

자기애와 강박적 구매의 관계: 물질주의와 의사결정유능성의 조절된 매개효과*

채 서 영

임 성 문[†]

충북대학교 심리학과

본 연구는 자기애와 강박적 구매의 관계에서 물질주의를 통한 의사결정 유능성의 조절된 매개효과를 알아보고자 하였다. 이를 위해 충남, 충북의 대학생 362명에게 자기애, 강박적 구매, 물질주의, 의사결정 유능성 설문지 조사를 수행하였고 얻어진 자료는 SPSS Macro로 분석하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 매개효과 검증 결과 물질주의는 자기애와 강박적 구매의 관계를 완전 매개하는 것으로 나타났다. 둘째, 조절효과 검증 결과 물질주의와 역기능적 의사결정 유능성이 상호작용하여 강박적 구매에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 조절된 매개효과 검증 결과, 자기애가 물질주의를 통해 강박적 구매에 영향을 미치는 과정을 역기능적 의사결정 유능성이 조절하는 조절된 매개효과가 유의미하였다. 논의에서 본 연구의 시사점과 제언을 기술하였다.

주요어 : 자기애, 강박적 구매, 물질주의, 의사결정 유능성, 조절된 매개효과

* 이 논문은 2012년도 충북대학교 학술연구지원사업의 연구비지원에 의하여 연구되었음.

† 교신저자 : 임성문, 충북대학교 심리학과, sungmoon@chungbuk.ac.kr

현대사회는 자본주의의 발전으로 그 이전의 어떤 시대보다 물질적으로 풍요로운 생활을 하게 되었다. 이와 함께 소비를 편리하게 하고 촉진하는 환경이 발달하여 소비는 일상적이고 보편화되었다. 또한 소비는 단순한 일상 생활용품의 구입을 넘어 자신을 표현하거나 기분 전환하기 위해서와 같이 그 목적이 다양해졌다. 이같은 변화된 소비환경은 인간의 삶을 풍요롭게 하였지만 잘못된 소비행동을 가져오기도 하였다.

잘못된 소비행동의 대표적인 예는 강박적 구매(compulsive buying)이다. 흔히 쇼핑홀릭(shopaholic)으로 불리기도 하는 강박적 구매는 구매에 열중하는 소비 경향성으로 반복적이고 통제할 수 없는 구매행동으로 나타난다 (Ridgway, Kukar-Kinney, & Monroe, 2008). 강박적 구매는 쇼핑이 사회적으로 허용되고, 문제행동이 두드러지게 나타나지 않기 때문에 많은 사람들이 심각하게 생각하지 않았다 (Catalano & Sonenberg, 1993). 하지만 강박적 구매자들은 자신의 구매행동에 대한 죄책감, 수치심을 경험하며, 자신이 필요하지 않은 물건을 반복적으로 구매하여 지나친 지출로 빚을 지거나 파산에 이르게 된다. 이들은 경제적인 문제로 인해 가족 또는 친구들과의 갈등이 생기게 되면서 사회에 잘 적응하지 못하는 것으로 나타났다 (Christenson, et al., 1994; Grant, 2003; Kim, 1998; McElroy, Keek, & Phillips, 1995). 한편 강박적 구매행동은 일상의 생활 문제일 뿐만 아니라 임상면에서 중요한 장애로 여겨지며 진단범주의 논란이 되고 있다. 그간의 선행연구에서 강박적 구매는 강박장애 (Hollander, 1993), 기분장애 (Lejoyeux, Adés, Tassian, & Solomon, 1996), 중독장애 (Krych, 1989)와 관련하여 논의되어져 왔다. 최근에는

절도광, 인터넷 중독, 섭식장애와 같이 강박장애와 충동통제장애의 연속선상에 있는 강박장애 스펙트럼으로 제안되었다 (Ridgway, et al., 2008). 이렇게 강박적 구매는 근래 들어 일상과 임상장면에서 연구관심이 증가하고 있으며 유병률 또한 빠르게 증가하고 있다. 독일에서는 최근 10년 동안 강박적 구매행동을 보이는 사람들이 급속도로 늘어났으며 (Reisch, Neuner, & Raab, 2004), 성별에 관계없이 미국 성인의 5.8% (Koran, Faber, Aboujaoud, Large, & Serpe, 2006), 한국 성인의 약 4.1~15.5%가 강박적 구매행동을 보이는 것으로 나타났다 (송인숙, 1993; 이승희, 박지은, 2007).

강박적 구매행동이 관심을 받으면서 강박적 구매의 원인과 관련 요인에 대한 연구가 수행되었다. 강박적 구매의 인구통계학적 요인으로 남성보다는 여성이, 나이가 많은 사람들보다 나이가 적은 사람들이, 수입이 많은 사람들보다 수입이 적은 사람들이 강박적 구매행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 사회 문화적 요인으로는 물질주의가 만연한 사회적 분위기와 가처분 소득의 증가, 인터넷 쇼핑이나 홈쇼핑과 같은 쇼핑환경의 발달과 결제수단이 편리해짐에 따라서 강박적 구매행동의 경향이 증가하였다고 보았다. 개인 내적요인으로는 부정적인 사건의 경험과 부정적인 정서를 벗어나고자 하는 동기, 자기 불일치, 낮은 자존감, 자기애 등의 심리적 특성이 밝혀졌다. 또한 물질주의나 쾌락주의 같은 개인의 독특한 인지가 강박적 구매에 영향을 미치는 것으로 나타났다 (Xiao & Nicholson, 2012 등).

본 연구는 강박적 구매에 영향을 미치는 개인특성으로 자기애에 주목하고자 한다. 자기애 (narcissism)는 타인의 평가와 인정을 끊임없이 원하며 과장된 자기평가, 칭찬에 대한 욕

구, 공감능력의 결여가 특징인 개인 심리적 특성이다(American Psychiatric Association, 2000). 강박적 구매와 자기애와의 관련성은 강박적 구매에 대한 정신역동적 임상관찰(Krueger & David, 1988)에서 시사된다. 강박적 구매자들은 새로운 물건을 통해서 매력적이고 싶은 욕구, 물건을 통한 자기확인에 대한 욕구가 있다는 것이 관찰되었다. 또한 이들은 타인의 시선에 과도하게 신경쓰고, 다른 사람의 인정을 통해 자신을 확인받으려 하고, 다른 사람에게 좋게 보이기 위해서 외부의 소유물에 의존하는 모습을 보였다. Krueger와 David(1988)는 이런 강박적 구매자들의 모습이 자기애 성향의 병리적인 특성 때문이라고 하였다. 강박적 구매자들은 취약한 자기애를 가지고 있어서 내적 공허감을 자주 느끼게 되고 자신의 자존감과 내적 공허감을 다른 사람들의 반응과 인정에 의존하게 된다고 한다. 이로 인해 타인의 박수와 감탄을 받을 수 있고, 자신의 부귀와 지위를 보여 줄 수 있는 상징물(물건)을 찾게 된다. 결국 자신의 내적 공허감을 채울 수 있는 상징물을 반복적으로 구매함으로써 강박적 구매행동을 보이게 된다고 하였다. 최근 Rose(2007)는 낮은 충동통제와 높은 물질주의 성향이 강박적 구매행동의 원인인데, 이 낮은 충동통제와 높은 물질주의 성향을 나타내게 하는 근본적인 심리특성이 자기애라고 진술하였다.

강박적 구매행동을 보이는 사람들은 자기 불일치가 높으며(Dittmar, 2005a, 2005b), 완벽주의(Desarbo & Edwards, 1996; Faber, 2000; Kyrios, Frost, & Steketee, 2004; O'Guinn & Faber, 1989)와 관련이 있고, 높은 자극추구 및 충동성(Lejoyeux, et al., 1996; Lejoyeux, Haberman, Solomon, & Adès, 1999)과 관련이 있다. 그런데

자기애 성향이 높은 사람들도 이상적 자기가 높고 실제 자기와의 괴리감이 크며(박세란, 신민섭, 이훈진, 2005), 완벽주의와 관련이 있고, 높은 감각추구와 충동성(Hewitt & Flett, 1991; 이원희, 안창일, 2005)을 갖고 있다. 이와 같이 강박적 구매행동과 자기애의 밀접한 관련성이 관찰되고, 일반적으로 성격 특성이 구체적 행동의 원인으로 작용한다고 가정할 수 있으므로, 자기애 성향이 강박적 구매를 일으키는 중요한 동기가 될 수 있음을 추론해 볼 수 있다.

