



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

심리학석사학위논문

사람 이름의 처리 유창성이 인상 형성에 미치는 영향

2012년 8월

서울대학교 대학원
심리학과 사회심리 전공
김 주 미

초 록

주관적으로 경험되는 정보 처리의 쉽고 어려움의 수준을 의미하는 정보 처리 유창성 (processing fluency)이 다양한 영역에서 광범위하게 연구되어 왔다. 그럼에도 불구하고, 대인 간 지각에서 유창성 효과를 알아본 연구는 의외로 드문 편이다. 이에 본 연구에서는 이름의 유창성 수준이 인상 형성에 미치는 영향에 대해 살펴보고자 하였다.

본 연구에서는 직업에 대한 인식에서 이름의 유창성 효과를 알아보았다. 사람들이 이름의 유창성 수준에 근거해서 그 사람의 직업(따뜻함 직업 대 유능함 직업)을 추론하고, 더 나아가 유창성 수준과 직업에서 요구되는 속성이 일치하는 사람을 더 선호할 것이라는 가설을 검증하였다. 실험 1 과 2 에서, 사람들이 유창성이 높은 이름을 가진 사람은 따뜻함 속성이 요구된다고 여겨지는 직업을 가진 것으로 추론하고 유창성이 낮은 이름을 가진 사람은 유능함 속성이 요구된다고 여겨지는 직업을 가진 것으로 추론하는 경향이 있음을 확인할 수 있었다. 실험 3 에서는 이름의 유창성 수준과 직업 속성이 일치하는 사람을 더 선호함을 부분적으로 확인할 수 있었다. 마지막으로 실험 4 에서는 한국인들에게 영어 이름을 제시한 경우에도 이름의 유창성 효과가 나타남을 확인함으로써, 본 실험에서 제시하는 유창성 효과가 문화나 언어로 귀인할 수 없는 범문화적으로 발생하는 효과임을 확인할 수 있었다. 이와 더불어 이름의 성별에 따라 직업 추론에서의 유창성 효과가 달리 나타나는 현상도 확인할 수 있었다(실험 1,2,4).

주요어: 이름, 유창성, 대인 지각, 인상 형성, 상위 인지, 따뜻함, 유능함, 고정관념

학 번: 2010-20105

목 차

서론	1
실험 1	11
방법	11
결과	14
논의	18
실험 2	21
방법	22
결과	25
논의	26
실험 3	29
방법	30
결과	31
논의	33
실험 4	35
방법	35
결과	37
논의	39
종합논의	41
참고문헌	48
부록	53
Abstract	64

그림 목차

[그림 1] 실험 1 에서 사용한 컴퓨터 과제 화면	13
[그림 2] 실험 1 에서 이름의 유창성 효과	17
[그림 3] 실험 2 에서 사용한 직업쌍에 대한 평정	24
[그림 4] 실험 2 에서 이름의 유창성 효과	26
[그림 5] 실험 3 에서 유창성이 높은 이름을 선택한 비율	32
[그림 6] 실험 4 에서 이름의 유창성 효과	39

좋은 이름을 가진 자는 인생의 반은 성공한 것이다.

-독일 속담

사람의 이름은 중요하다. 태어날 때부터 이름은 사람과 함께하며, 모르는 사람과 처음 만날 때 제일 먼저 알려주는 것 역시 이름이다. 사업 상의 형식적인 만남에서도 이름이 새겨진 명함을 주고 받으며, 대문 옆에는 명패를 걸어둔다. 회사 내 자신의 책상에 이름을 걸어두기도 하고 자신의 이름이 새겨진 명찰을 달고 근무하기도 한다. 이처럼 이름은 사람에 대한 정보 중에서 가장 중요하게 여겨지는 것 중 하나이다. 그렇기 때문에 사람들은 이름을 안 것만으로도 그 사람에 대해 많은 것을 알게 되었다고 느끼는 경우가 종종 있고, 그 결과 이름이 인상에 큰 영향을 미치고는 한다. 선행 연구들에 의하면 실제로 이름은 많은 정보를 포함하고 있으며, 사람들은 그러한 정보들을 바탕으로 그 사람에 대한 판단을 종종 내리곤 한다. 이름을 통해 성별을 유추하기도 하고 인종을 짐작하기도 한다(Kasof, 1993). 이와 같은 이름의 중요성 때문에, 사회 심리 분야에서 인상 형성과 이름에 관한 많은 연구들이 이루어져왔다(Bruning, Polinko, & Buckingham, 1998; Bruninga, Polinko, Zerbst, & Buckingham, 2000; Cotton, O'Neil, & Griffin, 2008; Harari & McDavid, 1973; Jacoby, Kelly, Brown, & Jasechko, 1989; Kasof, 1993; Laham, Koval, & Alter, 2012; Mehrabian, 2001; Young, Kennedy, Newhouse, Browne, & Thiessen, 1993).

선행 연구 결과들에 따르면, 사람들은 이름을 통해 그 사람에 대한 많은 정보를 얻는 것으로 보인다. 성별, 인종에 대한 정보뿐만 아니라(Cotton et al., 2008; Kasof, 1993), 이러한 정보를 바탕으로 그 사람의 학업적 성취에 대해 추론하기도 한다(Anderson-Clark, Green, & Henley, 2008; Harari & McDavid, 1973). 이름에서 적극성-수동성이나 남성성-여성성(masculine-feminine)과 같은 성격적 특질을 추론하기도

하고 이를 근거로 그 사람이 얼마나 남성적인 (여성적인) 직업 분야에서 성공할지를 예측하기도 한다(Bruning et al., 1998; Bruninga et al., 2000). 옛날에 비해 오늘날 많이 사용되는 이름을 가진 사람들이 더 지적이며 인기 있고 보다 더 유능할 것이라고 생각하며(Young et al., 1993), 이력서나 개인 광고에서 더 호의적인 반응을 얻었다(Christopher, 1998). 대통령 선거 당시, 종교적 성향이 오해받을 것을 걱정한 대통령 후보 버락 오바마(Barack Hussein Obama)는 중간 이름(middle name, i.e. Hussein)을 사용하는 것을 되도록 피하는 선거 전략을 펼치기도 하였다(Ray Block & Onwunli, 2010). 이처럼 이름과 인상 형성 간에는 밀접한 관련성이 존재한다. 하지만 이 연구 분야에서 지금까지 이루어졌던 이러한 수많은 연구들은 이름이 내포하고 있는 정보와 그 정보가 인상 형성에 미치는 영향력에 대한 것이 대부분이었다. 이름 자체가 가지고 있는 정보 처리 속성이 인상 형성에 미치는 효과에 대한 연구는 거의 없었다.

이름 중에는 발음하기 쉬우면서 흔한 것들(e.g., 민수, 미영)이 있는 반면 발음하기 어려우면서 흔치 않은 이름들(e.g., 창혁, 율혜)도 있다. 이러한 이름들은 정보 처리 유창성(processing fluency) 수준에서 차이를 보인다. 구체적으로, 발음하기 쉽고 흔한 이름들은 정보가 처리되는 과정에서 쉽고 용이하고 처리되기 때문에 처리 유창성(processing fluency)이 높다. 이와 반대로 발음하기 어렵고 흔치 않은 이름들은 정보 처리 과정이 상대적으로 용이하지 않기 때문에 처리 유창성이 낮다. 이러한 속성은 이름이 내포하고 있는 정보와는 별개로 이름 자체가 갖는 속성이다.

이름이 내포하고 있는 정보가 인상 형성에서 영향력을 갖기 위해서는, 그 이름이 사용되는 문화에 대한 지식이 필요하다는 점에서 문화 특정적이다. 이름만으로 그 사람의 성별이나 인종을 추론할 수 있기

위해서는 어느 인종에서 그러한 이름이 많이 쓰이는지를 알고 있어야 가능하다. 예를 들어, Garcia나 Lopez와 같은 이름을 쓰는 사람들의 90% 이상이 히스패닉(hispanic)계이다. 이러한 이름이 자주 쓰이는 문화(e.g., 미국 문화)의 사람들은 이전 경험을 통해서 이름과 인종 간의 높은 관련성을 학습하고, 이름만으로 쉽게 인종을 추론할 수 있을 것이다. 그러나 이러한 이름이 거의 쓰이지 않는 문화의 사람들은 이름과 인종 간 높은 상관을 알지 못할 것이고 이름에서 인종을 추론해내기 힘들 것이다. 한국 문자 및 문화를 전혀 접해보지 못한 외국인들에게 한국 이름이 아무런 정보가 없는 단지 철자의 나열일 뿐인 것과 동일한 이치이다. 하지만 이와는 달리 이름의 유창성은 정보 내용(contents)보다 상위 수준에서 이루어지는 정보 처리 수준의 문제라는 점에서 해당 문화에 대한 지식이 요구되지 않는다. 그러므로 서로 다른 문화권에 속한 사람들 사이에서도 인상 형성에 영향을 미칠 수 있으며 범문화적으로 나타날 수 있다. 이러한 특성들은 이제까지 거의 연구된 적 없는 ‘사람 이름의 유창성 효과’가 가치 있고 전도유망한 연구 주제임을 시사한다. 본 연구에서는 사람 이름의 처리 유창성 수준이 인상 형성에서 어떤 역할을 하는지 처음으로 보이고자 한다.

정보 처리 유창성

정보 처리 유창성(processing fluency)은 인지적 혹은 지각적 정보가 처리되는 과정에서 얼마나 쉽고 용이하게 처리되는지를 말한다. 즉, 새로운 정보를 처리하는 과정에서 주관적으로 경험되는 정보 처리의 쉽고 어려움의 수준을 의미한다(Alter & Oppenheimer, 2009). 이러한 정보 처리 유창성은 여러 가지 방법으로 조작할 수 있다. 자극을 반복 노출해서 처리가 용이하도록 만들 수도 있고(Jacoby et al., 1989; Topolinski & Strack, 2010), 발음하기 어렵게 만들어서 유창성을

떨어뜨리는 방법도 있다(Laham et al., 2012; Song & Schwarz, 2009). 또한 읽기 어려운 글자색이나 글자체를 사용함으로써 유창성을 떨어뜨릴 수도 있다(Cho & Schwarz, 2006; Kim & Labroo, 2011; Pocheptsova, Labroo, & Dhar, 2010). 이렇듯 유창성 수준을 조작하는 방법은 다양하지만, 어떤 방법을 택하든 정보의 유창성 수준이 대상에 대한 직관적 판단에까지 영향을 미친다는 점은 공통적이다.

처리 유창성은 다양한 영역의 직관적 판단에 영향을 미친다(Alter & Oppenheimer, 2009; Cho & Schwarz, 2006; Labroo & Kim, 2009; Labroo, Lambotte, & Zhang, 2009; Schwarz, 2004; Song & Schwarz, 2009). 왜냐하면 사람들은 처리 유창성이 경험될 때, 자신들이 가지고 있는 내재이론(naïve theory)에 따라 그 경험을 해석하고 이를 사회적 판단의 근거로까지 삼기 때문이다. 특히 사람들은 유창성과 친숙함(familiarity)간의 관련성에 대한 내재이론을 갖고 있는데, 이는 많이 접해본 친숙한 정보일수록 더 유창하게 처리된다는 것이다. 때로 사람들은 이러한 인과관계를 역으로 적용해서, 유창하게 처리되는 정보일수록 더 친숙한 정보라는 인과적 추론을 내리기도 한다. 그 결과, 처리 유창성 수준을 높인 것만으로 대상에 대한 친숙함이 증가하고, 이것이 호감(liking)의 증가로까지 이어지고는 한다(Zajonc, 1968). 사람들이 친숙한 자극은 새로운 자극에 비해 안전하다고 여기기 때문이다(Song & Schwarz, 2009; Zajonc, 1968). 하지만 처리 유창성에 관한 최근의 연구 결과들을 보면, 높은 유창성이 반드시 대상에 대한 호감 또는 선호의 증가로 이어지지 않는 듯하다.

Song과 Schwarz의 2009년도 연구에서 피험자들은 발음하기 어려운 이름(즉, 유창성이 낮은 이름)을 가진 놀이기구가 더 신나고 모험적이라고 생각했으며, Cho와 Schwarz의 2006년 연구에서는 상품 정보가 읽기 어려운 형태로 제시되었을 때, 해당 상품이 더

혁신적이라고 생각하고 상품 선호도가 증가하였다. Kim과 Labroo의 (2011) 연구에서는 최고의 상품을 선택하려는 동기를 가진 피험자들은 상품 정보의 유창성이 낮은 상품을 더 선호한 반면, 적당한 상품을 선택하려는 동기를 가진 소비자들은 유창성이 높은 조건의 상품을 더 선호하였다. 사람들이 추구하는 목표 및 수단이 얼마나 인지적으로 접근 가능한가에 따라서 유창성이 평가에 상반되는 영향을 미침을 보인 연구도 있었다(Labroo & Kim, 2009). 이러한 연구 흐름들은 대상에 대한 평가에 미치는 정보 처리 유창성의 효과가 상황 혹은 동기에 따라 달라질 수 있음을 보여준다. 그러므로 유창성에 관한 초기 연구들에서 주장하는 바와 같이, 유창성과 대상 평가 간의 정적인 관계만을 가정하기보다는 보다 확대된 관계 속에서 생각할 필요가 있다. 다시 말해서, 보다 통합적이고 넓은 관계에서 유창성 효과를 이해하기 위해서는 사람들에게 주관적으로 경험되는 처리 유창성이 내재이론에 따라 사람들에게 어떻게 해석되는지를 고려할 필요가 있다는 것이다. 특히 여러 차원의 특질들이 복합적으로 작용하여 결정되는 대인 간 지각에서는 처리 유창성이 다르게 해석될 수 있다.

사회적 인식의 두 차원: 따뜻함과 유능함

따뜻함(warmth)과 유능함(competence)은 개인과 집단 수준 모두에서 사회적 인식(social perception)의 대표적인 두 차원이다(Cuddy & Fiske, 2007; Cuddy, Fiske, & Glick, 2008; Fiske, Cuddy, & Glick, 2006; A. J. C. P. Glick & Beninger, 2011; Judd, James-Hawkins, Yzerbyt, & Kashima, 2005; Rosenberg & Nelson, 1968). 따뜻함과 유능함에 대한 명확하고 조작적인 정의를 제시하기는 어려운 일이지만, Rosenberg (1968) 연구에서 그 단서를 얻을 수 있다. 대학생들에게 64개의 특질들을 분류하도록 한 Rosenberg 연구에서, 주요 두 차원을 확인되었다.

따뜻함은 신뢰할 수 있는(trustworthy), 진실된(sincere), 사람이 좋은(good-natured) 특질 형용사와 함께 사회적으로 좋은 특질로 분류된 반면, 유능함은 지적인(intelligent), 과학적인(scientific), 숙련된(skillful), 중요한(important) 등의 형용사들과 함께 지적으로 좋은 특질로 분류되었다. 이보다 앞서, Asch는 따뜻함(warm)과 차가움(cold)을 인상 형성에서 두 개의 중심 특질 밝힌 바 있다(Asch, 1946). 학자들에 따라서 Cuddy와 그 동료들이 명명한 것과 다른 용어로 두 차원을 명명하는 경우도 있지만, ‘따뜻함’ 군집과 ‘유능함’ 군집이 개인과 집단에 대한 사회적 인식의 가장 대표적인 두 차원이라는 점에서는 의견을 같이 한다.

