

묵가적(墨家的) 입장에서 바라본 기업의 사회적 책임과 역할

서용모¹, 김하윤^{2*}

¹유원대학교 교양융합학부 조교수, ²배재대학교 주시경교양대학 조교수

Mozi's View on Social Responsibility of Corporation

Yong-Mo Seo¹, Ha-Yun Kim^{2*}

¹Assistant Professor, Dept. of Humanities and Social Science, U1 University

²Assistant Professor, Dept. of Division Arts Education, Paichai University

요 약 본 연구의 목적은 최근 화두로 대두되고 있는 기업의 사회적 책임에 대한 내용을 고대 중국의 철학자인 묵자의 사상에서 살펴본 것이다. 또한 글로벌한 기업환경 속에서 기업이 지닌 핵심 속성을 기존의 접근방식과는 다른 시각으로 살펴보고자 하였다. 현대사회에서 기업이 추구하는 이(利)에 대한 개념은 다층적·점진적으로 진화해가고 있다. 기업이 고속 성장을 이루어내는 만큼 기업이 추구하는 가치의 실현도 중요하게 논의되고 있다. 급격하게 변하는 경영환경 속에서 기업의 가치추구를 지나치게 자신의 입장에서만 추구하다 보니 기업 활동에 대한 인식이 부정적으로 비춰질 수밖에 없다. 그러다 보니 기존의 기업 활동의 방식을 탈피하고 새로운 경영철학으로서의 철학을 요구하게 된 것이다. 그리고 기업의 사회적 책임이라는 방식으로 사회 구성원들과 함께 살아가고자 전략을 전환하고 있다. 이러한 기업의 경영 전략을 고대 중국의 철학자 묵자(墨子)의 핵심사상인 겸애(兼愛)를 중심으로 접근하였다. 묵자가 언급한 겸애는 철학적 사상의 박애나 다른 유사한 개념들보다 심층적 사상을 내포하고 있다. 겸애는 단순히 행위나 도덕원리로서의 결과론적 접근이 아니라 서로 사랑하고자 하는 내적 동기(兼相愛)와 서로의 이익을 공유할 수 있는 원리(交相利)를 포함하고 있는 것이다. 이처럼 기업이 지속가능한 가치를 추구하기 위해서는 기존의 절대적 가치를 추구하기 위한 방식을 재고해보고, 묵자의 겸애사상을 기반으로 한 철학적 전략을 수립할 것을 제안하고자 하였다.

주제어 : 기업의 사회적 책임, 이(利), 지속가능 경영, 묵자(墨子), 겸애(兼愛)

Abstract This study interprets the corporate social responsibility and its management through analysis of philosophical view of Mozi(墨子). Mozi was a chinese philosopher during the Hundred Schools of Thought period. He advocated Universal love(兼愛), which stresses that people should care for everyone equally. This principle is in accord with the sustainable management strategy for global market environments. The realization of the value that the company pursues in the rapid growth of such enterprises is an important issue. The pursuit of corporate value in its own interest under the rapidly changing business environment is perceived very negative. And it has demanded a different philosophy as a new management philosophy. The philosophical strategies of these companies were centered around the core philosophy of the ancient Chinese philosopher, Mozi. It is not merely an outcome approach as the act or moral principle but the inner motive to love each other and the principle of sharing the profits of each other. In order to pursue the sustainable value of the enterprise, We would like to suggest a way to pursue the existing absolute value, and to suggest a philosophical strategy based on the philosophy of Mozi.

Key Words : Corporate Social Responsibility, Profit, Sustainable Management, Mozi, Universal Love

*This work was supported by the research grant of Pai Chai University in 2018

*Corresponding Author : Ha-Yun Kim (kiwi4474@pcu.ac.kr)

Received July 20, 2018

Revised August 27, 2018

Accepted September 20, 2018

Published September 28, 2018

1. 서론

오늘날 급격한 발달로 이룩한 정보화·산업화의 현대 사회에서 가치관들에 대한 혼란과 경제적 불평등으로 인한 서로간의 신뢰 기반의 붕괴와 이들의 반목, 그리고 다양한 형태의 분쟁과 무질서들이 발생하고 있다. 이러한 현상으로 말미암아 인간 소외에 대한 현상과 공동체 연대에 대한 파괴 현상, 개인 사이의 경쟁과 갈등으로 인해 갈수록 전통사회의 공동체 의식을 사라지게 한다. 이런 병폐는 비단 개인적인 상황뿐만 아니라 기업 차원의 활동에서도 이루어지고 있다. 자본주의 시대에서의 기업들은 수익 창출의 극대화를 위하여 수행해온 활동들이 다양한 측면에서 많은 문제점을 노출하고 있다. 이러한 기업 활동들은 오히려 부메랑이 되어 기업으로 하여금 많은 비용을 지불하게 하고 신뢰도 또한 심각한 타격을 받고 있다. 이러한 문제들을 해결하기 위하여 기업은 스스로가 책임을 지는 자세로 사회적 역할을 수행하고 노력하는 모습을 보이고 있는 것이다.

