한국심리학회지: 소비자·광고
Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology
2009, Vol. 10, No. 1, 147-166

소비자 의사결정에서 사전가정사고와 예상된 후회의 역할: 종결욕구와 낙관-비관주의의 조절

이 성 수†

선문대학교 상담·산업심리학과

최근 소비자 의사결정에서 사후가정사고라는 인지과정과 후회 감정의 역할에 관한 관심이 증가하고 있다. 선행연구는 현상변화보다 현상유지 결정에서 사후가정사고와 후회가 덜 발생함을 보이고 있다. 그러나 본 연구는 이미 지나간 성과에 대한 사후가정이 아니라 다가올 성과에 대한 예상된 사후가정사고(즉, 사전가정사고)와 예상된 후회가 현상유지 효과에 미치는 영향을 알아보고자 하였다. 이때 본 연구의 초점은 의사결정에서 개인차에 관한 연구를 따라서, 종결욕구와 낙관주의가 선택에 따른 사전가정사고와 예상된 후회 수준의 변화에서 조절 역할을 하는지 알아보는 것이었다. 결과는 사전가정사고와 예상된 후회에 대해 대안조건과 종결욕구의 상호작용 효과를 지지하고 있다. 또한 후회에 대해서 종결욕구와 낙관-비관주의의 상호작용효과를 지지하였다. 그러나 사전가정사고와 예상된 후회에 대한 대안조건과 낙관-비관주의의 상호작용효과는 지지되지 않았다. 본 연구 결과를 바탕으로 이론적 및 실제적 시사점을 논의하였다.

주요어 : 사전가정사고, 예상된 후회, 종결욕구, 낙관-비관주의

† 교신저자 : 이성수, 선문대학교 상담·산업심리학과, leessda@sunmoon.ac.kr
연구자는 본 논문이 나아지도록 조언해 주신 익명의 심사자들에게 깊이 감사드린다.

www.kci.go.kr

특정 브랜드에 대한 소비자 충성도가 많이 약화되었다고는 하지만, 많은 소비자들은 복잡한 의사결정과정을 통해 한 번 선택하여 사용하기 시작한 브랜드는 큰 문제나 불만이 없는 한 반복적으로 구매하는 경향이 있다. 이런 현상을 현상유지 효과라 하는데, 사람들이 자신이 갖고 있지 않은 것보다 가지고 있는 대안을 더 선호하는 효과이며, 심지어 자신이 가지고 있는 대안에 비해 가지고 있지 않은 대안을 우월한 것으로 간주하더라도 나타난다(Samuelson & Zeckhauser, 1988). 소비자 의사결정에서 현상유지 효과는, 동일 브랜드를 반복구매했음에도 불구하고 부적인 결과가 올 수 있지만, 다른 브랜드를 구매함으로 인해 부적 결과를 경험할 때보다는 후회를 덜 경험할 것이라는 판단에서 비롯된다고 할 것이다. 여러 연구(예를 들어, Gleicher 등, 1990; Zeelenberg, 1999)는 이러한 후회의 감정이 사후가정사고(counterfactual thinking)와 같은 심리적 모사(simulation)와 결부되어 의사결정에 영향을 미칠 때 중요한 역할을 한다는 것을 말하고 있으며, Tsiros와 Mittal(2000)에 따르면, 사람들이 사후가정적 시나리오를 구성하고자 하는 동기 중 하나는 현상유지 효과(status-quo effect)이다.

일반적으로 사후가정사고와 후회는 특정 사건이 일어난 다음에 경험되는 심리적 기제인데, 우리는 지나간 사건을 반추하여 향후의 유사한 상황에서 다시 동일한 경험을 하지 않기 위해 사후가정사고를 하지만, 때로는 한정된 정보만을 근거로 하여 아직 경험하지 않은 사건에 대한 판단을 하기도 한다. 따라서 사회인지 영역에서 의사결정에 관한 연구는 지나간 일에 대한 사후가정사고뿐 아니라 향후의 결과에 대한 예상된 사후가정사고, 즉 사전가정사고(prefactual thinking)와 예상되는 후회가 의사결정에 어떠한 영향을 미치는지에 대해서도 관심을 가지고 있지만(Goerke, Möller, Schulz-Hardt, Napiersky, & Frey, 2004; Hetts, Boninger, Armor, Gleicher, & Nathanson, 2000), 아직 많은 연구가 이루어지지는 않았다. 이런 경우에는 지나간 사건과 관련된 사후가정사고를 하기는 어렵다. 따라서, 본 연구는 과거에 이미 발생한 성과에 대한 재평가로 인한 인지와 정서가 향후의 의사결정과 판단에 미치는 영향보다는 미래의 사건에 대한 성과의 모사가 의사결정에 미치는 영향을 살펴볼 것이다.

예상되는 사후가정사고와 후회 경험에 따라 현상 유지와 변화의 선택이 결정되겠지만, 한정된 정보를 근거로 아직 경험하지 않은 미래의 성과를 예측하기 때문에 개인적 특성이 선택에 작용할 것으로 보인다. 따라서, 본 연구는 후회 경험과 사전가정사고의 수준에 영향을 미치는 두 가지 개인적 특성의 영향을 살펴보고자 하는데, 하나는 종결욕구라는 의사결정의 인식론적 동기이며(Kruglanski, 1990), 다른 하나는 개인적 통제 신념과 관련된 낙관-비관주의이다(Scheier & Carver, 1985). 종결욕구는 현재의 상황을 가능한 단순화시켜 최대한 빨리 인식론적 결론에 도달하여 의사결정이나 판단을 하고자 하는 동기이며, 낙관-비관주의는 개인이 스스로 바람직한 결과를 가져오고 혐오적 결과를 방지했다고 믿는 통제 신념과 관련되기 때문이다. 의사결정 상황에서 사람들은 판단을 하기 위한 정보를 필요로 하지만 존재하는 모든 정보를 획득한 후에 판단하는 것이 아니고, 자신이 설정한 준거에 따라 '충분하다'고 여겨지는 선에서 획득된 정보를 근거로 판단을 한다. 문제는 개인의 인식론적 동기에 따라 충분하다고 말하는 수준이 다를 수 있다는 것이다. 또한, 선택에 따른 성과가

www.kci.go.kr

자신의 선택 행위와 어떤 관련성이 있는가에 대한 일반화된 기대가 선택 행위 자체와 연관될 것인데, 그러한 관련성에 대한 기대는 사람들마다 각기 다를 것이다. 따라서, 종결욕구와 낙관-비관주의는 의사결정 상황에서 어떤 역할을 할 것이라 기대됨에도 불구하고, 그 역할이 아직 명확히 검토되지 않은 상황에서, 본 연구는 현재 보유하고 있는 대안을 또 다시 선택할 것인가 아니면 다른 대안을 선택할 것인가에 따라 발생하는 결정후 사후가정사고와 후회의 경험에서 종결욕구와 낙관-비관주의의 영향을 살펴볼 것이다.

예상된 후회와 사전가정사고

사후가정사고는 현실에 대한 대안적 사고로서 "만약 ...했다면 또는 하지 않았다면, ... 했을텐데"와 같이 어떤 사건을 경험한 후에, 일어날 수도 있었지만 결국 일어나지 않았던 가상의 대안적 사건에 대한 생각을 의미한다(Roese, 1997). 사후가정사고는 결과 부분의 전환 방향에 따라 부정적 사건을 경험한 후에는 현실보다 더 나은 방향으로 상상하거나(상향 사후가정사고) 긍정적 사건을 경험한 후에는 현실보다 더 나쁜 방향으로 상상하는 것이지만(하향 사후가정사고), 사람들은 긍정적 사건보다 부정적 사건을 경험한 후에 더 많은 사후가정사고를 하는 경향이 있다(Roese & Hur, 1997). 가장 전형적인 사후가정사고의 예는 브랜드A를 구입하였지만 나중에 그것이 만족스럽지 않음을 발견한 어떤 사람이 "만약 내가 브랜드B를 구입했다면, 나는 좀더 만족했을텐데"라고 생각하는 것이다. 발생한 사후가정사고는 특정 감정을 유발하고, 이러한 감정은 사회적 추론과 아울러 미래의 행동에 영향을 미치는 것으로 알려져 있다(Medvec & Savitsky, 1997). 그러한 특정 감정 중 대표적인 것이 후회 감정이다. Zeelenberg(1999)는 후회를 사람들이 다르게 결정했다면 현재 상황이 더 좋아졌을 것임을 상상할 때 경험하는 인지적 측면에 기반한 부적 감정으로 정의하고 있다(p.93). 사후가정사고와의 관련성 때문에, 후회는 사후가정 감정으로 분류된다(Roese & Olson, 1995; Tsiros & Mittal, 2000; Zeelenberg 등, 1998).

