

극대화 성향, 자기해석, 자기-타인이 제품선택에 미치는 영향

신 선 미

이화여자대학교 심리학과 석사과정

양 윤[†]

이화여자대학교 심리학과 교수

본 연구는 자기 또는 타인을 위한 결정에서 극대화성향과 자기해석이 제품선택에 미치는 영향을 살펴보았다. 실험설계는 2(극대화성향: 극대/만족) × 2(자기해석: 독립/상호의존) × {2(자기/타인)}의 삼원 혼합설계이었다. 연구결과, 첫째, 극대화성향, 자기해석, 자기-타인의 삼원상호작용이 유의하였다. 즉 극대자는 자기해석 유형과 상관없이 자기를 위한 결정이든 타인을 위한 결정이든 극대화옵션을 선호하였고, 만족자가 독립적 자기해석자일 때보다 상호의존적 자기해석자일 때 자기보다 타인의 경우에 극대화옵션을 선호하였다. 둘째, 극대화성향과 자기-타인의 이원상호작용 그리고 자기해석과 자기-타인의 이원상호작용이 유의하였다. 만족자는 자기를 위한 경우 만족옵션을, 타인을 위한 경우 극대화옵션을 선호하였고, 극대자는 자기-타인에 상관없이 극대화옵션을 선호하였다. 또한 상호의존적 자기해석자는 자기보다 타인을 위한 때 극대화옵션을 선호하였고, 독립적 자기해석자는 자기-타인 간에 차이가 없었다.

주제어 : 극대화, 자기해석, 자기, 타인

[†] 교신저자 : 양 윤, 이화여자대학교 심리학과, yyang@ewha.ac.kr

우리는 최고의 신발이나 화장품을 구매하기 위해 때로는 고군분투하는 자신을 발견할 수 있다. 인터넷, 구전 등을 통해 정보를 최대한 수집하고 이를 비교하여 영리한 선택을 내리기 위해 우리는 노력한다. 그러나 그것이 자신을 위해서가 아닌 타인을 위해서라면 얼마큼의 노력을 기울일 것인가? 반대로 자기를 위해 평범한 결정을 내렸던 사람이 타인을 위해서라면 최선의 노력을 다할 것인가?

소비자가 최종 구매결정을 내리기까지 거치는 과정을 결정전략이라 한다. Simon(1956)의 연구에서는 소비자의 결정전략을 극대화와 만족으로 분류하였다. 그는 선택의 과잉시대에서 극대화보다 만족하기가 제한된 정보처리능력을 갖고 있는 소비자에게 더 이로운 전략이라고 말한다. 그러나 이는 소비자 측면에서만 뿐만 아니라, 기업의 입장에서 이윤을 창출하는데도 중요한데, 소비자가 최고의 제품보다 적정 수준에서 만족스러운 제품을 고른다면 제품에 대한 마케팅 전략이 달라져야하기 때문이다.

Schwartz 등(2002)은 이러한 극대화에 개인차가 존재함을 제안하였다. 이들에 의하면 최고의 가능한 결과를 추구하며, 광범위한 대안을 탐색하는 개인을 극대화자라고 하며, 반면 수용 가능한 몇 기준에 따라 선택범위를 한정하는 개인을 만족자라고 한다. 그런데 Luan, Fu 및 Li(2018)는 이러한 극대화와 만족 성향이 자신을 위한 결정일 때와 타인을 위한 결정일 때에 다르게 사용될 수 있다고 제안하였다. 즉 극대화자는 자기-타인 상관없이 극대화를 하지만, 만족자는 자신을 위할 때 만족을, 타인을 위할 때 극대화를 하는 것으로 드러났다.

그런데 만족자가 자기보다 타인을 위할 때 극대화를 한다는 것은 자기해석의 유형(독립

대 상호의존, Markus & Kitayama, 1991)에 따라 달라질 수 있을 것이다. 즉, 만족자이면서 상호의존적 자기해석자는 독립적 자기해석자보다 사회지향적 가치를 중시하기에 타인을 위한 사회적 결정에서 더 극대화를 할 것이다. Polman과 Vohs(2016)의 연구에서 상호의존적 자기해석자는 자기보다 타인일 때 결정피로감을 더 느끼지만 독립적 자기해석자는 자기를 위한 결정일 때 결정피로감을 더 느꼈다. 다시 말해, 상호의존적 자기해석자는 책임감과 헌신의 가치를 중시하기에 타인일 때 결정피로감을 더 느낀 것이다. 또한 극대화는 선택에 대한 더 낮은 웰빙과 관련이 있어 결정피로감과 극대화의 정적 상관을 유추해볼 수 있다.

기존에 자기-타인 결정에서 극대화성향과 자기해석을 함께 연결시킨 연구는 없었다. 사회적 결정이라는 틀에서 기존연구는 극대화와 만족이라는 결정결과만을 다루었을 뿐 그것의 서로 다른 차이를 유도하는 조절변수는 무엇인지를 탐구하지 않았다. 개인차 변수를 확인하는 것은 표적마케팅을 함께 있어 중요한 과제임에도 불구하고 이를 확인하지 않고 전반적인 결론만을 제시한 것은 기존연구의 한계점이라 볼 수 있다. 이러한 문제의식에서 출발해 본 연구는 구매상황에서 극대화성향과 자기해석을 함께 다룸으로써 자기-타인 결정에서 소비자 개인차의 복합적 영향력을 다루고자 한다. 이는 사회적 결정을 다루는 기존 연구를 확장함으로써 소비자선택이 달라지는 이유에 대한 적절한 설명력을 제공하기에 이론적 가치가 있다. 또한 자기해석이라는 개인차 변수는 정체성을 설명하는 일부분으로 개인들 간의 연결점이자 차별점이 될 수 있다. 이는 표적마케팅 및 연결사회에서의 변화된

마케팅방식에 실무적 함의를 줄 수 있을 것이다.

극대화 성향

합리적 선택이론에 따르면, 인간은 모든 대안과 속성정보에 대해 접근가능하며 선택결과를 극대화하려는 동기를 가진다. 하지만 Simon (1956)은 수많은 옵션이 범람하는 현대 사회에서 극대화(maximizing)는 제한된 정보처리능력을 가진 인간에게는 부적응적인 결정전략으로 만족하기(satisficing)가 최선의 대안이라고 제안하였다. 수많은 옵션은 소비자에게 자유의지를 느끼게도 하게 하지만 그것이 너무 과하면 선택마비를 일으킬 수 있기 때문이다(Iyengar & Lepper, 1999; Reibstein et al., 1975).

Simon(1956)의 연구에 근거해 Schwartz 등 (2002)은 소비자가 최종선택을 내리기까지 그들이 사용하는 극대화와 만족의 결정전략에 개인차가 있음을 보여주었다. 이들은 극대자(maximizer)를 최고의 가능한 결과를 추구하는 개인으로, 만족자(satisficer)를 몇 기준에 부합한다면 적정수준의 결과에 만족하는 개인이라고 개념화하였다. 이는 합리적 선택이론의 가정과는 다른 방향을 제시한다. 이들의 연구에 따르면, 극대화는 극대자가 갖는 초기목적과 전략에 비해 그다지 만족스럽지 못한 최종결과와 관련이 있기 때문이다. 극대화는 행복, 삶의 만족과 부적 상관이 있었으며, 결정에 대한 후회와는 정적 상관이 있었다. 또한 극대자는 사회적 비교에 더 관여하며, 만족자보다 그들의 결정결과에 덜 만족하는 경향이 있었다(Schwartz et al., 2002).

이것은 극대화의 역설(maximization paradox)이라고 불린다. 극대자는 최고의 가능한 결과

를 추구하기 위해 더 많은 시간과 노력을 들임에도 불구하고 그들에게 돌아오는 것은 결정에 대한 더 적은 행복과 더 많은 후회이다. 다시 말해, 극대자는 만족자에 비해 결정에서 더 낮은 웰빙을 보고하는 경향이 있다. 이러한 원인에 대해선 여러 연구가 있다. 극대자는 객관적 최고를 추구하고(Luan & Li, 2017), 만족자보다 결정의 어려움을 더 겪으며(Kim & Miller, 2017), 되돌릴 수 있는 결정을 더 선호한다(Shiner, 2015). 또한 이들은 회피적, 의존적 결정양식을 가질 뿐만 아니라(Parker et al., 2007), 선택의 긍정적 결과뿐만 아니라 부정적 결과를 극대화한다(Polman, 2010). 또한 이들은 절대적 최고기준 뿐만 아니라 상대적 최고기준을 추구함으로써 사회적 테두리 안에서 가장 최고가 되려고 한다(Weaver et al., 2015).