최근 들어 기업의 사회적 책임 활동에 대한 중요성은 그 사회가 구성하는 다양한 현상에서 차지하는 비중이 점차 높아지고 있다는 것을 중요하게 인식하고 있다. 이렇게 기업이 수행하는 사회적 책임 활동은 기업이 지니고 있는 이미지를 높이고 경영적 측면에서 효율성을 높일 뿐만 아니라 기업이 점진적으로 윤리적이고 지속가능한 기업으로 성장할 수 있는 계기라고 믿고 있다. 이러한 이유로 기업들은 사회적으로 긍정적인 가치 추구에 대한 기대를 구축하고 이를 극대화시키기 위해 다양한 사회 참여와 적극적인 투자 등을 통해 많은 노력을 기울이고 있다. 현재는 기업의 사회적 책임 활동에 대한 긍정적인 평가와 연구가 많이 이루어지고 있으며, 이러한 연구가 기업의 내부 관계자들에게 어떠한 영향을 미치는가에 대한 관심도 높아지고 있는 실정이다.

현재의 기업들은 글로벌화로 말미암아 다양하고 강력한 국제기구들에 의한 기업들에게 그 규제가 가중되고, 소비자들로부터의 견제가 거세지고 있다. 이에 따라 기업 경영에서도 성과 중심의 단기적인 전략이 아니라 장기적으로 지속가능한 경영을 가능하게 하는 사회적 책임이 이슈로 제시되고 있다.

이와 같이 지속가능한 수단으로서 수행하고 있는 기업의 사회적 책임(CSR : Corporate Social Responsibility)은 기업이 궁극적으로 추구하고 있는 가치 실현으로 제

시되고 있다. 이러한 기업의 경영활동이 사회적 책임으로서 추구하는 가치가 동양적 전통 사상, 특히 묵자(墨子)가 제시한 사상과 많이 닮아 있다. 따라서 본 논문은 기업이 지속경영을 가능하게 하는 경영 활동으로서의 사회적 책임을 묵자가 제시한 사상에 빚대어서 접근해보자 한다.

2. 연구의 淵源

요즘 기업에 대한 사회적 니즈(needs)가 갈수록 복잡해지는 양상이다. 기업의 글로벌화로 인하여 국제기구들에 의한 기업 규제는 갈수록 증가하고, 소비시장으로부터의 압력도 점점 거세지고 있다. 이처럼 기업 경영에서 단기적이고 지속가능한 경영을 위하여 기업의 사회적 책임이 중요한 경제적 이슈로 대두되고 있는 것이다. 이러한 기업의 사회적 책임은 기업이 다양한 사회현상에서 경영활동을 하면서 맞이하게 되는 다양한 공공의 이슈들을 해결하기 위한 구체적인 활동으로, 경제적·사회적 그리고 생태학적 결과들에 대한 책임을 스스로 지고 해결하고자 노력하는 것을 말한다[1].

기업에 대한 사회적 책임이란 단어가 처음 사용된 것은 1929년부터 시작된 미국의 대공황 시기라고 한다. 그러다가 본격적인 관심은 1960년대에 이르면서 사회적 환경 및 사회 추구 가치에 대한 급격한 변화가 나타나기 시작하면서였다. 기업이 대규모화 되면서 사회 내에서 경제뿐만 아니라 정치적인 측면에서 그들이 미치는 영향력은 크게 증대되어 왔지만 기본적인 법률적 기준조차 위반하는 등의 책임감 있는 행동을 하지 못하는 경우가 많았다. 그 결과로 기업들은 사회 속에서 겪게 되는 다양한 갈등과 마찰이 발생하게 되었고, 위기 문제에 직면하게 된 것이다.

기업의 사회적 책임은 Bowen(1953)의 『기업인의 사회적 책임(Social Responsibilities of Businessman)』이라는 책에서 학술적 개념이 최초로 정립되었다. 이는 사회가 추구하는 바람직한 가치와 목표의 관점에 따라 기업의 정책과 의사를 결정하는 기업인의 의무를 뜻하는 것이라고 하였다. 이를 기반으로 해서 사회적 책임에 대한 내용이 본격적으로 확산되기 시작했다[2].

1950년대 기업이 수행하는 사회적 책임에 관련된 주요 이슈들은는 제품의 안전, 인사상의 차별 요소 제거, 과

장된 광고의 제한, 그리고 환경을 보호하려는 노력 등에 관한 것이었다. 그 이후 기업의 사회적 책임에 대한 논의가 본격적으로 제시되는 분위기가 만들어 졌으며, 많은 연구들이 진행되어 오면서 사회적 책임의 개념을 정립시키는데 공헌하였다.

Eells와 Walton(1961)은 기업의 사회적 책임활동을 기업이 법적, 혹은 경제적 의무를 초월해서 사회적 규범이나 가치와 조화를 이루도록 사회문제와 환경문제를 해결하고 윤리적 원칙을 준수하는 것이라고 주장하였다[3].

Mcguire(1961)는 기업의 사회적 책임을 경제적 그리고 법적 의무만으로 국한하지 않고 사회 전반적인 부분에 대한 책임이라고 정의하였고, 그 정의를 확대하여 구성하는 기반을 제공하였다[4]. 윤리경영 및 기업의 사회적 책임에 대한 관심이 폭 넓게 증폭되기 시작한 것은 1970~1980 이후부터이며, Davis와 Blomstorm(1971)은 기업 자체의 이익과 함께 사회의 복지를 보존하고 향상시키는 행위를 해야 하는 의무라고 규정하기도 하였다[5].

