

이름과 인상형성: 한국어 이름과 영어 이름의 효과

이 예 영 김 성 현 전 우 영[†]

충남대학교 심리학과

본 연구에서는 한국어 이름과 영어 이름이 인상형성에 미치는 영향에 대해 알아보고자 하였다. 이를 위해, 참여자들에게 평가대상의 일상생활을 묘사한 기술문을 제시한 후, 인상형성 과제를 실시하였다. 본 연구에서 사용한 기술문은 평가대상의 이름(한국어 이름, 영어 이름)을 제외한 모든 내용이 동일했다. 연구 결과, 사람들은 한국어 이름을 가진 사람보다 영어 이름을 가진 사람의 전체적인 인상을 더 긍정적으로 평가했으며, 이러한 판단 경향은 특히 신체적 매력과 도덕성 평가에서 두드러졌다. 즉, 참여자들은 한국어 이름을 가진 사람보다 영어 이름을 가진 사람이 신체적으로 더 매력적이고, 정직하며 신뢰할 만하다고 판단했다. 또한, 영어 이름을 가진 대상에 대한 긍정적인 인상형성은 참여자와 평가대상의 성별이 일치 할 때 더 강하게 나타났다. 구체적으로, 남성 참여자들은 평가대상이 남성일 경우, 한국어 이름(예, 경환) 보다 영어 이름(예, Edward)을 가지고 있는 평가대상에게 더 긍정적인 인상을 형성했다. 여성 참여자들도 평가대상이 여성일 경우, 한국어 이름(예, 은주)보다 영어 이름(예, Bella)을 가지고 있는 평가대상에게 더 긍정적인 인상을 형성했다. 마지막으로, 능력에 대한 평가에서도 한국어 이름보다 영어 이름을 가진 사람을 더 긍정적으로 평가하는 경향이 발견되었다. 이와 같은 결과는 연구참여자가 한국인임에도 불구하고, 인상형성의 주요 차원인 도덕성과 능력 차원에서, 내집단의 언어인 한국어 이름을 가진 사람보다 외집단의 언어인 영어 이름을 가진 사람을 더 긍정적으로 지각하는 경향이 있다는 것을 보여준다.

주요어 : 인상형성, 한국어 이름, 영어 이름, 내집단, 외집단

[†] 교신저자: 전우영, 충남대학교 심리학과, 대전광역시 유성구 대학로 99, wooyoung@cnu.ac.kr

 © 2025, Korean Social and Personality Psychological Association.
This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)
which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

경환이라는 이름보다 Edward라는 이름을 가진 사람이 더 좋은 사람처럼 보일까? 이름은 개인이 사회 속에서 한 명의 구별되는 인격체로 정체성을 형성하고, 다른 사람들과 관계를 맺으며 살아가는데 필수적인 요소이다. 이름은 인종, 성별, 계급, 종교와 같은 사회적 범주에 대한 단서를 제공한다(Kasof, 1993). 사람들은 상대방의 이름에서 다양한 정보를 추출하고, 이러한 정보들을 인상형성을 위한 자료로 활용한다. 따라서 똑같은 사람이더라도 이름이 달라지면, 다른 이름이 전달하는 상이한 정보로 인해 그 사람에 대한 인상형성이 달라질 수 있다.

본 연구에서는 이름이 제공하는 다양한 정보 중에서 이름의 언어가 인상형성에 어떤 영향을 미치는지 알아보고자 하였다. 구체적으로, 한국 사람들이 한국어 이름을 가지고 있는 사람에 대해 형성하는 인상과 영어 이름을 가진 사람에 대해 형성하는 인상을 비교함으로써, 한국 사회에 한국어 이름을 가진 사람과 영어 이름을 가진 사람에 대한 차별적 인상이 존재하는지 알아보자 하였다.

이름과 인상형성

인상형성에 대한 사회심리학의 고전적 연구들은 초기 정보의 중요성을 강조한다. 평가대상에 대해 처음 접하는 정보는 인상형성에 강력한 영향을 미치고(Asch, 1946), 선행 정보는 이후에 제시되는 평가대상 정보의 해석 방향을 결정한다(Higgins et al., 1977). 따라서 이름이 사회적 상호작용에서 상대방에 대해 가장 먼저 획득하는 정보 중 하나라는 점을 고려하면, 이름이 인상형성에 미치는 영향이 얼마나 강하고 지속적일지 예상해 볼 수 있다.

실제로 선행연구들은 이름이 단순한 호칭을 넘어 인상형성 과정에 깊이 관여하는 중요한 단서라는 것을 보여준다. Garwood 등(1980)은 대학생을 대상으로 이름이 신체적 매력 판단에 영향을 미친다는 사실을 밝혀냈다. 먼저 연구자들은

동등한 수준의 신체적 매력을 지닌 여학생 6명의 사진을 선정하였다. 이후 참여자들에게 해당 여학생들의 사진을 보여주고, 가장 매력적인 사람에게 투표하도록 했다. 6명의 사진에는 사전조사에서 긍정적인 평가를 받은 이름(Kathy, Jennifer, Christine)과 상대적으로 부정적인 평가를 받은 이름(Ethel, Harriett, Gertrude)이 무작위로 짜지어졌다. 연구 결과, 매력적인 이름이 할당된 여학생의 사진은 그렇지 않은 여학생의 사진 보다 4배 이상 더 많은 표를 획득하였다.

이름은 신체적 매력뿐만 아니라 평가대상의 능력 추정에도 중요한 역할을 한다. Infante 등(1980)은 이름이 예상 연봉과 승진 가능성 평가하는 데 영향을 미친다는 사실을 발견했다. 연구자들은 참여자에게 여성 기자들의 사진을 제시하였다. 그중 절반은 매력적인 외모를 지닌 여성 기자의 사진이었고, 나머지 절반은 덜 매력적인 외모를 지닌 여성 기자의 사진이었다. 그리고 각 사진에는 높은 호감도의 이름과 낮은 호감도의 이름이 무작위로 짜지어졌다. 참여자들은 제시된 사진을 보고 해당 기자의 학업적 성취, 예상 연봉, 유명 잡지의 진출 가능성 등을 평가하였다. 그 결과, 호감도가 높은 이름과 짜지어진 기자는 호감도가 낮은 이름과 짜지어진 기자보다 예상 연봉과 유명 잡지로의 진출 가능성이 더 높은 것으로 평가되었다. 흥미로운 결과는 덜 매력적인 외모가 상대적으로 낮은 평가로 이어졌음에도 불구하고, 호감도가 높은 이름을 가졌을 경우에는 평가가 달라졌다는 것이다. 구체적으로, 덜 매력적인 외모를 지녔으나 호감도가 높은 이름과 짜지어진 기자는 매력적인 외모와 호감도가 높은 이름을 동시에 가진 기자와 비교한 경우에도 학문적 성취, 기자로서의 역량, 기자로서의 성공 가능성, 예상 연봉에 차이가 없었다. 이러한 결과는 사람들에게 호감을 주는 이름이 부족한 신체적 매력을 보완할 수 있다는 것을 보여준다.

이름과 인상형성에 관한 초기 선행 연구의 관심 주제 중 하나는 흔히 접할 수 있는 이름과

그렇지 않은 이름에 대한 사회적 반응이었다 (Mehrabian, 1997). Zajonc(1968)가 제안한 단순 노출 효과(mere exposure effect)에 따르면, 사람들은 자주 접한 자극에 대해 친숙함을 느끼게 되고, 친숙함은 호감을 증가시킨다. 이와 유사하게 사람들은 익숙한 이름이나 일상에서 자주 접하는 이름에 더 큰 호감을 보이며 긍정적으로 평가하는 경향이 있다(Allen et al., 1941; Busse & Seraydarian, 1978; Joubert, 1985; Karlin & Bell, 1995; Lawson, 1971; Mehrabian, 1992; Walton, 1937; West & Shults, 1976). Colman 등(1980)은 영국과 호주의 참여자에게 이름의 친숙성과 선호도를 평가하도록 했다. 연구 결과, 이름의 친숙성과 이름의 선호도는 밀접한 관계가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로, 자신이 자주 접했던 이름일수록 해당 이름에 대한 선호도가 높아졌다. 또한, 참여자들이 높은 선호도를 보인 이름 목록은 약 30년간 영국과 호주에서 높은 인기 순위를 차지한 신생아 이름 목록과 매우 유사한 것으로 확인되었다(Colman et al., 1980). 이름의 친숙성이 인상형성에 미치는 영향은 교육 현장에서도 발견되었다. Busse와 Seraydarian(1979)은 친숙한 이름을 가진 학생들이 그렇지 않은 학생들보다 동급생 사이에서 더 인기가 많다는 사실을 확인했다. 또한, Harari와 McDavid(1973)의 연구에서는 교사들이 동일한 내용의 작문 과제를 평가할 때 인기 있는 이름을 가진 학생의 과제물을 더 호의적으로 평가하는 것으로 나타났다. 이러한 연구들은 이름이 사회적 상호작용 과정에서 개인이 실제로 경험하는 인기나 수행 평가와 같은 현실적 사건에 영향을 미칠 수 있다는 것을 보여준다.

Jones와 Pelham(2001)은 암묵적 자기중심주의(implicit egotism)의 맥락에서 사람들이 자신과 유사한 이름을 가진 대상을 선호할 것이라고 가정한다. 이들의 연구에서 참여자들에게 정치적 기부에 대한 의사를 물었을 때, 사람들은 자신과 동일한 철자로 시작하는 성을 가진 후보자에게 더 큰 금액을 기부하겠다고 보고했다. Jones 등

(2004)의 후속연구에서는 이름의 유사성이 배우자 선택에도 영향을 미친다는 것을 보여주었다. 1823년부터 1965년 사이의 약 1만 5천여 건의 결혼 기록을 확인한 결과, 사람들은 자신과 동일한 철자로 시작되는 성을 가진 사람과 결혼할 가능성이 큰 것으로 나타났다.