한편, 강박적 구매행동과 관련된 중요 개인 심리적 특성으로 자기애가 시사됨에도, 경험적 연구는 소수이고 연구에서 나타난 자기애와 강박적 구매행동 간의 관계는 $\beta = .19$ 로 그리 크지 않은 설명력을 보였다(Rose, 2007). 이런 결과는 강박적 구매행동에 영향을 미치는 다른 변인이 있거나 매개변인이 있다는 것을 시사한다. 본 연구에서는 자기애와 강박적 구매행동간 밀접한 관련성에 비추어 보았을 때 자기애와 강박적 구매행동 사이를 매개하는 변인이 있을 것으로 보고 이를 확인하고자 하였다. 또한 자기애와 강박적 구매는 개념적으로 가까운 직접적 관련성을 갖기보다 일정한 거리를 갖고 있는 구성개념이므로 자기애 성향자들이 강박적 구매행동을 하게 되는 구체적인 기제를 알아볼 필요가 있다. 여기에 성격심리학의 인지적 자기조절 관점을 적용해 추론해 볼 수 있다. 인지적 자기조절 관점에서는 동기가 행동에 영향을 미치는 과정에 목표와 전략이 중재한다고 가정한다. 즉 동기가 직접적으로 행동에 영향을 미치는 것이 아니라 목표나 의도에 영향을 미쳐서 행동적인 결과가 나타난다고 보았다(Baumeister & Vohs, 2004; Carver & Scheier, 2006). 이에 따라 강박

적 구매를 일으키는 동기인 자기애가 직접적으로 강박적 구매에 영향을 미치는 것이 아니라, 자기애 성향이 어떤 인지적인 목표를 만들게 되어 강박적 구매 행동에 영향을 미치게 된다고 가정해 볼 수 있다.

본 연구에서는 자기애와 강박적 구매와의 관계에서 물질주의를 매개변인으로 설정하고 이를 검증해보고자 하였다. 물질주의(materialism)는 물건의 획득 자체에 의미부여하고, 물질의 획득을 통해서 행복추구하며, 자신 및 타인의 소유물로서 성공을 판단하는 성향이다(Richins & Dawson, 1992). 강박적 구매행동의 인지 행동적 이론(Kellett & Bolton, 2009)에서는 물질주의가 강박적 구매자들의 독특한 인지도식 중의 하나라고 제안하였다. 강박적 구매자들은 어린 시절에 부모가 사랑을 물질로 표현해 왔었고, 그로 인해 강박적 구매자들은 물질을 소유하는 것이 심리적 안전감 느끼게 해준다고 믿으며, 자신을 보호해줄 수 있다고 믿는 역기능적인 신념을 형성하게 되었다고 하였다(Kellett, 2007; Kyrios, et al., 2004). 또한 충동구매행동을 Higgins(1998)의 자기조절 관점에서 설명하고자 하는 통합적 자기조절 모델(Verplanken & Sato, 2011)에서는 충동구매행동을 하는 이유가 즐거움을 추구하고자 하는 증진초점 목표(promotion focus strategy)와 낮은 자존감과 싫어하는 것을 피하고자 하는 예방초점 목표(prevention focus strategy) 때문이라고 보았다. 이 모델에서 물질주의 가치추구는 개인이 이루고자 하는 것이나 긍정적인 것을 얻기 위한 동기인 증진초점 전략들 중의 하나라고 제안했다. 충동구매자들은 물질을 통해 즐거움과 행복을 얻고자 하는 목표를 가지고 있기 때문에 그들의 목표를 이루기 위해서 충동적인 구매행동을 하게 된다고 하

였다.

물질주의와 강박적 구매의 밀접한 관계는 경험적 연구에서도 확인되었다. 충동 구매자들은 일반 사람들보다 물질주의 가치를 더 많이 추구하고(Kasser, Cohn, Kanner, & Ryan, 2007), 사회적 지위를 대표할 수 있는 물건을 사는 경향이 있다(Roverts & Martinez, 1997). 또한 강박적 구매행동을 하는 사람들은 자신이 구매한 물건에 상징적 의미를 부여해서 자신의 이상적인 정체성을 완성하고, 표현하게 된다(Wicklund & Gollwitzer, 1982). 이 밖에 많은 연구들에서 강박적 구매행동과 물질주의 성향의 관련성이 밝혀졌다(Dean, Carroll, & Yang, 2007; Dittmar, 2005a; Goldberg, Gron, Peracchio, & Bamossy, 2003; Hanley & Wihelm, 1992).

자기애 또한 물질주의와 밀접한 관련이 있다. 자기애 성향이 높은 사람들은 금전을 자기 이미지를 과장할 수 있는 도구로 생각하며, 금전을 통해 자신의 능력을 과시하고, 자신의 영향력을 떨칠 수 있는 도구로 생각한다(Belk, 1985). 또한 자기애 성향이 높은 사람은 물질적인 속성에 크게 가치를 두고 값비싼 물건을 가진 사람을 더 지적으로 보고, 세련된 사람이라고 생각한다(Cambell, Rudich, & Sedikides, 2002). 나아가 자기애는 물질의 소유(Cohen & Cohen, 1996), 경제적 갈망(Robert & Robins, 2000), 명성에 대한 갈망(Kasser & Ryan, 1996)과도 정적 상관이 있다. 이밖에 자기애와 물질주의 간의 경험적 연구들에서 중간 정도의 정적 상관이 있는 것으로 보고되었다(Rose, 2007; Sedikides, Gregg, Cisek, & Hart, 2007).

이와 같이 자기애와 강박적 구매행동의 관계에서 물질주의는 자기애와 관련이 깊고 강박적 구매행동과도 밀접한 관련이 있다. 이에 따라 본 연구는 자기애가 물질주의에 영향을

미치고 물질주의가 강박적 구매행동에 영향을 미치는 매개경로를 설정하고 검증하였다.

한편 물질주의와 강박적 구매간의 관계에서 과거 연구들은 물질주의의 부정적인 영향에만 초점을 맞추었다(Belk, 1985; Dawson & Jill, 1987). 하지만 물질주의가 적응에 긍정적으로 기능하는 변인이라는 주장이 제기되었고, 물질주의는 합리적 소비, 주관적 안녕감과 정적인 상관이 있는 것으로 보고되었다(박규상, 1992; Csikszentmihalyi & Rochberg-H, 1987; Hudders & Pandelaere, 2012). 최근에는 물질주의의 특성에 따라서 강박적 구매를 하는 사람과 하지 않는 사람이 있다고 제안하고 이를 검증하는 연구들이 연달아 보고되고 있다 (Marek, 2006; Pham, Yap, & Dowling, 2012; Shrum, et al., 2012; Sirgy, et al., 2013 등). Tatzel(2002)은 물질주의 가치추구와 금전보유(money conservation)의 상호작용으로 강박적 구매를 하는 사람과 하지 않는 사람으로 구분될 수 있다고 제안한 바 있다. 그는 높은 수준의 물질주의를 가지고 돈을 쓰는 것에 대해 관대하면 돈을 낭비하는 사람(big spender)으로 보았다. 돈을 낭비하는 사람은 물건가격을 고려하지 않고 구매하며, 물건을 구매한다는 것은 자신의 행복, 힘, 권력을 이루려는 의미로 생각한다. 이들이 강박적 구매행동의 경향을 보인다고 한다. 반면에 높은 수준의 물질주의 성향을 가졌지만 돈을 절약하고 잘 쓰지 않는 사람을 가치 추구자(value seeker)로 분류하였다. 가치 추구자는 물질주의 가치를 중요하다고 생각하지만 자신의 최소 비용으로 최고의 가치를 얻는 것이 더 중요하기 때문에 비교적 합리적인 소비를 하게 된다고 한다. Tatzel(2002)의 제안에 따라서 몇몇 연구들은 물질주의와 강박적 구매 사이에 재정적 관리

능력, 재정적 태도의 조절효과를 밝혔었다 (Pham et al., 2012; Troisi, Christopher, & Marek, 2006). Sohn과 Chio(2012)의 질적 연구에서 강박적 구매행동을 하는 사람들은 신용카드사용 절제, 홈쇼핑, 인터넷 쇼핑을 자제하거나, 운동을 하는 것과 같이 자기조절 행동들이 강박적 구매행동을 줄이는 방편으로 사용된다고 기술하였다. 이런 연구결과들은 물질주의 성향이 높다고 하여 모두 강박적 구매행동을 하는 것이 아님을 보여주며, 물질주의와 강박적 구매행동의 관계를 중재하는 자기조절적 변인들이 존재함을 보여준다.

