

# 태도유사성과 집단소속에 따른 대인매력

석동헌  
대구대학교 심리학과 교수

## Effects of Attitude Similarity and Group Membership on Interpersonal Attraction

Dong-Heon Seok  
Professor, Dept. of Psychology, Daegu University

**요약** 본 연구는 대인간의 태도유사성과 비유사성이 대인매력에 미치는 효과가 서로간의 집단소속(내집단/외집단)에 의해 어떠한 영향을 받는지 살펴보기 위한 목적으로 수행되었다. 2(태도유사성: 유사/비유사) × 2(집단소속: 내집단/외집단) 피험자간 실험설계를 통해 대인매력에 대한 영향을 검증했다. 연구결과, 태도유사성의 주효과가 유의하여 태도가 비유사한 사람보다 태도가 유사한 사람에 대한 대인매력이 유의하게 높았다. 또한, 두 독립변인 간의 상호작용이 유의하였는데, 참가자들은 상대방의 태도가 나와 유사할 때 그 사람이 외집단 구성원일 때보다 내집단 구성원일 때 더 큰 매력을 느꼈고, 상대방의 태도가 나와 비유사할 때는 그 사람이 외집단 구성원일 때보다 내집단 구성원일 때 더 큰 반감을 느꼈다. 본 연구의 결과는 조직에서 팀을 구성할 때 구성원들 간의 태도유사성을 고려하는 것이 조직 생산성을 높일 수 있는 한 방법이 될 수 있다는 점을 제안함으로써 조직과 실무 현장에 기여할 수 있다. 향후에 본 연구를 팀 수행과 조직 생산성 향상 연구로 확장할 수 있는 방안을 논의하였다.

**주제어** : 태도유사성, 집단소속, 내집단, 외집단, 대인매력, 실험

**Abstract** The purpose of this experimental study was to examine the effects of attitude similarity and ingroup/outgroup membership on interpersonal attraction. 2(Attitude similarity: Similar/Dissimilar) × 2(Group membership: Ingroup/Outgroup) between-subject design was used. The results revealed the significant main effect of attitude similarity. That is, participants preferred a person who had similar attitude with him/herself compared to the person who had dissimilar attitude. Furthermore, the significant 2-way interaction effect revealed that attitude similarity produced greater attraction for ingroup than for outgroup members and attitude dissimilarity produced stronger repulsion effects for ingroup than for outgroup members. These results could contribute to workplaces and organizations by suggesting that considering attitude similarity between team members could be a way to improve organizational productivity. The necessity for expanding these results to research on work-team performance and improvement of organizational productivity was discussed.

**Key Words** : Attitude Similarity, Group Membership, Ingroup, Outgroup, Interpersonal Attraction, Experiment

\*This research was supported by the Daegu University Research Grant, 2020

\*An excerpt of this paper was presented at the 2016 bi-annual conference of the Korean Society for Industrial and Organizational Psychology(2016/11/4)

\*Corresponding Author : Dong-Heon Seok(sdh@daegu.ac.kr)

Received August 31, 2020

Accepted October 20, 2020

Revised October 7, 2020

Published October 28, 2020

## 1. 서론

사람들이 자신과 태도가 비슷한 사람을 좋아하고 태도가 상이한 사람을 좋아하지 않는 경향을 가지고 있다는 것은 많은 실증 연구를 통해 검증된 바 있다[1-4]. 그런데, 나와 태도가 유사한 사람이 우리 집단(즉, 내집단; ingroup) 구성원인 경우와 다른 집단(즉, 외집단; outgroup) 구성원인 경우에 그들에 대한 매력도에서 차이가 있을까? 역으로, 나와 태도가 매우 상이한 사람이 내집단 구성원인 경우와 외집단 구성원인 경우에 그들에 대해 싫어하는 정도에서 차이가 있을까? 예를 들면, 어떤 대학생이 본인이 지지하는 정당의 집회에서 만난 같은 학교 학생과 다른 학교 학생 중 누구를 더 좋아할 것인가? 또한, 내가 싫어하는 정당의 집회에 참가하고 있는 우리 학교 학생과 다른 학교 학생 중 누구를 더 싫어할 것인가? 본 논문에서는 이 질문에 답하기 위한 실험을 실시하였다. 지금까지의 연구들이 태도유사성과 매력 그리고 태도비유사성과 혐오 간의 일차적인 관계를 입증하는데 주로 집중해 왔고 또 두 가설의 상대적인 설명력의 비교에만 집중해 왔는데, 본 연구에서는 집단소속과 같은 대상자의 특징을 달리 조작하여 이에 의한 효과를 살펴보는 것은 이 태도유사성 및 비유사성과 관련된 가설들을 적용할 때 유의해야할 점이 무엇인지를 알려 줄 수 있다는 점에서 필요한 연구라 판단된다.

사람들이 가진 태도와 그 사람에 대한 매력의 관련성은 태도유사성-매력가설(attitude similarity-attraction hypothesis; [1])과 태도비유사성-혐오 가설(attitude dissimilarity-repulsion hypothesis; [2])을 통해 잘 요약될 수 있는데, 두 가설 모두 사람들이 자신과 유사한 태도를 가진 사람들을 더 좋아하고 유사하지 않은 태도를 가진 사람들을 싫어한다는 주장을 일관되게 해왔고 이에 따른 연구결과들도 이를 입증하고 있다. 이러한 배경에서, 본 연구에서는 이 가설들이 내/외집단소속에 의해 어떠한 영향을 받게 되는지를 살펴보는 데 목적이 있다.

