

# 정치인의 외모에 나타난 선거승리의 요인으로써 아름다움(美)과 성(性)

박선영  
국제대학교 뷰티디자인계열 조교수

## A Gender and The Beauty Showed in Politician's Facial Appearance as an Element of Winning in the Election Process

Sun-Young Park

Assistant Professor at Kukje Univ., Dep't of Beauty and Design

**요 약** 이제 우리나라는 이른바 선거의 계절이 연말이 돌아온다. 20대 총선과 19대 대선이 그것이다. 대선 후보 논의를 하다 보면 사람들이 후보의 생김새나 말투, 음성, 옷차림 등에도 적잖이 좌우됨을 깨닫게 된다. 한 설문결과를 보니 대통령을 뽑을 때 무엇을 가장 중요하게 보느냐라는 물음에 능력과 경력, 정책 등이 높은 순위였고, 그 상식적인 덕목을 바로 뒤따르는 게 인물과 이미지였다. 이 연구는 선거를 통한 공직후보 당선자의 얼굴을 연구하였다. 이 연구는 아름다움(美)과 성(性)별이 선거의 승리에 어떤 영향을 미치는지를 고찰하였다. 구체적으로는 선거유인물 상에 제시된 후보사진을 이용한 설문조사를 분석하였다. 분석결과 비록 아름다움이라는 요소가 통계적으로는 유의미한 역할을 한다고 할지라도 이와 같은 아름다움이라는 요소 보다는 투표결정에 보다 강력한 관련을 갖는 것은 후보자에 대한 적격성 그리고 신뢰성이라는 것을 파악할 수 있었다. 필자는 또한 아름다움과 적격성의 평가가 긍정적으로 서로 연관되어 있다는 사실을 발견하였다.

**주제어** : 아름다움(美), 성(性), 선거, 정치후보자, 아름다움프리미엄, 정치와 예술 융복합

**Abstract** There will be coming soon a sequence of the so-called election season in Korea. That is the 20th session of general elections and the 19th presidential election which are taking place one after another. When we talk about presidential candidate, we may realize that the choice were relied upon candidate's facial appearance and speech, voice, dress, and so on. One poll showed that capacity and policy were ranked high and figure and image were ranked next by asking "what is the most important factor when you vote for the president?" This study looked into the candidate's face of a newly elected public office through the election voting. I studied how the factors of sex and beauty may affect on the election results. I analyse survey of candidate's photo on the election leaflets. Analyzed result said that candidate's competency and trust have strong relations in the voting choice rather than beauty even if it is statistically significant. I also find that both beauty and competency are positively interrelated.

**Key Words** : beauty, gender, elections, political candidates, beauty premium, convergence of politics and art

Received 7 October 2015, Revised 18 January 2016  
Accepted 20 February 2016, Published 28 February 2016  
Corresponding Author: Sun-Young Park  
(Assistant Professor at Kukje Univ., Dep't of Beauty and Design  
Email: psygap@daum.net

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

## 1. 서론

어느 사람에게 있어서나 아름다움은 사회생활에서 많은 이점을 제공한다는 사실은 널리 알려져 있다. 랑글루아 등[1]은 102가지 선행연구 결과에 대해서 메타분석(meta-analysis)을 시도하고 “사람의 외모는 그들이 어떻게 다른 사람을 인식하고 또 다른 사람에 의하여 취급을 받는지 그 영향을 알려주고 있으며 이러한 사실은 심지어 그들이 누구인지를 아는 것까지도 포함하고 있다”는 사실을 보고하였다. 매력적인 사람은 그와는 반대로 매력적이지 못한 사람보다도 긍정적인 행동과 특성을 보다 더 잘 드러내 준다는 사실은 흥미롭다. 매력적인 어린이들은 친구들에게 더 인기있고 또래집단에서도 잘 적응한다고 한다. 마찬가지로 매력적인 성인은 직업세계에서 더 크게 성공하며, 사람들에게 더 인기있고, 육체적으로도 건강하고, 약간은 외향적이며, 높은 자존감을 갖고 있고, 사회성이 좋으며, 정신력 또한 강하다고 한다[2]. 경제학 영역의 최근 연구문헌들은 다른 사람들이 인식하고 지각하는 대상으로서 좋은 모습은 많은 혜택을 얻는다는 것을 증명하고 있다. 특히 이러한 결과는 노동시장에서 실질적인 혜택을 얻을 수 있다고 한다. 한편, 아름다운 사람들은 이른바 “아름다움 프리미엄”이라고 불리는 더 높은 임금을 수령하고 있는 것으로 밝혀졌다. 해머메쉬와 비들(Hammermesh and Biddle, 1994)의 연구에 따르면 평균 이상의 아름다움을 가지고 있는 근로자들은 평균 이하의 아름다움을 가진 근로자보다도 10% 내지 15%의 급여를 더 받는다고 한다. 다른 연구들도 이와 비슷한 실증적인 결과를 제시하고 있다[3]. 이외에도 다른 경험적 연구 또한 이와 같은 내용을 확인 시켜주고 있고[4], 아름다움의 효과에 관한 보다 더 일반적인 연구가 많이 있다[5].

필자는 이 연구에서 메타분석을 통한 이러한 선행연구 결과에 대하여 한걸음 더 진전된 논의를 시도해 보고자 한다. 다시 말해 노동시장뿐만 아니라 정치영역에 있어서도 이러한 아름다움이라는 것이 어떠한 혜택이 있는지 여부에 대해서 논의하고자 하는 것이다. 정치영역에 있어서 소위 아름다움에 대한 프리미엄이 있는지 즉, 아름답다거나 잘생긴 외모를 가진 정치 후보자가 공직선거에서 당선될 가능성이 더 높은 것 인지를 알아보고자 하는 것이다. 소셜 미디어(SNS)의 등장과 정치 현실의 변화로 인해 TV 방송에 등장하는 후보자의 용모나 복장

등 외모에서 느껴지는 이미지가 갈수록 중요시되고 있기 때문이다. 이 문제에 관하여 깊이 있는 연구는 아니지만 그 영향성을 언급한 연구가 있다[6]. 아름다움에 대한 혜택은 투표를 하겠다고 명시적으로 표현하는 것에 대한 논리 혹은 인과과정에 따르면 실제 선거에서 사실상 보다 더 큰 결과로 나타난다. 그 결과 이미지가 선거의 당락에 직결된다는 사실을 각 정당이나 후보자가 의식하게 됨에 따라 ‘이미지 선거’라 일컬어지는 선거 전술이 중요하게 되고 있다는 점은 본 연구를 통해서도 밝혀진 정책적 함의이다. 기회비용이 존재하지 않은 영역에서 사람들은 가장 잘생긴 후보 또는 가장 아름다운 후보에게 투표를 하려고 할 것이다. 만일 그렇다면 유권자들은 자신들의 선택기준을 정치적인 플랫폼보다도 후보자에게 더 초점을 맞추고자 할 것이고 이것은 정치적 선거에 있어서 어떠한 경향성이 있는 것으로 볼 수가 있다[7].

필자의 연구가 남성 그리고 여성 정치후보자의 아름다움이라는 인자의 평가에 관한 우리나라 최초의 시도가 아닐까 생각한다. 특히 정치 후보자들의 아름다움(美)을 기준으로 한 남성 그리고 여성 유권자들의 반응의 서로 상이함에 대해서 시사 하는바가 크다 할 것이다. 선행연구에서 사용되었던 실제 선거 유인물 상의 사진들은 남성과 여성 후보자의 선거결과와 유권자들의 평가가 어떠한 관련성이 있는지 그리고 성별 차이에 대한 어떠한 괴리가 있는지를 개략적으로 제시하는데 많은 도움을 줄 것으로 생각한다. 그 결과 선거와 관련된 미용산업, 정치 컨설팅업, 여론조사업, 의류산업, 기타 관련 산업에서 이 연구의 정책적 함의를 이용할 수 있을 것이다.

이하에서는 선행연구를 검토하고, 연구의 설계를 언급한 후, 선거에서 유권자의 후보자 인식에 대한 내용을 살펴 결론을 도출하도록 하겠다.

## 2. 선행연구의 검토

실제로 현대 정치에서 이미지의 영향력은 점차 증대되어 이미지의 활용이 선거의 승패를 좌우하는 결과를 가져오는 경우가 많다. 정치영역에 있어서 아름다움의 역할에 관한 필자의 연구결과가 드러내는 주요한 학문적인 기여는 성(性) 역할의 체계적인 조사가 필요하다는 것이다. 만일 아름다움이라는 문제가 선거에서 이기기 위

하여 필요한 요소라고 한다면 이러한 질문은 여성 후보자와 남성 후보자에 있어서 차이를 드러내는 이점이 무엇을 의미하는지를 밝혀야 한다. 또한 필자는 공직선거에 출마한 후보자들의 아름다움과 다른 자질이나 특성의 평가에 있어서 남성 유권자와 여성 유권자가 다르게 반응하는 것인지를 조사하였다. 지금까지의 아름다움에 관한 국내 연구문헌들은 성(Gender) 문제에 관하여 전혀 관심을 기울이고 있지 않은 것 같다. 하지만 일반적이고 넓은 범위에 걸친 메타분석 연구에서 랑글로아 등은 다음과 같은 사실을 보고하고 있다[9].

메타분석은 특정문화권 내에서나 다른 문화권에 걸쳐서도 양자 모두 사람들은 어떤 사람이 매력적이고 또 어떤 사람이 매력적이지 않는가에 대해서 일반적으로 동의하고 있다는 점을 증명하였다. 나아가 매력이라고 하는 것은 실제 인생의 각 영역에서 매우 중요하고도 다양한 이점이 있다. 필자는 단지 성적(性的)인 차별성과 약간의 나이 차이와 같은 것은 어린 아이들과 성인 그리고 남성과 여성에 있어서 아주 중요한 문제임을 제시하고자 한다.

해머메쉬와 비들(Hamermesh Biddle, 1994)은 노동시장에서 아름다움은 심각할 정도의 커다란 벌칙이나 그와는 정반대로 프리미엄이 존재하지 않는다고 결론짓고 있다[10]. 특히 프리미엄의 경우는 남자보다는 여자에게 더 많을 것으로 생각하고 있지만 사실은 그렇지도 않다. 만일 어떤 경우 이와는 반대의 증거를 제시할 수 있다면 그것은 여성들이 얻는 수입보다도 남성들이 겉으로 드러난 외모를 기초로 해서 얻는 수입이 약간 더 높은 영향을 미칠 뿐이라는 것이다. 동일한 양적 결과를 다른 노동시장 연구들에서 확보할 수 있다. 아름다움에 초점을 맞추지 않고 노동시장에서 남성과 여성을 서로 다르게 취급하는 것에 대한 연구도 있다[11].

선거에 관한 연구들 중 성별이나 아름다움에 관하여 논의한 보고가 그리 많지는 않다. 반두치(Banducci et al., 2003) 등은 선거에서 여성 후보자들이 평균적으로 남성 후보자들보다도 더 매력적이지 못한 것으로 평가받고 있다고 보고하고 있다[12]. 하지만 이 연구는 남성과 여성 후보자 사이에 아름다움의 차이가 어떻게 선거에 영향을 미치는지에 대해서는 제시하지 못하고 있다.

