

명성의 지배서열: 유명인의 몰락을 대하는 진화심리 연구

조정열

숙명여자대학교 홍보광고학과 교수

Hierarchy of Reputation: Evolutionary psychology toward fall of famous people

Jung-Yul Jo

Dept. of PR & AD, Sookmyung Women's University

요 약 이 연구는 명성에 대한 진화심리학적 접근을 시도한다. 학제적 분석을 통해 명성에 대한 새로운 이해와 피알이론개발의 토대를 마련하는 것이 목적이다. 그 첫 단계로 *Tall Puppy Scale*을 활용해 유명인에 대한 한국인의 일반적 태도를 측정한다. 유명인에 대한 지지보상과 몰락선호를 검증하고 한국의 결과를 호주의 것과 설문을 통해 비교한다. 성공한 유명인들에 대한 한국인들의 태도는 호주인들보다 첨예했다. 포용성은 낮았고, 공격성은 높았다. 보상선호와 몰락선호를 함께 고려했을 때 한국인의 명성서열심리는 호주인들보다 6배 이상 공격적이었다. 명성서열심리를 설명하는 제1변수는 자존감이었다. 자존감이 높은 사람들은 성공한 유명인에 대해 관대하고 그들의 사회적 필요성에도 공감하고 있었다. 남성보다 여성이, 나이가 많을수록, 친구가 적을수록, 의사표현에 소극적일수록, 그리고 느끼는 경쟁이 치열할수록 유명인에 대한 공격성향이 강한 것으로 드러났다. 개인의 자존감은 명성의 진화심리를 이해하는 핵심 척도였다.

주제어 : 명성, 진화심리, 지배서열, 명성서열, 몰락선호

Abstract This is a study of reputation from the perspective of evolutionary psychology. To start a theory building process in PR, Tall Puppy scale is examined using dominance hierarchy and reputation hierarchy. Tall Puppy scale is a measure toward highly successful, thus famous people. when they fall. The result showed that Koreans have negative attitude toward famous people 8times more and prefer their fall than Australians. The number one variable to explain the psychology of reputation hierarchy was self-esteem. It was strongly correlated with reputation hierarchy attitude. People with higher self-esteem were more generous about famous figures when people with low self-esteem prefer more the fall of tall puppies. A discussion for reputation hierarchy theory is followed.

Key Words : Reputation, Evolutionary psychology, Dominance Hierarchy, Reputation Hierarchy, Favor Fall

1. 서론

우리 속담에 “사촌이 땅을 사면 배가 아프다”는 말이 있다. 왜 아플까? 진화심리학적 관점에서 보면 보통은 사촌이 땅을 살 때뿐 아니라 유명해지거나 높은 자리에 오를 때도 발생할 수 있다. 내 상대적 지배서열(Dominance Hierarchy)이 하락하기 때문이다. 성공한 유명인의 몰락

은 많은 사람들의 관심을 받을 뿐 아니라, 적극적 지지를 받기도 한다. 그 사람의 추락은 많은 이들의 상대적 지배서열 상승을 의미할 수 있기 때문이다.

이 연구는 진화심리학적 접근을 시도한다. 학제적 분석을 통해 명성에 대한 새로운 이해와 이론개발의 토대 마련이 최종 목적이다. 그 첫 단계로 *Tall Puppy Scale*을 활용해 유명인에 대한 한국인의 일반적 태도를 측정한다.

*Corresponding Author : Jung-Yul Jo(jojujungyul@gmail.com)

Received October 23, 2018

Accepted December 20, 2018

Revised November 27, 2018

Published December 28, 2018

호주에서 연구가 처음 진행된 이후, 일본에서 비슷한 연구가 이뤄졌지만 한국에서의 비교분석을 통해 연구의 유용성을 보강할 수 있을 것이다.

한국의 피알 연구가 본격적으로 시작된 것은 1997년부터로 보는 것이 정설이다. 한국피알학회(당시 한국홍보학회)가 발족하고 최초의 피알 연구 전문학술지인 홍보학연구가 창간된 시점이기 때문이다. 그보다 이전에 발표된 논문들은 질적 양적으로 미미했다. 수적으로 매우 적을 뿐 아니라, 그 내용 역시 피알이 무엇이고 어떤 활동인지를 소개하는 수준에서 크게 벗어나지 못한 경우가 많기 때문이다. 한국피알학회에서 최근 발간한 “한국의 PR연구 20년”[1] 역시 1997년을 출발점으로 삼고있다.

한국피알산업과 연구의 발전은 그 역사가 길지 않다. 경제활동으로서 피알(홍보)의 태동과 발전은 한국경제의 국제화를 배경으로 한다. 피알산업의 성장은 1986년 아시안게임과 1988년 서울올림픽이 중요한 계기였다. 인터넷의 확산에서 비롯된 1990년대 말 벤처 붐 또한 피알산업의 확산에 크게 기여했다. 응용사회과학으로 피알연구는 산업발전으로 촉발됐다. 본격적이고 전문적 피알에 대한 학술연구는 1990년대 말 이전에는 불가능했다고 보는 게 타당하다.

피알분야의 성장은 1997년 이래 20여년만에, 관련 전공이 설치되지 않은 국내 종합대학이 거의 없을 정도로, 급속히 이뤄졌다. 관련연구도 양적 질적으로 팽창했다. 피알연구자들은 독자적 정체성을 확보하기 위해 노력해왔다. 사회학, 심리학, 경영학, 언론학 등 관련분야 연구 이론들을 접목하려는 노력도 계속돼왔다. 짧은 역사를 감안하면 놀라운 수준이다.

하지만 여전히 한국의 피알연구는 셋방살이중이다. 독자적 이론과 방법론을 제시하는 데 성공적이지 못했기 때문이다. 특히 독자적 이론의 빈곤은 학문분야의 독립성에 반드시 필요한 요소인데도 피알연구자들의 관심이 부족했던 것이 사실이다. 이는 많은 신생 학문의 자연스런 초기 모습이기도 하다. 사실, 커뮤니케이션학 자체도 초기에는 “피난민의 학문”으로 불렸다[2]. 하지만 초기 분야라 독자적 이론이 많지 않은 것과는 별개로, 피알연구자들이 이론개발연구에 소극적인 것은 가벼운 문제가 아니다. 퍼거슨(1984)은 1975-1984, 10년간 <<PR Review>>에 게재된 171편에 대한 ‘방향제시형’ 메타분석을 발표했다[3]. 그는 이 논문에서 미국 피알연구의 왜곡된 구조를 고발했다. 외향적이고 기능적인 연구에만

편중되 있었기 때문이다. 피알이론 개발 목적의 논문이 전체연구의 4%에 불과했다. 이런 모습은 현재 한국의 피알연구도 크게 다르지 않다. 피알 핵심이론들의 확장에 대한 노력이 부족하다는 점과 융합적 접근이 미약하다는 점은 현재까지도 많은 연구자들이 지적하는 과제다. 조정열은 단기간에 발전한 한국의 피알연구가 지나친 미국 의존적 논의 구조와 당면한 불확실성에 흔들리고 있다고 진단했다[4]. 이질적 분야간 교류와 독자적 이론개발을 지속적으로 추진해야 한다고 주장했다. 한국피알학회장을 역임한 17인의 피알 학자들 역시 이 문제를 핵심과제로 지적했다. 구술 형식으로 정리된 김병희의 보고에 따르면, 네 가지로 요약한 한국피알연구의 당면과제는 학문의 독자성 구축, 피알 전문직의 정립, 피알학의 지평확장, 그리고 융복합적 접근이다[1]. 융복합적 접근을 통한 피알연구의 독자적 이론과 방법론의 구축은 학문의 독자성을 구축하고지평을 확장할 수 있다는 점에서 역대피알학회장들이 제시한 과제들의 핵심이라 할 수 있다. 요컨대 독자적인 이론과 방법론의 개발은 피알연구의 발전과 학술분야로서 정체성확립을 위한 핵심 주제다. 특히 학제간 융복합적 접근을 통한 새로운 관점의 이해가 요구된다.

