

대량소비 문화와 물질주의에 대한 기독교의 책임

이 장 형

(천안대학교 교수기독교윤리학)

I. 서론

II. 소비문화의 시대

1. 소비와 문화의 관계
2. 소비문화의 역사적 발전
3. 현대사회에 있어서의 물질주의의 힘
4. 쇼핑과 사치의 문화적 의미

III. 기독교적 책임과 대응 방안

1. 통합과 통전성의 회복
2. 소유와 소비로부터의 자유
3. 규모있는 생활 및 경제윤리 교육
4. 이용의 대상으로서의 재화
5. 공동체성의 회복

IV. 결론

• ABSTRACT •

We are living in a consumerism-oriented society and Christians are also exposed to consumerism, while both mutually influencing each other. This paper will discuss how the contemporary consumerism influences our social life and consciousness and then seek to explore how Christianity should approach this significant issue. Consumerism in the context of fast-forwarding globalization is significant because it would characterize Christian identity.

First, adoption of anti-realistic prospect in our society leads to a human life subject to power maximization. In this situation, people will be forced into a slavery inclined toward the pursuit of power. Even though power has value within itself, it can be problematic when it is discussed without connection with humanity. Therefore, we need a holistic perspective.

Second, Christianity teaches that we should use our property based on our faith in God. Our property does not belong to us or our family, but to God. Because God is the only true owner of all property, we should use it for the sake of others' happiness. The mass consumption-oriented culture is not simply a individual or social structural issue, but the issue of community's value system and world view, and religious issue by extension.

Third, in contemporary society, individuals should be granted basic fundamental rights to choose goods and services according to their own preference and capacity. The proper education about this issue should be given to children. Although production and consumption can be theologically related to the original, it is certain that consumption itself is not sinful. This requires us to engage in the discussion of consumption.

Furth, material and wealth are not intrinsically evil. They are also part of's creation and equally good in God's sight. However, they are good just because they are good in God's sight like other creatures. This view teaches us to enjoy material and wealth, rather than craving for them.

Fifth, a desirable view that consists in enjoying property and rejects consumption and property-oriented attitude requires us to move beyond the individualism toward communitarian culture. This does not mean simply going back to the early Christian life or only the recovery of the monastic life and spirituality. It is because the promotion of the value of community in church, and solidarity between churches are also very important. Of course, the cooperation of churches and organizations should accompany a realistic and political certainty.

Keywords : Mass Consumption, consumerism, materialism, economic education, community

I. 서론

우리가 살고 있는 시대를 여러 면에서 설명할 수 있겠지만, 그 중 빼놓을 수 없는 것은 소비¹⁾ 문화가 지배하고 있는 시대라는 것이다. 사실 문화는 일종의 환경이기 때문에 누구나 피할 수 없는 상황이다. 기독교인들도 예외 없이 소비문화에 노출되어 있으며, 소극적으로 영향을 받을 뿐 아니라 때로는 영향을 주기도 하는 것이다. 즉 소비문화와 관련하여 기독교는 독립변수로 혹은 종속변수로 작용하고 있다. 그런데 소비문화는 문화라는 용어가 말해주듯 단순한 경제 영역에 국한된 문제가 아니고, 신앙 공동체의 구조나 본질적인 부분에게까지도 영향을 줄 수 있는 측면이 있다. 대량 소비문화의 시대에 있어서 유아들도 예외가 아님을 지적하면서 유아들을 상대로 한 소비문화를 묘사한 한 글이 있다.

“0.5초당 1개씩 세계 어디선가 바비 인형이 판매되고 있다. 세계적으로 1억 2,000만 명 이상의 어린이들이 CTW(Children's Television workshop : 미국의 비영리 교육단체로 <세서미 스트리트>를 제작·방영했다)를 시청하고 있다. 최근 맥도날드가 우는 소리를 하고 있지만 여전히 미국 인구의 8%가 매일 맥도날드를 이용하고 있다. 맥도날드의 매출액 가운데 5분의 1가량이 어린이용 햄버거 세트인 ‘해피밀(Happy Meal)’이다. 음악시장·식품시장·영화시장·게임시장·의류시장·신발시장·장난감시장·텔레비전 방송시장·스포츠 시장·학용품시장·소매시장·온라인 소매시장·건강 및 화장품시장·여행시장 등 현재 어린이들을 타겟으로 하고 있는 모든 시장들이 급성장하고 있다.”²⁾

1) 소비란 소비재와 서비스가 만들어지고, 구입되고 이용되는 과정을 말한다. 이런 정의는 전통적인 견해가 확대되고 있음을 보여준다. 전통적인 구매행위의 강조 뿐 아니라, 구매에 선행하는 제품개발 및 구매 뒤의 제품이용이 소비 행위에 포함되는 것이다. 그랜트 매크래켄 지음, 이상률 옮김, 『문화와 소비』(서울: 문예출판사, 1997), p.29. 각주 1 참조.

본 논문에서는 현대 사회의 소비문화가 우리 생활 및 의식에 어떻게 자리 잡고 있는가를 살펴보고, 기독교 공동체가 이 문제에 어떻게 대응하여야 할 것인가 하는 문제를 모색해보고자 한다. 특히 지구촌화, 세계화가 급속히 되고 있는 상황 하에서 ‘소비문화’는 기독교 공동체의 정체성을 드러내주는 중요한 부분이 될 수 있을 것이다. 이제 기독교윤리의 논의도 ‘어떻게 생산하는가’하는 관심에서 ‘어떻게 소비하는가’하는 관심으로 이행해야할 부분이 많이 있다.

II. 소비문화의 시대

1. 소비와 문화의 관계

사실 전혀 관계없을 같기도 한 소비와 문화가 근래에는 깊은 관련을 맺고 있다. 현대 사회의 중요한 코드가 되고 있는 ‘문화’는 특히 서구식 자본주의 영향 하에서 ‘소비문화’를 통해 소비와 밀접한 관련이 되고 있다. 특히 지구촌의 여러 면에서 영향력을 행사하고 있는 미국은 세계 최고의 소비중심 사회이다. 그런데 미국인들은 다른 선진국 국민들보다 더 장시간 근무하지만 저축률은 더 낮고 소비자들의 채무가 폭발적으로 증가하여 매년 약 150만 가정이 파산신청을 하고 있다고 한다. 반면 가족 구성원의 수는 줄었음에도 불구하고 주택의 크기는 점점 넓어지고 있으며 주택의 특징은 대형 옷장과 서너 개의 차고가 딸려 있다는 것이다.³⁾ 그런데 이런 현상은 우리 사회에서도 가시화되고 있다. 가구수의 증가와

2) 줄리엣 B. 쇼어 지음, 정준희 옮김, 『쇼핑하기 위해 태어났다』(서울: 해냄출판사, 2005), p.33.

3) 줄리엣 B.쇼어 지음, 정준희 옮김. 『쇼핑하기 위해 태어났다』(서울: 해냄출판사, 2005), p.9.

함께 대형 주택을 선호하는 경향이 도시의 주택난을 가속화하고 있으며, 대도시 부동산 문제의 중요한 원인이기도 하다.

