14주차 학습

1교시 학습 키워드 – 소비문화, 문화이론, 자기해석 수준, 하위문화

소비문화란 소비에 대한 공통된 가치관 및 사고방식을 공유한 집단과 사회를 의미하며 그 집단과 사회에서 한 구성원으로 살아가는 개인 소비자는 그들의 소비 문화에 의해 행동하고 타인의 소비행동을 평가하게 된다.   
소비자 행동과 문화는 쌍방관계이다. 즉 문화가 소비자에게 상품의 의미를 해석하는 프레임과 습관이나 관습적 행동지침을 제공하며, 소비자는 이에 기초하여 상품을 선택하고 그것이 소비 패턴(행동)을 형성하지만 동시에 소비자들의 소비 패턴이 상품 해석에 대한 문화적 해석 코드를 형성하도록 영향을 미치고 나아가 문화와 소비문화를 형성하는데 기여한다는 것이다.

자기해석 수준은 문화와 개인 간의 상호작용에 의해서 형성되는 자기와 사회의 관계를 인식하는 개념이라고볼 수 있으며 이것은 독립적인 것과 상호 의존적인 것으로 나누어질 수 있다.   
소비자들이 새롭게 변화하는 환경에 적응하면서 소비문화도 함께 변화되고 있으며 변화하는 트렌드에 따라 새로운 소비문화가 형성되기도 한다.

문화와 소비

1) 소비문화의 개념 및 문화와 소비

소비문화(Consumer culture)란 근대 자본주의 사회에서 상품과 서비스를 매매하고 소비하는 것을 지향하는 문화적 지배를 말함

소비문화는 사회 구성원들의 공통된 사고방식과 행동패턴에 의해 형성되고 이렇게 형성된 소비문화는 다시 소비자들의 행동에 영향을 미치는 순환적 구조라고 할 수 있음

소비자 행동과 문화는 쌍방 관계임

즉 문화가 소비자에게 상품의 의미를 해석하는 프레임과 습관이나 관습적 행동지침을 제공하며, 소비자는 이에 기초하여 상품을 선택하고 그것이 소비 패턴(행동)을 형성하지만 동시에 소비자들의 소비 패턴이 상품 해석에 대한 문화적 해석 코드를 형성하도록 영향을 미치고 나아가 문화와 소비문화를 형성하는 데 기여한다는 것임

2) 문화 이론 및 자기해석 수준

문화는 사람들이 생태학적 환경에 적응해 가는 방식에 따라 다른 모습을 지니며 개인과 집단의 목표 중 무엇을 우선시 하는지에 따라 개인주의와 집단주의로 나누어짐

자기해석 수준은 문화와 개인 간의 상호작용에 의해서 형성되는 자기와 사회의 관계를 인식하는 개념이라고 볼 수 있으며 이것은 독립적인 것과 상호 의존적인 것으로 나누어질 수 있음

하위문화와 소비자 행동 및 소비자 심리에서의 문화의 역할

1) 소비자 심리에서 문화의 역할

정확한 정보가 부족한 상황에서 소비자는 자신의 평가와 선택, 판단의 내용에 대한 최종적인 결론을 내릴 때 자신을 둘러싼 다른 사람들의 반응을 통해 의사결정을 내리게 됨

새로운 소비문화는 타인의 소비행동을 관찰하고 그에 대한 모델학습, 사회학습이 이루어져 확산되는 형태로 형성됨. 그리고 준거집단의 행동을 모방함으로써 이루어지는 모델학습은 그 파급력이 더 크다고 할 수 있음

동조 행위란 주의 사람들이 하는 것을 자발적으로 따라서 하는 행위로 유행을 따르는 심리적 현상임

소비자는 자신이 속해 있는 집단의 다른 구성원들과 같이 행동함으로써 집단 구성원으로서 수용되고 인정을 받으려 하며 집단에서 소외되는 것을 원치 않음. 따라서 집단 내 타인의 행동을 모방하여 따라 하려는 성향이 나타나게 됨

Q1. 다음 중 '자기해석 수준'에 대한 설명으로 올바르지 않은것은?

자기해석 수준은 문화와 개인 간의 상호작용에 의해서 형성되는 자기와 사회의 관계를 인식하는 개념이라고 볼 수 있다.

