

남성 의복착용자의 의복유형과 얼굴의 매력성이 인상에 미치는 영향(II)

— 직업관련특성 및 외모특성 추론을 중심으로 —

이 선 경* · 고 애 란

서남대학교 의상디자인학과* · 연세대학교 의류환경학과

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

Sungyung Lee* · Aeran Koh

Dept. of Apparel Design, Seonam University*
Dept. of Clothing and Textiles, Yonsei University
(1994. 12. 5 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 occupational and appearance characteristics for the wearers.

The subjects' inferences of occupational and appearance characteristics for the wearers were measured by means of semantic-differential scales and open-ended questionnaires. The stimuli were composed of 18 color photographs which were made of 3 levels of facial attractiveness in combination with 6 types of clothing. The subjects were 216 male and 216 female university students.

The results were as follows:

First, the responses to the semantic-differential scales were factor analyzed to identify the underlying constructs of occupational characteristics. As the result, 4 factors were emerged. The first factor was interpreted to Appearance·Ability, the second, Individuality, the third, Dominance, and the fourth, Naivety.

Second, the type of clothing influenced on all the 4 factors, and was more influential than the facial attractiveness which influenced on the 3 factors except the Naivety factor.

Third, There were differences perceptions for the wearers beteen, subjects' sex type; The male subjects perceived for the wearers with categorization more exactly than the female's.

Fourth, there were accordances beteen free-association and inference in semantic-differential scales for the wearers.

I. 서 론

우리는 어떤 사람과 짧은 순간만 접촉하여도 그 사람에 대하여 광범위한 인상을 형성하는 경향이 있다. 이러한 첫인상은 사회적 상호작용의 시작일 뿐 아니라 추후 상호작용의 결정요인이 되므로 타인에 대한 첫인상 형성상황에서의 영향요인 및 정보처리 방식을 이해하는 것은 매우 중요하다. 구체적으로 첫인상은 자극인물의 외모, 목소리, 지각자 자신의 특성에 의해 영향을 받는다¹⁾.

본 연구는 그중 외모의 영향력을 밝히는 것으로서 연구 I²⁾에서는 의복에 대한 직업 측면의 고정관념이 존재하는가와 의복 자체가 갖는 직업관련특성 및 외모특성인상에 대해 언급되었다. 결과적으로 그 동안 기성복의 발달과 다양한 의생활 양식의 출현으로 의복이 지닌 지위상징성과 소속 집단의 가시성이 약화된 가운데서도 특정 의복유형에 대하여 비교적 일치된 직업을 추론함으로써 의복유형에 대한 직업측면의 고정관념이 나름대로 형성되어 있었음을 파악할 수 있었고, 동시에 얼굴이 매력적일수록 상위직으로 추론되므로 지위추론시 얼굴매력성의 후광효과가 작용함을 알 수 있었다. 또한 의복 자체가 우리에게 주는 직업관련특성 및 외모특성인상중 의복은 지배성을 제외한 외모·능력성, 개성, 소박성 인상에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 연구 I²⁾의 결과를 토대로 본 연구 II에서는 의복착용자의 직업역할에 따른 의복유형뿐 아니라 얼굴의 특성(매력성) 및 관찰자의 성이 의복착용자의 직업관련특성 및 외모특성에 대한 평가에 미치는 영향을 구체적으로 밝혀 보고자 한다.

본 연구에서는 구조화된 직업관련특성 및 외모특성평가에 대한 분석과 병행하여 응답자들의 자극물에 대한 평가의 이유와 보다 구체적인 인상에 관한 정보를 얻기 위하여 자극물에 대한 자유응답 내용을 내용분석하였다.

II. 이론적 배경

연구 I²⁾의 이론적인 배경에서 언급된 내용을 참고하기 바라며, 연구 II에 필요한 내용을 덧붙이면 다음과 같다.

1. 지각자의 특성이 인상추론에 미치는 영향

인상형성에 영향을 미치는 요인으로는 크게 지각자의 정보처리방식과 자극인물 자체가 가지고 있는 정보를 들 수 있다.

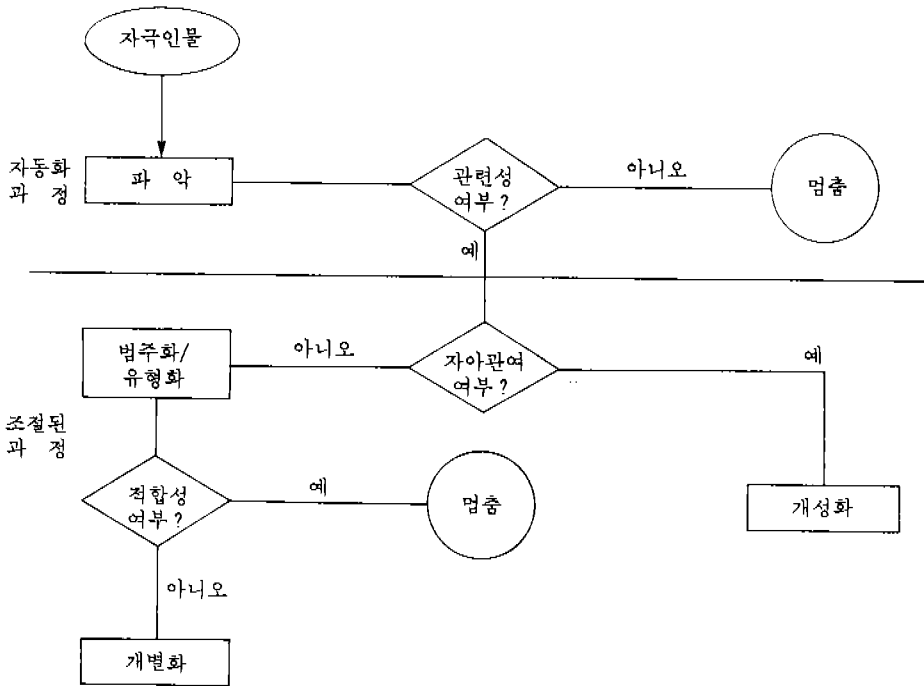
Asch³⁾와 Anderson⁴⁾의 고전적 인상형성이론의 관점에서 볼 때 대인지각과정은 주어진 자극물의 정보를 근거로 하여 통합적인 인상이 형성되는 것으로 볼 수 있다. 이러한 초기의 인상형성이론들은 대인지각 과정을 설명할 때 인간의 인지능력의 한계와 정보의 과다를 상당 부분 무시하는 경향이 있다.

현재의 연구자들은 지각자가 복잡한 자극물을 보고 자동적으로 정보를 조직한다는 기존의 가정에 회의를 갖게 되었고, 그 대신 사회적 정보처리과정은 사회적 사건, 사회적 역할, 사회집단과 같은 사회적 속성과 부류를 정신적으로 표상한 것인 사회적 범주를 중심으로 조직될 수 있다고 본다⁵⁾.

이와 같은 맥락에서 본 연구는 자극인물이 속하는 범주의 고정관념에 근거하여 인상을 형성한다는 최근에 주목을 받고 있는 Brewer⁶⁾의 이중과정모델을 그 이론적 토대로 삼았다. 그에 의하면 새로운 자극인물에 대해 수집된 정보가 장기기억에 저장되어 있는 사전 정보와 함께 통합되는데, 이때 자동화 과정과 조절된 과정의 두 가지 다른 과정이 존재한다고 가정하였으며, 그 내용을 도표를 중심으로 설명하면 다음과 같다.