해머메쉬(Hamermesh)는 미국경제협회(American Economic Association)의 고위직 선거에 대해서 살펴보

았고 그의 연구결과는 다음과 같은 점을 제시하고 있다. 남성 후보자의 선거 승리에 그의 아름다움이 크게 영향을 미치고 있음을 발견 하였다. 그에 의하면 거의 대부분의 경우에 통계적으로 아주 유의미한 영향이 아름다움으로부터 기인하는 것으로 보고하고 있다. 하지만 여성 후보자들에 대해서는 그와 같은 영향이 실제적으로 거의 없는 것으로 보고하고 있다. 그가 연구에서 선택한 표본 중 여성유권자의 74%가 다음과 같은 사실을 결과로써 증명하고 있는데 혹자는 여성 정치후보자의 아름다움이 아주 작은 한계효과를 나타낼 뿐이라고 기대하고 있다.

해머메쉬와 슈미트(Hamermesh & Schmidt)는 2003년 선거에서 성차별이 미치는 영향에 관해서 연구하고 그 결과 만일 후보자들의 자격이 동일하다면 선거에서 남성과 여성이 동일하게 취급받는다라는 사실을 계량경제학회(Econometric Society)에 발표하였다.

2006년 도날드와 해머메쉬(Hamermesh & Donald)는 미국경제협회(American Economic Association)의 선거를 연구하고 여성들은 선거에서 남성보다 이점이 있다는 사실을 발견하였다. 선거에서 여성 후보자의 당선은 남성들보다도 더 쉽다는 결과였다. 다른 결정 요소들로서 설명할 수 있는 것보다도 이러한 성별을 기초로 한 결과는 훨씬 더 결정적인 것이다.

1994년 딜링햄(Dillingham et al.) 등은 특수직업군의 선거에 관한 또 다른 연구에서 여성들이 다른 여성들에게 불비례적인 정도의 투표성향을 행사하고 있음을 발견 하였다. 반면에 남성들은 선거에 있어서 후보자의 성별에 영향을 받지 않는다고 하였다. 이와 같은 3가지 연구는 명백히 아름다움이라는 요소에 대하여 살펴본 것은 아니다.

클라인과 로사르(Klein and Rosar, 2006)는 후보자의 득표에 남성이 보다 더 긍정적으로 영향을 미치고 있음을 발견 하였지만 여기서 긍정적인 정도는 단지 0.5%에 불과한 것이었다[13]. 그들은 아름다움이라는 평가에 있어서 성차별이 있는지에 대해서는 조사하지 않았다.

성(性), 아름다움(美), 선거에 있어서의 승리에 관한 주된 초점 이외에 필자는 본 연구에서 또 다른 학문적인 성과를 제시하고자 한다. 여기서 주의할 것은 생물학적인 성(sex)이 아니라 사회학적인 성(gender)를 의미한다. 첫째, 유권자의 평가가 실제 선거에 있어서 승리와 어떤 관련성이 있는 것인가 뿐만 아니라 실제조사에 사용되었

던 사진을 이용하여 어떻게 후보자가 가상의 선거에서 승리할 수 있는지를 연구해 보았다. 둘째, 연구대상 후보에 대하여 아름다움뿐만 아니라 다른 어떤 특징이 유권자들에게 영향을 미치는지에 대해서도 검토해 보았다. 셋째, 필자의 연구는 정치인의 성공에 영향을 미치는 외모(얼굴 모습)가 어느 정도 영향력이 있는지에 관한 연구이고 이러한 연구의 시도는 정당 내에서의 후보자 사이의 경쟁뿐만 아니라 실제 선거제도에 있어서도 응용할 수 있을 것으로 생각한다. 이와 같은 경쟁의 유형에 초점을 맞추는 것에는 3가지의 혜택이 있다.

첫째, 많은 선거제도가 비례대표제를 택하고 있어서 복수의 정치 후보자들은 여러 곳에서 같은 정당 내에 있는 다른 후보자들과 경쟁을 하게 된다.

둘째, 미국에서 시행되고 있는 상대다수투표제도(plurality-vote systems)는 예비선거 단계에서 후보자들 사이에 당내 경쟁을 거쳐야 하고 그러한 이유 때문에 필자의 연구는 우리나라 보다는 오히려 미국의 정치제도에 분명한 의미를 함축하고 있다.

셋째, 본 연구에서는 대부분의 선행연구에서 그러했던 것과 마찬가지로 정당간의 경쟁보다도 정당내의 경쟁을 연구하기 위한 방법론적인 이점을 갖고 있다. 그 주된 이유는 선거제도에 있어서 아름다움(美)의 영향을 격리시키는 것이 보다 더 쉽기 때문이다. 서로 다른 정당의 후보자들 사이에 있어서 선택을 하는 것은 예를 들어 보수와 진보 같은 이데올로기 등의 요인들에 의하여 영향을 받을 것으로 기대하기 때문에 필자의 접근방식은 이와 같은 문제를 제어할 수 있을 것으로 생각하기 때문이다.

필자의 연구는 정치에 있어서 아름다움의 역할에 관한 최근에 등장하는 문헌에서 발견할 수 있는 것과 깊은 관련이 있다. 이 연구결과는 후보자들이 성차별에 의하여 특징을 갖고 있는지 여부에 관한 특별한 관점에서의 고찰이다. 그러나 연구의 설계는 선거결과의 확인과 그 결과의 확장이라는 필요성 때문에 선행연구 결과를 일반적으로 인용하는 간접적인 방법을 택하였다.

구체적으로 보면 반두치(Banducci et al., 2003) 등은 영국의 지방의회 선거에서 매력적인 후보자들이 14% 포인트 차이로 후보자의 득표지분이 가장 낮은 평가에서부터 가장 높은 평가로 증가하는 것으로 나타났는데 그 결과는 다른 어떤 매력(魅力)이라는 이점 때문이라는 사실을 보고하고 있다.

클라인과 로사르(Klein and Rosar, 2006)의 연구결과는 독일의 주(州)의회 선거에 관한 연구인데 의회구성 후보자들이 그 대상이었다. 여기에서는 평균적으로 낮은 후보자의 매력을 아름다움이 보충해 주었고 그 결과 후보자의 매력이 미치는 변화는 2% 내지 4% 포인트의 투표율에 변화를 가져올 수 있다고 보고하고 있다.

한편, 토도로브(Todorov et al., 2005) 등은 미국 연방 의회의 실제 선거결과를 기초로 선거에 사용된 사진을 분석한 결과 그 예측은 상원의원 선거의 71.6% 그리고 하원의원 선거의 66.8%에 해당하는 정도로 상당히 정확하게 그 후보자의 적격성을 추론할 수 있다고 제시하였다.

토도로브(Todorov et al.) 등은 2005년 자신들의 연구 결과에서 성별 특성에 관한 실질적인 어떤 것도 말하고 있지 않다. 반면에 한 명의 남성후보자와 한 명의 여성후보자 사이에 인종에 있어서 약간의 혜택이 있다는 것 이외에는 보다 더 적격성을 갖춘 것으로 인식한 후보들을 관찰하는 것을 제외하고는 특별한 특징은 없다고 발표하였다. 토도로브 등의 가정은 남성후보자와 여성후보자의 관련성 있는 적격성을 평가하는 것을 유권자들이 원하지 않는다고 하였다.

벤자민과 샤피로(Benjamin and Shapiro, 2006)는 미국 주지사 선거에 있어서 실제 투표율의 변화에 관한 약 20%가 비디오 클립의 평가에 의한 것이라고 설명하고 있다.

정치영역에 있어서 아름다움의 역할에 관한 연구를 하기 위해서 필자는 해외 정치지도자들에 관한 수많은 얼굴 사진에 대하여 인터넷 검색을 실시하였고, 통계적인 유의미성을 얻기 위하여 커다란 모집단의 응답자들을 수집하여 실시한 조사를 분석하였다. 여기에는 5점 척도의 평가로써 정치인들의 몇몇 특성과 그들의 얼굴에 대한 평가를 담고 있다. 분석대상의 조사는 위험성을 최소화하기 위하여 해외 정치인들을 대상으로 하였고 응답자들이 사진에 대해서 인식할 수 있는 대상만을 기준으로 수행한 자료를 분석대상으로 하였다.

정치후보자들의 각각의 아름다움에 대한 점수는 9가지 평가요소에 관하여 평균을 기준으로 하였고 과거에 시행된 선거에서 그들이 얻었던 득표수와 관련성을 찾았다. 질문에 대하여 응답한 사람들에게 보여준 선거유인물 상의 사진은 정당들이 사용한 정치광고에 나타

난 후보자들의 얼굴을 유권자들에게 제시한 것이다. 선행연구에서는 이러한 조사결과를 가상의 선거를 전제로 4명의 후보자들에게 그들이 투표를 할 수 있다고 가정하고 누구를 선택할 것인지를 물었다.

### 3. 연구의 설계

#### 3.1 연구대상

##### 3.1.1 사실

필자가 연구에서 분석대상으로 사용한 선행연구는 그 정치적인 배경설정이 핀란드이고 선거제도는 비례선거이다[14]. 핀란드는 단원제 의회제도를 채택하고 있고, 14개 선거구로 나뉘어져 있으며, 선거에 의하여 전체 199명의 의원들을 선출한다. 그리고 자치주에서 선출하는 1명의 의원을 합하여 200명의 의원이 존재한다. 선거는 매 4년마다 실시되고 현재 8개의 정당이 의회를 구성하고 있다.

각각의 선거구에서 정당들은 알파벳 순서에 따라 자신들의 후보자를 투표용지에 표시한다. 또한 선거연합(electoral alliances)이나 합동으로 선거인명부에 등재할 수도 있다. 단순화를 위해 오로지 정당의 명칭만을 언급하여야 한다. 각각의 유권자들은 선거에서 하나의 투표용지에 1명의 후보자를 선택할 수 있고 또 반드시 1명에만 투표하여야 한다.

2003년 총선에서 투표 참가자는 투표권을 가진 시민 가운데 69.7%가 참여하였다. 여성 후보자들은 모든 투표수의 42.6%를 획득 하였고 전체 의회의원 200명 중 여성 의원은 75명에 달하였다.