이처럼 이름은 대상에 대한 호감뿐 아니라 (Colman et al., 1980; Mehrabian, 1992; Lawson, 1971; Walton, 1937; West & Shults, 1976), 대인 관계에서의 인기(Busse & Seraydarian, 1979; Mehrabian, 2001), 신체적 매력(Garwood, 1980), 성격특성에 대한 추론(Bruning et al., 1998; Karlin & Bell, 1995; Mehrabian & Piercy, 1993), 학업 성취 평가(Anderson-Clark et al., 2008; Harari & McDavid, 1973), 직업적 성공에 대한 기대(Bruning et al., 2000; Infante et al., 1980), 심지어는 정당 후보에 대한 선호(Jones & Pelham, 2001)와 배우자 선택(Jones et al., 2004; Karlin & Bell, 1995)에도 영향을 미친다. 즉, 사람들은 이름에서 대상의 속성을 추론할 수 있는 다양한 정보를 찾으려 하고, 그 결과 이름은 인상형성의 핵심 단서로 사용된다고 볼 수 있다.

이름과 차별

이름은 개인의 인상을 형성하고 평가하는 데 사용되는 주요 정보이다. 이러한 이름의 특성 때문에 이름 그 자체만으로도 차별받는 상황이 발생하기도 한다. 기존의 이름과 차별에 관한 연구는 백인 중심 사회인 서구 문화권에서 활발하게 이루어져 왔다. 특히, 연구자들은 고용 시장에서 발생하고 있는 차별에 주목하였으며, 이력서를 활용한 실험을 진행하였다. 이와 관련된 대표적인 연구로는 Bertrand와 Mullainathan(2004)의 연구를 들 수 있다. 연구자들은 미국 보스턴과 시카고 신문에 실린 1,300여 개의 구인광고에 약 5,000장의 허구 이력서를 발송했다. 이들이 제작한 이력서의 모든 내용은 동일했고, 오직 지원자의 이름만 달랐다. 구체적으로, 지원자의

이름을 백인 이름(예, Emily, Greg) 또는 흑인 이름(예, Lakisha, Jamal)으로 구분하여 작성하였다. 연구 결과, 이력서의 내용이 동일했음에도 불구하고, 지원자의 이름이 흑인 이름일 때보다 백인 이름일 때 약 50% 정도 더 많은 면접 기회를 얻은 것으로 나타났다.

Kline 등(2021)의 연구에 따르면, 이러한 차별은 약 17년 뒤에도 여전히 고용 시장에 만연한 것으로 드러났다. 연구자들은 Fortune 500대 기업 108개에 83,000개의 구직 지원서를 보냈다. 역시, 지원자의 이름에만 차이가 있었는데 이력서의 절반은 백인이 주로 사용하는 이름이었고, 나머지 절반은 흑인이 주로 사용하는 이름이었다. 연구 결과, 흑인 이름을 가진 지원자는 백인 이름을 가진 지원자에 비해 전반적으로 회사로부터 10% 더 적은 회신을 받았다. 특히, 흑인 이름을 가진 사람에 대한 차별은 고객을 대면으로 상대해야 하는 서비스 분야에서 두드러지게 나타나는 것으로 밝혀졌다(Kline et al., 2021).

이름이 유발하는 차별은 미국 이외의 지역에서도 관찰된다. Oreopoulos(2011)는 캐나다 토론토의 이민자들이 취업 시장에서 겪는 어려움의 원인을 확인하기 위해 이력서를 활용한 실험을 진행하였다. 직무 경험과 학력 등이 유사한 수천 개의 이력서를 기업에 제출한 결과, 영어 이름에 비하여 중국, 인도, 파키스탄, 그리스와 같은 외국 이름을 가진 지원자들이 다양한 직종에서 차별받고 있는 것으로 나타났다. 외국 이름을 가진 지원자들은 영어 이름을 가진 지원자보다 고용주로부터 회신받을 가능성성이 더 낮았으며, 다국어 능력이나 명문 대학 출신과 같은 긍정적인 특성을 이력서에 기재하더라도 이러한 차별을 완화하지 못하였다.

북유럽권에서 수행되었던 연구도 동일한 결과를 보고하였다. Bursell(2007)은 현장실험 연구를 통해 스웨덴 취업 시장에서 이름이 차별의 이유가 될 수 있다는 것을 보여주었다. 선행연구들과 마찬가지로 동등한 능력 수준의 이력서 쌍을 지원자의 이름만 달리하여 채용 공고에 지

원하였는데, 하나는 스웨덴 이름이었고, 다른 하나는 아랍이나 아프리카와 같은 외국 이름이었다. 총 3,552개의 지원서를 이용한 이 연구에서 스웨덴 이름을 가진 지원자가 외국 이름을 가진 지원자보다 약 2.1배의 회신을 받은 것으로 나타났다. 즉, 현실에서 고용주로부터 한 번의 회신을 받기 위해 스웨덴 이름을 가진 사람이 10개의 일자리에 지원서를 제출해야 한다면, 아랍이나 아프리카 이름을 가진 사람은 21개의 일자리에 지원서를 제출해야 하는 것이다(Bursell, 2007).

핀란드에서 수행된 Ahmad(2019)의 연구에서도 자국어 이름에 대한 선호가 일관되게 관찰됐다. 구체적으로, 핀란드 이름을 가진 지원자는 외국 이름(영어, 러시아, 이라크, 소말리아)을 가진 지원자보다 면접 기회를 얻을 확률이 훨씬 높았다. 핀란드 이름을 가진 지원자가 면접 기회를 얻을 확률은 약 39%였다. 하지만 외국 이름을 가진 경우, 면접 기회를 얻을 수 있는 확률은 영어 이름이 약 27%, 러시아 이름이 약 23%, 아랍 이름이 약 14%, 소말리아 이름은 약 11%에 불과했다. 이 연구에서 주목해야 할 점은 핀란드 이름이 영어 이름보다도 더 선호되었다는 사실이다. 전 지구적으로 존재하는 영미권의 강력한 문화적 영향력에도 불구하고, 핀란드 사회에서는 영어 이름보다 자국어 이름에 대한 선호가 더 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 핀란드 취업 시장에서 관찰되는 차별이 내집단의 정체성을 반영한 이름을 더 선호하는 경향에서 비롯되었을 가능성을 보여준다.

이름에 따른 차별 현상은 여러 국가에서 발견되고 있으며, 이러한 차별은 특히 소수 인종의 일상생활을 영위하는 데 다양한 불편을 초래한다. 이름에서 소수 인종의 특성이 드러날 경우, 고용주로부터 면접 기회를 얻기 어려울 뿐 아니라(Bertrand & Mullainathan, 2004; Bursell, 2007; Kang et al., 2016; Kline et al., 2021; Oreopoulos, 2011), 거주지를 구하는 과정에서 더 많은 거절을 경험하고(Carpusor & Loges, 2006), 교수와 면담 약속을 잡는 데도 어려움을 겪는 것으로 나타났다

(Zhao & Biernat, 2017).

이름과 차별에 관한 선행연구에서 공통적으로 발견되는 중요한 특징은 사람들이 내집단의 특성을 반영하는 이름을 선호한다는 것이다. 특히, 핀란드인을 대상으로 수행된 Ahmad(2019)의 연구는 영어의 국제적 위상과 영향력에도 불구하고, 핀란드 사회가 영어 이름을 가진 사람보다 자국어인 핀란드 이름을 가진 사람을 더 선호한다는 것을 보여준다. 이러한 결과는 사람들이 이름을 통해 상대방의 집단 소속을 추정하고, 이를 토대로 내집단 구성원에게 편애를 드러낸다는 것을 보여준다.

내집단 편애가 일반적으로 나타나는 현상인 것을 고려했을 때, 흥미로우면서 동시에 놀라운 것은 현재 한국 사회에서 내집단의 특성을 반영한 한국어 이름보다 외집단의 특성을 반영한 영어 이름을 더 선호하는 경향이 관찰된다는 것이다. 언론의 조사 결과에 따르면, 신축 아파트의 경우 경로당 대신 시니어스 클럽이라는 명칭을 사용하기도 하고(MBN뉴스, 2020. 05.18.), 아파트 이름을 영어로 지어야 더 고급스럽고 세련되어 보인다는 인식이 존재하는 것으로 나타났다(경향신문, 2022.09.09.; 우리문화신문, 2022.10.09.). 심지어 최근 부산 강서구에서는 국내 도시임에도 불구하고, 새로운 법정동 명칭으로 ‘에코델타동’이라는 영어 이름이 주민들의 압도적인 지지를 받는 일이 발생하기도 하였다(SBS뉴스, 2024.06.18.). 이러한 사례들은 서구 사회의 연구와 달리, 한국 사회가 내집단의 언어인 한국어보다 외집단의 언어인 영어에 더 호의적인 태도를 보이는 경향이 있다는 것을 암시한다. 즉, 한국 사회에서는 내집단 선호보다 외집단 선호에 가까운 현상이 나타나고 있는 것이다. 하지만 이러한 현상을 실험적으로 확인하고, 그 이유가 무엇인지 설명한 연구는 아직 찾아보기 어려운 실정이다.

연구문제

본 연구에서는 한국 사회에서 이름이 인상형성에 미치는 영향에 대해 알아보았다. 구체적으로, 한국인들이 한국어 이름을 가진 사람과 영어 이름을 가진 사람에 대한 인상을 형성할 때 차이가 발생하는지, 이름의 언어가 인상형성에 미치는 효과는 특히 어떤 평가 차원에서 두드러지는지 알아보고자 하였다. 이를 위해 참여자에게 가상 인물의 일상생활을 묘사한 기술문을 제시하고 인상평가를 하도록 했다. 기술문은 평가 대상의 이름과 그(녀)의 일상생활을 보여주는 중립적인 정보들로 구성되었다. 평가대상의 이름은 실험 조건에 따라 한국어 이름과 영어 이름으로 구성되었다. 또한, 본 연구에서는 성별이 대인지각에 영향을 미친다는 선행연구의 결과를 토대로(Ashmore et al., 1987; Hentschel et al., 2019; Johnson et al., 2008; Mackie et al., 1996), 평가대상 이름의 범주를 한국어 남성 이름, 한국어 여성 이름, 영어 남성 이름, 영어 여성 이름 총 네 가지로 구분하였다. 본 연구에서 사용한 기술문은 평가대상의 이름 이외의 모든 내용을 동일하게 만들었다.