본 연구에서는 의사결정 유능성(decision making competence)에 주목하여 물질주의와 강박적 구매행동 사이에서의 조절효과를 알아보았다. 의사결정 유능성은 자기조절모형(Byrnes, 1998)에 기초해 Miller와 Byrnes(2001)가 제안하였다. 의사결정의 유능성은 적응목표를 달성하는데 방해가 되는 여러 제약과 편향 및 개인적 경향성을 관리하여 목표 지향적인 선택을 만들고, 평가하고, 재선택하고, 배우는 과정도 포함하는 자기조절 과정에서의 유능성이다(김은주, 김정일, 남승규, 노길광, 2011; Miller & Byrnes, 2001). Miller와 Byrnes(2001)는 의사결정 과정에 자기조절 과정이 포함되어 있다고 보았다. 왜냐하면 의사결정을 해야 하는 상황과 문제를 인식하고, 그 상황과 문제를 정의하고, 정보를 탐색하고, 탐색을 바탕으로 대안을 선택하고, 선택을 한 후에 자신의 의사결정을 평가하는 모든 과정마다 자기조절이 일어나게 되기 때문이다. 따라서 의사결정을 유능하게 잘하는 사람은 자기조절을 잘하는 사람이라고 볼 수 있다. 의사결정 유능성은 순기능적 의사결정 유능성과 역기능적 의사결정 유능성으로 나뉜다. 순기능적 의사결

정 유능성은 의사결정을 잘하기 위해 취해야 하는 행동성향으로 주변의 정보를 인식하고 활용해야 하며, 자신의 의사결정에 확신을 가지는 것이다. 반면에 역기능적 의사결정 유능성은 의사결정을 잘하기 위해 피해야 하는 행동성향으로 의사결정의 오류를 많이 범하지 않고, 의사결정에 있어서 다른 사람에게 의존하지 않는 것이다. 의사결정을 잘하는 것은 순기능적 의사결정 유능성의 행동성향을 최대화하고 역기능적 의사결정 유능성에 포함된 행동성향을 최소화하는 것이다(남승규, 2005a, 2005b, 2011).

의사결정 유능성의 조절변인 역할은 몇몇 이론적 진술에서 추론될 수 있다. Miller와 Byrnes(2001)는 전술한 바와 같이 의사결정 유능성은 목표와 행동 사이에 자기조절을 하는 변인으로 목표에 도달하기 위해 방해가 되는 여러 제한점, 경향성, 편향들을 관리하여 목표에 맞는 의사결정하고 그에 맞는 행동을 하게 한다. 따라서 의사결정 유능성은 목적과 행동 사이를 중재 할 것이라고 하였다. 또한 강박적 구매의 인지 행동적 모델에 따르면 강박적 구매자들은 구매 상황에서 몰입(absorption)상태가 되기 때문에 정보를 비교하고 깊이 생각 할 수 있는 인지적 사고가 제한된다고 한다 (Faber & Vohs, 2004; Pooler, 2003). 이런 인지적 사고의 제한은 의사결정 과정을 방해하게 되고, 자기조절의 실패로 이어져 강박적 구매 행동의 촉발요인이 된다고 진술하였다(Kellett & Bolton, 2009). 그리고 충동 구매행동의 통합적 자기조절 모델(Verplanken & Sato, 2011)에서 충동 구매자들은 많은 양의 정보를 바탕으로 합리적인 의사결정을 하는 것을 어려워하고 복잡한 문제가 있다면 비교적 간단한 의사결정을 하는 경향이 있다고 하였다. 복잡하고

많은 정보를 합리적으로 분석하고 비교하고자 하는 것이 힘들기 때문에 이를 피하고자 하는 것은 자기조절에서의 예방초점목표에 해당하는 것으로 충동 구매자들은 이 목표를 달성하고자 충동 구매행동을 더 많이 하게 된다고 한다.

의사결정 유능성의 조절효과는 관련된 경험적 연구에서도 추론해 볼 수 있다. 예컨대 자신이 얻고자 하는 것을 즉각적으로 얻기 위한 바람과 감정을 바탕으로 의사결정을 하는 즉 흥적 의사결정 방식은 역기능적 의사결정 유능성의 한 양상이라 볼 수 있다. 즉 흥적 의사결정 방식은 상황에 따라서 적응적일 수도 부적응 수도 있는데(김은주 등, 2011), 강박적 구매자들에게는 즉 흥적인 의사결정 방식이 부적응적인 의사결정 방식임이 밝혀졌다(채서영, 2013). 채서영(2013)에서 부정적인 기분의 전환을 위한 구매동기가 강하고 즉 흥적 의사결정 방식을 많이 사용할수록 강박적 구매행동을 더 많이 하는 상호작용 효과가 나타났다. 또한 적은 정보를 바탕으로 신속한 결정을 하는 휴리스틱 의사결정(heuristics decision making) 역시 역기능적 의사결정 유능성의 한 양상인데, Chang과 Wu(2012)에서 휴리스틱 의사결정이 온라인 쇼핑에서 구매자가 갖게 되는 지각된 위험수준과 상호작용하여 구매의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 연구들은 역기능적 의사결정 유능성이 물질주의와 강박적 구매행동의 관계에서 증진작용을 할 것이라 추측을 가능하게 한다.

또한 순기능적 의사결정 유능성의 조절변인 역할을 추론할 수 있는 관련 경험적 연구가 있다. 여러 정보들을 분석 및 비교하여 합리적인 결정을 하는 관여적 의사결정(involved decision making)은 순기능적 의사결정 유능성의

한 양상으로 볼 수 있다. Chang과 Wu(2012)에서 관여적 의사결정은 온라인 쇼핑에서 구매자가 갖게 되는 지각된 위험수준과 완충적으로 상호작용하여 구매의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 연구는 순기능적 의사결정 유능성이 물질주의와 강박적 구매행동의 관계에서도 완충작용을 할 것이란 추측을 가능하게 한다.

한편 충동구매행동과 의사결정 유능성의 관계에서 역기능적인 의사결정 유능성수준이 높은 집단은 낮은 집단에 비해 충동구매행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 그러나 순기능적인 의사결정 유능성은 수준이 높고 낮은 집단에 따라 충동구매행동이 차이를 보이지 않았다(남승규, 2005a). 이는 본 연구에서 강박적 구매행동에 영향을 미치게 되는 의사결정 유능성은 순기능적 의사결정 유능성이 아닌 역기능적 의사결정 유능성이 될 가능성을 시사하는 것이며, 의사결정 유능성의 조절효과 역시 차별적으로 나타나게 될 가능성을 시사한다.

이상의 논의를 바탕으로 본 연구에서 설정한 연구모형은 그림 1에 제시되어 있다. 연구 가설은 다음과 같다.

가설 1. 물질주의는 자기애와 강박적 구매의 관계에서 매개효과를 나타낼 것이다.

가설 2. 의사결정 유능성은 물질주의와 강박적 구매의 관계에서 조절효과를 나타낼 것이다.

가설 3. 자기애와 물질주의 및 강박적 구매의 관계에서 의사결정 유능성의 조절된 매개효과가 나타날 것이다.

방 법

연구대상

충청남북도에 위치한 4년제 대학교의 대학생을 임의로 표집하여 설문조사를 실시하였다. 수집된 자료 중 불성실하게 응답한 자료를 제외하고 남성 160명 여성 202명으로 총 362명의 자료를 분석에 이용하였다. 응답자의 나이는 평균 22세로 1학년은 34%, 2학년은 29%, 3학년은 23%, 4학년은 13%였다.

