

21세기 기업환경의 변화와 기업인의 역할

공 성 진 *
한양대 행정대학원 교수
한백연구재단 소장

이 글은 21세기 사회의 기업환경 변화의 모습을 예상해 보면서 새로운 인간형의 모습을 그려내고 있다. 지금까지는 시대가 요구하지 않아 진주처럼 파묻혀 있던 이러한 인간형의 모습을 앞으로는 찾아 내어 보석으로서의 기능을 할 수 있도록 해야 한다는 것이다. 다양화, 통합화, 분권화라는 커다란 변화 속에서 기업인은 이러한 21세기형 사람들을 담아줄 인간공동체를 만들어야 하는 참된 지도자로서의 역할을 요청받고 있는 것이다.

지금은 지식과 정보가 상품으로 작용되는 '제3의 물결' 사회이다. 이는 많은 미래학자들에 의한 역사 규명으로서 농업사회를 지나 산업사회인 20세기의 후반에 자연스럽게 나타나는 탈근대 현상을 총체적으로 지칭하는 개념인 것이다.

* 필자는 연세대학교 정치외교학과를 졸업하고 미국의 클레어몬트 대학원에서 정치철학과 미래학으로 박사학위를 취득하였다. 「한국의 미래, 세계의 미래」, 「21세기 한국과 한국인」 등의 미래학 관계 저서가 있으며 이외에 다수의 논문을 발표하였다.

여러 가지 차별화되는 특징들이 있지만 우선적으로 거론할 수 있는 것이 지도자의 유형일 것이다. 즉 농업사회는 정치인이, 산업사회는 관료와 관료제가 그리고 지식·정보사회는 기업인이 사회의 엘리트로 기능한다는 점이다. 이는 정제된 사회에서 점차 역동적 사회로, 국가중심에서 세계화로 전이되는 21세기 현상과 맞물려 나타나는 자연스러운 귀결이라 하겠다.

일과 삶이 일체화되어 인구 이동이 극히 제한되어 있던 농경사회는 대표자를 선정하여 총체적 나라살림을 맡길 수밖에 없다. 따라서 대의제가 정착될 수밖에 없으며 정치 지도자는 정치뿐만 아니라 모든 면에서 지도자의 역할을 수행하게 된다.

하지만 교통과 정보통신 수단의 발달은 도시화를 촉발시키고 생산성의 증대를 도모시킨다. 그리고 국가의 錯綜은 무엇보다 생산성과 함께 효용성을 추구하게 되는 것이다. 이러한 과업을 수행함에 있어 가장 이상적인 조직체제는 관료제이고 행정가는 사회의 꽃으로 각광을 받게 되는 것이다.

하지만 지금과 같이 국경이 무너지고 도덕적 우열이 무너지고 있는 지구화 혹은 세계화의 시대는 정치나 행정이 주축이 되기에는 그 제약이 너무 많은 것이다. 기업과 기업활동의 보편성만이 세계인의 주목을 받게 된다.

그렇다면 이와 같은 사회 변동의 근저에는 어떠한 변화의 조짐이 배태되고 있으며 21세기의 기업환경으로 어떻게 작용되는가? 그리고 이러한 변화에서 기업의 지도자가 얻을 수 있는 함의는 무엇인가? 미래의 성공요소는 시간과 정보 그리고 사람이라 한다. 이 세 가지 결정적 동력

(動力)을 중심으로 해서 몇 가지 21세기적 특성들을 살펴 보도록 하자.

흔히들 요즘을 '지식·정보사회'라고 부르기를 주저하지 않는다. 21세기를 불과 5년 앞에 마주하고 있는 지금 세계는 새로운 변화의 물결에 적극적으로 부응하기 위해 앞을 주시하고 있다. 리엔지니어링(reengineering), 리인벤팅(reinventing) 등의 용어는 이러한 적극적 모색의 반영일 것이다. 즉 20세기를 정점으로 품미했던 산업사회적 요소들을 21세가 요구하는 지식·정보사회적 요소들로 과감히 쇄신하여 대체하는 각 사회단위의 작업인 것이다.

이러한 과고는 기업이라고 예외일 수는 없다. 정보통신 매체와 교통수단의 혁명적 발달은 세계를 지구권화(globalization)시키고 있으며 과거와는 다른 국제화·세계화의 기운이 점차 錯綜되고 있는 것이다. 여기서 '과거와 다르다'는 지적은 1세기 전 근대화에 먼저 성공한 서구 제국의 世界經略을 통한 국제화와 오늘날 우리에게 요구되는 그것의 함의가 다름을 의미한다.

