

강영선. 2020. “인간적 경제를 위한 여정” 『인권연구』 3(1): 33-66.

Kang, Young-Sun. 2020. “Journey toward human-centric economy” *Journal of Human Rights Studies* 3(1): 33-66.

[일반논문]

인간적 경제를 위한 여정 : 친교의 경제(Economy of Communion)*를 중심으로

강 영 선**

한글초록

친교의 경제 EoC는 시장경제의 뿌리인 수도운동과 닿아 있고, 시장을 시민적 미덕이 전제되는 상호교류의 장소로 보았던 안토니오 제노베시의 시민경제의 사상과 맥을 같이 하고 있다. 기업의 이윤을 가난한 이들과 문화의 증진을 위해 사용하고, 경영에서 ‘주는 문화’와 상호성, 선물과 무상성을 실현하고자 하는 친교의 경제 EoC는 시장경제에 인간에 대한 신뢰와 덕성을 심고자 한다. 본 논문은 시민적 덕을 시장에서 실현하고자 하는 친교의 경제 Economy of Communion의 사상적 배경과 기본개념을 이해하고, 이 운동이 경쟁적인 현대 시장경제에서 어떤 의미를 지니는지 짚고자 한다.

주제어: Economy of Communion, 주는 문화, 상호성, 선물, 무상성

* 사전 상에 영어로 communion은 ①(어떤 일을)함께 함, 간담, 친교, 영적 교섭 ②종교단체, 교회, (천주교회 사이의) 조합 ③영성체(에센스 영한사전, 1985) 이탈리아어인 comunione는 ①공동, 공유, 공통성 ②공동사회, 공동체 ③(종교상의 단체) ④(宗)성체수령, 성체배령(이한사전 2009)으로 표기되어 있다. Economy of Communion이 선포되던 1991년 한국 포콜라레운동본부에서는 이를 ‘나눔의 경제’로 소개하였고 이후 “공유경제”로 용어를 바꾸었다. 그러나 2008년 로렌스 레식(Lawrence Lessig)교수가 명명한 sharing economy가 한국사회에 ‘공유경제’로 알려지면서 혼선이 생겼다. 이 글에서는 Economy of Communion가 인간 사이의 관계를 중요시하는 면에 주목하며 ‘친교의 경제EoC’로 표기하고자 한다.

** 성공회대학교 사회학과 박사과정 수료.

목 차

- I. 들어가는 말
- II. 수도생활과 경제
- III. 시민 인본주의와 시민경제
- IV. 친교의 경제 EoC
- V. 가톨릭 교회의 사회참여
- VI. 맺으면서

I. 들어가는 말

자본주의 이전에 인간의 삶을 영위하기 위한 생산은 대부분 각자의 집과 집 근처에서 이루어졌고, 가족 구성원 전체가 생산에 종사했다. 시장 또한 구매와 판매만이 아니라 만남과 여흥의 장소였다. 당시의 사람들은 ‘경제’를 독립된 영역으로 여기지 않았다(Bowles, 2011[2005]: 120-123). 시장경제는 인간적이고 도덕적이며 공동체적인 경제이다. 인류학자 칼 폴라니에 의하면 시장에 의해서만 통제되는 사회는 원리 차원에서도 존재한 적이 없고, 경제는 인간의 사회관계 속에 ‘묻어 들어’(embedded) 있을 뿐이다. 개인에게 가장 중요한 것은 사회적 유대를 유지하는 일’(Polanyi, 2009[1944]: 180-200)이고 이는 경제적 행위에서 조차 인간은 이기적이기만 한 것이 아니라 도덕적이라는 의미이다.

그러나 자본주의의 도래 이후 일은 특정한 장소에서 이루어지고, 시장의 유일한 기능은 구매와 판매가 되었으며, 이익추구가 관습이나 양심, 종교 이상으로 중요한 경제생활의 원리가 되었다(Bowles, 2011[2005]: 123). 자본주의는 자본재를 소유한 고용주가 임금노동자를 고용해 이윤을 목적으로 상품을 생산하는 경제체제이다. 생산자가

잉여생산물에 대한 통제력을 갖지 못하는 경제구조인 자본주의에서 고용주(자본주)와 노동자 사이의 관계는 자본-노동의 관계이다(Bowles, 2011: 193). 봉건사회가 해체되면서 신분적으로는 자유로워졌으나 생산수단을 소유하지 못한 사람들은 자신의 노동력 이외에는 판매할 어떤 것도 가지지 못한 ‘이중으로 자유로운’ 존재가 되었다. 이제 도덕성과 공동체성이 살아 있는 시장경제에서 주체적 존재였던 인간은 자본주의 시장경제의 행위주체인 자본에 자신의 노동력을 파는 종속된 존재가 되었다(Max, 2015[1978]: 220-230). 초기의 자본주의는 아직 독과점자본이 형성되지 않았으며 국가의 시장 간섭도 없던 ‘자유방임적 자본주의’ 시대라고 할 수 있다. 이후 산업혁명으로 대량생산이 가능해지고 판매시장이 확장되면서 대자본가들의 ‘독점 자본주의’ 시대가 열렸고 경제대공황을 계기로 국가권력에 의해 자본형성이 이뤄지는 ‘국가 자본주의’ 시기가 시작되었다. 그리고 1980년대 초부터 레이거노믹스나 대처리즘에 의해 모든 경제행위가 국가의 간섭없이 시장에 의해 이뤄지는 ‘자유방임적 초국가 자본주의’가 본격화되었다. 1929년 대공황 전까지 세계를 풍미했던 자유주의 사상이 다시 부활한 것이다. 이 자유방임적 초국가 자본주의를 ‘신자유주의’라 한다(이기옥·고철기, 2001: 27-44). 20세기 말, 냉전이 무너지면서 무역과 금융의 자유화로 대변되는 신자유주의 세계화는 사회·경제적 불평등을 심화시키고 있다, 이런 현상은 북반구의 선진국에서는 실직과 해외 이주, 주택 압류와 빈곤, 자살율의 증가로 드러나고 남반구에서는 전쟁과 질병, 기아에 의한 난민발생 현상으로 나타난다(Sassen, 2016[2014]: 50-85). 한국 사회 역시 지난 50여 년 동안 경제성장을 향해 매진해 왔다. 우리 삶의 목표는 더 높은 소득이었고 이를 위해 우리의 모든 사고와 삶의 방식은 신자유주의 시대의 시장경제에 적응해 왔다. 2019년 말, 우리나라의 1인당 GDP는 3만 달러를 넘었고 경제적 삶은 일정 수준에 다달았지만 경제주의적 사회관과 인간관은 점점 더

강화되고 한국인은 시장에 종속된 시장인간으로 형성되어 갔다(최현, 2011: 157). 그러나 국가와 시장의 횡포와 왜곡된 인간상은 역설적으로 이를 견제하고자 하는 시민사회에 새로운 동력을 불러 일으켰다. 21세기에 새롭게 등장한 사회적 경제(social economy)는 복지국가와 자본주의 시장경제의 실패에 대한 대안으로 자리잡아가고 있다. 거대 자본의 특권적 지배를 벗어나 대중을 포용하는 분배친화적 경제구조로 가는 것은 절실한 시대과제이다. 하지만 경제는 경제만의 문제가 아니다. 경제 민주화는 분배적 정의, 민주적 참여와 함께 시장논리의 전 사회화로 인하여 시야에서 가려진 ‘좋은 삶’의 가치를 발전시키는 면을 포함하지 않을 수 없다(이병천, 2013). 특히 2019년 12월 중국 우한시에서 발생하여 2020년 3월 전 세계로 확산된 코로나바이러스감염증-19(COVID-19)로 세계는 위기에 직면했다. 2020년 6월 26일 현재, 전 세계적으로 확진자는 9,696천명을 넘어섰고, 49만여 명이 사망하였다. 우리나라도 확진자가 12,563명, 사망자가 282명에 이르고 있다¹⁾. 경제활동은 극도로 위축되었으며 고용위기는 본격화되고 있다. 역사적으로 볼 때 전염병이나 전쟁의 파멸적 영향은 단지 수많은 사람들의 생명을 빼앗는데 그치지 않았다. 살아남은 사람들은 심적 외상(psychological trauma)으로 인한 타격 때문에 전통신앙이나 관습에 대한 믿음을 잃게 된다(McNeill, 1975: 84). 14세기 페스트의 유행은 유럽 봉건제도의 붕괴를 초래했으며 가톨릭 교회의 권위는 추락하고 종교분열의 불씨가 되었다. 그러나 전쟁이나 재해로 드러나는 계기가 되기도 한다. 제2차 세계대전 중 이태리 북부 트렌토 시에서 끼아라 루빅(Chiara Lubich)과 그의 친구들은 폭격으로도 무너지지 않는 ‘이상’을 믿으며 주위의 어려운 이웃을 도왔다. 이 작은 그룹에서 시작된 가톨릭 평신도운동 포콜라레(Focolare)가 시작되었고, 이 운동을 모태로 하면서 브라질의 극심한 빈부격차가 계기가 되어 1991년 시작된

1) <https://coronaboard.kr/>(2020년 6월 26일 검색)

친교의 경제 EoC에서도 사회의 외곽에 버려지고 불평등에 신음하는 이웃을 향해 자신의 존재를 투신하며 인간성을 고양하는 공동체적 노력의 폭발적인 힘을 볼 수 있다. 이 글은 개인화되고 파편화된 현대 자본주의 시장경제 안에서 인간적 삶의 실현을 추구하는 다양한 시도 중 하나인 친교의 경제EoC의 사상적 뿌리를 짚고자 한다. 먼저 초세기 수도운동이 사회의 변화에 어떻게 대응하고 상호작용을 하였는지 본 후, 두 번째는 아담 스미스와 같은 시대에 활동했던 안토니오 제노베시(Antonio Genovesi)의 시민경제 사상의 핵심은 무엇인지 일별한 후, 마지막으로 1943년 시작된 가톨릭 평신도 운동인 포콜라레를 모태로 하고 있는 친교의 경제EoC의 핵심적인 개념을 이해하는 것이 이 글의 목적이다.

