

얼굴의 매력성과 남성복유형이 의복착용자의 인상추론에 미치는 영향

이 선 경* · 이 훈 구**

연세대학교 의생활학과 · 심리학과

본 연구의 목적은 얼굴의 매력성 수준과 남성복유형이 우리의 의복착용자에 대한 인상추론에 미치는 영향을 究明하는 것이었다. 의복착용자에 대한 인상은 얼굴매력성 수준 3가지와 의복유형 6가지를 조작한 칼라사진을 자극물로 제시한 후 의미변별 척도에 응답케하여 측정하였으며, 피험자는 남녀 대학생 60명이었다. 연구결과 얼굴의 매력성과 의복유형은 지적, 사회적, 매력성 인상추론에 영향을 미쳤다. 지적, 매력성 인상추론에는 의복유형의 영향이 더 컸고, 사회적 인상추론에는 얼굴매력성의 영향이 더 컸다. 지적, 사회적, 매력성 인상추론시 얼굴매력성의 후광효과가 나타났다. 의복유형의 영향을 보면 모든 모델이 회사원, 세일즈맨유형의 의복을 착용했을 때 자신이 가진 지적, 사회적, 매력성 수준보다 향상된 인상을, 반면 연예인, 화가, 노동자의 의복 착용시 얼굴 자체의 인상수준보다 더 낮은 지적, 사회적, 매력성 인상을 주었다.

외모에 대한 관심은 여성들에게만 국한되어 있다는 기존의 고정관념을 깨고 남성들에게도 그 중요성이 서서히 인식되어 가고 있다. 그 좋은 예로 이웃나라 일본의 경우 많은 남성들이 취업과 결혼을 용이하게 하기 위한 하나의 방편으로 성형수술이라는 수단까지 동원하여 좋은 인상을 주기 위해 노력한다는 신문의 보도를 접한지는 이미 오래되었고, 최근 들어 우리나라에서도 취업면접상황에서 시험관에게 좋은 인상을 주기 위하여 남성들의 성형수술이 부쩍 늘어나고 있다는 소식이 심심치 않게 보도되고 있다. 오늘날 남성들이 직업을 구하고 승진하는데 있어서 업무수행 능력뿐만이 아니라 외모면에서도 좋은 인상을 주어야 함은 기본적인 사항에 속한다. 이와 같이 사회생활을 성공적으로 영위하는

데 있어서 남성들도 외모의 중요성을 인식하고는 있으나 한국의 경우 남성의 인상에 관한 실증적 연구는 드문 편이다.

이에 본 연구는 남성의 외모의 차이가 인상형성에 과연 영향을 미치는가를 밝혀보고 아울러 여러 유형의 의복이 인상형성에 어떤 영향을 주는가를 알아보기 위하여 시도되었다.

인상은 사회적 상호작용의 시작일 뿐 아니라 추후 상호작용의 결정요인이 되므로 매우 중요하다. 인상형성에 영향을 미치는 요인으로는 크게 자극인물 자체가 가지고 있는 정보와 지각자의 정보처리방식이 중요하다고 볼 수 있다.

Asch(1946)와 Anderson(1965)의 고전적 인상형성 이론가들에 의하면 대인 지각과정은 자극물이 지닌 정보를 근거로 통합적인 인상을 형성하는 것이라고 보았다. 이러한 초기의 인상형성이론가들은 대인지각과정을

* 연세대학교 대학원 의생활학과 박사, 이 논문은 그녀의 박사학위논문 일부임.

** 연세대학교 문과대학 심리학과 교수

설명할 때 인간의 인지능력의 한계와 정보의 과다를 상당 부분 무시하는 경향이 있었다. 현재의 연구자들은 지각자가 복잡한 자극물을 보고 자동적으로 정보를 조직한다는 기존의 가정에 회의론을 갖고, 그 대신 사회적 정보처리과정은 사회적 사건, 역할, 집단과 같은 사회적 속성과 부류를 정신적으로 표상한 것인 사회적 범주를 중심으로 조직될 수 있다고 본다(Brewer, 1988).

신체적 매력성의 영향

신체적 매력성은 인상형성시 중요한 단서로서 다른 중요한 특징들을 능가하며, 매력성인인 그 자체만이 평가의 대상이 되는 것이 아니라, 다른 특징들에 대한 추론에 후광효과로서 영향을 미친다는 점이 중요하다(Zebrowitz, 1990). 신체적 매력성이 갖는 고정관념에 관한 문헌으로 Landy와 Sigall(1974)은 신체매력성이 수필능력 및 개인특성 평가에 미치는 영향을 연구한 결과 수필가와 수필에 대한 평가는 수필가가 매력적일 때 가장 호의적이었고, 매력적이지 않을 때 가장 비호의적이며, 수필가의 매력이 수필의 평가에 미치는 영향은 수필의 수준이 낮을 때 가장 뚜렷한 것으로 나타났다. Dion, Berscheid 및 Walster(1972)는 피험자들에게 신체적으로 매력적이거나, 매력이 없거나, 보통인 인물에 대한 사진을 제시하고 매력성과는 전혀 관련이 없는 몇 개의 특성에 대해서 평정시킨 결과 매력이 더 있는 사람은 사회적으로 더욱 더 바람직한 성격을 지닌 것으로 지각되어 신체적 매력에 관한 고정관념이 존재한다고 주장하였다.

직업별 의복행동 및 인상형성

의복 또한 착용자의 개인적 속성에 대한 지각자의 판단에 영향을 미치는데 이는 한 사회에서 학습을 통해 어떤 의복에 대한 고정관념이 형성되고, 의복에 대한 그와 같은 고정관념이 지각시 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

직업별 의복행동 Form과 Stone(1955)은 사무직과 육체노동자에 대한 의복규범의 유형이 있으며 그 중 사무직 종사자에게 적합한 의복은 신사복차림인 반면 육체노동자들은 유니폼과 작업복을 입는다고 하였다(Kaiser, 1985). 신사복, 즉 수우트(정장)는 어떤 사회에서나 권위와 지위 및 권력의 상징으로서 수우트착

용지는 많은 신뢰와 존경을 받는 경향이 있고, 그중 더블정장(double breasted suit)은 우아한 고전적 스타일로서 사회, 경제적 지위가 있는 남성들에게 어울린다(Fürstenberg, 1978). 수우트의 색상은 어두울수록 더 권위적으로 보이며(Molloy, 1978), 계급적으로 볼 때 중상류층이 신뢰하는 수우트의 색과 직물은 감색 또는 진한 회색의 무지이다. 직업별로 볼 때 조끼 위에 보수적인 무지의 회색 수우트를 착용하면 매우 중요한 인물로 여겨지며(Molloy, 1978), 경제단체는 고객을 대하는데 있어서 그들이 유능함과 성공을 상징하는 호감이 가는 인상을 만들려는데 역점을 두고(Kaiser, 1985), 세일즈맨은 항상 다림질한 바지에 잘 닦인 구두를 신어야 한다(Horn & Gurel, 1981)고 하였는데 이는 직업상 의도에 더 많은 신경을 써야함을 의미한다.

