**나의 문화유산답사기.6 : 인생도처유상수 (유홍준 / 창비)**

**답사기 씨즌 2의 시작, 두 배의 감동과 두 배의 재미로 10년 만에 다시 돌아오다**   
  
1990년대 초중반 전국적인 답사 신드롬을 불러일으키며 인문서 최초의 밀리언셀러를 기록한 <나의 문화유산답사기>가 ‘씨즌 2’를 선언하며 제6권(신간) ‘인생도처유상수’로 10년 만에 돌아왔다. ‘인생도처유상수(人生到處有上手)’는 우리는 삶의 도처에서 숨어 있는 고수들을 만나게 되고 그들을 통해 새로운 깨달음을 얻는다는 것을 의미한다. 답사의 현장에서 만난 고수들과의 에피소드는 우리의 문화유산을 이해하는 데서 두 배의 감동과 두 배의 재미를 선사한다. 전편의 명성에 걸맞은 인간, 역사, 예술이 어우러진 답사의 새로운 길을 내는 이번 신간에서는 서울의 상징 ‘경복궁’과 ‘광화문’에 얽힌 숨은 이야기, 양민학살로만 알려진 ‘거창’의 숨은 진면목, 사계절 아름다운 절집의 미학을 간직한 ‘선암사’ 그리고 고도 ‘부여’ 구석구석에서 발견하는 백제 미학의 정수 등을 만나볼 수 있다. 녹슬지 않은 입담과 한결 원숙해진 필치는 독자들에게 최고의 읽는 맛을 선사해준다. (출판사 서평)

**능력보다 호감부터 사람 (신현만 / 위즈덤하우스)**

**똑똑하고 능력 있는 사람들이 승승장구하던 시대는 지났다   
다시 만나고 싶은 사람, 호감을 끄는 사람들이 직장생활의 최후의 승자다**   
  
‘왜 똑똑한 인재들이 기업에서 최고가 되지 못하는가?’ 의문은 여기서 시작되었다. 그는 회사에서 끝까지 살아남고 탑 퍼포머Top Performer로 성장하는 사람은 흔히 생각하듯 ‘똑똑하고 유능한’ 사람이 아니라고 말한다. 회사에서 인정받으려면 다른 능력이 필요하다. 성적표나 졸업장, 입사시험 등수와는 거의 무관한 능력, 저자는 그것을 ‘조직지능’이라 부른다.   
과연‘조직지능’은 무엇인가? 한마디로 조직적 사고능력과 조직 적응력, 조직적 문제해결력, 조직의 시선으로 모든 것을 대할 줄 아는 능력, 그것이 바로 조직지능이다.   
수많은 기업들이 인재를 채용할 때 학력이나 어학능력, 자격증만 보는 것이 아니라 그가 살아온 배경을 살피고 동아리 등 단체생활 경험을 따지는 이유는 무엇인가? 이론과 실무 능력만 따지는 것이 아니라 태도와 가치관, 관계를 맺는 방법을 묻고 인성을 검증하려 드는 이유는 무엇인가? 단순히 머리 좋고 재주가 많은 사람이 아니라 팀과 회사 입장에서 도움이 되는 사람, 즉 조직지능이 뛰어난 사람이 필요하다는 뜻이다.   
  
