

평판의 위력: 사회적 평판이 호감과 신뢰 및 선호도에 영향을 미치는가?*

이 홍 표[†]

대구사이버대학교

본 연구에서는 사회적 평판을 정의하고 대인관계에서 호감, 신뢰도 및 관계형성 선호도에 미치는 영향을 알아보고자 하였다. 이를 위해 예비 연구에서는 남녀 6명씩 12명의 자원한 인물 사진을 제시하고 60명의 평정자로 하여금 외모 매력도를 평가하게 한 후, 척도의 중간값에 가장 가까운 평가를 받은 남녀 인물 사진 1명씩을 선정하였다. 본 연구에서는 선정된 인물 사진 및 그 인물에 대한 녹음된 긍정적, 부정적 평판 시나리오를 제시한 후 260명의 평정자로 하여금 호감, 신뢰도 및 관계형성 선호도를 평정하게 하였다. 연구 결과, 외모의 매력도 역시 호감도, 신뢰수준 및 관계형성 선호도에 영향을 미치는 변인이었으나 사회적 평판이 미치는 효과가 유의하였다. 즉 긍정적 평판을 받은 인물은 부정적 평판을 받은 인물에 비해 호감도, 신뢰수준 및 관계형성 선호도가 매우 높았다. 또한 긍정-부정 평판, 사진의 성별, 평정자의 성별에 따른 차이가 있는지 삼원변량분석을 실시한 결과 긍정-부정 평판과 사진의 성별, 그리고 평정자의 성별 간에 상호작용 효과를 보이고 있었는데, 평판이 좋을 때는 평가대상이 여성이거나 평정자가 여성인 경우 남성에 비해 높은 호감이나 신뢰도 및 선호도를 나타내었지만 이와 달리 평판이 나쁠 때는 평가 대상이나 평정자가 여성인 경우 모두 남성에 비해 호감도나 신뢰도 및 선호도가 오히려 낮아지고 있었다. 이와 관련된 본 연구의 의미 및 한계점에 대해 논하였다.

주요어 : 사회적 평판, 호감, 신뢰, 관계형성 선호도, 외모 매력도

* 이 논문은 2009년도 정부재원(교육과학기술부 인문사회연구역량강화사업비)으로 한국학술진흥재단의 지원을 받아 연구되었음(KRF-2009-332-H00014).

† 교신저자 : 이홍표, 대구사이버대학교, (712-714) 경상북도 경산시 진량읍 대구대로 201.

Fax : 053-850-4019, E-mail : youbefree@dcu.ac.kr

사회속의 삶: 평판과 동료선택

우리는 한 사회에서 관계를 맺고 살아가며, 서로 믿고 도울 수 있는 사람을 선택하고자 한다. 왜냐하면 사회적 관계에는 항상 배신과 사기, 속임수의 위험성이 존재하기 때문이다 (Cosmides & Tooby, 1992). 동료가 몰래 험담을 퍼트릴 수도 있고, 다른 사람들과 어울려 자신을 따돌릴 수도 있다. 성과나 이득을 가로챌 수도 있으며, 경제적/물리적 자원을 빌려주었다가 받지 못할 수도 있고, 사기를 당할 수도 있다. 만일 그 동료가 이성(데이트 상대, 배우자)이라면 성적 배신을 당하거나 양육과 부양에 대한 의무를 수행하지 않는 등의 위험에 노출될 수도 있다. 또한 믿었던 친구에게 데이트 상대나 배우자를 빼앗길 수도 있으며, 동료나 같은 무리의 성원에 의해 폭력이나 살인의 위험성에 노출되는 경우도 드물지 않다. 실제로 따돌림(권이중, 2000)이나 성폭력 등(장휘숙, 1996)은 낯선 사람이 아니라 친인척이나 동료 등 친밀하거나 깊은 관계를 맺고 있던 사람들에게 의해 더 많이 발생하며 성적 배신, 따돌림, 착취나 학대 등은 흔히 친숙한 관계에서 발생한다. 따라서 대인관계에서 잘못된 선택을 하게 되면 심리적 외상은 물론 사회적 삶에 치명적인 손해를 입게 된다. 친구, 일의 협력자, 배우자 등을 포함하여 믿을 수 있는 동료의 평가와 선택은 인간의 삶에 필수적인 과제인 것이다.

그렇다면 우리는 어떻게 어떤 사람이 믿을 수 있는 사람인지 아닌지 평가할 수 있을까? 첫 번째는 그 사람과의 직접적인 경험과 상호작용이 있다. 그러나 직접적인 상호작용을 통해 획득된 정보만으로는 정보의 양과 질이 대단히 부족하거나 불완전한 경우가 많다. 특히

단기적인 접촉인 경우에는 그 위험성이 더욱 높다. 한 개인이 직접 수집할 수 있는 정보의 양에는 한계가 있으며, 수집된 정보가 부정확하거나 틀릴 수도 있는 것이다. 이 때 부정확한 판단의 위험성은 두 가지에 의해 악화되기 쉽다. 첫째로, 정보는 평가 과정을 거치게 되는데 “너-나”의 직접적인 관계에서 이루어지는 평가는 주관적인 평가이기 때문에 객관성을 담보하기 어렵다. 나의 평가가 다른 사람이나 집단의 평가와 다를 수 있는 것이다. 둘째로, 상호작용에는 상대방이 협력하고 믿을 수 있는 사람인 척하면서 개체를 속일 위험성이 항상 상존하기 마련이다. 대부분의 사기꾼은 초반에는 협력자인 척 한다. 자신을 협력자가 아닌 사람으로 제시하는 사기꾼은 거의 존재하지 않는 것이다. 이런 점에서 한 개체가 수집하고 판단할 수 있는 정보만으로는 상대방에 대한 신뢰성을 확보하기는 매우 어렵다. 그래서 우리는 다른 사람들의 의견을 참조하게 된다. 우리는 어떤 사람과 관계를 맺을 때 다른 사람들(같은 무리에 속한 제 삼자)이 그 사람에 대해 내리는 평가나 그에 대해 회자되는 소문을 참고하려고 하는데 이러한 소문이나 정보를 사회적 평판(social reputation)이라고 한다.

사회적 평판의 정의

그렇다면 사회적 평판이란 무엇일까? 그 동안 연구자들 사이에는 사회적 평판에 대한 정의가 분명하게 내려지지 않은 상태에서 이미지(image), 태도(attitude)와 같은 심리적 구성개념과 혼란되었고(Poiesz, 1989), 명확한 정의나 구분없이 혼용되어 왔다(Connelissen & Thorope, 2002; Fombrun & Van Riel, 1997). 특히 심리학

분야에서 사회적 평판에 대해 명확히 정의하고 연구한 연구자는 드물었다.

본 연구자의 관점에서 볼 때 평판은 이미지나 태도 및 그 밖의 혼용되는 개념들과 분명히 다르다. 지금까지 평판에 대해 논의, 연구된 기존 연구들을 토대로 하여 평판을 사회속의 공간적, 시간적 측면에서 정의해 보자. 평판은 첫째, 공간적 측면에서 사람들 간의 직접적 연결 뿐 아니라 다양한 사회적 네트워크의 간접적인 연계를 통해 형성된다. 평판은 사람들 간의 직접적 네트워크 뿐 아니라 이야기와 소문을 통해 전파되는 간접적 네트워크를 통해서도 형성되는 것이다. 둘째, 시간적 측면에서 사람들에 대한 평가적 정보는 한 무리의 구성원들 사이에 집합적 기억(collective memory)으로 저장되고 전파된다(Mohtashemi & Mui, 2003). 평판은 시간을 통해 형성되며, 이런 과정을 통해 한 무리의 집합적 기억이 된다. 셋째, 평판에 대한 정보는 오랜 시간에 걸쳐 형성된 보다 지속적이고 보편적인 평가에 관한 것이다(Grunig, 1993; Williams & Moffitt, 1997). 즉, 평판은 단편적이고 즉시적이거나 쉽게 변화 가능한 이미지가 아니다. 이에 비하여 이미지는 어떤 개인(조직)에 대한 즉각적 인상이다. 이미지는 특별한 대상에 대한 반응으로 주체에 의해 추론된 즉각적인 의미의 세트이며, 이 때 이미지는 주체의 신념, 생각, 감정, 그리고 인상이 대상(기관, institution)과 상호작용한 결과가 아니다. 또한 태도는 대상과 사건을 어떤 기준에 따라 범주로 분류하고 그에 대해 어느 정도 지속적이고 일관성 있게 반응하는 사전 경향성으로 정의(Albarracín, Johnson, & Zanna, 2005)되고 있다. 태도에는 인지적, 정서적, 행동적 요소들이 모두 포함되어 있는 것(Rosenberg & Hoveland, 1960)으로

받아들여지고 있다. 그러나 이러한 태도의 정의는 오늘날에는 그 범주의 폭이 대단히 넓어 태도를 구체적으로 정의하기가 어렵고, 이 때문에 선호도, 신념, 의도 등의 하위 요소를 구분하여 연구가 진행되고 있는 실정이다. 이러한 이미지나 태도의 개념과 비교하여 볼 때 평판은 긴 시간에 걸친 의사소통(상호작용)과 경험을 통해 형성된 어떤 대상에 대한 과거 이미지의 집합적인 표상이라는 점에서 차이가 있다. 여기에는 상대방(대상, 개인, 조직)에 대한 한 사람의 경험과 평가 뿐 아니라 여러 구성원들의 직접적, 간접적 평가가 복합적으로 내재되어 있다. 이런 점에서 이미지가 짧은 시간대에 따라 다양할 수 있고 급변할 수 있다면 평판은 오랜 시간에 걸쳐 형성된 대상에 대한 여러 개인들과 이해 당사자의 평가가 포함되어 있으며, 상대적으로 지속적이고, 쉽게 변하지 않는다는 특성이 있다(Cramer & Ruefli, 1994; Form-brun & Van Riel, 1997; Wartick, 1992). 또한 평판을 태도와 비교할 때 평판이 적대적 혹은 호의적인 태도의 형성에 영향을 미치는 변인, 즉 독립변인일 수는 있지만 태도와 동일한 축에 놓이거나 혼동될 수 있는 변인은 아니란데 차이점이 있다. 따라서 사회적 평판은 어떤 한 사람에 대한 단순한 인상이나 이미지, 태도와는 구분되며 “어떤 대상(개인, 조직)이 어떠한지 한 사회(무리)의 구성원들 간의 직접적/간접적 상호작용을 통해 오랜 시간에 걸쳐 형성, 전파된 지속적이고 보편적인 표상(평가와 인식)”으로 정의될 수 있다. 이러한 사회적 평판의 주요 속성을 요약하면 다음과 같다.

