

“아프나 나도 아프다”: 사회적 배제와 포용 경험들이 심리적 위협 및 동조소비에 미치는 영향

김 지 호[†]

이 준 수

경북대학교 심리학과

사회가 개인주의화되어 가고 있지만 우리는 지속적으로 관계를 유지하고 맺고자 한다. 이에 따라 사회적 배제가 미치는 반응과 영향에 대한 많은 연구가 진행되고 있지만 관찰된 배제에 대한 연구는 직접적인 배제의 연구에 비해 상대적으로 부족하다. 따라서 본 연구는 직접적인 사회적 배제와 관찰된 사회적 배제가 우리의 심리적 위협과 기분에 미치는 영향을 함께 비교하고 또한, 제품 유형에 따른 동조 소비에서 나타나는 배제들의 영향을 확인하고자 하였다. 분석된 대학생 33명의 결과에 의하면 참가자들은 사회적 배제를 직접 경험하거나 관찰했을 때, 기본적인 욕구의 위협과 부정적인 기분을 느꼈다. 그러나 예측과 달리 타인의 포용을 관찰하는 조건의 참가자들도 기본적인 욕구의 위협을 느꼈는데, 특히 소속감이나 통제감에서 위협을 느낀 것으로 나타났다. 그러나 이러한 타인의 포용 관찰의 부정적인 영향은 기분에서 느끼진 않는 것으로 나타났다. 동조 소비 경향에서도 독특한 결과가 나타났는데, 사회적 배제의 효과가 유의하게 나타나지 않았지만, 포용이나 배제를 관찰하였을 때 참가자들은 사적 제품의 동조 소비를 부정적으로 평가하였다. 이러한 결과 통해 우리는 다른 사람들이 경험하는 배제의 고통을 우리 자신의 것으로 느낄 수 있으며, 한발 더 나아가 타인이 경험하는 포용도 자신에게 위협으로 다가올 수 있다는 점을 확인하였다. 또한 이러한 관찰의 영향이 직접적인 배제와 다른 소비 경향을 일으킬 수 있다는 점을 통해 실무적 시사점을 얻을 수 있을 것으로 보인다.

주제어 : 사회적 배제, 관찰된 사회적 배제, 기본적인 욕구, 동조 소비

[†] 교신저자 : 김지호, 경북대학교 심리학과, applier@knu.ac.kr

서론

사회가 발전하면서 가정은 핵가족화 되어가고, 인간관계가 축소되는 등 개인주의화되고 있다. 하지만 우리는 여전히 사회적 동물로서 집단이나 관계에 속하고자 하며, 이를 긍정적으로 유지하고자 하는 기본적 욕구를 가지게 된다(Baumeister & Leary, 1995). 이는 인간이 타인과 관계를 가지고 유지할 때, 식량의 공급, 안전의 확보 그리고 번식과 같이 생존에 유리한 점이 많기 때문에 발생하는 진화적인 산물로 보인다(Buss, 1990; Xu, Li, Zhang, Sun, Fan, Zeng & Yang, 2015).

이 때문에 우리는 기본적으로 집단에 속하거나 인간관계를 맺고 유지하려 하며 외면, 거절과 같은 사회적 배제의 고통을 두려워한다(Riva, Williams, & Gallucci, 2014). 하지만 우리는 이웃에게 인사를 했는데 무시당하거나, SNS에서 내가 올린 게시물에 아무도 댓글이나 ‘좋아요’를 눌러주지 않는 등 의외로 다양한 환경과 상황에서 쉽게 사회적 배제를 경험할 수 있다. 실제로 직장인 중 10명 4명은 직장 내에서 괴롭힘을 당한 적이 있다는 조사 결과가 나왔는데, 특히 괴롭힘의 유형은 사회적 배제와 관련된 ‘무시를 당했다’는 의견이 37.6%였으며, 또한, ‘집단 따돌림’(22.7%)을 주로 당하는 것으로 나타났다(헤럴드경제, 2019). 이외에도 아르바이트 생 중 43.3%가 아르바이트 중 왕따를 당한 적이 있다고 답했으며, 52.6%는 간접적인 따돌림이나 소외감을 느껴본 적이 있다고 답했다(한국일보, 2017). 배제가 이렇게 사회적으로 흔한 것은 배제가 규범을 위반하는 것에 대한 행동 교정과 처벌 수단으로 사용될 수 있기 때문이다(Dijker & Koomen, 2007; Ouwerkerk, Kerr, Gallucci, & van

Lange, 2005).

그렇다면 이러한 배제의 경험은 우리에게 어떤 영향을 미칠 것인가? 배제의 경험은 우리에게 부정적인 감정을 가져오고 인간의 기본적인 4가지 욕구(소속감, 자존감, 통제감, 의미 있는 존재감)를 위협하며(Williams, Cheung, & Choi, 2000), 생리적으로 몸의 온도가 내려가고(IJzerman, Gallucci, Pouw, Weiβgerber, Van Doesum, & Williams, 2012), 신체적 고통과 유사한 고통을 느끼게 된다(Eisenberger & Lieberman, 2004; Eisenberger, Lieberman, & Williams, 2003). 이러한 고통스러운 경험은 뒤이어 다양한 행동반응을 이끌 수 있는데, 다른 사람의 행동을 모방하고(Lakin, Chartrand, & Arkin, 2008), 기부 가능성이 높아지는 것(Lee, & Shrum, 2012)과 같이 규범적이고 친사회적인 행동을 증가시키는 것으로 나타나거나 오히려 반대로 공격적인 반응(Twenge et al., 2001; Warburton, Williams, and Cairns 2006)이 나타나고 친사회적 행동이 감소(Twenge, Baumeister, DeWall, Ciarocco, & Bartels, 2007)하거나 과시적인 형태의 소비가(Lee & Shrum, 2012) 나타나기도 한다. 즉 다양한 행동과 소비의 형태로도 나타날 수 있다는 것이다.

여기서 중요한 점은 배제에 따른 영향이 배제 대상자 넘어 배제를 관찰하는 대상들에게도 영향을 미칠 수 있다는 점이다. 관찰된 사회적 배제의 이전 연구의 결과는 타인의 배제를 관찰했을 때, 심지어 그 관찰된 대상이 영화 속 캐릭터이거나 상상 속의 대상임에도 자신이 배제를 당한 것과 같이 기본적인 욕구의 위협과 부정적인 감정을 이끈 것으로 나타났다(Wesselmann, Bagg, & Williams, 2009; Coyne, Nelson, Robinson, & Gundersen, 2011; Giesen, & Echterhoff, 2018). 욕구 차등 가설(Williams,

2007; Lee & Shrum, 2012)에 따르면 위협받는 욕구에 따라 모방이나 동조와 같은 규범적이고 친사회적 행위를 통해서 관계를 회복하고자 하는 경향이나 반대로 공격적인 행동이나 과시를 통해 자신을 드러내고자 하는 행동 경향이 나타날 수 있음을 예측한다. 하지만 현재까지 관찰된 배제가 행동이나 소비에 나타나는 영향은 밝혀진 바가 없으며, 따라서 이러한 대리적인 경험 역시 더 조사되어야 한다는 것을 보여준다(Coyne et al., 2011).

결론적으로 본 연구는 기존의 관찰된 사회적 배제의 연구를 확장하고자 한다. 이전 연구들은 사회적 배제의 관찰이 부정적인 감정을 이끌어내고 기본적인 욕구를 위협하는 것을 밝혀냈으나, 직접적인 배제에서 관찰된 배제가 특정한 기본적인 욕구를 감소시키는지 확인된 것이 없다. 따라서 본 연구는 사이버 볼 패스 게임에서 관찰된 배제가 가져오는 기본적인 욕구의 위협과 함께 직접 배제와 관찰 배제의 차이도 확인한다. 또한, 이전 연구에서는 관찰된 배제는 관계성 욕구를 감소시키는 것으로 나타났는데, 이러한 관계성 욕구의 위협은 규범적이며 친사회적인 소비의 결과를 유발한다. 따라서 실제로 관찰된 배제가 직접 경험한 배제와 같은 소비의 변화를 유발하는지를 검토한다. 마지막으로 동조 소비에서 제품 유형에 따라 차이가 있는지 확인하는 것으로 배제된 사람의 전략적인 소비 전략(Mead, Baumeister, Stillman, Rawn, & Vohs, 2010)을 확인하고자한다.

이론적 배경 및 연구 가설

직접 경험한 사회적 배제의 영향

배척(Ostracism) 혹은 사회적 배제(social exclusion)는 타인에게 거절되거나 무시되는 경험으로(Williams, 2002, Williams, 2009), 가정이나 학교, 직장과 같은 실제 현실뿐만 아니라 온라인 채팅이나 게임과 같은 가상 환경에서 까지 어디서든 흔하게 경험하지만 우리에게 미치는 영향은 매우 강력한 것으로 보인다. 예를 들어 우리가 사회적 배제 경험하면 심리적으로 소속감, 자존감, 의미 있는 존재감 및 통제감으로 불리는 우리의 기본적인 욕구(fundamental needs)들이 위협받으며(Williams, Cheung, & Choi, 2000), 부정적인 감정을 느끼게 한다(Williams, 2007). 이러한 심리적인 반응뿐만 아니라 스트레스와 관련된 높은 코티솔의 수준 및 혈압이 증가하였으며(Stroud, Tanofsky-Kraff, Wilfley, & Salovey, 2000), 육체적 고통과 동일한 뇌 부위를 활성화시키고(Eisenberger, Lieberman, & Williams, 2003), 심지어 손끝의 온도가 내려가는 것처럼 (IJzerman et al., 2012) 등 생리적으로 영향을 미친다.

사회적 배제는 이처럼 심리·생리적으로 고통을 주기 때문에 배제된 사람은 이 고통을 완화하거나 벗어나기 위해 다양한 행동 반응을 보인다. 예를 들어, 배제된 사람들은 좀 더 사회에 수용적이거나 친화적인 행동을 보이는데 배제된 참가자는 다른 사람과 관련된 사회적 정보를 더욱 잘 기억하고(Gardner, Pickett, & Brewer, 2000), 타인과 더 함께 일하려고 하였으며(여성의 경우; Maner et al., 2007), 타인의 행동을 무의식적으로 모방했다(Lakin, Chartrand, & Arkin 2008). 하지만 반대로 공격적인 행동으로 나타나기도 하는데 배제된 참가자들은 매력적이지 않은 과자를 상대방에게

주거나(Chow, Tiedens, & Govan 2008), 매운 음식을 싫어한다고 여겨지는 사람에게 더 매운 음식을 할당하고(Warburton, Williams, & Cairns, 2006) 도움 행동 및 협력 행동이 줄어드는 것으로 나타났다(Twenge et al., 2007).

