

이제 I 이론도 만들때다

여기서 I란 나(I), 아이디어(Idea), 발명(Invention)을 뜻하며, 그 내용은 세상 사는 지혜, 성공의 지름길, 정상 정복의 원리를 추적·분석한 인생지침서이다.

단행본 발간에 앞서 주요내용을 소개한다. <필자 주>

우리 모두 발명가가 되자

대부분의 사람들은 발명하면 전화·TV·컴퓨터·로봇·로켓 등 첨단 기술제품을 생각한다.

그러나, 아침에 일어나 잠자리에 들 때까지 수많은 생활필수품들도 모두 발명품이고, 이들 작은 발명은 대부분이 생활 주변의 간단한 아이디어에서 탄생되고 있다. 또 이 같이 생활필수품에 속하는 발명품일수록 첨단기술제품보다 상품화 및 기업화가 쉽고 시장도 넓어 많은 사람들이 '발명가 기업인'이 되고 있다.

작은 아이디어에도 그 내용을 체계적으로 정리하여 산업재산권 중 실용신안(기존 발명품의 기능을 보다 편리하게 개선한 고안)이나 의장(기존 발명품의 모양을 보다 아름답게 디자인한 고안)으로 특허청에 출원하여 등록을 받으면 각각 10년 동안의 독점권리가 주어지며, 등록을 받는 순간 정부가 인정하는 발명가가 된다.

따라서 남녀노소 누구나 발명가가 될 수 있다. 누구나 할 수 있는 작은 발명이 과학자들이 할 수 있는 첨단기술 발명보다 더 많이, 더 유용하게 사용되고 있는 것이 오늘의 현실이다.

유사 이래 가장 많이 팔리고, 가장 유용하게 사용되고, 가장 많은 돈을 번 발명품도 생활 주변의 간단한 아이디어에서 탄생되었다.

철조망을 발명한 조셉을 비롯하여 코카콜라 병의 루드, +자 드라이버의 필립, 쌍소켓의 마쓰시다 등이 바로 작은 발명으로 출세와 명예와 행복을 안은 주인공들이다.

작은 발명으로 성공한 사례는 우리나라 발명계에서도 수없이 찾아볼 수 있다. 세계적인 발명품으로 손꼽히는 이태리타월은 김필곤 씨가 발명했고, 종이음료 용기는 신석균 씨가 발명했으며 인조과일은 홍성모 씨가 발명했는데, 이들 모두 현존하는 발명가이다.

이들의 발명품은 언뜻보면 발명품같지 않은, 누구나 할 수 있는 작은 발명이다. 그러나

모두 성공했다.

우리 모두 발명가가 되자. 작더라도 유용하게 쓰이는 발명을 하는 사람이 진정한 발명가이다.

발명은 인간의 본능

우리들의 마음 속에는 정도의 차이는 있지만 누구나 '나도 색다른 일을 해보고 싶다.'라는 강한 욕구가 있다. 그것이 곧 발명의 근간이다.

이는 진·선·미를 추구하는 것보다 더 원초적인 식욕·물욕·성욕과도 같은 본능의 일종인 것이다. 따라서 발명을 하면 그 대소에 관계없이 쾌감을 맛보게 된다.

발명이 사람을 젊어지게 하고, 또 장수를 누리게 하는 근본이라고 일컬어지는 것도 이때이며, 옛 성인이 '인간은 신규성의 욕구로 움직이고 있다.'고 말한 것도 이 때문이다.

그러므로 아직도 발명적인 삶을 살고 있지 않는 사람이 있다면 서둘러 생각을 바꿔야 한다.

생각이 바뀌면 행동이 바뀌고, 행동이 바뀌면 습관이 바뀌고, 습관이 바뀌면 인격이 바뀌고, 인격이 바뀌면 운명이 바뀐다. 잠든 재능을 두들겨 깨우는 것은 자신 뿐이다. 운명도 타고나는 것이 아니라 만드는 것이다.

