

중독경제시대를 살아가는 지혜

자신의 의지가 아닌 욕망에 휘둘리기
쉬워진 개인에게는 부와 일자리, 균형
잡힌 삶을 지켜 나갈 수 있는 최소한
의 지침서가,
지속가능한 브랜드를 만들어 나가려
는 마케터, 기업가, 투자가에게는 맞
춤형 생존 포트폴리오가 되기를 바라
며...

2022년 9월 4일 21시에 북톡방에서
소셜전략연구소 송영우가 소개하다

호모 아딕투스

알고리즘을 설계한 신인류의 탄생

김병규 지음

HOMO ADDICTUS

중독경제 시대 어떻게 생존하고 번영할 것인가?

책의 구성

1부 : 인류는 호모 아
딕투스로 진화한다.
(디지털에 중독된 사
람들)

2부 : 위험하고도 매
혹적인 중독경제의
탄생
(욕망을 재생산하는
5가지 비즈니스 모델)

3부 : 중독경제의 시
대, 휩쓸리지 말고 파
도를 타라
(빅테크 기업을 이기
는 비즈니스 전략)

4부 : 중독 인류를 위
한 슬기로운 번영의
기술
(강박과 습관 사이에
서 균형추 맞추기)



인류는 호모 아딕투스¹로 진화한다

디지털에 중독된 사람들 ... 26

1. 호모 아딕투스가 온다 ... 30

저는 달리기 중독자입니다 | 중독을 만드는 뇌: 보상회로 | 사람들 손에 쥐어진 전기 스위치 | 호모 아딕투스의 시대

2. 우리를 중독시키는 것들 ... 48

단절된 삶을 살아가는 사람들 | 혼자 있는 시간과의 싸움 | 중독이 돈이 되는 세상

3. 24시간 욕구를 자극하는 소비중독의 시대 ... 64

소비재 시장의 역사 | 제품경제의 시대 | 관심경제의 시대 | 중독경제의 시대

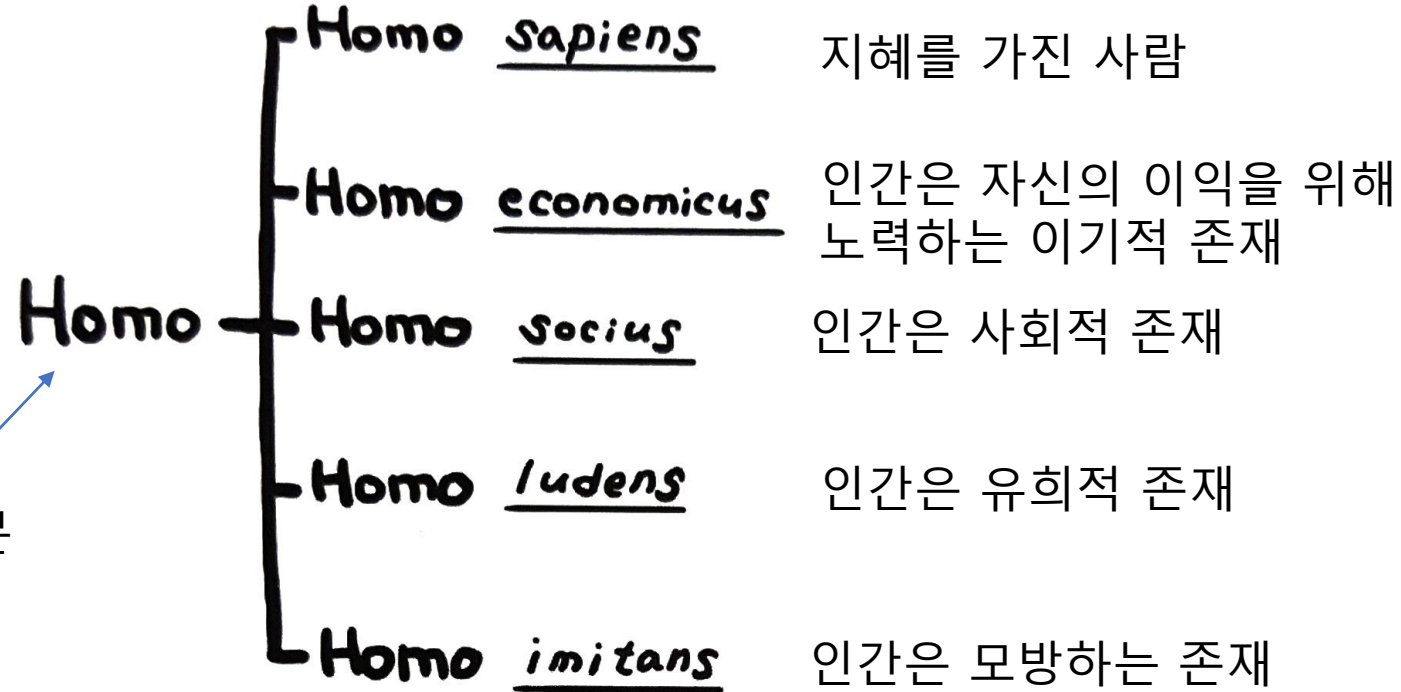
쥐의 보상회로 실험



실험실의 쥐에게 자신의 보상회로를 직접 자극할 수 있게 해주었더니,
먹이도 먹지 않고 종일 보상회로만 자극하는 모습이 관찰되었다.
온종일 스마트폰을 손에 쥐고 있는 우리도 실험실의 쥐와 점점 더 닮아가고 있다.

바로 스마트폰과 같은 각종 디지털 기기의 발명에 따른 결과지요. 특히 스마트폰에는 타인의 칭찬 글로 넘쳐나는 소셜미디어, 자극과 쾌감을 주는 수많은 동영상 콘텐츠와 게임, 커다란 할인과 깜짝 선물을 받을 수 있는 쇼핑 앱 등 사람의 뇌를 달콤한 유혹에 빠뜨리는 것들로 가득합니다. 디지털 기기는 계속 사용한다고 해서 배가 부르거나 큰돈이 드는 것도 아닙니다. 몸에 안 좋거나 불법적인 일을 하고 있다는 죄책감을 느낄 필요도 없습니다. 언제 어디서든, 남녀노소 누구나, 돈이 많은 적든 모든 사람이 수시로 자신의 보상 회로를 자극할 수 있게 된 것입니다. 인류에게 불의 존재가 그러했듯, 디지털 중독 역시 인간의 사고와 행동 그리고 삶의 방식에까지 큰 변화를 초래하여 또 한 번 인류를 새로운 단계에 도달하게 하리라 예측됩니다.

