

## VI. 클릭! 미래 속으로(Clicking)

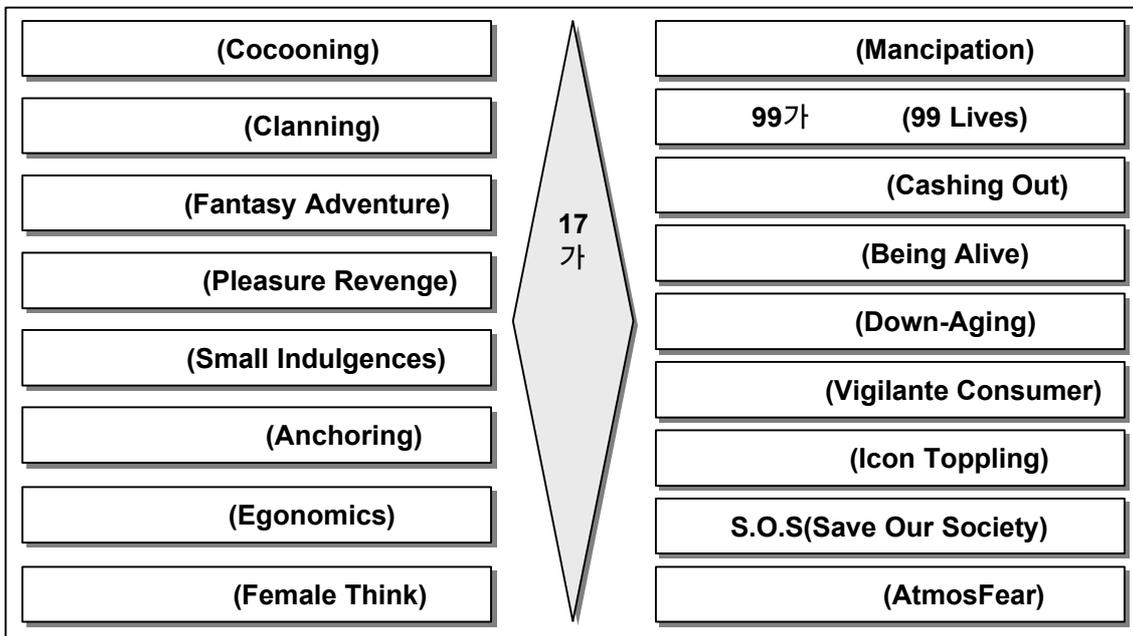
페이스 팝콘, 리스 마리골드<sup>1)</sup> 共著(한기찬 譯), 1999

### 1. 序論

멀게만 여겨졌던, 상상 속에서만 존재하던 21세기가 어느덧 우리 앞에 바짝 다가섰다. 미처 새로운 시대에 대한 준비를 못했던 사람이라면 앞으로의 세상에 대해 커다란 궁금증, 그로 인한 두려움을 지니고 있을 것이다. 이 책은 우리가 지니고 있는 미래에 대한 갈증을 어느 정도 해소해 줄 수 있을 것이다.

이 책의 저자인 페이스 팝콘은 이전에 발간한 '팝콘 리포트'를 통해 마케팅의 노스트라다무스라는 별명을 얻었다. 이 책에는 저자가 적어도 10년간은 지속될 것이라고 확신하는 17가지의 트렌드와 성공 사례, 다양한 아이디어 등이 종합적으로 정리되어 있다. 이 책을 통해 우리는 미래의 성공적인 직장 생활, 비즈니스 설계는 물론 미래의 인생을 준비하는 데 아주 신선한 통찰력을 얻을 수 있을 것이다.

<그림> 17가지 트렌드



1) 페이스 팝콘(Faith Popcorn)은 마케팅 자문회사인 브레인리지브의 대표이며, 리스 마리골드(Lys Marigold)는 그의 동료로 일하고 있다. 페이스 팝콘은 이미 1993년에 이 책의 전편이라 할 수 있는 「팝콘 리포트(The Popcorn Report)」를 저술한 바 있으며, 그 책에서는 10가지 트렌드를 제시하고 있다.