이러한 행동 반응은 소비자 영역에서도 역시 유사하게 나타나는데(Mead et al., 2010; 선홍청, & 박세범, 2019; Lee, & Shrum, 2012; 김영리, & 한승희, 2014; Wan, Xu, & Ding, 2013). 예를 들어, 집단에 다시 소속되기 위한 전략적 수단으로서 타인의 소비를 따라가는 일종의 모방행위 즉 동조소비 경향이 나타날 수 있다. 실제로 Mead와 그의 동료들(2011)의 일련의 연구에서 배제된 참가자들은 집단의 규범적인 소비(소속을 나타내는 팔찌)를 하고 자신이 선호하지 않는 음식에도 불구하고 긍정적인 반응을 보이거나, 불법적인 약물을 사용할 의도가 높은 것처럼 좀 더 소속 친화적인 소비가 증가했다. 또한, 선홍청과 박세범(2019)의 연구에서는 SNS에서 거절을 당한 참가자 즉, 배제를 경험한 참가자는 거절한 대상의 제품이 구매한 상품에 대한 동조 소비 경향이 높아졌다. 하지만 반대로 과시적인 구매나 독특한 소비와 같이 자신을 보다 눈에 띄게 하는 공격적인 행동의 형태로서 소비가 나타날 수 있는데, 김영리와 한승희(2014)의 연구에 따르면 타인의 의도적인 모방 소비에 대해 배제된 참가자는 부정적인 반응을 보였으며, 이 밖에도 자신을 과시하거나 주목받을 수 있는 브랜드 마크가 강조된 제품을 선호하거나(Lee, & Shrum, 2012), 독특하고 타인이 선택하지 않는 제품을 선택하는 것(Wan, Xu, & Ding, 2013)으로 나타났다.

이와 같이 직접 경험한 사회적 배제는 고통을 안겨줄 뿐만 아니라 행동과 소비 경향의

변화를 가져올 수 있다. 하지만 우리는 사회적 배제를 항상 직접 경험하는 것뿐만 아니라 타인이 경험하는 것을 관찰할 수 있다. 그렇다면 이러한 관찰적 배제는 우리에게 어떤 영향을 줄 것인가?

관찰된 사회적 배제의 영향

우리는 자신의 사회적 포용 수준을 지속적으로 감시하며(Leary et al., 1995), 자신의 포용 수준이 바람직한 수준 이하로 떨어질 때 자동적으로 사회적 기회에 주의를 할당된다(DeWall, Maner, & Rouby 2009; Gardner, Pickett, & Brewer 2000). 이러한 작용은 우리가 자동적이며 민감한 배제 탐지 시스템을 갖추고 있기 때문에 가능하다(Kerr, & Levine, 2008, Spoor & Williams, 2007). 하지만 이 배제 탐지 시스템은 민감하고 조잡하기 때문에(Wesselmann et al., 2009), 과잉 탐지에 편향되어 있는 것으로 나타났다. 예를 들어 사람이 아닌 컴퓨터에 의해 따돌림을 당하거나(Zadro et al., 2004), 사회적 배제와 관련된 문장을 읽거나(Pfundmair, Graupmann, Frey, & Aydin, 2015) 상상하는 것(Giesen, & Echterhoff, 2018)만으로도 우리는 배제의 고통을 느끼는 것으로 나타났다. 이러한 시스템의 불안정과 민감성은 잠재적인 배제의 위험을 피할 수 있도록 돕고, 피할 수 없는 경우에 해로운 결과에 대한 방어책을 마련하는 데 도움을 주기 위한 것으로 보인다(Giesen, & Echterhoff, 2018).

배제 탐지 시스템에 이러한 면은 자신이 아니라 자신이 속한 환경에서 다른 사람들이 배제당하는 것을 관찰하는 것으로도 과잉 탐지되어 우리에게 경고 신호를 보낼 수 있고, 마치 자신이 배제를 당한 것과 같이 고통을 줄

수 있을 것으로 예상된다. 실제 이전 연구들은 사회적 배제를 관찰하는 것이 기본적인 욕구를 위협하고 부정적인 감정을 유발함으로써 고통스럽다는 것을 보여주었다(Wesselmann et al., 2009; Coyne et al., 2011; Giesen, & Echterhoff, 2018). 예를 들어, Wesselmann와 그의 동료들(2009)의 연구에서 사이버 공 패스 게임에서 배제를 관찰한 집단은 기본적인 욕구가 감소하였고, 부정적인 감정을 느낀 것으로 나타났으며, Coyne와 그의 동료들(2011)의 연구에서는 영화 주인공이 배제되는 영상을 본 집단이 특정 욕구의 위협(자존감, 소속감)과 부정적인 감정을 느낀 것으로 나타났다. 이러한 효과는 심지어 배제를 관찰하는 것을 상상하는 것만으로도 욕구를 위협과 부정적인 감정을 이끌었다(Giesen, & Echterhoff, 2018).

생리적 반응의 결과들도 역시 배제의 관찰이 민감한 배제 시스템을 활성화 시킨다는 것을 지지하는데, 관찰된 배제는 직접 경험하는 배제와 같은 신체 고통과 관련된 뇌 영역을 활성화(Eisenberger & Lieberman, 2004; Masten, Eisenberger, Pfeifer, Colich, & Dapretto, 2013; Masten, Eisenberger, Pfeifer, & Dapretto, 2013; Masten, Morelli, & Eisenberger, 2011)하고, 개인이 배제를 경험한 것과 같이 증가된 혈압과 피부전도반응이 나타났다(Coyne et al., 2011). 즉, 이처럼 지각자가 배제의 대상인지 여부에 관계없이 지각자의 환경에서 사회적으로 포용이나 동등함이 위반되는 것과 같이 배제가 발생하는 것만으로도 심리적·생리적 결과들은 배제를 관찰하는 사람도 경험하는 배제와 유사한 효과를 경험하고 고통을 일으키기에 충분한 결과가 나타났다(e.g., Masten et al., 2013; Wesselmann et al., 2013; Giesen, & Echterhoff, 2018).

하지만 우리의 인지-정서적 시스템은 경험이 자신에서 왔는지 혹은 타인에서 왔는지 고통의 출처를 구분할 수 있기 때문에(Decety & Chaminade, 2003; Lamm, Decety, & Singer, 2011), 배제를 관찰하는 것은 직접적인 배제와 완전히 같은 영향을 미치지 않을 수도 있다. 실제 Coyne와 그의 동료들(2011)의 배제 관찰 조건 참가자들은 자존감과 소속감 욕구만 유의하게 낮은 것으로 보고되었고, Giesen와 Echterhoff(2018)의 두 실험에서는 관찰된 배제와 경험적 배제의 차이를 직접적으로 살펴보았을 때 직접 경험과 관찰의 관계없이 배제가 욕구 위협과 부정적인 기분을 가져왔지만, 두 실험의 메타 분석에서는 욕구 위협은 직접 경험한 배제와 관찰된 배제의 차이가 유의했으며, 직접적인 배제가 기본적인 욕구를 더 위협하는 것으로 나타났다. 하지만 Coyne와 그의 동료들(2011)의 연구는 직접 경험한 배제와 관찰된 배제의 직접적인 비교(포용 관찰 vs. 배제 관찰)가 없었으며, Giesen와 Echterhoff(2018)의 연구는 각각의 기본적 욕구에 대한 비교가 아닌 기본적인 욕구를 통합하여 살펴보았기 때문에 개별적인 욕구의 위협을 확인하기에는 부족한 면이 있다.

결론적으로 관찰된 사회적 배제는 직접적인 사회적 배제와 유사하게 기본적인 욕구의 위협과 부정적인 기분을 이끌 수 있지만, 우리는 고통의 출처를 구분하기 때문에 직접적인 배제의 위협이 더 크게 나타날 수 있다. 그러나 이러한 차이는 배제 시스템이 민감하기 때문에 유의한 수준의 차이로 나타나지 않을 것으로 보인다. 실제로 직접 경험한 배제와 관찰된 배제를 비교한 Giesen와 Echterhoff(2018)의 첫 번째 연구와 두 번째 연구에서 기본적인 욕구의 차이는 유의한 차이로 나타나지 않았

으며, 이로 인해 직접적인 경험과 관찰의 경험의 효과의 크기의 차이가 크지 않을 것으로 예상된다.

따라서 본 연구는 직접 배제와 관찰 배제의 영향을 보다 직접적으로 확인하기 위해 각각의 기본적인 욕구의 만족도를 확인하고자 다음과 같은 가설을 설립하였다.

가설 1. 배제 조건(배제 VS 포용)에서 기본적인 욕구 위협의 유의한 차이가 있을 것이다. 그러나 조건의 관찰 여부(직접 VS 관찰)에 따른 유의한 차이는 없을 것이다.

가설 2. 배제 조건(배제 VS 포용)에서 부정적인 기분의 유의한 차이가 있을 것이다. 그러나 조건의 관찰 여부(직접 VS 관찰)에 따른 유의한 차이는 없을 것이다.

어떤 행동이 나타날 것인가? 욕구차등 가설

축적된 연구들을 통해 우리는 사회적 배제가 행동에 미치는 영향을 알아보았다. 그렇다면 왜 이러한 행동 반응이 나타나는 것인가? 배제의 시간적 욕구 위협 모델(Temporal Need-Threat Model)에 따르면(Williams, 2009) 배제에 대한 즉각적이고 반사적 고통으로 기본적인 욕구가 위협받으면 이를 대처하기 위한 방법을 찾게 되는데, 이 대처가 정서적, 인지적 혹은 행동적 반응을 통해서 나타난다는 것이다. 따라서 모방과 같은 친사회적 혹은 과시적 행동과 같은 공격적 반응은 배제된 사람들이 위협받는 욕구를 강화하기 위해서 나타난다.

