

소비생활 이야기에 반영된 소비자의 사회·문화적 경험 분석: Narrative 분석의 실험적 적용*

An Analysis of Consumers' Socio-Cultural Experiences Expressed in
Consumption Stories : An Experimental Application of a Narrative Analysis*

성균관대학교 생활과학부
교수 김기옥

School of Human Life Sciences, Sungkyunkwan Univ.
Professor : Kee-Ok Kim

● 목 차 ●

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| I. 서론 | IV. 소비생활이야기의 Narrative 분석 |
| II. 소비자행동의 사회·문화적 차원 | V. 요약 및 제언 |
| III. 연구방법 및 절차 | 참고문헌 |

< Abstract >

The purpose of this study is to understand the context of consumers' lives in Korea with a narrative analysis method. The epistemological orientation of the narrative analysis is Interpretivism, which blends the two polar philosophical perspectives, Empiricism and Rationalism, and includes Narratology, Hermeneutics, Semiotics, and Structural Criticism. Narrative analysis takes as its object of investigation the story itself. This study collects eleven narrative plots from four housewives, into which Labov's structural approach is applied. This study shows clearly that the socio-cultural environment in which consumers live has strong influence on their consumption behavior and also reveals that narrativization tells not only about past actions but how individuals understand those actions, that is, meaning.

I. 서론

1. 문제의 제기

소비자학을 포함하여 가정학의 학문세계에서는 서구의 실증주의(positivism)와 경험주의(empiricism)

의 영향을 받아 확실성, 객관성, 법칙성, 정확성 등을 요구하는 과학적 접근방법(scientific approach)이 주류를 형성해왔다. 이것은 '미시적 합리성'(micro rationality: Henderson, 1991)을 추구하는 것으로서 지식의 규칙에 부합되는 단 하나의 언어게임만을 허

* 이 논문은 1997년 한국학술진흥재단의 학술연구비에 의하여 지원되었음.

용하는 '과학적 지식'을 추구하는 것이었다. 그러나 프랑스의 철학자 료파르(양종희, 1996, 제인용)가 그의 저서 *포스트모던의 조건: 지식에 관한 보고(The Postmodern Condition: A Report on Knowledge)*에서 지적하듯이 사회가 후기산업시대로 들어가고, 문화가 포스트모던시대로 들어감에 따라 지식의 지위가 변하고 있다(p.345). 즉, 지식은 진리의 기준을 결정하고 적용하는 능력만 갖는 것이 아니라 규범적·평가적 언술의 능력도 갖는다. 그러므로 지식에는 '과학적 지식'뿐만 아니라 인간 생활의 관습에서 파생되는 '관습적 지식'도 포함된다(p.345). 전통사회의 관습적 지식은 주로 설화(narrative)의 형태를 취했으며, 이것은 과학의 기준에서 보면 우화(fable)에 불과한 것이다.

관습적 지식을 외면하고 과학적 지식을 쫓아 절제된(parsimonious) 모델과 고도의 통계기법으로 일관되어 오던 가정학의 연구결과물이 우리에게 가져다 준 지식의 내용은 무엇일까? 그것은 효율성을 높이기 위한 목적에서 한결같이 연구대상자 즉 당사자를 연구자의 의도(연구모델)에 맞추어 주어진 연구의 틀 안으로 끌어들여 미리 정해놓은 궤도 안에서 필요에 따라 그 내용을 적용시켜 나가는 과학의 수행성(performativity)만을 과시하는 것들이었다. 그 결과 우리는 피부에 와 닿는 생생한 생활내용을 담아내지 못한 채 실생활과 케리된 학문세계를 구축해왔다.

그러나 과학적 지식과 미시적 합리성을 추구하는 실증주의적 사고와 연구방법으로는 정보화시대, 후기산업시대, 포스트모더니즘 등으로 표상되는 현시대의 분열적·파편적 상황(Featherstone, 1991)을 연구하기에는 그 한계가 뚜렷하다. 그러므로 우리에게 새로운 패러다임이 절실히 필요하며, 그것은 보다 큰 맥락에서 사회현상을 있는 그대로 포착하여 그 의미를 파악할 수 있는 '거시적 합리성'(macro rationality), 즉 관습적 지식을 추구하는 것이어야 한다. 소비현상을 포함한 사회현상의 내용과 맥락을 있는 그대로 들여다보고 귀기울일 수 있는 연구 자세로의 전환, 즉 관습적 지식을 추구하는 사고의 근원적 전환이 절실히 필요한 때이다.

소비자행동에 대한 전통경제학의 접근은 과학적 지식을 추구하는 대표적인 입장에서 개인의 의사결정에 초점을 맞추고, 소비자가 시장에서 표출하는 선호를 다룰 때 사람과 사람의 마음이 교감되는 측면을 고려하지 않았다. 신고전경제학파는 소비자행동에 영향을 미치는 사회적 관습이나 규범, 혹은 판에 박힌 습관과 같은 사회적·집단적 현상에는 전혀 관심을 두지 않고 이를 다른 사회과학분야로 전가시켰다(Boland, 1988). 그러나 우리는 모두 소비자로서 의사결정을 내릴 때 끊임없이 도덕적·윤리적·사회적 영향을 경험하고, 일상적인 선택결정을 내릴 때 사회에서 각자가 처해 있는 위치와 그에 어울리는 방식을 택한다(Hamilton, 1962; Miller, 1995). 이처럼 사회·문화적 영향이 소비자행동에 분명히 작용하고 있기 때문에 소비자연구는 개인적인 수준에서보다는 사회·문화적 맥락에서 접근해야 할 필요성이 제기된다.

2. 연구의 목적 및 의의

소비자행동의 사회적 근원과 내용을 이해하고 사회·문화적 관점에서 소비자행동을 다루기 위해서는 소비자가 생생하게 경험하는 소비생활에 대한 내용을 이해할 필요가 있다(Firat & Venkatesh, 1995; Holt, 1997; Stern, 1995; Thompson, 1997). 그러나 우리는 그동안 물리학적 과학성을 요구하는 학문풍토에 젖어 맥락(context)이나 내용을 연구의 주제로 삼지 않았다. 본 연구의 목적은 사회·문화적 맥락에서 우리 나라 소비자가 생생하게 경험하는 소비생활의 내용을 파악하기 위해 응답자의 진솔한 이야기 그 자체가 연구자료가 되는 질적연구방법인 narrative(설화, 이야기체)기법을 적용해 보고자하며, 이를 통해 신고전경제학적 소비자분석이 갖는 방법론적 개인주의(methodological individualism)의 한계(Arrow, 1994)를 극복하는 사회·문화적 맥락의 연구가능성을 검토하고, 지나치게 실증주의적 사고에 젖어있는 가정학연구의 방법론적 다양성을 꾀하고자 한다. Narrative기법의 실험적 적용을 통해 본 연구는 소비자연구자로 하여금 일반 소비자의 지식수

준이 얼마나 폭넓고 정교한지 발견할 수 있는 기회를 제공하며, 실증주의적 연구로는 발견할 수 없는 내용을 제시한다는 점에서 그 의의가 있을 것이다.

II. 소비자행동의 사회·문화적 차원

본 연구는 사회경제구조주의에 속하는 기존의 질적 연구방법과는 다른 이해주의의 철학적 관점에서 출발하기 때문에 국내외의 연구동향 및 배경이 매우 취약하다. 그러므로 경제현상을 사회·문화적 맥락에서 접근하려 했던 제도학파의 연구와 신고전경제학에서 흔히 다루는 변인애다가 사회학적 변인을 추가하여 보다 확대된 분석을 시도하는 사회경제학(Sociological Economics)의 연구들을 중심으로 소비자행동의 사회·문화적 영향을 간략히 정리하도록 한다.

Thorstein Veblen(1857-1929)에 의해 미국에서 창설된 제도학파(institutionalism)는 인간행동을 사회적·인위적 제도 안에서 연구했으며, 귀납적 방법론을 사용하였다. Veblen에 따르면 경제행동을 포함한 모든 인간행동은 문화적 환경에 의해 영향받는다 하였다. 그는 인류학에 매료되어 Darwin의 진화론에 영향을 입었으며, 경제학자들이 연역법에 의존하고 물리학에서 빌려온 평형의 개념에 의존하는 것을 비난하였다. Veblen은 물리학보다는 생물학이 경제학에 적합한 모델 학문이라고 하였고, 인류학과 생물학에서처럼 환경과의 상호작용을 인정하는 보다 큰 테두리 안에서 인간행동을 연구해야 한다고 주장하였다.

전통경제학자들이 가정하는 이성적 행동과 계산적인 경제인의 개념은 기업의 정책수립과 기업의 조직과 행정을 다스리는 전형적인 기업가에게 부합되는 것(Boland, 1988)이기 때문에 주로 생산부문에 대한 연구가 이루어졌던 경제학 연구는 이론과 실제 사이의 눈에 띄는 모순이 드러나지 않았다고 Kyrk(1923)는 지적하고 있다. 그러나 동일한 논리를 소비부문에 적용하는 것은 그 한계가 뚜렷하기 때문에 제도학파의 소비이론은 신고전학파와는 매우 다른 관점에서 출발한다.

제도학파에 따르면 모든 인간활동의 문제는 가치 판단의 문제, 즉 선택의 문제로 집약되는데, 인간의 가치의식은 개인적인 과정이지만 의식하는 내용은 근본적으로 사회적인 데에서 기인하기 때문에 사회적 맥락이 중요하게 부각된다. 가치판단은 철저하게 사회적인 과정에서 일어나며 우리의 마음은 성장하는 각 단계에서 이미 발달된 사회적인 경향들이 응집되어 움직이는 세상의 영향을 받는다. 우리 마음속에서 판단하는 것은 우리 자신이 아니라 조직적인 사회의 요소들에 의한 것이며 이러한 사회적 요소들은 마치 우리 자신이 판단하는 가치의식처럼 보이는데 그 이유는 우리가 이미 사회적인 표준을 의식적으로 닮아가고 있기 때문이다.

소비자의 선택을 유도하고 경제활동을 조절하는 경제가치도 사회적으로 적절하고 필요하다고 널리 인정되는 어떤 표준, 즉 생활표준(Standard of Living)에 의해 형성된다고 주장된다(Veblen, 1989). 그러므로 생활표준의 본질과 형성과정에 대한 연구를 통해 소비자의 선택의 문제는 밝혀질 수 있다고 간주된다(Kyrk, 1923; Tool, 1987; Hamilton, 1987).

1992년 영국에서 대량소비시대의 소비자의 일상적 경험을 질문지법, 표적집단분석(focus group analysis), 심층인터뷰(in-depth interview)의 양적·질적 접근방법으로 연구한 바에 따르면(Lunt & Livingstone, 1992), 사람들이 경제적 선택결정을 내릴 때 끊임없이 도덕적·사회적 영향을 받으며 경제에서의 각자의 위치에 관한 신념에 따라 '적절한 방식(proper way)'을 취한다고 결론 맺고 있다. Hamilton(1987)도 소비자는 그가 처한 위치와 역할에 걸맞는 생활을 누린다고 하였고 소비자의 욕구는 기능적인 측면과 관습적인 측면으로 나누어 볼 수 있다고 하였다. 그러므로 소비자행동은 문화적 현상으로 파악해야 하고 문화적 분석을 적용해야 한다고 하였다(Boocock, 1993; Gabriel & Lang, 1995; Hamilton, 1962; Thompson & Haytko, 1997). 소비란 개인적·원자적·수동적인 현상이 아니라 사회적·관계적·능동적인 현상으로서, 소비자의 수요도 적절성(appropriateness)의 기준, 즉 유행에 따라 변하기 때문에 개인의 충동이나 욕구의 가공물이기보다는

사회적으로 조절되고 형성되는 요구가 반영된 것이다(Appadurai, 1986).

경제행동에 미치는 사회적 영향의 중요성이 경제학자들 사이에 널리 인정되면서부터 사회적 차원을 고려한 경제분석을 시도하는 사회경제학(Socio-economics)이 태동하였고(Orlove & Rutz, 1989), Amitai Etzioni(1992), Albert Hirschman(1982), Harvey Leibenstein(1979), Herbert Simon(1978), Amatalia Sen(1987) 등의 사회경제학자들은 신고전경제분석에 사회학적 변인을 포함시키는 노력을 꾸준히 전개해오고 있다. 이들은 신고전이론이 주장하는 쾌락이라는 단일효용(single utility)의 한계를 지적하며 윤리적·도덕적 판단을 인정하는 복수효용(multiple utility)을 주장하였다. 또한 사람들은 자신의 이상에 따라 선호체계를 수정해 나갈 수 있으며, 도덕적 이상(moral ideals)과 일치하기 위해 사적이익을 희생하면서 도덕적 이상을 따라 생활하려는 경향이 있다고 하였다.

