

‘액체 근대’를 살아가는 뇌와 마음



진성오 소장익

신비한 심리사전

‘액체 근대(Liquid Modernity)’라는 개념은 폴란드 출신의 사회학자 지그문트 바우만이 제시한 것으로, 우리가 살아가는 현대 사회를 액체와 같은 사회라고 정리한다. 바우만은 과거의 ‘고체 근대’ 즉, 명확한 역할, 고정된 가치, 안정된 직장과 관계로 대표되던 시대에서 이제는 모든 것이 흐르고, 녹고, 바뀌고 있는 시대가 지금의 현대라고 말한다. 사회적 관계도, 직업도, 정체성도 더 이상 한 자리에 머물지 않고 우리는 그야말로 ‘흘러가는 세계’ 위에서 있는 셈이다.

그런데 우리의 뇌는 그렇게 흘러가는 세계에 최적화되어 있지 않을 수도 있다. 뇌는 기본적으로 예측 가능한 환경을 선호하며 뭔가 반복되고, 안정적이며, 익숙한 것이 있을 때 뇌는 에너지를 덜 소모하고, 더 효율적으로 작동할 수 있다. 심리학자들은 이를 ‘인지 절약 성향(cognitive miser)’이라고 부른다. 반복되는 루틴, 오래된 관계, 확실한 목표는 우리 뇌에 일종의 ‘에

너지 절약 모드'를 제공한다.

임상 상황에는 이러한 인지 절약 성향을 일종의 치료적 틀로 제공한다. 심리적 어려움을 경험하는 내담자로 하여금 매일 루틴을 만들어서 반복적으로 꾸준히 일상을 유지하도록 하고 이를 바탕으로 남은 정신적 여력을 좀 더 창의적이면서 새로운 경험을 하는 에너지로 전환하도록 이끄는 것이다.

이런 방식으로 몇 천년을 버티는 조직이 바로 종교 단체이며 군대이기도 할 것 같다. 매우 짜여진 삶의 방식이 답답하고 지루할 수 있겠지만 뇌로 하여금 고민하는 에너지를 절약해준다는 측면에서 사회적 구조로 유지되었다고도 볼 수 있다.

액체 근대는 이와 정반대다. 고정된 것이 없고, 변화가 일상인 사회를 말한다. 회사는 언제 없어질지 모르고, 인간관계는 메시지 하나로 끊어지기도 하며 오늘의 나와 내일의 나는 다른 브랜드를 달고 살아가는 것이다. 이런 환경은 뇌에 지속적인 스트레스와 불안을 유발할 수 있다.

그러다 보니 이러한 시대에는 무엇이 '정상'인지조차 모호해졌다. 예전엔 단순했던 사회 환경은 우리에게 일정 정도의 가이드를 줬다. 하지만 지금은 '너의 기준

을 찾아야 한다'는 말이 문화적 혹은 개성적 자존감처럼 이야기 된다.

이 말을 잘 뒤집어 보면 이러한 선택의 개인적 자유가 사실은 그 실패에 대한 무거운 책임도 자기 혼자 져야 한다는 의미를 가진다. 이럴 때 우리가 하는 것은 가벼운 관계와 빠른 전환을 택하기도 한다.

채팅 앱에서 사람을 고르듯, 직업도, 취미도, 심지어 가치관도 스와이프하며 살아가며 그래서 모든 것이 '임시적'이고 '조건부'다. 뇌과학적으로 보면, 이러한 유동성은 우리가 새로움을 추구하도록 하는 도파민 시스템을 과도하게 자극하고 새로움에 대한 탐색 욕구는 본래 생존을 위한 중요한 메커니즘이지만, 요즘은 '지루함을 못 견디는 뇌'로 우리를 바꾸고 있는 것이다.

이런 액체 근대 속에서 우리는 어떻게 살아야 할까? '인지적 유연성'이 그 하나가 아닐까 한다. 상황에 따라 자신의 감정과 행동을 조절하고, 새롭게 등장한 정보에 따라 사고방식을 재구성할 수 있는 능력을 갖추는 것이다. 이러한 유연성은 불확실한 환경에서 생존하는 데 필요한 핵심 역량이 되고 고정된 답이 없는 시대에 우리가 가질 수 있는 가장 현실적인 전략으로 사용될 수도 있지 않을까.

/세종사이버대학교 교수

/세종사이버대학교 교수

홈플러스 인수합병, 그 다음이 더 중요하다



기지 수첩

안재선
〈유통&라이프부〉

선기원포(先期遠布) ‘미리 보고 멀리 살펴 대비하자’는 고사성어다. 지금 새 주인을 찾고 있는 흠플러스를 바라보는 시선에는 선기원포의 안목이 필요하다.

최근 법원이 회생 절차를 진행 중인 휴플러스의 인가 전 인수합병(M&A)을 허가하자, 업계에서는 회생 가능성을 두고 갑론을박이 이어지고 있다.

일각에서는 기존 주주의 구조 소각, 부동산 가치 등을 고려했을 때, 홈플러스의 원매자는 충분히 있을 것이라 주장한다. 홈플러스 자산은 약 6.8조원으로, 이중 유형자산이 4.8조, 토지 자산이 3조원이다. 부동산 가치가 여전히 높은 수준이니 인수 희망

자는 분명 있을 것이라는 관측이다.

또 다른 일각에서는 흠플러스는 청산 가치(3.7조원)가 계속기업가치(2.5조원)보다 높고, 전반적인 유통 오프라인 매출 경쟁력이 떨어진 상태인 만큼, 청산 가능성을 완전히 배제할 수 없다는 시각이 나온다.

