

남성 의복착용자의 의복유형과 얼굴의 매력성이  
인상에 미치는 영향(I)  
—직업추론 및 의복인상을 중심으로—

이 선 경 · 고 애 란

연세대학교 의류환경학과

**The Effect of Clothing Type and Facial Attractiveness  
of Men Clothed on Impressions ( I )**

**Sungyung Lee · Aeran Koh**

Dept. of Clothing and Textiles, Yonsei University

(1994. 10. 12 접수)

**Abstract**

The purpose of this study was 1) to investigate the effect of male clothing type and facial attractiveness on the subjects' inferences of occupation for the wearers, 2) to investigate the effect of male clothing type on the inferences of occupational characteristics. The stimuli were composed of 24 color photographs which were made of 6 types of clothing and 18 wearers who were made of 3 levels of facial attractiveness in combination with 6 types of clothing. The subjects were 288 male and 288 female university students. The subjects chose an occupation among 19 occupations presented for 6 types of clothing and the wearers. Also the subjects' inferences of occupational characteristics for the clothing were measured by semantic-differential scales.

The results were as follows:

1) As a whole, the inferred occupation for each of the clothing types was consistent with the expected occupations in this study. Therefore there were stereotypes about male clothing type. At the same time, the halo effect of facial attractiveness appeared when subjects inferred wearer's occupation.

2) The subjects' responses to the semantic-differential scales about 6 types of clothing were factor analyzed to identify the underlying constructs of occupational characteristics. At the result, 4 factors were emerged. The first factor was interpreted to Appearance/Ability, the second, Individuality, the third, Naivety, and the fourth, Dominancy.

3) The male clothing type influenced on the 3 factors except the Dominancy factor.

## I. 서 론

동서양을 막론하고 여성들에게는 외모문제가 중요하지만, 남성들에게는 그다지 중요하지 않다고 생각하는 경향이 있다. 사실 남성의 가치와 매력을 좌우하는 것은 신체적인 외모가 아니라 오히려 사회적 성공, 권력, 부 등으로 여겨져 왔다.

그러나 '93년 7월 22일자 동아일보'에 의하면 런던 대학의 어서박사는 설문조사결과 영국남성들은 10명 중 6명꼴로 몸매의 변화가 남성의 성적 매력에 영향을 준다고 믿고 있었고 아내와 애인의 질책때문에 다이어트와 운동을 하는 등 체형에 몹시 신경을 쓰고 있다고 하였으며, 남성들도 남성다움을 점점 자신들의 몸매 즉, 외모에 연관시켜 생각하고 있는 것으로 나타나 전통적인 남성상이 바뀌고 있다고 주장하였다. 이와 같은 현상은 동양문화권에서도 일어나고 있는데 그 좋은 예로 일본뿐만 아니라 최근 들어서는 우리나라에서도 취업면접상황에서 시험관에게 좋은 인상을 주기 위하여 남성들의 성형수술이 부쩍 늘어나고 있다는 소식이 심심치 않게 보고되고 있다. 실제로 남성들이 직업을 구하고 직장에서 승진하는데 있어서 업무 수행능력은 아주 기본적인 사항에 속하고 그 외에 외모면에서 좋은 인상을 주는 사람이 유리하다는 연구결과들이 있다.

이와 같이 사회생활을 성공적으로 영위하는데 있어서 남성들도 외모의 중요성을 인식하고는 있으나 한국의 경우 남성의 인상에 관한 실증적 연구는 드문 편이다.

한편 남성의 외모에 큰 영향을 미치는 양복이 우리나라에 도입된지는 약 100여년 전의 일이며, 그 동안 남성복에 대하여 직업과 관련된 고정관념적 사고가 형성되어 왔다고 볼 수 있다. 그러나 기성복의 발달과 다양한 의생활 양식의 출현으로 말미암아 의복이 지닌 지위상징성과 소속 집단의 가시성은 약화되고 있다. 그러한 가운데 산업의 발달과 더불어 남성들의 업무체제 및 활동무대에서도 성공하기 위한 이미지 관리의 중요성이 인식되면서, 남성들도 성공을 위한 의복유형과 착용법에 관심을 두기 시작하였다.

이에 본 연구는 직업역할에 따른 고정관념적 외모특성이 존재하는가를 파악하고 직업역할에 따른 의복유

형과 더불어 얼굴의 매력성 요인이 여러 차원의 직업관련특성 및 외모특성 평가에 미치는 영향을 밝혀보도록 남성외복 착용자의 인상에 영향을 미치는 외모요인을 밝혀보고 아울러 각 직장에서 요구되는 의복규범을 간접적으로 파악함으로써 직장 남성들의 의복선택시 지침을 제공할 수 있다고 생각되어 본 연구를 시도하였다.

연구의 내용이 방대하므로 부득이 논문을 두 편으로 나누어 발표하고자 한다. 본 연구는 의복 착용자의 얼굴의 특성(매력성)과 의복유형이 의복착용자에 대한 직업관련 특성 및 외모 특성에 관한 평가에 미치는 영향을 밝히는 데 주목적이 있으며, 그 내용은 연구 II에서 구체적으로 다루기로 하고, 그에 앞서 본 연구 I에서는 그 기초작업으로서 의복에 대한 직업층면의 고정관념이 존재하는가와 의복 자체가 갖는 직업관련 특성 및 외모특성 인상을 밝히는데 있다. 따라서 본 연구 I의 연구문제는 다음과 같다.

- 1) 의복착용자의 얼굴매력성과 의복유형은 지각자의 의복 착용자에 대한 직업추론시 영향을 미치는가?
- 2) 의복유형은 직업관련 특성 및 외모 특성지각에 영향을 미치는가?

## II. 이론적 배경

### 1. 고정관념에 의한 인상형성

사람들이 타인에 대한 인상형성이나 성격추론을 하는 경우 다른사람이 갖고 있는 개인적 특성에 근거하기도 하나 그 지각대상이 소속한 집단이나 역할에 따라 보다 큰 집단의 구성원으로 범주화함으로써, 같은 집단에 소속되면 시각적 특성, 행동적 특성 그리고 신념체계가 유사하다고 간주하는 고정관념적 판단을 하는 경우가 많다. 고정관념이라는 말은 처음에 정신의 학자들이 특정인의 행동중 표현양식이 바뀌지 않고 반복되는 병리적 행동양태를 나타내기 위해 주로 사용하였으나 최근에 이르러서는 우리의 개인과 집단의 지각과 관련된 인지적 구조라고 정의하여 고정관념이란 바로 집단에 관한 일반인의 내현 성격이론이라고 주장한다<sup>2)</sup>.

