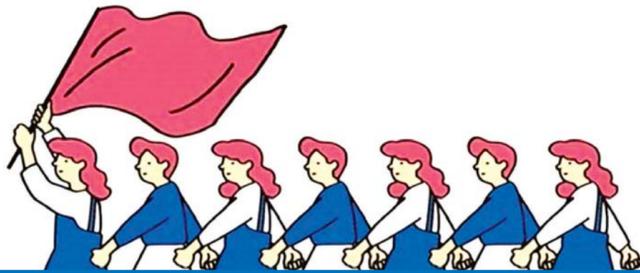


文대통령이 청와대 직원에게 선물
베스트셀러 '90년생이 온다' 화제



지금 우리는 20대를 얼마나 알고 있을까?

1990년대에 태어나 현재 20대에 이르는 젊은이들의 특성을 다룬 '90년생이 온다'(웨일북)가 장안의 화제다. 저자 임흥빈은 KIST 경영대학에서 정보경영 석사학위를 받았고 CJ그룹 인재원에서 12년간 신입사원 교육 및 소비자팀 VOC 분석 업무 등을 담당했다.

책은 문재인 대통령이 지난 8월 청와대 직원들에게 선물해 관심을 끌었으며 2018년 한국경제신문, 인터파크 공동선정 '2018년 올해의 경제/경영서'에 선정되기도 했다. 문 대통령은 책과 함께 '새로운 세대를 알아야 미래를 준비할 수 있습니다. 그들의 고민도 해결할 수 있습니다. 누구나 경험한 젊은 시절, 그러나 지금 우리는 20대를 얼마나 알고 있을까요?'라는 글도 함께 적은 것으로 알려졌다.

90년생이 소비자가 되었을 때

글자가 너무 많다... 세울 요약 바람.

필드 읽고 요약해-계속 받으니까 뜻깊어 줘 보자.

그들은 간단하거나,

쉽잖아! 평범한 상용은 장인하는 재미가 있지.

재미있거나,

지금 누굴 '호경' 취급하는 거야? 돈은 안 쓰는 거야!

정직하지 않으면 가차 없이 외면한다.

다음은 베스트셀러 '90년생이 온다'의 중요한 부분을 발췌한 내용이다.

◇ 90년대생의 출현

▲그들 앞에 펼쳐진 새로운 세상="저는 지금 2학년 2학기인데, 전공 공부를 하고 난 공간 시간에는 공무원 관련 서적을 보고 있어요. 다음 학기에는 휴학을 하고 노랑진으로 들어가서 본격적으로 준비하려고요."

서울대 영문과를 다니고 있는 김모 씨(1993년생)는 공무원 준비를 하고 있는 일명 공시족이었다. 그녀가 준비하고 있는 부문은 세무 공무원이었는데, 최종 목표는 7급이지만 9급에 붙어도 별 고민 없이 다니겠다고 했다. (중략) 1997년 IMF 외환위기 사태를 기점으로 멈춰버린 에스컬레이터와 이를 대신한 유리계단 위에서 우리 모두에게는 여유라는 단어 대신 조급함과 억울함만이 생겨났다.

▲새로운 세대를 어떻게 바라볼 것인가=9급 공무원을 원하는 청년에게 기성세대가 보이는 가장 흔한 반응은 '열정이 사라지고 도전정신이 없어서, 그저 편한 복지부동의 일만 하려는 나약한 세대'라는 부정적인 평가이다. 또 하나는 '기성세대가 도저히 따라갈 수 없는 영역을 개척하는 세대'라는 긍정적인 시각이다. (중략) 기성세대가 젊은 세대의 창조적 가치를 적극적으로 받아들이는 포용력 있고 열린 자세로 그들과 적극적으로 만날 때에만, 젊은 세대에 대한 모든 편향된 평가와 논의들이 사라질 것이다.

