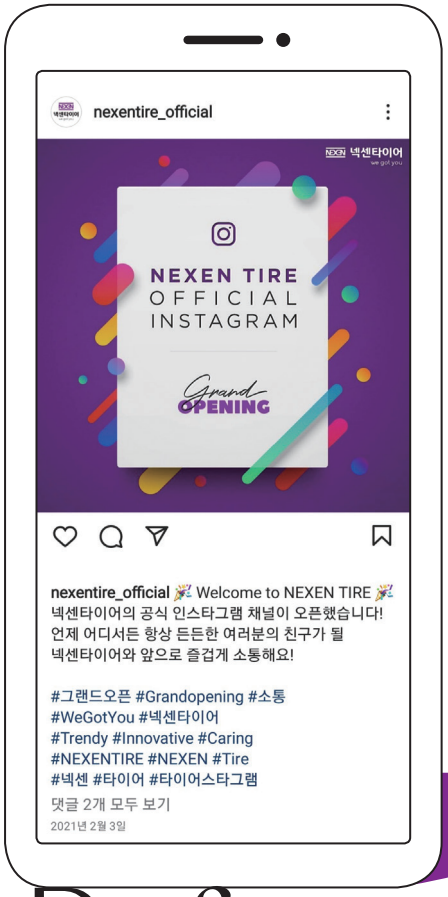
이날 넥센타이어는 주주 간 자리를 최대한 넓은 간격으로 배치하고 참석자들의 체온 측정, 마스크 착용 확인 등 방역 수칙을 철저하게 지키며 주주총회를 진행했다.

글, 이미지. 노창기 책임 브랜드커뮤니케이션팀

디지털 마케팅, 상상이 기억이 되게 하다!

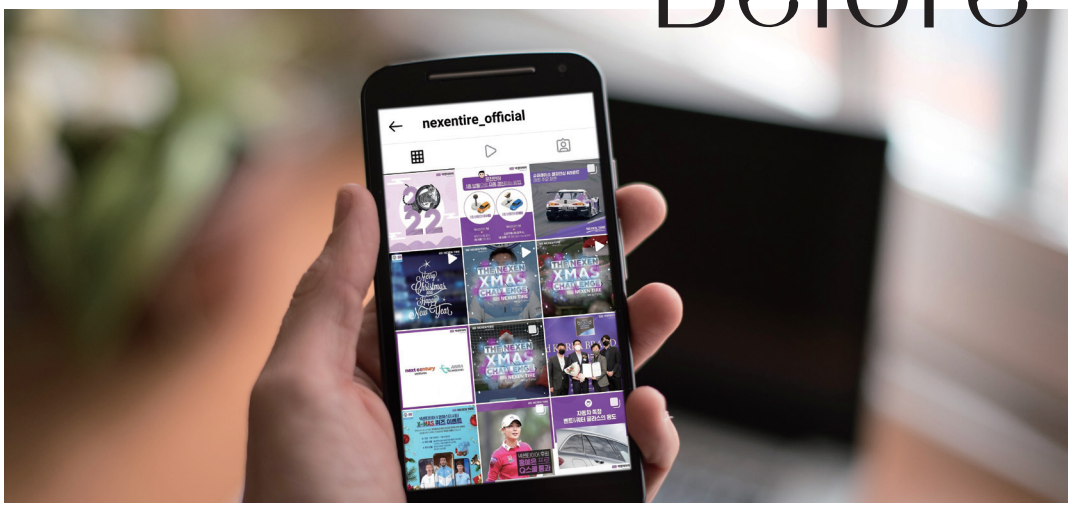
당신은 디지털 마케팅하면 떠오르는 타이어 회사가 있는가? 그중에서도 인상 깊게 보았던 소셜미디어 채널이 있는가? 만약 당신의 마음속에 특정 타이어 회사가 떠올랐다면 그건 해당 브랜드가 주는 선도적인 이미지나 그 회사가 쏟아내는 엄청난 양의 직·간접적인 광고나 콘텐츠의 영향을 받았을 확률이 매우 높다. 하지만 그들이 소셜미디어 상에 올리고 있는 콘텐츠의 특별한 점에 대해 얼마나 기억하고 있는지 다시 한번 상기해 본다면 아마도 분명히 말하기는 어려울 것이다. 그도 그럴 것이 대부분의 타이어 브랜드들은 타사 제휴 및 모터스포츠를 포함한 다양한 온·오프라인 마케팅 활동을 해오고 있는데, 이러한 다양한 마케팅 활동을 라이프 스타일 이미지들과 함께 소셜미디어에 포스팅하며 기업 이미지를 만들고 고객과 소통하고 있다. 그렇기 때문에 소셜미디어 채널 방식이 특별해서 인상 깊다기보다는 그들의 전반적인 활동이 인상 깊었을 확률이 높은 것이다.

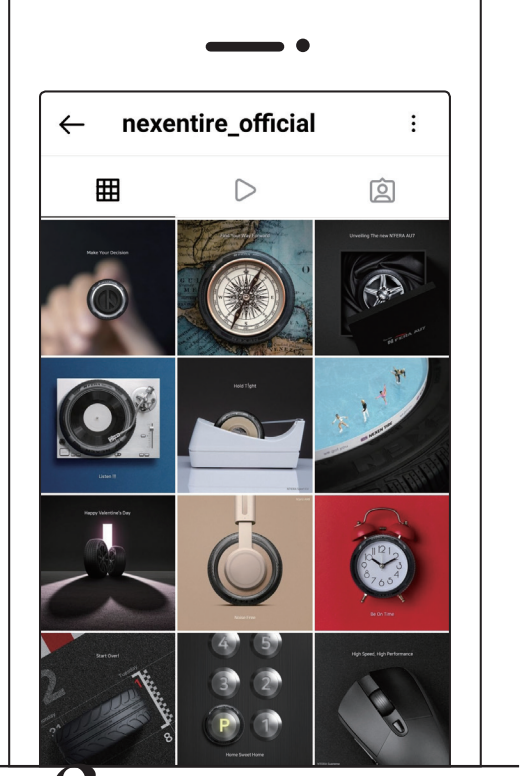
지난 2월 넥센타이어가 인스타그램 채널을 오픈한 지 만 1년이 지났다. 남들보다 늦었지만 서둘러 따라갔고, 우리 브랜드를 알리기 위해 1년 동안 쉼 없이 달려왔으며, 어느 정도의 목표도 달성하였다. 하지만 아쉽게도 우리 브랜드는 유수의 타이어 브랜드들과 달리 소비자 친화적인 콘텐츠를 만들기에는 양적으로나 질적으로 많이 부족했던 것이 사실이다. 한 단계 더 도약을 이루어야 하는 상황에서 우리는 어떤 전략을 선택했을까?



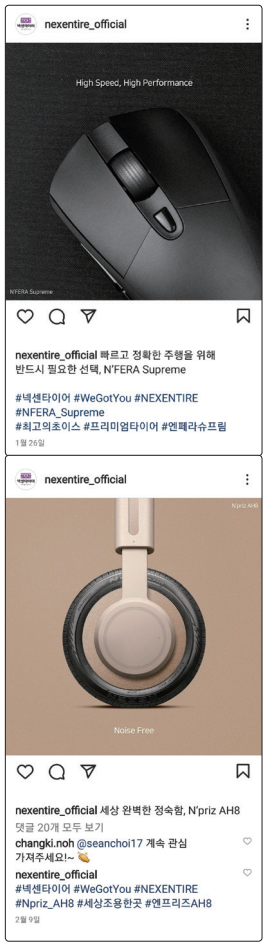
2021년 2월 3일
넥센타이어
공식 인스타그램
오픈 포스팅

Before





After



지난 1년간 우리의 활동을 분석하면서 도출한 한 가지 중요한 사실은 그동안 우리가 중심이 되어 소비자에게 이야기를 해왔다는 것이었다. 우리의 소식을 전하는 의미 있는 활동임에는 틀림없으나 소비자들이 관심 가질만한 콘텐츠로 그들을 유인해야 한다는 소셜미디어의 핵심을 다소 간과해왔다.

한 조사에 따르면 소비자들이 소셜미디어 상에서 콘텐츠 하나를 소비하는 시간은 0.5초 그리고 그들이 관심 있는 콘텐츠를 보는 시간은 길어야 8초정도 된다고 한다. 즉, 소셜미디어 상에서 제대로 된 소통을 하고자 한다면, 소비자가 관심 가질만한 내용을 짧고 굵게 전달해야 한다는 의미이다. 그렇다면 후발 주자인 우리는 어떻게 소비자의 관심을 얻을 것이며, 어떻게 소비자에게 기억될 것인가?

우리는 고객의 일상에서 접할 수 있는 사물과 이슈들에 우리 제품과 브랜드를 녹여 그들의 상상력을 자극하고, 이렇게 생긴 자극이 기억으로 그리고 브랜드 이미지로 각인되게 하고자 한다.

우리 일상 곳곳에 늘 사용하는 것들에 우리 제품과 브랜드의 이미지를 적용하여 의외의 신선함을 부여함으로써 소비자들의 관심을 유도하고, 그것에 의미를 부여하여 소비자의 인지 깊은 곳에 우리 브랜드를 각인시키고자 한다.

우리는 항상 새롭고 다른 방식으로 업무를 추진할 것에 대해 요구받는다. 하지만 경쟁사의 엄청난 물량의 마케팅 활동에 소셜미디어 상에서 차별화는 단순한 선택이 아니라 채널을 활성화하기 위한 필수 사항이었다.

이에 마케팅 전체적 관점이 아니라 소셜미디어의 관점에서 다시 한번 들여다보았고, 상상이 기억이 되게 하는 그런 마케팅으로 우리 브랜드만의 차별화를 만들어가고자 한다.

지금도 이 글을 읽는 독자들의 많은 '팔로우'와 '좋아요'를 기다린다.

www.instagram.com/
nexentire_official

www.instagram.com/
nexentireglobal_official

글. 김희진 책임 문화혁신팀

너의 꽃길을 응원할게!
각 사업장 N젤 어린이집 졸업식

창녕공장 N젤 어린이집

양산공장 N젤 어린이집

마곡 더넥센유니버시티 N젤 어린이집

지난 2월 양산, 창녕, 마곡의 N젤 어린이 집에서 졸업식 및 수료식이 진행됐다. 그동안 N젤 어린이집에서 친구들과 웃음꽃을 피우며 건강하게 잘 자라주었던 친구들이 정들었던 이곳을 떠나는 순간을 사진으로 담아봤다. 뿌듯한 표정으로 씩씩하게 졸업증서를 받는 어린이가 있는가 하면 선생님과 친구들을 못본다는 아쉬움에 마지막 인사를 하며 참았던 눈물을 터뜨리는 어린이도 있었다. 새로운 곳에서 적응 잘하며 씩씩한 어린이가 되길 바라며, 우리 친구들에게 힘찬 응원을 보낸다.

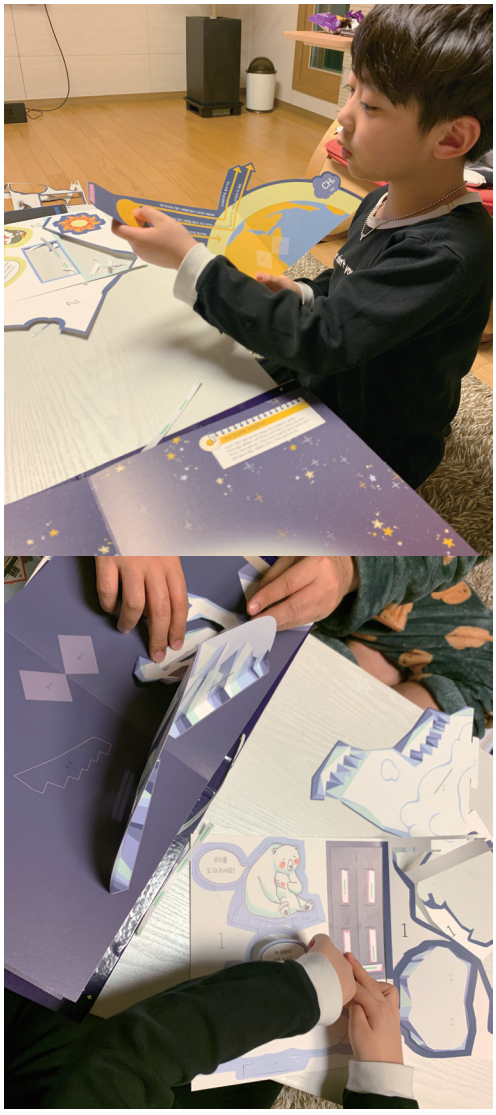
글, 사진. 유재훈 책임 문화혁신팀

‘뜨거운 지구를 구해요’ 팝업북 만들기

넥센타이어는 2022년 첫 비대면 사회공헌 봉사활동으로 '뜨거운 지구를 구해요_팝업북 만들기'를 실시했다. 작년에 실시한 북커버 만들기에 이은 두 번째 전사 참여형 사회공헌활동으로, 환경 팝업북을 통해 아이들에게 지구 온난화의 원인과 심각성을 가르치고 친환경 생활을 실천하자는 취지로 진행됐다.

폭염과 태풍, 폭우 등 이상기후를 경험하면서 사람들이 기후위기의 심각성을 깨닫고 지구 온난화에 관심을 가지고 있다. 이에 입체적으로 펼쳐지는 팝업북을 통해 아이들에게 지구 온난화의 원인과 심각성을 가르치고 지구를 구할 수 있는 현실적인 방법을 전하고자 했다. 팝업북 만들기는 아이들은 물론 어른들도 만드는 재미에 빠져 온 가족이 좋은 시간을 보냈다는 참여 직원들의 후기가 들린다.

직원들이 정성스레 제작한 키트는 지역아동센터로 전달되어 학습용 교구로 사용되며, 참가비 역시 아이들이 건강한 삶을 살 수 있도록 돕는 곳에 후원된다. 앞으로 매 분기 실시할 예정인 참여형 사회공헌활동의 다음 콘텐츠가 기대된다.



참여 소감 한 마디

김한수 책임
아시아영업기획팀

집에서 방콕만 하던 무료한 주말에 가벼운 마음으로 팝업북 만들기에 도전했습니다. 그런데 만드는 과정이 제가 생각했던 것보다 복잡하더라고요. 모든 집중력을 동원해 아들과 열심히 만들었는데, 완성된 책이 좋은 곳에 쓰인다니 어렵게 만든 보람이 있었습니다. 앞으로도 아들과 함께할 수 있는 봉사활동이 많았으면 좋겠네요. 다음에는 실력을 더 키워서 도전하겠습니다!

글. 편집실, 사진. 전재천 Studio TEAM

고객 맞춤형 서비스로 최고의 친절 매장 도전!

타이어테크 신곡점

지난 1월 말에 오픈한 타이어테크 신곡점. 신규점포지만 오랜 기간 쌓인 노하우와 고객의 성향에 따라 추천하는 고객 맞춤형 서비스로 멀리서부터 찾아오는 고객층의 신망이 두텁다. 진심과 열정으로 출사표를 던진 타이어테크 신곡점을 찾았다.