【사회적 평판의 주요 특성】

1. 평판은 대상에 대한 지각과 평가를 포함한다.
2. 종적 측면에서 평판은 비교적 긴 시간에 걸쳐 형성되며 전승된다.
3. 횡적 측면에서 평판은 사회적이다. 즉 평판은 한 사회의 네트워크(집단, 무리)의 개체, 이해 당사자들의 직접적/간접적 상호작용이나 의사소통 및 전달과정을 통해 형성되고 전파된다. 그러므로 모든 평판은 사회적 평판이다. 개인대 개인간의 평가는 이미지가거나 평가이지 평판이 아니다.
4. 평판은 이미지와 달리 비교적 지속적이고 보편적인 특성이 있다.
5. 지각된 평판은 이런 사회적인 평판이 주체에 의해 지각된 것이다.

평판의 사회적 기능

이런 정의적 측면에서 볼 때 한 개인의 주관적 경험 및 이에 의지한 평가보다 사회적 평판은 상대적으로 정보의 타당성이나 신뢰성이 매우 높다고 할 수 있을 것이며, 이러한 이유 때문에 우리는 평판 정보를 활용하여 다른 사람을 선택하려고 한다. 어린아이가 엄마의 모습을 살펴 상황에 반응하고 행동하는 것처럼 사람들은 제 삼자의 다른 사람에 대한 평판을 사회적 참조(social referent)로 활용하여 상대방과 협력적인 관계를 맺을 것인지 거부할 것인지를 평가하는 것이다.

나아가 사회적 평판은 사회의 유지 및 사회적 마음의 형성과 기능에도 영향을 미친다. 한 사회를 구성하는 평균적인 사람들은 믿을 수 있는 사람과 관계를 맺고자 하며, 사회적 네트워크의 집합적 기억, 즉 평판 정보를 적극 활용하여 믿을 수 있는 상대방을 선택적으로 가려내고, 변절이나 사기 가능성이 높은 사람은 배제하려고 한다(Berg & Engseld, 2005). 이 때 평판이 나쁜 사람을 동료로 받아들인다면 그와 똑같은 사람으로 인식되어 그만큼 자신의 평판이 나빠질 수 있으며, 이로 인해 다른 사람들과의 관계에서 따돌림을 당하거나 불이익을 감수해야 할 수도 있다. 반면에 평판이 좋은 사람을 배우자나 동료로 받

아들인다면 그 무리의 호혜적 구성원에 소속될 가능성이 높아진다. 즉, 자신과 관계를 맺고 있는 상대방이 좋은 사람이거나 유능한 사람으로 인정받거나 회자되고 있다면 자신의 사회적 관계와 삶에 이득이 되는 것이다. 이에 대한 호혜적 반응 시스템에 의거하여, 우리 자신 역시 자신이 속한 무리(동료)가 부여하는 긍정적, 부정적 평판에 민감하게 반응하도록 진화하였다. 나에 대한 동료들의 안 좋은 소문을 들으면 기분이 나빠지고 위축되며, 좋은 평판을 들으면 기분이 좋아지고 자존감이 올라갈 것이다. 그리고 좋은 평판을 받기 위해 다른 사람들에게 받아들여지지 않을 행위는 억제하고 좋은 평가를 받을 수 있는 행위는 촉진하려고 할 것이다. 우리는 자신이 속한 무리의 구성원들이 어떤 개체(혹은 자기)에게 부여하는 평판에 대단히 민감하다(이홍표, 이홍석, 2006). 심지어 사람들은 상호작용이 일회에 끝나거나 익명성이 보장되는 경우에도 제 삼자의 평가와 평판에 신경을 쓴다(Barclay, 2006; Fehr & Rischbacher, 2004). 이런 사회적 적응의 관점에서 볼 때 사회적 평판은 대인간 선택과 관계 형성에 공헌함으로써 사회(집단)를 유지함과 동시에 각 개체의 사회적 적응을 증진시키는 중요한 기능을 할 것이다. 예를 들어 평판이 좋은 사람은 대인 선택 과

정에서 호감이나 신뢰도가 증가할 것이고 함께 관계를 맺고자 하는 선호도 역시 증가할 것이다. 반면에 평판이 나쁜 사람은 호감과 신뢰도가 낮아지며 관계형성에 대한 선호도도 저하될 것이다. 본 연구에서는 사회적 평판이 이러한 대인관계 지각이나 선호도에 미치는 영향을 알아보려고 한다.

최근 이흥표와 한성열(2006)은 진화적, 심리학적 측면에서 지각된 사회적 평판(perceived social reputation)을 능력 유능감, 외모 유능감, 공감적 이타성, 책임감, 호혜적 신뢰성의 5가지 구성요소로 개념화한 후 이를 지지하는 경험적 결과를 얻었다. 이 때 지각된 사회적 평판이 긍정적일수록 행복감과 정서적 안녕감, 삶의 만족도와 자아 존중감이 높았다(이흥표, 이흥석, 2006). 그러나 이러한 선행 연구에는 한 무리의 사람들에게 의해 공유된 평판이 아니라 한 개인(주체)이 스스로 주관적으로 지각된 평판이라는 결정적인 문제점이 있다. 한 개인이 주관적으로 지각한 평판과 실제 한 집단이나 사회에서 어떤 개체에 대해 형성된 평판은 다를 수 있다. 실제 평판이 나쁜데도 자기 자신은 긍정적이라고 왜곡하거나 은폐, 축소할 수 있으며, 그 반대의 경우도 얼마든지 가능한 것이다. 즉, 이흥표 등(2006)의 선행 연구에서는 한 개인에게 주관적으로 지각된 사회적 평판의 영향을 평가하고 있을 뿐, 실제로 소집단에서 형성된 평판이 구성원들에게 미치는 영향력은 검증하지 못하고 있다. 따라서 사회적 평판의 실제 효과나 기능을 검증하려면 한 개인에 의해 지각된 평판이 아니라 특정 대상에 대한 주변의 평판을 제시해야 한다. 본 연구에서는 어떤 타인에 대한 주변의 평판 정보를 실험적으로 조작하여 제시함으로써 실제 평판이 호감이나 선호도, 신뢰와 같은 대인관

계 차원에 미치는 영향을 알아보려고 한다.

또한 본 연구에서는 남성과 여성 간에 평판 정보에 기초하여 다른 사람을 평가하고 선택하는데 있어 차이가 있는지 알아보려고 한다. 여성은 남성에 비해 관계 중심적이며 상호관계에 더 많이 의존한다(Gilligan, 1982). 여성은 사회적 유대에 더 관심이 많고, 공감능력이 높으며, 사회적 민감성이 높다(김용희, 2007). 또한 주변 사람들의 의견을 더 많이 구하고, 주변의 소문이나 가십에 민감하다(Dunbar, Marriot, & Duncan, 1997). 여성은 배우자 선택에 있어서도 남성에 비해 매우 신중하는데 이렇게 여성이 관계 중심적이고, 선택에 신중한 이유는 자손에 투자해야 하는 양육의 의무가 무겁기 때문이다(Trivers, 1982). 여성은 자녀를 잉태하고 양육하는데 있어 배우자나 친인척, 공동체 성원의 도움이 필수적이며, 따라서 주변의 의견이나 정보에 민감하고 이런 정보들을 더 많이 참고할 수밖에 없다. 그러나 남성 역시 과거 수렵채집사회에서 나쁜 평판을 받으면 집단 내에서 혹은 동성 간의 지위 경쟁이나 자원 획득에서 제한을 받아(Alexander, 1987; Mohtashemi & Mui, 2003) 배우자 선택이나 생존 경쟁에 불리한 위치에 놓일 위험이 높았다. 즉, 평판이 나쁘면 협동과 호혜적 대상에서 배제됨으로써 지위가 낮아지거나 사냥이나 수렵, 집단 활동, 배우자 선택 등에서 따돌림을 당할 위험성이 높았던 것이다. 이런 측면에서 볼 때 인간은 성에 상관없이 보편적으로 평판에 민감하도록 진화하였다. 그러나 배우자 선택이나 동료 선택에서 성별의 차이에 따른 고유한 차이가 있을 수 있다. 본 연구에서는 이러한 성의 차이가 있는지, 있다면 어떠한 방식인지를 알아보려고 한다.

아울러 본 연구에서는 외모의 효과를 통제

하고자 하였다. 외모나 신체적인 매력은 대인 관계 지각과 선택과정에 가장 직접적이고 가시적인 영향을 미친다. 예컨대 사람들은 신체적 매력도가 높은 사람을 긍정적으로 평가하고 선호하는 선천적 경향이 있다(Langlois, Kalakanis, Rubenstein, Larson, Hallan, & Smoot, 2000). 외모의 매력도가 높은 사람은 주변의 더 많은 주의와 호감을 얻으며(Jones, 1996; Thornhill & Gangestad, 1996), 이러한 외모의 영향력은 즉시적인 호감 뿐 아니라 신뢰도나 선호도에까지 영향을 미친다(Stirrat & Perret, 2001). 심지어 상담과 같은 전문적 분야에서조차 신체적 매력도가 높은 사람들은 보다 더 신뢰로운 것으로 지각되는 경향이 있다(Thomas, Phyllis, David, & Beverly, 1975). 이렇게 외모가 미치는 영향력이 매우 크고 강력하기 때문에 외모의 영향력을 통제하지 않는다면 외모의 효과를 평판의 효과가 구분하기 어려우며, 성차의 차이를 평가하기도 어렵다. 이러한 이유로 본 연구에서는 먼저 예비 연구를 통해 가장 평균적 외모를 가진 것으로 평가받은 인물 사진을 선정, 사용하고자 하였으며 나아가 외모의 매력도를 측정하고 통제하고자 하였다.

본 연구의 가설과 연구 문제는 다음과 같다.

가설: 긍정적인 사회적 평판은 인물에 대한 호감과 신뢰도를 증가시킬 것이다. 또한 관계형성에 대한 선호도를 증가시킬 것이다. 반면에 부정적인 사회적 평판은 인물에 대한 호감과 신뢰도를 저하시킬 것이다. 나아가 관계형성에 대한 선호도를 저하시킬 것이다.

연구문제: 성별에 따른 평판의 영향력의 차이가 있는지 알아보하고자 한다.

예비연구

참여자

예비연구에서 사진 선정에 자발적으로 참여한 피검자는 남녀 6명씩 12명이었으며 연령 범위는 만 21~29세, 평균 연령 25.83세($SD=3.19$)의 미혼이었다. 또한 사진의 외모 매력도 평가에 참여한 참여자는 20세 이상의 성인 남녀 각각 30명씩, 60명이었다. 참여자의 성별은 남성 30명(50%), 여성 30명(50%)으로 동등하였고 남성의 평균 연령은 27.10세($SD=4.33$), 여성은 26.07세($SD=5.69$)로 유의한 차이는 없었다. 참여자의 연령 범위는 20세부터 37세, 평균 연령은 26.58($SD=5.04$)세였으며, 학력은 고졸 8명(13.3%), 대재 34명(56.7%), 대졸 13명(21.7%), 대학원 재학 및 졸업 5명(8.4%)이었으며 미혼자는 51명(85.0%), 기혼자는 9명(15.0%)이었다.

