

명령문에 대한 행동의도와 기억에 있어서 나이와 명령문 유형이 미치는 영향

민동원
단국대학교 경영학부 부교수

The Effects of Age and Type of Imperative Statement on Behavioral Intention and Recall

Dongwon Min

Associate Professor, Department of Business Administration Administration, Dankook University

요약 광고나 세일즈 등 마케팅 현장에서는 제품이나 서비스의 사용방법을 설명하거나 목표 달성을 위한 절차를 알려 주고 특정 행동의 유도 또는 금지의 내용을 담기 위해 명령문을 자주 사용한다. 본 연구는 특히 지시적 명령문과 설명적 명령문에 대해 시간 지평 관점에 따른 행동의도와 기억의 양상에 주목하였다. 실험 결과, 생의 남은 시간을 짧게 느끼는 노년층이 보다 정서적인 측면에서 정보를 접근하기 때문에 부정의 감정을 더 느낄 수 있는 지시적(vs. 설명적) 명령문에 대해서 거부감을 느끼고 이에 따른 행동의도 저하가 왔다. 그런데 지시적 명령문이 유발하는 부정적인 정서는 노년층에게 있어 이러한 정서를 유발하는 정보의 현저성을 높여 오히려 기억은 상승시켰다. PROCESS 분석 결과, 명령문에 노출되었을 때의 감정이 이 같은 결과들을 매개하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 명령문의 진행에 있어 행동적 반응과/또는 정보처리의 성과를 향상시키기 위해서는 수용자의 나이를 심도 깊게 고민해야 하며, 또한 어떤 방식으로 명령문을 구성할 지도 고려해야 함을 보여준다는 데 의의가 있다.

주제어 : 명령문, 나이, 노년층, 청년층, 지시적, 설명적, 사회정서적 선택 이론

Abstract Various imperative statements that can be represented in the way in which the product or service is used describe how or how to achieve the goals, or induce or prohibit a specific action. This study focuses on The Effects of age and type of imperative sentence (directive vs. declarative) on behavioral intention and recall. As a result of the experiment, older people who have shorter lives remaining access information in a more emotional way, so they have been rejected by directive (vs. declarative) statements that felt more negative feelings, resulting in lowered behavioral intention. Conversely, the negative feeling caused by directive statements increased salience of directive (vs. declarative) sentence for older people more, which in turn increased memory for older people. Process analysis showed that emotions when exposed to statements mediated these results. The results of this study show that in order to improve consumers' behavioral response and/or the performance of information processing, it is necessary to deeply consider their age and how to construct the statement.

Key Words : Imperative statements, Age, The Old, The Young, Directive, Declarative, Socioemotional Selectivity Theory

*This work was supported by the National Research Foundation of Korea Grant funded by the Korean Government (NRF-2017S1A5A2A01027183)

*Corresponding Author : Dongwon Min(dwmin@dankook.ac.kr)

Received October 14, 2019

Revised November 28, 2019

Accepted January 20, 2020

Published January 28, 2020

1. 서론

사람들은 하루에도 수없이 명령문(imperative statement)에 노출된다. 특히 제품이나 서비스의 사용방법 설명방식으로 대표할 수 있는 다양한 명령문들은, 목표 달성을 위한 절차나 방법을 알려주거나 특정 행동의 유도 또는 금지의 내용을 담는다. 지식을 전달하는 메시지의 경우 소비자의 지속적 관여 수준이나 상황적 변수들에 따라 설득이 영향을 받을 가능성이 높다 하지만 특히 특정 행동을 금지하는 명령적인 메시지의 경우, 기본적으로 부정의 정서를 유발할 수 있기 때문에 그 내용을 온전히 내용적 측면에서 접근하느냐 또는 누군가 내 행동을 제기하는 것에 대한 부정적 느낌에서 접근하느냐에 따라 사람들의 반응은 상이할 수 있다. 특히 국내에서 많이 통용되는 명령문은 비교적 유희적인 표현을 사용하려는 명목에서 ‘...하기 바랍니다’ 또는 ‘...를 부탁드립니다’와 같은 표현을 많이 사용한다. 최근에는 의인화(예를 들어, 지구가 아파요) 또는 공감유도(예를 들어, 치우는 사람도 누군가의 아들이고 딸입니다) 또한 명령문에 많이 사용되고 있다.