하지만 문제는 이러한 사회적 배제가 특정한 가지 유형의 행동이 아닌 친사회적인 행동이나 반대로 반사회적인 행동과 같은 서로 양

가적인 행동 경향으로 나타나는 것이다. Lee, & Shrum(2012)는 다른 유형의 사회적 배제가 다른 욕구를 위협하기 때문에 결국 다른 행동을 가져오는 것이라고 설명하였는데, 그들이 제안한 욕구차등 가설에 따르면 어떤 범주의 기본적인 욕구가 위협받는가에 따라 행동이나 소비경향이 달라질 수 있다고 보았다. 기본적인 욕구는 소속감, 자존감, 통제감, 의미 있는 존재로 이루어져있는데(Williams 2002; Zadro, Williams, and Richardson, 2004), 여기서 관계성 욕구인 자존감, 소속감이 위협받으면 사람들은 친사회적 행위가 대인적 매력을 증가시키기 때문에 친사회적이고 우호적인 방식으로 느끼고, 생각하고, 행동함으로써 위협받은 욕구를 강화하려고 시도하지만 효능성의 욕구인 통제감과 의미 있는 존재가 위협받으면 이를 강화하기 위해 반대로 지배하고 도발하며 주의를 끄는 행동을 야기할 수 있다고 제안했다.

실제로 Lee, & Shrum(2012)의 일련의 실험에서 참가자들은 거절을 통한 배제로 관계성 욕구가 위협받을 때 기부 의도나 도움 행위가 증가하였지만 반대로 무시를 통한 효능성 욕구의 위협은 브랜드 표기가 큰 과시적 제품의 소비를 선호하는 것으로 나타난다는 것을 보여주었다. 이들은 이뿐만 아니라 만약 해당 욕구들의 감소가 행동을 유도한다면, 위협받은 욕구를 증진시켰을 때는 이러한 욕구들이 충족되었기 때문에 나타나지 않거나 감소할 것이라고 예측했는데, 실제로 그들의 연구(연구 3, 연구 4)에서 사회적 배제로 위협받은 특정 욕구를 증진시켰을 때(예, 자존심), 배제의 영향(예, 기부행동)이 줄어들었다. 하지만 위협받은 욕구(예, 자존심)가 아닌 다른 욕구(예, 통제감)를 증진시켰을 때는 이러한 욕구 증진 조작의 효과가 나타나지 않았다. 즉, 배

제의 효과가 그대로 나타났다. 이러한 경향은 이후 다른 연구에서도 나타났는데(Lee, Shrum, & Yi, 2017). 문화의 규범적인 배제(한국인: 무시)는 관계성 욕구인 자존감을 위협하여 참가자들의 돕기 행동(기부 의도와 행동)을 증진시켰지만 반면 반 규범적인 배제(한국인: 거절)는 통제감과 관련된 힘의 욕구를 위협하여 참가자들의 눈에 띄는 소비를 증가시켰다. 이를 통해 어떤 욕구가 위협받는가에 따라서 다른 행동을 불러일으킬 수 있고, 특정 욕구의 위협은 그 욕구를 회복 혹은 증진시키기 위한 행동을 가져올 것이라고 예측할 수 있다. 따라서 관찰을 통한 배제가 이전 연구(Coyne et al., 2011)와 같이 자존감과 소속감과 같은 관계성의 욕구만을 유의하게 위협한다면, 집단의 재소속 가능성이 높으며 친사회적인 소비인 동조 소비가 나타날 가능성이 높다.

이전 사이버 볼 패러다임을 사용한 연구에서 배제된 참가자들은 친사회적 행동과 공격적인 행동이 나타난다. 예를 들어 배제된 참가자는 다수 의견에 따를 가능성이 더 높으며(Williams, Cheung, and Choi, 2000), 실험자의 명령에 더 복종하는 것(Riva, Williams, Torstrick, & Montali, 2014)과 같이 보다 친사회적 행동이 나타날 수 있지만 반대로 타인에게 더 매력적이지 않은 과자를 제공하고(Chow, Tiedens, & Govan 2008), 다른 사람과 더 먼 곳에 있거나 불펜을 늦게 쥐는 것(Kothgassner et al., 2017)과 같이 공격적인 행동이나 친사회적 행동이 줄어드는 것으로 나타났다. 또한, 이전 관찰된 사회적 배제 연구에 따르면 배제를 관찰한 참가자들은 관계성 욕구인 자존감과 소속감의 욕구를 위협받은 것으로 나타났다(Coyne et al., 2011). 따라서 본 연구에서 사용된 사이버 볼 게임 패러다임의 영향과 욕구 차등가설을 고

려했을 때, 배제를 직접 경험하거나 관찰한 조건의 참가자들은 포용조건의 참가자와 다른 동조소비 경향이 나타날 것으로 보인다. 무엇보다 관찰된 배제 조건의 참가자들은 관계성 욕구가 위협되기 때문에 친사회적 행동을 할 것으로 예상된다. 따라서 본 연구에서 다음과 같은 가설을 설립하였다.

가설 3. 사회적 배제를 경험하거나 관찰한 참가자는 사회적 포용을 경험하거나 관찰한 참가자와 제품에 대한 동조 소비 경향에 차이가 있을 것이다.

가설 3-1: 사회적 배제를 경험한 참가자는 포용을 관찰한 참가자와 동조 소비 경향에 차이가 있을 것이다.

가설 3-2: 조건의 관찰 여부에 따라 유의한 차이가 나타날 것이다. 하지만 이러한 차이는 배제조건에서만 나타날 것이다.

하지만 이러한 소비 행동이 반드시 나타나는 것은 아니다. 배제된 사람은 전략적으로 자신의 소비가 공적으로 드러나거나 소속의 기회가 있을 때만 유의하게 나타나는 경향이 나타났는데(Mead et al., 2010), 그렇다면 타인에게 보일 수 있는 제품인 공적 제품과 반대로 타인에게 노출이 상대적으로 적은 사적 제품 유형에 따라서 동조 소비의 태도가 다를 수 있다. 실제로 Loveland, Smeesters, & Mandel (2010)의 연구에서 사회적 배제를 경험한 참가자는 공적 소비의 경우 사적 소비 보다 높게 나타났는데, 이것은 전략적인 소비의 방법으로서 다른 사람들이 자신의 소비를 관찰할 수 있을 때만 나타나는 것으로 보인다. 결국 배제 조건의 참가자들은 제품 유형에 따라 동조 소비 경향이 달라질 수 있으며, 특히 공적 제

품의 경우 더욱 두드러질 것으로 고려할 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 세웠다.

가설 4: 배제 조건과 경험의 관찰 여부가 제품에 대한 동조 소비에 미치는 영향은 제품 유형에 따라 차이가 나타날 것이다.

가설 4-1: 사회적 배제를 관찰하거나 경험한 참가자는 사적 제품보다 공적 제품에 대한 동조 소비 의도가 더 높게 나타날 것이다.

가설 4-2: 사회적 포용을 관찰하거나 경험한 참가자는 제품 유형에 따른 동조 소비 의도의 차이가 나타나지 않을 것이다.

연구 방법

참가자 및 실험설계

본 연구는 대구 소재의 K대학교를 다니는 대학생 40명을 대상으로 진행되었으며, 이들 중 조작 점검 결과 불성실한 응답자 7명을 제외한 33명(남 12명, 여 21명, 평균 연령 22.72세)의 참가자로 분석이 이루어졌다.

배제 조건과 배제의 관찰 여부는 참가자 간 변인, 제품 유형은 참가자 내 변인으로 하는 2(배제 조건 : 포용 vs 배제) × 2(관찰 여부 : 직접 vs 관찰) × 2(제품 유형 : 공적 vs 사적)의 혼합 요인 설계로 설계되었으며, 각 조건은 직접 포용 8명, 직접 배제 10명, 관찰 포용 7명, 관찰 배제 8명으로 이루어졌다.

실험자극 및 사전조사

본 연구에서 제품 유형은 김지호 & 임현정 (2017)의 연구를 참조하여 가방, 휴대폰 케이

스를 공적 제품으로 체중계, 마우스 패드는 사적 제품으로 선정하였다. 먼저 자극물에 사용될 제품 이미지는 실제 SNS(인스타그램)에 등록되어 있는 이미지를 각 제품별로 10개씩 선정하였다. 그 후 제품 자체가 가진 선호도의 영향을 최대한 배제하기 위해, 20대 대학 생과 일반인으로 구성된 15명을 대상으로 제품에 대한 선호도를 사전 조사하였다. 이들은 구글 설문지에서 각 제품별 10개의 이미지에 ‘나는 제품이 마음에 든다.’의 7점 리커트 척도(1점 : 전혀 그렇지 않다-7점 : 매우 그렇다)를 통해 이미지를 평가하였다. 그리고 제품 자체로 가진 매력의 효과를 통제하기 위해, 이 중 평균 평점이 4점에 가까운 이미지 즉, 선호도가 보통에 가까운 이미지를 제품별로 1개씩 선정하여 사용하였다.

자극물 제시는 타인이 소유한 물건을 공개적으로 보여줄 수 있으며, 타인에 의해 심리적 압박을 느껴 사회적 규범에 일치하는 상품을 구매하는 동조 소비 성향을 보일 수 있는 SNS(Wang, Yu, & Wei, 2012) 환경으로 고려되었으며 이로 인해, 자극물은 그림 1과 같이 실제 SNS 인터페이스(인스타그램)와 유사하게 만들어졌다. 자극물에 포함된 글 또한, SNS에 등록되어 있던 게시물들의 글을 조합하여 180자로 만들어졌으며, 총 4개의 자극물이 만들어졌다. 자극물은 다른 참가자가 구입하여 소지한 것처럼 느껴지도록 제작되었고, 제품 사진과 함께 해당 제품에 대해 긍정적인 표현(예: 갖고 싶었던 백팩을 드디어 질렀당 퀄리티도 좋고 진짜 편해서 감동~)을 함으로써 동조 소비가 나타날 수 있게 제작하였다. 모든 자극물은 집단별로 2개씩 구분되었으며, 20인치 모니터에 중심에 SNS 게시물 형태로 무선으로 제시함으로써 순서에 의한 효과를 배제하였다.