Table 1. Theories most used in Korean PR research

Theory	Frequency
Public-Relationship theory	10
Crisis Communication theory	10
Contingency theory	9
Co-Orientation theory	5
Third Person Effect	5
4 Models of PR	4
Excellence theory	3
Integrated Marketing Communication	3
Attribution theory	3
Framing theory	3

2. 선행연구

이 연구는 피알이론개발의 토대마련을 위해 진화심리학적(Evolutionary Psychology) 접근을 시도한다. 진화심리학의 기본 전제는 우리 신체 기관이 환경 적응의 산물이라는 진화생물학의 관점을 심리기제에도 적용한다.

짜짓기, 갈등해결, 경쟁과 전투, 협력 등에 나타나는 인간의 행태가 생존에 최적화 된 방향으로 진화해 온 심리 작용 결과란 것이다. 윌슨(Edward Wilson)은 1975년 진화심리학 연구에 기념비적 저서 “사회생물학”(Sociobiology: The new synthesis)에서 ‘인간 심리는 진화심리’라는 명제를 발표한다[5]. 하지만 진화심리학은 1990년대까지만 해도 그리 주목 받지 못 했었다. 심리학계 안에서도 소수파였고, 부정적인 시각과 비판이 더 많았다[6]. 그러나 현재는 심리학의 분과를 넘어 정치학, 경제학, 경영학, 법학에 이르기까지 폭 넓은 학술적, 사회적 주목을 받고 있다. 큰코는 진화심리학이 1990년대 이래 수많은 경험적 연구의 축적을 통해 주류이론으로 부각했다고 정리했다[7].

상대적으로 미약하지만, 한국에서도 적지 않은 학술적 시도가 이어져왔다. 한국의 진화심리연구가 시작된 것은 2000년 이후로 보는 것이 타당하다. 한국의 대표적 학술 논문 데이터베이스 3곳에서 검색되는 진화심리 논문은 그리 많지 않다. 이 연구를 위해 검색한 학술논문 데이터베이스 세 곳은 KISS, DBpis, e-article 이다. 제목이나 부제에 ‘진화심리’가 포함된 논문은 (중복을 제외하면) 총 30편이다. 그 중 가장 빠른 것은 2006년에 발표된 강간의 진화심리(김성한) 연구다[8]. 나머지 대부분(23편)은 2010년 이후에 진행된 연구들이다. 한국에서 관련연구가 2010년 이후 급증한 것은, 세계적 현상이기도 하지만, 2009년 발간된 최재천의 “21세기 다윈 혁명”이 사회적, 학술적으로 주목을 받은 것도 주요 원인이다.

한국 진화심리연구의 특징은, 심리학의 한 분야로서보다, 학제적 접근이 많다는 것이다. 사회학, 경영학, 문학, 건축학 등 다양한 분야에서 학술적 접근이 이뤄지고 있다. 흥미로운 특징 또 한가지는 관련 논문 중 철학 전공자들의 연구가 가장 많다는 점이다. 관련 연구 30편 중 9편이 철학분야에서 이뤄졌다. 이는 과학과 종교의 소통을 시도했다고 평가되는 학자들의 진화심리 토론에 자극 받은 현상으로 보인다[9]. 철학 다음으로 진화심리 연구가 이뤄진 분야는 조형 디자인(건축)으로 6편이다. 다음이 심리학 3편, 사회학과 경영학 문학이 각 2편씩 이었다.

진화심리학적 시각에서 명성이나 커뮤니케이션 현상을 연구한 경우는 매우 드물다. 미디어 커뮤니케이션의 폭발적 성장이 진화심리에 어떤 효과를 갖는지를 분석한 안도현의 연구는 그 초점이 적응 전략으로서의 ‘인지능력’에 있다[10]. 미디어의 등장때문에 유래 없이 발달한

정보의 복잡성은 인지능력을 발달시킬 수도, 파괴할 수도 있다. 논문에 따르면 미디어는 ‘실탕’과 같이 에너지원이지만 잘 못 쓰면 비만 같은 부작용을 초래할 수 있다. ‘마약’ 같이 당장은 즐거움을 주지만 장기적으로 심신을 파괴할 수 있는 것도 사실이다.

명성(평판)은 사회생활을 하는 인간의 생존에 중요한 자원 중 하나다. 이홍표와 한성열은 진화적 차원에서 사회적 명성(평판)의 구성요소들을 연구했다[11]. 명성의 다섯 가지 요인들을 - 책임감, 이타성, 신뢰성, 능력유능감, 외모유능감 - 확인한 이 연구는 진화심리학적으로 평판의 사회적 의미를 강조했다. 연구자들에 따르면, 명성은 사회적 교환 상황에 대처하기 위해서, 특히 잠재적인 사기꾼을 탐지하기 위해 사회적으로 진화했다. 나쁜 평판은 높은 변절가능성을 의미해서 협동과 연대대상에서 제외되고, 생존이나 번식, 배우자와 지위 획득에 제한을 받는다. 당연히 좋은 평판은 더 많은 기회와 지위상승을 의미한다[12]. 특히 영장류의 위계 서열은 신체 크기나 힘보다, 지지세력의 규모에 의해 결정되기 때문에 명성을 둘러싼 획득과 견제 전략은 사회적 지위획득에 핵심이라 할 수 있다[13].

이홍표와 한성열의 연구에서 한가지 눈길을 끄는 것은 유능감(능력과 외모)이 높을수록 자기중심성이 올라간다는 점이었다. 능력 있지만 자기중심적인 사람은 타인을 지배하거나 착취, 이용할 가능성이 크다. 유능하다는 것만으로는 사람들이 신뢰를 부여하지 않는 이유다. 그래서 성공한 동료들 깎아 내리고, 친밀한 관계를 맺는데 소극적인 심리도 발달해왔다. 심지어 지위가 높은 인물에게 시기를 느끼고 그들이 추락할 때 즐거워하는 심리도 함께 발달해왔다고 할 수 있다[14].

많은 분야에서 시도되고 있는 진화심리학적 접근을 통해 피알커뮤니케이션의 새로운 단면을 규명하는 것은 융복합적 관점에서, 그리고 피알이론의 발전을 도모한다는 점에서 유의미하다. 진화심리학이, 피알커뮤니케이션 연구의 입장에서 볼 때, 새롭고 이질적인 뿐 아니라 생물학에 기반한 자연과학적 접근이기 때문이다.