명령문의 유형은 크게 지시적(directive), 설명적(declarative), 질문적(interrogative), 그리고 감탄적(exclamative) 명령문의 네 가지로 나눌 수 있다[1]. 이 중 지시적 명령문과 설명적 명령문은 광고나 세일즈 등의 마케팅 현장을 비롯한 실생활에서 보다 많이 사용된다. 명령문은 마케터가 소비자의 행동을 바꾸는데 사용목적이 있으며, 지시적 명령문은 직접적으로 지시의 내용을 담은 반면 설명적 명령문은 간접적 또는 우회적인 방식으로 내용을 전달한다. 본 연구는 심리적 요인 중 특히 나이에 따른 상이한 관점에 따라 지시적 및 설명적 명령문에 대한 행동의도와 기억의 양상이 어떻게 나타나는 지에 주목하였다.

2. 관련 선행문헌 고찰

Laura L. Carstensen과 그녀의 동료들이 주장한 사회정서적 선택 이론(Socioemotional Selectivity theory, 이하 ‘SST’)은 사람들이 남은 수명에 대한 시각을 어떻게 하느냐에 따라서 시간 지평 관점(Time Horizon Perspective, 이하 ‘THP’)이 달라진다고 하였다. 이들 연구에 의하면, THP가 크게 제한적 THP 또는 확장적 THP로 구분되는데[2, 3], 남은 생애 대해

서 노년층은 일반적으로 시간이 제한되어 있다고 느껴 제한적 THP를 갖는 경향이 있는 반면, 청년층은 일반적으로 시간이 많이 남아있다고 인식해 확장적 THP를 갖는 경향이 있다. 그런데 사람들은 남은 생의 시간을 제한되었다고 인식 할 때 보다 자신의 이전 경험에 초점을 맞추고 해당 순간에서의 만족을 추구하는 경향이 있다[4, 5]. 그리고 보다 감정적 경험을 최적화하여 감정 기반 오리엔테이션을 받아들이는 경향이 있다[6]. 따라서 제한된 THP를 가진 노년층은 미래보다는 현재의 감정과 상황에 집중하는 경향이 있으며, 남은 삶이 극적으로 변하지 않을 것이라고 믿는다. 이와 대조적으로 남은 생의 시간이 확장적이라고 믿는 청년층은 앞으로의 미래 지향적인 경향이 있으며, 보다 나은 미래를 위해 지식을 수집하고 행동을 계획하며, 정보처리에 있어 지식 기반의 방향성을 보이는 경향이 있다[5]. 그리고 이들은 인생에서 가장 중요한 목표를 미래에 대한 지식, 정보, 자원 및 지위를 더 확보하려는 동기 수준이 높다[6, 7].

그런데 이 같이 나이에 따라 생의 남은 시간을 바라보는 관점의 상이함에서 오는 정보처리 방향성(orientation)의 차이는 노년층으로 하여금 보다 정서 기반(vs. 지식 기반) 메시지에 반응하도록 하고, 청년층으로 하여금 보다 지식 기반(vs. 정서 기반) 메시지에 반응하도록 한다(Carstensen, 1992). 따라서 제한된 THP를 가진 노년층은 정서적인 내용에 더 민감하고 집중하는 경향이 있으므로 설득에 있어서 정서기반의 메시지를 지식기반의 메시지 보다 선호한다. 대조적으로 확장적 THP를 가진 청년층은 정보 처리를 위한 그들의 일차 동기가 지식을 얻는 것이기 때문에 지식기반의 메시지를 정서기반의 메시지 보다 선호한다. Williams and Drolet (2005)의 연구는 기억의 맥락에서 이 현상을 보여 주었는데, 제한된 THP를 가진 참가자가 지식기반의 메시지보다 정서기반의 메시지를 더 잘 회상한 반면, 확장적 THP를 가진 참가자는 정서기반의 메시지보다 지식기반의 메시지를 더 잘 상기했다[7, 8].

