

겨울 시베리아 횡단열차타고 바이칼 기행 8일

정태원 문학박사(오스카미국립대학교)와 함께하는 겨울기행

1차 2월 5일(월)~12일(월)
2차 2월 20일(화)~27일(화)

블라디보스토크, 바이칼, 알훈섬, 이르쿠츠크 문의:02-730-2270

‘존버’! 2500층까지 가즈아~

(X나 버티기) (원)

가상화폐 신조어 속 ‘웃픈 모습들’

일확천금의 기대 ‘가즈아’ ‘존버’ ‘구조대’ ‘코리니’ ‘후우’ ‘존버’...냉소적인 표현도 ‘계층이동 마지막 기회’, 2030 정서 투영

요즘 한국 사회의 뜨거운 논쟁거리인 가상화폐 투자는 그 열기만큼 단기간에 많은 신조어도 탄생시켰다. 처음에는 가상화폐 관련 커뮤니티에서만 쓰이던 신조어들은 이제는 증권사 애널리스트 보고서부터 언론 기사까지 등장하며 사실상 ‘제도권 용어’가 되어 버렸다.

‘가자’를 길게 늘려 발음한 ‘가즈아’는 그중 가장 많이 알려진 말이다. 가상화폐가 자신이 목표한 가격까지 오르기를 소망할 때 주문처럼 쓰인다. 비속어인 ‘X나 버티기’의 줄임말인 ‘존버’ 역시 가격이 내려가도 다시 오를 것이라는 희망이 담겨 있는 용어다. 같은 맥락에서 떨어진 가상화폐가 자신의 매수가격까지 반등하기를 바랄 때 ‘구조대’란 말을 쓴다.



가상화폐 투자 광풍이 여러 신조어를 낳으며 한국사회의 일상을 바꾸고 있다. 사진은 2030세대가 비트코인, 이더리움 등 가상화폐시세가 표시된 서울 중구 가상화폐거래소 빗썸 전광판을 바라보고 있는 모습. 뉴스스

가상화폐 붐에 대한 냉소적이고 자조적인 신조어도 많다. ‘코리니’는 가상화폐 시장에 뒤늦게 뛰어들어 투자에 실패한 초보자들을 비꼬는 표현으로 비트코인과 어린이의 합성어다. ‘후우’는 ‘후구’라는 비속어가 유사한 발음의 ‘후우’, ‘후우’로 변형된 것이다. 또한 고점에서 가상화폐를 구매한 사람들이 팔거나 사지 못하는 애매한 상황을 ‘시체’라고 표현한다.

가상화폐 투자에 모든 걸 걸고 작은 시세 변동에도 일희일비하며 매달리는 모습들을 ‘가상화폐 좀비’라고 부르고 있다.

이밖에 가상화폐 투자자들이 판매 가격을 받힐 때 ‘0000원’ 대신 ‘0000층’으로 표현하는 것도 있고, 국내 가상화폐 거래 가격이 외국보다 높게 형성된 것을 지적하며 외신에서 사용한 ‘김치 프리미엄’도 있다

이러한 가상화폐 신조어에는 취업난과 평생 모은 돈으로 아파트 한 채 살 수 없고 아무리 노력해도 금수저를 이길 수 없다는 2030세대가 바라보는 현실의 웃픈(웃기며 슬픈) 모습이 그대로 투영되고 있다.

문제는 다양한 변화와 사회적 문제가 함께 발생하고 있는 가상화폐 붐이 여전히 뜨겁게 진행 중이라는 점이다. 정부는 거래소 폐쇄와 같은 초강경 조치에서 실명전환 후 과세강화 쪽으로 입장을 선화하면서 가상화폐 관련 행위는 자기책임임을 강조했다. 가상통화는 법정화폐가 아니며 어느 누구도 가치를 보장하지 않기에 큰 손실이 발생할 수 있다는 정부의 경고를 간과해서는 안된다는 게 금융 관계자들의 우려 섞인 목소리다.