이상의 내용을 통해 소비자연구를 사회·문화적 맥락에서 접근해야 할 근거가 확고해졌으며 본 연구는 소비자의 소비생활이야기에 나타나는 사회·문화적 경험을 narrative 기법을 이용하여 파악하고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

1. Narrative 분석법

연구방법이란 지식의 근원과 내용에 관한 인식론적(epistemological) 혹은 철학적(philosophical) 입장에 따라 다양하게 분류되며, 이에 대해 Hirschman과 Holbrook이 1992년에 정리한 바에 따르면, 인식론적 연속선의 한 쪽 끝은 물질결정주의(Material Determinism)로 다른 쪽 끝은 정신결정주의(Mental Determinism)로 상반된 양극 사이에 물질과 정신의 상대적 수용정도에 따라 다양한 철학적 입장이 존재한다. 물질결정주의와 정신결정주의를 각각 대표하는 철학은 경험주의(Empiricism)와 이성주의

(Rationalism)이며, 이 두 가지를 수용하는 정도에 따라 경험주의 다음에 사회경제구조주의(Socioeconomic Constructionism), 이해주의(Interpretivism), 그리고 주관주의(Subjectivism)가 포함되어 지식에 대한 철학을 다섯 가지로 구분해 볼 수 있다. 각각의 철학적 입장은 지식의 근원과 내용을 어떤 관점으로 얻는가에 따라 구분되는데, 경험주의는 물질적(physical)으로, 사회경제구조주의는 사회적(social)으로, 이해주의는 언어적(linguistic)으로, 주관주의는 개인적(individual)으로, 그리고 이성주의는 정신적(mental)으로 사상(事象)을 연구하고 해석한다. 질적 접근법으로 흔히 이용되고 있는 민속학적(Ethnographic) 방법은 사회적으로 접근하는 사회경제구조주의에 해당된다.

그러나 본 연구에서 채택한 narrative는 다섯 가지로 분류한 철학적 입장의 중앙에 위치하는 이해주의에 속하는 화술학(Narratology)의 방법론이며, 이해주의에는 이외에 해석학(Hermeneutics), 기호학(Semiotics), 구조적비평주의(Structural Criticism) 등이 포함된다. Todorov(Riessman, 1993, 재인용)는 1969년에 새로운 과학을 위한 지식의 대상으로 narrative 형식을 끌어올리기 위해 Narratology라는 용어를 만들어 냈다. 그러므로 narrative는 지식을 언술적으로 탐구하는 방법으로서 지식을 사회적으로 탐구하는 기존의 질적 접근법(Agar, 1986)과는 다른 것이다.

Narrative는 1990년대에 들어와 과학적 연구방법의 실증주의적 가정들이 인간행동을 이해하는 데에 한계가 있음이 증명되면서부터 다양한 학문영역에서 인간행동의 조직원리를 파헤치는 연구방법으로서 연구자의 사고의 틀을 거의 반영시키지 않고 있는 그대로의 진솔한 이야기를 연구대상자로부터 끌어내는 새로운 질적 접근법으로 떠오르기 시작했다(Bal, 1997; Bruner, 1987; Cronon, 1992; Rosaldo, 1989; Sarbin, 1986; Schafer, 1992).

Narrative는 연구대상자 즉 연구하고자 하는 현상을 직접 체험하는 당사자가 거침없이 가장 자연스러운 분위기에서 자신의 이야기, 즉 경험담을 이야기하는 것(story telling)으로서, 이야기 그 자체가 연구자료가 된다(Riessman, 1993; Shreve & Shreve, 1998). Narrative의 목적은 연구대상자의 이야기를 연

구자의 개입이 전혀 없이 있는 그대로 끄집어내어 그 이야기 속에서 화자의 삶을 발견하고 그가 경험한 사건과 행동이 어떤 흐름으로 구성되고 조직되어 의미를 찾아가는지 보는 것이다. 연구자는 그 이야기가 왜 그런 식으로 이야기되었는지 그가 경험한 사건과 행동이 어떻게 이야기 속에 반영되고 무엇을 의미하는지 찾아내야 한다.

인간은 대부분 자신의 진솔한 이야기를 펼쳐나갈 때 현재 자기가 누리고 싶은 자아상을 표출하고 자신이 살아가고픈 생을 구성하기 위해 과거의 경험과 사건들을 자기 식으로 짜 맞추어 이야기를 전개한다(Bogardus, 1998; Bruner, 1990; Sclate, 1997). 이야기를 통해 자아정체성을 찾으려하고(Fullagar & Owler, 1998; Rosenwald & Ochberg, 1992) 자신의 삶 그 자체를 이야기 속에서 구축해 나간다(Ramsay, 1998). 그러므로 표준화되고 구조화된 질문으로 연구자의 의도를 전개하려는 실증주의적 사고를 버리고 화자에게 완전한 자유를 주고 개입하지 않는다면 화자는 오랫동안 이야기를 주도하며 전개하고 때로는 긴 이야기로 응답을 꾸며나갈 수 있다(Riessman, 1993).

전통적인 질적 접근법들은 흔히 포착한 질적 내용을 해석하고 일반화하기 위한 목적에서 조각 내고 분류하고 편집하려 하는데 그렇게 함으로써 질적 내용의 순서와 구조적 특징을 놓쳐버리는 결과를 낳는다. 기존의 질적 접근법들은 질문과 응답의 교류, 논쟁, 그리고 답론의 형식을 취하는데(Lincoln & Guba, 1985; Spradley, 1979; Strauss & Corbin, 1990), 이것은 narrative, 즉 설화, 서사, 이야기체가 아니다. Narrative는 각자의 경험에 의미를 부여하는 방법이기 때문에 연구자는 화자의 의미부여하는 방식을 존중해야 하고 이야기를 조각 내지 말고 있는 그대로 보존해야 한다. Narrative분석은 이야기 속의 시간과 공간과 경험 속에 박혀있는 자기관점이입적 속성이 부각되는 기법으로서 절대적으로 주관적인 연구방법이다.

맥락이 배제된 법칙성과 일반화 가능성에 높은 가치를 두고 있는 실증과학적 연구에서 용납되지 않는 '주관성'이 narrative기법에서는 가장 가치 있

게 여기는 것이다. 주관적인 이야기 속에 사회·문화적 경험이 담겨져 있고, 이것은 화자의 관점에서 구성되어 나타나기 때문에 동일한 화자의 이야기라도 때와 장소와 상황에 따라 다르게 전개될 수 있고 언제나 똑같이 일관되게 전개될 수 없는 것이다. 바로 이러한 점에서 실증주의적 연구방법에서 요구하는 '신뢰도'란 narrative에서는 논의의 대상조차 되지 않고 전혀 관련 없는 의미가 된다(Riessman, 1993). 그러나 '타당도'란 근원적으로 개념정리가 다시 이루어져야 하고, 재정립된 타당도는 narrative에서 절대적으로 중요한 문제가 된다. 실증주의적 연구방법에서 객관적 사실, 즉 진실(truth)을 가장 진실에 가깝게 접근해야하는 타당성의 개념은 narrative에서는 '신빙성'(trustworthiness)의 개념으로 전환되어야 하며 인간 경험을 사회와 문화 속에 옮겨보는 과정(process)에 초점을 맞춰야 하는 것이다(Riessman, 1993).

그러므로 narrative기법은 다른 질적 접근법과 달리 표준적인 절차가 없고 어느 한 가지로 통일된 방법도 없다. 화자와 청취자인 연구자 두 사람에게 충분한 자유를 주는 자세로 함께 의미를 찾아가는 대화가 narrative이며, 단 한편의 이야기로도 연구는 충분할 수 있다(Riessman, 1993).

2. 화자의 선정 및 절차

화자가 겪어온 진솔한 소비생활이야기를 생생하게 얻기 위해서 화자의 선정은 연구자와 동일한 아파트에 거주하며 평소에 안면이 있는 이웃 주부를 대상으로 하였다. 연구의 목적을 설명하고 인터뷰에 동의하는 주부 8명과 이들로부터 소개받은 다른 등의 주부 2명을 대상으로 1998년 7월 21일부터 7월 27일까지 하루에 1~2명을 대상으로 화자의 집을 방문하여 인터뷰를 하였고, 추가로 출가한 딸을 소개받아 신혼주부 1명을 8월 19일에 연구자의 집에서 인터뷰하였다. 총 11명의 주부를 대상으로 소비생활에 관한 이야기식 인터뷰를 수행할 때 화자가 인터뷰 상황을 완전히 주도하고 자유롭게 이야기 할 수 있도록 말 문을 여는 최초의 질문인 가장 최근에

〈표 1〉 화자의 일반적 배경

화 자			남 편		결혼지속 연 수	첫째자녀 성/나이	둘째자녀 성/나이	셋째자녀 성/나이	넷째자녀 성/나이
번호	직업	나이	직업	나이					
1	주 부	36	사 업	40	11	아들 10	딸 7		
2	주 부	51	중학교교감	57	26	딸 28	딸 27	딸 26	딸 20
3	주 부	46	직업군인	47	19	아들 19	딸 17		
4	대학원생	26	군 의 관	29	1				

구매한 경험을 제외하고는 이야기의 흐름을 놓치지 않기 위해 이야기의 전개에 맞춰 질문하였다. 화자에게 완전한 자유를 주며 진행한 인터뷰는 대체로 1시간 35분부터 2시간 20분 정도 걸렸으며, 화자에 따라 이야기를 스스로 이어가는 정도에 많은 차이가 있어서 연구자가 개입하여 질문한 빈도는 커다란 차이가 있었다. 인터뷰의 전 과정은 화자의 동의를 얻어 녹음기로 녹음한 후, 전체 구술자료를 토씨 하나 빠뜨림 없이 필사본(transcription)으로 옮겨 분석자료를 마련하였다.

이렇게 마련된 구술자료는 각기 다른 해석상의 가정을 적용하는 다양한 관점에 따라 다양하게 해석될 수 있으나, 본 연구는 narrative분석법에 따라 해석하기 위해 Riessman(1993)이 소개한 narrative의 세 가지 모델을 참고하였다. 즉, Ginsburg의 생활이야기(life story), Bell의 연결된 이야기와 그 의미(linked stories and meaning), Riessman의 시적 구조와 그 의미(poetic structure and meaning)의 세 가지 모델을 근거로 구술자료를 수 차례 반복적으로 읽고 검토하였다. 이 가운데에서 본 연구는 Bell의 모델에 적합한 narrative plot(이야기 줄거리)을 11명의 구술자료 중 4명의 자료로부터 추출하였다.

Bell은 Labov(Riessman, 1993, 재인용)가 소개한 narrative의 6가지의 기능적 요소를 적용하는 narrative의 구조분석(structural approach)을 이용하는 동시에 동일한 화자의 구술자료로부터 연결된 몇 개의 narrative plot을 추출하여 화자의 인식의 변화를 해석하는 방법을 이용하였다. Labov의 구조분석이란 narrative 자료를 분석하고 해석하는 여러 가지 방법 중의 하나이지만 가장 널리 이용된다. Labov는

화자가 자유롭게 표현한 narrative plot에는 각각의 기능을 갖는 6가지 요소가 포함되어 있다고 주장하였다. 여섯 가지의 요소란 어떤 이야기에 관한 것인가를 암시하는 요약(abstract), 언제, 어디서, 어떤 상황에 관한 이야기인가를 소개하는 상황(orientation), 일어난 사건의 흐름에 관한 전개(complicating action), 그 일에 대해 화자가 부여하는 중요성과 의미와 같은 평가(evaluation), 어떻게 끝났는 지에 관한 해결(resolution), 그리고 마지막으로 현재의 관점으로 돌아와 맺는 종결(coda)이다. 화자의 이야기는 구조분석에 따라 절(clauses)로 잘게 나누어 각 줄에 번호를 붙인 다음 6가지의 기능적 요소를 명시하여 최종분석자료인 narrative plot을 구성한다.

본 연구에서는 4명의 구술자료로부터 Labov의 구조분석을 적용할 수 있는 narrative plot을 추출하여 연구자료로 사용하였다¹⁾. 네 명의 화자 중 두 명은 연구자와 동일한 아파트의 이웃 주부이고, 한 명은 이웃 주부의 출가한 딸로서 주거지가 다른 신혼주부이고 나머지 한 명은 소개받은 다른 동성의 주부이다. 이들의 간략한 배경을 정리하면 〈표 1〉과 같다.

