

SM C&C LETTER

2023.09 | No.167

이/번/달 줄/거리

- 광고 사업 | 5? Oh! WOW!!
- 콘텐츠사업 | 지니의 램프에서 무엇이 나올까?
- 매니지먼트 | 유일무이 신스틸러의 등장이라
- 여행 사업 | 빛나는 사이니 글로벌 패키지 털어보기
- SM INSIDE | 3대 500? 이제는 마인드도 벌크업할 때

ADVERTISING



5? Oh! WOW!!

오, 2023년 하반기 더 센 놈이 나타났습니다!
SK텔레콤의 차별화된 혜택과 Galaxy Z Flip5의 결합을 알리는 새로운 캠페인이
공개됐습니다. SM C&C의 크리에이티브가 담긴 화제의 캠페인 제작 스토리를 만나봅니다.

[+ 자세히 보기](#)

《 SM On Air 》



덴티움
<당신의 치과 의사는 안다> 캠페인



달짝지근해: 7510
영화 <달짝지근해: 7510> 트레일러



지니의 램프에서 무엇이 나올까?

슈퍼주니어가 어디에서도 본 적 없는 여행 예능으로 찾아옵니다. 사우디아라비아를 배경으로 펼쳐지는 <램프의 기사>가 첫 방송을 앞두고 있습니다. 과연 슈퍼주니어가 지니에게 빌고 싶었던 소원은 무엇일까요? 사우디아라비아를 누비는 '원조 예능돌'의 활약 속으로, 지금부터 아라비안나이트~♪♪

[+자세히 보기](#)



유일무이 신스틸러의 등장이라

디즈니+ 화제작 <무빙> 재미있게 보고 계신가요? 의뭉스러운 캐릭터로 궁금증을 자아내고 있는 그 배우, 즐겨봤던 드라마 속에서 몇 번은 스쳐 갔을 그 배우, 여러 작품에서 다양한 캐릭터로 활약 중인 배우 유승목을 소개합니다. "어? 나만 여태 같은 배우인 줄 몰랐다고?" 놀랄지도요.

[+자세히 보기](#)



빛나는 샤이니 글로벌 패키지 털어보기

아티스트 공연 티켓부터 호텔과 셔틀버스까지.
 보다 안전하고 편리한 공연 관람을 위해
 발로 뛰는 글로벌 패키지 팀의 이야기를 들어봤습니다.
 그룹 샤이니의 글로벌 패키지와 SM C&C 여행사업Unit만의 장점을 지금 공개합니다.

[+자세히 보기](#)



3대 500? 이제는 마인드도 벌크업할 때

선명한 복근을 위해 운동하시나요? 이두·삼두가 가장 중요하다고요?

이제는 마인드를 벌크업해야 하는 시간입니다.

SM C&C의 새로운 교육 프로그램 <인사이트 클래스>와

첫 번째 강연자로 나선 뇌과학 연구자 김주환 교수의 강연을 담았습니다.

[+자세히 보기](#)



2023년 2분기 우수사원을 소개합니다

조자룡(연기자매니지먼트3팀) 오수환(MC매니지먼트1팀)
배은선(콘텐츠기획제작1팀) 강재은(콘텐츠마케팅팀)
전채린(MICE팀) 최나영(항공운영3팀) 김경태(BX1팀) 조재행(Branding3팀)
이치행(TC3팀) 양산성(Campaign2팀) 표정현(재무팀) 장다인(PR팀)

[+ 자세히 보기](#)

CAMPAIGN

마음 한 9석을
다다랗하게 채우는 동료들

9월 소통캠페인

9월 소통캠페인의 한 줄 메시지는
광고사업부문 캠페인 1센터 1팀 박신영님의
아이디어를 채택하여 제작되었습니다.
10월에도 구성원분들의 많은 참여를 기대합니다!

“안녕(安寧)”

만나거나 헤어질 때 건네는 짧은 인사에는
상대방이 아무 탈 없이 평안하기를 바라는 마음이 담겨 있습니다.

여러분이 매일 안녕을 바라는 수많은 사람들.
그중엔 함께 일하는 든든한 동료들이 있을 것입니다.
어쩌면 가족이나 친구보다도 더 긴 시간을 함께 하는 사람들이죠.

동료의 환한 웃음과 따뜻한 말 한마디는 지친 일상에 뜨거운 에너지가 되기도 합니다.

오늘 하루, 동료들에게 고마웠던 마음을 표현해 보면 어떨까요?
안부를 물으며 한뼘 더 가까워지는 건 어떨까요?

SMC&C LETTER는 구성원 여러분의 메시지를 기다리고 있습니다.
소통에 동참해 주세요.

[캠페인 참여하기](#)

01

ADVERTISING

광고사업

5? Oh! WOW!!



캠페인 제작 · 기획

TC팀	김민택 팀장	OMG팀	이은정 이그제큐티브 크리에이티브 디렉터	김준호 카피라이터	
	신동훈 이하늘 이은표 서현주		정봉교 아트디렉터	양선아 아트디렉터	엄지혜 카피라이터
			이민주 아트디렉터	김성희 아트디렉터	정유원 카피라이터

글: 광고사업Unit Campaign TC그룹 Telecom Campaign 1팀 이하늘

“

놀라움 앞에 멈추지 마세요. 그것이 당신의 인생을 완전히 바꿀 수 있습니다.

- 알버트 아인슈타인 -

을 하반기 최고 기대작 Galaxy Z Flip5(이하 Z Flip5) 출시에 맞춰 SK텔레콤이 신규 캠페인을 선보였습니다. 더 커진 외부 디스플레이와 빈틈없이 접히는 힌지 등 보다 혁신적인 제품력으로 무장한 Z Flip5 구매의 시

작에 맞춰 SK텔레콤 역시 차원이 다른 압도적인 ‘혜택’을 고민했고, 마침내 타통신사나 알뜰폰 서비스에서는 상상할 수 없는 구매 효용을 가진 소비자 혜택들을 설계해 내놓았습니다.

그냥 Galaxy Z Flip5 말고, SK텔레콤만의 놀라운 혜택이 있는 wonderFlip으로!

지난해 SK텔레콤의 Galaxy Z Flip4(이하 Z Flip4) 캠페인은 여러 통신사의 단말 광고 가운데 돌출도 있게 소비자들의 주목을 받았던 캠페인이었습니다. MZ세대들의 워너비 아이콘 장원영을 필두로 'What a Wonderful(얼마나 멋진)'의 'Wonderful'을 'WonderFlip'으로 변형한 'What a Wonderflip'으로 제품/서비스 규정하고, SK텔레콤과 함께했을 때 더욱 특별하다는 메시지로 차별화된 전략을 기획했습니다.

여기에 시각적인 크리에이티브에서도 Z Flip4를 '차원 이동'의 문으로 표현, 한 편의 타임 슬립 영화와 같이 제작해 광고가 아닌 하나의 '콘텐츠'로 느껴질 수 있도록 했죠. 'What's your Wonder Moment?'라는 질문과 SK텔레콤과 함께 특별했던 순간들을 교차한 스토리 구성은 SK텔레콤에서만 구입할 수 있는 Z Flip4의 다양한 기능을 녹여내 SK텔레콤만의 혜택을 소비자들이 자연스럽게 인지하도록 유도했습니다.



