

한국심리학회지: 소비자·광고
Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology
2021, Vol. 22, No. 2, 271-291
<https://doi.org/10.21074/kjlcap.2021.22.2.271>

한국판 선망 척도 개발 및 타당화 연구

임혜빈	최준영	윤진현	이병관 [†]
부교수	석사 과정	석사 과정	교수

광운대학교 산업심리학과

본 연구는 선망을 단일 요인으로 다루고 있는 기존의 선망 척도와는 다르게 선망을 무해한 선망(benign envy)과 악의적인 선망(malicious envy)으로 구분하는 한국판 선망 척도(The Korean Version of the Envy Scale)를 개발하고 타당화하고자 수행되었다. 총 450명의 응답을 대상으로 한 탐색적, 확인적 요인분석 결과 한국판 선망 척도는 총 12개 항목의 2 요인으로 구성된 척도임이 지지되었다. 이어 한국판 선망 척도의 수렴 및 변별 타당도 검증을 위해 실시한 상관 분석 결과, 사회 비교 경향성은 두 가지 선망 모두와 정적인 상관을 보였고 성공에 대한 희망은 무해한 선망과 정적 상관이 있었으며, 실패에 대한 두려움은 무해한 선망과 부적 상관을 보이는 것을 확인하였다. 또한 내적 통제는 무해한 선망과 정적 상관, 악의적 선망과 부적 상관을, 외적 통제는 악의적 선망과 정적 상관을 보였으며, 불공정한 세상에 대한 믿음은 악의적 선망과 정적 상관이 있었다. 마지막으로 한국판 선망 척도의 준거 관련 타당도를 검증하기 위해 3가지 시나리오를 이용한 상관분석을 통해 한국판 선망 척도의 준거 관련 타당도를 확보하였다. 본 연구는 선행 연구들의 개념적 정의를 포괄하여 두 가지 유형의 선망의 조작적 정의와 구성개념을 확인하며, 소비자의 행동 반응에 영향을 미칠 수 있는 선망의 개인차를 측정할 수 있는 척도를 한국판으로 개발 및 타당화 하였다는 점과 국내 선망 연구의 확장에 기여하였다는 점에 그 의의가 있다.

주제어 : 선망, 무해한 선망, 악의적 선망, 선망 척도, 척도 타당화

[†] 교신저자 : 이병관, 광운대학교 산업심리학과 교수, byungkwanlee@kw.ac.kr

선망은 다른 사람의 우월한 자질, 성취 또는 소유물에 대한 부정적인 정서 반응으로 대다수의 사람들이 일상 생활에서 흔하게 경험하는 정서이다(Smith, Parrot, Diener, Hoyle, & Kim, 1999). 선망에 대한 정의는 다양하지만 전통적 관점에서의 선망은 대체적으로 비호의적인 사회적 비교에서 비롯된 부정적 정서라고 정의된다. 예를 들어 Smith와 Kim(2007)은 선망을 “자신이 갖고 싶은 무엇인가를 가진 사람과의 비교에서 비롯되는 열등감, 적대감, 억울함 등이 합쳐진 불편하고 고통스러운 감정”이라고 설명하였다(Smith & Kim, 2007). 사람 간의 상호작용이 면대면 상황 뿐 아니라 다양한 플랫폼을 통한 비대면 상황까지 확장되었다는 점을 고려하면 타인과의 비교를 통해 경험하는 선망이라는 정서는 오늘날에 이르러 더 빈번하게 경험하는 정서라고 짐작할 수 있다. 실제로 사람들은 SNS 상에서 실제로 다 더 긍정적으로 포장된 타인의 일상을 목격하는 데 이와 같은 정보는 상향 사회 비교의 단서로 활용되기 때문에(Blease, 2015) 선망을 유발할 확률이 높다.

선망에 대한 기존 연구들(Parrott & Smith, 1993; Smith & Kim, 2007)은 선망이 부정적 정서라는 데에는 이견이 없지만, 이 부정적 정서에 대한 반응은 개인에 따라 다르다고 설명한다. 예를 들어 타인에 대한 선망을 느끼면 어떤 사람은 타인처럼 되기 위해 노력하지만 어떤 사람은 타인을 깎아내리기를 원한다는 것이다. 심리학에서는 선망에 대한 이와 같은 반응 차이에 주목하여 선망을 무해한 선망(benign envy)와 악의적 선망(malicious envy)으로 구분한다. 무해한 선망은 선망을 불러일으키는 대상의 우월함에 좌절하지만, 그것을 극복하기 위해 자신을 더 발전시키고자 하는 정서

이다. 반면 악의적 선망은 선망 대상의 자질이나 소유를 낮은 위치로 끌어내리고 싶어 하는 정서이다(이수경, 정명호, 안지영, 이기현, 2015).

선망을 두 유형의 정서로 구분하는 연구의 흐름에 따라 선망을 단일 개념으로 정의하여 측정하던 방식에서 특정한 유형의 선망을 더 쉽게 경험하는 개인을 분류해 내는 도구에 대한 필요성이 대두되었다. 이에 따라 Lange와 Crusius(2015)는 기존의 선망 척도들이 주로 선망을 단일(unidimensional) 요인으로 다루었을 뿐 아니라 악의적 선망을 경험하는 정도를 측정하는데 치우침을 지적하고 두 유형의 선망을 구별하여 측정하는 새로운 선망 척도(BeMaS; Benign and Malicious and Envy Scale)를 개발하였다. 국내에서도 선망의 유형을 구분하고 각 유형의 선망이 미치는 영향에 주목한 연구들(구현진, 손영우, 임혜빈, 2013; 이수경, 정명호, 안지영, 이기현, 2015)이 진행된 바 있지만 주로 특정 유형의 선망이 유발되는 상황을 점화하거나 해외에서 개발된 선망 척도 문항을 단순히 번역하여 사용하는 방식으로 진행되었다. 이런 맥락에서 본 연구에서는 한국인을 대상으로 하는 선망에 대한 연구 과정에서 사용할 수 있는 타당한 선망 척도를 제안하고자 하였다. 구체적으로 본 연구에서는 선망의 두 유형을 구분하여 무해한 선망과 악의적 선망 경험의 개인차를 측정하고자 개발된 Lange와 Crusius(2015)의 BeMas에 새로운 문항을 추가하여 한국판 선망 척도(the Korean Version of the Envy Scale)를 개발하고 척도의 타당화 작업을 진행하였다.

이론적 배경

선망

선망은 다른 사람의 우월한 자질, 성취 또는 소유물에 대한 부정적인 정서적 반응으로 정의되는데, 그 속에서 선망을 하는 사람은 그 장점을 원하거나, 부족한 것을 얻기를 소망하거나 혹은 타인도 그것이 부족해지기를 바란다(Parrott & Smith, 1993; Smith & Kim, 2007). 선망은 본질적으로 상향적 사회적 비교에 근거하며, 특히 자신과 관련성이 높은 영역에서 선망을 유발하기 쉽다. 또한 선망은 기본적으로 더 잘하고자 하는 동기에서 출발한 정서이며, 비교대상과 자신과의 차이를 줄이게 되면 선망도 따라서 줄어들게 된다(Van de Ven, Zeelenberg, Pieters, 2009). 과거의 연구들은 대부분 선망을 부정적이고 적대적인 정서이며 또한 폭력적인 행동까지 촉발할 수 있는 정서라고 설명하고 있다(Smith & Kim, 2007). 이러한 맥락에서 선망은 개인의 심리적, 혹은 육체적 건강에 좋지 않은 영향을 줄 수 있으며(Smith et al., 1999, 2008), 선망을 느끼는 대상에게 해를 입히고 싶은 욕구가 생기게 되며(Cohen-Charash & Mueller, 2007), 타인의 어려움을 보고 도와주지 않고 사회적 침해를 일으키는 정서로 여겨져 왔다(Gino & Pierce, 2010).

