

# 디지털식 진화론과 현대기업

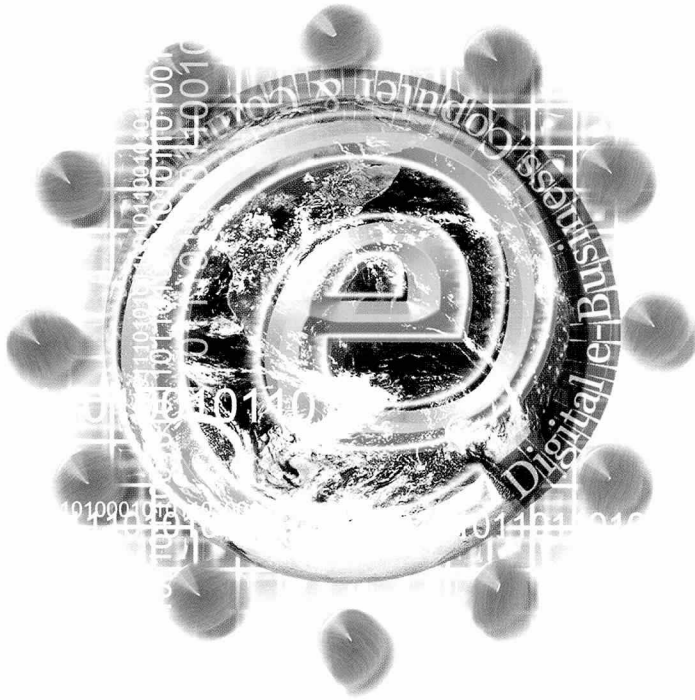
김유경 / 한국외국어대학교 신문방송학과교수

“세계의 모든 길은 디지털로 통한다”

영국의 이코노미스트 프랜시스 케언크로스가 쓴 “거리(distance)의 파괴, 디지털 혁명”의 요지이다. 케언크로스는 21세기를 주도해 나갈 정보통신혁명이 우리 사회의 미래를 어떻게 변화시킬 것인가에 관심을 두고 향후 세계 기업활동의 축은 지리적 거리보다 시간대에 따른 이합집산에 있다고 주장하였다. 다시 말해 이제는 과거 대기업의 전유물이었던 대단위 규모의 경제활동이나 서비스 활동이 Web 시장을 통한 벤처자본의 형성이 가능해짐에 따라 그 주체의 범위가 소기업에 까지 크게 다양해 지게 될 것이라는 주장이다. 즉, 공동체 정신에 의해 구현되는 새 시대의 보편적 발전상이다.

오늘날 세계 경제환경을 급속도로 변모시키고 있는 영역은 e-비즈니스 곧, 전자 상거래에 의한 경제활동이다. Webonomics의 저자 이반 슈바르츠는 '1859년 중의 기원을 통해 다윈이 주창한 적자생존의 원리는 변화하는 세계환경에 끊임없이 적응하지 못하면 살아남 수 없는 오늘날 디지털 시대의 경제환경에 극명하게 적용되고 있다'고 강조하였다. 사실 다윈이 '우리 인간은 복잡다기한 관계의 망(web of relations)으로 얽히듯 설켜있다'고 예단한 당시의 언급을 보더라도 이 표현은 어김없이 오늘날의 디지털 비즈니스 환경에 들어 맞고 있지 않은가? 복잡한 경제환경 속에서 철저히 새로운 혁신의 기술속에 적응하지 못하면 퇴화되고 만다는 디지털식 다윈주의를 그대로 입증하고 있는 것이다. 실제로 웹에 의한 경제는 전혀 새로운 기술과 새로운 기업을 잉태하였고 '디지털 정보의 우주'라 할 수 있는 web 속에서 기업은 이같은 진화론적 사고를 몸에 익히기라도 하듯 필사적으로 적자생존의 전략을 펼쳐내고 있다. 최근 우리나라 대기업은 21세기의 새로운 정보통신 시대에 적응하기 위해 앞을 다투듯 'Digital leader'를 표방하면서 제각기 밀레니엄시대의 주역임을 자처하고 나섰다.

현대 기업이 내건 디지털 운명론은 우리 현대인들로 하여금 21세기에 대한 환상과 허구적 기대를 낳게 하는 것은 아닌지 우려의 소리도 만만치 않다. 최근 글로벌 기업들이 가전(Home appliance)에서 개전(personal appliance)으로 생산구조를 재편하면서 C & C (computer & communication)의 첨단산업만을 생존의 외길로 삼고있음을 볼 때 정보통신 시대의 인간, 즉 소비



자는 또 다시 외로운 군중으로 전락하고 마는 것은 아닌지 우려된다.

한편으로 디지털 시대란 우리 인간이 주역이 아니라 정보환경과 그를 부양하고 있는 기술 시스템으로 대체될 것이라는 환상마저 일으키고 있음을 부인할 수 없다. 전환시대의 기업이 내세우는 디지털 논리가 다윈식 진화론에 토대를 두는 것은 나름대로 발전적 의미를 지닌다고 하겠으나 좁게는 소비자 주권주의를 왜곡하고 넓게는 인간의 사고와 행동을 혼란케하는 상술로 오염되어서는 안되겠다. 케언크로스에 따르면, '디지털은 모두 잘 살자' 이말은 거리의 벽이 허물어 지고 사람들의 의견과 생각이 자유롭게 교환되며 사고와 감성이 좀 더 깊이 있게 이해 되는 세상, 세계평화의 길을 앞당기는, 더 이상 철의 장막이니 죽음의 장막이니 하는 은둔과 소외의 세계가 존재치 않는 세계를 말한다. 디지털 시대에는 인간과 인간, 국가와 국가, 문화와 문화간에 둘러 쳐있던 거리의 소멸로 인해 지구촌에 급격하고도 다양한 변화가 찾아 올 것으로 전망되고 있다. 기업이 만들고 있는 디지털 논의가 극히 근시안적이며 여전히 상업적인 논리로 변질되어 대망의 21세기와 함께 도래할 이같은 장미빛 미래를 퇴색시켜서는 안되겠다.