

현재의 일상을 과거로 말하다

박홍매*

[서평] 김동주·김재원·박우현·이휘현·주동빈

지음, 『소비의 한국사: 우리는 무엇을 먹고

마시고 탐닉했나』, 서해문집, 320쪽

1. 서론

『소비의 한국사』¹는 지금 우리가 사는 소비사회의 한국사적 맥락을 살펴보기 위해 다섯 명의 한국사학과 연구자들이 모여 학술 연구와 대중 소통을 동시에 실천하려는 기획에서 탄생한 책이다. 우선 책의 구성에서 김동주 저자는 쌀·커피·술, 주동빈 저자는 물·장난감·마약, 이휘현 저자는 라면·가전·영화, 김재원 저자는 부동산·음악, 박우현 저자는 관광·교통·도박 등 챕터를 맡았는데, 저자들의 주요논문 주제를 살펴보면 기존의 학술적 관심사와 『소비의 한국사』에서 맡은 키워드가 서로 연결된다. 저자들은 공통적으로 고려대학교 한국사학과에서 박사과정을 밟았으며 세부적인 관심사는 아래와 같다. 김동주는 주로 해방 이후 한국의 산업화에 관심이 있으며 ‘농산물’ 관련 논문을 발표한 적이 있다. 주동빈은 일제 시기 ‘도시정치사’로 박사학위를 받았다. 이휘현은 미국의 원조가 한국 주택 시장의 형성에 미친 영향으로 석사학위를 받았고, 현재는 한국의 경제개발과 근대화를 재검토하는 연구를 진행하고 있다. 김재원은 방송 출연을 비롯한 대중과의 소통을 위한 다양한 시도와 노력이 돋보이는 연구자다. 박우현은 일제 시기

* 서울대학교 국어국문학과 박사수료

1 이후 책을 언급할 경우 『소비의 한국사』로, 본문을 인용할 경우 쪽수만 표기한다.

조선총독부의 재정 운영과 철도 등 인프라 구축을 주제로 박사학위를 받았다. 여기서 저자들이 학술 연구가 어떠한 방식으로 대중과 소통을 이루어야 하는지에 대한 학술 연구와 대중 소통 사이의 균형을 잘 잡기 위한 모색의 결과물이었다는 점을 엿볼 수 있다.

이 책의 주제는 자본주의의 세계 질서를 지탱하는 ‘소비’에 대하여 당대적 맥락으로 ‘안내’하려는 문제의식에서 출발한다. 『머리말』에서 대표 저자 박우현은 “역사학자는 심판자”가 아니라 “지금 우리가 접하고 있는 현상들을 만들어낸 근간을 과거부터 차근차근 조망해 보는 작업을 도와주는 안내자”(6)라며 저자의 위치와 역할을 밝히고 있다. 이처럼 이 책은 어떠한 의견을 주장하거나 비판하기보다 과거를 독자에게 펼쳐 보이려는 작업을 수행하고 있다. 일상에 밀착된 익숙한 소비재의 ‘조금 낯선’ 과거를 파헤치는 글들을 읽어내려가다 보면 뼈대에 살을 붙이는 듯한 경험을 할 수 있다. 한국인의 일상과 가장 밀착된 소비재들이기에 너무나도 익숙하여 유심히 보지 않게 되는 사물들을 근현대사 속에서 ‘과거’를 통하여 살펴보고 있는 이 작업은 비전공자에게도 친절한 역사책이다. 평이한 언어로 이야기하듯이 풀어내고 있으며 이해하기 쉽도록 당시의 이미지 자료도 적절히 제시되어 인상적이다.

