

# 갈라진 세계 : 2017년 PR 전망

세계 PR산업의 새해 전망을 이야기하면서 미국 신임 대통령에 관해 언급해야 한다는 일은 그리 흔치 않을 것이다. 그러나 그것이 2017년의 현실이다.

2017년 1월 20일 전세계 모든 눈이 미국 워싱턴 국회의사당에 집중되었을 것이다. 도널드 존 트럼프 제45대 미국 대통령 취임식이 거행되었기 때문이다. 그의 취임사에서 올해는 물론 향후 4년간 세계가 나갈 방향에 지대한 영향을 미칠 기본 방향이 시사된다. 다만 영향에 대한 전망은 앞으로 지속적으로 나타날 것이다.

도널드 트럼프 대통령의 정책이 PR에 미치는 영향이 컸고, 앞으로도 클 것이다. 그것은 지난 1월 10일 뉴욕 트럼프 타워에서 오랜만에 가진 기자회견에서 역력히 드러났다. 질문을 던진 CNN 기자가 위협을 느낄만큼 “당신은 안 돼(Not you)”를 외치며 기자의 질문 기회를 거부하는 그의 태도에서 분명해졌다. 2017년 미국을 중심으로 한 세계 PR산업 전망과 관련된 사항을 TIME지 1월 16일 기사와, 하바스(Havas PR/미국), 케참(Ketchum) PR, 그리고 PR회사인 웨버샌드윅(Weber-Shandwick) 사장의 전망을 중심으로 검토해 보기로 한다.



▲ 2017년 제45대 미국 대통령 및 TIME이 뽑은 올해의 인물 표지

## 헤드라인으로 본 2017년 PR

먼저 2017년 PR산업의 전망을 발표한 세 PR회사의 글 헤드라인과 TIME지의 전망부터 보기로 한다.

“예기치 못할 미래 -  
2017년의 향방을 형성할 추세”

- 하바스 PR(미국) 사장 마리안 쉴프맨(Marian Salzman)



“정상(正常)이란 없다는 것이 새로운 정상이다.”

- 케참 PR 회장/CEO 로브 프래허티(Rob Flaherty)



“위기 보고, 2017년 톱 글로벌 위험 -  
지정학적 후퇴의 해”

- TIME 2017.1.16일자 보도



“현기증을 일으킬만한 변화의 발걸음이  
2017년의 PR산업을 규정할 것이다.”

- 홀츠(Holmes) 리포트가 보도한 웨버샌드윅 PR회사 사장 앤디 폴란스키(Andy Polansky)



헤드라인에 80%의 돈이 들어간다는 광고의 거장 데이빗 오길비의 말처럼 PR이든 광고든 헤드라인은 말하려는 내용을 가장 집약해서 표현한 것이다. 충격적인 것은 작년 세계 3위 PR회사인 케참(Ketchum) 회장의 말이다. “현기증을 일으킬” 해가 2017년 PR산업의 전망이다. 어둡다는 것이 아니라 예측할 수 없는 해가 금년이라는 것이다. 미국 시사주간지 TIME은 트럼프 대통령을 이 해의 인물로 뽑았다. 표지에는 그의 사진이 실렸다. 그리고 “DONALD TRUMP - PRESIDENT OF THE DIVIDED STATES OF AMERICA”이란 9개 낱말의 제목이 있다. 사진을 자세히 보면 무언가 노려보는 듯한 트럼프 대통령 얼굴이 있고, 그

의 머리가 'M'자 밑에 있는데 마치 머리 위에 뿔이 돋은 것 같이 보이기도 한다. 스산한 표정인 것도 사실이다. TIME지의 여덟 가지 전망을 보면 우리나라와 직접 관련이 있는 것도 포함되어 있다.

**TIME의 전망**

첫째가 '예측 불가한 미국'이다. 세계 유일의 초강대국 미국이 자국 이익 제일주의를 들고 나왔다. 그 결과 아시아와 유럽의 동맹국들은 주춤하고, 러시아와 중국은 기회를 살피게 될 것이다.

