

# 개인 문화성향에 따른 정보 인식과 태도 차이에 대한 연구

## A Study on the Difference in the Perception of Information and Attitude by Individual Cultural Disposition

김 지 현 (Ji-Hyun Kim)\*

### 초 록

본 연구는 개인의 다양한 문화성향이 맥락적으로 제공되는 정보의 인지와 태도에 어떻게 영향을 미치는지를 파악하고 효과적인 정보전달방법을 제시하고자 하였다. 개인 문화성향의 파악을 위해 개인주의/집단주의에 수직적/수평적 차원을 첨가하여 네 그룹으로 분류하는 Triandis(1988)의 척도를 적용하였으며 실험 연구방법을 통해 결과를 얻었다. 실험결과 수평적 집단주의의 성향을 가진 학생의 수가 가장 많았으며, 반면에 수직적 개인주의의 성향은 한국 학생들에게 드물게 나타나는 것으로 파악되었다. 회귀분석 방법을 사용한 맥락적 정보인지에 대한 조사에서 수직적 집단주의 성향의 개인들이 더 많은 맥락적 정보인지를 하였다는 결과를 얻었다.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the effect of individual cultural disposition on the perception of contextual information and attitude toward contextual material, and to provide the effective ways of delivering information. To investigate individual cultural disposition, this study employed Triandis(1988)'s cultural scale that classified people into four categories using individualism/collectivism and vertical/horizontal dimensions. The results revealed that Korean college students had higher horizontal collectivism than other cultural dispositions, but only a few Korean college students had vertical individualism. The results using regression analysis revealed that Korean college students with vertical collectivism significantly perceived more contextual information than other groups.

키워드: 개인 문화성향, 정보인지, 정보태도, 문화차이, 회귀분석

Individual Cultural Disposition, Information Perception, Attitude toward Information,  
Cultural Difference, Regression Analysis

---

\* 전남대학교 문헌정보학과 조교수(jihkim@jnu.ac.kr)

논문접수일자 : 2014년 8월 15일    논문심사일자 : 2014년 8월 19일    게재확정일자 : 2014년 9월 9일  
한국비블리아학회지, 25(3): 59-76, 2014. [http://dx.doi.org/10.14699/kbiblia.2014.25.3.059]

## 1. 서론

한 사회를 구성하는 개인들의 모습은 매우 다양하다. 이러한 다양성안에서도 사회 구성원들이 보이는 특징적인 행동양식이 있으며 이러한 행동양식들이 모여서 그 사회의 특징을 이루어난다. 문화란 이렇듯 사회를 이루는 개인들의 특성과 행동양식이 모여서 이루어지며, 구성원들의 사상, 행동, 가치에 영향을 준다(Geertz 1973). 문화는 넓은 의미로는 사회구성원들에게 공통적으로 받아들여지는 생각과 느낌의 패턴이며, 좁은 의미로는 예술, 문학, 그리고 교육 등에서 나타나는 인간 창작활동물과 상호작용이라고 할 수 있다(Hofstede 2001).

학자들은 문화적 차이를 설명하기 위한 기준이 되는 문화적 틀을 제시하였다. 그중 가장 빈번하게 인용되는 이론이 Hofstede의 개인주의 이론이다. 이 이론은 지나치게 산만해 질 수 있는 국가문화를 통합하여 명확히 두가지 이분법으로도 설명이 가능하다는 실용성에서 여전히 학자들에게 인정받고 있는 이론이다. 하지만 한국의 문화를 개인주의와 집단주의라는 이분법적인 접근으로 설명하기에 국가문화의 다양성을 설명할 수 없다는 비판을 받기도 하였다. 개인주의와 집단주의의 구분은 사회 내의 다양한 패턴의 문화성향을 가진 대상들을 충분히 설명하지 못하는 단점이 있다(우영지, 이기학 2011). 이에 등장한 것이 Triandis(1988)의 개인주의/집단주의 구분에 수직적/수평적 차원을 첨가한 수정된 이론이다. 본 연구에서는 개인 문화성향의 세분화된 분석을 위해 Triandis의 이론을 적용하였다.

이러한 문화차이를 문헌정보학연구에 적용

할 만한 이유는 문화성향에 따라 개인의 정보 인지과정에 차이가 있기 때문이다(주미정, 이재식 2012). 비교 문화연구자들은 다른 문화성향을 가진 개인들은 정보에 대해서도 다른 이해를 가지게 된다고 결론내리고 있다. 정보나 데이터는 문화적 맥락 안에서 모아지고, 조직되고, 소통되며, 정보는 문화에 기반하므로 해당 문화의 수용이나 이해없이 정보전달이 불가능하다고 설명하였다(Machlup and Mansfield 1983; Menou 1983). 구체적으로 이미지, 상황, 배경을 통한 정보들은 서양인들보다는 동양인들에게 더욱 정확하게 이해된다고 한다(Kim 2013). 이러한 차이는 말이나 문자 등을 통한 명백한 정보전달을 선호하는 서양문화와 상황과 행동에 따라 정보가 전달되는 동양문화의 차이에 의한 것이라고 할 수 있겠다.

최근에는 전통적으로 문화이론을 이용한 국가 문화간 차이에 의한 연구보다 동일 문화권 안에서의 개인 문화성향의 차이를 살펴보고자 하는 시도들이 증가하고 있다. 이러한 연구경향은 과학기술과 커뮤니케이션 기술의 발달로 전통적인 국가 문화간 경계가 약해지고 동일 문화권이라고 하는 규정이 개인의 다양성에 의해 혼동되고 있는 추세에 기인한다(Nicovich and Cornwell 1998). 또한 개인 문화성향의 다양성을 고려하여 기존의 문화적 구분에서 더 세분화된 요인을 적용한 연구는 점차 증가하고 있는 추세다. Triandis(1988)는 개인차원의 문화성향을 개인주의나 집단주의의 두 가지로 단순화하기는 어려운 점이 있으므로 수직적/수평적으로 한 차원 더 세분화하여 개인의 문화적 성향을 나타내주는 틀로 이용하였다. 본 연구도 Triandis(1988)의 척도를 적용하여 다른 개인

문화성향을 가진 학생들이 어떻게 인지적인 측면에서 주변관계를 중시하는 맥락적 정보를 이해하고 어떠한 태도를 갖는지 조사하고자 한다. 이러한 개인 문화성향의 정보인지와 태도에 미치는 영향에 관련된 국내외 연구는 문헌정보학 분야에서 아직 활발하지 않지만 점차 관심이 증가하고 있는 분야이다. 본 연구의 결과는 한국 대학생들의 문화성향과 맥락적 정보인지/태도와의 관계를 밝힘으로써 도서관사서나 정보전문가들이 대학생들에게 효과적으로 정보를 제시하거나 전달하는 방법에 대한 도움을 줄 수 있을 것이다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 개인 문화성향

개인의 문화성향에 따라 각자의 인지, 행동, 가치에는 차이를 보인다(주미정, 이재식 2012). 개인주의는 개인의 비중을 집단보다 우위에 두기 때문에, 집단보다는 자기 자신과 가족을 먼저 챙기는 특징을 보이며, 나를 중심으로 자기 자신의 이해관계에 관심을 갖는다. 반면 집단주의는 개인을 집단의 일부로 생각하므로 집단의 목표가 개인의 이익보다 우선하며, 결속력 있는 집단적 특징을 보이며, 집단에 강한 정서적 애착을 갖는 문화라고 한다(Hofstede 1980).