마야흐로 사람들이 일상에서 자신의 보상회로를 수시로 자극하고 중독에 빠지는 시대, 그와 동시에 더 큰 이익을 얻으려는 욕망 탓에 서로가 서로에게 더 강력한 중독을 만들어내고 그것을 활용할 방법을 발명해내는 호모 아딕투스Homo addictus의 시대가 도래했습니다. 특히 오늘날 빅테크 기업을 필두로 많은 기업이 빅데이터로부터 얻은 정교한 알고리즘 등을 활용해 디지털 중독을 경제적 이익으로 전환할 수 있는 획기적 방법을 끊임없이 찾아내고 있습니다. 그러면서 산업 전체가 디지털 중독을 연료 삼아 돌아가는 ‘중독경제’를 향해 질주해가고 있습니다. 이렇듯 오늘날, 디지털 기술



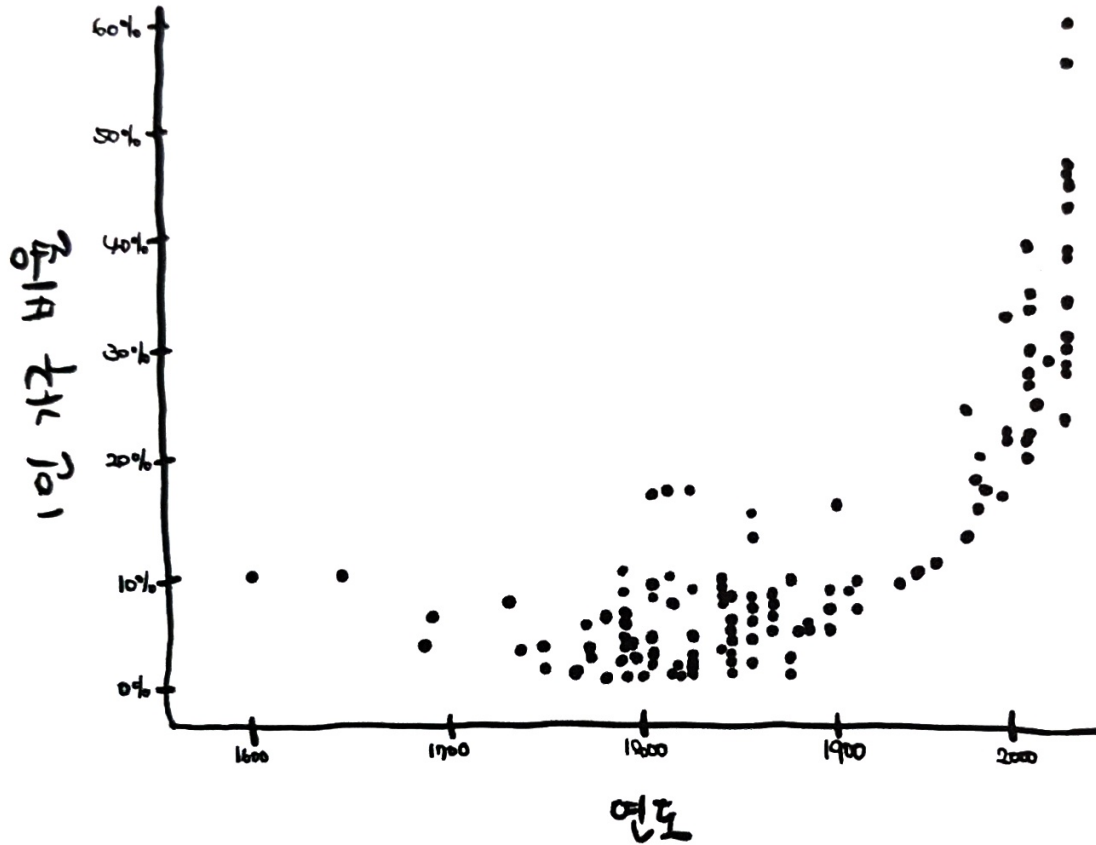
이전 인류와 현생 인류를 구분

+
(Homo addictus)

중독되는 인간

이명법에서 '호모'는 인간을 뜻하고, 그 뒤의 단어는 인간의 특성을 묘사한다.
'호모 아딕투스'는 중독되는 인간을 말한다.

단절된 삶을 살아가는 사람들



[자료1] 연도에 따른 1인 가구 비율의 증가 추이
출처: Snell(2017). The rise of living alone and loneliness in history.

2019년 한 조사 응답자 1,000명 중
59.5%가 외로움을 느낀다고 하고
젊은 세대에서 외로움을 느끼는 비율이
크게 높았다.



자신의 시간을 즐겁게 보낼 수 있는
방법을 스스로 찾아야 하는 상황에 높임.

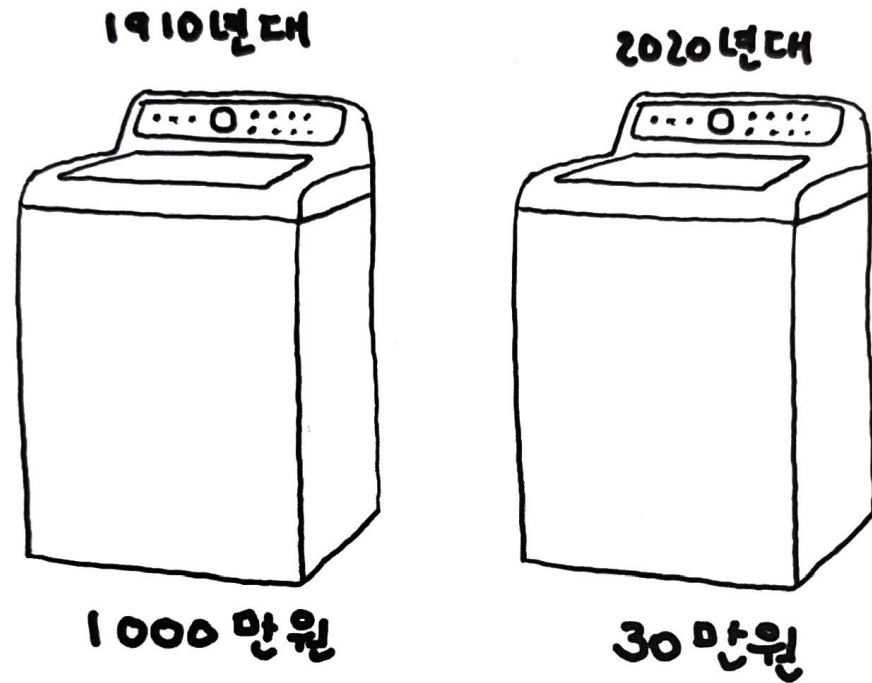
여가 시간을 보내는 가장
쉽고 저렴한 방법을 제공 한
것은 ?

