

윤리적 소비에 대한 기독교윤리적 연구*

조용훈 (한남대학교 교수)

I. 서론

II. 윤리적 소비의 개념과 역사

III. 윤리적 소비의 유형

1. 녹색소비
2. 지역소비(local buying)
3. 공정무역(fair trade)

IV. 윤리적 소비에 나타난 가치들

1. 소비행위에 나타난 합리성과 윤리성
2. 녹색소비와 지속가능성
3. 지역소비와 지역공동체성
4. 공정무역과 공정성

V. 윤리적 소비의 활성화를 위한 그리스도인과 교회의 실천과제

1. 교육적 과제
2. 실천적 과제

VI. 결론

* 이 논문은 2013년 한남대학교 교비학술연구비의 지원에 의해 수행되었음.

• ABSTRACT •

A Study on Ethical Consumption from the Perspective of Christian Ethics

Jo, Yong-Hun

In the consumption society are increasing the consumers right as well as their responsibility for the society. In the past, consumer ethics have emphasized on the economic-rationality which consumer should buy the high quality product with lower price as possible. However, in ethical consumption it asked consumer to be responsible of the environmental health and animal welfare, local community, and the farmers and workers human rights in underdeveloped countries. In other words, in ethical consumption are implied the ethical values such as sustainability, communal life and fairness(social justice).

The value of sustainability means consciousness of the healthy environment and animal welfare, and also the environmental right of the next-generation. It asks consumer to be a green consumer who is buying eco-friendly and energy saving products. The value of communal life seeks to build a community in a local area against a global economy. The movement of local food and community currency is known helpful to build symbiotic relationship between consumer and producer in a local area. The value of fairness seeks equity in international trade based on dialogue and respect. It asks consumer in industry countries not to show individual charity or relief of the poor, but to pay fair price for products like coffee and handicraft in underdeveloped countries.

For the fostering ethical consumption by the local churches, it is important to make conscious of ethical consumption of the church members as an consumer. And the church as an consumer should make a role model for social responsible consumption through buying the eco-friend, local produced, and fair price payed products.

Key words: ethical consumption, local church, green consumption, local food, community currency, fair trade

I. 서론

대중소비사회의 도래와 더불어 소비중독, 소비주의(물신숭배), 환경파괴, 빈부격차, 지역공동체의 해체, 저개발국 노동자의 인권침해와 같은 사회문제들이 생겨나고 있다. 소비자가 소비행위에서 개인적 욕구를 충족시키는 것만 아니라 자신의 소비행위가 자연환경과 지역사회, 나아가 먼 나라의 노동자들에게 어떤 영향을 미치는지 고려해야 할 필요성이 커지고 있다. 과거에는 소비사회에 대한 논의에서 소비자의 주권을 강조했다면¹⁾, 앞으로는 소비자의 사회의식이나 윤리적 책무를 강조해야 한다. 이같은 배경에서 최근 들어 소비자의 책무에 대한 논의가 ‘착한소비’ 혹은 ‘윤리적 소비’라는 주제 아래 점점 활발해지고 있다.

자본주의 사회에서 소비자는 기업의 마케팅이나 광고에 의한 조종의 대상이 될 수도 있지만 거꾸로 변혁시킬 힘도 가지게 된다. 소비사회에서 소비자는 불매운동이나 특정 상품을 선택구매 함으로써 얼마든지 기업에 영향을 줄 수 있다. 나아가 정부로 하여금 특정한 소비정책을 실시하도록 유도할 수도 있다. 말하자면, 소비사회에서 소비자는 구매력이라는 힘을 어떻게 사용할지에 대한 논의는 중요한 사회윤리의 관심사가 된다.

1990년대 이후 전세계적으로 윤리적 소비가 논의되면서 이에 대한 사회과학자들의 연구가 활발하다. 하지만 신학적 연구는 매우 열악한 편이다.²⁾ 소비사회나 소비문화의 이데올로기성에 대한 거시적이고 근본적인

1) 국제소비자연맹기구(IOCUC)가 정한 소비자의 권리에는 기본욕구에 대한 권리, 안전에 대한 권리, 정보를 알 권리, 선택할 권리, 의사가 반영될 권리, 피해 보상 권리, 소비자 교육 권리, 건강한 환경에서 살 권리가 포함된다. 참고 김종덕, 『먹을거리 위기와 로컬푸드』(이후, 2009), 334.

2) 이에 대한 최근의 연구서들에는 다음과 같은 책들이 있다. 천경희 외, 『착한소비 윤리적 소비』(시그마프레스, 2010); 제임스 챔피, 박슬라 역, 『착한 소비자의 탄생』(21세기북스, 2009); 박지희·김유진, 『윤리적 소비』(메디치, 2010); 이상훈·신효진, 『윤리적 소비』(한국학술정보, 2012); 홍연금, 「우리나라 윤리적 소비자에 대한 사례연구」, 가톨릭대학

담론들은 더러 있지만³⁾ 윤리적 소비와 같은 새로운 형태의 소비행위와 그것이 지닌 윤리적 의미에 대한 신학적 연구들은 거의 이루어지고 있지 않다. 오직 양명수가 쓴 에세이에서 착한소비를 가리켜 철웅성같은 자본주의에 약간의 틈을 내는 데 기여하는 운동이며, 자본주의의 합리적 인간 유형으로부터의 이탈로 묘사했다.⁴⁾

소비사회에서 소비자들이 자신들의 소비행동에 대한 윤리적 자각과 실천을 통해 좀 더 인간적이고 환경친화적이며 공동체적인 사회를 만드는 데 있어 그리스도인과 교회의 과제가 무엇인지 탐색하는 이 연구를 우리는 다음과 같은 과정으로 진행하겠다. 우선, 윤리적 소비가 무엇이며 그 개념이 어떤 역사적 과정을 거쳐 형성되고 발전되어 왔는지 살펴보겠다. 다음 단계로 윤리적 소비의 유형들을 녹색소비, 지역소비, 그리고 공정무역이란 개념들을 중심으로 정리하겠다. 그 다음으로 윤리적 소비에 내포된 가치와 윤리적 의미를 지속가능성, 공동체성, 그리고 공정성이란 가치를 중심으로 서술하겠다. 마지막으로 윤리적 소비를 활성화하는데 있어서 지역교회와 그리스도인의 실천과제가 무엇인지 살펴겠다.

II. 윤리적 소비의 개념과 역사

일반적으로 윤리적 소비란 소비자가 경제적이고 합리적인 소비행동을

교 대학원 박사학위 논문(2009).

3) 조용훈, 『지구화시대의 기독교』(대한기독교서회, 1999); 동저자, 「아동의 소비주의에 대한 기독교윤리학적 연구」, 『기독교사회윤리』16(2008) 267-290; 이장형, 「대량소비문화와 물질주의에 대한 기독교의 책임」, 『기독교사회윤리』10(2005), 105-131; 박종균, 『소비사회 대중문화 기독교』(한들출판사, 1997); 임성빈 외, 『소비문화시대의 기독교. 기독교공동체 소비문화를 이야기하다』(예영커뮤니케이션, 2008); 고재길, 「소비문화의 종교성과 소비 이데올로기 비판」, 『장신논단』39(2010), 199-222 등.

4) 양명수, 「착한 소비: 철웅같은 자본주의에 틈을 내다」, 『새가정』620(2010), 10-13.

넘어서 도덕적 신념에 기초하여 동물의 복지, 미래세대, 환경문제, 지역공동체, 생산국 노동자의 인권과 같은 윤리적 요소들을 고려하는 소비행동을 가리킨다. 바꿔 말하면, 소비행동을 결정하는 데 있어서 가격이나 품질 사이의 경제합리성만 아니라 보다 포괄적인 소비자의 책임성, 즉 오늘날 문제가 되고 있는 다양한 사회문제들을 고려하는 윤리적 소비행동이다. 그 동안 소비에 대한 윤리적 논의에서 과소비, 맹종소비, 과시소비, 즉흥소비, 사치와 같은 경제합리성을 문제 삼았다면, 윤리적 소비란 그것을 넘어 소비행동이 동물이나 환경, 지역사회나 저개발국 생산자의 인권 문제까지 고려하는 소비행동을 가리킨다.

