

소비자의 신념편향에 대한 도피이론적 접근

Escape Theory Approach to Consumers' Belief Biases

한웅희
명지대학교 경영학과

Woong-Hee Han(whhan@mju.ac.kr)

요약

본 연구는 우울함이나 부정적 자아인식 등과 같은 부정적 감정으로부터 벗어나기 위해 소비자들이 사용하는 인지적 협소화가 인지적 편향의 발생에 미치는 영향을 도피이론적 관점에서 탐구하고자 한다. 즉, 부정적 감정의 극복을 위한 도피수단의 하나로 사용되는 인지적 협소화는 행동의 장기적인 결과에 대해 고려하지 못하게 하거나 규제로부터 벗어나게 하는 것뿐만 아니라 과장되고 비현실적인 사고를 촉진하는 것으로 알려져 있는데, 본 연구는 여기서 더 나아가 이러한 인지적 협소화가 이성적이고 합리적인 방식에서 벗어나는 인지적 오류, 특히 신념편향을 발생시킬 것으로 예상하여 이에 대한 실증적 탐구를 진행하였다. 연구결과, 인지적 협소화의 수준에 따라 신념편향의 발생수준이 달라지는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 시사점과 향후 연구방향이 논의되고 제시되었다.

■ 중심어 : | 도피이론 | 인지적 협소화 | 신념편향 |

Abstract

This study investigated the effect of cognitive narrowing on the consumers' belief biases in the light of the escape theory. Current study researched the relationship between the cognitive narrowing and the consumers' belief biases. The result of this study is as below. The degree of the consumers' belief biases is higher when the degree of the cognitive narrowing is higher than lower. On the basis of this result, theoretical and practical implications were suggested and the limitations and future research were discussed.

■ keyword : | Escape Theory | Cognitive Narrowing | Belief Bias |

1. 서론

스스로 바람직하다고 생각하는 자신과 실제 자신의 모습을 비교하고 직면하는 것은 고통스러운 일일 수 있다. 이 경우에 대부분의 사람들이 그 차이를 줄여서 생각하거나 회피하거나 다르게 해석함으로써 그 고통에서 벗어나고자 한다. 이상적인 자아와 실제적인 자아

사이의 괴리를 줄이기 위한 이러한 노력은 다양한 인지적 노력으로 나타나는데, 우울함이나 부정적 자아인식 등과 같은 부정적 감정으로부터 벗어나기 위한 전략의 하나인 인지적 협소화는 개인의 인지구조와 기능에 영향을 미치게 되며 결과적으로 여러 가지 형태의 인지적 오류를 발생시킬 가능성이 높다.

본 연구는 부정적 감정을 극복하기 위한 전략의 하나

인 인지적 협소화가 어떠한 특징을 갖고 있으며, 나아가 인지적 협소화로 인해 신념편향이라는 인지적 오류가 어떠한 특징을 갖고 발생하는지 도피이론적 관점에서 살펴보고자 한다.

지금까지 인지적 협소화와 도피이론의 개념은 폭식이나 충동구매 또는 강박구매 등과 같은 일탈행동을 설명하는 연구에서 주로 사용되어 왔다[1-3]. 한편, 신념편향에 대한 연구로는 신념편향의 발생메커니즘을 검토하고 사전지식과 관여도가 신념편향의 발생에 미치는 영향을 살펴보는 연구[4]와 광고의 창의성이 신념편향에 미치는 영향을 살펴보는 연구[5] 등이 있었다. 이처럼 지금까지의 연구에서는 인지적 협소화 또는 도피이론과 신념편향 사이의 연결고리를 발견하기 어려웠다. 이러한 점에서, 도피이론이라는 이론적 틀을 기반으로 비이성적 충동행동에 집중되었던 인지적 협소화라는 소비자 특성을 신념편향이라는 인지적 오류로까지 확장하고자 하는 본 연구의 시도가 의미를 갖는다고 할 수 있다. 즉, 인지적 협소화로 인해 발생할 수 있는 인지적 오류의 발생가능성을 도피이론적 관점에서 예상하고, 인지적 협소화에 따라 신념편향의 발생이 달라질 수 있다는 것을 규명함으로써 인지적 협소화와 신념편향 사이의 이론적 연계성을 밝히고자 하는 것이 본 연구의 목적이며 기존 연구와의 차별점이라고 할 수 있다. 이를 통해 본 연구는 소비자 의사결정상의 오류에 대한 이론적 측면과 이에 따른 기업의 마케팅전략에 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

II. 이론적 배경 및 가설설정

1. 도피이론 (Escape Theory)

도피모델(Escape Model)은 이상적인 자아와 현실적인 자아를 비교하여 인식하는 이론에 기반을 두고 있으며 폭식이나 자살과 같은 자기 파괴적 행동을 설명하는데 적용되어 왔다[6][7]. 자기를 인식한다는 것은 사람들에게 때로 부담스러울 수 있는데, 개인의 기준이 매우 높거나 완벽 주의적 특징이 있을 때, 그리고 자신의 목표나 이상을 충족시키지 못하게 되었을 때 특히 그렇

게 느낄 수 있다[8]. 이러한 불일치가 자신의 내부적 측면 때문에 발생한 것일 때, 사람들은 혐오적 상태인 부정적 감정을 경험하게 되고 사람들은 이러한 부정적 감정 상태에서 벗어나기를 원하게 된다. 즉, 도피모델은 사람들이 어떻게 혐오적이고 부정적인 감정 상태에서 벗어날 수 있는지를 살펴보는 이론적 틀이라고 할 수 있다. 부정적인 감정을 감소시키는 한 가지 방법은 자기인식을 감소시킴으로써 자아와 관련 기준 사이의 불일치를 더 이상 두드러지지 않은 것으로 만드는 것이다[8]. 이러한 자아인식의 감소, 즉 인지적 협소화(cognitive narrowing)는 도피모델에서 고려되는 중요한 도피유형의 하나이다.

도피모델의 중심 주장은 당면한 주변 환경의 구체적인 측면에 주의를 집중하는 인지적 협소화에 의해 자아인식이 감소된다는 것이다[9]. 이러한 상태에서는 귀인, 기준과의 비교, 행동이 미칠 영향 등과 같은 의미 있는 해석이 더 이상 어렵게 되고 그에 따라 부정적 감정이 경감되는 것으로 보는 것이다. 즉, 고조된 자기인식 때문에 느끼게 되는 개인의 혐오적이고 부정적인 감정을 인지적 협소화를 통해 감소 또는 회피할 수 있게 된다는 주장이다.

