

진짜 수지맞는 장사



신 세 철

쉬운 경제

어릴 적 태릉 화랑대에 있는 ‘지인용(智仁勇)탑’ 아래서 사진을 찍으면서 군인은 지락을 닦아 인화단결 하여 용감하게 싸워야 승리한다는 의미라고 여겼다. 나중에 논어를 읽으면서 “지혜로운 자는 의혹하지 않고, 어진 자는 근심하지 않으며, 용맹한 자는 두려워하지 않는다(知者不惑 仁者不憂 勇者不懼. 논어, 자한 28).”는 구절을 보고 가슴에 새기고 싶었다.

“지혜가 사리를 충분히 밝힐 수 있기에 의혹하지 않고, 어짊이 욕심을 이겨내니 근심이 없고, 기개가 도리에 어긋나지 않기에 두렵지 않다.”는 뜻이었다.

지인용은 후대에 중용에서 재조명하여 설명하고 있다. 배우기를 좋아함은 깨달음(知)에 가깝고, 힘써 베푸는 어짊(仁)에 가깝고, 부끄러움을 깨닫는 일은 용기(勇)에 가깝다(好學近乎知 力行近乎仁 知恥近乎勇. 中庸20)고 하였다. 사람이 부끄러움을 깨달음은 도덕성 바탕과 용기가 없으면 불가능하다는 뜻이다.

현실세계에서는 진실이 무엇인지를 밝히기보다 숨기는 일이 능력이라 여기는 경우도 허다하다. 인간으로서 도리인지를 생각하지 않으니 남다른 입신양명이 내면 세계에서는 오히려 오욕이 되어 어려워하는 경우를 엿보게 된다. 자신의 부끄러운 행동을 깨닫지 못하고 과실을 질러 상대방 잘못으로 덤터기 씌우려는 꼬락서니를 용기라고 착각하는 걸까?

미래의 대한 고귀한 희망을 가져야 할 젊은이들이 부끄러움을 모른다면 겉은 태연할지 몰라도 내면세계는 상처투성이가 되어 그 인생은 결국 멍들 수밖에 없다. 만용과 용기를 구분하지 못하면 상대방만 아니라 주변 사람들과 자신까지 결국 바보를 만들고 만다. 덧칠하고 위장하는데 진력하다 보면 자기 자신의 주인이 되지 못하고 결국 거짓의 노예가 되어 부끄러움을 외면하고 지나친다. 사람으로 태어나서 부끄러움을 모르는데 어찌 용기를 말할 수 있겠는가?

자기 스스로의 생각과 다른 말을 내뱉어야 한다면 ‘생각의 자유’를 누리지 못하는 꼴이 된다. 옳다고 생각하는 말을 똑바로 못하는 사람들이 사는 나라의 미래를 어찌 기대하겠는가? “썩어 났으나 꽃이 피지 못하는 경우도 있고, 꽃은 피었으나 열

매를 맺지 못하는 경우도 있다(苗而不秀者有矣夫 秀而不實者有矣夫. 논어, 자한 21)”는 말이 있다. 세상이 마음먹은 대로 되지 않더라도 인간의 도리를 지키려 노력하면 된다는 이야기 아닐까?

죄의식과 수치심을 잃지 않으려면 번민할 때도 있지만 바른 길을 가려고 노력하는 자세를 잃지 말라는 뜻일 게다. 반백년 더 너머 본 ‘지인용’탑은 군인의 길을 가려 할 때는 변절한 별을 달라는 목표보다 먼저 참군인이 되려는 다짐을 해야 한다는 사실을 누군가 강조했을 게다. 경제성장과 발전도 과정을 중시해야 탄탄해져 대외적 위험과 불확실성을 스스로 극복할 수 있다.

