

FORUM



MICRO TREND REPORT

Vol.2 선을 넘다 : Beyond The Boundaries

TREND KEYWORD



Beyond The Boundaries

선을 넘다



LAB.M은 매월 FORUM.M과 연계하여 트렌드 리포트를 발간합니다.
밀레니얼이 주목하는 이슈와 현상을 분석하여 마이크로트렌드를 도출하고 관련된 다양한 마케팅 트렌드 및 비즈니스 인사이트를 제공합니다.

넘어야 할 선을 넘는 시대

“상식의 선”, “관계의 선”, “도덕적 선”...
사람들은 ‘선’을 넘는 것에 민감합니다.

특히 요즘 세대들은 정치적 올바름에 민감하며
‘지켜야 할 선’을 넘는 것에 대한 불편함을 여과없이 드러내고, 비난도 거침없죠.
우리에게 선을 넘는 것은 금기시 되어왔습니다.

하지만, 어떤 ‘선’은
갑과 을을, 주류와 비주류를, 완벽함과 부족함을 나누기도 합니다.

누가 그어 놓은 ‘선’인지도 모른 채,
때때로 그 ‘선’을 따르는 것이 불편할 때도 있지만,
여태 그래왔던 것처럼 그 ‘선’을 당연하게 지키고자 노력해왔습니다.

그런데, 우리는 어쩌면 남이 정한 틀과 기준인
‘상식의 선’, ‘완벽의 적정선’을 지키기 위해 발버둥 치며
[완벽함이 주는 불편함]을 당연하게 용인하고 있었던 것은 아닐까요?

이번 MICRO TREND KEYWORD는 ‘선을 넘다 Beyond the boundaries’입니다.

어떤 사람들은 ‘넘어야 할 선’을 넘음으로써
권위를 무너뜨리고,
일류와 이류, 삼류를 나누는 경계를 허물어
모든 것들이 꽉 막힌 틀에 짜여진 삶을 살아가는 이 시대 우리들에게 해방감과 쾌감을 주죠.

여러분의 기업이 넘어야 할 ‘선’은 무엇인가요?
또한 그 속에 지켜야 할 ‘선’은 무엇인가요?

이번 MICRO TREND REPORT를 통해,
여러분이, 혹은 여러분의 기업이 추구해 온 ‘적정선’에 대해 다시 한번 생각해볼 수 있는 기회를 가지시길 바랍니다.

CREW.M 일동



선을 넘다



FORUM



LEAD THE WAVE

TREND KEYWORD

권위의 “선”에 도전하다 : 워크맨 ‘장성규’, 자이언트펍tv ‘펍수’

- 장성규는 유튜브채널 ‘워크맨’에서 다양한 직업을 체험하며, ‘을’이 하고 싶은 말과 행동들을 보여주며 ‘지옥 문턱 앞에서 멈추는 드립’으로 <선남규>라는 별명을 얻음
- 유튜브채널 ‘자이언트펍tv’에서 ‘영성함’과 ‘하찮은’, 아마추어가 급조한 듯한 디자인의 캐릭터인 펍수가 거침없이 쏟아내는 발언들은 2030세대들에게 묘한 해방감을 주고 있음



세상의 모든 JOB것들을 리뷰한다

꼰대, 갑질 가뿐히 넘어주는 선남규 : 장성규



(건설현장 일용직 알바 일급을 센 후)
“1년 동안 한 푼도 안쓰고 모아도
래미안 아파트 한 평도 못사”

(사내단톡방을 운영한다고 자랑하는 상사에게)
“너무 사장님 입장만 생각 하시는 거 아니에요?”



성공한 한국의 크리에이터를 꿈꾸는 EBS 연습생 펍수

할말은 하는 EBS 불량 캐릭터 : 펍수



(오디션 결과를 나중에 알려주겠다고 하자)
“여기서 하세요!”

(캐릭터에 대해 조언하는 똑딱이에게)
“저는 제가 알아서 하겠습니다.
잔소리 하지 말아주세요”



‘을’이 ‘갑’에게 하는 선을 넘는 발언들

상사, 손님, 고용주 등 ‘갑’의 위치에 있는
사람들에게 현실에서는 하지 못할 말들을
거침없이 쏟아내는 그의 풍자 방식은 ‘앞에서는
아무 말 하지 못하고 뒤에서 분을 삭힐 수 밖에
없는 상황을 겪어본’ 밀레니얼 직장인들의
공감을 사 큰 인기를 얻고 있음



권위에 굴하지 않는 당당한 캐릭터

정덕현 대중문화평론가는
“꼰대 문화에 반기를 든 젊은 세대들에게 펍수의
말과 행동은 통쾌함 그 자체”라며
“특히 주로 교육 콘텐츠를 내놓는 EBS에서
반항적인 캐릭터를 내놓은 것도 반전의 재미를
줬다”고 분석함

