



알고 있다는 착각

질리언 테트 지음/ 문희경 옮김

2022년 8월 10일 출간 | 판형 142*220 344쪽 | 17,800원 | 분야 경제경영
| ISBN 979-11-6774-057-1 (03320) (주) 경제경영 > 경영일반 // (부) 인문학 > 인류학

책 소개

곤경에 빠지는 건 뭔가를 몰라서가 아니다.
뭔가를 확실히 안다는 착각 때문이다

당연한 것을 의심하고 낯선 진실을 발견하는 인류학자의 사고법

2022년 다보스 세계경제포럼 북클럽 도서
〈파이낸셜 타임스〉 〈타임스〉 올해의 책

“SNS를 다시 발명할 수만 있다면 컴퓨터과학자와 함께 사회과학자부터 고용할 것이다”(책 도시 트위터 공동창업자)

“인류학은 아마존 밀림만큼 아마존 창고를 이해하는 데도 유용하다”(질리언 테트)

2016년 9월 도널드 트럼프가 힐러리 클린턴과의 대통령 토론에서 “크게bigly”라는 단어를 사용했을 때 파이낸셜 타임스 뉴스룸은 낱말대는 소리로 가득찼다. 트럼프의 말은 대통령이 쓸 법하거나 저널리스트들이 일상적으로 쓰는 ‘공식적으로 적절한’ 영어와 거리가 멀었기 때문인데, 워싱턴 정치인들의 엘리트주의에 신물 나 있었던 대다수 미국인들은 트럼프에 친밀감을 느꼈고 그를 대통령으로 선출하기에 이른다.

당시 파이낸셜 타임스 미국판 편집장으로 뉴스룸 현장에 있었던 질리언 테트는 본인을 포함한 언론인들이 트럼프에 열광하는 지지자들의 언어와 문화를 혐오하고 경멸한 나머지 그들의 열광 속 숨겨진 메시지를 놓쳐버렸다고 후회한다. 이 경험을 되돌아보며 그는 다음과 같이 성찰한다. “우리의 렌즈가 더럽다는 점을 인정해야 한다.”

신간 《알고 있다는 착각》은 이 경험을 바탕으로 쓰여진 책이다. 〈파이낸셜 타임스〉 편집국장이자 인류학 박사인 질리언 테트는 기존의 사회 분석 도구들만으로는 빠르게 변화하는 세계의 복잡한 원인들을 포착할 수 없다고 말하며, 세상 속 진짜 문제를 읽어내기 위한 도구로 인류학을 제시한다. “인류학은 아마존 밀림만큼 아마존 창고를 이해하는 데도 유용하다”고 말하는 그는 세상 구석구석을 돌아보며 그 이면에 감춰진 단서를 포착하고, 다른 사람들을 공감하고 새롭게 문제를 통찰하는 인류학의 새로운 쓸모를 《알고 있다는 착각》에서 보여준다.

경제 전망은 수시로 빛나가고, 선거에서는 엉뚱한 결과가 나오고, 금융 모형이 실패하고, 기술 혁신이 위험 요인으로 돌변하고, 소비자 조사는 현실을 호도하는 현상이 최근 급증하는 지금, 우리가 세상의 변화를 읽고 탐색하는 데 사용해왔던 도구와 렌즈를 바꿔보자고 이 책은 권한다.

“우리의 렌즈가 더럽다는 점을 인정해야 한다. 저널리스트든 사회과학자든, 타인을 연구해서 먹고사는 사람이라면 누구나 자신이 문화적 환경의 산물이라는 점을 인지하고, 게으르게 짐작하고 편견에 휩쓸리기 쉽다는 점을 경계해야 한다.”

