

시간 거리, 조절초점 프레임 간 적합이 선호에 미치는 영향: 정치적 설득에서 자아일치성의 역할을 중심으로

장 덕 현

송실대학교 대학원 경영학부

김 근 배[†]

송실대학교 경영학부

본 연구는 시간 거리와 조절초점 프레임의 적합이 메시지 평가와 후보 태도에 미치는 영향과 실제적, 이상적 자아일치성에 따라 시간 거리, 조절초점 프레임의 영향이 어떻게 달라지는지를 파악하기 위해 설계됐다. 시간 거리(가까운 거리/먼 거리), 조절초점 메시지(촉진초점/예방초점), 정치후보의 자아유형(실험 1: 성취자/평화주의자, 실험 2: 실제적 자아일치/이상적 자아일치)을 처치한 실험 1, 2의 결과, 첫째 시간 거리, 조절초점의 적합에 따라 후보 태도에 유의한 차이를 발견하지 못했다. 둘째, 이상적 자아일치 조건에서 시간 거리와 조절초점 프레임이 적합할 때 메시지 평가와 후보 태도에 유의한 영향을 주었으나 실제적 자아일치 조건에서는 시간 거리, 조절초점 프레임의 주효과와 상호작용 효과 모두에서 유의성을 발견하지 못했다. 특히 실험 1, 2를 통해 공통적으로 이상적 자아일치 조건에서 먼 시간 거리일 때 촉진초점 메시지가 예방초점 메시지에 비해 높은 메시지 평가와 후보 태도를 보였다. 본 실험의 결과는 실제적-이상적 자아일치성에 따라 시간 거리, 조절초점 간 적합이 메시지 평가와 후보 태도에 차별적 영향을 미친다는 것을 보여준다.

주제어 : 시간 거리, 조절초점, 해석수준, 실제적 자아, 이상적 자아, 자아일치성

[†] 교신저자 : 김근배, 송실대학교 경영학부 교수, kbkim@ssu.ac.kr

서론

선거가 임박할수록 도전은 거세진다. 예상과 달리 접전을 펼치거나 판세가 뒤바뀌기까지 한다. 결국 다수의 여론조사에서 선두 후보를 과대평가하는 체계적 편향이 발견되고 있다(Visser, Krosnick, Marquette & Curtin, 2000). 한국의 2010년 지방선거는 대표적인 케이스다. 선거 2일 전 여론조사에서 여당인 한나라당 후보들이 우세를 보였지만 실제로는 야당과 초접전을 펼쳤고 여러 선거구에서 야당에 뒤지며 판세가 뒤바뀌었다¹⁾. 이런 현상에 대해 소수파로 인식되는 사람들이 자신의 진정한 태도에 대해 침묵한다는 침묵의 나선이론(spiral of silence)이 언론과 학자들 사이에서 언급되고 있다(양승찬, 1999; 정효명, 2012). 그러나 선거가 다가올수록 선거의 경쟁이 박빙으로 변하고 도전자의 지지도가 상승하는 다른 이유는 없을까? 본 연구에서는 선거까지의 시간이 다가옴에 따라 우세 후보에 대한 견제론 주장이 더 설득력을 얻으며 이는 유권자의 동기가 부정적 결과를 예방하는 초점으로 변하기 때문이라고 가정한다.

그렇다면 시간은 유권자 동기와 메시지 효과에 어떤 영향을 주는가? 먼저 시간은 해석수준(construal-level)과의 적합을 통해 메시지 효과를 변화시킨다. 해석수준 이론에 따르면 시간 거리(temporal distance)는 심적 표상의 차원에서 해석수준으로 통합된다. 시간 거리가 멀

수록 행동의 이유와 원인을 설명하는 추상적 메시지, 거리가 가까울수록 행동의 수단과 방법을 설명하는 구체적 메시지가 적합하고 더 효과적이 된다(Lieberman & Trope, 1998; Trope & Liberman, 2003; Kim, Rao & Lee, 2009; 이병관, 안은미, 2010). Kim 등(2009)의 연구는 실제 정치적 메시지의 맥락에서 시간 거리와 메시지의 해석수준이 적합할 때 효과적으로 메시지가 전달되며 후보에 대한 선호를 높일 수 있다고 밝히고 있다.

시간은 메시지 프레임(message frame), 조절초점(regulatory focus)과도 연관된다(Pennington & Roese, 2003; Mogilner, Aaker & Pennington, 2007; Lee, Keller & Sternthal, 2009; White, MacDonnell & Dahl, 2011; 김재휘, 김태훈, 박인희, 2010). 기존 연구에 따르면 메시지가 획득(gain)을 강조하느냐, 손실(loss)을 강조하느냐에 따라 시간 거리가 멀수록 획득 프레임, 시간 거리가 가까울수록 손실 프레임의 메시지가 더 설득력 있게 어필한다(Lee et al., 2009; White et al., 2011). 조절초점이론(regulatory-focus theory)은 이를 동기의 차이로 설명한다. Higgins(1997)에 따르면 쾌락주의 원칙에 따른 인간의 동기는 크게 긍정적이고 이상적인 결과를 추구하는 촉진초점(promotion-focus)과 부정적인 결과를 회피하고 최소한의 결과를 추구하는 예방초점(prevention-focus)으로 구분된다. 여러 연구에서 시간은 조절초점의 변화를 가져오며 먼 거리에서 촉진초점, 가까운 거리에서 예방초점의 동기가 강화된다는 점을 밝히고 있다(Pennington & Roese, 2003; Mogilner et al., 2007; 김재휘 외, 2010). 따라서 정치적 메시지에 대해서도 시간 거리와 조절초점 동기의 연관성에 근거하면 시간 거리가 멀 때 촉진초점이 우세하지만 시간 거리가 임박할수록 유권자들

1) 서울시장 선거에서 KEP(Korea Election Pool)의 선거 2일전 여론조사는 오세훈 당선자가 10%P 이상 앞섰지만 실제 결과는 0.6%P 차의 초박빙이었다. 인천, 충북에서는 2일 전 여론조사 결과와 실제 결과의 당선자가 뒤바뀌었다. 『2010년 지방선거 방송사공동예측조사위원회 백서』

의 예방초점이 강화될 것이다.

한편, 시간 거리는 공간적 거리, 사회적 거리, 불확실성 등 다른 거리의 차원들과 함께 심리적 거리로 통합되는 개념이다. 즉, 시간 거리와 해석수준이 연관되는 것과 동일하게 공간적 거리, 사회적 거리도 해석수준과 연관된다(Kim, Zhang & Li, 2008; Trope & Liberman, 2010; Zhao & Xie, 2011). 이런 관점에서 시간 거리를 심리적 거리로 확장하면 자신을 어떻게 인식하는가 하는 자아(self)의 개념이 중요해진다.

특히 자아는 복합적인 개념으로 나의 실제 모습인 실제적 자아(actual self)와 내가 되고 싶은 이상적 자아(ideal self) 등으로 구분할 수 있다(Sirgy, 1982; Malar et al., 2011). 두 개의 자아는 각각 해석수준과 연결될 수 있다. 즉 실제적 자아는 ‘현재의 나’를 의미하고 이상적 자아보다 더 구체적인 반면 이상적 자아가 ‘미래에 되고 싶은 나’이고 실제적 자아보다 더 추상적이다. 또한 조절초점 이론에 따르면 촉진초점은 이상적 자아와 예방초점은 의무적 자아(ought self)와 연관된다. 이상적 자아는 추상적 자아이며 촉진초점의 준거점이 되는 것이다(Higgins, 1987; Higgins, Roney, Crowe & Hymes, 1994; Higgins, 1997).

자아와 관련한 기존 연구들은 상호의존적, 독립적 자아해석(self-construal)이 해석수준과 관련되는 것을 보여준 바 있으나(Aaker & Lee, 2001; Lee, Aaker & Gardner, 2001; 김영조, 송시연, 장지훈, 2007; 양윤, 김민재, 2010) 자아일치성이 심리적 거리와 어떻게 연관되는지를 밝힌 연구는 없었다.

따라서 본 연구에서는 시간 거리에 따른 정치적 메시지의 효과와 관련해 다음과 같은 연구문제를 다루고자 한다. 첫째, 시간 거리와

조절초점의 적합성은 정치적 설득, 즉 메시지 평가와 후보 태도에 어떻게 영향을 미치는가? 즉 선거까지의 시간이 다가옴에 따라 유권자의 조절초점은 촉진초점에 예방초점으로 변하는가? 둘째, (실제적-이상적) 자아일치성과 시간 거리, 조절초점은 정치적 설득에 어떻게 영향을 미치는가? 자아일치성은 심적 표상의 차원에서 심리적 거리 또는 해석수준과 같이 통합될 수 있는가?

본 연구의 실험 1에서는 시간 거리, 조절초점 메시지를 처치했으며 정치인의 자아유형을 제시한 후 측정을 통해 실제적-이상적 자아일치 조건을 구분했다. 실험 2에서 자아일치성 측정에 후보에 대한 평가가 혼입되는 것을 배제하기 위해 실제적-이상적 자아일치 조건을 직접 처치함으로써 시간 거리, 조절초점과 실제적-이상적 자아일치성의 관계를 명확하게 확인하고자 했다.

이론적 배경 및 연구문제

시간과 해석수준

해석수준 이론(construal-level theory)은 시간적으로 가깝거나 먼 미래에 대해서 사람들이 어떻게 결정을 하는지에 대한 이론이다. 시간 거리는 ‘사건의 시간적 근접성에 대한 지각’으로 정의되며 이것이 심적으로 사건을 어떻게 해석할지를 변화시켜 사람들이 사건에 대한 지각에 영향을 준다. 구체적으로 보면 먼 미래의 사건은 추상적, 근본적, 포괄적인 특성으로 표상되며 사건이 왜(why) 필요한지를 중심으로 하는 반면 가까운 미래의 사건은 구체적, 이차적, 지엽적인 특성으로 표상되며 사건을

어떻게(How) 해야 하는지를 중심으로 해석된다(Lieberman & Trope, 1998; Trope & Liberman, 2003; Kim et al., 2008).

Kim 등(2009)은 시간 거리와 메시지 해석수준의 관계를 정치적 맥락에서 확인하였다. 특히 선거와 같은 정치적 이벤트는 시간이 고정되어 있기 때문에 시간 거리의 중요성이 더욱 커진다. 이들은 해석수준 이론에 근거해 시간 프레임과 메시지 지향성(message orientation)과의 적합성(fit)이 정치적 설득에 영향을 준다고 보았다. ‘추상적 가치와 이유’를 나타내는 고차원 메시지는 시간 거리가 멀 때, ‘행동과 실행에 초점’을 맞춘 저차원 메시지는 시간 거리가 가까울 때 정보처리가 더 유창해지고 (fluent) 따라서 메시지에 대한 평가와 후보 태도 형성에 더 긍정적이라는 것을 밝히고 있다. 즉 시간 거리와 메시지의 해석수준은 심적 표상 구조를 통해 통합되며 결국 이 둘이 적합할수록 설득에도 긍정적 영향을 준다.