둘째 중국의 과잉행동이다. 미국과 중국의 긴장이 일어날 가능성이 있는 문제, 즉 북한, 대만, 홍콩, 동남 중국해협 등은 2017년을 위협한 해로 만들 가능성이 있다. 이 문제는 미중간의 문제일 뿐더러 중국과 관련된 여러 나라의 위기가 될 수도 있는데, 한국도 포함된다.

셋째 유럽의 세력 공동화(空洞化)다. 핵심적 역할을 하는 독일 메르켈 수상이 승리하더라도 이전보다 약화된 정권이 될 것이며 유럽에 강력한 리더십 공동화가 우려된다.

넷째는 경제부진현상으로, 인도와 멕시코는 제 몫을 다했지만 유럽의 프랑스와 독일은 선거 결과를 기다리는 중이다. 그리고 중국은 대개 10월에 결정되는 중앙정치국원 정년 은퇴 및 충원이 있는데, 실질적으로 중국 정치를 지배하는 공산당 정치구 구성은 시진핑 정권과 차기 정권에 대한 예측까지도 관련되는 중요한 일을 앞두고 있다. 따라서 중국 경제는 이러한 정치적 배려로 안정우선정책을 택하게 될 것이다.

다섯째는 중동 지역의 문제인데, 새로운 커뮤니케이션 기술의 발달로 성년 대중의 외침이 강해질 것이다.

여섯째 독립기구인 미국 중앙은행이 정치의 희생양이 되어 장래 정책결정에 정치적 영향력을 미칠 것이라는 우려이다. 비단 미국뿐 아니라 영국과 독일에서도 중앙은행 정책에 대한 비난이 일고 있다.

일곱째는 트럼프 정부와 실리콘밸리의 상충하는 입장이 잠재적인 충돌의 가능성을 지니고 있으며, 마지막이 불안정한 터키 정치 상황이다.

흥미 있는 것은 앞에서 언급한 TIME지 표지 문구가 'United States'가 아니라 'Divided States'라고 한 부분이다. 이

를테면 '합중국(合衆國)'이 아니라 '분중국(分衆國)'이라는 말이 되었다. 유명한 Think Tank인 퓨(Pew) 리서치센터가 트럼프 대통령 취임식 하루 전인 1월 19일 발표한 자료를 보면, 현재 미국인의 86%는 미국이 정치적으로 갈라져 있다고 대답했고, 겨우 12%만이 그렇지 않다고 했다. 2009년에는 거의 비슷한 45%대 46%였다.

**PR회사 3가지 전망**

PR회사 가운데 케참(Kechum)과 하바스(Havas)의 전망은 2017년이라는 연도를 고려한 타인지 각각 17가지를 제시했고, 홈즈리포트(Holmes Report)에 나오는 웨버샌드릭은 8가지를 제시했다. 표현만 다를뿐 크게 3가지로 구분해 볼 수 있다. 첫째는 트럼프 대통령 관련 사항이고, 둘째는 기술, 셋째가 사회 일반이다.

**트럼프 대통령이 관련되는 사항**

• 케참의 전망

1) 언론보도, 여론조사, 사회 지도층의 발언 등 모두가 빛나가고 트럼프가 대통령으로 당선된 데에서 생기는 지식층에 대한 존경 상실

2) 가장 일 잘하는 지도자가 가장 완전한 인간이 아님을 잘 알고 있다. 오늘날의 지도자는 불완전하나 열성적이며, 잘못은 시인하고, 보통 사람을 이해하고, 세상을 보는 오디언스와 소통하는 사람이어야 한다.



▲ 케참의 Trends 2017 표지

3) 기존 사회제도 지도층의 권위 상실로 기업이 자기입장을 밝혀야 할 때가 올 것이다.

4) 시장조사는 빈사상태이고, 인구통계학적 불가지론 마케팅 시대(Era of Demographic- Agnostic Marketing)가 도래했다.

5) 사이버 공격은 대개 돈을 벌기 위한 것이었으나 이제는 달라져 혼란을 조성하기 위해 사이버 공격을 하게 되었는데, 그 책임이 기업에 있다고 소비자가 생각하게 될 수 있다.

6) 물론 정확한 데이터는 신뢰하지만 데이터에 대한 분석이 문제이다.

