

(21.6.28 월) "열심히 일할 필요 있나"...6급으로 입사해 25년간 승진 못해(매일경제)

공무원 수가 늘더라도 국민의 후생·복지 수준이 실질적으로 증대하는 데 기여하면 인원과 인건비 증가를 마냥 반대하기는 어렵다.

문제는 인원 증가로 일은 하지 않고 '공로연수'로 쉬면서 자리(직)만 지키는 고위직이 늘어나는 등 조직의 '비효율성'이 갈수록 심각해지고 있다는 데 있다.

이는 공무원 인사적체 심화 등 여러 부작용을 낳고 있다.

16일 서울시에 따르면 서울시 연구 직렬로 1995년에 입사한 A씨의 경우 공무원 입사 당시 직급인 연구사(6급 상당)로 만 25년간 근무하고 지난해 말 퇴직했다.

처음 들어올 때 직급인 6급에서 25년 동안 단 한 등급도 승진하지 못한 것이다.

연구 직렬에는 5급 연구관 68명이 버티고 있는 통에 이들이 한 명이라도 퇴직하지 않으면 승진 길이 아예 막혀 있기 때문이다.

서울시 관계자는 "A씨처럼 연구직뿐만 아니라 수산직 등 다른 직렬도 열심히 일하지만 승진하지 못하고 퇴직하는 사례가 속출하고 있다"고 지적했다.

중앙부처의 공직 인사 적체도 심각한 수준이다.

2019년 '중앙공무원 승진 평균 소요연수'에 따르면 4급에서 3급까지 승진하는 데 평균 9년 7개월이 걸리는 것으로 나타났다.

5급에서 4급까지 9년1개월, 6급에서 5급까지 9년 4개월, 7급에서 6급까지 8년 5개월 등 한 급수 승진에 8~9년이 소요되고 있는 셈이다.

기획재정부의 경우 5급에서 4급 11년, 4급에서 3급 10년 10개월이 소요됐다.

지방직 공무원도 크게 다르지 않다. 박재호 더불어민주당 의원실에 따르면 지방직 공무원이 9급에서 5급까지 승진하는 데 25.4년이 걸린 것으로 나타났다.

## (21.6.29 화) 車 노조가 띄운 정년연장, 청년 직원들이 막아섰다(조선일보)

지난 14일 이상수 현대차 노조위원장은 민주노총 산하 완성차 3사 노조를 대표해 ‘고용상 연령차별금지 및 고령자고용촉진법’ 개정을 촉구하는 청원을 국회 청원 게시판에 올렸다.

‘현재 60세인 정년을 국민연금 수급 시기에 맞춰 최대 65세로 연장해 달라’는 것으로, 사측에 정년 연장을 요구해왔던 노조가 국회를 향해 이를 아예 법제화해 달라고 나선 것이다.

노조는 “한창 활동할 나이에 퇴직을 하면 고령자들은 경제적 부담이 커지고 저출산 문제로 향후 노동력이 부족해 질 수 있다”며 “정년 연장으로 노동자들은 안정적 노후를 유지할 수 있고 기업은 숙련된 노동력으로 고부가가치 상품을 만들 수 있다”고 주장했다.

다음 날인 15일 청와대 게시판에 ‘정년 연장 반대’ 청원이 올라왔다.

‘완성차 3사 중 한 곳에서 일하는 MZ세대 현장직’이라고 밝힌 청원인은 “친환경차로 바뀌는 기로에서 변화에 대응할 수 있는 인재 공급이 필요한데 노조는 변화와 (그에 따른) 기술을 준비하지 않은 채 본인들의 존속을 위해 숙련된 노동자라는 말로 베이비붐 세대의 정년 연장을 외치고 있다”고 비판했다.

그는 “정년 연장은 기업이 유능한 인재를 고용하기 어렵게 만들고 청년 실업을 야기할 것”이라고 주장했다.

16일 현재 노조의 국회 청원은 1만 여명이, MZ세대 직원의 청와대 청원에는 1,300 여명이 동의를 표시했다.

김용진 서강대 교수는 “정년 연장은 고령화 시대에 진지하게 논의해야 할 과제지만 일자리가 감소하는 자동차 업계에선 세대 간 격돌이 일어날 수밖에 없다”며 “고용 유연성이 확보되지 않은 상황에서 정년을 연장하면 기업과 청년에 부담을 늘리는 결과만 초래할 수 있다”고 말했다.