일반적으로 사후가정사고와 후회는 특정 사건이 이미 일어난 이후에 경험되는 심리적 기제이지만, 사람들은 아직 경험하지 않은 미래의 성과에 대한 모사적 사고도 한다. 따라서 의사결정에 대한 사회인지 연구에서는 경험할 것으로 예상되는 사후가정사고와 후회가 의사결정에 미치는 영향에 대해 관심을 두고 있으나, 그리 빈번한 연구가 이루어지고 있다고 말하기는 어렵다(Goerke, Möller, Schulz-Hardt, Napiersky, & Frey, 2004). Gleicher 등(1995)은 "사람들이 현재의 사건이 미래에 시사하는 바의 측면에서 현재 사건에 대한 가상적 대안을 생각할 수 있으며, 사람들의 행동은 그러한 사후가정이 미래에 시사하는 것에 의해 결정될 수 있다"고 제안하고 있다(p.284). Gleicher 등(1995)은 두 가지 기제를 언급하고 있는데, 우선 어떤 사람이 부적 성과를 역전시키는 사후가정을 할 때, 그 사람은 미래에 취해질 수 있는 효과적인 행위가 있다는 귀인을 할 것이다. 둘째, 어떤 사람이 미리 사후가정을 한다면, 이러한 부적 영향을 피할 수 있는 동기가 행동적 선택에 영향을 준다. 결과적으로, 사후가정사고는 주로 이미 벌어진 결과에 대해 다른 대안을 생각하는 것이지만 때로는 미래에 있을 법한 가상적 사건의 성과를 현재의 결과와 대비시키는 사고도 포함한다.

www.kci.go.kr

이와 같이 미래에 일어날 수 있지만 현재의 결과와 대비되는 어떤 사건에 대해 상상하는 것과 이러한 상황에서 경험할 것 같은 후회를 각각 '사전가정사고(prefactual thinking)'와 '예상된 후회'라 하며, 몇몇 선행연구에 따르면 일반적으로 사람들은 이러한 후회의 경험을 최소화하는 방향으로 의사결정을 한다는 것이다(Cooke, Meyvis, & Schwartz, 2001). 이처럼 부적 감정의 예상이 행동을 동기화할 수 있다는 생각은 정서가 행동의 근접한 결정요인이라는 Weiner(1980)의 사회적 동기 모델과 일관되는데, 이 모델은 두 가지 가능한 대안들 중에서 어떤 하나를 결정할 때, 사람들은 자신의 결정에서 각 대안에 연합된 잠재적 후회를 포함시킨다는 것을 제안하고 있다.

몇몇 연구들이 이와 같은 생각을 지지하고 있다. 예를 들어, Boninger, Gleicher, Hetts, Armor와 Moore(1994/ Gleicher 등, 1995에서 재인용)는 피험자들이 가장 큰 금전적 보상을 받기 위해 가능한 한 빨리 목적지까지 트럭을 운행하는 게임으로 구성된 실험을 하였다. 운행 전에, 참여자들은 금전적 손실을 최소화할 수 있는 보험 구매 기회를 가졌다. 보험 구매 여부를 결정하기 전에, 참여자들은 보험이 매력적으로 보이거나(만일 당신이 보험을 구매하지 않았는데 불행한 일이 생기면, 당신은 보험을 구매했었기를 바랄 것이다), 매력적으로 보이지 않거나(만일 당신이 보험을 구매했는데 그것을 사용하지 않았다면, 당신은 보험을 구매하지 말았었기를 바랄 것이다), 또는 참여자들이 사전가정사고를 하지 않도록 하는 지시를 받았다. Boninger 등은 보험 구매를 매력적으로 여기는 사전가정 시나리오를 구성한 사람들은 보험을 구매할 가능성이 높은 반면 보험을 매력적으로 여기지 않은 사전가정 시나리오를 구성한 사람들은 보험을 구매할 가능성이 가장 낮음을 발견하였다.

또한 Miller와 Taylor(1995)는 향후의 결정과 그 결정에 따른 잠재적 성과 발생까지의 시간 간격이 가까울수록, 예상된 사후가정과 그로 인한 후회가 생성될 가능성이 클 것임을 추론했다. 그들은 실험참가자들에게 복권을 구매한 두 사람 중에 한 사람(Mr. K)은 당첨번호 추첨 2주전에 복권을 팔 것을 요청받았고, 다른 한 사람(Mr. T)은 추첨 한 시간 전에 팔 것을 요청받았다는 시나리오를 제시하고 누가 복권 팔기를 더 망설일 것인가를 물었다. 참가자들은 Mr. T가 더 망설일 것이라고 판단했고, 만약 복권을 팔았는데 그 복권이 당첨복권이었다면 Mr. T가 더 후회했을 것이라고 답하였다. 이처럼 행동 개입 전에 예상되는 성과와 그에 따른 정서경험에 대한 기대가 의사결정에 영향을 미친다는 결과는 소비자 행동 맥락에서도 검증되었는데, 예를 들어, Simonson (1992)은 선택 대안을 예외적인 것과 규범적인 것[즉, 기본 대안(default option): Kahneman & Miller, 1986]으로 조작할 때 예상된 사후가정적 후회의 수준이 달라짐을 보이고 있다. 자신의 구매 결정이 나쁜 것으로 판명되었다면 어떻게 느낄 것인지 고려하도록 유도된 피험자들은 (잠재적으로 더 나은 판매를 기다리기보다는) 현재 판매 중인 대안을 구매할 가능성이 높지만, (알려지지 않고 덜 비싼 브랜드보다) 좀더 알려지고 비싼 브랜드를 구매했다. 대안 성과를 예상하라고 했을 때, 피험자들은 좀더 보수적인 기본 대안을 선택했다.

여러 연구들이 사후가정사고와 후회의 발생 가능성에 영향을 미치는 선행요인들을 밝히고 있다. 사후가정사고가 형성될 때, 이미 일어난 (또는 일어나지 않은) 사실을 일어나지 않았던

www.kci.go.kr

(또는 일어났던) 가설적 상황으로 바꾸는 것을 포함하므로 일어난 사건의 전환성(mutability)을 가장 중요한 요인으로 언급하고 있는데(Kahneman & Miller, 1986), 몇몇 연구는 행위-비행위(action-inaction) 효과(예를 들어, Gleicher 등, 1990; Landman, 1987; Zeelenberg, van den Bos, van Dijk, & Pieters, 2002) 또는 현상유지 효과(Inman & Zeelenberg, 2002; Tsiros & Mittal, 2000)가 사후가정사고와 후회를 증가시키는 전환성에 영향을 주는 중요한 요인임을 보이고 있다. 현상유지 효과는 현상을 유지하고자 하는 결정은 변화 결정보다 덜 후회스러우며, 이용가능한 다른 대안이 있다 해도 소비자는 현재의 것에 집착하는 경향이 있다 사실을 말한다. 일반적으로 현상을 변화시키는 것은 현상을 유지하는 것보다 비정상적이고 예외적인 것으로 인식되기 때문이다(Kahneman & Miller, 1986). 따라서, 현상유지 효과는 후회를 유발하는 강력한 현상의 하나로 인식되고 있다(N'gbala & Branscombe, 1997). 그러나 현상유지 효과와 사전사고의 관련성에 관한 연구는 아직까지 소수에 그치고 있다. Tykocinski와 동료들(Tykocinski & Pittman, 1998, 2001; Tykocinski, Pittman, & Tuttle, 1995)은 소비자가 이전의 거래를 좋게 지각한다면 현재의 거래가 객관적으로 매력적일 때조차 현재 거래의 이점을 취하지 못하는 무행위 관성 효과(inaction inertia effect)를 보이며, 예상된 후회가 무행위 관성 효과를 촉발한다고 주장한다. 그들의 논리는 다음과 같은데, 우선 초기의 놓친 기회 다음에 후속 기회가 있음을 알게 될 때, 소비자들은 초기의 매력적인 기회를 후속 기회와 연결시키는 경향이 있다. 이러한 연결은 상향 사전가정사고를 촉발한다(즉, 만일 내가 후속 기회로 주어진 이것을 산다면, 나는 더 낮은 가격에서도 그 제품을 살 수 있었을 것이라는 생각을 하게 될 것이다). 상향 사전가정사고는 동시에 예상된 후회를 유발한다(McConnell 등, 2000). 두 번째 기회를 취할 생각을 하고 있는 한, 사람들은 상향 사전가정과 예상된 후회를 할 가능성이 있다. 결국, 두 번째 기회를 재빨리 포기함으로써, 사람들은 예상된 후회를 촉발할 현재의 열등한 기회에 대하여 생각하는 것을 피할 수 있다. 따라서, Tykocinski와 동료들은 지속된 무행위가 예상된 후회를 최소화하기 위한 소비자의 시도에 반영된다고 이론화하였다.

