

[2024 트렌드 모니터]를 읽고...

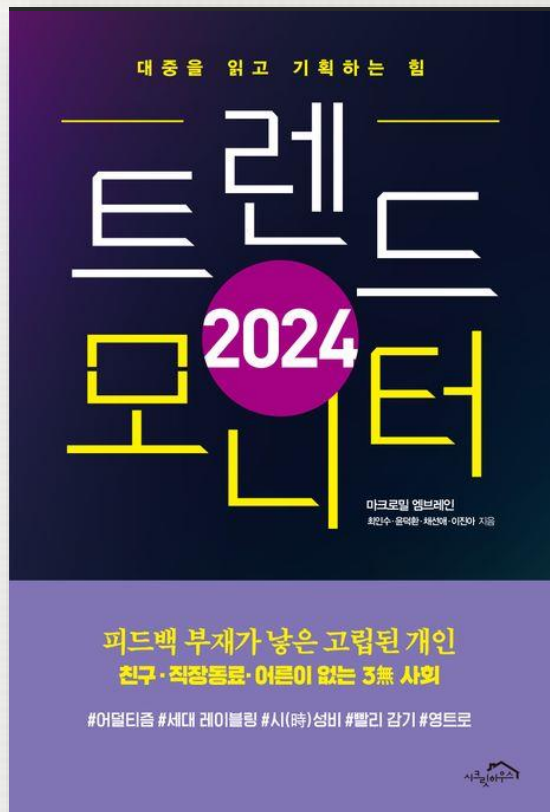
# 대중을 읽고 기획하는 힘, 2024 트렌드 모니터

최인수 외 3인 지음 / 시크릿하우스(2023.10)

2023. 12. 24 / 최 규 문



# “피드백 부재가 낳은 고립된 개인”



최인수, 윤덕환,  
채선애, 이진아 지음  
(2023. 10 시크릿하우스)

대중 소비자를 바라보는 핵심키워드  
2024 트렌드 전망- 3無의 시대

“친구, 직장동료, 어른이 없는 3無 사회”

## Part 1. SOCIAL:

= 어덜티즘, 이기적 어른들의 사회

- 1장. 어른이 없는 시대, 어른을 찾다
- 2장. 평균 회귀, 어중간함의 확장

## Part 2. Work:

= 피드백, 개인과 조직이 살아남는 법

- 3장. 세대 레이블링이 낳은 편견
- 4장. 능력주의, 자본 소득 필수 사회

## Part 3. LIFE:

= 시(時)성비, 시간이 곧 돈이다

- 5장. '나' 중심으로의 선택적 경험들
- 6장. 폐쇄형 인간관계, 하이볼의 사회학

## Part 4. CULTURE:

= 빨리 감기와 영트로 문화

- 7장. '빨리 감기'라는 중독
- 8장. 영트로, 이색 서사로 진화한 新복고 세계관

# “대중을 읽고 기획하는 힘, 2024 트렌드 모니터”

## 대중을 읽고 기획하는 힘 「2024 트렌드 모니터」



국내 최고 리서치 기업  
「마크로밀 엠브레인」이 분석한  
2024년, 대중 소비자들 태도의 방향성은?

### 피드백 부재가 낳은 고립된 개인

친구, 직장동료, 어른이 없는  
3無 사회

내 행동을 말려줄 '친구'가 없다.

일의 의미를 부여해줄  
'직장동료'가 없다.

말이 아니라 행동으로 보여줄  
'어른'이 없다.

with  유튜브 「트렌드잡잡」

# [1장] 어른이 없는 시대, 어른을 찾다

## SOCIAL Chapter 1 어른이 없는 시대, 어른을 찾다

2023년 베스트셀러 흐름의  
변화 키워드 2가지  
40대 이상에게 불황은 '몸의 기억'이다  
'구체적 길거리 지식' 결핍이 만든 베스트셀러  
어른이 필요한, 어른의 부재 시대  
So what? 시사점 및 전망



p.29~58



[https://bit.ly/ssbt\\_092](https://bit.ly/ssbt_092)

