

이상적 공인에 대한 기대와 공인에 대한 실제 평가: 정치인과 연예인에 대한 인지적 표상을 중심으로

What you see and what you want to see from public figures:
Cognitive Representations of Politicians and Entertainers

조지선* · 이주* · 홍아성** · 손영우**

Jeesun Cho* · Joo Lee* · A-Sung Hong** · Young Woo Sohn**

*연세대학교 심리학과

*Department of Psychology, Yonsei University

**연세대학교 사회학과

**Department of Sociology, Yonsei University

Abstract

Using social network analysis, this study examined cognitive representations of ideal public figures as well as politicians and entertainers who are often regarded as public figures in Korea. Participants expected ideal public figures to possess only positive characteristics, such as high morality, integrity, competence. However, their assessment of politicians and entertainers reflected in their cognitive representations turned out to be fairly different from the image of ideal public figures. Personality traits and behavioral characteristics featured in cognitive representations of politicians were dominantly negative. Cognitive representations of entertainers incorporated both positive and negative characteristics highly interconnected to each other. This study also explored how people respond affectively toward ideal public figures, politicians and entertainers. Participants showed only positive feelings toward ideal public figures. However, their affective responses toward politicians were entirely negative and toward entertainers, both positive and negative affects were shown. We discussed the disjunction between the representations of politicians and entertainers and of ideal public figures and suggested directions of future research.

Key words: public figures, politicians, entertainers, cognitive representations, affective responses

요약

본 연구에서는 사람들이 공인에게 기대하는 바가 무엇인지 알아보고 이것이 공인으로 인식되는 사회 집단에 대한 실제 평가와 어떤 차이를 보이는지를 사회연결망 분석을 통해 알아보았다. 전자는 이상적 공인에 대한 인지적 표상이고 후자는 본 연구에서 밝혀진 바, 대표적인 공인으로 인식되는 정치인과 연예인에 대한 고정관념이라고 할 수 있다. 정치인과 연예인에 대한 사람들의 실제 평가는 이상적 공인의 모습과 상당한 거리가 있었다. 이상적 공인에 대해서 사람들은 도덕성과 따뜻한 인품, 능력과 성실함을 기대하고 있었지만 정치인에 대한 고정

† 교신저자: 손영우(연세대학교 심리학과)

E-mail : ysohn@yonsei.ac.kr

TEL : 02-2123-2444

FAX : 02-365-4354

관념은 전반적으로 매우 부정적이었고 연예인에 대한 고정관념에도 이상적 공인의 표상에 나타나지 않은 부정적 특성들이 많이 포함되어 있었다. 본 연구에서는 각 집단에 대한 인지적 표상뿐만 아니라 정서적 반응에 대해서도 알아보았는데 사람들이 이상적 공인에 대해서는 긍정적 정서를, 정치인에 대해서는 부정적 정서를, 연예인에 대해서는 긍정적 정서를 중심으로 부정적 정서도 일부 함께 경험하는 것으로 나타났다. 마지막으로, 이러한 결과를 어떻게 이해할 수 있는지 논의하고, 이상적 공인 및 실제 공인의 특성에 대한 연구의 중요성과 앞으로의 연구 방향을 제시하였다.

주제어: 공인, 연예인, 정치인, 인지적 표상, 정서적 반응

1. 서론

유명 인사와 관련된 사건이 발생했을 때, 사건의 당사자가 대중을 향해 흔히 하는 말은 “공인으로서 물의를 일으켜 죄송하다.”는 것이다. 정치인은 물론이고 연예인, 심지어 이름이 알려진 미용 관련 업체의 대표까지 ‘공인’으로서 기대에 부응하는 행동을 하지 못한 점에 대해서 사과하였다.¹⁾ 이런 모습을 볼 때, 우리 사회에서 과연 공인(public figures)이 어떤 사람들을 지칭하는 용어인지 질문하게 된다.

‘공인’이란 ‘공적인 일에 종사하는 사람’으로, 국립국어원 표준국어대사전에서는 ‘공적’을 ‘국가나 사회에 관계되는, 또는 그런 것’으로 뜻풀이하고 있다. 이 정의에 따르면 대통령이나 국회의원, 고위 공직자들과 같은 사람들이 공인이라고 할 수 있으며 많은 정치인들 이에 해당한다. 그러나 ‘공인’이란 단어의 일상적인 용례를 살펴보면, 정치인들뿐만 아니라 사회적으로 널리 알려진 유명 인사들이 포괄적으로 공인으로 인식되고 있는 듯하다.

공인은 많은 사람들에게 영향을 줄 수 있는 특별한 사회 집단이다. 그런데 일반 사람들이 공인의 범주를 어떻게 정의하고 공인에게 무엇을 기대하며 실제 공인으로 인식되는 사람들을 어떻게 평가하는지에 대한 연구는 부족한 실정이다.

본 연구에서는 첫째, 사람들이 공인으로 인식하는 가장 대표적인 사회 집단이 어떤 집단인지 알아보고자 한다. 사전 예비 조사에서 20대에서 40대의 한국인 성인 남녀 40명에게 자유 응답 형식으로 공인이 어떤 사람을 지칭하는 것인지 질문했는데, 전체 유효 응답 126개를 12개의 범주로 나누어 살펴본 결과, 정치인(33.3%)과 연예인(22.2%), 공무원(14.3%)이 가장 큰 비중을 차지하였다. 공인에 관한 최근 연구에서도 고위

공직자, 정치인, 언론인, 연예인을 공인으로 인식되는 것으로 알려졌다(하사랑, 김범준, 김민지, 2013). 본 연구를 통해서 대표적인 공인으로 인식되는 사회 집단에 정치인과 연예인이 포함되는지 확인하고자 한다.

본 연구의 두 번째 질문은 일반 사람들이 공인에게 기대하는 성격적 특성이나 행동양식이 무엇인지에 관한 것으로 이는 이상적 공인에 대한 인지적 표상이라고 할 수 있다. 이상적인 공인의 표상에는 공공의 이익을 추구하는 사람이 지녀야 할 것으로 대중이 기대하는 특성이 포함되어 있을 것이다. 기존 연구에서 사람들은 공인에게 청렴함, 정직함, 도덕성, 예절, 책임감과 같은 속성을 많이 기대하고 있었다(하사랑 등, 2013).

본 연구의 세 번째 질문은, 만약 정치인과 연예인이 대표적인 공인 집단이라면 이 두 사회 집단에 대한 인지적 표상이 이상적 공인에 대한 인지적 표상과 어떤 차이를 보일지 알아보는 것이다. 연예인과 정치인에 대한 인지적 표상은 이 두 집단에 대한 고정관념이라고 할 수 있다. 사회 집단에 대한 고정관념이란 특정 집단이 실제 지니고 있을 것으로 사람들이 공통적으로 믿는 특성과 행동양식을 의미한다(Hilton & Von Hippel, 1996).

정치인에 대한 고정관념과 사람들이 공인에게 기대하는 바는 서로 큰 차이를 보일 것으로 예측된다. 정치인의 가장 큰 문제로 부정부패가 거론되고(김묘성, 김의철, 박영신, 2002), 한국 사회에서 정치에 대한 불신이 깊어지고 있기 때문이다(김의철, 박영신, 2004). 연예인에 대한 고정관념에 대해서는 알려진 바가 거의 없지만 많은 사람들이 연예인에게 호감을 표시하는 점으로 미루어 짐작해보면 그 내용이 긍정적일 것으로 예측할 수 있다. 그러나 대중이 과연 그들이 공인으로서 적합한 특성을 가지고 있다고 생각할지는 의문이다.

본 연구에서는 인지적 표상과 함께 각 사회 집단에

1) 조선일보(2013. 3. 14). 도대체 언제부터 그들이 公人이 되었다. A39면.

대해 사람들이 경험하는 정서적 반응에 대해서도 알아보고자 한다. 사회 집단에 대한 인지적 평가와 정서적 반응은 서로 영향을 주고받으면서 집단에 대한 태도를 형성한다(Eagly & Chaiken, 1993; Olson & Zanna, 1993). 각 집단에 대해서 사람들이 어떤 정서적 반응을 보이는지 살펴봄으로써 집단에 대한 인지적 표상의 실체를 더 잘 이해할 수 있을 것이다.