태도유사성과 집단소속이 구성원의 매력에 주는 영향을 다룬 연구는 국내외에 걸쳐 Chen과 Kenrick[5]의 연구가 유일하데, 그들의 연구는 두 가지 점에서 본 연구와 차별화될 수 있다. 첫째, 종속측정치의 관점에서, Chen과 Kenrick[5]의 연구는 태도유사성과 집단소속 조작이 내집단과 외집단 각각의 사전사후매력 변화량에 미치는 상호작용을 연구했지만, 본 연구는 내/외집단 구성원에 대한 최종적인 매력정도를 종속측정치로 사용하였다는 점에서 차별화될 수 있다. 부가적으로, Chen과

Kenrick[5]의 연구는 최종적인 매력정도에 대한 태도유사성과 집단소속의 상호작용효과를 고찰하지 못했지만, 본 연구에서는 이 상호작용 효과를 직접 살펴보고자했다는 점에서도 차별화될 수 있다. 둘째, 독립변인 조작의 측면에서, Chen과 Kenrick[5] 연구의 세 실험에서는 집단소속 독립변인을 참가자의 정치적 지향(실험1과 실험3), 성적 지향(sexual orientation; 실험2)을 단순히 알려주는 방법으로 조작했는데 이러한 단순한 조작은 그들의 세 실험에서 유의한 결과를 일관되게 발견하지는 못하게 하는 결과를 초래했다고 판단된다. 이에 따라, 본 연구에서는 더 큰 현실적 갈등이 있는 집단소속 변인 조작(즉, 한국인 vs. 일본인)을 통해 참가자들의 집단소속에 대한 인식이 더 명시적으로 조작되게 하는 조작방법을 사용한 점이 Chen과 Kenrick[5]의 연구와는 차별화된다고 할 수 있다.

아울러, 집단의 연구가 작업 현장에 적용될 때는 팀과 조직으로 확장될 수 있기 때문에 본 연구의 이론적 결과는 실무 현장에도 유의미한 시사점을 가질 수 있어 현실적으로도 필요한 연구라 판단된다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 태도유사성에 따른 대인매력

자신과 여러 측면에서 유사한 사람을 그렇지 않은 사람보다 더 좋아한다는 사실은 학문적인 근거를 제시하지 않더라도 통찰력 있게 세상을 관찰하는 사람이라면 누구나 알 수 있는 사실일 것이다. 심리학에서는 이를 유사성-매력가설이라고 부르는데, 유사성의 근거가 되는 측면들은 인종, 종교, 교육 수준, 경제 수준, 성격, 능력, 지능, 태도 및 외모 등에 이르기까지 매우 다양하다[6]. 이러한 여러 측면들 중에서도 특히 태도유사성이 매력에 미치는 영향에 대해 많은 학자들이 주목해 왔고, 연구자들은 여러 실증 연구들을 통해 이 현상에 대한 설명기제를 확인해 왔다. 한덕웅과 황소정[6]은 태도유사성이 매력을 증가시키는 원인을 세 가지 이론으로 정리한 바 있다. 첫째, 인지일관성 이론에서는 사람들이 자신의 머릿속의 인지들 간의 일관성이 깨지면 불편함을 느끼기 때문에 일관성을 유지하려는 노력의 일환으로 자신과 유사한 태도를 가진 사람을 좋아하게 된다고 설명한다. 둘째, 강화 이론(reinforcement theory)에서는 사람들이 자신의 신념, 의견 및 태도가 타당하다고 평가하려는 자기 타당화의 욕구를 가지고 있으며 나와 유사한 태도나 의견을 가진

사람의 존재는 나에게 강화 효과를 주기 때문에 유사한 태도를 가진 타인을 좋아하게 된다고 설명한다. 마지막으로, 기대이론에서는 나와 유사한 태도를 가진 사람이 그렇지 않은 사람보다 더 나를 좋아할 것이라고 기대하기 때문에 유사한 태도를 가진 사람에게 매력을 더 느낀다고 설명한다[6,7].

태도유사성이 매력을 증가시키는 결과는 여러 실증연구들에서 나타났고[8,9], 이러한 증가된 매력은 평가 상황에서 긍정적인 결과를 이끌 수 있다는 것도 최근 연구들은 보여주고 있다[10-12]. 예를 들어, 태도유사성-매력 가설에 대한 고전적인 연구 중 하나인 Byrne과 Nelson[13]의 연구는 낮은 사람과 나의 태도유사성의 비율을 4수준(1.00, .67, .50, .33)으로 변화시키면서 이 낮은 사람을 평정하게 했을 때, 태도유사성과 매력 간의 선형관계를 발견했다. 즉, 태도유사성이 증가함에 따라 매력도도 증가했다. 최근에 태도유사성-매력의 연구는 단순히 태도유사성이 매력을 이끈다는 것을 검증하는 것으로부터 더 나아가 유사한 태도에 의해 나온 매력 또는 호감이 상대방에 대한 평가결과에도 영향을 줄 수 있다는 것을 보여주고 있다. 예를 들면, Roth 등[12]은 유사한 태도에 의해 나온 매력 또는 호감이 직무지원자의 기대된 과제수행수준과 조직시민행동 수행 수준을 높게 지각하도록 영향을 주어 그 지원자의 고용가능성을 높이는 결과를 얻었다고 보고했다. 또한, Iyengar와 Westwood[14]는 미국에서 태도유사성의 한 근거가 될 수 있는 지지정당의 유사성(민주당 vs. 공화당)을 실험에서 조작해 주었을 때, 80%의 참가자들이 자신과 지지정당이 다른 학생이 해당 장학금에 더 책임자임에도 불구하고 자신과 지지정당이 같은 학생에게 장학금을 추천했다는 결과를 보여주어, 태도유사성은 매력에 긍정적인 영향을 주고 이러한 영향은 상대에 대한 추후의 평가, 보상배분 등에도 영향을 준다는 것을 알 수 있다. 이러한 선행연구들의 결과를 토대로 태도유사성이 높아질수록 매력이 증가할 것이라는 가설1을 설정하였다.