교보문고 상반기 베스트셀러 비교(2021~2023년, 1~6월) <sup>3</sup>

2023년 상반기(1~6월)				2022년 상반기(1~6월)			2021년 상반기(1~6월)		
순위	책 제목	저자	분야	책 제목	저자	분야	책 제목	저자	분야
1	세이노의 가르침	세이노	자기계발	불편한 편의점	김호연	소설	달려구트 꿈 백화점 2	이미예	소설
2	원쌍	게리 켈러, 제이 파파산	자기계발	그리움은 아무에게나 생기지 않습니다	박근혜	정치사회	달려구트 꿈 백화점 1	이미예	소설
3	김미경의 마흔 수업	김미경	자기계발	이어령의 마지막 수업	김지수, 이어령	인문	작별하지 않는다	한강	소설
4	불편한 편의점	김호연	소설	물고기는 존재하지 않는다	롤루 밀러	과학	스크라테스 익스프레스	에릭 와이너	인문
5	스즈메의 문단속	신카이 마코토	소설	웰빙킹	켈리 최	자기계발	오늘 밤 세계에서 이 사랑이 사라진다 해도	이치조 미사키	소설
6	만일 내가 인생을 다시 산다면	김해남	인문	달려구트 꿈 백화점(합본호)	이미예	소설	인생은 실전이다	신영준, 주연규	시·에세이
7	역행자	자칭	자기계발	부자 아빠 가난한 아빠 1	로버트 기요사키, 사본 레호트	경제경영	햇빛은 찬란하고 인생은 귀하니깐요	강명숙	시·에세이
8	불편한 편의점 2	김호연	소설	파친코 1	이민진	소설	백조와 박쥐	허기스노 게이고	소설
9	구의 증명	최진영	소설	어서 오세요, 휴남동 서점입니다	황보름	소설	럭키	김도윤	자기계발
10	기분이 태도가 되지 말자	김수현	에세이	미드나잇 라이브러리	매트 헤이그	소설	미드나잇 라이브러리	매트 헤이그	소설

# [1장] 어른이 없는 시대, 어른을 찾다

## SOCIAL Chapter 1

### 어른이 없는 시대, 어른을 찾다

2023년 베스트셀러 흐름의  
변화 키워드 2가지

40대 이상에게 불황은 '몸의 기억'이다  
'구체적 길거리 지식' 결핍이 만든 베스트셀러  
어른이 필요한, 어른의 부재 시대  
So what? 시사점 및 전망



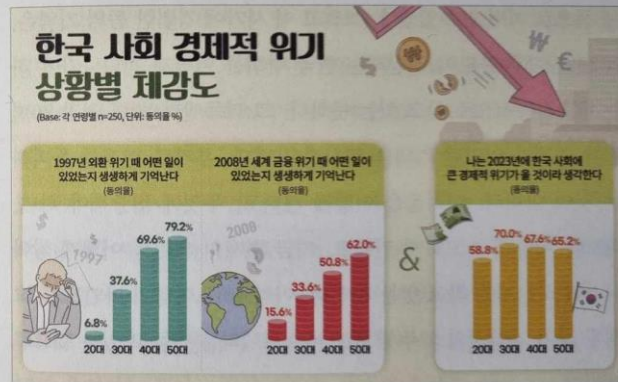
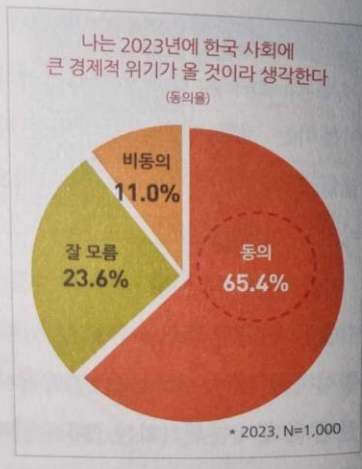
p.29~58

#### # 세이노의 가르침과 원쌍의 공통점

- 워라밸에 대한 격렬한 반감 (구체적 '길거리 지식'의 파격적 제언!)  
→ "막연한 균형 잡기에 집착하기보다 우선순위를 정하는 게 중요하다"
- 2000년대 초반 연재, 2013년 출간되었던 책의 복간 (40대의 자기계발 소환)

