

MZ 후배님들과 함께 더 멀리

— 제2 베이비붐 세대 일원이며 현재 직장을 다니고 있는 회사원 관점으로 —



박종식
(주)한화 건설부문 부장

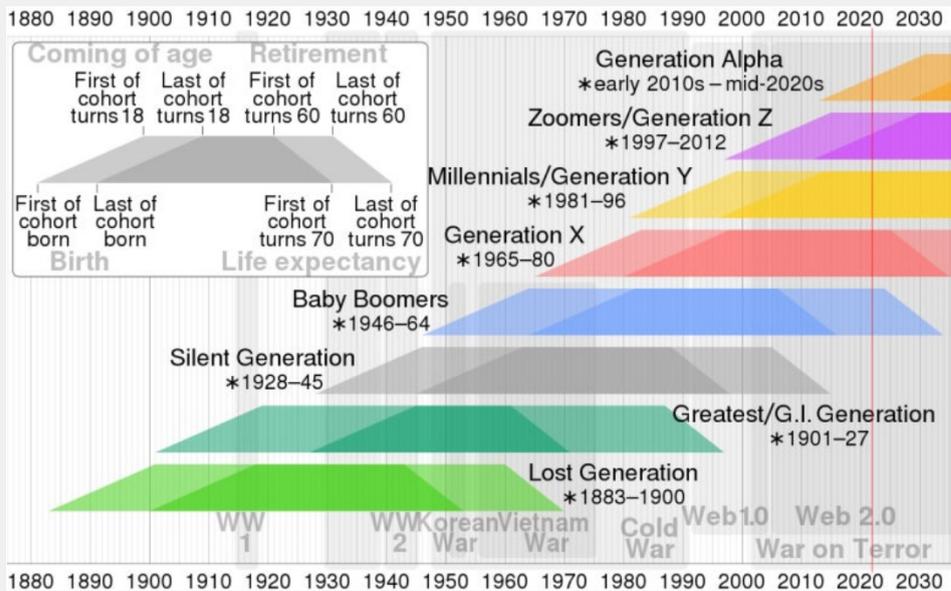
시작하며

필자는 (주)한화 건설부문에서 일하고 있는 회사원으로서, 직급은 부장이고 직책은 팀장이다. 나이는 만52세 이다. 아마도 신문 기사에서 언급되고 있는 제2 베이비붐 세대 일원임이 틀림없다(사실 정신 연령은 한참 어리다). 본 원고를 작성하기 앞서, 원고 내용이 지극히 주관적 견해를 미리 밝힌다. 혹시라도 본 원고를 읽어 보신 학회 회원님들 중에 기분이 언짢으신 분들도 계실 수 있어, 그렇다면 미리 양해 말씀 올립니다. 사실 본 원고는 얼마 전, 아끼는 MZ 세대 팀원 한 명을 현장으로 보낼 수밖에 없는 상황에서 내 뇌리를 스쳐 간 느낌(Mood)을 재차 더듬고 다듬어 정리한 글이다.