즉, 과거의 국제화는 일방적이며 영토 제국주의적인 것으로서 산업사회의 생산자원인 에너지(석탄·석유 등의 화석연료)와 노동력을 확보하기 위한 타율적 세

계화에 지나지 않았다. 따라서 강자와 약자, 지배자와 피지배자, 선진과 후진, 중심과 종속 등의 위계형 세계구도는 당연한 것이었다. 하지만 지금의 국제화는 전혀 다른 양상일 수밖에 없다. 왜냐하면 산업유형이나 이에 따른 생산자원·생산양식뿐만 아니라 이를 받쳐주는 인간 및 세계관 등 모든 문명의 체계가 변화하고 있기 때문이다.

그렇다면 21세기형 기업을 둘러싸고 있는 새로운 세계환경은 어떻게 나타나고 있는가? 새로운 형태의 세계화는 과연 어떠한 문명체제를 요구하는가? 그리고 이러한 기업환경의 변화는 지금까지의 산업사회적 기업형과는 어떻게 다른 기업을 요구하게 되는가?

이같은 물음에 대한 답은 결코 용이하지 않다. 범위의 광대함은 물론 아직도 명쾌한 방향성이 확인하지 않기에 경솔한 예단이 오히려 부정적 과급을 불러일으킬 수 있기 때문이다. 따라서 이 글에서 우리는 범위를 한정시켜 추출해 낸 명제들만을 살펴보고 이에 대한 반명제의 존재도 함께 추론해 보기로 한다.

우선 21세기적 지식·정보사회는 지금까지의 표준화시대와는 달리 다양화의 시대, 나아가서는 혼돈의 시대(The Age of Chaos)가 될 것이다. 첫머리에도 잠

시 언급했듯이 지금까지의 세계는 물리적 인식론이 횡행했던 절대(absolute)의 시대였다.

‘전체는 부분의 합계와 같고 부분의 조함은 전체’라는 물리적 세계관은 그야말로 일도양단(一刀兩斷)의 명증성이 확보되는 호쾌한 인식체계이다. 이러한 인식지평은 가시적 정점을 표준 혹은 절대라는 차원으로 보고 개인에서 기업, 그리고 세계에 이르기까지 모든 것을 우열로 배열시켜 강요하여 왔다. 보다 정점에 가까

21세기적 지식·정보사회는 다양화의 시대, 나아가서는 혼돈의 시대가 될 것이다. 물리학적 세계관은 생물학적 혹은 정신적 세계관으로 바뀌었고, 물질적 시장가치로 평가받던 20세기형 기업은 무한가치를 창출해 낼 수 있는 관계론적 그것으로 재조명되고 있는 것이다.

운 것을 중심권이라 이름하고 그 나머지는 변방 혹은 종속권이라 이름하였던 것이다.

예컨대 미국이 세계의 중심국가라면 여타 나라들은 주변국에 불과했고, 미국인의 사고와 행태는 전세계인의 이상적(ideal)인 가치 규준이 되었다. 같은 맥

락에서 햄버거와 콜라에 익숙하지 않을 경우, 촌사람을 벗어나기 힘들며 팔송을 울조리지 않는다면 현대인이라고 불리우기 어려웠던 것이다. 또한 범위를 좁혀 제품생산에 있어서도 표준화가 만연하여 세계는 거대한 시장으로서 획일화된 수요와 공급의 배분처로 기능하였던 것이다.

어쨌든 제품이라는 유형의 물질세계에서 세계관이라는 정신지평에 이르기까지의 표준화·절대화는 서서히 무너져 가고 세계관, 인간관, 시간관, 그리고 행위유형에 있어 다양성 혹은 상대성이 자리잡아 가고 있다. 물리학적 세계관은 생물학적 혹은 정신적 세계관으로 바뀌고 있고, 물질적 시장가치로 평가받던 20세기형 기업은 무한가치를 창출해 낼 수 있는 관계론적 그것으로 재조명되고 있는 것이다.

이러한 현상은 어떤 측면에서 혼돈과 혼란을 가져다 준다. 모든 것이 존재한다는 이유만으로 실재(實在)성을 인정받을 수 없기 때문이다.