Allport<sup>3)</sup>는 고정관념의 기본을 범주화라고 보았고 Bruner<sup>4)</sup>에 의하면 범주화의 주요기능은 환경의 복잡성을 줄여 더 잘 이해할 수 있게 해 주는 것이며, 범

주화의 기초가 되는 것은 유사성-비유사성이라고 보았다. 유사성-비유사성을 기준으로 범주화가 일어나면 기억 속에 저장된 도식이 활성화된다<sup>5)</sup>. 도식이란 개념의 여러 속성에 대한 지식과 이러한 속성들 사이의 관계에 대한 지식을 포괄하는 인지구조이다<sup>6)</sup>. 도식의 구성을 살펴보면 상위수준은 범주명으로 하위수준은 범주명과 연합된 기대속성으로 구성되어 있는데 범주명은 도식내에서 다른 특징들을 가장 잘 조직하는 대표적인 특징이 있다<sup>5)</sup>. 일반적으로 유용한 특성 중 어느 하나가 남아 있는 모든 특성을 적절히 전부 조직할 수는 없지만 지각자는 기억으로부터 범주명을 생성하며 이후의 자극인물에 대한 지속적인 인상형성은 범주명의 단서를 이용함으로써 매우 효율적으로 자료를 처리할 수 있다<sup>7)</sup>.

## 2. 신체매력성의 영향

외모의 매력성은 인상형성시 중요한 단서가 되며 때로는 다른 중요한 특징들을 능가한다. 이때 매력성요인 그 자체만이 평가의 대상이 되는 것이 아니라, 매력성요인이 다른 특징들에 대한 추론에 후광효과로서 영향을 미친다는 점이 중요하다<sup>7)</sup>.

지위추론과 관련하여 Dion 등<sup>8)</sup>은 피험자들에게 신체적으로 매력적이거나, 매력이 없거나, 보통인 인물에 대한 사진을 제시하고 직업을 추론케 한 결과 매력이 더 있는 사람은 직업적으로 행복하고 더 높은 지위를 갖는 것으로 평정된 반면, 매력이 없는 인물은 반대의 평가를 받았으므로 신체적 매력에 관한 고정관념이 존재한다고 주장하였다. 또한 Kalick<sup>9)</sup>은 피험자에게 매력성을 조작한 사진들을 제시하고 거기에 어울리는 각기 다른 4가지 지위를 짝짓게 한 결과 매력적인 인물의 사진은 더 높은 지위와 연결되었으며, 이러한 결과는 특히 성취적 지위보다는 생득적 지위와 더 강하게 연관되었다고 밝혔다.

## 3. 직업별 의복행동

의복 또한 착용자의 개인적 속성에 대한 지각자의 판단에 영향을 미치는데 이는 한 사회에서 학습을 통해 어떤 의복에 대한 고정관념이 형성되고, 의복에 대한 그와 같은 고정관념이 지각시 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

Kaiser에 의하면 Form과 Stone<sup>10)</sup>은 사무직과 육체

노동자에 대한 의복규범의 유형이 있으며 그 중 사무직 종사자에게 적합한 의복은 신사복차림인 반면 육체노동자들은 유니폼과 작업복을 입는다고 하였다. 신사복, 즉 수우트(정장)는 어떤 사회에서나 권위와 지위 및 권력의 상징으로서 수우트착용자는 많은 신뢰와 존경을 받는 경향이 있고<sup>11)</sup>, 노동직종의 복장(진작업복, 셔츠, 운동화)과 상반된 것으로 남성들이 넥타이, 구두, 드레스 셔츠, 수우트와 같은 높은 지위의 복장을 차렸을 때 매우 능력이 있어 보이며<sup>12)</sup>, 그중 더블정장(double breasted suit)은 우아한 고전적 스타일로서 사회, 경제적 지위가 있는 남성들에게 어울린다<sup>13)</sup>. 수우트의 색상은 어두울수록 더 권위적으로 보이며, 계급적으로 볼 때 중상류층이 신뢰하는 수우트의 색과 직물은 감색 또는 진한 회색의 무지이다<sup>11)</sup>. 직업별로 볼 때 조끼 위에 보수적인 무지의 회색 수우트를 착용하면 매우 중요한 인물로 여겨지며<sup>14)</sup>, 경제단체는 고객을 대하는데 있어서 그들의 유능함과 성공을 상징하는 호감이 가는 인상을 만들려는데 역점을 두고<sup>15)</sup>, 세일즈맨은 항상 다림질한 바지에 잘 닦인 구두를 신어야 한다<sup>16)</sup>고 하였는데 이는 직업상 외모에 더 많은 신경을 써야함을 의미한다.

한편 예술인, 건축가 등은 선(line)에 대해 매우 세련된 감각을 가지고 있고 이러한 감각이 의생활에도 적용이 된다<sup>11)</sup>. 또한 연예인들은 색이 특이한 더블정장이나 단추가 3-4개가 달린 평범하지 않은 옷을 주로 착용한 것으로 나타났다<sup>16)</sup>.

## III. 연구방법 및 절차

### 1. 용어정의

직업추론: 의복자극물, 의복착용자 자극물을 보여준 후 19개의 직업을 제시하고 그중 자극물의 직업을 1개만 선택하게 하여 추론된 직업을 의미한다.

고위직: 19개의 직업중 최상위적인 대기업주/자본가, 고위전문직, 고위행정/관리직을 뜻한다.

직업관련특성지각: 의복, 의복착용자 자극물을 보고 고위직, 회사원, 세일즈맨, 연예인 및 화가, 노동자의 직업을 잘 나타내는 직업특성 척도상에 평가시켜서 나온 지각을 뜻한다.

2. 측정도구

측정도구는 자극물과 이에 대한 반응을 측정하는 설문문의 두 부분으로 구성되었다.

1) 자극물

본 연구에 사용된 자극물은 24 장의 컬러사진으로서, 사진의 내용으로는 세 명의 모델이 6 가지 의복유형을 번갈아 착용한 18 가지의 의복착용자 사진(13×18 cm)과 6 가지 의복유형 사진(13×18 cm)으로 구성되었고, 이때 자극물의 자세, 배경 등은 일정하게 통제하였다.

**얼굴선정** : 모델 협회에 가입한 남자모델중 연령상 직장인으로 가정하기에 무리가 없고, 모델이 지닌 기존 이미지가 본 연구의 인상평가에 영향을 미칠 위험이 없는 30대 전후의 신인 남자모델로서 매력성에서 차이가 나며 체격조건은 거의 비슷한 3명의 모델을 선정하였다.

먼저 조건에 합당한 여덟 명의 모델 얼굴사진을 입수하여 대학생 30명을 대상으로 매력성을 평가시켰다. 매력성 평가적도는 Freedman, Sears 및 Carlsmith<sup>17)</sup>의 '매력있는-매력없는', '호감이 가는-호감이 가지 않는'의 2문항과 의류학 관련문헌에서 '멋있는-멋없는', '내가 좋아하는-내가 싫어하는'의 2문항 등 7점 척도로 된 총 4문항을 사용하였으며, 평균점수를 토대로 매력성 수준 상(4.6), 중(3.2), 하(2.7)로 분류된 세 명의 모델을 선정하였다.

