

요즘 세대의 특성에 따른 대학 교육의 변화 방향

Characteristics of the current generation and educational implications in college

한 두 흙(비서경영과)

Key Words : Z세대, 대학교육, 밀레니얼 세대

ABSTRACT

This paper is to analyze the major characteristics of new generation, called ‘Z generation’ or ‘Millennial generation’ and to provide educational implications for them in higher educational institutions. Analyzation was performed in three dimensions, i.e. their growing environments, value & orientations, and behavioral styles. New generations are born and raised in mobile, economically difficult, fiercely competitive and less-interfering educational environments. They tend to prefer simplicity over complexity, individuality over the group, novelty over past, reality over ideality, process over outcome. They usually behave to seek their unique information search and filtering style, simplicity and instantaneity, their identical tasting, distrust and resistance to what they think is unfair or fictitious, meaningful work and respect, and fun and amusement. Specific cases for the behavioral styles and educational recommendations are also provided.

1. 서론

1.1 연구의 필요성

대학교육 현장에서 학생들의 특성 변화로 인한 교육의 어려움을 많이 호소한다. 학생들이 힘들고 복잡한 것을 하려 하지 않고, 조금만 어려워도 금방 포기하고, 자신이 예상한 것과 조금만 달라도 쉽게 자퇴해 버린다. 약속도 잘 지키지 않고 고마운 줄도 모르며 남을 배려하지도 않고 예의범절도 없다는 말을 자주 듣게 된다.

산업계에서는 요즘 세대들의 특성을 파악하고 마케팅이나 신제품 개발과 같은 비즈니스에 활용하기 위한 다양한 노력을 시도하고 있다. 특히 밀레니얼 세대로 불리는 소비자들의 가치관이나 소비 성향을 파악하여 마케팅에 적극적으로 활용하고 있다. 젊은 세대들이 열광하는 B급 감성의 ‘병맛’(맥락이 없고 어이없음을 의미하는 신조어) 더빙 영상인 ‘장삿쭉’을 이용한 광고가 급증하는 것도 그런 맥락이다. 보수적인 금융회사에서도 요즘 세대를 이해하고 그들을 고객으로 끌어들이기 위해 다양한 노력을 계속하고 있다(홍기영, 2019).

요즘 세대의 특징과 성향을 파악하지 못하면 교육은 점점 힘들어지고 교육 성과를 내기는 더욱 어려워질 것이다. 요즘 세대 학생들의 생각과 행동 방식이 과거와는 많이 다르기 때문이다. 성향이 바뀐 학생들에게 과거의 교육 방식을 그대로 적용하면서 교육의 어려움을 호소하고 요즘 학생들의 문제점을 제기하기도 한다. 그러나 과거 기존세대의 관점에서 이해가 되지 않고 못마땅한 젊은 학생들을 탓하기보다는 그들을 좀 더 이해할 필요가 있다. 그들이 어떤 성향을 갖고 있으며, 어떠한 교육 방법이 더 적합하고 효과적인지 찾아보는 것이 중요하다.

1.2 연구의 목적

본 연구는 요즘 세대 젊은이들의 성향과 특성을 교육적인 측면에서 고찰하고자 한다. ‘요즘 세대’란 1980년대 이후 출생한 ‘밀레니얼 세대’, 그 중에서도 1990년대 후반에서 2000년대에 출생한 ‘Z세대’를 의미한다. 그들은 밀레니얼 세대의 특징을 갖고 있으면서도 기존 밀레니얼 세대와는 다른 나름의 특징을 갖고 있기 때문에 ‘MZ세대’라고 부르기도 한다.

먼저 기존 연구에서 제시하는 요즘 세대의 특징을 파악하고 현재 대학 교육 현장에서 겪는 어려움에 비추어 그들의 특성을 정리해 보고자 한다. 또한 달라지는 요즘 세대를 좀 더 잘 가르치고 이끌어 갈 수 있는 방안을 찾아보고자 한다. 아울러 본 연구에서 제시하는 교육 방향에 대해 젊은 세대들이 어떻게 인식하는지, 실증 조사를 통하여 검증하고자 한다.

1.3 연구 방법

본 연구는 문헌 연구와 사례 분석을 통해 이루어졌다. 먼저 요즘 세대에 대한 기존 연구 문헌을 비교 분석하고 종합하여 요즘 세대의 특징을 성장환경, 성향 및 가치관, 추구하는 행동 방식의 측면에서 분석한다. 또한 요즘 세대의 특성을 보여주는 구체적인 사례들을 통해 본 연구에서 제시하는 특징이 맞는지를 검토한다. 마지막으로 요즘 세대를 좀 더 잘 가르치기 위한 방안을 도출하여 제시하고자 한다.

본 연구는 기존 이론의 검증이나 새로운 이론의 제시라기보다는 ‘요즘 세대의 특성’에 대한 가설을 제시하는 탐색적 연구이다. 요즘 세대를 어떻게 이해할 것인지에 대한 종합적인 분석의 틀을 제시하고, 요즘 세대를 새로운 시각에서 바라보고자 한다.

2. 기존 연구

2.1 세대의 구분

세대의 구분은 다양하게 이루어지지만, 전후 첫 세대를 ‘베이비 부머’ 세대로 지칭하고 70년대 출생자를 X세대라 부르며 1980년대 이후 출생한 세대를 ‘밀레니얼 세대’라고 부르는 것이 일반적이다. 그 중에서도 1990년대 후반에서 2000년대 출생자를 특별히 ‘Z세대’라고 한다.

베이비 붐 세대는 1964년까지 출생한 세대로, 치열한 경쟁속에 성장한 세대이다. 가난을 대물림하지 않기 위해 악다구니의 삶을 통해 “성실”이라는 가치를 실천하였다. 그들은 부모 세대처럼 전쟁을 겪지 않아서 비교적 평탄한 삶을 살아왔으며, 경제 성장기의 과실을 가장 많이 받았고, 정치적 민주화의 업적을 이룬 세대이다.

X세대는 1980년대 후반 혹은 1990년대 초반에 대학을 다닌 사람들로, 주로 1970년대 출생한 세대를 일컫는다. 첫 수능세대, 물질적인 풍요 속에서 개인주의로 가득 찬 신세대였다. 1990년대 중반에 활동한 ‘서태지와 아이들’을 기성세대들은 이해할 수 없었지만, X세대의 열렬한 지지를 얻었다.

밀레니얼 세대는 1980년대부터 1990년대 중반에 태어난 세대로, X세대의 다음 세대라서 Y세대라고도 불리기도 하고, 베이비붐 세대의 자녀 세대라서 에코세대라고도 불리기도 한다. 이들은 부모 세대보다 못 사는 첫 번째 세대라고 한다(이호영 외, 2013). 율로(YOLO)족, 워라벨(Work and Life Balance), 가심비(가격 대비 마음의 만족을 추구) 등 그들의 특징을 나타내는 다양한 신조어가 생겨났다.

Table 1. Generation categories in Korea

세대구분	베이비부머세대	X세대	밀레니얼 세대	Z세대
출생시기	1946~1964	1965~1979	1980~1995	1996~2005
성 장 기	자원 부족	치열한 성장	풍요로운 환경	디지털 환경
특 징	부지런함 규율중시 개척적 이상주의적	회의주의적 독립적 변화 지향	일과 삶의 균형 신기술에 밝음 현실적 협력적	간단, 재미 솔직 개성 중시

출처 : 매경이코노미, 2019, 본 연구 수정

Z세대는 크게는 밀레니얼 세대에 속하지만 1995년부터 2005년 사이에 출생한 이들을 말한다(제롬과 리드, 2018; 김미림, 2019). 한국의 Z세대는 전체 인구의 12.5%를 차지한다(홍기영, 2019). 밀레니얼 세대가 어릴 때부터 TV를 보고 자라면서 스마트폰을 사용하게 되었다면, Z세대는 처음부터 스마트폰을 사용하였고 TV보다는 유튜브를 보면서 자랐기 때문에 디지털 원주민(Digital Native)이라고도 불린다.