정년 연장은 노동계의 뜨거운 감자가 되고 있다.

현대차·기아·한국GM 등 자동차 노조 외에도 조선 중공업, 석유화학, 철강처럼 생산직 비율이 높은 대기업 노조도 수년 전부터 정년 연장을 요구해 왔고, 한국노총은 올해 정년 연장을 공론화하겠다고 밝혔다.

국민연금을 받는 시기가 출생 연도별로 63~65세이니, 60세에 정년퇴직하면 생기는 ‘월급 공백’을 메워달라는 것이다.

그러나 이런 요구에 경영계는 물론, MZ세대 직원들의 반감도 상당하다.

생산직의 정년 연장은 그만큼 청년 일자리 감소와 자신들이 받아야 할 성과급 감소로 이어질 수 있다는 주장이다.

조선 중공업 업계에서도 정년 연장 요구가 지속적으로 나오고 있다.

삼성중공업 노동자 협의회는 65세로 정년 연장을 꾸준히 요구하고 있고,

현대미포조선 노조는 지난해 임단협에서 요구했던 정년 연장(62세)을 올해도 요구할 계획이다.

지난 15일 김동명 한국노총 위원장은 광주지역본부 간담회에서 “경제사회노동위원회(경사노위)에서 정년 연장을 공식 의제로 올려 단계적으로 공론화할 예정”이라고 말한 것으로 알려졌다.

한국노총은 국민연금 수급 연령과 법정 정년을 맞추는 방안을 강력히 추진하겠다는 방침이다.

그러나 경제 단체들은 정년 연장을 위해서는 고용 유연성 확보가 필수적이라고 말한다.

김용춘 한경연 고용정책팀장은 “일본은 인구 감소로 일손이 부족하니 노사가 모두 원해서 정년 연장을 하고 있다”면서 “반면 청년층 체감 실업률이 24.3%에 달하는 한국에선 청년들의 취업문이 더욱 좁아질 수 있다”고 말했다.

한경연에 따르면 현재 구직자 1명당 남아있는 일자리 수가 일본은 1.18, 한국은 0.45다.

정년 연장의 부작용을 줄일 유일한 대안은 임금피크제이지만 이 또한 도입하기 쉽지 않다.

재계 관계자는 “주요 노조는 정년 연장 도입과 임금 피크제 폐지를 함께 요구하고 있다”면서 “정년을 늘리면서 계속 고임금을 줄 수 있을 정도로 여유 있는 기업은 없다”고 말했다.

이항구 자동차산업연구원 연구위원은 “호봉이 아닌 성과에 따른 연봉 지급, 고용 유연성 등이 확보되지 않은 상태에서 정년 연장은 기업 경쟁력을 크게 약화시킬 수밖에 없다”고 말했다.

(21.6.30 수) **W보너스 질문** 역차별을 주장하라...이준석이 트럼프와 공유하는 것들(한겨레)



기존의 좌우 기성 엘리트들을 부정하고, 보수적인 사회문화 가치를 옹호하는 우파포플리즘이 동력인 트럼프주의가 한국에 언제, 어떻게 출현할지는 관심사였다.

이제 트럼프가 한국을 본격적으로 찾아왔다.

그와는 나이와 스타일이 전혀 다른 인물을 통해서다. 이준석이다.

애초 트럼프는 그와 나이와 언행이 비슷한 홍준표 전 자유한국당 대표를 통해 빙의할 것으로 안팎에서는 추측됐다.

기성좌우 엘리트들을 폄하하고, 보수적인 우파 가치를 적극적으로 옹호하고, 마초적이고 거침없는 언행이 비슷했기 때문이다.

그런데 트럼프는 홍준표와는 전혀 스타일이 상반되는 이준석에 빙의해, 그를 국민의힘 당대표로까지 부상시켰다.

트럼프 대통령 당선은 공화당 지지층의 반민주당 정서가 저학력 백인 중하류층의 불만과 결합한 것이다.

이준석 당대표 당선 역시 국민의힘 지지층의 반민주당 정서, 즉 정권을 회복해야 한다는 절박한 욕구가 2030 젊은 층의 불만과 결합한 것이다.

미국에서는 역사상 최초의 흑인 대통령이라는 버락 오바마의 집권에 대한 반발이 배경이고, 한국에서는 촛불혁명으로 탄생한 문재인 정부에 대한 실망이 배경이다.