자극인물에 대한 첫번째 정보처리과정은 한 독립적인 사회적 대상을 성, 나이, 피부색과 같은 인구학적 특성에 따라 '자리매김'을 하는 단계로서 이 단계에서는 제한된 수의 자극정보를 근거로 무의식적, 자동적으로 정보가 처리되는데 자극인물이 지각자의 현재의 요구나 즉각적 목표와 비교해서 무관하다고 판단되면 자극인물은 무시될 수 있고, 따라서 추가적 정보처리과정이나 정보추구는 이루어지지 않으며, 자극 정보는 지각자의 사전범주구조 내의 적당한 수준에서 범주화될 것으로 가정된다. 그러나 자극인물의 특징이나 상황이 자아와 관련이 된다면 지각자는 자극인물에 관한 정보를 처리하기 위하여 노력하게 되며, 이때 정보처리과정은 자극인물을 토대로 하여 이루어진다.

사회적 범주들은 언어적 특징목록보다는 원형적 이미지의 형태로 표상되며, 이러한 정신적 구조의 도식적 표상은 주로 성이나 연령과 같은 기본적인면서 한정된



[도표 1] 인물 인지의 이중과정 모델

차원을 사용한 구조와 형태로 제시된다. 지각자는 개인적 또는 共有한 사회적 경험을 통하여 추상적 이미지나 또는 밀접한 관계가 있는 특징들의 형태로 표상된 ‘인물 유형’을 이끌어 낸다. 인물유형은 그림문자적 (pictoliteral) 표상들이며, 그림문자적 표상 즉, 이미지는 언어적 개념과 비교해 볼 때 더 구체적이고, 대인지각 연구에 있어서 기본적인 정보에 해당된다.

이중과정모델에 의하면 인상이란 이미 형성된 인물유형을 새로운 인물에 관한 정보와 일치시켜 보는 능동적인 범주화 과정을 토대로 한다고 가정된다. 즉 가장 일반적 수준의 범주화에서 시작하여 좀더 구체적 하위유형으로 진행되면서 적절한 적합점 (fit)에 도달할 때까지 반복적인 탐색과 형태일치과정 (pattern-matching process)이 이루어진다.

일단 자극인물이 구체적인 사회적 범주로 파악되고 나면 범주 기대와 불일치하는 새로운 정보는 단순히 무시되거나 절감될 수도 있으며, 범주-불일치 특징들이 하위집단 보다는 한 개인과 연관이 된 것일 때 그 사람

은 일반적인 범주의 한 멤버로서 개별화된다. 이렇게 개별화된 범주의 멤버는 한 범주의 하위유형을 형성하는데 기초가 된다.

개성화는 모든 관련된 정보를 조직화하는데 있어서 자극인물이 기본이 되는 또 다른 형태의 인지적 구조를 형성하는 것과 관계가 있다. 정보가 개성화될 때, 그 전에 이미 예상된 기대들과 일치하지 않는 속성이나 행동은 더 광범위하게 처리되고 개인의 표상에 통합된다. 이중과정모델에 의하면 개성화된 지식은 범주화된 지식과는 형태 및 조직적 구조면에서 다르다고 가정되는데, 개인에 근거를 둔 지식은 그림문자적 이미지보다는 前提的 그물망으로서 기억 안에 표상된다. 개인에 근거를 둔 정보처리하는 자극인물의 특징과 환경에 의해 부여된 과제요구에 의해 기본적으로 결정된다.

2. 신체적 매력성이 인상추론에 미치는 영향

신체적 매력성은 매력성 이외의 사교성과 능력성 특징들에 대한 추론에도 후광효과로 영향을 미치는데

Dion, Berscheid, Walster⁶⁾는 피험자들에게 신체적으로 매력적이거나, 매력이 없거나, 보통인 인물에 대한 사진을 제시하고 매력성과는 전혀 관련이 없는 몇 개의 특성에 대해서 평정시킨 결과 매력이 더 있는 사람은 사회적으로 바람직한 성격을 지니고 사회적으로 행복한 것으로 평정되었고, 반면 매력이 없는 인물은 반대의 평가를 받았으므로 신체적 매력에 관한 고정관념이 존재한다고 주장하였으며, Goldman과 Lewis⁷⁾도 신체적으로 매력이 있는 학생은 사교성이 있고 호의적인 것으로 평가되었다고 밝혔다.

능력성 평가에 미치는 영향에 대한 연구로서, Landy와 Sigall⁸⁾은 신체매력성이 수필능력 및 개인특성 평가에 미치는 영향을 연구한 결과 수필가와 수필에 대한 평가는 수필가가 매력적일 때 가장 호의적이었고, 매력적이지 않을 때 가장 비호의적이었으며, 수필가의 매력이 수필의 평가에 미치는 영향은 수필의 수준이 낮을 때 가장 뚜렷하게 나타났고 밝혔다. 한편 Webster와 Driskell⁹⁾의 연구에서는 매력적일수록 일반적 능력은 높게 평가되었으나 학문적 능력 즉 순수한 능력은 낮게 평가되었다. Lapitsky와 Smith¹⁰⁾는 과업지향적 상황에서 초차도(수필을 쓰는 능력) 자극인물이 입은 매력적 의복은 지각자가 창의적 생각, 훌륭한 문장 스타일, 일반적 수필능력에 대해 훨씬 긍정적으로 평가하도록 영향을 주었고 긍정적 특질 추론(지적, 재능있는, 성실한, 상상력이 풍부한, 전체능력의 우수함) 또한 형성되었다고 밝혔다. Lennon¹¹⁾의 연구에서는 매력적인 의복 착용자는 능력과 사교성이 있는 것으로 평가되었고, 사람들은 매력적인 의복착용자와 일하는 것을 더 편안하다고 하였다.

3. 의복유형이 인상추론에 미치는 영향

Hamid¹²⁾는 여성복의 세부디자인을 변화시킨 잡지 사진을 남녀피험자에게 제시하고 10개의 특질형용사 각각을 잘 나타내는 정도에 따라 사진에 등급을 매기도록 요구한 결과 대부분의 형용사에 대하여 피험자가 매긴 등급에서 높은 일치율을 보였다. 특히 이러한 고정관념은 피험자가 얼굴만 가지고 순서를 매겼을 때는 나타나지 않았으나 의복스타일에서는 일관된 특질 고정관념이 존재하였으므로 고정관념적 인상은 얼굴의 특징 보다는 의복에 그 기본을 두고 있다고 제안하였다.

Bell¹³⁾은 4가지 남성복 스타일(대담한 유형, 보수적

유형, 포말한 유형, 캐주얼한 유형)이 성격특성 지각에 미치는 영향을 연구한 결과 대담한 스타일은 매력적이지 않고, 지적인 면은 없으나 매우 일반적인 차림이며, 포말한 스타일은 매력적이고, 지적이며, 일반적인 차림이고, 캐주얼 스타일은 비매력적, 비지성적, 비일반적 차림이며, 보수적 스타일은 매력적, 지적이나 일반적인 차림은 아닌 것으로 지각되었으며, 캐주얼유형보다 더 사회적인 것 평가되었다.

이은미¹⁴⁾는 남성 정장착용자의 연령 및 의복단서(정장의 색, 정장스타일, 넥타이색)가 인상형성에 미치는 영향을 연구한 결과 정장의 색, 정장스타일 및 넥타이 색이 부분적으로 인상형성에 영향을 미쳤으며 그 중 가장 큰 영향을 미친 것은 정장스타일이었고, 반면 넥타이색의 영향력이 가장 약한 것으로 나타났다.

III. 연구방법 및 절차

1. 측정도구

측정도구는 자극물과 이에 대한 반응을 측정하는 설문문의 두 부분으로 구성되었다.