하지만 소비자 연구뿐만 아니라 심리학 연구에서, 선망은 다른 정서들에 비해서 충분한 연구가 이루어지지 않았는데, 이는 생물학적 본능과 관련된 분노, 공포, 슬픔과 같은 내적 정서가 오래 전부터 연구 가능한 일차적 정서로 취급되어 온 것과 다르게, 선망 같은 복잡한 사회화 과정과 떨어뜨려 생각할 수 없는 대인 관계 정서는 비교적 최근부터 유의미한 개별 정서로 다루어지기 시작했기 때문이다

(차운아, 2009). 선망에 대한 초기의 기존 연구 대부분은 선망의 악의적인 측면에 초점을 맞추어 진행되어 왔다. 예를 들어 선망을 경험한 의사결정자는 다른 종류의 감정의 영향력 아래에 있는 의사결정자들에 비해 비합리적인 의사결정을 내리는 경향이 있는 것을 설명했으며(Hoelzl & Loewenstein, 2005), 선망이 협력을 저해하는 것을 보여주고(Parks, Rumble, & Posey, 2002), 개인의 삶과 만족도, 주관적 안녕감에 악영향을 미친다고 설명하고 있다(Belk, 2008). 하지만, 최근 선망의 긍정적인 측면을 지지하는 연구들에 의하면 선망은 자기보다 우월한 타인과의 차이를 감소시키려는 욕구와 관련된 정서이기 때문에(Miceli & Castelfranchi, 2007; Smith & Kim, 2007), 그 자체로 선망하는 대상을 위해 더 높은 수준의 노력을 발휘하게 하는 동력으로서의 순기능을 가지고 있다(Kant, 1797; Neu, 1980; Epstein, 2003). 소비자의 선망을 자극하는 각종 마케팅 및 광고 전략이 실제로 활발하게 사용되고 있음에도 불구하고, 선망이라는 정서의 영향력과 근원을 연구한 소비자 심리 연구는 시작 된지 얼마 되지 않았다(Belk, 2011). 또한, 선망을 악의적 선망과 무해한 선망으로 구분한 최근의 소비자 행동 연구는 선망과 관련된 성공적인 마케팅 전략의 대부분이 무해한 선망과 관련이 있었음을 보여주었다(Belk, 2011; Van de Ven, Zeelenberg, Pieters, 2011).

선망의 유형: 악의적 선망과 무해한 선망

선망은 사회적 비교의 결과이다(Alicke & Zell, 2008; Festinger, 1954). 사회적 비교는 어떤 위치에 있는 대상과 본인을 비교하느냐에 따라 하향비교(downward comparison)와 상향비교

(upward comparison) 중 하나의 방향으로 나타난다. 선망은 이 중 자신보다 더 나은 상황의 사람들과 자신을 비교하는 상향 비교의 결과로 경험하게 되는 정서이다(Brown, Ferris, Heller, & Keeping, 2007). 선망은 모두 타인이 자신이 중요하게 생각하거나 자신과 관련이 높은 영역에서 우월함을 보일 때 유발될 가능성이 높다(Salovey & Rodin, 1984). 사회적 비교이론에 따르면, 하향 비교는 스스로의 위치를 높이고자 하는 자기 고양(self-enhancement) 동기에서 비롯되며, 상향 비교는 자기 개선(self-improvement) 동기에서 비롯된다. 즉, 자신을 발전시키고자 하는 욕구 혹은 동기가 있는 경우 상향 비교를 통해 본인의 위치를 파악하게 될 가능성이 높다(Buunk & Gibbons 2007; Helgeson & Michelson, 1995). 이러한 점에서 볼 때, 선망은 더 잘하고자 하는 동기에서 출발한 정서이며, 선망 대상과 자신과의 차이가 줄어들면 선망도 줄어들게 된다(Van de Ven et al., 2009). 즉, 선망을 타인과의 비교를 통해 발생하는 부정적이고 적대적인 결과로 바라보던 기존의 연구들과는 다르게 선망의 발생 동기에 주목한다면 선망은 그 기반에 자신을 더 나은 존재로 향상 시키고 싶은 동기가 내재한 정서임을 알 수 있다.

일차적으로 선망은 피하고 싶은 부정적 감정을 유발하는 정서이기 때문에 선망을 유발하는 대상과의 차이를 줄임으로써 선망 정서를 감소시키고자 한다. 이 경우 선망의 줄이는 방법은 두 가지가 있는데, 하나는 타인의 수준을 낮추는 것이고, 다른 하나는 자신을 선망을 느끼는 대상과 같은 수준으로 끌어올리는 것이다(Van de Ven, Zeelenberg, & Pieters, 2011). 최근의 연구들은 선망을 극복하는 방식에 따라 선망의 유형을 구분한다. 구체적으로

선망의 우월함을 선망 대상의 우월함에 좌절하지만 그것을 극복하기 위해 자신을 더 발전시키고자 하는 정서는 무해한 선망이라고 정의하고, 선망 대상의 우월함을 보고 선망 대상을 자신의 위치로 끌어내리고 싶어 하는 정서를 악의적 선망이라고 설명한다(Van de Ven, 2014; Van Dijk, Ouwerkerk, Goslinga, Nieweg, & Gallucci, 2006).

선망을 유발하는 상대의 우월함이 인정할 만한 적당한 우월함이라고 판단함과 동시에, 스스로를 둘러싼 환경에 대해 높은 통제력을 지각할 경우에는 스스로를 우월한 위치로 상승시키고자 하는 무해한 선망을 경험할 확률이 높다(Van de Ven, Zeelenberg, & Pieters, 2012). 반면 악의적인 선망을 느끼는 사람들은 다른 사람의 장점을 감소시키거나 폄하 하면서 선망하는 대상의 수준을 낮추는 경향이 있다(이수경, 정명호, 안지영, 이기현, 2015). 이와 같은 악의적 선망의 특징은 선망과 샤펀 프로이데(schadensfreude)가 정적 관계를 가지고 있음을 보여준다(Smith et al., 1996; Van de Ven, 2014; Van Dijk, Ouwerkerk, Goslinga, Nieweg, & Gallucci, 2006). 또한 선망이 대상에 대한 적대적이고 원망스러운 행동(Duffy, Scott, Shaw, Tepper, & Aquino, 2012; Salovey & Rodin, 1984)을 유발한다는 결과 역시 악의적 선망의 특징과 일치한다.

선망에 대한 최근의 연구들은 선망을 두 유형으로 구분하여 각 유형의 선망의 특성을 밝히고 각 유형의 선망이 이후 행동에 미치는 영향을 밝히는 데 초점을 맞추고 있다. 예를 들어 Kao(2019)는 소비자들이 겪는 선망의 유형과 광고 효과의 관계에 대한 연구를 수행하였다. 이에 더하여 Salerno, Laran, Janiszewski (2019)는 두 가지 선망 모두 선망을 유발하는

영역 밖에서의 자기 계발 동기를 증가시킨다는 것을 보여주었다. 해외에 비해서 아직 부족하지만 국내에서도 선망의 유형에 대한 연구가 진행된 바 있다. 차운아(2009)는 해외에서 연구되어 온 두 가지 유형의 선망이 국내 응답자들을 통해서도 확인된다는 것을 보여주었다. 이는 선망의 두 유형을 측정하는 해외 기반 척도의 요인 구조가 국내 응답자를 통해서도 확인될 수 있음을 시사하는 결과이다. 또한, 차운아(2009)는 국내에서 이루어진 선망에 대한 연구가 악의적 선망에 치우쳐져 있음을 지적하였으며, ‘시샘’이라는 단어는 악의적 선망과 연결할 수 있고 ‘부러움’이라는 단어는 무해한 선망을 의미한다고 설명하였다. 선망의 두 유형을 점화 방식으로 유발하여 특정한 유형의 선망이 소비자 행동에 미치는 영향을 살펴본 몇몇 연구 역시 최근에서야 이루어졌다. 예를 들어, 이병관과 박기석(2016)은 악의적 선망 상황에서 자기 자비가 높은 사람들은 낮은 사람들에 비해 제품과 서비스에 상관없이 선망 대상에 대해 긍정적인 평가와 반응을 나타낸다는 것과 자기 자비와 자존감의 점화에 따라 선망 제품에 대한 선호도, 구매의도, 추천의도에서 차이가 있음을 보여주었으며, 구현진, 손영우, 임혜빈(2013)의 연구에서는 두 가지 선망의 종류가 국내 소비자들의 제품에 대한 호감도 및 구매의도에 유의미하게 다른 영향을 끼친다는 것과 선망의 종류와 자아존중감 수준의 유의미한 상호작용을 발견하면서 선망이 한국 사회에도 영향을 미치는 것을 보여주었다.

선망 척도

Lange와 Crusius(2015)는 타인과 자신을 비교

하는 방식에 있어 개인차가 존재하기 때문에 타인과의 비교로 인해 유발되는 선망의 유형에도 개인차가 존재할 것이라고 설명하였다. 예를 들어 개인의 낙천적인 기질이 미래의 결과에 대한 통제력과 평가로 이어지고 이는 상향 비교 상황에서 목격한 우월함에 나도 도달할 수 있다는 효능감으로 이어질 수 있다. 실제로 선망을 경험한 사람이 표준에 도달하는 능력을 갖출 수 있다는 통제감을 가지고 있을 때 무해한 선망이 유발된다는 결과도 존재한다(Van de Ven et al., 2011a). Lange와 Crusius(2015)는 성공에 대한 희망은 무해한 선망과 정적 상관이 있으며 무해한 선망이 목표 달성을 위한 동기로 기능한다는 것을 보여주었다. 반대로 개인의 비관적인 기질은 미래의 결과에 대한 낮은 통제력으로 이어지는데 이런 경우에는 악의적인 선망이 유발될 가능성이 높다(Van de Ven et al., 2012).

