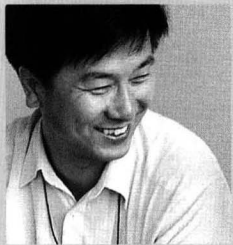


성공한 지식 정보 서비스, 경제경영 출판의 '좋은 환경' 이 되기 위하여

우리나라 출판계에서 _____ 삼성경제연구소(Samsung Economic Research Institute, 이하 SERI)가 차지하는 위치는 특별하다. 그렇다고 그 특별함이 긍정적이라는 것은 아니다. 기업의 부설기관이고 그로 인해 상업성과는 무관하다는 그 특별함 때문에 한국경제경영서적 출판의 현황을 이야기할 때 오히려 논의의 대상이 되곤 한다. 하지만 주제를 좁혀 '국내 저자의 경제경영서적 출판'을 놓고 봤을 때 더 이상 SERI를 빼놓을 수 없다. 안타깝게도 국내 저자에 관심을 가지고 지속적으로 책을 내는 출판사를 찾기가 쉽지 않기 때문이다. 무엇보다 이러한 비상업성에도 불구하고 SERI 출판팀(SERI에서 출판을 담당하고 있는 부서의 명칭은 연구조정실 내의 지식지원팀이다. 출판이 목적이라기보다 지식정보 서비스가 목적이기 때문이다. 여기서는 편의상 출판팀으로 표시한다)이 흑자를 기록하고 있다는 사실은 국내 저자의 경제경영서적 출판에 많은 것을 시사한다.



SERI 역시 1996년 이전까지는 번역서를 출판했다. 물론 상업적인 출판을 지향한 것은 아니지만 당시만 해도 경영혁신 경영전략 등 외국의 새로운 이론과 전략을 숨가쁘게 국내에 도입하는 시기였기 때문이다. 그러던 중

1996년 현재의 최우석 소장 체제로 들어서면서 번역출판을 지양하고 순수 국내저자의 저작물을 출판하는 쪽으로 방향을 잡았다. 지식정보팀 임진택 팀장은 '연구원이 자신의 이름으로 낸 저작물 하나 없으면 안 된다'는 게 최 소장의 생각이었다고 전한다.

"SERI는 '정보서비스 사업'을 하기 위해 만들어진 곳입니다. 출판팀 역시 마찬가지입니다. 일종의 역할분담이라고 할 수 있는데, 다른 출판사들이 번역서를 활발하게 내고 있는 상황에서 SERI까지 굳이 달려들 필요가 없는 거죠. 대신 우리나라에 꼭 필요한 내용임에도 불구하고 수익성이라는 이유로 일반 출판사들이 꺼리는 것을 저희가 하게 된 것입니다."

SERI에서 나오는 책은 기본적으로 연구소 내의 결과물을 담고 있다. 그 외에 SERI에서 할 수 없는 프로젝트는 보통 1,500만 원에서 2,000만 원 정도의 연구비를 지불하고 외부의 전문가들에게 의뢰한다. SERI의 연구원이 100명 정도 된다고 하지만 경제·경영은 물론 컨설팅과 사회전반적인 정책을 연구하는 SERI의 특성상 내부인원은 한정적인 수밖에 없기 때문이다.

또한 연구원 개개인이 가지고 있는 인적네트워크가 활용되기도 한다. SERI 내에는 80여 개의 오프라인 연구회가 있다. 하나의 연구회에 연구원 한 사람이 간사가 되고 구성원은 외부인원으로 제한을 두지 않는다. 그런 연구회를 통해 다양한 연구결과물이 출판으로 연결되기도 한다.

이처럼 국내 저자들에 의해 기획되고 쓰인 책은 실제 우리 경제에, 국민의 경제생활에 직간접적으로 영향을 미치게 된다. 최근에 나온 책을 예로 들면 《벤처농업 미래가 보인다》(홍순영 외) 《클러스터》(복득규 외) 《한국경제 생존 프로젝트, 경제특구》(남덕우 외)와 같은 책들이다. 이처럼 한국경제에 대해 새로운 방향을 제시하는 책이 나오게 되면 일간지 기획이나 특집으로 다시 소개되거나 정부의 정책에 반영되기도 한다.

하지만 이러한 방법은 단일 저자보다는 공저형태가 주종을 이루게 되고 결국 일반인들이 정보를 얻기에 너무 전문적이라는 한계를 가지는 게 사실이다.

"삼성경제연구소에서 출판하는 책들은 연구소라는 특성상 하나의 문제를 놓고 여러 명(분야)이 접근하는 매크로macro한 내용이 많을 수밖에 없습니다. 이를 극복하기 위해 나온 게 경제·경영 그리고 정책 에세이





시리즈입니다. 이 에세이는 비교적 좁은 영역을 심도 있게 다루면서도 대중들에게 쉽게 접근할 수 있게끔 기획됐습니다.”