소비의 급속한 증가는 노동시간의 증가를 수반하게 된다. 간단히 말해 대량소비를 위해서는 대량생산이 발생하며, 많은 비용을 필요로 하게 된다. 비용의 확보를 위해서는 개인 및 가계 수입의 증가를 추구할 수 밖에 없는 것이다. 미국의 경우에도 지난 50년 동안 대부분의 사람들이 수입이 높아지는 대신 노동 시간은 증가했다. 그런데 대부분 노동 시간 증가에 대부분의 노동자들이 저항을 하지 않고, 여론조사 결과를 보면 노동 시간이 늘어났음에도 불구하고 노동자들 대부분이 노동 시간과 임금 간의 균형에 만족하고 있다는 점이다. 줄리엣 쇼어는 노동자들이 노동시간의 증가에 저항하지 않고 순순히 따르고 있다는 점을 지적하고 있다.⁴⁾

문화에 대한 정의는 무척 다양한데, 개인이 지적 자질을 개발·발전시키는 개화나 문명화의 의미를 내포한 개념이나 특정 문명권의 지적 소산의 총체를 가리키는 말로 문화유산, 유적, 문물, 무형문화 등을 의미하는 경우가 있다. 그런데 이보다 넓은 의미로 문화는 세계를 해석하고 구성하는 활동과 관념의 총칭으로 볼 수 있다.⁵⁾ 스타트는 문화의 특성을 여러 면에서 정의하였는데, 소비 문제와 관련될 수 있는 설명을 찾아보면 다음과 같다.⁶⁾

- ① 문화는 무형적이며 비가시적이다.
- ② 놀이문화나 패션처럼 문화는 욕구를 충족시켜준다.
- ③ 문화는 학습된 것이다. 여기에는 예절교육처럼 가정에서 이루어지는 공식적 학습, 광고를 통하여 모방하는 비공식적 학습, 그리고 교육기관에서 이루어지는 기술적 학습이 있다.

4) 위의 책, p.11.

5) 그랜트 매크레켄 지음, 이상률 옮김, 『문화와 소비』(서울: 문예출판사, 1997), p.13.

6) 남승규 지음, 『소비자 심리학』(서울: 도서출판 학지사, 1997).

④ 문화는 다수에 의하여 공유되는 것이다. 가족, 교육기관, 종교기관 같은 사회제도뿐만 아니라 대중매체나 광고를 통하여 다수의 사람이 공유한다.

⑤ 문화는 고정된 것으로 보이지만 변화한다.

그의 설명 중 주목할 수 있는 것은 문화가 시간의 진행에 따라 변화한다는 것인데 결국 소비도 하나의 경향성을 갖고 변해왔음을 참고할 필요가 있다. 인류가 살아오면서 소비는 언제나 있었을 텐데 그 문체가 대량화와 가속화 과정을 밟고 있다는데 주목할 필요가 있다. 최근의 문화적 변화를 소비문체와 관련시켜 남승규 교수는 네 가지 측면에서 이렇게 설명하고 있다.⁷⁾

첫째로, 개인화가 이루어진다. 타인 지향적 가치보다는 자기 지향적 가치를 강조함에 따라 자기만의 취향에 따른 자기 만족이나 자기 실현을 추구하는 경향이 증가할 것이다.

둘째로, 권리와 안전에 대한 관심이 증가한다. 개인의 권리나 안전에 대한 관심이 증가함에 따라 소비자권리를 지키려는 움직임이 더욱 강화될 것이다.

셋째로, 신뢰가 부족해진다. 냉소주의와 좌절감을 맞본 소비자들은 경제적인 태도를 취하게 될 것이다. 기업과 제도권에 대한 신뢰 부족은 소비자의 경각심을 일깨우고, 제품·서비스·아이디어가 기대에 부응하지 못할 때 강한 반발을 보이게 될 것이다.

넷째로, 성의 해방(liberation of sex)이 강조된다. 성에 대한 새로운 윤리관과 인식은 성에 대한 기존의 태도를 변화시킬 것이다. 광고계에서도 1992년부터 광고에서 성별 차이로 사용해 온 남성과 여성이라는 말 대신 남자와 여자라는 표현이 많이 쓰이기 시작했다.

7) 위의 책. p.114~115 참조.

문화를 소비와 관련시켜 논하게 될 때 그 연계점으로 가치의 문제가 사용될 수 있음을 생각해 볼 수 있다. 즉 문화의 구성요소에는 문화적 신념, 문화적 가치, 문화적 규범 등이 있는데, 특히 가치는 중요한 요소로서 무엇이 바람직한가 또는 무엇을 해야 하는가에 관하여 사회 구성원이 공유하고 있는 특별히 중요한 신념을 말하기 때문이다. 예를 들어, 서양에서는 합리적 사고와 행동방식으로 인하여 공정성을 중요시하지만, 동양은 유교적 사고와 행동방식으로 인하여 예절이나 미덕을 중요시한다.⁸⁾ 이런 면에서 문화 및 사고방식은 소비생활에 영향을 주기도하며, 동시에 소비생활이 문화의 구성요소가 되기도 한다는 것이다. 남 교수는 '소비자 심리학'에서 문화적 차이에 영향을 미치는 소비심리와 관련된 요소들을 다음 표와 같이 소개한 바 있다.⁹⁾

문화적 차이에 영향을 미치는 기본 요인	
영향 요인	예
1. 마케팅 환경의 차이	소매점의 유형과 질이 크게 다를 수 있다.
2. 소비방식의 차이	각국의 제품 소비 수준이 상당히 다를 수 있다.
3. 언어 차이	축진 주제의 용어/개념이 적절히 반영되지 않을 수 있다.
4. 여건의 차이	사회 경제적 여건은 나라마다 매우 다를 수 있다.
5. 이용 방법의 차이	같은 제품이나 서비스를 매우 상이하게 이용할 수 있다.
6. 잠재시장부분 차이	나라별로 소득·사회계급·연령·성 등이 다를 수 있다.
7. 조사 기회의 차이	문맹률이 높으면 자료수집이 어렵다.
8. 평가 기준의 차이	제품이나 서비스의 혜택을 다르게 탐색할 수 있다.

소비심리의 여러 요소들은 구체적으로는 마케팅 분야와 관련되겠지만, 넓은 의미로는 소비 문화의 전반적인 현상에 관련되는 것으로 볼 수 있을

8) 남승규 지음, 『소비자 심리학』(서울: 도서출판 학지사, 1997), p.116.

9) 위의 책, p.117.

것이다. 기업이 해외시장을 개척할 때 흔히 경험하는 문화충격이라는 것도 소비와 문화와의 밀접한 관련성을 보여주는 예에 해당한다고 할 수 있다. 결국 가치, 문화, 소비는 인간의 행동에 있어서 밀접히 연계되어 있으며 가치평가는 개인과 공동체의 생활양식 전반을 지배하는 '상위의 개념'이므로 그 관계와 영향을 고려할 필요가 있다.¹⁰⁾

2. 소비문화의 역사적 발전

인류의 기본적인 소비품은 의, 식, 주이다. 그 중 전통적이며 보편적인 식품에 해당하는 빵에 관한 그 생산 및 소비 과정에 관한 문화사로서의 두툼한 책이 나올 수 있을 정도로¹¹⁾ 소비문화는 다양하고 복합적인 내용을 담고 있다. 소비에 관한 다양한 각도의 역사 서술이 가능하겠지만, 위그랜트 맥크라켄에 의하면 소비의 역사는 크게 세 단계의 중요한 시기가 있었다고 한다. 논자는 이 설명을 수용하면서 현대는 네 번째 단계에 이미 진입했다고 설명하고자 한다.

첫째로, 16세기 후반의 영국에서의 소비 붐을 들 수 있겠다. 엘리자베

10) 남 교수는 『소비자 심리학』에서 문화는 소비자로서의 개인의 행동에도 똑같이 다음과 같은 영향을 미친다고 설명하고 있다.

