

ISU

2016 AUTUMN VOL. 86

INSIDE

Show me the 팀웍

이수C&E 마케팅팀

꽃보다 아재

2030이 말하는 '아재'이야기

OUTSIDE

몸도 마음도 힐링

해남 달마산 도솔암과 땅끝

What's new?

톡톡 튀어야 산다 '팝업의 경제학'



Contents

01

Coverstory



표지 모델

왼쪽부터 박은진 사원, 이명진 팀장, 정경진 대리

표지 작가_ 변영재

이명진 팀장을 필두로 이수C&E 마케팅팀을 이끌고 있는 정경진 대리와 박은진 사원. 눈빛 하나로 마음까지 읽어낸다는 그녀들의 강력한 팀웍이 빛을 발하고 있다.

올 하반기, 의미 있는 숨 고르기를 통해 2017년엔 거침없는 흥행 질주에 나서겠다는 세 사람. 그 비전과 열정이 사뭇 기대된다.

04

INSIDE

05 Focus & News

10 Show me the 팀웍

이수C&E 마케팅팀

14 Photo essay

사진으로 말하는 그들만의 이야기

이선옥_ 이수페타시스 품질관리팀 기선

권보영_ ㈜이수 경영지원팀 사원

16 커뮤니케이션 Talk

이수인들의 속 시원한 카운셀링

20 꽃보다 아재

2030이 말하는 '아재'에 대한 솔직담백 토크

26 이슈를 잡아라

이수시스템 비전 선포식

28 리더의 책장

김상범 회장 추천 도서

〈시를 읽은 그대에게〉

31

OUTSIDE

32 아이러브 Culture

시(詩), 예술의 언어에서 공감의 언어로 부활하다

38 이수미식회

이수애플리케이션 김정은 사보기자 추천식당

'구좌리 얼크니손칼국수'

42 몸도 마음도 힐링

해남 달마산 도솔암과 땅끝

48 스페셜 리포트

김영란법, 그것이 알고 싶다

52 What's new?

톡톡 튀어야 산다 '팝업의 경제학'

57 Ombudsman

58 퀴즈 및 엽서

(주)이수 계간 사보 2016년 가을호 통권 86호

발행일 2016년 10월 10일

발행인 김상범

발행처 (주)이수

주 소 서울시 서초구 사평대로 84

총괄진행 김정희 02-590-6895

사보기자 이수화학(이장구·김태준) 이수페타시스(이준경·김다혜)
이수건설(김대나) 이수시스템(김기혜) 이수창업투자(정유숙)
이수애플리케이션(김정은) 이수엑스캐(김재용) 이수엑사보드(김슬기)
이수엑사보드 인천공장(심경미)

제작디자인 크리스마스 기획실장 홍주희, 디자이너 민수기

인쇄 삼우아트(주)

본지에 실린 글, 그림, 사진 등 모든 자료들은 어떤 경우에도 이수그룹의 동의없이 사용할 수 없습니다. 본지에 게재된 내용은 해당 필자들의 견해이며, 이수그룹의 입장과는 다를 수 있습니다.



빛났던 상반기기를 돌아보고 도약할 하반기기를 구상하다

이수그룹 2016년 상반기 경영실적 및 하반기 전망 보고

지난 7월 26일 김상범 회장 및 각 계열사 사장단 등은 이수애플리케이션 판교 본사 5층 회의실에서 2016년 상반기 경영실적 및 하반기 경영전망 보고를 가졌다. 이번 보고 자리에서 김상범 회장은 “기본과 원칙을 무시하는 조금증을 버리고 책임의식을 바탕으로 하반기를 도약의 전환점으로 삼자”고 강조했다. 더불어 모든 참석자들은 성장하는 이수그룹을 위해 열정을 아끼지 않을 것을 약속했다.

(주)이수



제38회 KLPGA 챔피언십 성황리에 종료

이수그룹 제38회 KLPGA 챔피언십이 많은 사람들의 관심 속에 막을 내렸다. 9월 8일부터 11일까지 인천 영종도 스카이 72 하늘코스에서 열린 이번 대회는 박성현, 고진영, 장수연 등 KLPGA를 대표하는 여자 골퍼들이 총 출동했다. 승부는 연장 세 번째 홀까지 가는 접전 끝에 배선우 선수의 우승으로 마무리 됐다. 약 1만 명에 가까운 갤러리들이 모인 이번 대회는 극적인 승부와 다양한 볼거리로 골프팬들의 환호와 박수를 이끌어냈다. 이수그룹은 KLPGA 챔피언십을 통해 대외 인지도를 높이고, 브랜드 이미지를 제고할 수 있었다.

이수화학



직원 생애 설계 교육 실시

이수화학은 울산 및 온산공장의 50세 이상 직원 76명을 대상으로 생애 설계 교육을 실시했다. 울산 노사발전재단의 협조로 당사 독신자 숙소(기숙사) 1층 강당에서 진행된 이번 교육은 9월부터 10월까지 2일 과정으로 총 4차수에 걸쳐 이뤄졌다. 교육 내용은 정년 설계의 중요성을 깨닫고 퇴직 전 노후 준비에 대해 생각해 볼 수 있는 내용들로 마련됐다. 첫째 날 교육 종료 후에는 문수 힐링 피크닉장에서 임직원 모두가 야외파티를 즐기며 화기에 애한 시간을 가지기도 했다.

이수건설



창립 40주년 기념행사 가져

이수건설은 지난 9월 7일 창립 40주년 기념식을 청계산 이수봉 정상에서 가졌다. 이날 행사에는 제민호 대표이사를 비롯해 임직원 150여 명이 함께 했으며, 앞으로 다가올 새로운 변화에 대비해 2016년 중장기 경영전략 테마를 'Challenge & Change 2020'으로 선포하는 시간도 가졌다. 한편 이수건설은 2014년 중장기 경영전략 수립 당시 계획했던 성장모멘텀을 당초 계획보다 2년 앞당겨 달성하는 쾌거를 거둔 바 있다.



다양한 분야에 연이은 수주 성공

이수건설이 연이은 수주에 성공했다. 지난 7월 1,205억 규모의 '양산 범어주공1단지 주택재건축정비사업'을 수주한데 이어, 8월에는 '강원대학교 생활관' BTL 사업과 '울산신항 남항부두 3번선석 액체화물 저장시설 축소공사' 플랜트 수주를 달성했다. 9월에는 '고덕 국제화계 획지구 1단계 도시기반 전기공사'와 한국수력원자력으로부터 '청평댐 종합 보수 보강공사'를 수주했다.

이수창업투자



상영작품 소개

이수창업투자는 한국영화 및 외국영화에 지속적인 투자를 진행하고 있으며, 그룹 임직원들에게 좋은 작품을 소개하려고 노력하고 있다. 7~9월에 개봉한 한국영화 <밀정>, <타닐>이 관객들의 많은 관심을 받으며 상영됐다. 10~12월에는 한국영화 <아수라>, <마스터>, <스플릿>, <소중한 여인> 등이 개봉을 앞두고 있다. 상영 작품들에 많은 관심과 성원을 부탁한다.



<IBK-ISU문화콘텐츠조합> 결성 총회 열려

이수창업투자는 지난 9월 12일 이석주 대표이사를 비롯한 임직원과 조합원이 참석한 가운데 'IBK-ISU문화콘텐츠조합'의 결성 총회를 가졌다. 'IBK-ISU문화콘텐츠조합'은 정책자금 없이 구성되어 민간투자자인 IBK중소기업은행, 롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트, NH농협캐피탈(주), 이수화학이 출자자로 참여했으며, 총 100억 원 규모로 향후 5년간 존속하며 흥행이 예상되는 배급사별 텐트폴 영화를 중심으로 발굴·투자할 계획이다. 이석주 대표이사를 비롯한 이수창업투자 임직원과 각 조합원은 'IBK-ISU문화콘텐츠조합'의 성공적인 운용을 통한 조합의 안정적인 수익 확보를 위해 상호 협력하기로 뜻을 모았다.

이수페타시스



대구고용노동청 주관 일가양득 기업 실천 우수사례 공모전 장려상 수상

이수페타시스는 리프레시 휴가제, 자녀 지원 등 우수한 제도들로 지난 7월 26일 대구고용노동청이 주관하는 대구·경북 일가양득 기업 실천 우수사례 공모전에서 장려상을 수상했다.

이수시스템



이수엑사캠



창립 15주년 기념행사 가져

이수엑사캠은 지난 9월 2일 사내에서 제15회 창립기념식을 가졌다. 이날 행사에서는 모범상 수상자 표창, 기념품 지급, 볼링대회 등이 이뤄졌다.

강화도 나들길 환경미화 봉사

이수시스템은 지난 9월 24일 인천 강화도 나들길 환경미화 봉사를 진행했다. 이번 봉사는 이수시스템의 새로운 비전 선포식의 일환으로, 변화를 가로막는 잔재들을 깨끗이 청소하고 새롭게 출발하자는 의미를 담고 있다.

영화, 그 흥행을 위한 무한도전

이수C&E 마케팅팀

영화 투자배급사 이수C&E 마케팅팀은 올 8월까지 총 5작품을 선보였다. 한 작품의 마케팅 기간이 3개월인 것을 감안하면 '눈코 뜰 새 없었다'는 표현이 들어맞는다. 밥을 못 먹어도, 잠을 못 자도 '천만 관객'과 '흥행 성공'의 타이틀만 있으면 행복하다는 삼총사. 이명진 팀장을 필두로 정경진 대리, 박은진 사원이 빛어내는 마케팅팀의 하모니를 들어보자.



“ 이수C&E는 소비자에게 양질의 콘텐츠를 안정적으로 제공하고자 2014년 9월에 설립된 영화투자배급사이다. 마케팅, 배급, 해외, 관리 총 4개 부서로 이루어져 있으며 해외팀은 각종 해외 마켓에서의 작품 구매를, 배급팀은 작품의 개봉시기 확정 및 극장 유통 업무를 담당한다. 그리고 마케팅팀은 작품 구매와 극장 유통 사이의 모든 업무를 담당, 진행하고 있다. 각 팀의 성격은 다르지만 구매·투자 작품의 결정부터 개봉까지, '작품의 흥행'이라는 하나의 목표를 위해 유기적인 Work Flow로 운용되고 있다.

영화 마케팅은 매주 수십 편이 개봉하는 치열한 영화 시장에서 관객들에게 사전에 작품을 알리고 더 나아가 '선택'을 받기 위한 전략 수립과 정부터 시작된다. 배우, 감독, 이슈성 등 작품이 가지고 있는 자산과 작품의 퀄리티, 그리고 시장 상황과 경쟁작 동향 등을 고려해 작품의 손익분기를 추정, P&A(Print and Advertisement, 배급마케팅) 예산을 수립하고, 여러 시장 조사와 각 마케팅 파트너사(영상제작업체, 포스터제작업체, 광고대행사 등)와의 회의를 통해 작품의 컨셉 및 타겟, 효과적인 전략안을 도출하는 일이

다. 설계도를 잘 만들어야 튼튼한 집이 나오듯이 '컨셉'(제목, 카피라인, 포스터 및 예고편 등)이 대중의 흥미나 관심을 끌지 못하면 결국 흥행의 실패로 이어질 수 있어, 중요하면서도 크리에이티브적인 능력이 요구되는 단계이기도 하다. 이렇게 정해진 예산과 컨셉으로 온라인(PC, 모바일 및 SNS), 오프라인(옥외, 극장, TV 등) 광고 전략과 집행, 매스미디어 대상의 홍보, 각종 기업 및 매체와의 프로모션, 시사회 전략 수립 등 개봉 전 소비자들의 인지·호감도 제고를 위한 일련의 업무들을 진행한다.

어려운 점은 작품을 한 발짝 물러서서 객관적인 시각에서 분석하는 것이다. 작품에 애정이 크다 보면 객관적인 시각을 유지하기가 힘들기 때문이다. 반대로 누가 봐도 재미없는 영화, 안 될 영화를 하게 될 때는 이것저것 아무리 노력해도 반응이 올라오지 않아 힘이 빠진다. 특히 요즘에는 일반인들이 모두 '영화 전문가' 수준이어서 열심히 포장해도 해외 평, 성적 등을 다 찾아내 온라인에 퍼뜨려 난감한 상황을 맞을 때가 더러 있다.

보람을 느낄 때도 있다. 예전에는 '천만 관객 돌파' '최단 기록 수립' 등 흥행 성적에서 일의 보람을 느끼곤 했는데, 요즘에는 흥행 성적 못지않게 '과정'에서도 기쁨을 찾는 것 같다. 한 작품의 성공을 위한 끊임없는 아이디어션, 마케팅 파트너사와의 교류, 서로의 의견을 나누며 함께 만들어가는 일련의 과정에서 보람을 느끼고, 여기에 흥행까지 성공한다면 그 보람과 기쁨은 배가된다.

매번 좋은 성적을 거두지 못한 영화에는 안타까움이, 잘 된 영화에는 '관객이 조금 더 들었으면' 하는 아쉬움이 든다. 이런 감정들을 수시로 느끼다 보니 올해 가장 아쉬운 점도 '일부 영화의 부진했던 흥행 성적'이라고 말할 수 있다.

