

춤과 춤추는 이를 구별할 수 있는가? - 월마트와 문구점을 통해 본 인간의 이중성을 중심으로 -

이정일*

논문초록

본 논문의 주된 목적은 우리 마음의 에고노믹스(egonomics)를 분석하는 것이다. 성경에서 “두 마음”으로 설명된 이기적인 마음은 우리의 진정한 자아가 어디에 있는지와 자기 유익을 어떻게 추구하는지를 보여준다. 본 논문에선 로버트 라이시(Robert Reich)가 쓴 『슈퍼자본주의』(2007)와 월마트와 문구점에 대한 사례분석을 통해 우리는 “뱀 같이 지혜롭고 비둘기 같이 순결하라(마 10:16)”는 말씀을 깨달을 필요가 있다고 주장한다. 왜냐하면 우리 중 대다수는 자기 유익을 따라 행동하기 때문이다. 만일 우리가 두 마음을 사회적 책임의 시각으로 해석한다면, 경제적 주체로서 우리의 행동은 자기 유익에 의해 불순하게 보일 수 있다. 바울이 고린도전서 10장 24절과 33절에서 타인을 위해 살라고 격려하곤 있지만, 이 말씀은 자주 무시된다. 우리는 경쟁사회 속에서 살고 있기 때문이다. 이런 딜레마를 윤리란 시각으로 분석한다. 크리스천의 정체성은 크리스천으로 갖는 의무의 윤리란 시각으로 선명하게 확인된다. 노벨상 수상자인 무하마드 유누스(Muhammad Yunus)와 아마르티아 센(Amartya Sen)은 이타적인 삶에 대한 대안으로 제시되었다. 이 논문은 기독교의 진리는 우리 삶의 모든 부분을 관통해야 하지만 이것은 사회적 책임이란 형태로 확인되기에, 우리가 믿는 것은 우리가 믿는 것의 일부가 될 때만 진정성을 갖는다고 주장한다.

주제어 : 두 마음, 슈퍼자본주의, 무하마드 유누스, 아마르티아 센, 고린도전서 10장 24절, 사회적 책임

* 동국대학교 트랜스 미디어 세계문학 연구소 선임연구원
2016년 5월 4일 접수, 5월 16일 최종수정, 6월 1일 게재확정

1. 서론

“내 가슴 속엔 아아! 두 개의 영혼이 깃들여서”(Goethe, 1999: 68)

토마스 프리드먼(Thomas Friedman)은 『세계는 평평하다』(*The World Is Flat*)에서 인터넷의 발달과 자유롭고 글로벌한 시장경제로 세상은 평평해졌다고 주장한다(Friedman, 2006: 5). 그러나 빈곤도, 빈부격차도 여전하다. 짐 월리스(Jim Wallis)는 경제적 불평등을 영적으로 해석한다. “경제가 가치보다 우선할 때, 그것은 곧 이상승배다(Wallis, 2011: 56).” 짐 월리스는 미국의 진보적인 크리스천 작가이다. 그는 탁월한 이야기꾼이지만, 자신을 보수적 급진주의자로 규정한다(배덕만, 2009: 93). 월리스는 개인의 신앙과 헌신이 사회와 정치를 변화시킬 수 있다고 믿기에, 모순된 현실에 대안을 제시하는 하나님의 정치를 지향한다. 월리스는 크리스천은 어떻게 생각하고, 말하고, 행동해야 하는가를 구체적으로 묻는다. 『그리스도인이 세상을 바꾸는 7가지 방법』(*The Great Awakening*)에선 그의 역동적 실천이 돋보인다(Wallis, 2009). 신념에 따라 실천한다는 점에서 월리스는 역사학자 하워드 진(Howard Zinn)을 닮았다. 진은 20권이 넘는 저서를 낸 역사학자이다. 진 역시 폭넓은 지식으로 세상을 해석하고, 국가와 힘 있는 자들이 감추려는 속임수를 밝혀낸다. 논의의 초점은 다르지만, 월리스나 진은 모두 가난한 자와 약자에 대한 사회적 책임(social responsibility)을 강조한다. 사회적 책임이란 말은 성경의 복음을 어떻게 삶에서 실천할 것인가를 보여준다.

사회적 책임은 착한 기업을 보여주는 표상이지만, 정치학자 강상중(姜尙中)은 이윤 창출에 대한 기업의 고민을 『고민하는 힘』에서 ‘죽느냐 변할 것이냐’로 표현한다. 그 변화를 주도하는 힘은 글로벌 머니, 자본, 돈이다. 돈은 그 자체가 악한 것은 아니지만, 기업이든 개인이든 노동의 보상이란 의미를 떠나 돈으로만 남게 되면, 그 자체가 목적이 된다. 처음엔 돈을 위해 일을 한 것이 아닌데도 결국 돈을 위해 일을 하게 된다. 이것은 백 년 전 막스 베버(Max Weber)와 나쓰메 소세키(夏目漱石)가 목격한 모습인데, 아이러니컬하게도 현재의 상황이다(강상중, 2009: 56-57). 기업의 이윤은 생존과 직결되기 때문에, 로버트 라이시(Robert Reich)는 기업들의 행보가 사회적 책임인 것처럼 보이지만 실제론 경비를 줄이기 위해서라고 해석한다. 그는 슈퍼자본주의 하에선 기업들이, 그것이 어떤 형태이든, 사회적 책임을 질 수 없다고 주장한다(Reich, 2007:

170-171). 사회적 책임은 주로 기업이 갖는 고민이지만, 이것은 개인에게도 적용될 수 있다. 본 논문에선 논의의 초점을 개인으로 한정하며 개인이 갖는 사회적 책임에 대한 고민을 아일랜드 시인 W. B. 예이츠(Yates)의 시행을 빌어 표현한다.

우리가 어찌 춤과 춤추는 이를 구별하겠는가?(한국예이츠학회, 2011: 418)

(How can we know the dancer from the dance?)

이것은 시인 예이츠가 북아일랜드에서 상원의원으로 활동할 때 학교시찰을 다녀온 뒤 쓴 시 『어린 학생들 사이에서』(Among School Children)의 마지막 행이다. 시행에서 ‘춤’(dance)이란 단어를 ‘경제’(economy)로 바꾸면, 춤추는 이(dancer)는 우리 자신이 된다. 1836년 존 스튜어트 밀(John Stuart Mill)이 제안한 경제적 인간(economic man)은 자신의 경제적 이익의 극대화에 몰입한 경제적 인간인 ‘호모 에코노미쿠스’(Homo economicus)의 모습을 보여준다(Persky, 1995: 221-231). 경제적 인간은 완벽할 정도로 합리적이다. 그는 자신의 선택이 가져올 경우의 수를 계산한다. 그는 자신의 유익이 최대화되는 순간에 결정을 내린다(Ng & Tseng, 2008: 268). 이걸 오늘날의 시선으로 해석하면 어떻게 될까? 가령, 내가 아파트를 샀다면 가격이 오르기를 바랄 것이고, 또 아파트를 사야 한다면 가격이 떨어지기를 바랄 것이다. 우리에게겐 이런 두 가지 마음이 있다. 이런 흔들림을 알기에 성경에선 “돈을 사랑함이 일만 악의 뿌리(딤후 6:10)”라고 가르치고, 탐욕을 경고한다. 이것은 가난한 삶을 살라는 뜻이 아니다. 재물에 대한 우선순위와 삶의 태도를 바꾸라는 뜻이다. 더 나은, 더 풍성한 삶을 살라는 것이다.

