

융합경영리뷰

한 국 을 대 표 하 는 융 합 경 영 매 거 진

디지털 시대 기업문화의 대전환



초연결(hyperconnectivity)과 초지능(superintelligence)을 특징으로 이제 4차 산업혁명이 생활 속에서 시작되고 있으며 새로운 패러다임이 형성되고 있습니다. 기술혁신은 필연적으로 기업경영에도 역시 커다란 변화의 물결을 일으킬 것입니다. 융합경영 리뷰는 이러한 시대적 요구에 부응하여 경영학과 이외 관련된 제 분야의 융복합 연구를 통하여 4차 산업혁명 시대에 요구되는 경영학의 발전을 도모하기 위한 목적으로 발간되었습니다.

contents

에디터 컬럼

- 1 디지털 시대 기업문화의 대전환

주제 컬럼

- 2 디지털 시대의 조직문화 혁신 _ 김강희
- 5 디지털 대전환의 시대, 기업문화의 재발견 _ 박정완
- 8 디지털 시대, MZ세대의 조직문화 _ 탁진규

디지털경영

- 12 IT 측면에서의 토큰증권(Security Token)의 과제 _ 서병완

사이버경영

- 17 사이버 금융 시대의 범죄 사례와 예방 _ 메타 사피언스

휴먼경영

- 30 어느 아이의 재능도 잃어버릴 여유가 없다 _ 이종구
- 33 자폐성장애 아동의 대화 분석하기 (아동의 숨겨진 의도 파악하기) _ 강은희

경영에세이

- 40 길바닥 지혜를 찾아 떠난 세계일주기행 - 유럽 편 2 벨기에, EU본부와 NATO를 품은 나라 _ 이규형

융합경영 리뷰_2023년 6월호(NO.48)

발행일 2023년 6월 1일

발행처 지식플랫폼

발행인 김주연

편집위원장 엄재근

편집 그란펠스

디자인 M.S.G.

주소 서울시 구로구 경인로 662 디큐브시티 15층 1512호

이메일 bookplatform@naver.com

팩스 02-6499-4370

광고 문의 '융합경영 리뷰'에 광고 게재를 원하시면
아래의 연락처로 문의주시기 바랍니다.

융합경영 리뷰 편집위원장

bookplatform@naver.com / 010-6839-4970





디지털 시대 기업문화의 대전환

디지털 시대란 인터넷과 컴퓨터 등 디지털 기술이 발전하면서 생겨난 시대이다. 디지털 시대의 지식은 비트로 만들어지며, 정보와 지식이 빠르게 순환되고 생애주기가 단축된다. 인터넷은 지식과 정보를 혼합하면서 지식을 정보로 만드는 동시에 정보를 지식으로 전환시키는 역할을 해왔다. 그리고 시대에 따라 기업문화는 달라졌다. 일반적으로 기업문화라고 하면 기업 내부에서의 규범, 가치관, 행동 패턴 등을 의미한다. 이는 기업의 경영전략과 직결되며, 기업의 성과와도 밀접한 관련이 있다. 기업문화는 조직 내부의 구성원들이 공유하는 가치관과 행동패턴으로 구성되며, 이를 통해 조직 내부의 구성원들은 서로를 이해하고 협력할 수 있다.

디지털 시대에 들어서면서 기업문화는 기존의 것과 많이 달라졌다. 디지털 시대에 맞게 대전환을 이뤄나가는 중이다. 기업에는 디지털 기술을 사용하는 디지털 세대가 이미 자리를 잡았다. 디지털 세대는 정보를 찾고 소통하며 일하는 등의 일상생활에서 디지털 기술을 활용한다. 어렸을 때부터 인터넷과 채팅방에 익숙해진 세대는 일상이 곧 디지털이다.

코로나로 가속화된 스마트워크가 기업문화를 변화시키고 있다. 디지털 기술 위에 저출산과 고령화 위기가 겹치면서, 사회는 새로운 기업문화로의 변화를 요구하고 있다. 이미 해외는 물론 국내에서도 근무시간 유연화, 근무장소 다양화, 워케이션 등이 새로운 기업문화로 자리 잡고 있다. 디지털 세대가 자리 잡고 있는 기업은 내부의 의사소통과 업무 프로세스가 더욱 효율적으로 이루어지고 있다. 이러한 기업들이 경쟁력을 유지하기 위해서는 빠른 변화에 대응할 수 있는 유연성과 창의성이 필요하다.

코로나 엔데믹 이후 디지털 시대 기업문화의 대전환이 일어나고 있다. 한국 기업문화의 미래는 이 대전환 속에서 판가를 날 것이다. 그동안 강한 계층의식, 비효율적 야근문화, 군대문화 등의 기존 K-기업문화가 디지털 시대에 과연 어떻게 변화할지 기대해본다.

융합경영 리뷰 편집위원장

디지털 시대의 조직문화 혁신

김강희



하루가 다르게 급변하는 디지털 라이징 시대에서 조직의 문화는 어떻게 변화하고 발전해야 할까요? 새로운 조직문화를 구축하기 위한 디지털 시대의 조직문화 혁신에 대해 이야기 나누고자 합니다.

먼저 질문을 하고, 답을 찾아보도록 하겠습니다.

첫 번째는 디지털 시대에 필요한 새로운 조직문화를 어떻게 이해해야 하는가?

두 번째는 디지털 조직문화 구축에 바람직한 접근

방법은 무엇인가?

세 번째는 성공적 변화와 추진을 위한 기업의 과제는 무엇인가?

지금도 진행 중인 코로나 팬데믹 상황은 업무방식의 디지털 전환을 보다 가속화시켰습니다. 기업 내 구성원들의 재택근무, 비대면 소통과 협업이 증가하면서 물리적 거리두기를 바탕으로 새로운 업무방식으로서의 전환이 보편화되었습니다.

그러나 반대로 이러한 급격한 변화에 적응할 시간이 부족했던 기업 내 구성원들은 비대면 업무 대응을 위해 도입된 다양한 디지털 기술과 툴을 활용해서, 협업파트너와의 필수적인 거리를 보다 좁히고 업무생산성을 유지해야 하는 도전에 직면해 있습니다.

이러한 상황에서 기업들의 고민도 깊어지고 있습니다. 기업 입장에서는 업무환경의 디지털 전환에 따라 내부 구성원 간의 협업과 소통이 원활하게 진행되고 있는지, 회사 외부의 파트너들과의 화법에 문제가 발생하고 있는 것이 아닌지, 재택 및 원격 근무가 됨에 따라 업무활동이 개인의 생활과 삶의 질에 다른 영향을 주고 있는 것인지 등등 숏한 의문을 갖고 있습니다.

결국 기업들은 구성원들이 새로운 업무환경을 수용하고 적용하면서, 업무의 성과를 안정적으로 유지하고, 나아가 업무의 생산성을 효과적으로 개선할 수 있는 방법이 무엇인지에 대해 깊이 고민하는 상황입니다.

이러한 디지털 업무환경에는 두드러진 특징이 있습니다.

바로 자율성, 즉시성, 투명성입니다.

먼저 조직 구성원들은 업무를 위한 시간과 일정에 대한 계획, 업무공간, 활용 기기 등에 대해 보다 폭넓은 선택권을 갖고 업무를 수행할 수 있는 자율성을 확보하게 됩니다.

또, 업무의 과정과 결과가 실시간으로 공개되고, 공동 작업이 가능해지면서 언제 어디서나 의사소통이 가능해지는, 즉 업무의 즉시성이 강화된 환경 속에 놓이게 됩니다. 그리고 동시에 개인의 업무목표와 팀의 업무성과 등 사내 지식자산의 관리에 대한 투명성도 제공됩니다.

그런데 이런 디지털 업무환경의 특성은 잘 이용하면 생산성이 극대화되는 조건이지만, 만일 잘못 활용되는 경우에는 오히려 구성원의 사기를 저하시키고 혼란을 가중되며 업무성과의 성취를 방해하는 요인으로 작용할 수 있습니다.

따라서 디지털 업무환경에서는 구성원들의 바람직한 업무방식에 대한 표준화된 가이드라인과, 적용에 대한 공감대 형성이 더욱 중요합니다.

이렇듯 각 기업이 디지털 업무환경에서 보다 나은 업무성과를 창출할 수 있도록 하는 일하는 새로운 방식을 디지털 조직문화라고 할 수 있습니다.

새로운 조직구조와 R&R 인사제도, 협업 스마트 디바이스, 최적화된 업무공간과 같은 제도와 환경이 주어지더라도, 구성원 개개인의 행동이 변화하지 않으면 성과를 낼 수 없습니다.

따라서 디지털 조직문화의 확립은 기업의 성과 창출에 있어서 중요한 화두입니다.

디지털 조직문화는 Mindset, Behavior, System 이 3가지 구성요소로 이루어집니다.

먼저 Mindset은 조직 내에 정립되고 공유되어야 하는, 구성원들의 새로운 사고와 인식을 말합니다. 그리고 Behavior는 구성원들이 실천에 옮겨야 할 구체적인 행동양식입니다. System은 조직문화의 직접적인 요소는 아니지만, 새로운 조직문화가 형성될 수 있도록 하는 필요요건으로서 교육 및 평가보상 등의 운영체계를 말합니다.

이 3가지 요소가 기업의 상황에 맞추어 조화롭게 확립되어야만 비로소 디지털 조직문화가 구현될 수 있습니다.

이러한 디지털 조직문화를 설계하는 과정에서 기업 구성원들의 특징을 이해하는 것은 매우 중요합니다. 전통적으로 우리는 각 기업이 속해 있는 산업과 영위하는 업의 특성에 따라 조직문화가 많이 결정된다고 생각합니다. 이에 따라서 산업제나 B2B 산업의 회사들은 보다 보수적이고 IT, 소재, B2C 산업의 회사들은 더 역동적이고 유연하다는 등의 선입견을 갖고 있는 것 같습니다.

이 부분은 산업마다 가치를 창출하는 방식이 다르고 제품의 라이프 사이클이 서로 다르기 때문에 여전히 유효한 견해일 수 있습니다. 그러나 산업영역을 막

론하고 기업 구성원에서 점차 MZ세대의 비중이 늘어남에 따라, 이러한 공식과 경계가 희미해지고 있습니다. MZ세대는 일상생활에서부터 디지털 환경에 매우 익숙하고 최신 트렌드와 남과 다른 이색적인 경험을 추구합니다. 이들의 성향과 스타일에 맞는 업무환경과 업무방식을 구축하는 것이 지속가능한 사업성과를 창출하는 데 있어, 산업과 무관하게 중요한 과제가 된 것입니다. 따라서 업의 특징과 디지털 환경에 익숙한 구성원의 니즈를 복합적으로 고려하여, 기업 고유의 업무방식을 설계하는 것이 중요합니다.



새로운 업무방식이 적용되고 확산되기 위해서는 구성원들의 요구 행동양식에 대한 구체적인 가이드라인을 제공해야 합니다. 조직문화를 개념적이거나 추상적으로 정의하여 소통하는 경우, 구성원들이 구체적인 실천의 방법을 찾기 어렵습니다. 따라서, 업무방식의 변화방향을 과제형태로 정의한 뒤, 세부적인 요구 행동양식의 실천방안을 이해관계자별로, 즉 Do's & Don'ts 형태로 구체적으로 정해야 합니다.

또, 새로운 업무방식의 전환이 행동 당사자들에게 어떤 Benefit을 주는지에 대한 기대효과를 정의해야 합니다. 그리고 조직 내부의 제도나 프로젝트 시스템 등 특정 업무방식을 도입하는 데 있어서, 장애요인이 될 수 있는 부분이 무엇인지 파악하고 이를 선제적으로 제거할 수 있도록 노력해야 합니다. 디지털 업무환경에서 구성원들에게 필요한 업무방식이 잘 정의되었

다 하더라도, 구성원들이 이를 잘 받아들이고 실천에 옮기는 데에는 상당한 시간과 노력이 필요합니다.

구성원들이 변화를 수용하게 하는 것은 새로운 업무방식이 스스로의 업무 생산성 향상에 도움이 된다는 확신이 섰을 때입니다. 따라서 구성원의 Benefit에 대한 지속적인 커뮤니케이션과 함께, 디지털 환경에서 효과적으로 일할 수 있도록 돕는 체계적인 교육과 개발 프로그램을 제공하여, 변화에 직면한 구성원들에게 안도감과 자신감을 심어줘야 합니다. 이 과정을 통해 형성된 구성원들의 변화를 바탕으로, 구성원들이 새로운 방식으로 일하고자 하는 자발적인 Commitment를 형성하게 됩니다. 조직문화 확산을 위한 변화관리는 기업에게 있어 가장 중요한 과제입니다.

구성원 공감을 통해 새로운 업무방식의 시나리오를 만드는 것에서부터, 구성원 Benefit에 대한 메시지와 스토리를 개발하여 지속적으로 홍보하는 과정을 통해 공감대를 형성하고, 자발적으로 디지털 업무환경에서의 생산성을 증대하도록 교육하는 것이 기업이 해야 할 일들입니다.

이 과정에서 조직의 리더들이 솔선수범을 보여야, 이러한 노력들이 성공을 거둘 수 있습니다. 회상의 상황에 맞춤형된 디지털 조직문화의 구축 여정은, 어렵지만 반드시 거쳐야 하는 과정입니다. 구성원 중심, 일하는 사람 중심의 접근을 통해야 성공적인 디지털 조직문화의 확립을 이룰 수 있습니다.



김강희 경영학박사
 (현) LG화학 생명과학사업본부
 경영혁신팀 수석부장
 한국인공지능협회 전문위원
 Master Black Belt

IPS산업정책연구원 산업교수, 한국보건복지인력개발원 자문위원(전)서울과학종합대학원대학교 겸임교수

디지털 대전환의 시대, 기업문화의 재발견

박정완



시대의 변화 그리고 기업

삼성, 현대, LG, SK, 두산 등 기업들마다 각기 다른 기업문화를 가지고 있으며, 특히 일전의 어느 신문기 사에서는 삼성, 현대, LG를 두고 기업별 남·여 직원들의 이미지를 형상화해서 크게 이슈가 된 적이 있었다. 그때까지만 해도 각 기업들이 몸담은 산업의 특성과

창업자의 성격, 임직원들의 세대적 성향이 유사한 특성을 보유하고 있었기에, 크게 염려할 수준까지는 아니었으나 현재는 상황이 정반대로 흘러가고 있다.

아무래도 전통 산업군에 IT기술이 접목되기 시작하면서 산업 간의 경계가 허물어지고 있는 상황이다. 이전과는 비교도 안 되는 교육수준과 지식을 보유한 세대들이 대거 유입되면서, 기업문화도 이제는 더 이상

기존의 형태를 갖추지 못한 상황에 이르게 되었다.

그리고 이러한 변화는 4차 산업혁명 시대로 접어들어 따른 시대적 변화와 코로나19로 인해 재택근무, 온택트 등의 문화가 성행하며 거대한 임팩트를 주기 시작했다. AI, 클라우드, 로봇 등의 신규 산업들이 핵심으로 부상함에 따라 더욱 업무방식의 변화를 초래하며 기업들의 변화를 필연적으로 만들었다.

이미 오래전부터 변해야 했고 이를 조금이라도 먼저 감지한 대기업들은 조금씩 실험적인 기업문화를 시도하면서 대부분 실패로 그치는 경우를 경험했다.

단순히 따라하기식의 시도는 자신의 조직에서 통용되지 않는다는 것을 깨달은 지점이 얼마 되지 않은 것 같다. 다만, 그들의 경우, 이미 여러 번의 시행착오를 경험했기 때문에 조금은 이전보다 나은 수준의 작은 성공을 맞본 정도의 상태이다.

그렇다면 지금과 같은 대퇴사, 대이직의 시대에 기업은 어떤 문화를 가지고 산·구세대 임직원들을 대해야 할까? 그들에게 어떤 방식으로 접근해야 자발적인 동기부여와 함께, 자신의 일에 의미를 갖게 하고, 기업이 최종목표로 하는 이익실현과 경쟁력 향상을 꾀할 수 있는 것일까?

답은, 고객에게 있을지도 모른다.

우리가 기업문화를 생각하며 초점을 맞추는 부분은 현재 내가 속한 산업군에서의 트렌드와 내부에서 근무 중인 임직원들일 가능성이 높으리라고 생각한다.

하지만 조금 더 폭넓게 그리고 깊이 있게 들여다봐야 할 부분은 결국 기업 본연의 목표를 달성하기 위한 대상인 고객에게 있을 것이라는 생각이 든다.

그 고객이라 함은 곧 사람에 대한 것이다. 결국 기업의 제품이나 서비스를 이용한다는 것은 인간의 심연에 존재하는 욕망을 자극한다는 것이고, 이런 욕망을 자극하기 위해서는 인간의 심리를 잘 이해해야 함을 말한다.

그리고 만약 이런 이해가 어느 정도의 경지에 이르면, 그 기업은 B2C, B2B의 사업 형태를 떠나 어떻게

든 자신들이 원하는 목표를 달성함으로써 더 높은 경지로 오를 수 있다고 본다. 그리고 이런 대외적 선순환 구조가 임직원들에게까지 영향을 미침으로써, 임직원들의 자긍심을 더욱 고취시킬 것이라고 생각한다.

특히, 제품 및 서비스를 고객에게 더욱 포커싱한다는 것은 사람의 욕구와 필요 그리고 이성과 비이성에 대한 이해를 절묘하게 조화시킬 궁극적인 방법을 찾는 것이며, 이런 노력의 실현은 임직원들의 자발적 동기부여에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 생각한다.

사람은 자신이 직접적으로 제품이나 서비스를 만드는 주체가 아니더라도 본인이 속한 기업이 만든 제품이나 서비스가 대외적으로 고객들에게 인정받는다면, 이런 회사에서 일한다는 것 자체만으로도 큰 동기부여의 동력을 얻을 수 있기 때문이다.

기업문화는 곧 시대와 사람에 대한 이해이다

서두에서부터 언급한 바와 같이 시대가 흘러감에 따라 사람들이 생각하는 방식은 변하게 되어 있으며, 특히 디지털화가 급격히 진전되는 양상에 따라 세대간 간극과 격차는 더욱 세밀하게 나날 수밖에 없다.

3살 정도의 나이 차만으로도 세대 차이를 느끼는 이 시대에, 기업들은 세세하게 나날 임직원들의 간극을 메우기 위해서 혹은 산업 트렌드에만 목을 매달고 기업문화를 선진화하기 위해 노력하고 있는 것은 아닌지 돌아봐야 할 것이다.

어렵고 힘든 때일수록 더욱 근본으로 돌아가야 한다고 생각한다. 임직원-고객-인간으로까지 이어지는 사고의 흐름을 따라가다 보면, 결국 이들 모두 동일한 존재였음을 알게 되고 그런 존재들이 가지고 있는 공통분모들을 파악해, 그 위에 얹혀질 분자들 여럿을 조화시킴으로써 결국은 '1'이라는 가장 유일의 결핍을 얻을 수 있을 테니 말이다.

분명히 기업문화는 대전환기를 맞이하고 있다. 그

리고 이런 대전환기에서의 중심은 늘 인간이라는 존재였으며, 현재에 이르러서야 그 인간이라는 존재의 중요성을 기업들이 깨닫고 그들의 잠재역량을 최대한 발현하게 함으로써 자신들의 목표를 달성하기 위해 노력을 기울이고 있다.

조직관리, 역량개발, 인적자원관리, 인재확보, 기업 문화의 변화와 적용, 디지털 전환, 4차 산업혁명시대, AI, 클라우드, 로봇 등 정말 수많은 신조어들이 생성되면서, 인간의 삶을 윤택하고 또 그들의 역량을 최대한 이끌어내어 개인 혹은 조직의 공통목표를 달성하기 위한 수단을 활용하고 있는 실태이다.

그렇다고 하더라도 결국 그 모든 활동과 결과의 중심에는 '인간(Human Being)'이라는 존재가 자리 잡고 있다는 점을 잊어서는 안 된다. 경영자들 또한 공급이 희소했던 시대의 발상으로 사람을 대해서는 안 되는 시대에 접어들었음을 적확하게 인지하고 본인들이 소속된 집단을 이끌어야 할 것이다.



