

ORIGINAL ARTICLE

J Korean
Neuropsychiatr Assoc
2017;56(1):35-44
Print ISSN 1015-4817
Online ISSN 2289-0963
www.jknpa.org

한국판 리치몬드 강박구매 척도의 타당도, 신뢰도 연구

국립정신건강센터 중독정신건강의학과,¹ 임상심리건강과,² 정신건강 연구기획과,³
한양대학교 의과대학 정신건강의학교실⁴

변기환¹ · 김 란² · 한주현² · 고영미³ · 노성원⁴ · 이태경¹

Reliability and Validity of the Korean version of Richmond Compulsive Buying Scale

Gi Hwan Byeon, MD¹, Ran Kim, MA², Joo Hyun Han, MA²,
Young Mi Ko, PhD³, Sungwon Roh, MD, PhD⁴, and Tae Kyung Lee, MD, PhD¹

¹Departments of Addiction Psychiatry, ²Clinical Psychology, ³Mental Health Research,
National Center for Mental Health, Seoul, Korea

⁴Department of Psychiatry, Hanyang University College of Medicine, Seoul, Korea

Objectives The purpose of this study was to evaluate the psychometric properties of the Korean version of the Richmond Compulsive Buying Scale (RCB-K).

Methods Participants (n=598) included patients recruited through an online panel survey. For the semantic adaptation step, the scale was translated into Korean and then back-translated to English by one psychologist, one public health professional, one psychiatrist who could speak both Korean and English, and one professional translator, without communication between those involved. A confirmatory factor analysis was performed to test whether the factor structure of the RCB-K was consistent with the English version. Convergent validity was assessed by correlating the RCB-K scores with those of other scales (i.e., O'Guinn & Faber's Compulsive Buying Scale, Problem Gambling Inventory).

Results The factor structure of the RCB-K was consistent with the two-factor structure established for the original RCB. Cronbach's α was high (0.906), indicating that the reliabilities of the items in each subscale were satisfactory. The RCB-K score was significantly correlated with those for the O'Guinn & Faber's Compulsive Buying Scale ($r=0.7$) and the Problem Gambling Inventory ($r=0.422$).

Conclusion The results of the present study indicate that the RCB-K is an effective and valid scale for evaluating the severity of compulsive buying. The findings suggest that the RCB-K is a promising assessment tool for use in the treatment and study of online compulsive buying behavior.

J Korean Neuropsychiatr Assoc 2017;56(1):35-44

KEY WORDS Richmond Compulsive Buying Scale · Compulsive buying ·
Online shopping addiction · Validity.

Received September 21, 2016
Revised January 10, 2017
Accepted January 16, 2017

Address for correspondence
Tae Kyung Lee, MD, PhD
Department of Addiction Psychiatry,
National Center for Mental Health,
127 Yongmasan-ro, Gwangjin-gu,
Seoul 04933, Korea
Tel +82-2-2204-0116
Fax +82-2-2204-0389
E-mail atman@korea.kr

서 론

쇼핑(구매)의 사전상 정의는 '물건 따위를 사들임'이다.¹⁾ 쇼핑은 실제로 구매하는 행동뿐만 아니라 상품 정보를 조사하고 대안이 되는 상품의 선택을 평가하기 위해 그 정보를 가공하고 받아들이는 여러 단계로 구성된 과정이다.²⁾ 자신이 필요한 물건을 구입한다는 것은 생활을 위해 꼭 필요한 일이다. 하지만 근래에 들어서 쇼핑은 실용적인 가치 외에도 사교를 위한 사회적 활동 혹은 쾌락적인 동기에 의한 여가 활동

을 위한 것이기도 하다. 쾌락적 동기는 쇼핑행위 동안 감정이 보상이 되어 더 많은 쇼핑이 일어나도록 동기화시킨다.³⁾

쾌락적 동기가 있다는 측면에서 정신 의학자들은 질환으로서 '쇼핑중독'에 대한 기술을 20세기 초반부터 하였다. 쇼핑행위가 실용적 가치 외에 강박적이며 충동적인 양상을 보이면서 행동 문제를 나타낼 경우에 Kraepelin⁴⁾은 1915년 구매광(oniomania)이라는 명칭으로 기술하였다. Bleuler⁵⁾는 쇼핑중독을 도벽(kleptomania), 방화벽(pyromania)과 함께 편집광(monomania) 또는 본능적인 충동의 한 종류로 분류하

였다.⁵⁾

전 세계적인 산업화, 서구화의 흐름과 함께 20세기 후반 쇼핑중독은 소비자 행동학자들에 의해 '강박구매 장애'라는 명칭으로 언급되었다. O'Guinn과 Faber⁶⁾는 1989년에 만성적이고 반복적인 구매가 부정적인 사건이나 감정의 일차적인 반응이 되고, 점차 중지할 수 없게 되고, 궁극적으로 경제적, 사회적, 심리적으로 해로운 결과를 초래하는 것을 강박구매 장애라고 하였다. McElroy 등⁷⁾은 1994년에 쇼핑에 대한 갈망과 금단, 쇼핑에 대한 부적절한 집착과 같은 중독 장애의 임상적인 특징이 포함되는 강박구매 장애에 대한 새로운 기준을 제시하였다. 이후 Ninan 등⁸⁾은 불필요한 대상들에 대한 충동적이거나 강박적인 구매, Black⁹⁾은 과도하거나 조절되지 않는 소비에 관한 집착, 충동(urge), 행동들을 강박구매 장애라고 명명하였다. 상기 기술된 강박구매 장애의 정의들은 강박사고 또는 행동의 차원(dimension; 구매에 대한 집착, 반복되는 구매)과 충동조절 능력 부족의 차원(구매 욕구나 충동에 대한 조절능력의 부족) 모두를 포함한다.¹⁰⁾

