



02

현대중공업그룹 웹진 매거진 H
NO.023

H

〈매거진 H〉는 현대중공업그룹의 소식과 우리 주변의 이야기를 임직원 여러분과 함께 나누는 소통 채널입니다. 다양한 콘텐츠로 재미있는, 그리고 마음을 공유하는 의미있는 공간으로 만들어 가겠습니다.

표지 이안 | 일러스트레이터

첫 발행일 2018년 4월 17일

펴낸곳 웹진 편집실

이메일 magazine@hhic.co.kr

이 매거진은 저작권법에 의하여 보호를 받는 저작물이므로 무단 전재와 복제를 금합니다.

INSIDE

STORY

Feature

내일을 맞는 오늘 우리의 모습

03

People

기술 고도화로 정유업 혁신 이끈다! - 현대오일뱅크 정유기술연구팀

07

News

그룹사 주요 소식

10

Heritage

대한민국 1호 초대형 유조선의 탄생 - 1974. 2. 15

13

1% Nanum

'더불어 사는 사회'를 위해 현대중공업그룹이 나선다!

15

Trend

너무도 쿨-한 컨셔스 패션

18

Health

소리 없는 시력 도둑, '정상안압 녹내장'

21

Culture

소설 『작별』 과 『변신』

23

Story +

사우의 글 내 인생의 아이돌

잡학사전 아이돌, 우리나라 대표 문화상품이 되다

25

Hstagram

겨울의 추억을 소개합니다

27

Quiz

2월호 퀴즈

28

INSIDE

Feature · People · News · Heritage · 1% Nanum

변화하는 기업문화

“내일을 맞는 오늘 우리의 모습”

글 웹진 편집실



TOMORROW
STARTS NOW!

“세상은 매일 얼마나 변화하고 있을까?” 세계 최대의 인터넷 검색 서비스 기업인 구글(Google)의 마케팅 담당임원은 그 질문에 “20%”라고 답했다. 구글 검색어 가운데 20%가 어제까지 한 번도 검색된 적 없는 단어라는 것이 이유였다.

우리나라 경제 성장을 이끌며 창립 10년 만에 세계 1위 조선사에 오른 뒤, 글로벌 종합중공업 회사로 자리매김한 ‘현대중공업그룹’, 우리 회사를 수식하는 표현은 지금껏 큰 변화가 없어 보이지만 내부 조직문화에는 변화가 일고 있다. 창사 이래 지난 48년 간 구성원들이 꾸준히 들어오고 나가길 반복하면서 조직문화도 조금씩 변화하고 있는 것이다. 미시건대학 조직행위학자 칼 웨익(Karl E. Weick) 교수는 “조직(Organization)이란 고정되어 있지 않고 끊임없이 변화하는 개체”라고 말한다.

새로운 가족의 모습, 조직문화도 변화

회사 창사 초기였던 1970년대에 입사했던 직원들은 이제 대부분 정년퇴직을 했거나 정년을 앞두고 있다. 지금은 우리 회사의 창사 시점보다 20년이나 늦게 태어난 이들이 입사하고 있다. ‘현대중공업그룹’이라는 일곱 글자 안에 20대부터 60대까지의 청년, 중년, 장년층이 함께 어울려 소통하고 있는 것이다. 과거에는 확대가족처럼 세대 간 유대감이 강하고 중요한 일은 어른들을 중심으로 결정하는 특성이 있었지만, 지금의 우리 조직문화는 현재의 사회문화를 반영하듯 과거 확대가족의 모습에서 벗어나 점차 변모하고 있다. 현재 각 사를 이끌고 있는 CEO들은 어떤 가족의 모습을 바라고 있을까? 지난 한 해 동안 그룹 웹진에 게재된 CEO 인터뷰를 통해 각 사 CEO들이 바라는 인재상과 조직문화를 살펴볼 수 있었다.

현대건설기계 공기영 대표는 “단순히 남이 시켜서 하는 업무는 스

〈CEO인터뷰에서 본 인재상과 조직문화〉

“단순히 남이 시켜서 하는 업무는 스스로 흥미를 가지기 어렵다.
스스로 목표를 정하고 능동적으로 해야 할 일을 찾자.”

현대건설기계 공기영 대표

“어린아이의 눈으로 기존의 답습에 질문을 던져라.”

현대에너지솔루션 강철호 대표

“도전하고 싶은 일이 있다면 기존의 틀에 얹매이지 말고
새로운 방식으로 도전하라”

현대글로벌서비스 안광현 대표

“상사가 그렇게 했다고 해서
반드시 그것이 성공의 열쇠는 아니다.”

현대로보티кс 서유성 대표

“신입사원이 우리 회사가 지녔던 기술적 난제를
6개월 만에 해결했습니다.”

한국조선해양 주원호 미래기술연구원장

스로 흥미를 가지기 어렵다. 스스로 목표를 정하고 능동적으로 해야 할 일을 찾자”, 현대에너지솔루션 강철호 대표는 “어린아이의 눈으로 기존의 답습에 질문을 던져라”, 현대글로벌서비스 안광현 대표는 “도전하고 싶은 일이 있다면 기존의 틀에 얹매이지 말고 새로운 방식으로 도전하라”, 현대로보틱스 서유성 대표는 “상사가 그렇게 했다고 해서 반드시 그것이 성공의 열쇠는 아니다”, 한국조선해양 주원호 미래기술원장은 “신입사원이 우리 회사가 지녔던 기술적 난제를 6개월 만에 해결했습니다”라고 CEO 인터뷰에서 말했다.

순종형 보단 소신형 … 변화하는 인재상

각 사 CEO들 역시 지금껏 한 번도 시도해본 적 없는 것들을 하기

▼신입사원들이 조별 활동을 통해 아이디어 회의를 하고 있다



위해 노력했고 스스로 성공의 방식을 창조해 왔다. 이제 우리 회사 역시 단순히 상사의 말에 순종하는(상사의 의견에 토 달지 않는) 후배보다는 ‘자신의 의견을 올바르게 표현할 수 있는’ 인재를 원하고 있다. 그렇다면 이제 막 우리 회사에 입사하는 인재들은 어떤 특징을 지니고 있을까? 얼마 전 『90년대생이 온다』는 책이 출간되면서 선풍적인 인기를 끌었다. 모 회사에서는 팀장급 이상에게 CEO가 선물을 했을 정도로 리더십의 필독서로 인식되기도 했다. 이 책은 회사와 개인을 대등한 관점에서 바라보고 행동하는 요즘 20대 청년들의 사고에 대해 설명하고 있다. 그들은 이 책의 주 독자층인 3040세대가 젊었을 때 상상은 했지만 감히 말하거나 행동하지 못했던 것, 가령 퇴근 종료시각이 되면 상사의 눈치를 보지 않고 사무실을 나가거나, 단체회식에도 친구와의 선약을 이유로 불참하는 모습 등을 보여준다.

‘변화와 혁신’을 통한 새로운 사고 필요

과거 경제성장기에는 전제적 리더십에 의한 통일적 조직문화의 형성이 성공가도를 달리는 기업의 선결 과제였다. 모두가 한마음 한뜻으로 목표를 달성해야 했기에 상사의 명령은 절대적이었고 그에 따르지 않으면 소위 불량 직원의 이미지가 씌워지기도 했다. 정해진 퇴근시간은 있었지만 상사가 일을 하고 있으면 퇴근할 수 없었다. 마치 ‘태어난 날은 다르지만 죽는 날은 함께’라는 구절처럼 상사와 같은 생각을 하는 것이 중요했고, 단합대회라는 명목의 술자리, 회식자리 등의 중요성이 매우 높았다. 회사 생활을 개인 생활과 분리할 수 없었던 셈이다.

하지만 새로운 산업으로의 활발한 진출이 요구되면서 기업은 그동안 생각하지 못했던 새롭고 다양한 사고를 필요로하게 되었고, 이는 과감한 외부 인재의 영입으로 이어졌다. 이제는 한걸음 더 나아가 변화와 혁신을 추구하는 인재를 우리가 먼저 원하고 있다. 점차

개방조직으로 변모하고 있는 것이다.

이제 우리 회사에도 본격적으로 90년대 생이 오고 있다. 이번 달부터 신입사원 배치가 시작된다. 어쩌면 몇몇 부서에는 이미 90년대 생이 자리하고 있을 것이다. 수 년 후에는 우리 회사 구성원의 상당 부분을 90년대생들이 차지할 것이고, 그들이 우리 회사를 이끌어 가는 주역으로 성장할 것이다. 이러한 변화의 현장에서 그들을 맞는 우리의 자세는 “나는 맞고 너는 틀리다”보다는 “그렇게도 생각 할 수 있겠다”가 아닐까 싶다. 그 시절에는 감히 할 수 없었던 행동

들을 거리낌 없이 하는 그들에게 “예의 없다”라기 보다는 “주관이 뚜렷하다”고 생각해주고 나 역시 그들처럼 행동해 보는 것이 그들과 함께 변화를 일으킬 수 있는 인생 선배의 모습일 것이다.

내일도 우리는 현대중공업그룹의 구성원으로서 맑은 역할에 최선을 다할 것이고 세계 1위 조선·중공업그룹의 일원이라는 자부심도 변함없을 것이다. 하지만 우리는 스스로 알고 있다. 우리는 매일 변화해 왔고 오늘의 우리와 내일의 우리는 분명히 다르다는 것을 말이다. **H**



기술 고도화로 정유업 혁신 이끈다!

- 현대오일뱅크 정유기술연구팀

글 웨진 편집실

Editor's Note | 국제해사기구(IMO)의 황산화물(SOx) 배출규제 등 환경규제가 올해 산업계 최대 화두로 떠오르며, 글로벌 에너지시장에 대한 관심도 높아지고 있습니다. 지난달 한국조선해양 자율운항연구실에 이어, 이달에는 정유공장의 기술 차별화로 에너지 업계를 선도하는 현대오일뱅크 중앙기술연구원 정유기술연구팀 직원들을 만나 그들의 이야기를 들어보았습니다.





“세계 에너지 패러다임이 급변함에 따라 정유업계도 빨 빠른 변화가 필요합니다”
- 김철현 원장

안녕하세요. 현대오일뱅크 김철현 중앙기술연구원장입니다. 정유기술연구팀장을 겸임하고 있습니다. 현대오일뱅크 중앙 기술연구원은 도전적인 연구개발로 회사의 기술 혁신을 주도하고 있습니다. 특히, 정유기술연구팀은 정유공정에 관련되어 있는 기술을 개발함으로써 현대오일뱅크의 단기적인 수익 개선 및 중장기적인 성장을 위한 새로운 사업 발굴에 최선을 다하고 있습니다.

최근 정유업계에서는 정제마진이 점차 줄면서 저가의 초중질 원유를 처리하여 고부가화하는 기술, 즉 고도화 공정관련 기술의 중요성이 강조되고 있습니다. 이를 지표로 나타낸 고도화율은 국내 정유사 중 현대오일뱅크가 40.6%로 가장 높은 수치를 자랑하고 있습니다. 정유기술연구팀은 파일럿 플랜트*를 이용하여 현대오일뱅크 고도화 공정의 효율적 운영을 적극 지원하고 있습니다.

