

## 세대와 성별에 따른 신체적 매력과 호감 지각의 집단 차이에 대한 검증\*

백 인 해

정 태 연<sup>†</sup>

중앙대학교

본 연구는 신체적 매력과 호감 지각이 한국인의 세대(청년과 중년) × 평가자 성별(남과 여) × 타겟 성별(남과 여)에 따라 어떻게 다르게 나타나는지 알아보려고 했다. 또한, 평가자들이 같은 타겟을 평가할 때 평가자가 동성이 만든 타겟을 여성이 만든 타겟보다 더 신체적 매력과 호감을 높게 평가하는지도 알아보았다. 이를 위해 120명의 대학생을 참여시켜 3D 프로그램을 사용하여 이상적인 외모와 신체를 가진 타겟을 만들었다. 그다음, 또 다른 240명(청년 남녀 각 60명, 중년 남녀 각 60명)이 타겟의 신체적 매력, 호감도를 평가하였다. 분석 결과, 신체적 매력과 호감도는 정적 상관이 있었지만, 집단 간 차이의 패턴은 달랐다. 즉, 신체적 매력은 타겟의 성별과 평가자 성별에서 성차가 나타났지만 세대 차이는 나타나지 않았다. 호감도의 경우 타겟의 성별에 따른 차이와 세대 차이가 나타났지만, 평가자의 성차는 나타나지 않았다. 마지막으로 평가자들의 성별에 따라 같은 타겟에 대한 호감 지각에 차이가 나타났다. 이러한 결과를 신체적 매력에 대한 진화론적 관점과 사회문화적 관점에서 논의하였다.

주요어 : 신체적 매력, 진화론적 관점, 사회문화적 관점, 호감도

\* 이 논문은 2018년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2018S1A5A2A01038779).

이 논문은 2017년도 중앙대학교 CAU GRS 지원에 의하여 작성 되었음.

† 교신저자: 정태연, 중앙대학교 심리학과, 서울시 동작구 흑석로 84

Tel: 02) 820-5132, E-mail: [tjung@cau.ac.kr](mailto:tjung@cau.ac.kr)

매력은 대인관계의 발달을 위한 핵심적인 요인이고, 사람들에게 긍정적이고 바람직한 속성을 예상하게 하고 더 호감이 가게끔 하여 실제 혜택으로까지 이어질 수 있는 사회적 요인으로 기능하기도 한다(Eagly et al., 1991; Feingold, 1992; Hakim, 2013; Dion et al., 1972; Stirrat & Perret, 2010). 사회심리학에서 매력 요인 중 하나인 신체적 매력은 눈으로 지각할 수 있는 심미적인 아름다움일 뿐 아니라 그 이상으로 기능하는 인간 사회에서의 사회적 상호작용 요인이며, 사람들의 행동과 태도에 변화를 일으킨다(Jones & Jaeger, 2019; K. K. Dion et al., 1990; Morse et al., 1976). 사회심리학에서 신체적 매력 연구는 완벽한 아름다움을 논하는 심미적인 차원이 아니라 무엇이 사람을 끌리게 하고 또 그 안에서 이루어지는 대인관계 및 사회적 역동이 우리 사회에 많은 영향력을 미친다는 점에서 중요한 주제라고 할 수 있다(Anderson et al., 2001; Jawahar & Mattsson, 2005; K. K. Dion et al., 1990).

#### 신체적 매력 지각의 보편성과 사회문화 특수성

지금까지 신체적 매력의 연구는 주로 진화론적 관점이나 사회문화적 관점에서 이루어져 왔다. 그리고 신체적 매력에 대한 진화론적 관점에서는 신체적 매력을 주로 파트너 선택의 맥락에서 다뤘다(Andrews et al., 2017; Buss, 2016; Singh et al., 2010). 진화론적 관점에서 신체적 매력은 잠재적인 파트너 선택을 예측하는 신호이며(Henss, 1995) 이를 인류의 조상들이 생존과 관련된 특성인 매력의 요인으로써 진화시켜왔다고 본다(Berry & Miller, 2001). 이 관점에서는 신체적 매력이 생존 및 재생산을 위해 특별히 선호되는 적응적인

체형이나 얼굴 형태가 있다고 보고 있다. 예를 들어, 허리 대 엉덩이둘레 비(Waist-to-Hip Ratio; WHR)는 특히 여성에게서 신체적 매력의 단서가 될 수 있다. 또 매력적인 특정 WHR을 가진 여성은 당뇨병, 면역력, 암의 예측 등 건강 및 잠재적 생산능력에서 유리하고(Singh, 1994; Thornhill & Gangestad, 1996) 파트너 선택 맥락에서도 유리하다. 다양한 문화권에 걸쳐 이런 특정 수치를 가진 여성이 여러 문화권에 걸쳐 신체적으로 매력적으로 평가된다는 내용이 여러 후속 연구를 통해 확인됐다(Furnham et al., 1997; Henss, 1995; Streeter & McBurney, 2003). 이외에도 진화론적 관점의 보편성을 대표하는 요인들로는 WHR, 얼굴의 대칭성, 얼굴의 평균과 같은 기준이 있다(Prokopakis et al., 2013; Rhodes et al., 1998). 이와 같은 기준들은 신체의 아름다움이란 생존에 필요한 기능을 하는 것으로, 시대와 문화적 맥락을 초월하는 생물학적인 보편성을 가지고 있다는 관점을 공유한다. 한편 이러한 보편성은 사회문화적 관점에서 문화 특수성을 가지기도 한다.

신체적 매력을 보는 사회문화적인 관점은, 아름다움이 보는 사람이 누구인가에 따라 달라질 수 있다("Beauty is in the eyes of beholder")는 문화 특수성을 반영한다. 사회문화적 관점에서 연구 주제는 신체적 매력이 주는 장점(예: 후광효과), 신체 이미지, 혹은 권력 획득의 수단으로 신체적 매력에 대해 논하는 사회적인 주제들(Anderson et al., 2001; Jawahar & Mattsson, 2005; K. K. Dion et al., 1990)이 있는데 그 중 신체적 매력과 바람직한 사회적 특성을 연결한 '신체적 매력 고정관념(What is beautiful is good)'이 유명하다. 신체적 매력 고정관념과 후광효과 자체는 문화와 인종 간 합

의된 보편적 특성으로 설명될 수도 있지만, 그 바람직한 특질은 문화적으로 특수한 면을 담고 있기도 하다(Wheeler & Kim, 1997; Zebrowtiz et al., 1993).

신체적 매력의 기준점을 찾으려는 노력에 대한 접근도 서로 다르다. 진화론적 관점에서는 생물학적 관점에서 아름다움을 판단할 수 있는 보편적 기준이 있다고 주장한다(Andrews et al., 2017; Henss, 1995; Singh et al., 2010). 예를 들어 Singh 등(2010)은 다산성 및 건강과 관련된 매력적인 여성이 갖는 WHR 수치가 문화권과 상관없이 보편적이라고 한다(Singh et al., 2010). 또 Rhodes 등(2001)은 얼굴 매력 요인인 얼굴의 평균성과 대칭성이 비서구권 국가에서도 동일하게 나타나는지를 검증하였다. 그 결과 서구권과 마찬가지로 중국인과 일본인을 대상으로 한 연구에서도 평가자들이 대칭적인 얼굴과 평균적인 얼굴을 더 선호한다는 점을 밝혀냈다(Rhodes et al., 2001).

반면, 사회문화적 관점에서는 아름다움에 대한 평가는 문화에 따라서 달라질 수도 있다(Cunningham et al., 1995; Swami & Tovée, 2005). 예를 들어, Swami와 Tovée(2005)는 신체적 매력의 예측 요인인 ‘허리 대 엉덩이 비(Waist-to-Hip Ratio; 이하, WHR)’와 BMI가 영국과 말레이시아, 문화가 다른 두 국가에서 모두 예측이 되는지를 검증하였다. 그러나 그 결과 매력적이라고 지각하는 BMI가 사회경제적 발달 수준에 따라 문화권 별로 확실한 차이가 나타났다(Swami & Tovée, 2005). 구체적으로 이 연구에서 연구자들은 영국과 말레이시아 두 문화권을 사회경제 발달 수준에 따라 세 가지 수준으로 나누어 ‘산업화된’ 사회에는 영국과 쿠알라룸푸르, ‘준 산업화된’ 사회에는 코타키나발루, ‘시골’은 코타키나발루 외곽을 배치하

였다. 그런 뒤 연구자들은 BMI와 WHR을 조절한 여성 매력 사진을 제시하고, 각 문화권의 사람들에게 사진 속 여성이 얼마나 아름다운지를 평가 하게 했다. 그 결과 도시권에서는 아름답다고 평가한 여성의 BMI에 문화 차이가 없었지만 시골과 다른 도시권, 코타키나발루와 다른 도시권에서는 BMI에서 유의한 차이가 나타났다. Tovée와 Cornelissen(2001)은 다른 문화권에서 BMI 선호도의 차이가 다른 인종 집단과 환경에 대한 최적의 BMI에 기초할 수 있다고 제안했다(Tovée & Cornelissen, 2001). 즉, 각 집단마다 최적의 BMI가 존재할 수 있다는 사실은 보편적이지만, 그 최적의 BMI가 집단과 환경에 따라 다를 수 있다는 사실을 밝힌 것이다(Swami & Tovée, 2005).

