

## 지각된 부(富)는 어떻게 행복에 기여하는가? 경험 구매에 대한 선호 증가\*

신 지 은

장 대 익†

서울대학교 자유전공학부

돈을 소비하는 ‘방법’은 돈의 ‘양’ 못지않게 행복에 중요한 영향을 미친다. 소유할 수 있는 물질(예, 옷, 신발)보다 무형의 활동이나 경험(예, 식사, 여행)을 구매하는 것이 행복에 더 유리하기 때문이다. 본 연구는 그동안 잘 알려진 부와 행복의 관계가 구매 유형에 대한 선호에 기인할 가능성을 검토하였다. 그 결과, 주관적 경제 수준이 높은 대학생일수록 돈을 상대적으로 물질보다 경험에 투자하는 모습을 보였으며, 이로 인해 더 행복한 경향이 있었다(연구 1). 이러한 경험 구매의 매개효과는 다양한 경제 상황, 인종, 나이로 구성된 미국인 집단에서도 동일하게 나타났다(연구 2). 마지막으로, 실험을 통해 경제 수준에 대한 지각을 조작함으로써 앞서 나타난 결과의 인과성과 메커니즘을 살펴보았다. 예상대로 높은(vs. 낮은) 경제 수준이 접화된 사람일수록 물질보다 경험을 더 선호하는 경향을 보였으며, 이는 전반적인 위협에 대한 지각이 감소함에서 비롯되었다(연구 3). 이상의 결과는 물질적 풍요가 경험 구매에 대한 선호를 높임으로써 행복에 기여할 가능성을 제안한다. 본 연구는 풍요로운 사람이 행복한 비결 중 하나가 돈을 행복에 더 유리한 방식으로 소비하는 데 있음을 보여준다.

주요어 : 경제 수준, 물질 구매, 경험 구매, 행복, 삶의 만족도

\* 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2017S1A5B5A01025328).

† 교신저자: 장대익, 서울대학교 자유전공학부, (08826) 서울시 관악구 관악로 1, E-mail: djang@snu.ac.kr

만족스러운 삶을 영위하기 위해 필요한 것은 무엇일까? 다양한 삶의 조건들 중 그동안 가장 활발한 관심을 받은 것은 바로 돈이다. 사람들은 부의 획득을 중요한 가치로 여기며 돈으로 행복을 살 수 있다는 보편적 믿음을 가진다(King & Napa, 1998). 실제로도 부유한 국가의 행복도가 가난한 나라에 비해 높으며, 부유한 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 대체로 더 행복한 경향이 있다(Diener & Biswas-Diener, 2002; Diener & Oishi, 2000; Hagerty & Veenhoven, 2003). 돈은 개인의 욕구를 충족시키고 삶에 대한 통제감과 낙관적 시각을 제공함으로써 안녕감에 기여하기 때문이다(Diener, Ng, Harter, & Arora, 2010; Diener, Tay, & Oishi, 2013). 하지만 이러한 부의 긍정적 영향력은 일정 수준(예, 연소득 75,000달러, Kahneman & Deaton, 2010)에 도달하면 미미해질 뿐만 아니라 노력이나 개입을 통한 변화 가능성에 한계가 있다. 이에 점차 돈의 '양'에서 돈을 사용하는 '방법'으로 논의의 초점이 이동하고 있으며, 학자들은 돈이 행복을 보장해주지 않는 이유가 돈을 제대로 사용하지 않기 때문일 가능성에 주목한다(Dunn, Gilbert, & Wilson, 2011).

그렇다면 돈이라는 한정된 자원을 어떻게 사용하는 것이 행복에 효과적인가? 이에 대한 첫 번째 답은 사회적 관계다. 돈을 혼자보다는 다른 사람과 함께, 그리고 자기 자신보다는 다른 사람을 위해 사용할 때 사람들은 더 큰 행복감을 경험한다(Capriello & Reis, 2013; Dunn, Aknin, & Norton, 2008). 본 연구의 관심사이자 두 번째 답은 경험이다. 돈으로 구매할 수 있는 대상은 크게 물질과 경험, 두 유형으로 나뉜다. 늘 명확한 것은 아니지만 사람들은 대체로 이 둘을 구분하는 데 능하다(Carter & Gilovich, 2010). 이 때 만지고 소유할 수 있는 물질(예, 옷, 신발, 컴퓨터, 보석)보다는 만질 수 없는 무형의 활동과 경험(예, 식사, 영화, 여행)을 구매하는 데 돈을 사용하는 것이 행복에 더 유리하다고 알려져 있다(Carter & Gilovich, 2010; Van Boven & Gilovich, 2003).

경험 구매의 심리적 혜택에도 불구하고 이에 대한 선호에는 개인차가 존재한다. 과연 어떤 사람이, 왜 특정 유형의 구매를 더 선호하는가? 본 연구가 제안하는 한 가지 가능성은 구매자의 경제적 수준이다. 즉, 풍요로운 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 더 행복한 부분적인 이유는 그들이 물질보다 경험 구매에 돈을 더 투자하기 때문일 수 있다는 것이다. 대부분의 선행 연구에서 돈의 '양'과 '방법'에 대한 논의가 분리되어 있었던 것과 달리, 본 연구는 이 둘이 어떻게 상호 관련되는지 살펴본다는 점에서 새로운 시도가 될 것이다.

#### 구매 유형과 행복

기본적인 의식주가 해결되고 나면 사람들은 즐거움과 기쁨을 위해 돈을 소비한다. 그동안 많은 연구들을 통해 경험(vs. 물질) 구매가 행복을 증진시키는 데 효과적임이 밝혀졌다(Carter & Gilovich, 2014; Van Boven, 2005). 예를 들어, Van Boven과 Gilovich(2003)의 연구에서는 참가자들에게 가장 최근 구매했던 100달러 이상의 물질 혹은 경험을 떠올리고 그것이 각각 어느 정도의 행복감을 가져다주었는지 응답하도록 하였다. 그 결과, 사람들은 소유를 목적으로 한 물질 구매보다 삶의 경험을 목적으로 한 구매가 자신을 더 행복하게 했다고 보고했다. 이와 유사한 맥락에서 사람들은 물질에 대한 구매를 떠올릴 때보다 자신이 구매했던 경험을 떠올릴 때 일시적으로 더 높은 긍정 정서를 경험했다. 이러한 경험 구매와 행복의 관련성에 대한 몇 가지 설명은 다음과 같다. 우선 경험은 물질보다 자아(self)와 더 긴밀하게 연결되어 있다(Carter & Gilovich, 2012). 자신이 구매한 물질보다는 경험이 내가 누구인가를 더 잘 나타내준다는 것이다. 이는 경험이 본질적으로 나의 '안', 즉 기억의 일부에 자리함으로써 자기 개념에 통합되기 때문이다. 이렇게 기억으로 저장된 경험은 물질에 비해 쾌락적 적용에 더디다(Nicolao, Irwin, & Goodman,

2009). 또한 경험은 그 모호한 특성 때문에 긍정적으로 각색되고 재해석되기 쉬울 뿐 아니라 사회 비교에도 덜 민감하다는 이점을 가진다(Carter & Gilovich, 2010). 마지막으로 경험은 풍부한 이야기거리를 제공함으로써 사회적 유대를 촉진시킬 수 있다(Chan & Mogilner, 2017; Kumar & Gilovich, 2015). 이와 반대로 삶에서 물질을 추구하는 것은 심리적 안녕감을 저해한다(Dittmar, Bond, Hurst, & Kasser, 2013). 물질주의란 삶에 있어 물질적인 가치를 우선시하고 이를 획득하려는 전반적인 태도나 신념을 나타낸다(Richins, 2004; Richins & Dawson, 1992). 물질주의 수준이 높은 사람일수록 친밀한 관계를 맺는 데 어려움을 겪으며, 이렇게 저하된 사회적 관계의 질은 낮은 행복감의 중요한 원인이 된다(Kasser, 2016).

그렇다면 누가, 그리고 왜 물질 혹은 경험 구매에 돈을 사용하는가? 구매 유형과 행복의 관련성에 대한 활발한 논의에도 불구하고 개인차 변인에 대한 연구는 상대적으로 미미한 실정이다. 이에 일부 연구자들은 구매 성향을 개인의 기질적 특성의 하나로 간주하고 이를 측정하는 새로운 척도(경험 구매 경향성 척도, Experiential Buying Tendency Scale; 이하 EBTS)를 개발하기도 하였다(Howell, Pchelin, & Iyer, 2012). 이에 따르면 경험 구매 경향성이 낮은 사람일수록 불안 애착(예, 나는 관계에 대한 걱정이 많다)과 행동 억제 체계의 점수가 높았던 반면, 외향성과 경험에 대한 개방성 점수는 낮았다.

본 연구는 다양한 개인차 변인들 중 특히 그 사람의 '경제 수준'에 주목하였다. 개인의 경제 수준, 구매 유형 및 행복 간의 관련성을 직접적으로 살펴본 연구는 없지만 Van Boven와 Gilovich(2003)의 결과(연구 2)는 이에 대한 간접적인 실마리를 제공한다. 이 연구의 참가자들은 대체로 물질 구매보다 경험 구매가 자신을 더 행복하게 했다고 응답했지만 그 정도는 경제 수준에 따라 달랐다. 흥미롭게도 연평균 소득이 낮아질수록 물질 구매가 자신을 더 행복하게 했다는 응답이 증가한 것이다. 가령, 연소득이

25,000-35,000달러인 사람들의 약 40%가 자신을 더 행복하게 한 구매로 물질 구매를 꼽은 반면, 이 수치는 연소득이 150,000달러 이상인 사람들에게서는 20% 수준으로 감소했다. 하지만 이 연구에서는 사람들로 하여금 단순히 물질 구매와 경험 구매 중 하나를 선택하게 했다. 따라서 개인의 경제 수준에 따라 구매 유형에 대한 전반적인 선호가 어떻게 달라지는지, 그리고 행복에 대한 경험과는 어떤 관련성을 보이는지 추가적으로 살펴볼 필요가 있다.