따라서 두번째 명제로서 21세기가 요구하는 것은 통합성(unification)이다. 지나친 다양성은 방향각각을 상실케 하여 극단의 경우, 우리를 자포자기의 상태로 치달게 할 수 있다. 최근 세계의 젊은이들이 감각지향의 삶을 추구하는 경향은 이러한 방향상실의 귀결이라고 할 수 있

다. 수없이 다가오는 대등한 선택의 다양성 속에서 스스로의 전문성과 일치되지 않는 것은 무조건 배격하고 폄하하는 이들의 행동양식은 일견 '느낌대로' 사는 듯이 보인다.

다음으로 지금까지의 인간관이나 세계관, 그리고 기업관이 각 부문별 전문성을 강조했다면 21세기 사회는 모두가 총합된 상태를 지향하는 것이다. 이는 제2, 제3의 전문성을 제고해야 함을 의미하기도 한다.

논리를 배격하고 목적을 상실한 채 순간 순간의 선택에 웃고 우는 단세포적 삶은 어쩌면 지금같은 전환기의 당연한 모습일 수 있다. 하지만 21세기적 환경변수가 깊게 錯綜될수록 통합의 의미를 되새겨야 한다. 이는 개인이든 기업이든 제2, 제3의 전문성을 제고해야 함을 의미하기도 한다.

예컨대 인간을 바라보는 지금까지의 시각을 보더라도 통합적 인식이 얼마나 중요한지가 나타난다. 헤겔은 지적 사유체가 인간 모든 것이라고 주장한 반면, 마르크스는 먹는 문제, 즉 팔과 다리로서만 인간의 문제를 조명코자 했다. 물론 머리카락이나 팔다리가 각기 유용하지 않은 것

은 아니다. 그러나 전부는 아닌 것이다.

이처럼 지금까지의 인간관이나 세계관, 그리고 기업관이 각 부분별 전문성을 강조했다면 21세기는 모두가 총합된 상태를 지향하는 것이다. 즉 '인간은 머리, 몸통, 팔다리가 총체적으로 어울어진 존재인 것이다.' 라는 시각이 헤겔이나 마르크스류의 20세기적 명제에 반명제로 등장하고 있다. 이러한 반명제를 일상화시키는 작업은 뒤에서 논급하겠지만 재교육의 활성화와 직관의 작용과 밀접한 관련이 있다.

세번째로 지적할 수 있는 21세기형 명제는 분권화(decentralization)일 것이다. 산업사회의 특징은 막스 베버(Max Weber)가 지적하고 있듯이 관료제에 의한 중앙집권적 중심(從深)사회인 것이다. 이것이 점차 분권화되면서 횡심(橫深)화되고 있는 것이다.

20세기는 주지하듯이 대량생산과 대량소비의 산업사회이다. 소비자의 기호나 선택과는 상관없는 생산자 중심의 일방적 공급에 의해 소비양태가 결정되는 것을 의미하기도 한다. 이럴 경우 생산성을 제고시키기 위한 조직형태는 단연 관료제가 으뜸인 것이다. 고도의 전문성이 상호 역할분담 체계를 구성하고 조직의 지속적 견지를 위해서는 철저한 위계질서가 필요

한 것이다. 또한 변화의 폭과 깊이가 완만한 산업사회일수록 조직의 중앙통제가 그 위력을 발휘하게 되는 것이다.

세번째로 21세기 사회는 변화의 폭과 깊이가 엄청나다. 더구나 소비자의 의식과 행동도 과거와는 달리 스스로의 선택에 적극 의존하게끔 달라지고 있는 것이다. 생산자 중심의 집권화가 소비자 and 생산자의 상호 분권화로 변모되는 것을 의미하기도 한다.

그런데 21세기 지식·정보사회는 변화의 폭과 깊이가 엄청나다. 예컨대 지금까지의 기술변화가 한 세대에 평균 한 가지씩 일어났다면 지금은 하루에 하나의 기술혁신이 일어나고 있다. 이 변화의 파장은 우리의 일상생활 곳곳에 깊숙이 미치고 있는 것이다. 재택근무(home office), 통신 민주주의(teledemocracy), 다국적 기업(multinational corporation) 등 과거에는 듣지도 보지도 못하던 현상들이 이미 우리 주위에 錯綜하고 있다.