본 연구에서 사용할 연구 방법은 표상이 어떤 구성 요소들로 이뤄져 있는지 구조적으로 시각화할 수 있는 사회연결망 분석이다(김용학, 2011). 이상적 공인과 정치인, 연예인에 대한 고정관념은 우리가 떠올리는 그들의 이미지로, ‘머릿속에 있는 그림(pictures in our heads)’이라고 할 수 있다(Lippmann, 1922). 이 분석 방법을 채택함으로써 단순히 고정관념에 포함된 특성들을 나열하는데 그치지 않고 인지적 표상의 핵심적 특성은 무엇이고 구성 요소들이 서로 어떤 관계를 형성하고 있는지를 시각적으로 제시하는 것이 가능하다. 또한 동일한 분석을 이용하여 각 사회 집단에 대한 정서적 경험이 어떤 구조를 이루고 있는지도 시각화할 수 있다.

정치인의 행보나 연예인의 일거수일투족에 대한 기사가 대중 매체 보도의 상당 부분을 차지할 정도로 사람들이 공적 인물에 대해 높은 관심을 보이는 만큼 일반 대중이 어떤 사람들을 공인으로 인정하고 그들에게 어떤 특성이나 행동을 기대하는지에 대해 이해하는 것이 필요하다. 아울러 현재 공인으로 인식되는 사회 집단에 대한 고정관념에 대해 알아보고 이것이 공인에게 기대하는 바와 어떤 차이를 보이는지 살펴보는 것도 공인에 대한 사람들의 인식을 파악하는데 도움이 될 것이다.

2. 관련 연구

2.1. 공인의 개념과 범위

공인에는 주로 공직을 수행하는 공직자(public officials)와 공직자는 아니지만 사회적으로 큰 영향력을 갖고 있는 인물이 포함된다. 첫 번째 기준에 따라서 정치인은 가장 대표적인 공인으로 분류된다. 연예인은 두 번째 기준에 따라 공인으로 분류될 수 있지만 이 기준에 따라 공인과 사인의 범위를 명확하게 설정하는 것은 쉽지 않다. 공인의 개념을 이해하기 위해서 법원의 판결을 살펴볼 필요가 있다.

미국 법원은 공직자란 정부 업무에 관한 실질적 책임 또는 통제권을 가지고 있거나 국민들이 그렇게 인식하는 공무원이라고 판시하였다(Rosenblatt v. Bear, 383 U.S. 85, 1966: 이부하, 2012에서 재인용). 미국 법원은 또 다른 판결을 통해 공인(public figures)의 범위를 공직자가 아닌 다른 유명인, 즉 ‘설득력과 영향력을 미칠 수 있는 지위에 있는 자’로 확대하였다(Gertz v. Robert Welch, Inc., 418 U.S. 345, 1974: 이부하, 2012에서 재인용). 이 기준에 따르면 공인에는 공직자 뿐만 아니라 유명 연예인, 프로 운동선수, 대기업의 회장과 같은 유명 인사들이 포함된다고 볼 수 있다.

공인과 사인의 구분은 주로 명예훼손 소송에서 드러난다. 언론의 보도가 개인의 명예를 손상하는 경우에 개인의 명예 보호를 보장하는 수준에서 법원이 공인과 사인에게 다른 잣대를 적용하기 때문이다. 개인의 명예보호와 언론 표현의 자유가 충돌할 때, 어떤 법익이 우선하는지에 대한 결정이 필요한데, 법원의 판결을 보면 사인에 대해서는 개인의 법익 보호를 강조하지만, 공인과 관련한 사건에 대해서는 개인의 권리보다 보도의 자유를 더 우선시하고 있다(윤성욱 2007; 이재진, 2003, 2004).

국내 법원의 판례들을 살펴보면 유명 연예인이 공인으로 구분된 사례들이 있음을 알 수 있다. 대마초 흡연에 관한 오보로 인해 피해를 입게 된 유명 가수³⁾와 개그맨 출신 사업가가⁴⁾ 제기한 명예훼손 소송에서 법원은 원고인 연예인들을 공인으로 판시하였다. 또한 유명 여배우와⁵⁾ 유명 가수⁶⁾ 결혼설 보도와 관련한 소송에서 법원은 “원고는 유명 연예인으로서 상당한 인기를 누리고 있는 ‘스타’로 이른바 ‘공적 인물’이라고 할 수 있을 것”이라고 판시하였다.

정치인을 공인으로 분류하는 것에 대해서는 대부분 이견이 없지만 연예인과 같은 유명 인사의 경우, 공인으로 분류해야 하는지에 대해서는 현재까지 명확한 기준이 없다. 한국과 미국 법원이 인정하는 공인의 개념과 범위, 명예훼손의 면책 요건들이 다르고 지금까지 법원의 판결에서 드러난 공인의 개념과 범위가 명확하다고 할 수도 없기 때문에(이재진, 2003) 앞으로

2) 대법원 1988. 10. 11. 선고, 85다카29 판결.

3) 서울지법 2001. 4. 25. 선고, 2000가합64132 판결.

4) 서울고법, 2004. 10. 12. 선고, 2003나55334 판결.

5) 서울지법 2005. 7. 6. 선고, 2004가합82527 판결.

6) 서울지법 2001. 12. 19. 선고, 2001가합8399 판결.

도 이에 대한 법적 논란이 계속될 가능성이 높다.

그런데 사법적 판단에 근거한 공인의 개념과 마찬가지로 중요한 것이 일반 사람들이 가지고 있는 공인에 대한 개념이다. 그러나 이에 대해서는 지금까지 알려진 바가 많지 않다. 이런 점에서 대중이 어떤 사람들을 대표적인 공인으로 인식하는지에 대해 알아보는 것이 필요하다.

2.2. 사회 집단에 대한 고정관념

고정관념은 특정 사회 집단에 속하는 구성원들의 행동양식과 특성에 대한 신념으로, 사회 집단의 특성에 대한 인지적 표상이라고 할 수 있다(김혜숙, 1999; Hilton & Von Hippel, 1996; Olson & Zanna, 1993). 심리학에서 고정관념은 오랜 역사를 가진 연구 주제 중 하나로, 초반에는 고정 관념의 내용에 집중하는 연구가 주를 이루었다(Madon, 1997). 대표적인 예로, 프린스턴 대학교 학생들을 대상으로 다양한 사회 집단에 대한 고정관념을 조사하여, 사회 집단에 대해 느끼는 친밀함 정도에 따라 고정관념의 내용이 다르다는 것을 밝힌 Katz와 Braly(1933)의 연구를 들 수 있다.

그러나 이후의 연구들은 고정관념의 내용보다 고정관념이 정보 처리 과정에 미치는 영향에 대해 주로 다루었다(Fiske & Taylor, 1991). 사회 집단의 특성에 대한 신념이 어떻게 형성되고 유지되며, 그것이 지각 과정과 행동에 어떤 영향을 주는가에 학문적 관심이 집중된 것이다(Hilton & Von Hippel, 1996; Hogg et al., 1995; Kunda & Sherman-Williams, 1993; Macrae & Bodenhausen, 2000)

그러나 고정관념의 내용에 관한 연구 또한 중요한 영역으로 그 필요성에 대해 여러 학자들이 강조한 바 있다(Cuddy et al., 2007, 2008; Madon, 1997; Stangor & Lange, 1994; Zebrowitz, 1996). 고정관념의 내용에 대한 기초 지식 없이 고정관념이 정보처리 과정에 미치는 영향을 논하기 어렵고, 그와 관련된 다양한 사회 문제를 정확히 이해하는 것도 가능하지 않다. 또한 고정관념의 내용은 시대에 따라 달라질 수 있는 것이므로 이런 인식의 변화를 지속적으로 살펴봄으로써 다양한 사회 현상을 이해할 수 있다.

선행 연구들에 따르면 한국인들은 대개 정치인에 대해 부정적인 평가를 내리고 있는 것으로 나타났다. 부정부패로 드러난 도덕성과 정직함의 결여는 정치인의 문제점(김묘성 등, 2002)인 동시에 한국 사회 전체

의 중요한 사회 문제로 인식되고 있었다(한덕웅, 1994; 한덕웅, 강혜자, 2000). 사람들은 리더의 여러 자격들 중에서 도덕성을 투표의 가장 중요한 기준으로 꼽았는데(김묘성 등, 2002), 이는 대중이 공인에게 가장 기대하는 특성이 도덕성이라는 것을 의미한다. 공인으로 인식되는 실제 인물인 정치인과 CEO에 대한 이미지를 비교한 연구에서 정치인의 이미지는 인지적, 정서적 측면에서 모두 기업인의 이미지보다 더 부정적인 것으로 드러났다(최영재, 박동진, 2012).