특정 유형의 선망에 보다 민감한 성향이 있을 것이라는 믿음을 바탕으로 Lange와 Crusius(2015)는 두 유형의 선망 경향성(dispositional envy)을 구별하여 측정하는 무해한 선망과 악의적 선망 척도(Benign and Malicious and Envy Scale)을 개발하였다. BeMas는 10문항으로 이루어진 척도로 이 중 5문항은 무해한 선망, 5문항은 악의적 선망에 대한 경향성을 측정하기 위하여 개발되었다. Lange와 Crusius(2015)는 BeMas가 성공에 대한 희망, 실패에 대한 두려움, 상향 비교 혹은 하향 비교 경향성 등의 관련 변인과 이론과 일치하는 방향으로 의미 있는 상관을 보였으며 높은 내적 신뢰도를 가진 척도라고 보고하였다.

BeMas 개발 이전 심리학 연구에서 주로 사용하던 선망 척도로는 Gold(1996)의 York Enviousness Scale(YES), Smith 등(1999)이 개발한

Dispositional Envy Scale (DES), Veselka 등(2014)의 Vices and Virtues Scale (VAVS)이 있는데 이 세 가지 척도 모두 악의적 선망에만 초점을 맞추었을 뿐 무해한 선망에 대한 개인의 성향을 구분하지 못한다는 한계를 갖는다. 기존 국내의 많은 선망 연구들 역시 주로 무해한 선망을 배제한 악의적인 선망만을 측정하는 Dispositional Envy Scale (DES)을 사용해 왔다(차운아, 2015; 박기완, 전선희, 2016). 무해한 선망을 관심 주제로 한 연구들의 경우에는 타당화 작업을 거치지 않고 해외 연구에서 사용된 문항을 한국어로 그대로 번안해서 사용하거나 시나리오를 그대로 번안해서 사용하기도 하였는데(구현진, 손영우, 임혜빈, 2013; 이수경, 정명호, 안지영, 이기현, 2015) 이는 악의적 선망과 무해한 선망을 타당하게 측정하기 위한 적합한 도구가 부재하였기 때문이라고 예상할 수 있다. 이런 맥락에서 본 연구에서는 한국인을 대상으로 하는 선망에 대한 연구 과정에서 사용할 수 있는 타당한 선망 척도를 제안하고자 하였다. 구체적으로 본 연구에서는 선망의 두 유형을 구분하여 무해한 선망과 악의적 선망 경험의 개인차를 측정하고자 개발된 Lange와 Crusius(2015)의 BeMas에 새로운 문항을 더하여 한국판 선망 척도(Korean Envy Scale)를 개발하고 척도의 타당화 작업을 수행하였다.

연구 1

예비문항 개발

문항 개발의 첫 단계로 한국형 선망 척도의 예비 문항을 선정하였다. 그 절차는 다음과 같다. Lange와 Crusius(2015)가 개발한 영문판

무해한 선망 5문항과 악의적 선망 5문항을 한국어와 영어 두 언어에 능통한 심리학 관련 전공 박사가 한국어로 번역하였다. 이를 다시 한국어와 영어에 능통한 심리학 전공 박사 및 심리학 전공 대학원생 3명이 논의를 거쳐 역번역 작업을 통해 의미상 일치 정도를 확인하였다. 추가적으로 심리학 관련 전공 박사 과정 3인과 석사 과정 5인이 선망에 대한 기존 연구 문헌 탐색을 통해 무해한 선망과 악의적 선망에 대한 정의에 합의한 후 무해한 선망 10개, 악의적 선망 10개 문항을 개발하고 심리학 박사 2인의 합의를 거쳐 20문항 가운데 기존 문항과 유사한 내용이 아니면서 동시에 악의적 선망 혹은 무해한 선망의 정의와 부합한다고 판단하는 10문항을 예비문항으로 선정하였다. 따라서 척도 개발을 위한 총 20개의 예비 문항에는 기존 연구에 포함된 10개의 문항과 새롭게 개발한 10개의 문항이 포함되었다.

자료 수집 대상 및 방법

본 연구의 자료는 인터넷을 통하여 마케팅 조사업체의 패널을 대상으로 수집되었다. 국내에 거주하는 20대부터 60대까지를 포함하는 대한민국 성인을 대상으로 두 번의 온라인 설문 조사를 실시하였다. 첫 번째 설문을 통해서 총 193명($M_{age}=40.78$, $SD=10.84$, 남성 51.3%)의 응답을 수집하였다. 참가자들은 연령과 성별의 할당을 고려한 표본설계를 바탕으로 구성되었다. 구체적으로 20~60대의 각 연령대가 약 20%씩 고르게 분포하였고 남성과 여성은 각각 약 50%가 되도록 표집 하였다. 두 번째 설문 조사에서도 마찬가지로 인터넷을 통하여 마케팅 조사업체의 패널을 대상으

로 20대부터 60대까지를 포함하는 대한민국 성인을 대상으로 자료를 수집하였다. 총 257명($M_{age}=34.79$, $SD=7.98$, 남성 51%)이 온라인 설문에 응답하였다. 첫 번째 설문과 마찬가지로 20~60대의 각 연령대가 약 20%씩 고르게 분포하였고 남성과 여성은 각각 약 50%가 되도록 표집하였다.

설문 구성

첫 번째 설문에 참여한 응답자들은 가장 먼저 한국형 선망 척도 개발을 위한 20개의 예비 문항에 응답하였다. 이어서 사회 비교 경향성 척도(Gibbons & Buunk, 1999) 11문항, 성취 동기 척도(Lang & Fries, 2006) 10문항, 기질적 선망 척도(Veselka *et al.*, 2014) 10문항에 응답하였다. 마지막으로 성별, 연령을 묻는 질문에 응답하였다. 첫 번째 설문에서 얻어진 자료의 분석 결과에 따라 한국형 선망 척도 12문항을 선정하여 두 번째 설문에는 12문항의 한국형 선망 척도를 포함하였다. 이어 두 번째 설문에는 참가자의 통제 소재를 측정하기 위해 Kovaleva(2012)가 개발한 통제 소재 척도 4문항, Lench와 Chang(2007)이 개발한 불공정한 세상에 대한 믿음 척도 5문항, 선망 감정을 유발하고자 개발한 선망 시나리오 3문항을 포함하였다. 응답자들은 앞선 척도들에 모두 응답한 이후 성별, 연령을 묻는 문항에 응답하였다. 각 설문에 포함된 척도에 대한 구체적인 설명은 아래에 제시하였다.

측정 도구

예비 한국형 선망 척도

첫 번째 설문에서는 예비문항 선정과정을

통해 개발된 20개 문항을 사용하였다. 참가자들은, ‘나는 내가 부러워하는 사람들에게 악감정을 갖는다’와 같은 악의적 선망을 측정하는 10문항과 ‘다른 사람을 부러워하는 것은 나에게 목표 달성의 동기가 된다’와 같은 무해한 선망을 측정하는 10문항에 대해 5점 척도(1= 전혀 그렇지 않다, 5= 매우 그렇다)로 문항에 응답하였다. 하위 척도의 무해한 선망의 내적 신뢰도는 .878, 악의적 선망의 내적 신뢰도는 .958로 나타났으며, 전체 문항의 내적 신뢰도는 .900으로 나타났다.

한국형 선망 척도

두 번째 설문에서는 탐색적 요인분석을 통해 선정된 12 문항을 사용하였다. 하위 요인인 무해한 선망에 대한 신뢰도는 .902, 악의적 선망에 대한 신뢰도는 .936, 전체 12문항에 대한 신뢰도는 .888로 나타났다.

사회 비교 경향성 척도(Social Comparison Orientation Scale: INCOM)

선망은 다른 사람의 우월한 자질, 성취, 또는 소유물에 대한 부정적인 감정 반응이다, 본질적으로 선망은 타인과의 비교에 의해 유발되기 때문에 높은 무해한 선망 경향성, 높은 악의적 선망 경향성 모두 높은 사회 비교 경향성을 보일 것이라고 기대한다. 자신과 타인을 비교하는 정도인 사회 비교 경향성을 측정하기 위해서는 Gibbons와 Buunk(1999)가 개발한 11개 문항을 한국어로 번안하여 사용하였다. 사회 비교 경향성 척도는 자신과 타인의 능력을 얼마나 비교하는지를 알아보는 능력 비교 6문항, 자신의 의견과 타인의 의견을 비교하는 정도를 측정하는 5문항으로 이루어져 있으며 5점 리커트 척도(1= 전혀 그렇지

않다, 5: 매우 그렇다)로 평정된다. 하위 척도의 내적 신뢰도는 능력비교 요인은 .734, 의견 비교 요인은 .716로 나타났으며, 전체 11문항의 신뢰도는 .820으로 나타났다.