박정완

현) DAMA Korea 이사

전) 이니텍(KT그룹) 금융전략팀

넥서스앤코드 전략컨설팅, STX조선해양 사업기획팀

한양대학교 경영컨설팅 박사 / Helsinki University MBA

저서: 『우리는 즐거운 퇴사 인간입니다』, 『Premium 브랜드 마케팅』

『컨설턴트가 바라본 경험과 미래 그리고 인간에 대한 일상적 접근』

『디지털 전환 시대, 조직 생존의 법칙』

“살아남는 것은 가장 강한 종이거나 가장 똑똑한 종들이 아니라, 변화에 가장 잘 적응하는 종들이다.”
-찰스 다윈-



지속가능한 경영을 이루기 위해 빠르게 변해가는 지금의 사회 속에서 오늘의 경영을 일선에서 책임지고 있는 CEO와 리더들은 어떤 고민을 하고 계시나요?

디지털이라는 단어 자체를 품고 자라온 세대들이 하나, 둘 회사에서 머리 수를 채워 나갈수록 기업의 문화와 산업의 생태계는 전혀 다른 양상으로 굴러가게 될 것입니다.

디지털 전환 시대에 조직이 생존하는 노하우를 배워야 합니다.

디지털 시대, MZ세대의 조직문화

탁진규



디지털 시대의 도래와 함께 기업들은 대전환의 시기를 맞이하게 되었다. 이전까지는 생산성과 수익을 높이는 것이 최우선 목표였으나, 디지털 시대에서는 기술혁신과 창의적인 아이디어를 통해 경쟁력을 확보하는 것이 중요해졌다. 이를 위해서는 조직문화 역시 대전환을 거쳐야 한다.

디지털 시대는 정보화 기술의 발전으로 인해 급격한 변화를 겪고 있다. 이전에는 제조업이 중심이었으나, 현재는 정보기술이 주도하는 시대이다. 빅데이터, 인공지능(AI), 플랫폼, 사물인터넷 등의 기술들이 출현

하면서 이전에는 불가능했던 일들이 가능해졌다. 이러한 기술들은 기업의 경쟁력을 대폭 높일 수 있다.

조직문화의 대전환을 위해서는 디지털 기술을 활용하는 것이 필수적이다. 이전까지는 오프라인상에서의 대면접촉이 중요했지만, 현재는 온라인상에서의 커뮤니케이션이 중요하다. 데이터 분석을 통해 고객의 니즈를 파악하고 창의적인 아이디어를 발굴하는 것이 중요하다. 또, 인공지능 등의 기술을 이용하여 생산성을 높이고 불필요한 인적자원을 줄이는 것이 경쟁력 확보에 도움이 된다.

새로운 조직문화 구축

디지털 시대에는 기존의 조직문화가 더 이상 유효하지 않다. 디지털 기술의 발전으로 인해 변화하는 환경에서 적극적으로 대처하고 새로운 가능성을 찾아내는 기업만이 경쟁력을 유지할 수 있다. 이를 위해서는 새로운 조직문화를 구축해야 한다.

첫째, 수평적인 조직구조가 필요하다. 기존의 계층적인 구조에서는 정보가 위에서 아래로 흘러 내려가는 방식으로 의사결정이 이루어졌다. 하지만 디지털 시대에서는 모든 직원들이 정보를 수집하고 의사결정에 참여하는 것이 중요하다. 이를 위해서는 직원들 간의 소통이 원활하게 이루어져야 하며, 의견을 자유롭게 제시할 수 있는 분위기가 조성되어야 한다.

둘째, 실패에 대한 태도가 중요하다. 디지털 시대에서는 새로운 아이디어나 기술을 실험해보는 것이 중요하다. 실패를 두려워하거나, 실패를 인정하지 않는 기업은 새로운 시도를 할 수 없다. 이를 위해서는 실패에 대한 태도를 변화시켜야 한다. 실패를 인정하고, 실패에서 얻은 교훈을 바탕으로 새로운 시도를 하면서 성장해야 한다.

셋째, 다양성을 존중하는 문화가 필요하다. 디지털 시대에서는 다양한 배경과 경험을 갖춘 인재들이 필요하다. 이를 위해서는 다양성을 존중하고, 각자의 장점을 살려서 일하는 문화가 필요하다. 차별을 없애고, 평등한 기회를 제공하는 조직문화를 구축해야 한다.

넷째, 새로운 리더십이 필요하다. 예전에는 지시하고 통제하는 리더십이 중심이었지만, 현재는 창의적인 아이디어를 발굴하고 지원하는 리더십이 필요하다. 또, 다양한 분야에서의 전문성을 갖춘 인재를 선발하고 관리하는 것이 중요하다. 이를 위해서는 협력과 소통의 리더십이 필요하다.

결론적으로, 디지털 시대에서는 새로운 기술과 아이디어를 적극적으로 도입하여 경쟁력을 확보하는 것이 중요하다. 이를 위해서는 새로운 조직문화가 필요

하며, 기존의 조직문화를 대 전환하여 새로운 가능성을 창출해야 한다. 이를 위해서는 수평적인 조직구조, 실패에 대한 태도의 변화, 다양성의 존중, 새로운 리더십이 필요하다.

MZ세대와 조직문화

MZ세대는 모바일과 인터넷이 보편화된 시대에서 태어난 세대로, Millennial(밀레니얼)과 Generation Z(제너레이션 Z)의 합성어이다. 이들은 디지털 시대에서 자란 만큼 모바일 기기와 인터넷 서비스를 통한 소통과 정보공유를 자연스러운 것으로 여긴다. 따라서 이들은 새로운 기술과 트렌드에 대한 높은 수용력과 유연성을 가지고 있으며, 이들의 소비패턴과 문화는 기업들에게 중요한 시장 인사이트를 제공하고 있다.

MZ세대의 출현으로 기업들은 새로운 시장환경과 소비자 행동의 변화를 인식하고, 이를 수용하여 기존의 비즈니스 모델과 문화를 전환해야 한다. MZ세대는 이전의 세대들과 달리 소비자로서 높은 참여도와 상호작용을 원하며, 디지털 기술을 통한 새로운 경험과 가치를 추구한다. 이에 따라 기업들은 소비자 경험의 디지털화와 고객 참여를 강화하고, 유연하고 적극적인 조직문화를 구축해야 한다.

MZ세대의 특징을 5가지 정도로 정리해본다.

디지털 네이티브

MZ세대는 디지털 기술과 인터넷이 보편화된 환경에서 태어나고 자란 세대로, 디지털 기술을 사용하는 데 능숙하다. 스마트폰, 디지털 미디어, SNS 등의 디지털 기술을 일상생활에서 적극적으로 활용하며, 디지털 미디어를 통해 다양한 정보와 지식을 습득한다.

빠른 정보수용과 선택적 인식

MZ세대는 빠른 정보수용 능력과 선택적 인식 능력

이 뛰어나다는 특징이 있다. 대체로 정보를 짧은 시간 내에 빠르게 처리하며, 무수한 정보 중에서 필요한 정보를 빠르게 찾아내는 능력이 뛰어나다. 반면에 주관적이고 선택적인 인식 능력도 뛰어나므로, 정보의 신뢰성이나 정확성 등에 대한 평가는 다소 부정확할 수 있다.

창의성과 융합적 사고

MZ세대는 디지털 기술에 대한 높은 관심과 이해력을 바탕으로 창의성과 융합적 사고 능력이 뛰어나다. 새로운 아이디어나 기술을 창조하거나 기존의 것들을 새롭게 조합해 창의적인 결과물을 만들어낸다.

커뮤니케이션 능력

MZ세대는 소셜미디어를 중심으로 다양한 커뮤니케이션 방식을 사용한다. 다양한 소셜미디어를 활용하여 소통하며, 온라인상에서 사회적 활동을 많이 한다. 이러한 소통방식은 기존의 대면적인 소통방식과는 차이가 있으며, 소통방식에 대한 새로운 패러다임을 제시한다.

긍정적인 자기계발 의식

MZ세대는 자기계발에 높은 관심을 보인다. 개인의 학습과 성장, 개인의 성취감이 강한 것이 특징이다. 이 세대는 매우 야심 차고 스스로 동기를 부여하며 세상에 긍정적인 영향을 미치고 싶어 하는 것으로 알려져 있다.

MZ세대는 온라인 과정, 워크숍, 멘토십 프로그램, 네트워킹 이벤트 등 다양한 채널을 통해 기술, 지식 및 능력을 향상할 수 있는 기회를 적극적으로 모색한다. 그들은 종종 자기주도적 학습과 개인 개발을 가능하게 하는 새로운 기술과 플랫폼의 오픈리더이다.

MZ세대는 업무와 개인생활에서 목적과 의미를 중시한다. 그들은 차이를 만들고 그들의 가치와 일치하는 대의에 기여하려는 열망에 동기를 부여받는다. 그

들은 목적의식을 제공하고 사회에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 조직과 이니셔티브를 찾는다.

MZ세대는 일과 삶의 균형과 웰빙도 중시한다. 그들은 건강한 라이프스타일을 유지하기 위해 마음챙김, 명상, 운동 및 자기 관리와 같은 관행을 추구하면서 정신 및 신체 건강을 우선시한다. 그들은 종종 건강한 일과 삶의 통합을 촉진하는 작업장의 유연성과 이니셔티브를 옹호한다.

MZ세대는 소셜미디어와 디지털 플랫폼을 통해 긴밀하게 연결되어 있어 개인 개발 여정을 공유하고, 다른 사람으로부터 영감을 구하며, 같은 생각을 가진 개인의 커뮤니티를 만들 수 있다. 이들은 자기 계발서, 팟캐스트, 블로그, 동기부여 비디오 등 개인적 성장과 관련된 온라인 콘텐츠의 열렬한 소비자이다.

전반적으로 MZ세대의 자기계발 의식은 개인의 성장에 대한 능동적인 접근, 목적과 의미에 대한 강한 욕구, 웰빙에 대한 집중, 디지털 플랫폼을 통한 높은 수준의 연결성과 협업을 특징으로 한다. 이러한 특성은 지속적인 학습, 자기실현, 개인 및 직업생활 모두에 긍정적인 영향을 미치려는 열망을 반영한다.



탁 진규

현) 명지전문대학 교양과 교수

현) 한국생산성본부 전략적이사결정 강익교수

현) 한국산업교육학회 이사 / 현) 한국성인교육학회 이사

현) 한국융합경영학회 이사 / 현) 진성리더십 연구원장

현) 경영지도사(HR/리더십/조직개발)

전) 순천향대학교 국제통상학과 강의교수

전) 현대경제연구원 인재개발원 전문교수

초연결, 초지능, 초디지털이 핵심인
글로벌 대전환 시대,

“누가 주도할 것인가?”



“글로벌 대전환 시대, 한국 기업가정신으로 융합하라”

K-Entrepreneurship

조규연, 탁진규, 임재근 지음

코로나19가 만든 팬데믹, 글로벌 위기의 시기 K-방역, K-컬처, K-푸드, K-바이오 등 세계가 한국을 주목하고 있다.

한국 기업가정신은 전쟁의 폐허 속에서 한강의 기적을 이루었다. 또한, 전 세계 5천만 이상의 인구를 가진 국가 중 유일하게 후진국에서 선진국으로 성장했으며, 21세기 IT 최강국이다.

많은 학자는 기업가정신은 혁신적 창업의 근간 이고, 경제발전의 핵심으로 중요한 역할을 해왔다고 설명하고 있다.

포스트 코로나는 사회 전반에 새로운 패러다임을 요구하고 있다.

K-앙트프리너십(한국 기업가정신)으로 새로운 시대의 기회를 주도해야 한다.

IT 측면에서의 토큰증권(Security Token)의 과제

서병완

2017년 우리나라에서 비트코인(Bitcoin)에 대한 관심이 고조되었고, 정부 측에서도 블록체인 기술을 활용한 다양한 정책과제들을 꾸준히 발굴하기 시작하였다. 당시 국내 이용자들에게 비트코인과 블록체인은 전자거래만을 위한 특정한 거래방식으로 알려져 있었으나, 최근 암호화폐, 대체불가토큰(NFT: Non-Fungible Token) 및 이를 활용한 조각투자(Fractional Investment) 등 금융산업뿐만 아니라 4차 산업을 이끌 차세대 기술로 다양한 분야에서 활용될 수 있을 것으로 인지되고 있다.

이러한 전 세계적으로 급속히 진행되는 자산시장의 디지털화에 대응하여, 우리나라는 디지털 자산산업의 국제적 경쟁력을 높임과 동시에 디지털 자산시장의 투자자 신뢰성을 확보해야 하는 이중과제를 안고 있다. 이러한 상황 속에서 2022년 5월 10일 출범한 신정부는 “투자자 보호장치가 확보”되는 방식으로 ICO(Initial Coin Offering)를 허용하기로 하였다. 또한 토큰화(tokenization)된 증권 즉, 토큰증권(Security Token)의 발행에 대해서는 「자본시장법」을 적용하고, STO를 위한 시장여건을 조성하고 규율체계를 확립할 것임을 밝혔다.

이러한 흐름 속에 최근 2023년 2월 5일 금융당국은 부동산, 미술품, 음악저작권 등 다양한 자산을 토큰화할 수 있는 ‘토큰증권(Security Token)의 발행유통 체계를 다룬 가이드라인을 발표하기도 하였다. 최근 조각투자 열풍으로 다양한 디지털 자산과 플랫폼이 우



후죽순으로 생겨난 가운데, 이들을 제도권 내 증권으로 분류해 다소 낮은 감은 있지만 투자자 보호장치를 강화하기 시작하였다.

토큰증권(Security Token)이란?

토큰증권이란 ‘증권화된 토큰’, ‘증권형 토큰’ 등으로 불리기도 하며, 실물자산이나 금융자산의 지분을 작게 나눈 뒤 블록체인(Blockchain) 기술을 활용해 토큰 형태로 발행한 증권을 말한다. 증권은 통상적으로 일반인들이 회사의 지분증권만을 인지하고 있지만, 증권은 채무증권, 지분증권, 수익증권, 투자계약증권, 파생결합증권, 증권예약증권 등 6가지 증권이 있으며,

현행 제도에서 증권을 발행할 수 있는 방식은 실물과 전자증권뿐이다. 여기에 토큰증권이 새롭게 제도권으로 들어온 것이다. 그럼 또 토큰은 무엇인가? 토큰(Token)은 통상적으로 최소단위 대응 화폐로 상품권, 교환권 등 정보를 지닌 물리적, 가상적 물체 등을 의미한다.

영국 금융행위감독청(Financial Conduct Authority)은 토큰의 종류를 다양하게 구분하는데, '교환토큰(Exchange Token)'은 유통교환을 목적으로 발행된 가상자산으로, 대체가능한 교환단위라는 점에서 가상화폐(Virtual currency)라고 불리기도 한다. 또한 네트워크상의 재화 또는 영역에 접근할 수 있는 권한을 부여한 가상자산도 있는데, 이는 순수 '유틸리티 토큰(Utility Token)'이라고 구분한다. 또한 자본시장 규제체계의 적용 대상이 되는 증권으로, 특정 투자에 관련된 권리와 의무를 수반하는 가상자산을 '토큰증권(Security Token)'이라고 구분하고 있다. 여기서 유틸리티 토큰과 증권형 토큰의 큰 차이점은 유틸리티 토큰은 ICO(Initial Coin Offering)을 통해 투자자들로부터 프로젝트의 초기 개발자금을 모집하고 그 대가로 자산을 발행하는데, 이때 발행된 자산은 프로젝트가 성공해도 그 성과의 일부를 분배받을 권리가 없는 반면, 증권형 토큰은 토큰을 발행하는 주체의 사업과정에서 발생하는 수익의 일부를 배분받거나 배당받을 권리가 부여된다는 점이다.

IPO vs ICO vs STO이란?

그럼 또 ICO는 무엇인가? 우리는 이미 증권시장에 상장한다는 의미의 IPO(Initial Public Offering)에 대해서는 알고 있다. ICO(Initial Coin Offering)는 IPO와 유사하지만, 블록체인 프로젝트가 실제로 런칭되기 전 프로젝트 런칭을 위해 자금을 조달하는 방법 중 하나였다. 가장 대표적인 사례는 이더리움(Ethereum)

을 꼽을 수 있다.

그럼 STO(Security Token Offering)는 무엇인가? STO는 앞서 언급한 증권형 토큰으로 자본을 조달하는 방식이다. STO라는 개념은 2018년 ICO 참여 수요는 증가하나 법적 규제는 부재한 환경 속에서 ICO 투자자들의 피해가 발생하고, 미국 증권거래위원회(SEC)가 ICO를 규제하면서 등장하였다. 이에 STO를 ICO의 한 종류로 보는 시각도 존재하며, 두 가지 모두 스마트 컨트랙트(Smart Contract) 등 블록체인 기술을 이용한다는 공통점도 있다. 여기서 스마트 컨트랙트란, 계약 당사자가 사전에 합의한 내용을 미리 프로그래밍하여 전자계약서 문서 안에 넣어두고, 이 계약 조건이 모두 충족되면 자동으로 계약 내용이 실행되도록 하는 시스템으로 이해할 수 있다.

STO(Security Token Offering)의 장점은?

STO가 기존의 자금조달 방식과 유사한 측면이 있으며, 토큰증권의 발행 또는 상장이라도 할 수 있겠다. IPO나 ICO와 비교했을 때의 장점으로는 우선 전통적인 증권발행을 통한 자본조달에 비해 시간과 비용이 절감되는 점이다. 이는 STO가 스마트 컨트랙트 기술 기반으로 진행되는 만큼, 중개인의 개입이 전통 금융 시장에 비해 줄어들고 배당, 자금세탁 방지, 공시와 같은 업무들도 상당 부분 자동화될 수 있기 때문이다. 또한 자산의 지분을 쪼개 팔 수 있다는 점도 STO의 장점으로 꼽힌다. 자금을 조달하는 주체는 자산을 작은 단위로 쪼개서 팔 수 있는 만큼, STO를 활용하면 유동성을 상대적으로 쉽게 창출할 수 있으며, 투자자의 관점에서 보면 소액으로 다양한 자산에 투자할 수 있어 다변화된 포트폴리오를 구축할 수 있다. 또, 규제 수준이 상대적으로 낮은 ICO와 달리 STO는 공시, 불공정거래와 같은 규제적용을 받기 때문에 투자자에게 법적 보호장치가 제공될 수 있다. 이 외에도 거래과정이 불

록체인상에 저장됨으로써 높은 투명성, 결제시간 단축, 24시간 시장거래가 가능하다는 것도 장점이다.

STO(Security Token Offerings)의 성장규모

STO의 개념은 2017년에 처음 등장했지만 2018년부터 주목받기 시작했다. PwC가 작성한 보고서에 따르면 2017년 첫해에 2개의 STO로 약 2,200만 달러가 모금되었고, 2018년도에는 28개의 STO가 약 4억 4,200만 달러로 늘어났다. 이 기간에는 ICO도 두 배의 성장을 보였지만 글로벌 추세는 STO로 향하고 있으며, STO는 규제 측면과 자산의 토큰화에 관련해서 더욱 관심이 고조되고 있다. 2021년 Cointelegraph Consulting는 STO(Security Token Offering) 시장을

2025년 약 3,900조 원(3 Trillion USD)까지 성장가능하고 연평균 56.9% 성장할 것이라 내다보고 있다. 그 이후로는 STO의 시장 성장을 잘 예측하지 않는다. 왜냐하면 전문가조차도 그 성장의 범위와 한계를 쉽게 예측하지 못하기 때문이다.