Tykocinski와 Pittman(1998)은 소비자들이 두 번째 제안을 버리는 것이 예상된 후회를 줄이지 않는다는 것을 지각할 때, 그들은 무행위 관성 효과를 보이지 않는다는 것을 증명함으로써 이런 주장을 증명했다. 한편, Inman과 Zeelenberg(2002)는 정당화할 수 있는 다른 제품이나 서비스로 전환할 충분한 다른 이유가 있다면 현상유지 효과는 약화될 수 있음을 보이고 있다. 예를 들어, 과거의 현상유지 또는 반복에 따른 정적 또는 부적 경험이나 브랜드 사용 역사의 포괄성이 현상유지 효과를 약화시키는데 영향을 준다는 것을 보이고 있다. 이들의 연구가 현상변화 결정 이후 후회 경험을 조절하는 상황적 요인의 존재를 밝히고 있지만, 현상유지 효과 연구에서 개인차의 역할을 간과하고 있다. 이에 대해 Kasimatis와 Wells(1995) 같은 학자들은 사후가정 연구에서 개인차에 주목할 것을 언급하면서, 몇 가지 주목할 만한 개인차 변인을 언급하고 있다. 본 연구에서는 인식론적 동기로서의 종결욕구와 통제 신념인 낙관-비관주의의 조절 효과를 살펴볼 것이다.

www.kci.go.kr

사전가정사고와 후회 발생의 조절

인지적 종결욕구

종결욕구는 어떠한 질문에 대해 혼동이나 모호함보다는 어떠한 답이든 확고한 답을 원하는 욕망으로 정의된다(Kruglanski & Webster, 1996). 즉, 불확실한 상황에서 얻어진 어떠한 정보라도 그것이 불확실성을 줄여주는 것으로 보인다면 그 정보가 최선의 것이 아니라도 거기에서 더 이상의 정보탐색을 멈추고 그것을 답으로 결정하는 경향성을 말한다. 다시 말해서, 종결은 개인의 선택을 편향시킬 수 있는 목표 상태를 말하는데, 종결이 위협받는다면 부적 정서 반응이 유발되고, 종결에 도달한다면 정적 정서 반응이 유발될 수 있는 개인의 목표 상태와 유사하다고 할 것이다. 일련의 연속선상에서 종결욕구의 반대쪽에는 종결회피욕구(need for avoidance of closure)가 자리 잡고 있다.

종결욕구는 긴급 성향(urgency tendency)과 지속 성향(permanency tendency)이라는 두 가지 성향을 가져오는데, 긴급 성향은 불확실한 상황을 신속하게 종결할 수 있는 상태를 '포착하고자(seizing)' 하는 성향을 말하며, 따라서 신속하게 결론으로 이동하지 못할 때 부정적 경험을 유발할 것이다. 지속 성향은 기존의 지식을 '보존(preserving)'하여 '고착(freezing)'하고 향후의 지식을 보호하려는 이중적 성향으로서 종결 상태를 지속시키고자 하는 동기를 말한다. 따라서, 종결욕구가 강할수록 사람들은 관심 있는 주제와 관련하여 얻은 정보가 판단을 확고히 하는데 도움을 준다면 그때의 판단을 공고히 해서, 다른 관련 정보를 알게 된다 해도 그러한 정보에 더 이상의 관심을 두지 않는 폐쇄된 마음 상태를 갖게 된다(Kruglanski & Webster, 1996). 그런 사람들은 강한 판단적 몰입을 하게 되고, 따라서 이미 그들의 견해는 하나의 상태로 정해졌다고 할 수 있기 때문에, 상대적으로 흔들리지 않는다. 반면 종결회피욕구가 강한 사람들은 판단적 몰입을 의심하고 그들의 의견을 개방적으로 유지하고자 하고 따라서 제한적 의견을 피하는 경향이 있다.

종결욕구가 가진 이러한 특성으로 인해, 종결욕구가 높은 사람들은 초기 정보에 고착되어 기존 도식을 근거로 판단하는 경향이 높으며(Kruglanski & Freund, 1983), 새로운 정보와 또 다른 가능성을 간과하고 추가 계산에 스스로를 효율적으로 적용시키지 않고 초기값에 추정치를 고정시키는 닻내리기(anchring) 경향이 있으며(Kruglanski & Webster, 1996), 다량의 정보 처리에 시간과 에너지를 덜 사용하며(Kruglanski, Webster & Klem, 1993), 더 많은 고정관념을 사용하며(Chiu, Morris, Hong, & Menon, 2000), 정보처리 스타일에서 휴리스틱을 더 많이 사용하거나 휴리스틱적 사고를 더 많이 보이는 경향이 있다(Klein & Webster, 2000). 이와 같은 반응들은 현상유지적 행동 특성으로 볼 수 있으며, 따라서 이러한 연구들은 종결욕구가 높은 사람들은 규범적 신념을 침해하는 현상을 선호하지 않음을 보인다.

낙관-비관주의

낙관-비관주의는 일반적으로 자신의 삶에서 미래에 나타나는 사건의 성과가 긍정적 또는 부정적일 것이라는 기대를 갖는 안정적인 성향이다(Scheier & Carver, 1992). 다시 말해서, 평가자에게 있어서 사회적으로 바람직하거나 자신에 유리하거나 기쁨을 주는 것으로 또는 그 반대의 것으로 여겨지는 사회적 또는 물질적 미래에 대한 기대와 관련된 기분 또는 태도를

www.kci.go.kr

말한다(Tiger, 1979). 낙관-비관주의에 대한 여러 가지 접근이 있지만, 현대적 접근은 목표나 기대와 같은 인지적 특징을 가진 것으로 다루어진다(Peterson, 2000). 낙관주의와 비관주의는 연속선상의 양극에 위치하는 것으로 다루어졌다.

Seligman 등(Seligman, 1990; Buchanan & Seligman, 1995)은 낙관주의-비관주의를 개인의 설명양식(explanatory style) 측면에서 다루는데, 설명양식의 개념은 학습된 무기력 모형을 귀인 측면에서 재공식화하면서 포함되었다. 원래의 학습된 무기력 모형은 통제 불가능한 혐오적 사건을 경험한 후, 동물이나 사람은 행위와 성과 사이 아무런 연계성이 없다는 것을 학습하기 때문에 그러한 동물이나 사람은 무기력해진다는, 즉 수동적이고 무반응적으로 된다는 것을 말한다(Maier & Seligman, 1976). 이러한 학습은 미래의 성과가 행위와 무관할 것이라는 일반화된 기대를 갖게 하고, 이러한 반응-성과 독립성에 대한 일반화된 기대가 무기력을 유발한다는 것이다. 이때 설명양식은 인간의 무기력에 대한 조건을 좀더 정교하게 설명하기 위해 첨가되었다. 나쁜 사건을 접한 사람들은 그 이유를 찾기 위한 질문을 하게 되고, 그들의 인과 귀인이 그들로 하여금 그러한 나쁜 사건에 어떻게 반응하는가를 결정한다. 따라서, 일반적으로 낙관주의자들은 나쁜 사건을 외적, 불안정적 및 통제가능한 귀인 차원에서 설명하지만, 비관주의자들은 내적, 안정적 및 통제불가능한 귀인 차원에서 설명한다. 즉, 낙관주의자들은 강한 이기적 편향(self-serving bias)에 기초하여 부정적인 자기 관련 정보를 쉽게 무시하고, 들어오는 정보에 대해 왜곡된 여과장치를 적용하고, 긍정적 결과와 부정적 결과들을 자기보호적 방식으로 해석한다. 반면, 비관주의자들은 이와 상반되는 방식으로 행동하는 경향이 있다. 따라서, 향후의 사건에 대한 선택에서 비관주의적 성향이 높을수록 현상을 변화시키기보다는 현상을 유지하고자 하는 선택을 할 가능성이 더 크다. 예를 들어, McConnell, Bill, Dember와 Grasha(1993)는 응답자들이 비관주의적 성향을 서술하는 몇 개의 용어 중 하나로 미래에 대한 염려, 현재의 불행, 실패 공포, 문제에 대한 초점, 불안, 냉소주의와 함께 현상유지 경향성을 언급하고 있음을 보이고 있다.