연예인에 대한 연구는 고정관념에 관한 연구보다 주로 연예인의 법적 보호와 권리(이재진, 2003, 2004; 장재욱, 2005; 정경석, 2007), 연예인의 광고 효과(박재진 등, 2008; 유승엽, 김은희, 2005), 연예인 모방 행동(정승민, 박영주 2009), K-pop이나 드라마로 인한 한류의 영향(정형식, 2006; 허진, 2002) 등의 주제를 다뤘다. 연예인의 사회적 영향력이 확대되고 있는 점을 고려했을 때, 그들에 대한 고정관념의 내용이 무엇인지 알아볼 필요가 있다.

2.3. 사회 집단에 대한 정서적 반응

고정관념의 내용을 살펴봄으로써 사람들이 특정 사회 집단에 대해 어떤 태도를 가지고 있는지 알 수 있다(Hogg et al., 1995; Kunda & Sherman-Williams, 1993). 그런데 고정관념과 같은 대상에 대한 인지적 평가뿐만 아니라 대상에 대한 정서적 반응도 태도에 독립적인 영향을 미친다(Abelson et al., 1982; Breckler & Wiggins, 1989; Eagly & Chaiken, 1993; Olson & Zanna, 1993).

본 연구에서는 인지적 표상과 더불어 각 사회 집단에 대한 사람들의 정서적 반응에 대해서도 살펴보고자 한다. 특정 사회 집단에 대한 정서 경험이 어떤 내용으로 구성되어 있고 그 구조적 특성이 무엇인지를 연결망 분석을 통해 시각화할 수 있다. 인지적 표상의 내용이 부정적이라면 정서적 반응의 내용도 부정적일 것이라고 예측할 수 있다.

정치인과 연예인 대한 정서적 반응을 살펴보기 위해서 일반적인 정서 측정 도구와 함께 시기심(malicious envy)을 측정하기 위한 항목들을 추가적으로 고려할 수 있다. 정치인과 연예인은 성공한 유명 인사들(celebrities)이다. 이 사회 집단에 대해 사람들이 가지고 있는 고정관념의 내용이 부정적이라면 그들에 대해 시기심을 많이 느낄 가능성이 있다(Smith et al., 1994).

2.4. 연구 방법: 사회연결망 분석

사회연결망 분석은 개념이나 시스템, 조직 등이 어떤 구조적 특성을 가지고 있는지 파악하는데 유용한 분석 방법으로, 이를 통해 구성요소, 즉 노드(node)와 이 노드들 간의 연결(ties)이 형성하는 연결망의 특징을 도출할 수 있다(Wasserman & Faust, 1994). 예를 들어, 어떤 조직의 구조적 특징을 연결망 분석을 통해 알아보고자 한다면 노드는 조직에 속한 개인이 될 수 있고 연결은 개인들 간의 관계가 될 수 있다. 연구 관심사에 따라서 노드가 조직 전체를 의미할 수도 있으며 이 때, 연결은 조직과 조직 사이의 상호작용을 의미하게 된다(Uzzi, 1997).

사회학에서 시작해서 현재는 자연과학에서도 널리 사용되고 있는 이 분석 방법은 멘탈 모델(황신웅, 윤용식, 손영우, 2007)이나 도덕적 개념에 대한 표상(정은경, 손영우, 2011)등을 다룬 심리학 분야의 연구들에서도 활용되고 있다. 이 분석 방법을 통해 사회 집단의 인지적 표상에 포함된 노드들이 서로 어떤 관계를 맺고 있는지 파악할 수 있다.

사용되는 세부적 분석 기법으로는 전체 연결망 구조를 파악할 수 있게 하는 시각화 기법과, 어떤 노드가 중요한 노드인지를 구분하게 해주는 중앙성 분석 기법 등이 있다. 본 연구에서는 시각화 접근을 통해, 각 집단에 대한 인지적 평가와 정서적 반응이 어떤 연결망 형태로 구성되어 있는지를 시각적으로 표현하고자 한다.

3. 연구 1

사람들이 일반적으로 공인으로 여기는 사회 집단에 연예인과 정치인이 포함되어 있는지 알아보기 위해 설문을 실시하였다.

3.1. 방법

심리학 수업을 듣는 연세대학교 학부생 62명(남 23명, 여 39명)이 크레디트를 받는 조건으로 온라인 설문에 참여하였다. 응답자들의 평균 연령은 20.90세였다($SD = 2.47$). 응답자들에게 한국 사회에서 공인은 어떤 사람을 지칭한다고 생각하는지 묻고 공인이라고 생각하는 집단을 최대 5개까지 자유 응답 형식으로 응답하게 하였다.

3.2. 결과

집단이 아닌 특정 유명인의 이름을 기입한 1명을 제외한 전원이 5개의 집단을 제시하였고, 그 중에서 유효한 답변은 300개였다. 그 중 기타로 분류된 12개의 응답을 제외한 나머지 288개의 응답을 총 8개의 범주로 나눌 수 있었다. 정치인(유효 답변 수 95개, 전체 응답의 31.67%), 고위 공직자 및 공무원(유효 답변 수 67개, 전체 응답의 22.33%), 연예인(유효 답변 수 46개, 전체 응답의 15.33%)의 순으로 응답 빈도가 높았고 그 뒤를 교사 및 교수(11.67%), 언론인(5%), 운동선수(4.33%)가 이었다.

정치인으로 구분된 유효 답변의 예는 정치인, 대통령, 국회의원, 총리, 장·차관 등이 포함되었고, 고위 공직자 및 공무원에는 총칭 이외에, 경찰, 관료, 판·검사 등이 포함되었다. 연예인에는 연예인이라는 응답 이외에도 가수, 텔런트, 배우 등이 포함되었다.

조사 결과 응답자들이 대표적인 공인으로 인식하는 사람들에게는 공익을 위해 일하는 정치인과 공직자뿐만 아니라 연예인도 포함된다는 사실을 알 수 있었다. 연구 2에서는 이상적 공인과 정치인, 연예인의 성격적, 행동적 특성, 즉 인지적 표상의 내용을 측정하는데 사용할 수 있는 특성 목록을 작성하였다.

4. 연구 2

4.1. 방법

특성 목록을 작성하기 위하여 두 가지 방법을 사용하였다. 우선 연세대학교 학부생 61명(남자 25명, 여자 36명)이 크레디트를 받는 조건으로 온라인 설문에 참가하였다. 응답자들의 평균 연령은 21.66세였다($SD = 2.18$). 응답자들에게 직업, 나이, 성별에 상관없이 전반적인 정치인 또는 연예인 집단을 떠올리게 한 후, 우리 사회에서 대부분의 사람들이 연예인이나 정치인의 특성으로 믿고 있다고 생각하는 것들을 자유 응답 형식으로 5개 이상 기술하게 하였다. 그 결과, 중복 항목들을 정리한 후, 연예인의 특성 77개, 정치인의 특성 55개를 얻을 수 있었고, 이 중에서 다시 응답자들이 높은 빈도로 선택한 특성 55개를 선택하였다.

자유 응답 형식으로 얻은 특성 목록에는 기본적인 성격 측정 항목들이 고르게 포함되어 있지 않아서 이 목록을 사용하여 이상적 공인과 정치인, 연예인에 대

한 인지적 표상을 알아보기에는 부족함이 있었다. 이런 단점을 보완하기 위해서 Rothbart와 Park(1986)의 성격 특성 형용사 항목들 중 일부를 사용하였는데 151개의 전체 성격 특성 단어들 중 본 연구에 사용할 단어 후보들을 두 명의 한국어 및 영어 이중 언어자가 한국어로 번역하였다. 이 중에서 동일한 성격 개념을 측정하는 항목들과 한국어로 번역하였을 때 어색하거나 잘 사용하지 않는 표현은 제외하고 37개의 특성 항목을 선택하여 최종 목록에 추가하였다.