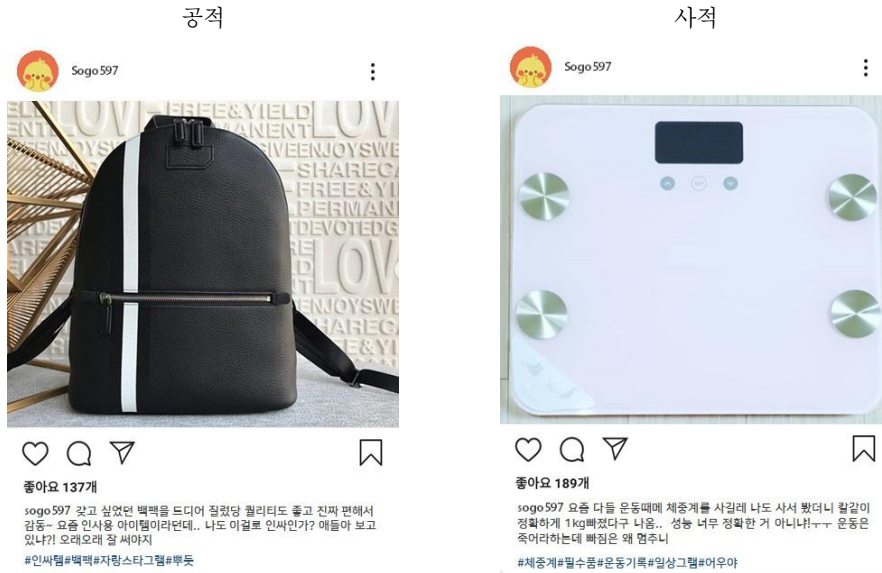


그림 1. 제품 유형 자극 예시

실험절차

이 연구는 한 번에 한 명의 참가자가 참가하였으며, 실험실에 도착한 참가자는 다른 장소에 있는 참가자와 함께 연구가 진행되며 모든 참가자가 도착하면 실험이 실시된다는 이야기를 들었다. 참가자는 잠시 대기 후 모든 참가자가 도착했으며, 컴퓨터에 앉아 연구주제가 다른 개별적인 연구 몇 가지를 수행하며 일부 과제는 다른 참가자들과 같이 수행한다고 들었다. 이후 각 과제마다 설명과 지시문이 동시에 제시되었으며, 참가자 스스로 충분히 이해가 되면 스페이스 바를 눌러 진행할 수 있었다.

첫 번째 세션에서 참가자들의 사회적 배제를 조작하였는데, 보다 현실적이고 직접적인 배제의 느낌을 부여하기 위해 참가자들은 사이버 볼 패스 게임을 플레이하거나 관찰하였다(Williams et al., 2000; Giesen, & Echterhoff,

2018). 본격적인 게임에 앞서 모든 조건의 참가자들은 공 패스가 중요한 것이 아니라 정신 시각화를 하는 것이 중요하다고 들었다(Williams et al., 2000). 경험 조건의 참가자들은 다른 연구실에 있는 참가자들과 공 패스 게임을 해야 한다고 들었으며, 게임에서 자신의 캐릭터와 다른 참가자로 알려진 플레이어 2명과 함께 공 패스 게임을 했다. 반면 관찰 조건에서는 “관찰자”로서 다른 연구실에 있는 참가자들의 게임을 관찰할 것이라고 지시를 받았으며, 관찰자라고 이름 붙여진 자신의 캐릭터와 다른 참가자로 알려진 3명의 캐릭터들의 공 패스를 관찰할 수 있었다. 참가자를 제외한 모든 플레이어는 실제 사람이 아니며, 프로그램에서 짜인 패턴에 따라 움직였다. 사이버 볼 게임은 총 30회의 공 패스로 구성되었으며, 포용 조건에서는 모든 캐릭터가 공평하게 약 33%의 공을 받았고, 배제 조건에서는 참가자 혹은 특정 표적(관찰자 캐릭터 맞은편)

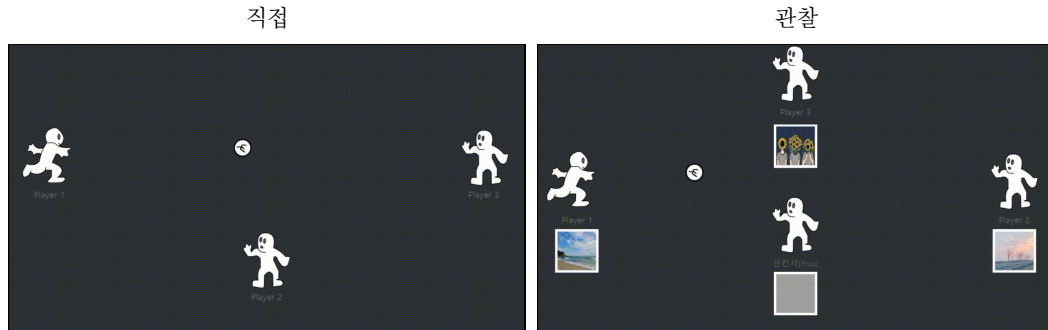


그림 2. 사이버 볼 패스 게임 예시

이 초기에 단 두 번의 공을 받고 이후로 받지 못했다.

사이버 볼 게임이 끝나고 참가자는 네 가지 기본적 욕구와 기분 평가(Williams, 2009) 및 패스 게임에 대한 조작 점검을 완료하였다. 네 가지 기본적 욕구는 각 욕구 당 5가지 항목으로 구성되어 총 20가지 항목으로 구성된 7점 리커트 척도(1점 : 전혀 그렇지 않다-7점 : 매우 그렇다)를 통해 측정되었다(예, “내가 집단에 소속된다고 느꼈다.”, “내가 영향력 있다고 느꼈다.”). 또한, 각 욕구들은 이전 연구와 마찬가지로 하나의 척도로 결합했다(Wesselmann et al., 2009; Giesen, & Echterhoff, 2018; $\alpha = .951$).

기분은 8개 형용사를 통해서 평가되었다(예, “좋은”, “슬픈”; $\alpha = .875$). 참가자들은 7점 리커트 척도(1점 : 전혀 그렇지 않다-7점 : 매우 그렇다)를 통해 플레이 중 어떤 느낌을 받았는지 평가했다. 그리고 사이버 볼 게임에 대한 조작 점검을 위해서 경험 조건의 참가자에

게 게임에서 얼마나 배제(“나는 배제되었다고 느꼈다”)되고 무시(“나는 무시되었다고 느꼈다”)되었는지와 자신이 받은 공 비율을 추정하였다. 관찰 조건의 참가자는 다른 참가자가 얼마나 배제되고 무시되었는지와 자신의 맞은 편(배제되는 다른 플레이어) 참가자가 공 받은 비율을 추정하도록 요청받았다($\alpha = .983$).

사회적 배제 조작이 끝난 참가자는 두 번째 연구라고 불린 세션에서 참가자들은 다른 참가자가 게시했다고 들은 SNS(인스타그램) 게시물을 보고 제품에 대한 동조 소비 여부를 평가했다. 실제 SNS 게시물을 보는 사람은 한 게시물을 보는 시간이 짧다는 점을 고려하여 제한된 시간인 10초 동안 자극물이 모니터에 노출되었고, 총 4개의 자극은 무작위로 제시되었으며 자극이 제시된 후 참가자는 바로 게시물에서 제시된 제품에 대한 동조 경향과 제품 유형 지각을 측정했다.

동조 소비 경향은 선흥청, & 박세범(2019)의 연구에서 사용된 4개의 동조 소비 성향 문항

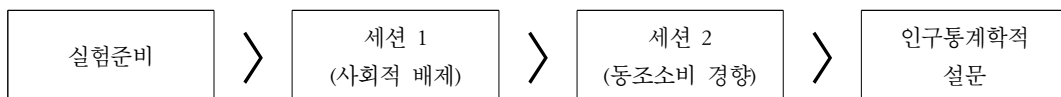


그림 3. 실험 절차

을 7점 리커트 척도로 수정하여 사용하였다 (“나도 위에 제시된 제품에 대해 호감을 느낀다.”; $\alpha = .933$). 평가를 마친 참가자는 마지막으로 인구통계학적 설문 후 해당 실험의 본래 목적에 대해 들었고, 실험이 종료되었다.

연구결과

조작점검

본 연구에서 제품을 유형에 따라 다르게 지각했는지 및 사회적 배제 조작이 제대로 이루어졌는지 확인하기 위해 조작 점검을 실시하였다. 먼저 제품 유형에 따른 조작 처리가 이루어졌는지 확인하기 위해서 독립표본 t-test를 통해 조작 점검을 실시하였다. 분석 결과, 참가자들은 공적 조건의 제품($M=5.19, SD=.1.3$)이 사적 조건의 제품($M=2.33, SD=.86$)에 비해 더 공적으로 평가하였다($t(67.83)=11.582, p=.000$). 즉, 참가자들은 조건에 따라 제품 유형을 다르게 지각하는 것으로 나타났다.

다음으로 참가자들이 배제 조건 조작이 제대로 처치되었는지 확인하기 위해 2(배제 조건 : 포용 vs 배제) × 2(관찰 여부 : 직접 vs 관찰) 분산분석을 실시하였다. 먼저 배제 지각

에서 배제 조건의 주 효과가 나타났다($F(1, 29) = 32.249, p=.000$). 자신이 직접 배제를 경험했거나 타인의 배제를 관찰한 조건의 참가자($M=5.31, SD=.1.92$)는 수용 조건의 참가자($M=2.19, SD=.1.2$)보다 더 배제와 무시를 느꼈다. 또한 지각된 패스 비율에서도 역시 배제 조건의 주 효과가 나타났다($F(1, 29) = 94.985, p=.000$). 자신이 직접 배제를 경험했거나 타인의 배제를 관찰한 조건의 참가자($M=8\%, SD=.05$)는 수용 조건의 참가자($M=36\%, SD=.11$)보다 공 패스를 덜 받았다고 지각했다. 하지만 배제 지각과 공 패스 지각 모두 관찰 여부($P>.05$)와 배제 조건과 관찰 여부의 상호작용($P>.05$)은 유의하지 않았다.