## 2.2 태도유사성과 집단소속에 따른 대인매력

이전 연구들에서 나와 태도가 유사한 사람들에게 매력을 느끼고 나와 태도가 상이한 사람들에게는 반감 또는 혐오감을 느낀다는 것이 확인되어왔다. 태도유사성-매력 가설과 태도비유사성-혐오가설 간의 상대적인 영향력의 크기에 대한 논쟁이 그동안 있어왔지만, 이러한 논쟁에 상관없이 태도유사성이 매력을 유도하고 태도비유사성은 반감 또는 혐오를 유도하는 것은 자명해 보인다. 그런데,

이 상대방이 내가 동일시하는 내집단 구성원인 경우일 때와 내가 싫어하는 외집단의 구성원인 경우에도 동일한 매력도가 유지될 것인지에 대해 생각해 볼 필요가 있다.

앞서 살펴보았듯이, 사람들은 기본적으로 나와 유사한 태도를 가진 사람을 좋아한다. 이 때, 나와 태도가 유사한 사람이 내집단 구성원이라면 내집단 편애 현상(ingroup favoritism, [15-17])의 영향을 받아 그 사람이 외집단 구성원인 경우보다 더 좋아하게 될 것이다. 즉, 서로간의 태도가 유사하다는 정보에 더해 그가 내집단 구성원이라는 정보가 가산적으로(additively) 영향을 줄 수 있어 그가 외집단 구성원이라는 정보를 받았을 때보다 더 높은 매력도를 보이게 될 것이라 쉽게 예상할 수 있을 것이다.

내집단 편애가 단순히 내집단 구성원에 대해 매력을 크게 느끼는 것에서 더 나아가 외집단 구성원에 대한 차별을 이끈다는 결과[18]를 함께 검토해 볼 때, 태도가 유사한 구성원일 경우 그가 내집단 구성원이라면 외집단 구성원인 경우보다 더 큰 매력도를 가지게 될 것이라 예상하여 이를 가설 2-1로 설정하였다.

한편, 나와 태도가 매우 다른 사람이 내집단 구성원이거나 외집단 구성원이라는 정보가 주어진다면 이들을 싫어하는 정도가 달라질 것인가? 나와 태도가 매우 다른 사람이 외집단 구성원이라면 우리는 그가 외집단 구성원이니 당연히 나와 태도가 다를 것이라고 가정하기 쉬워 [19], 일정정도의 비호감 또는 반감을 가지게 될 것이지만, 이 비호감도가 매우 극단적인 수준에까지 이를 것이라고는 가정하기 힘들 것이다. 그러나 나와 태도가 매우 다른 사람이 내집단 구성원이라면 비호감 또는 반감을 매우 높일 수 있는 몇 가지 원인이 가정될 수 있다. 첫째, 타인에 대한 여타의 정보가 없이 내집단(ingroup)의 구성원이라는 정보가 주어진다면 통상적으로 사람들은 내집단 편애를 보이겠지만, 서로간의 태도가 매우 상이하다는 추가적인 정보가 제공된다면 이 내집단 편애 효과는 더 강한 태도비유사성-혐오 효과에 의해 압도되어 대인 매력에 긍정적인 효과를 발휘하지 못하게 될 가능성이 있다. 둘째, 사람들이 가진 가치(value)에서의 비유사성이 관계 갈등과 정적인 관계를 가진다는 연구[20]의 결과를 고려해 볼 때, 타인이 내집단 구성원이지만 나와 태도가 매우 상이하다는 정보는 우리의 머릿속에서 몇몇 부정적인 정보를 활성화시킬 가능성이 있다. 즉, 과거에 태도가 매우 다른 내집단원과의 갈등 경험이 있었던 사람의 경우에는 이러한 과거 경험이 활성화될 수 있고, 이는 또한 미래에 이러한 내집단원과의 상호작용의 어려움을 예상하는 사고를 활성화시킬 수 있어, 태도가 매우 상이

한 사람이 내집단원일 경우에는 매력도가 더 크게 감소하게 될 가능성이 있다. 이러한 예상은 비유사한 태도가 외집단원보다 내집단원에게 더 강한 혐오효과를 가진다는 Chen과 Kenrick[5]의 기존 연구 결과와도 일치한다. 위와 같은 근거와 추론에 따라 태도가 비유사한 구성원에 대해 그가 내집단 구성원이라면 외집단 구성원인 경우보다 매력도에서 더 큰 저하를 보이게 될 것이라 예상하여 이를 가설 2-2로 설정하였다.

### 3. 연구 모형 및 가설

#### 3.1 연구 모형

본 연구의 연구모형은 다음과 같이 설정할 수 있다.

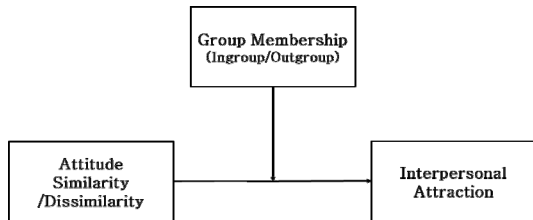


Fig. 1. Research Model

#### 3.2 가설

위의 이론적 배경으로부터 도출한 가설을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 태도유사성과 대인매력 간의 선형관계를 발견했던 Byrne과 Nelson[13]의 고전적 연구, 그리고 태도유사성이 매력에 긍정적인 영향을 줄 뿐만 아니라 추후의 평가나 보상배분 시에도 영향을 줄 수 있다는 것을 보고한 Roth 등[12]의 연구와 Iyengar와 Westwood[14]의 연구로부터 태도유사성의 매력에 대한 긍정적인 효과를 예상할 수 있어 다음과 같이 가설 1을 설정하였다.

**가설 1. 태도가 비유사한 사람보다 유사한 사람에게 더 큰 매력을 느낄 것이다.**

둘째, 나와 태도가 유사한 사람이 내집단 구성원이라면 앞서 언급했던 내집단 편애 현상이 영향을 주어 그 사람이 외집단 구성원인 경우보다 더 좋아할 것이다. 이에 따라 유사한 태도 조건에서는 상대방이 외집단일 때보다 내집단일 때 내집단 편애에 의한 매력도 증가가 가산적

으로 작용하여 상대방이 외집단 구성원이라는 정보를 받았을 때보다 더 높은 매력도를 보이게 될 것이라 예상했고 이를 가설 2-1로 설정하였다.