『소비의 한국사』는 매일 하는 소비부터 거금을 들이는 소비까지 다양하게 관심이 있다. 한국인의 ‘일상’과 ‘욕망’을 섬세하게 접근하고 있는 이 책은 ‘쌀, 물, 라면, 커피, 부동산, 가전, 술, 음악, 영화, 관광, 교통, 장난감, 도박, 마약’ 등 총 14장으로 나뉘어 있다. 각 장은 독립된 내용을 다루고 있어서 독자의 선호에 따라 순서에 구애받지 않고 키워드로 선택하여 읽을 수도 있다. 커피를 좋아하는 독자라면 ‘커피’ 챕터부터 먼저 읽고 애주가라면 ‘술’ 챕터부터 먼저 읽었을 것이다. 다섯 명의 저자들은 ‘오늘을 살아가는 이에게 현대사를 돌아볼 수 있는 친숙한 셋길’(77)을 제공하려는 문제의식을 공유하고 있으며 일상과 밀접한 대중적 소비 현상이나 사회적 논란을 학술적인 방식으로 과거를 살펴 응답하고 있다.

2. ‘라떼’는 말이야: 부동산, 커피, 가전, 영화

부모님 세대 혹은 선배 세대로부터 옛이야기를 들어본 경험은 누구에게나 있을 것이다. 『소비의 한국사』를 읽으면서 경험한 편안함은 바로 그러한 청취의 입장에 서있는 자신을 발견하였기 때문일 것이다. 8장 음악편의 도입부에서도 직접 밝혔듯이 ‘아버지와 나는 사소한 대화에서 시작’한다는 글의 분위기가 이 책의 전반적인 분위기이기도 하다. 시시콜콜해 보일 수도 있는 이야기가 학술적으로 과거를 따져보는 과정을 통하여 너무 멀지도 않은 가까운 과거의 잘 알지 못했던 이면을 알게 되는 지점에서 흥미롭다. 예컨대 라면이 처음 한국에 등장했을 때 삼양라면이었으며 정부와 ‘밀월’관계를 유지하면서 오랫동안 독점했다는 사실, 처음 강남 개발은 지금의 강남구가 아닌 화곡동이었으며 당시 화곡과 수유리에 투자한 사람들은 보기 좋게 실패한 사실 등이 있다. 따라서 이러한 윗세대의 ‘라떼’를 들을 기회가 없었던 독자에게는 특히 더 반가운 책일 것이다.

일과를 마치고 집에 들어와 침대에 누웠는데, 문득 이런 생각들이 꼬리를 물었다. ‘왜 우리 할아버지는 강남에 땅을 사지 않았을까?’, ‘그때 할아버지가 강남에 땅만 샀어도 지금 내 팔자가 이렇게는 않았겠지?’, ‘강남땅이 똥값일 때 땅을 사서 부자가 된 사람은 대체 누굴까?’ 따위였다. (97)

서울을 이해하는 사람들은 당시 똑같이 집을 샀는데 누구는 부자가 되고 누구는 그렇지 못한 일이 큰 이슈였다는 사실을 알고 있을 것이다. 저자 김재원의 할아버지는 당시 강남이 아닌 수유리에 땅을 샀는데 주지하듯이 이 투자는 보기 좋게 실패한다. 서울의 도시개발에서 수유리는 가장 초반에 개발이 진행된 곳으로 당시 수유리는 이미 시장, 상하수도, 도로망 등 제반 시설이 모두 갖추어진 동네이기도 하였다. 이렇게 이미 개발된 동네를 투

자 지역으로 사들였던 결정적인 이유는 당시 서울시가 수유리를 구획정리 사업에 포함하면서 서울의 중심 주거지 역할을 맡을 것이란 소문이 돌았기 때문이다. 그러나 1970년대 중반, 정부가 강남 개발을 위해 강북 개발을 억제하면서 수유리의 땅값은 제자리에 머물게 된다. 1960년대 강북에는 수유리라면 강남에는 화곡동이었다. 태초의 강남 개발은 지금의 강남구 인근이 아니라 화곡동이었다. 1965년 서울시 종합개발계획을 통하여 1968년에 화곡동 주택단지가 만들어졌다. 여기서 ‘토지구획정리사업’이라는 특유의 개발방식이 문제적인데, 돈이 없는 서울시가 할 수 있는 유일한 개발방식이었다고 한다. 지가가 급격히 상승하여 개발계획이 결국 난항을 맞게 되었으며 이에 서울시는 지가를 안정화하는 방식이 아닌 금융기관의 대출을 끌어들이 시장에 맡기는 주택정책을 펼친다. 이러한 정책이 적중하려면 집은 단지 주거의 목적이 아니라 투자처여야 했다. 이처럼 한국 정부는 다양한 정책으로 부동산 투자를 유도하거나 제한하기도 한다. 한국인들이 부동산을 좋아하는 이유 중 하나는 부동산이 안정적인 투자 수단이기 때문일 것이다.