측정도구

외모 매력도

외모의 매력도는 일반적인 외모의 매력도 및 성적 매력도를 평가하는데 중점을 두고 이를 반영하는 4문항으로 구성하였다. 그러나 남녀의 외모를 묘사하는 어휘에 공통점과 차이점이 있으므로 “매력적이다, 성적 매력이 있다”의 2 문항은 남녀 공통 문항으로 하였으며 여성은 “아름답다, 이쁘다”의 2문항, 남성은 “잘 생겼다, 멋지다”는 2문항을 성별로 다르게 포함하여 4문항, 7점 척도를 구성하였다. 본 연구에서 외모 매력도의 전체 내적 일치도 Cronbach α 는 .88이었으며 사진의 성별이 남성인 경우 내적 일치도는 .89, 여성인 경우에는 .88이었다.

연구방법 및 분석절차

본 연구에서는 먼저 연구에 사용할 인물의 사진 선정이 필요하였다. 선정 기준으로는 20대의 결혼 적령기에 미혼인 남성과 여성 사진 1개씩을 선정하고자 하였다. 이는 외모나 신체적인 매력이 호감이나 선호도에 강력한 영향을 미치기 때문이며, 따라서 직접 볼 수 있는 시각적 자극을 제시하고 그 효과를 측정함으로써 외모의 영향력을 통제할 필요가 있기 때문이다. 이에 따라 자발적으로 참여한 미혼 남성과 여성 각각 6명씩 12명의 사진을 확대하여 21인치 컴퓨터 화면상으로 60명의 참여자들에게 보여준 후 인물의 외모 매력도를 평가하게 하였다. 인물 사진은 상반신을 기준으로 하였고 배경은 회색 화면으로 하였다. 이때 사진의 제시 순서가 평정에 영향을 미칠 수 있기 때문에 사진의 50%(남녀 각각 3명씩 6명)는 순방향으로 제시하였고 나머지 50%(남녀 각각 3명씩 6명)는 역방향으로 제시하였으며 평정자의 남녀 비율 역시 50:50으로 동등하게 하였다. 12명의 사진 제공자에게는 소정의 참가비를 지불하였고 선정된 남녀 인물 2명에게는 실험 및 초상권 사용 동의를 구한 후 비용을 지불하였다. 실험에 사용될 인물 사진 선정에서는 외모 매력도 4문항을 7점 척도상에서 평가하게 하고 이를 합산한 후 다시 나눈 값을 사용하였으며, 이 때 점수 범위는 전혀 그렇지 않다(1)-보통이다(4)-매우 그렇다(7)의 1-7점 사이에 위치하게 된다. 이후 과도하게 외모 매력도가 높거나 낮은 평가를 받은 인물들을 제외하고 7점 척도 상에서 척도 중간값(4.0)에 가장 가까운 평가를 받은 남녀 사진 1인씩을 선정하였다.

통계 분석 절차에서는 12명 인물의 사진의 외

모 매력도에 대한 평정자의 평가를 변량분석하였다. 또한 평정자의 성별에 따른 차이가 있는지, 그리고 사진의 인물 성별에 따른 차이가 있는지를 비교하였다.

결 과

12명의 외모 매력도에 대한 평가 결과는 표 1과 같았다. 남녀 사진 중에서 7점 척도의 중간값에 가장 가까운 외모 평가를 받은 인물은 여성 5번($M=3.89$, $SD=1.07$), 남성 6번($M=4.05$, $SD=1.23$)이었는데, 여성 5번과 남성 6번을 대상 인물로 선정하였다.

평정자가 남성인지, 여성인지에 따라 외모의 평가에 차이가 있는지 알아본 결과, 표 1을 보면 여성 사진을 평가할 때는 남성 평정자와 여성 평정자 간에 유의미한 차이가 없었다. 그러나 남성 사진을 평가하였을 경우에는 .05 수준에서 유의미한 차이를 보였다. 즉, 남성사진 6명 중 3명에 대해 여성 평정자들이 남성 평정자들에 비해 다소 낮은 외모 매력도 평가를 내리고 있었다. 이에 따라 여성사진 6명, 남성사진 6명의 외모를 합산하여 남녀 평정자의 차이를 알아본 결과, 표 2와 같았다. 표 2에서 보듯이 여성 사진을 평가할 때는 남녀 간에 차이가 없었지만 남성의 외모 매력도를 평가할 때는 남성에 비해 여성의 평가가 .05 수준에서 유의하게 낮았다. 실험에 선택된 인물의 사진은 그림 1과 같았다.

본 연구

참여자

본 연구에 참여한 참가자는 대학교 이상에

표 1. 12명의 외모 매력도 평가 결과

사진	구분	M(SD)	남성의 평가	여성의 평가	F
			M(SD)	M(SD)	
여성	여성1	2.39(.98)	2.29(1.00)	2.49(.96)	.62
	여성2	3.23(1.09)	3.20(1.10)	3.40(1.10)	.50
	여성3	3.74(1.05)	3.58(1.11)	3.90(.07)	1.53
	여성4	3.14(1.05)	3.10(1.07)	3.19(1.04)	.14
	여성5	3.89(1.07)	3.95(.92)	3.83(1.22)	.22
	여성6	3.70(1.27)	3.81(1.26)	3.60(1.28)	.44
남성	남성1	3.77(1.24)	4.13(1.31)	3.40(1.05)	5.56*
	남성2	2.70(1.14)	2.80(1.01)	2.62(1.27)	.38
	남성3	3.39(1.10)	3.68(1.05)	3.11(1.08)	4.35*
	남성4	2.94(1.17)	3.17(1.15)	2.73(1.17)	2.16
	남성5	2.87(1.20)	3.19(1.21)	2.55(1.11)	4.57*
	남성6	4.05(1.23)	4.30(1.18)	3.81(1.26)	2.44

* $p < .05$

표 2. 성별에 따른 남녀 인물 사진의 외모 평가 차이

사진	남성 평정자(N=30)	여성 평정자(N=30)	df	t
여성	19.93(4.54)	20.42(4.77)	58	-.41
남성	21.28(5.05)	18.22(4.53)	58	2.47*

* $p < .05$

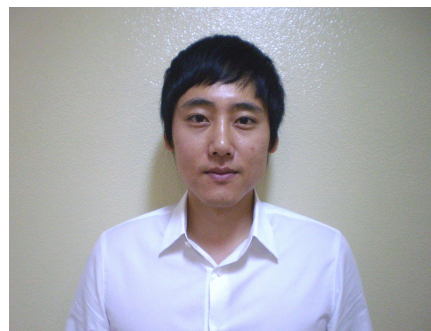


그림 1. 예비연구에서 선정된 남녀 사진

재학중인 미혼남녀 260명이었다. 연령범위는 만 18세에서 29세, 평균 연령은 21.27세($SD=2.73$)이었다. 학력은 대재 253명(97.3%), 대졸 및 대학원 재 7명(2.7%)이었다. 성별은 남녀를 동등하게 구성, 남성 130명(50%), 여성 130명(50%)이었으며 남성의 평균 연령은 21.97세($SD=2.77$), 여성은 20.45세($SD=1.60$)로 유의한 차이는 없었다.

측정도구

호감도

인물에 대한 호감도는 인물이 남성, 여성인가에 상관없이 보편적으로 어떤 개인에 대해 좋은 느낌과 인상을 받는데 초점을 두고 이를 반영, 측정하는 “호감이 간다, 관심이 간다. 인상이 좋다, 느낌이 좋다, 마음에 든다, 그냥 좋은 것 같다”의 6문항, 7점 척도를 선택하여 사용하였다. 내적 일치도의 검증 결과, 6문항의 내적 일치도 Cronbach α 는 .95로 매우 양호하였다.

신뢰

신뢰는 상대방을 믿을 수 있고, 함께 할 수 있으며, 변하지 않을 것이라고 예견하는 정도를 측정한다. 본 연구에서는 신뢰 수준을 평가하기 위해 “믿음이 간다, 신뢰할 수 있을 것 같다, 의지할 수 있을 것 같다, 믿고 맡길 수 있을 것 같다, 기대할 수 있을 것 같다, 확신할 수 있을 것 같다, 함께 할 수 있을 것 같다, 변하지 않을 것 같다, 의심이 들지 않을 것 같다, 한결같은 것 같다”의 10문항, 7점 척도를 사용하였으며 내적 일치도 Cronbach α 는 .98이었다.

관계형성 선호도

관계형성 선호도는 성별에 상관없이 상대방과 친구나 동료가 되며, 상대방이 요청하면 이에 호응하고, 함께 일(공부, 일)을 할 수 있는 개인의 의향과 태도를 포괄한다. 본 연구에서는 관계형성 의지를 평가하기 위해 “이 사람이 친구가 되자고 하면 친구가 되시겠습니까?, 친구로서 호감을 표시하면 받아주시겠습니까? 어울려 함께 하자고 하면 같이 어울리겠습니까? 같이 공부하자고 하면 함께 공부하시겠습니까? 같이 일할 기회가 생긴다면 함께 일하시겠습니까? 친구가 된다면 그 사람을 얼마나 좋아할 수 있겠습니까? 같이 일한다면 얼마나 신뢰할 수 있겠습니까?”의 7문항, 7점 척도를 사용하였다. 본 연구에서 척도의 내적 일치도 Cronbach α 는 .98이었다.

연구방법 및 절차

본 연구의 실험 설계와 절차에서는 예비 연구에서 선정된 남녀의 인물 사진을 프로젝터 영상 화면으로 확대하여 보여준 후 먼저 인물에 대한 외모 매력도를 평가하게 하였다. 긍정적/부정적 평판 자료는 시나리오를 작성, 녹음한 자료를 활용하였는데 외모 매력도를 평가한 다음 한 집단에는 긍정적인 평판에 대한 시나리오를, 다른 한 집단에는 부정적인 평판에 대한 시나리오를 들려주었으며, 이후 참여자들에게 방금 녹음된 정보를 들은 인물에 대해 자신이 느낀 호감이나 신뢰 수준, 관계형성 선호도를 평가하게 하였다.

긍정적/부정적 평판 시나리오의 양은 A+ 크기, 줄간격 160% 기준, 33줄로 동일하게 하였으며, 평판 정보가 녹음된 시간은 약 10분이었고 여성이 녹음을 하였다. 시나리오 제시

표 3. 긍정적, 부정적 평판 시나리오 예

여러분, 이 사람에 대해 궁금하시죠? 사실 외모만으로 사람을 제대로 알기는 어렵잖아요? 그래서 이 사람과 오랫동안 같이 생활하면서 어울리고 일을 해봤던 친구나 직장 동료, 같은 학교를 다녔던 친구 등 주변 사람 10명에게 이 사람이 어떤 사람인지, 어떻게 느꼈는지, 이 사람을 알고 있거나 현재 알고 있는 주변 사람들의 전반적인 생각이나 의견이 대체로 어땠는지 알아봤습니다. 여기서 오랫동안이란 최소한 6개월 이상 같이 가깝게 지내거나 어울린 사람들을 말한답니다. 하지만 가족들에게는 묻지 못했습니다. 가족들에게 이런 질문을 하면 실례일 테고 정확한 정보도 알기 힘들 테니까요. 가족들이 나쁘게 이야기할 리가 없잖아요? 그랬더니....이런 평판이 있었답니다.

