

지은이 이현영
펴낸이 박영률

초판 1쇄 펴낸날 2014년 4월 15일

커뮤니케이션북스(주)

출판등록 2007년 8월 17일 제313-2007-000166호
121-869 서울시 마포구 연남동 571-17 청원빌딩 3층
전화 (02) 7474 001, 팩스 (02) 736 5047

commbooks@eel.net
www.commbooks.com

CommunicationBooks, Inc.

3F Cheongwon Bldg., 571-17 Yeonnam-dong
Mapo-gu, Seoul 121-869, Korea
phone 82 2 7474 001, fax 82 2 736 5047

이 책은 커뮤니케이션북스(주)가 저작권자와 계약해 발행했습니다.
본사의 서면 허락 없이는 어떠한 형태나 수단으로도
이 책의 내용을 이용할 수 없음을 알려드립니다.

© 이현영, 2014

ISBN 979-11-304-0157-7

책값은 뒤표지에 있습니다.

개념의 인식

흔히 아무 생각 없이 말하고 행동하는 사람을 가리켜 ‘개념이 없는 사람’이라고 한다. 이 말은 임마누엘 칸트(Immanuel Kant, 1724~1804)가 『순수이성비판』(1781)에서 “내용이 없는 사유는 공허하고 개념이 없는 직관은 맹목적이다”라고 한 말과 의미가 상통한다. 다시 말해 인간이 어떤 메시지를 받아들일 때 수동적으로 받아들이는 것이 아니라 경험적 사고들을 바탕으로 능동적으로 인식하고 구성한다는 것이다.

개념은 학문에서 이론을 전개하는 데 중요한 도구로 사용된다. 개념들을 논리적으로 엮은 체계가 바로 학문이다. 예를 들어, 경영학은 기업의 경영 현상을 관찰하여 거기에 존재하는 법칙을 밝혀내고 그것을 실천 목적에 활용하는 이론이고, 물리학은 생물 자연 외의 무기적 자연의 논리성을 함범칙성으로 인식하는 것을 목적으로 물질의 무기적인 운동 형태를 연구하는 이론이다. 디자인학은 형태·색채·재질·차원·비례 등과 같은 여러 가지 조형

요소(또는 시각요소) 가운데 의도적으로 몇 가지를 선택하여 어떤 주어진 목적에 맞게 구성하는 창조 활동을 연구하는 학문이다. 즉, 학문의 이론은 논리적 개념들을 연관시켜 이루어 놓은 하나의 체계다. 따라서 개념은 이론을 이루는 체계이며, 이론을 뒷받침하는 지식들의 총체적 요소다.

개념의 정의

개념(概念)의 사전적 의미는 사물 현상에 대한 일반적인 관념이나 지식, 다시 말해 개개의 사물로부터 공통·일반적 성질을 뽑아 이루어진 표상(表象)이다.

예를 들어 '사랑'이란 단어를 사전에서 찾아보면, 어떤 상대의 매력에 끌려 열렬히 그리워하거나 좋아하는 마음, 남을 돕고 이해하려는 마음, 어떤 사물이나 대상을 몹시 아끼고 귀중히 여기는 마음, 열렬히 좋아하는 상대 등으로 나온다. 사랑이란 단어의 공통적인 단어는 '매력', '그림', '좋아하는 마음', '이해하는 마음', '아끼는 마음', '좋아함', '좋아하는 마음'으로 요약된다. 이런 의미를 가지고 다음과 같은 문장을 만들 수 있다. '사랑에 빠지다, 불우한 이웃에게 사랑의 손길을 보낸다, 자연에 대한 사랑, 그녀는 나의 처음이자 마지막 사랑이었다' 등이다.

앞서 사랑이란 단어를 가지고 만든 문장들을 통해 개념을 정리해 보면, 개념은 사람들의 생각을 문장이라는 기본적인 형식을 빌려 낱말들로 만든 구성체이다. 다시 말해, 여러 개념이 이어져 한 덩어리의 생각이 이루어지는 것이다. 이는 문장만이 아니라 사랑이란 주제로 형태가 있는 작품을 제작한다면, 사랑은 우선 마음을 표현하는 추상적 단어이므로 심장, 하트 모양을, 열렬히 좋아하는 마음을 표현하기 위해서는 빨강색을, 부드러움이 떠오를 것이니까 담요 같은 따뜻한 가벼운 촉감이 떠오를 것이다. 이런 요소들을 조합하여 조형물을 만들어 완성한다면 사랑의 개념에 근접할 것이다.