또한 시간 거리는 심리적 거리로 일반화될 수 있는데 Trope와 Liberman(2010)에 의하면 시간 거리는 물론이고 사회적 거리나 공간적 거리, 불확실성의 정도와 같은 차원에서도 해석수준 이론이 적용된다. Kim 등(2008)은 시간 거리와 사회적 거리를 구분하고 이들 거리 차원들이 심리적 공간 내에서 하나로 통합되는 것을 보여주고 있다. 거리 차원들은 선형적으로 통합되지 않으며 시간적, 사회적 거리가 모두 근접할 때 저차원으로 표상되는 반면, 둘 중 하나의 거리가 멀 때는 고차원으로 표상됐다. Zhao와 Xie(2011)는 먼 사람보다는 가까운 사람의 추천일 때 항상 효과적인 것이 아니며 시간 거리와 사회적 거리가 일치할 때 더 효과적이라는 것을 보여준다. 그들은 타인의 추천은 먼 거리일 때 더 효과적이며 가까

운 사람의 추천은 가까운 미래의 선호 변화에, 먼 사람의 추천은 먼 미래의 선호 변화에 영향을 준다는 것을 검증했다.

이와 같이 해석수준 이론은 시간 거리와 메시지 특성과의 적합성이 메시지 설득력에 영향을 준다는 것을 보여준다. 또한 해석수준과 함께 시간 거리와의 적합성을 고려해야 할 것이 행동 목표에 대한 자기 조절인 조절초점(regulatory focus)이다.

시간과 조절초점

Higgins(1997)는 행동의 동기(motivation)를 크게 쾌락에 접근하는 것(approaching pleasure), 고통을 회피하는 것(avoiding pain)의 두 가지로 구분한다. 접근 동기는 무언가 좋은 것을 얻고 그것에 가까워지기 위해 노력하는 반면 회피 동기는 좋지 않은 것으로부터 벗어나기 위해 노력한다. 인간은 이러한 동기에 따라 자기조절(self-regulation)을 하게 되는데 전자를 촉진 초점(promotion focus)이라 하고 후자는 예방 초점(prevention focus)이라 한다.

촉진 초점은 양육 욕구, 강한 이상과 연관되고 획득-비획득 상황에 의해 유발되는 반면 예방 초점은 안전 욕구, 강한 의무와 관련되고 손실-비손실 상황에 관련된다. 조절초점에 따라 세부적인 행동 전략에도 차이가 생긴다. 촉진 초점은 긍정적 결과(진보나 성취 강조)에 민감한 반면, 예방 초점은 부정적 결과(주의나 예방 강조)에 민감하다. 촉진 초점은 최대한의 목표, 예방 초점은 최소한의 목표를 추구한다. 촉진 초점의 개인은 성취와 성장을 추구하는 열망 전략(eager strategy)을 채택하고 반응해야 할 것에 반응하지 못한 오류(error of omission)에 빠지지 않으려 노력한다. 반면 예방 초점

의 개인은 안전과 안정을 추구하는 경계 전략(vigilance strategy)을 채택하고 실수 확률을 억제하거나 손실을 피하기 위해 대안의 추구를 제한하며 반응하지 말아야 할 것에 반응하는 오류(error of commission)에 빠지지 않도록 노력한다(Higgins 1997; Pennington & Roese 2008; Lee et al., 2009).

Lee 등(2009)은 해석수준과 조절초점과의 관계에 주목한다. 그들에 의하면 해석수준에 따른 메시지의 효과는 수용자의 자기 규율적인 목표에 달려있다. 해석수준은 목표 지향 행동이 표상된 추상적 수준을 의미한다. 사람들은 목표 추구 전략과 조절초점이 적합할 때 조절적합(regulatory fit)을 경험하고 이 때 사람들이 더 몰입하며(engaged) 자신의 반응이 옳다고 느낀다(feel right). 즉 목표 전략의 해석수준과 조절초점이 적합할 때 타겟의 가치를 높게 지각하고 긍정적 태도를 가지게 된다. 그들은 촉진 초점일 때 고차원적이고 추상적, 행동의 바람직성을 중심으로 하는 메시지가, 예방 초점일 때 저차원, 구체적이고, 실현가능성에 중심을 둔 메시지가 더 적합하다는 것을 보여준다.

한편 해석수준은 시간 거리와 연관되기 때문에 조절초점이 또한 시간 거리와도 관련되었음을 추론할 수 있다. 실제로 Pennington과 Roese(2008)는 사건의 시간 거리에 따른 조절초점의 차이를 측정하여 먼 미래는 촉진 초점이 우세하지만 가까운 미래는 촉진 초점과 예방 초점이 균형을 이루고 있음을 밝히고 있다. Mogilner 등(2008)은 구매 시점이 가까울수록 목표 실패의 고통이 부각되어 예방 프레임 제품이 더 매력적인 반면 먼 미래일 때 목표 달성을 낙관하며 목표 달성의 쾌감이 더 크기 때문에 촉진 프레임 제품이 더 매력적이라고

한다. 그들은 시간 거리와 조절초점이 적합할 때 목표 미달성의 고통, 목표 달성의 쾌감을 더 잘 기대하고 되고 제품과 메시지에 대한 태도, 구매 의향, 가격 지불 의향(willing to pay)에도 긍정적 영향을 준다는 점을 보여준다. White 등(2011)도 획득-손실의 메시지 프레임이 시간 거리 또는 해석수준과 적합할 때 재활용의도에 긍정적인 영향을 주는 것을 밝히고 있다. 또한 김재휘 등(2010)은 예방행동 차원에서 시간 거리와 획득-손실 프레임 간의 적합성의 영향을 보여준다.

본 연구는 Mogilner 등(2007)이 제품과 서비스의 구매 상황에서, White 등(2011)의 재활용 행동에 대한 연구에서 밝힌 바와 같이 시간 거리와 조절초점 적합이 정치적 설득에도 영향을 줄 것으로 보았다. 기존 연구들을 기초한다면 가까운 거리에서 예방초점, 먼 거리에서는 촉진초점의 메시지가 적합하며 따라서 메시지 평가와 메시지 평가, 후보태도 같은 정치적 메시지의 설득에 긍정적 영향을 줄 것이다. 따라서 다음과 같이 연구문제 1에 대해 가설 1과 가설 2를 설정했다.

연구문제 1: 시간 거리(가까운 미래/먼 미래)와 조절초점(촉진/예방 초점)의 적합성이 정치적 메시지의 설득에 어떤 영향을 줄 것인가?

가설 1: 시간 거리와 조절초점 프레임의 적합성은 메시지 평가에 긍정적 영향을 줄 것이다.

- 가설 1-1: 가까운 시간 거리에서 예방초점 메시지가 제시될 때 촉진초점 메시지보다 메시지 평가가 더 높을 것이다.

- 가설 1-2: 먼 시간 거리에서 촉진초점 메시지가 제시될 때 예방초점 메시지보다 메시지

지 평가가 더 높을 것이다.

가설 2: 시간 거리와 조절초점 프레임의 적합성은 후보 태도에 긍정적 영향을 줄 것이다.

- 가설 2-1: 가까운 시간 거리에서 예방초점 메시지가 제시될 때 촉진초점 메시지보다 후보 태도가 더 높을 것이다.

- 가설 2-2: 먼 시간 거리에서 촉진초점 메시지가 제시될 때 예방초점 메시지보다 후보 태도가 더 높을 것이다.

시간과 자아 일치

Fournier(1998)는 소비자와 브랜드 관계의 다양한 사례들은 탐구하면서 브랜드관계의 질 (brand relation quality)의 한 차원으로 자아와의 관련성을 강조하고 있다. 그에 따르면 브랜드 관계는 소비자의 삶의 과제나 테마에 대해 자아 개념을 형성하고 강화하는 역할을 한다고 할 수 있다.

실제로 마케팅들은 브랜드를 개성을 구축하면서 소비자의 자아와 어떻게 일치시킬 것인가를 고민하고 여러 연구들에서 소비자와 브랜드 개성의 자아일치성이 브랜드 애착을 형성하며 브랜드 충성도와 구매의도를 높이는 요인이 되고 있다(Sirgy, 1982; Aaker, 1999; Malar et al., 2011; 박성연, 이유경, 2006; 장준수, 이재홍, 안광호, 2011; 유순근, 김근배, 2012).

그렇다면 시간과 자아와는 어떤 연관성이 있을까? 많은 연구자들이 자아를 복합적인 개념으로 인식하고 있다. Sirgy(1982)는 자신이 누구인지를 의미하는 실제적 자아 이미지(actual self image), 내가 되고 싶은 되고 싶은 이미지인 이상적 자아(ideal self image), 다른 사람이 자신에 대해 가지고 있다는 생각하는 이미지

인 사회적 자아(social self image), 그리고 다른 사람이 자신에 대해 가지길 원하는 사회적 이상적 자아(ideal social self image)로 자아를 구분하고 있다. 이중 실제적 자아와 이상적 자아 이미지와 제품 이미지 간의 일치성이 일반적으로 제품 선호, 구매 의행, 충성도 등 소비자의 선택에 영향을 미친다고 보았다.

또한 Malar 등(2011)의 연구에서는 실제적 자아일치성과 이상적 자아일치성을 구분하고 제품 관여도(product involvement), 자아존중감(self-esteem), 공적 자아의식(public self-consciousness)에 따라 두 자아일치성의 브랜드 애착에 대한 영향력이 달라지는 것을 보여주고 있다. 즉 소비자의 제품 관여도, 자아존중감, 공적 자아의식이 높을 때 실제적 자아일치성의 효과는 더 커졌지만 이상적 자아일치성의 효과는 감소했다. 이 연구는 결국 실제적, 이상적 자아가 조건에 따라 다르게 작용한다는 것을 보여준다. 또한 여러 연구들에서 제품 특성에 따라 실제적, 이상적 자아일치성의 효과가 달라짐을 밝히고 있다(Quester, Karunaratna & Goh, 2000; Jamal & Goode, 2001; 유순근, 김근배, 2012).

한편 이상적 자아는 조절초점 이론에 따르면 촉진초점의 자기 지침(self-guide)이 되는 자아이다. 사람들은 촉진 및 조절초점 하에서 실제 자아와 자기지침과의 간극을 줄이기 위해 노력한다. 촉진초점에서는 이상적 자아, 예방초점에서는 의무적 자아가 작용한다(Higgins, 1987; Higgins et al., 1994; Higgins, 1997). 해석 수준의 관점에서 이상적 자아는 실제적 자아보다 추상적이고, 또한 촉진초점에 부합하다(Kivetz & Tyler, 2007). Freitas 등(2008)의 연구에서는 먼 시간 거리 조건에서 후보자의 속성을 갖기를 원하는 정도가 클 때 후보가 대통령이

될 자격이 있다고 인식하는 것으로 나타났다. 반면 가까운 시간거리에서는 후보의 속성을 갖기 원하는 정도가 낮을 때 대통령 자격 평가가 더 높았다. 이 결과는 이상적 자아일치와 시간 거리 간 적합성이 정치적 설득에 영향을 준다는 것으로 보여준다(Freitas, Langsam, Clark & Moeller, 2008).

한편 조절초점, 해석수준과 관련되는 개념으로는 자아해석(self-construal)이 있다. 여러 연구들에서 독립적인 자아해석을 하는 사람들은 고차원의 바람직함, 촉진초점 메시지가 더 효과적이고, 상호의존적 자아해석을 하는 사람들은 저차원의 실행가능성, 예방초점 메시지가 더 효과적이라는 점을 보여주고 있다(Aaker & Lee, 2000; Lee et al., 2001; 김영조 외, 2007; 양윤, 김민재, 2010).

본 연구에서는 유권자의 성향을 나타내는 자아해석보다는 유권자와 정치 후보와의 관계에서 자아개념이 어떻게 작용하는지에 관심을 둔다. 실제적-이상적 자아와의 일치성에 따라 시간거리, 조절초점 메시지가 메시지 평가와 후보태도에 대해 영향을 미치고 특히 실제적 자아, 가까운 거리, 예방초점으로 조합될 때, 또는 이상적 자아, 먼 거리, 촉진초점으로 조합될 때 정치적 설득에 효과가 있을 것으로 가정하여 연구문제 2에 대해 다음과 같이 가설 3, 가설 4, 가설 5, 가설 6을 설정했다.