어느 국제학술대회에서 만난 해외연구자한테서 한국에는 부동산과 약국이 왜 이렇게 많은지 개인적인 질문을 받은 적이 있다. 부동산, 약국 외에 카페도 많다는 것이 특징적인데 서울 어디든 몇 발자국만 걸으면 나타날 정도로 많다. 이러한 한국 거리의 풍경은 그만큼 한국 사회의 가장 특징적인 일면을 반영하고 있다는 뜻이며 한국의 역사와 문화를 가시적으로 보여주는 현상일 것이다. 이처럼 너무나 익숙한 일상의 일면이기에 질문하지 않았던 문제를 이 책에서는 관심을 가지고 보고 있으며 독자에게 깊이 있게 안내해준다. 예컨대 커피 소비 대국인 한국은 믹스커피의 고장이라는 것이다. 지금은 ‘싸구려 커피’로 인식되지만, 지금처럼 카페에서 커피를 소비하는 모습은 그리 오래되지 않았다. 지금은 ‘아아(아이스 아메리카노)’가 한국인의 일상에서 빠질 수 없는 일부분으로 자리매김하였으나 처음에 커피라고 하면 인스턴트 커피를 지칭하였다. 1950년대 미군기지에서 인스턴트 커피가 흘러나온 이후 커피는 마실 수 있는 ‘미국’ 그 자체였다고 한다. 초반

에는 “커피 망국론”이 펼쳐질만큼 비판이 거셌으며 일반 대중이 식후 입가심으로 마시기에는 커피값이 비쌌기 때문에 큰 지출이었다. 누구나 마실 수 있는 국민음료로 자리를 잡게 된 것은 1968년 커피 사업에 뛰어들어 동서식품주식회사에서 인스턴트 커피 생산에 주력하면서부터였다. 미국기업의 상표로 고급스러움을 풍기면서 동시에 저렴한 가격의 국내산 인스턴트 커피라는 사업전략은 크게 성공하게 된다. 흥미로운 지점은 한국인이 같은 맛의 인스턴트커피를 마시면서도 설탕과 커피크리머를 얼마나 넣느냐, 물과 커피 가루 가운데 무엇을 먼저 넣느냐 등으로 각자의 다름, 즉 취향을 드러내려 했다는 것이다. 그리고 인스턴트 커피에 길들여진 한국인의 입맛은 2000년대 스타벅스에서 확실히 확인할 수 있었다. 1999년 이화여대 앞에 스타벅스 1호점이 세워지면서 한 끼 밥값에 상당하는 커피는 일종의 사치적인 소비의 대명사로 되었는데 스타벅스에 가서 비싼 커피를 마시면서도 인스턴트 커피맛과 가장 비슷한 카페라떼와 캐러멜마키아토를 소비하였다는 것이다. 아메리카노가 1위를 차지하기까지 10년 가까운 세월이 걸렸다고 한다. 그러나 변함없는 것은 예나 지금이나 한국 사회는 각성을 권하는 사회이며 긴 노동시간으로 언젠가부터 커피는 ‘마셔야 할’ 음료가 되었다는 사실이다.