▲버릇없는 젊은이들에게 무엇을 배울 수 있을까=변화는 구세대가 만들어놓은 틀과 마주할 수밖에 없는데, 그 변화의 끝에서는 틀이 깨지게 마련이다. 구세대로서는 그 틀이 깨지면 의식적으로, 혹은 경제적으로 불안해질 수밖에 없다. 그러나 "어른들의 말을 왜 안 듣냐?"라고 비난하는 것이다.

▲첫 번째 특징: 간단하거나=이 세대를 이해할 수 있는 첫 번째 키워드는 바로 '간단함'이다. 이와 같은 특징을 이해하기 위해서는 그들의 언어 습관을 살펴볼 필요가 있다. 그리고 간단함을 추구하는 90년대생들의 언어 습관에서는 축약형 은어인 '줄임말'이 자주 나타난다. (중략) 90년대생들이 경험하고 활동하는 모든 영역에서 이러한 줄임말 현상은 이어지고 있다. 특정 카테고리 넘어서 기업의 고유 브랜드까지 모든 것은 이미 모조리 불어서 불리고 있다고 봐도 무방하다. 파리바게뜨를 '빠바'라고 부르고, 미스터피자를 '미피'라고 부르는 것은 너무도 당연한 것이며, 고기뷔페와 초밥뷔페의 경우도 '고부', '초부'로 부르고 있으며 문화상품권도 '문상'으로 부른다.

▲두 번째 특징: 재미있거나=80년대생 이전의 세대들이 소위 '삶의 목적'을 추구했다면, 90년대생들은 '삶의 유희'를 추구한다. 이들은 내용 여부를 막론하고 질서라는 것을 답답하고 숨막히는 것이라고 생각한다. 그러다 보니 질서를 요구하거나 진중해지는 모습을 보면 바로 "어디서 진지국 끓이는 소리가 들리는 데?"라며 응수한다. 진지한 척하지 말라는 의미이다.

▲세 번째 특징: 정직하거나=2018년 수험생과 그들 학부모를 떠들썩하게 만들어놓은 '서울 S여고 쌍둥이 전교 1등' 사건을 잠시 살펴보자. (중략) 해당 사건에 대한 젊은 세대의 분노의 이면에는 '학생부종합전형(이하 학생)'이라는 대학 입시 방식이 있다. 학생의 본래 이름은 '입학사정관제'로 본래 수능시험 위주의 대입 제도를 고치고 공교육을 살리자는 취지에서 2007년 처음 시행된 제도이다. 하지만 학교 외부에서 상을 남발하는 등 비리가 커지자 2013년 명칭을 바꾸고 평가 내용을 고교 교육과정 내 활동으로 제한했다. (중략) 그래서 많은 학생들은 '정시(수능 상대평가) 100퍼센트 반영', '학생부종합전형 폐지'를 외친다.

◇ 90년대생이 직원이 되었을 때

▲90년대생 인재들의 특징들=새로운 세대가 회사에 들어와서 가장 많이 놀라는 것은 보여주지 않음이다. 치열한 경쟁 과정에서 효율성이 중요하다고 여기며 살아온 그들에게 보여주지 않음은 너무나 낯선 것이었다. (중략) 90년대생들은 또한 '실행'보다 '계획'이 중시되고 '알맹이'보다 '형식'을 중시하는 조직의 모습에 환멸을 느낀다고 말한다.

▲새로운 세대들의 직원 관리 어떻게 할 것인가=90년대생들은 강압적인 요구에 그들의 권리를 잃으려 하지 않고, 전체를 위한 소수의 희생은 합리적이지 않다고 생각한다. 과거의 관리 시스템은 적절히 조절하면 80년대생들의 기본적인 가치에 대한 요구를 만족시킬 수 있었다. 그러나 90년대생들은 권리를 지키고 행사함으로써 자신의 존재감을 확인하고 과감한 사고와 행동의 자유를 누리고자 한다. 복종이나 권위를 통한 강압적 통제가 더 이상 통하지 않는 이유다.

