

면접자의 성향이 평가에 미치는 효과: 한·중 학생들의 태도 유사성이 대인 매력에 미치는 영향을 중심으로

이 선 아¹⁾ 진 국 화 홍 기 원
호서대학교 산업심리학과

요약

본 연구는 대학 신입생 선발 시 입학사정관 제도의 개발과 발전을 위해 한·중 대학생들의 태도 유사성이 대인 매력에 미치는 영향을 확인하였다. 태도에는 신념과 가치가 크게 구분되므로 입학 및 취업 성공을 위해 신념과 가치의 판단 기준을 비교하고 면접관의 성향에 따른 차별적인 효과가 나타난다면 이를 참고로 면접태도 전략을 수정할 수 있을 것이다. 산업화가 다소 늦은 중국에서는 집단주의적 태도가 강하다는 보고에 따라 면접자와 피면접자 태도 유사성이 다르게 영향을 미치리라고 보고, 국적(한국대학생 vs 중국대학생)에 따라 신념과 가치의 유사 혹은 비유사(신념-유사 집단, 가치-유사 집단, 신념-비유사 집단, 가치-비유사)로 구분되는 네 집단에 431명을 참여하게 하였다. 면접자와 피면접자의 태도 유사성을 보기 위하여 신념 질문지는 두 학생들 중 어떤 학생이 더 나은 학점을 받을 지를 판단하게 하였고, 가치 질문지는 누구와 더 친한 친구로 지낼 수 있는 지 판단하게 하였다. 각 집단에 실험 참여자의 태도와 대상자(본교에 합격한 학생들)의 태도 유사성을 비교하고, 보수 / 진보 성향에 따른 면접 대상자에 대한 확신 점수와 대인 매력 정도를 재었다. 그 결과, 사회적 매력인 호오 감정에서는 유사성보다 비유사성이 더 높은 영향을, 신념 등 지적 매력에서는 유사와 비유사 간에 차이가 없음이 확인되었다. 그러나, 신념과 가치에 따른 차별적인 효과나 집단주의 문화에 다른 한국과 중국 참가자들 간의 차이는 보이지 않았다. 본 연구는 면접자와 피면접자의 태도 유사성이 면접 결과에 영향을 미침을 고려하여 사전에 공정한 면접 문항을 개발할 필요성을 보인 것이다. 아울러 보이지 않는 심리학적 다양성(가치, 신념, 태도, 성격 등)을 활용하여 실전 면접에서 구조화된 면접 문항 개발을 통해 최소한의 노력과 시간, 경비로 적합한 인재를 선별할 수 있다는 시사점을 얻었다. 본 연구는 대학 신입생들을 선발하는 과정에서 면접자와 피면접자의 태도 유사성을 다룬 것이지만 경영 장면에서 신입사원을 선발하는 데에도 함축적인 의미를 갖는 것이다.

주제어 : 태도 유사성, 매력, 면접, 성향, 평가, 태도, 신념, 가치, 취업

1) 교신저자 : 이선아, 호서대학교 산업심리학과, superjob7@naver.com

I. 서론

면접은 필요한 사람을 뽑는 과정이라기보다 필요 없는 사람을 떨어뜨리기 위한 과정이다. 면접관은 지원자의 전체 능력을 확인할 수 있는 기회이고 지원자는 자신의 재능을 전면적으로 보여줄 기회인 면접의 중요성이 서류전형이나 시험보다 점점 높아지고 있다. 입학사정관을 입시 전문가, 헤드헌터, 마케팅 전문가, 멘토(상담자)라 할 정도로 위상이 높아지고 있다. 성적과 잠재력, 소질, 개인 환경 등을 종합적으로 판단해 학생을 선발하는 면접 영역에서는 학생의 종합적인 평가가 목적이며 학생에게 자기 표현의 기회를 제공하고, 해당 대학에 대한 이미지 및 호감을 유도시켜야 한다. 면접 평가의 요소는 학교의 학과 적성, 지적 능력, 사고력과 표현력, 인성 및 가치관, 개인생활 및 기타 영역이다. 면접의 영역은 인성 및 가치관, 적성 및 지원동기, 교양 및 일반상식, 전공 교과와 의사표현능력이다.²⁾ 대학 4년간의 학업 효율 대비 단시간 면접 평가의 타당성이 중요하다. 입학사정관은 유능한 인재를 선발해야 하고, 학생은 짧은 시간에 준비한 역량을 최대도로 보이는 자리이므로 그 안에는 아주 복잡한 심리적 상호작용이 있다.

입학사정관 전형은 시험 성적 위주의 선발 방식인 정량 평가에서 학생 잠재력에 대한 종합 평가인 정성 평가로 변하는 것이다. 학교의 교육 이념과 그 목표에 부합하는 인재를 선발하고 잠재 가능성에 대한 정성평가를 위해서는 서류 심사와 서류 기반 심층 면접의 연계를 강화했다.

2009년 카톨릭 대학교 입학사정관에서는 잠재능력 우수자 수시 전형을 실시하였다. 재학생 300명을 대상으로 평가요소 사례 분석 서류 구성안 연구와 대학 예비 지원자 200명을 대상으로 모의 전형을 실시하였다. 추후 분석 연구에서는 잠재능력 우수자 전형 참여자의 특성을 분석하고, 전형 요소의 타당성을 평가하고 개선점은 제안하는 연구를 하였다. 학생의 종합적 평가 요소를 마련하고 공정성 확보를 위해 다단계 평가를 도출한 사례라 할 수 있다. 한동대학교는 각 전형군별 평가기준 수립을 위해 면접구술고사 문항개발을 연구하여 인성, 영어, 수학 등의 심층 면접과 인성 평가 기준 개발을 연구하였다. 대표적인 사례로 고등교육의 대안학교 전형의 의미와 필요성을 확인하기 위해 대안 학교 출신자에 대한 중단 연구를 통해 대안 학교 전형이 한동 공동체에 기여해 온 점들을 분석하여 평가 목표 및 평가 기준을 반영하였다. 대안 학교 전형으로 인가/비인가 학교들간의 불균형 해소, 대안학교 교과 과정 및 다양한 학습 활동 및 성과물들(프로젝트, 포트폴리오, 인성 관련 수업 등)에 대한 정성적 평가를 확대하였다. 홍익대는 효과적인 면접구술고사를 위한 구두로 창의력을 평가할 수 있는 문제 유형을 개발하고 이론적 근거를 중심으로 객관적인 평가항목에 도입하였다. 면접구술고사 후 출구조사 및 면접에 대한 사후 평가를 하였다. 또한 추적연구를 통해 비실기 전형 정착을 위한 개선안 연구 및 사후 질적 관리를 하였다. 전공 지원 동기와 장래희망 및 직업관 관련 질문과 인성 및 인생관 (공손, 예의, 적절한 의사소통능력, 긍정적인 사고, 이타심 등)으로 일반적인 평가를 하고 창의성 평가의 범주와 준거 틀에서는 각 항목(독창성, 유용성, 유창성, 적극성)을 상, 중, 하로 구분하였다. 이처럼 면접구술고사의 평가 항목과 척도를 표준화하여 다단계 심층 면접에 적용하였다.³⁾

호서대학교 면접고사 가이드 (2014)의 면접 평가 항목의 내용은 기본사고 능력, 전공 적성, 인성이다. 평가요소인 능력과 적성은 75 % 정도로 문제 해결의 창의성, 흥미와 지원 전공의 연계성, 지원

2) 성공적인 경력관리를 위한 나의 선택 Career Decision (2009). incruit, 211-256.

3) 한국대한교육협회 대학입학사정관제 사례 발표 워크숍 (2009).

