



FLEISHMANHILLARD

# 2017 Post-Truth, True Empathy!

Jan. 2017

최순실 국정농단 사태로 촛불 혁명이 벌어진 가운데, 대기업 총수들이 국회 청문회장에 불려 나오고, 대통령이 국회에서 탄핵 소추를 받기에 이르자, 국내 뿐 아니라 세계 언론의 관심도 커졌습니다.

플레시먼힐러드의 글로벌 고객들 역시 도대체 왜 한국에서 이런 일이 벌어지는지, 어디까지가 사실인지, 한국 경제에 어떤 영향을 미칠지 많이 궁금해 하셨습니다.

현재의 잣대로만 설명해서도 안 되고, 글로벌 시각에서 비교 설명하기에도 한계가 있으며, 예측하기 힘든 정치 일정 및 각 기업이 처한 대내외적 여건 등을 종합적으로 고려하다 보니 상황 설명이 결코 간단하지 않았습니다.

국회 청문회에서 나온 어느 한 재벌 총수의 답변처럼 “어쩔 수 없는 상황”이 있음을 이해 못하는 것은 아닙니다. 그러나 글로벌 비즈니스 파트너나 투자자 입장에서는 어떤 상황에서든 지켜져야 할 기업의 기본적 거버넌스와 컴플라이언스 시스템이 작동되길 기대하기 때문입니다.

2017년 대통령 선거를 앞두고 한국 사회가 바라봐야 할 지향점, 불확실한 여건 속에서도 기업들이 나아가야 할 방향을 제대로 잡기 위해서는 작금의 사회 현상을 한국인의 DNA, 일제 식민 치하에서 분단에 이르는 역사적 배경, 압축 성장으로 이룬 산업화와 민주화의 과정을 입체적으로 들여다 보면서 객관적으로 정리하는 게 필요하다는 판단에 따라 신년 뉴스레터를 빌어 저희 플레시먼힐러드 코리아의 관점을 공유하고자 합니다.

여러분 조직의 다양한 구성원 및 외부 이해 관계자들은 현 상황을 어떻게 보고 있는지, 시각차가 있다면 왜 그런 차이가 있는지, 다양한 시각들이 조직의 미래에 어떤 영향을 줄 것인지에 대해 공감대를 형성하는 기회를 가져 보시기를 권유합니다. ‘최순실 스캔들’이 불거진 이후 오랫동안 대한민국 정부와 한국의 글로벌 기업들은 갖은 루머와 의혹에 대해 침묵하면서 불신을 키웠습니다. 가짜 뉴스까지 판치는 탈진실시대에 살고 있습니다. 이제는 뭐가 문제였고, 과거에 왜 그럴 수 밖에 없었으며, 오히려 회사가 원칙을 잘 세워 외부 압력을 피할 수 있는 기회가 되고, 앞으로는 이렇게 바뀌 훌륭한 글로벌 비즈니스 파트너가 되겠다는 변화의 “의지와 약속”을 분명히 해야 할 때입니다.

2017년은 국내외의 이해관계자들에게 CEO가 CCO 즉 Chief Communication Officer 가 되어 진솔하고 세련되게 현재의 부족함을 포함, 기업이 처한 내외 환경을 보다 효과적으로 설명할 수 있기를 기대합니다. 그리고 내부 구성원들과 고객 및 외부 이해관계자들과 함께 바라봐야 할 지점을 정하고, 할 수만 있다면 지금까지와는 다른 방식으로 즐겁게 도전해보는 멋진 2017년이 되시기 바랍니다.

