

설득의 과학 <12주차> 12-1 욕구와 설득의 관계

논리적 설득의 유형: 설득자의 권유에 따라야 하는 합당한 이유와 근거를 제시하여 설득하는 것
-이익설득: 공부를 하면 성적이 오르므로 공부하라→ 빈번하게 사용됨

-도덕설득: 공부를 하는 것은 당연하므로 너는 학생이고 학생은 공부가 본분이니까 공부하라

설득: 설득은 피설득자의 이익(욕구)을 충족시켜주면서 설득자가 원하는 무언가를 얻어내는 것
설득을 위해서는 상대방의 심리와 욕구 파악이 중요

욕구: 행동의 원인. 소비자들은 제품 구매가 목적이 아니라 자신의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 수단을 구매하고자 한다.(새 옷 구매-기본전환의 욕구 충족)

·광고제작자: 소비자 욕구 분석 후 제품이 어떤 소비자 동기를 충족시켜 줄 수 있는지 파악하여 메시지를 제작해야 함. 대인 설득, 정치 커뮤니케이션 분야에서도 동일 적용

시험공부는 시험성적 자체가 아닌 성취감 등 각자의 목표 성취를 위함임→학생의 학습동기 파악이 중요

인간의 욕구: 인간의 3대 욕구(식욕, 수면욕, 성욕). 인간은 그 외에 다양한 욕구를 가지고 있음
가장 보편적으로 적용되고 있는 욕구 이론: 매슬로우의 욕구 단계설

매슬로우의 욕구 5단계설: 인간의 욕구는 다섯가지 유형으로 분류되며 다섯가지 욕구는 위계질서를 가짐. 낮은 단계의 욕구가 충족되어야 높은 단계의 욕구 충족에 대한 갈망이 촉발 됨
제일아래

1단계) 생리적욕구: 동물로서 생명을 유지하기 위한 욕구. 3대욕구 포함한 기본 욕구

2단계) 안전의 욕구: 물질적인 안전욕구: 자신의 건강, 신체적 안위를 위협하는 외부 요인으로부터 자신을 지키고자 하는 욕구(질병으로부터 건강지킴, 위험 상황에서 자신을 보호하고자 함). / 심리적인 안전욕구(안정된 삶을 유지하고자 하는 욕구(통제 불가능한 미래에 대한 대비-보험))

3단계) 애정과 소속의 욕구: 애정: 유대감을 느끼고 충분한 상호작용을 하고자 하는 욕구→ 친구, 배우자, 자녀, 부모, 집단 구성원이 모두 대상이 됨

4단계) 존경의 욕구: 내적: 스스로 괜찮은 사람이라고 인정하는 자존감의 욕구. 힘, 성취, 신념, 독립성 자유 등 자존감의 욕구 / 외적: 외적인 평가를 높이하고자 하는 욕구. 남들로부터의 인식, 주의, 중요성 등. 욕구 충족 시 자신감을 얻고 욕구 미 충족 시 열등감을 가지게 됨

5단계) 자아실현의 욕구: 자신의 잠재력을 실현하려는 욕구. 창조적 순간, 지적 통찰력, 신비로운 정신적 경험, 미학적 지각을 느끼는 순간→ 절정경험: 자아실현 욕구의 충족 척도가 됨

매슬로우의 욕구 단계설의 특징: 욕구들의 위계를 전제로 하여 하위 욕구가 충족되어야 상위 욕구가 생겨남(생리적 욕구와 안전의 욕구 충족→애정과 소속의 욕구, 존경의 욕구 발현→자아실현의 욕구 발현)

-결핍욕구: 생리적 욕구, 안전의 욕구, 애정과 소속의 욕구, 존경의 욕구 (충족이 되어야 사라짐)

-성장욕구: 자아 실현의 욕구 (충족이 되어도 사라지지 않고 더 강해짐)

매슬로우 욕구 단계설에 대한 비판

욕구들의 위계를 전제로 한 점: 나라를 위해 자신의 목숨을 버리는 것, 명예를 위하여 끼니를 굶는 행위 등을 설명하지 못함.

