



걸음마하는 「인생나눔교실」 운영 사업에 부처



글 | 김학재

한국도서관협회 「인생나눔교실」 운영 사업 총괄팀장
다산연구소 교육실장
mindsetu@naver.com

인생나눔 교실의 모티브

정년을 앞둔 사람들이 농담처럼 하는 이야기가 “이제 닭이나 튀겨야 하나?”란다. 실제로 퇴직한 사람들이 가장 많이 뛰어든 업종 중의 하나가 소위 말하는 치킨집이다. 그렇지만 성공하는 사람은 우리가 듣는 것처럼 극소수인 모양이다. 우리 사회의 이런 맹점을 보면서 생각났던 게 미국에서 히트했던 ‘vocationvacation’이라는 사이트였다(지금은 ‘pivotplanet’으로 개편됐다). 사업 모델은 휴가를 이용해서 직업체험을 해 보게 하는 것이다.

사람마다 꿈이 있고 하고 싶은 것이 있다. 하지만 그것을 직업으로 하고 있는 사람은 의외로 많지 않다. 남들이 부러워하는 펀드매니저라는 직업을 갖고 있지만, 마음속에 그리는 것은 주방에서 땀 흘리며 맛있는 요리를 만드는 모습이라든지, 남들에게 존경을 받는 선생님의 직업을 갖고 있지만, 머릿속엔 나무를 다듬고 깎는 목수를 그린다든지 하는 것이 그것이다. 그렇지만 또한 대부분의 사람들은 현실이라는 벽을 넘지 못하고 그저 꿈으로만 여기고 하루하루를 살아간다. 여기에서 착상한 아이디어가 위에서 말한 ‘vocationvacation’이라는 사업 모델이다. 그렇게 간절히 하고 싶은 일이 있다면 휴가 기간 만에라도 원하는 곳에서 원하는 일을 시도해 보라는 것이다. 많은 사람들이 이 사이트를 이용했다. 바리스타를 꿈꾸는 회사원은 휴가 기간 중에 커피숍에서 일을 해보고, 작가가 되고 싶은 사람은 시인의 집을 찾아가 그의 일상과 삶에 대한 이야기를 듣기도 했다. 결과는 어땠을까? 이러한 것을 계기로 실제 직업의 전환을 한 사람들도 있었고 더 많은 사람들은 자기의 꿈이 그저 꿈이었음(세상에 쉬운 일은 없다는 것)을 깨닫고 자기가 현재 하고 있는 일에 더 헌신하는 동기를 얻기도 했다.

불나방처럼 치킨집으로 뛰어들었다 실패하는 사람들을 보면서 우리 사회에도 저런 완충 장치가 필요하다는 생각을 했다. 한 달 만이라도 치킨집에서 본인이 직접 일을 해봤다면 과연 그런 결정을 내렸을까? 하는 안타까움이 들었던 것이다. 이러한 체험은 꼭 어른들에게만 필요한 것은 아니다. 그 대상은 아이들일 수도 청소년들일 수도 있다. 특히 핵가족화되어 가고 개인화되어 가는 세상에서 다른 직업, 다른 인생을 체험하는 일은 쉽지 않기 때문이다. 그런 면에서 「인생나눔교실」은 우리 사회에 꼭 필요한 사업이 아닐 수 없다. 이러한 모델에 가장 근접해 있는 사업이기 때문이다.

우리가 흔히 베이비붐 세대로 말하는 연령이 1955년에서 1963년에 출생한 사람들이다. 이들의 인구는 700

만을 넘는다. 한편으론 고령화 사회를 이야기 하지만 노동시장에서 이들의 근로시간은 오히려 줄어들고 있다. 우리 사회가 이들의 자산을 활용해야 함은 너무도 당연한 것이고 꼭 해야 할 일이기도 하다.

모집에서 교육까지

예견한 대로 많은 분들이 「인생나눔교실」에 지원을 했다. 홍보가 좀 더 광범위하게 이루어지고 지원기간을 늘렸다면 엄청난 숫자가 몰려왔을 것이다. 이들은 젊고 의욕적이며 세상에 뭔가를 기여하고 싶은 충정 또한 갖고 있었다. 기회만 주어진다면 전사처럼 뛰어들 태세의 열정도 느껴졌다. 경력도 화려했고 자기의 영역에서 모두 두각을 나타냈던 분들이기도 했다. 그렇지만 아쉬운 점도 있었다. 성공한 만큼 또 조직에서 고위직에 있었던 만큼 그들의 눈높이도 여전히 거기에 머물고 있었다. '인생나눔'이란 무엇인가? 나눔은 상하, 주종간이 아닌 수평적인 개념 아닌가? 자신만의 불편을 우선 내세우고, 충분히 이견이 있을 사안들에 대해 사려 깊지 않은 지적을 하기도 했다. "이런 분들이 과연 멘토라는 타이틀에 어울리는 모범을 현장에서 보여줄 수 있을까?" 하는 걱정이 들기도 했다. 그렇지만 이런 기우들도 시간이 가면서 줄어들어 갔다. 서로가 서로를 보면서 또 교육을 받으면서 새로운 세상을 객관적으로 받아들이기 시작한 것이다. "잘난 사람이 나 말고도 많구나" 하는 것이기도 했고, "누구에겐가 멘토 역할을 해 준다는 것이 녹록하지 않구나"하는 생각이 들기도 했던 것이다. 다니엘 카네만으로부터 촉발된 행동경제학에서 지적한 것이지만 인간은 스스로에 대해 제대로 알지 못하는 부분이 많다. 그 중 대표적인 것이 '자신은 합리적이며, 남들보다 낫다'라는 생각인데 이러한 것이 착각이란 것을 스스로 인식하는 과정이 여기에서도 필요했다. 본인은 자기가 속한 조직에서 엄청난 고생을 했고, 그러한 과정을 드라마틱하게 이겨내고 퇴직에 이른 아주 특별한 사람이라고 생각하고 있는 것이다. 6.25를 겪은 사람들 한 사람 한 사람 이야기가 한 편의 드라마지만 동시대를 산 사람들에게 특별한 이야기가 되지 않듯 자기가 생각하는 자기의 삶이 매우 평범할 수 있다는 것을 알아야 한다. 이렇게 인식하지 않으면 '인생나눔'은 '충고'와 '훈계'로 변질될 우려가 있기 때문이다. 자신의 생각을 보편화 객관화 하는 과정이 따르지 않으면 공감을 줄 수가 없다.



