

20대 여성의 의복 스타일과 메이크업 유형에 따른 인상 효과

김재숙* · 송민정†

충남대학교 의류학과*, 혜천대학 코디네이션디자인계열

The Impression Effect on Clothing Styles and Make-up Types of Woman in Her Twenties

Jae-Sook Kim* and Min-Jung Song†

Dept. of Clothing and Textiles, Graduate School Chungnam National University*

School of Coordination Design, Hyecheon College

(2007. 6. 4. 접수 : 2007. 10. 30. 채택)

Abstract

The propose of the study was to evaluate impression effects and likeness of clothing styles and make-up types. The stimuli were composed of 4 clothing styles(base, natural, romantic, classic) and 4 make-up types(no make-up, natural, romantic, classic). The subjects were 512 male and female university students in Daejeon and Chungnam province. The study consisted of a survey and quasi- experiment. The experimental materials used for this study were 16 stimuli, 32 bi-polar adjectives, and likeness scale were composed of 7-point Likert type scales. As a result, the clothing styles and make-up types effected on the 4 impressional dimensions: grace, evaluation, salience, and dynamism. The clothing styles effected on grace, salience and dynamism dimension and the effect of dynamism dimension was the most powerful among the dimensions. The make-up types effected on all of the 4 impression dimensions and the effect of salience dimension was the most powerful among the dimensions. The interaction effects existed between the clothing styles and make-up types in salience dimension. The likeness showed significant difference only on the make-up types. The effect of grace dimension was the most powerful among the dimensions. The main reason that make-up effect appears greatly could be analyzed into that clothes color is controlled by white. The results suggest the necessity of succession study about the effect of clothes color.

Key words: clothing style(의복 스타일), impression effect(인상 효과), likeness(호감도), make-up type(메이크업 유형).

I. 서론

현대의 복식 문화는 여러 가지 외모 단서들이 통합되어 하나의 전체적인 이미지를 형성하는 토털 패션 코디네이션(total fashion coordination)의 경향을

띄고 있다. 토털 패션 코디네이션이란 의복, 메이크업, 헤어스타일, 신발, 액세서리 등 인간 신체 전반에 행해지는 모든 장식 요소를 조화롭게 하나의 통합된 이미지로 표현하는 것을 의미한다. 따라서 복식 연구의 경향도 단편적으로 의복에 국한된 것이 아니라 의복, 메이크업, 헤어스타일 등 토털 패션 코디네이

* 교신저자 E-mail : mjsong01@nate.com

선의 요소를 통합적으로 이해하고 분석하는 방향으로 진행되고 있는 추세이다. 특히 얼굴의 이미지 형성과 직접 관련되는 메이크업은 작은 변화로도 얼굴 이미지를 쉽게 변화시킬 수 있는 특성으로 인해 의복과 함께 인상 형성의 중요한 요인으로 인식되고 있다. 그러나 메이크업에 대한 선행 연구가 사적인 고찰 및 표현 양상 분석 등을 중심으로 이루어져 실증적인 다양한 연구의 필요성이 높아지고 있는 실정이다. 이에 본 연구에서는 의복 스타일의 범주화를 기초로 메이크업 유형의 체계적인 범주화를 시도하여 의복 스타일과 메이크업 유형의 통합적인 인상 효과와 호감도를 살펴보고자 한다. 이때 자극물은 컴퓨터 시뮬레이션이나 일러스트 기법으로 제작하지 않고, 실제 인물에 의상과 메이크업을 시술한 후 사진으로 제작함으로써 보다 실증적인 연구의 틀을 갖추 수 있게 하였다.

본 연구는 인상 형성 이론을 배경으로 하여 여성 착용자의 외모 변인(의복 스타일, 메이크업 유형)이 착용자의 인상 형성 및 호감도에 미치는 상호 작용 효과를 알아보고자 수행되었다. 의복 스타일과 메이크업 유형의 통합적인 인상 효과와 호감도를 살펴보는 일은 토털 패션 코디네이션의 경향을 띄고 있는 현대 복식 문화를 이해하는데 의미 있는 자료가 될 것으로 사료된다.

II. 이론적 배경

1. 인상 형성 이론(Impression Formation Theory)

Kaiser¹⁾는 인상 형성이란 다른 사람에 대해 알고 있는 정보를 종합하여 일관성 있는 특징을 찾아내 타인을 이해하는 과정으로 지각자는 지각 대상자에 대해 추론된 특징에 따라 지각 대상자에 대한 전반적이며 조직화된 판단을 내리게 되며, 지각자는 지

각 대상자로부터 나오는 다양한 특질 추론들을 일관된 의미 있는 통일체로 조직하게 된다고 하였다. 인상 형성은 타인에게서 얻은 여러 정보를 통합하여 일관성 있게 타인을 이해하고 지각하는 과정이다²⁾. Allport³⁾에 의하면 이러한 과정은 사람을 처음 만난 30초 동안 일어나 그 사람의 성별, 나이, 체격, 국적, 직업, 사회계층이 판단된다고 하며, Hornl과 Gurel⁴⁾에 의하면 성격, 우월성, 깔끔함, 신뢰감, 성실성까지도 판단하게 된다고 한다. 신체적 외모는 다른 사람을 즉각적으로 판단하는 첫 번째로 사용되는 단서이다. 즉, 어떤 사람의 체격, 체형, 얼굴, 건강 상태 등이 인상 형성에 영향을 주는 중요한 요인이 된다. 그 외 착용자의 의복, 화장, 안경, 체취와 같은 범치장에 대한 측면들도 타인에 대한 인상에 영향을 준다. Kaiser에 의하면 지각자는 일반적으로 낯선 사람이나 낯선 사진을 처음 본 후에 즉각적으로 그 사람에 대한 인상을 형성하기 시작하며, 주어진 정보가 제한되어 있음에도 불구하고 피부색, 체격, 의복 스타일과 같은 가시적 속성들에 대해서 뿐만 아니라 정서, 성격 특성, 태도 등과 같은 내부 상태까지도 판단하는 경향이 있으며, 타인에 대한 인상은 그 사람의 외모, 행동, 상황 또는 사건의 맥락을 통하여 형성되므로 다른 사람과의 초기 접촉 상황에서 외모는 대인 지각에 영향을 주는 중요한 변인이라고 하였다⁵⁾.