**“최고의 성과를 내고, 최고의 연봉을 받고, 최고의 자리에 오른 사람들.   
그들은 ‘능력이 뛰어난 사람’이 아니라 ‘호감을 주는 사람들’이다.”**   
  
저자는 말한다. 기업에서 팀장이 되고 임원이 되는 사람들은 분명, 다른 동료들보다 조직지능이 뛰어난 이들이라고 말이다. 설령 다른 누군가보다 개인지능이나 실무 능력이 뒤떨어진다 해도 조직지능으로 앞서가면 성공할 수 있다. 반면 아무리 똑똑하고 개인적인 성과가 뛰어난 사람일지라도 조직지능이 떨어진다면 절대로 중책을 맡을 수 없다. 조직지능, 이는 그렇게 어려운 것이 아니다. 일 때문에 어쩔 수 없이 만나는 사람이 되지 않는 것, 그것이 시작이다. 호감을 주는 사람, 다시 만나고 싶은 사람이 바로 조직이 원하는 사람이다.   
저자는 이같은 이야기를 전작에서와 마찬가지로 자신의 경험을 토대로 10여 년간 수많은 사람을 만나면서 겪은 현장감 있는 사례들을 통해 설득력을 높이고 있다. 독자들은 분명, 이 책에서 제시하는 공감 가는 메시지들을 접하면서 현재 직장 동료를 떠올리기거나, 자신의 직장생활을 되돌아볼 것이며 혹은 직속 상사를, 임원들을 상기하기도 할 것이다  
  
**조직의 시선으로 다시 보아라!   
평범한 사람도 최고의 인재로 거듭날 수 있다**   
  
이 책은 총 3부로 구성되어 있다. 1부에서는 능력을 보여주기 전에 호감부터 사야 하는 이유, 2부에서는 조직에서의 존재감이 중요한 이유, 3부에서는 자신을 버리지 않으면 싹트지 않는 진짜 리더십에 대해 말하고 있다.   
비즈니스 세계에서 인간적 매력의 절대적인 영향력을 강조하며, 상사를 미치게 하는 직원은 바로 업무 완성도가 떨어지는 사람이라 지적한다. 더불어 독점은 조직을 마비시키는 독임을 강조하며, 사원의 제1고객은 바로 보스라는 사실도 명심하라고 조언한다. 또한 회사는 주인을 가장한 종은 원치 않으며, 목표의 크기만큼 지지 그룹을 구축할 것을 당부하는 동시에 착한 상사로 남고 싶은 유혹은 과감하게 뿌리치라고 말한다. 마지막으로 조직을 열광케 하는 커뮤니케이션의 힘 그리고 3년 뒤를 바라보는 아름다운 이별의 자세에 대해 말한다.   
  
이제 조직의 눈으로 모든 것을 재점검해야 할 때이다. 회사가 진짜 원하는 직원, 후배가 진정으로 따르는 상사, 기업이 원하는 ‘가치 인재’는 부모로부터 물려받은 개인지능이 아니라 경험과 훈련을 통해 체득한 조직지능에 앞선 사람만이 될 수 있다. 이는 저자가 수많은 경험과 현장을 통해 몸소 얻어낸 탑 시크릿이다. 저자는 말한다. 지금부터 다시 시작하라고. 출발점은 결코 중요하지 않다고. 이 책을 읽는 모든 직장인들이 탑 퍼포머로 성장하는 데 기꺼이 정직한 땀과 눈물을 바치기를 간절히 기대한다고 말이다. (출판사 서평)