한편 예술인, 건축가 등은 선(line)에 대해 매우 세련된 감각을 가지고 있고 이러한 감각이 의생활에도 적용이 된다(Molloy, 1978). 또한 연예인들은 색이 특이한 더블정장이나 단추가 3-4개가 달린 평범하지 않은 옷을 주로 착용한 것으로 나타났다(VIP, 1991).

의복이 인상형성에 미치는 영향 의복은 고정관념의 형성과과정에서 중요한 역할을 한다. 그 대표적 연구로 1960년대 말에서 70년대 초에 장발에 턱수염을 기른 젊은이는 정치적으로 급진적이며 마약문화에 젖어 있는 사람으로 고정관념화되었는데 이를 검증하기 위해 캘리포니아의 버클리대학 학생들에게 5명의 남자 의복착용자를 보여 주고 그 그림과 정치적 행동주의(자유 혹은 보수) 및 마리화나의 흡연여부를 관련시켜 보도록 한 결과 자켓과 넥타이 같은 전통적으로 비캐퍼스적인 의복을 말쑥하게 차려입은 스타일의 모습은 정치적 보수주의자로, 닳은 작업용 셔츠, 찢, 헝클어진 긴 머리의 단정하지 않고 의도적으로 비관습적인 스타일의 모습은 정치적 자유주의자로 분류됨으로서 의복의 스타일이 정치적 위치와 마약사용의 관계를 상당히 정확히 전달한 것으로 나타났으며, 이로써 의복에 따른 고정관념이 존재함을 밝혔다(Horn and Gurel, 1981). 남성복유형이 인상형성에 미치는 연구로서 Bell(1991)은 4가지 남성복 스타일(대담한 유형, 보수적 유형, 포말한 유형, 캐주얼한 유형)에 따른 성격특성 지각에 관한 연구를 한 결과, 대담한 스타일은 매력적이지 않고, 지적인 면은

없으나 매우 일반적 차림이며, 포말한 스타일은 매력적이고, 지적이며, 일반적 차림이고, 캐주얼 스타일은 비매력적, 비지성적, 비일반적 차림이며, 보수적 스타일은 매력적, 지적이나 일반적인 차림은 아닌 것으로 지각되었으며, 캐주얼유형보다 더 사회적인 것으로 평가되었다.

고정관념적 인상형성에 여성의 얼굴과 의복의 영향을 비교한 Hamid(1968)는 여성복의 세부디자인을 변화시킨 잡지사 사진을 남녀피험자에게 제시하고 10개의 특질 행동사 각각을 잘 나타내는 정도에 따라 사진에 등급을 매기도록 요구한 결과 얼굴만 가지고 순서를 매겼을 때와는 달리 의복스타일에서는 일관된 특질 고정관념이 존재한 것으로 드러나므로서 고정관념적 인상은 얼굴의 특징보다는 의복에 그 기본을 두고 있다고 제안하였다. Conner, Peters 그리고 Nagasawa(1975)는 사교적, 활동적, 지성적인 인상이라고 판단된 3명의 여성인물과 그에 해당되는 3가지 의복을 번갈아 착용시킨 사진을 각각에게 제시하여 인상을 알아본 결과, 활동적 인상에는 인물이, 사회적 인상에는 의복이 더 영향을 미쳤고, 지적 인상에는 의복의 효과가 좀더 있었으나 인물과 의복 둘다 크게 영향을 주지 못한 것으로 드러났으며, 한편 송선옥·이인자(1982)와 문영보(1991)에 의하면 지적 인상에는 의복이, 사교적 인상에는 인물이 더 영향을 미치는 것으로 나타나, Conner 등(1975)의 연구 결과와는 차이를 보였다.

이상의 시각적 자극물이 인상형성에 미치는 영향요인에 관한 문헌고찰을 토대로 본 연구는 남성의복착용자에 대한 인상추론시 얼굴의 매력성과 의복 유형은 시각적 형태의 단서로 작용할 것이므로 이 두 요인이 인상추론에 미치는 영향을 밝히기 위하여 다음과 같은 두가지 연구문제를 도출하였다.

문제 1: 의복착용자의 얼굴매력성 수준은 지적, 사회적 및 매력성 인상추론에 영향을 미칠 것이다.

문제 2: 의복착용자의 의복유형은 지적, 사회적 및 매력성 인상추론에 영향을 미칠 것이다.

방 법

자극물 제작

얼굴선정 모델 협회에 가입한 남자모델중 연령상 직장인으로 가정하기에 무리가 없고, 모델이 지닌 기존

이미지가 본 연구의 인상평가에 영향을 미칠 위험이 없는 30대 전후의 신인남자모델로서 매력성에서 차이가 나며 체격조건은 거의 비슷한 3명씩 모델을 선정하였다.

먼저 조건에 합당한 여덟 명의 모델 얼굴사진을 입수하여 대학생 30명을 대상으로 매력성을 평가시켰다. 매력성 평가척도는 Freedman, Sears 및 Carlsmith(1981)의 '매력있는-매력없는', '호감이 가는-호감이 가지 않는'의 2문항과, 의류학 관련문헌에서 '멋있는-멋없는', '내가 좋아하는-내가 싫어하는'의 2문항 등 7점 척도로 된 총 4문항을 사용하였으며, 평균점수를 토대로 매력성 수준상(4.6), 중(3.2), 하(2.7)로 분류된 세 명의 모델을 선정하였다.