그러나 회생 가능성 판단 기준은 ‘누가 인수를 하느냐’가 아니다. 인수자가 나타나더라도 흠플러스의 사업 경쟁성을 끌어올리지 못하면, 회생은 되풀이된다. 진짜 중요한 시점은 인수 후다.

인수 기업은 지금의 위기가 찾아온 배경들을 분석하고, 지속 가능한 기업으로 탈바꿈시켜야 할 과제가 있다. 쉬운 일은 아니지만 잠재력은 충분하다.

우선, 이커머스 기업 중심의 유통업계 속에서 돌파구를 찾아야 한다. 로켓배송은 현재 소비 행태를 완전히 바꿔버렸다. 직

접 점포에 가지 않아도, 스마트폰 터치 몇 번으로 상품을 바로 받아보는 시대가 됐다. 홈플러스도 이 흐름에 예외일 수 없다.

다음으로 오프라인 점포로 고객을 이끌어야 한다. 이커머스도 중요하지만 홈플러스는 근본적으로 오프라인 기반 기업이다. 고객을 점포로 불러낼 차별화된 콘텐츠가 필요하다.

마지막으로 수익성 개선이다. 기업은 수익을 내야 유지될 수 있다. 앞서 언급한 굵직한 과제들의 해결점을 찾아가면서 동시에 오프라인 유통 기업들의 장기적인 생존 전략을 끝없이 고민해야 할 것이다.

장기적인 안목으로 상황을 넓게 봐야 한다. 홉플러스 역시 새 주인을 찾는데 그치지 않고, 변화무쌍한 오늘날 유통시장에서 어떤 비전을 제시하느냐에 따라 회생 성공 여부를 정확히 평가받을 수 있을 것이다.

/wotjs4187@metroseoul.co.kr

/wotjs4187@metroseoul.co.kr

매일매일 두뇌트레이닝 생각 훈련 스도쿠365

문제풀이: 3X3 스도쿠 X는 가로,세로,3X3박스내 1부터 9의 숫자가 대각선 회색 9개에 1부터 9의 숫자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.

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

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

문제출제: 손호성

사토모 고난도의 월드파즐을 즐겨보세요

<http://www.argo9.com>

할인도서

9	4	8	1	9	8	2	6	7
6	2	7	9	8	4	8	1	9
9	8	1	2	6	7	9	4	8
2	9	4	7	8	1	8	6	9
7	9	8	6	4	8	1	9	2
1	8	6	9	9	2	4	8	7
8	6	9	8	1	9	7	2	4
4	1	2	8	7	9	6	9	8
8	7	9	2	4	2	6	9	8

7	4	9	2	9	1	8	8	6
2	8	9	6	8	7	1	9	4
1	6	8	4	8	9	2	7	9
9	8	7	8	1	2	6	4	9
4	1	6	7	9	9	8	8	2
8	9	2	8	4	6	9	1	7
6	2	4	1	7	8	9	9	8
8	9	8	9	6	4	7	2	1
9	7	1	9	2	8	4	6	8

김상회의 四季

삶의 주인



프라이버시 보호, 현대인들이 중시여기는 가치이다. 개성과 개인적 삶이 우선 가치인 현대의 필수 덕목이기까지 하다. 이렇게 개인의 사생활 보호가 중요시해지는 시대에 살고 있음에도 여러분들은 우리 개인들이 스스로 삶의 주인이 되고 있다고 생각하는지. 유감스럽지만 필자는 동의하기 힘들다. 나 자신이 표적이 되질 않아서 그렇지 만약 내가 어떤 이유로 추적의 대상이 된다고 한다면 나 개인의 일거수일투족은 민망할 정도로 드러날 것이다. 우선 신용카드나 교통카드의 사용은 우리의 동선을 그대로 보여준다.

점심시간에 무엇을 먹었는지, 커피는 어디서 마셨는지 등등. 회사의 출입 카드는 출퇴근 시간 체크는 물론 화장실과 담배를 피우기 위해 하루에 사무실을 몇 번을 들락날락했는지 분 단위 파악이 가능할 정도다. 대부분 주거가 아파트 형태인지라 무엇을 사기 위해 들락거린 행태까지도 파악이 된다. 요즘은 이런저런 이유로 집 안에 CCTV를 설치한 가정도 많다. 그렇다면 내 생각과 사고는 안전할까? 소셜미디어에 올려놓은 사진과 생각의 파편들은 공공에 내놓은 감시대상의 재료들이다.

지금 미국에서 유학생들을 내쫓는 이유 중의 하나가 페이스북이나 SNS에 올려놓은 정치적 주장이나 좋다고 누른 게시물 때문이기도 하다. 나의 행동거지 머릿속까지 들여다보고 컴퓨터 기반의 기술들은 내 통장 잔액까지도 기발한 술수로 해킹당하거나 탈취당하고 있다. 버젓히 로맨스캠으로 돈 잃고 삼척까지 입는다. 이러고도 내가 삶의 주인인 세상이라 말할 수 있을까? 이런 시대에 역학(易學)은 어떻게 적용되어야 할까. 다행히 우리 인간들은 정신이라고도 불리는 마음이 있다. 마음 안에는 화엄, 즉 온 우주의 물상을 다 담을 수 있다. 이것이 틱이다.

‘김상회의 사계’에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다.

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

 메트로미디어	
서울시 종로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551	
발행·편집인	이장규
인쇄인	윤휘중
광고문의 / 독자센터	편집국장 중앙일보(주)
일간 메트로	02)721-9851, 9826 / 02)721-9861
일간 메트로경제	서울 가00206 2002년5월28일 제5706호
	서울 가50111 2017년3월09일 제1810호