측정도구

병리적 자기애 척도

자기애를 측정하기 위해 Pincus 등(2009)이 개발한 병리적 자기애 척도(Pathological Narcissism Inventory, PNI)를 양진원(2012)이 번안 타당화한 척도를 사용하였다. 병리적 자

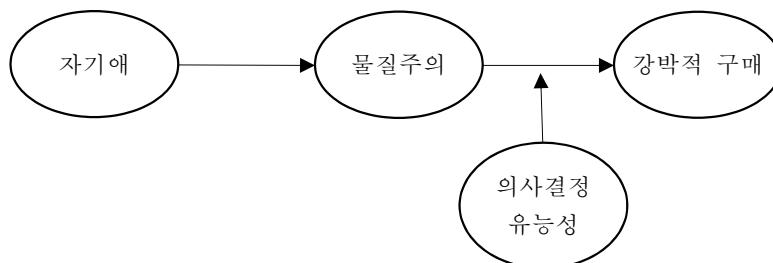


그림 1. 연구모형

기애의 하위요인은 총 6개로 변동하는 자존감, 착취, 웅대한 환상, 평가절하, 자기희생·자기고양, 특권분노가 있다. 총 35문항으로 6점의 Likert 척도를 사용하였다. 양진원(2012)에서 Cronbach's α 는 .92로 나타났으며 본 연구에서는 .94로 나타났다.

강박적 구매 척도

강박적 구매를 측정하기 위해 Ridway 등 (2008)이 기존의 강박적 구매의 진단기준의 문제와 측정도구에 대한 한계점을 제안하면서 만든 강박적 구매 척도(Compulsive Buying Scale, CBI)를 번역하여 사용하였다. 번안과정은 본 연구자 중 한명이 초벌번역을 하고 난 뒤, 영어에 능통한 심리학전공 대학원생 3명에게 번역문장의 정확성 및 가독성을 검토받아서 번역문항을 작성하였다. 이 번역문항을 미국에서 장기간 거주한 미국국적자인 심리학전공 대학원생이 영어로 역번역 하였다. 역번역 된 문항을 본 연구자들이 원척도 문항과 교차비교하여 최종 척도를 완성하였다. 강박적 구매의 구성요소는 강박적 요소와 충동-통제 요소의 두 가지 차원으로 이루어져 있다. 총 6문항으로 구성되었으며 7점의 Likert 척도를 사용하였다. Ridway(2008)에서 Cronbach's α 는 .84로 나타났으며, 본 연구에서는 .82로 나타났다.

물질주의적 가치 척도

물질주의적 가치를 측정하기 위해 Richins (2004)의 물질주의적 가치 척도(Material Values Scale, MVS)를 양혜승(2006)이 번역한 문항으로 사용하였다. 물질주의의 구성요소는 획득을 중요하게 생각하는 성향, 물질의 획득을 행복의 추구로 생각하는 성향, 물질의 소유를

성공으로 생각하는 성향으로 나뉜다. 총 9문항으로 각 문항은 5점 Likert 척도를 사용하였다. 본 연구에서 Cronbach's α 는 .80으로 나타났다.

의사결정 유능성 척도

의사결정 유능성을 측정하기 위해 Miller와 Byrnes(2001)가 만든 의사결정 유능성 척도 (Decision Making Competency Inventor, DMCI)를 남승규(2006)가 번안 타당화한 것을 사용하였다. 의사결정 유능성의 구성요소로는 정보인식 활용과 의사결정 확신, 의사결정 오류와 의사결정 의존이 있다. 이 네 구성요소에서 정보인식 활용과 의사결정 확신은 순기능적 의사결정 유능성이고 의사결정 오류와 의사결정 의존은 역기능적 의사결정 유능성이다. 총 20문항으로 7점 Likert 척도로 측정하였다. 남승규(2006)에서 Cronbach's α 는 .82로 나타났으며, 본 연구에서는 .71로 나타났다.

분석방법

SPSS 18 프로그램과 SPSS Macro를 사용하여 자료를 분석하였다. 자기애와 강박적 구매행동의 관계에서 물질주의의 매개효과를 알아보기 위해 회귀분석과 부트스트래핑 방법을 사용하였다. 물질주의와 의사결정 유능성의 조절효과를 알아보기 위해 위계적 회귀분석과 단순기울기 검증을 실시하였다. 마지막으로 조절된 매개효과를 검증하기 위해 SPSS Macro를 사용하였다.

결과

변인들의 상호 상관관계와 평균 및 표준편차

모형분석

본 연구의 전체 변인들의 상호 상관관계와 평균 및 표준편차가 표 1에 제시되어 있다. 변인들의 상관관계를 살펴보면, 강박적 구매는 자기애($r = .246, p < .01$), 물질주의($r = .423, p < .01$), 역기능적 의사결정 유능성($r = .292, p < .01$)과 유의미한 정적 상관을 보였다. 이는 높은 수준의 자기애성향, 물질주의, 역기능적 의사결정 유능성이 높은 수준의 강박적 구매와 관련이 있다는 것을 의미한다. 자기애는 물질주의($r = .425, p < .01$), 순기능적 의사결정 유능성($r = .103, p < .05$), 역기능적 의사결정 유능성($r = .373, p < .01$)과 유의미한 정적 상관을 보였다. 물질주의는 순기능적 의사결정 유능성($r = .292, p < .01$), 역기능적 의사결정 유능성($r = .262, p < .01$)과 유의미한 정적 상관을 보였다. 순기능적 의사결정 유능성은 역기능적 의사결정 유능성($r = -.193, p < .01$)과 유의미한 부적 상관을 보였다.

매개효과 검증

물질주의의 매개효과를 알아보기 위해 Baron과 Kenny(1986)의 매개효과 분석 방법과 부트스트래핑(bootstrapping) 방법을 사용하였다. 결과는 표 2와 같다. 검증 결과 물질주의가 자기애와 강박적 구매행동의 관계를 완전 매개하는 것으로 나타났다. 표 2의 1단계에서 자기애가 강박적 구매행동에 미치는 전체효과는 $.246(p < .001)$ 으로 나타났다. 이는 자기애가 높을수록 강박적 구매행동이 높게 나타남을 의미한다. 2단계에서 독립변인인 자기애가 매개변인인 물질주의에도 유의미한 효과를 보였다($\beta = .425, p < .001$). 3단계에서는 자기애의 강박적 구매행동에 대한 영향의 유의성은 사라지고($\beta = .080, p > .05$), 물질주의만이 유의한 영향($\beta = .389, p < .001$)을 미치는 것으로 나타났다. 이는 물질주의가 자기애와 강박적 구매행동 사이의 관계를 완전 매개하는 것을 의미한다. 물질주의가 강박적 구매행동에 미치는 매개효과 계수는 $.165(.425 \times .389)$ 이다.

물질주의가 강박적 구매에 미치는 매개효과

표 1. 측정변수들의 상관 및 표준편차

(N=362)

	1	2	3	4	5
1. 강박적 구매	-				
2. 자기애	.246**	-			
3. 물질주의	.423**	.425**	-		
4. 순기능적 의사결정 유능성	-.051	.103*	.292**	-	
5. 역기능적 의사결정 유능성	.292**	.373**	.262**	-.193**	-
M(SD)	10.820 (4.949)	77.240 (25.196)	8.168 (5.768)	47.536 (7.013)	36.259 (8.780)

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

표 2. 물질주의의 매개효과 검증

변인	1단계 모형			2단계 모형			3단계 모형		
	종속변인: 강박적 구매			종속변인: 물질주의			종속변인: 강박적 구매		
	비표준화 계수 (표준오차)	표준화 계수 (β)	t	비표준화 계수 (표준오차)	표준화 계수 (β)	t	비표준화 계수 (표준오차)	표준화 계수 (β)	t
자기애	.048 (.010)	.246	4.809***	.097 (.011)	.425	8.909***	.016 (.010)	.080	1.526
물질주의						8.909	.334 (.045)	.389	7.385***

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

의 계수 값인 .165가 통계적으로 유의미한지를 알아보기 위해 부트스트래핑(bootstrapping)을 이용하였다. 부트스트래핑은 통계적 모의 실험 절차로 가상적 무선표본을 많이 만들어 각각의 매개효과에 대한 유의성을 확인해서 매개효과가 통계적 무선표본에 의한 결과가 아님을 확인하는 것이다(Shrout & Bolger, 2002). 이 방법은 매개효과의 표본분포의 정규성을 가정하지 않는 비모수표본 재추출 절차이기 때문에 Sobel 검증(product-of-coefficient)보다 비교적 검증력이 높다(Preacher, Rucker, & Hayes, 2007). 부트스트래핑을 사용하여 물질주의의 매개효과를 검증한 결과는 표 3에 제시되어 있다. 부트스트래핑을 위해 재추출한 표본 수는 5000개 였고, 이를 95% 신뢰구간에서 구한 매개효과의 계수 하·상한 값은 각각 .021과 .047이었다. 표 3에 95% 신뢰구간(하한 값과 상한 값 사이)에서 0의 값을 가지고 있지 않

기 때문에 물질주의의 매개효과는 통계적으로 유의미하다. 즉 자기애가 물질주의를 통해 강박적 구매행동으로 이어지는 매개경로는 통계적으로 유의미하며 자기애가 강박적 구매행동에 직접적인 영향을 미치는 효과는 유의미하지 않아 완전매개 모형을 지지하였다.