**가설 2-1. 태도가 유사할 때 외집단 구성원보다 내집단 구성원에게 더 큰 매력을 느낄 것이다.**

마지막으로, 나와 태도가 다른 사람이 내집단 구성원이라면 비유사한 태도가 외집단원보다 내집단원에게 더 강한 혐오효과를 가진다는 Chen과 Kenrick[5]의 연구 결과를 고려할 때, 내집단원에 대한 혐오효과가 두드러질 것으로 예상하여 다음과 같이 가설 2-2를 설정하였다.

**가설 2-2. 태도가 비유사할 때 외집단 구성원보다 내집단 구성원에게 더 큰 혐오를 느낄 것이다.**

#### 3.3 연구 참가자

4년제 대학교에 재학 중인 대학생 88명(남성 32명, 여성 56)이 4개의 실험조건에 무선 할당되었다. 실험은 2016년 4월에서 5월 사이에 진행되었고, 참가자들은 강의시간에 실험 참여에 대한 안내를 받은 후 본인의 실험 참여 시간을 스스로 선택하여 자발적으로 실험에 참여하였다.

#### 3.4 실험 설계

2(태도유사성: 유사/비유사) × 2(집단 소속: 내집단/외집단) 피험자간 설계를 사용하였다.

#### 3.5 실험 절차

실험 절차와 두 독립변인의 조작 방법은 Chen과 Kenrick[5]의 방법을 수정한 선민주[21]의 방법을 사용했다. 각 회기별로 최대 12명의 참가자들이 실험에 참여했고, 이들은 사전에 각 실험조건에 무선 할당되었다. 실험이 시작되면 참가자들은 '가치관 질문지'라고 명명된 20개 문항으로 이루어진 태도 질문지에 반응하였다. 태도 문항은 안락사 허용, 사형제 존속 등과 같은 사회적 이슈로부터 혼전 동거에 대한 찬반, 이성 선택 시 외모의 중요성 등과 같은 개인적인 태도에 이르기까지 광범위하였다. 태도 질문지 실시 후에, 태도유사성 조작을 위한 재료를 실험자가 준비하는 시간을 확보하기 위해, 참가자들은 잠시 동안 본 연구와는 관련 없는 질문지에 반응했다. 그동안 실험자는 옆방에서 태도 질문지에 대한 참가자들

의 실제 반응에 근거하여, 참가자들이 실시한 것과 동일한 형태의 질문지에 타인이 반응했다고 거짓으로 알려줄 '가짜 태도유사성 조작 질문지'를 만들었다. 태도질문지는 ①매우 반대, ②반대, ③조금 반대, ④조금 찬성, ⑤찬성, ⑥매우 찬성의 6점 척도로 구성되어 있었는데, 실험자는 Chen과 Kenrick[5]의 조작방법을 수정한 선민주[21]의 방법에 따라 태도유사성을 조작하는 '가짜 질문지'를 만들었다. **태도를 유사하게 조작한 조건**에서는 참가자들이 ①, ②, ⑤, ⑥에 반응한 반응은 타인도 동일하게 반응한 것으로 체크하고, ③은 ②로 ④는 ⑤로 옮겨, 찬성과 반대가 달라지지는 않지만 다소 다른 반응을 했다는 인상만을 주는 방식으로 조작했다. **태도를 비유사하게 조작한 조건**에서는 참가자의 반응으로부터 역방향으로 3급간을 옮긴 급간에 타인의 태도 반응을 체크함으로써 20개 문항 모두에서 상대방이 자신과 매우 상이한 태도를 가지고 있다고 믿게 하였다(예. 참가자가 실제로 ①에 반응한 경우에 타인의 반응은 ④에 체크되었고, 참가자가 실제로 ⑤에 반응한 경우에 타인의 반응은 ②에 체크되었다). 6점 척도 상에서 3급간을 옮겼기 때문에 타인의 반응은 항상 참가자의 반응과 찬성/반대가 역이 되도록 설계되어 있었다. 그 후 실험자는 실험실로 돌아와서 조건별로 태도가 유사하거나 비유사하도록 반응을 만들어낸 타인의 질문지와 본인의 질문지를 함께 참가자에게 전달하면서, 질문지에 반응한 타인을 소개하는 글도 함께 전달해 주어 집단소속 변인을 조작하였다. 집단소속을 **내 집단으로 조작한 조건**에서는 태도 질문지에 반응한 사람이 참가자와 같은 대학교 소속의 한국 대학생이라고 알려 주어 조작하였고, **외집단으로 조작한 조건**에서는 태도 질문지에 반응한 사람이 일본에 실제 존재하는 사립대 중 하나인 오테마에대학교의 학생이라고 소개하면서 한 일 간의 독도 영유권 갈등 문제, 위안부 문제, 전쟁이 가능하도록 일본헌법을 개정하려는 시도 등을 간략히 언급하여 참가자들이 이들을 외집단원으로 인식하도록 조작하였다. 집단소속 조작 후에 참가자들은 방금 서면으로 소개된 사람에 대해 10문항으로 이루어진 매력 측정 질문지에 반응하였고, 마지막으로 조작체크 질문지에 반응하였다.

### 3.6 종속 측정치

한덕웅과 황소정[6], 황소정[22]이 대인매력을 측정하기 위해 사용했던 문항을 수정하여 사용하였다. 문항의 예로는 '이 사람의 인상이 얼마나 좋다고 생각하십니까?', '이 사람과 자주 접촉하는 것이 얼마나 좋다고 생각하십

니까?', '당신은 이 사람이 평생 사귄 친구로서 얼마나 좋다고 생각하십니까?' 등이었다. 9점 척도로 이루어진 10 문항의 총합이 종속 측정치로 사용되어, 최소 10점부터 최대 90점의 반응이 가능했다.