2.3 밀레니얼 세대에 대한 연구

진주화(2016)는 입사한 지 얼마 안되는 젊은 직장인들이 퇴사와 새로운 인생을 준비하는 현상을 보고 밀레니얼 세대의 특징을 분석하였다. 밀레니얼 세대는 개인의 행복과 의미있는 삶을 지향한다. 개인주의적 성향이 강해 회식과 야근을 부정적으로 인식하며, 평생 직장이나 룰런에 대한 개념이 사라지고, 기회가 된다면 언제든 미련없이 그만 두려는 경향이 있다. ‘생존’을 위해 일하는 기존 세대와는 달리 일의 가치와 의미, 흥미에 더 많은 비중을 두며, 일방적이고 권위적인 지시가 아니라 자유롭고 즉각적인 소통을 원한다. 저자는 밀레니얼 세대들이 자신의 욕구에 맞는 경로를 선택할 수 있도록 HR 관행을 다양화하고, 개인의 성장을 지원하며, 일의 의미와 가치를 명확히 알 수 있도록 하고, 의사소통 구조를 수평적으로 혁신할 것을 제시하였다.

허두영(2018)은 1980년부터 2000년 사이에 주로 베이비붐 세대에게서 태어난 대한민국의 밀레니얼 세대가 ‘의미와 재미를 중시하고, 재빠르며, 성취지향적’이라고 정의하였다. ‘미래보다는 현재의 삶에 충실하고, 일과 삶의 통합을 실천’하려는 특징을

지냈다고 제시하였다. 특히 요즘 세대의 특징을 일곱 가지 DNA로 정의하였다.

첫째, 의문을 제기한다. 기성세대의 것을 그대로 받아들이지 않고 기성세대의 가치와 원칙에 대해 문제의식을 느낀다. “현상 유지보다는 비효율과 부조리에 맞서 변화와 혁신을 유지하려고 한다, 그래서 전통적인 기준과 가치에 얽매이지 않고, 새롭게 도전한다”. 따라서 요즘세대가 기성세대에게는 반골 기질이나 부정적인 성향으로 비쳐질 수도 있다. 둘째, 빠른 결과를 바라는 조급증이 있다. 인터넷이나 스마트 기기를 사용하는 세대답게 “속도가 빠르다”. 느긋하게 기다리거나 차근차근 준비하지 못하고 얼른 결과를 얻고 싶어 한다. 셋째, 소유보다는 경험을 원한다. 한 번에 결론을 내기보다는 상황을 변해가는 과정으로 이해한다. 경험과 학습을 통해 바뀌어 갈 수 있다고 생각하고, 그래서 더 쉽게 포기하고 그만 두려는 경향이 있다. 넷째, 최신 기술에 능숙하고 혼자 하는 것에 익숙하다. 스마트 기기를 자유자재로 다루며 소셜 네트워킹에 익숙하지만, 혼밥, 혼술, 혼놀(혼자 놀기) 등 혼자의 가치가 증대되었다. 다섯째, 더 의미있고 가치있는 것을 추구한다. 기존 세대가 잘 살기 위해 무조건 열심히 일하는 세대였다면 요즘 세대는 의미있고 재미있지 않으면 열심히 하지 않는 세대이다. 소비에서도 ‘착한 소비’, ‘개념 소비’를 추구할 정도로 의미 있는 삶을 지향한다. 여섯째, 미래도 중요하지만 현재의 행복을 추구한다. 미래의 행복을 위해 지금을 기꺼이 희생하는 기성세대와는 다르다. 한번 뿐인 인생을 즐기자는 옐로(YOLO, You Only Live Once)에 환호하고, 소소하지만 작은 사치를 즐기고, 일과 삶의 균형을 찾자는 워라벨(Work-Life Balance)을 추구한다. 일곱째, 칭찬과 성취를 지향한다. 기존 세대가 채찍을 받고 자랐다면 새로운 세대는 칭찬과 격려를 받고 자랐다. 그만큼 인정 욕구가 강하며, 부정적인 피드백에 취약하다.

허두영이 제시한 요즘 세대의 일곱가지 성향은 단지 밀레니얼 세대의 특징일뿐 아니라 현재 시대의 특징을 보여주는 것이기도 하다. 그는 이러한 특징에 근거하여 밀레니얼 세대의 속마음을 읽는 소통 6계명도 제시하였다.

- 1계명: 그들의 언어와 소통방식을 분석하라.
- 2계명: 빠르게 피드백하고 내외부와의 연결을 도와라.
- 3계명: 평가나 질책보다는 코칭하고 대화하라.
- 4계명: 자유로운 소통을 위해 평등하게 대우하라.
- 5계명: 명분과 함께 구체적으로 설득하고 칭찬하라.
- 6계명: 수시로 대화하며 삶을 경청하라.

2.4. Z세대에 대한 연구

Z세대는 밀레니얼 세대의 부분집합이다. 1990년대 후반부터 2000년대에 출생한 세대를 더욱 세분화하여 Z세대로 정의한다(제롬과 리드, 2018; 박진수, 2019; 김미림 2019). 밀레니얼 세대가 베이비 붐 세대의 자녀라면 Z세대는 1970년대생인 X 세대의 자녀이다. 밀레니얼 세대가 비교적 풍족한 80~90년에 성장하였다면, Z세대는 외환위기와 IMF 구제금융 이후 보다 경쟁이 치열하고 어려운 사회에서 성장하였다. 밀레니얼 세대가 프리퀄이나 싸이월드와 같은 인터넷 세대라면, Z세대는 페이스북이나 인스타그램과 같은 SNS에 더 친숙한 모바일 세대이다. 밀레니얼 세대가 TV를 보고 자랐다면 Z세대는 유튜브를 보고 자랐다.

임홍택(2018)은 <90년생이 온다>라는 저서에서 Z세대라는 말을 사용하지 않았지만 1990년대 생을 다른 밀레니얼 세대와 구분하고 ‘간단’, ‘재미’, ‘솔직’을 추구하는 것을 그들의 특징으로 규정하였다. 어릴 적부터 유튜브를 보고 자란 모바일 세대인 이들은 길고 복잡한 것을 싫어하고 별다줄(별걸 다 줄임)하는 은어, 짤방(이미지), 이모티콘 등으로 소통한다. 지루하고 진지한 것을 참지 못하고 재미와 의미를 추구한다. 아울러 기존 세대나 사회의 부조리와 관습을 받아들이지 않고 솔직하게 자신의 생각을 드러내는 특성을 보인다. 저자는 새로운 세대가 조직을 위해 충성하고 개인을 희생했던 과거의 세대와는 다름을 인정하고 조직에서 더 빨리 의미와 재미를 찾을 수 있도록 도와줄 것을 제안하고 있다.

제프 프롬과 앤지 리드(2018)는 밀레니얼 세대와 구분되는 Z세대의 특징을 제시하였다. 태어날 때부터 모바일 세대이자 소셜 세대인 Z세대는 예상과는 달리 성공을 매우 중요하게 생각하며 돈을 아끼기 보다는 돈을 잘 벌고 잘 쓰려는 경향이 있으며, 보수적인 측면과 진보적인 측면을 모두 갖고 있다. 특히 빠른 시간(8초) 안에 콘텐츠를 걸러낼 수 있고, 어떤 콘텐츠가 더 중요하고 어떤 콘텐츠에 더 관심을 가질 것인지를 순식간에 판단할 수 있으며, 한 번에 여러 가지를 동시에 하는 멀티태스킹 능력이 뛰어나다. 그들은 소비하기보다는 경험을 중요시한다. 브랜드를 그대로 받아들이기보다는 ‘나’라는 브랜드를 더 중요시한다. 자신을 드러내고 싶고 이해받고 싶은 Z세대의 특징을 보여주는 것이다. 프롬과 리드의 책은 미국을 배경으로 분석했지만, 한국에서도 많은 부분이 그대로 적용될 수 있어서 여러 자료에서 참고하고 인용되고 있다.

