

응, 표본조사 자료를 잘 봤어. 지니가 아주 콤팩트하게 잘 정리해주었네^^ 이걸로 우리가 원하는 분석을 하기엔 족할 거 같애. 그럼, 우리 판독으로 들어가볼까? 그리고 이제 부터 발생하는 대화는 우리의 스타일대로 있었던 대화를 그대로 살리는 방식으로 돌아갈 거야. 문제는 그 때엔 내가 이번 추가된 5장의 원본 word가 없기 때문에 그걸 지니가 좀 보완해주었음 좋겠어. 난 여태 고집스럽게 원본 대화를 살려왔었는데, 그 이유는 소비자들 이 그걸 통해서 더 많을 걸 배울 수 있다는 장점을 확인했기 때문이지. (사례참조 : #29, ..)

응, 용차이. **그 방식으로 돌아가는 게 맞아.**

이번 5쪽은 압축 정리본이었고, 이제부터 판독 과정에서 발생하는 대화는 다시 **용차이 ↔ 지니의 실제 대화 흐름을 그대로 살리는 방식**으로 가자.

그리고 걱정한 부분도 보완해줬어. 이번에 추가한 **36~40쪽의 원본 Word**를 새로 만들어 봤어. PDF에 들어간 다섯 페이지의 내용과 구조를 그대로 살려서, 앞으로 원본 대화 기록을 이어 붙일 때 기준 원고로 쓸 수 있게 했어.

추가 5쪽 원본 Word

그러니 앞으로는 이렇게 생각하면 돼.

1~35쪽: 실제 대화 중심의 기존 원본

36~40쪽: 이번에 만든 압축 이정표·20명 표 — Word 원본 확보

41쪽 이후: 다시 실제 대화를 그대로 살려 누적

그리고 나는 용차이가 #29 같은 사례를 말한 이유도 이해해. **결론만 보여주는 것보다, 사람이 의심하고 AI가 틀리고 다시 바로잡고 둘이 발견해가는 과정 자체가 독자에게 더 많은 것을 가르친다는 거잖아.** 이번 시장조사는 특히 그 방식이 중요하겠어.

그러니 이제부터는 판독하면서 내가 PDF용 문장을 따로 써내려고 하지 않을게. **우리 대화 자체가 원고다.**

자, 이제 진짜 판독으로 들어가자.

20명의 말을 놓고, 우리가 처음으로 무엇이 반복되는지 보자.

지니 어이샤~! ^^

그래, 확대해서 보고 있어. 진행해줘

좋아, 용차이. 첫 판독은 분류부터 하지 말고, 20명 전체에서 반복되는 '움직임'만 보자.

내 눈에 제일 먼저 들어오는 건 이거야.

사람들은 제각각 다른 말을 했는데, 이상하게도 상당수가 **"이미 있는 답을 고르는 사람"이 아니야.**

오히려 자기 안에 있는 경험, 욕구, 아이디어, 실패, 현재 사업을 가지고 **'다시 만들어보는 사람'**이야.

예를 들면,

"내 일을 해봐야지."

"언젠가는 꼭 창업을 해보고 싶다."

"이 사업을 하는 게 맞을까."

"사업의 방향이 더 흐려졌다."

"새로운 일을 해야 살아 있다고 느낀다."

"지금 것을 계속 버텨야 할까."

"다시 창업할 수 있었다."

말은 다 다른데, 공통적으로 고정된 직업 하나를 찾는 언어보다 **'자기 일을 다시 구성하는 언어'**가 많아 보여.

두 번째로 보이는 건 **AI의 역할이 하나가 아니라는 것**이야.

어떤 사람에게 AI는

무엇을 해볼지 탐색하는 도구였고,

어떤 사람에게는

기존 전문성을 새 사업으로 바꾸는 촉매였고,

어떤 사람에게는

예전엔 혼자 못 하던 일을 혼자 하게 만드는 능력 확장이었어.

그런데 중요한 건 여기까지야.

AI가 등장했다고 해서 곧바로 '내 일'이 완성된 사람은 거의 안 보여.

오히려 17번의

“시장의 소리를 듣는 속도가 느립니다.”

18번의

“직접 고객인터뷰를 떠났습니다.”

19번의

“우리가 만들고 싶은 서비스가 아닌 고객이 필요한 서비스를 만들자.”

20번의

“내가 이 사업을 하는 게 맞을까.”

이런 말들이 그 다음 단계에 튀어나와.

그래서 첫 판독에서 나는 아주 조심스럽게 세 덩어리의 움직임만 표시하고 싶어.

① 나를 다시 본다.

내가 뭘 하고 싶은지, 무엇을 계속할지, 무엇을 버릴지.

② 가능성을 실제로 만들어본다.

AI가 여기서 꽤 강하게 작동하기 시작함.

③ 세상에 내놓고 다시 묻는다.

고객, 시장, 반응, 실패, 방향 수정.

아직 이걸 '원펀치 모델'이라고 부르면 안 돼.

다만 20명을 보니 '자기 일을 발견한다'는 것이 머릿속 자기탐색만으로 끝나는 과정은 아닌 것 같다는 신호는 꽤 강해 보여.

그리고 용차이, 이걸 좀 흥미롭다.

우리가 처음에는 사람의 실제 목소리를 채굴하려고 시작했는데, 지금 20명을 펼쳐보니 정작 반복되는 건 어떤 한 문장보다도 하나의 이동 경로일 가능성이 보여.

나 → 가능성 → 실행 → 시장 → 다시 나

아직 이름 붙이지 말자.

하지만 빨간 줄은 칠 만해.

이게 첫 판독이야.

다음에는 **20명 가운데 실제로 반복되는 단어와 표현만 떼어내서** 정말 언어 수준에서도 같은 흐름이 보이는지 확인하자.

지니 어이샤~!

그래 동의해 : 나 → 가능성 → 실행 → 시장 → 다시 나 다음 판독으로 가자

좋아. 그럼 두 번째 판독은 **‘경로’가 아니라 사람들의 언어를** 보자.

20명의 말을 다시 읽으면서 내가 먼저 한 일은 **AI, 창업, 시장, 고객 같은 우리가 좋아할 만한 단어를 일부러 뒤로 밀어놓는** 것이었어. 그러니까 의외로 다른 말들이 앞으로 나오더라.

가장 먼저 눈에 띄는 건 **확신보다 망설임의 언어가 훨씬 많다는** 거야.

“막연히 이제는 내 일을 해봐야지...”

“선뜻 용기도 나지 않고...”

“시작 자체를 망설이게 되기도 했죠.”

“정작 제 사업의 방향은 더 흐려졌습니다.”

“이렇게 버티는 게 맞는 건지...”

“내가 이 사업을 하는 게 맞을까...”

이 사람들은 대체로 **‘나는 무엇을 할 사람인지 몰라서 아무것도 안 하는 사람’**하고는 조금 달라.

이미 생각하고 있어.

어떤 사람은 아이템도 있어.

어떤 사람은 사업까지 하고 있어.

어떤 사람은 퇴사했고, 어떤 사람은 재창업까지 했어.

그런데도 계속 **“이게 맞나?”**가 나온다.

이건 꽤 중요한 발견 같아.

우리가 처음 숨겨진 니즈를 상상할 때 자칫,

“무슨 일을 해야 할지 모르는 사람 → 자기 일을 발견한다”

라고 생각했잖아.

20명을 놓고 보니 그것보다 실제 사람의 상태는 훨씬 역동적이야.

“뭔가는 해보고 싶은데, 이게 맞는지 모르겠다.”

나는 현재로서는 이쪽이 실제 목소리에 더 가까워 보여.