**의복선정** : 먼저 홍두승<sup>18)</sup>의 직업분류표와 남성의복 행동에 관한 문헌을 토대로 유형면에서 서로 구별되는 남성직업복유형 및 그에 해당되는 직업을 선정하였고, 각 직업에 종사하는 직장인을 대상으로 평소 출근복으로 착용하는 의복에 관하여 설문지를 사용한 인터뷰를 실시하였다. 다음으로 서울 시내의 보행자중 유형면에서 뚜렷이 구별되는 의복을 착용한 남성들에게 직업을 묻은 후 그 모습을 사진으로 촬영하였다. 이상의 의복 문헌, 인터뷰 및 사진자료들을 바탕으로 서로 구별될 수 있는 의복유형 및 직업을 다음과 같이 선정하였으며, 그 구체적 내용은 <표 1>과 같다.

**실험설계** : 자극물에 대한 피험자 배정방법은 피험자간 디자인(between-subject design)법을 사용하였고, 독립변인의 조작에 의해 자극물 별로 24 개의 실험소집단을 구성하였으며, 각 실험소집단별로 남녀 관찰자 각각 12명을 무작위로 배치하였다.

2) 설문내용

사회심리학 및 의복과 인상형성의 문헌을 토대로 의복, 의복착용자 자극물에서 공통으로 추론될 수 있는 특질형용사쌍을 전문가 집단(심리학자, 의류학자)의 동의를 거쳐 선정하여 사용하였다. 형용사쌍의 내용은 고위직, 회사원, 세일즈맨, 연예인 및 화가, 노동자 등 각 직업을 나타내는 직업특성 각 4문항과 외모특성에 관한 9문항으로 구성되었고, 외모특성에는 매력성 5문항, 품위성 4문항이 포함되었으며, 총 29문항 중 2문항을 제외한 나머지 문항은 선행 연구에서 선

<표 1> 각 직업에 따른 의복유형의 세부사항

품목 의복 유형	상 의	하 의	셔 츠	넥 타이	신 발	모 자	전체분위기
회 사 원	감색싱글정장	감색정장바지	흰색와이셔츠	빨간색넥타이	검정색구두		깔끔함
고 위 직	회색싱글정장 (조끼있음)	회색정장바지 (바지단접음)	흰색와이셔츠	청색넥타이	검정색구두		고급스러움
세 일즈맨	카키색 더블정장 (큰체크 무늬)	카키색정장바지 (바지단접음)	흰색와이셔츠	붉은색넥타이	검정색구두		유행스타일
연 예 인	겨자색 더블정장	미색정장바지 (바지단접음)	연두색티셔츠	스카프두름	검정색구두		대담함
화 가	청색 점퍼	베이지색골덴바지	검정색스웨터		검정색운동화	검정색베레모	자유스러움
노 동 자	카키색 점퍼	카키색작업바지	청녹색티셔츠		검정색운동화		초라함

택하였다.

이때 자극물에 대한 상황설명은 의복자극물의 경우 '출근시의 복장'으로, 의복착용자 자극물인 경우는 '출근시의 모습'으로 제시하였다. 또한 자극물의 연령 및 직업을 추천하게 하였는데 직업은 흥두승의 계급별 직업분류표를 바탕으로 하여 19개의 직업을 제시하고 그 중 1개의 직업을 선택하게 하였다. 아울러 관찰자의 학교, 전공, 학년, 성별을 묻는 문항을 포함하였다.

### 3. 피험자

남녀대학생 각각 288명, 총 576명이었으며, 응답자의 대학지역별 분포는 서울이 89.6%, 지방이 6.4%로 서울지역 학생들이 대다수를 이루었고, 응답자의 학년 분포는 3학년 32.8%, 4학년 29%, 2학년 22.7%, 1학년 13.5% 순으로 나타났다. 응답자의 전공별로는 인문계열이 51%로 가장 많았고, 두번째는 자연계열로서 42.2%, 그 다음은 예술계열로서 3.5%로 나타났다.

### 4. 자료수집 및 분석방법

자료수집은 임의적 표집에 의하였으며, 수집방법은 1992년 7월 3-4일 이틀간에 걸쳐 연세대학에서 개최한 '92년도 하계 어학특강' 시간에 들어가 설문지를 배부하고 10분 후에 수거하였다. 연구문제 I을 규명하기 위해 백분율을 산출하였고, 연구문제 II는 요인분석, 일원변량 분석, SNK (Student-Newman-Keuls) 다중 비교검증을 실시하여 분석하였다.

## IV. 결과 및 논의

### 1. 연구문제 1의 규명

얼굴을 제외시킨 의복자극물을 제시하고 직업을 추천하게 했을 때 의복 자체가 지닌 직업적 고정관념이 있어서 직업추론에 영향을 미치는가를 밝히고, 아울러 각 의복유형에 얼굴의 매력성변인이 추가되었을 때 직업추론은 어떻게 달라지는가를 알아 보기 위하여 각 의복유형별로 의복과 3명의 의복착용자에 대한 직업추론을 백분율로 비교하였으며 그 결과는 <표 2>와 같다.

**회사원 의복유형**: 회사원유형의 의복(감색 싱글정

장)에 대해서는 일반사무직이 42%로 가장 많이 추천되었고, 두번째는 고위행정/관리직과 전문기술직/피용(被用: 고용인)이 같은 정도로 추천되었으며, 그 다음은 고위전문직 등의 순으로 나타나므로써 사무직 종사자에게 적합한 의복은 바지와 셔츠 위에 신사복이라고 제시한 Form과 Stone<sup>10)</sup>의 주장과 비교적 일치된 직업추론을 하였다.

한편 매력적인 모델이 회사원유형의 의복을 착용했을 때 일반사무직/피용이 가장 많이 추천되었고, 두번째는 고위행정/관리직, 세번째는 세일즈맨/외판원 순이었다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 일반사무직/피용이 가장 많이 추천되었고, 두번째는 고위행정/관리직, 전문기술직/피용, 세일즈맨/외판원이 같은 정도로 추천되었다. 비매력적인 모델은 일반사무직/피용이 가장 많이 추천되었고, 두번째는 세일즈맨/외판원, 세번째는 고위행정/관리직 순이었다. 특히 회사원유형의 의복을 세모델이 착용했을 때는 의복 자체만 제시했을 때보다 세일즈맨 추천이 증가하였는데 이는 모델의 연령이 젊고 검색싱글정장이 지닌 깔끔한 이미지때문에 외모에 신경을 쓰는 세일즈맨으로 추천된 것으로 보인다.