성취 동기 척도(Achievement Motives Scale: AMS-R)

기존 연구에 따르면 무해한 선망은 성공에 대한 희망과는 정적 상관관계를 가졌지만, 실패에 대한 두려움과는 무관하며, 이와는 대조적으로 악의적 선망은 실패에 대한 두려움과 정적 상관을 보인다(Lange & Crusius, 2015). 이와 같은 연구 결과에 근거할 때, 본 연구에서도 무해한 선망은 성공에 대한 희망과 정적 상관을 보일 것이며, 악의적 선망은 실패에 대한 두려움과 정적 상관을 보일 것이라고 기대할 수 있다. 참가자들의 성공에 대한 희망 수준과 실패에 대한 두려움 수준을 측정하기 위해서는 Lang과 Fries(2006)가 개발한 10문항의 성취 동기 척도를 번안하여 사용하였다. 참가자들은 “내가 해결할 수 있는 문제에 직면했을 때, 나는 즉시 그 문제를 해결하고 싶다”, “내가 문제를 즉시 이해하지 못한다면 나는 불안해진다” 등의 문항에 대해 리커트 5점 척도로 응답하였다(1= 전혀 그렇지 않다, 5= 매우 그렇다). 하위 척도인 성공에 대한 희망 요인의 내적 신뢰도는 .832, 실패에 대한 두려움의 내적 신뢰도는 .852로 나타났으며, 전체 10문항의 내적 신뢰도는 .741으로 나타났다.

기질적 선망 척도(the envy sub scale of the Vices and Virtues Scale: VAVS Envy)

Vaselka 등(2014)이 제안한 10 문항의 기질적 선망 척도는 개인의 기질적 악의적 선망 수준을 측정하는 도구이다. 따라서 기질적 선망

척도 점수는 본 연구의 악의적 선망 점수와 정적 상관이 있을 것이라고 기대할 수 있다. 참가자들은 Veselka 등(2014)이 개발한 10문항에 한국어로 번안한 문항에 5점 리커트 척도(1= 전혀 그렇지 않다, 5= 매우 그렇다)에 근거하여 응답하였다. 전체 10문항의 내적 신뢰도는 .903으로 나타났다.

통제 소재 척도(Locus of control scale)

참가자의 통제 소재를 측정하기 위해 Kovaleva(2012)가 개발한 통제 소재 척도를 사용하였다. 통제 소재는 내적 통제와 외적 통제로 나누어져 있는데, 내적 통제를 가진 개인은 성공이나 실패가 자기 노력의 결과라고 믿는다(Levenson, 1972). 외적 통제를 가진 개인은 성공이나 실패가 운명이나 운 또는 다른 사람을 통해서 이루어진 결과라고 믿는다. 무해한 선망을 악의적 선망과 구분짓는 주요한 요인은 나의 현재 상태가 나의 노력을 통해 나아질 수 있을 것이라는 통제감 여부라고 할 수 있다(Van de Ven et al., 2012). 따라서 개인의 성공이나 실패를 노력의 결과라고 믿는 내적 통제 성향은 무해한 선망 경향성과 정적 상관이 있을 것이라고 기대할 수 있다. 반대로 사건의 결과나 상태의 원인은 개인의 노력에 있는 것이 아니라 외부 환경에 있다고 믿는 외적 통제 소재는 악의적 선망과 정적 상관이 있을 것이라고 기대할 수 있다. 참가자들은 통제 소재 척도 4문항에 대해 5점 리커트 척도로 응답하였으며(1= 전혀 그렇지 않다, 5= 매우 그렇다) 내적 통제의 문항 간 신뢰도는 .735, 외적 통제의 문항 간 신뢰도는 .603로 나타났다.

불공정한 세상에 대한 믿음 척도(Belief in

an unjust world scale)

불공정한 세상에 대한 믿음은 세상은 공정하지 않고 자신에게 일어나는 일들이 불공정하다고 믿는 경향성을 의미한다(Furnham & Procter 1989). 불공정한 세상에 대한 믿음이 높을수록 선망을 유발하는 대상의 성취를 공정한 개인의 노력의 결과가 아닌 불공정한 외부 요인으로부터 얻어진 결과라고 판단하기 쉬울 것이다. 따라서 불공정한 세상에 대한 믿음이 높을수록 대상의 성취에 대해 보다 높은 악의적 선망을 보일 것이라고 기대할 수 있다. 참가자의 불공정한 세상에 대한 믿음을 측정하기 위해 Lench와 Chang(2007)이 개발한 불공정한 세상에 대한 믿음 척도 5문항을 사용하였다. 참가자들은 문항에 대해 5점 리커트 척도로 응답하였으며(1= 전혀 그렇지 않다, 5= 매우 그렇다) 문항에 대한 내적 신뢰도는 .752로 나타났다.

선망 시나리오

무해한 선망과 악의적 선망의 준거 타당도를 확인하기 위해 타인의 성취를 기술한 시나리오를 제시하여 준거 타당도를 검증하였다. 구체적으로 타인의 성취에 대한 시나리오를 읽은 후 본 연구에서 개발한 척도에서 악의적 선망 경향성이 높은 것으로 나타난 참가자가 실제로 악의적 선망을 경험하는지, 혹은 무해한 선망 경향성이 높은 것으로 나타난 참가자가 실제로 무해한 선망을 느끼는지를 확인하였다. 본 연구에서 사용한 시나리오는 특정 유형의 선망을 유발하기 위한 시나리오가 아니라 단순히 상황 비교를 유발하는 목적의 시나리오이다. 따라서 기존 선망 연구(Van de Ven et al., 2011a; 구현진, 손영우, 임혜빈, 2013)에서 공정성 유무를 통해 악의적 선망

혹은 무해한 선망을 조작하는데 사용한 시나리오를 응용하여 단순히 타인의 성취를 목격하는 장면을 기술한 세 가지 시나리오를 작성하였다. 문항 응답의 피로도를 낮추기 위하여 참가자들에게 세 가지 시나리오 중 두 개의 시나리오를 무선으로 할당하여 제시하였다. 시나리오 1의 문항의 응답자는 173명이었으며 시나리오2는 171명, 시나리오3에는 175명이 응답하였다. 시나리오 1은 친구와 저녁 식사를 위한 약속 장소에서 친구가 자기가 구매하고 싶지만, 자기의 능력으로는 구매하기 힘든 비싼 수입차(BMW)에서 내리는 것을 목격하게 되는 상황을 보여주었다(그림 1). 시나리오 2는 친구가 자기가 들어가고 싶지만, 자기의 능력으로는 취업하기 어려운 회사에 취직하는 상황을 보여주었다. 시나리오 3은 자기가 여행 가고 싶지만, 자신의 능력으로는 가기 어려운 비싼 여행지(유럽)에 놀러 가는 상황을 보여주었다. 각 시나리오를 읽고 응답자들은 Lange와 Crusius(2015)의 연구에서 사용한 특정 상황에서의 무해한 선망 반응과 악의적 선망 반응 측정하문항에 응답하였다. 무해한 선망 반응을 측정하는 문항은 3문항으로 예시 문항으로는 “친구가 BMW 자동차를 구입한 것을 보니 나도 BMW 자동차를 구입하고 싶은 생각이 든다.”가 있다. 무해한 선망 반응 3 문항 간 신뢰도는 .897(시나리오 1), .848(시나리오 2), .886(시나리오 3) 이었다. 악의적 선망 반응을 측정하는 문항은 3문항으로 “친구가 새로 산 BMW 자동차가 고장났으면 좋겠다.” 등의 문항으로 구성되어 있으며 악의적 선망 문항 간 신뢰도는 .959(시나리오 1), .957(시나리오 2), .939(시나리오 3)였다.

자료 분석 방법

첫 번째 설문을 통해 수집한 20개의 선망 예비 문항에 대한 193명의 응답을 탐색적 요인분석에 사용하였다. Henson과 Roberts(2006)은 탐색적 요인분석에서 신뢰로운 결과를 얻기 위해서는 응답자의 수가 문항 수의 최소 5배 이상을 충족해야 한다고 하였다. 따라서 총 20개의 문항에 대한 탐색적 요인분석을 실시하고자 한 본 연구에서 수집한 본 연구의 응답 수는 분석의 신뢰성을 확보하기에 충분한 수라는 결론을 내릴 수 있다. 탐색적 요인분석은 SPSS 21.0을 이용하여 수행하였다.

