

탐욕과 소비주의의 관련성에 관한 연구¹⁾

양희석²⁾

<논문초록>

현대자본주의는 대중소비사회이며, 소비주의를 지향하고 있다. 서구에는 산업혁명을 거치면서 거대 자본주의체제가 구축되었다. 이러한 현대 자본주의 체제를 유지 하기 위해서는 필연적으로 대량소비, 과소비를 하지 않을 수가 없게 되었다. 소비주의가 자본주의의 지배적인 영향력으로 존재하게 된 것이다. 현대 포스트모더니즘 시대에서 소비주의는 가장 두드러진 세속주의의 한 현상으로 등장했다. 세속적 소비주의는 현대 자본주의 사회를 지배하고 있으므로 현대 기독교인들과 교회가 가장 경계해야 할 세속적 물질주의라 하겠다.

소비주의는 끝없는 욕망의 만족을 추구하도록 자극하고 있다. 이것은 궁극적으로 불만족과 욕구 불만만 조장할 뿐이다. 채우지 못한 욕망은 또 다른 것을 새롭게 탐욕하게 할 것이다. 과도한 소비현상은 바로 인간의 탐욕이 지나치기 때문에 발생한다고 보아야 할 것이다. 욕망하는 주체로서 인간의 삶은 무엇인가를 끊임없이 탐하게 된다. 욕망하는 주체가 바로 인간이다. 욕망하지 않는 인간은 상상할 수 없겠지만, 과도한 욕망, 즉 탐욕을 어떻게 제어하느냐가 문제이다.

소비주의는 세속적이며, 이 세대의 속성을 가장 잘 반영하고 있는 이념인데, 세속적 소비주의에 적절히 대응하기 위해서는 탐욕을 제어할 수 있어야 할 것이다. 성숙한 그리스도인은 그 어떤 욕망에도 노예가 되지 않는다. 바울은 자족할 줄 아는 경건한 삶을 강조한다. 경건의 실천은 기독교 신앙의 핵심이다. 개혁주의 교회는 16세기 이래로 오늘날까지 이 경건의 실천을 중시해 왔다. 종교개혁 후기부터 수세기 동안 화란개혁교회는 경건의 연습을 표지로 삼았다.

오늘날 거대한 소비 맘몬주의로부터 거센 도전을 받고 있는 기독교인과 교회를 보호하기 위해서는 종교개혁의 유산인 개혁주의의 원리와 정신이 요청된다. 칼빈의 정신과 개혁주의 원리는 범사를 하나님의 주권 하에 둘 것이며, 하나님 보다 돈을 더 사랑하는 것을 경계하며, 기독교인들과 교회를 하나님 앞에서 경건하게 살아가도록 도울 수 있을 것으로 본다.

주제어 : 소비주의, 욕망, 탐욕, 경건의 실천, 거룩한 공동체

I. 서언

1) 2019년 한국교통대학교 지원을 받아 수행하였음.

2) 한국교통대학교 국제통상학과 교수

오늘날 자본주의 사회에서 소비생활은 일상이며, 자연스럽게 현대인들의 삶을 차지하고 있다. 현대인들은 이전 세대와 비교해 볼 때, 소비에 대한 인식이 다르다. 아끼고 절제하는 것 보다 가급적 소비하고, 많이 쓰는 것이 현대인의 권리인 양 아무런 거리낌 없이 소비생활을 영위하고 있다. 이런 시대의 풍조가 기독교인들의 의식 속에 자연스럽게 스며들어 올 수 있을 것이다.

소비가 필수적인 경제생활이긴 하지만, 무비판적인 소비생활은 많은 점에서 문제를 야기할 수 있다. 과소비로 인해 건강을 해치게 되고, 물질적 낭비는 가계를 어렵게 만들기도 한다. 심지어 소비중독 현상은 인간의 삶을 황폐하게 만들기도 한다. 적절한 소비는 어떤 것이며, 어떻게 소비하는 것이 바람직한 것인가에 대해 올바른 판단과 인식을 하지 않으면 소비로 인해 개인의 파멸은 물론 국가 사회에 심대한 문제가 야기될 수 있을 것이다.

소비주의가 기독교인들을 포함하여 현대인들의 의식을 지배하고 있다. 소비주의는 기독교인들이 하나님 보다 물질과 돈을 더 중시하고, 그들을 그 속에 빠뜨리고 마는 것이다. 소비주의는 끝없는 욕망의 만족을 추구하도록 자극하고 있다. 이것은 궁극적으로 불만족과 욕구 불만만 조장할 뿐이다. 채우지 못한 욕망은 또 다른 것을 새롭게 탐욕하게 할 것이다. 과도한 소비현상은 바로 인간의 탐욕이 지나치기 때문에 발생한다고 보아야 할 것이다. 욕망하는 주체로서 인간의 삶은 무엇인가를 끊임없이 탐하게 된다. 욕망하는 주체가 바로 인간이다. 욕망하지 않는 인간은 상상할 수 없겠지만, 과도한 욕망, 즉 탐욕을 어떻게 제어하느냐가 문제이다.