1) 자극물

자극물은 얼굴매력성 수준이 다른 세 명의 모델(얼굴 매력성수준 상, 중, 하)이 6가지 의복유형(회사원, 고위직, 세일즈맨, 연예인, 화가, 노동자 의복유형)을 번갈아 착용한 18가지의 의복착용자 사진(13×18cm)을 사용하였다(자세한 내용은 연구 I²⁾ 및 사진 1 참조).

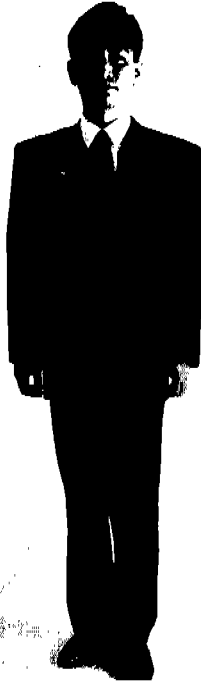
실험설계: 자극물에 대한 피험자 배정방법은 피험자간 디자인(between-subject design)법을 사용하였으며, 독립변인의 조작에 의해 자극물 별로 18개의 실험소집단을 구성하였고, 각 실험소집단별로 남녀관찰자 각각 12명을 무작위로 배치하였다.

2) 설문내용

사회심리학 및 의복과 인상형성의 문헌을 토대로 의복, 의복착용자 자극물에서 공통으로 추론될 수 있는 특질형용사쌍을 선정하여 전문가 집단(심리학자, 의류학자)의 동의를 거쳐 사용하였다. 형용사쌍의 내용은 회사원, 고위직, 세일즈맨, 연예인 및 화가, 노동자 등 각 직업을 나타내는 직업특성에 관한 각 4문항과 매력성 5문항, 품위성 4문항 등 외모특성에 관한 9문항을 합한 7점 척도 총 29문항으로 구성되었으며, 2문항을 제외한 나머지 문항은 선행연구에서 선택하였다. 또한



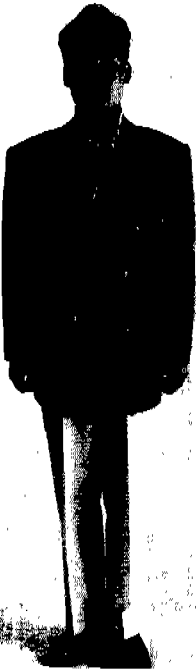
얼굴 매력성 수준이 중인 모델의 회사원 의복유형 착용



얼굴 매력성 수준이 상인 모델의 고위직 의복유형 착용



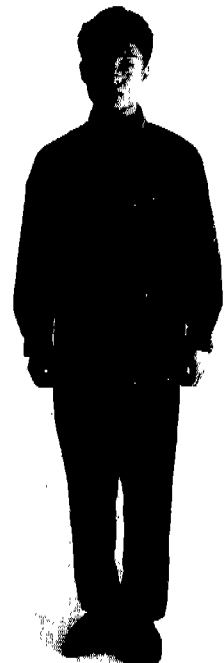
얼굴 매력성 수준이 하인 모델의 세일즈맨 의복유형 착용



얼굴 매력성 수준이 상인 모델의 연예인 의복유형 착용



얼굴 매력성 수준이 중인 모델의 화가 의복유형 착용



얼굴 매력성 수준이 하인 모델의 노동자 의복유형 착용

<사진 1> 본 연구의 의복착용자 자극물

얼굴과 의복의 어울림정도에 관한 1문항을 제시하고 7점 척도상에 표시하게 하였다. 그 외에도 의복착용자에 대한 느낌을 자유롭게 기술하게 한 자유응답식 문항과 관찰자의 학교, 전공, 학년, 성별을 묻는 문항을 포함시켰다.

2. 피험자

남녀대학생 각각 216명, 총 432명이었으며, 응답자의 대학지역별 분포는 서울이 89.8%, 지방이 7.4%로 서울지역 대학생들이 대다수를 이루었고, 응답자의 학년분포는 3학년이 33.1%, 4학년이 28.3%, 2학년이 22.5%, 1학년이 14.6% 순으로 나타났다. 응답자의 전공별로는 인문계열이 52.1%로 가장 많았고, 두번째는 자연계열로서 40.7%, 그 다음은 예술계열로서 4.2%로 나타났다.

3. 자료수집 및 분석방법

자료수집은 임의적 표집에 의하였으며, 수집방법은 1992년 7월 3~4일 이틀간에 걸쳐 연세대학에서 개최한 '92년도 하계 어학특강' 시간에 들어가 설문지를 배부하고 10분후에 수거하였다. 연구문제를 究明하기 위해 요인분석, 변량분석, SNK(Student-Newman-Keuls) 다중비교검정, t-test를 실시하여 분석하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 남자 의복착용자 인식의 요인도출

연구목적을 究明 하기에 앞서 인식차원을 추출하기 위하여 직업관련특성 및 외모특성에 대한 관찰자의 응답을 요인분석하였다.

요인의 도출: 요인분석은 PC모형의 VARIMAX회전법을 사용하였으며 분석결과 <표 1>과 같이 4요인이 내용상 가장 타당한 것으로 나타났다.

4요인의 설명력은 총 57.5%로서 요인 I은 28.8%의 설명력을 나타내었으며 '매력있는-매력없는', '품위있는-품위없는', '성공적인-성공적이지않은', '신중한-경박한', '능력있는-능력없는' 등의 매력과 품위를 포함한 외모특성과 고위직 및 회사원직의 특성을 나타내는 형용사들이 포함되어 외모·능력성 요인으로 명명되었다. 요인 II는 개성 요인으로서 15.0%의 설명력을 나타내었으며 '개성있는-개성없는', '창의력있는-창의력

없는', '사교적인-비사교적인' 등의 연예인 및 화가의 예술성과 세일즈맨에게 주로 요구되는 사교성을 나타내는 특질형용사들이 포함되었다. 요인 III은 7.6%의 설명력을 나타내었으며 '지배적인-복종적인', '권위적인-권위적이지 않은' 등의 지배성, 고위직의 특성을 나타내는 형용사들이 포함되어 지배성 인상으로 명명되었다. 요인 IV는 6.1%의 설명력을 나타내었으며 '소박하지않은-소박한', '복잡한-단순한' 등의 노동자의 특성을 나타내는 형용사들이 포함되어 소박성 인상으로 명명되었다.

이상의 내용을 종합해 보면 인식의 총변량에 대한 설명력중 외모·능력성요인이 가장 큰 것으로 나타나서 남성의복착용자의 인식에서는 외모와 능력요인의 비중이 가장 크게 작용된 것으로 보인다. 이는 남성 정장착용자의 인식에서 가장 중요한 요인은 외모·능력성으로 밝혀진 이은미¹⁴⁾의 결과와 일치된 내용이고, 사람들이 다른 사람을 묘사할 때 성격특질을 묘사하는 형용사보다는 신체적이거나 외형적인 것을 나타내는 형용사를 많이 사용한다는 송관재·이훈구¹⁵⁾의 결과를 지지한 것으로 보인다. 또한 남자들은 타인지각시 특히 능력면에 중점을 두고 평가한다는 Zebrowitz¹¹⁾의 주장과도 일치하는 내용이다. 즉 타인 평가시 중요한 측면인 외모와 능력성이 제 1의 요인으로 동시에 묶여 나온 결과라 볼 수 있는데 이는 외모면에서 매력적인 사람이 정신적인 면에 있어서도 능력이 있는 것으로 지각되었던 연구결과들⁸⁻¹¹⁾과 맥을 같이 하는 것으로서, 이 두 요인간의 높은 상관관계로 인하여 외모·능력성이라는 통합된 인식차원이 도출되었고, 따라서 외모에 있어서 매력있고 품위있는 사람이 곧 능력있는 사람으로 지각되었다고 본다.