국내 STO의 규제현황

국내의 경우 2017년 이후 STO도 ICO와 함께 금지된 상황이다(2023년 4월 현재). 그러나 2022년 하반기부터 금융위원회가 STO에 대한 가이드라인을 제공할 것이라는 점을 언급하면서, 이를 허용하려는 움직임을 보이고 있고, 2023년 2월에 가이드라인을 발표하였다. 허나 STO가 허용되려면, 관련 법규 또한 입법

국내 주요 증권사와 조각투자사 협업 현황

증권사	제휴 업체 및 협업	투자대상 및 업무협업
대신증권	카사코리아 인수 타진 중	부동산 조각 투자 플랫폼
MIRAE ASSET 미래에셋증권	HJ중공업, 한국토지신탁	부동산 조각 투자 등 협력 사업 발굴, 블록체인 기술 활용한 선박 금융 토큰 증권 발행 등
신한투자증권	열매컴퍼니(아트엔가이드)	미술품
	람다256(두나무투자회사)	-
키움증권	소투	미술품
	열매컴퍼니(아트엔가이드)	미술품
NH투자증권	페어스퀘어랩(블록체인)	-
	열매컴퍼니(아트엔가이드)	미술품
KB증권	트레저러	명품
	아트투게더	미술품
	바이셀스탠다드	현물
SK증권	뱅크우	한우
	소투	미술품
	SK C&C 협업	플랫폼 개발
이니증권·한국투자증권	핀블	부동산
	열매컴퍼니(아트엔가이드)	미술품
	인피닛블록	지분 투자
이니증권·한국투자증권	루센트블록	부동산

출처: <https://newsroom.koscom.co.kr/34046>

과정을 거쳐 발효되어야 한다. 현재 가이드라인에 언급된 법 개정을 위한 법안 제출 시기는 2023년 상반기이며, 거래소 등 인프라의 구축 방향과 토큰증권 발행과 관련된 기술적인 부분도 결정되어야 할 것이다. 반면 미국, 일본, 유럽연합(EU) 등 일부 국가들은 이마 STO를 허용했다. 아시아에서는 일본과 싱가포르가 STO 진행이 가능하고, 특히 싱가포르의 경우 디지털 자산과 관련한 법과 제도를 빠르게 정비하여 아시아의 '크립토 허브'라는 평가도 받고 있다.

국내 증권사들의 STO 행보

증권사들은 이미 포화된 증권시장에서 STO가 차세대 먹거리가 될 거라는 것에는 의심이 없다. 증권사가 관리할 수 있는 자산의 범주에 STO가 추가되면, 토큰계좌 서비스를 제공함으로써 수수료 수입이 발생하는 것이다. 이에 따라 증권사들은 STO 시장 경쟁이 치열해지고 있으며, 회사별 전략을 내세우며 조각투자, 블록체인 기술, 통신사 등과 손을 잡고 협의체를 구성하고 STO 시장을 선점하려고 하고 있다. 이런 흐름에 발맞춰 이미 발을 들여놓은 증권사도 점차 늘고 있다.

이렇듯 국내 거의 모든 증권사가 곧 시행될 STO 시장을 적극적으로 준비하고 있다.

전통금융과 4차산업 융합에 따른 IT 측면의 고민거리

30년 가까이 IT업종에 종사하는 저자의 입장에서 흥미로운 부분은 STO 자체가 금융권 자체의 이슈로부터 시작해서인지, 토큰증권 플랫폼에 대한 기술기준을 어디에서도 찾아볼 수가 없다는 것이다. STO 플랫폼이 아닌 유사한 관점에서는 지난 2023년 2월 한국인터넷진흥원에서는 블록체인의 효율성, 호환성, 가

용성, 보안성 위주의 검증항목을 구성하여 블록체인 기술 신뢰성 검증지원 사업을 공모하였는데, 블록체인 기술을 선도할 민간이 아닌 한국정보통신기술협회가 선정되기도 하였다.

한국정보통신기술협회는 2022년 이와 유사한 블록체인 서비스 신뢰성 검증사업을 시행하기도 하여, 국내 협회 또는 단체에서 플랫폼에 대한 기술과 그 기준을 명확히 준비하는 것이 아니라, 끼리끼리 실적 쌓기에 급급한 것이 아닐까 걱정된다. 또, 이는 블록체인 기술에 대한 신뢰성에 대한 것이지, STO를 준비하는 IT기업들을 위한 가이드라인이라고 정확히 보기 어렵고, 내년에 본격으로 도입될 STO 시장을 감안하면 가이드라인 수립과 적용 등의 시기적인 문제도 있다. 또한 국내 증권사는 수십여 개이다. 이 모든 증권사가 개별 플랫폼을 운영할 수도 있으며, 수 개의 증권사가 연합하여 플랫폼을 개발, 사용할 수도 있다. 더불어 STO는 블록체인 기술 기반에서 만들어지는데, 국내 블록체인 개발자의 절대적인 수나 수준, 경험 측면에서 개발뿐만 아니라 운영 측면에서 매우 우려가 되는 것이 사실이다. 춘추전국시대와 같은 이때에 STO를 준비하는 IT 기업들은 이에 대한 충분한 대비가 필요할 것으로 보인다.



서 병 완 경영학 박사

미국에서 일리노이대학, 조지워싱턴대학원에서 공부하고 서울과학기술대학원에서 경영학 박사 취득. 삼성, 두산 및 외국계 IT 컨설팅회사에서 근무. 최근 디지털콘텐츠학회논문지 "블록체인 기반 디지털 플랫폼상의 국내 조각투자에 관한 사례연구" 논문 게재 (2023.3월) (<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2023.24.3.617>) (현) (주)페어스퀘어랩 이사, (주)서림익스체인지 대표 (현) 산업정책연구원 연구교수, 인덕대학 강사 (전) 서울과학기술대학 겸임교수



DAMA International Local Chapter
데이터 매니지먼트 코리아

DAMA KOREA CHAPTER

The Data Management Association (DAMA), DAMA Korea is a not-for-profit, vendor-independent, global association of technical and business professionals dedicated to advancing the concepts and practices of information and data management.



The Global
Data
Management
Community

DAMA International

Active Chapter 56 | Forming Chapter 7



Purpose DAMA KOREA

DAMA Korea's primary purpose is to promote the understanding, development and practice of managing data and information as key enterprise assets to support the organization.

Contact Us

서울 강남구 테헤란로 406 상재리제센터 A동 1604호 DAMA Korea
<https://dama-korea.org> | 02-562-0763 | president@damakorea.org



사이버 금융 시대의 범죄 사례와 예방

메타 사피언스



1. 프롤로그 : 온라인 시대의 일상과 사이버 범죄

‘고객님 택배가 반송처리됐으니 주소 수정하세요.’, ‘여보, 나 휴대폰 고장 났어. 계좌로 수리비 입금해줘’, ‘고객 성인채팅 알바! 고수익 투자 확실’, 유튜브 영상에서 금 거래를 통해 하루 최소 2%의 수익을 보장한다는 영상, ○○경제TV 또는 ○○인베스트먼트 등 기존

언론사·투자업체와 유사한 이름을 사용하며 투자전문 방송 또는 투자전문가를 가장한 사례, 010 번호로 걸려 오는 전화, 문자, 이메일, SNS, 카톡, 유튜브 영상 등 하루에도 많은 문자, 카톡을 받는 것이 일상인 시대이다. 가족과 지인을 사칭한 문자전송, 허위 사업자등록증과 통장의 가짜 수익금을 보여주는 주식리딩방, 보이스피싱, 스미싱을 노리는 경우가 많다.

해외를 거점으로 한 전화금융사기 조직은 일반 시민이 국제전화나 인터넷전화로 걸려 오는 것을 잘 받지 않고 010으로 시작하는 번호는 상대적으로 잘 받는다는 점을 노리고, 070을 010으로 변환하는 중계기(게이트웨이는 해외 070 등 인터넷 전화번호를 국내 휴대전화 번호인 010 번호로 바꿔주는 기계다.)를 사용한다. 이처럼 우리의 일상생활은 '사이버 범죄'에 항상 노출되어 있다. 손가락 한 번의 터치로 링크를 누르거나 파일을 다운받는 순간, 개인정보가 전부 빠져나갈 수 있다. 사이버 범죄 피해를 입지 않으려면 문자, 전화, 이메일, 카톡, SNS, 유튜브, 포털 검색, 사이트 가입 등을 하지 않거나, 최소한으로 제한해야 하지만 현실적으로 쉽지 않다. 온라인 비대면 시대, 글로벌 네트워크인 인터넷에서 사이버 범죄자를 검거하는 것도 쉽지 않다. 비대면 특성상 사이버 범죄자가 국내인인지 외국인인지 특정하기도 어렵고 설령 범죄자가 특정되었다 하더라도 해외 서버, 해외 IP라면 국제간 수사공조를 해야 하지만 어려울 수 있다. 특정 문제 URL 사이트를 차단하거나 폐쇄했다고 하더라도, 즉시 새로운 URL 사이트나 앱을 만들 수 있어 문제해결에 대한 실효성에 한계가 있다.

사이버 범죄는 우리나라만 아니라 전 세계적인 문제가 되었으며, 온라인이 발달한 나라에서는 더욱 심각하다. 중국의 경우 보이스피싱(전화금융사기) 문제 등이 심각하다고 한다. 몇 년 전, 춘제(설날) 직전 대만에서 활동하는 여성 연예인 위샤오판(俞小凡)이 전화사기로 800만 위안(14억 원)이라는 거액을 털렸다. 그녀는 당시 '상해공안국'이라고 지칭한 한 통화의 전화를 받았다. 국제전화사기에 연루됐으니 은행계좌를 조사해야겠다는 내용이었다. 위샤오판은 대만으로 돌아가지마자 시키는 대로 인터넷뱅킹을 통해 6차례에 걸쳐 800만 위안을 송금했다. 탕웨이 역시 2014년 보이스피싱으로 3,600만 원의 금전피해를 본 것으로 알려졌다.

중국의 경우 은행 창구에서 수만 위안 이상 거액을

송금하려는 노인에 대해서는 반드시 가족들과 연락을 한 후 절차를 진행하도록 하고 있다고 하며, 대상을 세분화해 금융지식 교육도 강화하고 있다고 한다. 국내 연구에 따르면 금융사기 경험자는 아는 사람에 의한 피해가 많았고, 실제 사기를 당했다는 응답자는 여성, 중고령자가 많았다. 사기 이유는 심리적 취약성(지나친 수익을 바라거나 공격적 투자성향 등), 은퇴자산의 부족 두려움 등이었기에 금융소비자 교육, 사전적 예방정책이 필요할 것이다(김은정·김은미, 2014).

일단 온라인상 문제가 발생하면 회복이 힘든 특성이 있기 때문에 국가, 지자체, 교육당국, 기업, 학교, 디지털 취약층 등 사회 전반적으로 다양하고 체계적인 리터러시 교육, 홍보, 캠페인이 상시적으로 필요할 것으로 보인다. 이른바 디지털 리터러시, 금융정보 리터러시, 저작권 리터러시, 성범죄 리터러시, 개인정보 리터러시, 인격권 리터러시 등이다. 디지털 리터러시는 컴퓨터나 인터넷을 사용하는 디지털 역량을 증진시키는 데 필요한 기술, 컴퓨터를 활용하여 정보를 이해하고 사용하는 능력으로, 인터넷 리터러시, 정보 리터러시, 미디어 리터러시의 개념과 혼용되거나 복합적으로 사용되는 개념이다. 해외연구에 따르면 IT기술은 남성, 청년층, 고학력 집단에게 유리한 반면, 노인, 여성, 저학력 집단에게 불리하게 작동한다(Sackman & Weymann, 1994). 특히 디지털 격차로 인해 노인의 경제활동, 사회·문화생활 등에서 어려움이 발생하고 있으며, 디지털 격차는 세대 격차의 원인을 제공하기 때문에 디지털 복지 정책이 강조되고 있다(김학실·심준섭, 2019).

사이버 범죄가 일상화된 디지털 시대에 우리는 우선 실태, 사례를 알고, 가능하면 피해를 보지 않도록 대비해야 할 것이다. 온라인 세상에서는 특히 자기욕망의 통제, 심리적 관리 및 사전예방이 가장 중요하며, 문제가 생기면 숨기거나 피하지 말고 신속하게 전문가 집단을 찾아야 한다.

2. 사이버 범죄와 사이버 사기 개요

사이버 범죄는 사이버공간(대량성, 초국경성, 비가시성, 취약성 등의 특성을 가짐)에서 발생하는 범죄뿐 아니라, 컴퓨터를 훼손하는 행위, 정보통신망을 이용하여 일반인을 대상으로 하는 다양한 범죄행위를 포괄하는 의미를 지닌다. 사이버 범죄는 인터넷 범죄, 컴퓨터 범죄 등을 포괄하는 불확정적인 개념이다.

사이버 사기는 사이버공간에서 타인의 재물이나 재산상 이익을 침해하는 내용으로 하는 범죄로, 오프라인에서 행해지는 일반적인 사기와 같이 「형법」상 사기죄(제347조)와 컴퓨터 등 사용사기죄(제347조의2)로 처벌이 가능하며 피싱과 파밍 등이 있다. 사이버 범죄는 정보통신망에 접속하는 것을 전제로 하므로 기술적 수단에 영향을 받지 않을 수 없다. 고정형 데스크탑 컴퓨터에서 다양한 모바일 기기, 유선에서 무선으로 정보통신망에 접속하는 방법이 다양해짐에 따라, 사이버 범죄의 영역도 지속적으로 확장되어왔다(이성대 2020). 일반적 범죄에 비하여 사이버 범죄는 익명성, 비대면성, 전파성, 국제성, 피해의 광범위성, 즉시성, 범죄자 추적의 난이성, 첨단기술의 사용, URL 사이트 복제의 용이성 등을 들 수 있다.

사이버 사기 등 '정보통신망 이용형 범죄'

비중 높아

경찰청의 「2023년 사이버 범죄 트렌드 분석보고서」에 따르면, 2022년 사이버 범죄 정보통신망 이용범죄는 9.3% 증가, 정보통신망 침해범죄는 9.1% 감소, 불법콘텐츠 범죄는 8.6% 감소했다고 한다.

구체적으로 사이버 사기, 사이버 금융범죄, 개인·위치정보 침해 등 '정보통신망 이용형 범죄'는 19만 958건, 사이버 성폭력, 사이버 도박, 사이버 명예훼손 등 '불법콘텐츠형 범죄'는 3만 5,903건, 해킹, 서비스 거부 공격, 악성프로그램 등 '정보통신망 침해형 범죄'는 3,494건이 발생했다.

비중은 사이버 사기가 15만 5,715건으로 전체 발생건수(23만 355건)의 67.6%, 사이버 명예훼손·모욕은 2만 9,258건(12.7%), 사이버 금융범죄는 2만 8,546건(12.4%), 사이버 저작권침해는 3,302건(1.4%), 사이버 성폭력이 3,201건(1.3%) 순이었다.

'사이버 사기' 범죄가 높은 비중을 차지했는데, 코로나19 팬데믹 장기화로 인한 비대면 활동의 증가와 일상의 온라인화로 인하여 증가했을 것으로 보인다. 다음으로 비중이 높은 사이버 명예훼손·모욕 범죄는 SNS 이용, 온라인 커뮤니티의 활성화, 인터넷상의 뉴스 전파, 온라인 소비자 리뷰 확산 등으로 인하여 분쟁도 증가했을 것으로 추정된다. 사람들에 대한 악성 댓글, 허위정보 유포를 통한 사이버 명예훼손·모욕 범죄도 증가했다.

세 번째로 사이버 금융범죄의 경우 몸캠피싱 범죄건수가 증가했다. 스미싱은 하락한 것처럼 보이지만 범죄자들은 스미싱을 통해 확보한 정보를 기반으로 피싱, 사이버 사기 등으로 2차 피해를 주고 있는 것으로 판단된다. 웹툰·드라마·영화 등 불법유통되는 사이버 저작권침해도 증가했다. 국내 플랫폼 기업이 불법유통을 방지하기 위해 노력하고, 국민의 저작권 인식이 향상되면서 그간 암중에서 불법유통되던 사례들이 수면 위로 드러나 발생건수 증가에 일조한 것으로 판단된다(경찰청 2023).

가장 비중이 높은 사이버 사기는 직거래 사기, 쇼핑몰 사기, 게임 사기와 이에 해당하지 않은 기타 사기로 분류된다. 기타 사기의 경우, 기존에는 오프라인 투자사업설명회가 가상자산 등 신종 투자아이템을 방지해 온라인으로 공간을 옮기며, 사이버 사기로 분류된 것으로 판단된다. 사이버 사기의 대표적인 수법은 중고거래 카페·앱에서 개인 간 거래를 방지해 이뤄지는 '직거래 사기'다. 최근에는 중국, 필리핀 등 해외에 사무실을 두고 조직을 구성해 첨단기술을 이용하며 치밀하게 범행을 저지르고 있는 것으로 보인다.

주식 → 비상장 주식 → 코인 시장으로 진화

웁살라시큐리티(Uppsala Security, 블록체인 규제 기술 전문기업) 가상자산피해대응센터(CIRC)가 조사한(조사기간: 2020. 04. 22.~2023. 02. 17.) 2022 통계보고서에 따르면 가상화폐 피해와 관련해 신고된 사례 건수는 총 1,617회, 발생한 피해액 규모는 약 4,768억 원이다.

피해자들의 신고피해 유형은 이메일, 문자, SNS 등을 통한 피싱(28%), 암호화폐 지갑 개인키 유출(22%), 다단계 투자 사기(15%), 거래소 계정 해킹(11%), 코인 공개(ICO) 투자 사기(6%), 보이스피싱(6%), 내부자 소행 암호화폐 도난(5%), 채굴투자 사기(4%), Defi 관련 사고(3%) 순이었다.

국내 가상화폐 피해 신고 연령대는 30대(41%), 40대(23%), 20대(20%), 50대(11%), 60대(4%)였다. 가상화폐 피해 신고자 비율은 20대부터 40대까지가 전체 대비 84%였으며, 그들이 시장에 참여한 주요 구성원으로 추정해볼 수 있다.

암호화폐 피해신고 건수 총 1,617건 중 코인 종류

및 피해금액은 이더리움(31%, 피해 금액은 약 2,129억 원), 이알씨(ERC)-20(29%, 피해액 1,230억 원), 비트코인(17%, 피해액은 631억 원), 기타(16%), 트론(3%, 피해액 56억 4,000만 원), 리플(3%, 피해액 32억 1,000만 원), 이오스(1%, 피해액 31억 8,000만 원) 순이었다.

사이버 금융사기범죄가 빈번해지는 가운데 SNS, 이메일로 인한 피싱사기가 가장 많았고, 친근하고 달콤한 이성관계를 이용하는 로맨스 스캠도 증가하는 추세로 보인다. 기존에는 스팸메일(spam mail)은 수신자가 메일 수신을 원하지 않고, 영리를 목적으로 하며, 대량으로 발송되는 메일, 이메일, 전화 보이스피싱 등을 이용하다가 SNS, 모바일 채팅앱 등 새로운 커뮤니케이션 수단을 이용하고 있으며, 자산시장도 기존 주식시장에서 비상장주식(IPO 사기), 코인(ICO 사기) 등 새로운 자산시장으로 이동하고 있다.

경찰청과 웁살라시큐리티의 보고서를 통해 사이버 범죄, 사이버 사기, 사이버 금융범죄의 유형은 대략 파악이 될 것으로 보인다. 온라인 사이버의 특징과 더불어



어 IT기술 발전과 금융의 융합으로 범죄자들은 디지털 환경에 적합한 첨단기술로 무장하여 사람이나 기업의 금전을 탈취하기 위해 진화하고 있는데 비해, 법 제도는 따라가지 못하고 있다. 따라서 디지털 시대의 사람들은 온라인에서의 범죄기법, 범죄사례를 파악하고 피해를 입지 않도록 항상 대비해야 할 것이다.

3. 사이버 사기 범죄수법 및 사례

사이버 사기 개요

ICT기술과 금융서비스의 결합으로 사람들은 인터넷뱅킹(모바일 뱅킹), 전자화폐, 전자지급결제 등 다양한 디지털 금융서비스를 사용하고 있다. 사람들은 코로나 시기를 거치면서 온라인 디지털 비대면 사회에서의 방식을 체득하는 과정에서 불편함도 있었지만 편리한 점도 많이 경험했다. 과거에는 은행을 방문하면서 대면 서비스를 받았지만 최근에는 온라인 뱅킹 등 비대면로 업무를 해결하고 있으며, 이러한 서비스 이용과정에서 사이버 금융사기나 다양한 사이버 범죄에 노출될 확률도 함께 증가하고 있다.