그러나 이런 두 관점은 위의 Swami와 Tovée의 연구에서 살펴볼 수 있듯이 항상 대비되는 관점이 아니고 어느 한쪽의 초점에 강조를 두었을 뿐 이 두 관점을 통합하여 신체적 매력을 살펴보는 것이 타당할 것이다. Cunningham 등(1995)은 다중 적합성 모델(Multiple Fitness Model)을 통해 얼굴 매력을 살펴볼 때 얼굴 매력 선호도의 사회적 과정과 진화적 과정을 모두 통합하여 보편성과 차이를 모두 다뤄야 함을 제안했다(Cunningham et al., 1995). 그는 여성 얼굴 매력 지각에서 아시안, 히스패닉, 백인에게 아시안과 히스패닉, 흑인, 백인의 사진을 보여주고 평가하도록 했다. 그 결과, 그들은 매우 유사한 점수로 여성의 신체적 매력을 평가했지만 얼굴의 미학적 부분에서m 대만인은 볼이 넓고 얼굴이 둥근 대상 동양인형 얼굴을 턱이 넓고 광대뼈가 두드러진 서양인형 얼굴보다 더 선호했다. 즉, 신체적 매력에 대한 평가는 보편적이지만, 그 안에 가치 담긴 내용은 문화권마다 다를 수 있다는 점을

한 번 더 시사한다(Cunningham et al., 1995). 이처럼 신체적 매력에 대한 논의는 어느 한 가지 논점에 초점을 맞춰 접근할 수도 있지만 두 가지 관점에서 다양하게 살펴볼 수도 있다.

#### 신체적 매력 판단 연구를 위한 선행 질문

그러나 여기서 이해에 주의해야 할 것은 진화론적 관점이라고 반드시 보편성을 대표하고 사회문화적 관점이라고 문화 특수성을 대표하는 것이 아니라, 현상에서 나타나는 이런 보편성이나 차이들이 다시 진화론적 관점 또는 사회문화적 관점으로 모두 설명될 수 있다는 점을 주지해야 한다. 예를 들어서 진화론적 관점에서는 신체적 매력 판단에서, 생물학적 차이에서 오는 평가자 성차를 중요하게 다루고 있다(Buss, 2016; Singh, 1994).

‘Beauty is in the eye of the beholder’ 관점으로 신체적 매력 평정에 관한 연구를 한 Morse 등(1976)은 신체적 매력을 평정할 때 고려해야 할 중요한 3가지 질문을 거론하였다. 첫 번째는 어떤 것이 평가자의 신체적 매력에 영향을 미치느냐 하는 것이다. 그들은 이에 대한 답으로 큰 영향 요인으로서 타겟의 성별, 평가자의 성별, 그리고 이성을 대하는 자신에 대한 평가, 이성과의 데이트 빈도를 들었다(Morse et al., 1976). 현재 이성과의 데이트 빈도는 더는 신체적 매력의 중요한 변수는 아니지만, 타겟 성별과 평가자의 성별은 중요하다.

두 번째 질문은 그렇다면 평가에 대한 심리적 ‘의미’는 항상 동일한 지, 아니면 타겟이나 평가자의 성별에 따라 달라지는지 하는 점이다. 여기서 만일 타겟이나 평가자 성별에 따라 차이가 나타난다면 그 차이가 무엇 때문인지 살펴보는 것이 의미 있을 것이다. 선행연

구들에 따르면, 타겟 성별과 평가자 성별에서 진화론적인 성차가 존재한다고 보고, 매력을 어떻게 지각하는지는 평가자 성별의 차이가 없거나 같은 문화권 내에서 매력을 보는 기준이 같기 때문에 문화적 보편성을 가지고 있다고 말하기도 한다(Buss, 2016; Crossley et al., 2012; Singh et al., 2010; Zebrowitz et al., 1993). ‘무엇이 신체적으로 매력적인가?’를 판단할 때 신체적 매력은 그 개인차가 매우 클 수 있다. Honekopp(2006)은 얼굴 매력 판단에서 개인 취향과 공유된 취향 중 어떤 것이 더욱 강력한지 확인했다. 3가지의 실험을 통하여 개인 취향을 분자로 두고, 개인 취향과 공유된 취향의 합을 분모로 둔 간단한 계산식을 통하여 평정자들 사이의 매력 평가 일치도를 그려냈다. 그 결과 적어도 얼굴 매력에서는 공유된 취향만큼이나 개인 취향이 매우 강력하다는 것을 밝혀냈다(Honekopp, 2006). 즉, 누군가에게는 매우 매력적인 사람이 누군가에게는 아닐 수 있다는 것이다. 따라서 신체적 매력에 대한 사회문화적 평가는 이러한 개인차를 고려해야 한다.

Morse(1976)의 마지막 질문은 남성과 여성이 동일한 이성을 평가할 때 사용하는 단서가 다른가 하는 점이다. 평가자 성별에 따라 동일 대상을 평가하는 것이 다를 수 있다는 것이다. 예를 들어 본 연구의 두 번째 연구 질문에서 남자가 매력적이라고 생각하는 남성의 모습과 여성이 매력적이라고 생각하는 남성의 모습이 다를까? 만일 다르다면 A라는 남성이 ‘매력적이다’라고 생각한 사람(X)을 B라는 남성도 매력적이라고 생각할 수 있을 것이다. 그렇지만 C라는 여성은 A, B가 매력적이라고 생각하는 사람 X를 전혀 매력적이라고 생각하지 않을 수도 있다. 본 연구에서 A는 조작자, B와 C는

평가자, X는 타겟이 된다. 이와 관련한 질문은 본 연구에서 두 번째 연구 질문으로 다룬다. Morse의 이 세 번째 질문은 신체적 매력의 성차와 관련되기 때문에 아래에서 좀 더 자세히 살펴보겠다.

Morse와 동료들의 질문을 연구에 적용한다면 신체적 매력에서 개인화된 부분의 합을 통해 그 객관성과 특수성에 대한 집단의 특성을 살펴볼 수 있다. 본 연구에서는 개인화(customizing)가 가능한 3D 프로그램을 이용하여 직접 개인적으로 가장 이상적이고 매력적인 인물을 구현하게 한 뒤, 그에 대한 타겟 성별의 차이와 평가자 성별에 따른 차이를 살펴보았다. 지금까지 신체적 매력을 판단하기 위한 자극은 2차원의 선 그림이나 사진으로 제시됐다. 그러나 이러한 자극이 참가자들이 가지고 있는 매력적인 사람의 이미지를 그대로 구현한 것이 아니므로, 참가자들이 이상적으로 생각하는 고유한 신체적 매력의 특성을 모두 담기에는 한계가 있다. 그러나 최근 들어 참가자가 손쉽게 자신의 상상한 바를 개인화할 수 있는 프로그램들이 많이 발달하였다. 신체적 매력 연구에서도 이런 장점이 있는 3D 프로그램을 많이 활용하고 있다(Crossley et al., 2012; Jünger et al., 2018; Tovée et al., 2012). 가령, Crossley 등(2012)은 3D 상호작용 프로그램을 이용하여 실험참가자가 직접 가장 이상적인 남녀의 신체를 구현하도록 했다. 본 연구에서도 이렇게 3D 캐릭터 개인화 프로그램을 이용하여 실험참가자들이 직접 자극재료인 신체적 매력 타겟을 구현할 수 있도록 하였다. 3D 프로그램을 연구에 활용할 때의 장점은 대상을 3차원으로 지각할 수 있게 해 주고, 최근의 3D 프로그램은 참가자들의 머릿속에 있는 매력적인 사람의 이미지를 매우 정교하

게 실사화하여 실험자가 미리 정해서 제시하는 제한된 숫자의 선 그림이나 사진이 갖는 한계를 넘어서 조작자가 생각하는 신체적 매력에 대한 개인차를 잘 드러내 줄 수 있다는 것이 그 장점이다(Crossley et al., 2012).

#### 신체적 매력 지각에서 세대와 성별의 차이

지난 미인대회 자료들을 참고한 선행연구들은 얼굴의 매력에 따른 판단이 세대에 따라 달라질 수 있음을 시사한다. Garner와 Garfinkel, Schwartz와 Thompson(1980)은 플레이보이 잡지와 미스아메리카의 우승자 사진을 분석하여 미국인의 미에 관한 판단이 20년에 걸쳐 점점 다른 몸매를 이상적으로 여기는 쪽으로 가고 있다는 점을 확인했다. 이 시기에 다이어트와 관련된 기사는 늘어나고 플레이보이 잡지와 미스 아메리카의 추정 몸무게는 측정에서 점점 줄어들었다(Garner et al., 1980). 김수정 등(2006)의 연구에 따르면, 한국의 경우 1950년부터 2005년까지 미스코리아의 얼굴 변화를 살펴본 결과 한국인의 얼굴 매력에 대한 기준이 지난 50년간 성숙한 인상에서 앳된 인상으로 바뀌었다는 점을 알 수 있다. 이 연구에 따르면 이 패러다임은 한국 사회에서 앳된 인상이 증가하는 추세와 동안 얼굴에 대한 선호는 어느 날 갑자기 생긴 것이 아니라 50년에 걸쳐서 나타난 경향성이다. 또한 '앳된 인상은 실제 나이에 의해 형성된 인상을 말하는 것이 아니라 앳되어 보이게 하는 얼굴의 특정 요소가 반영된 것'(p.343)이라고 말한다. 연구자들은 그런 특정 요소를 한국 사회의 구조와 가치의 변화에서 찾을 수 있다고 했다. 한국 사회는 1960년대 이후 경제 개발 정책과 함께 급격한 산업화를 겪고, 현대는 IT 및 AI 등 새

로운 기술을 선도하는 나라가 되는 등 짧은 기간 내에 경제, 문화적 변동 폭이 컸기 때문에 새것과 젊음이 추앙받는 사회에서의 생존 전략으로 평가했다(김수정 등, 2006).

