

## 안경, 귀걸이, 헤어 길이와 의복 색이 20대 여성의 인상형성에 미치는 영향 - 여대생들의 평가를 중심으로 -

이 명 희\* · 송 원 영  
성신여자대학교 의류학과

### The Effect of Eyeglasses, Earrings, Hair Length, and Clothing Color on Impression Formation of Woman in Her 20s - Focused on the Evaluation of Female College Students -

Myoung-Hee Lee<sup>†</sup> and Won-Young Song

Dept. of Clothing, Sungshin Women's University

(2011. 7. 18. 접수일 : 2011. 11. 28. 수정완료일 : 2011. 12. 5. 게재확정일)

#### Abstract

The purpose of this study was to investigate the differences and interaction effects in impression formation according to eyeglasses, earrings, hair length, and clothing color worn by woman in Her 20s. A quasi-experimental method was used for this study. The experimental design was a 3×2×2×4(eyeglasses×earrings×hair length×clothing color) factorial design. The model of stimulus photographs was a woman with an oval shape face in her late twenties. She wore a tailored collared jacket with a white dress shirt. The subjects were 362 female college students. First, the women wearing glasses were found to be more potent but gave more negative impressions in terms of loveliness, politeness, and attractiveness than the women without glasses. Second, the women wearing earrings were perceived to have higher individuality, attractiveness, potency, loveliness, and elegance than the women without earrings. Third, the women with short hair were evaluated to have higher individuality, potency, and elegance, and to have lower loveliness, politeness, and attractiveness than the women with long hair. Fourth, the red clothes were perceived to have the higher individuality, loveliness, and attractiveness than the dark red or grey clothes. The light grey clothes were considered as the most elegant and the dark grey clothes were shown to have low attractiveness. Fifth, the women wearing the horn-rimmed glasses with short hair were evaluated to have high individuality. The women wearing glasses with short hair were evaluated lower in loveliness than those with long hair. The women with short hair, wearing glasses without earrings were evaluated very low in attractiveness.

*Key words: eyeglasses(안경), earring(귀걸이), hair length(헤어 길이), clothing color(의복 색), impression formation(인상형성).*

#### I. 서론

오늘날 토털패션화의 경향에 따라 헤어스타일, 메이크업, 액세서리 등을 통한 이미지 개선에 대한

이 논문은 2010년도 성신여자대학교 학술연구조성비 지원에 의하여 연구되었음.

<sup>†</sup> 교신저자 E-mail : mhlee@sungshin.ac.kr

관심이 점차 증가하고 있다. 사회적 상호작용에서 안경이나 귀걸이와 같은 액세서리를 통하여 지각자는 상대방의 인상을 달리 평가할 수 있을 것이다. 안경은 실용적 측면이 중요시되는 액세서리로서 지성을 나타내는 단서로 여겨져 왔으며,<sup>1)</sup> 귀걸이는 장식적 액세서리로서 착용자의 귀여운 이미지와 매력 평가에 의미있는 영향을 주었다.<sup>2)</sup>

헤어스타일은 비교적 저렴하고 용이하게 인상을 변화시키게 하며, 얼굴 매력에 큰 영향을 줌으로써 개인의 첫인상 형성에 중요한 요소로 작용될 수 있다. 윤소영과 유태순,<sup>3)</sup> 정해선과 강경자,<sup>4)</sup> 이진희와 김상은<sup>5)</sup> 등은 헤어스타일에 따른 이미지 평가의 차이를 연구하였는데, 이들 대부분의 연구에서 헤어 길이의 변화에 따라 상대방의 개성, 매력, 품위, 활동성 등의 이미지 평가에 차이가 있음을 확인하였다.

의복 색은 가장 먼저 눈에 띄는 디자인 요소로서 소비자의 의복 선택 시 중요한 결정 요인으로 작용하여 타인에 대한 시각적 평가를 이끌어 내는 단서가 되어왔다. 따라서 의복 색의 시각적 평가에 대한 학문적 연구들은 여러 가지 형태의 옷차림을 통하여 활발히 이루어져 왔다. 선행 연구<sup>6)</sup>에서 빨강, 파랑, 검정색, 흰색 등의 색상과 명도 변화에 따라 의복착용자의 인상이 달리 평가되었다.

지금까지 액세서리, 헤어스타일, 의복 색이 각각 인상 평가에 미치는 영향을 조사한 연구는 다수 있으나, 이들의 효과를 복합적으로 조사한 연구는 미비한 편이며, 이에 관한 실험연구는 거의 이루어지지 않았다. 여성의 얼굴 근처에서 인상에 영향을 줄 수 있는 액세서리는 다양한 종류가 있겠으나, 본 연구에서는 안경과 귀걸이를 중심으로 연구하고자 한다. 안경은 얼굴의 인상을 달리 나타내는 중요한 액세서리로 연구되어 왔으며,<sup>7)</sup> 귀걸이는 젊은 여성들이 가장 많이 소유하고 있는 액세서리로 착용빈도가 매우 높은 액세서리이다.<sup>8)</sup> 즉 안경과 귀걸이는 얼굴과 가장 가까운 곳에 위치하고 있어 다른 액세서리보다 여성의 인상을 평가하는데 효과가 클 것이며, 얼굴 근처에서 헤어스타일과 조합하여 인상형성에 의미있는 영향을 줄 것으로 판단되어 연구 변인으로 선정하였다.

본 연구는 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색을 변화시킨 여성의 인상형성의 차원을 조사하고, 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 20대 여성의 인상형성의 차이와 상호작용효과를 파악하는데 그 목적이 있다. 이러한 연구를 통하여 인상형성 연구에 도움이 되는 기초자료를 제공하며, 여성의 외모 향상과 긍정적 이미지 유지에 도움이 되는 단서를 제공하는데 본 연구의 의의를 둔다.

- 1) S. B. Kaiser, *The Social Psychology of Clothing*, 2nd ed. (New York: Macmillan, 1990), p. 268.
- 2) 윤영애, “액세서리에 따른 이미지 지각의 차이: 귀걸이의 재료와 형태를 중심으로,” *한국패션뷰티학회지* 3권 3호 (2005), pp. 1-10.
- 3) 윤소영, 유태순, “Hair Style이 인상형성에 미치는 영향,” *패션비즈니스* 5권 3호 (2001) pp. 73-84.
- 4) 정해선, 강경자, “헤어스타일 · 길이와 모자유형이 인상형성에 미치는 영향,” *한국의류학회지* 28권 3/4호 (2004), pp. 460-471.
- 5) 이진희, 김상은, “Hair Style의 유형과 얼굴형에 따른 얼굴 이미지 분석,” *한국디자인문화학회지* 12권 3호 (2006), pp. 11-19.
- 6) 차미승, “의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석” (부산대학교 대학원 석사학위논문, 1992), pp. 53-56., 최재란, 류숙희, “의복스타일별 색채에 대한 이미지 분석,” *한국의류학회지* 34권 2호 (2010), pp. 266-279., A. Vrij, “Wearing Black Clothes: The Impact of Offenders' and Suspects' Clothing on Impression Formation,” *Applied Cognitive Psychology* Vol. 11 (1997), pp. 47-53.
- 7) K. Edwards, “Effects of Sex and Glasses on Attitudes toward Intelligence and Attractiveness,” *Psychological Reports* Vol. 60 (1987). p. 590., Å. Hellström and J. Tekle, “Person Perception through Facial Photographs: Effects of Glasses, Hair, and Beard on Judgment of Occupation and Personal Qualities,” *European Journal of Social Psychology* Vol. 24 (1994), pp. 693-705., R. L. Terry and J. H. Krantz, “Dimension of Trait Attributions Associated with Eyeglasses, Men's Facial Hair, and Women's Hair Length,” *Journal of Applied Social Psychology* Vol. 23 No. 21 (1993), pp. 1757-1769.
- 8) 최수경, “의복과 헤어스타일의 추구이미지에 따른 성인여성의 액세서리 착용 및 화장 정도,” *한국디자인문화학회지* 16권 1호 (2010), pp. 336-344.