Hofstede의 개인주의 이론을 적용해 보면 한국인들은 전통적으로 집단주의의 성향을 보여야 하지만 서구문화의 유입으로 젊은 층에서는 개인주의의 경향이 확산되고 있다는 연구결과들이 보고되고 있다(한성열 외 1990; Kim 2013). 학

자들은 젊은 세대들은 국가간 문화 차이를 없애는 인터넷의 영향으로 그들의 부모세대와는 다른 문화적 차이에 대한 개념 정립을 주장한다(Rettie 2002; Triandis 1988). 특히 한국의 젊은 대학생들의 경우 서양화되어 가는 대학 문화의 영향과 커뮤니케이션 기술의 빠른 습득과 이용으로 인해 더욱 개인주의 성향을 보이고 있다는 연구 결과들이 보고 되고 있다(안신호 1999; Cho et al. 2010; Kim 2013; Park and Kim 2006). 하지만 한국인들은 여전히 집단주의의 성향을 띠고 있다는 연구결과 또한 보고되었다(장성숙 2004). 반면에 우영지, 이기학(2011)은 개인의 가치를 중요시하는 개인주의의 비중은 증가하면서 개인주의와 집단주의적 문화경향이 혼재하고 있다고 결론내렸다. 이러한 다양한 연구결과들을 종합해 보면 한국인들의 문화성향을 개인주의나 집단주의로 단순히 구분하기에는 어려움이 있다고 풀이할 수 있을 것이다.

개인주의 성향과 집단주의 성향에 관한 연구는 활발히 진행되어 왔지만 정보지각과정과 행동의 다양성을 고려하여 세분화된 접근이 연구되고 있다. 개인의 성향을 단지 개인주의와 집단주의로 단순하게 구분하는 게 타당한지에 대한 의문을 제시하여 Triandis(1988)는 수직적/수평적 차원을 첨가한 수정된 이론을 제시하였다. Triandis는 수평적/수직적 집단주의 성향자들은 서로 사고방식과 행동성향에 있어서 차이가 있다고 정의하였다. Triandis(1998)는 개인주의와 집단주의에 수평적-수직적인 차원을 첨가하여, 수직적 개인주의(vertical individualism, VI)는 다른 사람과의 경쟁을 강조하고, 개인간의 불평등을 인정하여 위계적 성향을 보인다고 하였다. 수평적 개인주의(horizontal individualism,

HI)는 자기자신에 대한 신뢰성이 높지만, 다른 사람들과 지나치게 구별되는 것은 선호하지 않는 특징을 보인다고 정의하였다. 수직적 집단주의(vertical collectivism, VC)는 집단안에서 통합을 강조하며, 자신을 집단의 이익을 위해 희생하고자 특징을 나타낸다고 하였다. 수평적 집단주의(horizontal collectivism, HC)는 상호간에 서로 동등한 관계로 여기고 공통의 목표를 강조하여 상호의존성과 사회성을 강조한다고 하였다(Triandis 1998, 119).

관련된 선행연구들로는 박현경, 이영희(2004)는 젊은 한국인의 문화성향을 Triandis(1988)의 네 가지 차원을 이용한 조사에서 20-30대의 연령에서 수직적-집단주의의 성향보다는 수평적 개인주의의 성향을 보였다는 결과를 제시하였다. 한규석, 신수진(1999)은 848명을 대상으로 하여 한국인의 문화성향을 수직적-수평적/개인주의-집단주의의 척도로 분석한 결과 수평적 개인주의의 성향(46%)이 가장 우세하다고 파악했으며, 젊고 고학력층에서 개인주의의 성향이 강하게 나타났다고 보고하였다. Chiou(2001)의 연구에서는 미국인들이 개인주의적인 성향이 아닌 수평적 집단주의의 성향을 보였다는 결과를 보고하였다. 류승아(2010)는 수평-수직/집단주의-개인주의의 네 가지 문화성향과 자아존중감의 상관관계를 조사하여 수평적 개인주의와 수평적 집단주의의 성향의 요인과 자아존중감과의 유의한 상관관계를 확인하였다.

## 2.2 맥락적 정보

맥락(context)은 학자들의 다양한 해석이 있었지만, Hall(1976, 98)은 “사물이나 상황을 이

해하는 다양한 방법중 하나”라고 했으며, Dervin(1996, 14)은 “사람, 문화, 상황, 행동, 조직과 구조의 모든 가능한 특징”이라고 정의했다. 이렇듯 맥락은 서로 관계나 연관이 되어 이루는 줄거리란 의미로, 본 연구의 맥락적 정보의 정의는 Hall(1976)의 맥락(Context)이론에 근거한다. Hall(1976)은 맥락적 정보란 개인 문화배경에 따라 명확하게 또는 모호하게 이해될 수 있는 정보로서 구체적으로 비언어적인 요소들(이미지, 심볼, 무드, 배경 등)에 의해 전달될 경우 문화에 따라 다르게 해석될 수 있는 정보라고 하였다. Hall은 맥락(Context)의 고저를 기준으로 문화를 구분하여, 저맥락 문화에서는 메시지가 말이나 글로써 명확히 전달되는 것을 선호하지만 고맥락 문화에서는 커뮤니케이션의 핵심내용을 이해하기 위해서는 메시지보다 상황적요인이 중요하다고 설명하였다. 예를 들어 한국이나 일본과 같은 고맥락 문화권에서는 상황과 제스처 등 비언어적 요소로 전달되는 메시지가 중요하지만 미국이나 유럽국가들은 말과 글을 통한 명확하고 구체적인 정보전달이 중요하다.