*자유주의적이고 진보적인 정권에 가졌던 기대가 충족되지 않은 것이 공통적이다.*

미국 공화당이나 한국 국민의힘 지지층의 정권 회복 욕구는 저학력 백인 중하류층이나 2030 젊은 층이 기존의 좌우 엘리트나 기성세대에 가진 불만을 전적으로 수용했다.

그 결과는 기성 정치인이 아닌 새로운 인물에 대한 선택이다.

하지만 대중은 새로움을 원하면서도, 익숙함도 원한다.

그 결과가 대중 매체에 연예인처럼 노출된 트럼프와 이준석이다.(트럼프는 약 10년간 취업 리얼리티 TV 프로그램에서 취업여부 결정자였고, 이준석은 서바이벌 게임 TV 프로그램에 2개 시즌에 출현하여 지적능력과 판단력이 있음을 대중에게 보임)

‘새로운 익숙함’이라는 필요조건에서 홍준표는 애초부터 탈락의 대상이었다.

이에 더해 홍준표는 또 다른 필요조건도 걸었다.

즉, 트럼프는 미국에서 대중이 가장 선망하는 ‘백만장자’ 이고, 이준석은 한국 사회에서 청년들이 갈망하는 ‘좋은 스펙’ 을 완벽하게 갖췄다.

거친 말을 하고, 비합리적 주장을 하는 트럼프와 세련된 말을 하고 기존의 비합리적 주장을 배격하는 이준석은 스타일에서 다르다.

하지만 그들의 언행이 전하는 콘텐츠가 다른 것은 아니다.

두 사람은 모두 ‘역차별’ 을 지적하며, ‘공정한 경쟁’ 을 주장한다.

기존의 다수나 주류가 소수와 비주류들에 비해 차별받고 있다고 주장한다.

트럼프를 지지하는 저학력 백인 중하류층들은 소수인종과 이민자들 때문에 자신들의 정당한 몫이 줄어들었다고 분노한다.

이준석을 지지하는 2030세대, 특히 젊은 남성들은 여성이나 약자 우대 정책들은 공정한 경쟁이 아니라고 주장한다.

트럼프는 백인 민족주의 세력들이 도발한 인종주의 폭동의 책임을 진보세력이나 유색인종에게도 돌리는 인종주의적 선동을 지속해왔다.

내각이나 백악관을 백인, 특히 백인 장년 남성으로 채워놓고는, 실력에 따른 공정한 결과라고 주장한다.

이준석은 자신의 저서 제목을 <공정한 경쟁>이라고 명명하고, 여성이나 청년, 약자에게 가산점을 주는 제도는 공정한 경쟁이 아니라고 주장한다.

“모두가 자유로운 세상은 정글” 이고, “정글의 법칙, 약육강식의 원리… 그것이 자연의 섭리” 라고 본다.

트럼프와 이준석, 그리고 그들을 지지하는 사람들 사이의 모순은 거기에서 나온다.

트럼프와 이준석이 약육강식, 정글의 법칙이 공정한 경쟁이라고 주장하는 것은 그들이 그 논리의 승자이기 때문에 당연하다고 할 수 있다.

그러나 그런 현실에서 뒤처지고 불만을 품은 사람들이 트럼프와 이준석을 지지하고 있다.

기성 체제의 최대 수혜자이자 승자인 트럼프와 이준석이 그 체제에서 낙오되고 불만을 품은 사람들의 대변자가 되는 모순된 현실이다.

트럼프와 이준석에 대한 환호는 진보의 정체성 정치도 한몫했는지 성찰할 필요가 있다.

진보세력에서는 68혁명 이후 사회 대중의 전반적인 사회경제적 지위를 향상시키는 운동이 동력을 찾지 못하자, 소수와 약자의 정체성에 기댄 동원 정치의 비중이 커졌다.

양극화가 진행되는 상황에서 인종·젠더·종교 등 민감한 정체성 문제를 두고 첨예한 문화전쟁이 벌어지는 동안 진보운동의 동력이 되어야 할 다수 집단의 중하류층들이 보수화됐다.

트럼프가 출현한 배경의 하나다.

트럼프는 이제 이준석을 통해 한국에 왔다.