## 2. 17가지 트렌드의 주요 내용

### [Click 1] 코쿠닝(Cocooning) 트렌드 : 나의 안식처를 벗어나기 싫다

누에고치(Cocoon)처럼 보호막 안으로 칩거하려는 현상으로, 사람들은 위험하고 예측할 수 없는 외부의 현실 세계로부터 자신을 보호하기 위해서 안전하고 포근한 '가정 같은' 환경 속으로 파고든다.

### [Click 2] 유유상종 트렌드 : 가슴이 통하는 사람과 만나고 싶다

사람들은 가치관과 신념이 같거나, 관심사가 일치하는 이들과 어울림으로써 안락함과 든든함을 느끼고 싶어한다. '유유상종'은 서로의 취미나 생각, 열망이 같은 사람들을 이어주는 연결고리이다..

### [Click 3] 환상 모험 트렌드 : 짜릿하면서도 안전한 모험을 즐기고 싶다

사람들은 스트레스와 무료함으로부터 탈출하기 위해서, 본질적으로 큰 위험성이 없는 모험을 통한 흥분과 자극을 찾는다. 즉, 환상 모험은 약간의 스릴과 등골이 오싹함을 맛보고 싶어하는 것이다.

### [Click 4] 반항적 쾌락 트렌드 : 금지된 기쁨을 맛보고 싶다

이러이러한 것이 좋다는 소리를 듣기에 지친 나머지, 반항적인 사람들은 규칙과 규제를 무시한다. 반항적 쾌락 트렌드로 클릭하는 비결은 사람들에게 가끔씩 자기 과시를 하고 과도한 탐닉을 즐기는 방법을 마련해주는 것이다.

### [Click 5] 작은 사치 트렌드 : 때로는 부자처럼 산다

바쁘고 스트레스에 짓눌린 사람들은, 손쉬운 만족감을 얻기 위해서 자신의 능력 범위 안에서 사치를 누리으로써 자기 보상을 한다. 약간의 욕구를 충족시키고 심신이 새로워짐을 느끼는 짧은 순간이나마 부자가 된 기분을 느끼게 된다.

### [Click 6] 마음의 안식처 트렌드 : 지친 영혼을 위로해 줄 곳을 찾는다

사람들은 자신의 정신적인 뿌리로 내려가서, 과거에 안락했고 소중했으며 정신적 위안을 주었던 것을 통해 미래에 마음의 안정을 누리려 한다. 사람들은 한 때 생활에 의미와 질서를 부여해주었던 무형의 그 무엇인가를 찾고 있다.

### [Click 7] 개성 찾기 트렌드 : 60억 중에 단 하나뿐인 나를 표현하고 싶다

물개성적인 정보화 시대에 소외감을 느낀 사람들은 자신의 개성에 맞춘 제품과 서비스를 찾는다. '바로 나(me)', '나 자신(myself)', 혹은 '나(I)'라는 단어들인 개성 찾기 트렌드를 이끄는 추진력이다.

**[Click 8] 여성적 사고 트렌드 : 여성적 감수성이 세상을 바꾼다**

여성이 생각하고 행동하는 방식이 비즈니스에 큰 영향을 미침에 따라, 마케팅도 계급 서열 모델로부터 인간 관계 모델로 변하고 있다. '여성적 사고'의 원리는 21세기의 비즈니스와 사회의 모든 측면에 중대한 영향을 끼치게 될 트렌드이다.

**[Click 9] 남성 해방 트렌드 : 남자에게도 올 수 있는 자유가 있다**

남성들이 전통적인 역할을 거부하고, 새로 얻은 자유를 만끽하면서 무엇이든 스스로 원하는 삶을 살고자 한다. 남성 해방 트렌드는 획일적 사고방식을 거부하고 모든 사람은 각기 고유한 존재라는 것을 인정하는 것이다.

**[Click 10] 99가지 생활 트렌드 : 몸이 열두 개였으면**

갈수록 바빠지는 생활 속에서 시간의 압박에 대처하기 위해서, 사람들은 일인다역을 수행해야 한다. 사람들은 미치광이 같은 99가지 생활을 반으로 뚝 잘라서 보다 여유있고, 보다 차분하고, 보다 행복한 '49.5가지 생활'로 돌아가고자 한다.