아무리 뛰어난 소질과 재능을 가지고 있어도 갖고 있지 않으면 녹슬어 버리고 만다. 인간의 두뇌는 쓰면 쓸수록 좋아지게 되어 있다. 누구에게나 잠재되어 있는 발명력은 그것을 생활화함에 따라 더욱 그 빛을 발하게 된다.

강조해 두건대, 참으로 값진 것은 알 그 자체가 아니라 그 알을 품고 있는 거위이다. 그 노란 알을 품고 있는 거위는 바로 사람들의 내부에 숨어있는 발명심인 것이다.

시대의 흐름에 떨어지지 않는 것도, 치열한 경쟁사회에서 승자가 되는 것도, 삶의 보람을 만끽할 수 있는 것도 모두 발명적인 삶을 사는 사람만이 가능하다. 성공한 사람과 실패한

사람의 차이는 바로 이 발명적인 삶을 살았느냐, 그렇지 못했느냐의 차이 뿐인 것이다. 필자가 조사 분석한 자료만도 그 실례는 1천여 건에 이르고 있다.

우리 모두 발명가가 되자. 발명은 인간의 본능이다.

아이디어의 개발은 사는 보람

사는 보람이란 무엇인가? 필자는 문득 이런 생각에 사로잡혀 며칠 동안 밤잠을 이루지 못했다.

도대체 사람이 사는 목적은 무엇인가?

일과 사는 보람은 공존할 수 있는가?

그렇게 고민의 나날을 보내던 중 일본사람인 오오기야씨의 글 '사는 보람이란 무엇인가'를 접하게 되었다.

이 글은 일본의 저명인사 23명의 사는 보람을 한데 모아 분석했는데, 한 사람도 예외 없이 '사는 보람이란 아이디어 창출을 통한 자기 발견'이라는 것이다.

크게 감명받은 필자는 서둘러 발명으로 성공한 우리 나라 발명가, 기업인, 교사, 주부 1백여명을 대상으로 삶의 보람에 대해 조사해보았다. 결과는 놀랍게도 오오기야씨의 분석 결과와 똑같은 내용이었다.

즉, 성공한 사람들은 하나같이 자신의 가능성을 찾기 위하여 아이디어를 창출하고 그것을 실천하고자 노력하며, 그것이 곧 사는 보람이라고 믿고 있다.

이 일이 있는 후부터 필자의 생활관은 든든한 뿌리를 내릴 수 있었고, 이것이 계기가 되어 요즘은 아이디어 창출을 통해 일(필자의 경우는 발명에 관한 글을 쓰는 것)하는 보람에 산다.

이제 현대인의 사는 보람은 일에서 찾아야 한다. 평생 직장시대가 다가오고 있기 때문이다.

일본인 이노우에 도미오씨는 그의 저서 "라이프·워크를 갖는 방법"에서 '샐러리맨이 평생직장을 가지려면 일을 통해 사는 보람을

찾아야 한다.'라고 말하고 있다.

그렇다. 평생직장이란 회사나 가정뿐 아니라 자신을 위한 것으로 막연한 삶이 아닌 보람있는 삶을 영위하기 위한 것이다.

현대는 아이디어 창출을 통한 평생 직장시대이다. 서둘러 자신의 능력을 개발하여 아이디어 창출을 통한 일하는 보람에 동참해야 할 것이다.

자기 분야의 '제일'이 되자

사람들은 모두 '자기 분야의 제일'이 되려고 노력한다. 필자도 예외가 아니다.

자기 분야의 제일! 얼마나 멋지고 가슴 벅찬 일인가?

하지만 많은 사람들이 처음에는 이를 위해 노력하지만 대부분이 도중에 포기해 버린다. 그만큼 어렵기 때문이다. 사실 한 분야에서 제일이 된다는 것은 어려운 일이다. 피나는 노력과 험난한 역경의 극복이 뒤따라야 한다. 또 많은 사람과 싸워 이겨야 정상에 오를 수 있다.

따라서 정상에 오를 수 있는 사람은 이미 태어날 때부터 정해져 있다고 믿는 사람이 많다. 이 때문에 도전해보지도 않고 포기해버리는 경우가 많은 것이다.