Caroll(1979)은 기업의 사회적 책임을 보다 구체적으로 나눠서 경제적·법적·윤리적·자선적 책임으로 구분하여 설명하였고, 이는 기업의 사회적 책임을 설명하는 연구에 가장 많이 적용되었다[6]. 최근의 연구는 Petkus와 Woodruff(1992)가 사회적 책임을 사회에서 당면하고 있는 해로움을 최소화하고 지속가능한 기여를 최대화하려는 기업의 물질적 태도라고 설명하고 있다[7]. Brown과 Dacin(1997)은 기업의 사회적 책임을 기업의 능력과 함께 기업에 대한 연상이라고 간주하며 지각된 사회적 의무와 관련된 기업의 상태나 활동이라고 하였다[8]. 그리고 Staples(2004)는 기업이 준수해야 하는 원칙을 제시하였다. 근로자를 공정하게 대우하고, 정직하게 기업을 경영하고, 인권을 존중하고, 환경지속을 가능하게 하며, 기업이 활동하고 있는 지역에서 타인을 돌볼 줄 아는 이웃이 되는 것 등으로 기업의 사회적 책임을 제시하였다[9]. 위에서 보여준 다양한 선행연구에서 기업의 사회적 책임에 대한 초기 연구는 기업의 행위에 영향을 미치는 이해관계자에 대한 사회적 책임활동이 연구의 대상이 되기도 하였다.

이는 최근의 연구에서 제시하고 있는 바와 같이 기업이 추구하는 전략적인 관점에서 기업의 사회적 책임활동이 기업이 추구하는 이미지와 기업 인식 고객만족과 시장가치 등에 많은 영향을 미치며, 이 밖에 사회적 책임

활동에 역량을 강화할수록 소비자가 공익 마케팅에 보이는 반응은 호의적인 것으로 나타났다.

기업의 사회적 책임에 대한 연구는 아직은 초기의 실험단계이지만[10], 다양한 연구가 꾸준히 시도되어 오고 있다. 사회적 책임에 관한 초기 연구는 개념이 아직 낮설고 추상적인 접근에서 시작했지만, 점차 현실적이고 적용 가능한 방법으로 진행되고 있다. 이렇다 보니 연구 내용 역시 추상적인 방법으로 시작해서 사회적 책임의 내용과 그 유형, 측정방법에 따른 규범화, 사회적 책임이 초래하는 성과에 대한 연구로 발전되고 있는 것이다.

이제 기업의 사회적 책임은 기업이 소비자들을 의식해야 하는 활동 영역이 아니다. 점점 더 많은 소비자들이 사회적 신뢰와 책임활동을 구현하는 기업의 손을 잡으려는 의사를 보이고 있으므로, 기업의 사회적 책임활동은 기업이 받아들이는 새로운 사회적 기회(Corporate Social Opportunity)를 제공하기도 하는 것이다. 이러한 환경을 바탕으로 기업의 사회적 책임에 대한 자각은 기업과 사회의 관계에 대한 자각의 변화를 유도하게 된 것이다.

기업의 사회적 책임에 대한 활동은 여유자원에 대한 사회적 환원이라는 자신의 동기를 넘어서 기업이 시민 사회를 포함하는 공동체의 구성원으로서 노력을 통해 만들어낸 소중한 자원을 활용해 사회발전을 위해 자발적으로 공헌하겠다는 사회와의 귀중한 약속이다. 이는 사회가 기업이 보유하고 있는 자원을 적극적으로 활용하여 자발적이고 윤리적인 차원에서 사회화의 바람직한 관계 형성을 위한 기업의 순수한 반응이라고 할 수 있다 [11][12].

그동안 기업의 사회적 책임에 대한 논의는 공리주의적 관점에서의 접근방식을 취해왔다. 하지만 이러한 접근 방식은 분배 과정에 대한 적절한 시사점을 제공하지 못한 한계를 가지고 있었다. 최근 연구에서는 기업의 사회적 책임활동을 위한 윤리적 접근을 통한 논의와 시사점을 제시하기도 하였다[13].

3. 묵자의 사상

묵자(墨子)의 이름은 적(翟)으로, 공자(孔子)와 같은 주(周)나라의 제후국인 노(魯)나라 천민 출신이었다. 비록 우리는 그의 생몰연대를 정확히 파악할 수는 없지만, 대략 B.C. 490년에서 B.C. 403년 사이일 것으로 추정하는

데에는 별다른 이견이 없다. 목자는 기원전 4세기와 5세기 사이 전쟁과 반란, 그리고 음모로 가득 찬 춘추시대와 전국시대의 혼란기를 살았던 인물이며, 그의 사회사상 또한 이 시기와 매우 밀접한 관계가 맺고 있음을 짐작할 수 있다.

당시 왕실들은 이미 쇠약해져 있었고, 제후들도 왕실의 명령을 무시한 채 자신들의 세력과 영토 확장에만 힘을 쏟는 현실이었다. 이러한 정치적 현상의 배후에는 정전제의 파괴와 신흥지주계급의 등장이라는 경제적·사회적 변동이 중요한 요인으로 맞물려 있었다.

당시 폭군이나 부패한 관리들의 정전 쟁탈과 복잡한 법령, 분에 넘치는 세금, 잦은 전쟁 등은 백성들을 도탄에 빠지게 하였다. 왕조 경제정책의 뼈대인 정전제의 파괴와 상공업자들의 매관매직으로 인한 귀족계급층의 몰락은 농노 및 상공계급의 해방과 더불어 신흥지주계급의 탄생을 초래하는 계기가 되었다. 목자는 당대에 바로 이들 신흥계급을 대변해주는 사상이었던 것이다[14].