지배서열(Dominance Hierarchy)은 진화심리학에서 천착하는 주요 개념 중 하나다. 지위를 추구하는 것은 인간의 가장 대표적이고 보편적인 심리이기 때문이다. 이 논문은 진화심리학의 ‘지배서열’ 개념과 피알커뮤니케이션 연구의 핵심 개념인 ‘명성’을 함께 고찰하려 한다. 즉, 명성서열에 대한 연구라 할 수 있다.

지배서열은 집단운용 질서다. 집단 안에만 존재한다. 단독 개체일 때의 지배서열은 무의미하다. 제한된 자원과 짝짓기 대상에 대한 집단 내 접근우선순위를 의미한다. 지배서열은 한 개체가 다른 개체보다 더 높거나 낮은 수직 구조를 형성하고, 권위, 짝짓기, 소유, 명성 등의 우선권에 질서를 부여한다. 더 높은 지배서열은 더 다양한 선택과, 더 확실한 생존가능성을 의미한다. 더 높은 지배서열의 지향은 본능이다. 이는 전투를 통해서 가려지기도 하지만 인정, 지지, 도망 등의 방법을 통해 암묵적, 평화적으로 정리되기도 한다. 강자와 약자 모두 그것이 비용을 최소화하는 방법이기 때문이다. 거의 모든 동물이 그렇듯, 인간 사회도 모종의 지배서열을 형성한다. 다국적기업, 군대, 정부, 정당 등 공식 서열이 있고, 가족, 친구, 동호회 등 소규모 집단에도 비공식적이지만 지배서열이 만들어져 의사결정과정과 갈등최소화에 작용한다. Kalyvas는 모든 인간사회가 지배서열의 구성과 작용이 없다면 지속적 작동이 불가능하다고 주장한다[15].

지배서열의 학자들은 여러 모델을 제시했다. 다양한 모델들의 내용은 크게 두 가지의 차이가 있다. 첫째, 개체의 신체나 심리 등 선천적 조건을 강조하거나, 아니면 상호작용과 행태 같은 사회적 상황에 주목하는 것이다. 최근의 흐름은 두 가지 모두를 수용하는 통합의 방향으로 진행되고 있다. 두 번째 차이는 지배서열의 형성과 유지를 설명하는 기본 단위에 있다. 적지 않은 초기 연구들이 두 개체를 기본단위로 지배서열의 조건과 행태를 비교하는 방식을 선호했던 반면, 셋 이상 그룹의 상호작용에 보다 관심을 갖는 것이 최근 연구 추세로 보인다.

선천적조건모델(Prior Attribute model)은 개체가 소유한 유전적, 신체적, 심리적 특성이 지배서열을 결정짓는다는 이론이다[16-18]. 집단이 형성되는 즉시 또는 빠른 시간 안에 개체들 사이에 일정한 서열이 형성된다고 보는 것이다. 이 이론은 상호작용보다는 선천적 조건에 집중한다는 특징과 한계를 가지고 있다. 이와는 반대로 개체의 특성보다는 관계에 주목하는 주장이 조각퍼즐모델(Jigsaw-puzzle model)이다 [19]. 조각퍼즐모델은 개체의 특성보다 다수의 관계에 주목한다. 지배서열은 두 개체 사이에서만 존재하는 것이 아니고 여러 개체들 사이에 만들어진다는 점에서 진일보한 설명이라 할 수 있다.

다른 개체와 승리한 개체는 또 다른 개체를 만나도 승자효과(자신감)를 갖고 승리할 가능성이 높다. 패자도 한

번 패하고 나면 자신의 승률을 하향조정한다. 제3자 역시 승패를 목격한 뒤 스스로 승률판단에 변화가 생긴다. 이 승자패자구경꾼모델(Winner, Loser, Bystander Model)은 지배서열이 승자효과, 패자효과, 제3자효과의 영향을 받아 성립한다고 설명한다 [20]. 보다 정교해진 상호작용과정모델(The Interaction-Process Model)에서는 수직적 구조를 결정하는 것은 개체의 행태라는 것이 핵심이다. 여기서 개체의 행태는 개체 독립적 이라기보다 상호작용의 결과라는 것이 중요하다[21]. Gould는 개체의 특성과 상호작용을 통합해 인간집단을 설명한 모델을 제시했다[22]. 통합적 관점에서 선천적조건모델과 승자패자구경꾼모델의 특징을 함께 받아들였다고 할 수 있다. 요컨대 개체적 특성과 사회적 상호평가가 지배서열의 구성에 동시에 작용한다는 주장이다.

지배서열은 ‘지배성서열’과 ‘명성서열’로 나눌 수 있다 [23]. 지배성 서열(dominance hierarchy)은 강압적이고 명성서열(prestige hierarchy)은 자발적이다. ‘Prestige’는 “standing or estimation in the eyes of people; weight or credit in general opinion”로 정의되 있다. 모든 영장류는 지배성서열 특성을 보이지만, 명성서열은 인간사회에서만 나타난다. ‘Prestige’는 ‘reputation’과 같은 의미로 쓰인다[24]. 지배성 서열은 힘과 위협으로 얻어지는 반면, 명성서열은 자발적 존중으로 정리된다. 명성서열이 자발적 존중을 끌어낼 수 있는 가장 큰 이유는 필요한 정보나 노하우를 얻을 수 있기 때문이다. 지배성서열과 달리 명성서열은 영역특정적이다. 야구에서의 명성이 연극 연기나 경영 같은 다른 분야의 명성으로 이어지지는 않는다. 하지만 유명인은 전문 영역 이외의 분야에서도 영향력을 갖는다. 일반인들은 유명인들의 행동이나 외모 등을 흉내 내는 경향이 있다. 사냥실력으로 유명해진 사람의 정치적인 의견이 다른 일반인들보다 더 중요하게 받아들여지기도 한다[25]. 명성서열은 지배성서열보다 더 큰 영향력을 갖는다. 일반인들은 지위가 높은 사람보다 유명한 사람들에 대한 관심이 높고, 따라하며 더 잘 기억하기 때문이다.

권력을 바라는 것이 지배성서열과 관련 있다면 명예를 좇는 것은 명성서열을 상승시키기 위한 심리로 볼 수도 있다. 권력을 둘러싼 다양한 전략이 있는 것처럼 명성을 얻기 위한 방법도 단순하지 않다. 명성을 얻기 위한 방법으로 봉사, 능력의 과시, 희생, 지조 등의 전략을 구사하기도 한다. 반면 지지, 연대, 비판, 욕설 등으로 상위

자를 공격함으로써 그 명성서열의 추락을 통해 상대적 서열상승을 도모하기도 한다.

지배서열 연구에서 한 가지 뚜렷한 것은, 연구주제가 지배성서열이든 명성서열이든, 또 동물이든, 인간이든, 주요 연구문제들이 소규모 집단을 주 대상으로 해 왔다는 점이다. 대규모 집단의 지배서열 관련연구는 상대적으로 관심을 받지 못 했다. 그런 점은, 명성서열에 대한 연구도 마찬가지일 것이다. 여러가지 이유가 있겠지만 명성서열은 지배성 서열보다 규명이 어려운 데다가, 소규모집단 연구로는 밝히기 어려운 주제 특성 때문이기도 할 것이다.