의복선정 먼저 홍두승(1983)의 직업분류표와 남성의복행동에 관한 문헌을 토대로 유형면에서 서로 구별되는 남성직업복 유형 및 그에 해당되는 직업을 선정하였고, 각 직업에 종사하는 직장인을 대상으로 평소 출근복으로 착용하는 의복에 관하여 설문지를 사용한 인터뷰를 실시하였다. 다음으로 서울 시내의 보행자중 유형면에서 뚜렷이 구별되는 의복을 착용한 남성들에게 직업을 묻은 후 그 모습을 사진으로 촬영하였다. 이상의 의복문헌, 인터뷰 및 사진자료들을 바탕으로 서로 구별될 수 있는 의복유형 및 직업을 다음과 같이 선정하였으며, 그 내용을 보면 회사원유형(감색 싱글정장, 깔끔함), 고위직유형(조끼가 있는 회색 싱글정장, 고급스러움), 세일즈맨유형(카키색 더블정장, 유행스타일), 연예인유형(겨자색 더블자켓과 미색 양복바지, 대담함), 노동자유형(카키색 점퍼와 노동복바지, 초라함)과 예술인유형으로서 예술인유형은 실제 한 화가의 복장(청자켓, 베이지색 플렌바지와 베레모, 자유스러움)을 선정하였다.

자극물 16절지의 회색 와트만지 위에 34장의 컬러 사진을 붙인 34장으로 구성된 자극물 목록으로서, 사진의 내용으로는 세 명의 모델이 6가지 의복 유형을 번갈아 착용한 18가지의 의복착용자 사진(13×18cm), 세 명의 모델 얼굴 사진(8×13cm), 6가지 의복유형 사진(13×18cm)과 그 외에 연구의 목적을 혼돈시키기 위한 가위의 얼굴 사진(8×13cm) 7가지로 구성되었고, 이때 자극물의 자세, 배경 등은 일정하게 통제하였다.

특질형응사쌍의 선정

인상의 3대 기본차원은 평가, 능력 및 활동성차원인데 이중 가장 중요한 차원은 평가이다. Rosenberg, Nelson 그리고 Vivekananthan (1968)은 평가차원은 다시 지적 평가차원과 사회적 평가차원으로 구성된다고 말했다. 본 연구자는 사회심리학 및 의복과 인상형성의 문헌을 토대로 얼굴, 의복, 의복착용자 자극물에서 공통으로 추론될 수 있는 지적 특성 4문항(지성적인-지성적이지않은, 강인한-유약한, 능력있는-능력없는, 신중함-경박함), 사회적 특성 4문항(쾌활함-우울함, 사교적인-비사교적인, 인기있는-인기없는, 성실함-성실치않은), 매력성 특성 4문항(매력있는-매력없는, 호감이 가는-호감이 가지않는, 세련된-촌스러운, 깨끗한-지저분함)을 합한 7점 척도의 12문항을 선택하여 사용하였다.

피험자

피험자는 서울시내 대학의 남녀 대학생 60명으로 1992년도 1학기 Y대학교 전교대상과목(청년기의 갈등과 자기이해, 인간행동의 심리적 이해)의 수강생 일부와 교내광고를 통한 지원자로 구성되었다.

실험절차

자극물 목록은 자극물의 순서효과를 제거하기 위해 34장의 사진을 서로 다른 8가지 제시순서로 배치하였다. 피험자에게 실시한 설문도 두 가지 동형(同形)검사가 있었는데 피험자들은 그 중 한 검사를 받았다. 실험에 들어가기 전에 연구자는 피험자에게 실험의 목적을 '대인지각'이라고 말해준 뒤, 응답요령에 관한 지시문과 설문지를 배부하였다. 자극물 제시와 반응시간을 일정하게 통제하기 위하여 피험자에게 하나의 자극물을 보는데 3초, 응답하고 지시에 따라 다음 자극물과 응답지를 넘기는 시간으로 5초를 주었고, 한 가지 특질에 34장의 사진평정을 모두 끝낸 후에 그 다음의 특질에 대한 평정을 하게 하였는데, 이는 한 특질 차원에서의 특별한 자극물에 대한 평정효과가 다른 특질차원에서의 평정에 미치지 될 영향을 줄이기 위한 것이었다. 피험자가 실험방법을 충분히 이해했다고 확인이 된 후 실험에 들어갔으며, 실험에 소요된 시간은 중간 휴식시간 5

분을 포함한 약 1시간으로 1992. 6. 9-29일까지 3주일 동안 계속되었다.

결 과

본 연구에서 사용한 지적, 사회적, 매력성 인상척도는 각각 7점 척도상에서 평정되는 4문항으로 구성되었다. 이들 척도의 가능한 점수의 범위는 4-28점이었으며, 본 연구의 피험자들이 가장 낮은 평가를 한 자극물과 가장 높은 평가를 한 자극물의 인상평가평균을 비교해 보면(표 1에서 표 6을 볼 것), 지적 인상평가점수는 11.96-24.06점, 사회적 인상평가점수는 10.68-23.85점, 매력성 인상 평가점수는 9.47-25.90점의 점수범위를 나타냈다. 점수가 높을수록 지적, 사회적, 매력성 인상수준이 높다는 것을 의미한다.

지적, 사회적, 매력성 인상에 얼굴매력성, 의복유형 및 관찰자의 성이 미치는 영향을究明하기 위하여 3원 변량분석과 보조분석으로 SNK(Student-Newman-Keuls)다중비교검정을 실시하였으며, 중요한 결과를 제시하면 다음과 같다.

지적 인상

지적 인상추론에는 얼굴매력성[F(2, 118)=58.20, p<.001], 의복유형[F(5, 295)=98.31, p<.001]의 주효과가 나타났고, 각 변인의 F값을 비교해 볼 때 의복유형의 영향이 얼굴매력성보다 더 큰 것으로 나타났다. 또한 얼굴매력성과 의복유형[F(10, 590)=7.22, p<.001], 의복유형과 관찰자의 성[F(5, 290)=3.41, p<.05]의 상호작용효과가 나타났다. 관찰자의 성의 주효과가 나타나지 않았으므로 남녀집단을 합하여 결과를 제시하였다. 얼굴매력성 수준이 지적 인상추론에 미치는 영향을 알아보기 위하여 의복유형별로의 복착용자의 얼굴매력성 수준에 따른 지적 인상평가의 평균점수를 산출하고 이 3가지 얼굴매력 수준과 얼굴없는 의복조건을 포함한 4가지 조건간의 이 평가점수간의 차이를 SNK 다중비교검정한 결과가 표 1에 제시되어 있다.