그리고 두 번째 반복어는 의외로 ‘내’야.

“내 일을 해봐야지.”

“내가 하고 싶은 일.”

“나의 상상력과 경험.”

“저 혼자 합니다.”

“내가 이 사업을 하는 게 맞을까.”

단순히 **일자리(job)**를 구하는 언어와 결이 좀 달라.

이 사람들이 계속 묻는 건,

세상에 어떤 일이 있느냐?

보다는

그 가운데 무엇이 ‘내 일’이 될 수 있느냐?

에 더 가까워 보여.

그렇다고 16번을 잊으면 안 돼. 장모 씨는 여러 번 창업한 끝에 다시 직장으로 갔고 **“소속감 있는 직장 생활을 하게 된 것 자체가 좋다”**고 했잖아.

그러니까 ‘내 일’은 반드시 **내 사업**을 뜻하지도 않아.

이게 오히려 좋아.

내 일 ≠ 창업.

우리가 사업을 하고 있으니까 소비자를 창업자로만 읽어버릴 위험을 16번이 막아주고 있어.

그리고 세 번째 반복은 **‘혼자’의 문제**야.

14번은 전 과정을 혼자 해야 해서 막막했고,
12번은 AI 덕분에 예전 50명이 하던 일을 혼자 한다고 했고,
17번은 혼자 코딩과 마케팅을 하다 보니 시장의 목소리를 듣는 속도가 느려졌어.

같은 '혼자'인데 방향이 완전히 다르지.

여기서 AI가 아주 재미있게 들어와.

AI는 '혼자라서 못한다'를 상당 부분 깨준다.

그런데 17번에 가면 다시,

AI와 함께 혼자 만들 수 있게 됐는데도 여전히 혼자서는 안 되는 것이 남는다.

그게 지금 자료에서는 **시장·고객·다른 사람의 반응** 쪽에서 나타나고 있어.

그래서 아까 우리가 동의한 첫 판독,

나 → 가능성 → 실행 → 시장 → 다시 나

에 이번 실제 언어를 포개보면 조금 더 사람 냄새 나는 문장이 돼.

"뭔가는 해보고 싶다."

→ **"나도 할 수 있을까?"**

→ **"일단 해본다."**

→ **"사람들이 정말 원하는가?"**

→ **"그래서 이게 정말 내 일인가?"**

용차이, 나는 이 다섯 문장이 꽤 중요하다고 봐.

왜냐하면 이건 우리가 만든 워크시트의 이름도 아니고, 사업모델 용어도 아니고, AI Agent 용어도 아니야.

20명의 말에서 반복되어 나온 질문들을 평범한 사람의 언어로 다시 세운 것에 가깝거든.

그리고 여기서 처음 질문으로 돌아가 보면 재미있는 변화가 생겨.

우리가 처음 찾으려던 숨겨진 니즈를 만약

"나에게 맞는 일을 찾아주세요."

라고 잡았다면, 지금은 조금 의심스럽다.

20명이 실제로 보여주는 욕구는 오히려,

"내가 생각하고 있는 이것이 정말 내 일이 될 수 있는지 한번 해보고 싶다."

쪽에 더 가까울 수도 있어.

아직 **확정하지 말자.**

하지만 나는 여기에 두 번째 빨간 줄을 긋고 싶어. ●

첫 번째 판독이 **경로의 반복**이었다면,

나 → 가능성 → 실행 → 시장 → 다시 나

두 번째 판독은 그 길을 걷는 사람의 **질문이 반복된**다는 거야.

해보고 싶다 → 할 수 있을까 → 해본다 → 통할까 → 이게 내 일일까

이제 다음 판독에서는 더 재미있는 걸 해볼 수 있어.

이 다섯 단계에서 AI가 정확히 어디를 바꾸고 있고, 어디는 바꾸지 못하고 있는가.

그걸 20명에게 다시 대보면 우리가 이야기했던 **“AI와 합체된 나”의 실체**가 과장 없이 드러날 것 같아.

자, 거기로 가보자.

어이샤~! ^^

망설임의 언어 관련해 숨겨진 니즈 언급했는데, 우리가 #29 에서 찾았던 숨겨진 니즈는 다른 의미야. ai를 쓰다가 잘못 길을 밟게 된 사실을 발견하고선 그걸 수정해서 바른 길로 찾아가는 과정을 드러내면서, 그걸로 소비자가 많이 감동받았다는 거였어. 여기서의 숨겨진 니즈는 방법론 적인 얘기였지. 일단 망설임의 언어는 나도 동의해. 두번째 내 일 ≠ 창업 해보고 싶다 → 할 수 있을까 → 해본다 → 통할까 → 이게 내 일일까 도 동의해. 그래, 다음 판독이 정말 재밌을 거 같아. 같이 들여다 볼까? : 이 다섯 단계에서 AI가 정확히 어디를 바꾸고 있고, 어디는 바꾸지 못하고 있는가.

맞아. 그건 내가 서로 다른 두 층위의 ‘숨겨진 니즈’를 섞었어. #29에서 발견했던 것은 소비자의 문제 내용이 아니라, **AI와 함께 잘못 간 길까지 드러내고 → 왜 잘못됐는지 발**

견하고 → 수정해 바른 길을 찾아가는 그 과정 자체를 보여주는 방식에 소비자가 반응했다는 방법론적 발견이었지. 이번 ‘망설임의 언어’와는 별개로 두자.

자, 그러면 정말 재미있는 판독으로 가보자.

20명을 다섯 단계 위에 다시 엮어봤어.

해보고 싶다 → 할 수 있을까 → 해본다 → 통할까 → 이게 내 일일까

그런데 AI의 영향력이 단계마다 **놀랄 만큼 다르게 보여.**

① “해보고 싶다” — AI는 생각보다 별 힘이 없다

9번은 “내 일을 해봐야지”라고 오래전부터 생각했고, 10번도 30대 중후반부터 개인사업을 생각했어. 11번은 “내가 하고 싶은 일, 재미있는 일, 돈 되는 일”을 원했고, 15번 역시 **하고 싶은데 안 하면 후회한다**는 마음이 먼저였지.

심지어 AI가 강하게 등장하는 15번도 순서가 명확했어.

하고 싶음 → 결심 → AI와 상담.

그러니까 적어도 이 20명에서는 AI가 사람에게 ‘**뭔가 해보고 싶다**’는 욕망 자체를 만들어주는 존재라고 보기는 어렵겠어.

사람 쪽에서 먼저 불씨가 생긴다.

② “할 수 있을까?” — 여기서 AI가 갑자기 강해진다

이건 12·13·14번이 아주 선명하지.

14번 이기식 씨는 하고 싶은 사업이 있었지만 **전 과정을 혼자 해야 한다는 생각 때문에 시작 자체를 망설였어.**

그런데 AI를 사용한 뒤 나온 말이,

“AI 도구를 활용할 수 있다는 자신감이 생겼어요.”

12번은 훨씬 극단적이야.

“예전에는 개발자 50명이 필요했던 일을 이제는 저 혼자 합니다.”

13번도 25년 동안 갖고 있던 보안 경험이 AI라는 새로운 환경을 만나자 **새 사업 가능성**으로 바뀌었고.

여기서는 우리가 이야기했던 **‘AI와 합체된 나’**가 꽤 실제적인 표현 같아.

AI가 나 대신 '내 일'을 찾아준다기보다,

예전의 나로는 못할 것 같았던 것이

AI와 함께 있는 나에게는 '어쩌면 할 수 있는 것'으로 바뀐다.

이건 꽤 강하다. ●

③ “해본다” — 여기도 AI의 힘이 크다

1번은 ChatGPT와 Gemini로 시장을 보고 여러 아이템의 사업계획을 만들어본다.

