

김남도 선생님의 '소비자와 시장'



현대 사회는 '소비 사회'라 일컬을 수 있을 정도로 소비의 중요성이 아주 커진 사회이다. 소비자를 둘러싼 정치적, 문화적, 사회적 환경은 이루 말할 수 없을 정도로 복잡해지고 있다. 소비자학은 이러한 시대의 흐름에 맞추어 소비자와 소비자를 둘러싼 환경과의 상호작용을 연구하는 학문이다. 세계화와 정보화의 거센 흐름 속에서 살아가는 사회인으로서, 소비자학을 통하여 소비자의 위치를 올바르게 이해하고 그 권익을 지키고자 하는 것은 큰 의의가 있다.

"We are what we consume!"

김남도 선생님의 '소비자와 시장'은 현대 소비 사회를 살아가는 사회인이 기본적으로 자각하여야 할 소비자로서의 권리를 깨닫게 하는 수업이다. 강의는 크게 세 부분(현대 소비사회와 소비문화/소비하는 인간/소비자 보호론)으로 나누어진다. 이 수업은 일반 교양 과목이었으나 2007년부터 핵심교양으로 바뀌면서, 제 3부 소비자 보호론 내용은 아쉽게도 생략되었다. 그러나 이 부분에 관한 내용은 제 1,2 부 강의에서도 보편적으로 다루어지므로 소비자 보호론을 이해하는 데 큰 어려움은 없다. 강의의 첫 시간에 선생님께서 "We are what we consume!"이라는 문구를 칠판에 적으시며 현대 사회는 '소비' 자체가 개인의 정체성을 결정할 정도로 소비의 중요성이 커지고 있음을 강조하신다. 즉, 이 수업은 현대 소비 사회를 살아가는 소비자에 대한 이해와 그 권익의 보호를 위한 노력을 근본적인 목표로 한다.



유수연

외국어교육계열 07학번

실제 소비자가 접하는 다양한 매체자료를 통한 수업

이 수업의 가장 큰 특징은 수업시간에 매우 다양한 매체의 시각자료를 접할 수 있다는 점이다. 소비자학에 관한 이론만을 배우는 것이 아니라 개념과 관련한 각종 CF와 신문광고, 보도자료 등을 함께 볼 수 있다. 교수님께서 매 수업시간을 위하여 준비하시는 매체 자료들의 양이 엄청나기 때문에, 수업 시간에 배우는 내용들이 하나도 지루하지 않다. 예를 들면 기표와 기의에 관한 개념을 통하여 소비의 '기호성'을 배우는 시간에는, Dios 냉장고의 CF를 함께 보고 냉장고가 2차적으로 의미하는 행복과 과시적인 특성을 분석한다. 우리가 생활하면서 익숙하게 접하는 TV CF들을 수업시간에 보며 그것이 가지는 의미를 생각하다보면, 수업이 끝난 이후에도 TV를 보며 소비자학과 관련하여 생각할 수 있게 된다. 교수님께서 준비하셨던 매체 자료들 중에 가장 인상 깊었던 것을 한 예로 들자면, 1980년대의 공익광고들이다. 광고가 매우 촌스럽고 우스꽝스러워서 수업 시간이 웃음바다가 되었는데, 이는 단순히 재미를 위한 자료가 아니라 당시 정권이 추구했던 경제 정책을 간접적으로 생각할 수 있게 해 주는 매우 큰 의미가 담긴 영상자료였다. 간혹 수업 내용이 경제학과도 관련이 있어 다소 이해가 힘든 부분이 있을 수도 있지만, 이러한 방식으로 수업이 진행되기 때문에 교수님이 보여주시는 방대한 양의 사례와 매체 자료를 재미있게 보다 보면 수업을 이해하는 데 전혀 어려움이 없을 것이다.

소비자학에 쉽고 재미있게 접근해볼 수 있는 기회

소비자학이나 경제 관련 학문에 관한 지식이나 소질이 없는 학생들도 이 수업만큼은 누구나 쉽고 재미있게 따라갈 수 있다. 수업의 초반부에서는 먼저 '현대 소비사회와 소비문화'에 관해 개략적인 내용을 배우게 되는데, 수많은 CF와 신문광고 등과 함께 수업이 진행되므로 이해하는데 전혀 어려움은 없을 것이다. 초반부에 이렇게 소비자학의 기본적 토대를 쌓은 후에는 본격적으로 한국의 소비문화와 소비 공간에 관해 살펴보게 된다. 한국만의 특수한 소비문화가 형성되는 배경을 이해할 수 있다. 제 1부의 마지막 순서로 소비 사회가 형성된 원인과 소비자가 소외되는 현상에 관해 배우게 되는데, 그동안 소홀히 여겨지던 소비자로서의 권리에 대해 다시 한번 자각할 수 있는 기회가 될 것이다.

강의의 제 2부에서는 '소비하는 인간'을 다룬다. 2부에서는 가장 먼저 소비자 행태론을 배우게 되는데, 강의 전체 중에서 가장 경제학과 밀접하게 관련지어 생각해볼 수 있는 부분이다. 각종 경제학적 그래프를 통하여 소비의 동인을 파악하는 과정을 통하여 보다 이론적인 토대를 다질 수 있다. 소비의 동인을 파악한 이후에는 소비자의 의사결정 과정을 분석하며, 소비자의 내안 평가 과정과 구매 후 행동 양상까지 배우게 된다.

그동안 소비자학을 제대로 공부해보지 못한 학생은, 체계적인 이 수업을 통하여 소비자학이라는 흥미로운 학문에 쉽고 재미있게 접근할 수 있는 멋진 기회를 얻을 수 있을 것이다.