

Christian Educational Suggestions for Christians Living in a Consumer Society

Miyoung Cho
(Yonsei University)

Abstract

The purpose of this study is to explore the direction of Christian education for Christians in a consumer society based on Christian understanding. It examines how consumption has been understood over time and describes the problems of modern consumer society. Consumption is a universal desire, but in modern society it has taken on symbolic implications and has become a means to satisfy individual tastes and desires and realize identity. In a consumer society that stratifies people and causes inability to think and environmental problems, through biblical and theological understanding, Christians are described as beings who prioritize the existence of love over the possession of material goods. Based on this, it will be possible to establish our identity as Christians living in a consumer society, enjoy freedom from consumption through reflective introspection, and restore communality. This study proposed a Christian education that allows people to enjoy true freedom without being bound by consumption through establishing a Christian identity as a steward in a materialistic consumer society, reflective introspection that overcomes the inability to think, and restoration of communality.

Key Words

Consumer society, Conspicuous Consumption, Identity, Communality, Christian Education

소비사회를 사는 그리스도인에 대한 기독교교육적 제언

조미영*
(연세대학교)

논문 요약

연구 목적 : 본 연구는 소비사회의 문제점을 진단하고 기독교적 이해를 토대로 소비사회에서 그리스도인에게 요청되는 기독교교육의 방향을 모색하는 데 그 목적이 있다. 소비사회의 역사와 흐름을 살펴보면, 시대에 따라 소비에 대한 이해가 어떻게 변화되어왔는지 고찰하고, 오늘날 소비사회의 특징과 문제점에 대해 기술하였다. 소비는 보편적 욕구이지만, 현대사회에서는 상징적인 함의를 지니며 개인의 취향과 욕망을 충족시키고 정체성을 실현하는 수단이 되었다. 소비 능력에 따라 인간을 계층화하기도 하고 사유의 무능과 환경문제도 야기시키는 소비사회를 살아감에 있어, 소비와 관련된 재물에 대한 성서적, 신학적 이해를 통해 그리스도인은 재물의 소유보다 사랑의 존재성에 우선성을 두고 사는 존재임을 피력하였다. 이를 토대로 소비사회를 살아가는 그리스도인으로서의 정체성을 확립하고, 반성적 성찰을 통해 소비로부터의 자유를 누리며, 공동체성을 회복하고 연대해나감으로써 고도 소비사회에 맞서는 삶을 살 수 있게 될 것이다.

결론 및 제언 : 물신숭배적 소비사회에서 청지기라는 그리스도인의 정체성을 염두에 두고, 사유의 무능을 벗어나는 반성적 성찰과 더불어 소비문화의 고립주의를 극복하는 공동체성의 회복과 연대를 통해 소비에 얽매이지 않고 참된 자유를 누릴 수 있는 기독교교육적 방안을 제시하였다.

《주제어》

소비사회, 과시적 소비, 정체성, 공동체성, 기독교교육

I. 들어가는 말

소비활동은 오늘날 우리 삶의 중심권으로 편입되고 있다. 현대 소비사회에서는 자신의 정체성을 소비행위를 통해 형성하고 자신의 행위 양식을 결정하게 하는 문화, 나아가 사회와의 관계, 타인과의 관계에서 중요한 매개체 역할을 하게 되었다. 소비가 현대사회에서 인간의 삶에 새로운 가치를 부여하는 하나의 수단이 되고 있다는 것이다. 그 결과, 삶의 행복도나 만족도가 소비생활의 충족도에 좌우되어, 얼마를 벌거나 무엇을 하느냐보다 얼마만큼 지출하고 살 수 있는지에 관심이 모아지고 있다. 소비는 현대사회에서 우리 일상에 깊숙이 들어온 행위이며, 많은 사람들은 자신의 존재를 소비행위 속에서 확인한다. 현대사회는 이처럼 소비가 생활의 중심이 된 사회이며, 나아가 이미 고도 소비 사회로 들어선 상태라고 할 수 있다. 생활 전반에서 소비를 의존하는 구조 속에서 살아가는 우리는 무언가를 끊임없이 소비하며 동시에 소비 압박을 느끼며 살아간다.

소비에 대한 과도한 의존은 사회 전반적으로 많은 문제점을 낳고 있다. 단순한 생활필수품 소비를 넘어 자기 삶의 가치까지도 소비에 내맡기게 되면서, 소비가 사회적 관계를 맺어가는 중요한 하나의 도구가 되고 개인의 삶 또한 그 아래에 놓이게 되는 형편에 이르렀다. 이와 같이 주객이 뒤바뀐 소비문화는 사회구성원들의 정신 건강이나 삶의 만족도에도 이전과는 다른 영향력을 행사하게 되었다. 이런 관점에서 바우만(Z. Bauman, 2013, 60)은 물자 중심의 생산자 사회로부터 자본에 의해 움직이는 소비사회로 전환되면서, 민주 시민을 소비자로 전락시켜 버렸다는 폐해를 지적하였다. 즉 개인은 소비 중심 사회에서 ‘소비자’라는 정체성을 가지고 살아가게 되는데, 이 새로운 정체성이 삶의 가치를 형성하는 과정에도 영향을 주면서 근대 이후 시민사회의 핵심적 가치인 인간의 주체성, 민주성, 자발성의 발전에도 부정적으로 작용하고 있음을 염려한 것이다. 이러한 고도 소비사회에서 사람들은 끊임없이 비교에 시달리고 또 무시당하지 않기 위해 소비해야 하는 비용이 자꾸 늘어가는 어려운 상황에 놓이게 되었다(김찬호, 2016, 88). 소비사회는 소비자들에게 행복해지기 위해 더 많이 소비하도록 권유하고 심지어 특정 상품이 행복을 전달해 줄 것이라고 설득하기도 한다. 소비를 통해 사람들이 궁극적으로 바라는 것은 행복이지만, 실제로는 더 많이 소비하고 가졌음에도 불구하고 소비에 비례하여 행복감은 향상되지 않았다.

이를 위해 본 연구는 먼저 소비사회의 흐름과 특징들을 분석하고, 어떠한 문제점들이 등장하게 되었는지 살펴볼 것이다. 종교적 관점에서 이를 재조명하며 기독교적 가치들을 토대로 수동적인 태도가 아닌 적극적 차원에서 오늘날 소비사회에서 요청되는 그리스도인의 정체성 확립과 반성적 삶의 성찰, 그리고 공동체성의 회복을 위한 기독교교육을 제시해보고자 한다.

II. 소비사회의 흐름과 특징

1. 소비사회의 흐름

사전적 정의에 따르면 ‘소비’는 재화의 구매와 사용이며, 더 구체적으로는 어떤 제품이나 서비스의 선택, 구매, 사용, 유지, 수선, 처분으로 정의할 수 있다(D. Miller, 1995, 102). 소비는 경제에서 상품을 만들어내는 생산에 대비되는 경제활동으로서 물품을 사용하고 소모하는 활동이다.

맥크라켄(G. McCracken, 1997, 45-56)에 따르면, 소비의 역사는 세 단계의 중요한 시기가 있었다. 첫째, 16세기 후반의 영국에서의 소비 붐으로, 엘리자베스 1세 시대 영국의 귀족들은 새로운 열광을 갖고 막대한 규모로 돈을 지출하였다. 환대방식, 여러 의식과 의복 등에 있어 많은 금액이 지출되었으며, 과시적 지출이 발생하였다. 이런 소비폭발의 원인으로는 엘리자베스 1세와 지출을 통치 수단으로 사용했던 귀족들 사이에 발생한 사회적인 경쟁을 들 수 있다. 둘째, 18세기에는 소비의 폭발이 있었는데, 유행의 개념이 등장하면서 많은 사회집단과 많은 제품에도 영향을 주기 시작했다. 엘리자베스 1세 시대의 소비가 주로 귀족계급에 제한되었다면, 18세기에 진입하면서 대중소비의 개념이 등장한다. 이때부터 가족이 아니라 자신을 위한 구매, 즉 소비의 개인화가 본격화되었다고 볼 수 있다. 셋째, 19세기는 하나의 문화로 소비가 자리매김 되는 시대로, 사회와 소비가 아주 긴밀한 관계를 형성하게 된다. 인간은 상품을 구매함으로써 만족을 추구하는 존재로 인식되었고, 소비는 그렇게 대중 활동으로 자리잡게 되었다.

