

머리말

먼 과거를 돌아켜볼 수 있다면,

먼 미래도 내다볼 수 있다

기업은 우리에게 익숙하고도 낯선 존재다. 기업은 인류 역사상 가장 광범위하고 효율성이 높은 경제조직이며 ‘인류가 얻어낸 최고의 성과’로 평가받고 있다. 특히 기업의 다양한 형태 가운데 가장 많은 수를 차지하고 있는 주식회사의 탄생은 근대 이래 가장 중요한 경제적 혁신으로 여겨지고 있다. 주식회사는 자원을 한곳으로 모으고 리스크를 분산시켰으며 인종이나 민족, 지역에 관계없이 개개인의 힘을 응집시켜 인류의 경제생활, 더 나아가 현대 문명의 새로운 페이지를 열었다.

과거 수 세기 동안 기업은 개인 간의 공존 질서와 국가 간의 경제 규칙을 변화시켜왔다. 오늘날 유형과 무형의 다양한 성과들이 기업의 이름 아래 창조되고 있으며, 기업이 구축한 글로벌 경제 네트워크가 전세계 거의 모든 국가와 지역에 진입해 있다. 기업은 이미 없어서는 안 될 생존 방식이자 생활 방식이 되었다.

다른 한편, 기업은 새로운 지식과 기술의 창조자이자 제도 혁신과 문화 개선의 조력자가 되기도 했지만, 그와 동시에 모든 것에 가격을 매기는 부작용도 가져왔다. 이익의 강력한 유혹 앞에서 기업은 모든 것을 상품화하는 원흉이 되었다. 2008년 갑작스럽게 찾아온 금융 위기로 세계경제는 큰 타격을 입었는데, 이 거대한 충격의 발단은 다름 아닌 몇몇 기업들의 부정부패였다. 지난 수백 년 동안 기업은 인간의 이기적인 본능과 도덕적 마지노선 사이의 갈등과 충돌에서 단 한 번도 벗어나지 못했다. 글로벌화가 확산되면서 탐욕에 대한 비난과 시장에 대한 회의는 또다시 기업들을 공로와 과오의 깊은 논쟁 속으로 빠뜨렸다.

우리가 기뻐하고 있는 걱정하고 있는 분명한 사실은 기업이 인류 생활에서 필수불가결한 요소가 되었다는 것이다. 세계가 걸어온 역사를 보건대, 기업은 오늘날 결코 없어서는 안 될 조직이자 제도이며 문화로 자리 잡고 있다.

그렇다면 기업에 대해 우리는 어떻게 더 깊이 인식하고 이해해야 할까? 기업은 어떻게 탄생했으며 어떻게 발전해왔을까? 기업의 힘은 어디에서 나오기 시작했으며 또 어떻게 시대를 변화시켜왔는가? 이런 관점에서 각국 기업들이 걸어온 발자취를 뒤돌아보는 것은 현재 기업들의 성장과 발전에 도움이 될 수 있는 좋은 참고자료가 될 수 있다. 중국 최대 TV 방송사인 CCTV는 바로 그 역할을 하고자 했다.

우리는 기획에서 제작까지 약 2년이라는 긴 시간을 들여 이 프로젝트를 진행했다. 6개 제작팀이 유럽, 아시아, 아메리카 3대륙을 돌았고 이탈리아, 영국, 프랑스, 독일, 인도 등 8개국을 넘나들었다. 기업의 탄생과 발전의 역사를 자세히 파헤치기 위해 귀중한 역사자료들과 유적을 찾아 카메라에 담았다.

<기업의 시대>는 기업의 운명과 미래를 다각도로 심도 있게 분석한 다큐멘터리다. 세계 각국의 유수 대학과 경영대학원, 연구기관을 찾아 취재했고, 5명의 노벨경제학상 수상자와 100명이 넘는 역사·경제·정치·사회 등 각 분야의 석학들을 만났다. 인터뷰에 응한 학자들은 ‘기업’이라는 주제를 통해 세계사를 회고한다는 CCTV의 예리한 시각을 높이 평가했다.