그러나 지구에는 수천 분야가 존재한다. 그 중에는 수십년 노력을 해야 정상에 오를 수 있는 분야도 있지만 의외로 조금만 노력해도 정상에 오를 수 있는 분야도 있다.

발명의 분야가 바로 그렇다. 과학문명이 고도로 발달한 21세기에 보통사람이 무엇을 발명하겠느냐고 포기해버리면 아무것도 할 수 없다. 과학문명이 고도로 발달한 반면에는 실로 사소한 문제가 해결되고 있지 않으며, 그것을 해결해야 할 사람은 과학자가 아닌 보통사람임을 깨달아야 한다.

필자는 그동안 2천명이 넘는 발명가와 발명을 기업화하여 성공한 사람들을 만난 바 있다. 이들의 발명은 대부분 누구나 할 수 있는 간단한 것들이 주종을 이루고 있다. 그러나,

산업재산권 제도라는 것이 있어 이들의 작은 아이디어 발명은 첩벽같은 단단한 벽으로 보호되어 있고, 이들은 계속적인 노력으로 정상을 지키고 있다.

이들의 정상은 언뜻보면 극히 하찮은 분야도 있다. 그러나 여기서 중요한 것은 그 분야가 크고 작은 것이 아니다. 적어도 만물의 영장이라는 인간으로 태어나서 자기 분야의 제일이었다는 것이 중요하다.

작은 정상에 오른 자가 큰 정상에 오를 수 있음을 명심하자.

역경과 창조

세상에 역경을 딛고 일어난 기쁨보다 큰 기쁨은 없다. 역경이 있기에 창조도 있는 것이다. 역경을 딛고 일어서는데 창조보다 큰 힘도 없다.

발명가들의 의견을 종합해보면 역경의 소산인 슬픔이나 미움 까지도 발명을 낳게 되는 동기가 된다는 것이다.

학자들은 야망을 갖고 있는 사람들만이 발명을 할 수 있다고 강조한다.

그런데 이 야망은 모든 것이 풍족한 사람보다 가난과 같은 역경과 처해진 사람들이 갖게 되기 쉽다고 한다.

힘이 들면 들수록 그 역경을 극복하려는 의지가 강해지고, 그런 의지는 곧 성공하려는 야망을 불러일으키기 때문인 것이다.

고무의 발명가는 빗에 쫓겼고, 진주양식을 생각해낸 사람은 이혼까지 한 가난한 생활을 했으며, 안전 면도기의 발명가 또한 힘든 영업사원을 하면서 도리어 발명에 대한 야망을 불태우게 되었던 것이다.

뿐만 아니다. 대정치가와 대실업가도 대부분이 젊었을 때 수많은 역경에 부딪쳤으며, 그 역경을 이겨낸 것은 역경이 창의력과 연구심을 낳게 하고 노력과 인내력을 길러주었기 때문이다.

한마디로 역경은 사람을 창조적 사고로 몰아가는 힘이 있는 것이다.

그러나 창조적 사고는 꾸준히 지속될 때만이 그 진가를 발휘한다는 사실을 알아야 한다.

그런데 대부분의 발명가들이 가난할 때엔 그것을 극복하기 위하여 열심히 발명에 몰두하지만 돈을 많이 벌게 되면 발명과는 무관한 사람이 되어 버리는 경우가 있다. 필자가 아는 발명가 중에도 이런 사람이 상당수가 있다.

이런 사람들은 결국 기업이 부도가 나서야 정신을 차리고 또다시 발명을 시작하곤 했다. 그러나 재기한 사람은 보지 못했다. 이 때문에 어떤 학자는 이런 말을 하기도 했다.

“창의는 가난했을 때는 친구였지만, 부자가 되면 떠난다.”

이 말을 부정할 수 있는 사람은 많지 않다.

따라서 부자가 되어서도 발명을 계속하지 않으면 더 이상의 성공은 기대할 수 없는 것이다.