사이버 사기란 온라인을 통한 사기 형태를 지칭하며, 사기를 목적으로 하는 피싱, 파밍, 보이스피싱, 스미싱, 소셜커머스 사기, 온라인 중고거래 사기 등이 해당된다. 기존의 온라인 사기범죄 유형을 살펴보면, 중고거래 사기 등 물품거래 사기, 쇼핑몰 사기, 구걸 사기, 치료비 사기, 신용 사기와 무역 사기 등과 함께, 스캠, 메신저 사기, 스마트폰 소셜결제 사기, 대출 사기, 게임아이템 사기 등을 들 수 있다(정완, 2015).

대출빙자 사기는 비대면으로 핸드폰 전화나 문자메시지 등 통신수단을 통하여 대출상담, 대출알선을 가장하여 접근한 후 신용등급 조정, 대출 수수료 명목으로 금전을 요구하여 가로채는 사기범죄 유형이다.

전통적 사기 수법 이후 피싱 사기, 스미싱 사기, 파밍, 몸캠피싱, 로맨스 스캠 등 전자금융형 사기, 연애

형 사기, 디지털성범죄형 사기 등 신종 범죄가 계속 출현하고 있다. 사이버 사기는 최근 AI 기술, 챗GPT 등과 융합하여 딥페이크 범죄로 진화하고 있고, 영상 및 음성 변조도 충분히 가능한 수준으로 기술이 발전하여 디지털 취약 계층은 더욱더 사기 피해를 입을 위험성이 커지고 있다.

인스타그램에서 이재용 삼성전자 부회장을 사칭하는 등 유명인의 사진이나 프로필 등을 도용하여 SNS 계정을 만들어 사회적 물의를 일으키는 일이 자주 발생하고 있다. 세계적인 브랜드와 기업도 사칭 피해를 입었다. 포르쉐코리아는 공식 인스타그램 계정에서 이름과 프로필을 사칭한 계정이 이벤트 당첨 사실을 거짓 고지하는 사례가 발견됐다. 패션플랫폼 무신사(musinsa)를 사칭한 계정도 등장했다. 무신사가 다양한 이벤트를 진행하는 점을 악용해, 무신사 사칭 계정을 통해 이벤트 당첨을 축하한다며 확인되지 않는 링크를 발송해 사용자를 오인하게 하였다. 이러한 상황에서 인스타그램은 2018년 7월, 사칭 계정을 구별하기 위해 공식계정 인증 제도를 도입했지만, 피해를 막기는 쉽지 않다. 공인·유명인·브랜드 및 기업의 공식계정을 인증하면 프로필 옆에 파란색 인증배지가 붙지만, 일반 사용자가 일일이 구분하기는 용이하지 않다.

온라인상에서 타인의 계정을 사칭하는 일이 발생하고 있지만, 현행법으로는 타인을 단순 사칭했다고 하여 형사처벌하는 조항은 없다. 현행 「정보통신망법」은 타인을 사칭하는 행위 자체에 대해서 처벌하기는 어렵다. 사칭한 계정을 활용해 사기나 명예훼손 등 2차적 피해가 발생할 경우에만 형사·민사 대응이 가능하다. 타인의 사칭을 통한 명예훼손의 경우에도 법원에서 인정받기는 쉽지 않다. 사실이든 허위이든 게시글로 인하여 피해자가 큰 비난을 받을 만한 내용이 적시되어야, 명예훼손죄를 적용할 가능성이 있다. 한편 해외의 경우 타인을 사칭하는 것만으로 처벌하는 사례가 있다. 캐나다 연방법에서는 영리목적 등으로 타인을 기만적으로 사칭한 경우 10년 이하의 징역형에 처

하도록 규정하고 있다. 미국 캘리포니아주에서도 동의 없이 인터넷 웹사이트 또는 전자적 수단을 통해 실존하는 타인을 사칭할 경우, 1년 이하의 징역 또는 1,000달러 이하의 벌금형에 처할 수 있다.

사이버 사기 유형 및 사례

피싱(phishing)이란 개인정보(private data)와 낚시(fishing)의 합성어로 은행, 증권사, 포털 등의 위장 홈페이지를 만든 뒤, 불특정 다수의 이메일 사용자에게 메일을 발송하여 위장된 홈페이지로 접속하도록 현혹하여 개인정보를 빼내는 행위를 의미한다(박대우·서정만, 2007). 피싱 사기는 온라인을 통해 개인정보를 빼내는 인터넷피싱에서 전화를 이용한 보이스피싱으로, 이후 메시지를 이용한 메신저피싱, SMS를 이용하는 스미싱으로 진화했다. 스미싱에 이어 온라인뱅킹 중에 메모리를 해킹해 은행과 피해자도 인지하지 못하게 계좌이체를 하는 메모리해킹, QR코드를 이용한 큐싱(Qshing)이 나타났고, 음란채팅을 유도한 몸캠 피싱 피해도 빈번하게 발생하고 있다.

보이스피싱이란 음성(voice), 개인정보(private data), 낚시(fishing)의 합성어로 본부, 콜센터, 인출팀, 환전송금팀, 계좌 모집팀 등 사기집단이 함께 움직이는 조직형 지능 범죄이다.

전화 대신 메시지를 이용하여 피해자를 기망하는 메신저피싱도 증가하고 있다. 메신저피싱은 타인의 인터넷 메신저 ID와 비밀번호를 이용하여 로그인한 후 이미 등록되어 있던 가족 및 지인들에게 1:1 대화 혹은 쪽지 등을 전송하여 치료비, 사고합의금 등 긴급 자금을 요청하고 이에 피해자가 속아 송금하면 이를 가로채는 사기방식을 지칭한다.

피싱사이트는 피싱(phishing)과 인터넷 사이트(site)의 합성어로, 금융거래정보를 탈취하기 위하여 은행 등 공식 홈페이지와 매우 유사하게 모방하여 만든 짝퉁 사이트를 지칭한다. 사기 범죄자들은 피싱사이트를 이용하여 금융거래정보의 입력을 유인한다.

서울시전자상거래센터에 신고 접수된 사기사이트 정보에 따르면 네이버 스마트스토어를 통해 개설된 SK 가전스토어, 홈플러스, 롯데홈쇼핑 등 유명 대기업의 상호를 무단도용하고 사칭하는 등 가짜쇼핑몰을 개설, 현금결제를 유도해 돈을 가로채려 한 사례가 있다. 해당 기업의 로고를 무단사용하고, 사업자번호도 무작위로 다른 사업자의 정보를 도용(대형은행 등의 금융회사나 기업의 상호를 도용하거나 유사명칭을 사용하여 소비자를 현혹시키는 경우 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」에 의해 위반 행위인지 규제를 검토할 수 있다.)했다. 주로 구매단가가 높은 스마트폰이나 가전제품 등 고가의 상품을 취급하며, 실시간 모니터링이 어려운 주말에 쇼핑몰을 개설하고 해외서버를 이용해 추적이 쉽지 않다. 설명 사이트를 폐쇄해더라도 URL만 변경하면 새롭게 사이트를 만들 수 있어서 피해를 계속 유발한다. 소비자들은 상품을 구매하기 전 반드시 공식 쇼핑몰 여부를 확인해야 하며, 세심한 주의가 필요하다. 상품을 주문할 때는 현금보다 가급적 신용카드를 이용하고, 현금결제만 가능한 경우에는 거래하지 않는 것이 좋다.

파밍은 악성코드를 감염시킨 후 정상 사이트가 아닌 가짜 사이트에 접속하게 해 금융정보를 탈취하는 것이다.

스미싱은 문자메시지(SMS)와 피싱(phishing)의 합성어로, 문자메시지를 이용하여 악성 앱이나 악성코드를 휴대전화에 유포한 후 휴대전화 소액결제에 관련된 정보를 가로챈다. 스미싱은 각종 모임행사에 관련된 모바일 청첩장, 택배배송 안내문, 국세청 사칭 세금고지서, 교통법칙금 통지서 등 문자메시지를 스마트폰으로 보내면서 악성코드를 심은 파일을 첨부해 이를 클릭하도록 유도하여 금융정보와 개인정보를 탈취하는 수법이다.

메모리해킹은 피해자의 PC나 스마트폰을 악성코드로 감염시킨 후, 피해자가 인터넷뱅킹 등을 행할 때 메모리를 해킹하여 금액을 본인 몰래 다른 통장으로 이

체시키기는 범죄수법이다.

큐싱(Qshing)은 QR코드를 이용한 피싱범죄로 사용자를 기망하기 위해 한 단계 진화된 금융사기 범죄이다. 즉 범죄자가 스마트폰 뱅킹 사용자에게 인증이 필요한 것처럼 속인 후 QR코드를 통해 악성 앱을 다운로드받도록 유도하는데, 이때 피해자의 스마트폰에 악성 앱이 설치되면 전화번호, 보안카드, 문자메시지 등의 정보를 탈취하거나 문자수신을 방해하고 착신전환 서비스를 설정하는 등 모바일 환경을 조작하여 소액결제나, 자금이체 등 금전적 이득을 취하는 금융사기 수법이다.

몸캠피싱이란 스카이프 등 스마트폰 채팅앱, PC 채팅 등을 통해 음란채팅 영상(이른바 body cam)을 통해 여성들이(혹은 여성으로 가장한 남성) 남성들에게 접근하여 특정 앱을 설치하게 한다. 이후 음란행위를 유도하여 녹화하면서 피해자의 스마트폰에 악성코드를 심어 지인의 연락처를 탈취하고, 피해자들에게 녹화영상이나 사진 등을 지인들에게 유포하겠다고 협박하여 금전을 갈취하는 수법을 지칭한다. 몸캠피싱은 보이스피싱의 변형으로 디지털 성범죄형 조건만남 사기와 결합, 발전하면서, 최근에는 악성코드를 심어 상대방 스마트폰을 해킹하고 협박하는 방식으로 진화하고 있다.

4. 몸캠피싱과 로맨스 스캠 사례

몸캠피싱 사례

몸캠피싱은 몸캠(Body cam)과 피싱(Phishing)의 합성어로, 이성인 PC나 모바일 채팅앱 등으로 접근해 오거나 카카오톡 아이디를 공개하고 연락을 유도하는 방식으로 시작한다. 채팅 등을 통해 조건만남이 진행될 경우, 상대가 아동이나 청소년일 경우에는 관련 법규 위반사항으로 범죄가 될 수 있다. 가벼운 대화부터, 조건만남, 성적인 호기심을 자극하는 대화로 발전

되며, 상대방을 유혹하여 신체의 특정 부위 사진이나 동영상을 촬영하고, 금급증을 유발하는 자료를 보내 URL이 포함된 내용을 열람하면 스파이앱 등 악성코드가 자동으로 다운로드되어 스마트폰에 저장된 모든 자료와 전화번호가 해킹되도록 진행된다. 해킹 이후부터 상대는 금전을 요구하고 협박하기 시작한다. 해킹당한 스마트폰에 저장된 전화번호, 동영상, 사진, SNS 기록 등이 고스란히 노출된 상황에서 금전요구를 거부하기 힘들고, 피해자들은 공갈과 협박에 시달리게 된다.

사례를 보면 이른바 ‘남자 n번방’ 사건 관련 김○준은 여성인 척 남성 아동·청소년들에게 접근하여 그들을 상대로 성 착취물을 제작하고 유포한 혐의로 2심에서 징역 10년을 선고받고, 상급심 상고를 포기하여 형량이 확정되었다. 김○준은 남성 1,300여 명을 불법 촬영한 후 녹화해 ‘몸캠피싱’ 영상물을 제작·판매한 혐의였으며, 외장하드에 보관하던 아동·청소년 성 착취물은 1,570여 개, 성인 불법 촬영물은 5,470여 개에 달한 것으로 알려졌다.

언론 기사에 따르면 인천경찰청 사이버 범죄수대는 공갈 및 공갈 미수 혐의로 몸캠피싱 총책 A(20대) 씨 등 운영자 6명을 검거하고 이 가운데 5명을 구속했다. 서울 소재 사무실에서 채팅앱을 통해 접근한 남성 피해자 142명에게 신체노출 사진 등을 전송받은 뒤, 해당 사진을 유포하겠다고 협박해 32명의 피해자로부터 약 2억 원을 편취한 혐의를 받고 있다. 이들은 1년 6개월 동안 광고회사로 위장한 사무실에 컴퓨터 등을 설치하고 허위 사이트를 제작하고 범행을 지속해온 것으로 파악됐다. 조사 결과, 이들은 총책·실행책 등 역할을 분담한 후 채팅앱을 통해 10~30대 남성들에게 여성인 것처럼 속이고 접근, 이름과 연락처 등 개인 정보를 확보했다. 이후 퇴근해서 만나자며 신뢰를 쌓은 뒤 피해자들의 얼굴과 신체노출 사진 등을 전송받은 것으로 확인됐다. A 씨 등은 남성들을 상대로 미리 제작한 허위 사이트에 접속을 유도, 악성코드(APK파

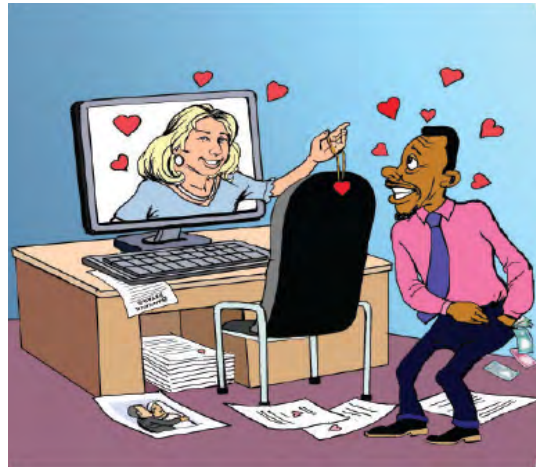
일)를 설치하도록 한 뒤 휴대폰에 저장된 가족 등에게 사진을 유포한다며 협박하는 수법으로 범행을 이어간 것으로 드러났다.

이에 대한 대처법은 상대방이 요구하는 앱을 스마트폰 등에 설치하지 말고, 이성인 척 가장하여 외부에서 만남을 가지자고 유혹해도 만나지 않는 것이다. 현재 자신의 스마트폰 등에 저장된 음란사진·영상을 삭제하고 뭉캠피싱을 당한 경우 경찰서(112)에 신고하고, 보안업체를 통해 영상 유포 경로를 차단해 기술적 확산을 방지한다. 경찰에 신고하더라도 해외 서버를 사용하고 중국, 필리핀 등 해외에 사무실을 두고 활동하거나 대포폰을 사용하기 때문에 추적하기가 어렵고, 유포된 영상은 신속하게 확산되는 특성이 있다. 따라서 평소 일상에서의 사전 예방이 가장 중요한데, 잘 모르는 이성이 온라인으로 접근해오는 경우 호기심이나 행여 기대를 하고 받아주면 안 된다. 특히 그들이 전송하는 파일은 악성코드가 숨어 있을 확률이 높기 때문에 절대로 열어보거나 다운로드를 함부로 하지 말아야 한다. 사이버 범죄 특성상 일단 피해를 입으면 원상회복이 매우 어려운 특성이 있기 때문에, 경찰, 변호사, 보안업체의 도움을 요청하고, 주변의 따뜻한 위로나 심리적 상담 등을 통해 정신적으로 잘 극복해나가는 것이 중요하다.

로맨스 스캠 사례

SNS상에서 접근하며 달콤한 말로 환심을 얻으며 빠른 시일 내에 연인 사이처럼 발전시킨 다음 자신을 파병 근무하는 군인이나 사업가, 많은 돈을 가지고 있어 숨겨둘 곳이 필요하다 등으로 속여 돈을 갈취하는 일명 ‘로맨스 스캠’이 세계적으로 유행하고 있다.

로맨스 스캠은 로맨스(Romance)와 신중 사기(Scam)의 합성어로, SNS를 이용해 신분 등을 속여 신뢰를 쌓은 뒤 연애·결혼 등을 빙자해 각종 명목으로 금전을 요구하는 수법이다. 대부분의 로맨스 스캠은 외로운 심리, 달콤한 연애에 대한 기대나 환상 등으로 인



출처 : 외교부 홈페이지 주나이지리아대사관

간의 심리나 욕망을 자극한다. 미국 연방거래위원회(FTC)에 따르면 로맨스 스캠 사기꾼들은 접촉한 사람들에게 빠르게 호감을 표현한다. 로맨스 스캠인 만큼 ‘친해져야 피해자들에게 사기를 칠 수 있기 때문이다. 따라서 입에 발린 말, 조건적인 공감, 특정 시간 및 긴 시간 일정한 대화, 자신이 어렵고, 불쌍한 상황임을 드러내는 등이 공통적인 패턴이다. 주로 외로운 처지의 중·장년층을 공략하며, 스캠네트워크라는 국제적인 범죄조직을 기반으로 하고 있다. 스캠네트워크는 나이지리아를 비롯하여 서아프리카 지역에 본부를 두고 한국·중국·홍콩 등 아시아에서 활동한다. 온라인 사이버 사기, 해킹, 랜섬웨어 등을 보면 북한, 러시아, 나이지리아가 주체인 경우가 언론에 나오는데, 북한과 러시아는 영어권 국가가 아니지만 나이지리아는 영어를 사용하는 국가로, 국내에도 영어 사용 가능 인구가 늘면서 아시아 등 국내인이 범죄의 주요 목표물이 되고 있다고 판단된다.

경찰청 사이버 범죄 신고시스템(ECRM)에 로맨스 스캠 범죄유형으로 신고(2022. 1. 1.~2022. 6. 30.)된 건수는 358건이었고 부정확한 내용 등을 제외하면 280건이었다. 280건에 대한 신고자는 남성 80명, 여성 200명이었다. 로맨스 스캠 범죄가 애정이나 사

량을 매개로 저지르는 특성상, 남성보다 감성적인 여성이 더 취약해 피해자의 비율도 여성이 7:3으로 많았다. 기존 연구에는 범죄 피해자 연령대가 40~60대 여성이 많다고 파악하였으나, 최근에는 피해자 연령대도 30대 이하가 전체 피해자의 87.5%로 가장 많았다. 범죄수법은 환전 사기(55.4%), 비용대납(37.1%), 코인투자 7.5% 순이었다. 범죄를 저지르는 데 필요한 요소는 은행계좌(대포통장), 사칭 계정, 가짜 범죄 사이트로 확인되었다(박범진·이상진, 2023).

언론 기사에 따르면 서울방경경찰청 국제범죄수사대는 「특정경제범죄가중처벌법」상 사기 등 혐의로 나이 지리아인 A 씨(40) 등 7명을 구속했다. 이들은 2017년 8월부터 지난해 6월까지 약 1년간 페이스북이나 카카오톡 등을 통해 한국인에게 접근, 약 14억 원을 가로챈 혐의(「특정경제범죄가중처벌법」상 사기 등)를 받고 있다.

올해 초(2023. 02. 21.) 주러시아대사관은 사이버 사기(로맨스 스캠) 관련 유의사항을 외교부 홈페이지에 안내하였다. 우리 국민이 SNS, 이메일 등을 통해, 러시아인이라며 접근한 외국인에게 한국행 항공권 구매 명목으로 돈을 송금하는 등 사기피해를 당하였다는 내용이다. 따라서 전혀 모르는 외국인이 SNS나 채팅 앱을 통하여 접근하여 호감을 표시하고 재력, 외모 등을 보여주며 신뢰관계를 형성하거나, 불우한 상황 등을 강조하여 동정심을 유발한 후 금전요구를 하는 경우, 사례를 참고하고 피해를 입지 않도록 유의해달라는 것이다.

사례 1

인스타그램 채팅으로 알게 된 러시아인 여성이 여권 사진 등을 보여주며 환심을 산 뒤, 한국으로 여행을 가서 만남을 원하니 항공권 구매를 도와달라고 하여 총 270만 원가량을 송금받고 연락이 두절되었다.

사례 2

온라인상으로 알게 된 여성이 호감을 표시한 뒤, 피해자와 결혼하고 싶다는 한국으로 입국할 경비를 요구하여 피해자로부터 900만 원을 편취하였다. 이후 해당 여성은 러시아 유명인의 사진을 도용하였음이 밝혀졌다.

