6주차 학습

1교시 학습 키워드 – 태도의 특성, 태도의 구성요소, 태도의 구조

 태도란 기본적으로 사물에 대한 사람들의 성향을 말한다. 즉 태도는 우리가 무엇을 좋아하는지, 또는 그렇지 않은지에 대한 것이다.

 소비자 맥락에서 태도란 어떤 주어진 대상, 예를 들어 상표나 서비스 또는 어떤 매장에 관해 일관적으로 호의적이거나 비호의적인 방식으로 행동하게 하는 학습된 성향으로 정의된다.

 태도는 인지적 요소 (대상에 대한 믿음), 감정요소(대상에 대한 선호나 정서적 감정), 행동요소(대상에 대한 행동의 의지)의 세 가지로 구성된다.

 태도의 구조는 두 가지로 나누어 살펴볼 필요가 있는데 태도 간 구조와 태도 내 구조가 그것이다.

Q1. 다음 중 태도의 특성으로 올바르지 않은 것은?

1. [소비자 맥락에서 태도의 대상은 제품범주, 상표, 서비스, 광고 가격 또는 매장 등과 같이 특정한 소비자 또는 마케팅과 관련된 개념으로 대체하는 것이 적절하다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
2. [태도가 학습된다는 것을 일반적으로 받아들여지고 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
3. [태도는 행동과 관련하여 비교적 일관성을 갖는다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
4. [소비자의 태도와 행동에 영향을 미치는 상황변수를 고려해야만 한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
5. [태도는 영구적이다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)

태도는 행동과 관련하여 비교적 일관성을 갖는다. 여기서 일관성을 영구성과 혼동해서는 안 된다. 태도는 영구적이지 않고 변화할 수 있다.

Q2. 다음 보기의 내용은 태도의 어떤 기능을 설명하는 것인가?

### 보기

* 태도는 또한 사람들이 그들의 세계를 이해하는데 도움을 줄 기준으로 작용할 수 있다. 즉 태도는 사람들이 조직화되지 않고 혼란한 세계에 의미를 부여하도록 돕는다.

1. [자기 이미지 기능](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
2. [효용성 기능](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
3. [자아방어 기능](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
4. [가치표현 기능](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
5. [지식 기능](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)

태도는 또한 사람들이 그들의 세계를 이해하는데 도움을 줄 기준으로 작용할 수 있다. 즉 태도는 사람들이 조직화되지 않고 혼란한 세계에 의미를 부여하도록 돕는데 이를 태도의 지식기능이라고 한다. 즉 지식에 대한 욕망을 충족시키기 위해서 또 혼돈과 무질서의 세계에 구조나 의미를 부여하기 위해서 사람들은 어떤 태도를 갖게 된다는 것이다.

Q3. 다음 중 인지요소인 신념의 3 가지 형태 중 ‘대상 – 속성 신념’에 대한 설명으로 올바른 것은?

1. [대상이 특정 속성을 가지고 있다는 신념을 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
2. [속성이 소비자에게 제공하는 긍정적인 성과를 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
3. [특정 속성이 특정 편익을 제공할 것이라는 소비자의 지각을 의미한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
4. [특정 대상(제품이나 상표)이 특정한 편익을 제공할 것이라는 소비자의 지각을 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)
5. [특정 속성으로부터 대상의 편익을 유추하는 것을 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=01?isEnd=1)

대상 – 속성 신념은 대상이 특정 속성을 가지고 있다는 신념을 말한다.

## 태도의 특성 및 기능

1. 1) 태도의 정의 및 특성
   * 태도란 기본적으로 사물에 대한 사람들의 성향을 말하며 소비자 맥락에서 태도란 어떤 주어진 대상, 예를 들어 상표나 서비스 또는 어떤 매장에 관해 일관적으로 호의적이거나 비호의적인 방식으로 행동하게 하는 학습된 성향으로 정의됨
   * 태도의 특성은
     + ① 소비자 맥락에서 태도의 대상은 제품범주, 상표, 서비스, 광고 가격 또는 매장 등과 같이  
       특정한 소비자 또는 마케팅과 관련된 개념으로 대체하는 것이 적절함
     + ② 태도가 학습된다는 것을 일반적으로 받아들여지고 있음
     + ③ 태도는 행동과 관련하여 비교적 일관성을 가짐
     + ④ 소비자 환경은 종종 변화하며, 따라서 소비자의 태도와 행동에 영향을 미치는 상황변수  
       를 고려해야만 한다 등
2. 2) 태도의 기능
   * 대니얼 캐츠(Daniel Katz, 1960)는 태도의 기능을 네 가지로 구분하였는데 이는 효용성 기능, 자아방어 기능, 가치표현 기능, 지식 기능 등
   * 태도의 효용성 기능은 소비자로 하여금 바람직한 욕구를 달성하게 함
   * 태도의 자아방어 기능은 사람들로 하여금 불안과 위협에서 벗어나 자아와 자기 이미지를 보호해 줌
   * 가치표현 기능도 정신분석학적 접근에서 유래했지만 자아방어 기제로 작용하기 보다는 개인의 중심적 가치와 자기 개념을 표현하도록 유도함
   * 지식 기능은 지식에 대한 욕망을 충족시키기 위해서 또 혼돈과 무질서의 세계에 구조나 의미를 부여하기 위해서 사람들은 어떤 태도를 갖게 된다는 것임