- ① 쾌락주의를 중시하는 문화에서는 여가관련 제품과 서비스 그리고 시간 절약형 제품이나 서비스의 성공 가능성이 높을 것이다.
- ② 안정추구를 강조하는 문화에서는 외제 상표와 유명상표를 선호하고, 보험에 가입하는 고객의 수가 급증할 것이며, 천연·무공해·건강식품 같은 시장의 전망이 높을 것이다.
- ③ 타인지향을 중시하는 문화에서는 상표·제품·포장·광고 메시지 설계에 있어 사회적 소구가 중요할 것이다.
- ④ 인본주의 문화에서는 현금이나 성금의 모금운동이나 복지시설 등과 같은 자선사업이 유행할 것이다.
- ⑤ 개인주의를 중시하는 문화에서는 개인의 정체성이나 개성을 강조하는 광고 메시지나 제품 디자인이 효과적일 것이다.
- ⑥ 권위·신분·집단주의를 중시하는 문화에서는 고급품, 회원권, 콘도 같은 사업이 호조를 보일 것이다.

11) 하인리히 야콥 저, 광명단 임지원 역, 『빵의 역사』(서울 : 우물이 있는 집, 2002).

스 1세기 시대의 영국 귀족들은 새로운 열광을 갖고, 새로운 규모로 돈을 지출하였다. 그들은 서양의 소비의 성질을 극적으로 변화시킨 측면이 있다. 환대방식과 여러 의식, 의복 등에 있어서 많은 돈이 지출되었으며, 과시적인 지출이 발생하였다. 이런 소비폭발의 원인을 그는 두 차원에서 설명하는데, 엘리자베스1세가 지출을 통치의 수단으로 사용하였다는 귀족들 사이에 일어난 사회적인 경쟁을 들 수 있겠다.¹²⁾

“엘리자베스는 자신의 정치적인 이유 때문에, 소비를 군주로서의 자신의 권력을 확대시키기 위한 거대한 극장을 만들어내는 수단으로 이용할 줄 알았다. 그녀는 또한 소비를 앞으로 너무 강력해질지도 모르는 그녀의 신하들을 가난하게 만들기 위한 책략으로 이용할 줄도 알았다. 반면에 귀족들은 그에 따라서 지출하였다. 사회적 경쟁자들의 존재라는 익숙치 않은 사정도 또한 귀족들로 하여금 그렇게 하도록 촉진시켰다. 이러한 지출의 점증은 그들이 곧 경쟁적인 소비의 노예가 되었다는 것을 의미하였다.”¹³⁾

둘째로, 18세기에는 소비의 폭발이 있었다. 재화 세계가 극적으로 확대되어 가구, 도기, 은제품, 거울, 포크와 나이프, 정원용품 등을 구입하는 새로운 기회가 제공되었다. 매켄트릭 등은 이 때를 현대소비문화의 시작을 목격할 수 있는 시기라고 하고 있다.¹⁴⁾

이 시대는 유행의 개념이 생겨나면서 많은 사회집단과 더 많은 제품에 영향을 주기 시작했다. 소비에 있어서 유행과 기호란 요소가 작용하기 시작했다는 면에서 사람들의 수가 본격적으로 중요한 시기가 되고 있다. 엘리자베스1세 시대의 소비는 주로 귀족계급에 제한되어 있었으나 18세기에 들어서면서 대중소비의 개념이 등장한다.¹⁵⁾ 이 때부터 가족을 위한

12) 그랜트 매크래켄 지음, 이상률 옮김, 『문화와 소비』(서울 : 문예출판사, 1997), p.45.

13) 위의 책, p.54.

14) 위의 책, p.56.

구매보다는 자신을 위한 구매가 본격화 되었다고 할 수 있다. 소비의 개인화가 진행되었다는 면에 주목할 필요가 있다.

셋째로, 19세기는 소비가 하나의 문화로 자리매김 되는 시대이다. 소비와 사회가 매우 긴밀한 관계를 형성하게 된다. 소비는 대중 활동으로 자리 잡게 되었고, 백화점의 등장도 큰 몫을 감당하게 된다. 특히 ‘백화점은 또한 사람들이 소비하는 장소, 소비하는 것, 소비하는 데 필요한 정보, 이 새로운 소비에 몰두하는 새로운 생활양식 등의 성질 자체도 변화시켰다’고 할 수 있다.¹⁶⁾ 영구적인 사회적 사실로 소비가 자리매김하며, 소비 변화와 사회변화가 함께 작용하고 있음을 볼 수 있다.

넷째로, 지구촌화와 세계화는 소비문화를 가속화시키고 있다. 지역의 개념이 사라지면서 전 세계가 재화를 공유하는 형국이 되었다. 이제 가장 적은 비용으로 생산할 수 있는 나라만이 경쟁력을 갖고 있으며, 농산물 및 공산물, 나아가 서비스의 경우까지 대량소비 할 수 있는 상황이 전개되고 있다. 이로 인해 모든 것들이 대량화되는 추세이다. 백화점의 시대를 넘어서 대형 쇼핑몰의 증가는 농어촌까지 파고들고 있으며, 결국 우리의 의식 구조에까지 영향을 미치는 상황이 되었다. ‘문화는 단순한 재화의 생산이나 소비방식 뿐 아니라 문화는 그것을 통해서 모든 현상을 보는 ‘렌즈(lens)’이다. 문화는 이 현상들이 어떻게 파악되고 융합되는가를 결정한다. 둘째, 문화는 인간 활동의 ‘청사진(blueprint)’이다. 그것은 사회적인 행위와 생산적인 활동의 좌표축을 결정하면서, 그 둘로부터 파생되는 행동 및 사물을 특정화한다.”¹⁷⁾

15) 위의 책, p.65.

16) 그랜트 맥크래켄 지음, 이상률 옮김, 『문화와 소비』(서울 : 문예출판사, 1997), p.81.

17) 위의 책, p.164.

3. 현대사회에 있어서의 물질주의의 힘

윌리엄 로마노프스키는 미국의 예를 들면서 물질주의가 미치는 영향을 이렇게 제시한 바 있다.

“물질주의적 태도, 욕망, 가치는 북미인들의 삶에 강력한 힘을 발휘하고 있다. 미국인의 42퍼센트가 매주 교회에 나가는 반면 70퍼센트가 쇼핑몰을 찾는다. 뉴욕 타임즈(New York Times) 지에 따르면, 보통 십대들은 1년에 54차례 쇼핑을 나간다. 마돈나의 노래 가사에도 나오듯이 ‘물질적 세계 안에서 살아간다는 것’은 개인적·공동체적 정체성에 영향을 끼친다. 단지 상품을 사고파는 게 아니다 거기서 우리는 꿈과 체험 그리고 쾌감을 구입하는 것이다. 이런 의미에서 소비는 일종의 구원이다.”¹⁸⁾

소비가 삶의 한 방편이 아니라 중심 및 목적으로 자리 잡고 있는 경우가 많으며, 직접 관련이 없는 것으로 보이는 문제에도 소비가 관련되는 경우가 많다. 사실 심각한 영향을 받고 있으면서도, 그것을 정확히 인지하고 있지 못한 상황이 문제일 수도 있다. 현대인들은 자본주의 경제의 핵심영역인 상품과 돈에 참여하고 있으며, 추구하는 가치도 결국은 인공적 상품에 대한 탐욕으로 대치되는 경우도 많다. 자본주의 시장경제 체제에서 상품의 구매력은 단순한 구매력 이상의 의미를 갖고 있는 것이다.