홍연균은 사회적 책임 범위에 따라 윤리적 소비의 실천 영역을 네 가지로 구분한다:⁵⁾ 경제적 책임으로서 합리적 소비행동, 법적 책임으로서 상거래상 소비자의 윤리적 행동, 지속가능한 소비에 대한 책임으로서 환경친화적 소비, 그리고 동시대 인류를 위한 책임으로서 공정무역, 지역소비, 공동체화폐운동 등이다.

윤리적 소비의 기준이 무엇인지 나라나 단체마다 약간씩 다르게 규정하긴 하지만 우리나라 iCOOP생협에서 제시하는 기준은 다음 세 가지다:⁶⁾ 첫째, 인간과 노동에 대한 것으로서, 소비행동이 조합원의 자치와 민주적인 운영, 아동착취적 노동의 금지, 인간적 일자리 창출, 비정규직과 외국인 노동자 차별 금지에 부합해야 한다. 둘째, 식품안전으로서, 화학첨가물의 엄격한 규제, 농약이나 화학비료, 중금속의 감소를 전제한다. 셋째, 농업과 환경에 대한 것으로서, 지구온난화 해결 위한 화석에너지 줄이기, 유기농업의 지향, 그리고 유기농산물의 소비촉진이다.

윤리적 소비 개념에 대한 역사는 멀리 18세기 후반 카리브해의 플랜테

5) 홍연균, 「우리나라 윤리적 소비자에 대한 사례연구」, 13.

6) 정원각, 「iCOOP생협과 윤리적 소비」, 『생협평론』 창간호(2010, 겨울), 27.

이선 노예노동 폐지에 영향을 주었던 퀘이커교도의 노예무역폐지운동이 19세기에 활발해진 소비자협동조합운동과 연관시켜 볼 수 있다. 그러나 오늘날과 같은 의미의 윤리적 소비는 대체로 1990년대에 건강, 환경, 그리고 사회적 이슈에 대한 소비자의 사회인식이 높아지면서 구체화된 것으로 이해되고 있다. 말하자면, 1970년대 환경문제를 고려한 녹색소비나 저개발국 생산자와 노동자를 고려하는 공정무역에 이르기까지 점차 발전해가고 있는 개념이다.

윤리적 소비 시장 규모도 점차 커지고 있는데 윤리적 소비운동에 선구자 역할을 하는 영국의 경우를 보면, 1999년에 약 25조원 규모이던 윤리적 소비지출이 2008년에는 약 65조원의 규모로 성장했다.⁷⁾ Co-op Bank의 보고서를 보면, 2007년 영국인 각 가정이 윤리적 제품과 서비스 구입에 2002년 366파운드에서 2006년 664파운드로 두 배나 증가했다.⁸⁾ 이에 비해 아직 우리나라 국민의 윤리적 소비에 대한 인식은 낮고 윤리적 소비 시장의 규모 역시 미미한 편이다.

III. 윤리적 소비의 유형

1. 녹색소비

초창기 윤리적 소비개념을 구축하는데 영향을 준 것이 녹색소비다. 녹색소비란 소비행동에서 환경파괴나 자원고갈과 같은 자연생태계에 미치

7) 김형미, 「윤리적 소비의 경제학적인 이해와 생협 선택」, 『생협평론』 창간호(2010 겨울), 24-25.

8) 박미혜·강이주, 「윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰」, 『한국생활과학회지』 18권5호(2009), 1053.

는 영향을 고려한다는 점에서 ‘환경친화적 소비’라고 불린다. 인간 욕망은 끝이 없는데 비해 지구가 가지고 있는 자원은 제한되어 있으며, 자연생태계의 정화능력도 한계를 지니고 있다. 이같은 지구의 생태학적 한계를 고려할 때 지금과 같은 대량생산, 대량소비, 대량폐기라는 자본주의적 소비사회는 지속될 수 없다는 사실이 명확해진다.

한편, 녹색소비는 현세대의 무제한적 소비행동에 의해 미래세대의 필요나 삶의 질이 제한될 수 있다는 점을 고려한다는 의미에서 ‘지속가능한 소비’라고 불리기도 한다. 앞으로 이 지구위에 살아갈 미래세대도 현세대와 동일하게 깨끗한 물과 맑은 공기, 그리고 에너지 자원을 필요로 한다는 점을 고려할 때 지금과 같은 현세대의 소비행태는 정당화될 수 없다. 현세대와 미래세대 사이에 자원의 공정한 분배가 이루어져야 한다.

녹색소비는 그 형태에 따라 녹색구매, 녹색사용, 녹색처분으로 구분하여 이해할 수 있다.⁹⁾ 녹색구매란 소비를 줄이고, 제품의 집약적 이용을 피하며, 재활용 혹은 재생 가능한 재료로 만든 제품을 구매하며, 수명이 길고 재사용 가능하며 리필과 수리가 용이한 제품을 구매하는 일이다. 녹색사용이란 구매한 제품을 사용설명서에 맞게 사용하고 아껴쓰며 고쳐쓰는 일이다. 특별히 에너지소비를 줄임으로써 기후변화에 영향을 주는 이산화탄소 배출을 줄이는 일이다. 녹색처분이란 오염물질의 배출을 최소화하며 쓰레기 양을 줄이는 일이다. 이를 위해 물건을 구매할 때부터 처분을 고려하여 물건을 선택하고 사용한 후에는 재사용하거나 재활용하는 방안을 모색해야 한다. 쓰레기의 분리수거는 물론 알뜰시장, 베품시장, 녹색가게, 재활용센터 등을 이용한다.

자신의 소비행위가 자연생태계에 어떤 영향을 미칠가를 고려하는 소비자를 가리켜 ‘녹색소비자’라 하는데 그 의식의 정도에 따라 다섯 가지 유

9) 천경희 외, 『착한소비 윤리적 소비』, 169-173.

형으로 구분한다.¹⁰⁾ 완전한 녹색소비자는 환경적 가치를 매우 중시하여 환경에 대한 고려가 없는 기업의 제품을 의식적으로 구매하지 않는다. 중간 녹색소비자는 정치적 의미까지 고려하지는 않더라도 적극적으로 친 환경 제품을 구매한다. 초기 녹색소비자는 녹색제품이 일반제품보다 훨씬 비쌀 경우 구매하지 않으려 한다. 불평자는 환경이슈에 대한 교육을 제대로 받지 못한 상태에서 녹색제품이 일반제품보다 가격도 품질도 떨어진다고 생각한다. 그리고 무관심자는 소비행동에서 환경과 같은 이슈에 전혀 관심하지 않는다.

녹색소비를 활성화하기 위해서는 다양한 노력이 필요하다. 무엇보다 우선적인 과제는 소비자들로 하여금 환경문제의 심각성을 인식시키고, 자신의 소비행동이 환경문제에 어떤 영향을 주게되는지 의식화하는 일이다. 나아가 정부나 지자체는 행정제도를 통해, 기업은 환경경영을 통해 녹색소비를 제도화해야 한다.¹¹⁾

2. 지역소비(local buying)

지역소비(로컬소비)란 경제의 지구화와 더불어 생겨난 지역경제의 붕괴와 이로 말미암은 지역공동체의 해체 문제를 해결하기 위한 윤리적 소비행동을 가리킨다. 지역소비란 지역민이 자신이 살고 있는 지역에서 생산되는 제품을 우선적으로 구매함으로써 지역의 경제를 활성화하며, 지역의 생산자와 소비자 사이에 공동체를 형성하는데 도움을 주는 소비행위이다.

지역소비가 요청되는 이유는 무엇보다 경제의 지구화 현상 때문이다. 시장의 지구화는 소비측면에서 모든 나라 국민들로 하여금 미국이나 유

10) 이상훈·신효진, 『윤리적 소비』, 168-169.

11) 조용훈, 『기독교 환경윤리의 실천과제』(대한기독교서회, 2002).

업과 같은 높은 소비수준에 대한 욕망을 불러 일으켜 소비주의를 확산시키며, 시장경쟁력이 취약한 지역경제, 특히 농촌사회를 위태롭게 할뿐만 아니라 지역의 환경파괴를 가속화시킨다. 한 예로, 다국적 유통기업이 등장하면서 경쟁력이 약한 지역상권이 붕괴되면서 지역공동체에 심각한 영향을 미치고 있다.¹²⁾ 이러한 문제들을 해결하는데 관심하는 지역소비는 그 형태에 따라 로컬푸드운동과 지역화폐운동으로 나눌 수 있다.