이후, 세계화와 지구촌화는 소비문화를 가속화시키고 있다. 지역의 개념이 축소되면서 전 세계는 재화를 공유하는 상황이 되었다. 이제 제일 적은 비용으로 생산할 수 있는 나라가 경쟁력을 갖고 있으며, 공산물과 농산물, 나아가 서비스의 경우까지 대량으로 소비할 수 있는 상황이 전개되고 있다. 백화점의 시대를 넘어 대형 쇼핑몰의 증가는 농어촌까지 파고들었으며, 결국 의식 구조에까지 영향을 끼치는 상황이 되었다(이장형, 2005).

한편, 한국 사회는 1980년대 이후 급속한 경제성장, 과학기술의 고도화, 소득수준의 향상으로 소비영역이 급증가함으로써 대중의 생활양식과 소비 패턴의 변모가 빠른 속도로 진행되었다. 이 시기에는 중산층의 생활양식이나 소비 행태가 광범위하게 확산되었고, 경제적 풍요와 더불어 대중 소비사회의 기반이 형성되었다(이상민, 2020). 이 시기에 나타난 특징은 ‘소비의 글로벌화’가 이루어졌다는 점이다. 필요에 의해서가 아닌 유행으로 특정 상품이 품절되고, 특정 이미지와 지위를 표현하기 위해 동일한 상품이 다양하게 생산되기도 하며, 같은 기능의 재화가 차별적으로 소비되는 시대가 되었다. 또한 한국의 근현대 소비문화의 흐름을 살펴보면, ‘브랜드’에 대한 소비 욕구가 강력하게 형성되어 있음을 볼 수 있다. 브랜

드 소비 현상의 그 이면에는 소비가 단지 물질 재화뿐만 아니라, 재화 안에 각인된 사회적 의미를 이용한다는 사실이 내재화되어 있다. 한국 사회에서 개인은 소비행위를 통해서 자신의 존재를 확인하고 재생산하기 때문에, 소비행위가 개인의 자아 정체성과 사회적 신분 및 지위를 나타내는 존재 양식이라고도 할 수 있다(이두원, 2007). 즉, 소비는 자신의 취향과 처지와 상황에 대한 성찰과 해석 행위일 뿐만 아니라, 다른 사람과의 비교 가운데서 존재와 자아에 대한 총체적 반성 행위로서, 집단이나 계급이 정체성을 형성해가는 과정으로 풀이될 수 있다. 디지털 세대인 MZ세대는 소비 트렌드 전반을 이끌고 있는데, 인플루언서들의 정보는 MZ세대들에게 전문성과 신뢰성을 갖게 해 SNS를 통한 제품 구매에 영향을 미치기도 한다(김도희, 2022). 인스타그램의 이미지를 통해 일상을 공유 및 소통하는 MZ세대들에게 새로운 감각(취향)을 불러일으키는 욕망의 대상이 되고, 사물에 대한 더 빠른 소모를 일으킨다는 것이다.

‘소비사회’라는 용어는 1920년대에 처음으로 사용되지만, 1950~1960년대에 이르러 사회 전반에 널리 알려진다(G. Lipovetsky, 2009, 23). 그리고 프랑스 사회학자 보드리야르(J. Baudrillard)가 『소비사회, 그 신화와 구조』(1970)를 출간하여 현대사회를 ‘소비사회’로 지칭하면서 본격적으로 사용되었다. 소비사회란 소비를 통해 사람들이 연결된 사회를 뜻한다. 이것은 소비를 행하는 사람은 상품 및 서비스를 구입하고 사용하는 바, 이 소비의 과정 속에서 사람과 상품 및 서비스와의 관계를 형성한다는 것이다. 소비와 소비사회에 대해 연구한 학자들을 살펴보면, 먼저 미국 경제학자 베블런(T. Veblen, 2007, 61)은 소비는 인간의 합리적인 판단에 의해서가 아닌 사회적 조건과 기대에 의해 발생한다면서, 소비를 사회적 차별화의 논리로 해석해야 한다고 설명했다. 특히, 베블런은 인간의 욕망과 경쟁 심리라는 맥락에서 ‘과시적 소비’의 의미와 발생을 강조하였다. 과시적 소비는 물질적 욕구 충족과 스스로 즐기기 위해서라기보다는 타인에게 보이기 위한 것이며, 명성 획득을 위한 수단으로 유용할 뿐 아니라 체면 유지를 위한 요소로도 강조된다. 자기 동류보다 우월한 위치에 있다는 표식을 드러내는 데 있다는 것이다. 따라서 그는 과시성 소비의 원리에 의해 사회가 지배된다고 주장하며, 인간의 본능 중에서 중요한 한 가지인 모방이 과시적 소비를 가져오는 원인자로서 작용한다고 했다(T. Veblen, 2007, 26-27). 낮은 계층으로 갈수록 명예를 획득하는 방식으로 여가를 사용할 가능성이 점점 줄어들기 때문에, 상품의 소비가 사람들에게 자신의 부와 명예를 보여주는 원칙적인 방식이 되어간다는 것이다.

부르디외(P. Bourdieu, 1995, 405)는 특정 사회가 유지되는 수단으로 계급 간의 상품에 대한 인지적 차이를 ‘구별짓기(distantiation)’라는 용어로 설명하였다. 그는 상품을 표출적인 것으로 보았고, 특히 계급에 따라 사람들이 다른 상품들을 사용함으로써 사회구조 내의 자신의 지위를 표출하는 방식에 관심을 가졌다. 즉, 취향(taste)은 근본적으로 한 사람과 결

부된 모든 특징의 토대를 이루고 있고, 개인을 구분하는 기준이 된다. 취향, 소비, 생활양식은 부모에게 물려받은 문화적 자본으로 계급에 따라 달라진다. 개인적 취향의 차이는 개인의 의도적인 선택이 아닌 부모에게 물려받은 문화에 의한 것으로, 결국 집단을 구분하는 하나의 기준으로 작동한다는 것이다. 소비는 이처럼 상품이나 서비스의 생산 및 이용을 포함하고, 욕망의 수단, 문화자본으로 향유되는 활동, 정체성의 영역 등 다양한 분야에서 사용되는 개념이 되었다(이용균, 2018). 상품에 대한 효용과 함께 소비는 만족과 이상을 추구하는 심리적인 선택이 되었고, 한 사회의 제도와 가치를 규정하는 지표가 된 것이다.

보드리야르(1998, 339)에 따르면, 상품은 교환가치와 사용가치뿐 아니라 ‘기호 가치’를 지닌다. 인간의 문화양상이 다양화되고 소비 그 자체가 기본적인 생활 유지를 위한 경제행위를 넘어서서, 상품의 물적 가치는 그 유용성으로 이뤄진다기보다는 오히려 상품에 부여된 의미의 기호성으로 이뤄진 감각적인 기호 가치를 가지기에 이른다. 이에 사물의 소비는 사용가치, 곧 유용성에 의해서가 아니라 하나의 상징 가치인 기호 가치로 규정된다. 소비 속에는 자신을 초월해서 파괴를 변모하려는 강한 경향을 지니고 있다(J. Baudrillard, 1998, 53). 이러한 현대사회에서는 생산수단의 소유 여부에 따라 계층이 분화되기보다는 오히려 소비 방식에 따라 계층이 분화된다. 사물은 어떤 차이를 표현하는 ‘기호’가 될 수 있기 때문이다. 따라서 보드리야르는 현대사회를 ‘소비사회’로 지칭하면서, 현대인이 물건의 기능보다는 ‘기호’를 소비한다고 주장한다. 소비사회에서 소비는 인간의 이미지 형성을 가능하게 하는 형식이며, 사회적 차원에서 소비행위는 규정되며 사회구성원들에게는 상징과 의미를 부여한다는 것이다.

2. 소비사회의 특징과 문제점

소비활동은 역사적으로 오랜 시간 동안 한정된 일부 계층에게만 허락된 것이었지만, 산업사회를 지나 자본주의사회로 들어서면서 소비는 이미지를 산출하고 타인과 자신을 구별하며 자아를 확립하는 수단으로 그 의미가 확대되었다. 즉, 소비는 더욱 그 범위가 확대되어 경제적 행위뿐만 아니라 사회, 심리적 행위이기도 하다.