신체적 매력 지각에서 또 다른 집단 간 차이로 성차를 들 수 있다. 진화론적 관점의 선행연구에 따르면 WHR과 같은 여성의 신체적 매력 단서를 판단할 때, 평가자 성별이 남성인지 여성인지는 중요하지 않다. 하지만, 남성의 매력 단서 판단에는 신체적 매력의 중요성이 여러 연구에서 일관되지 않은 결과로 나타난다(Crossley et al., 2012; Furnham et al., 1997; Henss, 1995; Streeter et al., 2003). 그 이유는 진화론적으로 남성에게는 신체적 매력이 여성보다 배우자 또는 파트너 선택에 있어서 덜 중요하기 때문이다(Andrews et al., 2017; Henss, 1995; Singh, 1994). 또한, 이러한 결과는 신체적 매력을 판단하는 기준이 여성의 경우에는 상대적으로 더 분명하고 일반적이지만, 남성의 경우에는 덜 분명하고 주관적인 영향을 더 많이 받을 수 있음을 시사한다. 이러한 점은 사회문화적인 측면에서도 마찬가지이다. 가령, 미에 대한 기준이 상대적으로 남성보다는 여성을 중심으로 구체화 되어 있다는 것을 알 수 있다(Singh, 1994, Singh et al., 2010; Tovée et al., 2012). 예를 들어, 파트너 선택에서 여성의 신체적 매력이 중요하기 때문에 위계가 높은 남성을 쟁취하기 위해 여성은 자신을 꾸미는 것이 더욱 강화가 되고 꾸미는 것이 여성에게 경쟁력이 된다는 논리는 진화론적이면서 사회문화적인 해석이라고 할 수 있다(Buss & Barnes, 1986). 이러한 선행연구 결과들은 타겟의 성별 또는 평가자의 성별에 따라 신체적 매력의 평가가 달라질 수 있음을 시사한다.

신체적 매력 지각에서 성차를 보는 다른 방

법은 이성과 동성 맥락에서 살펴보는 것이다. 동일한 타겟의 신체적 매력을 이성의 평가자가 평가하는 것과 동성의 평가자가 하는 것이 다를 수 있다. 원래 신체적 매력 지각은 순식간에 이루어지는 것이지만(Schacht et al., 2008) 만일 매력 지각 판단에 의식적인 개입이 가능하다면 이성 평가와 동성 평가에 대한 대인 관계적 역동을 발견할 수도 있다. 한 연구(Chan, 2015)에서 동성의 매력 평가에 관련된 재미있는 연구 결과를 보여주었는데, 이 연구에 따르면 신체적으로 매력적인 남성을 본 남성들은 그런 자극에 노출되지 않은 남성보다 성내 경쟁(intra-sexual competition)에서 승리하기 위해 재정적인 위험 감수 경향을 증가시킨다고 한다(Chan, 2015). 마찬가지로 여성 성내 경쟁도 존재하는 데 이 이론에 따르면 여성은 잠재적인 배우자(mate)를 찾거나 쟁취하기 위해 여성은 화장이나 명품 소비 등의 자기촉진 전략을 사용하기도 하지만 경쟁자인 다른 여성에 대한 폄하(Competitor derogation), 사회적 배제나 정서 차단 등을 통해 간접적 공격을 취하기도 한다(Fisher & Cox, 2011). 그러나 남성은 같은 성내 경쟁이라도 이론상 간접적 공격이 아닌 직접적 공격을 더 취한다(Richardson & Green, 1999).

그래서 남녀 평가자의 선택이 다를 수 있는데, 동성을 진화론적 관점처럼 경쟁자로 인식한다면 잠재적 배우자를 쟁취하기 위해 여성은 남성이 매력적으로 판단하는 여성 타겟을 덜 매력적이라고 평가할 수도 있고, 혹은 자기촉진 전략으로서 매력적인 여성 타겟을 자기개선의 본보기로 삼아 긍정적으로 평가할 수도 있다. 이는 상향비교하는 사람이 사회 비교 이론에 따라 신체적 매력을 지각한다면 자신을 긍정적으로 평가하기 위해 이상적이고

매력적인 타겟을 자기 고양, 자기개선의 본보기로 삼아 매력적인 타겟을 긍정적으로 평가한다고 해석할 수도 있을 것이다(Collins, 1996; Lockwood & Kunda, 1997; Wilcox & Laird, 2000). 또는 반대로 신체적 매력 타겟과 자신을 대조, 비교하여 자신의 신체 만족도를 낮게 지각하고 그에 대한 반향으로 매력적인 인물을 부정적으로 평가할 수도 있다(Tiggemann & Slater, 2004). 이처럼 신체적 매력 판단에서 동성 맥락에서의 평가는 이성 맥락에서의 평가와 다를 가능성이 크고 대인 관계적 역동도 다양하게 나타날 수 있다. 따라서 본 연구의 두 번째 질문에서 신체적 매력에 대한 평가에서 이러한 성차가 이성과 동성 맥락 차원에서 어떻게 다르게 나타나는지를 살펴보았다.

#### 신체적 매력과 호감도

사람들은 신체적으로 매력적인 사람을 좋아한다. 신체적으로 매력적인 사람이 높은 호감을 갖기도 하고 호감도가 높은 사람이 매력적으로 여겨지기도 한다. 매력 안에서 신체적 매력과 호감도는 함께 변화한다(김정미, 2014; Chaiken & Eagly, 1983; Reysen, 2005). 그러나 호감도는 신체적 매력과 밀접하지만, 그 관계의 방향이 연구마다 다양하게 나타나는 등 분명히 다른 부분도 존재한다(Chaiken & Eagly, 1983; Eagly et al., 1991; Dion et al., 1992; Little et al., 2006). 사람들은 신체적 매력을 가진 사람을 더 행복하고 더 친절하며, 더 사회적이고, 좋은 성격을 가진다고 지각하고 신체적 매력이 높을수록 그 사람에게 더 높은 호감을 느끼고, 더 신뢰하고, 더 협동하고자 한다(임혜진, 최승원, 2017; Kleck & Rubenstein, 1975; Seidman & Miller, 2013; Stirrat & Perret, 2010).

이런 고정관념을 ‘What is beautiful is good’ 고정관념이라고 한다(Dion et al., 1972).

물론 이런 신체적 매력의 고정관념이 주는 긍정적 영향은 매력에 대한 조작적 정의의 다양성 때문에 예상보다 효과 크기가 중간 정도이고 그 강도가 일관적이지 않기도 한다(Eagly et al., 1972). 게다가 반대로 사람들은 아름다운 사람은 까칠하고 웬지 사나울 것(Beauty is Beastly) 같은 인상도 가지고 있다(Braun, Peus & Frey, 2015). 사람들은 매력적인 사람이 결혼 관계에서 더 불륜 기회에 노출되기 쉽고, 그런 사람들에게는 양육에 대한 노력이나 타인과의 관계를 유지하기 위한 대인 관계적 민감성을 발달시키는 노력이 불필요하다고 생각하기도 한다(Eagly et al., 1972). 매력이 상사에 대한 부하의 충성심과 신뢰도에 미치는 영향을 알아본 한 연구(Braun et al., 2015)에 따르면 변혁적 리더십을 가지고 있는 여성 상사일 경우, 신체적 매력이 부하의 신뢰도와 충성심에 부정적 영향을 주기도 했다(Braun et al., 2015). 그러나 전체적으로 이 두 가지의 고정관념의 효과 중 어느 것이 강력한 지를 물을 때 그 효과 크기는 여전히 아름다움이 주는 긍정성이 더 크다(Shahani-Denning, 2003).

호감도(likability)는 ‘설득 및 자기표현의 전략’으로(Reysen, 2005), 대인관계에서 사회적으로 사람들에게 혜택을 주는 매력 요인이다. 호감이 가는 사람은 사회에서 긍정적인 평가를 받기 때문에 자신의 부탁을 들어주도록 타인을 설득하기가 쉽다(정태연 외, 2016). 호감도는 호혜적 관계에서 얻어지기도 하지만 때로는 단순하게 어떤 사람을 신체적으로 매력적이라고 판단을 했다는 것만으로도 얻어질 수 있다(Dion et al., 1972). 외모가 준수한 사람은 즉각적으로 호감을 높일 뿐 아니라 상대에

게 더 신뢰감도 준다(Stirrat & Perret, 2010). 또한, 신체적으로 매력적인 사람이 면접 현장에서 더 호감을 사게 되고 궁극적으로 채용 가능성도 올라간다(김정미, 2014; Snyder et al., 1977). 따라서, 신체적 매력과 밀접한 관련이 있는 호감도도 함께 그 차이를 살펴보았다.

### 연구문제

본 연구의 첫 번째 연구 목적은 한국인의 신체적 매력과 호감 지각에서 평가자 성별, 세대에 따른 차이를 알아보고 신체적 매력에 대한 진화론적 관점과 사회문화적 관점을 비교검증 하는 것이다. 따라서 세대와 성별 집단에 따른 분석을 진행한 뒤 그 결과를 진화론적 관점과 사회문화적 관점을 통해서 설명하고자 했다. 또한, 신체적 매력과 밀접하지만 이 개념과 차이가 있는 호감도에서의 집단 차이는 신체적 매력의 집단 차이와 어떻게 다르게 나타나는지 함께 알아보았다. 이를 위해서 세대(청년 대 중년) × 평가자 성별(남성 대 여성) × 타겟 성별(남성 대 여성)에 대한 삼원혼합분산분석을 수행하고 신체적 매력과 호감 지각에 대한 집단 차이가 어떻게 나타나는지 살펴보았다.