이러한 맥락적 문화차이는 국가간 커뮤니케이션 비교에서 많이 연구되고 있다. Gudykunst, Yoon, and Nishadsa(1987)은 미국인들은 직접적이고 명확한 커뮤니케이션을 선호한 반면, 한국인들은 모호하고 간접적인 커뮤니케이션을 선택한다고 결론내렸다. Nakane(1974)는 일본인들은 살아온 배경이 알려지지 않은 이웃에 대해서는 배타적인 태도를 취하는데, 왜냐하면 그 이웃의 행동을 예측할 수 없고 지역사회내의 규범을 잘 따르지 파악할 수 없기 때문이라고 했다. Masuda and Nisbett(2001)는 미국내의 일본학생들과 미국학생들의 이미지

정보 인식에 대한 연구에서 일본학생들은 이미지를 보고 난 후 회상에서 미국학생들보다 주변 요소, 배경 요소에 대해 60%나 더 많이 언급하였다고 보고하였다. 최근에는 Usunier and Roulin(2010)은 고맥락문화와 저맥락 문화에서의 웹페이지들은 서로 디자인과 내용, 언어 사용에 있어서 여전히 문화적인 차이점이 있다고 결론내렸다.

### 2.3 연구문제

본 연구에서는 개인 문화성향의 맥락적 정보 인지/태도에 대한 영향 조사를 위해 개인주의/집단주의 문화성향에 수직적/수평적 차원을 적용하여 더 정교한 분석과 결과를 제시하고자 한다.

맥락적 정보인지/태도와 관련된 선행 연구들을 살펴보면, Nisbett and Masuda(2003)는 Hofstede의 개인주의 성향의 사람들은 분석적 사고를 하기 때문에 배경(background)보다는 대상(object)에 주의를 두고, 집단주의 문화성향에 속하는 사람들은 전체를 강조하는 종합적 사고를 하기 때문에 이미지의 부분적 특성에 관한 요소보다는 배경에 더 많은 주의를 기울이며 관계에 주의를 기울인다고 분석하였다. Kim(2013)은 Hofstede(1980)의 개인주의와 Hall(1976)의 맥락이론을 이용하여 문화적 차이에 따른 정보인식의 차이에 대한 연구하였다. 연구결과 집단주의 문화권의 사람들은 개인주의 문화권 사람들보다 간접적이고 주변관계를 살펴야 의미를 이해할 수 있는 맥락적 정보를 더 많이 인지하는 것으로 결론내렸다. 유사한 연구로서 테두리-선 과제를 이용한 문화성향에 따른 주의

과정에서 차이를 비교하였을 때 개인주의 성향의 사람들은 대상자체(지정된 선의 절대적 길이를 그리는 것)에 주의를 기울이고 집단주의 성향의 사람들은 상대적으로 주변적인 과제(테두리와 선 길이의 상대적 비율)에 더 좋은 결과를 제시하였다(Kitayama, Duffy, Kawamura, and Larsen 2003). 선행 연구결과들을 종합해보면 집단주의 문화성향의 개인들이 개인주의 문화성향의 개인들보다 비언어적인 이미지 중심의 맥락적 정보를 더 많이 인지할 것으로 예상된다.

하지만 개인주의/집단주의 성향에서 더 세분화된 수평-수직차원이 결합된 4요인의 개인 문화적 성향과 정보인지/태도와의 관계에 대한 연구는 문헌정보학분야에서 아직 이루어진 바가 없다. 그러므로 본 연구에서는 다음과 같은 연구문제를 규명해보고자 한다.

- 1) 현재 한국 대학생들은 주도적인 개인 문화성향은 무엇인가?
- 2) 개인 문화성향과 맥락적 정보 인식에는 어떠한 상관관계와 의미가 있는가?
- 3) 개인 문화성향과 맥락적 정보물에 대한 태도에는 어떠한 상관관계와 의미가 있는가?

## 3. 연구 방법

연구문제들의 조사를 위해 본 연구에서는 실험연구방법을 실시하였으며, 2개의 4년제 대학에서 문헌정보학 관련 과목을 듣는 140명의 학생들이 연구 참여 점수를 부여받는 조건으로 실

험에 참가하였다. 대학생들을 연구대상으로 삼은 이유는 기존 연구들에서 밝혀졌듯이 부모세대와 달리 젊은 세대는 커뮤니케이션 기술의 이용과 서구화된 대학문화로 다양한 문화성향을 보일 것으로 기대되기 때문이다. 참여자들중 불성실한 답변을 제외한 총 129개의 유효답변을 분석에 사용하였다.

### 3.1 개인 문화성향 척도

개인 문화성향을 조사하기 위해 본 연구는 Singelis, Triandis, Bhawuk, and Gelfand(1995)가 개발한 개인 문화성향 척도를 사용하였다. Singelis 등은 위계와 평등성에 대한 개인의 상대적 수용 정도를 고려하여 개인주의-집단주의 성향에 수평-수직 성향을 추가하고, 문화성향을 수평-개인주의, 수직-개인주의, 수평-집단주의, 그리고 수직-집단주의의 네 가지 유형으로 분류하였다. 수평(horizontal) 성향은 타인을 지각할 때 자신과 동등하고 수평적인 위치에 있다고 생각하는 경향이, 반면 수직(vertical) 성향은 타인과 자신을 위계적인 관점에서 생각하는 경향이 상대적으로 더 강하다.

본 연구에서는 Singelis 등이 개발한 척도의 내용타당도를 고려하여 각 영역별 항목 중에서 변별력이 낮거나 한국인의 정서에 맞지 않는 문항을 제외하고 4개의 영역별로 6문항씩 총 24개의 문항으로 구성된 척도를 사용하였다. 예를 들어, 수평적 개인주의는 자기 자신에 대한 신뢰성이 높고, 개인은 다소 동등한 위치가 있다고 보는 관점으로 '나는 개인 프라이버시를 중시한다' 등과 같은 문항을 이용하여 측정하였다. 수직적 개인주의는 다른 사람과의 경쟁을 강조

하고, 개인간의 불평등을 인정하여 위계적 성향을 보이므로 '사람들과의 경쟁은 세상의 법칙이라고 생각한다' 등의 문항으로 측정하였다. 수평적 집단주의는 상호간에 서로 동등한 관계로 여기고 공통의 목표를 강조하여 상호의존성과 사회성을 강조하는 집단주의 관점으로 '다른 사람들과 협력할 때 더 만족감을 느낀다' 등의 문항을 이용하여 측정하였다. 수직적 집단주의는 집단 안에서 통합을 강조하며, 자신을 집단의 이익을 위해 희생하고자 특징을 나타내는 관점으로 '나는 그룹을 위해 내 자신을 희생하곤 한다' 등의 문항으로 측정하였다. 각 항목에 대한 응답들은 '전혀 그렇지 않다(1)'에서부터 '매우 그렇다(7)'까지 7점 Likert로 응답하도록 구성하였으며 점수가 높을수록 각 영역별 개인 문화성향이 높은 것으로 해석하였다([부록] 참조).