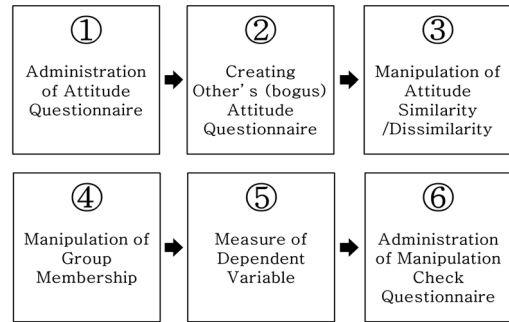


Fig. 2. Experimental Procedure

### 3.7 자료 분석 방법

수집된 실험 자료는 SPSS/WIN 20.0을 사용하여 분석하였다. 독립변인의 조작효과는 독립표본 t-test로 분석하였고, 태도유사성과 집단소속의 대인매력에 대한 효과는 2-way AONVA를 통해 분석했다. 유의한 이원 상호작용에 대해서는 단순주효과 분석을 실시했다.

## 4. 연구결과

### 4.1 독립변인 조작 효과

태도유사성의 조작 효과는 '당신은 실험 중에 다른 사람의 가치관 질문지를 받아 보았습니다. 그 작성자의 가치관과 당신 자신의 가치관이 어느 정도 비슷하다고 생각하는지 그 정도를 체크하여 주십시오(1=전혀 비슷하지 않다, 9=매우 비슷하다).'라는 질문에 대한 응답을 통해 확인되었다. 태도를 유사하게 조작한 집단( $M=7.77$ ,  $SD=1.20$ )이 태도를 비유사하게 조작한 집단( $M=2.15$ ,  $SD=1.04$ ) 보다 상대방과의 가치관 유사정도를 유의하게 높게 지각하여, 태도유사성의 조작이 성공적이었음을 보여주었다( $t_{(86)}=23.30$ ,  $p<.001$ ).

집단소속의 조작 효과도 '당신은 제시받은 가치관 질문지의 작성자와 같은 집단소속이라고 얼마나 생각했는지 그 정도를 체크하여 주십시오(1=전혀 아니다, 9=매우 그렇다).'라는 질문에 대한 응답을 통해 확인되었다. 집단소속을 내집단으로 조작한 집단( $M=5.54$ ,  $SD=2.30$ )의

구성원들이 집단소속을 외집단으로 조작한 집단 ( $M=4.53, SD=2.21$ )의 구성원들보다 질문지의 작성자와 같은 집단소속이라고 생각했던 정도가 더 높았다는 것을 보여주어( $t_{(86)}=2.11, p<.05$ ), 집단소속 조작이 성공적이었음을 보여 주었다.

#### 4.2 태도유사성과 집단소속에 따른 대인매력 분석

종속변인인 매력총점에 대해 2(태도유사성: 유사/비유사) × 2(집단 소속: 내집단/외집단) 이원변량분석을 실시했고, 평균과 표준편차를 Table 1에, 이원변량분석 결과를 Table 2에 제시하였다.

Table 1. Interpersonal Attraction as a Function of Attitude Similarity and Group Membership

		Attitude Similarity		Total	
		Similar	Dissimilar		
Group Membership	Ingroup	<i>n</i>	26	22	48
		<i>M</i>	63.68	28.82	47.65
		<i>SD</i>	9.92	7.99	19.68
	Outgroup	<i>n</i>	21	19	40
		<i>M</i>	54.24	38.05	46.55
		<i>SD</i>	11.07	7.25	12.42
Total	<i>n</i>	47	41	88	
	<i>M</i>	59.40	33.10	47.15	
	<i>SD</i>	11.35	8.88	16.69	

Table 2. Results of Two-way ANOVA

variable	df	SS	MS	F	p
Attitude Similarity(A)	1	14092.19	14092.19	164.40	.000***
Group Membership(B)	1	.06	.06	.00	.979
A × B	1	1873.12	1873.12	21.85	.000***
error	84	7200.38	85.72		
total	88	219853.00			

\*\*\*  $p < .001$

Table 3. Results of Simple Main Effect Analysis

variable	df	SS	MS	F	p
A at B1(Ingroup)	1	14446.36	14446.36	170.54	.000***
A at B2(Outgroup)	1	2615.79	2615.79	30.88	.000***
B at A1(Similar)	1	1646.06	1646.06	6.57	.012*
B at A2(Dissimilar)	1	1287.06	1287.06	5.14	.026*

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

결과를 요약하면, 첫째, 태도유사성의 주효과가 유의하여 태도가 비유사할 때( $M=33.10, SD=8.88$ )보다 태도가 유사할 때( $M=59.40, SD=11.35$ ) 대인매력이 유의하게 높았고 이는 가설 1을 지지하였다. 이 결과는 유사한 태도가 대인매력을 증가시킨다는 여러 실증 연구 결과들과 [12-14]과 일치하는 결과이다.

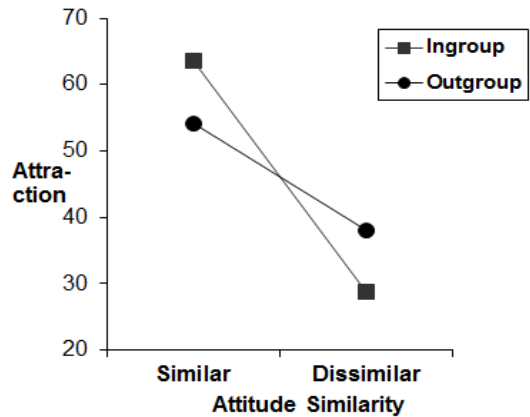


Fig. 3. Attitude Similarity × Group Membership Interaction on Interpersonal Attraction

둘째, 태도유사성과 집단소속의 상호작용이 유의하여 ( $F_{(1, 84)} = 21.85, p<.001$ ) 이를 Fig. 3에 제시하였고, 단순주효과 분석을 실시하여 이를 Table 3에 제시하였다. Fig. 3과 Table 3에서 볼 수 있듯이, 태도가 유사할 때 외집단 구성원보다 내집단 구성원의 매력도가 유의하게 높아( $M=54.24$  vs.  $M=63.68$ ;  $F_{(1, 84)}=6.57, p<.05$ ), 가설 2-1이 지지되었다. 이 결과는 태도가 유사한 조건에서 내집단 구성원에게 내집단 편애 효과가 가산적으로 작용했을 가능성을 시사해 주고 있다.