<기업의 시대>는 또한 기업의 성장과 생존 환경을 전반적으로 조망한 다큐이기도 하다. 제작팀은 세계 각국에서 지난 수백 년간 각기 다른 역사 단계에서 번영을 누린 다양한 특색의 기업 50여 곳을 취재했고, 세계 기업계에서 큰 영향력을 가진 기업인 50여 명을 만나 기업에 대한 그들의 인식을 들어보았다. 이런 것들은 모두 다 지금까지 어디에서도 보고 들을 수 없었던 소중한 자료들이다.

이처럼 <기업의 시대>에는 역사와 현 시대를 관찰하고 사색하기 위한 긴 여정이 기록되어 있다. 기획 단계에서부터 현실과 역사의 접목을 통해, 단순한 즉답을 얻어내는 것이 아니라 상세한 자료와 스토리를 통해 차근차근 결론을 도출해내고자 했고, 현대적인 감각을 통해 풍부한 정보와 자료를 제공하는 데 주력하고자 했다.

마지막으로, <기업의 시대>는 그동안 사회적으로 큰 반향을 일으킨 다큐멘터리를 만든 제작팀이 그동안의 제작방식을 그대로 살려 만든 것이다. 현실에 발을 딛고 냉정하고 객관적인 이성을 유지하며 겸손하고 성실한 자세를 잃지 않는 것이 우리의 변함없는 목표였다. 이 콘텐츠가 글로벌화 시대의 파도에 흔들리고 있는 세계에 가치 있는 참고자료가 되길 바라마지 않는다. 먼 과거를 돌아켜볼 수 있다면 먼 미래도 내다볼 수 있다고 확신한다.

후기

기업을 통해

우리가 살고 있는 시대를 생각하다

5년 전 우리는 다큐멘터리 대작 <대국굴기>를 제작했다. TV 다큐멘터리의 형태로 국가를 발전시키는 원동력을 탐색한다는 것은 결코 쉽지 않은 일이었다. 그런데 산더미 같은 사료들을 검토하고 연구하는 동안 유독 하나의 단어가 계속해서 등장했다. 바로 ‘기업’이었다.

기업은 국가 권력이나 세계의 패권 다툼과 관련되어 있을 뿐 아니라 경제성장과 경제거품과도 연관성을 가지고 있었다. 산업혁명은 기업을 빼놓고는 결코 논할 수 없고 두 차례 세계대전에서도 기업은 역시 중요한 역할을 했다. 증기기관에서 인터넷에 이르는 무수히 많은 발명의 배후에도 모두 기업이 있었다. 근대 이래 세계가 번영했든 침체되었든, 협력했든 충돌했든, 아니면 진보했든 위기를 겪었든 기업은 언제나 누구도 대신할 수 없는 중요한 역할을 했다.

역사적으로 중요한 순간에는 거의 예외 없이 모습을 드러낸 기업이 우리를 단단히 매료시켰다. 우리를 더욱 몰입하게 만든 것은 기업이 우리에게도 현실이라는 점이였다. 기업은 우리 주변에 수없이 많고 의식주의 모든 것을 제공하며, 창업을 촉진하고 인생의 꿈을 실현시켜주는 매개체다. 물질생활에서부터 정신생활에 이르기까지 기업이란 인간에게 없어서는 안 될 존재다. 우리가 ‘기업의 힘’이라는 다큐멘터리 제목을 떠올린 것이 바로 그때였다.

<대국굴기>가 전파를 타자마자 예상을 훨씬 뛰어넘는 큰 반향이 일어났다. 이에 고무된 나는 머릿속에만 맴돌던 생각을 구체화시키기 시작했다. 국가의 현대화를 추진하는 힘은 무엇일까? 거시적인 서사 방식을 사용한 <대국굴기>와 달리 미시적인 관점의 서사와 탐구가 과연 가능할까? 기업은 추상적인 주제였다. 2006년 우리는 처음으로 다큐멘터리 <기업의 힘> 제작 계획을 공개했다.