그러나 역경이 곧 성공의 지름길은 아니다. 이 역경은 어디까지나 발명에 있어서 동기 역할을 할 뿐인 것이다. 역경을 슬기롭게 극복하여 성공의 계기로 삼는 지혜가 필요하다.

시간은 돈이다

필자가 살아오는 동안 “시간은 돈이다.”라고 가르쳐 준 사람은 수없이 많았다. 필자도 이 말을 수없이 했다. 그러나 시간을 돈으로 바꾸는 구체적인 방법을 가르쳐 준 사람은 한 사람도 없었다.

따라서 이 사회엔 시간만을 가진 가난한 사람이 너무나 많고, 그들 대부분은 남아돌아가는 시간을 어떻게 보내야 할지 주체를 못하고 있는 형편이다. 결국 시간을 돈으로 바꾸는 방법은 스스로 찾아야 한다.

한 예로, 일본의 사부인은 외아들이 입원하여 그 간호를 맡아보고 있었다. 바쁠 때는 정신이 하나도 없지만, 의외로 한가로운 시간이 많았다. 그녀는 이 한가로운 시간을 낭비하지 않고 뭔가 뜻깊은 일을 하고 싶었다.

그러던 어느날, 옆자리의 환자가 읽고 있던 ‘아이디어 발상법’이라는 책을 보게 되었다. 그 책에는 갖가지 기발한 착상으로 고안하여 성공하게 된 발명가들의 사례가 소개되어 있었다. 그녀는 여기서 큰 감명을 받았다.

그후, 그녀의 여가시간은 효과적인 간호를 하기 위한 고안의 시간으로 바뀌게 되었다. 매일 되풀이되던 일상적인 행동도 발명과 관련지어 좀더 편리한 방법을 연구하게 된 것이다.

어느날 사부인은 환자가 어렵게 일어나서 스트로우로 우유를 먹는 모습을 보게 되었다.

‘누운 채로 마시면 편할텐데……. 좋은 방법이 없을까?’

사부인은 이 문제를 해결하기 위해 연구에 연구를 거듭했다. 스트로우를 구부리면 된다는 생각으로 고무편을 사용해 보았으나 고무의 냄새와 위생 문제 등 결점이 드러나 다시 고민에 빠졌다. 그러던 중 우연히 수도에 달려있는 주름진 호스를 발견하게 되었다.

‘그래, 스트로우 중앙에 호스처럼 주름을 만들면 자유롭게 구부릴 수 있어.’

그녀는 자신의 고안을 그림으로 그려 변리사를 찾아갔다. 그 곳에서는 이것을 특허청에 출원해줌과 동시에 권리를 양도하는 방법도 지도해 주었다.

덕분에 사부인은 로열티(특허권 사용료)를 받게 되었고, 완쾌된 아들과 행복한 생활을 할수도 있게 되었다.

시간을 어떻게 보내느냐에 행복의 성공 여부가 있음을 명심하자.

핑 잡는 게 매

‘핑 잡는 게 매’라는 속담이 있다. 이 속담은 부리와 발톱이 아무리 날카롭고 용맹스러워도 핑을 잡지 못하면 쓸모없는 매라는 뜻이다.

이 속담은 발명에도 시사하는 바가 크다. 아무리 좋은 발명품일지라도 소비자로부터 외면당해 안팔리면 쓸모없는 물건이 되어 버리

기 때문이다.

따라서 발명으로 성공하려면 발명에 앞서 그 발명품의 시장성을 고객의 입장에서 생각해 봐야 한다.

발명품의 내용은 좋으나 팔리지 않은 경우와 아예 시작품조차 만들지 못한 경우는 수없이 많다.

팔리지 않아 실패한 가장 유명한 사례는 ‘손잡이 옆에 꼬마전구를 붙인 우산’이다. 비내리는 밤에 더없이 편리하고 집에 들어와서 열쇠구멍을 찾는 데도 사용되어 실로 기발한 아이디어에서 비롯된 발명품인데 왜 팔리지 않았을까? 우선 다음 세 가지를 생각해 보자.