7) 의도적인 거짓말을 사실이라고 주장하고 나서 자기가 목적하는 바를 달성하는 정치의 시대가 되었다. 정치가 뿐 아니라 기업도 이것을 따르게 될 수 있다.

8) 정치적인 격동에 뒤이은 현실에서 탈출하는 시대가 오게 된다. 1950년대 록앤롤 음악의 유행이 그런 현상이다.

9) 정치적으로 분단된 사회에서는 스포츠가 탈출구가 된다.

10) 아울러 복잡한 세계에서 자기가 원하는 곳을 찾아서 떠나려는 현상이 나타난다.

### • 홈즈 리포트 & 웨버샌드윅의 전망

1) 트럼프의 승리는 소셜 미디어가 얼마나 중요한가를 보여준다.

2) 허위 보도와 오보는 정치에만 있는 것이 아니라 기업에도 같은 현상이 발생할 수 있다.

3) 무례한 행동이 범람하는 것에 반대해서 예의 바르고 공손함이 더욱 중요해진다.



## Andy Polansky: Dizzying Pace Of Change Will Define PR Industry In 2017

▲ Holmes Report – Andy Polansky

### • 하바스의 전망

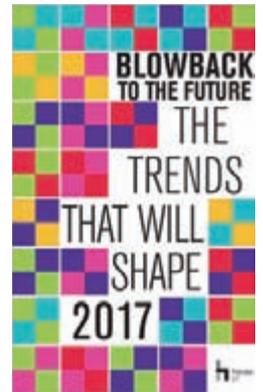
1) 트럼프 대통령의 승리와 영국의 유럽연합 탈퇴는 세계가 '비등점(沸騰點)'에 이르렀음을 상징한다.

2) 방송의 에코 챔버(Echo Chamber)처럼 거짓말이 메아리처럼 확산하는 시대가 되었다.

3) 모든 매체 보도, 각종 여론조사, 지도층의 발언 등이 모두 어긋난 결과, 사람의 속마음을 찾아내려는 일종의 민족지학적(Ethnographic) 접근의 중요성이 대두한다.

4) 최신 기술을 이용한 사회조사의 실패 결과, 기술에 대한 의구심 대두한다.

5) 사회 통념 파괴 : 공개석상에서 금기처럼 되어왔던 성적 표현이나 여성 비하, 외설 등의 표현이 거침없이 사용되어 사회 통념을 파괴한다.



▲ Havas 2017년 예측 보고 표지 그림 및 하바스 상표

간추려 보면 트럼프 대통령이 후보로 등장한 뒤부터 당선까지 그가 한 말과 행동은 기존 사회 통념을 파괴했다. 그 파괴는 결국 대통령 당선이라는 성공을 낳았는데, 이유 중 하나는 전통 언론에 대한 도전이었다. 일례로 트럼프는 캠페인 기간 중 뉴욕타임즈를 “무너져 가는(Failing) 언론”이라 했는데, 당선 후 뉴욕타임즈를 방문한 자리에서는 “세계의 진주”라고 격찬했다. 지난 1월초 뉴욕 트럼프타워에서 가진 첫 기자회견에서는 러시아의 해킹관련 자료를 공개한 버즈피드(BuzzFeed) 온라인 매체를 “무너져 가는 쓰레기덩이”라고 불렀다. 1월 중순에는 백악관 내의 기자실을 옮긴다는 말까지도 나왔다. 그의 이런 행보는 모든 전통 언론 불신, 지도층 권위 상실, 거짓말 난무, 거짓말 전달의 도구로 이용된 페이스북, 구글 등의 진실성 실추 등 수많은 결과를 가져왔다. 그리고 PR산업은 앞에 인용한 헤드라인에서처럼 예측불가의 시대를 맞게 되었다.

### 기술 관련 사항

1990년대 중반에 시작된 인터넷의 급속한 확산은 세계

를 24시간 줄곤 무소부재의 거미줄(Web)로 연결하게 되었는데, 이는 불과 지난 20여년 사이에 일어난 현상이다. 이제 세 PR회사가 내다본 2017년 전망 가운데 기술 관련에 대해서 묶어 본다.

