

## [디지털 목회] 디지털 시대의 사고전환

김형회 장로 / 2000 / 페이지수: 3

디지털 시대인 요즘은 3개월을 '1웹이어'(one web year)로 정의해 1년을 '4웹이어'라고 한다. 1웹이어는 인터넷시대의 1년을 의미한다. 한 기업이 4웹이어를 뒤지면 거의 경쟁력이 없다고 평가한다.

2002년까지 인류에게 가장 큰 영향을 줄 것으로 예상되는 기술은 컴퓨터기술, 통신기술, 생명과학기술, 극미세 공학기술, 대체연료기술 등이다.

통신과 컴퓨터 분야는 현재 우리의 삶에 큰 영향을 주고 있다. 1838년에 전신이 발명된 이래 전화, 광통신의 기본인 레이저, 무선전화기가 발명됐다. 1946년에 발명된 최초의 컴퓨터는 2만개의 진공관이 있어 엄청난 전력을 소모했다. 1946년의 첫 번째 컴퓨터부터 1950년도까지 만든 모든 컴퓨터의 성능을 합한 컴퓨터가 요즘 시판되고 있는 멜로디카드의 칩속의 컴퓨터의 성능보다 못하다. 이렇게 컴퓨터는 엄청난 속도로 발전하기 시작했다.

### 디지털혁명

컴퓨터의 발전은 엄청난 사회의 변화를 초래했고 컴퓨터들이 서로 '대화'를 하는 네트워크가 되면서 야기된 것이 '디지털혁명'이다. '네트워크중심의 디지털혁명'이라고도 한다.

디지털혁명 속의 사회는 우리가 알던 질서와는 다른 질서가 생긴다. 이런 디지털사회의 새로운 경제 질서를 '디지털경제', '네트워크경제'라고 한다. 네트워크시대에는 고객과의 일대일의 만남이 가능해졌기 때문에 소비자의 요구가 다양해진다.

네트워크사회는 정보를 가진 사람들이 힘을 갖게 된다. 온누리 교회가 더 힘을 가지고 사역을 감당하기 위해서는 사역 정보들이 컴퓨터에 저장되어 서로 공유될 수 있어야 한다.

이런 것을 '지식경영'이라고 하며, 지식경영이 효과적으로 이루어질 때 힘이 생긴다.

흥미로운 것은 디지털사회에서는 점점 더 '공짜'가 많아진다는 것이다.

미국으로 전화를 거는 것도 컴퓨터를 이용해서 공짜로 할 수 있다. 처음 판매될 때 고액이었던 핸드폰과 호출기를 지금은 통신회사들이 무료로 지급하기도 한다. 디지털 시대는 아날로그 시대와는 전혀 다른 경제시대이다. 경제시대의 패러다임이 바뀐 것이다.

상품도 이제는 판매자 중심이 아닌 소비자중심이 되었다. TV와는 달리 인터넷을 통해서 자신이 원하는 뉴스와 광고만을 선별해서 볼 수 있다.

인터넷을 통한 광고는 일방적이지 않고 상호교류가 되고 있다.

예를 들면 온누리 교회 홈페이지에 들어와서 아버지학교에 관심을 가지고 아버지학교 사이트에 여러 번 방문하면 컴퓨터는 그것을 체크한다. 그 고객이 다음에 온누리 교회 홈페이지에 들어오면 첫 장면에 아버지학교에 대한 광고를 보여준다. 이제 각 사람이 원하는 것을 대량생산시의 가격 수준으로 맞출 수 없는 기업은 도산하고 말 것이다.

## 새로운 경제패러다임

일본의 한 자전거 회사에서는 고객 취향에 맞춘 총 1천1백만여 종류의 자전거를 주문 생산한다. 이 자전거는 기본형의 자전거보다 약 10%정도 비싼 가격으로 판매하고 있다.

이제는 판매에도 장소의 제약이 없다. 인터넷을 통해서 전 세계 어느 곳에서도 물건을 사고 팔 수 있다. 설교도 이제는 온누리 교회에서만 아니라 세계 어느 곳에서도 들을 수 있는 체제로 바뀌었다. 상품에 대한 가격도 일원화에서 각 고객에 맞게 차별화된다.

이렇게 세상은 변해가고 있고 변화하지 않는 사람은 디지털 경제하에서는 살아남을 수 없다. 이런 경쟁상황은 산업간에만 있는 것이 아니다. 그 산업계외의 다른 사람이 등장해서 그 업계의 승자가 되는 경우도 생기게 된다.

대영백과사전은 지금까지 2백 년 동안 백과사전 업계의 1위였다. '93년까지 후발업체와의 차이는 엄청난 것이었다. 그런데 '94년이 되자 대영백과사전의 매출이 3위로 하락했다. 1위는 백과사전 업체가 아니었던 마이크로소프트사가 CD롬으로 사전을 만들었던 것이다. 2위도 글로리아라는 후발업체로 백과사전을 CD로 만들어냈기 때문이다.

CD롬 한 장에는 약 60만 페이지의 자료가 들어갈 수 있다. 1권에 2백 페이지인 책으로 계산한다면 약 3천권의 책이 들어가는 것이다. '바비 인형'도 어린이들의 다양한 요구대로 주문생산하고 있다. 청바지도 인터넷을 통해 주문자의 체형과 취향에 맞는 옷을 신청해 맞춤형바지가 생산되고 있다. 이렇게 기업이 소비자를 찾아가 소비자 한 사람 한 사람의 취향에 모든 것이 맞춰지고 있다.