“21세기 전문가 세계에 돌파구가 필요하다면 인류학을 공부하라”
‘낯선 것을 낯익게 만들고 낯익은 것을 낯설게 하기’

우리가 사는 방식을 ‘정상’으로 여기고 다른 방식은 모두 이상하다고 생각하는 것이 인간의

본성이다. 하지만 인류학자들은 인간이 살아가는 방식은 다양하고 모든 방식이 다른 누군가에게는 이상해 보일 수 있다는 점을 이해한다. 질리언 테트는 중국 속담 “물고기는 물을 볼 수 없다”를 빌려와 ‘어항’ 밖으로 뛰어내릴 때 우리가 속한 문화에서 ‘당연해 보이는 것들’을 외부인의 시선으로 평가하고 문제점을 찾을 수 있다고 말한다. 사람들의 삶에 들어가 문화를 수용하고 사회가 가지고 있는 맥락과 가치관에 대한 이해가 높아졌을 때 그 사회에 맞는 근본적인 문제 해결이 가능하다는 것이다.

그는 서브프라임 모기지 사태를 대표 사례로 소개하며 ‘혁신적 금융 상품’, ‘파괴적 금융 공학’과 같은 용어에 가려져 보이지 않았던 리스크가 어떻게 견잡을 수 없는 재앙으로 이어졌는지 이야기한다. 만약 이 사태를 금융 엘리트의 눈이 아닌 인류학자의 렌즈로 바라봤다면 그들이 간과하고 있었던 리스크와 금융계 내부 모순을 사전에 진단하고 해결할 수 있었을 거라고 말한다.

“내가 어디에 있든, 낯익은 것과 낯선 것이 어떻게 섞여 있든, 항상 잠시 멈추어 니스의 금융인들이 묻지 않은 단순한 질문을 자신에게 던져야 한다는 것이다. 내가 이 문화에 완전한 이방인으로, 혹은 화성인이나 어린아이로 들어온다면 내게는 무엇이 보일까?”

이밖에도 애완동물과 소비자의 관계를 새롭게 해석해 사료 업계에서 반전을 일으킨 소비재 기업 마스의 사례, 예볼라부터 코로나19까지 세계 각지를 휩쓸고 간 전염병 대응 사례를 통해 빅데이터나 통계만으로 놓치기 쉬운 복잡한 세상의 문제를 인류학의 눈으로 새롭게 바라보고 해결책을 도출하는 방법을 보여준다.

“우리의 렌즈가 더럽다는 점을 인정하자”

소음이 끊이지 않는 세상 사회적 침묵을 밝혀내는 법

한편 우리는 소음이 끊이지 않는 세상에서 살아간다. 인류학의 힘은 우리가 사회과학에 귀 기울이고, 무엇보다도 숨겨진 무언가를 보게 해준다는 점에 있다. 사회과학에 귀를 기울이면 내부인이자 외부인이 되기 위한 민족지학 도구를 수용하고 아비투스나 상호관계, 센스메이킹, 주변 시야와 같은 개념을 차용할 수 있다.

질리언 테트는 책 후반부 월스트리트와 워싱턴과 실리콘밸리에서 인류학이 어떻게 사회적 침묵을 밝혀냈는지 이야기하며 우리가 당면한 문제에 곧바로 적용할 수 있는 실용적 방법을 소개한다. 이런 분석의 틀을 도입해 정치와 경제, 기술을 다른 렌즈로 들여다볼 수 있다.

2016년 9월 도널드 트럼프가 힐러리 클린턴과의 대통령 토론에서 “크게bigly”라는 단어를 사용했을 때 파이낸셜 타임스 뉴스룸은 낱말대는 소리로 가득찼다. 트럼프의 말은 대통령이 쓸 법하거나 저널리스트들이 일상적으로 쓰는 ‘공식적으로 적절한’ 영어와 거리가 멀었기 때문이다. 하지만 “엘리트주의나 속물주의의 언어”에 신물이 나 있던 대다수 미국인은 트럼프에게서 동질감과 위안을 얻었고 그해 11월 그를 새 대통령으로 선출하기에 이른다.

당시 파이낸셜 타임스 미국판 편집장으로 뉴스룸 현장에 있었던 질리언 테트는 이 경험을 되돌아보며 트럼프에 열광하는 지지자들의 문화와 언어를 혐오하거나 경멸하는 것에 몰두한 나머지 그 열광 속 숨겨진 메시지를 놓쳐버렸다고 후회한다. 그리고는 ‘더러운 렌즈’라는 인류학적 방법론을 빌려와, 저널리스트 혹은 사회과학자라면 명심해야 할 조언을 남긴다.