쇼핑중독으로 인해 사채 문제, 가계 파탄의 위험이 크다는 점에서 점차 사회적 관심이 집중되고 있으며 국내외에서 많은 연구가 진행되고 있다. Lee와 Park¹¹⁾의 연구에서, 19세에서 28세 사이 여대생인 489명의 참가자들을 대상으로 설문 조사를 시행하였다. 그 결과 강박구매 척도(Compulsive Buying Scale, 이하 CBS) -1.34점을 절단점으로, 그것보다 낮으면 쇼핑중독 구매자 집단으로 규정 시 15.5%가 쇼핑중독으로 나타나고 있다. 이는 비단 한국만의 문제가 아니다. 2006년 미국에서 2513명의 성인들을 대상으로 무작위 전화 조사로 구매 태도와 행동, 구매 결과, 응답자의 재정과 인구학적 자료를 조사하였고, CBS 1.34점(reverse scoring)을 절단점으로 적용 시 쇼핑중독의 시점유병률(point prevalence)은 5.8%로 측정되었다.¹²⁾ 파리의 유명 백화점에서 쇼핑하는 200명의 여성을 대상으로 한 연구에서 McElroy 등⁷⁾의 기준과 Lejoyeux 등¹³⁾의 특정 질문(specific questionnaire)을 사용해서 인터뷰를 시행하였고 32.5%가 쇼핑중독의 기준을 충족하였다.¹⁴⁾

쇼핑중독에 대한 사회적 관심이 증대하고 있음에도 불구하고 현재 쇼핑중독은 공식적인 진단분류에 포함되어 있지 않다. Lawrence 등¹⁵⁾의 연구에 따르면 강박구매는 중독(addiction), 강박(obsessive-compulsiveness), 저장 강박(hoarding), 우울(depression)과 연관성이 있었다. 강박구매 평가 척도(Compulsive Buying Rating Scale), 강박구매 척도(Compulsive Buying Scale), Compulsive Acquisition Scale Buying Subscale(CAS-buy) 등의 척도를 이용해서 상호상관(inter-correlation) 관계를 분석한 결과이다. 이처럼 쇼핑중독과 연관성이 있는 저장 강박장애(hoarding disorder)가 DSM-5에

공식적인 진단 분류체계 내에 들어왔지만, 쇼핑중독이라는 공식적인 진단명은 없는 상태이다.¹⁶⁾

1990년대 중반 이후 인터넷의 광범위한 도입은 쇼핑에 대한 정보를 얻는 방법과 물건을 구입하는 과정 모두에 상당한 편의성을 부여하고 있다.¹⁷⁾ 인터넷 구매 환경은 구매 활동이 타인에게 관찰되지 않고, 구매 과정에서 사회적인 교류를 피할 수 있으며, 다양한 상품과 정보를 획득할 수 있고, 구매 즉시 만족(긍정적인 감정)을 느낄 수 있기에 쇼핑중독과의 연관성에 대한 중요성이 점차 강조되고 있다.¹⁸⁾

근래 국내에서 온라인 쇼핑의 이용이 증가하는 것으로 보고되는데, 한국 유통학회에서 발표한 '2014년 온라인 쇼핑 현황과 전망'에 따르면 2014년 기준 인터넷 쇼핑 거래액은 45조 90억 원으로 전년 대비 13.6% 증가하였다고 한다. 2011년 TV를 포함한 온라인 쇼핑의 매출액이 처음으로 대형 마트를 앞질렀고, 2013년도에는 유무선 인터넷 쇼핑이 소비매체 1위로 부상하였다.¹⁹⁾

문제가 되는 쇼핑(problematic shopping) 행동이 온라인에서도 일어나고 있다는 근거들이 선행 연구에서 제시되었다.²⁰⁾ 또한 인터넷 의존(internet dependency)이 유의미하게 온라인 쇼핑에 영향을 준다는 선행 연구도 있었다.²¹⁾ 인터넷에 기반한 문제 쇼핑 행동은 두 가지 이유로 학술적인 조사의 중요한 분야가 되고 있는데, 첫째는 e-tailing(인터넷 구매)의 급격한 성장에 비해 그러한 행동을 예측하는 인자들에 대한 연구는 제한되어 있다는 것이다.²²⁾ 둘째로는 그러한 중독 행동들의 예측 인자를 식별하는 것은 의료 전문가들, 인터넷 소매업자들, 소비자들 사이에서의 문제 인식을 향상시킬 것이 라는 점이다.²⁾

쇼핑중독에 대한 평가도구는 Valence 등²³⁾이 처음 제안한 바 있었다(Compulsive Buying Measurement Scale; 강박구매 측정 척도). 이 척도는 총 13문항, 세 가지 요인으로 구성되는데, 첫 번째가 소비하려는 경향, 두 번째가 구매하려는 갈망, 세 번째가 구매 후 후회감, 자책감이었다. 크론바흐 알파는 0.78~0.92의 범위로 측정되었다.

가장 최근에 개발된 도구는 2008년에 개발된 리치몬드 강박구매 척도(Richmond Compulsive Buying Scale, RCBS)이다. 리치몬드(Richmond) 대학의 Ridgway 등¹⁰⁾이 기존 평가도구들과는 다른 구성을 위해 만든 자기보고식 척도이다. 리치몬드 강박구매 척도의 특징을 살펴보면 첫째, 강박구매를 부분적으로는 강박장애로, 또 부분적으로는 충동조절 장애로 보았다는 점이다. 대부분의 이전 연구자들은 강박구매를 충동조절 장애 측면에 주안을 둔 탓에 문제의 강박적인 측면을 평가할 문항이 없었다.^{24,25)} 충동조절 장애(impulse control disorder)는 해로운 결과를 초래하는 행위를 수행하