## II. 이론적 배경

### 1. 안경 착용과 인상형성

안경은 시력보정의 기능을 지닌 실용적인 액세서리에 속하지만 얼굴에 착용되는 것이므로 인상형성에 다양한 효과를 주게 된다.

Edwards<sup>9)</sup>는 대학생 연령층의 젊은 남녀가 안경을 착용하였을 때의 효과를 연구하였는데, 안경을 착용한 경우 남녀 모두 지성이 증가하였으나 매력은 감소되었으며, 이러한 효과는 남자보다 여자에게서 더 크게 나타났다. 즉 안경을 착용한 여성은 매력 평가가 매우 감소하였다. Hellström과 Tekle<sup>10)</sup>은 직업 추론에 대하여 연구하였는데, 안경 착용자는 의사, 교수 등과 같이 교육 수준이 높은 사람으로 평가되어 안경이 지적 직업과 관련된다고 하였다. Terry와 Krantz<sup>11)</sup>는 안경 착용이 읽기, 쓰기와 같은 지적 능력에 긍정적 영향을 준다고 하였으며, 특히 여성이 안경을 착용한 경우는 정직성, 지성, 민감성, 안정성이 높게 평가되나, 사교성에는 부정적 영향을 준다고 하였다. 정수정 등<sup>12)</sup>은 안경에 대한 관점을 조사하여 피험자를 3가지 유형으로 분류하였다. 유형1은 안경이 착용자의 이미지에 부정적인 영향을 준다고 생각하였고, 유형2는 권위 등 긍정적인 이미지에 도움이 된다고 하였으며, 유형3은 안경테의 디자인이 인상 변화에 영향을 미친다고 생각하였다. 이현주<sup>13)</sup>는 안경테의 재료 중에서 금속테는 냉정한 인상, 플라스틱테는 부드러운 느낌

을 준다고 하였다.

이상에서 볼 때 안경은 착용자의 매력을 감소시키거나 지성과 권위에 도움이 되며, 안경테의 종류에 따라라도 인상의 차이가 나타난다고 할 수 있다.

### 2. 귀걸이 착용과 인상형성

귀걸이는 20, 30대의 젊은 여성들이 많이 착용하는<sup>14)</sup> 장식적인 액세서리로서, 얼굴 근처에서 착용되므로 인상에 직접적인 영향을 줄 수 있다.

신주동과 최종명<sup>15)</sup>은 여대생들이 가장 많이 소유하고 있는 액세서리는 귀걸이이며, 여대생들은 평균 13.9개의 귀걸이를 소유하고 있으며, 67%가 항상 귀걸이를 착용한다고 하였다. 조기년<sup>16)</sup>의 연구에서 직장여성들이 비교적 많이 착용하는 액세서리는 목걸이, 반지, 귀걸이라고 하였으며, 액세서리 착용에 의하여 가장 추구하고 싶은 이미지는 우아하고 여성적인 이미지라고 하였다. 한명숙<sup>17)</sup>은 장신구와 성역할 고정관념과의 관련 연구에서 목걸이, 귀걸이, 머리핀 등은 여자다움을 나타내는 장신구라고 하였으며, 최수경<sup>18)</sup>은 발달하고 젊어 보이는 의복이미지를 추구하는 여성은 귀걸이 착용 빈도가 높다고 하였다. 윤영애<sup>19)</sup>는 귀걸이 재료 중에서 금, 은, 플라스틱에 비해 진주가 더 매력적이며 부드럽게 평가되며, 밀착형 귀걸이가 라인형보다 더 귀여운 이미지를 나타낸다고 하였다. 정수진과 최수경<sup>20)</sup>은 귀걸이와 네크라인의 상호작용에 대하여 연구하였는데, 로우 네크라인일 때 귀걸이를 하

9) K. Edwards, op. cit., p. 590.

10) Å. Hellström and J. Tekle, op. cit., pp. 693-705.

11) R. L. Terry and J. H. Krantz, op. cit., pp. 1757-1769.

12) 정수정, 정혜경, 김경희, 권혜진, “안경착용자의 안경착용에 대한 이미지 연구,” *한국학교보건학회지* 12권 1호 (1999), pp. 71-84.

13) 이현주, “퍼스널컬러 이미지에 따른 안경 디자인컬러 연구,” *한국메이크업디자인학회지* 4권 1호 (2008), pp. 89-99.

14) 최수경, op. cit., pp. 336-344.

15) 신주동, 최종명, “여대생의 신체 만족도와 이미지에 따른 외모관리행동과 장신구 착용,” *복식문화연구* 16권 2호 (2008), pp. 305-318.

16) 조기년, “직장여성의 외적 Self Image Making 인식 정도에 관한 연구” (대구가톨릭대학교 보건과학대학원 석사학위논문, 2004), pp. 17-23.

17) 한명숙, “남·여 대학생의 두발, 신발, 장신구의 고정관념에 대한 연구: 선생님과 학생의 역할을 중심으로,” *한국의류학회지* 28권 11호 (2004), pp. 1404-1414.

18) 최수경, op. cit., pp. 336-344.

19) 윤영애, op. cit., pp. 1-10.

20) 정수진, 최수경, “귀걸이, 네크라인, 헤어스타일의 코디네이션이 이미지에 미치는 영향,” *한국생활과학회지* 18권 2호 (2009), pp. 535-545.

지 않은 경우 가장 조화되지 않았고, 로우 네크라인에 중간 크기의 귀걸이를 하였을 때 가장 조화되는 것으로 나타났다. 그러나 귀걸이와 네크라인은 각각 단독으로 조화감에 영향을 주지 않았다.

이상에서 볼 때 귀걸이는 젊은 여성들이 자주 착용하는 액세서리로 의복과 상호작용하여 이미지가 달리 나타나며, 귀걸이 착용에 의하여 여성적이며, 발달하고 젊어 보이는 이미지가 추구된다고 할 수 있다.

### 3. 헤어 길이와 인상형성

여성들은 헤어스타일 중에서 헤어 길이를 다양하게 변화시켜 자신의 역할과 분위기를 전달할 수 있다. 선행 연구<sup>21)</sup>에서 헤어 길이는 헤어 길러보다 더 의미 있는 영향을 주었는데, 짧은 헤어스타일은 현대적이며, 경쾌하고 발달한 이미지를, 긴 헤어스타일은 온화하고 귀엽고 낭만적인 이미지를 표현하였다. 그러나 Terry와 Krantz<sup>22)</sup>의 연구에서 여성의 긴 머리는 사교성 등의 사회적 능력을 감소시키는 것으로 나타났다. 이영미와 서미아<sup>23)</sup>의 연구에서 커트 머리는 지적이며 개성적 이미지가 높았고, 긴 직모와 단발 직모는 단정한 이미지, 귀엽고 청순한 이미지가 높았다. 윤소영과 유태순<sup>24)</sup>의 연구에서도 머리 길이에 따른 인상 차이를 확인하였는데, 긴 머리는 커트 머리와 단발 머리보다 호의적이고 품위가 높았고 개성과 세련성이 낮았으며, 특히 단발 머리는 호의성과 품위가 가장 낮았다. 정해선과 강경자<sup>25)</sup>의 연구에서 헤어 길이는 매력 요인의 평가에 유의적인 차이가 있어, 헤어 길이가 긴 경우 짧은 머리나 중간 길이보다 세련되고 매력

적으로 지각되었다. 이영미<sup>26)</sup>는 롱 헤어스타일이 정숙하며, 우아한 이미지를 나타내며, 미디움 헤어스타일은 도시적, 지적인 이미지, 쇼트 헤어스타일은 도시적, 보수적 이미지가 높게 평가된다고 하였다. 정수진과 최수경<sup>27)</sup>의 연구에서는 뭉치 않은 롱 스트레이트 헤어스타일보다 묶은 형태가 더 품위 있게 평가되어, 묶은 머리가 롱 스트레이트 헤어보다 지적이며 단정해 보인다고 하였다.