욕구 단계설의 수정: 앨더퍼의 ERG이론

사람들의 욕구를 존재, 관계, 성장의 욕구로 나눔

생리적 욕구+물리적 형태의 안전욕구→ 존재욕구

대인관계, 인간관계의 안전욕구+애정과 소속의 욕구→ 관계욕구

자기 존경+자아 실현 욕구→ 성장의 욕구

12-2 생리적/안전의 욕구

생리적 욕구: 욕구 피라미드의 가장 하위 단계의 욕구

인간이 살아가는데 반드시 필요한 1차원적인 기본 욕구(예: 배고픔, 목마름, 피곤함 등을 회피하고자 하는 욕구, 식욕, 수면욕, 배설하고자 하는 욕구, 성적 욕구)

생리적 욕구를 설득에 이용하는 법

1. 피설득자의 생리적 욕구 충족 기회 제한

인간이 생명을 유지하는데 필요한 가장 기본적인 생리적 욕구의 제한→ 즉각적인 순응 획득에 효과적. 피 설득자의 태도를 바꾸는 것이 아닌, 협박에 근거하는 것→‘강압’으로 분류함

ex. 편의점의 음료 냉장고의 위치는 보통 매장의 가장 깊숙한 곳. 높은 매출을 차지하는 음료 코너를 깊숙이 두어 고객의 동선을 늘려 다른 상품 진열로 매출 유도. ‘목마름’과 같은 생리적 욕구는 충족하고자 하는 의지가 강함. 이 욕구 충족의 기회를 제한하여 다른 제품의 매출 발생이 목적

2. 타인의 생리적 욕구 충족 기회 제한된 상태 제시

어려움에 처한 타인을 돕도록 설득하는데 자주 사용됨.

ex. 세계 후원 단체들의 기부 캠페인 광고. 생리적 욕구의 미 충족 모습 노출→ 동정심 유발 전략에 효과적

3. 자신의 생리적 욕구를 제한

ex. 단식 투쟁. 생리적 욕구 제한→ 절실함, 진실함을 호소하는 극한의 방법

4. 설득자의 방법이 생리적 욕구 충족의 최선의 방법임을 제시 함

인간은 끊임없이 생리적 욕구를 추구 함→ 설득자의 방법이 최선이라는 점을 강조하여 설득자의 권유사항을 따르도록 함

생리적 욕구 충족을 위한 최선의 방법임을 제시한 사례

ex. 생수광고, 진통제 광고→본연의 기능을 하기에 가장 효과적이라는 점을 강조

생리적 욕구 충족이 기능인 제품 광고→ 제품 자체의 기능을 강조 함

5. 피설득자의 생리적 욕구 자극

생리적 욕구는 사회, 경제적 수준의 발전에 따라 뚜렷하게 의식하지 못하는 경우가 있음(식욕)

피설득자가 미처 의식하지 못한 생리적 욕구를 자극하여 그 욕구를 불러 일으킴(TV의 먹방 프로그램)

안전의 욕구

외부 침입자나 환경으로부터의 위험, 각종 사고, 질병으로부터의 생명 보호 욕구, 안정적인 직장과 가정 생활 등 심리적 안정에 대한 욕구, 개인의 환경 내에서 확실성, 정돈, 조직, 예측성 등을 보장받고자 하는 욕구.

질서, 청결, 안녕, 안전, 안정, 도덕심, 저축, 위생, 건강, 보호 등 추구하며 공포, 갈등, 경쟁, 불안정함 등을 피하려는 행동 경향으로 나타남.

생리적 욕구를 설득에 이용하는 법

1. 상대의 안전욕구를 자극

생리적 욕구 충족 시 현재의 안정된 상태를 유지하고자 함

현재의 안정된 상태가 사라질지도 모른다는 점 제시→안전욕구 자극→ 설득의 효과를 높임

ex. 고려장 풍습. 안전의 욕구를 자극하여 아들의 목시적 위협에 설득 당함

안전의 욕구를 설득에 이용하는 법

1. 상대의 안전욕구를 자극함

안전의 욕구 자극 설득 메시지: 공포감 호소 방법 사용→ 설득자의 권고를 따르지 않을 경우 현재

의 안전이 사라질 것이라는 점을 강조하여 두려움을 일으킴(ex. 금연캠페인, 음주운전 방지캠페인, 마약방지 캠페인)

2. 안전의 욕구 자극 후 설득자가 원하는 방법이 안전을 지키는데 가장 적절하다는 점을 전달. 불안한 상황 제시→ 안전하게 지켜준다는 메시지 전달→ 소비자 설득

(ex. 불안, 걱정, 위험 요소에서 보호를 보장하는 보험 광고)

3. 타인의 안전을 지키려는 욕구를 자극 함. 안전의 욕구는 자신에게 소중한 사람의 안전을 지켜주고자 하는 욕구도 포함됨. 사랑하는 사람의 안전 위협 시 강한 감정적 반응을 보임. 어린 자녀의 등장→ 성장할 때까지 지켜주기 위한 보험 가입 메시지. 부모의 불안감 자극→ 자녀의 안전을 지키려는 욕구 자극(ex. 보험광고)

4. 자신의 안전욕구를 제한하는 것(ex. 은장도 자결, 크레인 위에서 시위)

12-3 토론 및 질의응답

욕구를 이용한 설득은 이익 설득의 하위 카테고리?

