남성의 액세서리 착용과 헤어스타일에 따른 인상형성 연구

송 원 영⁺ · 이 명 희

성신여자대학교 의류학과 강사⁺ · 성신여자대학교 의류학과 명예교수

A Study of Impression Formation According to Men's Accessories Wearing and Hairstyle

Won-Young Song⁺ · Myoung-Hee Lee

Lecturer, Dept. of Clothing, Sungshin Women's University⁺

Emeritus Professor, Dept. of Clothing, Sungshin Women's University

(received date: 2014. 8. 9, accepted date: 2015. 2. 9)

ABSTRACT

This study aims to examine the differences in impression formation according to the accessories and hairstyles worn by men, and to investigate the relation between men's appearance and occupation inferences. The subjects were 320 female university students residing in the Seoul metropolitan area. First, wearing eyeglasses gave an impression of more intelligent image and less mild image. It was evaluated that the men wearing neckties have a high dimension of intelligence, and men wearing no necktie have a high dimension of progressiveness. Men with classic hairstyles had a high dimension of intelligence, while men with sports hairstyles had a high dimension of progressiveness, conspicuousness, and attractiveness. Second, metal rims on glasses had a high dimension of empowerment and attractiveness when a red necktie was worn, while horn-rimmed glasses with no necktie had a high dimension of conspicuousness and progressiveness. The men with sports hairstyles, with no eyeglasses had the highest dimension of progressiveness when a red necktie was worn. Third, it was evaluated that wearing a cloche hat or baseball cap had a low dimension of empowerment, while wearing a necklace had a high dimension of empowerment, conspicuousness, and progressiveness. Fourth, the men who wore a suit, eyeglasses, and a necktie with a classic hairstyle were deduced to be professionals, with high-ranking or white-collar jobs. It was found that when men wore a suit with a sports hairstyle, no eyeglasses, and no ties, they were inferred to be engaged in a service job. The baseball caps were strongly associated with technical or simple labor job.

Key words: accessory(액세서리), eyeglasses(안경), hairstyle(헤어스타일), hat(모자),
impression formation(인상형성), necktie(넥타이)

I. 서론

개인의 외모는 자신의 이미지를 표현하는 수단인 동시에 타인의 인상을 평가하는 비언어적 단서로서의 상징적 역할을 한다. 외모 단서 중 액세서리는 특정 부분의 강조 및 조화를 통하여 착용자의 옷차림을 돋보이게 하고, 다른 외모 단서와 통합되어 이미지를 향상시키게 하므로 의복과 함께 인상형성 과정에서 중요한 역할을 하게 된다. 최근 남성들은 자신이 원하는 이미지 창출을 위하여 의복뿐 아니라 헤어스타일, 액세서리와 같은 외모 단서의 변화를 추구함으로써 사회와 문화적 환경에 대하여 적응하고 있다. 즉, 외모를 통하여 자신의 개성을 표현하면서 타인의 반응과 평가를 의식하며, 외모를 적극적인 사회적 수단으로 활용하고 있는 것이다. 남성들의 외모에 대한 관심 및 의식의 발전은 남성 패션 시장 규모의 대형화로 이어졌고, 의복과 함께 코디해야 하는 액세서리 시장도 매년 성장하고 있다.¹⁾ 남성 패션에서 액세서리는 여성에 비해 그 종류가 많지 않으나 착용 목적에 따라 기능적 액세서리와 장식적 액세서리로 구분된다.

본 연구에서는 인상형성 연구 특성상 얼굴 주변에 착용되어 지각 단서로 사용이 가능한 기능적 액세서리인 안경, 모자, 넥타이를 연구 변인으로 선정하고자 한다. 안경은 자신의 이미지를 쉽게 바꾸어 주는 아이템이며, 성인 남성의 안경 착용자의 수가 1995년을 기점으로 꾸준히 증가하고 있는 추세이므로²⁾ 안경 착용에 따른 인상형성의 차이를 조사하는 것은 의미있는 일이다. 장식적 액세서리 중 목걸이는 얼굴 가까이 착용되고, 남성들이 가장 구입하기 원하는 액세서리이다.³⁾ 또 목걸이는 남성들이 비교적 많이 소유하거나 실제로 착용 정도가 높은 액세서리이다.⁴⁾ 따라서 본 연구에서는 남성의 장식적 액세서리인 목걸이를 연구 변인으로 정하고자 한다. 안경, 넥타이, 모자, 목걸이는 모두 얼굴 주변에 착용되는 액세서리이며, 정보가 부족한 낮선 얼굴일수록 눈, 코, 입과 같은 얼굴의 내부 단서보다 헤어스타일과 같은 얼굴 외부 단서가 인상평가 과정에서 더 의미있게 작용되므로⁵⁾, 헤어스타일을 연구 변인으로 선정하였다.