그 사이 우리에게 또 다른 프로젝트가 맡겨졌다. 1840년부터 현재에 이르는 중국의 발전 과정을 되짚어 보는 다큐멘터리 <부흥의 길>을 제작하는 것이였다. 이 과정에서 나는 새로운 영감을 많이 얻을 수 있었다. 19세기 말 영국, 프랑스, 이탈리아, 벨기에 4개국 공사를 지낸 중국의 외교관 설복성은 기업의 위력에 대해 “기업은 무슨 일이든 다 할 수 있다. 산을 옮기고 바다를 메우며 바람과 번개를 부리고 물과 불을 만들 수 있다. 서구 열강들이 바다를 누비고 있는데 아무도 막을 자가 없다”라고 표현했다. 이런 관점에서 본다면 근대 이후 국가의 힘이 약하다는 것은 곧 기업의 힘이 약하다는 것을 의미했다.

2008년 우리는 중국의 개혁개방 30주년을 기념하기 위해 <중국이야기>라는 제목으로 평범한 중국인들 10명의 인생과 그들이 분투하고 추구하는 것에 대한 프로그램을 제작했다. 나는 그것을 ‘차이나드림의 10가지 표본’이라고 불렀다. 그런데 그 10명의 인물 가운데 절반 이상이 방식은 달라도 모두 기업을 통해 자신의 꿈을 실현했다. 중국인들은 개혁개방을 통해 경제 기적을 창조하고 1840년부터 한 번도 가지지 못했던 실질적인 존엄을 되찾았으며 독특한 발전 모델을 만들어냈다.

“기업이 움직이지 않으면 상공업이 발전할 수 없고 상공업이 발전하지 않으면 중국은 영원히 부강해질 수 없다”고 했던 설복성의 100년 전 예언이 그대로 적중한 것이다. 개혁개방 후 30여 년이 흐르는 동안 십수 억 중국인들은 전심전력을 다해 노력했고, 기업은 중국인들 모두에게 꿈을 실현할 수 있는 무대를 마련해주었다. 개인의 창의력이 발휘되자 기업들이 저마다 성장하기 시작했다. 부강한 국가를 이룩하는 것이 더 이상 우리들에게 손에 닿을 수 없는 아득한 꿈만은 아니었다.

2009년 우리는 다시 출발했다. 4년 동안 심사숙고하고 사전 준비한 끝에 우리는 매스컴 종사자의 안목과 머리로 ‘기업의 힘’을 찾고 기록하고 연구하고 전파했다. 기업의 힘은 언제나 우리를 기다리고 있었다. “산이 거기에 있으므로 산에 오른다”라는 어느 등반가의 말이 당시 우리의 심정을 그대로 대변해준다. 제작 과정에서 부딪힌 난관은 만만치 않았다. 기업을 주제로 할 때 우리가 다루어야 하는 경제, 경영, 사회, 역사 등의 분야에서 참고할 수 있는 문헌이나 책이 전무했다. 하지만 우리는 가장 힘들고 고통스러운 과정에서도 그 나름대로의 즐거움을 얻을 수 있다는 사실을 알고 있었다.

우리에게는 명확한 목표가 있었다. 대기업들의 성장사를 되짚어보려는 것도, 기업들의 관리 방식이나 마케팅 전략을 분석하려는 것도 아니었다. 우리가 만들려는 것은 특정 기업의 성공 비결이나 개별적인 사례들을 모아놓은 다큐멘터리가 아니었다. 우리는 역사와 사실을 통해 현재 우리가 살고 있는 시대에 대해 생각하고 표현하는 데 집중했다.