▲ 2022 Galaxy Z Flip4, WonderFlip 캠페인

마치 새로운 차원의 세계로 빠져드는 듯한 한 편의 영화 같았던 2022년의 캠페인. 차별화된 포지셔닝으로 경쟁 통신사 단말기 광고 사이에서 눈도장을 찍었던 그 캠페인. 그리고 그 후속 제품의 출시라니,

2023년 우리는, 지난 해의 우리와 쉽지 않은 크리에이티브 싸움을 시작하게 되었습니다.

더 커졌대!
더 잘 찍는대!
더 혜택이 많아졌대!

더 강력해진 Z Flip5, 그리고 SK텔레콤만의 원더(Wonder)한 혜택들.

이 둘을 어떻게 결합해 표현하고 소비자들이 체감하는 크리에이티브 전략을 강화할 것인가, 고민은 계속되었습니다. 지난해 SK텔레콤의 혜택과 함께 특별하게 구매할 수 있는 플립을 'wonderFlip'이라고 규정한 폴더블폰 시장에서의 차별화 즉, 'WONDERFLIP'이라는 슬로건의 연속성은 계승하되 원더한 혜택을 표현하고, 혜택과 단말기가 연결될 지점을 찾아내 소구한다라는 2023년 캠페인의 미션이 우리 앞에 놓여졌습니다.

30초 안에, 모든 혜택과 모든 기능을!

SK텔레콤에서는 2023년 wonderFlip 구매 시, 아래 3가지 파트로 나눠진 역대급 혜택을 제공하고 있습니다.

- 「더 커진 혜택」** 메가커피/CU 할인이 가능한 우주패스 플러스 3개월 무료 혜택
 - 「잘 찍는 혜택」** 광 없이 100% 당첨되는 사전예약 고객 대상 프로모션, 세계 9개 도시의 여행상품권을 제공하는 개통 고객 대상 프로모션
 - 「착 붙는 혜택」** 0청년 요금제 가입고객 대상, 데이터 및 추가 할인 혜택 제공
- *할인 제휴 브랜드: 무신사,다이소, CU, GS25, 캐러비안베이, 피자헛, 와플대학, 두레쥬르 등 다수

먼저, SK텔레콤을 통해서만 주어지는 효용들로 예전보다 더 놀라움이 가득한 wonderFlip이 될 수 있어 놀라움의 의미를 담을 수 있도록 캠페인의 방향성과 콘셉트를 도출하였고, 이는 통신사들의 단말기 광고의 틀을 과감히 탈피하는 도전으로 이어졌습니다.

기존의 통신사 단말기 광고들은 기능 중심의 메인 스토리가 짜여지고 통신사의 서비스나 프로모션이 붙는 식의 구조가 일반적입니다. 하지만 이번 캠페인은 그 주인공을 SK텔레콤만의 혜택으로 전환해 자칫 뻔해질 수 있는 캠페인에서 벗어났죠. 어느때보다도 혜택이

많이 준비되어 있는 신규 단말기 캠페인이었기에 SK텔레콤에서 예약, 구매를 진행했을 때의 놀라운 혜택을 더 매력적으로 보여주는 새로운 시도로 기획되었으니까요.

하지만 매력적인 혜택만으로 신규 단말기의 예약과 구매를 압도적으로 이끌어 낼 수 있을까? 라는 물음을 이어졌습니다. 어떠한 장치를 통해 Z Flip5의 매력을 전략적이지만 식상하지 않게 녹여내고, 혜택도 좋지만 사고 싶은 휴대폰으로 보여줄 방법을 찾아야 했습니다. 그리고 마침내 Z Flip5의 핵심적인 변화 총 3가지 (플렉스 윈도우, 플렉스캠, 플렉스힌지)에서 그 실마리를 찾아냈습니다.

SK텔레콤 혜택과 Z Flip5의 특징이라는 방대한 이야기를 30초 안에 잘 전달할 수 있도록 혜택과 기능이 짝지어질 수 있는 중의적인 카피라인을 활용함과 동시에 소비자에게 놀라움을 주는 '5!' 라는 말맛을 살리는 크리에이티브를 구성했습니다.

5! 커졌어: SKT의 더 커진 우주패스 혜택 + Z Flip5의 더 커진 외부 디스플레이

5! 잘 찍네: 100% 당첨 사전예약 프로모션/개통 프로모션 + 더 선명하게 찍히는 후면 셀피

5! 착붙네: 청년들에게 딱 붙는 것만 모아놓은 요금제 및 혜택 + 빈틈 없이 접히는 힌지

단순히 많은 혜택을 나열하는 것이 아닌 단말기의 특징이 혜택과 연결되어 보이도록 하는 중의적인 카피 크리에이티브로 재치있게 연출해 냈습니다. 또 단순히 상황 자체를 단말기의 특징을 보여주기 위한 에피소드로 담는 형태 보다는 - Ex. 밤에 셀카를 찍는다든지, 접은 상태에서 단말기를 사용하는 상황을 보여주는 에피소드 - 혜택에 기반한 상황 설정과 단말기의 특징과의 연결을 극대화된 시각화로 접목시켜 직관적이면서도 효과적으로 메시지를 전달하는 방식의 차별화를 생각해 본 것이죠.

여기에 지난 캠페인의 슬로건의 연속성과 올해 크리에이티브의 차별성이라는 두 가지 요소를 절묘하게 결합하는데 있어 '놀랍다'는 원더함을 유지하면서도 지난 캠페인 상에서의 원더함이 차원의 변화, 시간여행을 하는 듯한 '비현실적인 놀라움'의 원더였다면, 이번 캠페인의 원더함은 상상 이상의 혜택을 통해 '체감할 수 있는, 현실적인, 감탄의 Oh! 놀라움'으로 표현한 변주를 주어, 같지만 또 다르게 표현해 냈습니다.

앞서 언급했듯 이번 캠페인이 기존 통신사 단말기 캠페인의 정형성을 깨고자 했기에 모델 전략 역시 빅모델의 뻘함을 과감히 탈피하고 패셔너블한 MZ세대 타깃에게 어울리는 패션 모델들이 등장했습니다. 패션 모델들이 갖는 힙한 모습과 일상이 캠페인 영상 안에도 그대로 투영되면서 자연스럽게 지난해의 광고와 대비되는 느낌과 콘셉트로 보여지게 되는 효과도 있었습니다.