본 연구

사후가정사고와 후회에 관한 여러 연구는 기존 대안의 선택에서 발생하는 부적 결과보다 다른 대안의 선택에서 파생되는 동일한 크기의 부적 결과를 경험할 때 더 큰 후회를 느낄 것임을 말하고 있다. 그러나, 본 연구는 그러한 현상유지 편향이 보편적으로 발생하는 것임에도 불구하고, 종결욕구와 낙관-비관주의 같은 개인차에 따라 현상유지 편향의 효과는 달라질 수 있음을 알아보고자 한다. 즉, 현상유지와 현상변화 중 어떤 대안을 선택하느냐의 영향을 받는 예상된 사후가정과 후회는 두 가지 개인차에 따라 조절될 것임을 파악하고자 한다.

종결욕구와 현상유지 효과 사이의 관련성은 규범적 신념의 선호 측면에서 파악할 수 있을 것이다. 종결욕구에 관한 선행 연구를 근거로 할 때, 종결욕구가 높은 사람은 어떠한 것이든 기존 지식에 고착되는 경향이 있기 때문에 동일 브랜드/서비스의 선택을 더 선호한다. 반면, 현상유지와는 다른 대안을 선택하는 것은 불확실성이나 예측불가능성처럼 종결욕구가 높은 사람들이 회피하기를 원하는 많은 유형

www.kci.go.kr

의 위험을 암시한다. 따라서, 종결욕구가 높은 사람들에게 있어서 현상유지적 대안을 선택하는 것은 이들의 인식론적 욕구에 적합하고 또한 좀더 '정상적인' 것으로 지각된다. 반면, 현상변화적 대안을 선택하는 것은 성과의 통제불가능성을 높이기 때문에 사전가정사고와 이로 인한 결정후 후회 감정의 점화가 촉진됨으로써 정상적이지 않은 것으로 지각될 것이다. 따라서, 종결욕구가 낮은 사람들은 현상유지적 대안 또는 현상변화적 대안 중 어느 것을 선택하든 사전가정사고와 예상된 후회 경험에서 큰 차이를 보이지 않겠지만, 종결욕구가 높은 사람들은 현상유지적 대안을 선택할 때보다 현상변화적 대안을 선택할 때 사전가정사고와 예상된 후회의 경험은 커질 것이다.

현상유지효과에서 낙관-비관주의의 조절효과는 낙관-비관주의가 일종의 통제신념이라는 것에서 찾아볼 수 있을 것이다. 선택 상황에서 어떤 대안을 선택하든 선택 대안에는 어느 정도의 고유한 불확실성과 예측불가능성을 내포한다. 이런 상황에서, Nordgren, van der Pligt와 van Harreveld(2007)는 지각된 통제를 위험 자체의 노출에 대한 통제와 성과에 대한 통제로 나눠서 개념화하면서 선택에 따른 위험 지각의 관련성을 살펴보았다. 그들의 논리를 따르면, 선택에 따른 향후의 성과에 대한 통제는 실질적 예상이 어려운 반면, 선택 여부에 따라 위험 자체에 대한 노출 여부는 행위자가 통제할 수 있다. 따라서, Seligman(1990)이 말한 것처럼, 반응-성과 독립성에 대한 일반화된 기대를 갖고 있는 비관주의자들은 현상을 변화시킴에 따라 나타나는 위험 자체를 통제함으로써 위험 지각을 회피하고자 할 것이다. 결과적으로, 비관주의 성향이 높은 사람들에게 기존 대안의 선택은 정상적으로 결과를 통제할 수 있는 대안으로 받아들여지는 반면, 기존 대안이 아닌 현상변화의 선택은 통제불가능한 요소로 인해 높은 위험과 연합되는 것으로 지각될 것이다. 이러한 논의를 따라서, 낙관주의적 성향이 높은 사람들은 현상유지적 대안 또는 현상변화적 대안 중 어느 것을 선택하든 예상된 사후가정사고와 예상된 후회 경험에서 큰 차이를 보이지 않겠지만, 비관주의적 성향이 높은 사람은 현상유지적 대안을 선택할 때보다 현상변화적 대안을 선택할 때 사전가정사고와 예상된 후회의 경험은 커질 것이다.

마지막으로, 위 두 가지 핵심 가설 이외에, 선택대안(현상유지 또는 변화)에 따른 사전가정사고와 예상된 후회에 대한 종결욕구와 낙관-비관주의 상호작용 효과의 영향을 살펴보고자 한다. 앞에서 말한 것처럼, 낙관-비관주의는 성과가 긍정적 또는 부정적일 것이라는 일반화된 기대이고, 선행 연구는 낙관-비관주의자는 긍정적 또는 부정적 자극을 편향적으로 선택하며 자신의 기존 스키마와 일관되는 정보에 더 많은 주의를 기울인다는 것을 보이고 있다(Segerstrom, 2001). 비관주의자들에 비해 낙관주의자들은 선택 상황에서 어떠한 선택을 하든 주로 긍정적 측면에 초점을 두고 이미 그것에 따른 편익을 생각할 것이기 때문에, 어떠한 선택에 대해서든 심리적 경험의 수준은 크게 다르지 않을 것이며, 따라서 선택 상황에서 깊이 있는 정보처리와 관련된 종결욕구는 크게 작용하지 않을 것으로 보인다. 반면, 어떠한 대안이든 잠재적인 위험을 내포하고 있는 선택상황에서, 비관주의자들은 부정적 측면에 초점을 두고 그것의 위협을 피하고자 노력할 것이기 때문에, 정보처리 노력의 깊이가 향후의 심리적 경험에 영향을 줄 것이

www.kci.go.kr

다. Geers, Handley와 McLarney(2003)는 설득 과정에서 낙관주의의 역할에 관한 연구를 통해 종결욕구나 인지욕구와 달리 낙관주의나 비관주의는 사람들이 어떤 메시지를 얼마나 주의 깊게 처리하고 평가하는가에는 영향을 미치지 않지만, 대신에 정보의 유인가(valence)와 일관되는 편향된 방식으로 정교화하는 정도에는 영향을 미친다고 주장하고 있다. 따라서, 선택상황에서 비관주의자들에 비해 낙관주의자들의 경우 종결욕구가 높든 낮든 사전가정사고나 예상된 후회의 변화는 크지 않을 것이지만, 비관주의자들의 경우 종결욕구가 낮을 때보다 종결욕구가 높을 때 선택상황을 깊이 있게 처리하지 않을 때 오는 결과에 대한 사전가정사고와 후회와 같은 그에 수반되는 감정 변화는 더 커질 것이다.

연구방법

피험자

대학생 198명을 대상으로 질문하였다. 남자 60명(30%), 여자 138명(70%)였다. 나이는 최저 18세에서 최고 30세까지 분포되었고, 평균 연령은 22.1세(SD=2.0세), 최빈 연령은 21세였다.

실험설계 및 실험재료

실험은 2(선택대안:현상유지, 현상변화) x 2(종결욕구: 높음, 낮음) x 2(낙관주의: 높음, 낮음) 삼원무선요인설계로 진행되었다.

피험자들은 Hetts 등(2000)이 사용한 것과 유사한 형태의 시나리오를 받았지만, 그들은 두 가지 선택 대안 중 어느 하나를 기본 대안으로 설정하지 않은 반면, 본 연구는 하나의 선택 대안을 기본 대안으로 설정하였다. 응답자들에게 다음의 시나리오를 읽으면서 응답자 자신이 주인공(A)이라 생각하면서, '민헤어(또는 준헤어)'로 갈 것을 결정하기 전에 어떤 생각을 했을 것인지 자유롭게 서술해 줄 것을 주문했다. 다음의 시나리오는 현상유지 조건에 해당하며, 현상변화 조건은 마지막 문장에서 A의 선택이 '준헤어'로 바뀐 것뿐이다. 현상유지조건에서 103명, 현상변화조건에서 95명이 조사되었다.

> A의 주된 행동반경에는 '민헤어'와 '준헤어' 두 개 미용실이 있지만, A는 주로 '민헤어'를 이용하고 있다. A는 '민헤어'에서 머리하는 것에 대해 만족하고 있다. 구구절절 설명할 필요 없이 말 한 마디만 하면 내가 원하는 스타일로 머리를 해 주며, 디자이너가 친절하고 마음에 든다. 그런데, 오늘 A가 친구와 이런저런 얘기를 하다가 그 친구의 헤어 스타일이 너무 마음에 들어서 어디에서 했는지 물었더니, 그 친구는 '준헤어'에 새로 온 미용사가 머리를 센스 있고 내 스타일에 맞게 잘 하는 것 같다고 말하였고, A에게도 한 번 가보라고 권유하였다. A는 미용실에 가야 하는데, 시간이 이번 주말밖에는 없는 상황이다. A는 이번 주말에 어느 미용실로 갈까 생각하다가 '민헤어'에 가기로 결정했다.