조절효과 분석

물질주의가 강박적 구매에 미치는 영향이 순기능적 또는 역기능적 의사결정 유능성 수준에 따라 차이가 있는지 알아보기 위해 조절적 중다회귀분석을 실시하였다(Aiken & West, 1991). 결과는 표 4와 표 5에 제시되어 있다. 순기능적 의사결정 유능성의 상호작용항을 투입하였을 때 R^2 의 변화량(.000)이 통계적으로 유의미하지 않았다. 이는 물질주의가 강박적 구매에 미치는 영향이 순기능적 의사결정 유

표 3. 물질주의의 매개효과의 부트스트래핑 결과

변인	매개효과 변인	Boot 표준오차	95% 신뢰구간	
			하한 값	상한 값
물질주의	.033	.007	.021	.047

표 4. 물질주의 영향에 대한 순기능적 의사결정 유능성의 조절효과

종속변인: 강박적 구매						
	비표준화 계수		표준화 계수	t	R ²	△R ²
	계수	표준오차	계수			
1단계						
상수항	10.820	.235		46.020***		
물질주의	.371	.041	.432	9.045***	.188***	
순기능적 의사결정 유능성	-.066	.034	-.094	-1.963*		
2단계						
물질주의 × 순기능적 의사결정 유능성	.001	.006	.006	.130	.188	.000

*p < .05, **p < .01, ***p < .001

표 5. 물질주의 영향에 대한 역기능적 의사결정 유능성의 조절효과

종속변인: 강박적 구매						
	비표준화 계수		표준화 계수	t	R ²	△R ²
	계수	표준오차	계수			
1단계						
상수항	10.699	.237		45.146***		
물질주의	.327	.042	.381	7.871***	.214***	
역기능적 의사결정 유능성	.119	.028	.212	4.333***		
2단계						
물질주의 × 역기능적 의사결정 유능성	.009	.004	.102	2.136*	.224*	.010*

*p < .05, **p < .01, ***p < .001

능성의 수준에 따라서 달라지지 않는다는 것을 의미한다. 반면 표 5를 보면, 역기능적 의사결정 유능성의 상호작용항을 투입하였을 때 R^2 의 변화량(.010)이 통계적으로 유의미하였다. 이는 물질주의가 강박적 구매에 미치는 영향이 역기능적 의사결정 유능성의 수준에 따라서 달라진다는 것을 의미한다. 조절효과

를 해석하기 위해 평균중심화(mean centering)된 물질주의와 역기능적 의사결정 유능성의 중다회귀 방정식에 대입하여 회귀식을 유도하였다 (Howell, 2002). 그림 2에 제시되어 있듯이, 물질주의가 높을 때 역기능적 의사결정 유능성이 낮은 경우 보다 역기능적 의사결정 유능성이 높은 경우에 강박적 구매의 증가가 유의미

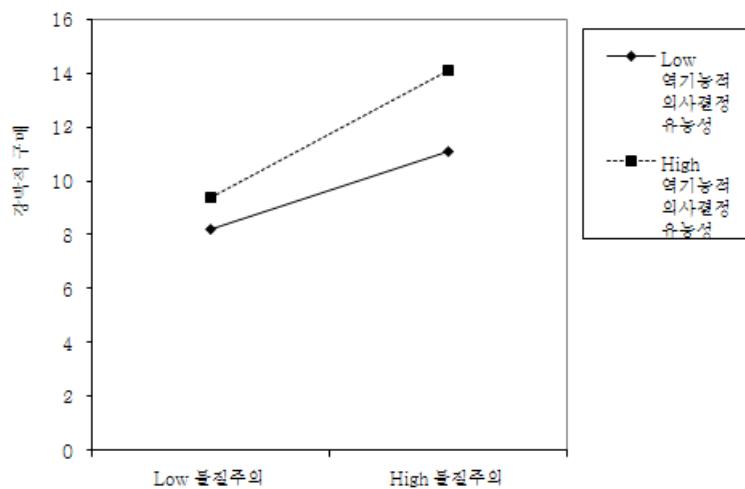


그림 2. 물질주의와 역기능적 의사결정 유능성의 상호작용효과

하게 큰 것으로 나타났다. 즉 역기능적 의사 결정 유능성은 물질주의와 상호상승적으로 상호작용하여 강박적 구매에 영향을 알 수 있다.

표 6은 조절변인의 평균값±표준편차 값의 수준에서 단순 기울기가 통계적으로 유의미한지를 알아보기 위한 것이다. 이는 연속점수로 측정된 조절변인이 어떤 값에서 조절효과가 나타나는지를 알려준다(Aiken & West, 1991). 결과는 물질주의가 강박적 구매행동에 미치는 단순 회귀선이 모두 $p < .001$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 이는 역기능적 의사 결정 유능성이 물질주의와 강박적 구매행동에 미치는 효과를 유의미하게 조절한다는 것

을 의미한다.

조절된 매개효과

본 연구에서 매개효과와 조절효과를 결합한 조절된 매개효과를 알아보기 하였다. 조절된 매개효과 검증을 통해 물질주의가 자기애와 강박적 구매행동간을 매개하는 효과를 역기능적 의사결정 유능성이 조절할 수 있는지를 알 수 있다. 조절된 매개효과는 Preacher, Rucker 및 Hayes(2007)가 개발한 SPSS Macro를 이용하여 분석하였다. 결과는 표 7에 제시되어 있다. 표 7의 매개변인 모형에서 자기애는 물질주의에 유의미한 영향을 미치는 것으로

표 6. 역기능적 의사결정유능성의 조건 값에 따른 단순 회귀선 유의성 검증

	b	표준오차	t	LLCI(b)	ULCI(b)
역기능적 의사결정 유능성	-1SD	.247	.054	4.616***	.142
	평균	.327	.042	7.871***	.245
	+1SD	.407	.059	6.965***	.523

LLCI=b의 95%신뢰구간 내에서 하한 값, ULCI=b의 95%신뢰구간 내에서 상한 값. *** $p < .001$.

표 7. 조절된 매개효과

변인	매개변인 모형(종속변인: 물질주의)			
	비표준화 계수		표준화계수	t
	계수	표준오차		
상수	-7.516	.887		-8.471***
자기애	.097	.011	.425	8.909***
종속변인: 강박적 구매				
변인	비표준화 계수		표준화계수	t
	계수	표준오차		
상수	10.202	.863		11.827***
자기애	.006	.011	.033	.599
물질주의	.318	.045	.370	7.128***
역기능적 의사결정 유능성	.117	.029	.203	3.981*
물질주의 × 역기능적 의사결정 유능성	.009	.004	.105	2.186*

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

나타났다($\beta=.097$, $p<.001$). 또한 표 7에서 물질주의가 강박적 구매행동에 유의미한 정적 영향을 미치는데($\beta=.318$, $p<.001$) 이런 영향이 역기능적 의사결정 유능성이 커지면 더욱 증가($\beta=.009$, $p<.05$)한다는 것을 의미한다. 표 7의 결과를 바탕으로 조절된 매개효과 크기를 구하면 아래와 같다(Preacher, et al., 2007).

$$f(\hat{\theta}/W) = \hat{a}_1(\hat{b}_1 + \hat{b}_3 W) = .0973(.318 + .009 \times \text{역기능적 의사결정 유능성})$$

이는 역기능적 의사결정 유능성이 커질수록 자기애가 물질주의를 통해 강박적 구매행동에 미치는 영향이 증가한다는 것을 의미하며 이는 조절된 매개효과가 있다는 것을 뜻한다.