탐색적 요인분석을 통해 선정한 문항의 2요인 모형의 요인 구조가 지지되는지를 검증하고자 AMOS 20.0을 이용하여 최대 우도법

(Maximum likelihood)을 사용한 요인 추출을 통해 확인적 요인분석을 진행하였다. 교차 타당도 확보를 위하여 확인적 요인분석은 두 번째 설문에서 새롭게 수집한 257명을 대상으로 실시하였다. 마지막으로 SPSS 21.0을 이용하여 설문 1, 설문 2에서 수집한 선망 척도 응답과 관련 척도와의 상관을 통한 구성 타당도를 검증하였다.

결 과

탐색적 요인분석

20개 예비 문항의 요인 구조를 확인하기

표 1. 선망 시나리오

친구와 저녁 식사를 하기 위해서 나는 식당에서 친구를 만나기로 했다. 식당 입구에 서 있는데, 식당 주차장에 BMW 차량이 주차 중인 것을 보았다. 그리고 주차된 BMW 차량에서 친구가 내리는 것을 보았다. 식당에 들어와서 밥을 먹으며 친구에게 물어보니 자신이 내린 BMW 차량은 자신의 차가 맞다고 한다. 친구가 구입한 BMW는 내가 늘 멋지다고 생각해왔지만 사실 내 능력으로 구입하기는 어려운 차다.

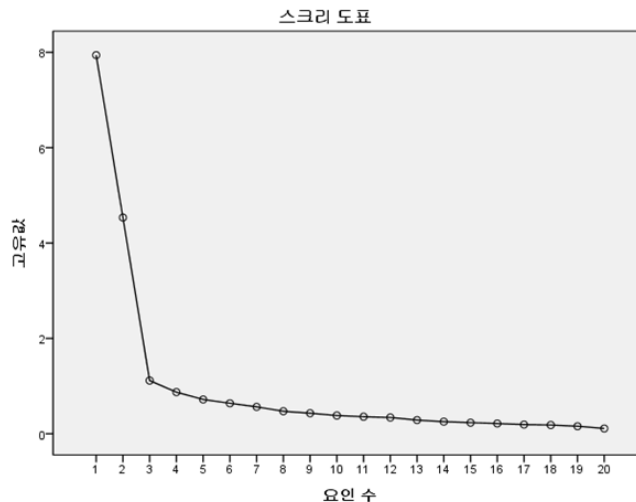


그림 1. 한국형 선망 척도 스크리 도표

위하여 요인추출방법으로는 최대 우도법(maximum likelihood estimation)을 사용하였고, 요인회전방법으로는 요인 간 상관을 가정한 사각 회전(oblique rotation)을 이용한 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 요인 수 판정을 위해서는 가장 먼저 스크리 도표를 참고할 필요가 있다(김주환, 김민규, 홍세희, 2009). 그림 1에 제시한 스크리 도표를 참고하면 요인 수가 3개로 늘어나는 순간부터 스크리 도표의 기울기가 평준화 되는 경향을 발견할 수 있다. 따라서 본 연구에서 기대한 바와 같이 2개의 요인 수가 적합한 요인 수라고 판단하였다. 또한 특정 문항이 하나의 요인에 해당하는지를 판단하는 기준으로 요인 계수가 최소 .40 이상 되

야 한다고 설명한 Nimon, Zigarmi, Houso, Witt 과 Diehl(2011)의 제안을 바탕으로 요인 부하량이 .40 이하인 문항을 삭제하였다, 이어서, ‘나보다 풍족하게 사는 지인을 만나면 그렇게 살고 싶은 오기가 생긴다’와 같이 무해한 선망 요인과 악의적 선망 요인 모두에서 요인 부하량이 .25이상 이상인 문항들을 삭제하였다(Pett, Lackey, & Sullivan, 2003). 마지막으로 각 요인 간 문항 수의 균형을 맞추기 위하여 한 요인에 지나치게 많은 문항이 존재하는 경우 요인 부하량을 기준으로 낮은 요인 부하량을 가진 문항은 제거하였다. 이와 같은 과정을 거쳐 총 20개의 예비 문항 중 무해한 선망 6 문항, 악의적 선망 6문항, 총 12문항을 추출하

표 2. 한국형 선망 척도에 대한 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

	문항	λ_1	λ_2	α
Q10	다른 사람들의 성취를 보면 그들을 원망하게 된다.	.937		
Q9	부러운 감정을 느끼면 상대방을 싫어하게 된다.	.911		
Q8	나는 내가 부러워하는 사람들에게 악감정을 갖는다.	.887		
Q7	만약 다른 사람이 내가 원하는 것을 가지고 있다면, 그것을 빼앗고 싶다.	.820		.859
Q15	큰 부를 획득한 타인에 대한 뉴스 기사를 읽으면 그 사람이 불행해지기를 바란다.	.764		
Q6	나는 뛰어난 사람들이 그 장점을 잃어버리기를 바란다.	.753		
Q4	나는 다른 사람이 이룬 뛰어난 업적에 도달하기 위해 노력한다.		.835	
Q3	다른 사람을 부러워하는 것은 목표 달성을 위한 동기가 된다.		.775	
Q2	만약 다른 사람이 나보다 우월하다는 것을 알아차리면 나는 나 자신을 향상시키기 위해 노력한다.		.775	
Q5	어떤 사람이 우수한 자질과 업적, 또는 소유물을 가지고 있다면, 나는 나 역시 그것을 스스로 얻기 위해 노력한다.		.764	.845
Q1	다른 사람이 부러워지면 어떻게 하면 나도 그 사람만큼이나 성공할 수 있을지 생각하곤 한다.		.567	
Q16	자기 분야에서 크게 성공한 사람의 이야기는 어떻게 하면 내 분야에서 성공할 수 있을지를 생각하게 한다.		.483	

였다. 총 12 문항 가운데 두 문항(Q15, Q16, 표 2 참고)이 본 연구를 통해 새롭게 개발된 문항이다. 탐색적 요인분석을 통해 추출한 2개 요인의 누적 설명량은 67.5%로 나타났다. 1 요인은 악의적 선망으로 41.9%였으며, 2 요인은 무해한 선망으로 총 분산의 25.5%를 설명하였다. 두 요인 간 상관계수는 $r=.23(p<.01)$ 이었다. 전체 12문항의 내적 신뢰도는 .864, 악의적 선망 6문항의 내적 신뢰도는 .859, 무해한 선망 6문항의 내적 신뢰도는 .845로 나타났다. 표 2에 요인별 문항, 요인 부하량, 신뢰도를 제시하였다.

확인적 요인분석

탐색적 요인분석을 통해 선정한 12문항의 2 요인 모형이 지지되는지 검증하고자 최대 우도법(Maximum likelihood)을 사용한 요인 추출을 통해 확인적 요인분석을 진행하였다. 확인적 요인분석 결과 2 요인 모형 적합도가 $CFI=.970$, $NFI=.950$, $TLI=.963$ 로 모두 .9이상의 적합도를 보이고, $RMSEA$ 는 .072의 합리적인 수준의 적합도를 가지고 있는 것으로 나타났다(Brown & Cudeck, 1992). 두 요인 간 상관계수는 $r=.26(p<.01)$ 였다. 이후 해외에서 사용되어온 원 선망 척도인 BeMas의 모형 적합도를 산출하여 한국형 선망척도와 비교한 결과 BeMas의 $RMSEA$ 값이 Brown과 Cudeck(1992)가 제시한 합리적인 수준의 모형 적합도인 .08 미만에서 다소 벗어난 .0929(90% CI [.065, .104])로 나타나 한국형 선망 척도 모형이 원척도 모형보다 상대적으로 자료 설명력이 높은 모형으로 판단하였다.

상관 분석

본 연구에서 제안하는 한국형 선망 척도와

관련 척도와의 수렴 및 변별 타당도 및 구성 타당도를 확인하기 위해 상관 분석을 실시하였다. 먼저 예상한 바와 같이, 무해한 선망과 악의적 선망 모두 사회 비교 경향성과 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 선망은 그 유형과 상관없이 타인과의 비교를 통해 일차적으로 유발되는 정서이기 때문에 본 척도 점수와 사회 비교 경향성 점수의 정적 상관은 본 척도가 선망을 타당하게 측정하고 있다는 증거라고 하겠다.