#### 경제 수준, 위협에 대한 지각 및 구매 유형

돈은 생존 및 안전의 욕구를 충족시켜주는 중요한 수단이다. 따라서 경제적 빈곤은 개인의 안녕을 저해하는 대표적인 위협 요소로 꼽힌다(Kasser, Koestner, & Lekes, 2002; Kraus, Horberg, Goetz, & Kelter, 2011). 선행 연구들에 의하면 인간의 물질에 대한 관심과 욕구는 잠재적인 위협에 노출되었을 때 더 높아지는 경향이 있다. 가령, 가정환경이 불안정한 청소년들이 그렇지 않은 청소년들에 비해 높은 물질주의를 보이며(Rindfleisch, Burroughs, & Denton, 1997), 911 테러 이후 미국 내 소비가 급등했던 현상(Arndt, Solomon, Kasser, & Sheldon, 2004) 등을 예로 들 수 있다. 이러한 결과는 실험을 통해 일시적으로 위협을 지각했을 때에도 유사하게 나타났다. Chang과 Arkin(2002)의 연구에서는 전반적인 위협과 관련된 단어(예, 불안정한, 의심스러운)나 사건이 점화되었을 때 불확실성에 취약한 사람의 물질주의 성향이 높아지는 모습을 보였다. 유사한 맥락에서 사람들은 죽음에 대한 생각이 점화되었을 때 사치품에 대한 구매 욕구가 증가하는 모습을 보인다(Kasser & Sheldon, 2000). 이에 최근 연구자들은 사람들이 다양한 삶의 스트레스 및 좌절로 인해 심리적 위협을 경험할 때 그 상태에서 벗어나는 방편으로 외적인 물질에 주의를 돌린다고 설명한 바 있다(Donnelly, Ksendzova, Howell, Vohs, & Baumeister, 2016). 이상의 결과들은 위협

의 대표적인 요소인 빈곤이 사람들로 하여금 경험보다 물질에 더 높은 가치를 부여하고 이를 통해 안전감을 추구하도록 이끌 가능성을 시사한다. 따라서 경제적으로 풍요로울수록 심리적 위협이 감소하고 결과적으로 물질보다 경험에 초점을 맞추고 이를 선호할 것으로 예상된다.

실제로 연구자들은 최근 경제적 빈곤이 물질에 대한 선호를 높이는 경향이 있음을 밝혔다(Tully, Hershfield, & Meyvis, 2015). 경제적 어려움은 사람들로 하여금 기회비용에 민감하게 만들고(Mani, Mullainathan, Shafir, & Zhao, 2013), 이내 사라지는 경험보다 미래에도 오랫동안 지속될 수 있는 물질에 더 끌리게 만든다는 것이다. 구체적으로, Tully와 동료들(2015)의 연구에서 참가자들은 향후 몇 개월 내에 구매하고 싶은 한 개의 경험과 한 개의 물질에 대해 생각해보도록 안내받았다. 이후 각각의 구매가 얼마나 오래 지속될 수 있다고 여겨지는지, 그리고 둘 중에서 어느 한 가지만 구매할 수 있다면 무엇을 선택하겠는지 응답하였다. 연구 결과 자신의 경제적 제약에 대해 많이 생각한 사람일수록 경험보다 물질을 선호하였으며, 이는 부분적으로 구매의 지속성에 대한 걱정에 기인한 것이었다. 이러한 경제 수준과 구매 유형 간의 관련성은 현실 상황에서도 유사하게 나타난다. 경제적으로 부유한 이웃으로 인해 상대적 빈곤감을 느끼는 사람일수록 물질 구매에 대한 높은 욕구를 보이는 것으로 나타났다(Zhang, Howell, & Howell, 2016). 이와 유사하게 Sheldon과 Kasser(2008)의 연구에서 한 조건의 참가자들은 안정적인 직장에 취업을 해서 경제적으로 풍요로운 상황을 상상하였고, 다른 조건의 참가자들은 경기 불황에 취업에 실패해 경제적으로 위태로운 상황을 상상하였다. 이후 참가자들에게 다양한 내적(예, 새로운 것을 학습하고 성장하는 것) 및 외적(예, 많은 값비싼 물건을 소유하는 것) 목표의 달성이 얼마나 중요한지 응답하도록 하였다. 그 결과, 예상대로 경제적 빈곤이 점화된 참가자들은 이전에 비해 증가된 외적 목표 지향성을 보였다. 이상의 연구들은 빈곤

과 물질 선호의 관련성이 단순히 경제적 제약이나 현실적 어려움에 기인하는 것이 아니며, 그 중심에 심리적 위협감이 자리함을 시사한다. 이는 빈곤에 대한 일시적인 지각이 유발하는 심리적 현상에 대한 연구와도 맥을 같이한다(Shah, Mullainathan, & Shafir, 2012; Shah, Shafir, & Mullainathan, 2015). 지금까지의 논의를 토대로 본 연구에서는 경험 구매에 대한 선호가 부와 행복을 잇는 중요한 연결고리일 가능성을 검증하고자 한다. 나아가 경제적 풍요로 인한 심리적 위협의 감소가 사람들로 하여금 물질보다 경험을 선호하도록 이끄는 지 살펴볼 것이다.

종합하면, 본 연구의 목적은 경제적으로 부유한 개인이 더 높은 행복감을 경험하는 부분적인 이유가 그들이 물질보다 경험에 돈을 투자하기 때문임을 밝히는 데 있다. 개인의 경제 수준을 반영하는 지표는 다양하지만, 본 연구는 그 중에서도 지각된 사회 경제적 지위(socioeconomic status; 이하 SES)에 초점을 맞추고자 한다. 사회 경제적 지위는 흔히 사회 계층(social class)으로도 일컬어지며 객관적 소득이나 부를 토대로 개인이 소속 집단 내에서 주관적으로 지각하는 경제력을 말한다(Kraus, Piff, & Keltner, 2009). 과거에는 객관적 부 자체에 관심을 두었지만 점차 많은 연구들을 통해 사회 내 경제적 지위에 대한 지각이 다양한 심리사회적 현상을 더 잘 설명한다는 것이 밝혀지고 있다(Boyce, Brown, & Moore, 2010; Kraus et al., 2009). 객관적 자원의 양과 이에 대한 지각이 일치하는 것은 아니지만 대개의 경우 둘은 밀접한 관련성을 가진다. 본 연구에서는 직접적인 측정 변수인 주관적 SES와 더불어 이것이 내포하는 돈의 양, 부, 경제력 등 다양한 용어를 함께 사용하고자 한다. 구체적으로 본 연구는 다음과 같이 구성된다. 먼저 연구 1에서는 척도를 통해 물질/경험 구매에 대한 전반적 선호를 측정할 것이며, 연구 2에서는 자원(100달러)을 물질 혹은 경험 구매에 직접 분배하도록 할 것이다. 마지막으로 연구 3에서는 실험을 통해 경제 수준에 대한 지각을 점화함으로써 연구 1-2에서 나

타난 현상의 인과성을 살펴볼 것이다. 또한 선행 연구(예, Sheldon & Kasser, 2008)에서 심리적 위협을 직접적으로 측정하지 않았던 것과 달리, 본 연구에서는 전반적인 위협에 대한 지각이 부가 경험에 대한 선호를 높이는 심리적 메커니즘일 가능성을 검토할 것이다. 낮은 경제 수준이 점화되면 사람들의 심리적 위협감이 증가, 그로 인해 물질 구매에 대한 높은 선호를 보일 것으로 예상된다. 이와 반대로 높은 경제 수준이 점화되면 심리적 위협감이 감소, 그로 인해 경험 구매에 대한 선호가 상대적으로 높아질 것으로 예상된다.

이에 더하여 고려할 점은 구매 유형에 대한 선호에 있어 물질주의적 가치관(Richins & Dawson, 1992)이 또 다른 개인차 요인이 될 수 있다는 것이다. 물질주의의 성향은 물질 구매와 동일한 개념은 아니지만 물질에 많은 가치와 중요성을 부여한다는 점에서 밀접하게 관련된다. 이에 물질 구매를 다룬 선행 연구들은 물질주의적 가치관을 함께 고려해 왔다. 게다가 Nicolao와 동료들(2009)의 연구에서 개인의 물질주의는 물질 구매와 행복의 관련성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 본 연구(연구 1-2)에서도 개인의 물질주의를 측정하고 이 효과를 통제함으로써 경제 수준의 고유한 효과를 보다 선명하게 살펴보고자 한다.

### 연구 1

그동안 많은 연구를 통해 경험 구매의 쾌락적 효용이 밝혀졌지만, 정작 어떤 특성을 가진 사람이 물질보다 경험에 더 투자하는지에 대해서는 체계적으로 밝혀진 바가 없다. 연구 1의 목적은 개인의 경제 수준과 행복의 관계가 구매 유형에 대한 선호에 의해 설명될 수 있는지 알아보는 데 있다. 이를 위해 참가자들이 평상시 돈을 경험(vs. 물질)에 투자하는 상대적 비중을 측정하였다. 선행 연구에 따르면 빈곤은 위협

과 불확실함에 대한 전반적인 지각을 높임으로써 물질에 대한 의존도를 높일 가능성이 있다(Donnelly et al., 2016; Tully et al., 2005). 따라서 주관적 경제 수준이 높은 사람이 낮은 사람에 비해 물질보다는 경험을 구매하는 데 더 많은 돈을 사용하는 경향이 있을 것이며, 이는 부분적으로 부가 행복을 증진시키는 데 기여할 것으로 예상된다.