### 3.2 실험물 제작과 실험 절차

본 연구에 사용될 실험물은 기존 브랜드에 대해 이미 형성된 태도 등의 외적 실험변인들을 제거하기 위해 전문 제작자의 도움을 받아 새롭게 제작되었다. 실험물은 인쇄광고물의 형식으로 제작되었으며 학생들에게 익숙하고 선호도가 높은 휴대폰을 광고상품으로 선정하였다. 실험물은 텍스트를 배제한 이미지 중심으로 본 연구자의 이전 연구(Kim 2013)에서 사용된 실험물에 약간의 수정을 가하여 사용되었다. 연구에 사용된 실험물은 실험참가자가 상품정보를 5가지 이상 명확히 이해할 수 있도록 제작되었으며, 이를 검증하기 위해 여러 차례의 예비 검사의 과정을 거쳐 최종 확정하였다([부록] 참조).

실험절차로서, 먼저 실험실에 입장한 실험참

가자들은 실험안내서와 실험물, 설문지가 있는 패키지를 받았다. 실험참가자들은 실험물은 최대 10분 동안 자세히 보도록 요구되었다. 다음으로 사회인구통계와 관련된 설문지를 답하고 실험참가자들은 제공된 이미지 중심의 실험물을 보면서 찾을 수 있는 상품정보를 최대한 표시하도록 요구되었다. 다음으로 실험물이 수거되고 나서 개인 문화성향에 대한 조사를 실시하였고 실험참가자들의 실험물에 대한 태도를 조사하였다.

### 3.3 종속변인들

맥락적 정보인지란 주어진 실험물에서 피험자가 상품정보로서 이해하고 선택할 수 있는 인지적 활동을 의미한다. 맥락적 정보인지 조사를 위해 본 연구에서는 Kim(2013)의 연구에서 사용되었던 18가지의 상품정보 척도를 사용하였다. 이 척도는 기존의 Resnik and Stern(1977)와 Taylor et al.(1997)에서 사용된 척도를 바탕으로 휴대폰 광고물에서 제공될 수 있는 상품정보에 맞추어 수정된 것이다. 연구자는 12개의 상품정보는 피험자들이 쉽게 혹은 어렵게 인지할 수 있도록 의도적으로 실험물안에 배치하였다. 12개의 상품정보들은 통화연결성, 사용만족도, 제품가치, 신기술제공, 회사정보, 제품품질, 크기, 제공콘텐츠, 제품기능설명, 성능우월성, 아이디어채택, 이용자정보 등이다. 6개의 상품정보들(가격, 안전성, 이벤트정보, 보증, 구매가능장소, 제품내구성)은 실험물에 포함되지 않았지만, 실험절차의 유효성을 판단하기 위해 피험자에게 제시되었고 맥락적 정보인지 목록들 중 하나로 사용되었다([부록] 참조).

맥락적 정보물에 대한 태도란 본 연구에서 제시된 실험물에 대한 피험자들의 인지적, 감정적 반응을 의미한다. 태도 측정을 위해 Holmes and Crocker(1987)에 의해 개발된 7개의 척도를 사용하였다. 각 항목에 대한 응답들은 '전혀 그렇지 않다(1)'에서부터 '매우 그렇다(7)'까지 7점 Likert로 응답하도록 구성하였으며 점수가 높을수록 각 영역별 태도가 우호적인 것으로 해석하였다.

마지막으로 사회인구통계 정보를 위해 나이, 성별, 전공, 학년 등의 정보들이 조사되었다.

### 3.4 자료의 분석

실험연구 결과 분석을 위해 SPSS 18.0을 사용하여 통계적 분석을 수행하였다. 먼저, 사회인구통계 분석을 위한 기초통계 분석과 개인 문화성향 척도에 대한 신뢰도를 측정하였다. 그리고 개인문화 성향과 맥락적 정보에 대한 정보인식과 태도를 조사하기 위해 회귀분석(Regression)을 실시하였으며, 항목별 상관관계(Correlation)를 측정하였다. 실험결과의 통계적 해석을 위해 유의도 수준을 95%로 설정하였다.

## 4. 연구 결과

### 4.1 인구통계학 결과

129명의 실험참가자들의 인구통계학적 자료들은 실험참가자들의 성별, 나이, 그리고 학년을 대상으로 취합되었다. 실험 참가자 중에서 남성은 49명, 여성은 80명이었다. 이들의 평균연

령은 23세이고, 남성의 평균연령은 25세, 여성은 평균연령이 22세이었다. 실험참가자들의 평균 학년은 3학년과 4학년(88.5%)이었다.

#### 4.2 개인 문화성향

개인 문화성향을 조사하기 위해 본 연구는 Singelis et al.(1995)가 개발한 개인 문화성향 척도를 사용하였다. 척도의 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$ 로 측정하였으며 수평적 개인주의의 0.798, 수직적 개인주의의 0.795, 수평적 집단주의의 0.883, 수직적 집단주의의 0.711이었다.

첫 번째 연구문제는 한국 대학생들은 주도적인 개인 문화성향에 관한 것이다. 개인 문화성향에 대한 분석에 앞서 네 가지 성향에 대한 실험참가자들의 전체 평균을 분석해보니 수직적 집단주의의 성향이 수평적/수직적 개인주의나 수평적 집단주의의 성향보다는 높게 나타났으나, 수직적 개인주의의 성향을 제외하고는 그 평균점수의 차이가 거의 나타나지 않았다(〈표 1〉 참조).

개인 문화성향에 대한 분석을 위한 한 방법으로 문화성향 문항들의 항목별 평균치를 계산하

여, 평균점수가 높을수록 해당 문화성향이 강한 것으로 파악할 수 있다. 즉, 각 피험자별로 수직적 개인주의, 수평적 개인주의, 수직적 집단주의, 수평적 집단주의의 평균치 점수를 계산하여 개인의 문화성향을 도출해 내었다. 그 결과 수평적 집단주의 성향(n=46, m=5.6), 수직적 집단주의 성향(n=36, m=5.48), 수평적 개인주의 성향(n=25, m=5.47), 수직적 개인주의(n=9, m=5.01), 집단주의(수직적, 수평적경향 동일 평균, n=9, m=4.5), 개인주의(수직적, 수평적경향 동일 평균, n=4, m=5.2)의 순으로 결과를 얻을 수 있었다. 항목별 평균치를 중심으로 구분하였을 때 한국학생들은 수평적 집단주의의 의에 가장 많이 속하였고 다음으로 수직적 집단주의의 성향을 보였다. 수직적 개인주의의 성향의 학생수는 매우 적었다(〈표 2〉 참조).