소비주의는 세속적이며, 이 세대의 속성을 가장 잘 반영하고 있는 이념인데, 세속적 소비주의에 적절히 대응하기 위해서는 탐욕을 제어할 수 있어야 할 것이다. 이런 의미에서 탐욕과 소비주의의 관련성에 대해 이해하는 것은 절실하다고 본다. 본 고에서는 탐욕이 소비주의와 어떤 연관을 맺는지 살펴 보고, 기독교 소비주의 대안을 모색해 보고자 한다.

II. 소비주의의 속성에 대한 이해

1. 소비주의와 욕구충족

소비사회는 의식주의 기본적인 필요를 넘어서 '잉여와 사치'를 추구하는 소비자본주의 사회이다. 상품의 소비를 통해 채워지지 않는 불만족은 인간을 과잉 욕구의 노예가 되게 만든다. 또한 인간의 무절제한 욕구의 추구로 인해 환경적 재앙을 야기한다.

첫째, 소비주의는 소비자의 욕망을 만족시켜 줄 수 있다고 하지만, 욕망은 결코 충족될 수 없을 것이다. 소비적 자아의 욕구는 끝없는 욕구의 증대를 경험하며 언제나 불만족에 처하게 된다. 계속되는 광고의 자극을 통해 주어지는 만족은 순간적 만족감을 느끼지만, 더 이상 만족할 수 없다는 것을 느끼면서 아노미 현상을 가져온다. 개인의 욕망 좌절로 인한 욕구 불만은 사회적 문제들을 유발하게 된다. 우리 사회에 팽배한 한탕주의, 요행주의, 각종 사회적 범죄의 증가 등도 그 같은 욕망과 관련되어 있다고 볼 수 있다(임성빈 외: 조용훈, 2008).

둘째, 소비주의는 욕구 조작 메커니즘을 통해 인간의 욕구를 창출하고 충족한다는 점에서 인간을 타율적 존재로 만든다. 자기 과시적 소비를 통해 자신의 사회적 위치를 인정받으려는 욕망은 인간을 외적으로 장식하는 일에 몰두하게 함으로써 철저히 욕구 조작 메커니즘의 수단이 되게 하며, 타인의 시선을 통해 자신을 확인하려는 타율적인 존재로 만든다. 소비자들은 소비를 통해 사회적 인정을 받는 것이 비교적 용이하기 때문에 자기 과시적 소비에 열중하게 되는 것이다.

소비주의는 소비자를 타율적으로 부과되는 욕구를 추구하는 수동적인 인간으로 만들고, 자아에 대한 성찰을 차단시킴으로써 주체적인 자기 성장을 방해한다. 결과적으로 소비주의는 인간을 새로운 상품의 소유를 갈망하는 노예로 만들 뿐 아니라, 그 노예 상태를 자각하지 못하도록 마취시켜 버림으로써 노예 상태에서 해방되려는 욕구조차 갖지 못하도록 만든다(김준우, 1996).

셋째, 소비주의는 인간성을 소외시키고 있다. 소비주의는 소비를 통해 개인의 정체성을 확신하게 만들기 때문에 개인의 주체성은 그의 소유와 동일시된다. 소비주의는 소비를 통해 사람들이 자아정체성을 실현할 수 있다고 주장하고 있지만, 진정한 자아실현에 실패하게 된다. 소비를 통한 타자의 정체성을 모방하고, 주관적 환상을 추구하지만, 결국 진정한 주체성을 상실한 소비 인간상으로 전락하고 마는 것이다. 왜곡된 욕망은 자아정체성에 대한 본질적 욕망을 은폐시킨다. 결국 상품과 인간과의 관계에서 인간의 주체성은 상실되고 오히려 상품의 세계, 소비의 세계에 끌려 다니는 존재가 되고 마는 것이다(임성빈, 2008).

오늘날 자본주의 체제에서의 인간은 생산과 소비의 성장을 위한 자본 확대 재생산의 도구로 되어 버렸다. 소비자는 “근원적 소외의 시대”인 소비시대를 살아가는 소비 인간이라 할 수 있다(Baudrillard, 2014). 즉, 소비자는 자신의 삶 자체와 세계 속에서 소외된 인간일 따름이다. 이는 오늘날 현대의 소비자는 자신의 노동으로부터, 자기 자신과 다른 인간으로부터, 자연과 초월성으로부터 소외된 삶을 살아가고 있다는 것이다.