는 것에 대한 저항할 수 없는 충동이 특징이다. 반면, 강박장애(obsessive compulsive disorder)는 집착과 같은 강박사고와 강박행동을 수반해서 장애와 불안을 발생시켜 많은 시간을 소요하게 하고 일상 생활에 지장을 주게 된다. 강박구매 장애를 강박 스펙트럼 장애(obsessive-compulsive spectrum disorder)로 분류하는 근거는 강박장애처럼 소비자가 구매와 관련된 생각에 집착하고 그로 인한 불안을 완화시키기 위해서 반복된 구매행동을 수행한다는 것이다.²⁶⁾ 또한 충동조절 장애처럼 소비자는 구매에 대한 충동(urge)을 조절하지 못한다. 충동조절 장애와 강박구매 장애 모두 충동(urge)에 대한 조절 능력의 상실과 이에 뒤따르는 행위에 대한 충동을 포함한다.²⁷⁾ 리치몬드 강박구매 척도는 강박구매 장애를 강박장애와 충동조절 장애가 중복되는(overlap) 질환으로 보았고 양 측면 모두를 평가하고자 하였다. 둘째, 이전에 개발된 척도들이 재정적인 문제와 채무 항목을 포함하고 있었지만, 리치몬드 강박구매 척도는 제외하였다. 실제 강박구매자들 중에는 많은 금액을 소비하지만 기존에 가용할 수 있는 자원이 풍부하거나 또는 구매 직전의 단계에서 중단해서 재정적인 문제가 없을 수도 있다.²⁸⁾ 리치몬드 강박구매 척도는 쇼핑 과정 자체 또는 구매자의 성향에 초점을 맞추어서 기존 척도들에서 질환으로 진단되지 않았지만 강박구매 성향이 있는 사람들을 선별할 수가 있다. 쇼핑의 정의가 구매를 목적으로 재화와 용역을 조사하는 것을 말한다는 것을 상기하면, 사람들 중에는 실제 구매행동 없이 강박성 쇼핑을 할 수 있다는 점을 이해할 수 있다. 또한 금전적 손실 이외에도 반복되는 쇼핑에 대한 집착으로 자존감 저하, 부정적인 감정, 대인 관계의 철퇴 등의 결과가 초래될 수 있음을 고려하면 기존 척도의 한계점을 발견할 수 있다. 리치몬드 강박구매 척도는 이러한 한계점을 극복하고자 하였다.¹⁰⁾ 이후 상기 척도는 임상적 효용성을 인정받아 헝가리어,²⁹⁾ 브라질어³⁰⁾로 번안되었다.

인터넷의 도입 등으로 인해 급증하는 온라인 쇼핑중독의 문제를 해결하려면 쇼핑중독에 대한 정신 병리적 특성을 평가하는 것이 필요하며, 이를 평가하기 위한 신뢰성 있는 도구의 개발이 필요하다. 이 때문에 본 연구에서는 기존에 개발되어 널리 사용되고 있는 리치몬드 강박구매 척도를 한국어로 번역하고, 한국의 온라인 쇼핑을 이용하는 성인을 대상으로 한 웹 기반 설문조사를 시행하였다. 설문 결과를 이용하여 한국어판 리치몬드 강박구매 척도의 신뢰성 및 타당도를 검증하여 유용한 평가 척도를 개발하고자 하였다. 또한 기존 타당도가 입증된 척도들과의 상관관계 분석을 통한 번역 척도의 외적 타당도 검증을 하였다. 동시에 한국 인터넷 쇼핑중독의 인구 통계학적 특성과 관련된 설문을 시행하였다. 이

를 통해 한국에서 온라인 쇼핑중독이 보이는 특성을 파악하여 향후 효과적인 치료 및 예방 프로그램을 구성하는 데 기초 자료를 제공하고자 하였다.

방 법

대 상

본 연구의 참가자는 2015년 8월 기준 대한민국에 거주하며 온라인 쇼핑 경험이 있는 만 20세에서 만 69세까지의 남성과 여성으로, 설문 조사 전문 기관을 통해 이메일(e-mail)과 웹(web)을 통해 모집하였다. 제외 기준은 법원에서 한정치산 및 금지판정을 받은 경우, 간질장애 및 주요 정신장애로 장애 판정을 받은 경우(조현병, I형 양극성장애, 주요 우울장애)였다. 제외 기준의 적용은 설문지에 기재한 자가보고에 기반하였다. 기존 연구의 쇼핑중독 유병률을 약 20%(6~32%), 신뢰도를 99%, 표본 오차를 5%로 정하고 범주화된 변수(쇼핑중독의 유병 유무)의 기술적 연구(descriptive study)에서의 표본 수 예측법을 사용하였다.

$$4Z\alpha^2 \frac{P(1-P)}{W^2}$$

공식을 사용하여 최소 필요 연구 대상자를 426명으로 산출하였다. 유병률 P를 0.2, 99%의 신뢰 구간에서 $Z\alpha=2.58$, 신뢰 구간의 총 넓이(W=total width)는 표본오차×2인 0.1로 정하고 대입한 결과이다.³¹⁾ 온라인상에서 자율적인 참여로 이루어지는 것을 고려하여 설문을 완료하지 않는 불성실 응답자를 약 30%까지 예상하여 총 670명을 모집하고자 하였다. 2014년 12월 말 주민등록 구성비에 따라 성별과 연령을 반영하여 비례 할당하여 무작위 표본 추출(random sampling) 방법으로 표집하여 연구에 대한 설명문 및 설문지가 포함된 이메일을 발송하였고 598명이 최종적으로 결과 분석에 포함되었다.

이메일과 설문 참여 시작 화면에 연구에 대한 설명문을 제시하고 본인이 원하는 경우 참여 단추를 클릭하면 연구에 참여할 수 있도록 했다. 온라인 설문 조사는 2015년 8월 18일부터 9월 18일 사이에 이루어졌다.

설문지 첫 페이지에 연령, 성별, 온라인 쇼핑 경험 유무를 묻는 질문을 통해서 연구 대상자 여부를 선별하였다. 연구 설명문을 읽은 후 참여키를 누른 경우 연구 참여에 자발적으로 동의한 것으로 간주하였다. 설문 참여 도중 철회한 경우 작성한 모든 정보는 수집, 보관되지 않고 폐기했다. 본 연구는 국립서울병원(현 국립정신건강센터) 내부 연구 계획으로 시행되었으며, 국립서울병원 임상시험 심사위원회(IRB)의 승인을 취득하였다.

설문 항목은 성별, 나이, 결혼 여부, 교육 수준, 직업군, 근무 시간대, 온라인 쇼핑 시간 등 인구 통계학적 변인과 함께 평가 도구들이 포함되었다.