하지만 이러한 분류방법은 문화내적 비교를 문화 간 비교로 확장하고자 하는 목적으로 사용 가능하지만, 개인의 문화 성향의 다양한 프로파일에 대한 정보를 얻기 힘들다는 단점이 있다(우영지, 이기학 2011). 이와 같은 맥락에서 본 연구에서는 단순히 그룹간 비교를 통한 분석보다

〈표 1〉 실험참가자들의 문화성향 평균

구분	수평적 개인주의	수직적 개인주의	수평적 집단주의	수직적 집단주의
평균	4.712	4.269	4.849	4.934

〈표 2〉 개인 문화성향의 집단적 구분

구분	수평적 개인주의	수직적 개인주의	수평적 집단주의	수직적 집단주의	개인주의	집단주의
그룹수	25	9	46	36	4	9
평균	5.47	5.01	5.6	5.48	5.2	4.5

는 주요 예측변인들의 영향력을 정확하게 특정하기 위한 분석 방법으로 회귀분석법을 실시하였다. 이를 통해 개인 문화 성향의 정보인지와 태도에 대한 영향력을 통계적 방법을 통해 분석하였다.

두 번째 연구문제는 개인 문화성향의 맥락적 정보인지에 대한 영향을 조사하는 것이다. 이를 위해 본 연구에서는 네 가지 개인 문화성향의 맥락적 정보인지에 대한 영향을 관찰할 수 있는 상관분석과 회귀분석을 실시하였다. 학생들의 개인 문화성향과 정보인지와의 상관관계를 분석한 결과 수직적 집단주의( $r(129) = .289, p=.001$ )와 수직적 개인주의 문화성향( $r(129) = .187, p=.033$ )이 정보인지와 통계적으로 유의한 상관관계를 보였다. 이러한 결과는 수직적 요인이 한국학생들에게 맥락적 정보인지에 영향을 미친다는 것을 보여준다. 또한 수직적 개인주의와 수직적 집단주의의 상관분석에서도 통계적으로 유의미한 중간정도의 양의 상관관계( $r(129) = .499, p=.001$ )를 보여주었다(〈표 3〉 참조).

다음으로 맥락적 정보인지에 영향을 미칠 수 있는 네 가지 개인 문화성향의 효과를 관찰할 수 있는 회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 수직적 집단주의 성향이 맥락적 정보인지에 유의

미한 영향력( $\beta=.250, p=.012$ )을 보이는 것으로 나타났다. 이는 수직적 집단주의의 성향을 가진 개인이 이미지, 무드, 심볼 등의 맥락적으로 제공되는 정보에 더 나은 정보인지를 보인다고 결론 내릴 수 있다. 다른 개인 문화성향들은 맥락적 정보인지에 통계적으로 유의미한 결과를 보이지 못했지만 수평적 개인주의 성향이  $\alpha=.10$ 의 범위안에는 포함되는 결과( $\beta= -.166, p=.052$ )가 관찰되었다(〈표 4〉 참조).

추가로 본 연구를 위해 제작된 실험물에 포함된 12개의 상품정보 중에서 한국학생들이 가장 많이 인지한 정보를 분석해 본 결과 다양한 콘텐츠와 제품크기의 두 상품정보를 압도적으로 많이 인지했다는 결과를 얻었다. 그 외에도 제품기능, 제품품질, 회사정보 등과 같은 정보를 많이 인지하였다. 반면에 실제 실험물에 포함되지 않은 가격, 안전성, 이벤트정보, 제품내구성 등의 정보들은 한 학생도 상품인지로 표기하지 않은 점은 실험절차가 유효했다는 것을 증명할 수 있겠다(〈그림 1〉 참조).

세 번째 연구문제는 개인 문화성향의 맥락적 정보물 태도에 대한 영향을 조사하는 것이다. 이를 위해 본 연구에서는 네 가지 개인 문화성향의 맥락적 정보물 태도에 대한 영향을 관찰할 수 있

〈표 3〉 개인 문화성향과 맥락적 정보인지와의 상관관계

구분	정보인지	수평적 개인주의	수직적 개인주의	수평적 집단주의	수직적 집단주의
정보인지	1	-.172	.187*	-.012	.282*
수평적 개인주의	-.172	1	-.024	.023	-.018
수직적 개인주의	.187*	-.024	1	.041	.499**
수평적 집단주의	-.012	.023	.041	1	-.025
수직적 집단주의	.282*	-.018	.499**	-.025	1

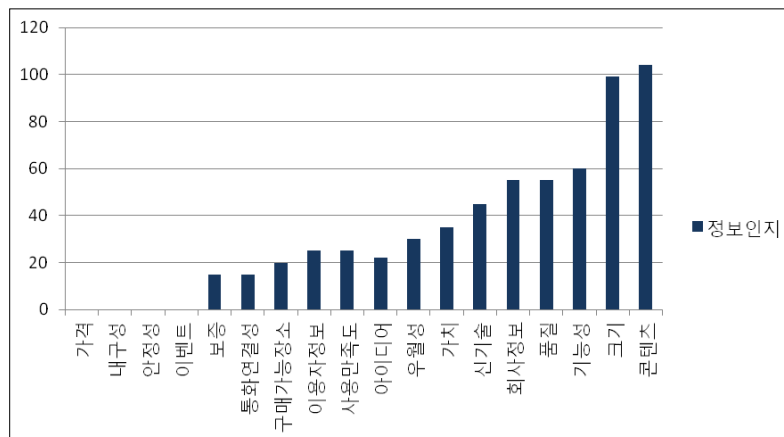
† p<0.1, \*p<0.05, \*\*p<0.01 (n=129)

〈표 4〉 개인 문화성향에 따른 맥락적 정보인지 회귀분석

Variables	R <sup>2</sup>	F	df	B	SE	$\beta$
Analysis: 수평적-수직적/개인주의-집단주의						
	.110	3.843*	(4.124)			
수평적 개인주의				-.415	.211	-.166†
수직적 개인주의				.141	.234	.059
수평적 집단주의				-.010	.197	-.004
수직적 집단주의				.741	.290	.250*

† p<0.1, \*p<0.05, \*\*p<0.01 (n=129)

중다회귀분석에서 발생하기 쉬운 다중공선성(multicollinearity)을 측정하기 위해 VIF(variance inflation factors, 분산팽창지수)를 검토한 결과 모든 회귀분석모델에서 최소1.001에서 최고 1.334의 VIF지수가 산출되어 분석모델의 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 나타남.



〈그림 1〉 상품정보 인지

는 상관분석과 회귀분석을 실시하였다. 학생들의 개인 문화성향과 정보태도와의 상관관계를 분석한 결과 통계적으로 유의한 상관관계를 찾을 수 없었다. 수직적 개인주의와 수직적 집단주의의 통계적으로 유의미한 상관관계는 앞선 결과에서 이미 보고되었다(〈표 5〉 참조).