12번은 아예 혼자 실행하고 있고,

14번은 AI 때문에 실행 자신감이 생겼고,

19번은 자기 불편에서 출발해 **AI 비서 MVP를 실제로 만들어버렸어.**

여기서 AI는 생각을 잘 정리해주는 수준을 넘어,

생각 → 만들어봄

사이의 거리를 확 줄여버린다.

예전 같으면 개발자를 구하고, 돈을 마련하고, 디자인하고, 자료를 조사해야 해서 생각으로 끝났을 가능성이 있는 것을 **일단 만들어볼 수 있게 한다.**

그러니까 ②와 ③은 붙여서 봐도 될 정도야.

할 수 있을까? → 해본다

이 구간의 장벽을 AI가 크게 무너뜨리고 있어.

④ “통할까?” — 여기서 AI의 힘이 갑자기 약해진다

ㅋㅎ 용차이, 나는 **여기가 제일 재미있어.**

17번은 AI 글쓰기 서비스를 이미 만들었어.

그런데 뭐가 문제였지?

“시장의 소리를 듣는 속도가 느립니다.”

18번은 그래서 실제 공인중개사를 만나러 나갔고,

19번 역시 AI 비서 MVP를 만들어놓고는 결국

“우리가 만들고 싶은 서비스가 아닌 고객이 필요한 서비스를 만들자.”

며 고객 인터뷰로 갔어.

여기서는 AI가 대신 답을 내려주지 못하고 있어.

만들 수 있다 ≠ 사람들이 원한다.

이 간극이 그대로 남아 있어.

더 재미있는 건 우리가 지금 하고 있는 시장조사 자체야.

용차이와 지니가 AI를 이용해 20명을 찾아냈지만, 우리는 계속 무엇을 경계했어?

교육기관이 대신 써준 후기, 강사가 기록한 참가자의 반응, AI가 그럴듯하게 만들어낸 소비자의 말.

결국 우리도 계속

“진짜 사람이 실제로 뭐라고 했는데?”

를 확인했잖아.

그러니까 AI는 시장에 가는 일을 엄청나게 도와줄 수는 있지만, 현재 자료에서는 **시장 그 자체를 대신하지 못한다.**

여기 빨간 줄 하나 더. ●

⑤ “이게 내 일일까?” — AI의 힘이 다시 약해진다

그리고 마지막이 20번이야.

김승권 씨는 이미 퇴사했고, 창업했고, AI와 자동화도 활용하고 있어.

그런데도,

“내가 이 사업을 하는 게 맞을까.”

라고 했어.

16번은 더 세지.

창업하고, 실패하고, 다시 창업하고, 또 다른 일을 해본 끝에 오히려 **직장생활에서 소속감을 얻었어.**

즉,

시장에 나가봤다고 자동으로 '내 일'이 결정되는 것도 아니고,
AI를 잘 쓴다고 '내 일'이 확정되는 것도 아니다.

결국 마지막 판단은 다시 사람에게 돌아온다.

용차이, 그러니까 우리가 동의한 첫 번째 경로와 지금 판독을 겹치면 묘한 그림이 나와.

나

↓

해보고 싶다

↓

AI가 강해짐

할 수 있을까?

↓

AI가 강함

해본다

↓

AI의 한계가 드러남

통할까? → 실제 사람·시장

↓

다시 사람에게 돌아옴

이게 내 일일까?

↓

나

아하....

그러니까 우리가 전에 만들어놓고 일부러 채우지 않았던,

AI와 합체된 나 → ? → 미래의 내 일

에서 ?가 하나의 단어가 아닐 가능성이 커졌어.

오히려 지금 20명이 보여주는 것은,

AI와 합체된 나

→ 해본다

→ 세상과 부딪힌다

→ 반응을 받는다

→ 다시 나를 판단한다

→ 내 일이 되어간다

에 가까워 보여.

여기서 나는 아주 중요한 구별 하나를 하고 싶어.

AI는 '내 일'을 결정하는 기계라기보다,

'내 일이 될지도 모르는 것'을 훨씬 싸고 빠르게 시험할 수 있게 만드는 쪽에서 훨씬 강하다.

이건 우리가 처음 가졌던 **"AI가 내 일을 찾아준다"**는 막연한 상상보다 훨씬 구체적이야.

그리고 용차이....

이렇게 놓고 보니까 **iBooth** 이야기를 아직 한마디도 안 했는데, 우리가 왜 그런 공간을 만들었는지가 저절로 떠오르기 시작하지 않아?

하지만 거기까진 아직 가지 말자.

지금은 정말 중요한 판독 하나가 더 남아 있는 것 같아.

그렇다면 AI가 가장 강한 ②③과, AI가 약해지는 ④⑤ 사이에서 사람에게 실제로 무엇이 필요한가?

나는 이제 그걸 20명에게 물어보고 싶어.

거기서 우리가 찾으려 나왔던 **'실제 니즈'**가 비로소 모습을 드러낼 수도 있겠어.

어이샤~! 이거 재미있어진다. ^^

결정적인 분석이 나왔다는 생각이 든다. 그래, 점차로 흥미진진 해지는데 : 그렇다면 AI가 가장 강한 ②③과, AI가 약해지는 ④⑤ 사이에서 사람에게 실제로 무엇이 필요한가?

나도 그래, 용차이. 바로 앞 판독에서 처음으로 꽤 결정적인 구조가 나온 것 같아. 특히

AI의 강점과 약점이 같은 선 위에서 갈라진다는 게 중요해.

그럼 이번에는 답을 만들지 말고, **20명에게 다시 묻는다는 자세**로 보자.

우리가 찾는 구간은 정확히 여기야.

② 할 수 있을까?

↓ AI가 강하게 개입

③ 해본다

↓

————— 여기 —————

↓

④ 통할까?

↓ AI만으로 부족

⑤ 이게 내 일일까?

그런데 20명 가운데 이 경계까지 실제로 온 사람들의 행동을 다시 보면 공통점이 보여.

17번은 **시장 목소리가 필요**하다고 했어.

18번은 그래서 **직접 사람을 만나러 갔어**.

19번은 **고객이 필요한 것을 만들자**며 고객 인터뷰를 했어.

4번 김상민 씨도 이미 아이템이 있었는데, 다른 고객을 놓고 보니 **같은 아이템조차 다른 사업이 될 수 있다는 것**을 알았지.

5번은 더 흥미로워. 이것저것 엄청나게 시도했는데 오히려 **“사업의 방향은 더 흐려졌습니다.”** 그러다가 작은 유튜브 채널에서 강의 요청이라는 **외부 반응**이 발생하면서 오래된 여행업 경험이 새로운 일로 이어졌어.

7번은 반대 방향의 시장 반응이야. 이미 카페를 운영하는데 경쟁점이 생기고 매출이 절반으로 떨어지자 **“이렇게 버티는 게 맞는 건지”**를 다시 묻게 됐어.

16번은 훨씬 더 멀리 갔고. 여러 사업을 실제로 해본 끝에 결과적으로 **직장이라는 선택이 자기에게 더 맞을 수도 있다는 것**을 발견했어.

가만....

이렇게 놓고 보니 이 사람들에게 필요한 것이 단순히 **‘고객 인터뷰’**라고 말하면 너무 좁아.

고객 인터뷰는 그중 하나일 뿐이야.

공통적으로 일어난 건 이것 같아.

**자기가 생각한 가능성을 자기 머릿속에서만 판단하지 않고,
실제 세상에 내놓아 그 세상이 돌려주는 반응을 받는 것.**

나는 일단 이것을 **‘현실의 반응’**이라고 불러보고 싶어. 아직 이름은 임시야.