넥센타이어에 대한 믿음으로 새로운 도전

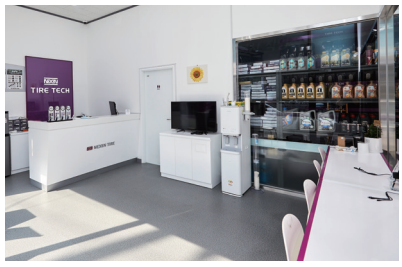
경기도 의정부 신곡동, 대로변에 위치한 보라색 매장이 멀리서도 눈길을 사로잡는다. 지난 1월 말에 오픈한 따끈따끈한 신규 점포, 타이어테크 신곡점이다.

"신곡점은 의정부 지역에서 유일무이한 직영 점포입니다. 제가 본래 차량에 관심이 많다 보니 타이어 관련 일을 시작하게 되었고, 지난 수년간 넥센타이어를 판매해오면서 우수한 품질과 타이어 무상 보증 제도를 비롯해 전국 어디든 찾아가는 A/S 처리 등 고객중심적인 서비스가 좋아서 넥센타이어에 대한 믿음으로 신곡점을 책임지게 됐습니다."

이동현 점장은 2017년부터 넥센타이어 양주 백석점, 별내점 등을 운영해왔기에 넥센타이어 브랜드와 제품에 대한 이해도와 애정도 높다. 신곡점은 80여 평 규모에 깔끔한 공간 구성과 쾌적한 고객대기실, 2대의 카리프트, 미국 헌터사의 얼라인먼트 밸런스기 등 최신식 장비를 보유하고 있어 정교하고 기술력 높은 서비스를 제공하고 있다. 타이어 교체 및 공기압 점검과 엔진오일 및 필터, 브레이크 패드, 배터리 교체 등 정비 관련 기본 업무도 모두 진행하고 있다. 공통의 관심사를 가진 친구 장규상 매니저와 함께하고 있어 작업의 손발도 척척 맞는다.

"문 연지 얼마 안됐지만, 주변 아파트 주민들께서 많이 찾아 주십니다. 건너편 아파트에서 창문으로 새로운 점포를 발견하고 들르셨다가 타이어 교체까지 하신 분도 계세요. 고객 한 분 한 분에게 최선을 다하고 경쟁력 있는 가격과 세심한 서비스, 사후관리까지 확실하게 책임지는 모습을 보여드린 덕분인지 믿음도 생기고 만족하시는 것 같아요. 사용해 본 후 넥센타이어 품질이 좋다는 말씀을 해주시는 고객들도 많아졌습니다."

표준화된 서비스와 작업 프로세스를 기본으로 하지만, 무엇보다도 타이어에 대한 지식과 차량마다 다른 얼라이먼트의 미세한 밸런스까지 잡아주는 작업자들의 노하우가 벌써부터 고객의 마음을 사로잡고 있다. 또한 타이어 교체 시 바로 옆 커피전문점의 쿠폰을 제공해 편안하게 대기할 수 있도록 배려하고, 작업 과정 사진을 제공해 신뢰를 더하고 있다.



신곡점의 베테랑 노트

① 청결한 매장으로 '눈도장 쾅'

일단 매장이 깨끗해야 한다. 매장의 분위기는 고객 방문 시 첫인상으로 각인될 수 있다. 아무리 서비스가 좋아도 지저분한 곳은 다시 찾고 싶지 않을 것이다. 때문에 매장과 작업 공간은 물론이고, 입구부터 주변까지 항상 깨끗하게 유지하려고 노력한다.

② 일대일 고객 맞춤형 대응

고객들께 먼저 웃음으로 다가가 최대한 친절하게 설명해 드린다. 특히 무작정 어느 타이어가 좋다고 추천하는 게 아니라, 고객 성향에 맞춰 타이어를 추천한다. 예를 들어 평소 스포츠한 주행을 하는 편이라면 코너링이 날렵하고 속도를 냈을 때도 균형을 잃지 않는 타이어를, 승차감을 원한다면 흡음재가 들어 있는 정숙한 타이어를 추천한다.

③ 레이싱으로 쌓은 노하우

얼라인먼트의 경우 차량마다 하체가 다르기 때문에 그에 맞게 또 운전자 스타일에 맞게 조정하면 차량의 움직임이 달라진다. 이동현 점장과 장규상 매니저 모두 레이싱을 즐기기에 관련 지식 외에도 감각으로 쌓인 타이어마다의 장단점, 얼라인먼트에 대한 노하우를 기반으로 보다 더 정교한 정보를 제공하고 있다.

고객의 입장에서 생각하는 고객 맞춤형 서비스

신곡점이 오픈하자마자 이동현 점장을 믿고 멀리서부터 찾아주는 고객들과의 깊은 인연도 계속 이어졌다.

"벌써 5년 이상 타이어 교체 시기만 되면 연락 주시고 제가 어느 매장에 있던 방문해주시는 고객 분들이 계십니다. 멀리 지방에서도 일부러 찾아주시고, 온 가족의 차량을 맡겨 주시는 분도 계시고요. 항상 잊지 않고 찾아주시니 너무 감사하죠. 꼼꼼한 차량상태 점검은 물론 친절한 맞춤상담을 통해 고객마다 다 다른 차량의 상태나 운전습관을 고려해 고객님에게 꼭 맞는 제품 및 서비스를 추천해드리다 보니 믿고 찾아주시는 것 같습니다."

고객의 입장에서 생각하고 고객 맞춤형 서비스가 바로 한 번 고객을 오랜 단골로 만드는 노하우인 셈이다. 또한 배움엔 끝이 없다는 이동현 점장은 국내뿐 아니라 해외의 다양한 포럼들을 찾아보고, 타사의 타이어에 대해서도 데이터를 수집하는 등 노력을 멈추지 않고 있다.

"신곡점은 '친절한 타이어 판매점', '고객 입장에서 타이어를 판매하는 곳'이라는 인정을 받도록 최선을 다하겠습니다. 앞으로 넥센타이어 직영점 내 서비스친절 및 매출 1위 달성이 목표입니다."

젊은 패기로 던져보는 가벼운 출사표가 아니다. 타이어 그리고 고객 대응에 대해서라면 누구보다도 뜨거운 열정과 진심을 담은 도전이다. 신곡점의 빠른 성장이 기대되는 까닭이다.

타이어테크 신곡점

경기 의정부시 금신로 310

031-843-5989

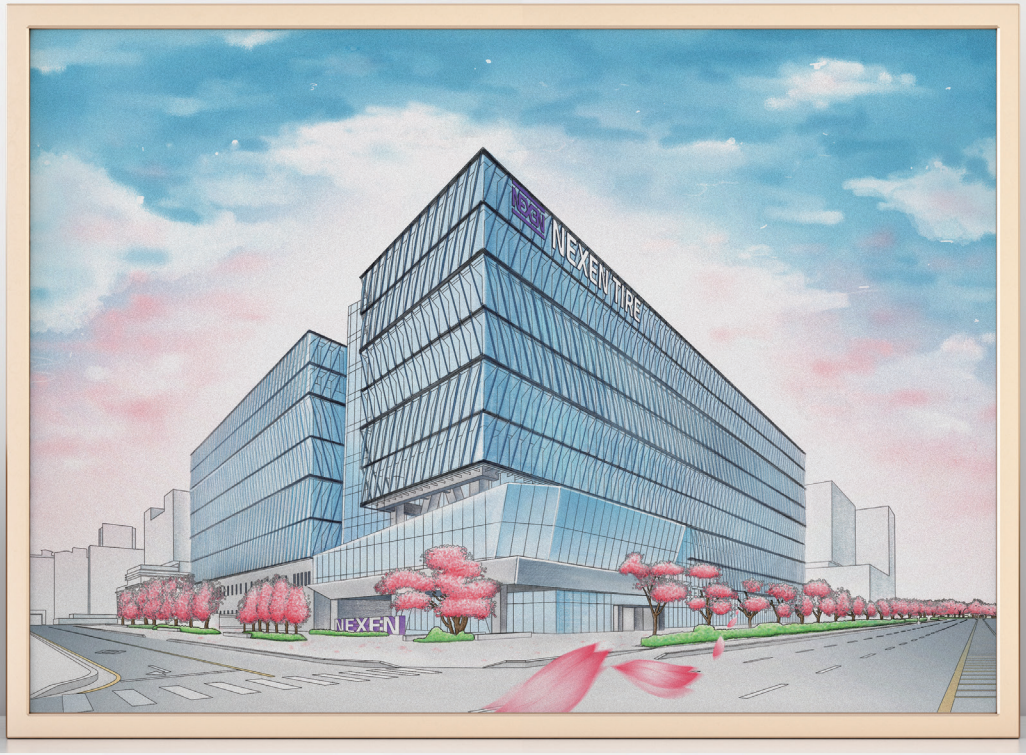
Color of NEXEN

더넥센유니버시티

나만의 컬러로 넥센을 물들이는 두 번째 장소는
넥센중앙연구소인 '더넥센유니버시티'다. 봄을 맞아
화사함으로 가득한 넥센인들의 작품을 공개한다.

이형권 연구원
디자인팀

저의 첫 회사인 넥센타이어에 입사 후 어느덧 2년이라는 시간이 지났습니다. 그동안 익숙해져 버린 탓에 매일 눈앞에 보이는 곳만 지나가고 지나쳐오고 했는데, 이번 컬러링 이벤트를 통해 제가 일하고 있는 더넥센유니버시티라는 곳을 다시 한번 돌아볼 수 있었고, 도안 위에 하나하나 더해지는 색깔들처럼 애사심도 더해지는 좋은 기회였습니다 :)



송계주 팀장
실차평가팀

봄을 기다리며 딸 아이와 함께 주말동안 더넥센유니버시티를 색칠하는 시간을 가져보았습니다. 딸 아이가 건물이 멋있다며 흥미를 가지고 색칠하는 모습을 보며 즐거운 시간을 보냈습니다. 날이 더 풀리면 같이 더넥센유니버시티에 방문해서 멋진 외관은 물론 실내도 구경시켜줄 계획입니다.

김진식 수석

유통개발TFT

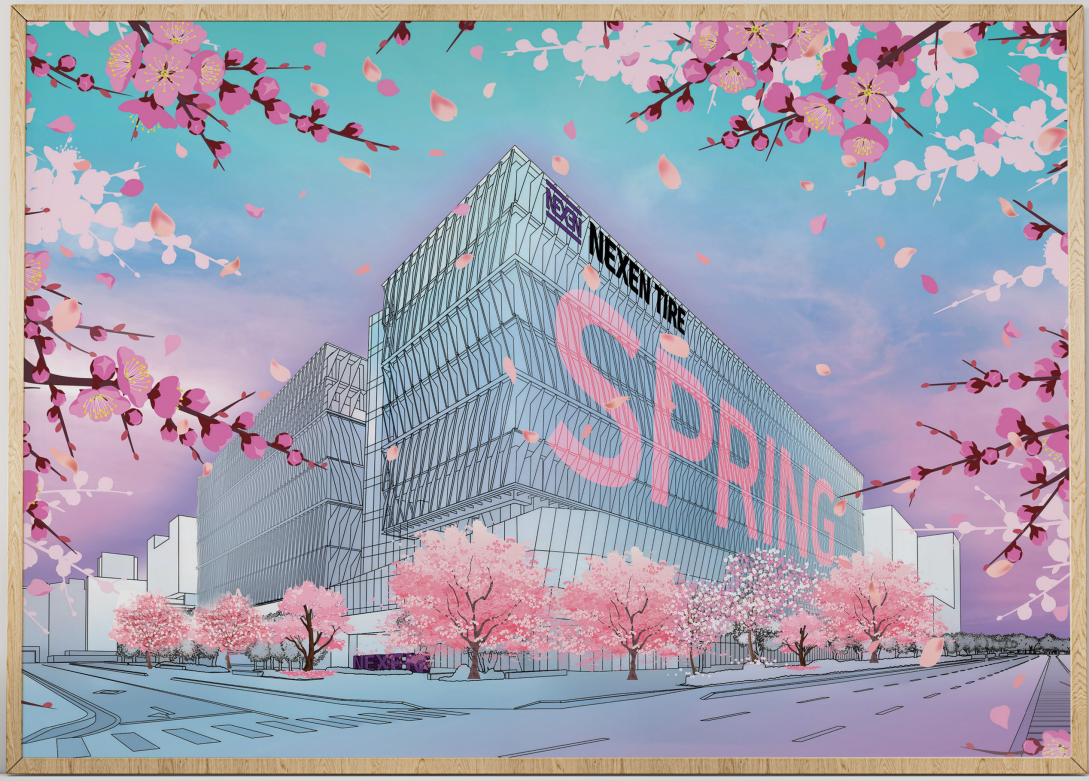
아이들이 집중해서 알록달록 개성이 가득 담긴 더넥센유니버시티를 완성했네요. 그림 속 상상처럼 우리 아이들의 미래가 밝고 행복이 가득 하길 소망합니다. 또 하나의 뜻깊은 추억을 만들 수 있도록, 작지만 행복한 시간을 선물해 줘서 감사합니다.

본 문서는 넥센타이어주식회사의 동의 없이 복사, 수정 및 유출을 금합니다.