1) 16-24세 세대의 주의를 8초에 끝난다는 조사 결과가 있다. 케참이 이 연령층에 대해 처음 사용한 젠지니얼(GenZennials) 세대인데, 24시간 사용하는 스마트폰과 약간의 TV, 그리고 데스크톱을 주로 사용한다.

2) 스마트폰의 보급에 따라 소비자는 상점에 가서 물건을 사는 것이 아니라 언제 어디서나 앉아서 사는 시대로 바뀌었다.

3) 인공지능(AI)의 확산에 따라 어떤 세탁기를 살 것인가를 Alexa(아마존이 2014년에 내놓은 음성인식 인공지능 비서)가 알려 주는 세상으로 바뀌어 가고 있다. 머지않아 로봇 의사가 등장하게 될는지 모른다. 그리고 가상현실(VR), 증강현실(AR) 마케팅 시대가 되었다.

4) 한편 하바스가 줄곤 주장해 온 휴대전화 전파와 인체 건강 문제가 점차 연구분야로 대두되고 있다. 특히 스마트폰 소유 인구가 세계 인구 75억 가운데 23.8억명, 즉 약 32%에 이르게 되자 이 연구분야에 대한 관심이 증가할 것이다.

5) 인터넷과 프라이버시의 관계가 하루이틀의 문제는 아니나 허위 보도와 오보의 범람, 특히 러시아의 미국 민주당 자료 해킹은 정치적인 문제에서 일반 사회 문제로 부상하게 되었다. 게다가 야후의 개인자료 도난 사건, 그리고 역시 허위 보도와 오보의 의도치 않은 전달 통로 역할을 한 페이스북과 구글도 말려들게 되었다. 이 문제는 트럼프 당선과도 관련됐다는 주장으로 번져 사회 문제가 되었다. 선거를 앞둔 독일에서는 허위 보도를 24시간 내에 없애지 않으면 그 보도를 한 회사, 예컨대 페이스북에 대해 1건당 52.3만 달러(약 6억원)의 벌금을 부과하겠다는 법안을 작성 중이다.

6) 상식처럼 되었지만 앞으로 데이터에 기초한 디지털 콘텐츠 전략을 세우고 분명한 목표를 가지지 않은 캠페인은 설 자리가 없어질 것이다.

7) 작은 화면의 모바일 매체의 중요성은 증대할 것이다.

되돌아보면 지금 PR산업이 당면한 위기와 기회는 태반의 경우 과학의 발달로 생긴 통신기술의 산물이다. 케참이 발표한 항목 가운데 '기술에 바치는 송가(An Ode to

Technology)' 항목이 있을 만큼 기술은 커뮤니케이션의 모든 것을 바꾸어 놓았으며 앞으로도 변화는 계속될 것이다.

### 사회 전반

다음으로 사회 전반의 변화와 관련된 내용인데, 이 문제와 관련된 사항은 하바스 PR(미국)이 가장 많이 제기했다. 사장인 마리안 설즈맨(Marian Salzman)은 저명한 여성 PR인인데, 그녀의 예측은 잘 들어맞기로 평평이 있다. 두드러진 사항을 들면 다음과 같다.

#### 1) 설탕, 육식 기피현상

건강에 대한 관심이 높아지면서 설탕 기피현상이 일어난 것은 세계 공통 현상이었다. 그 결과 설탕을 대치하는 인공감미료가 나왔는데 대체품이 설탕보다 더욱 좋지 않다는 논의가 일어났다. 우리나라의 경우 원두커피 소비는 증가하고 믹스커피는 줄어들었다. 미국 필라델피아에서는 설탕이 든 청량음료에 과세하는 법이 제정됐고, 몇몇 도시도 가세할 추세이다. 여기에 육식 기피가 또 다른 추세로 나타났다. 소득이 높은 나라의 경우지만 2009년 미국 인구의 1%만이 채식주의자였는데, 현재는 5%로 증가했고, 앞으로도 더 늘어날 추세이다. 다만 이와 관련해서는 고지방저탄수화물 HFLC(High Fat, Low Carbo)라는 새로운 주장이 수년전부터 특히 스웨덴에서 대두하고 있다.