따라서 본 연구에서는 액세서리 착용과 헤어스타일의 변화가 남성의 인상형성에 미치는 영향을 조사하며, 지각대상자의 외모에 따라 직업이 다르게 추론되는지 알아보려고 한다. 본 연구의 목적은 남성을 대상으로 안경, 넥타이, 모자, 목걸이를 포함한 액세서리 착용과 헤어스타일에 따른 인상형성의 차이와 상호작용효과를 파악하고, 남성의 액세서리 및 헤어스타일과 직업 추론의 관계를 조사하는 데에 있다.

이러한 연구를 통하여 의류학 분야에서 미약하게 다루어져 왔던 남성의 외모와 인상형성 연구를 위한 학문적 자료를 제공하고, 액세서리 분야 및 미용업계에 효율적인 정보를 제안할 수 있을 것이다. 또한 남성의 외모 향상 및 긍정적인 이미지 유지에 도움이 되는 정보를 파악하여 개인이 원하는 인상을 보다 효과적으로 연출하는데 도움이 되는 기초자료를 제공하는 데에 본 연구의 의의를 둔다.

II. 이론적 배경

1. 액세서리 착용과 인상형성

액세서리는 옷차림 시 전체적인 실루엣과 조화를 이루게 하거나 평범한 의복에 액센트를 줌으로써 의복을 돋보이게 하는 역할을 한다.⁶⁾ 본 연구에서는 연구주제와 관련된 안경, 넥타이, 모자, 목걸이를 중심으로 선행연구 내용을 살펴보고자 한다.

안경은 착용자의 이미지를 변화시키는 기능을 가지고 있으며⁷⁾ 지적 능력이 긍정적으로 평가되나⁸⁾, 덜 매력적인 것으로 인식될 수 있다.⁹⁾ Terry와 Krantz¹⁰⁾의 연구에서 안경을 착용한 남성은 읽기, 쓰기 같은 정신적 능력에 적합한 인상으로 평가되었다. Elman¹¹⁾의 연구에서는 안경을 쓴 남학생은 쓰지 않은 남학생보다 더 부드럽고 신사적이며 감수성이 있고 인기가 많을 것으로 평가되었다. 안명숙, 장애란¹²⁾은 안경 프레임과 얼굴 형태와의 관련 연구에서 둥근 얼굴은 샤프하고 각이 진 안경 프레임이, 각진 얼굴에는 둥근 느낌의 안경 프레임이 어울린다고 함으로써 안경이 결점을 보완하여 인상형성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 시사하였다.

남성의 넥타이는 작은 부분에 불과하지만 착용자의 지위, 신뢰도, 능력을 나타내어 시각적 이미지를 강하게 하고, 개성을 연출하며 전체적인 분위기를 좌우한다.¹³⁾ Rees 외¹⁴⁾의 연구에서는 면접시험 상황에서 넥타이를 맨 모습은 노타이 차림보다 더 지적인 인상으로 평가된 반면, 캠퍼스 내에서는 넥타이를 매지 않은 모습이 더 지적으로 평가되어, 상황에 따라 다른 결과가 나타났다. 최유진¹⁵⁾의 연구에서 파랑색 넥타이는 품위 있고 매력적으로, 빨강색 넥타이는 현시성이 뛰어나게, 은회색 넥타이는 능력 있고 품위 있으며 남성적으로 지각되었다. 김현지¹⁶⁾는 남성 선거 입후보자의 옷차림에 관하여 연구하였는데 검색 넥타이는 친근성이, 빨강색 넥타이는 역동성이, 노랑색 넥타이는 사교성이 높게 평가되었다. Molloy¹⁷⁾는 회사 취업 인터뷰 상황에서 면접관들은 품위있는 넥타이를 맨 사람을 유능하고 감각있는 사람으로, 넥타이를 매지 않는 사람은 무능한 사람으로 여긴다고 하였다. 또한 Molloy¹⁸⁾는 넥타이 착용 여부와 연봉 추론에 관한 실험에서 중상류층 분위기의 넥타이를 맨 사람은 넥타이를 매지 않은 사람보다 더 많은 연봉을 받을 것으로 추론된다고 하였다. 그러나 넥타이를 매지 않는 정장의 경우, 흰셔츠와 노타이 차림은 격식은 갖추어 보이면서도 캐주얼 셔츠와 같이 편해 보이므로 이중적인 매력이 지각될 수 있다.¹⁹⁾

모자는 얼굴에서 가장 가까운 위치에 놓이므로 시선 집중을 받게 되어 인상형성 과정에 중요한 영향을 주는 단서가 될 수 있다. 정해선, 강경자²⁰⁾의 연구에서 클로시(cloche)는 품위성이, 베레(beret)는 주의집중성과 귀염성이 높게 지각되었다. 이명희²¹⁾의 연구에서는 여성이 티셔츠에 캡(cap)을 착용한 경우 전문성, 여성성이 낮게 지각되었다. 서미아, 이선희²²⁾는 55세 이상의 노년 남성을 대상으로 한 연구에서 노년 남성의 40%가 모자를 쓰는 것으로 나타났다. 또한 모자를 착용하는 이유로는 '멋으로 쓴다'(28.9%), '머리를 가리기 위해 쓴다'(23%)가 비교적 높은 비율로 나타났다. 이진희²³⁾의 연구에서 남녀대학생이 소유하고 있는 모자의 색상은 베이지색(29.4%), 흰색(20.8%), 검정색(20.1%), 청색(19.1%), 빨강색(10.6%)의 순으로 나타났으며, 검정색 모자는 남학생(25.2%)