<긍정적 평판의 시나리오 예; 호혜성>

살다보면 가끔 남을 속이고 정직하지 못한 이상한 사람들을 만나는 경우가 있잖아요? 그런데 이 사람은 참 정직하고 진실하다고 해요. 안 좋은 상황이 생기면 그 상황을 모면하려고 상대방한테 거짓말을 하는 경우도 별로 없고, 다른 사람과 한번 한 약속은 꼭 지키려고 노력한답니다. 친구나 동료를 속이는 경우는 전혀 없고 배신을 하지 않고요. 그리고 우리들 자신도 이 자리에 없는 다른 사람에 관한 이야기를 하는 경우가 있잖아요? 그걸 흔히 뒷담화라고 하죠. 근데 이 사람은 남의 험담을 하는 경우가 별로 없답니다. 누군가가 자기의 어려운 일이나 고민을 어렵게 털어놓을 수도 있는데 그 사람이 한 이야기에 대해서는 비밀을 잘 지키고, 다른 사람들에게 함부로 말을 옮기거나 뒷말을 잘 하지 않는답니다. 그래서 주변 사람들로 부터 매우 좋은 평판을 얻고 있었답니다.

<부정적 평판의 시나리오 예; 호혜성>

살다보면 가끔 남을 속이고 정직하지 못한 이상한 사람들을 만나는 경우가 있잖아요? 그런데 이 사람이 참 비슷하네요. 정직하지 못하고 남을 잘 속인답니다. 힘든 상황, 자기가 책임질 상황이 있으면 그 상황을 모면하려고 거짓말을 하고요, 다른 사람과 한 약속도 잘 지키지 않고 잘 깬답니다. 민던 친구나 동료를 배신하고 속이는 경우도 자주 있고요. 그리고 우리들 자신도 지금 이 자리에 없는 다른 사람에 관한 이야기를 하는 경우가 있잖아요? 그런 걸 흔히 뒷담화라고 하죠. 근데 이 사람이 뒤에서 남의 험담을 잘 하더군요. 누군가가 자기를 믿고 어려운 일이나 고민을 털어놓을 수도 있는데 비밀을 안 지키고 그 사람이 어렵게 한 말을 다른 사람들에게 잘 옮긴대요. 그래서 주변 사람들로 부터 평판이 매우 나빴답니다.

시에는 참여자들이 내용을 놓치거나 주의를 상실하지 않도록 천천히 읽는 방식으로 제시 하였으며, 시나리오 골격을 유지하되 최대한 현실에 가깝도록 구어체의 문장으로, 억양과 어조의 현실감을 살리면서 읽도록 하였다. 녹음된 평판 시나리오의 주요 골격은 표 3에 제시한 일부 내용과 같았다. 이 때 사회적 평판은 이흥표와 한성열(2006)의 연구에서 제시된

지각된 사회적 평판의 5가지 구성요소중 이타성, 호혜성 책임감 평판에 대한 내용을 기준으로 하여 “좋은” 사람에 대한 평판을 제공하는 시나리오를 중심으로 제작하였다. 능력 및 외모 유능감에 대한 평판은 외모(사진)가 이미 제시되어 있고 인물이 “뛰어난” 사람인지에 대한 평판은 제공하지만 “좋은” 사람인가에 대한 평판은 제공하지 못하기 때문에(이흥표,

한성열, 2006) 제외하였다. 부정적 평판 시나리오는 이타성, 호혜성, 책임감에 관한 긍정적 평판 시나리오의 내용을 반대로 기술하였다.

또한 측정도구 선택에 있어 호감도, 신뢰 수준, 관계형성 선호도 등을 신뢰롭게 측정할 수 있는 측정도구가 국내 및 해외에 없었던 관계로(대부분의 연구에서는 단발성 혹은 3-4문항 이내의 짧은 문항을 사용하고 있었다. 예컨대 De Jong, Peters, De Cremer, & Vranken(2002)의 연구에서는 신뢰와 호감도를 평가하는데 신뢰성(trustworthiness)과 호감도(likability) 한 문항씩을 사용하여 0-100점 상에서 평가하게 하였다) 연구자가 제작, 사용하였다. 측정도구 제작 과정에서는 먼저 대학원생 3명으로 하여금 상대방에 대한 외모, 호감, 믿음 정도를 반영할 수 있는 어휘들과 문장을 자유롭게 연상하도록 하였다. 그런 후 임상심리학자 1명과 정신과 의사 1명이 외모 매력, 호감, 신뢰 등을 반영한다고 판단되는 어휘를 포함한 문항을 선별하였고, 그런 다음 다시 대학원생 5명으로 하여금 문항의 타당성을 검증하도록 한 후 3명 이상이 타당하다고 동의한 문항들을 선별하였다. 이후 신뢰도 분석과 공통요인분석을 실행하여 문항-총점 상

관이 .3, 요인 부하량이 .3 이하인 문항은 제외하였다.

이후 통계 분석 과정에서는 먼저 평판과 성별에 따른 외모 매력도의 차이가 있는지 일원변량분석을 실행하였다. 그 다음 긍정적, 부정적 평판에 따른 결과의 차이가 있는지 일원변량분석을 실행하였다. 이 때 외모 매력도 역시 영향을 미칠 수 있으므로 외모 매력도에 따른 일원변량분석을 실행해 보았다. 또한 외모 매력도와 긍정적/부정적 평판 외에 사진의 성별 및 평정자의 성별에 따른 차이가 있을 수 있으므로 외모 매력도를 공변량으로 통제 한 후 평판 차이, 사진 성별, 평정자 성별에 따른 삼원 공변량 분석(three-way ANCOVA)를 실행하여 주효과와 상호작용효과를 분석하였다. 이 때 피험자간 변인(독립변인)은 긍정-부정 평판, 사진의 성별, 평정자의 성별이었고 종속변인은 호감, 신뢰도, 대인관계의 선호도였다.

결 과

사진 성별 및 긍정적/부정적 평판에 따른

표 4. 평판에 따른 외모 매력도 평정의 차이(N=260)

	평판	외모 매력	MS	df	F
평판	긍정 평판	13.09(4.78)	45.71	1	2.32
	부정 평판	14.14(4.53)			
성별	남성 사진	14.57(4.74)	299.90	1	15.22***
	여성 사진	12.48(4.37)			
	평판*성별		293.19		14.89***
	전체	13.59(4.68)			

*** $p < .001$

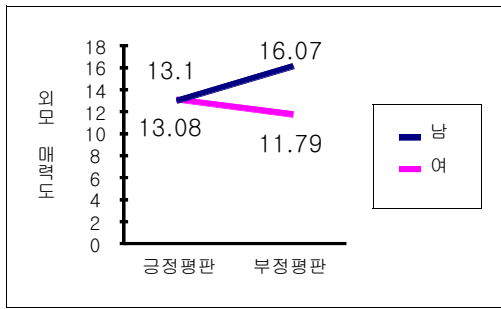


그림 2. 평판과 사진 성별의 상호작용

외모 매력도의 차이가 있는지 일원변량분석을 실행한 결과, 표 4와 같았다. 표 4를 보면 긍정적, 부정적 평판에 따른 외모 매력도의 차이는 없었으나 남성 사진이 여성 사진에 비해 외모 매력도가 높다는 평가를 받았다. 또한 평판 종류와 사진 성별 간에 상호작용이 유의하였는데 그림 2를 보면 긍정적 평판에서는 사진의 성별에 따른 외모 매력도의 차이가 없었지만 부정적 평판 집단에서는 여성 사진에 비해 남성 사진의 외모 매력도가 높게 지각되었다. 그러나 본 연구에서 외모 매력도는 평판 정보를 제공하기 전에 평가하도록 하였는바, 평판에 의한 영향은 아닌 것으로 시사된다.

다음으로 긍정적 평판과 부정적 평판이 호감이나 신뢰, 관계형성 선호도에 미치는 효과를 알아본 결과, 표 5와 같았다. 표 5를 보면

긍정적 평판을 받은 사람들은 부정적 평판을 받은 사람들에 비해 호감도가 .001 수준에서 유의하게 높았고 상대방에 대한 믿음 정도, 관계 형성 선호도 역시 부정적 평판에 비해 유의하게 높았다.

그러나 외모 매력도 역시 종속변인에 영향을 미칠 수 있기 때문에 척도의 중간값을 기준으로 하여 인물의 외모 매력도를 높게 평가한 집단과 낮게 평가한 집단을 구분한 후 그 차이를 알아보았다. 그 결과, 외모 매력도를 높이 평가한 집단이 낮게 평가한 집단에 비해 호감도가 높았으며(높은 외모 매력; $M=22.30(SD=9.19)$, 낮은 외모 매력; $M=17.07(SD=9.33)$, $F=19.52, p<.001$), 신뢰도(높은 외모 매력; $M=36.08(SD=17.75)$, 낮은 외모 매력; $M=31.17(SD=17.30)$, $F=4.82, p<.05$), 및 관계형성 선호도(높은 외모 매력; $M=29.71(SD=12.71)$, 낮은 외모 매력; $M=25.83(SD=12.70)$, $F=5.82, p<.05$) 역시 유의하게 높았다.