이러한 두 차원은 다양한 집단들에 대한 사회적 인식에서 반복적으로 확인된다. 직장 내 관리자와의 상호작용을 따뜻함-지향적인 혹은 유능함-지향적인 유형으로 나누기도 하며(Bales, 1950), 정치인에 대한 인식에서도 드러난다(Abelson, Kinder, Peters, & Fiske, 1982). 뿐만 아니라 직업에 대한 고정관념에서도, 사람들이 따뜻함과 유능함의 두 차원으로 직업을 인식하고 있음이 드러난다(Garcia-Marques & Mackie, 1999; P. Glick, Wilk, & Perreault, 1995). 직업 고정 관념을 구성하는 이미지를 알아보고자 한 Glick와 Wilk, Perreault의 1995년 연구에서는, 직업 인식이 따뜻함(i.e., feminine)과 유능함(i.e., intelligence)의 두 차원에 따라 이루어짐을 밝히고, 이 두 차원에 따라 배치한 지도를 제시하기도 하였다. 그 표에 따르면, 아동 보육사나 유치원 교사, 사회복지사처럼 배려와 돌봄(nurturance)이 요구되는 직업들은 상대적으로 여성성(feminine)이 유능함(intelligence)보다 중요한 직업으로 인식되는 반면, 내과의사나 치과의사, 교수, 화학 연구원들은 여성성보다 유능함이 더 중요한 직업으로 인식되고 있음을 확인할 수 있었다. Leonel과 Diane의 연구 (1999)에서 역시 4개의 직업들(e.g., 컴퓨터 프로그래머,

건설 노동자, 클럽 경비원, 아동 교육사)이 사람들에게 따뜻함 (i.e., friendliness-unfriendliness)와 유능함(i.e., intelligence-stupidity)의 두 차원으로 인식됨을 확인할 수 있었다. 이처럼 직업에 대한 사람들의 인식에서 따뜻함이 유능함 속성보다 더 중요시 되는 직업(e.g., 사회복지사, 선생님)들이 있는 반면 유능함이 따뜻함 속성보다 더 중시되는 직업(e.g., 펀드 매니저, 치과의사)도 있는 것으로 보인다(이후로, 전자를 ‘따뜻함 직업’, 후자를 ‘유능함 직업’이라고 부르겠다). 특히 본 연구와 관련하여, 특정 직업에서 강조되는 (따뜻함 혹은 유능함) 속성이 무엇이나 하는 점이 주관적으로 경험되는 처리 유창성을 해석하는 방식에 영향을 줄 것으로 예상된다.

정보 처리 유창성과 대인 간 지각

사람 이름의 처리 유창성이 대인 간 지각에 영향을 준다(Laham et al., 2012). Laham과 그 동료들의 2012년 연구에서 피험자들에게 발음의 쉽고 어려움을 조작한 사람 이름들을 주고 그 이름을 가진 사람에게 얼마나 호감을 느끼는 지를 물어보았다. 연구자들의 예상대로 이름의 유창성은 호감과 정적 상관 관계를 보였다. 다시 말해 발음하기 쉬운 이름일수록 더 큰 호감을 보고하였다. 이는 사람 이름의 유창성이 대인 간 지각(혹은 인상 형성)에도 영향을 미칠 수 있음을 보인 최초의 연구이다. 사실, 다양한 분야에서 유창성 효과를 연구한 방대한 선행 연구들에도 불구하고 최근 들어서야 대인 간 지각에 미치는 사람 이름의 유창성 효과를 알아본 연구가 발표되었다는 점이 더욱 놀랍다. 그럼에도 불구하고 Laham과 동료들의 연구 역시 유창성과 대상 평가에 관한 초기 연구들의 평면적인 관계 설정에서 벗어나지 못하고 있다. 대인 간 지각에서도, 유창성과 대상 평가 간에 정적인 관계만을 상정할 수는 없다. 이름의 유창성 효과에 관한 보다 깊이 있는 이해를 위해서는,

앞서 논의한 바와 같이, 사람들이 처리 유창성을 대인 간 지각 상황에서 어떤 내재이론을 사용하여 해석할 것인지를 고려해야 한다. 본 연구에서는 대인 간 지각 상황 중에서도, 제한된 소수의 정보만을 바탕으로 특정 직업 분야의 누군가를 선택해야 하는 상황에서 사람의 이름의 유창성이 어떻게 달리 해석되는지를 알아보고자 한다.

유창성이 높은 이름들을 접하게 되면, 사람들은 처리의 쉬움(easy to process)을 경험하게 된다. 용이함(easiness)을 경험한 사람들은 친숙한 정보일수록 처리가 용이하다는 내재이론을 사용하여 대상이 친숙하다고 판단할 것이며, 증가된 친숙함으로 인해 대상에 대한 안전, 신뢰, 따뜻함 판단까지 증가할 것이다. 사람들의 인식에서 긴밀하게 연결되어 있는 특성들이기 때문이다(Rosenberg & Nelson, 1968). 그렇다면, 따뜻함과 유능함의 두 차원으로 직업을 분류할 수 있다는 점을 함께 고려했을 때, 유창성이 높은 이름을 접한 사람들은 그 이름을 가진 사람이 ‘따뜻함 직업’을 가졌을 것이라는 추론할 가능성이 높다. 반면, 유창성이 낮은 이름들을 접하게 되면, 사람들은 처리의 어려움(difficult to process)을 경험하게 된다. 사람들은 전문적일수록 이해하기 어렵다는 내재이론을 가지고 있기 때문에, 처리의 어려움(difficulty)은 대상에 대한 친숙함을 떨어뜨리는 반면 전문성 판단을 증가시킨다. 처리의 쉬움이 때로 대상이 너무 단순하고 평범하다고 판단하게 만드는 것과 같은 맥락이다(Labroo et al., 2009). 그러므로, 유창성이 낮은 이름을 접한 사람들은 그 이름을 가진 사람이 ‘유능함 직업’을 가졌을 것이라고 추론할 가능성이 높다.

실험 목적 및 실험 가설

처리 유창성은 지금까지 다양한 분야에서 활발히 연구되어 왔다. 제품 정보 표기 방식의 유창성에서부터 단순히 이름을 갖는 것의 효과에 이르기까지 처리 유창성이 직관적인 사회적 판단에 영향을 미친다는

것이 반복적으로 확인되어 왔다. 그럼에도 불구하고 놀라울 정도로 사람 이름의 유창성이 대인 간 지각에 갖는 효과에 대한 연구는 거의 이루어진 바 없다. 최근 들어서야 사람 이름의 유창성 효과에 대한 초기 단계의 연구가 발표되었을 뿐이다(Laham et al., 2012). 인물 정보에서 이름이 갖는 중요성과 처리 유창성의 범문화적인 효과를 고려했을 때, 사람 이름의 유창성 효과에 대해 보다 깊이 있는 이해를 가능하게 해줄 연구가 필요하다는 사실은 자못 분명하다. 그리고 그 첫 번째 단계로써, 직업 영역에서 이름의 유창성에 따라 대인 간 지각이 어떻게 달라지는지 알아보는 연구를 하고자 한다.

본 실험의 구체적인 가설은 다음과 같다. 첫째, 사람들은 처리 유창성이 높은 이름을 가진 사람은 처리 유창성이 낮은 이름을 가진 사람보다 따뜻함이 요구되는 직업을 가졌을 것으로 추측할 것이다. 이름 정보를 처리하는 과정에서 경험되는 처리의 용이성이 직업의 따뜻함 속성과 부합하기 때문이다. 둘째, 사람들은 처리 유창성이 낮은 이름을 가진 사람은 처리 유창성이 높은 이름을 가진 사람보다 유능함이 요구되는 직업을 가졌을 것으로 사람들이 추측할 것이다. 이름 정보 처리의 어려움이 직업의 유능함 속성과 부합하기 때문이다. 셋째, 단순히 추론하는 수준을 넘어서서, 이름의 처리 유창성이 특정 직업을 가진 사람에 대한 태도(e.g., 선호)에도 영향을 줄 것이다.

본 연구는 4개 실험으로 구성되어 있다. 실험1에서는 컴퓨터 자극을 이용하여 이름의 처리 유창성이 직업 추론에 미치는 효과를 알아보았다. 참가자들은 유창성이 높은 (혹은 낮은) 이름이 제시되었을 때, 그 이름을 가진 사람이 따뜻함 직업과 유능함 직업 중에서 어떤 직업을 가지고 있을지 추론하는 과제를 수행하였다. 실험2는 실험1과 동일한 실험 설계를 통하여 실험1의 결과를 반복 검증하는 한편, 대안 가설을 기각하는 것을 목적으로 수행되었다. 따뜻함과 유능함 속성뿐만 아니라

발생 빈도까지 동일하게 맞춘 직업쌍을 실험 자극으로 사용함으로써, 이름의 유창성 효과에 대한 대안 가설을 효과적으로 기각하였다. 실험3에서는 이름의 유창성 효과가 직업 추론이라는 인지적 과정을 넘어서서 그 사람에 대한 선호에까지 영향을 미칠 수 있는지 알아보았다. 특정 직업 분야에서 누군가를 선택, 고용해야 하는 가상의 상황에서 이름의 유창성 수준만 달리한 두 명의 정보가 제공되었을 때, 실험 참가자들이 따뜻함 직업과 유능함 직업 내에서 각각 어떤 이름을 가진 사람을 더 선호하는 지 알아보았다. 마지막으로 실험4는 이름의 유창성 효과가 단순히 언어나 문화로 귀인될 수 없는 범문화적인 현상임을 보이는 것을 목적으로 수행되었다. 이를 위해, 실험 참가자들에게 유창성 수준을 달리한 영어 이름들을 제시하고 그 사람의 직업을 추론하도록 하였다. 본 연구의 한계와 의의, 후속 연구 제언은 종합 논의에서 다루고 있다.

실험1

실험1은 이름의 처리 유창성 수준이 그 이름을 가진 사람의 직업을 추론하는 과정에 영향을 주는지 알아보기 위해 수행하였다. 이를 위해 참가자들은 처리 유창성 수준이 높은 (혹은 낮은) 이름들이 제시되었을 때, 그 이름을 가진 사람의 직업을 추론하는 과제를 수행하였다. 따뜻함과 유능함 중에서 요구되는 속성이 서로 다른 두 개의 직업이 이름과 함께 제시되고 참가자들은 제시된 두 개의 직업 중에서 하나를 선택하는 과제였다. 참가자들이 여러 번의 시행을 하도록 과제를 구성함으로써, 개별 자극(이름 혹은 직업)의 영향을 최소화하였다. 이러한 실험 설계를 통해, 본 연구의 첫 번째와 두 번째 가설을 검증하고자 한다. 즉, 유창성이 높은 이름이 제시되었을 때는 참가자들이 그 이름을 가진 사람이 따뜻함 직업을 가졌을 것으로 추론하는 반면, 유창성이 낮은 이름이 제시되었을 때는 유능함 직업을 가졌을 것으로 추론함을 실험적으로 검증하고자 한다.

방법

실험 참가자

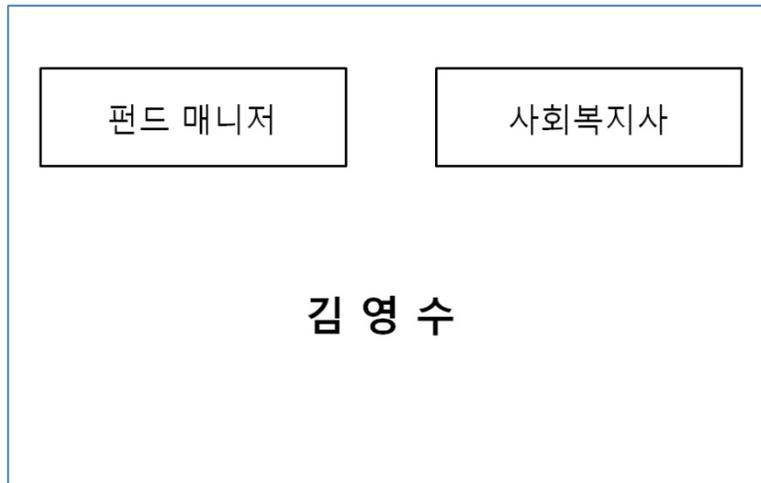
심리학 관련 수업을 듣는 서울대학교 학부생 74명(여자 29명)이 수업의 일환으로 실험에 참가하였다.

절차

실험실에 도착한 참가자들은 칸막이가 쳐져 있는 개인 책상에 앉아서 컴퓨터 과제를 수행하였다. 하나의 이름과 두 개의 직업이 컴퓨터 화면에 제시되었다. 참가자들은 제시된 이름을 가진 사람이 어떤 직업을 가지고 있을지 추측하여 두 개의 직업 중에서 한 직업을 선택하는 과제를 수행하였다(그림1). 처리 유창성이 높은 남자 이름과 여자 이름,

처리 유창성이 낮은 남자 이름과 여자 이름 각각 18개씩 제시되어 총 72개의 이름이 사용되었다. 직업은 예비 시험(pilot test)을 통해서 따뜻함이 요구되는 직업 6개와 유능함이 요구되는 직업 6개가 사전에 선정되었으며, 두 직업 군에서 하나씩 골라 36쌍으로 제시되었다. 하나의 직업 쌍이 유창성이 높은 이름과 한 번 제시되고, 유창성이 낮은 이름과 한 번 제시되었다. 따라서, 유창성이 높은 이름과 함께 제시된 직업쌍과 유창성이 낮은 이름과 함께 제시된 직업쌍이 정확히 동일하도록 구성하였다. 또한 직업이 화면에 제시되는 순서에 의한 효과를 통제하기 위하여 절반의 시행에서는 따뜻함 직업-유능함 직업 순으로 제시되고 다른 절반에서는 역순으로 제시되었다. 참가자들은 6번의 연습 시행 이후에 72번의 본 시행과 12개의 통제(dummy) 시행을 수행하였으며, 슈퍼랩(superlab) 프로그램을 이용하여 무작위로 자극을 제시하였다. 각 시행마다 5초의 반응 제한 시간을 두었으며, 제한 시간을 넘길 경우 ‘NO ANSWER’ 라고 적힌 경고 메시지가 뜬 후 다음 화면으로 자동 전환되었다.

컴퓨터 과제 종료 후, 참가자들은 과제에 사용된 72개의 이름 별 처리 유창성을 묻는 설문지를 작성하였다. 설문지에서 참가자들은 각 이름들이 얼마나 흔한 이름이라고 생각하는지 (1점: 매우 흔하다~7점: 전혀 흔하지 않다), ‘얼마나 발음이 어렵다고 생각하는지를 (1점: 매우 어렵다~7점: 전혀 어렵지 않다) 7점 척도로 평정하였다.