이와 같이 타인에 대한 단편적인 정보들이 단시간에 통합되어 지각자에게 일관된 인상으로 형성되는 원리를 Asch⁶⁾의 형태주의적 접근 이론을 바탕으로 살펴보면, 타인에 대한 각각의 정보들은 의미가 고정된 것이 아니라 다른 정보와의 연관성에 따라 의미가 변한다는 개념이다. 즉, 타인이 지닌 특질들 중에는 중심 특질이 있으며, 이것을 중심으로 타인의 전반적인 인상이 형성되고 나머지 주변 특질들은 그 인상과 일치하는 방향으로 의미가 변화하는 과정

1) S. B. Kaiser, *The social psychology of clothing: Symbolic appearances in context 2nd ed.*, (New York: Macmillan, 1990), p. 92.

2) 정양은, *사회심리학*, (서울: 범문사, 1982), p. 177.

3) Gordon Allport, *Personality-A psychological Interpretation*, (New York: Henry Holt & Company, 1937), p. 53.

4) M. J. Horn and L. M. Gurea, *The second skin: An interdisciplinary study of clothing 3rd ed.*, (Boston: Houghton Mifflin, 1981), p. 162.

5) S. B. Kaiser, *Op. cit.*, p. 96.

6) S. E. Asch, "Forming impressions of personality," *Journal of Abnormal and Social Psychology* Vol. 41 (1946), pp. 258-290.

을 거쳐 최종 인상이 형성된다는 이론으로, 이 접근법을 형태적 접근(Gestalt approach)이라고 한다.

사진을 통해 인상 형성의 단서가 정보로 제공되면 각각은 사진 정보를 통해 그 복식을 착용한 착용자의 이미지를 형성하게 된 것이다. 또한, 의복과 외모 변인에 따른 복식의 이미지는 각각의 정보로서 하나의 질서 있는 전체의 한 측면으로 간주되어 전체는 그 개별적인 부분들의 합보다도 더 큰 영향력이 있다는 형태주의 이론을 따를 것으로 사료되므로 본 연구에서는 형태주의 이론을 바탕으로 여성 착용자의 외모 변인(의복 스타일, 메이크업 유형)이 착용자의 인상 형성 및 호감도에 미치는 상호 작용 효과를 알아보고자 한다.

2. 의복 스타일(Clothing Style)

처음 접하는 타인에게서 얻게 되는 정보들은 다양하지만 인상 형성 시 가장 두드러진 단서로 작용하는 것은 타인의 외모일 것이다. 의복은 외모와 더불어 착용자를 지각하는 데 중요한 단서가 되며, 착용자에 대한 부인가를 전달해 주는 상징적 역할을 한다. 따라서 의복은 착용자가 누구인가를 전달해 주는 무언의 언어 또는 무언의 상징이라고 부른다. 특히 타인이 착용한 의복은 단순한 의복의 의미만이 아니라 확장되는 감정을 불러 일으키는 상징적인 역할을 하며 의사 소통의 매개가 된다. 이러한 의복의 단서로는 의복 유형, 스타일, 색채, 문양 등을 들 수 있다. 의복 스타일이란 의복 유형과는 구분되는 의미로서 의복의 유행성, 의복 이미지, 매력성, 신체 노출도를 의미한다⁷⁾.

Paek⁸⁾은 4가지 여성복 스타일(대담한, 보수적인, 드레시한, 캐주얼한)의 흑백 선그림(line drawing)을 제시하고 피험자에게 추론되는 성격 특성을 비교한 결과, 가장 지적으로 평가된 것은 보수적 스타일의 착용자였으며, 가장 지적이지 못하다고 평가된 것은 드레시한 스타일의 착용자였다. 또한, 보수적 및 캐

주얼한 스타일의 착용자는 신뢰할 수 있고 자신을 통제하며 이해심이 있는 것으로 보였고, 대담한 스타일의 착용자는 가장 성실하지 못하나 가장 매력있고 개인주의적이라고 평가되었다. 드레시한 스타일의 착용자는 타인 의존적이며 사회적으로 불안정하다고 평가되었다.

Sweat와 Zentner⁹⁾는 4가지 이미지의 여성 의복(드라마틱, 로맨틱, 클래식, 내추럴)과 이에 어울리는 헤어스타일로 조작성한 자극물로 착용자에 대한 인상 차이를 연구하였는데, 그 결과 의복 스타일에 따라 남녀 대학생들에게 추론되는 성격 특성이 달랐다. 즉, 드라마틱한 스타일은 가장 비 인습적인 사람으로, 로맨틱한 스타일은 가장 사회성이 높고 연약한 사람으로, 클래식한 스타일은 인습적이고 격식을 차리는 사람으로, 내추럴 스타일은 격식을 차리지 않고 사회성이 있는 사람으로 평가되었다.

김재숙·김희숙¹⁰⁾은 대학생들 대상으로 의복 범주(한복, 서양 의복)와 의복의 유행성, 착용자의 체형이 인상 형성에 미치는 영향에서 한복 착용자는 서양 의복에 비해 평가적, 화친, 호호차원에서 긍정적인 인상을 주었으며, 클래식 의복은 유행 의복에 비해 평가적, 역능적 차원에서 좀더 긍정적인 인상을 주었다고 하였다.

이상의 선행 연구들을 통하여 의복 스타일에 따른 의복 범주는 내인 지각에 유의한 영향을 미친다는 것을 알 수 있었으며, 각각의 의복 스타일 이미지는 착용자의 인상을 결정짓는 하나의 기호로 작용한다는 것을 알 수 있다.

선행 연구의 자극물이 흑백의 일러스트로 제시된 데 반해, 본 연구에서는 현 시점에서 판매되고 있는 의상 스타일(기본, 내추럴, 로맨틱, 클래식)을 실제 인물이 착용한 사진 자극물로 제시하여 보다 실증적인 연구가 가능하게 설계하고자 하였다.

3. 메이크업(Make-up)

7) 강혜원, *의상사회심리학*, (서울: 교문사, 1995), p. 64.

8) S. L. Paek, "Effect of garment style on the perception of personal traits," *Clothing & Textiles Research* Vol. 5 No. 1 (1986), pp. 10-16.

9) S. J. Sweat and M. A. Zentner, Attribution toward female appearance styles. In M. R. Solomon (ed.), *The psychology of fashion*, (MA: Heath/Lexington Book, 1985) pp. 321-339.