플레시먼힐러드 코리아  
박영숙 대표 드림

# I. 한국, 지금 어디에 있는가?

## 1. 정치:

### 사상 최고조의 불확실성으로 아노미 상태 (五里霧中)

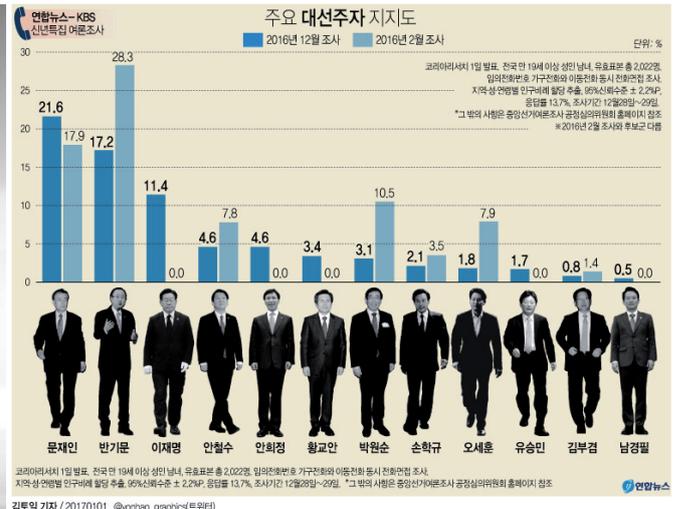
대통령 중심제가 국민 탄핵 (촛불) → 입법 탄핵 (국회) → 사법탄핵 (헌법 재판소 심리 중) 과정 속 대통령 부재를 경험하며 과거의 질서를 엄중하게 정리하려 하고 있으나, 아직 미래의 새로운 질서에 대한 생각이 정리되지 못한 아노미 상태라고 볼 수 있다. 최근의 한 여론조사에서도 “개헌 해야”에 동의하면서도(71%) “개헌보다 대선에 비중”이 (53%) 높은 것으로 나타났다. (중앙일보 - 한국리서치 여론조사, 12월 19일 발표)

1987년 민주화 운동으로 <미래 제시형>의 호헌 철폐, 단임 직선제가 실현된 것과는 달리, 2017년 대선은 박근혜 퇴진이라는 <과거 정리형> 이후 앞으로 나아갈 방향을 제시함에 있어 정치권의 이해가 엇갈리고 국민의 뜻 역시 불분명하다.

국내 정치 상황이 혼란스러운 가운데 한국을 둘러싼 강대국(미국, 일본, 중국, 러시아)은 모두 강력한 자국 우선적 성향의 리더들이 이끌고 있다. 외교 부재 속에 강대국 간의 이해관계에 따라 한국을 놓고 밀약을 맺었던 구한말 시대와 흡사하다고 우려하는 시각이 등장하는 이유다.



(출처 - 인터넷 기사판)



### 2016년 4월 국회의원 선거 결과

정당	더불어민주당	새누리당	국민의당	정의당	무소속
득표수	123	122	38	6	11

### 2016년 12월 9일 탄핵 소추안 표결 결과

투표수	2	234	56	7
내용	기권	찬성	반대	무효

### 2017년 1월 국회 의석

정당	더불어민주당	새누리당	국민의당	(가)개혁보수신당	정의당	무소속	합계
의원수	121	99	38	30	6	6	300

## 2. 경제:

### 여태 경험하지 못했던 상황 (四面楚歌)

2017년 경제 성장률 전망치는 2016년과 비슷한 2~3%선으로 예측되고 있으나, 실업률 상승과 가계 부채 증가, 제조업 생산 가동률 하락, 설비 건설 투자 감소, 내수 유통 매출 위축 추세를 보면 경제 환경은 더욱 암울하다.

그 무엇보다도 가장 염려되는 문제는 금리 위기다. 미국 중앙은행인 Fed가 지난 11월 기준금리를 0.5%에서 0.75%로 0.25%p 올렸고, 2017년에도 3차례 인상 계획을 발표했다. 이미 국내 시중은행의 주택담보대출 금리가 오르고 있고, 현재 1.25%인 한국은행의 기준금리의 인상도 불가피한 상황이 온다면 가계부채 부담이 큰 '한계가 구'에서부터 문제가 터질 우려가 있다.



(출처: 국민일보, 서울경제, 매일경제, 통계청)

과거 1994년 2월부터 1년간 Fed의 7차례 금리 인상으로 미국 기준금리가 3%에서 6%로 상승한 뒤 우리나라에서 외환이 급속도로 유출돼 IMF 외환 위기를 경험한 아픈 기억이 생생한 가운데 이제 금리 위기는 단순한 걱정 수준을 넘어가고 있다.