II. 수도생활과 경제

1. 초기 수도생활

313년 로마 제국의 콘스탄티누스 황제의 밀라노 칙령으로 신앙의 자유를 얻고 황제의 특별한 보호를 받게 된 그리스도교는 392년에는 테오도시우스 황제의 이교제사 금지칙령으로 로마의 유일한 제국종교가 된다. 하지만 죽음을 각오한 신앙인들로 구성된 공동체였던 교회는 ‘콘스탄티누스의 전환’ 이후 초기 교회의 복음적 순수성을 잃어버리고 변질되기 시작했다. 성직자들은 국가의 특권층으로 부상하고, 교회는 세속화되어 갔다. 당시 교회의 실상을 안타까와하고 초기 교회의 복음적 생활을 갈망하던 일부 그리스도인들은 이집트 사막으로 들어가 수행생활에 전념하였다(이덕근, 2017: 114-120). 3세기 말경, 이집트에서 최초의 독수도승으로 알려진 사람은 안토니우스(251년경~356년)이다. 중부 이집트 코메의 명문가 출신이었던 안토니우스는 부모의 사망 후

유산을 다 팔아 가난한 이들에게 나누어 주고 사막으로 들어갔고 수많은 사람들을 독수도승의 삶으로 이끌었다. 공주(共住) 수도승생활은 파코미우스(292년경~346년)로부터 시작되었다, 그는 추진력을 발휘하여 수도생활의 방향을 제시하면서 수도자들을 조직화하였다. 독수도승은 매우 가난하게 살았지만 생존에 필요한 움막과 독방, 가구와 농기구를 마련해야 했다. 그러나 공주 수도승들은 개인적으로 완전한 무소유와 순명을 전제로 한다. 수도승 생활이 교계 구조에 도입되고 결합이 순조롭게 이루어지게 된 것은 카파도키아의 수석대주교인 대 바실리우스의 역할이 크다. 로마 상류층 출신인 그는 부자와 고리대금업자에 대한 강해를 통해 사회적 발언을 하였고 카이사리아 지역에 기근이 발생하자 유산을 팔아 무료급식소를 열었다. 주교가 된 후에는 카이사리아 외곽에 사회복지 복합건물인 ‘바실리아드’를 건설하였다, 여행자와 가난한 이들을 위한 숙소이자 병원이기도 했던 이 곳에서 바실리우스 주교는 직접 가난한 이들을 접대하였다. 4세기 후반 콘스탄티노플에 최초의 수도원들이 생겨나기 시작했고 수도원에는 병원과 여행자 숙소가 딸려 있는 경우가 많았다. 수도생활은 세속생활과 구분되었으나 끊임없이 가난한 이들에게 관심을 갖고 구체적인 도움을 제공하며 사회적인 상호작용을 주고받았다(Dassmann, 2016[1999]: 295-325; Basilius, 2018: 131-141).

2. 베네딕도 수도승 생활에서의 노동

흔히 “기도하고 일하라”(Ora et Labora)는 모토는 5세기 경에 시작된 베네딕도 수도생활의 특징으로 여겨진다. 베네딕도가 이 말을 실제로 하지 않았으리라는 것과는 상관없이 이 말이 베네딕도 영성을 표현하는데 적합하다는 것은 일반적으로 받아들여지고 있다. 각 수도승의 개인적 완덕을 추구하는 수도생활은 정주, 기도와 노동을 전제로

한다. 로마인과 고트족으로 구성된 당시의 사회에서 노동은 경시되었다. 로마인들은 노동을 노예들의 천한 일로 간주하였고 게르만 인들은 무인으로서의 자부심 때문에 노동의 가치를 폄하하였다. 이런 상황에서 베네딕도의 ‘노동’에 대한 가치부여와 실천은 로마인의 태만과 게르만 인들의 호전성에 대한 대응이었다. 손노동을 중시한 베네딕도는 서방세계에 일하는 것을 존중하는 분위기를 조성하는데 큰 역할을 하였다. 그는 노동을 통해 자신에게 필요한 것을 스스로 마련함으로써 독립적인 생활을 하고, 일을 하면서 다른 사람을 도울 수 있다는 사회적 가치를 알고 있었으며, 육체노동을 기록한 독서와 같은 차원으로 간주함으로써 노동의 영성적 차원을 드러내었다(케이시, 2017: 66-102; Weismayer, 2000: 125-162; Gómez, 2000: 237-263; Dassmann, 2016, pp. 339-351).

3. 프란치스코 경제와 몬띠 디 피에타(Monti di Pietà)

상업혁명은 대략 1,000년 경 부터 1,300년 까지 지속되었다. 상인출신이었던 프란치스코는 회심을 거치며 자신의 상업적, 물질적 부를 완전히 포기하였고, 이후 그를 따르는 동료들 또한 같은 선택을 한다. 당시 대수도원의 수도승적 삶은 개인적 소유권은 포기하였으나 공동체는 합법적으로 재산을 소유하였다. 그러나 공동체적으로도 아무것도 소유하지 않았던 프란치스코 수도회의 회원들은 재화를 ‘사용할 권리’만 인정하였다(김일득, 2016: 39). 중세 프란치스코 회원들에게 가난은 그 자체로서 가치를 지닌 것을 넘어 사람들 사이의 올바른 관계를 증진하고 사회 구성원들 간에 부의 순환을 이루어내는 경제 프로그램이었다. 가난이라는 종교적 개념을 경제적으로 적용하면서 공동선을 추구한 것이다. 실제로 공동선이라는 개념을 경제적 담론 안에서 처음 이야기한 사람들 역시 프란치스코 회원들이었다. 이들은 당대의 경제

체제를 거부하지 않으면서 시장경제에 시민적 덕을 증진한 경제 전문가이고 첫 번째 자본주의자들이었다(Zamagni, 2010; 김일득 2016: 13-39, 128-129 재인용). 프란치스코회는 사람들이 합법적 활동으로 취득한 부를 순환시킴으로서 분배정의를 실현하는 것은 종교적 가난의 세속적 실천과 같다고 보았다(김현지, 2017: 1-7). 프란치스코회의 수사 둔스 스코투스(Duns Scotus, 1266-1308)에 의하면 원죄 이전에는 개인적인 소유가 없이 모든 것이 평화로운 가운데 공동으로 소유되었다. 그러나 인간의 원죄 이후 이와 같은 자연법이 폐지되고 사유재산이 허락되었다. 사유재산의 목적은 개인적 삶의 평화와 존엄을 유지하고, 필수품 조달을 위한 것이다. 그러나 사유재산의 본질은 자연법이 아니라 인간의 실정법에 의한 것이므로 시간과 장소, 상황에 따라 변화가능한 ‘우연한’ 것이다. 이와 같은 스코투스의 사상은 우리가 지닌 재화는 공동선을 위하여 사용되어야 함을 함축하고 있다. 스코투스는 공동선의 관점에서 상인들의 이익도 정당화하였다. 그는 돈과 자본을 구분하여 돈이 투자를 위해 대출되어 이익이 수반될 때는 이자가 붙을 수 있다고 하였다(김일득, 2016: 105-110) 베드로 요한 올리비(Peter John Olivi, 1248-1298)는 사회와 시장에 상품을 공급하는 상인들의 노동과 가격결정 능력이 사회를 위한 긍정적 봉사라는 것을 인정하였다. 그 또한 상업이나 사업에 사용되는 종잣돈으로서의 자본을 구분하였다. 공동선을 위한 상업활동에 사용되는 자본의 대출을 정당화하는 관점은 당시의 일반적인 돈에 대한 이해와는 판이한 것이었다. 프란치스코 운동은 이들이 실천한 자발적 가난과 사회적 실천, 학문적 업적 덕분에 근대 자본주의 정신을 낳은 최초의 ‘경제학파’가 되었다. (Bruni and Zamagni, 2015: 41-64; 김일득, 2016: 110-117). 14-15세기에 유대인들의 이자대부업이 이탈리아 전역에서 활발하게 이뤄지자 프란치스코 수도회는 유대인의 고리대금업을 비난하면서 자선기관이자 은행의 시초인 몬티 디 피에타(Monti di Pietà)를 설립했

다. 몬티 디 피에타는 1462년 이탈리아 베루자에 처음 설립되었는데 정부나 개인이 기탁한 돈으로 가난한 사람들에게 낮은 이자로 돈을 빌려주는 전당포 형식의 대부기관이다(김현지, 2017: 2) 유대인의 대출 은행이 40-80%의 고금리를 요구한 것에 비해 몬티 디 피에타는 처음에는 무이자 체계를 시도하다가 은행의 지속적이고 안정적인 운영을 위해 4-12%의 이자를 부과하는 체계로 정착하였다(김일득, 2016: 123). 몬티 디 피에타는 1462년부터 100년 간 이탈리아 전역으로 확산되어 그 숫자는 214개에 이르렀고, 오늘날에도 소액대출은행이나 신용협동조합과 같은 형태로 그 맥이 이어지고 있다.