다음은 조절된 매개효과의 검증을 위해 평

표 8. 역기능적 의사결정 유능성의 값에 따른 조절된 매개효과

역기능적 의사결정 유능성	조절변인의 특정 값에서의 조건부 간접효과			
	boot 간접효과		boot 표준오차	boot LLCI
	$f(\hat{\theta}/W) = \hat{b}_1(\hat{a}_1 + \hat{a}_3 W)$	boot		
-1SD(-8.7801)	.023	.007	.012	.038
평균값	.031	.006	.021	.047
+1SD(8.7801)	.039	.008	.025	.057

LLCI=b의 95%신뢰구간 내에서 하한 값, ULCI=b의 95%신뢰구간 내에서 상한 값.

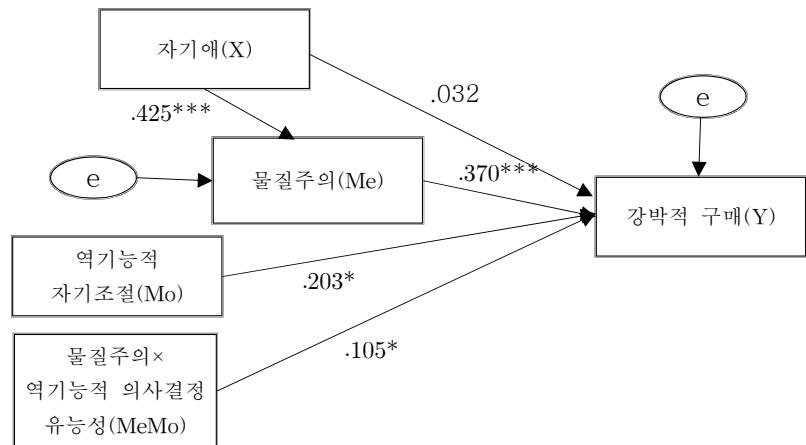


그림 3. 조절된 매개효과

균값과 ± 1 표준편차 값을 통해 조건부 값에 따른 간접효과의 계수 및 통계적 유의성을 확인해 보았다. 부트스트래핑 방법에 의하여 분석한 결과는 표 8에 나타나 있다. 표 8에서 역기능적 의사결정 유능성의 값이 증가함에 따라 조건부 간접효과(boot 간접효과)의 크기가 증가하는 것을 알 수 있다. 또한 신뢰구간 내에서 0을 포함하지 않음으로 조절된 매개효과가 통계적으로 유의미함을 알 수 있다. 이는 자기애가 증가하면 물질주의도 증가하고, 물질주의가 증가하면 강박적 구매행동도 증가하는데 이런 매개효과는 역기능적 의사결정 유능성이 증가할수록 더욱 크게 나타난다는 것을 의미한다. 이상의 분석에 따른 결과는 그림 3과 같다.

논의

본 연구는 자기애와 강박적 구매행동간의 관계에서 물질주의의 매개효과, 물질주의와 강박적 구매행동 간의 관계에서 의사결정 유

능성의 조절효과 및 자기애와 강박적 구매행동간의 관계에서 물질주의와 의사결정 유능성의 조절된 매개효과를 알아보았다. 연구결과 자기애 성향이 높으면 물질주의 가치를 높이고, 증가된 물질주의 가치는 강박적 구매행동에 영향을 미쳤다. 또한 물질주의는 역기능적 의사결정 유능성과 상호작용하여 강박적 구매행동에 영향을 미쳤다. 또한 역기능적 의사결정 유능성이 높을수록 자기애가 물질주의를 통해 강박적 구매행동에 미치는 영향을 더욱 증가시키는 조절된 매개효과가 나타났다. 주요 결과들을 차례로 논의해 본다.

첫째, 자기애와 강박적 구매간의 관계에서 물질주의가 매개하는 완전 매개모형이 적합한 것으로 나타났다. 연구 결과가 의미하는 바는 다음과 같다. 자기애 성향이 높은 사람은 자신에 대한 비현실적인 기준을 가지고 있고 자기상이 웅장한 사람이여서 항상 자기상에 대한 결핍을 가지고 있다(박세란, 신민섭, 이훈진, 2005). 이런 결핍은 외부적 물질을 통해 대신 채우려고 할 것이고 물질과 소유를 통해서 행복을 느끼려 하고 물질적 성취가 삶의

주된 목적인 가치관을 갖기 쉽다. 즉 자기애 성향이 높은 사람은 물질이 취약한 자기상을 보상해주고, 웅대한 자기상을 물질이 대신 표현해 줄 수 있다는 물질주의적 믿음이 강하게 된다. 이렇게 자기애 성향으로 인해 높아진 물질주의는 물질을 통해서 즐거움과 행복감을 얻고자 하는 목표를 이루기 위해 물건을 계속 사게되는 강박적 구매 행동을 나타낸다는 것이다. 이러한 결과의 의미는 강박적 구매행동이 취약한 자기애 성향에 기인한 것일 수 있다는 정신역동적 임상관찰(Krueger & David, 1988)과 강박적 구매의 근본적인 심리특성이 자기애라고 진술한 Rose(2007)를 지지해 주는 것이다. 또한 이 결과는 선행연구에서 나타난 자기애와 강박적 구매행동 간의 크지 않은 상관이 자기애의 간접효과에서 비롯되었음을 보여준다. 즉 자기애가 강박적 구매행동에 직접적인 영향을 미치는 것이 아니라 물질주의를 통해 영향을 미치기 때문이다. 그리고 현대 사회의 소비문화에서 미디어와 매체는 물질주의 가치를 조장, 강화하고 있기 때문에 물질주의가 강박적 구매행동의 유력한 원인이 될 것이라는 제안(Kasser & Kanner, 2004)을 지지하는 것이다. 또한 통합적 자기조절 모델에서 물질주의가 증진초점 목표로 작용해 물질을 통해서 즐거움과 행복감을 얻고자 하는 의도가 강박적 구매행동에 영향을 미친다는 제안(Verplanken & Sato, 2011)을 지지하는 결과이며, 물질주의와 강박적 구매가 밀접한 관련이 있다는 다른 연구 결과(Dean, Carroll, & Yang, 2007; Dittmar, 2005a; Goldberg, Gron, Peracchio, & Bamossy, 2003; Hanley & Wihelm, 1992)들과도 일치한다.

이러한 결과는 상담 및 임상장면에서 자기애 성향으로부터 비롯된 강박적 구매행동을

감소시키기 위해서는 일종의 성격특성인 자기애성향에 초점을 맞추기보다 개입이 비교적 용이한 인지적 변인인 물질주의에 초점을 맞출 필요성을 시사한다. 즉 Dittmar와 Kapru(2011)가 진술하였듯, 자기애 성향의 강박적 구매자들은 물질을 통해 행복을 추구하고 물질이 성공과 지위를 대신할 것이라는 외현적인 삶의 목표를 수정하도록 하고 자기수용, 영적인 성장 같은 내현적인 삶의 목표를 세울 수 있도록 도울 필요가 있다.

둘째, 물질주의와 강박적 구매행동간의 순기능적 의사결정 유능성은 조절효과를 나타내지 않았다. 이는 채서영(2013)에서 합리형의 의사결정방식이 정서조절 구매동기와 강박적 구매를 조절하지 않는 결과와 일관되며, 남승규(2005a)에서 순기능적 의사결정 유능성의 하위요인들의 수준에 따라서 충동 구매행동이 유의미한 차이를 보이지 않은 결과 유사한 결과이다. 이와 같은 연구 결과는 강박적 구매 행동을 줄이기 위해서는 주변의 정보를 충분히 인식하고 활용하고, 자신의 의사결정에 확신을 가지는 것이 도움이 되지 않는다는 것을 의미한다.

반면 물질주의와 강박적 구매행동간에 역기능적 의사결정 유능성이 물질주의와 상호상승적으로 작용하여 강박적 구매행동을 증가시키는 조절효과가 나타났다. 즉 물질주의 가치 성향이 높은 사람은 의사결정의 오류가 많거나 의사결정을 다른 사람에게 의존할수록 강박적 구매행동을 증가시키는 시너지 효과가 있음으로 밝혀졌다. 이는 강박적 구매행동을 하는 사람들이 의사결정 과정에 결함이 있다는 연구(Beatty & Ferrell, 1998; Dholakia, 2000; Kaufman-Scarborough & Cohen, 2004; Lejoyeux, et al., 1999; Piron, 1991; Punj, 2010)를 확인하는

결과이며, 의사결정을 잘하지 못하는 사람이 자기조절도 잘못하게 되고 바람직하지 못한 소비습관을 만들어 낸다는 소비자 자기조절 모형(남승규, 2005a)을 지지하는 결과이다. 또한 강박적 구매의 인지 행동적 모델(Kellett & Bolton, 2009)에서 강박적 구매자들의 역기능적 인지에서 비롯된 의사결정의 문제가 구매상황에서 촉발요인이라는 제안을 지지하는 것이다.