아울러, 저출산 및 급속한 고령화, 청년 실업, 여성 고용 부진, 높은 노인 빈곤율 속에 노동생산성과 노동시장 유연성은 지극히 저조하고, 제조업에서 서비스 산업으로의 산업 구조 개편도 충분한 속도를 내지 못하여 대한민국 경제는 구조적으로 경쟁력이 급격히 떨어지는 추세다. 그 결과 우리 세대보다 다음 세대가 못 사는 시대, 여태 경험하지 못한 그런 시대를 맞게 될 것이란 전망까지 나오고 있다. 지금까지와는 전혀 다른, 획기적 접근이 필요한 때다.

## 3. 사회:

### 촛불을 낳은, 촛불이 낳은 새로운 사회적 패러다임 (天災地變)

전 세계인이 경탄한 '촛불 혁명'은 단순히 '최순실 스캔들'에 국한된 게 아니라 대한민국 사회의 구조적 모순에 대한 저항으로 불이 마땅하다. 민주화와 산업화의 압축 성장을 이룬 뒤 두 차례 외환 위기와 글로벌 금융 위기를 거치면서 계층간, 세대간, 남녀간, 지역간 갈등과 편차, 구조적 모순이 증가하고 이념 대립이 심화한 결과 '촛불 혁명(2016년)'이 농익은 종기의 고름처럼 분출한 것으로 봐야 한다.

재벌, 관료, 언론, 법조계 등 기득권층이 상호 이익의 극대화를 위해 엮은 동맹에 대해 상대적 박탈감과 소외감을 느낀 시민들이 자유, 평등, 참여의 시대 정신 아래 연대해 주권이 국민에게 있음을 상기시킨 운동이 촛불 혁명이다. 물론, 기득권층의 카르텔 내부에서도 균열 및 변화의 요구가 동시에 일어나 촛불 혁명의 동력이 더욱 커진 측면도 있다.

촛불 혁명은 또 '갑을 전쟁'이 본격화하고 있음을 보여 준다. 분노의 시대에 갑질은 범죄 행위로 인식되고 있다. SNS라는 첨단 무기로 무장한 세상의 '을'들은 사이드 발언을 즐기고, 반성하지 않는 '갑'들에 대해 분노를 표출하고 있다. 촛불을 들고 거리에 나온 군중은 개별 행동과 동시에 '공감하는' 사안에는 함께 행동하는 다중이다.

사회적 분위기가 이러하니, 참여라는 이름으로 포장된 제보와 고발 홍수 속에 미디어와 정치권은 이들의 눈치만을 살피며 때로는 자기 이익을 지키기 위해 기본 원칙도 과감히 무시한다. 민심을 빙자해 포퓰리즘 정책을 낱발하며 새로운 갑질 정치를 펼쳐도 '절차적 정당성, 공정성, 합리성, 현실성' 면에서 디테일을 챙기는 전문가를 찾아보기 힘들다.

개인의 사고 방식에는 많은 변화가 있었는데 유교적·가부장적 질서에 갇혀 고정돼 있던 사회적 가치(군신유의, 장유유서, 부자유친 등)에 묶인 기득권 그룹 리더들 중에는 변화를 제대로 인식하고 있지 못해 제대로 대응하지 못하는 경우가 빈번하다.

#### 4. 문화:

##### 나를 위한 라이프스타일 YOLO (各自圖生)

미래가 불확실한 시대를 살아가는 젊은 세대가 “나 자신의 현재를 후회 없이 행복하게 즐기며 산다”는 태도를 ‘올로(YOLO·You Only Live Once·한 번뿐인 인생)’라고 한다. 올로는 라이프 스타일의 핵심 트렌드로 자리잡고 있다.