매력적인 모델은 6가지 의복유형을 착용했을 때 모든 의복유형에서 세 모델중 지적 인상이 가장 높게 평가되었으며, 그가 회사원, 연예인, 화가, 노동자의 의복착

<표 1> 의복유형별 의복착용자의 얼굴매력성 수준에 따른 지적 인상의 평균점수' 및 세 매력수준과 얼굴없는 의복조건을 포함한 4조건간의 차이검정 (n=60)

| 의복유형 | 의복 (얼굴없음) | 의복착용자의 매력성수준 | | | F 값 |
|------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------|
| | | 상 | 중 | 하 | |
| 회사원 | 22.65 ^b | 24.06 ^a | 20.75 ^c | 17.55 ^d | 36.02*** |
| 고위직 | 20.35 ^a | 20.85 ^a | 18.93 ^b | 15.02 ^c | 27.54*** |
| 세일즈맨 | 22.30 ^a | 22.73 ^a | 20.45 ^b | 15.68 ^c | 45.79*** |
| 연예인 | 14.17 ^b | 17.23 ^a | 14.72 ^b | 11.45 ^c | 14.19*** |
| 화가 | 13.23 ^b | 15.03 ^a | 15.05 ^a | 11.32 ^c | 13.87*** |
| 노동자 | 13.22 ^b | 16.38 ^a | 15.28 ^a | 11.97 ^b | 12.63*** |

*** P < .001 점수범위 : 4-28점

f: 점수가 높을수록 지적 인상이 높음을 의미한다.

a, b, c, d: 평균점수에 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정) (a: 점수가 가장 높은 집단 d: 점수가 가장 낮은 집단)

용시 지적 인상평가는 의복 자체의 지적 인상수준보다 (표 1의 의복: 얼굴없음 난을 볼 것) 향상되었으나, 고위직과 세일즈맨의 의복착용시 지적 인상평가상의 변화가 없었다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 화가와 노동자의 의복착용시 지적 인상평가점수가 향상되었고, 고위직, 세일즈맨, 회사원의 의복착용시 낮아졌으며, 연예인의 의복에서는 변화가 없었다. 비매력적인 모델은 노동자의 의복 착용시 지적인 인상평가에 변화가 없는 반면 나머지 5가지 의복유형에서 의복 자체의 지적

인상수준보다 낮아졌을 뿐만 아니라 6가지 의복유형에서 세 모델중 가장 낮은 지적 인상수준을 나타내었다.

의복유형이 지적 인상추론에 미치는 영향을 분석하기 위해 각 모델별로 의복착용자의 의복유형에 따른 지적 인상평가의 평균점수를 산출하고 아울러 6가지 의복유형과 의복없는 얼굴조건을 포함한 7조건간의 이 평가점수간의 차이를 SNK 다중비교검정한 결과, 그것은 표 2와 같다.

매력적인 모델과 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 회사원, 세일즈맨의 의복착용시 얼굴 자체가 갖는 지적 인상평가보다(표 2의 얼굴: 의복없음 난을 볼 것) 향상되었고, 고위직의 의복착용시 변화가 없었으며, 연예인과 화가 및 노동자의 의복을 착용했을 때는 오히려 낮아졌다. 비매력적인 모델은 회사원의 의복착용시 지적 인상평가점수가 향상되었으며, 고위직, 세일즈맨의 의복착용시 변화가 없었고, 연예인, 화가, 노동자의 의복착용시는 더 낮아졌다.

사회적 인상

사회적 인상추론에는 얼굴매력성[F(2, 118)=102.30, p<.001]과 의복유형[F(5, 295)=70.43, p<.001]의 주효과가 나타났고, 얼굴매력성의 영향이 의복 유형보다 더 큰 것으로 나타났다. 또한 얼굴매력성과 의복유형[F(10, 590)=4.74, p<.001], 의복유형과 관찰자의 성[F(5, 290)=4.58, p<.05]의 상호작용효과가 나타났다. 관찰자의 성의 주효과가 나타나지 않았으므로 남녀집단을 합하여 결과를 제시하였다. 얼굴매력성 수

<표 2> 얼굴매력성수준별 의복착용자의 의복유형에 따른 지적 인상의 평균점수' 및 여섯 의복유형과 의복없는 얼굴조건을 포함한 7조건간의 차이검정 (n=60)

| 매력성수준 | 얼굴 (의복없음) | 의복 착용자의 의복 유형 | | | | | | F 값 |
|-------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|----------|
| | | 회사원 | 고위직 | 세일즈맨 | 연예인 | 화가 | 노동자 | |
| 매력성 상 | 19.73 ^b | 24.06 ^a | 20.85 ^b | 22.73 ^a | 17.23 ^c | 15.03 ^c | 16.38 ^{cc} | 43.23*** |
| 매력성 중 | 18.16 ^b | 20.75 ^a | 18.93 ^b | 20.45 ^a | 14.72 ^c | 15.05 ^c | 15.28 ^c | 23.96*** |
| 매력성 하 | 14.51 ^b | 17.55 ^a | 15.02 ^b | 15.68 ^b | 11.45 ^c | 11.32 ^c | 11.97 ^c | 19.93*** |

*** P < .001 점수범위 : 4-28점

f: 점수가 높을수록 지적 인상이 높음을 의미한다.

a, b, c, d: 평균점수에 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정)

(a: 점수가 가장 높은 집단 d: 점수가 가장 낮은 집단)

준이 사회적 인상 추론에 미치는 영향을 알아보기 위해 의복유형별로 의복착용자의 얼굴매력성 수준에 따른 사회적 인상평가의 평균점수를 산출하고 3가지 얼굴매력 수준과 얼굴없는 의복조건을 포함한 4가지 조건간의 이 평가점수간의 차이를 SNK 다중비교검정한 결과, 그것은 표 3과 같다.

