

## 경제 수준에 따른 유사성 효과\*

신 지 은†

전남대학교 심리학과

유사성은 대인 간 호감과 매력을 촉진한다. 상대의 유사성이 개인의 자아와 세계관을 확증해주는 수단이 되기 때문이다. 그렇다면 유사성은 언제, 누구의 관계적 삶에 더 중요한가? 본 연구는 사회 계층에 관한 선행 연구들을 토대로 유사성의 관계적 효용이 경제 수준이 낮은 사람에게서 더 두드러질 것으로 예측하였다. 총 3개의 연구를 실시한 결과, 예상대로 경제 수준이 낮은 사람일수록 상대와의 유사성이 높을수록 관계에 더 만족하는 모습을 보였으며, 이러한 현상은 다양한 영역(연구 1, 3: 연인 관계, 연구 2: 친구 관계)에서 일관적이었다. 인과성을 검토하기 위해 경제 수준을 점화시킨 연구 3에서도 동일한 결과가 나타났다. 사람들은 낮은 경제 수준이 점화되었을 때 유사성을 현재 관계의 판단 및 새로운 관계 예측의 더 중요한 잣대로 사용하는 모습을 보였다. 이상의 결과는 상대와 내가 유사하다는 지각이 경제적 자원이 부족할 때 더 중요한 관계적 요소로 기능함을 보여준다. 본 연구는 유사성 효과에 대한 새로운 개인차 요인을 밝혔다는 점에서 의의가 있다.

주요어 : 유사성, 대인 매력, 관계 만족도, 경제 수준

\* 이 논문은 부분적으로 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행되었음 (NRF-2017S1A5B5A01025328).

† 교신저자: 신지은, 전남대학교 심리학과, (61186) 광주광역시 용봉로 77

E-mail: jieunshin@jnu.ac.kr

좋은 사회적 관계는 행복의 핵심 조건이다. 이러한 관계를 형성하고 유지하는 데 기여하는 대표적인 요인 중 하나는 유사성이다(similarity effect; Byrne, 1997; Hampton, Fisher, & Sprecher, 2019; Montoya & Horton, 2013). 사람들은 대체로 자신과 태도, 성격 등이 유사한 상대를 선호한다는 것이다. 그동안 많은 선행 연구들을 통해 유사성이 대인관계에 중요한 역할을 담당한다는 것이 밝혀졌지만 이러한 현상이 개인에 따라 어떻게 다르게 나타나는지에 대한 연구는 부족하다. 이에 본 연구는 다양한 개인차 변인들 중 경제적 자원에 초점을 맞추고 유사성 효과가 개인의 경제 수준과 어떻게 상호작용하는지 살펴보고자 한다.

#### 유사성 효과

사람들은 유사한 상대에게 끌린다. 우리는 무의식적으로 상대의 목소리 톤, 자세, 얼굴 표정 등을 모방하며(Chartrand & Lakin, 2013), 유사성은 상호 간 소통과 호감을 촉진시킨다(Chartrand & Bargh, 1999). 이러한 유사성 효과는 300여 편의 연구를 토대로 한 메타 분석을 통해서도 입증된 바 있다(Montoya & Horton, 2013; Montoya, Horton, & Kirchner, 2008). 보다 구체적으로, 먼저 유사성은 첫 만남 시 상대에 대한 친밀감을 높인다. 예컨대 사람들은 자신과 외형적(예, 안경 착용, 머리 길이 등)으로 유사한 공모자에게 더 호감을 느끼고 가깝게 앉는 모습을 보이며(Mackinnon, Jordan, & Wilson, 2011), 성격이 유사한 참가자와 협상 과제를 수행할수록 상대를 더 우호적으로 평가하고 갈등을 적게 경험한다(Wilson, DeRue, Matra, Howe, & Conlon, 2016).

하지만 이러한 유사성의 긍정적 영향력은 일시적인 호감에 그치지 않는다. 관계 형성 시 공유된 태도 및 성격의 유사성은 이후의 소통과 만남을 촉진하며(Sunnafrank & Ramirez, 2004), 결과적으로 장기적인 관계 구축에 기여할 수 있

다. 이에 사람들은 대체로 자신과 가치관, 태도, 성격 등이 유사한 연인/배우자에게 더 헌신하며(Kenny & Acitelli, 2001) 관계에 만족하는 모습을 보인다(주현덕, 장근영, 2006; Furler, Gomez, & Grob, 2014; Gonzaga, Campos, & Bradbury, 2007). 또한 유사성의 긍정적 영향력은 실제 유사성이 수반되지 않아도 발생한다. 관계에 중요한 것은 객관적인 유사성보다 상대가 나와 얼마나 유사한가에 대한 주관적 지각이기 때문이다(Tidwell, Eastwick, & Finkel, 2013). 이에 본 연구에서는 지각된 유사성에 초점을 맞추어 유사성 효과를 이해하고자 하였다.

유사성 효과를 보고한 초기 연구들에 이어 점차 그 심리적인 기제를 이해하려는 시도가 이루어졌다. 그 중 대표적인 것으로 첫째, 유사성은 상대의 호감을 예측하는 단서가 된다(Montoya & Horton, 2013). 사람들은 타인과 연결되려는 기본 욕구를 가지며 나와 유사한 상대는 호혜적인 협력 관계를 맺을 가능성이 높다고 여겨지기 때문에 선호된다는 것이다. 둘째, 유사한 상대와의 상호작용은 그 자체로 즐겁다. 유사성은 다양한 상황에서 상호 간 이해와 공감을 촉진함으로써 갈등을 완화시켜주기 때문이다(Townsend, Kim, & Mesquita, 2014). 셋째, 유사한 상대는 내가 가진 세계관과 믿음을 지지하고 확증해줌으로써 호감을 유발한다. 유사성에 대한 강화 이론(Byrne, 1971)은 이에 대한 보다 체계적인 설명을 제공한다. 이에 따르면 지각된 유사성은 개인의 세계관을 일관되게 유지해주는 일종의 강화물로 기능할 수 있다. 나와 유사한 특성을 지닌 상대를 통해 내가 가진 생각이나 태도를 확인받을 수 있기 때문이다. 따라서 사람들은 부조화로 인한 불안이나 혼란을 야기할 수 있는, 자신과 유사하지 않은 상대보다는 유사한 상대에게 더 큰 호감과 매력을 느끼는 경향이 있다. 본 연구에서는 이 강화 이론을 중심으로 유사성 효과 및 개인차를 검토하고자 한다.

유사성 효과의 개인차

유사성은 긍정적인 관계를 예측하는 대표적인 변인이지만 그 효과가 언제나 동일하지는 않다. 사람들은 자신과 유사하지 않은, 상보적 특성을 지닌 상대에게도 호감을 느끼며(Dryer & Horowitz, 1997; Kristof-Brown, Barrick, & Stevens, 2005), 유사성 효과에 대한 혼재된 결과를 보고한 연구들도 다수 존재한다(Schimel, Pyszczynski, Greenberg, O'Mahen, & Arndt, 2000; Shiota & Levenson, 2007). 이는 유사성과 호감의 관계가 다른 변인과 상호작용할 가능성을 시사한다. 그렇다면 유사성은 언제, 누구의 사회적 관계에 더 중요하게 작용하는가?

앞서 언급했듯이 유사성이 긍정적인 중요한 이유는 그것이 자신의 가치를 입증하는 수단이 되기 때문이다. 사람들은 자신이 속한 세계에 대한 일관되고 올바른 이해를 얻으려는 욕구를 가진다. 하지만 이를 판단할 수 있는 정확한 기준이 없기 때문에 자신의 태도나 믿음이 타인과 얼마나 유사한지 파악함으로써 그 타당성을 가늠하게 된다(Echterhoff, Higgins, & Levine 2009; Festinger, 1954). 따라서 자신과 유사한 상대는 불확실성을 감소시켜주고 기존의 태도를 강화시켜준다는 점에서 긍정적으로 평가된다(Montoya & Horton, 2013; Singh et al., 2017; Sprecher, Treger, Hilaire, Fisher, & Hatfield, 2013). 사람들이 자신과 유사한 상대를 더 믿을 수 있는, 안전한 사람이라고 지각한다는 연구 결과도 이와 맥을 같이한다(Singh et al., 2015).