테크 기업의 가치상승과 중독경제의 시작

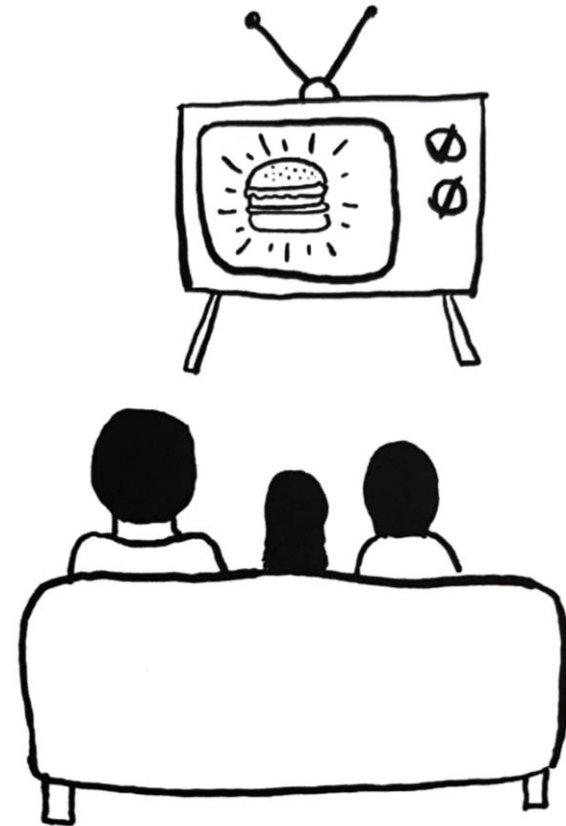
| <u>2010</u> | <u>2020</u> |
|-----------------------|--------------------------|
| 1. Apple \$ 574억 | 1. Apple \$ 2412억 |
| 2. Microsoft \$ 566억 | 2. Google \$ 2075억 |
| 3. Coca-Cola \$ 554억 | 3. Microsoft \$ 1629억 |
| 4. IBM \$ 430억 | 4. Amazon \$ 1354억 |
| 5. Google \$ 397억 | 5. Facebook \$ 703억 |
| 6. McDonald's \$ 359억 | 6. Coca-Cola \$ 644억 |
| 7. GE \$ 337억 | 7. Disney \$ 613억 |
| 8. Marlboro \$ 291억 | 8. Samsung \$ 504억 |
| 9. Intel \$ 286억 | 9. Louis Vuitton \$ 472억 |
| 10. Nokia \$ 274억 | 10. McDonald's \$ 461억 |

[자료2] 포브스가 선정한 2010년과 2020년의 전 세계 10대 브랜드 가치 순위 비교
출처: 포브스(Forbes.com)

제품 경제, 관심 경제, 중독 경제

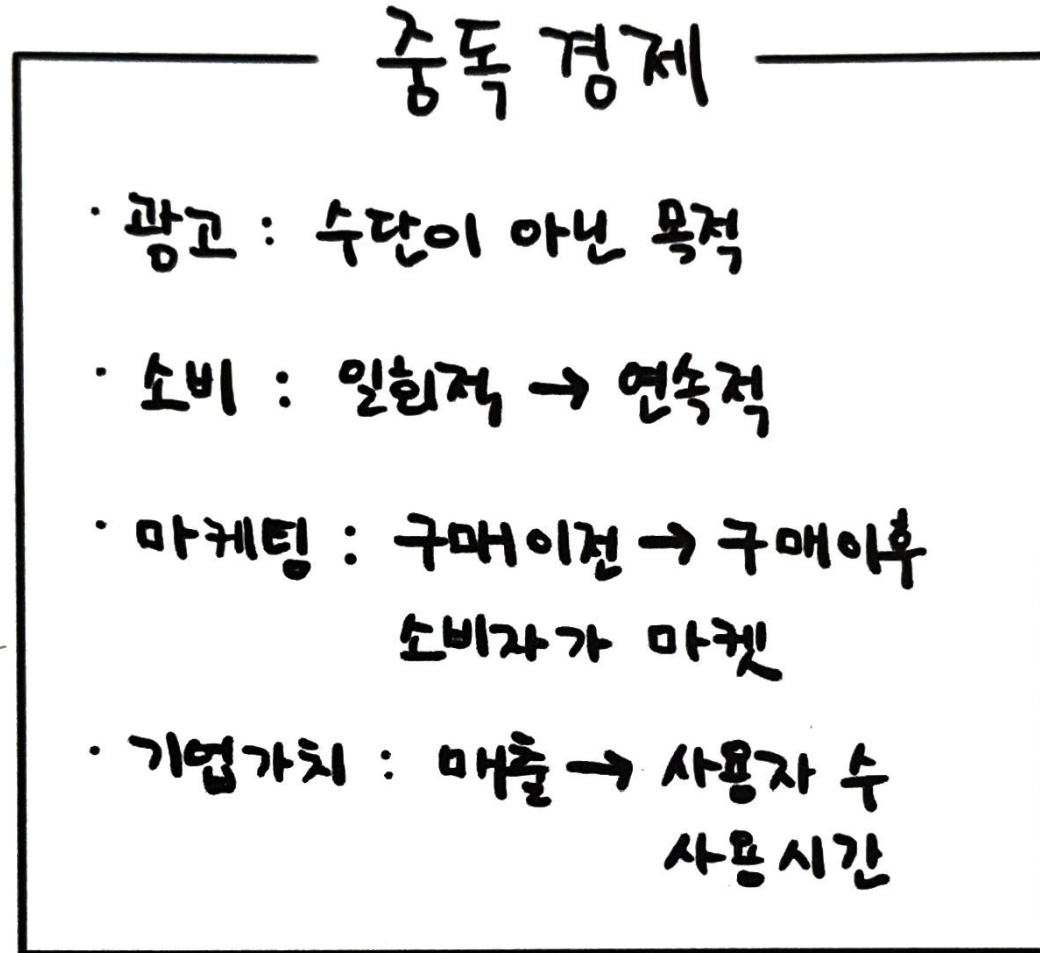


1910년대의 교사는 월급의 2.5개월 치를 모아 세탁기를 살 수 있었다. 1910년대의 세탁기는 2020년대에 월급 400만 원을 받는 사람에게 1000만 원이나 하는 고가 품인 것과 마찬가지다.



관심경제는 사람들의 관심을 제품에 집중시키기 위해서 무료로 텔레비전 프로그램을 제공한다.

중독 경제의 특징



중독경제에서는 광고, 소비, 마케팅 등 기업 활동과 관련된 여러 측면에서 이전과 크게 변화된 양상을 보인다. 기업의 가치를 평가하는 기준도 달라지게 된다.



위험하고도 매력적인 중독경제의 탄생

욕망을 재생산하는 5가지 비즈니스 모델 ... 84

4. 소셜미디어 비즈니스: '좋아요'가 돈이 되는 이유 ... 88

중독을 만들어내는 마법의 버튼 | 테크 기업의 캐시카우 | 중독의 가치

5. 콘텐츠 비즈니스: 당신의 시간을 훔치는 알고리즘의 덫 ... 103

지구가 평평하다고 믿는 사람들 | 알고리즘이 추천해준다는 착각 | 서프라이즈 에
그에 중독된 아이들

6. 쇼핑 비즈니스: 거부할 수 없는 할인중독의 늪 ... 120

쇼핑 앱에 중독된 쇼핑 전문가 | 마르지 않는 욕망의 장바구니 | 사라진 지출의 고
통 | 쉽게 사고 금방 버린다

7. 뉴스 비즈니스: 온종일 뉴스를 새로고침하는 사람들 ... 138

눈뜨는 순간부터 시작되는 뉴스 클릭 | 돈처럼 느껴지는 새로운 정보 | 부정성 편향
의 함정

8. 게임 비즈니스: 생일 선물로 가상화폐를 원하는 아이들 ... 150

생일 선물이 된 로벅스 | 달라진 게임들 | 슬롯머신을 닮아가는 게임들 | 일그러진
사회의 축소판이 되어가는 게임들 | 중독경제 시대의 거대한 축