남은 2016년에는 마케팅 업무 특성을 고려해 팀원 개개인의 창의성과 기량 발전을 위해 재충전의 시간을 갖고자 한다. 자신의 발전을 위한 의미 있는 시간이 될 것이라 믿고, 2017년을 멋지게 채워가고 싶다. ”



취업준비생을 위한
이명진 팀장의 Advice

영화 투자배급사에서 일하려면?

일반적으로 영화 투자배급사라고 하면 영화 혹은 방송 등 콘텐츠 관련 학과를 졸업한 사람이 취업에 유리할 것으로 생각한다. 물론 제작사의 경우는 다르지만 꼭 그렇지만은 않다. 그리고 두 번째 오해는 '영화를 깊이 있게 아는 사람' 일수록 좋을 거라 생각하는데, 우리는 흔히들 얘기하는 '영화 덕후' 들은 기피한다. 예술성, 작품성 위주로 시각이 고정되어 있다면 대중적인 상업영화 업무를 함에 있어 적합하지 않기 때문이다.

뻗한 소리 같지만 영화와 공연, 책 등 다양한 콘텐츠를 접하는 시각과 트렌드를 읽는 능력을 기르는 것이 중요하다. 영화 마케팅을 하고 싶다면 영화 홍보부터 시작하는 것도 방법이다. 다만, 화려한 걸 보기와 다르게 험한 일들이 많으니 인내심과 원만한 대인관계는 필수다.





셋째 딸

사연_ 이선옥 기선 (이수페타시스 품질관리팀)

올해 2월, 드디어 셋째 딸이 태어났습니다.
 일곱 살, 열 살 두 아들만 있을 때는 '목메달'이라는 말이 줄곧 따라다녔는데
 이제는 200점 아빠가 되었습니다. 처음에는 아내의 임신 소식을 듣고 내심 걱정이 앞섰습니다.
 '애 셋을 어떻게 키울까'라는 생각 때문에 어깨가 무거웠었죠.
 하지만 어여쁜 딸이 태어나자 모든 건 기우에 불과했습니다.
 갓 태어난 셋째 딸을 안는 순간 가슴이 벅차오른다고 할까요?
 마음속에서 감동과 몽클함, 환희와 희망이 마구 솟구쳐 올랐습니다.
 요즘은 이런 생각을 많이 합니다. '우리 셋째 시집보낼 때까지 건강하고, 돈 많이 벌어야지'
 우리 집 셋째가 제게 열심히 살아야 하는 이유를 하나 더 보태 준 셈이죠.
 지금은 그래서 운동도 열심히 하고, 예전보다 회사 생활도 더 즐겁게 하고 있습니다.
 덕분에 스트레스로 빠진 머리가 다시 나기 시작하는 기이한 일도 생기구요.
 전 오늘도 아침 6시에 눈을 뜹니다.
 너무나도 소중한 우리 가족에게 '행복의 울타리'를 선물하고 싶기 때문입니다.
 때론 몸이 피곤할 때도 있죠. 하지만 마음만은 언제나 '맑음'입니다.
 사랑하는 아이들과 아내가 있으니까요.



주황색 지붕 아래 천국

사연_ 권보영 사원 ((주)이수 경영지원팀)

지난 8월 크로아티아 두브로브니크(Dubrovnik) 전망대에서 바라본 풍경입니다.
 탁 트인 아드리아해(Adriatic Sea)와 주황색 지붕의 조화는 그야말로 예술이었습니다.
 두브로브니크는 많은 분들이 알고 계신 미드 <왕좌의 게임>에도 등장했던 곳인데요,
 화면으로만 보던 구시가지를 직접 돌아다니며 그 풍경을 하나하나 눈에 담을 수 있어서
 참으로 행복했습니다.
 여행에서 돌아온 지 좀 되었지만 이 사진을 볼 때면 그 때의 느낌이 생생하게 전해집니다.
 그리고 다시금 행복해지죠.

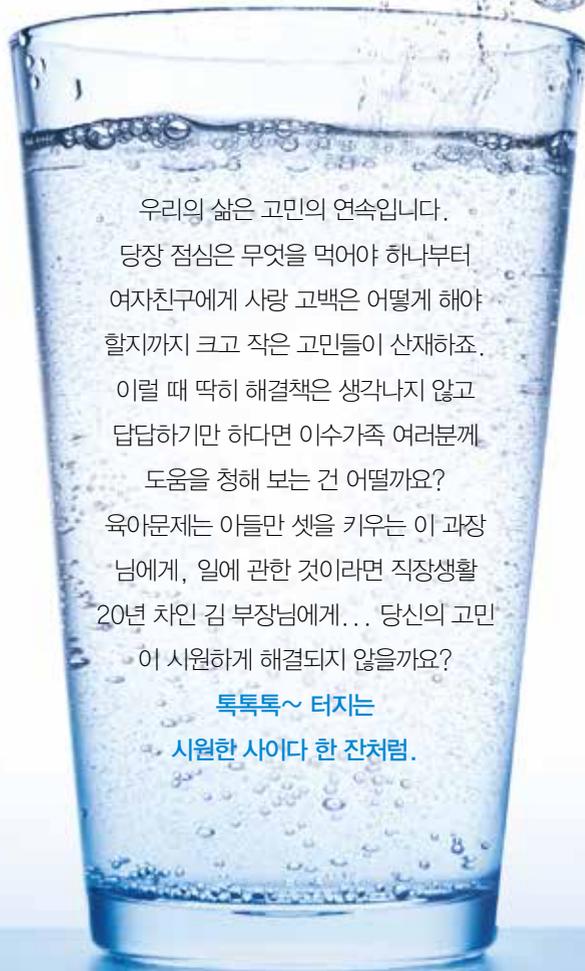
<독자 여러분의 사진을 받습니다>

가만히 바라보면 우리 곁엔 놓치기 아까운 행복한 순간들이 참 많습니다. 여러분의 휴대전화 속에 담긴 행복
 하고 의미있는 순간들을 사연과 함께 보내주세요. 사보에 실리는 행운과 소정의 선물을 드립니다.

보내실 곳 카카오톡 ID: hee895 / 이메일: jhk653@isu.co.kr

톡톡톡 사이다 상담소

이수인들의 속 시원한 카운셀링



우리의 삶은 고민의 연속입니다.
 당장 점심은 무엇을 먹어야 하나부터
 여자친구에게 사랑 고백은 어떻게 해야
 할지까지 크고 작은 고민들이 산재하죠.
 이럴 때 딱히 해결책은 생각나지 않고
 답답하기만 하다면 이수가족 여러분께
 도움을 청해 보는 건 어떨까요?
 육아문제는 아들만 셋을 키우는 이 과장
 남에게, 일에 관한 것이라면 직장생활
 20년 차인 김 부장님에게... 당신의 고민
 이 시원하게 해결되지 않을까요?

톡톡톡~ 터지는
시원한 사이다 한 잔처럼.

“업무 관련 일들을 효율적으로 기억, 정리하는 비법을 알려주세요!”

서정아 사원 (이수화학 재경팀)



직장인이라면 누구나 고민해봤을, 또 여전히 고
민 중인 이야기네요. 시간이 지날수록 새로운 업
무가 생겨나고 오래 전 업무 내용, 상황을 정확
히 기억하기란 어려운 일입니다. 또 자료들을 컴
퓨터에 보관해 두었다 해도 어느 폴더에 있는지
바로 생각해 내기가 쉽지 않죠. 많은 분들이 자
료를 컴퓨터에 각자의 방법으로 보관하고 계실
겁니다. 저는 다소 아날로그(?)적인 방식일 수도
있지만 '엑셀 워크시트'에 업무 내용들을 기록,
정리하고 있습니다. 다양한 업무들이 동시 진행
되므로 업무 내용에 따라 3~5개 정도 대분류로
엑셀파일을 만들고 하위 업무는 엑셀파일 내 워
크시트(work sheet)로 분류해서 추가합니다.
그리고 업무가 진행될 때 마다 해당 워크시트에
일기를 쓰듯이 5~10줄 정도로 기록을 합니다.
너무 길지 않게 요점 위주로 말이죠. 업데이트
되는 업무 내용을 요약, 정리하면서 한 번
더 되짚어 보게 되고, 날짜 기록이 있
으니 나중에라도 특정 업무의 진
행 기간도 알 수 있습니다.
아울러 중요한 자료의 경우
보관 폴더를 같이 기록하
면 시간이 지나더라도 찾기

가 쉽습니다. 해당 단위 업무의 주요 요약 내용
을 수시로 기록하면서 동시에 2~3달 전 내용을
확인하는데 5분가량이면 충분하고, 다양한 업무
들 속에서 특정 업무의 주요 사항들을 기억하기
에 효과적이죠. 물론 이 방법은 저에게 편리한
경우이고요, 각자의 개성에 따라 좀 더 효율적인
방법들을 추가하시면 좋을 것 같습니다. 어느 날
문득, 업무 정리와 기억의 달인이 되어 있는 모
습을 기대합니다.



손영수 부장
(이수앱지스 공정개발팀)



“다른 사람에게 마음의 상처를 받으면
주체할 수 없이 힘들어 합니다. 모든 사람과
좋은 관계를 맺고 싶어 하는 욕심 때문일까요?
상처받지 않는 인간관계의 노하우를 알려주세요!”

최정인 사원 (이수건설 인사총무팀)



박재민 부장
(주)이수 경영개선팀

인간관계는 우리 삶에 있어서 가장 어려우면서도 중요한 문제입니다. 처세에 관한 책은 이미 헤아릴 수 없을 만큼 많습니다. 때문에 제가 조언하는 것이 도움이 될는지 모르겠지만 제 경험에 비추어 몇 가지 말씀 드리겠습니다.

살다 보면 많은 사람들을 만납니다. 그 중에는 편한 사람도 있고, 불편한 사람도 있습니다. 특히 많은 시간을 보내는 직장에서 불편한 사람이 있으면 누구나 힘들어 질 수 있습니다. 이를 극복하려면 결국은 스스로 많은 노력이 필요합니다. 우선, 본인에게 주어진 역할에 최선을 다하는 것이 중요하고, 반대로 나도 모르게 다른 사람에게 불편함을 줄 수도 있다는 것을 항상 염두에 두어야 합니다. 상대와 소통을 잘하기 위해서는 자신에 대한 이해를 비롯해, 상대에 대한 관심과 애정이 중요합니다. 특히 쉽게 상처받는 성격이라면 스스로를 탄탄하게 만드는 것이 우선입니다. 그 방법으로는 책을 통해서 어느 정도 극복 가능하리라 생각합니다. 명확한 독서 목표를

정해서 평생 습관을 들이는 게 도움이 될 것입니다. 주제넘은 조언일 수 있겠지만 조금이라도 도움이 되었으면 좋겠습니다. 더불어 이런 고민을 통해서 조금 더 성장해 훌륭한 직장인으로 거듭나기를 바랍니다.



“내년이면 30대에 접어들습니다.
마지막 20대에 꼭 해봐야 할 것들은
무엇이 있을까요? 혹, 하지 않아서
후회가 남았던 일이 있으신가요?”

김선재 사원 (이수시스템 프로젝트파트)



정우제 부장
(이수페타시스 인사노무팀)

“점점 더 멀어져 간다. 머물러 있는 청춘인 줄 알았는데~~”

김광석의 ‘서른 즈음에’ 노래가 생각나네요. 나이 서른은 심리적 무게감이 큰 숫자인 것 같습니다. 더불어 10~20대에 채웠던 청춘, 열정이라는 것들을 조금씩 덜어내고 이제는 성숙, 노련함이라는 것들로 채워가야 하는 시기가 아닐까 생각합니다. 지금까지는 누구의 아들, 딸로 살았다면 이제는 누구의 남편과 아내로, 누구의 아빠와 엄마로 살아가야 하는 중요한 시기이기도 하고요. 그렇다고 너무 나이의 무게를 느끼다 보면 어른이라는 틀 속에 쉽게 갇힐 수 있으니, 조금씩 천천히 덜어내고 채워가기를 반복했으면 좋겠습니다. 이 시기에 뭔가를 꼭 해야 된다는 강박관념은 갖지 않았으면 좋겠습니다. 그래도 무언가를 하고 싶다면 버킷리스트 보다는 위시리스트를 만드는 건 어떨까요? 하지 않으면 후회할 것 같아서 하기 보다는 진정 내가 원하고 좋아하는 것을 하는 게 더 멋진 삶이 될 것 같습니다. 위시리스트를 하



나씩 이루다 보면 버킷리스트는 사라질지도 모르
고, 적어도 버킷리스트 목록이 하나씩 지워지지
않을까요?

어른의 여정은 분명 고되고 시련의 연속일 겁니
다. 하지만 그만큼 보람과 성취감도 맞출 수 있
죠. 그 달콤하고 짜릿한 어른의 길에 축하와 격
려를 함께 보냅니다.