10) 김재숙, 김희숙, "의복범주가 젊은이의 내인 지각에 미치는 영향: 유행성 및 착용자의 체형과 관련지어," *한국의류학지* 16권 4호 (1992), pp. 371-377.

얼굴은 개인을 나타내는 대표적 표상이며 대인 지각 시 다른 어떤 신체적인 부분보다 가장 중요하게 영향을 끼치는 요소로서 얼굴의 인상은 대인 관계에서 사람의 신체 인상을 결정하는 중요한 단서로서 역할을 한다¹¹⁾.

메이크업은 매력적인 얼굴을 통하여 자신의 이미지를 긍정적으로 형성하도록 하여 성공적인 인간 관계 형성에 도움을 준다. 또한, 얼굴의 구조적 특징을 강조하고 수정하므로 인물의 성격을 표현할 수 있는 기능을 가지고 있으므로 의복과 함께 사용되는 외모 장식법이며, 눈과 입술 메이크업은 인상 표현의 포인트로서 작용된다. 또한, 여성은 얼굴의 불만족스러운 부분을 감추기 위하여 메이크업을 하며, 얼굴에 만족하고 있다고 하더라도 남에게 자신을 돋보이게 하기 위하여 또는 더 아름답게 보이기 위하여 메이크업을 한다¹²⁾.

Hamid¹³⁾는 메이크업을 한 얼굴이 메이크업을 하지 않은 얼굴보다 더 좋은 인상을 형성한다고 하였으며, Jouhar와 Graham¹⁴⁾은 메이크업을 하고 헤어 손질을 한 경우, 메이크업을 하지 않고 헤어 손질을 하지 않은 경우, 메이크업을 하지 않고 헤어 손질만 한 경우, 메이크업만 하고 헤어 손질을 하지 않은 경우로 조작하여 인상을 평가한 결과, 메이크업한 얼굴에 대한 성격 특성은 근심 없는, 사회적인, 재미있는, 노력하는, 안정적인, 자신 있는, 조직적인, 인기 있는 등의 이미지로 지각되었다고 하였으며, 메이크업의 유·무에 따라서 그 사람에 대한 성격 추리가 가능

하다고 하였다.

Cox와 Glick¹⁵⁾는 메이크업이 업무 수행 능력에 미치는 영향을 조사한 결과, 메이크업은 매력과 아름다움, 성 차별성에 대한 생각과 긍정적 상호 관련이 있는 것으로 나타나 메이크업이 성 역할의 원형을 강화시킨다고 하였으며, 분영보¹⁶⁾는 의복 및 얼굴 변인이 인상 형성에 미치는 영향에 관한 연구에서 얼굴, 헤어스타일, 의복 스타일, 의복 무늬가 개인의 지식, 사회적, 활동적 인상 형성에 영향을 미친다고 하였으며, 특히 사회적 인상에 있어서는 얼굴의 영향이 크다고 하였다.

조기여·유태순¹⁷⁾은 여자 대학생을 대상으로 한 메이크업 행동에 관한 연구에서 사회적 자신감은 메이크업을 하지 않는 사람보다 메이크업한 사람이 훨씬 능력 있어 보인다고 하였으며, 이연희¹⁸⁾는 색채 메이크업이 얼굴 이미지 지각에 미치는 영향에서 우리나라 사람들은 대체적으로 20대 여성의 얼굴에서 색채 메이크업을 하지 않았거나 내추럴과 같이 자연스러운 메이크업 또는 클래식과 같이 일반적으로 많이 접할 수 있는 메이크업을 선호한 반면 로맨틱과 고저스 메이크업을 가장 싫어 한다고 하였다.

유소영¹⁹⁾은 여성의 경우 메이크업을 전혀 하지 않은 상태, 중간 정도의 메이크업, 진한 메이크업에 따른 인상 형성의 차이를 분석한 결과 메이크업을 진하게 한 경우가 가장 호의적인 것으로 나타났으며, 메이크업을 전혀 하지 않은 경우가 가장 세련미가 있으며, 중간 메이크업 진한 메이크업의 순으로 나

- 11) 김재숙, 류지원, "헤어길어와 헤어컬러가 남성의 패션이미지에 미치는 상호 작용 효과," *한국의류학회지* 16권 4호 (2004), pp. 1320-1328.
- 12) 백경진, 김미경, "화상행동과 영향변인 연구: 의복관여도, 연령, 얼굴만족도를 중심으로," *한국의류학회지* 28권 7호 (2004), pp. 882-903.
- 13) P. N. Hamid, "Change in Person Perception as a Function of Dress," *Perception and Motor Skills* No. 29 (1969), pp. 191-194.
- 14) A. J. Jouhar and A. J. Graham, "Cosmetics Considered in Context of Physical Attractiveness: A Review," *International Journal of Cosmetic Science* No. 2 (1980), pp. 77-101.
- 15) C. Cox and W. Glick, "Resume Evaluations and Cosmetics Use: When More is Not Better," *Sex Roles* No. 14 (1986), pp. 51-58.
- 16) 문영보, "의복 및 얼굴변인이 인상 형성에 미치는 영향에 관한 연구" (중앙대학교 대학원 석사학위 청구논문, 1991).
- 17) 조기여, 유태순, "자기효능감, 화장근접도, 의복근접도의 상관관계," *복식* 32권 (1997), pp. 165-183.
- 18) 이연희, "색채화상이 얼굴 이미지 지각에 미치는 영향: 유행예측 색을 중심으로" (성신여자대학교 대학원 석사학위 청구논문, 2000), p. 112.
- 19) 유소영, "메이크업과 헤어스타일이 인상 형성에 미치는 영향" (대구카톨릭대학교 대학원 석사학위 청구논문, 2001).

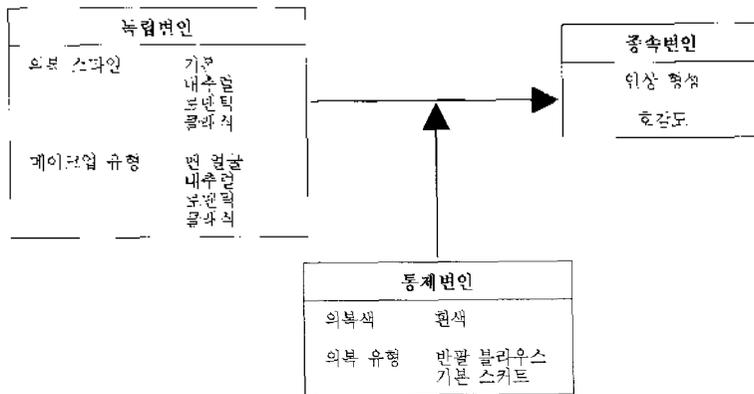
타났다. 또한, 메이크업을 진하게 한 경우에서 가장 품위가 있는 것으로 나타났으며, 메이크업을 전혀 하지 않은 경우가 가장 개성 있는 것으로 나타났으며, 진한 메이크업이 가장 개성 없는 것으로 지각되었다.