두크로는 데카르트를 언급하면서 인간을 ‘자연의 주인이고 소유자’로 규정하였는데, 인간이 주체라는 생각이 자신의 신체성과 전체 세계를 폭력적 인식과 기술적 조작이라는 기계적인 객체로 변화시킨다고 하였다.¹⁹⁾ 합리주의에 기초한 인간의 사고와 자유의 증대는 상품과 재화의

18) 로마노프스키 지음, 정혁현 옮김, 『백주, 타이타닉, 그리스도인』(서울: 한국기독교학생회출판부, 2004), p.192.

소비를 가속화시키는데 기여하였으며, 나아가 넓은 의미의 물질주의가 자리잡는 기초를 이루었다고 볼 수 있다.

4. 쇼핑과 사치의 문화적 의미

소비의 구체적인 행위로 볼 수 있는 쇼핑이란 행위를 분석해 보면 다양한 문화적인 의미를 담고 있음을 볼 수 있다. 토마스 하인은 그의 '쇼핑의 유혹'이란 저서에서 단순하게 물건을 사거나 획득하는 과정으로 볼 수 있는 쇼핑이란 일상적인 과정을 철저하게 분석하고 있다.²⁰⁾ 예를 들어 쇼핑에는 물건을 획득하고 그것을 이용하여 관계를 형성하고 권위를 확립하는 방식은 인간의 오래된 행동 양식이 들어 있다는 것이다.

“인류 외에 다른 종들은 특별한 임무수행을 위해 도구를 제한적으로 사용할 뿐이다. 인간만이 물건을 관계의 핵심에 둔다고 말할 수 있다. 적어도 신석기 시대부터 모든 사람들에게 물건은 파워의 상징이었다. 부족 시대에 주요 물건을 점유한 사람들은 부족의 통치자나 마법사들이었다. 군주의 왕관, 추장의 망토, 샤먼이 수집한 신비한 부적, 랩가수의 보석을 박은 치아 등은 권위와 마법의 원천이었다.”

즉 토마스 하인은 쇼핑을 통해 개인은 파워를 드러낸다고 해석하고 있다. 물론 최소한의 물품을 소유하고 생활하던 고대사회와 기계문명과 주거문명의 발달과 함께 많은 것들을 소유하고 살아갈 수밖에 없는 현대사회를 동일선상에서 분석하는 것은 단순화와 비약의 위험이 있는 것이 사실이지만, 쇼핑에서 자신의 자기표현(소유물건이 나를 규정한다), 심리적 불안(유행과 불확실성), 관심(고객의 마음을 사로잡는 진정한 관심), 소속

19) 올리히 두크로 지음, 손규태 옮김, 『자본주의 세계경제의 대안』(서울: 도서출판 한울, 1997), p.66.

20) 토마스 하인 지음, 김종식 옮김, 『쇼핑의 유혹』(서울: 세종서적, 2003), p. 25.

감(취향에 맞는 공동체), 축하, 편의 등의 의미를 발견해 낸 것은 평가할 만한 일이며, 현대 소비사회의 분석에 있어서도 좋은 시각을 제공해주고 있다고 생각한다.

특히 하인이 지적한 쇼핑이 갖는 책임으로서의 의미는 설득력이 있다. 즉 누구도 쇼핑없이 가족 구성원으로서의 책임을 감당하지 못함을 볼 수 있다. 즉 토마스 하인은 쇼핑은 가족의 공동재산을 소비하는 순간이기에 그 재산을 낭비하지 않도록 소비하는 것이 무엇보다도 중요하다고 설명한다. 전통사회에서 재산은 집에서 기르는 가축의 숫자로 나타나는데, 1년에 몇 번 치르지 않는 축제와 기우제 등 큰 일이 있어야 비로소 가축을 잡게 된다. 가축의 도살은 축제의 중요한 과정이면서 축하와 불안이 공존하는 때가 되었다는 것이다.²¹⁾

쇼핑하면 낭비벽이 심한 주부들이 매장을 여기저기 휘저어 다니며 수중에 없는 돈을 마구 쓰는 행위를 연상하는 사람들에게는 생각할 점과 상인의 입장에서 매출을 올리는 것이 왜 힘든가하는 문제에 대한 답을 제시하기도 한다.

문화와 소비의 관계가 깊어지는 것은 현대사회에서 소위 1차 산업, 2차 산업에 대한 소비의 비중보다는 3차 산업에 관련된 소비의 비중이 현저히 높아지고 있다는 점을 참고할 필요가 있다. 특히 포스트모던사회의 특징은 대중문화가 지배하는 경향이 강하면서도, 독특성과 개별성, 차별성을 추구하는 인간 욕구에 기인한 사치의 문화, 명품의 문화, 귀족의 문화가 또 다른 영역을 구축하고 있다. 상반되는 것 같은 흐름이 둘 다 제 현상 속에서 드러나고 있다. 소비와 문화의 밀접한 연관을 마이크 패더스틴은 이렇게 설명하고 있다. “현대 서구사회는 끊임없이 변화하는 상품흐름 때문에 상품이 지니는 지위와 서열을 파악하는 문제를 더욱 복잡하게

21) 위의 책, p. 48.

만들고 있다. 이 맥락에서 특정 집단이나 범주의 사람들이 신상품을 적절하게 이해하고 어떻게 사용할 것인지를 알려주는 취향, 차별적인 판단이나, 지식 또는 문화자본은 중요해진다.”²²⁾

상품의 소비는 단순한 소비가 아니라 자신의 몸, 사회적 관계를 형성하는 문화적 작용이 되기 때문에 많은 사람들이 소비에 집착하며 대량소비의 단계를 지나 질적 소비를 추구하는 단계가 되면 다양한 정보에 의한 계층 형성을 추구하는 소비를 지향하게 되는 것이다. 또한 이에 대해 생산자와 판매상들은 또 다른 차별화를 추구하는 전략을 내놓게 됨으로써 새로운 소비의 패턴과 계층이 형성되는 것이다. 여기에 관계될 수 있는 상품들은 단순한 소비재가 아닌 고급 문화상품(예술, 소설, 오페라, 철학 등)인 경우가 많다. 이런 류의 소비는 다른 일반문화상품(의류, 음식, 음료, 여가추구 등)이 소비되고 취급되는 방식과 관련되어 있으며 일상적 문화소비처럼 동일한 사회적 공간에 각인된다. 더글라스와 이쉬우드는 소비 계층은 세 종류의 상품소비와 관련되는데 1차 생산부분에 상응하는 기본 군(예를 들어, 음식) 2차 생산부분에 상응하는 기술 군(운송과 소비자의 자본설비), 그리고 3차 생산에 상응하는 정보 군(정보 상품, 교육, 예술, 문화와 여가 추구) 등이다.²³⁾

어느 사회, 어느 시대든 사치품과 사치문화는 있어왔다. 부족국가 체제였던 사회의 분묘 등에서 발굴되는 장신구, 무기 등을 보면 사치의 역사는 매우 오래되었음을 볼 수 있다. 그런데 이 사치가 대중화되는데 문제가 있다. 즉 전체 인구 대비 비율로도 증가되고 있으며 그 총량에 있어서는 상당한 양으로 소비 가속화의 한 몫을 담당하고 있다. 필요에 의한 소비를 넘어 과시를 위한 소비가 되면서, 소위 기업체의 브랜드와 명품전

22) 마이크 페더스톤 지음, 정숙경 옮김, 『포스트모더니즘과 소비문화』 (서울: 현대미술사, 1999), p. 37.

23) 위익책, p. 37.