최병운 수석

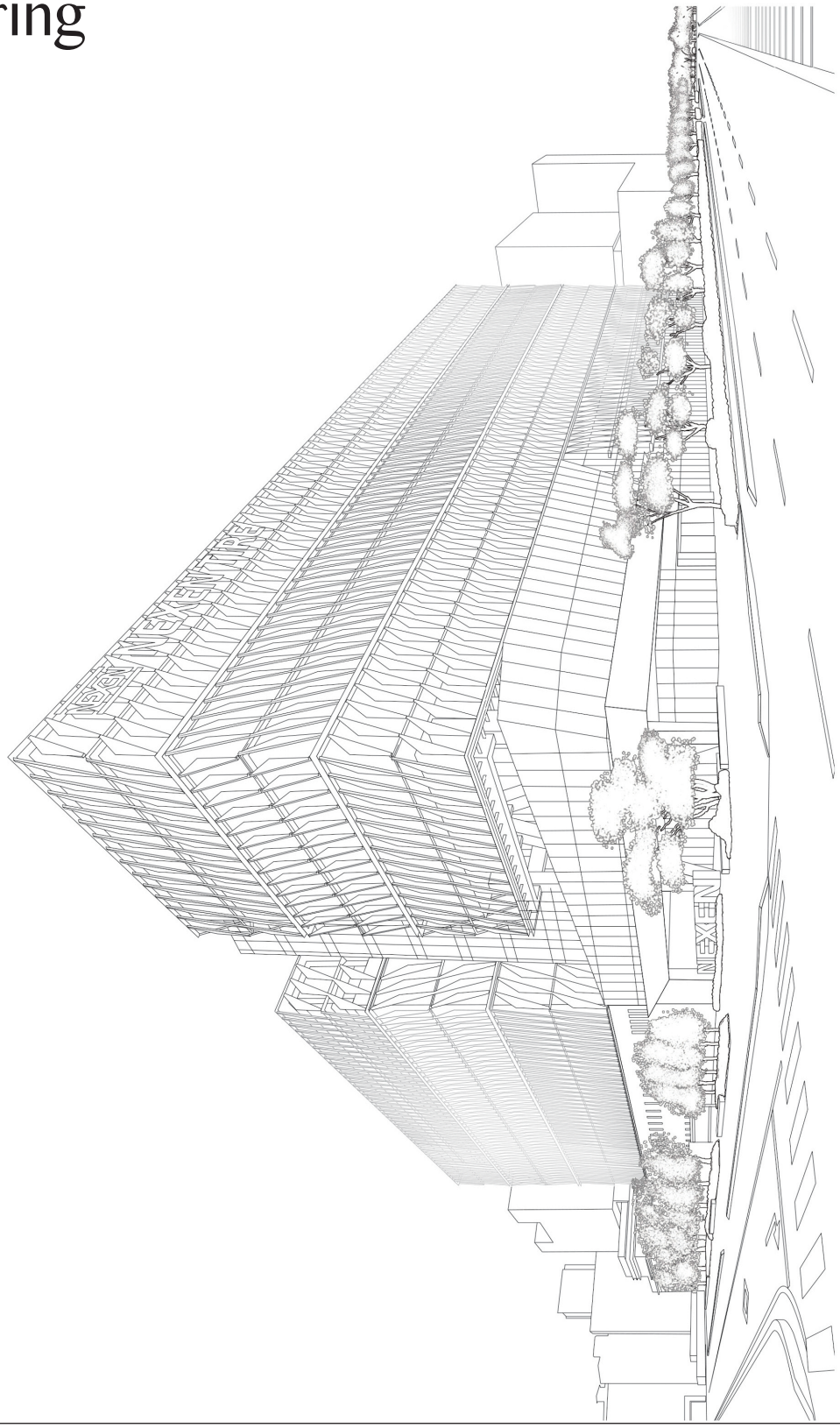
문화혁신팀

봄을 맞아 분홍빛으로
물든 더넥센유니버시티를
그려보았습니다.
올해는 4월 첫째 주에
벚꽃이 절정이라고 합니다.
사람 많은 곳은 피해서
사시는 곳 근처에서
마스크 꼭 착용하시고
소소하게 꽃놀이를
즐겼으면 좋겠습니다.
넥센인들 모두 꽃길만
걸으세요~



Self-Coloring Page

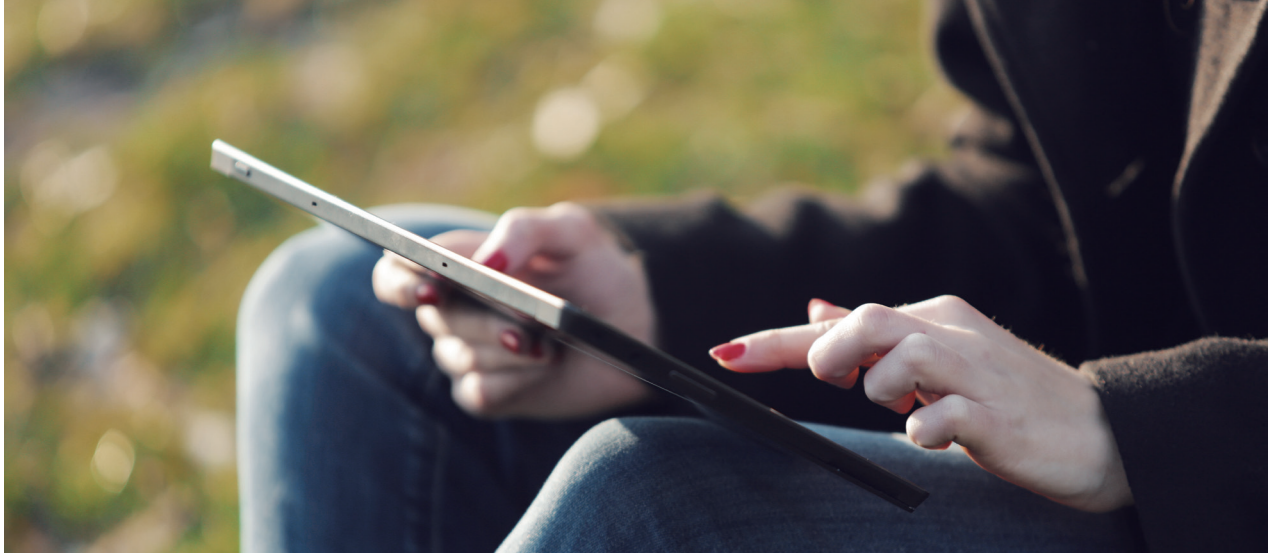
독자 여러분도 자신만의 개성을 담아 넥센중앙연구소 '더넥센유니버시티' 전경을 색칠해 보세요.



Show Me The App

넥센인이 pick한 앱 6선

'바쁘다 바빠' 현대사회에서 할 일도, 하고 싶은 일도 많은 현대인들. 그런 당신을 위해 시간을 조금 더 현명하게 사용하고, 필요한 정보를 조금 더 빠르게 얻을 수 있는 앱을 넥센인들이 추천한다. 감성 한 스푼도 살짝 첨가했으니 집중.



자기 관리

timeblocks

프로계획러들을 위한 캘린더 어플

권민지 사원
CP환경안전팀

업무, 운동, 공부, 취미 등 하루 24시간이 모자란 열정러, 모든 일이 계획대로 착착 진행되는 걸 좋아하는 계획러들에게 추천합니다. 다른 일정 관리 어플 중에서도 timeblocks를 추천하는 이유는 깔끔한 디자인에 일정별로 컬러를 다양하게 지정할 수 있어 한눈에 알아보기 편하기 때문입니다. 예를 들어 팀 회의는 빨간색, 거래처 미팅은 파란색 등으로 표시해 쉽게 구분할 수 있습니다. 쌓이는 일정 속에서 가족 생일, 기념일 등 반드시 챙겨야 할 경조사는 날짜칸 자체에 배경을 설정해 더 눈에 띄게 하면 됩니다. 며칠씩 연달아 진행되는 프로젝트, 휴가 등은 시작일과 종료일을 화살표를 통해 구간설정을 할 수 있습니다.
스토어에서 유료 결제를 하면 보다 다양한 컬러와 스티커를 구매할 수 있어 평소 다꾸(다이어리 꾸미기)에 일가견이 있던 사람에게 강추! 일정뿐만 아니라 매일 반복되는 루틴도 등록할 수 있으니 프로계획러를 꿈꾼다면 지금 당장 앱을 깔아보세요!

챌린저스

내 안의 도전 정신이 눈을 뜬다

허은선 사원
특성연구팀

시간이 없어서, 더 중요한 일이 생겨서 등등의 이유로 목표했던 바를 끝까지 마무리하지 못한 경험이 있을 겁니다. 챌린저스는 강력한 동기를 부여하는 목표 달성 앱입니다. 강력한 동기는 바로 '돈'입니다. 목표달성도 '내돈내산'인 셈으로 반드시 해내야만 하는 환경을 만드는 것이죠.
앱을 깔면 다양한 챌린지들이 있습니다. 그 중에 도전하고 싶은 챌린지에 참여해 참가비를 건 후 일정기간 동안 일정횟수 채우면 성공입니다. 평균 2주의 짧은 기간으로 부담없이 도전할 수 있습니다. 챌린지를 85%이상 달성하면 참가비 전액을, 100% 성공할 경우 참가비+추가 상금을 받게 됩니다. 챌린지를 85%만큼 달성하지 못한 사람들의 참가비가 성공한 사람들에게 분배되는 식으로 진행되는 겁니다. 도전을 성공했을 때 보상도 있고, 같은 목표를 가진 사람들과 함께하니까 확실히 동기부여가 됩니다. 운동, 책 읽기, 미라클모닝 등 습관을 만들고 싶은 분이라면 저와 함께 도전하시죠!

금융·재테크

아실

부동산 정보를 누구보다 빠르게

김상문 파트장
YP공정관리파트

누군가 부동산을 묻거든 고개를 들어 '아실'을 보게 하라고 싶을 정도로 부동산 관련해서는 최고의 앱이라고 생각합니다. 아실은 아파트실거래가의 줄임말로, 실거래가 뿐만 아니라 지역별 공급(예정)량을 포함한 인구변화, 개발이슈 등의 다양한 정보 및 추이 분석이 가능합니다.
지역을 선택하면 연간 인구수 변화와 전입, 전출의 인구이동 정보를 확인할 수 있습니다. 전년도에 비해 인구는 얼마나 늘어나고 줄었는지, 어느 지역으로 전입을 했는지의 정보를 제공합니다. 입주물량 정보를 통해서는 위치와 단지명, 입주년월, 세대수 정보에 대해 알 수 있습니다. 그리고 연도별 입주물량 추이를 그래프로 보여주며 적정 수요 데이터도 알려줍니다. 이외에도 매물증감, 많이 산 아파트, 부동산 빅데이터 등 부동산 관련한 다양한 스터디 콘텐츠도 제공합니다.
무엇보다 다른 앱에 비해 업데이트 속도가 빠른 점이 큰 장점입니다. 물론 부동산 시장은 각종 정책과 규제 등 다양한 변수들이 존재하니 참고용으로만 사용하길 바랍니다.

가슴속3천원

붕어빵에 진심인 사람들 주목!

김연조 사원
한국OE개발팀

"누구나 가슴에 삼천원쯤은 있는 거에요!" 언제 붕어빵을 사먹게 될지 모르니 현금 3천 원은 늘 품고 다녀야 한다는 말입니다. 가슴속3천원은 붕어빵, 문어빵, 계란빵, 호떡 파는 곳을 알려주는 앱입니다. 붕어빵 먹겠다고 앱까지 까느냐고 의아해하시겠지만 유저가 무려 40만 명이 넘었을 정도로 인기 앱입니다. 저 역시 지난 겨울 쏠쏠히 이용했습니다.
앱을 실행하면 지도 위에 현재 내 위치와 가장 가까운 붕어빵, 문어빵, 계란빵, 호떡 가게가 표시됩니다. 간혹 지도를 보고 찾아가도 붕어빵 가게를 운영하지 않는 날인 경우도 있습니다. 이런 안타까운 상황을 피해기 위해서는 유저들이 방문 인증과 리뷰를 많이 남긴 곳을 찾아가면 됩니다.
앱에서 제공하는 가게 정보는 기본적으로 유저들의 제보를 통해 등록됩니다. 새로운 맛집을 발견했을 때 가게 정보를 등록하고 공유할 수 있다는 말이죠. 와플, 토스트, 떡볶이 등 나만 알기 아까운 맛집 공유해보는 건 어떨까요?

언어·음악

EBS 반디

언어 천재, 너두 할 수 있어!

김혜진 책임
품질경영팀

자기계발의 끝판왕! 영원한 숙제! 바로 언어공부가 아닐까요? 학원이나 다른 사람의 도움을 받지않고 혼자서 영어공부를 준비하는 분이 있다면 EBS 라디오 앱 '반디'를 추천합니다. 매일 아침 5시 영어회화 레벨 1부터 밤 1시 라디오 캠페인까지 수십 개의 영어 프로그램이 방송됩니다. '귀가 트이는 영어, '입이 트이는 영어'는 강력 추천합니다. 물론 무료로 이용할 수 있습니다.

저 같은 경우는 출근 준비시간이나 출근 중에 간편하게 들을 수 있어 애용 중입니다. 보다 제대로 공부하고 싶다면 프로그램을 하나 고르시고 e-book이나 교재를 사서 방송을 같이 들으시면 됩니다. 자동실행 예약이나 방송알림 신청을 하면 원하는 방송을 놓치지 않고 챙겨들을 수도 있습니다. 오디오 어학당(유료)을 이용하면 놓친 방송을 다시 듣고 반복 청취도 가능합니다.

2022년이 시작한지 이미 몇 개월이 지나가지만 새해 했던 다짐들을 생각하면서 다같이 해보셨으면 좋겠네요~

버브(BUV)

음악도 SNS로 즐긴다

박두진 선임
글로벌OE품질팀

버브는 숨겨진 보석을 찾는 재미가 있는 음악영상 SNS 앱입니다. 음악 감상과 관련한 다양한 플랫폼 중에서도 버브를 추천하는 이유는 필터를 통해 나의 취향에 맞는 아티스트를 매칭해주는 기능 때문입니다. 사실 이곳은 TOP 100 차트에 이름을 올리는 유명 아티스트보다는 그동안 집중을 덜 받은 인디 뮤지션 혹은 처음 음악을 시작하는 뮤지션들이 자신의 자작곡, 미발매곡, 커버곡을 공유하는 플랫폼입니다. 그래서 제 취향과 감성에 맞는 아티스트를 발견하면 더 응원하고 싶은 마음입니다. 팔로우한 아티스트가 영상을 올리면 하트와 댓글로 직접 소통도 할 수 있습니다. 하트를 누르면 해당 아티스트를 금전적으로 후원하게 됩니다. 다른 사람의 최애 아티스트, 매주 업데이트 되는 장르별 인기 영상과 아티스트를 확인하며 자신의 취향을 넓혀볼 수 도 있습니다.

음악 커뮤니티를 들여다보는 재미도 쏠쏠합니다. 아티스트, 리스너 할 거 없이 음악에 진심인 사람들이 모여서인지 커뮤니티에서는 음악과 관련한 다양한 정보와 이야기들이 오갑니다.

한 바퀴 어울리기

원더풀 라이프

컬러 테라피

필환경 로드

우리를 둘러싼 자연은 계속해서 순환하며 새로운 생명을 틔우고 풍부한 자원을 우리에게 선물합니다.
하지만 사람의 손길이 닿으며 순환이 제대로 이루어지고 있지 않습니다. 인간과 자연의 아름다운 어울림을 위해
욕심을 조금 내려놓는 건 어떨까요?

글: 편집실

몸과 마음의 기지개를 펴자

화사한 봄을 맞이하기 위한 준비

다시 봄이다. 팬데믹에도 봄은 여전히 화사하고 따뜻하다. 반가운 봄을 대충 맞이할 수는 없는 법.
겨우내 움츠렸던 몸과 마음의 기지개를 피고 산뜻하게 봄을 맞이해보자.

어제보다 나은 나를 위한 마음 다잡기

만물이 움트는 봄은 새로 시작하기 좋은 계절이다. 연초에 세웠던 계획 중 흐지부지 해진 것들을 재정비하기에도 좋다. 어제보다 나은 나를 위한 여러 실천 방법 중 미라클모닝은 해가 지나도 여전히 많은 사람에게 인기다. 인스타그램에는 관련 게시물만 87만 건(3월 기준)이 넘는다. 미라클모닝은 평소 일어나던 시간보다 일찍 일어나 운동, 공부 등을 하면서 아침을 보내는 것을 말한다. 퇴근 이후에도 자기계발을 할 수 있지만, 체력이나 집중력이 떨어져 누구의 방해도 받지 않고 온전히 자신만의 시간을 보낼 수 있는 아침에 하는 게 다짐을 지킬 확률이 높다. 단 늦은 시각에 잠자리에 들거나 수면장애가 있는 사람은 주의가 필요하며, 잠을 줄이는 것이 아닌 8시간의 수면 시간을 지키는 것이 중요하다.