두 번째로 타겟의 신체적 매력과 호감 지각이 그러한 타겟을 만든 사람의 성별과 그 타겟을 평가하는 사람의 성별에 따라 달라지는지 살펴보았다. 즉, 평가자가 이성 타겟이나 동성 타겟의 신체적 매력과 호감도를 지각할 때 동성이 만든 타겟과 이성이 만든 타겟을 다르게 평가하는지 알아보았다. 이 연구문제가 첫 번째 연구문제와 다른 것은, 첫 번째 연구문제는 조작자의 성별의 영향을 배제한 뒤, 세대와 평가자 성별만을 가지고 타겟 성

별에 따라 평가자들이 타겟의 신체적 매력과 호감도를 평가하는 것이 어떻게 다른지를 살펴본 반면에, 두 번째 연구문제는 세대 차이를 배제하고 평가자와 조작자의 성별이 이러한 지각에 미치는 영향을 알아본 것이다. 세대 차이를 배제한 것은 연구문제와 상관이 없을뿐더러 지금까지 연구된 바가 없어 이론적으로도 설명할 내용이 빈약하다. 이론적, 경험적으로도 주목받을만한 변수가 아니어서 연구에 포함되지 않는 것이 적절했다.

## 방 법

### 연구 참가자

서울 소재 C대 학생 및 직장생활을 하는 20대 120명, 대학원 수업을 듣고 있거나 지역사회에서 40~60대 120명이 본 연구에 참여하였다. 자료는 심리학 강의실에서 수업을 듣는 학생들이나 주변 지인 등을 통해 설문지를 돌린 후 수거하거나 우편과 이메일을 통하여 수집 후 추후 지면 설문지를 전달받는 방법으로 수집되었다. 세대별로 120명은 남성 60명, 여성 60명으로 구성되어 있다. 참가자의 각 연령 평균은 청년(20대) 남성 25.13( $SD = 3.16$ )세, 여성 24.62( $SD = 3.02$ )세, 중년(40~60대) 남성 48.40( $SD = 7.10$ )세, 여성 47.52( $SD = 7.07$ )세였다. 참가자들에게 소정의 모바일 기프트콘을 보상으로 주었다.

### 자극재료

3D 게임 프로그램인 ‘Pearl Abyss’사의 ‘검은 사막’ PC 버전의 캐릭터 개인화 프로그램



을 사용하여 자극재료를 만들었다. 이 프로그램은 매우 사실적이고 구체적으로 얼굴 및 몸의 신체를 구현할 수 있고, 그 조작이 쉽고 그 조작 범위가 넓고 다양해서 개인이 이상적으로 생각하는 신체적으로 매력적인 남녀를 최대한 구현할 수 있었다. 본 연구의 참가자들이 아닌 20대 초반의 또 다른 120명(남 60, 여 60)의 조작자들이 이 프로그램을 직접 조작하여 4가지 조건 중 한 조건에서 하나의 매력적인 사람을 구현하였다. 즉, 남학생 30명은 자신이 생각하는 매력적인 여성 타겟을 만들었고, 여학생 30명은 남성 타겟을 만들었다. 또 다른 남학생 30명은 자신이 생각하는 매력적인 남성 타겟을 만들었고, 여학생 30명도 여성 타겟을 만들었다. 그래서 남성이 만든 남성 타겟 30개(이하, A 또는 남-남), 남성이 만든 여성 타겟 30개(이하, B 또는 남-여), 여성이 만든 남성 타겟 30개(이하, C 또는 여-남), 여성이 만든 여성 타겟 30개(이하, D 또는 여-여) 등 총 120개의 타겟이 만들어졌다.

자극재료를 만드는 과정은 다음과 같았다. 연구자는 각 조작자를 1대1로 통제된 실험실에서 만난 다음, 자신이 생각하는 가장 매력적인 사람과 최대한 비슷하게 캐릭터를 만들어 달라고 요청했다. 그들은 15-20분간 타겟을 만드는 목적에 대한 설명을 듣고 캐릭터 커스터마이징에 숙련된 연구자로부터 프로그램을 조작하는 방법을 상세하게 교육받았다. 그리고 나서 조작자들은 1인당 1개씩 직접 3D 프로그램을 사용하여 신체적으로 매력적인 타겟을 만들었다. 작업 이후, 참가자들은 사후 설문지를 통해 ‘자신이 상상한 모습과 얼마나 닮았는지’를 백분율로 표시했고, 100%에서 부족한 부분에 대한 원인이 무엇인지 조사하였다. 이를 바탕으로 연구자와 함께 타겟을 재

수정하였고 이 과정에서 만족도가 전체적으로 크게 올라갔다. 이 과정에서도 만족도에서 부족한 부분은 추후 Adobe사의 Photoshop CC 2019를 사용하여 수정한 뒤, 2차 온라인 사후 설문지를 통해 조작자들에게 원본과 비교하여 어떤 것이 나은지 선택하게끔 하고 다시 만족 정도를 백분율로 표시하도록 했다. 조작자들이 자신이 만든 타겟이 자신의 이상형과 어느 정도 비슷한지에 대한 물음에 대해 조작자들이 보고한 수치는 평균 87.18( $SD=7.26$ )% 이었다.

#### 측정 도구

##### 신체적 매력

본 연구에서 신체적 매력 평정은 조작자들이 가장 이상적으로 만든 타겟을 제삼자의 평가자가 어떻게 평가하는지 알아보기 위해 사용했다. 신체적 매력 평정은 ‘얼굴과 몸을 종합했을 때 이 인물은 신체적으로 얼마나 매력적입니까?’라는 단일문항으로 이루어졌다. 평가자들은 그림을 본 후 제일 먼저 ‘얼굴과 몸을 종합했을 때 이 인물은 신체적으로 얼마나 매력적입니까?’라는 이 질문에 0점부터 10점까지의 점수를 매길 수 있는 11점 리커트 척도(0점: 전혀 매력적이지 않음 - 10점: 매우 매력적임)에 응답하였다.

##### 호감도 척도

호감도를 측정하기 위해 Reysen(2005)의 ‘호감도 척도(Likability scale)’를 연구자들이 번역과 수차례의 수정과정을 거쳐 사용하였다. Chaiken과 Eagly(1983)가 우울증 이분형 척도를 사용하여 전달자의 호감도를 측정했고 요인분석을 통해 매력과 전문성의 두 개의 하위 요인을 발견했다(Chaiken & Eagly, 1983). 그러나

이들의 연구는 호감도를 측정하는 것이 목표가 아니었으므로 Reysen(2005)이 그들의 척도에서 착안하여 두 하위 요인을 하나의 단일요인으로 통합하여 새로운 호감도 척도(Likeability Scale)를 개발했다. 이 척도는 11문항(예: 이 사람은 친절하다, 이 사람은 호감이 간다, 이 사람은 다가가기 쉽다 등) 7점 척도(1점: 매우 동의 안 함 - 7점: 매우 동의함)로 이루어졌으며, 본 연구에서 내적 합치도 계수는 평균적으로  $\alpha = .90$ 으로 나타났다(Reysen, 2005).

### 절차

240명의 새로운 참가자들이 각각 4개의 타겟 사진을 보고 각 사람의 신체적 매력과 호감도를 평가하였다. 이때 앞서 만든 120개의 타겟을 균등히 나누어 설문지 세트를 만들었다. 한 설문지에는 A(남-남), B(남-여), C(여-남), D(여-여)의 남성 타겟 2명, 여성 타겟 2명, 총 4명을 배열하였는데, 사진 제시 순서의 영향을 없애기 위해 선 순으로 1세트, 역순으로 1세트로 역 균형화(counter balancing)하였다. 이렇게 각기 다른 타겟을 가진 설문지가 타겟 120개에 대하여 역 균형화한 설문지 총 240개가 만들어졌다. 이 설문지를 다시 새로운 240명의 평가자에게 세대 및 성별 집단에 따라 무선 배정하였는데 이때 타겟은 120개이고, 선 순과 역순으로 된 설문지 세트가 2개가 있으므로, 같은 대상을 평정한 참가자는 2명이 된다. 즉, 동일한 대상을 평가자 2명이 평가하였고 이후 동일대상에 대한 점수는 합을 낸 뒤 평균을 구해 분석하였다. B4 크기의 중철 제본된 설문지의 왼편에는 이전 단계에서 만든 대상 타겟의 얼굴과 몸이 나오는 사진이 흑백으로 제시되었고, 평가자들은 그 사진을

보며 사진 하단 및 오른쪽 페이지에 있는 질문에 응답하였다.

