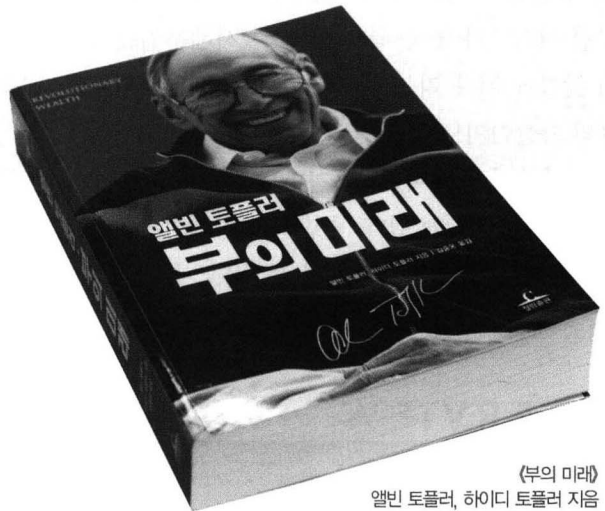


# 독창적인 분석 프레임워크와 필자의 '브랜드'

## 지식자본 중요성에 주목



글\_ 김민주 (주리드앤리더 대표)



《부의 미래》  
앨빈 토플러, 하이디 토플러 지음  
| 김중웅 옮김 | 청림출판 | 656쪽  
| 값 19,800원

요즘 부(富)에 대한 사람들의 관심이 대단하다. 사람들의 관심은 최근에 발간되는 책들의 제목에 여실히 드러난다. 펀드 투자, 주가 차트 분석, 부동산 투자처럼 재테크를 통해 실제로 돈을 벌 수 있는 책들이 많이 나왔다. 이와 병행하여 좀 더 거시적인 트렌드 관점에서 부를 접근하는 책들도 많이 나왔다. 앨빈 토플러의 《부의 미래》를 비롯하여, 부의 지배, 부의 법칙, 부의 탄생, 부의 세계사, 부의 위기 같은 책들이 바로 그런 책이다.

보통 사람들이 생각하는 것과 달리 '부'는 단지 금전적인 돈만을 의미하지는 않는다. 자본에는 사실 여러 종류의 자본이 있다. 기계 같은 물적 자본(manufactured capital)이 있는가 하면, 인간 노동 같은 인적 자본(human capital)이 있고, 현금, 주식, 채권 같은 금융자본(financial capital)도 있다. 그리고 사람들 간의 신뢰 같은 사회적 자본(social capital)도 있다. 마지막으로 우리 경제, 사회를 에워싸고 있는 환경을 비롯한 자연 자본(natural capital)이 있다. '자본주의'라 하면 보통 물적 자본과 금융 자본만을 생각하게 되는데 인적 자본, 사회적 자본, 자연 자본도 매우 중요하다. 사람에 따라서는 인간 두뇌에 체화된 지식자본을 인적자본에 포함시키기도 하

지만 개인적으로는 지식 자본의 중요도를 볼 때 인적 자본과 별개로 생각한다.

지식 자본의 중요성을 일찍부터 주목한 구루(guru) 중에 앨빈 토플러(Alvin Toffler)가 있다. 미래학자이자 베스트셀러 작가로 유명한 그가 2006년에 오랜만에 써낸 《부의 미래》가 큰 인기를 끌고 있다. 우리에게 익숙한 미래학자로는 앨빈 토플러를 비롯해 존 나이스비트, 제레미 리프킨, 폴 케네디, 자크 아탈리, 피터 슈워츠, 페이스 팝콘, 제임스 캔튼이 있다. 그 중에 앨빈 토플러는 대중적 인지도가 특히 높고 그의 책은 발간 때마다 베스트셀러에 속속 진입한다. 이번 역시 예외는 아니다. 그렇다면 왜 그의 책은 이렇게 지속적인 인기를 얻고 있는 것일까.

첫 번째 이유는 미래학 분야에서의 앨빈 토플러라는 출중한 브랜드 파워 때문이다. 미래학 분야에 많은 구루(guru, 권위자 또는 전문가)들이 있지만 앨빈 토플러는 그중에 단연 1위다. 대학에서 영어학을 전공했고 기고가, 잡지 편집장을 하면서 축적된 필력 게다가 광범위한 지식욕, 영향력 있는 사람과의 폭넓은 인맥은 그가 쓰는

책을 더욱 신뢰하고 값지게 만든다.

두 번째 이유는 그가 책을 자주 내지 않는다는 점이다. 사람들이 그를 주목하게 한 《미래쇼크》가 1970년에 나왔고 1980년에 《제3의 물결》, 1991년에 《권력 이동》, 2001년에 《전쟁과 반전쟁》이 나온 후, 올해 《부의 미래》가 나왔다. 이 처럼 그는 다른 인기 저자와는 달리 가끔씩 책을 내기 때문에 희소가치가 있다.