오늘날 소비자가 철저히 소외되는 것은 자본 자체의 확대 재생산 전략 때문이라고 할 수 있다. 기업은 이윤을 극대화하기 위해 과잉 생산하게 되고, 그것을 해결하기 위해 각종 마케팅 전략을 구사함으로써 소비자의 욕구 조작을 통해 인간의 탐욕을 극대화시키고자 한다. 지속적인 소비가 있어야 과잉 생산 문제를 해결할 수 있고, 계속 이윤을 얻을 수 있기 때문이다. 이 과정에서 소비자는 인간으로서의 주체성, 연대성, 초월성이 제거되고, 자아 정체성을 잃어버리고, 소외감에 빠지게 되는 것이다(양희석, 1993).

넷째, 소비주의는 무분별한 과소비를 조장하여 지구 환경의 미래를 어둡게 하고 있다. 대량 생산에 혈안이 된 공장의 공해와 자동차, 가정 그리고 가축이 내뿜는 이산화탄소와 미세먼지로 인해 인류의 생명이 위협받고 있다. 이런 위험한 상황이 우리의 소비와 밀접한 관련을 맺고 있다. 우리의 소비가 커지면 커질수록 더 많은 이산화탄소의 배출로 지구 생태계는 돌이킬 수 없는 재난을 초래하게 될 것이다. 결국 소비의 문제는 지구 환경을 지속가능하게 하는 데 해결해야 할 최우선 과제로 부각되고 있다(임성빈, 2008).

2. 소비주의의 탐욕적 속성

소비주의는 현대 사회를 소비사회로 만드는 지배적 이데올로기로서의 역할을 하고 있다. 오늘날 서구 사회는 “소비하라 더 크게 갈망하라”라는 소비주의적 명제를 하나의 세계관, 자본주의 종교의 신앙으로 신봉하고 있다. 서구는 돈과 물질 소유로 대변되는 자본주의 이데올로기가 지배하는 세상이 됐다. 그 결과 서구 교회는 물질주의와 소비주의에 자신들을 내 주고 말았으며, 자본주의 경제 이데올로기가 예수님의 자리를 대신하고 있다.

소비자본주의 사회는 의식주의 기본적인 필요를 넘어 ‘잉여와 사치’를 추구한다. 탐심이 서구 사회를 지배하고 있는데(Jonathan Bonk, 박용규, 2011), 바울은 그러한 탐심을 우상숭배라고 지적했다. 상품의 소비를 통해 채워지지 않는 욕구의 불만족은 인간을 과욕의 노예가 되게 만든다. 상품의 가치가 인간적 가치 보다 중요한 것이 된다. 나아가 현대 소비사회에서는

양극화를 통해 불평등과 사회적 재앙이 산출되고, 인간의 무절제한 욕구의 추구로 인해 환경적 재앙이 초래되기도 한다.

이런 소비자의 자기만족을 위한 과도한 욕망의 추구는 결과적으로 사회·심리적 아노미 현상을 초래하기도 한다. 자신에게 주어진 능력을 넘어서는 욕망을 가진 인간이 그 욕망 충족을 시도하는 과정에서 어려움을 당할 때 개인의 심리적 문제만이 아니라 각종 사회적 문제들이 발생하게 된다. 우리 사회에 팽배한 한탕주의나 요행주의 그리고 자살자의 증가 등도 그 같은 욕망과 관련된다고 본다. 또한 이런 소비 욕구의 증대는 인간성을 파괴하고, 사회에 치명적인 타격을 주게 된다. 대량생산 - 대량소비 - 대량폐기로 연결되는 자본주의적 경제시스템의 사회는 필연적으로 파국적 결말에 이르게 될 것이다(임성빈 외: 조용훈, 2008).

소비주의는 인간의 존재 가치 보다는 쾌락이나 향락을 추구하기 위해 소비하는 소비 양태를 가지게 되는 문제를 발생시키는 것이다(김준우, 1996). 소비주의 사회에서는 종교를 대신하여 상품의 취득과 소비가 신성한 것을 경험하는 수단이 되고 있다. 이런 세속적 소비주의로 인해 오늘날 기독교는 세속화의 영향을 받고 있다. 소비자는 소비를 통해 성스러움을 경험하는 수단이 되고 있으며, 백화점, 쇼핑센터, 스포츠 경기장은 소비사회의 성전이 되고 있는 것이다(Baudrillard, 2014). Bocock은 “소비주의는 교회전통에 대립하며 공동체와의 관계에서 문제를 일으키고 있다”고 지적했다(Bocock, 2003). 이것은 우리 자신의 정체성에도 악영향을 주고 있다. 따라서 기독교 차원에서 소비주의에 대해 비판적으로 검토해 보아야 할 필요가 있는 것이다(임성빈 외: 박성관, 2008).

