

습관은 정서적 요구를 반영한다

습관, 마니아의 정서를 말하다

The interview with Ann Gadd

Editor 조아라

"이해가 언제나 편안한 것은 아니다. 무언가를 조금 더 이해할수록 이전의 방식을 고수하기가 그만큼 힘들어진다. 예를 들어 신체적 세계의 새로운 면을 발견하는 일은 흥미로운 일이지만, 감정적 세계의 또다른 면을 발견하는 일은 불편한 일이 될 수도 있다." (심리학, 습관에게 말을 걸다)의 저자 앤 가드는 책 서문에서 감정적 세계의 색다른 면을 발견하는 일이 불편한 일이 될 수도 있다고 미리 경고한다. 브랜드 입장에서든 마찬가지일 것이다. 소비자들에 대해서 속속들이 알고 싶어하는 것이 우리의 심리이지만, 만약 브랜드가 채워 줄 수 없는 소비자들의 욕구를 발견하게 된다면 그것이 얼마나 불편한 일이겠는가. 그러나 그녀는 끝까지 채워질 수 없는 소비자들의 욕구를 자극하는 것이 브랜드 마니아를 만드는 이유라고 지적했다. "수녀의 습관이 내적 신념을 드러내듯, 우리의 습관이 내재된 자아나 잠재 의식 속 우리의 모습을 알려준다"며, 습관을 통해서 진정한 소비자의 심리를 파악하라는 그녀에게 마니아와 습관에 대하여 들어보았다.



habit

저서에서 '습관'과 '중독'에 대해 다루셨습니다. 사람들이 브랜드를 지속적으로 소비하는 것에 대해서 흔히 소비가 '습관'이 되었다거나, 브랜드에 '중독'되었다는 말을 쓰곤 하는데, 당신은 이에 대해 어떻게 생각합니까? 사실 습관과 중독에는 뚜렷한 차이가 있습니다. 습관이란 반복되는 행동입니다. 주로 무의식적인 상태에서 행해지는 경우가 많지요. 하지만 중독은 같은 반복적 행동이라도 주로 어떤 물질과 연관된 경우가 많습니다. 니코틴이나 알코올, 약물과 같은 물질 말입니다. 그래서 사실 소비자들이 어떤 브랜드를 소비할 때, 그 브랜드에 높은 충성도를 가지고 있다 하더라도 만약 신체적인 금단증상을 동반하지 않는다면 그것은 중독이라는 단어와 정확히 일치하는 행동은 아닙니다. 오히려 이러한 증상은 습관의 단어적 정의와 더 일치한다고 볼 수 있습니다. 습관이 '반복적 경향이나 행위를 의미하기 때문이죠.

'습관'에 대해서 더 자세히 말씀해 주십시오.
습관^{habit}이라는 단어는 habere라는 라틴어에서 유래되었는데 이는 '가다, 붙들다, 지니다'라는 뜻을 가지고 있습니다. 실제로 습관은 우리가 붙들고 있는 신념, 내재된 감정들을 겉으로 표출합니다. 아리스토텔레스도 "현재의 우리는 우리가 반복적으로 하는 행동의 결과"라고 말했죠. 물론 세상에는 수백 가지의 습관들이 있습니다. 습

관은 어떤 특정한 상황에서 보이는 자동적인 반응이거나 반복적으로 행하는 모든 것을 포함하는 단어입니다. 습관은 보통 중독만큼의 힘이 있다고 여겨지지는 않으며 우리가 스스로 제어할 수 있는 범위 내의 행동이기도 합니다. 반면에 중독은 그렇지 않죠. 중독이 감정적인 갈망과 신체적인 탐닉을 모두 포함하는 단어인 반면에, 습관은 무의식적이고 내재된 자아의 정서적인 요구를 반영한 것입니다. 습관은 우리의 신념을 보여 주며 감정을 부각시킵니다.

반복적으로 어떤 브랜드의 제품을 구매하는 것도 습관의 일종이라고 본다면 어떤 점이 브랜드 마니아들로 하여금 그 브랜드를 반복적으로 구매하도록, 즉 브랜드가 습관이 되도록 유도한다고 생각합니까?
여러 가지 이유가 있겠지만, 제일 큰 이유는 특정 브랜드가 마케팅과 광고, 혹은 브랜딩을 하는 과정에서 마니아들이 되고 싶어 하는 사람으로 여겨지기 때문입니다. 우리가 어떤 브랜드를 구입하는 것은 내가 어떤 사람으로 보여지느냐의 문제¹입니다. 사람들은 자기가 되고 싶어하는 것에 끌리게 마련입니다. 만약에 우리가 담배에 중독되었다고 가정해 봅시다. 선택할 수 있는 담배는 여러 가지가 있겠지요. 그 담배들은 각각 어떤 라이프스타일이나 이미지를 가진 사람으로 대변될 수 있습니다. 우리는 그 중에서 어떤 것을 '선택'하