인지적 협소화의 경우에는 눈앞에 보이는 현재의 생각, 구체적이고 낮은 수준의 생각에만 초점을 맞추고 광범위하고 의미 있게 생각하기를 거부함으로써 주의의 폭이 좁게 나타난다[9-12]. 즉, 인지적 협소화 또는 인지적 해체의 증거는 구체적인 생각, 즉각적인 목표, 인지적 경직성 등을 들 수 있는데, 특히 인지적 경직성(cognitive rigidity)의 특징인 흑백논리가 많이 나타난다. 그러나 이러한 부정적 감정으로부터의 도피는 폭식과 같은 수많은 자기 파괴적 행동을 촉발하기도 하는데, 인지적 협소화를 통해 불쾌한 감정에서 벗어나고자 하는 노력은 결과적으로 음식과 관련된 일상적인 억제를 무너뜨리기도 하고 비이성적 사고를 범하기 쉬운 상태에 놓이게 된다. 의미 있는 사고를 회피하려고 노력할수록 사람들은 덜 이성적이고 덜 비판적이게 되며 어떤 신념이나 결론의 의심스러운 점들을 발견하지 못할 가능성이 높아진다.

비이성적 사고 또는 비이성적 인지가 발생한 이유는

추론의 정상적인 패턴이 중단되어 일종의 정신적 공백이 발생하였기 때문이다[13-17]. 어떤 사람이 의미 있게 생각하는 것을 꺼려하게 되면, 일상적인 경우에 비하여 새로운 생각을 비판적으로 평가하는 것이 비효율적으로 나타나게 된다. Johnson 등은 폭식을 하는 사람들에게서 발견되는 여러 가지 인지적 왜곡들을 제시하고 있는데, 그 중에는 잘못된 귀인(faulty attributions), 개인화(personalization), 확대(magnification), 이분법적 사고(dichotomous thinking), 선별(filtering), 과잉일반화(overgeneralization), 비현실적 사고(magical thinking) 등이 있다[18]. 또한 인지적 협소화 경우에는 어떤 행동의 장기적 의미를 고려하는 것, 예를 들어 인과 관계적 사고를 하지 못하게 되기도 한다[19].

2. 인지적 오류의 발생기제

암묵적 또는 휴리스틱 프로세스라고 알려져 있는 시스템 1 프로세스[20]는 작업구역과 무관하게 작동하며, 빠르고, 무의식적이며 실용적이다[21]. 명시적 또는 분석적 프로세스로 알려져 있는 시스템 2 프로세스는 작업구역을 통해 작동하기 때문에 느리고 연속적이고 정보처리 용량의 제한이 있다. 암묵적 시스템은 일상적 판단과 의사결정에 실용적 프로세스를 통해 많은 영향을 미치지만, 때로는 명시적이고 분석적 추론이 추론과 의사결정의 길잡이 역할을 하고 있다. Evans와 Over의 이론에 따르면[21], 암묵적 시스템은 일상적인 생활에서의 목표를 달성한다는 의미에서 일상적 합리성에 대한 책임을 지고 있지만, 논리적 문제를 해결한다든지 그 결과를 분석하여 의사결정을 하는 등의 추상적이고 가설적인 사고에는 명시적 자원이 필요하게 되는데, 이것은 규범적 합리성과 관련이 있다. Stanovich는 탈맥락화하는 능력의 결여로 인해 계산상의 근본적인 편향이 발생한다고 보고 있지만[20], 추론과 의사결정과제를 규범적으로 정확히 해결한 소수의 참여자들은 그렇지 못한 참여자들보다 일반적 지능수준이 유의하게 높다는 것을 밝혀내면서 시스템 1 사고는 보편적으로 존재하지만, 시스템 2 사고는 높은 지능지수를 가진 개인들에게서만 잘 개발되는 것이라고 하였다[22].

결국, 이원적 프로세스 모형(Dual Process Model)은

사람들이 추론을 하기 위해 시스템 1과 시스템 2라고 하는 두 개의 시스템을 사용한다는 견해이다[21-26]. 이원적 프로세스 모델에 따르면 소비자들은 의사결정에 대해 심사숙고할 때도 있고 그러지 않을 때도 있다고 한다. 소비자들이 관련된 모든 정보들을 사용하고 모든 결과들을 고려하여 신중하게 의사결정을 한다면, 그 소비자는 체계적 프로세스(즉, 시스템 2)를 밟고 있다고 한다. 반면에, 동거나 기회수준이 낮으면 소비자들은 신중하고 노력이 필요한 의사결정 전략을 수행할 수도 없고 수행하기도 싫어하게 된다. 이 경우 소비자들은 빠르고 쉽게 의사결정을 내릴 수 있는 간단한 휴리스틱을 사용하게 되는데, 이것을 휴리스틱 프로세스(즉, 시스템 1)라고 한다. 휴리스틱은 소비자들이 의사결정 과제를 단순화하는 데 도움을 주는 정신적 지름길이라고 할 수 있다[27][28].

즉, 사고에 관한 이원적 프로세스 모형은 인간의 서로 다른 두 개의 추론체계를 가정함으로써 사람들의 합리적 사고과정에서 발생하는 많은 오류를 설명하고 있다[21][23][25][26][29]. 이원적 프로세스 모형은 다양한 양상을 띠고 있지만, 일반적으로 첫 번째 시스템(또는 휴리스틱 시스템)은 사전지식이나 신념에 근거하여 문제를 해결하는 경향이 있는 반면에, 두 번째 시스템(또는 분석적 시스템)은 논리적 기준에 따라 추론을 할 수 있도록 해준다. 휴리스틱 시스템은 빠르고 자동적으로 작동되는 것으로 가정하고 있는 반면에, 분석적 시스템은 천천히 움직이고 인간의 계산능력을 많이 요구하는 것으로 알려져 있다. 이원적 프로세스 모형에 따르면 휴리스틱 시스템과 분석적 시스템은 조화를 이루며 상호작용한다고 한다. 따라서 이러한 경우에는 휴리스틱 시스템은 빠르고 경제적이며 정확한 결론을 우리에게 제공해준다. 그러나 휴리스틱 시스템은 또한 매우 정교하고 분석적인 절차가 필요한 상황에서는 추론의 편향을 만들기도 한다. 즉, 두 시스템은 때로는 같동하기도 하고 서로 다른 결과를 낳는 원인이 되기도 한다[4][26].