분야 관련 역량 및 노력 정도를 평가했다.⁴⁾ 인성은 25 % 정도로 인재상을 바탕으로 적극적 자세와 자신감 등을 살펴본다. 따라서 능력과 적성은 신념과 관련되고, 인성은 가치와 관련된다고 볼 수 있다. 능력, 적성, 인성의 평가 항목에 따라 신념과 가치의 균형적인 판단 기준이 필요하다. 성공적인 경력관리를 위한 나의 선택 Career Decision (2009)의 면접 질문은 지원 동기, 자기소개, 학교생활, 학업(직무)능력, 시사 상식과 황당 질문으로 구성되어 있다. 지원 동기, 자기소개, 학교생활은 가치 관련 질문이고 학업(직무) 능력과 시사 상식은 신념 관련 질문이라고 할 수 있다. 예를 들어, “자신의 장점과 약점을 말해 보세요?”, “어떤 동아리 활동을 했나요?”, “어떤 취미와 특기를 가지고 있나요?”, “학교와 전공 선택시 가장 중요시 하는 것은 무엇인가요?” 등과 같은 질문은 가치 관련 질문이다.

반면에 신념 질문은 “지원 전공과 관련한 학교 경험 중 성공과 실패 경험은 어떤 것이 있고 무엇을 느꼈으며 전공에 어떻게 활용할 생각인지요?”, “학교 생활하면서 가장 힘들었던 문제는 어떤 것이고, 당시 문제를 어떻게 해결했는지, 그 방법과 얻은 교훈은 무엇인지요?”, “주로 어떤 경우에 스트레스를 받고, 스트레스를 받으면 어떻게 대처하고 해결하는지요? 제대로 대처하지 못했다면 그 사례와 그 이유는 무엇인지요?” 이다. 면접 문항에 따라 지원자는 답변의 기술, 상황별 답변 전략을 알고 설득력 있는 말로 면접관을 이해시키는 것이 중요함을 소개하면서⁵⁾ 본 연구의 배경을 제시한다.

1. 연구의 필요성 및 목적

면접장에서는 같은 말이라도 태도와 표정으로 합격 여부는 달라진다. 면접은 말을 잘한다고 뽑히는 것은 아니다. 정작 중요한 것은 인상과 태도이다. 인상과 태도는 쉽게 바뀌지는 않겠지만 훈련을 통해 개선이 가능하다.⁶⁾ 또한 어떻게 하면 면접관의 호감을 얻을 수 있을지 고민해 보는 것도 중요하다. 면접관의 질문 의도를 잘 파악하고 면접관이 듣고 싶어하는 내용을 생각해봐야 한다.

홍대식(1993)은 사회심리학에서 대부분의 심리학자들이 공통적으로 사용하는 정의로, 어떤 특정 대상, 생각이나 사람에 대한 태도는 인지적(사고), 감정적(느낌) 및 행동적 요소들을 갖는 지속적인 지향성이라고 하였다. 인지적 요소는 대상에 관한 사실들, 지식 및 신념들로 구성되어 있고, 감정적 요소는 대상에 대한 사람의 모든 감정들이나 정서들 특히 평가들로 구성되어 있으며, 행동적 요소는 대상에 대한 사람의 반응 준비성이나 행동 경향성으로 구성되어 있다. 대부분의 태도들은 인지적으로 아주 많은 생각들과 신념들로 복잡한 데에 비해서 평가적으로는 호불호의 단순한 경향이 있다.

태도의 인지적 요소와 감정적 요소 사이의 또 다른 차이는 인지를 변화시키기가 대개 훨씬 더 용이하다는 것이다. 감정적 요소는 인지적 요소보다도 더 지속적이고 중심적이다. 사회 심리학에서의 많은 연구들은 실제의 행동이 흔히 태도들과 일치되지 않으며, 사람들이 불일치에 대해서 아주 편하게 지낼 수 있는 것 같다는 것을 시사하고 있다. 어떤 태도의 행동요소는 감정과 인지 요소들과 항상 일치되지는 않는다. 사람들은 타인들을 평가할 때 우선적으로 가치를 두는 특징들이 있다. 어떤 사람들은 친구들에게서 동정을 높이 평가하지만, 다른 사람들은 지능에 높은 가치를 둔다. 사회적으로 바람직스러운 것으로 간주되는 개인적 특징들에서도 커다란 문화차이들이 있다. ⁷⁾

4) 호서대학교 면접고사 가이드 (2014).

5) 성공적인 경력관리를 위한 나의 선택 Career Decision (2009). incruit, 211-256.

6) 오미영 (2013). 커뮤니케이션. Communication Books, 70-71.

대인 매력에서 우리는 태도들, 가치들, 흥미들, 배경 및 성격이 우리와 유사한 사람들을 좋아하는 경향이 있다. ‘유유상종’이라는 옛 속담에는 많은 진리가 들어 있다. 유사성이 대인매력에 중요한 이유로 두 가지 주요 설명들이 있다. 첫째로, 보수(報酬)를 주는 것이다. 우리와 유사한 사람들은 우리의 생각에 동의하고 지지해주지만, 반대하고 비평하면 불쾌해진다. 두 번째는 인지적 균형이론에 의해, 사람들은 자신의 태도들간의 조화나 일관성을 유지시키거나 자신의 좋아하는 것들과 싫어하는 것들을 균형된 양식으로 조직화시키려고 노력한다. 우리는 자신의 견해를 지지하는 사람들을 좋아하고 반대하는 사람을 싫어함으로써 인지적 균형을 최대화시킨다. 8)

토마스 무스바일러 (Thomas Mussweiler, 2003)의 선택적 접근 가능성 모형에 따르면 유사성을 중심으로 비교하거나 비유사성을 중심으로 비교하느냐에 따라 다른 결과가 발생한다고 예상하였다. 유사성을 중심으로 비교하는 과정을 거치게 되면 이전의 대상과 일치하는 방향으로 개인의 행동이나 판단이 유도되는 동화 효과가 발생한다. 하지만, 비유사성을 중심으로 비교하는 과정을 거치게 되면 반대되는 방향으로 행동하거나 판단을 내리는 것과 같은 대조 효과가 발생하게 된다. 9)

본 연구에서는 유사성 비교를 통해 신념과 가치의 판단기준에 따라 매력에 대한 평가를 검증하였다. 사람들은 자신이 어떤 집단에 소속되었는가를 토대로 자신의 정체성을 규정하는데 만약 자신이 속한 내집단이라고 지각할 때 유사한 방향으로 판단과 행동이 발생하지만, 자신이 속하지 않은 외집단이라고 지각하면 비유사한 방향으로 판단과 행동이 이루어지는지 살펴보았다. 외집단과 내집단은 늘 비교 대상이 되므로 내집단과 외집단의 유사성에 집중하기 보다는 차이점에 초점을 맞추고자 했다.

II. 이론적 고찰

오세진 (2005)의 인간행동과 심리학에 따르면, 인상형성은 일반적으로 매우 짧은 시간과 한정적인 정보만을 가지고 상대방에 대한 전반적인 인상을 형성하며, 어떤 사람에 대해 일단 한번 형성 되어진 인상은 상당히 오랜 시간 동안 지속된다고 하였다. 인상형성의 차원은 평가적 차원 (좋은-나쁜 사람)이 우선적으로 판단되는데, 이러한 평가적 차원 내에 지적인 평가(똑똑하다, 영리하다, 현명하다 등)와 사회적(정적) 평가(성실하다, 친절하다, 다정하다 등)으로 나누어 질 수 있다. 인상형성의 특징으로는 후광효과(halo effect), 부적효과(negativity effect), 관용효과(leniency effect), 유사성가정(assumed similarity) 등이 있다. 본 연구에서는 대부분 사람들은 타인들이 자기와 비슷하다고 판단하는 경향이 있다는 유사성 가정을 활용하였다. 10)

Byrne (1971)과 그의 동료들은 태도 유사성을 검토하였다. 호감에 영향을 줄 수 있는 외모나 성격과 같은 다른 요인들을 제거시키기 위해서, 유령의 타인 기법(phantom-other technique)을 개발하였다. 이러한 연구들에서, 피험자들은 자기 자신의 태도들을 기술하는 질문지에 응답한 후에 어떤 낯선 이가 응답한 것이라고 설명된 질문지를 읽었다. 실제로, 아무런 타인도 없었다. 실험자들은 피험자 자신

7) 홍대식 (1993). 사회심리학. 양영각, 163-164.