이 연구는 페더가 발표한 *Tall Puppy Scale*의 한국적 검증과 재구성을 시도한다[26]. *Tall Puppy Scale*은 성공한 유명인과 그들의 몰락에 대한 일반적 태도를 측정하는 척도다. *Tall Puppy Scale*은 지도자, 유명인, 성공한 사람들에 대한 일반적 태도와 그 태도에 영향을 주는 요인들을 규명하기 위해 만들어진 ‘체계적’ 모델이다. 체계적이라는 것은 안정성과 효용성을 검증했고, 상관변인들을 제시했다는 의미로 해석된다. *Tall Puppy Scale*은 진화심리학적 모델은 아니다.

페더는 *Tall Puppy Scale* 연구 결론부에서 유명인의 몰락을 바라는 심리를 샤펜프로이데(Schadenfreude)로 요약했다. 샤펜프로이데는 독일어로 ‘타인의 불행에서 느끼는 즐거움’을 의미한다. 이 샤펜프로이데의 주변 변인들에 관심을 가지고 검증한 것은 평가할 만 하다. 하지만 그 원인과 배경을 규명하는 노력이 미흡했다는 점은 아쉬움으로 남는다. 페더는 성공한 유명인들의 몰락을 보고 싶어 하는 사람들의 심리에서 자극 받은 것이 연구 동기라 밝혔지만, 분석결과를 어떤 이론과 연결시키거나 새로운 모델로 발전시키려는 시도는 하지 않았다.

그런데, 진화심리학적 접근은 페더의 모델에 심층적 이해를 더해, 더 깊은 논의의 진행을 유도하는 데 유용할 것으로 보인다. 후속연구를 통한 일반이론 개발도 가능하다. ‘샤펜프로이데’로만 요약했던 페더의 ‘*Tall Puppy*’ 일반심리관련 결론을 지배서열 개념을 이용해 더 명확한 인과관계로 검증해 볼 수 있을 것이다. 샤펜프로이데와 지배서열은, 그룹 내 구성원간 상대성에 기반하는 공통점이 있기 때문이다.

누군가 유명해지면 그 사람의 명성서열은 상승한다. 모든 서열은 상대적이다. 다른 사람들의 서열은 한 칸씩 내려간다. 반대로 성공한 유명인이 몰락하게 되면, 다른

사람들의 서열은 한 칸씩 올라가게 된다. 명성약자들의 암묵적, 본능적 연대 근거다. 유명할수록, 즉 명성서열이 높을수록 비방 당할 가능성이 높아지는 것은, 권력이 높을수록 공격, 암살당할 가능성이 커지는 것과 같은 맥락이다. 한국사회가 유명인에 대한 온라인 댓글, 특히 악플이 심각하다는 점을 감안하면 지배서열을 활용한 명성심리연구는 피알연구를 위한 학술적 가치에 더해 사회적으로도 의미 있는 분석이 될 것이다. 사실 인터넷을 통한 약자들의 연대가 전례 없는 규모와 속도로 가능해진 것은 21세기의 주요한 시대적 특징이다.

3. 연구문제 및 방법론

명성을 가진 대상에 대한 태도와 그에 영향하는 변인의 진화심리학적 규명을 모색하는 것은 명성의 문법을 이해하는 새로운 바탕이 될 수 있을 것으로 기대된다. 이상의 논의를 배경으로 다음 연구문제를 도출할 수 있었다.

연구문제 1. 한국인은 성공한 유명인의 몰락에 대해 어떤 태도를 갖고 있는가?

성공한 유명인은 “대다수 일반인이 알고 있고 사회적으로 인정받는 사람”을 의미한다.

페더가 고찰한 성공한 유명인과 관련된 변인들 중 자존감(self-esteem)이 있다. 페더의 분석은 진화심리학적 관점에서 출발한 건 아니었다. 매우 흥미롭게도, 자존감은 사회적 맥락에서 진화심리학자들이 지배서열과 직결 짓는 핵심요소다. 자존감은 본질적으로 명성과 지위를 추적한다고 보기 때문이다. Barkow는 명성을 추구하는 것은 사회적지위를 얻기 위한 것이라는 전제하에, 힘에 기반한 지배성서열과 달리, 명성서열은 상징적이라고 보았다[27]. 그리고 명성서열 추구심리는 자존감 추구심리와 일치한다고 주장했다. Leary는 개인에 주목하는 기존의 심리학적 이해를 비판하며, 자존감이란 사회적 존재로서 개인이 스스로에 대한 평가를 측정하기 위해 발전시킨 진화의 결과물이라 규정한다[28]. 진화론에 근거한 사회계기관(sociometer) 이론은 자존감을 집단 내 개인의 수용 정도를 측정해주는 지표로 판단한다[29]. 집단을 이뤄 진화한 사람은 생존과 번식을 위해 다른 사람들이 필요했고, 다른 사람들에게 받아들여지는 데 실패한다는 것은 생존의 위협을 의미했다. 그래서 다른 사람들에게

받아들이지는 정도, 즉 자신에 대한 평가를 스스로 관리하게 되는데 이것이 자존감이라는 것이 사회계기관이란이다. 핵심은 자존감이 사회생활의 나침반 역할을 한다는 것이다. 지배서열과 연관시켜 논하자면, 사회적 자존감이 각자의 위치를 평가하게 하고, 그 평가의 결과는 경쟁할 대상과 굴복할 대상을 전략적으로 결정하게 지침이 된다는 점이다. 그 외에도 자존감은 짝짓기 전략의 선택 같은 핵심생존전략의 결정에 주요 기제로 작용한다는 점이 밝혀지기도 했다. 요컨대 자존감은 자체평가 지배서열 심리기제라 할 수 있다. 자신의 논의를 더 체계화시킨 Leary는 자존감과 상호작용이 발생하는 그룹을 다섯 단계로 - 거시공동체(사회), (회사 팀이나 학교 같은) 조직, 짝짓기 관계, 친지, 친구 - 분류해 발표했다[30]. 이 분류는, 지위나 명성을 둘러싸고, 자존감과 지배서열 사이에 밀접한 관계가 만들어질 수 있는 단위로 볼 수 있다. 자존감은 State Self-esteem과 Traits Self-esteem으로 나눌 수 있다. State Self-esteem이 언행에 대한 평가를 추적한다면 Traits Self-esteem은 개인 자체에 대한 평가를 추적한다. Salovey & Rodin에 따르면 이 자존감은 상대방의 활동분야가 자신과 근접해질수록 즉, 연관성이 높아질수록, 질투의 형태로 표현되기도 한다. 마지막 연구문제는 한국인의 자존감이 성공한 유명인에 대한 태도와 갖는 상관관계에 대한 것이다.

연구문제 2. 한국인의 자존감과 성공한 유명인에 대한 태도는 어떤 상관관계가 있는가?

전술한 대로 이 연구는 Tall Puppy Scale을 활용해 성공한 유명인과 그들의 몰락에 대한 일반적 태도를 측정한다. 페더 논문과 다른 점은 세 가지 관점 - 진화심리학, 명성관리, 한국인 대상 - 이라 하겠다. Feather는 Tall Puppy Scale에서 유명인에 대한 일반적 태도를 유명인의 몰락선호(favor fall)와 보상선호(favor reward) 요인으로 양분해 설계했다. 총 20개의 문항은 Table 2와 같다.

