

현실은 동굴의 시뮬레이션?



진성오 소장의
신비한 심리사전

플라톤이 쓴 '국가'에 등장하는 철학 우화로 '동굴' 이야기가 있다. 동굴 속에 갇힌 사람들은 어두운 벽에 비친 그림자만을 보고 그것을 현실 혹은 실재라고 믿는다. 하지만 그들은 아무것도 볼 수 없고, 그림자만이 자신이 아는 전부라 생각한다. 그도 그럴 것이, 그 어떤 것이상을 경험할 수 없기 때문인데 우연히 혹은 뭔가에 끌려간 사람이 동굴 밖으로 나가 진짜 세상과 태양을 보는 경험을 한다. 그리고 그는 '메트릭스'의 네오처럼 실재하는 현실 속 자신이 경험한 진리를 동굴 안 사람들에게 전하려 한다. 하지만 동굴 속의 죄수들은 그의 말을 믿지 않고 거부한다.

플라톤은 동굴 속의 죄수들에게 실제 현실을 보여주기 위해 하나씩 현실에 적응하기 위한 과정을 이야기 한다. 플라톤은 이것을 철학적 훈련 혹은 이성적인 사고라고 말했던 듯 하다.

플라톤이 말한 동굴은 실재가 아닌 허상의 그림자이다. 그리고 실재인 혹은 현실인 그림자가 현재 우리가 경험하는 세상이라는 생각을 거꾸로 돌려보면 진짜는-

플라톤은 이를 '이데아'라고 했다- 다른 곳에 있고 우리 인간이 경험하는 것은 그것의 허상인 것이다.

아마도 그래서 플라톤은 현실의 허망한 그림자를 벗어나 이데아의 세계로 가자고 한 듯 하다. 그런데 이 이야기의 거울 대칭처럼 현대의 과학 기술이 이제 진짜 허상의 세계로 인간을 이끌고 있다.

현실 자체를 가상으로 시뮬레이션 하거나 혹은 현실에 가상을 입히거나 아예 다른 현실을 가상으로 시뮬레이션 하여 만드는 기술을 합쳐서 XR라고 한다. XR은 완전히 새로운 가상의 세계를 구성하는 가상현실(VR), 현실 위에 가상의 이미지를 덧붙이는 증강현실(AR), 증강 현실에서 가상의 존재나 사물이 현실에 실재하는 어떤 것과 기계적 물리적으로 상호작용하는 혼합현실(MR)까지 모두 포함하는 용어로 정의한다.

아이러니하게도 현실을 시뮬레이션하여 전자로 구성되는 혹은 정보로 구성되는 메타우주를 인간이 만들고 이곳으로 인간이 이주하는 초현실적인 이야기가 실제 지금 세계에서 실행되고 있다. 위의 플라톤의 동굴 이야기를 비교해 보면 기원 전 한 철학자가 말한 철학적 담론 혹은 생각이 현대에서 실제로 실현되고 있는 것이다.

불안정한 것은 현실이며 이 불안족스럽고 뭔가 무너져 가는-엔트로피라고도 한

다- 이우주를 벗어나 영원한 그리고 완전히 자유롭게 원하는 데로 모든 것들을 만들어 낼 수 있는 무한진리의 세계인 이데아가 가상현실이라는 기술로 바뀌어 그곳으로 인간이 떠난다는 것이다. 놀랍게도 이 가상현실은 전자와 정보로 구성된 거울에 비친 평면의 세계이며 경험되지만 존재하지 않는 허구이면서 경험으로 실재하는 그런 수학의 허수 같은 공간, 플라톤이 말한 동굴인 듯한 완벽한 진리를 가지는 이데아의 세계인 것이다. 플라톤의 욕망이 이제 실제로 2000년이란 시간을 건너 실현되는 것인가.