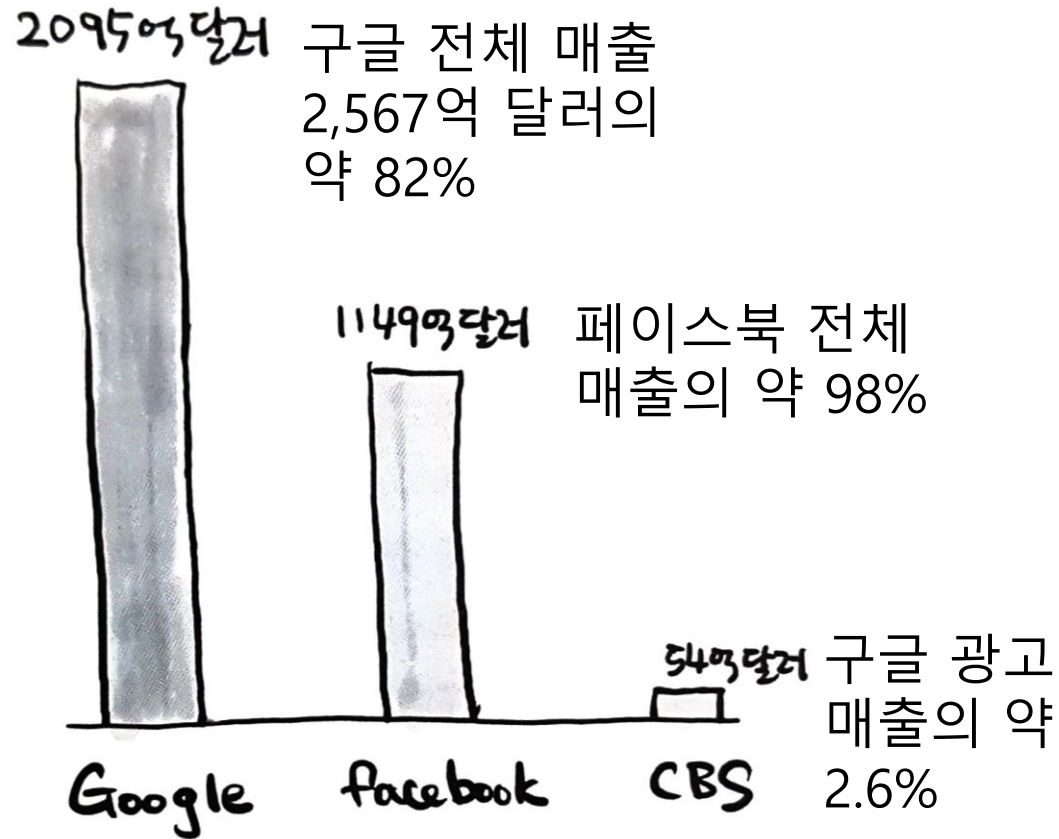
소셜미디어 비즈니스 : 좋아요가 돈이 되는 이유



- 게시물을 올리는 사람에게 긍정적 피드백, 즉 칭찬만 전달 할 수 있는 것
- 사람들을 칭찬에 중독시키는 버튼
- 디지털 마약
- 뇌의 보상회로를 강하게 자극 하고 지속적인 욕구를 만들어 냄

앱의 중독성 강해질수록 광고 수입이 증가한다.

스마트폰 시대의 캐시카우 디지털 광고

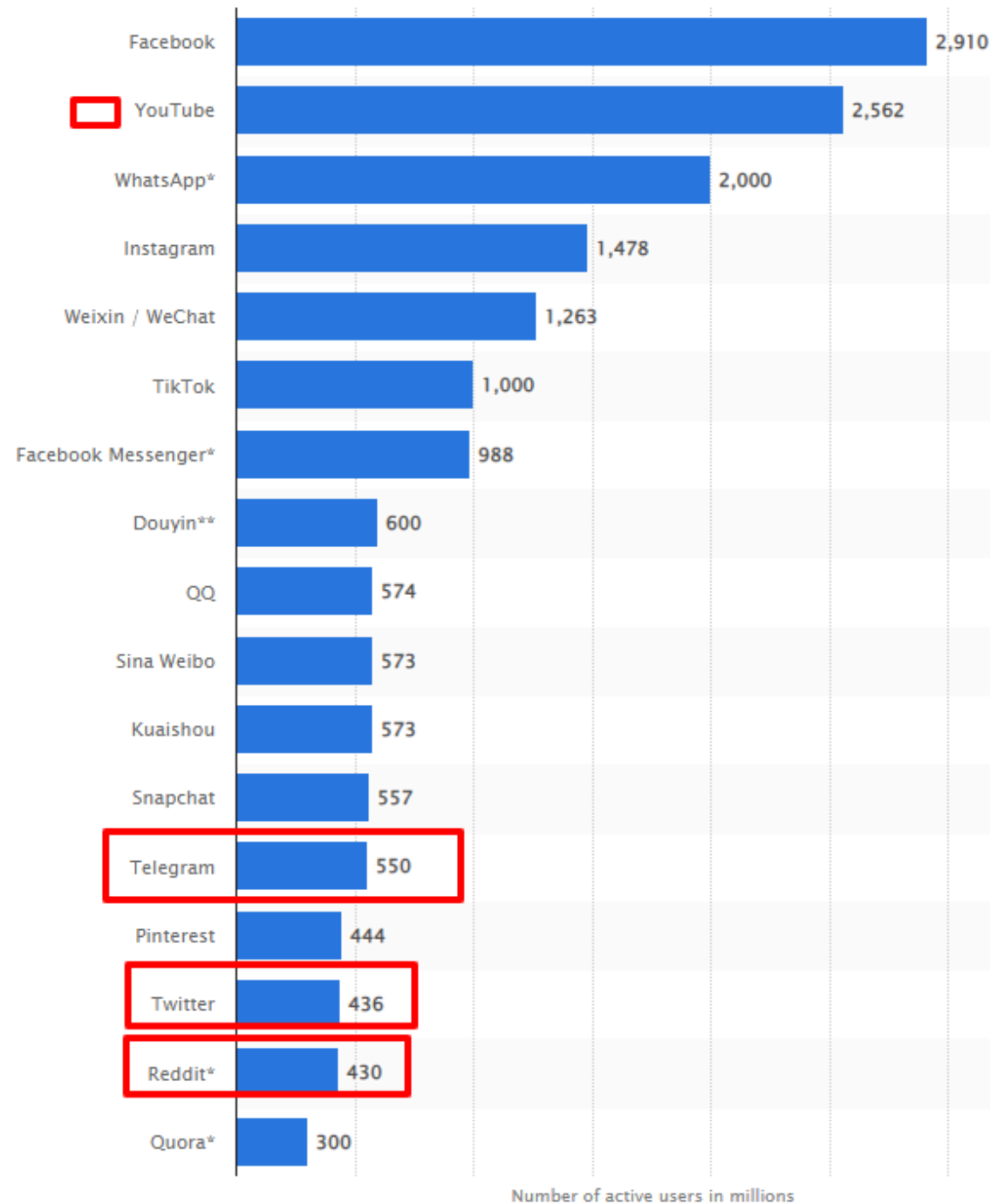


구글, 페이스북, CBS의 광고 수입 비교(2021년도)