정리하자면, 개념은 사고(思考)의 틀을 형성함과 동시에 내용을 담아낸다. 그러므로 사람들은 개념을 담은 말이나 글, 또는 형태 등으로 자신의 생각을 소통하게 된다.

콘셉트의 속성

콘셉트는 방향성이 있다

'개념'이란 단어는 현대에 와서는 '콘셉트'란 단어로 사용되기도 한다. 사실 콘셉트는 영어 단어 'concept'에서 온 외래어다. 'concept'를 검색하면 '1. 개념, 2. 관념, 3. (상품의) 콘셉트'라고 나온다. 단순히 단어 측면에서 해석하

면 '개념'이나 '관념'이라고 말할 수 있지만, (상품의) 콘셉트라고 한다면 방향성을 지닌 단어라 할 수 있다. 즉, 목적성을 포함하는 단어이다. 다시 말해 어떤 의도를 가지고 있느냐를 파악해야 하는 것이다. 유기농 화장품의 콘셉트를 예로 들어 보자. 유기농(有機農)의 개념은 화학 비료나 농약을 쓰지 아니하고 유기물을 이용하는 농업 방식을 말한다. 그러므로 무농약, 인공 원료가 아닌 자연 원료를 사용하여 만든 화장품임을 강조하는 것이 콘셉트의 방향이 되는 것이다. 그렇기 때문에 소비자들이 상품을 구매하는 주된 목적은 유기농이 주는 유익, 천연 재료가 피부에 주는 유익이 콘셉트로 작용할 것이다. 따라서 콘셉트는 상품의 제작 방향, 구매 방향을 결정하는 속성을 지니고 있음을 알 수 있다.

콘셉트는 사회, 문화적 맥락에서 파악된다

또한 콘셉트는 사회, 문화적 맥락에서 이해해야 한다. 콘셉트를 규정하기란 쉬운 문제가 아니다. 왜냐하면 사실 완전히 객관적인 콘셉트란 없기 때문이다. 누구나 콘셉트에 대해 확신을 가지고 사용하길 원하지만, 적용되는 상황에 따라 의미가 달라질 수 있다. 따라서 콘셉트를 사용하거나 이해할 때는 단독 의미로 파악하기보다는 적용되는

맥락(脈絡, context)을 염두에 두어야 할 것이다. 맥락(脈絡)이란 문장에서 애기하면 문맥(文脈)을 뜻한다. 문맥이란 언어 표현에서는 주어진 부분과 연관이 되는 언어적인 맥락 또는 환경을 일컫는 말로 낱말의 의미를 논할 때 그 낱말이 어떤 문장 안에서 어떤 구실로 쓰였는가를 보아야 비로소 그 낱말의 의미를 알 수 있기 때문이다.

또한 맥락 속에는 담화(談話)가 포함된다. 담화란 어떤 목적을 달성하기 위해 사용하는 구어적 언어 형태를 말한다. 담화는 여러 가지 상황에 따라 정보 전달, 사고, 선언, 약속, 호소 등의 목적을 가질 수 있다. 예를 들어 어떤 남성 지니가가는 여성에게 “지금 몇 시예요?”라고 물어 본다면, 그 남성이 시계가 없어서 시간을 물어볼 수도 있지만, 또 한편으로는 그 여성에게 사교 목적을 두고 한 말일 수 있다. 또 다른 예는 선거철 국회의원 후보들의 연설문이다. 나 대통령 대국민 담화문 발표 등에서도 찾아 볼 수 있다. 예를 들어 2014년 박근혜대통령은 ‘신년대국민담화문’을 비롯해서 인도-스위스 해외순방 등에서도 여러 차례 ‘통일은 대박’이라는 구호를 자주 언급하였다. 이런 구호는 우리 민족이 오랜 시간동안 간절히 바래왔던 ‘통일’이라는 공통된 이슈를 국민과 소통하고자 하는 대통령의 호소일 것이다. 이와 같이 담화는 단순한 일상대화에서부터 시대

적, 민족적 상황까지 각각의 목적을 달성하기 위해 구체적 인 모습으로 나타난다.