## (21.7.1 목) 美 밀레니얼 백만장자 절반, "암호화폐 자산 보유중"(CNN)

미국 방송사 CNBC의 6월 10일(현지 시각) 자 보도에 따르면, 지난 4~5월 시카고의 컨설팅 기관 스펙트럼 그룹(Spectrem Group)이 주관한 '온라인 백만장자 설문조사(online millionaire survey)'를 통해 미국 밀레니얼 세대(1980년대 초~2000년대 초 출생 세대) 백만장자 47%가 재산의 25% 이상을 암호화폐로 보유하고 있는 것으로 확인됐다.

또한, 약 33%는 재산의 절반 이상을 암호화폐로 보유하고 있는 것으로 밝혀졌다.

투자 가용 자산이 100만 달러(한화 약 11억 원) 이상인 투자자들을 대상으로 진행된 이번 조사는 다수의 젊은 세대가 암호화폐 자산 보유를 선호한다는 추정을 구체적으로 뒷받침한다.

연구는 또한 밀레니얼 백만장자들과 그 외 세대의 백만장자 간 암호화폐를 통한 부의 창출에 있어 세대 차이가 확실히 존재한다는 사실도 보여준다.

조사에 따르면, 미국 백만장자 중 베이비붐 세대(1946년~1964년 출생 세대)중, 무려 98%가 암호화폐를 보유하고 있지 않다고 답했다.

반면, 밀레니얼 세대 백만장자 750명 중, 거의 절반 가까이가 암호화폐를 소유하고 있다고 답했으며, 40%는 현재 암호화폐를 가지고 있지 않지만, 구매를 고려해 본 적 있다고 답했다.

스펙트럼 그룹의 조지 월퍼 최고 경영자(CEO)는 "젊은 세대는 암호화폐에 대해 알려진 것이 거의 없을 때부터 일찌감치 시장에 뛰어들었다"라고 밝혔다.

또한, 그는 "고령의 투자자들이 암호화폐가 합법적인 자산인지에 대한 의문을 가지고 있는 동안, 젊은 투자자들은 암호화폐 투자를 새로운 흐름이라고 보고 적극적으로 도전했다"고 전했다.

암호화폐 자산 중 하나인 대체 불가능한 토큰(Non-fungible token, NFT)에 대한 주관적 인식 조사에서는 세대 간의 차이가 더욱 극명하게 드러났다.

조사 결과 전체 백만장자 중 3분의 1 이상이 NFT가 '과도한 유행(over-hyped fad)'으로 본다고 밝혔다. 그러나 밀레니얼 세대 백만장자의 약 3분의 2가 NFT 자산이 앞으로 '차세대 거물(Next big thing)'이 될 것이라고 답했다.

조지 월퍼는 이러한 인식 차이에 대해 "NFT가 최근에야 언론에서 보도되기 시작했기 때문에 기성세대들의 이해가 보다 뒤쳐져 있다"고 분석했다.

한편, NFT는 최근 몇 년간 새로운 소유 방식의 가상 자산으로 주목되어왔다.

올해 초부터는 금융계에서도 주류 자산으로 인정받기 시작했으며, 젊은 투자자들의 관심 증대에 따라 각종 금융 기관들의 자산관리 사업 변화에도 계속해서 영향을 미칠 전망이다.

(21.7.2 금) 카스피해 27년만에 '바다' 결론.. 자원개발 힘실린다(디지털타임스)



27년 동안 바다인지, 호수인지 논쟁을 벌여온 카스피해가 결국 '바다'로 결론이 나왔다.

세계 3위규모의 석유와 천연가스 매장량을 갖춘 카스피해 논쟁이 종식되면서 이 지역 자원 개발에 속도가 붙을 전망이다.

12일(현지시간) AFP통신은 아제르바이잔, 이란, 카자흐스탄, 러시아, 투르크메니스탄 정상 이 날카자흐스탄 서부 악타우에서 '카스피해 연안 5개국 정상회의'를 열어 카스피해의 법적 지위에 관한 협약에 합의했다고 보도했다.

회의 주최국인 누르술탄 나자르바예프 카자흐스탄 대통령은 "카스피해 지위에 관한 합의를 끌어내는 과정은 매우 힘들고 시간이 걸리는 과정이었다"면서 합의 도출을 평가했다.

이어 나자르바예프 대통령은 "해안선으로부터 15해리까지 영해로, 다음 10해리까지 배타적 조업수역으로 설정했다"고 밝혔다.

카스피해를 둘러싼 논쟁은 옛 소련이 해체된 후 주변 5개국이 해상 경계를 놓고 충돌하면서 불거졌다.