한편 극대자가 갖는 감소된 주관적 웰빙의 결과는 혼재되어있다. 즉 극대화성향이 부정적 결과를 불러오는가에 대한 불일치한 결론이 존재한다. 따라서 극대화척도의 타당성에 대한 검토가 필요하다. Schwartz 등(2002)에서는 극대화성향척도를 13문항으로 이뤄진 세 요인으로 나눠 정리하였다. 그것은 최고기준추구, 대안탐색, 결정어려움이다. 그러나 Highhouse 등(2008)에 의하면, 극대화는 단일차원이며 최적대안을 추구하기 위한 일반적인 경향성을 의미한다(Lai, 2010). 또한 Nenkov 등(2008)은 극대화의 세 요인과 다른 변수간의 상관관계를 검토한 결과 세 요인은 분리되어야 한다고 말하고 있다. Cheek과 Schwartz(2016)는 극대화를 최고기준추구(목표)와 대안탐색(전략), 이 두 가지로 개념화하였으며 결정어려움은 극대화의 구성요소가 아니라 극대화의 결과라고 말하였다. 극대자가 갖는 부적응적 결과는 대체로 결정어려움 때문이라는 것이다. 마찬가지로

Kim과 Miller(2017)에 따르면, 극대자는 항상 결정어려움을 겪는 것이 아니며, 결정어려움이 극대화의 정의로 사용될 때 극대화에 대한 분명한 이해를 도모하지 못한다고 결론을 내렸다(양운, 최현진, 2019 참조).

극대자와 만족자간의 비교연구가 이뤄져 왔지만, 그럼에도 불구하고 만족자의 특성은 비교적 덜 알려져 있다. 그러나 최근연구에 따르면, 만족자는 극대자에 비해 가치 대비 노력에 중점을 두는 것으로 알려져 있다. 극대화와 해석수준이론을 결합한 Luan과 Li(2017)의 연구에서, 극대자와 만족자는 바람직성에 두는 비중에는 차이가 없지만 실행가능성에서 차이가 있었다. 즉 만족자는 가치 대비 노력에서 최고가치를 추구하는 데는 극대자와 다름이 없었지만 노력에 비중을 더 두어, 가치를 얻기 위한 노력을 덜 희생하려는 점에서 극대자와 구별이 되었다. 또한 만족자의 특성은 Luan 등(2018)에서도 드러나는데, 극대자가 자기를 위한 결정과 타인을 위한 결정에서 모두 극대화를 하는 결정을 내리는 반면, 만족자는 자기를 위한 결정을 내릴 때에는 만족, 타인을 위한 결정을 내릴 때에는 극대화를 하는 것으로 나타났다. 이 연구자들은 극대자와 만족자가 이러한 결정을 내리는 데에 있어 극대자가 사회적 비교를 많이 하며 결정표적이 자기이든 타인이든 외부적 관점에서 동일한 과정을 거치기 때문이라고 하였으나, 만족자의 경우 어느 지점에서 만족하고 극대화하는지를 논의하지 않았다는 점에서 분명한 한계가 존재한다.

자기 해석

자기 자신을 타인과 사회적 맥락과 관련

하여 어떻게 바라보고 정의하느냐에 따라 Markus와 Kitayama(1991)는 자기해석을 두 가지로 분류하였다. 독립적 자기해석자는 자신을 사회맥락과 분리된 독특성을 가진 존재라고 보는 반면, 상호의존적 자기해석자는 사회맥락과 자신이 연결되어 있으며, 자신의 생각, 느낌, 행동이 타인에 의해 결정된다고 바라본다. 이에 따라 그들의 자기일관성도 달라지는데, 독립적 자기해석자는 그들의 생각과 느낌과 같은 내적 속성의 독특성을 강조하기 때문에 상황에 걸쳐 행동의 일관성을 추구하는 것을 성숙의 지표로 여긴다. 반면 상호의존적 자기해석자는 적절한 사회적 관계를 유지하기 위해 상황과 맥락에 맞게 융통성을 발휘하는 것이 중요하기 때문에 그들의 공격적이고 외부적인 자기는 늘 변하는 속성을 갖고 있다. 그들은 구별된 과제를 갖고 있는데, 독립적 자기해석자가 독특성을 발휘하고 자신의 내적 속성을 표현하고자 하는 개인적 목표를 갖고 있다면, 상호의존적 자기해석자는 상황에 맞게 적절한 행동을 취하고, 집단에 소속되고, 타인의 목표에 귀 기울이며 자신을 잘 맞춰나가는 것이 그들의 목표가 된다(Markus & Kitayama, 1991).

자기해석은 개인의 인지와 감정, 동기에 많은 영향을 준다. 인지적으로는 상호의존적 자기해석자에 비해 독립적 자기해석자가 자기개념 일관성이 높았는데, 이는 그들이 자신을 묘사할 때 타인 및 상황과 분리해서 자신을 바라보기 때문이다(Church et al., 2008). 신경학적 활동에서도 독립적 자기해석자는 언어과제에서 국지적인 처리를 하였고 상호의존적인 자기해석자는 전반적인 처리를 하였다(Lin & Han, 2008). 그리고 타인과의 비교상황에서 동화를 지향하는 상호의존적 자기해석자와 달리

독립적 자기해석자는 타인과의 분리와 대조를 지향한다(Cross, Morris, & Gore, 2002). 정서적으로 독립적 자기해석자는 분노와 자부심과 같은 자기중심적 정서를 더 경험하는 반면, 상호의존적 자기해석자는 수치심과 같은 타인 중심적 정서를 더 경험한다(Markus & Kitayama, 1991). 즉 사회와 분리된 정서를 경험하느냐의 차이이다. 동기적으로 그들의 행동이 발휘되고 동기화되는 때도 다르다. 상호의존적 자기해석자는 타인의 요구에 맞추기 위해 자기 자신의 욕망을 제어하려는 사회지향적 목표에 의해 동기화되지만, 독립적 자기해석자는 개인적 욕구와 권리, 능력을 표현함으로써 그들의 행동이 발휘되는 시점에 통제감을 느낀다(Markus & Kitayama, 1991). 또한 상호의존적 자기해석자에게 남의 성공은 자기에게 위협이 되지 않으며 오히려 영광의 그림자를 누리려는 기회로 생각하지만, 독립적 자기해석자는 상향비교에 있어서는 더 큰 부정적 감정을, 하향비교에 있어서는 더 적은 긍정적 감정을 느낀다고 알려져 있다(Cheng & Lam, 2007; White, Lehman, & Cohen, 2006).

이러한 연구의 연장선에서, 자기해석에 관한 여러 연구결과는 타인의 결과물을 다루는데 있어 자기해석이 서로 다른 태도를 산출함을 보여주었다. Utz(2004)의 연구에서 독립적 자기해석자는 주로 자신만의 결과에 관심이 있었지만, 상호의존적 자기해석자는 자기뿐만 아니라 내집단 타인의 결과물도 고려해 사회적 딜레마의 상황에서 높은 수준의 협동을 이끌어내었다. 뿐만 아니라 Duclous와 Barasch(2014)의 연구에선 상호의존적 자기해석자가 내집단에 높은 헌신을 나타냈는데, 그 이유는 타인을 돕는 것이 개인적 행복을 끌어올리는 것이라는 믿음이 그들에게 있었기 때문이었다.

독립적 자기해석자는 이러한 친사회적 행동이 그들의 행복을 끌어올린다고 생각하지 않는다(Duclous & Barasch, 2014). 그러나 상호의존적 자기해석자는 자신의 사회적 표상이 사회 내에서 잘 적응한 개인임을 보여주는 선택을 하는 것이다(Oyserman et al., 1998).