[그림 1] 실험1에서 사용한 컴퓨터 과제 화면

자극

직업 독립된 참가자 25명이 12개의 직업들에 대해 평정하였다. 제시되는 직업들에서 따뜻함과 유능함 속성이 얼마나 중요하다고 생각하는지를 7점 척도(1점: 전혀 중요하지 않음~7점: 매우 중요함)로 평정하였다. 따뜻함 항목 점수에서 상위 6개 직업을 ‘따뜻함 직업’으로, 유능함 항목 점수에서 상위 6개 직업을 ‘유능함 직업’으로 분류하였다. 직업 종류(따뜻함 대 유능함)와 속성(따뜻함 대 유능함)을 피험자 내 요인으로 두고 반복 측정 변량 분석을 한 결과, 직업 종류와 속성의 주 효과($F(1,24)=23.704$, $F(1,24)=139.917$, $ps=.000$)와 상호작용효과($F(1, 24)=250.656$, $p=.000$)를 모두 발견하였다. 상호작용 효과를 더 자세히 살펴보면, 따뜻함 직업 집단이 유능함 직업 집단보다 따뜻함 항목($\alpha=.727$, $.614$)에서 유의미하게 더 높은 반면($M=5.893$ $SD=.830$, $M=2.913$ $SD=.739$, $t(24)=13.00$, $p=.000$), 유능함($\alpha=.713$, $.846$) 항목에서 유의미하게 더 낮은($M=4.993$ $SD=.828$, $M=6.607$ $SD=.399$, $t(24)=9.48$, $p<.01$) 것을 확인할 수 있었다. 이 결과를 바탕으로 12개의 직업을 따뜻함 직업과 유능함 직업으로 분류하여 컴퓨터 과제 자극으로 사용하였다(부록1).

이름 이름의 처리 유창성은 이름의 발생 빈도에 영향을 받는다. 일상 생활에서 흔하게 접할 수 있는 이름일수록 다시 말해, 한국에서 가장 흔하게 쓰이는 이름일수록 처리 유창성이 높다. 하지만 이름의 빈도에 관한 체계적이고 공식적인 형태의 조사는 현재 한국에서 이루어지지 않고 있다. 다만, 2009년 대법원에서 1945년 이후 시대별로 부모들이 선호했던 이름 목록을 발표한 바 있다(부록2). 이 목록에서 남녀 별로 각각 18개의 이름을 선택하여 유창성이 높은 이름(e.g., 민수, 미영) 목록을 작성하였다(부록3). 유창성이 낮은 이름의 경우에는 공식적인 자료가 전혀 없는 관계로 실험자의 경험을 바탕으로 남녀 별로 각각 18개의 이름(e.g., 창혁, 율혜) 목록을 작성하였다.

컴퓨터 과제 이후에 참가자들은 과제에 사용된 72개 이름에 대하여, 지각한 발생 빈도와 발음의 난이도에 대해 7점 척도로 평정하였다. 발생 빈도 항목에서, 참가자들은 유창성이 높은 조건의 남자 이름들($M=6.050$, $SD=.532$, $\alpha=.866$)과 여자 이름들($M=6.023$, $SD=.586$, $\alpha=.882$)을 유창성이 낮은 남자 이름들($M=2.546$, $SD=.532$, $\alpha=.814$)과 여자 이름들($M=2.552$, $SD=.483$, $\alpha=.792$)보다 유의미하게 더 흔하다고 보고하였다 ($t(60)_{\text{male}}=38.941$, $t(59)_{\text{female}}=35.984$, $ps=.000$). 참가자들은 발음의 난이도 항목에서 유창성이 낮은 남자 이름들($M=4.317$, $SD=.811$, $\alpha=.893$)과 여자 이름들($M=4.108$, $SD=.687$, $\alpha=.837$)이 유창성이 높은 남자 이름들($M=1.583$, $SD=.524$, $\alpha=.924$)과 여자 이름들($M=1.740$, $SD=.607$, $\alpha=.925$)보다 유의미하게 더 발음하기 어렵다고 보고하였다($t(57)_{\text{male}}=25.660$, $t(57)_{\text{female}}=25.717$, $ps=.000$). 따라서 이름의 유창성 조작은 성공적이었다고 말할 수 있다.

결과

이름의 유창성 수준과 따뜻함 (혹은 유능함) 직업을 선택한 비율

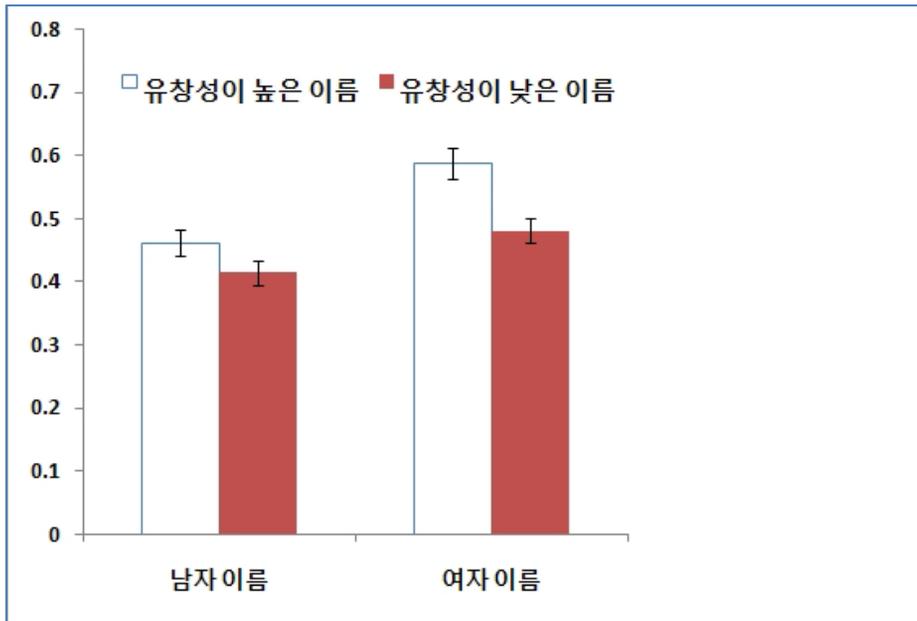
간의 관련성을 알아보는 분석을 실시하였다. 참가자들이 전체 직업 선택 횟수 중에 따뜻함 직업을 선택한 횟수가 종속 측정치가 되었다.

$$\text{선택 비율} = \frac{\text{따뜻함 직업 선택 횟수}}{\text{따뜻함 직업 선택 횟수} + \text{유능함 직업 선택 횟수}}$$

한 참가자가 유창성이 높고 낮은 남자와 여자 이름 모두를 평정하였으므로, 이름의 유창성 수준(높음 대 낮음)과 제시된 이름의 성별(남자 이름 대 여자 이름)이 피험자 내 독립 변인이 되었다. 또한 순서 효과를 통제하기 위하여, 남자 이름과 여자 이름의 제시 순서가 피험자간 독립 변인으로 추가하였으며, 참가자의 성별도 변인으로 추가하였다. 하지만 제시 순서나 참가자 성별에 따른 유의미한 효과는 보고되지 않았기 때문에 이후 모든 분석에서 제외되었다.

선택 비율을 종속 측정치로 하여 변량 분석을 실시한 결과, 가설과 일치하는 결과를 얻을 수 있었다. 먼저, 유창성의 주 효과를 확인할 수 있었다($F(1,70)=11.560, p=.001$). 참가자들은 유창성이 낮은 이름($M=.448, SD=.015$)이 제시되었을 때보다 유창성이 높은 이름($M=.525, SD=.018$)이 제시되었을 때 그 사람이 따뜻함 직업을 가지고 있을 것으로 더 많이 추측하였다. 이름의 성별에 따른 주효과도 확인할 수 있었다($F(1,70)=23.275, p=.000$). 참가자들은 남자 이름($M=.439, SD=.014$)보다는 여자 이름($M=.534, SD=.017$)일 때 그 사람이 따뜻함 직업을 가지고 있을 것으로 더 많이 추측하였다. 게다가 유창성과 이름의 성별은 상호작용을 보여($F(1,70)=3.240, p=.076$), 남자 이름 조건에서는 유창성의 효과가 약했던 반면($M_{\text{high}}=.462, M_{\text{low}}=.415, p=.085$), 여자 이름 조건에서는 보다 강한 유창성 효과를 발견할 수 있었다($M_{\text{high}}=.588, M_{\text{low}}=.481, p=.000$).

더불어, 각 이름 별 조건 내에서 전체 선택 횟수 중에서 따뜻함 직업을 선택한 비율이 우연의 확률(0.5)보다 유의미하게 큰지 작은지를 알아보는 분석을 수행하였다. 만약 따뜻함 직업을 선택한 비율이 무작위 확률(0.5)보다 크다면 이는 그 이름 조건에서 따뜻함 직업을 절대적으로 유능함 직업보다 더 많이 선택함을 의미한다. 반대로, 비율이 우연의 확률(0.5)보다 작다면 이는 그 이름 조건에서 유능함 직업을 절대적으로 따뜻함 직업보다 더 많이 선택했음을 의미한다. 0.5와의 통계적 차이를 검증하는 일표본 t 검증(one-sample t-test)의 결과, 남자 이름일 때는 유창성이 높은 이름($M=0.462$, $p=.030$)과 낮은 이름($M=0.415$, $p=.000$) 조건 모두에서 0.5와 통계적으로 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 남자 이름일 때는 그 이름을 가진 사람이 따뜻함 직업보다는 유능함 직업을 가지고 있을 것으로 더 많이 추측하였다. 반면, 여자 이름인 경우에는 유창성이 높은 조건에서 0.5보다 통계적으로 더 큰 것으로 나타났지만($M=.588$, $p=.000$), 유창성이 낮은 조건에서는 0.5와 통계적으로 다르지 않았다($M=.481$, ns). 이는 사람들이 유창성이 높은 여자 이름인 경우에는 유능함 직업보다 따뜻함 직업을 가졌을 것으로 더 많이 추측한 반면, 여자 이름이더라도 유창성이 낮은 이름인 경우에는 따뜻함 직업과 유능함 직업 선택 간의 유의미한 차이가 없었음을 보여준다.



[그림 2] 실험1에서 이름의 유창성 효과

이름 별 분석 관련 연구를 참고하여, 참가자가 아닌 이름을 단위로 분석해보았다(Laham et al., 2012에서 재인용). 이를 위해, 각 이름 별로 유창성 점수를 산출하고, 유창성 점수와 따뜻함 직업 선택 비율 간의 상관계수를 구하는 분석을 수행하였다. 기본적으로 이러한 분석 방법은 앞선 분석보다 가설을 검증하는 데 있어서 보다 보수적이고 신중한 분석이라고 할 수 있다. 왜냐하면, 이러한 분석을 통해 유의미한 결과를 얻기 위해서는 우선, 실험 자극으로 선정된 이름들의 유창성 점수가 연속적으로 배열되어야 하고 각 이름들 간의 유창성 수준에서의 작은 차이가 종속 측정치에서의 차이로 이어져야 하기 때문이다. 이는 이름의 유창성 수준이 직업 선택 비율에 영향을 미침을 보이는 보다 엄격하면서 직접적이고 명료한 분석 방법이라고 할 수 있다. 그렇기 때문에, 이러한 분석에서도 유의미한 결과를 얻는다면, 그것은 이름의 유창성 수준이 직업 추론에 영향을 미침을 보이는 확고한 증거가 될 것이다.

분석을 위해, 이름의 발생 빈도와 역채점된 발음 난이도에 대한 신뢰도 계수(이름의 빈도 $\alpha = .995$, $\alpha = .994$)를 추정 한 후, 두 항목에 대한 이름 별 평균 점수를 산출하였다. 두 점수는 매우 강한 정적 상관을 보이며($r = .985$, $p = .000$), 이름의 발생 빈도와 발음 난이도 두 요인이 상당히 중복되는 개념임을 보여주었다. 이름의 빈도 문항과 역채점된 발음 난이도 문항을 합산하여($\alpha = .961$) 각 이름 별 유창성 점수를 구하였다. 그리고 가설대로, 각 이름 별 유창성 점수와 따뜻함 직업을 선택한 비율 간에 유의미한 정적 상관을 확인할 수 있었다($r = .238$, $p < .05$). 다시 한번, 보다 엄격한 분석을 통해, 이름의 유창성 수준이 직업 추론에 영향을 미침을 확인할 수 있었다.

논의

실험1의 결과는 이름의 유창성이 직업 추론에 영향을 미칠 수 있음을 보인 최초의 결과이다. 사람들은 유창성이 높은 이름을 가진 사람은 따뜻함이 요구되는 직업을 가진 것으로 추론하고 유창성이 낮은 이름을 가진 사람은 유능함이 요구되는 직업을 가진 것으로 추론하는 경향을 보였다.

이름의 성별에 따른 효과도 확인할 수 있었다. 사람들은 여자 이름의 경우에는 그 사람이 유능함이 요구되는 직업보다는 따뜻함이 요구되는 직업을 가지고 있을 것으로 더 많이 추측하였다. 남성 이름인 경우에도 유창성이 높은 남자 이름을 가진 사람이 유창성이 낮은 이름을 가진 사람보다 따뜻함 직업을 가졌을 것으로 더 많이 추측하는 경향을 확인할 수 있었다. 하지만, 남자 이름인 경우에는 유창성이 높은 이름이든 낮은 이름이든 절대적인 비율에서 따뜻함 직업보다는 유능함 직업을 가진 것으로 더 많이 추측하는 경향을 보였다. 다시 말해, 유창성이 높은 남자 이름인 경우에는 유창성이 낮은 남자 이름에 비해 상대적으로

따뜻함 직업을 선택하는 비율이 증가하였지만, 기본적으로 남자 이름이 제시되는 경우에는 따뜻함 직업보다는 유능함 직업을 선택했다는 것을 의미한다. 이와 반대로, 여자 이름인 경우에는 비록 유창성이 낮은 이름이라고 하더라도 따뜻함 직업보다 유능함 직업을 가진 것으로 더 많이 추론하지는 않았다. 물론, 유창성이 낮은 여자 이름인 경우에는 유창성이 높은 여자 이름 조건에 비해 상대적으로 따뜻함 직업보다는 유능함 직업을 가진 것으로 더 많이 추론하였지만, 유창성이 낮다고 하더라도 여자 이름인 경우에는 따뜻함 직업보다 유능함 직업을 가졌을 것으로 더 많이 추측하지는 않았다는 것이다.

이러한 성별에 따른 유창성의 차별적인 효과는 연구자가 처음부터 예상한 결과는 아니었다. 하지만 이는 기존 연구 결과들과 잘 부합하는 결과이며(Broverman et al., 1972; Eagly & Mladinic, 1994; Panek, Rush, & Greenawalt, 1977), 오히려 현실 상황에 더 적합한 결과라고 생각된다. 성 고정관념에 대한 기존 연구들에 따르면, 사람들은 여성의 직업과 남성의 직업이 따로 존재한다고 믿는 경향이 있으며(Panek et al., 1977), 여성들은 전문성과 유능함보다는 따뜻함과 상호성이 중요하게 여겨지는 직업을 가지고 있을 것이라고 생각한다(Eagly & Mladinic, 1994). 또한 사람들은 따뜻함을 전형적인 여성적 특성(feminine trait)이라고 생각하며 따뜻함을 표현하는 것에 대해 긍정적으로 평가하는 반면, 사람들은 전형적으로 유능함을 남성적 특성(masculine trait)이라고 여기며 이에 대해 긍정적으로 평가하였다(Broverman et al., 1972). 이처럼 사람들은 성별에 따라 직업에 대해 다른 믿음을 가지고 있는 것으로 보이며, 그로 인해 이름의 유창성 효과가 성별에 따라 달리 나타난 것으로 생각된다. 이는 이름의 유창성 효과가 직업의 속성에 따라 달라지는 것뿐만 아니라 그 이름을 가진 사람의 성별에 따라서도 달라질 수 있음을 보여준다. 또한 그렇다면, 실험1에서 발견한 성별에 따른 유창성의 차별적인

효과를 이후 실험들에서도 계속적으로 확인할 수 있을 것이다.