**고위직 의복유형**: 고위직유형의 의복(회색 쓰리피스 싱글정장)에 대해서는 일반사무직/피용이 가장 많이 추천되었고, 두번째는 고위직(고위행정/관리직, 대기업주/자본가, 고위전문직)25%, 그 다음은 교사로 추천되었다. 따라서 조끼 위에 보수적인 무지의 회색 수우트 착용자는 매우 중요한 인물로 여겨진다는 Molloy<sup>11)</sup>의 주장과는 달리 우리나라에서는 조끼있는 회색 쓰리피스정장에 대하여 고위직으로 보는 강한 고정관념은 아직 형성되어 있지 않았음을 알 수 있다.

한편 매력적인 모델이 고위직유형의 의복을 착용했을 때 일반사무직/피용 추천이 가장 많았고, 두번째는 고위전문직, 고위행정/관리직이 같은 정도로 추천되었다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 일반사무직/피용이 가장 많이 추천되었고, 두번째는 교사, 서비스업주/자영, 생산감독/피용이 같은 정도로 추천되었다. 비매력적인 모델은 일반사무직/피용이 가장 많이 추천되었고, 두번째는 세일즈맨/외판원, 하위직 공무원, 점원/판매원이 같은 정도로 나타났다.

이상으로 세 모델이 착용했을 때 특히 일반사무직/피용 추천이 대폭 증가하였는데, 이처럼 일반사무직/

<표 2> 의복·의복착용자에 대한 추론된 직업 및 연령: 전체관찰자

n=576

의복 유형	의복·의복착용자 추론된 직업·연령	의복	매력성 상	매력성 중	매력성 하	의복 유형	의복·의복착용자 추론된 직업·연령	의복	매력성 상	매력성 중	매력성 하
회사원	대기업주/자본가	8.3%	4.2%	4.2%		연예인	고위전문직	4.2%	4.2%		
	고위전문직	12.5	20.8	8.3	8.3%		고위행정/관리직	4.2	4.2	4.2%	
	고위행정/관리직	4.5	4.2	4.2			전문기술직/자영	4.2	4.2		4.2%
	전문기술직/자영	12.5		8.3			전문기술직/피용	4.2	4.2	12.5	8.3
	전문기술직/피용	4.2			4.2		교사	33.3	29.2	16.7	4.2
	교사	41.7	45.8	58.3	50.0		연예인	8.3	8.3	4.2	8.3
	일반사무직/피용	4.2	12.5	8.3	20.8		일반사무직/피용	8.3	4.2		
	세일즈맨/외판원	4.2		4.2	4.2		세일즈맨/외판원	33.3	29.2	29.2	8.3
	하위직공무원		8.3	4.2			도소매상인/자영	29.2	29.2		
	도소매상인/자영			4.2	4.2		서비스업주/자영	4.2	16.7	20.8	37.5
서비스업주/자영				4.2	서비스직근로자				4.2		
서비스직근로자	8.3		4.2	4.2	생산/기능자				33.3		
생산/기능자	4.2			4.2	기타						
기타					무응답						
무응답	31세	30세	31세	28세	연령	28세	29세	34세	26세		
고위직	대기업주/자본가	4.2%	4.2%		화가	고위전문직	4.2%				
	고위전문직	4.2	8.3%	4.2		전문기술직/자영	8.3	16.7%	8.3%		
	고위행정/관리	16.7	8.3	4.2		전문기술직/피용	8.3	4.2		12.5%	
	전문기술직/자영	4.2	4.2	4.2		4.2%	교사				4.2
	전문기술직/피용	12.5	4.2	4.2		4.2	화가	37.5	50.0	54.2	25.0
	교사	16.7	4.2	8.3			연예인	4.2	4.2		
	일반사무직/피용	37.5	62.5	45.8		66.7	하위직 공무원	4.2	4.2	12.5	4.2
	세일즈맨/외판원	4.2	4.2	4.2		8.3	도소매상인/자영	12.5		8.3	8.3
	하위직 공무원			8.3		8.3	점원, 판매원	4.2	4.2		8.3
	서비스업주/자영	4.2		8.3		8.3	서비스직근로자	4.2	4.2		8.3
서비스직근로자				8.3	생산감독/피용	4.2	4.2	4.2			
생산감독/피용			8.3		생산, 기능직	16.7	8.3	8.3	20.8		
생산/기능직		4.2	4.2		막노동자	4.2	4.2		12.5		
기타					기타				4.2		
무응답					무응답				4.2		
연령	34세	32세	32세	29세	연령	27세	31세	32세	26세		
세인즈맨	대기업주/자본가	12.5%			노동자	고위전문직			4.2%		
	고위전문직	12.5	4.2%			전문기술직/자영	4.2%	8.3%	8.3	8.3%	
	고위행정/관리직	4.2		8.3%		전문기술직/피용		8.3	16.7	20.8	
	전문기술직/자영	4.2	4.2	4.2		4.2%	화가	4.2	4.2	4.2	
	전문기술직/피용	4.2	4.2	4.2			도소매상인/자영	4.2	4.2	16.7	4.2
	교사	4.2	4.2	4.2			서비스업주/자영	4.2	4.2		
	화가			4.2			점원/판매원	16.7	12.5	8.3	12.5
	연예인			8.3			생산감독/피용	29.2	4.2	29.2	8.3
	일반사무직/피용	29.2	41.7	16.7		45.8	생산/기능직	33.3	45.8	12.5	45.8
	세일즈맨/외판원	8.3	25.0	20.8		16.7	막노동자	8.3	8.3		
하위직공무원					연령						
서비스업주/자영		12.5	20.8		연령	32세	30세	32세	26세		
점원/판매원				12.5							
서비스직근로자		8.3	8.3	16.7							
기타				4.2							

피용이 증가하고 고위직이 가장 많이 추론되지 못한 이유는 본 연구의 모델연령이 성공한 사람의 연령대인

40~50대보다 낮은 30대 전후였으므로 고위직의복과 착용자의 연령이 부조화를 일으켰을 것으로 보이며,

이때 의복이 지닌 고위직에 대한 상징성보다는 모델의 연령에 더 많은 비중을 두어 직업추론을 하였을 가능성을 배제할 수 없다. 또한 자극물 제작시 사진으로 촬영했으므로 고급스러운 소재가 제대로 표현되지 않았던 점 및 앞단추를 여럿기 때문에 조끼가 갖는 고위직과 관련된 상징적 효과를 피험자들이 인지하지 못했기 때문으로도 해석할 수 있다.