“저널리스트들의 마음의 렌즈에는 편향(때)이 끼어 있다. 그래서 나는 저널리스트들이 네 단계를 거쳐야 한다고 제안했다. 첫째, 우리의 렌즈가 더럽다는 점을 인정한다. 둘째, 우리의 편향을 인식한다. 셋째, 세상을 다양한 관점으로 보려고 노력해서 편향을 상쇄하려고 시도한다. 마지막으로 앞의 세 단계를 거쳐도 렌즈가 완벽하게 깨끗하지는 않다는 사실을 명심한다.”

인간과 사회의 복잡성을 이해하는데 도움이 될 인류학의 활용법

기후변화와 전염병의 대유행, 금융위기, 인종차별주의, 광적으로 치달는 소셜미디어, 정치 분쟁까지, 종잡을 수 없이 다양한 사건과 갈등이 터져 나오는 시대, 빅데이터와 인공지능에 대한 의존에서 벗어나 인간과 사회의 복잡성을 이해하는데 도움이 될 인류학의 활용법을 《알고 있다는 착각》으로 익혀보자. 낯익은 것을 낯설게 보고, 낯선 것을 익숙하게 만들고, 세상의 침묵을 경청할 수 있는 힘을 기를 수 있을 것이다.

저자소개

질리언 테트 Gillian Tett

〈파이낸셜 타임스〉의 편집국장을 맡고 있다. 2008년 금융위기를 예측한 베스트셀러 《폴스폴드》, 생각이나 행동을 가로막는 편협한 사고의 틀이나 심리 상태를 의미하는 ‘사일로 silo’가 개인과 조직, 사회 시스템에 미치는 영향을 들여다본 책 《사일로 이펙트》를 썼다. 타지키스탄의 결혼 의식을 연구하여 케임브리지대학교에서 사회인류학 박사 학위를 받았다. 신간 《알고 있다는 착각》에서는 ‘이국적’인 것만 연구한다고 (잘못) 알려진 인류학의 개념을 지금 세상을 정확하게 읽는 도구로 활용한다. 책에서 그는 세상 구석구석을 돌아보면서 그 이면에 감춰진 단서를 포착하고 다른 사람들을 공감하며 새롭게 문제를 통찰하는 인류학의 렌즈로 2008년 금융위기와 도널드 트럼프의 부상, 2020년 코로나19 위기, ESG 경영의 유행 등에 대해 통찰력 있는 분석을 보여준다.

웁킨이 문희경

서강대학교 사학과를 졸업하고, 가톨릭대학교 대학원에서 심리학을 전공했다. 전문번역가로 활동하며 문학은 물론 심리학과 인문학 등 다양한 분야의 책을 소개하고 있다. 웁킨 책으로 《유혹하는 심리학》 《신뢰 이동》 《우아한 관찰주의자》 《인생의 발견》 《대화에 대하여》 《밀턴 에릭슨의 심리치유 수업》 《타인의 영향력》 《우리는 왜 빠져드는가?》 등이 있다.

차례

프롤로그 물고기는 물을 볼 수 없다

1부 '낮선 것'을 낯익게 만들기

1. 새의 눈, 벌레의 눈
2. 킷캣과 인텔의 인류학자들
3. 낯선 전염병과 싸우는 법

2부 '낯익은 것'을 낯설게 하기

4. 금융인들이 묻지 않는 가장 단순한 질문
5. 부품을 빼돌리는 GM 직원들
6. 서구인의 이상한WEIRD 특성에 관한 이론

3부 사회적 침묵에 귀 기울이기

7. 트럼프와 레슬링
8. 개인 정보의 소비자 가격
9. 우리가 사무실에서 '정말로' 하는 일
10. 윤리적인 돈

에필로그 아마존에서 아마존으로
후기 인류학자들에게 보내는 편지
주

책 속에서

빅데이터는 무슨 일이 일어나는지 설명해줄 수 있다. 하지만 그런 일이 왜 일어나는지는 제대로 설명해주지 못한다. 상관관계는 인과관계가 아니다. 마찬가지로 심리학은 개인이 왜 음모론에 빠지는지 설명해줄 수는 있어도 음모론이 어떻게 집단의 정체성을 규정할 수 있는지는 설명해주지 못한다. (17쪽, 프롤로그)

