

메모가 삶의 본질인가 수단인가 따져봐야, '남보다 앞서는 삶의 방법'에 지나친 비중

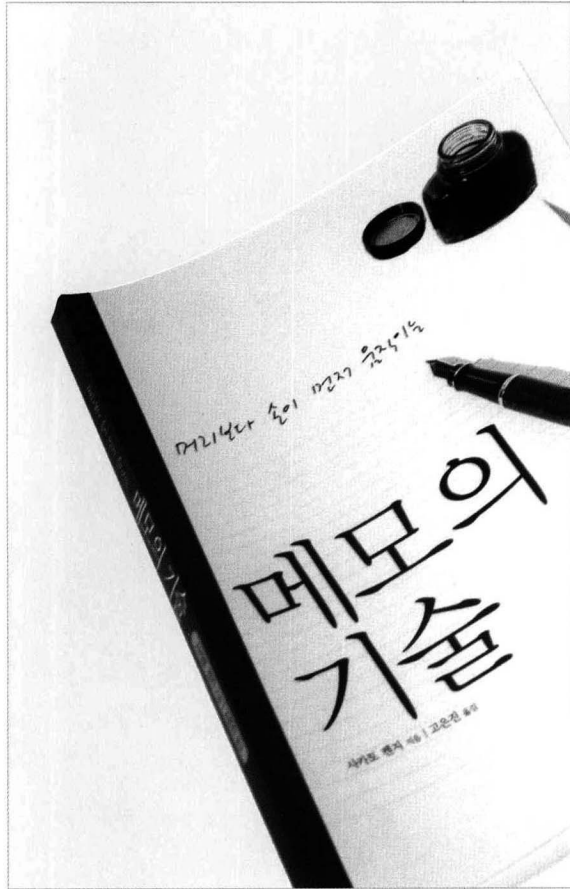
사카토 겐지의 《메모의 기술》

글 | 박몽구

10여 년 전이던가 한 대학 교수가 'Wi론'을 제창해 크게 화제가 된 적이 있다. 그 주장의 핵심은 산업현장에서 신바람, 흥이 나게 일해야 한다는 것과 함께 우리 현실에서는 첨단기술도 중요하지만 그보다 국내 기술을 잘 조합해 창의력을 가미시킨 하이터치 제품 개발로 승부를 걸 때 선진국의 첨단 제품들 사이의 틈새를 뚫고 제자리를 찾을 수 있다는 것. 그의 주장을 입증이라도 하듯, 실제로 첨단 기능 대신 불필요한 기능은 생략돼 있으면서, 마스크트처럼 귀여운 청소기 등 디자인이 혁신된 제품들이 크게 인기를 끌었던 기억이 새롭다.

필자는 《메모의 기술》이 지난해 초부터 여러 차례 국내 유명서점들에서 베스트셀러 반열에 오르더니, 급기야 지난해 국내 최대 서점 교보문고의 종합판매 12위를 기록한 걸 보면서 위의 에피소드를 떠올렸다. 전자수첩을 넘어 손바닥만한 PDA 하나면 백과사전은 물론, 지구촌을 통째로 내 집 안마당으로 끌어들일 수 있는 디지털 만능 시대에 낡은 수첩에 빼뚱뚱뚱한 연필글씨로 메모하는 습관을 체질화하라니! 하지만 이것은 의표를 찌르는 신선함을 우리에게 던져준다.

본문 중에 나오는 "잊지 않기 위해 메모한다가 아닌 잊기 위해 메모한다"는 말처럼, 정보의 홍수를 겪는 우리들에게 자기만의 정보관리기술 확보는 개인의 명운을 좌우하기 마련이니까. 어찌 보면 가장 원시적인 메모 습관의 중요성을 일깨우는 것은 틈새시장 전략을 효과적으로 창출해낸 Wi론의 유용성과 위력을 실감케 해주기도 한다.



《메모의 기술》 사카토 겐지 지음 | 고은진 옮김 | 해바라기 | 168쪽 | 값 7,800원

정보 가공·보존의 '개인 미디어' 기능 강조로 독자 관심

그러면 불과 30분이면 선자리에서 읽어내고도 남은 《메모의 기술》이 사랑받는 이유는 무엇일까? 필자는 우리 사회의 보통사람 붐을 들고 싶다. 유명 문인과 대학교수 중심으로 이루어지던 문학과 인문과학 분야의 출판이 줄어들면서, 여행과 처세술, 자기계발, 인터넷 정보관련 서적들이 그 자리를 점유하고 나선 것이 으뜸가는 이유라고 본다. 이러한 실용서들은 대부분 생활 속 시간활용법, 실용적인 재테크 기법, 남다른 정보활용법 등을 중심 아이디어로 삼고 있다. 몇 년 전 《부자 아빠 가난한 아빠》류의 서적들이 등장해 재테크형 인간형 제시로 선풍적 인기를 끌더니, 시간관리 인간형에 이어, 정보관리 인간형의 제시로 독자들을 사로잡고 있는 추세다.

이런 처세술 서적 범람의 배경에는 1997년에 발생한 IMF 지원 체제에 따른 경제적 어려움과 강제적 구조조정이라는 사회적 아킬레스건이 자리잡고 있음은 말할 나위도 없다. 또한 현대인들은 무엇보다 자기 나름대로 필요한 정보를 가공·보존하는 일이 중요해져 가고 있다. 최근 위성방송과 DMB 등 첨단기술을 기반으로 정보통신기술이 발달해 가면서, 매스 미디어라는 말보다는 퍼스널 미디어, 즉 개인 미디어라는 말이 유행하고 있는 것에도 주목할 필요가 있다. 흔히 현대 마케팅 전략의 핵심은 세그멘팅(segmenting), 즉 시장의 세분화다. 그런 점에서 《메모의 기술》이 시간에 쫓기는 직장인을 주독자로 설정하는 한편, 자영업자와 학생, 주부 등을 주변 독자로 설정하고 있는 것도 본받을 만하다. 정확한 수요층을 찾아 맞춤 서비스

를 하고 있다는 말이다.