예상했던 대로 성취 동기 가운데 성공에 대한 희망은 무해한 선망과는 정적 상관을 보였지만 악의적 선망과는 상관을 보이지 않았다. 성취 동기 가운데 실패에 대한 두려움은 무해한 선망과 부적의 상관을 가진 반면 악의적 선망과는 유의한 상관을 보이지 않았다. 이는 실패에 대한 두려움이 악의적 선망과는 정적 상관, 무해한 선망과는 상관이 없을 것이라는 예상과는 일치하지 않는 결과로, 성취 동기의 두 요인 모두 무해한 선망과 깊은 관련을 가지고 있음을 의미하는 결과이다. 또한 악의적 선망을 측정하는 기질적 선망 척도와의 상관 분석 결과 기질적 선망과 악의적 선망은 정적인 상관 관계가 있으며 무해한 선망과는 유의한 상관이 없는 것으로 나타났다.

통제 소재 척도와 선망 척도의 상관 분석 결과 내적 통제는 무해한 선망 경향성과 정적 상관을 보였지만 악의적 선망과는 부적의 상관을 보였다. 이에 더하여 외적 통제는 악의적 선망과는 정적인 상관을 보였지만 무해한 선망과는 유의미한 상관이 나타나지 않았다. 마지막으로 불공정한 세상에 대한 믿음 척도와 선망 척도의 상관 분석 결과, 불공정한 세상에 대한 믿음과 무해한 선망의 상관은 유의하지 않았지만, 악의적 선망과는 정적으로 유

표 3. 한국형 선망 척도에 대한 확인적 요인분석 결과

경로 문항 <- 요인	추정치			
	비표준화 계수	표준화계수	표준오차	C.R.(Critical Ratio)
BE_3 <- 무해한 선망	1	0.646		
BE_5 <- 무해한 선망	1.223	0.84	0.107	11.439
BE_4 <- 무해한 선망	1.312	0.89	0.11	11.926
BE_3 <- 무해한 선망	1.257	0.806	0.113	11.088
BE_2 <- 무해한 선망	1.07	0.821	0.095	11.253
BE_1 <- 무해한 선망	0.983	0.671	0.103	9.563
ME_3 <- 악의적 선망	1	0.834		
ME_5 <- 악의적 선망	1.188	0.937	0.057	20.703
ME_4 <- 악의적 선망	1.178	0.929	0.058	20.382
ME_3 <- 악의적 선망	1.155	0.92	0.058	20.022
ME_2 <- 악의적 선망	0.997	0.757	0.068	14.571
ME_1 <- 악의적 선망	0.881	0.691	0.069	12.811

*** $p < .001$

Note. BE_3과 같은 문항 이름은 첨부에 제시한 문항 표의 이름과 동일.

표 4. 한국형 선망 척도와 관련 척도의 상관 분석 결과

	N=193(설문 1)				N=257(설문 2)		
	사회비교 경향성	성공에 대한 희망	실패에 대한 두려움	기질적 선망	내적통제	외적통제	불공정한 세상에 대한 믿음
무해한 선망	.453**	.373**	-.146*	.111	.463**	.067*	.101
악의적 선망	.311**	-.094	.047	.669**	-.193**	.468**	.541**

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

의한 것으로 나타났다. 앞서 언급한 결과들을 정리하면 본 연구에서 제안하는 선망 척도는 사회 비교 경향성, 기질적 선망, 통제 소재, 불공정한 세상에 대한 믿음 척도와 예상과 일치하는 방향으로 통계적으로 유의한 상관을 보였다. 성취 동기 척도와 상관은 예상과

일치하는 방향으로의 상관을 보이지는 않았지만 무해한 선망이 높은 성취 동기를 보일 것이라는 기본적인 기대를 지지하는 방향으로의 상관을 발견하였다. 관련 척도와의 상관 분석 결과는 표 4에 제시하였다.

선망 척도의 준거 타당도를 검증하기 위해

개발한 3가지 시나리오에 대한 응답과 선망 척도의 상관 분석 결과 시나리오1(자동차)에서는 무해한 선망 척도는 무해한 선망 반응과 정적 상관이 있는 것으로 나타났으며($r=.402, p<.01$) 악의적 선망 반응과는 보다 약한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다($r=.282, p<.05$). 또한 시나리오1에 대한 악의적 선망 반응은 악의적 선망 경향성과는 높은 상관을 보이지만($r=.798, p<.01$) 무해한 선망 경향성과는 보다 약한 상관을 보이는 것으로 나타났다($r=.180, p<.05$). 시나리오2(취업)에서 무해한 선망 경향성은 무해한 선망 반응과 정적으로 유의한 상관이 나타났으며($r=.386, p<.01$) 악의적 선망 경향성 또한 악의적 선망 반응과 정적으로 유의한 상관이 나타났다($r=.803, p<.01$). 시나리오 3(여행)에서 무해한 선망 경향성은 무해한 선망 반응과 정적 상관($r=.378, p<.01$)이 나타났지만 악의적 선망과는 상관이 없는 것으로 나타났다. 악의적 선망 경향성은 두 유형의 준거 반응 모두와 정적인 상관이 있었지만 무해한 선망 반응보다 악의적 선망 반응과 보다 높은 상관이 있는 것으로 나타났다(악의적 선망 반응, $r = .706, p < .01$; 무해한 선망 반응 $r = .218, p < .01$).

논 의

본 연구에서는 선망의 두 유형을 구분하여 무해한 선망과 악의적 선망 경험의 개인차를 측정하는 한국형 선망 척도(Korean Envy Scale)를 개발하고 타당화 하였다. 우선 두 가지 선망에 대한 조작적 정의를 내린 후 선망의 두 유형을 측정하기 위해 기존 연구에서 사용되어 오던 BeMaS(Lange & Crusius, 2015)의 10문항

을 한국어로 번역하였다. 여기에 본 연구에서 새롭게 개발한 10 문항을 합쳐 총 20개의 예비 문항을 작성한 후 문항의 요인 구조를 확인하였다. 탐색적 요인분석 결과 무해한, 악의적 선망의 2가지 유형을 구분하는 12문항의 2 요인 모형이 지지되었다. 교차 타당도 확보를 위하여 개별 자료를 대상으로 최종적으로 추출된 문항들의 요인 구조를 확인적 요인 분석을 통하여 확인하였다. 그 결과, 본 연구에서 개발한 12개의 문항에 대하여 2 요인 모형이 좋은 적합도를 가진 것으로 나타났다.

한국형 선망 척도의 수렴 및 변별 타당도를 검증하기 위하여 사회 비교 경향성, 성취 동기, 기질적 선망 수준, 통제 소재 척도, 불공정한 세상에 대한 믿음 척도와와의 상관 분석을 실시하여 이론적 방향이 일치하는 대로 선망 척도가 관련 척도와 유의한 상관 관계를 가지고 있음을 확인하였다. 마지막으로 준거 관련 타당도를 검증하기 위해 3가지 시나리오에 대한 응답자의 선망 반응과 선망 척도와의 상관 분석을 실시하였다. 세 가지 시나리오 모두에서 예상과 일치하는 방향의 상관 분석 결과를 도출하였다.

소비자 심리 연구 영역에서 타인의 소유에 대한 선망은 중요한 연구 주제로 다루어져 왔지만, 최근에 이르러서야 선망이 불러일으키는 동기에 주목하여 선망을 유형화하는 연구가 시작되었다. 이와 같은 흐름으로 국내에서도 선망을 무해한 선망과 악의적 선망으로 구분하여 각기 다른 유형의 선망이 소비자 행동에 미치는 영향을 살펴본 연구가 최근에서야 본격적으로 시작되었다(구현진, 손영우, 임혜빈, 2013; 이병관, 박기석, 2016; 이수경, 정명호, 안지영, 이기현, 2015). 국내 선행 연구들에서는 주로 두 유형의 선망을 조작, 점화를

하기 위해 해외에서 사용된 문항을 번역해서 사용해왔다. 이와 같은 맥락에서 본 연구는 두 유형의 선망을 개인의 내재적 성향으로 정의하고 각 유형의 선망 경향성을 측정하는 척도를 개발하고 타당화하였다는 점에서 국내 선망 연구의 확장에 기여한다는 데 의의를 갖는다.