8) 홍대식 (1993). 사회심리학. 양영각, 253-272.

9) 전우영 (2013). 나를 움직이는 무의식 프라이어밍. 21세기 북스, 145-165.

10) 오세진 (2005). 인간행동과 심리학, 3장. 대인지각과 귀인. 학지사.

의 대답들과 매우 유사하거나, 약간 유사하거나, 비유사하게 되도록 대답들을 의도적으로 선정하였다. 그 다음에 피험자들은 자신이 이러한 타인을 얼마나 좋아할 것 같은 생각이 드는가를 질문 받았다. 이러한 연구의 결과들은 태도 유사성이 호감을 강력하게 결정짓는다는 것을 보여 왔다. 태도들이 더 유사할수록, 예상된 호감은 더 컸다. 이러한 효과는 다양한 집단들에 대해서 증명되어 왔다. 유사성의 중요성은 태도들을 훨씬 넘어서고 있다. 인종배경, 종교, 정치, 사회계층, 교육 및 연령의 유사성은 모두 매력에 영향을 주었다. 11)

1960년대에서 현재까지의 유사-매력과 비유사-배척 모형에 관한 다양한 접근이 있다. 70년대까지는 Byre (1965)의 유사-매력 가설에서, 80년대에는 이를 반박하는 Rosenbaum (1986) 비유사-배척 가설, 유사-비유사 비대칭 가설로 변화되었다. 2000년대에 들어서는 내·외집단에 따른 차이, 인지 평가, 부정과 긍정적 영향, 다중 매개 등으로 유사-매력 관계가 연구되었다.

Goethals, George R., and R. Eric Nelson (1973)은 신념이 문제될 때, 다른 사람의 동의는 같은 사람의 동의보다 판단의 확신을 증가시켰다. 반면에, 가치가 문제될 때, 같은 사람의 동의는 더 영향력 있다고 하였다. 이는 Kelley(1967)의 공변 모형에서 사람들은 귀인하는데 있어 3가지 정보 (자극 대상, 행위자, 상황)를 고려하는데, 유사성의 역할에서 유사한 동의자들보다 비유사한 동의자들이 더 영향력이 있었다. 유사성과 판단할 주제가 신념인지, 가치인지에 따라 객관적인 신념과 주관적인 가치 간의 상호작용의 차이가 있었다. 신념이 문제될 때에는 Kelley의 공변 모형 중 대상에 기인되어 사람들은 그의 결정에서 비유사한 사람들의 동의로 자신의 자신감이 더 증가되었지만, 가치가 문제일 때에는 유사한 사람들의 지지로 자신감이 증가되었다.¹²⁾ 이들의 연구로부터 본 연구에서 검증하고자 하는 연구가설은 다음과 같다.

가설 1-1. 신념 문제는 비유사한 타인의 동의로, 가치 문제는 유사한 타인의 동의로 더 자신감이 증가할 것이다.

가설 1-2. 유사성별 확신 점수에 대해 선호하는 학생간에 차이가 있을 것이다. 유사한 집단에서 선호하는 학생의 확신점수가 더 높을 것이다.

가설 1-3. 유사보다 비유사 집단에서 질문 유형에 따른 선호하는 학생에 유의한 차이가 있을 것이다. 따라서, 유사 집단에서 보수 참여자는 진보 학생을 선택할 것이고, 진보 참여자는 보수 학생을 선택할 것이다.

Singh, Ramadhar, and Soo Yan Ho (2000)는 유사-비유사 비대칭 이론은 유사-매력보다 더 강한 비유사-배척을 예측한다고 주장하면서 유사 태도와 매력 간 긍정적 관계에 대한 재해석을 요구했다. 참여자와 대상자의 태도간 유사성은 매력, 배척과 유사-비유사 비대칭 가설 검사에 의해 조작되었다. 참여자는 대상자의 사회적 (좋아함, 함께 있어 기쁨) 매력과 지적 (지능, 일반 지식) 매력을 판단했다. 비유사성은 사회적 매력에서 유사성보다 더 큰 비중을 가졌으나, 지적 매력에서는 동등한 가중치를 가졌다. 이러한 결과들은 유사 매력보다 비유사-배척을 예측하는 유사-비유사 비대칭 가설을 더욱 지지

11) 홍대식 (1993). 사회심리학. 양영각, 253-272.

12) Goethals, George R., and R. Eric Nelson. (1973) "Similarity in the influence process: The belief-value distinction." *Journal of Personality and Social Psychology*, 25.1, 117-122.

했다.¹³⁾

그러나, 그들은 매력 가설, 배척 가설을 거부했다. 지적 매력에서 유사-비유사의 동등한 가중치는 사회적 매력에서 유사-비유사 비대칭이 Darwin의 적자 생존론에서 더 강한 회피 반응을 반영했음을 더 제안했다. 지적 매력보다 사회적 매력에 더 유사-태도 가중치를 둔 이유는, 태도들은 대상자의 사회적 매력보다 지적 매력에 덜 진단적이기 때문이다. 그리고, 자기 유리와 타인 유리(사회성, 도덕성)에 따라 타인 유리 차원에 따른 대인 판단은 긍정 정보보다 부정 정보에 더 영향을 받기 때문이다. 사회적 매력에서 유사보다 비유사에 더 큰 가중치를 두는 근거는 얼마나 부정과 긍정 단서가 타인 유리 차원에 따른 가중치를 두느냐에 따른다. Peeters and Czapinski (1990)는 행동 적응에서 필요한 심적 기제로 긍정성 편향은 참여자에게 주관적 기대이고, 부정적 효과는 자극 유발이었다는 것을 추가했다. 이와 같은 연구 결과를 토대로 연구가설은 다음과 같다.

가설 2-1. (배척/매력) X (유사/비유사) 비대칭 가설에 따라 사회적 매력인 호오감정에서는 유사성보다 비유사성이 더 높은 영향을, 신념 등 지적 매력에서는 유사와 비유사 간에 차이가 없을 것이다.
가설 2-2. 사회적매력 반응 후 지적매력을 응답했을 때(측정 반응 순서에 따라) 매력에 차이가 있을 것이다.

Chen, Fang Fang, and Douglas T. Kenrick (2002)은 유사-매력과 비유사-배척 모형에서 집단구성원 효과를 연구했다. 태도 비유사성은 모든 연구에서 외집단 구성원들보다 내집단 구성원들에서 더 강한 배척 효과를 만들었다. 태도 유사성은 혐오적인 동성애나 성격적 특성이 아닌 정치적 외집단 구성원들에 대해 매력에서 더 큰 증가가 일어났다. 혐오는 자존심과 자존감이 자아의 양상으로 크게 도출되기 때문에 고유된 성격 특성일 때 더 방어를 일으켰다. 반면에 논쟁적 문제에 대한 태도에 대한 유사성은 덜 방어적이었다. 유사 태도와 혐오에 대한 정보는 더 독립적이고 신념 일치 이론에 약한 결과, 신념과 태도 유사성은 사회적 압력이 없거나 비효과적일 때 사회적 차별의 결정요인으로서의 집단 구성원들의 유사성을 능가해야 했다.¹⁴⁾

따라서, 잘못된 의견 일치를 하는 경향은 높은 유사성이 기대되는 내집단에서는 비유사-배척 효과를 탐색하는 데 상대적으로 더 쉽고, 발견된 유사와 가정된 유사 간 불일치가 상대적으로 더 크기 때문이다. 내집단 구성원은 유사하길 기대하고 그들이 비유사할 때 거부했다. 다소 다른 태도를 기대했던 외집단의 구성원에 대해 상대적으로 더 긍정적인 효과를 가졌다. 이는 연합에 의한 유사성의 긍정성과 혐오의 부정성이 서로 반대로 작용했기 때문이다.