꽃보다 아재

2030이 말하는 4050 '아재'에 대한 솔직담백 토크

“신라면 다음에 나올 제품은? 통일신라면”, “딸기가 직장을 잃으면? 딸기시럽” 등 호랑이 담배 피던 시절의 개그, 요즘 말로 아재개그가 다시 떠오르고 있다. ‘아재’란 본래 아저씨를 낮춰 부르는 말로 얼마 전만 해도 젊은 세대와 소통할 줄 모르고 나이를 앞세워 무례한 행동을 일삼는 꼰대와 이음동의어였다. 하지만 지금은 다르다. 경제력을 바탕으로 외모와 스펙, 건강관리 등을 열심히 하며 젊은 세대와 소통하는 등 변화를 받아들이는 40~50대 중년 남성을 상찬하는 말이다. 이런 아재들이 개그를 넘어 ‘아재파탈’로 그 매력을 더하고 있다. 불붙은 아재 신드롬이 식을 줄 모르는 사이, ‘아재’를 바라보는 젊은 세대의 생각은 어떤지 들어본다.

대담 진행 _ 김정희 대리 ((주)이수 브랜드관리팀)



최근 ‘아재’라는 말이 유행어처럼 쓰이고 있습니다. 본인이 생각하는 아재란 어떤 사람인가요?

이선영 사원 아저씨라고 하면 좀 거리가 느껴진다고 할까요? 그런데 아재라고 하면 뭔가 푸근하고 정이 가요.

한재원 사원 시대의 흐름에서 한 발짝씩 뒤쳐지기 시작한 사람을 일컫는 말인 것 같습니다. 의사소통에 있어 각종 준말, 신조어들이 생겨나는데 이를 잘 알지 못하고 젊은 세대와 대화가 잘 통하지 않는 사람, 과거의 추억에 안주하며 새로운 것을 배우고 익히는 것에 열정이 식어버린 사람, 세상의 변화를 인정하거나 받아들이지 않고, 과거의 상식과 잣대만을 고집하는 사람이 ‘아재’라고 생각합니다.

조선영 대리 35세 이상 기혼남자?(웃음)

유우승 대리 원래 아재란 말은 기성세대를 의미하는 ‘꼰대’라는 말하고 비슷한 뜻이었죠. 하지만 요즘은 젊은 층에서 좋은 반응을 얻고 있는 ‘아재개그’나 드라마 속 멋진 중년들의 모습에서 파생된 ‘아재파탈’같은 단어가 생기면서 아재에 대한 단어의 뜻이 바뀐 거 같아요. 제 생각에 요즘의 ‘아재’란 옛날에 젊은 층과 세대 차이를 보이던 기성세대와는 다르게 20~30대에도 뒤지지 않는 자기관리로 젊은 스타일을 추구하는 중년 남성들, 즉 ‘젊은 세대의 마음을 가진 중년’을 뜻하는 거 같습니다.

66
요즘 아재는 젊은 마음으로 소통할 줄 아는 꽃중년을 말하죠 99



‘아재신드롬’이 부는 이유는 뭐라고 생각하세요?

이선영 사원 요즘은 30~40대 아저씨들도 외모와 패션에 신경 쓰고, 젊은 세대들과 트렌드를 공유하잖아요. 아저씨들이 썰렁하고 어색한 아재개그를 하는 것도 젊은 세대들과 소통하기 위한 노력인 것 같고요. 그런 아저씨들이 많아지는 시대상이 아재 신드롬을 일으킨 게 아닐까요.

한재원 사원 처음 시작은 그 동안 아저씨, 꽃중년, 구세대, 늙다리(?) 등의 다양한 단어로 불리던 해당 세대를 통합하여 일컫는 하나의 단어가 나오면서였던 것 같습니다. 그만큼 많은 의미를 내포하고 있기 때문에, ‘아재개그’, ‘아재스타일’, ‘아재패션’ 등 다양한 곳에 활용되면서 ‘아재 신드

롬'이 불기 시작한 것 같습니다.

조선영 대리 열마 전까지만 해도 영화나 드라마 주인공은 모두 20대 선남선녀였고, 이야기의 내용도 20대의 로맨스가 대부분이었던 것 같아요. 마치 20대의 사랑만이 로맨스인 것처럼, 20대의 열심만이 열정인 것처럼. 그런데 요즘은 70

66

우리가 응원하는 아재는 반말과 무례한 언행을 일삼는 꼰대와는 달라요!

99



세 인턴사원의 열정을 보여준 영화 <인턴>, 엄마의 로맨스를 보여준 영화 <맘미미> 등 많은 영화가 다양한 연령층을 주인공으로 보여줘요. 그러면서 자연스럽게 인생의 모든 시간, 모든 순간이 의미 있는 시간임을 깨닫게 하는 것 같아요. 저는 아재 신드롬도 같은 맥락에서 나온 것 같아요. '아저씨의 인생도 멋지고 재미있다'라는 사람들의 변화된 인식과 지지를 받으면서 숨겨뒀던 아빠들의 끼와 멋들이 표출되고 그것이 자연스럽게 인기를 끌면서 새로운 아재 신드롬이 유행하는 것 같아요.

오유승 대리 미디어, 인터넷의 발달로 서로의 문화를 쉽게 공유할 수 있는 환경이 만들어졌습니다. 옛날과는 달리 각각의 특성과 개성을 드러내는 것이 흠이 되지 않는 환경이 됐고요. 그렇게 서로의 문화를 재미있게 공유하는 과정에서 '아재 신드롬'이 생겨난 것 같습니다.

'아재' 자체를 비하하거나 평가절하하는 분위기도 있는데요, '아재 신드롬'의 순기능은 무엇이 있을까요?

이선영 사원 아저씨들이 더 이상 '거리감 있는 아저씨'가 아닌 '나와 크게 다르지 않은, 혹은 소통할 수 있는 아저씨'로 다가올 수 있다는 것 자체는 좋은 현상이라고 봅니다. 물론 아재에 대한 좋은 인식이 이뤄지고 있는 것을 미끼 삼아 일부 비상식적 언행이나 행동들이 이루어져서는 안 되겠죠. 기성세대들의 권위주의 문화가 조금씩 타파되고 세대 간 이해와 소통이 이뤄질 수 있는 기



왼쪽부터 **한재원** 사원 (이수엑사캠), **조선영** 대리 (이수앱지스), **김정희** 대리 ((주)이수), **오유승** 대리 (이수시스템), **이선영** 사원 (이수페타시스)

반이 형성되는 것은 아재 신드롬의 좋은 점이라고 생각합니다.

한재원 사원 과거 다른 사람의 시선에 신경 쓰지 않고, 나와 다른 의견에 귀 기울이지 않았던 사람들이 자신이 '아재'로 불리게 될 것을 염려해 세상의 눈치를 보는 계기로 작용했다고 생각합니다.

조선영 대리 아재 신드롬은 20대에 편향되어 있는 우리 사회에 건강한 방향을 제시한다고 생

각합니다. 기존 한국 사회는 결혼을 해서 가정을 이루면, 가정을 위해 개인의 취향은 희생하는 것이 당연했었죠. 그러나 요즘은 좀마렐라와 아재 신드롬을 통해 볼 수 있듯이 아줌마의 인생도 아재의 인생도 주목받고 존중받아 또 하나의 신드롬을 일으키고 있어요. 모든 연령층이 자신을 가꾸고, 현재 자신의 삶을 즐기기를 권장하는 시대의 흐름은 매우 긍정적인 방향인 것 같아요.

오유승 대리 중년 남성 중에 본인의 위치를 이

용해서 상대방에게 무례하게 구는 분들을 가리켜 '꼰대'라고 합니다. 아랫사람의 의견을 잘 들으려 하지 않고, 싫어하기 때문에 정작 본인 이 그런 사람인 줄 모르는 경우가 많습니다. 이러한 사람들까지 은근슬쩍 '아재'의 범위에 끼워 넣고 부정적인 이미지를 탈색한 뒤, 젊은층에게 '아재'임을 강요하다 보니 의미가 변형돼 평가절하되는 것 같습니다. 이런 사람들을 제외하고 '아재 신드롬'은 젊은 세대와 기성세대 간 문화 차이를 줄여주는 좋은 수단이라고 생각합니다. 물론 젊은 세대 역시 기성세대를 존중하고, 예의에 맞게 행동하는 것이 먼저일 겁니다.



우리도 언젠가는 아재가 되겠죠?^^ 현재를 살고 있는 아재들에게 바라는 점이나 하고 싶은 이야기를 부탁드립니다.

이선영 사원 젊게 사는 아재들, 그리고 쉼없는 아재개그를 즐겨하시는 모든 분들! '항상 마음만은 20대처럼 즐겁게, 당당하게' 저는 그 자신감과 용기를 존경합니다. 그 마음 그대로 쪽 이어질 수 있도록 앞으로는 저도 아재개그에 크게 웃으면서 응원하겠습니다.

한재원 사원 나이 상관없이 젊은 생각과 자세로 세상을 살아가는 분들을 보면 '멋있는 어른이다. 저렇게 나이 들고 싶다'라는 생각을 하곤 했는데, 앞으로는 '멋진 아재다'라는 말이 먼저 떠오를 것 같습니다. 이제 갓 세상에 나온 '아재'라는 말의 이미지를 만드는 것은 현재를 살아가고 있는 아재들의 몫입니다. 저희가 물려받는 '아재'라는 단어가 '제2의 청춘', '성숙한 청춘'을 의미하는 말이었으면 좋겠습니다.



〆〆
이제 당신도 최신 유행엔 조금 서투르지만 친근하고 인간적인 '뭘 좀 아는 아재'와 소통해 보실래요?



조선영 대리 인터뷰에 답을 하면서 현재를 살아가고 있는 아재인(이미 할아버지인) 아빠가 생각났어요. 아빠가 작년에 퇴직하셨거든요. 퇴직 초반에는 익숙하지 않은 여유시간과 조용해진 핸드폰 때문에 살짝 당황해하시는 것 같았어요. 하지만 이제는 차츰 적응하시면서 미뤄뒀던 취미생활을 조금씩 꺼내시는 것 같아요. 정원 가꾸기와 오래 전에 사두었던 트럼펫! 저는 아빠가 운동도 하고 트럼펫도 불면서 재밌게 인생을 즐겼으면 좋겠습니다!

오유승 대리 현재 40~50대 분들을 '아재'라

고 많이 하지만, 저도 10대들에게는 이미 '아재'입니다. 제가 아재들에게 바라는 것보단, 저 역시 아재의 입장에서 다른 사람들에게 어떻게 대하고, 바라는 할지 생각하는 것도 나쁘지 않겠네요. 중간의 입장에서 느끼는 건 역시 '세대 간의 소통'이 중요하며, 쉽지 않다는 겁니다. 위에서는 너무 권위를 앞세워서 말하거나, '나 때는', '요즘 애들은' 이런 생각을 가지지 않고 보다 열린 마음으로 대화 했으면 해요. 아래 입장에서든 무조건 어렵게 불편하게만 보지 말고, 예의를 갖추어 대화했으면 하고요.

함께 웃어요! 아재개그

	<p>세상에서 가장 지루한 중학교는?</p> <p>로딩중</p>	<p>반성문을 영어로 하면?</p> <p>글로벌</p>
<p>모자가 뭉쳐 있으면?</p> <p>밀짚모자</p>	<p>전화로 세운 건물의 이름은?</p> <p>콜로세움</p>	<p>화장실에 사는 두 마리 용은?</p> <p>신사용, 숙녀용</p>



이수시스템 새로운 비전 선포 '세상의 상식을 만드는 사람들'

글 _ 김가혜 과장 (이수시스템 기획관리팀)

1. 임직원 단체 기념 촬영
2. 비전선언문 낭독
3. 직원들의 다짐을 담은 비전트리
4. 김용하 대표이사의 기념사

이수시스템이 '세상의 상식을 만드는 사람들'이라는 새로운 비전을 선포했다.

비전의 의미는 '이수시스템이 만드는 제품과 서비스를 통해 산업의 패러다임을 전환한다'는 것이며, 누구나 당연히 알고 있거나 알 수 있는 서비스를 만들겠다는 의지를 담고 있다. 또 비전 달성을 위해 '성실, 도전, 고객만족'이라는 그룹의 핵심 가치를 기본으로, 이수시스템인이 가져야 할 덕목으로 '창의, 소통, 책임'을 필수 역량으로 정의했다. 더불어 핵심 가치와 필수 역량을 활용해 9개의 행동 원칙을 수립해, 행동을 통해 비전을 달성하겠다는 결의를 담아냈다.

이번 비전은 이수시스템의 직원들이 많은 시간과 노력을 들여 직접 만들었다. '비전TFT'는 지난 4월 첫 모임 이후 9월까지 약 5개월간, 30회 이

상의 모임을 통해 비전을 만들고 다듬는 과정을 거쳤다. 비전TFT 팀원들은 업무와 비전을 함께 고민하느라 가끔 지치기도 했지만 회사의 미래를 치열하게 구상해 볼 수 있어 뜻깊은 시간이었다고 전했다.

