

CHANGE 2010

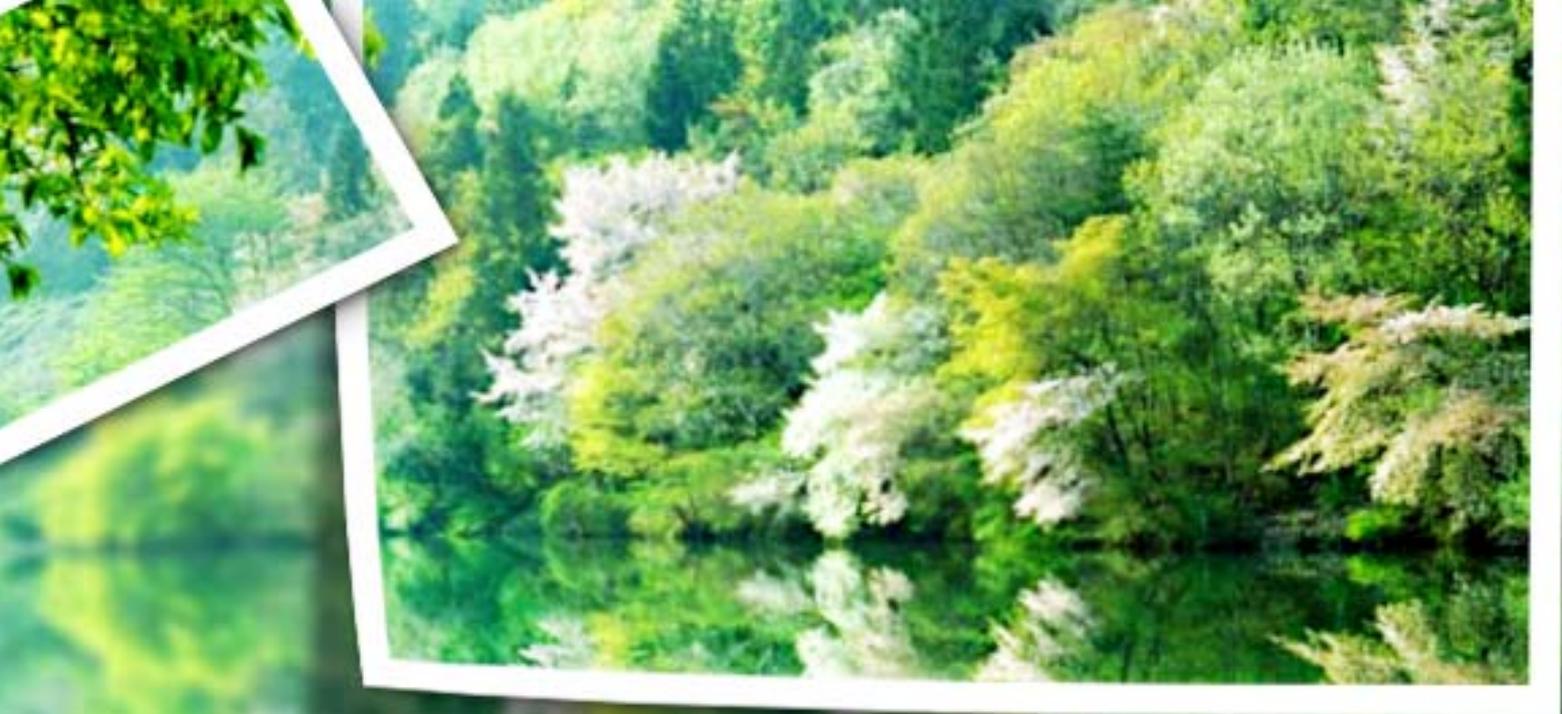
구본형변화경영연구소웹진

야생의 본능이
되살아 나다!

100°C

단군 프로젝트

단군의 후예 그들의 이야기



CONTENTS

구분형의 변화사상

3 변화의 두려움을 극복하는 법

나는 알게 되었다. 변화를 할 때는 두려움을 즐겨야 한다는 것을

직장인을 위한 필살기 창조 프로젝트

1단계 : 직무 세분화,
나의 업무를 자세히 깊이 보기

평생을 쓸 수 있는 필살기 하나를
만들기 위해서는 지금 하는 일을
깊고 일어서야 한다.

4

[단군의 후에 프로젝트]

Change2010 창간 이벤트

‘100일의 열정’
당신의 삶을 바꾸다

6

[사자 프로젝트]

8 창조적 소수는 어떻게 만나는가? (1편)

[호랑이 프로젝트]

10 독립 4년차의 젊은 1인 기업가 인터뷰

[호랑이 프로젝트]

12 호랑이는 언제 마케팅이 필요한가? - 하편

인문학놀이터

성찰, 내면으로의 모험

자기성찰지능,
자기를 보는 마음의 시력

시 읽어주는 여자

축복 하소서 / 박종형

루린, 너와 나 사이의 풍경

너와 나, 루와 린,
그 사이의 천개의 길

구분형의 변화사상

변화의 두려움을 극복하는 법

여행을 떠날 때 그대는 얼마나 큰 짐을 들고 가는가? 짐의 크기가 여행에 대한 그대의 두려움의 크기다. 나는 나만의 짐 싸는 방법이 있다. 여행을 가기 며칠 전부터 가방 하나를 서재 바닥에 놓아둔다. 활짝 열어 놓는다. 그리고 생각날 때 마다 그 속에 들어가야 할 것들을 던져 넣는다. 책도 넣고 작은 수첩도 넣는다. 우산도 넣고, 속옷도 챙겨 넣는다. 물론 내가 좋아하는 모자도 넣어둔다. 이것저것 넣다 보면 하루 이틀 지나 가방이 제법 찬다. 그곳에서 하고 싶은 것을 상상하는 동안 짐은 조금씩 늘어난다. 비치를 상상하면 수영복을 챙겨넣고 썬크림도 추가한다. 상상의 크기가 짐을 늘린다. 이렇게 짐들은 가방 속에서 살림이 늘듯 점점 쌓이게 된다. 막상 떠나게 되는 전 날, 내가 하는 일은 불필요한 것들을 다시 빼내는 것이다. 얼마까지 줄일까? 가방 크기의 반, 이것이 내 목표다.

그리하여 알게 되었다
변화를 할 때는
두려움을 즐겨야 한다는 것을
그것은 살아있는 떨림이라는 것을

내가 이런 짐싸기를 즐기는 이유가 있다. 첫째는 내 스타일이 그렇다. 정해진 시간 내에 엄청난 효율성으로 일을 처리하는 스마트한 재능이 나에게서 없다. 그러니까 한 마디로, 이것저것 따질 것 없이, 제 생각대로 짐도 싸다. 둘째, 여행의 반은 떠나기 전의 설레임의 맛이다. 여기를 떠난다는 것, 그 자체가 커다란 기쁨이다. 그러니 가방을 펼쳐 놓고, 그곳에서 있을 일을 상상하며, 생각나는 것들을 던져 넣는 자유의 기쁨을 만끽하는 것이다. 셋째, 가방 크기의 반만 채우는 이유는 여행을 가서 뭔가 채워오기 위해서다. 꼭 상품을 사오겠다는 것은 아니다. 그곳의 공기도 좋다. 그저 내가

가는 그곳에 대해 내 정신은 가방만큼 열려 있어, 받아들일 준비가 되어 있다는 나만의 상징적 의식이다. 나는 떠나기 전에 불편과 필요에 대비하기 위해 절대로 가방을 꽉 채우지 않는다. 내가 영성하듯 내 가방도 늘 영성하다.

아직도 종종 사람들은 내게 묻는다. 멀쩡한 회사를 나오는 것이 두렵지 않았느냐고 말이다. 회사를 그만두고 얻는 두 가지 병이 있었다. 하나는 불면이었다. 알 수 없는 불면이 종종 며칠씩 나를 덮친 적이 있었다. 겉으로는 태연한 듯 했지만 내 무의식은 사회 속에 홀로 던져진 내 가족에 대한 근심으로 가득했나보다. 불면은 그런 모습으로 몇 년을 갔다. 또 하나는 닥치는 대로 신간 서적을 읽어대는 것이다. 아마추어에서 돈을 버는 프로로 옮겨가면서 나는 변화와 관련된 모든 책, 새로운 트렌드와 연관된 모든 책, 직장인들이 보는 모든 책을 보지 않으면 안된다는 강박관념에 시달렸다. 어떤 해는 천 권쯤 읽은 것 같다. 책읽기는 즐거움이 아니라 서류를 읽고 도장을 찍어야 하는 사람의 의무가 되었다. 그렇게 또 몇 년이 갔다. 한 마디로 덮어둔 두려움의 횡포 시대였다. 지금은 그렇지 않다. 그 모든 책을 읽지 않아도 된다는 것을 알게 된 것이다. 나는 다시 독서의 즐거움으로 되돌아 갔다. 읽고 싶은 책을 읽고, 한번 본 책을 여러번 보고, 한꺼번에 여러 권의 책을 이리저리 보는 제멋대로 독서를 즐기고 있다. 물론 잠도 잘 자고 있다. 왜냐하면 걱정한다고 이미 쓰여진 일이 일어나지 않거나 반대로 일어나지 않을 일이 발생하는 것은 아니니까 말이다.