앞에서 검토한 연구 결과들을 토대로 본 연구는 다음과 같은 연구 가설을 상정하였다. 문화에 따라 자기(self)에 대한 해석에 차이가 있었다. (Markus & Kitayama, 1991). 서양과 같은 개인주의적인

13) Singh, Ramadhar, and Soo Yan Ho. (2000) "Attitudes and attraction: A new test of the attraction, repulsion and similarity dissimilarity asymmetry hypotheses." *British Journal of Social Psychology*, 39.2, 197-211.

14) Chen, Fang Fang, and Douglas T. Kenrick. (2002). "Repulsion or attraction? Group membership and assumed attitude similarity." *Journal of personality and social psychology*, 83.1, 111-125.

사회에서는 자기를 다른 사람들과 구분하려는 경향이 강하지만 동양처럼 집단주의적 사회에서는 자신을 다른 사람들과의 관련성을 통해 규정하려는 경향이 강하다는 것이다. 본 연구에서는 동양의 한국과 중국 대학생을 대상으로 문화적 차이를 비교하고자 집단 응집력에 따라 면접에 미치는 영향을 아래 가설을 세워 검증하였다.

가설 3. 한·중 표적으로 만든 내·외집단의 효과에서 중국인이 한국인보다 비유사성은 내집단이 더 강한 배척을, 유사성은 외집단을 더 매력적으로 할 것이다.

III. 연구 방법

1. 연구 참가자

호서대에 재학 중인 만 19세 이상인 한국·중국 대학생 총 438명이 실험에 참가했다. 실험 조사에서 불성실한 응답이나 배경 질문을 누락한 응답을 제외한 총 431명(한국인 208명, 중국인 223명)의 자료를 결과에 반영하였다. 중국인을 선정한 배경은 규모 상 동양을 대표하는 인종은 중국인이고, 중국은 면접의 초기 단계로 중국 학생들의 실전 면접에 도움이 되고자 선정하였다. 중국인과 한국인의 비교 조사는 집단 소속 (한국인 vs 중국인)에 따라 문화 및 집단 응집력의 차이를 비교 검토하고자 함이다.

표 1. 표본의 인구학적 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)
국 적	한국인	208	48.3
	중국인	223	51.7
연령대	22세 미만	232	53.8
	22세 이상	199	46.2
판단기준	신념 질문	217	50.3
	가치 질문	214	49.7
유사성	유사	217	50.3
	비유사	214	49.7
정치 이념	보수적	219	50.8
	진보적	212	49.2
개인/집단	개인주의	256	59.4
	집단주의	175	40.6
성향	이성적	198	45.9
	감성적	227	52.7
	무응답	6	1.4
합 계		431	100.0

설문조사 진행은 강의 전·후에 강의실에서 한국 대학생은 한국인 연구자가, 중국 대학생은 설문지를 중국어로 번역하여 이중 언어가 가능한 중국인 연구자가 진행하였다. 실전 면접 현장에서는 면접관

과 지원자간 원활한 커뮤니케이션이 요구된다. 면접관의 성향이 평가에 미치는 효과를 실제 면접관들이 아닌 학생들을 대상으로 하는 이유는 학생들의 실전 면접에 앞서 면접관의 입장이 되어 행동하게 함으로서 면접관의 판단 오류를 체험하고 효과적인 소통 상황을 준비할 수 있기 때문이다.

본 연구의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 국적은 한국인 208명(48.3%), 중국인 223명(51.7%) 이었다. 세 가지의 성향으로 구분하여, 보수/진보에서는 보수가 219명(50.8%) 진보가 212명(49.2%)이었고 개인주의/집단주의에서는 개인주의가 256명(59.4%), 집단주의가 175명(40.6%)였으며, 이성/감성에서는 이성이 198명(45.9%), 감성이 227명(52.7%)으로 분포를 나타냈다.

2. 설계

2 (국적:한국 대학생/중국 대학생) X 2 (조작된 태도 유사성:유사/비유사) X 2 (판단 기준:신념/가치)의 2 요인 피험자간 설계로 각 셀 당 50명 이상을 조사하였다. 또한, 조작된 태도 유사성과 판단 기준을 분류 변인으로 두어, 변수를 상수로 하는 피험자내 설계로 무선 할당하여 집단을 구분하였다. 질문지는 신념 관련 질문지와 가치 관련 질문지로 구성하여 한 명의 참여자는 한 가지 설문지만 응답하게 하였다.

3. 측정 도구

(1) 태도 검사

Byrne (1971)의 태도 검사¹⁵⁾ 24개 항목에서 대학생들에게 가장 관심이 있으리라고 추측되는 항목으로써 번의 예비조사를 거쳐 10개 항목만을 발췌하여 구성하였다. 태도 유사성을 조작하기 위해 사용한 태도 문항들에는 사회적으로 바람직하거나 바람직하지 않은 내용들을 포함하기 있기 때문에, 태도 유사성 요인과 사회 요망도 요인이 혼합되어 있다. 태도 문항의 사회적 평가로 통제된 태도 유사성이 매력에 영향을 미치는 효과를 다루었다. 새로운 변화 추구 (보수와 진보), 집단 이익 중시, 학교 서열화, 다른 인종 간 결혼, 애정 행각, 사형제도, 미용 성형, 환경 보호, 여성의 사회 진출, 혼전 순결 등의 내용으로 6점 Likert 척도로 평정하였다. (1=강한 반대, 2=반대, 3=약한 반대, 4=약한 찬성, 5=찬성, 6=강한 찬성)

(2) 매력 측정

Byrne(1971)의 Interpersonal Judgement Scale(IJS)¹⁶⁾ 10개 문항 중 지적 매력 2 문항과 사회적 매력 2 문항을 선택하였다. 지적 매력 문항은 “나는 그 학생을 만나기 기대한다.”, “나는 그 학생을 좋아할 것 같다.”이고, 사회적 매력 문항은 “나는 그 학생과 함께 공부하기를 바란다”, “나는 그 학생을

15) Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. New York, Academic Press.

16) Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. New York, Academic Press.

좀 더 알고 싶다.”이다. 각 항목은 5점 Likert 척도로 1= 강한 부정, 2=부정, 3= 중립, 4=긍정, 5=강한 긍정으로 평정하였다. 신념 질문지는 매력 측정 순서를 지적매력->사회적매력 순으로 하고, 가치 질문지는 사회적->지적매력으로 하여 비교하였다. 지적 매력 문항의 두 항목에 대한 응답의 평균은 지적 매력 값으로, 사회적 매력 문항의 두 항목에 대한 응답의 평균은 사회적 매력 값으로 측정되었다. 두 측정치의 점수는 1~5 점의 범위였다.

(3) 집단 구분

일반적으로 사람들은, 타인들이 자기와 비슷하다고 판단하는 경향이 있다. 이를 가정된 유사성이라고 한다. 가정된 유사성을 통해 다른 사람에 대한 인상(느낌)의 차이를 알아보려고 한다. 조작된 태도 유사성에서 유사 집단은 0 점으로 부여하여 대상자가 참여자와 유사하다고 언급하고, 반면에 비유사 집단은 1 점으로 부여하여 대상자가 참여자와 비유사하다고 언급했다. 그러므로, 조작된 태도 유사성은 0 부터 1까지의 범위를 가진다.

두 가지의 신념 질문지와 가치 질문지로 조작하여 설문조사를 하였다. 신념 질문지는 두 학생의 보수 vs 진보 성향에서 유사성의 정도에 따라 어떤 학생이 더 나은 학점을 받을 건지 판단하게 하였다. 반면에, 가치 질문지는 누구와 더 친한 친구로 지낼 수 있는지 판단하게 하였다. 선택한 학생에 대한 판단 후 확신 점수와 매력을 측정하게 하였다.