공자는 진정한 “용기란 어려운 일을 먼저 하고 나중에 이익을 취하는 자세다”라고 덧 붙였다. 모든 사람들이 다 일등이 되려고만 욕심을 내다보면 세상은 엉망이 되고 진창이 된다. 멀리 미국 미시간에서 온 좋게 중국인 서예가를 만나 ‘지인용 12자’를 써 달라 했더니 그도 의외라는 모습이었다. 휘호를 받아 간직했다가 친구에게 주면서 지인용을 실천해야만 한다고 하며 서로 웃었다. ‘지인용’은 비록 제대로 실천하기는 어렵지만, 옳다고 여기면서 지향하는 자세만 가져도 ‘진짜 수지맞는 장사’다! /경제칼럼니스트

‘소비기한’ 제대로 알려야



기지 수첩

신 원 선
(유통&라이프부)

올해부터 식품 유통기한 표시제를 대체하는 소비기한 표시제가 시행됐다. 소비자들의 식품섭취 기간이 늘어나고 폐기비용 감소와 농산물수요증가 등 다양한 효과가 기대되지만, 소비자들이 제대로 인지하고 있는지는 의문이다.

명절 전 식재료를 구매하기 위해 방문한 마트에서도 소비기한이 아닌 유통기한이 적힌 제품이 대다수였다. 정부가 시행 첫 해인 올해는 계도 기간으로 운영하면서 아직 대다수의 식품 기업들이 소비기한 대신 기존에 사용하던 유통기한을 사용하고 있기 때문이다. 직원의 안내나 소비기한 관련 홍보물 등도 없어 소비자들은 저마다

스마트폰을 통해 ‘소비기한’을 검색하고 있는 모습이었다.

실제로 단국대 환경자원경제학과 연구팀에서 소비기한에 대한 설문조사를 진행한 결과, 소비자의 52.9%는 마트 등에서 소비기한이 지난 제품이라도 사서 먹겠다고 응답한 반면, 유통기한이 지난 제품을 사겠다고 응답한 소비자는 6.2%에 불과했다. 소비자들이 소비기한과 유통기한의 차이를 정확히 구별하지 못해 이러한 응답을 한 것으로 보여진다.

유통기한과 달리 소비기한은 기간이 지난 후에는 제품의 보관 상태와 관계없이 섭취하면 안 된다.

소비기한 표시제는 식품에 표시된 보관 방법을 준수할 경우 식품섭취가 가능한 기한을 말한다. 유통기한은 식품의 맛과 품질이 급격하게 변하는 시점을 설정시점으로 산출한 품질안전 한계기간의 60~70%로 설

정한 반면 소비기한은 품질안전 한계기간의 80~90%로 설정한 것이 차이점이다.

하지만 많은 소비자가 소비기한을 유통기간처럼 착각해 기간이 경과한 제품을 섭취할 가능성이 큰데다 경과한 제품을 섭취했을 때에는 안전문제를 유발할 수 있다.

이에 혼란을 막기 위해서는 정부의 적극적인 소비기한에 대한 홍보가 필요하다.

소비기한은 소비자가 소비해도 건강이나 안전에 문제가 없을 것으로 인정되는 소비 최종시한인만큼, 소비기한의 명확한 정보를 제공하도록 알기 쉽게 기재하는 등 부작용이 없도록 해야 한다.

특히 1년간은 계도기간으로 제도가 정착되기까지 소비기한과 유통기한이 적힌 제품이 혼재돼 판매되므로 제품 구매 시 표시된 날짜와 보관 방법을 반드시 확인해야 한다.

/tree6834@metrosoul.co.kr

매일매일 두뇌트레이닝

스도쿠365

문제출제: 손호성

문제풀이방법
4X3 스도쿠는 가로세로 4X3박스에 1부터9 ABC의 문자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.

부동호 스도쿠는 가로세로 3X3박스에 1부터9 숫자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.