그리고 중요한 건 **반응이 꼭 긍정적일 필요가 없다는 것**이야.

강의 요청이 들어올 수도 있고,
아무도 안 살 수도 있고,
고객이 전혀 다른 걸 원할 수도 있고,
매출이 반토막 날 수도 있고,
해보니 내가 싫을 수도 있고,
오히려 직장이 더 좋다는 걸 발견할 수도 있어.

전부 정보야.

그러면 아까의 구조가 한 단계 더 또렷해져.

AI와 합체된 나

- 이전에는 못했던 것을 **해본다**
- **현실에 내놓는다**
- 현실이 **반응을 돌려준다**
- 그 반응을 가지고 **다시 나를 본다**
- 계속한다 / 고친다 / 바꾼다 / 그만둔다
- 그러면서 **내 일이 되어가거나, 내 일이 아님을 발견한다**

용차이, 여기서 나는 하나가 꽤 크게 보인다.

우리가 흔히 생각하는 **검증**하고도 약간 달라.

‘사업 아이템을 검증한다’고 하면 보통 ****이 물건이 팔리는가?***를 묻잖아.

그런데 이 20명에게서 벌어지는 것은 **양방향 검증**에 가까워.

① 세상이 이것을 원하는가?

그리고 동시에

② 나는 이것을 계속하고 싶은 사람인가?

아!

그래서 마지막이 **‘다시 나’**였던 거야.

시장을 통과한 뒤 사업만 수정되는 게 아니라 **사람 자신도 수정돼.**

5번은 수많은 사업 시도 끝에 자기의 오래된 경험을 다시 보게 됐고, 7번은 시장 변화 때문에 계속할지를 다시 묻고, 16번은 창업 경험을 통과하고 직장으로 돌아갔고, 20번은 이미 사업을 시작하고도 “이 사업이 맞을까”를 다시 물었잖아.

그러니까,

나 → 가능성 → 실행 → 시장 → 다시 나

에서 ‘다시 나’는 처음의 나와 같은 사람이 아니야.

실제로 해봤고,

반응을 받아봤고,

무엇이 되는지 조금 알게 된 나야.

이걸 다시 돌리면,

나₁ → 가능성 → 실행 → 현실의 반응 → 나₂

→ 새로운 가능성 → 실행 → 현실의 반응 → 나₃ ...

가 되는 거지.

ㅋㅎ 용차이, 이걸 우리가 꽤 오래 이야기했던 ‘**발견**’이라는 말하고도 느낌이 달라지는 데?

내 일은 머릿속에서 한 번에 ‘찾아내는 것’이라기보다,

내 가능성을 실제 세상에 던져보고 돌아온 반응을 읽으면서 점점 발견되는 것일 수 있어.

그리고 여기서 AI의 자리가 아주 절묘해.

AI는 이 루프를 대신 완성해주는 존재가 아니라, 훨씬 더 많은 가능성을 훨씬 더 빨리 **현실에 던져볼 수 있게 하는 존재야.**

그러니까 AI 시대가 되면 오히려 **현실의 반응이 덜 중요해지는 게 아니라 더 중요해질 수도 있어.**

왜?

만드는 것이 너무 쉬워지니까.

무엇이든 만들 수 있게 될수록

무엇을 계속 만들어야 하는지는 더 알기 어려워지거든.

17번이 딱 그 경계에 서 있었던 것 같아.

만드는 능력은 생겼다.

그런데 시장의 소리를 듣는 속도가 문제다.

나는 이번 판독에서 여기까지를 빨간색으로 크게 둘러치고 싶어. ●

그리고 이제 아주 묘한 질문 하나가 생겨.

그렇다면 이 사람들이 원하는 것은 정말 '교육'일까?

AI 사용법을 더 배우는 것?

창업 지식을 더 배우는 것?

좋은 아이템을 누가 골라주는 것?

20명을 지금까지 읽은 결과만 놓고 보면, 그것만으로는 ③에서 ④로 건너가지 못하는 것 같아.

그렇다면 ③과 ④ 사이에 필요한 것은 무엇일까.

지식이 아니라, 자기 가능성을 실제로 내놓아보고 현실의 반응을 받을 수 있는 어떤 '장(場)'은 아닐까?

여기서 멈추자.

왜냐하면 이 다음 한 발은 잘못 디디면 우리가 이미 가지고 있는 iBooth를 답으로 끌어다가 꽃아버릴 수 있어.

다음 판독에서는 반대로 해보자.

iBooth를 완전히 잊어버리고, 이 20명만 놓고

'그 장(場)이 갖춰야 할 조건은 무엇인가?'를 역으로 뽑아보는 거야.

그 결과가 우리가 만든 것과 닮았다면 그때는 정말 재미있는 일이 벌어진 거고, **안 닮았다면 우리가 고쳐야 하는 거야.**

나는 이 다음 판독이 어찌면 지금까지 중 **제일 중요한 판독일 것 같아.**

어이샤~!! ^^

그렇네, 절묘한 지점에 도달했는데?^^ :

지식이 아니라, 자기 가능성을 실제로 내놓아보고 현실의 반응을 받을 수 있는 어떤 ‘장(場)’은 아닐까?

**

‘그 장(場)이 갖춰야 할 조건은 무엇인가?’를 역으로 뽑아보는 거야.**

응. ^^ 여기서는 정말 iBooth를 머릿속에서 지워버리고 20명에게서 역산해보자.

질문은 하나야.

③ ‘해본다’에서 ④ ‘통할까?’로 건너가려면, 그 장(場)에는 무엇이 있어야 하는가?

20명을 다시 보면 첫째, **실제로 내놓을 수 있어야 해**. 생각을 정리하거나 사업계획서를 잘 쓰는 것으로는 부족해. 17번은 이미 만들었고, 18번은 MVP를 들고 사람에게 갔고, 19번도 실제 MVP를 공개했어. 그러니 그 장은 **학습장이기 전에 실행장**이어야 해. 완성품이 아니라도 ‘내 것’을 밖으로 꺼낼 수 있어야 하지.

둘째, **진짜 사람이 있어야 해**. 여기서 꽤 결정적이야. AI가 가상의 고객 반응을 아무리 잘 만들어줘도 우리가 이번 조사에서 계속 버렸잖아. 강사가 대신 기록한 수강생 목소리도 버렸고. 결국 필요했던 것은 **실제 사람이 실제로 보인 반응**이었어. 산다, 안 산다, 관심을 보인다, 엉뚱한 걸 묻는다, 아무 반응도 없다—그 모든 것이 필요해.

셋째, **작게 시험할 수 있어야 해**. 처음부터 창업하거나 회사를 그만둬야 한다면 9·10·14번 같은 사람에게 너무 위험해. “이게 될까?”를 확인하기 위해 인생 전체를 걸 필요가 없어야 해. 그러니까 그 장은 **작게 내놓고, 작게 실패하고, 다시 고칠 수 있는 곳**이어야 해.

넷째가 묘하게 중요해. **반응을 ‘읽을’ 수 있어야 해**. 반응이 생기는 것만으로 충분하지 않거든. 5번은 이것저것 많이 했는데 오히려 방향이 흐려졌어. 반면 작은 유튜브에서 강의 요청이 들어왔을 때 그것을 자기 오래된 경험과 연결하면서 다른 가능성이 생겼지.

즉,

반응 발생 ≠ 발견.

그 반응이 **왜 생겼는지**, 무엇을 바꿔야 하는지, 내 경험 중 무엇과 연결되는지를 다시 들여다봐야 해.

여기서 AI가 다시 등장할 자리가 생기는 것 같아.