사례 3

페이스북으로 알게 된 남성이 한국인 여성에게 호감을 표시하면서 본인은 퇴역군인이며, 은행에 300만 달러 가량 예금이 있으나 출금수수료가 없어 인출하지 못하고 있다고 하였다. 그리고 수수료를 송금하여 주면 300만 달러를 주겠다고 은행직원을 사칭하는 인물과 공모하여 3년간 수차례 총 11억 원에 달하는 금전을 편취하였다.

최근(2023.05.25) 주멕시코대사관에서도 멕시코에서 한국에 있는 여성을 속여 돈을 뜯어내는 연애 빙자 사기(로맨스 스캠) 범죄가 잇따르고 있다고 유의 안내를 게시했다.

사례 4

최근 경기도에 사는 40대 여성은 소셜미디어에서 “멕시코에 머물고 있다.”는 사람과 알게 돼 메시지를 주고받으며 그에게 마음을 터놓게 됐다. 그가 보낸 신분증에는 이목구비가 뚜렷한 미남형 한국 남성의 사진이 있었다. 그러다 이 남성은 “멕시코에서 소매치기당했다.”, “돈이 없어 호텔에서 쫓겨났다.”, “억울하게 교도소에 수감됐다.”는 말을 남긴 채 연락이 두절됐다. 놀란 여성은 멕시코 대사관에 도움을 요청했지만, 이는 사실이 아니었다. 이 여성은 그간 채팅 상대에게 호텔비 등 명목으로 5,000만 원 상당을 보냈던 것으로 드러났다.

사례 5

부산에 거주하는 또 다른 40대 여성도 “채팅으로 알게 된 1991년생 한국 남성이 멕시코시티에서 강도를 당했다.”며 대사관에 후속 조치를 요구했지만, 이 또한 거짓으로 판명 났다.

로맨스와 로맨스 스캠은 다르다. 로맨스 스캠 사기단은 주로 외모가 멋진 백인 남녀 사진을 도용해 해외 파병군인, 외교관, 의사, 변호사 등을 사칭하는 경우가 많은데, 실제로는 대부분 나이지리아 등 아프리카 국가의 남성들이 많다. 금전 편취 경로는 보이스피싱과 비슷하다. 피해자가 ‘국내 인출책’ 쪽으로 송금을 하면, 인출책이 다시 ‘본국 총책’에게 입금하는 구조이다. 친분과 신뢰가 형성되면 물류통관비 사기, 사설 거래소 투자 사기, 가상화폐나 주식 등의 투자를 권유하는 패턴을 보이며, 적발이 되면 URL(인터넷주소)을 폐쇄하고 잠적하기 때문에 사설거래소에 입금할 경우 돈을 돌려받지 못할 가능성이 매우 높다.

만약 모르는 멋진 이성이 당신에게 메시지를 전송한다면 다음처럼 몇 가지를 확인해야 한다. 우선 사진 도용 여부 확인이다(구글 검색창의 사진 찾기 기능을 이용하거나, 직접 영상통화를 하면 타인 도용 여부를 확인할 수 있다.) 둘째, 재력을 과시하거나 고수익을 낸다는 사람을 주의한다. 셋째, 말투가 번역기를 돌린 듯 어색한지 확인한다. 넷째, 자신이 미국에서 성장했다고 해도 영어권 국가 사람이 아닐 경우 영어 문법을 틀린다. 영어와 한국어를 동시에 시켜보는 것이 좋다. 설령 영어를 사용하더라도 의심해야 한다(나이지리아는 영어권 국가). 다섯째, 사랑한다, 보고 싶다 등의 과도한 애정표현이나 입에 발린 듯 달콤하고 호감 가는 말을 자주 사용하면 의심해야 한다. 여섯째, 금전을 요구하거나 영상통화를 건다면 즉시 차단해야 한다. 일곱째, 그 사람 피드에 올려진 사진들의 업로드 일자가 모두 똑같거나, 그의 팔로잉 목록에 여성 또는 남자만 있는 등 수상한 느낌이 든다면 의심하고 자세히 확인

해야 한다. 여덟째, 지인에게 의견을 구하고 포털사이트에 로맨스 스캠 최신 수법을 확인한다. 트위터, 인스타그램, 페이스북, 카톡, 이메일 등 SNS에서 친구 맺자는 요청이 온다면 상기 사항을 염두에 두고 쉽게 믿지 말고 의심하고 상대방의 실체를 반드시 확인하는 습관이 필요하다.

5. 진화하는 사이버 사기와 대응책

앞으로 사이버 사기 범주는 단순 사칭을 넘어 AI 기술 이용하여 진짜 같은 가짜 광고와 허위 정보를 진짜처럼 만들 수 있으며 이미 일부 실현되고 있다. 부모형제나 자식의 음성을 모방하여 복제하는 소프트웨어가 개발되고, 챗GPT와 같은 챗봇을 포함한 최신 AI 기술로 자료를 작성하고, 딥페이크 비디오 등 사기를 저지르기 위해 사이버 범죄자들이 다각적인 전략을 사용할 수 있게 될 것이다. 사이버 보안 전문가들은 이런 종류의 멀티미디어 접근 방식이 출현하게 되면 더 많은 피해가 예상된다고 우려하고 있다.

현재 보이스피싱 같은 대표적인 전기통신금융사기는 「전기통신금융사기 피해 방지 및 피해금 환급에 관한 특별법」에 따라, 피해를 인지한 순간 본인이 경찰 또는 은행에 신고해서 계좌 지급정지를 할 수 있다. 그러나 ‘인스타그램 대리 베티링 사기’, ‘로맨스 스캠’과 같은 신종 SNS 사기 피해는 ‘전기통신금융사기’가 아니라 ‘투자 사기 또는 사이버 사기’로 분류되기 때문에 신속하게 계좌정지를 신청할 수 없는 상황이다. 즉, 「전기통신금융사기 피해 방지 및 피해금 환급에 관한 특별법」에 “재화의 공급 또는 용역의 제공 등을 가장한 행위는 제외된다.”는 예외항목에 신종 SNS 사기가 해당되기 때문이다.

사이버공간의 안전을 위해서는 사이버 범죄를 막기 위한 법적 규제가 필수다. 하지만 사이버공간에는 현실 공간에서 찾을 수 없는 차원이 다른 자유가 있음을

인정해야 한다. 따라서 사이버공간의 규제는 적절한 것이어야 하고 과도한 규제는 곤란할 수 있다. 사이버 사기와 관련해서도 과도한 형사법적 규제는 오히려 사이버공간의 위축을 가져올 수 있기 때문에 법적 해결만을 추구하는 데는 한계가 있다고 판단한다.

사이버 범죄와 관련한 대응사례를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 효율적 대응근거 및 법제 마련 사항으로 유럽 평의회는 '사이버 범죄에 관한 부다페스트 협약'을 맺었다. 이 협약을 통해 사이버 범죄 대응에 대한 국제 사법공조를 강화하기 위해 최초의 다자간 국제규범을 마련하고 있다.

이처럼 사이버공간의 특성상 국제 공조체계 및 협력력이 필요하다. 사이버 범죄협약은 전체 47개 회원국 중 43개국과 비회원국 18개국 등 총 61개국이 비준하였으며, 200개국 중 71개국이 비준할 것으로 전망된다. OECD 36개국 중 한국과 뉴질랜드만이 사이버 범죄협약에 가입하지 않고 있다. 「사이버 범죄협약」 31조는 당사국의 요청에 따라 요청받은 다른 당사국 영토 내에 존재하는 컴퓨터 시스템에 저장 중인 데이터에 대해 수색, 압수할 수 있고, 32조는 해당국 동의 없이 해외의 서버 내 저장 중인 데이터 접속을 위해 공개된 컴퓨터의 데이터이거나 정보주체의 동의가 있어야만 가능하다고 명시하고 있다(김상영·이상진, 2020). 이처럼 사이버 범죄협약에 가입하면 신속하고 원활한 국제공조 체계를 마련하여 대응능력과 속도를 향상할 수 있을 것이다.

일본은 「사이버 시큐리티 기본법」으로 사이버 범죄 예방·대응의 법적 근거 마련에 적극 노력하고 있다. EU는 「일반개인정보보호법」을 통해 딥페이크 영상물 삭제요청 및 데이터 처리에 대한 이의제기 근거를 마련하고 있다.

둘째, 사이버 범죄 예방을 위한 교육 및 홍보 사례로 미국 뉴욕시에서는 관할 1,700여 개 학교에서 사이버 폭력에 관한 교육을 실시하도록 하고, 학교 당국의 책

임과 목적자에 대한 신고의무를 강화하고 있다. 오스트레일리아에서는 가정과 인터넷서비스 사업자의 가이드라인 마련, 학생 대상의 카운슬링 제공 등을 시행하고 있다. 특히 스스로 판단이 어려운 미성년자, 사이버공간 이용이 취약한 노인 등을 대상으로 맞춤형 홍보 및 교육방안 마련이 필요하다. 즉 초중고, 노인대학 등에서 사이버 안전에 대한 정규 교육과정을 편성하고 찾아가는 교육 등의 방식을 활용하여 교육 추진의 효율성 도모가 필요하다(충북연구원 2020).

사이버 범죄는 코로나19 이후 더욱 급증했다. 지인 들조차 만나기 힘든 비대면 시대에 접어들면서 사회적인 단절에 우울감이 더해진 점, 홀로 방 안에서 터치한 번으로 세계 이웃들과 소통할 수 있는 간편함도 온라인 웹 기반 사기에 일조했다는 지적이 나온다. 한편 현재 가장 오래되고 많이 쓰이는 플랫폼은 Facebook(2004년), YouTube(2005년), Twitter(2006년), WhatsApp(2009년), Instagram(2010년), Pinterest(2010년), WeChat(2011년), Snapchat(2011년), TikTok(2016년) 등이다. 페이스북의 스팸, 광고, 사기는 포화상태고 인스타그램에도 광고량이 증가하면서 사용자들이 톡톡으로 넘어가는 추세이다. 하지만 해당 플랫폼에 스팸 등이 많은 이유는 이용자들이 관련 페이지와 계정을 팔로우 또는 '좋아요'를 선택한 영향도 크다. 사용자들의 올바른 판단과 적극적인 참여가 필요한 것이다. 스팸이 싫어서 아예 SNS를 사용하지 않는 이들도 상당수이나, 최신 기술, 문화, 트렌드에 뒤처진다는 리스크를 감수해야 한다.

주요 플랫폼 기업들도 해결책을 모색 중이다. 유튜브는 불법적인 콘텐츠를 차단하는 시스템을 강화 중이다. 페이스북과 트위터는 스팸·광고를 차단하는 알고리즘을 발전시키고 있다. 게시물, 댓글, 메시지에 포함된 텍스트를 AI 기술을 적용해 분석하고 스팸·광고로 판단되는 단어가 포함될 경우 차단한다. 이미지 파일, 링크, 특정 키워드·해시태그는 물론, 인공지능 분석을 통한 불법 콘텐츠도 차단하고 있지만, 자체

관리나 자율규제가 문제점에 비해 미흡하다는 지적이 있다.

사이버공간의 가장 큰 특징은 익명성이므로, 부득이하게 불신이 조장될 수밖에 없다는 특징을 가지고 있다. 전통적으로 낯을 의심하는 것을 비도덕적인 일로 교육받아온 우리 한국사회였지만, 오늘날 온라인 사이버 시대를 맞이하여 일단 의심해보는 자세는 결코 비도덕적인 것이라고 할 수 없는 것이다. SNS나 유튜브에 많은 사람들이 노출되는데, 이를 통해 투자를 권유하는 것들은 사실 대부분 의심을 해봐야 한다. 원금보장이나 몇 퍼센트 이상의 고수익을 보장하는 것은 더 의심해보아야 한다.

또 플랫폼이나 금융회사의 책임강화도 필요하겠지만, 가장 큰 피해는 당사자가 져야 한다. 특히 사이버 범죄나 사기는 더욱 사후대처가 어렵다는 특성이 있다. 따라서 가장 중요한 것이 사전예방이다. 스팸메일의 링크는 가능하면 열지 말고, 이용하는 사이트마다 비밀번호를 다르게 설정하며, 공공장소에서의 와이파이와 PC에서는 개인정보 관리나 대금결제를 하지 말고, 각종 보안프로그램을 설치하는 등 모든 플랫폼과 애플리케이션의 패치를 업데이트해야 한다. 스마트폰의 경우 스미싱탐지앱을 설치하여 이용하고 아울러 각종 사기방지 사이트의 정보를 적극적으로 활용해야 한다.

경제적 여유가 있는 가정에서는 이미 자녀들에게 학교 밖 금융교육을 하고 있어, 금융교육 격차가 양극화를 더 심화시킬 수도 있다. 따라서 교과과정에 금융교육 등을 신설하는 것도 중요하지만, 기존 국영수 등 기초영역에 자연스럽게 금융과 관련된 내용이 녹아들게 하여, 아이들에게 돈과 경제에 대한 올바른 가치관을 심어주는 것도 중요하다.

참고문헌

김상영 이상진, 뭉캠피싱 범죄의 2차방지를 위한 경찰의 적극적 대응에 관한 연구, 디지털포렌식연구 제14권제1호(2020)

김은정 김은미, 금융사기 유형과 피해 유형험자의 특성: 중고령 소비자를 중심으로, 소비자문제연구 제45권제2호(2014)

김학실 심준섭, 노인의 디지털 리터러시와 사회활동, 정책분석평가학회보, 제30권제2호(2019).

경찰청, 사이버 범죄트렌드, 경찰청 국가수사본부 사이버 수사국(2023)

박대우 서정만, Phishing, Vishing, SMiShing 공격에서 공인인증을 통한 정보침해 방지연구, 한국컴퓨터정보학회 논문지 제12권제2호(2007).

박범진 이상진, 로맨스 스캠 현황 및 대응방안, 디지털포렌식연구 제17권제1호(2023)

웁살라시큐리티(Uppsala Security) 가상자산피해대응센터(CIRC) 통계보고서(2022)

외교부 홈페이지, 주나이지리아대사관, 주러시아대사관, 주멕시코대사관 공지(2023)

이상경, 전기통신금융사기 예방을 위한 제언, 한국비즈니스연구 제5권 제2호(2021)

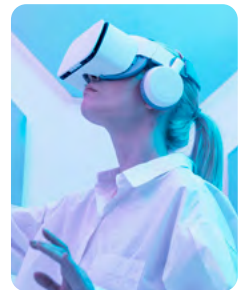
이성대, 신종 사이버 범죄에 대응하기 위한 법제 정비 방안, 형사법의 신동향 통권 제67호(2020).

정영호 하형준, 메신저피싱 범죄의 실태와 대응방안에 관한 연구, 범죄수사학 연구 통권 제14호(2022).

정완, 인터넷법, 법원사(2015).

충북연구원, 충북 사이버 범죄 현황 및 대응방안, 충북포커스 2020-3호(2020).

황석진, 전기통신금융사기 근절을 위한 고찰-보이스피싱을 중심으로-경찰학 연구 제21권 제1호(2021).



메타 사피언스 경영학 박사

메타 사피언스(Meta Sapiens)는 온라인 정보통신망에서 발생하는 다양한 사건과 문제를 경험했다. 사이버 세상에서 일어나는 다양한 현상을 탐구해 왔으며 IT기술과 법제도, 인간의 심리와 욕망을 통합적 시각에서 탐색하는 '사이버 공간의 관찰자'이다. metasapiens11@google.com

아직도 논문때문에 고민하세요?

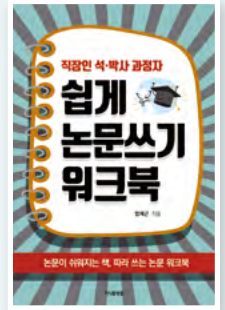
직장인 석·박사 과정자 쉽게 논문쓰기 워크북

논문이 쉬워지는 책,
따라 쓰는 논문 워크북



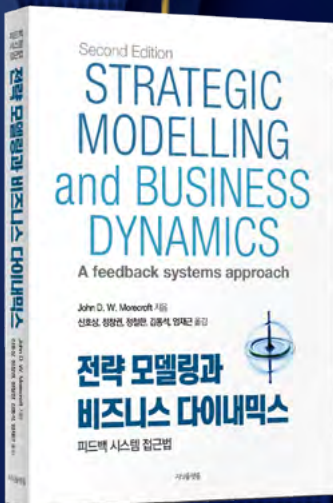
- ★ 논문이 뭐지?라고 남들에게 묻지도 못하고 있는 분
- ★ 논문은 써야 하는데 무엇부터 시작해야 하는지 모르는 분
- ★ 교수님께 설명을 들어도 논문이 도통 이해가 안가는 분
- ★ 읽어야 할 논문은 쌓여 있는데 읽어도 답이 없는 분
- ★ 논문에 막혀서 졸업을 포기하고자 하는 분
- ★ 제목도 정하지 못해 몇 달 동안 교수님께 연락도 못하는 분
- ★ 투고도 못하고 논문만 몇 년 동안 만지작거리고 있는 분
- ★ 논문에 대해서 학생에게 추천해주고 싶은 책을 찾는 분
- ★ 인생에서 논문을 최초로 써보고자 결심해본 분
- ★ 논문쓰기 스티디를 만들고 무엇부터 시작할지 모르는 분

논문에 관해 설명하는 책들은 시중에 많이 있지만, 구체적으로 쓰기 연습을 하도록 돕는 책은 없다. 이 책은 쓰기 연습이 부족한 직장인 석·박사 과정자에게 도움이 되도록 기획되었고, 시간이 부족한 연구자에게 맞춘 전략으로 최적화되어 있다. 논문의 기본 개념 이해부터 논문 제목 정하기, 목차 잡기, 논문쓰기, 학술지 선정과 투고, 심사결과 통보 및 대응, 게재되기 까지 논문의 전 과정을 쉽게 이해할 수 있게 담고 있다.



전략 모델링과 비즈니스 다이내믹스

★★★ 피드백 시스템 접근법 ★★★



시스템 다이내믹스는 피드백 시스템 사고를 기반으로 한 시뮬레이션 예측 분석법으로 이미 세계적으로 기업, 정치, 군사, 학술 등 다양한 분야에서 활용되고 있다. 반면 국내에서 시스템 다이내믹스는 대중적으로 알려지지 않았으나, 최근 다양한 정부 프로젝트에서 활용하고자 하는 시도가 늘어나고 있다. 시스템 다이내믹스는 환경, 사회, 산업 전반에 걸쳐진 다양하고 복잡한 현상을 과학적으로 분석한 시나리오 모델링은 현상을 예측 가능하게 하며 전략적 사고를 갖게 한다.

저자 John Morecroft는 런던 경영대학원에서 다양한 시스템사고 및 전략 모델링 수업을 진행하였고, 이 책이 해당 수업에서 교과서로 사용되고 있다. 이 책은 이미 전 세계적으로 시스템다이내믹스 분야의 교과서로 명성이 높은 만큼 한국에서도 꼭 필요한 책이다. 영어 원문으로 일부 대학원에서 사용되고 있지만, 한국 번역본이 나와서 시스템 다이내믹스 모델링을 공부하고자 하는 국내 독자들에게 쉽게 시스템 다이내믹스를 활용한 전략 모델링 교재로 이용될 것으로 기대된다.

John D. W. Morecroft 지음 | 신호상, 정창권, 정철한, 김동석, 엄재근 옮김

어느 아이의 재능도 잃어버릴 여유가 없다

이종구

예로부터 교육은 백년지대계(百年之大計)라고 했다. 그것은 교육이 우리나라와 사회의 근본이면서 앞으로의 백년을 내다보는 큰 계획이기 때문이라는 의미다. 교육(教育)이란 한자의 의미를 해석해보면, 교(教)는 효(文)와 자(子), 복(支)으로 이루어져 있는데 여기서 복(支)은 ‘채찍질한다’의 뜻이다. 즉, 세상과 마주치는 제자에게 스승이 회초리로 깨우침을 주는, 스승과 제자 사이의 베풀과 본받음이 동시에 각인돼 있다고 한다. 그리고 육(育)은 자녀를 착하게 만든다는 의미라 한다. 따라서 교육(教育)을 문자적으로 해석하면 “교육은 미성숙 상태의 어린아이를 성숙한 어른이 되도록 위에서 모범을 보이고 베풀면서 격려하고 아래에서 이를 공경하고 본받으며 따르도록 하는 의도적 과정”이라 할 수 있다.¹

새로운 5월을 맞이하면서 새삼 ‘가정의 달’이라는 의미와 더불어 ‘스승의 달’이기도 하다는 것을 각인시킨다. 그것은 여러 학교에서 벌어지고 있는 선생님들의 교권에 대한 아우성 때문이기도 하다. 그리고 그동안 수많은 선생님의 노력과 열정에도 불구하고 이런 상황이 벌어진 데에는 그간 벌여온 우리나라의 교육제도도 제법 한몫을 한 것 같다.