이처럼 목자는 천하를 다스리는 일에 관심을 가진 자라면 세상의 다양한 혼란한 현실들을 직시하고 이러한 혼란들이 어디에서 발생하는지 그 원인을 잘 살펴보지 않으면 안 된다고 하였다[15].¹⁾ 또한 잘못된 통치의 제앙을 경고하면서 당시 백성들의 참혹함을 일곱 가지 환란(患亂)으로 설명하고 있다. 예나 지금이나 조직을 운영할 때 자기성찰과 주변의 보살핌이 없이 운영하는 것은 조직의 붕괴를 야기하게 되는 것은 자명한 일이기 때문이다.

사회가 혼란스러워지면 백성들의 삶도 도탄에 빠지게 된다. 목자는 그 당시에도 강한 자가 약한 자를 억누르고, 부유한 자는 가난한 사람을 천대하고, 귀한 사람은 천한 사람들을 속여 백성들이 음식을 제대로 먹지 못하고, 추위를 제대로 막아줄 최소한의 옷도 없으며, 매우 극심한 노동에 시달리고 있다고 설명하고 있다.

또한 목자는 사회 혼란의 이유를 천하의 뜻을 하나로 통일할 수 없기 때문이라고 주장하였다. 다시 말하면 사람마다 가치 기준이 다르므로 스스로의 생각만이 옳다고 우기게 되고, 이로 인해 타인의 생각은 잘못되었다는 식으로 서로가 공격을 하게 된다는 것이다. 이러한 현상은 안으로는 가정에서 가족 간에도 원수가 될 수 있어 한집 안에 살아도 마음이 이산(離散)되어 화합할 수 없게 되고, 밖으로는 사회에서 여력이 있어도 타인을 위해 서로

힘을 쓰지 아니하고 옳은 길이 있어도 감추고 가르쳐 주지 않으며, 남는 재물이 있어도 나누어 쓰지 않게 된다. 그래서 금수와 같은 혼란한 사회가 되고, 군신·상하·장유간의 절도가 무너지며, 부모형제 간에도 참담한 혼란이 생긴다고 말하고 있다.²⁾

이러한 시대적·사회적 상황에서 꺾박받고 차별받는 백성들에게 목자는 유가에서 언급했던 별애(別愛)의 한 계성을 극복하고자 하였다. 차별하고 편애하는 별애의 폐단을 극복하고 포괄적 사랑을 실천하는 방안을 제시한 것이다. 하늘은 강력한 권위를 가지고 있으므로 하늘의 의지에 사랑의 당위성을 담아준다면 현실적인 사랑을 실천할 수 있을 것으로 생각하였다. 이처럼 목자는 하늘의 의지를 규정해 주고 차별 없는 사랑에 대한 개념을 겸애(兼愛)에서 찾았다. 그러므로 목자는 인간은 하늘이 제시한 의지를 본받아 겸애를 실천할 때 하늘과 하나가 된다고 주장한 것이다.

목자가 이야기하고 있는 겸애는 타인을 자신의 가족을 대하듯 하는 것이다. 자신의 가족을 사랑하듯이 차별하거나 구별 짓지 않고 타인을 있는 그대로 사랑한다면 도적과 전쟁으로 얼룩진 불안한 사회의 모습은 자연스럽게 사라지게 될 것이라고 보았다. 그리고 하늘이 인간을 사랑하고 이롭게 하는 것처럼 우리 인간도 하늘의 뜻에 따라 살게 된다는 것이다.

목자의 겸애란 바로 통치시스템이나 사회시스템을 통하여 최대다수의 기본적인 생활 제시 내지 욕구 충족을 이끌어내고자 한다. 즉 욕망(desire)이 나타내는 의미가 아니라 욕구(need), 즉 생존에 필수적인 것을 원하는 것과 관련된 것이다.

이러한 목자의 겸애, 즉 실천하는 사랑은 항상 이(利)의 특성을 포함하고 있다. 이(利)를 경제적인 측면에서는 사회전체를 이롭게 하는 것과 사회전체의 이익을 해치지 않으면서 자신을 이롭게 하는 것이라고 보았다. 그는 사람들에게 이롭게 해주지 못하는 것, 또는 사람들에게 이익을 주지 못하는 것은 사랑이 아니라고 생각하였던 것이다. 약육강식의 논리만이 존재하는 당시의 시대상황 속에서 살아남아야 하는 서민들에게 아무런 이익이 따르

1) 『墨子』, 「兼愛 上」, “以治天下爲事者也, 不可不察亂所自起”.

2) 『墨子』, 「尙同 上」, “子墨子言曰, 古者民始生 未有形政之時 蓋其語人異義 是以一人則一義 二人則二義 十人則十義 其人茲衆 其所謂義者亦茲衆 是以人是其義 以非人之義 故交相非也 是以內者父子兄弟作怨惡 散不能相和合 天下之百姓 皆以水火藥相虧害 至有餘力 不能以想勞 腐朽餘財 不以相分 隱匿良道 不以相教 天下之亂 若禽獸然, 墨子”.

지 않은 추상적이고 관념적인 사랑은 무용지물이었을 것이다. 사람을 사랑하지 않는 혼란한 세상에 차별된 의식이 만연하고, 이러한 천하를 구하는 것이야말로 반드시 겸애(兼愛)를 실천하는 데에 있다고 여겼다.

