



왜 나누어야 하나요?

지난해 12월 1일부터 1월 말까지 전국을 뜨겁게 달궜던 '희망 2006이웃사랑캠페인'이 술한 화제와 감동의 사연들을 전하며 62일간 대장정의 막을 내렸다. 기업과 시민들의 끊이지 않는 나눔 열기는 마침내 지난 7년간의 캠페인 기간 중 가장 빠른 33일 만에 모금 목표 1205억원을 넘어서는 '나눔의 신기록'을 세우기도 했다.

희망지킴이들이 만들어낸 나눔의 물결

해마다 경험을 하면서도 또 매번 우리를 놀라게 하는 것은 다양하고 또 감동적인 나눔의 물결이다. "큰 계획이나 거창한 목표는 없었어요. 다만 이익이 생길 때마다 나눠야겠다는 생각밖에는..."이라고 말하며 담담하게 성금을 건네주었던 벤처기업인 염경진 씨를 시작으로 캠페인 기간인 62일간 하루도 빠지지 않고 삶의 곳곳에서 우리 사는 세상을 따뜻하게 만들어 준 '62인의 희망지킴이'는 나눔이 만들어 가는 향기로운 삶의 모습이 얼마나 아름답고 또 소중한지 깨닫게 해준 살아있는 교훈이었다.

특히 난치병으로 삶의 기로에 서 있던 딸아이가 많은 사람들의 관심과 사랑에도 끝내 세상을 떠난 뒤 슬픔 속에서도 생전에 딸이 "이 다음에 나오면 더 어려운 이웃을 위해 쓰겠다"며 툼툼이 모았던 돼지저금통에 가족들의 사랑을 더해 전해주었던 일화는 생각할 때마다 가슴이 뭉클해지는 아름다운 기억이었다.

또한 이번 캠페인은 기업의 관심과 참여가 그 어느 때보다 높아 이제 우리 기업의 사회적 책임과 역할에 대한 인식의 폭과 깊이 그리고 나눔을 통해 이를 실천하고자 하는 의지를 확인할 수 있었다. 많은 기업들이 단순히 금전적인 기부에 머물지 않고 직접 어려운 이웃들의 삶의 현장을 찾아가 비록 짧은 시간이지만 어려움을 함께 나누며 더불어 사는 삶의 의미를 체험하기도 했다.

주고받으며 함께 행복해지는 나눔의 본질

많은 학자들의 연구에 의하면 사람들은 내적인 동기와 외적인 영향에 의해 나눔을 실천하게 된다고 한다. 내적인 동기는 '개인적인 관심사', '사회적 관계' 그리고 '부정적인 느낌' 등 세 가지로 나뉜다. 또한 외적 요인으로는 '(사회적으로 주어지는) 보상'과 '개인적 경험'이 중요한 것으로 밝혀졌다. 이밖에도 나눔이 소위 민주주의와 자유시장 경제의 무한경쟁으로 인한 시장경제의 실패를 보완하는 '긍정적 외부효과'를 가지고 있다는 경제·사회적인 효과까지 발표되고 있을 만큼 나눔은 다양한 의미와 가치를 지니고 있다.

하지만 영국 초등학교 교과서에 실려 있는 '왜 나누어야 하나요?'라는 단순한 질문은 이런 복잡한 이론이나 학설을 넘어서 나눔의 본질이 무엇인지 다시 한번 생각하게 한다. '자신의 것을 나누어주지 않고 혼자만 가지려고 해 엄마에게 혼이 난 팀은 옆집 쌍둥이 자매 케이와 케시에게 놀러 간다. 쌍둥이 자매와 놀던 팀은 나누면서 함께 놀면 훨씬 재밌다는 것을 알게 된다. 이후 팀은 자신의 것을 다른 사람에게 나눠주기로 결심하고, 자신이 듣던 음악을 친구인 잭에게 들려준다. 먼저 다른 사람에게 나누어주면 마음이 따뜻해지고 모두 자신과 함께 놀고 싶어 한다는 것을 깨닫게 되는 것이다.' 비록 초등학교 아이들을 위해 만든 간단한 이야기지만 어렵게만 여겨졌던 나눔의 본질인 즐거움, 곧 나눔을 통해 만들어가는 행복의 원리를 명쾌하게 설명하고 있다.

지난 62일간의 캠페인 기간 중 공동모금회를 찾았던 많은 분들이 소중한 성금과 함께 우리 사회가 좀 더 따뜻한 사회가 되기를 바라며 남겨 준 글귀에는 '사랑', '희망', '꿈' 그리고 '땀'과 '노력'이라는 말이 가장 많았다. 이 모든 분들이 나눔을 통해 우리 사회에 던진 작은 실천, 행복의 파장이 널리 퍼져서 2006년 한해, 우리 가슴속의 작지만 소중한 나눔 실천의 조약돌이 행복의 물결을 일렁이게 하는 그런 날들이 되기를 바란다.