연구문제 2: 후보와의 자아일치성 조건에 따라 시간 거리와 조절초점 적합성은 정치적 설득에 어떤 영향을 줄 것인가?

가설 3: 실제적 자아일치성 조건에서 시간 거리와 조절초점 프레임의 적합성은 가까운 거리, 예방초점 일 때 메시지 평가에 긍정적 영향을 줄 것이다.

- 가설 3-1: 실제적 자아일치성 조건, 가까운 시간 거리에서 예방초점 메시지가 제시될 때 촉진초점 메시지보다 메시지 평가가 더 높을 것이다.

- 가설 3-2: 실제적 자아일치성 조건, 먼 시간 거리에서 메시지 프레임에 따른 메시지 평가에 차이가 없을 것이다.

가설 4: 실제적 자아일치성 조건에서 시간 거리와 조절초점 프레임의 적합성은 가까운 거리, 예방초점 일 때 후보 태도에 긍정적 영향을 줄 것이다.

- 가설 4-1: 실제적 자아일치성 조건, 가까운 시간 거리에서 예방초점 메시지가 제시될 때 촉진초점 메시지보다 후보 태도가 더 높을 것이다.

- 가설 4-2: 실제적 자아일치성 조건, 먼 시간 거리에서 메시지 프레임에 따른 후보 태도에 차이가 없을 것이다.

가설 5: 이상적 자아일치성 조건에서 시간 거리와 조절초점 프레임의 적합성은 먼 거리, 촉진초점 일 때 메시지 평가에 긍정적 영향을 줄 것이다.

- 가설 5-1: 이상적 자아일치성 조건, 먼 시간 거리에서 촉진초점 메시지가 제시될 때 예방초점 메시지보다 메시지 평가가 더 높을 것이다.

- 가설 5-2: 이상적 자아일치성 조건, 가까운 시간 거리에서 메시지 프레임에 따른 메시지 평가에 차이가 없을 것이다.

가설 6: 이상적 자아일치성 조건에서 시간 거리와 조절초점 프레임의 적합성은 먼 거리, 촉진초점 일 때 후보 태도에 긍정적 영향을

줄 것이다.

- 가설 6-1: 이상적 자아일치성 조건, 먼 시간 거리에서 촉진초점 메시지가 제시될 때 예방초점 메시지보다 후보 태도가 더 높을 것이다.

- 가설 6-2: 이상적 자아일치성 조건, 가까운 시간 거리에서 메시지 프레임에 따른 후보 태도에 차이가 없을 것이다.

실험 I

실험 자극의 선정 및 조작

정치 이벤트까지의 시간 거리를 조작하기 위해 인터넷사이트(마이정치닷컴, mypolitics.com)에서 진행되는 정치인 후원행사라는 시나리오를 만들었다. 후원기탁금과 운영수익금으로 새로운 정치를 후원하는 마이정치닷컴에서 후원금을 정하는 이벤트를 런칭하며 이 이벤트가(바로 내일/앞으로 한 달 후)에 있을 것이라고 이벤트까지의 시간 거리를 설명했다.

일자리와 경제민주화는 현재 각 정당과 후보가 핵심 공약을 내걸고 있는 정치적 관심 주제다. 정치적 메시지는 ‘청년일자리’를 주제로 하여 촉진초점은 ‘청년일자리가 가족의 행복’이고 ‘중소기업을 통해 좋은 일자리를 만들어야 한다’고 긍정적인 결과에의 접근을 강조한 메시지, 예방초점은 ‘청년실업의 가족의 불행’이며 ‘중소기업이 도산하는 것을 막아 청년 일자리를 지켜야 한다’는 부정적 결과의 해소를 강조한 메시지를 제시했다. 메시지 개발 시 해석수준이 혼입되는 것을 피하기 위해 행복 또는 불행이라는 목적과 이유, 중소기업 살리기라는 수단과 방법을 같이 제시했다. 사

전테스트 결과(N=42) 유창성(flucency)과 메시지 평가에는 차이가 유의하지 않았으며(M = 3.93 vs 3.82; F(1, 40) = .10, p=.75, M = 4.01 vs 3.93; F(1, 40) = .06, p=.80) 촉진초점 메시지는 예방초점 메시지에 비해 ‘좋은 청년일 자리를 만들어야 한다’는 촉진초점의 주장으로 인식됐으며(M = 5.23 vs 3.65; F(1, 40) = 9.11, p <.01) 예방초점 메시지는 촉진초점 메시지에 비해 ‘일자리가 사라지지 않도록 지켜내야 한다’는 예방초점의 주장으로 인식됐다(M = 5.45 vs 3.23; F(1, 40) = 19.03, p <.01).

후보 자아 유형으로는 에니어그램(enneagram)의 3번 유형-성취자와 9번 유형-평화주의자를 제시했다. 에니어그램은 인간의 기본적 욕구와 동기를 기준으로 모두 9개의 성격유형을 구분하고 있으며 이 중 성취지향형, 화합 또는 조화형의 전형적인 정치인 유형과의 유사성을 중심으로 판단하여 3번과 9번 유형을 최종 선정했다.

실험에서는 각 유형에 대한 설명과 함께 그 특징을 설명하는 5개 형용사를 제시했다. 자아유형이 긍정적인 면만 노출되어 이상적으로 비춰지는 것을 막기 위해 4개의 강점 영역과 함께 1개는 개발 영역을 제시했다(리소 & 허드슨, 1999)(부록 참고). 피험자는 제시되는 후보의 자아유형을 읽고 나 자신과 같은지, 아니면 내가 되고 싶은 사람과 같은지를 평가했다.

실험 설계

본 실험에서는 시간 거리(가까운 미래×먼 미래)와 조절초점 메시지(촉진초점×예방초점)에 따른 정치적 설득 효과(후보 태도와 자아일치성)를 알아보았다. 또한 자아유형(성취자×

표 1. <실험 1> 시간 거리, 조절초점 메시지, 자아 유형의 2×2×2 설계

구분	시간 거리(TD)			
	가까운 미래(Near)		먼 미래(Distant)	
	조절초점(RF)		조절초점(RF)	
자아 유형	촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)
성취자(3)	n=30	n=30	n=30	n=30
평화주의자(8)	n=30	n=30	n=30	n=30

TD: Temporal Distance, RF: Regulatory Focus, PM: Promotion focus, PV: Prevention focus

평화주의자)을 2가지로 제시하여 응답자 개인의 성향이나 선호가 반영되는 것을 통제하고자 했다. 이들 요인의 주효과와 상호작용 효과를 파악하기 위해 2×2×2 피험자간 요인설계 (between-subjects design)를 이용했다.

총 240개의 실험단위에 대해 8개의 서로 다른 처치 집단에 피험자를 30명씩 할당된 후 각 집단에 서로 다른 실험자극을 제공했으며 이와 함께 메시지 평가, 후보 태도를 측정하였다. 본 실험설계에 대한 내용은 표 1과 같이 나타낼 수 있다.

실험 절차

실험 참가자는 서울소재 대학에 재학 중인 학부생을 대상으로 편의추출법을 통해 총 240명을 선정했다. 피험자의 인구통계학적 특성은 20대 초중반의 연령대로 남성 59%, 여성이 41%로 구성됐다.

실험자는 미리 정해진 장소에서 약 10분 동안 피험자들에게 실험을 실시했다. 먼저, 실험자를 소개하고 실험에 대해 개략적으로 설명한 후 자아유형, 후원이벤트 시나리오, 메시지를 순차적으로 읽게 했으며 그 다음으로 메시지 평가, 후보에 대한 태도 등을 측정하였다.

메시지 평가는 Kim 등(2009)의 측정 항목을 참고하여 ‘공감이 간다’, ‘설득력 있다’, ‘중요하게 느껴진다’ 3개 항목에 대해 7점 척도(1점=전혀 그렇지 않다/7점=매우 그렇다)로 응답하도록 했다. 후보에 대한 태도의 측정은 Kim 등(2009)을 변형하여 ‘이 정치인이 좋다’, ‘이 정치인이 마음에 든다’, ‘이 정치인이 호감이 간다’ 3개 항목에 대해 7점 척도(1점=전혀 그렇지 않다/7점=매우 그렇다)로 응답하도록 했다.

메시지 평가, 후보 태도의 측정 후 조절초점과 시간 거리에 대한 조작 검증 항목에 응답했다. 조절초점에 대해서는 ‘좋은 청년일 자리를 만들어야 한다’, ‘청년일자리가 사라지지 않게 지켜내야 한다’ 2개 항목에 대해 7점 척도로 측정했으며 시간 거리는 ‘정치 이벤트까지의 시간이 얼마나 가까운지’에 대해 7점 척도(1점=바로 끝/7점=많이 남았다)로 평가했다.

마지막으로 후보가 ‘나 자신과 유사한지-내가 되고 싶은 사람과 유사한지’ 7점 척도에 응답하게 했다. 이 응답 내용에 따라 실제적, 이상적 자아일치성이 시간 거리, 조절초점 메시지에 따라 후보 태도에 어떻게 영향을 주는 지 파악하고자 했다.

실험 결과

실험 대상자들은 촉진초점 메시지를 예방초점에 비해 촉진초점을 강조하는 메시지로 인식했으며($M = 5.70$ vs 3.30 ; $F(1, 238) = 158.06$, $p < .01$) 예방초점 메시지는 촉진초점에 비해 예방초점을 강조하는 메시지로 인식했다($M = 5.84$ vs 3.49 ; $F(1, 238) = 187.77$, $p < .01$). 또한 시간 거리에 대한 측정 결과도 가까운 미래 조건보다 먼 미래 조건이 더 먼 미래로 인식되어($M = 3.07$ vs 5.18 ; $F(1, 238) = 171.33$, $p < .01$) 조작화가 제대로 이루어졌음을 확인할 수 있다.

메시지 평가를 측정한 3개 항목의 신뢰성 분석을 실시한 결과 신뢰도 계수(Cronbach α)는 .85로 나타났으며 후보 태도를 측정한 3개 항목의 신뢰도 계수는 .94로 모두 높은 신뢰성을 나타냈다.

한편 자아 유형에 따라 메시지 평가($M =$ 성취자 4.13 vs 평화주의자 3.56 ; $F(1, 238) = 11.80$, $p < .01$)와 후보 태도에 모두 유의한 차이가 있었다($M =$ 성취자 3.99 vs 평화주의자 3.64 ; $F(1, 238) = 4.50$, $p < .05$). 따라서 자아 유형에 따른 메시지 평가, 후보 태도의 효과를 통제하기 위해 이후 분산분석에서 자아유형의 주효과를 포함시켰다.

시간 거리, 조절초점

시간 거리, 조절초점의 차이에 따라 메시지 평가 및 후보 태도에 미치는 영향을 알아보기 위해 다음의 세 단계로 검정을 실시했다.

첫째 단계에서, 시간 거리와 조절초점 메시지 사이에서 메시지 평가, 후보 태도, 자아일치성 평균의 양상을 확인했다. 먼저 메시지

평가는 시간 거리(TD)가 가까울 때(near) 예방초점 메시지(PV)가 촉진초점 메시지(PM)에 비해 높은 평균값을 보였으며($\mu(TD_{near} \times PM) = 3.67 < \mu(TD_{near} \times PV) = 4.11$) 시간 거리(TD)가 멀 때(distant) 촉진초점 메시지(PM)와 예방초점 메시지(PV)간 차이가 거의 없었다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 3.85 \approx \mu(TD_{distant} \times PV) = 3.76$).