이상에서 볼 때 헤어 길이는 인상형성에 의미 있는 영향을 주는 중요한 외모단서로서, 짧은 머리는 지적, 개성적, 도시적인 이미지로 나타나며, 긴 머리는 우아하며, 낭만적, 매력적으로 보인다고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 다른 외모 변인과 함께 작용하여 헤어 길이가 인상형성에 미치는 영향을 알아보려고 한다.

### 4. 의복 색과 인상형성

색은 의복디자인 중 형태적 요소보다 가시적 표현력이 더 높은 디자인 요소이므로 우리는 자신이 원하는 인상을 나타내기 위하여 의복 색을 효과적으로 사용할 수 있다.

의복 색이 타인에게 전달되는 이미지에 관한 연구에서 Francis와 Evans<sup>28)</sup>는 여성 관리직 직원의 능력에는 짙은 색 의복이 긍정적인 인상을 나타내고, 선명한 색보다 낮은 채도의 의복이 긍정적으로 평가된다고 하였다. 그러나 Vrij<sup>29)</sup>의 연구에서는 검정 색 의복을 착용한 사람은 밝은 색 의복을 착용한 사람보다 더 부정적인 인상으로 평가되었다. Winakor와 Navarro<sup>30)</sup>는 의복 색의 명도와 의복 유형이 호감도에 미치는 영향에 관한 연구에서 의복의 명도

21) 이효숙, 박숙현, “헤어스타일에 따른 시각적 평가,” *한국디자인문화학회지* 13권 4호 (2007), pp. 349-361.

22) R. L. Terry and J. H. Krantz, op. cit., pp. 1757-1769.

23) 이영미, 서미아, “네크라인과 헤어스타일이 얼굴이미지 및 형태 지각에 미치는 영향,” *복식문화연구* 6권 4호 (1998), pp. 617-629.

24) 윤소영, 유태순, op. cit., pp. 73-84.

25) 정해선, 강경자, op. cit., pp. 460-471.

26) 이영미, “헤어스타일 형태와 길이에 따른 이미지 분석,” *한국미용학회지* 13권 3호 (2007), pp. 915-932.

27) 정수진, 최수경, op. cit., pp. 535-545.

28) S. K. Francis and P. K. Evans, “Effects of Hue, Value, and Style of Garment and Personal Coloring of Model on Person Perception,” *Perception & Motor Skills* Vol. 64 No. 2 (1987), pp. 383-390.

29) A. Vrij, op. cit., pp. 47-53.

30) G. Winakor and R. Navarro, “Effect of Achromatic Value of Stimulus on Responses to Women's Clothing Styles,” *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 5 No. 2 (1987), pp. 40-48.

는 비체계적인 영향을, 의복 유형은 체계적인 영향을 미친다고 하였다. Damhorst와 Reed<sup>31)</sup>의 연구에서 의복의 명도는 관리직 여성의 능력 평가에 영향을 주어 어두운 재킷이 밝은 색 재킷보다 더 능력 있고 유능하게 평가된다고 하였다.

나수임과 한명숙<sup>32)</sup>은 무채색 의복은 유채색 의복보다 적극성이나 활동성이 낮은 인상을 주며, 난색계통은 한색계통보다 사회성이 더 좋게 보인다고 하였다. 차미승<sup>33)</sup>은 의복의 현시성과 성숙성에는 형태보다 색채가 강하게 작용하며, 편안성과 활동성에는 의복형태가 더 영향을 미친다고 하였다. 이 연구에서 빨강은 현시성이 높았으며, 파랑은 성숙한 이미지로 나타났다. 추선영과 김영인<sup>34)</sup>의 연구에서 우아한 이미지 평가는 색상과 색조에 의하여 모두 유의적인 차이를 보였으나, 개성적 이미지는 색상보다 색조의 영향이 컸다. 회색조(grayish)와 어두운 색조(dark)는 개성적 이미지가 낮았고, 강한(strong) 색조와 어두운(dark) 색조는 우아한 이미지가 낮게 평가되었다. 김윤경과 강경자<sup>35)</sup>의 연구에서는 의복 스타일에 관계없이 유채색보다 무채색 의복이 매력적이며, 무채색은 여러 가지 톤 조합에서 고상하고 품위 있는 것으로 지각되었다. 김영인 등<sup>36)</sup>의 연구에서는 남녀 모두 의복 색에서 채도가 낮은 색조를 선호하였으며, 특히 정장의 경우 무채색에 대한 선호도가 매우 높게 나타났는데, 무채색 중 회색, 검정, 흰색의 순으로 선호되었다.

이미숙과 박성은<sup>37)</sup>의 연구에서 빨강 의복은 색시하고 개성있는 이미지, 회색은 개성 없고 단정한 이미지를 나타냈으며, 성광숙과 이연희<sup>38)</sup>는 빨강

의복이 화려함과 젊음 요인이 높고, 친숙성과 정숙성 요인이 낮게 평가된다고 하였다. 최재란과 류숙희<sup>39)</sup>의 연구에서 빨강색의 뉘 톤은 비비드 톤보다 현시성이 낮고 매력적인 이미지가 높게 평가되었으므로 의복 스타일에 관계없이 저명도의 빨강은 선명한 빨강보다 매력 있는 이미지로 보였다.

이상에서 볼 때 의복 색의 연구는 유채색과 무채색에 대한 연구와 명도 변화에 대한 연구가 이루어졌다. 정장의 경우 무채색이 선호되었고, 직장여성에게는 짙은 색이나 어두운 색 옷이 밝은 색 옷보다 긍정적으로 평가되었으며, 빨강의 경우도 저명도가 더 선호되었다. 따라서 본 연구에서는 무채색과 유채색 의복을 구분하여 연구하며, 의복 색의 명도 변화에 따른 차이를 알아보고자 한다.

### III. 연구방법

#### 1. 측정도구

본 연구는 준실험방법을 사용하였으며, 4개의 독립변인에 의한 3×2×2×4(안경×귀걸이×헤어스타일×의복 색)의 요인설계를 사용하였다.

안경은 금속테 안경, 플라스틱 안경과 안경을 착용하지 않은 경우를 포함하였다. 안경테의 형태는 wellington형, fox형, round형, egg plant형 등이 있으나,<sup>40)</sup> 본 실험연구에서는 모서리 부분이 둥근 사각형인 웰링턴형이 대중적인 것으로 판단되어 웰링턴형을 사용하였다. 귀걸이 변인은 귀걸이 착용 여부로 구분하였다. 귀걸이는 형태와 재료면에서 다양한 디자인이 있는데,<sup>41)</sup> 본 연구에서는 일반적인 착용 가능

31) M. L. Damhorst and J. A. P. Reeds, "Clothing Color Value and Facial Expression: Effects on Evaluations of Female Job Applicants," *Social Behavior and Personality* Vol. 14 No. 1 (1986), pp. 89-98.

32) 나수임, 한명숙, "첫인상형성시 의복색이 사회성 평가에 미치는 영향에 관한 연구," *상명여자대학교 가정문화연구* 5권 (1987), pp. 83-97.

33) 차미승, *op. cit.*, pp. 53-56.

34) 추선영, 김영인, "패션 소재의 색채 이미지와 질감에 관한 연구," *한국의류학회지* 26권 2호 (2002), pp. 193-204.

35) 김윤경, 강경자, "의복스타일과 색상·톤조합이 인상형성에 미치는 영향," *한국의류학회지* 27권 3호 (2003), pp. 395-406.

36) 김영인, 문영애, 한소원, "한국 성인남녀의 의복 선호색," *한국의류학회지* 24권 7호 (2000), pp. 964-975.