측정도구 및 절차

응답자들에게 인지적 종결욕구, 낙관주의, 가상의 선택 시나리오와 시나리오에 따른 후회, 그리고 조작점검 문항과 인구통계 특성(성,

www.kci.go.kr

나이)을 측정하는 문항으로 구성된 설문지를 제시하고, 자신의 속도대로 응답하도록 하였다.

종결욕구는 상황에 따라 그 수준이 달라지는 변인이기도 하지만, 안정적인 개인차로 개념화되기도 한다. 이러한 개인차를 측정하기 위해 Kruglanski 등(1993)이 5개의 하위요인으로 구성한 42문항 척도를 이용하였다. 첫 번째는 질서에 대한 선호(Preference for Order)로서 자신의 환경이 질서정연하고 구조화된 것에 대한 선호이다. 두 번째는 모호함에 대한 불편함(Discomfort with Ambiguity)으로 모호함에 대해 정서적으로 불편함을 느끼는 것이다. 종결욕구가 높은 사람은 애매한 상황에서 좌절감이나 혐오감을 느낀다는 것이다. 셋째는 단호함(Decisiveness)으로 판단과 선택에 있어서 명확함을 추구하는 것이다. 넷째는 예측가능성 선호(Preference for Predictability)로 종결욕구가 높은 사람들은 모든 상황에서 일관적이고 변하지 않는 지식에 대한 욕구가 증가한다고 가정하였다. 다섯째는 폐쇄적 사고(Closed-Mindedness)로 대안적인 의견이나 자신의 판단과 일관되지 않는 증거들을 고려하지 않으려는 것이다. 본 연구가 하위요인에 따른 반응의 차이를 알아보는 것이 목적이 아니기 때문에, 종결욕구의 요인구조에 대한 분석은 하지 않고, 척도에 포함된 전체 문항의 합산 평균 점수를 분석에 이용하였다. 6점 척도(1=전혀 아니다, 6=매우 그렇다)로 측정하였으며, 크론바하 알파로 측정한 신뢰도 계수는 .82였다.

낙관주의를 측정하기 위해, Scheier와 Carver (1985)가 개발한 12문항의 인생 지향성 검사(Life Orientation Test)를 이용하였다. 이 척도는 4개의 필러 문항과 각각 4개의 비관주의 및 낙관주의 문항으로 구성되었다. 4개의 비관주의 문항을 역코딩한 합산 평균 점수를 산출하여, 전체적으로는 점수가 높을수록 낙관주의자로 낮을수록 비관주의자로 조작하여 분석하였다. 6점 척도(1=전혀 아니다, 6=매우 그렇다)로 측정하였다. 크론바하 알파로 측정한 신뢰도 계수는 .76이었다.

이어서 앞에서 언급한 시나리오를 읽은 후, 응답자들은 사전가정사고를 할 것을 요청받고, 자유롭게 서술하도록 했다. 이 응답은 Tsiros와 Mittal(2000)의 제안에 따라 두 가지 범주로 내용분석되었는데, 하나는 사전가정사고로 다른 하나는 비사전가정사고로 분류되었다. 전자의 사전가정사고는 “현실을 바꾸거나, 가설적 시나리오를 쓰거나, 다른 결정을 했다면 어떻게 될 것인가”에 해당하는 진술들이었다. 그 이외의 것들은 후자의 비사전가정사고로 분류되었다. 예를 들어, “준헤어로 가서 머리를 했다가 만족스럽지 않은 스타일이 나온다면, 기분도 좋지 않고 추천한 친구를 원망할 것이다” 또는 “만약 준헤어를 갔다가, 내가 원하는 스타일이 나오지 않으면 어쩌지?”와 같은 반응은 사전가정사고로 분류되었다. 반면, “실험하는 것보다 원래 잘하던 곳에 가서 머리하는 것이 안전할 것이라고 생각한다” 또는 “다음 번에 준헤어에 가서 한 번쯤 머리를 잘라보고 싶다”와 같은 반응은 비사전가정사고로 분류되었다. 사고반응의 총 수는 평균 1.42개(SD=.68개), 사전가정사고 평균은 .37개(SD=.51개), 비사전가정사고 평균은 1.05개(SD=.74)로 나타났다. 사고반응 중 사전가정사고의 비율은 .25(SD=.38)이었으며, 후속 분석에서 종속변수로 사용되었다.

사전가정사고를 자유롭게 서술한 후 응답자들은 A의 입장에서 종속변수로 설정된 후회

www.kci.go.kr

수준[A가 준헤어(현상변화조건에서는 민헤어로 바뀜)에 가지 않고 민헤어(준헤어)에 가서 머리하는 것에 대해 어떤 느낌이 들까요?]을 6점 척도(1=전혀 후회스럽지 않을 것이다, 6=매우 후회스러울 것이다) 상에 표시하도록 하였다.

마지막으로 조작점검 문항(귀하의 생각에 A는 미용실을 바꾸고 싶은 마음이 얼마나 들었겠습니까?, 1=바꾸고 싶지 않았다, 6=바꾸고 싶었다)과 연령과 성별에 응답하도록 했다.

연구결과

조작점검 및 기초통계

현상유지와 변화 조건에 대한 조작 점검을 위해 *t*검증을 하였다. 현상유지 조건에 노출된 피험자들은(M=2.83, SD=.95) 현상변화 조건에 노출된 피험자들(M=3.57, SD=1.01)보다 유의하게 현재의 상황을 유지하고자 하였다, t=-5.33, p<.000. 결과적으로 두 조건의 처치는 성공적이었다.

표 1에 제시한 본 연구에 사용된 변인들의 기초통계치를 보면, 종결욕구와 후회의 상관(r=.15, p<.05)과 예상된 후회와 사전가정사고의 상관(r=0.17, p<.05)은 유의한 것으로 나타났다. 예상된 후회와 사전가정사고의 유의한 관계는 이전의 연구들을 지지하는 것이다. 한

표 1. 변인의 기초통계치

변인	평균	표준편차	(1)	(2)	(3)
(1) 종결욕구	3.53	.43			
(2) 낙관-비관주의	4.11	.76	-.06		
(3) 사전가정사고	.25	.38	.08	.02	
(4) 예상된 후회	2.70	1.23	.15*	.03	.17*

*p < .05, **p < .01, 사전가정사고의 평균은 전체 사고반응에 대한 비율임.

표 2. 각 세부조건별 평균 및 표준편차

종속변인	사전가정사고				후회			
독립변인	낙관주의		비관주의		낙관주의		비관주의	
	유지	변화	유지	변화	유지	변화	유지	변화
높은	.10/	.40/	.16/	.39/	2.05/	3.24/	2.33/	3.78/
종결욕구	.26	.43	.31	.43	1.28	1.09	1.17	.80
낮은	.23/	.11/	.24/	.24/	2.47/	2.87/	2.00/	2.79/
종결욕구	.37	.29	.37	.40	1.20	1.25	1.10	.92

- 앞의 수치는 평균, 뒤의 수치는 표준편차

www.kci.go.kr

편, 낙관-비관주의는 다른 어떤 변인들과도 유의한 관련성이 없는 것으로 나타났다. 표 2에 세 변인에 따른 각 조건별 평균과 표준편차를 제시하였다.