상호의존적 자기해석자가 이러한 협력적인 선택을 하는 데에 있어 책임감이 그 영향의 요인이 될 수 있다. 이들은 다른 개인과의 협상과정에서 타인에 대한 책임감과 애착을 더 가진다(Howard, Gardner, & Thompson, 2007). 이들의 연구에서 상호의존적 자기해석자는 협상의 상황에서 타인에게 더 관대하였고 책임감과 같은 타인 지향적 모습을 더 보여주었다. 이는 그들이 타인의 관점에서 더 생각하기 때문이다. 타인이 생각하는 바대로 행동하기 위해 이들은 노력한다. 또한 한 연구에서는 관계적-상호의존적 자기해석자는 결정을 내릴 때, 타인의 필요와 욕구를 더 고려하고 결정에 더 헌신적인 모습을 보여주었다. 이는 상호의존적 자기해석자가 관계를 유지하고 연결감을 강화하기 위한 방식으로 생각하고 행동한다는 것을 보여준다(Cross et al., 2000). 그들은 독립적 자기해석자와 달리 관계를 유지함으로써 타인의 이익을 자신의 이익과 통합하려는 경향을 보인다(Gore & Cross, 2011).

한편 자기해석과 극대화의 상관을 다룬 연구에 의하면, 상호의존적 자기해석자가 만족자일 가능성이 있는 것으로 나타났다(Beckstein, 2015). 이들의 상관은 $r=.25$ 의 수준이었다. 자신의 이익을 극대화하는 것은 사회 지향적 가치, 협력이나 공동체적 의식과 충돌한다. 상호의존적 자기해석자는 개인적 이익을 극대화함으로써 행복을 느끼기보다 사회에 가치 있고 도움이 되는 일을 함으로써 개인적 행복을 느

낄 가능성이 크다. 따라서 상호의존적 자기해석자는 극대화 대신 만족스런 선택을 하는 것인데, 본 연구에서는 둘의 상관성이 유의치 않아 이에 대해서는 추후연구가 필요할 것이다.

자기-타인

결정표적이 자기일 때와 타인일 때 결정과정은 달라진다. 대표적인 예는 선물을 자기를 위해서 구매할 때와 타인을 위해서 구매할 때 생각하는 기준이 달라진다는 것이다. Lu, Xie, 및 Xu(2013)의 연구에 따르면, 자기를 위한 결정과정에선 실행가능성을, 타인을 위한 결정과정에선 바람직성을 더 고려한다. 그 이유는 결정표적과의 심리적 거리가 다르기 때문이라는 것이다. 하지만 자기-타인 결정의 차이는 이러한 선물주기뿐만 아니라 다른 영역에서도 많이 나타나며 그에 대한 원인의 추론도 각각 다르다.

최근 연구결과에 의하면, 자기-타인 결정의 차이는 수리력, 공감능력, 위험추구경향성에 따라 달라진다. 한 연구에서 사회규범과 결정표적의 선호가 일치하지 않은 상태에서 자기-타인 결정의 불일치를 경험한다(Petrova, Garcia-Retamero, & van der Pligt, 2016). 또한 심적 계산, 즉 같은 이익이라 할지라도 조건이 해석되는바에 따라 결정의 차이를 보이는 현상이 표적이 타인일 때는 사라진다(Liu, Liu, & Mu, 2012). Zhang, Zhang, 및 Li(2016)는 제품가격과 관련한 소유효과(endowment effect)가 표적이 타인일 때에 그들의 문화권과 상관없이 나타나지 않는다는 것을 발견하였다. 이는 심리적 거리가 커지기 때문에 구매자가 원하는 가격이 상승한다는 것이다. 이외에도 실 회피, 정보 처리 등에 있어서도 자기와 타인의 결정에서

차이가 나타난다(Ariely, Huber, & Wertenbroch, 2005; Nayakankuppam & Mischra, 2005).

자기-타인 결정의 차이가 나타나는 이유에 대해 Kray(2000)는 두 가지 가설을 제시하였다. 그것은 틀 가설과 동기적 가설인데, 틀 가설에 의하면 개인적 선호를 강조하는 틀과 달리 타인을 위한 결정에서는 대부분의 사람이 원하는 틀에 맞춰 생각한다는 것이다. 동기적 가설은 책임감 수준의 차이로 인해 표적이 타인일 때 정당화하기 쉬운 방향으로 결정을 내린다고 말한다.

극대화와 관련하여 Liu 등(2018)은 자기보다 타인을 위할 때, 더 많은 대안과 속성을 탐색한다는 것을 보여주었다. 사람은 남을 대신해서 결정할 때 더 철저히 결정하는데, 왜냐하면 그들 자신보다는 타인의 웰빙을 더 우선시하기 때문이다. 타인일 때 사람은 더 이상적인 결정을 내리는데, 더 큰 책임감을 갖기에 더 많은 정보를 탐색하고 여러 기준과 더 많은 보상 선택전략을 활용하는 것이다(Lee et al., 1999; Lu et al., 2013). Jonas와 Frey(2003)의 연구에서는 피험자에게 그들 자신을 위해 그리고 타인을 위해 여행의 조언을 해주는 역할을 하게 하였는데, 그들 자신을 위해서보다 타인을 위할 때 더 많은 정보를 탐색하였다.

이러한 연구에 기반해 Polman(2012)은 자신이 아닌 타인을 위한 결정일 때 선택과부화 효과의 역을 경험한다고 하였다. 선택과부화 효과란 옵션이 많아짐으로써 결정피로가 생겨 만족하지 못한 결정을 내린다는 것이다. 때문에 자기 자신이 표적일 때에는 많은 옵션보다 적은 옵션에서 선택함으로써 만족을 느낀다 하지만, 타인이 표적일 때에는 역효과가 발생하는데 적은 옵션보다는 많은 옵션에서 선택할 때에 더 만족을 느낀다는 것이다. 이에 대

해 그들은 사회적 거리와 책임감이 그 관계를 매개한다고 설명하였다.

자기-타인 및 자기해석과 관련해서는 독립적 그리고 상호의존적 자기해석에 따라 선택이 달라짐을 보여주는 연구가 있다. Pöhlmann 등(2007)의 연구에서는 독립적 자기해석자가 타인보다 그들 자신을 위한 옵션일 때에 더 많은 집중을 하며, 상호의존적 자기해석자는 타인을 위한 옵션일 때에 더 많은 집중을 한다고 하였다. 상호의존적 자기해석자는 선택에 더 많은 헌신을 기울이는데, 구체적으로 자기보다 타인을 위할 때 더 동기화된다고 한다(Iyenger & Lepper, 1999).

사람은 자신이 아닌 타인일 때 더 극대화를 하며 독립적 자기해석자보다 상호의존적 자기해석자가 더 많은 헌신과 노력을 기울인다는 이러한 연구결과를 Polman과 Vohs(2016)의 연구가 지지해주고 있다. 이들의 연구에서 독립적 자기해석자는 자기보다 타인일 때 선택이 더 즐겁고 자신의 통제감이 덜 고갈된다고 보는 반면에 상호의존적 자기해석자는 타인이 표적이 될 때 그 선택이 덜 즐겁고 통제감도 더 고갈된다고 보았다. 이에 대해 이들은 결정피로를 언제 느끼는지는 자기해석이 결정짓는다고 보았다. 상호의존적인 자기해석자는 남에 대한 책임감을 더 느끼기 때문에 그리고 그들 자신보다 남을 우선시하기 때문에 결정피로감을 더 느낄 것이고, 독립적 자기해석자는 그렇지 않을 것이다. 독립적 자기해석자는 표적이 타인일 경우에 더 긍정적이 되며, 더 촉진초점화 되어있기 때문이다(Lu et al., 2013; Polman, 2012). 따라서 독립적인 자기해석자는 표적이 자신일 때, 더 예방적인 선택, 극대화를 하는 것이고, 상호의존적 자기해석자에게는 책임감이 중요변수가 되면서 표적이 타인

일 때 더 극대화를 하는 것이다.