[상호 의존적 자기해석이 높은 사람은 자신을 사회적 관계 속에서 정의하며 자신의 행동이 타인의 행동과 불가분의 관계에 있다는 신념을 가지고 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

[자기해석 수준이 개인 변인으로 영향을 주기도 하지만 상황적인 점화를 통해서도 집단주의적 성향과 개인주의적 성향이 나타날 수도 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

[독립적인 자기해석인 높은 사람은 타인에게 주의를 기울이고 그들과 좋은 사회적 관계를 유지하는 데 초점을 맞춘다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

[일반적으로 서양의 개인주의 문화에서는 독립적 자기해석이 발달하고 동양의 집단주의 문화에서는 상호의존적 자기해석이 발달한다고 할 수 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

독립적인 자기해석이 높은 사람은 스스로를 자율적이고 독특하다는 내적 신념을 가지고 자신만의 독특한 권리, 요구 등을 드러내는 행동을 하려고 한다.

Q2. 다음 중 '하위문화가 소비자 행동에 미치는 영향'에 대한 설명으로 올바르지 않은것은?

소득 수준에 따라 경제적 여건과 상황이 다르며 소비에 대한 가치관이나 기준도 달라진다.

[사회적 지위와 계층에 따라서 소비문화가 다르게 형성되지는 않는다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

[자신이 속한 조직의 문화가 어떠한지에 따라서 그 조직에 속해 있는 구성원들의 행동과 태도가 영향을 받게 된다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

[사람들은 같은 시기에 태어난 수백만 명의 다른 사람들과 문화적 유대를 형성한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

[변화하는 트렌드에 따라 새로운 소비문화가 형성되기도 한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

사회적 지위와 계층에 따라서 소비문화가 다르게 형성될 수 있다.   
소득과 사회적 지위가 높은 사람들은 소비를 통해 타인들에게 자신의 위치를 과시하고 싶은 욕구를 표출하기도 한다. 값비싼 자동차나 명품 상품을 구매함으로써 자신의 지위를 드러내고 싶은 것이다.

Q3. 다음 중 '소비자 심리에서 문화의 역할'에 대한 설명으로 올바르지 않은것은?

소비자의 소비행동은 제 삼자인 타인에 의해서 평가될 내용을 추론함으로써 자신의 행동을 통제하기도 한다.

[일반적으로 집단주의 문화보다 개인주의 문화에서 사회적 추론의 영향이 더 크게 나타난다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

[속해 있는 집단의 문화에 의해서 소비자들은 문화를 형성하고 행동에 영향을 받는다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

[행위란 주위 사람들이 하는 것을 자발적으로 따라서 하는 행위로 유행을 따르는 심리적 현상이다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

[소속 집단의 소속감과 유대감을 위해 타인의 행동을 모방하거나 동조함으로써 새로운 소비문화가 형성되기도 한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=01?isEnd=1#)

일반적으로 개인주의 문화보다 집단주의 문화에서 사회적 추론의 영향이 더 크게 나타난다.

2교시 학습 키워드 - 스마트 환경, 소비자 가치

스마트 환경

1) 스마트 시대의 개념 및 스마트 미디어

스마트 시대란 사용자의 편리함과 효율성을 추구하는 시대의 요구에 따라 탄생되었으며 사용자의 다양성을 인식하여 스마트 IT를 바탕으로 사용자의 요구에 부합하는 사용자 중심의 시대라고 정의될 수 있음

스마트 미디어라는 용어는 대체로 스마트폰과 스마트 TV로 대표되는 디지털 디바이스의 확산에 기인한 개념이라고 할 수 있음

미디어 기기를 통한 콘텐츠 소비 경험은 소비자의 기억과 동기 및 행동에 영향을 주는 역할을 하며 스마트 시대에서 스마트 기술 및 그에 따른 미디어는 소비자에게 중요한 영향을 미침

2) 스마트 미디어 소비자에 대한 이해 및 스마트 미디어 소비자를 위한 변화방향

스마트 시대는 사용자 중심의 맞춤화 시대로 소비자가 중심이 되며 소비자에 대한 이해가 절실히 필요함

따라서 소비자 심리학의 관점에서 소비자 행동을 이해하고 행동의 영향요인과 효과 등을 밝히는 노력이 계속되어야 하는데 스마트 미디어 소비자를 이해하기 위해서 우선적으로 게임 소비행동, 소셜 미디어 소비행동, 미디어 교차 소비, 매체 가치 등에 대한 이해가 필요함