신효정²⁰⁾은 메이크업과 의복의 연관성을 고려해 볼 때 20대 대학생은 메이크업과 의복이 서로 관련되어 있다고 생각하고 있어 수트나 정장 스타일의 의복과 여성스러운 의복에는 깨끗한 색조 메이크업을 하고, 섹시한 의복에는 진한 메이크업을 하며, 캐주얼이나 스포츠웨어에는 메이크업을 하지 않으므로써 의복에 따라 어울리는 메이크업을 하고 있었다.

선행 연구를 통해 메이크업의 유·무, 메이크업 진하기의 수준, 메이크업의 유형 등은 착용자의 인상 형성에 유의한 차이를 주는 변인임을 알 수 있었다. 그러나 메이크업 유형 변인에 대한 연구는 보다 체계적인 연구가 필요한 실정이다. 이에 본 연구에서는 메이크업 유형을 의복 스타일 범주화에 기초하여 기본 스타일-맨 얼굴, 내추럴 스타일-내추럴 유형, 로맨틱 스타일-로맨틱 유형, 클래식 스타일-클래식 유형 등 4가지 유형으로 범주화하여 토틸 패션 코디네이션 각 변인의 인상 효과를 구체적으로 측정하도록 설계하였다.

Ⅲ. 연구 방법 및 절차

1. 연구의 모형



<그림 1> 연구의 모형.

의복 유형 및 메이크업 유형이 착용자에 대한 인상 형성에 미치는 영향을 알아보고자 <그림 1>과 같은 연구의 모형을 설정하였다.

2. 연구의 가설

본 논문과 관련된 이론과 선행 연구의 결과에서 의외 단서들은 높은 상징성을 가지고 있을 뿐만 아니라 커뮤니케이션의 도구로서의 이미지 특성을 가지고 있었다.

따라서 앞 장의 인상 형성 이론과 선행 연구들의 고찰 결과들을 토대로 여성의 의복 스타일 및 메이크업 유형이 착용자의 이미지 지각에 미치는 영향을 밝히는데 있어 도출된 가설은 다음과 같다.

<가설 1> 여성의 의복 유형 및 메이크업 유형은 착용자에 대한 인상 형성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-1: 착용자의 의복 스타일은 여성의 인상 형성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-2: 착용자의 메이크업 유형은 여성의 인상 형성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3. 연구 대상 및 자료 수집 · 분석

연구 방법은 준 실험 연구로 설계되었으며, 연구에 사용된 측정 도구는 착용자의 인상 차원을 알아보기 위한 16장의 사진 자극물과 7점 등간적으로 구성된 의미미분척도, 7점 리커트 척도로 구성된 지각

20) 신효정, “현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구” (건국대학교 대학원 박사학위 청구논문, 2002), p. 91.

자의 호감도에 관한 척도로 구성되었다.

피험자는 대전에 거주하는 남·녀 대학생 512명으로 편의표집되었다. 자료 수집은 2006년 10~11월에 이루어졌으며, 한 피험자 당 한 장의 자극물이 제시되는 피험자 간 연구로 설계되었다. 측정 도구와 자극물에 대한 타당성은 전문가 집단과의 토의에 의하여, 신뢰도는 Cronbach' α 분석을 통하여 검증하였다.

자료의 분석은 SPSS 10.0 프로그램을 이용하였으며, 착용자의 인상 차원을 밝히기 위하여 요인 분석을 실시하였다. 각 독립변인이 착용자의 인상 형성과 호감도에 미치는 상호 작용 효과를 알아보기 위하여 분산분석을 실시하였다.

4. 용어의 작업 정의

본 연구에서 사용된 용어들은 다음과 같은 작업적 의미를 갖는 것으로 다음과 같이 정의하였다.

1) 의복 스타일

기본, 내추럴, 로맨틱, 클래식 스타일에 맞는 반팔 상의에 기본 스커트를 공통으로 연출한 착용자의 의복 상태를 의미하며, 이 때 의복색은 흰색으로 통제하였다.

2) 메이크업 유형

착용자의 얼굴에 연출된 메이크업 상태를 의미하며, 맨 얼굴, 내추럴, 로맨틱, 클래식 스타일에 따라 구분하여 조작하였다.

3) 호감도

자극물로 제시된 착용자를 지각자가 얼마나 호의적으로 지각하는가에 대한 정도를 호감도로 정의하였다.

5. 측정 도구의 제작

1) 자극물

(1) 자극물의 제작 절차

자극물의 모델은 20대 초반의 여대생 35명을 대상으로 상반신 사진을 제작한 후 남·녀 대학 2학년 생 6명으로 구성된 판단자 집단에게 제시하여 가장 자연스럽게 평범한 인상의 얼굴 모델 12명을 선정하였다. 선정된 12명의 여성 모델 사진을 8명의 패션, 뷰티 관련 전문가로 구성된 준거 집단에게 제시하여 가장 자연스럽게 평범한 얼굴 인상의 모델 1명을 최종 선정하였으며, 의복 스타일 및 메이크업 유형 변인에 대한 자극물 제작 기준은 <표 1>과 같다.