이런 관점에서 보면 유사성 효과는 확증에 대한 필요가 높을 때 더 두드러질 가능성이 있다. 실제로 Smith(1972)의 연구에서 개인의 불안 수준은 유사성이 호감에 미치는 영향력을 증가시켰으며, Snyder와 Morris(1978)의 연구에서도 유사성 효과는 스스로의 판단 능력에 대한 자신감이 낮을 때 더 강하게 나타났다. 자신이 낮은 상대를 잘 판단할 수 있다는 확신이 없을수록 유사성 단서를 근거로 상대에 대한 인상을 평

가한 것이다. 이와 유사한 맥락에서 Hudson과 Fraley(2014)는 연인 간 성격 유사성이 관계 만족도와 어떻게 관련되는지 살펴본 바 있다. 연구 결과, 유사성과 관계 만족도의 관계는 애착 유형에 따라 다르게 나타났으며, 자기 불신 및 승인 욕구가 높은 불안 애착의 사람들일수록 유사한 상대와의 관계에 더 만족해하는 경향이 있었다. 보다 최근에 이루어진 실험 연구로는 Sawicki와 Wegener(2018)를 들 수 있다. 이 연구에서 참가자들은 자신의 태도가 확고한 경우에는 상대의 태도에 영향을 받지 않았지만 태도에 확신이 없는 경우에는 상대의 (비)유사성에 크게 좌우되는 모습을 보였다. 구체적으로, 참가자들은 특정 주제(예, 홈스쿨링, 정치)에 대해 어떻게 생각하는지 응답한 뒤 해당 주제에 대한 강한 혹은 약한 확신을 가지도록 지시 받았다. 그리고 해당 주제에 대해 자신과 서로 유사하거나 다른 태도를 가진 상대에 대한 인상(예, 호감, 상호작용 의향)을 평가하였다. 이 때 참가자들은 상대와 나의 태도를 비교함으로써 이 (불)일치가 미치는 영향력에 대해 생각해보도록 안내 받았다. 연구 결과, 자신의 태도에 확신이 있을 경우 상대의 태도는 인상 평가에 유의한 영향을 미치지 않았다. 하지만 확신이 없는 경우 참가자들은 자신과 유사한 상대를 더 긍정적으로 평가하는 경향이 있었다. 이에 대해 연구자들은 확신이 없을 경우 유사한 상대가 자신의 태도를 강화시켜줌으로써 불확실함과 불안을 완화시켜줄 것이라고 기대하기 때문이라고 밝혔다. 즉, 지각된 불확실성은 타인에 의한 확증의 필요성을 증가시키고 이로 인해 유사성의 영향력이 강화된다는 것이다(Singh et al., 2017).

이러한 유사성 효과의 원리는 공포관리이론(Terror Management Theory; TMT)을 통해서도 설명할 수 있다(Frischlich, Rieger, Dratsch, & Bente, 2015). TMT는 인간의 마음과 행동이 근본적으로 죽음에 대한 공포에 대처하는 방어 기제로 작동한다고 본다. 이에 따르면 유사성은 불확실성을 감소시켜주고 자아에 대한 확증을 제공해줌으로

써 인간의 존재론적 불안을 완충시켜주는 역할을 한다(Mikulincer & Florian, 2000). 자연히 사람들은 죽음에 대한 두려움이 점화되면 이를 완화시켜줄 수 있는 유사성을 더 중시하는 모습을 보인다. 구체적으로, Frischlich 등(2015)의 연구에서 여성 참가자들은 온라인에서 데이트 상대를 추천받기 위해 먼저 자신의 정보(나이, 성별, 교육 수준, 성격 등)를 입력하였다. 그리고 조건에 따라 두 집단(죽음 점화, 통제)에 무선 할당되었다. 이 때 죽음에 점화된 집단의 참가자들은 자신의 죽음에 대해 생각해보고 이 때 느껴지는 감정과 죽음에 직면했을 때의 상황에 대해 상세히 기술하도록 안내받았다. 이후 이들은 앞서 입력했던 정보에 대해 서로 다른 수준의 유사성(25% 유사도 vs. 75% 유사도)을 지닌 남성들과의 데이트 의향을 보고하였다. 그 결과, 여성 참가자들은 대체로 자신과 높은 유사성을 지닌 남성과의 데이트에 더 높은 관심을 보였다. 하지만 이러한 유사성 효과는 죽음에 대한 공포가 점화되었을 때 더욱 두드러지게 나타나는 경향이 있었다<sup>1)</sup>.

이상의 결과는 유사성을 관계에 대한 판단 및 의사결정의 잣대로 사용하는 경향이 확신과 통제감이 낮을 때 더 강하게 나타날 수 있음을 잘 보여준다. 최근 이러한 자기 확신과 통제감의 개인차를 예측하는 핵심 변수로 주목받는 것은 경제력에 기반을 둔 사회 계층이다. 경제 수준은 단지 돈의 양이 아닌 개인의 사고, 감정, 행동 전반에 광범위한 영향력을 미치는 일종의 문화로 간주된다(Kraus, Piff, & Keltner, 2011). 이에 본 연구는 경제 수준에 따라 유사성의 관계적 영향력이 달라질 가능성에 주목하였다.

#### 경제 수준에 따른 유사성 효과

경제적 자원의 양은 사회 내 개인의 상대적 지위를 결정하는 핵심 요소다. 자원의 부족과 그로 인한 낮은 지위는 개인이 추구하는 다양한 욕구와 목표 달성의 제약 조건으로 작용하지만 경제적 풍요는 제약 없이 자유로운 목표 추구를 가능하게 한다. 따라서 경제 수준이 낮은 사람일수록 자신이 속한 환경을 불확실하고, 예측 불가능하고, 스스로 통제하기 어려운 것으로 여기며(Kraus, Piff, & Keltner, 2009), 이로 인해 타인의 생각이나 행동, 주변 상황 등 개인에게 영향을 미칠 수 있는 외부에 많은 주의를 기울이는 모습을 보인다. 이와 달리 경제적 부는 개인의 자유와 통제감을 높임으로써 정서, 목표 등 자신의 내부에 집중할 수 있도록 이끈다(Kraus, Piff, Mendoza-Denton, Rheinschmidt, & Keltner, 2012).

이를 토대로 Kraus 등(2012)은 경제 수준이 낮은 사람들의 특징을 크게 세 가지로 정리한 바 있다. 첫째는 위협에 대한 민감성이다. 경제 수준이 낮은 사람들은 높은 사람들에 비해 대체로 외부 위협에 더 취약한 환경에 노출되어 있다. 결과적으로 이들은 환경 내 위협과 관련된 단서에 더 민감하게 주의를 기울일 뿐만 아니라 그로부터 더 큰 영향을 받는다. 가령, 친구의 적대감을 더 정확하게 추론한다거나(Kraus, Horberg, Goetz, & Keltner, 2011), 화난 얼굴에 대한 높은 신경 활성화를 보이는 등을 예로 들 수 있다(Muscatell et al., 2012). 두 번째는 통제감에 대한 지각이다. 경제적 제약은 위협에 대한 민감성을 높일 뿐 아니라 삶 전반에 대한 개인의 자유와 통제감을 감소시킬 수 있다. 이에 경제 수준이 낮은 사람은 높은 사람에 비해 자신의 통제력을 더 낮게 지각하는 모습을 보인다. 마지막 세 번째는 공동체적 경향성이다. 빈곤한 사람들은 자신이 속한 환경에 대한 통제 및 영향력을 낮게 지각하기 때문에 스스로를 공동체와 상호 의존하는 존재로 여기는 반면, 풍요로운 사람들은

1) 연구에서는 인종이 같거나 다른 남성이 제시되었으며 유사성 효과의 점화 조건 간 차이는 같은 인종의 남성일 경우에만 나타났다.

상대적으로 자신을 독립적이고 주체적인 존재로 여기는 경향이 있다. 경제 수준이 낮을수록 남과 구분되기보다 어울리고 화합을 이루는 데 가치를 두기 때문에 '타인'은 개인의 판단과 의사결정에 큰 영향력을 행사하게 된다. 예를 들어, Stephens, Markus, & Townsend(2007)의 연구를 살펴보면 경제 수준이 높은 사람들은 물건(예, 펜)을 구매할 때 남들과 차별화되는 제품을 선호하는 반면, 경제 수준이 낮은 사람들은 타인과 공유되는 구매를 선호하는 모습을 보인다. 심지어 이러한 경향성은 개인의 선호와 사회적 선호가 상충될 때에도 나타난다. 구체적으로, 최근 한 연구(Na, McDonough, Chan & Park, 2016)의 참가자들은 구매에 관한 특정 선택을 내린 후에 다수의 다른 사람들이 내린 선택에 대한 정보를 제공 받았다. 이후 자신의 선택을 바꿀 수 있는 기회가 주어졌을 때 사람들의 반응은 계층에 따라 다르게 나타났다. 자신의 선택이 다수의 선택과 일치하지 않을 때 높은 계층의 사람들은 타인의 의견에 거의 영향을 받지 않은 반면, 낮은 계층의 사람들은 자신의 선택을 타인의 선호에 맞추려는 모습을 보인 것이다. 이상을 종합했을 때 경제 수준에 따른 유사성 선호는 구매를 넘어 사회적 관계에도 확대 적용될 가능성이 높다. 유사성이 불확실성으로 인한 불안과 위협에 대한 완충 작용을 한다는 점을 고려했을 때 상대의 지각된 유사성은 위협에 민감하고 통제력이 낮고 타인과의 어울림을 중시하는, 즉 경제 수준이 상대적으로 낮은 사람에게 더 큰 효용을 제공할 것으로 예상된다. 본 가설을 직접적으로 검토한 연구는 없지만 앞서 소개한 선행 연구들은 빈곤이 유사성 효과를 강화시킬 가능성을 충분히 지지해준다.