카오스 이론의 토대가 된 나비효과(butterfly effect)란 말이 있다. 미국의 기상학자 에드워드 로렌츠(Edward Lorenz)가 1972년 발표한 논문(“Predictability: Does the Flap of a Butterfly’s Wings in Brazil Set Off a Tornado in Texas?”)을 통해 개념화되었다(Gleick, 2002: 86). 브라질에서 날갯짓하는 나비 한 마리가 미국의 텍사스 땅에 토네이도를 일으킬 수 있다는 것이다. 날씨의 예측불가능성에 대한 로렌츠의 연구는 카오스 이론을 태동시켰다. 카오스 이론은 상대성(relativity), 양자역학(quantum physics)에 이은 20세기의 세 번째 혁명적인 발견으로 평가된다(Ambika, 2015: 198). 그 결과 황당하게 여겼던 로렌츠의 이야기가 지금은 암 연구, 성형수술, 생물학, 물리

학 같은 다양한 분야에서 적용되고 있다. 동네슈퍼에서 사는 과자 한 봉지도, 한 번의 수술도 지역경제, 한국경제, 세계경제에 영향을 미친다. 나비효과는 한 사람, 약자, 혹은 소수가 어떻게 역사의 흐름에 영향을 미칠 수 있을까를 보여준다. 비슷한 시각에서 짐 월리스는 “대안적 가치를 삶으로 실천하는 것 자체가 하나의 정치적 행동이다”(Wallis, 2009: 105)라고 주장한다. 하워드 진도 『하워드 진, 세상을 어떻게 통찰할 것인가』(*Original Zinn: Conversations on History and Politics*)란 책에서 시대를 논하면서 두 가지를 지적한다. 하나는 예술가들에겐 사회적 변화를 위한 역할이 있다는 것이고, 다른 하나는 예술가들은 비판적 사고와 의심하는 능력을 키워야 한다는 것이다(Zinn, 2008: 108, 136). 나비효과에서 보듯, 짐 월리스나 하워드 진은 달같이 바위와 싸워 이길 수 있다고 생각한다.

인간은 타락할, 타협할, 포기할 마음을 지니고 산다. 그걸 날마다 지켜주는 것이 신앙이다. 신앙은 기독교적 가치관을 습관적으로 추구하고 고수하는 것을 뜻한다. 유희은 언제나 판단의 기준이 모호할 때 찾아온다. 바라보는 시야가 너무나 좁고 바라보는 시간이 너무나 짧아지면, 우리는 두 마음을 가진 자(a double-minded man, 약 1:8)가 되기 쉽다. 이것을 고든 맥도널드(Gordon MacDonald)는 우리의 지성은 기독교적으로 생각하도록 훈련되어야 하며, 기독교적 사고를 하지 않으면 자신을 둘러싼 지배적인 문화에 휩쓸리게 된다고 경고한다(MacDonald, 2003: 108, 121). 다시 말해, 우린 ‘똑똑한’ 행동이 아니라 ‘올바른’ 행동을 해야 한다. 우리는 옳은 것을 행함으로 배운다. 본 논문에서는 바로 이 문제를 살펴볼 것이다. 빌 클린턴 정부에서 노동부 장관을 지냈던 로버트 라이시의 책 『슈퍼자본주의』(*Supercapitalism*) 제3장의 제목인 ‘두 마음’(Two Minds)을 키워드로 삼아, 먼저 경제란 거시담론과 일상이란 미시담론에 숨겨진 인간의 이중성(duality)을 분석한다. 이를 통해 작은 동기와 선택이 어떻게 커다란 현상이 될 수 있는지에 주목하며, 그에 대한 기독교적 대안을 찾고자 한다.

II. 월마트와 문구점을 통해 본 인간의 이중성

짐 월리스나 하워드 진의 글에선 사회적 책임에 대한 논의가 진지하다. 월리스나 진의 경우, 개인의 신앙 혹은 신념이 사회적 책임과 분리되지 않는다. 예컨대 월리스는

『하나님의 정치』(*God's Politics*)에서 영적 가치를 이라크 전쟁, 예산 같은 사회적 이슈들에 연결시킨다(Wallis, 2005: 108-136, 241-258). 사회적 이슈에서 도덕적 잣대의 기준이 점점 합리적, 법적, 기술적인 규범으로 기울어지지만(Hollinger, 2002: 97), 월리스는 예산을 도덕적 기준으로 판단한다. 물건이나 주식을 사는 일을, 우린 일상적이거나 경제적인 문제라고 생각한다. 누군가는 우리의 선택 덕분에 생계(生計)를 꾸려가기 때문이다. 하지만 이 일은 영적이며 동시에 도덕적인 문제일 수 있다. 예를 들어, 동네 슈퍼와 대형마트 중 한 곳에서 쇼핑을 한다면, 그 선택은 그 사람의 우선순위를 보여 준다. 이는 집 밖에서 펼쳐지는 세상에서, 내가 어떤 일을 어떻게 처리하게 될지를 간접적으로 말해준다. 2004년 유럽에서 행한 설문조사에서, '사회적 책임을 다하는 착한 기업의 제품을 구매하겠는가?'란 질문에, 설문에 응한 소비자들의 4분의 3은 '예'라고 답을 했다. 하지만 실제로는 3%만 행동으로 옮겼다(Reich, 2007: 179).

청바지 회사인 리바이 스트라우스(Levi Strauss & Co.)가 있다. 독일계 이민자 리바이 스트라우스(Levi Strauss, 1829-1902)가 1853년 창립한 청바지 제조 회사다. 줄여서 리바이스(Levi's)라고도 부른다. 이 회사는 1989년 천안문 사태 후 중국과 거래를 끊었다. 중국의 열악한 인권에 대한 사회적 기업(social enterprise)의 도전이었다. 중국의 값싼 노동력을 이용할 수 없어, 리바이스의 청바지 가격이 올랐다. 하지만 미국 소비자들이 가격이 오른 리바이스 제품을 구매하지 않았다. 결국 경영이 어려워진 리바이스는 9년 뒤인 1998년 소신을 굽히고 중국과 다시 거래를 터야 했다(Reich, 2007: 179). 인간은 언제나 스스로의 선택을 정당화하고 싶어 한다. 그래서 불편한 선택을 하게 될 때면 이렇게 말한다. “비즈니스는 비즈니스일 뿐이야.” 사회적 책임을 다하는 기업을 흔히 착한기업이라고 부른다. 하지만 경영학자 피터 드러커(Peter Drucker)는 이렇게 충고했다. “귀사 임원 중 기업의 사회적 책임을 논하는 자가 있으면 당장 해고하라(Werner, 2012: 35).” 드러커의 조언은 기업의 속성을 단순명료하게 보여준다. 기업은 언제나 이윤창출을 통한 성장을 목표로 한다.

날이 갈수록 사회는 복잡하고 다변화한다. 이런 현실의 벽을 넘으려면, 우리는 자신의 생각에 반문(反問)할 줄 알아야 한다. “많은 사람들이 오늘날이 역사상 가장 폭넓은 시각을 가진 때라고 말한다. 지금이 역사상 가장 깨어 있는 시대라는 것이다. 하지만 과연 그럴까? 다시 생각해 보라(Tchividjian, 2014: 37).” 크리스천 혁신론을 주장한 툴리안 차비진(Tullian Tchividjian) 목사의 말이다. 경제학자인 제프리 삭스(Jeffrey

Sachs)가 쓴 『문명의 대가』(*The Price of Civilization*)의 첫 문장은 독특하다. “미국 경제 위기의 뿌리에는 도덕적 위기가 존재한다(Sachs, 2011: 3).” 또 짐 윌리스가 쓴 『하나님의 정치』의 제4부는 영적가치와 경제관계를 직접적으로 연결시킨다. 그중 한 장(15장)이 선지자 이사야(Isaiah)의 설교를 다루고 있는데, 소제목이 ‘예산은 도덕적 문서이다.’ 16장은 선지자 아모스(Amos)와 기업 엔론(Enron)을 연결시키는데, 소제목은 ‘무엇이 하나님을 욕되게 하는가?’이다. 17장에선 신앙과 세계빈곤 문제를 연결시키고 있다.