가설

기존연구에서 사람은 결정표적이 자기 또는 타인일 때 극대화와 만족의 결정전략이 달라졌다. 그리고 독립적 및 상호의존적 자기해석에 따라 결정대상이 자기 또는 타인일 때 결정결과가 달라졌다. 따라서 본 연구는 결정표적이 자기와 타인으로 나뉘질 때 자기해석의 유형에 따라 사람이 극대화를 하는지 만족을 하는지를 알아볼 것이며, 이를 제품선택을 통해 살펴볼 것이다.

극대자와 만족자를 구별하자면 극대자는 극대화성향이 높은 사람으로 정의되며, 극대화성향이란 최상의 선택을 하기 위해 많은 시간과 노력을 투자하며, 광범위한 대안과 속성을 탐색하는 경향을 의미한다. 이에 따라 수반되는 것은 결정어려움이나 감소한 주관적 웰빙, 결정의 더 많은 후회와 불만족 등이다(Schwartz et al., 2002). 기존연구에 의하면, 극대자는 결정표적이 자기이든 타인이든 극대화를 하는 것으로 알려져 있다(Luan et al., 2018). 자기나 타인에 따라 결정과정의 달라져야 함에도 불구하고 똑같이 극대화를 하는 이유는 고찰해볼 만하다. 연구자들에 따르면, 극대자가 표적이 타인일 때에도 동일한 결정전략을 사용하는 이유는 극대자가 사회적 비교를 많이 하기 때문이라고 한다. 사회적 비교를 많이 한다는 것은 외부적 시선으로 자신을 평가한다는 의미이다. 따라서 표적이 자기일 때에 타인일 때와 마찬가지로 시선을 외부로 옮겨가기 때문에 발생하는 먼 심리적 거리로 인해 동일하게 극대화를 하는 결정을 내린다는 것이다.

Luan과 Li(2017)에 의하면, 극대자의 신념의 중심에는 “객관적인 것이 최고”라는 관점이 자리 잡고 있다. 이 연구에서 연구자들은 객관적(vs. 주관적) 최고의 믿음을 갖도록 신념을 조작하였더니 결정시간이 늘어났고, 후회의 정도도 많아졌다. 또한 극대화경향성을 측정하였더니 극대화경향성과 늘어난 후회, 결정시간의 사이를 객관적인 것이 최고라는 믿음의 변수가 매개하였다. 극대화는 이렇게 외부적이고 객관적인 관점과 관련이 있는 것이다. 뿐만 아니라 Weaver 등(2015)의 연구에서도 극대자가 사회적 비교를 많이 하였다. 극대자는 자신의 선택이 가시화된 조건에서 절대적 선택보다 상대적 선택을 많이 하였다. 여기서 상대적 선택을 많이 했다는 것은 그들이 절대적 최고도 원하지만 상대적 최고, 즉 사람들 사이에서 최고가 되길 원한다는 것이다. Brannon과 Soltwisch(2017)의 연구에서도 극대자의 지위 신호지각이 극대화를 하는 선택을 매개하였는데 이들에게는 극대화가 지위의 신호로서 지각된다는 것이었다. 따라서 극대자는 외부적인 시선으로 사회적 비교를 많이 하기 때문에 이는 결정대상이 자기일 때에 타인일 때와 같은 결정을 내릴 것임을 예측하게 해준다.

이러한 연구결과를 근거로 극대자는 자기해석 유형에 관계없이 자기이든 타인이든 극대화를 할 것이라고 예측하였다. 이는 Luan 등(2018)의 연구결과와 동일한 예측이다. 이들 연구에 따르면, 극대자는 자기이든 타인이든 상관없이 결정의 순간에서 노력 대비 가치에 있어 가치를 극대화를 하는 선택을 하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1-1. 극대자는 자기해석 유형과 관계없

이 자기를 위하든 타인을 위하든 모두 극대화시킬 것이다.

만족자는 극대자와 달리 선택지에서 만족할 만한 몇 가지 기준에 조건이 부합한다면 최종 결정을 내릴 수 있으며 결과에 만족하는 사람이다. 이들은 차선의 대안에 만족할 수 있으며 극대자처럼 최선의 결과를 얻기 위해 가능한 모든 가능성을 상상하지는 않는다. 이들은 극대자와 비교하여 가치 대비 노력에서 즉, 바람직성 대비 실행가능성 사이에서 선택의 최종가치를 추구하는 면에서는 다르지 않으나, 소요되는 노력을 많이 희생하려고 하지 않는다는 점에서 극대자와 다르다(Luan & Li, 2017).

만족자는 결정표적이 자기일 때에는 만족을 하지만 타인일 때에는 극대화를 하는 일관적이지 않은 결정을 한다는 연구결과가 있다(Luan et al., 2018). 이를 자기해석과 연결지어 보면 독립적 자기해석자보다 상호의존적 자기해석자가 자기보다 타인일 때에 극대화를 할 가능성이 높다. 이는 상호의존적 자기해석자의 높은 책임감과 협력적 태도 때문이다. Polman과 Vohs(2016)에 의하면, 결정피로감을 느끼는 상황이 자기해석에 따라 달라지는데 상호의존적 자기해석자는 결정표적이 타인일 때가 그렇다. 이들에게는 적절한 타인과의 관계유지가 중요하기에 책임감이 결정피로감의 원인이 된다. 자신일 때 예방적 선택을 하는 독립적 자기해석자와는 달리 이들은 타인일 때 예방적인 선택, 극대화할 가능성이 높다.

뿐만 아니라 상호의존적 자기해석자는 타인의 결과물을 다룰 때 독립적 자기해석자보다 더 협력적인 태도를 가진다. Utz(2004)의 연구에서는 상호의존적 자기해석자는 자신뿐만 아

나라 내집단 타인의 결과물까지 고려하는 행동을 보였으며, Duclos와 Barasch(2014)에서는 내집단의 높은 헌신이 그들의 행복감을 끌어올리며 사회에서 잘 적응한 개인임을 보여주는 표상이었다. 그리고 Howard 등(2007)의 연구에서도 상호의존적 자기해석자는 타인지향적인 모습을 보여주었으며, Cross 등(2000)에서는 타인의 욕구와 필요를 더 고려하며 더 헌신적인 모습을, Gore와 Cross(2011)에서는 타인의 이익을 자신의 이익과 통합하려는 모습을 보여주었다.

앞에서 말한 연구결과를 바탕으로 만족자이면서 상호의존적인 자기해석자는 독립적 자기해석자보다 자기보다 타인일 때 더 극대화를 할 것이라 예상해볼 수 있다. 극대화는 방대한 시간과 노력이 포함되는, 높은 가치를 추구하면서도 노력을 희생할 의지가 있어야만 하는 과정이다. 과제에 대한 높은 헌신은 책임과 타인 지향적이고 협력적인 태도가 있어야만 이뤄질 수 있다.

만족자에 대한 Luan 등(2018)의 연구결과는 자기해석이라는 조절변수를 감안하지 않고 만족자는 자기가 아닌 타인일 때 만족을 하지 않는다는 단 하나의 결론만을 제시하였다. 이는 전반적인 결론만을 제시한 것이며 국소적으로 극대화의 여부가 자기해석 유형에 의해 달라질 수 있음을 간과하도록 만든다. 따라서 가설 1-2는 만족자가 자기/타인 결정을 내림에 있어 자기해석이 어떤 역할을 하는지, 만족자 간에도 극대화의 여부에 차이가 있을지에 차별점을 두고자 하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1-2. 만족자이면서 상호의존적 자기해석자가 독립적 자기해석자보다 자기보다 타인

의 경우에 더 극대화할 것이다.

방 법

연구 대상

이화여자대학교 심리학 관련 강의를 수강하는 학생 122명을 대상으로 실시하였다. 문항 전체를 완성하지 못한 참가자를 제외하였다. 또한 극대자 혹은 만족자 어디에도 속하지 않는 응답자와 자기해석의 독립 혹은 상호의존 어디에도 속하지 않는 응답자를 제외하여 총 92명의 자료를 활용하여 분석하였다.

연구참가자에게 극대화성향 및 자기해석 문항을 모두 응답하게 하였다. 극대화성향은 중앙값을 기준으로 이보다 낮으면 만족자, 높으면 극대자로 분류하였다. 또한 자기해석은 독립적 문항 7개와 상호의존적 문항 7개로 구성되었고, 두 중앙값을 비교해 어느 한 쪽이 높으면 해당피험자는 독립 혹은 상호의존으로 분류하였다.