## 방 법

### 연구 대상

서울 소재 4년제 대학에서 심리학 수업을 수강하는 학부생 128명(여 = 75)이 참여하였다. 이들은 설문 참여에 대한 보상으로 크레딧을 부여받았다. 설문을 끝까지 응답하지 않은 3명을 제외한 125명의 응답이 최종 분석에 사용되었다. 참가자들의 평균 나이는 20.68세( $SD = 0.70$ )였다.

### 측정 도구

먼저 가정의 경제적 생활수준에 대한 주관적 인식을 단일 문항으로 측정하였다. 응답은 10점 척도(1 = 저소득, 10 = 고소득)로 이루어졌으며, 점수가 높을수록 자신의 가정이 사회 내에서 경제적으로 여유 있다고 지각한다는 것을 의미한다. 많은 연구들을 통해 단순한 소득보다 개인이 주관적으로 인식하는 경제 수준이 다양한 심리사회적 현상을 더 잘 예측한다는 것이 밝혀진 바 있다(Boyce et al., 2010). 따라서 본 연구에서는 객관적 가계 소득 대신 이에 대한 개인의 주관적 지각을 측정하였다. 이어서 전반적인 행복감을 측정하기 위해 주관적 안녕감의 하위 요소인 삶의 만족도 척도(Satisfaction With Life Scale: SWLS)를 사용하였다(Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985; 임남연, 이화령, 서은국, 2010). 예

시 문항은 “전반적으로 나의 삶은 내가 생각하는 이상적인 삶에 가깝다,” “나는 나의 삶에 만족한다” 등을 포함한다. 삶의 만족도 5문항의 내적 일치도 계수는 .81로 높게 나타났으며 응답은 7점 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)로 이루어졌다. 모든 문항은 이중 언어자 2인의 번역 및 역 번역 과정을 거쳐 선정되었다. 마지막으로 참가자들의 구매 유형 선호를 측정하기 위해 경험 구매 경향성 척도(EBTS; Howell et al., 2012) 중에서 물질과 경험 구매를 동시에 묻는 두 문항(1, 2번)을 사용하였다. 구체적인 문항은 다음과 같다. “돈으로 구매할 수 있는 것에는 크게 물질과 경험이 있습니다. 물질이란 당신이 만지고 소유할 수 있는 물리적 대상(예, 옷, 신발, 컴퓨터, 보석)을 말하며 경험이란 만질 수 없는 무형의 활동과 행사(예, 식사, 영화, 운동)를 말합니다. 대체로 나는 여유 돈이 생기면 \_\_\_\_를 구매하는 경향이 있다. 나는 행복해지고 싶을 때 돈을 \_\_\_\_에 소비하는 편이다.” 응답은 7점 척도(1 = 물질, 7 = 경험)로 이루어졌으며, 두 문항의 평균값( $\alpha = .79$ )이 분석에 사용되었다. 본 연구에서는 구매 유형에 대한 상대적 비중 및 선호를 측정하기 위해 양극형(bipolar) 문항을 사용하였으며(Grouzet et al., 2005), 점수가 높을수록 경험 구매에 대한 선호가 상대적으로 높음을 의미한다.

마지막으로 물질의 획득과 소유에 부여하는

가치인 물질주의 수준을 측정하기 위해 Richins와 Dawson(1992)의 물질주의 척도를 사용하였다. 원 척도는 총 18문항으로 3개의 하위 요인(소유 중심, 성공추구, 행복추구 각 6문항)으로 구성되어 있으나 본 연구에서는 3요인 중 가장 많은 변량을 설명하며 안녕감과 밀접한 관계를 맺고 있는 ‘행복 추구적 물질주의’ 요인만을 측정하였다. 이는 물질의 소유를 행복을 높이는 수단으로 여기는 태도를 나타내며 다른 요인들에 비해 심리적 안녕에 대한 높은 예측력을 가진다(Pieters, 2013). 예시 문항으로는 “내가 더 많은 것을 살 수 있다면 더 행복할 것이다,” “나는 호화로운 것이 가득한 삶이 좋다.” 등을 들 수 있다. 응답은 7점 척도(1점 = 전혀 그렇지 않다, 7점 = 매우 그렇다)로 이루어졌다. 본 연구에서는 6문항의 평균값( $\alpha = .83$ )을 분석에 사용했으며, 점수가 높을수록 물질주의적 가치관이 높다는 것을 의미한다.

## 결과 및 논의

먼저 변인들의 기술 통계치 및 단순상관분석 결과를 표 1에 제시하였다. 선행 연구와 마찬가지로 주관적 경제 수준( $r = .19, p < .05$ )과 경험 구매에 대한 선호( $r = .33, p < .001$ )는 삶의 만족도와 유의한 정적 상관을 보였다. 반면, 물질주의는 삶의 만

표 1. 기술통계 및 변인들 간 상관관계 (연구 1)

변인	M(SD)	1	2	3	4	5
1. 성별(1 = 남, 2 = 여)	1.59(0.49)	-				
2. 나이	20.68(0.70)	-.16	-			
3. 주관적 경제 수준	5.51(1.47)	.06	.04	-		
4. 경험 구매 선호	3.99(1.26)	-.08	.07	.25**	-	
5. 물질주의	4.61(0.72)	-.04	.21*	-.14	-.18*	-
6. 삶의 만족도	4.45(0.94)	.18*	-.02	.19*	.33***	-.22*

주. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ .

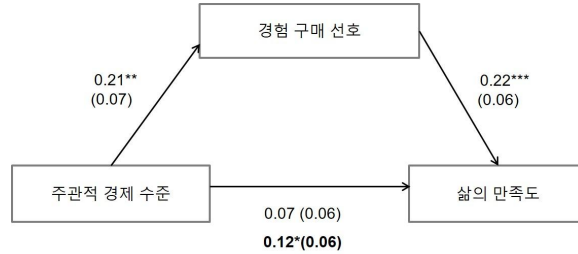


그림 1. 주관적 경제 수준과 삶의 만족도의 관계에 대한 경험 구매 선호의 매개효과 (연구 1).

주. 모든 숫자는 통계 전 비표준화 계수이며 표준 오차는 괄호 안에 표시하였음. 전체 효과는 굵은 글씨체로 표시하였음. \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ .

족도( $r = -.22, p < .01$ ) 및 경험 구매 선호( $r = -.18, p < .05$ )와 부적 상관을 보였다. 예상대로 주관적 경제 수준은 경험 구매에 대한 선호와 정적 상관( $r = .25, p < .01$ )을 보였다. 이상을 토대로 경제적으로 풍요로울수록 대체로 돈을 물질보다 경험에 투자하는 경향이 있음을 알 수 있다.

다음으로 본 연구의 관심사인 경험 구매 선호의 매개효과를 분석하기 위해 Preacher와 Hayes(2008)가 개발한 SPSS Indirect macro 프로그램을 활용하였다. 종속 변수에는 삶의 만족도가, 독립 변수에는 경제 수준이, 매개 변수에는 경험 구매 선호가 투입되었다. 분석 결과, 그림 1

에서 볼 수 있듯이 경험 구매에 대한 선호는 부와 행복의 관련성을 매개하는 것으로 나타났다,  $b = 0.05, SE = 0.02, p = .029, CI_{95} = [0.01, 0.11]$ . 즉, 물질에 비해 경험에 더 많은 경제적 자원을 투자하는 성향은 풍요로운 사람들로 하여금 더 높은 삶의 만족감을 경험하도록 도울 수 있다는 것이다. 이어서 개인의 인구 통계학적 변인(성별, 나이) 및 물질주의를 통제하고서도 앞서 나타난 매개효과가 유효한지 살펴보았다. 그 결과, 여전히 경제 수준과 삶의 만족도의 관계는 경험 구매 선호에 의해 매개되었다,  $b = 0.04, SE = 0.02, p = .047, CI_{95} = [0.01, 0.10]$ .

표 2. 삶의 만족도에 대한 경험 구매 선호의 매개효과 (연구 1)

	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	$\Delta R^2$
종속변인: 삶의 만족도					
성별	0.32	.17	1.96	.10	.10*
나이	0.06	.12	0.49		
물질주의	-0.26	.12	-2.25*		
주관적 경제 수준	0.09	.06	1.70		
성별	0.37	.16	2.33*	.18	.08**
나이	0.02	.12	0.21		
물질주의	-0.19	.11	-1.72		
주관적 경제 수준	0.05	.06	0.93		
경험 구매 선호	0.22	.06	3.40**		

주. \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

상세한 결과는 표 2에 제시되었다. 이상의 결과는 지각된 부가 행복을 증진시키는 중요한 한 원인이 그것을 사용하는 방식에 있을 가능성을 보여주며, 본 연구에서 나타난 매개효과가 개인의 물질주의적 가치관과 구분되는 현상임을 제안한다. 특히 본 연구에서는 경험 구매 선호가 모형에 추가되자 경제 수준과 행복 간의 유의한 관련성이 사라졌다. 지나친 해석에는 주의를 요하나 이러한 결과는 구매라는 일상의 구체적인 행동이 가지는 의미와 중요성을 잘 보여준다. 그동안 돈과 행복을 다룬 대부분의 선행 연구들은 돈의 '양'과 이를 사용하는 '방법'간의 관련성을 살펴보는 데 소홀한 경향이 있었다. 반면, 본 연구는 돈과 행복이라는 오랜 주제를 현대 사회의 구체적인 소비 행동과 새롭게 접목했다는 점에서 의미가 있다.