##### 3.1.2 표본

본 연구의 검토는 해머메쉬(Hamermesh)와 비교하여 4배에 해당하는 수의 응답지를 사용한 조사를 분석하였다. 즉, 토도로브(Todorov et al.) 등은 34명의 응답자들로부터 아름다움에 대한 평가를 수집하였다[8]. 모비우스와 로센블라트(Mobius and Rosenblat)의 50 표본, 반두치(Banducci et al.) 등의 100 표본, 벤자민과 샤피로(Benjamin and Shapiro)의 264 표본, 그리고 토도로브(Todorov et al.) 등의 843 표본보다도 더 많은 2,800개의 선행연구 조사결과를 분석하였다. 이런 결과는 일종의

민감성 테스트와 같다. 따라서 후보자는 자신의 모습을 있는 그대로 보여주기 보다는 이미지 조작 및 변경을 통해서라도 긍정적인 모습을 유권자에게 보여줄 필요가 있다고 생각한다. 그러므로 필자는 작은 표본의 분석에 의하여 조종이 되는 결과의 위험을 줄이기 위하여 다른 어떤 연구보다도 더 많은 응답결과를 확보한 조사를 대상으로 분석하였고, 선거에 활용된 많은 사진들을 사용하여 가능한 다양한 사람들로부터 응답을 확보하려고 시도한 연구를 대상으로 분석하였다. 필자의 이러한 분석을 적용하면 관찰 가능한 유형에 대한 하나의 선거구 혹은 하나의 특정지역 내에 관한 설명을 보편화 시킬 수 있을 것이다.

#### 3.2 조사

##### 3.2.1 조사의 전제조건

사회과학자들에게 아름다움(美)이 의미가 있는 변수로써 연구대상이 되기 위해서는 이 개념에 대한 이해가 숫자로 밝혀져야 할 필요가 있을 뿐만 아니라 연구자들 사이에 어느 정도 안정적인 동의나 그들의 합의를 반영할 수 있어야 한다. 랑글루아(Langlois et al., 2000) 등의 연구는 선거에서 누가 관심을 끄는 인물이고 또 누가 관심을 끌지 못하는 인물인지에 관하여 통계적으로 중요한 동의와 고려할 만한 사항이 존재한다고 밝히고 있다. 그런데 이렇게 관심을 끄는 요소는 특정문화권 혹은 복수의 문화권에 걸쳐 발생하는 요소이다.

해머메쉬와 비들은 다음과 같이 서술하고 있다[15]. “특정시점에서 특정문화권 내에는 아름다움의 기준에 관한 광범위한 동의가 존재하고 이러한 기준은 매우 천천히 변화하고 있다.” 동일한 점에 관하여 아담스(Adams), 페인올드(Feingold), 존스와 힐(Jones and Hill), 페렛 등(Perrett et al.), 커닝햄 등(Cunningham et al.), 그리고 아론(Aharon et al.) 등이 찬성하였다[16]. 그렇지만 필자는 국가들 사이에서 현저하게 작은 차이점들을 발견했다. 예를 들어 아름다움에 관한 5점 척도의 평균평점이 스웨덴은 2.7, 미국은 2.8, 프랑스는 2.6, 독일은 2.8, 덴마크는 2.7, 기타 국가는 역시 2.7이었다. 이것은 서로 다른 나라들로부터의 반응이 동일한 시간 동안의 같은 사진으로부터 평가한 것이 아니다. 그렇기 때문에 의사를 표시한 모든 국적의 반응자들 사이에 각각의 사진에 대한 평가의 중간에서 국가평가의 표준편차와 비교할 수 있다.

필자는 선행연구로부터 다음과 같은 결과를 얻었다. 서로 다른 나라의 유권자들은 똑같은 사진에 대해서 매우 동일한 평가를 내렸다는 사실은 분명해 보인다. 다만, 유일하게 프랑스만은 후보자들의 사진에 대해서 다른 국가의 유권자들보다 아름다움에 대하여 약간 낮은 평가를 하고 있다. 즉, 스웨덴은 0.0002, 미국은 0.0164, 프랑스는 0.1092, 독일은 0.0288, 덴마크는 0.0246, 그리고 다른 국가는 0.0151이다. 이러한 기초지식에 따라 필자는 인터넷을 기반으로 한 선행연구의 조사를 본고의 작성에 원용하였다. 질문과 선택할 수 있는 답변에 대한 간략한 내용을 아래에 소개하였다. 위의 조사에서 연구자들은 어떻게 정치후보자(인물)의 아름다움이라는 요소가 선거에서 좋은 결과를 내는지를 해석하고 선거에서 승리를 결정하는 요인이 무엇인가를 보다 정확하게 밝히기 위해서 아름다움에 관하여 질문하였을 뿐만 아니라 가능한 관련성 있는 후보자의 다른 특질들도 질문 하였다. 연구자들은 사진이 사람의 진정한 성격을 나타내는 것을 평가하는 것이 가능하다고 주장하지 않는다. 이 연구는 유권자들의 인식과 그것들이 어떻게 서로 관련되어 있는지에 관한 것이다. 숨어있는 어떤 진실한 성격들도 그 관련성의 주장에 관하여 해석될 수 있는 관계라고 보고된 것은 하나도 없다. 이 선행연구의 조사는 지금부터 10년 전인 2006년 봄과 여름에 수행되었다.

### 3.2.2 조사방법

본고의 분석 대상인 연구는 여러 명의 동료 연구자들과 핀란드 밖의 다양한 대학에서의 학생들의 도움으로 수행되었고 연구방법은 강의와 이메일로 수행되었다. 연구자들은 전통적인 학생설문 응답자 모집방법을 택하였는바 많은 수의 참여자들이 기꺼이 응답하겠다고 하였고 매번 응답실시에 100명 이상의 사람들이 응답하였으며 스웨덴의 읍살라대학(Uppsala University)과 프랑스의 사이언스 포 대학(Sciences Po)에서 실시되었다. 학생이 아닌 신분의 조사 참여자들에게 관심을 불러일으키고 이러한 연구에 참여시키기 위한 요청은 위 읍살라 대학의 동창들에게 이메일을 보냈으며 두 개의 전문가 집단인 국제공공금융연구소(International Institute of Public Finance)와 유럽공공정책선택학회(European Public Choice Society) 구성원에게도 이메일을 보냈다. 연구자들은 또한 연구를 널리 홍보하기 위하여 여러 명의 블로

거들과도 협력하였다. 여기서 블로그는 웹블로그를 의미한다. 즉, 현재의 논쟁이 일고 있는 주제나 사회문제에 관하여 개인적인 평가를 게시한 웹사이트를 말한다.

연구진들의 자료수집 방법은 전통적인 학생응답자와 다른 방법으로 모집된 응답자들을 서로 분리하여 연구결과를 도출하였다. 응답자들에게는 참여에 대한 선택으로써 100유로에 해당하는 복권 추첨 기회가 주어졌고 이 연구결과에 대한 장래의 연구결과 요약본을 받아볼 수 있는 주문 기회가 부여되었다. 연구자들은 똑같은 사진을 이용하여 또 다른 웹조사를 실시하였다. 3,500명의 참가자들로부터 39,000개의 응답을 확보하였다. 사진이 정치적 선거의 후보자 모습을 묘사하는 이전의 조사에서 연구자들이 보고한 적이 없었던 것처럼 연구자들은 오로지 현재의 조사에 초점을 맞추었다.

연구자들은 정치적인 것을 연구하기 때문에 응답자들이 누구에게 투표할 것인가를 묻지는 않았다. 그럼에도 불구하고 이전의 조사와 제조사에서 매우 높은 연관성을 제시하고 있고 그 결과에 대한 분석이 아주 민감한 것으로 나타났다. 양자의 조사가 통합되었을 때 각각의 사진들은 대략 30개의 평균적인 평가를 받을 수 있었고 이러한 결과는 통계적으로 매우 튼튼한 지지를 보여주고 있다. 아주 중요한 것은 연구자들이 발견한 결과가 실험에 참가한 유권자들이 사진에 나타난 사람이 정치인인지 아닌지를 분간할 수 있는지 여부에 대해서 상대적으로 동일하다는 점이다.

### 3.2.3 조사의 통제

연구진들은 각각의 조사 참여자들에게 한번에 4장의 사진을 보여주었고 이 중 두 명은 여성이고 나머지 두 명은 남성 사진이었으며 이 4장의 사진 중에서 응답자들은 무작위로 하나를 선택할 수 있게 하였다. 조사 참여자들이 선택한 결과와 관련하여 여러 개의 질문도 동시에 주어졌다. 물론 거기에는 선택사항이 있었는데 4장의 사진을 평가한 후에 4장의 사진에 대한 추가적인 평가를 할 수가 있으며 이번에는 선택과 관련하여 오로지 여성만을 평가할 것인지 아니면 오로지 남성만을 선택할 것인지 이것도 아니면 계속 혼합된 선택지를 받을 것인지에 관하여 질문할 수 있도록 하였다.

이 연구에서 응답자들에게는 주어진 사진을 살펴보는 데 대한 시간제한을 두지는 않았다. 추측컨대, 실험에 참

가한 가상의 유권자들은 사진을 관찰한 것이 서로 다른 시간대였다고 하지만 이것이 특별히 문제되는 것은 아니다. 비슷한 연구는 1992년 엠바디와 로젠탈(Ambady & Rosenthal)의 연구인데 얼굴에 관하여 특징인이 가지고 있는 예측가능한 것 보다 더 큰 정확성을 포기하지 않고 행동특성을 오랜 기간 동안 관찰함으로써 연구를 수행한 것이다[17]. 사진의 크기는 대략 5 x 3.5cm(2 x 1.37인치)이었으며 주인공들은 오로지 얼굴만 찍힌 사진이었다. 어느 누구에 관해서도 사진 이외에는 어떠한 정보도 주어지지 않았다.

핀란드에서 정당은 각각의 지역구에 배포한 포스터에 각각의 선거출마 후보자들의 사진 한 장만을 게시할 수 있다. 이러한 사진들이 조사에 참여한 정당으로부터 연구자들에게 제공되었다. 그리하여 이 연구에 참여한 응답자들은 실제 선거에서 유권자들이 관찰할 수 있는 동일한 사진을 보여주었다. 연구자들이 연구를 수행함에 있어 사용한 사진은 유권자들에게 정확하게 제시하였고 이것은 사진의 품질이나 후보자가 어떠한 의상을 입고 있는지 등에 관한 것은 다른 사진들에서 사용한 것과 비교하여 특별히 중요한 문제는 아니었다. 심지어 후자는 실제 가상의 유권자들에게 보여준 사진보다도 다른 사진을 사용하는 것이 선거에 있어서 성공에 영향을 미치는 후보자의 외모를 평가하는데 편견을 갖는 것이라고 비판할 수도 있다. 결국 모든 가상의 유권자들은 후보자를 직접 대면해서 볼 수 있는 행사에 참석하지 않았다. 즉, 이들은 오로지 홍보물에 제시된 사진에만 의존하였다. 사진에 나타났는 후보자들은 4개의 정당에서 출마한 자들인데 사회민주당(Social Democratic Party), 국민연합당(National Coalition Party), 좌파동맹(Left Alliance), 그리고 녹색연맹(Green League) 등이다. 이와 같은 정당들은 2003년 총선에서 의회구성원으로 선출된 의석의 63%를 점하고 있다.