실험 설계

본 연구는 2(극대화성향: 극대자/만족자) × 2(자기해석: 독립/상호의존) × {2(결정표적: 자기/타인)}의 삼원혼합설계이다. 결정표적은 피험자내 변수로 설정하였는데, 이는 반복측정의 이점인 동일 시점에서 두 가지 상황을 동시에 측정할 수 있을 뿐만 아니라, 동일 피험자가 자기 그리고 타인일 때 어떤 다른 선택을 하는지를 보고자함이 이 연구의 목적이기 때문이었다. 극대화성향과 자기해석 간에는 상관($r=-.09$)이 유의치 않았기에 분산분석으로

자료를 분석하였다.

독립 변수

극대화성향. 극대자와 만족자를 분류하기 위해 Check와 Schwartz(2016)가 권장한 방식으로 Dalal 등(2015)의 Maximization Tendency Scale-7과 Turner 등(2012)의 Maximization Inventory의 Alternative Search 측면을 번안해 각각 7문항과 9문항을 사용하였다. 전자의 척도에서 한국 상황에서는 극대자라는 단어가 생소하게 들릴 수가 있어 “나는 극대자이다.”라는 말을 “나는 언제나 최고의 결정을 하려는 사람이다.”라고 바꾸었다. 피험자는 설문문항을 읽고 자신을 가장 잘 묘사하는 정도를 7점 리커트 척도(1점: 전혀 아니다, 7점: 매우 그렇다)로 평정하였다. 중앙값 4.53보다 낮으면 만족자, 높으면 극대자로 분류하였다. 극대화성향은 종속변수를 측정된 후에 측정하였는데, 설문지의 버전 에 따라 자기해석 측정 전후로 측정되었다.

자기해석. 피험자의 자기해석을 독립 혹은 상호의존적으로 분류하기 위하여 Singelis(1994)의 자기해석 척도를 한국 상황에 적합한 문항으로 재구성한 양윤과 김민재(2010)의 자기해석 척도를 사용하였다. 이는 총 14문항으로 7문항은 독립적 자기해석, 나머지 7문항은 상호의존적 자기해석을 측정하는 문항이었다. 피험자는 각 문항을 읽고 자신에게 가장 맞는다고 생각하는 정도를 7점 리커트 척도(1: 전혀 아니다, 7점: 매우 그렇다)로 평정하였으며, “만일 내 형제나 자매가 실패한다면, 나는 책임감을 느낀다.”, “나는 오해 받는 위협에 처하느니, 직접적으로 ‘아니오’라고 말할 것이다.”와 같은 문항이 포함되어 있었다. 독립적 자기해석자의 중앙값은 4.99였으며, 상호의존

적 자기해석자의 중앙값은 4.95였다.

자기-타인. 본 연구에서는 Luan 등(2018)과 유사한 상황을 설정하였으며, 모든 개별피험자가 자기를 위한 결정과 타인을 위한 결정조건 모두에 응답하게 하였다. 자기를 위한 결정조건에서는 자신을 위해 구매하는 상황을 설정하였으며, 타인을 위한 결정조건에서는 타인을 위해 구매하는 상황을 설정하였다. 여기서 타인은 교내 다른 학생인 일반적 타인으로 설정하였다.

종속 변수

본 연구에서는 높은 가치의 노력이 많이 드는 조건(옵션A)과 중간 가치의 노력이 덜 드는 조건(옵션B) 간에서 피험자의 두 옵션의 선호를 살펴보았다. 선호도는 리커트 7점 척도(1: 옵션 B, 7: 옵션 A)로 측정하였으며 이를 위해 피험자를 자기(타인)를 위한 결정시나리오에 노출시키고 “당신은 자기 자신(학교 내의 다른 학생)을 위해 운동에 필요한 운동화를 구입하려 합니다. 어떤 옵션을 선택하시겠습니까?”와 같은 질문에 답하게 하였다. 여기서 옵션 A는 극대화로 옵션 B는 만족으로 개념화하였는데 이는 Luan 등(2018)의 연구를 참고하였다. 이들은 극대화를 해당가치를 얻기 위해 얼마나 노력을 투자할 것인가로 보았는데 예를 들면 교수 앞에서 발표하기 위하여 자기(타인)를 위해 얼마나 시간을 투자할 것인가를 측정하고 이를 극대화의 수준으로 개념화하였다.

실험 재료

실험재료로 대학생에게 쉽게 접근가능하고 친숙한 운동화를 구입하는 시나리오를 제시하

였다. Luan 등(2018)에서는 영화티켓 두 조건의 상대적인 선호를 측정하였는데 고-가치, 고-노력의 옵션을 극대화로 개념화하였고 중간-가치, 저-노력의 옵션을 만족으로 개념화하였다. 본 연구도 이와 마찬가지로 조작하였다.

사전조사를 통해 시나리오의 타당성과 현실성을 측정하였으며 14명의 응답을 분석한 결과, 타당성의 평균과 표준편차는 각각 5.21, 1.63이었으며, 현실성의 평균과 표준편차는 각각 4.29, 1.84였다. 응답은 모두 7점 리커트 척도(1점: 전혀 아니다, 7점: 매우 그렇다)로 측정하였다.

구체적으로 시나리오는 다음과 같다. 옵션 A는 “당신은 운동에 필요한 운동화를 구입하려 합니다. 이 운동화는 통기성, 경량성, 디자인과 색감 측면에서 최고의 품질을 자랑합니다. 이 신발을 신어본 사람에게 의하면 에어매쉬 소재를 사용하여 충격흡수가 뛰어나고, 인체공학적 설계를 하여 발목을 보호하는 데에 우수하다고 합니다. 이 운동화를 구입하기 위해서는 인터넷 주문으로 1주일 이내에 제품을 받아볼 수 있을 것입니다.”라고 제시하였고, 옵션 B는 “당신은 운동에 필요한 운동화를 구입하려 합니다. 이 운동화는 당신의 집 앞이나 집 근처 5분 내의 거리에서 바로 구매할 수 있습니다. 이 운동화는 쿠션기능으로 야외 활동에 적합한 운동화라고 합니다. 이 신발을 신어본 사람에게 의하면 디자인과 경량성, 통기성의 측면에서 권장기준을 만족시킬만한 정도라고 합니다.”라고 제시하였다.

연구 절차

연구는 수업시간 전에 강의실에 들어가서 연구참여 설명을 한 뒤, 설문지를 배포하고

수거하는 방식으로 진행하였다. 설문지는 먼저 자기를 위한 결정조건과 타인을 위한 결정조건에 응답을 하게 한 뒤 방해과제(숨은그림 찾기)를 수행하게 하고, 그 뒤 극대화성향과 자기해석 척도에 응답하게 하였다. 순서효과를 없애기 위해 총 4가지 버전의 설문지를 무선으로 배포하였다. 실험 소요시간은 대략 10분내였다.

결 과

극대화성향, 자기해석, 자기-타인이 제품선택에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보기 위하여 분산분석을 실시하였다. 분석결과, 그림 1에서 보듯이, 이러한 세 가지 독립변수의 삼원상호작용이 유의하였다($F(1,88)=9.97, p<.01$). 이에 대한 단순상호작용을 분석하였다.

분석결과, 극대화 조건에서 자기해석×자기-타인의 단순상호작용효과는 통계적으로 유의하지 않았으나($F(1,88)=.01, ns$), 만족자 조건에서는 통계적으로 유의하였다($F(1,88)=21.17, p<.01$). 이에 대한 가설들을 검증하기 위하여 단순단순주효과 분석을 실시하였다. 그 결과, 극대자의 경우 독립적 자기해석자는 자기($M=5.54, SD=1.64$)와 타인을 위한 결정($M=4.93, SD=1.84$)일 때 제품선택에서 유의한 차이를 보이지 않았다($F(1,88)=2.33, ns$). 또한 극대자가 상호의존적 자기해석자일 경우에도 마찬가지였다(자기 $M=5.72, SD=1.74$; 타인 $M=5.17, SD=2.04$; $F(1,88)=1.26, ns$). 따라서 극대자는 자기해석 유형이 독립이든 상호의존이든 모두 극대화옵션을 선호하였다. 따라서 가설 1-1은 지지되었다.