인지적 활동에 필요한 시간이 부족하거나, 동기가 부족하거나 또는 인지적 자원이 부족할 경우에 시스템 1의 작동으로 쉽고 빠르게 인간의 사고과정이 진행된다고 할 수 있다. 또한 인지적 작동범위가 의식적·무의식

적으로 축소된 인지적 협소화의 경우에도 시스템 1이 작동될 것으로 예상할 수 있고 나아가 다양한 인지적 오류가 발생할 것으로 예상할 수 있다.

3. 신념편향

신념편향(Belief Bias)이란 사전 신념을 유지하기 위하여 증거를 편향되게 평가하는 것을 말한다[30]. 예를 들어, 특정한 가설이 도출된 어떤 이론에 애착을 가지고 있는 연구자가 그 가설을 지지하는 A 연구와 그 가설에 불리한 B 연구를 읽는다고 가정하자. 이 경우 연구자는 A 연구는 좋아하겠지만, B 연구에 대해서는 골칫거리 더 나아가 자신에게 위협적인 것으로 여기게 될 것이다. 만일 연구자가 어떤 식으로든 B 연구의 증거를 반박하거나 의심하려 한다면 그 사람은 연구에 대해 신념 편향을 보인 것이라고 할 수 있다. 신념편향은 주장의 사전 신뢰성을 근거로 주장의 타당성을 판단하려는 경향이라고 할 수 있으며 주로 인지심리학과 논리학의 연역추론 분야에서 연구되어 왔다[4].

인과관계의 모든 개념들이 관찰가능한 통계적 규칙성으로부터 추론되어지는 것으로 생각하는 전통을 따르는 인과관계의 모델들을 ‘공분산기반모델(Covariation-based Model)’이라는 이름으로 포괄할 수 있는데[31], 공분산기반모델은 다음과 같은 가정을 기반으로 하고 있다. 즉, 결과와 규칙적인 관련을 보이는 (=결과와 共變(covary)하는) 어떤 사건은 규칙적인 관련을 보이지 않는 다른 사건보다 그 결과의 원인으로 인정될 가능성이 높다고 하는 것이다. 인과관계의 정도에 대한 신념 역시 공분산 정보에 대한 경험을 반영하고 있다고 한다. 특히, 원인변수로 믿을만한 변수는 결과와 공변하는 것으로 알려져 있는 반면에 원인변수로 믿기 어려운 변수는 결과와의 공분산을 거의 보여주지 못하는 것으로 알려져 있다.

원인과 결과 사이의 공분산에 대한 지식은 다음 두 가지 요소를 반영하고 있는 것으로 생각할 수 있다. 즉, 잠재적 원인이 존재할 경우의 결과발생 가능성($P(e | c)$)과 잠재적 원인이 존재하지 않을 경우의 결과발생 가능성($P(e | \neg c)$). $P(e | c)$ 와 $P(e | \neg c)$ 의 역할은 현대의 인과관계 모델에 잘 나타나있다. 확률적 대립모

델과 그 후속이론인 power PC이론은 인과관계의 판단이 공분산($=\Delta Pc$)의 계산에 기초하고 있다고 가정한다. 확률적 차이(probabilistic contrast)는 두 조건확률의 차이를 의미하고 조건과 결과의 공분산으로 표현되면 인과관계 이론의 핵심적인 사항이다[32]. 여기서 공분산은 원인이 존재할 경우에 결과가 발생할 가능성($=P(e | c)$)에서 원인이 존재하지 않을 경우에 결과가 발생할 가능성($=P(e | \neg c)$)을 뺀 값이라고 할 수 있다. ΔPc 가 양이면 잠재적 원인변수인 c 는 결과변수 e 가 발생하는 것을 도와주는 변수로 판단하여야 한다. 만일 ΔPc 가 음이면, 잠재적 원인변수인 c 는 결과변수 e 가 발생하는 것을 방해하는 변수로 판단하여야 한다. 마지막으로 ΔPc 가 0이라면, 잠재적 원인변수인 c 는 관찰된 결과인 e 와 비인과적 관계에 있는 것으로 판단하여야 한다. 즉 확률적 차이가 0이 아닌 것은 조건과 결과 사이에 인과적인 관련이 있다는 것을 추론하기 위한, 비록 충분조건은 아니지만, 필요조건이라는 것이다[32]. 이와 같이 공분산의 분석을 통해 두 변수의 사이의 인과관계를 설명하려는 기본적인 아이디어는 아래에서 설명하는 ‘확률적 인과관계 규칙’ 또는 ‘확률론적 인과관계 모델’ 등의 개념에서도 확인할 수 있다[4].

즉, Lewis는 두 변수 A와 B가 있고 변수 A가 변수 B의 원인일 가능성이 있다고 가정할 경우, 조건확률들 사이의 관계를 다음과 같이 표현할 수 있으며 이를 ‘확률적 인과관계의 델타 규칙’이라고 하였다[33].

$$\Delta B = P(B | A) - P(B | \neg A) \quad (1)$$

여기서 ΔB 는 변수 A와 변수 B 사이의 관계의 인과적 강도를 측정된 값으로 해석할 수 있다. 이것은 변수 A가 변수 B의 인과적 요인이 되기 위해서는 변수 A가 발생함으로써 변수 B의 확률이 증가되어야만 한다는 생각에서 착안한 것으로서 확률을 증가시키는 정도(ΔB)는 인과관계의 강도로 해석할 수 있는 것이다. 여기서 인과관계를 추론하기 위해서는 먼저 변수 A를 설정하고, 변수 A가 주어졌을 때 변수 B의 확률의 증가분을 관찰하여야 한다[30]. ΔB 는 두 조건확률의 차이, $P(B | A) - P(B | \neg A)$ 를 의미하는데[34][35], $P(B | A)$ 의 값

과 $P(B | \neg A)$ 의 값이 같을 경우에는 변수 A와 변수 B는 서로 독립적이고 변수 A가 변수 B의 원인이 되지 못하며, 변수 A와 변수 B를 연결하는 인과구조가 존재하지 않게 된다. $P(B | A)$ 의 값이 $P(B | \neg A)$ 보다 큰 경우, 즉 양자 간의 차이가 0보다 큰 경우에는 변수 A와 변수 B를 연결하는 인과구조가 존재한다는 것을 의미하고 ΔB 규칙은 변수 A가 변수 B의 확률을 증가시키는 정도를 측정하고 있다. 변수 A가 변수 B의 직접적인 원인이 아닐 수도 있고 변수 A와 변수 B를 연결하는 다른 원인이 존재할 수도 있지만, 현재 상황에서는 변수 A가 변수 B를 일으키는 원인이라고 합리적으로 추론할 수 있게 된다[35][36].