서구 문화권에서 수행된 선행연구들은 이름이 인상형성에 영향을 미칠 때 내집단 선호 경향, 즉 그 사회의 주류가 되는 사람들의 이름에 대한 선호를 확인하였다. 하지만 최근 한국 사회에서는 내집단의 언어인 한국어보다 외집단의 언어인 영어를 더 선호하는 경향이 관찰되고 있다. 이에 본 연구는 한국 사회에서 영어 이름을 선호하는 현상이 인상형성 과정에도 반영되는지 알아보고, 한국 사회에서 이름의 언어가 어떠한 상징적 의미를 지니는지 확인해보고자 하였다.

방법

연구대상

본 연구는 연구자 소속 기관의 생명윤리위원회(IRB)의 승인을 받았으며(202205-SB-058-01), 총 청도에 소재한 C대학의 심리학 교양 강의를 수강하는 재학생을 대상으로 실험참여자를 모집하였다. 실험 참여 의사를 보인 학생은 총 247명이었으나, 이 중 불성실한 응답자 5명의 자료는 분석에서 제외하였다. 따라서 최종적으로 242명(남성 98명, 여성 144명)의 응답을 분석에 사용하였다. 참여자들의 연령은 만 18세부터 29세였고 평균 연령은 20.97($SD = 1.97$)세로 나타났다. 실험에는 약 15분 내외의 시간이 소요되었으며, 참여자들은 보상으로 실험 참여를 안내받은 교양 강의에서 가산 점수를 부여받았다.

자극 및 실험절차

예비연구

실험 자극으로 사용할 한국어 및 영어 이름 자체의 효과를 배제하기 위해 본 실험과 무관한 평가자 24명(남성 5명, 여성 19명)을 대상으로 예비연구를 수행하였다. 평가자의 평균 연령은 26.92($SD = 5.21$)세였다. 평가자들은 안내받은 온라인 링크로 접속하여 연구에 대한 설명을 읽고 동의한 후, 102개의 이름 자극에 대해 평가하였다. 구체적으로, 평가자들은 한국어 남성 이름 25개, 한국어 여성 이름 26개, 영어 남성 이름 26개, 영어 여성 이름 25개에 대해 익숙함, 긍정성, 부정성의 정도를 7점 척도상에 평정하였다. 우선, 이름의 극단적 특성이 인상형성에 미칠 가능성을 배제하기 위해서 익숙함, 긍정성, 부정성 중 하나의 차원에서라도 최저 또는 최고로 평가된 이름은 실험에 사용할 이름 자극에서 제외하였다. 이후, 각 이름 범주(한국어 남성 이름, 한국어 여성 이름, 영어 남성 이름, 영어 여성 이름) 간 익숙함, 긍정성, 부정성의 정도를 동등하게 만들고자 하였다. 이를 위해 한국어 남성 이름, 한국어 여성 이름, 영어 남성 이름,

영어 여성 이름 간 익숙함, 긍정성, 부정성에 대한 평가의 평균 간에 통계적으로 유의미한 차이가 없도록 각 범주당 6개의 이름을 선정하였다; 익숙함: $F(3, 20) = 2.17, p = .12$; 긍정성: $F(3, 20) = 0.74, p = .54$; 부정성: $F(3, 20) = 0.56, p = .65$.

본 실험

온라인 실험 접수 사이트를 통해 실험 참여 의사를 밝힌 총 247명의 참여자를 네 조건(한국어 남성 이름, 한국어 여성 이름, 영어 남성 이름, 영어 여성 이름)에 무작위로 배정하고, 온라인 실험 링크를 제공하였다. 참여자에게는 '텍스트 정보가 타인의 인상형성에 미치는 영향'에 대한 연구로 안내하였다. 참여자가 전달받은 실험 링크를 통해 연구에 대한 설명을 읽고, 참여에 동의하면 실험이 시작되었다. 먼저 참여자들에게 평가대상의 일상생활을 종립적으로 묘사한 기술문이 제시되었다. 기술문은 평가대상의 이름을 제외한 모든 내용을 동일하게 구성하였다. 해당 기술문은 Rodebaugh 등(2016)의 연구에서 사용한 자극을 번역하여 국내 문화에 적합하도록 개정한 류형경(2018)의 시나리오를 토대로 제작하였다.

(____)은 ○○대학교에 재학 중이다. (____)은 공강 시간에 잠시 쉬기 위해 동아리방에 들렀다. (____)은 창문을 열고 환기를 시킨 후, 소파에 앉아 SNS를 확인했다. 하루 수업이 끝난 뒤, (____)은 서점에 들렀다. (____)이 사려고 했던 소설책은 다 팔려서 살 수 없었지만, 대신 (____)이 평소 좋아하던 작가의 신간이 나온 것을 발견하고 책을 구입했다. (____)은 오늘 오랜만에 고등학교 동창생 친구들을 만나기로 했다. (____)은 여가시간에 보드게임을 즐기는데, (____)과 친구들은 오랜만에 보드게임 카페에서 시간을 보냈다. 집으로 돌아와 (____)은 평소 좋아하는 프로그램을 보기 위해 TV를 켰다. 방송은 아직 시작하지 않고 광고가 나오고 있었다. (____)은 어

제 사 왔던 사과를 먹으며 광고를 기다렸다.

평가대상의 이름의 언어는 실험 조건에 따라 한국어 또는 영어(예, 경환 vs. Edward; 은주 vs. Bella)로 조작하였다. 참여자는 기술문을 읽고 난 후 평가대상의 신체적 매력, 도덕성, 능력, 가정의 행복에 대해 7점 척도상에 응답하였다. 마지막으로 참여자의 인구통계학적 정보에 대해 응답하도록 한 후에 실험의 본래 목적에 대한 사후설명을 진행하였다.

종속측정치

대인지각에 관한 선행연구들을 살펴보면, 타인에 대한 지각은 외적 요소와 내적 요소를 모두 고려한 다차원적 평가에 기반한다(Fiske & Taylor, 1991; Rom, 2017; Rosenberg et al., 1968; Willis & Todorov, 2006). 인상형성 역시 상대방으로부터 얻은 여러 정보에 가중치를 부여하고, 이를 통합하는 과정을 동반한다(Asch, 1946; Anderson, 1974, 1982). Beach와 Wertheimer(1961)의 연구에서는 인상형성의 주요 기준을 확인했는데, 연구 결과에 따르면 신체적 매력, 성격 및 행동 특성, 학력, 사회적 평판, 지적 능력 및 기술적 능력, 그리고 가정적 배경 등이 인상형성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 이러한 선행연구의 결과를 토대로 인상형성 과정에 관여하는 다양한 평가요소들을 종속측정치로 설정하고, 이름의 언어가 인상형성에 미치는 효과에 대해 알아보고자 하였다.

먼저, 평가대상의 신체적 매력을 측정하였다. 낯선 타인을 처음으로 마주했을 때, 인상형성의 첫 번째 단서로 활용할 수 있는 것은 상대방의 외적인 특성이다. 선행연구에 따르면, 사람들은 얼굴을 통해 평가대상의 내재적 속성을 추론한다(Hassin & Trope, 2000; Todorov et al., 2008; Willis & Todorov, 2006). 또한, 사람들은 상대방이 신체적으로 매력적일수록 긍정적인 성격특성을 가지고 있을 것이라고 추론하는 경향이 있다

(Dion et al., 1972; Feingold, 1992). 본 연구에서 평가대상의 신체적인 매력은 두 문항(예, '주인공은 호감형의 얼굴을 가지고 있을 것이다.')으로 측정하였다. 두 문항의 내적 일관성의 정도(Cronbach's $\alpha = .71$)가 충분히 높았기 때문에 두 문항의 평균을 지각된 신체적 매력의 지수로 사용하였다.

다음으로, 도덕성과 능력에 대해 측정하였다. 도덕성과 능력은 인상형성의 중심이 되는 두 가지 차원이다(Fiske et al., 2002; Skowronski & Carlston, 1987, 1989; Willis & Todorov, 2006; 봉세인, 박혜경, 2016; 이민우 등, 2014). 도덕성은 이 사람이 얼마나 정직하고 믿을 만한지를 판단하는 기준이고, 능력은 이 사람이 얼마나 유능한 사람인지를 판단하는 기준이다. 평가대상의 도덕성은 세 문항(예, '주인공은 정직할 것이다.', '주인공은 믿을 만한 사람일 것이다.')으로 측정하였으며, 내적 일관성의 정도(Cronbach's $\alpha = .78$)가 높은 수준으로 나타나 세 문항의 평균을 지각된 도덕성의 지수로 사용하였다. 평가대상의 능력은 일곱 문항(예, '주인공은 유능한 사람일 것이다.')으로 측정하였으며, 능력을 측정하는 문항에는 Beach와 Wertheimer(1961)의 연구에서 인상형성의 주요 기준으로 밝혀진 학력과 경제력, 그리고 조직 내 대인 관계적 영향력을 의미하는 리더십(Tannenbaum & Schmidt, 2009)에 관한 내용이 포함되었다. 일곱 문항의 내적 일관성의 정도(Cronbach's $\alpha = .81$)가 충분히 높아, 이를 평균하여 능력의 지수로 사용하였다. 또한, 가정적 배경에 관한 인상(Beach & Wertheimer, 1961)에 대해 알아보기 위해 가정의 행복('주인공의 가정은 행복할 것이다.')을 단일 문항으로 측정했다.

마지막으로, 평가대상에 대한 전체적인 인상에 대해 알아보기 위해 본 연구에서 사용한 모든 측정치의 평균을 사용하였다. Anderson(1974, 1981)의 평균모형에 따르면, 사람들은 타인에 대한 여러 정보를 개별적으로 평가하고 이를 평균화하여 최종적이고 전체적인 인상을 형성한다. 즉, 개인의 다양한 속성이 전달하는 정보의 의

미를 해석한 후 이를 통합하여 하나의 전체적인 판단을 내린다는 것이다(Anderson, 1982). 따라서 본 연구의 종속측정치인 신체적 매력, 도덕성, 능력, 가정의 행복에 대한 전체 문항의 평균을 전체 인상의 지수로 사용하였다(Cronbach's $\alpha = .84$).