더구나 소비자의 의식과 행동도 과거와는 달리 스스로의 선택에 적극 의존하게끔 달라지고 있는 것이다. 이를 토플러(Alvin Toffler)는 생산-소비 병행자

(prosumer)의 출현이라고까지 얘기하고 있다. 즉 생산과 소비가 일방적이고 중앙집권적인 형태에서 쌍방적이고 분권화된 형태로 전개되고 있다는 말이다. 예컨대 최근 의류업계만 보더라도 소비자가 디자인과 색감의 선정에 있어서도 적극적으로 참여하고자 하는 욕구가 강하지 않은가? 결국 대량생산에서 다품종 소량생산으로 전환되고 있는 것은 이와 같은 쌍방적 관계로의 전환을 지칭하는 것이고 생산자 중심의 집권화가 소비자와 생산자의 상호 분권화로 변모되는 것을 의미하기도 한다.

이상에서 지적한 21세기의 특징들은 결국 새로운 형태의 기업을 창출할 수밖에 없다. 다양화, 통합화, 분권화의 세 가지 현상은 이미 전세계적으로 뿌리를 내리고 있고 이에 걸맞은 인간형으로 미국등 서구에서는 IDI(I Deserve It)세대, 일본에서는 신인류(新人類) 등으로 불리워지고 있다. 우리의 경우 신세대 혹은 X세대가 여기에 걸맞은 호칭이라 할 수 있을까?

이러한 새로운 인간지평이 적어도 지금의 기업에게는 아직도 낯설게 다가온다. 하지만 언젠가는 익숙한 모습으로 다가올 수밖에 없기에 기업 지도자의 적극적인 이해와 포용이 필요한 때이다. 그런 의미

에서 이들 21세기형 인간의 보다 구체적인 모습들을 살펴 보고자 한다. 그리고 이의 기업적 함의들을 추론해 보도록 하자.

21세기의 인간형은 어떠한 모습을 가지게 될 것인가? 우선 이들은 스스로를 대중이라고 생각하지 않는다. 즉 깨어 있는 의식과 선택의 분명성을 견지하는 知衆인 것이다. 물에 물탄 듯한 어영부영한 삶을 추구하지 않는다. 주장이 분명하고 추구하는 목표가 비교적 선명한 것이다.

우선 이들은 스스로를 대중이라고 생각하지 않는다. 즉 깨어 있는 의식과 선택의 분명성을 견지하는 지중(知衆)인 것이다. 대중은 '머리 없는 군중(headless crowd)'이라고 지칭되기도 한다. 주체적인 시각이나 사고 없이 그저 전체 속의 부분으로서 자족하며 선택의 길을 외면한 채 안정성(security)만을 희구한다. 하지만 지중은 스스로의 취향이나 적성, 그리고 한계를 명확히 파악하고 있기 때문에 물에 물탄 듯, 술에 술탄 듯한 어영부영한 삶을 추구하지 않는다. 주장이 분명하고 추구하는 목표가 비교적 선명한 것이다.

둘째, 21세기형 인간들은 이성을 (남자는 여자를 여자는 남자를) 일방적으로 바라보지 않는다. 즉 종속관계에서 대등한 수평관계로 인식하는 것이다.

지금까지는 사회의 최소단위인 가정에서 기업, 그리고 국가에 이르기까지 남성 중심의 사회였다. 가정에서는 가부장적 권위주의가 그리고 사회일면에서는 남성 위주의 물리적 힘의 논리가 지배적이었다. 이는 농업사회에서 산업사회로 이어지는 오랜 역사 자체가 남자의 물리력을 우선시할 수밖에 없었기 때문이기도 하다.

하지만 지금은 생산품 자체가 지식과 정보를 활용하는 3차, 4차 상품이 아니다. 서비스, 연구, 후생복지, 교육 등의 정신적 토대를 수반하는 21세기의 생산품들은 굳이 남자의 물리력을 요구하는 것들이 아니다. 컴퓨터를 활용하는 데 힘 쓸 일은 전혀 없는 것이다.

이러한 사회기반의 변화 때문에 여자를 생활의 동반자로 여기게 될 수밖에 없으며 그 변화는 가정에서부터 점진적으로 일어나고 있다. 일하는 아내나 엄마는 이미 우리 사회에서 낯설지 않으며 오히려 자랑스럽게 생각하는 경향이 짙어지고 있다. 여성의 지위 향상이 자연스럽게 이루어지고 있는 것이다. 여성들이여, 당신들의 시대가 오고 있다.