앞의 유기농 화장품은 도시 생활을 하는 사람들에게 많은 관심을 끌고 있는 상품이다. 21세기 고도 산업화로 환경이 오염되고 자연에서 멀어져 가는 생활환경에서 자연 회귀적인 갈망이라고도 볼 수 있다. 이런 상품들은 문명이 아직 많이 발달되지 않은 아프리카나 동남아시아 나라에서는 그리 중요한 관심사가 아닐 수 있다. 왜냐하면 아직은 가내수공업과 같은 자급자족적 생활문화 속에 자연은 그들에게 가까운 생활공간이기 때문이다. 그러므로 우리의 콘셉트는 그 의미가 사용된 사회, 문화 속에서 이해했을 때 제대로 파악될 수 있다.

콘셉트는 소통의 주춧돌이다

주춧돌(post stone)은 건축물의 기둥을 받쳐 주는 돌로 초석(礎石) 또는 머릿돌이라고 한다. 초석은 건축의 종류에 따라 다른데, 일반 주택에서는 자연 그대로의 암석이나 둥근 돌을 쓰는 반면, 사원(寺院)에서는 기둥과 접하는 윗면을 원형으로 만들기도 하고, 요철(凹凸)을 붙이기도 한다.

이 초석을 글에 비유하자면 글의 핵심, 콘셉트다. 다시 말해 한 문장의 콘셉트가 전달하려는 중심어인 것이다.

따라서 하나의 문장에 콘셉트로 어떤 것을 선택하느냐에 따라 전달하려는 글의 내용은 달라질 수 있다.

따라서 우리가 소통하려는 내용을 제대로 전달하려면 다만, 처음부터 초석인 콘셉트를 잘 선택해야 한다. 내가 무슨 집을 지을지에 따라 초석이 달라지기 때문이다. 집을 지을 형태에 맞게 초석을 선택하고 적합한 곳에 잘 위치시키는 것이다. 따라서 콘셉트는 소통의 집을 짓기 위해서 선택해야 하는 초석이라 할 수 있다.

콘셉트와 커뮤니케이션

인간은 태어나서 죽을 때까지 언제 어느 곳에서는 소통하지 않고 살아갈 수 없다. 말을 주고받는 대화에서 시작해 문자 소통, 이메일 주고받기, 표정, 몸짓, 그림 그리기, 전화 통화, 영화 감상, 인터넷 활동 등 그 형태는 무제한적이고 다양하여 인간의 모든 행위는 커뮤니케이션을 수반한다고 할 수 있다.

커뮤니케이션의 어원은 'communis'로, 공유를 의미하는 라틴어에서 유래하였다. 문자를 풀어 해석하면, 하나 또는 하나 이상의 생물체가 다른 생물체(들)와 지식, 정보, 의견, 의도, 느낌, 신념, 감정 등을 공유하는 행동이라 할 수 있다. 이를 인간에게 비취 봐도 마찬가지일 것이다. 인

간(들)과 인간(들)이 서로의 생각이나 지식, 정보, 의견, 의도, 느낌, 신념, 감정 등을 주고받아 공통화하는 것이라 할 수 있다.

커뮤니케이션에서 가장 중요한 요소는 신속함과 정확성이다. IT 시대는 속도가 경쟁력을 좌우하는 시대이다 보니 실시간 검색어, 실시간 중계 등 어떠한 정보든 속도 전 쟁을 치르는 것이 일상화해 있다. 하지만 빠른 정보라고 하더라도 모두 정확한 정보는 아니다. 또한 정보를 전달하는자와 전달받는자 사이에 소통의 오차는 없는지도 명 확히 해야 한다. 따라서 정보 전달자와 수신자 서로 간의 개념, 즉 콘셉트는 커뮤니케이션에 기본 역할을 한다고 할 수 있다. 콘셉트를 명확히 이해하고 정보를 주고받았을 때, 서로의 커뮤니케이션은 정확해질 수 있다.