세 번째 이유는 《부의 미래》라는 책 제목이 사람들의 관심을 끌었기 때문이다. '부자되기 붐'으로 재테크에 대한 관심이 많은 우리나라 독자에게 '부'는 항상 관심의 대상이다. 물론 이 책에서 부는 돈과 동일어가 아니다. 오히려 눈에 보이지 않는(invisible) 부인 지식이 더욱 중요한 부로 강조되고 있다. 돈 불리는 재테크 책이 너무 많았기 때문에 식상한 상황에서 훨씬 더 큰 개념인 부 관점에서 트렌드를 제시하는 책이 독자에게 어필한 것이다.

네 번째 이유는 이 책 자체의 독창적인 분석 프레임워크에 있다. 토플러는 세상을 분석하는데 경제학이나 경영학에서 말하는 펀디멘탈(fundamentals)만으로는 부족하다고 주장한다. 이 보다 더 깊은 곳에서 움직이는 심층기반(deep fundamentals)이 필요한데 공간, 시간, 지식을 들고 있다는 점이 흥미롭다. 시간 관점의 예를 하나 들어보자. 경제사회 주체마다 변화 속도가 각각 다르기 때문에 동시화(synchronization)가 이루어지지 못해 사회조직 간의 갈등을 빚어지고 있다고 설명하고 있는 점이 독특하다. 미국의 경우 기업이 시속 100마일로 달리고 있다면 시민단체인 NGO(비정부기구)는 90마일로 기업을 바짝 쫓고 있고, 가족도 60마일로 달리고 있다. 하지만 노동조합과 정부는 각각 30마일과 25마일이다. 더 느리게 움직이는 조직으로는 10마일의 학교, 5마일의 국제기구, 3마일의 정치조직, 1마일의 법 조직이 있다. NGO의 속도가 기업과 맞먹고, 국제기구의 속도가 느리게 평가되었음을 주목할 필요가 있다.

하지만 이 책을 읽을 때 유의할 점이 있다. 우선 그가 집필했던 다른 저작과의 차별성이 얼마나 있는가이다. 예를 들면 '프로슈머'는 일찍이 《미래쇼크》에서 그가 처음으로 만든 말이다. 생산자와 소비자의 합성어인 프로슈머 개념은 현재 많은 매체와 사람들이 많이 언급하고 있을 정도로

보급되어 있다. 일부 비평가들이 저자가 전에 말했다고 해서 그 가치를 인정하지 않는 경향이 있는데 이는 맞지 않다고 생각한다. 시간이 지나면서 강화되고 있는 개념은 더욱 강조할 필요가 있다고 생각하기 때문이다.

두 번째로, 우리나라 사람들은 일반적으로 브랜드에 대한 맹종이 심하다. 토플러가 이 책에서 여러 가지 예측을 했지만 그러한 예측 트렌드가 모두 맞을 수는 없다. 많은 사람들과 이야기를 하여 검증은 많이 했겠지만 전문가가 오히려 중요한 점을 놓칠 수 있는 '전문가의 저주'에 빠질 수 있기 때문에 독자들이 이를 가려 읽어 소화해야 할 것이다.

마지막으로 앞서 이야기한 여러 자본(물적, 인적, 금융, 사회, 자연 자본) 중 물적 자본, 인적 자본, 금융 자본이 크게 축적되더라도 그 와중에 사회적 자본과 자연 자본이 크게 손상을 받으면 그 사회는 흔들리게 된다. 사회는 가장 적은 자본에 의해 지배되는 최소율의 법칙을 따라 움직인다는 사실을 토플러가 더 강조해주었으면 하는 바람이다.

이 책의 저자는 앨빈 토플러 혼자가 아니다. 앨빈 토플러의 부인이자 미래학자인 하이디 토플러(Heidi Toffler)와의 공저이다. 책 웰치가 최근에 쓴 저서 《위대한 승리》도 책 웰치의 부인이자 하버드 비즈니스 리뷰 편집장 출신인 수지 웰치와의 공저이다. 책은 혼자만의 작업으로 이루어지기 힘들다. 특히 방대한 자료를 토대로 나오는 책의 경우에는 더욱 그렇다. 부부는 평소에 자주 만나 이야기를 나누기 때문에 지적 수준도 비슷해져 책 작업을 하기에 매우 좋은 파트너이다. 우리나라에서도 이와 같이 부부가 함께 작업한 멋진 책이 나올 때가 되지 않았나 생각해 본다. **◆**

## 김민주는

현재 건국대 경영대학원 겸임교수이자 컨설팅 회사 리드엔리더, 사례분석 사이트 이마스(www.emars.co.kr) 대표, 서울대와 시카고대학원에서 경제학을 전공했고, 한국은행과 SK에서 근무했다. 다양한 트렌드, 마케팅 토픽을 주제로 신문, 잡지, 방송 활동과 대학, 기업의 강의 활동 중. 지은 책으로는 《마케팅 상상력》 《로하스 경제학》 《마케팅 어드벤처》 《성공하는 기업에는 스토리가 있다》 《레드 마케팅》 등이 있다.