#### # 40대 이상에게 불황은 몸의 기억

- 97년 IMF위기와 2008년 글로벌 금융위기를 겪은 층들의 본능적 대응



# [1장] 어른이 없는 시대, 어른을 찾다

## SOCIAL Chapter 1

### 어른이 없는 시대, 어른을 찾다

2023년 베스트셀러 흐름의  
변화 키워드 2가지  
40대 이상에게 불황은 '몸의 기억'이다  
'구체적 길거리 지식' 결핍이 만든 베스트셀러  
어른이 필요한, 어른의 부재 시대  
So what? 시사점 및 전망



p.29~58

#### # 시사점

#### 1. 세대별 불황 대응 전략은 전혀 다른 접근법을 선택할 것

- 40-50대는 불황 경험을 몸으로 체험한 세대  
→ 반전의 신호가 오기 전까지 "버티기" 전략 돌입, 개인 실력으로 돌파할 수 있는 시장이 아니라 견뎌야 하는 시장
- 20-30세대는 자산 규모에 따라 전혀 다른 행보  
→ 30대는 자산가치 하락을 새로운 투자 기회로 인식, 정중동 투자 관점 유지, 대다수는 '무지출 챌린지'에 '거지방' 처럼 극단적 지출 축소 전략 선택 가능성

#### 2. 어른의 부재 시대 진정성 있는 '리더십 결핍' 대안을 대중적 물색

- [세이노의 가르침] 흥행의 배경
- 이해관계에서 자유로운, 결과로 보여주고, 행동하는 리더십 갈망

#### 3. 지연된 성인기 청년세대에 대한 우려 목소리

= 결혼, 가족형성, 경력 안정화 지연 → 어른이 되지 못한 청년세대 조명

#### 4. '어덜티즘' 논의 촉발 = 성인 중심 아동 통제 억압 현상 (예: 노 키즈 존)

→ 개인으로서 자신 권리를 과도하게 주장하는 이기적 성인의 증가

# [2장] 평균 회귀, 어중간함의 확장

## SOCIAL Chapter 2

### 평균 회귀, 어중간함의 확장

상반된 소비 공존, '거지방'과 '디브'  
 'BORN TO BE가 아닌 이상...'  
 비로소 현실 자각  
 또 발목을 잡는 SNS  
 알게 된 만큼 보인다, 지금 문제는 '기준'이다  
 So what? 시사점 및 전망



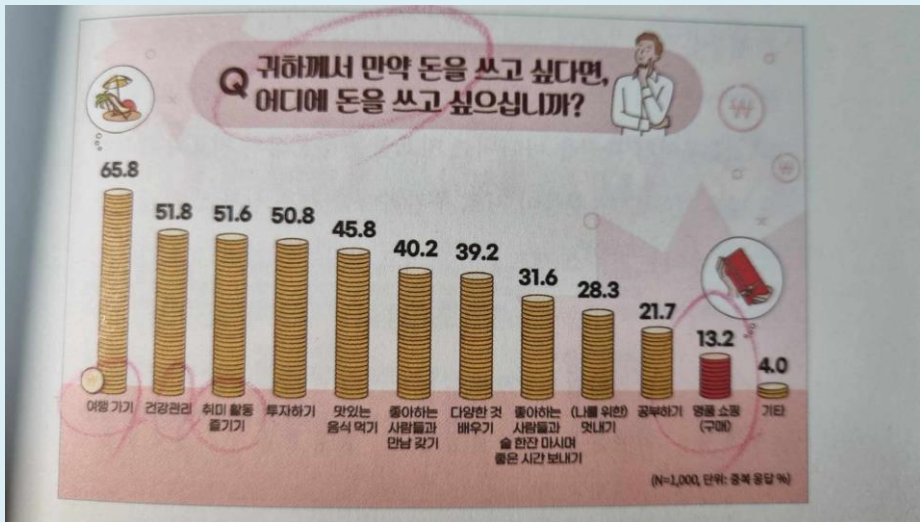
p.59~92

# 상반된 소비공존, 거지방(짠테크)과 디브(명품)

→ 과소비에 대한 철퇴에도 불구하고 반려동물과 효도에 쓰는 비용은 제외 지출의 당위성과 소비-비소비의 경계가 명확한 소비(예: 명분있는 명품 소비)

# 발목을 잡는 SNS

# 능력과 돈에 대한 인식 : 여행 가기 > 건강 관리 > 취미 활동 > 투자



# [2장] 평균 회귀, 어중간함의 확장

## SOCIAL Chapter 2

### 평균 회귀, 어중간함의 확장

상반된 소비 공존, '거지방'과 '디브'  
'BORN TO BE가 아닌 이상...'  
비로소 현실 자각  
또 발목을 잡는 SNS  
알게 된 만큼 보인다, 지금 문제는 '기준'이다  
So what? 시사점 및 전망



p.59~92

#### # 시사점

#### 1. 라이프 스타일 전 영역에 'N극화 지양' 현상 두드러질 듯!

- 중간 지점으로 하향화 = 공정과 공평의 기준, '반반 문화' 요구 흐름 커질듯
- 소비의 양극화, 개인 취향의 사적-질적 특징보다 양적이고 가시적인 것 중요시