Table 2. Tall Puppy Scale

1. People who are very successful deserve all the rewards they get for their achievement.
2. It's good to see very successful people fall occasionally.
3. Very successful people often get too big for their boots.
4. People who are very successful in what they do are usually friendly and helpful to others.
5. At school, it's better to be near the middle of the class than the very top student.
6. People shouldn't criticize the very successful.
7. Very successful people who fall from the top usually deserve

- their fall from grace.
8. Those who are very successful ought to come down off their pedestal and be like others.
9. The very successful person should receive public recognition for his/her accomplishments.
10. People who are "tall puppies" should cut down to size.
11. One should always respect the person at the top.
12. One ought to be sympathetic to very successful people when they fall from their position.
13. Very successful people sometimes need to be brought back a peg or two, even if they have done nothing wrong.
14. Society needs a lot of very high achievers.
15. People who always do a lot better than others need to learn about what it's like to fall.
16. People who are right at the top usually deserve their high position.
17. It's very important for society to support and encourage people who are very successful.
18. People who are very successful get too full of their own importance.
19. Very Successful people usually succeed at the expense of others.
20. Very successful people who are at the top of their field are usually fun to be with.

(밑줄은 몰락선호 favor fall, 아닌 것은 보상선호 favor reward 문항들이다.)

자존감의 측정은 Rosenberg의 측정문항을 원용했다. RSES(Rosenberg Self-Esteem Scale)는 오래 됐지만 발표된 이래 수천 건의 자존감 연구에서 가장 많이 활용된 지수다. 비교적 최근에 진행된 53개국의 비교문화연구에서도 일정수준 이상의 타당성과 신뢰도가 검증된 바 있다[31]. Feather 역시 Rosenberg의 지수를 활용했다. 자존감 문항을 Feather의 모델로 진행한 것은 호주의 결과와 비교 분석할 수 있다는 판단도 작용했다. Feather 연구와 이번 설문에 활용된 자존감 측정 세 문항은 "1. 내가 가치있는 존재라 종종 느낀다, 2. 남들에게 나는 유용한 사람이다, 3. 나는 살면서 성공과 성취를 많이 경험했다."이다. 그 외 정치성향, SNS활동, 교우관계, 한국사회의 경쟁에 대한 지각 등의 참고 문항이 포함됐다. 설문은 2018년4월26일부터 2018년5월8일까지 13일간 진행됐다. 조사원 10명이 성인남녀 401명의 응답을 수집했다.

4. 결과

자료수집을 위한 설문 결과, 남자가 214명(53.8%), 여자가 184(46.2%) 최종 참여했다. Table 3은 설문참여자들에 대한 기술통계다.

Table 3. Demographic profile of participants

Gender	Male	214, 53.8%
	Female	184, 46.2%
Annual Income (won)	0-25000k	79, 19.9%
	25000-50000	103, 25.9%
	50000-100000	148, 37.9%
	100000-200000	50, 12.6%
	200000-over	17, 4.3%
Age	10-19	47, 11.8%
	20-29	198, 49.8%
	30-39	37, 9.3%
	40-49	73, 18.3%
	50 over	43, 10.8%

연구문제 1은 “한국인은 성공한 유명인의 몰락에 대해 어떤 태도를 갖는가?”였다. 성공한 유명인들에 대한 한국인들의 태도는 호주인들보다 덜 포용적이고 더 공격적이었다. 유명인들을 지지하고 응원하는 마음은 호주 평균 34.37에 비해, 한국 평균 32.47이었다. 호주연구 데이터를 구할 수 없었기 때문에 이 차이를 통계적으로 검증할 수는 없었지만 샘플사이즈 400을 고려할 때, 통상적으로 본다면 유의미한 수준일 가능성이 높다. 한국인의 보상선호심리와 몰락선호심리의 평균차이 1.25가 통계적으로 의미있는 결과였다($t=3.82$, $sig.=.000$)는 점을 고려해도 마찬가지다. 유명인들을 포용하는 심리는 호주인들이 더 강하고, 한국인들은 그만큼 약하다고 볼 수 있는 결과다. 동의수준이 가장 높은 두 문항은 “성공한 유명인들은 그들의 성취에 대한 보상을 받을 자격이 있다(4.04)”와 “성공한 유명인들은 그 성취에 대한 인정을 받을만한 사람들이다(3.86)”였다. 가장 낮은 동의수준의 문항은 “성공한 유명인들이 몰락할 때 동정심을 가져야 한다(2.47)”로 나타났다. 지지하는 마음과 견제하는 심리가 공존하고 있다고 보여진다.

Table 4. Mean of Favor Reward/Favor Fall

	Favor Reward	Favor Fall
Australia	34.37 (6.24)	26.30 (6.99)
Korea	32.47 (4.36)	31.22 (4.60)

Table 5. Favor Reward Result

Question (Favor Reward)	Ave.
1. People who are very successful deserve all the rewards they get for their achievement.	4.04
2. The very successful person should receive public recognition for his/her accomplishments.	3.86
3. People who are right at the top usually deserve their high position.	3.58
4. Society needs a lot of very high achievers.	3.47
5. Very successful people who are at the top of their field	3.30

are usually fun to be with.	3.28
6. It's very important for society to support and encourage people who are very successful.	2.96
7. People who are very successful in what they do are usually friendly and helpful to others.	2.79
8. One should always respect the person at the top.	2.74
9. People shouldn't criticize the very successful.	2.47
10. One ought to be sympathetic to very successful people when they fall from their position.	
Total Ave.	3.25

반면, 유명인의 몰락에 대한 한국인들의 태도는 매우 적극적이었다. 평균 26.30에 불과한 호주인들의 몰락선호 점수 대비 한국인들의 측정결과는 무려 5점 가까이 더 높은 31.22였다. 성공한 유명인들의 몰락을 보고 싶어하는 마음이 그만큼 더 크다고 할 수 있는 결과다. 통계분석이 불필요한 정도다. 몰락선호 동의수준이 가장 높은 문항 두 가지는 “성공한 유명인들이 몰락하는 것은 그럴만한 이유가 있기 때문이다(3.94)”와 “성공한 유명인들이 지나치게 많은 것들을 누리기도 한다(3.71)”이다. 반면 가장 낮은 동의수준을 보인 문항은 “성공한 유명인들은 잘못이 없어도 가끔 쿨대를 꺾어놔도 된다(1.83)”였다.

한국인 명성서열심리의 특징은 보상심리와 몰락선호심리의 차이를 통해 선명히 드러난다. 두 심리의 차이는 호주 8.07, 한국 1.25이다. 호주인들은 성공한 유명인들을 지지하는 마음이 그들의 몰락을 바라는 마음보다 압도적으로 강하다. 그런데 보상선호는 비슷하지만, 한국인들의 몰락선호가 비교하기 어려울 정도로 더 강하다. 함께 고려했을 때, 한국인들의 명성서열심리는 호주인들의 그것보다 6배 이상 공격적이라 할 수 있는 결과다. 이번 명성의 지배서열심리 연구결과 중 가장 두드러지는 결과다.