마지막으로, Fig. 3과 Table 3의 단순주효과 분석에서 볼 수 있듯이, 태도가 비유사할 때 외집단 구성원보다 내집단 구성원의 매력도가 유의하게 낮아( $M=38.05$  vs.  $M=28.82$ ;  $F_{(1, 84)}=5.14, p<.05$ ), 가설 2-2도 지지되었다. 이 결과는 태도가 비유사할 때는 내집단 구성원에 대한 혐오효과가 크게 나타난다는 것을 보여주고 있으며, 이 결과는 유사한 종속측정치를 사용했던 Chen과 Kenrick[5]의 연구 결과와 일치한다.

## 5. 결론

본 연구에서는 태도유사성의 주효과가 유의하여 사람

들이 자신과 비유사한 태도를 가진 사람보다 유사한 태도를 가진 사람을 더 좋아한다는 것을 보여주었고, 태도 유사성과 집단소속의 상호작용도 유의하여 상대방과 나의 태도가 유사할 때는 그 사람이 외집단원일 때보다 내집단원일 때 매력도가 더 높았고, 상대방이 나와 태도가 상이할 때는 그 사람이 외집단원일 때보다 내집단원일 때 매력도가 유의하게 더 낮아진다는 결과를 보여 주었다.

본 연구의 학문적 및 이론적 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 기존 연구[5]의 집단소속 조작과는 달리 현실적인 갈등이 있는 국가 간 관계(한국 vs. 일본)를 이용하여 집단소속 독립변인을 조작했으며, 내/외집단 구성원에 대한 최종적인 매력정도를 종속측정치로 사용하여 태도유사성과 집단소속 변인 간의 유의한 상호작용 효과를 발견했다는 점에서 의미가 있다. 즉, 기존의 연구[5]가 최종적인 매력정도에 대해서 두 변인간의 상호작용 효과를 발견하지 못한데 반해, 본 연구에서는 태도가 유사할 때 내집단에 대한 매력이 외집단에 비해 유의하게 커지고 태도가 비유사할 때는 내집단에 대한 혐오가 외집단에 비해 유의하게 커지는 것을 발견하여 태도유사성-매력 효과와 태도비유사성-혐오 효과를 조절할 수 있는 변인을 발견했다는 점에서 의미가 있다고 할 수 있다.

둘째, 본 연구는 태도유사성과 집단소속을 조작하여 대인매력에 미치는 효과를 살펴본 국내 최초의 실험 연구라는 학문적 의의를 가질 수 있다. 지금까지 국내학술지에 출간된 연구들 중에서 태도유사성과 매력 간의 관계를 실험을 통해 살펴본 연구는 한덕웅과 황소정[6]의 연구가 유일한 상황에서 본 연구는 태도유사성과 매력 간의 관계에서 집단소속의 역할을 고찰했다는 점에서 기존의 연구를 확장하여 새로운 시각을 제공했다는 데 의미가 있다고 볼 수 있다.

셋째, 본 연구는 태도유사성과 집단소속에 의해 결과된 대인매력이 그 이후의 후속 변인들에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 고찰하는 추후연구의 발판을 마련했다는 점에서 학문적인 의의를 가질 수 있다. 추후의 연구에서는 태도유사성과 집단소속이 대인매력에 주는 효과를 확장하여 대인매력 이후에 결과될 수 있는 집단 응집성과 실제 집단 수행[23]에 어떠한 영향을 주는지를 살펴볼 필요가 있을 것이다.

본 연구의 결과가 경영 현장 또는 작업 현장에 제시할 수 있는 실무적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 이론적 배경에서 살펴보았듯이, 태도유사성과

매력 간의 관계에 대한 연구는 단순히 학문적인 시사점만을 가지는 것이 아니라, 태도유사성으로부터 나온 매력 또는 호감이 직무 수행 또는 과제 수행[24]은 물론, 직무 현장에서 상대방에 대한 평가에도 긍정적인 영향을 줄 수 있기 때문에 실무적으로도 중요하다. Roth 등[12]은 태도유사성에 의해 높아진 직무 지원자에 대한 대인매력이 이 지원자의 고용가능성을 높였다는 것을 보고했고, Iyengar와 Westwood[14]도 태도유사성이 장학금과 같은 보상분배에도 긍정적인 영향을 준다는 것을 보고하여 이를 입증했다. 이러한 연구 결과들은 조직에서의 팀 구성 시에 구성원들 간의 태도유사성을 고려하는 것이 조직 생산성을 높이는 한 방법이 될 수 있다는 점을 시사한다는 점에서 중요하게 고려될 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구의 결과는 비유사한 태도를 가진 사람이 외집단원일 경우보다 내집단원일 경우에 매력도가 더 낮아질 수 있다는 것을 보여주었다. 그렇다면 조직에서 팀을 구성할 때 비유사한 태도를 가진 구성원들이 같은 팀에 할당된다면 팀과 조직의 생산성을 저해할 가능성이 높아진다고 추론할 수 있다. 이러한 비생산성의 원인을 제거하고 조직의 생산성을 최대화하기 위해 태도 조정(attitude alignment, [25], p. 65)과정을 도입하는 것이 제안될 수 있다. 태도 조정이라는 용어는 심리학의 균형이론과 상호의존성이론을 토대로 Davis와 Rusbult[25]가 제안한 개념으로 '상호작용하는 사람들이 더 큰 태도적 조화를 이루기 위해 자신들의 의견을 변화시키는 현상'으로 정의된다[25]. 이 현상은 주로 사회심리학의 친밀한 관계에 대한 연구에 적용되었고[26] 국내외의 연구가 매우 부족한 상황이지만, 실무 현장에서 새롭게 팀 구성원이 된 사람들에게 태도 조정 프로그램을 실시하여 세상의 여러 문제들에 대해 조금이라도 더 유사한 태도를 가지도록 유도한다면 조직의 생산성 향상에도 기여할 수 있을 것이라 판단한다.