- 스마트폰의 보급과 함께 광고 공간이 기하급수적으로 증가 (특정시간, 특정 공간의 제약이 없어짐)
- 상대적으로 광고 비용이 낮아짐
- 사용자가 더 오래 앱에서 시간을 보낼 방법을 찾아 제공 (중독의 방법)
- 모든 활동에서 사용자의 데이터를 공짜로 획득
- 사용자의 데이터와 알고리즘을 사용해서 사람의 뇌가 중요하다고 판단할 수밖에 없는 광고를 내보냄
- 광고의 효과가 증대됨

이런 프로세스에 최적화 된것이 바로 소셜미디어

Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users (*in millions*)



<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

콘텐츠 비즈니스 : 당신의 시간을 훔치는 알고리즘의 덫

Flat-Earther의 사례



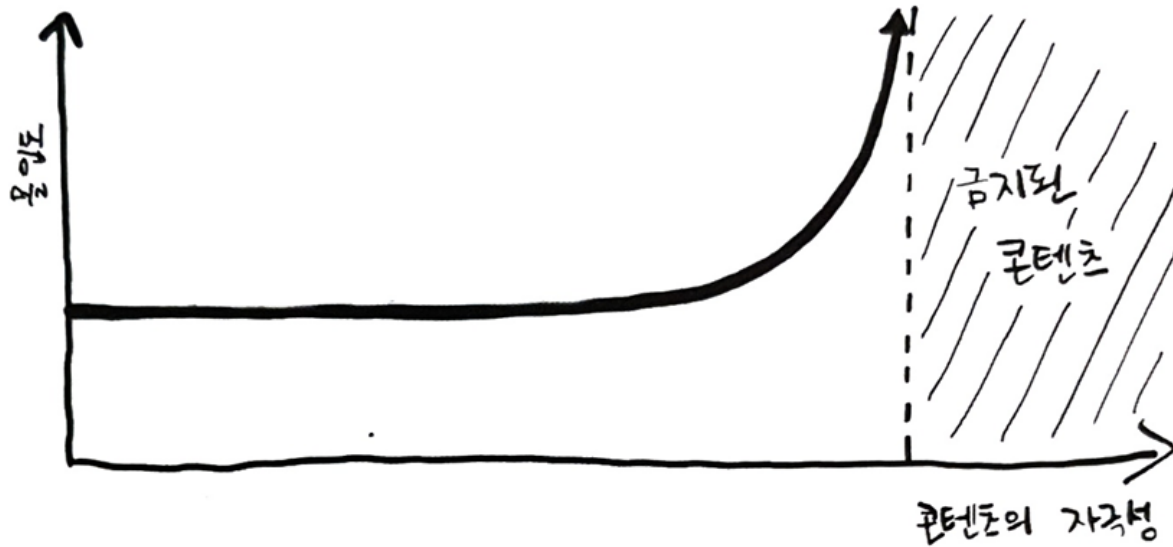
- Flat-Earther 가 2015년 부터 갑자기 증가, 대부분이 유튜브를 통해서 지구가 평평하다고 믿게 되었음
- '평평한 지구'라고 검색하면 35%만 동조하는 동영상이나 유튜브는 90%의 동조하는 동영상 검색 결과를 보여 줌
- 지구가 평평하다고 믿는 사람들이 압도적으로 많다고 착각하게 됨

1. MrBeast - \$54,000,000 (648억 원)
2. Jake Paul - \$45,000,000 (540억 원)
3. Markiplier - \$38,000,000 (456억 원)
4. Rhett and Link - \$30,000,000 (360억 원)
5. Unspeakable - \$28,500,000 (342억 원)
6. Nastya - \$28,000,000 (336억 원)
7. Ryan Kaji - \$27,000,000 (324억 원)
8. Dude Perfect - \$20,000,000 (240억 원)
9. Logan Paul - \$18,000,000 (216억 원)
10. Preston Arsement - \$16,000,000 (192억 원)

- 유튜버가 광고를 통해서 돈을 벌기 위해서는 자신이 올린 동영상 콘텐츠의 조회수가 높고 시청 시간이 길어야 함
- 유튜버들은 사람들의 관심을 끌 수 있는 동영상을 만들기 위해 노력

유튜브 스타들의 광고 수입 순위(2021년 기준)

출처: 포브스



[자료3] 동영상 콘텐츠의 자극성에 따른 사람들의 몰입도 변화.
콘텐츠가 금지 수준의 높은 자극성을 가질 때,
몰입도는 최고도에 이른다.
출처: 페이스북

Huge 105 Egg Surprise Toys Epic!
조회수 141,149,828회...
좋아요 싫어요 공유 오프라인 저장 저장 ...
BLU TOYS Blu Toys Club Surprise
구독자 686만명 구독

- 유튜브의 알고리즘은 여전히 사람들을 중독시키고 세상에 대한 사람들의 믿음에 강력한 영향력을 미치는 동영상을 끊임 없이 추천한다.
- 알고리즘은 무엇이 진실인지 판단하지 않는다.
- 오직 사람들이 더 많은 시간을 유튜브에서 보내게 하는 데 관심을 둘 뿐이다.
- 사람들이 유튜브에서 보내는 시간이 많을수록 광고 수입이 늘어나기에 유튜브 알고리즘은 사람들을 콘텐츠에 중독시킵니다.



중독경제의 시대, 웁쓸리지 말고 파도를 타라

빅테크 기업을 이기는 비즈니스 전략 ... 170

9. 빅테크 기업에서 찾은 중독 디자인의 법칙 ... 174

중독 디자인의 4가지 법칙 | 시핑 | 후킹 | 소킹 | 인터셉팅

10. 빅테크 기업의 성공 비밀, 데이터 전략 ... 195

구글이 안드로이드 OS를 무료로 제공하는 이유 | 애플과 페이스북의 데이터 전쟁 | 데이터 스캔들: 케임브리지 애널리티카 | 페이스북의 은밀한 대규모 심리 실험 | 데이터의 양보다 깊이가 중요하다

11. 중독경제의 생존 전략을 찾아라 ... 215

마이크로 어딕션 전략 | 어딕션 프리 전략

12. 뉴메커닉 전략: 새로운 중독의 열쇠를 찾아라 ... 221

저커버그는 왜 인스타그램을 인수했을까 | 틱톡: 15초가 만드는 강한 중독 | 레딧: 내가 드러나지 않는 플랫폼 | 인사이트: 제2의 '좋아요' 버튼은 무엇일까

13. 뉴에그 전략: 새로운 세대를 공략하라 ... 236

네트워크 효과에도 역전의 틈은 있다 | 스냅챗: 오직 10대들을 위한 SNS | 로블록스: 어린이를 위한 새로운 게임 세상 | 젠라: 지금 네가 어디 있는지 알고 싶어 | 인사이트: 넥스트 MZ세대는 누구일까

14. 큐레이테인먼트 전략: 나만의 소우주를 만들어라 ... 251

넷플릭스의 추천이 별로인 이유 | 29CM: 매거진처럼 느껴지는 큐레이팅숍 | 스타일쉐어: 또래 친구들의 취향을 공유하다 | 인사이트: 당신과 고객 사이의 거리는 몇 센티미터인가

