**한국 조직 내의 리더십 – 영웅형**

대중들은 대다수의 기업 총수들을 쉽게 영웅형의 유형으로 보고 있습니다. 성공적인 기업활동을 하는 사람들이기에 영웅의 특성을 가진 것으로 보는 것이 이상하지 않을 수 있습니다. 하지만, 영웅형의 이미지는 바로 이들 기업 총수들이 마치 황제나 독재자와 같은 무소불위의 힘을 발휘하고 있을 것이라는 통념을 강화시켜 주는 효과를 가지고 있습니다. 영웅형을 대표하는 리더십의 속성들은 다음과 같습니다.

“추진력이 강하다. 달성하고자 하는 목표를 뚜렷이 표현하고, 체계적으로 추진한다. 믿음직하고 신뢰감을 준다. 자신의 현재 위치와 역할에 맞는 일이 무엇인지 잘 안다. 순수한 동기와 열정으로 일을 한다. 조직원의 능력을 중시한다.”

영웅형 리더는 일과 성장을 위해 사는 편이기 때문에, 목표지향적이며 뚜렷한 성과만을 인정합니다. 그리고, 결정적 순간에 냉정할 듯한 이미지를 가지고 있습니다. 이런 리더십은 특정 개인의 속성이 아니라, 보통 신격화된 형태로 이상화한 리더십 이미지 입니다. 북한의 김정일이 인민들에게 보여지거나 잭웰치와 같은 이미지 홍보에 능한 경영자가 대중들에게 보려주는 리더의 이미지라고 할 수 있습니다. 보통 위인전이나 리더십 교과서에서 상투적으로 언급되는 리더나 리더십의 속성입니다.

어느 조직이나 자신의 회사를 대표하는 리더를 가능하면 영웅적 인물로 포장하려고 합니다. 이것은 기업의 홍보실에서 가장 편하게, 쉽게, 전형적으로 활용할 수 있는 홍보 이미지 전략입니다. 하지만, 이런 전략은 대중들로 하여금 기업의 총수를 ‘피도 눈물도 없는’ 냉혈한적인 성과 지향적이고 비현실적인 인물로 지각하게 만듭니다. 리더가 되고, 리더십을 발휘하는 것은 영웅이 되는 것과는 분명 다른 부분인 것을 알 필요가 있습니다.

우리가 영웅의 리더십을 이상적인 리더십이라고 하면 할수록 일상의 현실에서 경험하는 구체적인 개인의 리더십에 대해서는 부족함을 느끼게 됩니다. 모든 사람들이 리더에게 좋고 바람직한 모든 것을 요구하는데, 이런 기대는 막상 일상의 장면에서 접하는 리더의 모습을 폄하하게 만드는 경향이 생기게 됩니다. 대부분 영웅형의 모습을 보이는 대기업 총수들을 보면, 기업 홍보팀의 우상화 작업이 성공했다는 의미도 될 수 있지만, 결과적으로 한국 사회에서 대기업 총수들이 그들의 공과(功過)와 관계없이 대중들에게 쉽게 공적(公敵)이 되는 이유가 되기도 합니다.