꽤 오래전 어느 방송에서 핀란드의 교육제도를 보여주는 시사 프로그램을 보고 크게 공감한 적이 있었

다.² 핀란드는 한반도의 1.5배 되는 크기인데도 인구는 약 550만으로 서울 인구의 절반 정도다. 사실 일반인들은 잘 모르지만, 역사적으로 핀란드는 무려 700년간의 식민지배를 받았다. 그리고 보유한 물질자원도 부족하여 핀란드 사람들은 늘 생존을 위해 싸워왔다. 결국 핀란드 정부는 인적자원, 즉 사람만이 나라를 살리는 길로 생각하고 합리적이고 질적인 교육을 위해 노력해왔다.



출처: 『혁신 경영을 위한 다양성 전략』, KMOOC

그리고 20세기 후반에 새로운 교육혁신을 위한 실험을 시작했다. 그들은 말한다.

“우리는 어느 아이의 재능도 잃어버릴 여유가 없다. 교실에서의 경쟁은 의미가 없다. 협동만이 살길”이라고. 실험의 목표는 같은 배를 탄 학생들이 한 명의 낙오자도 없이 무사히 항구에 이르게 하는 것이다. 하지

1 “교육백년지대계(教育百年之大計)와 권의지계(權宜之計)”, 음성신문, 2014년 4월

2 “핀란드의 실험”, EBS 지식채널e

만 이런 핀란드와는 달리, 1980년대 전 세계의 교육방향은 인재를 키우기 위해 서로 경쟁을 장려하는 실용주의적 교육을 목표로 하고 있었다. 그리고 우리나라 역시 그것을 충실히 따랐던 국가였다.

하지만 핀란드는 과감히 그런 목표에 상반되는 방향을 설정했다. 성적표는 있지만 등수는 없다. 단지 각자 자기의 재능을 위한 목표에 얼마나 달성했는지가 중요하다. 한 사람도 낙오자 없이 각자가 설정한 목표대로만 진행되는 것이다. 즉, 경쟁 대상이 친구가 아니라 먼저 내 자신이다. 단지 9년 교육과정 후 한 번의 정부 공식 시험이 있다. 그 시험의 첫 번째 목적은 단 한 명의 낙오자라도 없애기 위한 것이다. 혹시라도 부

진아가 있으면 이들을 위해 상당한 교육 예산이 사용된다. 결국 세계에서 학생 간 학업 성취도 차이가 가장 적은 나라가 되었고, 이러한 교육철학이 계속 유지되고 있다.

필자도 개인적으로 핀란드와는 인연이 좀 있다. 한 때 핀란드에 본사를 둔 글로벌 회사에 다닌 적도 있고, 헬싱키에 위치한 대학에서 경영학 공부도 했다. 특히 각자의 재능을 소중히 여기고 협력을 강조하는 문화, 즉 핀란드식 다양성과 포용의 문화를 이때 잘 알게 되었다. 당시 본사로 출장을 가서 현지 직원들과 일할 기회가 있었는데, 그들이 소통하는 방식이나 서로를 인정하고 협력하는 모습이 매우 인상적이었다.

	핀란드	한국
국제학력평가	세계 1위	2~3위 (딱 여기까지만 비슷)
교육재정	GDP 대비 6.0%	4.4% (애개~)
무상교육	○ (대학까지, 교통비도)	× (의무교육에서도 못하는데)
학벌사회	×	○
사회복지	○	× (짜리면 죽는다)
대학서열	×	○ (SKY만 대학)
대입경쟁	× (대학입학자격고사)	○
사교육비	× (그게 뭐예요?)	○
일제고사	×	○
출세우기 시험	× (교사가 도와주는 시험)	○ (컨닝하면 죽는다)
학생간 비교	× (그게 교육인가요?)	○ (그게 교육이래요)
성적표상 석차	×	○ (떨어지면 죽는다)
학교 차별	×	○ (교복에서 마크 떼라)
학급, 분단 차별	×	○ (우리 애가 왜 열반이냐)
교육과정	다양(교사 자율)	획일(교사는 시키는 대로)
영재교육	×	○ (돈칠하면서 만들기 대작전)
특수교육	○ (매우 발달)	×
보충수업	○ (매우 발달, 본래 의미로)	× (보충수업이라 부르긴 하나)
평준화	○ (매우 극단적)	× (교교의 경우, 절반만)
공부	"하고 싶을 때 하는 것"	"싫어도 억지로 책상에 앉기"
외부 평가	"꿀지도 행복, 부럽다"	"일등도 불행, 부럽진 않다"
교육에 대한 생각	교육(education)	경쟁(competition)

핀란드와 한국의 학교교육 비교(출처: 김광수경제연구소포럼)

예컨대 해결해야 할 중요한 비즈니스 주제가 있다면 먼저 문제의 핵심들을 세부 단위로 나눈다. 그리고 그것을 각각 최적의 전문 직원에게 맡기고 서로 긴밀히 협력하여 해결할 때까지 회사는 지원한다. 이런 방식이 독자에게는 쉽게 보일는지 모르겠지만 실상 기업의 제도와 문화적인 부분이 따르지 않는다면 어려운 일이다. 그 회사의 표어를 보면 잘 알 수 있다. 그것은 'Connecting People'이다. 이쯤 되면 핀란드식 교육제도가 이해된다.



한편, 세계 학력평가에서 핀란드가 1위, 한국이 2위로 결과가 발표되자 한국 교육관계자는 웃으며 핀란드 교육관계자에게 말을 걸었다.

“허허, 근소한 차이로 저희가 졌습니다.” 그러자 핀란드 교육관계자가 차갑게 대답했다.

“저희가 큰 차이로 앞섰습니다. 핀란드 학생들은 웃으면서 공부하지만, 그쪽 학생들은 울면서 공부하지 않습니까?” 이어서 “한국 학생들이 세계에서 가장 우수한 학생들에 속하는 것은 사실이죠. 하지만 세계에서 가장 행복한 아이들이 아니에요. 공부를 많이 해야

하고 아이들 사이의 경쟁이 치열하니까요. 한국 학생들은 핀란드에 비해 공부에 대한 의욕이 낮아요. 그래도 성적은 좋죠. 왜일까요? 바로 경쟁 때문이죠.”³

필자는 교육 전문가가 아니다. 하지만 적어도 왜 교육이 중요한지 그리고 우리나라의 교육이 어떻게 잘못되었는지는 짚어낼 수 있다. 이미 필자의 다른 칼럼에서⁴ 다루었듯이, 교육 안에서 지나친 경쟁, 특히 현재의 획일적인 교육체계 속에서는 아이들이 가진 고유한 적성과 능력은 무시당하기 쉽고, 공부는 그저 하나의 고행이 된다.

필자가 생각하는 교육은 사람마다 가진 고유의 가치를 찾아서 살리고 확대하는 일이며, 그것이 조화를 이루면서 사회를 발전시키는 것이다. 바로 다양성을 존중하는 삶의 철학과 일치한다. 다양성의 철학을 기반으로 우리 아이들 각자의 개성과 가치를 살리는 즐거운 교육현장이 되기를 진정으로 바란다. 그런 면에서 우리가 핀란드의 교육방식을 한 번쯤은 벤치마킹 해볼 필요가 있지 않나 싶다.

3 베르나르 위니에, OECD 교육국, 2006 PISA 책임 관리자

4 “이보시게 우린 너무 치열하게 살았네”



이종구 경영학박사

전자공학도로 삼성전자와 LG전자를 거쳐 노키아, 오라클 등 글로벌 기업에서 비즈니스 경력을 쌓았다. 이어서 글로벌 IT 기업인 'NICE'와 '제네시스 코리아'에서 한국 지사장을 역임한 IT 전문가이다. 한편 경영학을 수학하면서 '다양성(Diversity)'을 처음 접하고 다양성을 기업 경영에 접목시킬 수 있는 전략을 찾아 여러 논문을 발표했다. 2015년에 기업 전략서인 『다양성 전략(Diversity Strategy)』을 발간하고 2019년에는 다양성 칼럼집인 『다양성 시대(Diversity Era)』를 발간하면서 다양성 실패에 나서고 있다. 현재는 고려대학교 인공지능연구소(HI-AI & Computing) 산학협력교수로 재직중이다.

자폐성장애 아동의 대화 분석하기

(아동의 숨겨진 의도 파악하기)

강은희



자폐성장애 아동과 함께하는 삶의 모습은 마치 투수와 포수를 주축으로 다양한 방식으로 경기를 진행하여 점수를 내는 야구경기와 비슷하다고 할 수 있다. 그중에서도 결과를 예측할 수 없이 긴박하게 진행되는 9회 말 2아웃의 상황과 너무도 흡사하다. 자폐성장애 아동의 주요한 행동특성인 disorder(지시거부)는 자폐성장애 당사자와 상호작용을 시도하게 될 때 쉽게 확인할 수 있다. 끊어질 듯 이어지는 자폐성장애 아동과의 대화를 통해, 자폐성장애 아동의 disorder(지

시거부)를 확인할 수 있고 disorder(지시거부)가 드러나는 대화를 들여다보는 것은 아동이 보이는 행동 문제의 실마리를 찾는 것이다. 그러나 이러한 disorder(지시거부)의 상태로는 이 아동과의 의사소통과 상호작용의 어려움이 있기 때문에 order(지시 따르기)로의 전환이 필요하다. 아동이 자신의 disorder(지시거부)를 자각할 수 있는 방안으로, 제시한 육하원칙에 따른 질문 주고받기를 계속 시도해보기로 하였다. disorder(지시거부)에서 order(지시 따르기)로의 전환

을 위한 self-order(자기생각 점검하기)는 자폐성장에 아동의 자기결정(self-determination)에 의해 가능하며, 이것은 자폐성장에 아동과의 원활한 의사소통과 사회적 상호작용에 있어서 필수적이라고 할 수 있다.

2018년부터 자폐성장에 아동과 함께하면서 맞닥뜨린 가장 큰 어려움은 코로나로 인한 사회적 참여제한과 그로 인해 평범한 일상을 침해받았던 시간이었다. 그러나 가정이라는 공간으로 활동범위가 제한된 상황에서도, 엄마는 오히려 자녀의 문제를 더 확실히 알 수 있는 기회를 얻으며 전화위복의 기회로 삼을 수 있었다. 호기심 때문에 갈등상황을 만들면서 반복적으로 떼쓰기의 양상을 보였던 9세(2020년) 때와는 다르게 10세(2021년)가 되어서는 엄마의 마음을 움직여보려는 의도를 가지고 다시 울음을 섞어 의도된 행동을 하기 시작하였다. 그러나 아동의 주된 관심사에 대해 파악이 끝나, 계속 앞으로 나아가도록 하였더니 따라오는 모습을 가끔씩 보여주기도 하였다.

이 글의 에피소드는 10세(2021년) 때의 이야기이다. 하나의 에피소드를 통해 대화에서 나타나는 disorder(지시거부), order(지시 따르기), self-order(자기생각 점검하기)의 양상을 살펴보면 다음과 같다.

에피소드 1 - “거짓말하지 않을게요.”

지호의 자기결정에 의한 선택:

지호는 실제로 어려운 게 없으니까 혼자 해야 되는 것을 알고 있으면서도 어려워서 힘들다고 거짓말하면서 울었어요. 지호가 잘한다고 말한 것은 잘해야 돼요. (2021년 1월 6일의 일화)

아 동 : 이제 10살이니까 수업을 잘했어요. 잘해서 칭찬을 받아서 기분이 좋았어요.

선생님 : 기분이 좋은 얼굴이야? (기분 좋은 얼굴이 아니었다.)

아 동 : 조용한 얼굴이에요. 재밌게 못한 얼굴 표정이에요. (조용히 쳐다본다.) 아동의 disorder

선생님 : (잘해서 칭찬을 받아서 기분이 좋았다고 하였지만 기분 좋은 얼굴이 아니었기 때문에) 이상한데?

아 동 : 잘한 게 두 개밖에 없어서, 나머지는 잘 안 하고. 아동의 disorder

선생님 : 그렇게 결정했어?

아 동 : 네. 아동의 order

선생님 : 그렇게 결정하고 나니까 기분이 좋았어?

아 동 : 기분이 안 좋았어요. 아동의 disorder

선생님 : 알고 있으면 처음부터 잘하면 되는데 처음부터 잘하고 싶은 생각이 있어?

아 동 : 있어요. 아동의 order

선생님 : 그래서 그렇게 했어?

아 동 : 그렇게 안 했어(처음부터 잘 안 했어.). 아동의 disorder

선생님 : 알면 대답을 해야 돼. 대답을 안 하는 것은 모르는 거야. 지호는 대답을 안 하는 것이 많아. 그러니까 지호는 모르는 게 많은 거야. 그래서 열심히 공부해야 하는 거야. 선생님의 order

공부를 잘하고 싶은 생각이 언제 들까?

아 동 : 어려운 것이 없으면. 아동의 order

선생님 : 지호는 어려운 게 있어?

아 동 : 없어요. 아동의 order

선생님 : 박수~ 왜 박수 쳤게?

아 동 : 지호는 어려운 것이 없다고 하는 게 정답이라서. 아동의 order

선생님 : 어려운 게 없으니까 어떻게 해야 돼?

아 동 : 혼자~(혼자서 잘해야 돼요.) 아동의 order

선생님 : 어제까지는 어려운 것이 있었어?

아 동 : 없었어요. (어제까지도 어려운 것이 없었어.) 아동의 disorder

선생님 : 그런데?
 아 동 : 막 떴어요. 거짓말하면서 울었어요. 아
 동의 disorder
 선생님 : 누가 그것을 봤어요?
 아 동 : 엄마. 아동의 order
 선생님 : 엄마가 깜빡 속을 뻔했어요? (지호가 어
 려워서 못하는 것이라고.)
 아 동 : 네. (엄마가 깜빡 속을 뻔했어.) 아동의
 order
 선생님 : 그런데 (엄마가) 속았어, 안 속았어?
 아 동 : 안 속았어요. 아동의 order
 선생님 : 무슨 뜻이니?
 아 동 : 지호가 공부를 계속 했다는 거야. 아동의
 order
 선생님 : 오래오래 했다는 거네.
 아 동 : 오래 하는 거 안 좋아해요. 좋은 거 하나
 도 없어요. 아동의 disorder
 선생님 : 누가 하라고 했어? (누가 오래오래 하라
 고 했는지?)
 아 동 : 지호가, 지호가 결정했어요. 아동의 order
 선생님 : (선택에는 책임이 따르니까) 어떻게 책임
 을 질까?
 아 동 : 지호가 잘한다고 한 것은 잘해야 돼요.
 (제대로 알고 있다.) 아동의 order
 선생님 : (알고 있는 대로 하지 않으니까) 3학년
 하지 마. 선생님의 disorder
 아 동 : 그럼 몇 학년 계속 해요? 3학년 할 거예
 요. 다시는 2학년으로 안 내려갈 거예요.
 아동의 disorder
 선생님 : (막 떼쓰면서, 거짓말로 울면서) 엄마한
 테 3학년 안 한다고 했다면, 지호는 3학
 년 하기 싫은가 봐. 선생님의 disorder
 아 동 : 10살 할 거예요. (3학년을 10살이라고
 말을 바꾸었다.) 아동의 disorder
 선생님 : 거짓말하는 사람(지호)은 믿을 수가 없

어. 그런데 선생님은 믿을 수 있어요?
 아 동 : 네. 아동의 order
 선생님 : 왜?
 아 동 : 공책에다 써요. (지호의 말과 행동에 대
 해 기록을 하는 것을 보고 한 말) 아동의
 order
 선생님 : 엄마는 믿을 수 있어?
 아 동 : 있어. 아동의 order
 선생님 : 왜?
 아 동 : 거짓말을 안 하니까. (지호의 가장 큰 문
 제가 거짓말하는 것이라는 것을 스스로
 알고 있다.) 아동의 order
 선생님 : 그럼 3학년 지호는 어떻게 할 건데?
 아 동 : 거짓말하지 않을게요. (그러나 지킬 마음
 이 없는 거짓 다짐이다.) 아동의 order

선생님은 지호의 self-order(자기생각 점검하기)를
 촉구하기 위해서 아동의 말을 따라가며 질문을 지속적
 으로 하였다. 아동과 대화를 시작하면서 아동이 처음
 에 했던 말은 아동의 거짓말이었다는 것을 아동의 마
 지막 말 “거짓말하지 않을게요.”로 확인할 수 있었다.

에피소드 2 - “내가 다 만들었어.”

아동은 모든 상황에서 자신의 주도권을 주장하기 위해
 “내가 다 만들었어.”라고 말하였다. 엄마를 무섭게 만
 든 사람, 선생님을 무섭게 만든 사람이 지호니까. 지호
 가 무섭게 하게 만들었어요.
 (2021년 1월 15일의 일화)

아 동 : 지호가 무섭게 하게 하면 무서워져. 지호
 가 잘해서 칭찬받으면 안 무서워져요. 오
 늘도 감동 시간에 수업 잘했어요. 아동의
 order

선생님 : 뭘 잘했는데?

아 동 : 스트레칭하는 거. 수업을 잘해서 칭찬받았어요. 아동의 order

선생님 : 좋겠네?

아 동 : 네, 완전 좋았어요. 되게 많이많이 좋았어요. 아동의 order

선생님 : 맨날 못한 얘기만 하다가 오늘은 잘한 얘기를 하기로 했어?

아 동 : 네. 아동의 order

선생님 : 해봐.

아 동 : 어저께 공부를 잘했어요. 공부 잘해서 엄마한테 칭찬도 받고 일찍 끝났어요. 아동의 order

선생님 : 일찍 끝나려면 어떻게 한다고?

아 동 : 빨리빨리 해야 돼요. 아동의 order

선생님 : 엉터리로?

아 동 : 아니에요. 생각해서요. 아동의 disorder

선생님 : 누가 그렇게 하라고 했니?

아 동 : 지호가 그렇게 한 거예요. (지호의 자기 결정) 아동의 order

선생님 : 전에는 이렇게 안 했는데...

아 동 : 네. (작은 목소리로) 아동의 order

선생님 : 누가 그렇게 하라고 했니?

아 동 : 지호가 그렇게 한 거예요. 아동의 order

선생님 : 지호는 혼자서 너무 잘한다. 그렇지?

아 동 : 네~ 아동의 order

선생님 : 잘하니까 지호 혼자 다 해라.

아 동 : 왜 아무 말도 안 하세요? 선생님.

선생님 : 지호가 혼자서 잘하는데 뭐라고 얘기를 해? 가만히 있어야지.

아 동 : 네, 지호가 혼자서 잘하니까 칭찬받는 게 좋아요. 아동의 disorder

선생님 : 누가 칭찬해?

아 동 : 엄마가 칭찬했어요. 아동의 order

선생님 : 감통 시간에는?

아 동 : 감통 선생님이 칭찬했어요. 선생님이 말을 안 해서 답답해요. 아동의 disorder

선생님 : 잘해서 칭찬받는 사람한테 무슨 얘기를 할까요?

아 동 : 얘기할 필요가 없어요. 아동의 order

선생님 : 그래서 가만히 있는 거야. 필요가 없으니까.

아 동 : 네. 아동의 order

선생님 : 그런데 뭐가 답답해?

아 동 : 답답한 거 없어요. (말 바꾸기) 아동의 disorder

선생님 : 답답한 거 없어?

아 동 : 있어요. 아동의 disorder

선생님 : 나는 지호가 뭐가 답답한지 모르겠는데 나는 안 답답해요. 너는?

아 동 : 진짜 답답해요. 아동의 order

선생님 : 박수~

아 동 : 왜 아무 말도 안 해요? 아동의 order

선생님 : 나는 말 안 하지. 누가 말하는데?