이러한 연구 결과는 물질주의 가치를 중요하게 생각하는 강박적 구매자들의 강박적 구매행동을 줄이기 위해서는 정보를 충분히 인식하고 활용할 필요가 없더라도 의사결정의 오류를 최소화해야하고, 의사결정에 확신을 가질 필요는 없더라도 의사결정을 타인에게 의존하지 않도록 해야 힘을 시사한다. 기존의 강박적 구매자들을 위한 치료프로그램은 대부분 인지행동적모델을 기반으로 만들어졌는데 프로그램의 내용에 효과적인 의사결정에 대한 개입은 발견되지 않는다. 따라서 기존의 프로그램에 의사결정의 오류를 범할 수 있는 행동을 최소화하고, 의사결정을 타인에게 의존하지 않도록하는 역기능적 의사결정 유능성의 학습을 추가하면 바람직할 것으로 생각된다.

셋째, 자기애가 물질주의를 통해 강박적 구매에 영향을 미치는 매개효과는 역기능적 의사결정 유능성의 수준이 높아짐에 따라 더욱 크게 나타났다. 이는 자기애가 강박적 구매행동에 영향을 미치는 기제를 통합적으로 검증한 것으로, 역기능적 의사결정 유능성이 단순히 물질주의와 강박적 구매행동 사이를 조절할 뿐만 아니라 자기애가 물질주의를 통해 강박적 구매에 영향을 미치는 경로 전체를 조절한다는 것을 의미한다. 이는 역기능적 의사결정유능성이 자기애와 물질주의 및 강박적 구매행동의 관계를 증폭시킬 수도 있고 감소하

게 할 수 있는 매우 중요한 중재변인인 것을 보여준다. 따라서 차후 연구에서는 강박적 구매행동에 영향을 미치는 순기능적 의사결정 유능성과 역기능적 의사결정 유능성의 차별적 역할에 대한 연구와, 특별히 다변인을 사용하여 역기능적 의사결정 유능성의 중재역할에 대한 보다 심도있는 연구가 수행될 필요성이 있다. 또한 본 연구는 연령층이 특정 지역의 대학생으로 한정되어있어 일반화 하는데 한계가 있다. 따라서 추후 연구에서는 지역과 연령층별 다양한 데이터를 확보해서 외적 타당성을 높일 필요성이 있다.

참고문헌

김은주, 김정일, 남승규, 노길광 (2011). 일반의사결정유형척도의 타당화. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 12(4), 751-770.

남승규 (2005a). 소비자 자기조절 모형과 충동구매행동. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 6(3), 61-77.

남승규 (2005b). 자기조절모형, 소비자 및 광고. *광고학 연구*, 6(3), 61-77.

남승규 (2006). 자기조절 척도의 타당화 연구. *대전대학교 사회과학논문집*, 24(2), 95-113.

남승규 (2011). 개인의사결정역량과 조직생산성 및 조직창의성간의 관계. *대전대학교 사회과학논문집*, 30(1), 151-173.

문예진 (2009). 청소년 소비자의 물질주의 성향과 과시적 소비성향. *고려대학교 석사학위논문*.

박규상 (1992). 물질주의와 사회적 책임감에 따른 소비유형. *고려대학교 대학원 박사학위논문*.

박세란, 신민섭, 이훈진 (2005). 외현적, 내현적 자기애의 자기평가와 정서특성. *한국심리학회지*: 임상, 24(2), 255-266.

송인숙 (1993). 소비자의 구매중독 성향 및 영향 요인. 서울대학교 대학원 박사학위논문.

양진원 (2012). 병리적 자기애 성향자의 응대성과 취약성에 따른 정서적 특성. 서울대학교 대학원 석사학위논문.

양혜승 (2005). 텔레비전 오락 프로그램 시청이 개인들의 물질주의적 가치관 및 사회에 대한 만족도에 미치는 영향. *한국방송학보*, 20(4), 121-155.

이승희, 박지은 (2007). 패션상품 쇼핑중독에 대한 영향요인: 일반 쇼핑과 인터넷 쇼핑의 비교. *한국의류학회*, 31(2), 269-279.

이원희, 안창일 (2005). 자기애와 다차원적 외벽주의의 관계. *한국심리학회지*: 임상, 24(1), 19-36.

채서영 (2013). 물질주의와 강박적 구매의 관계: 일반의사결정유형과 구매동기의 조절된 매개효과. 충북대학교 석사학위논문.

Aiken, L. S., & West, S. G. (Eds.). (1991). *Multiple Regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park: Sage.

American Psychiatric Association (2000). *Diagnostic and statistic manual of mental disorders*. Text Rev. (4th ed.). Washington DC: American Psychiatric Association.

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.

Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2004). *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications*. New Your: Guilford Press.

Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulsive buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74, 169-191.

Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 13, 265-280.

Bymes, J. P. (1998). *The nature and development of decision-making: A regulation model*. Heldale, NJ: Erlbaum.

Cambell, W. K., Rudich, E., & Sedikides, C. (2002). Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-view: Two portraits of self-love. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 358-368.

Carver, C. S., & Scheier, M. F. (2006). 성격심리학[Perspectives on Personality](김교현, 심미영, 원두리 역). 서울: 학지사.

Catalano, E., & Sonenberg, N. (1993). *Consuming passions: Help for compulsive shoppers*. Oakland, CA: New Habiger Press.

Christenson, G. A., Faber, R. J., de Zwaan, M., Raymond, N., Specker, S. M., Ekern, M. D., Mackenzie, T. B., Crosby, R. D., Crow, S. J., & Eckert, E. D. (1994). Compulsive buying: Descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *Journal of Clinical Psychiatric*, 55, 5-11.

Chang, M. L., & Wu, W. Y. (2012). Revisiting perceived risk in the context of online shopping: An alternative perspective of decision making styles. *Psychology & Marketing*, 29(5), 378-400.

Cohen, P., & Cohen, J. (1996). *Life values and*

adolescent mental health. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Dawson, S., & Jill, C. (1987). Status recognition in the 1908s individuals distinction revisited. *Advance in Consumer Research*, 14, 487-491.

Dean, L. R., Carroll, J. S., & Yang, C. (2007). Materialism, perceived financial problems, and marital satisfaction. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 35, 260-281.

Desarbo, W. S., & Edwards, E. A. (1996). Typologies of compulsive buying behaviour: A constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5, 231-262.

Dholakia, U. M. (2000). Temptation and resistance: An integrated model of consumption impulse formation and enactment. *Psychology and Marketing*, 17, 955-982.

Dittmar, H. (2005a). A new look at "Compulsive buying": Self-discrepancies and materialistic values as predictors of compulsive buying tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24, 832-589.

Dittmar, H. (2005b). Compulsive buying-a growing concern? An examination of gender, age and endorsement of materialistic attitudes as predictors. *British Journal of Psychology*, 96, 467-491.

Dittmar, H., & Kapur (2011). Consumerism and well-being in India and the UK: Identity projection and emotion regulation as underlying psychological processes. *Psychological Studies*, 56(1), 71-85.

Faber, R. J. (2000). A systematic investigation into compulsive buying. In A. L. Benson, *I shop, therefore I am: Compulsive buying and the search for self* (pp.27-53). Aronson: Northtrade, New Jersey.

Faber, R. J., & Vohs, K. D. (2004). To buy or not to buy?: Self-control and self-regulatory failure in purchase behavior. In R.F. Baumeister (Ed.), *Handbook of self-regulation: Research, theory, and application*(pp.509-524). New York: Guilford Press.

Goldberg, M. E., Gorn, G. J., Peracchio, L. A., & Bamossy, G. (2003). Understanding materialism among youth. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 278-288.

Grant, J. E. (2003). Three cases of compulsive symptoms. *Personality and Individual Difference*, 20, 221-228.

Hanley, A., & Willhelm, M. S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13, 5-18.

Hewitt, P. L., & Flett, G. I., (1991). Perfectionism in self and social context: Conceptualization, assessment, and association with psychopathology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 456-470.

