

# 스틱! (STICK): 1초 만에 착 달라붙는 메시지, 그 안에 숨은 6가지 법칙

김경지

성균관대학교 의과대학 의학교육실

## Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die

Kyong-Jee Kim

Office of Medical Education, Sungkyunkwan University School of Medicine, Seoul, Korea



저서: 스틱!: 1초 만에 착 달라붙는 메시지, 그 안에 숨은 6가지 법칙

저자: 칩 히스 · 댄 히스 저

역자: 안진환 · 박슬라 역

출판사: 웅진윙스

출판년도: 2012년(개정증보판)

쪽수: 427쪽

교육은 가르치고자 하는 사람의 내용이 청중(학습자)에게 전달되는 일종의 커뮤니케이션이다. 그러므로 메시지가 명확히 전달되는 것이 교육적 효과성에서 중요하다고 볼 수 있다. 특히 의학교육의 변화를 이끌려면 그 변화의 필요성에 대한 메시지가 잘 전달되어 그 과정에 많은 대학의 구성원들이 참여할 수 있도록 해야 할 것이다. 이를 위해 의학교육과 관련된 일을 하는 이들이 교육학 이론 및 교육의 개선을 위한 좋은 아이디어를 효과적으로 전달하는 기법을 익히는 것은 아주 유익한 일일 것이다. 메시지를 효과적으로 전달하는 기법을 사례와 함께 흥미롭고 실질적인 지침을 제공하는 책 한 권을 소개하고자 한다.

스탠포드대학 경영학과 교수인 칩 히스와 출판사의 수석편집자로서 전문성을 쌓아온 댄 히스 두 형제는 커뮤니케이션에 공통된 관심을 가지고 연구를 하며 사람들에게 오랫동안 기억되고 살아남은 이야기에는 공통점과 그렇지 않은 이야기들과 다른 특징들이 있

다는 점을 파악하게 된다. 서로가 다른 분야에서 일하면서도 같은 주제를 연구하고 있다는 것을 알고 공동집필을 시작한 두 형제는 기억, 감정 및 동기에 관한 심리사회학적 이론에 기반하여 왜 어떤 아이디어는 전파가 되고 어떤 아이디어는 살아남지 못하고 사라지는가를 설명하고 사람들에게 잊혀지지 않고 오랫동안 기억에 남을 수 있는 메시지를 만드는 6가지 기법을 제시한다. 이러한 메시지를 저자는 Malcolm Gladwell의 저명한 저서 ‘The tipping point’에서 주장한 고착성(stickiness)에 기반하여 스틱(stick) 메시지라고 한다.

스틱 메시지의 첫 번째 원칙은 단순성(simplicity)이다. 효과적인 메시지를 만들려면 핵심을 찾아서 결가지를 쳐내고 중요한 것만 남겨야 한다. 예를 들면 뉴스 기사를 쓸 때는 가장 중요한 정보를 뽑아서 이를 첫 문장, 즉 리드(lead)에 제시하고 리드 뒤에 보다 덜 중요한 정보를 나열한다. 리드가 실종되면 핵심을 잃어 착 달라붙는 메시지가 되지 못할 것이다. 사람이 한 번에 배우고 기억할 수 있는 정

보의 양에는 한계가 있기 때문에 최대한 간결하게 축약하려면 기존의 지식과 연결시키거나 도식, 비유 등의 방법을 활용한다. 또한, 메시지는 단순한 요약문이 아닌 심오한 의미를 담고 있어야 한다. 무익한 정확성은 청중들에게는 아무런 의미도 없고 착 달라붙는 메시지가 될 수 없다. 간결함과 핵심이 결합된 메시지이어야 한다. 이는 쉬운 일은 아니다. 사람은 일단 무언가를 알고 나면 알기 전 상태로 돌아갈 수 없는 경향이 있으며 이를 지식의 저주라고 저자는 설명한다.