2011년 캐나다의 유명 래퍼 드레이크가 발표한 노래의 가사에 삽입되면서 유행어가 됐고, 2016년 버락 오바마 미국 대통령이 건강보험 개혁안인 ‘오바마 케어’의 홍보 동영상에서 ‘YOLO MAN!’이라고 마무리하면서 크게 인기를 얻게 됐다. 김난도 교수도 2017년 트렌드에 ‘올로(YOLO) 라이프’를 꼽았다. ‘올로’를 외치는 젊은 세대는 현재의 욕구에 충실해 다소 무모해 보일지라도 당장 떠나고 싶은 여행이나 취미 생활에 도전하고 실천하며, 자기 자신에게 더 나은 가치를 위해서는 큰 비용도 기꺼이 지불할 의사를 갖는다고 한다.

고급 식당이나 술집에서 ‘혼밥’, ‘혼술’하는 게 나이와 무관하게 늘어나고 있고, 중년 이후 결혼을 졸업한다는 ‘졸혼’ 개념에 대한 논의가 자연스럽게 나오는 것을 보면 “한 번뿐인 인생, 오늘을 행복하게 보내자!”는 ‘올로 라이프’는 모든 세대가 꿈꾸는 문화 트렌드로 발전하는 양상이다.

## II. 주목할 만한 글로벌트렌드

#### 5. 기술:

##### AI (인공지능) ANI, AGI 그리고 ASI (主客顛倒)

2016년 이세돌 9단을 무너뜨린 알파고를 통해 AI(인공지능)에 대해 서서히 이해하고 있는 지금 전문가들은 ANI (약인공지능, Artificial Natural Intelligence), AGI(강인공지능, Artificial General Intelligence)를 넘는 ASI (초인공지능, Artificial Super Intelligence)의 개발이 멀지 않았으며 다시 저 멀리 앞서가고 있다.

4차 산업혁명이 빠르게 진전되면서 분야간 경계가 허물어지고 있다. 감당하기 힘든 속도로 세계는 복잡해지고 기존의 시스템과 원칙으로는 복잡한 사회를 조화롭게 이끌기에 한계가 있어 보인다. 지난 수백 년 동안 인류가 발전해 온 것보다, 최근 30여 년간의 발전이 더욱 급속히 이루어져 왔기에 우리가 사는 오늘이 평범하지 않다고 한다.

AI는 생각보다 훨씬 더 많이 우리 생활 전반에 녹아 있을 정도로 발전해 왔으며, 지금까지는 인간의 생활에 도움을 줬다. 앞으로 ANI, AGI, ASI가 인간보다 더 똑똑해 질 경우 어떤 일이 발생할지 예측하기 어렵다는 사실이 걱정된다. 전문가들은 AI가 인류에게 등을 돌릴 것을 두려워하기보다 우리가 그들에게 쓸모 없어지는 것을 더 두려워해야 하며, 이런 일은 우리가 어설픈 프로그래밍하면 충분히 일어날 수 있는 일이라고 지적한다. 더욱 무서운 것은 인간은 자신들이 무엇을 만들어 내고 있는지에 대해 충분히 유념하지 않는다는 것이다.

모르는 사이에 계속 끌려가기 보다는 차로를 바꿔 AI에 대한 다른 로드맵을 새롭게 그려볼 수는 없는지 궁금하다.

## 6. 미디어·커뮤니케이션:

### 탈진실 시대, 소통의 위기 (言飛千里)

영국 옥스퍼드대 출판부는 2016년의 단어로 ‘탈(脫)진실, Post-Truth’을 선정했다. 미국 대선 과정에서도 가짜, 조작된 뉴스(Fake news)가 기승을 부렸다. 미국 워싱턴 D.C.에서 대선 기간에 온라인상에 확산된 가짜 뉴스 가운데 하나인 ‘피자게이트’를 진짜로 믿고 실제 피자 가게에 가서 총을 쏜 사건이 사회적 문제로 대두하기도 했다. 가짜 뉴스 앱도 있어서 “여러분이 뉴스를 만들고 카카오토티, 페이스북, 트위터 등으로 공유해 친구들을 속여 보라”고 유혹한다.