아 동 : 지호가 말 시켰어요. 아동의 order

선생님 : 나는 말하기 싫으니까 선생님이랑 쳐다보다가 집에 가자.

아 동 : 쳐다보는 거 싫어요. 아동의 disorder

선생님 : 쳐다보기 싫으면 눈 감아. 선생님의 disorder

아 동 : 눈 감는 것도 싫어요. 아동의 disorder

선생님 : 그럼 어떻게 하겠다고?

아 동 : 얘기하겠다고, 지호가 말 안 하고 쳐다봐요. 계속 하품만 했어요. 아동의 disorder

선생님 : 누가 하품하래? 하지 마. 선생님의 disorder

아 동 : 네, 선생님 무서워요. 아동의 disorder

선생님 : 왜?

아 동 : 엄마가 소리 지르면 무서워요. (질문에 대답을 안 하고 말을 돌린다. - 말 바꾸기) 아동의 disorder

선생님 : 에~ 거짓말인데 선생님의 disorder

아 동 : 엄마, 아니 선생님이 더 무서워요. 아동의 disorder

선생님 : 무서워라~

아 동 : 왜 무서워라 해요? 아동의 order

선생님 : 네가 무섭다고 했잖아.

아 동 : 무섭게 하게 만들었어요. (주도권- 지호의 자기결정) 아동의 disorder

선생님 : 누가?

아 동 : 지호가. 아동의 order

선생님 : 정답입니다. 어떻게 해서 무섭게 만들었어?

아 동 : 지호가 무섭게 하게 하면 무서워져. 지호가 잘해서 칭찬받으면 안 무서워져요. 아동의 order

선생님 : 이게 무슨 말이니? 지호 맘대로?

아 동 : 네. 아동의 order

선생님 : 말을 잘했니 잘 못했니?

아 동 : 잘 못했어요. 아동의 disorder

선생님 : 뭘 잘 못했어? 안 무서운데 무서운 척하는 거야?

아 동 : 막 엄청 소리 지르게 무섭게 만들었어요. 주어를 생략함으로 의미전달을 약화시키는 아동의 disorder

선생님 : 너도 소리 지르잖아?

아 동 : 네. 아동의 order

선생님 : 소리를 질러서 무섭다는 거지?

아 동 : 네. 아동의 order

선생님 : 소리 질러야겠다. 지호가 감통실에서 소리 지르는 것은 무서우라고 그러는 거야? 무서워하나 보려고 소리 지르는 거라고?

아 동 : 그랬어요. 아동의 order

선생님 : 선생님이 무서워하나 보려고?

아 동 : “시끄러워.” 했어요. 무섭대요.

주어를 생략함으로 의미전달을 약화시키는 아동의

disorder

선생님 : 감통 시간에 지호가 소리 지르니까 선생님이 무섭대?

아 동 : 이리로 오라고 했어요. 지호가 감통 시간에 소리 질러서 선생님을 무섭게 했어요. 아동의 disorder

선생님 : 그래서 선생님이 무섭대?

아 동 : 무섭다고 안 하고 어떻게 했는지 잘 모르겠어. 아동의 disorder

선생님 : 왜 몰라?

아 동 : 생각이 잘 안 나요. (회피) 아동의 disorder

선생님 : 생각해봐~.

아 동 : 선생님한테 다 얘기할 거라고 했어요. 아동의 disorder

선생님 : 그래서?

아 동 : 얘기를 안 했어. (누가 무슨 이야기를 안 했는지를 알 수가 없어.) 주어를 생략함으로 의미 전달을 약화시키는 아동의 disorder

선생님 : 소리를 계속 질렀어?

아 동 : 소리를 그만 지르고 멈췄어요. 아동의 disorder

선생님 : 누가 무서워?

아 동 : 선생님이 더 무서워요. 감통 선생님은 재미있게 해서 안 무서워요. 감통 선생님은 재미있게 하니까 소리를 질렀어요. 주어를 생략한 아동의 disorder

선생님 : 이상하다~. 뭐가 이상할까?

아 동 : 대답이 이상해요. - 주어를 생략한 아동의 order

선생님 : 어떻게?

아 동 : 거짓말을 해서 이상해요. 주어를 생략한 아동의 disorder

선생님 : 뭐라고 거짓말? 무슨 거짓말?

아 동 : 감통 선생님이 얘기 안 했는데 시끄럽다

고 했다고, 선생님한테 얘기한다고 한 것도 아니고 조용히 있었어요. 주어를 생략한

아동의 disorder

선생님 : 선생님이 지호한테 왜 소리 지르니?

아 동 : 대답을 제대로 안 하고 엉터리방터리로 대답을 해서. 아동의 order

선생님 : 엄마는 지호한테 왜 소리 지르니?

아 동 : 공부를 열심히 안 하고 대충 푸니까. 아동의 order

선생님 : 지호는 왜 감통 시간에 소리를 지르니?

아 동 : 감통 선생님이 무섭게 안 하고 재미있게 해서. 아동의 disorder

선생님 : 엄마를 무섭게 만든 사람이 지호니까 엄마를 안 무섭게도 만들 수 있어요?

아 동 : 만들 수 있어요. 지호가 다 맞게 풀어요.

아동의 order

선생님 : 선생님을 무섭게 만든 사람은 정지호, 안 무섭게 만들 수 있어?

아 동 : 없어요. 아동의 disorder

선생님 : 그럼 나는 계속 무서워야겠다. “어려워요, 안 할 거예요.”라고 소리를 지른 이유는?

아 동 : 엄마가 또 소리를 지르라고. 아동의 disorder

위의 에피소드 1, 2에서 볼 수 있듯이 지호는 10살이 되자마자 엄청난 기세로 자기주장을 하기 시작하면서 실제로 자기가 한 말과는 다르게 행동하는 모습을 보였다. 이렇듯 자폐성장애 아동의 disorder의 양상은 말과 행동에서 확실하게 드러나고 있었다. order(지시 따르기)를 요구할 때 disorder(지시거부)로 반응하는 것을 다시 order(지시 따르기)로 반응하게 하기 위한 self-order(자기생각 점검하기)의 과정은 아동으로 하여금 많은 생각을 하게 하였고 점차 정교하게 말하고 행동하도록 하였다.

에피소드 3- “모든 것이 엄마 손에 달렸어.”

아동은 엄마가 자기에 대해서 아는 것이 없을 것이라고 생각하면서 엄마를 자기 마음대로 주무를 수 있다고 생각하고 있다. 따라서 엄마가 어떻게 하는지에 따라 아동의 말과 행동은 달라질 수 있을 것이다.

(2021년 6월 16일의 일화)

아 동 : 월요일에 학교에서 했었던 일을 쪽~ 얘기하고, 친구 귀에다 대고 소리 지르고, 연필로 다닥다닥 소리를 내고. 아동의 disorder

선생님 : 그래서 뭐?

아 동 : 엄마는 지호가 집에 들어왔을 때 아무 말도 안 했어요. 아동의 disorder

선생님 : 그래서 뭐?

아 동 : 그래서 기분이 좋았어요. 원장님이 여러 번 기회를 줬는데 하지 말라고 하면 하고 싶은 것을 하고, 지난주에 마지막 한 문제 가지고 오래 했어요. 지호가 하고 싶은 것을 했어요. 아동의 disorder

선생님 : 그래서 뭐? 할 얘기가 이런 거밖에 없지?

아 동 : ----- (어리둥절)

선생님 : 이러면 경태 형처럼 장애인인 되는 거야. 너는 칭찬받는 거 싫잖아~.

아 동 : 아니에요. 아동의 disorder

선생님 : 왜?

아 동 : -----

선생님 : “지난주에 마지막 한 문제 가지고 오래 했어요. 지호가 하고 싶은 것을 했어요.”는 지호가 하고 싶은 거잖아?

아 동 : 맞아요. 아동의 order

선생님 : 나는 관심 없어요. 지호 고집을 어떻게 하겠어?

아 동 : 못 꺾어요. 아동의 order

선생님 : 꺾고 싶지도 않아.
 아 동 : ----- (어리둥절)
 선생님 : 나는 지호가 거짓말만 하는 거 다 알아.
 엄마는 모르지?
 아 동 : 네. 아동의 order
 선생님 : 엄마는 몰라서 지호가 계속 거짓말을 할 수 있어서 좋겠네. 계속 그렇게 해.
 아 동 : 왜 계속 그러라고 해요? 아동의 disorder
 선생님 : 너, 내 말 듣니?
 아 동 : 안 들어요. 아동의 disorder
 선생님 : 듣든지 말든지 너 하고 싶은 대로 해. 누구 손해니?
 아 동 : 지호 손해. 아동의 order
 선생님 : 좋겠다.
 아 동 : ----- (어리둥절)
 선생님 : 일기장에는 계속 '좋았어요.' 라고 쓰고 계속 그렇게 해.
 아 동 : ----- (어리둥절)
 선생님 : 엄마는 엄마 맘대로 너는 네 맘대로. (일기장을 들춰볼 때 뭔가를 기대하는 표정으로 눈을 동그랗게 뜨고 쳐다봐서) 왜 보니?
 아 동 : 선생님한테 할 얘기가 있어서.
 선생님 : 난 안 듣고 싶어. 누가 이겼니?
 아 동 : 엄마가. 아동의 disorder
 선생님 : 엄마가 이기는 것은 지호가 엄마 말을 듣는 건데 듣니?
 아 동 : 안 들어요. (주어 생략) 아동의 disorder
 선생님 : 다시, 누가 이겼니?
 아 동 : 지호. 아동의 order
 선생님 : 이제 바른말을 하네. 엄마한테 이겨서 좋겠네. 얼마나 좋아?
 아 동 : 많이 좋아요. 아동의 order
 선생님 : 엄마를 계속 이기면 경태 형처럼 되는 거야. 장애인.

아 동 : (야무지게) 네. 아동의 order
 선생님 : 경태 형은 엄마 말 안 들어서 그렇게 된 거야. 엄마 말 안 듣고 맨날 엄마를 이기는 사람이 여기 있잖아. 지호는 누구 말도 안 듣네. 언제부터?
 아 동 : 2살~ 아동의 order

주고받은 대화를 맥락 속에서 분석해 본 결과 아동의 order와 선생님의 disorder. 아동의 disorder와 선생님의 order가 부딪힘으로 갈등을 유발하게 되는데 그 해결을 위해 아동의 self-order를 위한 질문을 통해 아동은 모든 면에서 자기중심성과 자기주도성을 가지고 가려는 경향이 점점 강해짐을 파악할 수 있었다. 이 아동의 disorder(지시거부)는 이 아동과의 의사소통과 사회적 상호작용을 방해하기 때문에 order(지시 따르기)로의 전환을 위해 아동이 자신의 disorder(지시거부)를 자각하게 하려는 의도를 가지고 육하원칙에 따른 질문 주고받기를 계속 시도하였다. 아동의 self-order(자기생각 점검하기)를 통해 알게 된 것은 아동의 모든 관심은 오직 엄마에게 쏠려있다는 것과 아동이 자기중심성을 가지고 하는 모든 자기결정은 어떻게든 엄마를 이기고자 하는 애씀이라는 것을 확인할 수 있었다.



강은희 사회복지학 박사
 호호알멘토 원장
 강은희 사회성발달연구소 운영
 사회적협동조합 모두가 이사
 강남장애인가족지원센터 운영위원장

경기도장애인근로자지원센터 자문위원
 한독교육문화연구원 연구위원

길바닥 지혜를 찾아 떠난 세계일주기행

- 유럽 편 2 벨기에, EU본부와 NATO를 품은 나라 -

이규형



2022년 8월 19일, 브뤼셀로 가는 날이다. 벨기에는 프랑스 동부와 국경을 맞대고 있다. 파리에서 브뤼셀까지는 고속열차로 한 시간 반쯤 되는 거리다. 기차를 타고 가기로 했다. 유럽 각국은 기차나 버스로도 연결이 잘 되어 있어서 서로 이동이 쉽다.

벨기에는 프랑스나 영국만큼 우리에게 잘 알려진 나라는 아니지만, 많은 사람들이 벨기에 초콜릿을 떠올릴 것이다. 누구나 한번쯤 맛보았을 고디바(Godiva)나 길리안(Guylian)이 벨기에의 유명한 초콜릿이다. 초콜릿 마니아라면 최고급 브랜드로 손꼽히는 초

콜릿 노이하우스(neuhaus)를 떠올렸을 것이다. 초콜릿의 나라답게 고디바 본점은 여행객들이 순례하는 곳 중의 하나란다.

브뤼셀이란 도시가 궁금했다. 유럽연합의 행정부 격인 EU본부가 브뤼셀에 있다고 하여 가보고 싶었다. 북대서양조약기구(NATO)의 사령부와 유럽의회(EU Parliament)의 별관도 브뤼셀에 있다. 어떤 이유로 많은 유럽 국가 중 브뤼셀에 EU본부와 나토 사령부를 두게 된 것일까? 이유가 궁금하다. 직접 가보기로 했다. 현장에 가보아야 그 이유가 이해될 것 같다.

아바(ABBA)의 노래 '워털루(Waterloo)'

워털루는 뮤지컬 《맘마미아》에 올려 퍼지는 아바(ABBA)의 노래로 익숙하다. 스웨덴의 유명 보컬그룹 아바(ABBA)가 노래한 〈워털루(Waterloo)〉가 전 세계에 알려진 것은 1974년 유로비전 송 콘테스트에서 우승하면서부터다. ABBA의 두 여성 보컬 아네사와 애니의 가창력으로 세계적인 명성을 얻었지만, 당시 고등학생인 내게 아바의 〈워털루〉는 그저 경쾌한 팝송일 뿐이었다. 노래는 이렇게 시작한다.

“My, my, at Waterloo Napoleon did surrender~(워털루에서 나폴레옹이 항복했지~)”

전쟁에서 패배한 나폴레옹을 조롱하는 노래일까? 그건 아니다. 나폴레옹이 워털루전투에서 패배한 후 유럽에서 my waterloo는 항복이란 의미로 쓰인다고 한다. 아바의 〈워털루〉는 사랑의 전쟁에서 나는 너에게 항복했고, 이제 너를 사랑하게 되었다는 연인의 감정을 노래한 것이다.

그들의 역사와 문화를 모르면 노래도 이해하기 어렵다.

워털루, 동갑내기 나폴레옹과 웰링턴이 싸운 곳

노래에 나오는 워털루는 벨기에 남부 지역의 지명이다. 1815년에 벨기에의 땅 워털루에서 유럽 강대국들의 전투가 벌어졌다. 영국 중심의 세계사를 배운 사람들에게 워털루는 영국의 웰링턴(Wellington) 장군을 세계사적 인물로 기억하게 만든 전투의 현장이다. 웰링턴 장군이 이끄는 영국과 폰 블뤼허 장군이 지휘하는 프로이센 연합군이 나폴레옹의 프랑스제국에 대항하여 싸운 세기적 전투다. 이 전투에서 나폴레옹은 동갑내기인 웰링턴에게 패배하고 프랑스제국은 망하

게 된다.

워털루전투는 나폴레옹의 몰락과 함께 유럽 전역에 엄청난 변화를 가져온 대사건이다. 유럽인들의 기억과 정서에 준 충격이 오늘날에도 아바의 노래 가사에 문화현상으로 남아 있는 것이다.

워털루전투는 강대국 간의 싸움이었지만 그들 나라에서 싸운 것이 아니다. 약소국 벨기에의 땅인 워털루에서 전투를 벌였다. 조선에서도 비슷한 일이 벌어진 적이 있다. 청국과 일본 간의 청일전쟁이나 러시아와 일본의 러일전쟁은 그들 나라에서 싸운 것이 아니라 조선에서 싸웠다. 강대국 사이에 낀 약소국은 어디나 역사의 설움이 있다.

이런 역사의 편린을 생각하며 벨기에로 향했다.

파리 북역에서 고속기차를 타고 브뤼셀로



파리에서 다른 나라로 가는 유로스타(Euro Star)나 탈리스(Thalys) 같은 고속기차는 파리 북역(Gare du Nord)이나 동역(Gare de l'Est)을 출발한다. 파리 북역은 규모도 크지만 역 광장에 설치된 미술품과 건물의 아름다움이 마치 뮤지엄 같은 느낌이다.

유럽의 기차역을 이용할 때면 영화의 한 장면이 떠오른다. 기차에 탄 연인을 플랫폼(platform)에서 떠나

보내는 모습. 170년의 추억을 간직한 채 오늘도 파리 북역은 변함이 없다.

유럽의 기차역은 대개 도시의 대표적인 건물이라, 기차여행을 떠나지 않아도 일부러 찾아보고 싶은 곳이다. 매표소, 대합실, 기차 승강장이 같은 평면에 배치되어 있는 유럽의 기차역은 계단을 오르내리지 않아 좋다. 기차역이 한눈에 파악되니 초행이라도 쉽게 익숙해지는 구조다.



파리 북역(Gare du Nord)에서 브뤼셀(Brussel)로 가는 탈리스(Thalys) 고속기차를 탔다. 도심을 벗어나는가 싶더니 어느새 기차는 프랑스의 평원을 달린다. 좌석의 생김이나 승차감은 KTX와 다름이 없다. 창밖으로 펼쳐지는 평원에 엄청난 규모의 밭이 스쳐 지나간다. 요즘 선진국은 농업국이라는 생각이 든다.

유럽의 기차는 출발시간과 날짜, 사전예약에 따라 운임이 달라진다고 하여 여행을 하기 한 달 전 서울에서 인터넷으로 탈리스를 예약했다. 운임은 서울~부산간 고속열차와 비슷한 수준이다.

‘오줌싸개 동상’의 도시, 브뤼셀

탈리스는 파리 북역을 출발하여 1시간 반 만에 벨기에 브뤼셀 중앙역에 도착했다. 브뤼셀의 중심 기차역

답게 역사의 규모가 꽤 크고 많은 여행객들로 붐빈다.

예약한 호텔을 검색해보니 걸어서 15분쯤 거리다. 걸어가 생각으로 구글맵을 켜고 역을 나섰다. 5분쯤 걷다 보니 구글맵이 알려주는 길이 공사 중이다. 구글에 업데이트되지 않은 현실 난관이다. 역으로 돌아가 택시를 탈까 잠시 고민하다 도시를 느끼고 싶어 계속 걷기로 했다. 공사 중인 길을 캐리어를 끌고 걷는 게 고역이다. 초행길을 8월로 잡았더니, 더운 날씨가 힘겹다. 내친걸음이라 되돌리기에 너무 멀리 온 듯하다. 결국 30분 만에 호텔에 들어서니 등줄기에 땀이 흐른다.

그래도 숙소가 있는 곳은 관광객들이 선호하는 브뤼셀의 올드타운이라, 잠시 힘들었던 선택도 위로가 된다. 올드타운 길에는 아름답고 오래된 건물, 아가자 기한 상점과 레스토랑이 즐비하다.



벨기에 또는 브뤼셀은 몰라도 ‘오줌싸개 동상’을 기억하는 사람들이 많다. 브뤼셀의 명물 오줌싸개 동상은 올드타운 안쪽에 있다. 골목길에 위치한 오줌싸개 동상을 둘러싸고 수많은 사람이 몰려 있다. 사람이 가



려 동상이 보이지 않을 정도다. 사람들 사이를 비집고 보니 자그마한 아이가 오줌을 싸듯 동상에서 물이 나온다. 이 작고 익살스러운 오줌싸개 동상은 캐릭터가 되어 브뤼셀 관광을 상징하고 있다.

브뤼셀을 방문하는 여행객에게 오줌싸개 분수는 빠지지 않고 순례하는 성지가 된 느낌이다. 60센티의 작은 동상에 불과한데 유명한 이유는 무엇까? 오줌을 싸는 아이의 귀여운 모습뿐 아니라, 아이의 고추에서 물이 나오게 하여 실제 오줌을 싸는 것처럼 느끼게 한 사실성 때문일까? 아니면 1619년에 처음 세워진 후 400년 넘게 저 자리를 지켜온 것이 이유라면 이유일까.