박진수(2019)는 소비자로서의 Z세대의 특징을 분석하였다. 첫째, 자기 만족을 위해 자신에게 맞는 방식의 삶을 적극적으로 추구한다. 남이 세운 기준과 가치, 기성 세대의 성공과 희열에 집착하지 않고 보통의 성공과 소소한 기쁨을 만끽하려는 긍정적 태도를 지향한다. 둘째, 취향과 재미를 추구한다. 셋째, 진정성 있는 믿을만한 정보를 찾아 소비한다. 넷째, 실감나는 경험을 찾아 자극과 재미, 설렘을 추구한다. 그는 아직 절반 이상이 10대인 소비자로서의 Z세대에게 다가가기 위한 방안을 제시하였다. 먼저 Z세대가 스스로 제품을 평가하고 추천하도록 하여 본인들의 소비의 '주인공'이 되도록 한다. 기성 세대가 정해놓은 것을 일방적으로 수용하도록 강요하기보다는 스스로 평가하고 판단하고 추천하게 함으로써 능동적이고 자기주도적인 선택과 소비를 이끄는 것이 좋다. 또한 Z세대가 자신의 취향을 찾아내고 개발할 수 있도록 도움을 주어야 한다. 취향을 인격이나 자아처럼 존중하는 Z세대에게 자신의 취향을 찾아내고 키워주는 것이 필요하다. 아울러, 브랜드를 솔직하게 드러냄으로써 진정성을 인정받고 신뢰를 받도록 해야 한다. 마지막으로 다양한 오감을 통해 실감나는 경험을 선사할 것을 제안하고 있다.

김미리(2019)는 태어날 때부터 디지털 환경에 자라온 디지털 원주민인 Z세대는 SNS와 모바일을 통해 트렌드에 민감하며, 특히 유튜브와 같은 동영상을 통해 정보를 습득한다고 분석하였다. 또한 미래 소비의 주역인 Z세대를 공략하기 위해 SNS, 짧고 명확한 메시지, 사회적 책임을 통한 착한 소비에 부응, 광고보다는 리뷰를 활용할 것으로 제시하고 있다.

매경이코노미(2019)는 디지털 기기에 익숙해 '포노 사피엔스'로 불리는 Z세대는 대인관계가 어색하고 개인주의도 극심하며 소유보다는 공유나 경험을 중시하면서도 실용성을 추구한다고 분석하였다. 정보가 넘쳐나는 세대라서 굳이 선배들의 말까지 들을 필요가 없다고 생각하며 신개념으로 무장한 Z세대의 마음을 사로잡기 위해서는 Z세대 눈높이 맞추어야 한다고 조언하고 있다.

3. 연구 내용

3.1 연구의 틀

본 연구는 Z세대로 대표되는 요즘 세대의 특성을 도출하고자 한다. Z세대를 주된 대상으로 하되 밀레니얼 세대를 포함하여, 소위 말하는 'MZ세대'를 연구의 대상으로

한다. 본 연구에서는 요즘세대, 혹은 'Z세대'의 특성을 성장환경, 성향 및 가치관, 추구하는 행동 방식으로 나누어서 분석하고자 한다.

- * 성장환경 : 요즘세대가 어떠한 환경에서 태어나고 성장하였는지를 분석한다. 이들이 성장하는 과정에서의 환경은 그들의 사고방식이나 가치관, 행동 방식에 영향을 준다.
- * 성향 및 가치관 : 요즘세대가 대체적으로 갖고 있는 성향 및 가치관을 분석한다, 이러한 가치관은 그들이 직접 겪은 정치, 사회, 경제 등의 일반 환경 뿐만 아니라 그들 부모가 겪은 간접 환경에 의해서도 영향을 받는다.
- * 행동 방식 : 요즘 세대가 어떻게 행동하고 어떠한 것을 추구하는지를 분석한다. 마찬가지로 이러한 행동 방식은 요즘 세대의 성장환경, 성향 및 가치관에 의해서 영향을 받은 것이다.

우선, 기존 연구 및 기사들을 분석하여 요즘 세대의 출생 및 성장 환경, 성향 및 가치관, 행동 방식으로 나누어서 요즘 세대의 공통된 특징을 도출하고자 한다. 본 연구에서는 크게 세 가지의 성장환경, 네 가지의 성향 및 가치관, 여섯 가지의 행동 방식을 도출하여 제시하고자 한다.

다음에 최근에 대학 교육을 받는 학생들의 사례를 중심으로 요즘 세대의 특징을 파악한다. 문헌 고찰 단계에서 도출된 요즘 세대의 여섯 가지 특징을 잘 보여주는 사례를 통하여 요즘 세대를 좀 더 정확하게 이해하고자 한다.

마지막으로, 요즘 세대에 대한 교육의 효과를 높이기 위한 방안을 제시한다. 요즘 세대의 특징을 고려하여 이들에게 좀 더 잘 어필하고, 이들을 참여와 협력을 이끌어 내고, 교육 효과를 높일 수 있는 개념적인 방안을 제안하고자 한다.

3.2 Z세대의 성장 환경

문헌에서 고찰된 밀레니얼 세대와 Z세대의 특징을 종합적으로 고려할 때 요즘 세대의 출생 및 성장 환경은 크게 세 가지로 정의할 수 있다.

첫째, 요즘 세대는 유튜브와 인터넷 세대에서 태어나서 성장하였다. 특히 Z세대는 태어날 때부터 TV 대신에 유튜브를 보고 자란 세대이다. 당연히 텍스트보다 동영상 이 더 친숙하고 자연스럽다. 읽는 것보다는 보는 것, 그림보다는 동영상이 더 편

안하고 더 많은 것을 배울 수 있다. 그들은 태어나면서부터 스마트폰을 사용하던 첫 세대이다. 인터넷에 연결된 스마트폰을 이용하면서 성장해 왔고, 인터넷이 연결되지 않은 상황을 겪어 보지 못한 세대이다. 그들에게 인터넷은 언제 어디서나 존재하는 것이다. 그러한 덕분에 알고 싶은 것은 언제나 인터넷을 통해 찾을 수 있고, 누구와도 쉽게 소통할 수 있다. 과거와 같이 우편이나 전화, 삐삐 등을 통해 연락을 기다리거나 지연된 소통을 하는 것이 아니라 문자, 카톡, SNS 등으로 즉시 소통하게 되었다. 이들은 정보를 탐색하고 멀티태스킹을 하는데 탁월한 능력을 갖추었으며, 복잡한 것보다는 간결한 것을 좋아하고, 즉각적인 반응을 얻는 것을 당연한 것으로 여긴다.

둘째, 경제위기와 치열한 경쟁 속에서 성장하였다. 우리나라 Z세대는 1997년 IMF 외환위기 전후로 태어났으며 그 이후 신자유주의 경제정책이 도입되어 경쟁이 더욱 치열한 사회에서 성장하였다. 어릴 적이라서 그 상황을 정확하게 경험하지는 않았지만, 부모의 경험을 통해 평생 직장의 개념이 사라지고 과거와 같은 경제적 부를 이루기가 힘들어졌다는 것을 간접적으로 체험하였다.

중고교 시절에도 치열한 경쟁은 마찬가지였다. 상대평가로 인해 아무리 잘해도 남을 이기지 못하면 좋은 점수를 받을 수 없고 학생들 사이에 더 큰 차이를 내기 위해 시험 문제는 더욱 어렵게 출제되었다. 학교에서 1등이라도 다른 학교의 1등보다 못하면 뒤처지므로, 자연스럽게 1등을 더 1등으로 만들어 주어야 했다. 학교 시험도 어렵게 출제하여 1등과 2등의 차이를 더욱 크게 만들고, 골고루 상을 주기보다는 잘하는 학생에게 몰아 줘야 하는, ‘승자독식’이 더욱 심화되었다. 고교 서열화로 깨기 힘든 벽이 만들어지고, 변별력을 갖추기 위해 불수능을 감당해야 하는 이들에게 세상은 참 힘든 곳이었다. 어려운 수능을 감당할 수 없는 많은 학생들이 고교 정규 교육에서 포기되고 버림받게 되었다. 대학에 들어가기도 힘들지만 대학을 졸업해도 취업을 하고 내 집을 마련해서 평범하게 살기가 참 힘든 세상이 되었다. 1등만이 살아 남고 보통 사람들에게는 별로 희망도 없는 암울한 세상으로 다가왔다. 이러한 경제적 어려움과 치열한 경쟁으로 인해 이들은 더 큰 불안감을 갖게 되었으며(진주화, 2016), 자기 자신만을 생각하는 개인주의를 더욱 심화시켰고, 기존 세대와 제도에 대한 불신과 반발을 가져왔다. 이상보다는 현실에 더욱 민감하게 만들었으며, 거창한 미래의 성공보다는 현재의 작은 행복에 만족하면서 과정을 중시하는 경향으로 나타났다.

