

영국의 사회변화와 소비자주의 : Matthew Hilton의 관점을 중심으로

천경희(대전대 아동벤처산업학과 겸임교수)

1. 서론

소비자주의라는 용어가 처음 사용된 정확한 기원을 알기는 어렵지만 Swagler(1994)에 의하면 1944년 The New Republic이라는 잡지에서 협동조합운동을 설명하면서 처음 사용되었으나 초반에는 별다른 주목을 받지 못했다고 한다. 이후 1960년대 중반 소비자운동과 함께 다시 등장하게 되었는데 기업에 대항하는 소비자운동가들에 대한 냉소적인 의미가 담겨있는 용어로 사용되었다. 1962년 후반 들어 특히 1962년 Kennedy 대통령이 의회에 보내는 교서에서 '소비자권리'의 필요성을 주장하고 Nader 등의 소비자운동가의 활동이 활발해지면서 부터는 기업의 입장에서 골칫거리를 제공하는 운동가들의 행위를 지칭하는 것이 아닌 보다 포괄적이고 긍정적인 의미를 가지는 단어로 상용되기 시작하였다.

Merriam-Webster Dictionary online에서는 소비자주의를 '소비자의 권익을 증진시키는 것이라는 의미와 재화의 소비를 증진시키는 것이 경제학적으로 바람직하다는 이론임과 동시에 소비재를 구매하는 것에 대한 강박과 지향성'이라고 정의하고 있어(이기춘, 나중연, 2006) 소비자주의가 두 가지 상반된 의미 즉 시장에서의 소비자지위를 향상시키는 바람직한 것과 물질만능주의와 맥을 같이 하는 부정적인 것으로 이해되고 있음을 알 수 있다. Patrick Mullins, Dai-Yeun Jeong, John S. Western, Ian Lowe, Rod Simpon(2004)은 "Consumerism and Sustainable Development : An Australian-South Korean Comparative Study"에서 소비자주의를 환경적 행동의 반대적 개념으로 묘사하고 있는데 이와 같은 의미로 사용하는 예는 외국의 여러 연구(Cahill, 2001: Miles, 1998: Stearns, 2001: Schor, 1999)에서도 쉽게 찾아볼 수 있다.

소비자주의에 대한 의미는 사회가 변화함에 따라 점차 진화 발전하게 되면서 이제 소비자가 사회구조적으로 불평등한 지위를 해소하여 경제적인 복지와 소비자의 정치적인 힘을 증진시키기 위한 사회운동(로버트메이어, 이기춘 외 옮김, 1996)으로서 소비자 뿐 아니라 기업, 정부의 노력을 포함하는 것으로 보게 되었다. 즉 소비자주의란 정부, 기업 그리고 소비자단체나 소비자 자신들의 노력에 의하여 소비자권리를 지지하거나 보호하기 위해 조직화된 노력(김경훈, 박영근, 김인숙, 1999)이라고 인식할 수 있게 된 것이다. 최근 들어 소비자주의는 소비자보호를 지향하는 의미와 물질주의적 소비를 지향하는 의미를 뛰어넘어 소비자주권을 실현하여 소비자복지를 실현하고자 하는 노력으로 인식하기에 이르렀다.

초기에 소비자주의는 자급자족적이었던 봉건사회에서 자본주의 경제체제로 이행하는 과정에서 생산자와 소비자 간에 의사소통이 어려워지자 이를 극복하고 개선하기 위한 노력으로 태동하였는데, 소비자들의 시장에서의 합리적인 선택을 유도하고 생활개선을 모색하기위해 1844년 영국의 로치데일에서 세계 최초로 결성된 소비자조합이 전 세계적인 협동조합 운동의 선구로서 소비자주의의 기원(박종순, 2001)이 되었다.

한편, 소비자주의는 한 사회의 정치, 경제, 문화적 상황과 밀접하게 관련되어 있기 때문에 (함께하는 시민행동, 1999) 국가에 따라 다른 형태로 전개되어 왔다. 현재까지 전개된 소비자주의의 유형은 대체로 영국과 북유럽의 '소비생활 협동조합의 형태'와 미국 중심의 '상품테스트 중심형', 그리고 일본을 중심으로 한 '불량상품 고발형' 소비자주의의 형태로 구분된다(박금순, 1982). 그러나 소비자주의가 왜 국가에 따라 다른 형태를 띠며 어떤 나라에서는 번성하며 어떤 나라에서는 실패하는지에 대해서 아직까지 명확히 밝혀진 것은 없다(이기춘, 이진국, 1996). 따라서 국가에 따라 다양한 형태나 수준으로 나타나는 소비자주의를 제대로 파악하기 위해서는 각 나라의 사회, 정치, 경제적 상황에 대한 이해와 더불어 각 국의 사회, 정치, 경제체제와 소비자주의와의 관계에 대한 분석이 이루어져야 한다.

그동안 한국에서의 소비자주의에 대한 연구는 미국과 일본에 집중되었으며 연구의 내용이 사건 중심의 시대구분에 대한 분석이 대부분으로 각 나라의 사회, 정치, 경제적 상황과 소비자주의와의 관계에 대한 분석이 미흡한 수준이며 더욱이 소비자주의가 각국의 사회, 정치, 경제체제와 어떠한 관계 속에서 전개되었는가 하는 심층적, 관계적 분석은 거의 이루어지지 못한 편이다.