요컨대, 본 연구는 총 3개의 연구를 통해 유사성, 경제 수준 및 관계 만족도의 관련성을 살펴보고자 한다. 모든 연구는 생명윤리위원회의 승인(IRB-1040198-200213-HR-016-02)을 거쳐 진행되었다. 그동안 많은 선행 연구들은 실험실에서 만난 낯선 상대와 관계를 맺는 단계에 초점을

맞추어 유사성의 긍정적 효과를 보고하였다. 하지만 유사성은 관계가 형성된 후 이를 지속하는 과정에도 중요하다. 이에 본 연구에서는 관계의 질에 초점을 맞추어 유사성과 관계 만족도의 관련성을 살펴볼 것이다. 구체적으로, 연구 1에서는 연인과 교제 중인 20, 30대 미혼 남녀를 대상으로 유사성이 연인 관계 만족도를 예측하는 정도가 경제 수준에 따라 어떻게 달라지는지 검토할 것이다. 이어서 연구 2에서는 대학생들을 대상으로 친구 관계 만족도를 살펴봄으로써 연구 1의 결과를 재검증할 것이다. 두 연구 모두에서 유사성의 관계적 효용은 경제 수준이 상대적으로 낮은 사람에게서 더 두드러질 것으로 예상된다. 즉, 경제 수준이 낮은 사람일수록 관계 만족도를 평가함에 있어 지각된 유사성을 더 중시하는 모습을 보일 것이다. 마지막으로 경제 수준의 인과적 영향력을 밝히기 위해 연구 3을 실시, 실험적으로 조작된 경제 수준에 따라 유사성에 부여하는 가치와 중요성이 달라지는지 살펴보고자 한다.

## 연구 1

본 연구의 목적은 유사성 효과에서 나타나는 개인차를 밝히는 데 있다. 선행 연구들을 통해 유사성이 자아의 불확실함에 대한 확증을 제공함으로써 관계의 형성과 유지에 기여한다는 것이 밝혀졌다(Hampton et al., 2019). 그리고 경제적 자원의 양은 위협에 대한 민감성 및 통제감에서 나타나는 개인차를 설명하는 중요한 변인이다(Kraus, Piff et al., 2011). 이에 본 연구에서는 연인 관계에서 지각되는 유사성과 관계 만족도의 관련성이 개인의 경제 수준에 따라 어떻게 달라지는지 살펴보았다. 연인 간 유사성의 관계적 효용은 외부 위협에 취약하고 통제감이 낮은, 경제 수준이 낮은 사람에게서 상대적으로 더 두드러질 것으로 예상된다.

## 방 법

### 연구 대상

온라인 설문조사 업체를 통해 수집한 자료를 활용하였다. 설문에는 연인과 교제 중인 20-39세 미혼 남녀 총 139명이 참여하였으며 이 중에서 결측값을 가지는 5명을 제외한 134명(남자 = 80, 여자 = 54)의 자료가 최종 분석에 사용되었다. 이들의 평균 나이는 30.70세, 표준 편차는 4.98로 나타났다.

### 측정 도구

연인과의 지각된 유사성을 측정하기 위해 다양한 항목 각각에 대해 상대와 내가 얼마나 유사하다고 생각하는지 7점 척도(1 = 전혀 유사하지 않다, 7 = 매우 유사하다)로 응답하도록 하였다. 유사성 효과에 관한 선행 연구(예, Lutz-Zois, Bradley, Mihalik, & Moorman-Eavers, 2006)에서 보편적으로 사용된 것들 중 다섯 개(교육 수준, 가치관, 성격, 선호 및 취향, 신체적 매력) 항목을 선정하였다. 항목 간 내적 합치도는 .76으로 나타났으며 이들의 평균값을 분석에 사용하였다.

다음으로 참가자들의 경제 수준을 단일 문항("당신의 가정 경제 수준이 사회에서 어느 위치에 속한다고 생각하십니까?")으로 측정하였다(Kraus et al., 2009). 선행 연구들을 통해 객관적 소득보다 개인이 주관적으로 인식하는 경제 수준이 다양한 심리사회적 현상을 더 잘 예측한다는 것이 밝혀진 바 있다(Boyce, Brown, & Moore, 2010). 응답은 10점 척도(1 = 저소득, 10 = 고소득)로 이루어졌으며, 점수가 높을수록 자신의 사회 내 경제 수준이 높다고 지각함을 의미한다.

마지막으로 본 연구의 종속 변인인 연인 관계 만족도를 측정하기 위해 "현재 당신의 연인과의 관계에 대체로 얼마나 만족하십니까?"라는 단일 문항을 사용하였다. 응답은 7점 척도(1 =

전혀 만족스럽지 않다, 7 = 매우 만족스럽다)로 이루어졌다. 아울러 통제 목적을 위해 연인 관계 만족도와 관련될 것으로 예상되는 성별과 교제 기간을 함께 측정하였다.

## 결 과

본 연구의 가설은 경제 수준이 낮은 사람일수록 지각된 유사성에 근거하여 연인 관계 만족도를 판단한다는 것이었다. 먼저 변인들 간 단순 상관관계를 살펴본 결과, 예상대로 지각된 유사성( $M = 5.06, SD = 1.16$ )은 연인 관계 만족도( $M = 5.81, SD = 1.39$ )와 통계적으로 유의한 정적 상관을 보였다,  $r = .498, p < .001$ . 이는 사람들이 연인이 자신과 유사하다고 생각할수록 관계에 더 만족하는 경향이 있음을 보여준다. 또한 개인의 경제 수준( $M = 4.94, SD = 1.91$ )은 연인 관계 만족도와 유의한 정적 상관( $r = .236, p = .006$ )을 보인 반면, 지각된 유사성과는 유의한 관계가 없었다( $r = .079, ns$ ). 이어서 통제 변인과의 관련성을 살펴본 결과, 연인과의 교제 기간은 관계 만족도와 부적 상관이 있었다,  $r = -.194, p = .025$ . 또한 본 연구에서는 특별한 성차를 가정하지는 않았으나 성별에 따라 연인 관계에 대한 만족도에 차이가 있는 것으로 나타났다,  $t(132) = 1.989, p = .048$ . 구체적으로, 여성( $M = 5.52, SD = 1.70$ )에 비해 남성( $M = 6.00, SD = 1.10$ )이 연인 관계에 더 만족하는 모습을 보였다. 지각된 유사성에서는 유의한 성차가 나타나지 않았다,  $t(132) = 0.368, p = .713$ .