2030 부산세계박람회 유치
SK도 함께 노력하겠습니다



자세한 내용은 T 월드 홈페이지 및 T 멤버십 앱을 참고하세요

SK텔레콤만의 5! 원더한 혜택

더 커진 우주패스 플러스 3개월 무료 혜택

CU & 메가MGC커피 할인 제공 (-10.26)

잘 찍고 떠나는 세계 여행 부루마블

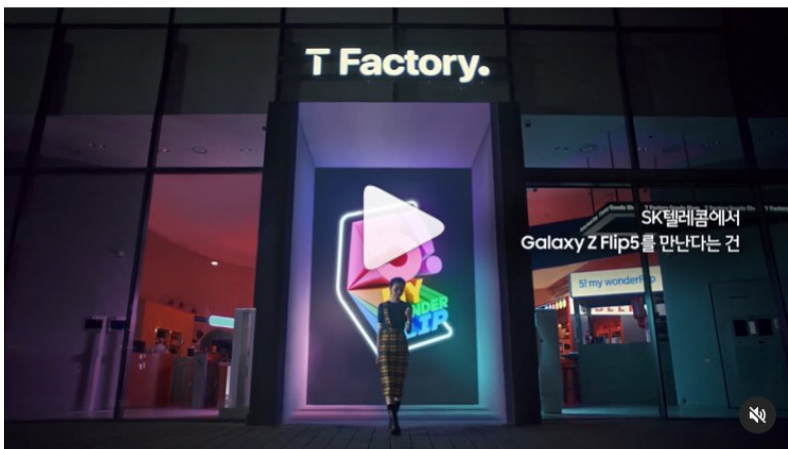
개통 후 당첨 고객에게 뉴욕, 런던 등
9개 도시 해외여행 상품권 증정 (-8.31, 신청중)

0청년에겐만 착 붙는 혜택

데이터 최대 50GB 추가 제공
커피, 영화, 로밍 50% 할인
무신사, 우티 택시 할인 쿠폰
매달 받는 0 day 제휴처 혜택
최대 2만 원 CU 상품권 증정 (8.1. - 9.30)

영상 안에서 저희 SM 엔터테인먼트 그룹사인 Esteem의 패션 모델 3명의 열연이 돋보였는데요. SK텔레콤의 혜택과 단말기의 많은 이야기를 담아내야 하는 만큼 촬영이 예상보다 길어졌음에도 끝까지 최선의 열연을 다해 준 그들의 프로페셔널함에도 놀랐습니다. 더불어 자연스러운 힙함, 그 지점을 찾아 내기 위해 계속된 밤샘 촬영에도 끝까지 지켜보며 우리가 원했던 완성도를 이끌어 내기까지 함께 노력해 주신 광고주분들과 SM C&C 팀원들, 촬영 스태프들에게도 많은 감사함을 느낀 촬영이었습니다.

캠페인의 공개 이후 기사 등 자료에 따르면, 정량적으로 사상 최초로 100만대를 넘는 판매량의 기록을 쓰고 있고, 사전 예약 고객 중 62%가 20~30대 청년 고객에 달할 정도로 젊은 세대들이 SK텔레콤을 통해 Z Flip5를 선택한 것으로 나타났습니다. 이 중 2030 여성들의 압도적인 선호를 받는 결과까지, SK텔레콤의 캠페인 영상에 대한 긍정적인 반응들도 지금까지 유튜브 등 다양한 SNS의 댓글 반응과 소비자 반응에서 긍정적인 수치로 증명되고 있습니다.





@jokh8109 22시간 전

SK텔레콤에서 Z Flip5 만나면? 데이터 50GB 추가 기본;; 커피,영화,로밍이 반값; 혜택이 넘치네요👍

👍 🗨️ 답글



@gusaud833 22시간 전

Sk텔레콤과 Z플립의 만남으로 더욱 편리하고 더욱 빠른 디지털 세상이 열릴 것 같아요. 5원더한 혜택도 너무 좋네요❤️

👍 🗨️ 답글



@RDV9782 7분 전

원더풀한 혜택 모두가 플립 안에 쏙 들어가 있네요
착불는 혜택들로 가득한데 더는 못참지

👍 🗨️ 답글

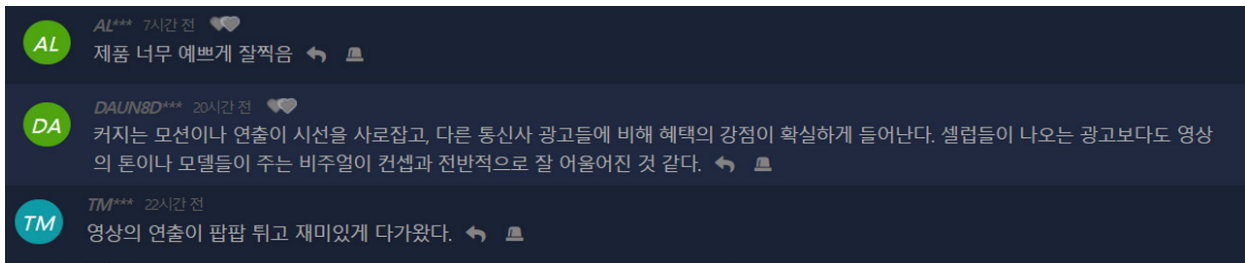


@sb-woo818 1일 전

집앞에 씨유 있어서 그런지 우주패스 플러스3개월 무료가 너무 매력적임👍
청년들 혜택 조금이라도 더 챙겨주는 것 참 좋네요~~*
보면 볼수록 정말 잘 나온 지플립5! 정말 정말 갖고 싶다..!!

👍 🗨️ 답글

▲ SNS 속 캠페인 영상 반응 모음



▲ TVCF 캠페인 영상 반응 모음

잘된 캠페인의 후속 캠페인을 진행할 때는 n차 경력의 광고인이라도 여전히 부담스럽고 온에어 되기 전까지 마음 한 켠에 새로운 시도에 대한 우려가 자리잡고 있는 것을 공감하실텐데요. 하지만 이번 캠페인처럼 전편과 같지만 다른! 그러면서 재치있고 돌출도 있게 메

시지를 각인하는 반짝이는 크리에이티브의 지점을 찾아내는 보람 역시도 공감하실 겁니다. 모쪼록 이번 캠페인도 전편을 뛰어 넘는 인상적인 캠페인으로 소비자들의 마음에 남았으면 하는 바람입니다.

지니의 램프에서 무엇이 나올까? 슈퍼주니어의 <램프의 기사>



글. 콘텐츠사업Unit 콘텐츠비즈니스그룹 콘텐츠커뮤니케이션팀

아라비아 반도 대부분을 차지하고 있는 절대군주제 국가, 사우디아라비아 하면 무엇이 가장 먼저 떠오르시나요?

사우디아라비아의 히어로 아라비안 나이트? 사우디아라비아의 축구 스타가 된 크리스티아누 호날두? 네이마르 다 실바? 세계적인 축구 스타가 영입되기 전, 사우디아라비아를 뜨겁게 달군 남자들이 있습니다. 바로 슈퍼주니어인데요.

슈퍼주니어는 2019년 아시아 가수 최초로 사우디아라비아에서 단독 콘서트를 진행하는이례적 행보를 남긴

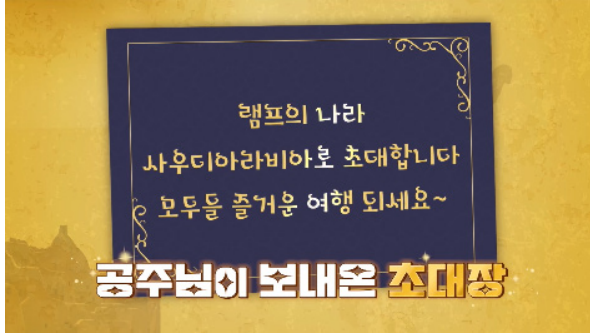
바 있습니다. 지난 5월에는 전세계 아티스트 최초로 사우디아라비아 관광청 홍보대사로 위촉되기도 했습니다.