Table 6. Favor Fall Result

Question (Favor Fall)	Ave.
1. Very successful people who fall from the top usually deserve their fall from grace.	3.94
2. Very successful people often get too big for their boots.	3.71
3. People who are very successful get too full of their own importance.	3.70
4. Those who are very successful ought to come down off their pedestal and be like others.	3.58
5. People who always do a lot better than others need to learn about what it's like to fall.	3.50
6. Very Successful people usually succeed at the expense of others.	3.23
7. At school, it's better to be near the middle of the class than the very top student.	2.75
8. People who are "tall puppies" should cut down to size.	2.61
9. It's good to see very successful people fall occasionally.	2.34
10. Very successful people sometimes need to be brought back a peg or two, even if they have done nothing wrong.	1.83
Total Ave.	3.12

연구문제 2는 “한국인의 자존감과 성공한 유명인에 대한 태도는 어떤 상관관계가 있는가?”였다. 자존감은 유명인에 대한 한국인의 태도를 이해하는 중요한 핵심 변인 이었다. 유명인에 대한 보상선호, 몰락선호 모두와 유의미한 상관관계를 확인할 수 있었다. 자존감이 높을수록 유명인에 대한 지지와 보상선호 심리는 강했지만 ($r=.259^{***}$), 몰락선호심리는 낮았다. 자존감이 높은 사람들은 성공한 유명인에 대해 관대하고 사회적 필요성에도 공감하고 있었다. 하지만 자존감이 낮아지면 유명인에 대한 지지는 줄어들고, 유명인 몰락의 필요성에 적극적이었다($r=-.144^{**}$).

Table 7. Correlation between Self-esteem & Favor Reward/Favor Fall

	Self Esteem	Favor Fall	Favor Reward
Self Esteem	1		
Favor Fall	-.144**	1	
Favor Reward	.259***	-.081	1

연구문제 외 분석결과 중, 유명인의 몰락에 여성(31.57)이 남성보다(30.92) 더 적극적이라는 점이 있었다. 반대로 유명인을 인정하고 지지하는 것은 남성(33.25)이 여성(32.51)보다 더 긍정적이었다($t=4.03$, $sig<0.05$). 이는 성공한 유명인은 남성이 더 많기 때문일 수 있고, 한국이 남성중심사회이기 때문일 수도 있겠다. 성별에 따른 자존감의 차이가 통계적으로 유의미한 수준이었다는 점을 감안하면($t=4.46$, $sig<.000$), 성별의 문제가 아니라 자존감의 영향으로 봐야 할 수도 있다. 자존감이 낮을수록 유명인의 몰락을 선호하는 것으로 나타났고, 여성이 남성보다 더 낮은 자존감을 나타냈기 때문이다. 하지만 사회성이 더 발달한 여성의 진화심리학적 특성일 가능성도 없지 않다. 자존감 지각 자체에 성별이 작용할 가능성도 있다. 추가 연구가 필요해 보인다.

나이는 많을수록 자존감이 낮았고($r=-.125^*$) 유명인의 몰락을 선호했다 ($r=.261^{**}$). 자존감이 낮을수록 유명인의 몰락을 선호하는 것은 이해하기 어렵지 않다. 그런데 나이가 많을수록 자존감이 낮아지는 것은 조금은 의외였다. 조사대상이 10대부터 50대 이상까지였던 점을 감안하면, 나이가 들면서 더 많은 좌절과 시련을 겪게 되는 것이 자존감의 저하로 이어졌다는 해석이 가능하다.

친구가 많을수록($r=.202^{**}$), 그리고 본인이 행복하다고 생각할수록($r=.202^{**}$) 유명인을 인정하고 지지하는 태도를 보였다. 이 부분 역시 자존감과 연결시킬 수 있다. 친구($r=.333^{**}$)가 많을수록, 그리고 행복($r=.479^{**}$)하다고 느낄수록 높은 자존감을 드러냈기 때문이다. 결국 현재상황이 불안하지 않은 사람들은 거시적 차원에서 성공한 유명인들에 대해 더 너그러운 태도를 견지하는 것으로 보인다.

의사표현에 적극적인 사람들은 유명인의 몰락에 적극적으로 지지 않았다 ($r=-.101^*$). 즉 의사표현에 소극적일수록 타인, 특히 성공한 유명인에 대한 공격적 성향을 가지고 있다고 볼 수 있었다. 자존감은 SNS활동 정도와는 상관관계가 없었다. 반면 적극적 의사표현과 강한 관계를 보였다 ($r=.314^{**}$). 교우관계나 행복도와 마찬가지로, 자존감이 높을수록 의사표현에 적극적이었고, 유명인의 몰락에 소극적이었다. 반대로 보면, 의사표현에 소극적인 사람들은 낮은 자존감을 가지고 있을 가능성이 높고, 유명인의 몰락을 더 지지한다고 할 수 있겠다. 의사표현에 적극적인 경우의 상황에 대한 논의가 필요해보인다. 다수 앞에서 의사표현이 적극적인 것과 소수에게만 의견을 나타내는 데 차이가 있을 수 있다.

자존감이 높을수록 진보적 정치성향을 가지고 있었다 ($r=.284^{**}$). 이 결과는 다소 이중적이다. 왜냐하면 진보적 정치성향을 가지고 있는 사람들일수록 평등주의적 자세를 가지고 있고, 성공한 유명인의 몰락을 지지할 것이라는 것이 일반적인 통념이기 때문이다.

한국사회가 경쟁이 심하다 생각하는 사람들은 유명인을 지지하고 인정하는 것에 부정적이었다 ($r=-.199^{**}$). 경쟁심리가 강하다고 해서 유명인의 몰락을 더 선호하는 심리가 강한 것은 아니었다. 다만 유명인을 인정하고 지지하는 것에 소극적이었던 것이 유의미한 결과였다. 끌어내리는 것을 바라다가보다 자신보다 더 높은 지배서열로 이동하는 것을 거부하는 심리가 더 강하다는 유추가 가능한 결과다. 어쨌든, 유명인에 대한 견제심리는 인지하는 경쟁이 치열할수록 높아졌다고 하겠다.

5. 결론

이 연구의 시작은 독자적 이론 부재로 도약하지 못하는 한국 피알 연구에 대한 문제제기였다. 학제적 접근을 통한 새로운 관점 제시가 필요하다는 학자들의 공통된

방향설정이 중요한 출발점이었다. 진화심리학의 지배서열 개념과 피알의 명성 개념을 함께 고찰하는 것이 그 내용이다. 성공한 유명인에 대한 태도분석을 통해 지배서열심리가 명성에 작용하는 현상을 규명하고자 했다. 한국에서 유명인에 대한 태도를 Tall Puppy scale을 활용하여 측정된 결과 다섯 가지 결론을 얻을 수 있었다.

첫째, 한국인은 호주인보다 침예한 명성서열심리를 가지고 있었다. 한국인은 성공한 유명인들을 지지하고 응원하는 보상선호심리(32.47)가 그들의 몰락을 바라는 심리(31.22)보다 더 강했다. 이는 통계적으로 유의미한 수준이었고 점수차는 1.25였다($t=3.82$, $sig.=.000$). 몰락선호보다 보상선호가 높은 것은 호주나 일본의 연구결과와 같다.

