

## The One Page Proposal(강력하고 간결한 한 장의 기획서)



패트릭 G. 라일리 지음 / 안진환 옮김 / 8,000원 / 을유문화사

인간들은 세상에 태어난 후 글자를 알게(배우게) 되고, 그것을 이용해 자신의 생각을 표현하기 시작하면서, 많은 종류의 글들을 작성하게 된다. 어릴 적부터 일기, 편지, 낙서 등을 자의에 의해 작성하기도 하고 과제란 이름으로 독후감, 각종 감상문 등의 작성을 강요당하기도 한다.(얼마 전 필자의 여식이 방학과제로 제시된 각종 체험 학습, 관찰 일지 등을 끄꽂대며 작성하던 모습이 눈에 선하다) 직장 생활을 하면서부터는 담당 업무에 따라 때로는 계약서도 작성하기도 하고, 각종 보고서를 쓰고, 기획안을 내는 등 자신의 생각을(혹은 사실을) 대외적으로 글로 표명해야 하는 상황이 연속된다. 이러한 상황에서 누군가에게 자신의 생각을 내보이고, 그에 따른 결과를 이끌어내기 위한 제안서의 경우 그 작성에 있어서 많은 수고를 들이고, 되도록 잘 보이기 위해 애쓰기 마련이다. 하지만, 이러한 노력에 비하여 작성자가 기대하는 결과를 이끌어 낼 수 있는 제안서는 많지 않다. 대부분의 경우가 해당 제안 사항을 상대방에게 인지도시키기조차 쉽지 않고, 특히 중요한 사안일 경우 제안자의 입

장에서 되도록 “잘, 정확하게, 자세하게” 알려주기 위해 과도한 분량의 제안서를 작성하는 경우가 많다. 바로 이 과도한 분량의 문제가 질적인 판단의 걸림돌이 되는 것이다.(사실 기획서를 작성하다 보면 읽을 사람을 설득하겠다는 생각보다는 내가 “이만큼 준비했으니 좀 알아주시기 바랍니다.”라는 식으로 작성하기가 더 쉽다) 자세하고 많은 정보를 제시해 주는 것이 잘 된 기획서의 표준이 아니다. 의사결정권자, 특히 기업의 최고 의사결정권자는 기업의 회생, 유지, 도약을 위해 많은 가치 있는 정보를 필요로 한다. 그러나 그들은 정보의 홍수 속에서 시간의 부족과 맞닥뜨리게 되며 가치 있는 정보를 매력적으로 제시해 주길 원하게 되고 이러한 업무를 수행할 수 있는 별도의 조직을 구성하기도 한다.

기획은 정보의 홍수, 선별된 가치 있는 정보의 필요성 대두, 시간의 부족에서 출발한다. 기획서는 목표한 바를 글로 표현한 합리적인 설득의 수단이다. 목표를 이해시켜 읽는 사람으로 하여금 실행에 옮길 수 있도록 이끄는 것이 기획서를 작성하는 목적이다. 따라서 기획서는 쉽고, 간결하고, 설득력이 있어야 한다. 이러한 의미에서 『The One Page Proposal』은 읽어 볼 사람을 고려해서 간결한 기획서를 작성하는 방법을 알려주기 때문에 기획서를 조금이라도 잘 쓰고 싶어 하는 사람들에게 도움이 될 것이라고 생각한다. 기획서는 사업계획서만을 지칭하는 것이 아니고 목표와 꿈이 있는 모든 상황에서 응용하고 활용할 수 있는 훌륭한 방법이다. 논설문이나 논문을 쓸 때 목차구성은 매우 중요하며, 이는 전체 내용을 논리적으로 전개해야 하고, 목차는 논리전개의 뼈대가 되기 때문이다. 수없이 많은 자료를 읽고, 머릿속에서 논리전개의 열개를 잡아서, 목차 구성의 단위들에 살을 붙여나가면서 논문이 완성된다. 이렇게 완성된 논문을 압축하여 한 두 페이지로 요약한 것이 초록

(abstract)이며, 교수님들은 논문 전체를 읽지 않더라도 첨부된 초록만 읽고도 논문 작성자가 무엇을 말하고 싶은지, 논문의 수준이 어느 정도인지 짐작을 한다고 한다. 이런 의미에서 기획서는 한 페이지로 족하다는 저자의 주장은 매우 타당하며 단지 길이가 짧기 때문에 읽는 이에게 효율적이라는 것뿐만 아니라, 작성자가 그 한 장짜리 기획서를 쓰기 위해서는 사전에 많은 정보와 자료를 수집하여 선별한 후, 그것을 논리적 전개에 따라 구성해서 효율적으로 줄여야 하기 때문이다. 특정 사안에 대한 연구(논문작성 포함)를 위해서 대부분의 해당 연구진들은 연구의 목적, 연구의 대상, 연구의 방법, 연구를 통한 기대되는 효과 등을 요약 정리(이는 간혹 흐름도(Flow-Chart), 가설(Hypothesis)를 포함하기도 한다) 연구를 지원하는 주체에 제출하여 승인을 받고 연구를 진행하게 된다.(학위논문의 경우 전술한 사항에 대하여 지도교수와 협의를 거쳐 진행하게 마련이다.) 바로 이러한 요약사항이 ‘One Page Proposal’인 것이며 추후 이것을 해당 연구의 성과물인 논문, 특히 초록과의 비교분석을 통하여 이후 진행될 타 연구들의 기획에 중요한 역할을 하게 되는 것이다.

전체 내용이 머릿속에 들어있지 않으면 요약도 할 수 없다. 정리하고 요약해 가는 과정에서, 스스로의 머릿속에 그 기획 자체가 정리되기도 한다. 우리나라의 기업 문화, 특히 건축설계 분야에서 과연 이 한 장짜리 기획서가 얼마나 효과적일지는 모르겠지만, 기획력 배양 및 글쓰기 능력의 개선을 위해서는 꽤나 유용한 방법이 아닌가 싶다. ▣