<표 1> 의복 스타일 및 메이크업 유형에 대한 자극물 제작 기준

독립변인		변인의 조작
의복 스타일	기본	라운드 넥라인의 반팔 티셔츠와 기본 스커트
	내추럴	넥라인 중심에 한 개의 맞추름이 잡혀있는 반팔 블라우스와 기본 스커트
	로맨틱	레이스와 리본 장식이 있는 반팔 블라우스와 기본 스커트
	클래식	셔츠 칼라에 앞단추 어밧의 반팔 블라우스와 기본 스커트
메이크업 유형	맨 얼굴	세안 후 스킨과 로션만 바른 상태
	내추럴	피부톤은 리퀴드 화운데이션으로 모델의 피부톤에 맞추고 눈썹은 표준형으로 그린 후, 색도는 브라운 톤으로 그라데이션시킨다. 입술은 딥글로스로 자연스럽게 바르고, 볼터치는 브라운 톤으로 약하게 연출한다.
	로맨틱	피부톤은 모델의 피부톤보다 약간 밝게 표현하고, 눈썹은 부드럽게 그린 후, 색도는 샤이니한 핑크톤으로 그라데이션시킨다. 아이라인을 약하게 하고 마스크라를 해준다. 입술은 핑크색 딥글로스를 바르고, 볼터치는 핑크톤으로 볼 중앙 부위에 농크랏게 표현한다.
	클래식	피부톤은 모델의 피부톤보다 약간 밝게 표현하고, 눈썹은 아치형으로 그린 후, 색도는 브라운톤으로 속눈썹 라인을 중심으로 발라준다. 아이라인은 또렷하게 그리고 마스크라를 한 후 인조 속눈썹을 붙여준다. 입술은 다홍색으로 매트하게 바르고, 볼터치는 브라운톤으로 광대뼈 부위에 사선형으로 표현한다.

(2) 자극물 제작 방법

의복 스타일(4)과 메이크업 유형(4)에 따른 요인 설계에 의해 총 16개의 자극물로 제작하였으며, 제작과정은 다음과 같다.

자극물의 사진은 모델의 얼굴을 맨 얼굴, 내추럴, 로맨틱, 클래식 메이크업 유형에 따라 조작하고 각 메이크업 유형에 기본, 내추럴, 로맨틱, 클래식 의복 스타일을 교체하면서 제작했으며, 의복 색은 흰색으로 통제된 상태의 무늬길이의 정면 사진을 촬영하였다.

모델의 헤어스타일은 헤어 컬러와 헤어 길이를 통제 한 상태로 각 메이크업 유형에 따라 적절한 이미지로 조작하였는데, 맨 얼굴에는 뒤로 하나보 묶은 스타일, 내추럴 메이크업 유형에는 앞머리를 자연스럽게 올린 스타일, 로맨틱 메이크업 유형에는 웨이브가 약하게 표현된 스타일, 클래식 메이크업 유형에는 과장되게 올린 헤어스타일을 연출하여 제작하였다.

촬영된 얼굴 사진과 헤어스타일 이미지, 착의 모델 사진을 실험 목적에 알맞은 이미지로 포토샵 7.0에서 제작하였으며, 배경색은 자극물의 이미지에 배경 효과가 미치는 영향을 통제하기 위하여 회색으로 제한하였다. 최종 자극물은 컬러 이미지로 가로 9.3cm× 세로 15cm 크기로 인화지에 출력하여 무광 코팅하여 제작하였다.

(3) 의복 스타일과 메이크업 유형 설정의 타당성 검증

의복 스타일(기본, 내추럴, 로맨틱, 클래식)은 현재 시점에서 인터넷 쇼핑몰에서 판매되고 있는 반팔 블라우스 중 8명의 패션·뷰티 전문가로 구성된 준거집단에 제시하여 각 스타일별 5종류를 선별한 후 3차에 걸친 준거집단과의 토의를 통해 본 연구에 적합한 4가지 의복 스타일을 선정하였다.

메이크업 유형(맨 얼굴, 내추럴, 로맨틱, 클래식)은 메이크업 교과서, 메이크업 실기 수업에서 작성된 메이크업 스타일별 일러스트 패턴, 컬렉션지에 나타난 메이크업 유형을 8명의 패션·뷰티 전문가로 구성된 준거집단에 제시하여 각 스타일별 3종류를 선별한 후 3차에 걸친 준거집단과의 토의를 통해 부

연구에 적합한 4가지 메이크업 유형을 선정하였다.

2) 의미 미분 척도

착용자의 인상 차원을 도출하기 위한 의미 미분 척도의 구성을 위하여 모의 자극물을 96명의 피험자에게 제시한 다음 이미지를 자유롭게 기술하도록 하였다. 이를 통해 수집된 형용사와 선행 논문(이선경, 1993; 윤지성, 2000; 윤소영, 2001) 등을 참고한 형용사들의 타당성을 검증하기 위해 8명의 전문가로 구성된 전문가 집단과의 논의를 거쳐 빈도수가 적고 내용이 부적절한 것을 제외한 51개의 형용사 쌍을 선정하여 7단계의 등간척도에 의한 평가방법에 의하여 평가하도록 구성하였다. 총 51문항의 의미미분 척도로 예비조사를 실시하여 요인 분석을 실시하여 연결성이 낮거나 두 개 이상의 이미지 차원과 복합적으로 연결된 형용사 쌍을 제외시켜 축소된 32쌍의 형용사를 이미지 차원의 분석을 위한 척도로 사용하였다.

3) 호감도 측정 도구

착용자에 대한 지각자의 호감 정도에 대한 차이를 알아보기 위한 문항이며, 측정 변수가 높을수록 호감도가 높은 것을 의미하도록 구성하였다. 호감도와 관련된 측정문항은 선행 연구²¹⁾를 토대로 하여 전문가 집단의 토의를 거쳐 <표 2>와 같이 본 연구에 적합한 5문항을 7점 Likert 척도로 제작하였다.

IV. 연구의 결과

1. 착용자의 인상 차원 구조

<표 2> 호감도 측정 도구

문항	분항내용
1	사진속의 여성은 호감이 가는 인상이다.
2	친구로 사귀고 싶다.
3	직장에서 같이 일하고 싶다.
4	함께 여행하고 싶다.
5	본인 또는 가족의 결혼상대로 적합하다.

(신뢰도계수: Cronbach's $\alpha = .88$).

21) 류지환, “남성착용자의 의복 지식차별, 메이크업, 헤어스타일의 인식 효과” (충남대학교 대학원 박사학위 청구논문, 2005).

착용자의 인상 차원을 도출하기 위하여 총 32쌍의 형용사 척도가 분석에 사용되었으며, 각 요인의 타당성 검증을 위하여 의미미분 척도를 이용하여 주성분 분석과 Varimax 회적으로 요인 분석을 수행하였으며, 분석 결과에 따른 착용자의 이미지 차원은

역동성, 평가성, 품위성, 현시성의 4가지 인상 차원이 도출되었다. 착용자의 인상 차원의 구조는 <표 3>과 같다.