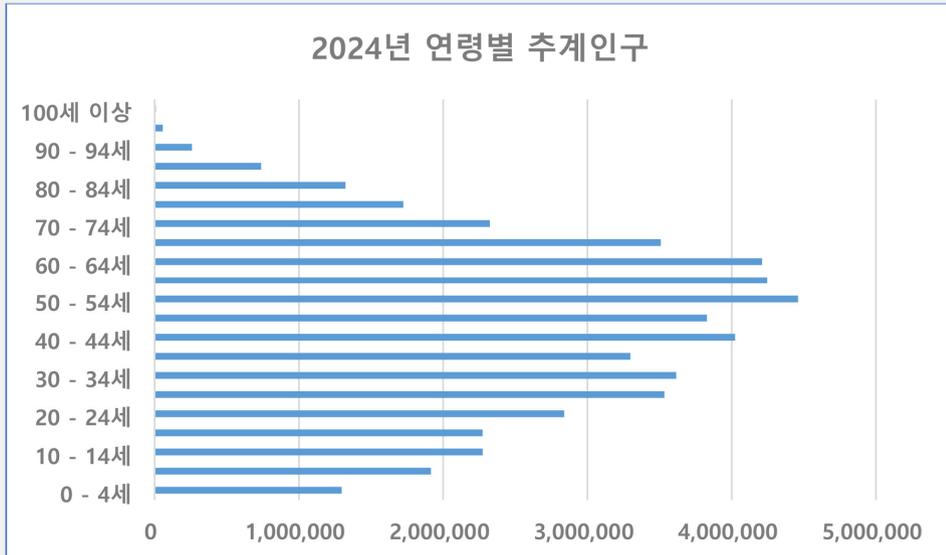
제2 베이비붐 세대, MZ 세대, 특징, 설정된 관계 등

본 내용을 전개함에 있어, 핵심 키워드는 '세대' 이므로 이에 대한 정의, 특징 등을 간략히 언급 해 보는 게 좋을 듯 하다(그림 1, 2 참조). 첫 번째로 제2 베이비붐 세대이다. 이들은 대략 1965년(84학번 전후)부터 1974년(93학번 전후) 사이에 태어난 분들이다. 또한 이들 중 일부는 X 세대(1965년~1980년 출생)로도 불리운다. 대표적인 특징으로, 1) 아날로그에서 디지털로 전환되는 시기를 경험 함(일명 하이브리드 세대), 2) 경제 호황기를 지내며 물질적 풍요 속에 개인주의적 가치관을 형성 함, 3) 구속, 관념 등 틀에서 벗어나 자유롭게 사고하고 행동하려 함. 자기중심적이며 소비 특성이 민감 함. 이들은 베이비붐 세대에 비해 대학 진학률이 높았고 현재 사회 전반에서 Decision Making Group으로 역할을 수행하고 있으며 은퇴 시기에 접어들고 있다. 두 번째로 밀레니엄 세대이다. 이들은 Y 세대로도 일컫는다. 이들은 대략 1980년대 초에서 2000년대 초 사이에 태어난 분들이다. 특징으로, 1) 디지털 네이티브(노마드), 즉 어릴 적부

터 인터넷, 컴퓨터, 스마트폰 등 디지털 기기를 접하며 성장 함, 2) 소셜미디어를 통해 본인들의 경험과 생각을 적극적으로 표현하고 관련 정보를 공유 함, 3) 자신 만의 개성을 만들어 가며 다양한 선택지를 가지고 자신 만의 길을 찾아가 감. 현재 사회 전반에서 허리 역할을 하고 있으며 특히 1981년생(00학번 혹은 밀레니엄 학번) 전후로 두텁게 포지셔닝하고 있다. 마지막으로, Z 세대(Gen Z)이다. 필자의 딸이 이 세대에 속하는 데, 대략 1997년부터 2010년 초 사이에 태어난 분들이다. 역시 1) 디지털 네이티브이며 추가로 태블릿 등 스마트 기기와 함께 성장 함, 2) 다양한 문화에 개방적인 태도를 가지고 있으며 특히 환경, 사회 불평등 등 문제적 이슈들에 관심을 가지고 의사 표현하고 해결 하려 함, 3) 개성이 강하며 자신을 표현하는 데 적극적임. 선호하는 브랜드, 제품을 pick하는 데 주저하지 않음. 특히 디지털 환경 기반에서 새로운 트렌드를 주도하고 있다. 현재 실무자로서 업무를 배우고 있으며 대체로 사회 초년생(Beginner)이거나 대학교 대학원에서 열공 중이다. 재! 어렵지만 이제 언급된 각 세대를 사회적 관계로 표현 해 보자. 산학연 각 그룹으로 보면, 산업계에서는 팀장(부장) - 과장·차장 - 사원·대리, 학계에서는 교수(학회 회장단) - 교수(학회 전담이사) - 박사후연구원 혹은 대학원생, 국책연구원에서는 선임 혹은 연구위원 - 수석연구원 - 전임 혹은 연구원으로 설정해 볼 수 있다.