**세일즈맨 의복유형**: 세일즈맨유형의 의복(카키색 더블정장)에 대하여 고위직(대기업주/자본가, 고위전문직, 고위행정/관리직)과 일반사무직 추론이 같은 정도로 가장 많았고, 그 다음은 세일즈맨 8.3%와 하위직 공무원이 같은 정도로 추론되었다. 본 연구에서는 더블정장이 멋있는 스타일이고 사전조사 결과 외모에 신경을 쓰는 세일즈맨들이 실제로 많이 착용하는 스타일 이어서 세일즈맨복으로 선택한 것인데 예상과는 달리 세일즈맨 추론은 거의 나타나지 않았고, 반면에 더블정장은 사회경제적 지위가 있는 남성들에게 어울린다는 Fürstenberg<sup>19)</sup>의 주장처럼 세일즈맨의복유형에 대해 피험자의 약 30%가 고위직복장이라는 고정관념을 형성하고 있는 것으로 나타났다.

한편 매력적인 모델이 세일즈맨유형의 의복을 착용했을 때 일반사무직/피용 추론이 가장 많았고, 두번째는 세일즈맨/외판원, 세번째는 서비스업주/자영 순이었다. 중간정도의 매력성을 지닌 모델은 세일즈맨/외판원과 서비스업주/자영의 추론이 같은 정도로 가장 많았고, 그 다음은 일반사무직/피용이었으며, 세번째는 고위행정/관리직, 연예인, 서비스직근로자가 같은 정도로 추론되었다. 비매력적인 모델은 일반사무직/피용이 가장 많이 추론되었고, 두번째는 세일즈맨/외판원, 서비스직 근로자가 같은 정도로 나타났고, 그 다음은 점원/판매원 순이었다.

이상으로 의복 자체만 제시했을 때 가장 많이 나타났던 고위직 추론은 세 모델이 착용했을 때는 감소되었는데 이 역시 의복과 모델의 연령이 부조화를 일으킨 가운데 피험자는 모델의 연령에 비중을 두고 추론한 결과로 보인다. 한편 모델들이 이 의복유형을 착용했을 때는 세일즈맨 추론이 2~3배로 증가하였다. 구체적으로 살펴보면 매력성 수준이 중간인 모델이 착용했을 때는 세일즈맨 추론이 가장 많았고, 나머지 두 모델이 착용했을 때는 일반사무직, 세일즈맨 순으로 추론하는 경향이 나타났는데 이는 자극물 제작 당시인

1991년도와 1992년도 더블정장이 유행하여 회사원과 세일즈맨 사이에서 실제로 많이 착용되었기 때문으로 풀이된다.

이상에서 알 수 있듯이 회사원, 고위직, 세일즈맨의 복착용자에 대한 직업추론은 일반사무직/피용, 즉 회사원이 가장 많았는데 이는 관찰자들이 신사복의 세부 내용(디테일)보다는 형태에 대해 더 민감하게 반응하여 즉각적인 직업추론을 한 결과 일 수도 있다. 즉, 형태면에서 회사원, 세일즈맨, 고위직의복유형이 유사한 범주에 속하므로 직업세계에서의 경험이 없는 본 연구의 피험자로서는 각각의 직업유형이 의복을 통해서 쉽게 구별되지 않음으로써 세분된 직업추론이 이루어지지 않았을 가능성도 있다.

**연예인 의복유형**: 연예인유형의 의복(겨자색 더블자켓과 미색 양복바지)은 연예인과 서비스업주라는 직업추론이 각각 33.3%로 가장 많았고, 그 다음은 세일즈맨/외판원과 일반사무직/피용이 같은 정도로 추론되었다. 연예인과 서비스업을 동류로 본다면 피험자의 71%가 연예인의복유형을 유흥업으로 추론하므로써, 연예인의복유형에 대한 직업적 고정관념이 강하게 형성되어 있음을 알 수 있었다.

한편 매력적인 모델이 연예인유형의 의복을 착용했을 때, 연예인과 서비스업주가 같은 정도로 가장 많이 추론되었고, 두번째는 서비스직근로자, 세번째는 일반사무직/피용 순이었다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 서비스업주/자영이 가장 많이 추론되었고, 두번째는 서비스직근로자, 세번째는 연예인 순으로 나타났다. 비매력적인 모델은 서비스업 주/자영이 가장 많이 추론되었고, 두번째는 서비스직근로자였으며, 그 다음은 화가, 일반사무직/피용이 같은 정도로 추론되었다. 즉, 얼굴의 매력성이 떨어질수록 연예인직 추론은 격감하였고 서비스직 근로자추론은 증가하여 얼굴매력성의 부적 후광효과가 나타났다.

**화가 의복유형**: 화가유형의 의복(청자켓, 베이지색 폴덴바지 및 베레모)에 대하여 화가가 37.5%로 가장 많이 추론되었고, 두번째는 생산기능직, 세번째는 전문기술직/자영, 점원/판매원순으로 나타났다. 이처럼 화가유형에 대해 생산/기능직으로 추론한 이유는 화가복이 스타일면에서는 세련된 감각을 지나나, 진은 전통적인 작업복이기 때문에 생산직으로 추론하는 경향이 있는 것으로 풀이된다.

한편 매력적인 모델이 화가유형의 의복을 착용했을 때, 응답자의 과반수가 화가로 추론하였고, 그 다음은 전문기술직/자영, 생산/기능직 순이었다. 중간정도의 매력성을 지닌 모델에 대해서도 응답자의 과반수 이상이 화가로 추론하였고, 두번째는 도·소매상인/자영, 그 다음은 전문기술직/자영, 점원/판매원, 생산/기능직으로 추론하였다. 반면에 비매력적인 모델이 착용한 경우에는 의복 자체보다 화가 추론이 떨어졌으나 화가가 가장 많이 추론되었고, 두번째는 생산/기능직이었으며, 그 다음은 전문기술직/비용과 막노동자 추론도 나타났다.

이와 같이 매력적인 모델과 매력성 수준이 중간인 모델이 화가복을 착용했을 때 의복 자체보다 응답자의 과반수 이상이 화가로 추론하는 등 화가추론이 월등히 증가한 반면 비매력적인 모델이 착용했을 때는 화가 추론이 감소한 이유는 얼굴매력성의 후광효과가 작용했기 때문으로 풀이된다.

**노동자 의복유형:** 노동자유형의 의복(카키색 점퍼와 작업복)에 대하여 피험자의 70%가 노동직(생산/기능직, 생산감독/비용, 막노동자)으로 추론하므로 노동자의복유형에 대한 직업적 고정관념이 강하게 형성되어 있음을 알 수 있었다.