결과

우선, 본 연구의 결과를 분석하기 위해서 2(평가대상의 이름: 한국어, 영어) × 2(평가대상의 성별: 남성, 여성) × 2(참여자의 성별: 남성, 여성) 변량분석을 실시하였다. 그 결과, 다수의 종속측정치에서 삼원상호작용 효과가 발견되었다. 삼원상호작용 효과가 발견된 모든 종속측정치에서 삼원상호작용의 유형은 동일하였다. 구체적으로, 남성 참여자의 경우, 평가대상의 성별이 자신과 같은 남성일 때, 한국어 이름보다 영어 이름을 가진 사람에 대해 더 긍정적인 인상을 형성한 것으로 나타났다. 여성 참여자 역시 평가대상이 자신과 동일한 여성일 때, 한국어 이름보다 영어 이름을 가진 사람에게 더 긍정적인 인상을 형성했다. 하지만 남성 참여자가 이성인 여성에 대한 인상을 형성하거나, 여성 참여자가 이성인 남성에 대한 인상을 형성할 때는 이름의 언어(한국어, 영어)에 따른 인상평가의 차이가 나타나지 않았다. 즉, 참여자의 성별과 평가대상자의 성별이 일치하는 경우에는 한국어 이름보다 영어 이름을 가진 사람을 더 긍정적으로 평가했지만, 불일치하는 경우에는 영어 이름을 가진 사람에 대한 긍정적 인상형성 효과가 사라진 것이다. 따라서 본 연구의 결과를 보다 간명하게 설명하기 위해, 이후의 모든 종속측정치에 대한 분석에서는 참여자와 평가대상의 성별 일치 여부를 하나의 변인으로 만들어 2(평가대상의 이름: 한국어, 영어) × 2(참여자와 평가대상의 성별: 일치, 불일치) 분석을 진행하였다.

신체적 매력

이름의 언어와 참여자와 평가대상의 성별 일치 여부에 따라 평가대상의 신체적 매력에 대한 평가가 달라지는지 알아보기 위해서 2(평가대상의 이름: 한국어, 영어) × 2(참여자와 평가대상의 성별: 일치, 불일치) 변량분석을 실시하였다. 분석 결과, 이름의 주효과가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다, $F(1, 238) = 4.37, p = .038, \eta^2 = .02$. 표 1에 제시된 것처럼, 참여자들은 한국어 이름을 가진 사람($M = 4.48, SD = 1.17$)보다 영어 이름을 가진 사람($M = 4.76, SD = 0.92$)을 더 매력적이라고 평가했다. 반면, 성별 일치 여부의 주효과는 통계적으로 유의미하지 않았다, $F(1, 238) = 0.01, p = .920$.

이름과 성별 일치 여부 간 상호작용은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다, $F(1, 238) = 5.25$, $p = .023$, $\eta^2 = .02$. 이러한 결과의 구체적인 의미를 파악하기 위해서 대비분석을 실시하였다. 분석 결과, 표 2에서 볼 수 있는 것처럼, 성별이 일치하는 경우에는 한국어 이름을 가진 사람($M = 4.33$, $SD = 1.23$)보다 영어 이름을 가진 사람($M = 4.92$, $SD = 0.89$)이 신체적으로 더 매력적이라고 지각한 것으로 나타났다, $t(238) = -3.12$, $p = .002$. 하지만 성별이 불일치하는 경우에는 한국어 이름을 가진 사람($M = 4.63$, $SD = 1.09$)과 영어 이름을 가진 사람($M = 4.60$, $SD = 1.09$)에 대한 평가 차이는 유의미하지 않았다, $t(238) = -.05$, $p = .96$.

표 1. 이름에 따른 인상평가의 평균과 표준편차

	한국어 이름 (N = 119)	영어 이름 (N = 123)	F
신체적 매력	4.48(1.17)	4.76(0.92)	4.37*
도덕성	4.57(0.95)	4.86(0.87)	6.25*
능력	4.27(0.86)	4.47(0.85)	3.22†
가정의 행복	4.96(1.19)	5.10(0.96)	0.97
전체 인상	4.42(0.74)	4.65(0.66)	6.43*

주. * $p < .05$, † $p < .10$

표 2. 이름과 성별 일치 여부에 따른 인상평가의 평균과 표준편차

	성별 일치		성별 불일치		<i>F</i>
	한국어 이름 (<i>N</i> = 60)	영어 이름 (<i>N</i> = 63)	한국어 이름 (<i>N</i> = 59)	영어 이름 (<i>N</i> = 60)	
신체적 매력	4.33(1.23)	4.92(0.89)	4.63(1.09)	4.60(0.94)	5.25*
도덕성	4.56(1.06)	4.84(0.85)	4.58(0.83)	4.89(0.89)	0.03
능력	4.11(0.88)	4.54(0.79)	4.44(0.83)	4.40(0.90)	4.69*
가정의 행복	4.83(1.29)	5.16(0.92)	5.08(1.07)	5.03(1.01)	1.84
전체 인상	4.30(0.78)	4.71(0.65)	4.55(0.68)	4.59(0.67)	4.26*

주. **p* < .05

0.94)에 대한 신체적 매력 평가에 통계적으로 유의미한 차이가 없었다, $t(238) = 0.14$, $p = .887$.

도덕성

이름의 언어와 참여자와 평가대상의 성별 일치 여부에 따라 평가대상의 도덕성에 대한 평가에 차이가 나는지를 알아보기 위해서 2(평가대상의 이름: 한국어, 영어) × 2(참여자와 평가대상의 성별: 일치, 불일치) 변량분석을 실시하였다. 분석 결과, 이름의 주효과가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다, $F(1, 238) = 6.25$, $p = .013$, $\eta^2 = .03$. 표 1에서 볼 수 있듯이, 참여자들은 한국어 이름을 가진 사람($M = 4.57$, $SD = 0.95$)보다 영어 이름을 가진 사람($M = 4.86$, $SD = 0.87$)을 더 정직하고 신뢰할 만한 사람이라고 판단했다. 하지만 성별 일치 여부의 주효과, 이름과 성별 일치 여부 간 상호작용은 통계적으로 유의미하지 않았다, $F(1, 238) = 0.08$, $p = .772$; $F(1, 238) = 0.03$, $p = .873$.

능력

이름의 언어와 참여자와 평가대상의 성별 일치 여부에 따라 평가대상의 능력에 대한 평가에 차이가 있는지 알아보기 위해서 2(평가대상의

이름: 한국어, 영어) × 2(참여자와 평가대상의 성별: 일치, 불일치) 변량분석을 실시하였다. 분석 결과에 따르면, 이름의 주효과가 통계적인 유의성에 근접한 것으로 확인되었다, $F(1, 238) = 3.22$, $p = .074$, $\eta^2 = .01$. 구체적으로, 표 1에서 볼 수 있듯이, 참여자들은 한국어 이름 조건($M = 4.27$, $SD = 0.86$)보다 영어 이름 조건($M = 4.47$, $SD = 0.85$)에서 평가대상을 더 능력 있는 사람으로 평가하는 경향이 있었다. 반면, 성별 일치 여부의 주효과는 통계적으로 유의미하지 않았다, $F(1, 238) = 0.75$, $p = .388$.

이름과 성별 일치 여부의 상호작용은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다, $F(1, 238) = 4.69$, $p = .031$, $\eta^2 = .02$. 이러한 결과의 의미를 확인하고자 대비분석을 실시하였다. 분석 결과, 표 2에서 확인할 수 있듯이, 참여자와 평가대상의 성별이 일치하는 경우에는 한국어 이름을 가진 사람($M = 4.11$, $SD = 0.88$)보다 영어 이름을 가진 사람($M = 4.54$, $SD = 0.79$)의 능력을 더 높이 평가했다, $t(238) = -2.82$, $p = .005$. 하지만 성별이 불일치하는 경우에는 한국어 이름을 가진 사람($M = 4.44$, $SD = 0.83$)과 영어 이름을 가진 사람($M = 4.40$, $SD = 0.90$)에 대한 능력 평가에 통계적으로 유의미한 차이가 발견되지 않았다, $t(238) = 0.26$, $p = .794$.

가정의 행복

이름의 언어와 참여자와 평가대상의 성별 일치 여부에 따라 평가대상의 가정의 행복에 대한 평가가 달라지는지 알아보기 위해서 2(평가대상의 이름: 한국어, 영어) × 2(참여자와 평가대상의 성별: 일치, 불일치) 변량분석을 실시하였다. 분석 결과, 이름의 주효과 및 참여자와 평가대상 간 성별 일치 여부의 주효과, 이름과 성별 일치 여부의 상호작용 효과가 통계적으로 유의미하지 않았다, $R1, 238) = 0.97, p = .325; R1, 238) = 0.21, p = .650; R1, 238) = 1.84 p = .176.$

전체 인상

평가대상 이름의 언어와 참여자와 평가대상의 성별 일치 여부에 따라 평가대상에 대한 전체적인 인상이 달라지는지 알아보기 위해서 2(평가대상의 이름: 한국어, 영어) × 2(참여자와 평가대상의 성별: 일치, 불일치) 변량분석을 실시하였다. 분석 결과에 따르면, 이름의 주효과가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다, $R1, 238) = 6.43, p = .012, \eta^2 = .03$. 구체적으로, 표 1에 제시한 것처럼, 참여자들은 한국어 이름을 가진 사람($M = 4.42, SD = 0.74$)보다 영어 이름을 가진 사람($M = 4.65, SD = 0.66$)에 대해 전체적으로 더 긍정적인 인상을 형성하였다. 즉, 평가대상에 대한 정보가 이름 이외에는 모두 동일했음에도 불구하고, 한국어 이름을 가진 사람보다 영어 이름을 가진 사람에 대해 전체적으로 더 호의적인 인상을 형성한 것이다. 반면, 성별 일치 여부의 주효과는 통계적으로 유의미하지 않았다, $R1, 238) = 0.47, p = .492$.