정유업에서 저급 원료의 고부가화를 통한 수익창출의 핵심

기술은 촉매라고 할 수 있습니다. 서로 사용하는 원유가 다르고 운전 조건도 다르기 때문에 각 사별로 최적의 촉매를 사용하는 것이 수익 개선에 직결됩니다. 현재 국내 정유사들은 공정에 사용하는 촉매 전량을 해외 수입에 의존하고 있는 상황으로, 최근 촉매의 수요가 급증하여 수급이 어려워지고 구입비용 역시 오르고 있습니다. 정유기술연구팀은 이런 상황에서 벗어나기 위하여 우리 기술로 촉매를 개발하여 회사의 수익성을 극대화시키기 위한 노력을 경주하고 있습니다. 촉매 사업은 영업이익률 30%에 가까운 고수익 사업이기도 합니다.

자체 개발 탈황촉매, ‘HDO-S-311’

IMO 규제 강화와 촉매 가격 상승, 회사의 초중질유 처리 비율 증가 등으로 우리 공장에 최적화된 값싸고 우수한 성능의 촉매 개발 필요성이 높아지고 있습니다. 우리 공장의 정유촉매는 모두 해외 메이저 회사에 의존하고 있어 기술자립도가 낮은 상태입니다. 이를 해결하기 위해 2015년부터 기술교류 및 공동연구를 통해 탈황촉매 개발에 착수하였고, 그 결과, 기존의 상용 촉매 대비 우수한 성능 및 단가경쟁력을 갖춘 촉매를 개발하는 데 성공했습니다. 저희가 자체 개발한 탈황촉매(HDO-S-311)는 현재 양산단계에 이르고 있으며, 2020년 11월경에는 실제 공정에 적용할 예정입니다.



탈황촉매, HDO-S-311



촉매를 만들기 위해
화합물을 성형하는 과정

현재 정유기술연구팀은 우리 공장을 구성하는 모든 공정의 촉매를 자체 개발해 상용화하겠다는 비전을 가지고 있습니다. 촉매 기술 개발을 통해 수익 및 기술력 확보는 물론, 대외 이미지도 크게 높아질 것으로 기대하고 있습니다. 단기간에 성과 창출이 어려운 분야이지만 실제 공정 운영에 큰 부분을 차지하는 핵심 기술인만큼 회사의 미래를 책임진다는 자부심을 가지고 연구에 매진해 나가고 있습니다.

초저유황 선박 연료, ‘현대 STAR’ 개발

2020년 1월부터 국제해사기구에서는 선박연료유의 황 함량 규격을 3.5%에서 0.5%로 강화하였습니다. 현대오일뱅크는 초저유황 선박유 개발을 위하여 전사적인 노력을 기울여 타사 대비 월등한 품질의 ‘현대 STAR’를 출시하였으며, 정유기술연구팀은 개발의 주도적인 역할을 담당하였습니다.

현대 STAR는 제조에 ‘초임계 추출’이라는 기술이 세계 최초로 적용된 초저유황 선박유입니다. 초저유황 선박유는 고유황 선박유와 달리 각 정유사 별로 생산하는 방법에 차이가 있기 때문에 서로 다른 제품을 혼용할 경우 안정성에 문제가 생길 가능성이 매우 높습니다. 또 이로 인해 문제가 생길 경우에는 선박에 고장을 발생시킬 수 있어 반드시 해결해야 하는 중요한 이슈입니다. 기존 탈황공정으로는 원유를 정제하고 남은 잔사유에서 아스팔텐을 완벽하게 제거하기 어려웠습니다. 아스팔텐은 엔진 안에서 연료가 뭉쳐 굳는 현상을 일으키는 물질로 선박 엔진 고장의 주원인이 됩니다.

우리 연구팀에서는 초임계 추출이라는 기술을 적용하여 아스팔텐을 사전에 완벽하게 제거, 초저유황 선박유의 안정성을 획기적으로 개선하는 기술을 개발하였습니다. 개발한 기술은 국내 특허 출원을 완료하였으며, 현재 해외 특허 출원을 진행

*파일럿 플랜트: 실제 공장을 소규모로 줄여서 제작한 연구장비로, 실제 공정용 최적 촉매 선정 및 공정 운영 효율화를 위한 테스트에 사용되는 장비

하고 있습니다. 향후에도 지속적인 연구를 통해 강화되는 환경규제에 따른 품질 규격을 만족하는 연료를 적기에 개발하기 위해 최선을 다할 것입니다.

Make it Happen!

최근 지속되는 정유 업계의 불황 속에서도 끊임없는 연구 활동과 신사업 발굴을 통해 ‘위기를 기회로’ 만드는 것이 우리 정유기술연구팀의 목표입니다. 이를 위해 신기술 및 시장 동향을 부지런히 파악하고, 타사 사례들을 분석하여 수익 창출을 위한 색다른 고도화 기술, 부산물 고부가화, 친환경 공정 개발 등에 대한 연구를 활발히 진행하고 있습니다. 아울러 실질적이고 효과적인 대산 공장 지원 연구를 통해 최적의 운전 조건을 선정하고 새로운 아이디어를 접목시켜 수익성을 높임으로써 효율적으로 공장이 운영되도록 노력하고 있습니다. 막중한 책임감을 가진 29명의 팀원들은 ‘현대오일뱅크의 미래는 우리의 책임’이라는 사명 하에 현대오일뱅크의 정유기술을 선두에서 끌어나가고 있습니다. 향후 현대오일뱅크가 정유업계의 선두주자로 자리매김하는 그 날까지 우리 정유기술연구팀의 노력은 계속될 것입니다. 

주목할 만한 사우

한국에 오게 된 계기

저는 인도의 국영 석유 연구소 「CSIR-IIP」에서 ‘바이오 항공유 등 친환경 연료 생산 및 수첨분해 등 정유 공정에 관한 연구’로 박사 학위를 받았습니다. 이후 더 높은 수준의 지식을 쌓기 위해 정유 연구 환경이 잘 갖춰진 해외로 눈을 돌렸습니다. 여러 선진국들 중 굴지의 정유사들이 있는 한국으로 최종 결정하게 되었고, 한국 에너지기술 연구원에 포스트 닉터(박사 후 연수과정)로 한국에 첫 발을 들이게 되었습니다.

현대오일뱅크에 입사하게 된 계기

입사 전, 한국에서 현대오일뱅크와 함께 중질유 업그레이드를 위해 나프тен산을 제거하는 연구를 진행한 적이 있습니다. 이 과정에서 현대오일뱅크가 다양한 공정 및 친환경 연료 개발을 위해 많은 노력을 쏟고 있다는 점을 알게 되었습니다. 미래 시장을 적극 개척하고 있는 현대오일뱅크에 제 연구를 접목시켜 보고 싶었고 그래서 지원하게 됐습니다.

생활하면서 느낀 점

정유기술연구팀에 들어온 후 팀원들이 친절하게 대해주었기에 낯선 환경임에도 잘 적응할 수 있었습니다. 뿐만 아니라 팀원들의 과학적인 지식, 미래 기술에 대한 생각 및 깊은 이해도에 많은



라나 바라트 싱 책임연구원
(Dr. Rana Bharat Singh)

자극을 받았습니다. 특히 정유기술연구팀은 수많은 문헌 조사와 활발한 토론, 파일럿 테스트, 촉매 생산 스케일업까지 우수한 촉매를 만들기 위한 전 과정에 대해 연구를 수행한다는 점이 매우 인상적이었습니다.

꼭 이루고 싶은 목표

저의 단기 목표는 한국어를 배워 팀원들과 잘 소통하고 회사의 핵심 연구원이 되는 것입니다. 더 나아가 스스로 더욱 공부하고 성장하여 정유뿐만 아니라 석유화학까지 아우르는 여러 공정의 다양한 촉매를 개발하여 회사에 큰 부가가치를 창출 할 수 있는 사람이 되고 싶습니다. 제가 가진 지식과 기술을 더욱 갚고 닦아 회사 발전에 기여할 수 있는 일원이 되겠습니다.

그룹사 주요 소식

현대중공업지주

첫 ‘자사주 매입 후 소각’ 발표

현대중공업지주가 자사주 매입 후 소각, 배당성향 70% 이상 유지 등의 정책을 발표하며, 주주가치 제고에 발 벗고 나섰다. 자사주 매입 후 소각 정책은 그룹 창사 이래 처음이다. 현대중공업지주는 2월 6일 이사회를 열고, 적극적인 주주환원정책의 일환으로 48만 8,000주를 취득 후 소각하는 안건을 결의했다. 이는 발행 주식 총수의 3%에 해당하는 규모로, 금액기준으로는 1,293억 원에 달한다. 자사주 취득 기간은 오는 2월 7일부터 5월 6일까지 3개월로, 자사주 매입 완료 후 바로 소각할 계획이다. 현대중공업지주는 앞으로 3년간 배당성향을 70% 이상으로 유지하겠다는 배당정책도 함께 발표했다. 현대중공업지주 관계자는 “최근 주가가 과도하게 저 평가돼 있다고 판단, 주주가치 제고를 위해 창사 후 처음으로 자사주 매입 후 소각 정책을 결정했다”며, “향후에도 주주를 경영의 최우선 가치로 두고, 이를 위한 다양한 방안들을 검토, 실행해 나가겠다”고 밝혔다.



현대중공업지주·한국조선해양

2019년 실적 발표

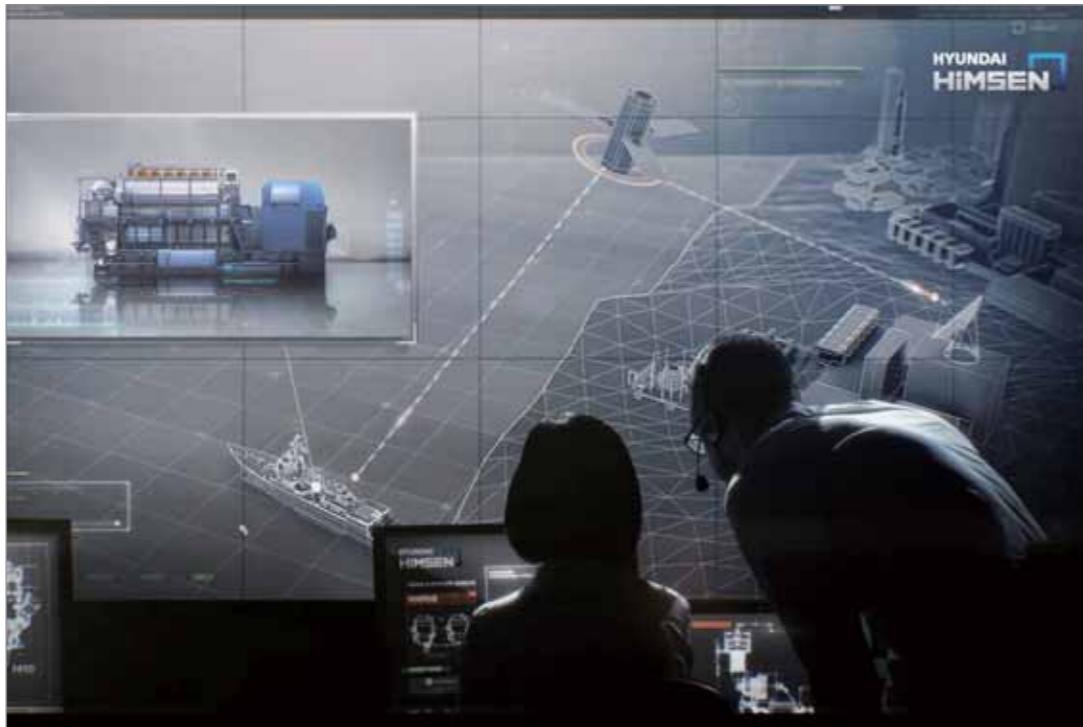
현대중공업지주가 지난 2월 6일 2019년 매출 26조 6,303억 원, 영업이익 6,666억 원을 기록했다고 밝혔다. 매출은 전년보다 2.3% 감소했으며, 영업이익은 22.6% 줄었다. 분기별로 살펴보면, 4분기 매출은 6조 7,851억 원, 영업이익은 1,006억 원을 기록했는데, 매출은 지난 분기 보다 3.9% 늘어난 반면, 영업이익은 54.2% 줄었다. 자회사인 현대글로벌서비스의 성장과 현대일렉트릭의 대규모 ESS 프로젝트 수주가 전체 매출 증가로 이어졌으나, 현대오일뱅크의 정유부문 마진 감소와 현대일렉트릭의 일회성 비용이 영업이익에 반영되었다. 한국조선해양은 연간 매출 15조 1,826억 원, 영업이익 2,902억 원을 기록했으며, 4분기에는 매출액 4조 3,420억 원, 영업이익 1,699억 원을 나타냈다. 이는 지난 분기 대비 매출과 영업이익이 각각 19.2%, 460.7% 늘어난 것으로, 환율하락으로 인한 조선부문의 실적 감소에도 불구하고 해양플랜트부문의 체인지 오더가 반영돼 영업이익이 늘었다.