한편 매력적인 모델이 노동자유형의 의복을 착용했을 때, 생산/기능직 추론이 가장 많았고, 두번째는 점원/판매원, 그 다음은 전문기술직/자영, 전문기술직/비용, 막노동자가 같은 정도로 추론되었다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델에 대하여 생산감독/비용 추론이 가장 많았고, 두번째는 전문기술직/비용 및 도소매상인/자영이 같은 정도로 나타났으며, 그 다음은 전문기술직/자영과 점원/판매원 순이었다. 비매력적인 모델에 대하여 생산/기능직 추론이 가장 많았고, 두번째는 전문기술직/비용, 그 다음은 점원/판매원 순이었다.

이와 같이 세 모델이 노동자의복유형을 입었을 때 얼굴의 매력성과는 상관없이 어떤 모델이나 노동직으로 추론되므로 육체노동자들은 작업복을 입는다는 Form과 Stone<sup>10)</sup>의 주장을 지지하였으며, 이 의복유형에서도 세 모델이 실제로 착용했을 때는 의복 자체만 제시했을 때보다 노동직은 감소되었고, 그 보다 상위적인 전문기술직/자·비용 추론이 증가하였는데 그 이유는 이 세 모델이 비록 얼굴매력성 수준면에서 차

이는 있으나, 일반인보다 더 매력적이기 때문에 나타난 후광효과로 볼 수 있다.

이상의 결과를 요약해 보면 세일즈맨복을 제외하고 나머지 의복유형에 대해 정도의 차이는 있지만 직업측면의 고정관념이 형성되어 있었음을 알 수 있었다. 이는 한 사회에서 학습을 통해 어떤 의복에 대한 직업적 고정관념이 형성되고, 의복에 대한 그와 같은 고정관념이 직업추론시 영향을 미친다고 볼 수 있다. 그리고 노동자의복유형을 제외한 나머지 의복유형 즉, 회사원, 고위직, 세일즈맨, 연예인, 화가의복유형을 세 모델이 착용했을 때 Dion<sup>8)</sup>등의 주장처럼 매력성이 증가할수록 매력성 수준이 낮은 모델보다 더 상위적으로 추론되는 경향이 나타나 얼굴매력성의 후광효과도 동시에 작용하고 있음을 알 수 있었다.

## 2. 연구문제 2의 규명

의복자극물 평가에 사용된 29개의 형용사쌍에 대한 피험자의 반응을 PC모형의 VARIMAX 회전법을 사용하여 요인분석한 결과 <표 3>과 같이 4요인이 내용상 가장 타당한 것으로 나타났다. 여기에서 도출된 요인들은 의복이 주는 인상의 각 차원들로 간주되었다.

4요인의 총 설명력은 65.9%이었고, 요인I은 37.4%의 설명력을 나타내었으며 '성공적인-성공적이지 않은', '능력 있는-능력 없는', '지성적인-지성적이지 않은' 등의 능력특성과 '보기 좋은-보기 싫은', '매력 있는-매력 없는' 등의 외모관련특성 등 총 15개의 형용사쌍들이 함께 묶였으므로 외모·능력성요인으로 명명되었다. 요인II는 16.6%의 설명력을 나타내었으며 '개성 있는-개성 없는', '창의력 있는-창의력 없는', '예술을 좋아하는-예술을 좋아하지 않는' 등의 예술성과 '인기 있는-인기 없는', '사교적인-비사교적인' 등의 사회성을 나타내는 특질형용사쌍들이 포함되어 개성요인으로 명명되었다. 요인III은 6.7%의 설명력을 나타내었으며, '소박한-소박하지 않은', '단순한-복잡한' 등의 노동자의 소박성을 나타내는 형용사쌍들이 포함되어 소박성요인으로 명명되었다. 요인IV는 5.3%의 설명력을 나타내었으며 '강한-약한', '지배적인-부종적인' 등의 지배성, 위엄 및 고위직의 특성을 나타내는 형용사쌍들이 포함되어 지배성요인으로 명명되었다.

각 요인에 포함된 형용사쌍들에 대해 관찰자가 갖는 점수는 회귀모형(regression model)방식에 의해 산출



<표 3> 의복유형에 대한 인상의 차원 구조

n=144

요인 I : 외모·능력성	요 인 부하치	요인 II : 개 성	요 인 부하치	요인 III : 소박성	요 인 부하치	요인 IV : 지배성	요 인 부하치
품위있는-품위없는	.86	개성있는-개성없는	.82	소박하지않은-소박한	.69	강한-약한	.78
집잡은-집잡치 않은	.81	쾌활한-우울한	.80	복잡한-단순한	.65	지배적인-부종적인	.49
성공적인-성공적이지않은	.78	창의력있는-창의력없는	.77	자유스러운-자유스럽지않은	-.58		
신중한-경박한	.77	인기있는-인기없는	.75				
지성적인-지성적이지않은	.75	사교적인-비사교적인	.67				
보기좋은-보기싫은	.73	예술을좋아하는-좋아하지않는	.66				
성실한-성실치않은	.69	나이들어보이는-어려보이는	-.64				
능력있는-능력없는	.67	새련된-촌스러운	.57				
깨끗한-지저분한	.67	자신감 있는-자신감 없는	.54				
위엄있는-위엄없는	.66						
호감이가는-호감이가지않는	.59						
권위적인-권위적이지않는	.59						
전문적인-비전문적인	.59						
매력있는-매력없는	.58						
거친-거칠지 않은	-.54						
총변량에 대한 설명력	37.4%		16.6%		6.7%		5.3%
총설명력	65.9%						

PC모형, varimax rotation 사용

되었고, 이 요인점수들은 인상의 여러 차원의 값들로 간주 되었다. 결과해석은 요인점수가 높을수록 외모·능력성요인에서는 보다 매력있고 품위있으며 능력이 있는 것으로, 개성요인에서는 개성적이고, 창의력이 있고 자유스럽고, 사교적인 것으로, 지배성요인에서는 지배적으로, 소박성요인에서는 소박하지 않은 것으로 지각됨을 뜻한다.

4가지 인상에 대한 의복유형에 따른 차이는 남녀관찰자로 나누어 일원변량분석과 사후분석으로 SNK다중비교검증을 실시하였다.

<표 4>에 의하면 의복유형은 지배성 인상을 제외한 외모·능력성, 개성, 소박성인상에 유의적인 영향을 미쳤다. <표 4>의 내용을 해석하는데 있어서 요인점수가 동일한 집단으로 분류된 경우에도 점수를 고려하여 해석하였다.

외모·능력성인상에 대하여 남녀관찰자 모두 회사원, 고위직, 세일즈맨의복유형은 매력과 품위 및 능력성 높은 것으로 지각하므로써 남성들이 넥타이, 구두, 드레스셔츠, 수우트와 같은 높은 지위의 복장으로 차렸을 때 매우 능력있어 보인다고 보고한 Bassett<sup>12)</sup>의 연구결과를 지지하였다.