10일 챌린지, 30일 챌린지, 60일 챌린지 등 기간을 정해놓는 챌린지도 있다. 모든 계획의 성공과 실패 확률은 반반이다. 대단한 발전이나 변화보다는 아주 조금 나아진 나를 목표로 완료 기한을 정해야 성공 확률이 커진다. 매일 시 한 편 필사하기, 하루 만보 걷기, 하루 한 번 하늘 보기, 비닐봉지 쓰지 않기, 외국어 3문장 외우기 등 목표도 소소한 것들이 좋다. 좋은 습관을 모아 일상의 루틴을 만들고 소소한 성취감을 쌓다 보면 코로나로 인한 무기력증과 우울감을 극복하는데 도움이 된다.

화사한 봄이라고 해서 모두가 행복한 것은 아니다. 봄은 역설적이게도 극단적인 선택을 하는 사람이 가장 많은 계절이기도 하다. 국민건강보험공단의 자료에 따르면 3월부터 우울증 환자가 증가해 5월에 가장 많아지며, 통계청 자료에서는 극단적인 선택을 하는 사람이 3~5월에 집중된다고 한다. 이러한 현상을 '스프링 피크(Spring Peak)'라고 하는데, 평소 우울증을 앓던 사람이 봄에 감정 기복이 심해지며 봄이 주는 활기에 오히려 상대적 박탈감을 느끼는 것이 원인이다. 평소 우울감이 있다면 혼자서 끙끙 앓지 않고 전문가의 상담으로 마음을 방역하는 것이 좋다. 또 규칙적인 생활과 적극적인 야외활동도 우울감을 벗어나는데 도움이 된다.

#미라클모닝
#챌린지
#마음방역

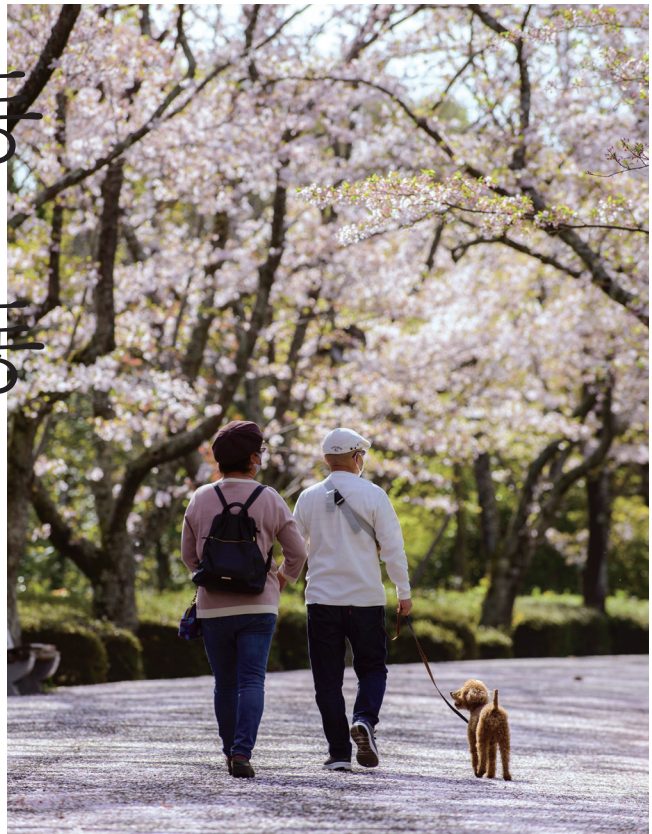
겨우내 찌뿌둥한 몸을 달래기

봄철에는 날씨가 풀리면서 야외 운동을 즐기는 사람들이 많아진다. 하지만 겨우내 움직임이 줄었던 상태에서 갑작스러운 운동은 부상으로 이어지는 만큼 주의가 필요하다. 특히 체중이 증가한 경우 무리한 동작으로 척추에 부담을 줄 수 있다. 봄철 누구나 부담 없이 할 수 있는 운동은 역시 '걷기운동'이다. 걷기운동은 바른 자세가 무엇보다 중요하다. 배에 힘을 주고 등과 허리를 곧게 편 뒤 팔을 앞뒤로 흔들어준다. 발바닥 전체로 땅을 딛고 체중은 발뒤꿈치, 발 가장자리, 발가락 순으로 이동시키며 마지막에 엄지발가락으로 바닥을 가볍게 밀어낸다.

걷기운동으로 체력을 키웠다면 러닝에도 도전해 보자. 러닝 역시 걷기와 마찬가지로 상체를 곧게 펴고 앞은 앞뒤로 가볍게 흔들면서 뛴다. 보폭은 걷는 보폭보다 좁게 뻗는다고 생각하고 달린다. 처음 뛰다 보면 체력이 떨어져 상체가 앞으로 쏟아지는 자세가 될 수 있는데 그럴 경우 발이 땅에 강하게 착지하면서 엉덩이나 무릎에 영향을 줄 수 있다. 그럴 때는 무리하게 뛰기보다 걷기와 병행하는 것이 좋다. 1분 달리고 2분 걷기를 반복하며 체력을 확보한 다음 달리는 시간을 점차 늘려 3분 달리고 2분 걷기를 하는 식이다. 걷기 운동이든 러닝이든 운동 전후 스트레칭은 필수다.

매주 30~60분의 근력운동을 한 사람은 그렇지 않은 사람에 비해 조기사망 위험이 10~20% 낮고 심장병, 당뇨병, 일부 암에 걸릴 위험이 낮다는 연구결과가 나왔다. 하루 5~10분의 꾸준한 운동으로 건강을 챙길 수 있다는 이야기다. 우리 몸의 중심인 척추, 골반, 복부를 지탱하는 코어근육이 약할 경우 자세가 흐트러지고 허리 통증에 시달릴 수밖에 없다. 이에 하루 10분 꾸준히 코어근육을 단련하는게 좋다. 엎드려뻗쳐 자세에서 어깨부터 발목까지 몸이 일직선으로 만든 후 복부와 엉덩이에 힘을 주고 버티는 플랭크, 네발 기기 자세에서 배와 엉덩이에 힘을 준 후 한쪽 팔과 다리를 최대한 멀리 뻗는 버드독, 하늘을 보고 바르게 누운 상태에서 양팔은 뻗고 무릎을 90도로 구부린 후 복부에 힘을 주고 한쪽 팔과 다리를 몸에서 멀어지게 했다가 도로 가까이 가져오는 데드버그 동작으로 코어근육을 단련할 수 있다.

#걷기운동
#러닝
#근력운동



춘곤증, 호흡기 질환을 이기는 슬기로운 방법

봄철에는 신진대사가 활성화되어 체내 비타민을 2~3배 더 소모한다. 춘곤증이라 불리는 봄철 피로 증후군에 시달리는 것도 이 때문이다. 이에 비타민과 무기질이 풍부한 식품을 통해 피로를 회복하고 면역력을 올려야 한다.

냉이, 달래, 두릅은 꼭 챙겨 먹어야 하는 봄나물 삼대장이다. 비타민, 철분, 아연 등의 성분이 골고루 들어있는 냉이는 혈액 속의 노폐물 배출시켜 혈액 순환을 개선한다. 달래에는 마늘의 대표 성분인 알리신이 들어있어 항염과 항암 효능이 있고 면역력 향상에 도움이 된다. 두릅에는 사포닌, 비타민 A, 비타민 C가 풍부해 스트레스로 밤에 잠을 못 자거나 잦은 야근으로 체력이 많이 떨어졌을 때 에너지를 충전해 준다.

큰 일교차, 미세먼지, 꽃가루는 호흡기 건강과 면역력을 위협하는 불청객이다. 기관지와 코 점막을 건조하고 예민하게 만들어 재채기, 맑은 콧물, 코 막힘 등의 알레르기 증상을 야기한다. 증상이 심해지면 불편함과 스트레스로 업무 능률까지 저하할 수 있다.

이제는 일상이 된 마스크 착용은 물론 잦은 환기와 공기 청정기 사용으로 알레르기 유발 물질을 없애는 것이 좋다. 실내 온도 20~22℃, 습도 50~60% 정도가 적당하며 물을 충분히 마신다. 먼지, 진드기, 애완동물 털 등을 제거하기 위해 자주 청소하고 섬유로 된 침구와 옷은 60℃ 이상의 고온에서 세탁한다. 기관지와 폐에 좋은 대저토마토, 도라지로 호흡기 건강도 챙겨보자.

#비타민
#봄나물
#알레르기

글. 편집실

초록을 일상에 들이다

안정감을 전하는 그린 인테리어

화사한 봄을 더욱 싱그럽게 만드는 방법, 바로 초록과 가까이 하는 것이다.
지친 몸과 마음을 달래 주는 컬러, 그린을 이용한 인테리어 방법을 알아본다.

힐링과 생기를 전하는 초록의 힘

초록은 편안함과 자연스러움을 추구하는 라이프스타일과 잘 어울리는 컬러로, 인테리어에 활용 시 오랜 시간이 지나도 질리지 않는다는 장점이 있다. 초록색을 가장 현명하게 사용하는 방법은 화이트, 우드톤의 컬러와 매칭하는 것이다. 화이트와 우드톤을 메인 컬러로 전체적인 무드를 잡고 초록색으로 포인트를 부여하면 더욱 생기 있는 공간이 연출된다. 초록색을 다양한 톤으로 꾸미는 톤 온 톤도 추천한다. 하나의 메인 컬러를 정한 뒤 소품이나 가구 등을 채도가 낮거나 비슷한 톤으로 꾸며주면 훨씬 자연스럽고 편안한 공간을 연출할 수 있다.

집 안의 분위기를 바꾸기 가장 좋은 방법은 넓은 면적을 차지하는 벽을 다른 컬러로 바꾸는 것이다. 한쪽 벽면을 페인트를 칠하거나 벽지를 붙여보자. 이때 톤 다운된 컬러를 사용해야 차분한 공간을 만들 수 있다. 채도가 높은 쨍한 컬러를 큰 면적에 사용하면 오히려 눈에 피로감을 더하기 때문이다. 같은 이유로 큰 무늬나 반복적인 패턴도 조심해서 사용해야 한다. 벽면의 컬러를 바꾸는 것이 부담스럽다면 소파 같은 부피감이 큰 가구나 커튼에 컬러 포인트를 주는 것도 방법이다.

아기자기 소품으로 생기를 더하다

집안 곳곳에 배치하는 소품들은 계절에 따라 활용하기 좋은 아이템이다. 평소 가보고 싶었던 휴양지나 과거 여행했던 곳의 자연 풍경을 담은 사진들을 액자에 넣어 허전한 공간을 채워보자. 원목 액자 등에 식물 그림을 걸어두는 것도 좋다.

침실이라면 침구나 쿠션 등을 초록색으로 바꿔보자. 한 가지 색깔로만 꾸미기 보다는 청록색이나 민트, 연두색 등 초록과 비슷한 계열의 컬러를 톤 온 톤으로 배치하는 것을 추천한다. 단조로운 느낌에서 벗어나 보다 청량한 공간으로 연출할 수 있다. 더 밝은 느낌을 내고 싶다면 노란색으로 포인트를 주는 것도 좋다. 물론 이 때도 쨍한 노란색보다는 낮은 채도의 색상을 사용하는 것이 조화가 자연스럽게 이루어진다. 나뭇잎 패턴을 모티브로 한 보태니컬 소품을 활용하면 이국적인 느낌도 자아낼 수 있다.

주방에서는 벽 타일이나 싱크대 상하부장을 올리브그린 같은 컬러를 통해 화사하게 연출할 수 있다. 식기를 통해 식탁 풍경을 색다르게 바꿀 수도 있다. 샐러드나 과일을 담는 접시나 볼, 식탁 매트 등을 초록색 계열로 바꾸면 음식도 훨씬 맛있어 보이고 새로운 공간에서 식사를 하는 기분이 들 것이다. 화장실의 경우 초록색 포인트 타일이나 수전, 거울 프레임 등으로 밋밋한 공간을 리듬감 있게 변신시킬 수 있다.

나만의 작은 힐링 정원

그린 인테리어의 정점은 뭐니뭐니해도 식물을 집안에 들이는 것이다. 플랜테리어는 식물로 공간을 꾸민다는 의미에서 더 나아가 삭막한 도시 생활에 지친 사람들이 식물에서 위로를 얻는 현상을 말한다. 침실, 거실 등 공간과 어우러지도록 화분을 배치할 수도 있고 베란다나 옥상에 미니텃밭, 미니정원을 가꿀 수도 있다. 특히 반려동물을 기르고 싶지만 여건이 안되는 사람들이 반려식물을 대신 기르며 위안을 얻고 있다. 식물과 함께하면 마음을 안정시키는 뇌파인 알파파가 활성화되어 불안감이 줄어드는 원리다.

식물 기르기 고수라면 어떤 식물이라도 상관없지만 매번 식물 기르기에 실패하는 사람이라면 관리가 쉬운 다육 식물을 추천한다. 자체적으로 줄기나 잎에 많은 양의 수분을 저장하고 있어 한 달에 1~2회만 물을 줘도 괜찮다. 모양과 질감이 서로 다른 4~5개의 개성강한 다육식물을 나만의 스타일로 유리용기에 심는 테라리움은 그 자체로도 훌륭한 인테리어 소품이 된다. 공간이 여유롭다면 뱅갈고무나무, 극락조, 박쥐란, 몬스테라, 야자나무 같은 실내에서 잘 자라면서도 손이 덜 가는 화분을 추천한다.

이렇게 크고 작은 화분들을 실내 곳곳에 배치하면 시각적인 효과뿐만 아니라 식물이 가진 공기정화능력으로 보다 건강하고 자연친화적인 인테리어가 가능하다.

green interior

글. 편집실

그 많은 플라스틱은 다 어디로 갈까?

한국인 한 명이 1년 동안 배출하는 플라스틱 쓰레기 무게가 자그마치 88kg이다.
바다에 버려진 플라스틱 쓰레기는 잘게 쪼개져 해양 생태계를 위협하고 결국 우리 식탁에 올라 몸속에
차곡차곡 쌓여가고 있다. 편리한 플라스틱, 어떻게 해야 자연도 우리 몸도 지킬 수 있을까?

