



MZ세대

포스트 코로나를 준비하다

2021년 MZ세대 트렌드 키워드

정리, 편집부 자료, 대학내일 20대연구소

MZ세대는 두 세대를 지칭하는 용어가 합쳐진 단어로, M인 '밀레니얼 세대'는 1980년대 초반부터 1990년대 중반까지 출생한 세대를, Z인 'Z세대'는 1990년대 중반부터 2000년대 중반까지 출생한 세대를 뜻한다. 이들은 IT 기술 습득력과 활용력이 높아 이를 일상 속에서 다양하게 활용하며 소통한다. 그렇다면 2021년을 주도할 MZ세대의 트렌드는 과연 무엇일까?

SNS와 디지털을 적극 활용하는 세대

#인플루언서들

인플루언서들이란 Influence와 Able의 합성어로 '영향력을 미칠 수 있는'이라는 의미를 가진다. MZ세대는 SNS에 업로드한 글 하나가 사회 변화를 이끄는 원동력이 될 수 있음을 몸소 경험하고 있는 세대로, 평소에는 가볍고 주변에 무관심해 보일지라도 필요하다고 생각되면 실천으로 옮기는 것을 주저하지 않는다. 같은 생각을 지닌 연대를 즐기기도 한다. 이는 코로나19라는 위기상황을 견디고 적응해나가는 가운데 더욱 두드러지는 특징이며, 이들은 SNS와 디지털을 활용해 자신들의 일상을 단단히 구축하고 사회 변화까지 이끌어낸다.



일상을 가꾸며 자신을 돌보는 세대

#일상력 챌린저

MZ세대에게 있어 외부의 자극과 위험을 이겨내고 건강하게 일상을 살아내는 '일상력'은 매우 중요한 문제다. 통제할 수도, 예측할 수도 없는 자극과 위험 속에서 자신을 컨트롤하기 위한 하나의 방법인 셈이다. 또한, MZ세대는 다른 사람이 나를 어떻게 보는지보다 '내가 나를 어떻게 생각하는지'를 먼저 고려한다. 그래서 스스로를 돌보는 데 집중하며 몸과 마음의 코어를 단련시킨다. 코로나19로 인해 집콕 생활이 늘어가는 가운데 다양한 챌린지 문화를 만들어낸 것도 이와 같은 맥락이다. 어려운 상황 속에서도 즐거움과 재미를 잃지 않는 것이야말로 가장 MZ세대다운 특징이라 할 수 있다.

정당한 대가를 추구할 권리를 중시하는 세대

#선한 오지람

MZ세대는 이해관계에 놓인 모두가 손해 보지 않기를 바란다. 그래서 사회 전반에 일어나는 부당한 일이나, 도움이 필요하다고 판단되는 일에는 유난이다시피 앞장서며 변화를 요구한다. 꼭 어떠한 이익을 바라서가 아닌, 공존을 위한 '선한 오지람'인 셈이다. 실제 이러한 선한 관심으로 매일유업의 제품에서 일회용 빨대가 사라졌고, 온라인 수업을 기점으로 청각장애인에 대한 이해도를 넓히기도 했다. 이들은 자신이 존중받는 만큼 타인을 존중해야 한다는 것을 잘 알고 적극적으로 이를 추구하는 세대가 될 수 있다.

지속가능한 삶을 위한 대안을 찾는 세대

#세웬슈머

2020년 MZ세대의 소비 이슈는 중고, 로컬, 재테크였다. 이들은 '관찰은 일상을 미래에도 계속 유지할 수 있는지에 관심이 많으며, 환경, 동물권, 윤리, 공정과 같은 가치를 중요하게 생각한다. 따라서 이들에게 중고거래나 중고소비란 리사이클링이나 업사이클링이 아닌, '프리사이클링'이라 할 수 있다. 즉, 소비를 덜 할 수 있는 방법에 대한 고민이다. 하지만 소비를 줄이는 것 같다가도 자신이 가치 있다고 생각하는 일엔 지갑을 활짝 열기도 한다.

새로운 세계관을 만들어내는 세대

#컨셉친

작년 한 해는 '세계관'이라는 말이 대중문화를 이끌었다. 컨셉친은 Concept(콘셉트)와 親(친구)의 합성어로, 취향에 맞는 콘셉트를 가진 세계관 안에서 콘텐츠로 소통하는 것을 말한다. 강팜이 쉬고 있던 비를 공중파로 불러내고, 농심켈로그가 16년 전 체크 세계관을 소환한 것도 이러한 컨셉친 효과라 할 수 있다.