4.2. 결과

온라인 설문을 통해 얻은 특성 항목들과 성격 특성 형용사 목록(Rothbart & Park, 1986)에서 부분적으로 선택한 항목들을 통합하여 최종적으로 92개의 특성으로 구성된 고정관념 측정 목록을 확정하였다. 목록에는 40개의 긍정적 특성과 43개의 부정적 특성, 9개의 중립적 특성이 포함되었다. 자유 응답을 통해 얻은 특성에는 성격 특성이 아닌 행동적 특성도 포함되어 있었는데, 예를 들면 ‘이성에게 치근대는’, ‘성형을 하는’ 등이 있다. ‘짜가지가 없는’과 같이 표준어가 아닌 표현도 일반적으로 쓰이는 구어로 판단하여 목록에 포함하였고 ‘사생활이 문란한’, ‘주목을 받는 것을 좋아하는’, ‘끼가 많은’, ‘학력 수준이 낮은’, ‘인기에 집착하는’과 같이 일반적인 성격 특성 목록에 나타나지 않는 특성들도 포괄적으로 측정 항목에 포함하였다.

5. 연구 3

사람들이 이상적 공인의 특성을 어떻게 지각하는지 알아보고 이를 토대로 이상적 공인의 인지 연결망을 도출하였다. 또한 이상적 공인에 대해 사람들이 경험하는 정서도 측정하여 같은 방법으로 정서 연결망을 도출하였다.

5.1. 방법

5.1.1. 참가자

연구 3은 온라인 설문 조사 방식으로 실시되었다. 심리학 수업을 듣는 63명의 연세대학교 학부생들이 크레디트를 받는 조건으로 연구에 참가하였다(남 22명, 여 36명, 미기입 5명). 응답자들의 평균 연령은 20.86세였다($SD = 2.52$).

5.1.2. 측정 항목

이상적 공인의 인지 연결망을 구성하는 특성들을 파악하기 위해 연구 2의 결과로 얻은 92개의 특성 항목들을 사용하였다. 정서 연결망을 도출하기 위해서 19개의 정서 항목을 사용하였는데 Diener 등(2009)의 긍정 및 부정적 경험 척도(Scale of Positive and Negative Experience: SPANE)의 12개 정서 항목들과 시기심과 관련된 7가지 정서 항목들로 구성하였다. 시기심 측정 항목에는 ‘불공평하게 느끼는’, ‘짜증스러운’, ‘샘이 나는’, ‘열등감을 느끼는’ 등이 포함되어 있다.

5.1.3. 연구절차

응답자들에게 이상적 공인의 모습을 떠올리게 한 후, 특성 목록을 제시하고 각 특성 항목이 바람직한 공인을 얼마나 잘 표현하고 있는지에 대해 5점 리커트 척도(1점 전혀 그렇지 않다, 5점 매우 그렇다)상에서 평정하게 하였다.

그 다음, 정서 측정 항목을 응답자들에게 제시하고 이상적 공인을 떠올렸을 때, 대체로 어떤 정서를 경험하는지를 5점 리커트 척도로 응답하게 하였다. 마지막으로 응답자들은 연령 및 성별 등 간단한 개인 정보를 기입한 후 연구의 배경과 목적에 대해 간단한 보고를 받았다.

5.1.4. 분석 방법

응답자들이 각 특성에 대해 4점 또는 5점을 준 경우, 해당 특성을 이상적 공인의 특성으로 선택한 것으로 판단하였다. 또한 19개의 정서 항목에 대해서도 각 정서 항목이 4점 또는 5점을 받은 경우, 해당 정서를 응답자가 경험하는 것으로 판단하였다.

이와 같은 설문 자료를 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 분석을 수행하였다. 우선, STATA 12의 프로그래밍을 사용하여 설문 결과로부터 연결망 자료를 추출하였다. 응답자들이 이상적 공인에 대해 평정한 원자료는 항목들 간의 연결로 구성된 연결망 자료가 아니다. 따라서 항목 간의 연결망 자료를 구성하기 위해, 설문에 포함된 항목을 노드로 정하고 한명의 응답자가 동시에 여러 항목들을 선택했을 때, 그 항목들 사이에는 방향성 없는 연결(undirected ties)이 발생하는

것으로 보았다. 다음으로, 이러한 개별 연결들을 모두 포함한 전체 연결망을 구성하였다. 이렇게 ‘이원자료’로부터 ‘일원자료’를 구성하는 방법은 연결망 분석에서 빈번히 사용되는 것으로 이 방법을 사용해 도출한 연결망을 준 연결망(quasi network)이라고 한다(김용학, 2011).

위와 같이 자료를 구성한 다음, 게파이(gephi) 프로그램 을 통해서 연결망을 시각화하였다. 이 프로그램은 다른 연결망 분석 프로그램들에 비해 다양한 시각화 기능을 제공하기 때문에 노드들 간의 연결을 더욱 분명히 표현해주는 장점을 가지고 있다. 시각화에 사용한 알고리즘은 스프링 임베딩(spring embedding) 방식의 레인골드(Fruchterman Reingold)인데, 이 방식은 직·간접적으로 많이 연결된 노드일수록 더 가까이, 그렇지 않은 노드들은 멀리 위치시킨다(김용학, 2011).

5.1.5. 연결망 시각화

노드의 속성을 인식할 수 있도록, 부정적인 항목은 ‘X’로, 긍정적인 항목은 ‘O’로, 중립적인 항목은 ‘△’로 표시하였다. 또한 각 노드의 크기는 노드의 출현 빈도를 반영하도록 하였다. 예를 들어, 응답자들이 해당 노드를 이상적 공인의 특성으로 선택한 경우의 빈도를 모두 합산하여, 빈도가 높으면 노드의 크기가 크도록 표현했다. 즉, 큰 노드는 많은 사람들이 그 항목을 평가 대상의 특성으로 인식했다는 것을 의미한다. 그리고 한 노드가 다른 노드들과 직·간접적으로 많이 연결되어 있을수록 중앙에 위치하도록 표현하였다. 따라서 연결망의 중앙에 있는 큰 노드들이 이상적 공인에 대한 인지적/정서적 연결망의 핵심에 있는 특성들이라고 볼 수 있다.⁷⁾

연결망을 구성하고 있는 핵심 특성이나 정서들을 보다 명확하게 제시하기 위해서 특정 연결 강도 이상으로 연결된 항목들만을 포함하여 연결망을 시각화하였다. 예를 들어 이상적 공인의 인지 연결망을 도출할 때, 연결의 강도가 25 이상이 되는 연결들만을 포함하였는데, 이것은 25명 이상의 응답자들이 각 연결에 의해 이어진 특성들을 동시에 이상적 공인의 특성으로 선택했다는 뜻이다.

5.2. 결과: 이상적 공인의 인지 및 정서 연결망

그림 1은 이상적 공인의 인지 연결망을 연결 강도 25 이상에서 표현한 것이다.⁸⁾ 인지 연결망에 포함된 특성 항목의 수는 33개이다. 긍정적인 특성 항목이 대부분을 차지하고 있고 중립적 특성이 1개 포함되었다. 가장 핵심적인 특성은 ‘자부심이 있는’, ‘노력하는’, ‘예의 바른’, ‘신뢰할 수 있는’, ‘배려하는’, ‘자부심이 있는’으로 이 특성들은 출현 빈도에서 가장 높은 순위에 올랐다.

이상적 공인의 인지 연결망에 포함된 특성들로부터 사람들이 공인에게 어떤 특성들을 기대하는지 알 수 있다. 우선 ‘신뢰할 수 있는’, ‘도덕적으로 올바른’, ‘정정당당한’, ‘정직한’과 같은 도덕성과 관련된 특성들이 연결망에 포함되어 있다. 또한 ‘예의 바른’, ‘배려하는’, ‘친절한’, ‘성품이 좋은’, ‘사려가 깊은’과 같이 사람들을 배려하는 마음을 공인에게 기대한다는 것을 알 수 있었고 ‘능력 있는’, ‘성실한’, ‘열정적인’, ‘명석한’, ‘자신감이 있는’과 같은 능력이나 성실함과 관련된 특성도 기대하는 것으로 나타났다. ‘외향적인’, ‘솔직한’, ‘개방적인’과 같은 등의 특성들도 포함되어 있어 내향적인 성격 특성보다는 외향성을 기대하고 있었다.