마지막으로, 상관 분석을 통해서 확인한 이름의 유창성과 따듯함 직업 선택 비율 간의 유의미한 정적 상관 관계는, 이름이 내포하고 있는 많은 정보에도 불구하고 처리 유창성이 직업 추론에 상당한 영향을 미칠 수 있음을 보여준다. 하지만, 이러한 견고한 관련성에도 불구하고, 실험1의 결과에 대한 대안적인 설명 가능하다. 따라서 실험2에서는 실험1의 결과를 반복 검증하는 한편, 대안 가설을 기각할 수 있는 실험을 실시하였다.

실험2

실험2의 목적은 두 가지이다. 하나는 실험1의 결과를 반복 검증하는 것이고 다른 또 하나는 대안 가설을 기각하기 위함이다. 실험1에서 사람들이 발음이 쉽고 흔한 이름을 가진 사람은 따뜻함이 요구되는 직업을 가졌을 것으로 추측하는 반면, 발음이 어렵고 흔하지 않은 이름을 가진 사람은 유능함이 요구되는 직업을 가졌을 것으로 추측하는 경향이 있음을 확인할 수 있었다. 이러한 결과에 대해서 사람들이 이름의 발생 빈도와 직업의 발생 빈도를 일치시켜서 나타난 현상이라는 대안 설명을 제기할 수도 있다. 전반적으로 따뜻함이 요구되는 직업들이 유능함이 요구되는 직업들보다 발생 빈도가 높기 때문에 흔한 이름을 가졌으면 흔한 직업을 가졌을 것이라고 추론했기 때문에 나타난 결과라는 설명이다. 따라서 실험2에서는 실험1과 실험 설계는 동일하되, 사람들에게 지각되는 직업의 발생 빈도를 동일하게 맞추으로써 실험1의 결과를 반복검증하고 더 나아가 대안 가설을 기각하려고 한다.

이를 위해, 발생 빈도가 동일한 직업 쌍(e.g., 치과 의사 대 소아과 의사)을 찾는 작업을 본 실험에 앞서 수행하였다. 대안 설명에 따르면, 참가자들은 이름과 직업이 제시되었을 때, 이름과 발생 빈도가 유사하다고 생각되는 직업을 선택했을 수 있다. 참가자들이 실험실에 마련된 컴퓨터를 사용하여 제한된 시간 안에 선택 과제를 수행했다는 점을 고려한다면, 참가자들이 ‘인식되는 직업 빈도(perceived frequency)’를 근거로 하여 직업 선택을 했다고 보는 것이 타당할 것이다.

직업의 발생 빈도와 관련하여 ‘실제 빈도(actual frequency)’와 ‘인식되는 빈도 (perceived frequency)’, 이 두 가지 종류의 정보가 있다. 이 두 가지는 관련성이 크지만 그렇다면 동일한 개념은 아니다. 직업의 실제 빈도가 중요한 정보이기는 하나, 참가자들이 실제 빈도에

대한 정확한 정보를 숙지하고 있고 이를 근거로 제한 시간 내에 반응을 했다고 보기는 어렵다. 더구나 만약 사람들이 실제와 다르게 빈도를 인식하고 있는 경우가 있다면, 실제 정보에 근거하여 직업 빈도를 맞추는 것이 오히려 혼입효과(confounding)를 유발하여 실험에 방해로 작용할 수 있다. 이런 이유로, 실제 빈도보다는 사람들에게 인식되는 빈도에 근거하여 직업의 빈도를 맞추는 것이 더 적합할 것이다. 따라서 실험2에서는 사람들에게 직업의 빈도를 평정하도록 하는 예비 시험(pilot test)을 통해 직업의 빈도를 동일하게 맞추고 이를 본 실험의 자극으로 사용하였다.

방법

실험 참가자

심리학 관련 수업을 듣는 서울대학교 학부생 94명(여자 31명)이 수업의 일환으로 실험에 참가하였다.

절차

실험2의 절차는 실험1과 거의 동일하다. 참가자들은 하나의 이름과 두 개의 직업이 컴퓨터 화면에 제시되면, 제시된 이름을 가진 사람이 어떤 직업을 가지고 있을지 추측하여 한 직업을 선택하는 과제를 수행하였다. 예비 시험(pilot test)을 통해 직업의 빈도가 동일하게 맞추어진 8개의 직업쌍이 사전에 선정하였으며, 처리 유창성이 높은 남자 이름과 여자 이름, 처리 유창성이 낮은 남자 이름과 여자 이름과 각각 한 번씩 제시하였다. 따라서 6번의 연습 시행과 32번의 본 시행, 6개의 통제(dummy) 시행으로 과제가 구성되었으며, 슈퍼랩(superlab) 프로그램을 이용하여 무작위로 자극을 제시하였다. 컴퓨터 과제 종료 후, 참가자들은 과제에 사용된 32개의 이름 별 처리 유창성을 묻는 설문지를 작성하였다. 설문지에서 참가자들은 각 이름들이 얼마나 흔한

이름이라고 생각하는지 (1점: 매우 혼하다~7점: 전혀 혼하지 않다), ‘얼마나 발음이 어렵다고 생각하는지를 (1점: 매우 어렵다~7점: 전혀 어렵지 않다) 7점 척도로 평정하였다.

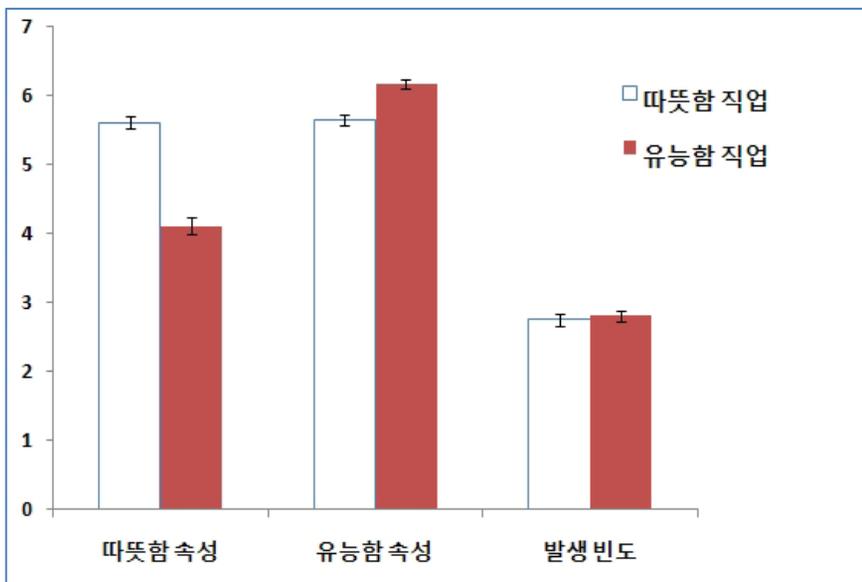
자극

직업 독립된 참가자 70명이 예비 시험(pilot test)에 참여하였다. 참가자들은 40개 직업들에 대해 따뜻함과 유능함 속성이 해당 직업에서 얼마나 중요한지, 그리고 해당 직업이 얼마나 혼한 직업이라고 생각하는지에 관해 7점 척도(1점: 전혀 중요하지 않음/전혀 혼하지 않음~7점: 매우 중요함/매우 혼함)로 답하였다. 40개의 직업들은, 직업의 빈도를 최대한 동일하게 맞추기 위하여, 동일 직업 내에서 따뜻함과 유능함 속성에서 구분되는 세부 직업들로 구성되었다. 예를 들어, 의사 직종 내에서도 따뜻함 속성이 중요하다고 여겨지는 직업으로는 소아과 의사와 산부인과 의사를, 반면 유능함 속성이 중요하다고 여겨지는 직업으로는 치과 의사, 흉부외과 의사를 선정하였다. 이러한 방식으로 11개의 동일 직업 내에서 따뜻함 속성이 요구된다고 여겨지는 세부 직업들과 유능함 속성이 요구된다고 여겨지는 세부 직업들을 선정하였고, 40개의 직업 목록이 완성되었다.

참가자들의 평정을 바탕으로, 빈도가 유사한 8개의 직업쌍(e.g., 치과 의사 대 소아과 의사, 부록4 참조)이 확인되었다. 상대적으로 따뜻함 속성이 요구되는 직업들과 유능함 속성이 요구되는 직업들로 두 집단을 나눈 후 집단 간 따뜻함, 유능함, 빈도 항목을 서로 비교하였다. 직업 집단과 측정 항목을 피험자 내 변인으로 설정하고 반복 측정 변량 분석을 한 결과, 직업 집단의 주 효과($F(1,68)=110.6, p=.000$)와 측정 항목의 주 효과($F(2,67)=387.1, p=.000$), 그리고 무엇보다 상호작용 효과($F(2,67)=257.3, p=.000$)를 확인할 수 있었다. 보다 자세히 상호작용 효과를 알아보기 위해 pairwise comparison을 한 결과, 참가자들이

따뜻함 속성은 따뜻함 직업 집단($\alpha = .768$)에서 유능함 직업 집단($\alpha = .813$)보다 더 중요하다고 생각하고 있었다($M_{warm}=5.603$, $SD_{warm}=.090$, $M_{competence}=4.107$, $SD_{competence}=.121$, $p=.000$). 반면, 유능함 속성은 유능함 직업 집단($\alpha = .806$)에서 따뜻함 직업 집단($\alpha = .817$)보다 더 중요하다고 생각하고 있음을 확인하였다($M_{competence}=6.168$, $SD_{competence}=.069$, $M_{warm}=5.643$, $SD_{warm}=.085$, $p=.000$). 그리고 무엇보다도, 참가자들이 따뜻함 직업 집단과 유능함 직업 집단 간의 빈도 인식(i.e., 얼마나 흔한 직업인가)에서 차이를 보이지 않았다($M_{warm}=2.748$, $SD_{warm}=.084$, $M_{competence}=2.804$, $SD_{competence}=.084$, ns). 이러한 결과는 사람들의 인식에서 8개의 직업 쌍이 따뜻함과 유능함 속성에서는 차이를 보이지만 빈도에서는 차이가 없음을 의미한다. 따라서 본 실험에서 이 8개의 직업쌍을 직업 자극으로 사용하였다.

이름 실험1에서 사용한 이름 중에서, 처리 유창성이 높은 남자와 여자 이름, 처리 유창성이 낮은 남자와 여자 이름, 각 네 조건에서 무작위로 8개씩 선택하여 사용하였다.



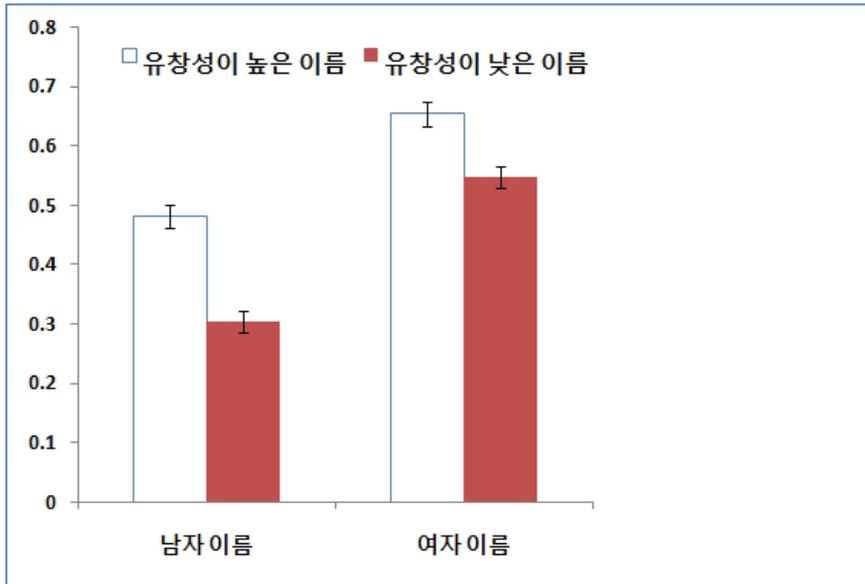
[그림 3] 실험2에서 사용한 직업쌍 평정

결과

실험1과 마찬가지로, 전체 직업 선택 횟수 중에 따뜻함 직업을 선택한 횟수를 종속 측정치로 하고, 이름의 유창성 수준(높음 대 낮음)과 제시된 이름의 성별(남자 이름 대 여자 이름)을 피험자 내 독립 변인 한 후, 반복 측정 변량 분석을 수행하였다. 실험1과 마찬가지로, 유창성의 주 효과를 확인할 수 있었다($F(1,93)=55.892, p=.000$). 참가자들은 유창성이 낮은 이름($M=.425, SD=.012$)보다는 유창성이 높은 이름($M=.571, SD=.014$)이 제시되었을 때 그 사람이 따뜻함 직업을 가지고 있을 것으로 추측하였다. 이름의 성별에 따른 주효과도 확인할 수 있었는데($F(1, 93)=125.525, p=.000$), 남자 이름($M=.395, SD=.012$)보다는 여자 이름($M=.601, SD=.013$)일 때 그 사람이 따뜻함 직업을 가지고 있을 것으로 추측하였다. 유창성과 이름의 성별은 상호작용을 보이며($F(1,93)=3.814, p=.056$), 남자 이름 조건($M_{high}=.487, M_{low}=.303, p=.000$)과 여자 이름 조건 모두에서 강한 유창성 효과를 발견할 수 있었다($M_{high}=.654, M_{low}=.548, p=.000$).

또한 실험1에서처럼, 각 이름 별 조건 내에서 전체 선택 횟수 중에서 따뜻함 직업의 선택 비율이 무작위 확률(0.5)과 동일한지를 알아보는 분석을 수행하였다. 만약 선택 비율이 무작위 확률(0.5)과 통계적으로 다르다면, 이는 따뜻함 직업과 유능함 직업 중에서 특정 직업이 더 많이 선택되었음을 의미한다. 일표본 t 검증(one-sample t-test)을 한 결과, 여자 이름일 때는 유창성이 높은 이름($M=0.654, p=.000$)과 낮은 이름($M=0.548, p=.000$) 조건 모두에서 0.5보다 통계적으로 큰 것으로 나타났다. 즉, 여자 이름인 경우에는 그 이름을 가진 사람이 유능함 직업보다 따뜻함 직업을 가진 것으로 더 많이 추측하였다. 반면, 남자 이름인 경우에는 유창성이 높은 조건에서 0.5와 통계적으로 다르지 않은 것으로 나타났지만($M=.487, ns$), 유창성이 낮은 조건에서는 0.5보다 현저하게 더 낮았다($M=.303, p=.000$). 이러한 결과는 사람들이 유창성이

낮더라도 여자 이름인 경우에는 유능함 직업보다 따뜻함 직업을 가진 것으로 유의미하게 더 많이 추측한 반면, 유창성이 높더라도 남자 이름인 경우에는 유능함 직업보다 따뜻함 직업을 가진 것으로 유의미하게 더 많이 선택하지는 않았음을 의미한다.



[그림 4] 실험 2에서 이름의 유창성 효과

논의

사람들은 유창성이 높은 이름을 가진 사람은 따뜻함이 요구되는 직업을 가진 것으로 추론하고 유창성이 낮은 이름을 가진 사람은 유능함이 요구되는 직업을 가진 것으로 추론하는 경향이 있음을 실험2에서도 확인할 수 있었다. 직업 간의 빈도를 동일하게 맞추기 위해 동일 직종 내에서 세부 직업을 선택하였고 그로 인해 직업 간 차이가 크지 않았음에도 불구하고 실험1의 결과를 반복적으로 확인할 수 있었다. 또한 이러한 노력을 통해서 실험1과 2의 결과가 이름의 빈도와 직업의 빈도를 일치시켜서 나타난 현상이라는 대안 설명 역시 효과적으로 반박할 수 있었다.