이처럼 묵자의 핵심 사상인 겸애는 단순히 행위나 도덕원리로서의 결과론적 접근이 아니라 서로 사랑하고자 하는 내적 동기(겸상에, 兼相愛)와 서로의 이익을 공유할 수 있는 원리(교상리, 交相利)를 이야기하고 있다. 이는 겸애사상이 다문화 인권교육의 핵심적 사상으로 제시한 내용과 유사한 성격을 나타내고 있다[16].

묵자의 사상은 겸애에서 나아가 통일과 전쟁에 대한 반대, 그리고 씨족질서의 붕괴 상황에서 새로운 통치철학과 시스템의 구축, 그리고 보편적 맥락에서의 인간에 대한 논의와 사유 그 모두가 전국 시대 상황과 수요에서 그가 이루어낸 것들이라는 것이다.

최근의 묵자에 대한 연구들이 많이 시도되고 있다. 최근 연구에서는 묵자의 겸애[17][18][19], 묵자의 평화적 사상[20][21] 및 묵가의 기본 철학에 대한 연구들이 주를 이루고 있다. 하지만 많은 연구에도 불구하고 묵자의 사상을 현대의 경제적·철학적 논리로 설명하고 있는 연구가 거의 없는 현실이다.

4. 묵자 사상의 현대적 의미

오늘날 동서양을 막론하고 사람들이 살아가는 생활방식은 개인주의를 기본으로 형성된 자유주의의 영향으로 형성되었다고 볼 수 있다. 그리고 지나친 자유주의는 결국 개인주의로 전락하게 된 것이다. 사람들은 저마다 자기의 권리와 이익만을 최우선으로 여기고, 자신의 자유만을 추구하다 보니 사회 공동 가치의 실현이나 선(善)의 추구에 대해서는 무관심하게 되었다. 물질만을 중심으로 하는 이기심의 팽배가 정신적 가치를 등한시한 것이다. 더군다나 개인의 사회적 관계를 수단적 가치로서만 파악하고 접근하는 경향이 생겨났다. 그리하여 개개인의 가치관의 혼란과 끊임없는 분쟁, 도덕적인 무질서의 초래, 가치의 부재, 공동체의 파괴까지 가져오게 된 것이다[22].

이러한 개인주의는 공동체보다는 개인을 중심으로 하는 극단적 이기주의의 형태로 표출된다. 극도의 이기주의는 타인의 권리나 존중보다는 나의 권리를 추구하고, 공동의 선을 추구하기보다는 나의 이익을 바라다보니 사

회가 혼란해지고 우리 자신이 몸담고 있는 공동체는 스스로 붕괴하기 마련이다. 그러다 보면 자아에 대한 불안전한 개념으로 인해 도덕적 갈등과 회의주의, 가치관이 겪게 되는 혼란과 도덕적 무질서를 야기하여 개인의 권리 추구를 가장 큰 목적으로 설정하게 된다. 그리고 이를 실현하기 위해 헌신이나 희생, 약자를 위한 배려심을 기르지 못함으로써 삭막해지고 각박한 사회가 만들어지는 것이다.

우리가 살고 있는 사회에서는 급속한 근대화로 인해 공동체의 기반이었던 전통적인 가치관이 혼란스러워지고, 이를 보완해야 할 새로운 가치관을 찾아야만 한다. 사회 현상의 여러 문제점들을 해결하기 위해 묵자의 사상을 중심으로 현재 우리 사회가 처해 있는 모습을 살펴보아야 하는 명분이기도 하다.

묵자는 그의 중심사상인 겸애를 통해 이상적인 국가 공동체를 지향했다. 그는 개인보다 집단전체의 연대의식을 우선하여 국가의 발전을 도모하고자 하였다. 이는 국가적인 차원에서만 적용되는 현상은 아니다. 국가와 사회라는 공동체뿐만 아니라 그것을 구성하고 있는 기업의 경우에도 해당되는 것이다. 급격한 발전으로 인해 생겨난 자본주의는 우리가 속한 공동체의 순수한 가치들을 변질·와해시키고 있고, 이들을 회복하려면 아직도 많은 비용과 시간이 필요한 현실이다.

최근에 기업들은 그들의 목적인 수익 창출에만 몰두하면서 사회에 많은 폐해를 자행해왔다. 기업 내부적으로는 상하의 수직적 관계로 차별하면서 근로자들에게 노동력을 착취하는 등 어려운 상황으로 내몰기도 했다. 임직원들 또한 부를 축적하기 위해 약자인 근로자들을 험난하고 열악한 근무환경에 시달리고 있다. 이러한 일들은 비단 내부적으로만 국한된 현상들이 아니다. 작은 기업은 언젠가 그들의 자원이나 기술, 심지어는 기업의 모든 것을 빼앗기기도 한다. 그리고 이러한 현상들은 우리 주변에서 비근한 예로 나타나고 있다. 기업은 기업관계자들 사이에서 스스로 공동체 의식을 무너뜨리고 있으며, 또한 자신들의 이익을 위해서라면 무엇이든지 위험한 일들을 서슴지 않고 자행하고 있는 것이다. 대표적인 것들이 약소국가의 노동력을 착취하여 글로벌 공동체의 식을 무너뜨리는 것이 그것이다. 또한 기업의 성장을 위해서라면 자연의 파괴 및 도시의 해체 등과 같은 비윤리적·비도덕적 행위, 심지어는 법의 울타리를 벗어나면서까지 자신들의 이윤 추구에만 혈안이 되어 있다.