현대중공업

인공지능 활용해 스마트 선박 고도화

현대중공업은 지난 1월 13일 독자모델 엔진인 힘센엔진(HiMSEN)에 인공지능(AI), 빅데이터, 사물인터넷 등 첨단 정보통신기술을 접목해 기존보다 10% 이상 연료비를 절감할 수 있는 선박 운전 최적화시스템을 개발했다고 밝혔다. 이번에 적용된 핵심기술은 운항 중인 선박의 기자재 가동 정보를 실시간으로 확인하고 최적의 경제운전을 할 수 있도록 지원하는 지능형 선박기자재관리솔루션(HiEMS)과 인공지능이다. 선박 운전 최적화시스템은 지능형 선박기자재관리솔루션을 통해 축적된 선박 내 발전 엔진의 빅데이터 및 실시간 정보를 인공지능이 종합, 분석한 후 최적의 연비를 낼 수 있는 방안을 찾아 운항 중인 선박에 명령을 내리는 것이 특징이다. 지난 2018년 개발한 지능형 선박기자재관리솔루션은 지금까지 40척분(엔진 170여 기)이 수주됐다. 현대중공업 관계자는 “디지털대전환 시대에 발맞춰 첨단기술을 활용한 스마트선박 고도화를 통해 기술우위를 지켜나갈 것”이라고 말했다.



현대일렉트릭

현대건설과 전력인프라 스마트화 나서

현대일렉트릭은 지난 2월 3일 서울 계동 현대빌딩에서 현대건설과 ‘차세대 전력인프라 및 에너지신사업 분야의 공동협력을 위한 양해각서(MOU)’를 체결했다. 이번 양해각서에 따라 양사는 신재생 발전을 포함한 에너지 신사업, 스마트 전력시스템, 국내 신재생 변전소 사업 등 총 세 분야에 걸쳐 협력을 하게 된다. 현대일렉트릭은 현대건설과 신재생 발전 사업개발, 스마트그리드 관련 전력 솔루션 설계를 공동으로 진행, 사업모델을 수립하게 된다. 또한 양사는 국내 신송전 변전소사업에도 공동 참여하며 다양한 분야에서 협력을 지속해나간다는 계획이다. 현대일렉트릭 관계자는 “이번 양해각서 체결은 신재생 에너지원에 대한 전력인프라 수요가 증가하는 가운데, 민간 건설사와 전력에너지솔루션 업체가 선제적으로 협력관계를 구축한다는 점에서 의미가 있다”며 “향후 협력을 확대해 신재생 및 스마트 전력 시장 선점에 나설 것”이라고 밝혔다.



현대건설기계

이탈리아 전시회서 ‘기술 혁신상’ 수상

현대건설기계가 유럽에 출시 예정인 신형 휠로더가 이탈리아 ‘사모테르 기술 혁신상(SAMOTER INNOVATION AWARD)’을 받았다고 2월 5일 밝혔다. 이 상은 이탈리아 사모테르 전시회가 매회 행사를 앞두고 출품 장비를 대상으로 평가해 선정하는 것으로, 현대건설기계의 신형 휠로더는 중형 휠로더 부문에서 가장 혁신적인 제품으로 선정됐다. 현대건설기계의 휠로더(모델명: HL960A)는 강화된 유럽 배기가스 규제(Stage V)를 충족시키는 친환경·고효율 엔진을 탑재했으며 AAVM(Advanced Around View Monitoring) 카메라 시스템과 후방 레이더 시스템 등을 탑재해 안전성과 시인성을 대폭 높인 것이 특징이다. 현대건설기계 관계자는 “세계 건설장비 분야에서 제품의 우수성을 인정받았기에 의미가 크다”며, “이번 수상으로 유럽 고객들의 신뢰가 한층 높아져 판매 확대에도 청신호가 켜질 것”이라고 밝혔다.



현대글로벌서비스

SK해운과 선박 자율운항 협력 강화

현대글로벌서비스는 지난 1월 29일 부산 본사에서 SK 해운, 한국조선해양과 ‘디지털 선박기술 공동 연구 협약식(MOU)’을 가졌다. 이번 협약에 따라 현대글로벌서비스는 SK해운의 15만 1,000톤급 벌크선에 한국조선해양이 자체 개발한 ‘첨단 항해지원시스템(HiNAS)’을 적용해 실선 검증하는 작업에 참여하게 된다. 이 시스템은 인공지능(AI)이 선박 외부에 설치된 카메라의 영상을 분석해 주변 선박의 움직임을 모니터링하고, 항해사에게 충돌 위험을 알리는 스마트십 기술이다. 특히 선박 레이더, 선박자동식별시스템(AIS) 등과 연계해 정확한 장애물 탐지가 가능하며, 상황 인지기능을 통해 사람이 예측하기 어려운 충돌사고까지 예방할 수 있다. 현대글로벌서비스는 이번 실선 검증이 성공적으로 마무리되면 제품 사업화에도 참여해 설계부터 선박 탑재까지 나선다는 계획이다.



서울아산병원

세계 최초 간이식 수술 연간 500례 돌파

서울아산병원이 지난해 세계 최초로 500례 이상의 간이식 수술을 집도했다고 2월 10일 밝혔다. 질병관리본부장기이식관리센터에 따르면, 2019년 한 해 국내에서 시행된 전체 간이식은 총 1,577건으로, 서울아산병원이 지난해 집도한 505건의 간이식 수술은 국내 전체 간이식 수술의 약 3분의 1에 달한다. 서울아산병원 간이식팀은 지금까지 6,700례 이상의 간이식 수술을 집도한 바 있으며, 2007년부터 2014년까지 8년 연속 연 300례 이상, 2015년부터 2018년까지는 연 400례 이상, 2019년에는 500례 이상의 간이식 수술을 집도하며 간이식 수술 분야의 새로운 기록을 썼다. 이승규 서울아산병원 간이식간담도외과 석좌교수는 “한 해 500례 이상의 간이식 수술 기록을 세울 수 있었던 것은 서울아산병원 간이식팀의 표준화되고 체계적인 수술법과 수술 후 집중적인 중환자관리가 인정을 받은 것”이라고 말했다.❶



주목할 만한 이달의 역사

대한민국 1호 초대형 유조선의 탄생

1974. 2. 15

글 웨진 편집실

공동기획 현대중공업 사내방송국 HHBS



Editor's Note | 지난 1월호 그룹웹진에서는, 설립 10년 만에 세계 조선 1위를 기록한 현대중공업의 이슈(일본 다이아몬드誌 85년 1월 5일자 발표)를 다뤘습니다. 이번 호는 세계 1위 한국조선으로의 항해를 시작한 현대중공업의 첫 작품 '애틀랜틱 배런'호에 대해 살펴보고자 합니다.

“지금까지
내가 본 배 중에
제일 잘 만든
배입니다”

- 선주 조지 리바노스

한국 조선역사의 시작, ‘애틀랜틱 배런’

거북선이 그려진 500원짜리 지폐 한 장과 텅 빈 미포만 백사장 사진, 빌려온 26만 톤급 유조선 도면으로 선박 수주를 따낸 일화는 우리가 익히 알고 있는 유명한 에피소드다. 이 일화에 등장하는 설계도면의 결과물이 바로 ‘애틀랜틱 배런’이다.

영국에서 차관 승인을 받기 위해 선박 수주가 절박했던 정주영 창업자는 1971년 10월 중순 리바노스 회장을 만났다. 창업자는 척당 3,600만 달러를 제시했지만, 리바노스는 3,095만 달러를 주장했다. 당시 국제선가와 비교할 때 16%나 싼 가격이었음에도 창업자는 계약을 체결했다. 신참 조선소에게 첫 계약은 무엇보다 중요했기 때문이다. ‘누구로부터 몇 톤급의 선박을 수주했느냐’에 따라 국제금융의 여신과 자금보증은 물론 다음 수주 상담까지도 결정되던 시절이었다.

계약 후, 경험 없이 시작한 건조는 많은 시행착오를 거듭했다. 당시 국내에서는 대한조선공사가 건조한 1만 7,000톤급 선박이 최대 규모였다. 자재 발주부터 적치, 가공 등 모든 작업에 어려움이 따랐다. 해외 대형 조선소들은 사용일정에 따라 2~3일분의 자재만을 철강회사에서 공급받아 사용 순서에 따라 저장했지만 자재를 수입에 의존하던 국내 조선소들에게 계획적인 자재 반입은 불가능에 가까웠다. 26만 톤급 선박 건조에 들어가는 기자재 물량은 엄청났다. 1호선은 길이 345미터에 폭 52미터, 갑판까지의 높이가 27미터였다. 이렇게 많은 물량이 순서 없이 동시에 들어오다 보니 필요한 강판을 찾으려면 쌍인 강판을 하나하나 들어 올려 확인해야 했다. 건조과정에서도 비슷한 시행착오가 되풀이 됐다. 외국의 도면과 통계에 의존하다보니 작업 후 수없이 많은 오차가 발생했고 이를 수정하는 과정에서 처음 예상보다 60%이상의 자재가 추가로 사용됐다.