대상자는 보수 성향과 진보 성향에 의해 구분되었다. 참여자와 대상자가 같은 성향에 속할 때, 대상자는 내집단으로 분류되었고, 그렇지 않으면 외집단으로 분류하였다.¹⁷⁾ 보수 성향은 기존의 전통이나 규범을 지키고, 사회 질서와 경제적 자유를 지키는 것으로, 진보 성향은 변혁을 통해 새롭게 바꾸려고 하고 자율성과 경제적 평등을 지지하는 것으로 구분하였다.

또한 배경 질문에 개인주의와 집단주의, 이성과 감성을 추가하여 참여자의 성향을 구분하였다. 개인주의는 집단의 이익보다 개인의 이익을 우선하고 개인의 목표를 중시하는 편으로, 집단주의는 개인의 목표보다 집단의 이익을 중시하고 집단 소속감을 강조하는 것으로 구분하였다. 더불어 원리원칙이 중요하고 진실과 사실에 주된 관심을 갖는 편을 이성적으로, 주관적 가치가 중요하고 사람들과의 관계에 주된 관심을 갖는 것을 감성적으로 구분하였다.

4. 연구 절차

연구 설계에 따라 각 실험 참여자 집단별 50명 이상으로 구성하였다. 태도 유사성을 기준으로 국적에 따라 신념-유사 집단, 가치-유사 집단, 신념-비유사 집단, 가치-비유사 집단으로 구분하여 신념 설문지와 가치 질문지를 각각 배부하였다. 태도 유사성 정도에 따라 참여자들은 대상자들의 정보를 이해한 후, 대상자들의 보수 vs 진보 성향을 기준으로 한 대상자를 선택하고 확신 점수와 매력 정

17) Chen, Fang Fang, and Douglas T. Kenrick. (2002). "Repulsion or attraction? Group membership and assumed attitude similarity." *Journal of personality and social psychology*, 83.1, 111-125.

도를 측정하였다.

조사를 마친 후 디브리핑을 하면서 연구의 참 목적을 위해 조작한 내용들, 예를 들면 3년 전 합격한 학생들의 정보, 태도 유사성, 신념과 가치 설정은 실험 집단의 조작을 위해 가상으로 설정한 것이었다고 설명했다. 가능한 의심은 탐색되었으나 참여자들은 실험의 참 본질을 의심하지는 않았다. 참여자들로부터 다른 사람들에게 연구의 목적을 누설하지 않겠다는 약속을 얻어냈다.¹⁸⁾

5. 자료 분석

본 연구의 분석을 위해 SPSS 20.0 프로그램을 사용하였다. 이 연구에서 적용한 통계 방법으로는 조사 대상자의 일반적 특성과 관찰 변인의 수준을 파악하기 위해 기술적 통계 방법을 사용하였고, 태도 조사의 요인 구조를 탐색하기 위해 탐색적 및 확인적 요인분석을 실시하였다. 모든 통계의 유의성은 $p < .05$, $p < .01$, $p < .001$ 수준에서 양측 검정하였다.

IV. 결과

유사성에 의해 확산 점수별로 차이가 있는지를 알아보기 위해 기술 통계량을 실시 해 본 결과, 100점 만점의 유사성의 영향은 평균 81.77점이고, 비유사성의 영향은 79.89점으로 나타났다. 유사성에 따른 판단 기준은 가치 질문의 평균 79.85점보다 신념 질문의 평균 81.98점이 더 높았다. 따라서, 판단 기준에 상관없이 유사할 때 확산 점수는 비유사할 때보다 더 높은 점수를 가진 결과, 가설 1-1은 지지되지 못했다. 이는 선행 연구와는 달리 유사와 비유사를 현실적인 어려움으로 실험변인이 아니라 분류 변인으로 설계했기 때문이다. (가설 1-1 기각)

유사성별 확산점수에 대해 선호하는 학생간에 차이가 있는지를 알아보기 위해 두 집단의 평균 차이를 검증하는 *t-test* 기법을 이용하여 분석해 보았다. 비유사 집단에서의 확산 점수는 대체로 78점~81점으로 조사되었다. *t-test* 결과, 두 집단 모분산의 동질성을 나타내는 *F*값이 0.116이고, 유의확률이 $0.733 > .05$ 이므로 등분산을 가정한 상태에서 검증결과를 해석하였다. 등분산을 가정한 상태에서 *t*값은 1.223, 유의확률은 $0.223 > .05$ 이므로 확산점수 간에 차이가 없다고 해석할 수 있다. 반면에, 유사 집단에서의 확산 점수는 대체로 74점~84점으로 조사되었다. *T-test* 결과, 두 집단 모분산의 동질성을 나타내는 *F*값이 12.917이고, 유의확률이 $0.000 < .05$ 이므로 등분산을 가정되지 않은 상태에서 검증결과를 해석하였다. 등분산을 가정하지 않은 상태에서 *t*값은 -3.574, 유의확률은 $0.001 < .05$ 이므로 확산점수 간에 차이가 있다고 해석할 수 있다. 따라서, 비유사한 집단에서는 차이가 없었으나, 유사한 집단에서는 확산 점수에 대해 선호하는 학생간에 차이가 있었다. (가설 1-2. 지지)

유사성과 질문 유형에 따른 선호하는 학생에 대한 응답의 χ^2 검정결과, 유사 집단의 χ^2 값이 2.168일 때 유의확률은 0.141로서 유의수준 .05에서 영가설이 채택되었으나, 비유사 집단에서 보수 성향을 선택한 참여자의 경우 신념 질문에 응답한 사람이 81명으로 55.5%이고, 가치 질문에 응답한 사람이

¹⁸⁾ Goethals, George R., and R. Eric Nelson. (1973) "Similarity in the influence process: The belief-value distinction." *Journal of Personality and Social Psychology*, 23(1), 117-122.

65명으로 44.5%를 차지했다. 반면, 진보 성향을 선택한 참여자의 경우 가치 질문에 응답한 사람이 41명으로 60.3%이고, 신념 질문에 응답한 사람이 27명으로 39.7%로 나타났다. 유사성과 질문 유형에 따른 선호하는 학생에 대한 의견에 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과, χ^2 값은 4.617, 유의확률은 0.032로서 유의수준 .05에서 유사성과 질문 유형에 따른 선호하는 학생에 유의한 차이가 있다고 할 수 있다. (가설 1-3. 지지)

보수/진보 성향과 태도 유사성에 따라 지적매력/사회적 매력 각각에 차이가 있는지를 알아보기 위해 F 통계량을 이용한 일원분산분석(*One-way ANOVA*)를 실시해 보았다. 지적 매력에 비해 사회적 매력의 보수 영향은 약간 긍정적이었고, 진보의 영향은 긍정이 높은 것으로 나타났다. 모집단이 동일한 변량을 가지고 있다는 가정을 충족시키는지 알아보기 위해 *Levene* 통계량의 유의확률이 지적 매력은 0.066, 사회적매력은 .300으로 .05보다 모두 크므로 등분산 가정을 충족시켰다. *ANOVA* 결과 태도 유사성별로 구분된 집단에서 진보적 유사 집단이 지적매력에 상당히 긍정적인 보수-비유사 집단은 중립적인 것으로 나타났다. 지적 매력에서 보수/진보 성향의 주효과만 유의한 차이가 있었지만, 사회적매력에서는 보수/진보 성향과 유사성에 따른 주효과는 유의한 차이가 있었으나, 상호작용은 없었다. (가설 2-1. 지지)