최근 들어 이러한 사회적 이슈를 극복하고 새로운 기업의 경영전략으로 사회적 기업에 대한 관심이 증대하고 있다. 이러한 사회적 기업은 사회적 목적을 달성하되, 그 실현방법은 비즈니스 방식을 통해 이루고자 한다는 것이다. 기업이 추구하는 최고의 선(善)은 기업의 부가 기업 구성원들에게 돌아가는 것이다. 그리고 국가 혹은 사회에 기여하거나 기부하는 방법을 통해 우리 사회 전반에 좋은 일로 실현된다고 믿는 것이다. 하지만 언제부터인가 그러한 믿음이 깨지기 시작하면서 사회 전체의 부의 증대와는 별개의 것으로 인식하기 시작하였다. 이러한 믿음에서 기존의 시스템이 보여준 한계를 극복하기 위한 개념으로 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)의 개념을 제안하고, 그러한 공유가치는 사회에 공헌하는 다양한 활동을 통해서 매출과 이익을 증가시키고, 사회의 문제를 기업의 경제적인 가치창출과 일체화(integrated)되어 있다는 점을 제안하였다[23].

또한 이러한 개념을 묵자(墨子)의 겸애(兼愛)사상과 비교하여 발표한 연구도 제시되고 있다. 묵자가 제시한 사회의 모습은 겸애(兼愛), 상동(尙同), 상현(尙賢), 비명(非命), 비공(非攻)이 실현되는 사회에서는 천하사람 모두를 남이라고 생각하지 않으므로 모든 사회 구성원과의 하나 됨을 제시하고 공유가치의 실현을 묵자의 천하무인(天下無人)의 안생생(安生生) 사회를 실현하는 길이라 제시하였다[24].

글로벌한 현대 사회를 살고 있는 요즘에는 공동체에 대한 사회적 의식도 넓어져야 한다. 자원을 약탈하고 약자의 권리를 박탈하는 범위까지도 확장되어 가고 있는데, 공동체 가치관에 대한 의식의 변화로 인해 우리의 사회가 새로운 공동체의 의식을 필요로 하고 있다. 이러한 공동체에서 필요한 연대의식을 강화하고 다 같이 사는 사회를 추구하는데 중요한 개념을 묵자의 겸애를 통해 생각해 보면 되지 않을까 생각한다.

또한 묵자는 경제적으로 운명론을 순용하지 않고 노력으로 인한 생산의 증대와 절용이 부의 원천이라고 주장하면서 귀족들의 사치, 낭비 및 부의 집중을 강한 어조로 비판하였다. 이러한 상황에서 묵자가 제시한 겸애의 입장을 경제적 측면에서 비유해보면 공정무역의 실천 등과 같은 착한 소비의 주장을 들 수 있다. 현재의 과도한 유통구조의 시스템 속에서 생산자와 소비자가 경제적 손실을 받는 것이 아니라 생산자와 소비자의 공정한 거래를 통해 서로 상생을 위한 것이 결국 서로에게 경쟁력을

강화하는 것이라 할 수 있을 것이다. 나아가 무조건적 지원 및 원조 방식이 아니라 경제적 자립을 위한 측면에서의 경제 환경을 구축하는 것이 필요하다. 기업이 즉시적 시장 구축을 통해 이윤을 획득하거나, 이러한 기업 활동을 통해 마케팅 활동의 도구로서 활용하는 것을 지양하고 자립경제 기반의 시장을 형성할 수 있도록 환경을 구축하여 저개발 국가와 선진 국가와의 상생 경제협력 시스템을 구축해야 한다.

현대 경제시스템의 모태가 되어버린 자유주의는 인간의 이기적인 욕구를 자극하여 부의 불평등한 분배와 독식으로 인해 빈부의 격차와 계층 간의 위화감을 조장하였다. 나아가 지나친 개인의 권리 추구만을 강조하는 자유주의의 확산은 공동체가 추구해야 할 공동선의 목표를 망각하게 하고 있다. 그래서 묵자는 절장편(節葬篇)에서 위로는 성왕의 도와 아래로는 백성의 이익에 맞도록 하는 인의를 행해야 한다고도 하였다.³⁾ 이는 현대사회의 감각적인 쾌락과 물질적 편리함만을 추구하는 인간의 목표를 다시 한 번 생각할 수 있는 기반을 제공하고 있다. 결국 묵자가 제시한 겸애의 실천은 나보다 남을 먼저 하는 것이 핵심이다. 자기를 위하고자 한다면 먼저 남을 위하고, 자기 부모를 위하고자 한다면 먼저 남의 부모부터 위하는 것이다. 이러한 작은 실천이 우리가 살고 있는 공동체의 가치를 실현하는 최선일 것이다.