셋째, 집단 또는 팀의 구성원들이 유사한 태도를 가지는 것이 생산성 향상에 도움이 될 것이라는 논리 하에 전술한 논의를 전개했지만, 집단 또는 팀 구성의 다양성에 대한 이론들(diversity theories)은 이와는 반대의 결과를 제시할 수 있어 이에 대한 명료화가 필요할 수 있다. 즉, 다양성이론에서는 가시적인 속성인 인종, 성별, 나이 등의 표면적 다양성(surface-level diversity)과 태도, 가치, 성격 등에서의 차이와 같은 내면적 다양성(deep-level diversity)이 팀이나 조직 생산성에 어떠한 영향을 주는지를 연구해 오고 있다[27,28]. 본 연구의 관심사인 태도도 내면적 다양성의 한 예인데, 다양성이론들

이 태도 자체의 다양성이 조직 생산성에 주는 영향을 다루고 있다면, 본 연구에서는 태도의 유사성이 대인매력을 이끌고 이 상승된 대인매력이 긍정적인 조직 생산성을 이끌 수 있다는 점을 시사함으로써 대인매력의 매개 역할을 주시하고 있다는 점에서 차별화될 수 있을 것이다.

본 연구의 제한점과 향후 연구방향을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 유의한 주효과와 상호작용효과가 도출되기는 했지만, 좀 더 많은 참가자를 확보하여 연구의 외적타당도를 높이고 이에 따라 일반화가능성을 높일 필요가 있다고 판단된다. 추후 연구에서는 조건 당 30명 이상의 참가자를 확보하여 본 연구의 결론을 보다 철저히 확인하는 과정이 필요할 수 있다.

둘째, 실험재료 제작 단계에서 사전 조작검증이 이루어지지 못한 것은 본 연구의 한계로 지적될 수 있다. 비록 사후 조작체크의 결과가 유의하여 독립변인의 조작에 큰 문제가 있다고 판단하기는 어렵지만, 추후의 연구에서는 실험재료 제작 단계에서 태도유사성과 집단 소속의 조작이 타당하고 유의하게 차별화될 수 있는지 검증하는 절차를 포함시켜 실험 결과의 신빙성과 일반화가능성을 더 높일 필요가 있다고 판단된다.

셋째, 앞선 논의에서 본 연구의 결과를 조직이나 경영 현장으로 확장 및 적용하는 방안에 대해 논의했었는데, 본 연구의 참가자들이 대학생들이었기 때문에 결과를 조직으로 확장하는 데는 일반화가능성에서 한계가 있다는 점에 주의할 필요가 있다. 추후의 연구에서는 직장인들을 대상으로 연구를 확장하여 살펴볼 필요가 있을 것이다.

넷째, 본 연구에서는 집단소속 변인의 조작을 위해 현실적으로 갈등관계에 있는 집단인 일본을 외집단으로 사용했고 이는 연구에서 의도한 조작방법이었다. 다행히, 본 연구의 자료는 2016년 4월에서 5월 사이에 수집되어, 2020년 현재 우리나라가 겪고 있는 일본과의 무역갈등의 영향을 크게 받지 않았다. 만약 무역갈등이 시작된 2019년 이후에 외집단으로 일본을 사용했다면 본 연구의 결과를 일반적인 조직으로 적용하는 데는 한계가 있을 것이다. 이러한 점을 감안하여, 후속 연구에서 현실집단을 사용하여 연구를 실시할 때, 자료 수집 시점의 시대상이나 집단간 갈등의 사회문화적 맥락을 보다 면밀히 검토해 보고 실시하는 것이 좋을 수 있다는 점을 연구자들이 염두에 두어야 할 것이다.

마지막으로, 본 연구에서는 비유사한 태도를 가진 내집단원을 외집단원보다 더 싫어한다는 결과를 얻었는데, 본 연구의 태도비유사성-혐오효과가 내집단 구성원에게

더 크다는 결과와는 맥락이 다소 다르기는 하지만 내집단원이 사회적으로 부정적인 행동을 했을 때 동일한 부정적 행동을 한 외집단원보다 내집단원을 더 부정적으로 평가하는 '검은 양 효과(black sheep effect, [29,30])'와의 비교 및 분석연구가 미래에 필요할 것으로 사료된다. 이러한 두 방향에서의 분석이 통합된다면 집단소속과 구성원에 대한 매력 간의 관계에 대한 여러 영향요인들이 확인되고 영향과정이 설명되는 성과를 가지게 될 수 있으리라 기대한다.

## REFERENCES

- [1] D. Byrne. (1971). *The attraction paradigm*. New York: Academic Press.
- [2] M. E. Rosenbaum. (1986). The repulsion hypothesis: On the nondevelopment of relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1156-1166. DOI : 10.1037/0022-3514.51.6.1156
- [3] R. Singh, Y. Y. Tay, & K. Sankaran. (2017). Causal role of trust in interpersonal attraction from attitude similarity. *Journal of Social and Personal Relationships*, 34(5), 717-731. DOI : 10.1177/0265407516656826
- [4] R. Singh, D. T. Wegener, K. Sankaran, N. Bhullar, K. Q. P. Ang, P. J. L. Chia, X. Cheong, & F. Chen. (2017). Attitude similarity and attraction: Validation, positive affect, and trust as sequential mediators. *Personal Relationships*, 24(1), 203-222. DOI : 10.1111/perc.12178
- [5] F. F. Chen & D. T. Kenrick. (2002). Repulsion or attraction?: Group membership and assumed attitude similarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(1), 111-125. DOI : 10.1037/0022-3514.83.1.111
- [6] D. W. Hahn & S. J. Hwang. (1999). Test of similarity-attraction in group performance situation. *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 13(1), 255-275.
- [7] R. M. Montoya & R. S. Horton. (2013). A meta-analytic investigation of the processes underlying the similarity-attraction effect. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30, 64-94. DOI : 10.1177/0265407512452989
- [8] D. Byrne. (1961). Interpersonal attraction and attitude similarity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62, 713-715. DOI : 10.1037/h0044721
- [9] D. Byrne, G. L. Clore & G. Smeaton. (1986). The attraction hypothesis: Do similar attitudes affect anything? *Journal of Personality and Social*