#### 2) 명사의 옷차림

1930년대 중반에 미국의 명배우 클라크 게이블이 와이



▲ 저커버그의 옷차림

셔츠를 벗어 던지고 우람한 가슴을 보이자 와이셔츠 판매가 50%나 감소했다고 한다. 명사의 옷차림이 미치는 영향은 크다. 별세한 스티브 잡스의 청바지, 저커버그의 이른바 티셔츠 따위가 시사하는 바가 크다.

### 3) 양념

건강에 대한 관심은 먹고 마시는 식품에서 더 나아가 어떤 재료로 무슨 양념을 만드느냐까지 커졌다. 주방 수납장에는 양념거리가 쌓여가는 시대가 됐다. 당연히 이 분야의 요리전문가가 부상할 것이다.

### 4) 자전거 시대

이미 암스테르담이나 코펜하겐에서는 교통수단의 52%가 자전거이다. 앞으로는 파리, 미국 텍사스 오스틴시, 내슈빌 등에도 사이클 도로가 생길 것이다.

### 5) HYGGE 희구와 단순(單純)의 아름다움

사회가 복잡해지고 점점 우울해지면서 덴마크에서 시작된 HYGGE(“휴가”로 발음)가 확산하고 있다. 먹고 마시는 음식, 인간관계, 사용하는 물건, 각종 연결에서 따스함을 찾게 되었다. 단순히 외적(外的)으로 간편한 것을 의미하는 것을 넘어 인간의 내적(內的) 온도에 대한 희구이다.

### 6) 삶의 지혜 추구(Life Hacks)

HYGGE와 같은 맥락에서 동일한 물건을 사용하더라도 새로운 방식으로 여러 가지 목적에 사용하는 삶의 지혜를 찾게 된다. 100가지 물건을 사는 것이 아니라 100가지로 사용하는 지혜를 찾는 시대이다. 이 추세는 마케터에게 새로 물건을 만들 때 고려해야 한다는 시사를 준다. 이밖에도 사회 각 분야에서 남녀 구별이 무너지는 시대가 되자 “남성.여성 다움”이나 그 역할에 대한 논의가 일어나고 있다.

### 굴러가면서 변화하는 예기치 못할 미래

해변가에 6명의 미녀가 있다. 뒤에는 멋진 남자가 넋지시 쳐다보고 있다. 사진의 제목은 “이 사진 어디가 잘못되었는지 찾아 보세요”라고나 할까. 잘못은 그림의 미녀는 6명이 아니라 1명이다. 즉 같은 인물이다. 차림새, 모양 따위가 다



▲ Can you spot the problems with this photo?

를 뿐이다. 인공지능까지 빌리지 않아도 IT 기술시대이니 이런 그림 만들기는 식은 죽 먹기이다. 즉 세상이 이렇게 바뀌고 있으니 거짓말, 거짓 그림이 퍼질 수 있다는 뜻일까?

다음은 한문 글자이다. 중화권 즉 중국, 대만, 홍콩에서 금년을 예측하는 글자를 조사했더니 ‘전(轉)’과 ‘변(變)’인데 2017년의 세계는 ‘굴러가면 변화하는 세계’가 될 것이라는 시사이다.

### 중화권 올해의 한자

轉 變  
구를 전 변할 변

▲ 轉(전). 變(변) 글자

앞에서 본 미 합중국(United States)이 아니라 미 분중국(Divided States)이라고 쓴 TIME지 표지, 미녀, 그리고 ‘전(轉)’과 ‘변(變)’. 이 모든 것이 2017년을 예고하고 있다. 하바스 PR의 전망 제목은 ‘예기치 못할 미래, 2017년 향방을 형성할 추세(Blowback to the future: the trends that will shape 2017)’이다. ‘Blowback’이란 말은 원래 군대 정보기관에서 하던 일을 말하는데, 외국에서 꾸민 정보가 국내에 흘러들어와서 오히려 예기치 못한 역풍이 된다는 뜻이다. 2017년은 Blowback이 도사리고 있는 한 해가 될 것이다. 그리고 그 변화의 중심은 역시 미국이 될 것이며, 초점은 앞으로 4년 동안 총사령관(Commander-in-Chief)이 될 도널드 트럼프 일 것이다.(이 글에는 발표된 보도에 대한 필자 개인의 소견이 포함되어 있다.) **KAA**