셋째, 자유분방한 교육 환경에서 성장하였다. 이들은 대부분 한 두 명의 자녀가 있는 가정에서 성장하였다. 따라서 부모가 이들에 대한 지원을 아끼지 않았으며, 이들은 비교적 부족함 없이 풍족하게 자랐다. 개성이 넘치는 이들의 부모인 X세대는 이전 세대보다 자녀의 의견을 존중하는 등 보다 자유분방하게 교육하였다(KCC, 2019). 특히 맞벌이와 핵가족이 일상화되면서 전통적인 가치나 윤리의 교육이 부족할 수밖에 없었다. 따라서 어른을 존경하고 남을 존중하는 것과 같은 인성 교육이 잘 이루어지기 어려웠다.

이러한 교육 환경은 혼자 놀기에 익숙해지게 하는 모바일 환경과 결합하면서 개인주의적인 성향을 더 강화하였으며, 기존 세대의 전통과 가치를 받아들이기보다는 자기 나름의 새로운 가치를 만들어가도록 하였다. 길게 미래를 준비하기보다는 현실에 만족하고 현재의 과정을 중시하는 경향을 낳게 되었다.

3.3 요즘 세대의 성향 및 가치관

기존의 다양한 연구와 실제 경험에서 얻을 수 있는 요즘 세대의 특징은 크게 다섯 가지로 요약할 수 있다.

첫째, 복잡한 것보다는 간결한 것을 좋아한다. 모바일 세대인 만큼 길고 복잡한 것을 좋아하지 않는다. 긴 텍스트를 보면서 지루함을 참지 못한다. ‘별걸 다 줄이는’ 것(임홍택, 2018)도 간결한 것을 추구하는 그들의 성향을 보여준다.

둘째, 집단보다는 개인을 우선시한다. 자녀가 많지 않고 맞벌이 부모가 많은 핵가족 환경에서 자란 덕분에 요즘 세대는 개인주의적인 성향이 강하다. 타임지가 밀레니얼 세대를 ‘나나나 세대(Me Me Me Generation)’이라고 정의한 것(진주화, 2016)도 이와 일맥 상통한다. 집단이나 조직에 대한 충성도는 낮아졌다. 조직을 위해 개인을 희생하려 하지 않으며, 야근이나 회식, 단체 활동에 대해 다른 세대보다 더 거부하는 경향이 있다(진주화, 2016). 이처럼 요즘 세대는 조직이나 단체보다는 개인의 행복에 대한 강한 열망을 갖고 있다.

셋째, 기존의 것에 순응하지 않고 다른 방식을 찾으려 한다. 자유분방한 교육 환경, 인터넷과 모바일을 통한 다양한 정보의 습득, 암울하고 치열한 경제 환경 등은 요즘 세대를 순응적이지 않고 기존의 것에 반발하도록 만들었다. 성장 환경부터가 기존 세대와 완전히 다른 이들은 삶의 가치나 생활 방식도 기존의 것을 거부하고 자기 나름의 것을 추구한다.

넷째, 미래의 이상보다는 지금의 현실을 더 중요시한다. 요즘 세대는 현실적이다. 불확실한 미래의 큰 행복보다는 작더라도 소소한 현재의 재미와 의미를 추구한다. 요즘 세대는 미래의 영광을 위해 현재의 힘든 고통을 감내할 마음이 없다. 일이나 성취보다는 재미와 행복을 추구한다. 열심히 노력해서 높은 지위에 오르고 재산을 형성하는 것에 대한 미련이 별로 없다. 성장 과정에서 겪은 경제적 어려움과 미래의 불확실성으로 인한 불안함(진주화, 2016) 때문이기도 하다. ‘하마터면 열심히 살 뻔했다’는 냉소적인 책 제목처럼(하완, 2018), 그들은 목적 지향적인 삶이 아니라 삶 그 자체를 즐긴다. 열심히 노력하는 부모 세대의 가치와는 완전히 다른 삶을 사는 세대가 되었다.

다섯째, 결과보다는 과정을 중시한다. Z세대는 물론 밀레니얼 세대도 과거 부모 세대처럼 성취 지향적이지 않다. 결과보다는 과정에서 더 많은 것을 얻고자 한다. ‘졌지만 잘 싸웠다’는 의미의 ‘졌잘싸’ 같은 유행어도 그들의 행태를 잘 보여준다. 그러나 결과가 아무리 좋아도 그 과정에서 지나친 희생과 고통을 감수하려 하지 않는다. 성공보다는 재미를 중시한다. 재미있고 마음에 들지 않으면 하지 않는 세대이다. 흥미와 관심, 즐거움을 수반하지 않는 교육은 실패할 가능성이 크다.

3.4 요즘 세대의 행동 방식

요즘 세대의 성장 환경, 성향 및 가치관을 통해 도출된 이들의 행동 방식은 다음과 같이 여섯 가지로 분석할 수 있다.

첫째, 탁월한 정보 탐색 및 정보 선별 능력을 갖는다. 요즘 세대는 모바일 환경에서 성장한 세대답게 단순히 정보를 검색하는 것뿐만 아니라 본인이 원하는 진짜 정보를 찾아내고 선별하는데 기막힌 능력을 갖고 있다. 가짜와 광고가 판치는 인터넷 환경에서 “끊임없이 팩트를 체크하고, 넓고 얇게 지식을 탐하며, 스스로의 정보 선별 능력을 강화”해왔다(KCC, 2019). 원하는 정보를 찾아줄 수 있는 기발한 검색어를 입력하기도 하고, 본문의 긴 내용은 대충 보고 댓글을 통해서 핵심적인 사항을 파악한다.

이들은 또한 멀티태스킹에 능하다. 스마트폰이 손에서 떠나지 않는 일이 거의 없을 정도로, 마치 신체의 일부가 된 것처럼 항상 스마트폰과 함께 생활한다. 따라서 그들이 스마트폰을 보는 것은 다른 일을 하는 것이 아니라 우리가 숨을 쉬거나 손발짓을 하는 것처럼 자연스러운 몸 동작일 뿐이며, 다른 일에 거의 영향을 미치지 않는다.

둘째, 간결함과 즉각성을 추구한다. 요즘 세대는 길고 복잡한 것을 싫어하고 짧고 간단한 것을 좋아한다. 줄임말이나 이모티콘, 그림과 같은 간단한 메시지로 소통하는 것을 좋아하고, 문자나 카톡도 긴 내용을 잘 읽으려 하지 않는다. 그들은 또한 즉각적인 결과를 선호한다. 인터넷과 SNS, 스마트폰 등의 첨단 기기와 연결되어 생활하다 보니, 즉각적인 결과가 나오는 것을 당연시 한다. 기존 세대가 우편이나 전화, 문자 세대라면 요즘 세대는 카톡 세대이다. 즉각적인 응답이 없으면 답답해하고 소통이 원활하지 않다고 느낀다.

셋째, 자기만의 독특한 취향을 추구한다. 요즘 세대는 기존 세대가 가치와 다른 자신들만의 취향을 선호한다. 주류나 기존의 것을 그대로 받아들이기보다는 그것에 반박하고 반대하는 “삐딱한” 의견에 더 호응한다. 어른들의 조언보다는 인터넷에 나와 있는 다른 정보에 더 귀를 기울인다. 일종의 반발 심리일 수도 있다. 또한 유행을 따르기보다는 자기만의 개성을 추구한다. 남들을 따라 무조건 특정 연예인을 추종하기 보다는 무명의 “인플루언서”에 영향을 더 받기도 한다. “내 안의 기준을 세우고 따른다”는 의미에서 “마싸(마이 싸이더)”라는 신조어를 만들어 내고, “인싸 말고 마싸”를 추구하기도 한다. 그러나 남들이 정해놓은 것, 기존의 관행이나 규칙, 권위에 순종할 리가 만무하다. 행복의 기준도 남들이 정해 놓은 것이 아니라 자신이 생각하는 자기만의 독특한 스타일을 찾으려 애쓰는 것이 요즘 세대의 특징이다. 주류보다는 불특정 다수의 생각을 더 중시하는 이들의 성향은 온라인에서도 나타난다. 포털의 기사나 SNS의 특정 포스팅을 볼 때, 그들은 메인 내용보다 댓글을 더 중요시한다. 메인 내용이 정제된 주류의 내용이라면 댓글은 정제되지 않은 다수의 제멋대로의 생각이고 의견이다.