이 여학생(18.1%)보다, 흰색 모자는 여학생(22.1%)이 남학생(17.6%)보다 더 많이 소유하고 있었다. 박규원²⁴⁾의 연구에서는 남녀대학생이 평균 4개 이상의 모자를 보유하고 있었고, 가장 많이 보유하고 있는 모자는 야구모자이며, 83%의 대학생이 야구모자를 1개 이상씩 보유하고 있었다.

남성들이 사용하는 장식적 액세서리에는 목걸이, 반지, 귀걸이, 팔찌 등이 있으나 이 중, 목걸이가 젊은층 남성들에게 가장 많이 착용되고 있다.²⁵⁾ 목걸이는 그 길이에 따라 다양한 형태로 구별되는데²⁶⁾, 의복과 관련하여 라운드 네크라인에는 네크라인 선보다 약간 내려오는 목걸이를, V네크라인에는 둥근 형의 목걸이를 선택하는 것이 바람직하며²⁷⁾, 목걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 더 전문인 이미지로 인식된다.²⁸⁾ 이은희, 전경란²⁹⁾은 남녀대학생을 대상으로 소유하고 싶은 장신구를 조사하였는데, 여학생들은 신발, 귀걸이, 목걸이, 머리핀, 가방을, 남학생들은 신발, 시계, 모자, 목걸이를 꼽았다. 박옥련, 이현지³⁰⁾의 연구에서 1990년대 이후 국내 남성복 잡지 사진을 분석한 결과, 목걸이, 반지 등의 장신구 착용사진은 1995-1999년 21%에서 2000-2003년 23.6%로 증가하였다.

2. 헤어스타일과 인상형성

헤어스타일은 남성의 사회적인 성공과 직업의 기회에 도움을 주고, 자신감, 외모만족도 등을 상승시켜 긍정적인 자아개념 형성에 중요한 역할을 한다.³¹⁾ Peterson과 Curran³²⁾은 현대문화에 있어서 남성의 헤어길이는 개방성, 보수성과 관련된 상징이 되며, 전반적으로 긴 머리보다 짧은 머리 남성이 지적이고 도덕적이며 적응력이 높은 것으로 인식된다고 하였다. Pancer와 Meindl³³⁾은 긴 머리의 남자는 짧은 머리보다 자유주의적이며 개방적인 인상을 형성하며, 이러한 남성 장발에 대한 평가는 문화적 고정관념 및 유행과 관련되어 변화된다고 하였다. O'Donnell과 Bruce³⁴⁾는 얼굴 지각에 관한 연구에서 지각자는 낯선 얼굴, 익숙한 얼굴 모두에 대해 얼굴의 내부특징(눈모양)의 변화보다 외부특징인 헤어스타일의 변화를 가장 먼저 지각한다고 하였다.

임남영, 강승희³⁵⁾의 남성 헤어스타일에 관한 연구에서 직장인, 학생 모두 스포츠형 헤어스타일이 클래식 헤어스타일보다 사교성이 높게 지각되었다. 류지원, 김재숙³⁶⁾은 남성의 직모는 웨이브 헤어스타일보다 역동성이 높게 지각되나, 강한 웨이브 헤어스타일은 역능성이 낮게 평가된다고 하였다. 이혜진, 양진희³⁷⁾는 남성 헤어스타일 선호도에 관한 지역별 비교 연구에서 모든 지역에서 일반적인 짧은 헤어스타일이 가장 선호되었는데, 이것은 남성은 남성답고 강해야 한다는 고정관념의 영향 때문이라고 하였다. 김재숙, 류지원³⁸⁾의 연구에서 남성의 갈색과 검은 갈색 머리는 긴 머리일 때 현시성이 높았으며, 짧은 머리일 때 사교성이 높다고 하였다. 또한 갈색과 검은 갈색의 약간 짧은 헤어스타일은 역능적 이미지가 높았다.

3. 외모와 직업 추론

지각대상자의 의복과 외모 장식은 사무직, 세일즈맨, 육체노동자 등의 직업 추론 단서로 사용될 수 있다.³⁹⁾ Hellström과 Tekle⁴⁰⁾은 안경 착용자는 의사, 교수 등과 같이 교육 수준이 높은 사람으로 평가되어 안경이 지적 직업과 관련된다고 하였다. Molloy⁴¹⁾는 남성복에서 수트의 색이 어두울수록 권위적인 느낌을 준다고 하였으며, Damhorst⁴²⁾의 연구에서 정장 차림은 캐주얼복장보다 높은 지위와 권위를 나타내는 것으로 인식되었다. Thurston 외⁴³⁾는 사무직과 전문직 남녀를 대상으로 조사한 결과 착용자의 신체 유형에 관계없이 수트가 원피스드레스보다 전문직 이미지가 더 높게 평가된다고 하였다.