1) 로컬푸드 운동

로컬푸드(local food)운동이란 먹거리의 생산과 소비 사이의 물리적, 사회적 거리를 줄임으로써 먹거리의 안전성을 높이고 이동과정에서 생기는 불필요한 에너지를 절약하며 지역공동체를 형성하는데 도움을 주려는 윤리적 소비운동을 가리킨다. 농산물이 생산지에서 소비자의 식탁에 오르기까지 소요된 거리를 ‘푸드 마일리지’(Food Mileage)라 하는데, 푸드 마일리지 가 길수록 생산이력에 대한 신뢰도가 떨어지며 상품의 신선도도 떨어지고 에너지 사용량은 늘어난다.¹³⁾ 우리나라의 경우 2007년 기준 국민 1인당 1t의 먹거리에 대한 푸드 마일리지 가 5,121km로 영국의 두 배, 프랑스의 여섯 배나 될 정도로 식품안전성이 떨어지고 반환경적이다.¹⁴⁾

12) 2000년 164개 매장에서 11조원의 매출을 올린 대형할인점이 4년만인 2004년에는 274개로 증가하면서 그 매출도 22조원으로 증가한 결과 재래시장 만 아니라 동네 슈퍼들도 점차 문을 닫게 되었다. 2000년 대비 중소유통업체 수는 2만 9천개, 종사자 수는 5만 8천 여 명이 감소하였다고 한다. 참고. 천경희 외, 『착한소비 윤리적 소비』, 221-222.

13) 푸드 마일리지는 1994년 영국의 환경운동가 팀 랭(Tim Lang)이 제창한 것으로, 식품이 얼마나 멀리서, 얼마나 많이 조달되어 오는지 나타내는 지표로 물량(t)에 이동거리를 곱해 산출한다. 여기에 운송수단에 따른 이산화탄소 배출계수를 곱하면 식품이 오기까지 배출된 온실가스 양을 알 수 있다. 예를 들어, 감귤류 5kg을 먹는 경우 제주산은 592km, 푸드 마일리지 2,96kmt, 온실가스 배출량은 357g이다. 반면 미국산은 11,127km, 푸드 마일리지 55,635kmt, 온실가스는 2,590g이 된다.(천경희 외, 『착한소비 윤리적 소비』, 203-204.

14) 김성완, 「로커보어 급증」, 『중앙일보』, 2011년 3월 5일.

로컬푸드운동은 식품안전성 외에도 경제적, 생태적, 사회적 차원에서 중요한 의미를 갖는다. 경제적으로는 농민의 안정적 생활을 보장하며, 지역경제의 다양화에 기여하고, 대안시장의 창조에 도움이 되고. 유통비용을 줄이고, 소비자가 농민에게 지불한 돈이 지역에서 순환되기 때문에 지역경제 활성화에 크게 기여한다.¹⁵⁾ 그리고 식량자급율이 2.5%로 OECD국가 30개국 중 26위에 머물러있는 우리나라 식량자급률을 높임으로써 식량안보를 지키는데 도움을 준다.¹⁶⁾ 사회적으로는 지구화에 맞서 지역 내 관계망을 복원하며, 생산자와 소비자 사이의 신뢰 구축을 통한 농도공동체 형성에 도움을 준다. 한편, 생태적으로는 외부자원에 대한 의존을 감소시키는 대신 지역 내 자원에 대한 의존을 증대시키고, 식품의 원거리 이동에서 오는 이산화탄소 배출을 줄임으로 지구온난화 방지도 도움을 준다. 문화적 측면으로는 농산물, 음식, 요리의 지역성과 전통문화, 다문화성을 극대화시킨다. 마지막으로, 교육적 측면으로 도시인의 농사체험, 생태교육, 먹거리교육이 가능해진다는 점에서 의미가 크다.

로컬푸드운동이 등장하게 된 직접적 계기는 지구화와 함께 등장한 세계식량체계 때문이다. 이 세계식량체계로 말미암아 생산형태는 소규모의 제한적인 생산형태에서 대규모의 산업화 생산형태로 바뀌었고, 지역내 유통에서 세계적 범위로 확대되었으며, 계절식품이 계절과 무관하게 생산되고 유통되게 되었다. 이런 세계적 식량체계를 주도하고 있는 카길, 콘티넨탈, 몬산토, ADM 등 다국적기업들이 전세계 곡물시장의 80% 이상을 장악하고 있다. 그들은 종자, 수확물의 저장, 가공, 보관, 유통을 독점하다시피 한 결과 많은 사회적 문제들이 생겨났다.¹⁷⁾ 농산물 생산지의

15) 박미혜·강이주, 「윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰」, 1057.

16) 천경희 외, 『착한소비 윤리적 소비』, 215. 우리나라 곡물자급률은 쌀을 포함할 때 25%, 쌀을 제외하면 5%에 머물고 있다. 참고: 김종덕, 『먹을거리의 위기와 로컬푸드』, 21.

17) 김종덕, 『먹을거리의 위기와 로컬푸드』, 56, 89.

현실을 확인할 수 없게 됨으로써 식품안전성이 약화되었고(광우병, 구제역, 멜라닌과동, GMO 문제 등), 생산자와 직접적인 관계가 없는 거래(얼굴 없는 농산물)로 바뀌었고, 농촌지역의 소농 붕괴로 인해 농촌공동체가 해체되었으며, 농산물의 불필요한 이동으로 자원낭비와 환경문제가 생겨났고, 지방음식의 문화적 차원이 사라지고 말았다.

1990년대 들어 일본에서는 ‘지산지소(地產地消)운동’이라는 이름의 로컬푸드운동이 시작되었다. 지산지소란 ‘지역에서 생산한 농산물을 지역에서 소비하자는 의미다. 이 운동을 통해 지역경제의 자립과 순환형 사회를 형성할 수 있다고 믿었다. 2012년 말 현재 일본에는 로컬푸드 매장수가 1만 6,816개에 이르며, 미국의 경우 농민의 농산물 장터인 파머스마켓이 7,800여개가 된다. 하지만 우리나라의 농협과 관련된 로컬푸드 매장은 고작 20여개에 머물러 있다.¹⁸⁾

우리나라에서도 광우병이나 멜라민 사건 등을 경험하면서 식품안전이나 건강에 대한 사회적 관심이 높아지면서 로컬푸드에 대한 관심이 생겨났다. 물론 과거에도 로컬푸드에 대한 사회적 관심이 있었다. 우리쌀이나 우리밀에 대한 관심이 있었으며, 재래시장, 5일장, 도농교류, 직거래장터, 생산자직판장, 생협판매가 진행되고 있다. 최근 들어서는 친환경 학교급식에 대한 관심이 커지면서 로컬푸드운동과의 협력이 활발해지고 있다.

지금 단계에서 로컬푸드운동에 대한 비판이 없는 것은 아니다. 첫째, 지역개념을 ‘과정’이나 ‘관계’가 아니라 ‘영역’으로만 생각함으로써 방어적 로컬리즘이 생겨나 자칫 지역간 갈등을 불러올 수 있다.¹⁹⁾ 둘째, 국제무역의 관점에서 보면 자칫 보호무역 논리를 정당화 할 수도 있다. 저개발국의 농산물 수입을 막음으로써 막대한 보조금을 받고 있는 산업국 농민

18) “세계는 로컬푸드 열풍, 한국은 걸음마”, 『매일경제』, 2013년 8월 6일.

19) 이상훈·신효진, 『윤리적 소비』, 254.

에게는 이득이 되나 저개발국 농민들에게는 산업국으로 수출길이 막힘으로써 손해가 된다.

로컬푸드운동을 확산시키려면 지역농민 자신들만 아니라 도농간, 그리고 지역간 연대 및 네트워킹이 필요하며, 로컬푸드운동에 필요한 각종 정책을 실천하기 위해 지자체의 지원과 협력이 요청된다. 정부나 공공기관 급식에 지역농산물을 우선적으로 구매하게 만드는 제도도 도움이 될 것이다. 그리고 생산자와 소비자 사이의 일시적 거래가 아니라 지속적이고 조직적인 거래관계를 제도화해야 한다.