▲ 1호선 「애틀랜틱 배런」 호 건조 모습

조선소 건설·선박 건조 동시에… 초유의 발상

막대한 투자금과 자재비용을 차질 없이 상환하기 위해 조선소 건설과 1호선 건조작업을 동시에 착수했다. 이는 조선 역사상 초유의 발상으로 전례가 없는 일이었다. 직원들은 목표를 달성하기 위해 독자적인 방식을 개발해 작업의 효율성을 높였으며 경비절감을 위한 노력도 병행했다. 당시 용접봉을 사용하다가 10센티미터 정도 남으면 버리고 새 것을 사용하기 예상였지만, 작업이 끝나면 꼬투리를 주워 일주일간 모았다가 매주 수요일마다 종류별로 나눠 다시 만들어 사용하기도 했다. 1973년 9월 용접봉 품절로 전 세계 조선소가 타격을 받았을 때에도 회사는 무난히 작업을 완수할 수 있었다. 또 회사는 직원들이 아무리 큰 금전적 피해를 입혔다 할지라도 잘 해보려다가 생긴 시행착오였다고 판단되면 문책도 전혀 하지 않았다.

이러한 여러 시행착오를 거치고 난관을 극복해 1974년 6월 28일 오전 11시 명명식이 거행됐다.식장에는 박정희 대통령 내외를 비롯한 국내외 외교사절, 선주 리바노스, 현대중공업 임직원, 울산시민 등 5만 명이 참석했다. 당시 영부인 육영수 여사는 1호선을 애틀랜틱 배런(Atlantic Baron, 대서양의 남작)으로 명명했다. 배가 완성되기까지 다섯 차례나 사양을 바꾸는 등 갖가지 어려움을 안겨줬던 선주 리바노스도 “지금까지 내가 본 배 가운데 가장 잘 만들어진 배”라며 크게 만족해했다. 배를 감정하는데 까다롭기로 소문난 리바노스의 이 같은 평가는 현대중공업의 건조 기술이 세계 수준에 도달했음을 증명했다. 이처럼, 애틀랜틱 배런호는 현대중공업이 건조한 1호선일 뿐만 아니라 전 세계 조선업계에 우리나라의 건조 능력을 과시하고, 한국 조선사에 새로운 이정표를 세운 기념비적인 선박이다.❷

현대중공업그룹1%나눔운동

'더불어 사는 사회'를 위해 현대중공업그룹이 나선다!

글 웹진 편집실



현대오일뱅크1%나눔재단 확대, 개편

임직원과 함께 기업의 사회적 책임을 실현하고 더불어 사는 사회를 만들기 위해 '현대중공업그룹1%나눔재단'이 지난 1월 출범했다.

현대중공업그룹1%나눔재단은 현대오일뱅크1%나눔재단을 확대, 개편한 것이다. 현대오일뱅크1%나눔재단은 지난 2011년 국내 대기업 최초로 임직원이 기부한 급여를 재원으로 출범했다. 이후 지난 10여 년간 운영되며, 기업 사회공헌의 새로운 지평을 열었다는 평가를 받았다.

이번에 새롭게 출범한 그룹1%나눔재단은 소외 계층 돌봄, 지역 사회와의 상생, 미래 세대의 자립 지원 등과 같은 복지사업 확대를 통해 기업의 사회적 책임을 다하고, 사회 공동체의 지속적 발전에 기여하는 것을 목적으로 하고 있다.

그룹1%나눔재단에는 기존 현대오일뱅크 뿐 아니라, 현대중공업지주, 한국조선해양, 현대중공업, 현대미포조선, 현대삼호중공업, 현대일렉트릭, 현대건설기계 등 전 그룹사가 참여하고 있으며, 임직원 기부금과 각 사의 특별기부금으로 기금을 조성해 기존 사업과 함께 새로운 사업도 전개해 나갈 예정이다.

기존 사업 외 다양한 신사업도 추진

재단은 기존 사업인 ▲사랑의 난방유(전국 사회복지시설 및 저소득 가정에 난방유 지원 및 난방 인프라 개선) ▲1%나눔 진지방(전국 복지관 이용 어르신에 식사 제공 등) 등과 함께, 신규 사업으로 추진할 ▲보호아동지원(보육원 아동 정서 안정 지원 및 보호종료아동 자립 지원 등) ▲해외 저개발국가 교육인프라 지원 ▲각 그룹사 소재 지역 사회 지원(임직원 의견 및 지역 특성을 반영한 사업 외) 등을 계획하고 있다. 과거와 달리, 기업도 사회 구성원의 하나라는 인식이 발달하

면서 각종 사회문제 해결과 사회적 가치 창출에 대한 역할이 갈수록 커지고 있다. 또 회사뿐 아니라 그 구성원이 함께 참여하는 사회공헌활동의 중요성도 높아지고 있다.

기부 문화의 틀 바꾼 '1%나눔'

현대오일뱅크1%나눔재단은 2011년 당시 권오갑 사장(現 현대중공업지주 회장)이 “기부를 통해 사회적 책임을 다하자”는 의견을 내면서 출발했다.

이 제안을 노조도 흔쾌히 공감하고 직원들을 설득하면서 재단을 설립할 수 있었고, 출범 초기 70%가량이던 직원들의 참여도는 현재 97%에 이르고 있다. 개인적 기부활동을 하는 직원 등을 제외하면 사실상 2천여 명의 현대오일뱅크 전 임직원 전원이 1%나눔에 동참하고 있는 것이다.

1%나눔재단은 대기업들이 대규모 기금을 출연해 운영하는 방식과 달리 직원들의 급여가 재원이라는 점이 특징이다. 또 직원 급여로 모은 재원은 당해 연도에 전액 집행하는 것을 원칙으로 하고 있다. 기금 출연 방식은 매년 기업의 수익성에 따라 변동폭이 달라질 수 있지만, 급여1%나눔은 상대적으로 재원의 안정성이 높다.

또한 현대오일뱅크는 1%나눔이 자리를 잡아가면서 경조사 부의금, 각종 사내 포상금 등을 기부하는 전통도 생겼다고 한다. 뿐만 아니라 현대오일뱅크1%나눔재단 이후, 전 임직원이 참여하는 형태의 급여 1%나눔 기부문화가 재계로 퍼져 나가고 있다. 현재 포스코, SK, 삼성토탈, 한국수자원공사, 대구은행, 한국프로축구연맹 등 많은 기업과 단체들도 비슷한 방식의 1%나눔 기부를 도입, 더불어 사는 사회를 만들기 위해 노력하고 있다.❶

나눔과 소통

나눔활동의 장 '사회공헌시스템' 오픈 봉사활동 신청, 후기·아이디어 등록도 가능



임직원의 사회공헌활동의 장이 될 '현대중공업그룹 사회공헌시스템'이 지난 1월말 오픈했습니다. 이 시스템은 임직원들의 1%급여나눔과 봉사활동 참여를 위한 공간으로 활용되며, 임직원들이 직접 개인 및 소속 회사의 봉사활동 현황, 1%급여나눔 참여 현황, 공지사항 등을 확인할 수 있습니다.

또, 개인별 봉사활동 신청이나 후기, 봉사활동 아이디어 등을 등록할 수 있어 향후 재단의 봉사활동 계획을 수립하는데 도움이 될 것으로 기대됩니다. 현대중공업1%나눔재단은 앞으로도 임직원들의 제안 및 건의사항을 반영해 시스템을 지속적으로 개선해 나갈 계획입니다.

재단활동, 소식지 통해 확인하세요!

3월부터, 분기 1회 발행

현대중공업1%나눔재단이 2월 말부터 재단 활동 내용을 담은 소식지를 발행합니다. 이 소식지는 분기 1회 제작되어 이메일로 공유되며, 기금의 모금 현황과 사용 현황, 재단의 세부사업 진행상황 등으로 구성됩니다.

특히 임직원들의 소중한 기금이 전달된 우리 이웃의 목소리와 다양한 사회공헌활동을 통해 알게 된 따뜻한 이야기들을 중심으로 담아낼 계획입니다. 소식지를 통해 여러분의 나눔이 어떻게 사용되고 있는지 확인하시기 바랍니다.



STORY

Trend · Health · Culture · Story + · Hstagram · Quiz

너무도 쿨-한 컨셔스 패션

소비자 선택에 달라진 패션계, ‘빠른 패션’보다 ‘옳은 패션’ 찾는다

글 김은영 | 조선비즈 기자



Conscious Fashion

Veja



영국 해리 왕자의 아내 메건 마클은 다이애나비를 이을 패션 아이콘으로 주목받는다. 그런 그가 즐겨 신는 신발이 있다. ‘V’자 로고가 선명하게 들어간 운동화 베자(Veja)다. 2005년 프랑스에서 탄생한 베자는 유기농 면과 야생 고무, 버려진 플라스틱병 등으로 운동화를 만든다. 가격은 120~195달러 선으로 유명 스포츠 브랜드인 나이키, 아디다스보다 비싸지만, 높은 성장세를 보인다.

베자는 현재 45개국, 2,000여 개 매장을 운영하며 연간 200만 켤레의 운동화를 판매한다. 지난해 매출은 6,000만 유로(약 790억 원)에 이를 것으로 추정된다. 미국 IT 미디어 와이어드는 베자를 ‘세상에서 가장 쿨하고 윤리적인 상품’이라 평했다.

환경과 윤리를 지키는 컨셔스 패션

컨셔스(Conscious) 패션이 부상하고 있다. 컨셔스 패션이란 환경과 동물 복지 등의 개념을 반영해 만든 의식 있는 패션을 뜻한다. 자투리 옷감이나 재생 플라스틱으로 만든 재활용 패션을 비롯해 동물성 소재를 배제하고 윤리적인 공정을 반영한 패션, 중고 거래(리세일) 등을 포함한다.

대표적인 컨셔스 패션 브랜드로는 미국 아웃도어 브랜드 파타고니아를 들 수 있다. 1973년 출범한 파타고니아는 “불필요한 환경 피해를 유발하지 않으며, 환경 위기에 대한 해결 방안을 실행하기 위해 사업을 이용한다”는 사명(使命)을 바탕으로 친환경 의류를 판매해 왔다. 모든 제품에 100% 유기농 면을 사용하고, 충전재로 쓰는 깃털과 다운은 식용으로 도축된 죽은 거위와 오리에서만 채취하는 식이다.

이들의 철학이 소비자에게 통한 계기는 2011년 블랙 프라이데이 시즌에 낸 ‘이 재킷을 사지 마세요 (Don't buy this jacket)’ 광고 캠페인이다. 이 광고 후 매출이 40% 급증했고, 파타고니아는 연 매출 7억 달러(약 8,361억 원)가 넘는 친환경 패션 브랜드의 대명사가 됐다. 지난해에는 사명선언문(Mission statement)을 “우리의 터전, 지구를 되살리기 위해 사업을 합니다”로 바꿨다. 창립자인 이본 쉬나드 회장은 “환경위기로 인한 극도의 심각성과 절박함을 표현하기 위해 더욱 날카롭게 사명을 다듬었다”고 설명했다.

스위스 가방 브랜드 프라이탁도 빼놓을 수 없다. 이 브랜드는 버려진 트럭 덮개와 자동차 안전벨트로 만든 업사이클 가방으로 연간 700억 원 이상의 매출을 벌어들인다. 10~100만 원에 이르는 비싼 가격에 모양도 제각각이지만, ‘세상에 하나뿐인 가방’으로 나만의 개성을 찾는 젊은이들을 사로잡았다.

이들 브랜드가 성장한 이유는 지속가능한 소비에 대한 소비자들의 관심이 높아지고 있기 때문이다. 맥킨지가 지난해 미국 소비자 4,500명을 대상으로 조사한 결과, 응답자 66%가 럭셔리 상품 구매 시 지속 가능성을 고려한다고 응답했다. 미국 시장조사 업체 글로벌 웹 인덱스 조사에서는 밀레니얼 세대 61%가 비싸도 친환경 제품을 사겠다고 답했다.