사전가정사고에 대한 종결욕구와 낙관-비관주의의 조절효과

사전가정사고에 대한 현상유지 또는 변화의 선택이 종결욕구와 낙관-비관주의의 수준에 따라 어떻게 달라지는지 알아보기 위해 삼원변량분석을 실시하였으며, 결과를 표 3에 제시하였다. 현상유지조건(M=.19, SD=.34)보다 현상변화조건(M=.32, SD=.42)의 사전가정사고 수준이 높기는 했지만 세 주효과 중 대안조건($F(1,182)=3.08$, $p<.10$)만 한계 수준에서 주효과가 있는 것으로 나타났고, 종결욕구($F(1, 182)=3.94$, ns)와 낙관-비관주의($F(1, 182)=.66$, ns)의 주효과는 나타나지 않았다. 반면, 대안조건과 종결욕구의 상호작용효과는 유의한 것으

표 3. 사전가정사고에 대한 종결욕구와 낙관-비관주의의 변량분석 결과

변량원	자승합	자유도	평균자승	F
대안조건(A)	.43	1	.43	3.08+
종결욕구(B)	.15	1	.15	1.04
낙관-비관주의(C)	.09	1	.09	.66
A x B	1.20	1	1.20	8.64**
A x C	.00	1	.00	.03
B x C	.03	1	.03	.19
A x B x C	.10	1	.10	.73
오차	25.37	182	.14	
전체	27.59	189		

+p <.10, **p < .01

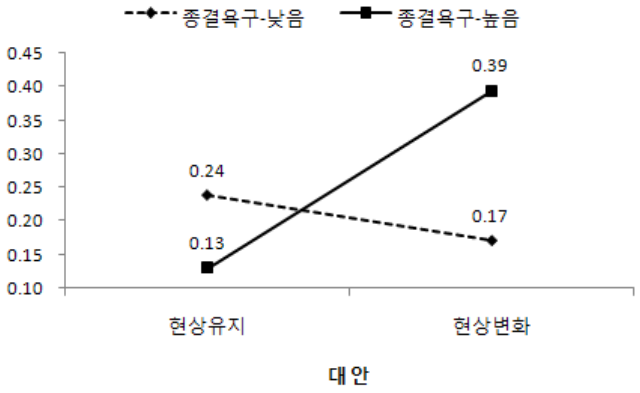

그림 1. 사전가정사고에 대한 선택대안과 종결욕구의 상호작용효과

www.kci.go.kr

로 나타났다, F(1, 182)=8.64, p<.01). 그림 1에 제시한 것처럼, 종결욕구가 높은 응답자들은 낮은 응답자들에 비해서 현상유지보다 현상변화 조건에서 더 많은 사전가정사고를 한 것으로 나타났다.

예상된 후회에 대한 종결욕구와 낙관주의의 조절효과

앞에서와 마찬가지로 후회를 종속변수로 하여 대안조건, 종결욕구와 낙관주의의 삼원변량분석을 실시하였으며, 결과를 표 4에 제시하였다. 사전사정사고에 대한 세 요인의 영향력과는 다른 결과를 보이고 있는데, 우선 현상유지조건(M=2.22, SD=1.18)보다 현상변화조건(M=3.22, SD=1.07)에서, 그리고 종결욕구가 낮은 응답자(M=2.45, SD=1.16)보다 종결욕구가 높은 응답자(M=2.92, SD=1.26)의 후회 수준이 높게 나옴으로써, 대안조건(F(1, 189)=34.34, p<.000)과 종결욕구(F(1, 189)=3.87, p<.05)의 주효과는 유의한 것으로 나타났다. 낙관(M=2.73, SD=1.23)-비관주의(M=2.67, SD=1.22)의 주효과는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

한편, 주요 관심사중 하나인 대안조건과 종결욕구의 상호작용효과(F(1,189)=4.94, p<.05)와 종결욕구와 낙관-비관주의의 상호작용효과(F(1, 189)=4.37, p<.05)는 유의한 것으로 나타났지만, 대안조건과 낙관-비관주의의 상호작용효과와 삼원상호작용효과는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 그림 2를 보면, 종결욕구 수준과 상관없이 현상을 변화시킬 때 후회의 수준은 증가하지만, 종결욕구 수준이 높을 때 더 가파른 증가세를 보이고 있음을 알 수 있다. 또한 그림 3은 두 개인차 변인의 상호작용효과를 보이고 있는데, 낙관주의 성향이 높은 경우에는 종결욕구가 높든 낮든 후회 수준에서 별 차이가 없었지만, 비관주의 성향이 높은 경우에는 종결욕구가 낮은 경우보다 높은 경우에 더 후회를 하는 경향이 있음을 보이고 있다.

표 4. 예상된 후회에 대한 종결욕구와 낙관-비관주의의 변량분석 결과

변량원	자승합	자유도	평균자승	F
대안조건(A)	42.04	1	42.04	34.34**
종결욕구(B)	4.74	1	4.74	3.87*
낙관-비관주의(C)	.22	1	.22	.18
A x B	6.05	1	6.04	4.94*
A x C	1.19	1	1.19	.98
B x C	5.35	1	5.35	4.37*
A x B x C	.05	1	.05	.04
오차	231.37	189	1.22	
전체	297.33	196		

*p < .05, **p < .01

www.kci.go.kr

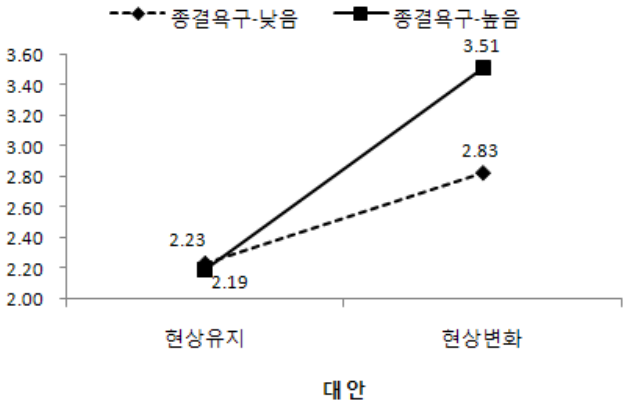

그림 2. 후회에 대한 선택대안과 종결욕구의 상호작용

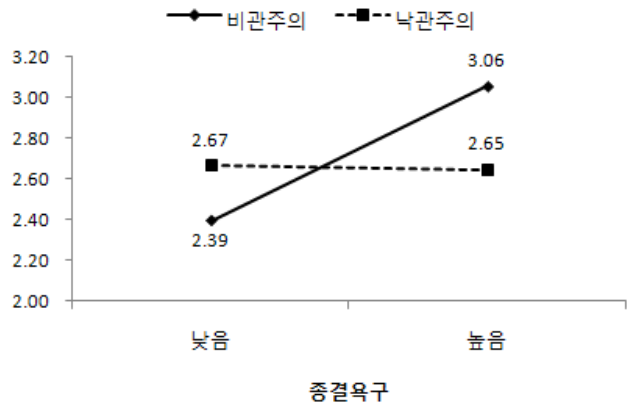

그림 3. 후회에 대한 종결욕구와 낙관-비관주의의 상호작용

논 의

본 연구의 결과는 현상유지적 대안과 현상변화적 대안이 있을 때 소비자의 의사결정 후 사전가정사고와 예상되는 후회 경험에서 종결욕구와 낙관-비관주의의 조절 효과에 대한 경험적 증거를 제시하고 있다. 따라서, 본 연구는 예상된 후회와 사전가정사고에 대한 현상유지효과가 개인차에 따라 다르게 나타날 수 있으며 지나간 일에 대해서뿐 아니라 앞으로 다가오는 사건에 대해서도 적용된다는 점을 보임으로써 사전가정사고와 예상된 후회 현상에 대한 새로운 통찰을 제공하고 있다.

연구 결과는 처음의 기대를 지지하는 것도 있고 그렇지 않은 것도 있다. 우선, 본 연구의 핵심 가설 중 하나인 선택대안의 유형과 종결욕구의 상호작용은 사전가정사고와 예상된 후회에 대해서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 종결욕구가 낮은 사람들은 높은 사람들에 비해 현상유지적 대안을 선택하든

www.kci.go.kr

현상변화적 대안을 선택하든 사전가정사고나 예상된 후회 경험의 수준이 낮은 것으로 나타났다. 반면, 종결욕구가 높은 사람들은 현상유지적 대안을 선택하고자 할 때보다 현상변화적 대안을 선택하고자 할 때, 더 높은 수준의 사전가정사고와 예상된 후회를 경험하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 현상유지효과라는 것이 안정적인 지식을 바탕으로 한 인식론적 고착화 동기에 의해 형성되는 효과라는 점을 알 수 있다.