## 연구 2

연구 1을 통해 경제 수준이 높을수록 대체로 돈을 물질보다 경험을 구매하는 데 사용하며, 이로 인해 부분적으로 더 행복한 경향이 있음을 밝혔다. 하지만 앞서 나타난 결과만으로는 부유한 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 실제로 물질보다 경험 구매에 돈을 더 많이 사용하는지, 아니면 단지 물질보다 경험 구매에 대한 기억을 활성화시키는 것인지 알기 어렵다. 본 연구의 첫 번째 목적은 연구 1의 결과가 회상에 의한 오류에 기인할 가능성을 배제하는 것이다. 이를 위해 구매 유형에 대한 선호를 보다 직접적이고 행동적인 방식으로 측정하였다. 구체적으로, 참가자들은 평소 자신의 성향을 보고하는 대신, 정해진 자원을 물질 구매와 경험 구매에 직접 분배하는 과제를 수행하였다. 본 연구의 두 번째 목적은 앞서 나타난 결과가 다양한 인구통계학적 배경(인종, 나이, 소득 수준 등)의 사람들에게 확대 적용될 수 있는지 검토하는 것이다. 이에 연구 2에서는 연구 1에서 나타난 결과의 재

검증 및 결과의 일반화를 위해 미국인을 대상으로 설문을 진행하였다.

## 방 법

### 연구 대상

미국인을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하여 총 184명이 설문에 참여하였다(여 = 105). 참가자들의 인종은 유럽계 미국인 112명(60.9%), 아프리카계 미국인 23명(12.5%), 아시아계 미국인 15명(8.2%), 라틴계 미국인 17명(9.2%)과 그 외 17명(9.2%)으로 집계되었다. 참가자의 평균 나이는 37.04세였다( $SD = 10.90$ ).

### 연구 절차

미국의 Amazon Mechanical Turk(이하 Mturk) 사이트에서 'Personality and relationships'라는 제목으로 설문을 진행하였다. 참가자들은 참여에 대한 보상으로 0.3달러를 제공받았다. Mturk를 사용한 설문의 응답은 전통적 방식의 설문이나 실험과 비슷한 높은 신뢰도를 가지며, 장소에 구애받지 않고 좀 더 폭넓은 계층의 참가자를 모집할 수 있다는 점에서 이점을 가진다(Holden, Dennie, & Hicks, 2013).

### 측정 도구

먼저 연구 1과 마찬가지로 참가자들의 주관적 경제 수준을 단일 문항으로 측정하였다. 응답은 10점 척도(1= 저소득, 10 = 고소득)로 이루어졌으며, 점수가 높을수록 자신의 가정이 사회 내에서 경제적으로 여유 있다고 지각한다는 것을 의미한다. 이어서 구매 유형 선호를 측정하기 위해 "만일 당신에게 100달러의 여유 돈이 생겼고 이를 오늘 내로 사용해야한다면 무엇을 구매하는 데 사용하셨습니까?"라는 질문을 사용하였다. 질문에 앞서 연구 1과



동일한 안내문이 제공되었다. “돈으로 구매할 수 있는 것에는 크게 물질과 경험이 있습니다. 물질이란 당신이 만지고 소유할 수 있는 물리적 대상(예, 옷, 신발, 컴퓨터, 보석)을 말하며 경험이란 만질 수 없는 무형의 활동과 행사(예, 식사, 영화, 운동)를 말합니다.” 참가자들은 총 합이 100달러가 되도록 물질과 경험 각각에 분배하도록 안내받았으며(물질 \_\_\_\_\_ + 경험 \_\_\_\_\_ = 100달러), 이 때 경험에 분배한 액수가 클수록 경험 구매에 대한 선호가 높음을 의미한다. 본 연구의 종속 변수인 삶의 만족도를 측정하기 위해 연구 1과 동일한 척도(SWLS)를 사용하였으며 5문항의 내적 일치도 계수는 .94로 높게 나타났다. 마지막으로 연구 1에서와 마찬가지로 개인의 물질주의 수준을 측정하였다. 본 연구에서는 설문 여건상 Richins와 Dawson(1992)의 18문항 대신 Richins(2004)의 단축형 9문항 척도를 사용하였으며, 참가자들은 이 중에서 ‘행복추구적 물질주의’에 해당하는 3문항(원 척도 6 문항 중 15, 17, 18번에 해당함;  $\alpha = .78$ )에 대해서만 응답하였다.

### 결과 및 논의

먼저 변인들의 기술 통계치 및 단순상관분석 결과를 표 3에 제시하였다. 연구 1에서와 마찬가지로 삶의 만족도는 경제 수준( $r = .42, p < .001$ ) 및 경험 구매 선호( $r = .34, p < .001$ )와 유의한 정적 상

관을 보였다. 이는 풍요로움수록, 그리고 물질보다 경험 구매를 선호할수록 더 행복하다는 선행 연구 결과와 맥을 같이한다. 이어서 물질주의는 삶의 만족도( $r = -.22, p = .006$ )와는 부적 상관을 보였으며, 연구 1에서와 달리 경험 구매 선호와는 유의한 관련성이 없었다( $r = -.09, ns$ ). 예상대로 경제 수준은 경험 구매에 대한 선호와 정적 상관( $r = .22, p = .006$ )을 보였다.

다음으로 연구 1과 동일한 방식(Preacher & Hayes, 2008)으로 매개효과를 분석하였다. 종속 변수에는 삶의 만족도가, 독립 변수에는 주관적 경제 수준이, 매개 변수에는 경험 구매 선호가 투입되었다. 예상대로, 그림 2에서와 같이 경험 구매에 대한 선호는 경제 수준과 삶의 만족도의 관계를 부분적으로 매개하는 것으로 나타났다,  $b = 0.05, SE = 0.02, p = .019, CI_{95} = [0.02, 0.10]$ . 즉, 풍요로운 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 자신의 삶에 더 만족하는 이유 중 하나는 물질이 아닌 경험에 상대적으로 더 많은 자원을 투자하기 때문으로 보인다. 뿐만 아니라, 연구 1에서와 마찬가지로 이러한 경험 구매의 매개효과는 인구 통계학적 변인(성별, 나이) 및 물질주의 수준을 통제하고서도 유효했다,  $b = 0.04, SE = 0.02, p = .021, CI_{95} = [0.01, 0.09]$ . 보다 상세한 결과는 표 4에 제시되었다. 본 연구는 다양한 배경을 가진 참가자들을 대상으로 연구 1의 결과가 문화 보편적 현상임을 확인했다는 데 의미가 있다.

표 3. 기술통계 및 변인들 간 상관관계(연구 3)

변인	M(SD)	1	2	3	4	5
1. 성별 (1 = 남, 2 = 여)	1.57(0.50)	-				
2. 나이	37.04(10.90)	.15*	-			
3. 주관적 경제 수준	4.59(1.94)	-.08	-.08	-		
4. 경험 구매 선호	44.41(26.71)	.08	-.02	.22**	-	
5. 물질주의	3.63(1.51)	-.15*	-.22**	.04	-.09	-
6. 삶의 만족도	4.44(1.61)	.12	-.03	.42***	.34***	-.22**

주. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

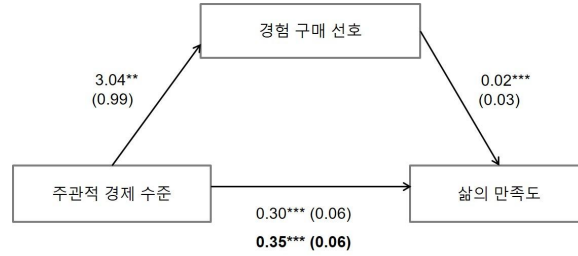


그림 2. 주관적 경제 수준과 삶의 만족도의 관계에 대한 경험 구매 선호의 매개효과 (연구 2).

주. 모든 숫자는 통계 전 비표준화 계수이며 표준 오차는 괄호 안에 표시하였음. 전체 효과는 굵은 글씨체로 표시하였음. \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

표 4. 부와 삶의 만족도에 대한 경험 구매 선호의 매개효과(연구 2)

	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	$\Delta R^2$
종속변인: 삶의 만족도					
성별	0.41	.22	1.88	.25	.25***
나이	-0.01	.01	-1.02		
물질주의	-0.25	.07	-3.48**		
주관적 경제 수준	0.36	.06	6.59***		
성별	0.34	.21	1.61	.30	.05**
나이	-0.01	.01	-0.93		
물질주의	-0.23	.07	-3.23**		
주관적 경제 수준	0.32	.05	5.84***		
경험 구매 선호	0.01	.00	3.42**		

주. \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

### 연구 3

지금까지 연구 1-2를 통해 경험 구매 선호가 지각된 부와 삶의 만족도를 매개한다는 것을 밝혔다. 그렇다면 부유한 사람의 경험 구매 선호가 더 높은 이유는 무엇일까? 이에 대한 본 연구의 가설은 경제적 여유에 근거한 심리적 안전감이 물질보다 경험을 추구하도록 이끈다는 것이다. 하지만 또 다른 가능성은 경제 수준이 낮을수록 소득의 더 많은 부분을 필수품을 구매하

는 데 사용하기 때문일 수 있다(Cole, Thompson, & Tufano, 2008). 반면, 대표적인 경험 구매 품목으로 꼽히는 여행, 스키나 공연의 입장권, 스파나 마사지 등은 필수품보다는 사치품에 가깝다고 볼 수 있다. 선행 연구(Van Boven & Gilovich, 2003, 연구 1)에서도 사람들에게 지난 구매를 떠올리도록 했을 때 경험에 해당하는 금액이 물질에 비해 더 높은 경향이 있었다. 비록 이 차이는 통계적으로 유의미하지 않았으며 금액을 통제하고서도 경험 구매의 효과는 유효했으나 경

계 수준과 구매 유형의 관련성이 현실적인 제약에 기인할 가능성이 존재한다. 따라서 연구 3의 목적은 앞선 연구1-2의 결과가 사회구조적 차원을 넘어선 보다 광범위한 심리 현상임을 검증하는 데 있다. 구체적으로, 경제 수준과 구매 유형에 대한 선호를 잇는 한 가지 연결고리가 위협에 대한 지각임을 밝히고자 한다.