DON'T BUY THIS JACKET



‘친환경’해야 산다…

중고 의류도 파는 패스트 패션

‘컨셔스 패션’이라는 용어를 대중화시킨 것은 아이러니하게도 패스트 패션 업체들이다. H&M, 자라, 유니클로 등 패스트 패션 브랜드들은 유행하는 옷을 빠르게 만들어 싸게 판매해 ‘패션 민주주의’라는 찬사를 받았다. 하지만 한 철 입고 버리는 소비문화를 만들었고, 곧 ‘쓰레기 유발자’라는 오명을 썼다.

엘렌 맥아더 재단에 따르면 패스트 패션의 인기를 끈 지난 15년간 의류 생산량은 2배 이상 증가했고, 옷을 입는 기간은 절반으로 줄었다. 이들이 1년에 생산하는 의류 중 6% 이상이 쓰레기로 버려지고, 이 중 85%는 매립된다.

비난이 쏟아지자 패스트 패션 브랜드들은 자구책을 내놓기 시작했다. H&M은 2012년부터 페트병을 재활용한 원단과 파인애플 잎으로 만든 가죽 등 친환경 소재로 만든 컨셔스 익스클루시브 컬렉션을 선보이고 있다. 2013년부터는 의류 수거 캠페인을 진행하는데, 연간 2만 5,000톤 수거를 목표로 한다. 자라는 2025년까지 100% 재활용 가능한 친환경 원단을 사용할 계획을, 유니클로는 2025년까지 모든 제품에 100% 지속가능한 면화를 사용할 방침을 밝혔다.

중고 판매도 불사한다. 지난해 H&M의 자매 브랜드 앤아더스토리즈는 중고 의류 판매 플랫폼 셀피와 협업해 스웨덴 웹사이트에 ‘pre-loved(사랑받았던)’라는 카테고리를 열고 중고 의류 판매를 시작했다.

이들의 변화 뒤에는 패스트 패션 소비가 예전 같지 않다는 점도 한몫했다. H&M은 2018년까지 3년 연속 이익이 감소했다. 자라의 모기업 인디텍스는 2018년 회계연도 순익이 2% 증가했지만, 2017년 (7%▲), 2016년(8%▲)과 비교해 성장세가 주춤해졌다. 지난해엔 미국 패스트 패션 브랜드 포에버21이 파산보호 신청을 하고 구조조정에 돌입했다. 전문가들은 소비자들의 변화된 요구를 읽지 못한 것을 파산의 이유로 지적했다.



Recycling

콧대 높은 명품도 친환경·탈(脫) 모피 선언

명품도 예외는 아니다. 5년간 9,000만 파운드(약 1,300억 원)어치의 재고를 소각해 뭇매를 맞은 영국 명품 버버리는 행동 패션 산업 현장 참여를 선언하고, 2050년까지 이산화탄소 배출량 감소목표를 달성하겠다고 밝혔다. 구찌, 발렌시아가 등을 보유한 프랑스 명품업체 케어링도 2025년까지 유통에 필요한 연료, 배기가스, 운송 등을 줄일 계획이다.

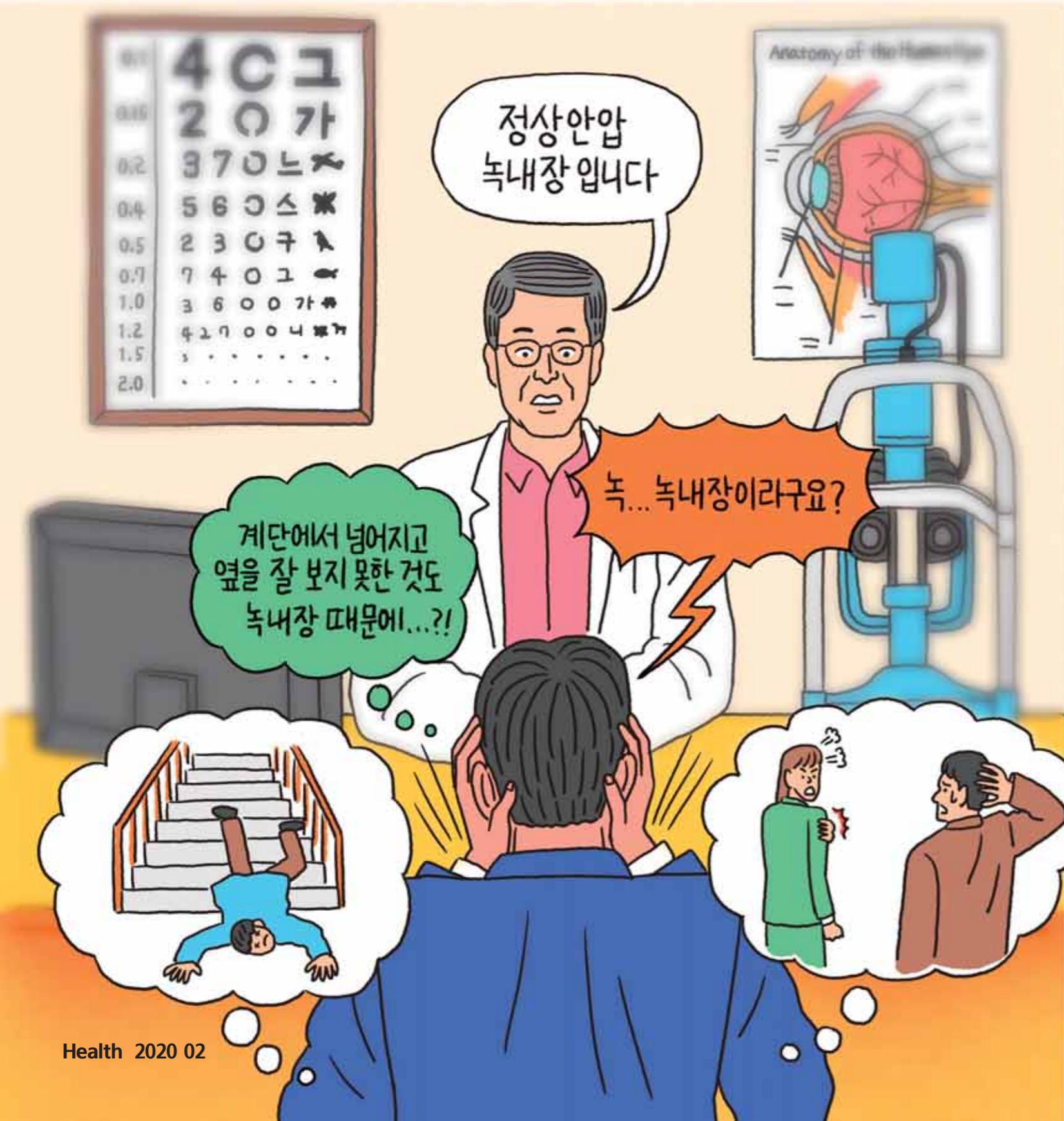
럭셔리의 상징인 모피를 포기하는 기업도 늘고 있다. 구찌, 아르마니, 베르사체 등이 모피 생산을 중단했고, 셀프리지 백화점과 명품 온라인 쇼핑몰 육스, 네타포르테 등 대형 유통사들도 모피 판매를 거부했다. 오리와 거위의 털로 만드는 다운점퍼도 윤리적 다운 인증(RDS·Responsible Down Standard) 충전재와 인공 충전재로 바뀌는 추세다.

이에 따라 친환경 소재 혁신은 더욱 가속화될 것으로 보인다. 맥킨지에 따르면 2019년 섬유 혁신 관련 특허가 2013년보다 8배 늘었고, 의류 기업의 45%가 혁신적인 바이오 기반 소재를 더 활용할 예정이라고 답했다.

국내에서도 친환경 패션이 화두로 떠오르고 있다. 올 겨울만 해도 재활용 페트병에서 추출한 원사로 만든 플리스 재킷과 인조 모피 재킷 등이 불티나게 팔렸다. 이와 관련 삼성패션연구소는 올해 패션 소비시장에서 가장 중요한 것으로 ‘명분’을 꼽았다. 국내에도 신념에 의한 소비가 뿌리내릴 거라는 것이다. 이 신념은 소셜미디어(SNS)에 자랑하기 좋아하는 인증 세대에겐 더 없이 인스타그램(인스타그램에 올릴 만한) 도구이기도 하다. ■

소리 없는 시력 도둑, ‘정상안압 녹내장’

글 국문석 | 서울아산병원 안과 교수
그림 정민영 | 일러스트레이터



김모 과장은 30대 초반에 건강검진을 통해 우연히 녹내장을 발견했다. 시력이 조금씩 떨어졌지만 특별히 문제가 있다고 생각하지 않았는데, 실명까지 할 수도 있다는 녹내장 진단은 큰 충격이었다. 더구나 안압은 오른쪽 15mmHg, 左 16mmHg인 정상 범위로 ‘정상안압 녹내장’이었다. 다행히 지난 12년 동안 꾸준히 진료를 잘 받아온 덕분에 지금까지 시력을 잃지 않고 정상적으로 잘 지내고 있다.

국내 환자 80%, ‘정상안압 녹내장’

녹내장의 가장 대표적인 위험 인자는 안압으로 알려져 있다. 하지만 우리나라에는 정상안압 ($10\sim19\text{mmHg}$)의 녹내장이 훨씬 더 많다는 것을 아는 사람은 많지 않다. 정상안압 녹내장은 환자의 안압이 정상범위 내에 존재하지만 시신경에 지속적인 녹내장성 손상이 진행되는 경우를 일컫는다. 2007년 11월부터 2008년 2월까지 진행된 역학조사에 의하면, 40세 이상 한국인에게서 녹내장 유병률은 3.5% 수준으로 추정되었고, 전체 녹내장 환자 중 ‘정상안압 녹내장’이 차지하는 비율은 약 80%에 달했다.

안압이 높은 상태에서 시신경의 손상이 진행되면 안과검사나 건강검진에서 발견할 수 있지만 정상안압 녹내장의 경우 안압이 정상범위 내에 있기 때문에 증상이 뚜렷하지 않아 병을 알아차리기가 어렵다. 역학조사 결과, 이런 이유 등으로 우리나라에는 전체 녹내장 환자 중 대략 15~20%만이 치료받고 있는 상황이다.

정상안압 녹내장은 시신경이 서서히 파괴되므로 증상이 상당히 진행될 때까지는 환자가 느끼는 불편함이 거의 없다. 그러나 말기에는 시야가 좁아져 행동장애가 나타나게 된다. 때문에 주변 사물에 자주 부딪히고 계단에서 떨어지거나 발에 걸려 넘어지기도 한다. 또한 주변시야가 먼저 손상되고 중심시력은 변화와 통증이 없기 때문에 터널에서 밖을 보듯 주변시야가 좁아지고 중심부 시야만 남아있게 된다.