요인점수의 계산: 의복착용자의 인식에 대한 전체응답자의 응답을 요인분석한 후 각 요인에 포함된 변수의 기여도를 적용한 점수계산법인 회귀모델(regression model)을 사용하였다. 요인점수에 따른 결과해석은 요인점수가 높을수록 외모·능력성요인에서는 보다 매력과 품위 및 능력이 있는 것으로, 개성요인에서는 개성적이고, 창의력이 있으며 사교적인 것으로, 지배성요인에서는 지배적으로, 소박성요인에서는 소박하지 않은 것으로 지각됨을 뜻한다.

직업관련특성 및 외모특성의 인식에 의복유형, 얼굴 매력성이 미치는 영향 및 지각자 변인으로서 관찰자의

<표 1> 의복 착용자 인상의 차원 구조 (n=432)

요인 I : 외모·능력성	요인 II : 개성	요인 III : 지배성	요인 IV : 소박성	요인 부하치
보기 좋은 — 보기 싫은	개성 있는 — 개성 없는	나아들어보이는 — 어러보이는	소박하지 않은 — 소박한	.80
품위 있는 — 품위 없는	창의력 있는 — 창의력 없는	지배적인 — 부종적인	복잡한 — 단순한	.61
지성적인 — 지성적이지 않은	쾌활한 — 우울한	위엄 있는 — 위엄 없는		.63
매력 있는 — 매력 없는	예술을 좋아하는 — 좋아하지 않는	강한 — 약한		.62
호감이 가는 — 호감이 가지않는	자유스러운 — 자유스럽지 않은	권위적인 — 권위적이지 않은		.61
깨끗한 — 지저분한	사교적인 — 비사교적인			.60
성공적인 — 성공적이지 않은	자신감 있는 — 자신감 없는			.54
세련된 — 촌스러운				.66
신중함 — 경박함				.66
능력 있는 — 능력 없는				.57
저침 — 거칠지 않은				.80
인기 있는 — 인기 없는				.76
정확한 — 정확치 않은				.67
상실한 — 상실치 않은				.66
전문적인 — 비전문적인				.66
총변량에 대한 설명력				.55
총설명력				15.0%
				7.6%
				6.1%

PC 모형, varimax rotation 사용

<표 2> 의복착용자에 대한 자유연상 내용의 질적 분석

의복 유형	연 상 내 용	관찰자 응답수 ^a
회 사 원 유 형	수려함, 세련됨, 멋있음, 보기 좋음, 인상이 좋음, 고급스러움	19
	딱딱함, 형식적임, 틀에 박힘, 경직됨, 갸 갸함, 답답함, 보수적임	15
	호감이 안감, 매력없음, 안 어울림, 어색함, 부자유스러움	11
	개성없음, 평범함, 보통남자	9
	자신감없음, 능력없음	5
	권위적임, 위엄있음	4
	지적임, 차가움	3
	점잖음, 품위있음	3
	어두움, 불만스러움, 무뚝뚝함	3
교 위 직 유 형	전형적 신사복, 점잖음, 단정함, 재산가, 깔끔함, 이상적 직업인	8
	안 어울림, 이상함, 어색함	8
	고집스러움, 경직됨, 딱딱함	7
	평범함, 틀에 박힘, 단조로움, 개성없음, 무난함	6
	속박됨, 답답함, 부자유스러움, 따분함	6
	멋있음, 세련됨, 색상이 좋음, 패셔너블함	5
	사려깊음, 위엄있음, 장중함, 엄밀함, 접근하기 어려움	5
	우울함, 의욕없음, 활기없음	4
	세 일 즈 맨 유 형	부조화됨, 안 어울림, 표정이 굳음, 부자연스러움, 어색함, 우울함, 어두움
단정함, 깔끔함, 차분함, 외모가 중요한 직업종사자, 세일즈맨, 서어비스업		13
도시적인, 격식차림, 현대적임, 세련됨, 인상적임, 꾸밈이 있음, 빈틈없음		11
답답함, 비활동적임, 내성적임, 무미건조함		8
평범함, 차분함, 틀에 박힘, 개성없음		6
권위적임, 지배적임, 고집스러움, 딱딱함, 개서움		5
촌스러움, 매력없음, 호감이 안감, 마음에 안들		5
경박스러움, 정속치않음		3
비실용적임, 복잡함		3
연 예 인 유 형	천박함, 품위없음, 역겨움, 거부감이 듦, 되바라짐, 플레이보이	12
	어색함, 안 어울림, 부조화됨, 촌스러움	11
	세련됨, 멋부림, 깔끔함, 패션에 신경써	8
	자신감 결여, 개성없음, 호감이 안감, 남자답지 못함, 조잡함	5
	딱딱함, 강함, 권위적임, 성깔이 있음	5
	성실하지 못함, 근면하지 못함, 소박하지 못함	4
	자유스러움, 서어비스업 종사자	2
화 가 유 형	자유스러움, 창의력 있음, 예술적임, 활력있음, 활동적임	16
	안 어울림, 보기 싫음, 부적합함, 촌스러움, 시대에 뒤짐, 지지분함, 단정치 못함	14
	품위 없음, 예절 없음, 호감이 안감, 건방짐, 혐오감, 폭력배	12
	개성 있음, 멋부림, 호감이 감, 특이함, 여유 있음	8
	단정함, 수수함, 소박함, 비권위적임, 편안함	6
	답답함, 짜증남, 게으름	4
노동 자유 형	어두움, 우울함, 보기 싫음, 우중충함, 답답함	16
	평범함, 무난함, 소박함, 편안함, 단순함, 차분함, 착함	10
	자유분방함, 과격함, 자신감 있음, 주장이 뚜렷함, 적극적임	9
	딱딱함, 고지식함, 비창조적임, 의욕이 없음, 수동적임, 활기 없음	8
	어색함, 안 어울림, 억눌림	8
	왜소함, 초라함, 불쌍함, 자신감 없음, 내향적임, 소극적임	6
	무식함, 어설피품, 멍청함	4
나이들어 보임, 신중함	4	

a: 각 자극물마다 관찰자 집단당 12명이며 2개 이상의 응답, 무응답자도 있음.

성이 미치는 영향을 究明하기 위하여 제 1단계 분석으로 요인분석결과 도출된 4가지 인상 각각에 대해 3원 변량분석을 실시하였다. 제 2단계 분석에서는 얼굴매력성과 의복유형의 영향을 구체적으로 분석하기 위해 얼굴매력성의 영향은 각 의복유형별로 매력성에 따른 세 모델의 인상점수를 비교하였으며 의복유형의 영향은 각 모델별로 6가지 의복유형의 인상점수를 비교하였다. 또한 <표 2>에 제시된 자유응답내용을 위의 분석결과와 비교하였다.

1) 외모·능력성 인상에 대한 의복유형과 얼굴매력성의 영향

<표 3>과 같이, 외모·능력성 인상추론에는 얼굴매력성, 의복유형의 주효과가 나타났고, 각 변인의 F값을 비교할 때, 의복유형의 영향이 얼굴매력성보다 더 큰 것으로 나타났다.