하루에 한 장 가격의 두뇌퍼즐
사무라이스도쿠
손호성 저 | 스도쿠66 | 10,000원

		2						
4			1	7	8			
9	7			4		2		
				4		1		
2				5				4
	9		6					
	5			8			3	6
		7	9		6			1
					2			

					8		9	
					2		4	
			7					
7	8			5		4		
				8	1	3		
1				4				
	7				4			
9								1
				6				

정답

6	8	2	1	2	9	8	7	9
1	9	7	9	8	6	2	2	8
9	8	2	2	8	7	6	9	1
2	2	9	8	1	9	7	6	8
7	9	6	8	9	2	8	1	2
8	1	8	7	6	2	9	9	2
8	2	9	9	7	8	1	2	6
9	6	8	2	2	1	9	8	7
2	7	1	6	9	8	2	8	9

7	8	2	6	9	1	8	9	2
1	2	8	9	2	8	7	9	6
9	9	6	7	2	8	1	2	8
8	9	2	2	7	6	9	8	1
9	2	8	1	8	2	6	7	9
6	1	7	8	9	9	2	8	2
2	8	9	9	1	2	8	6	7
8	7	9	2	6	9	2	1	8
2	6	1	8	8	7	9	2	9

고난도의 월드퍼즐을 즐겨보세요

<http://argo9.com>

오늘의 운세 1월 26일 (음 1월 5일) <http://www.saju4000.com>

취

36년생 흥망성쇠興亡盛衰는 누구나 있기 마련. 48년생 다툼이 생길 수 있는데 조력자가 옆에 있어서 다행. 60년생 금전문제 아니면 속상할 일이 있다. 72년생 소금장사 나가는데 비 오는 격. 84년생 참으면 복이 되는 날이다.

소

37년생 아래 직원이 모르는 것을 가르쳐주니 기분이 상쾌. 49년생 날개 없이 하늘을 나는 기분. 61년생 배우자가 내게 좋은 협력자. 73년생 오늘의 영광은 어제의 고난에서 오는 보답. 85년생 경관은 화려하나 머물 곳은 없는데.

호랑이

38년생 내키지 않은 모임이라면 가지마라. 50년생 조금이라도 미흡하면 중지하는 것이. 62년생 사랑이 충동적이지 않길. 74년생 상대가 경쟁자여도 본받을 것은 인정해야 한다. 86년생 영업에서 이익이 생기니 얼굴도 밝아진다.

토끼

39년생 위기를 기회로 삼아라. 51년생 약속이 겹칠 수 있으니 반드시 메모. 63년생 좋은 재물취득의 정보가 들어온다. 75년생 가족의 동의를 받지 않으면 성사되지 못한다. 87년생 조직에서 하나를 양보하니 세 개로 돌아오는 날.

용

40년생 요행수를 바라다가 큰 손실이 인다. 52년생 아랫사람에게 한 격려가 큰 성과로 돌아온다. 64년생 함께하는 상대방을 의심하지 마라. 76년생 결과가 보이니 적극적으로 행동. 88년생 분쟁과 갈등이 있는 게 세상사이다.

뱀

41년생 문서로 인한 이익이 있으니 기회를 잘 잡자. 53년생 병은 자랑해야 빨리 낫는다. 65년생 걱정이 해소되고 마음이 즐거울 날. 77년생 오늘은 주인공이니 무슨 일든 참석. 89년생 주변이 시끄러워도 영업에서 이득발생.

말

42년생 눈치 보지 말고 하고 싶은 일을 하라. 54년생 기대가 너무 커서 실망도 크다. 66년생 실패한 거사는 돌아보지 마라. 78년생 구름만 잔뜩 끼어 있고 비는 오지 않는 형국이다. 90년생 짜증나고 힘들어도 열심히 해야 하는 운.

양

43년생 모처럼 비가 오니 경제적 여건이 호전. 55년생 결과만큼 과정도 중요하게 여겨라. 67년생 물은 담는 그릇에 따라 다른 모양이다. 79년생 넓게 바라보면 여유가 생기니 다시 실행. 91년생 사춘이 땅을 사니 갑자기 배가 아프다.

원숭이

44년생 즐거운 일이 넘치니 뭘 해야 하나 고민. 56년생 감정절제를 잘 해야 일이 성사. 68년생 재혼 앞두고 지나간 인연이 찾아오니 혼란스럽다. 80년생 갑자기 길 떠나는데 신발 끈이 풀려 지체된다. 92년생 집짓고 삼년이라 했는데.