본고는 현대적 의미의 소비자주의의 시초로 꼽히는 영국 소비자주의를 살펴봄으로써 그동안 많은 연구가 이루어진 미국, 일본의 소비자주의와의 차이를 파악하여 사회 정치 상황과 소비자주의와의 관계를 평가하고 분석하고자 하는 의도에서 시작되었다. 전체적인 영국의 소비자주의를 살펴보기 위해서는 영국 사회의 경제, 정치적 변화 속에 나타나는 소비자주의를 파악하여야 하는데 Matthew Hilton(2004)이 "Consumerism in Twentieth-Century Britain : The Search for a Historical Movement"에서 이에 대한 개괄적인 조망을 해 놓은 바, Matthew Hilton의 접근을 고찰하고 이를 향후 전개하고자 하는 연구의 방향을 모색하는 탐색적 틀로 삼는 것도 의미 있을 것으로 사료되어 Matthew Hilton의 관점을 통해 먼저 영국 소비자주의를 살펴보고자 하였다.

따라서 본고에서는 그동안 영국에서 전개해온 소비자주의를 개괄적으로 살펴보고 Matthew Hilton이 “Consumerism in Twentieth-Century Britain : The Search for a Historical Movement”에서 제시하고 있는 20세기 영국의 소비자주의에 대한 분석과 평가를 고찰하고, 이러한 Matthew Hilton의 분석이 향후 소비자주의에 대한 연구에 어떠한 시사점을 가지는지 논함으로써 소비자주의 연구에 대한 방향성을 탐색해보고자 한다. Matthew Hilton은 소비자주의를 역사적 운동의 측면에서 조망하고 있다. 따라서 본고에서는 Matthew Hilton의 견해와 그 맥을 같이하고자 소비자운동을 통해 소비자주의를 살펴보고자 한다. 본고는 영국 소비자주의에 대한 연구에 앞서 검토하는 탐색적 연구로서 향후 영국 소비자주의에 대한 포괄적이고 체계적인 연구의 초석의 역할을 할 것으로 본다.

2. 영국의 소비자주의의 전개

Matthew Hilton 은 소비자주의를 조직적인 사회적 정치적 운동으로 본다. 이에 본 장에서는 그동안 영국에서 전개해온 소비자운동을 연대기적으로 살펴봄으로써 영국의 소비자주의가 어떻게 전개되었는지 고찰하고자 한다. 영국의 소비자주의는 소비자들에 의한 소비자운동이 시작된 이후 여론의 요구에 의해 정부에서 다양한 형태의 소비자보호관련 정책을 추진해왔다.

영국의 초기 소비자운동은 미국의 정보제공 형태와는 다른 협동조합형의 형태로 시작되었다. 저임금과 공황으로 인한 고용불안 속에서 노동자들은 생계를 꾸리기가 어려웠으며 그들의 생활수준 저하와 불안이 높아 노동조합운동의 일환으로 1880년대부터 협동조합형태의 운동이 태동하였다. 1844년 영국의 로치데일에서 노동자들이 로치데일 공정개혁자조합을 설립하였는데 이 조합은 산업혁명 이후 노동자들이 저질 또는 조악품에 대항하기 위하여 취한 조직 활동이다. 이 조직은 영국의 협동조합형 소비자운동의 시초라고 할 수 있어 그 의의가 있다. 영국의 이와 같은 조합형 운동이 성공을 거둘 수 있었던 것은 조합원의 영세한 출자금을 모두 모아 생산업자와 대항할 수 있었다는 데 있다. 이와 같은 조합형태의 소비자운동은 영국은 물론이고 유럽국가들 그리고 일본에 많은 영향을 미쳤다.

1) 1950년 후반부터 1960년대까지

현대적 의미의 영국의 소비자운동은 1950년대가 지나면서 시작되었다. 특히 1957년 영국에서 민간소비자단체인 소비자협회(CA : Consumer Association) 가 창설되면서 적극적인 소비자운동이 전개되기 시작하였다. 소비자협회는 재정적으로 독립된 민간단체로서 미국의 ‘Consumer Report’를 모델로 한 ‘Which?’라는 소비자정보지를 발행하기 시작하면서 소비자운동을 주도하는 단체가 되었다. 그동안 협동조합형의 소비자운동이 전개되었으나 소비자협회에서 객관적 소비자정보 즉 상품비교테스트 정보를 제공하기 시작하면서 미국식의 정보제공형 소비자운동이 도입되는 전환점이 되었다. 소비자협회는 상품비교정보 이외에 보다 다양한 소비자욕구를 충족시키기 위하여 은행, 저축, 병원, 가정사 도움, 재무관리, 전화서비스 등 다양한 분야의 정보와 상담을 제공하였으며 1962년부터는 자동차 품질비교정보를 제공하여 소비자들로부터 많은 호응을 얻었다.

한편 1957년에 영국에서는 또 하나의 민간단체가 발족되었는데 그것은 소비자자문위원회(CAC : Consumer Advisory Council)이다. 이 단체도 객관적인 상품비교결과에 대한 정보를 ‘Shopper’s Guide’에 실었고 한때 회원수가 5만명에 이르기도 하였으나 1963년 폐간하게 되었다. 폐간이유는 소비자협회가 출판한 ‘Which?’에 비해 객관적 정보제공이 늦고 융통성 없는 운영의 문제, 객관적 비교정보로서의 가치가 낮은 점, 회원가입자수의 감소, 정보제공에 적극적인 노력을 취하지 않은 점 등이었다.