위험인자 주의, 꾸준한 관리 ‘필수’

녹내장의 원인은 현재까지 명확하지 밝혀지지 않았지만 여러 관련 위험인자들이 속속 발견되고 있다. 대표적으로 녹내장 가족력이 있거나, 정상범위 내에서 안압이 높거나 근시가 있는 사람들은 발병률이 높다. 저혈압, 고혈압, 심장질환, 뇌졸중 기왕력, 낮은 혈관 관류압 또한 위험 인자로 보고되고 있다. 이러한 보고들은 정상안압 녹내장이 시신경 혹은 시신경 주변으로의 혈류장애로 인해 시신경 손상이 발생한다는 설명과 일치한다. 그 외에도 고령, 면역장애, 시신경 유두 출혈 등 다양한 관련 위험인자들이 앞으로 지속적으로 발견되리라 생각된다.

정상안압 녹내장은 안압이 정상이기에 시신경 유두와 시야검사가 꼭 필요하다. 치료는 안압을 낮춰서 시신경 손상 진행을 방지하거나 자연시키는데, 약물치료로 안압 하강이 충분하지 않은 경우에는 레이저 치료나 녹내장 수술을 시행하게 된다.

수술의 목적은 시신경손상 진행을 피할 수 있는 충분한 안압 하강이다. 정상안압 녹내장의 발생 및 진행 관련 인자가 다양하기에 안압 하강에도 불구하고 시신경 혹은 시야 손상이 진행되는 경우가 있다. 만성질환인 고혈압, 당뇨처럼 정상안압 녹내장 환자는 평생 안과의사와 관계를 유지하며 질병을 관리할 필요가 있다.

녹내장, 무엇이 궁금한가요?



#1

녹내장이 있어도
라식수술 받을 수 있을까요?



라식은 각막을 깎아서 굴절이상을 교정하는 수술법으로, 각막을 깎는 도중 강한 압력을 받기 때문에 녹내장이 악화될 수 있다. 또, 라식 수술을 받게 되면 안압 측정도 부정확해진다. 이런 이유로 녹내장이 있는 경우 라식 수술을 권장하지 않는다.

#2

웨이트 트레이닝을 하면
악화된다던데…



갑작스럽게 전신 근육을 수축시키는 운동은 정맥압을 높여 시신경에 영향을 주기 때문에 녹내장을 악화시킬 수 있다. 얼굴이 붉어지거나 목에 핏대가 생길 정도로 힘을 주는 운동은 피해야 한다. 녹내장 환자는 무산소 운동보다는 유산소 운동을 추천한다.

#3

엎드려 자면
녹내장에 안 좋은가요?



녹내장의 주요 원인은 높은 안압이다. 엎드리거나 옆으로 잘 경우, 머리와 목이 받는 압력이 높아진다. 또, 안구 혈액순환을 방해하여 안압이 높아질 수 있다. 따라서 똑바로 누워 다른 자세로 취침하는 습관을 들이는 것이 좋다. ⓘ

과정은 변신, 결론은 작별

소설 『작별』과 『변신』

글 김정한 | 어마마마 출판사 대표
그림 강수정 | 일러스트레이터



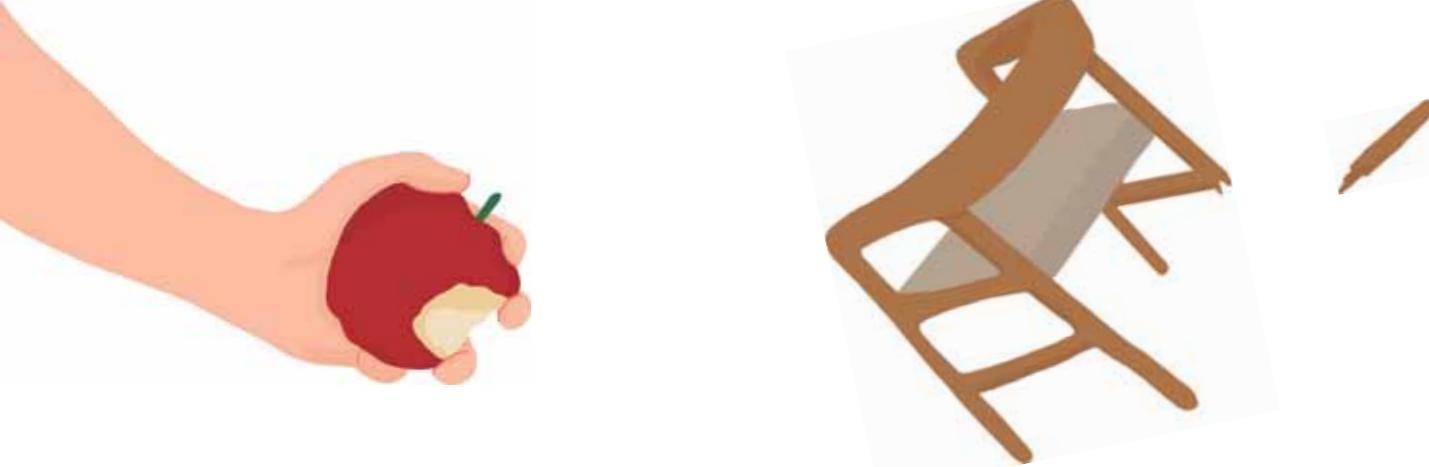
어느 겨울날,
여자는 애인을 기다리며 벤치에 앉아있다.
깜박 자고 일어나니 자신의 몸이
눈사람으로 변해버렸다는 걸 알아차린다.

한강의 『작별』은 이렇게 시작한다. 이 도입부는 웬지 몹시 익숙하다. 아침에 잠에서 깨보니 자신의 몸이 벌레로 변해버렸다는 걸 알아채고 당황해하는 『변신』의 주인공 그레고르 잠자가 떠오른다.

한강은 한국문학 최초로 맨부커상을 수상했다. 한국의 소설가로 그 누구도 오르지 못했던 세계적 작가의 반열에 올랐다는 뜻이다. 한때 고은 시인의 노벨문학상 수상 가능성이 높게 점쳐지면서 한국 최초의 노벨문학상을 기대하는 열망들이 꽤나 뜨거웠던 적이 있다. 몇 번의 기대가 실망으로 이어지면서 서서히 사람들은 마음속에 기대를 접었다. 그렇게 노벨상이라는 신기루가 멀어질 때쯤, 난데없이 맨부커상 수상 소식이 들려와 한국인들은 문학 분야에서 최초의 ‘국뽕’을 들통 마시는 기쁨을 누리게 되었다.

한강의 『작별』은 2018년 제12회 김유정문학상에 선정되어 그 작품집에 수록되었다. 고백하자면, 이 작품 이전까지 난 한강의 소설을 한편도 읽지 않았다. 누군가에게 소설 『채식주의자』의 줄거리를 전해 들은 게 ‘한강’ 체험의 전부였다. 남들 다 읽는다고 내가 따라 읽을 줄 아냐? 뭐 이런 빼딱한 심리도 작용했을 것이다. 최근 누군가의 권유로 『작별』을 처음 읽을 때에도 별다른 기대는 없었다. 그런데 다 읽고 나자 가슴 한구석이 먹먹해지면서, 지금까지 아주 드물게 몇몇 단편에서만 느꼈던 기나긴 여운에 빠져들게 되었다. 이쯤 되면 ‘한국이 낳은 세계적 소설가’를 찬양하고 숭배하는 ‘국뽕’의 대열에 주저 없이 동참해도 후회가 없겠다는 생각이 들었다.

이 소설에서 눈사람이 된 주인공은 따뜻한 집에도 들어갈 수 없고, 사랑하는 애인과 키스를 할 수도 없다. 몸이 조금씩 부서지고 점점 녹아내리니까. 영화 『겨울왕국』의 눈사람 올라프에게는 뜨거운 여름 날에도 녹아내리지 말라고 자신만의 눈구름을 뚝딱 만들어준 엘사 여왕님이 계셨지만, 이 주인공에게는 불행에도 그런 마법의 존재가 곁에 없다.



왜 하필 눈사람일까? 이 사회의 어떤 존재들에 대해서, 대부분의 우리는 보고도 그냥 지나쳐 버리거나 그 존재가 없는 것처럼 행동한다. 어느 시인은 그런 존재들에게 ‘유령’이란 칭호를 부여하기도 했다. 이 소설에서도 눈사람이 된 주인공에게 다가와 이게 도대체 무슨 일이냐며 관심을 보이는 행인은 한 명도 없다. 먹고 사느라 바빠서 거리에 올라프가 출현해도 그렇게 그냥 지나쳐갈 뿐이다. 그들의 무관심에도 불구하고 주인공은 세상을 향하여 이렇게 외치고 있는 게 아닐까.

“우리, 정말 인간 맞아요? 이렇게 사는데 혹시 인간 아닌 어떤 게 된다 해도 전혀 놀라지 않을 거 같아요. 이렇게 점점 녹아 없어지는 눈사람이 된다 해도.”

카프카의 『변신』은 읽지 않아도 되는 소설이다. 어디 가서 줄거리만 외워서 아는 체를 해도 눈치채는 이는 없을 테니까. 나 또한 고등학교 시절까지는 어디 가서 읽은 척만 하고 정작 이 소설을 펼쳐본 적 없었다. 인터넷에 세상의 모든 요약본이 존재하는 요즘 만큼 쉽지는 않았지만, 그 시절에도 그런 꿈수는 충분히 구사할 수 있었다. “어느 날 문득, 그레고르 잠자란 남자가 벌레로 변해버리지. 결국 죽고 가족들은 아무 일 없었던 듯 살아가게 돼. 상상력, 죽이지 않아? 카프카는 천재야, 천재.” 어쩌면 이런 식으로 친구들 앞에서 떠벌리고 다녔을지도 모른다.

학력고사도 마쳤으니 이제 제대로 독서를 해야지, 이런 기특한 마음이 들어서였는지, 나는 대학에 와서 카프카의 『변신』 원서를 읽었다. 어느 날 아침, 문득 벌레로 변해 버린다니, 얼마나 끔찍한가, 게다가 가족들은 내 죽음 이후에 저렇게 아무 일 없었다는 듯 나들이를 가버리다니, 얼마나 잔혹한가. 그때의 느낌은 이랬던 것 같다. 최근에 이 책을 다시 읽었다. 그런데 아들의 변신 앞에서 서서히 변해가는 가족의 모습이 어쩌면, 당연한 과정처럼 여겨졌다. “산 사람은 살아야 하니까.” 30여 년의 시간이 나의 마인드를 젊은 ‘그레고르 잠자’에게서 늙은 ‘아버지’에게로 옮겨놓은 것이다. 젊은 시절의 고전을 선불리 다시 꺼내 읽다 어느새 폭삭 늙어버린 자신을 발견한 셈이랄까.

두 소설은 꽤 닮아 있지만 이야기를 풀어가는 방식에서 그 차이점이 확연히 드러난다. 100년 전, 카프카는 그레고리 잠자가 ‘변신’한 후 함께 변해가는 가족을 묘사하는 것에 초점을 맞췄다면, 1세기가 흐른 뒤, 한강은 변신한 주인공이 세상과 ‘작별’하는 과정에 방점을 찍었다. 그러나 두 소설을 관통하는 공통점은 그들은 모두 어떤 식으로든 작별을 강요당한다는 것. 즉, 모두 무관심의 대상이 된다는 의미일 것이다. 이 두 작품을 이렇게 한마디로 요약할 수 있지 않을까.