이어서 유사성과 연인 관계 만족도의 관계가 경제 수준에 따라 어떻게 달라지는지 알아보기 위해 Preacher와 Hayes(2008)가 개발한 SPSS Indirect macro 프로그램을 활용하였다. 종속 변수에는 연인 관계 만족도가, 독립변수에는 지각된 유사성이, 조절 변수에는 경제 수준이 투입되었다. 붓스트랩(bootstrap) 표본수는 5,000을 기준으로 하였다. 분석 결과, 연인 관계 만족도에 대한

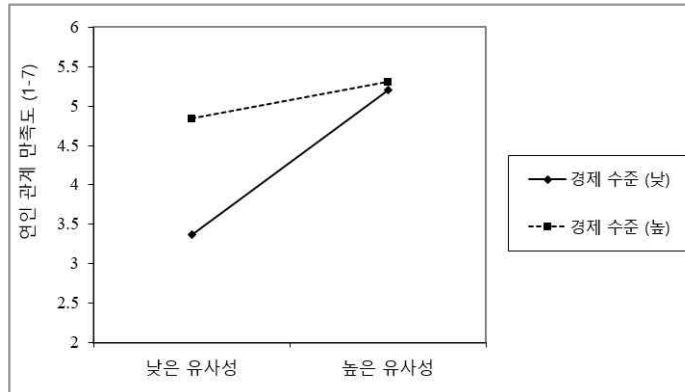


그림 1. 연인 관계 만족도에 대한 경제 수준의 조절 효과 (연구 1)

지각된 유사성과 경제 수준의 주효과가 유의했다(유사성:  $b = .54, SE = .09, p < .001, CI_{95} = 0.37, 0.71$ , 경제 수준:  $b = .19, SE = .05, p = .001, CI_{95} = 0.08, 0.30$ ). 예상대로 경제 수준은 유사성 효과를 유의하게 조절하는 것으로 나타났다,  $b = -.13, SE = .04, p = .005, CI_{95} = [-0.21, -0.04]$ . 구체적으로, 지각된 유사성은 경제 수준이 높은(+1 SD) 사람의 연인 관계 만족도를 예측했지만,  $b = .30, SE = .13, p = .021, CI_{95} = [0.05, 0.56]$ , 이러한 경향성은 경제 수준이 상대적으로 낮은(-1 SD) 사람에게서 더 두드러지게 나타났다,  $b = .78, SE = .11, p < .001, CI_{95} = [0.56, 0.99]$ .

이어서 본 연구의 결과가 제 3의 변인에 기인할 가능성을 검토하기 위해 상관분석 결과를 토대로 성별 및 교제 기간을 공변인으로 투입하였다. 분석 결과, 그림 1에서와 같이 경제 수준의 조절 효과는 여전히 유의한 것으로 나타났다,  $b = -.16, SE = .04, p = .001, CI_{95} = [-0.24, -0.69]$ . 그러자 경제 수준이 낮은(-1 SD) 사람의 경우에는 앞서와 마찬가지로 지각된 유사성이 연인 관계 만족도를 예측했지만,  $b = .79, SE = .11, p < .001, CI_{95} = [0.58, 0.99]$ , 경제 수준이 높은(+1 SD) 사람에게서는 유사성 효과가 나타나지 않았다,  $b = .20, SE = .13, p = .126, CI_{95} = [-0.58, 0.46]$ . 이에 더하여 조절 효과가 유사

성 항목에 따라 다르게 나타나는지 알아보기 위해 개별 분석<sup>2)</sup>을 실시하였으며 그 결과는 다음과 같다: 교육 수준( $b = -.02, SE = .03, p = .357$ ), 가치관( $b = -.12, SE = .04, p = .005$ ), 성격( $b = -.11, SE = .04, p = .011$ ), 취향( $b = -.17, SE = .04, p < .001$ ), 신체적 매력( $b = -.08, SE = .04, p = .027$ ). 이에 대한 내용은 논의 부분에서 보다 상세히 언급하였다.

## 연구 2

연구 1을 통해 유사성이 경제 수준이 낮은 사람의 연인 관계 만족도에 상대적으로 더 중요한 요인임을 밝혔다. 연구 2는 몇 가지 점에서 연구 1을 보완 및 확장하고자 하였다. 첫째, 경제 수준에 따른 유사성 효과가 연인이 아닌 다른 관계에서도 동일하게 나타나는지 검증할 필요가 있다. 이에 연구 2에서는 참가자들의 친구 관계 만족도를 측정하였다. 둘째, 앞서 연구 1에서는 성격, 가치관 등 유사성의 항목을 구체적으로 지정하였다. 선행 연구들은 개인이 영역에 부여하는 가중치에 따라 유사성 효과가 달라질 수 있음을 제안한 바 있으며(Montoya & Horton,

2) 성별 및 교제 기간을 공변인으로 설정하였음

2013), 실제로 연구 1에서도 유사성 효과가 개별 항목에 따라 차이가 있을 수 있음을 확인하였다. 이에 본 연구에서는 항목을 지정하는 대신, 참가자가 상대에 대한 유사성을 전반적으로 판단하도록 했다. 연인 관계 만족도에 대한 경제 수준의 조절 효과는 친구 관계에서도 동일하게 나타날 것으로 예상된다.

## 방 법

### 연구 대상

연구 1과 동일한 온라인 설문조사 업체를 통해 자료를 수집하였다. 설문에는 20대 전국 대학생 총 136명이 참여하였으며 이 중에서 결측 값을 가지는 4명을 제외한 132명(남자 = 60, 여자 = 72)의 자료가 최종 분석에 사용되었다. 이들의 평균 나이는 21.55, 표준 편차는 1.35로 나타났다.

### 측정 도구

친구와의 지각된 유사성을 측정하기 위해 참가자들에게 평소 교류하는 동성 친구들을 자유롭게 떠올리도록 했다. 그리고 가장 먼저 떠오른 친구와의 유사성(“이 친구가 당신과 대체로 얼마나 유사하다고 생각합니까?”) 및 관계 만족도(“이 친구와의 관계에 대체로 얼마나 만족하십니까?”)에 7점 척도로 각각 응답하도록 했다. 본 연구에서는 영역별 유사성을 따로 측정하는 대신 전반적인 유사성을 측정하였다. 경제 수준은 연구 1과 동일한 문항을 사용하여 측정하였다.

## 결 과

본 연구의 목적은 지각된 유사성과 친구 관

계 만족도의 관련성이 경제 수준이 낮은 사람에게서 더 강하게 나타나는지 알아보는 것이다. 연구 1에서와 마찬가지로 지각된 유사성( $M = 4.24, SD = 1.33$ )은 친구와의 관계 만족도( $M = 5.52, SD = 1.02$ )와 유의한 정적 상관을 보였다,  $r = .38, p < .001$ . 하지만 경제 수준( $M = 5.00, SD = 1.68$ )은 유사성( $r = .10, ns$ ) 및 친구 관계 만족도( $r = .14, ns$ )와 유의한 관련성이 없었다. 이는 사람들이 친구가 자신과 유사하다고 생각할수록 관계에 더 만족하는 경향이 있음을 보여준다. 연구 1에서와 달리 친구 관계 만족도에서는 유의한 성차가 나타나지 않았으나,  $t(130) = 0.186, p = .853$ , 성별에 따라 유사성에 대한 지각에 차이를 보였다,  $t(130) = 2.330, p = .021$ . 구체적으로, 여성( $M = 4.40, SD = 0.15$ )에 비해 남성( $M = 4.53, SD = 0.17$ )이 자신과 친구의 유사성을 더 높게 지각하는 경향이 있었다.

이어서 유사성과 친구 관계 만족도의 관계가 경제 수준에 따라 어떻게 달라지는지 알아보기 위해 Preacher와 Hayes(2008)가 개발한 SPSS Indirect macro 프로그램을 활용하였다. 종속 변수에는 친구 관계 만족도가, 독립변수에는 지각된 유사성이, 조절 변수에는 경제 수준이 투입되었다. 또한 앞서 나타난 성차를 토대로 성별을 공변인으로 투입하였다<sup>3)</sup>. 분석 결과, 예상대로 친구 관계 만족도에 대한 지각된 유사성과 경제 수준의 유의한 주효과가 나타났다(유사성:  $b = .28, SE = .06, p < .001, CI_{95} = 0.16, 0.39$ , 경제 수준:  $b = .11, SE = .05, p = .020, CI_{95} = 0.02, 0.20$ ). 또한 연구 1에서와 마찬가지로 경제 수준은 유사성 효과를 유의하게 조절하는 것으로 나타났다,  $b = -.22, SE = .05, p < .001, CI_{95} = [-0.32, -0.12]$ . 그림 2에서 볼 수 있듯이, 지각된 유사성은 경제 수준이 낮은(-1 SD) 사람의 친구 관계 만족도를 유의하게 예측했지만,  $b = .64,$

3) 연구 1과 2 모두에서 성별과의 삼원 상호작용은 유의하지 않았음 (연구 1:  $b = -.11, SE = .14, p = .938, CI_{95} = -0.28, 0.26$ , 연구 2:  $b = .78, SE = .11, p < .001, CI_{95} = 0.56, 0.99$ )



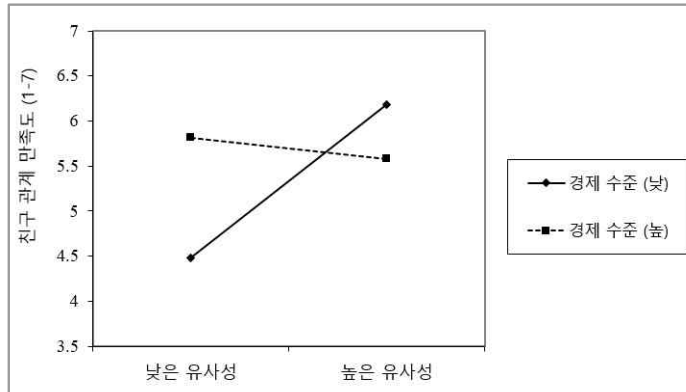


그림 2. 친구 관계 만족도에 대한 경제 수준의 조절 효과 (연구 2)

$SE = .10, p < .001, CI_{95} = [0.44, 0.84]$ , 이러한 경향성은 경제 수준이 상대적으로 높은(+1 SD) 사람에게서는 나타나지 않았다,  $b = -.09, SE = .11, p = .407, CI_{95} = [-0.30, 0.12]$ . 이상의 결과는 경제 수준이 낮을수록 지각된 유사성이 친구 관계의 질을 판단하는 중요한 근거가 될 수 있음을 보여준다.