이상적 공인의 정서 연결망도 긍정적인 정서들로만 구성되어 있다. 그림 2은 이상적 공인에게 느끼는 정서적 경험에 대한 연결망을 연결 강도 15을 기준으로 도출한 것이다.⁹⁾ ‘만족스러운’, ‘좋은’, ‘긍정적인’, ‘즐거움’과 같은 긍정적 정서들이 정서 연결망을 형성하고 있다.

이상적 공인의 인지 연결망에 포함된 특성들로 미루어 보았을 때, 사람들이 공인에게 기대하는 바는 도덕적 자질과 활발하고 따뜻한 성품, 성실함, 능력 등

8) 연결 강도 25으로 결정한 이유는 본 연구에서 수집된 자료의 경우, 연결 강도 20 ~ 30의 연결망이, 전체 92개 특성 중에서 이상적 공인의 인지적 표상에 포함되는 특성들을 적절하게 보여준다고 판단했기 때문이다. 연결 강도가 너무 낮아지거나 높아졌을 때, 연결망이 모든 특성을 다 포함하거나 일부 특성만을 포함하였다.

9) 연결 강도 5 ~ 15의 정서 연결망들이 이상적 공인에 대한 정서적 반응을 유사하게 보여주었다. 정서 연결망은 인지 연결망에 비해 밀도가 낮았는데 이는 응답자들이 이상적 공인에 대해 많은 정서적인 반응을 보이지 않았다는 것을 의미한다.

7) 부록 표 1에서 본 연구에 쓰인 연결망 분석 관련 용어들에 대해 설명하였다.



Figure 1. Cognitive network of ideal public figures (tie strength ≥ 25)

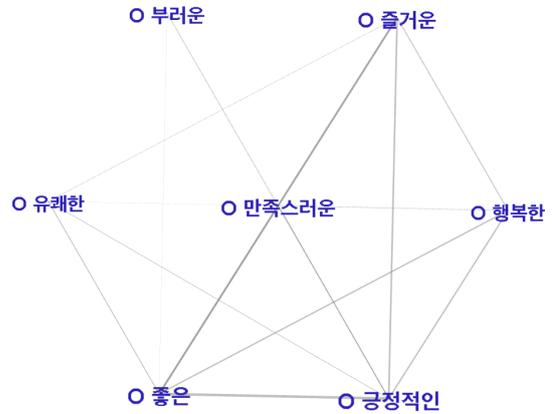


Figure 2. Affective network of ideal public figures (tie strength ≥ 15)

이라고 볼 수 있다.

6. 연구 4

6.1. 방법

6.1.1. 참가자

연구 4는 온라인 설문 조사 방식으로 실시되었다. 심리학 수업을 듣는 149명의 연세대학교 학부생들이 학점 이수 조건을 채우기 위하여 연구에 참가하였다 (남 79명, 여 70명, 미가입 4명). 응답자들의 평균 연령은 21.57세였다($SD = 2.65$).

6.1.2. 측정 항목, 연구 절차, 분석 방법

사용된 연구 방법은 연구 3과 동일하다. 응답자들에게 특정 정치인이나 연예인이 아닌 전반적인 정치인 혹은 연예인 집단을 떠올리게 한 후 그들의 성격적 특성과 그들에 대해 느끼는 정서적 경험을 평정하게 하였다.

6.2. 결과: 정치인에 대한 고정관념

6.2.1. 정치인 인지 연결망의 부정적 속성

정치인 인지 연결망의 눈에 띄는 특징은 부정적 특성들이 높은 비중을 차지하면서 연결망 전체에 고르게 분포되어 있는 것이다. 그림 3은 정치인의 인지 연

결망을 연결 강도 60 이상에서 도출한 것이다.¹⁰⁾ 정치인의 인지 연결망에 포함된 특성 항목은 45개이다. 그 중 부정적 특성 항목은 29개(64.4%)이고 긍정적인 특성 항목은 10개(22.2%)이며 중립적인 특성 항목은 6개(13.3%)로 정치인에 대한 고정관념의 내용은 압도적으로 부정적인 특성을 많이 포함하고 있는 것으로 드러났다($\chi^2 = 20.13, df = 2, p < 0.01$).

또한 ‘말을 잘하는’, ‘자신감이 있는’과 같은 긍정적 특성은 ‘계산적인’, ‘잘난척하는’과 같은 부정적 특성과 매우 가깝게 연결되어 있고 ‘돈을 많이 버는’은 ‘이기적인’, ‘물질만능주의적인’과 밀접하게 연결되어 있어서 정치인의 인지 연결망에 포함된 긍정적 특성들을 순수하게 긍정적으로만 해석하는데 어려움이 있다.

6.2.2. 정치인 정서 연결망

정치인 인지 연결망의 부정적 특징은 정서 연결망에서도 드러난다. 그림 4에서 볼 수 있듯이 연결강도 20의 정치인 정서 연결망에 긍정적 정서는 한개도 포함되지 않았다. 응답자들은 정치인에 대해 ‘부정적인’,

10) 정치인과 연예인의 자료의 경우 연결 강도 40 ~ 80에서 전체 92개 특성 중에서 정치인과 연예인의 인지적 표상에 포함되는 특성들을 적절하게 보여주었다. 연결 강도가 100 이상으로 높아졌을 때 연결망 중심의 일부 특성만 포함되었고 연결 강도가 지나치게 낮아지면 모든 특성을 다 포괄하였다.



Figure 3. Cognitive network of politicians
(tie strength ≥ 60)

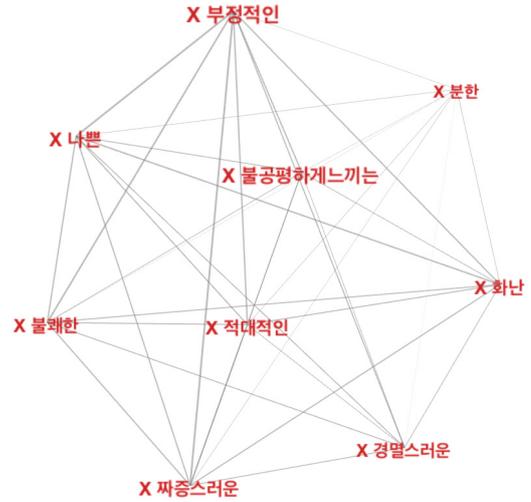


Figure 4. Affective network of politicians
(tie strength ≥ 20)

‘불공평하게 느끼는’, ‘나쁜’, ‘짜증스러운’과 같은 정서를 가장 높은 빈도로 경험하였고 ‘적대적인’, ‘경멸스러운’과 같은 강한 정서도 자주 경험하는 것으로 나타났다. 따라서 정치인들에 대한 정서적 반응도 전반적으로 매우 부정적이라고 할 수 있다.

다음 장에 제시할 연예인 정서 연결망과 비교했을 때, 정치인 정서 연결망에는 부정적 정서가 더 많이 포함되었을 뿐만 아니라 연결망의 밀도도 높아서 부정적 정서끼리 더 강하게 연결되어 있음을 알 수 있다. 또한 시기심에 관련된 반응보다는 전반적인 부정적 정서를 나타내는 노드가 많이 포함되어 있다는 점에서도 연예인에 대한 정서 연결망과 차이를 보인다.

6.3. 결과: 연예인에 대한 고정관념

6.3.1. 연예인 인지 연결망의 양가적 속성

그림 5는 연예인의 인지 연결망을 연결 강도 60 이상에서 표현한 것이다. 인지 연결망에 포함된 특성 항목의 수는 57개이다. 그 중 긍정적인 특성 항목은 22개(38.6%)이고 부정적인 특성 항목은 27개(47.4%)이며 중립적인 특성 항목은 8개(13.7%)로 나타났다. 연예인에 대한 인지적 표상의 내용이 긍정적 특성과 부정적 특성을 비슷한 수준으로 포함하고 있는 것을 알 수 있다.

연예인 인지 연결망의 중요한 구조적 특징은 중심

에 긍정적 특성 항목들이 위치하고 그것들을 부정적 특성들이 원형을 그리며 둘러싸고 있다는 것이다. 이는 연예인에 대한 인지적 표상의 가장 핵심에 긍정적 특성들이 존재한다는 것을 보여주는 것과 동시에 연예인에 대한 사람들의 평가가 양가적(ambivalent)임을 드러내는 것이다.