또한, 이름과 성별 일치 여부의 상호작용이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다, $R1, 238) = 4.26, p = .040, \eta^2 = .02$. 표 2에서 볼 수 있듯이, 참여자는 자신과 평가대상의 성별이 일치할 경우, 한국어 이름을 가진 사람($M = 4.30,$

$SD = 0.78$)보다 영어 이름을 가진 사람($M = 4.71, SD = 0.65$)의 전체적인 인상을 더 긍정적으로 평가하였다, $t(238) = -3.28, p = .001$. 하지만 성별이 불일치하는 경우에는 한국어 이름을 가진 사람($M = 4.55, SD = 0.68$)과 영어 이름을 가진 사람($M = 4.59, SD = 0.67$)에 대한 전체적인 인상평가에 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다, $t(238) = -0.33, p = .742$.

논 의

우리는 단편적이고 순간적인 단서들을 바탕으로 타인에 대한 인상을 형성하며, 이 과정은 의식적으로 인지할 수도 없이 빠르게 진행된다 (Willis & Todorov, 2006). 또한, 상대방에 대해 어떤 정보를 가장 먼저 접했는지에 따라 인상은 긍정적으로 형성되기도 하고, 반대로 부정적으로 형성될 수도 있다(Asch, 1946; Higgins et al., 1977). 이름이 사회적 상호작용 과정에서 상대방에 대해 가장 먼저 알게 되는 정보 중 하나라는 점을 고려하면, 이름이 우리가 생각하는 것보다 인상형성에 더 큰 영향을 미칠 가능성을 배제할 수 없다. 실제로 많은 선행연구는 이름이 인상 형성에 영향을 미치는 주요 단서가 될 수 있다는 것을 보여주었다(Anderson-Clark et al., 2008; Busse & Seraydarian, 1979; Garwood, 1980; Harari & McDavid, 1973; Infante et al., 1980; Jones & Pelham, 2001; Mehrabian, 1992; West & Shults, 1976). 하지만 서구 문화권에서 이루어진 기존 선행연구와는 달리, 한국 사회에서는 내집단의 특성을 반영한 한국어 이름보다 외집단의 언어인 영어 이름을 더 선호하는 경향이 관찰되고 있다. 따라서 본 연구에서는 실험을 통해 한국 사회에서 나타나는 영어 선호 현상이 실제로 인상형성에 영향을 미치는지 확인하고자 했다.

본 연구의 발견을 정리해보면 다음과 같다. 첫째, 참여자들은 한국어 이름을 가진 사람보다 영어 이름을 가진 사람을 신체적으로 더 매력적

인 사람이라고 판단하였다. 이러한 결과는 한국 사회가 가지고 있는 서구 중심적 미의 기준이 반영된 것이라고 볼 수 있다. 신체적 매력은 궁정적인 첫인상을 형성하는 결정적 요인으로 작용한다(Dion et al., 1972; Feingold, 1992; Miller, 1970). 흥미로운 것은, 한국 사회에서 미의 기준이 계속해서 서구화되어 왔다는 것이다(이윤정 등, 2010; 이은미, 김유정, 2017). 특히, 1990년대 이후, 영상 매체의 발달과 영상 시장의 개방으로 인해 서구 문화 상품의 점유율이 높아졌고, 미디어를 통해 유통되는 서구의 신체적 이미지가 한국 사회의 미의 기준으로 자리 잡게 되었다(김명혜, 2017). 최근, 국내 연구에서도 신체적 매력의 주요 기준이 되는 허리-엉덩이둘레 비(Waist Hip Ratio) 자체가 서구 중심적이며, 한국의 20대 남녀가 원하는 매력적인 신체 기준이 서구화되어 있다는 것을 확인하였다(백인해, 2021). 즉, 한국인들이 서구화된 신체 이미지를 이상적 미의 표준으로 삼고 있으며, 이러한 경향이 영어 이름을 가진 사람의 신체적 매력을 더 높이 평가한 본 연구의 결과로 나타났을 가능성이 있다.

둘째, 참여자들은 한국어 이름을 가진 사람보다 영어 이름을 가진 사람을 더 도덕적이라고 판단했다. 인상형성에서 도덕성いらん 정직성과 신뢰성을 포함한 개념으로(Cuddy et al., 2008; Fiske et al., 2002), 사람들은 높은 도덕성을 지닌 개인에 대해 안전하고 협력적일 것이라는 인상을 형성할 가능성이 크다(Abele & Wojciszke, 2007; Goodwin et al., 2014). 즉, 도덕성은 마주한 상대가 얼마나 믿을 만한 사람인지 판단하는 기준이 된다고 볼 수 있다. 일반적으로 사람들은 ‘그들’보다 ‘우리’를 신뢰한다(Balliet & Van Lange, 2013). 내집단 구성원은 외집단 구성원보다 자주 접할 수 있는 친숙한 존재이기 때문에, 신뢰를 얻는 데 더 유리한 경우가 많다(Hack et al., 2013). 또한, 도덕성은 내집단의 정체성을 궁정적으로 유지하는 데 있어 능력이나 사회성과 같은 다른 평가요소들보다 더 중요한 것으로 알려져 있다(Leach et al., 2007). 하지만 본 연구에

서는 내집단의 특성이 반영된 한국어 이름보다 외집단의 특성이 반영된 영어 이름을 가진 사람이 도덕성 측면에서 더 높은 평가를 받는 결과가 나타났다.

Fiske 등(2002)이 제안한 고정관념 내용 모형(stereotype contents model)에 따르면, 사회집단에 대한 도덕성 평가는 ‘경쟁 여부’라는 사회 구조적 변인에 의해 영향받는다. 즉, 자신 혹은 내집단과 자원을 두고 경쟁을 하는 상황인지 아닌지에 따라 평가가 달라진다는 것이다. 만약 상대 집단이 자신 또는 내집단과 경쟁하는 상황인 경우, 사람들은 상대 집단의 구성원들을 비도덕적인 사람들로 지각할 가능성이 크다. 따라서 Fiske 등(2002)의 관점에 따르면, 한국인이 외집단 언어인 영어 이름을 가지고 있는 사람에 대해 도덕성 차원에서 호의적인 인상을 형성한 이유는, 한국 사회가 영미권 국가를 경쟁상대가 아닌 우호적이고 협력적인 관계로 인식하고 있기 때문일 수 있다.

하지만 고정관념 내용 모형만으로 본 연구의 결과를 설명하기는 쉽지 않다. 만약 영어 사용 국가를 친구로 인식하고 있다면, 영어 이름을 가진 사람을 한국어 이름을 가진 사람과 차별 없이 동등하게 평가해야 한다. 하지만 본 연구의 결과는 동등한 평가와는 거리가 멀다. 내집단 언어인 한국어 이름을 가지고 있는 사람보다 외집단 언어인 영어 이름을 가지고 있는 사람보다 더 부정적으로 평가했기 때문이다. 이러한 결과는 우리 사회가 한국이라는 내집단보다 영미권이라는 외집단을 이상적인 모습으로 인식하고 있을 가능성을 암시한다. 즉, 우리와 동등하고 우호적인 대상이라기보다는, 우리보다 이상적이고 더 바람직한 존재로 인식하고 있을 가능성을 배제하기 어렵다.

셋째, 참여자들은 한국어 이름을 가진 사람보다 영어 이름을 가진 사람의 능력이 더 뛰어날 것이라고 판단하는 경향을 보였다. 이러한 결과는 한국어 이름을 가진 사람보다 영어 이름을 가진 사람을 더 유능하고, 그 결과, 사회적으로 더 높

은 지위에 오른 사람으로 인식했을 가능성을 내포한다. Fiske 등(2002)의 고정관념 내용 모형에 따르면, 사회집단의 능력에 대한 평가는 집단이 지닌 사회적 지위에 따라 결정된다. 사회적 지위가 높은 집단은 유능한 집단으로, 사회적 지위가 낮은 집단은 무능한 집단으로 인식된다. 따라서 본 연구의 결과는 우리 사회에서 영미권 국가를 사회적 지위가 높고 유능한 집단으로 지각하고 있을 가능성이 있다는 것을 시사한다. 국내의 많은 선행연구는 이를 뒷받침하고 있다. 예를 들어, 아산정책연구원(2022)의 ‘한국인의 한미관계 인식’ 조사에서는 한국인들이 미국을 군사 및 경제 측면에서 강력한 영향력을 가진 국가로 인식하고 있다는 것이 확인되었다. 또한, 임성택 등(2002)이 실시한 국내 청소년 대상 연구에서는 청소년들이 영미권 국가의 백인을 우수하고 합리적인 집단으로 평가하는 경향이 있다는 것을 발견하였다. 이러한 인식은 성인 집단에서도 유사하게 나타나는데, 김동수 등(2011)의 연구에서는 국내 대학생들이 미국인을 유능성 측면에서 긍정적으로 평가하고, 그들의 개인적 특기와 재능을 뛰어난 것으로 인식하고 있다는 결과를 보고하였다. 이러한 연구들은 한국 사회에 영미권 집단의 능력에 대한 긍정적 고정관념이 존재하고, 그 결과, 영어 이름을 가진 사람의 능력을 더 높게 추정했을 가능성을 암시한다.