그래서 우리는 다음과 같은 몇 가지 기본원칙을 세웠다. 첫째, 기업은 객관적으로 존재하는 것이고, 사회 발전의 산물이며, 인류가 공유하는 문명의 성과다. 둘째, 아무런 문제도 없는 시대는 없으며, 영원한 해답도, 전지전능한 비결도 없다. 셋째, 문제를 해결하는 것보다는 문제를 제기하고 분석하는 것이 매스컴의 본분이자 책임이다. 넷째, 이야기를 통한 서술이 필요하지만 줄거리 자체에 그 목적이 있는 것은 아니다. 200~300년의 역사로는 역사의 커다란 줄기를 전체적으로 바라볼 수 없다. 역사는 지금까지 계속되어왔으며 앞으로도 계속될 것이다.

기업은 우리의 생명보다 더 오래되었지만 우리보다 더 젊은 명제다. 기업은 지금도 탄생하고 있고 생생하게 살아 있으며 또 변화하고 있다. 10부작 다큐멘터리 <기업의 힘> 제작이 거의 막바지 단계에 다다랐던 2010년 여름, 커다란 사건들이 연달아 터졌다.

멕시코 만에서 BP 소유의 유조선이 좌초되어 원유 약 490만 배럴이 바다로 유입되었다. 오바마 정부가 미국 역사상 1929년 이래 가장 엄격한 금융감독 조치를 발표했다. 중국 시장에서 멜라민 분유 파동이 터졌다. 중국 폭스콘에서 근로자 투신 사건이 연이어 발생했다. 하지만 애플은 계속된 혁신을 발판으로 브랜드 가치 세계 1위 기업으로 도약했다. 중국농업은행이 정식으로 상하이와 홍콩에 상장됨으로써 중국의 4대 국유 시중 은행이 모두 증시에 상장되었다. 중국 지리자동차가 볼보의 지분 전액 인수를 완료했다.

얼핏보면 큰 연관성이 없는 것 같은 이 사건들이 모두 기업과 관계되어 있었다. 매스컴 종사자로서 나는 기업이라는 매개체를 통해 우리가 얻을 수 있는 이 시대에 대한 관찰과 이해를 다큐멘터리 속에 포함시켜 사람들과 공유하고 싶었다.

기업은 무엇일까? 기업이 위대해지려면 얼마나 더 많은 길을 가야 할까? 기업은 권력의 도구가 되어서는 안 되며 평범한 사람들이 지혜를 펼치고 에너지를 함께 모을 수 있는 무대가 되어야 한다. 기업은 돈의 노예가 되어서는 안 되며 사회의 혁신과 진보를 이끌어내는 원동력이 되어야 한다. 또 기업은 차디찬 기계여서는 안 되며 인본주의의 창달자이자 수혜자가 되어야

한다. 훌륭한 기업은 자유롭고 공평한 경쟁을 유도하고 저렴한 제품을 풍부하게 창조하며, 훌륭한 정부는 자유롭고 공평한 경쟁을 보호하고 법치를 통해 이익의 경계를 확실히 구분한다. 기업이든 정부든 어떤 조직이든 인간의 진정한 행복을 목표로 하지 않는다면 진심에서 우러난 존중을 받을 수 없으며 긴 생명력을 가질 수 없다.

헤겔은 “인간이 역사에서 얻은 유일한 교훈은 인간은 한 번도 역사에서 교훈을 얻은 적이 없다는 사실이다”라고 말했다. 다큐멘터리 한 편이 무엇을 할 수 있겠는가? 이 다큐멘터리가 사람들에게 역사의 교훈을 주입시킬 수는 없을 것이다. 하지만 최소한 교훈 자체를 기록하는 역할은 할 수 있다. <대국굴기>에서 시작해 <부흥의 길>, <중국이야기>, 그리고 <기업의 힘>까지 우리가 기울인 모든 노력은 이 한 가지 목표에 집중되어 있었다.