기본적인 욕구 및 기분

기본적인 욕구(소속감, 자존감, 의미 있는 존재감, 통제감)

먼저 <가설 1>은 참가자들이 배제를 경험하거나 관찰하는 것이 기본적인 욕구(소속감, 자존감, 의미 있는 존재감, 통제감)를 위협하는지 확인하기 위해 2 (배제 조건 : 포용 vs 배제) × 2 (관찰 여부 : 직접 vs 관찰) 이원변량분석을 실시했다.

먼저 기본적인 욕구 중 소속감에 대해 분석

표 1. 배제 조건과 경험의 관찰 여부에 따른 소속감 변량분석표

	제공합	자유도	평균제곱	F
배제 조건(A)	22.712	1	22.712	15.051**
배제의 관찰 여부(B)	3.192	1	3.192	2.115
A × B	10.038	1	10.038	6.652*
오차	43.763	29	1.509	

* $p<.05$ ** $p<.01$

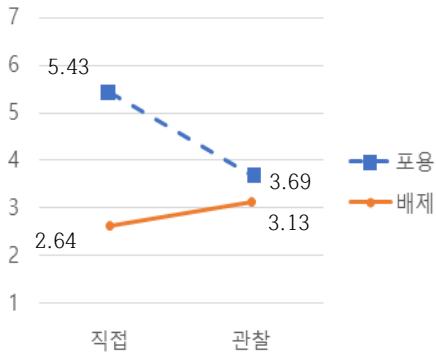


그림 4. 소속감에서 배제 조건, 경험의 관찰 여부의 이원상호작용

한 결과 표 1과 같이 사이버 볼 게임에서 배제 조건의 주효과가 나타났다($F(1, 29) = 15.051, p < .001$). 즉, 자신이 배제된 참가자와 타인의 배제를 관찰했던 참가자는 ($M = 2.86, SD = 1.35$) 포용된 게임의 참가자 ($M = 4.61, SD = 1.33$)보다 소속감의 욕구를 위협받은 것으로 나타났다. 반면 조건의 관찰 여부에 따른 주효과는 나타나지 않았다 ($P > .05$). 그러나 배제 조건 \times 관찰 여부의 상호작용은 유의했다 ($F(1, 29) = 6.652, p < .05$). 이 상호작용을 더 자세하게 살펴보기 위해 단순 주효과 분석을 실시하였다. 관찰 수준에서 배제 조건에 따른 소속감 욕구의 유의한 차이가 나타나지 않았다. 그러나 배제 조건 수준에서 포용 ($M =$

$5.43, SD = .43$)보다 배제 ($M = 2.64, SD = .39$)될 때 더 욕구 위협을 느낀다고 평가했다 ($F(1, 29) = 15.051, p < .001$). 즉, 전체적으로 배제를 관찰한 집단과 포용을 관찰한 집단 간에 차이가 나타나지 않았지만, 포용을 직접 경험한 집단과 배제를 직접 경험한 집단 간의 차이는 나타났다. 또한, 참가자들은 배제를 직접 경험하거나 관찰했을 때 유의한 차이가 나타나지 않았다. 그러나 포용을 관찰했을 때 ($M = 3.68, SD = .46$) 경험한 집단 ($M = 5.43, SD = .43$)보다 더 소속감의 위협을 느꼈다 ($F(1, 29) = 7.484, p < .05$). 이는 자신의 포용을 경험하는 것보다 타인이 포용을 관찰할 때 소속감의 위협을 느낀 것으로 보인다.

자존감에 대해 분석한 결과 표 2와 같이 사이버 볼 게임에서 배제 조건의 주효과가 나타났다 ($F(1, 29) = 9.081, p < .05$). 즉, 자신이 배제된 참가자와 타인의 배제를 관찰했던 참가자는 ($M = 3.30, SD = .89$) 포용된 게임의 참가자 ($M = 4.42, SD = 1.24$)보다 자존감의 욕구를 위협받은 것으로 나타났다. 반면 경험의 관찰 여부에 따른 주효과와 배제 조건 \times 관찰 여부의 상호작용은 나타나지 않았다 ($P > .05$).

의미 있는 존재감에 대해 분석한 결과 표 3과 같이 사이버 볼 게임에서 배제 조건의 주효과가 나타났다 ($F(1, 29) = 9.731, p < .05$). 즉,

표 2. 배제 조건과 경험의 관찰 여부에 따른 자존감 변량분석표

	제곱합	자유도	평균제곱	F
배제 조건(A)	9.335	1	9.081	9.081**
배제의 관찰 여부(B)	1.662	1	1.662	1.617
A \times B	4.237	1	4.121	4.121
오차	29.811	29	1.028	

** $p < .01$

표 3. 배제 조건과 경험의 관찰 여부에 따른 의미 있는 존재감 변량분석표

	제공합	자유도	평균제공	F
배제 조건(A)	14.557	1	14.557	9.731**
배제의 관찰 여부(B)	2.117	1	2.117	1.415
A × B	5.010	1	5.010	3.349
오차	43.384	29	1.496	

** p<.01

자신이 배제된 참가자와 타인의 배제를 관찰했던 참가자는(M = 3.32, SD = 1.23) 포용된 게임의 참가자(M = 4.72, SD = 1.32)보다 의미 있는 존재감의 욕구를 위협받은 것으로 나타났다. 반면 경험의 관찰 여부에 따른 주효과와 배제 조건 × 관찰 여부의 상호작용은 나타나지 않았다(P>.05).

통제감에 대해 분석한 결과 표 4와 같이 사이버 볼 게임에서 배제 조건의 주효과가 나타났다(F(1, 29) = 17.708, p=.000). 즉, 자신이 배제된 참가자와 타인의 배제를 관찰했던 참가자는(M = 2.42, SD = 1.13) 포용된 게임의 참가자(M = 4.12, SD = 1.38)보다 통제감의 욕구를 위협받은 것으로 나타났다. 반면 예측과 다르게 경험의 관찰 여부에 따른 주효과가 나타났다(F(1, 29) = 6.950, p<.05). 공 패스 게임을 관찰한 참가자들(M = 2.68, SD = 1.09)은

직접 경험한 참가자(M = 3.62, SD = 1.68)들보다 더 통제감의 위협을 느낀 것으로 나타났다. 반면, 배제 조건 × 관찰 여부의 상호작용 효과는 유의하지 않았다(p<.05).

마지막으로 이전 연구와 같이 4가지 욕구를 하나의 욕구 척도로 결합하여 전체적인 욕구 만족 수준을 만들었다(Wesselmann et al., 2009; Giesen, & Echterhoff, 2018). 분석 결과 표 5와 같이 사이버 볼 게임에서 배제 조건의 주효과가 나타났다(F(1, 29) = 19.715, p=.000). 즉, 자신이 배제된 참가자와 타인의 배제를 관찰했던 참가자는(M = 2.98, SD = .98) 포용된 게임의 참가자(M = 4.47, SD = 1.09)보다 기본적인 욕구를 위협받은 것으로 나타났다. 반면 경험의 관찰 여부에 따른 주효과는 나타나지 않았다(P>.05). 그러나 배제 조건 × 관찰 여부의 상호작용은 유의했다(F(1, 29) = 6.527,

표 4. 배제 조건과 경험의 관찰 여부에 따른 통제감 변량분석표

	제공합	자유도	평균제공	F
배제 조건(A)	22.364	1	22.364	17.708***
배제의 관찰 여부(B)	8.778	1	8.778	6.950*
A × B	3.808	1	3.808	3.015
오차	36.626	29	1.263	

* p<.05 *** p<.001

표 5. 배제 조건과 경험의 관찰 여부에 따른 기본적인 욕구 변량분석표

	제곱합	자유도	평균제곱	F
배제 조건(A)	16.740	1	16.740	19.715***
배제의 관찰 여부(B)	3.510	1	3.510	4.133
A × B	5.542	1	5.542	6.527*
오차	24.623	29	.849	

* p<.05 *** p<.001

p<.05).

이 상호작용을 더 자세하게 살펴보기 위해 단순 주효과 분석을 실시하였다. 관찰 수준에서 배제 조건에 따른 욕구의 유의한 차이가 나타나지 않았다. 그러나 조건 수준에서 포용(M = 5.16, SD = .32)보다 배제(M = 2.9, SD = .29)될 때 더 욕구 위협을 느낀다고 평가했다(F(1, 29) = 26.795, p=.000). 즉, 전체적으로 배제를 관찰한 집단과 포용을 관찰한 집단 간에 차이가 나타나지 않았지만, 포용을 경험한 집단과 배제를 경험한 집단 간의 차이는 나타났다. 또한, 참가자들은 배제를 경험하거나 관찰했을 때 유의한 차이가 나타나지 않았다. 그러나 포용을 관찰했을 때(M = 3.68, SD = .35) 경험한 집단(M = 5.16, SD = .33)보다 더 욕구의 위협을 느꼈다(F(1, 29) = 9.682, p<.05). 이는 자신의 포용을 경험하는 것보다

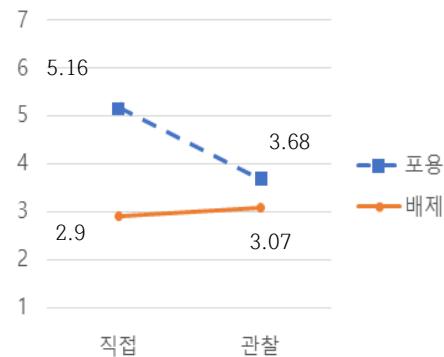


그림 5. 전체 기본적인 욕구에서 배제 조건, 경험의 관찰 여부의 이원상호작용

타인이 포용을 관찰할 때 전체적인 욕구의 위협을 느낀 것으로 보인다.

기분

<가설2>인 배제를 경험하거나 관찰하는

표 6. 배제 조건과 경험의 관찰 여부에 따른 부정적인 기분 변량분석표

	제곱합	자유도	평균제곱	F
배제 조건(A)	6.561	1	6.561	5.3615*
배제의 관찰 여부(B)	.061	1	.061	.052
A × B	1.582	1	1.582	1.354
오차	33.884	29	1.168	

* p<.05

것이 기분을 저하시키는지 확인하기 위해 2(배제 조건 : 포용 vs 배제) × 2(관찰 여부 : 직접 vs 관찰) 이원변량분석을 실시했다. 분석한 결과 표 6과 같이 사이버 불 게임에서 배제 조건의 주효과가 나타났다($F(1, 29) = 5.615, p < .05$). 즉, 배제 조건의 참가자는($M = 4.03, SD = 1.17$) 포용 조건의 참가자($M = 4.97, SD = 0.94$)보다 낮은 기분을 보고했다. 반면 경험의 관찰 여부에 따른 주효과와 배제 조건 × 관찰 여부의 상호작용은 나타나지 않았다($P > .05$). 따라서 가설2는 지지되었다.