인간은 타인에겐 놀라울 정도로 무감각해질 수 있다. 인간은 자기중심적이고 자기 편안대로 생각하기 때문이다. 흔히들 이렇게 생각한다. ‘경쟁에서 누군가는 지게 되어 있다. 중요한 것은 내가 경쟁에서 이기는 거다. 남 신경 쓸 필요 없다.’ 우리는 자신의 생각을 확인하고, 왜 그렇게 생각하는지 한번쯤 고민해야 한다. 내 생각은 어떻게 내 생각이 되었는지 점검해야 한다는 뜻이다. 그렇지 않으면, 누군가와 갈등이 생기면 자신에게 유리한 인식만 한다. 우리는 이처럼 내용(content)과 형식(form)을 분리하는 경향이 있다. 그래서 욕심과 나를 분리시킨다. 죄는 미워하되 죄인은 미워하지 말라고 말한다. 이것은 성경적일까? 그렇지 않다. 죄는 인간을 통해 나타나기에, 성경은 죄를 벌할 때 죄인을 함께 벌했다. 또 죄의 영역에선 아군이냐 적군이냐 동일하다. 적군이 악(惡)을, 아군이 선(善)을 독점하지 않는다. 인간의 도덕은 언제나 모호하다(Hedges, 2008: 37).

우리는 눈에 보이는, 혹은 확인 가능한, 결과에 민감하다. 그래서 우린 죄를 계명을 어긴 것쯤으로 생각한다. 그 이상이다. 죄의 뿌리는 선한 지식의 결핍이나 한계가 아니다. 성경에 따르면, 죄의 핵심은 하나님을 예배하길 거부한 것이다. 하나님 이외의 것을 갈망하는 사람은 제1 계명을 어긴 것이다. 죄란 ‘그분’과 동떨어져서 자아를 찾고 정체성을 얻고자 애쓰는 것이다(Keller, 2010: 236). 하지만 진짜 무서운 사람은 무신론자가 아니다. 죄를 믿지 않는 자이다. 신(神)에서 멀어지는 것은 재앙이다. 하지만 죄(罪)에서 멀어지는 것은 더 큰 재앙이다. 안타까운 사실은 중세의 종교재판이나 داع시/이슬람 국가(IS) 추종자들에게서 보듯, 종교 근본주의자들은 죄에서 면제된 듯 행동한다는 사실이다. 사도 바울도 자신을 ‘죄인중의 괴수’(딤후 1:15)라고 했는데, 근본주의자들은 스스로 도덕적으로 완벽하다고 믿는다. “인간은 기술적으로 과학적으로 진보했지만, 도덕적으로 아니다(Hedges, 2008: 5).” 우리 그 어느 누구도 완벽하지 않다.

불완전성은 인간뿐 아니라 세계에도 나타난다. 우리가 사는 세계는 우리 생각보다 훨씬 더 복잡하다. 세상은 실타래처럼 엉켜서 상호작용한다. 요즘 복잡계(complex systems) 이론이 뜨는 것도 다 이유가 있다. 동네 마트에서 물건을 사는 사소한 일로도, 세상이 어떻게 돌아가는지 볼 수 있다. 소비패턴은 마음속 이상을 보여준다. 속마음을 살피는 방법 중 하나는 우리가 돈을 어디에서 어떻게 쓰는지 관찰하는 것이다. 마크 패이터슨(Mark Paterson)은 『소비와 일상생활』(*Consumption and Everyday Life*)에서 이 부분에 주목한다. 그는 “You are what you buy.” 곧 “당신은 당신이 사는 것이다(Paterson, 2006: 10)”라고 표현한다. 이런 시각에서 월마트(Wal-Mart)는 좋은 예가 될 수 있다. 월마트는 미국 아칸소 주 벤톤빌(Bentonville)에 본사를 둔 세계 최대의 유통업체인데, 차원 높은 경제와 윤리 교과서로 활용 가능하다.

1. 월마트의 경우

기업이 성공하면 파급효과가 크다. 일자리가 생긴다. 주주들은 투자에 대한 수익을 얻게 된다. 지역사회도 더불어 발전한다. 『마켓 리더의 훈련』(*The Discipline of Market Leaders*)에서 소개하듯, 어느 기업이든 성공하려면 가격 경쟁력, 제품 경쟁력, 고객 친화력 중 적어도 하나는 갖추어야 한다. 가격 경쟁력은 제품 하나에 집중하고 효과적으로 관리하여 가격을 최대한으로 낮추는 것이다. 제품 경쟁력은 소비자의 필요를 미리 예측하며 효율보다 개혁에 집중한다. 고객 친화력은 고객의 다양한 요구에 유연하게 대처하는 것이다. 고객이 원하는 것을 제공한다(Treacy & Wiersema, 1995: 14-15). 보 벌링엄(Bo Burlingham)도 회사는 처한 환경, 비즈니스 유형, 소비자 유형에 맞춰 소비자와 유대감을 형성해야 한다고 동의한다(Burlingham, 2005: 72, 74-79). 하지만 싸우지 않고 승리하는 법은 드물기에, 많은 기업들은 경쟁업체와 어떻게든 차별화하여 더 큰 이익을 얻어 승자가 되기 위해 고심한다. 이런 경쟁구도에 소비자도 개입한다. 이제 의미(meaning)를 결정하는 것은 저자가 아니라 독자(reader)이고, 생산자가 아니라 소비자(consumer)이다(Reich, 2007: 50, 118). 소비자가 쓴 것을 찾아 혹은 특정제품을 찾아 이동할 때, 간접적이지만 어떤 회사 직원들의 월급과 복지를 축소시킬 수 있다.

미국 상원의원 버니 샌더스(Bernie Sanders)는 2016년 1월 9일 아이오와 주(州) 주

도인 디모인(Des Moines)에서 행한 유세에서, 월마트에 대해 이렇게 평가한다. “월마트 오너 일가는 미국에서 가장 부유한 가문일 뿐 아니라 미국 국민 하위 40%의 자산보다 많은 자산을 갖고 있습니다. 그런데 월마트 노동자들은 미국의 복지 수급자 중 가장 큰 규모입니다. 최저 임금이 인상된다면 오너 일가의 이윤은 줄어들겠지만 국민들의 세금부담은 줄어듭니다(Get Walmart off Welfare, YouTube 동영상).” 월마트의 냉혹함(toughness)마저 유익이 있다고 긍정적으로 해석하는 시각도 있지만(Morillo et al, 2015: 392), 크리스티 뉴턴(Christy Newton)은 월마트를 죄(sin)의 시각으로 해석한다(Newton, 2009). 후자의 시각에서 보면, 월마트가 싡 이유는 납품업자를 쥐어짖기 때문이다. 납품업자는 월마트가 원하는 납품 가격을 맞추려면 마진, 직원들의 월급과 복지혜택을 줄여야만 한다. 납품업자가 이 규칙을 따르지 않으면, 월마트나 소비자는 이 규칙을 따르는 다른 업체 제품을 구입한다. 그러면 가격이 비싼 물건은 매장에서 자연스럽게 퇴출된다. 다시 강조하지만, 대형매장에서 물건을 사지 말라는 말이 아니다. 좀 더 다양한 경우의 수를 고려하자는 것이다.