**[Click 11] 행복찾기 변신 트렌드 : 다 버리고 나만을 위해 산다**

스트레스에 지친 사람들은 보다 소박한 생활 속에서 진정한 행복을 찾는다. 오랜 세월 동안 우리는 '더 많이, 더 크게, 더 좋게, 그리고 더 빠르게'를 지향해 왔다. 그러나 이제는 그렇지 않다. 오늘날 우리는 더 작은 것을 원한다.

**[Click 12] 건강 장수 트렌드 : 죽을 때까지 청춘으로 살고 싶다**

수명이 길어진 오늘날에는 단지 '살아있는 것'의 의미를 넘어 '건강 장수'를 영위하는 것이 더욱 중요해졌다. 우리는 더 이상 장수라는 것 자체에만 관심을 갖지 않는다. 현재 우리의 삶의 질과 가치를 높이고 싶어한다.

**[Click 13] 젊어지기 트렌드 : 행복했던 어린 시절로 돌아갈 수 있다면**

사람들은 천진난만하던 어린 시절을 그리워하며, 성인으로서의 생활에 따르는 치열함을 상쇄시키기 위해 젊음의 상징을 추구한다. 사람들은 나이에 대한 고정 관념과 그 한계 속에서 살기를 거부한다.

**[Click 14] 소비자 감시 트렌드 : 기업은 소비자를 위해 존재할 뿐이다**

시장에서 좌절감을 느끼고, 종종 분노에 찬 소비자들은 압력, 항의, 정치를 통하여 시장에 영향을 미친다. 소비자들은 스스로의 이익을 보호하고, 소비자들을 우습게 보는 회사나 집단들을 감시하기 위해 나섰다.

**[Click 15] 이상 파괴 트렌드 : 과거의 명성은 과거의 것일 뿐이다**

회의적으로 되어버린 사람들은 오랜 세월 인정받아 오던 기업, 정부, 유명인사, 협회 등 기념비적인 존재들을 언제라도 무너뜨릴 수 있다. 이상 파괴는 오랜 세월 동안 우리의 사고 방식과 생활 방식을 지배해온 시스템과 제도의 실패를 뜻하는 것이다. 사람들은 시민으로서, 소비자로서 신뢰를 원한다.

**[Click 16] S.O.S 트렌드 : 위험에 빠진 지구를 지켜라**

환경 오염의 위험에 대한 집단 인식이 뿌리내리고 있다. 지구의 운명을 걱정하는 사람들은 윤리적, 환경적, 교육적 측면과의 조화를 추구하며 사회적 양심을 보여주는 기업가에게 호응을 보낸다.

**[Click 17] 공포의 기류 트렌드 : 무엇 하나라도 안전한 것이 있는가**

대기오염, 수질오염, 유해식품 때문에 사람들은 의심과 불안감의 회오리 속으로 쓸려 들어간다. 무엇 하나라도 안전한 것이 있는가? 우리 머리 위에는 먹구름이 떠있고 우리는 그 그림자를 느끼고 있다. 그 구름이 바로 공포의 기류이다.

### 3. 結論

미래는 빨리 움직인다. 어떤 순간에는 비현실적인, 정신나간 아이디어처럼 보이는 것도 다음 순간에는 현실이 될 수 있다. '미래'는 뒷전에 얌전히 앉아서 인내심 있게 우리들이 깨어나서 행동하기를 기다려주지 않는다. 트렌드에 클릭함으로써 쓸데없는 것을 버리고 정말 중요한 무엇인가를 향해 방향을 돌려 소중한 시간을 절약할 수 있다. 우리가 건전한 아이디어에 대하여 측정하는 최선의 방법은 그것이 좋은지 나쁜지 혹은 새로운지 오래되었는지를 보는 것이 아니라, 트렌드에 맞는지 혹은 곧 구식이 될 것인지는 보는 것이다.

(정기봉 : kbj@hri.co.kr ☎ 3669-4063)