락은 세계화되며 대중화되는 소비 풍조를 만들어내고 있는 것이다.²⁴⁾

사치품의 유통을 보면 과거의 신화적 성격이 제거되는 보편화와 고가의 고급 서비스와 이미지 전략이 동시에 벌어지고 있음을 볼 수 있다. 대다수 소비자들은 이 정책에 끌려가면서 결국 대량소비에 일조하게 되는 것이다. 사치품은 심리적으로 허영심과 관련된 많은 논란을 야기하기도 하며, 새로운 신분적 차별화와 위화감 조성 등의 문제를 야기하기도 한다. 그 과정이 특별해야하고 남들의 눈에 띄거나 비밀을 유지해야하기에 많은 공간을 차지하거나 많은 에너지를 소비하는 등 결국은 사회전체가 부담 할 수 밖에 없는 환경 관련 문제 등을 야기하는 것이다. 보편화되고 있는 대형주택과 차량의 증가 등은 내구재이긴 하지만 대량 소비라는 측면에서 많은 부담을 주고 있는 것이 현실이다.

III. 기독교적 책임과 대응 방안

현대인의 정체성은 그들의 사유의 내용에 있지 않고 그들이 무엇을 어떻게 소비하느냐에 따라 결정된다. 즉, 어떤 면에서는 무슨 옷을 구입하고 어떤 레스토랑에서 음식을 먹는가에 따라서 존재의 특유한 방식이 확립되는 것이다. 그러므로 “나는 소비한다. 그러므로 나는 현존한다”라고 현대인을 정의할 수도 있을 것이다. 기독교가 현대 소비사회의 이런 준거의 방식을 무조건 무시해서는 살아남지 못한다. 그것은 곧 사회의 존립과 소통의 기호이기 때문이다.

24) 최초의 세계적인 사치품 그룹인 LVMH(루이비통 - 모에 에네시)는, 2001년에 5개의 고급제품을 65개국에 출시한 데 힘입어 122억 유로의 총매출액을 올렸다. 같은 해, 에스테로더 Estee Lauder 그룹의 총매출액은 46억 달러에 달했고, 피노 - 프랭탕 - 르두트 (Pinault - Printemps - Redoute, P.P.R.) 그룹의 사치 부분 총매출액은 25억 유로에 달했다. 엘리에트 루 지움, 유제영 옮김, 『사치의 문화』(서울: 세종서적, 2003), p.14.

소비는 타인과 나를 구별하는 수단임과 동시에 나를 표현하는 수단이다. 소비는 우리의 사고 및 행위와 밀접하게 연결되어 있는 동시에 그것들의 구현 방식을 지시한다. 우리는 어떤 면에서 지금 풍부함이나 소비의 가속화 그 자체가 비도덕적인가의 여부를 묻는 것이 아니다. 그보다는 이미 세계의 한 부분에서 절실하게 필요로 하는 것을 한 쪽에서는 낭비하고 있는 것이 현실이라는 사실에 주목해야 한다는 것이다. 이미 물질주의와 소비문화는 하나의 거대한 흐름으로 자리 잡고 있다. 단순히 물질에 관한 율법주의나 상황주의적 논의가 아닌 적실성을 갖는 대답을 찾는 것이 필요하다. 논자는 새로운 대답을 찾지는 못했다. 기독교의 전통과 논의 가운데 이미 해답은 제시되고 있기 때문이다.

1. 통합과 통전성의 회복

윌리엄 슈바이커는 현대사회의 힘이 지니는 신학적 위험성을 지적했는데, 경제적인 능력이 전통적인 힘인 정치력보다도 앞서서 현실 가운데, 행위와 행위자의 통전성을 회복할 필요가 있음을 돌아보게 한다. 그는 기독교의 신학적 윤리학을 전개한 학자이긴 하지만 기독교신앙을 절대적인 전제로 하는 대부분의 신학자들과는 달리, 철학적 차원에서 도덕실재론의 필요성을 제기하며 책임 및 통합이라는 개념을 통해 '해석학적 실재론'을 주장한 바 있다. 그는 인간이 힘을 가지고 있고 그 힘이 실재에 응답할 수 있는 능력을 지니고 있으며, 현대 사회에서 인간의 힘이라는 실재가 가치의 원천이 되고 있다고 지적하고 있다.²⁵⁾

다시 말하면 포스트 모던적 사회에서는 선에 대한 고백이 상실되고 있으며, 선의 실재를 부정하고 인간의 힘이 삶을 가장 의미 있고 목적 가득

25) William Schweiker, *Power, Value and Conviction* (Ohio: The Pilgrim Press, 1998)
문시영 역, 『포스트모던시대의 기독교윤리』(서울:살림출판사, 2003), pp.23-24.

한 것으로 만들어가는 기대가 팽배해 있다. 어떤 면에서 보면 아리스토텔레스 이후 가장 중요한 가치 가운데 하나로 여겨져 왔던 도덕적 선이 논의의 초점에서 배제되고 있는 것이다. 슈바이커는 이러한 최근의 위협을 반실재론(antirealism)이라고 지칭하면서, 도덕이란 단지 인간의 발명이며 사회적 구성물에 불과하다는 지적이 설득력 있게 등장하고 있는 위험한 현실을 지적하고 있다.

반실재론자들은 자유를 강조하면서도 인간을 그의 세계에서 분리시키는 결과를 야기한다고 볼 수 있다. 반실재론적 조망의 채택은 힘의 극대화에 종속되는 인간의 삶으로 이어지며 인간이 힘의 추구에 이끌리는 노예가 될 수 있다. 현실적으로 힘은 가치를 갖고 있지만, 인간과의 연관성 없이 논의되기 시작할 때 심각한 문제가 된다. 슈바이커는 행위와 행위자의 연관 관계에 대한 논의를 통합(Integration)과 통전성(Integrity)이란 개념으로 설명한 바 있다.²⁶⁾

인간이 “할 수 있다”는 능력을 가졌다고 하여 이를 거침없이 실행 할 수 없기에, 전통과 새로움, 윤리의 다원성과 인간의 미래적 요구 사이의 긴장 속에서 책임 윤리는 더욱 필요하다. 만일 인간들이 생명을 존중하지도 않고 그 가치를 함양하지 않는다면 산다는 것 자체가 무의미해질 수 있으며, 인간은 생명의 부여자인 하나님께서 원하시는 생명 존중의 과제를 구현해야 하기 때문이다. 특히 슈바이커는 행위자, 힘, 가치의 연관성에 주목하였다. 그의 해석학적 도덕실재론은 힘이 가치의 중심에 자리 잡고 있는 기술 문명사회에 있어서 인간이 어떻게 살아야하는가의 문제인 규범적 요소와 관련되고 있다.

기술문명 사회에 있어서 인간은 어떻게 평가받고 있는가? 힘이 가치의 중심에 있는 사회에 있어서 인간은 힘을 행사하는 존재로서 가치중립적

26) William Schweiker, 문시영 역, 『책임윤리란 무엇인가』(서울:대한기독교서회, 2000), p.15. ‘한국 독자를 위한 저자의 설명’ 참조.

이며 객체적인 우주에 가치를 부여하는 존재로 이해되고 있다. 그런데 그는 여기서 인간의 존엄성을 말한다가 보다는 가치가 존재론적 실재에서 도출되는 것이 아니라, 행위자 또는 공동체가 힘을 사용하는 가운데 창출되는 것을 지적하는 것이다. 이렇게 되는 경우 힘의 극대화가 삶에 있어서 가장 우월한 가치라는 주장이 가능해져, 힘이 가치를 위해 있는 것이 아니라 그 자체가 가치의 원천이라고 여겨지는 기술사회의 위험한 특징이 드러나는 것이다. 이 문제의 극복이 교회와 기독교 공동체의 과제인 것이다.