이를 위해 본 연구는 첫째, 실험을 통해 경제 수준(낮은 vs. 높은)을 점화하였다. 만일 경제 수준과 구매 유형의 관련성이 현실적인 문제에 기인한다면 경제적 빈곤 혹은 풍요에 대한 일시적인 점화는 구매 유형에 대한 선호에 큰 영향을 미치지 못할 것이다. 반면, 그 관련성이 보다 심리적인 기제(위협)에 대한 지각, Donnelly et al., 2016)에 근거한다면 자원의 양에 대한 일시적인 생각만으로도 구매 유형에 대한 선호가 변화할 수 있을 것으로 예상된다. 구체적으로, 본 연구에서는 참가자들의 가계 소득을 측정하는 척도 구간의 기준점(reference point)을 다르게 설정하였다(Schwarz, Bless, Bohner, Harlacher, & Kellenbenz, 1991 참고). 개인의 주관적 경제 지위는 사회 내 타인과의 비교를 통한 상대적 개념이다(Boyce et al., 2010). 따라서 기준점이 저소득으로 편향된 월 소득 척도(1 = 50만원, 11 = 500만원)에 응답할 때보다 고소득으로 편향된 월 소득 척도(1 = 500만원, 11 = 1,400만원)에 응답할 때 자신의 경제 지위가 사회 내에서 상대적으로 낮다고 지각할 가능성이 높다. 자신의 월 가계 소득이 400만원이라고 했을 때 전자의 척도에서는 8점에 해당하지만 후자의 척도에서는 1점에 해당하기 때문이다. 따라서 편향된 소득 척도를 통해 상대적 부유함/빈곤감을 점화하고 이에 따른 구매 유형의 선호를 살펴볼 수 있다. 둘째, 점화 후, 구매 유형 선호에 더하여 참가자들의 위협에 대한 지각을 함께 측정하였다. 높은 경제 수준(저소득으로 편향된 소득 척도)이 점화된 참가자들이 낮은 경제 수준이 점화된 참가자들에 비해 경험 구매를 더 선호할 것이며, 이는 위협에 대한 지각이 상대적으로 낮은 데 기인할 것으로 예상된다.

## 방 법

### 연구 대상

경북 지역 4년제 대학의 학생 108명이 수업의 일환으로 설문에 참여하였다. 모든 참여는 자발적으로 이루어졌으며 이들은 설문이 끝난 뒤 보상으로 소정의 간식을 받았다. 결측값을 가지는 3명을 제외한 105명(여 = 46)의 자료가 최종 분석에 사용되었다. 참가자들의 평균 나이는 21.35세, 표준 편차는 3.43세로 나타났다.

### 연구 절차

참가자들은 2개의 집단에 무선 할당되었다. 먼저 높은 경제 수준 집단의 참가자들( $n = 48$ )은 저소득으로 편향된 척도(50-500만원)에 가계 월 소득을 표시하도록 안내받았다. 이는 11점 척도로 구성, 50만원 미만부터 시작해서 1점마다 50만원씩 증가하도록 되어 있다. 이와 달리 낮은 경제 수준 집단의 참가자들( $n = 57$ )은 자신의 가계 월 소득을 고소득으로 편향된 척도(500-1,400만원)에 응답하였다. 이는 동일한 11점 척도이지만 500만원 미만부터 시작해서 1점마다 100만원씩 증가하도록 되어 있다. 따라서 참가자들의 해당 소득은 경제 수준(저) 집단에 비해 경제 수준(고) 집단에서 더 높은 점수에 상응하게 되며, 결과적으로 사회 내에서 자신의 위치가 상대적으로 더 높다고 지각할 가능성이 높다(Schwarz et al., 1991). 조작이 효과적으로 이루어졌는지 알아보기 위해 점화 후 연구 1-2에서와 동일한 방식으로 참가자들이 주관적으로 지각하는 경제 수준을 10점 척도로 측정하였다. 그 결과, 예상대로 주관적 경제 수준은 경제 수준(저) 집단( $M = 4.37, SD = 2.04$ )에 비해 경제 수준(고) 집단( $M = 6.05, SD = 2.08$ )에서 더 높게 나타났다,  $t(103) = 3.96, p < .001$ . 따라서 사회 내 경제 수준에 대한 점화가 효과적으로 이루어졌음을 알 수 있다.

### 측정 도구

점화에 따른 정서가 결과에 영향을 미칠 가능성을 검토하기 위해 참가자들의 현재 정서 상태를 단일 문항으로 측정하였다. 참가자들은 “현재 당신의 기분은 어떻습니까?”라는 질문에 7점 척도(1 = 매우 나쁘다, 7 = 매우 좋다)로 응답하였다. 다음으로 본 연구의 매개변인인 위협에 대한 지각을 측정하기 위해 선행 연구(Luke, Sedikides, & Carnelley, 2012)에서 사용된 안전감(sense of security)척도 중 일부를 사용하였다. 원 문항은 안전/위협과 관련된 10개의 형용사(예, 안전한, 편안한, 사랑받는)로 이루어져 있으나, 본 연구에서는 전반적인 위협과 직결된 5개의 형용사(안전한, 안심할 수 있는, 보호받는, 시련이 없는, 위협이 없는)만을 선택하여 사용하였다. 참가자들은 “각 형용사가 현재 당신의 상태를 얼마나 잘 표현한다고 생각하십니까?”라는 질문에 7점 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)로 응답하였으며 5개 문항의 내적 합치도는 .87로 높게 나타났다. 점수가 높을수록 환경 내 위협에 대한 지각이 상대적으로 낮음을 의미한다.

이어서 참가자들의 구매 유형에 대한 선호를 2 문항으로 측정하였다. 먼저 연구 2와 마찬가지로 “만일 당신에게 10만원의 여유 돈이 생겼고 이를 오늘 내로 사용해야한다면 물질과 경험 중 무엇을 구매하는 데 사용하겠습니까?”라는 질문에 응답하도록 하였다. 본 연구의 참가자들은 직접 금액을 분배하는 대신, 물질과 경험이 각기 다른 비율로 분배된 보기 중 하나를 고르도록 안내받았다. 총 10점 척도(1 = 물질 10만원, 경험 0원; 2 = 물질 9만원, 경험 1만원; 3 = 물질 8만원, 경험 2만원; 4 = 물질 7만원, 경험 3만원; 5 = 물질 6만원, 경험 4만원; 6 = 물질 4만원, 경험 6만원; 7 = 물질 3만원, 경험 7만원; 8 = 물질 2만원, 경험 8만원; 9 = 물질 1만원, 경험 9만원; 10 = 물질 0원, 경험 10만원)에 응답하였으며, 점수가 높을수록 경험 구매에 대

한 선호가 높음을 의미한다.

이에 더하여 본 연구에서는 Carter와 Gilovich (2012)의 연구 4에서 사용된 문항을 새롭게 추가하였다. 이는 물질 구매와 경험 구매의 대상을 구분하는 대신, 동일한 대상의 물질적인 측면과 경험적인 측면에 초점을 맞추도록 한다는 점에서 기존 문항들과 구분된다. 본 연구에서는 선행 연구에서 사용된 지시문과 사례를 그대로 차용하였다. 구체적으로 참가자들은 새로운 3D TV를 구매했다고 상상하도록 지시받았다. 먼저 구매의 물질적인 측면에 대한 질문(예, 이 TV를 집에 어디에 놓을지, 다른 가구들과 얼마나 어울릴지)에 대해 생각해본 뒤 얼마나 이 TV를 구매하고 싶은지, 이 TV가 자신을 얼마나 행복하게 할 것 같은지에 7점 척도로 응답하였다. 이어서 구매의 경험적인 측면에 대한 질문(예, 이 TV를 보는 경험이 얼마나 새로울지, 집에서 하는 다른 활동들과 어떻게 조화를 이룰지)에 대해 생각해본 뒤 다시 한 번 얼마나 이 TV를 구매하고 싶은지, 이 TV가 자신을 얼마나 행복하게 할 것 같은지에 7점 척도로 응답하였다. 질문의 순서는 무선화되었다. 구매 의향과 행복에 대한 예측의 평균값(경험,  $\alpha = .75$ ; 물질,  $\alpha = .83$ )을 계산하였으며, 경험적인 영역에 대한 응답에서 물질적인 영역에 대한 응답을 뺀 값을 구매 유형에 대한 선호의 측정치로 사용하였다. 따라서 점수가 높을수록 경험 구매에 대한 선호 경향성이 상대적으로 높음을 의미한다. 최종 분석에는 앞서 측정된 경험 구매 선호(금액) 문항과 경험 구매 선호(TV)의 평균값이 사용되었다( $\alpha = .88$ ).