오늘날 소비주의는 하나의 신앙이며 종교다. 소비사회의 인간은 ‘신과 같이 되려고’ 한다. 인간은 욕구에 사로잡혀 주어진 한계를 알지 못하고 있다. 죄란 바로 자본이 인격화되고 시장이 신성화되어 인간이 상품과 교환되는 가치의 전도이며, 이것을 조장하는 소비주의가 바로 악이라고 할 수 있다. 구체적으로 악은 바로 개인적 차원에서는 물질에 대한 소유와 소비의 탐욕이며, 집단적으로는 상품과 자본에 대한 우상숭배와 비인간화이다.

산업혁명 이후 자본주의가 발달하였고, 대량생산과 대량소비로 인해 소비욕구가 상승되었다. 그 결과 소비사회가 확산되기에 이르렀다. 소비사회란 삶의 기본적 욕구를 넘어서 물질적, 감각적 욕구의 충족을 무한히 갈망하는 사회, 즉 소비주의가 지배하고 있는 사회를 말한다.

이러한 소비자본주의 사회는 의식주의 기본적 필요를 넘어서 ‘잉여와 사치’를 추구하는 사회이며, 소비자와 상품 사이의 관계에서 파생하는 소비능력으로 인간의 가치가 판단되는 소비 중심 사회이다. 소비사회에서 소비대중은 상품의 소유와 소비에서 다른 사람과의 비교를 통해 욕구충족을 추구하고, 광고를 통해 소비대중의 허구적, 상상적 욕구를 재생산한다. 소비자는 특정한 재화를 소비함으로써 욕망을 실현하는 것이 아니라, 오히려 소비하면 할수록 역으로 결핍을 느끼고, 현실세계에 대한 불만족감에 사로잡히게 된다.

소비사회에서는 상품 자체가 아니라 꾸며진 사용가치, 즉 이미지와 기호를 소비한다(Campbell, 2010). 소비사회에서 인간은 끊임없이 과잉실체에 대한 욕구의 노예가 되고 인간됨의 진정한 가치와 정체성은 상품의 가치에 밀려서 왜곡되는 결과를 초래한다. 자본주의는 새로운 단계로 진화했다. 탈산업사회의 시대를 지나며 문화자본주의를 향해 진화했다. 과잉소비가 정점에 달하고 이제는 더 이상 살 것이 없는 세상이 되었다. 사람은 단지 상품이 아니라 체험을 소비하고 싶은 욕구를 나타낸다. 소비사회에서 자선, 자비심, 동정심과 상호 부조와 같은 이웃사랑의 도덕적 행위는 소비자의 합리적 구매행위의 규범과 치환된다.

세계적 차원에서 소비의 양극화는 사회적 비극을 양산하고 있다. 이것이 오늘날 소비주의가 세계의 가장 큰 윤리적 문제로 대두되는 이유인 것이다. 소비사회에서 더욱 심각한 문제는 소

비 양극화와 절대빈곤 같은 사회악뿐만 아니라, 온실가스 배출로 인한 사막화와 생물학적 종의 감소 등 생태악이 자연과 인류의 미래를 더욱 어둡게 하고 있다. 현대 사회는 물질적으로 풍요한 사회지만 정신적 빈곤으로 인해 지속가능한 사회로서의 위치가 위협받고 있다는 것이다(강성영, 2007).

소비사회의 인간은 본회퍼가 말한 신과 같이 되려는 인간형과 같다. 한계를 상실한 인간은 지칠 줄 모르는 욕구에 사로잡혀 타자를 욕구의 대상으로 삼는다는 점이 소비인간의 전형이다. 하나님의 형상으로서의 인간은 타인과 다른 생명체들과 더불어 살도록 지어졌으나, 소비인간은 자기를 향한 병적 욕망에서 상품 이외에 다른 관계를 절연하고 고독하게 살아가는 존재이다.

소비인간은 향유를 위해 더 많이 일하고 더 많은 소유를 갈망해야 하는 운명적 굴레를 짊어지고 있다. 피조된 인간은 하나님의 형상으로 지어진 자기 존재의 근원을 알기에 자신의 한계를 깨닫고 겸허하게 살아가는 존재지만, 소비인간은 더 이상 피조물이 아니라 스스로 신과 같이 되어 자기의 운명과 피조세계의 창조주로 군림하고자 한다. 소비사회의 인간은 참다운 주체다움을 가진 자유인이 아니라 상품이 주는 과잉실재에 대한 허위욕구에 매인 종속적 존재이다. 하나님의 형상인 인간은 타자를 위해 자신의 욕구를 제한해야 한다는 것을 알지만, 소비사회의 인간은 한계를 넘어서 욕구의 충족을 추구하는 지칠 줄 모르는 탐욕의 화신이다. 하나님 없는 인간, 스스로 하나님이 되어 있는 인간은 그의 욕구와 충족 가능성만을 추구하고 있다.