‘과정은 변신, 결론은 작별.’ **H**





Editor's Note | Story +는 사우 여러분의 이야기를 듣고 그와 관련된 재미있는 정보를 모아 함께 읽어보는 코너입니다. 사우의 글과 호기심을 충족해주는 잡학사전으로 구성되어 있습니다. 매거진 H는 여러분의 글을 기다립니다. 사우들 인생의 소소하지만 특별했던 경험을 들려주세요. 여러분 인생에 영향을 미친 []는 무엇인가요? 사람, 사건, 사물, 그 어떤 것이라도 좋습니다. 제목과 사연(500자 내외/A4 반장 분량)을 보내주시면 선정된 사우에게 소정의 상품을 드립니다.

보내는 곳 - magazine@ahi.co.kr

(현대중공업그룹사, 협력회사 사우 및 가족 참여 가능)

사우의 글

내 인생의 아이돌

글 신장호 | 현대오일뱅크 고객전략팀

대학 시절 우주에 관한 수업을 들은 적이 있다. 그 수업에 짧은 댓글 형식으로 제출하는 과제가 있었다. “**과연 빅뱅 이전에는 무엇이 있었을까?**” 그때 최고점을 받은 나의 대답은 다음과 같았다. “**빅뱅 이전에는 H.O.T. 가 있었습니다.**”

그 정도로, 보통의 일반적인 남성들과 달리 나는 어렸을 때부터 남녀를 불문하고 아이돌 가수들을 참 좋아했다. 아이돌의 산실인 SM의 아이돌 그룹들을 시작으로 최근의 BTS 까지. 어찌 보면 참고 들을 수 없을 만큼 오글거리고 유치한 사랑 노래들이 대부분이었지만, 파고 들어가 보면 그들의 양증맞은 애교, 그들의 귀엽고 깜찍한 노래, 그들의 파격

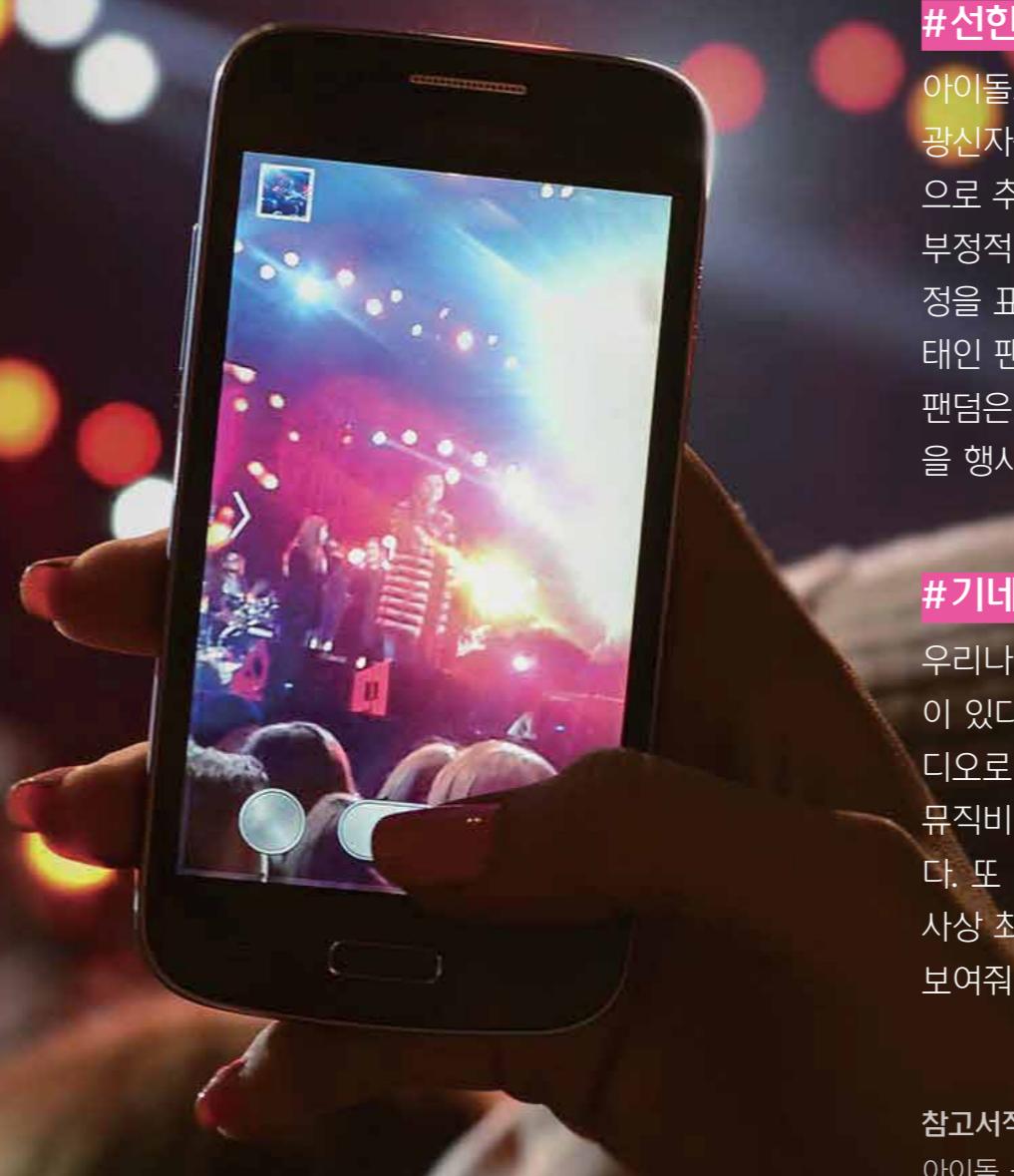
적인 퍼포먼스 안에는 분명 그 어느 세계보다 치열한 경쟁을 어떻게든 뚫어내기 위한 노력이 있었고, 철학이 있었다. 말 그대로 피, 땀, 눈물이 있었다.

처음 아이돌의 의미를 알았을 때의 나와 비슷한, 하지만 지금의 나보다는 훨씬 어린 친구들이 만들어낸 아름다운 선율, 멋진 안무, 그윽한 눈빛. 그 속에서 냉정한 승부의 세계에서 살아남기 위한 처절한 몸부림이 느껴져서 나는 지금도 아이돌의 노래를 계속해서 열심히 듣는다. 그리고 늘 스스로에게 묻는다. 나는 다른 누군가의 빛이 되기 위해 자신을 얼마나 불태워놨었는지.

잡학사전

아이돌, 우리나라 대표 문화상품이 되다

글 웨진 편집실



#10대에게 숭배받는 스타, 아이돌

아이돌(idol)의 어원은 ‘eîdos(모양, 형상)’에서 유래한 고대 그리스어 ‘eîdôlon’으로 형상만 있는 유령, 우상이라는 뜻을 가진 단어다. 이 말이 라틴어로 유입되어 ‘idolum(우상)’이 됐고 다시 고대 프랑스어 ‘idole’로 변형되었으며 영어의 ‘idol’이 되었다. 과거 서구사회는 종교적 의미에서 우상을 진리에 반대되는 것, 부정적인 것으로 보았다. 그러나 현재 영미권에서 ‘틴 아이돌(Teen Idol)’은 가수, 배우, 운동선수 등 10대들에게 숭배에 가까운 지지를 받는 스타를 의미하는 말로 사용되고 있다.

#기획사가 육성하는 한국의 아이돌

그렇다면 우리나라의 아이돌은 어떤 뜻일까? 국어사전에 따르면 아이돌은 청소년들에게 인기 있는 젊은 연예인, 주로 가수를 일컫는 말이다. 대중음악에 스타는 어느 시대에나 존재했다. 넓은 의미에서 대중의 사랑을 받는 연예인을 모두 아이돌이라 해도 틀린 말은 아닐 것이다. 그러나 한국에서 아이돌은 이런 광의의 의미보다는 대형 연예기획사의 연습생 시스템에 의해 기획·육성되어 10대에 데뷔한 걸그룹 또는 보이그룹을 지칭하는 협의의 의미로 사용되고 있다.

#우리나라 최초의 아이돌은 누구일까

우리나라 대중음악사에서 보이그룹과 걸그룹 시초는 1980년대에 데뷔한 소방차와 세또래라고 할 수 있다. 댄스음악 장르가 1980년대 중반부터 유행했고, 1990년대 초반부터는 서태지와 아이들, 듀스, 룰라 등 다양한 그룹 가수들이 활동하며 큰 인기를 끌었다. 그러나 앞서 말한 협의의 의미로 봤을 때 아이돌이라는 개념에 부합한 최초의 그룹은 1996년에 데뷔한 H.O.T.라고 할 수 있다. 그 외에도 잭스키스, 신화, S.E.S, 핑클 등 비슷한 시기에 데뷔한 그룹들이 1세대 아이돌로 불린다.

#아이돌 음악, 하나의 장르가 되다

2000년대 중반 이후 한국의 아이돌 가수들이 국내외에서 큰 성공을 거두면서 해외에서 케이팝(K-Pop)의 인기도 높아졌다. 케이팝은 한국의 대중음악을 뜻하는 말이지만 보통 한국 아이돌 가수의 음악을 뜻하는 말로 통용되고 있다. 브릿팝이나 제이팝처럼 특정 국가에서 만들어진 특정한 장르 혹은 스타일의 음악을 의미하는 셈이다. 이 용어가 한국 아이돌의 해외진출이 좋은 성과를 얻었던 2008년 무렵에서야 비로소 미디어에 지속적으로 등장하기 시작했다는 점도 이런 해석을 뒷받침해준다.

#선한 영향력 행사하는 팬덤

아이돌과 떼려야 뗄 수 없는 존재가 있다. 바로 팬(fan)이다. 팬은 광신자를 뜻하는 fanatic의 약어로 19세기 말 스포츠팀을 열광적으로 추종하는 사람들을 가리키기 위해 처음 사용되었다. 과거에는 부정적인 의미가 강했으나, 좋아하는 문화에 대해 적극적으로 감정을 표현하는 것이 긍정적으로 인식되기 시작하면서 팬의 집단형태인 팬덤(fandom) 문화도 주목받게 되었다. 최근 아이돌 가수의 팬덤은 가수를 응원하는 것을 넘어 기부, 봉사활동 등 선한 영향력을 행사하며 과거와 다른 방식의 조직력을 보여주고 있다.