맥락적 정보물 태도에 영향을 미칠 수 있는 네 가지 개인 문화성향의 효과를 관찰할 수 있는 회귀분석을 실시한 결과, 회귀분석 모형이 95% 신뢰구간에서 유의미하지 못한 영향력을

보이는 것으로 나타났다(F=2.070, p=.086). 이러한 결과는 개인 문화성향의 맥락적 정보태도에 대한 영향력이 통계적으로 증명할 수 없다는 것을 의미한다. 개인 문화성향의 맥락적 정보태도에 대한 영향은 95% 신뢰도 구간에서 통계적으로 유의미한 결과를 보이지 못했지만, 90% 신뢰구간으로 확장하면, 수직적 집단주의( $\beta=-.246, p=.016$ )와 수직적 개인주의( $\beta=.198, p=.051$ )의 성향이 맥락적 정보물 태도에 영향을 미친다고 분석할 수 있다(〈표 6〉 참조).

<표 5> 개인 문화성향과 맥락적 정보태도와의 상관관계

구분	정보태도	수평적 개인주의	수직적 개인주의	수평적 집단주의	수직적 집단주의
정보태도	1	-.106	.077	-.025	-.144
수평적 개인주의	-.106	1	-.024	.023	-.018
수직적 개인주의	.077	-.024	1	.041	.499**
수평적 집단주의	-.025	.023	.041	1	-.025
수직적 집단주의	-.144	-.018	.499**	-.025	1

† p<0.1, \*p<0.05, \*\*p<0.01 (n=129)

<표 6> 개인 문화성향에 따른 맥락적 정보태도 회귀분석

Variables	R <sup>2</sup>	F	df	B	SE	β
Analysis: 수평적-수직적/개인주의-집단주의						
	.063	2.070	(4.124)			
수평적 개인주의				-.088	.074	-.105
수직적 개인주의				.160	.081	.198†
수평적 집단주의				-.029	.068	-.036
수직적 집단주의				-.247	.101	-.246*

† p<0.1, \*p<0.05, \*\*p<0.01 (n=129)

중다회귀분석에서 발생하기 쉬운 다중공선성(multicollinearity)을 측정하기 위해 VIF(variance inflation factors, 분산팽창지수)를 검토한 결과 모든 회귀분석모델에서 최소1.001에서 최고1.336의 VIF지수가 산출되어 분석모델의 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 나타남.

### 5. 결론

본 연구는 개인의 다양한 문화성향이 맥락적으로 제공되는 정보의 인지와 태도에 어떻게 영향을 미치는지를 파악하고 효과적인 정보전달방법을 제시하고자 하였다. 구체적으로 개인 문화성향의 파악을 위해 개인주의/집단주의 이론에서 수직적/수평적 차원을 첨가한 Triandis(1988)의 척도를 적용하였다.

실험방법을 통한 연구결과 한국학생들은 집단주의 성향이 아직 개인주의의 성향보다는 두드러진다고 결론내릴 수 있겠다. 이는 과학기술과 커뮤니케이션 기술의 발달로 인한 개인

문화성향의 변화를 주장하는 Rettie(2002)나 Triandis(1988) 등의 주장과는 배치되는 결과이다. 수직적/수평적 차원을 첨가하였을 때는 수평적 집단주의 성향의 학생의 수가 많았지만 수직적 집단주의의 성향 또한 많은 학생들이 가진 것으로 파악되었다. 반면 수직적 개인주의의 성향은 한국 학생들에게 드물게 나타나는 것으로 나타났다. 전반적으로 수평적 성향의 학생수가 수직적 성향의 학생의 수보다 많은 것으로 파악할 수 있었다. 이는 박현경, 이영희(2004)와 한규석, 신수진(1999)의 연구결과에서와 같이 한국인들이 수평적 성향의 증가를 뒷받침하는 결과라고 할 수 있겠다. 종합해보면 한국 대

학생들은 아직은 개인보다는 집단을 중시하는 집단주의 성향을 보이며, 서열과 질서를 중시하는 수직적 성향보다 자신을 타인과 동등하고 수평적 위치로 여기는 수평적 성향이 우세하다고 결론 내릴 수 있겠다.

개인 문화성향의 맥락적 정보인지에 대한 조사는 회귀분석 방법을 사용하여 분석하였다. 연구결과 수직적 집단주의 성향의 개인들이 더 많은 맥락적 정보인지를 하였다는 결과를 얻었다. 또한 상관관계 분석에서도 수직적 집단주의와 정보인지와의 통계적으로 유의한 결과를 얻었다. 집단주의의 문화성향이 간접적이고 주변관계를 살펴야 의미를 이해할 수 있는 맥락적 정보를 더 많이 인지하는 것은 기존의 연구자들의 공통적인 결론이었다. 왜냐하면 개인주의 성향의 사람들은 분석적 사고를 하기 때문에 관심 있는 대상(object)에만 주의를 두고, 집단주의 문화성향에 속하는 사람들은 전체를 강조하는 종합적 사고를 하기 때문에 관계에 주의를 기울이기 때문이다(Nisbett and Masuda 2003). 또한 수직적 집단주의와 정보인지와 상관관계 분석에서 얻어진 통계적으로 유의미한 결과는 수직적 요인이 한국학생들에게 맥락적 정보인지에 영향을 미친다는 것을 보여준다. 하지만 개인 문화성향의 맥락적 정보물에 대한 태도는 의미있는 결과를 얻지 못했다. 다만 일반적으로 인정되는 95%의 신뢰도가 아닌 90%의 신뢰도로 범위를 확장하였을 때는 수직적 집단주의 성향의 개인들이 맥락적 정보물에 대한 우호적인 태도를 확인한 점은 이 연구의 의미중 하나일 것이다.

본 연구결과의 의의는 국내외에서 이제 관심이 증가되고 있는 개인 문화성향의 맥락적 정보

인지에 미치는 영향을 조사한 연구라는 것이다. 또한 문헌정보학에서 주로 이루어지는 외적 정보행동보다는 개인의 정보인지에 중점을 두었다는 점도 의의가 있겠다. 본 연구결과를 응용하여 볼 때, 도서관 사서나 정보전문가들은 서양화되어 가는 대학문화와 커뮤니케이션 기술의 빠른 습득과 이용으로 인해 한국 대학생들이 더욱 개인주의 성향으로 갈 것이라고 예상과 달리, 아직 가정과 속한 집단을 중요시하는 집단주의를 갖는 문화가 우세하다는 점을 주목해야 할 것이다. 정보 제공 측면에서도 이러한 문화성향의 영향을 고려하여 단순한 텍스트 중심의 정보제공보다는 맥락적이지만 흥미를 끌 수 있는 정보제공이 필요하다고 할 수 있겠다.