15. 휴머니스틱 브랜드 전략: 이익보다 관계가 우선이다 ... 265

불확실한 시대의 위안 | 버핏서울: 퇴근 후 함께 운동하는 즐거움 | 큐레이티드닷컴: 전문가와 관계를 맺어주는 쇼핑 플랫폼 | 당근마켓: 사람 냄새가 나는 중고품 거래 장터 | 인사이트: 당신 브랜드의 온도는 몇 도인가

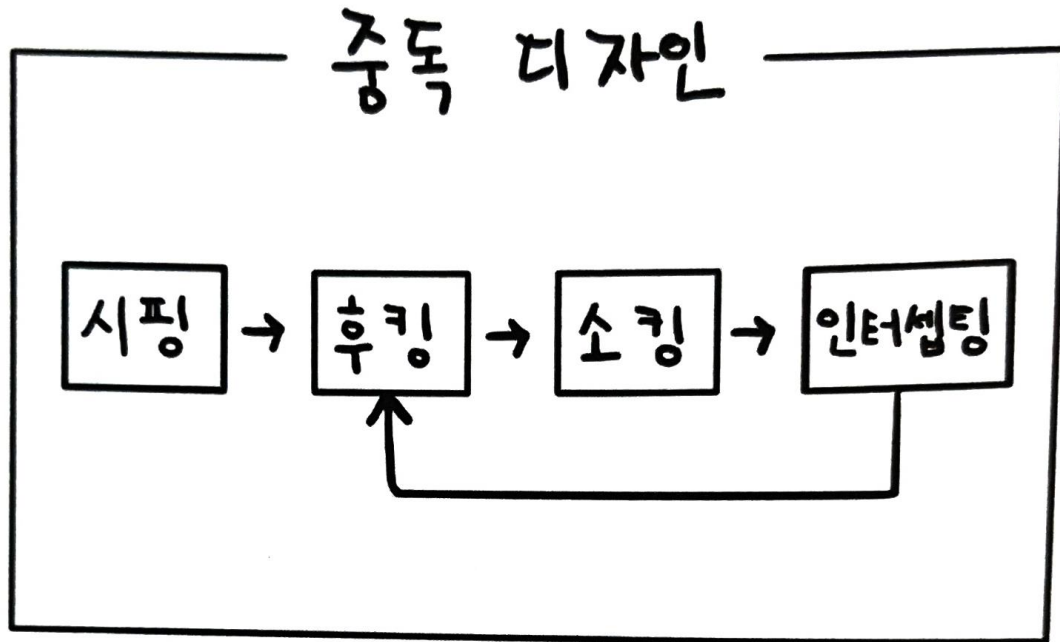
16. 디지털 셀프컨트롤 전략: 사람들의 목표 달성을 도와라 ... 280

결심만 하고 실행하지 못하는 사람들 | 열풍타: 공부도 여럿이 함께하면 덜 힘들다 | 챌린저스: 작심삼일을 벗어나고 싶은 사람들을 위한 서비스 | 인사이트: 고객이 달성하고 싶어 하는 목표는 무엇인가

17. 디지털 디톡싱 전략: 우리는 해독될 권리가 있다 ... 291

쉬고 싶은 뇌를 위한 디라벨 | 헤드스페이스: 스마트폰으로 마음을 챙기자 | 동백문구점: 디지털 시대에 아날로그를 체험하다 | 미디엄: 광고가 없는 곳, 그래서 글이 좋아지는 곳 | 인사이트: 당신의 브랜드에는 숨 쉴 틈이 있는가

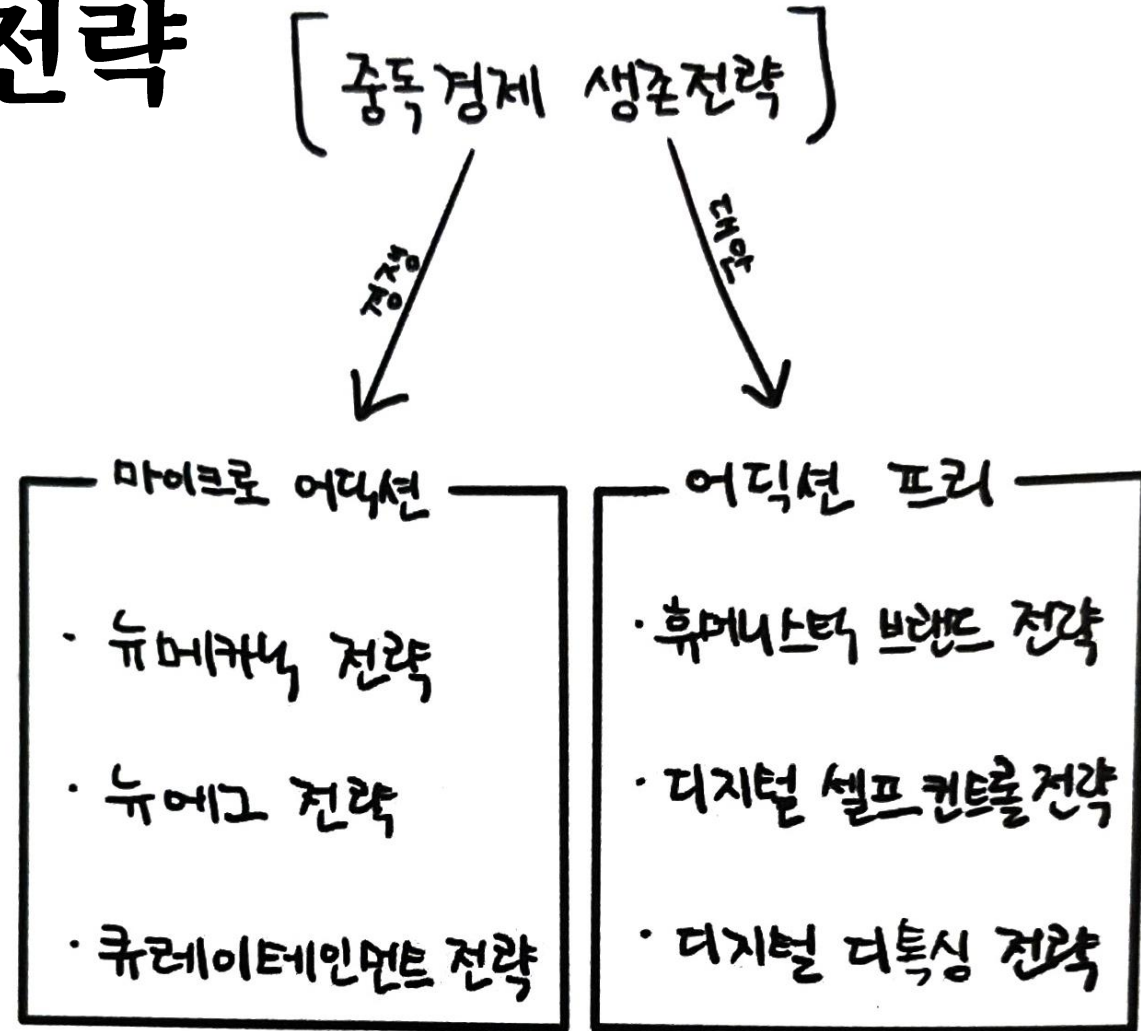
테크 기업의 중독 디자인 법칙



테크 기업의 중독 디자인은 작은 즐거움을 맛보는 시핑, 강한 욕구를 갖게 하는 후킹, 욕구를 만족시킬 수단을 제공해주는 소킹, 현실로 빠져나온 사람들을 다시 디지털 세계로 불러오는 인터셉팅의 네 단계로 이루어진다.