37) 이미숙, 박성은, "의복의 색과 노출정도가 여성의 외모에 대한 고정관념에 미치는 영향," *대한가정학회지* 42권 11호 (2004), pp. 137-150.

38) 성광숙, 이연희, "얼굴색에 따른 상의 의복색 이미지와 선호도 평가," *패션과 니트* 7권 2호 (2009), pp. 1-13.

39) 최재란, 류숙희, *op. cit.*, pp. 266-279.

40) 이현주, *op. cit.*, pp. 89-99.

성과 시각적 평가에서 귀걸이 착용여부가 잘 드러날 수 있는 형태를 고려하여 <그림 1>과 같이 진주 형태가 컷볼 아래에 늘어진 짧은 드롭(drop)형을 사용하였다. 헤어 길이는 숏 커트형의 짧은 머리와 어깨 뒤로 늘어지는 긴 머리로 구분하였다. 의복 색은 다양한 색을 조사하는 것이 바람직하나, 본 연구에서는 실험설계의 한계로 인하여 무채색과 유채색에서 한 가지씩 택하여, 명도를 2가지로 변화시켰다. 김영인 등<sup>42)</sup>의 연구에서 정장의 의복 색은 무채색이 선호되었으며, 무채색 중에서 회색, 검정, 흰색의 순으로 선호된다고 하였다. 따라서 회색을 실험의복의 재킷 색으로 택하여 고명도의 연회색, 저명도의 진회색으로 변화시켰다. 또한 선행 연구에서 빨강 의복은 현시성, 젊음, 개성 등 다양한 이미지를 나타냈으며,<sup>43)</sup> 회색은 개성이 낮게 평가되었으므로<sup>44)</sup> 본 실험에서는 회색과 대조되는 특성을 나타내는 빨강을 실험의복의 재킷 색으로 택하였다. 따라서 본 연구의 의복 색은 회색과 빨강을 택하여



<그림 1> 자극물

고명도의 연회색, 저명도의 진회색, 빨강, 어두운 빨강을 포함하였으며, 각 색의 먼셀표색계의 기호를 순서대로 보면 N7, N3, 5R 5/14, 5R 3/12였다.<sup>45)</sup>

지각대상자인 자극물의 모델은 타원형 얼굴의 20대 후반 여성으로, 의복은 흰색 와이셔츠 칼라의 셔츠와 테일러드 칼라의 재킷을 착용하였다. 20대 여성은 귀걸이의 착용빈도가 높고,<sup>46)</sup> 긴 머리와 짧은 머리 등 머리 길이를 다양하게 할 수 있으며, 의복 색도 폭 넓게 착용할 수 있는 가능성이 높으므로 본 연구에서는 지각대상자를 20대 후반 여성으로 정하였다. 자극물은 모델이 실험의복을 착용한 모습의 상반신 사진을 제작한 후 CAD 프로그램을 이용하여 안경, 귀걸이, 헤어 길이와 의복 색을 변화시켰다. 고명도의 회색 재킷을 착용한 모습을 촬영한 후 의복 색은 포토샵 프로그램을 이용하여 연구목적에 맞게 변화시켰다. 배경은 연한 회색(N8.5)이었으며, 자극물 사진의 크기는 10×13cm였다. 본 연구를 위하여 총 48개의 자극물이 사용되었으며, 자극물은 S1-S48의 번호를 부여하였다. <그림 1>의 자극물은 모델이 짧은 머리에 금속테 안경, 귀걸이, 연회색 재킷을 착용한 모습이다.

질문지는 자극물 사진과 이에 대한 지각자의 반응을 측정하는 질문 문항으로 구성되었다. 인상형성을 평가하기 위한 측정도구는 7점 의미미분척도 20개 문항이었으며, 선행 연구<sup>47)</sup>를 참고하여 문항을 택하였다. 인구통계적 변인으로 피험자의 학년을 조사하는 문항을 포함하였다.

## 2. 자료수집 및 자료분석

지각자인 피험자는 서울 지역의 여대생 362명이었으며, 한 명의 피험자가 2개의 자극물을 평가하

41) 이경순, 김희섭, *의생활과 패션코디네이션*, (서울: 교문사, 1998), p. 213.

최준자, *장신구의 세계*, (서울: 도서출판예경, 1992), pp. 127-153.

42) 김영인, 문영애, 한소원, *op. cit.*, pp. 964-975.

43) 차미숙, *op. cit.*, p. 54., 성광숙, 이연희, *op. cit.*, pp. 1-13., 이미숙, 박성은, *op. cit.*, pp. 137-150.

44) 이미숙, 박성은, *op. cit.*, pp. 137-150.

45) *COS: Color System* (서울: 한국유행색산업협회, 1997), pp. 6-7, 162-133.

46) 최수경, *op. cit.*, pp. 336-344.

47) M. L. Damhorst, "In Search of a Common Thread: Classification of Information Communicated through Dress," *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 8 No. 2 (1990), pp. 1-12., 이주현, 조공호, "의상디자인 요소가 의복착용자의 인상에 미치는 영향 (제1보): 의복형태와 색채의 영향을 중심으로," *한국의류학회지* 19권 5호 (1995), pp. 747-764., 김윤경, 강경자, *op. cit.*, pp. 395-406., 윤소영, 유태순, *op. cit.*, pp. 73-84., 정수진, 최수경, *op. cit.*, pp. 535-545., 정해선, 강경자, *op. cit.*, pp. 460-471.

게 하였다. 본 연구에서는 지각대상자가 20대 연령의 여성이므로 지각대상자와 유사한 연령층의 평가를 조사하기 위하여 지각자를 여대생으로 선정하였다. 자료분석은 SPSS를 사용하였으며, 통계분석방법은 요인분석, Cronbach's alpha 신뢰도 계수 분석, 사원변량분석, Duncan의 다중범위검증, 다중회귀분석을 실시하였다. 학년별 분포는 1학년이 27.3%(99명), 2학년이 32.3%(117명), 3학년이 22.4%(81명), 4학년이 18.0%(65명)였다.

#### IV. 결과 및 논의

##### 1. 인상형성의 요인분석

인상형성을 평가하는 의미미분척도 형용사 20개 문항에 대하여 주성분분석과 Varimax 회전법에 의한 요인분석을 실시하였다. 이때 최소 고유치 1 이상의 기준에 의하여 5개 요인을 택하였다. 각 요인에서 부하량이 높은 수치를 나타낸 문항의 내용을 검토하면서 문항을 요인별로 선택하였다. 이때 요인과 문항 내용이 적합하지 않은 4개 문항을 제외하고, 16개 문항에 대하여 다시 요인분석을 실시하였다. 그 결과 <표 1>과 같이 5개 요인과 요인별 문항이 선택되었다.

요인 1은 개성 있는-개성 없는, 독특한-평범한 등이 포함되어 개성 요인이라 명명하였고, 요인 2는 힘 있는-힘 없는, 자신감 있는-자신감 없는, 강한-약한 등이 포함되어 역능성 요인이라고 하였다. 요인 3은 귀여운-귀엽지 않은, 발랄한-발랄하지 않은 등이 포함되어 귀염성 요인이라고 하였다. 요인 4는 친절-불친절한, 예의바른-예의 없는 등이 포함되어 예의성 요인이라고 하였고, 요인 5는 품위 있는-품위 없는, 고상한-천박한 등이 포함되어 품위 요인이라고 하였다.