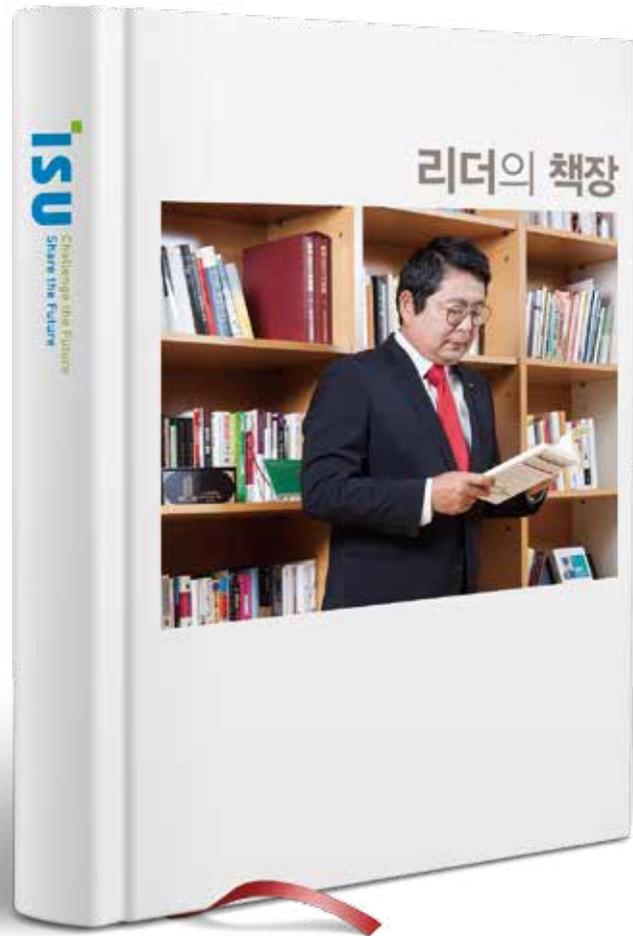
고심 끝에 탄생한 새로운 비전은 지난 9월 23일 강화도 그레이스힐에서 '비전 선포식'을 통해 알려졌다. 더불어 이 자리에서는 '상장'이라는 중장기 목표와 각 본부별 사업 전략을 발표해 앞으로의 노력에 구체적인 방향을 제시했다. 비전을 통해 추구해야 할 가치와 잭대를 제공하고, 상장은 성장을 위한 가시적인 목표가 된 것이다.

올해로 창립 20주년을 맞은 이수시스템은 매출액과 영업이익을 꾸준히 성장시켜 왔다. 중소 규모인 당사가 매년 사업목표를 달성하는 것은 그

리 쉬운 일은 아니었다. 게다가 새롭게 다가오는데도 다른 시장들에 대한 두려움도 적지 않았다. 이런 상황에서 이번 비전 선포는 10년, 20년을 내다볼 수 있는 큰 목표를 제시해 주고 있다.

이수시스템은 목표 달성을 위해 클라우드, 모바일을 중심으로 한 업무용 솔루션과 빅데이터, IoT를 기반으로 한 기업 정보 관리를 성장의 두 축으로 삼았다. 기존 사업의 강점을 확대해 도약할 수 있는 기회를 마련한 것이다. 이수시스템은 여기에 만족하지 않고 신선한 기술들이 만들어 낼 수 많은 사업들을 꾸준히 탐색하고 분석해 나갈 것이다. 그리고 궁극적으로는 기술과 사람이 중심이 된, 참신한 상식을 세상에 선보일 것이다. 앞으로 거침없이 펼쳐질 이수시스템의 도전에 이수가족 여러분의 많은 응원과 격려를 부탁한다.

이수인에게 권하는 김상범 회장의 '좋은 책'



책은 인생을 풍요롭게 하고
마음에 위로를 건넵니다.
혹여라도 삶에 지쳤을 당신을 위해
인생의 우주가 되어줄 좋은 책을 권합니다.
제가 느꼈던 깨달음과 몽클함을
함께 나누고 싶습니다.



“시를 잊고 사는 세상 모든 이에게”

시를 잊은 그대에게

공대생의 가슴을 울린 시 강의

| 저 자 | 정재찬
| 출판사 | 휴머니스트

저자 소개

저자 정재찬은 서울대학교 국어교육과 및 동 대학원 국어국문학과와 국어교육과를 졸업했다. 한양대학교 국어교육과 교수로 재직 중이며 한국문학교육학회 회장을 맡고 있다. 저서로는 《현대시의 이념과 논리》, 《문학교육의 사회학을 위하여》, 《문학교육의 현상과 인식》, 《문학교육개론 1》(공저), 《문학교육원론》(공저) 등이 있다. 중·고등학교 교과서를 수차례 집필하고 미래의 국어교사들을 가르쳐온 그의 수업 방식은 특별하다. 흘러간 유행가와 가곡, 오래된 그림과 사진, 추억의 영화나 광고 등을 넘나들며 마치 한 편의 토크콘서트를 보는 것 같다. 그는 시를 사랑하는 법보다 한 가지 답을 말하는 법을 먼저 배워온 학생들에게 시의 아름다움을 오롯이 돌려주고 싶었다. 매 강의마다 한양대학교 학생들의 기립박수를 받으며 최우수 교양 과목으로 선정된 '문화혼용의 시 읽기' 강의는 그렇게 탄생했다. 그는 영화 <죽은 시인의 사회> 키팅 교수의 말을 빌려 이렇게 말한다. “의술, 법률, 사업, 기술이 모두 고귀한 일이고 생을 유지하는 데 필요한 것이지만, 시, 아름다움, 낭만, 사랑, 이런 것들이야말로 우리가 살아가는 목적이란다.” 오늘도 그는 키팅 교수가 되기를 꿈꾸며 시를 읽는다.

대학교의 한 강의실, 학생들은 무언가에 홀린 듯한 표정으로 눈물짓다가, 탄식하다가, 깔깔 깔 웃는다. 그리고 강의의 끝을 알리자 모두가 약속이라도 한 듯 뜨거운 박수를 보낸다. 이는 영화 속의 한 장면이 아니다. 바로 대학의 시 강의에서 벌어진 장면이다. 보통의 중·고등학교 학생들은 마치 '종교적 제의'와 같은 문학 시간을 거치며 문학에 완전히 흥미를 잃는다. 교사는 마치 제사장처럼 경전을 대하듯이 주석을 덧붙이며 시를 읽고, 학생들은 그 주석을 열심히 받아 적고 암송하면서 시의 낭만과 아름다움과 진실들에서 점점 더 멀어져 간다. 그렇게 학교를 졸업하고 나면 시가 무어고 소설이 무언지 까맣게 잊고, 먹고 사는데 급급해질 뿐이다. 아니 어쩌면 우리는 제대로 시를 읽은 적이 없을 지도 모른다.

한양대학교 국어교육학과의 정재찬 교수는 이러한 우리 문학 교실에 대한 문제의식을 바탕으로 교양 강좌 '문화혼용의 시 읽기'를 개설했다.

이 수업에는 주로 문과 대학생보다는 공대, 의대, 법대, 경영대 등, 시와는 거리를 두고 지내온 학생들이 대부분. 무엇이든 공식이나 수치로 답하길 즐겨 하는 '메마른 심장의 상징' 공대생들에게 시를 읽히는 과정은 마치 초등학생에게 미적분을 가르치는 것처럼 어려웠다. <시를 읽은 그대에게>는 이러한 공대생들마저 눈물짓게 한 정재찬 교수의 시 읽기 명강의를 엮어 낸 책이다.

사실 이 책에서 다룬 46편의 시는 우리에게 매우 친숙한 작품들이다. 중·고등학교 문학 교과서에서 한 번쯤 보았던 한국의 근·현대시들이 대부분이기 때문이다. "눈은 살아 있다"의 '눈'은 오로지 '순수'의 상징이라고 읽고, 김소월의 시는 무조건 식민지 지식인의 정한이라고 해석해 온 그런 시들 말이다. 신경림의 <갈대>, 윤동주의 <별 헤는 밤>, 김춘수 <꽃> 등 교과서에서 클리셰(Cliche)처럼 읽히던, 그러나 지금까지도 한국 최고로 손꼽히는 시들을 동시대인의 삶 속에 생생하게 되살리기 위해 강연에는 각종 영화와 소설, 유행가와 가곡, 그림과 사진 등 다양한 문화콘텐츠들이 동원되었다. 소리와 영상뿐 아니라, 후각과 촉각을 모두 동원한 특별한 시 읽기였다.

이 책은 평론의 언어를 그대로 답습하여 문학으로부터 독자를 소외시키고 마는 우리 문학교육의 엄숙주의를 날카롭게 비판하며, 마치 축제를 즐긴듯 문학을 향유하는 방법을 일러 주고자 한다.

문학작품을 많이 아는 것보다 진짜 좋아하는 시 한 작품이 있어야 스스로 작품을 찾아 읽고 즐길 수 있다는 믿음에서다. "문학교육이 잘 살아서 문학 역시 더 잘 사는 관계로 만들고 싶었다(인터뷰 중)"는 정재찬 교수는 몇 차례의 강의를 통해 학생들이 다양한 장르의 콘텐츠를 활용하여 자신의 일상을 시와 함께 읽고 쓰는 힘을 기를 수 있는 교수법을 실험했고, 결과는 성공적이었다. 학업과 취업 준비에 지쳤던 학생들은 20년 전 혹은 50년 전의 시가 마치 자신의 속마음을 비추는 듯 공감했고, 직접 글을 쓰며 스스로 치유되고 있음을 느낀다고 고백했다. 진실로 처음 '시'를 만난 것이다. 이처럼 2012년부터 공대생들이 기립박수로 화답한 명강의 '문화혼용의 시 읽기'의 생생한 현장을 유려한 문체로 담아낸 이 책은 장르의 경계를 넘나들며 인문적 지평을 확장해나간다. 더불어 에세이를 따라가다 보면, '공대생'처럼 시를 읽고 살았던 사람들 모두 다시 시의 즐거움을 되찾게 될 것이다.

OUT
SIDE

詩

예술의 언어에서 공감의 언어로 부활하다



시란 무엇인가. 걸작이거나 아예 존재해서는 안 되는 것. 일생을 두고 기다렸다가 최후에 가서 서너 줄 얻을 수 있는 것. 괴테, 릴케 같은 대문호들이 말한 시에 대한 정의는 이처럼 예술에 가까운 언어였으며 우리가 생각하는 시의 의미도 여기서 크게 벗어나지 않았다. 그러나 2010년대 들어 시에 대한 인식에 변화가 감지되기 시작하면서 시는 '공감'의 언어라는 말이 더 설득력을 얻고 있다.

글_이락희(칼럼리스트)

“나이 어려서 시를 쓴다는 것처럼 무의미한 것은 없다. 시는 언제까지나 끈기 있게 기다리지 않아서는 안 되는 것이다. 사람은 일생을 두고 그것도 될 수 있으면 칠십 년 혹은 팔십 년을 두고 별처럼 꿀과 의미를 모아 두지 않으면 안 된다. 그리하여 최후에 가서 서너 줄의 훌륭한 시가 썩어 질 것이다.” (릴케)

“시란 것은 걸작이든가, 아니면 전연 존재해서는 안 되는 것이다.” (괴테)

시인들은 한편에서는 '시는 쉬운 것이다. 누구나 시인이 될 수 있다'라고 하면서도 실상 그들이 내뱉는 말들은 이처럼 심오하고 어려운 시어들의 '향연'이었다. 일반인이 감히 '넘볼 수 없는 사차원의 벽'이 존재했던 것이다.

시, 아직도 형광펜 그어가며 읽어야 하나

시의 대한 인식에 변화가 감지되기 시작한 것은 2010년대 들어서면서부터이다. 누구나 시인이 될 수 있다는 말이 조금씩 현실로 드러났다. 시팔이를 자칭하는 하상욱을 필두로 새로운 시 형식이 등장하고 유행하기 시작한 것이다. 그 새로운 시들은 대체로 시를 몰라도 부담 없이 읽을 수 있고, 적당히 웃기고 적당히 편안한, 너무 진지하지 않아서 소화하기 좋은 형식과 내용을 담고 있다. 다만, 괴테나 릴케의 시각으로 보자면 시가 아닐 수도 있다.

“고민 하게 돼/우리 둘 사이” 하상욱의 시 <축의금>

“이게 뭐라고 이리 힘들까”-하상욱의 시 <메뉴선택>

“이게, 너라고?”-이환천의 시 <자소서>

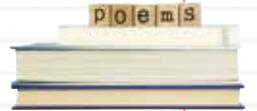


요즘 유행하는 시들이다. 은유와 함축의 언어로 쓰여 의미 파악조차 안 되는 시어들에 비하면 쉬워도 너무 쉬운 언어이다. 이처럼 새롭게 등장한 시를 사람들은 'SNS 시'라고 부른다. 국어시간에 형광펜 그어가며 복잡한 해석을 외워야 했던 시들과는 형태도 작법도 다르다. 시를 잘못 해석했다가 시험을 망칠 일도 창피 당할 일도 없다. 깊은 속뜻을 파헤칠 필요도 없이 그냥 느낌대로 이해하면 틀릴 것이 없다. 누구나 공감하는 내용이기 때문이다.