이선경, 고애란⁴⁴⁾의 연구에서는 감색 싱글정장을 착용한 남성은 고위직과 회사원으로 추론되었고, 겨자색 더블재킷과 미색 바지는 연예인과 서비스맨으로, 회색점퍼 및 베이지색 골덴바지와 베레모 착용자는 화가로, 카키색 점퍼와 카키색 작업바지 착용자는 노동직으로 지각되었다. 또한 이들의 인상 평가⁴⁵⁾에서 감색 싱글정장 착용자는 지적이고 능력이 높게 보였고, 화가 유형의 의복은 개성적, 노동직 유형의 의복은 초라하다고 평가되어 의복과 직업 추론에 대한 고정관념을 확인하였다. 이인자⁴⁶⁾의 연구에서도 정장 수트, 캐주얼 수트, 캐주얼복의 옷차림에 따라

사무직, 아티스트, 학생의 직업이 구분되었다. 강승희⁴⁷⁾는 청바지를 착용한 남성의 이미지를 연구하였는데, 청바지에 남색 테일러드 재킷을 착용한 남성은 전문직, 빨강색 점퍼는 프리랜서, 스웨터 착용자는 대학생으로 추론되었다. 김문영⁴⁸⁾은 영화 의상을 연구하였는데, 전문직 여성의 이미지를 나타내는 의복 색은 무채색과 저채도, 저명도의 경향을 보였고, 의복 스타일은 포멀한 수트와 남성적인 셔츠형 블라우스가 주를 이룬다고 하였다.

이상에서 볼 때 의복 색 및 의복 유형과 모자, 안경 등의 액세서리가 외모를 통하여 전달되는 인상에 영향을 주어, 전문직, 사무직, 노동직, 화가, 학생과 같은 직업을 추론하는 단서로 작용함을 알 수 있다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서는 연구목적에 기초하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

1. 남성의 액세서리 착용과 헤어스타일에 따른 인상형성의 차이를 조사한다.
2. 남성의 안경, 넥타이 착용과 헤어스타일에 따른 인상형성의 차이와 상호작용효과를 파악한다.
3. 남성의 모자와 목걸이 착용에 따른 인상형성의 차이와 상호작용효과를 파악한다.
4. 남성의 액세서리 착용 및 헤어스타일과 직업 추론의 관계를 조사한다.

2. 측정도구

연구방법은 준실험방법으로 실험설계 A는 3×3×2 (안경×넥타이×헤어스타일)의 요인설계, 실험설계 B는 3×2(모자×목걸이)의 요인설계를 사용하였다. 모델은 평범한 인상을 지닌 타원형 얼굴의 30대 남성 1명을 선정하였는데, 타원형은 가장 보편적인 표준이 되는 얼굴형이라 할 수 있다.⁴⁹⁾

실험설계 A의 경우 안경은 금속테 안경, 플라스틱 안경, 안경 비착용의 경우로 정하였다. 안경테의 형태

는 웰링턴형, 라운드형, 캣아이형, 보스톤형 등이 있으며⁵⁰⁾, 안경테의 디자인이 인상 평가에 영향을 줄 수 있다. 그러나 본 연구에서는 실험설계의 한계로 인하여 모서리 부분이 둥근 사각형인 웰링턴형이 대중적인 것으로 판단되어 웰링턴형을 택하였다. 넥타이는 남색 넥타이, 빨강 넥타이, 넥타이 비착용을 포함하였는데, 무늬없는 단색보다 무늬가 있는 것이 일반적으로 사용도가 높을 것으로 생각되어 남색과 빨강 넥타이에 전통적인 사선 줄무늬를 사용하였다. 헤어스타일은 일반형인 클래식 스타일과 짧은 형의 컷 머리로인 스포츠 스타일⁵¹⁾로 구분하였다. 실험설계 A의 모델이 착용한 의복은 진회색 테일러드 칼라의 정장 재킷과 흰색 드레스 셔츠였다. 실험설계 B의 모자는 캐주얼 모자로서 야구모자, 클로시, 모자 비착용으로 구분하였으며, 모자를 착용하지 않은 자극물은 스포츠 헤어스타일의 모습이었다. 모자색은 가장 흔하게 보유하고 있는 연한 베이지색⁵²⁾으로 정하였다. 목걸이의 형태는 펜던트(pendant)형 화이트 골드 목걸이로, 3cm 지름의 원형 펜던트와 52cm의 체인으로 구성되었다. 실험설계 B의 모델 의복은 라운드 네크라인의 흰색 반팔 티셔츠였다.