또한, 실험1에서 발견한 성별에 따른 이름 유창성의 차별적인 효과

역시 재확인할 수 있었다. 사람들은 여자 이름인 경우에는 유창성이 높은 낮은 그 이름을 가진 사람이 따뜻함이 요구되는 직업을 가지고 있을 것으로 더 많이 추측하였고, 남자 이름인 경우에는 유창성이 높더라도 따뜻함 직업을 가졌을 것으로 더 많이 추측하지 않았다. 물론, 유창성이 높은 남자 이름인 경우에 유창성이 낮은 남자 이름보다 따뜻함 직업을 가졌을 것으로 더 많이 추측하기는 하였지만, 유창성이 높은 남자 이름 조건에서조차, 따뜻함 직업을 유능함 직업보다 더 많이 선택하지는 않았다. 실험1과 실험2를 통해서, 대인 간 지각에서 이름의 유창성 효과를 이해하는 데 있어서 대상의 성별 역시 중요한 조절 변인임을 거듭 확인할 수 있었다.

사람들이 이름의 유창성 수준에 따라서 직업 추론을 달리한다는 것을 실험적으로 확인할 수 있었다. 그렇다면, 좀더 나아가, 이름의 유창성 수준이 이러한 인지적 추론 수준을 넘어서 그 사람들에게 대한 선호(혹은 태도)에까지 영향을 미칠 수 있을 것인가 하는 문제가 남는다. 다시 말해서, 따뜻함 속성이 요구된다고 여겨지는 직업에서는 실제로 유창성이 높은 이름을 가진 사람을 더 선호하고 유능함 속성이 요구된다고 여겨지는 직업에서는 유창성이 낮은 이름을 가진 사람을 더 선호할 것인가에 하는 점이 불분명하다.

사실, ‘추론’과 ‘선호’는 다소 독립적인 과정이다. 추론은 인지 과정인 반면, 선호는 인지와 정서, 행동을 포함하는 태도이다(참고 문헌 필요). 따라서 이름의 유창성 정보와 부합하는 직업을 가진 것으로 추론한다고 해서, 반드시 이름의 유창성 정보와 직업 속성이 일치하는 사람을 더 선호한다고 까지 주장하기는 어렵다. 선호(혹은 태도)에는 인지적인 요소뿐만 아니라, 정서적인 요소와 행동적인 요소 모두 영향을 미치기 때문이다. 더구나 이름의 유창성이 높을수록 그 사람에 대한 전반적인 호감이 증가한다는 선행 연구(Laham et al, 2012)까지

고려한다면, 이름의 유창성이 그 이름을 가진 사람에 대한 선호에 어떤 영향을 미칠지 예상하기는 더욱 어려워진다. 그러므로 실험3에서 이에 대해 자세히 알아보려고 하였다.

실험3에서 실험 참가자들에게 특정 직업을 가진 누군가를 고용해야 하는 상황과 함께 이름의 유창성 수준만 달리한 두 명의 정보를 제시하였다. 그 두 명 중에서 한 명을 선택하여 고용해야 하는 가상의 상황에서, 실험 참가자들이 누구를 더 선호하는지 알아봄으로써, 이름의 유창성이 사람들에게 대한 선호에까지 영향을 미치는지 알아보았다.

실험 3

앞선 두 실험에서 사람들이 이름의 처리 유창성 정보에 근거하여 직업을 추론함을 확인할 수 있었는데, 이는 그 이름을 가진 사람에 대한 태도에까지 영향을 미칠 수 있다. 다시 말해서, 이름의 유창성 정보와 그 사람의 직업적 속성이 일치할 때, 그 사람에 대한 선호가 증가할 수 있다. 예를 들어, 유능함 속성이 중요한 직업(e.g., 펀드 매니저, 핵융합 연구원)에서는 유창성이 높은 이름을 가진 사람보다 유창성이 낮은 이름을 가진 사람을 더 선호할 수 있다. 반대로, 따뜻함 속성이 중요한 직업(e.g., 사회 복지사, 호스피스)에서는 유창성이 낮은 이름을 가진 사람보다 유창성이 높은 이름을 가진 사람을 더 선호할 수 있다.

하지만 이와 다른 예상 역시 가능하다. ‘추론’과 ‘선호’는 다소 독립적인 과정이기 때문이다. 추론은 인지 과정인 반면, 태도에는 인지적인 요소뿐만 아니라 정서적인 요소도 포함되기 때문이다. 보다 구체적으로 말해서, 이름의 유창성이 그 이름을 가진 사람에 대한 전반적인 호감을 증가시킨다는 선행 연구(Laham et al, 2012)를 고려했을 때, 유능함 직업 조건에서 유창성이 그 사람에 대한 태도에 반대되는 두 방향으로 영향을 미칠 수도 있기 때문이다. 인지적으로는 유능함이 필요한 직업에서는 유창성이 낮은 이름을 가진 사람이 유창성이 높은 이름을 가진 사람보다 더 적합한 것으로 추론되지만, 정서적으로는 유창성이 높은 이름을 가진 사람에게 더 큰 호감을 느낄 수 있다. 이 경우, 반대되는 두 방향으로 작용하는 유창성 효과로 인해 사람들의 선호가 어떤 식으로 나타날지 예측하기 어렵다. 하지만 따뜻함 속성이 나타나는 직업에서는 예측하기가 쉽다. 따뜻함 속성이 요구되는 직업에서는 유창성이 높은 이름을 가진 사람이 더 적합하다고 인지적으로 추론할 뿐 아니라 정서적으로도 더 큰 호감을 느낄 것이기 때문이다. 이에 더하여, 특정 직업을 가진 여러 명 중에서 한 명을

선택하는 상황은 많은 요인이 개입되는 복잡한 상황이다. 이름의 처리 유창성이라는 미묘한 조작이 이러한 상황까지 영향을 미칠 수 있을지 확신하기 어렵다.

이러한 이유들로 인해, 이름의 유창성이 특정 직업을 가진 사람들에게 대한 선호에 구체적으로 어떤 영향을 미칠지 예상하기는 어렵다. 다만, 이름의 유창성 효과가 인지적 추론 단계를 넘어서 그 사람에 대한 선호에까지 영향을 미친다면, 많은 정보가 제공되는 가상의 상황에서조차 이름의 처리 유창성이 그 사람에 대한 태도에 영향을 미친다면, 이는 이름의 처리 유창성 효과에 대한 확고한 증거가 될 것이다.

방법

실험 참가자

심리학 관련 수업을 듣는 서울대학교 학부생 98명(여자39명)이 수업의 일환으로 실험에 참가하였다.

절차

실험실에 도착한 참가자들은 실험 진행에 대한 간단한 안내를 들은 후, 설문지를 작성하였다. 참가자들은 누군가를 고용해야 하는 가상의 시나리오와 함께 동일 직업을 가진 두 명의 인물 정보를 읽은 후, 한 명을 선택하였다(부록5). 따뜻함 직업 2개(사회 복지사, 호스피스)와 유능함 직업 2개(펀드 매니저, 핵융합 연구원), 통제(dummy) 직업 2개를 포함하여 총 6개의 직업이 제시되었다. 따뜻함 직업 조건(사회복지사)에서 제시된 시나리오와 인물 정보는 다음과 같다.

실적으로 인해 생계가 어려워진 당신은 누군가의 도움이 절실한 상황입니다. 당신의 어려운 상황에 대해서 상담해 줄

사회 복지사를 위 두 사람 중에서 고른다고 했을 때, 누구를
선택하겠습니까?

김지훈

나이: 45

김지훈씨는 현재 김해 시청 사회복지과에서 근무하고
있으며, 사회복지사 경력 16년째이다. 업무 중에서 소년소녀
가장 가구의 생활 보조 업무를 담당하고 있다. 올해
가족들과 함께 국내 여행을 하려고 계획 중에 있다.

최권록

나이: 46

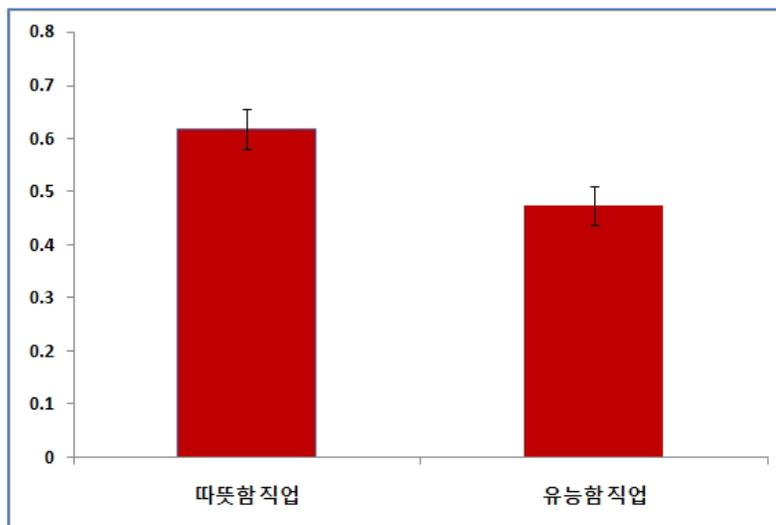
최권록씨는 경남 창원 시청 사회복지과에서 근무하고
있으며 사회복지사 경력 17년째이다. 관할 구역 내 독거
노인의 생활 보조 지원을 담당하고 있다. 가족들과 함께
주말농장을 대여하려고 계획 중에 있다.

이름의 유창성 수준을 제외하고 나머지 인물 정보는 최대한 동일하게
구성하였다. 이름은 실험1과 2에서 사용되었던 목록 중에서 유창성이
높은 이름 4개(김지훈, 이미영, 이은정, 김영수)와 낮은 이름 4개(최권록,
윤윌혜, 신소륜, 황창혁)가 사용되었다.

결과

인물 정보의 의도하지 않은 효과를 통제하기 위하여, 절반의
참가자들에게는 이름은 그대로 놔둔 채 인물 정보만 바꾸어 제시하였다.
또한, 이름 제시 순서에 따른 효과를 통제하기 위하여 절반의

참가자들에게는 유창성이 높은 이름이 먼저 제시되고 반면 또 다른 절반의 참가자들에게는 유창성이 낮은 이름이 먼저 제시되었다. 따라서, 인물 정보와 이름 제시 순서가 피험자 간 독립변인으로 분석에 포함되었다. 따뜻함 직업에서 유창성이 높은 이름을 선택한 비율과 유능함 직업에서 유창성이 높은 이름을 고른 비율을 종속 측정치로 구하였다. 이 둘을 피험자 내 변인으로 두고 반복 측정 변량 분석을 실시하였을 때, 참가자들이 상대적으로 유능한 직업(M=.475, SD=.036)보다 따뜻함 직업(M=.618, SD=.034)에서 유창성이 높은 이름을 가진 사람을 더 선호함을 확인할 수 있었다($F(1,94)=6.925, p=.010$). 더구나, 따뜻함 직업에서 유창성이 높은 이름을 선택한 비율은 우연의 확률(0.5)보다 유의미하게 컸다($t(97)=3.389, p=.001$). 이는 따뜻함 직업 내에서 유창성이 높은 이름을 유창성이 낮은 이름보다 더 선호함을 분명하게 보여준다. 하지만, 유능함 직업에서 유창성이 낮은 이름을 선택한 비율은 우연의 확률(0.5)보다 크지 않았다($t(97)=.478, ns$). 마지막으로 인물 정보($F(1,94)=.862, ns$)와 이름 순서($F(1,94)=.003, ns$)에 따른 효과는 없었다.



[그림 5] 실험3에서 유창성이 높은 이름을 선택한 비율

논의

실험3에서는 이름의 유창성이 특정 직업을 가진 사람들의 선호에 영향을 미칠 수 있음을 확인하였다. 사람들은 따뜻함이 요구된다고 여겨지는 직업들에서 유창성이 높은 이름을 가진 사람을 유창성이 낮은 이름을 가진 사람보다 더 선호하였다. 하지만 유능함이 요구된다고 여겨지는 직업들에서 유창성이 낮은 이름이 유창성이 높은 이름보다 더 선호되지 않았는데, 이 결과에 대해서는 신중한 해석이 필요하다. 비록 실험3의 유능함 직업 조건에서 유창성이 낮은 이름이 선호된 비율이 무작위 확률(0.5)과 다르지 않았지만, 그렇다고 해서 유능함 직업 조건에서 유창성 효과가 없었다고 결론지을 수만은 없다. 유능함 직업 조건에서 유창성이 낮은 이름의 선호 비율이 0.5였다고 해석하는 것이 보다 정확할 것이다.

실험1과 2에서 유창성이 낮은 이름이 제시되었을 때 유능함 직업이 따뜻함 직업보다 더 많이 선택되는 것을 확인할 수 있었는데, 이는 이름의 유창성 효과가 유능함 직업에서도 유효함을 보여주는 결과이다. 특히, 성별에 따른 차이가 있기는 했지만, 유창성이 낮은 이름 조건에서 0.5보다 높은 확률로 유능함 직업이 더 많이 선택되는 것을 확인할 수 있었다. 이전 실험들에서 반복적으로 확인된 이러한 결과들은 이름의 유창성과 유능함 직업 간에 관련성이 존재함을 보여준다. 또한, 앞서 언급한 바와 같이, 유능함 직업에서는 이름의 유창성이 상반되는 두 방향으로 영향을 미쳐서 나타난 결과일 수도 있다. 이름의 낮은 유창성은 그 사람의 유능함에 대한 평가를 증가시킴과 동시에 그 사람의 신뢰로움에 대한 평가를 감소시켰을 수 있다. 그로 인해 결과적으로 그 사람에 대한 선호가 무작위 확률(0.5)와 다르지 않게 나온 것일 수 있다. 하지만 이런 경우라면, 무작위 확률(0.5)와 통계적으로 다르지 않았다고 해서 유능함 직업 조건에서 유창성 효과가 없었다고 주장하는 것은

부적절할 것이다. 혹은 누군가를 선택해서 고용하는 상황에 개입되는 많은 요인들 때문에 상대적으로 미묘한 유창성 조작의 효과가 나타나지 않은 것일 수도 있다. 아니면, 정말로 이름의 유창성이 따듯함 직업과는 달리 유능함 직업에서는 아무런 영향을 미치지 않았을 수도 있다. 이러한 다양한 가능성으로 인해, 유능함 직업 조건에서 유창성이 낮은 이름의 선호 비율이 0.5와 다르지 않다는 결과는 어떤 식으로든 매우 조심스럽고 신중하게 해석될 필요가 있다.

실험4에서는 영어 이름을 실험 자극으로 사용하여 앞선 실험들의 결과를 반복 검증하려고 한다. 처리 유창성은 이름이 내포하고 있는 정보와는 달리 정보 처리 과정 자체에서 발생하기 때문에, 이름이 사용되는 문화권 혹은 언어에 상관없이 나타나는 효과이다. 그러므로 본 연구의 결과가 정말로 이름의 유창성에 의한 효과라면, 사용하는 언어에 상관없이 동일한 결과를 얻을 수 있어야 할 것이다. 따라서 마지막 실험4에서는 영어 이름을 실험 자극으로 사용한 경우에도 처리 유창성이 직업 추론에 영향을 미침을 보임으로써, 이름의 유창성 효과가 문화나 언어의 문제로 환원될 수 없는 범문화적인 현상임을 보이고자 한다.