한편, 소비자협회는 많은 소비자단체가 발족하는 것을 지원하였는데 그 결과 지역소비자그룹(Local Consumer Groups), 전국연방소비자그룹(National Federation of Consumer Groups), 소비자문제연구소(Research Institute for Consumer Affairs)등이 창설되었다.

2) 1970년대

1970년대에 소비자협회의 적극적인 활동은 계속되었는데 상품비교테스트결과에 대한 정보제공이외에 1971년부터는 식품 및 잡화를 판매하는 슈퍼마켓 등 유통업체의 가격비교 및 가격변동에 대한 조사결과를 발표하여 가격인상을 억제하는 역할을 수행하였다. 이외에도 주차상황, 편리성, 진열상태, 자사브랜드와 전문제조업체 상품의 가격비교 등 광범위한 정보를 제공하였다. 이와 같은 성공적인 활동으로 소비자정보지는 4개로 확장되어 Motoring Which?, Money Which? Handyman Which?, Holiday Which? 로 전문화되었다. 게다가 회원에 한해서는 제품과 서비스구입 및 사용과 관련한 각종 개별적 문제를 해결하는 개인적 서비스를 제공하기 시작하였다. 이와 같은 적극적인 활동은 많은 소비자들의 호응을 얻어 1970년대 접어들면서 회원수가 500만에 이르게 되었다. 그 결과 회원들의 회비와 간행물판매로 재정적 독립을 이룰 수 있었다.

한편 소비자협회는 소비자정보 및 소비자서비스 제공이외에 소비자보호를 위한 입법 활동에도 많은 영향을 미쳤다. 1963년 중량 및 측정법(Weights and Measures Act), 1975년의 소비자보호법(Consumer Protection Act)의 제정에 많은 역할을 담당하였다. 게다가 소비자협회는 공정거래청(Office of Fair Trading), 전국소비자심의회(National Consumer Council), 전국소비자그룹들의 활동에 재정적, 인적 지원을 하였다. 국제소비자기구

(IOCU), 유럽소비자동맹체(BECU), EEC의 소비자자문위원회, 각종 국제소비자단체 및 기구의 활동에도 많은 지원을 하였다.

영국에서 1970년대부터 많은 소비자단체들이 창립되는 시기를 맞게 되는데 그 중 가장 대표적인 것은 1971년에 창립된 전국소비자심의회(National Consumer Protection Council)로서 주말 라디오 고정코너 및 신문 고정 컬럼에서 소비자들의 개인적 문제를 상담해주기 시작하였다. 현재 영국 25개 지역에서 계속 활동하고 있을 뿐만 아니라 전국소비자심의회는 정부 및 기타 공공기관에 대해 소비자의 권익을 대변하는 활동을 펼쳐왔다. 1971년에는 사회적 청취(Social Audit)라는 연구기관이 창립되었는데, 이 기관에서는 비영리적 마케팅연구와 정부와의 협상들의 활동을 수행하였다.

전체적으로 볼 때 1970년대에는 소비자운동이 매우 활발하게 전개되었다. 소비자단체, 공공 또는 사적 조직, 국가적 조직 그리고 국제적 조직들이 계속 생겨나면서 소비자에 대한 사회적 관심이 매우 높아졌다. 1960년대에는 소비자협회와 소비자자문위원회 중심의 상품비교테스트 결과를 알려주는 것이 영국의 주요 소비자운동이었으나 1970년대에는 민간소비자조직이 급속도로 확장되었고 예전부터 활동하던 여성단체들(Housewives Trust, National Housewives Association)도 보다 활발하게 활동하였다. 또한 1960년대 소비자단체들은 재정적 자원, 회원모집, 소비자문제를 언론이나 대중매체에 알리는 측면에서 다소 어려움이 있었으나 1970년대 접어들면서 소비자운동은 점차 언론과 매스미디어의 관심을 받게 되면서 이와 같은 문제가 해결되기 시작하였다. 언론과 매스미디어를 통해 소비자문제에 대한 규제, 소비자정보 제공, 그리고 다양한 분야(주거, 소득세, 투자, 휴가, 미용, 유행, 집수리, 정원 등 품질과 가격과 관련한 분야)의 상담이나 자문 등이 이루어졌다.

3) 1980년대 이후

1980년대 이후에도 소비자협회의 활발한 활동은 계속되었다. 소비자협회에서 발간하는 여러 분야의 소비자 정보지인 'Which?'는 과거와는 달리 환경과 관련한 문제에 관한 관심을 두기 시작하였다. 특히, 1980년대부터는 건강, 고용, 작업환경 등을 포함하는 인간 환경적 측면과 에너지, 천연자원, 오존파괴, 공기 및 토양오염, 수질오염 및 물의 공급 등과 같은 자연적 환경에 대한 관심을 보이면서 이에 대한 정보를 보다 많이 제공하기 시작하였다. 특히 1990년대 접어들면서는 1992년의 EC지침에 따라 생애주기 동안의 제품의 제조, 사용, 처분에 초점을 둔 환경문제, 지속가능한 소비와 낭비 등 보다 적극적인 차원의 환경운동 및 소비자교육을 제공하기 시작한 점이 과거와 차별된다.