스마트 미디어에서 요구되는 특성은 즉시성과 상호작용성이며 개인화된 맞춤화된 콘텐츠임

미디어를 통해 소비자의 경험을 새롭고 신선하게 하기 위한 미디어 크리에이티브도 중요함

스마트 미디어 소비자를 위해 꼭 이해하고 변화되어야 할 부분은 바로 집단으로서의 소비에 대한 이해와 소비자와의 관계형성이라고 할 수 있음

소비자 가치

1) 소비자 가치의 분류, 소비자 가치 이해의 중요성

우드러프(1997)는 소비자 가치를 목적 수준의 가치, 결과나 혜택 수준의 가치, 속성-수행 수준의 가치로 위계적인 가치 모델을 제안하였음

세스 등(1991)의 연구에서는 사용자 가치를 기능적(Functional) 가치, 조건적(Conditional) 가치, 사회적(Social) 가치, 감성적(Emotional) 가치, 지적(Epistemic) 가치로 나누었음

헐부룩(1994)은 소비자 가치를 분류하는 기준으로 외현적/내현적(Extrinsic/intrinsic) 차원, 자기본위/타인본위(Self-oriented/Other-oriented) 차원, 능동적/수동적(Active/Reactive) 차원을 제안하였는데 각 차원에 해당하는 여러 하위 개념의 가치들이 존재함

다양한 가치 분류와 기준을 이해하는 것은 추상적이고 객관적인 실체가 없는 소비자 가치라는 개념을 이해하고 실현하는데 도움을 줌

상품 유형에 따라 소비자가 가치 수준을 평가하는 기준이 다르며 상품에 따라 소비자의 가치 수준 지각에 미치는 영향 요인도 고려하여야 함

Q1. 다음 중 '스마트, 스마트 시대 및 스마트 미디어'에 대한 설명으로 올바르지 않은것은?

스마트 시대란 사용자의 다양성을 인식하여 스마트 IT를 바탕으로 사용자의 요구에 부합하는 사용자 중심의 시대라고 정의될 수 있다.

[스마트 미디어는 대체로 스마트폰과 스마트 TV로 대표되는 디지털 디바이스의 확산에 기인한 개념으로 여겨진다고 설명될 수 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

[기술 혁신을 통해 소비자들의 요구에 맞춤화된 서비스가 개발되고 그에 맞게 진행되는 것이 아니라, 소비자에게 강조하는 방향으로 스마트화가 진행되고 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

[스마트 시대에서 스마트 기술 및 그에 따른 미디어는 소비자에게 중요한 영향을 미친다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

[스마트 기기를 통해 콘텐츠를 중심으로 한 커뮤니케이션 디자인의 중요성이 커지고 크리에이티브를 포함하는 커뮤니케이션 전반을 구조화하고 설계하는 관리적 측면이 강조되고 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

기술 혁신을 통해 소비자에게 강조하는 방향으로 진행되는 것이 아니라, 소비자들의 요구에 맞춤화된 서비스가 개발되고 그에 맞게 스마트화가 진행되고 있다.

Q2. 다음 중 스마트 미디어 소비자를 위한 변화방향에 대한 설명으로 올바르지 않은것은?

미디어를 통해 소비자의 경험을 새롭고 신선하게 하기 위한 미디어 크리에이티브도 중요하다.

[스마트 시대에 스마트 미디어를 통해 소비자와 긴밀하고 친화적인 관계를 형성하는 것이 중요한 일이 된다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

[스마트 시대에는 최첨단 스마트 기기로 소비자의 상세한 정보가 수집되고 분석되며 이를 통한 고객관리 전략이 더욱 정교해져야 한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

[미디어를 통해 소비자의 경험을 새롭고 신선하게 하기 위한 미디어 크리에이티브도 중요하다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

[스마트 미디어 시대의 소비자를 보는 관점은 집단으로서의 소비자를 이해하는 방향이 아니라 개개인만을 중요하게 이해하는 방향으로 변화되어야 한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

스마트 미디어 시대의 소비자를 보는 관점은 개개인뿐만이 아니라 집단으로서의 소비자를 이해하는 방향으로 변화되어야 한다.

Q3. 헐부룩의 소비자 가치 분류에서, 자기본위이면서 외현적이고 능동적일 때의 소비자 가치는 무엇인가?

즐거움

[효능감](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

[탁월함](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

[지위](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

[도덕성](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=14&amp;th=02?isEnd=1#)

헐부룩의 소비자 가치 분류에서 자기본위이면서 외현적이고 능동적일 때의 소비자 가치는 '효능감'이다.