2. 소유와 소비로부터의 자유

기독교는 물질을 부정하거나 경시하지 않는다. 오히려 정신과 물질 사이에 올바른 관계를 세우려고 한다. 하나님은 창조주로 묘사되고 고백되고 있다. 다시 말해, 기독교는 하나님에 대한 신앙에 의해서 물질을 올바르게 다룰 수 있는 근원적인 태도를 이야기한다는 것이다. 우리는 이런 입장을 가지고 재산의 소유와 사용에 대해 살펴보아야한다. 초대교회 때부터 물질에 대한 이해를 잘못하여 생겨난 이단 사상들이 많았음을 상기할 필요가 있다.²⁷⁾

플레처(Joseph Fletcher)는 모든 재산 곧 부는 하나님께 속한다고 말한다. 그는 하나님만이 모든 자연적 자원과 그 생산물의 주인이요 소유자라고 주장하며, 우리의 재산은 공공의 선을 위해서 사용하라고 맡기신 것이라고 한다. 개인이 소유하고 있는 재산은 자기와 자기 가족 및 그 밖의 몇몇 사람을 위해서 자기 마음대로 쓸 수 있는 자기 자신의 것이 아니라,

27) 예를 들어 마르시온의 사상을 들 수 있다. 그는 세계 및 물질을 본질적으로 부정적인 것으로 본다. 경제생활은 하찮은 것으로 간주되며, 그리스도도 전적으로 영적 용어로만 이해되어야 한다는 잘못된 주장을 하였다. 초기 기독교에 있어서 가현설, 영지주의 등은 물질에 대한 잘못된 이해를 전제하고 있다.

모든 것의 소유자는 오직 하나님뿐이며 그가 사회와 모든 사람의 행복을 위해 사용하도록 그것을 개인에게 맡기셨다는 것이다. 그리고 결핍의 시대에서 풍요의 시대로 전환하면서 두드러진 현상은 개개인은 부해지고 사치해지고 물질을 필요 이상으로 낭비하고 있음에 반해 공공사회는 가난하다는 것이다. 개인은 지나친 소비를 억제하고 세금을 통해서 개인의 부와 공공사회의 빈곤간의 간격을 메우기를 요구한다.²⁸⁾

성경은 가난에 대해, 자립적인 개인주의의 신조가 허용하는 것보다 훨씬 더 복잡하고 다양한 이해를 보여주고 있으며, 개인의 게으름이 가난의 원인이 되기도 하지만(잠 10:4), 동시에 사회에도 그 원인이 있다고 보고 있다. “가난한 사람이 경작한 밭에서는 많은 소출이 날 수도 있으나, 불의가 판을 치면 그에게 돌아갈 몫이 없다”는 경고에 귀를 기울여야 한다.(잠 13:23)

그런데 이러한 생각의 단초를 우리는 이미 토마스 아퀴나스에게서 발견할 수 있다. 토마스 아퀴나스의 경우 소유의 사용에 대해서 외적인 것들은 인간을 위해 만들어졌으므로 그는 자신의 이성과 의지에 따라서 자기 이익을 위해 사용 할 수 있기 때문에 “인간은 외적인 것들에 대하여 자연적인 지배권”을 가진다는 견해를 밝히고 있다.²⁹⁾ 게다가 우리는 신의 법에 의하여 하나님께서 인류에게 만물을 지배할 권한을 주셨다는 것을 알고 있다.(시편 8편, 창세기 1장 참조) 그러나 만물의 소유권은 개별적인가 아니면 만물이 공동으로 소유되는가? 토마스는 재산의 사용에 있어서 “인간은 외적인 것들을 자기 것이 아닌 공동의 것으로 소유해야 한다. 그래서 그것들을 필요로 하는 이들에게 전달할 수 있어야 한다”³⁰⁾고

28) 고범서, 『개인윤리와 사회윤리』(서울: 한국신학연구소, 1984) pp.345~346.

29) *Summa Theologica*, Q. 66. Art. 1. In EDP, 필립 위저만, 임성빈 옮김, 『기독교 윤리학의 역사』(서울: 한국장로교출판사, 2000) p. 170. 재인용. (이하에서는 위저만으로 표기함)

30) 앞의 책. Art. 2.

밝히고 있다.³¹⁾

그리스도인들의 신앙과 분별력은 감상적으로 포장된 문화적 가치들이 어떻게 신앙에 거슬리는지 간파해내는 능력을 수반해야 한다. 소비의 가속화로 표현되는 대량 소비 지향적 문화는 단순한 개인의 문제나 사회 구조적 문제이기보다는, 개인 및 개인이 속해있는 공동체의 가치관과 세계관, 나아가 종교성의 문제라는 것에 더 민감하게 다가서야 할 것이다.

3. 규모있는 생활 및 경제윤리 교육

물질이 풍요로운 자본주의 사회에서는 소비가 일종의 인간의 존재 의 미라고 할 수도 있다. 그러나 검약과 절제의 덕이 없는 소비문화의 가속화는 소비러시로 인해 낭비와 사치를 부추긴다. 그러므로 신앙인은 가정의 능력과 사회의 조건을 함께 생각하며 사치는 경계해야 한다. 사치와 검소의 기준은 농경사회나 신분 계급이 통용되던 봉건사회와는 다르나, 각자는 사회 정의에 따른 나눔의 정신과 자기 품위를 유지하는 정당성과 수준을 참고하여 생활을 영위해야 할 것이다. 바울사도는 데살로니가 전·후서에서 자신을 본받아 규모 있는 경제생활을 하도록 강력히 권고하고, 이를 순종하지 않는 사람들은 치리하도록 지시하였다.

성경이 가르치는 규모 있는 경제생활이란 어떤 것인가? 그것은 성실하고 근면하게 일해서 자기 자신과 노부모님을 포함한 자기가족의 생계를 책임 있게 공급하며(살후3.6-15, 딤후5.8), 나아가 자녀교육과 불의의 사고를 예비한 저축(고후12.14, 딤후3.14)과 구제 및 현금(엡4.28, 행20.33-35), 그리고 각종 세금(마22.21, 17.24-27, 롬13.1-7)등을 충당할 수 있을 만큼 근로생활을 하는 것이다. 일할 수 있는 능력과 기회가 있는데 타인의 도움을 받고 살거나 무책임하게 노는 것은 비윤리적이다. 심지어

31) 위저만, pp. 170~171.

어 충분한 재력이 있다 할지라도 근로하지 않는 것은 규모 있는 경제생활이 아니다. 그리스도인은 기본적으로 자기 자신과 자기 가정의 생계를 확보하고 나아가 많은 것을 남에게 줄 수 있도록 추가근로를 해야 한다.³²⁾

현대 사회에서는 무엇보다도 개인의 취향과 능력에 따라 재화나 서비스를 선택할 자유가 인정되어야 한다. 그러나 그 모습이 천박해서 안 될 것이다. 그러므로 성장 과정에 있어서의 적절한 교육이 중요하다. 그리고 자기중심만이 아니고 우리는 더불어 사는 세상을 의식하여, 물질로 인해 이웃에게 걸려 넘어지는 기회가 되어서는 안 될 것이다. 아무리 자기의 물건이고 재산이라고 하더라도 궁극적으로 하나님의 은혜이므로 그것을 가지고 이웃에게 피해를 줄 권리는 없는 것이다.³³⁾ 자만심과 유행에 노예가 되지 말고 언젠가는 모든 이와 모든 것의 주님이신 하나님 앞에서 썬을 한다는 것을 잊지 말고 자유와 책임을 느껴야 한다.³⁴⁾

왜냐하면 세계의 한 부분에서 절실하게 필요로 하는 것을 한 쪽에서는 낭비하고 있는 것이 엄연한 현실이기 때문이다. 우리는 그리스도인들이 일반적인 필요를 느끼는 사람들을 돕기 위해 소비의 형태를 바꿀 수 있도록 교육해야 할 것이다. 막대한 청교도적인 청빈과 절약은 적실성이 결여되어 있다. 이제 어떻게 생산 및 소득을 얻고, 어떻게 얼마나 소비할 수 있는가에 대한 구체적인 담론이 요청된다. 우리 사회의 부동산 투기 문제나 피라미드식 판매방법 등 범죄와 적법의 줄타기를 하고 있는 부분에 상당한 크리스천들이 가담하고 있으며, 교회의 직분자들도 예외가 아니다. 그들이 방법론적인 면에서 교회와 비슷한 모습을 드러내기도 한다고 한다.