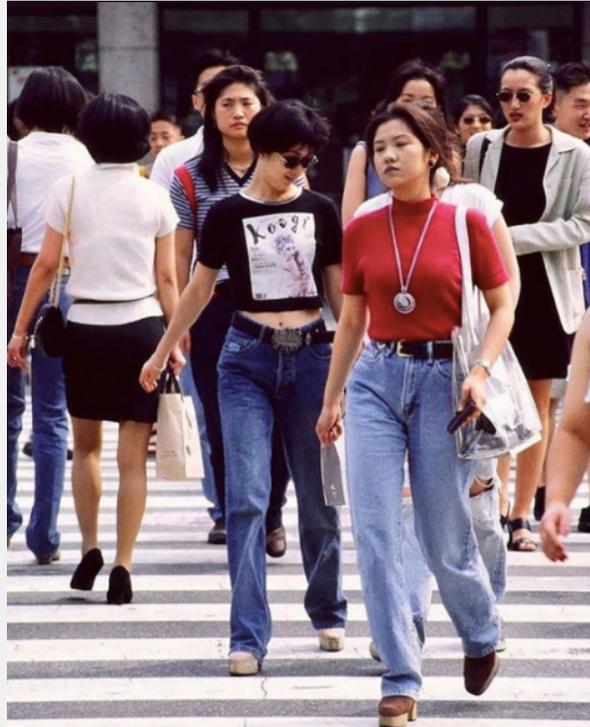
<그림 1> 1880년부터 2030년까지 150년간 8단계 세대 구분(미국 기준) (문형남, 2023)



〈그림 2〉 2024년 연령별 추계인구 (KOSIS, 2024)

각자에 대한 인식, 서로에 대한 태도 등

재! 이제부터 써 내려가는 글 내용이 중요하다. 민감할 수 있는 주제여서 부담스럽지만 용기를 내 과감하게 써 보자. 필자가 속한 '제2 베이비붐' 세대에게 사회·문화적으로 많은 영향과 유산을 물려 준 세대는 단연코 '베이비 붐' 세대 일 것이다. 이들 세대가 물론 '부모 세대'는 아니지만 대학 입학과 함께 실질적으로 시작되는 사회생활에서 처음 접하게 되는, 우리에게 '직전 기성 세대(일명 선배 세대)'이며 (예를 들면) 전공레슨 해 주신 교수님 혹은 동아리 방에 술 사주러 온 졸업한 선배님이 이들이다. 필자(91학번)도 역시 그 당시 동아리 방을 찾아 온 졸업생 선배님(74-83학번)들과 학교 인근에서 저녁시간을 보내며 자연스럽게 직전 세대의 모습을 보고, 가치관을 접할 수 있었다. 그 당시 어린 마음에, 무거운 느낌을 키워드로 표현 해 보면(물론 좋았던 점이 더 많다), '열심히 해야 한다 - 경직', '그냥 해 - 불문', '가자 - 직진', '마셔 - vomiting', '막차 타야 되는데 - 걱정' 등 이었던 것 같다. 본 원고의 작성 의도 상, 이런 느낌과 생각을 그냥 '아날로그' 라는 범주에 넣어 버리고 싶다. 한편 재밌게도 X 세대(사진 1)로 또한 편집된 필자는 '서태지와 아이들', '신해철' 등 아티스트 덕분에 시대의 변주를 탈 수 있었다. 이를 '개인주의', '개성추구', '자유롭게', '나는 나' 등 키워드로 담고 싶다. 재! 30년이 지난 지금, 필자의 내면을 투영 해 보면 한 견에 '아날로그'가 형성되어 있으며 그 주변을 무언가 '소프트' 한 것이 둘러싸고 있다. 현재 필자는 'Hard'와 'Soft'가 절묘하게 공존하고 있다. 필자는 이러한 상태로 MZ 세대 팀원들을 마주하고 있다.