#### 2. 기존 개방형 SNS 이탈 및 폐쇄적 SNS로 대거 이동 가능성

- 기존 SNS의 과시성 게시물에 극도의 피로감 호소
- 보여주기식 SNS에 지친 사람들을 겨냥한 서비스에 소비자 관심(예: 본디)
- 타인과 자신을 비교하는 비자발적 상황 최소화로 '자존감의 회복' 모색 중

#### 3. 경험을 선택하는 기준 축의 전환 가능성

- 취향 및 다양한 경험 선택시 보여주기식보다 차별화, 버티컬 취향 강화
- 양극단화 지향 속도 주춤, 경험의 '진정성'을 더 중요하게 고려

#### 4. 중간지점으로 회귀: '어중간함'과 '적당함'에 의미를 부여

- 극단의 경험 추구가 도리어 독이 될 수 있음을 조금씩 인지
- 중간 지점으로 회귀 지향성이 '부정적 터부시'하는 문화와 충돌 가능성
- '중간값'으로 '어중간함'에 대해 '괜찮은' 의미를 부여하려는 사회적 움직임.



# [3장] 세대 레이블링이 낳은 편견

## WORK Chapter 3

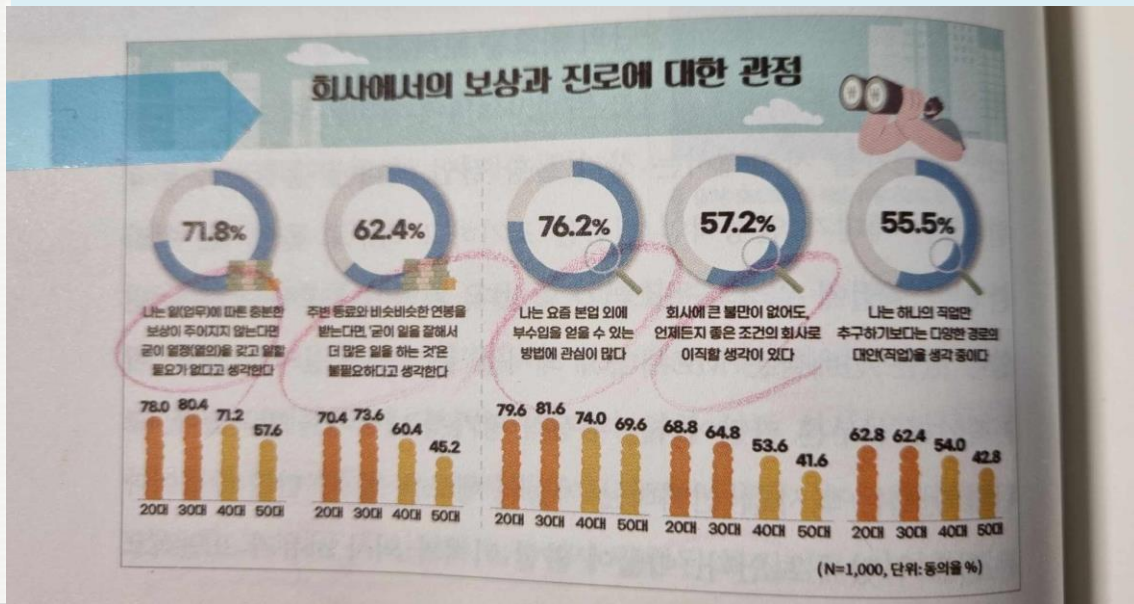
### 세대 레이블링이 낳은 편견

노동계 핫이슈마다 소환되는 '그들'  
 'MZ세대는 문제가 있어'라는 프레임  
 세대의 문제가 아니라 입장의 문제다'  
 이직'과 '퇴사'에 대한 동상이몽  
 조직에 충성하지 않는 게 아니라,  
 각자 삶에 충실한 것일 뿐  
 'MZ세대는 사회성이 없어'라는 프레임  
 So what? 시사점 및 전망



p.93~126

- # 노동계 핫이슈마다 소환되는 'MZ세대 = 문제 있다'는 프레임이 문제!
- 세대의 문제가 아니라 입장의 문제일 뿐!
- MZ세대에 대한 평가가 대부분 나이, 경력, 지위가 있는 사람들에 의해 주도됨.
- 잘 따져보면 4050 기성세대도 크게 다르지 않다는 분석 결과에 직면!