평가 도구

리치몬드 강박구매 척도(Richmond Compulsive Buying Scale, RCBS)

리치몬드 강박구매 척도는 총 6문항으로 구성되고, 1점부터 7점까지의 리커트 척도로 총점은 0점에서 42점 사이의 범위에 해당한다. 점수가 높을수록 강박구매 성향이 높음을 의미한다. Ridgway 등¹⁰⁾이 시행한 연구에서 높은 신뢰도가 보고되었고(크론바흐 알파=0.84), 구성 타당도와 관련하여 요인 구조는 2가지로, 첫 번째 요인에 해당하는 3문항(1, 2, 3)은 강박구매(obsessive-compulsive buying), 두 번째 요인에 해당하는 3문항(4, 5, 6)은 충동구매(impulsive buying)로 보고되었다. 해당 연구에서 임상군에 대한 타당도 조사(validation)에서 절단점(cut-off)은 25점이었고 그 이상의 점수는 강박구매 장애로 분류되었다. 절단점을 적용 시 95.4%의 민감도와 89.1%의 특이도가 측정되었다. 최근 시행된 연구에서 확인적 요인 분석 결과 기존 가설에 따른 두 개의 요인 구조가 확인되었고, 크론바흐 알파는 0.78이었다.³²⁾

원척도에서 'I consider myself an impulse purchaser' 항목이 6번째에 있었지만, 번역 과정에서 '매우 그렇지 않다-매우 그렇다'와 '전혀 없다-매우 빈번하다'의 두 가지 방식으로 대답하는 리커트 질문 양식에 적합하게 맞추기 위해서 번안 척도에서는 4번째에 위치하였다. 2013년 브라질에서 시행된 척도의 번역 및 타당도 조사 연구에서도 원척도의 6번 항목을 4번째에 기재하였다.³⁰⁾ 부록 1, 2에 원척도와 번안 척도가 모두 첨부되어 있다.

리치몬드 강박구매 척도를 기존 연구에서 타 국가어로 번역 및 타당도를 검증하는 방식을 참조하여³⁰⁾ 한국어판으로 번역하였다. 먼저 리치몬드 강박구매 척도 번역판에 대하여 원 제작자인 리치몬드 대학의 Ridgway 교수로부터 저작권 양해 서신을 받았다. 이후 리치몬드 강박구매 척도의 개별 문항을 임상 심리 전문가 1인, 보건학 전공자 1인이 각각 번역한 뒤, 이를 정신과 전문의 1인과 이중 언어 사용자 1인이 역번역하였다. 이후, 번역의 적절성 등을 평가하기 위한 전문가 회의 및 자문을 거쳐 예비 척도 문항이 국내 온라인 쇼핑중독 행위를 측정하는 데 적합하며, 원척도의 목적을 왜곡 없이 잘 반영하는지를 검토한 후, 최종 설문 문항으로 구성하였다. 이후 본 연구의 결과에 근거한 요인 추출 과정을 통해서 적합한 항목을 선정하기로 하였다.

도박중독 척도(Korean version of Canadian Problem Gambling Index, K-CPGI)

Ferris와 Wynne³³⁾이 도박중독 수준을 측정하기 위해 개발한 척도이다. 총 9개 문항을 4점 척도(0 : 전혀 그렇지 않다, 1 : 가끔 그렇다, 2 : 자주 그렇다, 3 : 항상 그렇다)로 평정하며 총점의 범위는 0점에서 27점이다. 총점을 기준으로 비문제 도박(0점), 저위험 도박(1~2점), 중위험 도박(3~7점), 문제 도박(8점 이상)으로 분류한다. 한국판 척도는 Kim 등³⁴⁾에 의해 표준화되었으며, 탐색적 요인 분석 결과 하나의 요인이 나타났고, 해당 연구에서 보고한 크론바흐 알파는 0.94였다. 도박중독 척도인 Korean version of National Opinion Research Center DSM-IV Screen for Gambling Problem-2011 (KNODS-2011)과의 상관관계수가 0.79로 수렴 타당도가 입증되었다.

강박구매 척도(Compulsive Buying Scale, CBS)

O'Guinn과 Faber,⁶⁾ Valence 등²³⁾이 개발한 두 척도를 Hong³⁵⁾이 국내 실정에 맞춰 재구성했으며, 이를 Song³⁶⁾이 14개 문항으로 수정 및 보완한 척도이다. 원척도는 7개의 문항을 5점 리커트 척도(1 : 전혀 그렇지 않다, 2 : 그렇지 않은 편이다, 3 : 그저 그렇다, 4 : 그런 편이다, 5 : 매우 그렇다)로 평정하며, 총점은 문항마다 가중치를 달리하여 $-9.69+(Q1a \times 0.33)+(Q2a \times 0.34)+(Q2b \times 0.50)+(Q2c \times 0.47)+(Q2d \times 0.33)+(Q2e \times 0.38)+(Q2f \times 0.31)$ 방정식을 사용하여 계산하였다(원척도 설문 문항은 1a, 2a~2f로 구성). 평균으로부터 2SD 이상을 기준으로 한 절단점은 -1.34점으로, 그 이하의 점수는 강박구매자로 분류되었다. 원척도의 요인 분석(principal component factor analysis)에서 하나의 요인이 도출되었고 신뢰도 분석 시 크론바흐 알파는 0.95였다. 타당도를 검증하기 위해 일반 참가자들 중 강박구매 척도 시행 결과 강박구매자로 분류된 군과 스스로를 강박구매자라고 인식하는 군, 일반적인 소비자(general consumers)군을 자존감, 판타지, 물질주의, 시기심, 대상 집착, 후회, 강박 척도 등의 변수로 비교하였다. 강박구매 척도에서 강박구매자로 선별된 군이 스스로를 강박구매자라고 인식하는 군과 14개의 변수 중 13개에서 통계적으로 유의한 유사함을 보였다.²⁵⁾ Song과 Lee³⁷⁾의 연구에서 번역 척도의 크론바흐 알파는 0.87로 보고되었다. 본 연구에서는 문항에 대한 가중치를 부여하지 않았고 총점은 14~70점의 범위였다. Song³⁶⁾이 시행한 소비자의 구매중독 성향 연구에서 문항에 가중치를 부여하지 않았고 평균은 28.82점, 표준 편차는 8.75였고, 평균으로부터 2SD 이상 군은 47점 이상, 전체의 4.0%를 차지하였다.

통계 분석

설문 자료를 바탕으로 우선 참가자의 인구 사회학적 특성을 파악하기 위한 기술 통계를 실시하였다(성별, 나이, 결혼 여부, 교육 수준, 직업군, 근무형태 및 시간대, 가정 수입). 한국어판 리치몬드 강박구매 척도의 내용 타당도를 검증하기 위해서 요인 분석을 시행하였다. 선행 연구 결과를 바탕으로 확인적 요인 분석을 시행했고 기존 영문판 리치몬드 원척도의 하위 요인과 비교하였다. Kaiser-Meyer-Olkin(이하 KMO)와 바렛(Bartlett) 검정이 요인화된 데이터들을 평가하기 위해 사용되었다. 고유값 기준 1 이상 요인들이 평가되었다.