슈퍼주니어가 이번에는 사우디아라비아 관광청과 손잡고 여행 예능 <램프의 기사(Knights of the Lamp)>를 선보입니다. 기획 및 제작을 담당한 SM C&C 콘텐츠사업Unit이 공개하는 여섯 멤버(이특, 신동, 은혁, 동해, 려욱, 규현)의 이야기를 지금 만나봅니다.

공주님의 초대장 '소원을 말해봐'

슈퍼주니어 멤버 이특은 사우디아라비아 관광청 공식

홍보대사로 임명되며 “최근 멤버들과 (사우디아라비아를) 여행하면서 잊지 못할 추억을 남기고 왔다”고 말해 궁금증을 자아낸 바 있습니다. <램프의 기사>는 이들의 여행기를 담은 예능 프로그램입니다.



이야기는 사우디아라비아 공주가 보낸 초대장으로부터 시작됩니다. 초대장에는 마법의 램프를 찾으면 원하는 소원을 빌 수 있다는 메시지가 담겨있죠. 이에 이특, 신동, 은형, 동해, 려욱, 규현이 ‘지니, 램프의 나라’ 사우디아라비아로의 여정을 시작합니다.

멤버들은 사우디아라비아의 수도 리야드 곳곳을 누비며 다양한 미션에 도전합니다. 성공 시 램프를 획득하게 되고, 여행의 마지막 날에는 램프의 요정 지니에게 소원을 빌 수 있는 주인공이 정해집니다. 소원의 조건은 ‘실현 가능한 범위 내에서, 100만 원 이내로’인데요. 멤버들은 소원을 빌기 위해 수행한 미션은 무엇이었을지, 또 누가 어떤 소원을 빌게 될지 지켜봐 주세요.



‘잠에서 나오는 바이브’ 슈퍼주니어의 예능감

‘원조 예능돌’로 불리는 슈퍼주니어의 예능감은 이번 프로그램에서 빼놓을 수 없는 관전 포인트입니다.

첫 번째 미션은 고층 건물 알 파이살리야 타워(AI Faisaliyah Tower)에서 진행됐습니다. 미션 공개 전 제작진이 아무 조건 없이 식사를 제공하자, 멤버들은 이를 온전히 즐기지 못하고 의심부터 시작하는데요. 특히 신동이 예능인 모드를 장착하고 실력을 발휘했다는 후문입니다.

“

힘든 예능인지 아닌지를 알고 싶을 때는
카메라 감독님 착장을 보면 돼!

실제로 신동의 레이더에 포착된 감독님은 편안한 차림에 등산화까지 신고 있었습니다. 과연 멤버들의 예측대로 ‘알 파이살리야 타워 등반’이 첫 번째 미션일까요?



리야드 도심에 있는 알 마스크 요새(AI Masmak Fortress)에서도 멤버들의 예능감이 폭발합니다. 멤버들은 요새 곳곳에서 사우디아라비아와 연관된 미션을 빠른 시간 내 성공해야 하는 상황에 처하는데요. 시간에 쫓긴 이들은 미션 수행을 위해 요령을 쓰다 벌칙도 받게 됩니다.

소원을 빌기 위해 온갖 방법을 써 램프를 얻으려는 슈퍼주니어(창)와, 멤버들을 방해하는 리얼리티 전문 제

작진(방패)의 싸움은 알 마스크 요새를 시작으로 붉은 사막, 현지 가정집에서까지 이어집니다. 예측 불가 티키타카 호흡도 기대해 주세요.



슈퍼주니어와 리야드 (Riyadh) 돌아보기

멤버들이 누비는 사우디아라비아의 수도 리야드를 구경하는 재미도 쏠쏠할 예정입니다. 리야드는 서울의 약 3배로, 아랍권에서 두 번째로 큰 도시입니다.

국내 여행객에게 생소하게 느껴질 수 있지만, 이미 매년 500만 명 이상이 방문하는 인기 관광지입니다. 리야드에서는 사우디아라비아의 역사와 전통뿐 아니라 현대적인 모습까지 동시에 체험할 수 있습니다. 이 모든 것은, 슈퍼주니어의 여정을 따라가다 보면 즐길 수 있습니다.



우선, 도심 한복판에 세워진 알 마스크 요새는 사우디아라비아의 과거를 상징하는 궁전입니다. 아랍어 '알 마스크막'은 한때 무기와 탄약을 보관하는 창고로 사용됐던 강하고 두꺼운 건물을 의미합니다. 지금은 박물관이 되어 14세기의 모습을 간직한 역사의 상징으로

불리고 있습니다. 또 슈퍼주니어의 미션 장소 중 하나인 알 파이살리야 타워 역시 랜드마크 중 하나인데요. 호텔, 아파트, 상점, 사무실 등으로 이뤄진 고층 건물입니다. 국내 방송에서 쉽게 볼 수 없었던 장소들을 구경하는 것은 <램프의 기사>를 더욱 재미있게 만들어주는 요소입니다.

본방송은 JTBC, 다시보기는 위버스(Weverse)에서!

국내 예능 프로그램 최초로 사우디아라비아 여행기를 담은 <램프의 기사>는 오는 9월 13일(수) 자정예 JTBC에서 처음 공개 됩니다. 국내 팬뿐 아니라 글로벌 팬들도 프로그램을 즐길 수 있도록 위버스에서 다시보기 서비스(VOD)도 제공됩니다. 위버스 다시보기 서비스는 오는 9월 14일부터 공개되며, 본방송에서 볼 수 없는 비하인드 영상도 만나볼 수 있습니다.

'신비의 땅' 사우디아라비아에서 펼쳐지는 슈퍼주니어의 여행기. 그 끝엔 그 누구도 예측하지 못한 '특급 반전'이 있다는 후문인데요. 과연 반전을 만들어낸 소원의 주인공이 누구일까요? 오는 13일 대망의 첫 방송을 JTBC와 위버스에서 확인해 주세요.



캐릭터 스틸컷으로 <램프의 기사> 미리보기

“요즘 예능은 막 뭐 하려고 하면 안 되더라고요.”

말은 당당하게 하지만
요즘 예능 '알못'

하지만 포기는 없다

험난한 요즘 예능에서
발버둥치는 능력은 100점

#슈주리더
#요즘예능알못
#포기모르는남자

#올라운드
#게임백전백패
#허당캐

“나 여기랑 안 맞는 것 같아.”

올라운더의 반전

넘치는 전투력에
따라주지 않는 운동신경이라니

게임 전패로 미션 구멍이 되어버린
반전의 허당캐

“파이팅 한 번 외치자!”