그리고 Gierne는 개인의 인과관계 모델을 확률론적 모델과 결정론적 모델로 구분하여 설명하였다[37]. 그는 ‘확률론적 인과관계 모델’의 경우에는 결정론적 모델의 경우와는 다르게 원인변수 값에 따라 결과변수 값의 확률이 변화되는 특징이 있다고 하였다. 그리고 원인변수 C가 주어졌을 경우의 결과변수 E의 확률 값이 원인변수 Not C가 주어졌을 경우의 결과변수 E의 확률 값보다 크게 나타나면, C는 결과변수 E에 대한 양(+)의 확률적 인과요인이라고 할 수 있다고 하였다. 또한 원인변수 C가 주어졌을 경우의 결과변수 E의 확률 값이 원인변수 Not C가 주어졌을 경우의 결과변수 E의 확률 값보다 작게 나타나면, C는 결과변수 E에 대한 음(-)의 확률적 인과요인이라고 할 수 있다고 하였다. 한편, 두 가지 원인변수에 대한 결과변수 E의 확률 값이 같다면, C는 결과변수 E에 대해 인과적으로 무관하다고 하였다. 여기서 원인변수 C가 결과변수 E에 대한 양의 인과적 요인이라는 의미는 Not C가 주어졌을 경우보다 C가 주어졌을 경우에 결과변수 E가 발생할 가능성이 높다는 것을 말한다. 극단적인 경우를 예로 들면, $P(E|Not C)=0$ 이고 $P(E|C)=1$ 이라고 할 수 있다. 그리고 원인변수 C가 결과변수 E에 대한 음의 인과적 요인이라는 의미는 Not C가 주어졌을 경우보다 C가 주어졌을 경우에 E가 발생할 가능성이 높지 않다는 것을 말하며 극단적인 예로는, $P(E|Not C)=1$ 이고 $P(E|C)=0$ 인 경우를 들 수 있다. 결과변수 E를 야기하는 원인변수 C의 유효성 ($Ef(C, E)$)을 단순히 정의하면 $P(E|C)$ 와 $P(E|Not C)$

의 차이라고 할 수 있고 다음 공식으로 나타낼 수 있다.

$$Ef(C, E)=P(E|C)-P(E|Not C) \tag{2}$$

이 값은 +1부터 -1까지의 값을 갖는데, 원인변수 C와 결과변수 E가 인과적으로 무관한 경우에는 0의 값을 갖는다고 할 수 있다. 즉 인과적으로 무관한 경우 $P(E|C)=P(E|Not C)$ 인 경우를 의미한다고 할 수 있다.

앞에서도 살펴보았듯이 신념편향은 주장의 신뢰성을 근거로 주장의 타당성 내지 논리성을 평가하려는 경향이라고 할 수 있다. 즉 어떤 사람이 주장의 결론을 강하게 신뢰할 경우에는, 그 결론의 근거가 되는 조건명제도 긍정적으로 평가함으로써 주장의 타당성 내지 논리성을 높게 평가하는 경향을 보인다는 것이다. 다시 말해 주장의 타당성 내지 논리성에 대한 평가가 주장의 결론에 대한 신뢰성으로부터 영향을 받는 것이라고 할 수 있다. 이는 주장의 결론에 대한 신뢰성 수준에 따라 주장의 타당성 내지 논리성에 대한 평가가 달라질 수 있다는 것을 의미한다. 위에서 들었던 예에서 ‘삼성의 매직스테이션 컴퓨터는 성능이 뛰어난 컴퓨터다’라는 결론을 강하게 신뢰한 사람, 즉 결론에 대해 높은 주관적 확률을 가진 사람이 결론의 전제가 되는 긍정적 조건추론인 “인텔의 ‘쿼드코어 CPU’를 사용하는 컴퓨터는 뛰어난 성능을 보인다.”라는 명제에 대해서는 높은 주관적 확률을 보이는 반면, 부정적 조건추론인 “인텔의 ‘쿼드코어 CPU’를 사용하지 않는 컴퓨터는 뛰어난 성능을 보인다.”라는 명제에 대해서는 낮은 주관적 확률을 보인다면, 이것은 그 사람에게 신념편향이 발생한 결과로 해석할 수 있다. 이를 공식 (2)를 이용하여 다음과 같이 표현할 수 있다. 신념편향이 발생한다는 것은 결론에 대한 주관적 확률 $P(B)$ 가 높은 사람이 전제와 결론의 긍정적 관계를 의미하는 주관적 조건확률인 $P(B | A)$ 는 높게 평가하고, 전제와 결론의 부정적 관계를 의미하는 주관적 조건확률인 $P(B | \neg A)$ 는 상대적으로 낮게 평가하는 경향을 보인다는 의미로 파악할 수 있다. 이러한 경향이 나타난다는 것은 결과적으로 $P(B | A)$ 와 $P(B | \neg A)$ 의 차이인 ΔB 의 크기가 커진다는 것으로 볼 수 있다. ΔB 의 크기는 두 변수 A와 B사이

관계의 인과적 강도의 크기[33]. 결과변수 B를 야기하는 원인변수 A의 유효성[37] 또는 잠재적 인과변수 A와 결과변수 B의 공분산[38]을 의미한다. 여기서 변수 A와 변수 B사이의 관계의 인과적 강도의 크기는 주장의 타당성의 정도라고 할 수 있는데, 이는 전제(=A)가 결론(=B)을 논리적으로 이끌어내는 정도, 다른 말로 결론(=B)이 전제(=A)로부터 타당하게 도출되는 정도로 볼 수 있다[4].