드디어 현장에서

모 지역 문화원에 약 20명 남짓한 사람들이 모여들기 시작했다. 이들은 해외 교환 프로그램의 일환으로 열흘 후엔 일본을 방문할 사람들이다. 여러 지역을 다닌은 물론 홈스테이 계획도 갖고 있다. 우리 「인생나눔교실」에서 교육을 마친 멘토 한 분이 첫 출격을 했다. 이분의 현재 직업은 화가지만 오랫동안 일본에서 공부하고 살았으며 유럽 등 해외 체류 경험을 많이 갖고 있는 분이다. 강의는 처음이다. 이 자리에 오기 전까지 많은 설레임과 두근거림이



있었다고 한다. 그런 만큼 많은 자료 준비를 했고, 마음의 준비도 단단히 해 오신 것 같았다. 화가답게 자기의 생각을 그림으로 풀어가며 이야기하는 방식이 참으로 신선했다. 어디서도 보지 못한 강의 방식이었다. 주최 측의 평은 “달고 달은 전문 강사들보다 훨씬 신선하고 진정성 있다”고 했다. 사업의 첫 단추를 성공적으로 켜 놓은 것이다.

성공적인 시작을 했지만, 어디선가는 매끄럽지 못할 일이 일어날 것도 미루어 짐작하고 있다. 강의란 그렇게 쉬운 영역이 아니기 때문이다. 물론 인생나눔이 강의로만 이루어지는 것은 아니지만, 시작은 어느 정도 본인이 이야기를 풀어나가야 한다. 이야기 속에는 공감과 감동 메시지가 들어가야 한다. 그런 가운데 본인에 대한 호감을 줄 요소들을 두루두루 주변에 깔기도 해야 한다. 이것 역시 결국은 경험의 영역이다. 교육받은 멘토들이 훌륭한 역할을 하기 위해서는 이들에게 많은 기회가 주어져야 할 것은 당연하다.



「인생나눔교실」이 나아갈 길

비즈니스의 성패는 고객에 달려 있다. 그래서 ‘고객 만족’이란 말을 쓰는 게 아니겠는가! 「인생나눔교실」에서의 고객은 누구인가? 내부 고객이란 말도 있듯이 첫 번째 고객은 멘토로 선발된 사람들이고 그다음 고객은 다양한 수요처이다.

멘토들에게 희망을 주어야 한다. 그래서 멘토들이 이 사업에 애착을 갖고 노력하게 해야 한다. 본인의 영역에서는 베테랑들이지만 이런 새로운 세계에서는 물가에 내놓은 어린애 같은 상황이 될 수도 있다. 불안하지 않도록 첫 경험을 잘할 수 있도록 서포트 해줘야 한다. 중간에 경험들을 공유할 수 있도록 지원해 주어야 하고, 필요하다면 재교육도 시켜줘야 한다. 현장을 경험한 후에 들은 교육은 뭇 모르고 듣던 처음의 교육과는 다른 느낌으로 다가올 것이다.

이렇게 해서 작은 성공 스토리들이 하나하나 쌓여 가야 한다. 멘토의 인생이 바뀌고 이들과 만남을 했던 사람들의 생각이 바뀐 사연이 늘어가야 한다. 그럴 때야말로 이 사업의 미래가 있을 것이고 의미가 있을 것이다. 이 사업은 보여주지 않으면 안 된다. 이 사업은 국가의 손길이 미치지 못하는 곳에서 힘든 사람을 일으켜 주고 죽어가는 사람을 살리고 때론 파산할 사람을 미연에 방지해 주기도 하는 것이기 때문이다. 물론 우리는 과정에 개입하기 때문에 우리 때문에 죽을 사람이 살았는지 증명할 수는 없을지도 모른다. 그렇지만 이 사업은 보이지 않고 표나지 않는 가운데 그런 보람 있는 역할을 우리 사회에 하는 것이다. 또 그런 확신이 있어야만 이 사업을 밀고 나갈 추진력이 생긴다. 결코 미시적인 개념 정의와 탁상공론식 결론이 장애요소로 작용하지 않기를 희망한다. ㉞