1년 중 비오는 날은 몇 일이나 될까? 비오는 밤에 우산을 사용하는 경우는 몇 번이나 될까? 전구가 있어야 열쇠를 찾을 수 있는 집은 몇 집이나 될까?

이 우산이 팔리지 않은 이유는 사용횟수가 적고, 사용시마다 전구를 다시 넣어야 하는 경제적 부담과 번거로움 때문이라 할 수 있다.

시작품조차 만들지 못한 유명한 사례는 ‘성냥개비의 한쪽을 깎아서 이쑤시개로 사용하는 방법’이다.

발명가는 출원 절차를 마친 후, 성냥공장을 찾아가 상품화를 부탁했으나, 찾아가는 성냥공장마다 한마디로 거절당해 이 발명은 쓸모없게 되어 버렸다.

이유는 간단했다. 한 갑의 성냥을 사용하는 동안 이를 쑤셔야 할 경우는 몇 번이겠는가? 결국 한 갑의 성냥개비 중 단 몇 개를 사용하기 위해 모든 성냥개비를 깎아서 다듬어야 되니 경제성이 없어 공장들이 외면했던 것이다.

위 두 가지 사례에서만 보더라도 발명의 대상을 선정할 때는 고객의 입장에서 생각하는 것이 절대적이라 할 수 있다.

학력과 발명과 성공

성공함에 있어서 학력이 과연 필요충분조건이 될 수 있을까?

학력이 좋다면 남들보다 우월한 위치에서

출발할 수 있을 지는 몰라도 그것이 곧 결승점까지 순탄하게 이어지지 못할 것이다.

발명을 함에 있어서 반드시 그 분야의 전문가가 아니더라도 의욕과 창의성을 가지고 노력한다면 얼마든지 발명의 성공을 맞출 수 있는 것이다.

낮은 학력으로 성공한 대표적인 예는 에디슨, 마쓰시타, 와트, 패러디 등 수없이 많다. 이들은 모두 국민학교를 중퇴했으나, 에디슨은 세계적인 발명왕이 되었고, 와트는 산업혁명이 계기가 된 증기기관을 개량했고, 패러디는 전화시대를 크게 앞당긴 전자유도현상을 발견했고, 마쓰시타는 세계적 기업인 마쓰시타 그룹을 이루어냈다.

이들은 모자라는 학력과 전문지식을 스스로 해결했던 것이다. 에디슨은 수학자 앵튼과 기술자 오토오, 그리고 변리사 로울리 등을 고용하여 자신의 전문지식을 해결했고 패러디는 데이비박사의 조수를 청하여 전문지식을 익혔다. 또 마쓰시타와 와트는 독학으로 전문지식을 깨우쳤다.

이 외에 자기 분야와 무관한 발명을 한 경우도 수없이 많다.

전화기를 발명한 벨은 농아학교 교사였고, 안전면도기의 ‘질렛트’ 초대 사장은 병마개 행상이었으며, 철재 찬장을 발명한 사람은 목사인 디크였다.

이들이 가진 것은 이력서에 쓰기 위한 학력이 아니라 의욕과 창의성이었다. 불굴의 의지로 노력한다면 성공이 눈앞에 보일 것이다.

길은 있다. 또 있다

“이 달걀을 세워 보시오.”

당신에게 이런 명령이 떨어졌다. 자, 이제 어떻게 할 것인가? 먼저 콜롬부스처럼 달걀의 끝을 깨트려 세우는 방법이 있을 것이다. 그 다음엔 또 어떤 방법을 쓸 수 있을까?

“에이! 또 무슨 방법이 있담?”

아마 대부분의 사람은 이렇게 말하며 문제를 회피하려 들 것이다. 그러나 다시 한번 잘

살펴보자. 정말 콜롬부스가 썼던 방법밖에 없는걸까? 천만의 말씀이다. 어떤 문제이든지간에 해결책은 언제나 있기 마련이다. 그것도 한두가지가 아닌 수십 수백개의 해결책이 있다. 단지 사람들이 그것을 찾아내는데 인색하기 때문에 문제가 쉽게 해결되지 않는 것뿐이다.