넷째, 기성 세대나 사회의 불공정한 것에 대해 불신하고 반발한다. 요즘 세대는 기성 세대에 대한 불신이나 반발이 다른 세대보다 더 크다. 인터넷에 연결되어 많은 정보를 얻을 수 있어 굳이 어른들로부터 추가적인 조언이나 잔소리를 듣고 싶지 않고, 낮은 경제 성장과 열악한 경제 환경으로 인해 사회나 조직에 대해 별로 기대하지 못하기 때문이다. 특히 2014년 세월호 사건이나 2016년에서 2017년의 촛불 혁명과 대통령의 탄핵을 직접 보고 겪으면서 자아의식이 더 커지기도 했다. 이들은 특히 권위적인 지시나 수직적 소통 방식에 대한 거부감이 크다. 어릴적부터 존중받으면서 귀하게 성장하였고 성인이 되어서도 인터넷을 통하여 기존 세대보다 더 많은 것을 알고 있다고 생각한다. 그러니 기존 세대로부터 강압되는 과거의 방식을 그대로 수용하지 않으려 한다. 이들은 적극적으로 자기의 목소리를 내고자 한다.

기존 세대와의 많은 차이점을 느끼고 있으며 평소에는 잘 드러내지 않지만 여건이 주어졌을 때 이를 가감없이 표출함으로써 기성세대로부터 ‘버릇없다’는 말을 듣기도 한다.

다섯째, 의미있는 일을 하고 남으로부터 인정받고 싶어한다. 개인주의적이며 독특한 취향을 추구하면서도 요즘 세대들은 일의 가치와 의미를 중요하게 생각한다(진주화, 2016). 기성 세대가 생존을 위해 하기 싫은 일도 가리지 않고 열심히 노력했다면, 요즘 세대는 하고 싶은 일만 하려는 경향이 있다. 재미있는 일 뿐만 아니라 가치 있고 의미있는 일을 하고자 한다. 억지로 일하는 것을 거부하면서 대신 남에게 도움이 되는 일을 하고 남으로부터 인정받으면서 일의 흥미와 보람을 느끼고자 한다. 반대로 일에 흥미와 보람을 느끼지 않으면 금방 실증을 내고 힘들어 한다. 어려운 일도 참고 견뎌내는 끈기와 인내심이 부족하고 나약한 부분도 있지만 그들의 열심히 하도록 만들기 위해서는 의미와 보람을 주고 인정해 주는 것이 중요하다.

여섯째, 재미와 유희를 추구한다. 요즘 세대는 힘들고 어려운 것을 싫어하고 즐겁고 재미있는 것을 추구하는 경향이 더욱 심해졌다. 지나치게 현실적인 까닭이기도 하고 조직이나 집단보다는 개인을 더 중시하기 때문이기도 하다. 말을 줄이거나 어른들은 잘 이해할 수 없게 바꾸는 것(KCC, 2019)은 간결하게 소통하면서 기존 세대와 벗어나 자신들만의 소통방식을 만들고 기존 세대를 풍자하면서 재미를 느끼기 위한 복합적인 동기에 의해 생겨난 것이다. 놀고 즐기는 것을 좋아하는 경향이야 어느 세대에서나 공통적이겠지만, 요즘 세대는 일이나 공부를 경원시하고 노는 것에 한 맺힌 것처럼 이를 추종한다. 재미와 즐거움이 없는 경우에 ‘진지충’(괜히 심각하게 얘기하는 사람)이나 ‘설명충’(쓸데 없는 것까지 진지하게 얘기함)이라면서 ‘노잼’(재미 없음) 대우를 받게 된다. 장난치지 않고 열심히 집중하는 것을 ‘진지빠다’고 말할 정도로 별로 바람직하게 생각하지 않는다. 요즘 세대가 ‘와썹맨’이나 ‘장빠쭈’와 같은 ‘병맛’(B급의 줌 이상한 수준) 동영상에 환호하는 것도 유희를 추구하는 그들의 성향을 반영하는 것이다. 지금까지 설명한 성장환경, 성향 및 가치관, 행동방식으로 대표되는 요즘세대의 특징을 종합적으로 표현하면 Fig. 1과 같다.

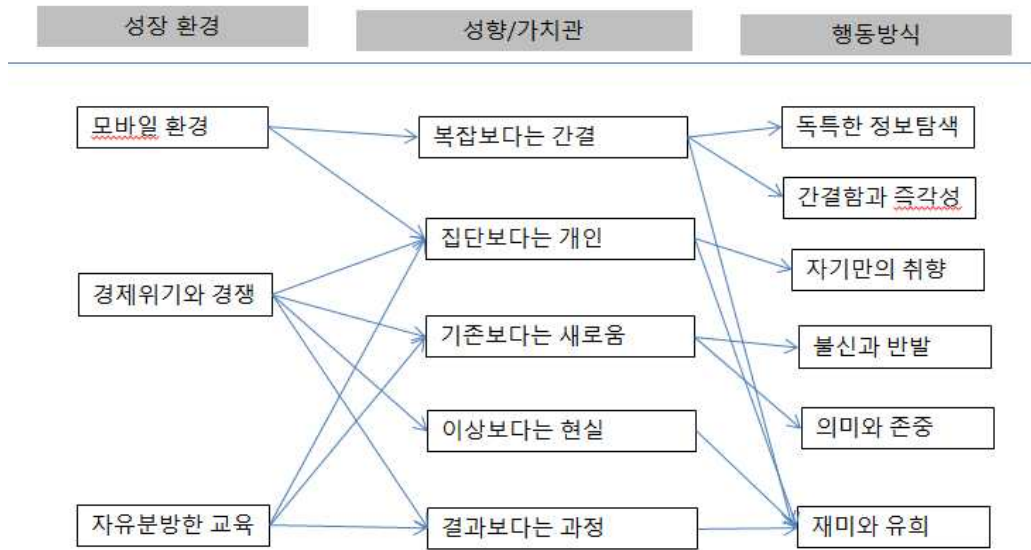


Fig. 1 Characteristics of current generation

3.5. 요즘 세대에 대한 사례 연구

본 연구에서는 요즘 세대의 학생들에게서 나타나는 특징적인 현상을 중심으로 이들을 이해해 보고자 한다. 앞에서 파악한 요즘 세대의 특징을 잘 나타내 주는 사례를 살펴보고자 한다.

* [사례1] 모바일과 인터넷 세상에서 생존 전략을 갖춘 디지털 원주민

요즘 세대는 잠시라도 인터넷과 연결되지 않은 상태를 잘 견디지 못한다. 컴퓨터나 모바일 장치가 신체 활동의 일부분이 되었다. 혼자 공부 할 때는 물론, 수업 시간, 교수님이나 친구들과 대화하는 시간에도 항상 카카오톡이나 SNS를 통해 연결되어 있고 언제든지 소통한다. 또한 즉각성을 추구하는 이들의 특성으로 인해 특별한 일이 없는 한 즉시 응답을 한다. 마치 한 가지 일에 집중하지 못하거나 상대방에게 정성을 다하지 않는 것처럼 느껴지지만 그러면서도 필요한 일을 다 하는 우월한 멀티태스킹 능력을 갖고 있다. 모바일이나 인터넷으로 뭔가를 하면서 다른 일을 하는 것이 어찌면 이들에게는 더 자연스럽고 편안한 방법인지 모른다.