32) 이정석, 『세속화 시대의 기독교』(서울: 도서출판 이레서원, 2000), p. 129.

33) 최창무, 『윤리신학』II (서울: 가톨릭대학교 출판부, 2001), pp. 101~102.

34) 교전 3:22~23, 10:23~24; 롬 14: 1 ~ 15:7.

2004년 시행된 한국기독교인의 정치, 사회의식 조사에 따르면 우리나라의 기독교 교인들은 경제적 부의 축적과 종교적 신앙을 밀접하게 연관시키지는 않는 것으로 조사 되었다. ‘자본주의 사회에서 돈을 많이 번 사람은 하나님의 축복을 받은 사람’이라는 견해에 대해 전혀 그렇지 않다는 응답이 24.4%, 별로 그렇지 않다는 응답이 37.4%로 부정적인 견해가 긍정적인 응답인 34.5%에 비해 많았다. ‘검소한 생활을 하는 사람은 그만큼 신앙심이 더 깊은 사람’이라는 견해에 대해 매우 그렇다는 응답이 10.3%였고, 비교적 그런 편이란 응답이 47.2%로 수긍하는 응답이 57.6%로 수긍하지 않는다는 응답 38.9%에 비해 18.7% 더 많았다. 응답자의 61.8%가 ‘부동산 및 증권투자를 통해 돈을 버는 것과 기독교 정신과는 무관하다’고 인식하고 있으며 ‘기독교정신에 위배되는 일’이란 응답은 33.8%였고, ‘기독교정신에 부합하는 일’이란 응답은 4.4%에 불과 하였다.³⁵⁾

바른 소비에 대한 교육을 필요로 한다. 생산과 소비가 신학적인 면에서 인간의 원죄와 연결되는 근본적인 문제이기는 하지만 소비 자체가 곧 죄악이 아닌 것은 분명하다. 이제 좀더 적극적으로 소비에 관한 논의를 하여야 한다.

4. 이용의 대상으로서의 재화

어거스틴은 경제적인 문제들에 대한 자신의 저서에서, 전통적인 기독교의 부에 대한 의혹과 함께 부의 소유를 정당화하려는 방법들을 발견하려는 경향을 반영하였다. ‘사용’(uti)과 ‘향유’(furi)³⁶⁾를 구분한 어거스틴

35) 한신대학교 신학연구소, 『한국 기독교인의 정치· 사회의식 조사』(여주: 한올아카데미, 2004), p.119.

36) 향유한다(furi)는 것은 그것 자체를 위하여 사랑하는 것을 말하고, 사용한다(uti)는 것은 보다 더 상위의 목적을 위한 수단적 사랑을 말한다. 달리 말해 향유하는 것은 더 이상의

의 시도는 후대에 영향을 미쳤다. 어거스틴은 향유해야 할 대상을 향유하고 사용해야 할 대상은 사용하는 것을 가리켜 질서 잡힌 사랑, 즉 바른 사랑(카리타스, caritas)이라고 말하고, 그 반대의 경우 즉 질서를 망각하고 사용의 대상인 시간적이고 가변적인 것들에 집착함으로써 행복해지려는 것은 왜곡된 사랑(쿠피디타스, cupiditas)이라고 말한다. 카리타스와 쿠피디타스는 모두 '무엇인가에 대한 사랑'이다. 단지 그 대상이 다를 뿐이다. 즉 영원한 것과 한시적인 것, 상실되지 않는 것과 상실되어지는 것의 차이이다.

우리는 이런 생각을 부에 대해서 확장시킬 수 있다. 물질과 부는 본질적으로 악한 것이 아니다. 그것은 하나님의 창조의 일부이며, 다른 피조물들과 같이 선하다. 그러나 나머지 피조물들과 같이 그것은 하나님께 대하여 선하기 때문에 선하다. 그것 자체로서 선한 것이 아니다. '어떤 것을 향유하는 것은 그것만을 위하여 애착을 가지고 그것에 집착한다는 것이다. 어떤 사물을 이용한다는 것은(우리가 어떤 것을 필요로 한다는 것이 정당한 경우에)우리에게 필요한 그것을 얻기 위하여 우리가 이용하도록 받은 바를 소비하는 것이다.'³⁷⁾ 그런데 우리는 이용(사용)의 대상을 향유하고, 향유의 대상을 이용하는 경우가 많다.

아우구스티누스는 물질에 관해 이렇게 언급하기도 하였다. "사람들이 돈을 향유하고자 원하면서 하나님을 단지 이용하려고 하는 것은 오용(perversion)이다. 그런 사람들은 하나님을 위하여 돈을 쓰지 않고 돈을 위해 하나님을 예배한다."³⁸⁾

목적이 없는 최고선에 대한 사랑에 직결되고 사용한다는 것은 잠정적인 것에 대한 집착 아닌 사랑을 통하여 최고선에 이르려는 수단적 사랑을 의미하는 것이다. 문시영, 『아우구스티누스와 행복의 윤리학』(서울: 서광사, 1996), p.91.

37) *On Christian Doctrine, I, Quoted in Message of the Fathers*, ed. Phan, p.196. 워거만, p.110에서 재인용.

38) *City of God, XI, Walsh, et al., trans; 워거만, p. 110에서 재인용.*

가치론에서 본래적 가치와 도구적 가치를 구분하는데 워저만은 이를 아이구스티누스의 사상을 설명하는데 적용하고 있다. “부는 도구적인 가치이지 본질적인 가치는 아니다. 우리가 그것을 본질적인 것으로 만들 때, 그것은 하나님을 대신하는 우상이 된다. 우리가 그것을 도구적으로 취급할 때, 그것은 하나님 중심의 인생을 위한 편의시설이 될 수 있다.”³⁹⁾ 이러한 기독교 세계관은 우리에게 소비를 더 이상 애욕의 대상으로 여기지 않고 향유할 수 있게 한다. 그러면 이것을 우리는 어떤 활동의 장에서 펼칠 수 있는가?

5. 공동체성의 회복

물질에 대한 소비지향, 소유 지향적 태도를 버리고, 물질을 향유할 수 있는 태도가 펼쳐지기 위해서는 개인주의적 성향을 넘어서는 공동체성의 회복이 필요하다. 단순히 초대교회로 돌아가자는 순박한 논리나 수도원적 질서와 영성의 회복을 주장하는 것은 결코 아니다. 공동체나 사회에 관한 개념의 도덕적, 신학적 태동 문제를 살펴볼 필요가 있다.