1) 여기에서 지적해야 할 사항은 본 연구가 Labov의 구조분석을 미리 염두에 두고 그에 적합한 자료를 찾은 것이 아니라, 화자의 이야기를 그대로 반영한 구술자료를 일련의 '부분에서 전체로 반복(part-to-whole iterations)' 하거나 '전체에서 부분으로 반복(whole-to-part iterations)' 하여 순환적으로 수 차례 읽으면서(Thompson, 1997) 구술자료에 담겨있는 맥락과 내용에서 본 연구가 초점을 두고 있는 소비자의 사회·문화적 경험을 가장 잘 파악할 수 있는 narrative 자료의 분석방법을 찾아나간 결과 Labov의 구조분석을 채택하게 된 것이라는 점이다.

IV. 소비생활 이야기의 narrative 분석

<이야기 1: 문화적 충격과 상대적 빈곤감>

1. 화자 1의 narrative plots

화자 1은 과거와 현재의 자신의 모습을 구분 지으며 소비생활의 변화를 나타내는 이야기를 전개하였다. 화자 1은 그가 처한 환경이 소비자로서의 선택기준과 취향에 얼마나 큰 영향을 미치는가를 시사하는 생생한 경험을 증언하였다. 과거의 자신을 표현할 때에는 자신의 취향에 맞는 유명상표로 구색을 갖추 상류계급을 유지하기 위해 세일 때마다 빠짐없이 쫓아다니며 들떠서 살았다고 진술한 반면, 현재의 자신은 적정한 수준을 정해 내면을 중시하며 절제된 소비생활을 영위하게 되었다고 진술하였다. 이러한 변화의 계기가 된 사건을 연구자의 개입 없이 스스로 진술하며 과거의 외향적 소비행동의 원인과 배경 그리고 현재의 절제된 생활의 원인과 배경을 스스로 분석하고 해석하였다. 화자 1의 narrative 중에서 과거와 현재에 관한 이야기(narrative plots)와 이러한 변화과정에서 경험하는 갈등을 나타내는 이야기 세 편을 소개하도록 한다.

<이야기 1>에서 화자 1은 청소년기에 전혀 새로운 환경으로 이주하면서 문화적 충격을 겪게 되었고, 열등감과 상대적 빈곤감을 경험하였다. 아동에서 성인으로 성장해 가는 과도기인 청소년기라는 발달단계상의 불안정한 시기에 이질적 사회계층의 또래집단으로부터 경험한 물질적 격차는 커다란 충격으로 작용하였다. 이러한 소비문화적 충격은 화자 1로 하여금 새로운 사회계층에 속하려는 강한 동기를 불러일으키고 결과적으로 유명상표에 대한 강한 선호를 싹트게 하였다. 더욱이 유명상표로 구색을 갖추는 것이 자신의 취향으로 다져져왔고 경제력의 부족으로 인해 구색을 갖추지 못할 바에는 구매를 단념하는 소비패턴을 형성해 나갔다. 그러므로 화자 1은 경제력의 한도 안에서 주변의 소비문화에 적응하기 위한 전략으로써 적극적 정보탐색을 통한 유명상표의 세일을 최대한 이용하였고, 선택한 유명상표로 구색을 맞추며 새로운 사회계층에 속하려고 노력하였다. 이러한 소비전략으로 화자 1은 자신이

상황(Orientation)

- 001 전에 제가 여의도에 살았어요.
- 002 저희 친정 부모님이 굉장히 알뜰하신 편 이예요.
- 003 하나 씩 하나 씩 밧아 오신 분들이라... 차곡차곡 밧아오신 분인데...
- 004 이북에서 월남해서 오신 분인데...
- 005 중소기업을 하면서 어려운 고비고비를 넘기셨어요.
- 006 서민아파트 15평 짜리 살다가 여의도 아파트에 갔으면 많이 그렇게 한 거예요.

전개(Complicating action)

- 007 전 그 문화적인 충격이 있었어요.
- 008 집이 커졌다는 것보다도
- 009 뭐 학교 내에 있던 아이들하고, 학교 내에서 잘 사는 애들 만났던 거 하고,
- 010 내가 여의도라는 그 문화 속으로 쑥 들어갔는데
- 011 너무 다른 거예요. 전 그걸 굉장히...
- 012 거기서 10년을 살았어요.
- 013 엄마, 아버지는 첫 딸이고, 해 줄 수 있는 만큼 해 주셨던 거고.
- 014 전 그런 거에 대한 열등감, 상대적인 빈곤감을 참 많이 느꼈었어요.
- 018 전 거기 여의도 떠나고 싶었어요.
- 019 제가 중학교 3학년이었으니까 한 15년 되나?
- 020 그때 그 개네들은 VTR 베타... 그런 거 쓰고...
- 021 베타니 그런 거 제가 어디서 들어봤겠어요? 난 정말 놀래가지고...
- 022 상대적인 빈곤감이 대단했었어요.
- 030 그 때부터 제가 브랜드를 찾았어요.
- 047 할 때는 그렇게 다 맞춰서 사야 되고,
- 048 안 하면 안 하고... 하면 제대로 하고...

평가(Evaluation)

- 054 제 취향이 판에 박혀있기 때문에 한결같이 매치가 되어 되었.
- 055 그런 것들이 대학교 때까지 가더라구요.

해결(Resolution)

- 056 그러니까 전 쑤시고 다니는 거예요. 찾으료...
- 064 그래도 물론 브랜드 무시 못하잖아요.
- 065 봐 뒀다가 내 취향이던 세일할 때 가서 사고...
- 066 한 가지 사면 그 한 가지 가지고 몇 년을 입어요.

종결(Coda)

- 067 그래가지고 그렇게 유지하면서 살았죠.

인지한 고소득층의 소비수준을 유지해나갔다.

화자 1이 청소년기에 경험한 문화적 충격으로 인해 습득한 유명상표 지향적 소비패턴은 종교와 IMF(국제통화기금)라는 새로운 변수에 의해 커다란 전환기를 맞게 된다. 이것은 화자 1의 소비패턴을 바꾸는 강력한 영향 변수로 작용하고 이러한 변화는 두 번째 이야기에 잘 나타나있다.

<이야기 2: 가치관의 변화>

요약(Abstract)	
001	옛날에는 세일할 때 안 가면 손해 보는 줄 알았어요.
002	나는 어떤 브랜드를 살 건데 그거를 세일할 때 못 사면 손해본다고 생각하는 거예요.
003	그래서 세일 때마다 좇아다녔는데 믿음을 깊이 들어가면서 바뀌게 되더라고요.
상황(Orientation)	
004	종교의 영향이 제일 큰 거 같구요.
005	그 다음은 IMF...
전개(Complicating action)	
006	IMF 중에도 어느 전도사님이 어려움을 겪는다거나 그러면 돕게 되고 그랬어요.
007	먼저 많이 절제하고 그 다음에 남은 걸로...
008	그런데 내가 내거 치장하고 살 때는...
009	그럴 때는 마음이 붕 떠서 막 그렇게 살았었어요.
010	붕 떴을 때는 백화점을 그렇게 좇아다녔다니까요.
019	저는 어떻게 써야 하는지 그 가치가 달라진 거예요.
020	그저 나만의 만족은... 자기중심적으로 그게 채워지지 않아서...
021	그 수준으로 못 살 때는 복장이 터지고 억울하고...
022	그게 조상 탓으로까지 넘어가고.
024	친구들간의 상대적 열등감...
025	이런 걸 느끼며 살던 거 하고...
해결(Resolution)	
026	나는 이제 어느 정도 수준을 정한 거예요.
027	이 바운더리 안에서 살되,
028	나머지는 이제 되도록 남을 위해 써보자 하는 그 차이예요.
종결(Coda)	
029	그러니까 제가 사는 질이라는 게 좀 정해진거죠.

<이야기 2>에서 화자 1은 종교의 영향으로 가치관이 변하고 IMF로 인해 수입에 타격을 겪으면서 절제된 적정 소비수준을 정착하게 되었다고 진술하였다. 종교의 영향으로 삶의 질을 새롭게 인지하고 자기중심적 소비에서 벗어나 타인을 위한 지출이라는 새로운 경험을 통해 절제를 터득하게 되었다. 여덟 번째 줄부터 화자 1은 절제를 모르고 따라가기 벅찬 사회계층의 소비수준을 좇던 과거의 자신의 모습을 회상하였고, 바로 이 부분은 화자가 이야기를 통해 자신의 삶을 정리하는 narrative의 효과를 경험하고 있음을 시사하는 부분이다. 화자는 자신이 살아온 과거를 이야기하면서 이야기하는 시점인 현재에 자신이 희망하는 자아를 드러내게 되는데, 화자 1은 과거를 이야기 속에 묻고 새롭게 삶의 질을 구축해나가려는 희망을 피력하였다.

그러나 화자 1은 가치관의 변화에 따라 과거와 현재의 자신을 구분 지으며 소비수준의 변화를 강조하고 있으나 유명상표를 선호하던 고품질 지향적 소비취향은 버리지 못하고 갈등을 경험하는 여러 이야기를 들려주었다. 이 가운데에서 가장 짧은 이야기를 소개하면 <이야기 3>과 같다.

화자 1은 과거의 유명상표 지향적 소비생활에서 벗어나 현재의 절제된 소비생활을 찾았다고 진술한 바 있으나, <이야기 3>에서 아이들 옷 구매에 대해 이야기하면서 여전히 과거의 고품질 지향적 소비선택의 기준을 고수하며 자신의 신분유지욕구를 표출하였다. 즉, 6번째 줄에서 과거의 문화적 충격에 대한 <이야기 1>에서 표현했던 '유지'라는 단어가 다시 나오고, 이와 동시에 '갈등'이라는 표현을 통해 소비가치관의 변화에 따른 내면적 갈등을 호소하고 있다. 화자 1은 상류층으로 해석되기 위해 유명상표를 선호하던 과거의 소비패턴을 버리고 소비생활의 범위를 설정하고 절제와 내면을 추구하며 소비가치관을 바꾸려고 노력하고 있으나, 청소년기부터 다져왔던 고품질 지향적 취향은 소비생활의 갈등요소로 작용하고 있다. 내면을 중시하고 절제를 추구하는 소비가치관으로의 변화와 고품질 지향적 취향 사이의 부조화에서 비롯된 갈등과 고품질의 상품으로 구색을 갖추고 싶은 현실적 욕구와 이상적 절제사이의

<이야기 3: 소비선택의 갈등>

상황(Orientation)	
001	(아이들 옷은) 어차피 이월상품 사 주고, 행사하는 거 있잖아요.
002	그런데 가서 사 주고...
전개(Complicating action)	
003	질이 좋더라는 건 경험상 아는 것도 있고
004	디자인이나 뭐 그런 거,
005	고런 거 다 비교하고...
006	그러면서도 내가 유지하고 싶은 그런 면들이 있고...
007	옷도싼 거 사서 한 해 입고 버리고 그런 게 싫어요.
008	남을 주더라도 반듯한 거 챙겨서 주고 싶고...
009	그리고 미안하잖아요.
010	선물을 줘도 그 사람 수준에 맞춰서 주고 싶지...
평가(Evaluation)	
011	그러니까 갈등이 많아요.
012	옛날에는 많이 했던 거를 지금은 많이 생각하게 되고...
013	내면적으로는 이게 아니구나 하죠...

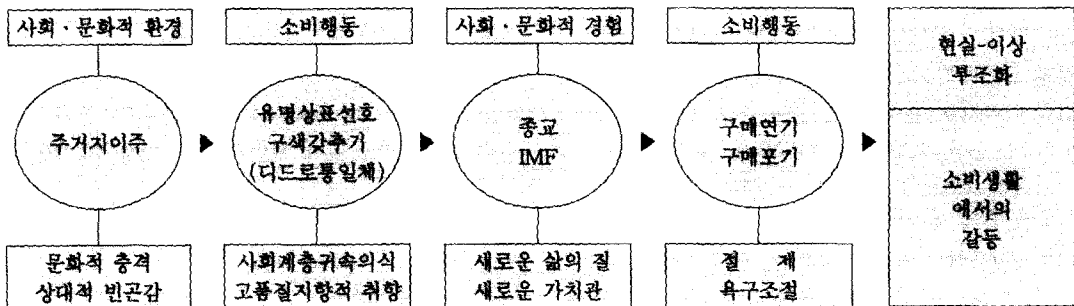
갈등은 여러 번 표출되었다.