## 태도의 구성요소 및 구조

1. 1) 태도의 구성요소
   * 태도는 인지적 요소(대상에 대한 믿은), 감정요소(대상에 대한 선호나 정서적 감정), 행동요소(대상에 대한 행동의 의지)의 세 가지로 구성됨
   * 태도의 첫 번째 요소는 인지와 관련됨. 즉 태도 대상과의 직접적인 경험과 다양한 출처로부터 관련된 정보의 결합에 의해 얻어지는 지식과 지각을 포함함
   * 이러한 지식과 지각은 신념의 한 형태를 취하며 이 신념은 태도 대상이 다양한 속성을 갖고 있고 특정한 행동이 특정한 결과를 가져올 거라는 소비자의 믿음을 나타냄
   * 특정 제품이나 상표에 대한 소비자의 감정이 태도의 감정요소를 나타냄
   * 이러한 감정은 평가 차원으로 태도 대상에 대한 재인의 전반적 평가를 반영함
   * 즉 개인이 특정한 태도 대상을 호의적이거나 비호의적인 것으로 또는 좋아하거나 싫어하는 것으로 평가하는 정도를 의미함
   * 태도의 마지막 구성요소인 행동요소는 개인이 태도 대상과 관련하여 특정한 방식으로 행동할 가능성 또는 경향성을 나타냄
   * 비록 행동요소에 실제 행위가 포함될 수도 있지만 마케팅과 소비자 연구에서 행동요소는 일반적으로 소비자의 구매의도로 다루어지며, 구매의도 척도에 의해 소비자가 제품을 구매하려는 가능성을 측정함
2. 2) 태도의 구조
   * 태도의 구조는 두 가지로 나누어 살펴볼 필요가 있는데 태도 간 구조와 태도 내 구조가 그것임
   * 태도 간 구조는 함께 묶어질 수 있는 일단의 태도들 , 즉 태도의 군집을 말하며 태도 내 구조는 어떤 태도를 구성하는 요소들이 서로 연관되는 방식을 지칭함

2교시 학습 키워드 - 다속성 태도 모델, 합리적 행위이론, 단순노출 효과, 명시적 태도와 암묵적 태도

Q1. 다음 중 피시바인의 다속성 태도 모델에 대한 설명으로 올바르지 않은 것은?

1. [인간을 비합리적인 존재로 가정하였으며 태도를 통해 행동을 예측할 수 없다고 믿었다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
2. [신념(Belief)이란 대상의 여러 측면, 즉 각 속성에 대한 소비자의 생각이나 믿음이라고 할 수 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
3. [평가(Evaluation)란 각 속성들을 얼마나 바람직한 것 또는 중요한 것으로 여기는가를 뜻한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
4. [이 모델에서는 행동이 포함되어 있지는 않으며 태도가 행동을 결정한다고 가정하였다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
5. [어떤 대상에 대한 태도는 그 대상이 지닌 여러 속성들에 대한 개인의 신념(Belief)과 평가(Evaluation)들이 합쳐져서 형성된다고 본다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)

피시바인의 다속성 태도 모델은 인간을 합리적인 존재로 가정하였으며 태도를 통해 행동을 예측할 수 있다고 믿었기 때문에 쉽게 기대-가치 이론을 흡수하여 이를 개선한 것이다.

Q2. 다음 중 합리적 행위 이론에 대한 설명으로 올바르지 않은 것은?