<표 3> 의복유형별 의복착용자의 얼굴매력성 수준에 따른 사회적 인상의 평균점수^f 및 세 매력수준과 얼굴없는 의복조건을 포함한 4조건간의 차이검정 (n=60)

| 의복유형 | 의복 (얼굴없음) | 의복착용자의 매력성수준 | | | F 값 |
|------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------|
| | | 상 | 중 | 하 | |
| 회사원 | 22.52 ^b | 23.85 ^a | 21.02 ^c | 15.52 ^d | 59.71*** |
| 고위직 | 18.67 ^b | 21.42 ^a | 17.93 ^b | 12.98 ^c | 51.65*** |
| 세일즈맨 | 21.65 ^a | 22.38 ^a | 19.30 ^b | 14.45 ^c | 62.45*** |
| 연예인 | 18.48 ^a | 19.77 ^a | 15.62 ^b | 11.37 ^c | 47.90*** |
| 화가 | 15.27 ^b | 18.15 ^a | 14.65 ^b | 11.12 ^c | 25.24*** |
| 노동자 | 14.07 ^b | 16.88 ^a | 13.95 ^b | 10.68 ^c | 17.15*** |

*** P < .001 점수범위 : 4-28점

f : 점수가 높을수록 사회적 인상이 높음을 의미한다.

a, b, c, d : 평균점수에 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정)

(a : 점수가 가장 높은 집단 d : 점수가 가장 낮은 집단)

매력적인 모델은 6가지 의복유형을 착용했을 때 세 모델 중 사회적 인상 평가점수가 가장 높았으며, 그가 회사원, 고위직, 화가와 노동자의 의복착용시 의복 자

체의 사회적 인상평가수준보다(표 3의 의복 : 얼굴없음 난을 볼 것) 향상되었으나, 세일즈맨과 연예인의 의복 착용시 이 평가점수상의 변화가 없었다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 회사원, 세일즈맨, 연예인의 의복 착용시 이 인상평가점수가 낮아졌고, 고위직, 화가와 노동자의 의복 착용시 이 점수상의 변화가 없었으며, 비매력적인 모델은 모든 의복유형에서 의복 자체가 지닌 사회적 인상수준보다 낮아졌을 뿐만 아니라 세 모델 중 가장 낮은 사회적 평가점수를 얻었다.

의복유형이 사회적 인상추론에 미치는 영향을 분석하기 위해 각 모델별로 의복착용자의 의복유형에 따른 사회적 인상평가의 평균점수를 산출하고 아울러 6가지 의복유형과 의복없는 얼굴조건을 포함한 7조건간의 이 평가점수간의 차이를 SNK 다중비교검정한 결과, 그것은 표 4와 같다.

매력적인 모델과 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 회사원, 고위직, 세일즈맨의 의복착용시 얼굴 자체가 갖는 사회적 인상평가점수보다(표 4의 얼굴 : 의복없음 난을 볼 것) 향상되었으며, 연예인, 화가, 노동자의 의복착용시 매력적인 모델은 변화가 없었고, 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 이 평가점수가 낮아졌다. 비매력적인 모델은 회사원과 세일즈맨의 의복착용시 얼굴 자체의 사회적 인상평가점수보다 이 평가점수가 향상되었으며, 고위직, 연예인, 화가, 노동자의 의복착용시 이 점수상에 변화가 없었다.

<표 4> 얼굴매력성수준별 의복착용자의 의복유형에 따른 사회적 인상의 평균점수^f 및 여섯 의복유형과 의복없는 얼굴조건을 포함한 7조건간의 차이검정 (n=60)

| 매력성수준 | 얼굴 (의복없음) | 의복 착용자의 의복 유형 | | | | | | F 값 |
|-------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|--------------------|----------|
| | | 회사원 | 고위직 | 세일즈맨 | 연예인 | 화가 | 노동자 | |
| 매력성상 | 19.50 ^c | 23.85 ^a | 21.42 ^b | 22.38 ^b | 19.77 ^c | 18.15 ^c | 16.88 ^c | 21.83*** |
| 매력성중 | 17.21 ^c | 21.06 ^a | 17.93 ^b | 19.30 ^b | 15.62 ^d | 14.65 ^d | 13.95 ^d | 20.88*** |
| 매력성하 | 12.38 ^{bc} | 15.52 ^a | 12.98 ^b | 14.45 ^a | 11.37 ^{bc} | 11.12 ^{bc} | 10.68 ^c | 11.90*** |

*** P < .001 점수범위 : 4-28점

f : 점수가 높을수록 사회적 인상이 높음을 의미한다.

a, b, c, d : 평균점수에 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정)

(a : 점수가 가장 높은 집단 d : 점수가 가장 낮은 집단)

매력성 인상

매력성 인상추론에는 얼굴매력성[F(2, 116)=92.32, p<.001], 의복유형[F(5, 290)=108.52, p<.001], 관찰자의 성[F(1, 58)=9.99, p<.01]의 주효과가 나타났고, 그 중 의복유형이 얼굴매력성보다 매력성 인상추론에 더 큰 영향을 미쳤으며, 관찰자의 성의 영향은 매우 작았다. 세 수준의 얼굴매력성에 대해 매력성 인상평가를 한 이유는 일부 그 얼굴 매력성의 타당성을 검증하기 위한 것이다. 표 6을 보면 세 수준의 얼굴매력성에 대한 남녀 피험자 모두 그 얼굴 수준에 맞는 매력성 평가를 했다. 또한 얼굴매력성과 의복유형[F(10, 590)=10.82, p<.001], 의복유형과 관찰자의 성[F(5, 290)=2.94, p<.05]의 상호작용효과가 나타났다. 관찰자의 성의 주효과가 나타났으므로 남녀 집단을 분류하여 이 결과를 제시하였다. 얼굴매력성 수준이 매력성 인상추론에 미치는 영향을 살펴보기 위해 의복유형별로 의복 착용자의 얼굴매력성 수준에 따른 매력성 인상평가의 평균점수를 산출하고 3가지 얼굴매력 수준과 얼굴없는

의복조건을 포함한 4가지 조건간의 이 평가점수 간의 차이를 SNK 다중비교검정한 결과, 그것은 표 5와 같다.

여지관찰자들은 매력적인 모델이 모든 의복착용시 세 모델 중 매력성 인상점수가 가장 높은 것으로 평가하였고, 그가 고위직, 연예인, 화가, 노동자의 의복착용시에는 의복 자체의 매력성 평가점수보다(표 5의 의복: 얼굴없음 난중 여지관찰자를 볼 것) 더 높게 평가하였으며, 회사원과 세일즈맨의 의복착용시 이 평가점수상의 변화가 없었다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델의 매력성 인상평가점수는 그가 화가와 노동자의 의복을 착용했을 때 변화가 없었고, 나머지 의복착용시 낮아졌다. 비매력적인 모델은 화가와 노동자의 의복착용시 매력성 인상평가점수상의 변화가 없었으며, 나머지 의복착용시 의복 자체가 갖는 평가점수보다 낮은 매력성 평가점수를 얻었고, 고위직과 연예인 의복을 착용했을 때 중간수준의 매력성을 지닌 모델의 경우와 동일한 수준의 매력성 평가점수를 얻은 것으로 나타났다.

<표 5> 의복유형별 의복착용자의 얼굴매력성 수준에 따른 매력성 인상의 평균점수^f 및 세 매력수준과 얼굴없는 의복조건을 포함한 4조건간의 차이검정 (n=60)

| 의복유형 | 피험자 | 의복 (얼굴없음) | 의복착용자의 매력성수준 | | | F 값 |
|------|-----|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|----------------------|
| | | | 상 | 중 | 하 | |
| 회사원 | 여자 | 24.43 ^a | 25.90 ^a | 19.57 ^b | 17.10 ^c | 32.78 ^{***} |
| | 남자 | 23.86 ^a | 25.46 ^a | 21.00 ^b | 18.36 ^c | 24.76 ^{***} |
| 고위직 | 여자 | 18.07 ^b | 20.60 ^a | 15.47 ^c | 13.30 ^c | 14.52 ^{***} |
| | 남자 | 21.70 ^a | 23.43 ^a | 18.56 ^b | 16.13 ^c | 22.21 ^{***} |
| 세일즈맨 | 여자 | 23.43 ^a | 24.63 ^a | 18.80 ^b | 15.03 ^c | 36.22 ^{***} |
| | 남자 | 23.50 ^a | 24.66 ^a | 19.03 ^b | 15.96 ^c | 40.25 ^{***} |
| 연예인 | 여자 | 16.77 ^b | 19.53 ^a | 12.97 ^c | 11.47 ^c | 14.56 ^{***} |
| | 남자 | 19.50 ^a | 21.30 ^a | 16.33 ^b | 14.50 ^b | 13.19 ^{***} |
| 화가 | 여자 | 12.33 ^b | 15.67 ^a | 11.80 ^b | 10.10 ^b | 7.06 ^{***} |
| | 남자 | 12.93 ^{ab} | 15.46 ^a | 13.43 ^{ab} | 10.93 ^b | 5.78 ^{***} |
| 노동자 | 여자 | 9.20 ^b | 14.17 ^a | 9.60 ^b | 9.47 ^b | 9.98 ^{***} |
| | 남자 | 13.73 ^{ab} | 16.33 ^a | 13.73 ^{ab} | 11.20 ^b | 5.06 ^{**} |

** P<.01 *** P<.001 점수범위 : 4-28점

f : 점수가 높을수록 매력성 인상이 높음을 의미한다.

a, b, c : 평균점수에 차이가 있는 집단(SNK다중비교검정)

(a : 점수가 가장 높은 집단 c : 점수가 가장 낮은 집단)

<표 6> 얼굴매력성수준별 의복착용자의 의복유형에 따른 매력성 인상의 평균점수¹ 및 여섯 의복유형과 의복없는 얼굴조건을 포함한 7조건간의 차이검정 (n=60)

| 매력성 수준 | 피험자 | 얼 굴 (의복없음) | 의 복 착 용 자 | | | | | | F 값 |
|--------|-----|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|----------------------|
| | | | 회 사 원 | 고 위 직 | 세 일즈맨 | 연 예 인 | 화 가 | 노 동 자 | |
| 매력성상 | 여자 | 22.70 ^{bc} | 25.90 ^a | 20.60 ^{cd} | 24.63 ^{ab} | 19.53 ^d | 15.67 ^e | 14.17 ^e | 27.08 ^{***} |
| | 남자 | 21.80 ^b | 25.46 ^a | 23.43 ^{ab} | 24.66 ^a | 21.30 ^b | 15.46 ^c | 16.33 ^c | 29.53 ^{***} |
| 매력성중 | 여자 | 15.57 ^b | 19.57 ^a | 15.47 ^b | 18.80 ^a | 12.97 ^{bc} | 11.80 ^{cd} | 9.60 ^d | 21.19 ^{***} |
| | 남자 | 16.96 ^b | 21.00 ^a | 18.56 ^{ab} | 19.03 ^{ab} | 16.33 ^b | 13.43 ^c | 13.73 ^c | 13.61 ^{***} |
| 매력성하 | 여자 | 12.93 ^{bc} | 17.10 ^a | 13.30 ^{bc} | 15.03 ^{ab} | 11.47 ^{cd} | 10.10 ^d | 9.47 ^d | 11.49 ^{***} |
| | 남자 | 14.63 ^b | 18.36 ^a | 16.13 ^{ab} | 15.96 ^{ab} | 14.50 ^b | 10.93 ^c | 11.20 ^c | 11.76 ^{***} |

*** P < .001 점수범위 : 4-28점

f : 점수가 높을수록 매력성 인상이 높음을 의미한다.

a, b, c, d, e : 평균점수에 차이가 있는 집단 (SNK 다중비교검정)

(a : 점수가 가장 높은 집단 e : 점수가 가장 낮은 집단)

남자관찰자들은 매력적인 모델이 모든 의복을 착용했을 때 세 모델중 매력성인상점수가 가장 높은 것으로 평가했고, 그가 모든 의복착용시 의복 자체의 매력성평가점수와 동일한 수준의 평가를 하였으며, 중간정도의 매력성을 지닌 모델과 비매력적인 모델의 매력성 인상평가점수는 그들이 화가와 노동자의 의복을 착용했을 때 변화가 없었고, 나머지 의복착용시 매력성이 낮아졌으며, 남녀관찰자들은 모두 비매력적인 모델이 일부 의복유형착용시 세 모델중 매력성이 가장 낮은 것으로 평가하였다.

의복유형이 매력성 인상추론에 미치는 영향을 분석하기 위해 각 모델별로 의복착용자의 의복유형에 따른 매력성 인상평가의 평균점수를 산출하고 아울러 6가지 의복유형과 의복없는 얼굴조건을 포함한 7조건간의 이 평가점수간의 차이를 SNK 다중비교검정한 결과, 그것은 표 6과 같다.

