



자유주의 정보 20-109

본 내용은 아래 기사 및 칼럼 내용을 요약 번역한 내용임

Stanford Ikeda,

The twisted logic of "buy local"

24 August, 2020

"Buy local"에 숨어 있는 다소 불편한 비밀

"Buy local(우리 지역 상품 애용하기)"는 인기 있는 슬로건이지만, 사실 분별력은 없다. 우선, 이 아이디어 이면에는 우리 지역 사회 밖 소상공인들의 희생을 강요해 지역 판매자의 편익을 제공하는 것이 있다. 지역 판매 상품과 서비스의 활성화를 위한 취지이지만, 본질적으로 이는 자선행위다.

그리고 여기에는 "로컬"에 대한 어떤 정의가 매우 임의적이라는 가장 큰 문제가 숨어 있다. 이로 인해 발생하는 문제는 크게 두 가지이다. 먼저, 해당 지역에서만 만들어진 도구와 기타 재료만을 사용하여 수요를 충족할 수 있는 100% 지역 상품 및 기업은 거의 없다. 또한, 지역의 범위를 정하는 것도 매우 어렵다. 예를 들어 뉴욕시 로컬 상품이란, 뉴욕시에서만 자란 것을 의미하는 것인지, 혹은 근린까지도 포함하는 것인지 정의하기 매우 곤란하다. 그 정의를 내리는 주체도 누가 정한단 말인가?

그렇다면, 이 모든 문제들을 제쳐두고, "우리 지역 상품"은 무엇을 의미할까? 그리고 이것은 우리 지역 방문자들에 대한 우리의 태도에 어떤 영향을 미치는 것일까?

"지역 구매"는 지역 판매자가 그 지역 구매자에게만 판매해야 한다는 "지역 판매"를 의미하는가? 만약 외부인에게 팔 수 있다면, 당신은 외부인이 사는 곳의 지역 구매 규정을 위반하는 것이라는 점에 유의하라. 만약 타 지역에서 온 방문자에게 로컬 상품을 판매하는 것이 가능한 개념이라면, 이 슬로건은 "지역 구매, 글로벌 판매!"가 되어야 맞는 것이 아닐까. 그러한 경우 이 개념은 보편적인 도덕적 원칙이 아니라 자기 잇속 정책일 것이다. 따라서 일관성을 유지하기 위해서는 이러한 개념이 모든 지역에 동일하게 적용되어

야 하며, 이는 수출뿐만 아니라 수입도 없다는 것을 의미하게 된다.

그리고 이것이 지니는 함축적 의미는, 만약 우리가 우리 자신의 지역사회를 벗어나 여행한다면, 그리고 "지역 규칙"을 위반하고 싶지 않다면, 현지에서 구입하여 음식과 주택 등 도로에서 소비할 것으로 기대되는 모든 것을 가지고 가는 것이 좋다. 여기서 주목해야 할 것은 주택도 포함이라는 점이다. 주택, 혹은 모텔은 가장 대표적인 지역 서비스로서, 우리는 다른 지역에서 그러한 서비스를 구입해서는 안 된다. 동시에 이는 이러한 모텔들이 고객 부족으로 인해 폐업할 가능성이 높다는 것을 의미한다.

요점은 사람들이 자발적으로든 강요를 통해서든 지역 정책을 더 보편적으로 그리고 일관되게 따를수록 그 결과는 더 배제적이고 반동적일 것이라는 것이다. 구매 지역주의는 이 사하는 데 익숙한 사람들의 상호작용 및 지역 간 이동성과 교환을 제한한다. 지리적 경계를 넘나들며 거래할 자유는 그 경계를 넘나들 수 있는 능력과 떼려야 뗄 수 없는 연관성이 있으며, 하나를 제한하면 필연적으로 다른 것도 제한할 수밖에 없다.

번역: 최진규

출처: <https://www.libertarianism.org/articles/twisted-logic-buy-local>