한국은 해방 이후 30년 동안 급속 성장하였다. 6장 가진 편에서는 일반 가정에서 사용하는 가전의 변화에 주목한다. 1960년에 자동차, 텔레비전, 전기냉장고 등은 일반 가정에서 소유할 수 없는 고가의 물건이었다. 1966년 서울의 한 사립학교 입시 면접에서 ‘너희 집에 텔레비전이 있니?’와 같은 질문을 학생에게 던져 사회적 물의를 일으킨 적이 있다고 한다. 이러한 질문은 선생님이 학생의 가정형편을 엿보는 방식이었던 것이다. 1966년 ‘금성사’가 처음으로 국산 텔레비전을 생산하였고 그 이전에는 수입품이었다. 국내 시장에서 영원한 맞수인 금성사와 삼성전자가 치열한 경쟁을 하면서 텔레비전의 가격이 낮아져 1970년대 후반 무렵 일반 공무원의 한 달 월급으로 구매할 수 있는 수준으로 되었다. 선망의 대상이었던 가전이 1970년대

들어 TV, 냉장고, 세탁기 순으로 대중화되는 과정에서 세탁기가 가장 늦었던 이유는 의외로 ‘식모’의 존재 때문이었다고 한다. ‘마, 느그 집에 냉장고 있나?’라는 편찬은 여전히 유효한데 ‘마, 느그 집에 스타일러는 있나? 에이, 그래도 다이슨 청소기 정도는 있재?’로 바뀌었다는 것이다.

9장 영화 편에서 회고하는 그 시절의 극장은 어두운 곳에서 남녀가 만나는 공간으로 조금 ‘남사스러운’ 장소라는 선입견이 있었다고 한다. 실제로 과거 극장가의 풍경은 지금의 영화관과 매우 달랐다. 해방 이후 크게 성장한 국내 영화산업은 1969년 정점을 찍고 그 후 지속해서 하락하였다. 1970년대는 ‘안방극장’이 극장을 대체하여 대중은 텔레비전 드라마를 즐기게 되었기 때문이다. 1970년대를 상징하는 <영자의 전성시대>가 흥행한 이후 매춘부와 호스티스를 주인공으로 하는 영화가 쏟아져 나왔으며 ‘유명 여배우 벗기기’에 초점을 맞춘 경향이 강했다. 19금 영화가 상영되고 자극적인 포스터가 걸린 극장가는 온 가족이 함께 즐기는 공간이 아니라 일탈의 공간으로 유흥업소, 사창가와 함께 묶여 사회적 비난의 대상이 되었던 것이다. 1990년대 말 2000년대 초에 이르러 대기업 자본이 영화산업에 투입되면서 국산영화도 불만하다는 인식으로 바뀌었으며 흥행에 크게 성공하는 영화가 나오기 시작하였다. 1999년 개봉한 <쉬리>는 높은 관객수로 한국영화의 역사를 새로 썼고 이 무렵 CGV강변의 개업으로 극장의 풍경이 크게 바뀌었다고 한다.

3. 먹고 마시고: 밥, 술, 라면

한국인은 ‘밥심’으로 산다는 말이 있다. 그러나 한반도 쌀농사 2000년이라고 했을 때 쌀 생산이 요구를 넘어선 기간은 최근 40년에 불과하며 한국인의 쌀 열망은 “박탈된 경험에서 비롯한 정서”(15)라는 것이다. 쌀밥의 역사는 식민 지배와 분단, 전쟁 등 박탈의 경험을 보여주며 하얀 쌀밥은 일

종의 호사였다. 1970년대 박정희 정권은 ‘가족과 함께 흰 쌀밥을 먹고 싶다’는 열망을 부정하지 않았으며 다만 내일 쌀밥을 먹기 위해 오늘은 허리띠를 졸라매야 된다는 단서가 붙었다. 이렇게 하얀 쌀밥에 대한 열망이 한 시대의 동력이 되었으며 20세기 후반에 이르러 기어코 실현하게 된다. 흥미로운 점은 쌀밥에 대하여 한국인은 상당히 까다로운 입맛을 가지고 있다는 것이다. 1970년대 쌀 증산의 일등 공신인 통일벼가 맛 때문에 외면을 받아 1990년대 초에 소리 소문도 없이 사라졌다고 한다. 1980-90년대 증산층 사이에서 명품 쌀로 취급되었던 캘리포니아 칼로스 쌀도 결국 사람들이 맛을 본 후 유행이 금세 사그라들었다고 한다.