얼핏 보면, 월마트가 공급사슬의 제일 위에 있는 것 같다. 월마트는 먹이사슬의 최고위에 있다. 하지만 월마트가 종업원들에게 더 나은 월급과 복지를 제공하고도 다른 업체와의 경쟁력을 가질 수 있을까? 아마 불가능할 것이다. 월마트는 서킷시티(Circuit City), 토이러스(Toys R Us), 윈딕시(Winn-Dixie Stores), 타겟(Target) 같은 유통업체들의 영역을 잠식하며 성장했다. 월마트에서 파는 물건 가격이 오르면 소비자는 더 싡 곳을 찾아 이동할 것이다. 한국판 다이소인 달러 트리(Dollar Tree) 같은 곳 말이다. 미국에서 맥도날드(McDonald's)가 요지를 차지하고 있지만, 잘 보면 그 근처에 햄버거 체인점 브랜드인 잭 인 더 박스(Jack in the Box)가 있다. 이런 문제는 다른 곳으로도 확대된다. 저가(低價) 항공요금은 매력적이다. 하지만 저가 항공요금은 승무원이나 누군가의 희생을 토대로 했을 가능성이 크다.

이제 소비자와 공급자의 관계를 좀 더 글로벌하게 생각해 보자. 사실 슈퍼자본주의(supercapitalism)의 파급효과는 한 기업, 한 도시나 한 국가에만 국한되지 않는다. 이제 한나라의 소비자들이 한 선택은 곧장 국경을 넘어 외국의 공급자와 노동자들에게 즉각 영향을 미친다. 비판적 지성인 로버트 라이시는 『슈퍼자본주의』 제3장에서 이렇게 설명한다.

캘리포니아 공무원들-자신들을 자유시장 자본주의의 선봉으로는 결코 보지 않을 수만 명의 근로자들-은 은퇴에 대비한 저축을 캘퍼스(CalPERS)라는 거대 연금기금에 넣고 있다 ... 다른 모든 펀드 매니저들처럼, 캘퍼스 운영자들은 자신들의 임무가 은퇴자들의 돈을 최대한 불리는 데 있음을 알고 있다. ... 몇 년 전 캘퍼스는 독일의 유틸리티 회사인 RWE(Rheinisch-Westfälisches Elektrizitätswerk)가 서비스 대상 도시들에게 이 회사의 이사회에 대한 통제력을 너무 많이 부여한다고 불평하면서 RWE의 주식의 가치를 낮게 잡았다. RWE는 그것은 고객들과 중요한 중요한 유대감을 나타내는 것이라 주장했다. 그러나 캘퍼스는 그런 주장에 콧방귀를 끼며 RWE 주식을 팔겠다고 위협했고, 결국 RWE는 오래된 관행을 버려야만 했다(Reich, 2007: 122).

때때로 별것 아닌듯한 소비자의 선택이 예상치 못한 결과를 낳는다. 싼 물건을 찾는 소비자가, 피해를 입는 어떤 공급업체 직원일 수 있다는 사실이다. 봉급이 안 올라 싼 물건을 찾는데, 그 손님이 그 마트에 물건을 납품하는 회사 직원이다. 가해자가 곧 피해자인 셈이다. 이런 이야기를 들으면 마음이 아프다. 소득이 빠듯할 땐 작은 손해를 감내하는 것도 쉽지 않다. 하지만 예수의 산상설교(마태복음 5-7장)는 하나님의 뜻은 인간의 성향이나 사회적 트렌드와 전혀 다르다는 걸 보여준다. 하나님 나라의 가치는 세상나라의 가치와 충돌한다(Wallis, 2005: 13). 팔복은 예수 그리스도의 마음이자 하나님 나라의 핵심이다. 그래서 디트리히 본회퍼(Dietrich Bonhoeffer)의 지적이 마음을 찌른다. “실천은 생각에서 나오는 것이 아니라 책임질 준비를 하는 데서 나온다(Godsey, 2015: 22).”

종종 사람들은 발품을 팔아 생활비를 아낀다. 그런데 이런 단기적인 유익이 때론 타인뿐만 아니라 자신에게 해(害)가 되기도 한다. 소비자의 장바구니에 담기지 못한 제품은 무언의 압박을 받기 때문이다. 매장에서 퇴출되지 않으려면 가격을 내리거나 다른 생존 방법을 찾아야 한다. 이런 역설을 성경적으로 비유하면, 땅 끝이 곧 우리 자신이다. 사도행전 1장 8절에 보면, 땅 끝까지 복음이 전파된다고 한다. 그 땅 끝은 물리적인 땅 끝, 미전도 지역인 동시에 나 자신을 가리킨다. 『슈퍼자본주의』에서 로버트 라이시도 비슷한 표현을 말한다. “우리가 만난 적은 바로 우리 자신이다(Reich, 2007: 120).” 라이시는 적(enemy)을 우리 자신으로 해석한다. 광고인 이제석의 광고 중 ‘충을 든 병사’가 있다. 벽에 붙여놓으면 문제가 없는데, 전봇대에 돌려 붙이니 의미가 달라진다. 병사가 겨누는 총구가 자신의 뒤통수였다. 병사에게 땅 끝은 자기 뒤통수인 셈이다. 이런 모순된 현실에 대해, 로버트 라이시는 이렇게 분석한다.

여러분과 나는 공범이다. 소비자와 투자자로서, 우리는 세상이 날뛰도록 만든다. 시장은 우리의 욕구에 아주 잘 부응하고 있고, 시간이 갈수록 더 잘 부응한다. 그러나 대부분의 우리는 두 마음을 갖고 있다. 그 가운데 상대적으로 더 약해진 것은 우리 안의 시민이다(Reich, 2007: 99).

우리는 공범(共犯)이다. 인용문은 『슈퍼자본주의』에서 로버트 라이시의 발언 중 가장 짜릿한 문장이다. 그가 말하는 ‘우리 안의 시민’(the citizen in us)은 신약성경에서 말하는 ‘속사람’(inner man, 고후 4: 16-19)과 같다. 보이는 것에 몰입할수록, 더 소중한 것을 잃어버린다. 그럼에도 불구하고 우리는 여전히 보이지 않은 마음보다 겉으로 드러난 것들에 더 영향을 받는다. 맥도날드는 이 시대 가장 격렬한 전쟁터는 개인의 내면세계이며, 스스로를 크리스천으로 믿는 자들은 이 싸움을 치러야 한다고 말한다(MacDonald, 2003: 14). 맥도날드는 이런 관점은 일상의 작은 행위 하나하나를 기독교적으로 사고하는 훈련의 결과로 습득된다고 여긴다. 그가 지적하듯 통찰은 독서 같은 학습을 통해서도 얻어지며(118-134), 관점을 바꿀 때도 발견된다. 작가 마르셀 프루스트(Marcel Proust)가 지적하듯, 진정한 발견은 새로운 땅을 찾는 것이 아니라 새로운 눈을 갖는 것이다(Proust, 1993: 343). 하지만 새로운 눈은 구매자가 아니라 발견자/학습자에게 주어지기에, 소수만이 그것을 획득한다.

미국에선 월마트만 잘 이용해도 2005년 기준으로 가구당 1년이면 600불(70만원) 이상을 절약할 수 있다고 한다. 빠듯한 살림엔 큰돈이다. 빈 지갑을 쳐다보는 것은 두려운 일이다. 그래서 혼자만의 희생은 톰 행크스(Tom Hanks)가 주연한 영화 <포레스트 검프> (Forrest Gump, 1995)의 주인공, 포레스트 검프(Forrest Gump) 같은 마음착한 바보나 가능할지 모른다. 영화에서 검프는 아이큐 75로 묘사된다. 징집되어 베트남 전에도 참가한다. 우연찮게 큰돈을 벌자, 검프는 병원과 교회 그리고 죽은 전우의 유가족에게 돈을 나눠주고, 혼자 살며 여자 친구 제니를 기다린다. 검프의 행동은 성경적 가르침에 맞지만, 삶에 긴장과 압박이 가중되면 선택하기가 쉽지 않다. 이것은 월마트 보다 훨씬 작은 경제 단위인 문구점에도 나타난다.