중심에 있는 긍정적 특성들을 살펴보면, ‘매력적인’, ‘화려한’, ‘세련된’, ‘예쁘고 잘 생긴’ 등의 외모와 관련된 특성들과 ‘외향적인’, ‘열정적인’, ‘자신감이 있는’, ‘활발한’ 등의 외향적인 성격과 관련한 특성들이 포함되어 있다. 또한 ‘끼가 많은’, ‘자신감이 있는’, ‘돈을 많이 버는’, ‘말을 잘 하는’, ‘재치 있는’과 같은 능력과 관련한 특성들도 연예인의 특성으로 인식되고 있음을 알 수 있다. 이런 긍정적 특성들이 사람들이 쉽게 떠올리는 연예인의 핵심 특성이라고 할 수 있다.

그런데 중심부에 위치한 긍정적 특성들을 둘러싸고 있는 나머지 특성 항목들은 대부분 부정적이다. ‘이중적인’, ‘순수하지 않은’, ‘사치스러운’, ‘욕심이 많은’, ‘까다로운’, ‘교양이 없는’, ‘학력 수준이 낮은’, ‘사생활이 문란한’, ‘돈을 쉽게 버는’ 등의 다양한 부정적 특성이 연결망의 외곽에 포진하고 있다. 그림 5에서 제시한 연결망이 연결 강도 60을 기준으로 도출된 점을 고려할 때, 중심을 둘러싸고 있는 부정적인 특성들은 중요도가 낮은 주변적 특성이 아닌 중심에 위치한 가장 중요한 핵심 특성과 밀접하게 연결되어 있는 주요 특성들이다.



Figure 5. Cognitive network of entertainers
(tie strength ≥ 60)

종합하면, 연예인에 대한 인지적 표상의 두드러진 특성은 양가적인 속성으로 인지 연결망의 중앙에는 긍정적 특성들이 자리 잡고 있으나 부정적 특성들이 연결망의 주요 구성 요소로서 긍정적 특성을 둘러싸고 있다.

6.3.2. 연예인 정서 연결망

연예인에 대한 양가적인 평가는 사람들이 연예인에 대해 경험하는 정서를 바탕으로 도출한 연결망(그림 6)에서도 엿볼 수 있다. 연예인에 대한 정서 반응이 구성하는 연결망을 연결 강도 20 이상에서 도출하였는데¹¹⁾, 중심에 긍정적 정서들이 있고 바깥쪽에 부정적 정서들이 있는 것을 볼 수 있다. 이는 연예인 인지 연결망의 특징과 유사하다.

연결망의 중심에 ‘즐거워’, ‘긍정적인’, ‘좋은’ 등의 긍정적 정서들이 위치하는 것을 보면 사람들이 연예인에 대해 느끼는 핵심 정서는 대부분 긍정적이라고 볼 수 있다. 반면 정서 연결망에 ‘불공평하게 느끼는’, ‘열등감을 느끼는’, ‘샘이 나는’의 부정적인 정서들도

11) 그림 6의 정서 연결망은 연결 강도 20을 기준으로 한 것으로 그림 5의 인지 연결망의 연결 강도 60에 비해 연결 강도가 상당히 낮다. 이것은 응답자들이 연예인에 대해 많은 정서적인 반응 보이지 않았다는 것을 의미한다.

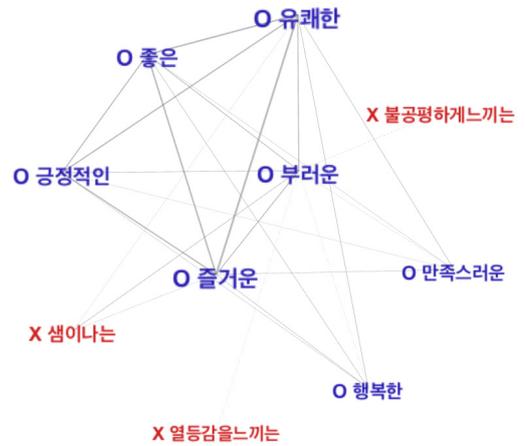


Figure 6. Affective network of entertainers
(tie strength ≥ 20)

일부 연결망 외곽에 나타난 것을 볼 수 있는데, 특이한 점은 여기에 포함된 부정적인 정서들이 모두 시기심과 관련된 정서들이라는 것이다. 정치인과는 달리 연예인을 떠올렸을 때 사람들은 ‘부정적인’, ‘나쁜’, ‘경멸스러운’, ‘화난’ 등과 같은 정서보다는 시기심과 관련된 부정적 정서를 더 경험한다고 볼 수 있다.

6.4. 정치인과 연예인에 대한 고정관념의 내용과 이상적 공인에 대한 기대

정치인이나 연예인의 표상과 이상적 공인의 표상이 얼마나 유사한지 살펴보기 위해 각 집단의 연결망에 포함된 핵심 특성들을 비교해 보았다.

이상적 공인의 표상에는 부정적 특성이 나타나지 않았는데 이런 부정적 특성들이 정치인 연결망에서는 전체 특성의 66%를 차지하는 것으로 드러났고 연예인 연결망에서는 47.4%의 비중을 차지하고 있었다. 따라서 이상적 공인의 특성으로 적합하지 않은 특성들이 정치인과 연예인의 고정관념의 내용에 많이 포함되어 있다고 볼 수 있다. 이상적 공인과 연예인의 연결망에 공통적으로 포함된 긍정적 특성은 17개로 이는 연예인의 인지 연결망의 29.8%에 해당한다. 이상적 공인과 정치인의 연결망에 공통적으로 포함된 특성은 8개였는데 이것이 정치인의 표상에서 차지하

는 비중은 17.8%였다.

부록 표 2에는 이상적 공인과 정치인, 연예인의 인지 연결망에 포함된 특성들을 그 출현 빈도를 기준으로 나열하였다. 즉, 많은 응답자들이 가장 높은 빈도로 각 집단의 특성으로 선택한 것들을 순서대로 나열하였으므로 표의 상단에 놓일수록 핵심 특성이라고 볼 수 있다. 정치인의 핵심 특성에 비해서 연예인의 핵심 특성은 상대적으로 더 많은 공인의 특성을 공유하고 있지만 전반적으로 정치인과 연예인의 인지 연결망이 바람직한 공인에게 기대하는 특성들로 구성되어 있다고 보기 어렵다.

공인의 정서 연결망과 정치인의 정서 연결망의 내용 간에는 극명한 차이가 있다. 전자에는 ‘좋은’, ‘만족스러운’, ‘긍정적인’ 등의 7개의 긍정적 정서들만 포함되어 있는 반면, 후자에는 예외 없이 모두 부정적인 정서들만 나타났다. 정치인에 대한 사람들의 평가나 정서적 반응은 이상적 공인에 대한 평가나 정서적 반응과 정반대라고 할 수 있다. 또한 사람들이 연예인에게 느꼈던 시기심 관련 정서들도 공인의 정서 연결망에는 나타나지 않아서 공인에 대해서는 응답자들이 ‘샘이 나는’, ‘열등감을 느끼는’과 같은 부정적 정서를 경험하지 않는 것을 알 수 있다.

7. 종합 논의

사람들은 정치인과 연예인을 대표적인 공인으로 인식하고 있었다. 그리고 이런 공인들에게 사람들이 기대하는 바는 예의, 신뢰, 배려, 자신감, 능력, 도덕, 성실, 친절, 열정과 같은 특성들이었다. 그런데 정치인이나 연예인에 대한 사람들의 평가는 이상적 공인에게 기대하는 특성이나 행동양식과 많은 차이를 보였다.

이상적 공인의 인지적 표상이 제시하는 특성들은 사익보다 공익을 추구해야 하는 정치인에게 사람들이 기대하는 핵심적 자질이라고 할 수 있다. 그러나 인지적 표상에 드러난 정치인의 모습은 권위적이고 계산적이며, 욕심이 많고 순수하지 못하고 거만한 것으로 나타났다. 정치인에 대한 고정관념을 구성하는 47개의 특성 중 단지 7개의 특성만이 공인의 특성이었다. ‘돈을 많이 버는’, ‘말을 잘 하는’, ‘자신감 있는’ 등과 같은 일부 긍정적 특성들도 부정적인 특성들과 밀접하게 연결되어 있어서 좋은 의미로 해석하기 어렵다. 정치인의 정서 연결망에 포함된 항목들도 예외 없이 모두 부정적인 정서였다.