영국 런던대 정경대학 윌리엄 데이비스 교수는 뉴욕타임스 기고를 통해 탈진실 시대의 핵심 문제점을 이렇게 설명한다. “우리는 현재 사실이 사실이 아닌 사회에 살고 있다. 사실은 더 이상 사람들이 모두 동의하는, 현실을 반영한 ‘진실’을 가리키는 게 아니다. 사실에 입각한 정보는 데이터와 레토릭으로 대체되고 있으며, 사람들은 정보 매체의 범람으로 인해 너무 많은 종류의 사실에 노출되어 있다. 이와 더불어, 소셜 미디어는 사람들이 이런 정보의 소비를 개인의 의견에 맞게 재단하도록 돕는다. 사실이 시각차와 갈등의 완화를 돕고 문제의 본질을 보는 데 일조한다면, 데이터는 사람들의 경향성과 감정의 변화를 분석하는 것이다. 정치인과 기업은 이러한 대중의 감정을 무시할 수 없다. 문제는 진실과 문제의 본질에 대한 간과인데, 이는 사실이 데이터로 대체되기 때문에 발생하기도 한다.”

인터넷에서 벌어지고 있는 정보의 범람이 최근 들어 오히려 사람들의 판단력을 흐리게 한다. 사실관계 확인을 포기한 큐레이션 스타일의 온라인 뉴스로 인해 ‘사실’보다 확인되지 않은 거짓 정보들이 훨씬 많이 돌아다니고 있다. 그런 거짓 정보들은 사람들의 이목을 더 쉽게 끈다. 그리고 사람들이 많은 매체를 접할 수 있을 때, 그들은 이성적으로 제일 신뢰할 만한 정보를 골라내지 않고, 자신의 신념이나 생각에 부합하는 정보만을 선별해 받아들인다. 온라인 뉴스의 한 가지 장점은 지속적인 사실관계 확인이 이루어질 수 있다는 점이지만, 그것이 과연 제대로 되고 있는지는 의문이다.

가짜 뉴스 유통망이 됐다든 비판을 받은 페이스북은 저커버그가 나서서 사실관계 확인 전문 기관이나 언론사들과 지속적으로 협력함으로써 가짜 뉴스를 걸러내겠다고 선언했다.

기업들은 자사의 의사소통 채널에서 가짜 뉴스가 유통되고 있는지 여부를 항상 모니터링하고, 이슈 대응 시 가짜 뉴스에 대한 대응도 함께 마련해야 피해를 줄일 수 있다.

가짜 뉴스뿐 아니라 목소리 큰 영향력자의 주장에 대해서도 기업은 신속하게 대응할 수 있는 메시지와 논리를 준비하고 있어야 한다. 빠른 대응을 위해 메시지에 힘을 실어 줄 수 있는 고객, 직원, 전문가, NGO등과도 신뢰 관계를 맺고 있어야 한다.

미국의 마케팅 담당자들은 요즘 W.W.T.D. (What Would Trump Do?) 대응 준비에 한창이다. 트럼프 대통령 당선자가 특정 기업과 브랜드에 영향을 미치는 발언을 언제 어디에서 할지 모르기 때문에 천재지변 수준으로 준비해야 한다고 한다.

트럼프가 트위터에 보잉사의 새로운 에어포스원 제조 비용이 통제 불능 수준이라 주문을 취소하겠다는 트윗을 한 후 보잉 주가는 급락했다. 보잉사가 당일 입장문을 발표한 후 주가가 안정을 찾았으며 뮐렌버그 CEO가 바로 트럼프와 통화하고 면담을 통해 비용을 낮추겠다는 의지 표명을 표명한 다음에야 일단락 됐다.

Vanity Fair 잡지는 트럼프 소유 빌딩 내 레스토랑에 낮은 평가를 줬다고 트럼프가 잡지를 비난하자 바로 맞받아 쳤다. 자체 웹사이트에 “트럼프가 여러분이 읽지 않기를 바라는 잡지”라는 메시지로 배너 광고를 하고 오히려 4만명 이상의 신규 독자를 유치하는 결과를 얻었다. 잡지가 추구하는 브랜드의 DNA와도 일치하는 스타일이고 재치있는 메시지로 빠르게 대응했기에 가능한 결과다.

