

새 시대 시장의 화두는 소비자

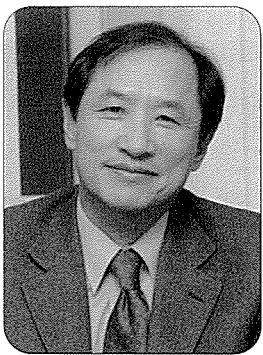
새 시대 시장의 화두 중 하나는 '소비자'다. 거대 생산자와 유통망에 눌려왔던 소비자들의 반란이 시작된 것이다. 소비자가 나서서 생산현장과 시장의 구조를 바꾸는 광경이 선진국에서는 오래된 이야기이다. 80년 말 추락해 가던 미국을 구원한 일등공신 MS사가 정부의 칭찬을 받기보다 오히려 독점논란에 휘말렸던 이유가 바로 그 실례이다.

우리나라도 점차 이러한 사례들이 늘어나고 있는데, 특정기업을 목표로 전개되는 인터넷상의 안티운동, 기업이 소비자를 의식해서 직접 경영스타일을 바꾸는 것, 그리고 바로 고객의 눈높이에 맞추기 위해 기업이 스스로 복잡자율화를 실시하고, 현장 마케팅

슬로건은 이미 낡은 슬로건이라고 할 수 있는데, 이를 달리 표현한다면 소비자중심의 장애인복지를 의미하는 것이며, 좀 더 넓게는 사회복지에 있어 소비자주권주의를 의치고 있는 것이다. 실제로 자립생활패러다임은 미국의 1960년대에서 1970년대까지의 소비자주권운동과 그 맥락을 같이 한다. 소비자권리를 보호하기 위해 케네디 대통령이 1962년 3월 15일 "소비자 권리보호를 위한 특별 교서"를 통해 소비자의 4대 권리를 제창하면서 시작했다.

또한 어떤 사회문제이던 문제에 연루되어 있는 당사자가 가장 그 문제의 원인도 잘 파악하고 있는 것이 사실이기에, 문제해결에 있어서는 당사자의 참여가 보장되고 제도화하는 것에도 이견이 없다.

사회복지제도 소비자주권시대를 준비해야



| 한국장애인재활협회 회장 이상 철

팅으로 뛰어드는 것 등이 바로 소비자가 시장을 바꾸는 실례이기도 하다.

갑자기 웬 뜬금없이 '소비자?'라며 의아해하는 사람도 많겠지만 최근 장애인복지현장에 불어 닥치고 있는 장애인자립생활운동의 흐름을 염두한다면 그다지 의아할만한 이야기만은 아니다.

장애인소비자들의 외침

"Nothing us, without us"

최근 장애인자립생활패러다임속에서 장애인들의 욕구를 가장 강력하게 표출한 이

더욱이 장애인들의 이런 슬로건은 이제까지 억눌려왔던 욕구의 표출이라는 점에서 너무도 자연스러운 일이라고 할 수 있으며, 전문가, 가족 모두가 장애인 당사자의 역량 확대를 목표로 해왔기에, 이러한 자기목소는 어쩌면 전문가와 가족들이 소망하는 바이기도 하다.

그런데 '만약 장애인이 자신이 받은 복지 서비스에 대해 강한 이의제기를 하고, 더 나아가 그 서비스에 대해 불만족하다고 고발을 하게된다면...' 이것은 극단적인 상황이지만 장애인의 자기결정권과 선택권 그리고 장애인의 소비자중심의 사회에서는 충분히

“ 변화란 따라잡을 때는 숨이 차지만 변화를 주도하게 되면 오히려 수월하다. 그렇기에 사회복지계가 소비자보다 먼저 소비자주의에 관심을 가지고 한발 앞서 변화를 도모해볼 것을 제안해본다. ”

개연성 있는 일이기도 하고, 실제 미국에서는 발생되고 있는 일이기도 하다.