한편 연예인, 화가, 노동자의복유형에 대해서는 남

녀간에 약간의 지각차이를 보였는데, 여자관찰자는 연예인, 화가, 노동자 의복유형을 같은 정도로 매력과 품위 및 능력성이 낮은 것으로 지각한 반면, 남자관찰자는 화가유형을 연예인의복유형보다 매력성과 품위 및 능력성 면에서 의미있게 더 낮은 것으로 지각하였다.

개성인상에 대하여 남녀관찰자 모두 연예인의복유형에 대하여 매우 개성이 강한 것으로 지각하였는데 이는 연예인 의복유형이 주는 대담한 느낌 때문에 기존의 보수적이고 딱딱한 남성복에서 찾아볼 수 없는 개성이 지각되었을 것으로 생각된다.

한편 여자 관찰자는 세일즈맨, 화가의복유형에 대하여 보통정도의 개성을 지니고 있는 것으로 보았으며, 고위직과 노동자의복유형에 대해서는 같은 정도로 개성이 약한 것으로 지각하였고, 남자관찰자는 노동자의복유형을 회사원, 고위직, 세일즈맨, 화가 의복유형 보다 의미있게 개성이 약한 것으로 보았다.

소박성인상에 대하여 여자관찰자는 화가와 노동자의복유형이 가장 소박하고 회사원, 고위직, 세일즈맨, 연예인의복유형이 동일하게 소박하지 않은 것으로 본 반면, 남자관찰자는 노동자의복유형이 가장 소박하고, 회사원, 고위직, 세일즈맨의복유형은 그 다음으로 소

<표 4> 관찰자 성별 의복유형에 따른 4가지 인상의 요인점수 및 차이점정

n=144

요 인	의복유형 관찰자	회사원	고위직	세일즈맨	연예인	화 가	노동자	F비
외모·능력성	여 자	.86 <sup>a</sup>	.72 <sup>a</sup>	.81 <sup>a</sup>	-.35 <sup>b</sup>	-.87 <sup>b</sup>	-.71 <sup>b</sup>	14.17***
	남 자	.81 <sup>a</sup>	.24 <sup>ab</sup>	.44 <sup>ab</sup>	-.51 <sup>c</sup>	-1.14 <sup>d</sup>	-.26 <sup>bc</sup>	11.19***
개 성	여 자	-.47 <sup>bc</sup>	-.77 <sup>c</sup>	.18 <sup>b</sup>	.95 <sup>a</sup>	.07 <sup>b</sup>	-1.05 <sup>c</sup>	10.91***
	남 자	-.02 <sup>bc</sup>	.02 <sup>bc</sup>	.44 <sup>ab</sup>	1.13 <sup>a</sup>	.21 <sup>bc</sup>	-.65 <sup>c</sup>	5.92***
소 박 성	여 자	.23 <sup>a</sup>	.54 <sup>a</sup>	.48 <sup>a</sup>	.82 <sup>a</sup>	-.86 <sup>b</sup>	-.94 <sup>b</sup>	11.16***
	남 자	.07 <sup>ab</sup>	.25 <sup>ab</sup>	.23 <sup>ab</sup>	.67 <sup>a</sup>	-.48 <sup>bc</sup>	-1.00 <sup>c</sup>	6.25***
지배성	여 자	-.12	-.07	.07	-.11	-.21	.06	.13
	남 자	-.00	.06	-.39	-.31	.50	.50	.10

\*\*\*p<.001

e : 외모·능력성, 개성, 지배성은 점수가 높을수록 각 요인의 특성이 높음을, 소박성은 점수가 낮을수록 소박성이 높음을 의미한다.

a,d : 평균점수에 의미하는 차이가 있는 집단(SNK 다중비교검정)

(a : 점수가 높은 집단 d : 점수가 낮은 집단)

박하며 연예인의복유형은 전혀 소박하지 않은 것으로 지각하였다. 따라서 남녀 관찰자 모두 노동자 의복유형에 대해 소박한 것으로 지각하였는데 이는 Bassett<sup>12)</sup>와 Form과 Stone<sup>10)</sup> 등의 주장처럼 직장업복, 셔츠, 운동화 등은 육체노동자들이 주로 착용하므로 이들의 낮은 직업과 복장이 연합되어 가장 소박한 인상을 준 것으로 보인다.

이상으로 남녀 관찰자는 회사원, 고위직, 세일즈맨 의복유형이 매력과 품위 및 능력이 있는 것으로, 연예인의복유형은 개성이 강하며, 노동자 의복유형은 소박한 인상을 주는 것으로 지각하였다. 또한 관찰자의 성별로 지각차이를 보인 내용을 살펴보면 남자관찰자는 외모·능력성 인상차원에서 불매 캐주얼유형인 화가의복유형을 신사복인 연예인 의복유형보다 의미있게 매력과 품위 및 능력성이 낮은 것으로 지각하였고, 개성 인상차원에서 불매 여자관찰자는 신사복인 고위직의복유형과 캐주얼유형인 노동자 의복유형을 동일하게 개성이 낮은 것으로 지각하였으나, 남자관찰자는 신사복과 캐주얼유형이라는 이 두 의복범주를 엄밀히 구분하여 캐주얼유형의 경우 개성이 더 낮은 것으로 지각하였다. 소박성인상차원에서 여자관찰자는 4가지 신사복을 소박하지 않은 것으로, 남자관찰자는 그 4가지 신사복 중에서도 대담한 연예인의복유형을 나머지 보수적인 의복유형과 구별해서 지각하였다. 이와 같이

위의 3가지 인상차원에서 여자관찰자는 신사복과 캐주얼유형의 범주, 또는 신사복내에서도 보수적인 유형과 비보수적인 유형의 차이를 혼동하여 지각한 반면, 남자관찰자는 의복범주간의 차이를 구별하여 지각한 것으로 나타났는데 이는 본 연구에서 사용된 의복자극물들은 남자관찰자들에 의해 실제로 착용되는 의복이므로 남자관찰자는 여자관찰자보다 자신들의 의복유형을 좀더 정확히 범주화시켜 지각하기 때문인 것으로 풀이된다.

### V. 요약 및 결론

본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 노동자의복유형과 연예인의복유형에 대해서는 피험자의 약 70%가 본 연구에서 선정한 직업유형으로 추론하므로써 의복유형에 대한 직업적 고정관념이 강하게 형성되어 있음을 알 수 있었다. 또한 회사원과 화가의복유형에 대해서 피험자의 42%, 38%가 예상된 직업과 일치된 추론을 하였고, 반면에 고위직의복유형에 대해서는 피험자의 25%가 고위직으로, 세일즈맨의복유형에 대해서는 피험자의 8.3%가 세일즈맨, 29%가 고위직으로 추론하므로써 이 두 의복유형에 대해서는 고위직 의복이라는 고정관념이 약하게나마 형성되

어 있음을 알 수 있었다.