인터넷을 통해 필요한 정보를 얻고 자신에게 맞는 정보를 선별하는 능력도 아주 능숙하며 기존 세대와는 확연하게 다르다. 학교에 관련된 소문이 인터넷에 올라가 있다

는 얘기를 듣고 학생들에게 물어보았다. 대부분의 학생들은 이미 그 소문을 알고 있었다. 인터넷을 통해서 전달되는 것이지만, 요즘 세대들에게는 그 만큼 정보가 빨리 전파되는 것이다. 한 학생이 그에 관한 내용을 검색해서 내용을 알려주었다. 요즘 학생들은 정보 검색이 어떻게 다른지 알고 싶어서 유심히 살펴 보았지만 별다른 것은 없었다. 하지만 검색 결과를 볼 때 본문보다는 댓글을 더 집중적으로 본다. 몇 개의 결과를 댓글을 중심으로 읽어 보더니, 전체적으로 어떤 내용인지를 설명해 주었다. 역시 이들은 디지털 세상에서 태어나 자기만의 독특한 생활 방식을 익힌 모바일 원주민인 것이다.

* [사례2] 간단함과 즉각적인 반응을 당연시

우편이나 집 전화, 삐삐 등 지연된 소통에 익숙해 있던 기존 세대들에게 문자는 카톡, SNS 대화는 조금 늦게 응답해도 되는 것으로 인식되어 있다. 하지만 요즘 학생들은 그렇게 생각하지 않는다. 교수님께 카톡으로 문의를 드렸는데, 교수님이 답을 안해 주시면 ‘읽씹(읽고 씹었다)’했다고 말하고 무시당했다고 여긴다. 나중에 얘기해주려 했다든지, 만나서 답을 해주려 했다는지 하는 변명은 잘 통하지 않는다.

* [사례3] 취업과 일에 대한 생각

취업을 늦추는 학생들과 솔직하게 대화를 해보면 그들은 열심히 일하는 것을 별로 좋아하지 않는다. “지금 일하면 평생 죽어라 일만 할 것 같아요. 그래서 좀 더 천천히, 더 늦게 취업하고 싶어요”라고 말한다. 마치 ‘삶은 여유있고 재미있어야 한다’, ‘좀 더 놀아야 한다’는 어떤 강박관념이 있는 것 같다. 즐겁고 재미있지 않은 일은 돈을 많이 주더라도 별로 열심히 하고 싶어 하지 않는다. 돈을 벌고 싶지만, 돈 때문에 많은 것을 희생하거나 고생하고 싶지 않다. 자격증은 따고 싶지만, 그렇게 힘들고 어렵게 고생하고 싶지는 않다. 요즘 세대는 확실히 ‘일하고 공부하는 세대’라기 보다는 ‘여유있게 즐기는’ 세대이다.

취업을 하고서도 회사에 헌신하면서 열심히 일하지 않는 것은 당연하다. 돈 받은 만큼만 일하면 된다고 생각하며, 좀처럼 조직을 위해서 자신을 희생하려 하지 않는다. 삶을 바라보는 자세도 기존 세대와 다르다. 어떤 산업체 인사는 “우리 회사 신입사원은 보수는 임원의 10분의 1도 안되는데, 즐기는 것은 임원과 똑같은 수준이다”라며 요즘 세대 직원을 이해할 수 없어 한다. 이직을 해야 하는 경우에도 곧바로 취업하려 하지 않는다. 회사를 그만 둔 후에는 실업 수당을 받으면서 충분히 쉬고, 그 시간

을 이용하여 여행을 다니는 것이 요즘 젊은이들의 일상이 되었다. 이런 젊은 세대에겐 삶과 일의 균형은 당연한 바램이다. 워라밸이 요즘 세대의 특성을 나타내는 중요한 키워드가 되었다.

*** [사례4] 경험을 통해 소소한 행복을 추구**

요즘 세대는 “오감 만족을 추구하는 실감 세대”이기도 하다. 예쁜 것을 찾고 맛있는 것을 찾아서 행복을 느끼면 그만이다. 낯선 경험을 추구한다. 실제로 학생들은 여행을 하는 경우에도 많은 것을 자세히 보려 하지 않는다. 정말 괜찮은 곳에 가서, 정말 예쁜 사진을 한 장 찍으면 그것으로 만족한다. 맛있는 것을 먹어 보는 것만으로 여행의 목적을 달성한 것처럼 생각한다.

비서경영과의 A학생은 맛집이나 장소가 예쁜 곳을 한 달에 2번 정도 방문하면서 방문기를 블로그에 올린다. 방문할 장소는 SNS나 인터넷 검색을 통해 얻으며, 변화가보다는 한적한 동네를 중심으로 먼 곳까지도 일부러 시간을 내서 돌아다닌다.

또한 요즘 세대들은 TMI(Too Much Information, 너무 깊게 묻지 말라는 의미), 갑분싸(갑자기 분위기를 싸늘하게 만드는 어른들의 낯대짓을 빗대는 말), JMYTGR(존맛탱구리, 아주 맛있는 것)과 같이 새로 생겨나는 은어를 배우고 사용하면서 자신들만의 동질성을 느끼고 싶어한다.

*** [사례5] 미련없이 그만 둔다.**

포기에 빠른 것이 요즘세대의 특징이다. 어떤 일이 괜찮을 것 같아서 뛰어 들었다가도 아니다 싶으면 미련없이 포기할 수 있는 세대이다. 언제든지 그만둘 수 있고, 언제든지 떠날 준비가 되어 있다. ‘퇴사를 준비하는 사람’(퇴준생)과 같은 유행어가 그들을 보여준다. 요즘 세대의 대학생들은 마음에 들지 않으면 언제라도 그만둘 수 있다. 학교도 쉽게 그만두고, 학과도 금방 바꿀 수 있으니, 한 과목 정도 포기하는 것은 너무나 당연한 것이다. 그렇게 포기가 일상화된 학생들에게 맞는 선택 대안을 주는 것이 좋다.

비서경영과 C학생은 입학하기 전 예비 입학생 모임에서부터 아주 적극적이고 주도적으로 참여했다. 입학 후에도 학과 임원으로 지원하고 합격하여 열심히 활동하였다. 그러던 학생이 갑자기 학과를 그만 두고 자퇴하는 일이 벌어졌다. 그렇게 오랫동안 정성을 들이고 입학했는데, 학과가 안 맞는 부분이 있다고 생각하자 과감하게 그만 두어서 모두를 놀라게 하였다.

*** [사례6] 인정받고 의미있는 일을 하고 싶어 한다.**

앞의 사례에서 맛집 블로그를 작성하는 A학생은 향후 인정받는 비서가 되고 싶고, 비서 분야로 더 공부를 하여 특강이나 입시 상담을 해줄 수 있는 사람이 되기를 원한다. 자녀에게 강요하지 않고 하고 싶은 것을 지원해 주며 힘들 때 친구처럼 편하게 들어줄 수 있는 부모가 되기를 바란다. 항상 옆에 있어 주고 서로의 모든 모습을 존중해줄 수 있는 배우자가 되고 싶고 부지런하며 다정다감한 배우자를 얻고 싶다. 공부나 힘든 일을 열심히 안 하고 노는 것을 더 중요시한다고 해서 요즘 세대들이 아무 생각없이 사는 것은 아니다. 남들로부터 인정받고 싶고, 남들에게 도움이 되는 의미있는 일을 하고 싶다. 특히 존중받고 존중해주는 것을 아주 중요한 가치로 여기는 것을 알 수 있다.

*** [사례7] 공정하지 않은 것에 분노한다.**

요즘 세대에 들어서면서 학점에 대한 이의가 많은 것도 대학 교육 현장의 특징이다. 시험 볼 때 부정행위를 하는데 잡아내지 않거나, 결석이 많은데도 학점을 주거나, 과제 대체로 출석을 인정해주었다고 불평을 하거나 게시판에 올리기도 한다. 실제로 1996년생인 2015학번 학생들은 시험 중에 부정행위 하는 경우가 있었는데, 담당 교수님이 정확하게 감독을 하지 않았다고 엄청난 반발이 있었다. 그 해에 특별히 감독을 덜 엄격하게 한 것도 아니고 예년과 동일했으며 그 때까지 아무런 문제가 없었는데, 그 해 들어서 갑자기 문제가 불거진 것이었다. 그 이후에도 시험과 학점의 공정성 시비는 졸업할 때까지 계속 되었다. 경제적으로 더 각박한 시기에 성장한 이들에게 불공정에 대한 민감도는 아주 크며, 그런 사소한 것도 그냥 넘기지 않고 권리를 주장하는 특징을 갖고 있다.