'하늘과 바람과 별과 시'가 종합 베스트셀러 1위가 되는 시대

이를 시의 진화로 볼 것인가에 대해서는 의견이 엇갈리고 있지만 침체된 시문학에 활력을 불어넣었다는 데는 이견이 없다. 이는 최근 시집의 판매량 변화로도 확인할 수 있다. 인터넷 서점 예스24의 발표에 따르면, 2016년 상반기 시 분야의 도서 판매량은 전년 동기 대비 무려 85.3% 늘었다고 한다. 이보다 더 눈에 띄는 사실은, 올해 전체 도서 베스트셀러 200위권 안에 운동주의 <하늘과 바람과 별과 시>, 김소월의 <진달래꽃>, 백석의 <사슴>, 정재찬의 <시를 읽은 그대에게> 등 옛 시인들의 시집 4권이 포함되어 있다는 점이다. 최근에 발표된 시집 뿐만 아니라 비교적 오래된 시들이 다시 주목받고 있다는 것을 확인할 수 있는 대목이다. 지난해 베스트셀러 200위 안에 시 분야는 단 한 권도 포함되지 않았다는 사실과 비교해도 상당한 차이이다. 특히 <하늘과 바람과 별과 시> 초판본

시대의 변화에 따라 시도 변할 따름이다.
 시도 때로는 옷을 갈아입어야 하지 않을까. 미디어가 변하면서
 보수적인 시 예술도 영상과 사진을 받아들이며 변화를 모색하는 시대,
 SNS를 통해 공감이 되는 글을 올린 이는 누구나 작가,
 시인이 될 수 있는 시대이다.

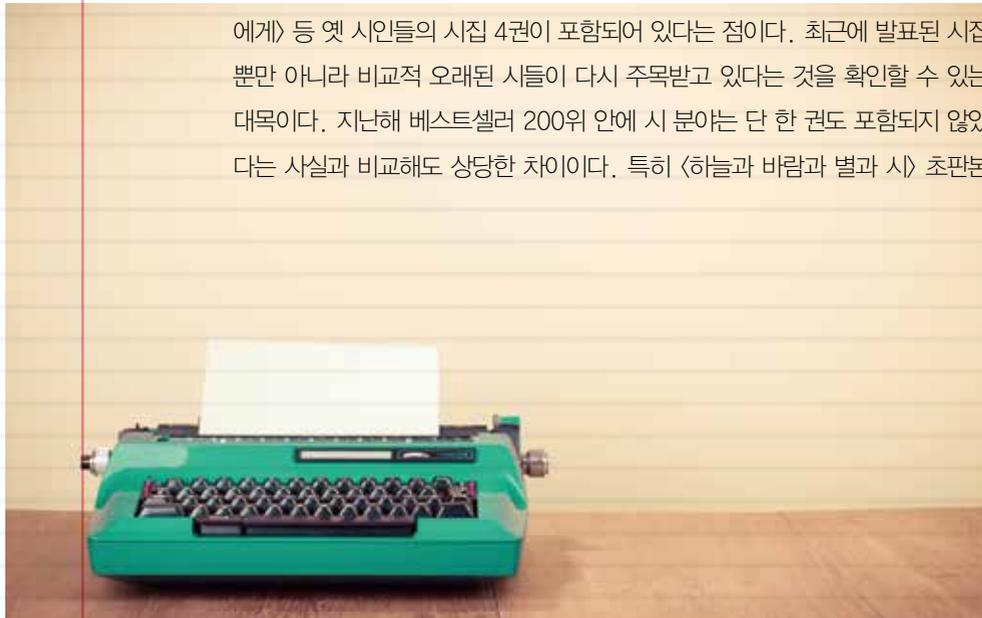


의 경우 인터넷 서점 알라딘의 올해 상반기 종합 베스트셀러 1위에 올랐다. 이에 앞서 2015년에는 비교적 최근에 발표된 박준 시인의 시집 <당신의 이름을 지어다가 며칠은 먹었다>가 종합 베스트셀러 1위에 오르는 이변이 있었다. 당시 주요 일간지에서는 '시집이 베스트셀러 1위를 한 날'이라는 제목을 뽑을 정도로 상당히 이례적인 현상으로 바라보았다. 시집이 1위를 차지한 건 80년대 후반 <홀로서기> 이후 처음 있는 현상이었으니 30년 만의 기현상이라 할만 했다.

80년대 '시집 밀리언셀러 시대'의 시도 쉬웠다

이 정도면 시 전반의 부활이라고 할만하지만 일각에서는 "등단도 하지 않은 사람들이 시집을 내느냐"며 등단이라는 '문단 인증 절차'를 거친 시인들의 편견을 그대로 드러내기도 한다. 그래서 젊은 시인들 중에는 아예 표지에 "시가 아니고 해도 순수히 인정하겠다"라고 대문짝만 하게 인쇄한 시집을 발간해 비난의 목소리에 맞불을 놓기도 했다.

'시가 쉽다'는 것 때문에 비난을 받는 것은 시의 전성시대라 불리던 80년대에도 있었던 현상이다. 1980년대 중반만 해도 '시집은 장사 되지 않는다'는 것이 출판가의 정설로 통했다. 그러다가 1980년대 중반 이해인 수녀의 <오늘은 내가 반달로 떠도>가 출간되면서 시집의 위상이 달라졌다. 이해인에 이어 도종환, 서정윤 등이 잇따라 시집을 출간하면서 밀리언셀러 시집이 연속으로 터진 것이다. '시집 밀리언셀러'는 전무후무한 80년대만의 현상이었다. 당시 시의 전성시대 현상을 분석한 전문가들에 따르면, 1980년대 들어 한자가 많았던 이전 시와 달리 한글로 쓰여 쉬운 시가 많이 나온 것이 상당한 영향을 미쳤다고 분석했다.





시는 SNS를 타고, 가슴에 와 꽃히다

최근 들어 시가 부활한 데는 쉬운 시의 등장 외에도 또 다른 배경이 있다. 시의 소비 방식이 달라졌다는데 주목할 필요가 있다. 시가 SNS를 타고 시풍을 일으키고 있다는 점이다. 지금 SNS에서는 시 공유가 활발하게 일어나고 있다. 류시화 등 대중적인 사랑을 받고 있는 시인들의 시뿐 만 아니라 백석, 기형도 등 고인이 된 시인들의 시도 심심찮게 등장하고 있다. SNS에서 공유되는 시의 구절은 '리트윗'과 '좋아요'를 통해 퍼지며 시의 저변을 넓히는 역할을 하고 있다. SNS가 원래 시를 찾아 읽지 않던 사람이 시에 접근할 수 있는 가장 쉬운 통로가 되어 주고 있는 것이다.

시가 SNS를 통해서만 소비되면 시집 판매량이 줄어든다는 우려도 있을 수 있다. 이에 대해 출판 관계자들은 "소설은 줄거리를 알면 책을 안 사지만 시는 한 문장에만 '꽃혀도' 책을 산다. 실제로 SNS에 시 한 구절을 올리면 어떤 시집에 실린 거냐고 문의하는 사람이 많다"며 오히려 이런 현상을 반긴다.

시대의 변화에 따라 시도 때로는 옷을 갈아입어야 하지 않을까. 여전히 '시란 걸 작이든가, 아니면 전연 존재해서는 안 된다'고 고집하다가는 시가 존재하지 않는 세상이 될 수도 있다. 누구나 시인의 마음이 되어 비록 걸작은 아니더라도 시를 쓸 수 있는 시대에 발로 진정한 '시의 시대'가 아닐까. 이는 그동안 시가 어렵다고 하소연하는 대중들을 향해 시인들이 강조했던 말들과도 정확하게 일치된다.

詩, 시집을 넘어 더 멀리가다

이제 시를 꼭 시집이 아닌 다양한 방법으로 만날 수 있다.

시인들이 직접 독자들을 만나기 위해 시집을 넘어 웹툰, 인터넷 라디오방송(팟캐스트), 낭독회 등 새로운 접근 방법을 모색한 것이다. 이런 변화에 독자들은 보다 친근하고 쉽게 시를 접할 수 있어 좋다는 반응이다. 그 중에서도 '시 읽어주는 누나'(웹툰), '시시한 다방'(팟캐스트)은 이미 두터운 마니아층을 형성하고 있다.



웹툰 '시 읽어주는 누나, 시(詩) 누이'

시와 웹툰의 어색할 것 같은 절묘한 조합이 나왔다. 바로 신미나 시인의 웹툰 '시 읽어주는 누나, 시(詩) 누이'가 그렇다. 시인 나름의 해석과 에피소드를 덧붙여 소개한 웹툰은 우리 삶의 그리운 추억을 진솔하게 녹여낸다. 더불어 웹툰 말미에 이어지는 시는 마치 그 이야기들을 적절히 비벼낸 환상의 비빔밥이랄까? 소문난 그 맛은 창비 블로그(blog.changbi.com)에서 직접 느낄 수 있다.

팟캐스트 '김사인의 시시한 다방'

김사인 시인이 진행하는 시 전문 팟캐스트 '시시한 다방'. 김사인 시인이 직접 고른 시를 낭독해주고, 작품에 대한 감상과 숨은 이야기를 나눈다. 현대 시인들을 비롯해 운동주, 정지용 등 시대를 아우르는 구성을 선보인다. 울림 가득한 김사인 시인의 목소리가 마음 속 무겁게 내려앉은 티끌들을 하나 둘 썩 지워낸다.



시 낭독회, '시인과 독자의 만남'

신촌에 있는 시집서점 <위트앤시니컬>에서는 매주 목요일 시 낭독회가 열린다. 낭독회 입장권은 1만 5천 원으로 커피와 시집도 덤으로 제공한다. 지금껏 낭독회에 참여했던 시인은 김경주, 황인찬 시인 등으로 매달 인스타그램(www.instagram.com/witncynical/)에 참여 시인을 공개한다. <304 낭독회>는 돌아오지 못한 세월호 희생자 304명을 추모하기 위해 작가들이 주축이 돼 꾸린 낭독회다. 매달 마지막 주 토요일 오후 4시 16분에 열리는 이 행사는 총 304번의 행사를 기획하고 있다. 함께하고 싶다면 communavec@gmail.com으로 연락하면 된다.



등잔 밑이 어두운 회사 앞 맛집 소개 × 이수앱지스 김영은 사보기자

추천 맛집_ 구좌리 얼크니손칼국수(경기도 성남시 수정구 탄천로307번길 3, 031-759-3331, 얼크니손칼국수 8천 원)

ISU 사보기자들이 추천하는 맛집을 소개한다. 회사 근처, 우리만 알고 있던 맛집을 이수가족 모두와 공유하는 시간. 사보기자와 함께하는 맛집 찾아 삼만리. 이번호에는 이수앱지스 김영은 사보기자가 추천하는 경기도 성남시에 있는 '구좌리 얼크니손칼국수'를 찾았다.

추천
이유
한마디!



“안녕하세요! 이수앱지스 사보기자 김영은입니다. ‘구좌리 얼크니손칼국수’는 이수앱지스에서 15분 거리에 있는 소문난 맛집입니다. 식사시간을 맞춰 가면 기본으로 30분은 기다려야 할 만큼 인기가 많은 곳이죠. 맛집의 제일 중요한 특징은 얼큰하고 담백한 국물과 쫄깃한 면발입니다. 주로 동료들과 자주 가는데요, 남자 분들은 얼큰한 맛이 해장으로 그만이라 말씀하시고, 여자 분들은 싱싱한 야채와 쫄깃한 면발이 최고라고 칭찬하시죠! 자~ 그럼, 제가 추천하는 ‘구좌리 얼크니손칼국수’를 함께 만나 보실까요?”