구슬이 서 말이라도 꿰어야 보배라는 말이 있지만 필자의 경우, 메모를 끼적거리기는 하지만 나중에는 어디에 있는지 몰라 메모하는 순간 무용지물인 경우가 많았다. 그런데 이 책의 “메모를 효과적으로 하려면 먼저 수시로 수첩 보는 습관을 길러라”는 충고가 정곡을 찔렀다. 저자는 수첩을 자주 보는 방법의 하나로 친구나 연인, 애완견, 경치사진 등 자신이 좋아하는 사진을 붙여두라고 권한다. 요즘처럼 바빠 돌아가는 시대에는 신선한 방법이 아닐 수 없다.

정보관리 구조적 문제 접근 미흡, '바람직한 삶의 방식 고민 부족도'

그러나 이 책이 가진 몇 가지 문제점들도 심심찮게 들여다보았다. 최근 독자들의 관심을 끌고 있는 자기계발류 책들이 개인이 직면하고 있는 문제점을 개인적인 책임으로만 돌리고 있다는 점이다. 저자는 “나는 나 자신을 위해 메모한다. 메모는 나 자신에 대한 '지시'다”라고 말한다. 맞는 말이기도 하지만, 액면 그대로 받아들일 수는 없다. 메모는 정보에 대한 효과적인 접근수단이다. 그런 점에서 개인이 필요한 정보를 갈무리하는 노력을 기울이기에 앞서 우선 국가적으로나 사회적으로 홍수를 이루고 있는 정보를 효율적으로 관리하고 정리해 줄 필요가 있다. 그런데 이 책에서는 그런 구조적인 문제에 대한 접근이 전무한 것은 큰 아쉬움이다.

다음으로 이 책이 담고 있는 메시지들이 일종의 효과적인 처세, 남보다 앞서는 삶의 방법 등에 치우쳐 있다는 점을 지적한다. 갈수록 경쟁이 거세지는 사회에서 남을 앞서가는 방법은 될 수 있을지라도 진정으로 바람직한 삶의 방향을 모색하는 데에는 지면 할애가 인색하지 않았나 싶다.

또한 저자가 일본인이라는 점과 관련해 우리 현실과 맞지 않는 부분이 상당량 존재하고 지나치게 메모에만 매달리게 하지는 않았나 하는 점이 마음에 걸린다. 저자는 “목욕탕에서 메모할 수 있다”고 강조하기도 하고, <꿈속에서 영감을 얻는 메모>에서는 ‘꿈노트를 만들자’ ‘잠들기 전에 꾸고 싶은 꿈을 써본다’ 등의 항목을 설정하고 있는데, 그럴듯하게 들리기는 하지만 오늘날 사회풍토에서 이만한 여유를 갖고 메모에 몰입할 수 있는 사람들이 과연 얼마나 될까를 생각하면, 지나친 탁상공론이라는 생각이 든다. 삶에는 강약이 있게 마련이고 휴식 때는 모든 것을 잊고 머리를 비워두는 것이 필요한 법이다. 그런 점에서 자칫 여백미라곤 없는 일본의 경제동물식 인간형의 이식이 되지 않을까 하는 우려도 든다.

여백미 없는 '일본식 인간형'의 이식 우려...유사 서적 모방범도 문제

이와 함께 삶의 기술과 처세의 미덕이 강조되는 이런 유의 서적들은, 그 자체의 문제에 그치지 않고 작게는 출판계, 나아가서는 사회 전반에 걸쳐 모방의 풍조를 확산시킨다는 데 문제가 있다. 《메모의 기술》이 공전의 히트를 기록한 이후 출간된 유사도서만 해도 같은 출판사에서 나온 《메모의 기술 II》를 비롯, 《우등생의 메모방법》(배영교육), 《메모 혁명》(홍), 《돈 잘 버는 최고 세일즈맨의 메모비법》(이룸), 《CEO의 메모 : 시간과 아이디어를 생산하는》(이손), 《당신을 부자로 만들어 주는 메모하는 습관》(시간과공간사) 등 10종이 넘게 출간돼 있다. 메모가 중요한 건 사실이지만, 잘 살기 위한 삶의 덕목, 아름답게 살기 위한 삶의 덕목은 메모 습관 못지않게 얼마든지 숨어 있다. 그런 점에서 유사 서적의 범람은 출판계뿐만 아니라 사회적으로 적잖은 손실이 아닐 수 없다.

정보의 수집 못지않게 가공과 갈무리가 중요한 덕목으로 떠오르고 있는 오늘, 《메모의 기술》은 시대를 앞서가는 수단이다. 남다른 삶의 수단을 갖는 것은 바람직한 일이다. 그러나 중요한 것은 좋은 수단, 좋은 습관의 체질화 못지않게 바람직하고 명분한 삶의 목표에 대한 성찰이 있어야 한다는 것이다. 《메모의 기술》 주변에 모여 있는 기획자와 편집자, 독자들은 모름지기 이 같은 덕목을 함께 마련해야 할 것이다. **김민**

● **이 글을 쓴 박용구는** 시인, 문학박사. 전남대 영문과를 나와 한양대 대학원 국문과를 졸업하였다. 한국출판학회 사무국장을 역임했으며 경희대 등에서 출판학을 강의하고 있다. <문화변동기 한국 현대사와 출판>(푸른사상사) 등 다수의 논저가 있다.