장자의 호접몽이란 이야기는 독자는 잘 알 것이다. 하지만 필자는 중학교 때 읽었던 고전인 서포 김만중의 구운몽이야기를 더 좋아한다. 왜냐하면, 소설 속 주인공 성진이 현실인 다리에서 만난 팔선녀에 대한 욕망 때문에 부귀영화의 삶을 사는 꿈을 꾸는 이야기 속 현실이 필자에겐 마치 아침마다 거울에 비친 필자의 얼굴은 실재가 아니라 가상이며 진짜 현실은 거울을 보는 필자라는 믿음을 되돌려 실재는 거울 평면에 있는 가짜인 모습이 사실은 실재 나이며 실재라고 믿는 거울에 비춰지는 필자는 오히려 가짜인 듯한 느낌 때문이 아닐까.

/세종사이버대학교 교수

위기는 왜 아래부터 파고드는가



기지수첩
안재선
(유통&라이프부)

위기의 칼끝은 항상 아래부터 파고든다. 약육강식의 본능을 떠올려 봐도, 약한 고리 이론을 꺼내 봐도 그 맥은 같다. 언제나 위기 앞에서는 약한 곳부터 무너졌다. 홈플러스 사태도 마찬가지다. 홈플러스 사태로 시장에 줄도산의 불안감이 감도는 가운데, 그중에서도 제일 큰 불안에 떠는 사람들이 있다. 바로 대기업 납품업체 중에서도 대리점주, 홈플러스 점포에 입점한 영세 소상공인 입점업체, 마트 점포 노동자들.

이들은 당장의 생계를 걱정한다. 홈플러스가 밀린 대금을 갚겠다고 말하지만, 갚으면 그만인 차원의 문제가 아니다. 대금 지급 지연 자체에서 이미 이들은 생계의 부담을 느낀다.

한 입점 업체 관계자는 “갚는 것 자체가 문제가 아니다. 하루 벌어 하루 먹고 살아가는 사람들에게는 당장의 돈을 받지 못하면 대출 이자 부담을 추가로 떠안아야 한다”고 토로했다.

사회가 이들의 불안감에 주목해야 하는 이유는 회복 탄력성의 차이에 있다. 최근 홈플러스 사태 이후, 김광일 MBK파트너스 부회장의 여러 대의 슈퍼카 보유가 논란으로 떠올랐다. 김 부회장 자택 주차장에는 4억~6억 가량하는 고가의 페라리 차량들이 주차돼 있었다. 아무리 유통업 전

반이 어렵다 한들, 회사가 망한다 한들, 위기를 감내해 내는 밀도는 개인마다 다르기 마련이었다.

홈플러스 사태만이 아니다. 거시적 위기는 늘 이들을 가장 먼저 겨냥했다. 내수 시장 침체, 소비 둔화, 온라인 이커머스의 성장 등의 외부적 위험 요인은 곧바로 마트업계의 인력 효율화로 이어졌다. 일례로 롯데마트 제타점은 키오스크로 전면 탈바꿈하며 인력을 최대한 감축했으며, 홈플러스 잠실점 역시 5개의 일반 결제 레일 중 3개가 작동하지 않고 있었다.

사회가 이들을 방관한다면, 언젠가 그 균열은 모두를 향해 무너질 것이다. 지금이라도 위기의 무게를 공평하게 나누는 방법을 고민해야 할 것이다.