### 3.3 자료

#### 3.3.1 사진의 수

연구에 사용된 핀란드 정치 후보자들의 사진은 1,929개가 포함되어 있는데 구체적으로는 남성이 1,009명으로서 52%, 여성이 920명으로서 48%이었으며, 지방선거에 사용된 사진이 57%, 전국단위의 수준에서 실시된 선거에 사용된 사진이 43%이다. 연구자들은 적어도 4장의 사진

에 대한 전체에 걸친 평가를 마친 응답자들에 의한 평가만을 포함시켰다. 가상적인 선거를 연구한 경우를 제외하고 연구자들은 적어도 3가지 평가를 마친 사진들만을 포함시켰다. 이러한 조건을 충족한 것은 1,789장의 사진이었다. 아래의 실제 선거결과에 관하여 논의한 부분에서 연구자들은 현직자들이 아닌 후보자들의 1,569장의 사진을 대부분 분석하여 그 범위로 논의를 한정시켰다.

#### 3.3.2 응답자 수

적어도 4개의 사진에 대한 평가를 마친 응답자로부터 받은 사진에 대한 평가의 수는 16,432개였다. 평균적으로 각각의 사진은 9명의 응답자들로부터 평가가 있었다.

<Table 1> Number of response by nations

Nations	Residential states		Home	
	No.	ratio	No.	ratio
USA	859	31.0	800	28.9
Sweden	850	30.7	863	31.1
France	261	9.4	230	8.3
Germany	220	7.9	219	7.9
Nenmark	156	5.6	154	5.6
others	426	15.4	506	18.2
Total	2,772	100	2,772	100

주의사항: 응답자들은 적어도 4장의 사진에 대한 평가를 나타냈다. 66%가 남성이었고, 34%가 여성이었다. 32%는 학생들이었으며, 이중 14%가 박사과정 혹은 그 이상의 학위 소지자 학생들이었다. 응답자의 평균 연령은 31세였다. 응답자들이 사진속의 정치인들을 인식하지 못하도록 하는 것을 보증하기 위하여 핀란드에 살고 있는 응답자들에게는 스웨덴 정치인들의 사진을 보여주었고, 그들의 평가는 이 연구결과의 부분에 포함시키지 않았다.

## 4. 선거에서 유권자의 후보자 인식

### 4.1 후보자의 특질에 대한 인식

본 연구에서 측정항목으로는 선거유인물의 사진에 나타난 후보자의 아름다움, 적격성, 호감도, 신뢰성, 지적능력 5가지를 선정하였다. 이러한 항목의 선정은 선거후보자의 자질과 이미지의 상호관련성을 알아보기 위한 것이다. 측정항목의 신뢰도는 결과를 나타낸 테이블에 개별

적으로 설명하였다. 이러한 측정항목은 선행연구자 마다 항목설정이 다양하다. 예를 들어, 최영재와 박동진은 “정치인과 CEO의 이미지에 관한 연구”에서 인지적, 감정적 요소의 구성과 효과를 측정항목으로 선택하였고, Rahn, *et al.*, (1990)은 ‘공적 이미지와 사적 이미지’를 측정항목으로 선정하였다. 메타분석의 방법을 택한 본연구는 Berggren *et al.*,(2006)의 선행연구인 The Looks of a Winner: Beauty, Gender and Electoral Success를 기초로 설정되었다.

각각의 사진은 5개의 응답선택지를 사용하여 평가를 하였는바 연구자들은 이것을 5점 척도로 변환하였다. 가장 낮은 아름다움에 대한 평가는 1점, 가장 높은 수준에서 아름답다고 평가한 것은 5점에 해당한다. 후보자들에 대한 특질을 평가함에 있어서 응답자들은 원하지 않는 경우 평가를 하지 않을 선택권을 부여받았다. 이와 같은 선택 결과 아름다움에 대한 0.5% 포인트와 신뢰성에 대한 7.9% 포인트 사이에서 응답자들은 다양한 거부권을 표시하였다. 응답자들 사이에는 실질적인 합의사항이 존재하는데 만일 아름다움에 관한 두 개의 그룹에 초점을 맞추자면 그것은 평균이상(4점 및 5점) 및 평균이하(1점 및 2점)로 나눌 수 있다. 주어진 정보에 대한 평가자 내부의 동의의 일치도를 나타내는 카파계수(kappa coefficient)는 0.48이며 이는 통계적으로 매우 높은 유의성을 가진다. 그러나 남성과 여성의 응답자들은 항상 자신들의 평가에 동의를 하는 것은 아니다<Table 2>.

평균적으로 남성 응답자들에게는 분명한 성향이 존재하는데 여성 후보자의 사진을 보여주었을 때 여성 응답자들이 했던 것보다도 낮은 긍정적인 평가를 보였다. 남성 후보자들의 사진에 대한 평가에는 보다 더 적은 차이를 나타내었는데 5% 수준에서 오로지 통계적으로 유의한 차이는 여성 응답자들이 보이는 반응과 비교하여 잘 생기고 아름다운 사진에서 남성 응답자들이 남성 후보자들을 찾는 수준이었다. 학생들과 가상의 실험에 참여한 다른 응답자들로부터 수집한 평가는 놀랍게도 유사하며 (평균 2.69이고 학생이 아닌 자들은 2.79), 통계적으로는 학생들이 아름다움에 관하여 후보자를 평가함에 있어서 어느 정도는 보다 부정적인 결과를 나타냈다는 점에서 중요한 차이점이 있을 뿐이고, 신뢰성에 관해서는 오히려 더 긍정적으로(평균 3.23이고 학생이 아닌 자들은 3.17) 평가하였다.

<Table 2> Evaluation of average

Variation	Male respondents evaluating male candidates	Female respondents evaluating male candidates	Male respondents evaluating female candidates	Female respondents evaluating female candidates
beauty	2.644	2.573	2.790	3.009
competence	3.304	3.272	3.205	3.389
likability	3.069	3.060	3.223	3.371
trust	3.043	3.015	3.292	3.418
intelligence	3.382	3.352	3.229	3.367

평균적으로 남성 응답자들은 여성 정치 후보자들보다도 남성 정치 후보자들이 보다 더 지적이며 정치인으로서의 적격성을 갖고 있는 것으로 인식하고 있고, 여성 정치 후보자들은 보다 더 아름다우며 사람들에게 호감이 있고 그리고 더 신뢰할만하다고 인식하고 있다. 조사에 참여한 여성 응답자들은 조사대상 모든 문항에서 여성 정치 후보자들의 특징에 보다 더 긍정적인 평가를 내렸으며 지성 항목의 평가에서 비록 차이가 있다 할지라도 이것은 통계적으로 유의성은 없다. 상관계수(correlation coefficients)에 대해서는 <Table 3>에 제시하였다. 연구자들이 사용한 질문 내용은 본고의 부록 설문항목으로 제시하였다.

<Table 3> Correlation matrix

	beauty	competence	likability	trust	intelligence
beauty	1.0000				
competence	0.3154	1.0000			
likability	0.4077	0.3185	1.0000		
trust	0.2169	0.3801	0.5058	1.0000	
intelligence	0.2778	0.6531	0.2803	0.3632	1.0000

주의사항: 보고된 모든 특성은 통계적으로 중요하고 서로 긍정적인 상관관계를 나타낸다. 가장 강한 상관관계는 적격성과 지성사이의 관계이며 가장 약한 상관관계는 아름다움과 신뢰성 사이의 관계였다. 아름다움은 호감과 가장 강한 상관관계를 갖는다. 상관관계는 학생들과 학생이 아닌 자들 사이에서도 매우 유사하였다. 다만, 통계적으로는 중요한 차이가 있는데 학생들은 신뢰



성에 대한 연관이 아름다움과(학생들의 상관관계는 0.199였고 학생이 아닌 자들은 0.235였다.) 적격성에 대한 것보다 약하게 나타났다(학생들의 상관관계는 0.360이었고 학생이 아닌 자들은 0.396이었다).

#### 4.2 가상의 선거

실제 현대선거에서 유권자들의 태도 결정에 영향을 미치는 요인들은 많지만, 특히 정치커뮤니케이션에 있어 후보자들은 유권자들에 대한 노출을 자신들의 영향력과 동일시하게 된다. 따라서 후보자들은 유권자들에게 노출되기 위해 인력과 정보, 자료 등 모든 가용자원을 동원하게 된다.

조사대상 연구에서는 응답자들에게는 가상의 선거에서 그들이 방금 평가한 후보자들의 한명을 선택하는 선거인데 4명의 후보자들에 대해 한 표를 행사하도록 요청을 하였고 원하지 않으면 투표에서 기권을 할 수도 있으며 '응답하기 싫다'라는 항목을 선택할 수 있게 하였다. 안내사항은 다음과 같다. "때때로 사람들은 아주 작은 정보만을 가지고 선거에 참여하게 된다. 당신은 의회(미국의 의회 국가의 응답자) 혹은 하원(미국의 응답자)의 구성원인 이 사람들에게 대하여 투표권을 행사할 수 있다거나 또는 투표에 대해서 기권할 수 있다고 가정해 보자. 어떤 것이 당신의 선택인가?" 만일 어떤 사람이 선거에서 선출된 후보자의 득표율을 보았다면 그리고 이것이 평가를 받은 정치인의 특성에서 아주 긍정적인 측면에서 가장 큰 영향을 미치는 선택지의 하나로서 선정되었다면 유권자는 실제로 아름다움이라는 요소에 대하여 가장 낮은 점수를 부여했다는 사실을 알 수 있을 것이다. 오로지 45%의 응답자들이 자신들이 투표에서 표를 준 후보자들은 가장 아름다운 사람이었다고 생각하고 있다. 정치인으로서의 적격성은 이러한 측면에서 가장 중요한 특질인 것으로 보인다. 60%의 응답자들이 자신들이 표를 준 후보자들은 정치인으로서의 가장 적격성을 갖춘 후보자라고 생각하고 있다. 상세한 평가에 대해서는 아래 <Table 4>를 참조.

<Table 4> Evaluations of elected and non-elected candidates, hypothetical election

Elected candidates			Chosen as	Non-elected candidates		
All candidates, percent	Male candidates, percent	Female candidates, percent		All candidates, percent	Male candidates, percent	Female candidates, percent
44.8	32.7	53.3	most beautiful	18.5	11.4	24.9
59.8	64.4	56.5	most competent	14.0	15.9	12.2
46.7	40.7	51.0	most likable	17.6	13.1	21.6
52.6	49.4	54.8	most trust worthy	14.9	11.6	17.9
53.5	8.6	49.9	most intelligent	16.4	18.1	11.5

주의사항: 아름다움과 다른 특성들에 대한 평가는 여기서는 5점 척도로 추측하지 않고 한 번에 4명의 후보자들 사이에 선택을 기초로 하였다.

성별의 차이에 대해서 살펴보면 응답자들 사이에서 아래 <Table 5>와 같은 사실이 드러나는데 가상의 선거에서 사진이 차지하는 몫 보다 더 자주 여성후보자들이 선출된다는 내용이다. 여기서 구성요소는 50%이다. 왜냐하면 여성 유권자들은 상대적으로 여성 정치후보자들을 더 잘 선택하기 때문이다. 이와 같은 결과는 실제로 68.3%의 비율로 나타났다. 반면에 남성은 남성 정치후보자에 대해서 우호적인 성향이 훨씬 낮게 나타났다. 이와 같은 결과는 딜링햄(Dillingham et al., 1994) 등의 연구결과와 궤를 같이 하는 것으로써 여성이 때때로 선거에서 유리하다는 사실을 보고한 연구결과이다.