현대 소비사회의 특징과 그 문제점들을 정리해보면, 첫째, 현대인은 생산된 물건의 기능을 따지기보다는 상품을 통해 얻는 권위와 위치, 곧 ‘기호’를 소비한다. 상품 그 자체를 소비하는 것을 넘어서 자신을 표현하는 하나의 방법으로 상품에 내재한 기호를 소비한다는 것이다. 이렇게 소비는 상품에 본질적으로 내재된 것을 믿는 사용가치가 아니라, 타인과 자신을 구별 짓는 상징이나 기호 가치에 따라 이루어진다. 상징이나 기호는 선재하는 의미를 표현하지 않고, 의미는 소비자의 관심을 끄는 기호나 상징체계 안에서 생성되는 성질이 있기

에 소비 욕구는 무한하게 증대되는 성질을 갖는다(박명희, 1999, 10). 과시적 소비는 현대 사회에서 일상적 소비의 익숙한 하나의 형태가 되었다. 소비자들은 자신이 사회에서 맡는 역할이나 일을 통해서가 아니라 소비재가 내포하는 상징을 사용함으로써 내가 누구인지에 대한 정체성 의식을 구성하기 때문이다. 소비주의는 정체성을 생산 및 유지할 수 있도록 필요한 재화를 제공하지만, 오히려 너무 다양한 가치와 존재 방식을 제공함으로써 정체성의 위기를 강화시킬 수도 있다. 켐프(H. Kempf, 2008, 104)는 물질적으로 풍부한 선진국에서 이루어지는 소비와 최고 부유층의 소비 행태에 대해 분석했는데, 사람들은 더 높은 계층의 소비를 모방하면서, 자신의 사회적 계층이 더 상승하기를 열망한다고 지적한다. 그러한 모방과 사고방식은 소비사회를 이끌어가는 광고와 마케팅의 영향으로, 소비자는 매체를 통해 적극적으로 개인의 욕망에 개입하고, 광고를 통해 현실에 대한 불만족을 느끼며 또 다른 욕구를 가지게 된다는 것이다. 하지만 소비자는 소비를 통해서 욕망을 실현하는 것이 아니라, 오히려 소비할수록 결핍을 느끼게 되고 현실에 대한 또 다른 불만족에 사로잡히게 된다(강성영, 2007). 어떤 도덕적 질서에 의해 욕망이 제한되지 않는다면 어떤 것도 그것을 만족시키기 어렵다.

둘째, 소비자가 물건을 사용함으로써 그것이 갖는 의미를 서로 이해하게 할 수 있는 세계를 구축하며, 이를 통하여 사회적 관계들을 형성하고 유지한다. 그런데 소비는 사회문화적 권리와 특권보다는 구매된 권력을 통해 조절되고, 그러한 소비사회는 결국 소비 능력에 따라 인간을 계층화하였다. 이에 따라 소비할 수 있는 능력이 부족한 사람은 사회적으로 도태되는 구조를 가질 수밖에 없다. 박규상(2012, 35-47)은 현대사회를 인간의 우울감, 불안감과 같은 마이너스 정서를 소비를 통해서 삭제하려는 경향을 지닌 ‘우울 소비사회’로 정의하고, 우울 소비사회가 사람들에게 우울을 유발하는 상태나 상황을 소비행위를 통해 일시적으로 잊게 하려고 한다며 비판한다. 고도 소비사회와 함께 현재는 우울 소비사회가 더해진 사회라고 할 수 있는데, 이는 더 이상 소비가 삶에 ‘플러스’ 소비 기능이 아닌 단지 자신이 가지고 있는 우울감을 상쇄하기 위해서 ‘마이너스’ 소비 기능을 하기 시작했다는 것이다. 그리고 그 속에서 사람들은 일상 속에서 비밀상을 누리고 있다는 느낌을 받으면서 자신이 특별한 존재인 것처럼 인식하게 된다는 것이다. 하지만 우울한 일상 속에서 경험하게 되는 이러한 비밀상의 경험은 사람들에게 성찰이나 재충전의 기회를 제공하여 건강한 일상으로 돌아가도록 하는 것이 아니라, 단지 일시적 위안을 느끼게 하는 수준을 벗어나지 못한다. 또한 아렌트(H. Arendt, 2008, 192)는 소비사회에서 삶이 쉬우면 쉬울수록 사회적 삶을 떠미는 필연성의 충동을 계속하여 의식하는 것은 더욱 어려워진다고 하면서, 소비사회의 풍요 뒤에 감춰진 지배적 질서의 무상함을 인식 못하는 사회의 위험을 지적한다.

소비사회로 인해 발생하는 사유의 무능은 소비사회의 쾌락에 휩싸여 살아가는 자신의 무

상함에 대해 인식하지 못하는 사태와 연결된다. 사유의 무능은 욕망의 충족에서 비롯되는 쾌락에 도취되어 우리의 삶에 대한 성찰을 제대로 하지 못하는 사태를 뜻한다(이충한, 2022). 동시에 이러한 사유의 무능은 우리가 당면한 문제들을 해결해갈 수 있는 능력들을 약화시킨다. 이는 사유의 무능으로 인해 발생하게 되는 또 다른 무능, 즉 타인에 대한 이해와 공감 능력을 약화시키는 관계적 무능, 세속적 쾌락에 관심사를 집중시켜 정치에 자발적으로 참여하지 못하게 하는 정치적 무능, 더 많은 돈이 필요하다는 생각을 내면화하게 만드는 경제적 무능, 자연의 속도에 대한 예민한 감각과 비판적 사고를 가로막는 환경적 무능으로 이어지게 된다.

셋째, 소비사회는 절대 빈곤과 소비 양극화를 통해 사회적 재앙과 불평등을 발생시킬 뿐 아니라, 인간의 무절제한 욕구의 추구로부터 비롯된 환경적 재앙까지 야기한다(강성영, 2007). 예를 들어, 무분별한 개발로 인한 토지의 사막화, 중금속 배출로 인한 수질 오염, 온실가스 배출로 인한 지구 온난화, 생물학적 종의 감소와 같은 것이다. 소비주의적 생활방식은 상품의 소비에서 간편성의 쾌락을 추구하는데, 이런 감각적 쾌락은 일회용품 사용과 밀접한 관련을 맺고 있다. 이런 종류의 쾌락은 일상 속에서 특별히 추구하는 것처럼 느껴지지 않을 정도로 친밀하고 무덤덤한 것이 되어버렸다.

우리는 소비가 생활의 중심이 된 사회에서 ‘소비자’라는 정체성을 가지고 살아간다(Z. Bauman, 2013, 77). 소비사회에서는 인간의 불안, 우울과 같은 마음까지도 소비로 해결할 수 있는 것 같이 보이지만, 실제 그러한 소비는 보다 풍요로운 삶에 기여하기보다는 오히려 더 크나큰 우울을 안겨주고 있다는 부분에서 현재 소비사회는 우울 소비사회에 해당된다는 사실을 인지하는 것은 무엇보다 중요하며 이 부분은 앞으로도 지속적으로 통찰해 나가야 할 문제로 보인다. 더불어 소비사회에서의 정체성에 대한 부분도 다시금 되돌아보며 어떻게 확립해나가야 하는지에 대한 고민도 던지고 있다.

III. 소비에 대한 기독교적 이해

1. 성서적 토대

성서에서 소비와 관련된 재물에 대한 이해를 먼저 살펴보면 모든 재물은 하나님의 것이지만, 하나님께서 우리에게 주셔서 누리는 것이라고 한다(대상 29:14b). 하나님의 은혜를 모르는 사람은 모든 재물의 최종적인 소유자로서 자기 자신을 상정하지만, 하나님의 은혜를 인정하는 사람은 모든 재물의 소유권은 개인적이건 집단적이건 2차적인 것이며, 우리의 사용권은 근원적으로 하나님의 1차적인 소유권에 종속되어 있다고 본다(권수영 외, 2019, 20

6).

또한 성서는 재물의 유무나 빈부의 정도가 신앙의 척도일 수 없음을 말한다. 사도 바울은 비천하게 살 때도 하나님에 대한 신앙 관계를 유지했고, 풍족하게 살 때도 하나님에 대한 신앙 관계를 유지했다(빌 4:11-12). 그는 재물이 신앙의 조건이나 결과가 될 수 없음을 알고 있었기에 재물이 풍족해도, 재물이 궁핍해도 모두 하나님의 은혜라고 고백했다. 성서에 의하면, 재물이 참된 행복을 주는 것은 아니다(전 5:10-12). 재물이 많아지면 행복할 것이라고 기대하지만, 모든 재산을 지켜야 한다는 일념 때문에 더 불안해지고, 더 많은 재물을 축적해야 한다는 욕망 때문에 만족하지 못한다는 것이다. 만일 우리가 재물에 대한 무한한 욕망을 절제하지 않으면, 재물은 우리를 위험에 빠뜨릴 수도 있다(약 1:15). 그러므로 인간의 진정한 행복은 많은 재물에 있기보다는 인간을 세상에 존재하도록 하신 하나님과의 신앙 관계에 있다.