사회적 고정관념은 서술적인 고정관념과 규범적인 고정관념으로 구분될 수 있다(Eagly & Karau, 2002; Heilman, 2001; Gill, 2004). 서술적 고정관념(descriptive stereotypes)은 정치인의 현재 모습에 대한 지각으로 ‘정치인은 비도덕적이다’라고 생각하는 것이고 규범적인 고정관념(prescriptive stereotypes)은 정치인에게 사람들이 기대하는 특성으로 ‘정치인은 도덕적이어야 한다’라고 생각하는 것이다. 이상적 공인에 대한 인지적 표상이 바로 정치인에 대한 규범적 고정관념이라고 할 수 있는데, 본 연구의 결과 이것과 정치인에 대한 서술적 고정관념, 즉 정치인에 대한 인지적 표상 사이에 큰 차이가 있다는 것을 알 수 있었다. 정치인에 대한 실제 평가는 다양한 측면에서 매우 일관적으로 부정적이었는데 이는 우리 사회에 만연한 정치에 대한 불신을 반영한 것이라고 하겠다(김묘성 등, 2002; 김의철, 박영신, 2004).

연예인을 생각했을 때 많은 사람들이 떠올리는 긍정적 특성은 화려함과 수려한 외모, 활발함, 자신감, 재능, 개성과 관련된 것들로 이상적 공인의 표상에서 주로 도덕성과 따뜻한 인품, 일을 수행하는 능력과 성실함이 강조되는 점과 대조를 이룬다. 연예인의 핵심 특성들에 열정과 자신감, 외향성과 같은 이상적 공인의 몇몇 특성이 포함되어 있었지만 전체적으로 보았을 때, 두 집단의 인지적 표상에 포함된 긍정적 특성들의 내용은 매우 상이하였다.

게다가 공인의 특성으로 적절하지 않은 이중성, 사치, 향락, 욕심, 거만, 이기심과 같은 부정적 특성들이 연예인의 인지적 표상을 이루는 구성 요소들의 절반을 차지하고 있다. 연예인에 대해 사람들이 가지고 있는 고정관념의 내용은 긍정적인 핵심 특성들이 다른 부정적인 특성들과 복잡한 연결을 통해 연합된 양가적인 속성을 가지고 있었다.

대중이 떠올리는 연예인의 모습에는 긍정적인 평가와 연예인을 폄하하는 경향성이 공존하고 있다. 사람들은 연예인이 화려하지만 사치스럽다고 생각한다. 그들이 수려한 외모를 가졌다고 평가하지만 동시에 사람들은 그들이 그런 외모를 성형을 통해 얻었을 것이라고 추측한다. 또한 사람들은 자신감 있고 열정적인 연예인의 모습과 함께 이중적이고 위선적인 연예인의 모습을 떠올린다. 연예인에 대한 정서 반응으로 가장 많은 응답자들이 선택한 것은 ‘유쾌한’, ‘즐거운’, ‘부러운’, ‘좋은’의 순이었지만 ‘불공평하게 느끼는’, ‘샘이 나는’, ‘열등감을 느끼는’과 같은 부정적인

정서도 부분적으로 경험하는 것으로 나타났다.

그런데 사람들이 연예인에게 이상적 공인의 특성을 얼마나 기대할 것인지 질문할 수 있다. 사람들이 연예인에게 기대하는 핵심적 자질은 연예인에 대한 규범적 고정관념이라고 할 수 있다. 예를 들어, ‘배우는 연기를 잘 하고 매력적이어야 한다’고 생각할 수도 있고 대표적인 공인인 ‘배우는 도덕적이어야 한다’고 생각할 수도 있다. 본 연구에서 나타난 공인의 표상은 국가와 사회를 위해서 일하는 직업을 가진 정치인에게 국민들이 기대하는 특성들로 구성되어 있는데 이런 특성들을 예술적 감동을 전달하는 직업을 가진 연예인에게도 동일하게 기대할지는 의문이다. 사람들이 연예인에 가지고 있는 규범적 고정관념의 내용이 이상적 공인의 특성과 얼마나 일치하는지에 대해서는 추후 연구가 필요하다.

본 연구에서는 이상적 공인과 실제 공인의 특성에 대해 사람들이 어떤 평가를 내리는지 알아보았다. 최근 연예인의 지위와 사회적 영향력은 눈에 띄게 향상되었다. 특히 한류로 총칭되는 그들의 문화적 영향력이 국내를 넘어서 국외까지 확장되면서, 국가 기관이 ‘한류를 통한 문화콘텐츠 공유 확대’를 주요 사업으로 지정할 만큼 연예인의 역할은 국가의 소프트파워 향상에까지 확대되었다. 본 연구에서 연예인에 대한 고정관념을 공인에 대한 기대와 비교한 점은 이전 연구에서 시도하지 않았던 것인데 앞으로 연예인에 대한 더 많은 연구가 필요하다. 아울러 본 연구에서 제시한 이상적 공인의 표상은 정치인의 역할에 중요한 시사점을 제공할 것이다.

본 연구가 가진 제한점과 후속 연구에 대한 제안은 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 응답자들은 20대 초반의 대학생들이었다. 다양한 연령층을 포함했을 때, 각 집단에 대한 인지적 표상의 내용이 달라질 가능성이 충분히 있다. 따라서 후속 연구에서 연령에 따른 고정관념의 변화를 살펴보는 것이 필요하다.

둘째, 사회연결망 분석의 속성을 고려했을 때, 같은 개념을 측정하는 특성들을 ‘신뢰할 수 있다’, ‘믿을 수 없다’와 같이 긍정적 특성과 부정적 특성으로 중복해서 광범위하게 측정하는 것이 필요하다. 긍정적 특성이나 부정적 특성 어느 한쪽으로만 특성 항목을 제시하면 연결망에 포함되지 않은 특성들을 파악하는데 어려움이 있다.

셋째, 앞서 언급했듯이, 정치인과 연예인에 대한 규

범적 고정관념의 내용이 서술적 고정관념의 내용과 얼마나 일치하는지, 또 이것들이 이상적 공인의 표상과 얼마나 유사한지 살펴보는 것도 두 사회 집단에 대한 사람들의 기대와 평가를 이해하는데 도움이 될 것이다.

REFERENCES

- Abelson, R. P., Kinder, D. R., Peters, M. D., & Fiske, S. T. (1982). Effective and semantic components in political person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 619-630.
- Breckler, S. J. & Wiggins, E. C. (1989). Affect versus evaluation in the structure. *Social Psychology*, 25, 253-271.
- Chang, J. O. (2005). Legal issues on exclusive contract: Focused on entertainer exclusive management contract (전속계약에 관한 소고: 연예인 전속매니지먼트계약을 중심으로). *Chung-Ang Law Review*, 7, 197-228.
- Choi, Y. J. & Park, D. J. (2012). The difference of image formation between politicians and CEOs: The effects of cognitive and emotional factors (정치인과 CEO의 이미지에 관한 연구: 인지적, 감정적 요소의 구성과 효과). *Journal of PR Research*, 16, 249-271.
- Chong, K. S. (2007). The requirements and resources for infringement on the right of portrait(초상권의 침해요건과 구제방법). *Justice*, 98, 122-146.
- Chung, E. K., Jung, H. S., & Sohn, Y. W. (2011). Do liberals and conservatives use different moral foundations: Their schemas for Yon-san tragedy (진보와 보수의 도덕적 가치 판단의 차이: 용산 재개발 사건을 중심으로). *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 25, 93-105.
- Cuddy, A. J., Fiske, S. T., & Glick, P. (2007). The BIAS map: behaviors from intergroup affect and stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 31-648.
- Cuddy, A. J., Fiske, S. T., & Glick, P. (2008). Warmth and competence as universal dimensions of social perception: the stereotype content model and the BIAS map. *Advances in Experimental Social Psychology*, 40, 61-149.
- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi.