유명인에 대한 한국인들의 심리를 이해할 수 있는 항목 중 가장 두드러지는 부분은 유명인들을 견제하고 끌어내리려는 심리였다. 유명인들에 대한 한국인의 명성서열심리 특징은 보상심리와 몰락선호심리를 비교했을 때 뚜렷하게 드러난다. 한국인들의 유명인에 대한 보상선호심리 평균은 32.47인 반면, 호주인들은 34.37로 비슷한 수준이었다. 몰락선호심리는 호주가 26.30, 한국이 31.22였다. 유명인들을 지지하고 응원하는 보상선호심리와 그들을 견제하는 몰락선호심리의 차이는 한국인들은 1.25였던 반면 호주인들은 8.07이다. 호주인들은 유명인들의 몰락보다 보상을 8.07만큼 더 선호하고, 한국인들은 1.25만큼 더 지지한다는 의미다. 호주인들은 유명인들의 몰락을 바라는 심리보다 보상을 바라는 심리가 훨씬 크지만, 한국인들은 몰락을 바라는 마음과 지지하는 심리가 상대적으로 비슷하다. 보상선호와 몰락선호를 함께 고려했을 때, 한국인들의 명성서열심리는 호주인들의 그것보다 6배 이상 침예하다고 할 수 있는 결과다. 한 가지로 요약하면, 한국인들은 호주인들보다 유명인들의 몰락을 압도적으로 강하게 선호했다. 연구결과 중 가장 주목할 만한 대목이다.

둘째, 명성서열심리의 핵심은 보상선호심리가 아니라 몰락선호 심리였다. 보상선호심리는 한국과 호주의 결과에 큰 차이가 없었다. 하지만 몰락선호심리는 두 나라의 상이함이 팔목할만한 수준이었다. 몰락선호는 적극적인 공격 심리다. 진화심리학적 접근으로 해석했을 때 약자의 전략은 복종과 공격으로 대별된다. 대결이 가능하다고 판단하면 공격을 선택하지만, 승리할 가능성이 낮으면 복종전략으로 돌아선다. 감수해야 하는 피해가 크기 때문

이다. 이런 지배서열 경쟁과 달리, 명성서열 경쟁에서의 공격은 상대적으로 위험부담이 적다. 직접적 전투가 아니라 비난과 동조를 통한 공격이기 때문이다. 한국인들의 유명인에 대한 몰락선호심리는 호주인들보다 크게 높았다. 유명인들의 몰락을 더 보고 싶어하는 것이다. 한국인들은 호주인들보다 지배서열심리가 훨씬 더 공격적이라 볼 수 있는 결과다. 지배서열 변화를 더 적극적으로 모색한다고 해석할 수도 있다. 이번 연구는 유명인에 대한 일반 심리를 살펴보는 것에 그쳤지만 분야별 차이, 유명한 정도에 따른 변화 등을 세분화 시킨다면 보다 깊이 있는 결과를 기대할 수 있을 것이다. 온라인 댓글이나 게시판 논의에서의 유명인에 대한 악플 연구도 유용한 방법이 될 것으로 보인다.

자존감이 명성서열심리를 설명하는 제1변수라는 것이 또 하나의 결론이다. 자존감이 높으면 유명인에 대한 심리도 너그럽고 긍정적이었다. 반면, 자존감이 낮을수록 유명인에 대한 공격성향이 강해서 몰락선호심리를 드러냈다. 자존감은 스스로 평가하는 자신의 서열 계기판이라 할 수 있다. 자존감이 높은 사람은 타인의 서열 몰락으로 얻을 것이 많지 않다. 오히려 동조와 연대를 통해서 서로를 지지하고 현재상태를 유지하는 것이 유리하다. 개인의 자존감은 명성의 진화심리를 이해하는 핵심적이다. 명성서열 추구심리는 자존감 추구심리와 일치하기 때문이다 (Barkow, 1989). 자존감은 개인을 분석단위로 볼 수 없는, 사회적지위와 연동해 이해해야 하는 진화의 결과물이라 하겠다. 지배서열과 자존감은 집단이라는 공통분모가 선행조건이 된다. 분자와 분모를 공유하는 분수다. 요컨대, 자존감은 명성서열을 구성하는 자체평가 서열기제라 하겠다.

Leary(1999)에 따르면 자존감은 두 종류가 있다. State Self-esteem이 언행에 대한 평가를 추적한다면 Traits Self-esteem은 개인 자체에 대한 평가를 추적한다. 상황적 자존감과 존재적 자존감이라 할 수 있다. 흥미로운 결과 한 가지는 자존감이 명성서열심리와 비례하고, 소득이 자존감과 비례하지만, 소득은 명성서열심리와 무관했다는 점이다. 소득은 일시적이라 상황적 자존감에 작용하고, 명성서열에 반응하는 것은 존재적 자존감일 수 있다는 해석이 가능하다. 그렇다면 존재적 자존감의 분석이, 상황적 자존감보다, 지배서열에 대한 이해를 높이는 데 유용할 것이라는 추론이 성립된다. 추가 논의와 분석이 필요하다.

지배서열과 연관시켜 논하자면, 사회적 자존감이 각자의 위치를 평가하게 하고, 그 평가의 결과는 경쟁할 대상과 굴복할 대상을 전략적으로 결정하는 지침이 된다. 그 외에도 자존감은 짝짓기 전략의 선택 같은 핵심 생존전략의 결정에 주요 기제로 작용한다는 점이 밝혀지기도 했다 (Kirkpatrick & Ellis, 2001). 행복할수록, 그리고 친구가 많을수록 유명인에 대한 보상 선호가 강했다. 나이가 많을수록 몰락 선호 심리가 발달하는 것 까지도 자존감과 연관지어 이해할 수 있다. 요컨대 자존감은 자체 평가 지배서열 심리기제라 할 수 있다.

넷째, 브랜드 명성 관리는 과거보다 방어적 접근이 필요하다. SNS의 발전으로 압축되는 커뮤니케이션 환경 때문에 거의 모든 브랜드가 공격받을 가능성이 높아졌기 때문이다. 명성은 제한된 자원이고 더 많은 기회를 의미하기 때문에 공동목표의 대상이다. 명성서열이 높을수록 공격의 대상이 되는 것은 당연한 결과다. 21세기 온라인 커뮤니케이션의 발전은 다수의 약자들에 과거 어느 때보다 편하고 쉬운 정보교환과 연대의 기반을 제공한다. 유명할수록 더 취약해지는 구조가 형성되고 있는 것이다. 특히 한국사회에서의 명성 관리는 더 섬세한 접근이 필요해 보인다. 지나친 자신감을 드러내거나, 위기 발생 시 임기응변식 대응은 예상보다 거센 반발을 초래할 수 있다. 한국은 다른 어떤 나라보다 경쟁이 심해서 철저한 지배서열 심리가 발달해 있기 때문이다. 온라인 커뮤니케이션 시스템이 세계에서 가장 안정적이라는 점 결코 무시할 수 없는 중요한 고려사항이다.