이처럼 인간은 나면서 죽을 때까지 끊임없는 커뮤니케이션 속에서 살아가는데, 그렇다면 인간이 소통하는 궁극적인 목적은 무엇인가 의문이 들지 않을 수 없다. 아리스토텔레스(Aristoteles, B.C. 384~322)에 의하면, 인간 삶의 궁극적인 목적은 '행복'을 추구하기 위해서라는 것이다. '행복 추구'란 배부름, 편안함, 지위의 높음, 남의 인정, 타인에 희생 등이 있을 것이다. 자본주의사회에서 물질적 부의 추구가 행복의 추구라고도 얘기하지만, 가장 일반적

인 행복은 '욕구의 충족'이라 볼 수 있다. 그러다 보니, 인간은 자신의 욕구를 충족하기 위해 커뮤니케이션하는 것이며, 서로의 욕구가 충족되기 위해서는 서로의 생각이 잘 전달되어야 할 것이다. 또한 인간이 충족하고자 하는 욕구는 생존을 위한 보편적 욕구보다는 더 나은 삶을 추구하고자 하는 고차적 욕구로 무한히 확장된다. 따라서 인간이 서로 욕구를 충족하기 위해서는 콘셉트의 합일점을 명확히 이해하고 소통해야 할 것이다. 그랬을 때 서로의 행복 추구는 달성될 것이다.

책의 내용

이 책에 수록한 20가지 콘셉트들은 고정된 것도 아니고, 모든 콘셉트를 말해 주는 것도 아니다. 나중에 의미가 어떻게 바뀌어 사용될지 아무도 모른다. 콘셉트는 문화, 사회적 배경 속에서 작동하기 때문이다. 따라서 콘셉트를 단일 의미로 단정 짓기 어려운 점이 있다. 하나에 하나의 의미를 내포하기보다는 복합적 의미를 품고 있기 때문이다. 또한 똑같은 단어를 하더라도 소통하고자 하는 사람에 따라 다른 의미를 가질 수도 있어서다. 따라서 고정된 콘텐츠로 보기보다는 사례를 통해 소통되는 단어의 콘셉트 위주로 서술하였다.

또한 이 책은 바로 바로 써먹을 수 있는 실용서라고 하
 기엔 사례들의 폭이 너무 한정되어 있고, 학문적 깊이도
 얕다. 단지 일상생활에서 갖가지 사회 문화들을 읽고 이
 해하고 소통하는 데 도움이 되는 간단한 콘셉트 북
 (concept book)으로 여겨 주었으면 좋겠다.

이 책의 전체 구성은 인터넷 포털 사이트인 네이버, 다
 음, 네이버에서 현대인들이 보편적으로 검색하는 빈도가
 가장 높은 콘셉트들을 추출하여 20가지로 정리하였다. 단
 어의 나열은 가나다 순으로 정리하였으며, 어떤 중요도나
 우선순위의 성격은 가지고 있지 않다.

참고문헌

- 그래임 터너 지음, 김연중 옮김(2008), 『문화연구입문』, 한나래.
 남경태(2006), 『개념어사전』, 들녘.
 백종현(2004), 『철학의 주요개념』, 서울대학교 철학사상연구소.
 유세경(2012), 『글로벌 커뮤니케이션』, 커뮤니케이션북스.
 윤석민(2007), 『커뮤니케이션의 이해』, 커뮤니케이션북스.
 이용백 · 김원경 · 김선홍(1998), 『국어국문학자료사전』,
 한국사전연구사.
 임석진 외(2009), 『철학사전』, 종원문화.
 정의종(2014.02.26), '박근혜 대통령 취임 1주년 담화' 통일대박 이광
 '통일준비' 만든다. 《경인일보》, 1면 TOP.
 차배근(1990), 『실득커뮤니케이션 이론』, 서울대학교 출판부.
 Aristotle(Author), Crisp, Roger(Translator)(2000), *Aristotle*: