

## 사전 정보 없이 판단하는 선거 후보자 인상평가 및 선호도에 있어 평가자 요인이 미치는 영향

김민영<sup>†</sup>

계명대학교 심리학과

본 연구는 후보자에 대한 사전 정보가 없을 때 일어나는 투표 결정 과정에 대해 알아보고자 하였다. 기존 연구에 의하면 사람들은 대상의 얼굴로부터 내적 속성을 잘 유추할 수 있으며, 유추된 속성은 후보자들에 대한 투표 선호도에 영향을 미칠 수 있다고 한다. 본 연구에서는 유추된 후보자의 속성이 후보자 선호도에 영향을 미칠 때 평가자 요인(우익권위주의, 지각된 경제적 지위, 삶의 만족도)이 어떠한 영향을 미치는지를 알아보았다. 또한 긍정적 인상평가를 받은 사람이 실제 선거에서 당선이 될 것인지도 알아보았다. 이를 위해 본 연구에서는 2018년 지방선거의 한 선거구에 출마한 후보자 두 명의 사진을 약 242여명의 연구 참가자에게 제시한 후 후보자의 얼굴 사진을 보고 자신감, 유능성, 정직성을 평가하게 하였다. 그 결과 후보자 얼굴로부터 유추한 자신감, 유능성, 정직성이 높을수록 해당 후보자를 더 선호하는 것으로 나타났다. 이때 평가자의 우익권위주의 정도의 차이는 후보자에 대한 자신감 유추에 대한 차이로 이어졌고, 결과적으로 후보자 선호도의 차이를 야기하였다. 그러나 본 연구에서 보고된 후보자에 대한 높은 선호도는 실제 당선 여부를 예측하지 못하였다. 본 연구의 결과는 한국인 집단에서 사전 정보 없이 이루어지는 인상평가와 투표 행위에 대한 기초적 정보를 제공한다.

주요어: 인상평가, 투표 결정, 후보자 선호도, 선거

<sup>†</sup> 교신저자: 김민영, 계명대학교 심리학과, 대구시 달서구 달구벌대로 1095  
E-mail: mkim@kmu.ac.kr

한국에서는 1995년 이후 4년에 한 번씩 전국 동시지방선거를 치르고 있다. 지방선거일에는 시도지사, 구시군의 장, 시도의회 의원, 구시군의회 의원, 광역의원비례대표, 기초의원비례대표, 교육감 등을 선출하며, 이를 위해 유권자는 최대 총 7장의 투표용지에 7번의 투표를 하게 된다<sup>1)</sup>(2018년 6월 13일 전국동시지방선거 기준). 분야 당 단독 후보가 있는 경우를 제외하고, 일반적으로 둘 이상의 후보들이 출마하기 때문에, 유권자들은 투표 결정을 하기 위해 대략 20여명 내외의 후보자의 자질 여부를 검토해야 한다. 지방선거의 운영을 담당하고 있는 중앙선거관리위원회는 인터넷이나 우편으로 유권자들에게 각 후보자에 대한 정보를 제공함으로써 유권자의 투표 결정을 돕는다. 그러나 후보자들의 수가 적지 않기에 자질에 유권자들이 모든 후보자들에 대한 정보를 충분히 습득한 후 합리적 의사 결정을 내리기는 쉽지 않다. 더욱이 후보자의 공식 선거 운동 기간은 13일 정도밖에 되지 않는다. 이러한 시간적 제약과 정보의 방대함으로 인해 유권자들은 후보자들의 자질을 충분히 숙지하지 못한 채 투표에 참여하는 상황에 처할 가능성이 있다. 그러므로 유권자의 투표 행동을 이해하기 위해서 합리적 정보처리 과정을 거치지 못한 채 내리게 되는 투표 결정 과정에 대해서 알아볼 필요가 있다.

#### 인상평가의 방식

인상평가가 이루어지는 방식은 크게 기억 기반 모델(memory-based model)과 인상 주도 모델(impression-driven model)로 나눌 수 있다(Lodge, McGraw, & Stroh, 1989). 기억 기반 모델은 사람들이 기억 속에 있는 정보를 바탕으로 인상평가를 하는 과정을 설명한다. 기억 기반 모델이 가정하는 바는 사람들이 대상에 대한 기억을 바탕

으로 합리적으로 추론해 내며, 이때 선명하게 저장된 주요한 기억 정보들은 추론 과정에서도 활성화율이 높다는 것이다(Conover & Feldman, 1986). 이 모델에 의하면, 평가자는 대상 인물에 대해 활성화된 기억을 바탕으로 종합적 평가를 하게 되는데, 이 과정에서 장기 기억에 저장된 단서들의 평가에는 가중치가 부여되고 단서간 장단점의 크기가 비교된다. 이러한 처리 과정은 많은 인지적 자원을 요구한다.

이와 달리 인상 주도 모델은 사람들이 대상을 본 순간에 실시간으로 이루어지는 정보처리 과정을 설명한다(Todorov, Dotsch, Wigboldus, & Said, 2011). 인상 주도 모델에서 대상에 대한 인상평가는 그 당시에 이용 가능한 정보에 따라 달라진다. 즉, 평가가 이루어질 당시에 평가자가 어떤 정보를 접하게 되었는지가 평가 결과를 주도하게 되는 것이다(Hastie & Park, 1986). 이는 휴리스틱적 사고 과정을 반영하는 모델로, 평가자는 장기 기억을 기반으로 한 합리적 결정을 내리기보다, 가용한 자원을 바탕으로 효율적 결정을 내리게 된다. 이러한 인상평가에는 이용 가능한 단서, 발화된 자기 지식(self-knowledge), 직관이 중요한 역할을 하는데, 이 때 실시간으로 일어나는 심리적 과정은 정보처리 시스템의 인지적 자원을 거의 소모하지 않게 된다.

이 두 가지 접근 중, 많은 인상평가 연구자들은 사람들이 정치적 정보를 처리하는 상황에서 논리적이고 합리적 의사결정과정보다 휴리스틱 정보처리 과정을 많이 사용된다고 제안한다(노혜경, 2012). 그 이유는 인상 주도 모델에 기반한 인상평가 과정이 인지적 자원을 거의 소모하지 않지만 대상 인물의 내적 속성에 대한 예측 정확도가 비교적 높고, 자동으로 발동되어 효율성이 높기 때문으로 추측된다. 일례로, Todorov 외(2005)는 대상 인물의 사진 한 장을 보고 추측된 대상자의 성격 요인이 실제 평가 대상자 본인이 보고하는 성격과 높은 유사성을 보이는 것을 보고하였다. 또한 얼굴로부터 추론된 정직성이 상당한 수준의 정확성을 지닌다는 것이 신

1) 국회의원 보궐선거 지역의 경우 총 8번의 투표를 하게 된다.

경과학적인 근거를 통해 밝혀졌다(Rule, Krendl, Ivcevic, & Ambady, 2013). 연구자들은 이러한 인상 형성이 1/10초라는 짧은 시간 이내에 자동적으로 형성되며(Bar, Neta, & Linz, 2006; Olivola & Todorov, 2010; Willis & Todorov, 2006), 타인의 얼굴을 보고 대상 인물의 성격에 대해 일관성 있게 추론하는 경향성이 3세 때부터 시작된다고 설명한다(Cogsdill, Todorov, Spelke, & Banaji, 2014).

### 정치적 리더 관련 인상평가

정치적 리더 선출을 위한 투표 결정 과정에서 서도 인상 주도 모델에 기반한 인상평가가 빈번하게 일어나는 것으로 보인다. 유권자들을 대상으로 한 연구에 의하면 적게는 전체 유권자의 6%의 정도만이 전략적인 방법으로 투표 결정을 한다고 하는데, 이는 인상 주도 모델이 실제로 일반적인 인상평가의 방법이라는 주장의 근거가 된다(Blais & Nadeau, 1996). 특히 정치에 대한 사전 지식과 정보가 충분하지 않은 사람의 경우 후보자의 외모나 얼굴만을 보고 휴리스틱 결정 과정을 통해 후보자를 선택하는 경향이 큰 것으로 나타났다(Atkinson, Enos, & Hill, 2009; Banducci, Karp, Thrasher, & Rallings, 2008; Berggren, Jordahl, & Poutvaara, 2010; Lenz & Lawson, 2011). Kinder(1986)는 설사 사람들이 정치와 관련된 방대한 정보들에 접근이 가능하더라도 인상평가 과정을 거치는 과정에서 본인에게 친숙하고 쉬운 방식으로 재가공하여 처리해 버린다고 주장했다. 이와 같은 맥락에서 Dumitrescu 등(2015)은 메시지의 질보다 비언어적 신뢰도(nonverbal confidence)가 투표 의지에 미치는 영향이 더 크며 관련 정보의 습득보다 인상평가를 통한 비언어적 신뢰가 유권자의 투표 결정에 미치는 영향력이 더 크다고 주장하였다.

그렇다면 인상 주도 모델에 기반한 휴리스틱적 결정 과정에 영향을 미치는 것은 무엇일까? 정보 처리에 대한 동기나 능력이 충분하지 않은 상태에서 판단 과정의 효율성을 높이기 위해 사

람들이 일반적으로 사용하는 것은 고정관념이다(Bodenhausen, 1990). 즉, 인상과 관련한 고정관념을 이용하여 대상자에 대한 내적 특질에 관한 판단을 하게 되는 것이다. 얼굴 사진 합성 기술을 통해 얼굴의 형태에 관한 다양한 자극을 사용한 연구들에 의하면, 사람들은 얼굴의 가로 길이 대 세로 길이의 비율이 높은 얼굴형을 높은 공격성이 높은 사람(Carre, McCormick, & Mondloch, 2009), 인종에 대한 편견이 있는 사람(Helman, Leitner, Deegan, & Gaertner, 2013), 정직하지 않은 성격을 지닌 사람이라고 여기는 경향이 컸다(Stirrat & Perrett, 2010). 또한 사람들은 대상 인물의 얼굴형과 안색이 어떠한가를 보고 그 인물이 위협적인가를 판단하며(Todorov, Olivola, Dotsch, & Mende-Siedlecki, 2015), 대상 인물의 입, 눈, 눈썹의 정보를 보고 신뢰성과 지배성에 관한 사회적 판단을 하는 것이 보고되었다(Dotsch & Todorov, 2012). 이러한 예들은 인상과 관련한 고정관념과 그에 관련된 대상의 내적 특질 판단을 보여준다.

고정관념에 바탕을 둔 인상평가를 할 때 사람들이 파악하고자 하는 대상 인물의 주요 성격 특질은 크게 유능성과 따뜻함이라고 할 수 있다. 인상평가에 관한 Asch(1946)의 초기 연구에서부터 연구자들은 사람들이 타인, 집단, 문화를 평가할 때 유능성과 따뜻함이라는 두 축을 중심으로 인상을 평가한다고 제안하였다(Cuddy, Fiske, & Glick, 2008; Judd, James-Hawkins, Yzerbyt, & Kashima, 2005; Wojciszke, 2005). 리더십에 관한 연구들이 진행되면서 이 축은 점점 더 다양화 및 세분화 되었는데, 일례로 Kirkpatrick와 Locke(1991)의 경우 유능성, 지식의 정도, 비전, 동기, 자신감, 신뢰성을 중요한 여섯 측면으로 제시하였다.

정치적 리더에 관한 실증 연구들은 다양한 내적 속성 중 유능성, 자신감, 정직성이 실제 투표 결정을 잘 설명하고 있다고 보고하고 있다. 먼저, 도덕성 유추에 관한 연구에 의하면 얼굴로부터 후보자의 도덕성이나 정직성을 유추한

정도가 가상적 투표 결과를 예측하는 유의한 요인인 것으로 나타났다(Chen, Jing, & Lee, 2014). 또한 얼굴로부터 유추한 후보자에 대한 정직성과 유능성 평가는 해당 후보자의 실제 선거 당선 여부를 예측하기도 하였다(Chen, Jing, & Lee, 2014).

Caprara 등(1993)은 자신감(self-confidence)을 지배력(dominance)의 하위 개념으로 제시하였는데, 자신감이 높아 보이는 얼굴의 후보자는 실제 투표에서 당선될 가능성이 높은 것으로 나타났다. 미국에서 이루어진 정치 후보자들에 대한 인상평가 연구에 의하면, 연구 참가자들이 일면식이 전혀 없는 캐나다 정치 후보들의 얼굴만 보고 그들의 강인함과 따뜻함을 평정하였을 때, 강인한 첫인상을 가진 후보자에 대한 호감도가 실제 투표 결과와 유의한 정적 상관을 보였다(Rule & Ambady, 2010; Todorov, Said, Engell, & Oosterhof, 2008).

이 외에도 유능해 보이는 얼굴의 후보자는 실제 선거에서 당선될 확률이 높다는 것이 밝혀졌는데(Todorov, Mandisodza, Goren, & Hall, 2005), 이러한 결과는 미국, 캐나다, 영국인을 대상으로 한 연구와 아동과 성인을 대상으로 한 연구에서 모두 지지되었다(Antonakis & Dalgas, 2009; Olivola & Todorov, 2010). 이러한 결과들은 공통적으로 유능성, 정직성, 자신감과 같이 얼굴로부터 유추된 후보자의 속성이 투표 행위에 영향을 미치는 주요 요인임을 시사한다.

#### 정치적 리더 관련 인상평가에 있어 평가자 요인

위에서 논의된 바는 얼굴로부터 유추한 인상평가가 투표 결정에 유의한 영향을 미칠 수 있음을 설명하고 있다. 그러나 이때 고려되어야 할 부분은 평가자 요인이다. 대상자 또는 자극이 어떠한지에 상관없이 평가자의 인지와 경험이 인상평가에 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 대상자와 평가자를 다층모형으로 분석한 최근 연구에 의하면, 대상자의 성별과 인종보다

평가자의 성별과 인종이 인상평가 결과를 더 유의하게 설명하는 것으로 나타났다(Xie, Flake, & Hehman, in press). 또한 사람들은 평균적 얼굴이란 어떤 얼굴인가에 대한 자신만의 기준을 가지고 있으며, 자신이 평균적이라고 생각하는 얼굴을 더 선호하는 것이 보고되었다(Rhodes et al., 2001; Valentine, Darling, & Donnelly, 2004). 이러한 결과는 평가자의 관점 또는 속성이 대상 인물의 선호도에 영향을 미친다는 것을 보여준다. 그러나 투표 행위에 있어서 평가자 요인이 정치인에 대한 인상평가 및 선호도에 미치는 영향에 대해 알아본 연구는 많지 않다.

정치적 리더와 관련하여 인상평가에 영향을 미칠 가능성이 있는 평가자 요인에는 우익권위주의, 사회 경제적 지위가 있다. 기존 연구에 의하면 우익권위주의적 태도가 높을수록 보수당(Conservatives)을 지지하는 경향이 높는데, 보수당을 지지하는 사람들은 강인한 성격의 리더를 선호하는 데 반해, 진보당(Liberals)을 지지하는 사람들은 따뜻한 성격의 리더를 선호하는 경향이 있음이 보고되었다(Laustsen, 2017). 그래서 투표 결정에 있어 사람들은 후보자에게서 강인함 또는 따뜻함이라는 성격 특질에 대해 지각하는 과정을 거친 후 후보자 선호 정도를 결정하는 심리적 과정을 거치는 것으로 보인다(Laustsen, 2017). 보수와 진보의 차이는 사람들이 비언어적 행동과 위협 자극에 대한 신체 반응에 차이를 야기하는 등 세상을 인식하는 과정과 경험에까지 이르는 광범위한 지각 과정에 영향을 미치는 것으로 알려져 있다(Carney, Jost, Gosling, & Potter, 2008; Hibbing, Smith, & Alford, 2013; Oxley et al., 2008).

사회경제적 지위는 우익권위주의와 높은 상관관을 지니며 우익권위주의와 유사한 방식으로 타인에 대한 인식에 영향을 미친다(e.g., Lipset, 1959). 연구자들은 사회경제적 지위가 낮은 사람들일수록 우익권위주의적인 태도가 강하기 때문에 특정 집단에 속한 사람들에 대한 편견이 강하다고 설명한다(Adorno, Frenkel-Brunswick,

Levinson, & Sanford, 1950; Carvacho et al., 2013). 즉, 개인의 사회경제적 지위에 따라서 타인에 대한 지각 및 판단이 다를 수 있다는 것이다. 이러한 결과들은 사회경제적 지위 또는 우익권 위주의적 태도가 정치적 리더의 인상평가에 영향을 줌으로써 후보자 선호도에까지 영향을 미칠 수 있다는 가능성을 제시한다.

평가자의 행복 역시 인물 관련 정보처리에 영향을 주어 인상평가에 영향을 미칠 수 있다. 행복한 사람들은 긍정 정서 경험의 빈도가 높은 사람들이라고 할 수 있는데, 정서와 일치하는 정보(affect-congruent information)에 더 주의를 주게 되고, 정보와 일치하는 판단(affect-congruent judgment)을 하게 되므로(Forgas & Bower, 1987), 인물에 대한 정보가 없는 모호한 상황에서도 인물에 대한 긍정적 인상평가를 하게 된다(Forgas & East, 2008). 행복한 사람들은 타인에 대한 긍정적 인상평가를 하는 것뿐만 아니라 대상에 대한 선호도에도 차이를 보인다. 연구에 의하면 본인이 행복한 사람은 행복해 보이는 대상을 더 선호한다고 한다(Rogers & Biesanz, 2015). 평가자 자신이 가지고 있는 관점을 대상도 동일하게 가질 것이라고 기대하는 것인데, 이는 투표 선택에서도 평가자의 행복이나 삶의 만족도에 따라 후보자에 대한 인상평가 및 선호도가 달라질 수 있다는 가능성을 제시한다.

위의 논의를 종합하면, 평가자 요인이 후보자 인상평가에 영향을 미칠 수 있으며(평가자 요인 → 인상평가), 후보자 인상평가는 투표 결정에도 영향을 미칠 수 있다(인상평가 → 투표 결정). 본 연구에서는 두 과정을 통합하여, 인상 주도 모델을 기반으로 한 휴리스틱적 인상평가 과정에서 평가자 요인이 개입하는 영향력을 보고자 한다(평가자 요인 → 인상평가 → 투표 결정). 본 연구의 가설은 다음과 같다.

**가설 1-1.** 후보자의 자신감에 대한 인상평가는 후보자 선호도를 증가시킬 것이다.

**가설 1-2.** 후보자의 정직성에 대한 인상평가는 후보자 선호도를 증가시킬 것이다.

**가설 1-3.** 후보자의 유능성에 대한 인상평가는 후보자 선호도를 증가시킬 것이다.

**가설 2-1.** 우익권위주의적 태도가 강할수록 자신감/ 정직성/ 유능성이 높은 후보자에 대한 선호도가 높을 것이다.

**가설 2-2.** 지각된 경제적 수준이 낮을수록 자신감/ 정직성/ 유능성이 높은 후보자에 대한 선호도가 높을 것이다.

**가설 2-3.** 삶의 만족도 수준이 높을수록 자신감/ 정직성/ 유능성이 높은 후보자에 대한 선호도가 높을 것이다.

**가설 3.** 후보자에 대한 긍정적 인상평가는 실제 선거 당선 결과를 예측할 것이다.

위의 가설을 검증하기 위하여 본 연구에서는 지역 선거에 출마한 후보자의 사진을 평가자에게 보여준 후, 해당 인물에 대한 정직성, 유능성, 자신감을 평가하게 하였다. 이때 휴리스틱적 판단 또는 인상 주도 모델에 입각한 인상평가 과정에 대해 알아보기 위하여 후보자에 대한 일면식이 없는 평가자들의 인상평가 및 투표 선호도를 알아보았다.

## 방 법

### 연구 대상

만 19세 이상 성인남녀 중 자발적으로 참가를 원하는 258명이 온라인 설문지에 답하는 형식으로 본 연구에 참가하였다. 연구 참가자의 모집은 설문 대행사에 의뢰하여 진행하였으며 일부의 참가자의 경우 연구자가 낸 광고를 통해 참가 의사를 밝힌 경우 연구에 참가하였다. 설문을 완료하는 데 걸리는 시간은 약 10분이었다.

### 절차

평가의 대상이 될 인물은 2018년 6월에 치러

진 한국의 지방선거에 출마한 후보자 중 A선거구에 출마한 교육감 후보자 두 명으로 선정하였다. 한국의 선거에 있어서 정당 요인이 후보자 요인보다 투표에 대한 영향력이 높은 것으로 보고되었으므로(이갑윤, 이현우, 2000), 정당에 소속되지 않는 교육감 후보자를 본 연구에 사용하였다. 후보자 두 명의 사진은 중앙선거위원회에 등록된 사진을 사용하였는데, 사진의 전체 크기와 사진 속 얼굴의 크기가 후보자 간 동일하도록 컴퓨터 사진 편집 프로그램인 포토샵을 사용하여 조절하였다. 평가자가 선거 후보자에 대하여 정당에 소속된 정치인이라 가정할 수 있으므로, 소속된 정당을 추측할 수 있는 근거로 사용될 수 있는 넥타이는 보이지 않도록 하였다. 총 80명을 대상으로 한 사전 검사 결과 두 사진을 보고 예측한 나이와 매력도 정도에는 유의한 차이가 나타나지 않았다(후보자 1 나이 추측  $M=56.94(SD=6.43)$ , 후보자 2 나이 추측  $M=57.68(SD=4.56)$ ,  $t(79)=-1.29$ ,  $p=.199$ ; 후보자 1 호감도  $M=2.91(SD=.80)$ , 후보자 2 호감도  $M=2.69(SD=1.03)$ ,  $t(79)=1.72$ ,  $p=.089$ ). 또한 순서 효과를 배제하고자 후보자의 사진 제시 순서를 무선화하였다. 이때 연구에 참가한 평가자들이 후보자에 대한 사전 정보에 의해 응답하지 않고 인상평가에만 의존하도록 하기 위하여 후보자의 이름은 제시하지 않았으며, 평가자들에게는 ‘선거에 출마한 후보의 사진’이라고 소개하였다. 또한 평가자가 해당 선거구가 주민등록주소 지이거나, 실주소 지인 경우 연구에 참여할 수 없도록 사전 스크리닝을 하였다.

실험 참가에 동의하였고, 해당 선거구에 속하지 않은 258명의 평가자들은 온라인 주소를 안내받고, 온라인으로 설문을 완성하였다. 평가자들은 먼저 각 후보자의 사진이 제시될 때마다 해당 후보자를 아는지에 대해 답하였다. 자료 분석 시, 후보자를 알고 있는 참가자 16명의 자료는 분석에서 제외하여 최종적으로 분석에 포함된 피험자의 수는 242명이었다. 그 후 평가자가 후보자의 인상평가 시간을 가질 수 있도록

각 후보의 사진을 5초 동안 보도록 지시하였다. 그리고 평가자들은 후보자에 대해서 자신감, 정직성, 유능성의 측면을 평가하였다. 그 후 평가자는 해당 후보에게 투표할 생각이 어느 정도인지 응답하였으며, 최종적으로 투표를 하게 된다면 두 후보 중 누구에게 투표할 것인지 선택하였다.

후보자에 대한 평가와 선택을 모두 마친 후, 평가자들은 평가자 본인에 대한 질문에 응답하였다. 우익권위주의 경향성, 본인이 지각하는 경제적 지위, 삶의 만족도 척도를 완성하였다. 마지막으로, 개인의 인구통계학적 정보(나이, 성별)를 기재하였다. 모든 설문이 마친 이후 중앙선거관리위원회에서 해당 후보자의 실제 당선 여부를 확인하였다.

#### 측정 도구

##### 인상평가

후보자의 인상에 대해서는 자신감(“얼마나 자신 있어 보이나요?”), 정직성(“얼마나 정직해 보이나요?”), 유능성(“얼마나 유능해 보이나요?”)이라는 세 가지 측면으로 평가하게 하였다. 기존 연구에 사용된 바와 같이 각 측면은 한 문항으로 질문하였으며(Todorov et al., 2005), 평가자는 각각에 대해 5점 리커트 척도를 사용하여 응답하였다(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다).

##### 우익권위주의

본 연구에서는 개인의 권위주의 정도를 알아보기 위해서 개정된 우익권위주의 척도(Rattazzi, Bobbio, & Canova, 2007) 중 권위주의적 공격과 복종요인 총 열 문항을 김민영과 한규은(2018)이 번안한 것을 사용하였다. 예시 문항으로는 “우리나라는 우리나라를 망치고 있는 극단적이고 새로운 방법을 저지하고 악을 없애는 일을 할 강력한 지도자가 절실히 필요하다.”가 있으며, 이에 대해 5점 리커트 척도로 답하게 하였다(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다). 본 연구

에서 우익권위주의 척도 열 문항의 내적 합치도는 .883이었다.

### 지각된 경제적 지위

본인이 지각하는 주관적 경제적 지위(“*귀하 또는 귀하가 속한 가정의 경제적 지위는 어느 정도라고 생각하십니까?*”)에 대해 1(최하)에서 100(최상) 사이의 퍼센트로 표시하였다.

### 삶의 만족도

본 연구에서는 행복을 높은 삶의 만족도로 정의하여 Diener 등(1985)이 개발한 삶의 만족도 척도(Satisfaction With Life Scale)를 임낭연, 이화령, 서은국(2010)이 번안한 것을 사용하여 측정하였다. 이 척도는 자신의 삶에 대한 인지적인 만족 정도를 평가하는 것으로 총 5문항으로 구성되어 있다. 예시 문항으로는 “*전반적으로 내 인생은 내가 이상적으로 여기는 모습에 가깝다*.”며, 이에 대해 응답자는 5점 리커트 척도로 답하게 하였다(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다). 본 연구에서 삶의 만족도 척도 다섯 문항의 내적 합치도는 .907이었다.

### 후보자 선호도 및 선택

각 후보자에 대한 투표 선호도를 알기 위해서 본인이 선거에 투표하려 간다고 가정할 때 사진 속의 인물을 뽑고 싶은 정도를 4점 리커트 척도로 답하게 하였다(1=절대 뽑지 않을 것이다, 4=꼭 뽑을 것이다).

## 결 과

### 기술 통계

총 242명이 연구에 참여하였으며, 그중 남성이 99(40.9%)명, 여성이 143(59.1%)명이었다. 참가자의 나이는 20대가 75명(31%), 30대가 65명(26.9%), 40대가 76명(31.4%), 50대가 19명(7.9%),

60대가 7명(2.9%)이었다. 지역별 선거구에 따른 빈도는 표 1과 같다. 주요 변인에 관한 평균과 표준편차, 그리고 변인 간 상관은 표 2에 정리되어 있다.

### 후보자 선택 결과

참가자는 후보자 두 명 중 누구를 선택하였는가에 대한 결과는 표 3에 정리되어 있다. 후보자 2가 51.2%로 더 많은 선택을 받았다.

### 후보자 선택 예측

후보자 선호도를 예측하는 변인은 무엇인지 알아보기 위해 SPSS 22.0을 이용하여 위계적 회귀분석을 실시하였다. 모델은 후보자 별로 만들었으며, 단계 1에 평가자의 인구통계학적 변인으로 나이와 성별을 입력하였고, 단계 2에 심리적 변인으로 우익권위주의적 태도, 지각된 경제적 지위, 삶의 만족도를 입력하였다. 단계 3에서는 후보자에 대한 인상평가로 자신감, 유능성, 정직성을 입력하였다. 종속 변인은 해당 후보에 대한 투표 선호도였다.

회귀분석의 결과는 표 4에 정리되어 있다. 분석 결과, 나이와 성별과 같은 인구통계학적 변인은 후보자 선호도를 설명하지 않는 것으로 나타났다. 지각된 경제적 지위는 후보자 2에 대한 선호도를 설명하였다. 정직성, 유능성에 대한 인상평가는 후보자 1의 후보자 선호도를 유의하게 설명하였으며, 자신감, 정직성, 유능성에 대한 인상평가는 후보자 2에 대한 선호도를 유의하게 설명하였다. 그러나 자신감이 후보자 1에 대한 선호도를 설명하지 않았으므로 본 연구 결과는 가설 1-2와 1-3을 지지하며 가설 1-1은 지지하지 않는다고 할 수 있다.

심리적 요인이 인상평가에 영향을 미쳐 후보자 선호도에 간접적 영향을 미치는지에 대해 알아보기 위하여 그림 1과 같은 연구 모형을 설정하였다. 분석은 AMOS 22.0을 활용하여 경로

표 1. 참가자의 인구 통계학적 정보 및 지각된 경제적 수준

	구분	남성(%)	여성(%)	계(%)
성별	-	99(40.9)	143(59.1)	242(100)
연령	20대	16(16.2)	59(41.3)	75(31.0)
	30대	28(28.3)	37(25.9)	65(26.9)
	40대	39(39.4)	37(25.9)	76(31.4)
	50대	10(1.1)	9(6.3)	19(7.9)
	60대	6(6.1)	1(0.7)	7(2.9)
거주지역	서울	27(27.3)	34(23.8)	61(25.2%)
	인천경기	26(36.3)	30(21)	56(23.1%)
	대구경북	22(22.3)	47(32.9)	69(28.5%)
	부산경남	11(11.1)	22(15.4)	33(13.6%)
	광주전라	6(6.1)	7(4.9)	13(5.4%)
	대전충청	4(4.0)	1(0.7)	5(2.1%)
	강원제주	3(3.0)	2(1.4)	5(2.1%)
지각된 경제적 지위	하위 0~20%	6(6.1)	4(2.8)	10(4.1)
	21~40%	29(29.3)	34(23.8)	63(26)
	41~60%	44(44.4)	65(45.5)	109(45)
	61~80%	17(17.2)	35(24.5)	52(21.5)
	81~100%	3(3.0)	5(3.5)	8(3.3)

표 2. 주요 변인간 상관관계

	M(SD)	1.	2.	3.
1. 나이	36.06(11.94)			
2. 우익권위주의	2.77(.79)	.328**		
3. 지각된 경제적 지위	50.67%(16.95%)	-.115	-.083	
4. 삶의 만족도	3.66(1.24)	-.036	.056	.434**

주. \*\* $p < .01$ .

분석을 실시하였다. 먼저 연구 모형을 반영하여 포화모형(saturated model)의 경로 유의성을 알아보았다. 포화모형에는 평가자 개인의 심리적 요인이 직접적으로 각 후보에 대한 후보자 선호도에 영향을 미치는 모든 직접 경로와 후보자 인

상평가에 영향을 미쳐 후보자 선호도에 영향을 미치는 모든 간접 경로를 포함하고 있다.

먼저 포화모형의 경로 유의성을 알아보았다. 포화모형은 가능한 모든 경로를 포함하고 있기 때문에 자유도가 0이며, 이 때 모델적합도 지수



표 3. 후보자별 선호도 및 최종 선택율

	인상평가	선택율: 빈도(퍼센트)	후보자 선호도: 평균(표준편차)
후보자 1	자신감: 3.42(.574)	87(36%)	2.25(.575)
	정직성: 2.87(.799)		
	유능성: 3.10(.824)		
후보자 2	자신감: 3.30(.894)	124(51.2%)	2.39(.624)**
	정직성: 2.95(.868)		
	유능성: 3.40(.861)***		
무응답†		31(12.8%)	

주. † 실제 선거에서는 후보가 3명이었으나 후보 한명이 중도 사퇴하여 본 연구에서도 중도 제외하였으며 초기 연구참가자 중 사퇴한 후보를 선택한 약 7%의 응답은 분석에서 제외하였다. 후보자간 평균차는 \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ 의 수준에서 유의하였다.

표 4. 각 후보자들에 대한 선호도에 대한 위계적 회귀분석 결과

		후보자 1		후보자 2	
		$\beta$	$R^2\Delta$	$\beta$	$R^2\Delta$
단계1	나이	.072	.006	.103	.010
	성별	.051		.009	
단계2	나이	.063	.010	.075	.059**
	성별	.044		-.001	
	우익권위주의	.054		.147*	
	지각된 경제적 지위	.097		.196**	
단계3	삶의 만족도	-.018		.023	
	나이	.031	.292***	.052	.449***
	성별	-.027		-.067	
	우익권위주의	.025		.063	
	지각된 경제적 지위	.041		.124*	
	삶의 만족도	.029		.026	
	자신감	.087		.192**	
	정직성	.225**		.326***	
	유능성	.339***		.328***	

주. \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

는 계산되지 않는다. 포화모델에 포함된 경로계수 범위: .007~.134)를 삭제하여 모델 수 중 .05 수준에서 유의하지 않은 경로(표준화 계수 범위를 수정하고 수정지수(modification index)에 따라

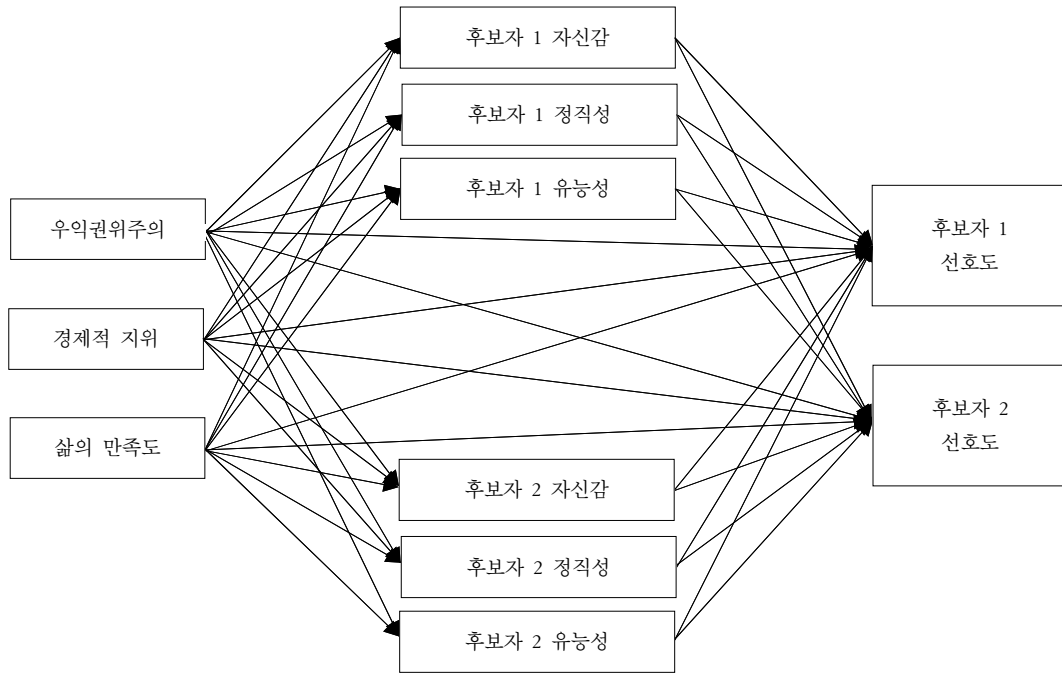


그림 1. 연구 변인을 모두 포함한 포화모델 (연구모형)

1회 수정(후보자 1과 후보자 2의 오차 변인간 공변 설정)하여 그림 2와 같은 최종 모델을 완성하였다. 최종 모델의 모델 적합도 지수는 CFI=.999, NFI=.961, RMSEA=.009, TLI=.998로서 높은 수준의 적합도를 보였다.

그림 2에서 보는 바와 같이 최종 모델에 포함된 경로는 완전 매개의 형태를 보여주었다. 즉, 우익권위주의와 경제적 지위와 같은 심리적 요인은 후보자에 대한 후보자 선호도에 직접적인 영향을 주지 않으며, 후보자에 대한 인상평가를

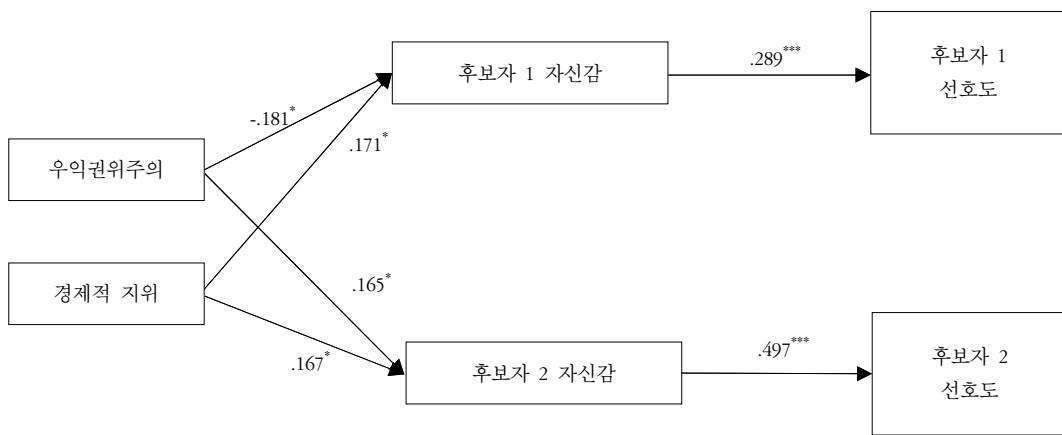


그림 2. 연구 관련 변인들의 최종 모델

(주. \* $p < .05$ , \*\*\* $p < .001$ )

표 5. 최종 모형에 대한 경로분석 결과

	경로계수	Lower bounds	Upper bounds
<b>전체 효과</b>			
우익권위주의 → 후보자 1 자신감 평가	-.181*	-.357	-.024
우익권위주의 → 후보자 2 자신감 평가	.165*	.006	.327
우익권위주의 → 후보자 1 선호도	-.052*	-.111	-.005
우익권위주의 → 후보자 2 선호도	.080*	.003	.168
지각된 경제적 지위 → 후보자 1 자신감 평가	.171*	.054	.328
지각된 경제적 지위 → 후보자 2 자신감 평가	.167*	.050	.324
지각된 경제적 지위 → 후보자 1 선호도	.050*	.013	.117
지각된 경제적 지위 → 후보자 2 선호도	.081*	.023	.173
후보자 1 자신감 평가 → 후보자 1 선호도	.289***	.160	.403
후보자 2 자신감 평가 → 후보자 2 선호도	.487***	.370	.598
<b>직접 효과</b>			
우익권위주의 → 후보자 1 자신감 평가	-.181*	-.357	-.024
우익권위주의 → 후보자 2 자신감 평가	.165*	.006	.327
지각된 경제적 지위 → 후보자 1 자신감 평가	.171*	.054	.328
지각된 경제적 지위 → 후보자 2 자신감 평가	.167*	.050	.324
후보자 1 자신감 평가 → 후보자 1 선호도	.289***	.160	.403
후보자 2 자신감 평가 → 후보자 2 선호도	.487***	.370	.598
<b>간접 효과</b>			
우익권위주의 → 후보자 1 자신감 평가 → 후보자 1 선호도	-.052*	-.111	-.005
우익권위주의 → 후보자 2 자신감 평가 → 후보자 2 선호도	.080*	.003	.168
지각된 경제적 지위 → 후보자 1 자신감 평가 → 후보자 1 선호도	.050*	.013	.117
지각된 경제적 지위 → 후보자 2 자신감 평가 → 후보자 2 선호도	.081*	.023	.173

주. \*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

통하여 간접적으로 후보자 선호도에 영향을 주는 것으로 나타났다(표 5). 구체적으로, 우익권위주의가 높을수록 후보자 1에 대해 자신감이 낮은 것으로 평가하였고( $\beta = -.181$ ,  $p < .05$ ), 낮은 인상평가는 후보자 1에 대한 낮은 투표 선호도로 이어졌다( $\beta = .273$ ,  $p < .001$ ). 반대로 우익권위주의가 높을수록 후보자 2에 대해 자신감이 높은 것으로 평가하였고( $\beta = .165$ ,  $p < .05$ ), 자신

감에 대한 높은 인상평가는 후보자 2에 대한 높은 투표선호도로 이어졌다(간접효과 계수 = .050,  $p < .05$ ; 가설 2-1지지).

경제적 지위의 경우, 평가자 본인의 경제적 지위를 높게 평가할수록 후보자 1과 후보자 2의 자신감을 모두 높게 평가하였으며(각각  $\beta = .171$ ,  $p < .05$ ;  $\beta = .167$ ,  $p < .05$ ), 높게 평가된 자신감은 후보자 1과 후보자 2 모두 높은 선호도로 이

어졌다(각각  $\beta=.273, p < .001$ ;  $\beta=.497, p < .05$ ). 이는 높은 지각된 경제적 지위뿐만 아니라 낮은 지각된 경제적 지위 역시 후보에 대한 선호도에 간접적으로 영향을 미친다는 것을 의미하므로 가설 2-2는 지지되지 못하였다고 할 수 있다. 삶의 만족도의 경우 간접효과가 유의미하게 나타나지 않아 가설 2-3 역시 지지되지 못하였다.

마지막으로, 가설 3을 검증하기 위하여 실제 선거 후 개표 결과를 중앙선거관리위원회의 공고를 통해 알아보았다. 본 연구에서는 후보자 2에 대한 선호도가 더 높은 것으로 나타났고, 더 많은 수의 평가자들이 후보자 2를 최종 선택하였으나, 실제 개표 결과 후보자 1이 당선되었다. 그러므로 가설 3은 지지되지 않았다.

## 논 의

본 연구에서는 투표 결정에 있어서 평가자 요인이 인상평가에 미치는 영향과 인상평가가 투표 결정에 미치는 영향을 통합적으로 알아보았다. 투표 결정 과정에 대해 부분적으로 알아본 시도는 기존에 있었으나, 평가자 요인과 인상평가를 동시에 포함한 모델을 검증한 연구는 많지 않았다. 본 연구에서는 평가자 요인 중 우익권위주의적 태도, 지각된 경제적 지위, 삶의 만족도를 포함하여, 이러한 평가자 요인이 후보자 인상평가 및 투표 결정에 어떠한 영향을 미치는지 알아보았다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 한국인을 대상으로 한 본 연구에서 인상평가가 투표 선호도를 유의하게 설명하였다. 본 연구 결과 후보자 1에 대한 유능성, 정직성 평가와 후보자 2에 대한 자신감, 유능성, 정직성 평가가 해당 후보자에 대한 선호도를 설명하였다. 이러한 결과는 후보자에 대한 자신감, 유능성, 정직성에 대한 인상평가가 후보자 선호도에 영향을 미치는 기존 연구를 지지한다(e.g., Todorov

et al., 2015).

둘째, 우익권위주의와 지각된 경제적 지위는 후보자 선호도를 간접적으로 설명하였다. 이는 평가자 요인에 영향을 받은 인상평가가 다시 후보자 선호도에 영향을 미칠 수 있음을 의미한다. 본 연구에서 우익권위주의와 지각된 경제적 지위는 각각 다른 방식으로 간접효과를 가지는 것으로 나타났는데, 구체적으로 우익권위주의는 후보자 간 인상평가의 차이를 일으키는 요인인 반면, 지각된 경제적 지위는 후보자 간 인상평가의 변별력을 가지지 않았다.

우익권위주의적 태도가 높은 평가자들은 한 후보자에 대해서는 자신감을 높게, 다른 한 후보자에 대해서는 자신감을 낮게 평가하였는데, 이러한 구분은 후보자 선호도와 연결이 되었다. 이는 우익권위주의적 태도를 가진 사람들의 특징으로 설명할 수 있다. 우익권위주의적 태도를 가진 사람들이 대상 인물의 인상착의 중 어떠한 특징을 바탕으로 자신감에 대한 인상 평가를 하는지는 알려져 있지 않으나, 강인한 인상을 선호하는 것으로 알려져 있다(Laustsen, 2017). 실제 우익권위주의적 태도를 가진 정치인은 그렇지 않은 정치인 또는 일반인에 비해 확고함과 자신감이 유의하게 더 높은 것으로 보고되었다(Caprara, Barbaranelli, Consiglio, Picconi, & Zimbardo, 2003). 또한 우익권위주의적 태도를 가질수록 사람들은 내집단(in-group)과 외집단(out-group)을 구분하여 지각하고자 하는 경향이 크고, 내집단의 구성원을 이상적인 것으로 생각하는 경향이 크다(Altemeyer, 1981). 종합하면, 강한 우익권위주의적 태도를 가진 사람들은 그들의 고유한 인상평가를 바탕으로 자신감이 높아 보이는 후보를 우익 정치인으로 인식하여 선호할 가능성이 있으며, 자신감이 높아 보이는 후보를 내집단으로 여기고, 자신감이 낮다는 인상을 주는 후보는 외집단으로 여겨 선호의 차이를 야기하였을 수 있다.

반면, 자신 또는 자기가 속한 가정의 경제적 지위를 높게 지각한 평가자들의 경우 후보자가

누구인가에 상관없이 후보자들의 자신감에 대한 전반적으로 높은 인상평가를 하였다. 이는 본인의 사회 경제적 지위가 높은 학생들이 자신감과 자기 효능감이 높고, 사회 경제적 지위가 높은 대상자에 대해 자기와 같이 우등할 것이라고 여기는 기존 연구와 일맥상통한다(Filippin & Paccagnella, 2012; Régner, Huguët, & Monteil, 2002).

셋째, 본 연구 자료의 분석에 의하면 우익권 위주의, 지각된 경제적 지위와 같은 평가자 요인은 자신감에 대한 인상평가를 통해 투표 선호도를 설명하는 반면, 정직성과 유능성을 통해서 는 그렇지 않았다. 이는 우리나라의 정치 경제적 상황에 대한 특수성으로 인해 나타난 결과일 가능성이 있다. 리더십 연구에 의하면 사람들은 위기 상황으로 인해 심리적 스트레스가 높고 통제감을 상실하였을 때 카리스마 리더십을 가진 리더가 등장하여 상황을 해석하고 새로운 대안을 제시해주기를 바란다(Bligh & Kohles, 2009; Mumford, Friedrich, Caughron, & Byrne, 2007; Waldman & Yammarino, 1999). 그리고 위기 상황에서 사람들은 자신감이 높아 보이는 리더로부터 영향을 받고자 하는 강한 경향성이 있다(Shamir & Howell, 1999). 집단 간 갈등이 현저할 때 지배적인 성격으로 보이는 외모의 인물을 자기 집단의 일원으로 선택하기를 선호한다는 연구는 이를 뒷받침 한다(Hehman, Leitner, Deegan, & Gaertner, 2015). 그러므로 본 연구에 참여한 응답자들이 우리나라의 상황을 정치 경제적 혼란과 위기로 지각하여 우익권위주의와 경제적 지위를 바탕으로 자신감이 높은 리더를 선호하였을 가능성이 있다. 반면, 정직성과 유능성은 위기 상황에서 필요한 리더의 특징으로 인식되지 않았기에 투표 선호도를 결정하는 주요한 변인으로 연결되지 않았을 수 있다. 이러한 가능성을 알아보기 위하여 추후 연구에서 위기 상황에 대한 인식을 측정하고, 다른 정치 경제적 상황을 가진 문화권에서 실시한 연구 결과와 비교하는 것이 필요하다.

본 연구의 결과는 투표 결정과 관련하여 다음과 같은 함의를 지닌다. 먼저, 후보자에 대한 정보가 거의 없는 상태에서 투표를 결정하는 개인의 심리 과정을 설명할 수 있다. 기존의 연구들은 후보자에 대한 정보를 가지고 있는 평가자를 대상으로 하였기에 후보자 선호도에 있어서 유권자의 사전 지식이 어느 정도 작용을 하였다고 볼 수 있다(예, 김현정, 박영옥, 박상희, 2015). 이와 달리 본 연구에서는 사전 정보를 배제하고 얼굴로부터 유추된 인상평가가 후보자 선호도에 미치는 영향만을 알아보았다. 본 연구에서 투표 선호도가 높은 후보자가 실제 선거의 당선인이 될 것이라는 본 연구의 가설 3은 지지되지 않았는데, 이는 본 연구에서 알아보고자 하는 상황과 실제 상황이 달라서일 수 있다. 실제 우리나라의 선거 상황에서는 후보자에 대한 정보를 가진 사람과 사전 정보를 가지지 않은 사람이 혼재해 있고, 사전 정보를 가졌다 하더라도 인상으로부터 성격을 추론하여 추가 정보를 얻기보다는 지역, 나이, 정당 등의 사전 정보에 더 많은 비중을 두고 투표 선택을 할 가능성이 크다. 본 연구에서는 후보자에 대한 사전 정보를 전혀 가지지 않은 평가자들의 투표 결정에 대해서만 알아본 것이므로, 후보자에 대한 정보가 거의 없는 상황일수록 본 연구의 결과로 설명할 수 있는 부분이 많을 것으로 사료된다.

본 연구의 또 다른 의의는 선거에 있어 한국인이 후보자의 얼굴로부터 유추하는 자신감과 정직성이 해당 후보자에 대한 선호도를 설명하는 유의한 요인임을 확인한 것이다. 한국에서 후보자 얼굴로부터 유추된 인상평가와 투표 결정의 관계에 대해 알아본 연구는 많지 않다. Na와 그의 동료들은(2015) 서양 문화권에 비해 강도는 약하지만, 후보자의 얼굴로부터 유추한 유능성이 유의하게 후보자 선호도를 설명하는 것을 보고하였다. 이는 Todorov와 동료들의 연구(2005)에 미국인을 대상으로 하여 유능성이 높아 보인다고 선택된 사람이 당선자일 확률이 더 높은 것과 일치한다. 그러나 한국인을 대상으로

얼굴로부터 유추한 자신감이나 정직성과 후보자 선호도와와의 연관성을 알아본 연구는 거의 없다. 본 연구의 결과는 서양 문화권에서 이루어진 연구와 마찬가지로 한국인들도 자신감과 정직성이 유추되는 얼굴을 정치 리더로 선호하는 것을 보여준다. 더 나아가 이러한 결과는 한국인이 생각하는 바람직한 정치인상에 대해서도 기초적인 정보를 제공한다. 추후 연구로서 후보자 얼굴의 어떠한 인상착의를 바탕으로 인상평가를 하였는지 밝혀낸다면 본 연구의 확장이 이루어질 수 있을 것이다.

마지막으로, 본 연구의 결과는 후보자의 인상관리가 후보자 선호도를 높이기 위한 유일한 방법은 아님을 제안한다. 왜냐하면, 후보자 선호도는 후보자 인상평가에도 영향을 받지만, 평가자 개인의 요인에도 영향을 받을 수 있기 때문이다. 예를 들면, 일반적으로 사람들은 자신감이 높아 보이는 후보자에 대한 선호가 높지만, 강한 우익권위주의적 태도를 가진 평가자의 경우 자신감에 대한 인상 평가가 다른 방식으로 이루어져 자신감에 대한 인상 평가 및 후보자 선호도가 달라질 수 있는 것이다. 그러므로 높은 후보자 선호도를 위해서는 인상관리와 함께 평가자에 대한 파악도 곁들여야 할 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 먼저, 평가자의 삶의 만족도의 경우 인상평가를 유의하게 설명하지 않았다. 즉, 평가자 요인으로서 포함된 삶의 만족도가 후보자의 얼굴로부터 자신감, 유능성, 정직성을 유추하는데 큰 영향이 없는 것으로 나타난 것이다. 그러나 삶의 만족도가 대상 인물의 자신감, 유능성, 정직성 이외의 다른 측면의 인상평가에 영향을 미칠 가능성이 존재하므로 추후 연구에서는 다양한 측면의 내적 속성에 대한 추론이 포함되어야 할 것이다.

추가적으로, 본 연구 결과의 일반화에 대한 제한점이다. 본 연구에서는 한 쌍의 후보자 사진을 제시하여 분석을 실시하였으나, 자극 특수성이 영향이 있을 수 있으므로, 다수 후보자들의 사진 자극을 제시한 후 평균적인 경향성을

구한다면 결과의 일반화에 도움을 줄 수 있을 것이다. 또한, 본 연구는 성별과 나이, 그리고 지역별 분포를 고르게 하려는 노력이 있었으나, 인상평가의 대상인 지역의 연구 참가자를 포함하지 않고자 하였기에 서울, 경기인천, 대구경북에 평가자들의 분포가 집중된 경향이 보인다. 또한 온라인으로 설문을 진행하여 20대에서 40대의 연구 참가자가 많은 비율을 차지한다. 연구의 결과의 일반화를 위해서는 50대 이상의 집단의 비율을 높이고 인구 비율을 반영하는 지역별 연구 참가자 수가 확보되어야 할 것이다.

마지막으로, 자료 분석의 측면에서 제한점은 다음과 같다. 본 연구에서 제안한 연구 모델을 검증하기 위하여 경로 분석을 실시한 결과 우익 권위주의와 지각된 경제적 지위가 후보자 선호도에 미치는 간접효과의 경우 경로계수가 모두 .05 수준에서 통계적으로 유의하나 그 크기는 -.052에서 .081로 크지 않다. 또한, 평가자의 성별이 인상평가 및 투표 선호도에 영향을 미칠 가능성이 있으므로 추후 연구에는 성별을 통제 한 경로 분석을 실시할 필요가 있다. 그러므로 분석 결과의 과대한 해석은 지양하여야 할 것이다.

## 저자 소개

김민영은 계명대학교 심리학과에 조교수로 재직 중이며 연구 관심사로는 의사결정, 정서 조절, 조직 내 정서 등이 있다.

## 참고문헌

- 김민영, 한규은 (2018). 정서조절을 통한 다문화 이주민에 대한 정서 변화. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 32(3), 83-99.
- 김현정, 박영옥, 박상희 (2015). 유권자의 기본적인 심리적 특성들과 정치적 태도, 후보 선

- 택에 관한 경로모형 연구. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 29(4), 103-132.
- 노혜경 (2012). 정보 요소들의 상호작용을 통해 살펴본 정치적 정보의 처리. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 26(4), 15-29.
- 이갑윤, 이현우 (2000). 국회의원선거에서 후보자 요인의 영향력. *한국정치학회보*, 34(2), 149-170.
- 임남연, 이화령, 서은국 (2010). 한국에서의 Diener의 삶의 만족 척도 (Satisfaction With Life Scale: SWLS) 사용 연구 개관. *한국심리학회지: 일반*, 29(1), 21-47.
- Adorno, T. W., Frenkel Brunswik E., Levinson D. J., & Sanford R. N. (1950). *The authoritarian personality*. New York, NY: Harper & Row.
- Altemeyer, B. (1981). *Right-wing authoritarianism*. Winnipeg, Ontario, Canada: University of Manitoba Press.
- Antonakis, J., & Dalgas, O. (2009). Predicting elections: Child's play!. *Science*, 323(5918), 1183-1183.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41(3), 258-290.
- Atkinson, M. D., Enos, R. D., & Hill, S. J. (2009). Candidate Faces and Election Outcomes: Is the Face-Vote Correlation Caused by Candidate Selection?. *Quarterly Journal of Political Science*, 4(3), 229-249.
- Banducci, S. A., Karp, J. A., Thrasher, M., & Rallings, C. (2008). Ballot photographs as cues in low information elections. *Political Psychology*, 29(6), 903-917.
- Bar, M., Neta, M., & Linz, H. (2006). Very first impressions. *Emotion*, 6(2), 269-278.
- Berggren, N., Jordahl, H., & Poutvaara, P. (2010). The looks of a winner: Beauty and electoral success. *Journal of Public Economics*, 94(1-2), 8-15.
- Blais, A., & Nadeau, R. (1996). Measuring strategic voting: A two-step procedure. *Electoral Studies*, 15(1), 39-52.
- Bligh, M. C., Kohles, J. C., & Meindl, J. R. (2004). Charisma under crisis: Presidential leadership, rhetoric, and media responses before and after the September 11th terrorist attacks. *The Leadership Quarterly*, 15, 211-239.
- Bodenhausen, G. V. (1990). Stereotypes as judgmental heuristics: Evidence of circadian variations in discrimination. *Psychological Science*, 1(5), 319-322.
- Caprara, G. V., Barbaranelli, C., Borgogni, L., & Perugini, M. (1993). The "Big Five Questionnaire": A new questionnaire to assess the five factor model. *Personality and Individual Differences*, 15(3), 281-288.
- Caprara, G. V., Barbaranelli, C., Consiglio, C., Picconi, L., & Zimbardo, P. G. (2003). Personalities of politicians and voters: Unique and synergistic relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 849-856.
- Carney, D. R., Jost, J. T., Gosling, S. D., & Potter, J. (2008). The secret lives of liberals and conservatives: Personality profiles, interaction styles, and the things they leave behind. *Political Psychology*, 29(6), 807-840.
- Carré, J. M., McCormick, C. M., & Mondloch, C. J. (2009). Facial structure is a reliable cue of aggressive behavior. *Psychological Science*, 20(10), 1194-1198.
- Carvacho H., Zick A., Haye A., González R., Manzi J., Kocik C., & Bertl M. (2013). On the relation between social class and prejudice: The roles of education, income, and ideological attitudes. *European Journal of Social Psychology*, 43, 272-285.
- Chen, F. F., Jing, Y., & Lee, J. M. (2014). The looks of a leader: Competent and trustworthy, but not dominant. *Journal of Experimental Social*

- Psychology*, 51, 27-33.
- Cogsdill, E. J., Todorov, A. T., Spelke, E. S., & Banaji, M. R. (2014). Inferring character from faces: A developmental study. *Psychological Science*, 25(5), 1132-1139.
- Conover, P. J., & Feldman, S. (1986). The role of inference in the perception of political candidates. In R. Lau & D. Sears (Eds.), *Political cognition*, (pp. 127-158), Hillsdale, NJ.
- Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2004). When professionals become mothers, warmth doesn't cut the ice. *Journal of Social Issues*, 60, 701-718.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Dotsch, R., & Todorov, A. (2012). Reverse correlating social face perception. *Social Psychological and Personality Science*, 3(5), 562-571.
- Dumitrescu, D., Gidengil, E., & Stolle, D. (2015). Candidate confidence and electoral appeal: An experimental study of the effect of nonverbal confidence on voter evaluations. *Political Science Research and Methods*, 3(1), 43-52.
- Forgas, J. P., & Bower, G. H. (1987). Mood effects on person-perception judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(1), 53-60.
- Forgas, J. P., & East, R. (2008). On being happy and gullible: Mood effects on skepticism and the detection of deception. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(5), 1362-1367.
- Hastie, R., & Park, B. (1986). The relationship between memory and judgment depends on whether the judgment task is memory-based or on-line. *Psychological Review*, 93(3), 258-268.
- Helman, E., Leitner, J. B., Deegan, M. P., & Gaertner, S. L. (2013). Facial structure is indicative of explicit support for prejudicial beliefs. *Psychological Science*, 24(3), 289-296.
- Helman, E., Leitner, J. B., Deegan, M. P., & Gaertner, S. L. (2015). Picking teams: When dominant facial structure is preferred. *Journal of Experimental Social Psychology*, 59, 51-59.
- Hibbing, J. R., Smith, K. B., & Alford, J. R. (2013). *Predisposed: Liberals, conservatives, and the biology of political differences*. Routledge.
- Judd, C. M., James-Hawkins, L., Yzerbyt, V. Y., & Kashima, Y. (2005). Fundamental dimensions of social judgment: Understanding the relations between judgments of competence and warmth. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 899-913.
- Kinder, D. R. (1986). Presidential character revisited. In R. R. Lau & D. O. Sears (Eds.), *Political cognition: The 19th annual Carnegie symposium on cognition* (pp. 233-255). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Kirkpatrick, S. A., & Locke, E. A. (1991). Leadership: do traits matter?. *Academy of Management Perspectives*, 5(2), 48-60.
- Laustsen, L. (2017). Choosing the right candidate: Observational and experimental evidence that conservatives and liberals prefer powerful and warm candidate personalities, respectively. *Political Behavior*, 39(4), 883-908.
- Lenz, G. S., & Lawson, C. (2011). Looking the part: Television leads less informed citizens to vote based on candidates' appearance. *American Journal of Political Science*, 55(3), 574-589.
- Lipset, S. M. (1959). *Political man: The social bases of politics*. Garden City: NY.
- Lodge, M., McGraw, K. M., & Stroh, P. (1989). An impression-driven model of candidate evaluation. *American Political Science Review*, 83(2), 399-419.
- Mumford, M. D., Friedrich, T. L., Caughron, J. J., & Byrne, C. L. (2007). Leader cognition in real-world settings: How do leaders think about crises? *The Leadership Quarterly*, 18, 515-543.



- Na, J., Kim, S., Oh, H., Choi, I., & O'Toole, A. (2015). Competence judgments based on facial appearance are better predictors of American elections than of Korean elections. *Psychological Science*, 26(7), 1107-1113.
- Olivola, C. Y., & Todorov, A. (2010). Elected in 100 milliseconds: Appearance-based trait inferences and voting. *Journal of Nonverbal Behavior*, 34(2), 83-110.
- Oxley, D. R., Smith, K. B., Alford, J. R., Hibbing, M. V., Miller, J. L., Scalora, M., ... & Hibbing, J. R. (2008). Political attitudes vary with physiological traits. *Science*, 321(5896), 1667-1670.
- Rattazzi, A. M. M., Bobbio, A., & Canova, L. (2007). A short version of the Right-Wing Authoritarianism (RWA) Scale. *Personality and Individual Differences*, 43(5), 1223-1234.
- Régner, I., Huguet, P., & Monteil, J. M. (2002). Effects of socioeconomic status (SES) information on cognitive ability inferences: When low-SES students make use of a self-threatening stereotype. *Social Psychology of Education*, 5(3), 253-269.
- 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.
- Rogers, K. H., & Biesanz, J. C. (2015). Knowing versus liking: Separating normative knowledge from social desirability in first impressions of personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 109(6), 1105-1116.
- Rule, N. O., & Ambady, N. (2010). Democrats and Republicans can be differentiated from their faces. *PLoS one*, 5(1), e8733.
- Rule, N. O., Krendl, A. C., Ivcevic, Z., & Ambady, N. (2013). Accuracy and consensus in judgments of trustworthiness from faces: Behavioral and neural correlates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(3), 409-426.
- Shamir, B., & Howell, J. M. (1999). Organizational and contextual influences on the emergence and effectiveness of charismatic leadership. *The Leadership Quarterly*, 10, 257-283.
- Stirrat, M., & Perrett, D. I. (2010). Valid facial cues to cooperation and trust: Male facial width and trustworthiness. *Psychological Science*, 21(3), 349-354.
- Todorov, A., Mandisodza, A. N., Goren, A., & Hall, C. C. (2005). Inferences of competence from faces predict election outcomes. *Science*, 308(5728), 1623-1626.
- Todorov, A., Said, C. P., Engell, A. D., & Oosterhof, N. N. (2008). Understanding evaluation of faces on social dimensions. *Trends in Cognitive Sciences*, 12(12), 455-460.
- Todorov, A., Dotsch, R., Wigboldus, D. H., & Said, C. P. (2011). Data driven methods for modeling social perception. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(10), 775-791.
- Todorov, A., Dotsch, R., Porter, J. M., Oosterhof, N. N., & Falvello, V. B. (2013). Validation of data-driven computational models of social perception of faces. *Emotion*, 13, 724-38.
- Todorov, A., Olivola, C. Y., Dotsch, R., & Mende-Siedlecki, P. (2015). Social attributions from faces: Determinants, consequences, accuracy, and functional significance. *Annual Review of Psychology*, 66, 519-545.
- Valentine, T., Darling, S., & Donnelly, M. (2004). Why are average faces attractive? The effect of view and averageness on the attractiveness of female faces. *Psychonomic Bulletin and Review*, 11, 482-487.
- Waldman, D. A., & Yammarino, F. J. (1999). CEO

- charismatic leadership: Levels-of-management and levels-of-analysis effects. *Academy of Management Review*, 24, 266-285.
- Willis, J., & Todorov, A. (2006). First impressions: Making up your mind after a 100-ms exposure to a face. *Psychological Science*, 17(7), 592-598.
- Wojciszke, B. (2005). Morality and competence in person- and self-perception. *European Review of Social Psychology*, 16, 155-188.
- Xie, S. Y., Flake, J. K., & Hehman, E. (in press). Perceiver and target characteristics contribute to impression formation differently across race and gender. *Journal of Personality and Social Psychology*.

1 차원고접수 : 2019. 03. 18.

수정원고접수 : 2019. 05. 10.

최종게재결정 : 2019. 06. 10.

## Evaluator factors affecting attribute inferences of and preferences for election candidates with no acquaintance

Min Young Kim

Department of Psychology, Keimyung University

The current study is designed to investigate the importance of factors influence voting decisions and candidate preferences. Previous research suggests that people can infer internal attributes from the candidate's face, and that the inferred attributes can also affect preferences for candidates. The current study attempts to investigate internal attributes affecting candidate preferences, when including evaluator factors such as right-wing authoritarianism. With this aim, 242 participants were asked to infer self-confidence, competence, and trustworthiness by looking at the faces of candidates from the local election in 2018. The results showed that the self-confidence, competence, and trustworthiness inferred from the candidate's face significantly explained the preference for voting. In addition, the right-wing authoritarianism of the participants appeared to make the differences in inference of self-confidence across candidates, which in turn resulted in differences in the voting preference for each candidate. However, the high preference for candidates reported in this study did not predict actual election results. The findings of this study provide basic information about impression evaluation among Koreans and voting behavior in case of lacking information.

*Keywords: impression evaluation, voting decision, candidate preferences, election*