2. 문구점의 경우

2015년 4월 10일자 한겨레신문 경제면에 문구점 상황을 다룬 기사가 실려 있다. 학교지원제도는 학생들의 학습준비물 부담을 줄일 수 있어서 호응이 좋았다. 동네 인근

에 대형마트가 들어오면 집값이 오른다. 그런데 안타깝게도 좋은 호재(好材)인 이 들 때문에, 문구점이 문을 닫게 생겼다. 신문기사 중간에 대기업을 다니다 명예퇴직을 한 뒤 19년 차가 된 문구점 주인의 말이 인용되어 있다. 주인의 말이다. “대형마트가 안 파는 것 없이 다 파니 골목 상권에서 장사하는 사람들은 어떻게 해야 합니까. 시대가 변했다고 하지만 근린시설로 존속시켜야 하는 업종도 있는 거예요. 문구점은 골목에서 만물상 역할을 했는데 다 쓰러지게 생겼어요. 도화지 하나 사러 마트를 가야 하는 게 맞는 겁니까?(한겨레신문, 2015)” 신문기사와 함께 실린 통계청 자료에 보니, 문구점이 2000년대 들어 매년 1000개씩 줄어들고 있다. 문구점과 비슷한 상황은 슈퍼마켓에도 나타난다.

대형 유통업체와 소매업종과의 상호관계를 다룬 실증조사에 따르면, 대형마트 1개를 열면 동네슈퍼 22개가 문을 닫고, 재래시장을 중심으로 한 식료품 소매점은 20개가 문을 닫는다. 기업형 슈퍼마켓(Super SuperMarket)이 문을 열면, 소규모 슈퍼마켓은 7개, 식료품 소매점은 8개가 문을 닫는다(권태구 외, 2014: 86-87). 문구점과 슈퍼마켓과 유사한 상황은 룯기에도 나온다. 룯기는 성경 가운데 가장 짧은 책 중 하나이다. 불과 4장이다. 그리고 주인공은 룯(Ruth)이다. 그녀는 남편이 죽은 후, 시어머니 나오미(Naomi)를 따라 베들레헴에 왔다. 베들레헴은 어원적으로 ‘떡집’이란 뜻인데, 그곳에 흉년이 들어 한 가족이 예루살렘을 떠나 모압(Moab)으로 갔다. 지금 사해 동쪽 요르단 지역이다. 하지만 거기에서도 정착하지 못하고 돌아왔다. 나오미와 그녀의 둘째 며느리 룯의 이야기이다. 룯은 사회적 약자이다. 국제결혼을 금지했던 이스라엘 땅에 들어온 이방여인이다.

룯기가 문구점 이야기와 다른 점은, 룯기에선 재력이 보아스(Boaz)가 사회적 약자인 룯에게 은혜를 베푼다. 자신이 땀 흘려 일한 밭에서 곡식 한 알도 소중할 텐데, 자기 밭에서 이삭을 줍게 하고 일부러 곡식 단을 흘린다(룯 2:16). 보아스의 선한 행동은 오늘날 어떤 모습으로 나타날까? 대형마트에선 안 파는 것이 없다. 원스톱 쇼핑을 원하는 소비자의 욕구(欲求)를 맞추었기 때문이다. 룯을 문구점 주인으로, 보아스를 대형마트 주인으로 가정해보자. 룯과 비교해보면, 보아스는 대형마트 주인이다. 밭도 넓고 일꾼도 많기 때문이다. 그런데 보아스는 곡식 단을 흘린다. 말하자면 동네 문구점을 위해 팔아야 하는 품목 일부를 매장에서 뺀 것이다. 그 마음을 받으신 하나님이 그를 통해 메시아(Messiah)의 계보를 이어가셨다. 룯은 오벳을 낳고, 오벳은 이새를 낳고, 이

새는 다윗왕을 낳는다. 이 계보는 예수까지 이어진다.

이 모든 이야기들은 중요한 핵심을 말해준다. 순수 쪽으로 기울면, 현실 부적응자가 되고, 영민한 쪽으로 기울면, 부르심(calling)에서 멀어진다. 세리(稅吏) 마태(Matthew)가 기록한 “뱀 같이 지혜롭고 비둘기 같이 순결하라(마 10:16)”란 예수의 말에 표현된, 이 둘의 균형을 어떻게 잡아야 할까? 검프는 삶을 단순하게 이해한다. 그래서 그의 삶에는 감동이 있다. 보아스도 마찬가지다. 검프나 보아스가 감동스런 이유는 선한 삶을 아는 데 그치지 않고 그것을 삶에 적용하기 때문이다. 검프나 보아스처럼, 예수는 언제나 세인들의 통념(通念)을 뒤엎는다.

심령이 가난한 자는 복이 있나니 천국이 그들의 것임이요 애통하는 자는 복이 있나니 그들이 위로를 받을 것임이요 온유한 자는 복이 있나니 그들이 땅을 기업으로 받을 것임이요(마 5:3-5).

주라 그리하면 너희에게 줄 것이니 곧 후히 되어 누르고 흔들어 넘치도록 하여 너희에게 안겨주리라 너희가 헤아리는 그 헤아림으로 너희도 헤아림을 도로 받을 것이니라(눅 6:38).

이 말씀대로 살려면 실천이란 영역에서 의도성이 필요하다. 얼마나 주었느냐 보다, 주고 난 뒤 얼마나 남았느냐를 생각해야 한다는 뜻이다. 맥도날드는 이 의도성을 하나님께서 인간에게 준 생각(thinking)으로 설명한다(MacDonald, 2003: 112). 그는 도덕적 이슈들에 대해 ‘기독교적으로’(Christianly) 생각하는 사람들을 찾는다. 그는 생각하지 않는 크리스천들을 안타까워하며, 생각하는 사람(thinker)이 될 것을 권한다. 맥도날드는 크리스천은 “자신이 눈으로 보는 것에 대해 독자적인 판단을 내릴 줄 알아야 한다”(115)고 강조한다. 이렇게 보면, 거룩하고 신실하게 살려는 우리의 선택은 의도의 부산물인 셈이다. 로버트 라이시 역시 내 안에 있는 소비자와 투자자를 몰아내려면 의도적으로 사회적 선택(social choice)을 해야 한다고 주장한다(Reich, 2007: 127). 이것은 우리가 물질과 효율 대신에 사람과 가치를 받아들여야 한다는 뜻이다. 우리는 의도적으로 쌓기보다는 나눠주며, 자신의 필요보다 타인의 필요를 앞세워야 한다. 사회적 개념으로 설명하면 이것은 공생이자 복지이며, 기독교 개념으로 설명하면 팔복 혹은 하나님 나라가 된다. 어느 쪽을 선택하든, 통념을 거슬러 사는 삶이고, 그것은 의도적인 노력이 필연적으로 요구된다. 그래서 짐 윌리스는 “예산(budgets)은 도덕적 문서다

(Wallis, 2005: 241)”라고 주장했다.

III. 유누스와 센을 통해 본 인간의 이중성에 대한 대안적 선택

창세기 13장에 보면, 아브라함은 조카 롯에게 좋은 땅을 고를 수 있는 기회를 양보했다(창 13:8-9). 그는 바보처럼 최고의 입지(location)를 선점할 기회를 포기한 것이다. 스타벅스(Starbucks) 회장인 아서 루빈펠드(Arthur Rubinfeld)는 『소매업 성공전략』(*Built for Growth*) 제3장 전부를 첫 번째 점포(first store)가 왜 중요한지 설명하는데 할애한다. 루빈펠드는 1호점은 언제나 최고의 입지에 세우라고 강조한다. 그 이유는 1호점은 회사의 미래를 보여주는 무대이기 때문이다. 그는 CEO인 하워드 슉츠(Howard Schultz)도 초심을 잃지 않기 위해 스타벅스 1호점을 자주 찾는다고 밝힌다. 루빈펠드는 3장의 결론을 맺으면서 강한 어조로 말한다. “입지, 입지, 입지(Rubinfeld & Hemingway, 2005: 62).” 최고의 입지(立地)를 찾지 못했으면, 차선을 선택하지 말고 기다리라고, 그는 조언한다.