3. 가설도입

본 연구는 ① 지시하려는 내용 자체를 비교적 직접적으로 적시하는 지시적 명령문(예를 들어, ‘사용 후 행구지 마시오(Do not rinse off),’ ‘교문 앞 흡연 금

지)과 ② 지시하려는 내용을 비교적 유화적으로 적시하는 설명적 명령문(예를 들어, '제품 사용 후 그대로 두시는 게 좋습니다.' '교문 앞에서 담배 피면 학생들이 힘들어해요')에 대한 행동의도와 기억에 주목했다. 지시적 명령문은 보다 사실 적시를 담고 있는 반면, 설명적 명령문은 상황에 대한 공감을 유도한다. 또한 지시적 명령문은 즉각적인 행동을 적나라하게 요구하는 경향이 있는 반면, 설명적 명령문은 보다 유화적인 표현을 사용하며 해당 상황을 스스로 떠올려보게 하는 경향이 있다. 따라서 주어진 메시지에 대한 감정적인 면에 보다 집중하게 되는 노년층에게는 설명적 명령문이 지시적 명령문 보다 행동반응에 긍정적인 영향을 미칠 가능성이 높다. 특히 우리나라와 같이 존대말이 존재하는 상황에서는 보다 우회적인 표현이 일종의 '매너'나 '예의'를 갖추는 것으로 인식될 수 있어 지시적 명령문 보다 설명적 명령문이 노년층에게 더욱 행동의도를 높일 수 있다. 반면 청년층은 메시지의 내용이 담고 있는 정보나 지식이 중요하기 때문에 명령문이 지시적이냐 설명적이냐에 따라 설득에 차이가 나타나지 않을 가능성이 높다.

한편 지시적(vs. 설명적) 표현으로 인해 상대적으로 높아진 부정적 감정은 노년층에게 명령문 내용대로 행동할 의도를 낮출 수는 있지만 반대로 내용은 더 잘 기억되도록 할 수 있다. 하지만 청년층은 노년층보다 감정적인 면에 낮은 지향성을 보이기 때문에 지시적이거나 설명적인 명령문에 대한 기억의 차이도 유의하지 않을 가능성이 높다. 이는 관련 연구에 기반 하면, 노년층(vs. 청년층)이 동일한 메시지에 대해서도 보다 감정적인 측면에서 민감도가 높는데, 사람들은 부정적인 감정을 크게 지각하면 연관된 행동을 하려는 의도가 더 낮아지는 반면 부정적인 감정을 유발하는 정보는 현저성(salience)이 증가되어 더 잘 기억될 수 있기 때문으로 설명될 수 있다[9]. 본 연구는 이러한 가정을 아래와 같은 가설 및 연구모형(Fig. 1참고)으로 정리하고, 이를 60세 이상 노년층과 30세 이하 청년층을 대상으로 검증하였다.

- H1. 노년층은 지시적 명령문이 주어졌을 때 설명적 명령문이 주어졌을 때보다 행동 의도가 낮게 나타날 것이다.
- H2. 청년층은 지시적 명령문과 설명적 명령문에 대한 행동의도에 차이가 유의하지 않을 것이다.
- H3. 노년층은 지시적 명령문이 주어졌을 때 설명적 명령문이 주어졌을 때보다 내용을 더 잘 기억할 것이다.

- H4. 청년층은 지시적 명령문과 설명적 명령문에 대한 기억에 차이가 유의하지 않을 것이다.
- H5. 나이 x 명령문 유형이 행동의도에 미치는 영향을 명령문에 대한 감정이 매개할 것이다.
- H6. 나이 x 명령문 유형이 기억에 미치는 영향을 명령문에 대한 감정이 매개할 것이다.