세번째 특징은 고등교육이 보편화되고 재교육이 활성화되고 있는 점이다. 21세기형 인간들은 끊임없이 배우고자 한다. 학위의 중요성 때문만이 아니라 사회변화의 속도가 너무나 빠르기 때문에 아차하면 무지의 세계로 즉시 밀려난다.

둘째, 이들은 異性을 일방적으로 바라보지 않는다. 즉 종속관계에서 대등한 수평관계로 인식하는 것이다. 여성의 지위 향상이 자연스럽게 이루어지고 있는 것이다. 세번째 특징은 재교육이 활성화되는 점이다. 사회변화가 너무 빠르기 때문에 평생 공부해야 하는 것이다.

지금까지는 대학교육이 최고의 고등교육으로서 자타가 공인해 주었다. 하지만 대학이 가지고 있는 보수성과 관료성으로 인해 그리고 홍수와 같은 정보와 지식의 출현으로 인해 대학교육기관 외에 기업 연수원, 사설 문화센터, 평생교육원 등이 우후죽순처럼 쏟아져 나오고 있다. 당연한 현상이다. 그리고 이들을 찾는 신세대의 발길은 잉여가치를 찾는 것이 아니라 자구책인 것이다.

네번째 특징은 앞에서 도 지적하였듯이 제2, 제3의 전문성을 추구한다는 점이다.

이는 주업과 부업의 구분이 모호해짐을 의미하기도 한다. 모든 것이 전산화, 기계화됨에 따라 노동시간이 단축되고 있다. 일주에 5일이 아니라 2~3일 정도면 자기과업을 수행할 수 있는 시대가 오고 있다. 그렇다면 나머지 시간은 어떻게 유익하게 보낼 수 있을 것인가.

네번째는 제2, 제3의 전문성을 추구한다는 점이다. 소설을 쓰는 회사원, 연극을 하는 의사가 보편화되는 것이다. 마지막으로 자연으로의 귀의를 들 수 있다. 인간의 복원, 지구의 복원, 세계의 복원은 자연과의 합일된 자기 규명을 요구하게 될 것이다.

21세기형 인간은 이같은 유희시간을 철저히 관리하고자 한다. 잠만 자거나 여행만 다닐 수는 없는 것이다. 주업, 혹은 자기 전문직종에 버금가는 제 2, 제 3의 전문성을 개발하고 여기에서 보람과 성취감을 추구해야 하는 것이다. 소설을 쓰는 회사원, 연극을 하는 의사, 소방대원을 겸업하는 대학교수 등 지금의 화제거리가 앞으로는 보편적인 현상이 될 것이다.

마지막으로 자연으로의 귀의를 들 수 있겠다. 불량적 가치만을 추구하던 20세기형 인간은 삶의 질(quality of life)을 추구하

는 새로운 인간들로 변모되고 있다.

환경의 파괴, 빈익빈 부익부, 질병의 확산, 어린이 학대, 마약의 범람 등과 같은 산업사회의 증후군들은 끝없는 인간욕구의 당연한 귀결이었다. 나만이 잘 살 수 있다는 개인주의와 물질주의의 결합은 결국 인간 공동체는 물론 지구 공동체를 파멸의 길로 이끌고 있다는 자각이 서서히 공감대를 형성하고 있는 것이다. 인간의 복원, 지구의 복원, 세계의 복원은 자연과의 합일된 자기 규명을 요구하게 될 것이다. 21세기형 인간은 루소의 그리고 동양철학의 경고에 귀기울이기 시작하고 있다. 자연으로 돌아가라!

지금까지 살펴 본 21세기가 요구하는 새로운 인간형은 결국 현대인과 전혀 별개의 것만은 아니다. 오히려 오랜 역사 속에서 한 때는 시대가 요구하지 않았기에 진주처럼 파묻혀 있던 한 부분이었을 뿐 또 다른 우리 자신의 모습인 것이다.

기업은 이러한 진주를 찾아내어 보석으로서의 기능을 할 수 있게끔 하여야 한다. 다양화, 통합화, 분권화라는 커다란 변화 속에서 새로이 잉태되는 21세기형 사람들을 담아줄 인간공동체(persons community)를 만드는 것이다. 참된 의미의 지도자로서 기업인이 정치인과 판료를 대체할 때가 다가오고 있다. ♣