영어판 위키백과(Wikipedia)에 의하면, 2014년 기준 스타벅스 매장 수는 21,366개였다. 2015년 11월 기준, 전 세계에 오픈한 스타벅스 매장의 수는 23,132개이다(Wikipedia, 2015). 불과 1년 여 만에 전 세계적으로 매장 수가 1,766개가 늘었다. 단일 브랜드론 어마어마한 숫자이다. 공개된 자료에 보니 지난 15년 동안 스타벅스가 한국에서 올린 매출이 2조 5천억이다. 맥도날드처럼 스타벅스 역시 요지에 자리를 잡고 있다. 덕분에 매일 32만 명이 스타벅스 매장을 찾는다고 한다. 그런데 창세기 13장에서, 아브라함은 풍부한 현장경험에서 나온 루빈펠드의 조언과 정반대의 선택을 하였다. 아브라함은 양떼를 먹일 최고의 목초지를 선점할 기회를 롯(Lot)에게 양보했다. 아브라함은 풍요한 목초지가 아니라 하나님의 약속을 붙잡았다. 하지만 우리는 그 약속을 따라 살기를 주저한다. 이유는 간단하다. 우리는 아직 버리지 못한 것이 많다. 또 내가 바라보는 시간의 길어도 짧다. 에서(Esau)는 겨우 반나절 허기를 못 참고 장자권(長子權)을 팔았다(창 25:27-34). 우리는 그의 모습을 참 많이 닮았다. 맥도날드는 이런 모습을 더 뛰어난 사람이 패하다(the better man lost)라고 비유한다(MacDonald, 2003: 103).

인간은 위기를 만나면 넘어지기 쉬운 존재이다. 여기에 힘든 직장생활, 제멋대로인

자녀, 뒤틀린 결혼생활이 더해지면, 그 충격이 자못 크다. 사는 게 힘든 1920년대 시카고(Chicago)도 마찬가지였다. 시민들은 사는 데 지쳤고, 마피아는 그들이 원하는 것을 팔았다. 위로가 필요한 자에겐 밀주(密酒)를, 내부정보가 필요한 자에겐 연줄을, 힘이 없는 자에겐 강력한 보호를 팔았다. 알 카포네는 1925년부터 1931년까지 6년간 시카고를 지배한 공공의 적(敵)이었으나, 신문, 잡지, 심지어 시민들도 그를 우상화했다(Capeci, 1975: 34). 시카고 마피아 알 카포네(Al Capone)는 “내가 범죄자라면 선량한 시민들 역시 유죄다(지식채널 e, 2014)”라고 큰소리쳤다. 마피아들이 판매한 ‘강력한 보호’가 오늘날 기준으로 보면 뭘까? 고대 로마에선 성공을 시민권, 부, 안전으로 규정했다(Wax, 2011: 76). 18세기 런던도 비슷하다. 18세기 런던에서 사람들은 부(富)의 기준을 대형마차, 훌륭한 집, 비싼 의복에 두었다(Watt, 1957: 179). 고대 로마 → 18세기 런던 → 1920년대 시카고 → 지금의 스타벅스로 이어지는 삶의 지평에서, 대부분은 ऐसा 룯 같은 선택을 한다. 하지만 소수는 아브라함 같은 선택을 한다. 무하마드 유누스(Muhammad Yunus)나 아마르티아 센(Amartya Sen) 같은 사람들이다.

유누스는 노벨 평화상(2006년)을 받았고, 센은 노벨 경제학상(1998년)을 받았다. 이들이 놀라운 것은, 당연시되는 사회의 가치관을 유혹이나 위협으로 인식하기 때문이다. 미국은 전 세계 인구의 4.5%를 차지하지만, 전 세계 자원의 40%를 소비한다(Wallis, 2005: 73). 사회가, 그리고 많은 이가 이 모습을 닮아간다. 성경이 맞다면, 이것은 죄이다. 그런데 앞의 두 사람은 이런 통념을 거스른다. 1972년 무하마드 유누스는 미국 유학을 마치고 방글라데시로 돌아왔다. 그는 제2의 공업도시 치타공의 치타공 대학교(Chittagong University)에 경제학 교수로 부임했다. 힘들게 공부하여 유능한 교수가 되었지만, 지금 그는 ‘가난한 사람들을 위한 은행가’로 더 유명하다. 방글라데시는 빈국(貧國)이다. 1974년 방글라데시를 덮친 기근으로 엄청난 사람들이 죽어갔다. 가난한 어머니가 아기들을 부둥켜안고 죽어가는 모습에, 충격을 받았다. 가난이란 악순환을 끊고자, 그는 1983년 종자돈을 모아 가난한 이웃들에게 무담보 대출이 가능한 은행을 세웠다. 바로 그라민 은행이다. 그라민(grameen)은 ‘마을’이라는 뜻이다.

2006년 무하마드 유누스는 서울 평화상과 노벨 평화상을 수상한다. ‘어떻게 그런 독창적인 은행을 생각하게 되셨죠?’란 질문을 받았다. 그는 이렇게 말했다. “기존 은행의 방식과 정반대로 했을 뿐입니다.” ‘담보능력이 없는 이에게 돈을 빌려줄 수 없다.’ 이것은 상식이다. 하지만 그는 담보능력이란 당연한 상식에 동의하지 않았다. 게다가

그는 담보나 신원보증도 요구하지 않았다. 대신 연대응자란 방식을 택했다. 상식에 맞서 순서만 바꿨을 뿐인데도, 사람들은 충격을 받고 감동을 받았다. 그의 이야기는 한국의 중학교 1학년 사회 교과서에 사회 불평등 해소 방법에 대한 지문으로 실려 있다. “그는 ‘가난한 사람들에게 돈을 빌려주지 못한다.’는 편견에 맞서 담보 없이 가난한 사람들에게 소액의 돈을 빌려줌으로써 이들이 인간의 존엄성을 잃지 않고 자신들의 운명을 스스로 개척하도록 하였다(최성길, 2013: 196).”

그러면 은행은 농촌지역 극빈자에게 무담보로 150달러 내외의 소액을 빌려준다. 그럼에도 원금을 떼이지 않고 회수한 비율이 98.91%(2003년 3월 기준)가 된다. 그는 빈자를 사랑하지만 무조건 돕는 것은 싫어한다. 그는 적선을 자립을 불가능하게 만드는 나쁜 행동이라고 생각하기 때문이다. 그 대신 그는 대출이란 방식을 택했다. 대출자격은 가난이다. 소득순위에서 하위 25%에 속하는 사람들이 대출을 받았다. 겨우 150달러도 채 안 되는 돈으로 뭘 할까 싶지만, 여인들은 중고 재봉틀, 송아지를 사거나 음식을 팔 손수레를 마련한다. 그리곤 놀랍게도 많은 사람들이 절대빈곤에서 탈출하여 원금을 상환한다(Yunus, 1999: 81-82; Bayulgen, 2008: 526).

1998년 아시아인 최초로 노벨경제학상을 받은 인도 출신의 아마르티아 센도 유누스와 공통점이 있다. 센은 불평등과 빈곤 연구의 대가이며, 후생경제학(Welfare Economics)의 대표적인 학자다. 그는 ‘경제학계의 테레사 수녀’로 불린다. 중산층 학자 가정에서 태어났으나, 그의 화두는 언제나 ‘빈곤(poverty)’이었다. 센은 아리스토텔레스, 애덤 스미스, 존 스튜어트 밀, 마르크스(Marx), 심지어 조지 버나드 쇼의 희곡도 열심히 읽었다(Klamer, 1989: 136). 이런 지적 관심이 보여주듯, 빈곤에 대한 답을 찾기 위해 센은 경제학을 넘어 철학, 윤리학, 문학으로 뻗어갔다. 경제학이란 담장을 넘은 것이다.