- D., Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2009). New measures of well-being: Flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research*, 39, 247-266.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Ft. Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109, 573-598.
- Fiske, S. X., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*. New York: McGraw-Hill.
- Gill, M. J. (2004). When information does not deter stereotyping: prescriptive stereotyping can foster bias under conditions that deter descriptive stereotyping. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, 619-632.
- Ha, S. R., Kim, B. J., & Kim, M. C. (2013). Understanding public figure: Punishment and forgiveness on an illegal behavior (공인(公人)의 개념과 위법행위에 대한 처벌과 용서). *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 27, 67-84.
- Hahn, D. W. (1994). A survey of important social problems in Korean society (한국 사회 문제에 대한 국민의 지각). *Korean Journal of Psychology: Social Issues*, 1, 20-53.
- Hahn, D. W. & Kang, H. J. (2000). A survey of important social issues in Korean society(Ⅱ): The comparison with the results obtained in 1994 (한국 사회에서 사회 문제의 지속과 변화: 1994년과 비교). *Korean Journal of Psychological and Social Issues*, 6, 15-37.
- Heilman, M. E. (2001). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organization ladder. *Journal of Social Issues*, 57, 657-674.
- Heo, J. (2002). The 'Hanliu(Korean Syndrome)' phenomenon and the acceptability of Korean TV dramas in China (중국의 '한류(韓流)' 현상과 한국 TV 드라마 수용에 관한 연구). *Korean Journal of Broadcasting*, 16, 496-529.
- Hilton, J. L. & Von Hippel, W. (1996). Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 47, 237-271.
- Hogg, M., Terry, D., & White, K. (1995). A tale of two theories: A critical comparison of identity theory with social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 58, 255-269.
- Hwang, S. W., Yoon, Y. S., & Sohn, Y. W. (2007). Eliciting mental models for mobile device purchase decision making (모바일 기기 구매 의사결정에 관한 멘탈 모델의 추출). *Korean Journal of the Science of Emotion and Sensibility*, 10, 23-36.
- Jeong, S. M. & Park, Y. J. (2009). A study on conditional effects of a suicide report on suicidal risk in undergraduates (자살보도가 자살위험성에 미치는 조건적 효과에 관한 연구). *Korean Police Studies Review*, 8, 153-182.
- Jung, H. S. (2006). The effects of consumer's perception of Korean Wave(Hallyu) on Korean product purchase and country image in Chinese market (중국시장에서 소비자의 한류지각이 한국 상품구매 및 국가이미지에 미치는 영향). *Journal of Consumer Studies*, 17, 79-101.
- Katz, D. & Braly, K. (1933). Racial stereotypes of one hundred college students. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290.
- Kim, H. S. (1999). Stereotypes, affect and prejudice regarding group category (집단범주에 대한 고정관념, 감정과 편견). *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 13, 1-33.
- Kim, M. S., Kim, U., & Park, Y. S. (2002). Perception of attitudes towards political leaders among Korean adolescents: An indigenous perspective (한국 정치지도자의 문제점과 자질에 대한 청소년의 표상: 토착심리학적 접근). *The Korean Psychological Association Annual Conference Proceedings*, 327-333.
- Kim, U. C. & Park, Y. S. (2004). The social representation and trust of Korean society and people: Indigenous psychological analysis of the perception of Korean adolescents and adults (한국 사회와 사람에 대한 사회적 표상과 신뢰: 청소년과 성인의 지각을 통해 본 토착심리 분석). *Korean Journal of Psychological and Social Issues*, 10, 103-129.
- Kim, Y. H. (2011). *Social network analysis* (사회연결

- 망 분석). Seoul: Pakyoungsa.
- Kunda, Z. & Sherman-Williams, B. (1993). Stereotypes and the construal of individuating information. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, 90-99.
- Lee, B. H. (2012). The personal rights of public person and the freedom of speech (공인의 인격권과 표현의 자유). *Seoul Law Review*, 20, 43-77.
- Lee, J. J. (2003). Understanding the public figure in Korean broadcast: A review on the libel cases (방송에서의 '공인'의 의미에 대한 법제론적 고찰: 명예훼손 관련 판례 분석을 중심으로). *Journal of Media Economics and Culture*, 1, 107-144.
- Lee, J. J. (2004). Making a balance between press freedom and reputational rights of celebrities (연예인 관련 언론소송에 나타난 한·미간의 위법성조각사유에 대한 비교연구: '공인이론'과 '알권리'를 중심으로). *Korean Journal of Broadcasting*, 18, 7-50.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Transaction Publishers: Brunswick, NJ.
- Macrae, C. N. & Bodenhausen, G. V. (2000). Social cognition: Thinking categorically about others. *Annual Review of Psychology*, 51, 93-120.
- Madon, S. (1997). What do people believe about gay males? A study of stereotype content and strength. *Sex Roles*, 37, 663-685.
- Olson, J. M. & Zanna, M. P. (1993). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 44, 117-154.
- Park, J. J., Kim, E. J., Kim, Y. M., & Lee, S. Y. (2008). The effectiveness of star marketing (연예인과 제품과의 관련 형태에 따른 구매의도 효과 차이). *Journal of Communication Science*, 8, 177-206.
- Rothbart, M. & Park, B. (1986). On the confirmability and disconfirmability of trait concepts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 131-142.
- Smith, R. H., Parrott, W. G., Ozer, D., & Moniz, A. (1994). Subjective injustice and inferiority as predictors of hostile and depressive feelings in envy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 705-711.
- Stangor, C. & Lange, J. E. (1994). Mental representations of social groups: Advances in understanding stereotypes and stereotyping. In Zanna, M. P. (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 26). San Diego, CA: Academic Press.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42, 35-67.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications* (Vol. 8). Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.
- Yu, S. Y. & Kim, E. H. (2005). The effects on message sources, model recognition and appeal type in advertising of medical advertisement (광고정보원 유형과 모델 인지도 및 소구 방법에 따른 의료광고효과). *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 6, 41-59.
- Yun, S. O. (2007). Study on the characteristic of media lawsuits by public figures and the tendency of the court decisions in Korea: Focusing on the decision about defamation of politicians and senior government officials since 1989 (공인의 미디어 소송 특징과 국내 판결 경향에 관한 연구: 1989년 이후 정치인 및 고위 공직자 명예훼손 판례를 중심으로). *Journal of Communication & Information*, 40, 150-191.
- Zebrowitz, L. A. (1996). Physical Appearance as a basis of stereotyping. In Macrae, C. N., Stangor, C., & Hewstone, M. (Eds.), *Stereotypes and stereotyping*. New York: Guilford Press.

원고접수: 2013.05.14

수정접수: 2013.05.27

게재확정: 2013.06.30

| | | | |
|----|---------|-----------------|-----------------|
| | 개방적인 | 남의 영향을 받기쉬운 | 까다로운 |
| | 말을 잘하는 | 부러움의 대상인 | 끈질긴 |
| | 외향적인 | 유쾌한* | 관대하지 않은 |
| | 활발한 | 이중적인 | 능력 있는* |
| | 솔직한 | 순수하지 않은 | 사치스러운 |
| | 재치 있는 | 외로운 | 인기에 집착하는 |
| | 창의적인 | 사치스러운 | 경계심이 많은 |
| | 유쾌한 | 비밀스러운 | 물질 만능주의적인 |
| | 행복한 | 감정의 기복이 심한 | 불만스러워하는 |
| | 개성 있는 | 향락적인 | 돈을 쉽게 버는 |
| | 자기애가 강한 | 까다로운 | 구식인 |
| | 세련된 | 능력 있는* | 명석한* |
| | | 잘난척 하는 | 외향적인* |
| | | 욕심이 많은 | 무책임한 |
| | | 거만한 | 융통성이 없는 |
| | | 불안한 | 신경질적인 |
| | | 돈을 쉽게 버는 | 향락적인 |
| | | 사생활이 문란한 | 남의 영향을 받기 쉬운 |
| | | 끈질긴 | 독립심이 있는* |
| | | 질투심이 많은 | 지루한 |
| | | 경계심이 많은 | 싸가지가 없는 |
| | | 학력수준이 낮은 | 질투심이 많은 |
| | | 우울한 | 화려한 |
| | | 독립심이 있는* | 못된 |
| | | 교양이 없는 | |
| | | 이성에게 치근대는 | |
| | | 창의적인* | |
| | | 속물스러운 | |
| | | 관대하지 않은 | |
| | | 신경질적인 | |
| | | 머리가 나쁜 | |
| | | 위선적인 | |
| | | 이기적인 | |
| | | 충동적인 | |
| 낮음 | | 괴짜인 | |
| | | 물질 만능주의적인 | |

* 정치인/연예인의 인지 연결망과 이상적 공인의 인지 연결망에 공통적으로 포함된 속성이다.