- Sip 음료를 입술로 아주 조금씩 마시다
- Hook 갈고리로 물고기를 낚다
- Soak 물속에 잠그다
- Intercept 한 곳에 있는 것을 다른 곳으로 데려오다

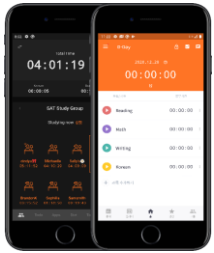
중독경제의 생존전략



중독경제에서 살아남는 전략은 크게 빅테크 기업과 더 나은 중독 모델을 놓고 경쟁하는 방향과 중독경제의 대안을 제시하며 해독의 니즈를 충족하게 해주는 방향의 두 가지로 나눌 수 있다.

디지털 셀프 컨트롤 전략

- 중독경제 시대에는 사람들이 스스로의 욕구와 감정, 행동을 조절하는 것이 어렵기 때문에 사람들에게는 자신의 자기조절력을 높여주는 서비스에 대한 니즈가 커지게 됨
- 자기조절력은 의지의 문제가 아니라 환경과 더 크게 관련된 문제, 환경을 바꾸는 작은 장치 하나가 자기 조절력을 키우는 열쇠가 될 수 있음
- 가입자를 모으는 것보다 수익으로 전환하는 비즈니스 모델을 찾는 것이 중요 : B2B 형태로 제공



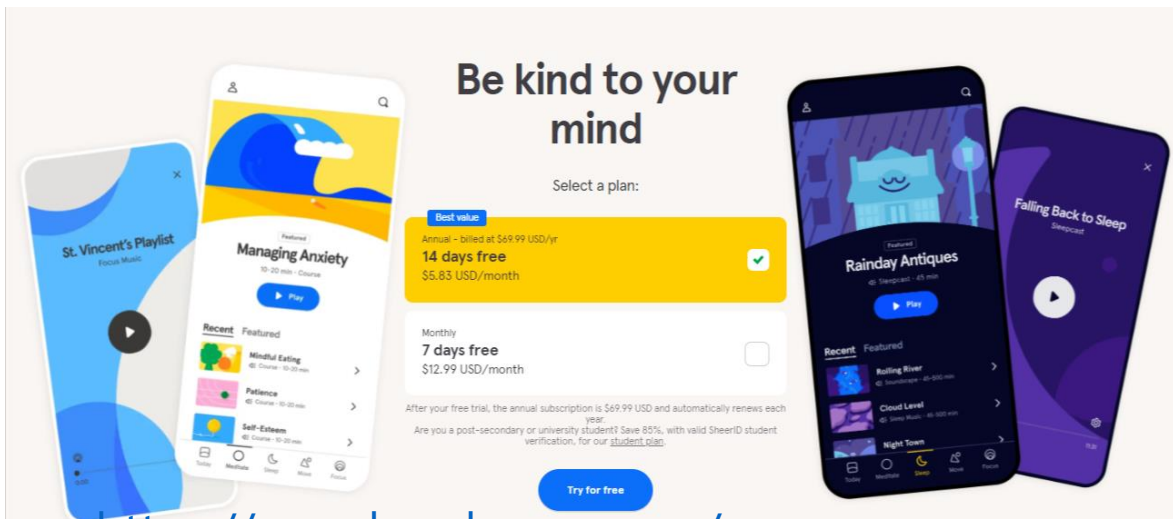
- 열품타(열정을 품은 타이머) 앱
 - ✓ 자기보다 더 오래 공부하는 사람들을 보면서 마음을 다잡고 공부에 집중하게 만드는 시스템
 - ✓ 스터디그룹 마다 규칙이 정해져 있으며 지키지 못하면 퇴장당함
 - ✓ 2019년 2명의 개발자가 서비스 시작, 2년 만에 280만 명 가입, 일 사용자 24만 명



- 챌린저스 <https://chlngers.com/>
 - ✓ 작심삼일을 벗어나고 싶은 사람들을 위한 서비스 , 2018년 11월 시작된 후 현재 누적 가입자 150만 명, 누적 챌린지수 594만, 누적 거래액 2,860억 원, 월 거래액 118억 원. 나에게 필요한 좋은 습관을 고르고 (평균 2주), 동기부여를 높이기 위해서 돈을 걸고 (5,000원 ~ 20만 원), 실천할 때마다 환급 못 지키면 벌금 (100% 상금, 85% 이상 달성 전액 환급)
 - ✓ SK에너지, LG전자, 삼성화재 등의 기업들이 임직원들의 교육을 위해 챌린저스 서비스 도입

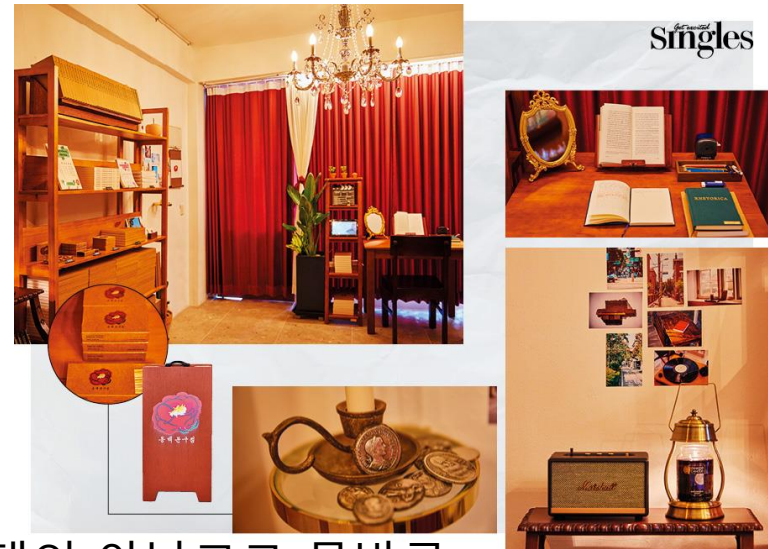
디지털 디톡싱 전략 : 우리는 해독될 권리가 있다.