이러한 갈등을 해소하는 방법으로 화자 1이 채택한 전략은 구색을 갖추지 못할 바에는 구매를 아예 포기하고 마는 것이며, 이것은 15년 전의 <이야기 1>에서 나타난 바와 같이 이미 그가 터득한 전략이었다. 여기에서 유명상표의 아동복이 눈에 띄던 화

자 1의 딸을 엘리베이터에서 마주칠 때 연구자가 가졌던 선입관과 인터뷰를 위해 처음 방문한 그의 집에서 가구가 거의 없었던 거실의 첫인상 사이에는 많은 차이가 있었던 이유가 설명되고 있다. 즉, 화자 1은 고품질 지향적 취향을 그대로 유지한 체절제하는 소비가치관으로 바꾸며 갖게 되는 심리적 갈등을 해소하기 위해 구매 자체를 포기하는 방식을 택했다. 화자 1은 정말 클래식한 가구로 구색을 갖추고 싶었던 그의 욕구와 현실과의 차이에서 오는 갈등을 가구 자체를 아예 포기함으로써 극복했다고 표현함으로써 이러한 해석을 뒷받침했다.

화자 1의 세 가지 이야기에 반영된 소비생활경험을 도식화해보면 다음의 <그림 1>과 같이 표현해볼 수 있다.

화자 1의 narrative로부터 우리는 소비자를 둘러싸고 있는 사회·문화적 환경이 소비자행동에 강력한 영향을 미치고 있음을 볼 수 있었고, 소비자가 속하고 싶은 사회계층에서 인정받기 위해 그들이 알아주는 상징적 표시물인 유명상표를 선호하게 되었음을 알 수 있었다. 그러므로 유명상표는 우리 사회의 일부계층에서 계층을 표현하는 하나의 문화적 상징물로 작용하고 있음을 알 수 있다. 또한 종교가 소비자의 가치관과 삶의 질을 획기적으로 바꾸어 놓을 수 있을 만큼 강력한 영향변인이 될 수 있음을 볼 수 있었고 여기에 덧붙여 IMF라는 경제변인도 소비행동에 미치는 영향이 크다는 것을 볼 수 있었다. 그러므로 종교와 IMF라는 새로운 사회·문화적



<그림 1> 화자 1의 소비생활이야기에 반영된 사회·문화적 경험

경험은 화자 1로 하여금 새로운 가치관을 설정하고 그동안 지녀왔던 욕망과 이상을 수정하는 계기를 만들고 있었다. 그러나 화자 1은 새로운 가치관으로 희망하고 갈망하는 이상을 새롭게 수정하여도 과거부터 지녀왔던 고품질 지향적 소비취향은 버리지 못함으로써 이상적 욕구와 현실적 욕구 사이의 부조화로 인한 끊임없는 갈등에 직면하고 있었다. 그러므로 소비자가 오랫동안 지녀온 소비취향은 가치관에 비해 더욱 바꾸기 어려울 수 있음을 볼 수 있는데, 이것은 소비취향을 하향조정 하는 경우에 더욱 어렵다고 해석해 볼 수 있다.

2. 화자 2의 narrative plots

화자 2는 스스로를 돈에 대해 애착이 강한 사람으로 평가하며 재산증식에 몰두하며 살아온 지난날을 긴 이야기로 구성하였다. 1970년대의 부동산 붐을 이용하여 증식한 재산으로 화자 2는 세 딸의 결혼과 노후에 대한 준비 및 주거지 외에 전원주택 등을 소유할 수 있었고, 고생한 보람을 느끼며 성공한 인생으로 높은 만족감과 삶에 대한 강한 자신감을 표출하였다. 남편의 월급과 무관하게 화자 2는 집을 지었다 파는 집장사를 하며 억척스럽게 재산을 모아온 자신의 삶에 비추어 그렇지 못한 주부들의 삶을 답답하고 안일하며 한심하다고 평가하였다. 고생 끝에 얻은 재산으로 여유로운 생활을 영위할 수 있는 입장이지만, 화자 2는 비교적 건전한 소비 가치관과 확고한 신념으로 자신의 소비수준을 유지해나갔다. 화자 2의 narrative 중에서는 재산증식의 생생한 경험과 인터뷰가 이루어지던 시점으로부터 2주전에 출가시킨 둘째 딸의 혼수준비과정에 대한 두 편의 이야기를 소개하도록 한다.

화자 2는 돈에 대한 강한 애착으로 그가 가지고 있는 기술인 피아노를 이용해 열심히 성실하게 10년간 돈을 축적 해 나갔다. 그러나 우연히 부동산을 이용한 재산증식의 방법을 알게 된 이후 손쉽게 돈 벌 수 있는 새로운 방법에 몰두하게 되었다. 화자 2는 집장사를 자신의 힘으로 할 수 있는 최상의 재산증식 방법으로 받아들여 주저 없이 온 힘을 기울

<이야기 4: 재산증식>

요약(Abstract)

- 001 제가 피아노학원을 10년을 했어요.
002 그것만해도 되었는데 어떤 계기가 있었어요.

전개(Complicating action)

- 007 인제 시집을 가서 피아노로 졸업하고서
008 또 인제 피아노를 학원을 내서 10년을 하는데,
009 그때 아빠가 월급 3만 3천원 했을 때
010 저는요 30... 거의 50만원 대... 열 배는 제가...
011 너무 애들이 많이 오니까 피아노는 적고...
012 그래도 전부 방법이 그때 제가 2층집에 살았는데
013 그 방법이 피아노를 다 집어넣고 레슨할 때,
014 저 혼자서...
015 제가 그런 성격이에요.
018 그래가지고 그 때 제가 이불 속에다 돈을 레슨비를 어떻게 주체를 못해 갖고
019 이불 권에다 다 집어넣고 저녁이면 끄내서 그걸 세어서 레슨비를 챙겨서 줌...
020 그때 애들 어려서 돈 쓸 것도 없어요. 쓸... 쓸만한 무슨 뭐가 없는 거예요.
021 그냥 계속 우리는 남는 거야.
022 그러니까 계속 했는데, 그거 한 10년하고 나서 엄청나게 뜨고 나니까...
023 그때 그 레슨할 때... 같이 또 친구가 직장생활하는 친구가 있는데,
024 그때 계기가 된 거예요.
025 야, 너 저 집 좀 한번 사라. 저 집 사서 팔면 얼마가 남는다. 사서 팔면은 얼마가 남는다.
026 그때만 해도 3천 만원이라는 거예요. 3천 만원.
027 그때 내가 이거(피아노레슨)를 하고 있으면 3천 만원이라는 돈이 그렇게 한꺼번에 들어오지 않았어요.
028 내가 돈에 대한 그런 애착이 강한 사람이
029 아 그래, 그럼 한 번 해보자...
030 이거(돈)는 있고, 투자를 했어요...
031 그런데 이상하게 제가 샀다 팔았다 하면서 하다 보면은 손해 절대 보지 않아요.
032 나오면... 나는 손해보는 게 없어요.
034 그래가지고 그 한 채를 가지고 시작을 한 거야.
035 샀다 팔았다, 샀다 팔았다...
037 그 재미가 피아노 하는 거 아무 것도 아닌 거야.
042 내가 그때 40명인가 제가 가르쳤어요.
043 내가 너무 끔찍한 거지.
044 대단한 거죠.
045 그러니까 그거를 할라 그러다 보니까 제가 하루 종일 소비를 하는데 기운 다 빼고,

- 047 하이튼 간에 그래가지고 그 인제 계산을 해보니까
- 048 그리고 또 계산에 대해서 내가 찝삭하니까...
- 049 계산하다보니까 3천 만원은 샀다 팔았다 신경도 안 쓰고 3천 만원이 벌리는데...
- 052 하루종일 해서 하루 3천 만원이 벌리지 않는 거야.
- 053 그냥 어떻게 해야 하나, 생각을 한 거야.
- 054 그때는 70년대는요.
- 055 엄청난 돈이 부동산에 있었어요, 많았어요.
- 056 그냥 샀다 팔았다 샀다 팔았다 그러면은 3천 만원은 유도 아니예요.
- 057 그래가지고 이거를 하나 하나 포기를 하고...
- 058 이제 정리를 하면서 이제 부동산에 손을 대는 거예요.
- 059 친구 때문에...

평가(Evaluation)

- 061 참 재미가 그렇게 있는 거예요.
- 062 힘든지도 모르고...
- 063 계산하면 돈이 나오고...
- 064 내가 왜 피아노 레슨을 했나... 그 생각을 집 지으면서 계속 하는 거야. 내가 그 짓을 왜 했나...

종결(Coda)

- 065 그렇게 하다 보니까 이렇게 된 거 거든요.

였다. 화자 2와의 2시간 15분 가량의 인터뷰에서 집장사에 대한 사회적 시각을 의식한 흔적이 전혀 나타나지 않고 최선을 다해 마련한 재산을 얻을 수 있었다는 결과에 대한 높은 만족감을 여러 차례 피력하였다. <이야기 4>의 14-15번째 줄에서 자신의 성격이 억척스럽다는 표현과 28번째 줄에서 돈에 대한 강한 애착의 표현에 이어 43-44번째 줄에서 대단했다고 스스로를 평가하는 화자 2는 자신의 삶에 대한 강한 자신감을 나타내고 있다.

이 이야기에서 우리는 1970년대에 달리 돈 벌 수 있는 방법이 없었던 주부들 중 일부가 집장사로 재산을 증식시켜나가는 동기와 과정을 이해할 수 있다. 45-53번째 줄에서 다른 어떤 방법보다도 손쉽게 돈 벌 수 있는 부동산에 대한 경험과 28번째 줄에서 표현한 돈에 대한 강한 애착이 화자 2로 하여금 끊임없는 재산증식의 욕구를 가지게 하였다. 1970년대의 사회적 배경에서 잘 살고 싶은 화자 2의 강한 욕구는 부동산투기라고 표현해도 지나치지 않을 사회

적 현상에 몰입하게 만들었다.

화자 2는 그가 일구어낸 재산으로 얻게된 여유로운 생활에 비해 건전한 소비가치관을 가지고 있었는데, 가격에 비해 품질이 월등하다고 판단되는 경우를 제외하고는 국산제품을 고집하고, 한 번 구매한 제품은 수명이 다할 때까지 소유하고, 보석과 같은 고가품에 대한 관심 또한 없으며, 다른 사람의 눈을 의식하지 않고 남이 버린 물건도 재활용하는 실천력을 나타내었다. 그러나 화자 2는 마음에 드는 상품에 대해서는 오래 생각하지 않고 즉시 구매하며 스스로도 충동구매를 좋아한다고 진술하였는데 이것은 주로 의복과 그릇류에 대한 것이었다. 그는 일단 일부터 저질러놓고 보는 사람이라고 스스로를 평가하기도 했는데 이러한 과감한 구매의사결정패턴은 2주전에 결혼시킨 둘째딸의 혼수준비과정에 대한 다음의 <이야기 5>에서도 잘 나타난다.

<이야기 5: 혼수>

요약(Abstract)

- 001 사실은 이런 거 개인적인 얘기해도 되나 모르겠네...
- 002 시댁에서는 처음에는 아무 것도 해 오지 말라고 그러더라고요.

상황(Orientation)

- 003 그래서 그럴 밉고...
- 005 저는 사실은 목표가 딸이 넷이거든요. 딸만 넷이예요.
- 006 그래서 목표가 5천 만원 이상을 절대로 안 쓴다.