/wotjs4187@metroseoul.co.kr

오늘의 운세 3월 25일 (음 2월 26일) http://www.saju4000.com

- 36년생** 미래를 위해 주변 정리를. **48년생** 사방으로 운이 열렸으니 미뤄둔 일을 마무리. **60년생** 십 년 묵은 체증이 해소된다. **72년생** 내일을 위해 오늘 일을 미루지 말고 마무리. **84년생** 이기적인 마음이 나쁜 것만은 아니다.
- 37년생** 손재수가 있으니 돈 자랑 마라. **49년생** 천 리 길도 한걸음부터이니 시작을 하자. **61년생** 좋은 씨를 뿌리고 수확을 기다린다. **73년생** 내가 좋아해도 남들에게 강요하지 마라. **85년생** 위기가 있지만 귀인이 도와준다.
- 38년생** 눈앞의 실속보다 내일을 준비하자. **50년생** 기회가 왔어도 실력 부족으로 놓친다. **62년생** 바보 같은 선택을 하고 후회한다. **74년생** 영원한 비밀은 없으니 입단속 해야 하는데 **86년생** 귀인을 만났어도 장기투자는 뒤로 미루자.
- 39년생** 이상보다는 현실을 보고 주관을 가지자. **51년생** 힘들어도 추진해나간다. **63년생** 느긋하게 기다리면 좋은 일이 있다. **75년생** 자선증식은 시기적으로 지금부터이다. **87년생** 물이 들어오기 시작하니 노를 힘껏 저어라.
- 40년생** 변화의 날이니 외모에 신경 쓰자. **52년생** 금전과 사랑의 운이 따르는 하루. **64년생** 작은 것에 집착하지 말고 일을 크고 보고 진행. **76년생** 시운에 맞는 역발상적인 생각을 해보라. **88년생** 전체를 파악해야 갈 길이 보인다.
- 41년생** 자고 일어나도 피곤하니 좀 쉬어야 한다. **53년생** 무에서 유를 창조하게 된다. **65년생** 내 것은 작아 보이나 내 자식은 커 보인다. **77년생** 남서쪽으로 여행을 떠나는 행운이 있다. **89년생** 꽃피고 새가 우니 이제 행동할 때.
- 42년생** 회사 재무를 다시 살펴보도록. **54년생** 혼자 결정하고 실행해야 하니 부담이다. **66년생** 초하루기도를 해보는 것도 방법일 듯. **78년생** 기업이던 개인이던 이윤추구를 위함이 아닐까. **90년생** 다소 예민한 날이니 이익을 얻는다.
- 43년생** 병이 왔으나 약도 주저하지 실망은 금물. **55년생** 바람이 불어대니 마음 돌 곳을 모르겠다. **67년생** 주변 사람과 의견충돌을 조심. **79년생** 미운 놈 떡 하나 주는 심정이다. **91년생** 듣지도 말고 보지도 말고 자기 할 일만 하라.
- 44년생** 호감이 가는 이성의 유혹이 생긴다. **56년생** 미련은 버리는 것이 좋다. **68년생** 자존감이 지나쳐서 가족을 힘들게 한다. **80년생** 사공이 많으면 배가 산으로 가니 의견통일을 우선시. **92년생** 어디서 부는 바람이 근심을 견여 준다.
- 45년생** 나이 먹어 회로애락을 너무 나타내지 마라. **57년생** 갈 길이 멀어도 일단 시작하면 좋은 결과. **69년생** 목이 마르면 직접 우물을 파라. **81년생** 시택포함 가족도 서로 도우며 만들어 가는 것. **93년생** 첫 손가락에 배부르기 힘들다.
- 46년생** 믿음을 가져야 상대도 설득. **58년생** 눈치가 빨라야 절에 가서도 새우젓 얻어 먹는다. **70년생** 삼재라서인지 뒤늦게 부모님 생각이 간절. **82년생** 상생을 하니 구름이 걷히고 따스한 햇살이 비친다. **94년생** 순풍에 돛단배 가듯 순조롭다.
- 47년생** 한밤중에 비단옷 입고 거리를 활보하는 것이 정상인가. **59년생** 과대포장은 오히려 속 보인다. **71년생** 거품이 사라지니 현실은 냉혹하다. **83년생** 공부로 실질적인 힘을 보태라. **95년생** 상식과 도덕심이 있기에 살아가는 것이 아니겠는가.