4. 수도원 문화와 시장경제

수도원 문화는 경제와 상업이 형성된 요람이다. 당시 수도원은 회계와 체계적 경영이 갖춰진 복합적 경제구조였고 시장 경제의 뿌리라고 할 수 있다. 막스 베버 또한 중세 가톨릭 수도승들에게서 서구 최초의 합리적이고 조직적인 직업인을 발견하였다(박성환, 1999) 수도원의 규칙은 수도승들의 생활방식을 세세하게 규정하고 있는데 이는 도구적 합리성의 전형이라 할 수 있다. 수도승들은 이윤추구를 목적으로 하는 경제 논리로 움직인 것이 아니었지만, 의도치 않게 유럽의 경제에 생기를 불어넣는 구심점이 되었다. 베네딕도는 기근이 심했을 때 수도원의 양식이 다 떨어질 때 까지 이웃과 나누었고 병든 이를 치료하였으며, 가난한 이들을 도왔다(Fox, 2004: 318-319). 시장이 생겨나던 여명기에 수도원 문화 속에서는 자선과 경제, 선물과 계약이 서로 결합되어 있었다. 자본주의는 수도운동에서 생성된 것은 아니지만 수도운동 없이는 태어나지 않았을 것이다. 사실 중세 부르주아 세계는 베니스의 아르세날레²⁾, 성당 또는 장인들의 공방과 같은 몇몇을 제외

2) 베네체아의 아르세날레(l'Arsenale di Venezia)는 이탈리아 북부의 베니스 시

하고는 안정되고 합리적인 협업을 알지 못했다. 이에 비해 중세 이탈리아와 프랑스 지역에 있던 수백 개의 수도원의 “리더십”은 규칙에 의해 움직이고 균형을 잡고 있었다. 수도원과 관련된 또 다른 측면은 노동이다. 초세기의 교부들에 의해서도 수도자들의 삶은 기도와 노동을 통한 봉헌(ars)이었고, 수도원은 처음부터 작업장(officina artis)으로 규정되었다. 오늘날의 기업들은 수도원의 조직적이고 자발적인 문화를 모방하고 싶어하지만 도달하지 못하고 있다(Bruni, 2020).

Ⅲ. 시민 인본주의와 시민경제

1. 시민 인본주의

일반적인 생각과는 달리 시민 인본주의는 중세에 변성했던 사상으로 볼 수 있다. 비록 몬티 디 피에타와 프란치스코 운동을 중세 그리스도교적 현상으로만 치부하고 인본주의를 다루는 역사의 기록에는 찾아볼 수 없으나 고대 문화는 절정에 이른 후 15세기의 시민 인본주의 안에서 꽃을 피우고 경제적·시민적 의미에서 비옥해졌다. 고대 그리스에서 출발한 서구 문명의 궤적에는 구분되는 두 개의 정신이 함께 해 왔다. 하나는 활동적이고 시민적인 아리스토텔레스적 정신이고 다른 하나는 개인주의적이고 성찰적인 플라톤적 정신이다. 후자인 개인주의적 정신은 17세기와 18세기에 쾌락주의와 감각주의로 이어졌고, 전자인 시민적 정신의 허치슨과 제노베시의 사상으로 발전했다. 문화의 시민적 역할에 대한 시민 인본주의자들의 태도는 ‘삶을 위한 학교로서의 철학’과 만난다. 마테오 필미에리는 ‘철학을 자연의 비밀을 탐

에 함께 모여 있던 옛 조선소와 무기고의 복합체이다. 국가가 소유한 아스널은 12세기 중엽 베네치아 공화국의 해군력 대부분을 책임졌다. 그것은 “역사상 최초의 대규모 산업단지 중 하나”였다.

구하는 면과 함께 덕을 지닌 인간이 마땅히 취해야 할 삶의 방식과 관습을 다스리는 것'으로 정의한다. 또한 수도원 문화의 영향으로 노동은 그 가치를 인정받아 하느님의 창조사업을 함께 하는 행위로 들어 올려졌다. 시민인본주의자들은 행복을 시민적 덕의 결실로 보았다. 이 시기의 상인들은 능동적이며 문화적으로 개방된 주체였고, 기업의 혁신적 조직화에 가장 적극적인 계급이었다. 그리스와 로마 문명의 문서와 유적이 복원되어 새로이 해석되었고, 신흥 부르주아 계급의 예술에 대한 후원과 예술적인 건축, 조각, 가구에 대한 수요가 증가했다. 봉건사회를 무너뜨리고 시장경제로 가는 길을 여는 사회적 경제적 변화의 시대가 열리는 듯 하였으나 이와 같은 분위기는 시민 인본주의에서 잠시 꽃피다가 곧 시들었다. 공국, 전제군주제가 시민적 문화를 몰아내면서 시민적 성취의 싹은 꺾였으며 사회는 재봉건화(refeudalization)되기 시작했다. 이 시기에 사회는 다시 토지가 중심이 되었고 토지의 소유는 귀족이 되고 공직에 나아가는 관문을 들어설 수 있음을 의미했다. 자유의 중요성과 시민의 평등을 역설했던 시민인본주의 이후 불평등 사회에 대한 정치사회적 이론이 17세기와 18세기에 강력하게 대두되었다. 계몽주의 사상가들의 격한 반발은 비시민적이고 자유에 반하는 기류를 향한 것이었지 시민적 덕성과 상호성에 대한 것이 아니었다(Bruni and Zamagni, 2015[2004]: 67-84; Bruni, 2007a: 17-38).

2. 시민경제

시민경제는 쾌락주의적이거나 공리주의적 행복이 아니라 아리스토텔레스에게서 볼 수 있는 행복, 에우다이모니아(eudaimonia)를 추구한다. 인간은 관계적 존재로서 행복은 타자와의 관계에 의존한다는 시민경제의 상호성은 효율성이나 공평성, 정의를 대체하는 것이 아니라 시

장인간과 시장사회를 넘어설 수 있는 공적 행복과 자유의 원리이다. (이병천, 2007). 시민경제의 대표적 학자라고 할 수 있는 안토니오 제노베시는 현대 경제학의 아버지로 알려진 아담 스미스와 같은 시기에 근대 경제학의 틀을 형성한 사람들 중 하나이다. 뉴턴의 영향을 받았던 그는 인간은 자기이익을 추구하는 구심력과 사회를 향한 원심력이라는 두 가지 형태의 힘의 균형을 지니고 있다고 보았다. 그에게 가치란 아리스토텔레스의 에우다이모니아적인 행복, 즉 덕에 따라 형제애를 실천하는 것을 의미했다. 사람은 본성상 사회적 존재이고, 인간 관계를 향한 욕구를 지니고 있다. 여기에서 시장에 대한 그의 사상이 출발한다. 제노베시는 ‘사람은 원초적으로 관계적인 구조를 지닌 존재로서 사회성은 우리 본성에 지울 수 없이 각인된 특성’이라고 보았다 (Genovesi, 2013: 21-22). 제노베시에 따르면 시민생활의 맥락에서만 인간은 행복할 수 있다. 좋은 삶은 공적인 행복과 일치하고, 상업적인 거래는 사회를 문화화하는 기능을 가지고 있다는 것이다. 그는 문화적 기능과 사회적 기능, 그리고 시민적 책임이 없이는 경제가 있을 수 없다고 덧붙인다(Genovesi, 2013: 283-290). 경제는 공적인 신뢰 안에서 도구적인 역할을 한다. 경제적 관계성이란 시민사회의 전형적인 관계성과 본질적으로 다르지 않다는 것이다. 시민으로서의 사회적 책무가 사회적 발전과 경제적 진보의 동력이다. 제노베시에 의하면 사적인 타산이 저절로 공적인 덕으로 변화하는 것이 아니라 시민적인 덕 안에서만 그러하다. 호모 에코노미쿠스의 최종 목표는 개인적 이익이기 때문에 스미스에게 대인관계는 도구적일 뿐이다. 반면에 제노베시에게 인간적 행위의 최고 목표는 사람들 사이에서 이루는 행복감이고 시장은 상호교류를 위한 만남의 장이다(Giovinazzo, 2007).