그리고 성서는 삶에서 재물보다 중요한 것이 사랑임을 분명히 한다. 궁핍한 삶이라도 사랑이 있는 가정은 행복하고, 부유한 삶이라도 사랑이 없으면 불행하다(잠 15:16-17). 인간이 살기에 가장 좋은 환경이었던 에덴동산에서 아담은 하나님에 대한 사랑을 상실함으로 죄를 범했고, 불행한 삶에 떨어졌다. 그러나 인간이 살기에 가장 열악한 환경이었던 광야에서 예수 그리스도는 하나님을 사랑함으로 그분의 뜻에 순종했고 하나님 나라의 삶을 누렸다(권수영 외, 2019, 207-208). 그러므로 진정한 그리스도인은 재물의 소유보다 사랑의 존재성에 우선성을 두고 사는 존재라고 할 수 있다.

성서에 따르면, 재물의 사용에 있어 땅의 자원과 그 소산인 재물은 모든 사람이 공동으로 누릴 수 있어야 한다. 인간의 관리에 맡겨진 땅의 자원과 소산은 일차적으로 하나님의 것이며, 그것은 하나님의 형상으로 지음을 받은 하나님께서 사랑하는 모든 사람이 공동으로 사용해야 하는 것이다. 모든 사람이 공동으로 사용하는 권한이 어떤 소수의 사람이 독점적으로 소유하는 권한보다 우선한다. ‘청지기 정신’이란 전체 인류 공동체의 유익이 내 것은 내 것이고 내가 거기서 뭘 얻든지 나는 그걸 소비할 자격이 있다는 생각보다 우선하는 인식이다. 그러므로 획득한 재물은 가난한 자와 나누면 좋고 안 나누어도 무방한 선택사항이 아니라, 언제나 나누어야 하는 책임사항이라고 할 수 있다. 청지기 정신은 모든 피조물을 하나님의 사랑, 지혜 그리고 능력의 기호와 도구로서 해석한다. 또한 모든 피조물의 올바른 목적과 질서는 하나님의 영광을 위한 것이라는 것이 강조된다(임성빈, 2003).

진정한 복은 개인에게 모아지는 재물에 있지 않고, 개인으로부터 나누어지는 재물에 있다(행 20:35). 재물의 유무와 상관없이 하나님과 바른 관계를 유지하는 것이 신앙이고, 예수의 가르침대로 ‘일용할 양식’이면 족하다는 것이다(권수영 외, 2019, 210). 일용할 이상의 모든 재물은 나누어야 하는데, 우리에게 일용할 양식이 주어진 것도, 일용할 이상의 양식이 주어

진 것도 모두가 하나님의 사랑이기 때문이다. 우리에게 주어진 일용할 이상의 양식이 있다면, 그것은 일용할 양식이 없어서 고통당하는 사람들을 위해서 하나님께서 잠시 맡기신 것이다. 예수께서는 기도를 가르칠 때, 개인의 일용할 양식만을 구하라고 가르치지 않고, 공동체의 일용할 양식을 구하라고 가르쳤다(마 6:11). 우리에게 필요한 양식은 기도하는 당사자 뿐만 아니라, 궁핍한 사람의 생존을 위해서도 동일하게 필요한 최소한의 조건이기 때문이다.

오늘 이 시대를 사는 적지 않은 그리스도인들이 이중이기주의 가운데 살고 있다. 그들은 세상에서 부자가 되어 물질적으로 풍요롭게 살기를 소망하는 동시에 천국에서의 삶까지 보장받기를 소망한다. 그러나 그런 욕망에 대해서 주의할 필요가 있다. 인간은 처음부터 서로 돕고 도움을 받으며 사는 존재로 지음을 받았다. 지금은 도움을 주는 존재라도 언젠가는 다른 누군가의 도움을 받아야 하는 존재이고, 지금 도움을 받는 존재라도 언젠가는 다른 누군가를 도울 수 있는 존재라는 것이다. 가난 가운데 스스로 자족할 수 있는 사람과 자신의 재물이 많은 적든 이웃과 나눌 수 있는 사람이 하나님과 이웃 앞에서 진정한 부자임을 언제나 기억해야 할 필요가 있다.

2. 신학적 이해

기독교 전통에서 물질적 이익과 재산 축적에 집착하는 인간의 태도를 바람직하지 못한 것으로 바라보았다. 하나님과 재물을 동시에 섬길 수 없으며 부자가 천국에 들어가는 것보다 낙타가 바늘구멍을 통과하는 것이 쉽다는 예수의 가르침은 기독교가 물질적 이익의 추구에 대해 갖는 태도를 보여준다(J. Z. Muller, 2006, 29). 16세기 들어 루터(M. Luther)는 성직자들의 부패와 사리사욕에 환멸을 느끼고 종교개혁을 시도하는 과정에서 신의 소명이 성직자뿐만 아니라 일하며 살아가는 모든 이에게 주어졌다고 주장했다(M. Weber, 2013, 63). 루터의 견해를 이어받은 칼빈(J. Calvin)은 자신의 직업에 상인이 충실히 임하는 것은 신이 부여한 소명에 최선을 다하는 것이며, 그러한 상인의 성공은 신이 선택한 자에게 주시는 은총을 의미한다고 주장하면서 많은 재산은 흠이 아닌 구원의 징표임을 강조했다(M. Weber, 2013, 69). 또한 사유재산의 불평등은 부자들의 자선을 통해 해결할 수 있다고 생각했다. 이렇게 볼 때 프로테스탄티즘, 특히 칼빈주의는 열심히 노동해서 부를 축적해 나가는 상인의 삶이 수치스러운 것이 아니라 신의 소명을 다하는 거룩한 삶으로 바라볼 수 있는 시각을 제공했다고 볼 수 있다(이충한, 2022).

본회퍼(D. Bonhoeffer)는 베를린 대학에서 강의한 “창조와 타락”(Schöpfung und Fall)에서 창세기 1-3장의 해석으로 ‘신학적 인간학’을 전개하였다. 본회퍼에 의하면, 아담은 뱀의

유혹에 열매를 먹은 후 선악의 이원성을 인식하게 되었다. 달리 서술하여, 욕구 충족으로 쾌락이 충만한 상태인 선 그리고 결핍으로 인한 고통이 충만한 상태인 악을 인식하여 자기 분열에 놓이게 되었다. 아담은 정해진 한계선을 거부하고 신과 같이 되려고 하는 욕망에 사로잡혀서 스스로 '창조주-인간'이 되고 고독한 존재가 되었다는 것이다(강성영, 2007). 소비사회의 인간은 본회퍼가 말한 신처럼 되려는 인간형과 같다고 할 수 있다. 한계를 상실한 인간은 욕망에 사로잡혀서 타자를 욕구의 대상으로 삼는다는 부분에서 소비인간의 전형인 것이다. 또한 상품 외에 다른 관계와 절연하고 고독하게 스스로 살아가는 존재이며, 많은 것을 향유하기 위해 더욱 많이 일하고 더욱 많은 소유를 갈망해야 하는 굴레를 짊어지고 있다. 이와 반대로, '하나님의 형상(imago dei)'으로서의 인간은 타인과 더불어 살도록 지어진 존재이며, 자신의 욕구를 타자를 위해 제한해야 한다는 사실을 아는 존재이다. 또한 이런 인간은 자기 존재의 근원을 알기 때문에, 자신의 한계를 깨닫고 한계를 겸허하게 받아들이는 존재이며, 세상에서 정의와 사랑을 행하는 것을 자신의 과제로 삼아 살아가는 존재이다(강성영, 2006, 210-211). 따라서 소비사회의 인간이 하나님의 형상을 회복하는 것이 바로 구원이며, 이것은 인간이 자신의 윤리적·존재론적 한계를 재인식하는 것, 곧 타자에 대한 배려와 관심을 통해 이루어지는 공동체의 모습이라고 할 수 있다.

캐버너(J. F. Kavanaugh, 2006, 42-46)에 의하면, 소비는 개인의 삶과 행동에 깊이 침투해 있고, 개인의 경험에도 구석구석 파고들었으며, 최종적인 가치를 판단하는 기준이 되었다. 그래서 그는 지속적으로 확장되는 소비는 인간의 경험과 생각뿐 아니라 인간성에도 중대한 영향력을 끼친다면서, 끊임없이 확대되는 소비에 기초한 경제체제와 소비주의는 그리스도인으로서 살아가기를 소망하는 이들의 신앙을 위협한다고 밝힌다. 특히, 물질숭배적 소비사회에서 인간은 마치 인격체를 대체하는 것 같이 상품을 대할 뿐 아니라, 인간은 점점 더 인간성을 상실한 사물에 불과한 존재처럼 서로를 대하게 된다. 즉, 상품화된 인격은 인격을 박탈당하기에, 자기반성적 사유 능력과 공감하는 능력이 사라져 버린다는 것이다. 그리고 더 많이 가지려고 하는 갈망은 고립된 개인주의의 강력한 힘과 결합함으로써 연대의식을 약화시키게 된다. 결국, 캐버너(2006, 110-111)는 자아 해체적이며 관계 파괴적인 소비주의의 삶으로부터 벗어나 구원을 받는 길은, 저마다 특별한 인격적 실존을 지닌 사람들을 예수 그리스도가 구속했음을 깨닫는 것에서부터 시작한다고 밝힌다.