결론적으로 신념편향이란 어떤 주장의 결론에 대한 주관적 확률(즉, $P(B)$)이 높은 사람이 주장의 타당성 내지 논리성(즉, $\Delta B = P(B|A) - P(B|\neg A)$)에 대해서도 상대적으로 높은 평가를 보이는 것을 의미한다고 할 수 있다. 따라서 신념편향의 발생의 측정은 $P(B)$ 가 높은 집단의 ΔB 값이 $P(B)$ 가 낮은 집단의 ΔB 값보다 크게 나타나며 동시에 두 집단의 ΔB 값의 차이가 통계적으로 유의한가를 분석함으로써 달성할 수 있을 것이다. 예를 들어 어떤 조건 하에서 $P(B)$ 가 높은 집단 X의 ΔB 값이 x 이고 낮은 집단 Y의 ΔB 값이 y 일 경우, $x > y$ 이고 동시에 x 와 y 가 통계적으로 유의한 차이를 보인다면 집단 X는 그 조건 하에서 신념편향이 발생한 것으로 해석할 수 있다[4].

인지적 협소화로 인해 나타나는 여러 가지 인지적 왜곡 중 잘못된 귀인과 인과관계적 사고의 결여, 선별 등이 특히 두드러진다고 할 수 있는데, 이것은 인지적 오류 중 신념편향과 관련이 있는 것으로 볼 수 있다. 즉, 인지적 협소화가 야기하는 잘못된 귀인과 선별적 사고는 신념편향이라는 인지적 오류로 이어질 가능성이 있다. 이에 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하고 이를 검증하고자 한다.

가설: 인지적 협소화의 정도가 높은 집단은 인지적 협소화의 정도가 낮은 집단에 비하여 신념편향의 발생 정도가 높을 것이다.

III. 연구방법 및 결과

본 연구는 서울 소재 대학생 98명을 대상으로 하였다.

피험자들을 대상으로 도피이론에 의한 인지적 협소화를 측정된 후 인지적 협소화가 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하였고 인지적 협소화의 정도에 따라 신념편향의 정도가 어떻게 다르게 나타나는지 분석하였다.

인지적 협소화는 COPE의 회피적 대응척도를 사용하여 측정하였다[41]. COPE는 13개의 하위척도를 통해 상황적 대응방식과 일반적인 성향에 따른 대응방식을 모두 평가할 수 있는 다차원적 목록이다. 인지적 협소화는 회피적 대응방식, 즉 상황에 대해 사고하는 것을 회피함으로써 상황에 대응하려는 경향으로 개념화할 수 있다[7]. 이러한 절차를 용이하게 하기 위해 사용되는 전형적인 전략으로는 음주(alcohol use), 산만하게 하기(distraction), 정신적·행동적 이탈(mental and behavioral disengagement) 등을 들 수 있다. 이와 같은 대응전략은 스트레스의 실제 원인에 주의를 모으는 대신에 스트레스에 대한 감정적 반응을 조절하는 데 초점을 맞추고 있다.

본 연구에서는 COPE의 하위척도 중 부정(Denial), 정신적 이탈(Mental Disengagement), 행동적 이탈(Behavioral Disengagement)을 측정하여 회피적 대응방식의 척도를 측정하였다[42]. 여기서 부정은 스트레스가 많은 현실을 부정하려는 직접적 시도를 의미한다. 정신적 이탈은 스트레스가 발생하는 목표로부터 몽상이나 잠, 산만하게 만들기 등의 방법을 통해 심리적으로 이탈하는 것을 의미한다. 행동적 이탈은 스트레스가 발생하는 목표를 달성하기 위한 모든 노력을 중단하고 포기하려는 경향을 말한다. ‘부정’에 해당하는 항목은 ‘나는 그런 상황이 발생했다고 믿지 않는다’, ‘나는 그런 상황이 실제로 발생하지 않은 것처럼 행동한다’, ‘나는 스스로에게 “이것은 현실이 아니야”라고 말한다’ 등이 있다. ‘정신적 이탈’에 해당하는 항목은 ‘나는 내가 원하는 것을 얻기 위한 시도를 포기한다’, ‘나는 내가 이 상황을 처리할 수 없다는 것을 인정하고 노력하는 것을 포기한다’, ‘나는 문제를 풀려는 노력을 줄인다’ 등이 있다. ‘행동적 이탈’은 ‘나는 이 상황에서 벗어나기 위해 다른 일이나 활동에 몰두한다’, ‘나는 이 상황에 대해 덜 생각하기 위해 TV를 보거나 컴퓨터게임을 한다’, ‘나는 이 상황이 아닌 다른 일들에 대해 공상한다’ 등이 있다.

신념편향을 측정하기 위해 제품 카테고리는 스마트폰으로 하여 4 개의 설득 메시지를 구성하였다. 실험자 극으로는 실험 대상인 대학생들과 관련성이 높고 그들이 관심을 가질 수 있으며 쉽게 그리고 자주 접촉할 수 있는 제품 카테고리를 선정하였다. Kardes 등의 연구에서와 같이 브랜드 이름과 구체적인 브랜드 속성, 그리고 구체적인 제품 편익을 사용하였다[43]. 4 개의 설득 메시지는 다음과 같이 속성-편익이 짝을 이루도록 구성하였다: 브랜드 X는 속성 Y를 가지고 있다(P(A)); 어떤 제품이 속성 Y를 가지고 있으면, 그 제품은 Z라는 편익을 갖는다(P(B | A)); 어떤 제품이 속성 Y를 가지고 있지 않으면, 그 제품은 Z라는 편익을 갖는다(P(B | \neg A)); 브랜드 X는 Z라는 편익을 갖는다(P(B)). 스마트폰에 대한 논증세트는 다음과 같은 4개의 설득적 메시지로 구성되어 있다. “스마트폰 A는 5인치이상의 화면을 가지고 있다.”(P(A)), “스마트폰이 5인치 이상의 화면을 가지고 있으면 장시간 작업이 가능하다”(P(B | A), 긍정적 조건추론), “스마트폰이 5인치 이상의 화면을 가지고 있지 않으면 장시간 작업이 가능하다”(P(B | \neg A), 부정적 조건추론), “스마트폰 A는 장시간 작업이 가능하다”(P(B)).