동조소비 경향

<가설 3>과 <가설 4>는 제품 유형과 사회적 배제 조건 및 경험의 관찰 여부가 동조 소비 경향에 미치는 영향을 알아보기 위하여 삼원변량분석을 실시하였다. 표 7과 같이 동조 소비에서 배제 조건의 주효과와 제품 유형에 따른 배제 조건의 주효과는 나타나지 않았다($p > .05$). 즉, 기대했던 가설 3과 4는 지지되지 않았다. 하지만 배제의 관찰 여부에 따라 이

원상호작용이 유의하게 나타났다($F(1, 29) = 6.424, p = .<.05$). 구체적인 상호작용의 효과를 확인하기 위하여 단순 주효과 분석을 실시하였다. 제품이 사적 제품으로 제시되었을 때 포용과 배제를 관찰 조건의 참가자($M=2.82, SD=0.28$)가 직접 경험한 참가자보다($M=3.25, SD=0.29$) 동조 소비의 경향이 더 감소하였다. 그러나 공적 제품이 제시되었을 때는 관찰 여부의 관계없이 동조 소비 경향의 차이가 없었다.

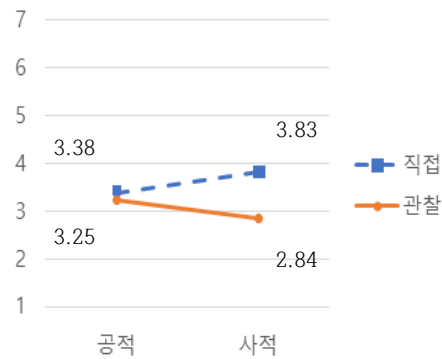


그림 6. 제품유형, 배제 조건, 경험의 관찰 여부에 따른 이원상호작용

표 7. 제품유형, 배제 조건, 경험의 관찰 여부에 따른 동조소비 경향 변량분석표

	제곱합	자유도	평균제곱	F
제품유형(A)	0.003	1	41.080	28.595
배제 조건(B)	2.562	1	2.562	1.329
배제의 관찰 여부(C)	5.300	1	5.300	2.748
A × B	1.342	1	1.342	2.697
A × C	3.196	1	3.196	6.424*
B × C	0.000	1	0.000	0.000
A × B × C	0.017	1	0.017	0.035
오차	14.429	29	0.498	

* $p < .05$

결론 및 논의

본 연구를 통해 사회적 배제를 직접 경험하는 것뿐만 아니라 관찰하는 것 또한 기본적인 욕구를 위협하며, 어떤 기본적인 욕구가 위협당하는지 그리고 부정적인 기분을 느끼게 하는지 알아보고자 하였다. 그리고 추가적으로 이러한 위협이 역시 소비행동으로 이어질 수 있는지 조사하였다.

먼저 참가자들은 이전 연구와 마찬가지로 배제를 자신이 경험하였거나 타인의 배제를 관찰하였을 때 기본적인 욕구의 위협과 부정적인 기분을 느꼈다(Wesselmann et al., 2009; Giesen, & Echterhoff, 2018). 이는 참가자들의 민감한 배제 시스템이 자신이 속해있는 환경에서 배제를 발견한 것에도 마치 자신이 배제를 경험한 것과 같이 경고를 함으로써 자신이 경험한 것과 유사한 반응과 행동을 가져올 수 있는 것으로 보이며, 그리고 더 나아가 우리는 이러한 배제 시스템을 통해 타인을 자동적으로 공감할 수 있는 것으로 보인다(Wesselmann et al., 2009).

한편으로, 포용을 관찰하는 조건에서 기본적인 욕구의 위협을 가져왔다. 이러한 경향은 Wesselmann와 그의 동료들(2009)의 연구에서도 나타났는데, 포용을 관찰하는 사람들은 통제 조건인 사이버 볼 패스 게임을 하지 않는 조건의 참가자나 고통스러운 얼굴을 보는 참가자들보다 욕구 만족이 낮게 나타났다. 또한, 각각의 기본적인 욕구들에서도 독특한 경향이 나타났는데, 관찰 조건의 참가자들은 자기 개입의 영향이 최소화하기 위해 “관찰자”라는 명확한 입장을 취했음에도 불구하고 소속감에서 다른 사람의 포용을 관찰한 참가자들은 소속감의 위협을 느꼈으며, 특히 통제감에서는

타인의 배제를 관찰하거나 포용을 관찰했을 때 모두 통제감을 위협한 것으로 나타났다. 통제감에서 이러한 결과가 나타난 것은 배제가 조작될 때, 관찰 조건의 참가자들은 관찰자라는 임무가 부여되어 주어진 환경에서 직접 조작하거나 개입할 수 없었으며, 다른 사람이라고 알려진 플레이어들의 움직임만 관찰할 수 있었기 때문에 더욱 통제감의 좌절을 경험한 것으로 보인다.

그리고 또한, 배제 조작 도구의 특성 및 참가자 특성이 영향을 미친 것으로 보이는데, 먼저 본 연구에서는 배제를 조작하기 위해 사이버 볼 패스 게임을 사용하였다. 이러한 온라인 환경에서 아바타는 전체적인 자기 표상으로(Yee, & Bailenson, 2007), 참가자들은 관찰자임에도 자신의 아바타만 공을 받지 못하는 것이 또 다른 종류의 배제라고 지각했을 가능성이 있다. 또한 Wesselmann와 동료들(2009)이 지적한 것과 같이 공 패스 게임은 시간이 흐르면 예측 가능하고 지루해지며, 더 자기 확신을 주는 포용 조작과 다를 수 있다는 점이다(Twenge, Baumeister, Tice, & Stucke, 2001). 두 번째로, 본 연구의 참가자들은 전체가 한국인으로 구성되었으며, 이러한 한국인 참가자의 특성이 영향을 미쳤을 수 있다. 한국인이 가진 눈치 심리특성은 간접적 단서나 상황으로 상대방의 내심을 추론하거나 짐작하는 것으로(최상진, 2000), 참가자들은 다른 참가자들의 행동에 숨겨진 의도가 있다고 생각할 수 있다. 즉, 포용을 관찰하는 참가자는 다른 참가자가 배제를 하고 있다고 생각하여 이러한 현상이 발생했을 수 있다. 하지만 중요한 점은 부정적인 기분의 차이까진 나타나지 않았다는 점인데, 따라서 이러한 관찰된 포용은 배제의 또 다른 유형으로서 기본적인 욕구의 위협만

을 가져왔을 가능성을 고려하지 않을 수 없다.

사회적 배제와 동조 소비 경향에서는 사회적 배제가 동조 소비를 가져오며, 소속성의 가능성이 높은 공적 제품을 전략적으로 동조 소비하고자 한다는 예측과 일치하지 않았다. 하지만 흥미로운 경향이 나타났는데, 공적 제품에 대해서는 각 조건의 참가자들은 유의한 차이가 나타나지 않았지만 사적 제품에서 경험했는가 혹은 관찰했는가에 따라 다른 경향이 나타났다. 직접적인 배제나 포용을 경험한 참가자들은 사적 제품에 대해 더 긍정적으로 반응한 반면, 자신이 아닌 타인의 포용이나 배제를 관찰을 하였을 때 사적 제품을 동조 소비 하는 것에 대해 동조 소비 경향이 감소하는 것으로 나타났다. 이는 기본적인 욕구 중 통제감의 위협이 가져온 결과로 보이는데, Lee, & Shrum(2012)의 연구에서 통제감이나 의미 있는 존재감의 위협과 같은 효능감의 감소는 과시적이거나 주목받는 소비를 더 선호하도록 이끌었다. 본 연구에서는 통제감의 위협을 받았던 관찰 조건의 참가자들은 공적 제품은 타인에게 공개될 수 있다는 점에서 동조 소비가 전략적으로 값어치가 있지만, 사적 제품은 타인에게 공개되지 않기 때문에 오히려 반발하도록 이끈 것으로 보인다. 반면 직접 경험의 참가자들은 사적 제품을 동조 소비하는 것을 더 긍정적으로 생각하였는데, 이는 사적 소비에서 동조 소비가 소속감을 유지하거나 오히려 재소속의 기회로 간주되어 나타난 것으로 보인다. 차후 연구에서는 이러한 통제감의 감소가 사적 소비에 대한 반발을 가져오는지 확인하기 위해 통제감을 회복시킨 집단과 통제집단을 비교하는 연구를 통해서 통제감의 영향을 살펴보는 것도 좋은 연구 주제가 될 것이다.

또한, 이러한 경향은 직접 경험 조건의 참가자와 관찰 조건의 참가자가 배제 원인의 안정성을 어떻게 귀인하는가에 따라 달라졌을 수 있다. Wan, Xu, & Ding(2013)에 따르면 배제의 원인이 안정적일 때, 즉 재소속의 기회가 없을 때 사람들은 독특성을 더 선호하며, 반대로 원인이 불안정할 때는 재소속을 위해서 차별화에 대한 선호가 적다고 지적했다. 본 연구의 관찰 조건의 참가자들은 “관찰자”라는 명확한 지시로 인해 다시 재소속의 기회가 없음을 인식하였고 이로 인해 사적 제품에서 독특성을 추구하는 행동을 할 수 있다. 반면 직접 경험의 참가자는 배제의 원인이 불안정적 즉, 다시 소속할 가능성이 있다고 생각할 수 있으며 따라서 사적 영역에서 재소속을 위해 동조에 대해 선호가 상대적으로 높아졌을 수 있다. 하지만 본 연구에서는 참가자들의 배제의 안정성에 대해 측정하지 않았기 때문에 이를 확인할 수 없으며, 이 또한 차후 연구에서 밝혀내야 할 것으로 보인다.