<Table 5> Gender differences in the hypothetical election

Sample	Sample Women's share of "elected" candidates
total	56.2
Male respondents	48.4
Female respondents	68.3

주의사항: 위 <Table 5>은 4명의 정치후보자들 즉, 남성 2명과 여성 2명 사이의 선택을 기초로 하고 있다. 따라서 이 가상의 선거에서 후보자의 50%는 여성 후보자이다.

여성 정치후보자에 대한 여성 응답자의 선호도는 대체로 아래 <Table 6>의 결과와 일치하고 있다. 이것은 종속변수(dependent variable)에 관하여 가상의 선거에서 후보자들에 대한 응답자의 선택지가 선형확률모형(linear probability model)으로부터 나온 결과이다. 다섯 가지의 특성 중 오로지 3가지의 독립변수들인 아름다움과 후보자 적격성과 신뢰도 사이에서 나타나는 상관관계가 다중공선성(multicollinearity)을 띠기 때문에 이 연구에서 회귀분석이 사용되었다.

<Table 6> Linear probability model of the hypothetical election

classification	(1)	(2)
	Elected by female respondents	Elected by male respondents
beauty	0.161*** (0.012)	0.143*** (0.009)
competence	0.294*** (0.012)	0.295*** (0.009)
trust	0.210*** (0.012)	0.210*** (0.009)
male candidate	-0.063*** (0.010)	0.024*** (0.008)
Observations	5,172	8,650
R-squared	0.27	0.24

괄호 안은 표준오차이다. 이 연구에서 사용된 회귀는 상수항(constant term)이다. \*은 유의도 10%; \*\*는 유의도 5%; \*\*\*는 유의도 1% 수준이다.

아래에서는 연구자들은 호감도를 배제하였는바 그 이유는 이 특질이 아름다움이라는 요소와 아주 높은 상관관계를 갖기 때문이었다. 또한 지성은 적격성이라는 특질과 강한 상관관계를 갖고 있었기 때문에 역시 회귀분석을 할 수밖에 없었던 것이다. 설명변수(explanatory variables)는 가장 아름다운 것, 가장 적격성을 갖춘 후보, 가장 신뢰성 있는 후보에 대한 선택을 위한 의견상의 변수인 더미변수(dummy variables)이었다. 남성 후보자는 남성 후보자들에 대한 더미(거짓후보)로 작용하였다. 위의 <Table 6>은 두 명의 남성 후보자와 두 명의 여성 후보자 사이의 선택을 기초로 하고 있다. 남성과 여성은 그들 자신의 성별과 일치하는 후보자들을 더 선호하고 이러한 유형은 여성에게 특히 더 강하게 나타나는 것으로 밝혀졌다. 남성과 여성에 대한 정치 후보자의 아름다움은 적격성 보다 더 중요성이 낮은 것으로 드러났다. 실험 결과들은 금지모형을 확인해 주고 있다.

4명의 여성 후보자들 사이의 선택에 관하여 살펴보고 필자는 약간의 동일한 결과를 발견할 수 있었다. 그것은 여성 응답자와 남성 응답자들 모두 선거에서 후보자 선정기준에 관한 아름다움이라는 문제이다. 그러나 4명의 남성 후보자들에 대한 선택에 있어서는 아름다움이라는 요소가 오로지 통계적인 유의성만을 갖고 있고 여성 응답자들에 대한 계수의 크기(coefficient size)는 변변하지 못하다. 또한 아름다움이 실제 선거에서 선출되는 결과와 비선형적(nonlinearly)으로 관련이 있는 것이 어떠한 영향을 미치는지 살펴보기 위하여 각각의 선택지에 대하여 다섯 가지 수준의 아름다움에 대한 더미변수를 사용하여 조사를 반복하였다. 결국 그 결과는 대략 선형(linear)의 결과를 나타냈다.

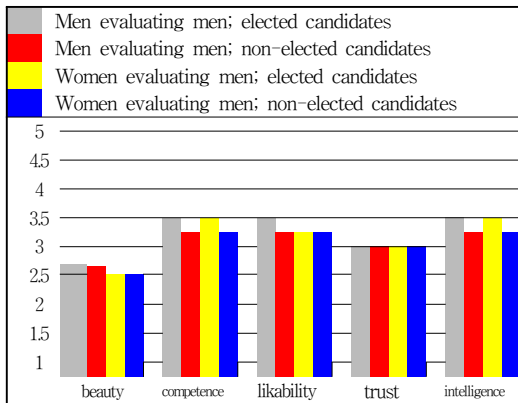
### 4.3 실제의 선거

필자는 이제 아름다움의 중요성에 대하여 평가를 하고 선거에서 승리하는데 필요한 특질들에 대해서 평가를 시도해 보고자 한다. 핀란드 유권자들에 의하여 평가를 받은 주어진 사항은 후보자들에 대한 그들의 정보와 지식에 의하여 영향을 받을 것 같다. 후보자의 정치적 이미지는 대중 매체를 통해 유권자들에게 전달되고, 유권자들은 이것을 기준으로 자신의 정치적 태도를 결정하기 때문이다. 따라서 핀란드 응답자들을 이용하는 것은 체계적인 측정상의 오차를 발생하게 된다. 이러한 문제점은 핀란드 이외의 다른 나라로부터 수집한 응답자에서만 그 결과가 일어날 것 같지는 않다. 어떤 실험 참가자들도 특정 후보자들에 대하여 정확하게 인식하고 있지 못했다. 17가지 사례에서 응답자들은 실험을 위한 후보자를 다른 정치인으로 오인하는 응답을 제시하였다. 타르야 할로넨(Tarja Halonen)은 유일한 핀란드 정치인이었으나 어느 누구도 이 사람을 정확하게 알지 못하였다. 열 개의 응답은 “내가 후보자를 알고 있지만 그 이름은 기억하지 못한다”는 종류의 대답이었다. 해머메쉬(Hamermesh)처럼 필자는 실제 선거에서 선출된 후보자의 득표율을 살펴보았는바 당선자의 득표수는 후보자의 특성에 관한 그들의 예상 득표수보다도 평균 이상을 나타낸다. 아래 <Table 7>을 참조.

[Table 7] Share of elected candidates with scores above average, real elections

traits	All elected candidates	Elected male candidates	Elected female candidates
beauty	52.2%	40.0%	62.8%
competence	63.3%	65.6%	61.4%
likability	57.8%	40.8%	72.4%
trust	56.3%	40.0%	70.3%
intelligence	58.5%	64%	53.8%
# elected candidates	270	125	145

아름다움의 경우에는 선출된 후보자들의 과반수가 평균 이상의 평가를 받았다. 이 후보자들은 비록 아름다움이 정치에 있어서 일종의 무형의 자산(intangible asset)에 해당하지만 이 특질은 결코 실제 선거에서 당선되기 위한 필수 불가결한 요건을 의미하는 것은 아니다. 그러나 필자는 분명히 선거에 있어서 성별 사이의 일종의 차이(gap)가 존재한다는 사실을 발견 했다. 당선된 남성 후보자의 단지 40%만이 아름다움에 대한 평가요소에서 평균 이상의 점수를 받았고, 여성 후보자들은 응답자의 63%에 해당하는 수치의 평가가 평균 이상을 획득하였다. 현직자가 아닌 다른 후보자들과 비교하여 보아도 그들의 자신의 성별은 남성의 경우 당선자의 57%, 여성의 경우 당선자의 65%가 아름다움이라는 특질에 있어서 평균 이상으로 평가를 받았다.

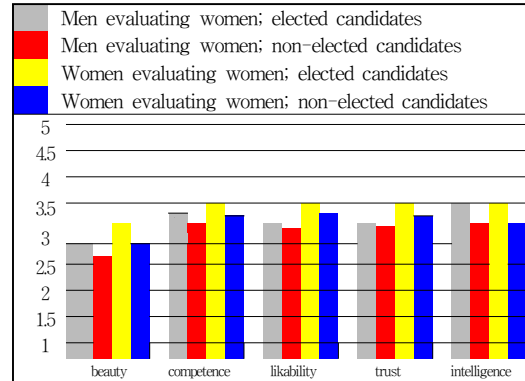


[Fig. 1] Evaluations of elected and non-elected male candidates

보다 더 자세한 사항을 그림으로 제시할 수 있다. 만일 우리가 평균 평가를 살펴본다면 그리고 응답자의 성별을

고려한다면 다음과 같은 그림으로 제시할 수 있다. 그림 1은 선출된 남성 후보자와 선출되지 못한 남성 후보자가 남성 및 여성 응답자 모두로부터 유사하게 평가를 받았음을 보여주고 있다. 한 가지 눈에 띄는 차이점은 인식할 수 있는 후보 적격성이 선출되지 못한 남성 후보자들과 비교하여 선출된 남성 후보자들 사이에서 약간 높게 나타난다는 점이다. 아름다움에 관하여는 선출된 그리고 선출되지 못한 남성 후보자들의 평가는 양자 모두 매우 근접한 결과를 보여주고 있다.

여성 후보자들에 대하여는 위와 같은 사실이 매우 다르게 나타났다. [Fig. 2]에서 보여준 바와 같이 남성과 여성 응답자는 선출되지 못한 여성 후보자보다도 선출된 여성 후보자의 아름다움에 대하여 보다 더 높은 점수를 부여 하였다. 또 다른 차이점들은 그 크기가 아주 작지만 남성 후보자들 사이에 있어서만큼 그리 작지는 않았다. 여기서 혹자는 남성 응답자들은 그들이 선택하지 않은 여성 후보자들보다도 선택한 여성 후보자들에게 높은 후보적격성 평가를 한 것으로 보인다고 설명할 수 있을 것이다.



[Fig. 2] Evaluations of elected and non-elected female candidates

다음으로 필자는 회귀분석 결과와 함께 가상의 선거를 위한 이 결과를 연결 시켜보았다. 이는 2003년 및 2004년 실제 선거에서 후보자들이 얻었던 득표율과 아름다움 및 다른 특질이 어느 정도 관련성을 갖고 있는지를 테스트 해보고자 한 것이다. 여기에서 필자는 특히 성별차이에 깊은 관심을 기울였다. 필자는 현직자가 아닌 후보자들의 커다란 그룹에 대해서 초점을 맞추었다. 모든 회귀

이하의 오로지 비현직자 후보들에 기초를 두고 있다. 현직에 있는 후보자는 선거에서 성공하는 것이 비현직자들보다도 훨씬 더 강한 예상을 할 수 있는바[18], 현직자와 비현직자 사이의 차이가 선거결과를 결정하는 것으로 보인다는 것을 증명하였다.