아리스토텔레스는 “인간이 살기 위해서 소유(ktesis)가 필요하다고 하였다. 그러나 그 소유는 가정(oikos)의 공동체(koinonia)와 거대한 정치적 공동체(polis)와 연관된다. 따라서 그는 인간을 정치적 동물(zoon politikon)로 규정했다. 단지 공동체라는 한계성을 받아들이는 데서만 인간은 살 수 있고, 생존할 수 있으며, 필요로 하는 욕구를 충족시킬 수 있다. 돈의 무제한적 증식을 통해서 개인적으로 영원한 삶을 위한 수단을 축적하려는 사람은 공동체를 파괴할 뿐만 아니라 궁극적으로는 자신을 파괴한다. 따라서 아리스토텔레스는 돈 증식의 탐욕(epithymia)과 그 메커니즘을 진리에 반대되는 ‘허위’로 거듭 규정했다. 그가 무제한적 돈의 증식

39) 워저만, pp.110~111.

을 통한 무제한적 삶을 갈망하는 파괴적 욕구를 잘 사는 것과 대비시킬 때, 이것은 근대적 추상적 ‘윤리’의 의미에서 도덕적 범주가 아니라 존재론적이고 정치적인 범주이다. 삶이란 구체적인 인간의 공동체라는 제약 안에서만 유지되고 형성될 수 있기 때문이다.”⁴⁰⁾

현대의 기독교 윤리학의 흐름은 행위자 개인과 단일한 참된 윤리 이론을 추구하는 것에서 점점 벗어나고 있다. 그 대신 공동체가 새롭게 부각되고 있다. 개인의 인격과 성품은 공동체 속에서, 공동체의 이상에 따라 준거점을 발견할 수 있기 때문이다. 웨인 믹스는 ‘도덕을 형성한다는 것은 공동체를 형성한다는 의미’라고 하며, ‘개개인은 공동체 생활을 구성하는 상호 관계, 거래, 습관과 그것의 강화, 언어와 몸짓의 특별한 사용 같은 것이 없이는 결코 도덕적인 행위 주체가 될 수 없다’라고 말한 바 있다.

교회에는 소비의 영역에서 진지하게 대안을 찾고 비판적 실천을 위해서 노력하는 그리스도인들과 단체들이 존재한다. 교회조차도 그 공동체성을 상실하고 있는데 우리의 고민이 있다. 교회 내의 공동체성 함양 뿐 아니라 교회 간의 연대의식 또한 중요하다.⁴¹⁾ 물론 교회들과 기구들의 협동적 실천은 현실적이고 정치적인 확실성을 수반해야 한다. 마치 수많은

40) 율리히 두크로 지음, 손규태 옮김, 『자본주의 세계경제의 대안』(서울: 도서출판 한울, 1997), p.62.

41) 은준관 교수는 유기적 교회론(organic ecclesiology)이 신학적 교회론 중에 가장 오랜 역사를 가지고 있는 이론이라는 주장을 하기도 했으며, 유기적 교회론은 이레네우스, 아우구스티누스 등에 의해 주장되었으며 토마스 아퀴나스에 이르러 하나의 완성된 모습으로 나타났다. 토마스는 교회는 그리스도의 신비적인 몸(mystical body)으로, 그것은 성례전에 의한 성화의 은총을 통해 하나님과 연합된 몸을 이루는 것이라고 하였다. 따라서 노영상교수는 일반적으로 부정적인 면에서 언급되는 경우가 많은 소위 중심교회와 위성교회의 관계도 긍정적인 측면이 있을 수 있다고 언급하고 있다. 중심교회와 주변교회는 네트워크 교회(network church)로서의 관계로 연결되어 중심과 주변의 관계가 아닌 서로 대등한 입장에서 도움을 주고받는 관계의 교회가 될 수 있다.(노영상 지음, 『기독교와 미래사회』(서울: 대한기독교서회, 2000), p.42.

은 민중들이 당한 현실적인 고통에는 주목하거나 답을 주지 않고, 대중화된 민중가요를 낭만적으로 향유만 하는 것 같은 공동체가 되어서는 안 된다. 우리는 구체적인 지식이 아닌 나눔으로서의 공동체 이상을 공유하고 훈련하며, 경제와 관련된 조직 활동 등을 통해 교회의 본래적 기능을 회복해야 한다.

IV. 결 론

포스트모던적인 현대 사회 속에서 펼쳐지고 있는 강력한 소비문화의 모습을 살펴보면 소비는 단지 삶의 한 영역이 아니라, 일상적인 생계유지를 위한 행위에서부터 심연의 의식세계에까지 관계되는 일종의 종교적 행위'라는 생각을 하게 되었다. 자본주의와 시장 경제가 확산되기 이전의 사회에서는 필요한 대부분의 물건을 자급자족하거나 교환하는 방법으로 획득했기 때문에 지금과 같은 대량생산, 대량소비를 상상하기는 힘들었다. 그런데 지금 우리는 세계화 과정을 통해 또 한번 비약적인 대량소비의 증가를 경험하는 상황이 되었다. 이전보다 싼 가격에 양질의 재화와 서비스들이 밀려오고 있는 것이다.

이런 소비문화의 가속화 물결을 어떻게 바라보고 대응할 것인가? 논자는 본론에서 통합과 통전성의 회복, 소유와 소비로부터의 자유함, 규모 있는 경제생활 및 경제윤리 교육, 큐피디타스가 아닌 카리타스적 태도, 공동체성의 회복 등을 제시한 바 있다. 다시 한번 우리 스스로에게 물어본다. 한국교회는 과연 물질주의로부터 자유로운가? 복음과 성경의 진리 안에서 누리는 진정한 복락과 자유의 가치가 저급한 물질문명과 소비문화로 채색되거나 대치되고 있는 부분은 없는가?

참고문헌

- 김종식 옮김. 토마스하인 지음. 『쇼핑의 유혹』. 서울: 세종서적. 2003.
- 김영호 옮김. 리차드 포스터 지음. 『돈, 섹스, 권력』. 서울: (주) 푸레문화사. 1989.
- 남승규 지음. 『소비자 심리학』. 서울: 도서출판 학지사. 1997.
- 노영상 지음. 『기독교와 미래사회』. 서울: 대한기독교서회. 2000.
- 문시영 옮김. 슈바이커 저. 『책임윤리란 무엇인가』. 서울: 대한기독교서회. 2000.
- 손규태 옮김. 올리히 두크로 지음. 『자본주의 세계경제의 대안』. 서울: 도서출판. 한울. 1997.
- 이문장 옮김. 자크엘롤 지음. 『세상속의 그리스도인』. 안양: 대장간. 1991.
- 이상률 옮김. 그랜트 매크레켄 지음. 『문화와 소비』. 서울: 문예출판사. 1997.
- 이정석 지음. 『세속화 시대의 기독교』. 서울: 도서출판 이레서원. 2000.
- 이진우 옮김. H. 요나스 지음. 『책임의 원칙 : 기술 시대의 생태학적 윤리』. 서울: 서광사 1994.
- 정숙경 옮김. 마이크 페더스톤 지음. 『포스트모더니즘과 소비문화』. 서울 현대미술사. 1999.
- 정준희 옮김. 줄리엣 B.쇼어 지음. 『쇼핑하기 위해 태어났다』. 서울: 해냄출판사. 2005.
- 정혁현 옮김. 로마노프스키 지음. 『맥주, 타이타닉, 그리스도인』. 서울: 한국기독교학 생회 출판부. 2004.
- 한신대학교 학술원 신학연구소 지음. 『한국 기독교인의 정치· 사회의식 조사』. 파주: 한울아카데미. 2004.
- 황경식 지음. 『시민공동체를 향하여 근대성, 그 한국사회적 함축』. 서울: (주)민음사. 1997.