정정욱 기자 jay@donga.com

한 눈으로 보는 경제

코스피지수	2521.74	▲	+18.01
코스닥지수	901.23	▲	+9.62
日 닷케이 지수	2만3951.81	▲	+239.93
중 상하이 종합	3436.59	▲	+26.11
국고채 금리 (3년물, 연%)	2.23	▲	+0.01
환율 (원·달러)	1065.00	▼	-0.50
국내금값 (원/그램 g)	4만5794.76	▼	-79.60

오늘의 얼굴

최태원 회장, 글로벌 인재 전면 배치



최태원(사진) SK그룹 회장은 최근 비서진 개편에서 글로벌 역량을 갖춘 인재를 대거 포진시켜 해외사업 강화에 대한 의지를 보였다. SK그룹은 16일 비서실 실장에 김유석 SK에너지 전략본부장을 임명하고 비서실 직원 10여명 중 절반 가량을 교체했다. 특히 눈길을 끄는 점은 수석부장급인 비서실장에 중국인을 임명한 것. 비서실장은 비서실장을 보좌하며 회장 연설문이나 각종 면담, 회의 자료 등을 담당한다. 이러한 비서실 개편에 대해 재계에서는 최 회장의 글로벌 경영 강화 의지가 반영된 것으로 보고 있다.

외교관 출신인 신임 김 비서실장은 청와대 의전비서관을 거쳐 글로벌 컨설팅 회사 맥킨지와 영국 오일메이저 브리티시페트롤리엄(BP)에서 근무했다. 2009년 SK에 입사해 중국 사업 총괄 지주사인 SK차이나와 SK이노베이션, SK에너지에서 글로벌 전략 업무를 담당했다.

비즈 TALK TALK

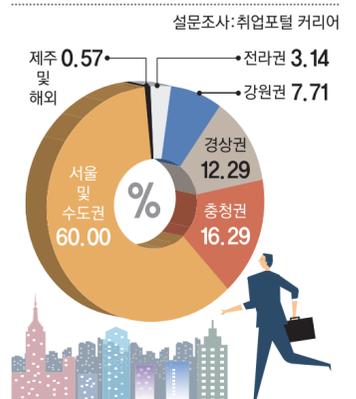
● “현대모비스의스틱스 매각에 책임있는 분들이 책임질 수 밖에 없는 실정” (장진석 현대상선 준법경영실장, 기자회견에서 15일 현장은 현대그룹 회장과 전직 임원 5명을 배임 혐의로 검찰에 고소한 것에 대해)

● “2013년 비트코인 급등, 시세조작 배후에 두대의 로봇 있었다” (美 정보기술매체 ‘테크크런치’, 2013년 비트코인이 566% 이상 급등할 때 시세조작을 마커스와 윌리라는 두 개의 봇(소프트웨어)이 했다)

데이터 경제

구직자 10명중 7명 “취업만 된다면 타지생활도 OK”

취업포털 커리어가 구직자 489명에게 ‘취업 이사’라는 주제로 실시한 설문조사에서 응답자의 71.6%가 ‘타지에 취업할 생각이 있다’고 답했다. 거주 지역별로 보면 서울 및 수도권(60%)이 가장 많았고 이어 충청권(16.3%), 경상권(12.3%), 강원권(7.7%) 등이었다. ‘타지에 취업을 하게 된다면 통근 방법은’이란 질문에는 ‘기숙사/사택 입주’(49.1%)를 꼽은 응답자가 절반 가까이 됐다. 반면 현재 사는 곳에서 대중교통으로 출퇴근(32.9%) 하겠다는 답변도 적지 않았다.