소비자협회 이외에도 1980년대 접어들면서 영국에는 10여개가 넘는 많은 민간단체와 정부 관련소비자단체들이 적극적인 활동을 전개하였다. 전국시민생활상담소(National Association of Citizen Advice Bureaux), 전문정보제공센터들(Institute of Consumer Advisers, Money Advice Association), 시민생활상담소(Citizen' Advice Bureaux) 등 다수의 단체들이 소비자정보제공 그리고 소비자운동을 펼치고 있다.

3. 영국의 소비자주의에 대한 Matthew Hilton의 평가

Matthew Hilton은 Birmingham 대학의 역사학 강사로 정치학과 소비자주의를 구분해서 연구해 온 그동안의 미국과 초기 영국학자들의 관행을 비판하고 소비자주의를 정치학의 영역 안에서 분석한다. 특히 새로운 소비에 대한 연대기를 밝히고 있으며 20세기 영국에서 조직적인 소비자운동 소비자사회의 출현, 소비, 소비자주의에 대한 이해 등 그동안 여러 영국의 학자들이 바라보았던 시각과는 차별적인 관점으로 Consumerism을 평가하고 분석한다. 그의 포괄적인 정치적, 소비자, 기업, 상인조합 그리고 여성의 조직에 망라한 구체적인 분석은 충분히 인상적이다. 그는 20세기의 초반과 그리고 후반부의 사이의 근본적인 차이를 구별하여 전자는 긴급한 소비로 기술된 정치학에 의해 그리고 후자는 풍요로운 소비의 정치학에 의해 설명한다.

20세기 영국 소비자역사를 2차 세계대전 이전의 필요의 세계와 2차 세계대전 이후의 풍요의 시기로 나누어 설명한다. 이는 욕구와 선택을 필요와 유용하게 구별하는 것이다. 그러면서 소비자 정치학이 어떻게 그러한 이분화를 전복시키는지 강조하기 위해 노력한다. 풍요를 물질적 충족과 동일시하는 것은 풍요가 영국의 후기 식민시대, 후기 산업시대 그리고 냉전기 그리고 영국의 전후시대의 맥락 속에서 놓여있다는 분명한 의미를 간주하는 역할을 한다.

Hilton은 조직적인 소비자운동과 소비자정치학에 대한 역사로서 역사연구의 분석 분야 및 영역 두 측면 모두에서 소비자주의를 재 정치화하는 시도를 하고 있다. 19세기와 초기 20세기동안 Hilton은 빵의 정치학이 수많은 노동계층조직과 운동의 발달에 중심적이라고 제시한다. 기대할 수 있듯이 그는 협동조합조직과 여성협동조합 길드의 활동에 대해 논의한다. 그러나 그는 또한 소비자주의자들의 이익과 강령이 그리 널리 알려져 있지 않은 독립노동당, 사회민주연합, 상인조합회의 같은 조직의 성취와 목표 또한 고찰한다.

그가 지적하는 것처럼 노동운동 행동가들은 많은 경우 사치를 깊이 거부하고 많은 경우 금욕적인 삶의 방식을 선호하는 경향이 있다. 그럼에도 불구하고 1938년 노동당이 설명한 주부의 생활 비용의 중요성을 잘 이해하고 있다. 그러나 세기의 초반부 동안에는 가격과 소비에 대한 여성이나 남성의 관심이 임금과 노동에 대한 노동운동의 전통적인 선입견을 불식시키지 못했다.

그러나 변화가 있었다. Hilton의 분석에 의하면 소비의 정치학이 1940년 중반 동안에 많은 의미있는 변화를

경험했다. 어느 정도 물질적 풍요와 참여를 소비자의 권리로 받아들이게 된 소비사회에서 사치와 필요 사이에서 또는 허례허식과 금욕주의의 삶 사이의 구분이 소용이 없게 되었다.(p.137). 즉 초기 1950년대 Women's Advisory Committee의 가내생산품의 검사에서부터 기업여행 시 사냥을 하는 John Lewis Partnership을 반대하는 the National Anti-Hunt Coalition 의 후반기 캠페인까지 그는 끊임없이 넓게 그리고 끊임없이 상상력이 풍부하게 소비의 정치학을 추구하였다.

Hilton은 1956년 비영리조직으로 개인에 의해 설립되어 대체로 중간계층 구성원들의 이익에 헌신하는 Consumers' Association 에 관심을 가진다. 4-5년 내 Association 은 25만 명의 회원을 자랑하며 "best buy" 를 추천하고 제품에 대한 기록으로 잘 알려진 'Which'를 8백만 명의 사람들이 구독해왔다는 것을 자랑한다. 그러나 비록 Association이 영국의 제도를 따른다고 해도 대중 독자들은 대중 행동주의를 의미하지는 않는다. Hilton이 고통스럽게 지적하는 그 많은 구독자들은 사회적 운동으로서 또는 정치적 이해로서나 소비자주의에 심층적으로나 포괄적인 교류는 거의 없다.