닭

45년생 지혜는 부족해도 근면성실로 극복. 57년생 눈치가 빨라야 절에 가서도 새우젓 얻어먹는다. 69년생 동분서주 하는 날. 81년생 내가 좋다고 남들도 좋은 것은 아니다. 93년생 반려동물을 키우려면 사랑하는 마음이 깊어야 하는데.

개

46년생 새는 날아가면서 뒤를 돌아보지 않는다. 58년생 바보 같은 선택이었음을 깨닫는다. 70년생 바람이 불어도 흔들리지 마라. 82년생 종로에서 땀 뻗고 한강 가서 분포이를. 94년생 종이 짚이 싫으면 종이 떠나야지 짚을 허물 수는.

돼지

47년생 시작이 좋으니 마무리도 산뜻. 59년생 좋은 말로 속삭이는 이를 경계. 71년생 자손이 상을 받아 오니 마음이 날아갈 듯하다. 83년생 작장에서 신경질 내지 말고 일을 진행. 95년생 좋은 일이 생기니 운이 풀리고 이익도 늘어난다.

김상회의四季

사주학의 풀이 ⑦

황제내경黃帝內經에서 논하길, 갑기甲己의 해에는 토土운이 주관하고 을경乙庚의 해에는 금金운이 주관하고 병신丙辛의 해에는 수水운이 주관하고 정임丁壬의 해에는 목木운이 주관하고 무계戊癸의 해에는 화火운이 주관한다. 자평정전子平眞詮에서 논하길, 천간天干의 합화합化는 십천간十天干의 음양陰陽이 만나 이루어지는 것이다. 만물은 토土에서 생기고 화수목금火水木金은 토에서 기생하므로 제일먼저 토土가 있는 것이다. 그래서 갑기합에서 시작하여 토로 변한다.

토가 금을 생하므로 을경이 합하여 생긴 금이 그다음에 나타나고 금생수金生水하므로 병신합이 합하여 생긴 수가 그다음에 나타나고 수생목水生木하므로 정임합이 합하여 생긴 목이 그다음에 나타나고 무계합하여 생긴 화火가 그다음에 나타난다. 이렇게 순서대로 오행五行이 나타나는데 가장 먼저 토에서 시작하여 상생相生하는 순서에 따라 오행이 나타난다. 이것이 자연의 이치이며 십간十干의 합화합化하는 원리이다. 천문유초天文類抄에서는 다음과 같이 논했다. 창천蒼天의 목기木氣가 지나가는 28수의 위궐 室室 九圭 누룻의 네 별자리는 24방위에서 정丁과 임토에 해당하므로 오운육기五運六氣에서 정임丁壬이 합하여 목이되고 정과임의 해에는 목기木氣가 먼저 생겨 그해의 운기를 주관한다.

단천丹天의 화기火氣가 지나가는 28수의 우후 女女 벽벽 九圭의 네 별자리는 24방위에서 무戊와 계궐에 해당하므로 무계가 합하여 화가 되고 무와계의 해에는 화기火氣가 먼저 생겨 그해의 운기를 주관한다. 금천?天의 토기土氣가 지나가는 심心 미尾 각角 진軫의 네 별자리는 24방위에서 갑과기에 해당하므로 갑과기가 합하여 토가되고 갑과기의 해에는 토기土氣가 먼저 생겨 그해의 운기를 주관한다.

‘김상회의 사계’에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다.

김상희 역학연구원02) 533-8877 / www.saju4000.com

metro 메트로미디어

서울시 종로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551

발행·편집인	이장규	편집국장	김승중
인쇄인		중앙일보(주)	
광고문의 / 독자센터	02)721-9851, 9826 / 02)721-9861		
일간 메트로	서울 가00206	2002년5월28일 제5114호	
일간 메트로경제	서울 가50111	2017년3월09일 제1218호	

본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수합니다.