인생은 봄처럼 짧다
인생을 잘 사는 법은
하고 싶은 일을 하며 사는 것이다
그러니 그렇게 하면 된다

그리하여 나는 알게 되었다. 변화를 할 때는 두려움을 즐겨야 한다는 것을 말이다. 그것은 일종의 흥분이며, 삶의 엔돌핀이며, 살아있는 떨림이라는 것을 말이다. 일이 꼬이면, 비로소 어떤 기막힌 스토리가 나를 찾아오려는 조짐이라 생각하라. 가난이 두려워 질 때는 10년을 기약하라. 한 두번의 실패나 실수로 불운의 예감에 시달릴 때는 성패는 이미 쓰여져 있다는 진리를 믿으면 마음의 평화를 얻을 수 있다. 반대로 일이 계획대로 잘 되면, 떠날 때가 되었다는 것을 알면 된다. 인생은 봄처럼 짧다. 인생을 잘 사는 법은 하고 싶은 일을 하며 사는 것이다. 그러니 그렇게 하면 된다. 두려움은, 두려움에 대한 두려움으로만 증폭되는 것이니. 

직장인을 위한 필살기 창조 프로젝트

1단계 : 직무 세분화, 나의 업무를 자세히 깊이 보기

■ 홍승완

지난 칼럼에서 필살기 창조의 출발점으로 두 가지를 강조했다. 첫째, 월급쟁이 마인드에서 1인 기업가로의 정신적 전환이다. 이러한 전환은 차별적인 서비스를 제공하는 1인 기업가의 정신적 토대다. 둘째, 현재 맡고 있는 직무를 20개 내외의 작은 업무 단위로 쪼개는 작업이 필요하다. 직장인의 정신적 불행은 일 속에 ‘내’가 없다고 느끼기 때문이다. 하지만 충분히 깊게 들여다보면, 그 일속에 ‘내’가 있다.

현재 나의 업무를 세부적으로 쪼개고 자세하게 살펴보는 방법, 우리는 이것을 ‘직무 세분화’라고 부른다. 업무를 최소 단위로 나누어 갈 때는 다음과 같은 간단한 원칙을 따라가면 쉽고 완전하게 정리할 수 있다.

1. PAPER의 법칙을 따르면 빼먹는 게 없다

현재 직무를 세분화할 때, ‘P, A, P, E, R’을 기억하면, 핵심을 빠뜨리지 않고 정리할 수 있다.

‘People’은 상사, 부하직원, 동료직원, 고객, 관련업체의 직원 등 사람을 만나서 진행되는 일을 의미한다. 예를 들면 보고, 코칭, 상담, 판매, 의견교환, 각종 지원을 얻어 내는 일 등이다.

‘Activity’는 다수의 사람들이 모여 시너지를 내는 활동을 말한다. 회의, 모임, 세미나, 발표, 프로젝트 등이 포함된다.

‘Paper’는 모든 서류작업을 총칭한다. 세금계산서 및 전표 발급, 프레젠테이션 자료 만들기, 보고서 작성 등을 말한다.

‘Event’는 특별한 행사와 관련된 일체의 활동을 의미한다. 여기에는 공간 셋팅, 도구 설치, 스폰서 섭외, VIP 선정, 강사 섭외, 관련 책자 제작, 홍보 등이 포함된다.

‘Research’는 업무와 관련하여 책, 잡지, 인터넷, 전문가 인터뷰 등을 통해 자료를 수집하고 분석하는 일, 특정한 결과나 모델을 만들어 내는 일련의 연구 활동을 포괄한다.

모든 직무들은 이 다섯 가지의 행위들이 섞여 이루어진다. 다섯 가지를 모두 갖춘 업무도 있고 이중 일부에만 집중된 업무도 있다. 지금 맡은 업무를 다섯 가지 기준으로 나누어 질문하면 빼먹지 않고 모두 추려낼 수 있다.

2. 하나의 문장으로 만들어라

업무를 태스크로 세분화할 때는 부가 가치의 행위를 명확히 하고 동사를 활용하여 하나의 문장으로 만들면 하는 일을 명료하게 규정할 수 있다. 예를 들어 ‘서류에 따른 인사고과 정리’라고 쓰는 대신, ‘해당 관리자로부터 직원의 인사고과 서류를 받아 보관하고 인사시스템에 업데이트한다’라고 적으라는 뜻이다. **태스크를 완전한 하나의 문장으로 만들면 누가 보아도 그 일의 특성과 개요를 알 수 있다.** 즉, ‘일의 최소 단위(the smallest unit of work)’로 정의되는 태스크는 본

질적으로 좀 더 커다란 일의 흐름 속에서, 롤 플레이어로서 내가 맡은 대목을 규정하는 것이므로 ‘내 일을 조각으로 인식하되 전체의 시선을 놓치지 않도록’ 도와준다.



* 본 칼럼은 화경영연구소의 구본형 소장의 저서 <구본형의 필살기>를 홍승완 연구원이 정리한 것입니다.

3. 키워드로 접근한다

태스크를 명확하게 한 문장으로 풀어 쓴 다음, 괄호 속에 해당 태스크의 키워드(key word)를 명사화하여 써 두는 것이 좋다. 예를 들면 ‘해당 관리자로부터 직원의 인사고과 서류를 받아 보관하고 인사시스템에 업데이트한다’ 뒤에 ‘(인사고과 업데이트)’라고 써두라는 것이다. 우리는 이 작업을 ‘**문장으로 명확히 규정하고, 키워드로 접근한다**’고 부른다. 이것은 여러 사람과 커뮤니케이션 할 때 오해를 줄이기 위해, 특정 단어에 대하여 분명한 사전 정의를 해놓는 것과 같다. 중요한 것은 엄격한 용어의 정의가 아니라 길게 한 문장으로 정의된 태스크들을 간단한 키워드를 통해 오해 없이 이해할 수 있다는 점이다. 오른쪽의 표처럼 직무를 일의 최소 단위로 세분화하면 내가 매일 어떤 일을 하는지, 어떤 일은 싫고 잘못 하는 반면, 어떤 일은 좋아하고 잘하는지 감을 잡을 수 있다. 직무는 20개 내외로 쪼개는 게 좋다. 15개 이하로 쪼개면 태스크를 상세히 보기 어렵다.

지금부터 자신의 직무를 20개 내외의 태스크로 나누어 보자. 이 작업은 매우 기초적이다. 그러나 **필살기 창조 단계의 가장 중요한 출발점**이다. 대략 1시간 정도면 현재의 직무에 대한 세분화 작업의 초안이 잡힐 것이다. 처음부터 너무 잘 해내려고 많은 시간을 쏟지 마라. 나중에는 하는 일의 순서대로 태스크를 정렬시키는 것이 보기 좋지만, 처음 시작할 때는 머리에 떠오르는 대로 태스크들을 차례로 적어보기 바란다. 필살기 1단계의 핵심은 내 일을 구체적으로 자세히 살펴보는 것이다. 

[표1] 경영혁신팀장의 직무 세분화 사례

세부업무 개요	
회사의 비전/기본전략/혁신방향등 전체적 프레임 개발에 참여한다 (프레임 개발)	
경영혁신의 세부지침과 프로그램을 개발하기 위해 관련자료와 사례를 정리한다 (조사)	
분석된 자료를 종합하고 연구하여 체계적인 혁신모형을 만든다 (혁신모형 창조)	
자료를 활용하여 창의적인 혁신 프로그램을 개발한다 (프로그램 개발)	
자료를 활용하여 혁신 프로그램의 세부적인 지침을 만든다 (세부지침 기획)	
혁신 프로그램의 효과적인 실천을 위해 관련 부서의 지원과 동의를 얻어낸다 (지원 확보)	
업무 내용을 관련자들에게 프레젠테이션한다 (프레젠테이션)	
경영혁신의 내용을 직원들에게 교육하고 강연한다 (강연)	
혁신 프로그램이 저항에 부딪혔을 때도 끝까지 밀고 나가 실행한다 (프로그램 실행)	
경영 품질의 수준을 측정한다 (측정)	
경영 품질의 혁신과 개선을 위한 전문적 조언을 제공한다 (컨설팅)	
다른 조직이나 관련 전문가들과 교류하여 벤치마킹을 위한 네트워크를 형성한다 (네트워크)	
경영혁신의 모형/전략/방법론을 체계적으로 정리한다 (체계적 정리)	
체계화된 경영혁신 방법론을 대내외적으로 홍보한다 (대내외 홍보)	
각 부서의 혁신 태스크포스팀을 지원한다 (혁신팀 지원)	
혁신에 관한 진행 보고서를 만들어 관련자나 관련 부서에 정기적으로 알린다 (진도 보고서)	
수립된 교육계획에 따라 교육장소를 고르고 교육생을 통제하고 교육을 진행한다 (교육 진행)	
교육 피드백을 받아 다음 교육에 반영하여 프로그램을 개발한다 (교육 피드백)	



[단군의 후예 프로젝트]

‘100일의 열정’ 당신의 삶을 바꾸다

Change2010 창간 이벤트 <단군의 후예 프로젝트>

“단군의 후예들을 모집합니다!”