아울러 만족자이면서 상호의존적 자기해석

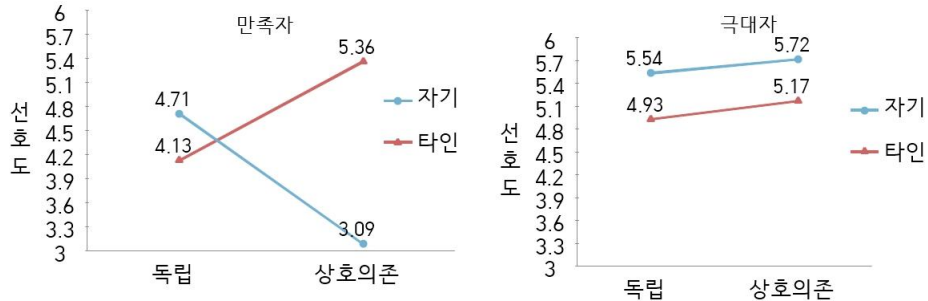


그림 1. 제품 선호에 대한 극대화성향, 자기해석, 자기-타인의 삼원상호작용효과

자는 자기를 위한 결정과 타인을 위한 결정에서 선호의 차이가 유의하였다($F(1,88)=25.69, p<.01$). 즉 자기($M=3.09, SD=1.90$)보다 타인($M=5.36, SD=1.40$)에서 더 극대화 옵션을 선호하였다. 또한 타인을 위한 결정일 때, 만족자 이면서 독립적 자기해석자와 상호의존적 자기해석자를 비교해본 결과, 선호의 차이가 유의하였다($F(1,88)=8.13, p<.05$). 즉 타인을 위한 결정일 때 만족자 이면서 상호의존적인 자기해석자가($M=5.36, SD=1.40$) 독립적 자기해석자($M=4.13, SD=2.13$)보다 극대화 옵션을 더 선호하였다. 이를 통해 만족자 이면서 상호의존적인 자기해석자가 독립적 자기해석자보다 자기보다 타인을 위해 더 극대화를 한 것을 알 수 있다. 따라서 가설 1-2는 지지되었다.

한편 극대화성향과 자기-타인의 이원상호작용효과가 유의하였다($F(1,88)=10.31, p<.01$). 이에 따라 단순주효과 분석을 실시하였고 이를 그림 2에 제시하였다. 그림 2를 보면, 극대자는 자기($M=5.61, SD=1.67$)와 타인($M=5.02, SD=1.90$)의 결정표적에 따라 선호에서 유의한 차이가 없었지만($F(1,88)=3.58, ns$), 만족자는 자기($M=3.93, SD=2.14$)와 타인($M=4.72, SD=1.91$)을 위한 결정일 때, 선호에서 유의한 차이가 있었다($F(1,88)=6.37, p<.05$). 또한 자기를 위한



그림 2. 제품 선호에 대한 극대화성향과 자기-타인의 이원상호작용효과

결정일 때 극대자($M=5.61, SD=1.67$)와 만족자($M=3.93, SD=2.14$)간에 유의한 차이가 있었지만($F(1,88)=29.14, p<.01$), 타인을 위한 결정일 때에는 유의한 차이가 없었다(극대자 $M=5.02, SD=1.90$; 만족자 $M=4.72, SD=1.91$; $F(1,88)=.96, ns$).

또한 자기해석과 자기-타인의 이원상호작용이 유의하였다($F(1,88)=10.71, p<.01$). 이에 따라 단순주효과 분석을 실시하였고 그 결과를 그림 3에 제시하였다. 그림 3을 보면, 독립적 자기해석자는 자기($M=5.15, SD=1.89$)를 그리고 타인($M=4.56, SD=2.00$)을 위한 결정에서 선호에 유의한 차이를 보이지 않았지만($F(1,88)=4.18, ns$), 상호의존적 자기해석자는 유의한 차이를 보였다(자기 $M=4.27, SD=2.24$; 타인 $M=5.27, SD=1.69$; $F(1,88)=9.04, p<.01$).



그림 3. 제품선택에 대한 자기해석과 자기-타인의 이원상호작용효과

자기를 위한 결정에서, 독립적 자기해석자 ($M=5.15, SD=1.89$)와 상호의존적 자기해석자 ($M=4.27, SD=2.24$)는 선택에서 유의한 차이를 보였으며($F(1,88)=7.89, p<.05$), 타인을 위한 결정에서는 유의한 차이를 보이지 않았다(독립 $M=4.56, SD=2.00$; 상호의존 $M=5.27, SD=1.69$; $F(1,88)=5.26, ns$).

마지막으로 극대화성향의 주효과가 유의하였다($F(1,88)=9.83, p<.05$). 극대화자($M=5.61, SD=1.67$)는 극대화옵션을 만족자($M=3.93, SD=2.14$)는 만족옵션을 선호하였다.

논 의

본 연구는 극대화성향 및 자기해석이 자기-타인을 위한 결정에서 제품선택에 주는 영향을 살펴보았다. 기존 극대화 및 만족자 연구에서 잘 다뤄지지 않았던 자기해석을 극대화성향과 연결해 자기 또는 타인을 위한 결정에서 어떤 선택을 내리는지를 살펴봄으로써 기존연구를 확장함과 동시에 새로운 해석을 도출하고자 하였다. 이를 위해 자기 또는 타인을 위한 결정상황에서 다른 자기해석 유형을 가진 소비자가 극대화옵션을 선호하는지 만족옵션을 선호하는지 정도의 차이를 제품선택을

확인함으로써 알아보았다. 본 연구의 주요결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제품선택에서 극대화성향, 자기해석, 자기-타인의 삼원상호작용이 유의하였다. 극대자는 자기해석 유형과 상관없이 자기를 위한 결정이든 타인을 위한 결정이든 극대화를 하는 것으로 나타났다. 이는 기존의 Luan 등 (2018)의 연구결과와 일치한다. 즉 극대자는 자기이든 타인이든 극대화를 한다. 그런데 그것은 자기해석 유형과는 관련이 없는 것이다. 극대자는 사회적 비교를 많이 하며 외부시선으로 자신을 위한 결정을 바라본다. 이들은 객관적인 것이 최고라는 믿음을 갖고 있으며, 상대적인 지위를 생각한다(Luan & Li, 2017; Weaver et al., 2015). 때문에 자기이든 타인이든 결정의 결과가 달라지지 않는다.

둘째, 만족자는 독립적 자기해석자보다 상호의존적 자기해석자가 자기보다 타인일 때 극대화를 하는 것으로 나타났다. 만족자가 자기보다 타인일 때 극대화를 하는 것은 이미 기존연구를 통해 밝혀졌으나(Luan et al., 2018), 자기해석 유형에 따라 극대화의 결과가 달라진다는 연구는 부족했다. 본 연구결과에 따라 만족자는 상호의존적일 때 자기보다는 타인을 위해 극대화를 더 하는 것으로 나타났으며, 이는 높은 책임감과 협력적 태도를 갖고 자기보다 타인의 결정에서 더 높은 헌신을 보여준다는 기존의 여러 연구결과를 지지한다(Howard et al., 2007; Duclos & Barasch, 2014; Utz, 2004).

셋째, 극대화성향과 자기-타인, 자기해석과 자기-타인간의 이원상호작용이 유의하였다. 자기를 위한 결정일 때 극대자와 만족자간에 유의한 차이를 보였다. 즉 자기를 위한 결정에서 극대자는 극대화를 하고 만족자는 만족을

한 것이다. 그러나 타인을 위한 결정에서는 극대자와 만족자 모두 극대화를 함으로써 이들의 차이는 유의하지 않았다. 또한 상호의존적 자기해석자는 자기를 위한 결정일 때와 타인을 위한 결정일 때 다른 선호를 보였다. 뿐만 아니라, 자기를 위한 결정일 때 독립적 자기해석자와 상호의존적 자기해석자간에 유의한 차이가 있었다.