이에 따라 외모 매력도의 효과를 통제하기 위해 외모 매력도를 공변량으로 설정한 후 변량분석을 실행하였다. 이 때 평판 뿐 아니라 인물의 성별이나 평정자의 성별이 영향을 미칠 수 있기 때문에 긍정적/부정적 평판, 인물 사진의 성별, 피험자의 성별을 독립변인으로 하여 삼원변량분석을 실행하였다. 그 결과는 표 6과 같았다. 표 6에서 먼저 호감에 미치는

표 5. 긍정적, 부정적 평판에 따른 호감, 신뢰 및 관계형성 선호도의 차이

구분	긍정적 평판	부정적 평판	MS	F
호감	25.44(7.41)	13.07(7.14)	9892.95	186.62***
신뢰	45.70(12.45)	20.09(11.67)	42407.65	290.42***
관계형성 선호도	36.15(8.07)	18.42(9.79)	20314.87	254.42***

*** $p<.001$

표 6. 외모 매력도 통제후 평판, 사진 성별, 평정자 성별에 따른 삼원공변량분석

구분		MS	df	F	η^2
호감	긍정적/부정적 평판	8023.47	1	215.98***	.463
	사진 성별	45.49	1	1.22	.005
	평정자 성별	6.20	1	.17	.001
	평판*사진성별	435.56	1	11.72***	.045
	평판*평정자성별	249.34	1	6.71**	.026
	사진성별*평정자성별	35.96	1	.97	.004
	평판*사진*평정자	2.01	1	.05	.000
	외모 매력도	2870.04	1	77.26**	.236
	간오차	37.15	250		
신뢰	긍정적/부정적 평판	31025.67	1	261.00***	.511
	사진 성별	7.69	1	.07	.000
	평정자 성별	4.64	1	.03	.000
	평판*사진성별	1324.42	1	11.14***	.043
	평판*평정자성별	1237.86	1	10.41***	.040
	사진성별*평정자성별	1.14	1	.01	.000
	평판*사진*평정자	164.99	1	1.39	.006
	외모 매력도	4749.36	1	39.95***	.138
	간오차	118.88	250		
관계 형성 선호도	긍정적/부정적 평판	13312.49	1	204.21***	.450
	사진 성별	.53	1	.09	.000
	평정자 성별	87.47	1	1.34	.005
	평판*사진성별	550.56	1	8.45**	.033
	평판*평정자성별	722.39	1	11.08***	.042
	사진성별*평정자성별	9.22	1	.14	.001
	평판*사진*평정자	353.70	1	5.34*	.021
	외모 매력도	2583.37	1	39.63***	.137
	간오차	65.19	250		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

효과를 보면 공변량으로 투입된 외모 매력도의 효과는 .001로 유의하였고 효과의 크기(η^2)는 .236이었다. 또한 독립변인 중에서 긍정

1) 독립변인이 종속변인을 설명하는 변량의 비율 혹은 연합의 강도. 독립변인과 종속변인의 선형

적, 부정적 평판이 호감에 미치는 주효과가

조합이 논리적으로 타당한 관계에 있음을 설명하는 근거가 되며, 연합강도가 높을수록 독립변인이 종속변인에 기여하는 상대적인 중요도가 높은 것임(양병화, 1998).

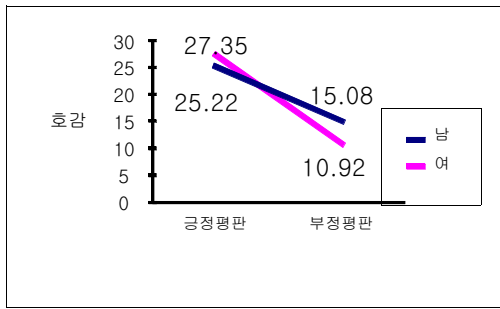


그림 3. 평판과 사진성별에 따른 호감도 차이

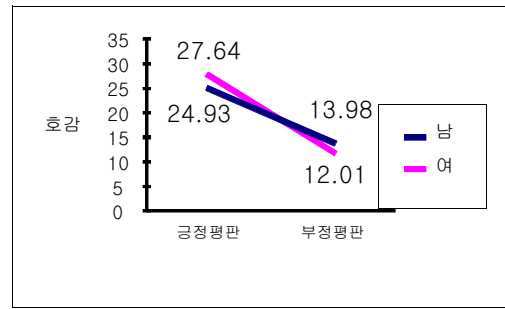


그림 4. 평판과 평정자 성별에 따른 호감도 차이

유의하였으며 효과의 크기(η^2)는 .463으로 높았다. 사진의 성별이나 평정자 성별에 따른 주 효과는 유의하지 않았으며 사진 성별과 평정자의 성별에 따른 상호작용 효과 역시 유의하지 않았다.

그러나 긍정적, 부정적 평판과 사진 성별 및 평정자 성별간의 상호작용 효과가 유의하였는 바, 이러한 평판과 사진 성별간의 상호작용 효과를 그림 3에 제시하였다. 그림 3을 보면 긍정적 평판에서는 남성 사진에 비해 여성 사진의 호감도가 상대적으로 다소 높았던 반면 부정적 평판에서는 남성 사진에 비해 여성 사진의 호감도가 낮았다. 이를 보다 자세히 알아보기 위해 외모 매력도를 공변량으로 통제하고 단순주효과 분석²⁾을 실행하였다. 그 결과를 보면 긍정적 평판 조건에서는 사진의 성별에 따른 유의한 차이가 없었던 반면(남성: $M=24.82(SD=.74)$, 여성: $M=26.95(SD=.85)$, $F=3.14$, ns) 부정적 평판 조건 하에서는 여성 사

진에 대한 호감도가 남성 사진에 비해 유의하게 낮았다(남성: $M=15.85(SD=1.07)$, 여성: $M=10.95(SD=.89)$, $F=11.45$, $p<.001$). 또한 긍정적, 부정적 평판과 평정자 성별간의 상호작용 효과(그림 4)를 보면 긍정적 평판에서는 평정자가 남성일 때보다 여성일 때 상대적으로 다소 높은 호감도를 보였다. 그러나 부정적 평판에서는 오히려 남성에 비해 여성 평정자의 호감도가 남성에 비해 낮았다. 이에 단순주효과 분석을 실행한 결과, 긍정적 평판 조건에서는 남성 평정자에 비해 여성 평정자의 호감도가 유의하게 높았던 반면(남성: $M=24.49(SD=.70)$, 여성: $M=27.28(SD=.98)$, $F=5.34$, $p<.05$) 부정적 평판 조건 하에서는 유의한 차이가 없었다(남성: $M=14.31(SD=1.07)$, 여성: $M=12.48(SD=.78)$, $F=1.87$ ns). 즉, 유의한 차이는 아니지만 사진의 인물이 여성인 경우 남성에 비해 긍정적 평판에서 호감도가 상승하였던 반면 부정적 평판에는 호감도가 낮아지는 경향을 보이고 있었다. 평정자가 여성인 경우에도 긍정적 평판에서는 남성보다 높은 호감도를 표명하였지만 부정적 평판 상태에서는 남성에 비해 낮은 호감도를 표명하는 경향이 있었다. 특히 부정적 평판에서는 남성 사진에 비해 여성 사진의 호감도가 유의하게 낮아졌

2) 단순주효과분석은 외모 매력도를 통제하고 평판 수준(긍정적, 부정적 평판)을 고정한 후 사진 수준(인물사진의 남녀)이나 평정자의 수준(남녀)에 따른 호감, 신뢰, 선호도의 차이를 검증하기 때문에 그림 3~8의 삼원공변량분석의 상호작용 결과에 제시된 평균치와는 그 값에 약간의 차이가 있음.

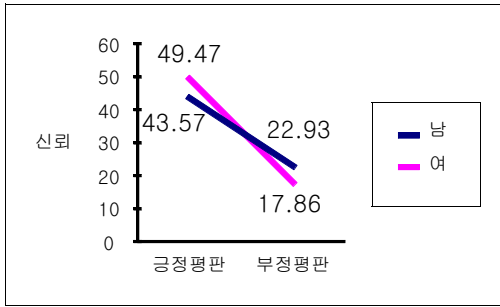


그림 5. 평판과 사진성별에 따른 신뢰의 차이

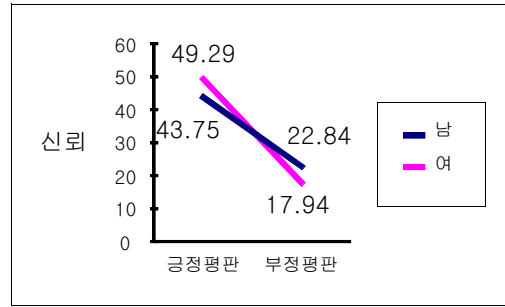


그림 6. 평판과 평정자 성별에 따른 신뢰의 차이

고, 여성 평정자들은 긍정적 평판 조건하에서 남성 평정자에 비해 유의하게 높은 호감도를 보였다.

다음으로 신뢰에 미치는 효과를 보면 공변량으로 투입된 외모 매력도의 효과는 유의하였고 신뢰에 미치는 효과의 크기(η^2)는 .138이었다. 평판이 신뢰 수준에 미치는 주효과도 유의하였으며 효과의 크기(η^2)는 .511이었다. 또한 사진 성별이나 평정자 성별에 따른 주효과는 유의하지 않았지만 평판과 사진 성별, 평판과 평정자 성별간의 상호작용 효과가 유의하였다. 평판과 사진 성별간의 상호작용 효과를 분석한 그림 5를 보면 긍정적 평판에서는 사진의 인물이 남성일 때보다 여성일 때 높은 신뢰도 평가를 받았으나 이와 달리 부정적 평판에서는 사진의 인물이 여성일 때 남성보다 신뢰도가 급격하게 낮아지고 있었다. 이를 구체적으로 알아보기 위해 단순 주효과 분석을 실행한 결과, 긍정적 평판 조건에서는 남성 사진에 비해 여성 사진에 대한 신뢰 수준이 유의하게 높았던 반면(남성: $M=43.07$ ($SD=1.35$), 여성: $M=48.97$ ($SD=1.72$), $F=7.34$, $p<.01$) 부정적 평판 조건 하에서는 반대로 남성에 비해 여성 사진에 대한 신뢰 수준이 유의하게 낮았다(남성: $M=23.75$ ($SD=1.90$), 여성:

$M=18.09$ ($SD=1.58$), $F=2.57$ $p<.05$). 그림 6의 평판과 평정자 성별간의 상호작용 효과를 보면 긍정적 평판에서는 여성 평정자가 남성 평정자에 비해 높은 신뢰도를 보였으나 부정적 평판에서는 오히려 여성 평정자의 신뢰도가 낮았는데, 단순 주효과 분석 실행 결과에서도 긍정적 평판 조건에서는 남성 평정자에 비해 여성 평정자의 신뢰도가 유의하게 높았던 반면에(남성: $M=43.22$ ($SD=1.27$), 여성: $M=48.82$ ($SD=1.77$), $F=6.57$, $p<.05$) 부정적 평판 조건 하에서는 남성에 비해 여성 평정자가 부여한 신뢰도가 낮았다(남성: $M=23.31$ ($SD=1.92$), 여성: $M=18.53$ ($SD=1.39$), $F=4.05$, $p<.05$).