◇ 90년대생이 소비자가 되었을 때

▲90년대생, 소비업계를 뒤흔들다=90년대생들이 20대가 된 2010년에 어떤 상품을 조금이라도 비싸게 주고 구입하는 행위는 '호갱이 되었다'며 주변의 안타까운 시선을 받는다. 이제 스마트 컨슈머(smart consumer)라는 말은 당연하고 자연스러운 것이 되었다. 그러나 스마트하게 소비를 하지 않는다면 '스튜피드 컨슈머'가 되는 셈이다. 좋은 물건을 싸게 구입하는 합리적인 구매는 더 이상 특별한 미덕이 아니고, 같은 제품을 남보다 더 비싸게 사는 행위를 하는 사람이 단지 호갱이 될 뿐이다.

▲90년대생의 마음 사로잡기=유튜브의 급격한 성장의 이유는 능동적으로 본인의 콘텐츠를 무료로 제공하는 크리에이터들의 성장, 세대별 뉴미디어 등 여러 가지 분석이 있다. 그러나 실제 90년대생들은 네이비게스트와 같은 타 동영상 서비스에 비해서 짧은 광고 때문이라고 입을 모은다. (중략) 광고를 끌기 위해서는 유저의 시간이 필요하다. 중요한 것은 유저의 시간을 가질 수 있는 것은 무엇인가. 90년대생들은 말한다. 우리의 시간을 가질 수 있는 유일한 방법은 '재미'라고 말이다.

/정리=박성천기자



탁정숙 작 '사랑 I'

'긴, 여운 속으로'

'여우회' 전, 29일까지 금봉미술관

금봉미술관(한상운 관장)이 가을 기획전으로 '여우회(女友會)' 초대전을 개최한다.

올해로 13회 째 발표전을 갖는 '여우회'는 남도문화의 맥을 이으며 활발한 작품 활동을 펼치고 있는 여성작가들의 모임으로 전통 문화의 지평을 넓히고 남도문화의 새로운 방향을 탐구하는 그룹이다.

여우회 회원들은 광주·전남 문화협회, 미술협회 회원이며 다양한 공모전의 추천·초대 작가와 심사위원을 역임했다.

오는 29일까지 미술관 1갤러리에서 열리는 이번 전시의 주제는 '긴, 여운 속으로'다. 참여 작가들은 먹의 농담의 맛이 살아 있는 수묵과 담채를 통해 섬세한 감성을 한지 위에 펼쳐놓는다.

이번 전시 참여작가는 김선의, 김영숙, 위오남, 이영민, 이은경, 정택순, 정정숙, 정해은, 정현숙, 좌경신, 주영남, 탁정숙 등 12명이다. 회원들은 꽃과 나무가 어우러진 가을 풍경, 정물 등 다양한 소재로 작업한 작품들을 선보이고 있다. /김미은 기자 mekim@

SINCE 1982 **“인터넷 검색창에 국제보청기를 보세요”**

각국 보청기 전문 A/S센터 상표등록 제2549335호

국제보청기

- 필요한 소리만 똑똑히 들립니다.
- 작은 사이즈로 착용시 거부감이 없습니다.
- 정직한 우수상품 가격부담이 없습니다.

본점 서석동 남동성당 옆 062) 227-9940
062) 227-9970

서울점 종로 5가역 1층 02) 765-9940

순천점 중앙시장 앞 061) 752-9940

소상공인 공동브랜드 k.tag 전국100개 인증업체선정

광주전남 기능장 1호 국무총리상 표창
보건복지부 장관상 표창
광주광역시 시장상 표창 광주남구 청장상 표창

大山 프리모 남녀가발

특수가발 별매(원터치) 테잎 X 핀 X
기능장이 직접 37년 시술 1만명 이상 내공
H.M사 동급제품 130만원 59만원~

062 673 5858 (모발모발) **매주 화요일 휴무**
광주광역시 남구 주월동 라인가든아파트 상가2층(대광여고 옆) **일요일 정상 영업**