Matthew Hilton 은 소비자주의를 조직적인 사회적 정치적 운동으로 보고 소비자운동, 이데올로기, 조직들에 대한 심층적인 분석적 맥락을 제공하고 있다. 소비자협동조합운동이나 CA같은 조직 속에서 우리가 우리의 임금으로 무엇을 또 어떻게 소비하는가에 대한 관심은 현존하는 20세기 역사의 맥락 속에서 종종 너무나 간과하고 있다고 주장한다. 그는 소비자와 소비자주의가 정치학이 노동자와 거래조합의 자기이익지향의 인식된 힘으로부터 자유롭게 하는 잠재력을 가진 사회에서 어떻게 제 3의 세력으로 생각되어 왔는지 탐색한다. 마지막으로 그는 여성, 그리고 노동계층 뿐 아니라 더욱 체계화된 정치 조직에서 종종 의도적으로 배제된 일련의 생각들의 해방을 위한 진정한 힘을 소비 안에서 보고 있는 많은 소비자 행동가들의 비전을 살펴본다.

보통 소비자주의는 획득적이고 탐욕적이고 좁은 마음의 풍요로운 사회, 서구의 물질주의를 기술하는 다소 경멸적인 용어로 사용되기도 하다. Hilton은 이 용어의 의미를 보통소비자들의 정치적 캠페인과 자기조직 등의 제2의 의미를 분석하고 제안한다. 즉 소비자주의를 20세기 영국에서 조직적인 사회적 정치적 운동으로 보는 첫 번째 포괄적인 역사로 인식하고 있다.

Hilton은 18세기 소비혁명에서 사치품에 해한 담론에서 시작해서 자유무역시대에 음식의 질과 가격에 대한 토론으로 계속하고 슈퍼마켓, 보이코트, No LOGO, Fair Trade의 시대로 끝을 맺는 소비와 소비자에 대한 영국의 공공의 토론을 통해 인상적인 놀라운 숨씨를 제공한다. 그의 초점은 소비자조직의 발생에 있으며 20세기 영국 민주주의 내에서 소비자들의 정치적인 역할의 변화에 있다. 그는 소비자협동조합운동, CA 같은 소비자단체의 관심과 소비자들이 그들의 돈을 소비하는 방법을 가진 몇몇 여성단체들이 자본주의와 사회주의의 강력한 정치적 소용돌이에 대한 대안을 지적인 정치적 참여의 형태를 이끈다고 주장한다.

자본과 노동 사이에 Hilton은 소비자문제는 또 다른 정치견해를 제공할 뿐 아니라 소비 그자체가 시민이 계몽되도록 도와준다고 주장한다. 즉, "소비하는 시민이 그들의 정치적 의식을 형성하고 그들의 정치적 조직을 형성하는 가장 강력한 수단이 되어왔으며 정부는 정책과 조정에 초점을 두었던 주요한 행동 중의 하나가 될 이다.(p. 1) 따라서 동력으로서 Hilton은 소비자는 보통 인식되어온 온 것처럼 서구에서의 시민적 그리고 예술적인 삶의 모든 측면을 잠입하는 동질적인 그리고 통일적인 문화 그 이상이었다고 주장한다.

이러한 단순한 문화적 현상으로서의 바라보는 좁은 인식에 대응하여 Hilton의 설명은 소비자문제를 정치학의 영역과의 관련성을 부여한다. 그는 항상 20세기를 통해 소비는 하향 평가된 조직들이 국가의 공식적인 제도를 뛰어넘어 정치적 논쟁에 뛰어들기위한 사회적 정치적 통로를 제공한다고 본다. 특히 여성과 노동계급은 소비의 구조에 대한 논쟁들을 불변하는 성과 계층영역에 의해 지배된 정치적 삶에 있어 자신의 힘을 확장하고 주장하기위한 지원하는 측면으로서 사용된다고 한다.

소비자저항, 반 선구자적인 보이코트, 국가와 의회의 대표에 대한 캠페인 등에 대한 지금까지 출판되지 않은 원천에 대해 기술함으로써 Hilton은 또한 소비자학문 분야에 대해 언급한다. 첫째 근대 소비자는 거의 배타적으로 우리의 의식을 다스리기 위한 기업의 희생으로, 둘째 근대 후기 소비자들은 사인과 상징의 세계 속에서 재화의 의미들을 조정하는 등 가치없이 역할하는 것으로 본다. 후자적인 관점에서 최근 영국 10대들이 자기머리사이즈의 세 배 이상 큰 야구모자를 쓰는 retro 패션은 정치적 권한이양의 행동이 될 수 있으며 또한 공식적으로 기금이 지원된 연구프로젝트의 대상이 될 수 있다고 한다.

Hilton은 소비자주의를 20세기 영국 정치사적 측면으로 기술함으로써 광고와 소비자 문제를 다소 간과하였다. 그러나 소비자운동과 20세기 소비자의 정치적 운명에 대한 본질적인 관계를 내포한 측면은 그 의의가 크다. Hilton의 접근은 19세기와 20세기 소비자문화 연구의 가이드로 사용될 수 있을 것이다.