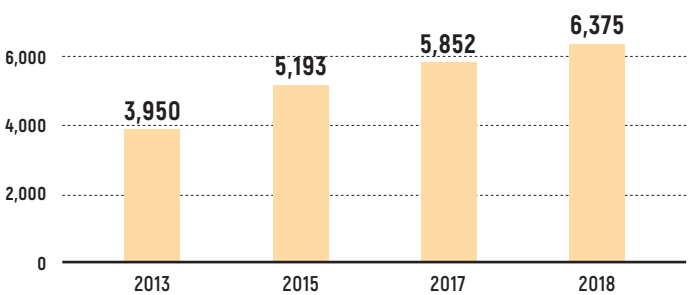
쓸 만한 것으로 재활용되는 건 단 10%뿐

1인 가구 증가와 비대면 소비 트렌드 확산 등에 따라 적은 양의 음식물 구매와 배달 서비스 이용이 늘어나면서 플라스틱 용기 사용량이 증가하고 있다. 일회용 플라스틱을 남발하는 사이 플라스틱 폐기물 발생량도 매년 늘어나며 여러 환경 문제를 야기하고 있다. 환경부의 자료에 따르면, 하루 평균 플라스틱 폐기물 발생량은 2013년 3,950톤에서 2015년 5,193톤, 2017년 5,852톤, 2018년 6,375톤으로 해마다 증가하고 있다.

우리나라가 1년 동안 생산한 30만 톤의 플라스틱 중 80%이상이 분리배출되지만 섬유와 같은 고품질로 재활용되는 것은 단 10%뿐이다. 이는 사람들이 분리배출 시 재활용이 불가능한 것들을 섞어 배출하기 때문인데 유색 플라스틱, 음식물이 묻어 있는 비닐, 라벨이 붙은 음료수병 등이 해당한다. 이들은 현장에서 수거되더라도 선별과정에서 잔재물로 분류되어 결국 소각·매립된다.

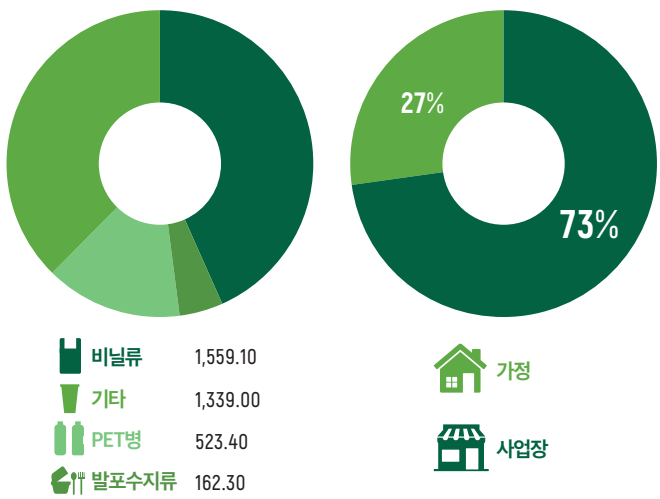
플라스틱 폐기물 발생량

단위: 톤/일 (출처: 환경부)



폐합성수지류폐기물

단위: 톤/일(2019년 기준) (출처: 환경부)



쓰고 버린 페트병이 우리가 입는 티셔츠가 된다고?

수거된 페트병은 여러 과정을 거쳐 폴리스 재킷과 같은 옷이나 아이들이 좋아하는 인형의 충전재로 변신한다. 우선 투명 페트병을 골라내는 선별사로 이동한다. 유색 페트병, 이물질 등 마구잡이로 섞인 플라스틱 폐기물에서 투명 페트병만 골라낸 후 운송과 보관이 쉽게 육면체 모양으로 압축한다.

선별된 투명 페트병들은 재활용사에서 재생원료로 변신한다. 여러 과정을 반복하며 페트병에 붙어 있는 라벨, 뚜껑, 금속류를 제거한다. 유색 페트병을 한 번 더 골라내는 작업도 거친다. 엄선된 투명 페트병은 파쇄작업을 거쳐 작은 플레이크로 만들어진다. 밀도 차이를 통해 물에서 한 번 더 이물질을 제거한다. 이처럼 라벨 제거를 꼼꼼히 확인하는 이유는 라벨의 잉크 등이 재활용을 방해하거나 상품 가치를 떨어트리기 때문이다. 이후 세척, 탈수, 헹굼, 건조를 반복하며 남아있는 라벨을 꼼꼼히 제거한 뒤 재생원료로 거듭난다.

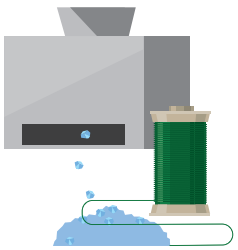
공정을 마친 페트병 재생원료는 색상별로 포장해 재생섬유 생산공장으로 이동한다. 페트병 재생 섬유는 투명 페트병으로는 만든 긴 실(장 섬유)과 유색 페트병으로 만든 짧은 실(단 섬유)로 나눠진다. 보통 장 섬유로는 옷을 만들고 단 섬유로는 인형의 충전재를 만드는데, 티셔츠 1장에 약 30개의 500ml 페트병이 쓰인다고 한다. 이때 이물질 때문에 실이 중간에 끊기면 좋은 품질의 제품을 만들기 어렵다. 따라서 올바른 분리배출의 실천이 중요하다.

페트병 재활용 과정

페트병 수거해서 선별사로 이동

이물질 제거, 유색 페트병 선별
라벨, 뚜껑, 금속류 제거

투명 페트병 파쇄
세척-탈수-헹굼-건조 반복하며 재생원료로 가공



투명 페트병은 장섬유, 유색 페트병은 단섬유로 가공

장섬유는 옷, 단섬유는 인형 충전재로 재탄생

올바른 분리배출 4단계, 누구나 따라하기 쉬워요

STEP 1

페트병의 내용물을
비우고 헹군다.

STEP 2

페트병의
라벨을 뗀다.

STEP 3

페트병을 찌그러뜨린 후
뚜껑을 닫는다.

STEP 4

투명 페트병은 투명 페트병끼리
유색 페트병은 유색 페트병끼리 분류해서
전용 수거함에 배출한다.

재활용품으로 헷갈리기 쉬운 폐기물은 종량제 봉투에 담아서 배출한다. 씻어도 이물질이 제거되지 않은 마요네즈·케첩 통, 기름 통이나 고흡성수지 아이스팩, 보온·보냉팩, 문구류 또는 음식물이 제거되지 않거나 스티커 등 이물질이 붙어있는 폐비닐류, 은박비닐 등이 해당한다. '내 손안의 분리배출' 모바일 앱을 통해 오해하기 쉬운 분리배출 비대상 품목의 자세한 내용을 확인할 수 있다.

플라스틱 쓰레기를 줄이는 플라스틱 다이어트!

장바구니를 이용하고 비닐 사용을 줄인다.

언제나 장바구니를 사용할 수 있게 현관이나 차량에 비치하여 편의점, 슈퍼, 빵집, 대형마트, 전통시장 등에서 비닐봉지 대신 장바구니를 사용한다. 생선, 정육, 흙이 묻은 채소와 같이 비닐 포장이 필요한 식재료를 구매할 때는 집에서 용기를 챙겨간다. 음식을 냉장고에 보관할 때 재사용이 가능한 용기를 사용하고 일회용 랩 대신 실리콘 랩, 허니 랩 등 다회용 랩을 사용한다. 우산 이용 시 휴대하기 간편한 빗물 방수 커버, 빗물받이 캡을 사용한다. 상자 포장 시 비닐 테이프나 에어캡은 최대한 사용을 줄이고 부득이한 경우 종이테이프와 종이 완충재로 대체한다.

음식 포장 시 1회 용품 줄이기

배달음식을 주문할 때 1회용 수저, 포크를 받지 않도록 옵션을 확인한다. 음식을 포장 구매할 때는 가정에서 다회용 용기를 들고 가서 포장한다.

1회용 컵 대신 다회용 컵 사용하기

실내에서는 개인 컵을 사용하고 외출할 때는 휴대하기 편한 텀블러를 사용한다. 다수 프랜차이즈 업체에서는 음료를 텀블러에 담아 가면 할인 혜택을 제공한다.

한 바퀴 쉬기

미래참견시점

트렌드가 뭣이오

마음처방전

별별 스포츠

NEWS

함께해요!

예전에 가까웠던 사람과 사이가 멀어지는 일이 종종 있습니다. 접점이 사라지거나 관심사가 달라져서 일 수도 있고,
자주 보지 않아서 일 수도 있습니다. 혹은 스스로 대인 관계에 지쳐있을 지 모를 일입니다. 그럴 땐 한번쯤 모든 고민을 내려놓고
지금 내가 누구를 만나야 행복한지 떠올려보세요.

글. 정구민 국민대학교 정자공학부 교수

전자회사, 자율주행차 실내 공간을 혁신하다

자율주행은 운전에서 해방되는 운전자와 보조석이나 뒷좌석의 승객 모두에게 새로운 사용성을 줄 것으로 기대된다. CES 2022에서는 LG전자와 삼성전자 등 전자회사들의 자율주행차 실내 공간 혁신과 진화 방향성을 만나볼 수 있었다. LG전자와 삼성전자는 실내 공간과 운전자의 공간에서 새로운 사용성을 위한 비전을 제시하며 많은 관심을 받았다.

LG 옴니팟, 자율주행 실내 공간을 위한 디스플레이의 활용

CES 2022 온라인 프레스 컨퍼런스에 등장한 LG전자의 자율주행 콘셉트카 '옴니팟'이 많은 관심을 받았다. LG전자는 그동안 여러 전시회를 통해서 가전과 자동차의 실내 공간 융합 비전을 제시해 왔다. 앞서 지난 CES 2020에서는 차세대 커넥티드카 콘셉트카를 선보인 바 있다. CES 2020의 콘셉트카는 자율주행차에서 승객의 경험을 강조했다. 탑승객들이 앞뒤의 스크린을 통해서 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 즐길 수 있도록 했으며 차량용 냉장고, 차량용 의류 관리 기기 등 미래 스마트카에서 연동될 수 있는 가전의 미래를 제시하기도 했다. 2020년 9월에는 현대차와 협력하여 아이오닉 콘셉트 캐빈을 선보였다. 아이오닉 콘셉트 캐빈에서는 이동 수단을 넘어, 개인화된 디지털 공간, 움직이는 사무실, 편안한 휴식 공간 등 개인 맞춤형 공간의 비전을 제시했다. 특히, 차량용 냉장고, 공기청정기, 커피머신, 의류케어기기, 슈즈케어기기 등을 연동하여 가전과 자동차의 융합을 강조하기도 했다. 이 콘셉트는 추후에 아이오닉5에서 차량용 냉장고 등을 상용화하고, 차박에 도움이 될 수 있게 하는 기능으로 발전되었다.

LG전자는 올해 CES 2022에서 자율주행 콘셉트카 옴니팟을 영상으로 선보였다. 옴니팟은 집과 자동차의 생활 공간을 연결하고 사용자의 목적에 맞게 공간을 재구성하는 개념을 제시했다. 옴니팟은 사용자의 목적에 따라 캠핑모드, 슬립모드, 시네마모드, 피트니스모드 4개 모드로 공간이 재구성된다. 캠핑모드를 선택하면 앞에서는 모닥불 영상, 아래에서는 잔디밭 영상을 띄워주어 캠핑 분위를 만들어 준다. 슬리핑모드에서는 시트가 젖혀지고, 발받침대를 펴서 숙면을 취할 수 있도록 해 준다. 시네마모드에서는 영화 감상이 가능하고, 피트니스모드에서는 차량 이동 중에 피트니스를 할 수 있도록 도와준다. 버추얼 인플루언서 '김래아'를 활용한 가상 피트니스 티칭 등을 통해서 메타버스와 현실 세계의 연결 개념을 제시하기도 했다.

LG전자 옴니팟의
4가지 모드
©LG전자

LG전자와 현대자동차의
협업으로 제작된
'아이오닉 콘셉트 캐빈'
©현대자동차

Automatic Driving Concept car

CES 2022에서 발표한
LG전자의 자율주행 콘셉트카
옴니팟 ©LG전자

삼성전자 디지털 콕핏의 증강현실 콘텐츠 예시
©삼성전자 뉴스룸

Augmented Reality

삼성전자 디지털 콕핏,
사용자 맞춤형 운전 공간의 제공

디지털 콕핏은 헤드유닛과 디스플레이가 강조되는 실내 공간, 특히 운전석과 조수석 공간을 가리킨다. 삼성전자는 지난 CES 2018에서부터 삼성 디지털 콕핏을 전시해 오고 있다. 삼성의 디지털 콕핏은 매년 새로운 기능을 추가하면서 사용자 친화적 진화를 계속하고 있다. CES 2018에서 처음 전시된 삼성전자의 디지털 콕핏은 다양한 디스플레이가 핵심이었다. 운전석 디스플레이, 중앙 디스플레이, 승객용 디스플레이, 제어용 디스플레이, 룸미러와 사이드 미러를 대체하는 디스플레이 등 사용자에게 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 제공했다. CES 2019에서는 사용자 맞춤형 기능을 추가했다. 운전자와 탑승자의 얼굴을 인식해서 탑승자에 맞는 화면을 제공하고 좌석을 맞춰주며, 온도도 조절해 준다. 또한, 스마트오피스와의 공간 연속성을 위해서 이동 중에 서류 및 이메일 작업이 가능하도록 했다. CES 2020에서는 5G를 통한 경험의 확장을 제시했다. 5G를 기반으로 차량 내부의 다양한 디스플레이에 주행 정보와 멀티미디어 콘텐츠를 제공하도록 했다. 온라인으로 열린 CES 2021에서는 이동 중 소통과 즐거운 경험을 새롭게 제시했다. 전면의 넓은 파노라마 디스플레이를 이용해서 미디어 감상에 최적화된 디스플레이를 구성하고, 스트리밍 콘서트를 즐길 수 있도록 했다.

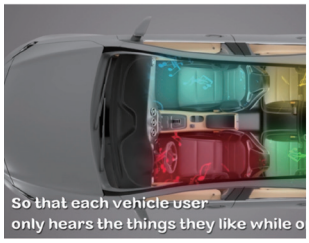
이번 CES 2022에서는 하만(HARMAN)과의 협업을 통해 증강현실을 이용한 정보의 제공을 강조했다. 차량 상태 정보, 주행 정보, 사각 지대 정보 등을 제공하고, 주변의 정보를 파악하여 야생 동물 경고를 줄 수 있도록 했다. 차량에서 수집되는 주변 영상과 지도 정보를 연결하여, 커피 주문 등 서비스를 제공하는 점도 특징이다. 또한, 증강현실을 이용하여 차 안에서 화상회의가 가능하도록 하는 등 앞으로 미래 자율주행차에서 활용이 가능한 기능을 제시했다.