2010년 4월 24일, <Change 2010> 창간 이벤트로 연구소 홈페이지에 올린 글 제목이다.

일명 단군의 후예 프로젝트라고 부르는 이벤트는 다음아닌 100일 동안 각자 필살기 연마를 “습관화”하자는 프로젝트이다.

꿈을 찾고, 그 꿈을 이룰 수 있는 필살기를 연마하여 하고 싶은 일을 하며 살자.

이 얼마나 달콤하고 가슴 찡하는 말인가.

정말이지 나도 이전 하고 싶은 일을 하며 인간답게 살고 싶다!

그러나, 그 일이 생각처럼 그렇게 황홀하거나 간단했다면 오늘날 수많은 사람들이 이리도 허덕이지 않을 것이다. 왜? 도대체 뭐가 문제일까? 그 누구인들 하고 싶은 일을 하며 살고 싶지 않은 사람이 있을까만, 왜 대다수 사람들에게 그건 그리도 어려운 일일까?

그건 다음아닌 하고 싶은 일을 하면서 “밥벌이”가 해결되지 않는 첫 번째 문제에 걸리기 때문이고, 내 꿈이 밥벌이가 되기 위해선 꿈이 꿈으로 끝나는 것이 아니라, “현실에서도 죽여주는 필살기”로 작용해 주어야 하는데, 매일 너무도 바쁜 우리는 차마 필살기를 연마할 시간이 없는거다!

통탄할 일이 아닐 수 없다. 아주 슬프고도 슬픈 일이다.

내 삶을 언제까지 이렇게 변하지 않는 일상을 반복하며 살아야 하다니..

방법은 있다!

하루 2시간. 단 2시간이면 된다.

하루 2시간씩 시간을 내어 필살기를 연마하면 일만 시간 뒤엔 나의 필살기로 밥을 해결할 수 있다. 살 길이 열리는 순간이다.

하지만, 늘 문제는 그 2시간이다.
내 삶을 송두리째 바꿀 2시간을 만들어
내는 거. 거기에 바로 비밀의 열쇠는 있다.

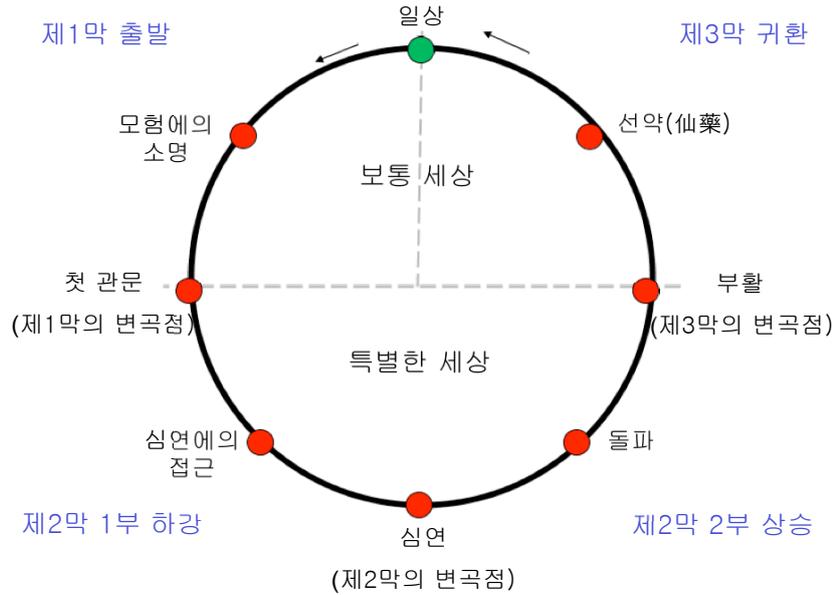
혼자는 어렵다. 쉬운 일이었다면 이미 인생을 바꿔도 여러 번 바꿨다동지가 필요하다. 100일간 인고의 시간을 함께 하고, 단군의 후예로 함께 태어날 피끓는 동지들이 필요하다.

민족의 시조 단군의 모친이 100일간 인내한 건 누구나 다 아는 신화이다. 우리도 각자의 신화를 만들어 내어 자랑스런 단군의 후예로 거듭 태어날 수 있다.

하루 1도씩 100일이면 100도씨가 되어 펄펄 끓으며 내 삶을 변화시킨다.

한다. 할 수 있다. 우리 할 수 있다!! 

단군의 후예 프로젝트
 '영웅 여정(A Hero's Journey)'의 기본 패턴



다음은 변경연 홈페이지를 통해 지원한 지원자들의 각오입니다.
 보시면서 여러분도 함께 하시면 어떨런지요..?

(자세한 내용은 변경연 홈페이지, 창조놀이터 “단군의 후예 모집” 참조)

지원자 작성 요령:

1. 이름
2. 지원팀 및 필살기 연마 시간 (참조: 새벽반- 수탉반/ 저녁반- 올빼미반)
3. 연마하고 싶은 필살기
4. 참여 각오!
5. 공헌력

저희 변경연에서 빼놓을 수 없는 것이 “우리 모두를 위해 무엇을 공헌할 수 있을까?”입니다. 단군의 후예 프로젝트는 나의 필살기연마 습관화 프로젝트이지만, 그 과정을 통해 “아름다운 우리: 창조적 소수”를 만난다면 더할 나위 없이 소중한 시간, 소중한 인연의 장이 될 것입니다. 각자 우리 모두를 위해 어떤 재능을 기부할 수 있을지 재능 기부를 적어주시기 바랍니다.

댓글 A

1. A
2. 자유팀 수탉반 (아침 5시~7시)
3. 연마하고픈 필살기 : 글쓰기
4. 참여각오 : 수탉반에서 열심히 연마하여 올해말 안에 내 책 한권 내겠습니다
5. 공헌력: 오프 모임 있을때 강원도 명물 감자떡을 간식으로 제공하겠습니다

댓글 B

1. A
2. 자유팀 수탉반 (아침 5시~7시)
3. 연마하고픈 필살기 : 문화계 (특히 공연계) 트렌드 조사/ 마케팅 매뉴얼 자료 준비
4. 참여각오 : 늘 작심삼일이 되는 결심들을 이번만큼은 꼭 결실 이루겠습니다.
5. '단군의 후예들' 문화 공연 관람을 원할때 저렴하게 관람할 수 있도록 하겠습니다.

댓글 C

1. A
2. 자유팀 올빼미반 (밤 12시~2시)
3. 연마하고픈 필살기 : 책 읽기 글쓰기
4. 참여각오 : 하루 3페이지씩 300페이지 글쓰기, 3일에 한권씩 33권 책읽기
5. 공헌력: 목곡이 취미인데 만든 것을 나눔하겠습니다. 보트도 태워드리죠

창조적 소수의 무리들

창조적 소수는 어떻게 만나는가? (1편)

■ 수희향

창조적 소수는 <동료+친구+알파>의 개념으로서, 1인 창조기업 시대를 무리 지어 함께 살아갈 동지들을 일컫는 말이다.

그렇다면 과연 나는 어디서 이들을 만날 수 있을까?

흔히들 사람들의 관계는 대학 때까지는 친구 관계가 주를 이루고, 대학 졸업 후에는 동료 관계가 주를 이루게 된다. 그런데 관계에 있어 재미있는 건, “친구와는 동업하지 말아라”라는 것과 “동료들과는 친구가 될 수 없다”라는 말이다.

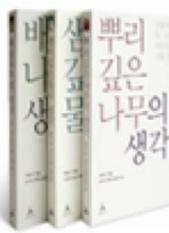
다시 말하자면, 동료는 친구가 될 수 없고, 친구와는 함께 비즈니스를 하기 어렵다는 지극히 한국적 정서가 물씬 베어 있는 말이다.

그런데 1인 창조기업 시대는 어떠할까?