### 자료 분석

먼저 신체적 매력과 호감도의 상관관계를 알아보기 위해 단순 상관 분석을 하였다. 그 다음, 신체적 매력에서 세대(청년 대 중년) × 평가자 성별(남성 대 여성) × 타겟 성별(남성 대 여성) 간 차이가 있는지 알아보기 위해 개체 간 변수인 '세대 및 평가자 성별'과 개체 내 변수인 '타겟 성별'을 요인으로 하는 삼원 혼합분산분석(Mixed ANOVA)을 하였다. A, B, C, D 4개의 집단 내 변수는 타겟의 성별에 따라 2개의 값을 합한 뒤 평균을 구해서 분석에 이용하였다. 마지막으로, 타겟에 대한 남녀 평가자의 평가가 타겟을 만든 사람의 성별에 따라 다른지를 확인하기 위해 본 연구의 자료를 활용하여 A(남-남), B(남-여), C(여-남), D(여-여) 사이의 차이를 대응표본 T 검정(paired T-test)을 통해 알아보았다. 즉, 각 남녀 평가자가 이성이나 동성(타겟)의 신체적 매력과 호감도를 평가할 때 남성이 만든 남성 타겟(A)과 여성이 만든 남성 타겟(C)을 다르게 평가하는지, 그리고 남성이 만든 여성 타겟(B)과 여성이 만든 여성 타겟(D)을 다르게 평가하는지 그 평균 차이를 살펴보았다.

### 결 과

신체적 매력과 호감도의 기술통계 및 분산분석

신체적 매력과 호감도의 기술통계와 상관관계는 다음과 같다. 먼저, 앞서 만들어진 120개

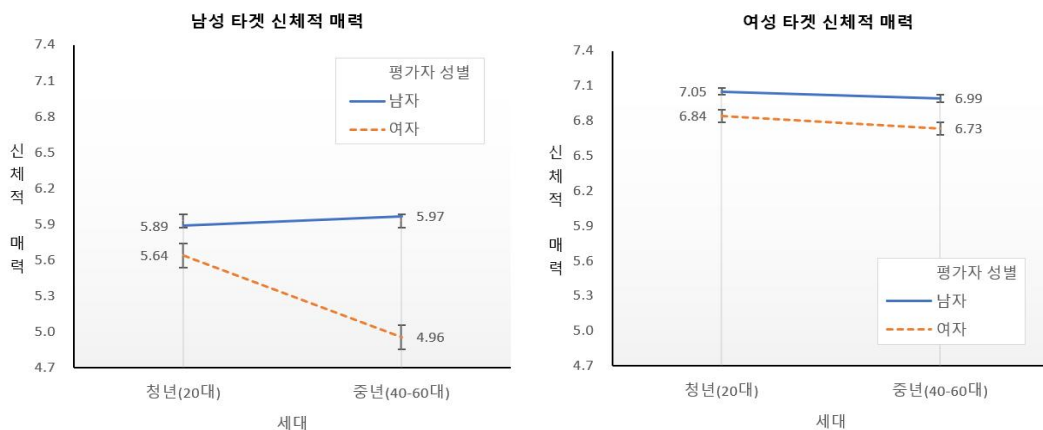
의 매력 타겟은 신체적으로 중간보다 약간 높은 정도로 매력적인 것으로 평가되었다( $M = 6.26, SD = 1.54$ , 10점 기준). 또한, 타겟에 대한 호감도는 평균 4.01( $SD = 0.67$ ) 이었다(7점 기준). 분석은 예측한 대로 신체적 매력과 호감도( $r = .60, p < .001$ ) 사이에 정적인 상관을 나타냈다. 다음으로 신체적 매력과 호감도에서 세대 또는 성별에 따라 점수 차이가 있는지를 살펴보았다.

먼저, 신체적 매력 판단에서 세대, 평가자 성별, 타겟(타겟) 성별에 따른 차이가 있는지 검증하기 위하여 2(세대: 청년 대 중년)  $\times$  2(평가자 성별: 남 대 여)  $\times$  2(타겟 성별: 남 대 여)의 혼합분산분석을 시행하였다. 그 결과(그림 1 참고), 세대의 주 효과는 통계적으로 유의하지 않았다  $F_{(1,236)} = 0.95, p = .331, partial \eta^2 = .004$ . 반면, 평가자 성별에 따른 차이는 유의해서  $F_{(1,236)} = 4.74, p = .030, partial \eta^2 = .020$  남성이 여성보다 타겟의 신체적 매력을 더 높게 평가했다. 또한, 신체적 매력은 타겟 성별에 따라 차이가 통계적으로 유의해서  $F_{(1,236)} = 90.13, p < .001, partial \eta^2 = .276$ ,

평가자들은 여성 타겟의 매력을 남성 타겟보다 더 높게 평가했다.

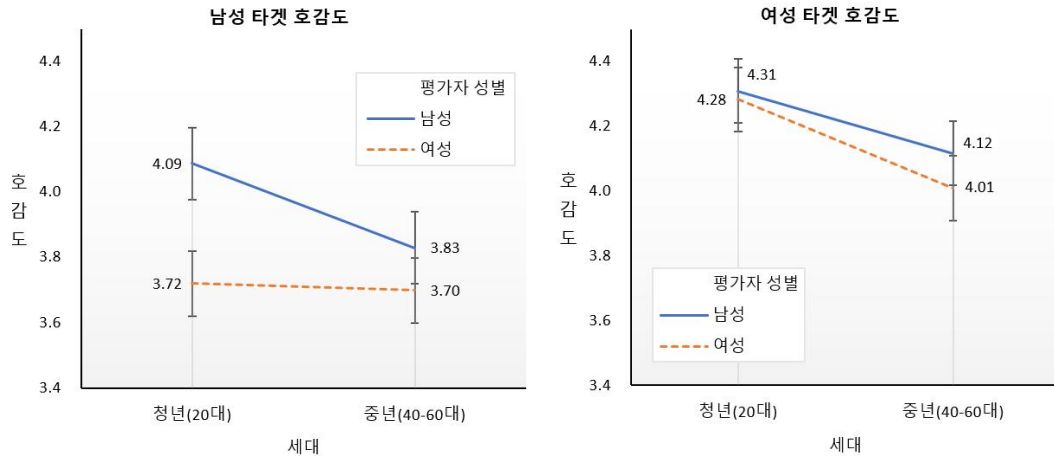
이원 상호작용에서 세대  $\times$  평가자 성별에 따른 상호작용  $F_{(1,236)} = 1.06, p = .305, partial \eta^2 = .004$ 과 세대  $\times$  타겟 성별에 따른 상호작용  $F_{(1,236)} = 0.65, p = .422, partial \eta^2 = .003$ 은 유의하지 않았다. 또한, 평가자 성별  $\times$  타겟 성별에 따른 상호작용도 유의하지 않았다  $F_{(1,236)} = 2.10, p = .149, partial \eta^2 = .009$ . 마지막으로, 이 세 변인의 삼원상호작용도 통계적으로 유의하지 않았다  $F_{(1,236)} = 1.72, p = .191, partial \eta^2 = .007$ .

다음으로 호감도에서 신체적 매력과 유의한 상관관이 있는 호감도에서도 동일한 패턴의 요인 간 차이가 있는지 확인하기 위해, 신체적 매력과 동일하게 2(세대: 청년 대 중년)  $\times$  2(평가자 성별: 남 대 여)  $\times$  2(타겟 성별: 남 대 여)의 혼합분산분석을 하였다. 그 결과(그림 2 참고), 호감도에서 세대 주 효과가 유의하여  $F_{(1,236)} = 4.73, p = .031, partial \eta^2 = .020$  청년세대가 중년 세대보다 타겟의 호감도를 더 높게 평가했다. 타겟 성별 주 효과도 유의



표준오차(SE)는 오차 막대로 제시. 점수는 10점 기준.

그림 1. 타겟 성별에 따른 '신체적 매력'의 세대  $\times$  평가자 성별 집단 차이



표준오차(SE)는 오차 막대로 제시. 점수는 7점 기준.

그림 2. 타겟 성별에 따른 '호감도'의 세대X평가자 성별 집단 차이

하여  $F_{(1,236)} = 38.01, p < .001, partial \eta^2 = .139$ , 평가자는 여성 타겟의 호감도를 남성 타겟보다 더 높게 평가한 것으로 나타났다. 그러나 평가자 성별 주 효과는 유의하지 않았다  $F_{(1,236)} = 3.40, p = .066, partial \eta^2 = .014$ .

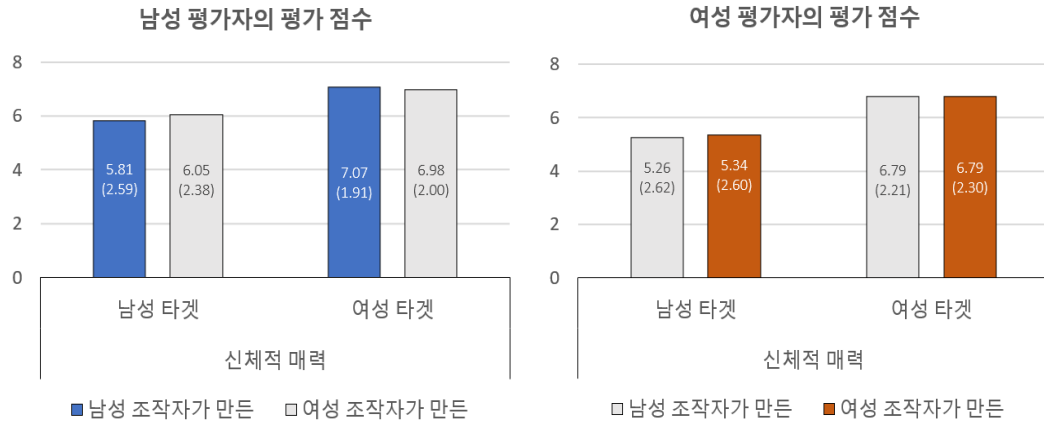
이원 상호작용은 세대 X 평가자 성별에 따른 상호작용과  $F_{(1,236)} = 0.20, p = .656, partial \eta^2 = .001$  세대 X 타겟 성별에 따른 상호작용  $F_{(1,236)} = 0.70, p = .402, partial \eta^2 = .003$ , 그리고 평가자 성별 X 타겟 성별에 따른 상호작용  $F_{(1,236)} = 2.62, p = .107, partial \eta^2 = .011$  모두 유의하지 않았다. 마찬가지로 이 세 변인의 삼원상호작용도 통계적으로 유의하지 않았다  $F_{(1,236)} = 2.02, p = .157, partial \eta^2 = .008$ .