설득 메시지의 결론에 대한 주관적 확률, 즉 P(B)가 높은 집단이 P(B)가 낮은 집단에 비해 설득메시지의 타당성, 즉 ΔB 값을 높게 평가하는가와 그 차이가 통계적으로 유의한가를 확인함으로써 신념편향의 발생을 측정할 수 있다. 이는 설득 메시지의 결론을 강하게 믿는 사람은 설득 메시지의 타당성을 평가하는 데에 설득 메시지의 결론에 대한 신념이 편향으로 작용하여 타당성도 높이 평가하려는 경향을 보인다는 것을 확인하는 절차이다. P(B)는 결론에 대한 주관적 확률, 즉 신념을 의미하고 ΔB 는 전제 A와 결론 B의 인과관계의 강도 즉, 설득적 메시지의 논리적 타당성을 의미한다. 따라서 P(B)가 높은 집단의 ΔB 값이 P(B)가 낮은 집단의 ΔB 값에 비해 크고, 그 차이가 통계적으로 유의하다는 것은 결론에 대해 강한 신념을 가지고 있는 집단이 결론에 대해 약한 신념을 가지고 있는 집단에 비해 설득적 메시지의 논리적 타당성을 더 높게 평가한다는 것을 보여주는 것이다. 즉 주장의 결론에 대한 신념이 주장의

논리적 타당성에 대한 평가에 영향을 미치는 신념편향 현상을 보여주고 있는 것이다.

분석결과 참가자들의 인지적 협소화의 평균값은 1.92 이었다. 평균값을 기준으로 인지적 협소화가 낮은 집단과 높은 집단을 구분하였는데 두 집단은 인지적 협소화에 있어서 통계적으로 유의한 차이가 있었다($t(96) = -14.609, p = .000$). [그림 1]과 [표 1]에 표시된 바와 같이, 인지적 협소화의 정도가 낮은 집단에서는 P(B)가 높은 집단의 ΔB 값이 P(B)가 낮은 집단의 ΔB 값보다 컸으나 그 차이가 유의하지 않은 것으로 나타났다 ($M_{low_P(B)}=.1840$ vs. $M_{high_P(B)}=.2436$; $t(51)=-.596, p=.554$). 반면에 인지적 협소화 정도가 높은 집단에서는 P(B)가 높은 집단의 ΔB 값이 P(B)가 낮은 집단의 ΔB 값보다 컸으며 그 차이도 유의한 것으로 나타났다 ($M_{low_P(B)}=.5765$ vs. $M_{high_P(B)}=.7536$; $t(43)=-8.897, p<.01$). 즉, 인지적 협소화의 정도가 낮은 집단에서는 결론에 대한 주관적 확률이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 설득메시지의 논리적 타당성에 대해 더 높게 평가하는 것으로 나타난 반면, 인지적 협소화의 정도가 높은 집단에서는 결론에 대한 주관적 확률이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 설득메시지의 논리적 타당성에 대해 더 높게 평가하는 것으로 나타났다. 따라서 인지적 협소화가 낮은 집단에서는 신념편향이 발생하지 않았으나, 인지적 협소화 정도가 높은 집단에서는 신념편향이 발생한 것으로 나타났다. 따라서 인지적 협소화 정도가 높은 집단은 인지적 협소화 정도가 낮은 집단에 비하여 신념편향의 발생 가능성이 높을 것으로 예상한 가설은 지지되었다.

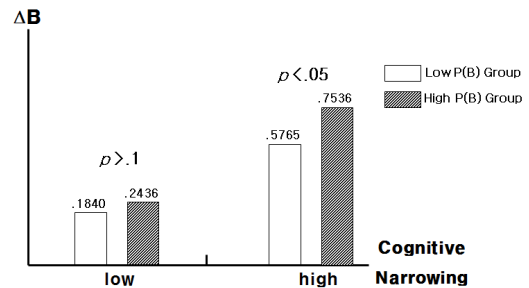


그림 1. 인지적 협소화와 신념편향

표 1. 인지적 협소화 집단에 따른 신념편향의 차이

Cognitive Narrowing	P(B)	n	ΔB	t	df.	p
Low	Low	25	.1840	-.596	51	.554
	High	28	.2436			
High	Low	17	.5765	-8.897	43	.000
	High	28	.7536			
total		98				

IV. 결론

1. 연구의 요약 및 시사점

본 연구에 따르면 인지적 협소화의 정도가 높은 집단의 신념편향의 발생정도가 인지적 협소화의 정도가 낮은 집단의 신념편향의 발생 정도보다 높은 것으로 나타났다.

본 연구는 시스템 1이 작동할 수 있는 조건의 하나로 소비자의 감정적 측면과 이에 대한 인지적 대응전략에 주목하였다. 그동안의 연구에 따르면 소비자의 부정적 감정이 인지적 협소화를 일으킬 수 있고, 이 인지적 협소화는 여러 가지 인지적 오류나 인지적 왜곡을 가져온다는 점에만 주목하였을 뿐이다. 본 연구에서는 인지적 협소화가 인지적 오류 내지 편향을 가져오는 기제가 시스템 1의 작동에 있을 것이라는 점을 예상하였고 이를 규명하고자 하였던 것이다. 만약 본 연구에서 예상한 바와 같이, 인지적 협소화가 시스템 1의 작동을 통해 인지적 오류를 유발하는 것이라면 신념편향이라는 인지적 오류 이외에 다양한 인지적 편향 등도 이러한 인지적 협소화로 인해 발생할 수 있을 것으로 예상할 수 있다.