- 디지털 디톡스 : 스마트폰이나 테블릿, 노트북과 같은 전자기기에서 일정 시간 동안 벗어나는 것을 의미. 디지털 기기를 과도하게 사용하고 의존하게 되면서 몸과 마음이 지치고 디지털 환경 자체에서 해방되고 싶어 하는 사람들이 증가
- 디지털시대에 디지털 기기를 사용하지 않는 것은 현실적인 디톡스 방법이 되기 어려우며, 현실적인 방법은 평소처럼 디지털 기기를 갖고 다니되 거기서 잠시 벗어나는 시간을 정기적으로 갖는 것 → 디지털과 삶의 균형, '디라벨(Digital Life Balance)'
- 디지털 기기 자체에 중독된 것이 아니라 특정 앱에 중독된 경우가 대부분
- 명상 비즈니스 : 연 평균 10.4%의 성장률, 2027년 90억 달러의 시장규모 예상, 스마트폰 앱을 이용한 혼자 명상 증가, 명상 프로그램에 대한 기업 수요가 크게 증가



<https://www.headspace.com/>

190개국 200만 명이 사용, 기업가치 3억 달러 이상
2019년 한 해 매출 1억 달러

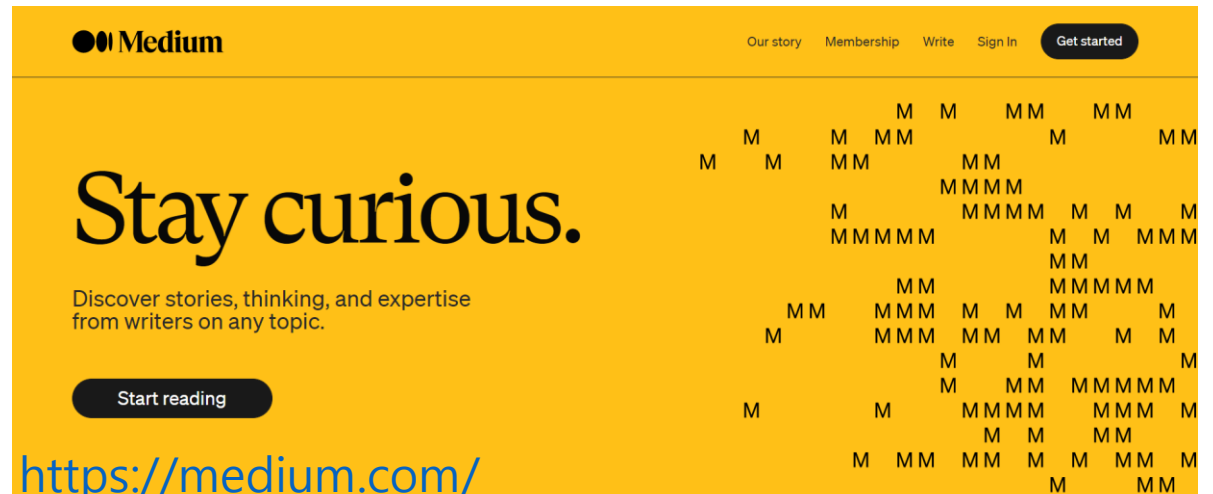


디지털시대의 아날로그 문방구
손글씨 강사 유한빈작가가 만든 아날로그 문방구
자신이 직접 만든 펜이나 노트, 엽서, 잉크, 종이 등을 판매



<https://www.calm.com/>

기업가치가 10조원을 돌파한 유니콘 기업



<https://medium.com/>

광고가 없는 글쓰기 공간, 오랜 시간 흥미하며 읽어야 하는 글을 전달



중독 인류를 위한 슬기로운 번영의 기술

강박과 습관 사이에서 균형추 맞추기 ... 308

18. 중독의 관리가 자기계발인 시대 ... 312

중독될 것인가, 중독을 이용할 것인가 | 중독 상태를 자각하라 | 앱 사용 시간을 제한하라 | 트리거를 제거하라 | 건강한 중독을 찾아내라 | 시간에 의미를 부여하라

19. 중독경제에서 나의 부를 지키는 법 ... 327

소비가 쉬워진 시대 | 광고의 추적을 피하라 | 소셜미디어의 늪에서 벗어나라 | 미루는 습관을 들여라

20. 중독경제 시대를 이끄는 5가지 뉴타임 ... 338

마인드 테크니션: 중독경제 시대의 새로운 인재 | 마인드 마스터: 집중이 어려운 시대의 승자 | 메타인지: 조종되지 않는 능력 | 오리지널리티: 독창성을 빛내는 나만의 무기 | 디지털 구루: 불안의 시대를 헤쳐 나가는 길잡이

에필로그 ... 356

감사의 말 ... 360

주 ... 362

중독의 관리가 자기계발인 시대

1. 중독 상태를 자각하라
2. 앱 사용 시간을 제한하라
 - 유럽에서 학생들이 많이 사용하는 Hold 앱 (7시 ~23시 사이 20분 연속 스마트폰을 사용하지 않으면 10포인트의 보상을 제공)
3. 트리거를 제거하라
 - 디지털 기기의 사용용도를 철저히 분리, 각각이 다른 트리거가 되도록 함
 - 스마트폰 모든 앱의 알람 기능을 꺼놓기
4. 건강한 중독을 찾아내라
5. 시간에 의미를 부여하라

중독경제에서 나의 부를 지키는 법

소비가 쉬워진 시대 : 끊임 없는 광고와 마케팅 메시지, 쇼핑 앱

1. 광고의 추적을 피하라

- 앱의 데이터 추적기능 비활성화, 원 아이디 멀티사이트 로그인 피하기
- 프라이빗 검색기능 사용, 덕덕고(<https://duckduckgo.com/>) 사용

2. 소셜미디어의 늪에서 벗어나라

3. 미루는 습관을 들여라

중독경제 시대를 이끄는 5가지 뉴타임

1. 마인드 테크니션 : 중독경제 시대의 새로운 인재
2. 마인드 마스터 : 집중이 어려운 시대의 승자
3. 메타인지 : 조종되지 않는 능력
4. 오리지널리티 : 독창성을 비치내는 나만의 무기
5. 디지털 구루 : 불안의 시대를 헤쳐 나가는 길잡이

GML의 비전을 이렇게 만들어 가면 어떨까요?

- 디지털에 중독된 시대 , 중독 경제의 시대에 사람들이 디지털의 중독에서 벗어날 수 있는 종합 서비스를 제공하는 브랜드로 GML이 비전을 잡아가면 좋을 것 같습니다.
- 조급하고 빠르게 돌아가는 동영상의 중독에서 생각하는 여유가 있는 힐링의 글이 있는 브랜드
- 스마트톤이 중독의 도구로 사용되는 시대에 스마트폰을 디톡싱의 도구로 만드는 브랜드
- 빠르게 돌아가는 생활 속에서 명상으로 삶의 여유를 돌려주는 브랜드
- 숨막히는 도시 환경에서 벗어나 살아 있는 자연 (호흡, 의식주 모두) 을 제공하는 브랜드
- 디라벨(Digital Life Balance)을 추구하는 브랜드
- 디톡싱을 원하는 사람들이 만나고 새로운 관계를 만들어 가는 디톡싱 커뮤니티

소셜스쿨 북톡방 방송 링크 <https://youtu.be/8bCNbOJPI5c>

The image shows a YouTube video player interface. At the top, a red banner contains the text "2022.09.04_소셜스쿨 일요일밤 북톡방(Book Talk Room)". To the right of the banner are the logos for "소셜스쿨 TV" and "SOCIAL SCHOOL". The main content area is divided into three sections: a top-left video feed showing two men in a conversation, a top-right graphic featuring a blue geometric design and the book cover for "HOMO ADDICTUS" (호모 아딕투스) by 김기현, and a bottom-center video feed showing a man speaking. The book cover includes the title in Korean and English, the author's name, and several award logos. At the bottom right, there is a row of four small portrait photos of the participants and a red YouTube play button icon.