얼굴매력성의 영향: 의복유형별로 의복착용자의 일

<표 3> 4가지 인상차원에 대한 의복유형, 얼굴매력성 및 관찰자 성의 3원변량분석 결과 (n=432)

변량원	요인명			
	외모·능력성	개성	지배성	소박성
얼굴	14.46***	14.37***	18.07***	.27
의복유형	28.12***	31.86***	6.65***	62.27***
관찰자성	1.29	2.05	7.39**	.97
얼굴×의복유형	2.35**	.74	1.56	.85
얼굴×성	.13	.85	1.37	1.57
의복유형×성	.60	3.27**	2.39*	2.26*

* p<.05 ** p<.01 *** p<.001

얼굴매력성수준에 따른 외모·능력성 평가의 요인점수를 산출하고 이 평가점수들 간의 차이를 SNK다중비교검정한 결과는 <표 4>에 제시하였다. 관찰자의 성의 주효과가 나타나지 않았으므로 남녀집단의 반응을 합하여 제시하였다.

매력적인 모델은 회사원과 노동자유형을 제외한 4가지 유형의 의복을 착용했을 때 매력과 품위 및 능력이 세 모델중 가장 뛰어난 것으로 지각되었고, 매력성수준이 중간인 모델은 고위직과 연예인유형의 의복착용시 비매력적인 모델이 착용했을 때와 비슷하게 낮은 것으로, 화가유형의 의복착용시는 매력적인 모델과 동일하게 높은 것으로 지각되었으나, 노동자유형의 의복착용시는

<표 4> 의복유형별 의복착용자의 얼굴매력성 수준에 따른 외모·능력성 인상의 평균점수* 및 차이검정 (n=432)

얼굴매력성 의복유형	매력성 상	매력성 중	매력성 하	F 값
	회사원유형	.90	.60	
고위직유형	.92 ^a	.11 ^b	.10 ^b	10.10***
세일즈맨유형	.59 ^a	.26 ^{ab}	-.08 ^b	4.11*
연예인유형	.28 ^a	-.52 ^b	-.28 ^b	4.47**
화가유형	-.43 ^a	-.61 ^a	-1.18 ^b	4.45**
노동자유형	-.56 ^b	-.06 ^a	-.54 ^b	3.77*

* p<.05 ** p<.01 *** p<.001

e: 점수가 높을수록 외모·능력성 특성이 높음을 의미한다.

a, b: 평균점수에 의미있는 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정)

(a: 점수가 높은 집단 b: 점수가 낮은 집단)

<표 5> 얼굴매력성별 의복착용자의 의복유형에 따른 외모·능력성 인상의 평균점수* 및 차이검정 (n=432)

의복유형 얼굴매력성	의복유형							F 값
	회사원	고위직	세일즈맨	연예인	화가	노동자		
매력성상	.90 ^a	.92 ^a	.59 ^{ab}	.28 ^b	-.43 ^c	-.56 ^c	17.98***	
매력성중	.60 ^a	.11 ^{ab}	.26 ^{ab}	-.52 ^c	-.61 ^c	-.06 ^{bc}	8.05***	
매력성하	.50 ^a	.10 ^{ab}	-.08 ^{ab}	-.28 ^b	-1.18 ^c	-.54 ^b	9.01***	

*** p<.001

e: 점수가 높을수록 외모·능력성 특성이 높음을 의미한다.

a, c: 평균점수에 의미있는 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정)

(a: 점수가 높은 집단 c: 점수가 낮은 집단)

다른 모델보다 높은 것으로 나타났다. 비매력적인 모델은 회사원유형을 제외한 나머지 유형의 의복착용시 매력과 품위 및 능력이 가장 낮은 것으로 나타나므로 매력적일수록 후광효과와 작용으로 더 능력있는 것으로 평가되었다는 Landy와 Sigall⁶⁾, 및 Webster와 Driskell⁹⁾의 결과를 지지하였다.

의복유형의 영향: 각 모델별로 의복착용자의 의복유형에 따른 외모·능력성인상평가의 요인점수를 산출하고 이 평가점수들 간의 차이를 SNK다중비교검정한 결과는 <표 5>에 제시하였다.

매력적인 모델의 경우 회사원, 고위직유형이 다른 유형보다 매력과 품위 및 능력이 가장 뛰어나고, 그 다음은 연예인유형이었으며, 화가와 노동자유형이 매력과 품위 및 능력인상이 가장 낮은 것으로 지각되었다. 매력성수준이 중간인 모델에서는 회사원유형의 매력과 품위 및 능력인상이 가장 높은 것으로, 반면 연예인과 화가유형이 낮은 것으로 지각되었다. 한편 비매력적인 모델의 경우에는 회사원유형의 의복착용시 가장 좋은 인상을 주었고, 그 다음은 연예인과 노동자유형을 착용했을 때이며, 화가복을 착용했을 때 가장 비매력적이고, 품위와 능력이 낮은 것으로 나타났다.

즉 의복착용자의 매력성에 관계없이 회사원유형의 의복 착용시 가장 매력적이고 품위있으며 능력이 뛰어난 것으로 지각되었는데, 이는 보수적인 수우트 착용자는 능력이 있어 보인다는 연구결과¹⁰⁾를 뒷받침한 결과이며, 회사원유형의 의복착용자에 대하여 멋있고 품위있으며 지적이고 권위적으로 보인다는 <표 2>의 자유응답 내용과도 일치한다. 반면 Bassett¹⁶⁾의 주장처럼 캐주얼 유형에 대해서 외모·능력성이 낮은 것으로 평가되었는데 이는 화자유형의 의복착용자에 대하여 품위없음, 노

동자유형에 대하여 초라하고 무식하다는 응답이 많았던 자유응답 내용과도 일치한다.

2) 개성 인상에 대한 의복유형과 얼굴매력성의 영향

<표 3>과 같이, 개성 인상추론에 얼굴매력성, 의복유형의 주요효과가 나타났으며, 의복유형의 영향이 얼굴매력성보다 더 큰 것으로 나타났다. 또한 의복유형과 관찰자의 성 간의 약한 상호작용효과가 나타났다.

얼굴매력성의 영향: <표 6>과 같이 고위직유형에서만 세 모델간에 유의한 인상차이를 보였는데 매력적인 모델과 중간수준의 매력성을 가진 모델이 비매력적인 모델보다 개성적이고 창의적이며 사교성이 높은 것으로 지각되었다. 회사원유형 착용시는 일원 변량분석 결과 세 모델간에 인상차이가 있는 것으로 나타났으나 의미 있게 집단구분이 되지는 않았고, 고위직유형 착용시와

<표 6> 의복유형별 의복착용자의 얼굴매력성 수준에 따른 개성 인상의 평균점수* 및 차이검정 (n=432)

얼굴매력성 의복유형	매력성			F 값
	상	중	하	
회사원유형	-.03	-.05	-.54	3.64*
고위직유형	-.25 ^a	-.39 ^a	-1.05 ^b	6.87*
세일즈맨유형	-.08	-.12	-.63	2.63
연예인유형	.56	.71	.28	1.49
화가유형	1.09	.80	.62	1.57
노동자유형	-.38	-.04	-.49	2.08

* p < .05

e: 점수가 높을수록 개성 특성이 높음을 의미한다.

a, b: 평균점수에 의미있는 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정)

(a: 점수가 높은 집단 b: 점수가 낮은 집단)

<표 7> 얼굴매력성별 의복착용자의 의복유형에 따른 개성 인상의 평균점수* 및 차이검정 (n=432)

얼굴매력성 의복유형	회사원	고위직	세일즈맨	연예인	화가	노동자	F 값
	매력성상	-.03 ^c	-.25 ^c	-.08 ^c	.56 ^b	1.09 ^a	
매력성중	-.05 ^b	-.39 ^b	-.12 ^b	.71 ^a	.80 ^a	-.04 ^b	8.28***
매력성하	-.54 ^b	-1.05 ^b	-.63 ^b	.28 ^a	.62 ^a	-.49 ^b	12.19***

*** p < .001

e: 점수가 높을수록 개성 특성이 높음을 의미한다.

a, c: 평균점수에 의미있는 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정)

(a: 점수가 높은 집단 c: 점수가 낮은 집단)

동일한 경향을 보였다.