전개(Complicating action)

- 007 우리 큰애는 워낙에 안 쓰는 애고,
- 008 따로 나와서 사는데,
- 009 돈을 더 가지고 가겠다 그래서 3천 만원을 들어서 갔어요.
- 010 그러니까 무지하게 세일하는 거 좇아다니면서 그렇게 했거든요.
- 011 그래가지고 2천 만원 가져갔어요.
- 012 그리고 둘째 결혼할 때는 5천 만원 빼서 하는데...
- 013 시댁에서 아무 것도 해오지 말라고, 들어와 사니까... 해오지 말라고,

- 014 아무 것도 안 해가도 되는 줄 알았는데,
 015 그것이 문제가 되더라고요, 결국은...
 016 저는 아예 솔직하게 얘기를 했어요. 5천 만원 이
 상은 못 해준다...
 017 이상하게, 처음엔 좋게 받아들여 가지고 저희끼리
 는 절약을 해서 조금 나머지는 가져 가지고 가자.
 018 이렇게 저희는 굉장히 절약을 해서 했는데...
 019 막상 시부모님은 그게 아닌 거야.
 020 신랑 시계를 테크노마트에서 저의 50%해서 50
 몇 만원 짜리를 37만원에 했어요.
 021 들으면 72만원 조금 넘겠죠?
 022 그걸 시어머니한테 가져가서 보이니까
 023 아, 신랑 시계는 뭐, 자기 친척은 로렉스 받았다.
 024 뭐 했다 뭐 했다...
 025 자기 아들도 생각할 때 은근히 뭐 너무 싼 걸 받
 았다...
 026 그러니까 시집간 딸을 시켜 가지고 은근히...
 027 그걸 내가 우리 딸한테 얘기를 들으니까 제가 기
 분이 나쁘더라고요.
 028 그러면 내가 뭐 없어서 안 해 준 것도 아니고, 남
 겨서 저희들 가져가겠다는 건데...
 029 그래서 내가 그냥 시계를 바꿔버렸어요.
 030 그 시계를 그냥 놔두고 로렉스로 바꿔 버렸어요.
 042 그랬더니 또 시아버지 로렉스는 왜 없느냐...
 043 그러니까 마음이 바뀌더라고요.
 044 시댁 들어가서 살텐데, 그 분들 마음에 안 들게
 하면 또 시집살이 시킬까봐...
 045 그게 염려되어 가지고...
 046 딸 가진 엄마가 그렇다.
 047 그래서 내가 싹 바꿔버렸어.
 048 로렉스 시계도 6백 만원 들어서 하고...
 049 카우스 보당도 다이아 그런 거 해서, 핀,
 050 뭐... 그레가지고 다... 한 게 너무 많아요.
 053 로렉스 시계, 버버리 바바리, 지갑, 벨트...

해결(Resolution)/종결(Coda)

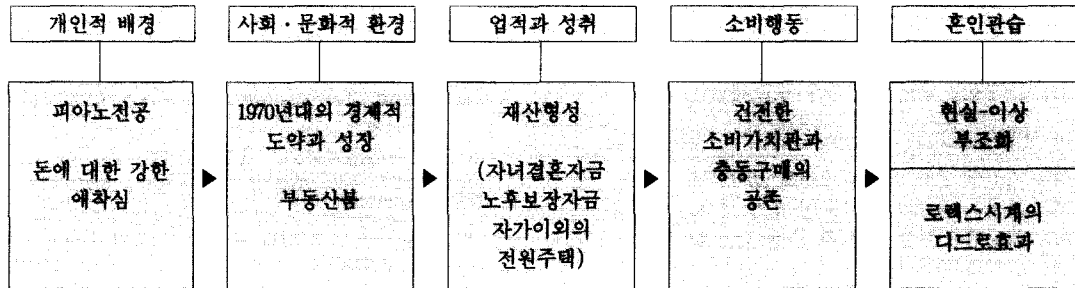
- 054 시계가 로렉스로 올라가니까 그냥 다 해 준거지
 뭐...
 055 이왕 하는 거 기본 나쁘게 할 거 없이 일사천리
 로 하자...

<이야기 5>는 우리 나라의 결혼문화의 한 단면을 잘 나타내는 것으로서 건전한 혼수에 관한 이상과 혼수관습이라는 실제에 직면한 현실사이의 괴리를 보여주고 있다. 고생 끝에 증식한 재산으로 네 딸의 결혼자금을 동등하게 마련해놓은 화자 2는 사회적

관습에 따라 혼수준비를 하되 되도록 불필요한 지출을 삼가 하고 자금으로 넘겨주려고 노력하였으나, 23번째와 42번째 줄에서와 같은 현실에 부딪히는 순간 일시에 신념과는 상반된 소비행동을 하였다. 44-46번째 줄과 같이 딸을 시집보내야 하는 부모의 사회·문화적 입장과 28번째 줄에서와 같이 고생하여 모아온 재산으로 남부러울 것 없는 자신감은 화자 2의 소비행동을 일시에 바꾸는 계기가 되었다. 이 이야기는 우리 나라와 같이 집단주의 속성이 강한 문화에서 소비자가 직면하는 사회·문화적 환경이 개인의 소비행동에 얼마나 강력한 영향변수로 작용하는 지 잘 나타내주고 있다.

화자 2의 두 가지 이야기에 반영된 소비생활경험을 도식화해보면 다음의 <그림 2>와 같이 표현해 볼 수 있다.

화자 2의 narrative로부터 1970년대의 경제도약분위기에서 개인의 물질적 성취욕구가 집장사라는 부동산을 이용한 재산증식에 관한 사회적 시각을 무시하면서까지 강하게 작용하여 일부 주부에게 유일한 삶의 목표로 작용하고 있었음을 알 수 있다. 자신이 가지고 있는 인적자원으로 최선을 다 하던 화자 2에게 부동산을 이용한 재산증식의 수월성은 비교가 되지 않을 만큼 컸으며, 이러한 수월성은 부동산투기 현상에 몰두하게 만드는 원인으로 작용하고 있음을 알 수 있다. 그러나 화자 2의 소비가치관은 비교적 건전하고 확고했으며, 투기성 재산증식이 과소비의 원인으로 지적되던 사회적 시각과는 달리 화자 2는 유명상표나 외제에 대한 선호도가 높지 않았고 정해진 범위 안에서의 충동구매를 할뿐이었다. 그러므로 화자 2에게는 자신의 노력으로 이루어낸 재산증식에서 얻는 만족감이 소비에서 얻는 만족감보다 크게 작용하였고, 자신의 삶을 성공적인 것으로 평가하며 강한 자신감을 가지고 있었다. 그러나 둘째 딸의 결혼으로 부딪힌 혼인관습에서 적정한 수준을 지키려던 이상을 지키지 못하고 사회적 관습을 일시에 수용함으로써 결혼과 같은 의례(ritual)에서의 사회적 관습의 강력한 영향력을 입증하고 있다. 더욱이 일부계층의 결혼문화에서 신랑의 로렉스시계가 얼마나 큰 상징적 의미를 지니고 있는지 알 수 있으며,



〈그림 2〉 화자 2의 소비생활이야기에 반영된 사회·문화적 경험

로렉스시계의 구매에 이은 구색맞추기식의 구매는 문화가 소비를 통제하는 주요한 수단임을 나타내는 디드로트효과(Diderot effect)를 나타내는 것으로서 소비재 사이의 고도의 일관성을 유지하는 강제력을 생생하게 증언한다(McCracken, 1988).

3. 화자 3의 narrative plots

화자 3은 연구자가 인터뷰한 대상들 가운데 가장 고가의 제품을 구매하고 충동구매와 과소비라는 표현으로 스스로를 평가하며 진솔하게 이야기를 들려주었다. 주거지의 이웃보다는 고소득층의 소비수준을 비교의 대상으로 삼는 화자 3은 청소년기에 있는 두 자녀에게 과분한 제품을 구매해 주고, 본인도 고가의 보상구매를 하며 비교적 강한 물질주의적 성향을 나타내었다. 유명상표에 대한 강한 선호를 가지고 있어도 가짜에 대해서는 자존심이 허락하지 않는다는 화자 1과는 달리 화자 3은 가짜라도 유명상표를 서슴없이 구매하고, 경제적 여유가 있어도 자신의 소비수준의 범위를 넘지 않으려는 화자 1과 2와는 달리 마음만 먹으면 얼마든지 구매할 수 있고 또 구매하고 싶은 욕구를 나타내었다. 화자 3의 narrative 중에서는 두 편의 이야기를 발췌하여 소개하도록 한다.

〈이야기 6〉에서 화자 3은 청소년기에 있는 아들과 딸에게 고가의 시계를 쉽게 구매해주는 의사결정을 내림으로써 일반적인 부모의 자녀에 대한 구매허용수준을 과도하게 넘어서고 있다. 이러한 이탈

〈이야기 6: 과도한 소비〉

요약(Abstract)	
001	돈만 많으면 더 잘 사주겠지... 그렇게는 못해 주더라도 딸 하나네 뭐...
상황(Orientation)	
002	며칠 전에는 또... 이런 소리 할 필요는 없지만,
003	구찌 시계 얼마나 비싸. 그것도 나름이지만.
전개(Complicating action)	
004	종로상가 가면 왜 있잖아. 금은방이랑 뭐 시계방이랑 꼭 있잖아...
005	저기 친구가 금방을 3개 하면서, 공장을 하면서,
012	그래가지고 개가 시계집을 아는 집이 있대.
013	백화점보다는 쌀거라고 그러더라고.
014	그런데 (아들이 미국)가기 전에 내가 구찌를 사줬어 가짜를.
015	똑같이 얼핏 보면은, 요기서 3만 5천원 주고 샀거든.
016	그랬더니 요새끼가 가자마자 남을 쥐 버린거야 가짜라고, 창피하다고.
019	애들이 이렇다고, 아는 사람들은 안다 이거지.
021	그래가지고... 진짜 아니면 안 찬다 그래 갖고... 안차고 다니잖아.
029	그래가지고 아이고 하나 사줘야지...
030	그냥 패션시계 사줄게,
031	그랬더니 죽어도 안된대.
034	그래서 아유 맘먹고 하나 사주자 그래 갖고 나갔지.
037	요즘 최신 유행하는 거...
040	그런데 그렇게 차이가 나더라고.
해결(Resolution)	
041	근데 그걸 94만원씩 산 거야. 친구가 아니까.

- 042 그렇게 해 가지고 2개를 산 거야. 딸도 해 가지고...
- 043 그래갖고 사줬더니까 며칠 전에.
- 044 그래갖고 들어서 신나게 차고 다녀.

평가(Evaluation)

- 045 그런데 진짜 가짜를 구분해 보니까
- 046 가짜는 뭐냐며는 안에 이 초가 금 색깔이더라구.
- 047 그런데 진짜는 흰 색깔, 스텐 같은 흰 색깔...
- 048 그리고 깔끔하고...
- 052 그래서 보면은 안대. 구별하는 사람들은 안대.
- 053 그러니까 지들 세계에서는 가짜 진짜 그런걸 아는 모양이야 지들끼리.

종결(Coda)

- 054 그러니 내가 살겠어?

행위는 부유층과의 교우관계를 형성하며 많은 문제를 일으켜왔던 아들의 요청에 의해 발단되었으나, 첫 번째 줄에서 표현하고 있는 바와 같이 적절한 소비수준과 범위를 넘어서는 소비생활에 화자 3이 이미 익숙해 있기 때문임을 알 수 있다. 더욱이 45-52번째 줄에서는 진짜를 구매함으로써 가짜와 구별할 수 있게 된 안목을 강조함으로써 사회규범을 벗어나는 구매행동에 따르는 도덕적·사회적 평가보다는 지극히 개인적인 평가를 내리고 있다.

이 이야기에서 고가의 시계에 대한 구매처로서 친구인 아는 사람을 통해 소개받은 상점을 이용함으로써 백화점에 비해 월등히 저렴한 가격으로 신뢰할 만한 구매를 할 수 있다는 소비자의 경험을 살펴볼 수 있다. 또한 사회적 규범을 벗어나는 구매행동을 하는 소비자는 도덕적·사회적 평가보다는 자신에 국한된 개인적인 평가를 내림으로써 또 다시 과도한 소비행동을 하게 된다는 것을 알 수 있다. 이와 같이 화자 3은 개인주의적 속성이 강하며, 다른 사람의 시선을 의식하지 않는 독단적인 판단에 의해 과소비적 소비행동을 하고 있음을 알 수 있는데 이것은 다음의 <이야기 7>에서도 잘 나타나 있다.

<이야기 7>에서 화자 3은 과소비의 전형적인 소비자유형임을 스스로 자인하며 즉흥적이고 기본에 좌우되는 충동적인 소비행동의 생생한 예를 들려주

<이야기 7: 보상구매>

요약(Abstract)

- 001 그런데 내가 지금 얘기하는 거는 너무 안 어울리는 거지.
- 002 그 봉급쟁이하고... 생활하는 게...

상황(Orientation)

- 012 그러니까 이거 시계 살 때 그 다이아 하나를 샀어.
- 013 좀 내렸대잖아. 이럴 때 구입해 놓자 그래가지고...