곤잘레스(M. Gonzlaez, 2011, 32-33)는 과도한 소비주의의 중심에는 쾌락과 소유가 있기 때문에 베풀고 사랑하는 것 대신 즐기고 차지하는 것이 더 중요시된다면서, 소비주의는 기독교의 핵심 가치들과 정면으로 대치되는 가치 체계라고 주장한다. 인간이 무엇을 구매든지 간에 그것이 결코 충분하지 않고 어떤 상품도 근본적으로 만족시켜 줄 수 없기 때문에, 인간은 항상 더 많은 것을 원하게 된다는 것이다. 또한 곤잘레스(2011, 51-53)는 소비

주의의 심각한 영향을 받은 것은 인간들뿐만 아니라, 지구 전체도 우리의 소비 행태와 소비 습관으로 인해 위협에 처해 있다고 지적한다. 그녀는 예수 그리스도는 하나님께서 우리에게 필요한 것을 공급해주시겠다고 가르치면서, 우리의 관심을 물질에서 옮겨 하나님과의 관계에 초점을 맞추라고 권면한다. 즉, 우리가 물질에 대해서만 몰두하느라 시간을 소모하기보다는 우리 영성의 중심을 하나님께 두어야 한다는 것이다.

이와 같이, 소비는 개인의 삶에 깊이 파고들었으며, 최종적 가치를 판단하는 기준이 된다. 과도한 경쟁심의 유발, 연대 의식의 부재, 공동체의 상실 등을 통해, 끊임없이 인간은 물건을 소유하고 축적하라고 부추겨진다. 물질주의와 과도한 소비로 나타나는 소비주의에는 베풀고 사랑하는 것 대신 더 많이 차지하고 즐기는 것이 중요시된다. 하지만 물질로 인해 느끼는 만족감은 한계가 있기 때문에, 하나님을 지향하는 삶을 살아갈 때에 궁극적으로 참된 만족감을 얻을 수 있다. 즉, 진정한 영생, 진정한 만족과 행복은 오직 하나님께 헌신할 때 온다는 것이며, 하나님에 대한 헌신은 이웃에 대한 헌신과 사랑으로 나타난다는 것이다.

IV. 소비사회의 그리스도인에 대한 기독교교육적 제언

1. 그리스도인으로서의 정체성 확립: 청지기 정신

소비사회에서 소비는 자기를 표현하는 주요 수단이 되고 정체성이 된다. 보드리야르(1998, 339)에 의하면, 소비행위는 사용가치의 소비를 포함하면서도 그것을 초월하는데, 상품의 구입 및 사용을 통해 자신을 드러나게 하며 동시에 사회적 위치와 권위를 나타낸다는 것이다. 리포베츠키(2009, 214) 또한 이제 소비행위는 사물과 자아와 타인과의 새로운 관계를 표현한다고 하면서, 소비사회에서는 사회적 소외감이 커지는 현상과 더불어 개인의 정체성과 위엄이 존중되고 인정받으려는 욕구 또한 강화되었다고 밝힌다.

인간이 서로 관계를 맺는 본성에서 우리가 지닌 ‘하나님의 형상’을 확인할 수 있다(M. Gonzlaez, 2011, 58). 우리는 하나님, 동료 인간, 우리 안에 있는 하나님의 형상을 피조물과 맺는 관계를 통해 드러낸다. 인간은 자족적인 존재가 아닌 상호관계에 의해 형성되는 존재이다. 특히, 우리가 맺는 관계들은 예수 그리스도의 삶과 사역, 죽음과 부활을 근거로 하여 평가될 수 있다. 따라서 예수 그리스도가 행하신 정의로운 일들을 우리 삶에 반영함으로써, 우리는 ‘그리스도의 형상’으로, 결과적으로는 ‘하나님의 형상’으로 성장한다(이상민, 2020). 달리 서술하여, ‘하나님의 형상’으로서의 인간은 타인과 다른 생명체와 더불어 살도록 지음 받은 존재로, 자신의 한계를 깨닫고 겸허히 받아들이는 존재이며, 세상에서 정의와 사랑을 행하는 것을 자신의 과제로 삼아 살아가는 존재인 것이다.

소비사회에 대처함에 있어 청지기 정신을 함께 생각해볼 수 있다. 청지기적 관점에서 우리가 분명히 해야 할 것은 물질이란 본래 창조주이신 하나님이 창조하신 것이며, 인간을 통해 새롭게 가공되는 것은 노동 명령(창 1:23)에 따라 이 땅의 모든 것들을 위한, 즉 하나님 사랑·이웃 사랑을 위한 것이라는 근본 목적을 가지고 있다는 것이다. 그러므로 인간의 가치관의 척도가 물질이 될 수는 없으며, 오로지 물질은 수단일 뿐이라는 점을 항상 분명히 해야 한다. 즉 하나님의 형상대로 지음 받은 인간의 존엄성은 결코 물질의 많고 적음에 의하여 판단될 수 없으며, 우리의 삶의 목적도 물질이 될 수 없다는 것을 분명히 해야 한다는 것이다. 이러한 확신은 우리로 하여금 소비사회에서 물질주의에 매몰되지 않고, 하나님의 가치관의 초월성을 바라보며 살 수 있도록 해줄 것이다. 그러나 하나님이 물질을 선하게 창조하셨다는 창조신앙은 이 세상의 물질을 가치 있게 해주는 것임을 또한 분명히 하여 준다. 즉, 물질의 참된 가치는 그것이 하나님의 나라와 그의 뜻대로 쓰일 때에 이 세상 안에서 나타난다는 것이다. 우리가 하나님 중심의 물질관을 분명히 했을 때, 우리는 소비사회에서 상실하기 쉬운 하나님의 초월성을 유지할 수 있게 된다(임성빈, 2003). 지금 나에게 있는 물질은 사실은 내 것이 아니라 나에게 맡겨진 것이라는 청지기 정신은 우리로 맡은 물질을 잘 관리하는 것이 곧 작은 일에 충성하는 것, 곧 신앙하는 것임을 깨닫게 하여 준다. 창조와 구속에 근거한 하나님의 물질에 대한 주권, 나아가 전 우주에 대한 하나님의 주님 되심에 대한 통찰은 우리로 하여금 정의로운 청지기로서의 삶을 결단하게 할 것이다.

한편, 성서는 안식일과 안식년 그리고 회년을 기억하라고 말한다. 안식년(레 25:3-7)과 회년(레 25:10-11)의 정신은 안식일의 정신에서 비롯되었는데, 안식일은 하나님과의 관계를 설정하고 회복하는 날이다. 인간은 청지기로서의 자기의 존재 이유와 함께 무엇을 위해 어떻게 일할 것인가를 하나님 앞에서 확인해야 하기 때문이다. 또한 안식일은 사회적인 약자들을 배려하는 날인데, 사회적인 약자들도 인간답게 사는 삶의 기회를 누려야 하기 때문이다. 그리고 안식일은 말 못하는 자연도 하나님의 은총 가운데 존재하기 때문에 자연의 자정능력을 강화하고 보장하는 날이며, 안식일은 인간의 자기 한계를 인정하는 날이기도 하다(권수영 외, 2019, 210). 그러므로 인간은 안식일을 통해서 자신이 재물의 노예가 아니라, 재물이 인간에 의해서 다스려져야 하는 것임을 확인할 수 있다.

이를 바탕으로 교회공동체의 그리스도인들은 무엇보다도 타자중심적 합리적인 소비행위를 올바르게 실천해야 한다. 그리스도인은 하나님의 피조물로서의 한계를 분명히 받아들이고 하나님과 이웃의 모습이 자신의 이미지 속에서 재현되도록 실천하는 그리스도 안의 새로운 존재이다. 올바른 대리적 자아는 하나님 그 자체를 대리하는 방식으로 자기 자신을 신격화시키지 않으며, 타인(혹은 다른 무엇)을 신격화시킴으로써 자신을 그 누구의 노예로 삼는 어리석음을 범하지 않는다(고재길, 2020). 그리스도인들이 삶 속에서 하나님의 대리자로 살아

가는 것과 그리스도인들이 하나님과 같은 존재가 되는 것은 명확히 구별되어야 하는 문제이다.