따라서 얼굴이 매력적일수록 사회적으로 바람직한 특성을 지닌 것으로 지각되었다는 Dion 등⁶⁾과 Goldman 등⁷⁾의 결과가 고위직유형의 의복착용시에만 나타나므로 얼굴의 매력성은 사회성인상추론에 비교적 약한 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

의복유형의 영향 : <표 7>과 같이 매력적인 모델의 경우 화가유형의 의복이 가장 개성적이고 창의적이며, 사회적으로 지각되었고, 그 다음은 연예인유형이었으며, 회사원, 고위직, 세일즈맨, 노동자유형의 의복이 개성이 없는 것으로 지각되었다. 매력성 수준이 중간인 모델과 비매력적인 모델의 경우 화가와 연예인유형의 의복이 회사원, 고위직, 세일즈맨, 노동자유형의 의복보다 개성이 높은 것으로 평가되었다.

이처럼 화가와 연예인유형의 의복착용자가 개성이 강한 것으로 지각된 이유는 자유연상 내용에서 화가유형의 의복착용자에 대하여 자유스러움을 느끼고, 연예인유형의 의복착용자에 대하여 멋부리고, 패션에 신경을 쓴다라는 응답에서 알 수 있듯이 이들 복장에서 기존의 딱딱한 남성복에서는 찾아볼 수 없는 개성이 지각되었을 것으로 생각된다.

한편 개성 인상차원에서 나타난 의복유형과 관찰자성 간의 상호작용효과를 구체적으로 비교하기 위해 각 의복유형에 대한 남녀관찰자의 평가를 차이검정한 결과, 남자 관찰자는 노동자유형의 의복착용자에 대해 보통수준의 개성을 지닌 것으로 지각한 반면, 여자관찰자는 노동자유형의 의복착용자에 대해 개성이 매우 낮은 것으로 지각하는 경향을 보였다($t = -3.54, p < .001$).

3) 지배성 인상에 대한 얼굴매력성과 의복유형의 영향

<표 3>과 같이 지배성 인상추론에는 얼굴매력성, 의복유형 및 관찰자의 성의 주효과가 나타났으며, 얼굴매력성의 영향이 의복유형이나 관찰자의 성보다 더 큰 것으로 나타났다. 또한 의복유형과 관찰자의 성 간의 약한 상호작용효과가 나타났다. 관찰자의 성의 주효과가 나타났으므로 남녀 집단을 분류하여 결과를 제시하였다.

얼굴매력성의 영향 : <표 8>과 같이 6가지 의복유형 중 세일즈맨, 연예인유형의 의복을 착용했을 때 세 모델간에 의미있는 인상차이가 나타났으며, 여자관찰자는 매력성 수준이 중간인 모델이 세일즈맨과 연예인유

형의 의복을 착용했을 때 나머지 모델들이 착용했을 때보다 더 지배적인 인상을 주는 것으로 지각하였고, 남자관찰자는 매력적인 모델과 매력성 수준이 중간인 모델이 세일즈맨유형의 의복을 착용했을 때 비매력적인 모델이 착용했을 때보다 지배적인 것으로 지각하였다. 이와 같이 매력성 수준이 중간인 모델이 지배적으로 지각된 이유는 중간수준의 매력성을 지닌 모델의 연령이 다른 모델보다 더 높은 것으로 추정되었다는 점⁸⁾을 감안해 볼 때, 연령과 관계된 특성들은 지배성 지각에 영향을 미친다는 Guthrie¹⁷⁾의 주장을 뒷받침한 결과로 볼 수 있다. 따라서 지배성지각에는 얼굴매력성보다는 오히려 지각된 연령이 영향을 미친다고 볼 수 있다.

의복유형의 영향 : <표 9>와 같이 남자관찰자들은 매력적인 모델이 회사원, 고위직, 세일즈맨유형의 의복을 착용했을 때 연예인유형의 의복을 착용했을 때보다 더 지배적으로 지각하였고, 여자관찰자들은 매력성수준이 중간인 모델이 회사원과 연예인유형의 의복을 착용했을 때를 화가나 노동자유형의 의복을 착용했을 때보다 더 지배적인 것으로 지각하였다. 한편 남자관찰자들은 비매력적인 모델이 회사원, 고위직, 화가 및 노동자유형

<표 8> 의복유형별 의복착용자의 얼굴매력성 수준에 따른 지배성 인상의 평균점수^{a)} 및 차이검정 (n=432)

의복유형	얼굴매력성	매력성			F 값
		상	중	하	
회사원유형	여자	.41	1.14	.07	2.77
	남자	.18	.08	-.07	.16
고위직유형	여자	.19	.71	.16	1.46
	남자	.10	.86	.04	2.20
세일즈맨유형	여자	-.21 ^{b)}	.61 ^{a)}	-.30 ^{b)}	3.77*
	남자	-.04 ^{a)}	.08 ^{a)}	-.70 ^{b)}	3.96*
연예인유형	여자	-.43 ^{b)}	1.04 ^{a)}	-.58 ^{b)}	13.85***
	남자	-1.05	-.30	-.93	3.30
화가유형	여자	-.00	-.03	-.38	.61
	남자	-.34	-.16	.12	1.14
노동자유형	여자	-.24	.04	-.06	.32
	남자	-.30	.34	-.07	1.87

* p < .05 *** p < .001

e : 점수가 높을수록 지배성 특성이 높음을 의미한다.

a, b : 평균점수에 의미있는 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정)

(a : 점수가 높은 집단 b : 점수가 낮은 집단)

<표 9> 얼굴매력성별 의복착용자의 의복유형에 따른 지배성 인상의 평균점수* 및 차이검정 (n=432)

얼굴매력성		의복유형	회사원	고위직	세일즈맨	연예인	화 가	노동자	F 값
매력성상	여자		.41	.19	-.21	-.43	.00	-.24	1.06
	남자		.18 ^a	.10 ^a	-.04 ^a	-1.05 ^b	-.34 ^{ab}	-.30 ^{ab}	2.94*
매력성중	여자		1.14 ^a	.71 ^{ab}	.61 ^{ab}	1.04 ^a	-.03 ^b	.04 ^b	3.41**
	남자		.08	.86	.08	-.30	-.16	.34	2.10
매력성하	여자		.07	.16	-.30	-.58	-.38	-.06	1.50
	남자		-.07 ^a	.04 ^a	-.70 ^{ab}	-.93 ^b	.12 ^a	-.07 ^a	3.92**

* p<.05 ** p<.01

e: 점수가 높을수록 지배성 특성이 높음을 의미한다.

a, b: 평균점수에 의미있는 차이가 있는 집단(SNK 다중비교검정)

(a: 점수가 높은 집단 b: 점수가 낮은 집단)

<표 10> 얼굴매력성별 의복착용자의 의복유형에 따른 소박성 인상의 평균점수* 및 차이검정 (n=432)

얼굴매력성		의복유형	회사원	고위직	세일즈맨	연예인	화 가	노동자	F 값
매력성상			.39 ^c	-.11 ^b	.55 ^c	.99 ^d	-.66 ^a	-1.01 ^a	25.77***
			.11 ^b	.30 ^b	.54 ^{bc}	.86 ^c	-.79 ^a	-.96 ^a	21.40***
매력성중			-.00 ^b	.07 ^b	.37 ^b	.90 ^c	-.70 ^a	-.86 ^a	17.23***

*** p<.001

e: 점수가 낮을수록 소박성 특성이 높음을 의미한다.

