

산업혁명에서 다시 산업혁명으로

-대중이 소비의 주체가 되어야 하는 이유-

20107, 고은비

“갈망의 생산과정 자체도 불공평하다.” 책 「소비의 사회」에서 장 보드리야르가 현대의 소비자들에게 던지는 말이다. 인간의 욕구는 무한하다. 그러나 무한함의 정도도 제각기 다르다. 즉, 양적으로는 끝이 없으나, 그 질적 차이가 발생한다. 인간은 무의식적으로 자신의 경제적 지위를 고려하고, 이에 따라 자신의 욕망을 제어한다. 때문에 현대의 소비 사회가 만들어 낸 불평등의 양상이, 단순히 가시적으로 드러나는 것뿐만 아니라, 인간 의식 및 내면세계 그 뿌리 깊은 곳까지 지배하고 있다.

기술이 발달함에 따라 재화 및 서비스를 통한 대중의 현혹은 치밀해지고 있다. 그리고 생산자는 이를 활용한다. 이때 그들은 자신에게 최대 마진을 가져다 줄 수 있는 방안을 모색한다. 이는 “불평등”을 수단으로 대중을 조종하는 것이다. 즉, 그들은 사회적 신분이 달라짐에 따라 갈망의 크기가 달라짐을 알고, 각 계층별로 다른 재화 및 서비스로 타깃팅한다. 또한, 자신의 신분을 과시하고 싶은 사람에게, 소비가 하나의 “기호” 체계로 작용하게 하여, 자신들의 지위를 드러내도록 한다.

산업혁명 이후로 소비의 세계는 가장 빠르게 변화했다. 잉여 생산물이 증가했고, 이에 따라 소비는 더 이상 인간의 생명을 유지하기 위한 수단이 아니게 되었다. 풍요 속에서 우리는 낭비를 일삼고, 이러한 낭비는 다시 계층의 고귀함을 드러낼 수 있는 수단이 되었다. 우리는 지구 한 편에서, 가까이 있는 우리 이웃이, 추운 겨울철을 먹을 것 없이 나는 것은 외면한 채, 우리의 욕심을 넘어서 인정에 대한 욕구를 채우기 위해, 끊임없이 소비한다.

결국, 우리 모두는 변화된 사회 속에서 소비의 객체 역할만 하고 있다. 대중의 무의식은 지배층에 의해 움직인다. 그들은 우리가 더 많은 낭비를 할 수 있는 환경을 만들고, 이를 죄악으로 의식하지 않도록 포장한다. “당신이 이용하는 서비스, 당신이 이용하는 물건으로 당신의 질이 결정됩니다.” 라고 말하고, 윤리의 영역을 넘어 더 많은 것을 소비하도록 한다. 기업은 모든 것을 경제재로 만들고, 이를 소비자에게 끊임없이 공급한다. 그러나 우리는 결국 그들이 제공하는 재화와 서비스에 종속되어, 그들이 주는 달콤한 의미에 의해 조종당한다. 21세기의 인간은, 소비의 객체일 뿐이다.

그렇다면, 인간은 왜 소비의 주체가 되어야 할까? 자본주의의 경제는 모든 선택권이 대중에게 있으며, 대중의 낭비, 사치, 편승 등 비합리적인 행위들도 그들의 결정이므로, 그 자유를 존중해야 한다고 말한다. 물론 모든 인간에게는 자신의 현재와 미래를 결정지을 수 있는 자유가 있고, 때문에 소비가 죄악이 아님은 사실이다. 그러나, 공급 계급은 이를 통해 자신들이 인간을 조종하고 있음을 정당화하고, 대중이 자신들에게 예속되는 것을 당연시한다. 기업과 수많은 자본가의 주장은, 우리의 주체성을 더욱 빼앗아갈 뿐이다.

현대의 소비의 사회는 기계의 발전으로부터, 이에 따른 공급자 계급의 성장으로부터 시작될 수 있었다. 그 역사적 근원으로 봤을 때 현대의 시스템을 바꾸는 것은 분명 어려운 일이다. 그러나, 현대 사회는 책 「소비의 사회」가 출판되었을 당시와 분명히 다른 점이 있다. 대중은 정보의 사회 속에서 자신들에게 필요한 정보를 얻을 수 있고, 이를 통해 지배 계급과의 불평등이 완화되는 추세이다. 우리는 스스로 정보를 수용할수도, 생산할수도 있으며, 이는 기업에게는 큰 위기로 다가올 수밖에 없다.

필립 코틀러는 책 「마케팅 4.0」에서 정보화 사회가 도래함에 따라 기업의 마케팅이 진정성에 얼마나 호소하게 되었는지, 그리고 소비자 주권을 보호하기 위해 얼마나 노력하고 있는지를 말해준다. 소비자들에게 기회는 지금뿐이다. 제 4차 산업혁명의 시대에서, 우리는 3차 산업혁명으로 인해 예측되어 버린 우리의 생각을, 가치를, 그리고 주체성을, 되찾아 와야 한다.