그렇지만 아마 한국사회에서 이런 일이 발생한다면 기관이나 일에 전념하고 있는 사회복지사들의 얼굴은 그리 평온하지만은 못할 것이다. 그건 바로 사회복지의 소비자적 지위를 인정하고, 소비자로서의 당사자의 참여라는 것에 대해 인식을 공유하지만 수요는 많고 공급은 턱없이 부족하고, 더욱더 중앙정부나 지방정부에 의존하고 있는 현실에서 수요자의 권한 강화가 서비스제공자들에게는 또 다른 형태의 부담, 이중의 부담으로 작용할 수 있기 때문이다.

사회복지에서도 소비자주권시대를 준비해야 할 때

그런데 이렇게 소비자의 목소리가 높아지면 열악한 복지현실이 더욱더 난감해지는 것도 있지만 소비자의 힘이 커지는 것이 시장의 크기 자체를 키울 수 있기도 하고, 또한 시장을 견고하고 건전하게 육성되게 하는 지렛대로 작용될 수 있는 측면도 있다.

최근 기업 등이 소비자에 대해 올바른 정보를 제공하기 위해 인간힘을 쓰는 이유가

바로 이것이고, 시민단체들이 소비자 교육을 강화되는 이유도 여기에 있다. 특히 사회복지가 선행이나 봉사로 인식되고 있는 현실속에서 우리가 아무리 사회복지사가 전문직이라고 외쳐보아도 소비자가 그 지위를 인정하거나 뒷받침해주지 않는다면 한계가 있다.

그렇기에 오히려 사회복지계가 앞서서 소비자의 의견과 욕구에 충실하고, 현 사회복지서비스를 좀 더 적극적으로 개선해나가고, 소비자와 함께 그 한계를 극복할 수 있는 방안을 마련하는 노력이 필요하다고 할 것이다. 특히 정부로 하여금 소비자들의 이런 인식에 귀를 기울여 그 욕구의 진원지를 정확하게 파악하고 사회복지 예산확충에 노력해야 하며, 이를 위해 국민적 합의를 이끌어내는 것도 우리들의 몫이기도 할 것이다. 변화란 따라잡을 때는 숨이 차지만 변화를 주도하게 되면 오히려 수월하다. 그렇기에 사회복지계가 소비자보다 먼저 소비자주의에 관심을 가지고 한발 앞서 변화를 도모해볼 것을 제안해본다. ☐

9월 10일, 북한산에서 만납시다!!

시민과 함께하는 등반대회 개최

사회복지사 역할의 중요성과 사회복지사 직종에 대한 사회적 관심이 급속히 높아지고 있는 가운데, 서울시사회복지사협회는 사회복지 주간을 맞아 사회복지사들이 주체적으로 참여하여 시민들에게 다양한 사회복지 영역 및 사회복지사의 역할에 대해 올바른 정보를 제공하는 행사로 '시민과 함께하는 등반대회'를 개최한다.

9월 10일 북한산에서 진행되는 이번 행사에서는 시민과 함께하는 등반(1:1홍보), 인간띠 잇기, 윤희약수, 구호제창 등 다양한 홍보활동과 함께 사회복지사를 효과적으로 홍보할 수 있는 홍보리플릿과 기념수수건이 시민들에게 배포될 예정이며, 사회복지사 자부심 향상 및 내부결속을 강화할 수 있는 프로그램도 진행된다.

서울시사회복지사협회는 등반대회 이후에도 지속적으로 사회복지사에 대한 홍보를 실시하여 사회복지사에 대한 잘못된 인식(봉사직, 희생직, 단순서비스직)을 바로잡고 사회복지사에 대한 올바른 인식 확산을 유도할 계획이다.

- 일시 : 2005. 9. 10 (토) 09:30
- 대상 : 사회복지사, 일반시민
- 장소 : 북한산 대동문
- 제 1코스) 서울 북권역 - 구 고함산천 소귀천 매표소
- 제 2코스) 서울 중앙/남권역 - 구기동 구기매 표소
- 제 3코스) 서울 서권역 - 구파발쪽 신성매표소
- 행사내용 : 북한산 등반, 인간띠 잇기, 윤희약수, 구호제창
- 문의 : 02-786-2962
- ※ 신청방법 및 진행일정 등 자세한 내용은 추후 홈페이지를 통해 공지합니다.
- ※ 참석하신 분들께 다양한 기념품과 경품이 준비되어 있습니다.