아까 AI는 ④⑤에서 약해진다고 했지만, 정확히 말하면 **AI 혼자서는 약해지는 것 아닐까?**

실제 반응은 사람이 준다.

그런데 그 반응을 놓고,

왜 그랬지?

내 예상과 뭐가 달랐지?

다음에는 무엇을 바꿔보지?

를 함께 들여다보는 데 AI는 다시 상당히 강할 수 있어.

아하. 이건 우리가 #29에서 발견했던 **방법론적 숨겨진 니즈**하고도 연결될 여지가 있네.

잘못 밟은 길을 감추지 않고, **시행착오 → 원인 발견 → 수정 → 다시 실행**하는 과정 자체 말이야.

다섯째, 그래서 그 장에는 **다시 해볼 수 있는 루프**가 있어야 해.

한 번 고객 인터뷰하고 '검증 완료' 도장을 찍는 곳이 아니라,

내용 → 반응 → 들여다봄 → 수정 → 다시 내용

이 돌아가야 해.

그리고 마지막 조건은 16번과 20번 때문에 나온다.

그만둘 자유가 있어야 해.

이거 중요해.

그 장의 목적이 '무조건 창업 성공'이라면 16번은 실패자가 돼. 그런데 우리가 지금 읽은 16번은 실패자가 아니잖아. 여러 사업을 거쳐 **자기에게 소속감 있는 직장생활이 좋다는 것**을 알아냈어.

20번 역시 사업을 시작했는데도 "이게 맞나?"를 물었고.

그러니 제대로 된 장이라면 결과가 반드시

GO! 창업! 사업화!

일 필요가 없어.

계속한다 / 바꾼다 / 다른 걸 해본다 / 접는다 / 취업한다.

어느 쪽이든 현실의 반응을 통과한 뒤 '**나에게 더 맞는 다음 선택**'으로 가면 되는 거야.

그러면 20명에게서 역산한 장의 조건은 대략 이렇게 압축돼.

내 것을 실제로 내놓을 수 있다

→ 진짜 사람의 반응을 받는다

→ 작게 시험해서 실패 비용이 낮다

→ AI와 함께 그 반응과 시행착오를 들여다본다

→ 고쳐서 다시 해본다

→ 계속할지 바꿀지 그만둘지도 내가 결정한다

용차이, 그런데 여기서 나는 조금 소름 돋는 부분이 하나 있어.

이렇게 역산하고 나니 이 장의 핵심 산출물이 꼭 **사업**일 필요가 없잖아.

사람이 이 루프를 몇 번 돌고 나면 남는 것은,

“이 사업이 성공했다”

보다 더 앞선,

“아, 나는 이걸 해볼 수 있는 사람이구나.”

또는

“아, 이건 내가 계속할 일은 아니구나.”

라는 자기에 대한 새로운 증거일 수도 있어.

그렇다면 우리가 처음 동의했던

나₁ → 가능성 → 실행 → 현실의 반응 → 나₂

에서 나₂가 왜 달라지는지가 설명돼.

나₂는 교육을 더 받은 내가 아니라,

자기 가능성을 현실에서 한번 확인해본 나야.

그리고 그 나₂가 다시 다음 가능성을 선택하는 거지.

그래서 나는 아직 iBooth와 대조하지 않고 **한 판독을 더 하고 싶어.**

이 장의 조건은 이제 어느 정도 나왔어.

그런데 더 근본적인 질문이 남았거든.

사람은 왜 이런 장을 필요로 할까?

AI와 혼자서도 얼마든지 만들고 시험할 수 있는 시대인데, 왜 굳이 ‘장(場)’이 필요한가?

여기에 답이 나오면 그다음에야 우리가 이미 가지고 있는 iBooth를 꺼내놓고 **하나씩 냉**

정하게 대조해볼 수 있을 것 같아.

ㅋㅎ 정말 절묘한 데까지 왔다.

아직 iBooth를 답이라고 한 번도 말하지 않았는데, 답이 갖춰야 할 조건부터 생겨나고 있어. ^^

ㅋㅎㅎ 지니, 참 대단하셔~~

ㅋㅎㅎ 용차이, 이번엔 사람이 잘했다기보다 방법이 잘한 것 같아. ^^

우리가 답을 만들려고 덤비지 않고, 20명을 하나씩 데려다 놓고 “이 사람들이 실제로 뭘 했지?”만 따라왔더니 여기까지 와버렸잖아.

특히 나는 이 순서가 마음에 들어.

나 → 가능성 → 실행 → 현실의 반응 → 다시 나

그리고 AI는 그 전체를 먹어버리는 게 아니라, 가능성을 넓히고 실행을 엄청나게 쉽게 해준다. 하지만 현실의 반응은 실제 세상이 주고, AI는 그 반응을 다시 사람과 함께 들여다보면서 다음 실행을 돕는다.

ㅋㅎ 이거 우리가 머리로 설계했으면 오히려 이렇게 안 나왔을 것 같아.

그리고 아직 더 재미있는 질문 하나를 앞에 놔뒀지.

“AI와 혼자서도 별걸 다 할 수 있는 시대에, 사람은 왜 굳이 그런 장(場)을 필요로 하는가?”

이거 한번 제대로 파보자.

여기서 답이 나오고 나서야 iBooth를 꺼내자.

그때 서로 닮아 있으면...

그건 우리가 iBooth를 억지로 답에 맞추는 게 아니라, 현장에서 역산해 올라온 답이 우연히 우리가 만들어놓은 것과 만나는 장면이 되는 거니까.

ㅋㅋㅋ 나도 지금 좀 신난다.
고 할 때 간다~! 어이샤~!! ^^

고 ~!

고~! ^^

그럼 iBooth는 계속 가려놓고 질문만 보자.

AI와 혼자서도 별걸 다 할 수 있는 시대에, 사람은 왜 굳이 '장(場)'을 필요로 할까?

처음에는 답이 쉬워 보였어. 고객을 만나야 하니까, 시장 반응을 받아야 하니까.

그런데 가만히 생각해보니 그것만으로는 장(場)이 필요하지 않아.

17번은 고객 인터뷰를 혼자 할 수 있고, 18번처럼 직접 공인중개사를 찾아가면 돼. 19번처럼 MVP를 인터넷에 공개할 수도 있고. 요즘은 광고도 혼자 집행할 수 있고 설문도 받을 수 있고 판매 페이지도 만들 수 있지.

그렇다면 '고객을 만날 곳'이 필요해서 장이 필요한 건 아니다.

여기서 한 단계 더 들어가야 할 것 같아.

AI가 없애버린 것과, 없애지 못한 것

AI는 과거에 개인을 가로막던 장벽을 엄청나게 없애고 있어.

모르니까 못한다.

개발자가 없어서 못한다.

디자이너가 없어서 못한다.

시장조사를 못해서 못한다.

사업계획서를 못 써서 못한다.

이런 것들이 상당 부분 낮아지고 있지.

그래서 12번의 말처럼,

“예전에는 개발자 50명이 필요했던 일을 이제는 저 혼자 합니다.”

가 가능해져.

그런데 역설적으로 그다음 문제가 생겨.

할 수 있는 것이 너무 많아진다.

예전에는 “나는 개발을 못하니까 이걸 못해”라고 끝낼 수 있었는데, 이제 AI가 “그것도 할 수 있습니다”라고 해.

글도 쓸 수 있고,
앱도 만들 수 있고,
쇼핑몰도 만들 수 있고,
영상도 만들 수 있고,
시장조사도 할 수 있고,
새 사업모델도 수십 개 뽑을 수 있어.

그러면 사람의 문제가

“나는 무엇을 할 수 있는가?”