또한 관계형성 선호도에서 외모 매력도가 미치는 효과의 크기(η^2)는 .137로 유의하였다. 평판이 동성친구나 동료로서의 선호도에 미치는 주효과 역시 유의하였으며 효과의 크기(η^2)는 .450으로 유의하였다. 반면에 사진 성별이나 평정자 성별의 주효과는 유의하지 않았고 상호작용 효과에서는 평판과 사진 성별, 평정자 성별 간의 삼원 상호작용 및 평판과 사진의 성별, 평판과 평정자 성별 간의 이원 상호작용 효과와 유의하였다. 먼저 평판 조건과 사진의 성별, 평판 조건과 평정자 성별간의 상호작용 효과를 분석한 결과, 그림 7, 8과 같

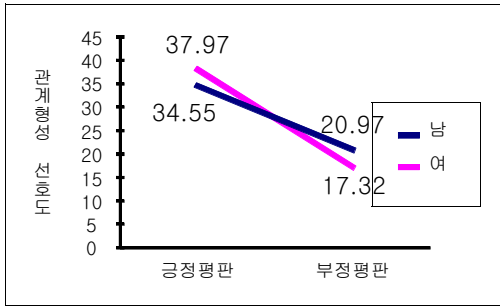


그림 7. 평판과 사진성별에 따른 선호도 차이

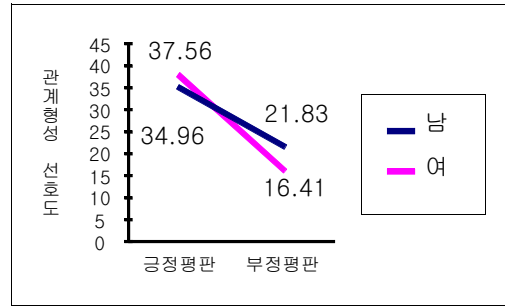


그림 8. 평판과 평정자 성별에 따른 선호도 차이

았다. 그림 7을 보면 긍정적 평판에서는 사진의 인물이 남성일 때보다 여성일 때 높은 선호도를 받았으나 부정적 평판에서는 오히려 여성일 때 선호도가 낮았다. 이를 보다 자세히 알아보기 위해 단순 주효과 분석을 실행한 결과, 긍정적 평판 조건에서는 남성 사진에 비해 여성 사진에 대한 선호도가 유의하게 높았던 반면(남성: $M=34.20(SD=.88)$, 여성: $M=37.62(SD=1.12)$, $F=5.82$, $p<.05$) 부정적 평판 조건 하에서는 남성 사진과 여성 사진 간의 유의한 차이가 없었다(남성: $M=21.12(SD=$

$1.58)$, 여성: $M=17.97(SD=1.32)$, $F=2.17$, ns). 또한 긍정적, 부정적 평판과 평정자 성별의 상호작용 결과에서도 긍정적 평판에서는 여성 평정자가 남성 평정자에 비해 높은 선호도를 보였던 반면 부정적 평판에서는 남성 평정자보다 여성 평정자의 선호도가 다소 낮았다(그림 8). 이에 대한 단순 주효과 분석 결과, 긍정적 평판 조건에서는 남성 평정자와 여성 평정자의 선호도에 유의한 차이가 없었던 반면(남성: $M=34.64(SD=.83)$, 여성: $M=37.18(SD=1.16)$, $F=3.21$, ns) 부정적 평판 조건 하에서는

표 7. 평판 조건에 따른 관계형성 선호도에 대한 사진 성별과 평정자 성별의 상호작용 효과 분석

	구분	MS	df	F	η^2
긍정 평판	사진 성별	303.54	1	5.81*	.043
	평정자 성별	167.30	1	3.21	.024
	사진성별*평정자성별	250.87	1	4.81*	.036
	외모 매력도	1261.32	1	24.16***	.157
	간오차	52.21	135		
부정 평판	사진 성별	172.25	1	2.16	.018
	평정자 성별	608.12	1	7.65**	.060
	사진성별*평정자성별	99.67	1	1.25	.010
	외모 매력도	1368.60	1	17.21***	.126
	간오차	52.21	135		

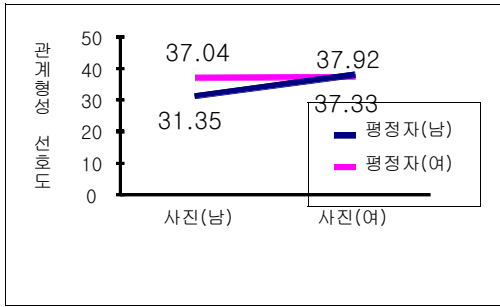


그림 9. 긍정평판에서 사진성별과 평정자성별의 상호작용

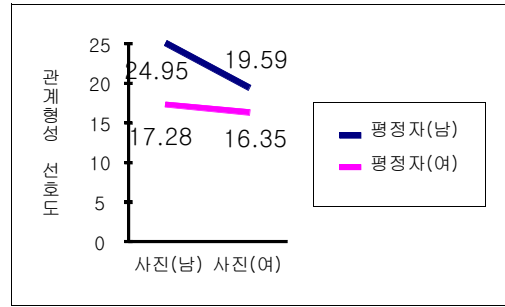


그림 10. 부정평판에서 사진성별과 평정자성별의 상호작용

남성 평정자에 비해 여성 평정자들이 부여한 선호도가 호감도가 유의하게 낮았다(남성: $M=22.76(SD=1.60)$, 여성: $M=16.81(SD=1.58)$, $F=7.65, p<.01$).

그러나 삼원 상호작용 효과가 있었고 이원 상호작용의 해석은 삼원 상호작용에 의해 제한되므로 평판의 수준에 따라 사진 성별과 평정자 성별간의 이원상호작용효과가 각각 다르게 존재하는지, 앞의 평판조건 및 사진성별, 평정자 성별의 상호작용 효과와 어떤 차이가 있는지 검증이 필요하였고, 그 결과는 표 7과 같다. 표 7에서 상호작용 효과를 보면 긍정적 평판 조건에서는 사진과 성별의 상호작용 효과가 있었던 반면 부정적인 평판 조건에서는 상호작용 효과가 없었다. 이를 그림으로 나타내면 그림 9, 10과 같다. 그림 9를 보면 긍정적 평판 조건에서는 사진의 인물이 여성일 때 남성과 여성 평정자 모두 높은 선호도를 보였다, 반면에 사진의 인물이 남성일 때는 남성 평정자에 비해 여성 평정자의 선호도가 높았다. 즉, 긍정적 평판 조건하에서 남성 평정자들이 사진의 성별에 따라 여성에게는 높은 선호도를 부여하고 남성에게는 낮은 선호도를 부여하는 선호도의 차이를 보였다면 여성 평

정자들은 사진의 성별에 상관없이 높은 선호도를 보였다고 할 수 있다. 또한 남성 사진이 남성 평정자에 비해 여성 평정자에게 더 높은 선호도를 부여받았다면 이에 비해 여성 사진은 남녀 평정자로부터 모두 높은 균등한 선호도를 받았다고도 할 수 있다. 이와 달리 그림 10을 보면 부정적 평판 조건에서는 사진의 인물이 남성이나 여성이나에 상관없이 남성 평정자들의 선호도에 비해 여성 평정자들의 선호도가 일관되게 낮았다. 이러한 차이는 주효과에도 나타나 긍정적 평판 하에서는 사진의 인물인 남성($M=34.20, SD=.88$)일 때보다 여성($M=37.62, SD=1.12$)일 때 높은 선호도를 보였다($F=5.81, p<.05$). 반면에 부정적 평판에서는 인물의 성별에 상관없이 남성 평정자들($M=22.28, SD=1.60$)보다 여성 평정자($M=16.81, SD=1.16$)의 선호도가 유의하게 낮았다($F=7.65, p<.01$).

논 의

우리는 사회적 삶 속에서 어떤 사람과 관계를 맺을 것인지 선택할 때 그 사람이 믿을 수

있는 사람인지 아닌지를 평가해야 한다. 그렇지 않으면 다른 사람에게 배신과 속임을 당하거나 사기를 당할 수도 있는 위험에 노출되어 있기 때문이다(Cosmides & Tooby, 1992). 이러한 사회적 선택(social selection) 과정에서 우리는 직접적인 상호 작용에 의지한 정보를 활용하지만 동일한 집단에 속하거나 주변의 여러 사람들에 의해 회자되는 평판 정보를 적극적으로 활용하기도 한다. 그러나 그 동안 사회적 평판은 이미지, 태도와 같은 심리적 개념과 명확한 구분없이 혼용되어 사용되어온 경향이 있으며, 사회적 삶이나 대인 지각에 미치는 그 가치를 인정받지 못하였다. 이런 점에서 본 연구는 기존의 여러 연구 및 논의에 기반하여 사회(무리), 그리고 그 안의 시간적, 공간적 측면에서 사회적 평판을 정의하고, 사회적 평판이 대인관계에 갖는 함의를 검증하고자 하였다.

본 연구에서는 먼저 예비 연구에서 결혼 적령기의 미혼남녀의 사진 각각 6명씩, 12명을 보여주고 60명의 평정자로 하여금 외모 매력도를 평가하게 한 후 가장 중간값에 가까운 외모 평가를 받은 남녀 피험자 1명씩을 선정하였다. 이후 본 연구에서는 260명의 참가자들에게 사진의 인물을 보여주고 녹음된 긍정적/부정적 평판 시나리오를 들려준 후 인물에 대한 호감, 신뢰도 및 관계형성 선호도를 평가하게 하였다. 이후 평판의 영향력과 성차에 따른 차이를 일원변량분석 및 외모 매력도를 통제된 삼원공변량분석을 통해 검증하였다.

연구 결과, 첫째, 긍정적 평판을 받은 사진의 인물은 부정적 평판을 받은 인물에 비해 호감도, 신뢰 수준(믿음), 관계형성 선호도가 매우 높아 본 연구의 가설이 지지되었다. 또한 긍정적, 부정적인 평판의 차이에 따른 외

모 매력도의 지각 차이는 나타나지 않았고, 이러한 평판의 효과가 외모 매력도를 통제한 후에도 지속되었으며, 사회적 평판이 호감이나 신뢰도, 관계형성 선호도에 미치는 효과의 크기는 .463~.511로 상당히 높은 편이었다.

둘째, 본 연구에서는 긍정적, 부정적 평판과 성차에 따른 상호작용이 있는지 알아보고자 하는 연구문제를 설정하였는데, 제시된 인물 사진이나 평정자의 성별에 따른 주효과의 차이는 없었지만 긍정적/부정적 평판조건과 사진의 성별, 평정자의 성별에 따른 상호작용을 보이고 있었다. 먼저 긍정적, 부정적 평판과 사진의 성별에 의한 상호작용 효과를 살펴보면 전반적으로 긍정적 평판 상태에서는 대체로 사진의 인물이 남성일 때보다 여성이었을 때 호감도나 신뢰 수준, 선호도가 높았던 반면에 부정적 평판 하에서는 남성 사진에 비해 여성 사진의 호감도나 선호도가 오히려 낮아지고 있었다. 평정자가 남성이거나 여성이었을 때도 유사한 성차를 보였다. 즉, 평판이 좋은 인물에 대해서는 대체로 여성 평정자들이 남성 평정자보다 높은 호감이나 신뢰도, 관계형성 선호도를 보였다. 그러나 평판이 나쁜 인물에 대해서는 오히려 여성 평정자의 호감도나 신뢰도가 남성 평정자에 비해 낮았다. 즉, 평정자가 여성인 경우 상대의 평판이 좋을 때는 남성보다 그 사람에 대한 호감과 믿음을 표시하며 선호하였다고 한다면 평판이 나쁠 때는 반대로 남성에 비해 호감도와 믿음이 낮아지고 있었다. 이러한 결과는 앞에서 여성이 평가 대상이었던 경우(사진 성별)의 결과와 대체로 일치하는 것이다. 이러한 상호작용에 대한 단순주효과 분석 결과, 평판이 좋을 때는 남성보다 여성이 높은 신뢰도와 선호도를 받았지만 평판이 나쁠 때는 도리어 신뢰

도가 낮아지고 있었다. 또한 여성 평정자들이 남성에게 비해 평판이 좋은 사람에 대해서 높은 호감과 신뢰도를 보였던 반면 평판이 나쁜 사람들에 대해서는 신뢰도와 선호도가 낮았다. 선호도에 대한 삼원상호작용 분석에서도, 긍정적 평판에서 여성 사진이 남녀 평정자로부터 모두 높은 균등한 선호도를 받았던 반면 부정적 평판 조건에서는 남성 평정자들에 비해 여성 평정자들의 선호도가 일관되게 낮았다.