〈사진 1〉 X 세대 시절 출근 모습

이처럼 필자를 들여다봤으니 다음은 밀레니엄(Y) 세대이다. 이들은 회사에서 가장 빈번히 접하는, 함께 많은 업무를 해결하는, 성과를 내기 위해 없어서는 안 되는, 진정 필자에겐 차(車)·포(包)와 같은 존재이다. 과연 이들을 올바르게 표현 할 수 있을까? 가장 가까이에 있지만 정말 모를 수도 있다. 그래도 써 본다. 밀레니엄(Y) 세대에 대한 필자의 인식을 정리 해 본다. 먼저 이들은 정말 많아 보인다. ‘아니’ 이 말은 무슨 의미냐? 무슨 의미냐 하면, ‘1-2차 베이비붐’ 세대 보다 인구수가 적지만 그렇게 안 느껴지는 거다. 사회생활 하면서 어디에든 있고 무얼 하든 접한다. ‘왜 그럴까?’ 필자의 이해가 맞다면, 이들 세대는 대체로 잘 모이고 뭉친다(사진 2). 한 마디로 세대 일원들이 끈끈하다. 조금 거짓말 보태서 얘기하면 ‘부서 회식은 몰라도 이들 간 모임은 꼭 간다’ 정도로 표현 하겠다. 이를 바탕으로 정보가 잘 흐른다. 정보의 유·무 의미를 떠나 이는 일을 할 때 큰 동력이 된다. 또한 이들은 목표의식이 뚜렷하고 스스로 동기부여를 잘 한다. 결국 자발적 참여가 이루어지고 성과를 내기 위해 속도감 있게 일을 진행한다. 한편 세기말(?)의 영향(기운)도 받았는지, 필자 세대와 견줄 수 있을 하드코어도 한편에 간직하고 있는 듯 하다. 예를 들면 음주 성향 등에서 느낄 수 있다.



〈사진 2〉 술 강요 사라지고 1차면, MZ세대도 “회식 좋아요”

이젠 거의 자식 세대인 Gen Z를 살펴보려 한다. 필자의 딸 자식 머리 속에 무엇이 담겨져 있는 지도 모르고 이해의 가역 폭(Bandwidth)이 얼마나 될지 모르지만 용기를 내 써 본다. 먼저 이들 세대에게 점수를 주고 싶다. 이유는 다른 세대가 경험 해 보지 못한, 강렬한 입시 경쟁을 경험 해 본 세대이기 때문이다. 현 부모세대가 자식세대에게 농담 반 진담 반으로 말하는 “지금 나 였으면 출신대학 못 간다”는 이 말이 부모세대에게겐 천만다행으로, 자식세대에게겐 신세한탄으로 다가가는 실로 블랙코미디 급 상황이다. 유치원 시절부터 크고 작은 허들을 넘어 온 이들 세대가 대학교·대학원을 보내며 현재의 그들이 되는 동안, 내면에 무엇을 채워서 왔을까? 우선 자신감을 가지고 있다. 실제 각 세대의 능력, 가치 등을 일반화 하여 객관적인 performance를 보더라도 Z 세대가 더 높은 점수를 받을 듯 하다. 또한 어려서부터 경쟁(사진 3)을 통한 평가에 익숙하다 보니 ‘공정함’에 민감한 듯 하다. 여러 사회적 찬스로 줄 타서 쉽게 쉬프트 하는 주변을 부러움(?) 속에 못 마땅해 한다. 2015년 세상에 나온 신조어 ‘흠 수저’가 이들 세대를 관통한 키워드임은 틀림없다. 한편 이들 세대는 본인에게 아낌없이 투자한다. 누구에게 어필하고 싶은 걸까? 정확히 모르겠지만 이들은 개인 가치에 부합하면 pick 하는 거 같다. 필자는 이들의 이런 특징 중에 ‘회사 생활 중 고민 후 원하면 떠난다. 이직 혹은 공부’의 선택에 대응해야 한다. 이에 눈치를 본다.



〈사진 3〉 요즘 애들이 더 힘들어요

각 세대들 간의 서로에 대한 인식, 태도 등은 어떨까? 필자 생각의 범주가 제한적이지만 대략 경험과 이해의 영역에서 써 보려 한다. 밀레니엄(Y) 세대는 후배들이지만 동등 동료 혹은 친구에 가깝다. 실제로 필자는 그렇게 설정하고 있다. 인식이 이러한 이유 때문에 그들의 얘기를 잘 듣고 대체로 원하는 것을 해 주려 한다. 한편 Z 세대는 아득한 후배들인데 일단 너무 귀하다. 회사원 이므로 회사의 미래가 중요한데 이들은 한 명이 정말 중요하다. 우스갯소리로 한 MZ 직원에게 '주변에 너 밖에 없어 앞으로 큰 사고만 안 치면 본부장 된다'라고 말하곤 한다. 상황이 이러한 지라 이들을 상대할 때 필자는 대체로 수비적으로 간다. 세계 가다가도 눈치를 본다. '잘한다', '잘하고 있다'라고 칭찬을 많이 하는 편이다. 이제 다음 장에서 쓸 내용인데 '그럼 이들은 나를 어떻게 불렀지?'에 대한 생각을 적어보려 한다. 틀려도 할 수 없다. 온전히 내 원고이니까.