후보 태도는 시간 거리(TD)가 가까울 때 예방초점 메시지(PV)가 촉진초점 메시지(PM)에 비해 높은 평균값을 보였으며($\mu(TD_{near} \times PM) = 3.84 < \mu(TD_{near} \times PV) = 3.98$) 시간 거리(TD)가 멀 때 촉진초점 메시지(PM)가 예방초점 메시지(PV)에 비해 높은 평균값을 보였다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 3.88 > \mu(TD_{distant} \times PV) = 3.58$).

메시지 평가와 후보 태도 모두에서 시간 거리가 가까울수록 예방초점, 멀수록 촉진초점 메시지가 적합하다는 가설 1, 가설 2의 예상과 대체로 같은 경향을 보였다(Mogilner et al., 2007; White et al., 2011; 김재휘 외, 2010)(표 2 참고).

둘째 단계에서, 메시지 평가, 후보 태도의 차이가 통계적으로 유의미한지에 대해 통계적 검증을 위해 이원분산분석(two-way ANOVA)을 통해 집단간 평균 차이를 살펴보았다. 분석 결과, 메시지 평가와 후보 태도에 대해 시간 거리, 조절초점 메시지의 주효과, 상호작용 효과 모두 통계적으로 유의하지 않았다. 따라서 시간 거리, 조절초점 적합이 긍정적 영향을 예상한 가설 1과 가설 2는 기각됐다(표 3 참고).

마지막으로 메시지 평가, 후보 태도에 대해 시간 거리와 조절초점 메시지의 각 요인을 독립적인 각 수준에서 비교하는 쌍별 비교로 검증해볼 필요가 있다. 이를 위해 $\alpha = .025$ 로 규정하여 두 단순효과의 Type I Error를 조정하

표 2. <실험 1> 각 집단(시간 거리와 조절초점 메시지)의 메시지 평가/후보 태도 (단위: 각 집단별 평균)

구분	가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})	
	촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)
메시지 평가(ME)	3.67	4.11	3.85	3.76
후보 태도(ATC)	3.84	3.98	3.88	3.58

표 3. <실험 1> 시간 거리와 조절초점 메시지의 이원비교와 상호작용효과

가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})		반응 변수	평균 제곱	F값
촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)			
1	-1	-1	1	ME	4.18	2.60
				ATC	2.96	1.81
1	-1	0	0	ME	5.63	3.50*
				ATC	.58	.35
0	0	1	-1	ME	.27	.17
				ATC	2.80	1.72

** p<.01 & * p<.05 (one-tailed)

고, L matrices를 이용한 Contrast 분석을 통해 집단 간 메시지 평가와 후보 태도의 유의수준을 살펴봤다(Green, Marquis, Hershberger, Thompson & McCollum, 1999).

Contrast 분석 결과 메시지 평가에 대한 시간 거리, 조절초점의 상호작용 효과가 한계적으로 유의했으며($\{\mu(TD_{distant} \times PM) - \mu(TD_{distant} \times PV)\} - \{\mu(TD_{near} \times PM) - \mu(TD_{near} \times PV)\} = -.53$: $F(1, 235) = 2.60$, $p = .05$) 시간 거리가 가까울 때 조절초점 메시지 간 메시지 평가의 유의한 차이가 있었다(PM vs PV within TD_{near}: $F(1, 235) = 3.50$, $p < .05$). 따라서, 가설 1-1은 검증됐으나 가설 1-2는 기각됐다. 후보 태도에 대해서는 시간 거리 조건에 따른 조절초점 간 평균 차이가 모두 유의하지 않았다. 즉 가설 2-1과 가설 2-2는 기각됐다(표 3 참고).

실제적 · 이상적 자아일치, 시간 거리 & 조절초점

본 실험에서 실제적-이상적 자아일치의 정도를 측정했고 그 조건에 따라 시간 거리, 조절초점 메시지가 메시지 평가와 후보 태도에 어떤 영향을 주는지 알아보려고 했다.

시간 거리, 조절초점 메시지가 메시지 평가와 후보 태도에 미치는 영향을 자아일치의 조건에 따라 다음 두 가지로 규명하고자 했다. 첫째는 실제적 자아일치 조건일 때 시간 거리와 조절초점 메시지에 따른 메시지 평가와 후보 태도의 차이를 살펴보고, 둘째 이상적 자아일치 조건일 때 첫 번째와 동일하게 시간 거리, 조절초점 메시지에 따른 메시지 평가와 후보 태도의 차이를 따져보았다.

먼저 실제적 자아일치의 경우 시간 거리와 조절초점 메시지 사이에서, 메시지 평가는 시간 거리(TD)가 가까울 때 예방초점 메시지(PV)가 촉진초점 메시지(PM)에 비해 높은 평균값을 보였으며($\mu(TD_{near} \times PM) = 3.26 < \mu(TD_{near} \times PV) = 3.82$) 시간 거리(TD)가 멀 때 촉진초점 메시지(PM)와 예방초점 메시지(PV) 간 평균값 차이는 미세했다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 3.73 \approx \mu(TD_{distant} \times PV) = 3.80$). 이는 가설 3-1과 가설 3-2의 예상과 부합한다.

후보 태도는 시간 거리(TD)가 가까울 때 예방초점 메시지(PV)에 비해 촉진초점 메시지(PM)가 높은 평균값을 보였으며($\mu(TD_{near} \times PM) = 4.18 > \mu(TD_{near} \times PV) = 3.81$) 시간 거리(TD)가 멀 때 촉진초점 메시지(PM)에 비해

예방초점 메시지(PV)가 높은 평균값을 보였다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 3.66 < \mu(TD_{distant} \times PV) = 3.91$). 이는 가설 4-1, 가설 4-2의 예상과 다른 경향이고 가까운 시간 거리에서 예방초점, 먼 시간 거리에서 촉진초점이 적합한 기존 연구와도 상반되는 결과다 (Mogilner et al., 2007; White et al., 2011; 김재휘 외, 2010)(표 4 참고).

메시지 평가와 후보 태도의 차이가 통계적으로 유의미한지 알아보기 위해 이원분산분석(two-way ANOVA)을 통해 집단간 평균 차이를 살펴본 결과 메시지 평가, 후보태도에 대해 시간 거리, 조절초점 메시지의 주효과와 시간 거리와 조절초점 메시지의 상호작용 효과가 유의하지 않았다. 따라서 가설 4와 가설 5는

표 4. <실험 1> 실제적 자아일치 조건에서 각 집단(시간 거리와 조절초점 메시지)의 메시지 평가/후보 태도 (단위: 각 집단별 평균)

구분	가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})	
	촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)
메시지 평가(ME)	3.26	3.82	3.73	3.80
후보 태도(ATC)	4.18	3.81	3.66	3.91

표 5. <실험 1> 실제적 자아일치 조건에서 시간 거리와 조절초점 메시지의 이원비교와 상호작용효과

가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})		반응 변수	평균 제곱	F값
촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)			
1	-1	-1	1	ME	.90	.63
				ATC	1.32	1.33
1	-1	0	0	ME	2.73	1.92
				ATC	1.49	1.31
0	0	1	-1	ME	.03	.02
				ATC	.44	.38

** p<.01 & * p<.05 (one-tailed)

모두 기각됐다(표 5 참고).

마지막으로 L matrices를 이용한 GLM 분석 결과도 모든 주효과와 상호작용 효과가 유의하지 않았다. 따라서 실제적 자아일치 조건에서 가까운 거리, 예방초점 적합의 긍정적 효과를 예상했던 가설 3-1과 가설 4-1은 기각됐다(표 5 참고).

다음으로 이상적 자아일치의 경우 시간 거리와 조절초점 메시지 사이에서, 메시지 평가는 시간 거리(TD)가 가까울 때 예방초점 메시지(PV)가 촉진초점 메시지(PM)에 비해 높은 평균값을 보였으며($\mu(TD_{near} \times PM) = 4.10 < \mu(TD_{near} \times PV) = 4.61$) 시간 거리(TD)가 멀 때 예방초점 메시지(PV)가 촉진초점 메시지(PM)에 비해 높은 평균값을 보였다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 3.84 < \mu(TD_{distant} \times PV) = 4.29$). 이는 이상적 자아일치 조건에서 먼 시간거리, 촉진초점 간 적합의 긍정적 효과를 예상한 가설 5-1, 가설 5-2와 상반된 결과다.

후보 태도는 시간 거리(TD)가 가까울 때 예방초점 메시지(PV)가 촉진초점 메시지(PM)에 비해 높은 평균값을 보였으며($\mu(TD_{near} \times PM) = 3.86 < \mu(TD_{near} \times PV) = 4.71$) 시간 거리(TD)가 멀 때 촉진초점 메시지(PM)가 예방초점 메시지(PV)에 비해 높은 평균값을 보였다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 4.44 > \mu(TD_{distant} \times PV) = 3.74$). 이는 이상적 자아일치 조건에서 가까운 시간거리, 예방초점 적합의 효과가 없을 것이라고

예상한 가설 6-1과 다르지만 먼 시간 거리, 촉진초점 적합의 긍정적 효과를 예상한 가설 6-2와는 부합한다. 또한 가까운 시간 거리에서 예방초점, 먼 시간 거리에서 촉진초점이 적합한 기존 연구에 부합하는 결과다(Mogilner et al., 2007; White et al., 2011; 김재휘 외, 2010)(표 6 참고).

메시지 평가와 후보 태도의 차이가 통계적으로 유의미한지 알아보기 위해 이원분산분석(two-way ANOVA)을 통해 집단간 평균 차이를 살펴본 결과, 먼저 메시지 평가에 대해서는 시간 거리의 주효과와 시간거리와 조절초점의 상호작용효과가 유의하지 않았지만 조절초점 프레임의 주효과가 유의했다($F(1, 68) = 4.10, p < .05, \text{partial } \eta^2 = .06$). 그 양상은 촉진 초점에 비해 예방 초점 메시지에 대한 평가가 더 높은 것이어서($\mu(PM) = 3.97 < \mu(PV) = 4.45$) 이상적 자아와 촉진초점 간 조절초점 적합의 예상과 차이는 것이다. 또한 이상적 자아일치 조건에서 시간 거리, 조절초점 간 상호작용 효과를 가정한 가설 5는 기각됐다.

후보 태도에 대해서는 조절초점 메시지, 시간 거리의 주효과는 유의하지 않았지만 시간거리와 조절초점 메시지의 상호작용 효과가 통계적으로 유의했다. 따라서 가설 6은 부분적으로 검증됐으나 구체적인 양상을 확인할 필요가 있다($F(1, 68) = 8.45, p < .01, \text{partial } \eta^2 = .11$)(표 7 참고).

표 6. <실험 1> 이상적 자아일치 조건에서 각 집단(시간 거리와 조절초점 메시지)의 메시지 평가/후보 태도 (단위: 각 집단별 평균)

구분	가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})	
	촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)
메시지 평가(ME)	4.10	4.61	3.84	4.29
후보 태도(ATC)	3.86	4.71	4.44	3.74

후보 태도에 대해 L matrices를 이용한 Contrast 분석 결과 시간 거리가 가까울 때 조절초점 메시지 간 차이가 유의미했고(PM vs PV within TD_{near} : F(1, 68)=4.58, p <.05) 시간 거리가 멀 때 조절초점 메시지 간에도 유의한 차이가 있었다(PM vs PV within TD_{distant} : F(1, 68)=3.74, p <.05). 따라서 이상적 자아일치 조건에서 가까운 시간거리, 예방초점 간 적합에 따른 효과가 없을 것이라고 가정한 가설 6-1

은 기각됐고 먼 시간 거리, 촉진초점 간 적합이 긍정적 영향을 줄 것이라고 가정한 가설 6-2는 검증됐다(표 7 참고).