한편, 한국에는 과거 술은 ‘마시는 밥’으로 식량이었다. 한국은 고유한 음주문화를 소유하고 있으며 한국술에는 막걸리와 소주를 빼놓을 수 없다. 현재 소주는 해외에서도 큰 인기를 끌며 매출이 꾸준히 성장하고 있으며 진로 소주는 “2001년부터 세계 증류주 판매량 1위”²를 차지하고 있다. 『소비의 한국사』 7장 술 편에서 김동주는 술의 역사를 서술하면서 막걸리는 술이기 전에 농민들의 노동에 필수적인 마시는 ‘밥’이었다고 한다. 여기서 박목월의 시를 예시로 설명하고 있는데, 한때 박목월의 시 「나그네」에서 “술 익은 마을마다/타는 저녁놀”이라는 시구가 식민지 미화로 논란이 있었다고 한다. 그러나 박목월이 노래한 ‘술 익은 마을’은 식민주의 통치로 실종된 조선의 옛 풍경을 지칭하며 과거에 대한 향수를 의미하는 것이었다. 막걸리는 농사를 지으면서 마시는 술로서 농번기에 막걸리는 목을 축이는 음료이자 막간의 식사 그 자체였다. 그러나 일제의 ‘주세령’으로 막걸리는 상품화되었고 개인이 집에서 술을 빚을 수 없었다. 그 후 1970년대 산업화 시대에 이르러 소주의 매출량이 급증하였는데, 이는 소주가 높은 노동 강도에서 쌓인 스트레스를 해소하기 위한 마취제 역할을 했기 때문이다. 값싼 독주로 몇 잔만 마셔도 바로 취할 수 있었던 것이다. 1980년대 중반 이후 맥주에

— www.kci.go.kr
2 정유미 기자, 「100세 진로 K소주 글로벌 대중화 시대 연다」, 『경향신문』, 2024. 6. 18.

열광하기 시작하였는데 바로 청년세대가 선도하였다. 낮은 알코올 도수는 ‘일상을 즐기는 소품’으로 다가왔고 중산층의 세련된 문화로 인식되었다. 해방 이후 오늘날까지 한국인의 최애 알코올은 막걸리에서 소주로, 소주에서 맥주로 바뀌었다. ‘농부의 막걸리, 노동자의 소주, 중산층의 맥주’(158)는 술의 취향에 관한 ‘개인적 감각’에 국한되지 않고 사회경제적 조건을 반영하고 있다는 점을 보여준다. 저자는 술을 욕망하는 이유를 ‘정서적인 목마름’이라고 명명한다. 이처럼 우리에게 높은 노동 강도를 요구하며 커피로 각성을 권하는 사회이기에 우리는 또한 술로 취하고 싶은 것이다.