서로 간의 화학 작용, 이로 인한 사회적 부산물

앞서 언급한 것처럼 '밀레니엄(Y) 세대'의 강한 기질을 엿볼 수 있는 대목 중 하나는 '회식(술) 자리' 에서다. 이들이 '술이 세다'를 얘기하는 게 아니라 자기 생각과 판단을 명료하게 주장 한다는 말이다. 술 자리에서 의견을 거침없이 개진한다. 필자가 들어봐도 다 맞는 얘기이며 의도가 좋다. '어떻게 저런 생각을 했을까?' 하는 통찰의 깊이와 순수함도

느껴진다. '내가 나가도 회사는 망하진 않겠구나(?)'라는 생각도 들게 한다. 실제 고용 의도에 맞게 회사의 현재와 미래를 위해 열심히 한다. 반면 선배 세대의 비합리 혹은 부조리에 대한 비판의식이 강하다. 이를 보면 그냥 넘어가질 않는다. 일례로 요즘 대기업 3-4세대 경영이 시작 중인데 오너家 중심의 경영진이 계열사에서 넘어오는 리포트를 재차 검토하리란 생각도 든다. 신선한 밀레니엄(Y) 세대의 역할(직접 보고)이 이 때문에 나온다는 생각이다. 회사의 허리로 서 누구보다 회사 사정을 잘 알고 있어, 이들 의견이 중요하고 사내 여론을 만들어 가기도 한다. 일환으로 현재 이들이 임원, 보직자 평가를 하고 있다. 반면 일부는 후배 세대(Gen Z)에 끈대 소릴 듣기도 한다.

Gen Z 또한 능력으로만 보면, 밀레니엄(Y)을 능가한다. 특히 스마트 업무에는 독보적이다. 이들 덕분에 자극받아 AI 기반 업무효율 향상(?)을 실현하고 있다. 대체로 필자의 걱정은 럭비공 혹은 탱탱볼 같은 이들과 '어떻게 오랫동안 잘 지내느냐?'에 있다. 사실 꽤 오래 전부터 이들은 인터넷 커뮤니티 '블라인드' 등에서 1) 직장 내 불만, 2) 회사관련 정보, 3) 동료와의 관계 등에 대한 생각과 의견을 적극 표출하고 있다. 익명성이 보장된 공간이라 개인적 불만도 많이 올린다. 어디서 어떻게 알든 간에 결국 필자 세대로서 잘 듣고 잘 해결해야 한다. 사실 직원들에게 '어려운 점 없니?' 묻긴 하지만 얘기를 잘 안 해 준다. 필자가 '끈대'로 의심 받고 있는 것일까?

필자는 머지않아 '인생 제 1막'의 은퇴를 앞둔 세대이기도 하다. 이에 현직에서 잘 마무리하고픈 심정이다. '떨어지는 낙엽도 피하는' 마음으로, 회사에서 밀레니엄(Y), Gen Z 직원들과 잘 지내고 싶다. 사실 모든 게 조심스럽다. 1) 말 많으면 끈대 혹은 2) 아무 말 없으면 무책임으로 몰릴 수 있다. 둘 사이에 절묘하게 포지셔닝 해야 한다. 직원들에 대한 역할과 책임(R&R)을 절묘하게 부여해야 하고 회식 타이밍을 절묘하게 잡아야 한다. 경험 많은 상사의 축을 발휘해야 한다. 또한 관찰아 보이는 선배로 이미지 제고를 해야 한다. 결국 '소통'을 통해 불평과 불만을 줄여야 서로 간 '신뢰와 믿음'이 생긴다. 결국 제일 중요한 것 아닐까?

점차 요구되는 태세 전환, 다양한 공존 방식 만들기

결국 먹고 사는 얘기인 듯 하다. 작게는 회사에서 만난 후배 세대 직원들과의 '함께 더 멀리' 다른 표현으로 '함께 잘 먹고 꽤 오랫동안 잘 살자'이며 대상 범주를 좀 더 넓게 보면 필자가 활동하고 있는 산학연 소사이어티 분들도 해당될 수 있다. 여기까지 적어본 김에 '뭔가'를 던지고 싶다.