4. 실험

60세 이상의 노년층 81명(평균 연령 64.7세)과 30세 이하의 청년층 83명(평균 연령 24.1세)의 총 164명이 실험에 참여하였다. 노년층의 경우 서울 및 경기 지역의 대형 헬스 클럽 내 세미나(내용: 평소애 꾸준한 건강 관련 데이터를 측정하기) 참여자를 대상으로 하였으며, 청년층의 경우 수도권 소재 모 대학교의 특강(내용: Flipped learning 이해하기)에 참여한 학생들을 대상으로 하였다. 명령문은 참여 시간 내 핸드폰 사용에 관한 내용을 담았으며, 지시적 명령문은 "지금 모두 핸드폰을 무음으로 하십시오"로 제시한 반면 설명적 명령문은 "다른 사람들에게 방해가 될 수 있으니 핸드폰을 무음으로 해주시면 감사하겠습니다"라고 제시하였다. 노년층 또는 청년층 참여자 모두 지시적 명령문(노년층 41명 vs. 청년층 41명) 또는 설명적 명령문(노년층 40명 vs. 청년층 42)에 무작위로 노출되었으며, 이후 세미나/특강을 듣고 본 실험의 조사에 참여하였다. 세미나/특강은 모두 50분이 소요되었으며, 강사의 강의 40분과 질의응답 10분으로 구성되었다. 본 실험을 위한 조사는 우선 세미나/조사 전에 요청한 내용이 무엇이었는지(기억 측정)와 요청한 내용을 얼마나 이행하려는 마음이 들었는지(행동의도 측정)를 물었다. 그리고 해당 요청을 받았을 때 기분이 어땠는지를 '좋다-싫다, 호의적이다-비호의적이다, 아무렇지 않다-화가 난다, 즐겁다-즐겁지 않다'의 네 개 항목으로 물었다($a = .90$). 마지막으로 참여자의 나이와 성별에 대해 묻고, 이 조사의 목적을 설명하며 마무리 하였다.

5. 결과

나이(노년층 vs. 청년층) x 명령문 유형(지시적 vs. 설명적)의 MANOVA 분석 결과, 나이에 따라 행동의도와 기억 모두에 유의한 차이가 나타났다. 노년층의