고도 소비사회이면서 우울 소비사회이기도 한 현재 사회에서 비일상이 일상을 잠식해가고, 사람들은 일상에서 ‘자신’이 속한 구체적인 삶의 실재에 ‘자신’이 빠져 있는 경우를 더 자주 경험하고 있다. 따라서 다시금 ‘소비하는 객체’라는 자리에서 자기 활동의 주체로 돌아오기 위해서는 그리스도인으로서 하나님의 형상이라는 정체성의 회복을 위해 안식일을 준수하고, 자신의 시간과 수고를 요구하는 자신의 일상을 지키며, 지속적으로 생성 및 발전시켜나가고자 하는 노력이 필요하다(정은, 황혜영, 2017). 하나님의 형상으로 지음 받은 존재이자 책임이 주어진 청지기라는 분명한 인식과 실천을 통해 상품물신주의에 대한 숭배, 기호적 소비의 자아, 그리고 과시적 소비의 자아가 초래한 소비 행동의 부정성을 교정하고 극복하는 데 힘쓸 필요가 있다.

2. 반성적 성찰과 소비로부터의 자유

소비사회에서는 소비가 일종의 인간 존재의 의미라고 할 수 있다. 그러나 절제와 검약의 미덕이 없는 소비문화의 가속화는 소비러쉬로 인해 사치와 낭비를 부추긴다. 그러므로 그리스도인은 가정의 능력과 사회의 조건을 같이 생각해보며 사치는 경계해야 한다.

에크하르트(M. Eckhart)는 소유의 문제에 접근하여 소유와 자유의 연관을 구명한다(E. Fromm, 2007, 99-100). 소유와 일에, 궁극적으로는 자신의 자아에 집착하는 만큼, 그것에 비례해서 인간의 자유는 제한을 받는다는 것이다. 자신의 자아에 묶여있음으로 인해, 나아가는 길을 스스로 방해해서 결실을 맺지 못하고 자기실현을 이룰 수 없게 된다. 소유적 실존양식에서 결정적 요소는 소유하는 많은 대상물이 아니라, 그것을 대하는 인간의 마음가짐과 태도이다. 깊이 생각해야 할 것은 무엇을 소비하고 행할 것인가보다는 어떤 존재인가에 대해 비중을 두어야 함을 역설하였다.

모든 그리스도인은 물신숭배적 소비사회에 저항하며 예수 그리스도를 따르는 삶을 살라는 부름을 받았다(J. F. Kavanaugh, 2006, 96-100). 소비사회를 사는 그리스도인의 삶은 예수 그리스도가 가신 길을 따라가는 삶으로 제시된다. 예수 그리스도는 달라고 하는 이에게 거저 주고, 꾸려고 하는 이의 부탁을 물리치거나 거절하지 말라고 하실 뿐만 아니라(마 5:42), 자신을 위해 땅에 재물을 쌓아두지 말라고 명령한다(마 6:19). 예수 그리스도가 사십일을 금식한 후에 악마로부터 받은 첫 번째 시험은 돌들이 빵이 되게 해보라는 것이다. 예수 그리스도는 사람이 빵으로만 살 것이 아니라 하나님의 입에서 나오는 모든 말씀으로 살 것이라고 대답하면서 이 시험을 물리친다(마 4:1-4). 예수 그리스도가 시험을 이기고 선포한

하나님의 나라는 고도 소비주의 사회에 저항하는 대안 사회이면서, 일차원적 욕망을 위해 하나님을 시험하는 패역한 세대에 맞서는 대안 사회라고 할 수 있다.

캐버너(2006, 184-185)에 따르면, 무제한적인 생산과 소비의 충동에서 벗어나 ‘지금 여기’라는 단순한 현실에 대해 자신의 모습을 열린 자세로 직시하게 되면, 소비사회에서의 공허한 내적 삶에 저항할 수 있다. 하지만 소비사회에 대한 비판이 곧 소비에 대한 거부를 뜻하는 것은 아니다. 소비사회에 대한 비판의 초점은 결국 생산과 소비를 대하는 우리의 태도에 있다고 할 수 있다. 앞서 언급한 소비사회로 인한 무능들에서 벗어나기 위해서 우리가 이렇게 나아가도 괜찮은지를 묻는 반성적 성찰이 필요하다. 오래전 소크라테스는 질문하지 않는 삶은 살 가치가 없다고 하면서, 우리가 추구하는 삶이 우리의 세계와 인생에 미치는 영향을 세밀하게 살피는 일의 중요성을 강조했다(Plato, 2004, 175-180). 반성적 성찰은 의미 있고 행복한 삶을 위해 어떻게 살아야 하는지에 대해 질문하게 만들 수 있을 뿐 아니라, 소비의 쾌락과 자본주의가 부추기는 욕망에 관한 성찰을 행하도록 만든다. 소비주의적 삶이 이런 반성적 사유의 과정을 통해 우리의 삶과 이 세계에 끼치는 영향들을 인식할 수 있는 계기와 비판적 시각을 제공함으로써 소비사회가 야기시키는 무능들에서 벗어날 수 있는 기회를 줄 수 있다.

소비사회의 기독교교육은 상품 형식과 그것이 우리의 가치와 인식에 깊이 침투해 있다는 사실에 대해 비판적으로 인식하게 하고, 소비문화 시대의 폭력의 원천을 바로 볼 수 있도록 교육해야 한다. 성장을 기반으로 한 소비사회는 배려의 사회인 동시에 억압의 사회이며, 평화로운 사회인 동시에 폭력사회이다. 달리 서술하여, 소비사회는 풍부한 사회인 것처럼 보이지만 실제로 무질서의 사회이기에 여러 가지 사회적 문제를 초래한다는 것이다(양승준, 2019). 오늘날 소비사회에서의 그리스도인들은 소비주의 이데올로기를 전달하는 광고 이면에 감춰진 허위의식을 신학적인 관점에서 분명히 인식하고 비판함으로써 소비주의 현상과 상품의 물신주의에 함몰되지 않도록 노력해야 할 것이다. 물론 이러한 노력의 과정에서 합리적인 소비의 추구, 과소비를 지양하는 검소한 삶, 약자와 지구촌 생태계의 환경까지 배려하는 자족과 나눔의 삶, 지속가능한 소비의 실천도 함께 이루어져야 할 것이다.

3. 공동체성의 회복과 연대

소비사회 그리고 그것을 유지시키는 문화 속에서는 타인과 관계를 맺고 교제를 나눌 능력을 상실할 가능성이 있다. 이는 타인에 대한 헌신의 중요성을 고양시킬 수 있는 기반을 약화시키는 결과를 초래한다. 소비사회는 상업화된 도덕적 진통제를 광고하고 유통하며 사람과 사람 사이의 유대가 흐려지고 무너지는 것을 예방하기보다는 오히려 부추기고 있다

(Z. Bauman, 2013, 119). 따라서 물질에 대한 소비지향 또는 소유지향적 태도를 지양하고 물질을 향유할 수 있는 태도를 함양하기 위해서는 개인주의적 성향을 넘어선 공동체성의 회복이 필요하다. 아리스토텔레스는 인간이 살기 위해서 소유가 필요하다고 하였다. 그러나 그 소유는 가정의 공동체와 거대한 정치적 공동체와 연관된다. 공동체라는 한계성을 받아들이는 데서 인간은 살아갈 수 있고, 생존할 수 있으며, 필요로 하는 욕구를 충족시킬 수 있다. 웨인 믹스(W. A. Meeks, 1992, 193)는 공동체를 형성한다는 것은 도덕을 형성한다는 의미이며, 개개인은 공동체 생활을 구성하는 상호관계, 언어와 몸짓의 특별한 사용, 습관과 그것의 강화 같은 것이 없이는 결코 도덕적 행위 주체가 될 수 없다고 말한 바 있다.