“편한 곳에서 여유롭게”... 여행에도 ‘소확행’ 경향 뚜렷

(직지만 확실한 행복)

익스피디아 설문조사, 일상속 여행 선호

서울대 소비트렌드 분석센터가 2018년의 소비 키워드로 꼽은 ‘소확행’(小確幸)이 올해 여행에서도 주목할 트렌드로 꼽히고 있다. 글로벌 온라인 여행사 익스피디아가 20대부터 50대까지 남녀 500명을 대상으로 실시한 설문조사 결과 해외여행에서 유명 관광지나 도시 랜드마크를 방문하는 것(42.8)보다

동네 산책, 카페 투어 등 여유로운 일상을 즐기는 여행(52.2%)을 더 선호하는 것으로 나타났다. 이런 추세는 특히 30대에서 강하게 나타났다.

‘소확행’은 직지만 확실한 행복을 추구하는 것을 표현한 말로 일본 작가 무라카미 하루키가 자신의 수필집에서 사용하면서 알려졌다. 거창한 계획이나 강렬한 느낌보다는 일상의 여유와 소소한 재미에서 행복을 찾는다는 점

에서 지난해 생활용품과 라이프스타일에서 큰 붐을 일으킨 덴마크의 ‘휘게’, 스웨덴의 ‘라곰’, 프랑스의 ‘오감’ 등과 비슷하다. 여행 부문에서 ‘소확행’ 경향은 한 번에 최대한 여러 곳을 돌아보기 보다 한 지역에 머무르며 최대한 현지 분위기를 느끼고 그곳 삶에 젖어드는 것을 추구하는 ‘모노 데스티네이션’(Mono Destination) 여행이 느는 것에서 발견할 수 있다. 또한 대도시나 유명

관광지 보다 덜 알려지고 붐비지 않는 소도시 여행이 주목받는 것도 이런 경향이 반영된 모습이다.

한편 이번 익스피디아 조사에서는 58.8%의 응답자들이 올해 1분기 내에 여행을 갈 것이라고 밝혔고, 특히 1월에 올해 첫 여행을 떠나겠다는 사람도 27.4%나 됐다. 또한 올해 계획하는 여행 횟수는 평균 3.3회로 여성(3.5회)이 남성(3.2회)보다 높았다. 연간 여행 경비는 총 100~200만원(24%)이 가장 많았고, 이어 100만원 미만(20%)이 뒤를 이어 많은 사람들이 알뜰한 여행을 계획하는 것으로 나타났다. 김재범 기자 oldfield@donga.com

“대형마트서 전기차 산다”...이마트 스마트모빌리티 대중화 나서

M라운지 확대...전기자동차 ‘D2’ 등 갖춰

이마트가 스마트모빌리티 대중화에 나선다. 지난해 3월 서울 영등포점에 첫 선을 보인 스마트모빌리티 편집매장 M라운지(사진)를 부산·대구·광주 등 전국 점포로 확대한데 이어, 최근 신제주점과 성수점에 팝업 매장을 구성했다.

M라운지는 이마트가 직접 개발한 ‘페달렉’을 비롯 ‘만도콧루스’, ‘마스갈리’ 등 유명 전기자전거 브랜드부터 ‘에어휠’(전동휠), ‘아이보트’(전동킥보드) 등을 판매하는 전문 매장이다. 또 대형마트에 등장한 자동차로 화제를 모았던 2인승 초소형 전기차 ‘D2’도 예약 접수를 받고 있다. D2는 1회 충전(완속충전기 220V 기준, 6시간 완충)으로 최대 150km 가량 주행 가능하다. 실 구매가는 이달 말 전기차 보급활성화 정부시책에 따른 보조금 정책이 확정되면 지자체별 편차를 감안해 1300만~1400만원대에



형성될 전망이다. 허준석 이마트 스포츠 바이어는 “전기차와 전기자전거 등 친환경 이동수단이 각광받고 있어 스마트모빌리티 대중화에 적극 나서고 있

다”며 “3월부터 ‘자전거 이용활성화에 관한 법률’이 시행되면 만 13세 이상이면 누구나 전기자전거 이용이 가능해져 관련 수요가 더욱 늘어날 것”이라고 했다.