나를 받아줄 회사는 점점 줄어들어 더 이상 1인 기업가로서 살아가는 것은 선택이 아닌 필수 요소 중의 하나로 잡아가는 이 시점에서, 과연 나는 전적으로 나 혼자 모든 것을 책임지고 짊어지고 살아갈 수 있을까...?

쉽지 않다. 결코 쉬운 일이 아니다.

내게 대단한 자본이 있어 처음부터 중소기업 규모 이상의 회사 창업주로서 시작한다면 모를까 (그렇다고 자본이 또 모든 것을 해결해주는 것은 결코 아니다), 오직 나만의 필살기로 세상과 승부해보고 싶은 내가 할 수 있는 가장 좋은 방법은 무엇일까?



그건 다름아닌 유사한 목표와 비슷한 재능을 지닌 이들과 “창조적 소수”를 이루어 함께 거친 세상을 한 걸음, 한 걸음 개척하는 길일 것이다.

그렇다면 어디서 그런 이들을 만들 수 있을까?

친구들? 어릴 적 친구들 중 나와 유사한 일을 하고자 하고 재능이 맞는 친구가 있다면 다행이지만 친구들은 반드시 하고 싶은 일이 겹치지 않는 경우도 많다. 친구니까.

회사 동료들? 오묘하다. 일단 내가 현재 일하는 곳이 좋아서 하는 일이라면, 동료들은 ‘하고자 하는 일’은 유사한 관계라고 할 수 있다. 재능 또한 평상시 서로 일하는 모습을 지켜봤기에 어느 정도 가늠할 수 있다. 1인 기업가로서 뭉치기에 일단 가능성은 엿보인다.

다만 창조적 소수를 이룸에 있어 “일을 위한 일의 관계”는 어딘지 석연찮은 구석이 있다. 평상시 신뢰할 수 없거나 경쟁 관계에 있던 사람들과 필요에 의해서 혹은 재능이 탁월해서 함께 뭉쳐 독립한다고 해도 직접 비즈니스를 창출하고 프로젝트를 실행하는 과정에서 벌어지는 수많은 인간관계를 버텨내기가 결코 만만치는 않다.

사자 프로젝트

1인 기업가들끼리의 공조관계, 즉 창조적 소수들 사이에서는 무엇보다 신뢰할 수 있는 관계가 바탕이 되어야 함이다.

정리하자면, 현재 내가 몸담고 있는 분야에서 독립하여 1인 기업가를 이뤄나가는 경우라면, 같은 회사 혹은 동종 업계 사람들 중에서 평상시 유대관계를 돈독히 하던 사람들 중에서 실력이나 재능이 맞는 사람들끼리 창조적 소수를 이룰 수 있다.

한국 출판계에서 유독 인문학 서적에 그 무게 중심을 두는 “휴머니스트”라는 출판사가 대표적인 예가 될 수 있다. 휴머니스트 창업주 김학원 대표 (“편집자란 무엇인가”의 저자)의 경우는 같은 업계 동료들 4명과 함께 2001년 휴머니스트를 창업하여 그 중 2명의 동료와 함께 지금까지 휴머니스트를 이끌고 있다.

그렇다면 지금까지와는 다른 분야로 진출을 모색한다면 어떻게 해야 할까?

내가 익힌 경험과 기술을 바탕으로 새로운 업계로 진출하고자 할 때, 나는 어디에서 나만의 창조적 소수를 얻을 수 있을까?

여기에 해당하는 대표적인 경우가 바로 필자가 취재 중인 <카페 탐험기> 대원들의 만남이 아닐까 싶다... (다음 호에 계속) 

직장인을 위한 필살기 교육 프로그램 안내

구본형 변화경영연구소에서는 필살기 창조 모델에 따른 두 가지의 직장인 훈련 프로그램(유료)이 준비되어 있습니다.

1. 단기 프로그램으로 **‘사자로 사는 법 - 평생직업으로 가는 필살기 창조 프로젝트’**입니다. 이 프로그램은 책임과 의무의 고단한 ‘낙타의 삶’에서 차별적 전문가로 평생 일할 수 있는 ‘사자의 삶’으로의 전환을 모색하는 직장인 경력 혁명 프로젝트입니다. 구본형 소장이 정립한 ‘필살기 창조 모델’을 따라 쉽고, 명료하고, 강력하게 접근합니다.
2. 장기 프로그램으로 **‘필살기 라이선스 과정’**입니다. 이 프로그램을 이수하신 분들은 필살기 창조 모델을 활용하여 본인의 필살기를 익혀가는 체험을 하고, 개별적으로 필살기 프로그램을 진행할 수 있는 강사(Facilitator) 자격이 주어집니다. 이 과정의 참가자들은 일정한 심사과정을 거쳐 선발됩니다.

두 프로그램에 대한 자세한 안내는 변화경영연구소 홈페이지(www.bhgoo.com)의 ‘프로그램 안내’를 참고하시기 바랍니다.

독립 4년차의 젊은 1인 기업가 인터뷰 “하고 싶은 일을 발견했다면 맘껏 도전하라!”

■ 이희석



이희석 강사

30대 초반의 어느 1인기업 강사의 삶을, 인터뷰 형식으로 들여다 보았습니다. 독립하게 된 계기는 무엇인지, 무엇을 준비했는지 등 주로 독립하기 위한 준비 과정에 관한 질문을 던졌습니다. 인터뷰의 주인공은 경북대학교 경영학과 수료, 2002년 한국리더십센터 입사, 2007년 1월에 독립한 이희석 강사입니다. 질문을 던지고 글로 정리한 사람도 이희석입니다. 말하고 싶은 것을 꼬집어 내기 위하여 스스로 묻고 답하며 ‘나’를 소개한 것입니다.

Q.하시는 일을 중심으로 본인 소개를 부탁드립니다.

A.제가 하는 일을 키워드로 표현하면 와우팀장, 기업교육 강사, 작가 이렇게 세 단어가 됩니다. 와우팀은 자기경영을 연구하는 모임입니다. 연구 대상은 자기 자신이고, 연구 목적은 자기 삶의 행복이지요. ‘해야 하는’ 의무를 걷어내고 ‘하고 싶은’ 소원을 실현하며 명랑하게 살아가는 법을 공부하고 실험하고 서로 돕는 모임입니다. 2003년에 1기가 시작된 와우팀은 지금 제 삶의 가장 크고 중요한 영역이 되었습니다. 2010년 4월 현재, 7기 와우팀이 시작되었습니다. 그리고 저는 기업교육 강사로 일하고 있는데, 지금까지 제 소득의 가장 큰 부분을 차지하고 있는 일입니다. 시간관리, 사명과 목표, 자기계발, 지식경영 등의 주제로 기업의 임직원들을 대상으로 강연을 하고 있습니다. 대학교와 교회 등에서 강연을 하다가 기업에서 강연을 시작한 것은 2005년 12월부터입니다. 나머지 하나는 글을 쓰는

일입니다. 글쓰기는 아주 소액의 수입원에 불과하지만, 일을 수입의 여부가 아니라 삶을 이루는 실제적인 활동이라는 개념으로 따진다면, 글쓰기는 제게 매우 중요한 영역입니다.

Q.1인 기업의 길을 선택한 계기는 무엇인가요?

A.20대 초반부터 저는 강연을 하고, 글을 쓰며 살고 싶었습니다. 조직에 들어간다면 한국리더십센터나 매경이코노미 잡지사에 들어가고 싶었습니다. 산업교육 회사 혹은 잡지사에서는 제가 원하는 분야의 경험도 쌓고, 관련 공부를 할 수 있다고 생각했거든요. 그 후, 꿈꾸었던 회사였던 한국리더십센터에 입사하여 B2B 영업을 하였습니다. 회사에서는 강연 기회가 자주 주어져서 좋았습니다. 하지만 저는 독립을 결정했지요. 글을 쓰고 싶었고, 회사의 보상체계에 대한 개인적인 불만도 있었지요. 제가 가진 열정의 수준이라면, 독립하여서도 충분히 살아갈 수 있다는 자신감

호랑이 프로젝트

이 들었습니다. 자신감이 1인 기업의 길에 두려움 없이 들어설 수 있었던 계기였습니다. 또한 글을 써서 책을 출간하고 싶었던 마음도 이 길로 들어서도록 도운 원동력이 되었습니다.

Q.독립 준비는 어떻게 하셨나요?

