



더 늦기전에

무엇인가에 쫓기는가 싶더니 한 해가 추억속으로 훌쩍 사라지고 2004년으로 역사의 바통이 이어지고 있다.

과거에는 한 세대를 통상 30년 정도로 구분해 왔는데 요즘에는 시대변화의 속도가 빠르다 보니 10년정도로 짧아지더니 시쳇말로 3개월로 세대차이를 느끼게 된다는 극단적인 표현까지 나돌고 있다.

이와함께 세대간의 오해나 갈등의 골이 깊어지고 있는 것 같아 안타까움을 자아내고 있는 실정이기도 하다. 특히 인터넷에서의 세대구분은 그 어느것 보다 확연하게 나타나고 있다.

10대, 20대 연령층에서 사용하는 은어는 40대 이후 세대에서는 거의 알아 들을 수 없는 정도이고 맞춤법은 아예 무시한 채 소리나는대로 쓰고 아무렇게나 줄여서 쓰는 어휘는 우리말이나 문법을 기초부터 뒤 흔들고 있다. 심지어는 부호를 사용하여 거의 암호수준의 기호로 의사소통을 하고 있는 청소년들이 늘고 있어 심각한 실정인데도 교육계나 언론에서도 이를 하나의 시대흐름으로 보고 수수방관(?)하는 듯한 자세를 보이고 있어 아쉬움을 더해주고 있다. 또한 최근에는 각종 정보가 우리 주변에서 넘쳐 흐르기 때문에 정확하고 유익한 검증된 정보를 얻는 일도 쉽지않게 되었다.

이미 알려진대로 인쇄물 소비시장은 다품종 소량화 추세로 접어들었지만 인쇄인들 또한 다양한 경영여건과 전문화되는 인쇄분야의 이윤배반적인 환경속에서

취사선택의 결정을 빨리 내려야 하는 부담이 가중되고 있는 현실이다.

사실 사업방향 구상이나 생산, 인사, 자금관리 등 어느것 하나 쉬운일은 없다.

그렇다고 해서 지금까지 해 오던 관습대로 기업을 경영하기도 어려운 실정이므로 신중하면서도 정확한 예측이 요구되고 있는 중요한 시기이기도 하다.

식상한 표현으로 들릴지는 모르지만 “늦었다고 생각할 때가 가장 빠른 때”라는 격언대로 ‘총론’을 명확하게 선 긋고 ‘각론’을 정교하게 가다듬는 경영방식이 합리적일지도 모른다.

해가 바뀌었지만 인쇄업계가 안고 있는 과거 문제점은 새해에도 그대로 인수인계 되었다고 해도 틀린 말은 아닌 듯하다. 이제는 실행이 뒷받침되지 않는 결론만 얻으려고 할 것이 아니라 문제 해결을 위해 인쇄인 한사람 한사람이 스스로 앞장서고 변화해야만 한다. 인쇄인 중에 인쇄업계의 문제점을 모르는 이

는 아무도 없을 것이다.

지나치게 자신의 주장을 앞세운다거나 남이 하면 ‘블론’ 자신이 하면 ‘로맨스’ 라는 식의 구부러진 잣대도 치워 버려야만 인쇄업계의 수레바퀴가 더욱 곧은 길로 걸을 수 있을 것으로 보인다.

새해에는 우리 자신에서부터 문제의 실마리를 풀어나가는 계기가 마련되기를 기대해본다.

“새해에 복 많이 받으십시오”

〈오세익 · 편집주간〉