두 번째 원칙은 의외성(unexpectedness)으로 이는 듣는 이의 추측 기제를 망가뜨리는 것이다. 사람들이 메시지에 관심을 갖게 하고 그 관심을 유지시키려면 그 메시지는 사람들의 예상을 깨뜨리는 해결책이나 직관에 반하는 결론을 제시하는 의외성을 담고 있어야 한다. 하지만 사람들의 허를 찔러 긴장감을 높이는 감정은 오래 지속되지 않는다. 오랜 시간에 걸쳐 사람들의 지식에 구조적인 ‘공백을 열어주면’ 호기심을 유발할 수 있다. 그런 다음 그 빈틈을 채워준다. 호기심은 지식의 공백을 느낄 때 생긴다는 흥미의 공백이론을 활용해 지식의 공백을 채우고 싶어하는 욕망을 공격하고 관심을 이끌게 한다.

세 번째 법칙은 구체성(concreteness)이다. 메시지는 구체적이고 상세한 이미지를 내포해야 한다. 일반적인 전략, 비전 등의 문구는 애매모호하고 추상적일 수 있다. 이에 반해 속담은 대개 추상적인 진리를 구체적인 언어로 표현하기에 오랜 역사를 거쳐 이어져 내려올 수 있다. 이러한 구체적인 메시지를 통해 메시지가 청중들에게 동일한 의미로 전달되게 할 수 있으며 이는 앞서 언급한 지식의 저주를 깨뜨리는 방법이 될 수 있다.

네 번째 법칙은 신뢰성(credibility)이다. 당신이 유명인사나 저명한 전문가가 아니더라도 당신의 이야기에 권위를 부여할 수 있어야

한다. 이를 위해 유용한 방법 중 하나는 세부사항을 생생하게 전달하는 것이다. 이를 위해 통계수치를 이용하되 이를 딱딱한 수치가 아닌 인간적이고 일상적인 언어로 맥락화하여 의미를 전달한다. 통계를 제시할 때는 숫자 그 자체보다는 숫자들 사이의 연관성이 더 중요한 것이라고 저자는 설명한다. 또한 통계와 같은 수치가 아니더라도 메시지의 신뢰성을 줄 수 있는 구체적인 실례를 제시한다면 신뢰성을 증폭시킬 수 있다.

다섯 번째 법칙은 감성(emotion)이다. 우리가 말하는 메시지를 상대방이 중요하게 받아들이도록 하려면 무언가를 느끼게 만들어야 하며 감성이 담긴 메시지는 행동하게 만든다는 것이다. 신뢰가 가는 메시지라도 그러한 믿음을 행동으로 변환시키려면 그 메시지를 각별히 여기도록 만들 수 있어야 한다. 그러려면 그 메시지는 상대방이 중요하다고 여기는 것과 연결이 되어야 한다.

여섯 번째 법칙은 스토리(story)이다. 말하고자 하는 것에 스토리를 더하여 전달함으로써 이에 몰입하게 하는 것이다. 스토리를 활용하면 추상적이고 단순한 정보의 나열보다는 이야기의 흐름에 보다 잘 집중할 수 있고 감정을 이입하고 오래 기억할 수 있게 된다. 또한 스토리에는 지식의 저주를 깰 수 있는 앞서 언급한 많은 기법을 내포시킬 수 있다. 효과적인 스토리로는 불가능해 보이는 도전에 직면하여 난관을 극복하거나 오랫동안 풀리지 않던 수수께끼를 해결하고 참신한 방식으로 문제를 공략하는 사례를 이용하는 방법이 있다. 또한 일상의 삶이 만들어 놓은 스토리를 포착하여 활용할 수도 있다.

스틱 메시지의 원칙은 위에 소개한 여섯 법칙의 첫 문자를 따서 SUCCEs라는 약어로 요약된다. 본 학술지의 많은 독자분들이 스틱의 기법을 활용하여 효과적인 메시지 전달을 위한 아이디어를 얻을 수 있기를 기대한다.