본 연구의 한계점으로는 문화성향의 분류를 위해 Singelis 등의 문화성향 설문지에만 기초하였다는 점이다. 특정 설문문항에만 기초하여 한국 학생들을 몇 개의 집단으로 구분하는 것이 개인 문화성향을 완전하게 잘 분류했다고 하기에는 부족한 점이 있을 수 있다. 또한 본 연구는 대학생이라는 제한적인 대상으로 인해 다양한 연구결과의 적용에 한계를 가진다. 두 대학의 학생들만 대상으로 연구를 진행하였던 점과 문헌정보 전공자만을 선택하였던 점은 향후 개선점으로 남는다.

향후 연구는 본 연구에서 사용하였던 개인주의/집단주의와 수직적/수평적 요소를 확장하는 더욱 세분화된 개인 문화성향 측정이 필요할 것이다. 또한 설문방법뿐 아니라 실제 행동의 관찰을 통해 개인 문화성향을 파악할 수 있는 행동관찰 척도의 개발도 필요할 것이다(주미정, 이재식 2012). 또 다른 방법은 다양한 시나리오에 기초하여 특정상황에 반응하는 개인

들의 태도를 통해 개인 문화성향을 파악할 수도 있을 것이다(한규석, 신수진 1999). 또한 연구참가자를 젊은 대학생뿐 아니라 연령별, 직업별 구분을 할 수 있는 다양한 인원을 조사대상으로 하여 더욱 의미있는 조사를 진행해야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 류승아. 2010. 자아존중감과 문화적 성향과의 관계 연구. 『한국심리학회지: 사회 및 성격』, 24(2): 169-183.
- 박현경, 이영희. 2004. 집단상담 참가자의 개인주의-집단주의 성향, 상담자 역할기대 및 치료적 요인 연구. 『한국심리학회지: 상담 및 심리치료』, 16(4): 571-596.
- 안신호. 1999. 한국의 집단주의에 관한 동기-자아개념-행동 모형의 검증. 『한국심리학회지: 사회 및 성격』, 13(1): 121-164.
- 우영지, 이기학. 2011. 여대생의 문화성향 군집에 따른 다중역할계획태도, 성취동기, 자기효능감의 차이 연구. 『한국심리학회지: 상담 및 심리치료』, 23(2): 405-425.
- 장성숙. 2004. 한국문화에서 상담자의 초점: 개인중심 또는 역할중심. 『한국심리학회지: 사회 및 성격』, 18(3): 15-27.
- 주미정, 이재식. 2012. 문화성향과 분석적-종합적 사고유형의 조합에 따른 전역/국소처리에서의 차이. 『인지과학』, 23(2): 269-293.
- 한규석, 신수진. 1999. 한국인의 선호가치 변화-수직적 집단주의에서 수평적 개인주의로. 『한국심리학회지: 사회 및 성격』, 13(2): 293-310.
- 한성열, 안창일. 1990. 집단주의와 나이, 교육, 결혼 및 주거 형태와의 관계. 『한국심리학회지: 사회』, 5(1): 116-128.
- Chiou, Jyh-Shen. 2001. "Horizontal and Vertical Individualism and Collectivism among College Students in the United States, Taiwan, and Argentina." *Journal of Social Psychology*, 14: 667-678.
- Cho, Young-Ju, Brent Mallinckrodt, and Sook-Kyeong Yune. 2010. "Collectivism and Individualism as Bicultural Values: South Korean Undergraduates' Adjustment to College." *Asian Journal of Counseling*, 17(1&2): 81-104.
- Dervin, Brenda. 1996. Given a Context by Any Other Name: Methodological Tools for Taming the Unruly Beast. In P. Vakkari, R. Savolainen, & B. Dervin (Eds.), *Information Seeking in Context*. London, England: Taylor Graham.

- Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Gudykunst, William B., Young-Chul Yoon, and Tsukasa Nishadsa. 1987. "The Influence of Individualism-Collectivism on Perceptions of Ingroup and Outgroup Relationships." *Communication Monographs*, 54(3): 295-306.
- Hall, Edward T. 1976. *Beyond Culture*. New York: Anchor Press/Doubleday.
- Hofstede, Geert. 1980. *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hofstede, Geert. 2001. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Holmes, John H. and Kenneth E. Crocker. 1987. "Predisposition in the Comparative Effectiveness of Rational, Functional and Discrepant Appeals for Both." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 15(1): 11-18.
- Kim, Ji-Hyun. 2013. "Information and Culture: Cultural Differences in the Perception and Recall of the Information." *Library and Information Science Research*, 35(3): 241-250.
- Kitayama, Shinobu, Sean Duffy, Tahashi Kawamura, and Jeff T. Larsen. 2003. "Perceiving an Object and its Context in Different Cultures: A Cultural Look at the New Look." *Psychological Science*, 14: 201-206.
- Machlup, Fritz and Una Mansfield. 1983. *The Study of Information: Interdisciplinary Messages*. New York: John Wiley & Son.
- Masuda, Takahiko and Richard E. Nisbett. 2001. "Attending Holistically versus Analytically: Comparing the Context Sensitivity of Japanese and America." *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(5): 922-929.
- Menou, Michel J. 1983. "Cultural Barriers to the International Transfer of Information." *Information Processing and Management*, 19(3): 121-129.
- Nakane, Chie. 1974. "Cultural Anthropology in Japan." *Annual Review of Anthropology*, 3: 57-72.
- Nicovich, Stef and Bettina T. Cornwell. 1998. "An Internet Culture?: Implications for Marketing." *Journal of Interactive Marketing*, 12(4): 22-33.
- Nisbett, Richard E. and Takahiko Masuda. 2003. "Culture and Point of View." *PNAS*, 100(19): 1163-1170.
- Park, Young-Shin and Uichol Kim. 2006. Family, Parent-Child Relationship, and Academic Achievement in Korea: Indigenous, Cultural and Psychological Analysis. In U. Kim, K. Yang, & K. Hwang (Eds.), *Indigenous and Cultural Psychology: Understanding People in Context*. New York, NY: Spring Science + Business Media.