자극물 제작을 위하여 모델이 실험의복을 착용한 모습의 상반신 사진을 제작한 후 포토샵 프로그램을 이용하여 안경, 넥타이, 모자, 목걸이, 헤어스타일 변인을 변화시켰다. 배경은 연한 하늘색이었으며, 자극물 사진의 크기는 10×15cm이었다. 본 연구를 위하여 총 24개(정장 자극물 18개, 캐주얼 자극물 6개)의 자극물이 사용되었다. <Fig. 1>은 빨테 안경과 남색 넥타이를 착용하고 스포츠 헤어스타일을 한 정장 차림의 남성과 클로시와 목걸이를 착용한 캐주얼 차림의 남성 자극물이다.

질문지는 남성 액세서리 착용자의 이미지를 제시하는 자극물 사진과 이에 대한 지각자의 반응을 측정하는 질문 문항으로 구성되었다. 이미지를 평가하기 위한 측정도구는 7점 의미미분척도 18개 문항이었으며, 선행연구⁵³⁾를 참고하여 택하였다. 자극물의 직업 추론을 위하여 선택형 문항을 사용하였다. 그 내용은 전문직/고위관리직, 사무직, 서비스직/판매직, 기능직, 단순노무직, 무직, 기타의 항목을 포함하였다.

<Fig. 1> stimuli

3. 자료수집 및 자료분석

조사대상자는 서울 지역의 여대생 320명이었으며, 한 명의 피험자가 2개의 자극물에 반응하였다. 자료분석은 SPSS를 사용하였으며, 통계분석방법으로는 요인분석, Cronbach's alpha 신뢰도 계수 분석, 이원변량분석, 삼원변량분석, Duncan의 다중범위검증, 대응일치분석을 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 논의

1. 인상형성의 요인분석

30대 남성의 액세서리 착용과 헤어스타일 평가를 위한 형용사 36개 문항에 대하여 주성분분석과 Varimax 회전법에 의한 요인분석을 실시하였다. 요인분석에서 고유치 1 이상의 6개 요인이 선정되었고, 처음 요인분석에서 각 요인으로 분류되지 않는 3개 문항을 제외시킨 후 재 요인분석하였다. 그 결과 최종적으로 6개 요인의 33개 문항이 선정되었으며, 각 요인별 문항은 <Table 1>과 같다.

6개 요인은 고유치가 1.78 이상이고 각 문항의 요인부하량이 0.41 이상의 것이 채택되었으며, 누적변량은 60.71%였다. 요인 1은 지성, 요인 2는 역능성, 요인 3은 온유성 요인으로 명명하였다. 요인 4는 현시성, 요인 5는 진취성, 요인 6은 매력성 요인으로 명명하였다. 6개 요인의 Cronbach의 alpha 신뢰도 계수는 .71 이상으로 만족할만한 수치를 보였다.

〈Table 1〉 Factor Analysis of Impression Formation

Factor 1. intelligence	Factor loading	Factor 2. potency	Factor loading
logical - illogical	.81	potent - impotent	.79
successful - unsuccessful	.80	brave - cowardly	.68
intellectual - not intellectual	.79	active - passive	.66
responsible - irresponsible	.69	bold - cautious	.65
rational - emotional	.66	energetic - not energetic	.62
sincere - not sincere	.58	strong - weak	.60
dignified - frivolous	.56	self-confident - not self-confident	.54
sharp - dull	.54	healthy - unhealthy	.53
% of variance=15.45%, cumulative % =15.45% eigenvalue=5.10, α reliability=0.86		% of variance=12.22%, cumulative % =27.67% eigenvalue=4.03, α reliability=0.84	
Factor 3. mildness	Factor loading	Factor 4. conspicuousness	Factor loading
warm - cold	.75	unique - common	.77
gentle - not gentle	.74	conspicuous - inconspicuous	.71
kind - unkind	.74	distinctive - ordinary	.66
soft - coarse	.71		
comfortable - uncomfortable	.65		
sensitive - blunt	.50		
% of variance=10.97%, cumulative % =38.64% eigenvalue=3.62, α reliability=0.81		% of variance=8.39%, cumulative % =47.03% eigenvalue=2.77, α reliability=0.77	
Factor 5. initiative	Factor loading	Factor 6. attractiveness	Factor loading
modern - classic	.71	becoming - unbecoming	.64
youthful - to look old	.65	nice - nurdy	.56
progressive - conservative	.52	attractive - not attractive	.51
inflexible - flexible (R)	-.46	refined - rustic	.41
% of variance=8.30%, cumulative % =55.33% eigenvalue=2.74, α reliability=0.71		% of variance=5.38%, cumulative % =60.71% eigenvalue=1.78, α reliability=0.81	

R: reversed item

2. 안경, 넥타이, 헤어스타일에 따른 인상형성의 차이

실험설계 A에서 30대 남성의 안경, 넥타이, 헤어스타일에 따른 인상형성의 차이를 조사하기 위하여 삼원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 〈Table 2〉와 같다.

