

36 사람들은 필요해서가 아니라 다르게 보이기 위해 돈을 쓴다

- 보드리야는 우리가 지닌 ‘욕구’는 개인적이고 자발적인 것으로는 설명할 수 없으며, 오히려 타인과의 관계성, 즉 ‘사회적’인 것으로 설명 가능하다고 말했다.

보드리야가 말한 대로 욕구가 사회적인 것이라면 마케팅에서 시장 창조나 시장 확대에 가장 중요한 것은 ‘차이 총계의 최대화’다. 이는 당연히 사회에 adn 큰 르상티망을 만들어 낸다.

- 우리는 보통 자신의 자발적인 욕구와 희망을 토대로 자신의 ‘자아실현’의 모습을 그린다는 전제아래 이야기를 한다. 하지만 정말로 그럴까? 바람직한 자신의 모습이 어떤 특정 집단이 배타적으로 갖는 특성에 의해 기술된다면, 그러한 자신의 모습은 자발적으로 규정된 것이라기보다는 오히려 특정 집단과 그 외의 집단, 즉 외부 환경과의 차이에 의해 규정된 것으로 보는 것이 적절하다.

- 이를테면 하이브리드 차량인 프리우스를 타거나 무인양품을 애용한다거나 한적한 시골 마을에서 지내는 일 또한, 그 길을 선택한 주체가 그러한 선택을 하지 않은 타인과 자신은 다르다는 것을 드러내기 위한 차이적 소비라는 것이다.