Hilton 은 consumer-customer 보다 consumer-citizen 에 대해 격찬한다. 전자는 경제적 거래에 제한되는 반면 후자는 사회적 정치적 특징을 가진다. 소비자정치학은 노동당과 보수당 정치학에서 기업과 노동자의 자기이익을 추구하는 생산자 이데올로기를 뛰어넘으며 시장과 국가통제 사이에 제3의 길을 모색하고, 참여시민사회가 가능하게 하고 선거로 여성을 공공영역으로 행동하게 한다. Hilton 은 이러한 잠재적인 급진주의에 설득되었지만 많은 이야기들은 제약요소와 결점이 있으며 현재의 힘의 전술에 급습하는 전술이며 기회를 놓치는 것이다.

소비에 내재하는 정치학을 일괄 요약하기 어려운 점을 모두 알고 있는 가운데 Hilton 의 논리는 때때로

.....E. P. Thompson 의 좋은 시장실패를 만든 ‘moral economy’ 의 20세기 확장같이 들린다. 역사적 운동으로서의 소비자주의는 승리했던 ‘이즘’으로서만은 아니라 그 조직과 추종자들이 노동자, 투표자, 피고용자, 그리고 시민으로 변화하는 역동가로서 거의 결정적인 역할을 하였다고 평가할 수 있겠다.

4. 소비자주의 연구에 대한 시사점

Miles(1998)와 Sklair(1991)은 소비자주의는 우리가 가능한 많은 재화와 서비스에 지불하는 문화적 필수적 행동인데 단순한 필요보다는 놀이와 즐거움을 위해서 행하고 있는 것이라고 한다.

아직 소비자주의에 대한 개념 정립이 명확히 이루어지지 않고 소비자보호 측면과 물질주의의 대립적인 두 개념으로 혼동하여 사용되고 있는 시점에서 Hilton은 소비자주의를 역사적 운동으로 개념 정의하고 20세기 영국 사회에서 나타난 소비자주의를 사회 정치 경제적 변화 속에서 이해하고 분석, 평가하고 있다. 이러한 정의와 분석은 따라서 향후 소비자주의 연구의 방향성에 중요한 시사점을 제공해준다고 하겠다. Matthew Hilton 이 분석하고 있는 소비자주의의 특징적 측면을 살펴보고 이를 앞으로의 소비자주의 연구에 고려해야 할 부분을 고찰해보고자 한다.

먼저, Hilton은 20세기 영국을 제2차 세계대전의 시기를 전후로 필요와 풍요의 시기로 나누어 분석하고 각 시기별로 나타나는 다양한 사회, 정치적 변화 속에서 소비자주의를 설명하고 있다. 이러한 시도는 영국의 소비자주의를 조망하는데 큰 틀을 제공함으로써 의미있는 접근이라 생각된다. 이는 영국에서 나타나는 소비자주의는 사회, 정치, 문화적 맥락 속에서 분석함으로써 소비자주의에 대한 이해의 폭을 넓히는 계기가 된다고 하겠다. 향후 소비자주의에 대한 연구에 있어 이러한 역사적 접근은 어느 사회에 대한 연구에서도 반드시 선행되어야 하는 부분이라고 할 수 있겠다.

Hilton은 소비자주의를 역사적 운동으로 정의하고 소비자운동 단체들의 조직과 활동을 중심으로 소비자주의를 분석하고 있다. 이들 단체들의 활동을 소비자정치학으로 명명하고이에 대해 분석하고 있다. 소비자주의는 소비자의 권익보호를 위한 소비자 뿐 아니라 기업, 정부의 일련의 노력을 뜻하는 것으로 활동주체를 확대해야 함이 바람직할 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고 Hilton의 소비자주의에 대한 역사적 접근에 있어 소비자단체들의 조직과 활동 그리고 그 안에 나타나는 정치적 함의는 이러한 소비 주체들의 활동상을 그 안에서 파악할 수 있을 것이므로 나름대로 의미있는 접근이라 사료된다. 그러나 소비자주의는 그동안 그 의미가 사회의 진화 발전에 발맞추어 끊임없이 진화 발전되어 왔으므로 앞으로도 새로운 개념의 정립이 이루어질 수 있으리라 사료된다. 이에 소비자주의에 대한 개념 정립이 시급히 이루어야 하는 것 또한 당면과제로 받아들여야 할 것으로 보이며 포괄적이고 다각적인 소비자주의에 대한 다양한 연구가 활발해져야 할 것으로 보인다.

Hilton은 소비자에 대한 개념적 틀을 확대하고 있다. Hilton 은 consumer-customer 보다 consumer-citizen 에 대해 격찬하고 향후 시민으로서의 소비자에 의미를 부여하고 있다. 고객으로서의 소비자는 경제적 거래에 제한되는 반면 시민으로서의 소비자는 사회적 정치적 특징을 지니는 것으로 평가하고 이에 대한 긍정적인 평가를 내리고 있다. 소비자는 우리가 알고 있는 고객이 아니라 어떤 대상으로만 상상될 수 있고 구성 가능한 익명의 주체이다. 최근의 증가하는 NGO의 활동은 단체의 시민의식에서 시업이윤을 끌어내고 있다 오늘날의 소비자들은 더 분별 있고 그들은 가격 이상의 것에도 관심이 있다. 사회적으로 책임지는 투자에 중요성을 둔다. 소비자는 선택자, 의사소통자, 탐험가, 자아추구자, 행복추구자, 희생자, 저항자, 활동가, 시민 등(Gabriel, Yiannis & Tim Lang, 1995) 다양하게 명명될 수 있는데, 시민소비자는 공정한 세금부과 근로, 개발로부터 소비자보호, 설비의 공적인 소유, 윤리적인 소비자와 관련된다. 고객소비자는 정치적인 고려사항들과는 좀 더 거리가 먼 소비자를 말한다. 시민소비자들은 정부의 정책에도 권리를 표현하게 되었다. 일할 수 없는 곳에서는 물건을 사지 말자는 캠페인 등을 통해 흑인 미국인들은 소비자의 힘을 정치적 권리로 이용했다. 정치적 소비자들도 선택이 증가하고 정보원이 증가함에 따라 힘을 갖게 되었다. 이제는 고객으로서의 소비자보다는 시민으로서의 소비자 의식이 필요하다는 인식이 증가하고 있다(김성천, 2004). 이처럼 향후 소비자주의에서는 시민으로서의 소비자에 대해 주목해야 할 것이다.

