

수 특 28장 - 3

Much _____ in social psychology [has documented / has been documented] some of the _____ that people _____ upon in _____ the belief I am good. For example, when people _____ at something, they tend to _____ their _____. This trivialization _____ those failures and _____ them from _____ their life _____ Sage. Imagine, say, that someone _____ a calculus test. A common _____ is [to conclude / concluding] that this test was just not [that / what] important to them. They may say to _____, “Who cares about calculus anyway. I’m not going to [become / be become] a mathematician.” In _____, people will [typically / typical] show the _____ pattern for their successes and will interpret those events as [being / to be] of _____. So if someone aces a calculus test, they may think to themselves about [how / what] _____ calculus is for their future career success and how [it’s / its] key to getting into graduate school or getting a highly _____ job as an engineer or a financial analyst. By _____ how [importantly / important] people view their [successions / successes] and failures, they can _____ their _____ to these events in a way that [enables / enable] them to tell a more _____ story which / that] I am good.

사회 심리학의 많은 연구는 사람들이 ‘나는 잘한다’ 라는 믿음을 방어할 때 의존하는 주요 전략 중 일부를 기록해 왔다. 예를 들어, 사람들은 어떤 일을 잘하지 못하면 그들은 자신들의 실패를 대수롭지 않게 여기는 경향이 있다. 이러한 경시는 그 실패를 무력화시키고 그것이 그들의 인생 이야기를 다시 바꿔 쓰지 못하게 막는다. 예를 들어, 누군가가 미적분학 시험에 낙제하는 것을 상상해 보라. 흔한 방어적 반응은 이 시험이 자신에게 그저 별로 중요하지 않았다고 결론짓는 것이다. 그들은 자기 자신에게 “어찌 되었든 미적분학을 누가 신경 쓰겠어. 내가 수학자가 될 것도 아닌데.” 라고 말할 수도 있다. 대조적으로 사람들은 전형적으로 자신의 성공에 관해서 정확히 반대 양상을 보이고 그 사건들을 엄청나게 중요하다고 해석할 것이다. 따라서 만약 누군가가 미적분학 시험을 잘 친다면, 그들은 미적분학이 자신의 미래의 직업적 성공을 위해 얼마나 중요한지, 그리고 어떻게 그것이 대학원에 입학하거나 공학자나 금융 분석가와 같이 매우 선망받는 직업을 얻는 데 핵심적인지에 관해 혼자 생각할 수도 있다. 자신의 성공과 실패를 중요하게 보는 정도를 조정함으로써, 사람들은 자신들이 ‘나는 잘 한다’ 라는 더 설득력 있는 이야기를 할 수 있게 하는 방식으로 이러한 사건에 대한 감정적 반응을 형성할 수 있다.

29장 - 2

The internet [has transformed / has been transformed] the fashion _____, [making / made] it _____ difficult to _____ the _____ for the selling _____. Consumers can _____ for product information and prices and _____ information almost _____, [making / made] them more _____ than ever before, _____ the _____ of _____ from the retailer to the customer. This [is exacerbated / exacerbates] by open and real-time _____ to fashion shows, [facilitated / facilitating] through livestreaming, [coupled / coupling] with social media access to celebrity looks and lifestyles and the _____ of all _____ of life on social media. Consumers use fashion _____ to _____ their _____ style and _____, especially those _____ ‘brand me’ on social media. The traditional two-season offer [is no longer seen / no longer sees] as _____, with consumers _____ new products _____ the whole year. This _____ a problem for fashion retailers as many consumers [are looking / look] for more _____ pieces to _____ themselves, _____ up the desire for trend-led ever more _____ changing styles, while still demanding _____ prices.

인터넷이 패션 시장을 변형시키면서 판매 시즌 수요를 예측하기가 점점 더 어려워지고 있다. 소비자는 제품 정보와 가격을 검색하여 거의 즉시 비교 정보를 얻을 수 있어서, 그 어느 때보다 더 많이 알게 되고, 그 결과 힘의 균형이 소매업자에서 고객에게로 옮겨 간다. 이것은 유명인의 외모와 생활 방식을 소셜 미디어를 통해 접하고 삶의 모든 측면을 소셜 미디어에서 공유하는 것과 결부되어, 인터넷 실시간 방송을 통해 용이해진 패션쇼에 대한 공개된 실시간 접근으로 심화된다. 소비자들은 자신의 개별 스타일과 개성을 표현하기 위해 패션 선택을 활용하는데, 특히 소셜 미디어에서 ‘자기 브랜드화’를 꾀하는 소비자들이 그러하다. 전통적인 두 시즌(봄·여름, 가을·겨울) 상품 제공은 더 이상 충분한 것으로 여겨지지 않으며, 소비자들은 일 년 내내 새로운 제품을 요구한다. 이것은 패션 소매업자들에게 문제가 되는데, 많은 소비자들이 자신을 차별화하기 위해 더 독특한 제품을 찾고 있고, 트렌드 주도의 전례없이 더 빠르게 변하는 스타일에 대한 욕구를 끌어 올리면서도, 여전히 합리적인 가격을 요구하기 때문이다.