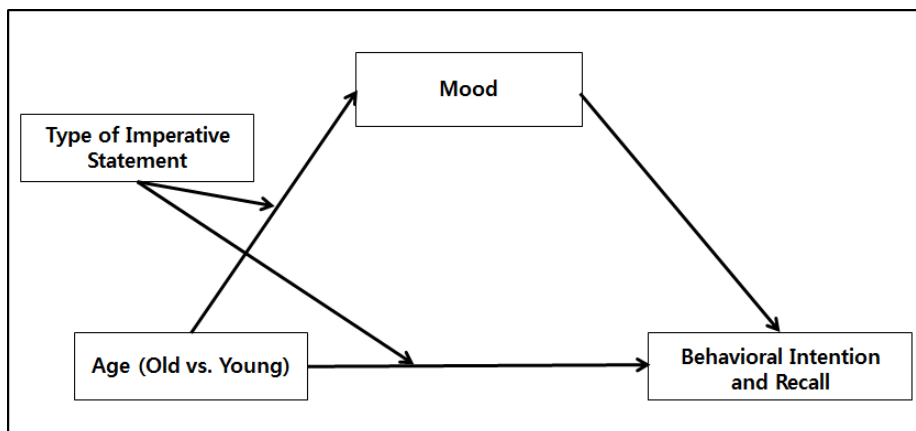


Fig. 1. Research Model

행동의도($M = 3.91$)가 청년층의 행동의도($M = 4.63$)보다 낮았으며($F(1, 160) = 36.99, p < .001$), 기억에 있어서도 노년층의 실적($M = 3.77$)이 청년층의 실적($M = 4.72$)보다 낮은 것으로 나타났다($F(1, 160) = 80.12, p < .001$). 명령문의 유형에 따른 행동의도와 기억 반응도 상이하게 나타났다. 그런데 이들의 방향성은 반대로 나타났다. 행동의도의 경우 지시적 명령문($M = 3.98$)이 설명적 명령문($M = 4.57$)보다 낮게 나타난 반면($F(1, 160) = 26.43, p < .001$), 기억의 경우 지시적 명령문($M = 4.51$)이 설명적 명령문($M = 3.99$)보다 높게 나타났다($F(1, 160) = 25.32, p < .001$). 보다 본 연구의 가설에 초점을 둔 나이 \times 명령문 유형의 결과는 가설 1-4와 일치하는 것으로 나타났다. 행동의도($F(1, 160) = 27.78, p < .001$)와 기억($F(1, 160) = 19.56, p < .001$) 모두에서 나이 \times 명령문 유형이 유의했는데, 이들의 양상은 상이한 것으로 나타났다. Planned contrast를 통해 구체적으로 살펴보면, 행동의도의 경우 노년층은 지시적 명령문($M = 3.32$)에 대해 설명적 명령문($M = 4.53$)보다 낮게 나타난 반면($t(160) = 7.33, p < .001, H1$ 지지), 청년층은 지시적 명령문($M = 4.63$)과 설명적 명령문($M = 4.62$)의 차이가 유의하지 않았다($t < 1, H2$ 지지). 그런데 기억의 경우 청년층이 행동의도와 마찬가지로 지시적 명령문($M = 4.76$)과 설명적 명령문($M = 4.69$)의 차이가 유의하지 않은 반면($t < 1, H4$ 지지), 노년층의 경우 행동의도와 반대로 지시적 명령문($M = 4.27$)에 대해 설명적 명령문($M = 3.25$)보다 성과가 높게 나타났다($t(160) = 6.65, p < .001, H3$ 지지).

이어서 나이를 독립변수로, 명령문 유형을 조절변수로, 행동의도와 기억을 각각 종속변수로, 그리고 명령문을 받았을 때의 감정을 매개변수로 하여 Hayes(2013)의 PROCESS 모델 No. 7을 이용한 분석을 시행하였다 [10]. 양 분석 모두에서 노년층(1로 코딩)이 청년층(-1로 코딩) 보다 명령문이 주어졌을 때 부정적인 감정을 나타냈으며($CI = [-.20, -.08], \beta = -.12, t = -3.24, p < .001$), 지시적 명령문(1로 코딩)에 대해서도 설명적 명령문(-1로 코딩) 보다 부정적인 감정을 나타냈다($CI = [-.22, -.08], \beta = -.15, t = -4.00, p < .001$).

행동의도가 종속변수일 때 나이가 미치는 영향을 감정이 명령문 유형에 부정적으로 조절되어 매개(moderated mediating)하는 것으로 나타났다($CI = [-.46, -.14], \beta = -.28, H5$ 지지). 구체적으로, 설명적 명령문에서는 나이가 행동의도에 미치는 영향에 있어 감정의 매개효과가 유의하지 않았지만($CI = [-.03, .15], \beta = .05$). 지시적 명령문에서는 나이가 행동의도에 미치는 영향을 감정이 부정적으로 매개하는 것으로 나타났다($CI = [-.35, -.14], \beta = -.23$). 이는 설명적 명령문은 지시적 명령문보다 덜 부정적인 감정을 일으켰고, 정보가 주는 감정에 덜 민감한 청년층은 명령문 유형에 따라 행동의도에 차이가 나타나지 않았으나 민감한 노년층은 부정적인 감정에 영향을 받아 후속적인 행동의도가 지시적(vs. 설명적) 명령문에서 더 낮게 나타난 것으로 해석할 수 있다.