에세이 시리즈는 작년 10월부터 현재까지 《동북아로 눈을 돌려라》(남덕우) 《CEO 칭기스칸》(김종래) 《영어를 공용어로 삼자》(복거일) 등 세 권이 출간됐다. 표지에 파란 색을 두른 정채예씨는 통찰력 있고 경험 풍부한 저자가 우리시대의 과제에 대해 사회에 던지는 메시지다. 빨간 색 띠를 두른 경제경영 에세이로 는 ‘썸씽 뉴스omething new’, 즉 기존과 다른 색다른 접근을 시도하고 있다.

어떤 이름으로 어떤 표지에 어떤 이미지를 전달해야 할지 하나하나 우여곡절을 겪지 않을 수 없었다. 출판팀의 입장에서 기존의 결과물을 책으로 엮는 작업에 비해 전혀 새로운 도전이었던 셈이다. 더군다나 전문적인 필자야 SERI 내에서 어떻게 해결할 수 있다지만 대중적인 접근을 시도할 수 있는 저자를 찾아내는 것은 인적 네트워크가 풍부한 SERI로서도 애를 먹은 부분이다.

“에세이가 순차적으로 나가고 있기 때문에 앞으로 꾸준히 이 컨셉에 맞는 저자와 테마를 발굴해야 합니다. 적합한 필자를 찾아내는 게 무엇보다 큰 과제죠. 현재와 같은 상황에서는 찾아낸다고보다 만들어간다는 표현이 더 맞을 것입니다.”

다행히 《CEO 칭기스칸》처럼 베스트셀러가 된 효자책이 나오기도 했지만 출판팀으로서의 에세이가 출간되는 한 지속적으로 해결해야 할 과제를 떠안게 된 것이다.

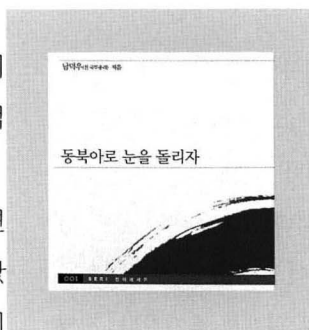
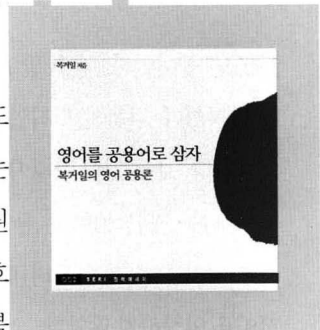
SERI에서 나오는 출판물이 후자를 기록한 건 불과 2,3년 전이다. 1993년 《1초를 잡아라》는 책이 나온 것을 시작이라고 봤을 때 거의 7년 만의 일이다. 임 팀장은 유일한 팀원인 송선희 씨가 실무를 맡게 된 후부터라고 말한다.

“SERI에서 출판을 담당하고 있는 사람은 저희 둘입니다. 하지만 내부에서는 SERI에는 기획자가 없다고 말하기도 해요. 반대로 이야기하면 100여 명의 연구원 전부가 SERI의 기획자이자 저자라는 것이죠. 비록 다른 출판사에 비해 많지 않은 인원이지만 이러한 장점이 저희 어깨를 가볍게 해주는 게

사실입니다.”

이러한 내적 시스템 이외에도 SERI의 출판에 활력을 불어넣어주는 것은 80여 개의 오프라인 연구회 회원과 50만 SERI 회원들로 구성된 우호 세력들이다. 특히 SERI 메일진의 복리뷰에 책을 소개하고 안 하고에 따라 판매부수에 큰 차이가 나는 것에서 알 수 있듯 이들은 고정 독자로 연결된다. 이를 바탕으로 SERI가 주최한 세미나에 참석한 사람들에게 메일을 보낸다거나 하는 적극적인 방식으로 독자들을 찾아낸다. 송선희 씨가 생각하기에 좋은 책이 없다가보다 좋은 책에 대한 정보가 없는 경우가 많기 때문이다.

“좋은 책을 만드는 것도 있지만 좋은 책을 소개하는 것 역시 저희의 중요한 일 중에 하나죠. 선진국의 사례를 보면 물론 좋은 책이 많이 나오기도 하지만 그 이전에 좋은 책을 만들 수 있는 환경이 되는 것 같습니다. SERI 역시 궁극적으로는 경제경영 출판의 좋은 환경으로서 한국 경제경영서적 출판에 도움이 되었으면 하는 바람입니다.”



국내에 능력 있는 경제경영 필자가 부족하다는 것은 부정할 수 없는 사실이지만 그렇다고 해서 그러한 필자를 찾아내고 개발하려는 노력까지 ‘부족’해서는 곤란하다. 우리 경제를 잘 아는 건 해외의 유명 CEO나 석학이 아니라 다음 아난 이 땅에서 경제활동을 하는 우리 자신이기 때문이다. 비록 기업에 소속된 연구기관이기는 하지만 SERI의 출판시스템 속에서 국내 경제경영서적 출판의 가능성을 찾아야 하는 이유다. **한인**

취재 신동섭 기자·사진 박신우 기자