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

(a: 점수가 낮은 집단 d: 점수가 높은 집단)

의 의복을 착용했을 때 연예인유형의 의복을 착용했을 때보다 더 지배적인 인상을 형성하였다. 즉, 남자관찰자들은 매력적인 모델과 비매력적인 모델이 회사원유형과 고위직유형의 의복착용시 지배성이 높은 것으로 지각하였고, 연예인유형의 의복을 착용했을 때는 지배성이 낮은 것으로 지각하였는데, 이는 <표 2>의 자유연상 내용에서 밝혀진 바대로 검색과 회색의 수우트가 지닌 절 짧은 위엄이 지배성지각에 영향을 미친것으로 보이며, 반면 연예인유형의 의복은 젊은이들이 주로 착용하고 경박한 느낌을 주므로 가장 비지배적인 것으로 지각된 것으로 풀이된다.

한편 지배성 인상차원에서 나타난 의복유형과 관찰자성 간의 상호작용효과를 구체적으로 비교하기 위해 각 의복유형에 대한 남녀관찰자의 평가를 차이검정한 결과, 남자관찰자는 여자관찰자보다 연예인유형의 의복착용자에 대하여 의미있게 낮은 지배성 인상을 형성한 것으로 나타났다(t=3.38, p<.001).

한편 본 연구 I²⁾의 의복유형에 따른 인상차이검정에서 지배성인상에 의복유형이 영향을 미치지 못한 것으로 미루어 볼 때, 본 연구 II에서의 의복유형의 주효과와 관찰자 성과의 상호작용에 의한 것으로 분석할 수 있으며, 지배성 인상은 의복만을 통해서 평가되기 보다는 의복착용자의 얼굴특성에 의해 더 영향을 받는다고 할 수 있다.

4) 소박성 인상에 대한 얼굴매력성과 의복유형의 영향

<표 3>과 같이 소박성 인상추론에는 의복유형의 주효과와 의복유형과 관찰자의 성간의 상호작용효과가 나타났으며 얼굴매력성의 영향은 없었다.

의복유형의 영향: <표 10>과 같이 착용자의 얼굴매력성 수준에 관계없이 세 모델 모두 노동자와 화가유형의 의복을 착용했을 때 가장 소박하며, 연예인유형의 의복을 착용했을 때는 가장 소박하지 않은 것으로 나타났다. 구체적으로 매력적인 모델이 고위직유형의 의복

을 착용했을 때는 회사원유형과 세일즈맨유형의 의복을 착용했을 때 보다 더 소박하며, 비매력적인 모델이 회사원, 고위직, 세일즈맨유형의 의복을 착용했을 때 모두 중간 정도의 소박성을 나타내었다. 반면 중간수준의 매력성을 지닌 모델이 회사원유형과 고위직유형의 의복을 착용했을 때는 화가나 노동자유형의 의복을 착용했을 때보다는 덜 소박하나 연예인유형을 착용했을 때보다는 더 소박한 것으로 나타났다. 즉, 세 모델 모두 노동자와 화자유형의 의복착용시 가장 소박한 것으로, 그 다음은 회사원과 고위직, 세일즈맨유형의 의복을 착용했을 때이었고, 반면 연예인유형의 의복착용시 가장 소박하지 않은 것으로 나타났다. 이는 자유연상의 내용에서 노동자유형에 대하여 소박함, 왜소함, 초라함의 응답과 화자유형에 대하여 단정치 못함, 소박함의 응답과 일치하는 내용이며, 진작업복, 셔츠, 운동화 등은 육체노동자들이 주로 착용하므로¹⁶⁾ 이들의 낮은 직업과 복장이 연합되어 가장 소박한 인상을 준 것으로 보인다. 그리고 연예인유형은 세련되고, 패션에 신경을 쓰며, 소박하지 못함의 자유연상 내용에서도 알 수 있듯이 화려한 직업복인 연예인복은 전혀 소박하지 않은 것으로 지각된 것은 당연한 결과라 하겠다.

한편 소박성차원에서 나타난 의복유형과 관찰자 성간의 약한 상호작용효과를 구체적으로 비교하기 위해 차이검정을 실시한 결과, 여자관찰자가 남자관찰자보다는 노동자유형의 의복착용자를 더 소박한 것으로 지각하였다($t = -2.14, p < .05$).

5) 관찰자 성의 영향

지각자 변인인 관찰자의 성이 의복착용자의 인상평가에 미치는 영향은 외모·능력성 인상을 제외한 개성, 지배성, 소박성인상에 의복유형과의 상호작용효과를 나타내었으며, 그 내용을 종합해 보면 다음과 같다.

개성인상에서 여자관찰자들은 연예인유형과 화자유형의 의복착용자를 동일한 수준으로 지각한 반면, 남자관찰자들은 화자유형의 의복착용자를 연예인유형의 의복착용자보다 더 개성적인 것으로 구분하여 지각하였으며, 지배성인상에서 여자관찰자들은 화자유형의 의복착용자를 다른 의복착용자보다 의미있게 지배성을 낮게 평가한 반면, 남자관찰자들은 연예인유형의 의복착용자를 다른유형보다 지배성이 낮은 것으로 지각하였다. 소박성인상에서도 여자관찰자들은 노동자유형의 의복착용자를 화자유형의 의복착용자보다 소박하게 본 반

면, 남자관찰자들은 이 두 유형의 의복착용자를 동일한 수준으로 지각한 것으로 나타났다.

또한 관찰자의 성별이 달라짐에 따라 동일 의복을 착용한 사람에 대한 인상추론이 달라지는데 남자관찰자들은 여자관찰자들보다 노동복에 대하여 개성이 있고, 그다지 초라하지 않는 등 긍정적으로 지각하였는데, 이는 본 연구의 실시기간인 1991~1992년도 당시의 유행색인 카키색의 점퍼스타일은 남자대학생들이 많이 보고 실제 착용하는 스타일이기 때문에 친근감을 가질 수 있어서 나타난 현상으로 보인다. 아울러 남자관찰자들은 여자관찰자들보다 연예인유형의 의복착용자에 대해서는 지배성이 낮은 것으로 지각하였는데, 이는 본 연구에서 사용된 의복이 남성들 자신의 의복이기 때문에 남자관찰자들은 좀더 보수적, 규범적으로 반응하여 화려한 의복에 대해 부정적으로 보기 때문인 것으로 생각된다.

대체적으로 남자관찰자들은 본 연구에서 사용된 의복 자극물이 실제로 그들이 착용하는 남성복인 관계로 여자관찰자들보다는 신사복과 캐주얼유형의 의복범주를 더 정확히 구분하여 지각하는 경향을 보였다.