→욕구를 이용한 설득이 반드시 이익 설득인 것은 아님. 단식투쟁은 욕구제한을 이용한 설득이지만 이익 설득은 아님

약을 먹는 것은 생리적 욕구일까? 안전의 욕구일까?

→이미 아파서 먹는다면 생리적 욕구 충족, 아플 것 같아서 미리 먹는다면 안전의 욕구 충족
도전을 즐기는 사람은 안전 욕구를 희생하면서 상위 욕구를 충족하는 것은 아닐까?

→안전하기 때문에, 안전이 보장되어있기 때문에 도전할 수 있는 것으로 해석할 수 있음. 사회적 안정망이 약하면 도전하려는 욕구가 줄어들

현대인은 고립의 상태이므로 애정과 소속의 욕구가 강할 것

12-4 애정, 소속의 욕구와 설득

ex. 배구공 월슨: 주위에 소통할 사람이 없는 상황에서 말이 통하지 않는 물건을 상대로라도 소통하고자 하는 인간의 강렬한 욕구

애정과 소속을 받지 못하면 슬픔, 우울, 분노를 느끼며 받으면 소속감, 만족감, 행복감을 느낌.

·항상 어떤 집단에 속해 있기를 원함

·소속감을 느끼기 위해 집단이 요구하는 행동을 함

·소속 집단에서 배척당할 행동은 자제 함

»소속 욕구는 매우 강렬하여 우리 삶에 큰 영향을 줌

소속감이 미치는 영향

1. 업무에 흥미를 증가시킴

A그룹: 수학과는 개인의 능력을 연마할 수 있는 혼자 고민하는 훌륭한 공간, B그룹: 수학과는 교수님과 선배들의 도움을 항상 얻을 수 있고 함께 고민하는 곳이다.

매우 어려운 수학 퍼즐이 주어졌을 때 B그룹이 포기하지 않고 문제를 풀고자 하는 시간이 훨씬 많았으며 수학 전공에 흥미가 더 생겼다고 말하는 경향이 높음. 소속 욕구 충족에 대한 기대만으로 긍정적 태도를 가짐

2. 업무 효율에 영향을 줌

지원자 중 함께 과제를 수행 할 짝을 고름. 주어진 정보: 지원자들의 생일

→자신과 생일이 같다고 생각하는 학생을 짝으로 고름. 생일이 같다는 유대감을 가진 팀의 과제 수행 결과가 더 뛰어남 = 소속감을 느낄 때 업무 효율이 더 좋음

애정과 소속의 욕구를 설득에 이용하는 법

1. 애정과 소속의 욕구가 더 많이 충족될 수 있다는 기대감 제공
2. 애정과 소속의 욕구 미충족 상황이 해결될 수 있다는 기대감 제공
3. 모범 보이기: 인간은 속한 집단의 사람들의 행동을 관찰, 학습 함. 수용된 행위만 모방함. 타인의 행위를 모방하는 것→ 인간의 본능. 미리 뉴런(거울 신경)은 다른 사람의 행동 관찰 시 활성화 됨(다른 사람이 쓴 약을 먹는 것을 보고 인상을 쓰게 됨)

모방 행위→ 타인과의 상호작용에서 일상적으로 수행하는 행위

설득하고자 하면 모범을 보여라

권장 행동을 직접 보여줌→ 상대방의 모방 경향 자극→ 상대방도 같은 행동을 하게 됨

소속감을 느끼게 하는 방법: 동시 활동하기

·짧은 시간 내에 소속감을 느끼게 하는 방법

예) 야구장에서의 경기 관람: 옆 사람과의 공통점: 같은 팀의 팬, 응원을 하며 일시적으로 소속감과 유대감이 높아 짐, 북을 치고 춤과 노래를 하는 의식 행위, 학교 조회 후 다 함께 교가를 부르는 행위»집단 소속감을 고취 시킴

동시활동→ 소속감과 유대의식 형성→ 일의 효율이 높아짐

친구 명찰 프로젝트: 학생들의 유대감 강화를 통해 방관적 행동을 줄이고자 함

‘누구의 친구’라고 쓰인 명찰을 달고 학교에 등교함. 학생들의 소속 욕구를 자극하여 친구를 돕도록 설득

12-5 존경/자아실현 욕구와 설득

존경의 욕구

:욕구 피라미드의 상위단계 욕구, 애정과 소속의 욕구 충족 후 생기는 욕구, 소속 후 집단에서 존재 가치를 인정받는 사람이 되고 싶어 함

내적 존경 욕구: 자존감과 자율을 성취하고자 하는 욕구

자존감을 느끼고 싶다, 자신감을 갖고 싶다, 남의 간섭을 받지 않고 자율적으로 행동하고 싶다.