아름다운 브뤼셀(Brussel) 시청사

오줌싸개 동상에서 200미터쯤 가면 브뤼셀 올드타운의 중심이자 관광의 중심인 브뤼셀 시청사가 나온다. 고딕 양식으로 뾰족한 첨탑이 중앙에 솟은 모양의 건물이다. 567년 전인 1455년에 완공된 시청사는 크

지는 않지만 단아하고 아름다운 모습이다. 다른 도시의 시청 건물이 위엄있게 생기고 경비들이 가로막아서는 곳이라면 브뤼셀 시청은 친근하고 자유로운 느낌이다. 시청사 앞에는 그랑플라스 광장이 있다.

유럽의 도시를 광장(plaza)의 도시라고 한다. 광장을 중심으로 건물이 배치되고 건물 옆에 난 길을 따라 가면 또 다른 광장이 나온다. 광장에는 예외 없이 많은 사람들이 모여 있다. 유럽의 광장은 사람들이 쉽게 접근하고 머물게 하는 구심력이 강하게 작용한다. 그랑플라스 광장도 그런 곳이다. 축구장 3분의 1쯤 크기의 그랑플라스는 사람들을 불러들이고 머물게 한다. 광장에는 브뤼셀 시청과 중세 길드 건물에 이끌려온 사람들이 가득하다. 광장에 들어서면 눈이 황홀해진다. 금빛 휘장을 두른 건물들이 과거 아프리카 식민지를 경영하던 시절 벨기에의 짧은 영화를 상징한다. 광장에 여행객들의 감탄이 가득 찬 느낌이다. 광장 주변의 뮤지엄, 카페, 레스토랑, 기념품 가게가 어우러져 만드는 안락한 분위기가 여행객의 기분을 편하게 만드는 곳이다.

카페의 차, 레스토랑의 소풍 식사

그랑플라스 남쪽 골목길로 나서면 공원 광장에 많은 관광객이 차 한잔의 휴식을 즐긴다. 지나가는 행인을 구경하며 한가로운 시간을 보내고, 시장 안팎의 레스토랑에도 소풍 식사를 즐기는 사람들이 브뤼셀을 경험하고 감상하고 감탄한다.

유럽역사관



EU본부로 가기 위해 시내버스를 탔다. 브뤼셀의 중심부는 완만한 언덕과 구릉이 많은 지형으로 이루어진 곳이다. 차창으로 보이는 브뤼셀의 시가지는 오래된 중세 건물들이 시간을 과거로 돌려놓은 것 같은 풍경이다. 평평한 파리 시가지와 다르게 변화의 맛이 다채롭다.

EU의회 건물에서 EU본부로 가는 길 중간에 유럽역사관(House of European History)이 자리하고 있다. 역사관은 유럽의 생성과 발전, 유럽에 부와 영광을 안겨준 대항해 시대, 제1, 2차 세계대전의 참화 그리고 유럽연합의 탄생과정을 보여주고 있다. 누구에게나 무료로 개방되어 있어서, 유럽의 역사와 EU의 성립과정을 이해하는 데 더없이 좋은 곳이다.

아침 9시쯤 호텔을 나섰다 EU의회와 유럽역사관

을 천천히 둘러보고 EU본부에 도착하니 어느새 12시다.

EU의 묘수, 브뤼셀에 EU본부 두기

유럽연합(EU)은 27개 회원국이 만든 국가연합이다. EU본부를 유럽의 전통적 강국인 독일이나 프랑스, 영국 또는 스페인에 두지 않고 벨기에에 두고 있는 사실이 흥미롭다.

그 이유는 지구상 어느 대륙보다 전쟁이 많았던 유럽의 역사에서 찾을 수 있다. 과거 스페인, 프랑스, 독일, 영국은 유럽에서 전쟁을 일으킨 전력을 갖고 있다. 유럽의 정치지도자들은 항구적 평화를 만들려고 EU를 구상했지만, 강국들은 서로를 믿지 못하는 구석이 있었다. 그래서 강국들은 지정학적으로 프랑스와 독일 사이에 끼어 지배적 강국이 될 수 없을 만한 작은 나라에 '유럽연합'의 집행기구를 두는 묘수(?)를 생각해냈다. 그렇게 선택된 약소국이 벨기에다. 현재 벨기에의 인구는 110만 명이 조금 넘는 수준이다. 벨기에의 좌측엔 프랑스가, 우측엔 독일이 국경을 맞대고 벨기에의 어깨를 누르는 형국이다.

벨기에의 정치지도자들은 강대국들 사이에서 중립적 생명력을 확보하려는 국가전략으로 EU본부를 유치하기 위해 노력했다. 유럽의 강국들의 이해와 벨기에의 국가전략이 맞아떨어져, EU본부를 브뤼셀에 두게 된 것이다.

EU본부

EU본부 건물은 위에서 내려다보면 Y자 모양의 세 방향으로 뻗은 구조의 현대식 건물이다. 건물 앞에는 유럽연합 국가들의 국기가 게양되어 있다. 본부 빌딩 앞 서쪽 및 북쪽 큰길 건너에도 유럽연합의 부속건물

들이 들어서 있다. 주말이 아닌데도 EU 건물 주변은 인적이 별로 없다. 차량 통행이 많은 곳이 아닌 듯하다. EU직원들과 몇몇 방문객들만 보인다. 건물 가까이 접근하는 데 어떤 제약도 없다. 다만 건물 안 로비에 들어가기 위해서는 업무가 있어야 입장이 가능하다. 번잡하지 않지만, 조용히 유럽을 움직이는 곳이라는 생각이 든다.

정면 의회 건물을 좌우로 나누며 뚫려 있는 중앙 홀을 지나 뒤편에는 유럽의회 회의장 건물이 서 있다. 의사당 건물 이름이 '폴 앙리 스파크(Paul Henry Spaak) 기념관'이다. 스파크는 유럽통합을 이끈 지도자 중 한 사람으로, 벨기에 외무장관과 총리를 지낸 인물이다. 그의 이름을 기념하는 건물이 의사당으로 사용되고 있다.

유럽연합의회(EU Parliament), 스파크(Spaak)관

EU의 미래를 젊은 세대에게



2016년에 영국이 EU를 탈퇴한 후, EU의 미래에 대해 비관적인 시선도 있다. EU회원국의 경제가 어려워질 때마다 EU해체의 논란이 생겨났다가 사그라들기를 반복하고 있다. 하지만 주류는 EU가 유럽평화와 공동의 번영을 위한 유일한 대안이라고 믿는다. EU는 다음 세대에도 EU가 계속 존속하기를 바라며 미래세대에 기대를 걸고 있다. 젊은 세대에게 EU의 의미와 가치를 홍보하는 모습이 여러 곳에서 보인다.

유럽연합의회 정류장, EU Parliament에서 내리면 바로 EU의회 광장과 연결된다. 광장에는 10여 명의 관광객이 의회건물과 상징물을 배경으로 사진을 찍고 있다. 비교적 이른 아침이라 그런지 방문객이 많지 않아 한적하다.



유럽의회의 본청은 프랑스의 스트라스부르(Strasbourg)에 있다. EU의회를 스트라스부르에 둔 이유는 전후 독일-프랑스 화해의 상징으로 두 나라의 국경 도시를 선택했기 때문이란다. 브뤼셀에 있는 것은 EU의 회 별관쯤 된다고 할까. 상임위원회가 이곳에서 열린다. 1958년 유럽 경제공동체가 창설될 당시에 브뤼셀이 유럽 집행위원회의 소재지로 결정되었다. 그런 인연으로 의회의 상임위원회가 브뤼셀에서 회의를 진행하는 전통이 만들어졌다.

미래는 알 수 없다. 주류가 반동에 의해 뒤집히는 경우가 역사에 늘 있어왔다. 인류의 역사에서 국가의 통합과 분열은 계속되지 않았던가? EU도 분열을 경계할 일이다.

북대서양조약기구 NATO



NATO(NATO: North Atlantic Treaty Organization)는 사령부를 브뤼셀에 두고 있다. 브뤼셀 외곽에 있다고 하여 브뤼셀 중앙역에서 전철과 트램을 갈아 타며 NATO 사령부로 갔다. EU본부에서 한 시간 정도 걸리는 거리다. 도시를 벗어나니 산지가 거의 없는 평야 지대를 20분쯤 달렸다. 좌측 멀리 둥그런 지붕을 이고 수십 개의 깃발이 나부끼는 건물이 땅에 낮게 깔리듯 서 있다. 나토 사령부다. 전철이 인가가 없는 곳에 섰다. 역 주변은 건물 하나 없이 한적하다. 전철역에서 내리는 승객은 나와 젊은 남녀 여행객 둘뿐이다.

사령부가 주둔한 지역은 주변에 산이 없는 너른 들판이다. 넓이를 가늠할 수 없을 정도로 크다. 나토 사령부 옆에 넓은 옥수수밭이 있고 키를 훌쩍 넘는 옥수수가 열병하는 군대처럼 줄 맞추어 선 것이 인상적이다. 옥수수밭 옆길을 따라 나토 사령부 정문 위병소에 다가갔다. 위병 장교에게 사진을 찍어도 되는지 물으니 촬영금지란다. 군사시설이라 보안이 철저한 듯하

다. 위병초소를 지나서 있는 방문객 안내소조차 용무가 없이는 접근이 금지되어 있다. 멀찍이 사령부를 바라보며 전경 사진을 한 컷 찍고 전철역으로 되돌아와야 했다. 달리는 전철에서 사령부 전경을 눈에 담는 것으로 만족하는 수밖에.

2022년 2월 러시아가 우크라이나를 침략한 전쟁이 계속되고 있다. 전쟁 전부터 우크라이나가 가입을 요구했던 나토는 유럽과 미국이 함께 하는 군사동맹이다. 지구상에 이렇게 많은 나라가 참여하는 집단 군사동맹은 없다. 그만큼 전쟁 위험이 높은 곳이 유럽이라는 것을 반증하는 듯하다.

현재 NATO의 주적은 러시아이지만, 역사적으로 유럽의 국가들끼리 수많은 전쟁을 치른 과거 경험이 NATO를 만들어 동맹국 내부의 잠재적 배반자를 막으려는 의도가 양념처럼 들어있지 않았을까 추측해 본다.

세계일주여행의 팁! 휴대폰 어플 사용하기

휴대폰으로 모두 해결

이제 다른 나라로 여행을 가도 현지인에게 길을 물을 필요가 없다. 휴대폰이 더 정확한 현지 정보를 알려주기 때문이다. 외국어를 몰라도 괜찮다. 휴대폰이 통역해준다. 길을 몰라도 좋다. 낯선 도시에서 휴대폰이 전철과 시내버스의 노선뿐 아니라 타는 방법도 알려준다. 어디 가서 무엇을 먹을까 고민하지 않아도 좋다. 휴대폰의 지도를 보면 내가 있는 곳에서 가까운 레스토랑과 음식 종류를 알려준다. 가려는 식당이 영업 중인지 휴무인지도 알려준다. 인근 나라나 도시로 가는 교통편을 예약하는 것도 휴대폰이 해결해준다. 이제 더 이상 여행안내인이 필요치 않은 세상이다.

휴대폰에 넣은 어플(app)만 잘 사용하면 여행에 필

요한 모든 솔루션을 얻을 수 있다. 이제 휴대폰은 여행의 필수 동반자다.

세계일주를 하면서 주로 사용한 휴대폰 앱을 소개한다.

1. 교통

- **구글맵(Google map):** 구글맵은 단연 최고의 투 어가이드이다. 목적지를 입력하면 어떻게 갈 수 있는지 알려준다. 대중교통을 이용할 때에는 전철과 버스를 연결하여 안내해준다. 어디를 가도 구글맵 하나면 길을 잃을 염려가 없다. 차량을 이용할 때는 내비(GPS)의 역할을 충실히 해준다.

- **우버(Uber):** 다른 나라, 낯선 도시에서 길을 잃었다면? 우버 택시를 부른다. 우버는 내가 서 있는 곳으로 찾아와준다. 우버는 유럽, 아프리카와 남 북미 대륙에서 꼭 필요한 어플 중 하나다. 우버는 시간과 승객 밀집도에 따라 변동 가격이 매겨지므로, 사람이 몰리는 시간이나 장소를 피하면 일반 택시보다 저렴하게 이용할 수 있다.

만약 우버 기사가 길을 돌아가거나 바가지지를 씌운다는 의심이 들면 우버 본사로 불만을 접수해보라. 하루 만에 바가지 쓴 금액이 환불되었다는 통보가 이메일로 온다.

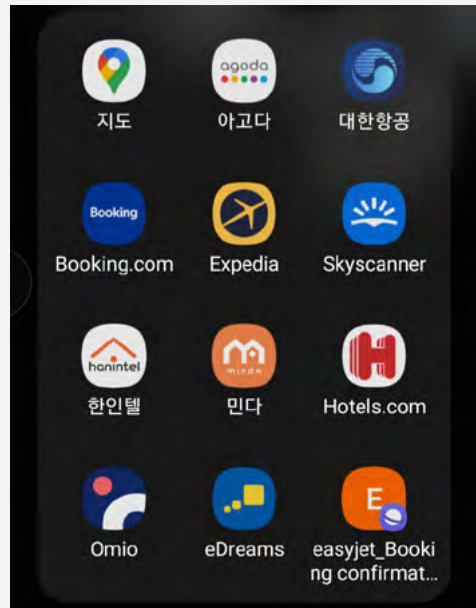
- **Skyscanner:** 스카이스캐너는 최저요금의 항공권을 비교 검색하여 찾아 준다. 스카이스캐너에서 적합한 항공권을 선택하면 스카이스캐너는 항공권 판매 대행사 앱으로 연결해준다는 것을 명심해야 한다. 항공권을 구입하려는데, 갑자기 다른 앱으로 넘어가서 당황할 수 있기 때문이다.

스카이스캐너는 항공권 판매대행사가 아니므로 항공스케줄을 변경하려면 항공권을 구입한 앱에서 처리해야 한다. 만일의 경우를 위해 항공권의 조건과 구입한 판매대행사 앱을 기록해둘 필요가 있다.

- **오미오(Omio):** 유럽에서 교통편을 알아보고 선택할 때 Omio앱은 아주 유용하게 쓸 수 있다. 항

공, 버스, 기차의 시간과 가격을 비교하여 알려준다. 자신의 여행 스케줄, 비용, 시간을 고려하여 선택할 수 있는 옵션을 알려주기 때문에 따로따로 알아볼 필요 없이 시간과 수고를 아껴준다. 오미오는 한국어 서비스도 가능하다.

오미오 앱에서 티켓을 직접 구입할 수도 있는데, 구입한 티켓은 자신의 휴대폰이나 메일로 받을 수 있다. 티켓을 직접 구입해서 휴대폰에 저장하여 사용하는 경우, 현지 유심이 제공하는 현지 전화번호를 이용해야 한다. 해외전화로 문자발송이 제한적이라 로밍전화로는 티켓을 받지 못할 수 있다. 만약 현지 전화번호가 없다면 이메일로 받아서 휴대폰에 내려받으면 된다.



2. 숙소, 호텔

숙소를 예약할 때는 지역, 숙소 프로모션 여부 등에 따라 3개의 앱을 번갈아 사용했다. 유럽의 호텔을 예약할 때는 아고다를 많이 사용했고, 미주 지역의 호텔을 찾을 때는 익스피디아, 호스텔을 이용하고자 할 때는 부킹닷컴에서 찾았다. 여행 동안 두 차

레 이용한 한인민박은 민다와 한인텔에서 찾았다.

- **아고다(Agoda):** 호텔을 예약할 때 유용한 앱이다. 개인적인 경험상 특히 아시아와 유럽에 있는 호텔에 좀 더 강점이 있는 듯했다. 나는 세계일주를 하는 동안 60%는 아고다를 이용하여 숙소를 예약했다.
- **부킹닷컴(Booking.com):** 여행 기간 중 15%는 여기를 이용했다. 저렴한 호텔, 민박집들도 찾아준다.
- **익스피디아(Expedia.com):** 미주 지역을 여행할 때는 이 앱이 편리하다.
- **한인민박: 민다(Minda) 또는 한인텔(Hanintel)**은 한인이 운영하는 민박집을 찾아주는 앱이다. 주로 물가가 비싼 대도시에 한인 민박집이 있으니 한식이 그리거나 비용을 아끼기 위해 활용할 만하다.

3. 관광, 유적지

- **구글맵(Google map):** 뮤지엄, 미술관, 왕궁, 공원 등등 관광지를 찾거나 한다면 역시 구글맵이다. 계획 없이 떠난 여행에서 아침에 눈을 떠 '오늘은 어디를 갈까?' 물음을 던지면 목적지를 찾아준다.
- **트립 어드바이저(Trip Advisor):** 여행지 설명과 안내에 유용하다. 세계 각국의 여행자가 올린 평가가 여행지, 음식, 숙소 선택에 참고할 만하다.
- **구루워크(GuruWalk):** 구루워크는 자유도보여행(Free Walking Tour) 안내 앱이다. 세계의 주요 도시에서 시내 단체관광을 함께하는 프로그램을 운영한다. 무료로 시내 도보관광을 할 수 있다. 관광은 무료이고 참가자들이 안내인에게 수수료로 팁을 준다. 앱에서 도보관광 일정을 선택하여 신청하고, 모이는 장소를 찾아가서 그룹에 참여하면 된다. 보통 영어와 현지어로 투어를 진행한다. 자유도보여행은 도시의 역사와 문화, 주요 관광 포인트, 맛집을 쉽게 알 수 있는 방법이다.

4. 여행 기록

- **여행가계부:** 비용 지출을 기록하고 예산을 관리할 수 있게 해준다. 교통비, 숙소, 식대 등 비용의 카테고리 별로 통계를 제공하여 지출을 규모 있게 할 수 있다.
- **페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram):** 여행을 기록하기 위해 펜과 노트를 쓰기에 한계가 있다. 현장의 모습, 현장의 감정을 놓치지 않고 기록하려면 휴대폰 앱을 사용하는 것이 좋다. 한 컷의 사진으로 기억해주는 사실감과 현장에서 느낀 순간의 감흥을 잊지 않게 기록해둘 수 있다.



let's go
around the world



이규형 경영학박사
조직경영연구소 대표
기업조직경영 자문,
융합경영학회 감사

맞춤형 혁신 솔루션을 제공함으로써 기업의 성공을 돕는 튼튼한 파트너가 되겠습니다.



Consulting

비즈니스 솔루션 도출과 현장 적용을 위한 전문 컨설팅 및 상생협력 파트너십



Solution

R&D를 통해 도출한 최적의 솔루션을 적용, 안정적이고 효율적인 시스템 구축



Education

비즈니스 모델 실현을 위한 서비스 및 기업 성장을 위한 맞춤형 교육 제공

MatchBox

다양한 형태의
비즈니스 원천 데이터를
> 실시간 시각화하여
비즈니스 인사이트 제공



Green Nest

건물에서 사용되는 에너지의
효율적 관리를 위한 에너지
> 정보 분산처리 솔루션



 startrail

스타트레일 매거진

스타트업에게 꼭 필요한
정보와 유익한 교육 콘텐츠를
담고 있는 웹진



“조직의 미래 비즈니스 성품이 좌우한다”

“말할 것도 없이 성품은
모든 진정한 리더십의 기초이다.”

-John C. Maxwell -

“훌륭한 조직에는 훌륭한 사람과
훌륭한 문화가 있다.”

-Ray Dalio, 브릿지워터 CEO-

“우리는 지성만으로는 불충분함을,
지성에 성품을 더해야 함을
명심해야 할 것입니다.
그것이 진정한 교육의 목표입니다.”

- Dr, Martin Luther King-

☎ ESG성품경영시스템 인증 및 교육 문의 : 02-2242-2012



Good Character, Good Company
한국성품경영협회

“한국성품경영협회는 성품경영과 관련되는 융·복합 연구와 활동, 학술지 발간 및 인증제도 운영을 통하여 사회 속 다양한 조직에서 친환경, 사회가치 실현, 투명한 지배구조의 ESG 경영을 이룰 수 있도록 함께 하겠습니다.”

한국연구재단 기관 등록번호 8B4727 주소 서울 구로구 디지털로 34길 55, 코오롱사이언스밸리 2차 B101-218
카페 <https://cafe.naver.com/charactermanagement> 블로그 https://blog.naver.com/character_management
홈페이지 <http://kaocm.or.kr/> 이메일 character_management@naver.com 모바일 010-6839-4970