# 2017년 리더를 위한 인사이트

## 1. 콘셉트 디자인으로 경쟁력을 키워라 (Concept Design)

사면초가의 경제 여건에서도 기회를 만들려면 CEO는 현장의 경험에 밀착해 고객과 시장의 ‘미충족 욕구(Unmet needs)’를 채울 콘셉트 디자인(Concept Design)에 집중할 필요가 있다. 가계부채 부담으로 소비 절벽에 맞닥뜨릴 수 있는 상황에 가성비와 더불어 율로족이 추구하는 가치도 충족시키려면 콘셉트 디자인을 잘 해야 한다.

플레시먼힐러드 코리아는 2016년 OMJ(One Million Jobs) 캠페인을 진행하며 ‘좋은 일자리(Decent Job)’에 대한 인식 변화를 모색했다. KCMC(다국적기업한국인경영자협회)와 함께 진행한 ‘Design Thinking’ 워크샵과 4차례의 Job Talk Concert를 통해 CEO들은 일자리 창출과 비즈니스 창출에 대한 융합적 접근이 필요하다는 데 의견을 모았다. 한국 경제가 고부가 서비스 산업으로 빠르게 전환해 가치를 창출해야 할 시점으로 이때 중요한 것이 콘셉트 디자인 역량 강화다.

연말에 인턴들과 함께 점심식사 후 최근 오픈한 플라잉타이거 솜에 다녀왔다. 하나에 2천~3천원 정도 하는, 장난기 넘치는 독특한 디자인 제품이 가득한 매장에서 모두에게 원하는 것을 두 개씩 고르라고 했다. 10여 분간 바구니에 이것 저것 담으면서 신기하고 재미있는 생각을 하며 계산대로 걸어 오다 보니 바구니가 가득 차 있는 것을 발견했다. 이들의 콘셉트 디자인은 독특한 디자인 정체성으로 무장해 고객으로 하여금 부담 없는 가격에 부자가 된 양 기쁘게 쇼핑할 수 있도록 느끼게 하는 것이다. 2017년 경제 상황과 라이프 스타일에 타이밍까지 딱 맞는 콘셉트 디자인으로 여겨진다.

## 2. 공감, 그 이상으로 소통하라 (Beyond Empathy)

작금의 정치·사회적 문제의 저변에는 리더의 공감 능력 결여에서 오는 ‘유체이탈’ 화법도 한 몫을 했다. 공감의 중요성을 늘 강조하고 ‘공감 경영’을 내세우는 리더들이 적지 않다. 하지만, 회사가 위기에 처하거나 특수한 이슈 상황에 직면했을 때 진실로 그들이 공감 경영을 하고 있는지 의심스러울 때가 있다.

공감에서 가장 중요한 요소는 ‘경청’이다. 그런데 요즘은 경청과 공감이 오·남용되는 느낌이다. 단지 선거에서 이기기 위해 공감이라는 말을 남용하면서 타인의 기분과 감정에 대해 여론조사를 한다는 비판도 나온다. SNS에서 사람들이 기분과 감정을 표현하고 있고, 이러한 감정 표현을 알파카게 데이터 분석한 뒤 유권자의, 소비자의 마음을 이해했다고 여기는 건 진정한 공감이 아니다. 누구에게나 스스로 경험한 것이 인식의 형성에 영향을 주며, 그러한 인식이 관점과 신념의 형성에 영향을 미친다. 요즘은 비슷한 생각을 하는 사람들이 시청하는 뉴스 채널이나 SNS 활동으로 가깝게 연결된다. 정서적 편식을 하게 되는 미디어 환경이라 계속 일방으로 생각이 강화되기 쉽다. 스스로 균형을 잡으려면 의식적으로라도 공감을 위해 노력하고 훈련하지 않으면 안 된다. 서로 다른 생각이 서로 옳을 수 있음을 인정하고 ‘경청’을 시작해 보자.