모든 문항의 요인 부하량은 .51 이상이었고, 요인 5까지의 누적변량은 69.79%였다. 각 요인의 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 계수는 개성, 역능성, 귀염성, 예의성, 품위가 각각 .81, .82, .77, .74, .56이었다. 요인 4까지의 신뢰도는 만족할 만 하였으나, 요인 5의 신뢰도

<표 1> 인상형성의 요인분석

요인 1. 개성	요인 부하량
눈에 띄는 - 눈에 띄지 않는	.82
개성 있는 - 개성 없는	.79
독특한 - 평범한	.78
변량 = 17.27%      누적변량 = 17.27%	
고유치 = 2.76 $\alpha$ 신뢰도 = .81	
요인 2. 역능성	요인 부하량
힘 있는 - 힘 없는	.77
자신감 있는 - 자신감 없는	.76
강한 - 약한	.70
변량 = 15.66%      누적변량 = 32.93%	
고유치 = 2.51 $\alpha$ 신뢰도 = .82	
요인 3. 귀염성	요인 부하량
젊어 보이는 - 성숙한	.87
귀여운 - 귀엽지 않은	.74
발랄한 - 발랄하지 않은	.64
변량 = 14.34%      누적변량 = 42.27%	
고유치 = 2.29 $\alpha$ 신뢰도 = .77	
요인 4. 예의성	요인 부하량
친절한 - 불친절한	.79
예의바른 - 예의 없는	.76
온화한 - 온화하지 않은	.54
따뜻한 - 차가운	.51
변량 = 12.21%      누적변량 = 59.48%	
고유치 = 1.95 $\alpha$ 신뢰도 = .74	
요인 5. 품위	요인 부하량
품위 있는 - 품위 없는	.83
고상한 - 천박한	.65
세련된 - 촌스러운	.53
변량 = 10.31%      누적변량 = 69.79%	
고유치 = 1.65 $\alpha$ 신뢰도 = .56	

가 다소 낮은 편이었다.

본 연구에서 개성과 품위 요인의 도출은 윤소영과 유태순,<sup>48)</sup> 김윤경과 강경자<sup>49)</sup>의 현시성, 품위 요인과 유사하고, 역능성 요인의 도출은 이향미와 김재숙<sup>50)</sup>의 역동적 차원, 이주현과 조공호<sup>51)</sup>의 능력-

48) 윤소영, 유태순, op. cit., pp. 73-84.

49) 김윤경, 강경자, op. cit., pp. 395-406.

활동성 요인의 문항과 유사하였다. 귀염성 요인은 정혜선과 강경자<sup>52)</sup> 정수진과 최수경<sup>53)</sup>의 연구와 유사하고, 예의성 요인은 김윤경과 강경자<sup>54)</sup>의 온유성 요인과 유사한 것으로 나타났다.

이상에서 각 요인은 요인에 포함되는 항목을 합하여 계속되는 자료분석에 사용하였다. 각 요인은 점수가 높을수록 앞쪽에 위치한 형용사의 특성과 그 요인의 성향이 높은 것으로 해석된다. 본 연구에서는 매력이라는 하나의 요인으로 도출되지 않았으나 인상형성에서 매력적인 이미지가 비교적 중요한 특성으로 간주되므로 ‘매력있는-매력없는’의 한 개 항목을 사용하여 매력 평가에 대한 내용을 조사하였다.

## 2. 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 인상형성의 차이

안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 인상형성의 차이를 조사하기 위하여 사원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2>에서 안경과 귀걸이 착용, 안경과 헤어 길이의 2개 변인에 의한 상호작용효과가 있었으며, 그 형태는 <그림 2>, <그림 3>과 같다.

<그림 2>에서 귀걸이를 착용하지 않은 여성은 안경 착용에 따른 개성적인 인상의 차이가 없었으나 귀걸이를 착용한 여성은 개성 평가의 차이가 크게 나타났다. 즉 귀걸이를 착용하고 빨테 안경을 착용한 여성은 개성 평가가 높았으나, 귀걸이를 착용하고 금속테 안경을 착용한 여성은 개성이 낮게 평가되었다. 여기서 귀걸이와 빨테 안경을 착용한 여성이 다른 모습에 비하여 개성이 높게 보였던 것은 귀걸이는 여성적이고 귀여운 이미지를 주며, 빨

<표 2> 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 인상형성 평가

변량원	df	개성 F	역능성 F	귀염성 F	예의성 F	품위 F	매력 F
안경(A)	2	.22	6.48**	13.62**	9.45**	.24	5.42**
귀걸이(B)	1	10.40**	14.17**	3.85*	2.06	27.70**	16.15**
헤어 길이(C)	1	15.87**	105.17**	89.84**	71.59**	3.90*	7.59**
의복 색(D)	3	14.67**	1.20	5.19**	1.50	4.50**	3.24*
A×B	2	3.98*	.73	1.90	1.84	.40	2.75
A×C	2	7.30**	.18	7.28**	1.20	.51	1.35
A×D	6	.29	.48	.85	.68	.69	.53
B×C	1	1.84	.67	2.16	.22	.23	.24
B×D	3	2.08	.56	.72	.71	.42	.31
C×D	3	1.72	.55	.55	.95	1.50	.22
A×B×C	2	.39	.96	.82	.64	.32	.63
A×B×D	6	1.50	1.12	1.24	.39	.44	1.80
A×C×D	6	.58	.92	1.17	1.40	.95	1.24
B×C×D	3	.21	.50	.81	.48	.49	1.42
A×B×C×D	6	2.30*	1.44	1.90	1.97	1.51	2.26*
집단 내 오차	676						

50) 이향미, 김재숙, “남자 고등학교 교사의 인상형성에 미치는 의복 격식차림, 색 및 맥락의 영향,” *한국외류학회지* 22권 3호 (2002), pp. 312-320.

51) 이주현, 조공호, *op. cit.*, pp. 747-764.

52) 정혜선, 강경자, *op. cit.*, pp. 460-471.

53) 정수진, 최수경, *op. cit.*, pp. 535-545.

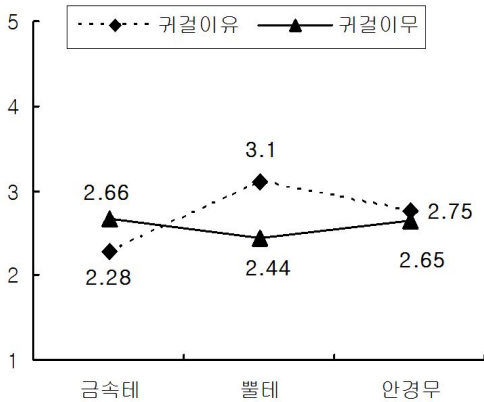
54) 김윤경, 강경자, *op. cit.*, pp. 395-406.



<표 2> 계속

변인	속성	N	개성 M	역능성 M	귀염성 M	예의성 M	품위 M	매력 M
안경	금속테	243	2.72	4.33 a	2.62 b	3.98 b	4.19	3.01 b
	플테	241	2.77	4.44 a	2.73 b	3.92 b	4.13	2.91 b
	안경 무	240	2.70	4.04 b	3.12 a	4.28 a	4.14	3.31 a
귀걸이	유	362	2.88	4.45	2.90	4.01	4.34	3.28
	무	362	2.58	4.10	2.74	4.11	3.96	2.87
헤어 길이	짧은	360	2.91	4.75	2.43	3.76	4.22	2.93
	긴	364	2.55	3.80	3.21	4.36	4.08	3.22
의복 색	연회색	182	2.47 c	4.31	2.65 c	3.96	4.32 a	3.10 ab
	진회색	180	2.42 c	4.29	2.68 bc	4.07	4.24 ab	2.94 b
	빨강	180	3.17 a	4.36	3.04 a	4.03	4.02 bc	3.33 a
	어두운 빨강	182	2.85 b	4.12	2.90 ab	4.18	3.99 c	2.94 b

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , a, b, c: Duncan's multiple range test

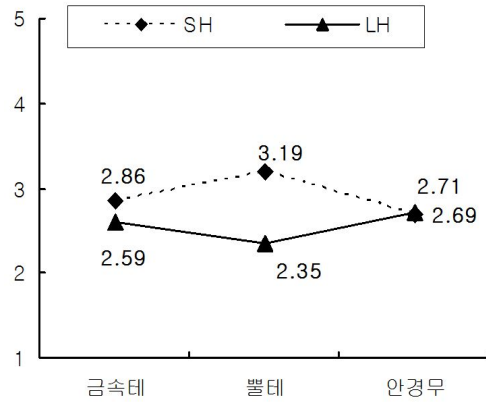


<그림 2> 개성 평가에 대한 안경과 귀걸이에 따른 상호작용형태

테는 이와 반대의 이미지를 나타내므로 상반되는 이미지의 액세서리를 함께 착용한 모습이 개성적인 인상을 증가시킨 것이라고 해석된다.