본 연구과정에서의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 극대자와 만족자의 자기-타인 결정연구를 자기해석과 결합시켜 기존연구의 틀을 확장시켰다는 것에 의의를 둘 수 있다. 자기해석이라는 변수와 극대자-만족자 그리고 자기-타인 결정을 서로 연결해 자기와 타인의 결정에서의 상이한 결과를 알아볼 수 있었다. 즉, 사회적 결정결과가 왜 달라지는가에 대해 사회지향적인 정도를 의미하는 자기해석 변수를 중심으로 살펴봄으로써 사회적 결정을 조절하는 변수를 의미 있게 다루었다. 또한 소비자를 세분화해서 분석해볼 수 있었고, 이는 실무적으로도 유용할 것이다.

둘째, 본 연구는 실제 소비자에게 어떤 방식의 마케팅적 접근을 해야 하는지를 시사한다. 요즘의 기업은 모든 소비자에게 소구할 수 없음을 이유로 표적마케팅을 설계하고 있다. 보다 작고 잘 정의된 표적소비자를 선정하려면 더 많은 세분화 변수를 사용하는 것이 중요하다. 따라서 극대자와 만족자의 구별뿐만 아니라 독립과 상호의존적 자기해석 유형도 고려하여 표적을 세분화해야 할 필요가 있다. 만족자이면서 상호의존적 자기해석자에게는 타인을 위한 결정에서 협력과 헌신적 가치를 그리고 최종결정이 극대화의 결과임을 강조할 필요가 있다.

인터넷으로 연결된 연결사회에서 수직적

서 수평적 마케팅방식으로의 변화의 중요성이 대두되고 있다. 구매상황에서 개인의견보다 허락과 사회적 옹호, 협력이 있어야 하기에 근본적인 마케팅방식의 변화가 있어야 한다는 것이다. 그러나 연결을 통해 사회에 소속되려는 욕구 대비 개인의 독특한 특성을 찾으려는 노력과 개별브랜드를 통한 자기실현의 욕구에는 개인차가 있다. 자기해석은 타인간의 관계에서 이들 중에 어떠한 것이 우선적으로 기능할 것인가에 대한 답을 준다. 후자가 더 중요하다면 표적마케팅을 그대로 실시하는 것이 중요하겠지만 전자라면 가능한 다수의 접점을 찾아 소규모의 그룹으로 구성된 다수의 연결망을 그려내는 것이 중요하다. 그럼으로써 소비자의 마음과 불일치하는 접점을 제시하여 생기는 불편감을 최소화하고 경험적 연결을 통한 옹호와 협력을 이끌어내어야 한다.

본 연구의 제한점을 갖고 추후연구를 위한 제언은 다음과 같다. 먼저 본 연구는 같은 학교 내의 다른 학생을 위해 제품을 사는 시나리오를 설정하였다. 그런데 타인과의 심리적 거리에 따라 상호의존적 자기해석자는 타인에 대해 서로 다른 태도를 가질 수 있다. Baskin 등(2014)에 의하면, 자신과 타인과의 유사성을 조작한 정도에 따라 실행가능성과 바람직성을 선호하는 정도가 달랐다. 이는 상호의존적 해석자가 크게는 내집단과 외집단의 차이가 있을 때, 작게는 유사성에 의한 개인적 특성의 차이가 나타날 때 다른 결정을 내릴 수 있음을 보여주는 것이다. 타인이 자신과 어떤 관련성이 있는지 그리고 잘 아는 사이인지 전혀 모르는 사이인지에 따라 결과는 달라질 수 있다. 만약 내집단의 자신과 유사한 다른 학생이 아니라 외집단의 자신과 다른 일반인을 설정하였다면 해당수준의 극대화 결과가 나오지

않았을 수도 있을 것이다.

또한 본 연구는 실제적인 광고매락을 사용하지 않았다. 실제 광고에서는 만족스러울 만한 제품보다 대부분이 최고성능을 가진 제품이라고 광고하는 것이 일반적이다. 따라서 중간 가치의 노력이 들지 않는 제품시나리오가 현실적인 광고매락과는 거리가 있는 것이 사실이다. 또한 그것이 정보형 광고일지라도 수용자의 처리능력에 따라 그 제품이 최고의 제품인지 만족스러울 만한 제품인지를 다르게 처리할 수가 있다. 따라서 본 연구를 적용하는 데에 한계가 존재한다. 뿐만 아니라 본 연구는 제품의 성능과 품질을 중심으로 시나리오를 설정하였는데 현실은 소비자의 브랜드태도에 의해 제품품질 지각이 달라진다는 점도 고려해야 할 것이다.

추후연구로는 결정피로감과 관련하여 극대자와 만족자, 자기해석 유형간의 관계를 알아보는 연구도 진행하면 좋을 것이다. 기존연구에 의하면 독립적 자기해석자는 자신을 위한 선택일 때 결정피로감을, 상호의존적 자기해석자는 타인을 위한 선택일 때 결정피로감을 느꼈다(Polman & Vohs, 2016). 이에 대해 이들이 극대화와 만족 전략을 어떻게 사용하는지 알아보면 좋을 것이다. 예를 들어, 극대자이면서 상호의존적 자기해석자는 독립적 자기해석자보다 자기보다는 타인일 때 결정피로감을 더 느껴 더 낮은 수준의 극대화를 할 가능성이 있다. 하지만 결정피로감을 느끼는 것이 결정 전 예상된 결정피로감인지 결정 후 느끼는 결정피로감인지에 따라 상반된 연구 결과가 도출될 수 있다. 극대자와 만족자가 예상된 결정피로감을 느끼는 정도가 다를 수 있다. 만족자와 달리 극대자는 가치 대비 노력에 있어 원하는 가치를 얻기 위해 노력을 희생시킨

다고 생각하는 경향성이 낮기 때문이다(Luan & Li, 2017). 따라서 극대자는 독립적 자기해석자일 지라도 예상된 결정피로감을 덜 느껴 자신을 위한 선택일 때 타인을 위한 선택일 때보다 극대화를 할 가능성이 더 있고, 만족자는 예상된 결정피로감을 더 느끼기 때문에 독립적 및 상호의존적 자기해석 유형에 따라 결과의 차이가 두드러지게 나타날 수도 있을 것이다.

참고문헌

- 김화민 (2017). 자기 또는 타인을 위한 구매 결정상황에서 자기해석과 해석수준이 위험감수 정도에 미치는 영향. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 18(2), 97-115.
- 양 윤, 김민재 (2010). 자기해석, 초점정서, 광고 내 맥락이 금연 공익광고 태도에 미치는 영향. *광고학연구*, 21(2), 245-270.
- 양 윤, 최현진 (2019). 극대화 성향, 대안 수, 사고 유형이 소비자의 결정 어려움에 미치는 영향. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 20(3), 297-317.
- Ariely, D., Huber, J., & Wertenbroch, K. (2005). When do losses loom larger than gains? *Journal of Marketing Research*, 42(2), 134-138.
- Baskin, E., Wakslak, C. J., Trope, Y., & Novemsky, N. (2014). Why feasibility matters more to gift receivers than to givers: A construal-level approach to gift giving. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 169-182.
- Beckstein, A. (2015). *The Relationship between Decision-Making Style and Self-Construct and the Subjective Happiness of Native Americans.*