Hilton은 주부나 노동자 등 다양한 계층에 대해 주목하며 그 기여에 대해 분석한다. 소비자주의를 주도해야 하는 주체로서의 여성과 남성의 역할과 노력은 중요하다. 더욱이 기업에 대응하는 역할로서의 노동자 또한 소비자주의의 전개에 그 역할 또한 중요하다. 소비자주의 연구에 있어 이에 대한 참조가 바람직할 것으로 보인다.

그러나 Hilton은 20세기 산업사회에 나타나는 광고 산업의 영향에 대해 덜 주목하고 있다. 이는 현대사회의 특성과 소비자들의 행동에 영향을 미치는 광고의 영향력을 고려할 때 재고해야 할 부분이라고 하겠다. 향후 다양한 소비자주의에 대한 연구에 있어 현대사회의 특징적 요소들이 다양한 측면으로 중요한 영향을 미칠 것으로 생각해보는다면 역사적으로 나타나는 광고를 비롯한 다양한 산업의 특징적 요소들이 고려되어야 할 필요가 있겠다.

각 나라마다 소비자주의가 활발하게 이루어져왔던 시기와 그렇지 않았던 시기가 있을 수 있지만 소비자주의는 변화 진화하여 계속 진행되어 왔으며 앞으로도 계속될 것이다.

1980년대는 소비자주의가 더 이상 공공의 관심과 논쟁의 중심적인 관점이 아니며 운동은 더욱 조용한 측면

으로 진화되었던 시기다. 그러나 그 시기에도 소비자주의는 죽지 않았었다. 상당한 양의 에너지와 자원이 여전히 시장에서 소비자들을 위한 더 나은 거래를 획득하기위해 헌신되어지고 있었으며 많은 소비자단체들 또한 이전에 그래왔던 것처럼 재정적으로 건강하며 더 나은 정부소비자보호를 위한 싸움과 기업에 의한 사회적으로 반응적인 행동에 더욱더 집중되고 있었다.

1982년 4월 Maryland(at the Wye Plantation in Queenstown)에서는 “Consumerism and Beyond”이라는 주제로 workshop이 개최되었다. 그 workshop 결과 소비자주의의 미래에 대해 다음과 같은 개념을 설정하였다 (Bloom, P. N., Smith, R. B., 1986)고 한다.

1. 소비자주의는 다양한 생존의 위협에도 불구하고 지속될 것이다
2. 소비자단체의 보다 나은 관리가 계속되어왔으며 운동의 활력을 유지하는데 핵심적인 요소가 될 것이다
3. 소비자단체에 대한 변화하는 지속성이 있으며 보다 많은 지원이 노인, 장애인 그리고 공동체지형적인 소비자들에게 있을 것이다
4. 소비자주의는 변화하는 이유에 직면하며 다음과 같은 더 많은 논쟁이 발생할 것 같다
 - 생활필수품을 더욱 풍요롭게 어떻게 만들 것인가
 - 적당한 효율적인 그리고 사용가능한 방식으로 새로운 기술을 어떻게 소개할 것인가
 - 사회의 요구에 더욱 대응적인 거시적인 제도를 어떻게 만들 것인가
 - 제 3세계의 시민들이 소비자문제를 어떻게 회피하게 할 것인가
5. 소비자문제와 기업책임 프로그램에 대한 전통적인 관리방식은 이제 덜 효과적일 것이므로 보다 창의적인 기업적 대응이 필요하게 될 것이다

소비자주의는 과거에 했던 것처럼 활발하지는 않지만 여전히 살아있다. 역사적으로 볼 때 초기 소비자주의와 근대 소비자주의는 형태에 차이가 있을 수 있다. 그러나 소비자주의는 계속될 것이며 오히려 소비자주의는 분명 새로운 역사적 연구 분야가 되었다(Stearns, Peter N. 2001).

5. 맺음말

본고는 영국 소비자주의에 대한 연구를 수행하기 위한 자료를 탐색하는 중에 영국 소비자주의를 새로운 관점으로 분석하고 있는 Matthew Hilton의 연구를 검토하게 되어, 향후 영국 소비자주의 연구의 방향성을 탐색해보고자 하는 시도에서 Matthew Hilton의 “Consumerism in Twentieth-Century Britain : The Search for a Historical Movement”의 내용을 비판적으로 검토하기위한 목적으로 실시하였다. Hilton이 제시하고 있는 20세기 영국의 소비자주의에 대한 분석과 평가를 고찰하고, 이러한 Matthew Hilton의 분석이 향후 소비자주의에 대한 연구에 어떠한 시사점을 가지는지 논함으로써 소비자주의 연구에 대한 방향성을 탐색해보고자 수행한 것이다.