선망에 대한 연구는 최근 들어 시장의 주목을 받고 있는 인플루언서 마케팅과 선망의 개인 성향과의 관계를 확인하는 연구로 확장할 수 있다는 점에서 실무적 함의를 가진다. 인플루언서 마케팅이란 소셜 미디어에서 영향력과 신뢰성을 확보한 인플루언서들이 무료 제품이나 금전적인 지불을 대가로 자신들이 영향을 미치는 대중들에게 해당 제품이나 서비스를 사용하는 모습을 보여주는 마케팅 방식이다(Veirman, Hudders, Nelson, 2019). Gunaseran과 Khalid(2017)는 SNS 상에서 제품에 대한 무해한 선망을 유발할 때 악의적 선망을 유발할 때보다 제품 구매의도가 보다 높아진다는 것을 밝힌 바 있다. 또한 선망 성향이 인스타그램 이용에서 느끼는 정서에 미치는 영향을 다룬 보다 최근 연구에서는 무해한 선망성향이 높은 개인이 인스타그램에서 긍정적인 정서를 유발하는 영감을 보다 많이 받는다는 것을 밝혔다(Meier and Schafer, 2018). 이와 같은 연구 결과들에 기반해서 생각하면 단지 실험적으로 유도된 선망유형이 아니라 선망 성향의 개인차 또한 SNS 상에서 나타나는 제품의 구매의도에 영향을 줄 것이라고 추론할 수 있다. 본 연구는 SNS 상에서의 구매 상황을 가정하는 상황에서 선망 유형에 있어서의 개인차가 발견되는지 혹은 그 영향은 무엇인지를 살펴보는 못하였기 때문에 인플루언서 마케팅과 선망의 관계에 대한 명확한 설명을 제시하는

데에는 한계가 있다. 추후 연구에서는 무해한 선망 성향이 높은 개인이 악의적 선망 성향이 높은 개인보다 인플루언서가 광고하는 제품에 대해 보다 긍정적인 태도와 높은 구매의도를 보이는지 확인해볼 수 있을 것이다.

또한 선망의 유형을 측정하는 도구를 제안하는 본 연구는 사회적 관계 안에서의 선망의 영향력에 대한 연구를 확장하는 데에도 기여할 수 있을 것이다. 최근 진행된 Behler(2020)의 연구에 의하면 악의적 선망을 느끼는 개인은 감사함을 경험하는 개인보다 친사회적 행동을 덜 보이며 타인에게 해를 끼치려는 반사회적 행동을 보일 확률이 높다. 하지만 이는 악의적 선망의 특징에만 초점을 맞추었을 뿐 개인의 발전 동기를 자극하는 무해한 선망을 고려하지 않고 진행한 연구 결과이다. Van de Ven(2015)은 타인의 실패로부터 긍정 정서를 경험하는 사뎜프로이데 정서는 악의적 선망과는 정적 상관을 보이지만 무해한 선망과는 유의한 상관을 보이지 않았다는 것을 보여주었는데 이에 근거하여 추론해 보면 무해한 선망과 악의적 선망은 친사회적 행동 및 반사회적 행동에 정반대의 영향력을 가질 것이라고 기대할 수 있다.

앞서 설명한 본 연구의 의의와 별개로 본 연구에는 추후 연구를 통해 보완해야 할 제한점이 존재한다. 본 연구에서는 악의적 선망 및 무해한 선망과 관련한 심리학적 변인들과의 상관 분석을 통해 척도의 구성 타당도를 검증 하였지만 아직 척도의 타당도를 충분히 검증하였다고 단정 짓기는 어렵다. 구체적으로, 타당도 검증을 위해 선망 정서와 매우 직접적인 관련을 가진 변인들을 선택할 수 밖에 없었는데, 이 과정에서 자아 존중감, 마키아벨리즘 등 선망 정서와 관련이 있다고 밝혀진

일부 개인차 변인들을 설문 자극에 포함하지 못하였다. 추후 연구를 통해서 기질적 악의적 선망, 기질적 무해한 선망이 개인의 성격 변인과 어떠한 관련이 있는지를 탐색하는 작업이 필요할 것이다.

뿐만 아니라 본 연구에서 제안하는 척도의 준거 타당도를 자기 보고 방식의 설문을 통해 검증하였다는 데에 한계가 있다. 선망 정서는 매우 사적인 정서 반응이기 때문에 시나리오를 읽은 후의 개인의 반응을 보고하는 방식으로 측정하기 보다는 보다 암묵적인 방식으로 측정하는 것이 보다 정확한 측정 방법이 될 수 있다. 추후 연구에서는 암묵적 연합 검사(Implicit Association Test; IAT)를 활용하여 본 척도를 통해 측정한 기질적 무해한 선망, 기질적 악의적 선망 수준이 실제 개인이 경험하는 선망 경험과 부합하는지를 확인할 필요가 있다. 또한 선망의 유형과 구매 행동에 대한 실질적 증거를 통해 실무적 시사점을 제시하기 위해서는 구매 상황을 가정하는 시나리오 혹은 구매 행동과 관련한 실험 자극을 구성하여 추후 연구를 진행해 볼 필요가 있을 것이다.

참고문헌

구현진, 손영우, 임혜빈 (2013). 선망의 종류가 제품의 호감도와 구매의도에 미치는 영향: 자아존중감 수준에 따른 차이를 중심으로. 한국심리학회지: 소비자·광고, 14(3), 427-444.

박기완, 전성희 (2016). 악의적 질투가 소비자의 제품 선택에 미치는 영향: 심적 초점의 조절 효과. 마케팅연구, 31(3), 101-126.

이병관, 박기석 (2016). 부정적 선망 상황에서 소비자의 자기자비(Self-Compassion) 수준이 선망제품에 대한 반응에 미치는 효과. 한국심리학회지: 소비자·광고, 17(3), 569-589.

이수경, 정명호, 안지영, 이기현 (2015). 선망(envy)의 유형별 선행요인과 차별적 효과. 한국심리학회지: 산업 및 조직, 28(3), 507-536.

이훈진, 원호택 (1995). 자기개념과 편집증적 경향. 심리과학, 4, 15-29.

차운아 (2009). 부러움: 한국의. 한국심리학회지: 사회 및 성격, 23(2), 171-189.

차운아, 정태훈 (2015). 우리나라 노동시장의 미스매치 지수측정. 경제연구, 33(4), 133-156.

Alicke, M. D., & Zell, E. (2008). Social comparison and envy.

Atkinson, J. W. (1957). Motivational determinants of risk-taking behavior. *Psychological review*, 64(6, pt.1), 359-372.

Behler, A. M. C., Wall, C. S., Bos, A., & Green, J. D. (2020). To Help or To Harm? Assessing the Impact of Envy on Prosocial and Antisocial Behaviors. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(7), 1156-1168.

Belk, R. (2011). Benign envy. *AMS review*, 1(3-4), 117-134.

Blease, C. R. (2015). Too many 'friends,' too few 'likes'? Evolutionary psychology and 'Facebook depression'. *Review of General Psychology*, 19(1), 1-13.

Brooks, A. W., Huang, K., Abi-Esber, N., Buell, R. W., Huang, L., & Hall, B. (2019). Mitigating malicious envy: Why successful

- individuals should reveal their failures. *Journal of Experimental Psychology: General*, 148(4), 667-687.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative ways of assessing model fit. *Sociological Methods and Research*, 21, 230-258.
- Brown, D. J., Ferris, D. L., Heller, D., & Keeping, L. M. (2007). Antecedents and consequences of the frequency of upward and downward social comparisons at work. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 59-75.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 3-21.
- Cohen-Charash, Y., & Mueller, J. S. (2007). Does perceived unfairness exacerbate or mitigate interpersonal counterproductive work behaviors related to envy?. *Journal of applied psychology*, 92(3), 666-680.
- De Veirman, M., Hudders, L., & Nelson, M. R. (2019). What is influencer marketing and how does it target children? A review and direction for future research. *Frontiers in Psychology*, 10(3), 2685.
- Duffy, M. K., Scott, K. L., Shaw, J. D., Tepper, B. J., & Aquino, K. (2012). A social context model of envy and social undermining. *Academy of management Journal*, 55(3), 643-666.
- Epstein, S. (2003). Cognitive experiential self-theory of personality. *Handbook of psychology*, 159-184.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- Furnham, A., & Procter, E. (1989). Belief in a just world: Review and critique of the individual difference literature. *British journal of social psychology*, 28(4), 365-384.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *Journal of personality and social psychology*, 76(1), 129-142.
- Gino, F., & Pierce, L. (2010). Robin Hood under the hood: Wealth-based discrimination in illicit customer help. *Organization Science*, 21(6), 1176-1194.
- Gold, B. T. (1996). Enviousness and its relationship to maladjustment and psychopathology. *Personality and Individual Differences*, 21(3), 311-321.
- Gunaseran, S., & Khalid, H. (2017). How envy drives consumerism on Instagram. *In PACIS 2017*, 198-211.
- Helgeson, V. S., & Mickelson, K. D. (1995). Motives for social comparison. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(11), 1200-1209.
- Hoelzl, E., & Loewenstein, G. (2005). Wearing out your shoes to prevent someone else from stepping into them: Anticipated regret and social takeover in sequential decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 98(1), 15-27.
- Kant, I. (1797). On a supposed right to lie from philanthropy. *Practical philosophy*, 612.
- Kao, D. T. (2019). The impact of envy on brand preference: brand storytelling and psychological distance as moderators. *Journal of Product & Brand Management*. 28(4), 515-528.