- (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (Order No. 3738509)
- Brannon, D. C., & Soltwisch, B. W. (2017). If it has lots of bells and whistles, it must be the best: how maximizers and satisficers evaluate feature-rich versus feature-poor products. *Marketing Letters*, 28(4), 651-662.
- Cheek, N. N., & Schwartz, B. (2016). On the meaning and measurement of maximization. *Judgment and Decision Making*, 11(2), 126-146.
- Cheng, R. W. Y., & Lam, S. F. (2007). Self construal and social comparison effects. *British Journal of Educational Psychology*, 77(1), 197-211.
- Church, A. T., Anderson-Harumi, C. A., Del Prado, A. M., Curtis, G. J., Tanaka-Matsumi, J., Valdez Medina, J. L., ... & Katigbak, M. S. (2008). Culture, cross-role consistency, and adjustment: testing trait and cultural psychology perspectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(3), 739-755.
- Cross, S. E., Bacon, P. L., & Morris, M. L. (2000). The relational-interdependent self-construal and relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(4), 791-808.
- Cross, S. E., Hardin, E. E., & Gercek-Swing, B. (2011). The what, how, why, and where of self-construal. *Personality and Social Psychology Review*, 15(2), 142-179.
- Cross, S. E., Morris, M. L., & Gore, J. S. (2002). Thinking about oneself and others: The relational-interdependent self-construal and social cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(3), 399-418.
- Dalal, D. K., Diab, D. L., Zhu, X., & Hwang, T. (2015). Understanding the construct of maximizing tendency: A theoretical and empirical evaluation. *Journal of Behavioral Decision Making*, 28(5), 437-450.
- Duclos, R., & Barasch, A. (2014). Prosocial behavior in intergroup relations: How donor self-construal and recipient group-membership shape generosity. *Journal of Consumer Research*, 41(1), 93-108.
- Gore, J. S., & Cross, S. E. (2011). Conflicts of interest: Relational self-construal and decision making in interpersonal contexts. *Self and Identity*, 10(2), 185-202.
- Highhouse, S. E., Diab, D. L., & Gillespie, M. A. (2008). Are maximizers really unhappy? The measurement of maximizing tendency. *Judgment and Decision Making Journal*, 3(5), 364-370.
- Howard, E. S., Gardner, W. L., & Thompson, L. (2007). The role of the self-concept and the social context in determining the behavior of power holders: Self-construal in intergroup versus dyadic dispute resolution negotiations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(4), 614.
- Iyengar, S. S., & Lepper, M. R. (1999). Rethinking the value of choice: a cultural perspective on intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(3), 349-366.
- Iyengar, S. S., & Lepper, M. R. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6), 995-1006.
- Jonas, E., & Frey, D. (2003). Information search and presentation in advisor-client interactions.

- Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 91(2), 154-168.
- Kim, K., & Miller, E. G. (2017). Vulnerable maximizers: The role of decision difficulty. *Judgment & Decision Making*, 12(5), 516-526.
- Kray, L. J. (2000). Contingent weighting in self-other decision making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 83(1), 82-106.
- Lai, L. (2010). Maximizing without difficulty: A modified maximizing scale and its correlates. *Judgment and Decision making*, 5(3), 164-175.
- Lee, H., Herr, P. M., Kardes, F. R., & Kim, C. (1999). Motivated search: Effects of choice accountability, issue involvement, and prior knowledge on information acquisition and use. *Journal of Business Research*, 45(1), 75-88.
- Lin, Z., Lin, Y., & Han, S. (2008). Self-construal priming modulates visual activity underlying global/local perception. *Biological Psychology*, 77(1), 93-97.
- Liu, Z., Liu, T., & Mu, S. (2017). Mental accounting in decision-making for self versus others. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 10(2-3), 81-94.
- Liu, Y., Polman, E., Liu, Y., & Jiao, J. (2018). Choosing for others and its relation to information search. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 147, 65-75.
- Lu, J., Xie, X., & Xu, J. (2013). Desirability or feasibility: Self-other decision-making differences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(2), 144-155.
- Luan, M., Fu, L., & Li, H. (2018). Do maximizers maximize for others? Self-other decision-making differences in maximizing and satisficing. *Personality and Individual Differences*, 121, 52-56.
- Luan, M., & Li, H. (2017). Good enough-compromise between desirability and feasibility: an alternative perspective on satisficing. *Journal of Experimental Social Psychology*, 70, 110-116.
- Luan, M., & Li, H. (2017). Maximization paradox: result of believing in an objective best. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(5), 652-661.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224-253.
- Nayakankuppam, D., & Mishra, H. (2005). The endowment effect: Rose-tinted and dark-tinted glasses. *Journal of Consumer Research*, 32(3), 390-395.
- Nenkov, G., Morrin, M., Schwartz, B., Ward, A., & Hulland, J. (2008). A short form of the Maximization Scale: Factor structure, reliability and validity studies. *Judgment and Decision Making*, 3(5), 371-388.
- Oyserman, D., Sakamoto, I., & Lauffer, A. (1998). Cultural accommodation: Hybridity and the framing of social obligation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1606-1618.
- Parker, A. M., De Bruin, W. B., & Fischhoff, B. (2007). Maximizers versus satisficers: Decision-making styles, competence, and outcomes. *Judgment and Decision Making*, 2(6), 342-350.
- Petrova, D., Garcia-Retamero, R., & van der Pligt, J. (2016). What Factors Moderate Self-Other

- Discrepancies in Decision Making? Results from a Vaccination Scenario. *The Spanish Journal of Psychology*, 19, 1-11.
- Pöhlmann, C., Carranza, E., Hannover, B., & Iyengar, S. S. (2007). Repercussions of self-construal for self-relevant and other-relevant choice. *Social Cognition*, 25(2), 284-305.
- Polman, E. (2010). Why are maximizers less happy than satisficers? Because they maximize positive and negative outcomes. *Journal of Behavioral Decision Making*, 23(2), 179-190.
- Polman, E. (2012). Effects of self-other decision making on regulatory focus and choice overload. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(5), 980-993.
- Polman, E., & Vohs, K. D. (2016). Decision fatigue, choosing for others, and self-construal. *Social Psychological and Personality Science*, 7(5), 471-478.
- Reibstein, D. J., Youngblood, S. A., & Fromkin, H. L. (1975). Number of choices and perceived decision freedom as a determinant of satisfaction and consumer behavior. *Journal of Applied Psychology*, 60(4), 434-437.
- Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K., & Lehman, D. R. (2002). Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(5), 1178-1197.
- Shiner, R. L. (2015). Maximizers, satisficers, and their satisfaction with and preferences for reversible versus irreversible decisions. *Social Psychological and Personality Science*, 6(8), 896-903.
- Simon, H. A. (1956). Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review*, 63(2), 129-138.
- Singelis, T. M. (1994). The measurement of independent and interdependent self-construals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(5), 580-591.
- Turner, B. M., Rim, H. B., Betz, N. E., & Nygren, T. E. (2012). The maximization inventory. *Judgment and Decision Making*, 7(1), 48-60.
- Utz, S. (2004). Self-construal and cooperation: Is the interdependent self more cooperative than the independent self?. *Self and Identity*, 3(3), 177-190.
- Weaver, K., Daniloski, K., Schwarz, N., & Cottone, K. (2015). The role of social comparison for maximizers and satisficers: Wanting the best or wanting to be the best?. *Journal of Consumer Psychology*, 25(3), 372-388.
- White, K., Lehman, D. R., & Cohen, D. (2006). Culture, self-construal, and affective reactions to successful and unsuccessful others. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42(5), 582-592.
- Zhang, Z., Zhang, B., & Li, Z. (2016). Price discrepancy between sellers and buyers when making decisions for the self and others. *Psychological Reports*, 118(3), 889-901.

원고접수일 : 2020. 03. 08.
수정원고접수일 : 2020. 04. 13.
게재결정일 : 2020. 05. 10.

The influence of maximization, self-construal, and self-other on consumer's product preference

Sunmi Shin¹⁾

Yoon Yang²⁾

¹⁾Graduate Student, Department of Psychology, Ewha Womans University

²⁾Professor, Department of Psychology, Ewha Womans University

The purpose of this study was to investigate whether maximization and self-construal influences consumer's product preference in self and other decision making. The experimental design of this study was 2(maximization: maximizers/satisficers) × 2(self-construal: independent/interdependent) × {2(target: self/other)} 3-way mixed design. Target was a within-subjects variable. The results revealed that the effect of three-way interaction was significant and supported two hypotheses. First, it was demonstrated that maximizers maximize for both themselves and others regardless of self-construal subtypes. Interdependent satisficers on the other hand, maximize only for others and not for themselves much more significantly than independent satisficers. Additionally, the effect of two-way interaction revealed that there were significant differences between maximization and self-other, and between self-construal and self-other. More specifically, the results indicated that maximizers and satisficers made different choice in making decisions for themselves. There were also differences between independent and interdependent subjects when making decisions for themselves. Interdependent subjects also showed significant difference in self and other decision making.

Key words : maximization, self-construal, self, other