전개(Complicating action)

- 026 그래가지고 이쁜 거만 보면은 그냥 확 집어버리면 내꺼되는 거야 그냥.
- 027 내가 그런 과소비 경향이 있다니까 좀.
- 028 그리고 지금은 좀 죽었지만... 애들한테 너무 많이 들어가니까...
- 029 내가 좀 죽이고 살자, 그래가지고 내가 안쓰는 편이고...
- 030 전에는 내가 성질이 나면은 그냥 분풀이가 쇼핑이었어.
- 031 나는... 그게 광이었어.
- 032 근데 이제는 많이 죽었지, 이제 안 그래.
- 034 L: 근데 이렇게 쌓였을 때 막 사고 다니고 그러면 그게 좀 풀려요?
- 035 N: 풀리지. 딱 풀려버려.
- 036 L: 그거는 풀렸는데... 나중에 물건 산 거에 대한 후회 같은 거는 없어요?
- 037 N: 없어, 전혀 없어, 없구
- 038 왜냐면 내가 좋아하니까. 사고 나서도 그게 너무 좋은 거야.
- 039 후회하는 건 절대 없어. 여태까지... 없었어.
- 041 전혀 힘든 게 없어...
- 049 다이안데 1캐럿 5부하고 2캐럿 짜리가 있더라구.
- 050 그 둘 중에서 하나 찍어놓고 왔거든. 되는대로 좋은 게 나오면은...
- 051 값은 어떻게 될지 모르겠어.
- 052 그런데 다른 백화점에 비하면 그게 한 몇 백은 싸다고 그러더라구. 제 말로는.
- 054 L: 그러면 엄마가 그거 재산으로 갖는 거예요? 아니면 그냥 내가...
- 055 N: 재산 필요 없어... 나는 환금성은 전혀 없어.
- 056 그리고 여태 패물 갖고 있으면서 팔은 적도 없거니와...
- 057 내 만족에 그러는 거지.

평가(Evaluation)

- 058 난 그거야. 아들한테 일년에 몇 천 만원씩 투자하면서 내 꺼 그거 깎아야 뭐 한 2천 못되잖아.
- 059 그거 못해? 그래서 내가 그냥...

었다. 마음에 드는 상품 앞에서는 심사숙고나 사회적 규범의식이 반영되는 대안평가과정을 전혀 거치지 않고 즉흥적으로 구매의사결정을 내리며, 이와 같은 과소비패턴은 부동산과 같은 불로소득에 의한 경제력과 남편의 동조와 맞물려 화자 3에게 깊이 새겨져 있었다. 또한 고가의 보석을 구매함에 있어서도 사전계획 없이 마음에 드는 상품에 직면한 순간 보상심리가 작용하여 구매의 원인을 귀속시키려는 심리를 표출하기도 하였다. 화자 3의 이야기에서 지나친 소비수준을 영위하는 교우관계를 맺으며 많은 문제를 일으켜왔던 아들의 이야기가 많이 전개되는데 집요하게 요구하여 고등학생의 신분으로 미국으로 유학간 아들에 대한 심리적 보상이 과소비의 성향이 높은 화자 3에게는 또 다른 과소비의 원인으로 작용하는 것을 알 수 있다.

화자 3은 결혼과 동시에 부동산으로 재산을 운 좋게 증식해오면서 어려움을 겪은 적이 없고, 직장 생활을 하는 남편의 월급 이외에 풍족한 경제력이 있음을 시사하였다. 또한 자신이 내린 구매의사결정에 대해서는 단 한 번도 남편으로부터 이견을 들은 적이 없으며, 자신의 구매에 대한 후회가 절대 없음을 강조하였다. 그러나 이사를 오면서 한창 예민한 청소년기에 있는 아들이 문화적 충격을 겪으며 부유층과의 교우관계를 형성해나가며 과도한 소비수준을 유지하기 위해 과도한 구매를 끊임없이 요구해왔고, 이러한 과정에서 모-자 간의 갈등이 심화되었고, 집요하게 미국 유학을 요구하는 아들을 보내

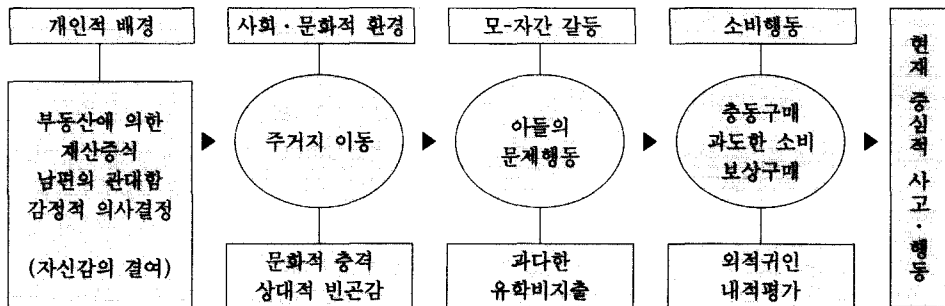
고 난 후의 허탈감을 또 다시 소비에서 찾는 지극히 물질주의적 성향을 나타내었다.

화자 3의 두 가지 이야기에 반영된 소비생활경험을 도식화해보면 다음의 <그림 3>과 같이 표현해볼 수 있다.

11명의 화자와의 인터뷰 중 가장 긴 시간동안 이루어진 화자 3의 구술자료에는 화자 3 자신이 드러내고픈 자아정체성이 확실하게 나타나지 않고 아들과의 갈등에서 발생하는 과소비에 관한 이야기가 주를 이룬다. 화자 3이 청취자인 연구자에게 드러내고픈 자아정체성이란 물질추구의 무제한적 자유와 해방과 관련된 내용뿐이며 사회적 연결망이 철저하게 배제된 지극히 개인적인 테두리 안에서의 자신을 구축하고 있음을 알 수 있었다. 그러므로 충동구매, 과도한 소비, 보상구매와 같은 바람직하지 않은 소비행동에 대한 사회적 의식이 희박하고 그 결과에 대한 지극히 개인적인 평가를 내림으로써 사회·문화적 차원의 해석을 차단하고 있었다. 이를 통해 과소비를 하는 소비자는 사회를 의식하고 행동의 제약을 받는 집단주의보다는 독단적인 판단에 의한 의사결정을 내리는 개인주의적 성향이 높을 수 있음을 알 수 있다.

4. 화자 4의 narrative plots

화자 4는 엘리트집단에 속하는 신혼주부로서 연구자의 이웃에 살며 인터뷰에 응했던 어머니와는



<그림 3> 화자 3의 소비생활이야기에 반영된 사회·문화적 경험

아주 다른 관점과 가치관을 표출하였다. 특히 결혼을 한지 얼마 되지 않아 혼수 준비하는 과정에서 경험했던 생생한 이야기를 들을 수 있었다. 적극적 정보탐색으로 획득한 충분한 정보를 바탕으로 대체안평가단계를 확실하게 밟는 화자 4의 구매의사결

<이야기 8: 구매의사결정>

요약(Abstract)
001 그러니까 저희는 한꺼번에 산 건 하나도 없어요.
상황(Orientation)
003 메이커가 다 다르니까, 004 가격 대를 조사해 본 다음에...
전개(Complicating action)
005 냉장고가 뭐 외제냉장고가 얼마부터 얼마까지 있 잖아요. 006 살 수 있는 가격 대에서 비교를 해서, 007 한 가지 모델이 정해지면, 008 그걸 다 얼마, 얼마고 그렇게 했거든요. 가격조사 를... 009 그러니까 처음부터 끝까지 한꺼번에 산 게 아니 라... 010 그래서 냉장고도 가격이 비슷하고 뭐 한 1-2만원 차이여서 011 그거는 삼성플라자에서 그 때 뭐 AS쿠폰을 준대 요. 10년간으로. 012 아 그럼 그거 더 이익이겠구나... 그래서 그걸 삼 성플라자에서 사고, 013 세탁기는 핸드폰 살려고 롯데백화점에서 샀거든요. 014 근데 세탁기를 좀 잘못 산 거 같다는 생각이... 015 세탁기 가격이 천차만별이잖아요. 016 근데 그건 별로 차이가 없을 거라고 생각하고 적 당한 가격이라고 생각하고 샀는데... 017 별로 빨래가 잘 안 되는 거 같다... 좀더 비싼 걸 살걸... 그랬던 생각이 들어요. 018 텔레비전 같은 거는 차이가 굉장히 많은 거 같더 라구요. 019 그런 것도 그런 식으로 샀어요. 020 소니도 라인이 되게 많더라고요. 021 저희 신랑 근데 그거 되게 잘 알아요. 022 백화점에서는 저희 산 게 250만원이었는데 용산 에서 160만원에 사고...
종결(Coda)
023 그렇게 다 싸게 샀어요.

정패턴은 대체안 사이의 가격차이를 심각하게 받아들이지 않아 소극적으로 정보탐색 하는 그의 어머니의 구매의사결정패턴과 판이하게 달랐다. 또한 외제구매에 대해 죄의식에 가까운 신념을 가지고 있는 그의 아버지의 영향을 받아 외제에 대한 편견을 가지고 있는 어머니와는 달리 화자 4는 가격과 품질을 꼼꼼히 따져 국산과 외제에 상관없이 구매하는 합리적 사고를 표출하였다. 화자 4의 narrative 중에서는 혼수준비과정에서 나타나는 딸의 선택기준과 외제에 대한 태도, 그리고 부모님 세대와 명백하게 다른 생각을 중심으로 소개하고, 이 과정에서 어머니와의 인터뷰 중에서 딸의 이야기와 상반되게 표현된 이야기 한 가지를 소개하도록 한다.

<이야기 8>에서 화자 4는 혼수장만을 철저하게 정보탐색하며 구매의사결정단계를 차곡차곡 밟아 각기 다른 상점에서 구입했음을 강조하고 있다. 냉장고는 외제 중에서 가격 대를 정한 후 구체적인 모델로 좁힌 후 동일한 모델에 대한 상점 간 가격차이를 정보탐색하여 가장 유리한 조건을 제공하는 상점을 선택하여 구매한 반면, 텔레비전은 소니라는 외제상표를 미리 정한 후 상점 간 가격차이를 조사하여 적절한 모델을 가장 저렴하게 구입하였다. 이와 같이 화자 4는 충분한 정보탐색으로 신중한 구매를 함으로써 싸게 샀다는 만족감을 가지고 있었으나 세탁기에 대해서는 한 단계 비싼 제품에 대한 미련이 남아 있었다.

이 이야기를 통해서 최고의 엘리트집단에 속하는 화자 4의 혼수 품목에 대한 확고한 신념을 읽을 수 있는데 냉장고는 외제로, 텔레비전은 소니로, 세탁기를 포함하여 이야기에 나타나지 않아 중요하게 다루지 않고 있는 제품들을 포함하여 혼수목록이 거의 정해져있음을 알 수 있다. 화자 4가 속해 있는 사회집단에서 통용되는 혼수목록이 거의 예외 없이 동일한 점에 대한 다음의 <이야기 9>를 소개하면 신세대의 사고와 가치관이 기성세대와 명백하게 다르다는 것을 알 수 있다.

<이야기 9>에서 화자 4는 부모님 세대와 생각이 명백하게 다르다는 것을 확실하게 표현하고 있고, 그가 속한 사회집단도 이와 같다는 것을 부각시키

<이야기 9: 세대차이>

요약(Abstract)	
001 L:	결혼할 때 이렇게 갖추고, 해 가는 것들이 거의 비슷하지 않아요? 단지 뭐 크고 작고의 차이지, 갖춰야 되는 아이템들의 목록이 다 같지 않아요?
002 N:	다 똑같아요. 사 같 거 다 사가요.
003 L:	그런데 사실은 빠뜨려도 되는 거 아니예요? 사실 없으면 없는 건데... 없으면 안 된다는 생각이 왜들까요?
상황(Orientation)	
004 N:	그러니까 저희 결혼할 때, 엄마 아빠도 그렇고 숙모님까지...
005	애들이 뭐 하나라도 빠진 게 있어야 이번 달엔 돈 모아 뭐 사고...
006	자꾸 이런 말씀하시는 거예요.
전개(Complicating action)	
007	근데 제 생각뿐만 아니라 제 주위에 결혼한 애들을 봐도 다 사가면 좋지...
008	그러니까 그렇게 생각을 하는 거예요. 남보다 더 높은 위치에서 시작한다고 생각을 하는 거예요.
009	엄마 아빠가 다 잘해주면 남들보다 더 앞서서 출발할 수 있으니까 더 많이 가질 수 있다고 생각을 하는 거예요.
010	저희 아빠는 옛날에 뭐 텔레비전도 없어 가지고 엄마랑 어디 가서 중고를 사 가지고 들고 오는데 얼마나 뿌듯했는 줄 아느냐.
011	그 기쁨을 느껴야 되는데 그렇게 하나도 빠짐없이 다 사 갖고 가면...
012	근데 저는 나름대로 살게 얼마나 많은데...
013	근데 저만 엄마한테 너무 많이 해달라고 그러냐... 그런 생각했는데 친구들도 그러더라구요.
014	그러니까 그런데 관심이 전혀 없었던 앤 데 결혼할 때 되니까 너무 챙기는 거예요. 뭐 사야 되고, 뭐 사야 되고...
015	제 친구가 얼마 전에 와서 그러는 거예요.
016	아 애도 드림세탁기 샀네... 드림세탁기가 좋다는데... 그리고 나도 그걸 사야 된다고 알아보고 다니더라구요.
017	그렇게 되는 거 같아요.
평가(Evaluation)	
018	그러니까 생각이 틀린 거예요.
019	저희 신랑은 집도 언제 우리가 돈 모아서 집사냐.
020	엄마 아빠가 사 주면 더 편하게 시작하는 거다... 이렇게 생각하는 거지.
021	엄마 아빠 생각처럼 몇 년...
종결(Coda)	
022	그러면 사는 게 너무 각박하다 이거죠.