IV. 친교의 경제 EoC

1. 포콜라레(Focolare) 운동

친교의 경제EoC의 모태라 할 수 있는 포콜라레 운동은 1943년 이탈리아 북부 트렌토에서 끼아라 루빅(Chiara Lubich)과 그의 친구들을 중심으로 시작되었다. 제2차 세계대전 중 이탈리아 북부는 특히 폭격이 심했는데 끼아라와 그의 친구들은 전쟁으로 궁핍한 처지에 처한 노인이나 병자의 집을 찾아가 돌봐주고 가진 것을 나누었다. 또 주위의 가난한 이들을 식사에 초대하곤 했는데 그럴 때면 그들이 가지고 있는 것 중 가장 좋은 식탁보와 식기로 식탁을 차리고 함께 식사를 하며 가족적인 분위기를 이루었다. 이들은 드러나지 않게 복음을 글자 그대로 실천하고자 하였으나 새로운 삶의 방식에 함께하기를 원하는 사람들은 몇 달이 지나지 않아 트렌토 시에만 500여명으로 불어났고, 이 운동은 점차 이태리 전역으로 퍼져나갔다(잠보니니, 1991: 61-78; Veronesi, 2005: 23-29), 1958년부터 이 운동은 유럽외의 다른 나라로 퍼져 나가기 시작했고 현재는 5대륙 182개 나라에 이 운동의 회원들이 있다(강영선, 2013).

2. 친교의 경제 EoC의 시작

브라질에 포콜라레 운동이 전파된 것은 1958년이다. 이태리를 방문했던 브라질의 수사 주앙 바티스타 자떼라(João Batista Zattera)가 이 운동을 접한 후 포콜라레 운동 본부에 자신이 활동하고 있던 헤시피 지역의 파벨라(Favela, 빈민촌)에 포콜라리노³⁾들을 보내줄 것을 요청하였다. 브라질은 포콜라레 운동이 유럽 이외의 대륙으로 진출한 첫

3) 동정으로 공동생활을 하는 포콜라레 회원.

사례였다. 포콜라리노들은 주민들과 똑같은 판자집에서 같은 수준의 생활을 영위하면서 그들에게 희망을 줄 수 있는 방법을 모색했다. 처음에 파벨라의 주민들은 이들에게 무관심하거나 적대적이었고 더러는 공격적이었으나 차츰 우호적인 관계가 형성되자, 지역 공동체에 변화가 시작되었다. 함께 쓰레기를 치우고 배수구를 만들었고, 신용조합을 설립한 후 그 수익을 AMT라는 벽돌공장 설립에 투자하였다. 헤시피의 사례가 성공하면서 상파울로, 리우 데 자네이루, 벨루 오리존찌와 같은 대도시 주변의 빈민가로 포콜라레 운동이 전파되었다(이정화, 2017: 28-38). 1991년 5월 끼아라 루빅이 브라질의 포콜라레 공동체를 방문하였다. 상 파울루 도심지와 그 주위를 둘러싼 파벨라의 극심한 빈부격차를 보면서 끼아라 루빅은 포콜라레 운동이 그동안 실천하고 있던 재화의 나눔을 넘어 ‘한 차원 높은 방식’을 실행하자는 제안을 한다(Gold, 2010: 132-136). 친교의 경제 EoC 기업의 기본적인 운영원리는 1991년 5월 29일 상 파울로 인근 아라첼리 소도시에서 끼아라 루빅이 한 담화에 담겨 있으며, 이후 이를 기업경영에 적용했던 기업가와 학문적으로 접근했던 경제학자들이 그 내용을 다듬었다. 친교의 경제EoC 기업의 핵심요소 중 하나는 수익의 분배방법이다. 이 프로젝트는 기업의 이윤을 삼등분하는 것을 제안한다. 먼저 수익의 일부는 재투자자를 위해 기업 내에 유보한다. 얼마를 남길지는 기업주의 재량이다. 나머지는 가난한 이들을 위한 도움과 ‘주는 문화’ 형성에 사용한다(Lubich, 2016: 13-23) 각 기업에서 나오는 돈은 로마에 있는 EoC국제본부로 모이는데 1994년 부터는 포콜라레 회원들의 개인적 기부금이 EoC기업주들의 기여분과 합해졌다. 필요한 금액과 사용처는 포콜라레 공동체와 함께 결정한다. 지역적으로 기부는 서유럽과 북미 대륙에서 주로 이루어지고 지출은 개발도상국과 동유럽, 라틴 아메리카가 많았다. 아프리카는 실제로 투입된 기부금이 적었음에도 효과와 만족도가 높았다. 주는 문화 형성을 위해서는 이탈리아 로베아노에 있

는 소피아 대학원에 주로 투입되었다(Gold, 2010: 137-159).

3. 친교의 경제 EoC 선포 20년 후

EoC 선포 20년을 기념하여 2011년 5월 25일 부터 28일 까지 브라질 상 파울루의 마리아벨리 지네따에서 ‘오늘날 새로운 경제의 주역들’이라는 타이틀로 EoC국제 총회가 열렸다. 4개 대륙 37개국의 기업가와 노동자, 경제학자와 연구자 630여 명이 참석하여 나흘 동안 ‘빈곤과 발전’, ‘혁신적 기업의 구조적 측면과 문화적 측면’ 등 다양한 세미나를 통해 경험과 사례를 나누었다. 이 총회에서 ‘기업운영을 위한 지침’ 초안이 작성되었다. 이 초안에서 기업 이윤을 삼등분하는 것의 기준과 비율에 기업의 경영상황과 구성원의 동의를 고려하는 자유로움이 인정되고, 이 프로젝트의 핵심은 참여와 나눔이 자발적이라는 것이 강조되었다.

친교의 경제 EoC 선포 25년이 되던 2016년 3월에는 이탈리아 피렌체 인근의 로빠아노에서 26개국 80여명의 참가자와 함께 EoC-IIN (EoC-International Incubating Network)이 발족하였다. 초기에 이 정신을 자신의 기업운영에 적용했던 기업가들은 자연스럽게 주위에 영향을 미쳤는데 EoC-IIN과 함께 이런 활동이 이 구조화되고, 체계화되면서 이 정신을 기업경영에 적용하고자 하는 젊은 창업자들을 위한 다양한 형태의 지원이 시작되었다.

2016년 5월 국회 연구단체 ‘일치를위한정치포럼’과 친교의 경제 EoC 한국본부의 초청으로 EoC 국제본부의 루이지노 브루니(Luigino Bruni)교수가 방한하여 국회와 충남대학교, 서울시청에서 강연회를 가졌다. 같은 해 11월 23일 루이지노 브루니 교수는 한겨레신문사 주최 제7회 아시아미래포럼의 기조연사로 두 번째 방한을 하였다.

2012년 로나 골드(Lorna Gold)의 『New Financial Horizons: The

Emergence of an Economy of Communion』이 『공유경제-나눔의 경제학』, 2015년 루이지노 브루니와 스테파노 자마니(Stefano Zamagni)가 공동 저술한 『Economia civile』가 『21세기 시민경제학의 탄생』으로, 루이지노 브루니와 피에르 루이지 포르타(Pier Luigi Porta)가 공동으로 엮은 『economics and happiness: framing the analysis』가 『행복의 역설』로 번역되어 한국에서 출간되었다. 2016년에는 끼아라 루빅의 『l'economia di comunione: storia e profezia』가 『모두를 위한 경제 EoC: 역사와 예언』으로, 루이지노 브루니의 『fidarsi di uno sconosciuto』가 『익명의 너를 신뢰하라』, 『gli imperi di sabbia』가 『행복하여라, 가난한 사람들』이라는 제목으로 출간되었다. 특히 2016년 루이지노 브루니 교수의 방한이 계기가 되어 2018년 교수와 연구자들이 모여 ‘EoC연구모임’이 시작되었고 이 모임에서 루이지노 브루니 교수의 『La fertia dell'altro』의 공동번역을 시작하였다. 2020년에는 『La fertia dell'altro』(한국어 제목 미정)와 『La foresta e l'albero』(숲과 나무)가 출간될 예정이다.

4. 친교의 경제 EoC의 기본 개념

친교의 경제 EoC가 시작되던 당시부터 EoC는 지역 공동체의 삶을 토대로 한 포콜라레 운동에 깊은 뿌리를 내리고 있다. 기업가와 노동자들 역시 포콜라레 운동의 회원이거나 이 운동에 호의를 지니고 있는 사람들로부터 시작되었고 포콜라레 운동의 소도시가 중요한 기반이 되었다. EoC는 시간이 흐르면서 포콜라레 운동을 넘어서서 여러 나라의 학자들과 젊은 경영학도들에게 알려지고 관심을 끌기 시작했다. EoC 기업가들의 도전과 성과는 학문적 이론 정립에 생명력을 부여하는 듯 하다. EoC홈페이지에는 여러 나라에서 통과된 400여 편의 학위 논문⁴⁾과 학자들의 소논문⁵⁾이 실려 있고, 여러 나라에서 학술회

의와 출판이 이어지고 있다. 국내의 논문으로는 「공유경제의 내재적 윤리」⁶⁾, 「경제적 신자유주의에 대한 사회교리적 대안-공유경제를 중심으로」⁷⁾, 「경제적 합리성의 재해석-사회적 기업과 공유경제기업의 비교를 중심으로」⁸⁾, 「친교의 경제의 이론과 운영사례」⁹⁾, 「사회적 경제조직 최고경영자의 역할 분석」¹⁰⁾ 등이 있다. 지금부터는 친교의 경제 EoC의 핵심적인 개념을 살펴보고자 한다.

