

## 기록의 노하우(know-How)

**대** 한민국이 IMF로 힘들어할 때, 프로 골퍼 박세리의 美 LPGA 첫 우승 소식은 국민 모두에게 큰 힘과 위로가 되었다. 모든 신문 1면에 박세리의 사진이 가득 실리고, 연일 박세리에 관한 기사가 신문과 방송을 뒤덮었다. 그때 어떤 기자가 박세리에게 물었다. “미국에서 제일 인상적인 일이 무엇이었나?” 그녀는 이렇게 대답했다.

“그것은 메모하는 습관입니다. 나의 스승인 레드베터는 모든 것을 메모합니다. 새로운 필드의 코스, 주의해야 할 지역, 마음을 편하게 만드는 음식점, 편히 쉴 수 있는 숙소, 동료와의 교제, 플레이 중의 매너와 제스처 등을 다 기록합니다. 그의 세심한 메모가 나에게 시행착오 없는 성장을 이루게 했습니다.”

당시 박세리의 스승이었던 레드베터는 세계 최강을 다투는 유명하고 실력 있는 골프 코치이다. 돈을 싸 들고 온다고 아무나 가르치지는 않는 아주 콧대 높은 사람이다. 그런 그가 제자를 위해 아주 사소한 것까지 일거수일투족을 기록한다는 사실에 큰 도전과 함께 나와 우리는 어떠한가 돌아보게 한다.

기록은 하나의 기술이고 노하우(know-how)이며, 지적 재산이다. 흔히 학교를 나와 직장 생활을 하면서 얻은 지식이나 노하우는 대개 머리 속에 저장된다. 우리는 그것을 쉽게 ‘경험’이라고 부른다. 이는 바꿔 말하면 ‘암묵지(暗黙知)’이다. 이 암묵지는 그것을 가진 당사자에게는 도움이 되나, 효과적으로 남에게 전수할 수 없다. 이 암묵지를 형식지(形式知), 즉 보여지는 형태로 기록된 것(책, 매뉴얼, 기록 등)으로 변환하게 되면, 조직과 개인에게 훨씬 파워풀해진다. 남을 도울 수 있고, 조직이나 팀에 시너지를 낼 수 있다.

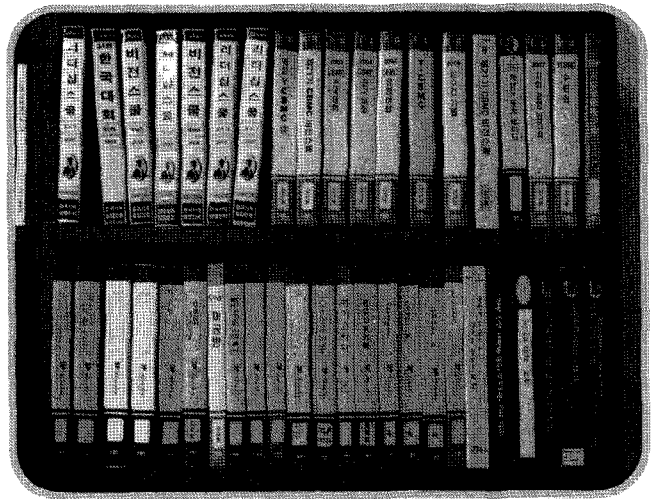
◀ 17년간 지속해온 120여 권이 넘는 지식바인더

필자는 무엇이든 잘 기록하는 편이다. 머리가 뛰어나지 않아 기록하지 않으면 잘 기억하지 못하는 탓도 있지만, 잘 기록하는 것은 하나의 습관이 되었다. 항상 손 닿는 곳에는 메모할 수 있는 도구들이 갖춰져 있다. 항상 다이어리를 분신처럼 가지고 다니며, 스케줄과 미팅 내용, 업무 등을 기록한다. 바지 주머니에는 화장실에서조차 메모할 수 있도록 작은 메모지와 키 작은 펜을 넣어가지고 다닌다. 책상 위에는 항상 스프링 노트가 바인더와 함께 펼쳐 있어, 소홀하기 쉬운 전화 내용조차도 기록한다.

또한 필자의 사무실 한 칸에는 20여 년간 사회생활을 하면서 얻은 갖가지 지식과 노하우들이 담긴 150여 권의 바인더가 있다. 이것들은 필자가 업무를 하면서 중요하다고 생각하는 내용을 모아 놓은 것이다. 각종 업무 기록들, 업무 매뉴얼, 학습한 내용들, 좋은 강의, 행사 진행, 개인관심사 등을 주제별로 모아놓았다. 물론 이것들을 필자 자신이 다 만든 것은 아니다. 팀의 공동 작업들, 동료나 부하직원들의 수고로 만들어져 공유된 것들이 반 이상이 넘는다. 필자 역시 무언가 좋은 자료를 만들면 팀이나 상사, 부하에게 나누어주어 팀이나 조직 전체가 공유할 수 있게 했다.

10년이 지난 자료임에도 이 바인더를 빌리러 오는 사람들이 있으며, 필자 역시 무언가 새로운 일을 기획할 때 혹은 남을 도울 일이 있을 때, 관련 자료를 찾아보기도 한다. 한번은 처음 소개 받아 우리 사무실을 방문하신 패션 전문지 사장님이 계셨다. 이런 저런 소개를 하다 보니, 10여 년 전에 필자가 다니던 이랜드에 강의를 오신 적이 있다는 것이다. 강의 제목을 들어보니, 들은 적이 있는 강의인 것 같아 그 자리에서 강의 관련 바인더를 꺼내 그 강의 기록을 찾아내었다. 오른쪽 상단에 그 분의 이름 석자가 또렷이 적혀 있었고, 그것을 보여드리자 처음 만난 어색함과 벽이 일시에 허물어졌다. 지금까지도 좋은 관계를 유지하고 있음은 물론이다.

이것은 지식 공유 문화와 바인더시스템 때문에 가능한 일이었다. 이런 문화와 바인더시스템은 필자가 이런 모든 습관을 배운 전 직장 이랜드 그룹이 지식



경영의 선두 주자가 되고, 2평짜리 의류 매장에서 시작하여 10조 원의 매출을 바라보는 지식회사로 성장하는 밑거름이 되었다 해도 과언이 아니다.

기록에 관하여 아인슈타인의 재밌는 일화가 있다. 기자와의 인터뷰 도중 기자가 아인슈타인의 집 전화번호를 물었다. 그러자 아인슈타인은 수첩을 꺼내어 집 전화번호를 찾았다고 한다. 기자가 어이없는 듯 “아니, 집 전화번호도 기억하지 못하십니까?” 라고 묻자, 아인슈타인은 “집 전화번호 같은 것은 기억하지 않습니다. 적어두면 쉽게 찾을 수 있는 것을 뒤편에 기억해야 합니까?” 우리 두뇌의 1%라도 저장 용도가 아닌 창의적으로 쓰고자 하는 천재과학자의 일면을 볼 수 있다.

‘흐릿한 잉크가 선명한 기억보다 낫다’는 옛 말을 한번 되새겨볼 만하다.



강규형

(현) (주)3P자기경영연구소 대표이사  
 (현) 독서포럼 '나비' 창립자 및 대표  
 (전) yCBMC 총연합회장  
 (전) 푸르덴셜 라이프플래너(MDRT 3회 연속 달성)  
 (전) 이랜드그룹 무마사업본부장