신체적 매력과 호감도에서 조작자와 평가자의 성별이 미치는 효과

다음으로 평가자들이 평가한 대상 타겟이 여성이 만든 것인지 동성이 만든 것인지에 따른 차이를 살펴보았다. 즉, 타겟의 조작자 성

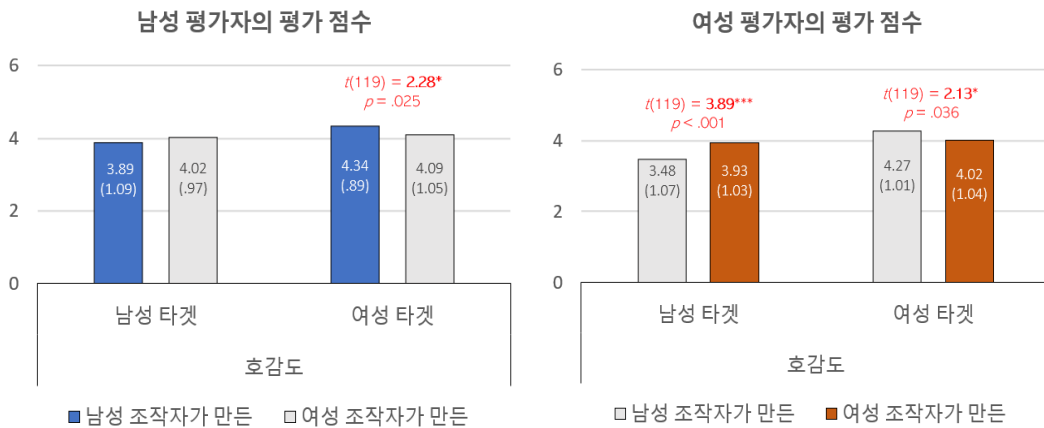
별이 평가 점수에 영향을 주는지 살펴보기 위해 평가자 성별로 나눈 뒤 대응표본 T 검중 (paired T-Test)을 하였다. 분석 결과, 신체적 매력에서는 모든 대응 쌍에서 조작자 성별에 따른 점수 차이가 없는 것으로 나타났다(그림3 참조).

그러나 호감도의 경우 조작자의 성별이 점수 차이에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 남성 평가자의 경우, 대상이 여성일 때 여성이 만든 여성(D:  $M = 4.09$ )보다 남성이 만든 여성(B:  $M = 4.34$ )을 더 호감 있게 평가하여  $t_{(119)} = 2.28, p = .025$  동성이 만든 타겟을 더 선호하였다. 그러나 나머지 대응 쌍에서는 조작자의 성별에 따른 성차가 없었다. 남성과 달리 여성 평가자들은 대상자 성별이 남성인지 여성인지에 따라 다르게 조작자 성별의 영향을 받았다. 대상이 남성일 경우, 남성이 만든 남성 타겟(A:  $M = 3.48$ )보다 여성이 만든 남성 타겟(C:  $M = 3.93$ )에 더 호감을 느꼈다  $t_{(119)} = 3.89, p < .001$ . 즉, 여성 평가자의 경우 대상이 남성일 때, 예상대로 여성이 만든



N=120. \*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

그림 3. 신체적 매력에서 조작자 성별과 평가자 성별에 따른 평가 점수 비교



N=120. \*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

그림 4. 호감도에서 조작자 성별과 평가자 성별에 따른 평가 점수 비교. 그래프의 p 값은 평균 차이에 대한 통계적 유의도임

타겟보다 동성이 만든 타겟을 더 선호하였다. 그러나 평가대상이 여성일 경우에는 반대로 여성(동성)이 만든 여성 타겟(D:  $M = 4.02$ )보다 남성(이성)이 만든 여성 타겟(B:  $M = 4.27$ )의 호감도를 더 높게 평가했다  $t(119) = 2.13, p = .036$ (그림 4 참조).

## 논 의

본 연구의 첫째 목표는 신체적 매력과 호감 지각에서 집단 차이를 살펴보는 것으로, 이를 위해 세대 × 평가자 성별 × 타겟 성별에 따라 삼원혼합분산분석을 실시하였다. 그 결과,

신체적 매력 지각에서 세대 차이는 나타나지 않았지만, 평가자 성별, 타겟 성별에 따른 다양한 성차가 존재했다. 반대로 호감 지각에서 평가자 성별 차이는 없었지만 세대 차이와 타겟 성별에 따른 차이가 나타났다. 본 연구의 결과는 한국인의 신체적 매력과 호감 지각에 대해 다양한 진화론적 논의 및 사회문화적 논의에 도달하게 해 준다.

우선 신체적 매력의 분석 결과를 살펴보면, 타겟 성별에서 여성 타겟이 남성 타겟보다 모든 집단에서 신체적 매력점수가 더 높게 나타났다. 이는 일반적으로 여성의 신체적 매력을 더 높이 평가하는 여성 매력 편향이 나타난 것으로 해석할 수 있다(Henss, 1995; Morse et al., 1976). 여성의 신체적 매력이 높게 나타난 또 다른 이유는 타겟 여성이 젊은 여성이기 때문으로 설명할 수 있다. 진화론적 관점에서 젊음은 신체적 매력에서 추론되는 중요한 적응적 요인이다(Singh, 1993a). 진화론적 관점의 학자들은 숨겨진 여성의 배란능력이 영구적으로 함께 육아를 돌볼 짝을 찾기 위해 관련 비용을 분담하도록 진화했다고 믿는다(Singh, 1993b). 예를 들어, 낮은 WHR을 가진 여성은 그 얇은 허리둘레가 체지방이 쌓이지 않은 젊음을 예상 하게 하고 생식능력의 신호로써 한 단계 한다고 본다(Singh, 1993a, 1994 등 참조). 가임기 여성이 폐경기 여성보다 재생산 가능성이 크기 때문에 생물학적 나이가 젊은 것과 별개로 젊어 보이는 것이 배우자 선택 과정에서 경쟁력 있는 부분이 된다는 것이다(Singh, 1993a; Buss, 1989). 실제로 사용된 자극물은 젊어 보일 뿐 아니라 얇은 허리와 넓은 골반을 가진 낮은 WHR이었다.

다음으로 평가자 성별에서도 비대칭적인 차이가 나타나 신체적 매력 지각에 대한 진화론

적 관점을 지지했다. 그 비대칭적인 차이란 평가자들은 성별에 따라 남성 타겟의 매력점수에서 각기 다른 점수를 주었지만, 여성 타겟의 매력점수는 남녀 평가자가 비슷한 점수를 준 것을 뜻한다. 다시 말하면 여성 타겟의 신체적 매력점수는 집단에 따라 차이가 없었다. 이런 결과를 통해 두 가지를 추론할 수 있다. 먼저, 한국인은 여성의 신체적 매력에 대해서 미의 기준을 공유하고 있다는 점이다. 신체적 매력 단서는 진화론적으로 남성보다 여성에게 중요하다. 신체적 매력을 측정할 이전 연구 결과들에 따르면 여성의 신체적 매력 평정에서 평가자 성별에 따른 차이는 없었다(Crossley et al., 2012; Morse et al., 1976, Henss et al. 1995). 이는 같은 문화에서 같은 사회적 규범을 공유하듯 여성의 신체적 매력에 대해서 같은 미의 기준을 공유하기 때문이다(Kopera et al., 1971; Morse et al., 1976; Udry, 1965).

둘째로, 한국인이 성별 집단 또는 세대 집단별로 공유하고 있는 신체적 매력은 진화론적인 부분에 기초한다는 것이다. 진화론적 관점은 배우자 선택에서 유리한 단서들이 있고 그것이 문화를 통틀어서 보편적이다(Buss, 2016; Singh et al., 2010). 앞서 설명했듯이 여성의 신체적 매력은 남성의 배우자 선택 맥락에서 신체적 매력보다 중요하다. 왜냐하면, 진화론적으로 여성의 신체적 매력이 다산성과 건강 등의 적응적 지표와 관련이 있기 때문이다(Singh, 1993a, 1994; Buss, 2016; Buss & Barnes, 1986). 진화론적으로 남성에게 선택이란 심리적 메커니즘의 발달로서 여성의 신체적 특징에 관한 관심을 높이고 짝의 가치를 평가하게끔 하는 것이다(Singh et al., 2010). 반면 배우자 선택에서 남성의 지위와 자원 제공

능력에 따라 경제적 위계로 남성을 선택하기 때문에 남성의 신체적 매력에서 통일된 합의점을 갖지 않는 것이다(Buss & Barnes, 1986; Trivers, 1972). 남성 배우자 선택에서 선호되는 특질은 신체적 매력보다는 돈, 사회적 위치 등 부양 능력과 관련된 부분이 많다(Buss & Barnes, 1986).