실험 1에서 시간 거리, 조절초점 프레임의 적합이 메시지 평가 및 후보 태도에 영향을 주지 못했으며 가설 1, 가설 2를 입증하지 못했다. 그러나 이상적 자아와 가까울 때 시간 거리와 조절초점 프레임 적합이 후보에 대한 긍정적 태도에 영향을 주었다. 즉 이상적 자

표 7. <실험 1> 이상적 자아일치 조건에서 시간 거리와 조절초점 메시지의 이원비교와 상호작용효과

가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})		반응 변수	평균 제곱	F값
촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)			
1	-1	-1	1	ME	.90	.63
				ATC	10.60	8.45**
1	-1	0	0	ME	2.05	2.11
				ATC	5.75	4.58*
0	0	1	-1	ME	1.99	2.04
				ATC	4.69	3.74*

** p<.01 & * p<.05 (one-tailed)

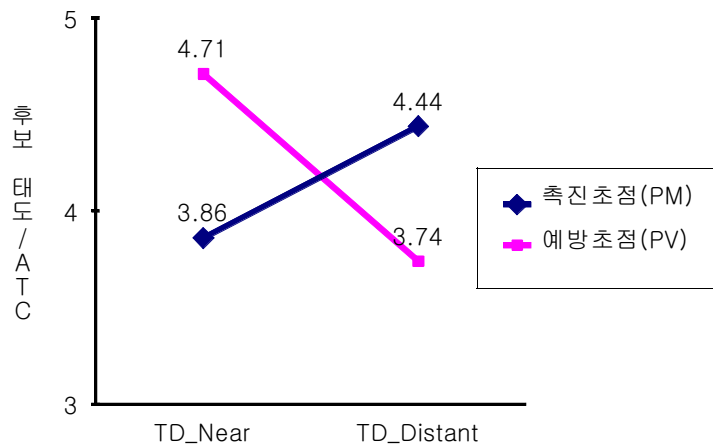


그림 1. <실험 1> 이상적 자아일치 조건에서 시간 거리, 조절초점 메시지의 상호작용효과 (후보 태도: 각 집단별 평균)

아일치 조건에서 먼 시간거리, 촉진초점 간 적합 효과를 예상한 가설 6-2를 검증했으며, 예상과 달리 가까운 시간거리, 예방초점 간 적합 효과를 발견했다.

반면 실제적 자아에 가까울 때 적합성이 후보에 대한 태도에 영향을 주지 않거나 부정적 영향을 주는 패턴을 일부 보였다. 실제적 자아일치 조건에서 시간 거리, 조절초점 적합의 효과를 예상했던 가설 3과 가설 4는 모두 기각됐다.

실험 1에서는 후보의 자아 유형이 제시되었고 자아일치성이 구체적으로 조작되지 않았기 때문에 자아일치성 자체가 시간 거리, 조절초점과의 관계에서 메시지 평가와 후보 태도에 어떻게 영향을 주는지에 대해서 명확히 판단할 수 없다.

또한, 측정에 의해 실제적-이상적 자아일치성을 분류하다보니 실제적 자아일치 조건이 65사례, 이상적 자아일치 조건이 73사례로 통계적 검정에도 문제가 있었다. 따라서 실험 2에서 자아일치성 조건에 대한 조작을 통한 가설 검증을 시도할 것이다.

실 험 II

실험 자극의 선정 및 조작

실험 2에서는 시간 거리와 조절초점 메시지는 실험 1과 동일하지만 실제적 자아일치와 이상적 자아일치 조건을 직접 처치하였다.

실제적 자아일치 조건에서 실험 참가자는 ‘나와 비슷한 성향의 사람’을 MBTI(The Myers-Briggs Type Indicator) 유형별로 체크하고 앞으로 설명할 정치인이 ‘귀하와 비슷한 성향의 사람이라고 가정’하도록 지시했다. 반대로 이상적 자아일치 조건에서는 ‘내가 되고 싶은 성향’을 체크하고 앞으로 설명할 정치인은 ‘귀하의 이상형에 가까운 사람’이라고 지시했다.

실험 설계

본 실험에서는 자아일치(실제적 자아×이상적 자아), 시간 거리(가까운 미래×먼 미래)와 조절초점 메시지(촉진초점×예방초점)에 따른 정치적 설득 효과(메시지 평가와 후보 태도)를 알아보았다. 이들 요인의 주효과와 상호작용 효과를 파악하기 위해 2×2×2 피험자 간 요인 설계(between-subjects design)를 이용했다.

총 240개의 실험단위에 대해 8개의 서로 다른 처치 집단에 피험자를 30명씩 할당한 후

표 8. <실험 2> 시간 거리, 조절초점 메시지, 자아 일치성의 2×2×2 설계

구분	시간 거리(TD)			
	가까운 미래(Near)		먼 미래(Distant)	
	조절초점(RF)		조절초점(RF)	
자아 일치(SCO)	촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)
실제 자아(Actual)	n=30	n=30	n=30	n=30
이상 자아(Ideal)	n=30	n=30	n=30	n=30

SCO: Self-Congruity, TD: Temporal Distance, RF: Regulatory Focus, PM: Promotion focus, PV: Prevention focus

각 집단에 서로 다른 실험자극을 제공했으며 이와 함께 메시지 평가, 후보 태도 등을 측정하였다. 본 실험설계에 대한 내용은 표 8과 같이 나타낼 수 있다.

실험 절차

실험 참가자는 한국갤럽 인터넷 패널 중 20~39세를 대상으로 편의추출법을 통해 총 240명을 선정했다. 피험자의 인구통계학적 특성은 남성 53%, 여성이 48%로 구성됐다.

이메일을 통해 실험 참가 안내 메일을 받은 피험자는 인터넷 또는 모바일 인터넷에 접속하여 약 10분 동안 실험에 참가했다. 먼저, 실험에 대해 개략적으로 설명한 후 자아일치성에 대해 처치하고, 후원이벤트 시나리오, 메시지를 순차적으로 읽게 했으며 그 다음으로 메시지 평가, 후보에 대한 태도 등을 측정하였다. 이후에 조절초점, 시간 거리, 자아일치 조건에 대해 조작 검증을 실시했다.

실험 결과

실험 대상자들은 촉진초점 메시지를 예방초점에 비해 촉진초점을 강조하는 메시지로 인식했으며($M = 5.19$ vs 4.39 ; $F(1, 238) = 20.53$, $p < .01$) 예방초점 메시지는 촉진초점에 비해 예방초점을 강조하는 메시지로 인식했다($M = 4.53$ vs 3.90 ; $F(1, 238) = 11.63$, $p < .01$). 또한 시간 거리에 대한 측정 결과도 가까운 미래 조건보다 먼 미래 조건이 더 먼 미래로 인식되었으며($M = 3.83$ vs 4.31 ; $F(1, 238) = 8.62$, $p < .01$) 실제적-이상적 자아일치에 대해 물은 결과 실제적 자아일치 조건과 이상적 자아일치 조건 간 유의한 차이를 존재하여($M = 3.93$

vs 4.20 ; $F(1, 238) = 5.22$, $p < .05$) 조작화가 제대로 이루어졌음을 확인할 수 있다.

메시지 평가를 측정한 3개 항목의 신뢰성 분석을 실시한 결과 신뢰도 계수(Cronbach α)는 .91이었고, 후보 태도를 측정한 3개 항목의 신뢰도 계수(Cronbach α)는 .92로 모두 높은 신뢰성을 보였다.

시간 거리, 조절초점

시간 거리와 조절초점 메시지 사이에서, 메시지 평가는 시간 거리(TD)가 가까울 때 촉진초점 메시지(PM)가 예방초점 메시지(PV)에 비해 높은 평균값을 보였으며($\mu(TD_{near} \times PM) = 4.11 > \mu(TD_{near} \times PV) = 3.88$) 시간 거리(TD)가 멀 때도 촉진초점 메시지(PM)가 예방초점 메시지(PV)에 비해 높은 평균값을 보였다 ($\mu(TD_{distant} \times PM) = 4.29 > \mu(TD_{distant} \times PV) = 3.92$). 이는 먼 시간 거리, 촉진초점 간 적합을 예상한 가설 1-2에는 부합하지만 가까운 시간 거리, 예방초점 간 적합을 예상한 가설 1-1과는 상반된 결과다.

후보 태도는 시간 거리(TD)가 가까울 때 촉진초점 메시지(PM)와 예방초점 메시지(PV)가 거의 같은 평균값을 보였으며($\mu(TD_{near} \times PM) = 4.02 \approx \mu(TD_{near} \times PV) = 3.97$) 시간 거리(TD)가 멀 때 촉진초점 메시지(PM)가 예방초점 메시지(PV)에 비해 높은 평균값을 보였다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 4.02 > \mu(TD_{distant} \times PV) = 3.73$). 이는 먼 시간 거리, 촉진초점 간 적합을 예상한 가설 2-2에는 부합하지만 가까운 시간 거리, 예방초점 간 적합을 예상한 가설 2-1과는 다른 결과다(표 9 참고).

둘째, 메시지 평가, 후보 태도의 차이가 통계적으로 유의미한지 알아보기 위해 이원분산

표 9. <실험 2> 각 집단(시간 거리와 조절초점 메시지)의 메시지 평가/후보 태도 (단위: 각 집단별 평균)

구분	가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})	
	촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)
메시지 평가(ME)	4.11	3.88	4.29	3.92
후보 태도(ATC)	4.02	3.97	4.02	3.73

표 10. <실험 2> 시간 거리와 조절초점 메시지의 이원비교와 상호작용효과

가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})		반응 변수	평균 제곱	F값
촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)			
1	-1	-1	1	ME	.32	.19
				ATC	.90	.72
1	-1	0	0	ME	1.56	.93
				ATC	.06	.05
0	0	1	-1	ME	4.16	2.48
				ATC	2.50	2.00

** p<.01 & * p<.05 (one-tailed)

분석(two-way ANOVA)을 통해 집단간 평균 차이를 살펴보았으나 메시지 평가, 후보 태도는 시간 거리, 조절초점 메시지의 주효과와 상호작용 효과 모두에게 통계적으로 유의하지 않았다. 따라서 가설 1과 가설 2는 기각됐다(표 10 참고).

마지막으로 L matrices를 이용한 Contrast 분석을 통해 집단 간 메시지 평가와 후보태도의 유의수준을 살펴보았으나 모두 통계적인 유의성을 발견할 수 없었다(표 10 참고).

실제적 · 이상적 자아일치, 시간 거리 & 조절초점

실험 1에서와 같이 실제적 자아일치, 이상적 자아일치 조건에 따라 시간 거리, 조절초점

점 메시지가 후보 태도에 어떤 영향을 주는지를 파악하고자 했다.

먼저 실제적 자아일치 조건에서 시간 거리와 조절초점 메시지 사이에서, 메시지 평가는 시간 거리(TD)가 가까울 때 예방초점 메시지(PV)와 촉진초점 메시지(PM) 간 평균값의 차이가 거의 없었고($\mu(TD_{near} \times PM) = 3.89 \approx \mu(TD_{near} \times PV) = 3.99$) 시간 거리(TD)가 멀 때도 촉진초점 메시지(PM)와 예방초점 메시지(PV)간 평균값에 차이가 크지 않았다 ($\mu(TD_{distant} \times PM) = 4.22 \approx \mu(TD_{distant} \times PV) = 4.16$). 이는 실제적 자아일치 조건에서 가까운 시간 거리, 예방초점 간 적합을 예상했던 가설 3-1과는 다른 결과다.