파이팅이 습관이 된 열정캐
오디오 지분 확보는 덤

본투비 예능캐는 다르다

어떤 게임에서도 활약하는
독보적 게임 천재

게다가 사우디아라비아가
픽(Pick)한 미남?

#원조예능캐
#사우디미남
#예능게임천재

“즐거야겠어!”

램프는 뒷전, 관광객 모드 발동

현지 음식 먹방부터
현지인 소통, 셀프 삼매경까지

텐션 끌어올리고
사우디아라비아 100% 즐길
자신 있어!

#자신있어
#관광객은신나버려
#해피트래블러

“나 드림팀 출신이잖아.”

본업, 운동, 예능까지
못하는 것 없는 자타공인 예이스

지독한 치밀함과 승부욕이 만들어낸
미션 과몰입러

결국 무반주 댄스까지!

#슈주에이스
#승부욕폭발
#과몰입러

“열심히 좀 하세요~”

사우디아라비아에서도
형들 잡는 막내

제작진 의도 파악부터
노잼 단속까지

예능 기강 잡으러 온 만렙자

#막내온탑
#노잼단속반
#예능만렙

유일무이 신스틸러의 등장이라



글. 매니지먼트Unit 언론홍보그룹 언론홍보팀 송학림

유일무이(唯一無二)

[명사] 오직 하나뿐이고 둘도 없음.

[유의어] 독일무이, 무이, 유일

‘유일무이’라는 사자성어와 잘 어울리는 사람이 있습니다. 바로 배우 유승목인데요. 영화와 드라마, 연극을 오가며 ‘천의 얼굴’로 활약, 대중들로 하여금 “이게 다 같은 사람이라고?” 하는 놀라움 섞인 감탄사를 자아냅니다.

배우 유승목은 1990년 연극 극단 ‘가교’로 데뷔한 이후, 영화 <박하사탕>을 통해 스크린에 처음 얼굴을 비쳤습니다. 장르와 캐릭터를 한정하지 않고 자신만의 확고한 연기관을 구축하며 명실상부 연기파 배우로 우뚝 섰습니다. ‘감초 배우’나 ‘신스틸러’라는 단어만으로는 다 담을 수 없는 그의 각양각색 필모그래피를 살펴봅니다.

다작의 아이콘



유승목의 필모그래피는 잔치라도 열린 듯 풍요롭습니다. 현재(23.8.21 네이버 기준) 그는 50편의 영화, 18편의 방송 등 총 68편의 필모그래피를 보유하고 있습니다. 활동해온 햇수를 감안하더라도 ‘다작의 아이콘’이라고 불릴 만합니다.

필모그래피의 장르 역시 한정적이지 않아 눈여겨볼 만합니다. 범죄, 액션, 스릴러는 물론 드라마, 멜로/로맨스, 코미디 등 다양한 장르에서 각 작품의 톤앤매너에 맞는 연기를 보여주었죠.

말아온 캐릭터의 면면도 화려합니다. 검사, 기사, 의사, 형사, 택시기사, 공무원, 선원 등을 연기하며 선역이면 선역, 악역이면 악역, 때로는 속을 알 수 없는 의문스러운 모습까지 다양하게 연기해 왔습니다. 역할의 비중과 관계없이 맡은 캐릭터를 자신만의 것으로 소화시키며 대중들에게 각인됐습니다.

'열일'은 현재진행형

유승목의 활약은 현재진행형입니다. 최근 공개된 그의 출연작들이 하나같이 뜨거운 반응을 얻고 있는데요. 영화 <대외비>와 <비공식작전>, 그리고 디즈니+ 오리지널 시리즈 <무빙> 속 유승목의 매력을 짚어봅니다.

| 영화 <대외비> 안규환 역

지난 3월 개봉한 영화 <대외비>는 1992년 부산을 배경으로 한 범죄 드라마입니다. 만년 국회의원 후보 해웅(조진웅)과 정치판의 숨은 실세 순태(이성민), 행동파 조폭 필도(김무열)가 대한민국을 뒤흔들 비밀 문서를 손에 쥐고 판을 뒤집기 위해 벌이는 치열한 쟁탈전을 그립니다.

유승목은 극에서 해웅의 고등학교 선배이자 부산지검장 안규환 역으로 열연을 펼쳤습니다. 극 초반 총동문회에서 해웅의 총선 출마 소식을 알린 뒤 “우리가 남이가!”라는 건배사를 외쳐 이목을 집중시켰는데요. 유승목은 자연스러운 사투리 연기와 높은 캐릭터화(化)로 짧은 신(Scene)에서도 강렬한 인상을 남겼습니다.



▲ 출처 = 플러스엠 엔터테인먼트

| 영화 <비공식작전> 이 차관 역

현재(23.8.23 기준) 절찬리에 상영되고 있는 <비공식작전>은 실종된 동료를 구하기 위해 레바논으로 떠난 외교관 민준(하정우)과 현지 택시기사 판수(주지훈)의 이야기를 그린 버디 액션 영화입니다.

유승목은 레바논 대사 출신으로 국내의 사정에 밝은 이 차관 역을 맡았습니다. 이 차관은 민준이 레바논에서 무사히 임무를 수행할 수 있도록 현실적인 조언을 해주는 인물입니다. 유승목은 그 시대에 실존했을 것 같은 비주얼로 완벽 변신한 것은 물론, 섬세한 연기력으로 극의 리얼리티를 끌어올리는데 큰 역할을 했습니다.



▲ 출처 = 쇼박스

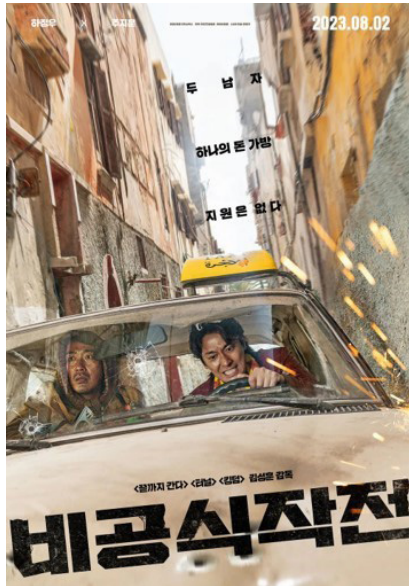
| 디즈니+ <무빙> 조래혁 역

단연 화제작으로 떠오른 디즈니+ 오리지널 시리즈 <무빙>에서도 유승목의 활약을 볼 수 있습니다. <무빙>은 초능력을 숨긴 채 현재를 살아가는 아이들과, 아픈 비밀을 감춘 채 과거를 살아온 부모의 이야기를 그린 휴먼 액션 히어로물입니다. 한국 디즈니+ 역대 서비스작(作) 중 공개 첫 주 최다 시청 시간을 달성하며 인기몰이 중인데요.

해당 작품에서 유승목은 정원고등학교의 교장 조래혁 역으로 처음 등장해 눈길을 끌었습니다. 용준(문성근)의 명령을 받고 초능력을 가진 아이들을 학교로 불러 모은 장본인인데요. 미스터리한 분위기를 풍기는 만큼, 그의 정체에 대한 궁금증이 모아지고 있습니다. <무빙>은 지난 8월 9일 에피소드 7편을 오픈한 이후, 매주 수요일 2편씩 공개하고 있으며 마지막 주는 3편을 공개합니다. 끝까지 시청하셔서 조래혁의 정체를 확인해 보시길 바랍니다.