Higgins, E. T. (1998). Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. In M. P. Zanna(Ed.), *Advances in experimental social psychology*(Vol. 30, pp.1-46). San Diego: Academic.

Hollander, E. (1993). Obsessive-compulsive spectrum disorder: An overview. *Psychiatric Annals*, 32(7), 355-358.

Hollander, E. (1999). Managing aggressive behavior in patients with obsessive-compulsive disorder and borderline personality disorder. *Journal of Clinical Psychiatry*, 60(15), 38-44.

Howell, P. (2002). The explan theory of fluency control applied to the treatment of stuttering by altered feedback and operant procedures. In E. Fava (Ed.), *Current issues in linguistic theory series: Pathology and therapy of speech disorders* (pp.95-118). Amsterdam: John Benjamins.

Hudders, L., & Pandelaere, M. (2012). The silver lining of materialism: The impact of luxury consumption on subjective well-being. *Journal of Happiness study*, 13, 411-437.

Kasser, T., Cohn, S., Kanner, A. D., & Ryan, R. M. (2007). Some cost of American corporate capitalism: A psychological exploration of value and goal conflicts. *Psychological Inquiry*, 18, 1-22.

Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). Further examining American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 280-287.

Kaufman-Scarborough, C., & Cohen, J. (2004). Unfolding consumption impulsivity: An existential phenomenological study of consumers with attention deficit disorder. *Psychology and Marketing*, 21, 637-669.

Kellett, S. (2007). Compulsive hoarding: A site security model and associated treatment strategies. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 14, 413-427.

Kellett, S., & Bolton, J. V. (2009). Compulsive Buying: A cognitive-behavioural model. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 16, 83-99.

Kim, S. W. (1998). Opioid antagonists in the treatment of impulse-control disorders. *Journal of Clinical Psychiatry*, 163, 1806-1812.

Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoud, E., Large, M. D., & Serpe, R. T. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *The American Journal of Psychiatry*, 163, 1806-1812.

Krueger, M. D., & David, W. (1988). On compulsive shopping and spending: A psychodynamic inquiry. *American Journal of Psychotherapy*, 42(4), 574-584.

Krych, R. (1989). Abnormal Consumer Behavior: A model of addictive behaviors. *Advances in Consumer Research*, 16(1), 745-748.

Kyrios, M., Frost, R. O., & Steketee, G. (2004). Cognitions in compulsive buying and acquisition. *Cognitive Therapy and Research*, 28, 241-258.

Lejoyeux, M., Adés, J., Tassian, V., & Solomon, J. (1996). Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. *American Journal of Psychiatry*, 153, 1524-1529.

Lejoyeux, M., Tassain, V., Solomon, J., & Adès, J. (1997). Study of compulsive buying in depressed patients. *Journal of Clinical Psychiatry*, 58, 169-173.

Lejoyeux, M., Haberman, N., Solomon, J., & Adès, J. (1999). Compulsive of buying behaviour in depressed patients presenting with or without compulsive buying. *Comprehensive Psychiatry*, 40, 51-56.

Marek, P. (2006). Materialism and money spending disposition as predictors of economic and personality variables. *North American Journal of Psychology*, 8(3), 421-436.

McElroy, S. L., Keck, P. E., & Jr. Phillips K. A.

(1995). Keptomania, compulsive buying and binge-eating disorder. *Journal of Clinical Psychiatry*, 56(4), 14-26.

Miller, D. C., & Bymes, J. P. (2001). Adolescents' decision making in social situations: A self-regulation perspective. *Applied Developmental Psychology*, 22, 237-256.

O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16, 147-157.

Pham, T. H., Yap, K., & Dowling, N. A. (2012). The impact of financial management practices and financial attitudes on the relationship between materialism and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 33, 461-470.

Pincus, A. L., Ansell, E. B., Pimental, C. A., Cain, N. M., Wright, A. G., & Levy, K. N. (2009). Initial construction and validation of the pathological narcissism inventory. *Psychological Assessment*, 21, 365-379.

Piron, F. (1991). Defining impulse purchasing. *Advances in Consumer Research*, 18, 509-514.

Pooler, J. (2003). *Why we shop: Emotional rewards and retail strategies*. London: Praeger.

Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42(1), 185-227.

Punj, G. (2010). Impulse buying and variety seeking: Similarities and differences, *Journal of Business Research*, 64, 745-748.

Reish, L. A., Neuner, M., & Raab, G. (2004). One decade of consumer behaviour research on compulsive buying. *Verhaltenstherapie*, 14, 120-125.

Rovert, J. A., & Martinez, C. R. (1997). The emerging consumer culture in Mexico: An exploratory investigation of compulsive buying in Mexican young adults, *Journal of International Consumer Marketing*, 10, 7-13.

Roberts, B. W., & Robins, R. W. (2000). Broad dispositions, broad aspirations: The intersection of the big five dimensions and major life goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 1284-1296.

Rose, P. (2007). Mediators of the association between narcissism and compulsive buying: The role of materialism and impulse control. *Psychology of Addictive Behaviors*, 21(4), 576-581.

Richins, M. I., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(December), 303-315.

Richins, M. L. (2004). The material value scale: A re-inquiry into its measurement properties and the development of a short form. *Journal of Consumer Research*, 31, 209-219.

Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 35, 622-639.

Sedikides, C., Gregg, A. P., Cisek, S., & Hart, C. M. (2007). The I that buys: Narcissists as consumers. *Journal of Consumer Psychology*, 17, 254-257.

Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in

experimental and nonexperimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7, 422-445.

Shrum, L. J., Wong, N., Arif, F., Chugani, S. K., Gunz, A., Lowrey, T. M., Nairn, A., Randelaere, M., Ross, S. M., Ruvio, A., Scott, K., & Sundie, J. (2012). Reconceptualizing materialism as identity goal pursuits: Functions, process, and consequences. *Journal of Business Research*, 66(8), 1179-1185.

Sohn, S. H., & Choi, Y. J. (2012). A model of compulsive buying: Dysfunctional beliefs and self-regulation of compulsive buyers. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 40(10), 1611-1624.

Stragy, M. J., Gurel-Atay, E., Webb, D., Cicic, M., Husic-Mehmedovic, M., Ekici, A., Herrmann, A., Hegazy, I., Lee, D. J., & Johar, J. S. (2013). Is materialism all that bad? Effect on satisfaction with material life, life satisfaction, and economic motivation. *Social Indicators Research*, 110(1), 349-366.

Tatzel, M. (2002). "Money worlds" and well-being: An integration of money dispositions, materialism and price-related behavior. *Journal of Economic Psychology*, 23, 103-126.

Troisi, J. D., Christopher, A. N., & Marek, P. (2006). Material and money spending disposition as predictors of economic and personality variables. *North American Journal of Psychology*, 8, 421-436.

Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology of impulse buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, 34(2), 197-210.

Wicklund, R. A., & Gollwitzer, P. W. (1982). *Symbolic self-completion*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Xiao, S. H., & Nicholson, M. (2012). A multidisciplinary cognitive behavioural framework of impulse buying: A systematic review of the literature. *International Journal of Management Reviews*, 15(3), 333-356.

원고 접수일 : 2014. 01. 12.

수정원고접수일 : 2014. 02. 05.

제재결정일 : 2014. 02. 10.

The Relations between Narcissism and Compulsive Buying: Moderated Mediation Effects of Materialism and Decision Making Competence

Seo Yeong Chae

Sung Moon Lim

Dept. of Psychology, Chungbuk National University

The purpose of this study was to examine whether decision making competence had a moderated mediation effects in the relations of narcissism, materialism, and compulsive buying. Self-report measures of narcissism, compulsive buying, materialism, and decision making competence were completed by 362 university students in Chungbuk and Chungnam provinces. Date were analyzed using SPSS 18.0 and SPSS Macro. The results were as follows. First as a result of the test for mediating effects, narcissism affected compulsive buying through materialism. Second, as a result of the test for moderating effects, an interaction of materialism and dysfunctional decision making competence affected compulsive buying. Third, as a result of the test for moderated mediation effects, dysfunctional decision making competence had a moderated mediation effect which moderated the influence of narcissism on compulsive buying through materialism. We discussed implications and suggestions for further studies.

Key words : Narcissism, Materialism, Compulsive buying, Decision making competence, Moderated mediation effect