행동의도와 달리, 기억이 종속변수일 때에는 나이가 미치는 영향을 감정은 명령문 유형에 긍정적으로 조절되어 매개하는 것으로 나타났다($CI = [.03, .23], \beta =$

.12, H6 지지). 설명적 명령문에서는 나이가 행동의도에 미치는 영향에 있어 감정의 매개효과가 유의하지 않았지만($CI = [-.07, .15]$, $\beta = .01$). 지시적 명령문에서는 나이가 행동의도에 미치는 영향을 감정이 긍정적으로 매개하는 것으로 나타났다($CI = [.03, .18]$, $\beta = .09$). 이는 역시 정보처리에 있어 정보의 감정적 측면에 덜 민감한 청년층은 명령문 유형에 따라 기억에도 차이가 나타나지 않지만 민감한 노년층은 부정적인 감정에 영향을 받으며 이는 부정적 정보의 현저성을 높여 부정적 감정을 유발한 정보가 긍정적 감정을 유발한 정보 보다 오히려 기억에 긍정적 영향을 주는 것으로 파악할 수 있다.

6. 토의 및 향후 연구 제언

본 연구는 광고나 세일즈 등 마케팅 현장에서 많이 사용되는 명령문에 있어 나이와 명령문의 유형에 따라 사람들이 보이는 반응이 어떻게 나타나는지를 살펴본 것이다. 그 결과, 생의 남은 시간이 짧게 느끼는 노년층이 보다 정서적인 측면에서 정보를 접근하기 때문에 부정적 감정을 더 느낄 수 있는 지시적(vs. 설명적) 명령문에 대해서 거부감을 느끼고 이에 따른 행동의도 저하가 옴을 보였다. 뿐만 아니라 지시적 명령문이 유발하는 부정적인 정서는 노년층에게 있어 이러한 정서를 유발하는 정보의 현저성을 높여 오히려 기억은 상승시킴도 보였다. 본 연구의 결과는 명령문의 진행에 있어 행동적 반응과/또는 정보처리의 성과를 향상시키기 위해서는 수용자의 나이를 심도 깊게 고민해야 하며, 또한 어떤 방식으로 명령문을 구성할 지도 고려해야 함을 보여준다는 데 의의가 있다.

여러 선행연구들(예, [11, 12])에서 보였듯이 럭셔리 제품의 판매에서는 소비자가 느끼는 심리적 파워가 증대하고, 이 경우 제품 구매나 사용에 있어서의 명령적 표현들은 또 다른 변수로서 작용할 수 있다. 소비자가 심리적 파워를 느끼는 경우 지시적 표현이 유발하는 부정적 감정은 더 강하게 파워감과 충돌할 수 있다. 하지만 심리적 파워를 느낄 때 주변의 정보에 대해서 스테레오타이핑(Stereotyping)을 사용하는 등 단순하게 처리하는 전략을 사용하기 때문에[13, 14] 감정적인 부분을 무시하는 심리적 방어전략을 활용할 수도 있다. 따라서 향후 연구에서는 보다 소비와 밀접한 상황에서 발생하는 다양한 심리적 변수와 명령문의 유형

간 관계를 살펴볼 것을 제안한다.

마지막으로 본 연구는 소비자의 개성 중 외향성과 내향성이 명령문의 유형에 따른 상이한 반응과 연계될 수 있는 가능성을 제시하고자 한다. 기존 연구에서는 쇼핑채널의 변경이나 선택적 이동과 내외향성의 관련 등을 살펴본 것인데(예, [15]) 내외향성은 설득이나 정보처리 그리고 이후의 행동적 반응까지 폭넓은 영향을 미치는 변수이다. 본 연구와 연관 지어 보면, 노년층이라고 하더라도 외향성이 강할 경우 다소 단언적인 형태의 지시문에 대해서 덜 민감할 수 있는 반면, 청년층이라고 하더라도 내향성이 강할 경우 민감할 수 있을 것이다.