<그림 3>에서 볼 때 플테 안경은 헤어 길이에 따른 차이가 크게 나타나, 짧은 머리를 하고 플테 안경을 착용한 여성은 개성이 높게 평가되었고, 긴 머리에 플테 안경을 착용한 여성은 개성이 낮게 평가되었다.

개성 요인은 안경, 귀걸이, 헤어스타일, 의복 색의 4개 변인에 의한 상호작용효과가 있었으며, 그



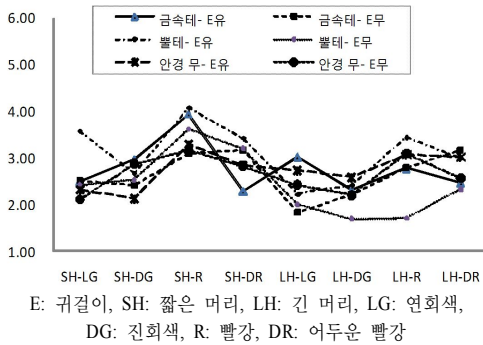
<그림 3> 개성 평가에 대한 안경과 헤어 길이에 따른 상호작용형태

형태는 <표 3>, <그림 4>와 같다.

플테 안경, 귀걸이와 빨강 재킷을 착용하고 짧은 머리를 한 여성은 개성이 가장 높게 평가되었다. 진회색 재킷이나 빨강 재킷에 플테 안경을 착용하고 귀걸이 없이 짧은 머리를 한 여성은 개성이 매우 낮게 평가되었다. 이것은 빨강과 같이 눈에 띄는 색의 의복을 동일하게 입었더라도 착용한 액세서리의 종류에 따라 개성적인 이미지가 달리 평가됨을 의미한다.

<표 3> 개성 평가에 대한 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 평균치

안경	귀걸이	헤어	짧은 머리				긴 머리			
			연회색	진회색	빨강	어두운 빨강	연회색	진회색	빨강	어두운 빨강
금속테	유		2.49	2.96	3.93	2.29	3.02	2.31	2.78	2.47
	무		2.51	2.42	3.09	3.16	1.84	2.20	2.80	3.16
플테	유		3.58	2.67	4.07	3.42	2.23	2.42	3.44	3.00
	무		2.42	2.53	3.62	3.20	2.00	1.69	1.71	2.33
안경 무	유		2.31	2.13	3.29	2.84	2.73	2.58	3.07	3.02
	무		2.11	2.87	3.16	2.82	2.42	2.20	3.09	2.56



<그림 4> 개성 평가에 대한 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 상호작용형태

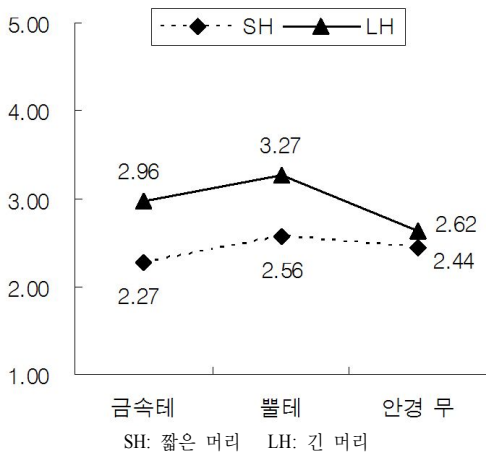
<표 2>에서 주 효과를 보면 개성 요인은 안경 착용에 따라 유의적인 차이가 없었으나, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따라 각각 유의적인 차이가 있었다. 귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다, 짧은 머리는 긴 머리보다 개성이 더 높게 평가되었다. 이것은 선행 연구<sup>55)</sup>에서 컷트 머리가 개성적 이미지가 높았던 결과와 일치하는 내용이었다. 개성 평가의 의복 색에 따른 차이를 볼 때 빨강 의복은 개성이 가장 높았고, 그 다음에 어두운 빨강이 두 번째로 개성이 높게 평가되었다. 연회색과 진회색 의복은 개성이 낮게 평가되어 평범한 이미지로 지각되었다. 본 연구는 회색은 개성적 이미지가 낮았고, 빨강은 개성적 이미지가 높았던 선행

연구<sup>56)</sup> 내용과 일치되며, 회색조(grayish)와 어두운 색조(dark)는 개성적 이미지가 낮았던 선행 연구<sup>57)</sup> 결과를 지지한다.

<표 2>에서 역능성 요인은 모든 변인에 따른 상호작용효과가 없었다. 주 효과를 볼 때 역능성은 의복 색에 따른 유의한 차이가 없었으나, 안경, 귀걸이, 헤어 길이에 따라 각각 유의한 차이를 보였다. 평균을 비교하면 안경과 귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다, 짧은 머리는 긴 머리보다 역능성이 더 높게 평가되었다. 또한 금속테와 플테 안경의 인상형성의 차이는 없었다. 따라서 안경테 종류에 상관없이 안경을 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 더 역능성이 높아 보인다는 것을 알 수 있다.

귀염성 요인은 안경과 헤어 길이에 따른 상호작용효과가 있었으며, 그 형태는 <그림 5>와 같다. 안경을 착용하지 않은 여성은 헤어 길이에 따른 귀염성 평가의 차이가 거의 없었으나, 안경을 착용한 여성은 헤어 길이에 따른 귀염성의 차이가 크게 나타났다. 특히 금속테 안경을 착용하고 짧은 머리를 한 여성은 귀염성이 가장 낮게 평가되어 성숙한 인상을 나타냈다. 이것은 금속테 안경과 짧은 머리의 2가지 특성이 성숙한 이미지를 나타내므로 이 두 가지 외모단서가 복합되었을 때 귀염성이 더욱 낮게 보인다고 해석된다.

55) 이영미, 서미야, op. cit., pp. 617-629.  
 56) 이미숙, 박성은, op. cit., pp. 137-150.  
 57) 추선형, 김영인, op. cit., pp. 193-204.



〈그림 5〉 귀염성 평가에 대한 안경과 헤어 길이에 따른 상호작용형태

주 효과를 보면 귀염성 평가는 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색의 4개 변인에 따라 각각 유의한 차이가 있었다. 안경을 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 귀염성이 낮게 평가되었으며, 귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다, 긴 머리는 짧은 머리보다 귀염성이 높게 나타났다. 긴 머리가 귀염성이 높았던 것은 이효숙과 박숙현<sup>58)</sup>의 연구 결과를 지지하였다. 의복 색에서 귀염성은 고채도의 빨강이 가장 높았고, 그 다음 어두운 빨강의 순이었으며, 진회색과 연회색은 귀염성이 낮았다. 따라서 빨강 의복은 젊어 보이고 발랄한 이미지를 지녔으나, 회색계열은 성숙한 이미지로 지각되었다. 본 연구에서 귀염성 요인에 대한 결과는 비비드 톤이 다크 톤보다 젊음 이미지가 높았다는 내용<sup>59)</sup>과 같은 맥락이며, 빨강이 젊음 요인이 높았다는 선행 연구<sup>60)</sup>와 유사하다고 할 수 있다.