*** [사례8] 수업에는 안 나와도 치어 공연 연습을 위해서는 학교에 나온다.**

비서경영과의 B학생은 야간에 아르바이트를 하면서 학교 수업에 자주 빠졌다. 처음에는 드문드문 학교에 나왔는데, 좀 더 시간이 지나면서부터는 아예 학교에 나오지 않았다. 그런데 수업에 전혀 참여하지 않는 그가 체육대회 치어리딩 출전 연습을 위해 저녁에는 학교에 나와서 열심히 연습을 하였다. 공부가 싫거나 특별히 어렵거나 한 것은 아니었는데, 치어리딩처럼 자신의 열정을 바쳐서 하고 싶은 것은 아니었던 것이다.

비서경영과의 3학년 학생들은 전산회계 자격증을 별로 취득하지 못했다. 학과에서

자격증 특강도 해주고 응시료도 지원해 주었지만 너무 힘들고 개인 시간을 많이 할애해야 해서 별로 참여하지 않았다. 그런데 3학년 수업 시간에 ‘ERP관리사’ 시험에는 아주 많은 학생들이 참여하고 실제로 자격증을 취득하였다. 학과에서 반드시 취득하라고 권유하는 자격증도 아니고 의무사항도 아니며 응시료도 지원해주지 않았지만 수업시간에만 열심히 참여하면 된다는 교수님의 말씀에 많은 학생들이 자격증을 취득하겠다고 마음을 먹고 도전한 것이다. 이와 같이 요즘 세대는 너무 힘든 것은 굳이 하지 않지만, 본인이 좋아하는 것은 일부러라도 선택해서 하고자 한다.

4. 요즘 세대에 맞는 교육 방향

요즘 세대의 성장 환경과 성향, 행동 방식을 볼 때 과거의 방식대로 교육하는 것은 실패할 가능성이 매우 높음을 알 수 있다. 요즘 세대에 대한 교육 효과를 높이기 위해서는 그들의 독특한 특징을 잘 반영하여야 한다. 본 연구에서는 요즘 세대들의 특징에 맞고 좀 더 효과를 높일 수 있는 몇 가지 교육 방향과 방법적 대안을 제시하고자 한다. 본 연구에서 제시하는 이러한 대안한 향후 실질적인 적용을 통해 검증해볼 필요가 있을 것이다.

첫째, 교육 자료와 결과를 동영상으로 바꾸어 교육한다. 요즘 세대는 텍스트가 아니라 인터넷이나 동영상을 보고 자란 세대이다. 텍스트 위주의 교과서 중심 수업에서 흥미와 관심을 갖기가 쉽지 않다. 따라서 동영상과 같이 이들에게 좀 더 친숙한 자료를 교육에 더 많이 활용하는 것이 좋다. 눈으로 글자를 보는 것보다는 귀와 눈을 모두 활용하는 자료가 더 효과적이다. 텍스트를 주고 읽어서 이해하기 보다는 동영상 설명을 듣고 이해하는 것이 이들에게는 더 쉬울 것이기 때문이다.

동영상은 단순히 교육 자료로서만 아니라 교육 결과물을 형태로도 유용할 것으로 보인다. 즉 자신이 이해한 내용이나 의견, 비평과 같은 것을 과거와 같이 텍스트가 아니라, 동영상의 형태로 제시하게 함으로써 그들에게 좀 더 편안하면서도 보다 적극적인 참여를 끌어 들이고, 교육 효과도 높일 수 있으리라 본다. 글을 읽거나 쓰는 것보다, 동영상을 보거나 만드는 것이 더 쉽고 친숙한 이들에게는 동영상으로 교육하고 결과물도 동영상으로 제작하게 하는 것도 훨씬 더 효과적인 교육 방법이 될 것이다.

둘째, 기억 중심이 아닌 인터넷과 연결된 교육을 실시한다. 과거의 교육은 중요한 내용을 기억한 후, 기억하고 있는 내용을 적용하는 암기식 교육이었다. 따라서 일

차적으로 기억을 못하면 학습은 불가능한 것이었고, 좋은 평가를 받을 수 없었다. 하지만 이제는 그 모든 것을 꼭 기억할 필요가 없는 세상이 되었다. 언제든지 인터넷에서 찾아서 알 수 있기 때문이다.

요즘 세대를 위한 교육도 이러한 환경적 변화를 반영하여야 한다. 암기식 교육이 아니라 인터넷에서 필요한 것을 찾으면서 답을 할 수 있는 교육이 필요하다. 책을 통해 내용을 암기하는 것이 아니라, 인터넷에 들어가서 내용을 찾아보고, 필요한 정보에 어떻게 접근하고, 이를 어떻게 활용할 것인지를 더 중요하게 배워야 한다. 컴퓨터나 모바일 기기를 통해 언제든지 인터넷에 접근해서 가장 최근의 정보를 보면서 이를 이해하고 활용하는 연습을 해야 할 것이다.

단순히 인터넷 사이트 뿐만 아니라 인터넷에서 접근 가능한 다양한 자료를 활용할 수 있다. 모바일 앱 어플리케이션도 활용하고 정부 기관이나 기업에서 제시하는 자료나 서식 등도 활용할 수 있다. 의료기관이나 관련 기관의 정보, 혹은 관련 법규나 규정 등을 인터넷을 통해 찾아보면서 학습하는 것도 도움이 될 것이다.

셋째, 학습의 주도권을 학생에게 넘겨 재미와 참여를 높인다. 의미와 재미를 특히 더 추구하는 요즘 세대들에게 수업에 흥미를 갖고 참여를 이끌어 낼 수 있는 재미의 중요성은 과거에도 그랬지만 요즘에 이르러 더욱 커지고 있다.

수업의 재미는 여러 가지 방법이 있겠지만 의미있는 것을 추구하는 요즘 세대의 특징을 고려한다면 수업의 주도권을 학생들에게 주는 것이 좋은 대안이 될 수 있다. 교수자가 이끌어 가는 것이 아니라 학생들이 주도적으로 수업 결과를 만들어 내도록 할 수 있다. 교수자는 어떠한 내용을 이해하고 어떠한 결과를 내야 하는지를 제시해 주고 학생들이 자료를 찾고 토론과 질의 응답 등의 상호작용을 통해 결과를 도출하도록 하는 것이다. 교수자는 방향과 목표를 제시하고, 필요시에 도움을 주는 보조자의 역할을 하면 된다. 이러한 학생 주도적 수업을 통해 공부를 잘하지 못하더라도 남에게도 도움이 되고 싶고 남에게 존중받고 싶어 하는 요즘 세대의 특성을 잘 활용하면서도 교육적인 효과를 높일 수 있을 것으로 기대된다.

넷째, 원하는 내용과 수준을 선택할 수 있는 교육을 실시한다. 요즘 세대는 더욱 자신만의 개성을 추구한다. 그들에게 남들과 똑같은 내용을 배우라고 강요하기보다는 자신이 더 좋아하고, 자신이 더 잘할 수 있는 것을 선택하게 하는 것이 흥미와 관심, 그리고 교육 효과를 높일 수 있을 것이다. 특히 학생에 따라 학습 능력이나 수준이 다르기 때문에 이에 맞는 맞춤형 교육이 필요하다. 학생들의 능력에 큰 차이가 있는데, 상향 평균화하는 경우에는 어려워서 힘들어하는 학생들이 많아지고,

반대로 하향 평균화 하는 경우에는 우수한 학생들의 의욕과 성과가 떨어지기 때문이다.

선택적, 맞춤형 교육은 학과나 진로의 선택에 의해서도 마찬가지이다. 대학에서 학과를 선택했다고 해서 어떤 확신에 의해서 그 분야로 진로를 정한 것이라기보다는 그 분야가 어떤지 탐색해 보고자 하는 욕구가 더 많을 것이다. 따라서 입학 후에도 다른 전공으로 진로를 정하는 경우도 많고, 현재 다니고 있는 학과에 적응하지 못해서 중도에 탈락하는 경우도 많다. 따라서 자신이 맞다고 생각하는 것만 하고, 그렇지 않으면 쉽게 그만 두는 요즘 세대의 특성을 고려하여 다양한 선택을 가능하게 하는 것이 좋다. 특정 학과로 입학하더라도, 다른 학과의 수업을 들을 수 있는 기회를 많이 제공하고, 원하면 다른 학과로 전과하거나 복수 전공할 수 있는 기회를 더 많이 제공하는 것이 좋을 것이다.