노키아라는 기업은 통신기기, 특히 핸드폰에 대한 시장점유율 1위의 기업이다. 이 회사는 과거 1백30년 간 펄프와 나무, 목재를 생산하던 회사였다. 노키아는 80년대 사업다변화를 시작해 통신시장에 뛰어들어 설계, 생산, 판매를 외주로 두는 대신 소비자의 취향과 필요를 조사하는데 모든 것을 투자하는 파격적이 조치를 취했다.

그래서 최초로 검정색이 아닌 다양한 색상의 핸드폰을 생산하게 되었고 '93년도 핸드폰에 서만 23억불의 흑자를 냈다.

우리나라는 현재 미국보다도 인터넷의 확산속도가 빠르다. 심지어 고속인터넷장치인 ADSL의 전 세계 생산량의 50%가 우리나라에서 소비되고 있다.

인터넷 기술은 처음에는 채팅을 할 수 있게 됐고 음악을 듣고 비디오와 텔레비전을 시청할 수 있는 데까지 발전했다. 그리고 최근 이용자의 몸동작이 다른 사람의 몸동작에 똑같이 반영될 수 있는 보디오(bodio)가 가능하게 됐다. 의학 분야에선 이미 실용화 되 정맥을 잘라 잇는 수술을 의사가 인터넷을 통해 컴퓨터 모니터로 수술부위를 보며 로봇에게 지시해서 로봇이 직접 수술을 한다. 이 경우 사람이 손으로 한 것보다 적은 부위를 절개하기 때문에 회복기간이 훨씬 짧다.

이제는 인터넷을 통해 쇼핑은 물론 비행기 티켓, 호텔투숙 등도 자신이 원하는 조건을 제시해서 그 가격에 동의하는 회사로부터 물건을 받을 수도 있다.

포춘지에서 1986년부터 10년 동안 평균 이익이 매년 전년도 보다 30%이상 신장된 미국 내의 17개 기업의 성공요인을 조사해보았다. 그것은 시장변화와 기술의 발전에 앞서가거나 그 속도를 맞췄다는 것이었다.

'97년에 한 갤럽에서 미국 내 5백50개 기업주에게 가장 두려운 경쟁사가 누구인가에 대해 질문했다. 그들은 한결같이 디지털경제에 맞는 새로운 생각과 새로운 행동으로 태어나는 기업이 최대의 두려운 대상이라고 했다.

어떤 분야의 기업도 디지털경제의 영향력을 벗어날 수 없다. 가정이나 교회도 디지털경제의 영향을 받는다. 디지털시대에 맞는 생각과 행동으로 바꾸지 않으면 그 설자리를 찾지 못하고 방황하게 될 것이다.

그렇다면 디지털시대를 대비하는 사람들은 어떤 사람들인가? 쉬운 것부터 시작하면 된다. 인터넷을 통해 두란노서원 홈페이지에 들어가 책을 사보기도 하고 자기 이름의 도메인을 구입해보고 나아가 홈페이지를 만들어보기도 하자. 인터넷 경매와 대화방에 들어가 보자. 이런 시도를 통해 '인터넷'과 디지털시대가 무엇을 의미하는지 느낄 수 있을 것이다.

## 인터넷 - 선교를 위한 하이웨이

네트워크 시대는 불연속의 시대라고 할 수 있다. 예전에 성공했다는 것은 지금 성공할 수 있는 가능성이 줄었다는 것을 의미하기도 한다. 현재 미국의 경기는 최근 20~30년 내에 최대로 실업율이 낮고 호황이지만 기업의 도산율은 최대로 높다. 디지털 경제에 맞는 회사들은 성공하지만 그렇지 않은 기업들은 무너지고 만다. 미국은 경제 호황 속에 평온한 듯 보이지만 엄청난 소용돌이 속에 있다고 할 수 있다.

성경은 말라기부터 예수님 오실 때까지 4백년의 기간동안 침묵하고 계시지 않았다. 하나님께서는 이 기간 동안 두 가지 중요한 일을 하셨다.

첫째는 언어를 헬라어로 통일을 하셨던 것이다. 그래서 성경 70인 역이 나올 수 있었다. 둘째 로마를 통해 복음이 나아갈 길을 뚫으셨다. 예수님이 승천하신 후 박해를 받던 제자들은 헬라어 성경을 가지고 로마가 개척한 길을 걸으며 전 세계에 복음을 전하게 된다.

인터넷 시대인 지금은 영어로 언어가 통일되고 있다. 로마가 깔았던 도로보다 더 좋은 길인 인터넷이 전 세계에 놓이고 있다. '인터넷하이웨이'를 통해 교회와 성도는 복음을 개개인에 맞는 방법으로 전할 수 있다.

온누리 교회의 인터넷 방송 시작은 디지털 시대에 맞는 탈바꿈이라 할 수 있다. 그러나 지속적인 성장과 성공을 위해서는 하용조 목사의 비전에만 의존할 것이 아니라 리더십들의 생각과 행동이 새롭게 변화되어야 한다. 그렇지 않으면 우리는 이 시대에 맞는 교회로 탈바꿈할 수 없다. 이 시대에 방황하는 젊은 영혼들에게 복음을 전할 수 없다. 기업이 새로운 생각과 행동을 할 때 엄청난 부가 창출되듯이 교회가 달라질 때 엄청난 영적인 수확을 거둘 수 있을 것이다.

“오직 성령이 너희에게 임하시면 너희가 권능을 받고 예루살렘이 온 유대와 사마리아와 땅 끝까지 이르러 내 증인 되리라 하시니라”(행 1:8)

인터넷이 새로운 개념의 땅 끝이 되는 것이다.

\* 출처 : 온누리신문