안경은 지성, 온유성, 진취성, 매력성 차원의 평가에 유의적인 영향을 주었다. 평균치를 비교하여 보면 금속테나 플라스틱을 착용했을 때가 안경을 착용하지 않았을 때보다 지성과 진취성이 높게 지각된 반면, 안

경을 착용하지 않았을 때는 온유성이 더 높게 지각되었다. 이는 안경 착용이 지적 능력에 대한 인상을 강화시켜 준다는 고정관념⁵⁴⁾ 지지하는 내용이었으며, 안경 착용 시, 읽기, 쓰기 같은 더욱 정신적 능력에 적합한 인상을 가진 것으로 보인다는 Terry와 Krantz⁵⁵⁾의 연구와도 유사한 결과라 할 수 있다. 또한 안경을 착용했을 때 온유성이 낮게 지각된다는 결과는 안경 착용 시 인상이 날카로와 보인다는 정수정⁵⁶⁾의 연구와는 유사하였으나 안경을 쓴 남학생이 쓰지 않은 남학생보다 더 부드럽고 신사적이고 감수성이 풍부해 보인다는 Elman⁵⁷⁾의 연구와는 상반된 것이다. 이

<Table 2> Difference of Impression Formation according to Glasses, Neckties, and Hairstyles

Source of variance		df	intelligence <i>F</i>	potency <i>F</i>	mildness <i>F</i>	conspicuousness <i>F</i>	initiative <i>F</i>	attractiveness <i>F</i>
glasses(A)		2	6.80**	.99	6.23**	2.11	3.03*	3.17*
neckties(B)		2	6.19**	7.17**	2.02	1.43	3.45*	.27
hairstyles(C)		1	12.10**	3.61	.00	14.66**	18.41**	4.53*
A×B		4	1.41	6.64**	.82	7.64**	12.71**	5.05**
A×C		2	.52	.33	.36	.22	.50	.42
B×C		2	1.58	2.89	.88	4.01*	7.82**	7.33**
A×B×C		4	.55	2.25	1.41	2.22	6.06**	1.87
Variables	Category	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>
glasses	metal rim	156	5.02 ^a	4.29	4.01 ^b	2.79	4.30 ^a	3.91 ^a
	horn rim	159	4.88 ^a	4.22	4.13 ^b	2.66	4.07 ^{ab}	3.62 ^b
	no glasses	159	4.72 ^b	4.17	4.35 ^a	2.55	4.04 ^b	3.72 ^{ab}
neckties	dark blue	158	5.10 ^a	4.20 ^b	4.08	2.59	3.98 ^b	3.72
	red	157	4.89 ^a	4.41 ^a	4.14	2.78	4.30 ^a	3.80
	no tie	159	4.66 ^b	4.07 ^b	4.27	2.62	4.13 ^{ab}	3.73
hair styles	classic	236	4.99	4.15	4.17	2.47	3.93	3.64
	sports	238	4.76	4.30	4.16	2.86	4.34	3.85

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

것은 지각대상자가 30대 남성의 정장 차림이었던 본 연구와는 달리 Elman⁵⁸⁾의 연구에서는 20대 남자 대학생의 캐주얼 차림에 대한 평가 결과였으므로, 지각 대상자의 옷차림이나 연령에 따라 평가 결과가 달라 나타났다고 생각된다. 즉, 학생을 연상시키는 캐주얼 차림에서의 안경 착용과 달리 회사원을 연상시키는 정장차림에서의 안경 착용은 좀 더 차가운 인상으로 지각되는 것으로 풀이할 수 있다.

한편, 금속테와 플라스틱은 지성과 온유성 차원에서 비슷한 평균치를 보여 안경테의 종류는 지성과 온유성 이미지 지각에 차이를 나타내지 않았다. 그러나 금속테 안경을 착용하였을 때는 안경을 착용하지 않거나 플라스틱 안경을 착용한 경우보다 매력성이 더 높게 평가되었다. 즉 30대 남성에게는 금속테 안경이 플라스틱 안경보다 더 매력적으로 보임을 알 수 있었다.

넥타이는 지성, 역능성, 진취성 평가에 유의적인 영향을 주었다. 평균치를 비교하여 보면 남색이나 빨강색 넥타이를 착용한 경우, 넥타이를 착용하지 않은

경우보다 지성이 높게 지각되었다. 이는 넥타이를 맨 사람은 유능하며 긍정적으로 지각되고, 넥타이를 매지 않은 사람은 무능하며 부정적으로 지각된다는 Molloy⁵⁹⁾의 실험결과와 유사하였다. 또한 역능성 차원에서는 빨강색 넥타이가 남색이나 비착용의 경우보다 역능성이 높게 평가되었고, 진취성 차원에서는 빨강색 넥타이가 남색 넥타이보다 진취성이 높게 평가되었다. 즉 빨강색 넥타이는 활동적이며 힘이 있고 진취적이며 젊게 지각된다고 할 수 있다. 이는 빨강색 넥타이가 역능성이 뛰어나다는 김현지⁶⁰⁾의 연구결과와 일치하며, 빨강색이 활동, 건강, 정열을 상징한다는 내용⁶¹⁾과도 비슷한 맥락이라고 본다.