5. 결론 및 제언

지금까지 묵자의 사상을 기업의 사회적 책임이라는 부분과 접목시켜 살펴보았다. 기업은 오직 자신들의 이익만을 위해 개인주의 성향을 극대화시키고 무한 성장을 추구해왔다. 이러한 과정은 자본주의의 확산으로 전 세계에 걸쳐 공동체에 대한 의식이 파괴되고 새로운 가치를 추구하기에 이르렀다. 기업의 성장을 위해 그동안 그들은 공동선을 추구하는 것보다는 개인의 이익을 추구하기 위해 윤리적·도덕적 심지어는 법률적 위반을 자행해왔다. 자유주의를 기반으로 한 개인주의 생활 풍토는 이기적인 생활방식을 야기했다. 이러한 상황 속에서 성장한 자본주의는 정치적·경제적으로 지배계층과 피지배계층의 구분을 강화시켰고, 사회적으로 인간 상호 간의

3) 『墨子』, 「節葬篇 下」, “子墨子曰, 今天下之士君子, 中謂將欲爲仁義, 求爲上土, 上欲中聖王之道, 下欲中國家百姓之利, 故當若絕喪之爲政, 而不可不察此也.”

평등을 파괴하였다. 또한 현대 문화의 형태인 대중문화는 각종 대중 매체를 통해 불건전한 문화를 양산하고, 인간의 사유 기능을 마비시켰으며, 물질에 대한 무절제한 소비문화를 양산하였다. 이러한 혼란한 상황을 극복하고 공동선의 실현이라는 목적을 위해 묵자의 사상을 기반으로 한 기업의 책임과 역할에 대해 시도해보았다.

급격하게 성장하는 자본주의 상황에서 묵자의 사상은 이타적이면서도 동시에 개인적 이익도 실현이 가능하다고 보았다. 묵자는 이들의 상생을 위한 방법으로 하늘에 대한 신앙이자 윤리 규범인 의(義)를 제시하였다. 그리고 그 의가 생활 속에 구체화되고 강조되어 현실화한 사상이 묵자의 대표사상인 겸애(兼愛)인 것이다. 이 겸애의 사상은 자기 몸을 사랑하는 것처럼 남을 사랑하고, 자기의 부모를 사랑하는 것처럼 다른 사람의 부모를 사랑하여 자타(自他)의 구별을 따로 두지 않는 것이라 할 수 있다. 즉 유가(儒家)에서 이야기하는 자애(自愛), 자리(自利)만을 추구하고 자(自)와 타(他)를 구별하는 차별애(差別愛)는 별애(別愛)의 상대적인 개념에서 성립된 것이다. 따라서 겸애의 실천은 천하의 모든 사람들이 서로 사랑하지 않는 차별의식에서 비롯되었으므로, 천하의 평화를 구현하는 데는 반드시 겸애의 실천이 필요하다고 여긴다. 이와 같이 겸애를 실천하지 않는 사람들의 차별적 사랑으로 인하여 모든 재앙과 원한이 생겨나고, 그로 인해 국가의 혼란을 야기하는 원인이 되었던 것이다.

현대의 공동체 의식, 특히 기업들이 가져야 하는 사회적 책임에 대해 많은 의견과 연구들이 제시되고 있다. 기업들은 자본주의 상황에서 그들의 추구 목적인 이익 추구는 의무를 수행하면서 많은 일들을 수반하게 된다. 계급 간의 차이를 만들며, 자원 확보를 위해 전쟁도 일으키게 되고, 무차별한 수탈을 자행하게 된다. 심지어 우리가 살고 있는 사회를 파괴에 이르게까지 한다. 이러한 기업의 현실적인 추구에 잠시 제동을 걸고 그들과 함께 공유하기 위해 묵자의 사상이 필요하지 않을까 한다. 현대 사회에서 묵자의 기본 이념을 이해하고 실천한다면 기업의 내부적·외부적 환경에서 다른 가치가 실현되고, 공동체가 추구하는 공동선을 이룰 수 있다고 확신한 것이다.

지금까지 현대 자본주의 상황에서 야기되고 있는 사회적 폐해와 이를 극복하기 위한 방안으로 중국의 고대 철학자인 묵자의 사상을 중심으로 살펴보았다. 기업이 추구하는 이익을 위해서는 공동체가 서로 이해하고 그들의 공동선을 공유하는 사회가 우선시 되어야 한다는 것

도 알 수 있었다. 기업들이 자신들의 성장을 위해 달려온 방식을 지금부터라도 조금만 바꾸고 공동체 구성원들이 함께 추구하는 가치를 실현해야 할 것이다. 이러한 경영을 비롯하여 통치 시스템도 함께 구축되어야 할 것이다.

기업의 사회적 책임에 대한 인식 전환과 이를 실천할 최선의 방안을 모색하기 위한 것이 본고의 묵자의 사상에 주목한 이유이기도 하다. 하지만 기업의 사회적 책임에 대한 개념적 접근을 명확하게 하고, 기업의 내부와 외부에 당면한 문제점들의 해결을 위해 어떻게 공동선을 추구할 것인가에 대한 구체적인 방안의 모색은 앞으로의 과제로 남겨 놓았다. 또한 사회적 책임을 통한 기업의 역할과 성과에 대해서도 고민해야 할 것이다. 기업은 자신의 가치를 실현하기 위해서 다양한 미션을 수행하는데, 이러한 미션이 공동체에 어떠한 가치를 실현하게 될지에 대해 고민해 봐야 한다. 기업의 단기적인 성과에만 몰입할 것이 아니라 공동체와 그들의 이해관계자들이 공유할 수 있는 가치를 실현하기 위한 미션을 통해 기업의 책임과 가치 실현 방안이 이루어져야 할 것이다.