A.구체적으로 독립 준비를 해야겠다고 생각한 것은 없었습니다. 하지만 당분간 하고 싶은 일에 대한 확신이 있었습니다. 그것이 제게는 강연이었고, 독립 후의 수입원이 될 것이라 생각했습니다. 독립하기 전, 100회 이상의 유료 강연을 진행한 것이 나름의 준비라 할 수 있겠군요. 다수의 강연 경험은 의도적인 계획 하에 진행된 것은 아니지만, 독립해도 잘 해낼 수 있겠다는 확신을 얻는 데 도움이 되었습

**자신감이 1인기업에 들어선 계기
하고 싶은 일 아는 게 최적의 준비
생각대로 삶 변화는 것 보면 신기**

니다. 독립한 후에 무엇을 해야 할지에 대한 목표만큼은 분명했습니다. 독립하면, 강연을 해야겠다, 그리고 책을 써야겠다, 라는 목표를 지녔었지요. 지금 와서 생각해 보니, 하고 싶은 일이 무엇인지 구체적으로 아는 것이야말로 최적의 독립 준비이라는 생각이 드네요.

Q.목표 달성은 순조롭게 진행되었나요?

A.독립 첫 해인 2007년에는 131회의 강연을 했지요. 강연 기회가 생기면 무조건 진행하자고 생각하던 시기였습니다. 월 17회까지 했던 것이 기억나네요. 2008년에는 146회 강연을 했고, 첫 책을 출간

했습니다. 2009년에는 두 번째 책을 출간했고, 72회의 강연을 했지요. 올해에는 2권의 책 출간 계획이 있는데, 이것을 이루고 나면, 어느 정도 목표 달성을 이루었다는 생각이 들 것 같습니다.

Q.2009년에는 강연이 많이 줄었네요. 원인이라도?

A.1인 기업가이자 산업교육 강사로서 제가 추구하는 것이 무엇인지 묻는 질문이기도 하네요. 저는 전문성을 갖추고 삶의 균형을 이루고 싶었습니다. 행복감을 만끽하고 싶었습니다. 2008년 1사분기에 평균 15회가 넘는 강연을 하게 되니, 제가 원하는 삶의 여유가 사라져 버린 느낌이 들었지요. 그래서 한 달에 최대 12회까지만 강연하는 것으로 제한을 두었습니다. 중요하게 생각해 왔던 전문성의 깊이를 더해가는 것과 삶의 균형을 이루기 위한 조치였지요. 의뢰 들어온 강연을 거절하는 것은 처음에는 무척 힘겨운 일이었습니다만, 내가 추구하는 가치에 집중하면서 점점 쉬워졌습니다. 2009년에는 전문성을 더하고, 저의 가장 중요한 비전인 와우팀의 기반을 굳건히 다지기 위해 강연을 월 6회로 제한하였습니다. 월마다 약간의 오차 범위가 있었지만 결국 월 6회 강연을 잘 지켜냈습니다. 생각하는 대로 삶이 변화되어 가는 것을 보며 참 신기하다는 생각을 한 적이 있지요.

Q.수입이 줄어들었을 것 같은데요?

A.네. 크게 줄어든 것은 아니지만, 상승세가 꺾이긴 했습니다. (7월호에 계속) 

하고 싶은 일을 발견했다면 맘껏 도전하라!

호랑이는 언제 마케팅이 필요한가? - 하편

■ 이견 호

이번 호에는 지난 호에 이어 1인 기업가로서 독립하여 어느 정도 시간이 흐른 뒤 마케팅이 필요한 경우를 소개하고자 한다.

호랑이 마케팅이 필요한 경우 3: 기존 고객과의 관계를 유지하고자 할 때

호랑이가 신규고객을 개척하는 것은 매우 어려운 일이기 때문에 어떤 인연으로 맺어졌던 초기에 서비스를 제공한 기존 고객을 지속적으로 유지하고자 한다. 이를 통해 매년 새로운 계약을 맺고 안정적인 business pipeline을 구축할 수 있기 때문이다. 나의 경험으로 보면 매년 계약이 종료되고 새로운 계약을 체결해야 하는 시기가 오면 초조해지곤 했다. 끊임 없이 기존 고객이 관심을 가질 만한 새로운 value를 창조하여 제공해야 하지만 그것이 늘 쉬운 것이 아니었기 때문이다.

호랑이는 한 고객과 계약을 맺으면 그 당해 계약만이 아니라 3년 이상 기존고객을 유지할 수 있는 방안을 마련해야 한다. 바로 기존 고객에 대한 마케팅이 될 것이다. ‘잡아 놓은 물고기에게는 먹이를 주지 않는다’가 아니라 잡은 물고기일 수록 애지중지 키워야 하는 것이다. 자신의 현재 고객에게 어떻게 접근해야 그 관계를 더욱 길게 가져갈 수 있는지 신중히 고민해야 한다.

호랑이 마케팅이 필요한 경우 4: 신규고객을 개척하고자 할 때

기존고객과의 관계를 유지하는 것이 매우 중요하지만 경험을 해보니 특별한 경우를 제외하고는 3년 이상 관계를 유지하기가 어려웠다. 그러므로 기존고객과의 관계가 2년 정도 지났을 쯤이면 신규 고객을 개척해야 한다. 그러나 호랑이입장에서는 신규고객 개척이라는 것을 거의 운에 맡기는 수 밖에 없다. 내 쪽에서 능동적으로 다가갈 수 있는 방안을 쉽게 찾지 못하기 때문이다. 이 때문에 신규고객 개척을 영업채널에 대부분 의존할 수밖에 없게 된다. 영업채널이 훌륭한 파트너로서 win-win의 역할을 해주면 좋으나 그렇지 못한 경우가 더 많기 때문에 호랑이는 지속적인 성장에 늘 위협을 받는다. 사실 호랑이로서 가장 마케팅이 필요한 경우는 바로 신규고객을 개척하고자 할 때일 것이다. 어디에 나의 value를 필요로 하는 고객이 있고, 그들에게 어떻게 접근할 수 있는지, 이런 것들에 대한 훌륭한 마케팅 방법이 있으면 좋을 것이다.

호랑이 마케팅이 필요한 경우 5: 시장의 흐름과 나의 경쟁 상대가 궁금할 때

나름 호랑이가 되려고 했을 때는 나의 경쟁상대가 될 만한 존재들과의 차별적 우위를 갖추었다고 생각했다. 그러나 문제는 시장에는 경쟁자가 넘쳐 나고 항상 나의 차별성은 모방된다는 것이다. 이렇게 되면 늘 영업채널이 더 큰 협상력을 가지게 되므로 우아한 호랑이로서의 생활을 유지할 수 없다. 늘 시장의 흐름을 알고, 경쟁상대를 분석할 수 있는 좋은 방법이 있었으면 정말 좋겠다고 생각했다.

그래서 항상 바로 마지막 발을 디딘 곳이 계속 불타 들어가는 사다리를 죽기 살기로 기어오르는

만화영화의 한 장면처럼 급박하게 자신을 시장에 넣린 경쟁상대와 차별화시키려고 노력해 왔지만 어디까지가 시장이고 누가 경쟁자인지도 모르는 채 차별화 전략을 세우고 있는 자신을 발견하곤 한다. 정글은 불확실성으로 가득 차 있는데 호랑이 혼자서 모든 것을 계산하고 최적의 차별화 전략을 세우는 것은 너무 어려운 일이다. 늘 시장의 흐름을 알고, 경쟁상대를 분석할 수 있는 좋은 방법이 있었으면 정말 좋겠다고 생각했다.

호랑이 마케팅이 필요한 경우 6 : 적절한 가격을 결정할 때

내가 호랑이를 결정할 수 있었던 많은 배경 중에 가장 중요한 것은 나의 지식과 스킬 즉 필살기가 판매 가능한 가치임을 깨달았기 때문이다. 조직인들은 자신들이 가지고 있는 지식의 수준과 관계 없이 자신들의 시간을 회사에 파는 것이라면 호랑이는 시간 당 계약인 임금이나 봉급이 아닌 수수료나 로열티로 자신의 지식을 판매하고자 한다. 그러나 막상 고객과 수수료를 협상할 때는 자신의 정확한 가치를 계산하거나 그에 대한 증거를 댈 길이 없어 자신의 가치를 능동적으로 결정하지 못할 경우가 많다. 몇 개월을 고생하여 개발한 나의 과정에 대한 가격을 어떻게 매겨야 할 것이며 또 그것을 어떻게 설득시켜야 할 것인가? 중요한 마케팅 이슈라 하지 않을 수 없다.

호랑이 마케팅이 필요한 경우...