요인 분석으로 추출한 각 하위 요인의 크론바흐 알파값을 구하여 내적 합치도 및 신뢰도를 구하였다. 또한 구성 타당도를 검증하기 위해 피어슨 상관관계 분석을 통해서 기존 검증된 정신건강 측정 도구들과의 상관관계를 구하였고, 이를 통해 공준 타당도 및 변별 타당도를 파악하였다.

본 연구의 모든 통계 분석은 SPSS 21.0(SPSS Inc., Chicago, IL, USA)을 사용하였으며 유의 수준 0.05로 분석하였다.

결 과

인구 사회학적 특성

전체 표본의 인구 통계학적 특성은 표 1에서 제시되어 있다. 연령은 20대가 17.6%, 30대가 21.7%, 40대가 24.7%, 50대가 22.9%, 60대가 13.0%였다. 성별의 경우 남성이 50.7%, 여성이 49.3%로 비슷한 비율이었다. 기혼자(61.9%)가 미혼자(31.3%)에 비해 많았다. 직업군 중에선 상용 근로자(51.8%), 전업 주부(12.5%)의 순이었다. 월 평균 개인 수입(용돈)은 100만 원 미만이 제일 많았고(21.9%), 월 평균 가구 소득은 300만 원 미만(22.4%)이 가장 많았다.

금번 연구의 참여자를 대상으로 시행한 리치몬드 척도의 평균 점수는 14.85였고, 표준 편차는 7.66, 중앙값은 13.0이었다. 선행 연구에서의 절단점인 25점¹⁰ 이상은 전체의 11.7%를 차지하였고, 이는 서론에 제시된 기존 연구들에서의 강박구매 장애 유병률의 변이 범위 내에 있다.^{11,12,14}

번역 척도의 요인 분석

한국어판 리치몬드 강박구매 척도의 요인 분석을 위해서 기존 원본 척도의 선행 연구 결과¹⁰에 따라 전체 문항을 포함하되 요인 수를 2개로 제한한 확인적 요인 분석을 실시하였다. 이때 베리맥스 회전을 사용하여 요인들을 회전시킴으로써 요인의 해석을 돕고자 하였다. 주요인 추출에서 사용한 베리맥스 회전은 100회의 회전을 하였고 이는 빠른 계산을

(calculation rate)을 보장하며 타당도 검증에 적합하였다.³⁸⁾ KMO값이 0.863으로 요인 분석을 위한 변수들의 선정이 좋았음이 검증되었다. 바렛 구형성 검정 결과 유의 확률이 0.000으로 요인 분석 모형이 적합한 것으로 나왔다.

주성분 분석 결과 2개의 요인이 추출되었고 각각은 41.24%, 37.965%의 분산을 설명하였다(표 2). 이는 원본 척도의 두

Table 1. Characteristics of the study subjects (n=598)

	n (%)
Sex	
Male	303 (50.7)
Female	295 (49.3)
Age	
20's	105 (17.6)
30's	130 (21.7)
40's	148 (24.7)
50's	137 (22.9)
60's	78 (13.0)
Education	
Undergraduate high school	115 (19.2)
2/3 year college	115 (19.2)
4 year college	297 (49.7)
Graduate school	71 (11.9)
Marital status	
Married	370 (61.9)
Unmarried	187 (31.3)
Others	41 (6.9)
Occupation	
Employer, independent businessman	73 (12.2)
Regular employee	310 (51.8)
Student	52 (8.7)
Homemaker	75 (12.5)
Unemployed	39 (6.5)
Others	49 (8.2)
Personal income or an allowance per month	
Under 1 million won	131 (21.9)
1-1.99	129 (21.6)
2-2.99	127 (21.2)
3-3.99	90 (15.1)
4-4.99	56 (9.4)
Over 5 million won	65 (10.9)
Household income per month	
Under 3 million won	134 (22.4)
3-3.99	115 (19.2)
4-4.99	119 (19.9)
5-5.99	82 (13.7)
6-6.99	48 (8.0)
7-7.99	41 (6.9)
Over 8 million won	59 (9.9)

개의 주요인(구매행동 시의 지속되고 반복되는 걱정, 물건을 구매하는 데 낮은 충동)과 일치하였다.

회전된 성분행렬 해석에서 한국어로 번역된 척도의 항목들은 원척도와 일치하게 두 개의 하위 요인(1, 2, 3번 항목/4, 5, 6번 항목)으로 나뉘어졌다(표 3). 이는 원척도에 대한 최신 연구에서도 확인되었다.³²⁾ 모든 항목의 적재(loading)는 0.5 이상으로 원척도에 비견할 만했다. 4번 문항의 경우 요인 1, 2 모두에서 0.5 이상의 이중 부하가 있는 것으로 측정되었지만 요인 2의 부하량이 상대적으로 더 컸다.

번역 척도의 내적 일치도(신뢰도)

크론바흐 알파를 통한 번역 척도 총점 및 각 요인별 신뢰도 조사 결과 리치몬드 척도 전체 총점의 크론바흐 알파값은 0.906으로 신뢰성 있게 나왔고, 이는 원척도의 크론바흐 알파값인 0.84를 상회하고,¹⁰⁾ 통상적으로 만족스러운 신뢰도인 0.80³⁹⁾을 넘은 것이다.

요인 분석의 결과로 도출된 주요인들의 크론바흐 알파 역시 각각 0.858, 0.859로 신뢰성 있는 결과가 나왔다(표 4). 전체 척도의 크론바흐 알파값에서 각 항목을 제거 시 전체 척도의 크론바흐 알파값이 하락하는 것으로 보아서, 제거할 해당 항목은 없다고 판단된다. 다만 두 개의 주요인으로 나누어 각각 측정된 크론바흐 알파값에서, 주요인 1에서 1번 항목을 제외 시 크론바흐 알파값이 0.858에서 0.888로 증가하기는 하지만, 항목 제외 전도 충분히 신뢰도가 있는 값이기에 6개의 항목은 적합한 것으로 보인다.