후보 태도는 시간 거리(TD)가 가까울 때 예방초점 메시지(PV)와 촉진초점 메시지(PM) 간

표 11. <실험 2> 실제적 자아일치 조건에서 각 집단(시간 거리와 조절초점 메시지)의 메시지 평가/후보 태도 (단위: 각 집단별 평균)

구분	가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})	
	촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)
메시지 평가(ME)	3.89	3.73	4.22	4.16
후보 태도(ATC)	4.06	3.96	3.83	3.98

평균값의 차이가 거의 없었고($\mu(TD_{near} \times PM) = 4.06 \approx \mu(TD_{near} \times PV) = 3.73$) 시간 거리(TD)가 멀 때도 촉진초점 메시지(PM)와 예방초점 메시지(PV)간 평균값에 차이가 크지 않았다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 3.83 \approx \mu(TD_{distant} \times PV) = 3.98$). 후보태도에 대한 결과도 실제적 자아일치 조건에서 가까운 시간 거리, 예방초점 간 적합을 예상했던 가설 4-1과는 다른 경향을 보였다(표 11 참고).

메시지 평가와 후보 태도의 차이가 통계적으로 유의미한지 알아보기 위해 이원분산분석(two-way ANOVA)을 통해 집단간 평균 차이를 살펴본 결과 시간 거리, 조절초점 메시지의 주효과와 시간 거리와 조절초점 메시지의 상호작용 효과가 유의하지 않았다. 따라서 가설

3과 가설 4는 기각됐다(표 12 참고).

마지막으로 L matrices를 이용한 Contrast 분석 결과도 시간거리, 조절초점의 모든 주효과와 상호작용 효과가 유의하지 않았다. 따라서 실제적 자아일치 조건에서 시간 거리와 조절초점 간 적합을 예상한 가설 3-1과 가설 4-1은 기각됐다(표 12 참고).

다음으로 이상적 자아일치의 경우 시간 거리와 조절초점 메시지 사이에서, 메시지 평가는 시간 거리(TD)가 가까울 때 예방초점 메시지(PV)에 비해 촉진초점 메시지(PM)의 평균값이 높았고($\mu(TD_{near} \times PM) = 4.32 > \mu(TD_{near} \times PV) = 4.02$) 시간 거리(TD)가 멀 때도 촉진초점 메시지(PM)가 예방초점 메시지(PV)에 비해 높은 평균값을 보였다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 4.20 > \mu$

표 12. <실험 2> 실제적 자아일치 조건에서 시간 거리와 조절초점 메시지의 이원비교와 상호작용효과

가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})		반응 변수	평균 제곱	F값
촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)			
1	-1	-1	1	ME	.06	.03
				ATC	.45	.36
1	-1	0	0	ME	.36	.20
				ATC	.15	.12
0	0	1	-1	ME	.07	.04
				ATC	.31	.25

** p<.01 & * p<.05 (one-tailed)

($TD_{distant} \times PV$) = 3.48). 즉, 시간 거리에 관계 없이 촉진초점 메시지가 높은 평가를 받았다. 이는 이상적 자아일치 조건에서 가까운 시간 거리, 예방초점 간 적합 효과가 없을 것이라고 예상한 가설 5-1과는 상반되는 결과다. 반면 먼 시간 거리, 촉진초점 간 적합의 긍정적 효과를 예상한 가설 5-2와는 부합한다.

후보 태도는 시간 거리(TD)가 가까울 때 예방초점 메시지(PV)와 촉진초점 메시지(PM)의 평균값이 거의 같았고($\mu(TD_{near} \times PM) = 3.98 \approx \mu(TD_{near} \times PV) = 3.99$) 시간 거리(TD)가 멀 때 촉진초점 메시지(PM)가 예방초점 메시지(PV)에 비해 높은 평균값을 보였다($\mu(TD_{distant} \times PM) = 4.20 > \mu(TD_{distant} \times PV) = 3.48$). 후보 태도에 대해서는 가설 6-1과 가설 6-2의 예상과 부합한다(표 13 참고).

메시지 평가와 후보 태도의 차이가 통계적으로 유의미한지 알아보기 위해 이원분산분석(two-way ANOVA)을 통해 집단간 평균 차이를 살펴본 결과 조절초점 메시지 간 메시지 평가의 차이가 유의했으나($F(1, 116) = 4.75, p < .05, \text{partial } \eta^2 = .04$), 시간 거리의 주효과, 시간 거리와 조절초점 메시지의 상호작용 효과는 유의하지 않았다. 조절초점 메시지의 주효과는 촉진 초점일때 예방초점보다 높은 평균값을 보인 것이다($\mu(PM) = 4.34 > \mu(PV) = 3.86$). 결과적으로 이상적 자아일치 조건에서 시간 거리, 조절초점 간 상호작용을 가정한 가설 6은 기

각됐다.

또한 후보 태도에 대해 조절초점 메시지 간 차이가 한계적으로 유의했으며($F(1, 116) = 3.03, p = .08, \text{partial } \eta^2 = .03$), 시간 거리의 주효과는 유의하지 않았다. 시간 거리와 조절초점 메시지의 상호작용 효과는 한계적인 유의성을 보였다($F(1, 116) = 3.22, p = .08, \text{partial } \eta^2 = .03$). 조절초점 메시지의 주효과는 촉진 초점일때 예방초점보다 높은 평균값을 보인 것이다($\mu(PM) = 4.09 > \mu(PV) = 3.73$). 후보 태도에 대해서는 이상적 자아일치 조건에서 시간 거리와 조절초점 간 상호작용을 가정한 가설 7이 부분적으로 검증됐다(표 14 참고).

L matrices를 이용한 Contrast 분석 결과 메시지 평가에서 시간 거리가 가까울 때 조절초점 메시지 간 차이가 유의하지 않았지만 시간 거리가 멀 때 조절초점 메시지 간 유의한 차이가 있었다(PM vs PV within $TD_{distant}$: $F(1, 116) = 4.56, p < .05$). 따라서 이상적 자아일치 조건에서 가까운 시간 거리, 예방초점 간 적합 효과가 없을 것이라고 가정한 가설 5-1과 먼 시간 거리, 촉진초점 간 적합 효과를 예상한 가설 5-2는 모두 검증됐다. 또한 후보 태도에서도 시간 거리가 가까울 때 조절초점 메시지 간 차이가 유의하지 않았지만 시간 거리가 멀 때 조절초점 메시지 간 유의한 차이가 있었다(PM vs PV within $TD_{distant}$: $F(1, 116) = 6.25, p < .01$). 메시지 평가와 마찬가지로 후보 태도

표 13. <실험 2> 이상적 자아일치 조건에서 각 집단(시간 거리와 조절초점 메시지)의 메시지 평가/후보 태도 (단위: 각 집단별 평균)

구분	가까운 미래(TD_{near})		먼 미래($TD_{distant}$)	
	촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)
메시지 평가(ME)	4.32	4.02	4.37	3.69
후보 태도(ATC)	3.98	3.99	4.20	3.48

표 14. <실험 2> 이상적 자아일치 조건에서 시간 거리와 조절초점 메시지의 이원비교와 상호작용효과

가까운 미래(TD _{near})		먼 미래(TD _{distant})		반응 변수	평균 제곱	F값
촉진(PM)	예방(PV)	촉진(PM)	예방(PV)			
1	-1	-1	1	ME	1.07	.71
				ATC	4.03	3.22*
1	-1	0	0	ME	1.35	.89
				ATC	.00	.00
0	0	1	-1	ME	6.89	4.56*
				ATC	7.82	6.25**

** p<.01 & * p<.05 (one-tailed)

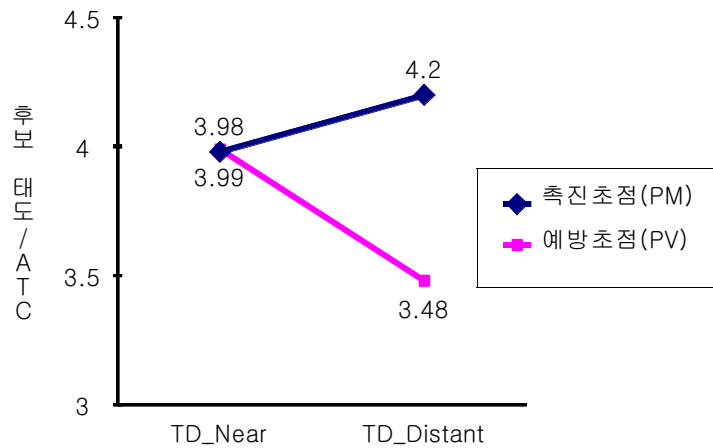


그림 2. <실험 2> 이상적 자아일치 조건에서 시간 거리, 조절초점 메시지의 상호작용효과 (후보 태도: 각 집단별 평균)

에 대해서도 가설 6-1과 가설 6-2가 검증됐다 (표 14 참고).

실험 1, 2에서 공통적으로 시간 거리, 조절 초점 메시지 간 적합한 메시지 평가와 후보태도에 영향을 주지 못했고 따라서 가설 1, 가설 2는 기각됐다.

그러나 이상적 자아일치 조건에서 메시지 평가와 후보 태도에 영향을 미쳤으며 특히 먼 거리, 촉진초점에서 가장 큰 효과를 보였다.

이상적 자아일치 조건에서도 가까운 거리, 예방초점과 조합되었을 때 효과는 반감됐다. 따라서 이상적 자아일치 조건에 대한 가설 5와 가설 6은 검증됐다.

실제적 자아일치 조건에서 시간 거리 조절 초점 메시지의 효과는 대부분 유의하지 않았다. 이는 가설 3과 가설 4의 예상과는 다른 것이다. 실험 1과 실험 2는 대체로 공통된 결과를 보였으며 특히 자아일치성을 조작한 실

험 2를 통해 이상적 자아일치, 먼 시간 거리, 촉진초점 간 적합이 메시지 평가와 후보 태도에 긍정적 영향을 주는 것이 입증됐다. 반면 실제적 자아일치 조건에서는 시간 거리, 조절초점 간 적합의 효과는 발견되지 못했다.

결론 및 논의

연구 결과의 요약 및 시사점

본 연구는 선거까지의 시간거리에 따라 메시지의 조절초점이 정치적 설득에 어떻게 영향을 주는지 고찰하고 특히 유권자의 자아 개념, 특히 정치적 설득에서 후보와의 자아일치성의 역할에 대해 알아보고자 했다. 시간거리, 조절초점 메시지, 후보의 자아유형 및 실제적-이상적 자아일치를 처치한 실험 1과 2를 통해 시간거리와 조절초점의 적합의 효과는 실제적-이상적 자아일치 조건에 영향 받는 것으로 나타났다. 즉 후보에 대한 이상적 자아일치성을 인식할 때만 시간거리, 조절초점과의 적합성이 효과를 발휘하는 것으로 파악됐다.

먼저, <연구문제 1>에서 시간거리, 조절초점 메시지가 정치적 설득에 어떤 영향을 주는 지 알아보았다. 실험 1, 2를 통해 시간거리, 조절초점 적합은 메시지 평가, 후보 태도에 영향을 주지 못했으며 따라서 메시지 평가와 후보 태도에 대해 설정한 가설 1, 가설 2는 기각됐다.