카스피해는 길이 1240km, 너비 320km, 면적은 한반도의 2배에 육박하는 40만km<sup>2</sup>에 달한다.

이 지역의 석유와 천연가스 매장량은 각각 500억 배럴과 8조4000억 m<sup>3</sup>로 추산된다.

페르시아만과 서시베리아에 이어 세계 3위 규모다.

카스피해를 둘러싼 논쟁은 담수보다 염수가 높아 바다라는 주장과 육지로 둘러싸인 내해로 생태계를 볼 때 호수라는 시각이 엇갈려 왔다.

특히 바다와 호수에 따라 적용되는 국제 법규·기준이 다르고, 각국 경계가 달라져 쉽게 결론을 내지 못했다.

이란은 카스피해에 대해 호수라고 주장하며, 호수를 공유하는 국가 사이에 적용되는 원칙대로 5개국이 20%씩 권리를 배분해야 한다고 주장해왔다.

반면 카자흐스탄·아제르바이잔·투르크메니스탄은 자신들의 연안에 자원 매장량이 많아 바다라는 입장을 고수해왔다.

이날 다섯 정상은 '역사적 합의'를 높이 평가하면서도 합의 내용을 공개하지는 않았다.

다만 카스피해를 '바다'로 규정하면서도, 세부 조항에서 '특수한 법적 지위'를 부여했다.

협상을 주도한 러시아 대통령실은 카스피해 대부분이 공동 이용 수역으로 관리되고, 해저 자원은 각국에 분할된다고 설명했다.

하지만 외신들은 5개국 가운데 이란에 돌아간 몫이 가장 적다며 이번 협상의 패자로 볼 수도 있다고 분석했다.

실제로 이란은 이번 합의가 법적 지위에 관한 합의일 뿐, 구체적인 권리 조정과 경계 확정은 더 논의를 해야 할 부분이라고 강조했다.

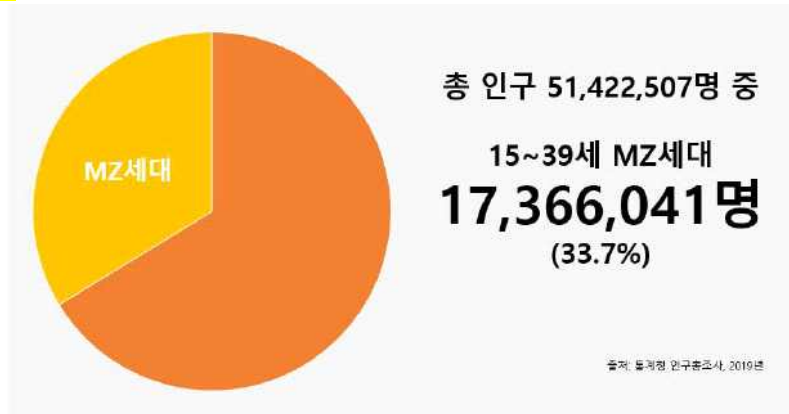
이번 협약은 또 카스피해 자원의 권리는 연안 5개국에만 귀속된다는 원칙도 확인했다.

이에 따라 러시아가 우려한 미국 등 다른 나라가 개입할 여지를 원천 봉쇄했다.

블라디미르 푸틴 러시아 대통령은 "이번 협약은 새로운 시대를 여는 중요한 합의"라면서 당사국 사이에 군사적 협력을 확대하자고 촉구했다.



## ₩보너스 읽기 500원₩ MZ세대 제대로 알아보기(생각의 힘)



MZ세대란, 밀레니얼(Millennials)의 M과 제네레이션(Generation)의 Z가 합쳐진 말입니다.

M세대는 1980년대 초~부터 2000년대 초출생한 세대로 정보기술(IT)에 능통하며 대학 진학률이 높다는 특징이 있습니다.

Z세대는 1990년대 중반~2000년대 초반 출생한 세대로 디지털 환경에서 자란 '디지털 네이티브(디지털 원주민)' 라는 특징이 있습니다.

통계청에 따르면 이 MZ세대는 2019년 기준 약 1,700만 명으로 국내 인구의 약 34%를 차지한다고 합니다.

'우리'를 더 중시했던 기성세대와는 다르게 자기애가 더욱 강한 MZ세대는, 스스로의 만족을 중시하며, 자신이 좋아하는 것에 투입하는 돈이나 시간을 아끼지 않는 성향을 가지고 있습니다.

