

## C제너레이션과 초연결사회

2년 전, 페이스북에서 하나 둘 얼음물 양동이를 뒤집어쓰는 사진과 동영상의 유행이 시작됐다. 빌 게이츠 마이크로소프트 공동창업자, 마크 주커버그 페이스북 최고경영자, 가수 저스틴 팀버레이크 등 유명인들이 얼음물을 뒤집어 쓴 모습도 볼 수 있었다. 미국 ALS(근위축성측색경화증) 재단이 난치성 질환인 루게릭병을 대중에게 알리고 환자 치료에 필요한 기부금을 모으기 위해 시작한 캠페인 '아이스 버킷 챌린지(Ice bucket challenge)' 이야기다.

캠페인 방식이 재미있고 신선하다고 생각했는데 순식간에 우리나라까지 퍼져 연예인, 정치인, 운동선수는 물론 일반인까지 얼음물 뒤집어쓰기 대열에 참가했다. 몇 주 사이에 엄청난 기금이 조성됐고, ALS에 대한 인식이 높아져 루게릭병의 예방과 치료를 지속적으로 도울 수 있게 됐다. C제너레이션이 누구이며, 어떤 행동을 하는 지 잘 보여주는 사례를 고민하던 중 이 캠페인이 떠올랐다.

구글에 따르면 C제너레이션은 단순히 나이가 아니라 행동지향적 특징들로 구분되는 집단이다. 의사 표현에 적극적이고, 정보를 활발하게 공유하며, 타인과의 연결성을 무엇보다 중요시한다. 실제로 만난 적이 없는 사람들과도 온라인상에서 대화를 주고받으며 강력한 집단을 형성하는 이들은 정보를 수집하고 전파하는 기존의 방식에도 엄청난 변화를 가져오고 있다. 다양한 의견을 모아 분류하는 것 뿐만 아니

라 전 세계에 걸쳐 가상의 팀을 소집하고 확산시키는 능력도 갖추고 있다.

'초연결(Hyper Connectivity)'은 캐나다 사회과학자인 아나벨 퀴안-하세가 처음 정의했다. 네트워크로 연결된 조직과 사회에서 이메일, 메신저, 휴대전화 등 다양한 방법을 통해 인간과 인간의 상호 소통이 다차원적으로 확장되는 현상을 설명하기 위한 용어다. 사물인터넷(IoT)의 등장으로 초연결의 범위는 사람과 인터넷을 넘어 모든 사물들로 그 의미가 확대되고 있고 '초연결사회', '초연결경제'라는 단어도 등장했다. 이런 단어의 등장에서도 C제너레이션의 특징을 읽을 수 있다. 언제 어디서나 '연결'되는 C제너레이션은 이제 생활의 모든 주변을 연결의 대상으로 바라보며 전 산업과 서비스에 영향을 미치고 있다.

이들을 사로잡기 위해서는 어떤 전략이 필요할까. 경영학의 구루이자 마케팅의 대가인 필립 코틀러는 '마켓 4.0'에서 '세계에서 인구가 가장 많은 국가는 중국이나 인도가 아니라 가입자 16억 5000만 명의 페이스북'이라고 적고 있다. 언제 어디서든 연결된 '초연결자'들을 한 나라의 국민으로 생각하고 마케팅을 해야 한다는 게 그의 주장이다. 그리고 "지금까지의 모든 경험과 이론은 잊으라"고 조언하고 있다. 초연결사회, 콘텐츠산업에서도 C제너레이션과 의미 있게 연결되는 방법에 대한 고민이 필요하다. ❶

# NEX+ CONTENT CONFERENCE 2017

2017. 10. 23. - 24.  
Coex, Seoul, Korea