며 자신의 생각이 이질적이지 않다는 것을 강조하였다. 특히 신랑의 생각도 자신과 일치한다는 점을 부각시켜 부모세대와 전혀 다른 신세대의 생각을 전하려 하였다. 판에 박힌 듯 정해져있는 혼수와 짐장만으로 출발할 때 남보다 앞서서 더 편하게 즐길 수 있는 인생을 살아간다는 신세대의 생각을 표출하고 있다. 이 이야기의 10-11번째 줄에서 화자 4가 혼수준비과정에서 부모와 의견이 달랐고 부모는 대화를 통해 이를 해결하기 위해 노력했음을 알 수 있는데 그럼에도 불구하고 부모의 생각을 수용하지 않고 결과적으로는 신세대인 화자 4의 생각과 의도대로 혼수준비가 이루어졌음을 알 수 있다.

특히 화자 4의 어머니와의 인터뷰에서 아버지의 확고한 국산품애용의식은 어머니에게 철저하게 전이되어 어머니의 생각을 완전히 지배하고 있으나 딸에게는 전혀 전이되지 않았음을 <이야기 8>과 <이야기 9>를 통해서 알 수 있다. 화자 4의 어머니와의 인터뷰에서는 혼수에 대한 이야기에서 외제구매가 철저하게 감춰져 있었고, 심지어 국산품애용의식을 청취자인 연구자에게 전달하기 위해 국산품을 구매했다는 거짓말이 튀어나오기까지 했으며, 이 대목을 소개하기 위해 여기에서 어머니의 이야기 한 편을 발췌하도록 한다.

화자 4의 어머니는 남편의 영향으로 확고해진 국

<이야기 10: 국산품애용의식>

요약(Abstract)	
001 (남편은)	사업을 하셔요. 사업을 하시는데,
002	그렇게 아웅 다웅 해도(외국에서) 물건 하나 나를 사다주는 법이 없어요.
상황(Orientation)	
003	그렇게 코끼리 밥통 하나 사다 달라고 애원을 해도 절대...
004	내가 아예 한국 상표로, 금성이니 뭐, 그런 거 있는데, 그런 거 뭐 하러 사냐.
005	아유..... 우리 집은 그런 거 아주 아버지가 철저해요.
006	나는 아주 그런 거 질색을 하던 사람이 딸이 시집갈 때 너무너무 힘들 것 같았거든요.

- 037 절대 외제는 안 된다. 그 값이 되면은 국산 그보다 더 사이즈 높은거 그런 거로 해라. 이렇게 해주고...
- 038 저한테 하는 걸 보고, 그랬었거든요.

전개(Complicating action)

- 039 딸한테는 안 그러더라고요.
- 040 그런 거 질색하던 사람이 딸이 가니까 하나라도 더 해주고 싶은 게...
- 041 딸이 시집을 가니까 딸에게 많이 주더라고요.
- 042 더 해주고 싶고.
- 073 딸 시집보내는 데는 또...
- 074 그리고 우리 딸이 절대로 얘기하면 안 된다 그래가지고.
- 075 또 사위가 의사니까 또 눈들이 있잖아요.
- 076 테레비 하나만 소니로 사달라는 거예요.
- 077 그러니까 저의 아버지가, 소니 살려면은 삼성에서 나온 거 얼마나 좋은 게 많은데,

해결(Resolution)/종결(Coda)

- 078 그래서 삼성 샀어요. 「하고는 저희들이 저어기다 찾아 가지고요, 저희 예는 쇼핑을 해도, 엄마 저 옷 사야 돼요. 해서는 딱 그냥 하는 법이 없어요. 백화점이면 백화점, 동대문시장이면 동대문시장, 다 이렇게 돌아다녀서 사요. 요즘 애들은, 저는 놀랐어요.」

산품애용의식으로 딸의 혼수장만 중에 구매한 외제 상표를 이야기에서 철저히 감추고 있었다. 텔레비전은 소니가 아니라 삼성으로 구매했다는 거짓말까지 튀어나오는 어머니의 이야기에서 외제구매에 대한 죄의식이 얼마나 크게 작용하고 있는지 알 수 있다. 특히 튀어나온 거짓말 속에 감추어진 소니라는 외제상표의 구매의 당위성을 합리화시키기 위해 딸의 구매의사결정이 얼마나 합리적인가를 부각시키는 얘기로 갑자기 화제가 바뀌고 있음을 주시할 필요가 있다.

화자 4의 어머니의 narrative 중에서 발췌한 <이야기 10>은 부모세대에서 국산품애용의식이 그들의 소비행동을 얼마나 제약하고 있는지 잘 나타내주고 있다. 그러나 이 이야기는 사회적으로 형성된 신념이 개인의 소비행동에 얼마나 큰 영향을 미치는가를 잘 나타내주고 있는 반면, 부모의 확고한 신념이

자녀에게 쉽게 전이되기 어렵다는 것 또한 보여주고 있다. 이와 같은 부모와 자녀간의 소비가치관의 차이는 다음의 <이야기 11>에서 더욱 명백하게 드러난다.

<이야기 11: 국산과 외제에 대한 태도>

요약(Abstract)

- 001 L: 어머니 연배와 외제에 대한 태도가 다르다고 생각하지 않으세요?

상황(Orientation)

- 002 N: 제 생각도 그래요. 외제 쓰는 게 나쁜 게 아니라...

전개(Complicating action)

- 003 지금 IMF라고 외제 불매운동이 있잖아요.
- 004 그런 건 잘못 되었구요.
- 005 제 생각은 어떤 경쟁력을 높여줄 필요가 있잖아요.
- 006 그러니까 무조건 외제 사는 건 분명히 잘못 되었는데,
- 007 비교해 봐서 국산을 안 써야 경쟁력이 생기지.
- 008 무조건 안 쓴다고 뭐 우리 나라가 발전하는 거 그런 건 아닌 거 같아요.
- 009 외제 좋아하는 사람들은 무조건 외제 쓴다 그런 건 정말 문제고,
- 010 근데 그렇게 되요. 외제 쓰다보면...
- 011 저도 그런 생각은 가지고 있는데...
- 012 막 외제만 밝힌다... 그런 생각이 들기도 하는데,
- 013 그렇게 해서 경쟁력을 줘야 같이 발전하는 거지...
- 014 무조건 너무 품질이 떨어지는 태도 국산품 애용한다. 그런 게 좋은 건 아닌 거 같아요.
- 015 글썄 엄마가 되게 싫어해요. 똑같은 값이면 국산을 사야 된다고 생각하는 거예요. 좀 질이 떨어지더라도...
- 016 결혼할 때 사봐서 알아요.
- 017 엄마는 그렇게 생각해요. 좀 질이 떨어져도 국산 사야 된다. 그런 생각 이예요. 아빠 엄마는...

평가(Evaluation)

- 019 뭐 그런 건 있어요. 남방을 사러 딱 갔는데 폴로도 9만원이고, 우리 나라 브랜드도 9만원이면 당연히 폴로사지.

종결(Coda)

- 020 누가 국산 사겠느냐 저는 그렇게 생각하는데...

〈이야기 11〉에서 화자 4는 부모와 전혀 다른 선택기준인 가격과 품질에 따라 제품의 원산지에 대한 편견의 구매를 받지 않고 자유롭게 구매의사결정을 내리고 있음을 알 수 있다. 그러므로 국산품에 용에 대한 무조건적 신념을 가지고 있는 부모의 밑에서 자라난 자녀라 할지라도 그가 속한 사회집단, 즉 준거집단에서 채택하고 있는 선택기준을 수용하고 있음을 알 수 있다. 다시 말해서 소비자가 속해 있는 하위문화의 관습과 신념이 성장배경으로 더욱 밀접하게 둘러싸고 있는 가정환경보다도 더 강력하게 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

화자 4의 세 가지 이야기와 이와 관련된 그의 어머니의 이야기 한 가지에 반영된 소비생활경험을 도식화해보면 다음의 〈그림 4〉와 같이 표현해볼 수 있다.

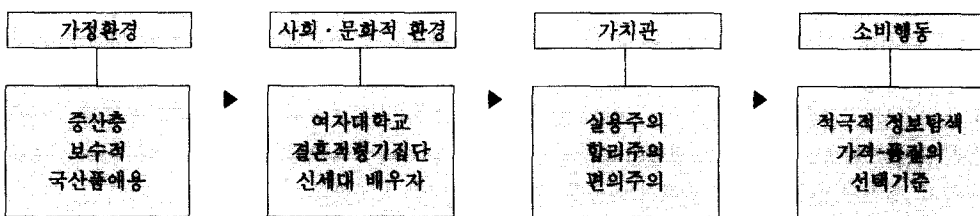
화자 4의 narrative로부터 소비자사회화의 결정적 요인인 가정환경보다는 소비자가 속해있는 사회·문화적 환경이 소비가치관과 소비행동에 더 큰 영향을 미칠 수 있음을 알 수 있었다. 결혼적령기에 있는 또래집단과 사고의 기준과 가치관이 일치하는 배우자로부터 영향받는 화자 4는 부모와는 판이하게 다른 실용주의, 합리주의, 편의주의의 신세대 가치관을 수용하고 실천하며 현명한 소비자로서의 적극적 역할을 담당하고 있었다. 특히 혼수에 대한 목록과 관점이 화자 4가 속해있는 엘리트의 신부집단 안에서 관습적으로 정해져있음을 알 수 있었고, 이러한 혼수목록은 이들 집단의 문화적 상징성으로 작용하고 있음을 알 수 있었다. 그러므로 소비자가 속해있는 사회·문화적 환경에서 관습적으로 통용

되거나 묵시적으로 설정된 소비수준을 유지하려는 욕구가 소비자에게는 강하게 작용할 수 있음을 알 수 있었다.

지금까지 4명의 화자로부터 얻은 11가지의 이야기를 소개하고 해석하였다. 이러한 과정에서 narrative 분석이란 개인이 생생하게 겪은 경험과 그에 대한 해석을 분석하는 것임을 보여주었다. 소비생활에 관한 화자의 이야기 속에는 과거에 경험했던 일들이 그가 현재 가지고 있는 관점과 관련되어 되살아나고 나아가 미래를 향해 투영되는 시간적 흐름이 담겨 있었다. 이야기를 통해 화자는 그를 둘러싸고 있는 사회·문화·역사적인 더 큰 테두리와 의 관계에서 자신의 경험을 해석하고 의미를 부여하며 그가 원하는 하나의 자아정체성(self-identity)을 형성해나간다는 것을 알 수 있었다. 이와 같이 실제로 경험해온 생활 속의 맥락을 드러내는 본 연구의 결과물이 일반화를 지향하는 실증주의의 결과물과는 전혀 다른 질적 차원을 제공할 수 있음을 알 수 있었다.

VI. 요약 및 제언

지식의 근원과 내용에 관한 인식론적·철학적 연속선의 양극에 위치하는 물질결정주의와 정신결정주의의 사이에 물질과 정신의 상대적 수용정도에 따라 존재하는 다양한 철학적 입장 중에서 소비자학과 가정학을 포함하여 대부분의 20세기의 학문세계에서는 물질결정주의에 속하는 경험주의와 실증



〈그림 4〉 화자 4의 소비생활이야기에 반영된 사회·문화적 경험

주의가 지배적이었다. 그러나 사회가 후기산업시대로 들어가고, 문화가 포스트모던시대로 진입함에 따라 물질결정주의에 입각한 과학적 지식만으로는 인간행동의 조직원리를 이해하는 데에 한계가 있음이 지적되면서 사회경제구조주의에 의한 민속학적 연구방법이나 이해주의에 의한 화술학, 해석학, 기호학, 구조적비평주의 등 다양한 철학적 입장이 등장하였다.