### 결과 및 논의

먼저 주요 변인들의 집단 간 기술 통계를 표 5에 제시하였다. 예상대로 높은 경제 수준 집단의 참가자들이 낮은 경제 수준 집단의 참가자들에 비해 경험 구매에 대한 더 높은 선호도를 나타냈다. 점화

표 5. 경제 수준 점화 집단 간 평균 비교 (연구 3)

변인	경제 수준(저)	경제 수준(고)	t
	n = 57	n = 48	
	M (SD)	M (SD)	
주관적 경제 수준	4.37 (2.04)	6.05 (2.08)	3.96***
위협에 대한 지각	4.19 (1.03)	3.36 (0.93)	-3.71***
경험 구매 선호 (금액)	4.63 (1.93)	6.14 (1.62)	2.87**
경험 구매 선호 (TV)	-0.62 (1.19)	0.78 (1.37)	4.80***
- 경험 영역	4.59 (1.09)	5.33 (1.19)	2.87**
- 물질 영역	5.21 (0.96)	4.56 (1.21)	-2.64**

주. 괄호 안의 값은 표준편차임. 경험 구매 선호 (TV) = 경험 영역에서 물질 영역을 뺀 값.

\*\*p < .01, \*\*\*p < .001.

를 통해 일시적으로 자신의 경제 수준이 사회 내에서 높은 편에 속한다고 느낀 사람들일수록 가상으로 주어진 돈(10만원)을 물질보다 경험에 더 많이 투자하려는 경향을 보였으며, 동일한 TV의 물질적 속성보다 경험적 속성에 더 높은 가치를 부여하는 모습을 보였다. 구체적으로, 이들은 그림 3에서와 같이 TV의 물질적 속성보다는 경험적 속성에 대해 초점을 맞추어 생각했을 때 상대적으로 해당 TV에 대한 더 높은 구매의사를 나타냈으며, 이로부터 더 큰 쾌락적 효용을 얻을 것이라고 예측하였다.

이어서 경제 수준 점화에 따른 경험 구매 선호도의 변화가 전반적인 위협에 대한 지각을 통해 설명될 수 있는지 알아보기 위해 연구 1-2에

서와 마찬가지로 Preacher와 Hayes(2008)의 프로그램을 사용하였다. 종속 변수에는 경험 구매 선호도가, 독립 변수에는 경제 수준 조건(0 = 낮은 경제 수준, 1 = 높은 경제 수준)이, 매개 변수에는 위협에 대한 지각이 투입되었다. 분석 결과, 그림 3에서와 같이 위협에 대한 지각은 점화된 경제 수준이 경험 구매 선호도에 미치는 영향을 부분적으로 매개하는 것으로 나타났다,  $b = 0.34$ ,  $SE = 0.16$ ,  $p < .01$ ,  $CI_{95} = [0.11, 0.75]$ . 즉, 높은 경제 수준에 대한 지각이 사람들로 하여금 물질보다 경험에 가치를 부여하도록 만드는 이유 중 하나는 자신을 둘러싼 환경을 전반적으로 덜 위협적으로 여기기 때문이라는 것이

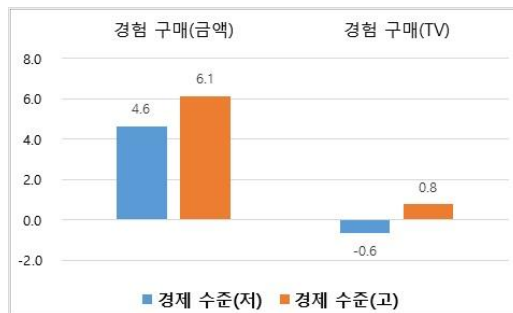


그림 3. 경제 수준 점화에 따른 경험 구매 선호(연구 3).

주. 경험 구매(TV) = TV 구매에 있어 경험에 대한 선호에서 물질에 대한 선호를 뺀 값.

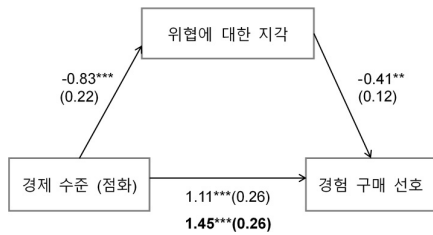


그림 4. 위험에 대한 지각의 매개효과(연구 3).

주. 모든 숫자는 비표준화 계수이며 표준 오차는 괄호 안에 표시하였음. 직접 효과는 굵은 글씨체로 표시하였음. \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

다. 이상의 결과는 연구 1-2에서 나타난 결과에 대한 인과적 해석을 돕고, 나아가 구체적인 메커니즘에 대한 설명을 제공한다는 점에서 중요하다.

### 종합 논의

물질적 풍요는 좋은 삶을 구성하는 중요한 요인이다. 그동안 많은 연구를 통해 부와 행복의 관련성이 밝혀졌지만 그 기제에 대한 구체적인 설명은 여전히 부족하다. 이에 본 연구는 현대사회의 소비행태에 주목, 풍요로운 사람이 더 행복한 이유 중 하나가 이들이 경험(vs. 물질) 구매를 선호하기 때문임을 밝혔다. 연구 1의 결과, 주관적 경제 수준이 높은 사람일수록 평소 여분의 돈을 물질보다는 경험에 구매하는 데 사용하며, 이로 인해 더 행복한 경향이 있었다. 이어서 연구 2의 결과, 주관적 경제 수준이 높은 사람일수록 주어진 가상의 돈을 실제로 물질보다 경험에 더 많이 투자하는 모습을 보였으며, 이러한 경험에 대한 선호는 행복감을 높이는 데 부분적으로 기여했다. 이상의 결과는 개인의 물질주의 수준 및 인구통계학적 변인을 통제하고서도 유효했다. 마지막으로 연구 3에서는 지각된 부와 경험 구매 간의 인과성을 검토하기 위해 경제 수준을 실험적으로 조작하였다. 그 결과, 앞선 연구들과 일관되게 일시적으로 높은(vs. 낮은) 경제 수준이 접화된 참가자들이 상대적으로 경험 구매에 대한 더 높

은 선호를 나타냈다. 요컨대, 경제적 여유는 자원을 물질보다 삶의 경험에 투자하도록 이끌고, 이렇게 증가된 경험 구매는 부가 행복에 기여하는 한 방편이 되는 것으로 보인다.

본 연구는 몇 가지 중요한 의의를 가진다. 먼저 본 연구는 물질적 풍요와 행복의 관계에 대한 보다 구체적인 그림을 제공한다. “돈으로 행복을 살 수 있는가?”라는 질문 하에 그동안 많은 연구자들이 돈의 양에 초점을 맞추어왔다. 이를 통해 내려진 결론은 대체로 ‘그렇다’이다. 물론 돈이 제공하는 심리적 혜택에는 한계 효용이 존재해서 일정 소득 수준에 이르면 강도가 약해지며(Diener & Oishi, 2000; Howell & Howell, 2008), 그 혜택 또한 정서적(vs. 인지적)인 행복에서는 선명하게 나타나지 않지만(Diener et al., 2010; Kahneman & Deaton, 2010), 부유한 사람은 그렇지 않은 사람에 비해 더 행복하다. 하지만 선행 연구들이 돈의 한계 및 부정적 영향력을 밝히는 데 주력한 나머지(Aknin, Norton, & Dunn, 2009; Easterlin, 1995; Quoidbach, Dunn, Petrides, & Mikolajczak, 2010; Vohs, Mead, & Goode, 2006), 정작 돈이 구체적으로 어떻게 행복에 기여하는지에 대해서는 상대적으로 알려진 바가 적다.

돈은 기본적 욕구를 충족시키고, 삶에서 추구하는 다양한 목표를 추구하도록 도우며, 통제감과 자율성을 제공함으로써 행복을 증진시킨다고 알려져 있다(Diener et al., 2010; Diener et al., 2013; Tay & Diener, 2011). 이에 더하여 본 연구는 경제적 풍요가 자원을 물질보다 삶의 경험에 투자하도록 이끈다는 것을 새롭게 밝혔다. 즉, 스스로 부유하다고 생각하는 사람과 그렇지 않은 사람은 단지 돈의 양뿐 아니라 돈을 사용하는 방식에 있어서도 큰 차이를 보인다는 것이다. 부를 추구하는 많은 사람들은 비싼 옷, 고급 승용차 등 부의 가시적인 모습에만 주의를 기울이기 쉽다. 하지만 부의 또 다른 모습은 소유를 목적으로 하지 않는 무형의 경험에 투자하고 이를 즐기는 심리적 여유일 것이다. 본 연구는 돈과 행복에 대한 기존의 담론을 일상의 소비 영역으로 확장했다는 의의를 가진다. 행복을 증진시키기 위해 돈의 양 자체를 변화시키는 데는 한계가

있다. 설사 돈의 양이 증가한다고 해도 그에 따라 욕구와 기대 수준도 함께 높아지기 마련이다(Boyce et al., 2010). 이와 달리 ‘구매’라는 구체적인 행동은 변화와 개입이 보다 용이할 것으로 예상된다. 본 연구는 경제적 빈곤에도 행복하거나 혹은 경제적 풍요에도 행복하지 않은 한 가지 원인이 일상의 구매 행동에 있을 가능성을 제안한다.