여자관찰자들은 매력적인 모델이 회사원의 의복착용시 얼굴 자체가 갖는 매력성 인상평가보다(표 6의 얼굴 : 의복없음 난중 여자관찰자를 볼 것) 높은 것으로 평가하였고, 연예인의 의복착용시 낮게 평가하였으며, 화가 및 노동자의 의복착용시 모든 의복유형중 가장 낮은 매력을 지닌 것으로 평가하였다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델의 매력성 인상평가점수는 그가 회사원, 세일즈맨의 의복을 착용했을 때 높아졌으며, 고위직의 의복착용시 변화가 없었고, 화가와 노동자의 의복착용

시 매우 낮아졌다. 비매력적인 모델은 회사원의 의복착용시 매력성 인상평가점수가 높아졌으나, 화가와 노동자의 의복착용시 낮아졌다. 남자관찰자들은 세 모델 모두 회사원의 의복을 착용했을 때 얼굴 자체가 갖는 매력성 인상평가보다 높은 것으로 평가하였고, 연예인의 의복착용시 이 평가점수상의 변화가 없었으며, 화가 및 노동자의 의복착용시 모든 의복유형중 가장 비매력적인 것으로 평가하였다. 그중 매력적인 모델이 세일즈맨의 의복을 착용했을 때 회사원의 의복과 동일한 수준의 매력을 가진 것으로 평가하였다.

논 의

본 연구는 우리의 남성 의복착용자에 대한 인상형성시 지각목표인물의 얼굴의 매력성수준과 의복유형이 우리의 그들에 대한 인상추론에 영향을 미치는가를 밝혀 보고자 하였다. 이 결과를 우리가 조사한 세가지 인상평가별로 나누어 논의를 해 본다.

지적 인상 의복유형의 영향이 얼굴 매력성보다 크게 나타나 지적 인상에는 얼굴보다는 의복의 영향이 더 크다는 송선옥·이인자(1982) 그리고 문영보(1991)의 결과를 지지하였다. 얼굴매력성의 영향을 보면 매력적인 모델의 경우 모든 의복유형에서 세 모델중 지적 인상평가점수가 가장 높았으며, 6가지 의복유형중 4가지 의복유형(정장 2가지와 작업복 2가지) 착용시 의복 자체의 지적

인상수준보다 이 평가점수가 더 향상되었다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 2가지 작업복 착용시만 향상되었으며, 반면 비매력적인 모델은 노동자의 의복을 제외한 5가지 의복유형에서 의복 자체의 지적 인상보다 낮아졌을 뿐 아니라 세 모델중 가장 낮은 지적 인상평가를 받음으로서 매력적일수록 지적 능력은 높은 것으로 평가되었다. 이 결과는 Landy와 Sigall(1974)의 연구에서처럼 지적 인상추론에는 얼굴매력성의 후광효과가 작용하였음을 암시한다.

의복유형의 영향을 보면 세 모델 모두 회사원과 세일즈맨 의복착용시 각각의 얼굴 자체가 갖는 지적 인상평가점수가 향상되었고, 연예인과 작업복 착용시 이 점수는 낮아짐으로서 작업복과 같은 캐주얼스타일은 비지성적인 반면 보수적인 유형은 지적으로 지각되었다는 Bell(1991)의 연구결과를 재 입증하였다. 그러나 신사복이면서도 연예인의 의복이 화가와 노동자의 의복과 같은 작업복유형과 동일한 낮은 지적 인상을 주는 것은 연예인의복이 갖는 고정관념(연예인=지적 능력은 낮음)이 영향을 미친 것으로 보인다.

사회적 인상 얼굴매력성의 영향이 의복유형보다 크게 나타나 사회적 인상에는 의복보다는 얼굴의 영향이 더 크다는 송선옥·이인자(1982)와 문영보(1991)의 결과와 일치하였다. 이처럼 지적, 매력성 인상추론에서와는 달리 사회적 인상추론에서는 얼굴매력성의 영향이 의복유형보다 더 컸는데, 이는 사회적 인상특성에 포함된 '쾌활한', '사교적인', '인기있는'과 같은 형용사쌍의 내용은 의복보다는 인간의 얼굴에서 더 많이 파악될 수 있기 때문에 피험자가 얼굴에 더 의존하여 추론한 결과로 풀이된다.

얼굴매력성의 영향을 보면 매력적인 모델은 모든 의복유형에서 세 모델 중 사회적 인상평가점수가 가장 높았으며, 4가지 의복(싱글정장 2가지, 작업복 2가지) 착용시 각 의복 자체의 사회적 인상평가점수보다 향상되었다. 또한 중간수준의 매력성을 지닌 모델은 3가지 정장에서는 낮아졌으나, 고위직과 작업복에서는 변화가 없었고, 비매력적인 모델은 모든 의복유형에서 의복 자체의 사회적 인상평가점수보다 낮아졌을 뿐만 아니라 세 모델중 가장 낮은 사회적 인상수준을 나타내었다. 따라서 매력적인 인물은 사회적으로 바람직한 성격을 지닌 것으로 지각되었다는 Dion 등(1972)의 주장처럼

매력적일수록 여러 의복유형에서 의복 자체가 지닌 사회적 인상수준보다 향상됨으로서 사회적 인상추론에서도 매력성의 후광효과를 입증하였다.

의복유형의 영향을 보면 매력적인 모델과 중간수준의 매력성을 지닌 모델의 경우는 전형적인 신사복 3가지 유형(회사원, 고위직, 세일즈맨) 착용시 얼굴 자체의 사회적 인상보다 이 인상평가점수가 향상되었고, 연예인, 화가, 노동자의 의복 착용시 매력적인 모델의 경우는 변화가 없었다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델의 경우는 이 인상평가점수가 낮아졌으며, 비매력적인 모델의 경우 회사원과 세일즈맨의 의복착용시 이 평가점수가 향상되었고, 나머지 의복착용시 사회적 인상의 변화가 없었다. 따라서 보수적인 유형은 캐주얼유형보다 더 사회적으로 평가되었다는 Bell(1991)의 결과와 마찬가지로 신사복은 작업복(캐주얼)보다 사회적 인상을 향상시킨다고 볼 수 있으나, 전체적으로 볼때 대담한 정장스타일(연예인의 의복)과 화가, 노동자의 의복과 같은 작업복유형은 사회적 인상평가에 크게 부정적 영향을 주지 않은 것을 알 수 있다.