평판 정보가 호감이나 선호도, 특히 신뢰수준에 영향을 미친다는 의미는 무엇일까? 이는 앞에서 논의한 바와 같이, 주변의 평판이 좋은 사람들이 관계 일반에서 협력자로 받아들여지고 선택될 가능성이 높으며 반면에 평판이 나쁜 사람들은 선택 대상에서 배제되고 배척될 가능성이 높음을 시사한다. 사람들은 친구나 가족, 동료 등 자신과 같은 무리에 속한 사람들, 상대방과 관계를 맺고 경험해 본 적이 있는 사람들에게 상대방이 과연 어떤 사람인지 의견을 구하고 물으며 자문을 구하는 행동을 한다. 그리고 이러한 평판 정보들을 관계를 맺고 협력할 것인지 거부할 것인지를 선택하는데 있어 중요한 정보로 활용한다. 상대방이 속했던 집단 혹은 주변의 여러 사람들에 의해 직접적, 간접적 경험과 판단을 걸쳐 걸러진 평판 정보는 자신의 주관적 경험에 의지한 평가보다 신뢰도나 타당성이 높을 수 있다. 만일 여러 사람들로부터 어떤 개인에 대한 정보를 얻었는데, 그 사람의 평판이 나쁘다면 자기 역시 배신이나 사기, 착취 등의 여러 위협에 노출될 가능성이 실제로 높아짐을 의미한다. 또한 이렇게 평판이 나쁜 사람과 어울리거나 관계를 맺는다면 자신 역시 같은 범주에 속하는 사람으로 취급될 위험이 높아지는

셈이 된다. 반대로 평판이 좋다면 그만큼 위협과 착취의 위험성이 감소하고 신뢰할 수 있다는 의미가 되며, 나아가 자신도 평판이 좋은 사람과 한 무리에 속하게 됨으로써 얻는 이득이 높아질 수 있다. 그러므로 이 때 사회적 평판은 최소한 자기를 위협으로부터 보호하고 취해야 할 사회적 행동의 방향을 가름할 수 있는, 일종의 보증 수표와 같은 기능을 한다.

아울러 본 연구에서는 외모 매력도 역시 호감도나 신뢰도, 관계형성 선호도에 영향을 미치고 있었다. 외모의 매력도를 높게 지각한 사람들은 그렇지 못한 사람들에 비해 사진의 인물에 대한 호감도나 신뢰 수준, 관계형성에 대한 선호도를 높게 나타냈다. 외모나 신체적 매력도가 높은 사람들은 더 많은 주의를 끌고 호감을 받는다(Jones, 1996; Thornhill & Gangestad, 1993, 1996). 외모와 같은 외적 조건의 영향력은 관심과 호감에 끝나지 않고 내적 속성의 추리에까지 영향을 미쳐 신체적 매력도가 높은 사람들이 더 정직하고, 진실하며, 신뢰로운 긍정적 속성이 더 높을 것이라고 가정되기까지 한다(Dion, Berscheid, & Walster, 1972; Eagly & Makhijani, 1991; Feingold, 1992). 나아가 관계를 맺는 주체 역시도 신체적 매력도가 높은 사람과 상호작용을 할 때는 신뢰로운 방식으로 행동하려고 한다(Wilson & Eckel, 2006). 따라서 매력적인 외모는 좋은 인상과 호감, 믿음을 얻는 데는 도움이 되며, 특히 상대에 대한 깊은 정보가 부족한 관계 형성 초기에는 더욱 그러할 것이다. 본 연구에서도 이러한 결과가 지지되었다. 그러나 외모나 신체적 매력에만 의지해서 상대를 믿고 친구나 동료로 받아들이는 데는, 즉 일시적 관계가 아니라 지속적으로 관계를 맺고 협력할 대상

으로 선택하는 데는 분명한 한계점이 있다. 한 연구에서 매력도가 높은 사람과 그렇지 못한 사람을 구분하여 게임의 상호작용을 관찰한 결과, 매력도가 높은 사람들은 그렇지 못한 사람들에 비해 게임 파트너를 믿고 신뢰로운 방식으로 행동하려는 경향이 높았다 (Finlay, Lisa, Benedict, Daniel, Lisa, & Claire, 2009). 하지만 Finlay 등(2009)의 연구에서 신뢰 행동은 상대방이 볼 수 있다고 느낄 때만, 즉 다시 만날 가능성이 있을 때만 증가하였다. 상대방이 보지 않는다고 지각할 때는 신뢰 행동이 유의하게 낮았다. 누군가 보고 있는 것 같은(그러나 실제로 보고 있지 않을 수도 있는), 인간의 시선과 같은 암묵적인 관찰 단서가 관대하거나 친절한 친사회적 행동에 영향을 미치는 것이다(Burnham & Hare, 2007; Harey & Fessler, 2005). 이런 측면에서 볼 때 외모는 대인관계의 자산이지만 친사회적 행동과는 관련이 없을 수 있다. 오히려 외모가 높은 사람들이 자신의 외적 자산을 이용해 타인을 착취하거나 해를 끼칠 가능성도 배제할 수 없다. 한 연구에서는 외모가 뛰어나다는 평판이 높다고 지각할수록 자기중심성이 다소 높았으며 (이홍표, 한성열, 2006), 특히 남성의 경우에는 과거 이성을 쉽게, 그리고 많이 사귀는 빈도, 성적 접촉 빈도 등 단기적인 성전 전략을 추구하는 경향이 높았다(이홍표, 김수지, 김교현, 2008). 반면에 평판에는 이미 타인의 시선과 감독이 담겨져 있다. 그러므로 평판은 인간의 이기적, 비이타적 행동을 억제, 조율하고 친사회적 상호작용을 촉진하는, 보이지 않는 시선과 같은 역할을 할 수도 있다. 본 연구에서 사회적 평판이 호감이나 신뢰도, 선호도에 미치는 효과의 크기는 .463~.511이었던 반면 외모의 매력도가 미친 효과의 크기는 .137~.236

이다. 외모의 매력도를 긍정-부정, 호감-비호감의 양극적 차원에서 변화시키지 않았기 때문에 이러한 효과의 크기를 단순 비교하기는 어렵지만 외모의 영향력은 평판에 비해 상당히 낮았다. 이런 점에서 사람들은 외모가 뛰어난 사람보다 평판이 좋은 사람들에게 호감을 느끼며, 믿고, 협동할 수 있는 친구나 동료, 즉 협력자로 받아들일 가능성이 높다. 적어도 지속적이고 장기적인 관계를 맺는다면 더욱 그러할 것이다. 후속 연구에서는 이러한 외모와 평판의 영향력을 비교 검증하는 작업이 필요할 것으로 시사된다.

본 연구에서는 평판에 대한 민감성 혹은 활용도라는 측면에서 여성과 남성 간에 성차가 발견되었다. 평판이 좋을 때는 남성에 비해 여성이 높은 신뢰도와 선호도를 받았지만 평판이 나쁠 때는 도리어 신뢰도가 낮아지고 있었다. 이러한 결과는 평판이 좋을 때는 여성이 여러 대인관계 측면에서 긍정적인 선택을 받을 수 있는 유리한 위치에 있게 되지만 평판이 나쁠 때는 도리어 믿을 수 없는 대상으로 여겨지거나 배척을 당하는 불리한 조건에 처할 수도 있음을 의미한다. 그런데 평가받는 대상이 아니라 평판 정보를 듣고 상대를 평가하는 주체가 된 경우에도 여성은 남성에 비해 다소 극단적인 불선호-선호도 평가를 내리고 있었다. 즉, 남성에 비해 평판이 좋은 사람에 대해서는 호감과 신뢰도를 보였던 반면 평판이 나쁜 사람들에 대해서는 신뢰도와 선호도가 낮았다. 이런 점에서 본다면 선택 과정에서 남성들이 평판에 따라 받는 영향력이 상대적으로 적은 반면에 -물론 정보의 영향력은 긍정, 부정의 차원이나 연속선에 따라 다르다- 여성들이 받는 영향력이 크다고 할 수 있을 것이다. 여성은 평판 정보를 듣고 반응하는

정도가 남성에 비해 높았던 것이다. 남성에 비해서 여성은 긍정적, 부정적인 혹은 좋고 나쁜 평판 상태나 여건에 따라 수용-배척의 보다 극단적인 상태에 처할 가능성이 높으며, 여성 자신 역시 그런 주변의 평판 정보에 민감하게 반응할 가능성이 높다.

이와 관련, 여성은 남성에 비해 주변의 의견을 더 많이 구하고 들으며, 가십에 민감한 경향이 있다(Dunber, Marriot, & Duncan, 1997). 여성은 남성에 비해 주변의 소문이나 의견 및 평판 정보에 민감하게 반응하고, 더 영향을 받는다. 그 이유로 Dunbar 등(1997)은 진화심리학적 측면에서 여성이 자신과 관계를 맺거나 소속되어 있는 사람들이나 소규모의 집단에 대해 더 많이 알고 추구하도록 진화하였다고 주장하였다. 그리고 이는 여성이 자녀의 출산과 양육에 많은 시간을 소비해야 하며, 출산과 양육에는 주변의 친인척, 친밀한 사람들, 공동체의 협력과 참여가 필수적이기 때문인 것 같다(Davis & Daly, 1997; Dunbar, 1996). 이러한 맥락에서 본다면 평판이 나쁜 인물과 협력 관계를 맺었을 때 남성에 비해 여성이 더 큰 손해를 볼 가능성이 높을 것이다. 양성 모두 사회적 평판 정보에 민감하지만 여성은 양육 투자의 의무 및 관계의 상호의존성이 높기 때문에, 남성에 비해 여성이 보다 긍정적, 부정적 평판에 민감할 가능성이 높다. 그러나 본 연구의 결과나 그에 대한 해석이 진화심리학적 근거보다는 가부장제 사회에서 여성에 대해 오랫동안 형성되어온 사회적 고정관념에 기인할 가능성도 있다. 즉, 여성들이 남성들에 비해 보다 다른 사람에 대한 뒷담화가 많다는 통념이나 편견에 기인할 가능성도 있는 것이다. 그러므로 본 연구의 성차가 분명하게 밝혀지기 위해서는 먼저 본 연구 결과에 대한

정확한 경험적 재검증이 필요하다. 또한 이러한 성차의 의미나 기전에 대해 과연 사회적 고정관념에 기인하는지, 아니면 진화적 발달 과정이 차이에 기인하는지 가설을 구체적으로 설정하고 검증하는 과정들이 필요할 것으로 시사된다.