따라서 본 연구의 이론적 시사점은 강박구매와 같은 중독행동을 설명하는 데 사용되던 회피적 자기인식, 도피론과 인지적 협소화라는 개념을 소비자의 인지적 편향에 대한 연구로 확장하였다는 점에 있을 수 있겠다. 즉, 인지적 오류가 발생하는 원인을 설명하는 이원적 프로세스 모형을 부정적 감정이라는 감정적 측면과 이에 대한 대응전략인 인지적 협소화라는 인지적 측면까지 확장하였다는 데에 의의가 있겠다. 이를 통해 소비자의 인지과정 상의 오류의 문제가 소비자의 감정상태에 따라 달라질 수 있다는 가능성을 제시하였고, 인지적 협소화와 이에 따른 시스템 1의 작동이 그 매개적인 기제로 작동하였다는 점을 밝혔다는 점에 의의를 찾

을 수 있겠다. 본 연구는 또한 인지적 협소화가 그동안 설명해 왔던 폭식이나 강박구매와 같은 일탈 행동영역에 대해서뿐만 아니라 좀 더 보편적이고 일반적인 소비자 행동 영역인 의사결정과 판단에까지 그 적용범위를 넓힘으로써 두 영역 사이의 이론적 연계성을 찾을 수 있을 것으로 보인다.

그리고 본 연구는 실무적으로 표적 소비자들의 특성을 고려하여 소비자들의 자아인식과 감정상태를 예측하고 이에 따른 소비자들의 구매의사결정 및 행동의 결과를 예상하여 이에 따른 적절한 마케팅 커뮤니케이션 전략을 수립할 필요가 있다는 논리를 제공할 수 있을 것으로 보인다. 예를 들어, 자기혐오적이고 부정적인 감정상태에 있는 소비자들은 그렇지 않은 소비자들에 비해 인지적 협소화 현상이 나타나고 결과적으로 메시지의 논리적 타당성에 대한 정확한 평가를 내리기 어려운 상태에 빠질 가능성이 높은 것으로 나타났기 때문에, 이러한 소비자들을 대상으로 한 마케팅 커뮤니케이션은 구체적인 정보제공적 메시지보다는 감정적 메시지나 여러 가지 의미로 해석될 수 있는 다중적 의미의 메시지를 전달하는 것이 효과적일 것으로 보인다. 또한 개별적이고 논리적 타당성을 강조하기 보다는 전체적인 맥락에서 최종적인 효용을 강조하는 것이 효과적일 것으로 보인다. 또한 본 연구는 소비자 보호측면에서도 시사점을 생각해 볼 수 있다. 즉, 소비자의 감정상태가 부정적일 경우 인지적 협소화가 발생할 수 있고 결과적으로 인지과정상의 오류가 발생할 수 있다는 것이 밝혀졌기 때문에, 소비자들은 자신의 감정과 의사결정 사이의 관계를 인식하여 부정적 감정상태에서는 중요한 의사결정과 판단에 더욱 신중을 기해야 할 것으로 보인다. 아울러 기업의 입장에서 소비자들이 착오와 오류를 발생하지 않도록 정확한 정보를 제공할 필요가 있다 [44].

2. 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구는 다양한 소비자들을 대상으로 하지 못하고 대학생들을 대상으로 하였다는 점과 인지적 협소화에 영향을 미치는 여러 개념들을 충분히 고려하지 못했다는 한계를 갖고 있다. 따라서 앞으로의 연구에서는 다양한 연령대와 직업을 가진 소비자들을 대상으로 한 연구가 이루어질 필요가 있으며, 인지적 협소화에 영향을 미치는 부정적 감정, 혐오적 자기인식 등의 개념을 추가적으로 고찰하여 그 수준에 따라 인지적 오류에 어떤 차이가 발생하는지 탐구할 필요가 있다. 마지막으로 본 연구에서는 인지적 협소화를 인지적 오류가 발생하는 원인으로 파악하였고 그 오류의 하나로 신념편향을 들었다. 본 연구는 이러한 인지적 오류, 즉 편향을 소비자가 갖고 있는 구조적 결함 또는 판단과 의사결정 상의 문제로 인식하는 견해를 취하고 있는데, 향후 연구에서는 이러한 편향을 결함 또는 문제가 아니라 소비자가 그들에게 주어진 상황에 적응하는 과정에서 나름대로의 합리성을 발휘하는 ‘적응적 합리성’이 발현된 형태로 파악하는 입장에서의 접근도 필요할 것으로 보인다. 이러한 관점에서 인지적 협소화와 여러 가지 인지적 오류를 분석할 경우, 각각의 개념과 현상에 대한 새로운 설명과 예측이 가능할 수도 있을 것이다.

참고 문헌

[1] 김인혜, 이영호, “사회문화적 영향, 신체불만족, 대처방식 및 이분법적 사고가 폭식행동과 절식행동에 미치는 영향”, 한국심리학회지: 임상, 제33권, 제2호, pp.315-339, 2014.

[2] 손은정, “완벽주의, 자기비난, 자기의식, 신체불만족 및 신경성 폭식증 증상 간의 관계”, 한국심리학회지 : 일반, 제30권, 제1호, pp.165-183, 2011.

[3] 성영신, 이용천, 최현덕, 김지연, 민승기, “충동구매 심리: 구매 전 제품가치경험과 충동/절제 활성화의 역할”, 한국심리학회지: 소비자·광고, 제13권, 제1호, pp.1-23, 2012.

[4] 한응희, 이유재, “소비자의 신념편향에 대한 연

구”, 소비자학연구, 제20권, 제3호, pp.27-60, 2009.

[5] 김현숙, 한상필, “광고의 창의성이 소비자의 신념편향에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국광고홍보학보, 제14권, 제1호, pp.5-35, 2012.

[6] R. F. Baumeister and S. J. Shcher, “Self-Defeating Behaviour Patterns among Normal Individuals: Review And Analysis of Common Self-Destructive Tendencies,” *Psychological Bulletin*, Vol.104, pp.3-22, 1988.

[7] T. F. Heatherton and R. F. Baumeister, “Binge Eating as Escape From Self-Awareness,” *Psychological Bulletin*, Vol.110, No.1, pp.86-108, 1991.

[8] S. Duval and R. A. Wicklund, *A Theory of Objective Self-Awareness*, San Diego, CA: Academic Press, 1972.

[9] R. F. Baumeister, “Anxiety And Deconstruction: On Escaping The Self,” In J. M. Olson and M. P. Zanna (Eds.), *Self-Inference Processes: The Ontario Symposium*, Vol.6, pp.259-291, 1990.

[10] R. R. Vallacher and D. M. Wegner, *A Theory of Action Identification*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1985.