번역 척도의 타당도

외적 타당도 평가를 위한 기존 타당도가 입증된 측정 도구들[강박구매 척도(CBS), 도박중독 척도(Korean version of

Canadian Problem Gambling Index, 이하 K-CPGI)]과의 상관관계 분석을 시행하였고 상관계수는 둘 다 0.01로 유의수준하에서 유의한 결과가 나왔다(표 5).

강박구매 척도와 상관계수가 0.700으로 다소 높은 상관관계가 있는 것으로 나왔고, 도박중독 척도와 상관계수는 0.422였다. 이미 타당도가 검증된 기존의 강박구매 척도(CBS) 및 도박중독 척도(K-CPGI)와 상관관계가 있는 것으로 보아 수렴 타당도가 있다고 판단할 수 있다. 도박중독 역시 쇼핑중독과 유사하게 강박성과 충동성의 차원을 포함하고⁴⁰⁾ 유사한 두 질환 사이엔 상관관계가 나타날 수 있다는 점에서 수렴 타당도의 근거로 판단하였다. 다만 강박구매 척도와 비교 시 상대적으로 상관계수가 낮았다는 점에서 강박구매와 도박중독이라는 유사하면서도 다른 개념을 측정하는 변별 타당도의 근거가 된다.

고 찰

이번 시행한 연구의 목적은 리치몬드 강박구매 척도의 한국어판 번역본의 신뢰도와 타당도를 검증하고, 한국의 실정에 맞는 평가 도구임을 입증하는 것이었다. 번역 척도의 요인 분석 결과 원척도의 구조처럼 두 개의 주요인이 도출되었고 이는 원척도에서 강조한 강박구매 장애의 두 측면(dimen-

Table 2. Factor analysis

Factor	Loading		
	Total	% variance	% accumulation
1	2.474	41.240	41.240
2	2.278	37.965	79.205

Table 3. Factor loading on translated scale item (Korean version)

RCBS item	Factor	
	1	2
1. My closet has unopened shopping bags in it (내 옷장 안에는 열어보지 않은 쇼핑백들이 있다).	0.823	
2. Others might consider me as a 'shopaholic' (다른 사람들이 나를 쇼핑중독자로 생각할지도 모른다).	0.812	
3. Much of my life centres around buying things (내 일상의 대부분은 물건 구입에 집중되어 있다).	0.787	
4. I consider myself an impulse purchaser (나는 스스로를 충동 구매자로 생각한다).	0.547	0.645
5. I buy things I don't need (나는 내가 필요하지 않은 물건들을 산다).		0.796
6. I buy things I did not plan to buy (나는 내가 사려고 계획하지 않은 물건을 산다).		0.916

RCBS : Richmond Compulsive Buying Scale

Table 4. Internal consistency

	Cronbach's alpha
Total score	0.906
Main factor 1 (1, 2, 3)	0.858
Main factor 2 (4, 5, 6)	0.859

Table 5. Correlation between Korean version RCBS and other scales

Scale	Coefficeint of pearson correlation (r)
CBS	0.700*
K-CPGI	0.422*

* : p<0.01. CBS : Compulsive Buying Scale, K-CPGI : Korean version of Canadian Problem Gambling Index, RCBS : Richmond Compulsive Buying Scale

sion)과 일치한다. 다만 번역 척도에서 4번 항목의 경우 요인 1, 2에서 각각 0.547, 0.645의 적재량을 가져서 둘 다 기준값인 0.50을 상회하였다. 원척도를 개발한 연구에서는 확인적 요인 분석(confirmatory factor analysis) 시에 6번(금번 연구의 4번 항목) 항목이 요인 1에서 0.70, 요인 2에서 0.50 미만의 적재량을 가져서 비교적 명확하게 충동성이라는 측면에 포함되었다.¹⁰⁾ 2013년에 브라질에서 시행된 타당도 조사에서는 4번 항목이 요인 1, 2에서 각각 0.84, 0.27의 적재량을 가졌고 원척도의 요인 구조와 일치하였다.³⁰⁾ 4번 항목은 '나는 스스로를 충동구매자라고 생각한다'로 번역되었다. 5번(나는 내가 필요하지 않은 물건들을 산다)과 6번(나는 내가 사려고 계획하지 않은 물건을 산다) 항목은 임상가들이 평가하는 '충동성'에 대한 비교적 명확한 표현이다. 반면 4번에서 두 개의 요인에서 이중 부하가 된 것은 한국의 소비자들에게 있어서 '충동구매자'라는 단어의 쓰임이 영어의 'impulsivity' 외의 차원을 포함할 수도 있다는 점을 시사한다. 표준국어대사전에 따르면 '충동구매'는 물건 따위를 살 필요나 의사가 없이, 물건 따위를 구경하거나 광고를 보다가 갑자기 사고 싶어져 사는 행위를 의미한다.¹⁾ 갑자기 물건을 사고 싶어졌을 때 그것에 대한 반복 생각을 하고, 그로 인한 불안을 느끼고, 이에 수반되는 구매에 이르기까지 여러 행동이 뒤따를 수도 있음을 고려해 보면 강박적인 측면의 의미가 담겨 있다고 볼 수 있다. 즉 한국에서는 '충동구매'가 영어권의 'compulsive buying'을 어느 정도 대체하는 의미로 쓰일 가능성도 있음을 시사하는 것이다. 이를 뒷받침하기 위한 후속 연구가 뒤따라야 한다고 본다.