한편, 본 연구의 또 다른 핵심 가설 중 하나인 대안조건과 낙관-비관주의의 상호작용효과는 세 종속변수 모두에 대해 유의한 결과를 보이고 있지 못하고 있다. 다만 후회에 대해서 종결욕구와의 상호작용효과만이 관찰되었을 뿐이다. 앞의 낙관-비관주의에 관한 이론적 배경에서 언급했듯이 통제신념은 위험 자체의 노출에 대한 통제와 성과에 대한 통제로 나눌 수 있다고 했다. 낙관주의이든 비관주의이든 선택에 따른 성과는 통제될 수 있다기보다 해석되는 것이며, 결국 통제신념에 따라 실제로 통제되는 것은 위험 자체의 노출에 대한 통제인데, 그것은 현상유지 또는 현상변화 중 어느 하나를 선택하는 것에 이미 반영된 것으로 보인다. 그러나, 다른 한편으로 정보처리에 대한 낙관-비관주의의 영향에 관한 다른 견해가 작동한 것으로도 보인다. Scheier와 Carver(1992) 등의 논리를 따르면, 앞에서 이미 서술한 것처럼, 낙관-비관주의는 향후 사건에 대한 긍정 또는 부정적으로 편향된 기대이며, 따라서 이와 어울리는 정보를 중심으로 처리한다는 것이다. 그러나, Aspinwall과 Brunhart (1996)의 논의를 따르면, 낙관주의자들은 긍정적 정보의 편익을 최대한 고려하지만 또한 부정적 위협적 정보에 주의를 기울이고 이를 고려하여 생각한다는 것이다. 이러한 정보를 받을 때, 낙관주의자들은 잠재적 위협을 다루고 극복할 수 있도록 적극적으로 고려하여 대처한다는 것이다. 결국, 어떤 선택 상황이든 잠재적 위협이 내포된 상황에서 비관주의자들은 단지 자신의 기대에 어울리게 때문에 부적 정보에 초점을 기울이지만, 낙관주의자들은 부적 결과를 피하기 위해 부적 정보에 초점을 두었기 때문에, 본 연구에서처럼 사전가정사고와 후회에 대한 낙관-비관주의의 효과가 나타나지 않은 것으로 보인다.

본 연구가 갖는 이론적 시사점은 후회와 사전가정사고에 대해 현상유지효과와 종결욕구의 상호작용효과를 실증적으로 보였다는 데서 찾을 수 있을 것이다. 구매자-판매자 관계에서 판매자는 구매자가 관계에 몰입(commitment)하기를 원한다. 그런데 몰입은 정서적, 계산적 및 규범적 몰입으로 구분되며(Meyer & Allen, 1984), 보통 브랜드 충성도와 관련된 개념은 주로 애착에 근거한 정서적 몰입에 한정되는 경향이 있다. 소비자가 특정 브랜드에 호의적인 감정을 갖고 지속적인 애착 행동을 보이는 것을 말한다. 그러나 소비자가 특정 브랜드를 지속적으로 사용하는 것은 그와 같은 호의적 태도가 없는 상태에서도 이루어질 수 있고, 그것을 말하는 것이 계산적 몰입이다. 본 연구는 그러한 계산적 몰입의 심리적 기제를 밝힌 연구로 해석될 수 있을 것이다. 이러한 이론적 시사점은 실무적 시사점을 촉발시키는데, 본 연구뿐 아니라 선행연구에서도 볼 수 있듯이 브랜드 전환의 방지를 위해 다양한 마케팅 커뮤니케이션을 통해 소비자의 모사적 사고를 촉발시키는 것이며, 이것은 특히 소비자의 종결욕구를 촉발시킴으로써 가능할 것이다. 본 연구는 종결욕구를 개인차 변인으로 설정했지

www.kci.go.kr

만, 그것은 상황에 따라 달라질 수 있는 변인이기도 하기 때문이다.

본 연구의 한계로 지적될 수 있는 것은 본 연구에서 일종의 투사기법으로 사용된 시나리오의 한계이다. 결과적으로 보았을 때, 본 연구에 사용된 시나리오에 특정 대안 사용과 포기에 따른 편익과 손실의 내용이 세분화되어 있다고 보기 어렵고, 따라서 응답자들이 시나리오에 자신을 강하게 투사했는지 명확히 말하기 힘들다고 할 것이다. 아마도 이것이 본 연구에서 사전가정사고와 예상된 후회의 측정치가 낮게 나온 원인 중 하나라도 추정된다. 둘째, 본 연구가 미용 서비스 이용을 시나리오화하여 대학생들을 대상으로 한 번의 실험으로 이루어진 것이기 때문에 연구결과를 모든 사람들의 모든 서비스 이용 행동으로 일반화하는 것은 아직 무리가 있을 것으로 보인다. Lovelock(1983)은 6개 핵심질문에 각각 2차원의 분류체계를 적용하여 서비스를 분류하고 있다. 그의 구분에 따르면, 미용 서비스는, 예를 들어, 사람을 대상으로 하면서 고객의 요구에 따라 서비스를 변화시킬 수 있는 정도가 높은 체험 추구적 서비스일 것이다. 또한, 매번의 구매에서 소비자의 의사결정이 요구되는 서비스이다. 반면, 예를 들어, 교육 서비스의 경우, 한 번 구매하면 일정 기간 동안 지속적인(ongoing) 거래가 자동적으로 이루어지며 고객의 요구에 따라 서비스를 변화시킬 수 있는 정도도 미용 서비스보다는 낮은 편이다. 따라서 미용 서비스에 비해 교육 서비스의 경우, 서비스 제공자에 대한 고객의 의존성이 상대적으로 더 큰 서비스일 것이며, 최초의 구매 결정이 더 중요할 것이며, 현상유지효과 및 이러한 효과에 대한 종결욕구의 영향은 상대적으로 낮을 것이다. 그러나 이러한 추론은 일례이며 검증된 것이 아니기 때문에 미용 서비스가 아닌 다른 종류의 서비스를 대상으로 하는 추후 연구가 요청된다. 나아가서 이러한 두 서비스의 차이는 관여 수준과도 관련된다고 할 수 있기 때문에, 관여 수준에 따라서도 본 연구의 변인들간 관계는 다른 결과를 나타낼 수 있을 것이다. 또한 서비스의 종류가 달라지면, 주이용 소비자의 특성도 달라질 것이기 때문에, 좀더 다양한 맥락에서 본 연구의 연구가 이루어질 필요가 있을 것이다.

본 연구가 안정적 개인차로 측정된 종결욕구의 역할을 측정하기는 했지만, 추후 연구에서는 맥락 변인으로 설정하여 연구할 필요가 있다. 사실 많은 경제적 및 소비자 의사결정은 피로, 시간압박, 인지과부하 같은 상황에서 이루어지기 때문이다. 또한 사후가정에서 개인차의 작용을 언급한 Kasimatis와 Wells(1995)의 논리를 따른다면, 다른 맥락에서 현상유지와 사전가정사고의 관계에 대한 낙관-비관주의의 역할을 살펴보는 연구도 요구된다.

참고문헌

Aspinwall, L. & Burnhart, S. (1996). Distinguishing Optimism from Denial: Optimistic Beliefs Predict Attention to Health Threats. *Personality and Social Psychology Bulletin, 22*, 993-1003.

Buchanan, G. M. & Seligman, M E. P.(Eds.). (1995). *Explanatory Style*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Chiu, C. Y., Morris, M. W., Hong, Y. Y., Menon. T. (2000). Motivated Cultural Cognition: The Impact of Implicit Cultural Theories on Dispositional Attribution Varies as

www.kci.go.kr

a Function of Need for Closure. *Journal of Personality and Social Psychology, 78*(2), 247-259.

Cooke, A. D., Meyvis, T., & Schwartz, A. (2001). Avoiding Future Regret in Purchase-Timing Decisions. *Journal of Consumer Research, 27*, 447-459.

Gleicher, F., Boninger, D. S., Strathman, A., Armor, D., Hetts, J., & Ahn, M. (1995). With an Eye toward the Future: The Impact of Conterfactual Thinking on Affect, Attitudes, and Behavior. In Roese, N. J. & Olson, J. M.(Eds.), *What Might Have Been: The Social Psychology of Counterfactual Thinking,* 283-304, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Geers, A. L., Handley, I. M., & McLarney, A. R.(2003). Discerning the Role of Optimism in Persuasion: The Valence-Enhancement Hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology, 85*(3), 554-565.

Gleicher, F., Kost, K. A., Baker, S. M., Strathman, A. J., Richman, S. A., & Sherman, S. J. (1990). The Role of Counterfactual Thinking in Judgments of Affect. *Personality and Social Psychology Bulletin, 16*, 284-295.

Goerke, M., Möller, J., Schulz-Hardt, S., Napiersky, U., & Frey, D. (2004). “It's Not My Fault-But Only I Can Change It”: Counterfactual and Prefactual Thoughts of Managers. *Journal of Applied Psychology*, *89*(2), 279-292.

Hetts, J. J., Boninger, D. S., Armor, D. A., Gleicher, F., & Nathanson, A. (2000). The Influence of Anticipated Counterfactual Regret on Behavior. *Psychology & Marketing*, *17*, 345-368.

Inman, J. J. & Zeelenberg, M. (2002). Regret in Repeat Purchase versus Switching Decisions: The Attenuating Role of Decision Justifiability. *Journal of Consumer Research*, *29*(1), 116-128.

Jost, J. T., Glaser, J., Kruglanski, A. W., & Sulloway, F. J. (2003). Political Conservatism as Motivated Social Cognition. *Psychological Bulletin*, *129*(3), 339-375.

