비합리적 소비의 심리

* **홈쇼핑**
* **전망이론**
* **인간은 쓸모(효용)이 아니라 개인의 가치에 의존**
* **이익보다 손해보는 것을 싫어함**
* **미래예측을 토대로 판단**
* **가치판단 원리**

1. **준거 의존성**

* **가치의 절대크기보다 기준점으로부터 차이를 기준으로 판단**

**2. 민감도 체감성**

* **가격이 저렴할 때 가격변동에 더 민감**

**3. 손실 회피성**

* **선택하지 않은 대안이 초래할 손실을 피하고 싶은 심리**
* **홈쇼핑은 터널시야 현상을 유도함**
* **터널시야 현상: 특정한 것에 과도하게 몰입하여 주변을 살피지 못함**
* **쇼핑중독**
* **불필요하거나 구매동기가 약한 물건 구매**
* **심리적 불안의 해소 목적**
* **유행**
* **일정기간 다수의 사람에게 공유되는 사회적 동요현상**
* **동조와 차별화의 상반된 두 욕구를 동시에 만족시킴**
* **유행의 원인 -> 유행을 따르는 것이 살기 편함**

**1. 문화의 자기복제 본능**

**2. 모방이론**

**3. 나도 본능**

**4. 집단 선택에 관한 신뢰와 순종**

**1 Meme: 생명체처럼, 유행도 자기복제로 생존하고 확산하는 특성을 보임(유행시작)**

**2 모방이론: 인간(동물)은 타인을 모방하거나 공감하는 본능이 있음**

**3 나도 본능: 필요나 효용, 사회적 관계 등이 목적이 아니라 소외되는 느낌이 싫어 특정 제품을 소유하거나 소비**

**4 집단선택에 대한 순응: 다수 선택이 아닌 제품을 사용할 때 발생하는 설명, 이유, 눈치 등의 사회적 이용을 축소시킴**

* **사회적 동조 현상**
* **타인의 생각이나 행동에 반하는 행동을 하지 않으려는 심리적 현상**
* **특정 집단에 소속되려는 or 소외되지 않으려는 인간 본능**
* **사회심리적 전염 (정서와 생각, 행동이 타인에게 이전되고, 결국 비슷한 행동을 하는 현상)**
* **유행과 관련된 현상**