그렇다면 왜 풍요로운 사람들은 그렇지 않은 사람에 비해 상대적으로 경험을 더 선호하는 것일까? 선행 연구들을 토대로 다양한 가능성을 생각해볼 수 있다. 우선 경제적 빈곤은 필연적으로 소비 생활에 많은 제약을 수반한다. 따라서 영화, 콘서트, 여행 등의 경험들은 삶의 필수품이 아닌 사치품으로 간주되어 뒷전으로 밀려나기 쉽다. 이런 측면에서 본 연구에서 나타난 경험에 대한 선호가 필수품에 대한 수요가 충족된 데 따른 결과라고 여겨질 수 있다. 하지만 빈곤은 돈이 없음 그 이상의 심리적 현상으로 인지, 정서, 행동 전반에 큰 영향력을 행사할 수 있다(Mani et al., 2013; Shah, Mullainathan, & Shafir, 2012; Shah, Shafir, & Mullainathan, 2015). 따라서 경제 수준으로 인한 구매 유형 선호는 단지 사회구조적 현상이 아닌, 심리적 요인에 기인한 현상일 가능성이 높다. 이에 본 연구 3에서는 일시적으로 자원의 양에 대한 지각을 점화함으로써 경제 수준의 심리적 영향력을 확인하였다. 더 나아가 경제 수준과 구매 유형을 잇는 구체적인 심리 기제가 위협에 대한 지각임을 밝혔다. 즉, 높은 경제 수준은 전반적인 위협감을 감소시키고, 이로 인해 자원을 외적인 물질보다 삶의 경험에 투자하도록 이끈다는 것이다. 이처럼 빈곤/풍요에 대한 일시적 지각이 물질/경험에 대한 선호를 이끈다는 것은 앞서 나타난 구매 유형과 안녕감의 관계가 단순히 현실적인 경제력에 기인한 것이 아님을 시사한다. 또한 연구 3에서는 동일한 대상(TV)의 경험적/물질적 측면에 대한 선호를 측정함으로써 경험에 대한 선호가 단지 필수재의 충족에 따른 현상이 아님을 보여주었다.

이상의 결과는 다양한 분야의 선행 연구 결과들과 맥을 같이한다. 예컨대, 목표에 대한 연구들은 인간이 심리적인 위협감을 느낄수록 외재적(vs. 내

재적)인 목표를 설정하는 경향이 높아짐을 보여주었다(Kasser & Sheldon, 2004; Sheldon & Kasser, 2008). 연구자들은 심리적인 위협이 안전에 대한 욕구를 활성화시킴으로써 비물질적인, 보다 상위의 목표들에 주의를 덜 기울이게 만든다고 설명한 바 있다. 또한 공포관리이론(terror management theory; TMT)에 의하면 인간은 위협감을 느낄 때 돈(물질)이라는 상징적인 수단을 통해 자기의 가치를 확인하고자 한다. 자신이 집단 내에서 가치 있는 사람임을 알림으로써 그러한 위협과 불안을 완화시키는 것이다(Arndt, Solomon, Kasser, & Sheldon, 2004; Zaleskiewicz, Gasiorowska, Kesebir, Luszczynska, & Pyszczynski, 2013).

또 하나 생각해볼 것은 풍요로운 사람이 경험 구매를 더 선호할 뿐 아니라 실제로 이로부터 더 많은 쾌락적 효용을 얻을 가능성이다(양윤, 조가람, 2015; Caprariello & Reis, 2013). 경험 구매가 행복에 기여하는 정도가 지각된 부가 높은 사람에게서 상대적으로 더 강하게 나타난다면, 이는 부유한 사람의 경험 선호를 설명하는 한 원인이 될 수 있다. 가능성을 검토하기 위해 추가적인 분석을 실시한 결과, 경험 구매가 행복에 미치는 영향은 경제 수준에 의해 조절되지 않았다(연구1:  $b = -0.03, p = .33$ ; 연구2:  $b = 0.01, p = .42$ ). 물론 본 연구만으로는 확신할 수 없으나, 경제 수준 간 차이는 경험 구매의 심리적 혜택보다는 경험 구매에 대한 선호 및 의향에서 잘 드러나는 것으로 보인다. 아울러 본 연구의 결과는 개인이 가진 물질주의적 가치관과 독립적인 현상으로 밝혀졌지만, 여전히 지각된 부가 낮을수록 물질이 자신의 행복을 높여줄 것이라는 왜곡된 믿음과 태도를 가지고 있을 가능성이 존재한다. 실제로 사람들은 경험 구매가 가져올 심리적 혜택에 대해 과소평가 하는 모습을 보이며(Pchelin & Howell, 2014), 이러한 과소평가는 경제 수준이 낮은 사람들에게서 더 두드러질 수 있을 것이다. 행복에 대한 예측이 미래 행동 및 의사결정의 중요한 나침반이 된다는 점을 고려했을 때(Mellers, Schwartz, & Ritov, 1999; Wilson & Gilbert, 2003), 경험 구매의 효용에 대

한 과소 추정은 이에 돈을 덜 투자하도록 이끌 것이다. 후속 연구를 통해 부와 경험 구매를 통한 행복에 대한 보다 체계적인 분석이 이루어질 필요가 있을 것이다.

본 연구의 한계점 또한 논의할 필요가 있다. 첫째, 본 연구 결과의 일반화를 위해서는 보다 다양한 계층의 참가자가 필요할 것으로 보인다. 본 연구를 포함, 소비 및 구매를 다룬 많은 선행 연구들은 대부분의 현대인들이 기본적인 의식주가 해결된 상태라고 가정한다. 기본적인 니즈가 해결되지 않은 조건에서는 경험 구매와 행복 간의 관련성 자체가 나타나지 않을 가능성도 존재하므로 후속 연구에서는 사회 내 저소득층에 대한 고려가 추가적으로 필요할 것이다. 둘째, 본 연구에서는 현재의 경제 수준에 대한 지각에 초점을 맞추었지만 최근 어린 시절 경제적 수준의 영향력에 대한 논의가 활발하다. 가령, 생애사 연구(life history theory; Kaplan & Gangstad, 2005)에 의하면 인간은 한정된 자원을 성장과 번식에 최적으로 분배하는 과제에 직면하는 데, 이 때 영향을 미치는 것이 각 개인의 유년기 경제적 환경이다. 구체적으로, 위협이 지각되었을 때 경제적으로 풍요로운 가정에서 성장한 사람은 만족을 지연하고 미래에 투자함으로써 이에 대응하는 반면, 빈곤한 가정에서 성장한 사람은 즉각적인 보상을 취함으로써 이에 대응하는 경향이 있다(Griskevicius et al., 2013). 이런 관점에서 본 연구의 결과가 본질적으로 어린 시절 경제 수준에 대한 지각에 기인할 가능성도 존재한다. 따라서 후속 연구를 통해 어린 시절과 현재의 경제 수준에 큰 변화가 있었던 사람들을 대상으로 재검증한다면 본 연구의 결과를 보다 명료하게 이해할 수 있을 것이다. 셋째, 본 연구에서 다룬 것은 경험에 대한 상대적인 선호다. 즉, 경제 수준이 높을수록 물질에 비해 경험에 상대적으로 더 많은 자원을 투자하려는 성향이 있다는 것이다. 따라서 이 결과만으로는 부유한 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 절대적인 수준에서 경험 구매의 빈도 및 금액이

더 높다거나, 물질 구매보다 경험 구매를 더 많이 한다고 말하기는 어렵다. 연구 3에서 높은 경제 수준이 점화된 집단의 사람들이 경험을 물질에 비해 더 선호하였으나 보다 상세한 결론을 위해서는 실제 구매 자료를 이용한 분석이 추가적으로 이루어져야 할 것이다.

기본적인 욕구가 해결된 현대 사회에서 소비는 중요한 삶의 영역이다. 대부분의 소비자들은 가능한 크고 오래 지속되는 행복을 구매하기를 원한다. 따라서 기억에만 저장되는 경험에 비해 미래에도 사라지지 않는, 영속적인 물질은 자원이 부족한 사람들에게 특히 매력적이다. 하지만 물질이 주는 쾌감은 금방 사라지는 반면 경험이 주는 행복감은 오래도록 지속된다. 부유한 사람의 행복 바꾸니에는 단지 많은 돈이 아니라 그 돈으로 구매한 다채로운 경험이 가득할지 모른다.

## 참고문헌

- 양 윤, 조가람 (2015). 소비유형, 소비맥락, 자기 해석이 소비자 행복에 미치는 영향. *한국심리학회지: 소비자, 광고*, 16, 83-104.
- 임남연, 이화령, 서은국 (2010). 한국에서의 Diener의 삶의 만족 척도(Satisfaction With Life Scale: SWLS) 사용 연구 개관. *한국심리학회지: 일반*, 29, 27-47.
- Aknin, L. B., Norton, M. I., & Dunn, E. W. (2009). From wealth to well-being? Money matters, but less than people think. *The Journal of Positive Psychology*, 4, 523-527.
- Arndt, J., Solomon, S., Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2004). The urge to splurge: A terror management account of materialism and consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 14, 198-212.
- Boyce, C. J., Brown, G. D., & Moore, S. C. (2010). Money and happiness: Rank of income, not income, affects life satisfaction. *Psychological*