넷째, 참여자들은 한국어 이름을 가진 사람보다 영어 이름을 가진 사람에 대한 전반적인 인상을 더 긍정적으로 형성하였다. 참여자가 한국인임에도 불구하고, 영어 이름을 가졌다는 사실 하나만으로 동일한 평가대상에 대한 전체적인 인상을 더 호의적으로 평가한 것이다. 사람들은 일반적으로 자신이 속한 집단을 다른 집단보다 선호하는 내집단 편애를 보인다(Hogg, 2006). 사회 정체성 이론에 따르면, 집단의 정체성은 개인 자존감의 원천이다(Tajfel & Turner, 1979; Turner et al., 1987). 개인이 속한 집단은 자기개념과 자긍심에 큰 영향을 미치기 때문에, 사람

들은 내집단을 외집단보다 더 긍정적으로 평가하는 경향이 있다. 서구 문화권에서 수행된 이름과 인상형성에 관한 연구들은 해당 사회의 주류가 사용하는 이름을 가진 사람이 가장 긍정적으로 평가되었다는 결과를 보고하였다(Ahmad, 2019; Bertrand & Mullainathan, 2004; Bursell, 2007; Kline et al., 2021; Oreopoulos, 2011). 이러한 선행 연구들의 결과 역시 내집단 편애의 영향으로 볼 수 있다. 하지만 본 연구에서는 기존 서구 사회의 연구와 상반된 양상의 결과가 나타났다. 사람들이 내집단의 특성을 반영한 한국어 이름보다 외집단의 특성을 반영한 영어 이름을 더 긍정적으로 평가한 것이다. 이와 같은 결과는 한국인들에게 영미권에 대한 외집단 선호 경향성이 존재하며, 이러한 외집단 선호가 실제로 인상형성에 영향을 미쳤을 가능성을 보여준다.

그렇다면 외집단 선호는 어떤 경우에 나타나는가? 선행연구에 따르면, 사회적 자원에 대한 접근이 제한된 집단의 구성원은 더 높은 지위의 외집단을 선호하는 경향을 보인다(Jost et al., 2004). 구체적으로, 자신이 소수집단의 구성원이거나, 상대적으로 지위가 낮은 집단의 구성원일 경우 외집단 선호를 나타내는 것으로 보고되었다(Jost & Banaji, 1994; Jost, 2001; Jost et al., 2004; Jost, 2019). Christie(1998)는 자국인의 외국인에 대한 태도가 국가 간 사회적 권력 관계를 반영한다고 주장하였으며, 국내 연구에서도 출신 국가의 지위가 외국인에 대한 차별의 주요 요인이 된다는 사실을 꾸준히 보고하였다(김종태, 한기덕, 2013; 유승무, 이태정, 2006; 정현 등, 2017). 한국보다 산업화 속도가 느리고 소득 수준이 낮은 국가 출신의 외국인은 경시하는 반면, 일찍이 산업화에 성공하고 소득이 높은 국가 출신의 외국인에게는 선망의 태도를 나타낸다는 것이다(유승무, 이태정, 2006). 미국의 여론조사 기관인 Pew Research Center(2020)의 세계 태도 조사(Global Attitudes Survey)에 따르면, 한국은 조사 대상 13개국 중 50% 이상의 시민들이 미국을 호의적으로 평가하는 유일한 국가인 것으

로 나타났다. 또한, 한국은 세계 경제를 선도하는 국가를 묻는 문항에 대해 77%라는 압도적인 비율로 미국을 1위로 꼽았다. 이러한 선행연구들을 종합해봤을 때, 한국인들이 영미권 국가를 상대적으로 더 높은 지위의 국가로 지각했고, 그 결과, 한국어 이름을 가진 사람보다 영어 이름을 가진 사람에게 더 호의적인 인상을 형성했을 가능성을 배제하기 어렵다. 따라서 후속연구에서는 사람들이 인식하고 있는 한국과 영미권 국가들의 상대적 지위가 영어 이름 선호로 나타난 외집단 선호 현상에 어떤 영향을 미치는지 알아볼 필요가 있다.

다섯째, 사람들은 자신의 성별과 평가대상의 성별이 같을 경우, 한국어 이름보다 영어 이름을 가진 평가대상에 대해 더 긍정적인 인상을 형성했다. 구체적으로, 사람들은 자신의 성별과 평가대상의 성별이 동일할 때 한국어 이름보다 영어 이름을 가진 평가대상에 대해 더 긍정적인 인상을 형성했다. 예를 들어, 남성은 ‘경환’보다는 ‘Edward’를, 여성은 ‘은주’보다는 ‘Bella’를 더 긍정적으로 평가했다. 이러한 결과가 나온 이유에 대한 한 가지 설명은 사람들은 자신이 실제로 사용할 가능성이 있는 이름, 즉 자신과의 개인적 관련성(personal relevance, Liberman & Chaiken, 1996)이 높은 이름일 때 한국어 이름보다 영어 이름을 더 긍정적으로 평가했을 수 있다는 것이다. 만약 참여자가 남성일 경우, ‘은주’나 ‘Bella’와 같은 여성 이름을 자기 이름으로 사용하게 될 가능성은 매우 낮지만, ‘경환’이나 ‘Edward’라는 이름은 충분히 자신의 이름으로 사용할 수 있다. 이처럼 남성 참여자에게 여성 이름은 자신과의 관련성이 낮은 이름이지만, 남성 이름은 자신과의 관련성이 높은 이름인 것이다. 여성의 경우도 마찬가지이다. 여성 참여자에게 남성 이름은 자신과의 관련성이 낮은 반면, 여성 이름은 자신과의 관련성이 높은 이름이다. 따라서 본 연구의 결과는 자신이 실제로 사용할 수 있는 이름과 같이 자신과의 개인적 관련성이 높은 경우, 한국어 이름보다 영어 이름을 가진

대상에게 더 호의적인 인상을 형성할 가능성이 있다는 것을 보여준다.

본 연구의 결과를 전체적으로 종합해보면 한 가지 흥미로운 점이 드러난다. 바로 인상형성의 핵심이 되는 도덕성과 능력 두 차원 모두에서 한국어 이름보다 영어 이름이 더 긍정적인 평가를 받는 경향이 관찰되었다는 것이다. Fiske 등 (2002)에 따르면, 외집단은 일반적으로 도덕성과 능력의 두 차원 중 하나에서는 낮은 평가를 받는 경우가 많다. 다시 말해, 사람들은 외집단에 대한 인상을 형성할 때, 도덕성과 능력 중 최소한 한 차원은 부족한 사람들로 인식하는 경향이 있다는 것이다. 하지만 본 연구에서는 외집단의 특성을 반영한 영어 이름이 도덕성과 능력 차원에서 모두 호의적인 평가를 받았다. Fiske 등 (2002)은 도덕성과 능력을 모두 갖춘 것으로 평가받을 수 있는 집단을 세 가지로 구분하여 설명한다. 첫 번째는 내집단이다. 사람들은 자신이 속한 집단에 대해 도덕성과 능력 모두를 높이 평가하는 경향이 있다. 두 번째는 적대적인 환경 속에서 가까운 동맹 관계를 유지하는 경우이다. 예를 들어, 전쟁과 같은 극한의 상황에서 서로를 지지하는 동맹일 경우, 두 차원 모두 긍정적으로 평가받을 수 있다. 마지막 세 번째는 해당 집단이 사회문화적으로 지배적인 참조집단인 경우이다. 사람들은 사회에서 이상적이라고 평가받는 집단의 도덕성과 능력을 우수한 것으로 판단하는 경향이 있다. 이처럼 높은 도덕성과 능력을 갖추었다고 지각된 집단은 ‘존경’의 감정을 유발하며, 이는 곧 호의적인 태도와 행동으로 이어지게 된다(Cuddy et al., 2007). 따라서 영어 이름을 가진 사람을 도덕성과 능력 차원 모두에서 더 긍정적으로 평가한 본 연구의 결과는, 현재 영미권 국가가 한국 사회에서 이상적인 참조집단의 역할을 하고 있을 가능성을 보여준다. 후속연구에서는 이러한 결과가 영미권이 한국보다 우수하다는 지각으로 인한 것인지, 한국인들이 한국의 국가적 위상을 저평가하기 때문인지, 또는 한국인들이 영미권을 내집단과 유

사하게 지각했기 때문에 발생한 것인지 확인할 필요가 있다.

외집단 선호로 인해 내집단의 구성원보다 외집단 구성원의 인상을 더 긍정적으로 평가하는 것은 우리 사회의 새로운 차별 문제로 이어질 가능성이 있다. 본 연구의 결과와 같이 우리 사회가 영어 이름을 가졌다는데 이유만으로 그 사람의 도덕성과 능력을 더 높이 평가한다면, 한국어 이름을 가진 내집단의 구성원이 정당하지 않은 이유로 기회를 빼앗기는 사례가 발생할 가능성은 배제하기 어렵다. 예를 들어, 국가인권위원회(2010)의 보도자료에 따르면, 원어민 영어 강사로 근무하던 한국계 미국인이 한국인의 외모를 가졌다는데 이유로 임금 차별을 받아 진정을 제기했다. 언론에서도 재미교포인 영어 원어민 강사들이 한국계라는 이유로, 백인 강사에 비해 임금 및 근무조건에 차별을 받고 있다는 사실을 보도하였다(조선일보, 2011. 08.). 이와 같은 사례들은 이미 우리 사회에서 한국인이 한국인을 차별하는 모순적인 현상이 나타나고 있다는 것을 보여준다. 내집단 구성원이 외집단 구성원의 모습을 갖추지 못했다는 이유로 불이익을 당한 것이다. 따라서 후속연구에서는 본 연구에서 관찰된 이름의 언어에 따른 차별적 인상이 현실에서 우리 사회와 구성원에게 어떠한 영향을 미칠 수 있는지 확인하는 작업이 이루어져야 할 것이다.

본 연구에는 몇 가지 제한점이 있다. 첫째, 실험참여자들이 동일한 이름을 접했더라도, 각자 다른 유형의 인물을 떠올렸을 가능성을 배제할 수 없다. 예를 들어, 영어 이름을 접한 참여자는 영미권 국가 출신의 백인을 떠올렸을 수도 있고, 영어 이름을 가진 한국인을 떠올렸을 수도 있다. 즉, 이름의 언어적 특성 외에도 이름으로부터 추론할 수 있는 인물의 유형이 인상 판단에 영향을 미쳤을 가능성을 배제하기 어렵다. 현재의 연구만으로는 평가대상의 이름이 활성화 한 인물의 유형이나 이미지가 무엇이었는지에 대한 답을 제공할 수는 없다. 사람들은 특정 범주를 평가할 때, 해당 범주에 속하는 구체적

인 사례(exemplar)를 기억해내고, 그에 기반해 판단하는 경향이 있다(Medin & Schaffer, 1978; Nosofsky, 1986). 따라서 후속연구에서는 한국어 이름과 영어 이름이 구체적으로 어떤 사례를 활성화하고, 활성화된 사례들이 인상형성 과정에서 어떠한 역할을 하는지 알아보는 작업이 필요할 것이다.