〈표 2〉에서 예의성과 품위 요인은 모든 변인에 따른 상호작용효과가 없었다. 주 효과를 볼 때 안경 착용은 품위 평가에 유의적인 영향을 주지 않았

으나, 예의성 평가에 유의적인 영향을 주어, 안경을 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 예의성이 낮게 평가되었다. 귀걸이 착용은 예의성 평가에 유의적인 영향을 주지 않았으며, 품위 평가에 유의적인 영향을 주었다. 귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 더 품위가 높게 지각되었다. 헤어 길이에 따라 품위와 예의성 평가는 유의적인 차이가 있어, 짧은 머리는 긴 머리보다 품위가 더 높게 보였으며, 긴 머리는 짧은 머리보다 예의성이 높게 나타났다. 긴 머리가 예의성이 높았던 결과는 선행 연구<sup>61)</sup>에서 긴 머리가 정숙하게 보였던 점과 같은 맥락이었다. 의복 색은 예의성 평가에 유의적인 영향을 주지 않았으나, 품위 평가에 유의적인 영향을 주었다. 품위는 연회색이 가장 높았고, 그 다음 진회색의 순이었으며, 빨강은 품위가 낮게 평가되었다. 연회색과 진회색이 품위가 높았던 것은 회색이 점잖고 절제된 이미지를 나타낸다는 색채이론<sup>62)</sup>을 지지하며, 무채색은 여러 가지 톤 조합에서 고상하고 품위 있게 지각되었다는 선행 연구<sup>63)</sup> 결과와 일치된다.

매력 평가는 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색의 4개 변인에 의한 상호작용효과가 있었으며, 그 상호작용형태는 〈표 4〉, 〈그림 6〉과 같다.

빨테 안경, 귀걸이와 빨강 재킷을 착용하고 긴 머리를 한 여성과 안경을 착용하지 않으면서 귀걸이와 어두운 빨강 재킷을 착용하고 긴 머리를 한 여성은 매력이 높게 평가되었다. 귀걸이 없이 금속테 안경, 어두운 빨강 재킷을 착용하고 짧은 머리를 한 여성은 매력이 가장 낮게 평가되었다(M=2.13). 그 다음에 귀걸이 없이 빨테 안경, 연회색 재킷을 착용하고 짧은 머리를 한 여성도 매력이 낮게 평가되었다(M=2.20). 즉 귀걸이와 빨강색 계통의 의복을 착용하고 긴 머리를 한 여성은 매력적인 이미지가 높았고, 귀걸이 없이 안경을 착용하고 짧은 머리를 한 여성은 매력적인 이미지가 매우 낮게 지각

58) 이효숙, 박숙현, op. cit., pp. 349-361.

59) 강경자, 팽숙경, “컬러 코디네이션에 따른 한복 이미지의 시각적 평가,” 한국생활과학회지 16권 5호 (2007), pp. 987-996.

60) 성광숙, 이연희, op. cit., pp. 1-13.

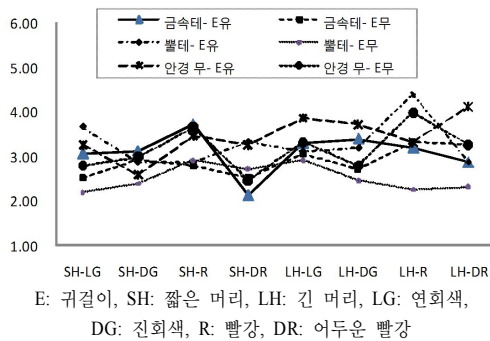
61) 이명희, op. cit., pp. 915-932.

62) 추선형, 김영인, op. cit., pp. 193-204.

63) 김윤경, 강경자, op. cit., pp. 395-406.

〈표 4〉 매력 평가에 대한 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 평균치

안경	귀걸이	헤어 의복 색	짧은 머리				긴 머리			
			연회색	진회색	빨강	어두운 빨강	연회색	진회색	빨강	어두운 빨강
			금속테	유	3.07	3.13	3.73	2.13	3.31	3.40
	무	2.53	2.93	2.80	2.53	3.07	2.73	3.33	3.29	
플테	유	3.67	2.87	2.87	3.33	3.12	3.20	4.40	2.87	
	무	2.20	2.40	2.93	2.73	2.93	2.47	2.27	2.33	
안경 무	유	3.27	2.60	3.47	3.27	3.87	3.73	3.33	4.13	
	무	2.80	3.00	3.67	2.47	3.33	2.80	4.00	3.27	



〈그림 6〉 매력 평가에 대한 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 상호작용형태

된다고 할 수 있다.

주 효과를 보면 매력 평가는 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따라 각각 유의한 차이가 있었다. 안경을 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 매력적인 이미지가 낮았고, 귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 더 매력적으로 보였다. 긴 머리는 짧은 머리보다 매력적으로 평가되었는데, 이는 정혜선과 강경자<sup>64)</sup>의 연구와 일치하였다. 의복 색에 대한 평가는 빨강이 가장 매력적으로 보였고 진회색과 어두운 빨강은 매력적인 이미지가 낮게 나타났다. 여기서 고채도의 빨강이 어두운 빨강보다 더 매력 있게 평가되었던 것은 선행 연구<sup>65)</sup>와 차이가 있었다.

이상에서 볼 때 빨강 의복은 회색 의복보다 개성과 귀염성이 높고, 매력적으로 평가되었으며, 고채도의 빨강은 저채도의 빨강보다 개성, 귀염성, 매력적인 이미지가 더 높게 나타났다.

### V. 결 론

본 연구의 목적은 여성의 인상형성의 차원을 조사하고, 액세서리, 헤어스타일, 의복 색에 따른 20대 여성의 인상형성의 차이와 상호작용효과를 조사하는데 있었다. 지지자인 피험자는 서울 지역의 여대생 362명이었고, 자극물 사진의 지지대상자는 테일러드 재킷을 착용한 20대 후반 연령의 여성이었다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 여성의 인상 차원을 알아보기 위하여 평가 항목을 요인분석 한 결과, 5개 요인이 도출되어 개성, 역능성, 귀염성, 예의성, 품위 요인으로 분류되었다. 매력은 하나의 요인으로 도출되지 않았으나 한 개 항목으로 평가 결과를 조사하였다.

둘째, 안경, 귀걸이, 헤어 길이, 의복 색에 따른 인상 평가에 대한 사원변량분석을 실시한 결과, 안경을 착용한 여성은 착용하지 않은 여성보다 역능성이 높게 평가되었으나, 귀염성, 예의성, 매력은 낮게 지각되었다. 또한 금속테와 플테 안경의 안경테 종류에 따른 평가에는 유의적인 차이가 없었다.

64) 정혜선, 강경자, op. cit., pp. 460-471.

65) 강경자, 팽숙경, op. cit., pp. 987-996.

귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 더 개성적, 매력적이고, 역능성이 높아 보이며, 귀엽성과 품위도 높게 지각되었다. 짧은 머리는 긴 머리보다 개성, 역능성, 품위가 더 높게 보였으나, 귀염성, 예의성, 매력은 긴 머리가 더 높게 평가되었다. 빨강 의복은 회색 의복보다 개성, 귀염성, 매력이 더 높게 평가되었고, 빨강은 어두운 빨강보다 개성, 귀염성, 매력이 더 높게 나타났다. 특히 연회색과 진회색 의복은 개성이 낮아 평범한 이미지로 지각되었다. 품위는 연회색이 가장 높았고, 그 다음 진회색의 순으로 높았으며, 빨강은 품위가 낮게 평가되었다.

셋째, 개성 요인은 안경과 귀걸이 착용, 안경과 헤어 길이의 2개 변인에 의한 상호작용효과가 있었다. 귀걸이를 착용하고 뿔테 안경을 착용한 여성과 짧은 머리를 하고 뿔테 안경을 착용한 여성은 개성 평가가 높았으나, 긴 머리에 뿔테 안경을 착용한 여성은 개성이 낮게 평가되었다. 귀염성 요인은 안경과 헤어 길이에 따른 상호작용효과가 있었다. 금속테 안경을 착용하고 짧은 머리를 한 여성은 귀염성이 가장 낮게 평가되었다.