구좌리 얼크니손칼국수

김영은 사보기자의 귀퉁대로 식사시간을 피해 4시쯤 찾은 구좌리 얼크니손칼국수. “맛없으면 절대 돈을 받지 않습니다”라는 간판이 맛집의 자부심과 위풍당당을 말해준다. 한껏 올라간 기대감을 안고 안으로 들어서니 맛집을 찾은 미식가들이 군데군데. 우리도 자리를 잡고 앉아 이곳의 대표 메뉴 ‘얼크니손칼국수 빨강계’를 시켰다. 참고로 매운맛이 부담스럽거나 아이들이 있다면 매운맛을 썩 뺀 ‘하얗게’를 주문하면 된다. 주문을 하자마자 후다닥 차려지는 상차림. 침샘을 자극하는 맛깔나는 걸절이와 싱싱함을 뽐내며 육수에 올라앉은 초록빛 미나리와 버섯이 냄비째 등장한다. 뒤이어 수박빛을 머금은 샤브샤브 용 소고기가 나온다. 구좌리 얼크니손칼국수는 야채와 소고기 등심을 샤브샤브 해먹고, 국물에 칼국수를

끓인 다음 밥을 볶아 먹는 코스 요리다. 후다닥 냄비를 불에 올리고 젓가락은 김치로 향한다. 어느 방랑 식객이 그랬던가? ‘그 집의 음식 맛은 김치가 좌우한다’고. 허기를 달래려 한입에 넣은 김치. ‘나 싱싱해요’라고 말하는 듯 씹을 때마다 아삭아삭 소리를 내준다. 매콤하고 진진한 양념과 식감이 살아있는 걸절이는 한 번, 두 번 젓가락을 부르더니 이내 사라지고 말았다. 보글 보글 냄비가 끓기 시작한다. 반사적으로 수저를 들게 하는 육수의 향이 코끝을 놀린다. 뜨거움을 상징하는 냄비 위의 김쫄은 무시하고 국물 맛을 보겠다고 용감하게 달려 든다. 모락모락 올라오는 김은 후~하고 날려보내고 국물 한 수저를 입안에 넣는다. 피로와 스트레스로 단단해진 젓산 덩어리가 녹아내리는 기분일까? 봄볕에 쌓인 눈이 녹는 모양새랄까? 아무튼 긴말



필요 없이 국물 맛이 끝내준다. 얼크니라는 말 때문에 살짝 속쓰림을 걱정했다면 그 정도는 아니다. 담백함이 총총한 육수베이스가 자칫 강할 수 있는 매운 맛을 부드럽게 감싸 안는다. 너무 약하지도 너무 강하지도 않은 '적당히 얼큰함'을 잘 살려냈다.

아드레날린의 신호를 받고 아까 눈여겨 두었던 미나리와 버섯을 건져 와사비 소스에 입맛춤을 시킨다. 육수가 잘 베어 간이 필요 없는 야채들은 본격적으로 소고기를 사브사브 해먹기 전 에피타이저로 충분하다. 이제 입맛도 돋웠으니 육수에 소고기를 넣는다. 야채와 함께 곁들여 먹어도 맛있고, 여러 점을 익혀 한 입에 넣어도 잘 배 육수 덕에 고기 맛이 더하다.

칼국수는 주방 앞 입구에서 직접 반죽을 하고 밀대로 밀어 칼로 잘라낸다. 시작부터 끝까지 다 사람 손으로 하기 때문에 면이 넓기도 하고 좁기도 하지만 쫄깃함은 입안 가득 즐거움을 선사한다. '손칼국수 만드는 곳'을 담당하고 있는 제면사에게 "넌 어느 별에서 왔니?"가 아니라 "넌 어떻게 반죽했니?"라고 묻고 싶은 심정. 후루룩 몇 번 하니 칼국수는 흔적을 감췄다. 분명 적지 않은 양이었는데 기분 탓인지 벌써 다 먹었나 싶다.

야채와 소고기 사브, 칼국수까지. 이쯤에서 배부르다고 수저를 놔버리면 후회할 일이 생길 수도 있다. 김영은 기자가 이 집의 하이라이트는 바로 '볶음밥'이라고 몇 차례 강조했기 때문이다. 그러니 힘이 들더라도 잠시 숨을 고르는 센스를 발휘해보자. 그리고 다시 수저 들 에너지를 충전했다

면 "이모님! 여기 볶음밥 주세요!"라고 말하면 된다. 그럼 냄비를 주방으로 가져가 사브사브 국물에 김가루, 아삭한 김치, 향긋한 미나리를 넣고 밥을 볶아온다. 냄비를 불에 올려 조금만 볶아도 맛있지만 살짝 눌러 먹어도 고들고들 맛있다. 한 가지 팁을 더하자면 볶음밥에 남은 국물을 얹어 먹어도 별미다. 이렇게 해서 구좌리 얼크니칼국수의 모든 코스 요리를 맛봤다. 담백하고 얼큰한 국물에 야채와 소고기 사브사브, 탱글탱글 쫄깃한 손칼국수, 거기에 환상의 조합을 뽐내는 볶음밥까지. 소박하지만 한국인의 입맛을 제대로 저격한 구좌리 얼크니손칼국수는 김영은 사보기자의 말처럼 '맛집'이 분명하다.

칼국수 맛있게 먹는 법 >>



- ① 육수가 끓는 동안 와사비소스와 간장소스를 1:2 비율로 혼합한다.
- ② 끓는 육수에 쇠고기를 넣는다.
- ③ 살짝 익힌 쇠고기와 미나리, 버섯을 소스에 찍어 먹는다.
- ④ 손칼국수를 넣어 끓여 먹는다.
- ⑤ 손칼국수를 먹은 후 밥을 볶아 먹는다.



달마산 능선에 펼쳐진 작은 불국토

땅끝에서 만나는 하늘 끝

해남 달마산 도솔암과 땅끝

삼천리를 이어져 내려온 백두대간의 기운이 바다 건너 탐라국으로 가기 전 마지막으로 숨을 갈음하는 한반도의 끝자락. 토말(土末) 해남으로 떠나는 가을 여행은 그 어느 때보다 풍성한 이야기들로 가득하다. 답사여행의 고전이자 바이블인 <나의 문화유산 답사기>에서 유홍준 교수가 찬탄을 금치 못한 저 달마산 능선 위, 마치 공룡의 등뼈처럼 솟아오른 갑날 봉우리에 올라 '땅끝의 하늘 끝'과 만난다.

글 / 사진_도담 (여행작가)

여행자들의 성지, 남도답사 일번지 해남

삼천리를 달려온 이 땅의 기운이 환상의 섬 제주로 건너가기 전 마지막 숨을 고르는 장소. 땅 끝 해남은 여러 모로 많은 상징성을 띤 고장이다. 우선 해남은 지정학적으로 한반도의 남단에 서도 가장 끝자락에 걸쳐 있어 매년 연말연시 이곳에서 해넘이와 해맞이를 하려는 사람들로 넘쳐난다. 다른 하나는 전남 여수에서 고흥을 거쳐 진도를 돌아 신안으로 이어지는 '다도해해상국립공원'의 한복판에 위치하는 고장이라는 점. 다도해해상국립공원에 속한 섬들 중에서도 가장 아름다운 섬으로 꼽히는 완도와 보길도 그리고

청산도는 모두 해남을 교두보 삼아야 닿을 수 있는 명소이다.

마지막으로 해남은 이웃한 강진과 함께 '남도답사 일번지'로 불리는 유구한 역사의 고장으로 알려져 있다. 이제는 답사여행의 고전이자 바이블로 자리매김한 유홍준 교수의 <나의 문화유산 답사기> 1권에 등장하면서 출간 당시 여행자들의 성지로 인식되기도 했다.

이러한 해남의 대표적인 명소로는 <나의 문화유산 답사기>에 등장하는 두륜산 대흥사를 비롯해 달마산 미황사와 도솔암, 고천암호, 땅끝마을 등을 이야기할 수 있다. 그 중 두 곳의 절집

을 품은 달마산은 마치 북녘땅의 금강산이 남쪽으로 옮겨온 듯 빼어난 자태를 자랑하는 명산이라 이 계절에 그냥 거르고 지나갈 수 없는 해남 최고의 명소라 하고 싶다.

중국의 고관도 반한 달마산의 수려한 산세

해발 489미터의 달마산은 고려시대 중국 남송에서 건너온 어느 고관이 수려한 산세에 반해 화폭에 담아갔다는 이야기가 전해질 정도로 빼어난 절경을 자랑한다. 해남군 송지면 서정리에 자리 잡은 미황사에서 바라본 달마산은 마치 칼날처럼 솟아오른 암석단에 봉우리들이 남북으로

무려 7km에 걸쳐 펼쳐져 있어 흡사 여덟 폭 병풍에 그려진 산수화를 보는 듯하다.

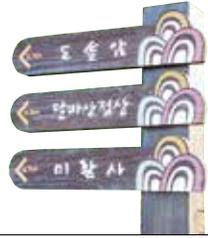
바로 이곳 달마산의 송곳처럼 뾰족한 봉우리에 매달린 도솔암은 그 이국적인 풍경 덕에 이미 여러 차례 드라마와 영화의 촬영지로 낙점되기도 했다. 도솔암에 가려면 미황사 뒤편 등산로를 이용해 한 시간 반에서 두 시간가량 땀을 흘려야



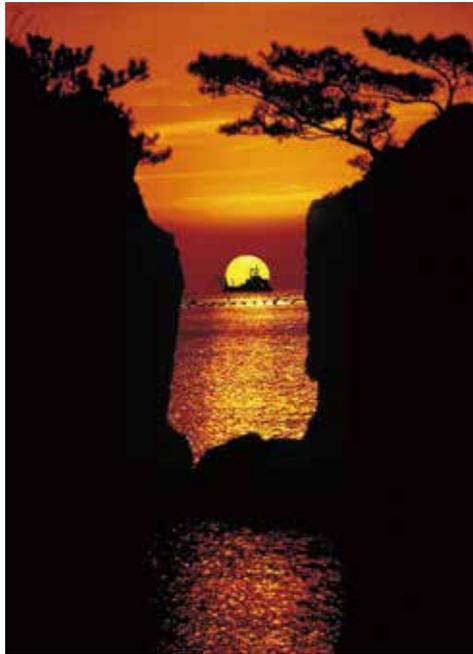
한다. 그러나 송지면 마봉리에서 산자락을 타고 갈지자로 나있는 임도를 이용하면 자동차로 어렵지 않게 도솔암까지 갈 수 있다. 도솔암 안내 이정표가 세워진 곳까지 자동차로 오른 뒤 작은 봉우리를 몇 개만 넘으면 20여 분 만에 도솔암에 닿을 수 있다.

이 작은 암자의 역사는 통일신라시대로 거슬러 올라간다. 신라의 고승 의상대사가 창건했다고 알려진 도솔암에는 달랑 한 칸짜리 전각뿐이지만 서쪽으로 트인 전망 하나 만큼은 전국의 어느 절집보다 뛰어나다. 10월에는 황금빛으로 물든 땅끝 들녘을 발아래 두고 걷는 호사를 누릴 수 있다. 옛사람들은 어찌 이리도 아슬아슬한 수직

절벽 위에 암자를 짓겠다는 생각을 했을까? 아마도 부처님의 자비가 땅끝까지 널리 퍼지기를 소망했는지도 모르겠다.



① 주 소: 전남 해남군 송지면 마봉리 87-1(도솔암)
연락처: 061-530-5229(해남군 관광안내)



땅끝 사자봉에 올라 가을과 이별하다

흔히 '땅끝마을'로 알려진 해남군 송지면 송호리 일원은 해남이와 해돋이 명소로 유명한 남녘 끝의 아담한 바닷가 마을이다. 끼쳐가던 달마산의 기운이 마지막으로 치솟은 바닷가에 땅끝 일대를 조망할 수 있는 사자봉(해발 155미터)이 위치한다. 사자봉은 아주 작은 언덕에 불과한 낮은 산이지만 남해안에서 손꼽히는 훌륭한 전망을 자랑한다. 일출과 일몰을 동시에 감상할 수 있는 높이 40미터의 '땅끝전망대'에 오르면 흑일도, 백일도, 보길도, 노화도 등 점점이 흩어진 섬들이 시야에 들어오며 맑은 날에는 제주도까지 볼 수 있다. 해질녘까지 시간이 넉넉하다면 자동차를 북쪽으로 몰아 30여 킬로미터 떨어진 고천암호까지 달려보자. 고천암호는 해남 서쪽 바닷가를 매립

해 만든 인공호수. 갯벌이었던 곳이 지금은 끝을 가늠할 수 없는 너른 간척지로 변했고 그 땅 위에 갈대가 숲을 이루고 있다. 무려 50만 평에 달하는 갈대밭에는 도로가 나 있어 갈대밭 전체를 편하게 돌아볼 수 있다. 갈대밭이 둘러싸고 있는 고천암호는 철새들의 보금자리이기도 하다. 10월부터 찾아오기 시작하는 철새들은 겨울을 이곳에서 나고 다시 북쪽으로 돌아간다. 바로 이 철새 무리가 해질 무렵 또 하나의 장관을 펼쳐놓는다. 해가 완전히 기울고 황혼이 하늘을 붉게 물들이면 청둥오리들이 일제히 하늘로 날아오르며 하늘을 화폭 삼아 거대한 그림을 그린다.

① 주 소: 전남 해남군 송지면 송호리 1158-5(땅끝전망대)
연락처: 061-532-3883(땅끝마을 관광안내소)

김영란법, 그것이 알고싶다



지난 달 28일은 평소와 다른 진풍경이 연출됐다. 점심시간만 되면 그렇게 붐볐던 관공서 인근 식당은 파리가 날렸고, 구내식당은 모처럼 북적였다. 또 가을이던 열리는 학교 운동회에서는 학부모들이 준비하는 선생님 음료수며 도시락 등은 오간데 없었다. 신고 포상금을 노리는 김영란법 위반 사례를 찾아다니는 란파라치 양성 학원도 수강생들 문의가 잇달았다. 이른바 김영란법 시행에 따른 다양한 사회현상들이다. 국민적 관심 속에 '청렴! 대한민국'을 외치며 태어난 '부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법', 일명 김영란법을 알아본다.