소비자주의에 대한 의미가 명확히 확립되어 있지 않고 두 가지 대응적인 의미로 혼용되고 있는 가운데서도 Matthew Hilton은 소비자주의를 역사적 운동의 측면에서 조망하고 20세기 영국의 소비자주의의 현황을 소비자단체들의 조직과 활동을 중심으로 살펴보고 있다.

Hilton은 소비자주의를 역사학 분야에 포함하여 영국의 사회 정치적 변화 속에서 나타나는 소비자운동의 흐름을 살펴보았다. 제2차 세계대전 전과 후의 변화를 소비자주의의 큰 틀을 가르는 기점으로 설정하고 영국의 사회변화와 함께 소비자주의를 분석하고 있다.

Hilton은 소비자주의를 역사적 흐름 속에서 파악함으로써 소비자정치학의 영역을 만들어내는 중요한 역할을 하였으며 따라서 냉소적인 의미로 사용되던 소비자주의에 대한 의미를 일축하는 데 기여하였다.

이러한 소비자주의에 대한 새로운 접근들은 향후 소비자주의를 연구함에 있어 중요한 시사점을 제공해주고 하겠다. 어떠한 사회를 연구함에 있어 소비자주의를 연구함에 있어 사회, 정치의 변화 속에서 접근함으로써 상황에 대한 이해와 폭을 넓힐 수 있을 것이며 소비자단체들의 활동을 소비자주의로 제한하였으나 그 가운데 소비자들의 그리고 정부의 대응에 대한 연구도 수반되고 있음을 주목하루 수 있다. 로 를 . 따라서 본고에서

Hilton은 소비자에 대한 개념을 확장하여 시민 소비자의 중요성을 강조하고 있다. 그동안 영국에서 많이 상용되어왔던 고객 소비자라는 개념이 경제적 거래에 제한하고 있음을 지적하고 소비자의 역할과 영역의 확대에 대한 격려와 함께 시민 소비자로서 성장하기를 기대하고 또 긍정적 평가를 보내고 있다.

본 연구는 영국 소비자주의에 대한 연구를 수행하기위한 탐색적 검토의 과정에서 고찰한 것이다. Matthew Hilton의 소비자주의에 대한 관점과 시각을 살펴봄으로써 소비자학 이외의 다양한 학자들의 관심과 관점을 분석해 볼 수 있는 기회를 가질 수 있었다. 또한 이러한 탐색적 검토는 향후 심층적이고 체계적인 영국의 소비자주의에 대한 연구를 시작할 수 있는 틀의 역할을 할 것으로 보인다.

참고문헌

- 김경훈, 박영근, 김인숙(1999), 소비자론, 형설출판사.
- 김성천 (2004), 소비자개념에 관한 법제 개선방안, 한국소비자보호원
- 박금순 편저(1982), 소비자문제논고집, 한국부인회총본부.
- 박종순(2001), 가정생활의 경제, 형설출판사.
- 이기춘, 나종연 (2006), "소비자주의의 새로운 개념화에 대한 연구: 소비자주의의 제한적 의미에 대한 비판적 고찰을 중심으로", 2006년도 한국소비자학회 정기총회 및 춘계학술대회 자료집, 725-734.
- 이기춘, 이진국 (1996), "Review of Consumer Activism in Korea, 1910-1995: A political-Economical Approach, The Journal of Consumer Affairs, 19.
- 로버트메이어, 이기춘 외 옮김 (1996), 소비자주의-시장을 지키는 파수꾼, 도서출판 하우
- 함계하는 시민행동 엮음(1999), 세상을 바꾸는 시민단체, (주)홍익미디어CNC.
- Bloom, Paul N., Smith Ruth Belk (1986), The Future of Consumerism, Lexington Books
- Cahill, Michael (2001), "The implications of consumerism for the transition to a sustainable society." Social Policy & Administration, 35(5), 627-639.
- Daniel Miller (2001), Consumption, London and New York: Routledge
- Gabriel, Yiannis & Tim Lang (1995), The Unmanageable Consumer : Contemporary Consumption and its Fragmentation, SAGE.
- Matthew Hilton (2003), Consumerism in Twentieth-Century Britain: The Search for a Historical Movement, Cambridge: Cambridge University Press
- Miles, Steven (1998), Consumerism " as a way of life, London, Thousand Oak, California : Sage Publications.
- Patrick Mullins, Dai-Yeun Jeong, John S. Western, Ian Lowe, Rod Simpon(2004), "Consumerism and Sustainable Development : An Australian-South Korean Comparative Study", Korean Social Science Journal 29(1), pp. 1-38
- Schor, Juliet B. (1999), "Towards a new politics of consumption." The Consumer Society Reader, 446-462, New York: The New Press.
- Stearns, P. N. (2001), Consumerism in world History: The Global Transformation of Desire, New York: Routledge.
- Swagler, Roger (1994), "Evolution and applications of the term consumerism : Theme and variations," the Journal of Consumer Affairs, 28(20), 347-360.