▲ 출처 = 월트 디즈니 컴퍼니 코리아



▲ 영화 <대외비><비공식작전>, 디즈니+ <무빙> 메인 포스터

사심 가득 추천작 PICK 3

유승목의 여러 필모그래피 중에서 세 가지를 골라 추천합니다. '이 작품을 빼곤 유승목을 논할 수 없다'는 마음으로 사심을 가득 담았습니다. 보석 같은 필모그래피 가운데 어렵게 추려낸 작품입니다. 유승목의 매력에 빠져보고 싶다면 꼭 보시길 추천드립니다.

※ 아래 내용에는 스포일러가 포함되어 있습니다.

1 짧지만 강한 임팩트, 영화 <헤어질 결심>

박찬욱 감독의 11번째 장편 영화 <헤어질 결심>은 산 정상에서 추락한 한 남자의 변사 사건을 맡은 형사 해준(박해일)이 사망자의 아내인 서래(탕웨이)를 만난 뒤 의심과 관심을 동시에 느끼며 벌어지는 이야기를 그립니다.



▲ 출처 = CJ ENM

유승목은 극중 서래의 첫 번째 남편 기도수 역을 맡았습니다. 극 초반 산 정상에서 추락사를 당하는 인물인데요. 남녀 주인공이 만나게 되는 결정적인 계기를 제공한 것은 물론, 극 사실주의 비주얼로 보는 이들에게 강렬한 임팩트를 선사합니다.

극이 전개되며 기도수가 출입국 사무소에서 입국 심사를 담당하던 공무원이었다는 사실과 그가 소유욕이 강했다는 사실이 밝혀집니다.

영화 전체는 기도수의 죽음을 둘러싼 의문점들을 다루고 있지만, 극 초반 사망하는 인물이기에 분량이 많지는 않습니다. 그럼에도 유승목은 짧은 신마다 기도수의 깐깐한 모습과 아내를 향한 과도한 사랑을 강렬한 연기로 풀어냅니다. 그의 밀도 높은 연기 내공이 영화 전체에 기도수 라는 잔상을 남깁니다.

2 충무로 이목 집중! 영화 <해무>



▲ 출처 = NEW

영화 <해무>는 만선의 꿈을 안고 출항한 여섯 명의 선원이 한 치 앞을 알 수 없는 해무 속 밀항자들을 실어 나르게 되면서 견잡을 수 없는 사건에 휘말리게 되는 이야기를 그립니다. 영화 <살인의 추억> 각본에 참여했던 심성보 감독이 메가폰을 잡고, 봉준호 감독이 기획·각본·제작에 참여해 화제를 모은 바 있습니다.

극에서 유승목은 돈이 세상에서 최고라고 생각하는 거친 롤러수 경구 역을 맡았습니다. 자유분방한 머리 스타일부터 차진 사투리, 순수한 듯하면서 독특한 인상을 주는 비주얼로 캐릭터를 소화해 눈길을 끌었습니다. 뿐만 아니라 유승목은 넓은 어선 전진호에 예기치 못한 일들이 벌어지게 되면서 점차 이성을 잃고 저돌적으로 변해가는 모습을 섬세하게 연기하며 극에 긴장감을 더했습니다.

사실 유승목은 분량이 더 작은 역할을 제안 받았다고 합니다. 미팅 자리에서 경구 역이 비어 있다는 것을 알게 됐고, 대본을 읽자마자 캐릭터에 매

료됐다고 하는데요. 그는 한 인터뷰에서 “경구를 잘 (연기)할 수 있는 이유를 문자로 짝 정리해서 얘기했다. 직접 하고 싶다고 얘기하긴 처음이었다”고 밝히기도 했습니다. 이처럼 강한 애정을 가지고 임한 결과, 영화 개봉 이후 ‘충무로가 주목하는 배우’로 존재감을 공고히 하기도 했습니다.

3 반전의 순한맛, tvN <오 마이 베이비>



▲ 출처 = tvN <오 마이 베이비> 방송 화면 캡처

먼저 추천한 두 개의 작품 속 캐릭터들이 ‘마라맛’이었다면, 이번엔 ‘순한맛’입니다. 2020년 방영된 tvN <오 마이 베이비>는 결혼은 건너뛰고 아이만 낳고 싶은 솔직당당 육아지 기자 하리(장나라)와 뒤늦게 그녀의 눈에 포착된 세 남자의 로맨스 드라마입니다.

유승목은 다채미디어 광고사업팀 부장 김철중 역으로 열연했습니다. 그동안 보여줬던 선 굵은 모습과는 달리, 주변에서 쉽게 볼 수 있는 친근한 캐릭터로 대중들의 마음을 사로잡았는데요. 특히 한껏 고뇌하는 표정으로 부하 직원에게 은밀한 직장 생활 꿀팁을 전수하는 모습으로 시청자들에게 소소한 즐거움을 주었습니다. 유승목은 말쑥하게 차려 입은 정장 차림의 김철중 역을 소화하기 위해, 다양한 정장룩에 나비 넥타이 패션까지 다양하게 선보이기도 했습니다.

빛나는 샤이니 글로벌 패키지 털어보기



글. 여행사업Unit 컨버전스그룹 글로벌패키지팀 김유나

끝나지 않을 것 같았던 무더위가 한 풀 꺾이고 제법 선선해 졌습니다. 저희 SM C&C 여행사업Unit 글로벌패키지팀(이하 글팩팀)은 지난해 하반기부터 NCT DREAM <THE DREAM SHOW2 : In A DREAM>, 에스파 <MY SYNK. espa>, 슈퍼주니어 <SUPER SHOW9 : ROAD_SHOW>, 샤이니 <Everyday is SHINee DAY : Piece of SHINE>, <SHINee WORLD VI : PERFECT ILLUMINATION> 등 여러 SM 엔터테인먼트 아티스트 공연의 글로벌 패키지를 기획·운영하며 바쁜 나날을 보냈는데요.

반짝반짝 빛나는 그룹 샤이니와 함께 했던 글로벌 패키지에 대해 소개해 드립니다.

글로벌 패키지(Global Package)란?

SM 엔터테인먼트 아티스트의 콘서트, 팬미팅, 생일파티 등 이벤트·행사에 투어를 연계한 여행 상품입니다. 행사와 관련한 호텔 숙박, 셔틀버스, 가이드, 기념품, 간식 제공 등을 패키지 상품에 포함해 제공합니다.

2022년, 샤이니 솔로 활동으로 시동 ON



▲ 샤이니 키 <G.O.A.T. IN THE KEY LAND> 포스터(왼쪽), 민호 <BEST CHOI's MINHO : LUCKY CHOI's> 포스터(오른쪽)

글팩팀은 2022년 샤이니 멤버의 솔로 활동 글로벌 패키지를 기획·운영했습니다. 바로 샤이니 키의 서울 및 일본 요코하마 콘서트 <G.O.A.T. IN THE KEY LAND>와 민호의 팬미팅 <BEST CHOI's MINHO : LUCKY CHOI's>입니다.