3. 기존 고객과의 관계를 유지하고자 할 때
4. 신규고객을 개척하고자 할 때
5. 시장의 흐름과 나의 경쟁 상대가 궁극할 때
6. 적절한 가격을 결정할 때
7. 전문가로서 개인적인 명성(브랜드력)을 쌓고자 할 때

호랑이 마케팅이 필요한 경우 7 : 전문가로서 개인적인 명성(브랜드력)을 쌓고자 할 때

시간이 지나면서 초기에 setting한 Who(고객), What(제공 가치), How(차별화 포인트, 영업채널 등)로는 한계가 있음을 피부로 느끼게 된다. 더구나 작년처럼 경제가 불황으로 접어들면 홀로 사는 호랑이들에게는 치명적이다. 이럴 때, 개인적인 명성 즉, 브랜드력이 너무나 절실해진다. 그러한 브랜드력이 있으면 자신의 value를 창출할 수 있는 많은 기회에 노출될 수 있기 때문이다. 영업채널과의 관계는 독립 초기에 많은 도움이 되지만 영업채널도 자신들만의 경제논리가 있기 때문에 자신에 도움이 되지 않는 이상 호랑이의 개인적 브랜드력을 키우는데 도움을 주지 않는다. 오히려 개인적 브랜드력이 커지면 자신들의 협상력이 떨어지기 때문에 적당한 선을 유지하려고 하기 때문이다. 이런 상황에서 호랑이는 스스로 개인 브랜드력을 키워야 하는데 그것이 참으로 어렵다. 책을 써도 쉽게 출판되지도 않지만 출판이 된다고 다 명성을 얻는 것도 아니며, 전문적인 칼럼을 써도 이를 세상에 알릴 통로가 잘 없다. 개인적으로 블로그나 홈페이지를 만들어 꾸준히 관리해 나가는 경우도 있고 그것으로 성공하는 사례도 가끔 있지만 그 역시 오랜 시간이 투자되어야만 가능하다. 독립전문가의 생활이 지속될 수록 이러한 개인 브랜드력을 높이고자 하는 욕망은 매우 커지게 된다.

이외에도 호랑이의 유형에 따라 마케팅이 필요한 경우는 얼마든지 더 있을 것이다. 그러나 위에서 제시된 일곱 가지의 경우는 비단 필자 개인의 경우만이 아니라 호랑이로 살아가려는 대한민국의 1인 창조기업가들에게 보편적으로 적용되는 경우가 아닐까 싶다. 이러한 경우에 ‘홀로 살이’ 호랑이는 어떤 마케팅 도구를 어떻게 활용할 수 있을 것인가? 우리의 질문은 조금씩 구체화되기 시작했다. 

자기성찰지능, 자기를 보는 마음의 시력

■ 홍승완

제2차 세계대전 중인 1942년 유대인인 신경정신과 의사가 강제 수용소에 수감됐다. 단지 유대인이라는 이유로 느닷없이 떨어진 폭탄 같은 시련이었다. 당시 수용소에서 살아남을 확률은 28명 중에 1명도 되지 않았다. 말 그대로 ‘죽음의 수용소’였다. 그는 부모와 형, 그리고 아내를 수용소에서 잃었다. 그리고 모든 소지품을 압수당했다. 거기에는 그가 ‘정신적 자식’으로 여기며 오랫동안 공들인 첫 책의 원고도 포함됐다.

이제 그에게 남은 건 안경과 신발, 허리띠 그리고 가스실에서 죽은 수감자가 입던 낡은 옷 한 벌이 전부였다. 그는 절망했다. 자기 삶이 궁극적으로 아무 의미가 없는 건 아닌 지 의문에 휩싸였다. 다른 수감자들의 상황도 비참하기는 마찬가지였다. 그래서 수용소에서 자살은 흔한 일이었다. **그러나 그는 자살하지 않았다. ‘내가 왜 살아야 하는가?’ 그는 이 질문의 답을 때로는 본능적으로 어떤 때는 의식적으로 발견해냈다.**

한 번은 수용소에 발진티푸스가 퍼져 대부분의 수감자가 전염 된 적이 있었다. 수감자들에게 아무런 치료도 제공되지 않았기 때문에 몸이 약한 사람들부터 죽어 나가기 시작했다. 그도 발진티푸스를 피할 수 없었다. **하지만 그는 살아남았다. 그를 살려준 것은 약이나 의사가 아니었다. 훗날 그는 당시를 이렇게 회고했다.**

자기성찰지능은 자기를 보는 마음의 시력
끌리는 대로 일기쓰기' 자기성찰지능 계발에 좋아

“몇 시간 동안 나는 마음속으로 글을 썼다. 아우슈비츠 소독실에서 잃어버린 원고를 다시 되살리는 작업을 시작한 것이다. 나는 작은 종이조각에 요점이 되는 단어들을 속기로 적었다.”

그는 첫 책을 다시 쓰며 삶의 의미를 발견하고, 생명의 의지를 다졌다. 시간이 지나면서 그는 삶의 의미, 즉 **자기가 살아야 할 이유와 목표가 강할수록 생존 가능성이 높다**는 점을 깨달았다. 반대로 삶의 의미를 잃어버린 사람은 정신적으로 쇠퇴하고 생명력도 약해졌다.

어느 추운 겨울 날, 그는 발에 생긴 종기로 인해 극심한 통증을 느꼈다. 그런 상태로 수용소에서 작업장으로 이동하는 긴 행렬에 끼어 몇 킬로미터를 걸어야 했다. 절뚝거리는 발과 살을 에는 추위만큼 그의 몸과 정신은 피폐했다. 그는 이 잔인한 상황을 잠시나마 피하기 위해 뭔가 좀 더 나은 생각을 하기 위해 애썼다. 그 순간 마음속에서 작은 기적이 일어났다.

“갑자기 나는 불이 환히 켜진 따뜻하고 쾌적한 강의실의 강단에서 있었다. 내 앞에는 청중들이 폭신한 의자에 앉아서 내 강의를 경청하고 있었다. 나는 강제수용소에서의 심리상태에 대한 강의를 하고 있었던 것이다!”

물론 이런 일은 실체가 아니라 상상이었다. 그런데 바로 이 상상이 그에게 살아야 하는 이유를 제공했다. 그는 자기 존재와 자신의 어려움을 스스로가 주도하는 흥미진진한 정신과학의 연구과제로 전환시켰다. 훗날 그는 이렇게 회고했다.

“그 순간 나를 짓누르던 모든 것들이 객관적으로 변하고, 일정한 거리를 둔 과학적인 관점에서 그것을 보고 설명할 수 있게 되었다. 이런 방법을 통해 나는 어느 정도 내가 처한 상황과 순간의 고통을 이기는 데 성공했고, 그것을 마치 과거에 이미 일어난 일처럼 관찰할 수 있게 되었다.”

그는 1945년 4월 미군에 의해 수용소에서 풀려났다. 그리고 1년 후, 자신이 상상했던 그대로 ‘강제수용소의 심리학’이란 제목으로 강연을 했다. 그는 강연을 시작하며 “당시 머릿속으로 했던 강연을 저는 지금 이 빈 시민대학 실제 강의실에서 처음으로 여러분께 하고자 합니다. 그 강연을 그대로 옮겨놓을 것입니다”라고 말했다. 이 사람이 바로 <죽음의 수용소에서>의 저자이자 ‘의미 치료’라 불리는 로고테라피(Logotherapy)를 창시한 **빅터 프랭클**이다.

프랭클은 **생존 확률이 5%도 안 되는 ‘죽음의 수용소’에서 3년을 버티며 살아남았다.** 이 기적 같은 일은 죽음의 환경에서 삶의 의미를 발견하고 그것에 충실했기에 가능했다. 하버드 대학의 하워드 가드너가 정립한 ‘다중지능(Multiple Intelligence)’ 이론에서는 프랭클과 같은 사람이 가진 능력을 **‘자기성찰지능(Intrapersonal Intelligence)’**이라 부른다. 자기성찰지능은 ‘나는 누구인가?’라는 질문에 대해 스스로 답할 수 있는 능력이다. 즉, **자신의 강점과 약점, 내면의 동기와 욕구, 감정과 의도를 인식하고 조절하고 활용할 수 있는 능력이다.**

자기성찰지능은 자기를 보는 마음의 시력이다. 사람마다 시력이 다르듯이 자기성찰지능의 수준도 다르다. 시력이 좋은 사람이 잘 보는

것처럼 자기성찰지능이 발달한 사람은 스스로를 보다 깊이 느끼고 이해할 수 있다. 다중지능 전문가들은 **자기성찰지능이 개인의 내적 성장과 외적 성취를 좌우한다**고 강조한다. 그렇다면 어떻게 하면 이 지능을 키울 수 있을까?

자기성찰지능을 직접적으로 계발하는 가장 좋은 방법은 일기를 쓰는 것이다. 일기를 쓰면 자연스럽게 자신의 감정과 생각이 드러나는데, 이것을 재료 삼아 자기를 성찰할 수 있다. 일기의 형식은 마음이 끌리는 대로 편하게 쓰는 게 좋다. 멋지게 쓰려고 할 필요도 없다. 누군가에게 보여주기 위해 쓰는 글이 아니다. 즐겨야 한다. 그래야 매일 쓸 수 있다.