다섯째, 학업 성과를 가지적으로 드러나도록 교육 한다. 요즘 세대는 즉각적인 결과를 원하며 그렇지 않으면 쉽게 흥미를 잃기 쉽다. 따라서 학습 동기를 높이기 위해서 학생들의 성취도를 즉각적으로 보여줄 수 있도록 제도적 장치를 마련하는 것을 제안한다. 자신의 학업 성과물을 공개하고 남들이 이를 통해 도움을 받을 수 있도록 하는 것도 한 가지 방안이 될 수 있다. 학습한 내용을 발표하는 것의 디지털 버전인 썸이다. 자신이 학습한 내용을 정리해서 다른 학생들에게 설명해 주는 방식으로 동영상으로 만들고 블로그에 올리게 하는 것이 한 가지 예시가 될 것이다. 자신들의 성과물을 온라인 포트폴리오 형태로 만들어서 대외적으로 홍보하도록 하는 것도 또 다른 방법이 될 것이다. 요즘 세대들이 나서서 두각을 나타내는 것을 싫어한다는 점에서 우려가 되기는 하지만, 우수한 실적을 거둔 학생들을 공개하는 것도 금지와 자부심을 통해 동기부여가 될 것이다.

5. 결론

본 연구는 Z세대를 중심으로 한 ‘요즘 세대’의 특성과 행태에 대해서 분석하였다. 이들이 향후 대학에 입학하고 대학 교육을 받을 중요한 고객이자 소비자임을 감안할 때, 본 연구는 대학 교육 정책에 다양하게 활용될 수 있다. Z세대인 잠재적 입학생들에게 학교나 학과를 홍보하는 것부터, 그들이 대학이나 학과에 잘 적응하고 교유의 효과를 높여 제대로 발전하고 성장할 수 있도록 이끌어 가는데 요즘 세대의 특성을 잘 파악하고 활용해야 할 것이다.

5.1 연구의 결론

본 연구에서 파악한 요즘 세대의 특징은 다음과 같다. 그들은 모바일 환경, 경제 위기를 거치면서 경쟁이 심한 경제 환경, 그리고 자유분방한 교육 환경에서 성장하였다. 또한 복잡한 것보다는 간결한 것, 집단보다는 개인, 기존의 것보다는 새로운 것, 이상보다는 현실, 결과보다는 과정을 중시하는 경향을 보인다. 따라서 독특한 정보탐색 능력을 갖고 있으며, 간결함과 즉각성을 중시하고, 자기만의 취향을 존중한다. 기성세대와 사회에 대한 불신과 반발심이 있고, 삶에서 의미와 존중 받는 것을 중요시하고 재미와 유희를 추구한다.

이런 요즘 세대의 교육 효과를 높이기 위해 다섯가지의 교육 방향을 제시하였다. 우선 교육 재료와 결과를 동영상으로 바꾸어 ‘동영상 중심’의 교육을 실시한다. 또한 중요한 내용을 기억하고 암기하는 것이 아니라 인터넷에 연결된 상태에서 인터넷의 지식을 찾고 활용하는 교육 방식을 취한다. 그리고 학습의 주도권을 학생에게 넘겨 재미와 참여를 높인다. 아울러 원하는 내용과 수준을 선택할 수 있는 ‘맞춤형’ 교육을 실시한다. 마지막으로 학업 성과를 가시적으로 드러낼 수 있도록 ‘보여주기 식’ 교육을 제안하고자 한다.

5.2 연구의 한계

본 연구는 다음과 같은 한계를 갖는다.

첫째, 일반화의 어려움이다. 본 연구는 2019년 즈음에 ‘수도권 전문대학’이라는 한정된 범위에서 볼 수 있는 현상을 중심으로 요즘 세대의 특징을 찾아보고자 하였다. 하지만 본 연구에서 알 수 있는 요즘 세대의 특징이 단지 ‘수도권 전문대학 학생’의 특징일 뿐, 다른 부류의 젊은이들에게는 적용되지 않을 수 있다.

둘째, 탐색적인 수준의 연구와 제안으로 검증되지 않았다는 점이다. 본 연구에서 설정한 요즘 세대의 특징은 기존 문헌에서 제시된 내용과 실제 교육 현장에서 요즘 세대를 지켜본 경험에 기초한 가설일 뿐이다. 따라서 보다 다양한 자료와 정교한 절차를 통해 검증을 받아야 할 것이다.

5.3 향후 연구 방안

요즘 세대에 대한 보다 의미있는 시사점을 얻기 위해서는 다음과 같은 추가적인 연구가 필요하다. 첫째, 연구 대상의 확대가 필요하다. 본 연구에서 대상으로 하고 수도권 전문대학 학생이 아닌 다른 부류의 젊은이들은 어떠한 성향을 갖는지 파악하고, 이를 비교해 보는 것이 필요하다.

둘째, 연구 방법의 확대이다. 본 연구는 요즘의 젊은 세대를 좀 더 잘 가르치기 위한 개략적인 방향만 제시했을 뿐, 구체적인 교육 방법론은 제시하지 못하고 있다. 따라서 요즘 세대의 특징을 반영한 교육 방법을 제시하고 실제 교육 현장에 적용시켜 보는 것도 향후 연구 과제가 될 것이다.

참고문헌

- (1) KCC, 2019. “Gen Z”, KCC Design Blog Special Issue, 2019.5.2.
- (2) 김종일, 2019. “꼰대, ‘밀레니얼’ 세대 이해해야 산다.”, 시사저널, 1555호, 2019.8.3.
- (3) 김미림, 2019, “최강소비권력 ‘Z세대’에 주목하라!”, Next Economy, 2019.6.5.
- (4) 동아비즈니스리뷰, 2019. “취행-경험을 탐닉하는 파워 신인류 Z세대만의 코드를 이해하라”, 277호, 2019.3.
- (5) 매경이코노미, 2019. “Z세대가 온다. 밀레니얼 세대와 닮은 듯 다른 신인류 스마트폰 쥐고 자란 ‘포노 사피엔스’”, 2019.06.14.
- (6) 삼성전기, 2018, “X세대, 밀레니얼세대, Z세대까지 세대별 특징을 알아보자!”, 삼성전기 블로그. 2018.06.14.
- (7) 서울경제, 2018. “소비중심이동...Z세대 지갑을 열어라”, 2018.10.12.
- (8) 아주경제, 2019. “‘병맛 더빙’ 장삿쭈에 1020 세대가 열광하는 이유는?”, 2018.12.18.
- (9) 이인호, 2018, “조직관리, 이제는 밀레니얼 세대를 주목할 때다!”, 시사저널, 1553호, 2018-12-24.
- (10) 이호영, 고흥석, 김석호, 이윤석, 허명희, 2013, <디지털 세대와 베이비붐 세대의 비교 연구>, 정보통신정책연구원.
- (11) 임홍택, 2018. <90년생이 온다>, 웨일북, 2018.11.16.
- (12) 제프 프롬, 앤지 리드, 임가영 역, 2018. <최강소비권력 Z세대가 온다>, 홍익출판사. 2018.12.18.
- (13) 조유빈, 2019, “한 눈에 보는 ‘밀레니얼 세대’의 일상”, 시사저널, 1538호, 2019.4.8
- (14) 진주화, 2016, “밀레니얼 세대에게 필요한 동기부여 방식”, LG Business Insight, 2016.9.28.
- (15) 하완, 2018, <하마터면 열심히 살 뻔했다>, 웅진지식하우스. 2018.4.23.
- (16) 한겨레, 2019, “2019년 강타할 Z세대 보고서”, 2019.1.9.
- (17) 허두영, 2018, <요즘것들>, 썩크스마트. 2018.2.7.
- (18) 홍기영. 2019. “Z세대가 세상을 바꾼다”, 매일경제, 2019.4.15.
- (19) 홍백의, 2017. <세대 차이인가, 계층 차이인가? 한국과 일본의 가족 가치관 차이를 중심으로>, 서울대학교.