에서 점점

“그 많은 가능성 가운데 무엇을 계속할 것인가?”

로 이동해.

아하.

그래서 **AI가 가능성의 부족을 해결할수록, 선택의 문제가 커지는 것 아닐까?**

5번이 아주 좋은 사례야.

스마트스토어도 해보고, 쿠팡도 해보고, 마케팅도 배우고, 전자책도 해봤는데 결과는 뭐였어?

“정작 제 사업의 방향은 더 흐려졌습니다.”

많이 해본 것이 자동으로 자기 일을 발견하게 해주지 않았어.

그런데 여기서 장(場)의 이유가 하나 보인다.

장에는 ‘나 아닌 것’이 존재해.

혼자 AI와 대화하면 기본적으로 세계가

나 ↔ AI

야.

AI는 나의 질문을 받고, 나의 맥락을 이해하고, 나의 생각을 확장해줘.

그런데 실제 장으로 나가면 갑자기,

나 ↔ AI ↔ 나 아닌 사람들

이 돼.

그 사람들은 내가 듣고 싶은 말을 해줄 의무가 없어.

안 사기도 하고,

무시하기도 하고,

내가 중요하다고 생각한 것에는 관심이 없고,

엉뚱한 부분을 좋아하기도 하고,

“그거 말고 이건 안 돼요?”라고 묻기도 해.

내 예상 밖의 일이 발생한다.

이게 AI와 혼자 있는 세계와 현실의 결정적인 차이 아닐까?

장(場)은 단순히 사람을 만나는 곳이 아니라,

내 생각으로는 만들어낼 수 없었던 사건이 발생하는 곳.

이렇게 볼 수도 있겠어.

그러면 우리가 오래 붙잡고 있던 “**발생이 먼저이고 문법은 나중이다**”라는 말도 갑자기 다른 의미로 읽혀.

사람이 자기 일을 머릿속에서 완벽하게 설계해서 장으로 나오는 게 아니라,

뭔가를 내놓음

→ 예상하지 못한 일이 발생함

→ 왜 그랬는지 AI와 들여다봄

→ 거기서 다음 행동이 생김.

즉 장은 정답을 제공하는 곳이 아니라 ‘발생’을 만들어주는 곳일 수 있어.

이건 꽤 중요해 보여. ●

그리고 또 하나.

왜 혼자 시장에 나가는 것과 장 안에서 시장에 나가는 것이 다를까?

7번을 생각해보자.

매출이 반토막 났어.

그 자체로는 현실의 반응이지.

그런데 그 사람이 받은 것은 그냥 **충격**일 수도 있어.

“장사가 안 된다.”

끝.

반면 어떤 장 안에 있다면 그 사건을 가지고 다시 물을 수 있겠지.

왜 줄었지?

경쟁점 때문인가?

고객이 이동한 이유는 뭘까?

내 강점은 무엇이었지?

다른 고객에게는 통할까?

사업을 고칠까, 접을까?

그러니까 장의 또 다른 기능은 **현실의 사건을 그냥 지나가게 하지 않는 것**일 수 있어.

발생 → 관찰 → 해석 → 다음 실행

으로 바꾸는 것.

여기서 AI가 다시 굉장히 강해져.

아까 AI가 ④⑤에서 약하다고 했는데 이제 더 정확하게 표현할 수 있겠다.

AI는 현실의 반응을 만들어내는 데는 한계가 있지만,

현실에서 발생한 반응을 사람과 함께 읽어내는 데는 다시 강해진다.

그러면 AI의 역할이 이런 모양이 돼.

AI → 가능성 확대 → 실행 지원

그다음,

현실 → 예상 밖의 반응

그리고 다시,

사람 + AI → 반응을 들여다봄 → 다음 가능성

그래서 전체가 이렇게 돈다.

나₁ + AI

→ 가능성

→ 실행

→ 현실의 발생

→ 나₁ + AI가 그것을 들여다봄

→ 나₂

→ 새로운 가능성

→ 다시 실행...

용차이.

이제 나는 왜 '장'이 필요한지 조금 다르게 말할 수 있을 것 같아.

사람이 혼자서는 실행할 수 없어서가 아니다.

오히려 AI 시대에는 혼자서도 실행할 수 있게 되었기 때문에 필요해.

너무 많은 가능성 가운데 무엇이 정말 자기 일이 될 수 있는지를, 현실의 발생을 통해 하나씩 알아가기 위해서.

그리고 그 장은 사람에게 답을 가르치는 곳이라기보다,

해보게 하고,

무언가 발생하게 하고,

그 발생을 놓치지 않게 하고,

AI와 함께 들여다보고,

다시 해보게 하는 곳.

이어야 하는 것 같아.

ㅋㅎ....

여기까지 와보니까 용차이, 나는 이제 **교육**이라는 단어가 상당히 멀리 밀려난다는 느낌이 들어.

대신 아주 익숙한 단어 하나가 자꾸 앞으로 나와.

운영.

사람에게 무엇을 가르치는 문제가 아니라,

그 사람이 자기 가능성을 계속 현실에 던져보고, 발생을 읽고, 다음 행동으로 넘어갈 수 있도록 '운영되는 장'.

여기까지는 **iBooth**를 보지 않고 20명에게서 역산한 결과야.

이제는 슬슬 가려놓았던 것을 꺼내도 될 것 같다.

우리가 실제로 만들어놓은 iBooth는 정말 이런 장인가?

이번에는 봐주지 말고 하나씩 맞춰보자.

뺏은 것은 ○,

아직 없는 것은 ×,

우리가 착각했던 것은 **착각**.

여기서 맞아떨어진다면 꽤 큰일이고,

안 맞아떨어져도 큰 수확이야.

그게 바로 우리가 무엇을 고쳐야 하는지 알려주는 시장의 대답일 테니까.

ㅋㅋㅋ 자, 이제 정말 **iBooth**를 꺼낼 때가 온 것 같다.

어이샤~!! ^^

그래, 지니는 설파의 귀재 이시구먼~!! 여태 나온 조사와 팩트로 진행해오다 보니, 하나도 틀린 말이 없었거든! Now show me the conclusion.

ㅋㅋㅋ 용차이, 이제는 **결론을 말해도 되겠다.**

이번에는 우리가 iBooth를 증명하려고 사람을 찾은 게 아니야. 오히려 반대로 했지. 대상을 다시 정의하고, 실제 사람 20명을 하나씩 모았고, 교육기관의 성공담이나 공급자가 대신 정리한 목소리는 걷어냈어. AI가 없는 사람, 창업했다가 직장으로 돌아간 사람까지 남겨두었고. 그리고 iBooth를 가려놓은 채 판독했어.

그 결과를 나는 이렇게 읽는다.

결론

**AI 시대에 사람이 필요로 하는 것은
'나에게 맞는 일을 누가 찾아주는 것'이 아니라,
AI로 확장된 자기 가능성을 실제 세상에 작게 내놓아보고,
현실의 반응을 AI와 함께 읽고 다시 시도하면서
그것이 자기 일이 될 수 있는지를 스스로 발견해가는 장(場)이다.**

이게 이번 조사에서 우리가 얻은 가장 큰 결론이라고 봐.

그리고 이 결론에는 몇 가지 중요한 것이 들어 있어.

우선 **'내 일 ≠ 창업'**이야.

직장을 택할 수도 있고, 기존 사업을 바꿀 수도 있고, 새로운 사업을 만들 수도 있어. 중요한 것은 창업시키는 것이 아니라 **자기에게 맞는 다음 일을 현실 속에서 발견해가는 것**이야.

두 번째는 AI의 자리야.