글로벌 패키지에 참여한 손님들에게는 특별한 기념품을 제공했는데요. <G.O.A.T. IN THE KEY LAND>에서는 활용도 높은 틈케이스와 합한 착장을 위한 비닐, <BEST CHOI's MINHO : LUCKY CHOI's>에서는 간편하게 들고 다닐 수 있는 에코백을 제작, 제공했습니다.

2023년, 활발한 활동 BOOSTER



▲ 샤이니 온유 <O-NEW-NOTE> 포스터(왼쪽), 태민 <RE : ACT> 포스터(오른쪽)

올해는 샤이니의 활발한 활동에 맞춰 다수의 글로벌 패키지를 진행했습니다. 우선 온유의 콘서트 <O-NEW-NOTE>가 서울과 일본 도쿄에서 열려 이

에 따른 글로벌 패키지를 기획했습니다. 이중 서울 콘서트는 기존에 2일로 예정되어 있던 일정이 3일로 늘어나게 됐는데요. 저희 글팩팀은 손님들이 모든 공연을 즐길 수 있도록 여러 가지 플랜을 마련해 제공했습니다.

또 태민의 팬미팅 <RE : ACT> 글로벌 패키지도 운영했습니다. 일반적인 팬미팅이 하루에 한 번 진행되는 것과 달리, 태민의 팬미팅은 하루에 두 번의 행사가 기획되었는데요. 글팩팀은 팬미팅 당일 입·출국을 원하는 손님을 위해 특별한 상품을 제공했습니다. 동선의 편의성을 고려해 인천공항 인근에 위치한 호텔에서 여정의 짐을 즐기고 갈 수 있도록 'Air 플랜'을 준비한 것인데요. 사전 설문조사를 통해 기호에 맞는 저녁 식사도 제공하게 되어 좋은 반응을 얻을 수 있었습니다.

하반기도 빛나는 샤이니와 함께



글팩팀은 오는 9월 진행되는 샤이니 <SHINee WORLD VI : PERFECT ILLUMINATION> 일본 투어(사이타마, 오사카, 나고야, 도쿄) 패키지를 준비하고

있습니다. 지난 6월 성황리에 마무리된 서울 공연 패키지의 연장선인데요. 이용 고객들에게 편안한 서비스

와 색다른 기념품을 제공하기 위해 열심히 구상 중입니다.

글팩팀 QnA



Q1. SM C&C 여행사업Unit 글로벌 패키지만의 장점은 무엇인가요?

글로벌 패키지를 이용하면 보다 안전하고 편리한 공연 관람이 가능합니다. 스태프 및 가이드의 안내를 받아 티켓을 수령하고, 셔틀버스를 이용해 호텔과 공연장을 오갈 수 있습니다. 특히 셔틀버스에서는 스낵 케이터링도 제공, 공연에서 소진했던 에너지를 충전할 수 있어 많은 손님들의 호응을 얻고 있습니다.

Q2. 글로벌 패키지 기획 및 운영에서 중요하게 생각하시는 부분은요?

아티스트 행사라는 큰 이벤트가 포함되어있긴 하지만 기본적으로 여행 상품을 기획하고 판매하는 업무입니다. 때문에 최우선적으로 손님들이 편안하고 안전하게 일정을 보낼 수 있도록 고민하고 있습니다. 동선마다 더 필요한 것이 없는지 살피며, 좋은 경험을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

Q3. 기념품 제작 시에는 어떤 부분을 고려하시나요?

글로벌 패키지에 참여한 손님들만을 위해 제공되는 특별한 기념품이니 만큼 각별하게 신경 써서 제작하고 있습니다. 기본적으로는 행사의 콘셉트에 맞는 기념품을 구상합니다. 예를 들어, NCT DREAM <DREAM LAND> 글로벌 패키지에는 회전목마 콘셉트의 행사에 맞춰 놀이공원 느낌의 키링을 제작, 제공했습니다.

3대 500? 이제는 마인드도 벌크업할 때



촬영/글. 편집부

근력의 중요성을 모르는 사람은 없을 것입니다. 건강하고 탄력 있는 몸매를 만드는 데 필수적인 요소이기 때문이죠. 그렇다면 '마음'에도 근력이 필요하다는 사실을 알고 계신가요? 최근 뇌과학과 명상에 대한 의미 있는 강의를 펼치고 있는 김주환 연세대학교 교수가 SM C&C의 교육 프로그램 <인사이트 클래스 (Insight Class)> 강단에서, '마음근력의 필요성'을 역설했습니다.

<인사이트 클래스>는 문화예술, 콘텐츠, 교양 등의 전문가와 함께 하는 토크 콘서트 형태의 사내 교육 프로

그램입니다. 임직원의 역량 강화의 일환으로 지난 8월 처음 시작했습니다. SM C&C는 엔터테인먼트 및 콘텐츠 트렌드는 물론, 삶에 감동을 줄 수 있는 다양한 주제의 강연을 진행할 예정이라고 밝혔습니다.

<인사이트 클래스>의 첫 번째 강연자로 나선 김주환 교수는 마음근력을 키워야 하는 이유와 방법에 대해 유쾌하게 설명했습니다. 바쁜 일상을 살아내느라 미처 돌아보지 못했던 마음을 살피고, 나 자신과 소통하는 방법에 대해 배우는 시간이었는데요. SM C&C 뉴스레터 구독자를 위해 유익했던 강연 내용을 공개합니다.

김주환 교수

연세대학교 언론홍보영상학부 교수로 재직 중이며 언론홍보대학원장을 역임했다. 주로 내면소통, 명상, 마음근력, 소통능력, 회복탄력성, 설득과 리더십 등을 가르치며 뇌과학과 뇌영상 분석 기법을 이용해 내면소통 및 명상의 효과를 연구한다. 저서로 <회복탄력성>, <그릿>, <구조방정식 모형으로 논문 쓰기>, <디지털 미디어의 이해> 등이 있으며 역서로 <스피치의 정석>, <드라이브> 등이 있다.

Chapter 1 | 셀프(Self)는 하나가 아니다

대부분의 사람들은 인간이 단 하나의 자아를 가지고 있다고 생각합니다. 하지만 김 교수는 여러 뇌과학, 심리학 전문가들의 말을 빌려 자아가 하나가 아니라는 것을 강조합니다. 인간의 자아는 ▲경험한 것을 일화 기억으로 축적하는 기억자아 ▲지금 여기서 특별한 경험을 하는 경험자아 ▲경험자아, 기억자아의 존재를 알아차리는 배경자아 등 세 가지로 나뉩니다. 여러 자아를 인지하는 것은 마음근력 강화의 핵심입니다. 내가 나를 변화시키는 것이 가능하다는 사실의 근거가 되기 때문입니다.