상식의 “선”을 뒤집다 : B급 전성시대, 광철용 신드롬

- 원래 ‘B급 영화’에서 유래한 B급은 이제 주류에서 벗어난 하위문화로 대중의 지지를 받는 문화 콘텐츠를 통칭함
- ‘일류’만 추구 하는 사회 속에서 밀레니얼들은 ‘유치’, ‘허무’, ‘찌질’로 대변되는 B급에 열광함

A급보다 잘나가는 B급: B급 전성시대

- B급, 비주류문화가 정교하게 잘 짜인 A급 주류 문화를 위협하고 있음
- 더 멋있고 고급스러운 것이 대중의 취향이라는 불문율을 깨고 ‘삼류’스러움, 쓸고췌 (쓸데없는 고 퀄리티) 이 더 주목받게 됨



배우 조정석과 걸그룹 에이핑크의 손나은이 출연한 동원참치광고는 수능금지곡으로 불릴 정도로 중독성이 강한 멜로디와 B급스러운 언어유희를 활용한 '동원참치송' 으로 유튜브와 SNS 등 온라인에서 화제를 모음

가수 송가인이 출연한 '초월홍삼' 광고는 중독성 강한 멜로디의 '초월홍삼송'과 B급 그래픽 효과로 15초 분량의 유튜브 광고에서도 건너뛰기 버튼을 누르지 않고 영상을 모두 시청한 조회율이 30%에 달함



출처: 노컷뉴스

<타짜 1> 광철용의 재조명 : 광철용 신드롬

- <타짜 3> 개봉으로 <타짜1>을 다시 찾아보는 사람들이 많아지면서, 당시에는 부각되지 못했던 전형적인 건달 캐릭터인 광철용이 재조명 되고 있음
- 광철용과 그의 대사들은 밈(Meme) 트렌드와 결합되어 더욱더 확산됨

밈(Meme): 인터넷에서 유행어 · 행동 등 모방해 만든 사진이나 영상



"문고, 더블로 가",
"화란아, 나도 순정이 있다"
"마포대교는 무너졌냐. XX야"
"젊은 친구들, 신사답게 행동해"

- 광철용 캐릭터는 B급정서, 밈 트렌드와 결합되어 하나의 놀이문화가 됨
- 네티즌들은 극중 건달이자 깡패인 광철용 캐릭터를 두고 '자신을 무시하는 상대에게도 신사답게 행동하는 순정파', '미국에 아이언맨이 있다면 한국에는 아이언드래곤(철용)이 있다' 등 열광하는 모습을 보임
- 김교석 대중문화 평론가는 "광철용 캐릭터는 좌고우면 하지 않고 마초적인 성향의 캐릭터인데, 많은 사람들이 요즘의 무거운 분위기 속에서 예전 타짜 상영 당시에는 찾지 못했던 쾌감 등을 느낀 것 같다" 고 설명함

출처: 노컷뉴스, Chosun.com

지켜야 할 “선”은 지키다 : 포털 사이트 다음 ‘연예기사 댓글 서비스 잠정 폐지’

- 포털사이트 ‘다음’은 악플러들에 대한 대응으로 댓글기능을 2019년 10월 31일부로 폐지하였으며, 연관검색어 및 실시간 검색어 서비스도 개편계획을 발표함
- 댓글 서비스는 포털 내 트래픽을 다량 만들어내 회사 수익과 직결되는 부분임에도 불구하고, 더 큰 사회적 소명에 부합하기 위해서 결정했다고 밝힘