캐버너(2006, 147-150)는 지속적이며 인격적인 인간관계를 세우는 것, 기독교 공동체의 삶을 지향하는 것, 타인과의 연대 의식으로 결속되는 것을 소비사회에서 그리스도인이 취해야 할 대안적 삶으로 제시한다. 정기적으로 모여 기도하고 찬양하며 토론하고 사회에 봉사하는 기독교 공동체에 참여하는 것을 통해 물신숭배적 소비주의 문화가 강요하고 부추기는 경쟁심과 개인주의에 맞설 수 있다는 것이다. 이런 기독교 공동체는 격려하고 지원하며 섬김과 자기희생에 바탕을 둔 공동체이다. 또한 서로 존중하고 사랑하며, 정의와 자유를 이루는 일을 지향하는 공동체이다(김경동, 2010, 209). 이렇게 캐버너는 공동체의 삶을 실천함으로써, 타인과 깊은 인격적 관계를 맺기 어렵게 하고 개인을 고립시키는 소비문화의 고립주의를 극복할 수 있음을 강조한다. 물신숭배적 소비사회에서 그리스도인이 살아가야 할 대안적 삶은 바로 예수 그리스도의 십자가를 지고 그 뒤를 따르는 삶이다. 그것은 하나님의 명령을 지키기 위해 자신의 욕구와 욕망을 절제하고, 이런 절제를 통해 나타나게 되는 불편을 감수하며, 이웃 사랑을 실천하는 것이다.

교회와 그리스도인은 주체로서 얼마든지 자신의 소비행위를 통해 사회에 영향을 끼칠 수 있다. 교회가 윤리적 가치와 윤리적 소비를 교육하는 것도 중요한데, 소비행위에서 실제로 모범을 보이는 것이 더욱 중요하다. 교회는 '녹색 소비'를 위해 에너지를 절약하며, 지역 소비의 활성화를 위해 교회가 자리한 인근 지역의 생산품을 우선적으로 구입하여 지역 경제의 활성화에도 도움을 줄 수 있다. 또는 교회가 시민단체들과 협력하여 윤리적 소비를 간접적 방법으로 도울 수도 있다. 시민단체와 더불어 정부나 지자체로부터 행정적 지원과 법적 지원을 받아내기 위해 필요한 영향력을 행사할 수 있어야 한다. 지역 교회의 소비자 운동은 일반기업의 사회적 책임의 강화에도 영향을 끼칠 수 있다. 교회 내 공동체성의 함양뿐 아니라 교회들 간의 연대 의식 또한 중요한 부분이다(노영상, 2000, 42). 구체적 나눔으로서 공동체의 이상을 공유하며 훈련하고, 경제와 관련된 활동들을 통해서 교회의 본래적 기능을 회복해야 할 필요가 있다. 이처럼 소비의 영역에서 진지하고 의미 있는 대안을 찾고 비판적 실천을 위한 노력이 이루어져야 할 것이다.

특히 기독교는 피조세계와 창조에 대한 인간의 생태학적 책임을 강조한다(조용훈, 2013). 소비주의적인 선진과 물질 중심적 사회에서 지금과 같은 속도로 소비하고 낭비한다면 세상의 모든 자원은 한 세대가 지나기 전에 없어질 수도 있다. 인간이 자원을 낭비하고 환경 질서를 깨뜨릴 때, 땅을 황폐화시키고 숲을 파괴할 때, 수많은 동물의 종들 사라지게 할 때, 세상에 대한 소망과 하나님의 영광이 없다(이상민, 2020). 인간이 자기의 유익에 모든 것을 종속시킬 때 모든 것은 소멸하고 사라지게 된다는 것이다. 이에 볼프(M. Volf, 2015, 171-172)는 오늘날 세계화 시대에서 양극화와 생태학적 재난 같은 그림자 가운데, 소비의 방향을 조정하고 제한해야 하며 지구적인 연대를 강화해야 함을 강조했다. 결국, 우리는 소비 욕구에 굴복하지 말아야 하며, 생활 수준 향상에 인간의 운명이 연결되어 있다는 믿음에 굴복하지 말아야 할 것이다. 우리는 자연의 요소에 생명의 유일한 가능성인 하나님 영광의 의미를 회복시켜야 하며, 이는 소망의 길로 그것을 들어가게 함으로서만이 이루어질 수 있다.

V. 나가는 말

소비는 역사적, 사회적으로 보편적 욕구이지만, 현대사회에서는 그 이상의 의미를 지니고 있다. 단순히 필요에 의한 소비를 넘어 상징적인 함의를 가지게 되었고, 개인의 취향과 욕망을 충족시키며 정체성을 실현하는 수단이 되었다. 소비 의존 구조 속에서 끊임없이 무언가를 소비하게 되는데, 소비에 대한 과도한 의존은 사회에 문제점들을 야기하고 있다. 삶의 가치를 소비에 내맡기게 되어 사회적 관계를 맺어나가는 도구가 되고, 개인 삶도 그 아래에 놓이게 되었다. 또한 인간의 불안과 우울을 소비로 해결할 수 있는 것 같이 보이지만, 반대로 더 큰 우울을 안겨주기도 했고 소비능력에 따라 인간을 계층화하기도 했다.

이에 소비에 대한 기독교적 이해를 통해 소비사회에서 그리스도인으로서 어떠한 삶을 살아야 할 것인지에 대해 기독교교육적 접근을 제시했다. 재물에 대한 성서의 이해를 살펴보면, 모든 재물은 하나님의 것이며 인간에게 주셔서 누리게 하신 선물이다. 재물은 신앙의 척도가 될 수 없고, 참된 행복을 주지 못한다. 이보다 더 중요한 것은 사랑이며, 그리스도인은 재물의 소유보다 사랑의 존재성에 우선성을 두고 사는 존재임을 알려주고 있다. 또한 일용한 양식에 만족하며 일용할 이상의 것은 나누어야 하는데, 이는 하나님께서 맡기신 것이기 때문이다.

하나님의 형상으로 지음 받은 존재임을 기억하고, 청지기라는 그리스도인의 정체성을 늘 염두에 두어야 한다. 반성적 성찰을 통해 소비사회가 안고 있는 사유의 무능에서 벗어나고, 소비사회에 대한 바른 이해를 통해 소비에 얽매이는 것이 아니라 재물보다 하나님과의 관계

에 초점을 두는 삶을 살아가야 할 필요가 있다. 그리고 공동체성의 회복과 연대를 통해 소비사회에서 대안을 제시하고 비판적 실천들을 해나가야 할 것이다. 무엇보다 자원을 고갈시키고 자연을 파괴하며 환경을 황폐하게 하는 소비 욕구에 굴복하지 말아야 할 것이다. 전 지구적 환경의 위기는 계속되고 있고, 환경 위기를 알려주는 신호들이 곳곳에서 나타난다. 지구는 유한하기에, 끝이 없는 경제성장에 기반을 둔 대량 소비사회는 이미 한계에 이르렀다. 기존의 소비 메커니즘에서 한 걸음씩 걸어 나오게 될 때 미래에 대한 불확실성과 공포가 사라지면서, 다른 사람들과 더불어 무언가 새로운 것을 만들어낼 수 있으며, 남들에게 가진 것을 나누고 베풀 수 있다.

