3주차 학습

학습 키워드 – 기억의 정의, 기억의 과정, 중다기억장치 모형

 기억은 정보를 받아 저장하고 조직하며 변경하여 인출하는 일련의 능동적 정신세계이다. 기억은 또한 인간이 새로운 정보를 학습하는데 필요한 과거 경험에 대한 기록이며, 자극을 지각하는 방식과 행동에 영향을 준다.  
기억이론 가운데 중다기억장치 모형은 인간의 기억이 감각기억, 단기기억, 장기기억의 세 가지 요인으로 구성된다고 가정한다.

##  마케팅 정보를 기억하고 그것을 망각하는 것은 소비자 행동에 분명한 영향을 준다. 심리학자들은 기억과 망각에 대한 다양한 이유들을 생각해 왔고, 특히 소비자심리학에 유용한 두 가지 이론인 부호화 특수성 원리와 간섭을 제안했다.

Q1. 다음 단기기억(short-term memory, STM) 장치에 대한 설명 중 올바르지 않은 것은?

1. [단기기억에는 현재 처리 중인 정보가 저장되므로 ‘작동기억(working memory)’으로 불리기도 한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
2. [단기기억은 정보의 조각이 작든 크든 인간은 대략 어느 때라도 7개 정도의 항목을 회상할 수 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
3. [단기기억의 순서효과(order effect)는 중간에 제시된 정보가 보다 잘 기억되는 것을 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
4. [단기기억의 경우 정보의 저장기간이 매우 짧아 특별한 노력을 기울이지 않으면 단기기억의 정보는 곧 사라진다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
5. [단기기억에서의 정보인출은 주로 순차탐색에 의해 이루어진다. 따라서 인출정보가 단기기억의 저장 목록에서 차지하는 위치에 따라 인출시간이 달라진다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)

제시되는 정보가 단기기억이 처리할 수 있는 한계를 초과하면 사람들은 정보계열의 처음이나 마지막 부분을 더 잘 회상하는 경향이 있는데 이를 ‘단기기억의 순서효과(order effect)’라고 한다.

Q2. 다음 장기기억(long-term memory, LTM) 장치에 대한 설명 중 올바르지 않은 것은?

1. [장기기억은 용량 제한이 없고 일단 장기기억 장치에 저장되면 매우 오랜 기간 혹은 영구적으로 남는 특징이 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
2. [단기기억에서 장기기억으로 이동한 정보는 일련의 ‘의미부호’로 저장되고, 장기기억에 있는 기존의 정보와 연계된다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
3. [재인은 기억된 항목을 특정한 단서 없이 그저 생각나는 대로 말하게 하는 것이다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
4. [보조회상은 어떤 단서를 제공하고 항목을 끄집어내게 하는 것이다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
5. [장기기억에 있는 정보들이 잘 통합될수록 기억이 용이해진다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)

재인은 특정한 항목을 전에 본적이 있는지를 묻는 것이다(예 : “어제 저녁 TV OO 드라마가 시작하기 전에 AA 광고를 봤습니까?”) 재인에서의 인출단서가 회상에서의 인출단서보다 더 구체적이고 유용하기에 일반적으로 회상보다 재인에서 성과가 우수하다.

Q3. 다음 중 자이가닉 효과(the Zeigarnik effect)에 대한 설명으로 올바른 것은?

1. [이 효과는 정보 현저성(vividness) 또는 기억에서 자극(예 : 상표) 활성화 수준의 중요성을 보여주고 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
2. [이전에 학습한 정보가 새로운 정보의 학습에 의해 망각되는 것을 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
3. [새로운 정보의 학습이 오래된 정보에 의해 방해받는 것을 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
4. [정보를 회상하는 인간의 능력은 부호화와 인출 조건의 수준에 따라 영향을 받는다는 것이다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)
5. [수행 시에 방해를 받은 과제에 대한 기억이 방해를 받지 않고 수행된 과제에 대한 기억보다 더 잘 기억되는 현상을 가리킨다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=01?isEnd=1)

자이가닉 효과(the Zeigarnik effect)란 수행 시에 방해를 받은 과제에 대한 기억이 방해를 받지 않고 수행된 과제에 대한 기억보다 더 잘 기억되는 현상을 가리킨다.