추가로, 한 가지 생각해 볼 부분은 남성 타겟에서 청년집단 남녀 모두와 중년 남성은 모두 중간에서 조금 높은 수준의 신체적 매력점수를 주었는데 중년 여성의 경우만 1점 정도 유의하게 상대적으로 낮은 점수를 주었다는 것이다. 그 이유는 20대가 타겟을 만들었기 때문에 조금 더 20대의 취향에 맞게 만들어졌고 이를 청년집단이 문화적으로 공유했을 수 있다. 그러나 중년 여성에게는 그 세대에게 맞는 선호하는 남성의 얼굴 매력과 신체적 매력이 따로 있을 수 있다. 예로, 김수정 등(2006)의 연구에 따르면, 한국의 미의 기준은 점점 성숙함에서 앳됨으로 변화하고 있다(김수정 등, 2006). 20대 초반의 조작자들은 신체적으로 매력적인 남성에게 이런 변화된 미의 기준을 담고 있을 수도 있다.

한편 대안적으로 세대 차이가 나지 않는 이유를 사회문화적 관점으로 생각해 볼 수 있다. 현대사회는 다양한 미디어와 광고를 통하여 매력적인 연예인이나 모델을 자주 접할 수 있다. 한국은 TV뿐 아니라 광고, 모바일, 인터넷을 통해 이런 매력적인 타겟에 노출되기 매우 쉽다. 따라서 단순히 자주 노출이 될수록 호감도가 높아져서 자주 접한 형태를 매력적으로 지각했을 수도 있다(Harmon-Jones & Allen, 2001; Zajonc, 1968).

요약하면, 한국인의 신체적 매력 지각은 세대 차이는 없었고 평가자 성별에 따라 비대칭

적인 차이가 있었다. 여성 타겟의 경우 평가자 성별에 따른 차이가 없었는데 이는 여성의 신체적 매력에 대해 남녀가 통일된 합의점을 가지고 있다는 의미로 볼 수 있다. 이는 진화론적 관점에 기초해 설명될 수 있으며 동일문화권 내에 신체적 미의 규범을 공유하는지는 별도의 연구가 필요하다.

다음으로 이 자료에서 호감도에 대해 신체적 매력과 동일하게 세대(청년 대 중년) × 평가자 성별(남성 대 여성) × 타겟 성별(남성 대 여성)에 따라 어떤 호감 지각의 차이가 있었는지 알아보았다. 기본적으로 신체적 매력과 마찬가지로 호감도 역시 타겟 성별에서 따라서 점수에 큰 영향을 받았다. 그러나 신체적 매력과 다르게 호감 지각에서 평가자 성별에 따른 차이는 없었으며 반대로 세대 차이는 존재했다. 호감도는 신체적 매력과 달리 배우자 선택 요인이나 지각적 요인이기보다 대인관계적 요인이라고 할 수 있다. 얼굴 매력의 판단은 150msec 만에 이루어질 정도로 지각적 요인이 크게 작용하며(Schacht et al., 2008) 아이들도 판단할 수 있을 정도로 암묵적이고 순식간에 이루어진다(Fink & Neave, 2005). 반면 호감도는 개인의 가치에 의한 평가에 영향을 받을 경향이 큰 인상형성의 요소들이다. 예를 들어 호감도는 신체적 매력과 밀접하지만, 매력, 전문성, 친밀성, 유사성 등 다양한 내용을 담고 있는 복합적 요인이다(Reysen, 2005). 따라서 평가자들이 신체적 매력과 다르게 호감도를 평가했다고 추론할 수 있다.

호감도에서 나타난 세대 차이는 사회문화적 관점에서 설명할 수 있다. 호감도의 경우 신체적 매력과 달리 청년집단이 중년 집단보다 대상 타겟에 더 높은 호감도를 나타냈다. 사람들은 어떤 사람과 더 친해지고 싶을 때 그

사람에 대한 호감을 나타낸다(Lemay et al., 2010). Lemay 등(2010)은 신체적 매력에 바람직한 속성을 부여하는 이유가 대인 관계적 목표의 투영이라고 주장했다. 즉, 매력적인 사람과 친밀해지고 싶고 관계를 유지하고 싶은 욕구 때문에 매력적인 개인에게 긍정적 속성을 결부시킨다는 것이다. 청년집단이 중년 집단보다는 친구이든 애인이든 타겟으로 제시된 매력적인 인물과 의미 있는 관계를 맺을 가능성이 크고 그만큼 관계 욕구가 클 수 있다. 그러나 중년 집단에게 젊은 성인의 신체적 매력은 그것이 자신과 어떤 관계적 의미가 있 힘들다고 볼 수 있다. 이런 세대 차이가 호감 지각에 차이를 가져올 수 있다.

마지막으로 신체적 매력 판단에 대해 조작자의 성별은 영향을 미치지 않았다. 남녀 평가자 모두 조작자 성별에 따른 유의한 차이는 없었다. 다음으로 호감도에서는 평가자 성별에 따라 각각 다르게 평가에 조작자 성별의 영향을 받았다. 남성 평가자는 ‘이성이 만든 여성’보다 ‘동성이 만든 여성’의 호감도를 더 높게 평가했다. 남성 타겟에서는 조작자 성별에 따른 차이가 나타나지 않았다. 반면, 여성 평가자의 경우, 타겟이 남성일 때는 ‘이성이 만든 남성’보다 ‘동성이 만든 남성’을 더 호감 있게 평가했다. 그러나 타겟이 여성일 때는 ‘동성이 만든 여성’보다 ‘이성이 만든 여성’을 더 호감 있게 평가했다. 연구 결과, 평가자 성별 여부와 상관없이 평가자들은 여성 타겟의 경우 남성 조작자가 만든 여성 타겟에 더 호감을 느끼고, 남성 타겟의 경우 여성 조작자가 만든 남성 타겟에 더 호감을 느꼈다. 조작자 성별-평가자 성별의 이성/동성 맥락에서는 결과가 일관된 패턴으로 나타나지 않아 연구자들의 측면에서 볼 때 지금은 체계적인 해석

이 어려워 보인다. 추후 후속 연구에서 조금 더 체계적으로 패턴을 살펴볼 필요가 있다.

후속 연구에서는 세대 수집에서 좀 더 동질적인 코호트 집단을 대상으로 신체적 매력 지각을 연구하는 것도 바람직해 보인다. 본 연구에서는 세대별 집단을 구성할 때 주로 연령을 고려했다. 박재홍(2003)에 따르면 연령 효과의 측면을 강조하는 ‘생애 단계’의 세대 개념은 ‘동일한 생애 단계에서 동일한 발달 단계에서 동일한 과제에 직면한 과제 동질적 집단이라는 점’이 특징이다. 이러한 점에서 본 연구에 포함된 대학생들도 이미 결혼과 출산을 경험한 세대로 청년층과 명확하게 생애 발달주기 경험이 집단 간 구분 된다고 할 수 있다. 또한, 정규성 검정 결과 집단별 연령 분포는 정규성을 나타냈다. 그런데도, 문화적 경험이 다른 세대의 특성을 좀 더 잘 반영하기 위해서는 연령 이외에도 공유한 사회문화적 경험도 고려한 연구를 설계하는 것이 본 연구 문제와 관련해서 세대 차이를 좀 더 규명해줄 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 김수정, 박수진, 정찬섭 (2006). 얼굴매력의 변화추세: 미스코리아 얼굴감성모형을 중심으로. 한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집, 4(2), 340-343.
- 김정미 (2014). 여성 응시자의 얼굴매력성과 의복유형이 면접관의 호감도, 성격특성 추론, 업무수행능력판단 및 채용의도에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박재홍. (2003). 세대 개념에 관한 연구: 코호트적 시각에서. 한국사회학, 37(3), 1-23.



- 임혜진, 최승원 (2017). 성격 특성 지각이 신체적 매력 지각에 미치는 영향: 정직성과 외향성을 중심으로. *한국심리학회지: 인지 및 생물*, 29(4), 423-445.
- 정병욱, 김영조 (2014). 매력적인 광고모델이 제품평가에 미치는 영향: 경쟁적 맥락과 제품유형의 효과. *한국심리학회지: 소비자 광고*, 15(1), 145-156.
- 정태연, 장민희, 전미연, 손찬호, 박은미, 김동수, 박은미, 손찬호, 전미연, 장민희, 안혜정, 전경숙. (2015). *사회심리학* (pp. 1-619). 서울: 학지사.
- Anderson, C., John, O. P., Keltner, D., & Krings, A. M. (2001). Who attains social status? Effects of personality and physical attractiveness in social groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(1), 116-132.
- Andrews, T. M., Lukaszewski, A. W., Simmons, Z. L., & Bleske-Rechek, A. (2017). Cue-based estimates of reproductive value explain women's body attractiveness. *Evolution and Human Behavior*, 38(4), 461-467.
- Berry, D. S., & Miller, K. M. (2001). When Boy Meets Girl: Attractiveness and the Five-Factor Model in Opposite-Sex Interactions. *Journal of Research in Personality*, 35(1), 62-77.
- Braun, S., Peus, C., & Frey, D. (2015). Is Beauty Beastly?. *Zeitschrift für Psychologie*. 220(1), 98-108.
- Buss, D. M., & Barnes, M. (1986). Preferences in human mate selection. *Journal of personality and social psychology*, 50(3), 559-570.
- Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12(1), 1-14.
- Buss, D. M. (2016). *The evolution of desire: Strategies of human mating*. Hachette UK.
- Buss, D. M., & Barnes, M. (1986). Preferences in human mate selection. *Journal of personality and social psychology*, 50(3), 559-570.
- Chaiken, S., & Eagly, A. H. (1983). Communication modality as a determinant of persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 241-256.
- Chan, E. Y. (2015). Physically-attractive males increase men's financial risk-taking. *Evolution and Human Behavior*, 36(5), 407-413.
- Collins, R. L. (1996). For better or worse: The impact of upward social comparison on self-evaluations. *Psychological Bulletin*, 119(1), 51-69.
- Crossley, K. L., Cornelissen, P. L., & Tovée, M. J. (2012). What Is an Attractive Body? Using an Interactive 3D Program to Create the Ideal Body for You and Your Partner. *PLoS ONE*, 7(11). : e50601. <https://doi:10.1371/journal.pone.0050601>.
- Cunningham, M. R., Roberts, A. R., Barbee, A. P., Druen, P. B., & Wu, C. H. (1995). "Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours": Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of personality and social psychology*, 68(2), 261-279.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285-290.
- Dion, K. K., Pak, A. W.-P., & Dion, K. L. (1990). Stereotyping Physical Attractiveness: A