한편, 로컬푸드운동은 도시 안에서도 얼마든지 가능한데 좋은 방안으로 도시텃밭 같은 형태의 도시농업이 도움이 될 수 있다. 실례로 쿠바의 수도 아바나의 경우에는 도시에서 소비되는 농산물의 90%를 도시 내부 및 근교에서 공급하며, 300개 이상의 농민시장을 운영하고 있다고 한다.²⁰⁾

2) 지역화폐 운동

지역화폐 운동이란 재화와 서비스, 노동력까지 통화로 인정하여 특정 지역 내에서 순환시킴으로써 지역경제를 활성화하고 나아가 지역공동체를 형성하는데 도움을 주는 윤리적 소비운동 가운데 한 형태라 할 수 있다. 지역화폐는 보완통화, 지역통화, 자주통화, 회원제통화 등 다양한 이름으로 불리는데 네 가지 특성, 즉 대응성, 호혜성, 기록성, 공개성을 가진다.²¹⁾ 대응성이란 돈을 빌린 사람에게가 아니라 회원 중 아무에게나 되강으면 된다는 것이다. 호혜성이란 자원봉사와 비슷하지만 빌린 사람에게 대가가 있다는 것이다. 기록성이란 이웃 간의 상부상조와 비슷하나 도와주고 나눠주고 빌려준 일을 기록한다는 점에서 차이가 난다. 그리고 공개

20) 요시다 타로, 안철환 역, 『생태도시 아바나의 탄생』(들녘, 2004).

21) 송인숙·천경희, 「공동체 화폐 운동은 윤리적 소비 운동인가」, 『한국소비자학회 학술대회집』, Nr.5 (2012), 55.

성이란, 은행의 계좌와 비슷하지만 이자가 없고 거래내역을 회원에게 공개한다.

지역화폐 운동이 등장하게 된 이유는 자본주의 시장사회에서 화폐 없는 생활이 불가능해졌기 때문이다. 이제 화폐는 삶의 수단이라는 기능을 넘어서 목적 그 자체가 되어버렸다. 그러다 보니 이익이 없는 곳에 화폐는 아무 관심을 갖지 않는다. 이런 문제를 간파한 로버트 오웬(R. Owen)은 일찍이 1832년 노동교환소를 설립하여 노동자들에게 재화와 교환할 수 있는 노동증서를 지급하기도 했다. 지금과 같은 형태의 지역화폐는 1930년대 세계 대공화 시기에 지역수표 형태로 등장했다. 그리고 1980년대 이후 계속된 경제난 속에서 노동력은 있지만 일자리가 없는 사람들이 현금 없이도 재화와 서비스를 주고받을 수 있는 지역화폐에 대한 사회적 관심이 커졌다. 대표적인 현대 지역화폐 운동은 레츠(LETS: Local Exchange and Trading System)로 1983년 캐나다의 마이클 린턴이 제안해서 사용하기 시작했다. 현재 영국의 400개 이상의 지역에서, 프랑스의 250여개 지역에서, 독일의 220여개 지역, 미국의 120여개 지역에서 지역화폐가 유통되고 있다.²²⁾

우리나라 지역화폐 운동은 1996년 「녹색평론」에서 소개된 이래 1998년에는 민간단체인 ‘미래를 내다보는 사람들’에 의해 ‘미래화폐’가 시작되었다. 비슷한 시기에 출판사 민들레에서 ‘민들레교육통화’, 녹색연합에서 ‘작아장터’, 불교환경교육원에서 ‘두레’라는 지역화폐를 각각 발행했다. 그 후 대전한발레츠, 과천품앗이, 서초품앗이, 구미사랑고리, 부산하사품앗이 등 30여개의 다양한 지역화폐가 유통 중인데 그 가운데서도 ‘한발레츠’는 주목을 끌고 있다. 한발레츠는 2008년 기준으로 회원 수 580명, 회원 업소 약 80여개로 발전했다고 한다.²³⁾

22) 이상훈·신효진, 『윤리적 소비』, 268-271.

지역화폐 운동은 여러 가지 의미와 가치를 가진다. 경제적으로 볼 때, 현금 없이도 원하는 재화나 서비스를 구매할 수 있으며, 이자가 붙지 않으므로 은행대출보다 이로우며, 저축해봐야 이윤이 없기에 비축하기보다는 사용에 관심하므로 지역 내 교역을 활성화한다.²⁴⁾ 그리고 시장에서 배제된 재화나 서비스의 거래만 아니라, 시장에서 거래되고 있는 재화나 서비스도 현금 없이 거래할 수 있게됨으로써 지역경제 활성화에 도움을 준다. 지역화폐에서는 시장경제에서 낮게 평가되거나 배제되는 가사노동이나 육아, 노인 말벗해주기와 같은 활동들의 가치까지도 인정된다. 사회적으로는, 자신이 가진 재능이나 시간을 나눔으로써 지역민에게 다양한 형태의 도움을 준다. 그런 활동을 통해 지역공동체를 우정과 환대의 공동체로 만들 수 있으며, 빈곤계층을 위한 사회안전망 역할을 할 수도 있다.²⁵⁾ 화폐 없이도 신뢰를 통해 거래하는 것이기 때문에 지역에 신용사회를 구축하는 데 도움을 준다.²⁶⁾ 한편, 생태학적 차원에서는, 지역내 상품의 지역내 판매를 촉진함으로써 운송과정에서 생기는 에너지 낭비를 최소화하며, 소비자가 환경친화적 상품을 확인하여 직접 구매할 수 있어 식품안전성과 신뢰도를 높인다.²⁷⁾

하지만 지역화폐 운동에는 많은 어려움이 있다. 무엇보다 먼저, 대부분의 지역화폐에서 회원 수가 충분하지 않으며 거래품목도 제한되어 있어서 경제적 효용성이 떨어지기 때문이다. 우리나라에 그간 30여개의 지역화폐 운동이 시도되었지만 벌써 여러 개가 중단되었다. 그나마 명맥을

23) 박용남, 「사랑의 경제와 지역화폐 운동」, 『녹색평론』, 통권102호(2008년 9-10월), 11-31.

24) 이원규, 「지역통화운동의 이상 그리고 전망과 과제」, 『농촌과목회』26호(2005/여름), 190.

25) 박용남, 「사랑의 경제와 지역화폐 운동」, 18, 23.

26) 송인숙·천경희, 「공동체 화폐 운동은 윤리적 소비 운동인가」, 56.

27) 이원규, 「지역통화운동의 이상 그리고 전망과 과제」, 192.

유지하고 있는 것이 10여 곳 정도임을 고려한다면 이상과 현실 사이가 얼마나 먼가 확인하게 된다.²⁸⁾ 이런 문제들을 극복하고 지역화폐 운동을 활성화시키기 위해서는 무엇보다 각 지역의 자원이나 필요에 맞는 개성 있는 지역화폐 운동이 필요하며, 어떻게 회원 수를 늘릴 것인지가 중요하다. 지역 내에서조차 충분히 알려져 있지 않기 때문에 지역의 시민단체만 아니라 지자체의 협력과 행정적, 재정적 지원도 필요하다.

3. 공정무역(fair trade)

공정무역이란 산업국 소비자와 저개발국 생산자나 노동자(소농, 수공업업자) 사이에 공정한 무역거래를 통해 저개발국 빈곤계층의 삶의 질을 높이고 인권을 보호하려는 윤리적 소비운동이다. 공정무역은 선진국과 저개발국 사이에 현존하는 불공정한 무역구조를 극복하려 한다는 의미에서 ‘대안무역’ 혹은 ‘희망무역’으로도 불린다. 원유에 이어 두 번째로 교역량이 많은 상품인 원두커피를 보면 알 수 있듯 신자유주의 시장경제 아래 무역구조는 저개발국에 일방적으로 불리하다. 복잡한 유통과정(생산자-중개상-원두 가공업자-지역 수출업자-메이저 국제거래업자-로스팅업체-소매업자-소비자)을 거치면서 자본과 기술이 부족한 저개발국 원두 생산 농민은 적은 소득만 올리고 여전히 절대빈곤 상태에 머무르고 만다.