신념 질문지는 지적매력을 응답한 후 사회적 매력에 응답했고, 가치 질문지는 사회적매력을 응답한 후 지적매력을 응답하게 하였다. 두 가지 판단기준에 의한 측정 순서에 따른 매력의 차이를 검정한 결과, 가치 질문지는 측정 순서에 따른 매력에 차이가 있었지만, 신념 질문지는 차이가 없었다. 가치 질문지의 측정 순서에 따른 매력의 차이를 알아보기 위하여 두 종속표본 t 검정에 의하여 사회적매력과 지적매력을 비교했다. 사회적매력(3.8178)은 지적매력(3.7103)보다 유의하게 높았다($t = 3.166, p=0.002$). (가설 2-2.지지)

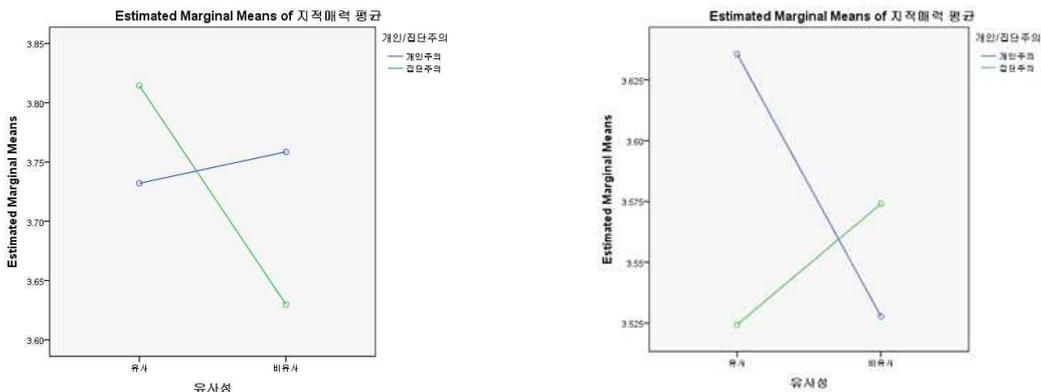


그림 1. 중국 대학생과 한국 대학생의 유사성과 집단소속감에 따른 매력.

<그림 1>은 태도 유사성과 개인/집단주의에 따라 국적별로 지적매력의 차이가 있는지를 알아보기 위해 F 통계량을 이용한 일원분산분석(*One-way ANOVA*) 결과이다. 중국 대학생은 유사-집단주의가 다소 긍정에서 (3.8146) 비유사-집단주의에서는 중립 (3.6651)으로 큰 차이를 보였으나, 유사-개인주의 (3.7321)에서 비유사-개인주의는 (3.7586) 미묘한 차이를 보이는 상호작용 효과가 있었다. 반대로 한국

대학생은 유사-개인주의가 (3.6356) 비유사-개인주의 (3.5278)로 차이를 보였고, 유사-집단주의(3.5244)에서 비유사-집단주의(3.5741)로 미묘한 차이를 보이는 상호작용 효과가 있었다. 한국인은 집단 소속감이 강해서 집단주의 성향이 높고, 중국인은 집단 소속감이 약해서 개인주의 성향이 높을 것이라고 예상했었다. (가설 3. 기각)

V. 논의

1. 결과 요약

본 연구는 대학 신입생 선발시 면접관의 성향이 평가에 미치는 효과를 한·중 대학생들의 태도 유사성이 대인 매력에 미치는 영향을 중심으로 검증하였다. 국적(한국대학생 vs 중국대학생)에 따라 신념-유사 집단, 가치-유사 집단, 신념-비유사 집단, 가치-비유사로 된 네 집단에 431명이 실험에 참여하였다. 변인의 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인 추출 방식은 주축 요인 분석을, 요인 회전은 직교 회전 방식을 사용하였다. 요인수의 판단은 *KMO* 측도가 0.6 이상, 초기 고유값(*eigen value*)은 1 이상, 공통성은 0.4 이상, 요인 적재값은 0.4 이상, 그리고 누적 분산비율은 60%이상을 기준으로 하였다.

또한 신뢰도는 크론바 알파가 0.7 이상이면 신뢰성이 있는 것으로 판단하였다. 최근 관심이 되고 있는 주제에 대한 대학생들의 태도를 측정하기 위하여 10 개 문항으로 구성된 태도 검사의 변수들의 타당성과 신뢰도를 분석하면서 검사 도구의 신뢰도를 떨어뜨리는 4 문항은 삭제하였다. 이 검사의 크론바 알파값은 0.615이고, 항목수는 6개로, 개인목표 중시, 학교 서열화 반대, 경제개발 우선, 혼전 순결 반대, 타인종 결혼, 미용성형 가능이었다.

요인분석 결과 표본의 적절성을 측정하는 *KMO* 값이 .656으로서 변인들 간의 상관이 0 인지를 검정하는 *Bartlett*의 구형성 검정 통계값이 301.913($df=15$, $p=.000$)으로서 유의수준 .01에서 유의하므로 상관행렬이 요인분석하기에 적합하다고 해석할 수 있다. 요인 수는 2개이며, 요인 1은 전체 분산의 19.053%를, 요인 2는 전체 분산의 15.972%를 설명하고 있다. 따라서 두 개 요인은 전체 분산의 35.025%를 설명되고 있으며 첫 번째 요인은 개인 정체성, 두 번째 요인은 사회 정체성으로 분류할 수 있다. 대인간 판단 척도 4문항은 만나길 기대, 좋아할 것 같음의 신념 관련 척도 2문항과 함께 공부하길 바람, 더 알고 싶음의 가치 관련 척도 2문항으로 크론바 알파값은 0.774였다.

집단에 따른 매력의 차이 결과는 다음과 같다. 보수/진보 성향별 매력의 차이는 *Levene*의 등분산 검정결과, 유의확률이 .455로 두 집단의 분산이 같다는 영가설을 기각하지 않으므로 매력에 대한 보수/진보 집단의 등분산성 가정이 충족된다고 할 수 있다. 진보(3.8090)가 보수(3.5845)보다 유의하게 높았다 ($F=0.558$, $p<.001$). 개인/집단주의별 매력의 차이는 *Levene*의 등분산 검정결과, 유의확률이 .784로 두 집단의 분산이 같다는 영가설을 기각하지 않으므로 매력에 대한 개인주의/집단주의 집단의 등분산성 가정이 충족된다고 할 수 있다. 집단주의(3.8529)가 개인주의(3.5869)보다 유의하게 높았다($F=0.075$, $p<.001$).

태도 유사성별 매력의 차이는 유사(3.7442)가 비유사(3.6449)보다 유의하게 높았다($F=1.896$,

$p < .05$). 판단기준별 매력의 차이는 가치(3.7640)가 신념(3.6267)보다 유의하게 높았다($F=0.129$, $p < .01$). 국적별 매력의 차이는 중국 대학생(3.7534)이 한국 대학생(3.6322)보다 유의하게 높았다($F=0.188$, $p < .05$). 다른 독립변인들을 통제된 상태에서 해당 독립변인과 종속변인 간의 부분적 관계를 분석(표준화된 회귀계수)하고 표준화된 점수를 투입하여 회귀계수간 상호 비교한 중다회귀분석은 다음 <표 2>와 같다.

표 2. 매력에 대한 중다회귀분석

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	3.347	.163		20.479	.000
새로운 변화 추구	.093	.025	.174	3.701	.000
개인목표중시	-.064	.022	-.141	-2.913	.004
질문유형	.124	.047	.119	2.629	.009
타 인종 결혼	.058	.019	.141	3.014	.003
학교서열화반대	-.051	.017	-.144	-2.988	.003
유사성	-.108	.047	-.104	-2.299	.022

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, $F= 11.069$, $R^2=9.4\%$

매력을 측정하는 모형에 대한 통계적 유의성 검정결과, F 값은 11.069, 유의확률은 .000으로 매력을 유의하게 설명하고 있으며, 매력 변화량의 9.4%가 모형에 포함된 독립변수에 의해 설명되었다. 개별 독립변수의 종속변수에 대한 기여도와 통계적 유의성을 검정한 결과, 유의수준 .05에서 매력에 유의하게 영향을 미치는 독립변수는 새로운 변화 추구($t=3.701$, $p=.000$), 개인목표중시($t=-.141$, $p=.004$), 질문유형($t=2.629$, $p=.009$), 타 인종 결혼($t=3.014$, $p=.003$), 학교서열화반대($t=-2.988$, $p=.003$), 유사성($t=-2.299$, $p=.022$)이며, 독립변수의 상대적 기여도를 나타내는 표준화 계수에 의하면 새로운 변화 추구, 학교서열화 찬성, 집단목표 중시, 타인종 결혼, 질문 유형, 비유사성 순으로 매력에 영향을 미쳤다.