우리는 기억자아, 경험자아를 나의 본모습으로 착각합니다. '내가 차고 있는 시계', '내가 타는 자동차'는 내가 가지고 있는 것(What I have)이지 나 자체(What I am)가 아닌데 말이죠. 나 자체는 배경자아라고 김 교수는 설명합니다. 배경자아는 기억자아와 경험자아를 멀리서 지켜보는 자아이며, 이러한 배경자아를 알아차리는 것이 마음근력 훈련의 핵심입니다.

배경자아를 알아차리기 위해서는 우리의 스토리텔링 습관을 돌아봐야 합니다. 우리는 늘 스토리텔링을 합니다. 김 교수는 자의적인 편집과 의미부여가 합쳐진 것이 스토리텔링이라고 말합니다. 다시 말해, 내가 원하면 언제든지 바꿀 수 있는 것이죠.

“

한 사람이 배를 타고 강을 건너다가
빈 배가 그의 배와 부딪치면 그가 아무리
성질이 나쁜 사람일지라도 화내지 않을 것이다.
왜냐하면 그 배는 빈 배니까...(중략)

- 장자 -

김 교수는 어떤 사건(A)과 결과(C) 사이에는 믿음(B)이 개입한다는 이론을 소개했습니다. 위 장자의 글에서 '한 사람'이 분노한 이유는, '누군가가 고의로 나와 부딪쳤다'는 믿음이 자동적으로 개입했기 때문입니다. 김 교수는 내가 나를 변화시키기 위해서는 B 즉, 자동적인 스토리텔링 습관을 바꿔야 한다고 말합니다.



▲ 지난 8월 29일 SM C&C가 제1회 <인사이트 클래스> 강연을 진행했다.

Chapter 2 | 마음근력의 세 가지 핵심

우리가 변화할 수 있다는 것을 깨달았다면 이번에는 '무엇을', '왜' 변화시켜야 하는지 알아야 합니다. 우선, 마음근력의 세 가지 핵심 요소를 알 필요가 있습니다. 바로 ▲자기조절력 ▲대인관계력 ▲자기동기력입니다.

자기조절력 과제지속력, 끈기, 집중력, 감정조절력, 충동조절력 등을 포괄하는 말로 내가 나 자신을 다루는 능력

대인관계력 자신 및 타인에 관한 정보처리, 타인의 의도 및 감정 파악 능력을 포함하는 말

자기동기력 판단력, 의사결정력, 문제해결력 등

이와 같이 비인지능력은 성취역량에 지대한 영향을 미칩니다. 하지만 아직까지 현대의 교육은 비인지능력이 아닌 인지능력에 치중되어 있는게 현실인데요. 인지능력은 도래하고 있는 인공지능이 가장 먼저 대체할 수

있는 영역입니다. 김 교수가 지속적으로 비인지능력 강화, 마음근력 강화에 대해 목소리를 높이는 이유입니다.



Chapter 3 | 편도체 안정화와 전전두피질 활성화의 필요성

운동을 통해 복근을 만들 듯, 마음근력 역시 훈련을 통해 강화할 수 있습니다. 김 교수는 마음근력을 강화하기 위해 강조하는 부분은 전전두피질*을 활성화라 말합니다. 노벨경제학상을 받은 심리학자 대니얼 카너먼 (Daniel Kahneman)은 전전두피질을 두고 '합리적인 천천히 생각하기를 하는 기관'이라고 말했습니다. 끈기와 과제지속력을 발휘하는 기관이며, 나와 상대방의 입장을 동시에 고려하도록 만드는 기관이자, 창의성을 발휘해 문제를 해결하도록 하는 기관이기도 하죠.

*전전두피질 - 전두엽의 앞부분을 이르는 말

전전두피질 활성화를 위해서는 전제조건이 있습니다. 바로 편도체 안정화입니다. 편도체는 '감정 중추'라고도 불리는 변연계의 핵심 부위로, 비상사태에 이를 온몸에 알리는 일종의 경보장치입니다. 이런 편도체가 활성화 되면 두려움을 느끼게 되고, 이것이 반복되면 작은 자극에도 크게 반응하는 공포 회로가 형성됩니다. 이 경우 마음근력의 기반인 전전두피질 기능이 저하됩니다.

김 교수는 편도체 안정화 및 전전두피질 활성화 방법으로 명상, 유산소 운동 등을 제안합니다. 그가 말하는 명상은 가만히 가부좌를 틀고 앉아 있는 것이 아니라, 몸의 근육을 느끼고 그것을 풀어주는 것입니다. 자주 긴장하는 안면, 턱, 승모 등 근육을 부드럽게 이완함으로써 편도체를 안정화하는 것이죠.

유산소 운동 역시 장기적 관점에서 심장 박동수를 낮춰 편도체 안정화에 도움을 줍니다. 김 교수는 신경가소성 (neuroplasticity, 우리의 경험이 신경계의 기능적 및 구조적 변형을 일으키는 현상)에 대해 설명하면서, 반복 훈련의 중요성을 피력했습니다.

“

천천히 호흡하면서 고개를 한 번 돌려
나의 내면을 조용히 들여다보면
거기에 텅 빈 평온함과 온전한 자유가 있다.

- 김주환 교수 작 <내면소통> 중에서 -

안녕하십니까. SM C&C 대표 남궁철입니다.
지난 <인사이트 클래스> 재미있게 즐기셨는지요.
SM C&C는 격무와 무더위로 몸과 마음이 지친 임직원 여러분들에게
좋은 에너지를 드리하고자 <인사이트 클래스>를 시작했습니다.

그런 의미로 이번 첫 번째 클래스가 바쁜 일상을 살고 계시는 임직원 여러분들에게
조금이나마 힐링의 시간의 되었기를 바라는 마음입니다. 많이 참여해 주시고
적극적으로 경청해 주시는 모습을 보며 더없이 기뻐했습니다.

앞으로도 SM C&C는 문화예술, 콘텐츠, 교양 등 다양한 분야의 전문가들을 모시고
임직원 여러분들에게 좋은 인사이트가 될 수 있는 강연을 제공할 예정입니다. 첫
번째 클래스의 강연자이신 김주환 교수님의 말처럼 임직원 여러분의 비인지능력
향상에 도움이 되는 시간하기를 바랍니다. 감사합니다.

지난호 Best 3 다시 보기



ADVERTISING

외계인도 탐내는
지구가 있다면?

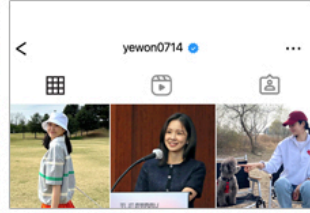
[+자세히 보기](#)



SM INSIDE

“MZ세대 가고 잘파세대 온다?”
주목할 디지털 트렌드

[+자세히 보기](#)



MANAGEMENT

ON도 OFF도 확실하게!
프로 갓생러가 사는 법

[+자세히 보기](#)



뉴스레터를 새롭게 신청하고 싶으시다면 [\[신청하기\]](#)를 클릭해주시고
수신을 원치 않으신 분들은 [이곳](#)을 클릭해주세요.

주소 : 서울특별시 성동구 왕십리로 83-21 12층-14층 | 발행인 : 남궁철
© SM Culture&Contents, All rights reserved.

[PDF 다운받기](#)