사실 사람들을 직접 만나 열린 마음으로 경청하고 맥락을 연구하고 특히 사람들이 말하는 내용만큼 말하지 않는 무언가를 알아채는 방법이 무엇보다 중요하다. 노키아의 인류학자 트리시아 왕은 빅데이터에는 '심층적' 자료가 필요하다고 말했다. 문화에 대한 '심층적 기술'에서 나오는 질적 통찰이 필요하다는 뜻이다. (17쪽, 프롤로그)

이 책에서는 인류학적 시야가 다른 지적 도구를 대체하는 것이 아니라 보완한다고 강조한다. 음식에 소금을 치면 재료가 잘 섞이고 풍미가 살아나듯이 경제학이나 데이터과학이나 법학이나 의학을 비롯한 여러 분야에 인류학의 개념을 더하면 더 깊이 있고 풍부한 분석이 나온다. (18쪽, 프롤로그)

새의 눈으로 조망하는 대신 벌레의 눈으로 아래에서 위를 바라보고 이런 관점을 결합하려는 노력이 중요할 때가 있다. 이렇게 지역적이고 수평적인 집중 연구를 통해 상황을 3차원으로 탐색하고 개방형 질문을 던지고 사람들이 말하지 않는 것을 고민하는 시도도 의미가 있다. 다른 사람의 세계를 '체화'하고 공감하는 것도 가치가 있다. 아래에서 위를 바라보는 방식은 대개 깔끔한 파워포인트나 현란한 스프레드시트를 만들지 않는다. 하지만 위에서 조망하거나 빅데이터로 바라보는 관점보다 더 흥미로운 사실을 드러내기도 한다. (54쪽, 1장 새의 눈, 벌레의 눈)

금융이 통제 불능 상태가 된 주된 이유는 누군가가 의도적으로 덮으려 하거나 비열한 계약으로 상황을 은폐하려 해서가 아니라 뻔히 보이는 곳에 감춰진 문제 때문이었다. 혹은 내가 동료들에게 가끔 하는 농담처럼 "21세기에 뭔가를 감추고 싶으면 제임스 본드처럼 계획을 세울 필요가 없다. 그냥 약어로 덮으면 된다."(138쪽, 4장 금융인들이 묻지 않는 가장 단순한 질문)

맥케이브는 이런 연구 결과를 이용해 마스가 애완동물 사료를 판매할 방법을 제안했다. 이전에 마스의 마케팅 메시지는 애완동물의 건강과 과학을 중점에 두었다. 하지만 맥케이브는 애완동물 자체만이 아니라 애완동물을 둘러싼 인간 대 인간의 관계(나아가 애완동물과 인간의 유대)에 주목하라고 제안했다. 마스의 경영진은 맥케이브의 제안을 경청했다. 전에는 광고에서 외로운 동물이나 동물을 데리고 있는 개인을 묘사했다. 하지만 2008년부터는 화목한 가족이 애완동물과 함께 놀면서 추억을 쌓고 유대를 강화하는 이미지로 바꾸었다. (181쪽, 서구인의 이상한WEIRD 특성에 관한 이론)

모든 업무를 온라인으로 처리할 수 있다면 증권사는 왜 굳이 지점을 운영할까? 밥은 이렇게 답했다. "서로를 이해하기 위해서예요. 제가 누군가에게 복잡한 무언가를 설명해야 한다면 전화로 설명하기 싫거든요. 상대가 내 말을 이해하는지 확인해야 하니까요. 증권사 지점은…… 사회적 공간이에요. (264쪽, 9장 우리가 사무실에서 '정말로' 하는 일)