다음으로, <연구문제 2>에서는 이상적-실제적 자아일치성이 시간 거리, 조절초점 메시지와의 관계를 통해 메시지 평가와 후보 태도에 어떤 영향을 주는지를 파악하고자 했다. 그 결과 이상적 자아일치 조건, 시간 거리가

멀 때 조절초점 메시지에 따라 메시지 평가와 후보 태도에 차이가 있었다. 실험 1, 2에서 이상적 자아일치, 먼 시간 거리, 촉진초점 메시지가 결합했을 때 일관되게 높은 메시지 평가와 후보 태도를 보였다. 그러나 이상적 자아일치, 시간거리가 먼 조건에서 예방초점 메시지가 제시될 때 메시지 평가와 후보 태도는 낮아졌다. 따라서 이상적 자아일치 조건에서 시간 거리와 조절초점 간 적합 효과를 가정한 가설 5와 가설 6을 검증했다. 이러한 결과는 부분적으로 자아일치성이 시간거리와 함께 심리적 거리로 통합될 수 있다는 것을 보여준다.

반면 실제적 자아일치일 때 또는 시간거리가 가까울 때 조절초점 메시지에 따라 메시지 평가와 후보 태도에는 차이가 없거나 일관된 결과를 얻지 못했다. 실제적 자아일치가 심리적 거리로 통합된다면 실제적 자아일치, 시간거리가 가까울 때 촉진초점 메시지에 비해 예방초점 메시지가 높은 효과를 보여야 한다. 그러나 실험 1, 2 모두에서 예방초점과 촉진초점 메시지 간 차이는 유의하지 않았으며 실제적 자아일치 조건에 해당하는 가설 4와 가설 5는 모두 기각됐다.

Kim 등(2008)은 시간거리, 사회적 거리가 모두 가까울 때 저차원으로 표상되고 하나라도 멀 때 고차원으로 표상되어 두 심리적 거리 차원이 통합되는 것을 밝힌 바 있는데 이 결과는 이와는 다른 양상을 보인 것이며, 실제적-이상적 자아일치 조건이 심리적 거리, 해석수준과는 다르게 작용했음을 보여주는 것으로 해석이 요구된다.

이에 대해 설명하자면, 첫째 이러한 결과는 실제적-이상적 자아일치가 심리적 거리의 한 차원이 됐다기보다 이상적 자아와 조절초점과의 연관성이 더 크게 작용했기 때문으로 볼

수 있다. Higgins(1987, 1997)의 조절초점 이론에서 촉진초점에서는 이상적 자아, 예방초점에서는 의무적 자아가 작용한다고 밝힌 바 있다. 또한 Freitas 등(2008)의 연구에서 후보가 이상적 자아와 일치하는지 여부가 고차원의 해석수준과 적합하다는 것을 밝힌 바 있다.

먼 거리와 이상적 자아가 결합하여 조절적 적합을 이루게 되면서 촉진초점 메시지의 효과가 커지고 예방초점 메시지의 효과가 반감된 것으로 볼 수 있다. 반면 가까운 거리와 실제적 자아 간의 적합은 작용하지 못했는데 실제적 자아와 예방초점을 연관시키기 어려웠기 때문이다. 또한 자아 개념 자체가 추상적으로 형성되기 때문에 해석수준의 영향도 혼재됐다고 볼 수 있다.

둘째는 이상적 자아일치성이 메시지 효과의 선행 변수로 작용한 것이다. 실험 1에서 이상적 자아일치의 조건에서 가까운 거리일 때 예방초점, 먼 거리일 때 촉진초점 메시지가 후보 태도에 긍정적 영향을 주었다. 반면 실제적 자아일치 조건에서는 유의미한 결과를 얻을 수 없었다. 이는 이상적 자아로 인식될 때만 시간거리, 조절초점 메시지를 통해 후보 태도를 높일 수 있다는 것을 보여준 것이다. 즉 유권자는 후보의 메시지에 대해 후보와의 관계를 우선 판단하며 이에 따라 메시지를 처리한다는 것이다. 따라서 이상적 자아로 인식되지 못한 실제적 자아일치 조건에서 메시지 효과를 발휘할 수 없었다. Caprara와 Zimbardo(2004)에 따르면 정치적 메시지의 정보가 복잡하고 다양하기 때문에 유권자들은 다른 사람들에 대해 판단할 때보다 정치인에 대한 판단할 때 정보를 단순화하는 휴리스틱(heuristics)을 더 많이 사용한다고 한다. 즉 최초의 인상 또는 호감도(likability)가 정치인에 대해 판단하는

후광으로 작용한다는 것이다. 이들 논의에 본 연구의 결과를 확장하자면 유권자들은 이상적 자아를 참조점(reference)으로 정치인에 대해 판단하며 이것이 메시지를 평가하고 후보에 대한 태도를 형성하는데 영향을 준다고 할 수 있다.

한편, 자아일치성이 정치적 메시지의 중요한 영향 변수로 등장한 것은 동양적 문화 특성이 반영된 것으로 볼 수 있다. 특히 메시지의 내용과 가치를 중심으로 하기보다 화자와의 관계를 중시하는 동양적 특성으로 인해 자아일치성이 의미 있게 부상한 것으로 볼 수 있다(Kim & Markus, 1999; Wang, Bristol, Mowen & Chakraborty, 2000). 이런 이유 때문에 서구나 다른 문화 특성 하에서 자아일치성이 역시 정치적 메시지 효과의 핵심변수로 인식되는지에 대해 검증할 필요성이 존재한다.

본 연구는 시간 거리와 조절초점 간 적합에 대한 연구를 정치적 맥락에서 확인하고자 하는 목적이 있었으며 부분적으로 그 적합 효과를 확인했다. 특히 실제적-이상적 자아개념이 심리적 거리와 연관될 수 있음을 밝혔는데 그 의의를 둘 수 있다. 본 연구의 결과는 소비자 및 마케팅 커뮤니케이션의 이론적 측면 뿐 아니라 정치 마케팅의 실무자들에게 여러 시사점을 줄 수 있을 것으로 기대한다.

먼저, 정치적 메시지의 목표와 타겟을 어떻게 설정할 것인가에 대해서 본 연구는 자아일치성, 특히 이상적 자아일치성이라는 개념을 제시한다. 정치후보는 한 인물이면서 마케팅적 측면으로 보면 하나의 브랜드로 볼 수 있다. 일반 제품 브랜드가 브랜드의 자아와 소비자의 자아를 일치시키려는 노력을 하는 것과 마찬가지로 한 인물인 정치후보는 유권자에 대한 공감의 메시지를 통해 유권자 자아와

일치시키는 것을 목표로 삼아야 할 것이다. 본 연구를 통해서 볼 때 유권자의 정치적 메시지를 통해 이상적 자아와의 일치성을 인식하고 이를 통해 정치적 선택을 할 가능성이 높아 보인다.

그러나 이상적 자아로 포지셔닝하는 경우 선거까지의 시간 거리에 따라 메시지의 선택에 신중을 기해야 한다. 이상적 자아로 인식되더라도 주로 그 효과는 긍정적 결과에 대해 강조하는 촉진 초점에 한정된다. 본 연구에 따르면 먼 시간 거리 하에서 이상적 자아의 후보가 부정적 결과를 제시하는 예방초점 메시지를 말할 때 그 효과가 반감될 수 있다.

또한 본 연구에서도 정치 이벤트까지 시간 거리가 가까울수록 예방초점 메시지의 효과가 커지는 경향을 발견할 수 있었다. 이는 결국 시간 거리에 따라 유권자의 조절초점이 변하며 따라서 선거가 임박할수록 견제론 메시지가 더 효과적일 수 있음을 의미한다. 따라서 시간 거리에 따른 메시지의 선택에서 유권자의 조절초점의 변화에 유의해야 할 것이다.

연구의 한계점 및 제언

본 연구의 한계점으로는 첫째, 실제적-이상적 자아일치 조건의 조작에 관한 것이다. 실제적-이상적 자아일치를 구분하기 위해 실험 1에서 자아유형을 제시한 후 피험자에게 직접 측정했고 실험 2는 자아 조건의 조작을 시도했으나 그 방법 자체가 본질적인 한계를 가질 수밖에 없다. 즉, 실제적 자아일치성과 이상적 자아일치성은 높은 연관성이 존재하는 개념으로 자아일치성이라는 하나의 개념으로 통합된다. 사람들은 자기에 대해 긍정적으로 보려는 특성이 있기 때문에(self-enhancement biases) 실

제적 자아는 이상적 자아와 분리하기 쉽지 않다(Brown, 1986; Kwan, John, Kenny, Bonds & Robins, 2004). 그런 점에서 실제적 자아일치 조건은 이상적 자아일치의 영향이 혼재됐다고 할 수 있고 그 반대도 마찬가지다.

둘째, 현재 조절초점 메시지로 제시된 ‘청년 일자리’ 테마는 정치적 관심사로 주목받고 있지만 하나의 테마로서 특수성이 반영될 수 있다. 특히 청년이라는 특수 계층을 타겟으로 한 메시지다. 따라서 후속 연구를 통해 다양한 연령과 계층을 대상으로 다양한 테마들에서 시간거리, 조절초점, 자아일치성의 관계에서 유사한 결과를 얻을 수 있는지에 대해서도 검증이 이뤄져야 할 것이다.

마지막으로 본 연구에서 자아일치성을 시간 거리, 조절초점과 함께 정치적 설득의 영향 변수로 보았으나 정치 후보 선택에서 자아일치성은 중요한 결과 변수가 될 수 있다. 선거는 유권자를 대표하고 대변하는 후보를 뽑는 것이며 정치적 메시지가 유권자에게 얼마나 공감을 얻는가가 중요하다. 자아일치성은 유권자 대표성, 공감 메시지와 관련된 개념이 될 수 있다. 따라서, 후속 연구에서는 메시지 평가와 후보 태도에 같은 결과 변수의 하나로 자아일치성에 영향을 주는 정치적 설득 요인을 탐구할 필요가 있다.

참고문헌

- 김영조, 송시연, 장지훈 (2007). 자기해석의 차이가 제품태도에 미치는 영향, 마케팅연구, Dec, 157-173.
- 김재휘, 김태훈, 박인희 (2010). 예방행동의 결과를 얻는 시점에 따른 효과적인 설득 메

- 시지 유형: 해석수준이론을 중심으로. 한국심리학회지: 소비자·광고, 11(3), 451-474.
- 박성연, 이유경 (2006). 브랜드 개성과 자아이미지 일치성이 소비자 만족, 소비자-브랜드 관계 및 충성도에 미치는 영향: 한국 소비자들의 브랜드 개성과 소비자-브랜드 관계 유형 인식을 중심으로. 광고학연구, 17(1), 7-24.
- 양승찬 (1998). 제3자 효과 가설과 침묵의 나선 이론의 연계성 - 여론조사 보도에 대한 제3자 효과 지각과 공개적 의견표명과의 관계를 중심으로. 한국언론학보, 43(2), 109-141.
- 양 윤, 김민재 (2010). 자기해석, 초점정서, 광고 내 맥락이 금연 공익광고 태도에 미치는 영향. 광고학연구, 21(2), 245-270.
- 유순근, 김근배 (2012). 실제적 자아일치성과 이상적 자아일치성이 브랜드 충성도에 미치는 영향: 브랜드 태도와 정서적 브랜드 애착의 매개효과. 기업경영연구, 19(4), 283-303.
- 이병관, 안은미 (2010). 시간적 거리감(Temporal Distance)과 소비자 지식이 제품 태도에 미치는 효과 연구. 광고학연구, 21(1), 211-223.
- 장준수, 이재홍, 안광호 (2011). 브랜드 개성-자아 이미지 일치성이 구매의도에 미치는 영향: 자기 감시성과 제품유형의 조절효과. 광고학연구, 22(5), 7-23.
- 정효명 (2012). 동질적인 커뮤니케이션과 침묵의 나선-2007년 대선을 중심으로. 한국언론학보, 56(3), 85-109.
- 돈 리소, 리처드 허드슨 (1999). The Wisdom of the Enneagram(The Complete Guide to Psychological and Spiritual Growth for the Nine Personality Types), 주혜명 역(2009). 에니어그램의 지혜. 한문화 출판사.
- Aaker, J. L., & Lee, A. Y. (2001). "I" Seek Pleasures and "We" Avoid Pains: The Role of Self-regulatory Goals in Information Processing and Persuasion, *Journal of Consumer Research*, 28(1), 33-49.
- Aaker, J. L. (1999). The Malleable Self: The Role of Self-expression in Persuasion, *Journal of Marketing Research*, 36(1), 45-57
- Bailenson, J. N., Iyengar, S., Yee, N., & Collins, N. A. (2008). Facial Similarity Between Voters and Candidates Causes Influence, *Public Opinion Quarterly*, 72(5), 935-961.
- Brown, J. D. (1986). Evaluations of Self and Others: Self-Enhancement Biases in Social Judgments. *Social Cognition*, 4(4), 353-376.
- Caprara, G. V., & Zimbardo, P. G. (2004). Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preference, *American Psychologist*, 59(7), 581-594.
- Fournier, S. (1998). Consumer and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research, *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343-373.
- Freitas, A. L., Langsam, K. L., Clark, S., & Moeller, S. J. (2008). Seeing Oneself in One's Choices: Construal Level and Self-pertinence of Electoral and Consumer Decisions, *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 1174-1179.
- Green, S., Marquis, B., Hershberger, J. G., Thompson, S. L., & McCollum, K. (1999). The Over-parametized Analysis-of-variance Model, *Psychological Methods*, 4, 214-233.