본 연구는 경험주의와 실증주의에 입각한 연구로 일관해오면서 과학의 수행성 안에서 벗어나지 못하던 연구자 스스로의 한계로부터 비롯된 갈등에서 출발되었다. 특히 소비자행동을 사회·문화적 현상으로 파악해야 하는 문화적 경험을 통해 관점의 전환에 대한 강한 문제인식을 갖게 된 시점에 기존의 질적 연구방법보다도 더욱 일정한 형식과 틀을 벗어나는 narrative분석을 접하면서 소비자의 생생한 생활이야기에 숨어있는 관습적 지식을 탐구할 수 있는 새로운 시도를 하게 되었다.

Narrative분석이란 이해주의에 속하는 연구방법으로서 사회경제구조주의에 속하는 기존의 질적 연구방법과는 다른 철학적 관점에서 출발한다. 사회경제구조주의는 인간세계가 사회적으로 형성되고 누구나 공감하는 타당한 지식체계로 구성된다는 가정 아래 우리를 둘러싸고 있는 사회와 공감하는 사실들로부터 추출한 하나의 공통된 지식구조를 가지고 연구자료를 체계적으로 해석한다. 이해주의는 사회경제구조주의와 마찬가지로 연구자료를 종합된 사회적 공감대의 결과물로 간주하지만, 사회경제구조주의와 달리 다양한 문화와 그에 따른 다양한 해석을 인정함으로써 하나의 공통된 지식구조가 아니라 다양한 지식구조에 의한 다양한 해석을 시도한다(Hirschman & Holbrook, 1992).

본 연구는 이해주의에 속하는 narrative분석을 시도하기 위해 11명의 화자를 대상으로 가장 최근에 구입한 소비경험을 묻는 최초의 질문을 제외하고는 화자에게 완전한 자유를 주며 소비생활이야기에 관한 인터뷰를 실시하였다. 화자의 집에서 대부분 진행된 인터뷰는 1시간 35분부터 2시간 20분 정도 걸렸고, 인터뷰의 전 과정을 녹음한 테이프를 토씨 하

나 빠뜨림 없이 필사본으로 옮겨 구술자료를 마련한 후, Labov(Riessman, 1993, 재인용)의 구조분석을 이용한 Bell(Riessman, 1993, 재인용)의 '연결된 이야기와 그 의미(linked stories and meaning)'의 narrative분석모델에 적합한 11가지의 narrative plots을 4명의 화자의 구술자료로부터 추출하였다.

본 연구는 11가지의 소비생활이야기로부터 소비자들이 사회·문화적 영향을 받으며 관습적으로 형성되는 욕구를 경험하고 있음을 생생하게 들을 수 있었다. 새로운 거주지로의 이주로부터 경험하는 문화적 충격과 상대적 빈곤감은 새로운 사회에서 통용되는 상징볼인 유명상표에 대한 선호를 낳고, 적정 수준의 혼수에 대한 이상과 혼수관습의 현실간의 부조화는 의례(ritual)에서의 관습적 신념의 강력한 영향력으로 인해 관습을 수용하게 만들며, 가정환경에 의한 소비자사회화보다도 소속 집단의 사회·문화적 영향에 의한 소비자사회화의 영향력이 더 크다는 소비경험들은 소비가 사회·문화적 현상임을 잘 나타내고 있다. 이러한 결과로부터 본 연구가 내릴 수 있는 결론은 소비현상이 개인적인 영향 변수보다는 사회·문화적 영향을 더 받는다는 점과 이것은 기존의 양적·질적 접근방법보다는 Narrative기법을 이용할 때 더욱 명료해진다는 점이다.

이와 같이 본 연구는 Narrative분석을 통해 개개인이 과거에 실제로 겪은 경험이 그에 대한 사회·문화적 맥락에서의 의미부여와 해석으로 되살아난다는 것을 보여주었다. 이것은 실증주의의 연구결과물이 연구자료에 담겨있는 내용을 통계분석으로 일반화시키고 추상화시켜 무미건조한 결과를 담고 있는 것과는 달리 구체적이고 현실적이며 체험적인 결과물을 제공한다. 그러므로 본 연구는 가정생활을 연구의 대상으로 삼는 가정학과 소비자를 생활자의 관점에서 접근하는 소비자학이 타학과 차별되는 실천주의의 목표를 달성하기 위해 기존의 물질결정주의적 사고에서 벗어나 보다 정신결정주의적 관점을 수용하여 생활의 체험적 결과물을 구축해나가야 함을 시사한다.

가정학자들이 후기산업시대와 포스트모던시대가 요구하는 관점을 수용하고 그에 적합한 새로운 패러

다임을 짜기 위해서는 이러한 소용돌이의 가운데에 자리잡고 있는 가정생활의 생생한 내용과 맥락을 포착해야 한다. 그러므로 새로운 천년을 열며 멈추지 않는 인간환경의 변화와 그에 따른 가정생활의 변화를 이해하기 위해 우리는 지식에 대한 새로운 인식론적·철학적 관점을 수용하고 보다 생활과 밀착된 체험적 연구를 수행할 수 있어야 한다. 본 연구는 이러한 시도의 지극히 작은 시작에 불과하지만, 관점의 전환과 사고의 폭을 넓히는 하나의 계기가 된다면 본 연구의 궁극적 목표는 달성되는 셈이다.

마지막으로 narrative분석의 실험적 적용을 함에 있어서 연구의 전 과정을 생소한 관점과 연구방법으로 선행연구 없이 추진해야하는 연구자의 한계가 본 연구의 가장 큰 제한점이었음을 강조하며, 앞으로 많은 연구자들이 새로운 관점과 연구방법을 시도하는 실험적 분위기를 고조시켜 본 연구의 제한점을 극복하고 우리 나라 고유의 사회·문화적 환경 속에 담겨있는 가정생활의 맥락(context)을 완성해나갈 수 있기를 희망한다.

■ 참고문헌

- 1) 양종희 (1996). 문화에 대한 포스트모더니즘적 접근과 모더니즘적 접근, 인문과학, 성균관대학교 인문과학연구소, 제 26집, 323-380.
- 2) Agar, M.H. (1986). *Speaking of Ethnography*. Qualitative Research Methods, Vol.2, Newbury Park: Sage Publications.
- 3) Appadurai, A. (Ed.) (1986). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 4) Arrow, K.J. (1994). Methodological Individualism and Social Knowledge. *American Economic Review*, 84(2), 1-9.
- 5) Bal, M. (1997). *Narratology: Introduction to the Theory of Narrative*. Toronto: University of Toronto Press.
- 6) Bocock, R. (1993). *Consumption*. New York: Routledge.
- 7) Bogardus, R.F. (1998). The Reorientation of Paradise: Modern Mass Media and Narratives of Desire in the Making of American Consumer Culture. *American Literary History*, 10(3), 508-523.
- 8) Boland, L.A. (1988). Individualist Economics without Psychology. In *Psychological Economics*. Edited by Peter E. Earl. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- 9) Bruner, J. (1990). *Life as Narrative*. *Social Research*, 54(1), 11-32.
- 10) Cronon, W. (1992). A Place for Stories: Nature, History, and Narrative. *Journal of American History*, 78(4), 1347-1376.
- 11) Featherstone, M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage Publications.
- 12) Etzioni, A. (1992). Socio-Economics: Select Policy Implications. In *New Directions in Economic Psychology: Theory, Experiment and Application*. Edited by Stephen E. G. Lea, Paul Webley, and Brian M. Young. Brookfield, Vermont: Edward Elgar.
- 13) Firat, A.F. & Vendatesh, A. (1995). Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption. *Journal of Consumer Research*, 22, 239-267.
- 14) Fullagar, S. & Owler, K. (1998). Narratives of Leisure: Recreating the Self. *Disability & Society*, 13(3), 441-450.
- 15) Gabriel, Y. & Lang, T. (1995). *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and its Fragmentation*. London: Sage Publications.
- 16) Kyrk, H. (1923). *A Theory of Consumption*. New York: Houghton Mifflin.
- 17) Hamilton, D.B. (1987). Institutional Economics and Consumption. *Journal of Economic Issues*, 21(4), 1531-1554.
- 18) Hamilton, D.B. (1962). *The Consumer in Our Economy*. Boston: Houghton Mifflin.
- 19) Henderson, H. (1991). *Paradigms in Progress: Life*

- Beyond Economics*. Indianapolis, IN: Knowledge Systems.
- 20) Hirschman, A.O. (1982). *Shifting Involvements*. Princeton, N.Y.: Princeton University Press.
- 21) Hirschman, E.C. & Holbrook, M.B. (1992). *Postmodern Consumer Research: The Study of Consumption as Text*. Newbury Park: Sage Publications.
- 22) Holt, D.B. (1997). Poststructuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in Postmodernity. *Journal of Consumer Research*, 23, 326-350.
- 23) Leibenstein, H. (1979). A Branch of Economics is Missing: Micro-micro Theory. *Journal of Economic Literature*, 17(June), 477-502.
- 24) Lincoln, Y.S. & Guba, E.G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: Sage Publications.
- 25) Lunt, P.K. & Livingstone, S.M. (1992). *Mass Consumption and Personal Identity: Everyday Economic Experience*. Buckingham: Open University Press.
- 26) McCracken, G. (1988). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press.
- 27) Miller, D.(Ed.)(1995). *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. London: Routledge.
- 28) Orlove, B.S. & Rutz, H.J. (1989). Thinking About Consumption: A Social Economy Approach. In Henry J. Rutz and Benjamin S. Orlove, Buckingham, England: Open University Press.
- 29) Ramsay, J.R. (1998). Postmodern Cognitive Therapy: Cognitions, Narratives, and Personal Meaning-Making. *Journal of Cognitive Psychotherapy: An International Quarterly*, 12(1), 39-55.
- 30) Riessman, C.K. (1993). *Narrative Analysis*. Qualitative Research Methods, Vol. 30, Newbury Park: Sage Publications.
- 31) Rosaldo, R. (1989). *Culture and Truth: The Remaking of Social Analysis*. Boston: Beacon.
- 32) Rosenwald, G.C. & Ochberg, R. (1992). *Storied Lives: The Cultural Politics of Self-Understanding*. New Heaven, CT: Yale University Press.
- 33) Sarbin, T.R. (1986). *Narrative Psychology: The Storied Natures of Human Conduct*. New York: Praeger.
- 34) Schafer, R. (1992). *Retelling a Life: Narration and Dialogue in Psychoanalysis*. New York: Basic Books.
- 35) Sclater, S.D. (1997). Narratives of Divorce. *Journal of Social Welfare and Family Law*, 19(4), 423-441.
- 36) Sen, A.K. (1987). *On Ethics and Economics*. Cambridge, Massachusetts: Basil Blackwell.
- 37) Shreve, S.R. & Shreve, P. (Eds.) (1998). *How We Want to Live: Narratives on Progress*. Boston: Beacon Press.
- 38) Simon, H.A. (1978). Rationality as Process and a Product of Thought. *American Economic Review*, 68(2), 1-16.
- 39) Spradley, J.P. (1979). *The Ethnographic Interview*. New York: Harcourt Brace Jovanovich Publishers.
- 40) Stern, B.B. (1995). Consumer Myths: Frye's Taxonomy and the Structural Analysis of Consumption Text. *Journal of Consumer Research*, 22, 165-185.
- 41) Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park: Sage Publications.
- 42) Tool, M.R. (1987). Introduction, Evolutionary Economics I: Foundations of Institutional Thought. *Journal of Economic Issues*, 21(3), 951-967.
- 43) Thompson, C.J. (1997). Interpreting Consumers: A Hermeneutical Framework for Deriving Marketing Insights from the Texts of Consumers' Consumption Stories. *Journal of Marketing*

- Research*, 34, 438-455.
- 44) Thompson, C.J. & Haytko, D.L. (1997). Speaking of Fashion: Consumers' Uses of Fashion Discourses and the Appropriation of Countervailing Cultural Meanings. *Journal of Consumer Research*, 24, 15-42.
- 45) Veblen, T. (1889). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Macmillan Publishing.