<표 3>에서 나타난 바와 같이 첫 번째 차원은 활기없는/활기있는, 풀죽은/생생한, 내향적인/외향적인

<표 3> 착용자의 인상 차원 구조 (N=512)

인상 차원	의미미분척도	요인 부하량	고유값	설명변량 누적설명변량 (신뢰도)
역동성	활기없는-활기있는	.79	8.71	27.24% (.90)
	풀죽은-생생한	.78		
	내향적인-외향적인	.76		
	조용한-활동적인	.75		
	우울한-명랑한	.72		
	소극적인-적극적인	.67		
평가성	날카로운-부드러운	.82	5.09	15.91% 43.15% (.50)
	쌔쌔맛은-친근한	.80		
	차가운-따뜻한	.74		
	확하지 않은-확한	.72		
	냉정한-다정한	.71		
	경직된-편안한	.63		
	약한-강한	-.62		
	순종적인-지배적인	-.56		
품위성	천박한-고상한	.78	3.17	9.92% 53.06% (.87)
	품위없는-품위있는	.77		
	저속한-우아한	.76		
	무식한-유식한	.76		
	추한-아름다운	.69		
	능력없는-능력있는	.67		
	촌스러운-세련된	.60		
	가난한-부유한	.58		
지저분한-깔끔한	.57			
현시성	눈에 띄지 않는-눈에 띄는	.79	1.69	5.29% 58.35% (.80)
	밋밋한-부드러진	.78		
	개성없는-개성있는	.76		
	시상한-신비로운	.69		
	단조로운-복잡한	.60		
	재미없는-재미있는	.59		
	동양적인-서양적인	.58		
	평범한-특이한	.55		

등의 역동성에 관한 특질이 포함되어 있는 6쌍의 형용사 척도로 구성되었다. 고유 값은 8.71로서 전체변량의 27.24%를 설명하는 것으로 나타났으며, 이를 역동성 인상 차원으로 명명하였다. 분석 결과에서 점수가 높을수록 더 활기있고 적극적인 것을 의미한다. 역동성 인상 차원은 도출된 4가지 이미지 차원 중 착용자의 이미지를 설명하는 가장 중요한 차원으로 나타났다. 이것은 20대 여성의 의복 및 메이크업 등으로 연출된 외모의 이미지 지각에서 지각자들은 주로 착용자의 역동적 이미지를 중심으로 인식한다는 것을 알 수 있다. 현대의 20대 여성의 인상을 평가하는 기준이 다른 인상 차원보다 역동성 차원에서 두드러지게 나타난 것은 현대 여성의 이미지 지각에서 얼마나 활기있고 적극적으로 보이는 것이 인상 평가에 높은 영향을 미친다는 것을 의미하는 바, 시사점이 크다고 볼 수 있다.

두 번째 차원은 날카로운/부드러운, 쌀쌀맞은/부드러운, 착하지 않은/착한 등의 평가적인 특질이 포함되어 있는 8쌍의 형용사 척도로 구성되었다. 고유 값은 5.09로서 전체변량의 15.91%를 설명하는 것으로 나타났으며, 이를 평가성 인상 차원으로 명명하였다. 분석 결과에 따라 점수가 높을수록 더 부드럽고 친근한 것을 의미한다. 20대 여성의 인상 평가에서 두 번째로 평가성 인상이 도출된 것을 볼 때 20대 여성의 인상이 부드럽고 친근하게 느껴질수록 호의적으로 평가하는 것을 알 수 있다.

세 번째 차원은 천박한/고상한, 품위 없는/품위 있는, 저속한/우아한 등의 품위적인 특질이 포함되어 있는 9쌍의 형용사 척도로 구성되었다. 고유 값은 3.17로서 전체변량의 9.92%를 설명하는 것으로 나타났으며, 이를 품위성 인상 차원으로 명명하였다. 분석 결과에 따라 점수가 높을수록 더 우아하고 세련된

사람임을 의미한다.

네 번째 차원은 눈에 띄지 않는/눈에 띄는, 밋밋한/두드러진, 개성 없는/개성 있는 등의 현시적인 특질이 포함되어 있는 8쌍의 형용사 척도로 구성되었다. 고유 값은 1.69로서 전체변량의 5.29%를 설명하는 것으로 나타났으며, 이를 현시성 인상 차원으로 명명하였다. 분석 결과에 따라 점수가 높을수록 시각적으로 더욱 두드러지고 특이한 것을 의미한다.

2. 착용자의 외모 변인이 인상 효과에 미치는 영향

착용자의 외모 변인이 인상 효과에 미치는 영향을 알아보기 위해 분산분석을 실시하였으며, 분석 결과는 <표 4>와 같다. 표에 제시된 수치는 평가점수의 평균값으로 점수가 높을수록 인상 형성에 미치는 영향이 큰 것을 의미한다.

착용자에 대한 인상 효과는 의복 스타일에서는 평가성을 제외한 3가지 인상 차원에서 유의한 차이를 보였으며, 역동성 차원에서 가장 높은 차이를 나타냈다. 메이크업 유형은 4가지 인상 차원 모두에서 높은 유의수준을 나타냈으며, 현시성 차원에서 가장 높게 나타났다. 또한, 의복과 메이크업 유형의 상호작용 효과는 현시성에서만 유의하게 나타났다.

이와 같이 메이크업 효과가 크게 나타난 것은 의복 색을 흰색으로 통제했기 때문으로 해석할 수 있으며, 의복 색에 대한 후속 연구의 필요성을 시사한다.

3. 착용자의 의복 스타일이 인상 효과에 미치는 영향

착용자의 의복 스타일이 인상 효과에 미치는 영향을 알아보기 위해 Duncan의 다중범위 검정에 의한 집단 구분을 실시하였으며, 분석 결과는 <표 5>와 같

<표 4> 착용자의 외모 변인에 대한 인상 효과

(N=512)

인상 차원	역동성	평가성	품위성	현시성
외모 변인				
의복	5.32**	2.99*	.	4.91**
메이크업	17.83***	19.09***	14.80***	21.05***
의복*메이크업	.	.	.	2.82**

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, 수치: F값.
통계적으로 유의한 결과만 제시하였음.