센이 9살 때 대기근을 본 뒤 충격을 받았다. 흉수로 농사를 망쳤고, 그 여파는 컸다. 1943년 인도 벵갈(Bengal)에서만 무려 200-400만 명이 아사(餓死)했다(Brown & Eckholm, 1974: 27). 이후 소년은 ‘빈곤을 해결할 방법은 없을까?’ 고민했다. 그 답을 찾기 위해 영국유학을 한다. 하지만 경제학을 공부할수록 ‘왜 세계는 늘 빈곤과 기아에 허덕이는 걸까?’ ‘세상은 정말 발전하고 있는 것일까?’란 의문을 떨칠 수 없었다. 그는 빈곤을 새롭게 정의할 필요가 있음을 깨달았다. 동시에 센은 자신이 목격했던 아사가 ‘선택적인’(selective)인 죽음임을 알게 되었다. 센은 사회에 미치는 기근(famine)

의 영향은 ‘선택적’이란 점을 분명히 한다. 따라서 그는 얼마나 많은 사람이 죽었는가를 물어선 안 된다고 말한다. 대신 우리는 “누가 어디서 왜 죽었는가?”를 물어야 한다고 말한다(Sen, 1982: 120). 기근은 한 지역 내에서 특정 계층에만 치명적인 영향을 미친다. 그들은 사회적 약자들이다(Sen, 1999: 167). 그래서 센은 빈곤을 재정의 한다. 그의 주장을 요약하면, 빈곤은 “물질자원이 부족한 상태가 아니다. 잠재역량을 키울 수 있는 기회를 박탈당한 상태.” 빈곤이란 개념이 새롭게 정의되자, 문제 해결이 보이기 시작했다. 모국 인도가 GDP(Gross Domestic Product, 국내총생산)가 세계 10위임에도 빈곤한 사람들이 많은 것에 주목했다. 그래서 한 나라의 성장을 제대로 알려면 경제성장과 인간발전이 동시에 이루어져야 한다고 생각했다. 말하자면 사람들이 얼마나 건강하게 오래 사는지, 교육은 얼마나 받는지, 생계수준은 어느 정도인지도 함께 측정해야 한다고 본 것이다. 경제학자 센은 ‘인간중심’의 경제성장을 진정한 발전으로 보기 시작했다(Anand & Sen, 2000: 83).

관점을 바꾸자, 교육, 의료, 공공정책 같은 인간에 대한 사회 안전망 확충이 경제계 획보다 선행되어야 할 이유가 눈에 들어왔다. 말하자면 센은 경제학 논의에서 오랫동안 잊었던 윤리를 복원시켰다. 결국 모든 문제의 핵심은 사람이었다. GDP가 반영하지 못하는 삶의 질, 인간개발지수(Human Development Index, HDI)에 주목했다. 2013년 국제통화기금(IMF) 자료에 의하면, 인도는 국가별 GDP 순위가 전 세계 187개국 가운데 10위이다. 하지만 HDI는 세계 136위이다. 인도의 경우 소득은 높으나 삶의 질, 곧 웰빙은 형편없다. 미국은 GDP가 1위이고, HDI는 3위이다. 일본은 GDP가 3위고 HDI는 17위이다. 노르웨이는 특이하게도 GDP가 23위인데 HDI는 1위이다. 한국은 GDP와 HDI가 똑같이 15위이다. 하지만 한국은 불평등 수준을 포함시키면 순위가 15위에서 32위로 툭 떨어진다. 사람다운 삶을 사는데 꼭 필요한 세 가지 요소는 수명, 교육과 자원에 대한 장악력이다. 이것은 “오래 건강하게, 배우며, 괜찮은 생활기준을 누리는 능력(Fukuda-Parr, 2003: 305)”을 의미한다. 인간개발보고서(The Human Development Reports, 1990)의 첫 문장이 강조하듯, “사람들이 한 국가의 진짜 재산이다.”

IV. 결론

월마트의 성장과 문구점의 쇠퇴는 약육강식으로 특징지어지는 진화론적 사고를 보여 준다. 월마트는 가격을 최대한 낮추는, 경쟁력 있는 기업이나 제품을 우대한다. 여기에 소비자는 직, 간접적으로 개입한다. 그럼 크리스천은 이 상황에 어떻게 대처해야 할까? 결론부터 말하면, 아는 것보다 한 번의 실천이 중요하다. 신학자인 조너선 섉스(Jonathan Sacks)는 “동물들은 먹을 것을 찾지만, 사람만이 먹을 것을 만들어낸다(Sacks, 2002: 94)”고 말했다. 고고학자 마틴 존스(Martin Jones)는 오직 인간만이 음식을 나누어 먹는다고 말한다(Jones, 2007: 93, 263). 하지만 1970년대 말 이후, 세계경제는 훨씬 더 경쟁이 치열한 마켓으로 바뀌는 것을 보면, 조너선 섉스나 마틴 존스의 말은 틀린 것처럼 들린다. 월리스나 맥도날드가 지적하듯, 크리스천은 자신의 삶과 일터에서 성경적 메시지를 실천할 수 있어야 한다. 우리는 이런 과제들을 효과적으로 실천하기 위해 지성을 계발하는 것이다(MacDonald, 2003: 123).

인간은 이기적인 유전자를 갖고 태어난다. 우리는 찰나 같은 짧은 인생을 살면서도 성공하려고 애쓴다. 학위를 따고, 투자를 하고, 사업을 한다. 이 모든 일은 리스크를 안고 있다. 그런데도 선택한다. 현재의 선택이 언젠가 미래로 연결된다고 믿기 때문이다. 성공한 사람, 정상에 선 사람에겐 고생 끝에 일구어낸, 자신만의 이야기가 있다. 우린 그런 삶을 꿈꾼다. 하지만 모두가 열매를 원할 때, 소수는 열매 대신 또 다른 나무를 심는다(Schwarz, 2000: 68). 이들은 ‘퍼스트 무버’(first mover) 혹은 ‘좁은 길을 가는 사람’이라고 불린다. 명칭이 무엇이든, 이들은 새로운 관점을 선택한다. 무슨 일이든 처음 하는 일은 벽처럼 다가온다. 크리스천으로 산다는 것은 어쩌면 벽을 무너뜨리는 삶을 사는 것인지도 모른다. 보아스, 유누스와 센은 상식이란, 고정관념이란, 부(富)란 벽을 허물었다.

작가 루쉰(魯迅)은 벽을 처음 걷는 길로 설명한다. “사실 땅 위에는 본래 길이 없었다. 걸어가는 사람이 많아지면서 곧 길이 된 것이다(루쉰, 2008: 113).” 루쉰의 말처럼, 사람들의 생각이 미치는 데까지가 길이다. 대다수가 거기서 멈춘다. 그런데 소수는 거기에서 한 걸음 더 나아간다. 보아스, 유누스와 센이다. 그것이 통념을 거슬러 사는 것이다. 이기적인 내가 ‘이타적인’ 선택을 할 때마다 내 안의 자아(自我)는 죽게 된다. 그리고 그 혜택은 모두에게 주어진다. 고린도전서 10장 24절과 33절에서 사도 바울은 이

타적 삶을 강조한다. 바울이 강조한 “누구든지 자기의 유익을 구하지 말고 남의 유익을 구하라(고전 10:24)”와 “나와 같이 모든 일에 모든 사람을 기쁘게 하여 자신의 유익을 구하지 아니하고 많은 사람의 유익을 구하여 그들로 구원을 받게 하라(고전 10:33)”는 말씀은 보아스, 유누스와 센의 이타적 삶과 맞닿아 있다. 이런 삶은 기독교적 신념과 의지적 결심이 결합할 때만 온전한 모습으로 나타날 것이다.