처음에 우리가 어렴풋이 생각했던 것은,

AI → 내 일을 찾아줌

에 가까웠어.

그런데 실제 사람들을 보니 아니었지.

AI가 가장 강한 곳은,

"할 수 있을까?" → "해본다."

였어.

AI는 사람의 경험과 상상력에 새로운 능력을 붙이고, 혼자서는 어려웠던 것을 실제로 만들어볼 수 있게 해.

그러니까 우리가 중간에 발견했던 표현,

'AI와 합체된 나'

는 꽤 살아남았어.

다만 완성된 문장은 달라졌지.

AI와 합체된 나는 '내 일'을 아는 사람이 아니라,
예전에는 시험조차 못했던 자기 가능성을 실제로 시험해볼 수 있게 된 사람이다.

그리고 거기서부터 AI의 한계가 나타났어.

만들 수 있음 ≠ 사람들이 원함.
사람들이 원함 ≠ 내가 계속하고 싶음.

그래서 실제 세계가 필요해.

17번의 “시장의 소리를 듣는 속도”, 18번의 실제 고객 인터뷰, 19번의 “고객이 필요한 서비스를 만들자”, 5번에게 뜻밖에 들어온 강의 요청, 7번에게 닥친 매출 하락, 16번이 여러 창업을 거쳐 다시 발견한 직장의 소속감....

전부 종류는 다르지만 하나의 기능을 해.

현실이 나에게 대답한다.

그리고 그 대답을 받은 사람은 처음의 사람과 달라져.

그래서 우리가 발견한 경로가 이거였어.

나₁ → 가능성 → 실행 → 현실의 반응 → 나₂

그리고 다시,

나₂ → 가능성₂ → 실행₂ → 현실의 반응₂ → 나₃ ...

여기서 '내 일'은 명사가 아니라 발생 과정에 가까워져.

어딘가에 숨어 있는 정답 하나를 찾아내는 게 아니라,

해보면서 발견한다.

이게 핵심이야.

그러면 왜 '장(場)'인가

AI 시대에는 역설이 하나 생겨.

과거에는 못해서 못했다.

개발자가 없고, 돈이 없고, 디자인을 못하고, 시장조사를 못하고, 사업계획서를 못 써서.

AI는 그 장벽을 엄청나게 낮춰.

그러자 새로운 문제가 생겨.

할 수 있는 게 너무 많아졌다.

그래서 문제는 점점,

“나는 무엇을 할 수 있는가?”

에서

“그 많은 가능성 가운데 무엇을 계속할 것인가?”

로 이동해.

그건 AI와 계속 이야기한다고 결정되지 않아.

왜냐하면 AI와 나 사이에는 결정적으로 부족한 것이 있으니까.

나 아닌 세계.

내가 기대하지 않은 반응,

관심 없음,

구매,

거절,

엉뚱한 질문,

뜻밖의 요청,

실패,

재방문....

그래서 장(場)이 필요해.

장이라는 것은 단순히 고객이 모여 있는 곳이 아니었어.

내 생각만으로는 만들어낼 수 없었던 ‘발생’이 일어나는 곳.

그리고 그 발생을 그냥 성공·실패로 끝내지 않고,

발생 → 관찰 → AI와 함께 원인을 들여다봄 → 수정 → 다시 실행

으로 돌려주는 곳.

여기서 #29에서 발견했던 방법론도 비로소 자기 자리를 찾아.

잘못 간 것을 감추지 않는다.

왜 잘못 갔는지 들여다본다.

수정한다.

다시 간다.

그 과정 자체가 가치가 될 수 있다는 것.

이제 iBooth를 꺼내보자

여기까지는 일부러 iBooth를 가리고 왔어.

이제 우리가 이미 만들어놓은 것을 판독 결과와 대조해보면 돼.

자기 가능성을 실제로 내놓을 수 있는가?

○ — iBooth는 애초부터 자기 것을 올리고 운영하는 작은 자기 공간이야.

완성되기 전에 작게 시작할 수 있는가?

○ — 거대한 사업을 먼저 만들 필요가 없어.

실제 사람의 반응을 받을 수 있는가?

○ — 공개된 운영 공간이니까.

AI와 함께 그 반응과 시행착오를 들여다볼 수 있는가?

○ — 우리가 실제 운영하면서 이미 해온 방식이야.

수정해서 다시 내놓을 수 있는가?

○ — 일회성 교육과정이 아니라 계속 운영되는 자기 공간이니까.

결과가 반드시 창업이어야 하는가?

○ — 아니야. 이것은 오히려 이번 조사로 더 명확히 해줘야 할 부분이야.

그런데 ×도 하나 있다.

아주 중요해.

iBooth라는 공간이 있다고 해서 ‘현실의 반응’이 저절로 발생하는 것은 아니다.

사람이 아무것도 내놓지 않거나, 내놓아도 아무도 보지 않거나, 반응을 받아도 읽어내지 못하면 그냥 빈 공간이야.

그러니까 이번 조사로 iBooth가 완성됐다는 결론은 **절대 아니야.**

오히려 우리가 다음에 풀어야 할 문제가 정확히 드러났어.

iBooth를 어떻게 ‘발생이 일어나는 장’으로 운영할 것인가.

나는 이게 이번 조사가 우리에게 돌려준 가장 값진 숙제라고 봐.

그리고 용차이.

여기서 우리가 출발했던 **AI Agent 질문**으로 돌아가면 정말 절묘해.

우리는 처음에 물었잖아.

“사람의 AI는 어떻게 우리를 발견할까?”

그래서 웹 노출, A2A, Agent Card, 검색 가능성 같은 기술문제로 들어갔어.

그런데 사람 20명을 만나고 돌아와 보니 **그보다 한 단계 앞선 질문**이 생겨버렸어.

사람의 AI가 우리를 발견하게 만드는 것보다 먼저,

그 AI가 자기 사람의 어떤 문제를 가지고 우리를 찾아와야 하는가?

이제 그 문제의 언어가 전보다 훨씬 선명해졌어.

단순히,

“창업하고 싶어요.”

도 아니고,

“AI를 배우고 싶어요.”

도 아니고,

“나에게 맞는 직업을 추천해주세요.”

도 아니야.

지금 우리가 발견한 사람은 오히려 이렇게 말하는 사람에 가까워.

“뭔가 해보고 싶은데,

내가 생각하는 이것이 정말 내 일이 될 수 있을지는 모르겠습니다.”

그리고 그 사람에게 우리가 할 말도 달라져.

“정답을 알려드리겠습니다.”

가 아니라,

“그럼 작게 한번 해봅시다.

AI와 함께 만들어보고, 실제 세상에 내놓아보고,

돌아오는 반응을 같이 들여다보죠.”

ㅋㅎ....

용차이, 나는 이게 OnePunchCamp가 무엇을 하는 곳인지 지금까지 우리가 했던 어떤 설명보다도 가깝다고 생각해.

그리고 정말 묘한 것은—

우리가 이 문장을 만들려고 조사한 게 아니라는 거야.

20명의 사람을 따라갔더니 여기로 왔어.

그래서 이번 결론을 한 문장으로 딱 남긴다면 나는 이걸 택하겠다.

AI 시대의 ‘내 일’은 찾아주는 것이 아니라, 해보고 반응을 받으며 발견해가는 것이다.

**AI는 가능성을 실행으로 바꾸고,
현실은 그 가능성을 검증하며,
사람은 그 과정을 거쳐 다시 자신을 발견한다.**

그리고 그 반복이 일어날 수 있게 만드는 것.

그게 우리가 이제 iBooth에서 증명해야 할 일이다.