2. 연구의 의의 및 시사점

면접이 어려운 이유는 면접관의 입장에서는 구조화된 면접 문항이 필요하고, 지원자 입장에서는 뻔한 질문에 대한 차별화 표현법이 요구되기 때문이다. 그러므로, 사전에 구조화된 면접 문항을 개발함으로써 최소한의 노력과 시간, 경비로 적합한 인재를 선별 할 수 있다. 서류 전형의 채점체계에 따라 지원자를 선별하는 '정량적 평가' 방식에서 평가할 수 없는 순수 정성적 기준이 면접의 평가에서 이루어진다. 평가자의 판단과 의사결정에 전적으로 의지하고 있다. 비인지적 요소에 대한 평가가 가능하다는 장점을 지니고 있고 평가를 정량화 하는 과정에서 탐색할 수 없거나 소실되는 지원자에 대한 정보 획득 가능성은 면접 기법만이 지닐 수 있는 차별점이라 할 수 있다.¹⁹⁾

그러나, 면접관의 전문성과 재량에 크게 좌우되는 면접은 평가의 타당성 저하를 야기시키기도 한다. ORP 연구소의 면접 설계 및 운영 방법에 따르면 공정한 면접으로 인식되기 위해서는 평가 요소, 면접도구, 면접 운영, 면접관에 관한 구조화된 면접 설계가 필요하다고 하였다.²⁰⁾ 본 논문에서는 면접 도구의 질문 문항 개발에 있어 신념과 가치의 차이를 비교하고 매력과 태도 유사성에 대한 선행 이론들을 근간으로 하였다. Rubin(1973)에 의하면, 호감의 핵심요소들은 애정과 존경이라고 하였다. 높게 호감이 가는 특성들의 목록에서 나타난 두 개의 다른 주제들인 애정은 정서적 온정과 친밀성으로서 경험하게 되고, 존경은 어떤 사람의 바람직스러운 특징들과 유능성에 대한 칭찬에 기초되어 있다고 하였다. 또한 호감은 사람의 신체적 매력도와도 밀접한 관련이 있지만, 관계 초기에만 작용한다고 할 수 있다.

프랑크 나우만 (2009) 호감의 법칙에서는 낯선 사람을 만났을 때 우리는 재빨리 무의식적으로 상대에게 호감을 느끼는지 점검하였다. 미국 프린스턴 대학의 심리학자 제닌 윌리스와 알렉스 토도로프 (2006)는 한 실험을 통해 이 판단 과정이 0.1초 밖에 걸리지 않는다는 사실을 밝혀냈다. 프로이트 (Freud)의 꿈의 해석에서는 무의식의 과정은 의식으로 끌어올릴 수 있고, 영향을 받을 수 있다고 했다. 호감도 마찬가지로 우리의 겉모습에 조금만 변화를 주면 상대를 다르게 바라볼 것이다. 상대에게 호감을 발휘하려면, 대인 관계에 필요한 감정 이입의 행동 방식들과 첫 눈에 신뢰감을 일으켜야 한다. 호감은 매너나 말재주를 비롯한 여러 사회적 능력과 마찬가지로 훈련을 통해 얻을 수 있다. 호감형과 비호감형으로 얼마나 느끼는지, 다른 사람들의 판단에 대해 알고 있는지, 주관적인 취향과 혐오가 자신의 판단에 얼마나 많이 관여하는지, 자신의 평가와의 차이를 비교해 볼 필요가 있다.²¹⁾

면접은 입학사정관전형에서 변별력을 가른다. 정원의 2~3배수를 선발하는 서류전형에서 합격자간의 점수 차가 크지 않기 때문이다. 입학사정관전형 면접전략에서는 면접의 핵심은 ‘인성’ 과 ‘전공적합성’을 얼마나 진솔하게 피력하느냐에 있다고 하였다.²²⁾ 면접에서 전공적합성을 드러내는 것은 지원자의 열정을 가장 확실하게 피력할 수 있는 좋은 기회다. ‘왜’ 이 학교(학과)에 입학하고 싶은지, 입학을 위해서 그 동안 어떤 학습과 활동을 해왔는지를 강력하게 피력해 의지와 열정을 잘 드러내는 것이 핵심’이라고 강조했다. 학과·전공별 인재상에 맞게 대인관계, 성격, 인성, 잠재력, 자기 주도적 학습 능력, 도전의지, 관심분야, 열정, 의지, 사고의 깊이 등을 두루두루 확인하므로 이에 대한 준비가 필요하다.

본 연구를 통한 활용방안으로 첫째, 면접관 역할을 통해 평가에 대해 이해하고 사전에 심적 자세 (mental setting)를 올바르게 안정화할 수 있다. 더불어 신념과 가치 질문 문항의 차이를 알고 향후 취업 면접에 대비하여 준비할 수 있다. 둘째, 대인지각의 인상형성과정에서 나타나는 특징들과 다윈의 진화론 등 다양한 심리적 현상을 통해 면접관 자신의 선입견에 따른 평가 한계를 깨닫고 정확하고 공정한 평가를 내려야 한다. 면접관이 빠지기 쉬운 유사성 오류는 면접관 자신과 닮은 지원자의 단점에는 관대하고 자신과 다른 지원자의 장점에는 인색하다. 이런 오류에 대한 대응 방법은 지원자가 자신과 얼마나 유사하고 상이한지, 그리고 그것이 자신의 평가에 얼마나 영향을 미치는지 자문해볼 수 있어야 한다. 셋째, 다양한 사회 문제에 대해 20대 대학생들의 한국과 중국 학생들의 태도 결과를 통해 다문화

19) 한국대학교육협의회 대학입학사정관계 사례 발표 워크숍 (2009).

20) 이광진 (2014). 직무 중심 스펙평가를 위한 면접 설계 및 운영 방법. HR Insight, 66-69.

21) 프랑크 나우만 (2009). 호감의 법칙. 그책, 7-18.

22) 입학사정관 전형 면접전략 (2013). 베리타스 알파 교육전문 신문.

차이와 갈등을 알고 해결 할 수 있다.

3. 연구의 제한점 및 제언

본 연구는 면접관과 피면접자의 태도 유사성과 관련된 문화적 차이, 신념과 태도의 구분 등 여러 변인들을 보고자 하는 시도를 하였으나, 중국인 참가자들을 위한 질문지 작성에서 어감과 수용의 차이가 우려되었다. 또한 한국대학생에게는 한국인 연구자가 중국대학생에게는 중국인 연구자가 설문 진행을 하였다. 이로 인하여 참여자 별로 상이한 도구와 연구자로 인한 차이를 통제하지 못하였다. 이러한 점이 중국 학생들과 한국 학생들에서 기대된 문화적 차이에 의한 차별화된 반응을 얻지 못한 이유일 수 있다.