**밥ㆍ일ㆍ꿈 : 4차원경영이야기 (장명국 / 석탑출판)**

**밥ㆍ일ㆍ꿈 이야기   
스스로 ‘밥’ 먹는 문제를 해결하며, 하고 싶은 ‘일’을 하는 가운데 지향하는 ‘꿈’을 향해 나아간다.**   
  
세계 GDP의 50% 정도를 차지하는 미국과 유럽이 재정적자로 몸살을 앓고 있다. 돈을 풀어 해결하려는 방식에 한계가 온 것이다. 미국·유럽 등 선진국 경제가 갈수록 어려워지고 있다. 대외의존도가 높은 우리 경제도 당연히 영향을 받는다. 불경기가 장기화 될 수밖에 없다. 2008년 미국 발 금융위기보다 더 파문이 길고, 깊게 퍼져나갈 지도 모른다. 그런 속에서 우리는 살아가야 한다. 아무리 어려워도 창업도 해야 하고 위기에 빠진 기업도 살려내야 한다.   
이런 시기에 70∼80년대에 민주화운동과 노동운동에서 이름을 알렸고 현재 석간 내일신문 발행인 겸 대표이사인 장명국 사장이 작지만 탄탄한 기업을 만들기 위한 경영원칙을 설파한 책을 냈다.   
이 책에서 필자는 여러 종류의 조직에서 경영을 맡으면서 겪은 어려움을 극복해간 경험을 썼다.   
대학시절 어머니를 도와 딸기농사를 하다 규산질 비료에 착안한 일, 70년대 인삼수출업, 80년대 기술학원경영, 석탑출판사 경영으로 여러 권의 스테디셀러를 낸 일, 그리고 1993년 내일신문 창간이후 고난과 시련을 거쳐 흑자경영을 이룬 일, 1998년 INF 외환위기 직후 파산상태에 몰렸던 YTN을 회생시킨 일 등이 실려 있다.   
필자는 이들 사례에서 터득한 경영방식과 철학을 ‘4차원 경영’ 이라는 용어로 개념화했다.   
4차원 경영은 적자를 내지 않고 빚 없이 지속가능한 성장을 해 나가는 데 가장 기본이 되는 원칙이다. 자본금이 적고 경험이 부족한 사람들이 창업할 때, 위기에 처한 기업에 유용한 원칙이다.   
이익이 없을 때, 회사가 어려울 때에 대비하여 가능한 한 기본급을 적게 한다. 대신 사장이든 누구든 기본급에서 차등을 두지 말아야 한다. 그렇지만 이렇게 적은 월급에도 구성원들이 사기를 잃지 않으려면 이익이 날 때 이윤분배제도로 확실하게 공유해야 한다. 또 열심히 일한 사람에게 그만큼 보상해주는 인센티브제도가 중요하다.   
자본이 필요하면 외부차입보다는 사원들이 주주로 참여하여 확충하는 것이 먼저이다. 사원들이 지분을 가진 회사이므로 주주배당으로 이익도 갖고 간다. 내 회사라고 생각하고 더 열심히 하게 된다. 저자가 사원주주제를 창업에서 가장 중요한 요소로 꼽는 이유이다.   
불확실성의 시대에 경쟁력 있는 작지만 탄탄한 기업이 많아 질 수록 경제민주주의가 뿌리 내릴 수 있다고 저자는 믿는다. (출판사 서평)

**스티브 잡스 (월터 아이작스 / 민음사)**

**스티브 잡스가 직접 참여한 유일한 공식 전기**   
  
“죽은 후에도 나의 무언가는 살아남는다고 생각하고 싶군요. 그렇게 많은 경험을 쌓았는데, 어쩌면 약간의 지혜까지 쌓았는데 그 모든 게 그냥 없어진다고 생각하면 기분이 묘해집니다. 그래서 뭔가는 살아남는다고, 어쩌면 나의 의식은 영속하는 거라고 믿고 싶은 겁니다.”   
  
이 책의 말미에서 스티브 잡스는 이렇게 밝히고 있다. 어쩌면 평생을 신비주의로 일관하던 그가 죽음을 앞두고 자신의 유일한 공식 전기 『스티브 잡스』를 써 달라고 요청한 것은 평생 살아오면서 쌓은 “약간의 지혜”를 세상에 남기고 싶어서일 것이다. 그 약간의 지혜는 다음과 같은 것이다. “내 열정의 대상은 사람들이 동기에 충만해 위대한 제품을 만드는 영속적인 회사를 구축하는 것이었다. 그 밖의 다른 것은 모두 2순위였다. 물론 이윤을 내는 것도 좋았다. 그래야 위대한 제품을 만들 수 있었으니까. 하지만 이윤이 아니라 제품이 최고의 동기 부여였다.”   
  