본 연구는 대부분의 가설이 타당하지 못했지만 다음과 같은 이론적 시사점을 가질 수 있다. 첫째, 직접적으로 경험하거나 관찰이 가능한 사이버 볼 패스 게임 패러다임을 사용하였다. 국내 대부분 연구들은 사회적 배제를 조작하기 위해 과거의 배제를 경험 또는 미래의 배제를 예측해서 에세이 쓰기나(손정식, & 이병관, 2016; 송호준, 김남희, & 천선용, 2017) 배제 시나리오(김영리, & 한승희, 2014; 선홍청, & 박세범, 2019)를 참가자에게 부여함으로써 배제를 조작하였지만, 직접이며 시각적으로 배제나 포용을 경험 또는 관찰할 수 있는 사이버 볼 패스 게임 패러다임을 활용하여 배제를 조작한 연구는 해외의 연구들에 비해 다소 빈약하다. 하지만 본 연구는 사회적 배제

를 조작하기 위한 방법으로써 사이버 볼 패스 게임 패러다임을 적용시켰고 또한, 이러한 조작을 통해 배제의 영향이 충분히 나타날 수 있음을 보여줌으로써 미래의 연구에서도 이러한 직접적인 배제 조작을 활용할 수 있는 가능성을 열 수 있었다.

둘째, 직접적으로 경험한 배제와 관찰한 배제를 비교하였을 뿐만 아니라 기본적인 욕구를 개별적으로 살펴봄으로써 기존 연구를 보완하였다. 기존의 많은 연구들은 직접적인 배제와 포용이 가져오는 심리적인 영향에 주로 관심을 가졌지만, 타인의 배제나 포용을 관찰할 때 우리가 경험하는 영향은 비교적 간과되었다. 본 연구는 관찰된 배제가 가져오는 기본적인 욕구와 기분에 영향을 살펴보았을 뿐만 아니라 직접적인 배제와 포용과 비교함으로써, 배제를 관찰하는 것이 배제를 직접 경험하는 것처럼 우리를 충분히 고통스럽게 할 수 있다는 것을 보여주었다. 또한, 본 연구에서는 예상하지 못했지만 타인의 포용을 관찰하는 것은 부정적인 기분까지 유도하지 않았음에도 불구하고 기본적인 욕구의 위협을 가져올 수 있다는 결과가 나타났다. 이는 우리가 타인의 포용을 관찰하는 것이 공감으로 인한 즐거움과 만족감이 아니라 욕구의 위협으로 감정 수준 아래의 불편함을 일으킬 수 있다는 것을 암시하며 포용이 긍정적인 결과만을 가져오지 않는다는 또 다른 관점을 제공하였다. 그리고 배제나 포용을 관찰하는 것은 특히 통제감을 위협하는데, 이는 효능감과 관련 있다. 따라서 공격적인 행동이나 과시적이며 주목을 받을 수 있는 행동을 통해서 이를 보완하려고 할 가능성이 높다는 것을 암시하는데, 이는 향후 연구의 방향성을 제시하였다고 할 수 있다.

셋째, 배제의 관찰 효과를 심리적 위협뿐만

아니라 소비 행동에 미치는 영향까지 연구를 확장한 점이다. 이전 관찰된 배제의 연구는 배제의 관찰로 인한 기본적인 욕구의 감소와 기분의 측면을 고려하였지만, 소비 행동에 미치는 영향까지 검토하지 못했다. 본 연구는 제품의 유형에 따라 일종의 친사회적 행동이 될 수 있는 동조소비 경향이 달라질 수 있음을 보여주하고자 하였는데, 가설과 일치하는 결과는 나타나지 않았지만 직접 경험하는가 혹은 관찰하는가에 따라 동조 소비에서 제품의 선호가 달라질 수 있음을 보여주었다.

실무적 시사점으로는 첫째, 배제나 포용의 경험을 한 사람에게는 사적 제품도 동조 소비를 불러일으키는 중요한 유형이 될 수 있다는 것이다. 이전 많은 연구들은 배제가 외부에 들어날 수 있는 공적 제품에 대해 특히 더 선호되는 결과를 가져왔지만 본 연구에서는 직접 포용이나 배제를 경험했을 때, 이들은 특정 브랜드 혹은 유형의 패딩이나 신발이 유행하거나 헤어스타일과 같은 공적인 유형의 소비뿐만 아니라 체중계나, 마우스 패드, 심지어 약상의 여부와 같은 타인에게 보이지 않는 유형의 사적 소비에서 더욱 민감해 할 수 있다는 것으로 나타났다. 이러한 효과는 직접적으로 포용되거나 배제된 소비자는 사적 제품을 통해서 지속적인 포용이나 사회적 재 연결을 목표로 할 수 있는 것으로 보이는데, 소비자는 이러한 경험 이후 온라인 쇼핑이나 배너 광고 등 다양한 경로로 노출되는 사적 제품 광고에 대해 더 경계해야 할 필요성이 있다. 반면 실무자는 포용의 경험 또한 동조 소비를 불러일으킬 수 있는 경험임을 인지하고 소비자가 비공개 사이트에서 회원가입이 승인된 경험이나 SNS에서 친구 신청이 수락된 것과 같은 긍정적인 포용의 경험을 한 표적 소비자

에게 사적 제품에 대한 동조 소비를 일으킬 수 있도록 적극적인 표적 광고 노출을 실시할 필요가 있다.

둘째, 우리는 특히 온라인에서 타인의 포용이나 배제를 관찰하기 쉽다. 예를 들어 우리는 인터넷에서 내가 아닌 다른 사람의 글에 많은 사람들이 호응(댓글이나 추천)해주거나 어떤 특정 커뮤니티 사용자의 글만 호응이 없는 경우를 관찰할 수 있고 또한, 개방된 SNS에서는 내가 아닌 다른 사람의 팔로우나 친구가 많은 것을 보거나 반대로 특정 인물만 관계에 속하지 못하는 것을 보는 것처럼 다양한 타인의 포용이나 배제를 관찰할 수 있다. 이런 경우 우리의 결과에 따르면 사적 제품을 홍보하는 인플루언서의 마케팅은 오히려 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 이런 점을 고려했을 때, 온라인에서 광고를 노출시키는 마케팅 실무자들은 댓글이나 체중계, 마우스 패드와 같은 사적 제품에 대한 광고 노출은 조심스러워야 하며, 오히려 시계, 가방이나 운동화와 같은 공적 제품에 대한 광고를 노출하는 것이 더 적절할 수 있다.

이와 같은 시사점에도 불구하고 본 연구의 제한점은 다음과 같다. 먼저 전체적인 실험참가자의 수가 적었으며, 참가자가 조건별로 균등하게 분배되지 못했다. 본 연구의 각 조건의 참가자 수가 10명이 되지 않는 조건이 많다(직접 포용 8명, 직접 배제 10명, 관찰 포용 7명, 관찰 배제 8명). 또한, 각 조건 별로 인원이 균등하지 않아 각 조건 간 차이를 완전히 반영한다고 할 수 없다. 따라서 후속연구에서는 많은 실험 참여자를 모집하고 사전에 과제에 집중할 수 있도록 통제를 엄격히 하여 불성실한 응답자를 줄이는 것이 필요하다.

두 번째로 관찰의 타당성이다. 이전에 언급

한 것과 같이 관찰 포용조건에서도 기본적인 욕구의 위협이 나타났는데, 이는 게임 속 자신의 아바타가 공을 받지 못한 것에서 배제를 느꼈을 가능성을 제거할 수 없다. 또한 이러한 관찰이 아닌 배제는 관찰된 배제 조건의 참가자도 타인의 배제를 관찰한 것이 아니라 자신의 아바타가 배제된다고 느꼈을 수 있다. 따라서 다음 연구에서는 사이버 볼 패스 게임 패러다임뿐만 아니라 시나리오 제공 방식이나 (Giesen, & Echterhoff, 2018) 미래의 삶에 대한 이야기(Twenge et al., 2001; Mead et al., 2011) 등의 이전 연구에서 사용되었던 다양한 배제 조작 도구를 활용할 수 있으며, 더 나아가 더 현실성을 부여하기 위해 실제 인터넷이나 SNS에서의 거절이나 무시를 모니터링을 관찰하는 방식으로 관찰된 배제 조작을 가하여 다른 요인들의 오염을 통제할 수 있을 것으로 기대된다.

마지막으로 본 연구는 한계는 동조 소비에 대한 제품 유형과 사회적 배제의 경험, 배제의 경험 여부의 효과만을 살펴보았다는 점이다. 이전 연구들은 독특성 소비나 친사회적 소비 혹은 과시적인 소비 등 다양한 소비를 주제로 살펴보았다. 하지만 본 연구에서는 수용의 가능성을 높일 수 있는 동조 소비만을 단편적으로 살펴보았기 때문에 관찰된 배제를 경험한 소비자의 다양한 행동 반응을 확인할 수 없었다. 이후 연구에서는 관찰된 배제가 이끌 수 있는 또 다른 소비 경향을 살펴보고 더 나아가 모방과 복종 같은 친사회적 행동이나 반대로 과제를 더 분배하거나 타인이 선호하지 않는 것을 더 제시하는 등의 공격적 행동이 나타나는지 확인한다면 좀 더 의미 있는 학문적 시사점을 얻을 수 있을 것으로 본다.