혹시 **특정한 형식에 맞춰 쓰고 싶다면 다음과 같은 방법으로 써보자.** 먼저, 오늘 가장 긍정적인 경험(사건, 활동, 감정, 생각 등)과 부정적인 경험을 하나씩 쓴다. 여기에 긍정적이거나 부정적인 건 아니지만 인상적이었던 경험을 추가해도 좋다. 그리고 그것이 왜 자신에게 긍정적이고 부정적인지, 인상적이었는지를 생각하고 기록해보자. **이렇게 일기를 꾸준히 쓰면 내가 어떤 재능과 약점을 가지고 있는지, 언제 기쁘고 언제 슬픈지, 무엇에 감동하고 분노하는지, 나를 움직이는 건 무엇이고 위축되게 하는 건 뭔지, 그리고 타인에 대한 나의 관점도 이해할 수 있다.** 한 마디로 ‘나는 누구인지’ 구체적으로 파악할 수 있다. 그러면 자기가 어떻게 살았고 어떻게 살고 있는지 이해할 수 있고, 앞으로 어떻게 살아야 할지 가닥을 잡을 수 있다. 



시 읽어주는 여자

■ 이은미

축복 하소서 / 박종형

모든 정직한 생산자들을 축복하시되
평생천직으로 알고 농사지어온 밭에서
햇감자를 수확하며 갈긴 손으로 웃음을 가린 채
그 소박한 행복마저 내보이기 수줍어하는
총부에게 축복 하소서.

장님이면서도 병약한 아내를 위해 장작을 패고
자전거를 타고 동니 구멍가게로 달려가 나무탁자에
걸쳐 앉아 살가운 평생 이웃들과 소주잔을 나누면서
그게 자신이 사는 행복이라고 웃으며
동니 품앗이가 줄어들게 걱정이라 하는
냉혹한 삶에게 축복 하소서.

여린 손으로 어린 동생의 밥상을 차려놓고
빨래를 하며 연탄을 갈아도 눈물을 감추고
동생을 다독이며 어서어서 자라 간호사 되겠다고
꿈꾸는 소녀가장을 축복 하소서.



해질무렵.. 몸을 의자 깊숙히 들여놓은 채 나즈막히 읊조리는 시 한편.
목이 따끔거리고 눈가가 젖어듭니다. 참 순하고 착한 시.
하지만 조금은 슬픈풍경에 마음이 덜그럭거리고 덩달아 쓸쓸해지곤 해요.

이 시를 처음 읽던 밤 저는 조금 울었습니다.
마음의 걱정이 초오르던 날, 살포시 내 자신을 내려 놓을 수 있게 되었지요.
마치 바람에 나부끼는 머리칼처럼 그냥그렇게

그대에게도 그런 시가 되면 좋겠어요.
견딜 수 없을 것 같은 날들을 견디게 하고
첫 마음이 희미해져 가는 걸 지켜봐야만 할 때,
날개를 활짝 펴서 꼬옥 끌어 안아 줄 수 있기를...

그래서 우리가 살아갈 날들 동안... 그 술한 파도에도 끝내 침몰하지 않고
따뜻하게 웃을 수 있는 여백을 갖게 된다면... 참 좋겠습니다. 

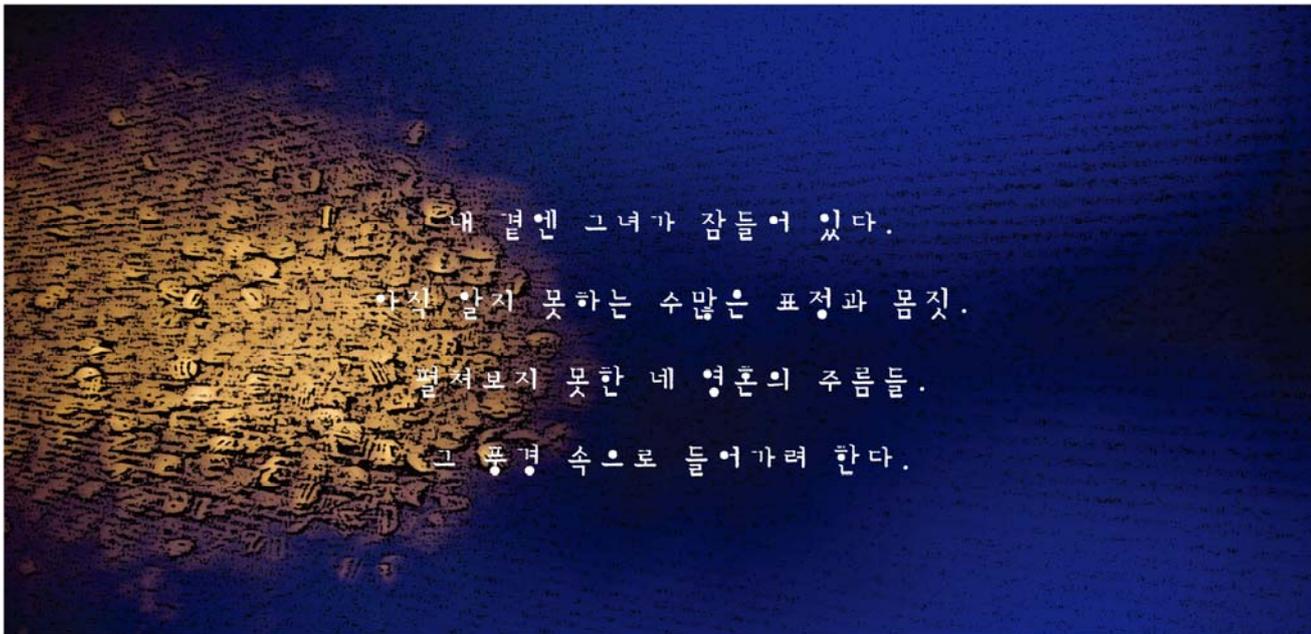
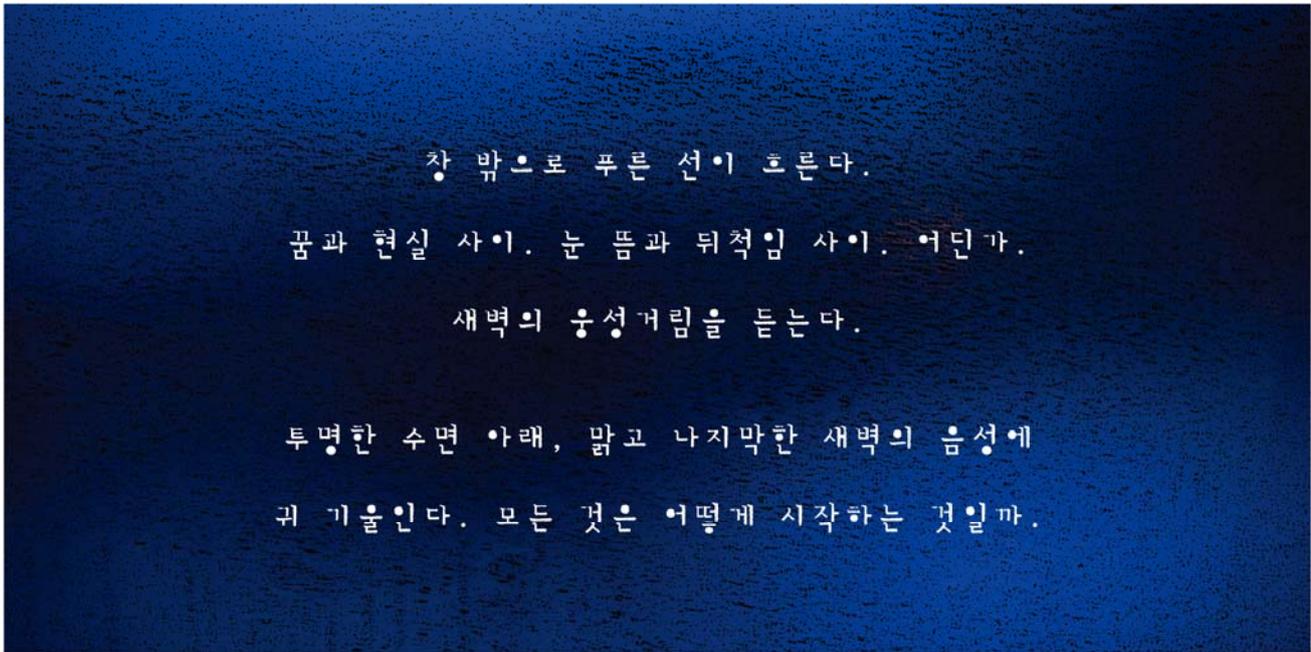
인문학 놀이터