(1) 주는 문화

5세기의 철학자 보에시우스 이후 서구문화는 위격(persona)으로서의 인간과 개인(individuus)을 동일시 하였다. 그러나 위격(persona)으로서의 인간은 관계 안에서만 솟아나는 신원이다. ‘나’를 ‘너’와 분리시키면 ‘나’는 너와의 차이 뿐 아니라 자신의 존재마저 상실하게 된다. 바로 여기가 ‘위격’을 ‘개인’과 구별짓는 분기점이다. 위격은 ‘자기 자신으로 존재할’ 자유를 의미하지만 이 자유는 타자로부터의 자유가 아니라 타자를 위한 자유이다. 우리는 타자가 우리와 다름에도 불구하고 사랑하는 것이 아니라 우리와 다르기 때문에 사랑한다. 위격으로서의 인간은 창조성의 원천이다. 참 자유는 누군가로부터의 자유가 아니라, 나 아닌 타자를 위한 자유이기 때문에 자유로운 인간은 자신의 한계를 벗어나 자기 밖으로 나아가게 된다(Zizioulas, 2006). 또한 위격은 개체성과 단체성을 동시에 의미한다. 페르소나(persona)로서의 개체성은 사람이 유일하고 반복할 수 없으며 고유하기 그지없는 존재라는

4) <http://www.ecodicom.net/tesi.php>

5) <https://www.edc-online.org/it/studio-e-ricerca.html>

6) 이영훈(2008). 한국동서경제학회, 제19권(2). PP. 121-135.

7) 박영봉(2009), 수원가톨릭대학교 박사학위 청구논문.

8) 문병기(2010), 한국지방자치학회, 제22권 제4호(통권 72호), PP.121-135.

9) 강영선(2013), 서울과학기술대학교 산업대학원 석사학위 청구논문.

10) 문병기(2015), 한국인사행정학회, 제14권 제3호, pp. 25-53.

것을 의미하고, 단체성은 개개인의 위격 안에 이미 온전히 내재하는 것이지만 타자와 만나는 순간에 더욱 환하게 드러난다(Araujo, 2011) 그러나 근대 이후 개인주의 원리를 바탕으로 발전해 온 현대사회에서 타자와의 차이는 분열로 이어지고, 우리는 서로를 배제하면서 타자를 위협적인 존재로 인식하도록 조정당해 왔다(Zizioulas, 2006). 포콜라레 운동은 현대 사회가 지닌 이 분리의 상처를 극복하고, 일치를 실현시키고자 하며 이 일치는 인류가 처한 모든 사회적, 정치적, 경제적 상황에서 실현되어야 한다. 베라 아라우조는 사회와 인간의 발달은 새로운 인간학적 개념에서 비롯된다고 하면서 시장체제를 넘어서 타자에게 자신을 열 수 있고 선사할 수 있는 새로운 사고를 지닌 ‘새 사람’을 형성해야 한다고 말한다. 이 ‘선사하는 인간(Homo Donatore)’은 공적인 행동, 무엇보다 먼저 경제적인 면에서 선사와 나눔을 할 수 있는 사람을 의미한다. 이런 사람들이 형성된 후라야 현대 사회의 기대와 원의, 요구에 응답하고, 현대 사회의 ‘소비문화’에 대항하는 ‘주는 문화’를 펼쳐갈 수 있을 것이다(Araujo, 1999).

(2) 상호성

루이지노 브루니는 상호성(Reciprocità)을 형식적 상호성, 순수한 상호성, 친교적 상호성으로 구분하고 각각의 상호성을 세 개의 차원으로 설명하고 있다.

<표 1> 상호성의 구분

구분	형식적 상호성	순수한 상호성	친교적 상호성
방향성	$A \leftrightarrow B$	$A \rightarrow B, B \rightarrow A$	$A \rightarrow B \rightarrow C$
조건성	$A=B$	$A \neq B$	0-100
동등성	$A=B$	$A=B$	$A=B=C$

이 표에서 형식적이고 쌍방향적인 상호성의 전형은 계약이다. A와 B는 서로의 필요에 의해 동등한 조건으로 가치를 교환하며 둘 사이의 관계도 동등하다. 순수한 상호성은 형식적 상호성과 달리 자유와 개방성이 있다. $A \rightarrow B$, $B \rightarrow A$ 의 이동은 독립적이고 자유로우며 등가교환에 의한 계약과 같은 구속이 없다. 그러나 A와 B의 조건은 동등하다고 할 수는 없다. 예를 들어 환자를 돌보던 자원봉사자는 환자로부터 자신이 제공하는 봉사에 상응하는 감사나 보람을 느끼지 못할 경우 봉사를 포기할 수 있다. 순수한 상호성은 계약보다 느슨하고 댓가를 바라지 않지만 어느 정도의 조건이 존재한다. 하지만 자원봉사자의 노고에 순수하고 진정성있는 감사가 돌아올 경우 둘 사이의 동등성이 유지된다고 할 수 있다. 친교의 상호성에서 방향성은 제 3자에게 개방되어 있다. A가 B에게 선물을 했을 경우, B는 A에게 되갚는 것이 아니라 자신보다 더 어려운 처지에 있는 C를 돕고, A는 이를 자신에 대한 감사와 같은 것으로 받아들일 수 있다. 예를 들면 어머니의 사랑을 받은 자녀들이 형제간에 서로 사랑할 때 어머니는 이를 기뻐할 것이다. 어머니의 자녀에 대한 사랑은 형제간의 사랑에 대해 배타적이지 않기 때문이다. 때로는 B나 C가 A에게 자신이 받은 것보다 훨씬 더 많은 것을 되갚음 하는 경우도 생긴다. 사실 A에게서 도움을 받은 B나, B에게서 도움을 받은 C가 사업에 성공하여 곤궁에 처하게 된 A에게 결정적인 도움을 준 사례를 우리는 알고 있다. 그러므로 친교의 경제 EoC의 상호성에서 직접적인 보답은 0일수도 있고, 100일수도 있는 것이다. 이것이 친교의 경제 EoC 기업의 전형적인 표현이라고 할 수 있다. 친교의 경제 EoC의 경영이념에 동의하는 직원은 회사에서 발생하는 이윤의 일부가 가난한 사람에게 제공되고, 교육에 투자된다 할지라도 불평하지 않을 것이다. 계약이나 자원봉사와 같은 형식적 상호성과 순수한 상호성으로는 이런 효과가 발생하지 않는다. 친교의 상호성에서 서로의 관계는 계약과는 다르다. 왜냐하면 받는 사람은 단

순히 일방적인 수혜자가 아니라 자신의 존재를 개방하고 상대를 받아들임으로서 친교를 이루는 것이고 이렇게 이루어진 친교의 상호성은 제3자를 향해 열려있고 확산되므로 교환가치는 측정할 수 없는 것이다. 친교의 경제 EoC 기업은 형식적 상호성, 순수한 상호성, 친교의 상호성의 세 측면을 다 내포하고 있다. 만일 이 중 어느 한 면이 지배적이라면 그 기업은 위기에 처한다. 계약은 이해당사자와 맺는 관계에 안정성을 부여한다. 그러나 계약이 모든 상황을 일일이 정의할 수는 없으므로 본질적으로 불완전하다. 이것이 상대를 도구화하지 않으면서도 서로를 향하는 순수한 상호성이 필요한 이유이다, 순수한 상호성은 기업 내 직원들 사이에서 찾아볼 수 있다. 동료들은 서로 신뢰하고 돕지만 무조건적 개방성을 기대하지는 않는다. 그러나 친교의 경제 EoC 기업을 특징짓는 아가페적 친교의 상호성은 무상성과 무조건성을 본질적으로 내포하고 있으므로 친교(communion) 그 자체를 실현한다(Bruni, 2006; 강영선, 2013).

(3) 선물

마르셀 모스는 『증여론』에서 사회적 사실로서의 선물에서 ‘호혜성’과 ‘교환’의 개념을 끌어내었다. 호혜성의 원리는 등가물의 교환을 전제로 하는 것으로 여기에서 사회와 개인 간의 단절은 사라지고 관계의 순환이 이뤄진다. 선물은 주기와 받기 그리고 답례라는 삼중의 의무를 통해 단순한 물건의 교환으로 끝나지 않는다(Mouss, 2002; 강영선 2013: 30). 모리스 고들리에의 그의 『증여의 수수께끼』에서 “선물은 소유권이 아니라 용역권을 넘겨주는 것이며, 사람·사물의 이전”이라고 말하고 있다. 선물은 등가의 답례로는 결코 상쇄할 수 없는 부채를 만들어 낸다고 봄으로써 마르셀 모스의 연구에서 더욱 앞으로 나아가고 있다. 그는 “선물을 받는 것은 답례의 의무를 지게 하지만 답례는 되갚는 것이 아니라 다시 선물하는 것을 의미한다”고 하면서 선