이상으로 연구 I²⁾, II의 결과를 종합해 보면 회사원, 고위직, 세일즈맨 의복유형에 대하여 일반사무직 이상의 직업추론을, 한편 연예인, 노동자, 화가 의복유형에 대하여 각각의 직업에 일치된 직업추론을 하므로써 한국에서도 남성복유형에 대하여 직업적 고정관념이 형성되어 있음을 밝힐 수 있었다. 또한 의복유형에 관한 직업적 고정관념은 남성의복착용자에 대한 직업관련특성 및 외모특성 추론에도 영향을 미쳤는데 이는 Brewer⁶⁾의 이중과정모델로 설명될 수 있다. 즉 자극인물의 성, 나이, 피부색과 같은 인구학적 특징이 초기에 자동적으로 지각되고 난 후에 지각자가 만일 자극인물과 상호의존적이거나 판단과제에서 자아관여를 느낀 경우에는 자극인물이 가지고 있는 여러 가지 정보에 근거하여 인상을 형성하나 본 연구에서와 같이 지각자의 자아관여가 없고 시각적 형태의 자극물만이 주어진 경우에는 지각자의 사전범주 구조내의 적당한 수준에서 자극인물을 범주화하는데, 이때 의복유형이 갖는 직업적 고정관념에 기초하여 인상을 형성한다고 볼 수 있다.

아울러 모델의 얼굴이 매력적인수록 상위적으로 추론되는 경향¹⁷⁾과 4가지 인상차원중 외모·능력성과 개성인상에서 더 긍정적 평가를 받으므로 지위 및 인상추

론에도 얼굴 매력성의 후향효과가 작용하였다.

이상의 연구결과로 미루어 보아 최근들어 남성들의 외모에 대한 지대한 관심과 심지어는 성형수술을 통해 외모를 향상시키려는 노력들은 성공적인 사회생활을 영위하기 위한 의미있는 행위로 받아들여져야 한다고 생각된다. 특히 현대와 같이 외모가 중시되는 사회에서는 남성들도 사회생활 및 직장생활을 원만히 수행하기 위하여 얼굴을 포함한 자신의 신체에 부단한 관심을 가져야 할 필요가 있다고 보며, 얼굴보다는 의복유형이 인상추론에 더 큰 효과가 있었으므로 일차적으로 의장의 효과를 통하여 착용자가 갖는 여러가지 면의 결함을 보완하여 좀 더 향상된 인상을 형성하므로써 자신이 추구하는 바를 충족시킬 수 있는 수단으로 의복을 사용할 것을 권하고 싶다.

끝으로 피험자들은 각 의복유형에 대하여 일치된 직업추론을 함으로써 각 직장에 적합한 의복규범을 간접적으로 파악할 수 있었다. 따라서 남성들의 직업복 선택시 본 연구결과는 하나의 지침으로 제시될 수 있으며, 또한 각각의 인상차원에서 의복유형에 따라 의미있는 인상차이를 보였으므로 직장 이외의 요구되는 상황 즉, 용도 및 활동무대에 맞추어 의복을 선택하는데도 본 연구의 결과는 활용될 수 있다고 본다.

V. 요약 및 제언

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 직장남성의 직업·외모특성의 인상에 대한 관찰자의 평가를 요인분석한 결과 외모·능력성요인, 개성요인, 지배성요인, 소박성요인의 4개의 인상요인이 도출되었다.

둘째, 위의 네 가지 인상차원에 대하여 의복유형과 얼굴 매력성이 미치는 영향을 검정한 결과 의복유형은 네 가지 인상차원 모두에 영향을 미쳤으며, 그 중 지배성을 제외한 세 가지 인상차원에서 얼굴 매력성보다 더 큰 영향을 미쳤다. 얼굴매력성은 소박성을 제외한 세 가지 인상차원에 영향을 미쳤으며, 지배성차원의 인상에서는 연령과 같은 얼굴변인의 영향력이 의복유형보다 더 큰 것으로 나타났다. 관찰자의 성의 영향력은 지배성인상에 대해서만 주효과를 나타내었고, 개성, 지배성, 소박성인상에 대해 의복유형과의 약한 상호작용효과를 나타내었다.

셋째, 의복착용자에 대한 자유연상 내용을 분석한 결과는 인상추론내용과 일치하였다.

본 연구의 제한점 및 제언은 다음과 같다.

첫째, 자극물 제작시 모델을 매력성 수준에 따라 한 명씩 선정하고 의복을 각 유형별로 한 벌씩만을 선정하여 사용한 관계로 특정 인물과 의복을 사용함으로써 생길 수 있는 효과를 제거하지 못하였으므로 앞으로의 연구는 각 수준마다 한 개 이상의 자극물을 사용하여 연구함으로써 이러한 단점을 보완해야 할 것이다.

둘째, 본 연구에서는 얼굴의 영향중 매력성만을 보았으나, 연구결과를 미루어 볼 때 체격의 영향과 의복과 착용자간의 조화, 어울림 등이 인상형성에 미치는 영향을 구체적으로 밝혀 볼 필요가 있다고 본다.

셋째, 본 연구에서 사용한 자극물은 정적인 자세의 사진이었으나, 실제상황에 적용 가능성을 높이기 위하여 지각대상자를 실제 상황에서 촬영한 비디오테이프를 자극물로 사용해야 할 필요가 있다고 본다.

참 고 문 헌

- 1) Zebrowitz, L.A.(1990), *Social Perception*, Brooks/Cole Publishing Co. Pacific Grove, California.
- 2) 이선경·고애란(1995), 남성 의복착용자의 의복유형과 얼굴의 매력성이 인상에 미치는 영향(I) -직업추론 및 의복인상을 중심으로-, *한국의류학회지*, 19(2), 230-241.
- 3) Asch, S.(1946), *Forming Impressions of Personality*, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.
- 4) Anderson, N.(1965), *Averaging vs. Adding as a Stimulus-Combination Rule in Impression Formation*, *Journal of Experimental Psychology*, 70, 394-400.
- 5) Brewer, M.B.(1988), *A Dual Process Model of Impression Formation*, In R. S. Wyer, Jr. & J.K. Srull(1990), *Advances in Social Cognition*, Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- 6) Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E.(1972), *What is Beautiful is Good*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- 7) Goldman, W., & Lewis, P.(1977), *Beautiful is Good: Evidence that the Physically Attractive are More Socially Skillful*, *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, 125-130.

- 8) Landy, D. & Sigall, H.(1974), Beauty is Talent: Task Evaluation as a Function of the Performers Physical Attractiveness, *Journal of Personality and Social Psychology*, **29**(3), 299-304.
- 9) Webster, Jr, M., & Driskell, Jr. J. E. (1983), Beauty as Status, *American Journal of Sociology*, **89**, 140-165.
- 10) Lapitsky, M. & Smith, C.M.(1981), Impact of Clothing on Impressions of Personal Characteristics and Writing Ability, *Home Economics Research Journal*, **9**(4), 327-335.
- 11) Lennon, S.J. (1990), Effects of Clothing Attractiveness on Perception, *Home Economics Research Journal*, **18**(4), 303-310.
- 12) Hamid, P.N.(1968), Style of Dress as a Perceptual Cue in Impression, *Perceptual and Motor Skills*, **26**, 904-906.
- 13) Bell, E.L.(1991), Adult's Perception of Male Garment Styles, *Clothing and Textiles Research Journal*, **10**(1), 8-12.
- 14) 이은미(1992), 남성 정장착용자의 연령 및 의복단체가 인상형성에 미치는 영향, 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 15) 송관재, 이훈구(1991), 특질유사성 측정방법이 특질의 지각된 관계에 미치는 영향, 한국심리학회지:사회, **6**(1), 32-46.
- 16) Bassett, R.E.(1979), Effects of Source Attire on Judgments of Credibility, In S.B. Kaiser(1985), *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*, N.Y.: MacMillan Pub. Co.
- 17) Guthrie, R.D.(1970), Evolution of Human Threat Display Organs, In C.F. Keating(1985), *Gender and the Physiognomy of Dominance*, *Social Psychology Quarterly*, **48**, 61-70.