## 기억의 정의 및 체계

1. 1) 기억의 정의 및 과정
   * 기억은 정보를 받아 저장하고 조직하며 변경하여 인출하는 일련의 능동적 정신세계이다. 기억은 또한 인간이 새로운 정보를 학습하는데 필요한 과거 경험에 대한 기록이며, 자극을 지각하는 방식과 행동에 영향을 준다.
   * 기억의 과정은 컴퓨터와 유사한 정신적 기능으로 외부 입력 자극으로부터 ‘부호화’, ‘저장’, ‘인출(저장된 정보를 기억해내는 것)’의 과정을 포함하게 된다.
2. 2) 기억의 체계
   * 기억이론 기운데 중다기억장치 모형은 인간의 기억이 ‘감각기억(sensory store)’, ‘단기기억(short-term memory)’, ‘장기기억(long-term memory)’의 세 가지 요인으로 구성된다고 가정한다.
   * 감각기억은 여러 감각기관(시각, 촉각, 후각, 미각, 청각)으로 유입된 정보를 매우 짧은 시간 동안 저장하는 장치다.
   * 정보는 자극의 종료와 함께 감각기억에 잠시 머물고 이때 정보로부터 추후 분석에 필요한 가장 결정적인 특징을 추출한다.
   * 단기기억은 짧은 시간 동안 정보를 저장하는 제한된 용량을 지닌 장치이다.
   * 단기기억에는 현재 처리 중인 정보가 저장되므로 ‘작동기억(working memory)’으로 불리기도 한다.
   * 단기기억이 다룰 수 있는 정보의 양은 정보의 조각이 작든 크든 인간은 대략 어느 때라도 7개 정도의 항목을 회상할 수 있다.
   * 단기기억과 달리 장기기억은 용량 제한이 없고 일단 장기기억 장치에 저장되면 매우 오랜 기간 혹은 영구적으로 남는 특징이 있다.
   * 단기기억에서 장기기억으로 이동한 정보는 일련의 ‘의미부호’로 저장되고, 장기기억에 있는 기존의 정보와 연계된다.
   * 따라서 장기기억에 있는 정보들이 잘 통합될수록 기억이 용이해진다.

## 기억과 망각

1. 1) 부호화 특수성 및 간섭
   * 소비자심리학에 유용한 두 가지 이론인 ‘부호화 특수성 원리(기억 단서와 같은 보조적 수단이 있는 경우)’와 ‘간섭(기억의 손상)’을 제안했다.
   * 간섭은 기억 수행이 부가적인 정보의 학습으로 인해 감소, 즉 새로운 정보가 소비자의 기억을 방해할 때 발생한다.
   * 기억의 간섭에는 ‘순행간섭(proactive interference)’과 ‘역행간섭(retroactive interference)’이 있다. 순행간섭은 새로운 정보의 학습이 오래된 정보에 의해 방해받는 것을 말하는 것이고 역행간섭은 이전에 학습한 정보가 새로운 정보의 학습에 의해 망각되는 것을 말한다.
2. 2) 폰 레스톨프 효과와 자이가닉 효과
   * 폰 레스톨프 효과는 정보 현저성(vividness) 또는 기억에서 자극(예 : 상표) 활성화 수준의 중요성을 보여주고 있다. 일반적으로 자극이 현저할수록 그 자극은 기억에 더 잘 부호화될 것이고 나중에 더 잘 회상될 것이다.
   * 자이가닉 효과란 수행 시에 방해를 받은 과제에 대한 기억이 방해를 받지 않고 수행된 과제에 대한 기억보다 더 잘 기억되는 현상을 가리킨다.

학습키워드 - 소비자 지식, 기억 연결망과 도식, 구성기억, 암묵기억

Q1. 다음 소비자 지식에 대한 설명 중 올바르지 않은 것은?

