

이런 추상적인 스토리를 만들어 공유하는 능력이 사피엔스를 인간으로 만들고, 사회와 국가라는 존재를 탄생시켰다는 것이 유발 하라리의 주장이지. 일리가 있어.

유튜브나 페이스북에 올린 콘텐츠라는 것들도 실체는 없어. 모두 스토리지. 그리고 어쩌면 이런 문화적 허구(cultural fiction)의 정점에 있는 것이 브랜딩이 아닐까 싶어.

이 화장품을 바르면 광고의 모델처럼 아름다워 보일 거라는 브랜드의 스토리를 믿고 사람들이 그 화장품을 사고, 자동차회사는 몇 년간 안전한 이동이 가능할뿐더러 고객의 품위도 높여 줄 거라는 스토리로 제품을 팔지. 브랜드가 단순히 신뢰만 주는 단계를 넘어, 그 브랜드를 사용하는 사람의 가치관과 감정과 사회적 맥락을 담아 스토리를 이야기해주는 것 아니겠어.

알겠니? 브랜드는 그 자체로 스토리 덩어리야.