49인치 QLED 대형 디스플레이와 사운드 시스템을 적용한
삼성전자 디지털 콕핏 2021 ©삼성전자 뉴스룸

Smart Car

GM의 실내공간 활용 ©GM

실렌티움과 콘티넨탈의 실내 공간 관련 기술
©실렌티움, 콘티넨탈



BMW 씨어터 스크린 ©BMW코리아

실내 공간 진화를 위한 다양한 기술

이번 CES 2022에서는 미래 스마트카를 위한 실내 공간이 다양하게 선보였다. GM은 2인승 럭셔리 전기자율차 헤일로 이너스페이스를 통해서 사용자가 전면 디스플레이를 통해 증강 현실 및 엔터테인먼트 콘텐츠를 즐길 수 있도록 했다. BMW는 31인치의 디스플레이와 30개의 스피커로 구현한 시어터 스크린을 통해서 뒷좌석 승객에게 영화관과 같은 경험을 제공할 수 있도록 했다. 콘티넨탈의 프라이버시 디스플레이(Privacy Display)와 실렌티움의 퍼스널 사운드 버블(Personal Sound Bubble)도 사용자 공간 측면에서 많은 관심을 받았다. 콘티넨탈의 프라이버시 디스플레이는 조수석의 승객이 보는 화면을 운전자가 볼 수 없도록 개인화하는 기술이다. 실렌티움의 퍼스널 사운드 버블은 각 좌석마다 서로 다른 사운드를 즐길 수 있도록 하는 기술이다. 이 두 기술이 합쳐지면 멀티미디어 콘텐츠에 대한 차량 내 공간의 분리도 가능해진다.

미래 스마트카 진화를 위한 실내 공간의 혁신

스마트홈-스마트오피스-스마트카를 잇는 공간 연속성은 미래 스마트카 진화에 중요한 이슈가 되고 있다. 주요 자동차 회사들은 TV뿐만 아니라 게임 콘텐츠를 차량에서 어떻게 제공할 것인가를 고민해 오고 있다. 또한, '차량으로 이동하는 동안 SNS에 어떻게 연결되게 할 것인가'도 어려운 숙제가 되고 있다. 이러한 공간 연속성의 진화에는 기존 가전 업체나 전자 업체들도 중요한 역할을 하게 될 것으로 전망된다. 스마트폰, TV와 냉장고 등이 자동차로 들어오고 있으며, 기타 다양한 가전들도 자동차와 융합될 것으로 보인다. 앞으로 중요해질 것으로 예상되는 가전-자동차 융합 시장에서 우리나라 관련 업체들의 좋은 성과를 기대해 본다.

글. 편집실, 참고. 〈트렌드 코리아 2022〉

‘촌’스러워서 ‘힙’하다 러스틱 라이프

무엇이든 가장 앞서나가는 최첨단만 ‘힙’하다고 생각하면 오산이다.
과거의 유행을 새롭게 재해석한 뉴트로를 지나, 이제 ‘러스틱’이다. 조금은 촌스러운 것이 되려
더 힙한 것으로 받아들여지고 있다.

Rustic Life

평범한 일상마저 버겁게 느껴지는 도시인에게 시골은 따분함을 넘어서는
여유로움과 불편함을 무릅쓰는 날것의 경험이 매력적인 공간으로 다가오고 있다.

시골로 가는 도시인들

코로나19로 하늘길이 막히면서 국내 한적한 시골에서 일상을 리셋하는 '셀프 유배'가 인기다. 제주가 여전히 가장 인기이지만 강릉, 속초 등 인구 밀집도가 낮은 지방 소도시를 선택하는 이들이 점점 늘고 있다. 큰 도시에 비해 편의 시설이나 즐길 거리가 많지는 않지만 바이러스 감염 걱정을 조금이나마 덜 수 있다는 것이 선택의 이유다. 여기에 비대면 수업과 원격 근무의 확산, 사회적 활동의 단절로 '코로나 번아웃'과 '코로나 블루'에 시달리며 번잡한 도시를 벗어나고자 하는 욕구도 한몫 거들었다.

유튜브 채널 '오느른'은 서울에서 전셋집을 살던 30대 방송국 PD가 출퇴근 세 시간 반 거리의 전북 김제에 폐가를 사들여 시골살이 하는 모습을 담고 있다. 채널 운영자인 최별 PD는 함박눈이 내릴 때 멍하니 창밖을 보면서 쉴 때 시골에 잘 왔구나 싶다며 서울에서 직장 생활이 안 풀릴 때 약간의 비빌 언덕과 마음의 여유가 생긴 점이 좋다고 덧붙인다. 사람들은 그의 영상을 보며 '내 꿈을 대신 실현시켜줘서 감사하다'라는 댓글을 남긴다.

홍성란 요리연구가는 멸치 사업을 하는 남편을 따라 홍성으로 귀촌했다. 시골살이의 매력으로 어딜 가든 탁 트인 곳을 만날 수 있고 높은 건물이 다닥다닥 붙어 있거나 복잡하지 않은 점을 꼽는다. 4살 딸아이와는 키즈카페나 쇼핑몰 대신 산, 바다, 새 농장, 문화재 유적지를 간다. 서울까지는 두 시간 거리로 많이 멀지 않아 서울 일도 병행할 수 있다. 홍성에 거주한 지 4년 차인데 괜히 왔구나 후회한 적은 한 번도 없다고 한다.

이처럼 평범한 일상마저 버겁게 느껴지는 도시인에게 시골은 따분함을 넘어서는 여유로움과 불편함을 무릅쓰는 날것의 경험이 매력적인 공간으로 다가오고 있다.

Rustic Life

'촌'스러움 한 방울 더하기

'러스틱 Rustic'이란 '시골풍의', '소박한', '투박한'이란 뜻을 지닌 단어다. 특히 인테리어 분야에서 나뭇결을 그대로 살린 원목가구나 무심한 듯 올려놓은 돌 소품 등 있는 그대로의 자연을 살려 편안한 시골 정취를 자아내는 것을 '러스틱 스타일'이라 일컫는다.

'러스틱 라이프'는 날것의 자연과 시골 고유의 매력을 즐기며 도시 생활에 여유와 편안함을 부여하는 시골향 라이프를 일컫는다. 도시와 완전히 단절되는 것이 아닌 도시의 일상을 조금 덜어내고 소박한 '촌'스러움을 삶에 더하는 새로운 지향을 의미한다. 러스틱 라이프는 라이프스타일에 맞춰 도시와 시골 생활을 비중을 어떻게 나누느냐에 따라 '떠나기-머물기-자리 잡기-둥지 틀기'의 4단계로 구분된다.

'떠나기'는 시골로 여행 가기다. '촌캉스(촌+바캉스), '옥캉스(한옥+바캉스)' 등 오래된 시골집이나 한옥에서 휴일을 보내며 한적함과 편안함을 만끽하는 것이다. 강원도 영월의 '산골초가펜션'을 비롯해 '그랜마하우스', '방아리 코테지', '수리재' 등은 시골집에 온 듯한 느낌을 주는 숙소들로 새소리, 개구리 오는 소리를 배경 삼아 아궁이에 불을 지펴 가마솥 밥을 해먹는 경험을 할 수 있다. 아무 생각없이 자연에 취할 수 있는 불멍·풀멍·물멍(각각 불·풀·물을 보며 멍하게 있기)이 가능한 '뷰 맛집'도 인기다. 풀멍하기 좋은 '논밭뷰'가 아름다운 경북 청도는 2018년 70여 개에 불과했던 카페가 2021년 112개로 늘어나며 카페별 특징을 소개하는 '카페지도'까지 제작됐다.

'머물기'는 체류형 여행인 '한 달 살기'다. 비현실적인 로망의 실현에 가까웠던 이전의 한 달 살기와 달리 러스틱 바람이 분 요즘의 한 달 살기는 번잡한 도시에서 벗어나 일상을 리셋하는 '셀프 유배'로 설명된다. 학교·직장·사회활동에 매여 떠나지 못했던 2030세대로 소비층이 확대되고 그 형태 또한 '보름 살기', '열흘 살기' 등 유연하게 변화 중이다. 장소 또한 남들 다 가는 유명한 곳이 아닌 동해·속초·양양·남해 등 전국 곳곳으로 방향을 틀며 점차 다양해지고 있다. 원격근무가 활성화되면서 휴가지에서 업무를 진행하는 '워케이션', 자연과 더불어 학교생활을 해볼 수 있는 '농촌유학'도 각광받고 있다.

세 번째 '자리 잡기'는 머무르는 여가로, 도시와 농촌 모두에 자신만의 거점을 마련하는 듀얼 라이프를 통해 러스틱 라이프를 실현할 수 있다. 특히 3040 젊은 층이 빈집이나 셰어하우스 등을 이용해 일주일 중

4~5일은 도시에 머물다가 2~3일은 시골을 찾는 '오도이촌' 혹은 '사도삼촌'의 이중생활에 영위하고 있다. 같은 맥락에서 캠핑의 변화도 이해할 수 있다. 장기간 동안 캠핑장의 한 공간을 대여하는 '장박캠핑'이나 차를 끌고 훌쩍 떠나는 '차박'으로 보다 일상적으로 자연 속에서 휴식을 취한다.

마지막 '둥지 틀기'는 농사, 집, 경험 등 자기만의 러스틱한 라이프스타일을 지어내는 것이다. 도시에 없는 자신만의 삶을 개척하고자 이농·이촌하는 청년들이 쇠락하던 시골 마을에 트렌디한 요즘 감성의 로컬가게를 열어 지역의 분위기를 바꿔놓고 있다. 나만의 집을 짓는 것은 둥지 틀기의 완성이다. 앞서 소개한 '오느른'의 운영자 역시 115년 된 폐가를 충동구매하여 리모델링하게 되면서 시골살이를 시작했다.

오롯이 소박한 나만의 작은 사치를 누리다

영화 〈리틀 포레스트〉는 도시 생활에서 활력을 잃은 주인공이 고향인 시골마을에 돌아와 자기만의 길을 찾아가는 모습을 그린다. '작은 숲(리틀 포레스트)'의 '작다'는 단지 공간의 소박함을 의미하는 것이 아니다. 거창하지 않아도 오롯이 나만의 여유를 안겨준다는 뜻이다. 치열한 생존경쟁 속에서는 잠시 누릴 수 있는 여유야말로 최고의 사치다. 누구나 꿈꾸지만 아무나 누릴 수 없기에 새로운 사치, 소위 '노멀 럭셔리' 중 하나가 되었다.

핀란드에서는 번잡한 휴양지가 아니라 한적한 자연 속 오두막에서 조용히 시간을 보내다 오는 것을 최고의 휴가로 여긴다고 한다. 핀란드 관광청은 그 매력을 아래와 같이 설명한다.

"오두막 생활은 모든 핀란드인이 자라면서 경험한다고 해도 과언이 아닙니다. 오두막의 소유·임대 여부와는 무관합니다. 오두막에서 지내는 것 자체가 중요합니다. 핀란드의 오두막 생활은 '아무것도 하지 않기'의 매력을 즐기는 것입니다."

러스틱 라이프의 핵심은 그저 시골식으로 살라는 '찐'시골이 아니라, 누구나 실천가능한 '친'시골이다. 러스틱 라이프 트렌드는 한국 사회의 행복의 질을 한 단계 더 높이는 계기가 될 것이다.

도시에 없는 자신만의 삶을 개척하고자 이농·이촌하는 청년들이 쇠락하던 시골 마을에 트렌디한 요즘 감성의 로컬가게를 열어 지역의 분위기를 바꿔놓고 있다. 나만의 집을 짓는 것은 둥지 틀기의 완성이다.

글. 노희정 북 큐레이터,
〈오늘도 책을 권합니다〉 저자

인간관계가 어려우시다고요

세상에서 가장 어려운 것이 인간관계라 한다. 일만 하고 싶어도 일과 관련된 사람들과의 갈등이 생기고 가족들과 친구들은 가까우면서도 상처를 줄 때가 있다. 여러 상황에서 벗어나고 싶지만 피할 수 없을 때도 많다. 인간관계에서 내 자존감도 지키면서 격조 있고 유머있게 대응해서 분위기를 어색하게 하지 않을 수 있는 방법은 없을까. 사회에서 만나는 다양한 사람들의 시선과 내 안의 문제점을 책으로 만나본다면 위안도 되고 힘도 생길 것이다.

"우리 회사는 소규모잖아요. 그래서 개발만 잘하면 되는 게 아니라 사람들이랑 잘 어울릴 수 있어야 하거든요.

열 명도 안되는데 트러블이 생기면 여기는 피할 수도 없는 곳이잖아. 매일 봐야 하니까, 그래서 어떤 소셜함, 이런 것도 중요하거든. 사람들하고 잘 어울릴 수 있겠지요?"

커뮤니티, SNS, 뮤직서비스 등 다양한 일을 해본 작가 장류진은 자칭 개발자들이 좋아하는 기획자였다고 한다. 일이 들어올 때 기쁘고 월급 들어올 때 가장 좋은 MZ세대이다.

장류진의 등단작 〈일의 기쁨과 슬픔〉은 '창작과 비평' 웹사이트에 공개된 직후 SNS를 통해 입소문이 커지면서 해당 서버가 다운될 정도로 접속자가 많았고 누적 조회 수가 40만 건에 이를 정도로 폭발적인 호응을 얻었다. 이 책에는 총 8편의 소설이 실려있는데 이삼십대 젊은 직장인들의 애환이 디테일하게 그려져 있다. 힘에 부치지만 어떻게든 삶의 기쁜 장면을 만드는 우리의 이야기를 담고 있다

〈일의 기쁨과 슬픔〉에서 화자인 '나'는 중고거래 어플 회사에 다니는데, 그 어플에서 '거북이알'이라는 닉네임을 가진 사람을 만나게 된다. 거북이알은 신상품을 하루에도 몇 번씩이나 중고거래로 내놓는데, 만나 보니 기막힌 사연이 있었다. 카드회사 공연소식팀 소속이던 거북이알은 유명 뮤지션의 내한공연을 성사시키고 공연 소식을 SNS에 빨리 올리지 못했다는 이유로 월급을 카드 포인트로 받았다고 한다. 포인트로 물건을 사서 중고거래를 통해 현금으로 교환하고 있었다. 굴욕과 절망 속에서도 주눅들지 않는 거북이알은 우리들 모습이기도 하다.

이외에도 결혼을 3일 앞둔 '나'가 3년만에 직장동기 언니를 만나게 된 이야기 〈잘 살겠습니다〉, 사귀는 남자와 헤어지고 이사 간 오피스텔이 성매매 업소로 오해 받아 겪는 이야기 〈새벽의 방문자들〉, 집을 잘 관리해주는 가사 도우미 아주머니와의 이야기 〈도움의 손길〉 등 실린 작품들이 현실적이면서도 신선하다. 다양한 사람들의 모습이 나이기도 하고 만나는 대상이기도 하다는 느낌이 든다.