- Kovaleva, A. (2012). *The IE-4: Construction and validation of a short scale for the assessment of locus of control* (Vol. 9, p. 130). DEU.
- Lang, J. W., & Fries, S. (2006). A revised 10-item version of the Achievement Motives Scale. *European Journal of Psychological Assessment, 22*(3), 216-224.
- Lange, J., Weidman, A. C., & Crusius, J. (2018). The painful duality of envy: Evidence for an integrative theory and a meta-analysis on the relation of envy and schadenfreude. *Journal of Personality and Social Psychology, 114*(4), 572-598.
- Lange, J., & Crusius, J. (2015). Dispositional envy revisited: Unraveling the motivational dynamics of benign and malicious envy. *Personality and social psychology bulletin, 41*(2), 284-294.
- Lench, H. C., & Chang, E. S. (2007). Belief in an unjust world: When beliefs in a just world fail. *Journal of Personality assessment, 89*(2), 126-135.
- Levenson, H. (1972). Distinctions within the concept of internal-external control: Development of a new scale. In *Proceedings of the annual convention of the American Psychological Association, 7*(Pt. 1), 261-262.
- Meier, A., & Schafer, S. (2018). The positive side of social comparison on social network sites: How envy can drive inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 21*(7), 411-417.
- Miceli, M., & Castelfranchi, C. (2007). The envious mind. *Cognition and emotion, 21*(3), 449-479.
- Neu, J. (1980). Jealous thoughts. Explaining Emotions. *Univ of California Pr, 425-463*.
- Nimon, K., Zigarmi, D., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2011). The work cognition inventory: Initial evidence of construct validity. *Human Resource Development Quarterly, 22*, 7-35.
- Parrott, W. G., & Smith, R. H. (1993). Distinguishing the experiences of envy and jealousy. *Journal of personality and social psychology, 64*(6), 906-920.
- Pett, M. A., Lackey, N. R., & Sullivan, J. J. (2003). *Making sense of factor analysis: The use of factor analysis for instrument development in health care research*. sage.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self* New York: Basic. *Rosenberg Conceiving the Self*.
- Salerno, A., Laran, J., & Janiszewski, C. (2019). The bad can be good: When benign and malicious envy motivate goal pursuit. *Journal of Consumer Research, 46*(2), 388-405.
- Salovey, P., & Rodin, J. (1984). Some antecedents and consequences of social-comparison jealousy. *Journal of personality and Social Psychology, 47*(4), 780-792.
- Smith, R. H. (2008). *Envy: Theory and research*. Oxford University Press.
- Smith, R. H., & Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological bulletin, 133*(1), 46-64.
- Smith, R. H., Turner, T. J., Garonzik, R., Leach, C. W., Urch-Druskat, V., & Weston, C. M. (1996). Envy and schadenfreude. *Personality and Social Psychology Bulletin, 22*(2), 158-168.
- Smith, R. H., Parrott, W. G., Diener, E. F., Hoyle, R. H., & Kim, S. H. (1999). Dispositional envy. *Personality and Social Psychology Bulletin, 25*(8), 1007-1020.

- Van de Ven, N. (2014). Malicious envy and schadenfreude. *Schadenfreude. Understanding Pleasure at the Misfortune of Others. Cambridge University Press: Cambridge*, 110-117.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2012). Appraisal patterns of envy and related emotions. *Motivation and emotion*, 36(2), 195-204.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2009). Leveling up and down: the experiences of benign and malicious envy. *Emotion*, 9(3), 419-429.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2011). The envy premium in product evaluation. *Journal of Consumer Research*, 37(6), 984-998.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2011). Why envy outperforms admiration. *Personality and social psychology bulletin*, 37(6), 784-795.
- Van Dijk, W. W., Ouwerkerk, J. W., Goslinga, S., Nieweg, M., & Gallucci, M. (2006). When people fall from grace: Reconsidering the role of envy in schadenfreude. *Emotion*, 6(1), 156-160.
- Veselka, L., Giammarco, E. A., & Vernon, P. A. (2014). The Dark Triad and the seven deadly sins. *Personality and Individual Differences*, 67, 75-80.

원 고 접 수 일 : 2020. 09. 22.

수정원고접수일 : 2021. 02. 05.

게 재 결 정 일 : 2021. 05. 03.

Development and Validation of the Korean Version of the Envy Scale

Hye Bin Rim Choi Jun Young Jin Heon Yoon Byung-Kwan Lee

Department of Industrial Psychology, Kwangwoon University

This study was conducted to develop and validate the Korean version of the envy scale, which categorized envy into benign envy and malicious envy, unlike the existing ones that dealt with envy as a single factor. A series of factor analyses confirmed that the Korean Envy Scale was a 12-item self-report measure and consisted of two separate latent constructs. In detail, according to a correlation analysis conducted to verify convergent and discriminant validities, social comparison tendencies had a positive correlation with each types of envy. It was also confirmed that benign envy was positively correlated with hope of success and negatively correlated with fear of failure. In addition, results showed that inner control was positively correlated with benign envy and negatively correlated with malicious envy whereas external control was only positively correlated with malicious envy. It was also found that belief in an unjust world was negatively correlated with malicious envy. Finally, a correlation analysis using three envy-inducing scenarios properly secured the criterion-related validity of the Korean version of the envy scale. Findings of the study contributed to the development of measuring individual differences in envy deeply related to consumer behaviors and to the expansion of research on envy.

Key words : Envy, Benign Envy, Malicious Envy, Korean Envy Scale, Scale Validation

첨부. 한국형 선망 척도 예비문항

	문항	구분
BE1	다른 사람이 부러워지면, 어떻게 하면 나도 그 사람만큼이나 성공할 수 있을지 생각하곤 한다.	최종문항
BE2	만약 다른 사람이 나보다 우월하다는 것을 알아차리면, 나는 나 자신을 향상시키기 위해 노력한다.	최종문항
BE3	다른 사람을 부러워하는 것은 목표 달성을 위한 동기가 된다.	최종문항
BE4	나는 다른 사람이 이룬 뛰어난 업적에 도달하기 위해 노력한다.	최종문항
BE5	어떤 사람이 우수한 자질과 업적, 또는 소유물을 가지고 있다면, 나는 그것을 스스로 얻기 위해 노력한다.	최종문항
BE6*	사고 싶지만 내 능력으로는 사기 어려운 고급 자동차를 길에서 보면 ‘저 차를 나중에 꼭 사고야 말겠다’라는 의욕이 샘솟는다.	예비문항
BE7*	나보다 풍족하게 사는 지인을 만나면 그렇게 살고 싶은 오기가 생긴다.	예비문항
BE8*	자기 분야에서 크게 성공한 사람의 이야기는 어떻게 하면 내 분야에서 성공할 수 있을지를 생각하게 한다.	최종문항
BE9*	친구의 성공은 나의 발전의 원동력이 된다.	예비문항
BE10*	나와 비슷한 스펙의 타인이 나보다 더 성공적인 삶을 산다면 나도 그렇게 되고자 하는 더 강한 의지를 가질 것이다.	예비문항
ME1	나는 뛰어난 사람들이 그 장점을 잃어버리기를 바란다.	최종문항
ME2	만약 다른 사람이 내가 원하는 것을 가지고 있다면, 그것을 빼앗고 싶다.	최종문항
ME3	나는 내가 부러워하는 사람들에게 악감정을 갖는다.	최종문항
ME4	상대방에게 부러운 감정을 느끼면 나는 그 사람을 싫어하게 된다.	최종문항
ME5	다른 사람들의 성취를 보는 것은 내가 그들을 원망하게 한다.	최종문항
ME6*	욕심은 나지만 내 능력으로는 사기 어려운 비싼 시계를 차고 있는 사람을 보면 그 사람의 단점을 찾고 싶다.	예비문항
ME7*	나보다 이성에게 인기가 많은 사람을 보면 악감정이 든다.	예비문항
ME8*	큰 부를 획득한 타인에 대한 뉴스 기사를 읽으면 그 사람이 불행해지기를 바란다.	예비문항
ME9*	친구의 성공은 나의 심사를 뒤틀리게 한다.	예비문항
ME10*	큰 부를 획득한 타인에 대한 뉴스 기사를 읽으면 그 사람이 불행해지기를 바란다.	최종문항

Note. * 본 연구에서 새롭게 개발한 예비문항