참고문헌

- 김영리, & 한승희 (2014). 사회적 배제 경험이 타인과 동일한 제품을 소비하는 상황에 대한 소비자의 반응에 미치는 영향. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 15(4), 555-577.
- 선홍청, & 박세범 (2019). 온라인 상 사회적 배제 경험이 동조 소비에 미치는 영향. *연세경영연구*, 56(1), 1-19.
- 송호준, 김남희, & 천성용 (2017). 사회적 배제와 과시적소비 성향이 기부연계제품 구매의도에 미치는 영향. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 18(3), 487-510.
- 오민정, & 황윤용 (2015). 사회적 배제를 지각한 사람들의 과시적 소비 관계 연구. *소비문화연구*, 18, 147-167.
- 최상진 (2000). *한국인 심리학*. 중앙대학교 출판부.
- 헤럴드경제 (2017). 왕따·트집·일푼탄... 알바보다 힘든 알바덧세, 곽주현 기자. 2017년 11월 20일.
- 헤럴드경제 (2019). 직장인 41% “사내 괴롭힘 당했다”...무시·왕따·뒷담화 순, 유재훈 기자. 2019년 03월 06일.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin*, 117(3), 497.
- Buss, D. M. (1990). The evolution of anxiety and social exclusion. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9(2), 196-201.
- Chow, R. M., Tiedens, L. Z., & Govan, C. L. (2008). Excluded emotions: The role of anger in antisocial responses to ostracism.. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(3), 896-903.
- Coyne, S. M., Nelson, D. A., Robinson, S. L., & Gundersen, N. C. (2011). Is viewing ostracism on television distressing?. *The Journal of social psychology*, 151(3), 213-217.
- Decety, J., & Chaminade, T. (2003). Neural correlates of feeling sympathy. *Neuropsychologia*, 41(2), 127-138.
- DeWall, C. N., Maner, J. K., & Rouby, D. A. (2009). Social exclusion and early-stage interpersonal perception: Selective attention to signs of acceptance. *Journal of personality and social psychology*, 96(4), 729.
- Dijker, A. J., & Koomen, W. (2007). Stigmatization, tolerance and repair: An integrative psychological analysis of responses to deviance. Cambridge University Press.
- Eisenberger, N. I., & Lieberman, M. D. (2004). Why rejection hurts: a common neural alarm system for physical and social pain. *Trends in cognitive sciences*, 8(7), 294-300.
- Eisenberger, N. I., Lieberman, M. D., & Williams, K. D. (2003). Does rejection hurt? An fMRI study of social exclusion. *Science*, 302(5643), 290-292.
- Gardner, W. L., Pickett, C. L., & Brewer, M. B. (2000). Social exclusion and selective memory: How the need to belong influences memory for social events. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(4), 486-496.
- Giesen, A., & Echterhoff, G. (2018). Do I Really Feel Your Pain? Comparing the Effects of Observed and Personal Ostracism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 44(4), 550-561.
- IJzerman, H., Gallucci, M., Pouw, W. T., Weiβgerber, S. C., Van Doesum, N. J., &

- Williams, K. D. (2012). Cold-blooded loneliness: Social exclusion leads to lower skin temperatures. *Acta psychologica, 140*(3), 283-288.
- Kerr, N. L., & Levine, J. M. (2008). The detection of social exclusion: Evolution and beyond. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice, 12*(1), 39.
- Kothgassner, O. D., Griesinger, M., Kettner, K., Wayan, K., Völkl-Kernstock, S., Hlavacs, H., ... & Felnhofer, A. (2017). Real-life prosocial behavior decreases after being socially excluded by avatars, not agents. *Computers in human behavior, 70*, 261-269.
- Lakin, J. L., Chartrand, T. L., & Arkin, R. M. (2008). I am too just like you: Nonconscious mimicry as an automatic behavioral response to social exclusion. *Psychological science, 19*(8), 816-822.
- Lamm, C., Decety, J., & Singer, T. (2011). Meta-analytic evidence for common and distinct neural networks associated with directly experienced pain and empathy for pain. *Neuroimage, 54*(3), 2492-2502.
- Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. K., & Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: the sociometer hypothesis. *Journal of personality and social psychology, 68*(3), 518.
- Lee, J., & Shrum, L. J. (2012). Conspicuous consumption versus charitable behavior in response to social exclusion: A differential needs explanation. *Journal of Consumer Research, 39*(3), 530-544.
- Lee, J., Shrum, L. J., & Yi, Y. (2017). The role of cultural communication norms in social exclusion effects. *Journal of consumer psychology, 27*(1), 108-116.
- Loveland, K. E., Smeesters, D., & Mandel, N. (2010). Still preoccupied with 1995: The need to belong and preference for nostalgic products. *Journal of Consumer Research, 37*(3), 393-408.
- Maner, J. K., DeWall, C. N., Baumeister, R. F., & Schaller, M. (2007). Does social exclusion motivate interpersonal reconnection? Resolving the "porcupine problem." *Journal of personality and social psychology, 92*(1), 42.
- Masten, C. L., Eisenberger, N. I., Pfeifer, J. H., Colich, N. L., & Dapretto, M. (2013). Associations among pubertal development, empathic ability, and neural responses while witnessing peer rejection in adolescence. *Child development, 84*(4), 1338-1354.
- Masten, C. L., Eisenberger, N. I., Pfeifer, J. H., Colich, N. L., & Dapretto, M. (2013). Associations among pubertal development, empathic ability, and neural responses while witnessing peer rejection in adolescence. *Child development, 84*(4), 1338-1354.
- Masten, C. L., Morelli, S. A., & Eisenberger, N. I. (2011). An fMRI investigation of empathy for 'social pain' and subsequent prosocial behavior. *Neuroimage, 55*(1), 381-388.
- Mead, N. L., Baumeister, R. F., Stillman, T. F., Rawn, C. D., & Vohs, K. D. (2010). Social exclusion causes people to spend and consume strategically in the service of affiliation. *Journal of consumer research, 37*(5), 902-919.
- Mead, N. L., Baumeister, R. F., Stillman, T. F.,

- Rawn, C. D., & Vohs, K. D. (2010). Social exclusion causes people to spend and consume strategically in the service of affiliation. *Journal of Consumer Research*, 37(5), 902-919.
- Ouwerkerk, J. W., Kerr, N. L., Gallucci, M., & Van Lange, P. A. (2005). Avoiding the social death penalty: Ostracism and cooperation in social dilemmas. *The social outcast: Ostracism, social exclusion, rejection, and bullying*, 321-332.
- Pfundmair, M., Graupmann, V., Frey, D., & Aydin, N. (2015). The different behavioral intentions of collectivists and individualists in response to social exclusion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(3), 363-378.
- Riva, P., Williams, K. D., & Gallucci, M. (2014). The relationship between fear of social and physical threat and its effect on social distress and physical pain perception. *PAIN®*, 155(3), 485-493.
- Riva, P., Williams, K. D., Torstrick, A. M., & Montali, L. (2014). Orders to shoot (a camera): Effects of ostracism on obedience. *The Journal of Social Psychology*, 154(3), 208-216.
- Spoor, J., & Williams, K. D. (2007). The evolution of an ostracism detection system. *Evolution and the social mind: evolutionary psychology and social cognition*, 279-292.
- Stroud, L. R., Tanofsky-Kraff, M., Wilfley, D. E., & Salovey, P. (2000). The Yale Interpersonal Stressor (YIPS): Affective, physiological, and behavioral responses to a novel interpersonal rejection paradigm. *Annals of Behavioral Medicine*, 22(3), 204.
- Twenge, J. M., Baumeister, R. F., DeWall, C. N., Ciarocco, N. J., & Bartels, J. M. (2007). Social exclusion decreases prosocial behavior. *Journal of personality and social psychology*, 92(1), 56.
- Twenge, J. M., Baumeister, R. F., Tice, D. M., & Stucke, T. S. (2001). If you can't join them, beat them: Effects of social exclusion on aggressive behavior. *Journal of personality and social psychology*, 81(6), 1058.
- Wan, E. W., Xu, J., & Ding, Y. (2013). To be or not to be unique? The effect of social exclusion on consumer choice. *Journal of Consumer Research*, 40(6), 1109-1122.
- Wang, X., Yu, C., & Wei, Y. (2012). Social media peer communication and impacts on purchase intentions: A consumer socialization framework. *Journal of interactive marketing*, 26(4), 198-208.
- Warburton, W. A., Williams, K. D., & Cairns, D. R. (2006). When ostracism leads to aggression: The moderating effects of control deprivation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42(2), 213-220.
- Wesselmann, E. D., Bagg, D., & Williams, K. D. (2009). "I feel your pain": The effects of observing ostracism on the ostracism detection system. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(6), 1308-1311.
- Williams, K. D. (2002). *Ostracism: The power of silence*. Guilford Press.
- Williams, K. D. (2007). Ostracism. *Annual review of psychology*, 58.
- Williams, K. D. (2009). Ostracism: A temporal need threat model. *Advances in experimental social psychology*, 41, 275-314.

- Williams, K. D., Cheung, C. K., & Choi, W. (2000). Cyberostracism: effects of being ignored over the Internet. *Journal of personality and social psychology*, 79(5), 748.
- Xu, M., Li, Z., Zhang, J., Sun, L., Fan, L., Zeng, Q., & Yang, D. (2015). Social exclusion influences attentional bias to social information. *Asian Journal of Social Psychology*, 18(3), 199-208.
- Yee, N., & Bailenson, J. (2007). The Proteus effect: The effect of transformed self-representation on behavior. *Human communication research*, 33(3), 271-290.
- Zadro, L., Williams, K. D., & Richardson, R. (2004). How low can you go? Ostracism by a computer is sufficient to lower self-reported levels of belonging, control, self-esteem, and meaningful existence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(4), 560-567.
- 원 고 접 수 일 : 2019. 07. 13.
수정원고접수일 : 2019. 08. 27.
계 재 결 정 일 : 2019. 08. 27.

You feel Pain? So do I!: Effects of social exclusion and inclusion experiences on psychological threat and Conformity Consumption

Gho Kim

Junsu Lee

Dept. Psychology, Kyungpook National University

Society is becoming individualized, but we consistently try to maintain and build a relationship. therefore, there is a lot of research going on about the reactions and effects of social exclusion, but the study of observed exclusion is relatively lacking compared to the study of direct experiences exclusion. Accordingly, this study was intended to compare the effects of direct social exclusion and observed social exclusion on our psychological need threats and moods as well as to identify the effects of exclusion on conformity consumption by product type. According to the results of 33 analyzed college students, participants felt a threat of needs and a negative mood when they experienced or observed social exclusion in subjects. contrary to predictions, however, participants in conditions of observing other people's inclusion also felt a threat of fundamental needs, In particular, they felt threatened belonging and control. nevertheless, the negative effects of these other people's observations of inclusion do not appear to be felt in the mood. There were also unique results in the trend of conformity consumption. although the effects of social exclusion have not been significant, when observing inclusion or exclusion, participants have negatively assessed the conformity consumption of private products. Through these results, we can feel the pain of exclusion experienced by others as our own, and furthermore, the inclusion experienced by others can be a threat to ourselves. In addition, it is expected that practical implications can be obtained through consumption trends that are different from direct exclusion.

Key words : social exclusion, observed social exclusion, observed social exclusion, fundamental needs, Conformity Consumption