# [3장] 세대 레이블링이 낳은 편견

## WORK Chapter 3

### 세대 레이블링이 낳은 편견

노동계 핫이슈마다 소환되는 '그들'  
'MZ세대는 문제가 있어'라는 프레임  
세대의 문제가 아니라 입장의 문제다'  
이직'과 '퇴사'에 대한 동상이몽  
조직에 충성하지 않는 게 아니라,  
각자 삶에 충실한 것일 뿐  
'MZ세대는 사회성이 없어'라는 프레임  
So what? 시사점 및 전망



p.93~126

#### # 시사점

#### 1. 조직 사회 전 세대간 피드백 부재 결핍 인식 보완 움직임 커질 듯

- 20~50대 직장인 근무 평가 구체적을 받는 경우는 24.1%에 불과
- '싫은 소리', '지적질'로 인식하는 경직된 조직 문화 - 자유로운 피드백 교환 곤란
- 구체적이고 생산적이며 명확한 피드백 교환이 조직구성원 유지 관리에 필수

#### 2. 직장 내 조직 문화에 '포용성' 요구 목소리 커질 것

- '원활한 피드백'의 기본 토대 (감싸주고 받아들여주는 분위기 조성)
- 어떤 의견을 제시해도 부정적으로 평가하지 않을 거라는 심리적 안정감 담보
- 일의 이유와 명분, 책임감, 프로젝트 이해도를 끌어낼 기회 제공 필요

#### 3. 직업의 다각화를 시도하는 '신슬래셔' 문화 본격 대두 가능성

- N잡러: 명함 직책 뒤 슬래시로 2개 이상의 직업을 기입하는 다중 직업자
- 젊은층 중심 N잡러 움직임 대세화, 일상화 예상. 호기심보다 경제적 요인
- 한 가지 직업, 직장 소속만으로 안정적 생활 유지 어렵단 현실적 판단
- '힘든 일'이어도 색다르고 워라밸 추구가 가능한 '이색 업종' 선택 가능성
- 화이트칼라 버리고 기능직으로 뛰어드는 청년층 증가 추세 고려
- 조직 내 겸업 금지 조치에 대한 근로 계약 변화 필요성 대두될 것!

# [4장] 능력주의, 자본 소득 필수 사회

## WORK Chapter 4

### 능력주의, 자본 소득 필수 사회

'목돈'을 얻게 된 희망퇴직자를 부러워하다  
'거지방' 유행의 사회적 의미:  
"우리는 거지다"라고 부르는 것을 받아들인다  
사회적 배경, 자원, 인간관계를 총동원해서  
만든 성과가 곧 '능력'  
노동 소득만으로 채울 수 없는 계층 상승 욕구,  
'불로소득'을 재정의하다  
So what? 시사점 및 전망



p.127~162

# 목돈을 얻게 된 희망퇴직자를 부러워하다  
- 5억 짜리 은행권 희망퇴직 권고 사례에  
→ "부럽다"는 반응!

# '거지방' 유행의 사회적 의미 :  
"우리는 거지다"를 받아들이는 사연  
- 130쪽 카톡방 이미지  
("우리는 거지입니다." = 퇴장 인사!)

# '능력'에 대한 재정의와 용인 :  
- 사회적 배경과 자원, 인간관계를  
총동원해서 만든 성과 = "능력"



# [4장] 능력주의, 자본 소득 필수 사회

## WORK Chapter 4

### 능력주의, 자본 소득 필수 사회

'목돈'을 얻게 된 희망퇴직자를 부러워하다  
'거지방' 유행의 사회적 의미:  
"우리는 거지다"라고 부르는 것을 받아들인다  
사회적 배경, 자원, 인간관계를 총동원해서  
만든 성과가 곧 '능력'  
노동 소득만으로 채울 수 없는 계층 상승 욕구,  
'불로소득'을 재정의하다  
So what? 시사점 및 전망