실험4

처리 유창성은 정보 처리 과정에서 주관적으로 경험되는 것으로, 정보가 쓰여진 언어와는 상관없이 나타나는 현상이다. 이는 앞선 실험들에서 반복적으로 확인되었던 인상 형성에 미치는 사람 이름의 유창성 효과가 한국 문화나 한국어에 국한되어 나타나는 현상이 아님을 시사한다. 따라서 실험4에서는 영어 이름을 사용하여 실험1의 결과를 반복 검증할 것이다. 이를 통해, 본 실험의 결과가 이름이 내포하고 있는 정보 (문화 혹은 언어) 때문이 아니라 정보 처리 수준의 유창성 때문에 발생하는 효과이며, 그렇기 때문에 다양한 문화권(혹은 국가)에서 일반화될 수 있는 현상임을 보일 수 있을 것으로 기대한다.

실험 참가자들은 실험1과 2에서 사용한 것과 동일한 컴퓨터 과제를 수행하게 된다. 하나의 유창성이 높은 (혹은 낮은) 이름이 제시되고 그 이름을 가진 사람이 따뜻함 직업과 유능함 직업 중에서 어느 직업을 가지고 있을지 추론하는 과제를 수행한다. 다만, 앞선 실험들과 달리, 영어 이름을 실험 자극으로 사용하였다. 미국 정부에서 매년 발표하는 이름 자료를 바탕으로 유창성이 높은 영어 이름과 낮은 이름을 구성하고 이를 한국인 실험 참가자들에게 제시하였다. 영어 이름이 내포하고 있는 정보의 영향력을 받지 않는 한국인 참가자들에게서도 이름의 유창성 효과를 발견한다면 이는 유창성 효과가 정보 처리 수준에서 발생하는 것임을 보다 확실하게 보여주는 결과일 것이다. 아울러, 이름의 유창성 효과가 다른 문화권(혹은 국가)에서도 나타날 수 있는 현상이며, 심지어 서로 다른 문화권(혹은 국가)에 속한 사람들 사이에서도 일어날 수 있는 일반적인 현상임을 보여주는 증거가 될 것이다.

방법

실험 참가자

심리학 관련 수업을 듣는 서울대학교 학부생 59명(여자 22명)이 수업의 일환으로 실험에 참가하였다.

절차

영어 이름이 실험 자극으로 사용된 점을 제외하고, 실험1의 실험 설계 및 절차와 정확히 동일하다. 참가자들은 두 개의 직업과 하나의 이름이 제시된 컴퓨터 화면을 보고, 제시된 이름을 가진 사람이 두 개의 직업 중에서 어떤 직업을 가지고 있을지 추측하는 판단 과제를 수행하였다. 6번의 연습시행과 72번의 본 시행, 12개의 통제(dummy) 시행을 포함한 총 90번의 시행을 반복적으로 수행하였다. 슈퍼랩(superlab)을 이용하여 무작위 순서로 시행이 제시되었으며, 제한 시간 안에 반응하지 못했을 경우, ‘NO ANSWER’ 라고 적힌 경고창과 함께 다음 시행으로 자동 전환되었다.

컴퓨터 과제 종료 후, 참가자들은 컴퓨터 판단 과제에 사용된 72개 이름의 유창성을 평정하였다. 설문지에서 참가자들은 각 이름들이 얼마나 흔한 이름이라고 생각하는지 (1점: 매우 흔하다~7점: 전혀 흔하지 않다), ‘얼마나 발음이 어렵다고 생각하는지를 (1점: 매우 어렵다~7점: 전혀 어렵지 않다) 7점 척도로 평정하였다.

자극

직업 실험1에서 사용한 것과 정확히 동일한 자극을 사용하였다.

이름 이름을 공식적으로 수집하지 않는 한국과는 달리, 미국에서는 주기적으로 이름에 관한 데이터를 수집 배포하고 있다. 미국 사회보장국(U.S. Social Security Administration)은 인터넷 웹사이트(www.ssa.gov) 에서 1919년부터 2009년 출생한 아기들에게서 가장 대중적인 이름(‘popular name for births in 1919-2009’)에 대한 자료를 제공하고 있다. 가장 많이 사용되는 순서로 해서, 하위

100위까지 성(surname)에 대한 정보를 얻을 수 있다. 또한, 1년 단위로 출생 신고된 모든 이름(first name)에 대한 자료도 제공하고 있다. 개인 정보 보호의 차원에서 미국 전역에 걸쳐 보고 횟수가 5 미만인 이름(first name)의 경우에는 빈도를 일괄적으로 5로 표기하고 있다. 따라서 영어 이름의 경우, 성(surname)과 이름(first name) 모두에 대해서 미국 정부가 제공하는 객관적이면서 방대한 자료를 구할 수 있었다. 이를 바탕으로, 성(surname)과 이름(first name) 모두 유창성이 높은 남자 이름(e.g., Paul Jackson)과 여자 이름(e.g., Lisa Johnson), 성(surname)과 이름(first name) 모두에서 유창성이 낮은 남자 이름(e.g., Oryan Colquhoun)과 여자 이름(e.g., Loralyn Thevenin)을 구성하였다.

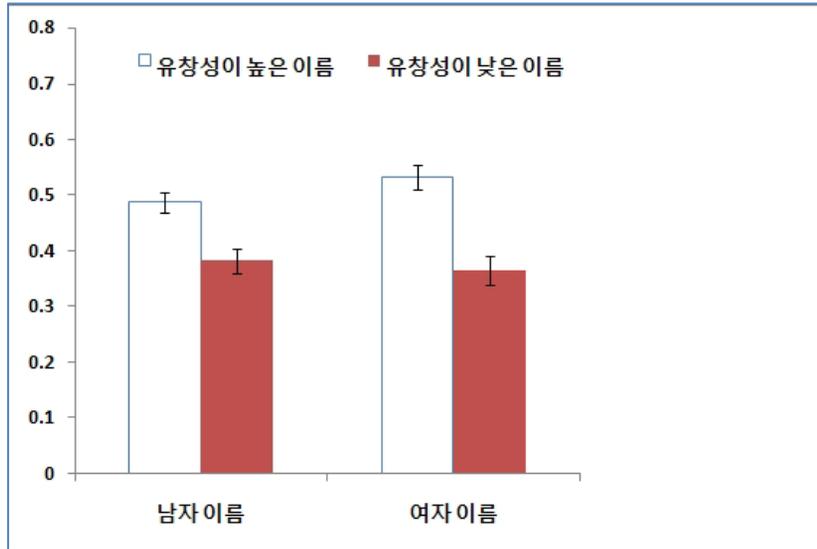
컴퓨터 과제 이후에 참가자들은 과제에 사용된 이름들을, 지각한 발성 빈도와 발음의 난이도에 대해 7점 척도로 평정하였다. 얼마나 흔한 이름인가에 대한 질문에서, 참가자들은 유창성이 높은 조건의 남자 이름들($M=5.825$, $SD=.715$, $\alpha=.912$)과 여자 이름들($M=5.517$, $SD=.791$, $\alpha=.919$)이 유창성이 낮은 남자 이름들($M=2.354$, $SD=.717$, $\alpha=.911$)과 여자 이름들($M=2.343$, $SD=.733$, $\alpha=.925$)보다 유의미하게 더 흔하다고 보고하였다 ($t(56)_{male}=26.701$, $t(56)_{female}=24.070$, $ps=.000$). 참가자들은 발음의 난이도 항목에서 유창성이 낮은 남자 이름들($M=5.097$, $SD=.847$, $\alpha=.904$)과 여자 이름들($M=5.129$, $SD=.979$, $\alpha=.931$)이 유창성이 높은 남자 이름들($M=1.425$, $SD=.457$, $\alpha=.880$)과 여자 이름들($M=1.610$, $SD=.604$, $\alpha=.913$)보다 유의미하게 더 발음하기 어렵다고 보고하였다($t(56)_{male}=32.552$, $t(56)_{female}=28.749$, $ps=.000$). 따라서 영어 이름의 유창성 조작이 성공적이었다고 말할 수 있다.

결과

전체 선택 횟수 중에서 따뜻함 직업을 선택한 비율이 종속 측정치가

되고, 이름의 유창성과 제시된 이름의 성별이 피험자 내 변인으로 하여 변량 분석을 실시한 결과, 가설과 일치하는 결과를 확인할 수 있었다. 영어 이름에서도 유창성의 효과를 확인할 수 있었는데($F(1,58)=17.573$, $p=.000$), 참가자들은 유창성이 낮은 이름($M=.374$, $SD=.022$)이 제시되었을 때보다 유창성이 높은 이름($M=.510$, $SD=.016$)이 제시되었을 때 그 사람이 따뜻함 직업을 가지고 있을 것으로 더 많이 추측하였다. 유창성과 이름의 성별 간의 약한 상호작용도 확인되었는데($F(1,58)=3.613$, $p=.062$), 남자 이름 조건보다는 ($M_{high}=.487$, $M_{low}=.382$, $p=.002$), 여자 이름 조건에서 보다 강한 유창성 효과를 발견할 수 있었다($M_{high}=.533$, $M_{low}=.366$, $p=.000$).

따뜻함 직업의 선택 비율이 무작위 확률(0.5)과 동일한지도 알아보았다. 일표본 t 검증(one-sample t-test)을 한 결과, 유창성이 높은 남자 이름일 때 따뜻함 직업을 가졌을 것으로 추론하는 비율이 0.5와 통계적으로 다르지 않았으나($M=0.487$, ns), 유창성이 낮은 남자 이름일 때는 따뜻함 직업보다 유능함 직업을 가진 것으로 추론하였다($M=0.382$, $p=.000$). 여자 이름인 경우에도 유창성이 높은 경우에는 따뜻함 직업을 가진 것으로 추론하는 비율이 0.5와 통계적으로 다르지 않았지만($M=.533$, ns), 유창성이 낮을 때는 그 이름을 가진 사람이 유능함 직업을 가진 것으로 유의미하게 더 많이 추측하였다($M=.366$, $p=.000$). 비록 유창성이 낮은 조건에서는 남자 이름과 여자 이름 간에 따뜻함 직업을 가졌을 것으로 추론하는 비율이 다르지 않았지만($t(58)=.735$, ns), 유창성이 높은 조건에서는 남자 이름에 비해, 여자 이름일 때, 따뜻함 직업을 가졌을 것으로 더 많이 추론하는 것을 확인할 수 있었다($t(58)=-1.915$, $p=.060$).



[그림 6] 실험4에서 이름의 유창성 효과

이름 별 분석 앞선 실험처럼, 참가자가 아닌 이름을 단위로 해서 분석해보았다(Laham et al., 2012에서 재인용). 이름의 유창성 점수와 따뜻함 직업 선택 비율 간의 상관 관계를 구하는 이 분석 방법은 유창성 효과를 검증하는 직접적이면서 명료하고 무엇보다 보다 엄격한 방법이다. 이를 위해, 이름의 발생 빈도와 역채점된 발음 난이도에 대한 신뢰도 계수(이름의 빈도 $\alpha = .994$, $\alpha = .995$)를 추정 한 후, 두 항목에 대한 이름 별 평균 점수를 산출하였다. 두 점수는 예상대로 매우 강한 정적 상관을 보였다($r = .987$, $p = .000$). 이름의 빈도 문항과 역채점된 발음 난이도 문항을 합산하여($\alpha = .993$) 각 이름 별 유창성 점수를 구하였다. 각 이름 별 유창성 점수와 따뜻함 직업을 선택한 비율 간에 유의미한 정적 상관을 확인할 수 있었는데($r = .573$, $p = .000$), 이는 영어 이름에서도 유창성 수준이 직업 추론에 영향이 미친다는 것을 보여준다.

논의

영어 이름을 사용한 실험4에서도 앞선 실험들과 동일하게, 사람들이

이름의 유창성에 따라 직업을 추론하는 경향이 있음을 확인할 수 있었다. 한국인들에게 생소한 영어 이름을 사용하였고, 앞선 실험들처럼 제한된 시간 안에 직업 추론 판단해야 했음에도 불구하고 동일한 결과를 얻을 수 있었다. 이처럼 실험4에서 유창성 효과는 반복적으로 확인할 수 있었지만, 실험1과 2에서 발견한 이름의 성별에 따른 유창성의 차별적 효과는 부분적으로만 확인할 수 있었다. 유창성이 높은 이름 조건에서는 이름의 성별에 따라 따듯함 직업을 가진 것으로 추론하는 비율이 유의미하게 달랐지만, 유창성이 낮은 이름 조건에서는 추론 비율이 성별 간에 다르지 않았다. 이는, 한국인에게 생소한 영어 이름을 사용하였기 때문에 나타난 결과인 것으로 생각된다. 한국인에게 기본적으로 모든 영어 이름은 생소하겠지만, 그 중에서도 유창성이 낮은 이름 즉, 발음하기 어렵고 흔하지 않은 이름들은 더욱 생소할 것이다. 그렇기 때문에, 유창성이 높은 이름인 경우에는(e.g., Paul, Lisa) 그 이름이 여자 이름인지 남자 이름인지 구별할 수 있지만, 유창성이 낮은 이름인 경우에는(e.g., Efrin, Loralyn) 이름의 성별을 구별할 수 없었을 가능성이 크다. 그리고 이러한 차이가 유창성이 높은 조건에서는 성별에 따른 유창성 효과의 차이를 유발한 반면, 유창성이 낮은 조건에서는 성별에 따른 유창성 효과의 차이가 없었던 원인일 수 있을 것이다.

실험4를 통해, 앞선 실험들에서 발견된 결과들이 언어나 문화로 귀인할 수 없는 처리 유창성에 의한 효과임을 다시 한 번 확인할 수 있었다. 뿐만 아니라, 본 실험의 유창성 효과가 다양한 문화권에 걸쳐 일반화될 수 있는 현상임을 직접적으로 검증하는 기회도 되었다. 다시 말해서, 대인 간 지각에 미치는 이름의 처리 유창성 효과가 다른 문화권(혹은 국가) 내에서도 나타날 수 있고, 심지어 다른 문화권(혹은 국가)에 속한 사람들 사이에서도 일어날 수 있는 광범위하고 일반적인 현상임을 확인할 수 있었다.

종합 논의

일상 생활에서 자신의 이름을 말하거나 다른 사람의 이름을 듣는 경우는 다반사이다. 종합 병원 대기실에서 담당 의사의 이름만 듣고 그 사람이 어떤 사람일까 상상해보기도 하고, 내 아이의 학교 선생님 이름을 듣고 따뜻하게 아이를 지도해 줄 수 있는 사람일지 가늠해보기도 한다. 많은 사람들이 이름이 중요하다는 사실에는 동의할 것이다. 하지만, 이름은 우리가 상상하지 못하는 측면에서조차 영향력을 발휘한다.