공정무역은 저개발국 생산자들에게 정당한 대가를 지불하고, 여성이나 아동의 노동 착취나 강제노동을 금지하며, 생산지의 환경과 파괴를 최소화하는 상품을 교역한다는 원칙을 가지고 있다. 그리고 수입자인 산업국과 생산자인 저개발국민 사이에 대화, 거래의 투명성, 상호존중의 정신에 기초한 국제무역을 지향한다.

공정무역은 산업국과 저개발국 사이의 국제경제적 상호작용을 넘어서

28) 박지희·김유진, 『윤리적 소비』, 157.

다양한 가치와 의미를 갖는다. 말하자면, 공정무역은 저개발국 생산자와 노동자의 삶의 조건을 개선하고, 환경적으로는 저개발국 생산자들이 지속가능한 생산방법을 사용토록 유도하며, 여성의 권익을 보호하며, 이등 노동을 막아 인권을 수호하며, 전통문화를 보전시키며, 공동체의 연대를 강화하는 데 도움을 준다.²⁹⁾

최초의 공정무역이 언제 어디서 시작되었는지 정확히 알 수는 없다. 역사적으로 보면, 1940년대부터 일부 종교단체나 시민단체가 저개발국의 공예품을 교회에서 팔아주는 일이 있었다. 1946년 미국의 Ten Thousand Village에서 푸에르토리코의 자수면제품을 구매했으며, 유럽에서는 1950년대 말 영국 옥스팜(Oxfam)이 중국 난민의 수공예품을 구매했다. 그러다 1980년대 말 신자유주의 세계화 경제에 맞선 대안무역 가운데 하나로 부각되면서 자연스럽게 전 세계적 관심을 갖게 되었다.³⁰⁾ 그 영향으로 공정무역에 관련된 생산자와 소비자 사이를 연결하려는 국제조직인 IFAT(International Federation for Alternative Trade, 1989), NEWS(The Network of European Worldshops, 1994), FLO(Fairtrade Labelling Organizations, 1997) 등이 만들어졌다. 공정무역에 참여하는 사람들 숫자도 점점 많아지고 있는데, 일부의 종교단체나 시민단체가 참여하던 운동이 이제는 대형유통기업들까지 참여할 정도가 되었다. 뿐만 아니라 공정무역을 통한 거래액도 증가하고 있다. FLO에 따르면, 2006년 전세계 공정무역 제품 판매액이 약 16억 유로(2조 1,500억원)로 지난 5년간 매년 평균 40%의 신장세를 보였으며,³¹⁾ 2010년 공정무역 시장은 전년 대비 15%가 성장해 57억 달러(약 6조 5천억 원)가 되었다.³²⁾ 공정무역을 통해

29) Fair Trade Advocacy Office, 한국공정무역연합 역, 『공정무역의 힘』(공정무역의 창, 2010), 101-105.

30) 한선, 「착한 소비의 물신성」, 한국언론학회, 『2011 봄철정기학술대회자료집』, 51.

31) 박미혜·강이주, 「윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰」, 1048.

거래되는 품목도 약 3천여 종이나 된다고 하는데 스위스의 경우, 판매되는 바나나의 47%, 꽃의 28%, 그리고 설탕의 9%가 공정무역 제품으로 알려져 있다.³²⁾ 운동의 초기 저개발국의 가난한 생산 농가를 도우려는 소박한 마음에서 출발했던 공정무역은 이제 신자유주의 지구화경제에 도전하는 대안무역의 방식으로 발전하고 있다.

우리나라의 공정무역운동은 2003년 ‘아름다운가게’가 인도와 네팔에서 수공예품을 수입한 것이 시초라 할 수 있다. 이듬해에는 두레생협이 필리핀에서 마스코바도 설탕을, 2005년에는 한국YMCA에서 통티모르 사회개발 위해 ‘한잔의 커피, 한잔의 평화’라는 브랜드 커피를 수입했고, 이후 두레생협, 한국YMCA연맹, 페어트레이드 코리아(여성민우회), 기아대책 행복한 나눔, 한국공정무역연합, 아이쿱생협 등이 커피, 차, 초콜릿, 수공예품, 의류 등을 수입하고 있다. 2004년 몇 천만 원도 채 안되던 매출이 2009년에는 50억에 이를 정도로 빠르게 성장하고 있다.³⁴⁾ 하지만 선진국에 비교해 볼 때 여전히 소수의 사람들만 공정무역에 대해 알고 있으며 참여자 수도 매우 적다는 점에서 앞으로 더 많은 노력이 요청된다.

현 단계에서 볼 때, 공정무역은 여러 가지 문제점을 지니고 있다. 공정무역의 확산에 따른 판매증가에도 불구하고 여전히 공정무역의 규모는 세계교역규모의 0.1%에 머무르고 있다.³⁵⁾ 다국적기업도 참여한다고 하지만 많은 경우 기업의 이미지 마케팅 수단으로 활용할 뿐 불공정한 무역구조를 바꾸는 데에는 관심이 없어 보인다. 게다가 생산자와 소비자 사이의 신뢰와 존중에 기초한 관계맺기가 아니라 ‘의식있는 소비자와 가난한 생산자와의 만남’이라는 일방적 시혜관계로 인식하는 것도 문제다.³⁶⁾ 이

32) 이상훈·신효진, 『윤리적 소비』, 201-202.

33) Fair Trade Advocacy Office, 『공정무역의 힘』, 119.

34) 김태연, “한국의 공정무역 현황”, 『생협평론』 창간호(2010 겨울), 60-62.

35) 이상훈·신효진, 『윤리적 소비』, 202.

런 문제들을 해결하는 데에는 무엇보다 비록 더 비싼 가격을 지불하더라도 저개발국 생산자와 노동자를 배려하겠다는 의식을 가진 소비자가 많아져야 한다.

IV. 윤리적 소비에 나타난 가치들

1. 소비행위에 나타난 합리성과 윤리성

윤리적 소비 혹은 착한소비란 그 개념에서 볼 수 있듯이 소비행위의 윤리성을 전제한다. 말하자면, 소비자가 의도적으로 특정한 가치에 기초하여 소비행위를 하는 것이다. 전통적으로 소비윤리에서 강조하던 가치는 ‘경제합리성’이다. 제한된 소득을 가지고 좋은 물건을 최대한 값싸게 구입하는 합리성이다. 경제합리성이 강조되어야 할 이유는 많은 소비자들이 비합리적인 소비를 함으로써 가게에 어려움을 주고 경제를 왜곡시키기 때문이다. 유행에 지나치게 민감하거나 남을 무조건 따라하는 맹종 소비(모방소비), 자신의 사회경제적 성공을 남에게 과시하기 위한 과시소비, 즉흥적으로 소비하는 즉흥소비, 자신의 소득을 넘어 분수에 어울리지 않는 과소비(사치)가 자주 일어난다.³⁷⁾ 우리나라 국민들의 비합리적 소비행동에는 사회심리적 동기들이 숨어있다. 이에 대해 김난도는 그 유형을 과시형 사치, 질시형 사치, 환상형 사치, 동조형 사치로 나누어 설명하였다.³⁸⁾

이런 비합리적 소비행위가 이루어지는 사회에서 소비의 합리성을 강조하고 교육하는 일은 매우 중요한 일임에 틀림없다. 그런데 우리의 연구주

36) 한선, 「착한 소비의 물신성」, 한국언론학회, 『2011 봄철정기학술대회자료집』, 52-54.

37) 조용훈, 『지구화시대의 기독교』(대한기독교서회, 1997), 258-259.

38) 김난도, 『럭셔리 코리아』(미래의창, 2007), 47-145.

제인 윤리적 소비는 단지 좋은 물건을 싸게 사는 경제합리성이라는 가치 이상의 가치를 추구한다. 말하자면 보다 더 가치있고 의미있는 일을 위하여 비록 어떤 상품이 조금 비싸더라도(비합리적으로 보일지라도) 구입하는 소비행동이라는 의미에서 ‘윤리적’ 혹은 ‘착한’이라는 수식어를 붙일 수 있다. 윤리적 소비는 소비행위가 개인의 경제적 이익을 넘어서 저개발국의 아동이나 여성, 자연생태계, 동물, 그리고 다음세대의 이익도 고려한다. 말하자면 윤리적 소비는 지속가능성, 공동체성, 그리고 공정성과 같은 가치들을 추구한다.