1. [이 이론의 가장 큰 특징은 대상에 대한 태도의 개념을 행위에 대한 태도의 개념으로 수정한 것과 행동의도를 예측할 때 태도뿐만이 아니라 사회적 영향을 반영하는 변인들을 추가한 것이다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
2. [합리적 행위 이론 모형에서 ‘주관적 규범’이 바로 행동의도에 대한 사회적 영향을 반영한 것이다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
3. [이 이론에 의하면 행동은 행동에 대한 태도뿐 아니라 사회적 환경에 의해서도 영향을 받을 수 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
4. [문화적 특성과 상관없이 대상에 대한 태도와 사회적 규범의 지각(주관적 규범)이 행동의도에 미치는 상대적 영향력은 같다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
5. [비합리적이고 비이성적인 것처럼 보이는 많은 행동들을 설명하지 못한다는 한계를 지니고 있다는 비판을 받기도 한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)

문화적 특성에 따라 대상에 대한 태도와 사회적 규범의 지각(주관적 규범)이 행동의도에 미치는 상대적 영향력이 다를 수 있다. 일반적으로 개인주의적 문화에서는 ‘태도’가, 그리고 집단주의적 문화권에서는 ‘주관적 규범’이 상대적으로 더 크게 작용할 것으로 예상할 수 있다.

Q3. 다음 중 명시적-암묵적 태도에 대한 설명으로 올바르지 않은 것은?

1. [암묵적 태도는 공공연하게 드러나지 않고 심지어 의식적 지각으로부터도 감추어져 있는 강력한 태도라고 정의된다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
2. [명시적 태도와 암묵적 태도 간에는 차이가 없으며 항상 일치한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
3. [반응시간 측정은 자동 활성화의 정도를 측정하는 방법이므로 인종차별, 성차별, 지역차별 등 사회적으로 민감한 이슈에 대한 태도를 측정할 수 있는 대안으로 검토되고 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
4. [태도가 개인에게 중요할 때 암묵적-명시적 태도 간의 일관성이 높다고 보고되기도 하였다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)
5. [‘명시적 태도’는 의식적이고 쉽게 보고할 수 있는 반면, ‘암묵적 태도’는 자동적이고 통제하기 어렵다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=06&th=02?isEnd=1)

명시적 태도와 암묵적 태도 간에는 차이가 날 수 있는데 그 이유는 첫째, 사람들이 어떤 태도는 정확히 보고할 의도가 없기 때문이다. 즉 사회적으로 바람직하지 않거나 자신을 당혹스럽게 만들 수 있는 태도는 의도적으로 숨기기 때문이다. 두 번째는 사람들의 자신의 태도를 정확히 보고할 수 없기 때문이다. 즉 사람들이 자신은 편견이 없는 사람이라고 여기기 때문에 특정 집단에 대한 암묵적인 부정성을 인식하지 못하며 명시적으로 보고할 수 없기 때문이다.

## 태도 모형

1. 1) 피시바인(Fishbein)의 다속성 태도 모델
   * 피시바인의 다속성 태도 모델에 의하면 어떤 대상에 대한 태도는 그 대상이 지닌 여러 속성들에 대한 개인의 신념(Belief)과 평가(Evaluation)들이 합쳐져서 형성된다고 봄
   * 피시바인의 다속성 태도 모델에서 신념(Belief)이란 대상의 여러 측면, 즉 각 속성에 대한 소비자의 생각이나 믿음이라고 할 수 있으며 이때 말하는 신념이란 일반적인 의미의 믿음과는 달리 소비자가 가지고 있는 정보라는 뜻으로 이해하는 것이 좋으며 그 정보는 사실일수도 있고 단순한 의견일 수도 있음
   * 평가(Evaluation)란 각 속성들을 얼마나 바람직한 것 또는 중요한 것으로 여기는가를 뜻함
   * 평가는 특정 대상에 대한 태도를 예측할 때 속성의 비중을 차지하는 가중치의 역할을 하게 됨
   * 이러한 평가의 크기는 일반적으로 소비자가 가지고 있는 욕구와 밀접한 관계가 있다고 할 수 있음
   * 피시바인의 다속성 태도 모델은 인지적 요소인 신념과 평가가 대상에 대한 태도를 결정한다고 보았으며 이 모델에서는 행동이 포함되어 있지는 않으며 태도가 행동을 결정한다고 가정하였음
   * 이러한 다속성 태도 모델은 경쟁상표들의 상대적 강.약점을 상표 속성 수준에서 진단할 수 있기 때문에 마케팅적 측면에서 널리 적용될 수 있음
2. 2) 합리적 행위 이론
   * 합리적 행위 이론(theory of reasoned action)은 다속성 모델의 태도가 행동을 잘 예언하지 못한다는 관찰결과에 의해 제기된 비판에 대응하려는 시도로 대두되었음
   * 이 이론의 가장 큰 특징은 대상에 대한 태도의 개념을 행위에 대한 태도의 개념으로 수정한 것과 행동의도를 예측할 때 태도뿐만이 아니라 사회적 영향을 반영하는 변인들을 추가한 것임
   * 이 이론에 의하면 행동은 행동에 대한 태도뿐 아니라 사회적 환경에 의해서도 영향을 받을 수 있음
   * 문화적 특성에 따라 대상에 대한 태도와 사회적 규범의 지각(주관적 규범)이 행동의도에 미치는 상대적 영향력이 다를 수 있음
   * 일반적으로 개인주의적 문화에서는 ‘태도’가, 그리고 집단주의적 문화권에서는 ‘주관적 규범’이 상대적으로 더 크게 작용할 것으로 예상할 수 있음
   * 합리적 행위 이론은 비교적 측정한 태도와 행동의 일관성이 높다고 할 수 있으며 기본적으로 인간 행동의 합리적인 측면을 설명하려 함
   * 따라서 비합리적이고 비이성적인 것처럼 보이는 많은 행동들을 설명하지 못한다는 한계를 지니고 있다는 비판을 받기도 함