본 연구의 의미와 제한점은 다음과 같다. 본 연구에서는 설문 조사가 아니라 사회적 평판이 관계에 미치는 효과를 검증하기 위해 인물 사진 및 녹음된 평판 정보를 활용하여 심리학적, 경험적으로 검증하는 절차를 시행하였는데 의미가 있다. 이를 시점으로 하여 앞으로 실험과 자연관찰 등 경험적 검증 절차가 더욱 세련되어지고 지금까지 조직과 기업체, 일부 진화생물학 연구에 편중되었던 연구의 범위를 사회심리학과 진화심리학 및 나아가 행동과학의 범위로 확대할 수 있는 기반이 될 수 있을 것이다. 또한 불분명한 채 사용되었던 평판의 개념을 재정의, 개념화함으로써 기존의 연구, 특히 조직과 기업체 있어서의 평판, 브랜드와 마케팅에 대한 연구가 한걸음 개선, 발전할 수 있는 기반이 될 것이다. 그러나 본 연구에서는 인물 사진과 녹음된 평판 정보를 제공하였으며 실제 상황에서 특정 인물에 대한 평판이 전과, 형성된 것이 아니기 때문에 충분한 생태학적 타당성을 담보하지 못하였고, 따라서 본 연구의 결과, 특히 성차에 따른 상호작용 결과를 확신하기 어렵다. 또한 대인 지각이나 선택의 두 가지 차원을 크게 직접적인 상호작용과 평판으로 구분한다면 어떤 사람이 그 사람과 직접 상대하면서 얻는 직접적인 정보의 효과를 평판의 효과와 비교하지 못하였다는 한계점이 있다. 추후 연구에서는 실제 인물에 대한 평판의 형성과 전과, 그리고 이에 기반한 직접적인 정보와 평

판 정보의 효과 측정 등이 필요하며 이러한 과제를 수행하기 위해서는 실제 현장 연구나 현장과 유사한 실험설계 연구가 필수적이다. 나아가 본 연구에서는 사진 자극을 활용하였는데 사진 자극을 통해 얻은 호감이나 비호감 등의 인상의 효과가 작용하였을 가능성이 있으며, 이를 긍정-부정, 호감-비호감 차원에서 변화시키지 못했기 때문에 외모가 미치는 효과를 평판의 효과와 일률적으로 비교하기는 어렵다는 문제점이 있다. 추후 연구에서는 세트로 구성된 자극을 활용하여 외모의 효과를 분명하게 통제하고 평판과 비교, 효과를 검증하는 것이 작업이 필요하다.

참고문헌

- 권이종 (2000). 학교내에서의 집단따돌림의 발생원인과 해결방안에 관한 연구-학교내의 폭력을 중심으로. *청소년학연구*, 7(2), 1-37.
- 김용희 (2007). 공감능력과 관련된 성격특성 및 성차. *한국심리학회지: 건강*, 12(3), 573-585.
- 양병화 (1998). 다변량 자료분석의 이해와 활용. 서울: 학지사.
- 이흥표, 이홍석 (2006). 지각된 사회적 평판이 심리적 안녕감과 자아존중감에 미치는 영향 및 성차. *한국심리학회지: 건강*, 11(2), 329-344.
- 이흥표, 한성열 (2006). 지각된 사회적 평판의 구성요소: 진화심리학적 추론. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 20(3), 1-16.
- 이흥표, 김수지, 김교현 (2008). 지각된 사회적 평판의 사회적, 진화적 유용성: 교재 성공 및 성적 전략의 차이. *한국심리학회지: 건강*, 13(3), 645-669.
- 장휘숙 (1996). 성폭력의 실태. *인간발달연구*, 3(3), 110-130.
- Albarraçín, D., Johnson, B. T., & Zanna, M. P. (2005). *The handbook of attitude*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Alexander, R. D. (1987). *The biology of moral systems*. New York: Aldine de Gruyter.
- Barclay, P. (2006). Reputational benefits for altruistic punishment. *Evolution and Human Behavior*, 27, 325-344.
- Berg, A., & Engfeld, P. (2005). *The problem of cooperation and reputation based choice*. Annual Meeting of the American Choice Society, New Orleans, March 19-13.
- Burnham, T., & Hare, B. (2007). Engineering human cooperation: Does involuntarily neural activation increase public goods contributions? *Human Nature*, 18, 88-108.
- Conrnelissen, J., & Thorope, R. (2002) Measuring a business school's reputation: Perspective, problems and prospects. *European Management Journal*, 20(2), 172-178.
- Cosmides, L., & Tooby, J. (1992). Cognitive adaptations for social exchange. In J. Barkow, L. Cosmides, & J. Tooby(Eds). *The adapted mind*(pp.163-228). New York: Oxford University Press.
- Cramer, S., & Ruefli, T. (1994). *Corporate reputation dynamic: Reputation inertian, reputation risk, and reputation prospect*. Paper presented at the National Academy of Management Meeting, Dallas.
- Davis, B. M., & Daly, M. (1997). Evolutionary theory and the human family. *The Quarterly*

- Review of Biology*, 72, 407-435.
- De Jong, P. J., Peters, M., De Cramer, D., & Vranken, C. (2002). Brushing after a moral transgression in a prisoner's dilemma game: appeasing or revealing?. *European Journal of Social Psychology*, 32, 627-644.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- Dunbar, R. (1996). *Grooming, Gossip, and the Evolution of Language*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Dunbar, R. I. M., Marriot, A., & Duncan, N. D. C. (1997). Human conversational behavior. *Human Nature*, 83(3), 231-246.
- Eagly, A. H. & Makhijani, M. G. (1991). What is beautiful is good, but? A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, 109-129.
- Fehr, E., & Rischbacher, U. (2004). Third-party punishment and social norms. *Evolution and Human Behavior*, 415, 137-140.
- Feingold, A. (1992). Good looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, 111, 304-341.
- Finlay, G. S., Lisa, M. D., Benedict, C. J., Daniel, B. K., Lisa, L. M. W., & Claire, A. C. (2009). Attractiveness qualifies the effect of observation on trusting behavior in an economic game. *Evolution and Human Behavior*, 30, 393-397.
- Fombrun, C., & Van Riel, C. B. M. (1997). The reputational landscape. *Corporational reputational Review*, 1(1/2), 5-13.
- Gilligan, C. (1982). *In a difference voice: Psychological theory and women's development*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Gruning, J. E. (1993). Image and substance: from symbolic to behavioral relationships..*Public Relations Review*, 19(2), 121-139.
- Haley, K. J., & Fessler, D. M. T. (2005). Nobody's watching? Subtle cues affect generosity in an anonymous economic game. *Evolution and Human Behavior*, 26, 245-256.
- Johnson, D. (1996). *Physical attractiveness and the theory of sexual selection*. Ann Arbor, MI: Museum of Anthropology, University of Michigan.
- Langlois, J. H., Kalakanis, Ll, Rubenstein, A., J., Larson, A., Hallan, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126, 390-432.
- Mohtashemi, M., & Mui, L. (2003). Evolution of indirect reciprocity by social information: The role of trust and reputation in evolution of altruism. *Journal of Theoretical Biology*, 223, 523-531.
- Stirrat, M., & Perrett, D. I. (2010). Valid facial cues to cooperation and trust: male facial width and trustworthiness. *Psychological Science: A Journal of the American Psychological Society*, 21(3), 349-354.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective and behavioral component of attitudes. In C. I. Hovaland & M. J. Rosenberg(Eds.), *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude component*(ch. 1. pp.1-14). New Haven, CT: Yale University Press.

- Poiesz, T. B. C. (1989). The image concept: its place in consumer psychology. *Journal of Economic Psychology*, 10, 457-472.
- Thomas, F. C., Phyllis, J. B., David, A. M., & Beverly, C. W. (1975). When Counselors are heard but not seen: initial impact of physical attractiveness. *Journal of Counseling Psychology*, 22(4), 273-279.
- Thornhill, R., & Gangestad, W. (1993). Human facial beauty: averageness, symmetry and parasite resistance. *Human Nature*, 4, 237-269.
- Thornhill, R., & Gangestad, W. (1996). The evolution of human sexuality. *Trends in Ecology and Evolution*, 11, 98-102.
- Thurestone, L. L. (1931). *The measurement of attitude*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Trivers, R. L. (1972). Parental investment and sexual selection. In B. Campbell(Ed.), *Sexual selection and in the descent of man*(pp.136-179). Chicago: Aldine.
- Wartick, S. L. (1992). The relationship between intense media exposure and change in corporate reputation. *Business Society*, 31, 33-49.
- Williams, S. L., & Moffitt, M. (1997). Corporate image as an impression formation process: prioritizing personal, organizational, and environmental audience factors. *Journal of Public Relations Research*, 9(4), 237-258.
- Wilson, R. K., & Eckel, C. C. (2006). Judging a book by its cover: Beauty and expectations in the trust game. *Political Research Quarterly*, 59, 189-202.

논문 투고일 : 2011. 04. 22

1 차 심사일 : 2011. 06. 20

게재 확정일 : 2011. 07. 22

The Power of Reputation: Can Social Reputation Effect on Likability, Trust and Preference of Interpersonal Relationship?

Heung-Pyo Lee

Daegu Cyber University

In our studies, We defined the concept of social reputation and aimed to estimate the effect of social reputation on likability, trust, preference of interpersonal relationship. To accomplish these goal, photographs of 12 persons(six young unmarried man, six young unmarried women) volunteered were shown to 60 raters, and the one male and one female pictures of scores of facial attractiveness are nearest to median were selected as experimental figures in preliminary study. After this, We asked 260 raters to assess likability, trust, preference of interpersonal relationship after showing raters the chosen pictures of man and woman and telling scenario of positive, negative reputation about these two persons. The outcomes showed that in both men and women, likability, trust, preference of persons who gained positive reputation were significantly higher than persons gained negative reputation. Facial attractiveness was effect on likability, trust, and preference, but effect size of reputation was much higher on likability, interpersonal preference, especially trust level. Also, in three-way ANCOVA results, Woman has showed higher likability and trust than man under the condition of good reputation in both woman was rater and object to be assessed, but on the contrary, likability, trust, and preference of woman were lower than man in either woman was rater or object to be judged under the bad reputation,. Lastly, this study's implications and limitations were discussed.

Key words : social reputation, likability, trust, interpersonal preference, facial attractiveness