“위대한 제품을 만드는 영속적인 회사를 구축”하려면 무엇을 어떻게 해야 할까 하는 것이다. 이 책에 담긴 것은 스티브 잡스가 만들어 온 위대한 제품에 대한 이야기인 동시에 그 제품을 만들었던 위대한 조직에 대한 이야기이며, 그 조직을 이끌었던 위대한 인간에 대한 이야기이다.   
  
이 책은 스티브 잡스가 유일하게 자신의 입을 열어 자기 삶의 모든 것을 밝힌 처음이자 마지막 기록이며, 그가 프레젠테이션 말미에 늘 입을 열어 사람들을 기대에 차게 했듯이 그의 생애 최후의 “And One More Thing”에 해당한다.   
부모 집의 조그마한 차고에서부터 시작해 세계 최고의 회사가 된 애플의 놀라운 성장 비밀, 애플 I에서 시작해 매킨토시와 토이 스토리를 거쳐 아이폰과 아이패드에 이르는 혁신적 제품들의 탄생 비화, 그리고 애플의 CEO 사임 이후 두 달여에 걸친 그 마지막 순간까지 처음 공개되는 온갖 이야기들과 함께 그를 세계적으로 유명하게 만든 전설의 프레젠테이션 준비 과정에서 극도의 절제와 완벽주의로 상징되는 경영 비법까지, 이 책은 우리 시대의 최종 멘토 스티브 잡스의 혜안이 빛나는 명언으로 가득 차 있다. 스티브 잡스가 사랑하고 미워하고 꿈꾸고 아껴 왔던 것들을 충격적으로 고백한 이 책의 내용은 그동안 잡스를 다루었던 유사한 도서를 모두 넘어선다. 그 모든 책들은 예고편에 불과했으며, 이 책은 그에 관한 온갖 낭설들과 추측들을 한 번에 정리해 버린 최종 버전인 셈이다.   
  
저자 아이작슨은 2009년부터 2년간 잡스와 함께 어린 시절 집을 방문하거나 함께 산책을 하며 그를 40여 차례 집중 인터뷰했고, 그의 친구, 가족, 동료뿐만 아니라 그에게 반감을 가진 인물이나 라이벌까지 포함하여 100여 명의 인물들을 만났다. 그중에는 잡스의 최대 라이벌이었던 빌 게이츠를 비롯해, 애플의 공동 창업자 스티브 워즈니악, 애플의 핵심 디자이너 조너선 아이브, 그리고 애플의 후계자 팀 쿡 등 세계적으로 유명한 IT의 영웅들이 모두 포함되어 있다.  
   
비밀주의를 고수하던 스티브 잡스가 작가 아이작슨에게 이 책을 쓰게 한 또 다른 이유는 아이들 때문이다. 죽기 며칠 전 아이작슨과의 마지막 인터뷰에서 그는 이렇게 밝혔다. “우리 아이들이 나에 대해 알았으면 했어요. 아이들이 나를 필요로 할 때 항상 곁에 있어 주진 못했지요. 그래서 아이들이 그 이유를 알기를, 내가 무엇을 했는지 이해하기를 바랐습니다.” 평생 자신의 생각을 실현하기 위해 단 한 순간도 멈추지 않고 정열을 다했던 사람 스티브 잡스가 마지막으로 아이들에게 남긴 이 사랑의 언어는 읽는 이들의 가슴을 찡하게 만든다.  
   
6개 산업 부문에서 놀라운 혁명을 일으킨 창조적 기업가이자 기술과의 소통 방식을 바꾼 미디어 혁명가, 기술의 대중 친화력을 중시한 기술의 미니멀리스트이자 기술과 인문학을 결합시킨 디지털 철학가, 그리고 무엇보다도 끝없는 열정에 미친 남자였던 스티브 잡스가 사랑하고 꿈꾸고 열망한 모든 것, 그동안 숨어 있던 모든 이야기가 지금 그 자신의 목소리를 통해 공개된다. (출판사 서평)