헤어스타일은 지성, 진취성, 현시성, 매력성 평가에 유의적인 영향을 주었다. 평균치를 비교하여 보면 클래식 헤어스타일은 스포츠 헤어스타일보다 지성이 높게 지각된 반면, 스포츠 헤어스타일은 클래식 헤어스타일보다 진취성, 현시성, 매력성이 높게 평가되었다. 즉 30대 남성의 스포츠 헤어스타일은 진취적이고

눈에 띄며 매력적인 것으로 지각되었는데, 이는 스포츠 헤어스타일이 개성이 높게 지각되었다는 강승희⁶²⁾의 연구결과와 일부 유사하였다.

〈Table 2〉에서 상호작용효과를 보면 역능성은 안경과 넥타이에 따른 상호작용효과가 있었으며, 그 형태는 〈Fig. 2〉와 같다. 금속테 안경의 경우 빨강색 넥타이와 함께 착용하였을 때 역능성이 가장 높게 지각되었다. 반면, 뿔테의 경우, 노타이 차림이 역능성이 가장 높게 지각되었으며, 남색 넥타이를 착용했을 때 역능성이 낮게 지각되었는데, 이는 짙은 회색 정장에 검정색 뿔테와 남색 넥타이의 조합의 경우, 어두운 계통이 중복되면서 답답한 인상을 주기 때문으로 여겨진다. 따라서 힘 있고 활동적으로 지각되기 위해서 금속테에는 빨강색 넥타이를, 뿔테에는 넥타이를 착용하지 않는 것이 바람직하다고 하겠다.

〈Fig. 3〉은 현시성 평가에 대한 안경과 넥타이의 상호작용형태이다. 노타이 차림에서 뿔테는 현시성이 높게, 금속테는 현시성이 낮게 평가되었으며, 안경을 쓰지 않은 모습은 현시성이 가장 낮게 지각되었다. 안경을 쓰지 않는 경우는 남색 넥타이보다 빨강색 넥타이를 착용했을 때 현시성이 높게 평가되었다. 이는 파랑색 넥타이보다 빨강색 넥타이를 착용했을 때 현시성이 높게 지각된 최유진⁶³⁾의 연구와도 같은 결과로 현시성 평가에 있어 넥타이의 색은 안경을 착용했을 때보다 안경을 착용하지 않았을 때 큰 영향을 주는 단서로 해석된다. 따라서 안경을 쓰지 않을 때에는 빨강색 넥타이를 착용하는 것이 개성적인 이미지를 연출하는 데에 도움이 된다고 하겠다.

〈Fig. 2〉 Interaction Form on Potency Evaluation by Glasses and Neckties

〈Fig. 3〉 Interaction Form on Conspicuousness Evaluation by Glasses and Neckties

〈Fig. 4〉는 진취성 평가에 대한 안경과 넥타이의 상호작용형태이다. 뿔테 안경을 착용한 경우에는 넥타이를 착용했을 때보다 노타이 차림이었을 때 월등하게 진취성이 높게 평가되었으며, 금속테는 빨강색 넥타이와 함께 착용하는 것이 진취성이 높게 지각되었다. 즉 뿔테는 넥타이와 함께 착용하면 진취성 평가에 부정적으로 지각되었다. 따라서 젊은층 남성은 뿔테를 착용했을 때는 노타이 차림이, 금속테를 착용했을 때는 빨강색 넥타이를 착용하는 것이 보다 진취적이고 현대적으로 지각된다고 할 수 있다.

〈Fig. 4〉 Interaction Form on Initiative Evaluation by Glasses and Neckties

〈Fig. 5〉는 매력성 평가에 대한 안경과 넥타이의 상호작용형태이다. 안경 변인별로 보면, 안경을 착용하지 않았을 경우, 넥타이 변인에 따라 매력성 평가에 그다지 큰 차이를 보이지 않았으나 금속테, 뿔테는 매력성 평가에 차이를 보였다. 즉, 금속테의 경우 빨강색 넥타이를 착용했을 때 매력성이 가장 높게

평가된 반면, 뿔테의 경우 넥타이를 착용하지 않았을 때 매력성이 높아졌으며, 뿔테와 빨강색 넥타이의 착용은 매력성이 가장 낮게 평가되었다. 따라서 매력적이며 세련되게 보이기 위해 금속테에 빨강색 넥타이, 뿔테에 노타이 차림의 조합이 바람직하며, 뿔테에 빨강색 넥타이의 조합은 가장 부적절하다고 하겠다.