얼마나 흔하고 얼마나 발음하기 쉬운지에 따라서 이름의 처리 유창성이 달라진다. 사람들은 처리 유창성이 높은 이름을 가진 사람들은 그 사람이 유능함 속성보다는 따뜻함 속성이 더 중요한 직업을 가지고 있을 것으로 추측하는 반면, 유창성이 낮은 이름을 가진 사람들은 따뜻함 속성보다는 유능함 속성이 더 중요한 직업을 가지고 있을 것으로 추측하였다(실험1,2,4). 이러한 결과는 단순히 이름의 빈도와 직업의 빈도를 일치시켜서 나타난 것이 아니라(실험2) 정보 처리 수준의 유창성으로 인한 효과였기 때문에, 언어의 특성으로 귀인할 수도 없는 것이었다(실험4). 더욱이, 이러한 인지적 추론 경향은 이름의 유창성 수준과 일치하는 직업을 가진 사람들에게 대한 선호에까지 이어짐을 확인할 수 있었다(실험3). 이와 더불어 이름의 성별에 따라 직업 추론에서의 유창성 효과가 달리 나타남을 확인할 수 있었다(실험1,2,4). 사람들은 남자 이름인 경우에는 유능함 속성이 요구된다고 여겨지는 직업을 가진 것으로 더 많이 추론하는 반면, 여자 이름인 경우에는 따뜻함 속성이 요구된다고 여겨지는 직업을 가진 것으로 더 많이 추론하였다.

성별에 따라 유창성 효과가 달리 나타나는 현상은 본 연구에서 의외의 수확이라고 할 수 있다. 이름의 성별이 이름의 유창성 효과를

조절한다는 것은 성 고정관념에 대한 기존 연구들과 부합하는 결과이며, 유창성 효과에 대한 새로운 관점을 제공해준다. 이름의 유창성 수준과 직업 추론 간의 관계에서 우리가 확인할 수 있었던 현상은, 특정 직업에 대한 사회적 인식(따뜻함, 유능함)에 따라 이름의 유창성이 직업 추론에 영향을 미치고 나아가 그 사람에 대한 선호에까지 영향을 미친다는 것이었다. 즉, 직업의 사회적 인식과 이름의 유창성 수준 간의 적합성 여부에 따라 사람들의 판단 및 태도가 달라짐을 확인할 수 있었다. 이러한 결과에 비추어 보았을 때, 이름의 성별이 유창성 효과를 조절했던 것은, 성별에 대한 사회적 인식과 이름의 유창성 수준 간의 적합성 여부에 기인한 효과인 것으로 생각된다. 따뜻함 특성이 중요하다고 여겨지는 여성의 경우에는 유창성이 높은 이름이 유창성이 낮은 이름보다 더욱 적합하게 여겨진다. 그래서 유창성이 높은 이름인 경우에 더욱 더 여성적인 직업 즉, 따뜻함 직업을 가졌을 것으로 추론하였을 것이다. 반면, 유능함 특성이 중요하다고 여겨지는 남성의 경우에는 유창성이 낮은 이름이 유창성이 높은 이름보다 더욱 적합하게 여겨졌을 것이다. 그러므로 유창성이 낮은 이름인 경우에 더욱 더 남성적인 직업 즉, 유능함 직업을 가졌을 것으로 추론했을 가능성이 크다. 그리고 만약 그러했다면, 유창성 수준과 성별의 사회적 인식이 일치하는 경우에 그 사람에 대한 선호가 더 증가할 수도 있을 것이다. 비록 의도하지는 않았지만 본 연구에서 확인한 성별에 따른 유창성 효과는, 성 고정관념에 대한 연구 및 유창성 연구 분야 모두에 많은 시사점을 제공한다.

처리 유창성에 대한 많은 선행 연구들에도 불구하고 사람 이름의 유창성 효과를 본격적으로 알아본 연구는 많지 않다. 유창성 효과에 대한 기존의 방대한 연구에도 불구하고, 대인 간 지각에 미치는 유창성 효과를 알아본 연구가 많지 않다는 것은 다소 의외라 할 수 있다.

하지만 본 연구를 계기로, 대인 간 지각이라는 새로운 영역에까지 유창성 연구의 범위를 확장시킬 수 있을 것으로 기대한다. 본 연구에서는 직업 관련 상황에서의 유창성 효과를 알아 보았지만, 이는 수많은 대인 간 지각 상황 중 하나에 지나지 않는다. 다양한 대인 간 상황에서 처리 유창성이 대인 간 지각에 구체적으로 어떤 영향을 미치는지 알아보는 연구들이 가능하다. 또한, 이름의 처리 유창성에만 국한할 것이 아니라, 다양한 유형의 대인 정보(e.g., 경력)가 제시되는 방식의 유창성 효과를 알아보는 연구도 가능하다. 이처럼, 본 연구는 대인 간 지각이라는 차원을 추가함으로써, 유창성 연구의 범위를 확장하는 데 기여했다.

또한, 이름이 일상 생활에서 빈번히 사용된다는 점을 고려했을 때, 이름의 유창성에 대한 본 연구는 실용적 함의 역시 가지고 있다. 우선, 이름 정보의 유창성을 높임으로써, 상대방에게 따뜻함을 비롯하여 친숙함과 신뢰, 호감을 증가시킬 수 있기 때문에, 이를 대인 간 상황에서 적극적으로 활용할 수 있을 것이다. 예를 들어, 따뜻함이 요구되는 직업을 가진 사람들의 경우, 잠재적인 고객들에게 반복적으로 자신의 이름을 노출하고 기억하기 쉽고 발음하기 쉽도록 자신의 이름을 전달하려는 노력을 통해 긍정적인 효과를 얻을 수 있을 것이다. 이와 관련하여, 실제로 사람 이름이나 사진이 포함된 음식점 간판을 종종 접할 수 있는데 이러한 음식점의 대부분은 세련된 레스토랑이라기보다는 친근한 토속 음식점인 경우가 많다. 본 연구에서 밝힌 유창성 효과가 이처럼 이름과 관련된 현상들을 이해하고 실용적으로 활용하는 단초가 될 수도 있을 것이다.

한계 및 후속 연구 제안

많은 연구가 그러하듯이, 본 연구 역시 몇 가지 제한점을 갖는다. 첫째, 보다 다양한 참가자들을 대상으로 이름의 유창성 효과를 반복

검증할 필요가 있다. 이름의 유창성 효과 자체가 정보 처리라는 상위 인지 경험에서 발생하는 효과이기 때문에 다른 문화 혹은 다른 언어권에서 역시 그 효과가 나타날 것이다. 그 증거로 실험4에서 한국인 참가자들에게 영어 이름을 보여주었을 때에도 이름의 처리 유창성 효과를 확인할 수 있었다. 하지만 외국인 참가자들에게 외국 이름 혹은 한국 이름을 사용하였을 때에도 이름의 처리 유창성 효과를 발견한다면, 이는 본 연구의 일반화에 큰 도움이 될 것이다.

실험3에서 사람 이름의 유창성이 특정 직업을 가진 사람에 대한 선호도에 미치는 영향을 알아보았다. 사람들이 따뜻함 속성이 요구되는 직업에서는 유창성이 높은 이름을 가진 사람을 유창성이 낮은 이름을 가진 사람보다 더 많이 선호한 반면, 유능함 속성이 요구되는 직업에서는 유창성에 따른 선호가 나타나지 않았다. 이는 유능함 직업에서 이름의 낮은 유창성이 그 사람의 유능함에 대한 인식은 증가시켰지만, 그 사람에 대한 호감은 낮추었기 때문에 나타난 결과일 수 있다. 누군가를 고용해야 하는 상황에서 그 사람이 얼마나 능력 있는가 하는 점 외에도 그 사람을 얼마나 신뢰할 수 있는지 또한 중요한 요소이다. 유창성이 낮은 이름은 인지되는 유능함은 증가하는 반면, 신뢰, 호감에 대한 판단은 감소하기 때문에 사람들에게 선호되지 않은 것일 수 있다.

하지만 이러한 논의는 어디까지나 사후 설명일 뿐, 실험적으로 검증되지 않은 것이다. 실험3의 결과를 정확히 이해하기 위한 추가적인 실험이 필요하다. 유창성이 특정 직업을 가진 사람들의 유능함과 신뢰로움 지각에 차별적인 영향을 미칠 수 있는 만큼, 이 두 요소를 분리할 수 있는 실험이 필요하다. 본 실험에서 사용한 방법보다 직접적인 방식으로 대인 간 지각에서 유창성이 따뜻함, 유능함, 신뢰, 안전, 호감에 미치는 영향을 측정하고 이것이 태도(및 선호)에 미치는

영향을 알아보는 연구가 필요하다. 이러한 연구는 이름의 유창성이 특정 사람에게 대한 선호에 미치는 영향에 대한 보다 명확한 청사진을 제공해줄 것이다.

본 연구에서 처리 유창성은 발생 빈도와 발음의 난이도로 조작되었다. 발생 빈도와 발음의 난이도가 매우 강한 상관을 보였으나, 이 둘은 서로 다른 개념이다. 하지만 본 연구에서는 이 둘을 구분하여 독립적으로 조작하기보다는, 이 둘을 동시에 조작하여 유창성 수준을 조작하였다. 그렇게 한 이유는, 사람 이름의 특성 상 발생 빈도와 발음의 난이도가 명확히 분리되기가 어려운 반면 두 개념 모두 처리 유창성 수준을 조작하는 대표적인 변인으로 밝혀져 왔기 때문이다. 발생 빈도와 발음의 난이도 모두 유창성 수준을 조작하는 방법이므로 무리하게 두 개념을 분리할 필요가 없다고 판단했고 그 결과 자연스러운 이름 자극을 구성할 수 있었다. 하지만 이 두 개념을 구분하지 않고 혼용해서 사용했다는 점은 본 연구의 분명한 한계 중 하나이며 이 두 개념 간 차별적인 영향력이 있는지 알아보는 추후 연구가 필요하다.

이와 유사하게, 본 연구에서는 성과 이름을 합쳐서 실험 자극으로 사용하였다. 하지만, 성과 이름을 분리해서 한 조건(성 혹은 이름)의 유창성 수준만을 변화시킨 경우에도 본 연구와 동일한 결과를 얻을 수 있는지 알아보지는 추후 연구가 필요하다. 이제까지의 유창성 연구들은 물체를 상으로 했기 때문에 이러한 문제가 발생하지 않았다. 하지만 사람 이름의 경우에는 성(family name)과 이름(first name)이 합쳐져서 한 사람의 이름(name)이 완성된다. 따라서 본 연구에서 확인한 유창성 효과가 이름(first name)에 의한 주효과인지, 성(family name)에 의한 주효과인지, 둘 모두의 효과인지, 아니면 성과 이름의 주효과 이외에도 둘 간의 상호작용에 의한 효과도 있는지에 대한 부분이 불명확하다. 본 연구의 실험 구조로는 이 부분이 불분명하며, 이름의 유창성 효과에

대한 보다 정확한 이해를 위해 성과 이름의 유창성 수준을 각각 조작하는 추후 연구가 필요하다.

본 연구에서는 이름의 유창성을 발생 빈도와 발음의 난이도를 통해서 조작하였지만, 글자색이나 글자체를 이용해서 유창성을 조작할 수도 있다. 흐릿한 글자색이나 읽기 힘든 서체로 사람 이름이 제시되었을 때 인상 형성에 미치는 유창성 효과를 알아보는 연구도 가능하다. 전경-후경 대비와 같은 방법으로 이름의 유창성을 조작하는 것은, 이름이 내포하고 있는 정보는 동일하게 유지하되, 정보 처리 수준만 달리하는 실험 방법이다. 본 연구에서 이 방법이 사용되지는 않았지만 다른 유창성 조작 방법과 동일한 결과를 얻을 것으로 예상되며 이를 알아보는 후속 연구가 필요하다.

이름의 유창성 효과가 대인간 인상 형성에서 얼마나 강력한 변인으로 작용할 수 있을지를 알아보는 연구 역시 필요하다. 본 연구를 통해서 이름의 유창성 수준이 인상 형성에 영향을 미칠 수 있음을 보였다. 하지만 대인 간 인상 형성에 영향을 주는 다른 많은 변인들에 비해 얼마나 강력한 변인인지는 본 연구만으로 알 수 없다. 다른 모든 조건을 동일하게 만든 실험 상황에서 이름의 유창성이 효과가 있음을 확인할 수 있었지만, 현실 상황에서는 인상 형성에 영향을 주는 많은 다른 강력한 요인들과 함께 이름이 제시되기 마련이다. 이러한 상황에서조차 이름의 유창성 수준이 인상 형성에 유의미한 변인이라면, 이는 이름의 유창성 효과가 실용적인 측면에서 얼마나 큰 함의를 갖는지를 명확하게 보여주는 결과가 될 것이다. 기존의 인상 형성 관련 연구 흐름에 이름의 유창성 수준을 새로운 변인으로 추가하여 그 효과를 알아보는 직접적이고 추후 연구를 통해 이름의 유창성 변인의 절대적 혹은 상대적 크기를 검증해볼 수 있을 것이다. 미약하지만 추후 연구에 대한 단초로써, 실험1과 실험4의 결과를 참고해볼 수 있을 것이다. 한국

이름을 사용한 실험1에서 이름의 유창성 수준과 따뜻함 직업을 선택한 횟수 간의 상관관계수($r=.238$)에 비해, 영어 이름을 자극으로 사용한 실험4($r=.573$)에서의 상관관계수가 훨씬 큰 것으로 나타났다. 실험 참가자들이 한국 이름에 비해 상대적으로 영어 이름에서 얻을 수 있는 정보가 매우 적다는 점을 고려했을 때, 이는 외국 혹은 낯선 환경 및 상황에 처한 경우처럼 가용할 수 있는 정보가 제한적인 상황인 경우, 이름의 유창성 수준이 유효하고 강력한 변인으로 작용할 가능성이 많음을 시사한다. 다른 인상 형성 요인들과 이름의 유창성을 함께 연구하는 작업을 통해, 이름의 유창성 효과의 크기를 검증하고 나아가 현실 생활에서 실용적 함의를 보다 증가시킬 수 있는 방안에 대한 통찰도 얻을 수 있을 것이다.

4개의 실험에 걸쳐 이름의 유창성 효과를 검증하였다. 한글 이름에서부터 영어 이름까지, 직업 추론에서부터 그 사람에 대한 선호에 이르기까지 다방면에서 이름의 유창성이 대인 간 지각에 영향을 미침을 확인할 수 있었다. 사람 이름의 유창성 효과는 학문적으로 관련 연구의 지평을 넓히는 한편, 실생활에서 많은 적용점을 찾을 수 있는 주제이다. 본 연구를 시작으로 사람 이름의 유창성 효과를 다각도에서 검증하는 폭넓은 후속 연구들이 등장할 것으로 기대한다.

참고 문헌

- Abelson, R. P., Kinder, D. R., Peters, M. D., & Fiske, S. T. (1982). Affective and semantic components in political person perception. *Journal of Personality and Social Psychology Bulletin*, *42*, 619–630.
- Alter, A. L., & Oppenheimer, D. M. (2009). Uniting the Tribes of Fluency to Form a Metacognitive Nation. *Personality and Social Psychology Review*, *13*(3), 219–235.
- Anderson-Clark, T. N., Green, R. J., & Henley, T. B. (2008). The Relationship Between First Names and Teacher Expectations for Achievement Motivation. *Journal of Language and Social Psychology*, *27*(1), 94–99.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal Social Psychology*, *42*, 258–290.
- Bales, R. F. (1950). A set of Categories for the Analysis of Small Group Interaction. *American Sociological Review*, *15*(2), 257–263.
- Broverman, I. K., Hospital, W. S., Vogel, S. R., Center, B. U. M. H., Broverman, D. M., Hospital, W. S., . . . Rosenkrantz, P. S. (1972). Sex-Role Stereotypes: A Current Appraisal. *Journal of Social Issues*, *28*(2), 59–78.
- Bruning, J. L., Polinko, N. K., & Buckingham, J. T. (1998). Connotative Meaning of Names and Nicknames: Changes Over Twenty-Seven Years. *Psychological Reports*, *83*, 427–430.
- Bruninga, J. L., Polinko, N. K., Zerbst, J. I., & Buckingham, J. T. (2000). The Effect on Expected Job Success of the Connotative Meanings of Names and Nicknames. *Journal of Social Psychology*,

1402), 197-201.