물과 답례는 당사자 모두에게 유익한 상호채무와 상호의존 관계를 만들어 내는 것에 주목한다(Godelier, 2011: 73-80; 강영선 2013: 30). 이 경우 선물은 사회를 구성하는 집단들 사이에 사회관계를 재생산하는 조건이 된다. 타산성이 없는 선물은 친구와 친척을 수단화하지 않는다는 친근함의 표현이다. 그러나 선물은 주는 사람과 받는 사람 사이의 심리적 거리를 감소시키는 효과와 함께 양자 사이의 지위의 차이와 불평등을 야기하여 사회적 거리를 만들어 내는 이중성을 지니고 있다. 이러한 양가성은 언어학적으로도 흔적을 남기고 있는데 영어에서 선물(gift)이 독일어에서는 독(veleno)을 의미한다(Bruni, 2010: 3; 강영선 2013: 31). 이에 대해 브라질의 사회학자 베라 아라우조는 “모든 주는 행위가 다 참된 것은 아니다. 어떤 종류의 주는 행위는 다른 사람이나 민족들 위에 군림하거나 지배하고 압박하려는 의도로 인해 타락한다. 자기만족을 위해 주는 경우도 있다. 이러한 자기중심적인 선물은 받는 사람에게 수치심과 불쾌감을 느끼게 한다. 어떤 경우에는 보답이나 이익을 목적으로, 혹은 상대를 이용하기 위해 선물하기도 한다(Araujo, 1999: 496; 강영선, 2013: 31).” 그럼에도 불구하고 인간의 자기실현은 자기자신을 선물할 줄 아는 태도로 표현된다. 참된 의미의 ‘주는 문화’는 이를 지향하고 실천하는 사람을 통하여 기쁨과 행복(eudaimonia)을 발산하고 선물을 하는 사람은 물론 선물을 받은 사람을 도구화할 위험에서 벗어나게 한다. 이 관계의 상호성에서 친교와 일치이 생겨나는 것이다. 친교의 경제 EoC에서 추구하는 ‘주는 문화’는 인간의 자기실현과 인류 공동체를 향해 열린 태도를 지향한다.

(4) 무상성(無償性)

무상성(Gratuità)은 은총, 호의의 의미를 지닌 그리스어 카리스(chàris)의 라틴어 번역 그라티아(gratia), 혹은 그라치아(grazia)에서 유래했다. 카리스는 나에게 호의를 지닌 마음과 행동 그리고 그 기쁘고

풍성한 결과를 가리키는 말이다. 우아함, 호의를 의미하는 그라치아는 그리스도교 인본주의에서 ‘은총’이라는 새로운 의미를 지니게 되었다. 은총은 우리 편에서 뭔가를 하거나 자격이 있어서가 아니라 하느님으로부터 무상으로 받는 것이므로 그라치아에는 ‘감사’라는 뜻도 있다. 카리스에서 나온 말이 ‘소명’, 또는 ‘은사’로도 번역되는 카리스마(charisma)이다. 위로부터 받은 카리스마는 사람들에게 행사하는 신적 아우라로서의 카리스마, 즉 권위의 근거가 된다. 무상성은 어떤 사람의 태도나 행동의 동기이다. 무상성의 근원은 세상을 창조한 하느님의 사랑인데 이 하느님의 무상성은 신만이 지닌 속성이 아니다. 인간들 역시 무상성의 능력을 지니고 있기 때문이다. 무상성은 다른 사람과 자기 자신 그리고 자연과 신에게 더 가까이 다가설 수 있게 하며 관계에 내재적 가치를 부여한다. 무상성과 인접한 단어로는 ‘선물’과 ‘무조건성’을 들 수 있다. 앞에서 보았듯이 모든 선물이 무상성의 표현은 아니며 그 안에 의무와 사회적 관행 또는 선물을 하는 이의 의도가 숨겨져 있을 수 있다. 하지만 무상성이 어떠한 보답도 바라지 않으며 선물로 인해 발생하는 유대감도 필요없다는 의미는 아니다. 무상성의 선물은 댓가를 바라지 않는 선물이기에 오히려 참된 상호성이 생겨나고 강한 유대감이 형성되며 다른 사람에 대한 깊은 관심이 생겨난다. 사람들 안에 이러한 방식으로 이해되는 무상성이 깃들여 있다면 시장 거래와 직장동료와의 관계를 심화시킨다. 우리는 무상성을 두 가지 방식으로 경험한다. 하나는 우리의 선택이 아님에도 불구하고 세상에 태어나 누리는 삶 그 자체이다. 우리의 삶이 지닌 무상성이 아니었다면 우리는 다른 사람의 무상성을 인정하거나 감사할 수 없었을 것이다. 다른 하나는 카리스의 선물인 카리스마(소명)이다. 세상에는 무상성을 실현하는 것을 자신의 소명으로 느끼는 사람들이 우리가 생각하는 것 보다 더 많다. 이들은 종교나 학문 분야에서 주로 나타났지만 오늘날에는 정치, 경제, 인권, 생태와 같은 사회의 다양한 분야

에서도 나타나고 있다. 실상 무상성이 없다면 소명(carisma)도 없다. 소명을 지닌 사람들은 우리 안에 “이미”있는 무상성을 발견할 수 있도록 해주며 “아직” 실현되지 않은 무상성이 꽃피어 나도록 도와준다 (Bruni and Grevin, 2016: 73-76). 예술분야, 학문, 스포츠 혹은 직업에 이르기 까지 소명으로 행동하는 사람은 누구나 경험으로 무상성을 알고 있다. 무상성에 자신을 열어놓고자 하는 경제적 도전은 다양한 차원의 행동을 함께 해 나가는 법을 아는 것을 의미하는데 사랑과 계약, 우정과 선물, 에로스와 아가페를 함께 묶는 것은 결코 쉬운 일이 아니기 때문이다. 이러한 시도는 우리를 구조적으로 상처입기 쉽고 허약한 상태에 처하게 한다. 그러나 이는 경제적인 문제조차도 참으로 인간적인 것으로 만들어 나가고자 하는 도전이다. 이런 도전을 하면서 치려야 하는 댓가를 감수하고 실행하는 무상성은 ‘공짜’가 아니라 값을 매길 수 없을 정도의 큰 가치를 지니고 있는 것이다(Bruni, 2007)

(5) 친교의 경제EoC 기업의 사례

친교의 경제 EoC 기업은 성장을 위한 자원에 관계, 형제애와 나눔을 포함한다. 이와 같은 관계제는 사용하면 소모되고 마는 것이 아니라 함께 하고 나눌수록 증가되는 특성을 지니고 있다. EoC기업주는 자신의 경영 활동이 유용한 가치를 창출하고 이것이 자신이 속한 공동체와 사회에 기여가 되게 하겠다는 신념이 있기 때문에 이윤추구만을 목적으로 일하지 않는다. EoC 기업의 첫 번째 특징은 주는 문화를 기업 운영에서 구체적으로 실현하고자 하는 것이다. 필리핀의 카바얀(kabayan)은행은 장학금 지원과 교육 프로그램과 같은 회사차원의 나눔만이 아니라 직원들 또한 정기적으로 나눔의 활동에 참여하고 있다. 벨기에의 코엔(koen)은 직원들이 주는 문화를 구체적으로 실천하도록 돕기 위해 매년 직원들에게 250달러를 나눠주고 그들이 원하는 자선단체에 기부하도록 한 후, 그 경험을 공유하도록 했다. 한국의

(주)로쏘 성심당은 판매하고 남은 빵을 매일 가난한 사람을 위해 나누고 이윤의 일정 부분을 분기별로 가난한 이들을 위해 내어놓고 있다. 두 번째, 친교의 경제 EoC 기업들은 자신의 지역사회에 매우 친화적이다. 필리핀의 카바얀 은행은 소액대출(micro Finance)사업을 발전시키면서 대출받은 이들을 정기적으로 방문하고 그들의 삶을 향상시킬 수 있는 교육을 제공하고 있다. 과라과이에서 세탁서비스를 제공하고 있는 토도 브릴로(Todo Brillo)라는 회사는 직원들에게 의료와 미용, 다양한 생필품을 제공할 뿐 아니라 직원 개개인과 그 가족에게도 관심을 갖는다. 한국의 유통회사 (주)오렌지는 코로나19로 마스크의 가격이 급등하던 2020년 2월에 어렵게 마스크 물량을 확보하자 판매에 앞서 대구에 24,800매를 기부하였다. (주)로쏘 성심당은 사세가 확장되던 시기에 전국 규모의 프랜차이즈 빵집으로 규모를 키우자는 제안을 받았으나 대전 지역에서만 영업을하기로 결정함으로써 오히려 대전을 대표하는 기업이 되었다. 세 번째는 기업운영의 중심에 사람이 있다는 것이다. 성심당의 경우 2008년부터 매주 직원들 사이의 개인적인 소식부터 업무관련 안내까지 구체적인 소식을 나누는 한가족 신문을 발행하고 있는데 이 신문에는 직원들 사이에서 어떤 사랑의 행위가 있었는지 실는 난이 있다. 2014년부터 이 중에서 선별된 사례를 매년 책으로 엮어내고 있으며 직원들 사이의 사랑의 행위는 인사고과에도 반영된다. 전반적으로 EoC기업의 직원들은 회사에 대한 애착과 충성도가 높으며 이는 회사가 위기에 처했을 때 난관을 극복하는 동력이 된다. 네 번째는 EoC기업이 자신의 직원과 지역사회만이 아니라 다른 나라에도 구체적인 도움을 주기 위해 노력한다는 점이다. 예를 들어 벨기에의 Koen은 아이보리 코스트의 젊은이들이 창업을 위해 재정적인 도움을 요청하자 기부가 아니라 파트너가 되겠다고 자청하였다. 유럽의 부유한 기업가가 매달 전화로 사업의 진행사항을 묻고 조언을 하면서 그들과 동행하고 있는 것이다. EoC기업가들은 가난한

사람들에게 일방적인 기부를 하는 것이 아니라 그들이 지닌 자질과 무형의 자산을 향상시킬 수 있도록 동행하고자 한다(Grevin, 2019). 기업가는 기술이나 서비스에서 새로운 것을 창안하고 노동과 부를 창출한다. 창업 후 직원 수가 늘어나고 수익이 증가하면 기업가는 자기 의지와는 상관없이 권력을 지니게 된다. 이 때 친교의 경제 EoC 기업가는 이윤추구를 극대화하는 노력을 경주하는 대신 가난한 이들에 대한 나눔을 실천하면서 이 정신을 주변과 다음 세대에 전달하고 자신은 노동자이자 장인으로 남아 있하고자 한다. 무상성 그 자체를 추구하면서 쌓이는 고객들의 신뢰와 직원들의 충성심은 소득 그 자체만큼이나 강력한 성장의 동력이 되는 것이다(Zanzucchi, 2019: 89-102).