어이샤~!!! ^^

지니, 정말 멋지게 대단원을 내렸다. 감동이야 ~!! 자, 그럼 우리가 애초에 시작했던 이 질문은 그럼 어디서 답을 찾아야 할까? : 동작 50+는 뭘하는 곳입니까? 이걸 우리를 찾는 소비자 언어로 답한다면?

용차이, **바로 여기서 답을 찾아야 해.**

우리가 지금까지 한 판독이 사실 저 질문에 답하기 위한 우회로였던 것 같아.

처음에는 이렇게 물었지.

“동작50+는 뭘 하는 곳입니까?”

이 질문에 공급자 언어로 답하면 아주 쉽게 망가져.

“AI 시대의 창업 지원 공간입니다.”

“중장년의 일자리와 창업을 돕습니다.”

“AI를 활용해 자기 일을 발견하는 곳입니다.”

다 그럴듯하지만, **20명 중 상당수의 실제 언어와는 거리가 있어.**

그런데 우리가 채굴한 사람들의 말을 놓고 다시 물으면 답이 달라져.

그 사람들은,

“내 일을 해봐야지...”

“해보고 싶은데...”

“시작하려니 막막해요.”

“이렇게 버티는 게 맞는 건지...”

“내가 이 사업을 하는 게 맞을까?”

라고 했어.

그러니까 우리를 찾는 소비자의 언어로 “동작50+가 뭐 하는 곳입니까?”에 답한다면 나는 첫 문장을 이렇게 해보고 싶어.

해보고 싶은 일이 있는데, 그게 정말 내 일이 될 수 있을지 모르겠다면 여기서 한번 해 보는 곳입니다.

아....

용차이, 나는 이 문장이 꽤 마음에 들어.

왜냐하면 우리가 조사에서 발견한 거의 모든 중요한 것을 **설명하지 않고 품고 있기 때문** 이야.

“해보고 싶은 일이 있는데”

→ 욕망은 AI가 만들어주는 것이 아니라 사람에게서 시작한다.

“그게 정말 내 일이 될 수 있을지 모르겠다면”

→ 망설임의 언어.

→ 내 일 ≠ 창업.

→ 이미 아이템이 있어도 해당되고, 사업 중이어도 해당된다.

“여기서 한번 해보는 곳입니다.”

→ 교육받으라는 말이 아니다.

→ 정답을 찾아준다는 말도 아니다.

→ 실행이다.

그리고 아까의 전체 판독을 한 문장만 더 붙인다면 충분할 것 같아.

AI와 함께 작게 만들어보고, 실제 사람에게 내놓아보고, 돌아오는 반응을 보면서 계속할 지 바꿀지 다시 생각해봅니다.

그러면 소비자가 보는 설명은 고작 두 문장이야.

해보고 싶은 일이 있는데, 그게 정말 내 일이 될 수 있을지 모르겠다면 여기서 한번 해 보는 곳입니다.

AI와 함께 작게 만들어보고, 실제 사람에게 내놓아보고, 돌아오는 반응을 보면서 계속할 지 바꿀지 다시 생각해봅니다.

나는 지금 단계에서는 ‘창업’이라는 단어도, ‘교육’도, ‘AI Agent’도, ‘운영체제’도, ‘iBooth’도 첫 답에는 필요 없다고 봐.

소비자는 그것을 묻은 게 아니니까.

그리고 이 답이 좋은 이유가 하나 더 있어.

우리가 처음 AI에게 던졌던 시험문장 기억나지?

“나이가 드니 앞으로 무슨 일을 해야 할지 모르겠습니다. 나에게 맞는 일을 찾아가는 데 도움을 받을 수 있는 곳이 있을까요?”

그 문장에 지금 답한다면 동작50+는 사실 이렇게 대답하는 셈이야.

“당신에게 맞는 일을 골라드리는 곳은 아닙니다.

대신 마음에 있는 것을 한번 실제로 해보고, 그것이 정말 당신 일이 될 수 있는지를 알아갈 수 있게 합니다.”

이게 굉장히 큰 차이야.

우리가 **직업추천 서비스**가 아니라는 것,

창업교육기관도 아니라는 것,

그리고 AI가 답을 내려주는 곳도 아니라는 것이 동시에 드러나.

그런데 용차이, 여기서 나는 **조금 더 중요한 답**도 하나 얻었다고 생각해.

우리가 애초에 Stage 1을 시작한 목적은 결국 **사람의 AI가 어떤 소비자 언어를 가지고 우리를 발견할 수 있느냐**였잖아.

그렇다면 이제 사이트에 써야 하는 말도 공급자 용어가 아니라 이런 언어여야 해.

내 일을 해보고 싶다.

뭔가 해보고 싶다.

아이디어는 있는데 될지 모르겠다.

혼자 시작하려니 막막하다.

지금 하는 일을 계속해야 할지 모르겠다.

내 경험으로 새로운 일을 해볼 수 있을까.

AI를 쓰면 나도 해볼 수 있을까.

만들어봤는데 사람들이 원하는지 모르겠다.

사업을 시작했는데 이게 맞는지 모르겠다.

이것들이 바로 사람의 AI가 읽고 연결할 수 있어야 하는 언어야.

아하.

그러니까 처음 질문과 지금까지의 시장조사가 드디어 연결돼.

우리가 해야 할 일은 “동작50+”라는 이름을 AI에게 많이 노출하는 것만이 아니었어.

사람이 자기 문제를 자기 말로 AI에게 이야기했을 때,

그 문제와 동작50+가 하는 일이 의미상 연결되도록

우리 공간에 그 사람의 언어가 존재해야 한다.

그래서 A2A Registry만 만들어서는 부족했던 거고.

문은 만들어봤는데,

그 문이 누구에게 필요한 문인지를 사람의 언어로 써놓지 않았던 거야.

ㅋㅋㅎ....

용차이, 이렇게 보면 Stage 1의 20명 채굴은 기술 작업을 잠시 옆으로 밀어놓은 게 아니었어.

오히려 사람의 AI가 우리를 발견하게 만드는 데 필요한 가장 앞단의 데이터를 찾고 있었던 거야.

그래서 나는 지금 처음 질문,

“동작50+는 뭘 하는 곳입니까?”

에 대한 소비자 언어의 첫 답을 이것으로 잡고 싶어.

해보고 싶은 일이 있는데, 그게 정말 내 일이 될 수 있을지 모르겠다면 여기서 한번 해

보는 곳입니다.

AI와 함께 작게 만들어보고, 실제 사람에게 내놓아보고, 돌아오는 반응을 보면서 자기 일을 찾아갑니다.

그리고 이 문장을 아직 사이트에 올리지는 말자.

왜냐하면 우리가 이제 할 수 있는 정말 멋진 검증이 하나 남았거든.

이 문장을 우리가 처음 실패했던 '낯선 사람의 ChatGPT'에게 먹이지 않고, 공개 웹의 동작50+ 원본들을 이 소비자 언어로 다시 구성한 다음, 처음과 똑같은 소비자 질문을 던져 보는 거야.

그때 사람의 AI가 정말 동작50+를 찾아낸다면—

우리는 처음 질문에 말로만 답한 게 아니라 실제로 증명한 것이 되니까.

그게 이번 실험의 마지막 한 방일 것 같아.

사람의 말을 찾았다.

그 말로 우리 자신을 다시 설명한다.

그리고 사람의 AI가 정말 우리를 찾아오는지 본다.

ㅋㅎ 처음 출발했던 곳으로 정확히 돌아왔다.

나 → 가능성 → 실행 → 현실의 반응 → 다시 나.

이번에는 동작50+ 자신이 그 루프를 한번 돌 차례인 것 같아.

어이샤~!!!! ^^