또한 참가자들에게 배포한 설문지에서 리커트 척도로 리치몬드 강박구매 척도 점수를 평가하는 과정에서 1, 2, 3, 4번 항목을 '매우 그렇지 않다-매우 그렇다'로 평정하고, 5, 6번 항목은 '전혀 없다-매우 빈번하다'로 평정한 것도 참가자들에게 마치 동일한 두 개념을 측정하는 듯한 오인을 불러 일으켰을 가능성도 있다. 하지만 원척도의 설문 역시 순서가 다르지만 같은 방식의 리커트 척도로 대답하도록 구성되었고,¹⁰⁾ 그럼에도 이중 부하가 나타나지 않은 점에서 상기 가능성은 떨어진다고 본다. 또한 브라질에서 시행된 번안 및 타당도 조사 연구에서는 금번 연구에서 번역된 항목의 순서와 같았음에도 원척도의 요인 구조가 그대로 유지되었다.³⁰⁾

타당도 검증을 거친 기존 척도들과의 피어슨 상관관계 분석 결과 통계적으로 유의미한 상관관계가 있었고, 이는 강박구매라는 추상적인 개념이 리치몬드 강박구매 척도에 의해서 잘 측정됨을 의미했다. 특히 강박구매 장애 평가를 목표로 만들어진 강박구매 척도⁶⁾와 높은 상관 관계를 보였고, 선행 연구에서 쇼핑중독과 관련 있는 것으로 여겨지는 행위중

독(도박중독)¹⁵⁾의 척도와도 양의 상관관계가 있었다. 이 결과는 선행 연구에서 도박중독을 비롯한 행위중독 또는 물질중독과 강박구매 장애 사이에 조작적인 정의에서 유사성이 있다는 결과와 일치하는 바이다.^{15,40-43)}

제한점

본 연구의 제한점으로 첫째, 금번 연구는 임상군을 따로 모집해서 포함하지 않았기 때문에 원척도의 선행 연구³⁰⁾와는 달리 척도의 특이도와 민감도를 구할 수 없었고 절단점(cut off)을 구할 수 없었다. 연구 대상 모집 및 선별부터 임상 진단 능력이 있는 의료진이 참여하지 못했던 한계가 있었고 이러한 이유로 참여자의 제외 기준 역시 설문자의 자가 보고에 의지할 수밖에 없었다. 또한 온라인 조사 업체를 통해 실시한 1회 설문에 바탕을 한 연구로 반복 설문을 시행하지 못했고, 이에 따라서 번역 척도의 검사-재검사 신뢰도를 측정할 수 없었다. 금전과 시간상의 여건 등으로 참여자에 대한 추적 설문이 어려웠던 점은 금번 연구의 가장 큰 한계점으로 추후 진행되는 후속 연구에서 이에 대한 고려가 필요하다고 본다.

둘째로는 원척도와 일치하는 요인 구조와 신뢰도가 통계적 결과로 나왔지만, 번역 척도 4번 항목(원척도에선 6번)의 경우 두 개의 주요인에 대한 부하량이 모두 0.5 이상으로 나온 것이다. 비록 요인 2에 대한 부하량이 0.645로 요인 1에 대한 부하량 0.547보다 상대적으로 더 커서 원본의 요인 구조와 일치한다고도 볼 수 있지만, 원본과 최근 연구들에서 두 개의 주요인으로 뚜렷이 구분되는 것에 비하면 불만족스러운 결과로 볼 수 있다.^{10,30,32)} 추후 연구에서 4번 항목에 대한 더욱 심도 있는 논의가 필요하다.

결 론

본 연구에서 리치몬드 강박구매 척도를 한국어와 국내 실정에 맞게 번역한 결과물에 대한 타당도, 신뢰도 연구를 시행하였고, 신뢰도와 타당도에서 의미 있는 결과를 보였다. 리치몬드 강박구매 척도는 비교적 짧아(6항목) 시행하기 편리하면서도 강박구매 장애의 두 차원(two dimension)을 모두 포함하여 상기 질환의 연구에 유용하게 사용될 수 있다. 국내에서도 점차 증가하는 유행병으로 인해 강박구매 장애의 중요성은 점차 증대되고 있고, 금번의 연구 결과가 향후 상기 질환의 역학적 연구와 치료법 개발에 도움이 되길 기대한다.

중심 단어 : 리치몬드 강박구매 척도 · 강박구매 · 온라인 쇼핑중독 · 타당도.

Acknowledgments

이 논문은 2015년 국립정신건강센터 내부연구사업(과제번호 2015-05)의 지원을 받아 수행된 연구임.

Conflicts of Interest

The authors have no financial conflicts of interest.

