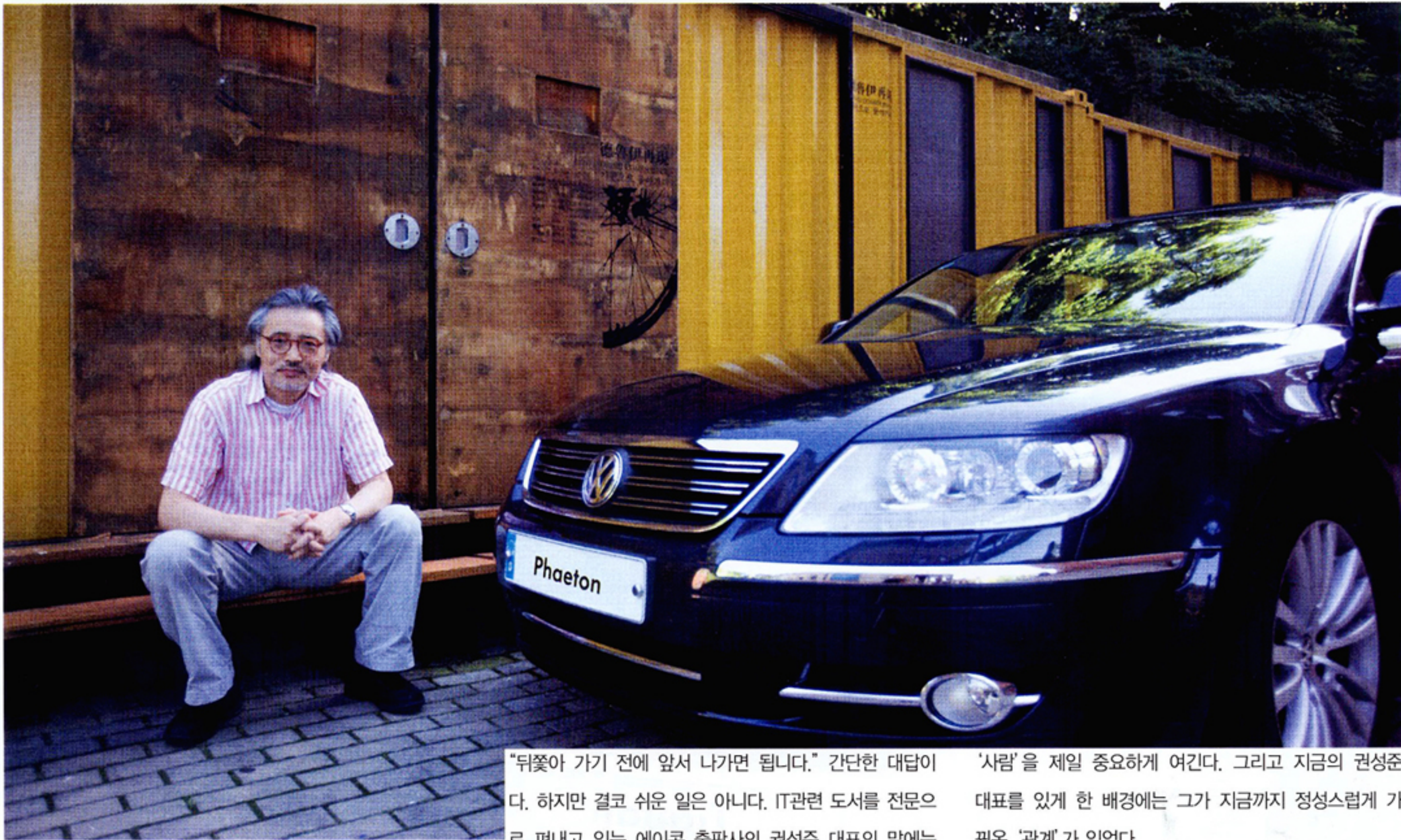


There's something about Volkswagen

“이 차는 나와 닮았습니다”

그 사람이 누구인지 알고 싶다면, 그 사람이 타는 차를 보라. 현대인들에게 차는 제2의 자아다. 내가 선택한 차는 곧 나 자신인 셈이다. 여기 자신과 꼭 닮은 차를 선택해 삶의 동반자로 삼은 사람들이 있다. 가족 같고 친구 같고 연인 같은 바로 '그 차'에는 과연 어떤 특별한 것이 있는 것일까. 글 | 전은정 사진 | 김재이, 정철희



“뒤쫓아 가기 전에 앞서 나가면 됩니다.” 간단한 대답이다. 하지만 결코 쉬운 일은 아니다. IT관련 도서를 전문으로 펴내고 있는 에이콘 출판사의 권성준 대표의 말에는 강한 자신감이 묻어난다. 소프트웨어 개발자라면 한두 권쯤 가지고 있는 에이콘의 책들은 반짝 잘 팔리는 책이 아닌 오래 필요한 책, 한발 앞서 미래를 준비하는 데 도움이 되는 책들이다. ‘임베디드’라는 말이 거론조차 되지 않았던 시절, 에이콘은 처음으로 관련 도서를 국내에 소개했고, 현재 대세가 된 웹2.0 관련 도서 역시 국내 최초로 출판했다. 성공하는 회사들의 특징이 트렌드를 좇아가지 않고 만들어 나가는 것이라고 했을 때, 에이콘은 눈에 보이는 규모나 명성과 상관없이 대단히 성공한 회사임에 틀림없다.

권 대표는 여러 가지로 독심의 사나이다. 범한서적 직원으로 출발해 Addison-Wesley 등의 해외 출판사를 거치면서 27년째 책을 만들고 있다. “좋은 책은 좋은 글로 완성된다”라는 한결같은 신념은 그의 손을 거친 모든 책에 반영되었다. 좋은 책, 좋은 글을 얻기 위해 그는 늘

‘사람’을 제일 중요하게 여긴다. 그리고 지금의 권성준 대표를 있게 한 배경에는 그가 지금까지 정성스럽게 가꿔온 ‘관계’가 있었다.

그가 골프를 시작으로 페이톤까지 폭스바겐 차량으로만 7번을 바꾼 것도 많은 부분 ‘사람’ 때문이었다. 1999년 친구 소개로 처음 만난 고진모터스 딜러와의 인연은 차를 7번이나 바꾸는 동안 계속되고 있다. 물론 7번 모두 그 딜러에게 구입했다. 바꾸지 않아도 되는데 바꾼 이유를 물었더니 이런 대답이 돌아온다. “일단 기본적으로 차가 좋습니다. 좋은 차를 사면서 남까지 도울 수 있다면 이보다 행복한 일이 어디 있겠습니까.”

에이콘(acon)의 뜻은 ‘도토리’다. 작고 불품없어 보이는 도토리는 흉년이 들 때 풍년이 들기 때문에 결정적인 순간에 많은 사람들을 도울 수 있다. 권성준 대표는 자신이 세운 출판사에서 만들어진 책이, 그리고 자기 자신이 ‘도토리’ 같기를 소망한다. 좋은 책이, 좋은 사람이 세상에 미칠 수 있는 긍정적인 영향이 엄청나게 크다는 사실을 누구보다 잘 알고 있기 때문이다.

Phaeton TDI V6

폭스바겐으로만 7번 바꾼 이유?

권성준 52 · 에이콘 출판사 대표