묵자의 폭넓은 사상 중에서 극히 일부분의 내용만으로 기업의 사회적 책임에 대한 접근을 하는 것이 논리의 한계점을 드러내지는 않는지 되돌아보게도 된다. 앞으로 이러한 한계점을 극복하기 위해 묵자의 사상을 체계적으로 정리·조명해보고 기업의 사회적 책임에 대한 논의와 연계시키는 작업도 필요하겠다. 또한 이러한 기업의 사회적 책임을 통해 기업이 드러내는 성과와 묵자의 구체적인 사상과의 연관관계는 향후의 과제로 남겨놓고자 한다.

REFERENCES

- [1] K. H. Lee. (2009). *(The) impact of CSR on organizational commitment and organizational citizenship behavior in franchise industry : mediating roles of organizational trust and job satisfaction*, Sejong University Doctor Thesis.
- [2] H. R. Bowen. (1953). *Social Responsibility of the Businessman*. New York: Harper and Row.
- [3] Eells, R. & Walton, C. (1961). *Conceptual Foundations of Business*. Homewood: Richard D. Irwin Inc.
- [4] McGuire W. J., Papageorgis D. (1961). The relative efficacy of various types of prior belief-defense in producing immunity against persuasion. *J. Abnorm. Soc. Psychol.* 62, 327 - 337.

- [5] Keith Davis & Robert L. (1971). *Blomstrom, Business, society, and environment*, McGraw-Hill - New York.
- [6] Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance." *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- [7] E. J. Petkus & R. B. Woodruff. (1992). *A model of the socially responsible decision-making process in marketing association*. In: *Chris TA et al (ed.)*, American Marketing Association, Chicago.
- [8] Tom J. Brown & Peter A. Dacin. (1997). The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses, *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84
- [9] Sirkka L. Jarvenpaa, Thomas R. Shaw, D. Sandy Staples. (2004). Toward Contextualized Theories of Trust: The Role of Trust in Global Virtual Teams., *Information Systems Research*, 15(3), 250 - 267.
- [10] C. Windsor. (2001). The Corporate Social Responsibility, *International Journal of Organization Analysis*, 9(3), 225-256.
- [11] S. T. Kim. (2010). *(A) study on the development of a CSR(Corporate Social Responsibility) evaluation model*. Kyung-Hee University Doctor Thesi.
- [12] Y. J. Jeon. (1996). *(The) influence of the CSR types and themes of the corporate communication on corporate reputation and social connectedness*. Hong-Ik University Doctor Thesis.
- [13] K. E. Kim. (2018). Corporate Social Responsibility in the Economic Education - Focusing on John Rawls' Theory of Justice-", *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, 18(7), 45-64.
- [14] 祝瑞開, 『先泰社會和諸子思想新探』中國: 福建人民出版社, 1981.
- [15] S. C. Ki. (2009). *Mozi*, Seoul: buybooks.
- [16] H. A. Jee. (2016). Multicultural Human Rights Education Implied in Mozi's Universal Love, *Journal of Ethics Education Studies*, 42, 51-69.
- [17] S. K. Hwang. (2014). Chinese Philosophy : Exploring Mozi's "General Love" thought to develop the adolescent morality lists of personality education, *Journal of Korean philosophical history*, 10, 225-246.
- [18] H. S. Lee. (1991). Study on the essence of Mozi's Universal Love Philosophy, *Journal of Korean Classical Chinese Literature*, 3, 217-250.
- [19] T. S. Lee & M. H. Yun. (2017). Mohist's Idea of YiLi and Jianai, *The Society of the Eastern Classic*, 67, 298-326..
- [20] B. D. Chun. (2010). Theoretical Basis and Limitation of Mo tzu's Antiwar Theory, *The Journal of humanities*, 17, 141-172.
- [21] J. S. Lee. (2012). A Basic Viewpoints of Mozi's War Criticism, *The Journal of Humanities Studies*, 87.
- [22] H. C. Shin. (1996). *A Study on the Communicatarian View of Self and Societ*. Korea National University of Education master Thesis.
- [23] Michael E. Pater, Mark R. Kramer. (2011). *Creating Shared Value*. Harvard Business Review.
- [24] Y. M. Seo. (2012). The Realization of Shared value and Mozi's Universal Love. *Establishment of China 20 years Commemoration International Conference*, Beijing China : Chinese Mozi Society.

서 용 모(Seo, Yong Mo)

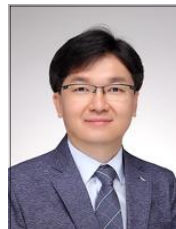
[정회원]



- 2016년 4월 ~ 현재 : 유원대학교 교양융합학부 조교수
- 2010년 10월~2015년 10월 : 충남대학교 경영학부 초빙교수
- 관심분야 : 신제품 마케팅, 소비자 행동, 디자인경영, 비즈니스 모델, 윤리경영, 기업가정신
- E-mail : yongmo@ul.ac.kr

김 하 윤(Kim, Ha Yun)

[정회원]



- 2006년 8월~2008년 8월 : 우송대학교 교양교육부 초빙교수
- 2013년 4월~현재 : 배재대학교 주시경교양대학 조교수
- 관심분야 : 조선 인문학, 인성교육, 고전 글쓰기, 상소문, 선비정신, 애도시
- E-Mail : kiwi4474@pcu.ac.kr