〈표 5〉 의복 스타일에 따른 인상 효과 차이

(N=512)

의복 스타일 \ 인상 차원	역동성	평가성	품위성	현시성
기본	.04(B)	.09(B)	-.17(A)	-.02(A)
내추럴	-.27(A)	-.18(A)	-.06(AB)	-.08(A)
클래식	-.00(B)	-.08(AB)	.08(AB)	-.18(A)
로맨틱	.22(B)	.15(B)	.16(B)	.26(B)

수치: 평균(표준편차), A, B: Duacan의 다중범위 검정에 의한 집단 구분.

다. 표에 제시된 수치는 평가점수의 평균값으로 점수가 높을수록 인상 형성에 미치는 영향이 큰 것을 의미한다.

인상 차원별 의복 스타일의 인상 효과는 역동성 차원에서는 내추럴 스타일이 클래식, 기본, 로맨틱보다 낮은 인상 효과를 나타냈으며, 평가성 차원에서는 기본과 로맨틱 스타일이 내추럴 스타일보다 높은 인상 효과를 나타냈다. 품위성 차원에서는 기본 스타일보다 로맨틱 스타일이 높은 인상 효과를 나타냈으며, 현시성 차원에서는 클래식, 내추럴, 기본 스타일보다 로맨틱 스타일에서 높은 인상 효과를 나타냈다.

1) 메이크업 유형에 따른 인상 효과 차이

착용자의 메이크업 유형에 따른 인상 효과 차이를 알아보기 위해 분산분석을 실시하였으며, 분석 결과는 〈표 6〉과 같다. 표에 제시된 수치는 평가점수의 평균값으로 점수가 높을수록 인상 형성에 미치는 영향이 큰 것을 의미한다.

인상 차원별 메이크업 유형의 인상 효과는 역동성 차원에서는 맨 얼굴<내추럴<로맨틱<클래식 유형의 순으로 큰 인상 효과가 나타났으며, 평가성 차원에서는 클래식<내추럴<로맨틱, 맨 얼굴 유형의 순으

로 큰 인상 효과가 나타났다. 품위성 차원에서는 클래식<맨 얼굴<내추럴<로맨틱 유형의 순으로 인상 효과가 크게 나타났으며, 현시성 차원에서는 맨 얼굴<내추럴<로맨틱<클래식 유형의 순으로 인상 효과가 크게 나타났다.

2) 호감도

착용자에 대한 호감도를 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였으며, 분석 결과는 〈표 7〉과 같다. 표에 제시된 수치는 평가점수의 평균값으로 점수가 높을수록 인상 형성에 미치는 영향이 큰 것을 의미한다.

착용자에 대한 호감도는 의복 스타일에 따른 호감도 차이는 나타나지 않았고 메이크업 유형에서만

〈표 7〉 메이크업 유형에 따른 호감도 차이 (N=512)

메이크업 유형	호감도
맨 얼굴	2.47(CB)
내추럴	2.75(B)
로맨틱	3.10(A)
클래식	2.27(C)

수치: 평균(표준편차).

$F=11.01(p<.001)$.

A, B, C: Duacan의 다중범위 검정에 의한 집단 구분.

〈표 6〉 메이크업 유형에 따른 인상 효과 차이

(N=512)

메이크업 유형 \ 인상 차원	역동성	평가성	품위성	현시성
맨 얼굴	-.41(A)	.38(C)	-.16(B)	-.40(A)
내추럴	-.11(AB)	-.15(B)	.24(C)	-.24(A)
로맨틱	.06(B)	.26(C)	.31(C)	.23(B)
클래식	.47(C)	-.50(A)	-.41(A)	.43(B)

수치: 평균(표준편차), A, B, C: Duacan의 다중범위 검정에 의한 집단 구분.

유의한 차이를 나타냈는데, 이는 의복색이 흰색으로 통제되었기 때문으로 사료된다. 따라서 의복 색에 대한 후속 연구의 필요성이 대두된다.

메이크업 유형에 따른 호감도 차이는 클래식<맨얼굴<내추럴<로맨틱 유형의 순으로 나타났는데, 클래식, 맨얼굴, 내추럴 유형이 비슷한 수준의 유의수준으로 나타나고, 로맨틱 유형에 대한 호감도가 가장 높게 나타남을 알 수 있다.

착용자에 대한 호감도와 착용자의 4가지 인상 차원의 상관관계를 회귀분석을 통한 추정식으로 나타내면 다음과 같다.

$$Y = a + b_1 Gd + b_2 Pd + b_3 Sd + b_4 Dd$$

$$Y = 2.66 + .56 Gd + .48 Ed + .25 Sd + .12 Dd$$

Y: 호감도, a: 상수, $R^2 = .40(p < .001)$.

Gd: 품위성 차원(Grace dimension).

Ed: 평가성 차원(Evaluation dimension).

Sd: 현시성 차원(Salience dimension).

Dd: 역동성 차원(Dynamism dimension).

이것으로 메이크업에 대한 호감도는 얼마나 품위 있어 보이는가에 따라 가장 많은 영향을 받는다는 것을 알 수 있으며, 역동성 차원은 호감도에서 가장 낮은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

V. 결과 및 논의

1. 착용자에 대한 지각자의 이미지 평가를 위하여 요인 분석을 실시한 결과, 착용자의 이미지 차원은 역동성, 평가성, 품위성, 현시성의 순으로 4가지 차원의 요인이 도출되었으며, 이를 통해 착용자의 외모 변인이 인상 효과에 미치는 영향을 알아본 결과 메이크업 유형이 의복 유형보다 착용자의 인상 차원에 높은 유의효과를 미치는 것을 알 수 있었다. 이는 의복 색을 흰색으로 통제했기 때문인 것으로 사료되며, 이에 따라 의복 색에 대한 후속 연구의 필요성을 시사한다.
2. 인상 차원별 의복 스타일의 인상 효과는 역동성 차원에서는 내추럴 스타일이 클래식, 기본, 로맨틱보다 낮은 인상 효과를 나타냈으며, 평가성 차원에서는 기본과 로맨틱 스타일이 내추

럴, 클래식 스타일보다 높은 인상 효과를 나타냈다. 이는 김재숙·김희숙(1992)의 선행 연구에서 클래식 스타일이 평가성 차원에서 높은 유의 수준을 보인 것과는 차이를 보이는데, 이는 인상에 대한 평가의 차원의 기준이 시대적으로 변화하며, 조사 시점의 유행 경향에 따라 차이를 나타낸 것으로 사료된다. 품위성 차원에서는 기본 스타일보다 로맨틱 스타일이 높은 인상 효과를 나타냈으며, 현시성 차원에서는 클래식, 내추럴, 기본 스타일보다 로맨틱 스타일에서 높은 인상 효과를 나타냈다. 이는 로맨틱 스타일 의상의 레이스, 리본 등의 디테일이 다른 차원의 의상과 차별 효과를 준 것으로 해석된다.