2. 녹색소비와 지속가능성

윤리적 소비 가운데 하나로서 녹색소비가 추구하는 가치는 지속가능성(sustainability)이다. 지속가능성이란 개념은 1987년 환경과 발전에 관한 세계위원회(WCED)가 일명 ‘브룬트란트(Brundtland) 보고서’를 통해 제시했던 개념으로서, 현세대가 미래세대의 필요를 충족시킬 능력을 저해하지 않는 범위 안에서 현세대의 필요를 채워야 한다는 것이다.³⁹⁾ 미래세대가 최소한 현세대 만큼 자연환경을 이용하며 살 수 있도록 보장하는 범위 안에서만 현세대의 환경과 자원 이용이 도덕적으로 정당화될 수 있다. 현세대가 미래세대에 의해 일방적인 희생을 강요당해서는 안 되듯, 미래세대 역시 현세대의 생활방식에 의해 그들의 생태학적 권리가 침해되어선 안 된다.

지구자원의 제한과 자연의 정화능력이 지닌 생물학적 한계를 고려할 때 지금과 같은 대량생산, 대량소비, 그리고 대량폐기라는 경제시스템이 유지될 수 없음은 명확하다. 인류는 성장의 한계에 도달해 있다.⁴⁰⁾ 세계

39) 세계환경발전위원회, 조형준·홍성태 역, 『우리공동의 미래』(새물결, 1994). 36.

40) 1972년 인류의 위기에 관한 프로젝트를 수행한 로마클럽은 그 보고서를 통해 경제성장

인구의 증가속도나 소비욕구의 증대속도가 빠르면 빠를수록 그만큼 더 빨리 생태학적 파멸에 이르고 말 것이다. 인류가 지금의 지구환경위기를 극복하려면 지속가능성이란 가치를 경제와 사회생활에 구현해야 한다. 그러려면 개인적으로 끝없는 물질적 탐욕을 통제하고, 저성장의 사회생활에 적응해야 한다.

지속가능성이란 가치는 녹색(green)이란 색깔을 통해 상징화된다. 19세기에 노동과 자본이 충돌할 때 노동자를 블루(blue)라는 색깔로, 20세기에 자본주의와 공산주의 이데올로기가 충돌할 때 공산주의를 붉은(red)색으로 상징화한 것과 비교가 된다. 녹색가치란 철학적으로 보면 인간중심적 세계관 대신 인간과 자연의 관계성(조화와 관계망)을 강조한다. 그리고 소비생활을 포함한 개인의 생활방식 차원에서 검소하고 소박하여 단순한 삶(simple life)을 추구한다. 패스트푸드에 대비되는 슬로푸드, 슬로시티 운동 등은 녹색가치를 실현하는 좋은 예이다. 나아가 녹색가치는 정치경제적 차원에서 볼 때에는 환경자원과 관련하여 계층간, 국가간, 세대간, 그리고 종(種)간에 ‘환경정의’를 요청한다.⁴¹⁾

기독교는 하나님의 창조와 피조세계에 대한 인간의 생태학적 책임을 강조한다. 동물에 대한 돌봄은 물론 미래세대에 대한 책임도 중요하게 여긴다. 소비사회의 근본문제인 탐욕에 맞서 자족과 감사의 태도, 검소하고 소박한 생활을 강조한다. 그런 점에서 지속가능성이란 가치와 창조주 하나님을 고백하는 기독교 신앙 사이에는 상관성이 높다.

의 한계와 지구의 종말을 예언했다. 참고. 도넬라 메도즈 외, 김병순 역, 『성장의 한계』 (갈라파고스, 2012).

41) 조용훈, 「환경정의에 대한 기독교윤리적 이해」, 『장신논단』40(2011), 311-332.

3. 지역소비와 지역공동체성

윤리적 소비 가운데 하나로서 지역소비가 추구하는 가치는 공동체성이다. 자본주의는 개인주의와 밀접히 관련되어 있으며, 근래의 신자유주의 시장경제는 이러한 개인주의 가치관과 문화를 더 강화시키고 있다. 시장경제의 적자생존과 약육강식의 경쟁지향적 생활방식에서는 경쟁력이 부족한 개인이나 집단에 대해 냉혹하고 잔인하다. 그 결과 지구화가 전세계를 하나의 마을(지구촌)로 만든다고 하지만 실상은 전통적 마을공동체의 삶에 나타나는 소속감과 상호책임성이라는 공동체적 요소들을 파괴하고 있다.⁴²⁾ 한 예로써, 다국적기업이 소유한 대형유통매장으로 인해 지역상권이나 동네상권, 골목가게가 붕괴되면서 지역경제가 악화되고 그 결과 지역공동체는 해체의 위기에 빠지고 있다.

이런 현실에 맞서 지역소비운동은 지역의 먹을거리를 통해서(로컬푸드), 지역통화를 통해서(지역화폐) 지역경제의 활성화만 아니라 궁극적으로 지역공동체 회복을 목표로 한다. 로컬푸드는 어디서 누가 어떤 방식으로 생산했는가를 알 수 없는 얼굴 없는 글로벌푸드와 달리 생산자의 얼굴을 밝힘으로써 생산자와 소비자 사이의 신뢰관계를 형성한다. 소비자는 생산과정에 동참하며 생산자에게 보다 안전한 생산품을 요구할 수 있게 된다. 반면에 생산자는 공급처와 가격하락을 걱정하지 않고 계속해서 지속가능한 먹을거리 생산에 전념할 수 있다. 이런 방식으로 로컬푸드에서는 소비자와 생산자 사이에 식량공동체가 형성된다. 소비자와 생산자는 더 이상 경제적 이익을 위해 경쟁하는 사이가 아니라 공생하는 사이로 바뀐다.

또 다른 형태의 지역소비인 지역화폐는 ‘공동체 화폐’로 불릴 정도로 공동체에 대한 관심이 높다. 지역화폐는 화폐를 통해서만 거래가 이루어

42) 조용훈, 『지구화시대의 기독교』, 52-53.

지는 시장경제와 달리 화폐 없이도 자신이 가진 노동력과 상품, 서비스를 교환할 수 있다. 특히, 대부분의 거래가 지역민들 사이에 이루어지게 됨으로써 자연스럽게 지역민과 지역사회에 대한 이해와 참여의 폭이 넓어진다. 지역화폐는 기술과 노동력을 가진 실업자에게 기회를 제공하며, 자신의 다양한 재능으로 사회적 약자를 돕기도 한다. 지역 안에서 지역민들 사이에 돈이 순환되는 것이므로 지역경제가 활성화되면서 자연스럽게 지역공동체가 안정된다.

기독교는 하나님의 존재방식에 나타나듯 관계성과 공동체성을 본질로 삼는다. 신앙공동체인 지역교회는 교회구성원 사이의 친교만 아니라 지역사회의 발전을 추구한다는 점에서 '지역' 교회다. 오늘날 목회가 교인들의 영적 차원만 아니라 지역민의 삶의 질 향상에까지 관심한다는 점에서 지역공동체성이란 가치 실현은 기독교의 새로운 과제로 부각되고 있다.

4. 공정무역과 공정성

윤리적 소비 가운데 하나로서 공정무역이 추구하는 가치는 공정성이다. 저개발국의 빈곤문제는 21세기에도 여전히 해결되지 않은 국제적 사회문제다. 2005년 기준으로 볼 때, 전세계적으로 10세 미만의 아동이 5초에 1명씩 굶어 죽어가고 있으며, 세계 인구의 7분의 1에 달하는 8억 5천만 명이 심각한 만성 영양실조 상태에 있다. 아프리카 대륙의 상황은 더 심각해서 현재 전 인구의 36%가 굶주림 상태에 있다.⁴³⁾ 공정무역은 저개발국의 빈곤이 불공정한 무역구조에 상당부분 그 책임이 있다고 전제하기 때문에 그 해결책으로 선진국의 자선이나 시혜가 아닌 공정성을 요구한다. 기술과 자본이 모자라 1차 산업 상품 외에 달리 수출품이 없는 저개발국은 '바닥을 향한 경쟁'에 내몰리고 있다.⁴⁴⁾ 지금의 무역구조나 유통구조

43) Jean Ziegler, 유영미 역, 『왜 세계의 절반은 굶주리는가』(갈라파고스, 2010), 18-19.