- Gross, C. R., & Globetti, S. (2007). Valence Voters: Images, Issues, and Citizen Vote Choice in U.S. Senate Elections, *Paper presented at the 2007 meeting of Midwest Political Association, Chicago, IL.*
- Groseclose, T. (2001). A Model of Candidate Location When One Candidate Has a Valence Advantage, *American Journal of Political Science, 45*(4), 862-886.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A Theory Relating Self and Affect, *Psychological review, 94*, 319-340.
- _____ (1997). Beyond Pleasure and Pain, *American Psychologist, 52*, 1280-1300.
- Higgins, E. T., Roney, C., Crowe, E., & Hymes, C. (1994). Ideal versus Ought Predictions for Approach and Avoidance: Distinct Self-Regulatory System, *Journal of Personality and Social Psychology, 66*, 276-286.
- Jamal, A., & Goode, M. (2001). Consumers and Brands: A Study of the Impact of Self Image Congruence on Brand Preference and Satisfaction, *Intelligence and Planning, 19*(7), 482-492.
- Kim, H., Rao, A. R., & Lee, A. Y. (2009). It's Time to Vote: The Effect of Matching Message Orientation and Temporal Frame on Political Persuasion, *Journal of Consumer Research, 35*, 877-889.
- Kim, H., & Markus, H. R. (1999). Deviance or Uniqueness, Harmony or Conformity? A Cultural Analysis, *Journal of personality and Social Psychology, 77*(4), 785-800.
- Kim, K., Zhang, M., & Li, X. (2008). Effects of Temporal and Social Distance on Consumer Evaluations, *Journal of Consumer Research, 35*, 706-713.
- Kivetz, Y., & Tyler, T. R. (2007). Tomorrow I'll Be Me: The Effect of Time Perspective on the Activation of Idealistic versus Pragmatic selves. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 102*, 193-211.
- Klein, J. G., & Ahluwalia, R. (2005). Negativity in the Evaluation of Political Candidates, *Journal of Marketing, 69*, 131-142.
- Kwan, V. S. Y., John, O. P., Kenny, D. A., Bond, M. H., Robins, R. W. (2004). Reconceptualizing Individual Differences in Self-Enhancement Bias: An Interpersonal Approach, *Psychological Review, 111*(1), 94-110.
- Lee, A. Y., Aaker, J. L., & Gardner, W. L. (2000). The Pleasures and Pains of Distinct Self-construals: The Role of Interdependence in Regulatory Focus, *Journal of Personality and Social Psychology, 78*(6), 1122-1134.
- Lee, A. Y., Keller, P. A., & Sternthal, B. (2009). Value from Regulatory Construal Fit: The Persuasive Impact of Fit between Consumer Goals and Message Concreteness, *Journal of Consumer Research, 36*, 735-747.
- Lieberman, N., & Trope, Y. (1998). The Role of Feasibility and Desirability Considerations in Near and Distant Future Decisions: A Test of Temporal Construal Theory, *Journal of Personality and Social Psychology, 75*(July), 5-18.
- Malar, L., Krohmer, H., Hoyer, W. D., & Nyffenegger, B. (2011). Emotional Brand Attachment and Brand Personality: The Relative Importance of the Actual and the Ideal Self, *Journal of Marketing, 75*, 35-52.

- Mogilner, C., Aaker, J. L., & Pennington, G. L. (2008). Time Will Tell: The Distant Appeal of Promotion and Imminent Appeal of Prevention, *Journal of Consumer Research*, 34, 670-681.
- Pennington, G. L., & Roese, N. J. (2003). Regulatory Focus and Temporal Distance: *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 563-576.
- Qeester, P., Karunaratna, A., & Goh, L. K. (2000). Self Congruity and Product Evaluation: A Cross Cultural Study, *Journal of Consumer Marketing*, 17(6), 525-535.
- Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in Consumer Behavior: A Critical Review, *Journal of Consumer Research*, 9(3), 287-300.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2003). Temporal Construal, *Psychological Review*, 110, 403-421.
- _____ (2010). Construal-level Theory of Psychological Distance, *Psychological Review*, 117, 440-463.
- Visser, P. S., Krosnick, J. A., Marquette, J., & Curtin, M. (2000). Improving Election Forecasting: Allocation of Undecided Respondents, Identification of Likely Voters, and Response Order Effects, In P. J. Lavrakas and M. Traugott (Eds.), *Election polls, the news media, and democracy*. NY: Chatham House, 224-260.
- Wang, C. L., Bristol, T., Mowen, J. C., & Chakraborty, G. (2000). Alternative Modes of Self-Construal: Dimensions of Connectedness-Separateness and Advertising Appeals to the Cultural and Gender-Specific Self, *Journal of Consumer Psychology*, 9(2), 107-116.
- White, K., Macdonnell, R., & Dahl, D. W. (2011). It's the Mind-Set that Matters: The Role of Construal Level and Message Framing in Influencing Consumer Efficacy and Conservation Behaviors, *Journal of Marketing Research*, 48, 472-485.
- Zhao, M., & Xie, J. (2011). Effects of Temporal and Social Distance on Consumers' Responses to Peer Recommendations, *Journal of Marketing Research*, 48, 486-496.
- 원 고 접 수 일 : 2012. 10. 10.
수정원고접수일 : 2012. 11. 12.
게 재 결 정 일 : 2012. 11. 19.

The Effects of Matching Temporal Distance and Regulatory-focus Frame on Preference: The Role of Self-Congruity on Political Persuasion

Deok-hyun Jang¹⁾

Keun-bae Kim²⁾

¹⁾Ph.D Candidate, College of Business Administration, Soongsil University

²⁾Professor of Marketing, College of Business Administration, Soongsil University

This study was to be designed to provide insights of the effects of temporal distance(TD) and regulatory focus frame(RF) on message evaluation(ME) and candidate's attitude(ATC), and to figure out how the effect changes according to actual-ideal self congruity. Firstly, we examined ME and ATC in two messages of RF(i.e., promotion and prevention focus) on the two conditions of TD(i.e., near future and distant future). We could not find a significant difference of ME and ATC. Secondly, under the ideal self congruity condition, we found the significant effects on ME and ATC with appropriate TD and RF(i.e., matching near future and prevention focus, or distant future and promotion focus,), but under actual self congruity condition, we could not find either main or interactive effects of TD and RF on ME and ATC. Commonly through experiment 1 and 2, under ideal self congruity condition, there were higher ME and ATC in promotion focus than in prevention focus on the distant future. This output represented moderating roles of self-congruity on political persuasion. And practical as well as theoretical implications were also discussed.

Key words : temporal distance, regulatory focus, construal level, actual self, ideal self, self-congruity

부 록

1. 시간거리 처치 시나리오

마이정치닷컴(my politics.com)에서는 귀하가 후원할 정치인을 찾고 있습니다. 정치인 후원 사이트 마이정치닷컴은 후원기탁금과 운영수익금으로 새로운 정치를 후원하고 있습니다(바로 내일/앞으로 한 달 후). 마이정치닷컴에서 누구에게, 얼마를 후원할지 결정하는 특별 이벤트를 런칭합니다. 마이정치닷컴이(바로 내일/앞으로 한 달 후), 당신의 선택을 기다립니다. 귀하의 선택에 따라 후원금이 결정됩니다.

2. 자아유형(실험 1)

(성취자 유형) A씨는 성공과 성취, 최고가 되고자 하는 사람입니다. 대개의 경우 목표로 정한 것은 무엇이든 잘 해냅니다. 일을 중시하여 감정에 끌리지 않고 일을 제대로 하기를 원합니다. 늘 바쁘게 보내는 편이며 시간을 낭비하거나 자신의 일을 제대로 하지 못하는 것을 참지 못합니다. A씨를 잘 아는 주위의 평가에 따르면 그는 성공지향적이며-문제를 잘 극복하고-긍정적이며-자신감이 있으며-지나치게 경쟁적인 사람이라고 합니다.

(평화주의자 유형) A씨는 모든 관점을 잘 이해하는 사람입니다. 갈등이 발생하면 잘 해결될 수 있도록 돕는 역할을 잘 합니다. 모든 관점에는 나름대로의 장점이 있다고 보기 때문에 선불리 판단하지 않습니다. 갈등을 좋아하지 않으며 분노를 직접 표현하는 데에 익숙하지 않습니다. 그는 느긋하고 편안함과 조화로움을 추구하는 삶을 원합니다. A씨를 잘 아는 주위의 평가에 따르면 그는 포용력 있으며-느긋하고-일관성 있으며-인내심 있으며-자기주장이 강하지 않은 사람이라고 합니다.

3. 조절초점 메시지

(촉진초점) 청년 일자리가 우리 가족의 행복입니다. 청년 일자리가 건강한 가족, 국민 복지의 시작입니다. 젊은이들이 힘을 다해 일할 수 있어야 가족이 행복하고 우리 경제도 발전합니다. 그럼, 청년 일자리 어떻게 만들 수 있을까요? 청년 일자리 99%는 중소기업이 만드는 것입니다. 청년 일자리를 만들기 위해서는 좋은 중소기업, 젊은이들이 일하기 좋은 중소기업을 우선 육성해야 합니다. 중소기업 지원을 확대해 좋은 청년 일자리 만들어야 합니다. 청년 일자리를 만들기 위해 뛰고 있는 'A'를 후원해주세요.

(예방초점) 청년 실업은 우리 가족의 불행입니다. 청년이 일을 찾지 못하면 건강한 가족, 국민 복지에서 멀어집니다. 젊은이들이 좌절하면 가족은 불행해지고 우리 경제도 활력을 잃습니다. 그럼, 청년일자리 어떻게 지켜낼 수 있을까요? 청년 일자리 99%는 중소기업이 책임집니다. 그러나, 중소기업이 하나둘씩 도산하고 업무환경이 열악해지면서 청년 일자리도 사라져 버립니다. 중소기업이 무너지면 그나마 있던 청년 일자리도 무너집니다. 청년 일자리를 지키기 위해 뛰는 'A'를 후원해주세요.