“이 논문은 다른 학술지 또는 간행물에 게재되었거나 게재 신청되지 않았음을 확인함.”

참고문헌

- 강상중 (2009). 『고민하는 힘』. 서울: 사계절.
- 권태구 & 성낙일 (2014). “대형 유통업체의 시장진입과 소매업종별 사업체 수의 변화: 실증분석.” 『경제분석』. 20(2). 56-91.
- 루쉰 (2008). 『루쉰 소설 전집』(을유세계문학전집 12). 서울: 을유문화사.
- 배덕만 (2009). “짐 월리스(Jim Wallis): 복음주의 사회참여의 새로운 모델.” 『역사신학 논총』. 17. 89-114.
- 최성길 (2013). 『(중학교) 사회 1』. 서울: 비상교육.
- 한국에이츠학회 (류음.) (2011). 『에이츠 시 전집』. 서울: 동인.
- Ambika, G. (2015). “Ed Lorenz: Father of the ‘Butterfly Effect’.” *Resonance*. 20(3). 198-205.
- Anand, S. & Sen, A. (2000). “The Income Component of the Human Development Index.” *Journal of Human Development* 1(1). 83-106.
- Bayulgen, O. (2008) “Muhamad Yunus, Grameen Bank and the Nobel Peace Prize.” *International Studies Review*. 10(3). 525-547.
- Brown, L. & Eckholm, E. (1974). *By Bread Alone*. Oxford: Pergamon Press.
- Burlingham, B. (2005). *Small Giants*. New York. NY: Portfolio.
- Capeci, D. “Al Capone: Symbol of a Ballyhoo Society.” *Journal of Ethnic Studies* 2(4). 33-46.
- Friedman, T. (2005). *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century* (Updated & Expanded). New York. NY: Farrar, Straus and Giroux.
- Fukuda-Parr, S. (2003). “The Human Development Paradigm: Operationalizing Sen’s Ideas on Capabilities.” *Feminist Economics* 9(2-3). 301-317.
- Gleick, J. (2002). “butterfly effect.” in Allaby, M. (Ed.) (2002). *Encyclopedia of Weather and Climate*. New York: Facts on File.
- Godsey, J. (2015) *Preface to Bonhoeffer: The Man and Two of his shorter writings*. Eugene. Oregon: WIPE & STOCK.
- Goethe, J.W. (1999). *Faust*. 『파우스트 1』(세계문학전집 21). 서울: 민음사.
- Hedges, C. (2008). *I Don’t Believe in Atheists*. New York. NY: Free Press.
- Hollinger, D. (2002). *Choosing the Good: Christian Ethics in a Complex World*. Grand Rapids. MI: Baker Academic.
- Jones, M. (2007). *Feast: Why Humans Share Food*. Oxford: Oxford UP.

- Keller, T. (2010). *The Reason for God: Belief in an Age of Skepticism*. 권기대 역 (2010). 『살아있는 신』. 서울: 베가북스.
- Klamer, A. (1989). "A Conversation with Amartya Sen." *The Journal of Economic Perspectives* 3(1). 135-150.
- MacDonald, G. (2003). *Ordering Your Private World*. Nashville. TN: Thomas Nelson Publishers.
- Ng, C. L. & Tseng, L. (2008). "Learning to be Sociable: The Evolution of Homo Economicus." *American Journal of Economics and Sociology* 67(2). 265-286.
- Paterson, M. (2006). *Consumption and Everyday Life*. London: Routledge.
- Persky, J. (1995). "Retrospectives: The Ethnology of Homo economicus." *Journal of Economic Perspectives* 9(2). 221-231.
- Proust, M. (1993). *In Search of Lost Time*. Vol.5. *The Captive & The Fugitive*. New York. NY: The Modern Library.
- Reich, R. (2007). *Supercapitalism: The Transformation of Business, Democracy, and Everyday Life*. New York. NY: Knopf.
- Rubinfeld, A. & Hemingway, C. (2005). *Built for Growth*. New York, NY: Wharton School Publishing.
- Sachs, J. (2011). *The Price of Civilization*. New York. NY: Random House.
- _____ (2002). *The Dignity of Difference*. New York. NY: Continuum.
- Schwarz, C. (2000). *Natural Church Development*. St. Charles: ChurchSmart Resources.
- Sen, A. (1982). *Poverty and Famines*. Oxford: Oxford UP.
- _____ (1999). *Development as Freedom*. Oxford: Oxford UP.
- Tchividjian, T. (2009). *Unfashionable: Making a Difference in the World by Being Different*. 정성묵 역 (2014). 『더 크리스천』. 서울: 두란노.
- Treacy, M. & Wiersema, F. (1995). *The Discipline of Market Leaders*. New York. NY: Addison-Wesley Publishing Company.
- Watt, I. (1957). *The Rise of the Novel: Studies in Defoe, Richardson and Fielding*. Berkeley. CA: U. of California P.
- Wallis, J. (2005). *The Call to Conversion*. (Revised and Updated). New York. NY: HarperSanFrancisco.
- _____ (2008). *The Great Awakening: Reviving Faith & Politics in a Post-Religious Right America*. 배덕만 역 (2009). 『그리스도인이 세상을 바꾸는 7가지 방법』. 서울: 살림출판사.

- _____ (2010). *Rediscovering Values: A Guide for Economic and Moral Recovery*. 박세혁 역 (2011). 『가치란 무엇인가』. 서울: IVP.
- Wax, T. (2010). *Holy Subversion: Allegiance to Christ in an Age of Rivals*. 김수미 역 (2011). 『우리 시대의 6가지 우상』. 서울: 부흥과 개혁사.
- Werner, T. (2012). *Public Forces and Private Politics in American Big Business*. Cambridge: Cambridge UP.
- Yunus, M. (1999). *Banker to the Poor*. New York, NY: PublicAffairs.
- Zinn, H. (2006). *Original Zinn: Conversations on History and Politics*. 강주헌 역 (2008). 『하워드 진, 세상을 어떻게 통찰할 것인가』. 서울: 랜덤하우스.
- 한겨레신문. 2015. 4. 10일자 17면. “중기적합업종 지정 안된 문구점들—골목 만물상, 쓰러지게 놔둘건가요.”
- 한국경제. 2012. 4. 29일자. “퍼스트 무버.” (검색일 2015. 11. 22).
- EBS 지식채널 e. “마피아.” (방송일 2014. 11. 25).
- Wikipedia. <https://en.wikipedia.org/wiki/Starbucks> “Starbucks.” (검색일 2015. 11. 21.).

Abstract

How can we know the dance from the dancer? – Focusing on the Duality of Man seen through Wal-Mart and Stationary Shop –

Jeong-II Lee (Dongguk University)

The purpose of this paper is to examine the *egonomics* of our mind. The egocentric mind, described as “Two Minds” in the Bible, shows us where our truest self and self interest might be found. For this, *Supercapitalism* (2007) by Robert Reich, along with examples of Wal-Mart and stationary shop are used to argue that we need to be “wise as serpents and innocent as doves (Matthew 10:16)” because most of us act out of pure self interest. If we analyze two minds from the perspective of social responsibility, as an economical agent our actions seem to be impure by the self interest. Even though Paul encourages us to live for others in 1 Corinthians 10:24, 33, it is often ignored because we live in a competitive society. This dilemma is analyzed to the level of ethics. Christian identity is tangibly identified in ethics of duty as a Christian. Muhammad Yunus and Amartya Sen, laureates of the Nobel Prize, are introduced as a prototype of living for others. In this paper I argue that Christian truth must penetrate all of our lives, but it is identified in the form of social responsibility. What we believe is verified when we get to be a part of it.

Key Words: Two Minds, *Supercapitalism*, Muhammad Yunus, Amartya Sen, 1 Cor. 10:24, Social Responsibility