우리나라에서 '완전 오픈 프라이머리'를 반대하는 입장의 논리도 이와 비슷하다. 이와 같은 종류의 연구에서는 선거에 있어서 승리를 설명하기 위해 현직자 프리미엄을 사용하는데 이것은 왜 현직 정치인이 단번에 선거에서 승리하는지에 대한 질문을 피해갈 수 있다. 당내 경선과 정당명부에 있어서 비례대표제도 때문에 우리는 현직자가 아닌 후보자들만으로 연구를 수행할 수 있다. 반면에 미국의 선거제도와 같이 복수투표시스템을 채택하고 있는 경우에는 현직자와 비현직자들이 다른 정당들 사이에 서로 마주볼 수 있는 특징을 가지고 있다.

2006년 벤자민과 샤피로(Benjamin & Shapiro)는 자신들의 연구에서 현직자들을 위한 가상모형을 사용하였지만 이것이 모든 현직자들을 어느 정도까지 포섭할 수 있는지는 확실하지 않고 이 방법은 다른 변수들이 나타났다. 그리하여 필자는 이에 대하여 필자가 설정한 필자만의 이점이라고 생각한다.

<Table 8> National election regression results including incumbents

classification	Vote share	Vote share
	female candidates	male candidates
beauty	1.663*** (0.54)	0.614 (0.63)
competence	0.187 (0.78)	1.204* (0.68)
trust	0.246 (0.79)	0.448 (0.69)
incumbent	10.27*** (0.90)	12.64*** (0.86)
young	0.0793 (0.057)	0.0568 (0.064)
old	-0.0185 (0.061)	-0.0452 (0.056)
observations	394	349
R-squared	0.30	0.41

주의사항: 현직자는 현직자 후보자를 위한 더미변수이다. 표준오차(standard errors)는 괄호 안에 표시하였다. \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

위의 <Table 8>에서 보여 주는 바와 같이 현직자와 비현직자 더미를 추가하는 것은 이 모형에 대한 설명의 중요성을 훨씬 더 배가시킬 수 있다. 그러나 상대적인 아름다움은 만일 현직자와 비현직자 사이의 더미가 추가

된다면 남성 후보에 있어서 통계적 유의성을 상실하게 될 것이다. 변수로 되는 후보자의 특징들은 두 단계로 구성되었다. 첫째, 필자는 모든 후보자들에 대하여 특정 사진을 평가한 평균을 계산하였다. 이러한 조치를 통하여 필자는 같은 명단 위에서 비현직자 후보들에 대한 평균을 통제하였다.

종속변수(dependent variable)인 투표율은 동일 지역 구 내에서 동일 정당의 비현직자 후보들 사이에서 각각의 비현직자 후보의 득표율의 100배를 각 의미한다. 만일 우리가 비현직자들에서 1/n을 통제된 각각의 후보자들의 투표율을 사용한다면 결과는 동일할 것이다. 여기서 n은 각각의 후보자 명부에서 비현직자들의 숫자이다. 설명변수로 필자는 세 가지 특징들을 사용하였는바 그것은 아름다움, 적격성, 그리고 신뢰성이다. 이것은 각각의 비현직자 후보자의 평균 특징의 평가에서 동일한 후보자들 중에 나타난 모든 비현직자 후보들에 대한 특징의 평균 평가를 뺀 것을 의미한다. 확장된 회귀결과 필자는 상대적으로 젊은 후보자를 포함하였다. 이것은 후보자의 예상된 나이와 후보자들 사이의 예상된 평균 사이의 차이를 의미하는 것이다. 젊음이라는 평가요소로서 나이가 40세 이하인 후보자들을 위하여 더미를 곱하였다. 이것은 후보자들의 예상된 나이와 후보자들 사이의 예상된 평균 사이의 차이를 의미하는 것으로써 39세 이상의 후보자들을 위하여 더미를 곱하였다. 작은 숫자라도 나이 차이가 미치는 놀랄만한 영향을 감소시키기 위해 각각의 후보자들의 평균 나이를 계산해서 나온 중간 정도의 나이보다는 오히려 그 대신 중간값을 사용하였다.

필자는 아래 <Table 9>에 나타난 바와 같이 총선에서 남성 그리고 여성 후보자들의 효과를 살펴보았다. 매우 놀랍게도 여성 후보자와 남성 후보자 모두에게 득표율의 설명변수에 가장 중요한 요소는 상대적인 아름다움이라는 사실을 발견할 수 있었다. 여기서 유일한 설명변수는 통계적 유의성을 내포하고 있다. 하나의 단위에서 높은 아름다움 점수를 받는 것은 여성 후보자가 득표율에서 2.5% 내지 2.8% 포인트를 획득하는 증가를 내포하고 있고, 남성 후보자들에게서는 1.5% 내지 2.1% 포인트의 증가를 의미한다. 젊은 남성 후보자들(나이 40세 이하)에 대해서는 후보자들 사이의 평균보다도 젊음이라는 요소가 불리하게 작용하고 있다.

<Table 9> Vote share explained by candidate traits, national election, by candidate gender

classification	(1)	(2)	(3)	(4)
	vote rate female candidate	vote rate male candidate	vote rate female candidate	vote rate male candidate
beauty	2.515*** (0.62)	1.531** (0.72)	2.754*** (0.73)	2.052*** (0.77)
competence	0.344 (1.05)	1.348* (0.79)	0.125 (1.08)	0.892 (0.82)
trust	0.790 (1.05)	0.323 (0.86)	0.862 (1.06)	0.156 (0.86)
young			0.0754 (0.081)	0.151* (0.078)
old			-0.0257 (0.085)	0.0336 (0.069)
observation	348	298	348	298
R-squared	0.06	0.04	0.06	0.05

괄호 안은 표준오차이다. 이 연구에서 사용된 회귀는 상수항(constant term)이다. \*는 유의도 10%를, \*\*는 유의도 5%를, \*\*\*는 유의도 1%를 각 의미한다.

<Table 10>에 나타난 바와 같이 지방선거를 살펴보면 총선보다도 남성 및 여성 양자 모두에게 아름다움이 상대적으로 덜 중요하다는 것을 알 수 있지만 여전히 통계적으로는 유의미하다. 한 가지 평가단위에서 높은 아름다움 점수를 받는 것은 여성 후보자들의 득표율이 0.23% 내지 0.32% 포인트 증가한다는 것을 의미하고 남성 후보자들에 대해서는 0.18% 내지 0.23% 포인트에 그친다는 것을 의미한다. 흥미롭게도 지방선거에서는 여성 후보자의 아름다움보다도 더 중요한 것이 후보자의 적격성이라는 결과를 얻게 되었다. 그러나 이러한 결과는 남성 후보자에 대해서는 상대적으로 그 중요성이 더 낮은 것으로 보인다. 총선에 있어서 후보자의 적격성은 남성 후보자들에게 있어서 상대적으로 더 중요한 요소이었다.

연구자들은 적어도 3개의 평가를 받은 사진들을 실험에 사용하였다. 매우 민감한 분석이어서 필자는 1부터 5 사이의 아주 작은 최소의 평가에 관한 수를 가지고 사진들에 대한 결과를 계산하였다. 전국적인 규모의 총선에서 아름다움은 통계적으로 각각의 기준을 통과하기 위하여 제시된 조건에서 여성 후보자의 1퍼센트 정도가 통계적으로 유의미하였다. 남성 후보자들은 아름다움에 대한 영향이 항상 긍정적이었지만 통계적으로 항상 유의미하

지는 않았다. 이와 같은 양상이 지방선거에서도 유지되었다. 사진의 평가를 나타내는 수치에 의한 나눔으로서 변수의 예상이 s2 만큼 역으로 비례적이었기 때문에 각각의 관찰로부터 주어지는 가중치에 따라 연구자들은 회귀분석을 시도하였다. 이러한 평가는 <Table 9>와 <Table 10>에 각각 나타난 바와 같이 그들의 상대방에 대해서도 매우 근접한 결과를 보여주었다. 비록 아름다움의 영향이 약간 더 작고 지방선거에 있어서 남성 후보자들보다 그 중요성이 통계적으로 더 작다 하더라도 이러한 결과는 변함이 없다.

만일 우리가 아름다움이라는 요소를 배제시킨다면, 후보 적격성의 효과는 실질적으로 매우 중요한 요소이고 통계적으로 보다 더 중요성을 갖게 된다. 이러한 결론은 토도로브(Todorov et al., 2005) 등이 자신들의 연구에서 아름다움이라는 평가요소를 배제한 후 발표한 결과와 필자의 분석이 조화를 이룰 수 있다. 그렇다면 후보적격성이 당선에 최고 중요한 역할을 하는 특질이라고 결론 내릴 수 있다. 이때는 문자나 문장과 같은 인간 두뇌에 이성적 반응을 매개로 하는 수단이 중요하다. 이들은 언제나 다양한 사고나 비판을 자아내게 마련이기 때문이다.

필자의 연구는 유권자들의 아름다움에 대한 인식과 후보 적격성이 긍정적으로 상관관계를 갖고 있다는 것을 밝히는 것이다. 따라서 유권자들이 후보자의 적격성을 인식하는 효과는 아름다움이라는 특질을 배제시킴으로써 과대평가의 결과를 제어할 수 있게 된다.

<Table 10> Vote share explained by candidate traits, municipal elections, by candidate gender

classification	(1)	(2)	(3)	(4)
	vote rate female candidate	vote rate male candidate	vote rate female candidate	vote rate male candidate
beauty	0.231** (0.11)	0.180* (0.14)	0.322** (0.10)	0.254** (0.11)
competence	0.653*** (0.20)	0.190 (0.13)	0.564*** (0.21)	0.1000 (0.14)
trust	-0.342 (0.22)	-0.0986 (0.14)	-0.334 (0.22)	-0.124 (0.14)
young			0.0261* (0.016)	0.0147 (0.011)
old			-0.0102 (0.014)	0.00917 (0.0094)
observation	465	458	465	458
R-squared	0.05	0.02	0.05	0.03

괄호 안은 표준오차이다. 이 연구에서 사용된 회귀는 상수항(constant term)이다. \*는 유의도 10%를, \*\*는 유의도 5%를, \*\*\*는 유의도 1%를 각 의미한다.

선거에 있어서의 승리와 아름다움이라는 특질 사이의 관계에 관한 추가적인 강조점은 이 양자의 관계가 외부 변수에 의하여 조종이 되는지 여부를 살펴보기 위한 것으로서 헬싱키(Helsinki) 지방선거에서 449명의 비현직자 후보들을 위한 스피어만(Spearman) 등위상관관계를 계산하였다. 헬싱키 지방선거는 이 연구결과에 딱 들어맞는다. 왜냐하면 많은 수의 후보자가 출마하였고 4개의 정당마다 동일한 수의 비현직자들이 선거에 나섰기 때문이다. 아름다움과 득표율 사이의 스피어만(Spearman) 등위상관계수는 특히 여성후보자들 사이에 강하게 나타났고, 여기서 스피어만의 로우(rho)는 0.278이었다. 스피어만의 로우(그리스 알파벳 ρ, 영문 알파벳 r)는 아래 <Table 11>을 참조.