- Sociocultural Perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21(2), 158-179.
- Harmon-Jones, E., & Allen, J. J. (2001). The role of affect in the mere exposure effect: Evidence from psychophysiological and individual differences approaches. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(7), 889-898.
- Hönekopp, J. (2006). Once more: is beauty in the eye of the beholder? Relative contributions of private and shared taste to judgments of facial attractiveness. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 32(2), 199-209.
- Fisher, M., & Cox, A. (2011). Four strategies used during intrasexual competition for mates. *Personal Relationships*, 18(1), 20-38.
- Furnham, A., Tan, T., & Mcmanus, C. (1997). Waist-to-Hip Ratio and Preferences for Body Shape: A Replication and Extension. *Personality and Individual Differences*, 22(4), 1-11.
- Garner, D. M., Garfinkel, P. E., Schwartz, D., & Thompson, M. (1980). Cultural expectations of thinness in women. *Psychological Reports*, 47(2), 483-491.
- Henss, R. (1995). Waist-to-hip ratio and attractiveness. Replication and extension. *Personality and Individual Differences*, 19(4), 479-488.
- Jawahar, I. M., & Mattsson, J. (2005). Sexism and beautyism effects in selection as a function of self-monitoring level of decision maker. *Journal of Applied Psychology*, 90(3), 563-573.
- Jones, A. L., & Jaeger, B. (2019). Biological bases of beauty revisited: The effect of symmetry, averageness, and sexual dimorphism on female facial attractiveness. *Symmetry*, 11(279). <http://doi:10.3390/sym11020279>.
- Jünger, J., Kordsmeyer, T. L., Gerlach, T. M., & Penke, L. (2018). Fertile women evaluate male bodies as more attractive, regardless of masculinity. *Evolution and Human Behavior*, 39(4), 412-423.
- Kleck, R. E., & Rubenstein, C. (1975). Physical attractiveness, perceived attitude similarity, and interpersonal attraction in an opposite-sex encounter. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31(1), 107-114.
- Kopera, A. A., Maier, R. A., & Johnson, J. E. (1971). Perception of physical attractiveness: The influence of group interaction and group coaction on ratings of women. In *Proceedings of the Annual Convention of the American Psychological Association*. *American Psychological Association*, 6(Pt.1), 317-318.
- Lemay Jr, E. P., Clark, M. S., & Greenberg, A. (2010). What is beautiful is good because what is beautiful is desired: Physical attractiveness stereotyping as projection of interpersonal goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(3), 339-353.
- Little, A. C., Burt, D. M., & Perrett, D. I. (2006). What is good is beautiful: Face preference reflects desired personality. *Personality and Individual Differences*, 41(6), 1107-1118.
- Lockwood, P., & Kunda, Z. (1997). Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 91-103.
- Morse, S. J., Gruzen, J., & Reus, H. (1976). The "eye of the beholder": A neglected variable in

- the study of physical attractiveness? *Journal of Personality*, 44(2), 209-225.
- Prokopakis, E. P., Vlastos, I. M., Picavet, V., Trenité, G. N., Thomas, R., Cingi, C., & Hellings, P. W. (2013). The golden ratio in facial symmetry. *Rhinology journal*, 51(1), 18-21.
- Reysen, S. (2005). Construction of a new scale: The Reysen Likability Scale. *Social Behavior and Personality*, 33(2), 201-208.
- Rhodes, G., Proffitt, F., Grady, J. M., & Sumich, A. (1998). Facial symmetry and the perception of beauty. *Psychonomic Bulletin & Review*, 5(4), 659-669.
- Rhodes, G., Yoshikawa, S., Clark, A., Lee, K., McKay, R., & Akamatsu, S. (2001). Attractiveness of facial averageness and symmetry in non-Western cultures: In search of biologically based standards of beauty. *Perception*, 30(5), 611-625.
- Richardson, D. R., & Green, L. R. (1999). Social sanction and threat explanations of gender effects on direct and indirect aggression. *Aggressive Behavior: Official Journal of the International Society for Research on Aggression*, 25(6), 425-434.
- Schacht, A., Werheid, K., & Sommer, W. (2008). The appraisal of facial beauty is rapid but not mandatory. *Cognitive, Affective and Behavioral Neuroscience*, 8(2), 132-142.
- Seidman, G., & Miller, O. S. (2013). Effects of gender and physical attractiveness on visual attention to Facebook profiles. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(1), 20-24.
- Shahani-Denning, C. (2003). Physical attractiveness bias in hiring: What is beautiful is good. *Hofstra Horizon*, 14-17.
- Singh, D. (1993a). Adaptive significance of female physical attractiveness: role of waist-to-hip ratio. *Journal of personality and social psychology*, 65(2), 293-307.
- Singh, D. (1993b). Body shape and women's attractiveness. *Human Nature*, 4(3), 297-321.
- Singh, D. (1994). Is thin really beautiful and good? Relationship between waist-to-hip ratio (WHR) and female attractiveness. *Personality and Individual Differences*, 16(1), 123-132.
- Singh, D., Dixson, B. J., Jessop, T. S., Morgan, B., & Dixon, A. F. (2010). Cross-cultural consensus for waist-hip ratio and women's attractiveness. *Evolution and Human Behavior*, 31(3), 176-181.
- Snyder, M., Tanke, E. D., & Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior: On the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(9), 656-666.
- Stirrat, M., & Perrett, D. I. (2010). Valid facial cues to cooperation and trust: Male facial width and trustworthiness. *Psychological Science*, 21(3), 349-354.
- Streeter, S. A., & McBurney, D. H. (2003). Waist-hip ratio and attractiveness. New evidence and a critique of "a critical test." *Evolution and Human Behavior*, 24(2), 88-98.
- Swami, V., & Tovée, M. J. (2006). The influence of body mass index on the physical attractiveness preferences of feminist and nonfeminist heterosexual women and lesbians. *Psychology of Women Quarterly*, 30(3), 252-257.

- Thornhill, R., & Gangestad, S. W. (1996). The evolution of human sexuality. *Trends in Ecology and Evolution*, 11(2), 98-102.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2004). Thin Ideals in Music Television: A Source of Social Comparison and Body Dissatisfaction. *International Journal of Eating Disorders*, 35(1), 48-58.
- Tovée, M. J., & Cornelissen, P. L. (2001). Female and male perceptions of female physical attractiveness in front view and profile. *British Journal of Psychology*, 92(2), 391-402.
- Tovée, M. J., Edmonds, L., & Vuong, Q. C. (2012). Categorical perception of human female physical attractiveness and health. *Evolution and Human Behavior*, 33(2), 85-93.
- Trivers, R. L. (1974). Parent-offspring conflict. *Integrative and Comparative Biology*, 14(1), 249-264.
- Udry, J. R. (1965). Structural correlates of feminine beauty preferences in Britain and the United States: A comparison. *Sociology & Social Research*, 49(3), 330-342.
- Wilcox, K., & Laird, J. D. (2000). The impact of media images of super-slender women on women's self-esteem: Identification, social comparison, and self-perception. *Journal of Research in Personality*, 34(2), 278-286.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2, Pt.2), 1-27.

논문 투고일 : 2020. 12. 04  
1 차 심사일 : 2020. 12. 04  
게재 확정일 : 2021. 01. 16

## Generation and Gender Differences in Physical Attractiveness and Likability Perception

**Inhae Baek**

**Taeyun Jung**

Chung-Ang University

The present study examined the relations between physical attractiveness and likability and we also investigated whether these variable's effects differ depending on generation (young and middle-aged) × evaluator gender (male and female) × target gender (male and female). Second, when assessing these variables, we figured out whether evaluators more preferred 'the same-sex preference' than 'the opposite-sex preference'. To that end, 120 college students participated in the 3D program to sample their ideal looks and bodies. Then, another 240 people (60 young men and women each, 60 middle-aged men and women each) evaluated the physical attractiveness, likeability, relationship preference, and personality of the sample. The result is that physical attractiveness is a positively related to likability. There were evaluator gender and target gender differences in the judgment of physical attractiveness, but there were generation and target gender differences in the judgment of likability. Lastly, the effect based on target-maker gender was different for evaluator gender in each factor evaluation. These results were discussed from the evolutionary and sociocultural perspectives on physical attractiveness.

*Key words* : physical attractiveness, evolutionary theory, socio-cultural perspective, likability