공정하고 투명한 대한민국을 위해

지난 9월 28일 말 많고 탈 많았던 '부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법'(이하 김영란법)이 시행됐다. 흔히 김영란법으로 더 잘 알고 있는 이 법은 2012년 전 국민권익위원장이 추진했던 법안으로 제안자의 이름을 따서 '김영란법'이라 불리고 있다. **'김영란법'은 공무원, 공공기관 임직원 본인 및 배우자들이 부정한 청탁을 받았음에도 신고하지 않는다면 직무 관련성이나 대가성에 상관없이 1회 100만 원(연간 300만 원)이 넘는 금품이나 향응을 받으면 형사처벌을 받도록 하는 법이다.** 즉, 김영란법의 핵심은 직접 또는 제3자를 통한 '부정청탁 금지'와 '금품수수 금지'로, 부정청탁은 누군가에게 올바르게 않

은 방법으로 부탁을 하는 것이고, 법에서 금지하는 금품수수는 부당한 목적으로 돈이나 물건 등을 받는 것을 말한다. 때문에 '김영란법'은 사실상 전 국민이 법 적용 대상에 놓여 있다고 할 수 있다.

이 법은 청탁, 떡값, 스폰서 등 우리 사회의 고질적인 부패 유발 관행들을 바로잡고 청렴 문화를 조성해 공정하고 투명한 사회를 만들기 위해서 제정됐다. 관행이란 이름으로 용인된 부정부패의 척결과 경제 규모 세계 11위의 대한민국이 국제투명성기구에서 조사한 CPI(국제적인 반부패 비정부기구인 국제투명성기구에서 발표하는 부패인식지수)가 37위라는(OECD 회원국 34개국 중에서는 27위) 오명을 벗고 국제사회에 당당히 서기 위한 것이다.

김영란법 핵심은 '부정청탁 금지'와 '금품수수 금지'

김영란법 적용 대상자는 크게 국가·지방 공무원(124만 명), 공직유관단체 임직원(36만 명), 학교 교직원(60만 명), 언론사 대표·임직원(20만 명), 이들의 배우자(160만 명)로 약 400만 명 이상으로 추산하고 있다.

부정청탁의 행위는 ▲사건의 수사·재판 등에 개입 ▲행정지도·단속 등의 대상 배제 위법사항 묵인 ▲공공기관이 실시하는 각종 평가·판정 업무 개입 등 총 14개의 유형으로 나눈다. 하지만 국민들이 공직자에게 정당한 주장이나 민원 등을 제기하지 못할 것을 우려해 **부정청탁으로 보지 않는 7가지 예외**를 두고 있다. ① 법령·기준에서 정한 절차·방법에 따른 특정 행위 요구

② 공개적으로 특정 행위 요구 ③ 선출직 공직자들이 공익 목적으로 제3자 고충민원 전달 등 ④ 법정기한 내 업무 처리 요구 등 ⑤ 직무·법률관계에 관한 확인·증명 등 신청·요구 ⑥ 질의·상담을 통한 법령·제도 등 설명·해석 요구 ⑦ 기타 사회상규에 위배되지 않는 행위가 이에 해당한다.

공직자 본인과 더불어 배우자까지 금지하고 있는 **'금품수수 금지'의 내용**은 1회 100만 원 초과(연간 300만 원 초과) 금품 등 수수 ▲배우자가 수수 금지 금품 등을 받은 경우 ▲외부 강의 시 대통령령으로 정하는 금액을 초과하는 사례금 수수가 해당된다. 단, **예외적으로 허용하는 금품**은 ① 위로·격려·포상 등의 목적으로 하급 공직자 등에게 제공하는 금품 ② 원활한 직무수행 사고·의례·부조 목적으로 제공하는 대통령령으로 정하는 가액 범위 안의 금품 ③ 친족이 제공하는 금품 ④ 단체 등이 정하는 기준에 따라 구성원에게 제공하는 금품, 장기적 지속적인 친분 관계를 맺고 있는 자가 질병 재난 등으로 어려운 처지에 있는 공직자 등에게 제공하는 금품 ⑤ 직무 관련 공식행사에서 주최자가 통상적인 범위에서 일률적으로 제공하는 교통·숙박·음식 등의 금품 ⑥ 불특정 다수인에게 배포하기 위한 기념품 또는 홍보용품 ⑦ 그밖에 다른 법령 기준 또는 사회상규에 따라 허용되는 금품 등이다.

항간에 국회의원은 처벌 대상에서 제외된다는 소문이 돌았다. 정확히 말하면 국회의원 예외 조항이 일부 포함된 것은 맞지만 완전히 예외 대상은 아니다. 국회의원은 선출직이나 국가공무원법상 공무원의 범주에 포함되기 때문에 김영란법을 피



해갈 순 없다. 따라서 국회의원으로 다른 공직자와 마찬가지로 1회 100만 원을 초과하는 금품을 수수한 경우, 직무 관련성이나 대가성 여부를 따지지 않고 형사처벌을 받아야 한다. 하지만 부정청탁 조항에서 국회의원이 '공익적인 목적으로 제3자의 고충민원을 전달하는 행위'에 대해서는 허용하고 있다. 이는 국민 대표성을 갖고 있는 국회의원이 국민의 고충민원 전달 창구로서 역할을 하기 때문에 국회의원에게 특혜를 주는 것이 아니라, 국민의 청원권과 의사전달 자유가 충분히 보장되도록 하기 위한 것이다. 아울러 이 같은 예외 조항은 국회의원에게만 주어지는 것이 아니라 지방의회 의원, 지방자치단체장 및 교육감 등 다른 선출직 공직자, 정당, 시민단체 등에도 동일하게 적용된다.

헛갈리면 청탁·선물은 사절, 계산은 각자

김영란법이 시행되면서 관공서는 물론 기업들도 잔뜩 움츠러든 상태다. 괜히 첫 적발사례로 찍혀 톡톡히 망신을 당할까 두려운 마음에서다. 각 기업들은 외부행사나 미팅을 줄이고, 기자들에게 주어졌던 무료 주차권 제공도 중단됐다. 적용 대상 기관 중 절반이 넘는 학교도 확연히 달라진 모

습이다. 상담 시즌이 되면 교실 한 쪽에 수북이 쌓인 선물과 음료수도 이제 찾아볼 수 없다. 몇 천 원 짜리 커피 한잔도 금액을 떠나 청탁의 개연성이 있기 때문에 오해를 살 수 있다. 대학병원이나 국공립병원을 이용할 때도 주의해야 한다. 기존처럼 외래 진료나 입원, 수술 날짜를 당겨달라고 청탁하면 처벌 대상이 된다.

법 시행에 앞서 국민권익위원회에서는 지난해 6월부터 최근까지 공공기관 등을 대상으로 수많은 설명회와 유권해석 요청에 따른 답변을 내놓으며 내용 알리기에 최선을 다했다. 하지만 공직자들을 비롯한 국민들은 여전히 헛갈려하는 것이 사실이다. 이렇게 온갖 혼란을 감당하면서도 우리가 이 법을 섣뚱 받아들여야 하는 이유는 누구 하나 억울함이 없는 청렴하고 투명한 사회를 만들기 위해서다. 1993년 김영삼 전 대통령이 실시한 '금용실명제'도 시행초기 부작용과 혼란이 우려됐지만 지금은 우리 생활 속에 자연스럽게 자리 잡아 '검은 돈'을 없앴다. 결국 김영란법도 혼란과 저항이라는 진통을 겪으며 '깨끗한 대한민국'을 만드는 토대가 될 것으로 기대한다. '청렴'이라는 의지를 담아 만든 이 법이 우리사회에 제대로 뿌리내릴 수 있도록 법 적용 대상자를 비롯해 국민 개개인의 의식 개선과 관심이 중요한 때다.



“ 이것이 누구를 처벌하기 위한 법이라고 생각하지 않아요. 누군가 청탁을 하면 이런 식으로 거절하라고 행동강령을 만드는 거예요. 일종의 규범이죠. 도덕적 규범을 머리에 떠올리게 하는 것만으로도 태도를 바꿀 수 있어요. (김영란 전 국민권익위원장) ”

김영란法 10계명

 <p>① 기본 중 기본은 '3·5·10만 원' 법칙이다</p> <ul style="list-style-type: none"> 공직자에게 식사 선물 경조사비 제공 땀 각각 3·5·10만 원 이하로 위반 땀 과태료 부과, 공직자는 소속 기관까지 처벌 '양벌규정' 	 <p>② 죽마고우라도 '직무관련성' 있으면 식사 3만 원 이내로</p> <ul style="list-style-type: none"> 김영란법에서는 '직무관련성' 관련해 친분관계 고려 안해줘 고교동창 사무관·기자·교사 만나도 한 명이 3만 원 넘겨 대접 안돼
 <p>③ 애매할 땀 무조건 '더치페이' 하고 영수증 챙겨야</p> <ul style="list-style-type: none"> 누구를 만나는 자기 밥값 자기가 내면 문제 안돼 이해관계(인허가 등) 있는 공직자 만 날때는 3만 원 식사도 불허 	 <p>④ 결혼 장례 이외엔 경조사비 안된다</p> <ul style="list-style-type: none"> 승진·돌잔치·생일 등 여타 경조사 때에는 경조사비 수수 불허 결혼·장례 때 10만 원 넘는 경조사비 받으면 초과분 돌려줘야
 <p>⑤ 결혼식 때 식사대접 3만 원 넘어도 돼</p> <ul style="list-style-type: none"> 결혼식·장례 때는 일몰적으로 제공하는 3만 원 초과 식사는 허용 	 <p>⑥ 식사, 선물 같이 대접할 땀 합쳐서 5만 원 이하로</p> <ul style="list-style-type: none"> 식사비용은 3만 원 이내로, 선물비용은 '5만 원-식사비용'으로 제한
 <p>⑦ 처음 청탁은 거절, 두 번째는 기관장에게 신고</p> <ul style="list-style-type: none"> 1차 때는 부정청탁임을 알리고 명확한 거절, 2차는 서면 신고해야 이를 어긴 공직자는 내부적으로 징계 당할 수 있어 	 <p>⑧ "입원, 검사 빨리 받도록" 부탁 이전 안돼</p> <ul style="list-style-type: none"> 환자 보호자가 병원 지인에게 부탁하면 최고 2000만 원 과태료 국공립, 사립 대학병원은 적용, 민간 병원은 적용 안돼
 <p>⑨ 아이 담임 만날땀 교무실에서... 공개적 민원은 괜찮아</p> <ul style="list-style-type: none"> 상사적으로 학생 평가하는 교사에게겐 커피 한 잔도 주면 안돼 	 <p>⑩ 부정청탁 말만으로도 위법, 애매한 부탁 안꺼내야</p> <ul style="list-style-type: none"> 청탁 성사 여부는 중요치 않아... 본인 위한 민원일 때는 처벌 규정 없어

* 본 코너는 국민권익위원회 홈페이지에서 발표한 내용을 토대로 작성되었으며, <김영란법 10계명>은 매일경제의 기사 일부를 발췌한 것입니다. 좀 더 자세한 사항은 국민권익위원회(www.acrc.go.kr)에서 확인할 수 있습니다.

톡톡 튀어야 산다 '팝업의 경제학'

팝업스토어는 한동안 짧은 시간에 매출을 극대화하거나 상품의 시장가치를 테스트하기 위한 수단으로 주로 쓰였다. 그런데 요즘 팝업스토어는 뭔가 이상하다. 때론 돈 벌 생각은 아예 없이 돈 쓸 생각만으로 팝업스토어를 여는 것처럼 보인다. 때론 시장의 뉴페이스의 상품가치를 확인해볼 요량으려 오히려 상품성이 확인돼야만 팝업스토어를 여는 것처럼 보이기도 한다. 이전 너무나 흔해졌지만 그만큼 더 속사정을 알기 어려운 팝업스토어의 세계를 들여다봤다.

자료 제공 _ 중앙일보

지난 8월 20일, 국내 최대 식품매장이라는 현대백화점 판교점 지하 1층엔 큼지막한 전구를 들고 다니는 사람들이 이상하게 눈에 많이 띄었다. 알고 보니 지난 5월부터 한시적으로 운영하고 있는 '전구소다'라는 음료 팝업매장의 음료였다. 메뉴에 있는 음료는 모두 네 가지로, 월 시키든 백열 전구 모양의 유리컵 안에 소다를 담고 그 위에 작은 LED를 켜서 준다. 맛보다도 보기에 신기하고 예뻐서 주말이면 늘 긴 줄을 서야 겨우 손에 칠 수 있다. 인스타그램에 전구소다 해시태그(#전구소다)를 달고 올라와 있는 사진이 2만여 건이 넘을 정도로 바이럴이 많이 된 덕분에 롯데백화점 본점에서도 지난 28일까지 팝업스토어를 열 수 있었다.