### 연구 3

앞서 두 개의 연구를 통해 유사성과 관계 만족도의 관련성이 개인의 경제 수준이 낮을수록 더 강하게 나타난다는 것을 밝혔다. 하지만 횡단 설문 자료의 특성상 경제 수준의 인과적 영향력을 규명하지 못한다는 한계가 있었다. 이를 보완하고자 연구 3에서는 실험적 방법을 통해 경제 수준에 대한 지각을 조작, 이에 따라 유사성에 부여하는 가치나 중요성이 달라지는지 살펴보고자 하였다. 그동안 많은 선행 연구들에서 자원의 양에 대한 지각의 점화가 효과적임을 보고하였다(Anderson, Kraus, Galinsky, & Keltner, 2012; Kraus, Horberg et al., 2011). 이에 본 연구는 가장 보편적으로 사용되는 Kraus, Horberg 등 (2011)의 점화 방법을 통해 경제 수준을 조작하고 이에 따라 (1) 유사성을 현재 관계 만족도 판

단의 근거로 삼는 경향성이 달라지는지, (2) 새로운 사람과의 관계 형성에서 유사성을 중시하는 경향성이 달라지는지 살펴보았다. 연구 1-2에서와 마찬가지로 유사성 효과는 경제적 어려움이 접화된 조건의 사람들에게서 더 두드러지게 나타날 것으로 예상된다.

#### 연구 대상

연구 1-2에서와 동일한 온라인 설문조사 업체를 통해 자료를 수집하였다. 설문에는 현재 연인과 교제 중인 20대 대학생 110명이 참여하였으며 이 중 결측값을 가지는 5명을 제외한 105명(남자 = 53, 여자 = 52)이 최종 분석에 사용되었다. 이들의 평균 나이는 21.86, 표준 편차는 2.42로 나타났다.

#### 연구 설계 및 도구

먼저 참가자들은 인구 통계학적 변인 및 연인과의 유사성을 묻는 문항(“현재 교제 중인 연인이 당신과 대체로 얼마나 유사하다고 생각합니까?”)에 응답하였다. 이어서 경제적 자원의 양에 따라 두 조건(낮은 경제 수준, 높은 경제 수준)에 무선 할당되었다. 선행 연구(Kraus, Horberg et al., 2011)를 토대로 참가자들은 경제 수준을

나타낸 사다리를 통해 경제적 지위가 낮거나 높은 사람들과 자신을 비교하도록 안내 받았다. 구체적인 안내문은 다음과 같다: “이 소득 사다리의 가장 아래(위쪽)에 위치한 사람들을 떠올려 보고 이들과 자신을 비교해보세요. 이 사람들은 사회 내에서 가장 소득 및 교육 수준이 낮고(높고) 존중받지 못하는(존중받는) 직업을 가지는 등 최악(최고)의 상황에 놓여 있습니다. 이 사람들과 당신이 어떻게 다른지에 초점을 맞추어 생각해 보세요. 이 사람들에 비해 상대적으로 당신의 경제적 위치는 어디에 자리한다고 생각하는지 사다리에 표시해보세요.” 낮은 경제 수준 조건( $n = 54$ )의 참가자들은 소득 사다리의 위쪽에 위치한 사람들에 대한 안내문을 읽었으며, 높은 경제 수준 조건( $n = 51$ )의 참가자들은 소득 사다리의 아래쪽에 위치한 사람들에 대한 안내문을 읽었다. 이후 방금 떠올렸던 사람들 중 한명과 상호작용하게 되는 상황을 상상해보도록 한 뒤 그 상대와 어떤 대화 및 상호작용을 나누게 될지 5문장 이내로 작성하도록 하였다.

다음으로 참가자들에게 방금 떠올렸던 사람과 비교했을 때 자신이 어디에 위치한다고 생각하는지 10점 사다리에 표시하도록 하였다. 이는 점화가 성공적으로 이루어졌는지 확인하기 위함이다. 또한 통제를 위해 점화 조건에 따른 정서 상태를 단일 문항(“현재 당신의 기분은 어떻습니까?”)으로 측정하였으며 본 연구에서 연인들의 교제 기간은 측정되지 않았다. 이어서 참가자들은 연인과의 관계 만족도(“현재 연인과의 관계에 얼마나 만족하십니까?”)를 묻는 문항에 7점 척도(1 = 전혀 만족스럽지 않다, 7 = 매우 만족스럽다)로 응답하였다. 추가로 참가자들이 새로운 관계 형성에서 유사성을 얼마나 중시하는지 알아보기 위해 새로 알게 된 사람(성별 지정하지 않음)이 자신과 성격, 가치관 등 다양한 측면에서 얼마나 유사하면 호감이 생길 것 같은지(친구로 연락하고 지내고 싶은지, 상호작용이 즐거울 것 같은지, 앞으로의 관계가 만족스러울 것 같은지)를 7점 척도(1 = 나와 매우 다르면

좋겠다, 7 = 나와 매우 유사하면 좋겠다)에 표시하도록 했다. 세 문항 간 합치도는 .79로 나타났다으며 유사성 중요도 평균값을 분석에 사용하였다.

## 결 과

본 분석에 앞서 실험적 조작이 제대로 이루어졌는지 확인하기 위해 참가자들이 경제 사다리에 표시한 위치에 조건 간 차이가 있는지 살펴보았다. 그 결과, 예상대로 높은 경제 수준 집단( $M = 6.80, SD = 2.12$ )에 할당된 참가자들이 낮은 경제 수준 집단( $M = 4.30, SD = 1.99$ )에 비해 자신의 사회 내 경제적 위치를 더 높게 지각하는 모습을 보였다,  $t(103) = 6.247, p < .001$ . 하지만 높은 경제 수준 집단( $M = 4.642, SD = 0.922$ )에 할당된 참가자들과 낮은 경제 수준 집단( $M = 4.461, SD = 1.421$ )에 할당된 참가자들 간 현재 정서에는 차이가 없었다,  $t(103) = 0.772, p = .442$ .

다음으로 점화에 따라 유사성 효과에 차이가 있는지 살펴보았다. 분석 결과, 연구 1-2에서와 마찬가지로 경제 수준에 따라 유사성과 관계 만족도 간 관련성에 유의한 차이가 나타났다,  $b = -.36, SE = .17, p = .043, CI_{95} = [-0.71, -0.12]$ . 그럼 3에서 볼 수 있듯이, 높은 경제 수준이 점화된 참가자들에 비해 낮은 경제 수준이 점화된 참가자들은 자신의 현재 연인 관계 만족도를 판단하는 데 지각된 유사성을 더 중요한 잣대로 활용하는 모습을 보였다. 구체적으로, 낮은 경제 수준 집단에서 유사성은 관계 만족도의 예측 변인이었으나,  $b = .46, SE = .13, p < .001, CI_{95} = [0.19, 0.73]$ , 높은 경제 수준 집단에서는 이러한 유사성 효과가 유의하게 나타나지 않았다,  $b = .12, SE = .12, p = .408, CI_{95} = [-0.13, 0.33]$ .