MZ세대 사이에서 발생한 트렌드가 사회 주류 문화로 자리잡는 데까지는 약 1년 정도 밖에 걸리지 않는다고 합니다.

많은 기업들이 MZ세대를 상당히 중요한 소비자 타겟(Target 목표) 층으로 구분하고 있습니다.

15~39세 사이의 연령층인 이들은 생산과 소비 능력이 가장 좋은 세대로서 모든 서비스와 재화의 주요 이용 주체가 되고 있습니다.

MZ세대의 마음을 사로잡기 위해 이들이 좋아하는 것은 무엇인지, 추구하는 가치관과 생각은 어떠한지 알아야 합니다.

대학 내일 20대연구소가 공개한 MZ세대를 상징하는 5개 키워드인 '다만추세대', '후렌드', '선취력', '판플레이', '클라우드 소비'를 통해 MZ세대에 대해 자세히 알아보도록 하겠습니다.

다만추는 '다양한 만남을 추구한다'라는 뜻으로, '인만추' (인위적인 만남 추구), 자만추(자연스러운 만남 추구)등에 이은 새로운 개념입니다.

후렌드는 'WH0+Friend' 를 합친 말로 온라인에서는 누구와도 친구가 될 수 있다는 의미입니다.

최근 SNS DM(다이렉트 메시지)으로 연애히하는 등의 파격적인 추세를 나타냅니다.

선취력은 '先취력' 이란 의미로 원하는 바를 이뤄내기 위해 촛불집회, 국민청원 등을 통해 능동적으로 행동하는 성향을 나타내는 말입니다.

판플레이는 놀이판의 '판' 과 놀다는 '플레이(play)' 가 합쳐진 단어입니다.

콘텐츠를 단순히 보는 행위에서 끝나지 않고, 댓글을 달거나 직접 참여하는 등 모두가 참여할 수 있도록 하나의 놀이판을 만들어 나가는 것을 뜻합니다.

클라우드 소비는 구매보다는 구독을 통한 공유의 개념을 뜻합니다.

원하는 순간 딱 원하는 만큼만 니즈가 충족되길 바라는 소비로, 소유보다도 공유로 소비 밸런스를 맞춘다는 뜻입니다.



얼마 전 미국 빌보드 메인 싱글차트 '핫 100' 에서 1위에 오른 기염을 토한 방탄소년단(BTS)은 이제 대한민국을 대표하는 또 하나의 얼굴이 되었습니다.

그들의 활약은 음악 역사에 기록될 만큼 위대한 것이라 말해도 과언이 아니라는 생각이 듭니다.

미국과 영국에서는 그들을 향해 '비틀즈의 계를 잇는 그룹' 이라고 할 정도입니다.

'아미' 라는 BTS의 공식 팬들은 자신이 선망하는 스타의 세계관을 이해하기 위해 책을 읽고 공부를 하며, 외국의 팬들은 한국말을 배워 언어의 장벽과 국적을 넘어 함께 소통합니다.

BTS가 세계적인 그룹이 된 이유는 다양하겠지만 MZ세대의 트렌드와 맞아 떨어진 마케팅 전략이 큰 역할을 했다고 생각합니다.

'빅히트' 는 BTS 데뷔 초기, 자금력이 충분하지 않아 대형 기획사와 다른 마케팅 방법을 사용하였습니다.

멤버 각자에게 자신들이 살아가는 모습을 그대로 찍어 SNS를 통해 팬들에게 알릴 수 있도록 했고, 팬들과 소통 또한 소속사 직원들이 아닌 멤버들이 직접 할 수 있게 했습니다.

그로 인해 많은 팬들이 SNS를 통해 '직접' 좋아하는 스타와 글을 주고받을 수 있었고 BTS 멤버들 또한, 그들의 피땀 어린 연습 과정과 매일 매일 노력하며 성장하는 모습을 팬들에게 전할 수 있었습니다.

국가나 인종에 구애받지 않고 ‘다만추’로 이루어진 BTS의 팬클럽인 ‘아미’는 소셜미디어를 통해 활발한 활동을 이어나가고 있고, BTS 관련콘텐츠를 꾸준히 구독하며 공유함으로써 MZ세대의 모든 특징을 보여주고 있습니다.

‘아미’의 적극적이고 활발한 활동이 BTS가 세계적인그룹이 된 원동력이라 볼 수 있습니다.



kozico0914  
@kozico0914

#anysongchallenge #1  
노래 #anysong 아#아무  
오리지널 사운드 - kozico0914  
850K 개 '좋아요' · 11.8K 닷

지난 1월, #아무노래챌린지가 세간의 화제가 되었습니다.