가 얼마나 불공정한지 커피 원두를 예로 들면, 저개발국 생산농민의 몫은 1%도 안 되는 반면 소매점 25%, 수출업자 10%, 그리고 네슬레를 포함한 다국적기업이 55%를 차지한다.⁴⁵⁾

이런 불공정한 국제무역 구조에서 공정무역은 소비자가 저개발국 노동자들이나 생산자에게 정당한(공정한) 가격을 지불하고 인간다운 노동조건을 보장함으로써 빈곤문제 해결에 상당한 도움을 줄 수 있을 것으로 판단된다. 그런 의미에서 공정무역은 공정한 세상을 만들기 위한 소비자의 작은 실천이라 하겠다. 핀란드 대통령인 타르야 할로넨(Tarja Halonen)의 표현대로 “공정무역 제품을 선호하는 것은 더 공정한 세상을 만들기 위한, 작지만 중요한 선택이다.”⁴⁶⁾

공정무역은 해당된 생산자, 수출입업자, 공정무역단체, 그리고 판매자가 공정성이란 가치를 실현하기 위해 다음 몇 가지 원칙을 요구하고 있다:⁴⁷⁾ 첫째, 가난한 생산자들에게 희망의 기회를 주는 것. 둘째, 투명한 경영과 서로에 대한 존중. 셋째, 상호신뢰와 존중의 관계. 넷째, 생산자들과 마케팅조직의 지속적인 거래 통해 새로운 시장 확보. 다섯째, 공정한 가격 지불. 여섯째, 여성생산자에게도 정당한 지위와 임금 보장. 일곱째, 안전하고 쾌적한 작업환경. 여덟째, 아동노동의 사용금지. 아홉째, 환경에 대한 책임. 열째, 공정무역 상품의 질 향상.

기독교의 하나님은 예언자의 신앙전통에 나타나듯 가난한 자나 소외된 자들에게 관심을 가진다. 오늘날 빈곤문제가 상당부분 불공정한 무역구조에

44) 저개발국의 50% 이상이 농업에 종사하고 있으며, GDP의 33%를 차지한다. 이런 상황에서 1970년대에서 2000년 사이에 설탕, 면화, 카카오, 커피 같은 저개발국의 주요 수출농산물 가격은 30-60%나 떨어졌다. 그 결과 저개발국의 전체 손실액은 약 2,500억 달러로 추정된다. 참고, Fair Trade Advocacy Office, 『공정무역의 힘』, 64-65, 71.

45) 광효문, 「탈빈곤정책과 Fair Trade의 정향성에 관한 연구」, 『한영논총』14집(2010), 244.

46) Fair Trade Advocacy Office, 『공정무역의 힘』, 17.

47) 광효문, 「탈빈곤정책과 Fair Trade의 정향성에 관한 연구」, 257-258.

그 책임이 있다는 사실을 인정할 때 자연스럽게 기독교 신앙은 사회정의, 곧 공정성이란 가치에 관심하게 된다. 불의한 사회에서 기독교의 사랑이란 가치는 정의와 공정성을 통해 구현되어야 한다.

V. 윤리적 소비의 활성화를 위한 그리스도인과 교회의 실천과제

1. 교육적 과제

소비사회에서는 일상생활에서 차지하는 소비생활의 비중이 커지고 소비자의 사회적 영향력도 크기 때문에 윤리적 소비가 더 중요해진다. 윤리적 소비를 활성화하는 첫 걸음은 윤리적 소비가 무엇이며 왜 중요한지에 교육하는 일이다. 소비자교육에서 두 가지가 다루어져야 하는데 하나는 윤리적 소비개념에 대한 교육이며, 다른 하나는 윤리적 소비행위를 가능케 하는 가치교육이다.

윤리적 소비개념에 대한 교육이 필요한 이유는 아직도 우리나라의 상당수 소비자들이 윤리적 소비가 무엇이며 왜 중요한지 인식하지 못하고 있기 때문이다. 2007년 아름다운가게가 전국 성인 1천 명을 대상으로 조사한 결과 공정무역에 대하여 알고 있다고 한 응답자가 3%에 불과했다.⁴⁸⁾ 이러한 수치는 영국 국민의 70%가 공정무역 인증마크에 대해 알고 있고, 매일 쇼핑하는 네 명중 한 명이 정기적으로 공정무역 제품을 선택하고 있다는 점과 비교할 때 크게 뒤떨어지는 수치다.⁴⁹⁾

다음으로, 소비행위에서 윤리적 가치를 선택할 수 있도록 가치교육이 요청된다. 소비자들의 구매행위는 일정한 가치(관)가 반영되어 있다. 윤

48) 『동아일보』, 2007년 11월 24일.

49) 박지희·김유진, 『윤리적 소비』, 125.

리적 소비가 관념에 머무르지 않고 실제 윤리적 소비행위로 연결되기 위해선 필연적으로 가치관의 변화가 요청된다. 그렇지 않을 경우 소비자들은 편의주의적 가치관에 머물거나 기껏해야 경제적 합리성에 머물고 말 것이다. 실제로 한 자료를 보면, 우리나라에서 소비자가 기업의 책임경영 활동에 영향력을 미칠 수 있느냐는 물음에 72%가 그렇다고 답했지만, 이를 위해 10% 이상의 가격인상분을 부담할 용의가 있는가에 대한 물음에는 44%만이 동의했다.⁵⁰⁾

그동안 소비교육이 경제합리성이라는 가치를 강조하는 데 관심했다면, 윤리적 소비를 활성화하기 위해서는 경제합리성이라는 가치를 넘어 지속가능성, 공동체성, 공정성이라는 가치를 지녀야 한다. 이러한 과제는 그리스도인 가정과 교회, 그리고 학교나 지역사회가 함께 힘써야 할 과제다.

2. 실천적 과제

그리스도인과 교회는 소비의 주체로서 자신의 소비행위를 통해 얼마든지 사회에 영향력을 미칠 수 있다. 교회가 교인들에게 윤리적 소비와 윤리적 가치들을 교육하는 것도 중요하지만 실제 자신의 소비행위에서 모범을 보이는 것은 더 중요하다.

교회는 녹색소비를 위해 에너지를 절약하며, 유기농산품이나 지역생산품을 식재료로 교인들의 친교식탁을 마련할 수 있다. 로컬소비를 활성화하기 위해 교회가 위치해 있는 인근지역의 생산품을 우선적으로 구입함으로써 지역경제 활성화에 도움을 줄 수 있다. 대형마트에서 물건을 구입함으로써 예산을 절감하는 것도 필요하지만 동네가게나 슈퍼를 이용함으로써 지역경제에 도움을 주는 일은 지역공동체 형성에 도움이 된다. 혹은 도농교류를 통해 도시교회와 농촌교회 사이에 공동체를 형성할 수도 있

50) 박미혜·강이주, 「윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰」, 1053-1054.

다. 또한 지역교회가 운영하는 교회카페에서 공정무역 커피를 사용할 수도 있다. 혹은 교회가 시민단체들과 협력하여 간접적 방법으로 윤리적 소비를 도울 수도 있다. 예를 들면, 기아대책 ‘행복한나눔’과 더불어 인도네시아의 ‘공정무역 마을만들기 프로젝트’에 참여할 수 있다.⁵¹⁾

지역교회는 윤리적 소비의 활성화에 도움이 되는 제도적 장치 마련에도 관심을 가져야 한다. 이를 위해서는 시민단체와 더불어 지자체나 정부로부터 법적 지원과 행정적 지원에 필요한 영향력을 행사해야 한다. 지역교회의 소비자운동은 일반기업에 대한 사회적 책임 강화에도 영향을 미칠 수 있다. 기업들로 하여금 생산비용의 감이나 주주의 이익 극대화만 아니라 인권이나 환경문제, 지역경제 활성화, 그리고 공정무역 같은 사회적 책임도 의식하도록 만들어야 한다. 사회책임투자(CSR)에 대한 관심은 기독교단체가 기업에 사회적 영향력을 행사할 수 있는 좋은 예이다.⁵²⁾

VI. 결론

소비사회가 진행되고 소비자의 힘이 커지면서 소비자의 권리만 아니라 책무도 중요해지고 있다. 소비자의 소비행위에 따라 얼마든지 더 나은 사회로 발전할 수도 있고 그 반대가 될 수 있다. 소비자의 윤리적 자각과 사회변화를 위한 적극적 역할을 강조하는 윤리적 소비는 신자유주의 지구화 경제를 변혁하는데 작은 희망의 불씨가 되고 있다. 윤리적 소비를

51) 「생산자와 소비자를 잇는 착한 경제 ‘기독교 공정무역’(하)」, 『기독교연합신문』, 2013년 6월 9일.