1. [소비자의 지식이 증가할수록, 소비자는 한 제품을 많은 차원에서 생각할 수 있고 상표를 세부적으로 구분할 수 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
2. [소비자 지식에는 객관적 지식, 주관적 지식, 타인 지식에 대한 정보 등 세 가지 유형이 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
3. [소비자 지식이 증가할 때 소비자는 지식을 더 잘 조직하며 정보처리 시 더 효율적이고 정확해 지고 정보를 더 잘 회상할 수 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
4. [소비자 지식의 차원성은 소비자가 차원에 따라 얼마나 상세히 차이를 구분할 수 있는가를 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
5. [소비자 지식의 추상성은 소비자가 무언가를 매우 구체적인 것으로부터 매우 추상적인 것까지의 범위에 걸쳐 얼마나 다르게 생각할 수 있는가를 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)

소비자 지식의 차원성은 소비자가 무언가에 관해 생각할 수 있는 다른 방식의 수를 나타내며, 명료성은 소비자가 차원에 따라 얼마나 상세히 차이를 구분할 수 있는가를 말한다.

Q2. 다음의 소비자의 기억 연결망과 도식에 대한 설명 중 올바르지 않은 것은?

1. [기억 연결망은 저장된 의미적 개념을 나타내는 일련의 기억마디(Nodes)이고 기억마디들을 연결해 주는 선들은 가능한 연합을 나타낸다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
2. [정보는 의미 연결망으로부터 확산적 활동을 통해 회상된다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
3. [도식이란 기억에서 체계적으로 조직화된 지식구조를 말한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
4. [도식은 특정 대상을 설명해 주는 전체적인 연결망 구조로 볼 수 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
5. [도식은 변하지 않는 고정된 구성체이다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)

도식은 변하지 않는 고정된 구성체가 아니라 투입되는 정보의 종류에 따라 강화되기도 하고, 변할 수도 있는 유연성을 갖고 있다. 다시 말해 연결망 조직은 투입되는 정보에 따라서 더 체계적으로 강화되기도 하고, 수정을 통해 보완되기도 한다.

Q3. 다음의 구성기억과 암묵기억에 대한 설명 중 올바르지 않은 것은?

1. [기억의 구성 및 재구성 과정은 도식에 근거한 추론, 그리고 외부의 암시 등에 의해 발생한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
2. [소비자는 광고에서 제공되는 정보를 있는 그대로 받아들이며 자신의 도식, 기대, 직관, 논리, 타인이 전하는 말 등의 영향을 받지 않는다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
3. [Goldberg & Gorn(1987)의 연구결과에 따르면 긍정적인 기분이 소비자로 하여금 그들의 기억으로부터 더 많은 정보를 인출(기억)하도록 돕는다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
4. [기억과 감정에 대한 연구결과에 따르면 제품이용이 부정적인 기분을 일으키는 한 제품 정보의 학습은 억제될 수 있고 이를 통해 제품정보의 부호화, 저장, 인출 등이 방해 또는 왜곡될 수 있다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)
5. [암묵기억은 소비자의 의사결정, 특히 제품의 선택에 영향을 주는 어떤 요소를 미처 지각하지 못한 상태에서 이루어지는 의사결정 과정을 잘 설명한다.](http://lms.studywill.net/Contents/2019/000376/index.html?wk=03&th=02?isEnd=1)

소비자는 광고에서 제공되는 정보를 있는 그대로 받아들이지 않는다. 대신에 소비자는 자신의 도식, 기대, 직관, 논리, 타인이 전하는 말 등등을 사용하여 제품 정보를 각색하여 저장한다.