술 마시고 아침에 해장으로 라면은 단골 메뉴다. 지금은 라면이 건강에 안 좋은 음식으로 널리 알려졌지만 3장 라면편에서는 처음 등장한 라면인 삼양라면은 지금 보면 의아한 문구인 ‘쌀보다 영양상으로 몸에 좋은 건강식’으로 홍보하였다고 한다. 다시 말해, 값이 저렴하고 건강한 한 끼를 해결해주는 음식이었다. 처음으로 등장한 라면은 1963년 ‘삼양식품’의 전신인 ‘삼양공업’에서 생산한 삼양라면이다. 당시 정부의 ‘혼분식 장려 정책’에 힘입어 꾸준히 정부와 긴밀한 관계를 유지하였으며 1970년대 후반까지 라면업계를 독점하며 재벌로 성장하였다. 농심의 전신인 롯데공업은 1965년에 ‘롯데라면’을 출시하였으나 경영난에 빠졌고 1971년 ‘새우깡’을 출시하여 히트를 치면서 라면사업에 추가 투자할 수 있는 동력을 확보하였다고 한다. 1970년대 삼양과 농심의 양대 경쟁 구도를 형성하였는데 삼양은 정부와 ‘밀월’ 관계를 맺으며 성장하였고 농심은 대중 친화적인 이미지로 개인 자본에 기댄 사업전략을 활용하였다. 이러한 기업 이미지의 차이는 광고에서도 명확히 드러났으며 특히 농심라면의 “형님 먼저, 아우 먼저”(63)라는 문안은 대중에게 큰 인기를 얻었다. 하지만 1986년에 ‘신라면’이 출시되면서 판도가 바뀌었고 농심은 자신의 절대적인 입지를 단단히 다져나갔다. 현재는 라면의 ‘춘추전국시대’라고 불릴 정도로 라면의 종류는 다양해졌다. 1980년대 중반 라면 시장에 뛰어들어 팔도와 오뚜기가 꾸준한 성장을 보여주고 있고 삼양식품도 ‘불닭볶음면’으로 새롭게 인기를 끌고 있다. 특히 오뚜기는 ‘갓

뚜기'로 불리면서 착한 기업 이미지를 가지고 있으며 2018년 평창 올림픽의 공식 라면 업체로 선정되기도 하였다.

4. 불법과 합법의 경계: 관광, 도박, 마약

10장 관광 편에서는 국가가 외화벌이로 성매매를 권장하였다는 점을 지적하며 불법과 합법의 경계를 질문하고 있다. 1960년대 이후 핵심 외화벌이로 관광이 지목되었으며 '관광'에서 주로 내세운 것은 성매매였다. 1973년 외국인을 위한 매매춘을 하나의 국책사업으로 만들었으며 여기서 외국인은 특히 일본인이 다수를 차지하였다. 한국 관광을 홍보하는 문구에 노골적으로 '기생파티'를 홍보하였으며 1978년 한국이 일본인 관광객으로 얻은 수익이 700억 원에(216) 달하였다. 국가에서 직접 성매매를 권장하고 외화벌이의 수단으로 적극 이용하였다는 것이다. 이 과정에서 난무했던 불법과 폭력은 외화벌이를 위하여 묵인되었다는 사실은 문제적이다. 이처럼 불법과 합법의 경계는 누구의 입장에서 누구의 편의를 봐주었느냐는 문제이기도 하다. 다만 이 글에서는 이러한 '기생 관광'이 현재 한국 사회에 어떠한 흔적으로 남아있는지 혹은 현재에 미치는 영향 등 부연의 설명이 없어서 아쉬움을 남긴다.

13장 도박 편의 저자 박우현은 도박이라는 주제를 다루면서 불법과 합법의 경계를 의문시하고 있다. 투기나 도박은 사회문제로 규제되어야 할 대상이지만 근대국가는 예나 지금이나 도박에 대하여 관대하였다. 그 이유는 자본주의에서 좌절을 겪은 하층 사람에게 계급상승의 희망을 품게 하여 사회적 모순과 불평등에 대한 불만이 폭발하지 않도록 만든다(275)는 것이다. 식민지 시기에도 마찬가지였는데 일제시기 조선에서 미두장은 합법적 도박장이었다. 미두장은 곡물 거래 시장을 뜻하는데 쌀의 현물거래와 관련 없는 '청산거래'의 방식으로 '결재의 권리'를 사고팔았다. '미두취인소'는 중

개 역할을 하는 '결제소'로 쌀이 오가지 않고 매일 선물 가격 변동에 따라 선물거래자의 손익을 따져 일일정산 해주는 것이다. 미두장은 남녀노소, 계층의 상하와 상관없이 조선 사람 대다수가 미두판에서 일확천금의 꿈을 꾸는 열풍을 일으켰다. 미두장은 합법적 투자로 취급했다면 명백한 도박인 경마와 마작·화투도 있었다. 총독부는 오히려 '조선경마령'과 '골패세'를 제정하여 세금을 매겨 재정을 확보하였다. 식민지에서 벗어나 독립 국가를 수립한 이후 경마, 주택복권, 카지노 등 도박의 합법화는 오히려 가속하였다. 도박 권장 국가라는 별명의 결정판은 강원랜드(280)라고 한다.