이에 더하여 관계 형성 시 유사성에 부여하는 가치가 점화 조건에 따라 다르게 나타났는지 살펴보았다. 예상대로 사람들은 낮은(vs. 높은)

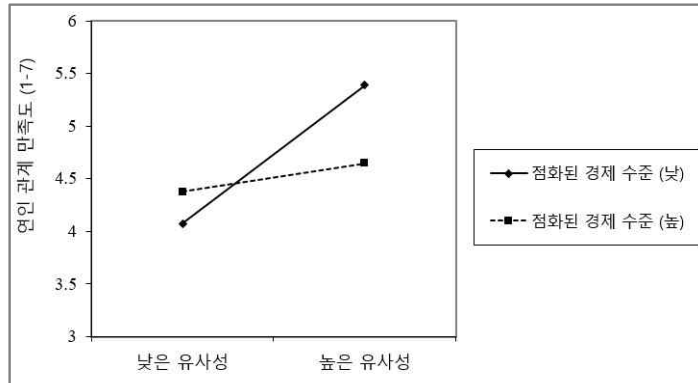


그림 3. 연인 관계 만족도에 대한 점화된 경제 수준의 조절 효과 (연구 3)

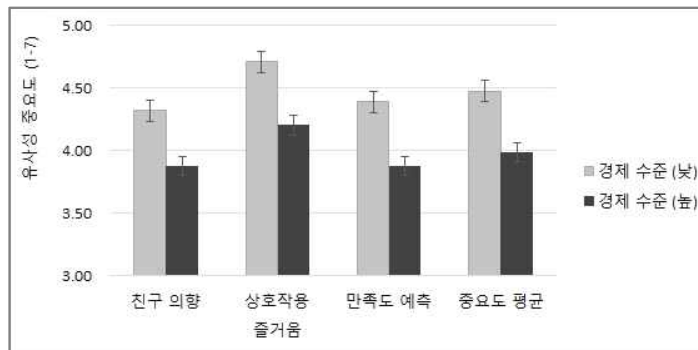


그림 4. 점화된 경제 수준에 따른 유사성 중요도 (연구 3). 오차 막대는 표준 오차를 의미함. 중요도 평균은 앞의 세 측정치의 평균값을 나타냄.

경제 수준이 점화되었을 때 유사성을 관계 형성에 더 중요한 요소로 여기는 모습을 보였다,  $t(103) = 3.068, p = .003$ . 구체적으로, 그림 4에서와 같이 높은 경제 수준이 점화된 사람들( $M = 3.99, SD = 0.94$ )에 비해 낮은 경제 수준이 점화된 사람들( $M = 4.47, SD = 0.77$ )은 상대와 연락을 할 의향, 상호작용의 즐거움, 미래의 관계 만족도 예측에 있어 유사성을 더 중요한 요소로 여기는 모습을 보였다. 이상의 결과는 경제 수준의 조절 효과가 인과적 영향력을 가지며 관계의 형성 및 유지 단계에 일관되게 적용될 수 있음을 보여준다.

### 논 의

유사성을 판단하는 것은 대인 지각의 핵심 요소다. 이 때 상대가 나와 공통적인 특성을 지녔다고 여길수록 대체로 호감이 증가한다. 본 연구의 목적은 이러한 유사성 효과가 개인의 경제 수준과 어떻게 상호작용하는지 살펴보는 것이다. 빈곤이 유발하는 불확실성, 낮은 통제감 및 공동체적 성향을 고려했을 때 유사성이 경제 수준이 낮은 사람의 사회적 관계에 상대적으로 더 효과적일 가능성이 있다. 이에 총 3개의 연구를 통해 경제적 빈곤이 유사성과 관계 만족도의 관련성을 높이는지 다각도로 검증하였다. 연구 결

과, 예상대로 경제 수준이 낮은 사람일수록 상대와의 지각된 유사성을 토대로 자신의 연인 관계(연구 1) 및 친구 관계(연구 2)가 얼마나 만족스러운지 판단하는 모습을 보였다. 즉, 자신과 유사하다고 여겨지는 연인, 친구와의 관계에 만족하는 경향은 경제적으로 빈곤할 때 더 강하게 나타난다는 것이다. 나아가 이러한 현상은 실험을 통해 경제 수준에 대한 지각을 조작했을 때에도 동일하게 나타났다(연구 3).

본 연구는 기존의 유사성 효과를 재검증했을 뿐 아니라, 이 현상이 개인의 경제 수준에 따라 달라질 수 있음을 새롭게 보여주었다. 유사성은 학계의 오랜 관심을 받았지만 연구자들은 유사성 효과에서 나타나는 개인차를 살펴보는 데는 상대적으로 소홀한 경향이 있었다. 그동안 부분적으로 밝혀진 개인차 요인들로 먼저 유사성의 영역을 들 수 있다. 유사성 효과는 개인이 중시하는 특정 항목에서 더 두드러지게 나타날 수 있다는 것이다(Montoya & Horton, 2013). 이에 연구자들은 교제 중인 연인들을 대상으로 다양한 항목에서 서로 얼마나 유사하다고 생각하는지 측정하고 이들의 관계 만족도를 살펴보았다(Lutz-Zois et al., 2006). 연구 결과, 연인들은 서로가 유사하다고 생각할수록 관계에 만족하며 6주가 흐른 뒤에도 여전히 함께할 확률이 높은 것으로 나타났다. 하지만 이 유사성 효과는 해당 항목을 중요하다고 여기는 사람들에게서만 나타났다.

이에 본 연구 1에서도 유사성의 다섯 항목을 개별적으로 살펴본 바 있다. 그 결과, 가치관, 성격, 취향 등과 달리 교육 수준에서는 유사성과 관계 만족도 간 관련성 및 조절 효과가 유의하게 나타나지 않았다. 항목의 중요도를 직접 측정하지는 않았으나 선행 연구들을 토대로 다양한 가능성을 생각해볼 수 있다. 가령, Pinel과 동료들(Pinel & Long, 2012; Pinel, Long, Landau, Alexander, & Pyszczynski, 2006)은 객관적 자아의 공유(Me-sharing)와 주관적 자아의 공유(I-sharing)를 언급한 바 있다. 유사성은 크게 개인의 정체

성과 관련된 객관적인 요소와 경험과 관련된 주관적인 요소로 구분된다는 것이다. 이에 따르면 나이, 성별, 전공 등에서 나타나는 유사성은 객관적 자아를 공유하는 것에 해당하는 반면, 영화를 보다 동일한 장면에서 동시에 웃거나 우는 것은 그 순간의 경험, 즉 주관적 자아를 공유하는 것에 해당한다. 유사성은 그것이 사소하더라도 자아에 대한 정보를 많이 담고 있을 때(West, Magee, Gordon, & Gullett, 2014), 객관적 자아에 비해 주관적 자아와 관련될 때 대체로 더 효과적인 경향이 있다(Pinel et al., 2006). 이를 본 연구에 확대 적용시켜보면 유사성 효과는 교육 수준보다 성격이나 가치관과 같이 상대적으로 주관적인, 자아를 잘 드러내는 항목에서 더 선명하게 나타났다고 해석해볼 수 있다.

또 다른 요인으로는 본 연구가 주목한 확신에 대한 필요를 들 수 있다. 인간은 타인과 현실을 공유함으로써 자신과 세계에 대한 올바른 이해를 얻고 유대를 공고히 하려는 욕구를 가진다(Echterhoff et al., 2009; Swann & Read, 1981). 따라서 유사한 상대는 불확실성을 감소시켜주고 개인의 세계관을 확증해주는 긍정적 보상(Singh et al., 2017; Sprecher et al., 2013)으로 기능하는 반면, 유사하지 않은 상대는 부조화로 인한 불안유발할 수 있다. 이런 맥락에서 유사성의 확증 효과는 환경이 안전하고 통제 가능하다기보다 위협적이고 통제가 어려운 곳이라고 지각될 때 더 두드러지게 나타날 것임을 예상할 수 있다. 실제로 사람들은 위협을 지각할수록 타인의 태도와 행동을 따르려는 동조 경향성을 보이며(Murray & Schaller, 2012; Renkema, Stapel, & Van Yperen, 2008), 이 때 유사성을 추구하는 것은 사회적 응집을 위한 적응적인 기제일 수 있다. 선행 연구들은 죽음, 전염병 등 다양한 위협들을 다루었지만 현대 사회에서 환경 내 위협에 대한 지각과 취약성 수준을 좌우하는 또 다른 핵심 요소는 경제력에 기반을 둔 계층이다. 경제적 빈곤은 개인이 추구하는 다양한 목표 달성의 큰 제약 조건으로 작용하는 반면, 풍요와 높