52) 미국 민권운동가이며 목사인 레온 설리반(L. Sullivan)은 남아공에 진출한 미국 기업들로 하여금 윤리적 원칙(피부색과 상관없이 평등한 임금과 작업환경 제공, 승진과 교육 기회 제공 등)을 지키도록 함으로서 인종차별을 극복하는데 기여했다. 당시 미국의 125개 이상의 기업들이 ‘설리번원칙’으로 알려진 이 원칙을 채택했고, 그 가운데 최소 100개의 기업이 남아공에서 철수했다. 참고: 박지희·김유진, 『윤리적 소비』, 206.

통해 새로운 소비문화와 대안사회의 건설이 가능해 질 수 있다.

새로운 사회에 대한 꿈과 기대가 실현되려면 소비자들로 하여금 윤리적 소비가 무엇이며 왜 중요한지 의식화하는 교육이 필요하다. 그리고 소비자의 의식이 관념에 머무르지 않고 실제 구매행동으로 이어지도록 소비자의 가치(관) 변화가 요청된다. 소비자가 단순히 경제합리성이라는 가치에 머물지 않고 나아가 지속가능성, 공동체성, 그리고 공정성이라는 가치를 추구하고 구현할 수 있어야 한다. 그러려면 소비자가 녹색소비, 지역소비, 그리고 공정무역같은 대안적 소비활동에 적극적으로 참여해야 한다. 이를 위해 지역교회는 교인들에게 윤리적 소비에 대해 교육하며 소비행위에서 지속가능성, 공동체성, 그리고 공정성과 같은 윤리적 가치관을 형성하도록 돕고 윤리적 소비행위의 모범을 보일 수 있어야 한다.

참고문헌

- 김난도, 『럭셔리 코리아』(미래의창, 2007).
- 김종덕, 『먹을거리 위기와 로컬푸드』(이후, 2009).
- 도넬라 메도즈 외, 김병순 역, 『성장의 한계』(갈라파고스, 2012).
- 박종균, 『소비사회 대중문화 기독교』(한들출판사, 1997).
- 박지희 · 김유진, 『윤리적 소비』(메디치, 2010).
- 세계환경발전위원회, 조형준 · 홍성태 역, 『우리공동의 미래』(새물결, 1994).
- 요시다 타로, 안철환 역, 『생태도시 아바나의 탄생』(들녘, 2004).
- 이상훈 · 신효진, 『윤리적 소비』(한국학술정보, 2012).
- 임성빈 외, 『소비문화시대의 기독교. 기독교동체 소비문화를 이야기하다』(에영커뮤니케이션, 2008)
- 조용훈, 『지구화시대의 기독교』(대한기독교서회, 1999).
- 장 지글러, 유명미 역, 『왜 세계의 절반은 굶주리는가』(갈라파고스, 2010).
- 제임스 챔프, 박슬라 역, 『착한 소비자의 탄생』(21세기북스, 2009).
- 천경희 외, 『착한소비 윤리적 소비』(시그마프레스, 2010).
- Fair Trade Advocacy Office, 한국공정무역연합 역, 『공정무역의 창, 2010』.
- 고재길, 「소비문화의 종교성과 소비 이데올로기 비판」, 『장신논단』 39(2010), 199-222.
- 곽효문, 「탈빈곤정책과 Fair Trade의 정향성에 관한 연구」, 『한영논총』 14집(2010), 241-264.
- 김태연, “한국의 공정무역 현황”, 『생협평론』 창간호(2010 겨울)
- 김형미, 「윤리적 소비의 경제학적인 이해와 생협의 선택」, 『생협평론』 창간호(2010 겨울), 18-25.
- 박미혜 · 강이주, 「윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰」, 『한국생활과학회지』 18권5호(2009), 1047-1062.
- 박용남, 「‘사랑의 경제’와 지역화폐 운동」, 『녹색평론』, 통권102호(2008년 9-10월), 11-31.
- 양명수, 「착한 소비: 철옹같은 자본주의에 틈을 내다」, 『새가정』 620(2010), 10-13.

- 이원규, 「지역통화운동의 이상 그리고 전망과 과제」, 『농촌과목회』 26호(2005/여름), 187-197.
- 이장형, 「대량소비문화와 물질주의에 대한 기독교의 책임」, 『기독교사회윤리』 10(2005), 105-131.
- 정원각, 「iCOOP생협과 윤리적 소비」, 『생협평론』 창간호(2010겨울), 26-28.
- 조용훈, 『기독교 환경윤리의 실천과제』(대한기독교서회, 2002).
- 조용훈, 「아동의 소비주의에 대한 기독교윤리학적 연구」, 『기독교사회윤리』 16(2008) 267-290.
- 조용훈, 「환경정의에 대한 기독교윤리적 이해」, 『장신논단』40(2011), 311-332.
- 송인숙·천경희, 「공동체 화폐 운동은 윤리적 소비 운동인가」, 『한국소비자학회 학술대회집』, Nr.5 (2012), 52-58.
- 한선, 「착한 소비의 물신성」, 한국언론학회, 『2011 봄철정기학술대회자료집』, 50-55.
- 홍연금, 「우리나라 윤리적 소비자에 대한 사례연구」, 가톨릭대학교 대학원 박사학위 논문(2009).

논문투고일: 2013. 10. 31.

심사개시일: 2013. 11. 13.

게재확정일: 2013. 12. 13.

• 국 문 초 록 •

소비사회에서는 소비자의 권한과 더불어 그 책무도 커지고 있다. 과거에 소비자 윤리는 좋은 물건을 싸게 사는 경제합리성을 추구하는 데 강조점이 있었다. 하지만 윤리적 소비에서는 소비자의 소비행위가 자연환경과 동물, 지역공동체, 저개발국 생산자와 노동자에게 미치는 영향까지 고려하도록 요청한다. 말하자면, 윤리적 소비활동에는 경제합리성을 넘어서 지속가능성, 지역공동체성, 그리고 공정성이라는 윤리적 가치들이 내포되어 있다.

지속가능성이란 가치는 현대의 소비활동이 미래세대의 환경권과 생존을 위협하지 않는 범위 내에서 이루어져야 한다는 것이다. 그러려면 소비자는 환경친화적인 녹색소비를 실천해야 한다. 공동체성이란 가치는 신자유주의 시장경제 영향으로 생겨나는 지역공동체의 붕괴를 극복하고 상생하는 지역공동체를 지향한다. 그러려면 소비자는 지역 생산품과 지역내 소비를 활성화하는 로컬소비나 지역화폐에 관심을 기울여야 한다. 공정성이란 가치는 국제무역에서 일방적으로 불이익을 당하는 저개발국 생산자와 노동자를 보호하려는 노력이다. 이 일을 위해 자선이나 시혜 대신에 공정한 값을 지불하도록 힘써야 한다.

윤리적 소비를 확대하여 보다 나은 세상을 구현하기 위해 그리스도인과 교회의 과제는 우선 윤리적 소비에 대한 교인들의 인식을 확산시키는데 있다. 나아가 교회가 에너지를 절약하고 유기농산물로 식탁을 차리고, 지역생산품을 우선적으로 구매하며, 교회카페 등에서 공정무역 제품을 활용함으로써 윤리적 소비행위의 모범을 보이는 것이다.

주제어: 윤리적 소비, 지역교회, 녹색소비, 로컬푸드, 지역화폐, 공정무역