V. 가톨릭 교회의 사회참여

종교적 사회운동의 동력은 구성원들의 종교적 확신이다. 종교적 확신은 논증이 아니라 이미 주어진 확신 그 자체로만 수용될 수 있다는 점에서는 선형적이라고 할 수 있지만 그 형성과정에는 역사적·사회적 배경이 있고, 오랜 세월 응축된 성찰이 담겨 있다. 종교적 사회운동은 사회적 고통에 즉각적으로 대응하고자 하며, 주체들은 자신의 역할을 소명으로 받아들이는 강한 헌신성을 지니고 있다. 또 이들은 궁극적 목적을 지향하기 때문에 역사적 현실을 상대화한다는 특징을 지니고 있다 하지만 이와 같은 확신의 실현을 위해서는 현장에서의 소통능력이 요구된다. 이들의 확신을 사회의 다른 구성원들과 공유하면 할수록 종교적 확신은 보편성을 지니게 되기 때문이다(최형묵, 2014). 가톨릭 교회가 정치에 연루되기 시작한 것은 중세 초기부터이지만 본격적으로 사회제도 개선과 사회구조 변혁에 목소리를 내고 당면과제에 개입하기 시작한 것은 19세기 말부터이다. 19세기 프랑스혁명과 산업혁명은 그리스도인의 판단과 대응을 촉발하였고, 가톨릭교회는 아담 스미

스(Adam Smith)의 자유방임주의와 칼 맑스(Karl Marx)의 사회주의에 맞서 가톨릭의 사회이념을 형성해 왔다. 1848년 2월 혁명 직후 유럽이 온통 공산주의에 사로잡혀 있을 때, 레오 13세는 1891년 반포한 회칙 “노동현장(*Rerum Novarum*)”에서 국가의 불간섭주의를 반대하고 공권력이 가난한 노동자의 이익과 복지 증진을 위해 대책을 강구할 것을 촉구하는 한편 노동조합의 결성금지에 반대하였다. 이후 1931년 비오 11세는 회칙 “40주년(*Quadragesimo anno*)에서 이윤추구만을 목적으로 하는 자유주의의 원리에 반대하면서 경쟁이 가져오는 피해를 고발한다. 요한 바오로 2세가 회칙 “백주년(*Centesimus Annus*)을 반포한 1991년은 소련과 동유럽의 사회주의 정권이 무너지면서 자본주의가 사실상 승리한 것으로 보이던 시기였다. 그러나 ‘적’이 사라진 후 자본주의의 구조적 모순은 더욱 심화되고 있다(Calvez, 1997: 11-40; Colman, 2003: 47-79)

유럽의 가톨릭 교회와 가톨릭 신학의 반사회적인 태도에 반대하며 ‘바닥 공동체’를 통해 사회를 혁신하고 한 라틴 아메리카의 해방신학과 브라질에서 친교의 경제 EoC가 선포되던 시기는 겹쳐지고 이 운동들의 궁극적 목표는 다르지 않았으나 접근방식은 구별된다. 경제구조 내부에서 구성원들의 관계형성을 통해 사회적 혁신을 시도한 친교의 경제 EoC는 로마의 EoC국제본부를 중심으로 지속적으로 서로의 경험과 도움을 주고 받는 세계적인 네트워크를 형성하고 있다. 교종 프란치스코는 2020년 이탈리아 아시시에서 열리는 “프란치스코의 경제”¹¹⁾에 세계 각지의 젊은이들을 초대했다. 2006년 노벨 평화상 수상자 무하마드 유누스(Muhammad Yunus), 미국 경제학자 제프리 삭스(Jeffrey Sachs), 이탈리아 경제학자 스테파노 자마니(Stefano Zamagni) 등이 기조강연자로 참가하는 이 대회는 35세 이하 석·박사 과정의 경

11) <https://www.edc-online.org/it/eventi-e-news/the-economy-of-francesco.html> (2020. 5. 15. 검색)

제학도와 경제혁신의 주역change-maker들이 참가 대상이다. 당초 1,000명을 대상으로 기획했던 대회는 115개국으로부터 3,000명이 넘는 신청자가 쇄도하자 참가자 수를 2,000명으로 늘였다. 또한 참가대상이 아닌 연령층의 요구를 반영하여 같은 시기에 빼루자에서 친교의 경제 EoC 기업가를 위한 사이드 이벤트를 갖게 되었다. 친교의 경제 EoC 국제본부 책임자인 루이지노 브루니 교수는 “프란치스코 경제” 대회에서 학술부문을 맡아 아시시 시(市), 아시시 교구와 함께 이 대회를 준비하고 있다. 당초 2020년 3월 24일에 열릴 예정이었던 이 대회는 코로나19의 영향으로 2020년 11월 21일로 연기되었다. 그러나 이미 각 나라의 참가신청자들은 230여 회의 나라별 사전 모임을 통해 젊은 경제인들이 함께 성장하는 운동이 출범할 수 있는 가능성을 보여주고 있는데 그 중심에는 친교의 경제 EoC의 기업가들과 교수 및 경제학도들이 있다.

VI. 맺으면서

1970년 대 이후 장기불황을 극복하기 위한 대응이었던 신자유주의의 경제적 측면은 다음의 세 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 시장에 가해지는 사회적 제약이 적을수록 더 좋은 결과를 가져온다. 둘째, 자본주의의 가장 중요한 제도적 요소는 사유재산권이다. 셋째, 성장과 효율이라는 경제적 가치는 다른 모든 사회적 가치에 우선한다 그러나 이와 같은 신자유주의의 세계화는 복지에 대한 국가의 지출을 축소시키고 실업률이 높아짐에 따라 새로운 사회문제를 야기하였고 이와 같은 신자유주의의 문제를 극복하기 위한 방안으로 사회적경제와 협동조합의 확산이 중요해지고 있다(유철규, 2020: 12-14). 자본주의 시장체제가 가지는 정의롭지 못한 면을 대체할 수 있는 전략으로 사회적 경제를 바라본다면 친교의 경제 EoC는 넓은 의미의 사회적 경제 영

역에 속한다고 할 수 있다. 그러나 친교의 경제 EoC가 지닌 특징은 인간과 사회에 대한 깊은 신뢰를 토대로 협동조합이나 사회적 경제의 영역만이 아니라 영리를 목적으로 설립된 사기업의 경영자들의 자발적인 참여도 이끌어낸다는 것이다. 1991년 친교의 경제 EoC가 선포되던 시점에서 강조되었던 가난한 이들을 위한 이윤의 나눔에 더하여 경영방식 자체에 인간적 가치와 자아실현을 추구하면서 기업의 이해관계자(stakeholder)는 물론 사회에 긍정적 기여를 하고 있다.

한국의 첫 번째 EoC 기업은 서광사이다. 철학서적 전문 출판으로 입지를 굳힌 서광사는 출판계의 어려움에도 불구하고 도서정가제 원칙을 준수하고, 정당한 방식으로 경영합리화를 위해 노력하며, 근로자들과 믿음을 형성하는 기업문화를 구축하고 있다. 대한민국의 5대 빵집 중 하나이며 2년 연속 대전의 대표 브랜드로 선정된 (주)로쏘 성심당은 EoC기업 중 가장 널리 알려진 사례이다. 한국에서 친교의 경제 EoC의 경영방식을 적용하고 있는 기업의 수는 매우 적고, 이 기업들은 특별히 자신들의 인본주의적인 경영방식을 드러내거나 홍보하지 않지만 사회에 인간에 대한 신뢰의 힘을 드러내고 확산시킨다. 2019년부터 공식적으로 EoC기업에 합류한 유통회사 (주)오렌지는 코로나-19 확진자 증가추세 하에서 마스크나 방호복도 없이 환자를 진료하고 있는 남수단의 의료진들의 상황을 접하고 사단법인 이태석재단을 통하여 긴급하게 2만매의 마스크를 지원하고자 하였다. 그러나 비말차단덴탈마스크는 국외반출에 어려움이 있음을 알고 KF-94 마스크를 구입하여 기부를 하려고 하였다. 그런데 KF-94 마스크 제조업체에서 판매가 아니라 자신들이 기부를 하겠다는 역제안을 하였다. 이는 그동안 (주) 오렌지와 거래를 하면서 형성된 신뢰가 확산되는 방식을 보여주는 한 사례라고 볼 수 있다. 한국에서 사회적 경제의 영역이 넓어지면서 이 분야의 연구자와 활동가들은 친교의 경제 EoC가 지닌 ‘인간에 대한 신뢰와 선함의 힘’에 관심을 갖는 듯 하다. EoC의 사상

적 토대는 가톨릭에 기반을 두고 있으나 특별히 종교적 색채를 드러내지 않으며, 경제사상사와 경제학적 이론 또한 다양한 분야의 학자들의 노력으로 구축되어가고 있다. 다만 우리에게선 낯선 이태리어로 된 자료가 대부분이고 영역된 텍스트는 소수에 지나지 않아 접근이 어렵다는 현실적인 문제가 있지만 우리나라에서도 최근 몇 년 동안 관련 자료의 한국어 번역이 늘어나고 친교의 경제 EoC에 관심을 갖는 연구자와 활동가들이 늘어나는 추세인 듯 하다. 이 글은 친교의 경제 EoC에 대한 간략한 언급일 뿐 세계와 한국의 경제 상황에 친교의 경제 EoC가 갖는 함의나 한국에서의 확장가능성을 판단하기에는 이르지 못하였다. 미흡하지만 꾸준한 노력을 멈추지 않겠다는 약속으로 이 글을 마무리하고자 한다.