- Science*, 21, 471-475.
- Capriello, P. A., & Reis, H. T. (2013). To do, to have, or to share? Valuing experiences over material possessions depends on the involvement of others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104, 199-215.
- Carter, T. J., & Gilovich, T. (2010). The relative relativity of material and experiential purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98, 146-159.
- Carter, T. J., & Gilovich, T. (2012). I am what I do, not what I have: The differential centrality of experiential and material purchases to the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102, 1304-1317.
- Carter, T. J., & Gilovich, T. (2014). Getting the most for the money: The hedonic return on experiential and material purchases. In M. Tatzel (Ed.), *Consumption and well-being in the material world* (pp. 49-62). New York, NY: Springer.
- Chan, C., & Mogilner, C. (2017). Experiential gifts foster stronger social relationships than material gifts. *Journal of Consumer Research*, 43, 913-931.
- Chang, L., & Arkin, R. M. (2002). Materialism as an attempt to cope with uncertainty. *Psychology and Marketing*, 19, 389-406.
- Cole, S., Thompson, J., & Tufano, P. (2008). Where does it go? Spending by the financially constrained. In N. P. Retsinas, & E. S. Belsky (Eds.), *Borrowing to live: Consumer and mortgage credit revised* (pp. 65-91). Washington, DC: Brookings Institution Press.
- Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2002). Will money increase subjective well-being? *Social Indicators Research*, 57, 119-169.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75.
- Diener, E., Ng, W., Harter, J., & Arora, R. (2010). Wealth and happiness across the world: Material prosperity predicts life evaluation, whereas psychosocial prosperity predicts positive feeling. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99, 52-61.
- Diener, E., & Oishi, S. (2000). Money and happiness: Income and subjective well-being across nations. In E. Diener & E. M. Suh (Eds.), *Culture and subjective well-being* (pp. 185-218). Cambridge, MA: MIT Press.
- Diener, E., Tay, L., & Oishi, S. (2013). Rising income and the subjective well-being of nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104, 267-276.
- Dittmar, H., Bond, R., Hurst, M., & Kasser, T. (2013). The relationship between materialism and personal well-being: A meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107, 879-924.
- Donnelly, G. E., Ksendzova, M., Howell, R. T., Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2016). Buying to blunt negative feelings: Materialistic escape from the self. *Review of General Psychology*, 20, 272-316.
- Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending money on others promotes happiness. *Science*, 319, 1687-1688.
- Dunn, E. W., Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2011). If money doesn't make you happy, then you probably aren't spending it right. *Journal of Consumer Psychology*, 21, 115-125.
- Easterlin, R. A. (1995). Will raising the incomes of all increase the happiness of all? *Journal of Economic Behavior and Organization*, 27, 35-47.
- Griskevicius, V., Ackerman, J. M., Cantú, S. M., Delton, A. W., Robertson, T. E., Simpson, J. A., & Tybur, J. M. (2013). When the economy falters, do people spend or save? Responses to resource scarcity depend on childhood environments. *Psychological Science*, 24, 197-205.

- Grouzet, F., Kasser, T., Ahuvia, A., Dols, J., Kim, Y., Lau, S., Ryan, R., Saunders, S., Schmuck, P., & Sheldon, K. (2005). The structure of goal contents across 15 cultures. *Journal of Personality and Social Psychology, 89*, 800 - 816.
- Hagerty, M. R., & Veenhoven, R. (2003). Wealth and happiness revisited - growing national income does go with greater happiness. *Social Indicators Research, 64*, 1-27.
- Holden, C. J., Dennie, T., & Hicks, A. D. (2013). Assessing the reliability of the M5-120 on Amazon's Mechanical Turk. *Computers in Human Behavior, 29*, 1749-1754.
- Howell, R. T., & Howell, C. J. (2008). The relation of economic status to subjective well-being in developing countries: A meta-analysis. *Psychological Bulletin, 134*, 536-560.
- Howell, R. T., Pchelin, P., & Iyer, R. (2012). The preference for experiences over possessions: Measurement and construct validation of the Experiential Buying Tendency Scale. *The Journal of Positive Psychology, 7*, 57-71.
- Kahneman, D., & Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 107*, 16489-16493.
- Kaplan, H. S., & Gangestad, S. W. (2005). Life history theory and evolutionary psychology. In D. M. Buss (Ed.), *The handbook of evolutionary psychology* (pp. 68-95). Hoboken, NJ: John Wiley.
- Kasser, T. (2016). Materialistic values and goals. *Annual Review of Psychology, 67*, 489-514.
- Kasser, T., Koestner, R., & Lekes, N. (2002). Early family experiences and adult values: A 26-year, prospective longitudinal study. *Personality and Social Psychology Bulletin, 28*, 410-422.
- Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2000). Of wealth and death: Materialism, mortality salience, and consumption behavior. *Psychological Science, 11*, 348-351.
- Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2004). Non-becoming, alienated becoming, and authentic becoming: A goal-based approach. In J. Greenberg, S. Koole, & T. Pyszczynski (Eds.), *Handbook of experimental existential psychology*. (pp. 486-499). New York: Guilford Press.
- King, L. A., & Napa. C. K. (1998). What makes a good life? *Journal of Personality and Social Psychology, 75*, 156-165.
- Kraus, M. W., Horberg, E. J., Goetz, J. L., & Keltner, D. (2011). Social class rank, threat vigilance, and hostile reactivity. *Personality and Social Psychology Bulletin, 37*, 1376-1388.
- Kraus, M. W., Piff, P. K., & Keltner, D. (2009). Social class, sense of control, and social explanation. *Journal of Personality and Social Psychology, 97*, 992-1004.
- Kumar, A., & Gilovich, T. (2015). Some "thing" to talk about? Differential story utility from experiential and material purchases. *Personality and Social Psychology Bulletin, 41*, 1320-1331.
- Luke, M. A., Sedikides, C., & Carnelley, K. (2012). Your love lifts me higher! The energizing quality of secure relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin, 38*, 721-733.
- Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zhao, J. (2013). Poverty impedes cognitive function. *Science, 341*, 976-980.
- Mellers, B., Schwartz, A., & Ritov, I. (1999). Emotion-based choice. *Journal of Experimental Psychology: General, 128*, 332-345.
- Nicolao, L., Irwin, J. R., & Goodman, J. K. (2009). Happiness for sale: Do experiential purchases make consumers happier than material purchases? *Journal of Consumer Research, 36*, 188-198.
- Pchelin, P., & Howell, R. T. (2014). The hidden

- cost of value-seeking: People do not accurately forecast the economic benefits of experiential purchases. *The Journal of Positive Psychology*, 9, 322-334.
- Pieters, R. (2013). Bidirectional dynamics of materialism and loneliness: Not just a vicious cycle. *Journal of Consumer Research*, 40, 615-631.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior research methods*, 40, 879-891.
- Quoidbach, J., Dunn, E. W., Petrides, K. V., & Mikolajczak, M. (2010). Money giveth, money taketh away: The dual effect of wealth on happiness. *Psychological Science*, 21, 759-763.
- Richins, M. L. (2004). The material values scale: Measurement properties and development of a short form. *Journal of Consumer Research*, 31, 209-219.
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19, 303-316.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Denton, F. (1997). Family structure, materialism, and compulsive consumption. *Journal of Consumer Research*, 23, 312-325.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Wong, N. (2008). The safety of objects: Materialism, existential insecurity, and brand connection. *Journal of Consumer Research*, 36, 1-16.
- Schwarz, N., Bless, H., Bohner, G., Harlacher, U., & Kellenbenz, M. (1991). Response scales as frames of reference: The impact of frequency range on diagnostic judgements. *Applied Cognitive Psychology*, 5, 37-49.
- Shah, A. K., Mullainathan S., Shafir, E. (2012). Some consequences of having too little. *Science*, 338, 682-685.
- Shah, A. K., Shafir, E., & Mullainathan, S. (2015). Scarcity frames value. *Psychological Science*, 26, 402-412.
- Sheldon, K. M., & Kasser, T. (2008). Psychological threat and extrinsic goal striving. *Motivation and Emotion*, 32, 37-45.
- Tay, L., & Diener, E. (2011). Needs and subjective well-being around the world. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101, 354-365.
- Tully, S. M., Hershfield, H. E., & Meyvis, T. (2015). Seeking lasting enjoyment with limited money: Financial constraints increase preference for material goods over experiences. *Journal of Consumer Research*, 42, 59-75.
- Van Boven, L. (2005). Experientialism, materialism, and the pursuit of happiness. *Review of General Psychology*, 9, 132-142.
- Van Boven, L., & Gilovich, T. (2003). To do or to have? That is the question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1193-1202.
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2006). The psychological consequences of money. *Science*, 314, 1154-1156.
- Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2003). Affective forecasting. *Advances in Experimental Social Psychology*, 35, 345-411.
- Zaleskiewicz, T., Gasiorowska, A., Kesebir, P., Luszczynska, A., & Pyszczynski, T. (2013). Money and the fear of death: The symbolic power of money as an existential anxiety buffer. *Journal of Economic Psychology*, 36, 55-67.
- Zhang, J. W., Howell, R. T., & Howell, C. J. (2016). Living in wealthy neighborhoods increases material desires and maladaptive consumption. *Journal of Consumer Culture*, 16, 297-316.

1 차원고접수 : 2017. 12. 06.

수정원고접수 : 2018. 02. 19.

최종게재결정 : 2018. 05. 16.

## How does self-perceived wealth contribute to happiness? Increased preference for experiential purchase

Ji-eun Shin

Dayk Jang

College of Liberal Studies, Seoul National University

How money is spent, aside from amount, affects well-being. In terms of happiness, spending money on intangible experiences (e.g., dining, travel), rather than material possessions (e.g., clothes, shoes) is known to be more beneficial. This study examined the possibility that the person's perceived wealth plays a role in this purchase decision. As expected, college students with high self-perceived socioeconomic status (SES) preferred to spend more on experiential than material goods (Study 1). This pattern was replicated in an adult US sample, more diversified in terms of economic standing, ethnicity, and age (Study 2). Study 3 experimentally manipulated perceived financial standing to examine whether wealth shapes the preference for purchase type. Those primed with high (versus low) financial status showed a decreased sense of threat in life, which led to a greater preference for experiential over material purchase. Overall, the current data suggest that perceived wealth partly increases happiness by directing the person to allocate her resources more towards experiences than goods. This study suggests that affluence encourages the person to purchase something that is saturated with more happiness in life-experience, rather than material good.

*Key words* : Financial status, material purchase, experiential purchase, happiness, life satisfaction