매력성 인상 의복유형이 얼굴매력성의 영향보다 더 크게 나타났다. 얼굴 매력성의 영향을 보면 여자관찰자는 매력적인 모델이 모든 의복을 착용했을 때 세 모델 중 매력성 수준이 가장 높은 것으로 지각하였고, 그가 4가지 의복 유형(고위직, 연예인, 작업복) 착용시 의복 자체의 매력성보다 높게 평가하였으며, 남자관찰자는 그가 6가지 의복유형을 착용해도 인상의 변화는 없는 것으로 평가했다. 중간수준의 매력성을 지닌 모델과 비매력적인 모델에 대한 매력성 인성평가를 보면 남녀관찰자 모두는 이들 모델들이 작업복 착용시 의복 자체와 동일한 매력성을 지닌 것으로 평가하였고, 반면 나머지 4가지 의복(정장)에서는 의복 자체보다 매력성 수준이 낮은 것으로 평가하였으며, 특히 비매력적인 모델은 4가지 정장착용시 중간수준의 매력성을 지닌 모델보다 매력성이 더욱 더 낮은 것으로 평가하여 얼굴매력성의 후광효과를 나타내었다.

의복유형의 영향을 보면 약간의 차이는 있으나 남녀관찰자 모두 세 모델이 회사원과 세일즈맨의 의복 착용시 얼굴 자체보다 더 매력적으로 평가했다. 반면 고위직의 의복 착용시 인상의 변화를 가져오지 않았으며, 연예인과 작업복 착용시 매력성이 낮은 것으로 평가하

였고, 특히 작업복에서는 매력성이 매우 낮은 것으로 평가하였다. 따라서 Bell(1991)의 주장처럼 매력성 인상에서도 회사원, 세일즈맨의 의복과 같은 보수적 유형은 매력적이며, 화가와 노동자의 의복과 같은 작업복 유형은 비매력적인 인상을 주었다.

모든 모델이 회사원, 세일즈맨유형의 의복을 착용했을 때는 자신이 가진 지적, 사회적, 매력성 수준보다 향상된 인상을 형성하므로 의복은 착용자가 갖는 여러 가지 면의 결함을 보완하여 좀 더 향상된 인상을 형성케 하는 매개체이며, 나아가 의장의 효과를 통하여 자신이 추구하는 바를 충족시킬 수 있는 적극적인 수단이 라고 볼 수 있다.

이상으로 '아름다운 것은 좋은 것이다', '옷이 날개이다'라는 고정관념이 한국에서도 명백히 존재함을 실증적으로 밝힐 수 있었으며, 의복은 얼굴의 인상을 향상시키는 보조적 역할을 한다는 상식을 능가하여 얼굴보다도 더 강력하게 인상에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 Hamid(1968)의 주장처럼 얼굴보다는 의복스타일에서 일관된 특질 고정관념이 존재하므로, 고정관념적 인상은 얼굴의 특징보다는 의복에 그 기본을 두고 있다는 주장을 재입증한 결과라 하겠다.

참 고 문 헌

1. 문영보(1991). 의복 및 얼굴변인이 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
2. 송선옥·이인자(1982). 의복과 인물이 첫인상형성에 미치는 영향에 관한 연구, *한국의류학회지*, 6(1), 27-38.
3. 홍두승(1983). 직업분석을 통한 계층연구 - 한국 표준직업분류를 중심으로 -. *사회과학과 정책연구*, 5(3), 69-87.
4. Anderson, N. (1965). Averaging vs. adding as a stimulus-combination rule in impression formation. *Journal of Experimental Psychology*, 70, 394-400.
5. Asch, S. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.
6. Bell, E.L. (1991). Adult's Perception of Male Garment Styles, *Clothing and Textiles Research Journal*, 10 (1), 8-12.
7. Brewer, M.B. (1988). A dual process model of impression formation. In R.S. Wyer, Jr. & J. K. Srull(1990), *Advances in Social Cognition*. Hillsdale, N. J. : Erlbaum.
8. Conner, B.H., Peters, K., & Nagasawa, R. H. (1975). Person and costume : Effect on the formation of first impression, *Home Economics Research Journal*, 4 (1), 32-41.
9. Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
10. Form, W.H. & Stone, G.P. (1955). Social significance of clothing in occupational Life, In S.B. Kaiser(1985), *The social psychology of clothing and personal adornment*, N.Y. : MacMillan Pub. Co.
11. Freedman, J.L., Sears, D.O., & Carlsmith, J.M. (1981). *Social psychology* (4th ed.). Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.
12. Frstenberg, E.V. (1978). *The Power Look*. N.Y. : Fawcett Columbine.
13. Hamid, P.N. (1968). Style of dress as a perceptual cue in impression. *Perceptual and Motor Skills*, 26, 904-906.
14. Horn, M.J. & Gurel, L.M. (1981), *The Second Skin : An interdisciplinary Study of Clothing* (3rd ed.), Boston Houghton mifflin Co.
15. Kaiser, S.B. (1985). *The social psychology of clothing and personal adornment*, N.Y. : MacMillan Pub. Co.
16. Landy, D. & Sigall, H. (1974). Beauty is talent : Task evaluation as a function of the performers physical attractiveness, *Journal of Personality and Social Psychology*, 29 (3), 299-304.
17. Molloy, J.T. (1978). *Dress for success*, N.

- Y. : Warner Books, Inc.
18. Rosenberg, S., Nelson, C., & Vivekananthan, P.S.(1968). A Multi-dimensional Approach to the Structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9 (4), 283-294.
 19. VIP(1991). *Classified occupation of men's wear*. Nisso Co. Lit. Vol I .
 20. Zebrowitz, L.A.(1990). *Social perception*. Brooks/Cole Publishing Co. Pacific Grove, California.

The Effect of Facial Attractiveness and Male Clothings on the Subjects' Trait Inference for the Wearers.

Sun-Gyung Lee and Hoon-Koo Lee

Yonsei University

The purpose of this study was to investigate the effect of facial attractiveness and male clothing type on the subjects' inferences for the wearers'. The subjects' impressions for clothing wearers were measured by semantic-differential scales. The model with 3 levels of facial attractiveness and 6 types of clothing were presented by color photographs. The subjects of 60 male and female undergraduates were used for this study. The study showed that the facial attractiveness and the type of clothing gave influence on the subjects' impressions for the models' intelligence, sociableness and attractiveness. For the subjects' impressions for the intelligence and attractiveness, the type of clothing was more influential than facial attractiveness. Whereas for the impression of sociableness, facial attractiveness was more influential. For the subjects' impressions for the models' intelligence, sociableness, and attractiveness, the 'halo' effect of facial attractiveness was appeared. When all the models had on the clothing of company employees and salesmen, the models' intelligence, sociableness, attractiveness were rated more higher when the models were presented without clothings. However, when all the models had on the clothings of entertainers, artists, and laborers, the models were rated by the observers do be lower in their intelligence, sociableness, and attractiveness than the models were presented with face only.