p. 127~162

#### # 시사점

- 1. 노동 소득 이외 다양한 자본소득 추구 경향 매우 견고, 지속화될 것**
  - 노동이 없는, 노동 최소화된 이른바 '불로소득'에 대한 정의를 바꾸고 있음
  - 자신의 수고(시간과 비용과 관심)를 들인 모든 투자 활동을 '노동소득'으로 인식
- 2. 일에 대한 소명의식은 크게 낮아질 듯**
  - 직장 및 사회 생활의 목적은 '돈의 추구'란 인식이 압도적인 경향과 반비례!
  - 하나의 일로는 생활 어려워, N개 일자리 수용해야 하는 경제적 환경의 결과
  - "일에 대한 소명의식보다 급여 수준이 더 중요한 기준이다" = 80.8%
- 3. 능력주의 상징인 '전문직'에 대한 다양한 쟁점 촉발 가능성**
  - 의사, 변호사 등 개인 능력(재능) 성취 결과(X) 집안 배경, 경제력 덕분 인식
  - "부모 배경을 이용해서 성공하는 것도 나쁘다 보지 않는다" = 77.6%
- 4. 선거와 정치 관련 이벤트에 노동자의 '투자자' 정체성 고려 필요**
  - 직장인들이 노동자 정체성과 자본소득 추구하는 '투자자' 정체성 겸비
  - '자신의 모든 자원을 적극 투자해서 만든 성과' = '능력'이라고 정의
  - '불로소득'에 대한 도덕적 비난이나 공격= 정치적 공감을 얻기 힘들 것!

# [5장] '나' 중심으로의 선택적 경험들

## LIFE Chapter 5

### '나' 중심으로의 선택적 경험들

新멤버십 대전  
지금은 옥석 가리기 전쟁 중  
'편의 문제'가 낳은 감정의 소용돌이  
'현재'에서 나아지기 위한 두 가지 전략  
So what? 시사점 및 전망



p. 163~193

#### # 시사점

##### 1. 과소 혹은 과대 평가된 활동들에 대한 재조명 커질 것

- 타인의 존재나 가치관에 휘둘리지 않고 스스로의 내적 니즈 캐치 노력 증대
- 행복을 주는 활동들에 대한 인식과 생각의 차이,  
→ 우월하거나 뛰어난 사람으로 보여지고 싶은 니즈가 점차 하락하는 중

##### 2. '시간 관리' 니즈의 발현 가능성

- 다양한 경험들의 누적 효과를 위해 '시간의 양' 확보가 필수  
→ 남들보다 더 많은 시간을 갖는 것을 하나의 '경쟁력'으로 인식하기 시작
- '시간관리' = 라이프 스타일 전반의 질을 높이기 위한 핵심 지침으로 등장!  
→ 필수 시간, 여가 시간, 의무 시간 중 생산성 방해 요소 대항 처리 증가!
- 시간 확보 니즈와 효율성 극대화 추구(시간 절약 서비스에 관심)

(#183쪽 그림 참고!)



# [6장] 폐쇄형 인간관계, 하이볼의 사회학

## LIFE Chapter 6

### 폐쇄형 인간관계, 하이볼의 사회학

다시 시작된 음주 문화, 술 종류가 달라졌다  
하이볼의 간략한 역사, 하이볼이 '뜨는' 이유  
함께보다 '혼자' 한잔하는 것이 마음 편한 이유  
우리는 어떤 사람을 '친구'라고 부르고 있을까?

So what? 시사점 및 전망



p. 194~232

#### # 시사점

1. 인간관계 확장에 대한 니즈가 크게 줄고, 깊은 소수 관계 추구 경향화

- 폐쇄형 SNS가 크게 부각될 가능성 증대
- 개인 SNS 공개 및 운영이 잘 아는 관계 중심 폐쇄형 전환
- 소통도 친한 관계를 중심으로 '독점적인 소통'을 원하는 방향 커짐

2. 찐한 친구 한 명의 중요성이 높아지면서 소수 인간관계에 집중할 듯

- 그 외 인간 관계는 필요할 때만 찾는 유형으로 '필참 친구' 많아지는 현상
- 인간 관계를 하나의 자산이나 언젠가 활용할 보험이라는 성격으로 인식
- "몇 번 보지 못한 타인이 더 편하게 느껴질 때가 많다" 44%(20)→56%(23)