(논문접수일: 2020.6.5, 논문심사일: 2020.6.5, 게재확정일: 2020.6.20)

참고문헌

1. 학술지

- 강영선. 2013. “‘친교의 경제’의 이론과 운영사례”. 서울과학기술대학교 산업대학원 경영학과 석사논문.
- 김현지. 2017. “피렌체 몬테 디 피에타(Monte di Pietà)의 설립과정과 이자문제”. 이화여자대학교 대학원 사학과 석사논문.
- 박성환. 1999. “고전산책 프로테스탄티즘의 윤리와 자본주의의 정신” 『사회비평』 19: 170-190.
- 이병천. 2007. “상호성과 시민경제론의 두 흐름-새 정치경제학과 행복경제학” 『시민과 세계』12: 173-182.
- _____. 2013. “어떤 경제/민주화인가-시장사회/경제에서 시민사회/경제로” 『시민과 세계』22: 106-125.
- 이정화. 2017. “상호성을 중심으로 한 친교경제(Economia de Comunhão) 특성에 관한 연구: 브라질 사례를 중심으로”. 부산외국어대학교 대학원 글로벌지역학과 석사논문.
- 최 현. 2011. “시장인간의 형성-생활세계의 식민화와 저항” 『동향과 전망』 81: 157-195.
- 최형묵. 2014. “종교운동의 사회운동적 명암” 『진보평론』 62호.

2. 국내 서적

- 김일득. 2016. 『프란치스칸 경제』. 서울: 프란치스코 출판사.
- 이기옥·고철기. 2001. 『공동체경제를 위하여』, 대구: 녹색평론사.

3. 외국 서적

- Bowles, Samuel and Richard Edwards and Frank Roosevelt. 2011[2005]. 『자본주의 이해하기: 경쟁·명령·변화의 3차원경제학』. 최정규·최민식·이강국 옮김. 서울: 후마니타스.
- Bruni, Luigini. 2006. *Reciprocità*. Milano: Mondadori.

- _____. 2007a. *La ferita dell'altro*. Trento: margine.
- _____. 2007b, "Gratuità" *dizionario di economia civile*. Roma: Città Nuova.
- _____. 2010, *L'ethos del mercato-Un introduzione ai fondamenti antropologici eralazionali dell'economia*. Milano: brunomondadori.
- Bruni, Luigino and Anouk Grevin. 2016. "Gratuità". *nuova umanità* 222: 73-76.
- Bruni, Luigino and Stefano Zamagni, 2015[2004]. 『21세기 시민경제학의 탄생』. 제현주 옮김. 서울: 북돋움.
- Calvez, Jean-Yves. 1997[1994]. 『교회와 경제 자유주의』. 추교윤 옮김. 서울: 가톨릭출판사.
- Coleman, John A. 2003[1991]. 『교회와 이데올로기 그리고 노동』. 도요안·이건 옮김. 서울: 가톨릭출판사.
- Dassmann, Ernst. 2016[1999]. 『교회사 II/2』. 하성수 옮김. 서울: 분도출판사.
- Fox, Ruth. 2004[1986]. “현대 수도승 공동체의 사명” 『수도생활』. 최연환 옮김. 칠곡: 왜관성베네딕도수도원 분도출판사.
- Genovesi, Antonio. 2013. *Lezioni di economia civile*, Milano: Vita e Pensiero.
- Giovinazzo, Viviana di. 2007. "Genovesi Antonio", In Luigino Bruni and Stefano Zamagno edd., *dizionario di economia civile*: 449-456, Roma: Città Nuova.
- Godelier, Maurice. 2011[1996]. 『증여의 수수께끼』. 오창현 옮김. 파주: 문학동네.
- Gold, Lorna. 2012[2010]. 『공유경제-나눔의 경제학』. 안명옥 하윤희 옮김. 서울: 조운커뮤니케이션.
- Gómez, Jesús Álvarez. 2001. 『수도생활 역사 I』. 강운자 옮김. 서울: 성바오로출판사.
- _____. 2002. 『수도생활 역사 II』. 강운자 옮김. 서울: 성바오로출판사.
- 케이시, 마이클. 2017[2010]. “베네딕도 규칙서와 그 전통 안에서 본 육체노

- 동’ 수도생활』. 채진영 옮김. 칠곡: 왜관성베네딕도수도원 분도출판사.
- Lubich, Chiara. 2012[2002]. 『새로운 길: 일치의 영성』. 최석균 성연숙 옮김. 경기: 도서출판 벽난로.
- _____. 2016[2001]. 『모두를 위한 경제 EoC-역사와 예언』. 최석균 옮김. 서울: 도서출판 벽난로.
- Magnus, Basilius. 2018, 『내 공간들을 열어 내리라, 부자에 관한 강해, 기근과 가뭄때 행한 강해, 고리대금업자 반박』. 노성기 옮김. 서울: 분도출판사.
- Marcel Mauss. 2002[1925]. 『증여론』. 이상률 옮김. 서울: 한길사.
- Marx, Karl. 2015[1978], 『자본론 I』. 김수행 옮김. 서울: 비봉출판사.
- McNeill, William H. 1992[1975]. 『전염병과 인류의 역사』. 허정 옮김. 서울: 한울.
- Polanyi, Karl. 2009[1944]. 『거대한 전환』. 홍기빈 옮김. 서울: 도서출판 길.
- Sassen, Saskia. 2016[2014]. 『축출 자본주의』. 박슬라 옮김. 파주: 글항아리.
- Veronesi, Silvana. 2005. *Erano Tempi di Guerra...: racconto degli inizi del Movimento dei Focolari a Trento*. Roma: Città Nuova.
- Weismayer, Josef. 2000[1991]. 『교회 영성을 빛낸 수도회 창설자-초기 교회』. 전현호 옮김. 서울: 가톨릭출판사.
- Zambonini, Franca. 1998[1991]. 『일치의 모험』. 이영 옮김. 서울: 서광사.
- Zanzucchi, Michele. 2019[2018]. 『돈과 권력: 프란치스코 교황 성하의 사회 정의』. 박성희·유소영 옮김. 서울: 한국천주교중앙협의회.
- Zizioulas, John. D. 2008[2006]. 『친교와 차이』. 이연학 옮김. 신학전망(162).

4. 자료집, 강연

- 재단법인 행복세상. 2013. 『협동조합으로 가는 길』.
- 이덕근. 2017. “수도생활과 교회 쇠신”. 『수도생활』. 칠곡: 왜관성베네딕도수도원 분도출판사.
- 유철규 외. 2020. 『협동조합일반(소상공인협동조합교육교재)』. 중소벤처기업부·소상공인시장진흥공단.

Anouk Grevin, “An inclusive growth and an economy for all(the role of

businesses today)”, 대전 기초과학연구원, 2019. 1. 23. 강연.

Vera Araujo, 1999. "*La cultura del Dare*", 『Nuova Umanità』, Roma: Città Nuova.

Vera Araujo, 2011, "*Quale antropologia per una Economia di Comunione*", 『Assemblea EdC. EoC 20주년 기념 국제 총회 연설.

5. 전자신문

Bruni, Luigino. 2020. "Il sogno dei lavoratori-monaci", <https://www.avvenire.it/opinioni/pagine/luigino-bruni-oikonomia-4>(검색일 2020. 5. 4)

<Abstract>

Journey toward human-centric economy

Kang, young-sun*

Economy of Communion(EoC), can be traced back to the Monastery Movement which is the root of market economy. EoC has a lot in common with civile economy philosophy of Antonio Genovesi who viewed the market as the place of reciprocity that can exist only when civile virtue is presupposed. Corporate profit for the poor and promotion of culture, realization of ‘culture of giving’ and reciprocity in business management, gift and gratuity. These are goal of EoC and ultimately EoC aspire to plant trust in humanity and virtue in market economy. This essay tries to explain the meaning of EoC to modern market economy, its competitor, by understanding its concept and philosophical background of EoC.

Key words: economy of Communion, culture of giving, reciprocity, gift, gratuity

* SungKonghoe University.