김상회의四季 중국 최고 부자와 풍수

중국 항저우에는 유명한 건축물이 있다. 그곳은 호설암 고택이다. 호설암 고택은 개인의 집이라고 하기에는 엄청난 규모이고 정원이나 연못의 아름다움도 뛰어나다. 이런 호화 저택을 소유했던 호설암은 청나라 시대의 거상이다. 가난한 농가에서 태어난 호설암은 도시에 나가 허드렛일을 하기도 했지만 곧 상업에서 뛰어난 재능을 발휘했다. 사람을 다루고 기회를 잡는데 남다른 능력을 보였던 그는 중국 최고의 상인이라는 호칭을 얻었다. 소유한 재물이 얼마나 많았던지 살았을 때는 재물의 신이라 불렸고 죽은 다음에는 상업의 신이라고 불렸다. 호설암은 생전에 풍수를 무척 중요하게 여겼다. 기운이 좋은 곳에 있어야 재물이 많이 들어온다는 믿음을 평생 간직하고 살았다.

호설암 고택의 창문은 특이하게 파란색으로 장식되어 있는데 이것만 보아도 그가 풍수를 중요하게 여겼음을 알 수 있다. 풍수에서 파란색 계열은 액운을 막아주고 성장과 풍요를 의미한다. 거부 호설암이 파란색을 택한 것은 재물이 늘어나고 풍요를 이룬다는 풍수 이론을 바탕으로 한 것이라고 할 수 있다. 호설암은 항상 풍수 명당을 택해야 한다고 강조했고 그터에 자리하는 건물의 형태와 장식까지 소홀히 하지 않았다. 풍수에 관한 전반적인 내용을 꼭 지킨 것이다. 좋은 기운을 불러들이는 명당 자리, 명당의 기운을 잘 운용하는 건물, 액운을 차단하는 장식까지 갖췄으니 호설암의 재물이 나날이 늘어났다. 후보지 몇 곳을 고른 뒤에는 풍수 전문가를 초빙해서 최종 조안을 받는다. 사업하는 사람은 사업장을 나쁜 기운을 막아주고 재물이 들어오는 기운이 강한 곳을 신중하게 고른다. 사업을 하거나 정치하는 사람들이 풍수를 중요하게 여기는 건 예나 지금이나 다르지 않다.

‘김상회의 사계’에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다.
김상회 역학연구원02) 533-8877 / www.saju4000.com

매일매일 두뇌트레이닝 **스도쿠365**

문제출제: 손호성
새로운 크니오의 알파벳을 즐겨보세요
http://www.argo9.com

3X3 �도쿠 X는 가로 세로 3X3박스에 1부터 9의 숫자가 대각선 화색 9X에 1부터 9의 숫자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.

문제출제: 손호성
새로운 크니오의 알파벳을 즐겨보세요
http://www.argo9.com

QR코드
할인도서

8		3	5	7				4
			8		2			
								8
	9						6	5
7								2
6	2						3	
4								
			7	3				
2				5	4	1		7

			3	9		1	6	
6						7		
			7					
7	5					4		
			8			5	7	
						9		
			6					5
5	4		8	6				

7	8	1	4	9	9	6	8	2
9	4	2	8	6	7	9	8	1
8	9	6	8	1	2	9	7	4
1	8	7	9	8	6	4	2	9
2	6	8	9	8	4	1	9	7
9	9	4	7	2	1	8	6	8
8	7	9	1	9	8	7	4	6
6	1	8	2	4	8	7	9	9
4	2	9	6	7	9	8	1	8

2	7	8	9	8	1	4	9	6
9	8	6	7	8	4	9	1	2
1	4	9	6	9	2	8	7	8
7	6	9	4	1	9	8	2	8
9	2	8	8	7	9	6	4	1
8	1	4	8	2	6	9	9	7
8	9	7	9	7	1	6	7	4
6	9	7	1	4	8	2	8	9
4	9	1	2	6	8	7	8	9

metro 메트로미디어

서울시 종로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551

발행·편집인	이장규	편집국장	윤휘중
인쇄인		중앙일보(주)	
광고문의 / 독자센터	02)721-9851, 9826 / 02)721-9861		
일간 메트로	서울 가00206 2002년5월28일 제5637호		
일간 메트로경제	서울 가150111 2017년3월09일 제1741호		

본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수합니다.