**3무경영 (하지해 / 위즈덤하우스)**

**풍선껌에서 시작해 재계 순위 5위로 성장한 롯데그룹의 성장 스토리**  
전통적인 내수기업으로 인식되던 롯데가 ‘아시아 글로벌 TOP 10’이라는 비전을 내세우며 공격적인 경영을 펼치고 있다. 마치 조용하면서도 쾌속 질주하는 고급 승용차처럼, 슬럼프 없는 성장엔진을 달고 성공가도를 달리고 있다. 현재 롯데는 재계 순위 5위를 점하고 있지만, 롯데에 대해 알려진 바는 별로 없다. 특히 일반인 가운데 롯데가 식품과 유통, 관광 분야 외에도 중화학, 건설, 기계, 정보통신까지 두루 갖추고 있는 그룹이라는 사실을 아는 이는 드물다. 이 책은 롯데에 대해 잘 알려지지 않았던 일들을 다룬 최초의 기록이자 롯데그룹의 성장사를 속속들이 담은 최초의 책이다.  
  
**최고의 결과는 최고의 과정에서 나온다**  
최근 들어 롯데그룹의 움직임이 심상치 않다. 전통적인 내수기업으로 인식되던 롯데가 ‘아시아 글로벌 TOP 10’이라는 비전을 내세우며 공격적인 경영을 펼치고 있다. 이런 롯데를 두고 세간에서는 “롯데는 내수기업이기 때문에 글로벌 시장에서의 대응능력이나 진출한 업종의 경쟁력이 취약하다”는 평가를 내리기도 한다. 이런 평가에 대한 롯데의 반응이 흥미롭다. “모든 기업이 반도체와 휴대폰 사업에 매진할 수는 없지 않나요?”  
우리는 다들 글로벌 기업 하면 반도체나 휴대폰을 떠올리게 마련이다. 그 외에 업종으로 글로벌 시장에서 성공한 기업을 찾기 힘들기 때문이다. 그런데 롯데가 이러한 상식을 깨뜨리고 서비스 분야 수출을 통해 글로벌 기업으로 도약하고 있다.  
  
저자 하지해 헤이그룹 코리아(HayGroup Korea) 대표는 “롯데는 마치 조용하면서도 쾌속 질주하는 고급 승용차처럼, 슬럼프 없는 성장엔진을 달고 성공가도를 달리고 있다”라고 표현한다. 저자는 오랫동안 삼성, LG 등 대기업과 금융업, 호텔업 등 다양한 업종에서 기업 컨설팅, 그중에서도 인사와 관련된 컨설팅을 주로 해왔다. 이런 경험을 바탕으로 외부에서 바라보는 것과는 사뭇 다른 기업의 내면을 들여다보고 롯데를 지탱해준 롯데만의 독특한 성장 동력으로 ‘3無 경영’을 제시했다. 여기서 3無란 성장의 한계가 없고, 도전에 국경을 두지 않으며, 파벌·지역색이 없다는 것이다. 사실 이 세 가지는 그다지 특별한 것은 아니다. 어느 기업이나 지향하고 있는 평범한 것들이다.   
하지만 저자는 롯데의 기업 문화 속에는 이런 평범함을 비범함으로 바꾸는 롯데만의 DNA가 존재하고 있다고 말한다. 이는 바로 “최고의 결과는 최고의 과정에서 나온다”는 교과서적인 믿음으로 한 걸음씩 천천히 우직하게 나아간 롯데의 역사에서 찾아볼 수 있다. 저자는 롯데의 성장엔진을 많은 기업들이 모범으로 삼을 만한 새로운 롤 모델로 제시한다. 또한 화려함을 추구하지 않고 과감한 도전을 통해 기업의 변화와 혁신을 꾀하는 모습은 개인의 자기계발에도 상당한 시사점을 준다며 일독을 권한다. (출판사 서평)

출처 : 인터넷 교보문고