



01

- [1] 국가들의 사회적, 경제적 상황이 더 나아지면서, 임금 수준과 근로 여건이 개선되었다.
- [2] 점차 사람들은 더 많은 휴가를 받게 되었다.
- [3] 동시에, 운송 형태가 개선되었고 장소를 이동하는 것이 더 빠르고 더 저렴해졌다.
- [4] 영국의 산업 혁명이 이러한 변화 중 많은 것을 일으켰다.
- [5] 19세기에, 철도로 인해 Blackpool과 Brighton 같은 현재 유명한 해안가 리조트가 들어서게 되었다.
- [6] 철도가 생기면서 많은 대형 호텔이 생겨났다.
- [7] 예를 들어, 캐나다에서는 새로운 대륙 횡단 철도 시스템이 로키산맥의 Banff Springs와 Chateau Lake Louise 같은 유명한 호텔의 건설을 가능하게 했다.
- [8] 이후에 항공 운송의 출현은 세계의 더 많은 곳으로 가는 길을 열어 주었고 관광 산업의 성장을 이끌었다.



02

[1] Lewis Carroll의 Through the Looking-Glass에서 붉은 여왕은 Alice를 시골을 통과하는 한 경주에 데리고 간다.

[2] 그들은 달리고 또 달리지만, 그러다가 Alice는 자신들이 출발했던 나무 아래에 여전히 있음을 발견한다.

[3] 붉은 여왕은 Alice에게 "'여기서는' 보다시피 같은 장소에 머물러 있으려면 네가 할 수 있는 모든 땀박질을 해야 한다."라고 설명한다.

[4] 생물학자들은 때때로 이 '붉은 여왕 효과'를 사용해 진화 원리를 설명한다.

[5] 만약 여우가 더 많은 토끼를 잡기 위해 더 빨리 달리도록 진화한다면, 그러면 오직 가장 빠른 토끼만이 충분히 오래 살아 훨씬 더 빨리 달리는 새로운 세대의 토끼를 낳을 텐데, 물론 이 경우 가장 빠른 여우만이 충분한 토끼를 잡아 번성하여 자신들의 유전자를 물려 줄 것이다.

[6] 그 두 종이 달린다 해도 그것들은 제자리에 머무를 뿐이다.



03

[1] 우리 주변 세상의 모든 것은 시작되기 전에 그것을 만들어 낸 사람의 마음속에서 완성되었다.

[2] 우리가 사는 집, 우리가 운전하는 자동차, 우리의 옷, 이 모든 것이 아이디어에서 시작했다.

[3] 각각의 아이디어는 그런 다음, 첫 번째 못이 박히거나 첫 번째 천 조각이 재단되기 전에, 연구되고, 다듬어지고, 완성되었다.

[4] 그 아이디어가 물리적 실체로 바뀌기 훨씬 전에 마음은 완제품을 분명하게 그렸다.

[5] 인간은 거의 같은 과정을 통해 자신의 미래를 설계한다.

[6] 우리는 미래가 어떨지에 대한 아이디어로 시작한다.

[7] 일정 기간에 걸쳐서 우리는 그 비전을 다듬어 완성한다.

[8] 머지않아, 우리의 모든 생각, 결정, 활동은 우리가 미래에 대해 머릿속에서 완성한 것을 생겨나게 하려고 모두 조화롭게 작용하게 된다.



04

- [1] 구석기 시대에는 20~60명의 작은 무리가 식량을 찾아 이곳저곳을 돌아다녔다.
- [2] 일단 농사를 짓기 시작하면서, 사람들은 자신들의 농경지 근처에 정착할 수 있었다.
- [3] 그 결과, 도시와 마을이 더 커졌다.
- [4] 공동체 생활을 통해 사람들은 자신들을 더 효율적으로 조직할 수 있었다.
- [5] 그들은 식량과 자신들에게 필요한 다른 것들을 생산하는 일을 나눌 수 있었다.
- [6] 어떤 노동자들은 농작물을 재배한 반면, 다른 노동자들은 새로운 집을 짓고 도구를 만들었다.
- [7] 마을 거주자들은 또한 일을 더 빨리 하기 위해 함께 일하는 것도 배웠다.
- [8] 예를 들어, 도구 제작자들은 돌도끼와 돌칼을 만드는 작업을 함께 할 수 있었다.
- [9] 함께 일함으로써, 그들은 같은 시간 안에 더 많은 도구를 만들 수 있었다.



05

[1] 흔히 사람들은 어떤 사람이 한 가지 유형의 특성을 가지고 있기 때문에, 그러면 자동적으로 그것과 어울리는 다른 특성을 가지고 있다는 잘못된 가정을 한다.

[2] 한 연구에서, 대학생들은 초청 강사가 그 (대학생) 집단에게 강연을 하기 전에 그 강사에 대한 설명을 들었다.

[3] 학생들의 절반은 '따뜻하다'라는 단어가 포함된 설명을 들었고 나머지 절반은 그 강사가 '차갑다'는 말을 들었다.

[4] 그리고 나서 그 초청 강사가 토론을 이끌었고, 그 후에 학생들은 그(강사)에 대한 그들의 인상을 말해 달라고 요청받았다.

[5] 예상한 대로, 학생들에 의해 형성된 인상 간에는 그 강사에 대한 학생들의 최초 정보에 따라 큰 차이가 있었다.

[6] 또한, 그 강사가 따뜻할 것이라 기대한 학생들은 그와 더 많이 소통하는 경향이 있다는 것이 밝혀졌다.

[7] 이것은 서로 다른 기대가 우리가 형성하는 인상뿐만 아니라 우리의 행동 및 형성되는 관계에도 영향을 미친다는 것을 보여 준다.



06

[1] 산업 사회가 1940년대와 1950년대 동안 더 부유하고, 더 경쟁적이고, 더 지리적으로 퍼져 나가게 되면서 판매 개념에 주요한 철학적 변화가 일어났다.

[2] 이로 인해 기업은 구매자 및 고객과 더 긴밀한 관계를 발전시켜야 했고, 이것은 결과적으로 기업이 합리적인 가격에 양질의 제품을 생산하는 것으로는 충분하지 않다는 것을 깨닫게 했다.

[3] 사실, 고객이 실제로 원하는 제품을 내놓는 것이 마찬가지로 매우 중요했다.

[4] 1908년에 Henry Ford는 자신의 가장 많이 팔렸던 T-모델 Ford를 단 하나의 색상(검은색)으로만 생산했지만, 현대 사회에서는 이것이 더 이상 가능하지 않았다.

[5] 사회의 현대화는 생산이 그 자체의 수요를 창출할 것이라는 견해를 파괴하는 마케팅 혁명으로 이어졌다.

[6] 고객과 그들의 다양하고 흔히 복잡한 욕구를 충족하고자 하는 욕망이 기업의 초점이 되었다.