<Table 11> Spearman rank correlations for Helsinki, non-incumbent candidates only

character		All candi- dates	male candi- dates	Female candi- dates
beauty	Spearman's ρ	0.247	0.138	0.278
	Test of H0: beauty and vote share are independent	Prob >  t  = 0.000	Prob >  t  = 0.041	Prob >  t  = 0.000
compe- tence	Spearman's ρ	0.134	0.069	0.181
	Test of H0: competence and vote share are independent	Prob >  t  = 0.004	Prob >  t  = 0.311	Prob >  t  = 0.0061
likability	Spearman's ρ	0.148	0.062	0.132
	Test of H0: likability and vote share are independent	Prob >  t  = 0.002	Prob >  t  = 0.357	Prob >  t  = 0.047
trust	Spearman's ρ	0.095	-0.063	0.006
	Test of H0: trust and vote share are independent	Prob >  t  = 0.044	Prob >  t  = 0.353	Prob >  t  = 0.926
intelli- gence	Spearman's ρ	0.051	0.013	0.167
	Test of H0: intelligence and vote share are independent	Prob >  t  = 0.284	Prob >  t  = 0.843	Prob >  t  = 0.011
	# candidates	449	220	229

스피어만 등위상관계수 분석을 하면 우리는 선거에 있어서 승리와 특정시점에 있어서 다른 5가지 특질 중의 하나에 대한 평가 사이의 관계를 비교할 수 있다. 또한 선거에서 승리를 위한 설명변수로서 경마를 이용할 수도 있다. 남성 및 여성 후보자 양자를 위하여 스피어만 등위상관계수는 선거승리와 아름다움이 호감도, 신뢰성, 지성, 그리고 후보적격성의 인식과 선거승리 사이의 등위상관(rank correlation)보다도 더 높은 통계적 유의성을 가지고 또 더 큰 유의성을 갖는다는 것을 의미한다.

요약하자면 정치인에게 아름다움이라는 특질이 유권자들에게 호소를 하기 위한 하나의 자산에 해당하는가의 여부이다. 본 연구에서 필자가 찾을 수 있었던 결론은 특히 전국규모의 선거에서 남성 후보자들보다도 여성 후보자들이 훨씬 더 높은 정도의 특질이 당선에 영향을 미친다는 사실을 발견하였다. 그러나 일반적으로 사진으로부터 추론할 수 있는 후보 적격성과 같은 특질보다도 더 큰 후보자의 자산이 당선으로 나타날 수 있고, 핀란드의 경우 아름다움은 후보자들의 득표율을 설명하기 위한 결정적인 특질이라고는 단언할 수 없다. 이것은 아마도 핀란드의 투표제도가 비례투표 선출 시스템을 택하고 있는데 기인한 것으로 보인다. 무엇보다도 결정계수(R2s)가 보고한 바는 어느 곳에서든지 매우 낮은 것이고 이것은 경험적 모형의 적합성이 모든 경우에 정확한 것은 아니라는 것을 시사한다. 다음으로 효과의 크기는 상당히 완만한 것이고 그 문제들이 <Table 9>에서 보여준 바와 같이 총선에 있어서 여성 후보자들의 경우가 가장 적절한 예가 될 것이다. 하지만 심지어 득표율에서의 조그만 차이도 당내 경선에서는 큰 차이를 보일 수 있고, 만일 후보자들이 자국민이라는 사실을 좋아 한다면 개인투표자의 수에 의하여 결정된 순서로 선출될 것이다.

### 5. 결론

사람들의 시각적 외모가 여러 상황에서 그 사람의 평가에 어떻게 독자적인 영향을 미치는지 여부를 밝히기 위해서 다각도로 연구가 진행되어 왔다. 예를 들어 노동 시장에서 사람의 좋은 인상이 특별한 이점이 있는지를 연구한 시도 등이 있다. 최근 등장한 연구는 아름다움이 정치영역에도 중요한 역할을 수행할 수 있다는 것을 제

시하고 있다. 예를 들면, 반두치(Banducci et al., 2003) 등과 클라인 및 로사르(Klein and Rosar, 2006)의 연구가 그것이다. 필자는 그들의 연구에서 한걸음 더 나아가 어떻게 남성 및 여성 유권자들에 의한 남성 및 여성 후보자들의 투표가 서로 다른 지를 연구하였다. 필자의 연구는 이 분야 우리나라 최초의 연구이지만 한계가 있다. 왜냐하면 실제 선거와 가상 상황의 선거에 있어서 후보자의 아름다움과 다른 특질들이 득표에 어떤 역할을 하는지 선행연구를 분석한 간접 응용연구이기 때문이다.

본고의 분석에 의하면 핀란드의 경우 복수 후보자들이 입후보한 선거에서 정당후보자 명부에 등재된 후보자를 위하여 유권자들이 투표를 하는 경우 비례득표시스템을 택한 선거제도이기 때문에 당선을 위하여 아름다움이라는 후보자의 특질이 빛을 발하는 것으로 분석되었다. 하지만 이 결과는 예비선거에서 다수득표시스템을 택한 경우에도 가치가 있음을 의미한다.

이 연구결과는 기존 연구보다 더 많은 자료를 기초로 도출한 것이며, 후보자 명부에 등재된 경쟁자들이 얻은 득표율보다 아름다움이라는 특질을 가진 후보자들이 선거에서 승리하는데 중요한 역할을 한다는 것을 의미한다. 필자는 또한 아름다움과 적격성의 평가가 긍정적으로 서로 연관되어 있다는 사실을 발견하였다. 그러므로 아름다움이라는 특질을 선거결과를 제어하는 요소로서 배제시키는 것은 선거에서 승리하는데 있어서 경계해야 할 효과로 인식해야 한다.

가상의 선거에서 필자는 여성 유권자들이 남성 후보자들을 더 선호한다는 사실을 발견하였다. 반면에 남성 유권자들은 남성과 여성에 대한 투표가 동등하다는 경향도 알아냈다. 가장 아름답고 가장 적격성을 갖춘 후보자, 가장 신뢰할 만한 후보자는 선형확률모형에서 이러한 일반적인 상황을 확인시켜주고 있다. 남성 유권자가 남성 후보자에게 투표하는 경향보다 여성 유권자가 여성 후보자에게 투표하는 성향이 더 확장될 수 있다는 사실도 밝혀냈다. 필자는 유권자들의 후보자 평가에 있어서 유사한 패턴이 있음을 알아냈다. 즉, 남성 유권자들이 응답한 것보다 더 명확하게 여성 응답자들이 사진에 의한 후보자 평가에 있어서 여성 후보자를 더 높게 평가한다는 사실을 발견하였다. 반면에 남성 후보자의 사진에 의한 평가에서는 성별 차이가 미미하였다. 결론을 한마디로 요약하면 아름다움은 선거에서 당선자 결정에 일정한 영향

을 미친다는 사실이다. 결국 선거에서 승리하기 위해서는 후보자의 이미지에 영향을 미치는 행동들을 평상시에도 잘 관리해야 한다는 것을 의미한다. 왜냐하면 사회화의 과정에서 개인의 본질적인 가치는 중요하게 여겨지며 본 연구의 측정항목인 적격성, 호감도, 신뢰도, 지적능력 등이 전체적인 아름다움의 평가로 이어지기 때문이다.

그러나 본 연구의 주된 결과는 아름다움이라는 것이 선거에 있어서 성공하기 위하여 필요한 요소이기는 하지만 선거승리의 필수적인 조건과는 거리가 멀다는 것이다. 가상적인 선거상황에서 필자는 비록 아름다움이라는 요소가 통계적으로는 유의미한 역할을 한다고 할지라도 이와 같은 아름다움이라는 요소 보다는 투표결정에 보다 강력한 관련성을 갖는 것은 후보자에 대한 적격성 그리고 신뢰성이라는 것을 파악할 수 있었다. 그러나 실제 선거에서 후보자들이 동일한 정당 내의 후보자 명부에 등재되어 있는 다른 경쟁자와 경쟁을 함에 있어서 유권자들이 선택을 할 때에 아름다움이라는 요소는 다른 어떤 특성보다도 선거승리에 있어서 보다 더 강력한 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 비록 투표율에 관한 아름다움이라는 요소의 영향에 대한 평가가 작다 할지라도 당내 경선에서 통과를 위한 득표수에 대해서는 특정 후보자에게는 작은 범위가기는 하지만 하나의 유리한 팁(tip)이 될 수 있다. 또한 가상의 선거에서 필자가 발견한 것은 여성 유권자들은 여성 후보자들에 대하여 보다 더 호의적인 경향을 나타내는 것으로 드러났고, 반면에 남성 유권자들은 남성 후보자나 여성 후보자 할 것 없이 동등하게 투표 하겠다는 경향을 나타내고 있다.

## 〈부 록〉

### 〈질문사항〉

1. 귀하가 거주하는 국가나 혹은 귀하의 고국에서 귀하가 생각하는 평균적인 사람들과 비교하여 이 사람(사진상의 후보자)의 매력적인 정도나 물리적인 외모에 대한 귀하의 평가는 어느 정도입니까?

a. 아주 매력적이다. b. 평균이하 c. 평균 d. 평균이상 e. 매우 잘생겼다. 또는 아주 미인이다. f. 말할 수 없다. 답변하고 싶지 않다.

2. 귀하가 거주하는 국가나 혹은 귀하의 고국에서 귀하가 생각하는 평균적인 사람들과 비교하여 이 사람(사

진상의 후보자)의 공직후보 적격성에 대한 귀하의 평가는 어느 정도입니까?

a. 매우 부적격이다. b. 평균이하 c. 평균 d. 평균이상 e. 매우 적격이다. f. 말할 수 없다. 답변하고 싶지 않다.

3. 귀하가 거주하는 국가나 혹은 귀하의 고국에서 귀하가 생각하는 평균적인 사람들과 비교하여 이 사람(사진상의 후보자)의 호감도(즉, 얼마나 훌륭한가, 기쁨을 주는가, 귀하가 이 사람에 대하여 발견한 장점에 대하여 찬성하는가)에 대한 귀하의 평가는 어느 정도입니까?

a. 매우 호감이다. b. 평균이하 c. 평균 d. 평균이상 e. 매우 호감이다. f. 말할 수 없다. 답변하고 싶지 않다.

4. 귀하가 거주하는 국가나 혹은 귀하의 고국에서 귀하가 생각하는 평균적인 사람들과 비교하여 이 사람(사진상의 후보자)의 신뢰성(즉, 얼마나 윤리적인가, 정직한가, 귀하가 이 사람에 대하여 발견한 책임감에 대하여 찬성하는가)에 대한 귀하의 평가는 어느 정도입니까?

a. 매우 신뢰하지 못한다. b. 평균이하 c. 평균 d. 평균이상 e. 매우 신뢰한다. f. 말할 수 없다. 답변하고 싶지 않다.