'타깃 보트'가 팝업의 원조



백화점을 벗어나면 팝업스토어는 훨씬 더 다양하게, 그리고 더 자주 열린다. 10월까지 성수동의 S팩토리 갤러리에서 열리는 문샷(연예기획사 YG의 화장품 회사)의 지디(GD) 향수 팝업스토어, 9월 말까지 한남동 카페 퍼스에서 열렸던 탐스슈즈 팝업스토어, 그리고 9월 초 서울올림픽공원 88잔디마당에서 열린 유니클로 팝업스토어 등 그야말로 365일 내내 팝업이 열리고 있다고 해도 결코 과장이 아닐 정도다.

요즘 팝업스토어는 길면 수 개월까지 이어지지만 원래 팝업스토어(Pop-up Store)란 특별한 목적을 갖고 1~2주 정도만 반짝 열었다 닫는 매장을 뜻했다. 이향은 성신여자대학교산업디자인과 교수는 "팝업의 시초는 2003년 대형 할인점 타깃(Target)이 첼시 향구에 연 '타깃 보트'라는 매장"이라고 설명했다. 그는 "원래 맨해튼에 내려던 매장에 문제가 생겨 할 수 없이 첼시에 임시 매장을 냈는데 이게 의외로 폭발적인 인기를 얻었다"며 "다른 기업들이 이를 벤치마킹하며 팝업이라는 개념이 퍼지기 시작했다"고 덧붙였다.

그렇다면 국내엔 언제 상륙했을까. 업계에선 2009년 홍대 앞에서 열린 패션 브랜드 구호와 나이키의 팝업 매장 등을 1세대로 꼽는다. 최순화 동덕여대 국제경영학과 교수는 "1990년대 후반에도 베타상품(일종의 시제품)을 소비자에게 소개하는 안테나샵이나 파일럿샵이 존재했지만 엄밀히 말해 팝업스토어와는 다르다"라고 말했다. 최 교수는 "팝업스토어가 생기기 전엔 고객이 기존 매장을 찾아가야만 했다"며 "소비자가 주도권을 쥐면서 팔려는 사람이 고객을 적극적으로 찾아 나서는 구도로 바뀐 게 팝업스토어에 대한 수요가 늘어난 계기"라고 했다.

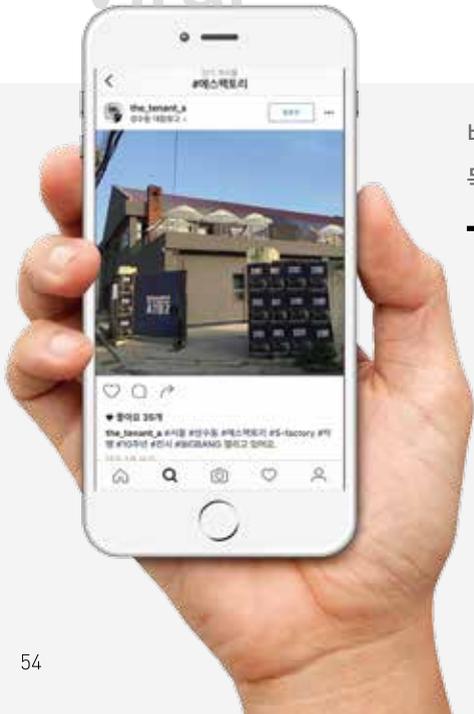
“비용만 생각하면 미친 짓”

팝업스토어 초기 시절엔 기업들이 짧게 제한된 인원만을 대상으로 하는 ‘시한부 마케팅’의 일환으로 팝업스토어를 운영했다. 희소성을 무기로 단기간 매출을 극대화하는 전략으로 팝업스토어를 활용했다는 얘기가.

하지만 요즘은 다르다. 실제 매출과는 무관하게 짧은 시간 동안에 보다 많은 사람에게 알리는 걸 목표로 하는 경우가 대부분이다. 지난 8월 가로수길에 팝업스토어를 냈던 디올이 대표적이다. 정확히 밝히지는 않았지만 단 이틀만 공개되는 행사를 위해 임대료를 포함해 역대의 인테리어 비용을 쏟아부은 것으로 알려졌다. 디올 측은 “비용 대비 매출만 생각하면 팝업스토어는 미친 짓”이라며 “하지만 그 자리에서 승부를 보겠다는 게 아니라 기존 백화점 매장과는 다른 잠재 고객을 매장으로 불러 들이는 이른바 ‘콜 투 액션(Call to action)’효과를 기대했다”고 말했다. 다른 업체도 크게 다르지 않다. 지난 3월 가로수길에 팝업 매장을 연 발렉스트라, 5월 강남역에서 했던 샤넬 등이 모두 이런 효과를 노리고 문턱을 낮춰 거리로 나섰다.

팝업스토어 전문 대관업체인 가로수길의 최정민 코노이 스페이스 대표는 “일주일에 3천만 원 가까이 내야 팝업스토어 매장을 빌릴 수 있지만 하고 싶다고 문의를 해오는 업체가 끊이지 않는다”고 말했다. 가로수길에만 이런 팝업스토어 전문 대관업체가 5개가 있다.

Viral



바이럴에 목숨 걸다

국내에서 아이폰이 출시되고 트위터·페이스북 등이 한국어 서비스를 시작한 것도 팝업스토어 문화를 불붙인 요인이다. 바이럴 때문이다. 팝업스토어에 뭔가 새롭고 트렌디한 게 있거나 하면 가장 먼저 달려와 누가 시키지 않아도 사진을 찍어 떠나없이 SNS로 퍼나르니 업체 입장에서 당장 돈이 들더라도 놓치기 어려운 강력한 홍보 수단일 수밖에 없다. 끊임없이 새로운 콘텐츠를 찾아 나서는 소비자 입장에서도 팝업스토어는 매력적인 놀이터다. 인스타그램에 '#팝업스토어'



돈 버는 팝업

거리로 나간 팝업스토어가 돈보다 바이럴을 중시한다면 백화점 팝업스토어는 좀 더 매출에 초점을 둔다. 다만 초창기엔 입점 업체를 결정하기 전에 미리 입점 브랜드의 인지도와 소비자 반응을 확인하는 용도로 팝업스토어를 활용했지만 최근엔 한층 섬세한 전략을 구사한다. 워낙 백화점을 찾는 고객 수가 정체를 보이다 보니 새 고객의 확보보다 기존 고객을 관리하는 수단으로 팝업스토어를 활용하는 경우가 많다. 식품매장은 물론 의류매장의 팝업스토어 역시 기존 고객들에게 새롭고 신선한 체험을 제공해 백화점 안에 잡아두기 위한 수단으로 쓰인다. 신세계백화점은 팝업스토어에 집중하기 위해 최근 본점 5층 메인 부분을 팝업스토어 컨셉에 맞게 리뉴얼 했다.

를 입력하면 4만 5천여 장의 사진이 검색된다. 이걸로 끝이 아니다. 사진을 접한 팔로워들은 ‘좋아요’를 누르고 ‘댓글’을 남기며 팝업 정보를 다시 유통시킨다. 그렇다보니 업체들은 보다 많이 바이럴을 시킬 수 있는 팝업스토어 꾸미기에 골몰한다. 하루 이틀짜리 팝업스토어에도 브랜드의 철학과 컨셉에 맞는 음악·꽃·음식을 준비하고, 때론 각종 체험형 이벤트까지 더해 오감을 만족시키는 ‘복합 문화공간’에 주력하는 것도 이런 이유다.



2주 위해
3년 준비하기도

팝업스토어는 유동인구가 많고 특정 연령대가 주로 모이는 곳에서 열린다. 예컨대 가로수길은 젊고 트렌디한 20~40대 여성이 많이 찾기에 팝업스토어의 메카가 될 수 있었다. 명동은 아무래도 중국 관광객이 다수이다 보니 이를 겨냥한 아이오페 등 K-뷰티 마케팅이 자주 열린다. 강남역은 유동인구에 비해 연령층은 마구 뒤섞여 있어 사실 타겟팅이 쉽지 않은 지역이다. 그럼에도 강남역이란 이름이 주는 상징성 때문에 이곳을 찾는 경우도 있다. 강남역에서 팝업스토어를 진행했던 샤넬 김현경 차장은 “여러 장소를 찾다가 강남역이 K-문화, K-팝, K-트렌드를 상징하는 지역이라 팝업을 냈다”고 말했다.

팝업스토어가 열리는 기간은 대개 1~2주로 짧다. 윤이나 롯데백화점 바이어는 “팝업이란 이름을 달고 너무 오래 열면 빨리 가봐야겠다는 조급한 심리가 사라지기 때문에 고객 반응이나 매출 모든 면에서 별로 득이 될 게 없다”고 말했다. 하지만 이는 백화점마다 조금씩 다르다. 현대백화점과 신세계백화점은 매출에 따라 시기를 연장하는 등 탄력적으로 운영한다.

팝업스토어의 운영 기간이 길든 짧든 이를 위해 준비하는 기간은 예상외로 길다. 김준영 현대백화점 디저트 바이어는 “짧게는 일주일에서 길어봐야 3개월까지 운영하는 팝업스토어를 위해 준비는 2년 넘게 걸리기도 한다”며 “브랜드를 선정하고 컨셉에 맞춰 인테리어를 제대로 하려면 품이 상당하다”고 말했다. 소비자를 사로잡은 팝업스토어, 이렇게 다 이유가 있었다.

Pop up Store



귀담아 듣는 독자 염서

사보 ISU에 대한 독자 여러분의 의견을 듣고 싶습니다. 관심 있게 보신 기사나 사보에 관한 다양한 의견을 보내주세요.

이수 사우 및 가족들의 많은 염서가 도착하고 있습니다. 염서 당첨자에게 드리는 선물 배송에 착오가 없도록 정확한 이름과 소속을 기재해 주시기 바랍니다.



이제 야구 재미가 배가 되겠네요!
야구를 좋아해서 야구장 먹거리 기사가 눈에 띄었습니다. 앞으로 야구장을 찾으면 야구장 별미를 맛보았어요. ‘꽃보다 야구’ 칼럼도 잘 봤습니다. 감독님들 얼굴도 함께 보면 좋았을텐데 아쉬움이 남네요.
이동건 차장 (이수화학 인사부)



사우들의 추억을 함께 할 수 있어서 좋습니다!
사우들의 행복했던 순간을 나눌 수 있어서 참 좋은 것 같습니다. 미소 지을 수 있는 예쁘고 멋진 사진과 나름대로 의미 있는 이야기들이 꼭 추억여행을 떠나는 기분입니다. 언젠가 저도 꼭 한번 응모해보고 싶은 칼럼입니다.
안희지 대리 (페타시스 영업2팀)



야구장 먹거리~ 침 넘어 가네요!
이번 기사를 보고 야구장에 이렇게 다양한 먹거리가 있는지 처음 알았어요. 이제 차맥에서 벗어나 삼겹살에 꼼장어까지 다양하게 즐겨보려고 합니다. 야구의 재미를 더할 수 있게 해주셔서 감사합니다.
김영신 선임기정 배우자 (페타시스 검사파트 AOI)



빛이 중헌디?
‘빛이 중헌디’라는 유행어를 남긴 영화 <곡성>을 재미있게 봤습니다. 영화 상영 후 많은 사람들이 곡성 여행을 떠나더라고요. 저 또한 여행지로 곡성을 궁금해하고 있었는데, 생각보다 즐길 거리가 많은 곳 같습니다.
한승이 님 (이수건설 성남여수 택지현장 강대관 대리 배우자)

가을호 Mini Quiz
다른 그림 찾기

1번과 2번 사진의
다른 그림 5개를 찾아주세요.



2016년 여름호 정답

1. 이수창업투자는 영화 <핸즈 오브 스톤>과 어떤 한국영화를 추천했나? ① 밀정
2. 리더의 책장 추천도서 '재레드 다이아몬드'의 50년 연구가 담긴 이 책은? ② 재레드 다이아몬드의 나와 세계
3. '김광현 차카차카'의 메뉴는? ② 치킨과 카사바칩
4. 섬진강 가차마을, 장미축제 등 볼거리 가득한 이곳은? ③ 곡성

2016년 여름호 엽서 당첨자

(주)이수 HR팀 박세현 대리
이수화학 인사부 이동건 차장
이수페타시스 기획팀 김도균 대리
이수페타시스 영업2팀 안혜지 대리
이수페타시스 검사파트 AOI 김영신 선임기정 배우자 님
이수건설 성남여수 택지현장 강대관 대리 배우자 한송이 님

문의 _ (주)이수 **브랜드관리팀** (02)590-6895
사보 ISU는 여러분의 적극적인 참여를 기다리고 있습니다. 진솔한 생각과 마음이 담긴 글이나 사진을 보내주세요. 채택된 자료는 소정의 원고료를 지급합니다. 겨울호 원고 마감은 11월 20일 입니다.

여러분의
참여를
기다립니다

스무살, 이수

20년이 아닙니다 스무살입니다

무엇에든 도전할 수 있는 열정이 있습니다.
실패를 두려워하지 않는 패기가 있습니다.
과거가 아닌 미래를 바라보는 꿈이 있습니다.
뭐든지 될 수 있는 무한한 가능성이 있습니다.
바로 여기 스무살의 이수가 있습니다.