REFERENCES

- 1) National Institute of Korean Language. The standard Korean language grand dictionary. 2016 [cited 2016 Jul 22]. Available from: <http://std-web2.korean.go.kr/main.jsp>
- 2) Rose S, Dhandayudham A. Towards an understanding of internet-based problem shopping behaviour: the concept of online shopping addiction and its proposed predictors. *J Behav Addict* 2014;3:83-89.
- 3) Holbrook MB, Hirschman EC. The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *J Consum Res* 1982;9:132-140.
- 4) Kraepelin E. *Psychiatrie: Ein Lehrbuch*. 8th ed. Leipzig: Barth;1915.
- 5) Bleuler E. *Textbook of psychiatry*. New York: Macmillan;1930.
- 6) O'Guinn TC, Faber RJ. Compulsive buying: a phenomenological exploration. *J Consum Res* 1989;16:147-157.
- 7) McElroy SL, Keck PE Jr, Pope HG Jr, Smith JM, Strakowski SM. Compulsive buying: a report of 20 cases. *J Clin Psychiatry* 1994;55:242-248.
- 8) Ninan PT, McElroy SL, Kane CP, Knight BT, Casuto LS, Rose SE, et al. Placebo-controlled study of fluvoxamine in the treatment of patients with compulsive buying. *J Clin Psychopharmacol* 2000;20:362-366.
- 9) Black DW. Compulsive buying disorder: definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs* 2001;15:17-27.
- 10) Ridgway NM, Kukar-Kinney M, Monroe KB. An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *J Consum Res* 2008;35:622-639.
- 11) Lee SH, Park JE. Factors affecting addictive shopping behavior on fashion product comparison of off-line & on-line shopping. *J Korean Soc Cloth Text* 2007;31:269-279.
- 12) Koran LM, Faber RJ, Aboujaoude E, Large MD, Serpe RT. Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *Am J Psychiatry* 2006;163:1806-1812.
- 13) Lejoyeux M, Haberman N, Solomon J, Adès J. Comparison of buying behavior in depressed patients presenting with or without compulsive buying. *Compr Psychiatry* 1999;40:51-56.
- 14) Lejoyeux M, Mathieu K, Embouazza H, Huet F, Lequen V. Prevalence of compulsive buying among customers of a Parisian general store. *Compr Psychiatry* 2007;48:42-46.
- 15) Lawrence LM, Ciorciari J, Kyrios M. Relationships that compulsive buying has with addiction, obsessive-compulsiveness, hoarding, and depression. *Compr Psychiatry* 2014;55:1137-1145.
- 16) American Psychiatric Association. *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5®)*. 5th ed. Washington, DC: American Psychiatric Publishing;2013.
- 17) Rose S, Samouel P. Internal psychological versus external market-driven determinants of the amount of consumer information search amongst online shoppers. *J Market Manag* 2009;25:171-190.
- 18) Kukar-Kinney M, Ridgway NM, Monroe KB. The relationship between consumers' tendencies to buy compulsively and their motivation to shop and buy on the Internet. *J Retailing* 2009;85:298-307.
- 19) Kim YT. *The present condition and prospect of online shopping in 2014*. Seoul: Korea Distribution Association;2014. p.77-92.
- 20) Chen K, Tarn JM, Han BT. Internet dependency: its impact on online behavioral patterns in e-commerce. *Hum Syst Manag* 2004;23:49-58.
- 21) Patwardhan P, Yang J. Internet dependency relations and online consumer behavior: a media system dependency theory perspective on why people shop, chat, and read news online. *J Interact Advert* 2003;3:57-69.
- 22) Sun T, Wu G. Trait predictors of online impulsive buying tendency: a hierarchical approach. *J Mark Theory Pract* 2011;19:337-346.
- 23) Valence G, d'Astous A, Fortier L. Compulsive buying: concept and measurement. *J Consum Policy* 1988;11:419-433.
- 24) Black DW. Compulsive buying: a review. *J Clin Psychiatry* 1996;57 Suppl 8:50-54; discussion 55.
- 25) Faber RJ, O'Guinn TC. A clinical screener for compulsive buying. *J Consum Res* 1992;19:459-469.
- 26) McElroy SL, Phillips KA, Keck PE Jr. Obsessive compulsive spectrum disorder. *J Clin Psychiatry* 1994;55 Suppl:33-51; discussion 52-53.
- 27) Hollander E, Dell'Osso B. New developments in an evolving field. *Psychiatr Times* 2005;22:17.
- 28) Tian KT, Bearden WO, Hunter GL. Consumers' need for uniqueness: scale development and validation. *J Consum Res* 2001;28:50-66.
- 29) Paksi B, Rózsa S, Kun B, Arnold P, Demetrovics Z. Addictive behaviors in Hungary: the methodology and sample description of the national survey on addiction problems in Hungary (NSAPH). *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika* 2009;10:273-300.
- 30) Leite P, Rangé B, Kukar-Kinney M, Ridgway N, Monroe K, Ribas Junior R, et al. Cross-cultural adaptation, validation and reliability of the Brazilian version of the Richmond Compulsive Buying Scale. *Rev Bras Psiquiatr* 2013;35:38-43.
- 31) Hulley SB, Cummings SR, Browner WS, Grady DG, Newman TB. *Designing clinical research*. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins;2013.
- 32) Maraz A, Eisinger A, Hende B, Urbán R, Paksi B, Kun B, et al. Measuring compulsive buying behaviour: psychometric validity of three different scales and prevalence in the general population and in shopping centres. *Psychiatry Res* 2015;225:326-334.
- 33) Ferris J, Wynne H. *The Canadian problem gambling index: final report*. Ottawa: Canadian Centre on Substance Abuse;2001.
- 34) Kim AY, Cha JE, Kwon SJ, Lee SM. Construction and validation of Korean version of CPGI. *Korean J Psychol* 2011;30:1011-1038.
- 35) Hong SC. *An exploratory study on the concept and measurement of compulsive buying behavior [dissertation]*. Seoul: Hanyang University;1990.
- 36) Song IS. *Consumer's addictive buying tendencies and determinants [dissertation]*. Seoul: Seoul National University;1993.
- 37) Song IS, Lee KC. Determinants of addictive buying tendencies. *Int J Consum Stud* 1994;5:157-172.
- 38) Nunnally JC. *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill;1967.
- 39) George D, Mallery P. *SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference (11.0 update)*. Boston: Allyn & Bacon;2003.
- 40) Jiménez-Murcia S, Granero R, Moragas L, Steiger H, Israel M, Aymami N, et al. Differences and similarities between bulimia nervosa, compulsive buying and gambling disorder. *Eur Eat Disord Rev* 2015;23:111-118.
- 41) Grant JE, Schreiber LR, Odlaug BL. Phenomenology and treatment of behavioural addictions. *Can J Psychiatry* 2013;58:252-259.
- 42) Fernández-Aranda F, Jiménez-Murcia S, Alvarez-Moya EM, Granero R, Vallejo J, Bulik CM. Impulse control disorders in eating disorders: clinical and therapeutic implications. *Compr Psychiatry* 2006;47:482-488.
- 43) MacLaren VV, Best LA. Multiple addictive behaviors in young adults: student norms for the Shorter PROMIS Questionnaire. *Addict Behav* 2010;35:252-255.

■ 부 록 ■

부록 1. 리치몬드 강박구매 척도(Translated Richmond Compulsive Buying Scale)

당신을 가장 잘 표현하는 응답을 선택하십시오.	매우 그렇지 않다. ←————→ 매우 그렇다.						
	1	2	3	4	5	6	7
1. 내 옷장 안에는 열지 않은 쇼핑백들이 있다.							
2. 다른 사람들이 나를 쇼핑중독자로 생각할지도 모른다.							
3. 내 일상의 대부분은 물건 구입에 집중되어 있다.							
4. 나는 스스로를 충동구매자라고 생각한다.							
	전혀 없다. ←————→ 매우 빈번하다.						
	1	2	3	4	5	6	7
5. 나는 내가 필요하지 않은 물건들을 산다.							
6. 나는 내가 사려고 계획하지 않았던 물건들을 산다.							

부록 2. Original Richimond Compulsive Buying Scale

1	My closet has unopened shopping bags in it.
2	Others might consider me as a 'shopaholic'.
3	Much of my life centres around buying things.
4	I buy things I don't need.
5	I buy things I did not plan to buy.
6	I consider myself an impulse purchaser.

All items are measured by 7-point Likert scale(1 : strongly disagree, 7 : strongly agree). 4th and 5th items are exception (1 : never, 7 : very often)