둘째, 실험에 사용한 이름 자극의 잠재적 특성이 연구 결과에 영향을 미쳤을 가능성이 있다. 본 연구에서는 이름 자체가 평가에 미치는 영향을 최소화하기 위해 익숙함, 긍정성, 부정성에 차이가 없는 이름 자극들을 선정하였다. 하지만 이러한 노력에도 불구하고, 이름에 숨겨진 다양한 단서들이 인상형성에 영향을 미쳤을 가능성을 완전히 배제하기는 어렵다. 예컨대, 이름의 처리 유창성(processing fluency) 차이가 인상평가에 영향을 미쳤을 수 있다(김주미, 2012; 황영선, 2013). 추후 연구에서는 이름과 연합된 다양한 단서들의 영향을 통제하고, 이름 자체가 인상형성에 미치는 독립적인 영향을 확인해야 할 것이다.

본 연구는 한국인의 외집단 선호에 관한 연구의 출발점이 될 수 있는 연구이다. 특히, 실험연구를 통해 한국 사회에서 한국어 이름이 영어 이름보다 상대적으로 부정적인 인상을 줄 수 있다는 것을 발견했다. 이러한 결과는 내집단 선호 현상을 보고한 기존 연구들과는 달리, 한국 사회에서는 내집단 구성원의 특징을 나타내는 단서가 오히려 부정적 인상형성의 원인이 될 가능성을 보여준다는 점에서 의미가 있다.

본 연구를 시작으로, 후속연구에서는 외집단 선호가 인상형성을 넘어 다양한 사회적 판단 영역에 어떠한 영향을 미치는지 확인할 필요가 있다. 예를 들어, 이름의 언어가 소비자 판단이나 법적 판단에도 영향을 미칠 가능성을 배제할 수 없다. 따라서 한국어 이름과 영어 이름을 가진 제품이나 서비스에 대한 평가가 어떻게 다른지, 또는 한국어 이름과 영어 이름을 가진 사람이 저지른 범죄에 대한 판단이 어떤 차이를 보이는

지와 같은 현실적인 문제들을 후속연구의 주제로 삼을 수 있을 것이다. 이와 같은 연구를 통해, 한국 사회에 존재하는 영어 이름에 대한 선호가 우리의 다양한 사회적 판단에 어떤 방식으로 영향을 미치는지 확인할 수 있을 것이다.

저자소개

이예영은 충남대학교 심리학과에서 사회심리학 전공 박사 과정에 재학 중이다. 한국 사회에서 관찰되는 영미권에 대한 외집단 선호 현상에 관심을 가지고 있으며, 이름이 다양한 사회적 판단과 의사결정에 미치는 효과에 관한 연구를 수행하고 있다.

김성현은 경기대학교에서 범죄심리학 박사 학위를 취득하고, 젠더 폭력, 디지털 성범죄, 법무 보호복지 사업, 범죄피해자 지원 체계 등을 연구하고 있다. 현재 성폭력 및 아동학대 피해자 진술 분석과 소년범 재범위험성 평가 분야에서 전문가로 활동 중이다.

전우영은 연세대학교에서 사회심리학으로 박사 학위를 받고, 현재 충남대학교 심리학과에서 교수로 재직 중이다. 사회적 무의식이 판단과 의사결정에 미치는 영향에 관심을 가지고 있다.

참고문헌

- 경향신문 (2022.09.09.). 시어머니도 못 찾는 이상 한 '아파트 작명법'.
https://www.khan.co.kr/economy/real_estate/article/202209091047001
- 국가인권위원회 (2010). “한국출생 이유로 원어민 강사 불인정은 차별”.
<https://www.humanrights.go.kr/site/program/board/>

basicboard/view?&boardtypeid=24&menuid=0010
04002001&boardid=600255

김동수, 김도환, 정태연 (2011). 외국인에 대한 한국 대학생의 인식: 6개 외국인 집단을 대상으로. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 25(1), 1-23.

김명혜 (2017). 한국 여성 미(美)의 역사. *젠더와 사회*, 28, 5-30.

김종태, 한기덕 (2013). 한국 대학생의 외국인 차별 의식의 근원 - 민족, 문명, 선진국 담론의 비판적 검증. *담론*201, 16(3), 35-66.

<http://doi.org/10.17789/discou.2013.16.3.002>

김주미 (2012). 사람 이름의 처리 유창성이 인상 형성에 미치는 영향. *석사학위논문*, 서울대학교.

류형경 (2018). 사회불안성향자의 인상형성 및 수정. *석사학위논문*. 계명대학교.

MBN뉴스 (2020.05.18.). “노인정은 시니어스클럽”…영어 남용에 설 자리 잃어가는 한글.
<https://www.mbn.co.kr/news/society/4154114>

백인해 (2021). 얼굴 및 신체적 매력의 기준에 대한 검증: WHR과 황금비를 중심으로. *석사학위논문*. 중앙대학교.

봉세인, 박혜경 (2016). 인상형성에서 인지양식에 따른 희석효과의 개인차: 도덕성과 유능성을 중심으로. *지역과 세계 (구 사회과학연구)*, 40(3), 195-216.

SBS뉴스 (2024.06.18.). ‘에코델타동’ 행정동 추진…“주민 뜻 좌우선” 밀고 간다.
https://news.sbs.co.kr/news/endDate.do?news_id=N1007687899&plink=COPYPASTE&cooper=SBSNEWSEND

아산정책연구원 (2022). 한국인의 한미관계 인식.

우리문화신문 (2022.10.09.). 외국어로 쓰는 아파트 이름, 우리말 짓밟는 정부.
<https://koya-culture.com/mobile/article.html?no=137447>

유승무, 이태정 (2006). 한국인의 사회적 인정 척도와 외국인에 대한 이중적 태도. *담론*201, 9(2), 275-311.

- 이민우, 설선혜, 김학진 (2014). 도덕적 딜레마에서의 판단경향성이 인상형성에 미치는 영향. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 28(2), 201-223.
<https://doi.org/10.21193/kjspp.2014.28.2.011>
- 이윤정, 김영미, 권순장 (2010). 한국 남성의 근육 만들기에 대한 관심과 신체만족도에 관한 연구. *대한가정학회지*, 48(4), 43-55.
- 이은미, 김유정 (2017). 대학생의 외모 관련 사회 문화적 태도 및 사회적 압박감, 스트레스가 신체상 불일치에 미치는 영향. *한국산학기술 학회 논문지*, 18(12), 173-181.
- 임성택 (2003). 세계시민교육 관점에서의 외국인에 대한 한국학생들의 고정관념분석. *교육 학연구*, 41(3), 275-301.
- 정현, 박서연, 전희정 (2017). 외국인의 차별경험에 미치는 영향요인에 관한 연구: 구조적·문화적·환경적 관점을 중심으로. *행정논총*, 55(4), 307-336.
- 조선일보 (2011.08.20.). 한국계라고 한국서 차별 받다니… 억울한 영어 원어민 강사들.
https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2011/08/19/2011081901215
- 황영선 (2013). 이름 유창성 효과: 이름이 평가에 미치는 영향. 석사학위논문. 충남대학교.
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(5), 751-763.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.5.751>
- Ahmad, A. (2019). When the name matters: An experimental investigation of ethnic discrimination in the Finnish labor market. *Sociological Inquiry*, 90(3), 468-496.
<https://doi.org/10.1111/soin.12276>
- Anderson, N. H. (1974). Cognitive algebra: Integration theory applied to social attribution. In L. Berkowitz(Ed.), *Advances in social psychology*(Vol. 7, pp. 1-101). NY: Academic Press.
- Anderson, N. H. (1982). *Methods of Information Theory*. New York: Academic Press.
- 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.
<https://doi.org/10.1177/0261927X07309514>
- Asch, S. E. (1946). Forming impression of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41(3), 258-290.
<https://doi.org/10.1037/h0055756>
- Ashmore, R., DelBoca, F., & Wohlers, A. (1987). Gender stereotypes. In R. Ashmore & F. DelBoca (Eds.), *The Social Psychology of Female-Male Relations* (pp. 69-120). London, Academic Press.
- Balliet, D., & Van Lange, P. A. M. (2013). Trust, conflict, and cooperation: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 139(5), 1090-1112.
<https://doi.org/10.1037/a0030939>
- Beach, L., & Wertheimer, M. (1961). A free response approach to the study of person cognition. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62(2), 367-374. <https://doi.org/10.1037/h0045030>
- Bertrand, M., & Mullainathan, S. (2004). Are Emily and Greg more employable than Lakisha and Jamal? A field experiment on labor market discrimination. *American Economic Review*, 94(4), 991-1013. doi:10.1257/0002828042002561
- Bruning, J. L., Polinko, N. K., & Buckingham, J. T. (1998). Connotative meanings of names and nicknames: Changes over twenty-seven years. *Psychological Reports*, 83(2), 427-430.
<https://doi.org/10.2466/PR0.83.6.427-430>
- Bruning, 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. *The Journal of Social Psychology*, 140(2), 197-201.
<https://doi.org/10.1080/00224540009600459>
- Bursell, M. (2007). What's in a name?-A field experiment test for the existence of ethnic discrimination in the hiring process. *The Stockholm University Linnaeus Center for Integration Studies Working Paper*. Retrieved from <https://www.temaasyl.se/Documents/Forskning/Forskningsstudier/What%20%80%99s%20in%20a%20name.pdf>
- Busse, T. V., & Seraydarian, L. (1979). First names and popularity in grade school children. *Psychology in the Schools*, 16(1), 149-153.
[https://doi.org/10.1002/1520-6807\(197901\)16:1<149::AID-PITS2310160126>3.0.CO;2-M](https://doi.org/10.1002/1520-6807(197901)16:1<149::AID-PITS2310160126>3.0.CO;2-M)
- Christie, C. J. (1998). *Race and nation: A reader*. I.B. Tauris.
- Colman, A. M., Hargreaves, D. J., & Sluckin, W. (1980). Psychological factors affecting preferences for first names. *Names*, 28(2), 113-129.
<https://doi.org/10.1179/nam.1980.28.2.113>
- Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2007). The BIAS map: Behaviors from intergroup affect and stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(4), 631-648.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.4.631>
- 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. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 40, pp. 61-149). Academic Press.
[https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(07\)00002-0](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(07)00002-0)
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285-290.
<https://doi.org/10.1037/h0033731>
- Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, 111(2), 304-341.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.111.2.304>
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878-902.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.878>
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2nd ed.). McGraw-Hill Book Company.
- Garwood, S. G., Cox, L., Kaplan, V., Wasserman, N., & Sulzer, J. L. (1980). Beauty is only "name" deep: The effect of first-name on ratings of physical attraction. *Journal of Applied Social Psychology*, 10(5), 431-435.
<https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1980.tb00721.x>
- Goodwin, G. P., Piazza, J., & Rozin, P. (2014). Moral character predominates in person perception and evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 106(1), 148-168.
<https://doi.org/10.1037/a0034726>
- Hack, T., Goodwin, S. A., & Fiske, S. T. (2013). Warmth trumps competence in evaluations of both ingroup and outgroup. *International journal of science, commerce and humanities*, 1(6), 99-105.
- Harari, H., & McDavid, J. W. (1973). Name stereotypes and teachers' expectations. *Journal of Educational Psychology*, 65(2), 222-225.
<https://doi.org/10.1037/h0034978>
- Hassin, R., & Trope, Y. (2000). Facing faces: Studies on the cognitive aspects of physiognomy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5), 837-852.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.5.837>
- Hentschel, T., Heilman, M. E., & Peus, C. V. (2019). The multiple dimensions of gender stereotypes: A current look at men's and