Kahneman, D. & Miller, D. T. (1986). Norm Theory: Comparing Reality to Its Alternatives. *Psychological Review*, *93*, 136-153.

Kasimatis, M. & Wells, G. L. (1995). Individual Differences in Counterfactual Thinking. In Roese, N. J. & Olson, J. M(Eds.), *What Might Have Been: The Social Psychology of Counterfactual Thinking*, 81-102, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Klein, C. T. F. & Webster, D. M. (2000). Individual Differences in Argument Scrutiny as Motivated by Need for Cognitive Closure. *Basic and Applied Social Psychology*, *22*(2), 119-129.

Kruglanski, A. W. & Freund, T. (1983). The Freezing and Unfreezing of Lay Inferences: Effects of Impressional Primacy, Ethnic Stereotyping, and Numerical Anchoring. *Journal of Experimental Social Psychology*, *19*, 448-468.

Kruglanski, A. W. & Webster, D. M. (1996). Motivated Closing of the Mind: "Seizing" and “Freezing”. *Psychological Review*, *103*(2), 263-283.

Kruglanski, A. W. (1990). Lay Epistemics Theory in Social Cognitive Psychology. *Psychological Inquiry*, *1*(3), 181-197.

www.kci.go.kr

Kruglanski, A. W., Webster, D. M., & Klem, A. (1993). Motivated Resistance and Openness to Persuasion in the Presence or Absence of Prior Information. *Journal of Personality and Social Psychology*, *65*(5), 861-876.

Landman, J. (1987). regret and Elation Following Action and Inaction: Affective Responses to Positive versus negative Outcomes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *13*, 524-536.

Lovelock, C. H. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. *Journal of Marketing*, *47*(Summer), 9-20.

Maier, S. F. & Seligman, M. E. P. (1975). Learned Helplessness: Theory and Evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, *105*, 3-46.

McConnell, A. R., Bill, C. M., Dember, W. N., & Grasha, A. F. (1993). Personality through Metaphor: Optimism, Pessimism, Locus of Control and Sensation Seeking. *Current Psychology*, *12*(3), 195-210.

McConnell, A. R., Niedermeier, K. E., Leibold, J. M., El-Alayli, A. G., Chin, P. P., & Kuiper, N. M. (2000). What If I Find It Cheaper Someplace Else? Role of Prefactual Thinking and Anticipated Regret in Consumer Behavior. *Psychology and Marketing*, *17*(4), 281-298.

Medvec, V. H. & Savitsky, K. (1997). When Doing Better Means Feeling Worse: The Effects of Categorical Cutoff Points on Counterfactual Thinking and Satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, *72*, 1284-1296.

Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1984). Testing the 'Side-Bet Theory' of Organizational Commitment: Some Methodological Considerations. *Journal of Applied Psychology*, *69*(3), 372-378.

Miller, D. t. & Taylor, B. R. (1995). Counterfactual Thought, Regret, and Superstition: How to Avoid Kicking Yourself. In Roese, N. J. & Olson, J. M(Eds.), *What Might Have Been: The Social Psychology of Counterfactual Thinking*, 305-331, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

N'gbala, A. & Branscombe, N. R. (1997). When Does Action Elicit More Regret Than Inaction and Is Counterfactual Mutation the Mediator of This Effect? *Journal of Experimental Social Psychology*, *33*, 324-343.

Nordgren, L. F., van der Pligt, J., & van Harreveld, F. (2007). Unpacking Perceived Control in Risk Perception: The Mediating Role of Anticipated Regret. *Journal of Behavioral Decsion Making*, *20*, 533-544.

Peterson, C. (2000). The Future of Optimism. *American Psychologist*, *55*(1), 44-55.

Roese, N. J. & Hur, T. (1997). Affective Determinants of Counterfactual Thinking. *Social Cognition*, *15*, 333-350.

Roese, N. J. & Olson, J. M. (1995). Counterfactual Thinking: A Critical Overview. In Roese, N. J. & Olson, J. M(Eds.), *What Might Have Been: The Social Psychology of Counterfactual Thinking*, 1-55, Hillside, NJ: Erlbarum.

Roese, N. J. (1997). Counterfactual Thinking. *Psychological Bulletin*, *121*, 133-148.

Samuelson, W. & Zeckhauser, R. (1988). Omission and Commision in Judgment and Choice. *Journal of Experimental Social Psychology*, *27*,

www.kci.go.kr

76-105.

Scheier, M. F. & Carver, C. S. (1985). Optimism, Coping, and Health: Assessment and Implications of Generalized Outcome Expectancies. *Health Psychology*, *4*, 219-247.

Scheier, M. F. & Carver, C. S. (1992). Effects of Optimism on Psychological and Physical Well-Being: Theoretical Overview and Empirical Update. *Cognitive Therapy and Research*, *16*, 201-228.

Segerstrom, S. C. (2001). Optimism and Attentional Bias for Negative and Positive Stimuli. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*, 1334-1343.

Seligman, M. E. P. (1990). *Learned Optimism*. NY: Knopf.

Simonson, J. (1992). The Influence of Anticipating Regret and Responsibility on Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*, *19*, 105-118.

Tiger, L. (1979). *Optimism: The Biology of Hope*. NY: Simon & Schuster.

Tsiros, M. & Mittal, V. (2000). Regret: A Model of Its Antecedents and Consequences in Consumer Decision Making. *Journal of Consumer Research*, *26*(March), 401-417.

Tykocinski, O. E. & Pttman, T. S. (1998). The Consequence of Doing Nothing: Inaction Inertia as Avoidance of Anticipated Counterfactual Regret. *Journal of Personality and Social Psychology*, *75*, 607-616.

Tykocinski, O. E. & Pttman, T. S. (2001). Product Aversion Following a Missed Opportunity: Price Contrast or Avoidance of Anticipated Regret? *Basic and Applied Social Psychology*, *23*, 149-156.

Tykocinski, O. E., Pttman, T. S., & Tuttle, E. E. (1995). Inaction Inertia: Foregoing Future Benefits as a Result of an Initial Failure to Act. *Journal of Personality and Social Psychology*, *68*, 793-803.

Weiner, B. (1980). A Cognitive (Attribution)-Emotion-Action Model of Motivated Behavior: An Analysis of Judgments of Help-Giving. *Journal of Personality and Social Psychology*, *39*, 186-200.

Zeelenberg, M. (1999). Anticipated Regret, Expected Feedback and Behavioral Decison Making. *Journal of Behavioral Decision Making*, *12*(2), 93-106.

Zeelenberg, M., van den Bos, K., van Dijk, E., & Pieters, R. (2002). The Inaction Effect in the Psychology of Regret. *Journal of Personality and Social Psychology*, *82*(3), 314-327.

Zeelenberg, M., van Dijk, W. W., van der Pligt, J., Manstead, S. R., van Empelen, P., & Reinderman, D. (1998). Emotional Reactions to the Outcomes of Decisions: The Role of Counterfactual Thought in the Experience of Regret and Disappointment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *75*, 117-141.

원 고 접 수 일 : 2009. 1. 8.
수정원고접수일 : 2009. 2. 1.
게 재 결 정 일 : 2009. 2. 21.

www.kci.go.kr

한국심리학회지: 소비자·광고
Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology
2009, Vol. 10, No. 1, 147-166

Role of Prefactual Thinking and Anticipated Regret in Consumer Decision-Making: Moderating of Need for Closure and Optimism-Pessimism

Lee, Seongsoo

Department of Counseling and Industrial Psychology, Sun Moon Univ.

Recently there has been a growing attention to the cognitive process of counterfactual thinking and the emotion of regret in consumer decision-making. Research has reported that decisions to maintain the status quo tend to make experience in counterfactual thinking and regret less than decisions to change. However, the study examined the influence of anticipated counterfactual thinking(i.e., prefactual thinking) and regret on status quo effect toward the upcoming outcome instead of counterfactual thinking and regret toward the past outcome. In addition, following research about individual differences on decision-making, the study explored whether need for closure and optimism-pessimism in deciding decision moderate the extent of prefactual thinking and regret. The results support the hypothesized interactive effect of need for closure by type of alternative(status-quo vs. non-status-quo) on prefactual thinking and anticipated regret, and the hypothesized interactive effect of need for closure by optimism-pessimism on regret. However, there is no the interactive effect of type of alternative by optimism- pessimism on both prefactual thinking and anticipated regret. Theoretical and practical implications for control of impulse buying discussed based on the results.

Key words : Prefactual Thinking, Anticipated Regret, Need for Closure, Optimism-Pessimism

www.kci.go.kr