외적 존경 욕구: 타인의 관심과 인정, 지위를 성취하고자 하는 욕구, 자신의 지위 확보, 존경을 획득하고자 하는 욕구, 망신이나 창피당하는 것을 회피하고자 하는 욕구

노인 환자는 자신의 직함을 부르는 것을 좋아한다

사회적으로 인정받는 직업, 전문직에 종사했던 경우 위의 경향이 더욱 짙음(교장선생님, 중령님, 교수님, 부장님 등) 특별한 이름이 없는 경우 ‘이름’을 직접 불러주는 것을 더 좋아함.

가장 싫어하는 호칭은 ~환자분.

-노인 환자의 예전 직함의 호칭→ 환자의 사회적 지위 인정→ 환자의 자존감 회복, 치료의지 고취에 도움

존경 욕구를 설득에 이용하는 법

1. 상대의 존경 욕구 충족 선행: 타인에게 인정받는다 인식 후에는 다소 무리한 부탁도 흔쾌히 수락하는 경향이 있음.

[피그말리온 효과]

무작위 선정 20%학생, 상위 20% 영재 명단으로 전달→ 일정 기간 후 지능검사 재 실시→ 애당 20% 학생들의 지능 대폭 상승 » 교사의 기대와 격려에 부응하려는 학생들의 노력의 결과

-교사의 인정→ 존경의 욕구 충족→ 고난도 학습을 받아들임

2. 존경 욕구 충족될 거란 기대 부여

ex. 운동화광고. 직장의 프로인 그녀가 사랑받는 이유는 가벼운 우리 운동화를 신어 발이 빠르기 때문이다.→ 운동화의 기능이 존경 욕구를 충족시켜 줄 수 있음을 제시

내적 존경 욕구 활용 사례-화장품 광고

‘이 화장품을 사용하면 자신감이 높아질 것이다’. ‘아름다움을 먼 곳이 아닌 자신에게서 찾아라’

3. 타인의 존경을 받고자 하는 외적 존경 욕구 자극

외적 존경의 욕구: 명성을 얻고 싶다, 권위를 얻고 싶다, 인정받고 싶다 등등

존경의 욕구 충족을 위해 고급 제품 소비로 지위를 과시하고자 함→ 과시욕을 이용한 설득

ex. 퍼플카드는 당신의 지위를 보여준다.→ 소비자의 능력, 지위, 타인의 인정에 대한 욕구 자극, 신용카드 색깔로 신용등급을 사람들에게 과시할 수 있는 점 착안.

ex. 그랜저. 요즘 어떻게 지내냐는 친구의 말에 그랜저로 대답했습니다.→ 고급 자동차가 충족시켜 주는 존경의 욕구 활용

자아실현의 욕구

·욕구 피라미드의 가장 상위 단계의 욕구

·자아 성찰, 개인 잠재력 발산을 통한 자아를 완성하고자 하는 욕구

·자신의 능력을 발휘하고 싶은, 자기계발을 하고 싶은, 대의를 위해 살고 싶은, 나를 표현하고 싶은, 무언가를 창작하고 싶은 욕구 등으로 발현

·물질적으로 풍부한 현대 사회→ 다양한 문화 생활, 정신적 자유 추구

·의식주 문제에서 벗어나 자아를 찾기 위한 욕구가 강해짐

자아실현 욕구를 설득에 이용하는 법: 꿈과 비전 제공 후 목표 제시

미래의 발전된 나의 모습과 그를 위한 목표 제시→ 자아실현의 욕구 자극, 욕구 충족을 위해 노력 상대방이 노력할 수 있도록 꿈과 비전을 주는 것이 중요

ex. 아디다스 ‘Impossible is nothing’ 캠페인: 자신을 믿고 그것을 성취하라는 자아실현의 욕구 자극

12-6 토론 및 질의응답

집단에 이름을 붙이는 것만으로도 애정과 소속의 욕구 충족

이름 붙여주기는 사람들의 결속력과 친밀감 형성에 도움

상대방의 이름 불러주기는 친근감을 높이는 좋은 방법

비밀 공유하기는 소속감을 높이는 좋은 방법

애정과 소속의 욕구를 충족시켜준 대상을 후하게 평가하게 함

주요 축구리그에서 뛰다 이적하는 선수들에 대한 궁금증

높은 연봉이 프로 축구선수의 존경의 욕구를 충족시켜 줌

모범보이기 효과에 대한 의문

거울신경은 감정과 행동을 모방하게 함