5. 귀하가 거주하는 국가나 혹은 귀하의 고국에서 귀하가 생각하는 평균적인 사람들과 비교하여 이 사람(사진상의 후보자)의 지적인 정도에 대한 귀하의 평가는 어느 정도입니까?

a. 매우 지성적이지 못하다. b. 평균이하 c. 평균 d. 평균이상 e. 매우 지성적이다. f. 말할 수 없다. 답변하고 싶지 않다.

6. 귀하는 동일한 성별 그리고 나이에 비해 귀하가 다른 평균적인 사람들과 비교하여 이 사람(사진상의 후보자)의 얼굴상의 성숙미 혹은 유소년상(예: 어린이 같거나 청년같은 얼굴상)에 대한 귀하의 평가는 어느 정도입니까?

a. 매우 성숙한 얼굴상이다. b. 다소 성숙한 얼굴상이다. c. 전혀 성숙한 얼굴상이 아니고 유소년상이다. d. 약간 유소년상이다. e. 매우 어린이에 같다. f. 말할 수 없다. 답변하고 싶지 않다.

7. 이 사진상의 후보자는 어떤 정당 소속의 후보자일 것 같습니다? (각각의 사진상의 후보자는 아래 표에 나타난 정당의 소속입니다.)

a. 좌파정당(사회민주당, 사회당) b. 우파정당(보수당) c. 녹색당(Greens) d. 말할 수 없다. 답변하고 싶지 않다.

Larson, M. Hallamm, and M. Smoot, "Maxims or Myths of Beauty? A Meta-Analytic and Theoretical Review," *Psychological Bulletin* Vol.126. No.3, pp.390-423, 2000.

[2] A. Feingold, "Good-Looking People Are Not What We Think," *Psychological Bulletin* Vol.111, pp.304-341, (1992a); A.H. Eagly, R.D. Ashmore, M.G. Makhijani and L.C. Longo. "What Is Beautiful Is Good, But: A Meta-Analytic Review of Research on the Physical Attractiveness Stereotype," *Journal of Management* Vol.27, pp.363-381, 2001.

[3] I. Frieze, J. Olson and J. Russell, "Attractiveness and Income for Men and Women in Management," *Journal of Applied Social Psychology* Vol.21, No.3, pp.1039-1057, 1991; J.E. Biddle and D.S. Hamermesh, "Beauty, Productivity and Discrimination: Lawyers' Looks and Lucre," *Journal of Labor Economics* Vol.16, No.1, pp.172-201, 1998; B. Harper, "Beauty, Stature and the Labour Market: A British Cohort Study," *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* Vol.62, pp.771-800, 2000; G.A. Pfann, J.E. Biddle, D.S. Hamermesh and C.M. Bosman, "Business Success and Businesses' Beauty Capital," *Economics Letters* Vol.67, No.2, pp.201-207, 2000; M. French, "Physical Appearance and Earnings: Further Evidence," *Applied Economics* Vol.34, pp.569-572, 2002; N. Mocan and E. Tekin, "Ugly Criminals," IZA Discussion Paper No.2048. Institute for the Study of Labor (IZA), Bonn, Germany, 2006.

[4] J. Andreoni and R. Petri, "Beauty, Gender and Stereotypes: Evidence from Laboratory Experiments," Working Paper. University of Wisconsin, Madison, WI. pp.1-31. 2004; M.M. Mobius and T.S. Rosenblat, "Why Beauty Matters," *American Economic Review* Vol.96, No.1, pp.222-235, 2006.

[5] M. Mulford, J. Orbell, C. Shatto and J. Stockard, "Physical Attractiveness, Opportunity and Success in Everyday Exchange," *The American Journal of Sociology* Vol.103, pp.1565-1593, 1998; S.J. Solnick and M.E. Schweitzer, "The Influence of Physical Attractiveness and Gender on Ultimatum Game

## REFERENCES

[1] J.H. Langlois, L. Kalakanis, A.J. Rubenstein, A.



- Decisions," *Organizational Behavior and Human Decision Processes* Vol.79, No.3, pp.199–215, 1999; C.C. Eckel and R.K. Wilson, "Detecting Trustworthiness: Does Beauty Confound Intuition?" Discussion Paper. Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA. pp.1–31. 2004.
- [6] H.J. Seo, "Party Activists and Legislative Recruitment in the 19th Korean Congressional Election," *Korean, Korean Political Studies* Vol.23, No.1, p.79, 2014.
- [7] M. Wattenberg, "The Rise of Candidate-Centred Politics: Presidential Elections of the 1980s," Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991; M. Stewart and H. Clarke, "The (Un)importance of Party Leaders: Leader Images and Party Choice in the 1987 British Election," *Journal of Politics* Vol.54, pp.447–470, 1992; A. Mughan, "Media and the Presidentialization of Parliamentary Elections," Basingstoke: Palgrave, 2000.
- [8] A. Todorov, A.N. Mandisodza, A. Goren and C.C. Hall, "Inferences of Competence from Faces Predict Election Outcomes," *Science* Vol.308 (5728), pp.1623–1626, 2005.
- [9] J.H. Langlois, L. Kalakanis, A.J. Rubenstein, A. Larson, M. Hallamm and M. Smoot, "Maxims or Myths of Beauty? A Meta-Analytic and Theoretical Review," *Psychological Bulletin* Vol.126, No.3, pp.390–423, 2000.
- [10] D.S. Hamermesh and J.E. Biddle, "Beauty and the Labor Market," *American Economic Review* Vol.84, No.5, pp.1174–1194, 1994.
- [11] D. Neumark, R.J. Bank and K.D. van Nort, "Sex Discrimination in Restaurant Hiring: An Audit Study," *Quarterly Journal of Economics* Vol.111, No.3, pp.915–941, 1996; C. Goldin and C. Rouse, "Orchestrating Impartiality: The Impact of 'Blind' Auditions on Female Musicians," *American Economic Review* Vol.90, No.4, pp.715–741, 2000.
- [12] A.A. Banducci, M. Thrasher, C. Rallings and J.A. Karp, "Candidate Appearance Cues in Low-Information Elections," Paper presented at the Annual Conference of the American Political Science Association, Philadelphia, 2003.
- [13] M. Klein and U. Rosar, "The Frog Pond Beauty Contest: Physical Attractiveness and Electoral Success of the Constituency Candidates at the North Rhine–Westphalia State Election 2005," Unpublished paper. University of Köln, Köln, Germany, 2006.
- [14] T. Raunio, "Finland: One Hundred Years of Quietude," In Gallagher, M. and Mitchell, P. (Eds.) *The Politics of Electoral Systems*. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- [15] D.S. Hamermesh and J.E. Biddle, "Beauty and the Labor Market," *American Economic Review* Vol.84, No.5, pp.1174–1194, 1994.
- [16] G. Adams, "Physical Attractiveness Research: Toward a Developmental Social Psychology of Beauty," *Human Development* Vol.20, pp.217–239, 1977; A. Feingold, "Gender Differences in Mate Selection Preferences: A Test of the Parental Investment Model," *Psychological Bulletin* Vol.112, pp.125–139, 1992b; D.M. Jones and K. Hill, "Criteria of Facial Attractiveness in Five Populations," *Human Nature* Vol.4, pp.271–296, 1993; D.I. Perrett, M.D. Burt, I.S. Penton-Voak, K.J. Lee, D.A. Rowland and R. Edwards, "Symmetry and Human Facial Attractiveness," *Evolution and Human Behavior* Vol.20, pp.295–307, 1999; M. Cunningham, A.R. Roberts, A. P. Barbee, P. B. Cruen and C.H. Wu, "Consistency and Variability in the Cross-Cultural Perception of Female Physical Attractiveness," *Journal of Personality and Social Psychology* Vol.68, pp.261–279, 1995; I. Aharon, N. Etcoff, D. Ariely, C. Chabris, E. O'Connor and H. Breiter, "Beautiful Faces Have Variable Reward Value: fMRI and Behavioral Evidence," *Neuron* Vol.32, pp.537–551, 2001.
- [17] A. Todorov, A.N. Mandisodza, A. Goren and C.C. Hall, "Inferences of Competence from Faces Predict Election Outcomes," *Science* Vol.308 (5728), pp.1623–1624, 2005.
- [18] D.S. Lee, "The Electoral Advantage to Incumbency

and Voters' Valuation of Politicians' Experience: A Regression Discontinuity Analysis of the Elections to the U.S. House," NBER Working Paper No. 8441. National Bureau of Economic Research (NBER), Cambridge, MA, pp.1-32, 2001.

- [19] Jung-Si Kim, Pil-Sun Kim, "The Impact of Make-up Education Program on Elderly Women's Make-up Satisfaction and Self-esteem the Korea", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 5, pp. 107-114, 2015.
- [20] Hwang Gab-Woon, Moon-Sil Choi, Sun-A Lim, "Improvement of Bleaching Effect on the Color of Enamel Surface with TiO2 Catalysis Convergence Bleaching Agent", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 5, pp. 165-171, 2015.

### 박 선 영(Park, Sun Young)



- 2009년 2월 : 서경대학교 미용예술과 메이크업전공 석사
- 2012년 2월 : 세종대학교 패션디자인과 패션메이크업 전공 박사과정 수료
- 2007년 ~ 2008년 7월 : (주)제닉 화장품사업개발부 연구개발이사
- 2006년 ~ 2009년 11월 : (주)비트로

시스 화장품 사업부 연구개발이사 /천연미용연구가 / 박선영 브랜드개발(오리엔탈 푸드 솔루션)

- 1997년 ~ 2012년9월 : 세종대학교, 연세대학교, 한양대학교, 명지대학, 공주영상대, 경북대학 강사역임, 현대백화점 문화센터 및 MBC 문화센터 강사 역임
  - 2000년 ~ 현재 : (주)원컴 정치인이미지 컨설팅 자문위원
  - 2009년 9월 ~ 현재 : 국제대학교 뷰티디자인계열 교수, 이미지 전략가, 작가, 칼럼리스트
- KBS <무엇이든 물어보세요> <여기는 TV정보센터> <세상의 아침> <생방송 오늘> KBS춘천 방송국 <정보와이드>와 MBC <연예플러스> <팔방미인> <아주 특별한 아침> 그리고 SBS <여자가 좋다> <생방송 투데이> <출발! 모닝와이드> <나이트 라인> EBS <살림의 여왕> NBS <생활의 발견>을 비롯해 YTN <NEWS> JTBC <세 남자의 저녁>매일경제TV MBN "뉴스M" 생방송출연,매일경제TV MBN "뉴스광장" 생방송출연,MBN <뉴스공감 >" 박근혜 대통령 5 색 패션" 해설방송, MBN <시사 테이트>생방송 출연, KTV <정책방송 >생방송 출연,CHANEL A <황호택의 눈을떠요 >생방송 출연, GTV ch35 뷰티워크숍YTN 뉴스, MBN<뉴스 M>생방송 등 다수의 방송에 출연
- 관심분야 : 메이크업, 이미지, 인상학, 3D메이크업, 패션 메이크업, 3D 패션 디자인
  - E-Mail : psygap@daum.net