좀더 다른 각도로 보라. 그러면 여태까지 무시해왔던 일들이 새롭게 보일 것이다. 그리고 그 속에서 숨어있던 여러가지 사실들을 깨닫게 될 것이다. 이것을 반복하는 동안 문제 해결력이 생겨나는 것이다.

다시 콜롬부스의 달걀로 돌아가 보자. 앞의 말들을 명심하고 다른 각도로 다시 보자. 새로운 방법들이 떠오를 것이다.

“테이프를 책상에도 붙이면 되겠네.”

“테이프 대신 끈을 사용해도 돼.”

국민학생의 수준이라면 이런 대답이 가능할 것이다.

직업이 목수인 사람은 못을 박아 달걀을 책상에 고정시킬 것이다. 미장공이라면 시멘트로 달걀을 세우겠고, 미술가라면 석고나 진흙등을 사용할 것이다. 의사는 반창고를 사용하고, 나무를 심는 사람은 달걀주위에 흙을 쌓아 넘어지지 않게 할 것이다.

“이 반지를 밑에 받치면 달걀이 안 넘어질 거야.”

“밀가루위에 달걀을 올려놓아도 되지.”

주부라면 아마 이런 생각을 했을 것이다. 이밖에도 여러 방법이 있다. 풍선을 달걀 위에 붙이거나 달걀 주위에 돌을 쌓거나, 달걀의 들레에 못을 많이 박아도 된다.

방법은 생각 할 수록 자꾸 나온다. 마치 마르지 않는 샘과 같은 것이다.

곧바로 돈이 되는 발명은 거의 없다

힌트가 곧바로 발명일 되는 것은 아니다. 그리고 발명이 모두 돈이 되는 것도 아니다.

힌트는 제작의 공정을 거쳐 실물화된 물품이 나와야 비로소 발명으로 인정 받을 수 있

다. 그리고 완성된 발명품은 상품화의 과정을 거쳐 대중화에 성공해야만 돈이 되는 것이다.

만약 누군가 발명가가 되기를 꿈꾸는 사람이 있다면 그는 이 사실을 꼭 기억해 두어야 한다. 그리고 매사에 인내심을 갖고 임하도록 해야한다. 왜냐하면 발명으로 돈을 버는 일에는 상상하기도 어려운 고난이 놓여있기 때문이다. 한 예로 卍씨의 고무장갑 개량 이야기를 보자.

卍씨가 발명 아이디어를 낸 것은 비교적 간단하게 진행되었다. 그는 아내가 설거지를 하는 도중에 접시를 떨어뜨리는 것을 보고 발명 힌트를 얻었다.

‘고무장갑이 미끄러워 그런 실수를 하는 것이구나... 고무장갑의 표면을 까칠까칠하게 만들면 어떨까?’

그가 창안해낸 아이디어는 확실히 신선하고 실용적인 것이었다. 그러나 그것을 상품화하는 데에는 많은 문제점이 있었다. 아이디어는 있었으나 그것을 만드는 방법은 전혀 감을 잡을 수가 없었던 것이다.

하는수 없이 그는 고무장갑을 만드는 방법부터 배워나갔다. 반년이라는 시간을 소비한 뒤에야 비로소 그는 고무장갑의 제조공정을 알아내었다.

‘옴, 손 모양의 도자기를 생고무액에 담가 두었다가 말려서 벗겨내면 고무 장갑이 되는 것이로군...’

일단 첫번째 문제는 해결되었으나 아직도 문제는 산같이 많이 남아있었다. 다음엔 고무장갑의 표면이 거칠어지도록 도자기 손의 표면을 처리하는 일이 문제로 등장했다. 卍씨는 이번엔 도자기 만드는 법을 배워야했다. 그는 용기장이의 협조를 받아 도자기 굽는 법을 익혔고, 이를 통해 도자기 표면에 모래를 뿌려 처리하는 법을 개발해 내었다.

卍씨가 이 발명이 성공하기 까지 바친 시간은 1년을 넘겼고, 그에 투자한 비용도 엄청난 것이었다. <계속>

<王然中記>