둘째, 노동자의복유형을 제외한 나머지 의복유형 즉, 회사원, 고위직, 세일즈맨, 연예인, 화가의복유형을 세 모델이 착용했을 때 얼굴 매력성이 증가할수록 매력성수준이 낮은 모델보다 더 상위적으로 추론되는 경향이 나타나 얼굴매력성의 후광효과를 나타내었다.

세째, 직장남성의 직업 관련특성 및 외모특성의 인상에 대한 관찰자의 평가를 요인분석한 결과 4요인으로 나타났고, 그중 외모·능력성인상이 가장 중요하였으며, 그 다음은 개성, 소박성, 지배성인상 순으로 나타났다.

네째, 의복유형은 지배성인상을 제외한 외모·능력성, 개성, 소박성인상에 유의적인 영향을 미쳤는데, 남녀관찰자 모두 회사원, 고위직, 세일즈맨의복유형이 매력과 품위 및 능력이 있는 것으로, 연예인의복유형은 개성이 강하며, 노동자의복유형은 소박한 인상을 주는 것으로 지각하였다.

한편 위의 3가지 인상차원에서 여자관찰자는 신사복과 캐주얼유형의 범주, 또는 신사복내에서도 보수적인 유형과 비보수적인 유형의 차이를 혼동하여 지각한 반면, 남자관찰자는 이 두 의복범주간의 차이를 구별하여 지각한 것으로 나타났다.

이상으로 남성의 직업유형에 따라 대표적인 의복유형을 제시하고 직업을 추론시킨 결과 본 연구에서 선정된 직업과 비교적 일치된 직업추론을 한 것으로 나타나므로써 사람들은 의복과 같은 일차적인 시각적 단서를 사용하여 자극인물의 소속집단이나 역할에 관한 고정관념적 판단을 하는 것을 알 수 있었다. 그리고 동일한 의복이라도 매력적인 모델이 착용한 경우에는 보다 더 상위적으로 추론하는 경향을 나타내므로써 지위추론에 얼굴매력성이 후광효과로 작용함도 밝힐 수 있었다. 이와 맥을 같이 하여 의복유형은 직업특성 및 외모특성의 지각에 영향을 미쳤는데 이는 의복에 대한 직업측면의 고정관념이 이미 형성되어 있으므로 그 직업적 고정관념이 특성지각시에 영향을 미쳤을 것으로 보인다.

이와 같이 지각대상에 대한 다양한 정보를 모두 고려하지 않고도 시각적 특성을 사용한 고정관념적 판단을 하는 이유는 인간의 지각특성중 '인지적 합리론자'적인 면보다 '인지적 절약자'적인 면이 더 강하기 때문인 것으로 보인다. 즉, 즉각적인 고정관념적 판단으로

도 환경의 복잡성을 줄여 더 잘 이해할 수 있기 때문에 모든 언어적, 비언어적 정보를 고려한 복잡한 합리적 판단을 내리기 보다는 시각적 정보만을 이용한 비교적 용이한 고정관념적 판단을 한다고 볼 수 있다.

마지막으로 이상의 의복이 갖는 직업측면의 고정관념과 얼굴 매력성의 후광효과를 남성들이 잘만 활용한다면 성공적인 사회생활을 영위하는데 보탬이 될 수 있으리라 기대된다.

본 연구의 제한점 및 제언은 다음과 같다.

첫째, 모델의 연령이 직업추론에 영향을 미칠 수 있으므로 타 연령층의 모델을 사용함으로써 좀더 정확한 연구결과를 얻을 수 있다고 생각된다.

둘째, 표본집단이 다양한 집단을 대상으로 이루어지지 않고 대학생만을, 그것도 편의상 특정대학교의 학계 어학특강 연수생만을 피험자로 선정하였기 때문에 본 연구의 결과를 전체 대학생이나 다른 계층과 연령층의 직장남성에게 일반화시키는 데는 제한점이 있으므로 후속 연구에서는 보다 다양한 연령층 및 직업인을 대상으로 하여 인상추론시 의복단서의 영향을 파악하는 것이 필요하다.

## 참 고 문 헌

- 1) 동아일보, 6면 (1993. 7. 22).
- 2) 이훈구, 집단간 갈등과 해소, 서울: 법문사, 1992.
- 3) Allport. G.W., *The Nature of Prejudice*, Cambridge, Mass: Addison-Wesley, 1954.
- 4) Bruner, J.S., *Social Psychology and Perception*, 1958, In E.E. Maccby, T.M. Newcomb, & E.L. Hartley (Eds.), *Readings in Social Psychology*, N.Y.: Holot, Rinebart & Wintson.
- 5) Fiske, S.T. & Pavelchak, M.A., *Category Based versus Piecemeal Based Affective Responses: Developments in Schema-triggered Affect*, 1986, In R.S. Wyer, Jr. & J.K. Srull, *Advances in Social Cognition*, Hillsdale, NJ: Erlbaum., 1990.
- 6) Fiske, S.T. & Taylor, S.E., *The Social Cognition*. Mass., Addison-Wesley Pub. Inc., 1984.
- 7) Zebrowitz, L.A., *Social Perception*, Brooks/Cole Publishing Co. Pacific Grove, California, 1990.
- 8) Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E., What is Beautiful is Good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290, 1972.
- 9) Kalick, S.M., Physical Attractiveness as a Status

- Cue. *Journal of Experimental Social Psychology*, 24, 469-489, 1988.
- 10) Form, W.R. & Stone, G., Urbanism, Anonymity, and Status Symbolism, *American Journal of Sociology*, 62, 504-510, 1957, In S.B. Kaiser, *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*, N.Y.: MacMillan Pub. Co., 1985.
  - 11) Molloy, J.T., *Dress for success*, N.Y.: Warner Books, In., 1978.
  - 12) Bassett, R.E., Effects of Source Attire on Judgments of Credibility, 1979, In S.B. Kaiser, *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*, N.Y.: MacMillan Pub. Co., 1985.
  - 13) Fürstenberg, E.V., *The Power Look*, N.Y.: Fawcett Columbine, 1978.
  - 14) Horn, M.J. & Gurel, L.M., *The Second Skin: An interdisciplinary Study of Clothing (3rd ed.)*, Boston Houghton mifflin Co., 1981.
  - 15) Kaiser, S.B., *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*, N.Y.: MacMillan Pub. Co., 1985.
  - 16) VIP, *Classified Occupation of Men's Wear*, Nisso Co. Lit., 1호, 1991.
  - 17) Freedman, J.L., Sears, D.O., & Carlsmith, J.M., *Social Psychology (4th ed.)*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1981.
  - 18) 홍두승, 직업분석을 통한 계층연구-한국표준직업분류를 중심으로-. *사회과학과 정책연구*, 5(3), 69-87, 1983.