혹여 '곧 집에 갈 인간이 지 걱정이나 하지'라고 하셔도 어쩔 수 없다. 후배 세대에 도움받아 잘 지냈으니 역시 도움을 줘야 한다. 첫 번째 제언은 '권한의 대폭적 이양'과 더불어 '파격적 인사 단행'이다. 선도 기업에선 이미 이루어진 세 삼스럽지도 않은 얘기이지만 전반에 캠페인이 되었으면 한다. 과거 일부 도제식 교육을 받았던 필자 세대와 후배님들은 확연히 다른 환경 속에 있다. 1) 차고 넘치는 정보, 2) 관점에 따른 가치 창출, 3) 전에 없던 새로운 '무엇'을 요구하는 사회이기 때문에 후배들의 말랑말랑한 사고와 스피드가 필요하며 이는 신속한 '수행'으로 이루어져야 한다. 일편으로 필자도 많은 대화 속에 담당 후배의 판단이 의사결정에 녹아들도록 하고 있다(물론 모든 책임은 필자가 진다). 또한 다 이내믹한 환경에 맞설 후배 인재들의 파격 인사도 필요하다. 더 나아가 이미 국책연구원 등에서 시행하고 있는 '순환

보직 제도'가 회사 팀 내에도 도입 되었으면 한다. 앞으로 도래할 환경에 맞는 '수평적 리더십'이 발휘될 수 있다. 다른 한가지 제언은 '육성(사진 4)'에 관한 내용이다. 우선 '바빠도 사내·외 교육은 빠짐없이 보내자. 특히 해외 컨퍼런스 등에 꼭 보내자. 선배들은 온라인 컨퍼런스 콜 하고 실무 후배들에게 양보하자. 만약 본인이 꼭 가야 하면 혼자 가자. 후배들 귀찮게 하지 말고'. 이외 '근무시간 유연제', '사내 지정석 폐지' 등도 실효성을 높였으면 한다. 한편 서비스로(?) 학회에도 제언하고 싶다. Z 세대 학생회원들도 엄연한 학회 중심이므로 1) 학생 전담이사 제도 도입, 2) 학술대회 시, 학생 좌장 추천 등 기성세대와 동등한 위치에서 학술활동을 할 수 있도록 지원 해 주시면 좋다.



〈사진 4〉 한화 우주영재 프로그램 '우주의 조약돌' 2기 개강

“서로 이해하고 함께 더 멀리 갈까요?” – 마치며 –

필자가 '두서없이' 원고를 써 내려 감에, 혹자는 '밀리넨(γ), Z에 대한 러브레터 인가?' 혹은 '달라질 건 없을 걸?' 이라 고언 해 주실 수도 있다. 저도 추석연휴에 글을 쓰면서 '잘 하는 건지?' 의문이 들었지만 학회에서 주신 기회를, 본 원고를 보내 살리고 싶다. 힘든 세상 함께 살아가고 있는 우리인데 '너무 바쁜 나머지' 서로를 잠시 잊고 지낸 건 아닐지. 이런 생각에서 글을 시작하고 마친다.

참고문헌

1. 문형남 (2023), “세대 구분 총정리: 베이비붐세대, X세대, Y세대(M세대), Z세대, 알파세대”, 네이버 블로그 (naver.com).
2. KOSIS (2024), “성 및 연령별 추계인구(1세별, 5세별) / 전국”, 국가통계포털 (kosis.kr).
3. 아이즈매거진 (2020), “그때 그 시절 X세대가 사랑했던 패션”, 네이버 포스트 (naver.com).
4. 충청투데이 (2022), “술 강요 사라지고 1차만, MZ세대도 ‘회식 좋아요’”, 충청투데이 (cctoday.co.kr).
5. 연합뉴스 (2022), ‘베이비부머’~‘Z세대’ 학생 일상 “요즘 애들이 더 힘들어요”, 연합뉴스 (yna.co.kr).
6. 한화에어로스페이스 (2023), 뉴스룸 | 한화에어로스페이스 (hanwhaerospace.com).