- Cho, H., & Schwarz, N. (2006). If I Don't Understand It, It Must Be New: Processing Fluency and Perceived Product Innovativeness. *Advances in Consumer Research*, 33, 319-320.
- Christopher, A. N. (1998). The Psychology of Names: An Empirical Reexamination. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(13), 1173-1195.
- Cotton, J., O'Neil, B., & Griffin, A. (2008). The "Name Game": Affective and Hiring Reactions to First Names. *Journal of Managerial Psychology*, 23(1).
- Cuddy, A. J. C., & Fiske, S. T. (2007). The BIAS Map: Behaviors From Intergroup Affect and Stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(4), 631-648.
- Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2008). Warmth and Competence as Universal Dimensions of Social Perception: The Stereotype Content Model and the BIAS Map. *Advances In Experimental Social Psychology*, 40.
- Eagly, A. H., & Mladinic, A. (1994). Are People Prejudiced Against Women? Some Answers From Research on Attitudes, Gender Stereotypes, and Judgments of Competence. *European Review of Social Psychology*, 5(1), 1-35.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., & Glick, P. (2006). Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *TRENDS in Cognitive Sciences*, 11(2).
- Garcia-Marques, L., & Mackie, D. M. (1999). The Impact of Stereotype-Incongruent Information on Perceived Group Variability and

- Stereotype Change *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(5), 979-990.
- Glick, A. J. C. C. P., & Beninger, A. (2011). The dynamics of warmth and competence judgments, and their outcomes in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 31, 73-98.
- Glick, P., Wilk, K., & Perreault, M. (1995). Images of Occupations: Components of Gender and Status in Occupational Stereotypes. *Sex Roles*, 32(9/10), 565-582.
- Harari, H., & McDavid, J. W. (1973). Name stereotypes and teachers' expectations. *Journal of Educational Psychology*, 65(2), 222-225.
- Jacoby, L. L., Kelly, C., Brown, J., & Jasechko, J. (1989). Becoming Famous Overnight: Limits on the Ability to Avoid Unconscious Influences of the Past. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(3), 326-338.
- Judd, C. M., James-Hawkins, L., Yzerbyt, V., & Kashima, Y. (2005). Fundamental Dimensions of Social Judgment: Understanding the Relations Between Judgments of Competence and Warmth. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(6), 899-913.
- Kasof, J. (1993). Sex bias in the naming of stimulus persons. *Psychological Bulletin*, 113(1), 140-163.
- Kim, S., & Labroo, A. A. (2011). From Inherent Value to Incentive Value: When and Why Pointless Effort Enhances Consumer Preference. *Journal of Consumer Research*, 38(4), 712-742.
- Labroo, A. A., & Kim, S. (2009). The "Instrumentality" Heuristic : Why Metacognitive Difficulty Is Desirable During Goal Pursuit. *Psychological Science*, 20.

- Labroo, A. A., Lambotte, S., & Zhang, Y. (2009). The “Name-Ease” Effect and Its Dual Impact on Importance Judgments. *Psychological Science, 20*(12), 1516-1522.
- Laham, S. M., Koval, P., & Alter, A. L. (2012). The name-pronunciation effect: Why people like Mr. Smith more than Mr. Colquhoun. *Journal of Experimental Social Psychology, 48*(3), 752-756.
- Mehrabian, A. (2001). Characteristics attributed to individuals on the basis of their first names. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs, 127*, 59-88.
- Panek, P. E., Rush, M. C., & Greenawalt, J. P. (1977). Current Sex Stereotypes of 25 Occupations. *Psychological Reports, 40*, 212-214.
- Pocheptsova, A., Labroo, A. A., & Dhar, R. (2010). Making Products Feel Special: When Metacognitive Difficulty Enhances Evaluation Read More:. *Journal of Marketing Research, 47*(6), 1059-1069.
- Ray Block, J., & Onwunli, C. (2010). Managing monikers: the role of name presentation in the 2008 presidential election. *Presidential Studies Quarterly, 40*(3), 464.
- Rosenberg, S., & Nelson, C. (1968). A multidimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology, 9*, 283-294.
- Schwarz, N. (2004). Metacognitive Experiences in Consumer Judgment and Decision Making. *Journal of Consumer Psychology, 14*(4), 332-348.
- Song, H., & Schwarz, N. (2009). If It’s Difficult to Pronounce, It Must Be Risky: Fluency, Familiarity, and Risk Perception *Psychological Science, 20*(2), 135-138.

- Topolinski, S., & Strack, F. (2010). False fame prevented: Avoiding fluency effects without judgmental correction. *Journal of Personality and Social Psychology, 98*(5), 721-733.
- Young, R. K., Kennedy, A. H., Newhouse, A., Browne, P., & Thiessen, D. (1993). The Effects of Names on Perception of Intelligence, Popularity, and Competence. *Journal of Applied Social Psychology, 23*(21), 1770-1788.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal Effects of Mere Exposure. *Journal of Personality and Social Psychology: Monography Supplement, 9*, 1-27.

부록 목차

[부록1] 실험1에서 사용한 직업 목록	54
[부록2] 2009년 대법원 발표 자료 ‘시대별 가장 흔한 이름 10개’	55
[부록3] 실험1에서 사용한 이름 목록	56
[부록4] 실험2에서 사용한 직업 쌍	57
[부록5] 실험3에서 사용한 시나리오	58
[부록6] 실험4에서 사용한 영어 이름 목록	62

[부록1] 실험1에서 사용한 직업 목록

업 속성	직	따뜻함		유능함	
		평균	표준편차	평균	표준편차
	W1사회복지사	6.40	.764	4.60	1.354
	W3호스피스	6.12	1.269	4.84	1.313
	W2재활 치료 도우미	6.08	.862	5.48	1.046
	W6보육원 교사	6.00	1.080	4.96	1.306
	W4동물 사육사	5.68	.852	5.08	1.352
	W5동물 보호 연대 간사	.516	1.281	5.00	1.354
	C5뇌수술 전문의	3.12	1.364	6.76	.436
	C3인수합병 전문가	2.84	1.491	6.68	.476
	C4국제 통상 무역 전 문가	3.04	1.172	6.60	.500
	C2펀드 매니저	2.76	1.091	6.56	.507
	C6핵융합 연구원	2.92	1.288	6.52	.653
	C1항공기 조종사	3.20	1.414	6.52	.586

[부록2] 2009년 대법원 발표 자료 ‘시대별 가장 흔한 이름 10개’

출처: 2009년 1월 25일자 인터넷 파이낸셜 뉴스

http://www.fnnews.com/view?ra=Sent120lm_View&corp=fnnews&arcid=00000921550160&cDateYear=2009&cDateMonth=01&cDateDay=25

여성

순위	1948년	1958년	1968년	1975년	1978년	1988년	1998년	2005년	2008년	2009년
1	순자	영숙	미경	미영	지영	지혜	유진	서연	서연	서연
2	영자	정숙	미숙	은정	은정	지은	민지	민서	민서	민서
3	정순	영희	경희	은주	미영	수진	수빈	서현	지민	서현
4	정숙	명숙	경숙	은영	현정	혜진	지원	수빈	서현	지우
5	영숙	경숙	영숙	현주	은주	은지	지현	유진	서윤	서윤
6	영순	순자	미영	은경	은영	지영	지은	민지	예은	지민
7	정자	정희	영미	지영	현주	아름	현지	서영	하은	수빈
8	영희	순옥	정희	미경	선영	지현	은지	지원	지우	하은
9	정희	영순	정숙	현정	지연	지연	예진	수민	수빈	예은
10	옥순	현숙	현숙	미정	혜진	보람	예지	예원	윤서	윤서

남자

순위	1948년	1958년	1968년	1975년	1978년	1988년	1998년	2005년	2008년	2009년
1	영수	영수	성호	정훈	정훈	지훈	동현	민준	민준	민준
2	영호	영철	영수	성호	성훈	성민	지훈	현우	지훈	지후
3	영식	영호	영호	성훈	상훈	현우	성민	동현	현우	지훈
4	영철	영식	영철	성진	성진	정훈	현우	준혁	준서	준서
5	정수	성수	정호	정호	지훈	동현	준호	민재	우진	현우
6	종수	성호	영진	상훈	성호	준영	민석	도현	건우	예준
7	정식	상철	병철	성민	정호	민수	민수	지훈	예준	건우
8	정호	종수	진호	영진	준호	준호	준혁	준영	현준	현준
9	영환	경수	성수	상현	성민	상현	준영	현준	도현	민재
10	광수	상호	재호	준호	민수	진우	승현	승민	동현	우진

[부록3] 실험1에서 사용한 이름 목록

	남자		여자	
	유창성이 높은 이름	유창성이 낮은 이름	유창성이 높은 이름	유창성이 낮은 이름
1	김영수	황국현	이미숙	서예인
2	김영호	박형훈	김경희	강설영
3	이준호	황창혁	김현주	신소륜
4	이정호	임재휘	이영숙	백서혜
5	김성진	표종록	이미영	어요경
6	정진호	정중부	김영미	곽문경
7	김성수	권형석	이정희	류려영
8	이재호	최권록	김은주	성혜린
9	이민수	정용욱	정은영	황설희
10	이정훈	권택원	김혜진	윤윌혜
11	김상훈	황현훈	김경숙	민효경
12	박성민	송석균	박선영	양혜연
13	김영진	민홍규	박지연	여효선
14	김지훈	양중휘	김지영	황연경
15	박성호	곽평탁	김지현	권훈정
16	이상현	원종렬	정지혜	목선례
17	김현우	주대휘	이은정	임서령
18	박동현	홍병락	김현정	설혜원

[부록4] 실험2에서 사용한 직업 쌍

	따뜻함 직업	유능함 직업
1	소아과 의사	치과 의사
2	유치원 버스 운전자	통학버스 운전자
3	호스피스 간호사	응급실 간호사
4	어린이프로 PD	시사프로 PD
5	사범대 교수	경영대 교수
6	국제 구호 단체 대표	국제 무역 기구 대표
7	교육부 기자	경제부 기자
8	청소년계 형사	강력계 형사

두 사람에 대한 정보입니다. 읽으신 후 아래 문항에 답해주세요.

호스피스

이은정

나이: 29

이은정씨는 강원도 양양 요양원에서 호스피스로 근무하고 있다. 주로 폐암 말기 환자들을 대상으로 간병을 하고 있으며 3년째 근무하고 있다. 미혼이며 강원도 양양에 살고 있다.

신소륜

나이: 31

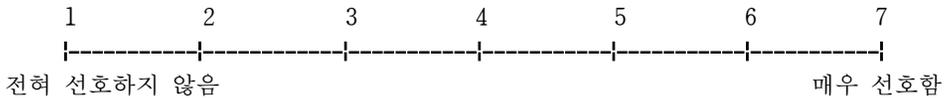
신소륜씨는 전라북도 익산 평화 요양원에서 호스피스로 4년째 근무하고 있다. 말기 위암 환자들을 주로 간병하고 있다. 미혼이며 전북 익산에 거주하고 있다.

당신이 아래와 같은 상황에 놓여 있다고 상상하고 답해주세요

할아버지가 오랜 투병 생활로 많이 힘들어 하고 계십니다. 당신은 암 말기인 할아버지가 편안한 임종을 맞으실 수 있도록 호스피스를 도움을 받기로 결정했습니다. 할아버지의 간병을 맡을 호스피스를 위 두 사람 중에서 고른다고 했을 때, 누구를 선택하겠습니까?

동그라미 쳐 주세요. (이은정 / 신소륜)

※7 점 척도에 따라 해당하는 정도를 _____에 적어 주십시오.



이은정씨를 호스피스로 얼마나 선호하십니까? _____

신소륜씨를 호스피스로 얼마나 선호하십니까? _____

[부록6] 실험4에서 사용한 영어 이름 목록

No.	유창성이 높은 남자 이름	유창성이 낮은 남자 이름
1	Paul Jackson	Efrian Delahoussaye
2	Scott Williams	Oryan Colquhoun
3	Richard Jones	Jawaun Mclauchlin
4	Jeremy Wilson	Shaughn Eichelberger
5	Robert Thomas	Quentin Lauderdale
6	John Lewis	Awlyn Schexnayder
7	Chad Walker	Nathaniel Mclawhorn
8	Andrew Green	Vyron Cawthorne
9	Kevin Brooks	Ethelbert Yeadon
10	Brian Smith	Orenthia Carreira
11	Jason Anderson	Thelonious Avetisyan
12	Steven Clark	Tyvon Zerangue
13	Daniel Allen	Ioane Wyndham
14	Michael Roberts	Jediah Mkrtchyan
15	Jeffrey Morris	Tywayne Utsey
16	Mark Kelly	Elefterios Belyeu
17	James Fisher	Llewelyn Hyché
18	David Hill	Aryn Mcglashan

No.	유창성이 높은 여자 이름	유창성이 낮은 여자 이름
1	Lisa Johnson	Loralyn Thevenin
2	Nicole Brown	Xylina Devaughn
3	Sarah Davis	Marialuisa Mcglothen
4	Rachel Taylor	Lesleyan Mcdougald
5	Karen Harris	Jennilyn Farquharson
6	Melissa Robinson	Magdalena Colclough
7	Rebecca Scott	Kathlynn Entzminger
8	Julie Carter	Lavaughn Munnerlyn
9	Jennifer James	Leinaala Eskridge
10	Mary Miller	Meridyth Arceneaux
11	Laura Martin	Tracylynn Mcgaughy
12	Jessica Hall	Alynn Desruisseaux
13	Amanda Baker	Peggyanne Yarborough
14	Tracy Parker	Chinyere Quattlebaum
15	Michelle Peterson	Eyvonne Arbuthnot
16	Kelly Ross	Althia Rhinehardt
17	April Moore	Nnenna Mcilwaine
18	Angela Nelson	Rhanda Etheredge

ABSTRACT

The processing fluency effect of human names on impression formation

Jumi Kim

Department of Psychology
Seoul National University

The processing fluency, the subjectively experienced level of difficulty with which information is processed, has been explored in a wide range of areas. Nevertheless, very few studies examined processing fluency effect on interpersonal perception. Thus, this research was intended to investigate the fluency effect of human names on impression formation.

This study inspected the fluency effect on the perception of occupation. We proved the hypothesis that people infer someone's occupation from the fluency of his/her name and, moreover, prefer someone whose name's fluency level matches with characteristics required in his/her occupation. In study 1 and 2, people inferred that person with high fluent name may have occupation requiring warmth trait and that person with low fluent name may have occupation requiring competence trait. Besides, we partially confirmed that people are more likely to choose person whose name's fluency corresponds with occupational trait. Lastly, study4 revealed that the fluency effect of human names is still valid even when English names were presented to Korean participants, which means that the fluency effect of human names can't be attributed to culture or language issue.

Additionally, we confirmed that the gender of name moderates the effect of fluency on the making inference about occupation (study1,2,4).

Keyword: name, fluency, interpersonal perception, impression formation, meta-cognition, warmth, competence, stereotype

Student Number: 2010-20105