틀과 형식에 얽매이지 않는
자유분방한 인문학 놀이 공간



루린. 너와 나 사이의 풍경

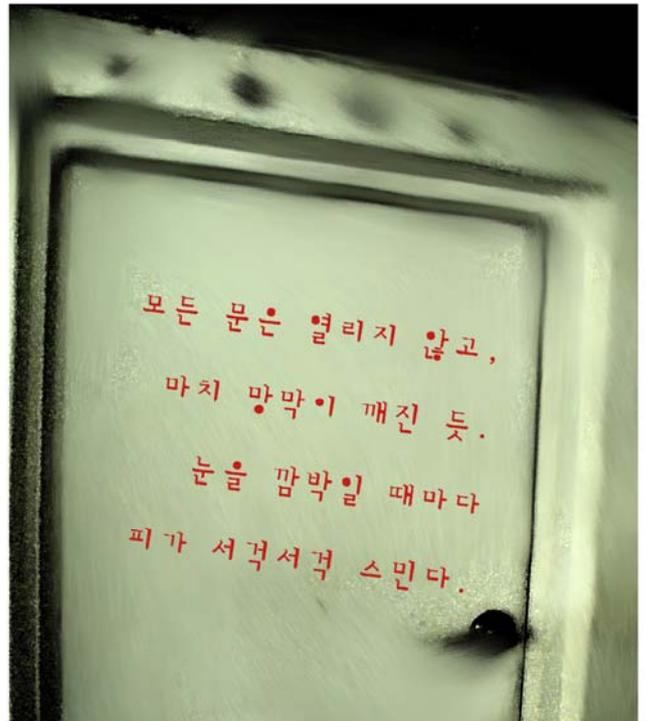
■ 김도윤



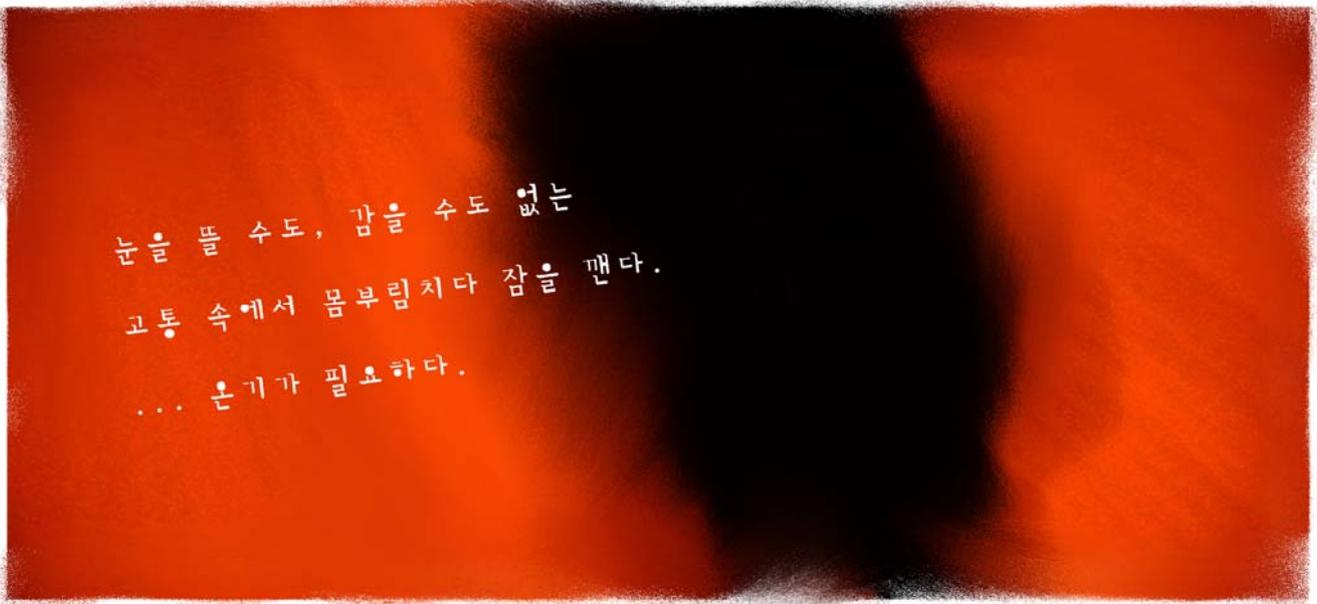
너와 나, 루와 린. 그 사이의 길. 천 개의 눈이 깜박이고. 천 개의 섬이 떠 있는.



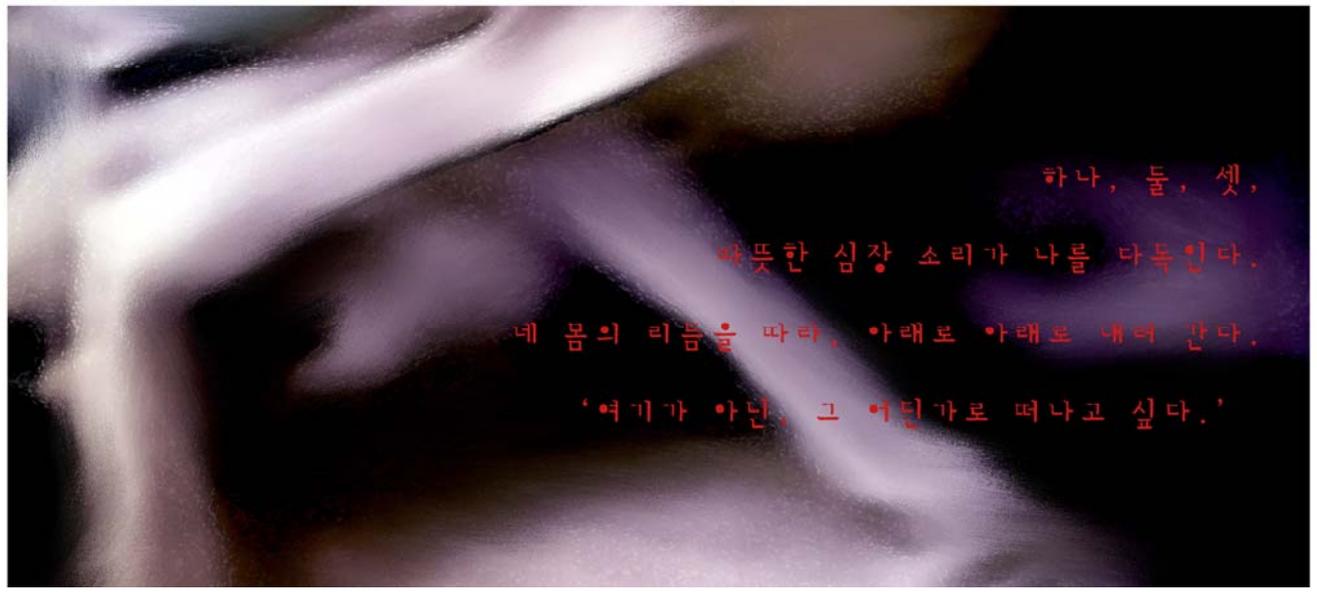
무서운 꿈을 꾸었다.
 늘 같은 공간 속을 헤맨다.
 차가운 그 빛은.



모든 문은 열리지 않고,
 마치 망막이 깨진 듯.
 눈을 깜박일 때마다
 피가 서걱서걱 스민다.



눈을 뜰 수도, 감을 수도 없는
 고통 속에서 몸부림치다 잠을 깬다.
 ... 온기가 필요하다.



하나, 둘, 셋,
 따뜻한 심장 소리가 나를 다독인다.
 네 몸의 리듬을 따라, 아래로 아래로 내려 간다.
 '여기가 아닌, 그 어딘가로 떠나고 싶다.'

Change 2010을 만드는 사람들

필진 : 구본형

홍승완 : 구본형 변화경영연구소 연구원,
경영 콘텐츠 전문가,
저서 : 나의 방식으로 세상을 여는 법, 내 인생의 첫 책쓰기

수희향 : 구본형 변화경영연구소 연구원
외서 번역가
Change2010 & 단군의 후예들 기획자

이건호 : 이건호전략혁신연구소 대표
오픈타이드차이나 전략컨설팅 자문위원
국립진주대 경영학과 겸임교수

이희석 : 구본형 변화경영연구소 연구원
와우스토리연구소 팀장
자기경영전문가

이은미 : 구본형 변화경영연구소 연구원
Change2010 & 단군의 후예들 마케팅
공저 : 회사가 나를 미치게 할 때

김도윤 : 구본형 변화경영연구소 연구원
브랜드 커뮤니케이션 전문가
영감 건축가

기획 : 수희향/ 홍승완

편집 : 창

마케팅 : 이은미

콘텐츠 디자인 : 황승희

표지 디자인 지원 : 정철

온라인 프로그램 지원 : 신종윤

발행 : AL 문화기획