가수 지코가 발매한 노래 ‘아무 노래’ 신곡을 홍보하기 위해 만든 챌린지가 트렌디한 소셜 미디어에서 유행처럼 번진 사례입니다.

아무노래 챌린지는 노래에 맞춰 춤추는 지코와 유명 연예인들이 함께 춤을 추는 모습을 짧은 영상으로 담아 공개한 챌린지였습니다.

아무노래 챌린지가 인기를 끌자 일반인들 역시 SNS 속 해시태그와 함께 아무노래 챌린지에 도전했다.

#아무노래챌린지는 9만 건 이상의 참여를 끌어내며 성공한 사례로 반년이 지난 지금까지 회자되고 있습니다.

이러한 해시태그 챌린지는 주인공이 되기를 주저하지 않는 MZ세대의 특성으로 더욱 빠르게 확산되었습니다.

MZ세대는 영상을 찍고, 불특정 다수가 볼 수 있는 공간에 공유하고 사람들과 소통하는 일에 주저하지 않습니다.

소셜 미디어의 팔로워 수가 곧 자신의 영향력이 되는 것을 경험한 MZ세대는 디지털 공간에서 관심을 유도하고 이를 활용하는데 누구보다 능합니다.

이제는 고객이 좋아할 만한 콘텐츠를 ‘먼저’ 찾아주고, 원하는 것들을 ‘즉시’ 편리하게 즐길 수 있는 환경을 마련해 주는 것이 중요한 때입니다.

이런 것을 가장 빠르게 개척해 나가고 있는 것이 바로 OTT 서비스시장입니다.

OTT(Over The Top) 서비스란, 인터넷을 통해, 언제 어디서나 콘텐츠를 시청할 수 있는, 일명 ‘스트리밍 서비스’로 알려진 사용자 중심 서비스를 말합니다.

월트디즈니는 주요 고객인 어린이와 젊은 여성은 TV보다는 유튜브, 넷플릭스와 같은 온라인 서비스를 점점 더 선호하는 추세로 인해 도태위기를 느끼고 있었습니다.

이로 인해 월트 디즈니 컴퍼니는 ‘디즈니 플러스’ 라는 온라인 스트리밍 서비스를 2019년 11월 개시하여 OTT시장에 본격적으로 뛰어 들었습니다.

OTT 시장은 이미 치열한 경쟁이 벌어지고 있습니다.

디즈니 플러스보다 더 저렴한 가격으로 스트리밍을 제공하는 애플을 비롯하여 왕좌의 게임, 프렌드 등의 인기 콘텐츠를 제공하는 온라인 비디오 서비스 ‘HBO 맥스’ 를 인수한 ‘AT&T’ 또한 올해 초 서비스를 시작하였습니다.

이미 OTT 시스템을 갖춘 콘텐츠 유통 업계의 승부는, 이제부터 양질의 콘텐츠를 누가 더 많이 확보하느냐가 관건이 될 것입니다.

앞으로는 더더욱 사용자의 흐름을 파악하는 것이 중요해지는 시대입니다.

사용자가 자주 접하는 디바이스의 환경, 주류 문화와 관심사가 어떻게 변화해가고 있는지 빠르게 파악할 수 있어야 합니다.

질문 1 : 한겨레는 트럼프와 이준석이 인기를 얻은 것은 공통적으로 어떤 기대가 충족되지 못했기 때문이라고 보는가?

답 :

질문 2 : 트럼프는 미국대중이 선망하는 ( 답 : ) 이고, 이준석은 한국사회에서 청년이 갈망하는 ( 답 : )을 갖추었다.

질문 3 : 다음 괄호에 있는 단어 중 맞는 것을 골라 동그라미로 표시하십시오.

트럼프와 이준석의 말투는 (같지만, 다르지만) 그들의 언행의 내용을 보면 두 사람 모두 (역차별, 공정) 을 지적하며, (공정한 평등, 공정한 경쟁) 을 주장한다.

질문 4 : 한겨레는 트럼프와 이준석, 그들을 지지하는 사람들 사이의 현실적인 모순은 무엇이라고 보는가요?

답 :

(질문 4 답 200원, 질문 1 ~ 3 각각 답 100원, 질문 2와 3은 답이 모두 맞아야 인정)