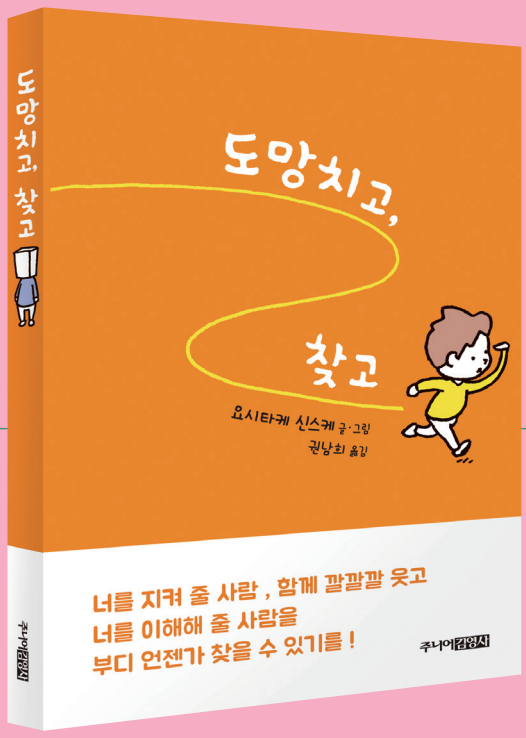
일의 기쁨과 슬픔

장류진 지음, 창비 펴냄,
2019. 10. 25

2

도망치고, 찾고

요시타케 신스케 지음,
권남희 옮김,
주니어김영사 펴냄
2021. 10. 27



"수많은 사람 중에는 꼭 '상상력이 부족한 사람'이 있더라. 그런 사람들은 상대가 자신의 행동을 어떻게 생각할지 상상하지 못해. 그래서 남한테 심한 말을 하고 못된 짓을 하기도 해."

인간관계에 지친 어른과 아이들 모두에게 보내는 응원 같은 그림책으로 두 아이의 아빠이자 그림책 작가인 요시타케 신스케의 작품이다. 어른들은 아이들에게 항상 친구랑 사이 좋게 지내야 하고 싸우면 빨리 화해하라고 강요한다. 정작 어른들이 다 컸다고 모든 사람과 사이 좋게 지내는 것은 아닌데 말이다. 어른들도 다양한 관계 속에서 어떤 관계를 지키고, 어떤 관계를 포기해야 할지 답을 못 찾아 헤매기 일쑤다.

책의 제목인 〈도망치고, 찾고〉는 누구든 사람에게 상처를 받으면 자신을 지키기 위해 그 사람과 거리를 두고 멀어져야 할 때가 있다는 의미이다. 나를 다치게 하는 인간관계를 허물고 건강한 관계를 새롭게 튼튼히 지어야 한다고 말한다.

그러기 위해서는 스스로 자존감을 회복해야 하는데 작가는 그림과 간결한 글을 통해 힘들 때는 내 마음을 움직여주고 스스로 위안이 되는 곳도 찾아보고 소중한 사람도 찾아보길 권하고 있다. 재치있는 그림과 부드럽게 전하는 위로의 말들이 치유가 된다.

3

회사에서는 일만 하고 싶다

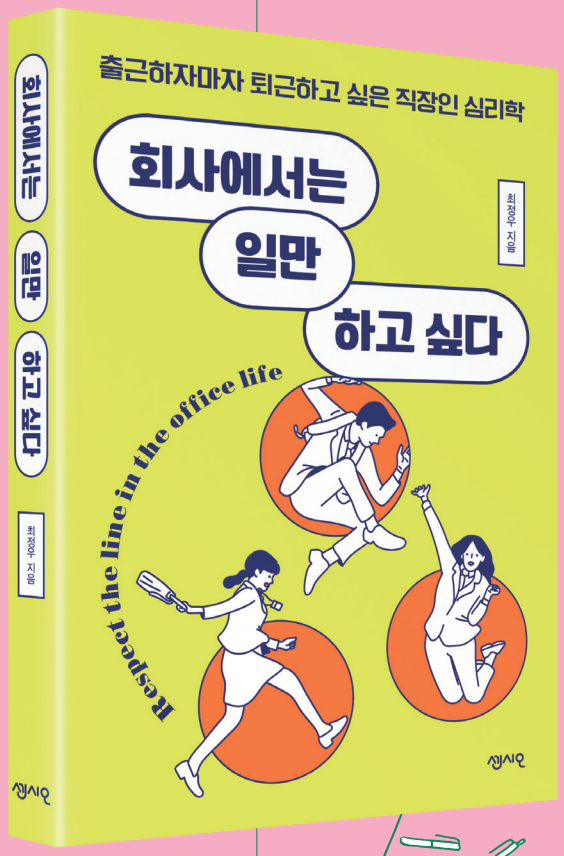
최정우 지음, 센시오 펴냄,
2021. 12. 30

15년 동안의 직장생활을 마치고 직장인을 위한 상담 전문가로 일하고 있는 저자는 조직에서 경험하는 심리적 어려움의 대부분은 인간관계의 갈등에서 비롯된다고 말한다.

이 책은 회사생활을 좀 더 슬기롭고 건강하게 다니는 법을 알려주며 워라밸을 개선하게 하는 책이라 할 수 있다. 연차가 낮은 직장인들에게는 위로와 용기를 전하고 선배나 상사들에게는 후배들을 이해할 수 있게 도와준다

1장 〈누가 뭐라도 나는 간다, 내 갈 길을〉은 상사, 타인의 평가에 주눅 들고 성공에 집착하는 자기 자신에게 어떻게 해야 하는지를 얘기하고 있고, 2장 〈너무 속 보이는 상사의 의도에 넘어가지 않는 법〉에서는 회사에서 돌고 돌 수밖에 없는 험담과 인신공격, 아부와 편 가르기 등에 대처하는 법이 나와 있다. 3장 〈는 것은 욕과 주름뿐, 내 감정의 롤러코스터〉에서는 직장 내 벌어지는 심리적 갈등과 스트레스, 월급보다 빨리 느는 건 욕, 내 감정 이해하기에 관한 이야기가, 4장 〈이렇게 봐도 싫고 저렇게 봐도 꼴보기 싫은 사람이 있다면〉에서는 해맑은 신입, 잘난 척하는 동료, 능력없는 팀장님을 융통성 있게 대하는 법이 나와 있다. 5장 〈적당히 월급 받고 적당히 어울리는 적당한 직딩 라이프〉에서는 인간관계에서의 거리, 주말과 퇴근 후 선 긋기, 부탁을 잘 거절하는 법, 업무량 조절하기 등이 나와 있다.

저자는 이 책에서 직장인들에게 출근하자마자 사직서를 던질 것이 아니라면 지친 마음을 위로하고 힘든 상황에 좀더 현명한 심리적 방어가 필요하다고 말을 하고 있다.



"사람들은 내가 원하는 대로 움직여주지 않는다. 세상이 꼭 내가 이해하는 대로 돌아가라는 법도 없다. '그래야 한다'는 사고에서 '그럴 수도 있다'라는 사고로 전환해보자. 융통성 없는 사람과 상황을 대하는 요령이다."

“남을 내려다 보는 시선은 사회적 지위에만 좌우되는 것이 아니다.

의식적이건 무의식적이건 남을 향한 경멸과 혐오는 어디에나 있다. 가령 환경 보호를 외치며 시위를 하는 사람들은 환경 의식이 없는 사람들을 경멸할 것이고 명품 가방을 들고 다니는 사람들은 싸구려 가방을 든 사람들을 속으로 멸시할 것이다.”

4

내 안의 차별주의자

라우라 비스뵈크 지음,
장혜경 옮김, 심플라이프 펴냄
2020. 7. 10

유럽에서 주목받는 젊은 사회학자인 라우라 비스뵈크가 쓴 이 책은 끊임없이 선을 긋고 우월해지고 싶어하는 사람들의 욕망을 사회학적 이론과 지식, 위트를 동원해 해부했다. 저자는 우리가 평소 신념, 상식, 취향이라고 믿었던 것이 차별이 될 수 있고 멸시의 순간이 될 수도 있다고 한다. 이 책에는 자신이 추구하는 가치가 옳다고 확신하는 사람들의 마음에 내재된 독선과 멸시의 시선을 들여다보고 나와 다르게 살고 있는 이들을 어떻게 바라봐야 하는지 나와 있다.

남보다 우월해지고 싶다는 인간의 욕망이 낳은 차별과 소외의 장면들을 소속과 직업, 성별, 이주와 빈부 격차, 범죄, 소비, 관심, 정치성향으로 나누어 독선과 멸시의 작동 원리를 사례를 들어 쉽게 설명하고 있다.

우리는 평범한 생활 속에서도 끊임없이 타인과 달라 보이고 싶고 우월감을 느끼고 싶어하는 욕망이 있기에 이 우월감이 새로운 방식의 차별을 생산, 확대하고 있다는 것을 깨닫지 못한다. 특히 요즘은 SNS나 인스타그램에 올리는 사진으로 자신이 무엇을 먹고 쓰는지, 누구와 친한지를 보여주고 세상에 내 편이 얼마나 많은지를 과시하는 사람들이 늘고 있다. 이렇게 불평등을 조장하거나 방조하는 일원이 나일 수도 있다는 것을 저자는 깨닫길 원한다. 남에게 향하는 엄격한 시선을 자신에게 돌려 상대에 대한 존중과 공생의 길로 가도록 이 책을 권한다.

‘영구결번’ 전설이 되다

스포츠에는 영구결번이 존재한다. 영구결번은 큰 성과를 거둔 선수를 기리기 위해 그의 등번호를 다른 선수가 사용하지 않도록 지정하는 것을 뜻한다. 선수에게는 평생 잊을 수 없는 선물이자 명예다.

한 명에게만 허락된 등번호

유니폼에 새겨진 등번호는 경기를 뛰는 선수의 또 다른 이름이다. 등번호는 미국 메이저리그 뉴욕 양키스에서 소속 선수를 구별하기 위해 1929년부터 사용하기 시작했고, 점차 다른 종목으로 확산되었다. 종목별, 포지션별로 부여하는 번호가 달라서 선수의 포지션이나 경기 스타일 등을 유추할 수 있는 중요한 특징으로 여겨진다.

영구결번은 처음엔 상업적인 취지에서 생겨났다. 유명 선수가 은퇴했을 때 선수의 기념품, 유니폼 등의 판매 수익이 떨어질 것을 대비하기 위한 목적이었다. 이후 점차 선수를 공헌하는 명예로운 제도로 발전하였고, 현재 영구결번은 최고의 선수를 상징한다.

프로스포츠 최초 영구결번의 주인공은 미국프로풋볼(NFL) 뉴욕 자이언츠 레이 플래허티 선수다. 그가 은퇴하자 구단은 그가 입었던 1번 유니폼을 더 이상 제작하지 않았다. 최초의 흑인 야구선수 재키 로빈슨은 역사상 유일한 ‘전 구단 영구결번’이라는 명예를 남겼다. 메이저리그는 2004년에 그의 생일인 4월 15일을 ‘재키 로빈스 데이’로 정하였고, 그날이 되면 모든 선수부터 감독, 코치, 심판까지 그의 등번호 42번이 새겨진 유니폼을 입는다.

모든 종목에서 영구결번이 활성화되진 않았지만, 많은 현역 선수들이 영구결번 선수들을 본보기 삼아 꿈을 키우고 있다. 앞으로도 영구결번 선수들은 계속해서 생겨날 테고, 이들은 또 다른 전설이 되어 프로스포츠를 이끌 것이다.

한국 리그의 영구결번 이야기

1982년 출범한 한국프로야구(KBO)의 영구결번 선수는 총 15명이다. 시작은 1986년 OB(현 두산) 베어스 54번 김영신 선수다. 그는 자신의 부진한 성적을 비관해 스스로 죽음을 택했고 구단은 애도의 뜻으로 영구결번을 지정했다. 김영신 선수 외에는 본래 취지에 맞게 구단에 공헌한 선수들이 지정되었는데, 첫 번째가 선동열 선수다. 1985년 해태 타이거즈에서 데뷔한 그는 367번의 경기에 출전해 146승 40패 132세이브 평균자책점 1.20라는 화려한 성적을 남겼다. 국내를 평정 후 일본으로 진출했고, 구단에서 그의 등번호 18번을 영구결번으로 지정하며 이를 기념했다.

한국프로축구(K-LEAGUE)는 3명의 선수만이 영구결번을 받았다. 최초의 영구결번은 대우 로얄즈의 16번 김주성 선수로, 1989~1991년 3년 연속 아시아 축구 연맹 올해의 선수로 선정될 만큼 경기력이 뛰어났다. 수원 삼성 블루윙즈의 38번 윤성효 선수, 전북 현대 모터스의 20번 이동국 선수가 영구결번의 영광을 안았다.

한국프로농구(KBL)는 남자농구 11명, 여자농구 4명을 더해 총 15명의 영구결번 선수가 있다. 첫 번째 주인공은 삼성 썬더스 故 김현준 선수다. 1983년 삼성전자에 입단해 농구대잔치 역사상 가장 많은 점수를 올린 스타플레이어다. 1999년 불의의 교통사고로 세상을 떠나자 구단은 그를 기억하기 위해 등번호 10번을 영구결번으로 지정했다. 이어 남자농구에서 울산 현대모비스 피버스 14번 김유택 선수와 여자농구에서 신한은행 에드버스 0번 전주원 선수가 은퇴와 동시에 영구결번 선수가 되었다.

많은 현역 선수가 영구결번 선수들을 본보기 삼아 꿈을 키우고 있다. 앞으로도 영구결번 선수들은 계속해서 생겨날 테고, 이들은 또 다른 전설이 되어 프로스포츠를 이끌 것이다.

독일 '아우디', 'A6' 8세대에 신차용 타이어 공급

프리미엄 겨울용 타이어 '윈가드 스포츠 2' 제품 장착

넥센타이어가 독일 프리미엄 자동차 제조업체인 '아우디(AUDI)의 'A6' 8세대 차량에 '윈가드 스포츠 2(WINGUARD Sport 2)' 제품을 공급한다.

아우디의 베스트 셀링 모델인 'A6'는 대표적인 비즈니스 세단으로 스포티한 디자인과 넓은 차체, 강력한 성능과 우수한 연비 그리고 최첨단 편의 및 안전 사양 등을 탑재하고 있다.

아우디 'A6' 8세대에 공급되는 넥센타이어의 '윈가드 스포츠 2' 제품은 눈길에서도 안정적으로 속도를 만끽할 수 있도록 개발되어 눈길에서 뛰어난 핸들링과 제동력으로 고급 세단과 스포츠카에 최적화된 프리미엄 겨울용 타이어이다. 더불어 젖은 노면, 마른 노면에서도 핸들링과 제동 능력 모두 뛰어난 성능을 보여주는 제품이다.

'윈가드 스포츠 2'는 독일의 권위 있는 자동차 전문지 '아우토빌트'의 겨울용 타이어 테스트 평가에서 '추천(Recommendable)' 등급을 받기도 했다. 눈길과 젖은 노면에서의 접지력, 핸들링, 소음 및 승차감, 연비 등의 부문에서 모두 우수한 성적을 받았다. 또한, 독일 iF 디자인 어워드에서 본상을 수상한 바 있다.

한편, 넥센타이어는 최근 아우디의 A3를 비롯, 포르쉐 마칸, 파나메라 등 글로벌 프리미엄 완성차 업체로의 공급 확대를 이어오며, 우수한 품질과 기술력을 인정받고 있다.