#기네스북에 등재된 아이돌

우리나라 아이돌 중에서 기네스 세계 기록을 보유하고 있는 그룹이 있다. BTS는 2019년 4월 공개한 ‘작은 것들을 위한 시’ 뮤직비디오로 ‘24시간 동안 가장 많이 본 뮤직비디오’ 기록을 세웠다. 이 뮤직비디오는 발매 후 24시간 동안 유튜브 7,460만 뷔를 기록했다. 또 1세대 아이돌 그룹으로 불리는 신화는 대한민국 가요계 역사상 최초이자 유일하게 20년 동안 멤버 교체 없이 꾸준한 활동을 보여줘 최장수 아이돌 그룹으로 기네스북에 등재됐다. ④

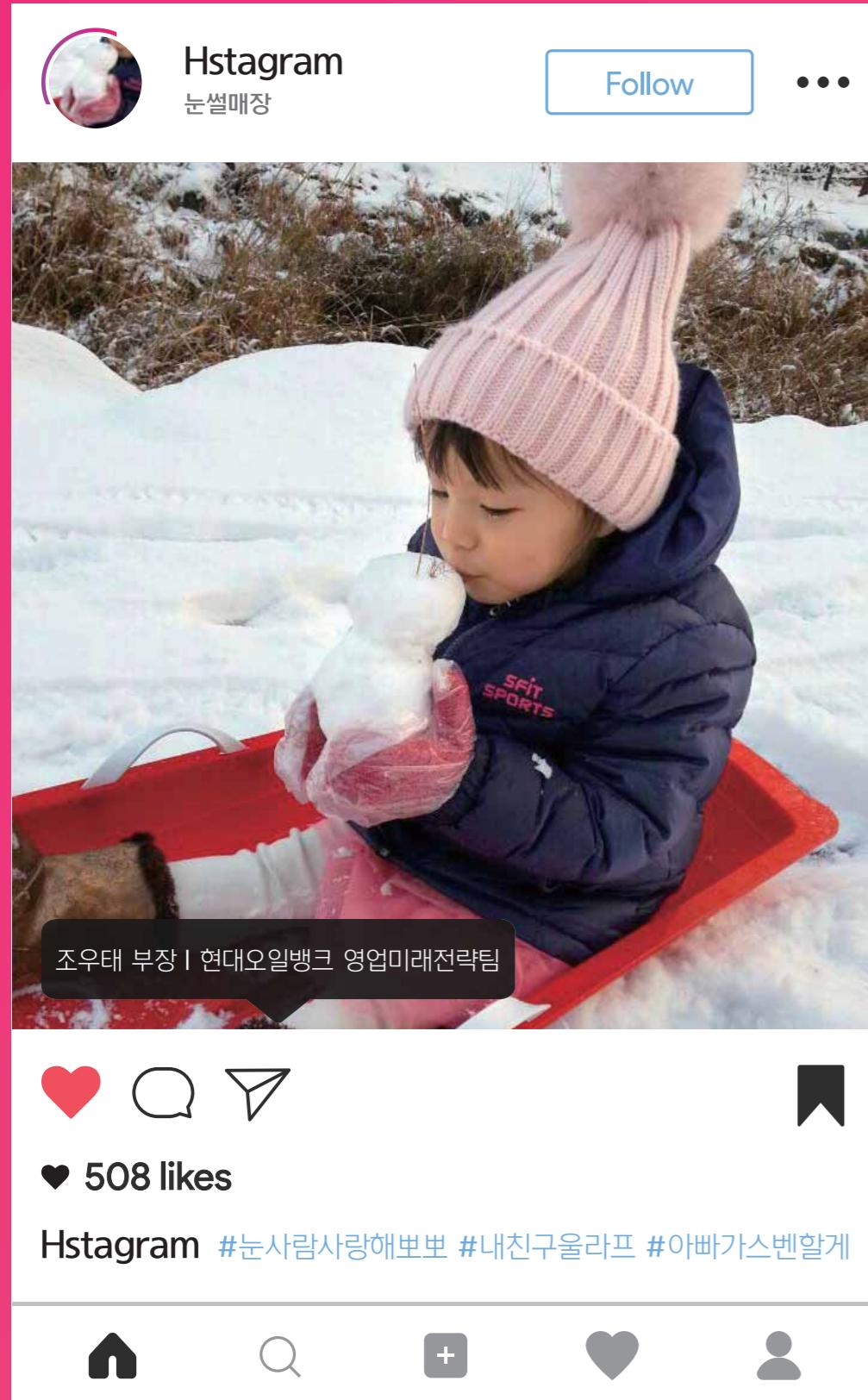
참고서적

- 아이돌 - H.O.T.에서 소녀시대까지, 아이돌 문화보고서 | 이동연
- 케이팝의 시대 | 이규탁
- 아이돌 연습생의 땀과 눈물 | 이종임

#Hstagram

겨울의 추억

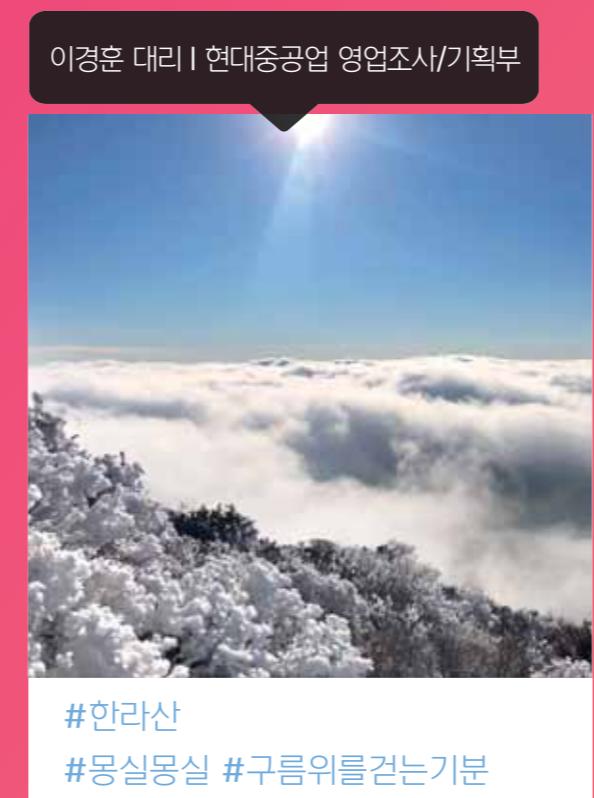
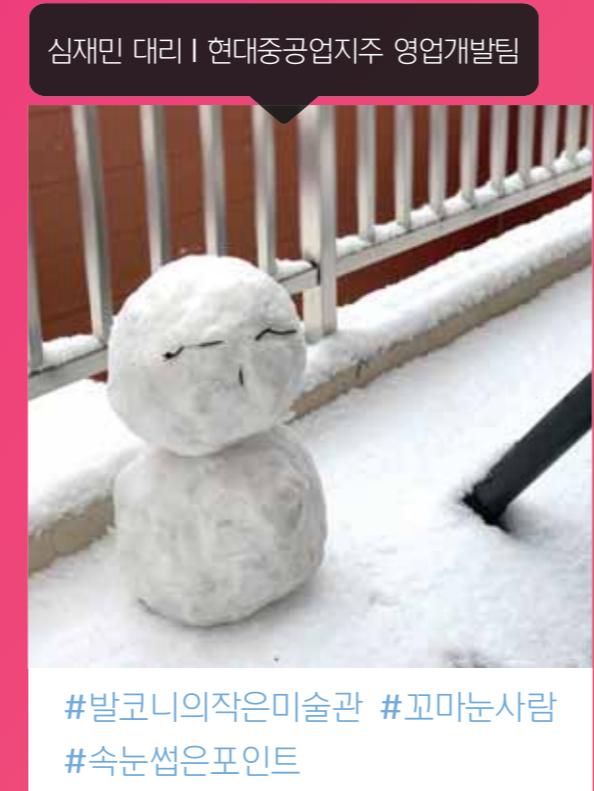
을 소개합니다



Editor's Note | Hstagram은 매달 주제를 정해 사우 여러분의 일상을 담은 사진을 공유하는 코너입니다. 2월호에는 겨울을 맞은 사우들의 일상 사진을 수록하였습니다. 3월호의 주제는 '맛있는 음식'입니다. 사진과 함께 해시태그 키워드 3개를 보내주시면, 선정된 사우에게 소정의 상품을 드립니다.

보내는 곳 - magazine@hhic.co.kr

(현대중공업그룹사, 협력회사 사우 및 가족 참여 가능)





이번 호에 실린 글을 읽고 아래 퀴즈의 정답을 찾아 보내주세요.
정답을 모두 맞히신 분 중 추첨을 통해 상품을 드립니다.
소속 회사, 부서, 성함, 연락처를 반드시 기재해주세요.

보내는 곳 - magazine@hhi.co.kr

기한: 2020년 2월 29일



애플 에어팟 2세대
(2명)

영화관람권
(10명)

1

신종 코로나바이러스감염증이 의심될 때 연락할 번호가 아닌 것은?

- ① 지역번호+120 ② 1382 ③ 1339

2

현대중공업그룹 1% 나눔재단 출범과 함께 시작되는 신규 사업은?

- ① 사랑의 난방유 사업 ② 나눔진지방 사업 ③ 보호아동지원 사업

3

최근 이탈리아 '사모테르 기술 혁신상'을 수상한 그룹사는?

- ① 현대일렉트릭 ② 현대중공업 ③ 현대건설기계

1월호 퀴즈 정답

1. ② 1983년 2. 나 자신 3. ② 삼겹살이 미세먼지 해소에 최고이다.

당첨자 (선정방식: 정답자 중 랜덤 추첨)

애플 에어팟 (2명)

김정영 | 현대중공업 해양설계기획부
김지온 | 현대중공업 혁신추진팀

영화관람권 (10명)

강한이 | 현대중공업 선실설계부
김낙호 | 현대코어모션 생산기술팀
류주희 | 현대중공업 해양구조설계부

성현균 | 현대건설기계 전기전자개발부
오창환 | 현대중공업 대조립1부
윤태권 | 현대글로벌서비스 엔지니어링공사부 PM2

장재민 | 현대오일뱅크 안전보건팀
정부성 | 현대중공업 해양생산지원부
정현교 | 현대중공업 특수선의장설계2부
하정민 | 현대중공업 해양생산지원부

신종 코로나바이러스감염증 예방 수칙

감염병 예방 수칙



손바닥, 손톱 밑
비누로 꼼꼼하게 손씻기!



기침할 땐
옷소매로 가리기!



기침 등 호흡기증상자는
반드시 마스크 착용
(의료기관 방문 시 필수)



선별진료소*(의료기관) 방문 시
의료진에게 해외여행력 알리기

*선별진료소 안내: 질병관리본부 홈페이지 확인,
관할보건소 또는 지역번호+120, 1339 문의



감염병이 의심될 땐
관할보건소 또는 1339,
지역번호+120 상담

여러분의 참여를 기다립니다.

매거진 H는 사우들과 함께 만들어가는 그룹 웹진입니다. 읽고 난 소감, 가장 마음에 들었던 기사 혹은 아쉬웠던 점, 소개하고 싶은 재미있는 사연이나 주목할 만한 인물이 있다면 적극 추천해주세요. 보내실 때 소속과 성함을 기재하여 보내주시면 추첨을 통해 소정의 상품을 드립니다.

magazine@hhi.co.kr

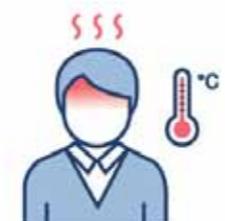
중국 여행 시 주의사항



동물 접촉 금지



현지 시장 및 의료기관 방문 자제



발열, 호흡기증상자(기침, 인후통 등)
접촉 금지



- 기침시 마스크 착용
- 손씻기, 기침예절 등
- 개인위생 수칙 준수



- 중국 여행 후 입국 시 건강상태질문서 제출
- 귀국 후 발열과 호흡기 증상(기침, 인후통 등)
발생 시 관할보건소 또는 1339,
지역번호+120 상담

HYUNDAI HEAVY INDUSTRIES GROUP
www.hyundai-holdings.co.kr

Copyright©Hyundai Heavy Industries Group All Rights Reserved