- Resnik, Alan and Bruce L. Stern. 1977. "An Analysis of Information Content in Advertising." *Journal of Marketing*, 41(1): 50-53.
- Rettie, Ruth. 2002. "Net Generation Culture." *Journal of Electronic Commerce Research*, 3:4 [online]. [cited 2014.8.15]. <[http://www.csulb.edu/web/journals/jecr/p\\_i.htm](http://www.csulb.edu/web/journals/jecr/p_i.htm)>.
- Singelis, Theodore M., Harry C. Triandis, Dharm P. Bhawuk, and Michele J. Gelfand. 1995. "Horizontal and Vertical Dimensions of Individualism and Collectivism: A Theoretical and Measurement Refinement." *Cross-Cultural Research*, 29(3): 240-275.
- Taylor, Charles R., Gordon E. Miracle, and R. Dale Wilson. 1997. "The Impact of Information Level on the Effectiveness of U.S. and Korea Television Commercials." *Journal of Advertising*, 26(1): 1-18.
- Triandis, Harry. C. 1988. Collectivism vs. Individualism: A Reconceptualization of a Basic Concept in Cross-Cultural Psychology. In G. Verma & C. Bagley (Eds.), *Cross-Cultural Studies of Personality, Attitudes and Cognition*. London, England: Macmillan.
- Usunier, Jean Claude and Roulin Nicolas. 2010. "The Influence of High-And Low-Context Communication Styles on the Design, Content, and Language of Business-To-Business Web Sites." *Journal of Business Communication*, 47(2): 189-227.

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- Ahn, Shin Ho. 1999. "A Test of Motivation-Self-Expansion-Behavior Model: Collectivism in Korea." *Korean Journal of Social Psychology*, 13(1): 121-164.
- Chang, Sung-Sook. 2004. "The Counselor's Focus in Korean Culture: Individual-Focused or Role-Focused." *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 18(3): 15-27.
- Han, Gyuseog and Soo-Jin Shin. 1999. "A Cultural Profile of Korean Society: From Vertical Collectivism to Horizontal Individualism." *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 13(2): 293-310.
- Han, Seong-Yeul and Chang-Yil Ahn. 1990. "Collectivism and Its Relationships to Age, Education, Mode of Marriage and Living in Koreans." *Korean Journal of Social Psychology*, 5(1): 116-128.
- Joo, Mijung and Jaesik Lee. 2012. "Differences in Global/Local Processing of Combined Groups of Cultural Dispositions and Analytic-Holistic Thinking Styles." *Korean Journal of Cognitive Science*, 23(2): 269-293.

- Park, Hyun-Kyung and Young-Hee Lee. 2004. "A Study on the Relationship among Individualism-Collectivism, Client's Expectations of the Counselor's Role, and Therapeutic Factor with Group Counseling Participants." *Korean Journal of Counseling and Psychotherapy*, 16(4): 571-596.
- Ryu, Seungah. 2010. "Correlational Structure of Self-esteem and Cultural Characteristics." *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 24(2): 169-183.
- Woo, Young Jee and Ki-Hak Lee. 2011. "Comparative Study of ATMRP, Achievement Motivation and Self-efficacy among Cluster Types of Cultural Orientation." *Korean Journal of Counseling and Psychotherapy*, 23(2): 405-425.

[ 부 록 ]

<실험물>



<개인 문화성향 측정 문항>

Culture Type	Description
TYPE I Horizontal individualism	나는 개인 프라이버시를 중시한다 나는 다른 사람들과 독립된 나만의 삶을 살 필요가 있다고 생각한다 나는 개성 있는 사람이라고 생각한다 나는 다른 사람과 직접적이고 직설적인 토론을 선호한다 나의 성공은 나의 능력에 의한 것이라고 생각한다 나는 다른 사람과 여러면에서 다른 독특한 면이 있다고 생각한다
TYPE II Vertical individualism	사람들과의 경쟁은 세상의 법칙이라고 생각한다 다른 사람들이 나보다 일을 잘 하면 자극되고 긴장되는 편이다 경쟁 없이는 좋은 사회가 만들어 지기는 어렵다고 생각한다 어느 경쟁에서나 이기는 것이 중요하다고 생각한다 나는 다른 사람과의 경쟁에서 일을 하는 상황을 즐긴다 다른 사람보다 일을 잘 하는게 내게는 중요하다
TYPE III Horizontal collectivism	내 사촌이 재정적인 어려움에 있으면 가능한 방법으로 그를 도울 것이다 내 그룹의 그룹원들이 서로 잘 융화되는 것이 중요하다고 생각한다 이웃과 작은 것도 잘 나누면 사는 편이다 다른 사람들과 협력할 때 더 만족감을 느낀다 내 주변사람들이 행복하면 나도 행복하다 다른 사람들과 시간을 같이 보내는게 즐겁다
TYPE IV Vertical collectivism	내가 좋아하는 일이라도 가족이 반대하는 일은 하지 않는 편이다 긴 여행을 떠나기 전에 가족과 친구들과 상의를 한다 나는 그룹을 위해 내 자신을 희생하곤 한다 아이들은 자기하고 싶은 것을 하기 전에 자신들이 해야 할 일에 대한 교육이 먼저 필요하다고 생각한다 나는 그룹 안에서 다른 사람들과의 문제가 있는 것을 싫어한다 우리는 가정에서 부모님과 잘 지내는게 중요하다고 생각한다

## 〈18개 상품정보 척도〉

	정보 종류	Definition
○	가격(Price)	소비자가 제품이나 서비스에 지불해야하는 비용에 관한 정보
○	제품가치(Value)	제품의 질, 양, 가격 등을 고려한 전체적인 쓸모됨에 관한 정보
○	제품크기(Size)	제품의 물리적인 크기, 길이, 두께, 넓이 등에 관한 정보
○	구매가능장소(Availability)	소비자가 제품을 구매가능한 장소나 위치에 대한 정보
○	제품품질(Quality)	제품의 전체적인 성능이나 특성에 관한 정보
○	제품내구성(Durability)	제품이 성능을 오래 유지할 수 있는 특성에 관한 정보
○	제공컨텐츠(contents)	제품에서 제공되는 (멀티)컨텐츠나 구성요소에 관한 정보
○	보증(warranty)	제품 품질 보장에 대한 정보
○	안전성(Safety)	제품사용의 안전성에 대한 정보
○	신기술 제공(New tech.)	제품의 새로운 기능과 새로운 사용에 대한 관련된 정보
○	통화연결성(Connectivity)	제품의 통화연결성이나 통화사용의 편의성에 관련된 정보
○	성능 우월성(Superiority claim)	제품이 경쟁제품이나 예전 제품들보다 우월하다는 특성에 관련된 정보
○	이벤트(event)	특별한 행사나 이벤트에 관련된 정보
○	새 아이디어 채택(new idea)	새제품, 새부품, 새구성 요소와 관련된 정보
○	이용자정보(image of users)	제품의 실구매 & 사용자에 대한 특성이나 이미지에 대한 정보
○	제품기능설명(Performance)	제품의 작용이나 효율 등 제품사용과 관련된 정보
○	사용만족도(satisfaction)	제품 사용자의 만족도나 선호도에 대해 연상되는 이미지 정보
○	회사정보(Company info)	제품의 제조업체나 판매업체에 대한 정보