독일 완성차 업체 폭스바겐 ‘제타’에 신차용 타이어 공급

제타 7세대 페이스 리프트 차량에 프리미엄 타이어 엔페라 AU7 공급

세계 3대 디자인 어워드에서 수상한 엔페라 AU7, 디자인 경쟁력도 인정 받아

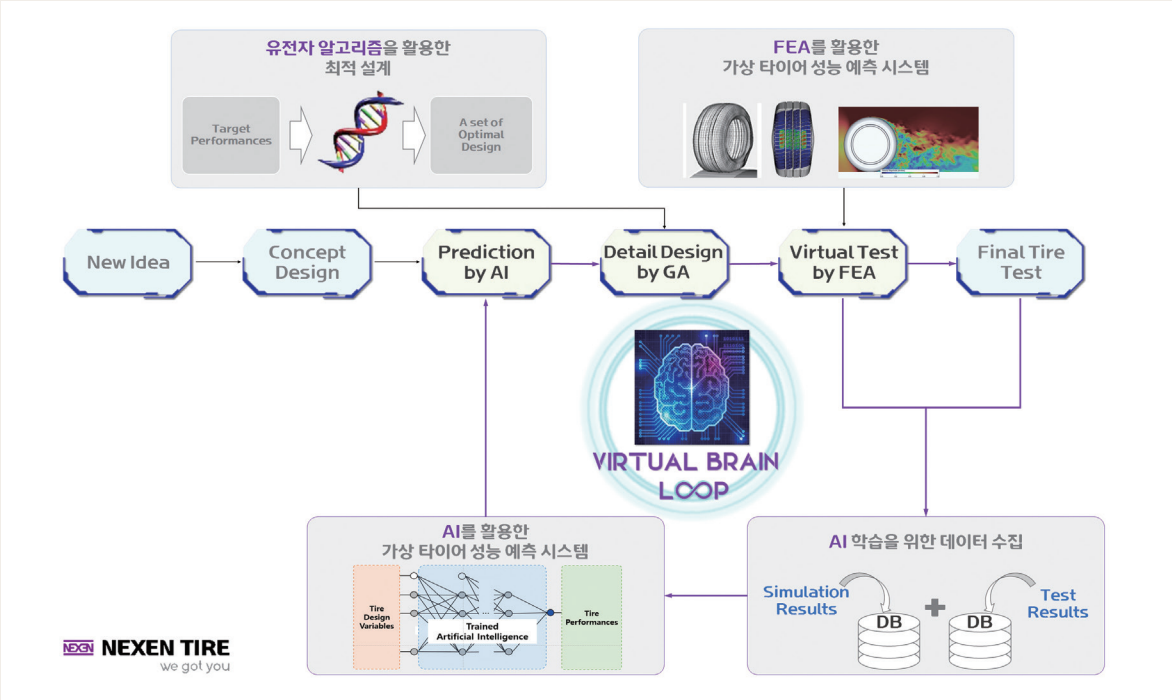
넥센타이어가 독일 완성차 업체인 ‘폭스바겐’의 ‘제타’ 7세대 페이스 리프트 차량에 타이어를 공급한다.

‘제타(Jetta)’는 1979년 출시된 폭스바겐의 베스트셀링 세단이다. 이번 7세대 페이스 리프트차량은 역동적인 비율과 넓은 실내공간, 폭스바겐의 최신 인포테인먼트 시스템인 ‘MIB3’, ADAS(첨단 운전자 지원시스템) 등 새로운 기능성과 최신 기술이 적용된 파워트레인이 장착된 것이 특징이다.

‘제타’ 페이스 리프트 모델에 장착되는 넥센타이어 ‘엔페라 AU7’은 고급 세단을 위해 개발된 프리미엄 UHP 타이어다. 다양한 기후 조건 및 도로 상황에서 제동력과 젖은 노면에서의 그립력 기준을 충족시켜 최상의 주행성능을 제공한다.

또한, 소비자에게 민감하게 작용하는 소음, 진동에서 기존 제품보다도 대폭 강화된 설계 기준을 적용해 프리미엄 차량에서 요구되는 안락한 주행성능도 확보했다.

더불어 세계 3대 디자인 어워드인 독일의 ‘iF 디자인 어워드’와 ‘레드닷 디자인 어워드’, 미국 ‘IDEA 디자인 어워드’에서 수상한 바 있어 성능뿐 아니라 디자인도 세계적으로 경쟁력을 인정받은 제품으로 평가를 받고 있다.



AI 기술 활용한 타이어 성능 예측 시스템 개발

가상설계시스템을 통한 최상의 성능을 갖춘 타이어 개발 능력 확보

고려대·한양대와의 산학 공동 연구 통해 시스템 개발

넥센타이어가 'AI 기술을 활용한 타이어 성능 예측 시스템'을 개발했다.

타이어 성능의 예측은 시제품의 제작 수량 감소 및 개발 기간 단축에 큰 영향을 미친다. 주로, 일반적인 타이어의 성능은 FEA(Finite Element Analysis, 유한요소해석)를 활용하여 예측한다. FEA는 타이어의 형상 및 재료 물성을 활용하여 가상의 3차원 타이어로 모델링하고, 수치계산을 통해 제품의 성능을 확인할 수 있는 기법이다. FEA의 경우 높은 정확성의 성능 예측 값을 확인할 수 있다는 장점이 있지만 소요시간이 오래 걸려 그 효율성이 떨어진다.

고려대학교 김성범 교수 연구팀, 한양대학교 이기천 교수 연구팀과 공동으로 개발한 'AI 기술을 활용한 타이어 성능 예측 시스템'은 머신 러닝 기술을 활용, 타이어 개발 시 고려되는 주요 성능(연비, 소음, 핸들링, 접지, 강성 등)을 정확하고 빠르게 예측한다.

머신 러닝을 위해서는 양질의 데이터를 대량으로 확보하는 것이 중요하며, 이를 위해 확보한 데이터의 이상치를 탐지하여 대체할 수 있는 데이터 전처리 기술을 개발했다. 여기에, 부족한 데이터에 대해서는 데이터 증강 기법을 활용하여 대량의 학습 데이터를 확보해 높은 예측 성능을 가진 예측 모델을 확보할 수 있다.

넥센타이어는 가상 제품 개발 시스템(Virtual Product Development System) 개발을 위해 지속적인 연구와 투자를 해오고 있다. FEA를 활용한 성능 예측 기법, 최적의 설계안을 제안해주는 유전자 알고리즘(Genetic Algorithm)과 더불어 이번에 개발한 'AI 기술을 활용한 타이어 성능 예측 시스템'을 통해 넥센타이어는 고유의 가상 설계 기술을 활용한 타이어 개발 시스템인 'Virtual Brain Loop System'을 개발 완료, 이를 OE 및 RE 제품에도 적극적으로 적용할 예정이다.

사계절용 프리미엄 타이어 '더 뉴 엔페라 AU7' 출시

업그레이드된 공명음 저감용 흡음재 장착으로 소음 저감 성능 강화

다양한 노면 컨디션에서 뛰어난 제동과 코너링 성능 발휘

소비자 과실에도 타이어를 교환해 주는 '명품보증제도' 제공

넥센타이어가 '더 뉴 N'FERA(엔페라) AU7'을 출시하고 프리미엄 타이어 시장 공략에 나선다. 신제품 '더 뉴 엔페라 AU7'은 2017년 출시해 많은 호응을 얻은 넥센타이어의 사계절용 프리미엄 타이어인 '엔페라 AU7'의 리뉴얼 제품으로, 프리미엄 타이어 시장의 확대와 저소음 타이어를 선호하는 소비자의 니즈에 부응하기 위해 기존 제품의 성능을 강화한 제품이다.

'더 뉴 엔페라 AU7'의 가장 크게 개선된 점은 향상된 소음 저감 성능이다. 기존 특허 기술인 NRS(Noise Reduction System) 3개의 블록 흡음재에서 타이어 내부 전체를 감싸고 우수한 흡음 성능을 가진 링타입 흡음재로 개선하여 주행 시 발생하는 공명음을 획기적으로 감소시켰다.

또한, 최적의 배수 공간을 확보함과 동시에 타이어 횡방향 그루브(타이어 표면의 홈)에 적용된 블록 변형 방지 기술을 통해 강성을 높여 젖은 노면에서의 제동 성능을 향상시켰으며, 외측 블록의 접지면적을 증대시켜 마른 노면에서도 제동 성능과 코너링을 강화해 뛰어난 사계절 주행 성능을 구현해 냈다.

넥센타이어는 프리미엄 제품 라인업인 엔페라를 더욱 향상된 성능으로 국내 고객에게 선보이며, 앞으로도 소비자들의 안전 운전과 고객 니즈에 맞는 제품 개발을 지속하여 더 높은 만족감을 선사하도록 노력해 나갈 것이다.

'더 뉴 엔페라 AU7'은 기존 '엔페라' 제품과 마찬가지로 4개 구매 시 구매일로부터 1년간 고객의 과실에도 타이어를 교환해주는 '엔페라 新 명품보증제도' 혜택을 제공한다.

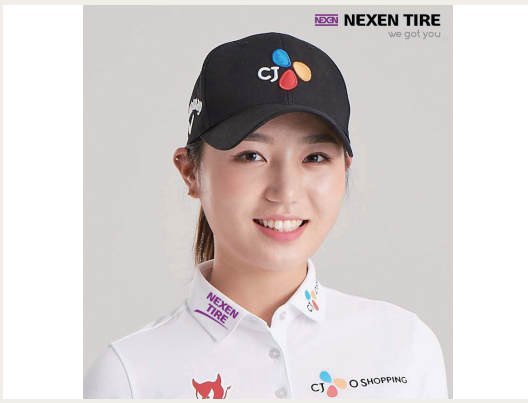
한국표준협회 창립 60주년 기념 공로패 수상

넥센타이어는 3월 11일 롯데호텔 서울 사파이어 볼룸에서 열린 한국표준협회 창립 60주년 기념식에서 신한은행, LS일렉트릭, 풍산 등 8개사와 함께 협회의 성장과 발전에 기여한 공을 인정받고 공로패를 수상했다. 시상식에는 조상문 글로벌 생산BG장이 참석했다.

이날 행사에는 박진규 산업통상자원부 제1차관을 비롯해 이상훈 국가기술표준원장, 강명수 한국표준협회장과 유관 기관장 등이 참석했으며, 코로나 방역 상황을 고려하여 주요 고객사 대표와 임직원 등 참가 인원을 100여 명으로 제한하여 개최되었다.

한국표준협회는 1962년 산업표준화법에 의해 설립된 글로벌 표준, 품질 전문기관이다. 국내 산업표준인 한국산업표준(KS)과 세계표준화기구(ISO) 인증 등 인증사업을 비롯해 표준, 품질사업 등 주력사업을 고도화하고 있다. 올해 60주년을 맞이해 '디지털 전환, 탄소중립, ESG를 선도하는 지식서비스 기관을 비전으로 선포하고 추진하겠다고 밝혔다.

넥센타이어는 전사적 TPM 현장 혁신활동을 위한 컨설팅을 한국 표준협회로부터 받고 있으며 품질 경영을 실천하며 국내외 표준을 준수하고 각종 인증을 취득하는 등 협회와 다양한 활동을 하고 있다.



2022 LPGA 루키 홍예은 선수 후원 지속

홍예은 선수, 넥센타이어 브랜드 로고 부착해 LPGA 출전

넥센타이어가 2022년 LPGA 투어 데뷔전을 치르는 홍예은 선수의 후원을 지속한다.

홍예은 선수는 지난 1월 27일 미국 플로리다주 보카라톤에서 열리는 게인브리지 LPGA에서 상의 우측 카라에 넥센타이어 로고를 새기고 첫 LPGA 무대를 치렀다.

홍예은 선수는 지난 2년간 LPGA 2부 투어에서 꾸준히 실력을 쌓아 올려 올해 1부 투어에 진출하게 됐다.

넥센타이어는 "홍예은 선수가 글로벌 경기에서 좋은 성적을 낼 수 있도록 지원과 응원을 아끼지 않겠다"라며, "이번 후원을 통해 골프팬을 포함한 많은 글로벌 고객들에게 더욱 친숙한 브랜드로 다가갈 것"이라고 밝혔다.

홍예은 선수는 "글로벌 브랜드 넥센타이어와 LPGA 데뷔를 함께 할 수 있어 기쁘다"라며, "최상의 컨디션을 유지해 좋은 성적을 낼 수 있도록 노력할 것"이라고 밝혔다.

넥센타이어는 지난 2020년 홍예은 선수와의 첫 스폰서 후원을 시작으로 현재까지 인연을 이어오고 있다.

이마트에서 타이어 판매하며 고객 접점 확대

넥센타이어가 2월부터 전국 50여개 이마트 매장에서 타이어를 판매하며 고객 접점을 확대한다.

넥센타이어는 유통전문업체인 이마트와 공급계약을 맺고 프리미엄급 세단용 타이어 '엔프리즈 AH8'과 SUV용 타이어 '로디안 GTX' 제품을 판매한다.

이마트 매장에 넥센타이어 사이즈별 '제품 카드'를 진열하는 방법으로 판매하며, 차종에 맞는 타이어 제품 카드를 구매한 후 카드 뒷면에 있는 QR코드를 통해 타이어 정보 입력 및 지정 장착점 정보를 확인하면 된다.

'제품 카드' 판매 이마트 인근에 위치한 넥센타이어 전문 브랜드인 타이어테크에서 장착 가능하며, 지정 장착점과 방문일정을 조율해 구매영수증과 제품 카드를 지참하면 타이어 교체가 가능하다.

참여해주세요

〈헬로우 넥센〉
참여를
원하시는 분은
사연을
보내주세요.

/
**사내 특별한
소식이 있다면
소개해 주세요**
/

참여 및 도움을 주신 분들께는
소정의 선물을 드립니다.

〈헬로우 넥센〉
구독 및 구독 정보 변경을
원하시는 사내외 독자는
넥센타이어 홈페이지의
사보 게시판을 통해
신청할 수 있습니다.

사보 담당자
문화혁신팀 김희진 책임
hellonexen@nexentire.com

〈헬로우 넥센〉 봄호 이벤트 참여

〈헬로우 넥센〉
웹진 이벤트에
참여하시는 분들 중
추첨을 통해
소정의 선물을
보내드립니다.

이벤트 참여 방법

하단의 QR 코드 스캔하기

▼

이벤트 참여하기

▼

인적사항 기입

▼

추첨을 통해
소정의 선물을 드립니다.
(기프티콘 증정)

당첨자 확인과 상품 발송을 위해
성함, 연락처를
반드시 남겨주시기 바랍니다.

we got you
80 ANNIVERSARY SINCE 1942
N'FERA Supreme
소리 없이
편안 하니까!
N'FERA Supreme
PC / SUV
NEXEN NEXEN TIRE

The new

N FERA AU7

업그레이드 된 흡음재로
향상된 소음 저감 성능

최상의 승차감과
고속주행 안정성

뛰어난
사계절 주행 성능

NEXEN TIRE
we got you

80 ANNIVERSARY
SINCE 1942