[11] R. R. Vallacher and D. M. Wegner, “What Do People Think They Are Doing? Action Identification Theory and Human Behavior,” *Psychological Review*, Vol.94, pp.3-15, 1987.

[12] J. W. Pennebaker, “Stream of Consciousness and Stress: Levels of Thinking,” In J. S. Uleman and J. A. Bargh (Eds.), *The Direction of Thought: Limits of Awareness, Intention and Control*, pp.327-350, New York: Guilford Press, 1989.

[13] B. G. Bauer and W. P. Anderson, “Bulimic Beliefs: Food for Thought,” *Journal of Counseling And Development*, Vol.67, pp.416-419, 1989.

[14] P. S. Butterfield and S. Leclair, “Cognitive

- Characteristics of Bulimic and Drug-Abusing Women," *Addictive Behaviors*, Vol.13, pp.131-138, 1988.
- [15] D. M. Garner and K. Bemis, "A Cognitive-Behavioral Approach to Anorexia Nervosa," *Cognitive Therapy and Research*, Vol.6, pp.1-27, 1982.
- [16] J. Polivy, C. P. Herman, and D. M. Garner, "Cognitive Assessment," In D. M. Donovan and G. A. Marlatt (Eds), *Assessment of Addictive Behaviors*, pp.274-295, New York: Guilford Press, 1988.
- [17] A. J. Ruderman and P. S. Grace, "Restraint, Bulimia, And Psychopathology," *Addictive Behaviors*, Vol.12, pp.249-255, 1987.
- [18] C. Johnson, M. E. Connors, and D. L. Tobin, "Symptom Management of Bulimia," *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, Vol.55, pp.668-676.
- [19] R. J. Faver, "Self-Control And Compulsive Buying," In T. Kasser and A. D. Kanner (Eds.), *Psychology and Consumer Culture: The Struggle for A Good Life in A Materialistic World* (pp.169-187), Washington: the American Psychological Association, 2004.
- [20] K. E. Stanovich, *Who Is Rational? Studies of Individual Differences in Reasoning*, Mahwah, NJ: Erlbaum, 1999.
- [21] J. St. B. T. Evans and D. E. Over, *Rationality And Reasoning*, Hove: Psychology Press, 1996.
- [22] 한웅희, "허위진단성 편향과 효과적인 경영의사 결정", *생산성논집*, 제25권, 제4호, pp.155-183, 2011.
- [23] D. Kahnemann and S. Frederick, "Representativeness Revisited: Attribute Substitution in Intuitive Judgment," In T. Gilovich and D. Griffin(Eds). *Heuristics And Biases: The Psychology of Intuitive Judgment* (pp.49-81), Cambridge University Press, 2002.
- [24] V. F. Reyna and C. J. Brainerd, "Fuzzy Processing in Transitivity Development," *Annals of Operations Research*, Vol.23, pp.37-63, 1990.
- [25] S. A. Sloman, "The Empirical Case for Two Systems of Reasoning," *Psychological Bulletin*, Vol.119, pp.3-22, 1996.
- [26] K. E. Stanovich and R. F. West, "Individual Differences in Reasoning: Implications for The Rationality Debate," *Behavioral and Brain Sciences*, Vol.23, pp.645-726, 2000.
- [27] 한웅희, "소비자의 귀추추론 오류에 대한 연구", *소비문화연구*, 제14권, 제4호, pp.119-137, 2011.
- [28] F. R. Kardes, M. Cronley, and T. Cline, *Consumer Behavior*, Mason: South-Western Cengage Learning, 2008.
- [29] S. Epstein, "Integration of The Cognitive And The Psychodynamic Unconscious," *American Psychologist*, Vol.49, pp.709-724, 1994.
- [30] J. St. B. T. Evans, *How to Do Research: A Psychologist's Guide*, Hove, Uk: Psychology press, 2005.
- [31] J. A. Fugelsang and K. N. Dunbar, "Examining The Representation of Causal Knowledge," *Thinking and Reasoning*, Vol.12, No.1, pp.1-30, 2006.
- [32] K. Oberauer, A. Weidenfeld, and K. Fischer, "What Makes Us Believe A Conditional?: The Role of Covariation And Causality," *Thinking and Reasoning*, Vol.13, No.4, pp.340-369, 2007.
- [33] D. Lewis, "Causal Decision Theory," *Australian Journal of Philosophy*, Vol.59, No.1, pp.861-876, 1981.
- [34] D. R. Shanks, "Is Human Learning Rational?," *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, Vol.48A, pp.257-279, 1995.
- [35] D. R. Shanks, "Judging Covariation And Causation," In N. Harvey and D. J. Koehler

(Eds), *Blackwell Handbook on Judgement And Decision Making*, Oxford: Blackwell, 2004.

- [36] J. St. B. T. Evans and D. E. Over, *If*, New York: Oxford Univ. Press, 2004.
- [37] R. N. Giere, *Understanding Scientific Reasoning* (4th ed.), FL: Harcourt Brace College Publishers, 1997.
- [40] P. W. Cheng, "From Covariation to Causation: A Causal Power Theory," *Psychological Review*, Vol.104, No.2, pp.367-405, 1997.
- [41] C. S. Carver, M. F. Scheier, and J. K. Weintraub, "Assessing Coping Strategies: A Theoretically-Based Approach," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.56, pp.267-283, 1989.
- [42] S. Blackburn, L. Johnston, N. Blampied, D. Popp, and R. Kallen, "An Application of Escape Theory to Binge Eating," *European Eating Disorder Review*, Vol.14, pp.23-31, 2006.
- [43] F. R. Kardes, M. L. Cronley, and M. C. Pontes, "Down The Garden Path: The Role of Conditional Inference Process in The Self-Persuasion," *Journal of Consumer Psychology*, Vol.14, No.3, pp.230-256, 2001.
- [44] 권상료, "전자상거래에서의 소비자보호에 관한 법·제도적 연구", *한국콘텐츠학회논문지*, 제9권, 제12호, pp.787-796, 2009.

저 자 소 개

한 응 희(Woong-Hee Han)

정회원



- 2009년 8월 : 서울대학교 경영학
과(경영학박사)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 명지대학
교 경영학과 조교수

<관심분야> : 마케팅, 소비자행동