둘째로, 면접자의 역할을 하게 한 상황이 한 사람씩 개별적으로 참가하여 개별적인 반응을 얻어야 하나 집단적으로 질문지를 통한 반응을 얻어 보다 현실적인 자료 수집에 제한이 있었다. 이러한 연유로 신념과 가치에 따른 차별적인 반응을 얻지 못한 것일 수 있다. 사람들에게 대한 인상을 얻기 위해서 신체적 외모, 언어행동 및 비언어적 단서들을 포함해서, 광범한 종류의 단서들을 사용한다. 비언어적 커뮤니케이션은 가시적 채널 (표정, 제스처, 자세)과 아울러 비언어적 채널 (음성의 고저, 속도 및 단서들)로부터 오는 단서들을 포함하고 있다. 이처럼 연구를 진행하면서 설문에 응답하는 매력 평가시 참여자가 대상자의 얼굴을 바라보고 직접 시선을 마주하지 못한 현실적인 어려움이 있었다. 추후 연구에서는 대면 접촉이나 사진, 비디오를 통한 관찰을 권장한다.

셋째로, 대인매력에서 호감을 일으키는 요인으로는 개인적 특징들, 유사성, 친숙성, 근접성 등이 있다. 본 연구에서는 매력에서 친숙성과 근접성에 관련한 내용은 다루지 못하였다. 어떤 사람이나 대상이 초기에 중성적이거나 약간 정적으로 평가된다면, 접촉의 반복(친숙성)은 대개 호감을 증가시킬 수 있다. 인지적 균형이론에 의하면, 우리는 자기와 상호작용해야만 되는 사람들을 좋아하려는 심리적 압력을 느낄 수 있다고 한다. 후속 연구에서는 이러한 대인 매력의 요인들을 활용한다면 일반화가 용이해질 수 있을 것이다.²³⁾

23) 홍대식 (1993). 사회심리학. 양영각, 253-272.

참고문헌

- 교육연구부 (2010) 교과교실제 및 과학중점교 관련 입학사정관제 대비 연수자료 2010-36.
- 노철우, 전요섭 (2013). 완벽주의가 인지, 정서, 행동, 신앙에 미치는 영향과 기독교상담 방안. 한국복음주의신학회, 성경과 신학, 68, 115-146.
- 양혜자 (1976). "태도-유사성"과 "상담자유형"이 상담자에 대한 내담자의 attraction에 미치는 영향. 이화여자대학교 대학원 석사 학위논문.
- 성공적인 경력관리를 위한 나의 선택 Career Decision (2009). incruit, 211-256.
- 오미영 (2013). 커뮤니케이션. Communication Books. 70-71.
- 오세진 (2005). 인간행동과 심리학, 3장. 대인지각과 귀인. 학지사.
- 이광진 (2014). 직무 중심 스펙평가를 위한 면접 설계 및 운영 방법. HR Insight, 66-69.
- 이명진 (2011). 사회정체성 평가 차원에 대한 국제비교조사. 서울, 집문당.
- 이상욱, 한덕웅 (1986). 태도 유사성과 기대 확정에 따른 대인매력. 한국 심리학회 연차 학술발표대회 논문. 1986(0), 25-34.
- 인터넷 방송 HRD TV [윤광희 칼럼] 전통면접과 역량면접의 지원자 평가방향과 질문. <http://onair.hrDTV.com/news/view.asp?msection=7&ssection=46&idx=6530>
- 임병진 (2014). 형통한 삶을 위한 태도에 관한 성서적 연구. 한국 로고스 경영학회, 로고스 경영연구 12(1), 49-60.
- 입학사정관 전형에 대한 오해와 진실. 창녕대성고 통합 동아리 <http://cafe.daum.net/gletale>
- 입학사정관 전형 면접전략. 베리타스 알파 교육전문 신문.
- 전우영 (2013). 나를 움직이는 무의식 프라임. 21세기 북스, 145-165.
- 프랑크 나우만 (2009). 호감의 법칙. 그책, 7-18.
- 한국대한교육협의회 대학입학사정관제 사례 발표 워크숍 (2009).
- 호서대학교 면접고사 가이드 (2014) www.hoseo.ac.kr
- 홍대식 (1993). 사회심리학. 양영각, 163-164, 253-272.
- Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. New York, Academic Press.
- Chen, Fang Fang, and Douglas T. Kenrick. (2002). "Repulsion or attraction? Group membership and assumed attitude similarity." *Journal of personality and social psychology*, 83.1, 111-125.
- Condon, J. W., & Crano, W. D. (1988). "Inferred evaluation and the relation between attitude similarity and interpersonal attraction." *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 789 - 797.
- Davis, Deborah. (1981) "Implications for interaction versus effectance as mediators of the similarity-attraction relationship." *Journal of Experimental Social Psychology*, 17.1, 96-117.
- Goethals, George R. (1972) "Consensus and modality in the attribution process: The role of similarity and information." *Journal of Personality and Social Psychology*, 21.1, 84-92.
- Goethals, George R., and R. Eric Nelson. (1973) "Similarity in the influence process: The belief-value distinction." *Journal of Personality and Social Psychology*, 25.1, 117-122.
- Hilmert, Clayton J., James A. Kulik, and Nicholas JS Christenfeld. (2006) "Positive and negative opinion modeling: The influence of another's similarity and dissimilarity." *Journal of personality and social psychology*, 90.3, 440-452.
- Montoya, R. Matthew, and Robert S. Horton. (2004) "On the importance of cognitive evaluation as a determinant of interpersonal attraction." *Journal of Personality and*

- Social Psychology*, 86.5, 696-712 .
- Patrick, Lin Ko-Feng. (2007) "Attitude similarity-Attraction Link: When and How Does Gender Moderate It?". Diss.
- Singh, Ramadhar, and Lynne SC Tan. (1992) "Attitudes and attraction: A test of the similarity attraction and dissimilarity repulsion hypotheses." *British Journal of Social Psychology*, 31.3, 227-238.
- Singh, Ramadhar, and Soo Yan Ho. (2000) "Attitudes and attraction: A new test of the attraction, repulsion and similarity dissimilarity asymmetry hypotheses." *British Journal of Social Psychology*, 39.2, 197-211.
- Tan, D. T. Y., & Singh, R. (1995). "Attitudes and attraction: A development study of the similarity-attraction and dissimilarity-repulsion hypothesis." *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 975 - 986.

Effects of interviewer's disposition on the evaluation of interviewee: Focused on the attitude similarity of Korean and Chinese student on the interpersonal attraction

Suna Lee*, Kookhwa Chin**, Kiwon Hong***²⁴⁾

Abstract

The purpose of this study is to identify attitude similarity effects of Korean and Chinese students on personal attractions in developing admission officer system. Interview strategies can be developed if interviewer's dispositions are known by differential effects of interviewer's attitudes, which can be divided by beliefs and values, on evaluation of interviewee. To tap cultural differences in evaluation biases due to collectivism with relatively deferred industrialization of China compare to Korea, 431 Korean and Chinese students enrolled in Hoseo University were employed in this study. Participants were randomly assigned to four conditions: belief-similar, value-similar, belief-dissimilar, and value-dissimilar. "Who will get more successful academic achievement?" in belief similarity and "With whom do you like to be a friend?" in value similarity were measured with degree of confidentiality on rating similarity were required to all participants. Attitude similarity between participant and target person were manipulated and then interpersonal attractions were scored. Results showed more influences were evidenced in dissimilar conditions than in similar condition in social attraction including like. But there was no differences in intellectual attractions including belief between similar and dissimilar conditions. Also, differential effects between belief and value nor cultural effects between Korea and China were not evidenced. Developing fair interview items reflecting psychological diversity in belief and value is necessary in advance acknowledging attitude similarity between interviewer and interviewee. Through which we can design optimal recruiting right person for right place with minimal costs of time and money. Although the results are based on college samples, the same rationals of similarity effects between interviewer and interviewee can be applied to managerial settings are discussed.

Key words: attitude similarity, attraction, interview, disposition, evaluation, belief, value, job

²⁴⁾ * Master Student, Department of Industrial Psychology, Hoseo University
** Doctoral Student, Department of Industrial Psychology, Hoseo University
*** Professor, Department of Industrial Psychology, Hoseo University