3. 개인취향 존중 문화 극대화로 공동체 가치관과 도덕 충돌 가능성 커질 것

- 끼리끼리 문화의 확대, 개취 존중 극단화로 타 집단 배제 충돌 가능성 야기
- 소방서 사이렌 소리 시끄럽다고 민원, 3.1절 기념일에 일장기 달기
- 공동체 구성원들의 '공동의 감각'과 개인취향 지향자간 충돌 가능성
- 중요한 타인의 부재로 인해 '브레이크 없는 질주' 위험
- 얼마나 오래 만나느냐 기간이 아니라 어떤 의도로 만나느냐 목적의 문제:  
이익보다 대화 교감할 수 있는 친구= 목적을 버리고 인간으로 접근하라

# [7장] '빨리 감기'라는 중독

## Culture Chapter 7

### '빨리 감기'라는 중독

시청 습관을 바꾸게 될 '이 기능'을 추가하다 거의 모든 영상을 '건너뛰며', '빨리 감기'로 본다 '1분'도 답답하다, 숏 클립으로 짧고 빠르게 시청 습관의 변화, '빨리 보기' 뇌의 정보 과부하 '빨리 감기'의 미래, 뇌는 더 큰 자극을 원한다 So what? 시사점 및 전망

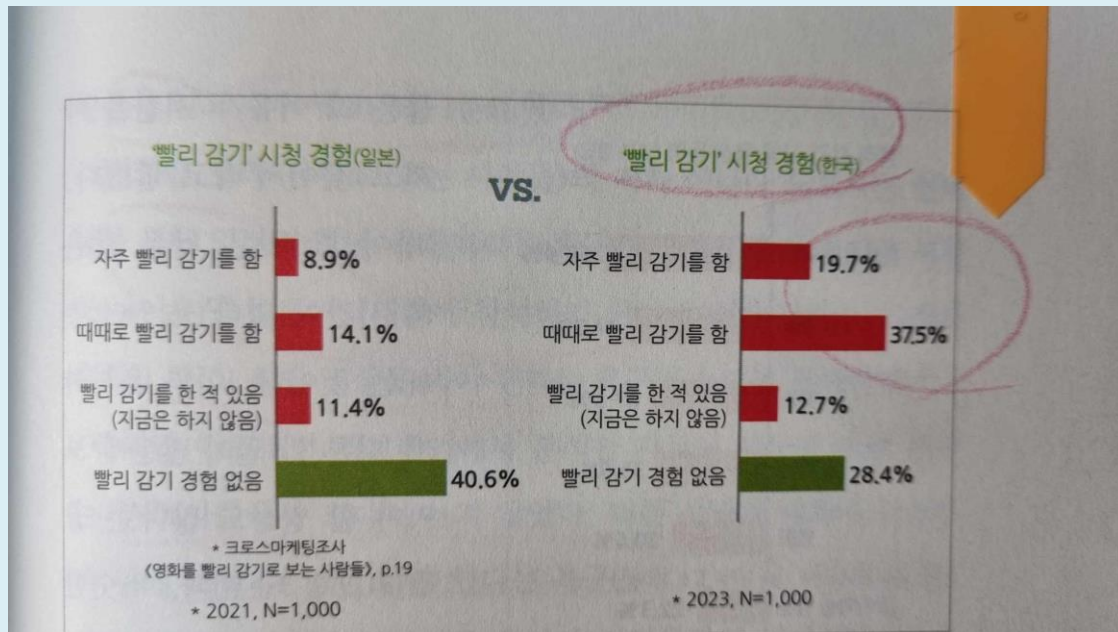


p.233~266

# 빨리감기 라는 중독 : 배속 시청, 중독되는 뇌

- 2019년 8월 부터 OTT 넷플릭스에 [빨리보기] 기능 탑재

→ 넷플릭스 위기론 부각 시대로부터 4년 뒤 '지구 최강 콘텐츠 기업'이라던 디즈니의 현실: 디즈니 플러스가 고전 중인 2023년 현실의 의미



# [7장] '빨리 감기'라는 중독

## Culture Chapter 7

### '빨리 감기'라는 중독

시청 습관을 바꾸게 될 '이 기능'을 추가하다 거의 모든 영상을 '건너뛰며', '빨리 감기'로 본다 '1분'도 답답하다, 숏 클립으로 짧고 빠르게 시청 습관의 변화, '빨리 보기' 뇌의 정보 과부하 '빨리 감기'의 미래, 뇌는 더 큰 자극을 원한다 So what? 시사점 및 전망



p.233~266

#### # 시사점

1. 빨리감기 습관의 반복은 중단하기 어려운 현상 = 중독화 가능성 매우 커

- 다양하고 더 많은 영상을 보고자 하는 가성비 소비에 초점
- 아낀 시간을 다시 빠른 속도로 또다른 영상물 소비에 소비하는 악순환 반복
- 다양한 경험 추구 목표가 강박에 가깝게 목표화된 라이프 스타일