## 소비자 지식

1. 1) 소비자 지식의 개념 및 특성
   * 소비자 지식이란 소비자가 특정 제품이나 서비스에 관련해 가지고 있는 경험과 정보를 말함. 소비자의 지식이 증가할수록, 소비자는 한 제품을 많은 차원에서 생각할 수 있고 상표를 세부적으로 구분할 수 있음
   * 소비자 지식에는 소비자가 장기기억에 저장하고 있는 제품에 관한 객관적인 지식 또는 정확한 정보, 소비자가 제품에 관해 가지고 있는 주관적 지식 또는 소비자의 지각, 타인의 지식에 관한 정보 등 세 가지 유형이 있음
   * 소비자 지식의 세 가지 특성은 첫째, 소비자가 생각하는 차원의 수(차원성), 둘째, 소비자가 주제에 관해 상세하게 생각하는 정도(명료성), 셋째, 소비자가 소비 주제에 관해 생각하기 위해 사용할 수 있는 추상수준(추상성) 임
2. 2) 기억 연결망과 도식
   * 소비자 지식의 한 측면은 의미기억을 포함하는데 의미기억은 사람들이 장기기억에 언어적 정보의 의미를 저장하는 방식을 말하는 것으로 의미기억에서의 정보는 연결망 형태로 조직됨
   * 정보는 의미 연결망으로부터 확산적 활동을 통해 회상되기 때문에(Collins & Loftus, 1975) 만일 자극이 한 마디(Node)를 활성화하면 활성화는 연결망을 통해 확산될 것이며 다른 마디(Node)들을 활성화할 것임(활성화되는 각각의 마디(Node)는 회상되는 기억을 나타냄)
   * 소비자의 기억에 있는 상표와 그 상표의 품질 간의 관계가 제품-속성 연합으로 활성화되고, 이런 연합은 소비자가 다양한 상표에 관한 태도를 형성하는데 있어서 중요한 역할을 하며 차후의 구매행동에도 직접적으로 영향을 줌
   * 따라서 마케터는 소비자가 상표와 다양한 속성들 간에 갖는 연합을 알아야만 함
   * 도식이란 기억에서 체계적으로 조직화된 지식구조를 말하며, 기억 연결망과 관련지으면서 하나의 기억마디가 활성화될 때 마음에 떠오르는 연합들의 전체 덩어리를 도식이라고 할 수 있음
   * 도식은 서로 다른 추상 수준에서 일어날 수 있으며 따라서 기억마디들 간의 상호관계에 대한 더 고차원적인 구조를 나타냄
   * 즉 도식은 특정 대상을 설명해 주는 전체적인 연결망 구조로 볼 수 있음
   * 도식은 또한 한 개인이 갖고 있는 조직화된 기대들의 집합으로 볼 수 있기 때문에 소비자는 도식에 근거하여 특정 대상에 대해 추론할 수 있음
   * 도식은 변하지 않는 고정된 구성체가 아니라 투입되는 정보의 종류에 따라 강화되기도 하고, 변할 수도 있는 유연성을 갖고 있음

## 구성기억과 암묵기억

1. 1) 구성기억
   * 인간의 기억은 외부에서 들어오는 정보를 있는 그대로 받아들이지 않으며 구성 및 재구성 과정을 거침
   * 소비자는 광고에서 제공되는 정보를 있는 그대로 받아들이지 않으며, 소비자는 자신의 도식, 기대, 직관, 논리, 타인이 전하는 말 등을 사용하여 제품 정보를 각색하여 저장함
   * 기억과 감정에 대한 연구는 제품이나 서비스 정보가 소비자에게 제공될 때 일반적으로 마케터가 소비자의 기분상태를 긍정적으로 만들어야 한다고 제안함
   * 많은 기법들이 소비자의 긍정적인 기분상태를 만들기 위해 사용될 수 있는데, 예를 들어 광고에서의 유머 또는 매력적인 모델의 활용을 들 수 있음
2. 2) 암묵기억
   * 명시기억 또는 외현기억(Explicit memory)이 과제 수행이 과거 경험을 통한 의식적 기억을 요구하는 것이라면 암묵기억은 특정 사건의 기억에 대한 개인의 의식은 없으나 현재의 행동에 영향을 주는 기억을 말함
   * 암묵기억은 소비자의 의사결정, 특히 제품의 선택에 영향을 주는 어떤 요소를 미처 지각하지 못한 상태에서 이루어지는 의사결정 과정을 잘 설명함
   * 소비자들에게 브랜드의 우연적인 반복적 노출은 시간이 경과함에 따라 그 브랜드에 대한 친숙성을 높이고 친숙성은 명성으로 착각되게 구성될 수 있음