**1. 스놉 효과 (snob effect, 백로효과)**

**유행품이나 대세를 의도적으로 외면하는 사람 또는 그들의 행동**

**어떤 제품이 대중화되면 남들과 다름을 증명하기 위해 더 이상 그 제품을 구매하지 않음**

**2. 밴드웨건 효과 (편승효과)**

**밴드웨건효과 = 사회적 동조 + 집단선택에 대한 순종 + 나도 본능**

**뚜렷한 주관 없이 다른 사람들의 선택을 따라하는 현상**

* **좋은 (합리적) 의사결정이란?**

**- 의사결정의 결과, 더 많은 혜택을 얻으면서 위험이나 비용이 최소화될 때**

**- 불확실성이나 위험을 최소화할 수 있는 의사결정**

* **합리적 의사결정을 위한 정보탐색 원천**

**1. 내부적 정보탐색**

**2. 외부적 정보탐색 (광고, 사용후기, 전문가, 판매원, 지인)**

**- if 내부탐색으로 충분하면 정보탐색 중단**

**- 대부분의 경우 내부탐색으론 부족**

* **심리적 거리**

**- 특정 사건이나 상황에 대해 느끼는 시간적, 사회적, 심리적 거리감**

**- 사람은 심리적 거리에 따라 동일한 사건을 다르게 해석하고 판단**

* **해석수준이론**

**사람들은 대상과의 거리감에 따라 메시지의 해석수준이 달라짐**

**- 저차원: 당장 눈앞에 보이는 것을 중심으로 생각하고 끝남 (이성보다 감성)**

**- 고차원: 특정 사건의 배경이나 장기적 결과 등을 다각도로 고려 (감정보다 이성)**

**먹방**

**음식/취식 의미**

**1. 합리적 배경**

**- 생존 에너지 축적**

**- 미식, 쾌락의 대상**

**2. 부분합리**

**- 스트레스 등 부정감정을 해소하는 수단이자 보상**

**- 부정적인 감정을 해소하는 다른 수단이 있을 경우 음식섭취량 ↓**

**3. 습관성 취식**

**- 2의 부정감정 해소 수단이자 보상의 과정이 반복되면서 습관화**

**- 부정 습관의 문제**

**수단적 학습이론 스키너 (skinner): 옳은 행동을 하면 상, 올바르지 않은 행동은 벌**

**먹방을 보는 이유**

**1. 정보수집**

**2. 신기함**

**3. 먹방이 극대화한 감각자극에 대한 수동적 반응 - 먹방에 대한반응**

**먹방 관련 방어기재(대상행동)**

**1. 억압 - 자신이 받고 있는 고통이나 충격을 해소하지 못하고 무의식적으로 억누르는 것**

**2. 투사 - 비난, 문제의 소지가 있어서 욕구나 소망을 남에게 책임을 전가하는 것**

**3. 전치 - 자신의 욕망/감정 해소 대상이 A지만, A는 위험한 결과가 초래할 수 있어 비교적 위험이 적은 B를 대상으로 화풀이하는 것.**

**4. 동일시 - 타인이나 다른 대상을 자신과 동일화**

**5. 주지화 - 이성적이고 객관적 사유, 논리적 이유를 들어 내면의 심리를 감추려는 행위**

**6. 합리화 - 자신의 행동원인을 감성적이거나 사회적으로 그럴듯해 보이게 설명하는 것**

**-----억 투 전 동 주 합-----**

* **먹방으로 예시**

**1. 억압 - 음식 스트레스의 원인, 다른 대리행동의 배경**

**2. 투사 - 먹방러를 보고 “저렇게 먹으니 살이 찌지”**

**3. 전치 - 억압된 식욕 – 덜 위험한 먹방 시청 ->대리만족**

**4. 동일시 - 먹방러와 자신을 동일시**

**5. 주지화 - 먹방 시청 -> 장소, 먹는 방법 등 유용한 정보를 얻기 위한 것으로 포장**

**6. 합리화 - 먹방 시간에 다른 프로그램은 볼 게 없네 – 먹방 시청 - “맛있으면 0칼로리”**

**신용카드 과소비 이유**

* **심적회계이론**

**사람이 돈과 관련된 의사결정을 할 때 같은 기준이 아닌 시간과 상황에 따라 다른 계산법 또는 계산의 틀을 적용한다는 이론**

* **10만원 사용시 1만원 상품권 -> 1만 보상 -> 꽁돈 <이때 더 많이 씀**
* **10만원 상품 1만원 할인 -> 9만원 지출 -> 비용**
* **전망이론: 효용보다 가치를 중요하게 판단**

**1. 준거의존성 (심적 회계 기준에 의해) 신용할부 때문에 고액지출을 두려워하지 않음**

**2. 민감도 체감성에 의해 고액지출을 두려워하지 않음.**

**- 카드로 결제 시 경제적 손실지각 강도가 낮아짐**

**3. 손실회피 성향: 사람은 이익보다 손실을 더 싫어함**

**- 사람은 당장의 손실을 싫어하므로, 신용카드로 손실지연 함**

* **신용카드가 과소비 중독으로 발전하는 이유**
* **반대과정이론**

**기본과정**

**- 사람은 자신의 감정이 중립에 위치하길 원함**

**- 감정의 변화가 생기면 중립이 되기 위해 대립하는 정서를 불러옴**

**반대과정**

**- 어떤 정서발생 -> 반대감정 소환**

**- 대립하는 두 정서 중 우세했던 정서는 점점 약해지고, 약했던 정서는 강해짐**