소비인간은 타인의 존재에 대해 증오감을 품고, 병적 욕망 속에서 타인을 저주의 대상으로 대한다. 하나님의 형상인 인간은 세계 안에서 정의, 사랑을 실천하는 것을 자신의 과제로 삼고 살아야 하지만, 소비인간은 소비에 익숙하도록 본능을 자극하는 광고를 통해 수동적 주체(소비시민)로 존재한다. 하나님의 형상은 공동체를 통해 살롬의 가치를 실현하고자 노력하지만, 소비인간은 개인의 욕구에 사로잡혀 자본주의 이데올로기적 재생산에 한 주체로서의 참여를 강요받고 있다(강성영, 2007).

소비주의는 욕구 조작 메커니즘을 통해 인간의 구매와 소비행위를 통제하며, 그 결과 소비자는 소비의 주체자라기 보다는 소비의 확대를 피하는 수단으로 전락되고 만 것이다. 현대 기업은 과잉생산, 과잉판매 문제를 해결하기 위해 광고를 통해 소비자를 현혹하여 소비자로 하여금 과소비를 하게 만들고 있다. 결국 소비자는 자본주의적 생산과 소비의 연결 고리가 되고, 지속적인 이윤 창출의 원천으로 전락하게 되는 것이다(김준우, 1996).

소비주의는 소비자를 눈멀게 하는 “알콜 중독이나 마약 중독과 같은 병리 현상”을 배태하고 있다고 볼 수 있다(김준우, 1996). 소비를 통한 만족이란 기껏해야 순간적인 것이고 피상적인 수준에서 이루어진다. 게다가 소비는 중독성이 있어서 소비자는 소비행동을 통해 만족에 이르기 보다는 더 큰 갈망을 갖고 욕구 충족을 추구하게 된다. 소비행위에서 인간의 욕망은 어느 정도 채워지는가 하면 또 다른 욕망으로 나타난다(Campbell, 2010). 소비자로서 인간은 욕망을 채우기 위해 끊임없이 쳃바퀴를 돌려야 하는 것이다. 이것이 바로 기업은 알고 있으나, 소비자는 모르는 불편한 진실이며, 기업이 치밀하게 기획된 마케팅을 통해 소비자를 현혹하고, 과소비를 부추길 수 있는 근거이기도 하다.

Ⅲ. 탐욕의 속성에 대한 이해

1. 탐욕의 파괴적 속성

탐욕은 자기 정체를 완전히 드러내는 경우가 드물다. 인색함, 돈놀이, 돈에 대한 집착, 욕정, 편협한 마음 등 다양한 변형으로 나타난다. 탐욕가는 샘이 많아서 남이 자기보다 더 많이 가지고 있다는 사실에 괴로워한다. 또한 재물에 집착하면서 해서는 안될 행동을 하게 된다. 탐욕에는 신자들은 물론이고 사제들의 영혼까지 무너뜨리는 힘이 있다며 기독교인의 탐욕을 고발했다. 탐욕은 고귀한 영혼으로도 가장할 수 있다. 인색하고 욕심 많은 본심을 숨기고 자녀를 돌보기 위해 어쩔 수 없다는 태도로 포장하기도 한다. 탐욕이 극도의 절약이라는 옷을 두르면 탐욕은 경제라는 덕으로 탈바꿈한다. 이 외에도 탐욕은 여러 얼굴을 하고 있다. 따라서 그 진짜 본성을 이해하려면 여러 형태의 탐욕을 속속들이 꿰뚫어보고 그 의미를 깊이 이해할 필요가 있다(Anselm Grun, 2019).

탐욕은 주요 악덕 가운데 가장 '경제적인' 악덕에 해당한다. 경제적 환경에서 탐욕 만큼 '이성의 타락'을 보여 주는 예도 드물다. 탐욕가는 소유욕을 다스릴 줄도 모르고, 생리적 욕구에 필요한 것이 무엇인지도 모르기 때문에 무조건 탐욕이 충동질하는 것을 구매하게 된다. 따라서 탐욕가가 부를 독점하면 경제적 흐름이 막히고, 생산 활동 마저 힘들어지게 된다. 사람은 누구나 열정 깊은 곳에 난폭하고 탐욕스러운 욕망을 숨겨두고 있다.

탐욕의 의미가 고대 후기부터 변화되어 왔다. 고대 후기 탐욕은 모든 악의 뿌리, 즉 다른 모든 악덕을 자라게 하는 근원으로 간주되었다. 이는 신역성경에서 바울사도가 내린 정의에 근거한다. 중세 초기엔 탐욕 대신 교만이 모든 악의 기원으로 대두되었다. 탐욕을 악의 뿌리라고 한 것이 신만큼 소유하려는 것 때문이라고 한다면, 교만은 신처럼 존재하려 한다는 점에서 악의 시작이라고 한 것이다(Anselm Grun, 2019).

20세기 후반 25년간, 세계화와 함께 3차 산업혁명(정보화 혁명)이 밀려오며 다시 탐욕으로 관심이 돌아갔다. 탐욕은 필요와 욕심을 구분하게 만든 원흉으로 제2의 결합을 낳았다는 비난을 받으며, 모든 악을 뛰어 넘어 최고의 악덕이 되었다. 오늘날 우리는 무절제한 욕심이 우리 사회의 문화적, 윤리적 발전에 심각한 장애가 되는 것으로 간주한다. 교만이 자기 자신에게 사로잡히는 것이라면, 탐욕은 사물에 사로잡히는 것이기 때문이다.

탐욕가의 태도는 독특하다. 즉 투자하지 않고 축적하며, 사용하지 않고 모아둔다. 또한 나누지 않고 소유한다. 탐욕에 사로잡히면 개인뿐만 아니라 사회도 마찬가지다. 그리고 이는 사회 발전에서 볼 때 심각한 문제가 된다. 마키아벨리는 "시민의 탐욕은 원수의 약탈보다도 대중들에게 훨씬 더 해롭다."고 했다.

탐욕은 아리스토텔레스의 원인론 처럼 원인에 있음을 주장한다. 탐욕이 악덕이라는 주장은 탐욕이 의지와 이성이 타락한 결과이고, 그로 인한 책임과 죄책감 또한 탐욕가에게 있음을 인정하는 것이다. 반대로 탐욕이 병리적 특성이라는 주장은 탐욕의 원인을 사회구조의 타락이나 탐욕가 가문의 유전적인 문제로 돌린다는 것을 뜻한다(성정모 외 1인, 2016).

탐욕가 개인에게 책임이 없다는 선언은 죄책감을 줄여주되, 수치심을 없애지는 못한다. 수치심이란 사회적으로 정당한 윤리에 반한다고 비난받을 때, 혹은 집단의 이익에 역행하는 행동을 할 때 드는 부끄러운 감정이다.

탐욕과 낭비는 사랑을 거스르는 죄에 해당한다. "(단테의 신곡, 지옥편). 탐욕스러운 자와 낭비를 저지른 자가 지옥의 네 번째 입구에서 서로 얽혀 있는 것은 우연이 아니다. 다만 낭비하는 사람은 주로 젊은이지만 탐욕에 빠지는 쪽은 주로 나이 든 사람이다. 다른 악덕과 달리 탐욕은 나이가 들면서 점점 더 커져간다(Anselm Grun, 2019).

2. 탐욕의 양면성

오늘날 탐욕은 파괴적인 모습으로 널리 퍼져있고, 그 형태 또한 다양하다. 탐욕은 인류 역사가 시작되 이래 인간과 긴밀히 결부되는 주제이다. 인간이 지닌 특성 중 하나가 바로 탐욕이다. 인간은 점점 더 많이 가지려 한다. 그리고 가진 것에 만족할 줄 모른다. 탐욕은 인간 공동체의 근간을 무너뜨린다. 탐욕은 투쟁과 전쟁을 일으키는 원인이다.

탐욕의 뿌리는 자기중심주의이다. 자기중심주의란 자기 주변을 맴돌며 오직 자신에게만 열중하는 태도를 말한다. 나르시시즘 현상에서 볼 수 있다. 오늘날 이 나르시시즘 현상이 점점 더 증가하고 있다. 탐욕은 병을 부른다(성정모 외 1인, 2016).

그러나 탐욕은 경제 행위와 윤리적 구속이 상호의존성을 극명히 보여준다(Stefano Zamagni, 2014). 따라서 그 상관관계를 탐구하면 악덕에 대한 기준이 계속 바뀌어온 합리적인 이유를 찾을 수 있을 것이다. 신학에서는 탐욕을 무한히 부를 쌓으려는 무절제한 욕망으로 보았지만, 찰스 다윈은 탐욕의 기원을 생물학적으로 보았다. 다윈은 진화론에 입각해 탐욕을 설명하면서 탐욕은 인간이 환경에 적응하는 데 도움을 주어 인류 발전에 기여했다는 평가를 내렸다. 개인주의적 관점이 팽배했던 19세기 후반, 탐욕은 엄청난 성공을 거둔 실용주의를 등에 업고 거부할 수 없는 개인의 선택이 되면서 진화론의 입장에 더욱 힘을 실어주었다.

20세기에 이르러 프로이트를 비롯한 여러 심리치료학과 - 아들러부터 로저스 학파까지, 게슈탈트에서 실존 치료까지-가 다른 한편에선 악덕을 지의 범주에서 빼내려는 노력이 있었다. 인간은 악덕의 책임자가 아니라 희생자라는 얘기다. 악덕은 질환이며, 병리학의 대상이지 인간의 타락의 결과가 아니라는 것이다.

마케팅전략은 인간의 소유욕과 탐욕을 이용한다. 탐욕이 없는 자본주의는 생각할 수가 없다. 탐욕은 부정적 영향을 미치지만, 동시에 긍정적인 측면도 있다. 탐욕은 기업들에게 늘 새로운 제품을 개발하도록 부추긴다. 탐욕은 경제를 주도하고 일자리도 창출해 낸다(양희석, 2008). 탐욕은 개개인에게 삶을 즐기라며 부추긴다. 탐욕이 전혀 없다면 그 사람은 삶의 의욕을 상실할 수도 있다. 풍요롭게 삶을 누리하고자 하는 욕구가 있기에 사람들은 먼 나라를 여행하고, 새로운 것을 보고 체험하며, 자연의 아름다움에 감탄한다.

소유욕은 그 형태가 매우 다양하다. 돈을 더 많이 모으려는 것, 이윤을 더 많이 내려는 것, 부를 더 많이 축적하려는 것도 소유욕 때문이다. 소유욕은 인색과 연관되어 있다. 인색의 성격을 띤 탐욕은 심지어 사회적으로 인정 받기까지 한다. 탐욕이 우리 경제의 원동력이 될 수 있다.

쇼를렘머는 “더 많은 명예와 부, 힘을 얻고자 하는 탐욕 안에서도 행복에 대한 갈망을 발견할 수 있다”고 말한다. 그에 따르면 탐욕의 배후에는 “불안한 마음이 숨어 있고, 잔잔한 행복 안에는 지루함, 단조로움, 충족되지 않은 마음이 깔려있다”고 한다(Stefano Zamagni, 2014).

탐욕은 행복을 찾도록 우리를 몰아댄다. 만일 탐욕이 단지 더 많은 돈과 소비, 더 많은 부와 힘을 갈구하는 양상만으로 그 모습을 드러낸다면, “우리는 우리가 간절히 바라는 것, 곧 자신의 삶과 세상을 위해 갈망하는 것들을 놓치게 된다.”

이에 비추어 볼 때, 관건은 탐욕을 완전히 없애버리는 것이 아니다. 오히려 더 중요한 것은 탐욕이라는 가라지를 베어내고 그곳을 밀어 자랄 수 있는 옥토로 바꾸는 일이다.

탐욕의 이러한 두 가지 면이 있다는 것은 탐욕의 양상에서도 드러난다. 탐욕은 검약의 덕으로 성장할 수 있다. 자신의 삶을 꾸려나가려면 검약하는 습관이 필요하다. 그런데 자신이 가

지고 있는 돈에 결코 만족할 줄 모르는 사람들이 있다. 검소하게 살거나 절약할 줄 모르기 때문이다. 명예욕도 마찬가지이다. 명예욕은 인간에게 과도한 요구를 할 수 있다. 끊임없이 강요할 수 있다. 그러나 명예욕이 늘 더 진보하도록 자극하기도 한다. 현재에 안주하지 말라고 촉구한다. 이럴 경우 명예욕은 나를 발전시키는 촉진제가 된다(성정모 외 1인, 2016).

명예욕은 명예를 얻으려는 욕망을 말한다. 명예는 신망과 명성을 비롯한 품위, 존경, 고결함과 관련해 사용되는 단어이다. 존경할 만한 사람에게는 경의를 표하게 된다. 그런 사람은 인간으로서 품위를 지니고 살기 때문이다. 그러므로 명예욕은 나를 발전시키고 다른 사람들에게도 뭔가 좋은 것을 행하게 하는 원동력이 된다.

IV. 결론

소비주의는 현대 자본주의사회를 특징짓는 지배적 이념으로 작용하고 있다. 그 결과 오늘을 살아가는 교회와 기독교인들도 소비주의에 영향을 받고 있다. 소비주의는 물신주의에 빠져 과소비적 양태를 양산하고 있다. 소비주의 사회에서는 하나님 보다 상품의 취득과 소비를 더 중시하게 된다. 이런 세속적 소비주의로 인해 오늘날 기독교는 세속화된다는 것이 문제라 하겠다. 따라서 기독교신앙에 위협적인 소비주의에 대해 그리고 그것의 근원적 한 요인으로서의 탐욕과의 관련성에 대해 비판적으로 고찰해 본다는 것은 오늘날 기독교 신앙을 새롭게 한다는 차원에서 의의가 있다 할 것이다.

소비주의의 근원적 속성인 탐심은 서구 사회를 지배하고 있는데, 바울은 그러한 탐심을 우상숭배라고 지적했다. 과도한 상품의 소비를 통해 채워지지 않는 욕구의 불만족은 인간을 더욱 탐욕적 존재가 되게 만든다.

이런 소비자의 탐욕적 소비 행위로 인해 소비자의 인격적 파괴를 넘어 각종 사회적 문제를 야기하게 된다. 자살자의 증가 등도 그 같은 욕망과 관련된다고 본다. 이런 탐욕적 소비주의는 인간성을 파괴하고, 사회에 치명적인 타격을 주게 되고, 파국적 결말에 이르게 한다.

이렇듯 탐욕은 삶의 원동력이 될 수 있고, 반대로 탐욕은 쉽게 이르지 못하게 하는 요인이 될 수도 있다. “우리가 어떻게 해야 파괴적인 탐욕에서 자유로울 수 있을까?, 무엇이 탐욕에서 벗어나 본질적인 것을 향하도록 우리를 이끌어 주는가?” 탐욕을 건설적인 방향으로 바꾸는 것에 대한 물음은 평정이나 내적 자유에 대한 갈망과 연관있다. 탐욕에 사로잡힌 사람은 불안하고 자기 안에 갇혀있다. 그런 사람은 결코 평정에 이르지 못한다. 대다수 사람들이 평정에 이르기를 갈망하지만 좀처럼 얻지 못한다. 더 많이 원하고, 더 많은 정보를 얻고, 더 많은 욕구를 충족시키고, 더 많이 인정받으려 하기 때문에 가까스로 평정에 이르더라도 또 다시 탐욕 때문에 괴로워한다. 그런 사람들은 탐욕에 빠져 자유와 정반대되는 형상을 체험한다. 힘과 부와 명성과 사교 활동을 끊임없이 갈구하다가 결국 탐욕의 노예로 전락하고 만다. 우리는 탐욕에서 벗어날 때 비로소 내적 평화에 이를 수 있다.

바울은 탐욕의 위험성을 경고하면서 탐욕과 욕심에 중독된 사람들은 그것으로 인해 파멸의 길로 치달을 것이라고 책망하고 있다. 통제력을 잃어버린 사람들은 그 필요를 채우기 위해 돈과 이윤이라는 또 다른 해결책에 중독된다. 돈을 사랑하지 말고 있는 바를 족한 줄로 알라는 것이다. 재물에 대한 갈망은 결국 우상이 된다. 그 우상에 사로잡히면 하나님이 아닌 다른 것으로부터 삶의 만족과 도움을 구하게 된다.

성숙한 그리스도인은 그 어떤 욕망에도 노예가 되지 않는다. 바울은 자족할 줄 아는 경건한

삶을 강조한다. 경건의 실천은 기독교 신앙의 핵심이다. 개혁주의 교회는 16세기 이래로 오늘날까지 이 경건의 실천을 중시해 왔다. 칼빈주의는 그 시작부터 “거룩한 공동체”를 만드는 데 목표를 두었다. 칼빈주의의 관심은 모든 불의한 것들로부터 구속받아 정결해진 하나님의 백성, 하나님의 소유로서 선한 일에 열심을 내는 사람에게 있었다. 종교개혁 후기부터 수세기 동안 화란개혁교회는 경건의 연습을 표지로 삼았다.

<참고문헌>

- 김준우(1996), “소비주의 문화의 특성과 교회의 사명.” 세계의 신학. (32.). 150-164, (33). 168-183.
- 강성영(2007), “소비사회의 인간 이해: ‘광고’를 통해 본 욕구와 한계의 변증법,” 신학논총, 138, 203-224.
- 양희석(1993). “소비자소의 유형별 특성에 관한 연구.” 박사학위논문. 동아대학교.
- 양희석(2008). 『마케팅(이론과 실제)』. 서울: 청목출판사.
- 임성빈 외 7인(2008). 『소비문화시대의 기독교』. 서울: 예영.
- 성정모 외 1인(2016), 『욕망사회』. 서울: 한계레출판.
- Anselm Grun, GIER, 황미하 역(2019), 『탐욕』. 서울: 바오로딸.
- Colin Campbell(1987), The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism, 박형신 외 1인 역(2010). 『낭만주의 윤리와 근대 소비주의의 정신』, 서울: 나남.
- Jonathan Bonk, 박용규(2011), “교회의 새로운 길 진단,” 『국민일보』, 12월 8일자.
- Jean Bocoock, CONSUMPTION, 양건열 역(2003), 『소비: 나는 소비한다, 고로 존재한다』, 서울: 시공사.
- Stefano Zamagni, AVARIZIA, 윤종국 역(2014), 『인류 최악의 미덕』. 서울: 북돋움.