주변에 대한 관심과 보살핌이 행동으로 이어질 때 공감 경영을 한다고 말할 수 있다. 여러 사유로 사과의 시점을 놓쳤다 하더라도, 뒤늦게라도 진심 어린 사과를 한다거나, 상황에 대한 객관적 인식 아래 인정할 것은 깔끔하게 인정할 때 공감을 실천하는 리더가 될 수 있다. 종편이 연일 보도하는 촛불 혁명과 ‘최순실 스캔들’ 뉴스에 피로감을 느끼는 사람들이 나오고 있다. 대중은 등장 인물들이 진심으로 사과하는 모습을 보고 싶어하는데 그런 모습을 보기 힘들기 때문에 분노와 루머의 게이지가 계속 올라가는 것이다.

2016년 대한민국 사회를 분노하게 하고, 아프게 했던 이슈 가운데 하나가 가슴기 살균제 이슈였다. 정부와 제품 원료 공급업체, 제조업체, 판매업체들이 지난 5년간 피해자 및 가족들과 공감하려는 노력을 하지 않아 고통과 분노를 키워 왔다. 늦게나마 옥시레킷벤키저가 피해자들에게 진심으로 사과하고, 그들의 마음의 응어리를 푸는 노력을 시작한 것은 공감 경영을 실천하는 첫 걸음으로 평가할 만하다.

### 3. 포용성을 의사결정의 필수 기준으로 삼아라 (Social Inclusion)

플레시먼힐러드는 2016년 창업 70주년을 축하하고자 “Social Inclusion”이라는 하나의 주제를 잡아 전 세계적으로 직원들이 프로보노 활동을 펼쳤다. 양극화가 심해지는 사회에서 소외 계층을 찾아 건강한 지역 시민으로서 관심을 갖고 그들의 목소리를 사회에 전파하는 데 커뮤니케이션 전문가로서의 재능을 나누는 활동이었다.

“부모 잘 만나는 것도 능력”이라는 말에 화가 치밀었던 것은 어쩌면 그게 현실이라는 생각을 부정할 수 없기 때문은 아니었을까? 미국과 중국이 유니콘 기업(기업 가치 10억 달러 이상 평가 받는 비상장 스타트업)의 성장을 주도하고 있고 4차 산업혁명의 가속화로 자본, 인재, 기술, 데이터가 일부 기업에 집중되는 현상이 가속화하고 있다. 한국 사회에서도, 글로벌 시장에서도 양극화는 더욱 심화되어 가고 있다.

인간이 ASI(초인공지능)한테 황당한 모습으로 길들여지기 전에 호모 사피엔스의 지혜로써 매우 복잡하고 불확실해져만 가는 4차 산업혁명 시대를 협력적으로 끌고 갈, 보다 발전적인 시스템이 필요하다. 이에 ‘불만을 갖는 사람들의 의견을 더 많이 수용하고 포용하려는 자세로 노력하자’는 취지에서 2017년 다보스 World Economic Forum도 “Responsive and Responsible Leadership”을 주제로 정했다고 한다.

우리 사회가 포용력 있게 다양한 의견을 존중하고 성숙한 사회로 발전하기 위해서는 그 무엇보다도 여유 있는 마음가짐과 융통성을 가져야 한다. 국민 행복 지수 1위, 기업하기 좋은 나라 1위의 덴마크. 그 나라에서 온 토마스 리만 주한 대사께로부터 들은 ‘Flexicurity’에서 약간의 힌트를 얻은 느낌이다. 기업은 경쟁력을 높이기 위해 자유롭게 고용 결정을 할 수 있는 Flexibility를 갖고, 직원은 회사를 떠나도 경제적 어려움이 없도록 나라가 적절한 수입을 보장해 주는 Security를 확보한다.

다만, 이 시스템이 돌아가려면 고율의 세금에 동의하고, 새로운 일에 필요한 직업 교육을 성실히 받아야 한다. 경쟁보다는 협력 속에 맛보는 소박한 행복에 감사하는 성숙한 시민 의식이 바탕이 돼야 한다. 하루 아침에 도달할 수는 없을 것이다. 그러나 한 걸음씩 이 방향을 향해 함께 걸어가는 2017년이 되면 좀 더 행복하지 않을까 희망해 본다.