14장 마약 편에서 저자 주동빈도 마약에 대한 불법과 합법의 경계를 의문시하면서 마약에 있어서 단속과 처벌의 초점을 개인이 아닌 밀매 집단에 두어야 한다는 점을 강조하고 있다. 저자는 일상적으로 소비하는 술과 담배에 대하여 관대한 한편, 마약에 대하여 과도하게 엄격한 잣대를 들이미는 현상에 대하여 지적하고 있다. 마약의 위험을 판단하는 기준은 '의존도'와 '독성'인데 간단히 말해 술·담배가 다른 마약에 비해서 전혀 유해하지 않은 것이 아니라는 사실이다(285). 그리고 마약이 불법화되어 온 역사와 위험성에 대한 논의를 전개하면서 1975년에 연예계를 휩쓸었던 대마초사건을 언급하고 있다. 대마초는 마약류와 달리 약물의존성이 높지 않기 때문에 문제는 대마초에 있지 않았다는 것이다. '마약' 자체보다는 마약을 소비함으로써 문제를 일으킬 수 있는 '잠재적' 인간군을 단속해야 한다(301)고 주장한다.

5. 결론

이 외에도 『소비의 한국사』에서는 현재의 생수 배달과 과거의 물장수가 겹쳐 보이는 지점을 지적하며 물의 역사를, 1980년대의 운동권이 전부가 아닌 7080세대 그 시절의 대중음악을, 경북선에 왜 갑자기 점촌이 등장

하였는지 기차역을 둘러싼 교통의 역사를, ‘놀이하는 인간’을 권유하면서 장난감의 역사를 논하는 내용이 있다. 이 책은 한국인의 일상과 인식에서 가장 기초에 자리한 소비와 욕망에 관심을 가지고 그 역사를 독자에게 안내하고 있다. 먹고 마시고 탐닉하는 과정을 보여주는 전반 과정에서 어떠한 의견을 강력하게 주장하지 않지만 유독 ‘불법과 합법의 경계’에 대한 논의에서는 명확한 언어로 질문을 던지고 있다. 마약, 도박, 성매매(관광) 등 개인의 탓으로 돌리지 않고 사회와 국가의 차원에서 구조적으로 파악해야 한다는 점을 강조하고 있다. 불법이기에 무조건 나쁘다는 태도보다는 구체적인 상황과 지식을 기반으로 제대로 문제의 초점을 맞추는 방법을 찾아내기에 주력하여야 한다는 것이다.

한편, 이 책에서 반복적으로 언급되고 있는 지점은 현재 한국인의 강도 높은 노동과 긴 노동시간이다. ‘흥’이 많은 한국인이 현재 창의적인 ‘놀이하는 인간’이 될 수 없다는 안타까움이 담겨 있다는 점에서 한병철의 『피로사회』³를 연상케 한다. 『피로사회』는 성과사회에서 성취를 위하여 스스로 착취하는 현상, 즉 자신이 가해자이자 피해자가 되는 과정을 지적하며 어떻게 살 것인가의 질문을 던지고 있다. 『소비의 한국사』는 명확한 키워드, 적당한 분량, 평이한 언어로 자기소외에서 벗어나 다시 일상을 돌아보고 동시에 흥미로운 지점을 포착하도록 안내해주고 있다. 연구생활이든 일상생활이든 이 책에서 아이디어를 얻을 수 있도록 배려하는 친절한 역사책이다.

3 한병철, 『피로사회』, 문학과지성사, 2012.

