



경제경영서의 새로운 패러다임을 찾아서...

최근 교보문고가 국내 전 영업점을 대상으로 2007년 상반기 도서 판매 동향을 조사한 결과, 종합 50위 권 내에 경제경영(30%), 비소설(22%), 소설(20%) 순으로 점유율을 보였다. 또한 상반기 종합 베스트셀러 50위권 분야별 분포도에서 경제경영서가 상반기에만 가장 많은 15권을 차지했다. 매년마다 경제경영서의 독보적인 우위는 비단 올해만의 현상은 아니다.

글_정윤희 기자 | 사진_박신우 기자

1960년대부터 경제경영서가 출간되기 시작했지만 괄목할만한 성장을 보인 시기는 1990년대부터이다. 동원대학 부길만 교수가 지난 2002년 10월 25일 한·중출판학술회의에서 발제한 '경제경영서 출판의 역사'에서 1990년대 경제경영서의 특징을 다섯 가지로 나누었다. 그 내용을 간략하게 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 각 분야의 전문도서 출간이 활발해지면서 일반인들이 경제를 이해하기 쉽도록 서술한 입문서 계통 서적들이 출간되기 시작했다는 점이다. 예를 들면, 《손바닥 경제》 《경제기사는 돈이다》 《시민을 위한 경제 이야기》 《자본주의 공산주의》 등으로 경제의 흐름 읽기를 도와주는 경제경영서가 직장인들의 니즈를 채워주었다.

둘째, 성공을 위한 처세술 또는 자기 관리, 나아가 새로운 경영이론과 전략을 다루기 시작했다. 《성공하는 사람들의 7가지 법칙》 등 '성공'을 키워드로 한 도서들이 이 때부터 출간되기 시작했다. 1990년대 이후 글로벌스탠다드가 경영이론의 트렌드로 자리잡으면서 《비즈니스 리엔지니어링 핵심》 등의 경제경영서가 출간됐는가 하면, 한편에서는 한국적인 경영이론의 필요성을 강조하기 시작했다. 서울대 이만우 교수의 《W이론을 만들자》가 대표적이다.

셋째, 《작은 밀천으로 돈 버는 이야기》 《돈버는 데는 장사가 최고다》 등 재테크 또는 돈버는 이야기를 다룬 경제경영서들이 1990년대 초부터 말까지 이어졌다.

넷째, 외환위기 직후인 1998년부터 경제위기 극복과 관련된 서적들이 경제경영서의 중심을 이루었고, 기업의 구조조정으로 실직자와 명예퇴직자들이 대거 늘어나면서 미래지향적인 경제경영서들이 쏟아지기 시작했다. 특히 책 제목에 'IMF'라는 용어가 포함된 도서가 100종을 넘어 IMF사태가 우리 국민들에게 큰 영향을 미쳤음을 보여주고 있다.

끝으로, 기업인이나 전문 경영인의 자서전 식의 저서가 베스트셀러에 오를 만큼 독자들은 경영인의 마인드에도 큰 관심을 가졌다. 김우중의 《세계는 넓고 할 일은 많다》, 정주영의 《시련은 있어도 실패는 없다》, 구자경의 《오직 이 길밖에 없다》, 이명박의 《신화는 없다》 등 대기업 총수의 경영론을 담은 책들이 쏟아졌다.

부길만 교수는 1990년대 경제·경영서의 특징을 설명하면서 "돈 벌기를 직접적으로 강조하는 서적들이 본격적으로 출간되기 시작했는데, 이러한 현상은 더욱 심해질 것으로 보인다. 분명 사람들을 물질주의적인 사고 방식에 빠뜨리게 한다는 비판을 듣게 되고, 다른 한편으로는 경제경영서의 출간을 활성화시키는 요인으로 작용하고 있다"고 평가했다.

최근 출판마케팅연구소 한기호 소장이 출간한 《21세기 한국인은 무슨 책을 읽었나》에서 한스미디어 김기욱 대표는 "2000년대 이후 대한민국은 세계와 리얼 타임으로 움직였고, 변화는 대중의 삶에 직접적인 영향을 미쳤다. 경제경영서의 성장은 이런 환경 변화에 기인한다"고 설명했다. 시대의 변화는 대중들의 의식을 변화시켰고, 경제경영서 또한 새로운 패러다임을 형성하기에 이르렀다.

2000년도에 들어서 경제경영서의 변화는 1990년대 경제경영서의 특징이 그대로 전유됐고, 융합, 세분화, 재생산되고 있다는 점이 특징이다. 대중 속으로 밀고 들어가려는 경제경영서 출판이 좋다, 나쁘다는 이중적 잣대로 평가하기에 앞서 경제경영서의 새로운 패러다임을 짚어보고, 출판인과 독자들의 다양한 의견을 종합해 적절한 합의를 이끌어 낼 필요가 있다. **▶▶▶**