한국 사회의 소비문화 가운데 물신숭배적 소비사회에 저항하라는 부르심을 받은 그리스도인은 예수 그리스도의 십자가를 짊어지고 예수 그리스도가 걸어가신 길을 쫓으면서, 고도 소비주의 사회에 맞서는 삶을 살아가야 할 것이다. 그리고 고도 소비사회에 맞서 하나님의 명령을 행하기 위한 불편의 감수, 욕망의 절제, 이웃 사랑이라는 구체적인 실천들을 해나가야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 강성영 (2006). **생명 문화 윤리**. 오산: 한신대출판부.
- [Kang, S. Y. (2006). *Life, Culture, Ethic*. Osan: Hanshin publications.]
- 강성영 (2007). 소비사회의 인간 이해: '광고'를 통해 본 욕구와 한계의 변증법. **신학사상**, 138, 203-224.
- [Kang, S. Y. (2007). Understanding Human Existence of Consumer Society- Looking at dialectics of desire and limitation through 'commercial advertisement'. *Theological Thought*, 138, 203-224.]
- 고재길 (2010). 소비문화의 종교성과 소비 이데올로기 비판: 소비인간의 이미지와 대리적 소비를 중심으로. **장신논단**, 39, 199-222.
- [Ko, J. K. (2010). A Reflection on the Religiosity of Consumer Culture and the Ideology of Consumption: Focused on the Image of 'Homo Consumens' and Vicarious Consumption. *Korea Presbyterian Journal of Theology*, 39, 199-222.]
- 권수영 외 (2019). **기독교, 묻고 답하다**. 서울: 청송미디어.
- [Kwon, S. Y. et al. 13 (ed). (2019). *Christianity, question & response*. Seoul: cheongsong media.]
- 김경동 (2010). **기독교 공동체 운동의 사회학**. 서울: 한들.
- [Kim, K. D. (2010). *Sociology of christian community movement*. Seoul: handl.]
- 김도희 (2022). MZ세대의 '갤러리 오픈런' 현상에 대한 비판적 고찰. **인문사회**21, 13, 79-94.
- [Kim, D. H. (2022). A Critical Study on the 'Open-run to Gallery' Phenomenon of MZ Generation. *The Journal of Humanities and Social science*, 13, 79-94.]
- 김찬호 (2016). **모멸감: 굴욕과 존엄의 사회학**. 서울: 문학과지성사.
- [Kim, C. H. (2016). *Humiliation: An emotion sociology of disgrace and dignity*. Seoul: Moongi.]
- 노영상 (2000). **기독교와 미래사회**. 서울: 대한기독교서회.
- [No, Y. S. (2000). *Christianity and Future Society*. Seoul: CLSK.]
- 박규상 (2012). **행복한 사람은 쇼핑을 하지 않는다**. 서울: 21세기북스.
- [Park, K. S. (2012). *Happy people don't shop*. Seoul: Book21.]
- 박명희 (1999). **생각하는 소비문화**. 서울: 교문사.
- [Park, M. H. (1999). *Thinking consumer culture*. Seoul: gyomoon.]
- 양승준 (2019). 신자유주의 시대 회중의 경제적 성화교육을 위한 연구. **기독교교육논총**, 60, 73-98.
- [Yang, S. J. (2019). A Study on the Economical Sanctification Education of the Congregation in Neoliberal Era. *Journal of Christian Education in Korea*, 60, 73-98.]
- 이두원 (2007). 대중 소비 사회의 브랜드 소비가치 체제에 대한 기호학적 해석: 브랜드 기호의 구조, 의미, 화용적 차원을 중심으로. **커뮤니케이션학연구**, 15, 134-154.
- [Lee, D. W. (2007). A Semiotic Explication of the Brand Value System in a Mass Consumption Society: A Syntactic, Semantic, Pragmatic Review on Brand Signs. *Korean Journal of Communication Studies*, 15, 134-154.]
- 이상민 (2020). 소비 사회에서의 그리스도인의 대안적 삶에 대한 연구. **신앙과 학문**, 25, 105-140.
- [Lee, S. M. (2020). A Study on the alternative Life of Christians in the Consumption Society. *Faith & scholarship*, 25, 105-140.]
- 이용균 (2018). 상품과 소비의 물신주의에 대한 고찰. **도덕윤리과교육**, 61, 83-114.
- [Lee, Y. G. (2018). Study on the Fetishism of Commodity and Consumption: the case of Ethical Consumption. *Journal of Moral & Ethics Education*, 61, 83-114.]
- 이장형 (2005). 대량소비 문화와 물질주의에 대한 기독교의 책임. **기독교사회윤리**, 10, 105-131.

- [Lee, J. H. (2005). Christian Responsibility for Mass Consumption and Materialism. *The Korean Journal of Christian Social Ethics*, 10, 105-131.]
- 이충한 (2022). 소비사회의 무능과 반성적 삶의 복원: 자본주의와 소비주의에 대한 철학적 성찰. *철학논총*, 107, 249-279.
- [Lee, C. H. (2022). Inability of the Consumer Society and the Recovery of Reflective Life: Philosophical Reflection on Capitalism and Consumerism. *Journal of the New Korean Philosophical Association*, 107, 249-279.]
- 임성빈 (2023). 기독교 사회윤리학적 관점에서 본 소비자문화에 대한 고찰. *장신논단*, 20, 185-205.
- [Lim, S. B. (2023). A Study on the Consumer Culture from the Christian Social Ethics Perspective. *Korea Presbyterian Journal of Theology*, 20, 185-205.]
- 정은, 황혜영 (2017). 소비사회의 교육과 인성 발달에 관한 연구. *열린교육연구*, 25, 1-20.
- [Cheong, E. & Hwang, H. Y. (2017). A Study on Education and Human Character Development in Consumer Society. *The Journal of Yeolin Education*, 25, 1-20.]
- 조용훈 (2013). 윤리적 소비에 대한 기독교윤리적 연구. *기독교사회윤리*, 27, 369-398.
- [Jo, Y. H. (2013). A Study on Ethics Consumption from the Perspective of Christian Ethics. *The Korean Journal of Christian Social Ethics*, 27, 369-398.]
- Arendt, H. (2008). **인간의 조건**. 이진우, 태정호 역. 과주: 한길사. (원저 1958 출판)
- [Arendt, H. (2008). *The human condition*. Translator: Lee, J. W. & Tae, J. H. Paju: Hangilsa.(Original article published in 1958)]
- Baudrillard, J. (1998). **소비의 사회**. 임문영 역. 대구: 계명대학교출판부. (원저 1970 출판)
- [Baudrillard, J. (1998). *La société de consommation*. Translator: Lim, M. Y. Daegu: kmupress.(Original article published in 1970)]
- Bauman, Z. (2013). **리퀴드 러브**. 권태우, 조형준 역. 서울: 새물결. (원저 2003 출판)
- [Bauman, Z. (2013). *Liquid love*. Translator: Kwon, T. W. & Cho, H. J. Seoul: hwpbooks.(Original article published in 2003)]
- Bauman, Z. (2013). **부수적 피해**. 정일준 역. 서울: 민음사. (원저 2011 출판)
- [Bauman, Z. (2013). *Collateral damage*. Translator: Jung, I. J. Seoul: minumsa.(Original article published in 2011)]
- Bourdieu, P. (1995). **구별짓기: 문화와 취향의 사회학**上. 서울: 새물결. (원저 1979 출판)
- [Bourdieu, P. (1995). *(La) Distinction: critique sociale du jugement*. Seoul: hwpbooks.(Original article published in 1979)]
- Fromm, E. (2007). **소유나 존재나**. 차경아 역. 서울: 까치. (원저 1976 출판)
- [Fromm, E. (2007). *To have or to be?*. Translator: Cha, K. A. Seoul: kachibooks.(Original article published in 1976)]
- Gonzalez, M. (2011). *Shopping*. Minneapolis: Fortless,
- Kavanaugh, J. F. (2006). *Following Christ in a Consumer Society*. New York: Orbis Books.
- Kempf, H. (2008). **부자들이 지구를 어떻게 망쳤다**. 진민정 역. 서울: 에코리브르. (원저 2007 출판)
- [Kempf, H. (2008). *Comment les riches détruisent la planète*. Translator: Jin, M. J. Seoul: ecolivres.(Original article published in 2007)]
- Lipovetsky, G. (2009). **행복의 역설: 과소비사회의 소비심리를 분석한 미래사회 전망보고서**. 정미애 역. 과주: 알마. (원저 2006 출판)
- [Lipovetsky, G. (2009). *(Le) bonheur paradoxal: essai sur la société d'hyperconsommation*. Translator: Jung, M. A. Paju: almabooks.(Original article published in 2006)]
- McCracken, G. D. (1997). **문화와 소비**. 이상률 역. 서울: 문예출판사. (원저 1988 출판)
- [McCracken, G. D. (1997). *Culture and consumption*. Translator: Lee, S. L. Seoul: Mooye.(Original article published

in 1988)]

Meeks, W. A. (1992). **바울의 목회와 도시사회**. 황화자 역. 서울: 대한예수교장로회총회출판국. (원저 1983 출판)

[Meeks, W. A. (1992). *The first urban Christians: the social world of the Apostle Paul*. Translator: Hwang, H. J.

Seoul: holyonebook.(Original article published in 1983)]

Miller, D. (1995). *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. London: Routledge.

Muller, J. Z. (2006). **자본주의의 매혹: 돈과 시장의 경제사상사**. 서찬주, 김청환 역. 서울: 휴먼앤북스. (원저 2002 출판)

[Muller, J. Z. (2006). *The mind and the market: capitalism in modern European thought*. Translator: Seo, C. J.

& Kim, C. H. Seoul: Human & Books.(Original article published in 2002)]

Plato (2004). **에우티프론, 소크라테스의 변론, 크리톤, 파이돈: 플라톤의 네 대화편**. 박종현 역주. 서울: 서광사.

[Plato (2004). *Ethyphron, Apologia Eokratoys, Kriton, Phaidon: The dialogues*. Translator: Park, J. H. Seoul: seo

kwangsa.]

Veblen, T. (2007). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Oxford University Press.

Volf, M. (2015). *Flourishing*. New Haven: Yale University Press.

Weber, M. (2013). **프로테스탄티즘 윤리와 자본주의 정신**. 김현옥 역. 서울: 동서문화사. (원저 1958 출판)

[Weber, M. (2013). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. Translator: Kim, H. O. Seoul: dongsubhbook.

(Original article published in 1958)]