2. '매운맛' 콘텐츠 선호 현상의 가속화 예상

- 훌륭하지만 부드러운 조언을 담은 영상 콘텐츠는 퀄리티와 관계 없이 대중 소비자들로부터 직관적인 관심은 받지 못하게 될 듯!
- 화끈한 자극(폭력성, 선정성)을 더 세게 추구하는 경향 지속

3. 이에 반발하는 '의도적인 정속 주행' 시청 흐름이 나타날 수도!

- 주류의 흐름에 반발하는 반문화 현상끼리끼리

4. 더욱더 센 자극을 보여주려는 움직임이 가짜 뉴스 확산 초래할 수도

- '더 센 주장'을 근거 없는 상태로 노출하는 문화 확산 가능성
- 2024년 선거를 앞두고 정파성이 강한 이슈를 중심으로 사실과 주장을 혼동하는 사람들이 가짜뉴스를 걸러낼 틈도 없이 영향 받게 될 위험성 높아져



# [8장] 영트로, 이색 서사로 진화한 新복고 세계관

## Culture Chapter 8

### 영트로, 이색 서사로 진화한 新복고 세계관

장수 브랜드는 콜라보 중  
장수 브랜드뿐만이 아니다?  
돌고 도는 유행, 2011~2012년  
그리고 2018~2019년  
양상이 좀 다른, 또 다른 복고의 등장  
So what? 시사점 및 전망



p.267~303

#### # 시사점

##### 1. 복고 소비 콘텐츠의 다변화 가능성 커질 것

- 현재까지 복고 문화 소비 아이템은 '먹거리'와 '콘텐츠'가 대표적
- 2030세대의 새로운 감성 체험(할매니얼 식품 인기)
- 헬시니얼(헬스+밀레니얼) 신조어 = 건강 관리 주요 트렌드랑 결합, 건강한 맛에 대한 수요, 건강 자체에 대한 관심으로 이어질 듯.
- 콘텐츠 분야는 다방향성, 복고풍 노래 소환 방향과, 아날로그화 움직임 : 레트로 → 뉴트로 → 영트로 (자기들만의 옛것)
- J 컬처 문화 확대, 일본식 복고풍 인테리어, 펍(pub)이나 바(bar) 증가(시티팝)

##### 2. 패션(패션 용품, 소품) 분야 커스텀 니즈 고도화 가능성

- '커스텀' = 기존 제품을 재가공해서 새로운 형태로 만드는 것! 일반적인 동시에 브랜드 역사가 긴 패션용품 커스텀 흐름 → 복고풍 패션과 관련 소품 소환 문화

##### 3. 복고 문화 소비층 10~30대, 금기 문화 재조명, 이색 서사 뉴 콘텐츠 각광

- 다양성과 차별성 추구하는 세대 특징 → 성별 고정관념, 가부장문화를 희화화

##### 4. 복고 콘텐츠 세계관의 지속적인 변화와 진화 필요

- 현실적이면서도 과몰입 가능한 콘텐츠가 되도록 각색 과정 필요  
→ 돌리 : "철들지 말고 오래오래 모두의 기억에 살아가라" (고길동의 메시지)

# “친구 맺어요!”

**최규문**

소셜네트워크코리아 대표  
포스트에이아이(주) CMO

010-2216-8775

[letsgo999@gmail.com](mailto:letsgo999@gmail.com)



- **고객관리 자동화 하루에 끝내기 (2021, PDF)**
- **카카오 메시지 마케팅 (2020)**
- **유튜브 상위노출의 모든 것 (2019)**
- **페이스북 인스타그램 통합 마케팅 (2018)**
- **페이스북 페이지 하루에 끝내기 (2017, eBook)**
- **백만 방문자와 소통하는 페이스북 마케팅 (2016)**
- **100만 방문자와 소통하는 페이스북 페이지 만들기 (2012, 한빛미디어 / 개정판 2013)**
- **페이스북 비즈니스: 페이스북 페이지 완전정복 (2011)**
- **페이스북 무엇이든 어떻게 활용할 것인가 (2010)**



[youtube.com/@dimabulsa](https://youtube.com/@dimabulsa)