- Psychology*, 51(6), 1167-1170.  
DOI : 10.1037/0022-3514.51.6.1167
- [10] C. B. Goldberg. (2005). Relational demography and similarity-attraction in interview assessments and subsequent offer decisions: Are we missing something? *Group & Organization management*, 30, 597-624.  
DOI : 10.1177/1059601104267661
- [11] J. L. Howard & G. R. Ferris. (1996). The employment interview context: Social and situational influences on interviewer decisions. *Journal of Applied Social Psychology*, 26, 112-136.  
DOI : 10.1111/j.1559-1816.1996.tb01841.x
- [12] P. L. Roth, J. B. Thatcher, P. Bobko, K. D. Matthews, J. E. Ellingson & C. B. Goldberg. (2020). Political affiliation and employment screening decisions: The role of similarity and identification processes. *Journal of Applied Psychology*, 105(5), 472-486.  
DOI : 10.1037/apl0000422
- [13] D. Byrne & D. Nelson. (1965). Attraction as a linear function of proportion of positive reinforcements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(6), 659-663.  
DOI : 10.1037/h0022073
- [14] S. Iyengar & S. J. Westwood. (2015). Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization. *American Journal of Political Science*, 59, 690-707.  
DOI : 10.1111/ajps.12152
- [15] D. Balliet, J. Wu, C. K. W. De Dreu. (2014). Ingroup favoritism in cooperation: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 140(6), 1556-1581.  
DOI : 10.1037/a0037737
- [16] H. Tajfel. (1982). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- [17] H. Tajfel & J. C. Turner. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations*(2nd ed., pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- [18] A. G. Greenwald & T. F. Pettigrew. (2014). With malice toward none and charity for some: Ingroup favoritism enables discrimination. *American Psychologist*, 69(7), 669-684.  
DOI : 10.1037/a0036056
- [19] M. Diehl. (1988). Social identity and minimal groups: The effects of interpersonal and intergroup attitudinal similarity on intergroup discrimination. *British Journal of Social Psychology*, 27, 289-300.  
DOI : 10.1111/j.2044-8309.1988.tb00833.x
- [20] E. V. Hobman & P. Bordia. (2006). The role of team identification in the dissimilarity-conflict relationship. *Group Processes & Intergroup Relations*, 9(4), 483-507.  
DOI : 10.1177/1368430206067559
- [21] M. J. Sun. (2015). *Effects of attitude similarity, group membership and mortality salience on interpersonal attraction*. Master's dissertation, Daegu University, Daegu.
- [22] S. J. Hwang. (1996). *Effects of attitude similarity, task demand and self-categorization on attraction in task performance condition*. Master's dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul.
- [23] J. Y. Nho & D. H. Seok. (2018). Effects of group cohesion, perception of co-worker effort and work condition on social loafing and social compensation. *Locality and Globality: Korean Journal of Social Science*, 42(1), 127-151.  
DOI : 10.33071/ssricb.42.1.201804.127
- [24] P. D. Krivonos, D. Byrne & G. W. Friedrich. (1976). The effect of attitude similarity on task performance. *Journal of Applied Social Psychology*, 6(4), 307-313.  
DOI : 10.1111/j.1559-1816.1976.tb02406.x
- [25] J. L. Davis & C. E. Rusbult. (2001). Attitude alignment in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(1), 65-84.  
DOI : 10.1037/0022-3514.81.1.65
- [26] C. A. Reid, J. L. Davis & J. D. Green. (2013). The power of change: Interpersonal attraction as a function of attitude similarity and attitude alignment. *The Journal of Social Psychology*, 153(6), 700-719.  
DOI : 10.1080/00224545.2013.824404
- [27] P. Farmanesh, A. Vehbi, P. Zargar, A. Sousan, & F. Bhatti. (2020). Is there always a positive relationship between workplace diversity and organizational performance or does diversity fatigue imply a suppressing effect? *South East European Journal of Economics & Business*, 15(1), 14-26.  
DOI : 10.2478/jeb-2020-0002
- [28] B. Hirsch, E. J. Jahn, & T. Zwick. (2020). Birds, Birds, Birds: Co-worker similarity, workplace diversity and job switches. *British Journal of Industrial Relations*, 58(3), 690-718.  
DOI : 10.1111/bjir.12509
- [29] J. M. Marques, V. Y. Yzerbyt & J. P. Leyens. (1988). The "Black sheep effect": Extremity of judgments towards ingroup members as a function of group identification. *European Journal of Social Psychology*, 18(1), 1-16.  
DOI : 10.1002/ejsp.3420180102
- [30] I. R. Pinto, J. M. Marques, J. M. Levine & D. Abrams. (2010). Membership status and subjective group dynamics: Who triggers the black sheep effect? *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(1), 107-119.  
DOI : 10.1037/a0018187

석 동 현(Dong-Heon Seok)

[정회원]



- 1994년 2월 : 성균관대학교 산업심리학과(경영학사)
- 1997년 2월 : 성균관대학교 심리학과(문학석사)
- 2007년 5월 : Michigan State Univ. 심리학과(철학박사)
- 2008년 3월 ~ 현재 : 대구대학교 심리학과 교수

- 2020년 1월 ~ 현재 : 한국 산업 및 조직심리학회 회장
- 관심분야 : 사회심리학, 산업 및 조직 심리학, 범죄심리학
- E-Mail : [sdh@daegu.ac.kr](mailto:sdh@daegu.ac.kr)