## 단순노출 및 명시적 태도와 암묵적 태도

1. 1) 단순노출 효과
   * 제이언스(Zajonce, 1968)는 ‘어떤 자극에 대한 단순한 반복 노출은 그에 대한 태도를 향상시키는 충분조건’이라는 것을 관찰함으로써 노출효과를 정의 하였음
   * 그는 자극에 대한 선호는 어떠한 연합된 인지활동 없이 단순한 강화되지 않은 반복노출로부터 간단히 만들어지며, 즉 친숙성이 호감으로 이끈다고 가정하였고 여러 연구를 고찰한 끝에 동일한 결론을 내렸음
   * 단순노출 효과를 설명하려는 대표적인 이론은 ‘독립성 가설’과 ‘인지-감정 가설’인데 독립성 가설은 단순노출 효과를 어떠한 인지적 과정의 개입 없이 일어나는 감정반응으로 설명하려는 견해이며(Knust-Wilson & Zajonce, 1980), 인지-감정 가설은 단순노출에서의 감정반응은 일련의 인지과정의 마지막 단계로 보는 관점임 (Anand & Sternthal, 1991)
2. 2) 명시적 태도와 암묵적 태도
   * 태도는 두 수준에서 존재할 수 있는데 ‘명시적 태도’는 의식적이고 쉽게 보고할 수 있는 반면, ‘암묵적 태도’는 자동적이고 통제하기 어려움
   * 즉 명시적 태도는 직접적으로 표현되거나 공개적으로 진술되는 태도이나 암묵적 태도는 공공연하게 드러나지 않고 심지어 의식적 지각으로부터도 감추어져 있는 강력한 태도라고 정의됨
   * 명시적 태도와 암묵적 태도 간 차이의 이유
     + ① 사람들이 어떤 태도는 정확히 보고할 의도가 없기 때문임
     + ② 사람들이 자신의 태도를 정확히 보고할 수 없기 때문임

## 단순노출 및 명시적 태도와 암묵적 태도

1. 1) 단순노출 효과
   * 제이언스(Zajonce, 1968)는 ‘어떤 자극에 대한 단순한 반복 노출은 그에 대한 태도를 향상시키는 충분조건’이라는 것을 관찰함으로써 노출효과를 정의 하였음
   * 그는 자극에 대한 선호는 어떠한 연합된 인지활동 없이 단순한 강화되지 않은 반복노출로부터 간단히 만들어지며, 즉 친숙성이 호감으로 이끈다고 가정하였고 여러 연구를 고찰한 끝에 동일한 결론을 내렸음
   * 단순노출 효과를 설명하려는 대표적인 이론은 ‘독립성 가설’과 ‘인지-감정 가설’인데 독립성 가설은 단순노출 효과를 어떠한 인지적 과정의 개입 없이 일어나는 감정반응으로 설명하려는 견해이며(Knust-Wilson & Zajonce, 1980), 인지-감정 가설은 단순노출에서의 감정반응은 일련의 인지과정의 마지막 단계로 보는 관점임 (Anand & Sternthal, 1991)
2. 2) 명시적 태도와 암묵적 태도
   * 태도는 두 수준에서 존재할 수 있는데 ‘명시적 태도’는 의식적이고 쉽게 보고할 수 있는 반면, ‘암묵적 태도’는 자동적이고 통제하기 어려움
   * 즉 명시적 태도는 직접적으로 표현되거나 공개적으로 진술되는 태도이나 암묵적 태도는 공공연하게 드러나지 않고 심지어 의식적 지각으로부터도 감추어져 있는 강력한 태도라고 정의됨
   * 명시적 태도와 암묵적 태도 간 차이의 이유
     + ① 사람들이 어떤 태도는 정확히 보고할 의도가 없기 때문임
     + ② 사람들이 자신의 태도를 정확히 보고할 수 없기 때문임