- women's characterizations of others and themselves. *Frontiers in Psychology*, 10, Article 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00011>
- Higgins, E. T., Rholes, W. S., & Jones, C. R. (1977). Category accessibility and impression formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13(2), 141-154. [https://doi.org/10.1016/S0022-1031\(77\)80007-3](https://doi.org/10.1016/S0022-1031(77)80007-3)
- Hogg, M. A. (2006). Social identity theory. In P. J. Burke (Ed.), *Contemporary social psychological theories* (pp. 111-136). Palo Alto: Stanford University Press.
- Infante, D. A., Rancer, A. S., Pierce, L. L., & Oborne, W. J. (1980). Effects of physical attractiveness and likeableness of first name on impressions formed of journalists. *Journal of Applied Communication Research*, 8(1), 1-9. <https://doi.org/10.1080/00909888009360265>
- Johnson, S. K., Murphy, S. E., Zewdie, S., & Reichard, R. J. (2008). The strong, sensitive type: Effects of gender stereotypes and leadership prototypes on the evaluation of male and female leaders. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 106(1), 39-60. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2007.12.002>
- Jones, J. T., & Pelham, B. W. (2001). *Really soft money: The implicit egotism of political contributions*. Manuscript in preparation.
- Jones, J. T., Pelham, B. W., Carvallo, M., & Mirenberg, M. C. (2004). How do I love thee? Let me count the Js: Implicit egotism and interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(5), 665-683. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.5.665>
- Jost, J. T. (2001). Outgroup favoritism and the theory of system justification: A paradigm for investigating the effects of socioeconomic success on stereotype content. In G. B. Moskowitz (Ed.), *Cognitive social psychology: The Princeton Symposium on the Legacy and Future of Social Cognition* (pp. 89-102). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Jost, J. T. (2019). The IAT is dead, long live the IAT: Context-sensitive measures of implicit attitudes are indispensable to social and political psychology. *Current Directions in Psychological Science*, 28(1), 10-19. <https://doi.org/10.1177/0963721418797309>
- Jost, J. T., & Banaji, M. R. (1994). The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *British Journal of Social Psychology*, 33(1), 1-27. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1994.tb01008.x>
- Jost, J. T., Banaji, M. R., & Nosek, B. A. (2004). A decade of system justification theory: Accumulated evidence of conscious and unconscious bolstering of the status quo. *Political Psychology*, 25(6), 881-919. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2004.00402.x>
- Karlin, N. J., & Bell, P. A. (1995). Assessing commonality and favorability of first names. *Psychological Reports*, 77(1), 97-98. <https://doi.org/10.2466/pr0.1995.77.1.97>
- Kasof, J. (1993). Sex bias in the naming of stimulus persons. *Psychological Bulletin*, 113(1), 140-163. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.113.1.140>
- Kline, P., Rose, E. K., & Walters, C. R. (2022). Systemic discrimination among large U.S. employers. *The Quarterly Journal of Economics*, 137(4), 1963-2036. <https://doi.org/10.1093/qje/qjac024>
- Lawson, E. D. (1971). Semantic differential analysis of men's first names. *The Journal of Psychology*, 78(2), 229-240. <https://doi.org/10.1080/00223980.1971.9916908>
- Leach, C. W., Ellemers, N., & Barreto, M. (2007). Group virtue: the importance of morality (vs. competence and sociability) in the positive

- evaluation of in-groups. *Journal of personality and social psychology*, 93(2), 234-249.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.2.234>
- Liberman, A., & Chaiken, S. (1996). The direct effect of personal relevance on attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 269-279.
<https://doi.org/10.1177/0146167296223005>
- Mackie, D., Hamilton, D., Susskind, J., & Rosselli, F. (1996). Social psychological foundations of stereotypes formation. In C. Macrae, C. Stangor, & M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and stereotyping* (pp. 41-78). NY: Guilford.
- Medin, D. L., & Schaffer, M. M. (1978). Context theory of classification learning. *Psychological Review*, 85(3), 207-238.
<https://doi.org/10.1037/0033-295X.85.3.207>
- Mehrabian, A. (1992). Interrelationships among name desirability, name uniqueness, emotion characteristics connoted by names, and temperament. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(23), 1797-1808.
<https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00977.x>
- Mehrabian, A. (1997). Impressions created by given names. *Names*, 45(1), 19-33.
<https://doi.org/10.1179/nam.1997.45.1.19>
- Mehrabian, A. (2001). Characteristics attributed to individuals on the basis of their first names. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 127(1), 59-88.
- Mehrabian, A., & Piercy, M. (1993). Positive or negative connotations of unconventionally and conventionally spelled names. *The Journal of Social Psychology*, 133(4), 445-451.
<https://doi.org/10.1080/00224545.1993.9712168>
- Miller, A. G. (1970). Role of physical attractiveness in impression formation. *Psychonomic Science*, 19(4), 241-243.
<https://doi.org/10.3758/BF03328797>
- Nosofsky, R. M. (1986). Attention, similarity, and the identification - categorization relationship.
Journal of Experimental Psychology: General, 115(1), 39-57.
<https://doi.org/10.1037/0096-3445.115.1.39>
- Oreopoulos, P. (2011). Why do skilled immigrants struggle in the labor market? A field experiment with thirteen thousand resumes. *American Economic Journal: Economic Policy*, 3(4), 148-171. <https://doi.org/10.1257/pol.3.4.148>
- Pew Research Center. (2020). *U.S. Image Plummeted Internationally as Most Say Country Has Handled Coronavirus Badly*(September, 2020)
- Rodebaugh, T. L., Bielak, T., Vidovic, V., & Moscovitch, D. A. (2016). The effects of social anxiety on interpersonal evaluations of warmth and dominance. *Journal of Anxiety Disorders*, 38, 68-78.
<https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2016.01.002>
- Rom, S. C. (2017). *Impression formation and impression management: Internal and external determinants* (Doctoral dissertation). University of Cologne.
- Rosenberg, S., Nelson, C., & Vivekananthan, P. S. (1968). A multidimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(4), 283-294.
<https://doi.org/10.1037/h0026086>
- Skowronski, J. J., & Carlston, D. E. (1987). Social judgment and social memory: The role of cue diagnosticity in negativity, positivity, and extremity biases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(4), 689-699.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.4.689>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Tannenbaum, R., & Schmidt, W. H. (2009). *How to choose a leadership pattern*. Harvard Business Review Press.

- Todorov, A., Baron, S. G., & Oosterhof, N. N. (2008). Evaluating face trustworthiness: a model based approach. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 3(2), 119-127.
<https://doi.org/10.1093/scan/nsn009>
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell.
- Walton, W. E. (1937). The affective value of first names. *Journal of Applied Psychology*, 21(4), 396-409. <https://doi.org/10.1037/h0058632>
- West, S. G., & Shults, T. (1976). Liking for common and uncommon first names. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2(3), 299-302.
<https://doi.org/10.1177/014616727600200320>
- Willis, J., & Todorov, A. (2006). First impressions: Making up your mind after a 100-ms exposure to a face. *Psychological Science*, 17(7), 592-598. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01750.x>
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2, Pt.2), 1-27.
<https://doi.org/10.1037/h0025848>

1 차원고접수 : 2024. 01. 24.

수정원고접수 : 2024. 08. 16.

최종개재결정 : 2025. 01. 18.

Name and Impression Formation: The Effects of Korean and English Names

Yeyeong Lee Seong Hyun Kim Woo Young Chun

Department of Psychology, Chungnam National University

This study explored the effects of Korean and English names on impression formation. Participants were presented with a scenario that describes a fictitious person's daily life. Then they were asked to complete an impression formation task. The vignette used in this study was identical except for the name of the individual being evaluated. Results showed that participants evaluated a person with an English name more positively than one with a Korean name, particularly in the dimension of physical attractiveness and morality. Specifically, the person with the English name was judged to be more physically attractive, honest, and trustworthy. The preference for the English name was more evident when the participant's gender matched that of the person being evaluated. For instance, male participants rated a male person with an English name more favorably, and female participants did the same for a female person. In addition, there was a tendency to prefer individuals with English names in evaluations of competence. These findings suggest that even though the participants were Korean, they tended to form a more positive impression of a person with an English name, which represents the language of an out-group, compared to a person with a Korean name, which represents the language of their in-group.

Key words : Impression formation, Korean name, English name, In-group, Out-group