다음 ‘연예기사 댓글 서비스’ 잠정 폐지

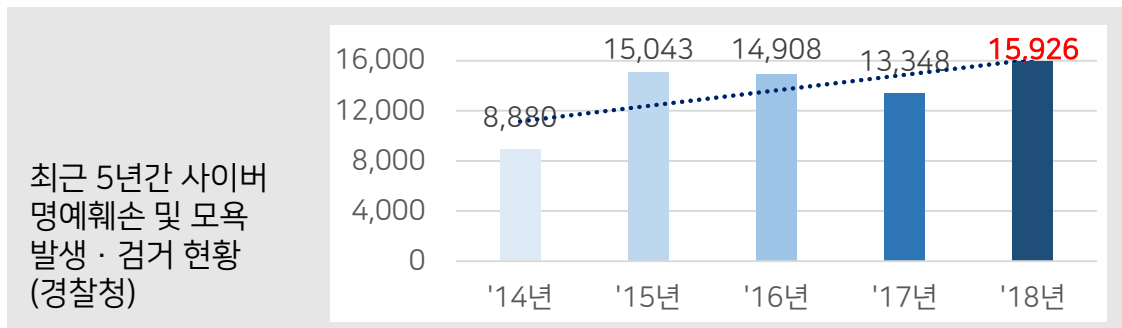
 연예뉴스 댓글 서비스를 잠정 폐지합니다

다음 카카오는 댓글 창이 "건강한 소통과 공론의 장을 마련한다는 목적에도 불구하고 그에 따른 부작용 역시 존재해 왔다"며

"오랜 시간 다양한 고민의 과정을 거쳐왔고, 그 첫 시작으로 연예 뉴스 댓글 서비스 잠정 폐지를 결정했다"고 밝힘

댓글: 표현의 자유를 넘어선 인격 모독의 부작용

경찰청 통계에 따르면, 2018년 한해에만 악성 댓글 등 인터넷 게시 글로 발생한 온라인 명예훼손·모욕 사건이 1만5926건에 이릅니다



출처: 다음(Daum), 리걸타임즈, BBC 코리아

해외에서는 어떻게?

- 댓글을 달 수 있는 기사를 선택적으로 한정하거나 댓글 창이 없는 미국
- 일본의 대표 검색포털 야후 재팬은 악성 댓글 점검, 미 표시, 삭제조치 진행



미국 대표 언론 뉴욕 타임스, 월스트리트 저널, 워싱턴 포스트는 기사 첫 화면에서 댓글을 볼 수 없게 해줬으며,

한번 클릭을 더 해야 댓글 창을 열 수 있게 설정함

또 뉴욕타임즈의 경우, 댓글을 달 수 있는 기사를 한정해 선택적으로 댓글 창을 제공하고 있으며, CNN 등 방송사 역시 댓글을 달 수 있는 기사를 한정해 선택적으로 제공함. 영국의 BBC, 가디언 등도 댓글 창이 없음



반면 일본의 사정은 한국과 비슷한데,

일본의 대표 검색 포털 야후 재팬 역시 댓글 창이 있고 다양한 댓글이 달림. 야후 재팬은 문제가 되는 댓글에 대응하기 위해 지난 6월부터 악성 댓글 점검, 미 표시, 삭제 조치를 진행하고 있음

권위의 “선”에 도전하다
상식의 “선”을 뒤집다
지켜야 할 “선”은 지키다

TREND



TREND KEYWORD

선을 넘다

밀레니얼 세대들은
기준에 정해진 “기준, 상식, 권위”의 틀을 깨는 콘텐츠에 열광한다.
하지만, 그 속에서도 “지켜야 할 선”에 대해서는 누구보다 엄격하다.

이러한 현상을 바탕으로
[선을 넘다:Beyond The Boundaries]를 이달의 트렌드 키워드로 선정함

FORUM



LEAD THE WAVE

TREND CONTENT

해당자료는 미리보기로 총 30페이지 중
9페이지만 제공합니다.

전체본은 FORUM.M 기업회원에게만 제공됩니다.

FORUM.M

강연? 맥주 한 잔 하며, 편안하고 즐겁게 즐기자!

‘밀레니얼 모멘트(millennial moment)’가 오고 있습니다.

1981~96년 출생한 밀레니얼 세대들은 베이비붐 세대(46~64년생)와 X세대(65~80년생) 이후 새로운 경제·사회적 세력으로 등장하여, 미래 비즈니스의 핵심 요소로 자리매김하고 있습니다.

KMA 한국능률협회는 대한민국 경제의 새로운 주역이자 산업을 견인해 나갈 밀레니얼 세대가 마케팅 이슈, 트렌드, 최신 콘텐츠를 학습하여 지속 성장해 나갈 수 있도록 2030세대 밀레니얼 직장인을 대상으로 **FORUM.M**을 운영합니다.

FORUM.M은 LAB.M과 연계하여 매월 마이크로 트렌드를 발굴하고, 이를 비즈니스 인사이트로 연결할 수 있는 강연을 여러분께 선사합니다. 트렌디한 이슈에 민감한 마케터, 전략·기획, 홍보 등 동일 직무의 분들과 이야기 나눌 수 있는 네트워킹 시간도 준비되어 있습니다. 또한 매월 발굴한 트렌드를 바탕으로 트렌드 리포트를 발간 및 배포합니다.

우리만의 공간에서 우리를 위한 포럼인 FORUM.M을 즐겨보시길 바랍니다.

가장 트렌디한
강연

네트워킹
타임

매월 트렌드
리포트 발간

FORUM



LEAD THE WAVE

Published by. CREW. M

문의 | 박경만 디렉터 : kpark@kma.or.kr / 02-3274-9361
| 이지향 콘텐츠 매니저 : nicejh@kma.or.kr / 02-3274-9255
| 박아름 마케팅 매니저 : ar7173@kma.or.kr / 02-3274-9250

KMA 한국농률협회