정정욱 기자



곤지암리조트, ‘세계 눈의 날’ 이벤트

경기도 광주 서브원 곤지암리조트는 ‘세계 눈의 날’을 맞아 21일부터 26일까지 ‘세계 눈의 주간’(World Snow Week)을 진행한다.

‘세계 눈의 날’은 2012년 세계스키연맹이 세계 어린이들에게 눈에 대한 즐거움과 생애 첫 스키 체험을 경험토록 지정한 날로 매년 1월 셋째 일요일 33개국에서 동시에 진행되고 있다. 지난해에 이어 올해 2회째 참여하는 곤지암리조트는 국내 최초로 세계스키연맹이 주관하는 ‘bring 칠드런 투 더 스노우’(Bring Children to the Snow) 캠페인 인증을 받았다.

올해 ‘세계 눈의 날’인 21일에는 리프트권을 구매한 부모님 동반 어린이 고객에게 선착순으로 라바 털모자를 선물하고, 26일까지 가족 세대 프로모션을 실시한다. 또한 길이 110m, 폭 40m의 눈썰매장을 라바 캐릭터로 꾸민다. 23일에는 경기도 광주시 저소득층 어린이 80명을 초청 ‘어린이 사랑 스키캠프’를 개최한다. 스키캠프에는 대한민국 최초 동계올림픽 스키 국가대표였던 임정순 원로(88) 등 스키원로들이 일일스키 강사로 나선다. 김재범 기자

편필 | 신하늬 기자

설화수, 안티에이징 ‘자음생수’ 출시

아모레퍼시픽 설화수가 노화방지 기초라인 ‘자음생수’와 에멀전 ‘자음생수액’(사진)을 내놓았다. 설화수 대표 제품인 자음생크림과 동일 라인에 자음생수와 자음생수액을 추가해 보습, 영양, 탄력케어까지 노화방지 기초 자음생 라인을 강화했다. 자음생수는 오일을 바르는 듯한 매끄러운 질감으로, 자음생수액은 피부에 부드럽게 발리면서도 흡수 후에 산뜻한 느낌이 특징이다. 두 제품 모두 인삼의 수분과 영양 성분을 응축시킨 증수수를 담아

피부에 농밀한 수분과 영양을 공급하고 촉촉하고 탄탄한 피부 바탕을 선사한다. 정정욱 기자

롯데리아, ‘AZ버거’ 판매 1천만개 돌파

롯데리아가 지난해 7월 선보인 정통 오리지널 버거 ‘AZ(아제)버거’가 판매 1000만 개를 돌파(사진)했다. 롯데리아 AZ버거는 저온에서 12시간 발효한 통밀발효효 효모를 사용해 만든 브리오쉬빵과 풍부한 육즙을 지닌 패티에 훈연향을 입혀 풍미를 더한 제품이다. 롯데리아는 AZ버거 판매 1천만개 돌파를 기념해 16~18일까지 3일간 ‘AZ 오리지널’ 제품을 정상이 대비 약 40% 할인한 3900원에 판매한다. 원성열 기자

지난해 한국인 일본 관광객 700만 넘어

일본정부관광국(JNTO)에 따르면 2017년 방일 한국인 여행자는 714만200명으로 집계됐다. 이는 2016년 509만302명에 비해 40.3% 증가한 것으로, 1년 사이에 200만명 이상이 늘어난 수치다. 특히 2017년 12월은 67만8900명을 기록해 일본 한국인 관광객 월별 역대 최고 기록을 경신했다. 기존 기록은 같은 해 7월의 64만4026명인데, 12월에 무려 3만 명 이상 늘었다. 일본은 지난해 전체 방일 여행객(인바운드) 숫자에서도 2869만9000명을 기록했다. 이는 일본정부관광국이 방일 통계를 집계한 1964년 이후 가장 많은 숫자이다. 김재범 기자