마지막으로, 이 논문에서 발견한 지배서열과 명성 사이의 질서는 이론개발의 측면에서 유익한 논의를 가능케 한다. 명성을 둘러싼 서열 심리는 타인의 불행을 바라는 제로섬 게임과 유사하다. 페더의 연구에서 소개된 샤펜 프로이테나 지배서열 심리와도 일치한다. 서열 심리는 경쟁 심리다. 내가 자각하는 위치가 너무 낮으면 유명인에 대한 공격성이 강해진다. 반대로 자존감이 높아지면 유명인에 대한 공격의지는 낮아진다. 유명인에 대한 명성 서열 심리는 자존감과 공격성 향 사이에 반비례 관계를 성립시킨다. 이 명성서열 모델이 하나의 피알이론으로 발전하기 위해서는 주변변인들에 대한 다각적 분석을 통한 타당성과 신뢰도가 확보돼야 한다.

호랑이는 가죽을, 사람은 이름을 남긴다는 속담은 힘에 기반한 지배서열보다 자발성에 기반한 명성서열이 더 우월하다는 점을 보여준다. 지배서열은 모든 영장

류의 특성이지만, 인간사회에서만 나타나는 명성서열은 사회적 지위 획득에 핵심이다. 힘이 없다면 해체되는 지배서열과 달리 다수의 지지가 있어야 가능한 명성서열은 점점 더 지배서열의 중심으로 이동하고 있다. 커뮤니케이션 기술 발전은, 과거 어느 때 보다, 사회와 조직 운영의 핵심에 구성원의 동의와 지지를 부각시킨다. 다수의 약자가 소통하고 연대할 수 있는 구조적, 근본적 변화이기 때문이다. 명성서열의 문법을 이해하는 추가 연구가 필요하다.

REFERENCES

- [1] B. H. Kim et al. (2016) *PR research 20 years*. Seoul: Communication Books.
- [2] M. Dues. (2012). *Boxing Plato's Shadow*. Seoul: Communicationbooks.
- [3] M. Ferguson. (1984). Building Theory in Public Relations: Inter-organizational relationships. Paper presented at the annual conference of the AEJMC.
- [4] J. Jo. (2015). Meta analysis of PR theories, 2003-2012, *Journal of Digital Policy & Management*, 13(5), 51-59.
- [5] E. O. Wilson. (1975). *Sociobiology: The new synthesis*. Harvard University Press.
- [6] D. L. Schacter, D. Wegner & D. Gilbert. (2007). *Psychology*. Worth Publishers. pp. 26-27.
- [7] J. C. Confer, A. E. Judith, S. F. Diana, D. G. Cari, M. G. David, C. P. Lewis & D. Buss. (2010). Evolutionary Psychology Controversies, Questions, Prospects, and Limitations. *American Psychologist*, 65(2), 110-126. DOI: 10.1037/a0018413.
- [8] S. Kim. (2006). Is the criticism for evolutionary psychological explanation toward rape valid? *Philosophy*, 89, 141-167.
- [9] D. Jang, J. Daeik, J. Shin & Y. Kim. (2009). *War of Religion: Is there future for religion?* Seoul: Science Books.
- [10] D. An. (2011). A study of media effect measured through evolutionary psychology and neuroscience. *A paper presented to the annual conference at the Korean Society for Journalism & Communication Studies*, 82-93.
- [11] H. Lee & S. Han. (2016). Factors of perceived social reputation: A model of Evolutionary psychology. *The Korean Journal of social and personality psychology*, 20(3), 1-16.
- [12] P. Gilbert. (2000). The relationship of shame, social anxiety and depression: The role of the evaluation of

- social rank. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 7, 174-189.
- [13] D. Cummins & D. Allen, C. (1999). *The evolution of mind*. New York: Oxford University Press.
- [14] P. Salovey & J. Rodin. (1994). Some antecedents and consequences of social comparison jealousy. *Journal of personality and social psychology*, 47(4), 780-792.
- [15] S. N. Kalyvas. (2011). *The changing Character of War*. Oxford University Press, 202-219.
- [16] R. Sapolsky & L. Share. (1994). Rank-related differences in cardiovascular function among wild baboons: Role of sensitivity to glucocorticoids. *American Journal of Primatology*, 32(4), 261-275.
- [17] I. D. Chase, D. Tovey, D. Spangler-Martin & M. Manfredonia. (2002). Individual Differences Versus Social Dynamics in the formation of Animal Dominance Hierarchies. *Proceedings of the national academy of Sciences*, 99(8), 5744-5749.
- [18] I. D. Chase, C. Tovey & P. Murch. (2003). Two's company, Three's a crowd: Differences in Dominance Relationships in Isolated Versus Socially Embedded Pairs of Fish. *Behaviour*, 140, 1193-1217.
- [19] R. Huber, J. B. Panksepp, Z. Yue, A. Delago & P. Moore. (2001). Dynamic Interactions of behavior and Amine Neurochemistry in acquisition and maintenance of social rank in crayfish. *Brain, Behavior and Evolution*, 57, 271-282.
- [20] P. Hedström. (2005). *Dissecting the social: On The principles of Analytical Sociology*. Cambridge University Press.
- [21] S. Kalyvas. (2017). *The oxford handbook of Analytical Sociology*. Online Publication Date Jun 2017. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199215362.013.24
- [22] S. J. Gould. (2002). *The structure of evolutionary theory*. Harvard University Press. 2002.
- [23] J. Henrich & F. Gil-White. (2001). The evolution of prestige: Freely conferred deference as a mechanism for enhancing the benefit of cultural transmission. *Evolution and Human Behavior*, 22(3), 165-196.
- [24] D. Buss. (2012). *Evolutionary Psychology: The new science of the Mind* Pearson Education Inc. publishing. 2012.
- [25] A. Smith & B. Bird. (2000). Turtle hunting and tombstone opening: Public generosity as signaling. *Evolution and Human Behavior*, 21, 245-261.
- [26] N. Feather. (1994). Attitude towards high achievers and reactions to their fall: Theory and research concerning tall poppies. *Advances in Experimental Social Psychology*, 26, 1-73.
- [27] J. Barkow. (1989). *Sex, and status: Biological approaches to mind and culture*. Toronto: University of Toronto Press.
- [28] M. R. Leary. (1999). Making Sense of Self-Esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 8(1), 32 - 35.
- [29] M. R. Leary, A. Haupt, I. Strausser & J. T. Chokel. (1999). Calibrating the sociometer: The relationship between interpersonal appraisals and state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(5), 1290-1299.
- [30] M. R. Leary. (2005). Sociometer Theory and The Pursuit of Relational Value: Getting to the Root of Self-Esteem. *European Review of Social Psychology*, 16, 75-111.
- [31] D. P. Schmitt. (2005). Sociosexuality from Argentina to Zimbabwe: A 48 nation study of sex, culture, and strategies of human mating. *Behavioral and Brain Science*, 28, 247-311.

조 정 열 (Jo, Jung Yul)

[정회원]



- 1995년 8월 : 고려대학교 신문방송 학사(문학사)
- 1998년 8월 : M. A. in Advertising, Univ. of Missouri
- 2001년 8월 : Ph.D. in Mass Comm., Univ. of Alabama
- 2003년 3월 ~ 현재 : 숙명여자대학교 홍보광고학과 교수
- 관심분야 : 피알, 명성, 진화심리
- E-Mail : jojungyul@gmail.com