은 경제적 지위는 자유로운 목표 추구를 가능하게 한다. 따라서 경제 수준이 낮은 사람은 대체로 자신이 속한 환경을 불확실하고 통제가 어렵다고 여기며 위협에 대한 높은 민감성을 가진다. 결과적으로 이들은 스스로를 남과 차별화되는, 고유한 존재라고 여기기보다는 공동체의 일원으로써 타인과 조화를 이루는 존재로 인식하는 모습을 보인다(Kraus et al., 2012). 계층에 따른 이러한 자아관은 다양한 판단 및 의사결정에 반영된다. 구매 행동은 그 좋은 예이다. 높은 경제 수준의 사람들은 남들과 차별화되는 제품을 선호하는 반면, 상대적으로 낮은 경제 수준의 사람들은 타인과 유사한 구매를 선호하고(Stephens et al., 2007), 심지어 자신의 선호를 바꾸어 다수의 선호와 일치시키려는 모습까지 보인다(Na et al., 2016). 본 연구는 이러한 현상이 사회적 관계에 대한 판단에도 동일하게 적용될 수 있음을 밝혔다. 낮은 경제 수준의 사람들은 사회적 관계의 질을 판단함에 있어 자신과 상대가 얼마나 유사한가를 중요한 토대로 삼는 모습을 보였지만, 이러한 경향성은 경제 수준이 높은 사람들에게서는 상대적으로 약하거나 유의하지 않았다. 이상의 결과는 유사성이 제공하는 친숙함, 편안함, 안전함 등의 가치가 경제적 자원이 부족한 사람에게 더 보상적일 수 있음을 잘 보여준다. 본 연구는 경제 수준에 따라 유사성의 관계적 효용이 달라짐을 밝힘으로써 계층의 심리 사회적 영향력에 대한 이해를 확장했다는 데 의의가 있다. 요컨대, 빈곤으로 인한 현실적 제약과 취약성은 사람들로 하여금 유사성을 추구하도록 만드는 것은 물론, 이러한 유사성을 만족도를 비롯한 질적 판단의 중요한 잣대로 삼도록 이끄는 것으로 보인다.

위의 함의에도 불구하고 본 연구에 대한 대안적 시각들을 검토할 필요가 있다. 우선 조절 효과의 인과성에 대한 의문이 제기될 수 있다. 많은 선행 연구들이 유사성을 관계 축진의 원인으로 간주해왔지만 유사성은 호감의 원인인 동시에 결과물일 수 있기 때문이다. 이에 사람들

은 자신이 선호하는 사람과의 유사성을 더 높게 지각하는 모습을 보인다(Collisson & Howell, 2014). 따라서 본 연구의 횡단 자료에서 나타난 유사성 효과 및 경제 수준과의 상호작용이 관계 만족도에서 비롯되었을 가능성이 존재한다. 물론 연구 3의 실험을 통해 경제 수준에 따라 유사성의 관계적 가치와 중요성이 달라짐을 부분적으로 밝힌 바 있지만, 대안적 경로를 검토하기 위해 연구 1과 2의 자료를 추가적으로 분석하였다. 그 결과 관계 만족도와 경제 수준의 상호작용도 일부 유의한 것으로 나타났으며(연구 1:  $b = .03$ ,  $SE = .04$ ,  $p = .374$ ,  $CI_{95} = -0.38, 0.10$ ; 연구 2:  $b = -.17$ ,  $SE = .06$ ,  $p = .010$ ,  $CI_{95} = -0.29, -0.04$ ), 이는 경제 수준에 따른 유사성 효과가 양방향적일 가능성을 시사한다.

다음으로 경제 수준의 조절 작용이 반대 방향으로 나타날 가능성이 제기될 수 있다. 앞서 서론에서 언급했듯이 상보성 또한 관계를 촉진하는 변인이다. 상보성이 호감을 이끄는 대표적인 원인 중 하나는 그것이 제공하는 유용성이다. 공동체적 관점에서 볼 때 상호 간 다른 특성들이 보완될 때 높은 도구적 가치를 가질 수 있기 때문이다. 실제로 상보성은 새로운 지식과 자원을 제공함으로써 자아의 영역을 확장하도록 도울 수 있으며(Aron, Steele, Kashdan, & Perez, 2006), 상보적인 사람과의 상호작용은 목표나 과제 지향적인 특성을 띠는 경우가 많다(Rivera, Soderstrom, & Uzzi, 2010). 이상을 종합해보면 상보성이 제공하는 도구적 가치는 경제적 자원이 부족한 사람들에게 상대적으로 더 중요할 것이라는 예측이 가능하다. 이를 알아보기 위해 연구 1에서 추가 문항을 통해 경제적 영역에 대한 유사성을 측정할 바 있다. 만일 대안 가설이 맞는다면 경제 수준이 낮은 사람일수록 부족한 자원을 보완해 줄 경제적 여유를 지닌, 즉 자신과 다른 사람을 선호할 수 있다. 따라서 경제 수준의 조절 효과가 반대 방향으로 나타나거나 유의하지 않을 것으로 예상된다. 하지만 강화 이론을 토대로 한 확증 가설이 맞는다면 경제 수준

이 낮은 사람은 자신의 세계관을 수용해주고 이해해줄 수 있는, 자신과 비슷한 경제적 환경의 사람을 선호할 것이다. 따라서 연구 1-3에서 나타난 경제 수준의 조절 효과가 경제적 영역에도 동일하게 적용될 것으로 예상된다. 이를 검증한 결과 경제적 영역에서의 유사성 또한 경제 수준이 낮은(vs. 높은) 사람의 관계 만족도에 더 중요한 요인인 것으로 나타났다,  $b = -.10$ ,  $SE = .03$ ,  $p = .003$ ,  $CI_{95} = [-0.16, -0.03]$ . 이는 유사성과 관계 만족도에서 나타나는 경제 수준의 조절 효과가 도구성보다 확증 욕구와 더 밀접한 관련을 맺을 가능성을 시사한다. 하지만 본 연구 결과에 대한 명료한 이해를 위해서는 경제 수준에 따른 유사성 효과의 메커니즘을 직접적으로 검증하는 후속 분석(예, 조절된 매개분석)이 요구된다.

사람들은 유사한 상대에게 끌린다. 이들이 개인의 불확실한 세계에 안정과 확신을 주기 때문이다. 하지만 현대 자본주의 사회에서는 경제적 자원 또한 같은 기능을 담당한다. 따라서 사회적 자원을 통한 확증 욕구는 경제적 자원이 부족할수록 두드러지기 쉽다. 본 연구는 경제 수준이 낮을수록 사회적 관계, 특히 그 중에서도 유사한 상대와의 관계에 부여하는 가치와 중요성이 증가함을 보여주었다. 어쩌면 빈곤은 경제적 여유뿐 아니라 다름을 받아들이는 심리적 여유도 저해하는지 모른다.

### 저자 소개

신지은은 전남대학교 심리학과 조교수로 재직 중이다. 현재 인간의 정서 및 사회적 행동을 기능적 관점에서 조망하는 데 관심을 가지고 있다.

### 참고문헌

주현덕, 장근영 (2006). 한국 대학생의 연인평가와 연애타도 연구: 유사성을 중심으로. 한국심리학회지: 사회 및 성격, 20(1), 39-54.

Anderson, C., Kraus, M. W., Galinsky, A. D., & Keltner, D. (2012). The local-ladder effect: Social status and subjective well-being. *Psychological Science*, 23, 764-771.

Aron, A., Steele, J. L., Kashdan, T. B., & Perez, M. (2006). When similars do not attract: Tests of a prediction from the self expansion model. *Personal Relationships*, 13, 387-396.

Boyce, C. J., Brown, G. D., & Moore, S. C. (2010). Money and happiness: Rank of income, not income, affects life satisfaction. *Psychological Science*, 21, 471-475.

Byrne, D. E. (1971). *The Attraction Paradigm*. New York: Academic Press.

Chartrand, T. L., & Bargh, J. A. (1999). The chameleon effect: The perception-behavior link and social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 893-910.

Chartrand, T. L., & Lakin, J. L. (2013). The antecedents and consequences of human behavioral mimicry. *Annual Review of Psychology*, 64, 285-308.

Collisson, B., & Howell, J. L. (2014). The liking-similarity effect: Perceptions of similarity as a function of liking. *The Journal of Social Psychology*, 154, 384-400.

Dryer, D. C., & Horowitz, L. M. (1997). When do opposites attract? Interpersonal complementarity versus similarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 592-603.

Echterhoff, G., Higgins, E. T., & Levine, J. M. (2009). Shared reality: Experiencing commonality with others' inner states about the world. *Perspectives on Psychological Science*, 4, 496-521.

- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Frischlich, L., Rieger, D., Dratsch, T., & Bente, G. (2015). Meet Joe Black? The effects of mortality salience and similarity on the desire to date in-group versus out-group members online. *Journal of Social and Personal Relationships*, 32, 509-528.
- Furler, K., Gomez, V., & Grob, A. (2014). Personality perceptions and relationship satisfaction in couples. *Journal of Research in Personality*, 50, 33-41.
- Gonzaga, G. C., Campos, B., & Bradbury, T. (2007). Similarity, convergence, and relationship satisfaction in dating and married couples. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 34-48.
- Hampton, A. J., Fisher Boyd, A. N., & Sprecher, S. (2019). You're like me and I like you: Mediators of the similarity - liking link assessed before and after a getting-acquainted social interaction. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36, 2221-2244.
- Hudson, N. W., & Fraley, R. C. (2014). Partner similarity matters for the insecure: Attachment orientations moderate the association between similarity in partners' personality traits and relationship satisfaction. *Journal of Research in Personality*, 53, 112-123.
- Kenny, D. A., & Acitelli, L. K. (2001). Accuracy and bias in the perception of the partner in a close relationship. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 439-448.
- Kraus, M. W., Horberg, E. J., Goetz, J. L., & Keltner, D. (2011). Social class rank, threat vigilance, and hostile reactivity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37, 1376-1388.
- Kraus, M. W., Piff, P. K., & Keltner, D. (2009). Social class, sense of control, and social explanation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97, 992-1004.
- Kraus, M. W., Piff, P. K., & Keltner, D. (2011). Social class as culture: The convergence of resources and rank in the social realm. *Current Directions in Psychological Science*, 20, 246-250.
- Kraus, M. W., Piff, P. K., Mendoza-Denton, R., Rheinschmidt, M. L., & Keltner, D. (2012). Social class, solipsism, and contextualism: How the rich are different from the poor. *Psychological Review*, 119, 546-572.
- Kristof-Brown, A., Barrick, M. R., & Stevens, C. K. (2005). When opposites attract: A multi sample demonstration of complementary person team fit on extraversion. *Journal of Personality*, 73, 935-958.
- Lutz-Zois, C. J., Bradley, A. C., Mihalik, J. L., & Moorman-Eavers, E. R. (2006). Perceived similarity and relationship success among dating couples: An idiographic approach. *Journal of Social and Personal Relationships*, 23, 865-880.
- Mackinnon, S. P., Jordan, C. H., & Wilson, A. E. (2011). Birds of a feather sit together: Physical similarity predicts seating choice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37, 879-892.
- Mikulincer, M., & Florian, V. (2000). Exploring individual differences in reactions to mortality salience: Does attachment style regulate terror management mechanisms? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 260-273.
- Montoya, R. M., & Horton, R. S. (2013). A meta-analytic investigation of the processes underlying the similarity-attraction effect. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30, 64-94.
- Montoya, R. M., Horton, R. S., & Kirchner, J. (2008). Is actual similarity necessary for attraction? A meta-analysis of actual and perceived similarity. *Journal of Social and Personal Relationships*, 25, 889-922.

- Murray, D. R., & Schaller, M. (2012). Threat(s) and conformity deconstructed: Perceived threat of infectious disease and its implications for conformist attitudes and behavior. *European Journal of Social Psychology, 42*, 180-188.
- Muscattell, K. A., Morelli, S. A., Falk, E. B., Way, B. M., Pfeifer, J. H., Galinsky, A. D., ... & Eisenberger, N. I. (2012). Social status modulates neural activity in the mentalizing network. *Neuroimage, 60*, 1771-1777.
- Na, J., McDonough, I. M., Chan, M. Y., & Park, D. C. (2016). Social-class differences in consumer choices: Working-class individuals are more sensitive to choices of others than middle-class individuals. *Personality and Social Psychology Bulletin, 42*, 430-443.
- Pinel, E. C., & Long, A. E. (2012). When I's meet: Sharing subjective experience with someone from the outgroup. *Personality and Social Psychology Bulletin, 38*, 296-307.
- Pinel, E. C., Long, A. E., Landau, M. J., Alexander, K., & Pyszczynski, T. (2006). Seeing I to I: A pathway to interpersonal connectedness. *Journal of Personality and Social Psychology, 90*, 243-257.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods, 40*, 879-891.
- Renkema, L. J., Stapel, D. A., & Van Yperen, N. W. (2008). Go with the flow: Conforming to others in the face of existential threat. *European Journal of Social Psychology, 38*, 747-756.
- Rivera, M. T., Soderstrom, S. B., & Uzzi, B. (2010). Dynamics of dyads in social networks: Assortative, relational, and proximity mechanisms. *Annual Review of Sociology, 36*, 91-115.
- Sawicki, V., & Wegener, D. T. (2018). Metacognitive reflection as a moderator of attitude strength versus attitude bolstering: Implications for attitude similarity and attraction. *Personality and Social Psychology Bulletin, 44*, 638-652.
- Schimmel, J., Pyszczynski, T., Greenberg, J., O'Mahen, H., & Arndt, J. (2000). Running from the shadow: Psychological distancing from others to deny characteristics people fear in themselves. *Journal of Personality and Social Psychology, 78*, 446-462.
- Shiota, M. N., & Levenson, R. W. (2007). Birds of a feather don't always fly farthest: Similarity in Big Five personality predicts more negative marital satisfaction trajectories in long-term marriages. *Psychology and Aging, 22*, 666-675.
- Singh, R., Wegener, D. T., Sankaran, K., Bhullar, N., Ang, K. Q. P., Chia, P. J. L., . . . Chen, F. (2017). Attitude similarity and attraction: Validation, positive affect, and trust as sequential mediators. *Personal Relationships, 24*, 203-222.
- Singh, R., Wegener, D. T., Sankaran, K., Singh, S., Lin, P. K., Seow, M. X., ... & Shuli, S. (2015). On the importance of trust in interpersonal attraction from attitude similarity. *Journal of Social and Personal Relationships, 32*, 829-850.
- Smith, R. E. (1972). Social anxiety as a moderator variable in the attitude similarity-attraction relationship. *Journal of Experimental Research in Personality, 6*, 22-28.
- Snyder, R. A., & Morris, J. H. (1978). Competence as a moderator of the similarity/attraction relationship: Development and application of a new index. *The Journal of Psychology, 99*, 235-244.
- Sprecher, S., Treger, S., Hilaire, N., Fisher, A., & Hatfield, E. (2013). You validate me, you like me, you're fun, you expand me: "I'm yours!". *Current Research in Social Psychology, 22*, 22-34.
- Stephens, N. M., Markus, H. R., & Townsend, S. S. (2007). Choice as an act of meaning: The case



- of social class. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 814-830.
- Sunnafrank, M., & Ramirez, A. (2004). At first sight: Persistent relational effects of get-acquainted conversations. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21, 361 - 379.
- Swann Jr, W. B., & Read, S. J. (1981). Self-verification processes: How we sustain our self-conceptions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 17, 351-372.
- Tidwell, N. D., Eastwick, P. W., & Finkel, E. J. (2013). Perceived, not actual, similarity predicts initial attraction in a live romantic context: Evidence from the speed dating paradigm. *Personal Relationships*, 20, 199-215.
- Townsend, S. S., Kim, H. S., & Mesquita, B. (2014). Are you feeling what I'm feeling? Emotional similarity buffers stress. *Social Psychological and Personality Science*, 5, 526-533.
- West, T. V., Magee, J. C., Gordon, S. H., & Gullett, L. (2014). A little similarity goes a long way: The effects of peripheral but self-revealing similarities on improving and sustaining interracial relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107, 81-100.
- Wilson, K. S., DeRue, D. S., Matta, F. K., Howe, M., & Conlon, D. E. (2016). Personality similarity in negotiations: Testing the dyadic effects of similarity in interpersonal traits and the use of emotional displays on negotiation outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 101, 1405-1421.

1 차원고접수 : 2020. 08. 24.

수정원고접수 : 2020. 09. 19.

최종게재결정 : 2020. 09. 20.

## Similarity matters more for relationship satisfaction of lower than upper class individuals

Ji-eun Shin

Department of Psychology, Chonnam National University

Similarity attracts. One important reason for this is that perceived similarity functions to verify one's pre-existing views of self and the world. For whom, then, does similarity matter more? This study examined whether the similarity premium varies according to one's resource level. I predicted that relational benefits of perceived similarity would be more pronounced among members of the lower social class, which is associated with threat vigilance, low sense of control, and high communal orientation. This prediction was supported in three studies that employed different measurements of relationship satisfaction (romantic relationship satisfaction, Studies 1 and 3; friendship satisfaction, Study 2), and when social class was experimentally manipulated (Study 3). In short, individuals in lower economic class seem to benefit more from perceiving the partner as more similar to oneself. This research contributes to the similarity-attraction literature by shedding light on a new individual difference factor.

*Key words* : *Similarity, interpersonal attraction, relationship satisfaction, social class*