넷째, 개성 평가와 매력 평가는 4개 변인에 의한 상호작용효과가 있었다. 뿔테 안경, 귀걸이와 빨강 의복을 착용하고 짧은 머리를 한 여성은 개성이 가장 높게 평가되었다. 귀걸이와 빨강색 계통의 의복을 착용하고 긴 머리를 한 여성은 매력적인 이미지가 높았고, 귀걸이 없이 안경을 착용하고 짧은 머리를 한 한 여성은 매력적인 이미지가 매우 낮게 평가되었다.

종합적으로 볼 때 안경을 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 더 역능성이 높아 보이지만, 귀여움, 예의, 매력의 측면에서 부정적인 평가를 받았으며, 귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 개성, 역능성, 귀여움, 품위, 매력 등의 다양한 측면에서 더 긍정적으로 평가되어 귀걸이는 이미지 향상에 도움이 됨을 확인할 수 있었다. 짧은 머리에 금속테 안경을 착용한 여성은 귀염성이 낮게 지각되었으며, 짧은 머리를 하고 귀걸이 없이 안경을 착용한 여성은 매력이 매우 낮게 평가되었다. 연한 회색 재킷은 품위가 가장 높았으며, 빨강은 어두운 빨강이나 회색보다 개성, 귀염성, 매력이 더

높게 나타났다.

본 연구의 한계는 동일한 조건에서 지각대상자의 얼굴 모양에 따라 그 이미지가 다르게 보일 수 있는데, 한 명의 지각대상자만을 자극물로 평가하였다는 것과 의복 색과 헤어스타일, 안경, 귀걸이 형태도 다양한 특성을 다루지 못하였으며, 지각자도 여대생만으로 한정하였다는 점이다. 따라서 객관성의 문제가 있으므로 확대 해석에는 신중을 기하여야 할 것이다. 후속 연구에서는 다양한 액세서리와 헤어스타일을 포함하거나, 의복 색의 변화를 고려하고, 지각자도 여러 연령층을 포함하여 연구하는 것이 필요하다.

## 참고문헌

- 강경자, 팽숙경 (2007). “컬러 코디네이션에 따른 한복 이미지의 시각적 평가.” *한국생활과학회지* 16권 5호.
- 김영인, 문영애, 한소원 (2000). “한국 성인남녀의 의복 선호색.” *한국의류학회지* 24권 7호.
- 김윤경, 강경자 (2003). “의복스타일과 색상·톤조합이 인상형성에 미치는 영향.” *한국의류학회지* 27권 3호.
- 나수임, 한명숙 (1987). “첫인상형성시 의복색이 사회성 평가에 미치는 영향에 관한 연구.” *상명여자대학교 가정문화연구* 5권.
- 성광숙, 이연희 (2009). “얼굴색에 따른 상의 의복색 이미지와 선호도 평가.” *패션과 니트* 7권 2호.
- 신주동, 최종명 (2008). “여대생의 신체 만족도와 이미지에 따른 외모관리행동과 장신구 착용.” *복식문화연구* 16권 2호.
- 윤소영, 유태순 (2001). “Hair Style이 인상형성에 미치는 영향.” *패션비즈니스* 5권 3호.
- 윤영애 (2005). “액세서리에 따른 이미지 지각의 차이: 귀걸이의 재료와 형태를 중심으로.” *한국패션뷰티학회지* 3권 3호.
- 이경순, 김희섭 (1998). *의생활과 패션코디네이션*. 서울: 교문사.
- 이미숙, 박성은 (2004). “의복의 색과 노출정도가 여성의 외모에 대한 고정관념에 미치는 영향.” *대한가정학회지* 42권 11호.

- 이영미 (2007). “헤어스타일 형태와 길이에 따른 이미지 분석.” *한국미용학회지* 13권 3호.
- 이영미, 서미아 (1998). “네크라인과 헤어스타일이 얼굴이미지 및 형태 지각에 미치는 영향.” *복식문화연구* 6권 4호.
- 이주현, 조궁호 (1995). “의상디자인 요소가 의복착용자의 인상에 미치는 영향(제1보): 의복형태와 색채의 영향을 중심으로.” *한국의류학회지* 19권 5호.
- 이진희, 김상은 (2006). “Hair Style의 유형과 얼굴형에 따른 얼굴 이미지 분석.” *한국디자인문화학회지* 12권 3호.
- 이향미, 김재숙 (2002). “남자 고등학교 교사의 인상형성에 미치는 의복 격식차림, 색 및 맥락의 영향.” *한국의류학회지* 22권 3호.
- 이현주 (2008). “퍼스널컬러 이미지에 따른 안경 디자인컬러 연구.” *한국메이크업디자인학회지* 4권 1호.
- 이효숙, 박숙현 (2007). “헤어스타일에 따른 시각적 평가.” *한국디자인문화학회지* 13권 4호.
- 정수정, 정혜경, 김경희, 권혜진 (1999). “안경착용자의 안경착용에 대한 이미지 연구.” *한국학교보건학회지* 12권 1호.
- 정수진, 최수경 (2009). “귀걸이, 네크라인, 헤어스타일의 코디네이션이 이미지에 미치는 영향.” *한국생활과학회지* 18권 2호.
- 정해선, 강경자 (2004). “헤어스타일·길이와 모자 유형이 인상형성에 미치는 영향.” *한국의류학회지* 28권 3/4호.
- 조기년 (2004). “직장여성의 외적 Self Image Making 인식 정도에 관한 연구.” 대구가톨릭대학교 보건과학대학원 석사학위논문.
- 차미승 (1992). “의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석.” 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 최수경 (2010). “의복과 헤어스타일의 추구이미지에 다른 성인여성의 액세서리 착용 및 화장 정도.” *한국디자인문화학회지* 16권 1호.
- 최재란, 류숙희 (2010). “의복스타일별 색채에 대한 이미지 분석.” *한국의류학회지* 34권 2호.
- 최준자 (1992). *장신구의 세계*. 서울: 도서출판 예경.
- 추선형, 김영인 (2002). “패션 소재의 색채 이미지와 질감에 관한 연구.” *한국의류학회지* 26권 2호.
- 한명숙 (2004). “남·여 대학생의 두발, 신발, 장신구의 고정관념에 대한 연구: 선생님과 학생의 역할을 중심으로.” *한국의류학회지* 28권 11호.
- COS: *Color System* (1997). 서울: 한국유행색산업협회.
- Damhorst, M. L. (1990). “In Search of a Common Thread: Classification of Information Communicated through Dress.” *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 8, No. 2.
- Damhorst, M. L. and J. A. P. Reeds (1986). “Clothing Color Value and Facial Expression: Effects on Evaluations of Female Job Applicants.” *Social Behavior and Personality* Vol. 14, No. 1.
- Edwards, K. (1987). “Effects of Sex and Glasses on Attitudes toward Intelligence and Attractiveness.” *Psychological Reports* Vol. 60.
- Francis, S. K. and P. K. Evans (1987). “Effects of Hue, Value, and Style of Garment and Personal Coloring of Model on Person Perception.” *Perception & Motor Skills* Vol. 64, No. 2.
- Hellström, Ä. and J. Tekle (1994). “Person Perception through Facial Photographs: Effects of Glasses, Hair, and Beard on Judgment of Occupation and Personal Qualities.” *European Journal of Social Psychology* Vol. 24.
- Kaiser, S. B. (1990). *The Social Psychology of Clothing*. 2nd ed. New York: Macmillan.
- Terry, R. L. and J. H. Krantz (1993). “Dimension of Trait Attributions Associated with Eyeglasses, Men's Facial Hair, and Women's Hair Length.” *Journal of Applied Social Psychology* Vol. 23, No. 21.
- Vrij, A. (1997). “Wearing Black Clothes: The Impact of Offenders' and Suspects' Clothing on Impression Formation.” *Applied Cognitive Psychology* Vol. 1.
- Winakor, G. and R. Navarro (1987). “Effect of Achromatic Value of Stimulus on Responses to Women's Clothing Styles.” *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 5, No. 2.