REFERENCES

- [1] <https://www.englishclub.com/grammar/sentence/type-imperative.htm>
- [2] L. L. Carstensen. (1995). Evidence for a Life-span Theory of Socioemotional Selectivity. *Current Directions in Psychological Science*, 4(5), 151-156. DOI: 10.1111/1467-8721.ep11512261
- [3] H. H. Fung & L. L. Carstensen. (2003). Sending Memorable Messages to the Old: Age Differences in Preferences and Memory for Advertisements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(1), 163-178. DOI: 10.1037/0022-3514.85.1.163
- [4] L. L. Carstensen, H. H. Fung & S. T. Charles. (2003). Socioemotional Selectivity Theory and the Regulation of Emotion in the Second Half of Life. *Motivation and Emotion*, 27(2), 103-123. DOI: 10.1023/A:1024569803230
- [5] L. L. Carstensen, D. M. Isaacowitz & S. T. Charles. (1999). Taking Time Seriously: A Theory of Socioemotional Selectivity. *American Psychologist*, 54(3), 165-181. DOI: 10.1037/0003-066X.54.3.165
- [6] A. Drolet, P. Williams & L. Lau-Gesk. (2007). Age-related Differences in Responses to Affective vs. Rational Ads for Hedonic vs. Utilitarian Products. *Marketing Letters*, 18(4), 211-221. DOI: 10.1007/s11002-007-9016-z
- [7] P. Williams & A. Drolet. (2005). Age-related Differences in Responses to Emotional Advertisements. *Journal of Consumer Research*, 32(3), 343-354. DOI: 10.1086/497545
- [8] L. L. Carstensen. (1992). Social and Emotional Patterns in Adulthood: Support for Socioemotional Selectivity Theory. *Psychology and Aging*, 7(3), 331-338. DOI: 10.1037/0882-7974.7.3.331
- [9] R. Smallman & N. Roese. (2009). Counterfactual

Thinking Facilitates Behavioral Intentions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(4), 845-852.
DOI: 10.1016/j.jesp.2009.03.002

- [10] A. F. Hayes. (2013), *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Ron-Based Approach*, The Guilford Press. ISBN 978-1-60918-230-4
- [11] D. Min. (2016). The Influences of Charity and Negative on Purchase Intention toward Counterfeit Products Perception of Production on Purchase Intent toward Luxury brand: Focusing on the Mediating Effect of Guilt Reduction. *Journal of Digital Convergence*, 14(6), 85-91.
DOI : 10.14400/JDC.2016.14.6.85
- [12] D. Min. (2018). The Effect of Fit in Background Music on Brand Memory for Luxury vs. Non-luxury Brand Advertising. *Journal of Digital Convergence*, 16(12), 147-152.
DOI: 10.14400/JDC.2018.16.12.147
- [13] D. Min. & J. Kim. (2013). Is Power Powerful? Power, Confidence, and Goal Pursuit. *International Journal of Research in Marketing*, 30(3), 265-275.
DOI: 10.1016/j.ijresmar.2012.12.001
- [14] D. Min & J. Kim. (2012). The Effect of Psychological Power on Stereotyping of Brand Extended Product. *Korean Journal of Advertising*, 23(7), 35-61.
DOI: 10.14377/KJA.2014.11.30.155
- [15] D. Min. (2016). The Effect of Psychological Disposition on Omni-Channel Shopping in the Age of Digital Convergence: Focusing on Extraversion- Introversion and Variety-Seeking Tendency. *Journal of Digital Convergence*, 14(1), 91-97.
DOI: 10.14400/JDC.2016.14.1.91S

민 동 원(Dongwon Min)

[정회원]



- 1997년 2월 : 서울대학교 음악대학(음악학사)
- 2001년 8월 : 연세대학교 경영대학(경영학석사)
- 2010년 2월 : KAIST 경영대학 (경영공학박사)
- 2010년 9월 ~ 2016년 8월 : 단국대학교 경영학과 조교수

- 2016년 9월 ~ 현재 : 단국대학교 경영학과 부교수
- 관심분야 : 소비자심리, 브랜드전략
- E-Mail : dwmin@dankook.ac.kr