3. 인상 차원별 메이크업 유형의 인상 효과는 역동성 차원에서는 맨얼굴<내추럴<로맨틱<클래식 유형의 순으로 큰 인상 효과가 나타났으며, 평가성 차원에서는 클래식<내추럴<로맨틱, 맨얼굴 유형의 순으로 큰 인상 효과가 나타났다. 이는 메이크업 유형의 화장수준이 높을수록 역동적인 인상을 줄 수 있으나, “착하다, 친근하다” 등의 인상 차원으로 대표되는 평가성 차원에서는 화장 수준이 가장 높은 클래식 메이크업 유형이 가장 낮게 나타나 20대 여성에 대한 인상 평가에서 화장을 하지 않거나 로맨틱한 메이크업을 호의적으로 평가하는 양상을 보였다. 품위성 차원에서는 클래식<맨얼굴<내추럴<로맨틱 유형의 순으로 인상 효과가 크게 나타났으며, 윤소영(2001)의 선행 연구에서 메이크업을 진하게 한 경우에서 가장 품위가 있는 것으로 나타난 것과는 차이를 나타내고 있다. 이는 투명 메이크업 스타일이 유행하고 있는 현시점에서는 클래식 메이크업과 같이 진한 메이크업 스타일은 품위 있다고 지각되지 않음을 알 수 있다. 현시성 차원에서는 맨얼굴<내추럴<로맨틱<클래식 유형의 순으로 인상 효과가 크게 나타났다.
4. 착용자에 대한 호감도는 메이크업 유형에서만 유의한 인상 효과를 나타냈으며, 클래식<맨얼굴<내추럴<로맨틱 유형의 순으로 나타났다. 이때 클래식, 맨얼굴, 내추럴 유형이 비슷한 수

준의 유의수준으로 나타나고, 로맨틱 유형에 대한 호감도가 가장 높게 나타남을 알 수 있었다. 이는 메이크업을 전혀 하지 않은 상태나 신하게 연출된 메이크업보다는 적절한 수준의 메이크업 유형이 호의적으로 지각된다는 것으로 해석할 수 있다.

이상의 결과에서 볼 때, 20대 여성의 의복 스타일과 메이크업 유형은 착용자에 대한 지각단서로서 작용되었으며 특히 메이크업 유형에 따른 착용자의 인상 효과가 의복 스타일의 인상 효과보다 높게 나타남을 알 수 있었다. 이는 의복 색이 흰 색으로 통제되었기 때문으로 사료된다.

본 연구의 중요한 의의는 의복 자극물을 현재 시점에서 유통되는 의상으로 선정하여 유행 수준이 모든 의복 범주에 비슷하게 통제되었고, 색을 제외한 의복 스타일과 메이크업 효과를 비교 분석하였다는 점이며, 의복 색에 대한 연구를 포함하는 토털 패션 코디네이션의 관점에서 통합적인 연구가 행해졌을 때 색채의 효과를 좀더 심도 있게 평가할 수 있으리라 기대되어 후속 연구로 제안하고자 한다.

참고문헌

- 강혜원 (1996). *의상사회심리학*. 서울: 교문사.
- 김재숙, 김희숙 (1992). “의복 범주가 젊은이의 대인 지각에 미치는 영향: 유행성 및 착용자의 체형과 관련지어.” *한국의류학회지* 16권 4호.
- 김재숙, 류지원 (2004). “헤어길리와 헤어컬러가 남성의 패션이미지에 미치는 상호작용 효과.” *한국의류학회지* 28권 9호.
- 류지원 (2005). “남성착용자의 의복 격식차별, 메이크업, 헤어스타일의 인상 효과.” *충남대학교 대학원 박사학위논문*.
- 문영보 (1991). “의복 및 얼굴변인이 인상 형성에 미치는 영향에 관한 연구.” *중앙대학교 대학원 박사학위논문*.
- 백경진, 김미경 (2004). “화장행동과 영향변인 연구: 의복관여도, 연령, 얼굴만족도를 중심으로.” *한국의류학회지* 28권 7호.
- 신효정 (2002). “현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구.” *건국대학교 대학원 박사학위논문*.
- 윤소영 (2001). “메이크업과 헤어스타일이 인상 형성에 미치는 영향.” *대구카톨릭대학교 대학원 석사학위논문*.
- 이연희 (2000). “색채화장이 얼굴 이미지 지각에 미치는 영향: 유행예측 색을 중심으로.” *성신여자대학교 대학원 박사학위논문*.
- 정양은 (1982). *사회심리학*. 서울: 범문사.
- 조기여, 유태순 (1997). “자기효능감, 화장근접도, 의복근접도의 상관관계.” *복식* 32권.
- Allport, Gordon (1937). *Personality: A psychological Interpretation*. New York: Henry Holt & Company.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology* Vol. 41.
- Cox, C. and W. Glick (1986). “Resume Evaluations and Cosmetics Use: When More is Not Better.” *Sex Roles* Vol. 14.
- Hamid, P. N. (1969). “Change in Person Perception as a Function of Dress.” *Perception and Motor Skills* Vol. 29.
- Horn, M. J. and L. M. Gurea, *The second skin: An interdisciplinary study of clothing* (3rd ed.), Boston: Houghton Mifflin Co.
- Jouhar, A. J. and A. J. Graham (1980). “Cosmetics Considered in Context of Physical Attractiveness: A Review.” *International Journal of Cosmetic Science* Vol. 2.
- Kaiser, S. B. (1990). *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context* (2nd ed.), New York: Macmillan Publishing Co.
- Paek, S. L. (1986). “Effect of Garment Style of the Perception of Personal Traits Clothing and Textile.” *Research Journal* Vol. 5 No. 1.
- Sweat, S. J. and M. A. Zentner (1985). Attribution toward female appearance styles. In M. R. Solomon (ed) *The psychology of fashion*. MA: Heath/lexington Book.