〈Fig. 5〉 Interaction Form on Attractiveness Evaluation by Glasses and Neckties

〈Fig. 6〉은 현시성 평가에 대한 넥타이와 헤어스타일의 상호작용형태이다. 클래식 헤어스타일인 경우 넥타이 변인에 따라 큰 차이를 보이지 않았으나, 스포츠 헤어스타일의 경우 빨강색 넥타이를 착용했을 때 현시성 평가가 월등히 높게 지각되었다. 따라서 젊은층 남성이 스포츠 헤어스타일에 빨강색 넥타이를 착용하면 눈에 띄며 개성적으로 평가된다고 할 수 있다.

〈Fig. 6〉 Interaction Form on Conspicuousness Evaluation by Neckties and Hairstyles

〈Fig. 7〉은 진취성 평가에 대한 넥타이와 헤어스

타일의 상호작용형태이다. 남색 넥타이는 헤어스타일에 상관없이 진취성이 낮게 지각되었다. 스포츠 헤어스타일의 남성이 빨강색 넥타이를 착용하였을 때 진취성이 월등히 높게 지각되었으나, 클래식 헤어스타일의 남성이 빨강색 넥타이를 착용하였을 때는 진취성에 대한 평가가 가장 낮게 지각되었다. 따라서 진취성 평가에 대한 빨강색 넥타이의 착용은 헤어스타일에 따라 다른 결과를 보였다. 이는 활동과 정열의 상징인 빨강색⁶⁴⁾ 넥타이와 전통적인 이미지의 클래식 헤어스타일의 조합이 진취성 평가에 부정적인 영향을 미친 반면, 활동적으로 보이는 스포츠 헤어스타일과의 조합은 진취성 평가에 긍정적인 영향을 미쳤기 때문으로 사료된다. 따라서 남성들이 진취적이고 현대적이며 젊게 지각되기 위하여서는 클래식 헤어보다 스포츠 헤어스타일이 좋으며, 스포츠 헤어스타일에는 빨강색 넥타이를 착용하는 것이 적절하다고 사료된다.

〈Fig. 7〉 Interaction Form on Initiative Evaluation by Neckties and Hairstyles

〈Fig. 8〉은 매력성 평가에 대한 넥타이와 헤어스타일의 상호작용형태이다. 클래식 헤어스타일의 남성이 남색 넥타이를 착용했을 때 매력성이 높게 평가되었고, 빨강색 넥타이는 매력성이 가장 낮게 평가되었다. 그러나 스포츠 헤어스타일의 경우는 빨강색 넥타이를 착용했을 때 매력성이 가장 높게, 남색 넥타이를 착용했을 때 매력성이 가장 낮게 평가되어 넥타이 색에 대한 매력성 평가는 헤어스타일에 따라 상반된 결과를 보였다. 이는 저채도, 저명도인 남색 넥타이의 경우, 품위있고 단정하며 신중한 이미지를

주브로⁶⁵⁾ 스포츠형보다 전통적인 이미지의 클래식 헤어스타일과 조화되고, 빨강색 넥타이는 화려하고 개성적인 이미지를 주브로⁶⁶⁾ 클래식보다 활동적으로 보이는 스포츠 헤어스타일이 조화되어 매력성이 높게 나타난 것으로 해석된다.

〈Fig. 8〉 Interaction Form on Attractiveness Evaluation by Neckties and Hairstyles

진취성 평가는 안경, 넥타이, 헤어스타일에 의한 상호작용효과가 있었으며, 그 형태는 〈Fig. 9〉와 같다.

안경을 착용하지 않고 스포츠 헤어스타일에 빨강색 넥타이를 착용했을 때 진취성이 가장 높게 지각되었고, 뿔테 안경을 착용하고 클래식 헤어스타일에

빨강색 넥타이를 착용하였을 때 진취성이 가장 낮게 지각되었다. 금속테 안경을 착용한 경우 클래식 헤어스타일에 넥타이를 착용하지 않았을 때 진취성이 낮게 지각되었으나, 뿔테 안경을 착용한 경우는 스포츠형이나 클래식 헤어스타일에 넥타이를 착용하지 않았을 때 진취성이 높게 지각되어, 금속테와 다소 상반된 결과를 보였다.

따라서 진취적이고 현대적이며 젊게 지각되기 위하여 젊은층 남성은 안경을 착용하지 않고 스포츠 헤어스타일에 빨강색 넥타이를 착용하거나 뿔테를 착용하고 노타이 차림을 하는 것이 적합하며, 클래식 헤어스타일에 뿔테와 빨강색 넥타이의 조합은 가장 부정적이라 할 수 있다.

3. 모자와 목걸이 착용에 따른 인상형성의 차이

실험설계 B에서 남성의 캐주얼 모자와 목걸이 착용에 따른 인상형성의 차이를 조사하기 위하여 이원변량 분석을 실시하였으며, 그 결과는 〈Table 3〉과 같다.

남성의 모자와 목걸이 평가에 대한 상호작용효과는 없었으며 주효과에서 부분적으로 유의한 영향을 주었다. 모자는 역능성, 매력성 차원의 평가에 유의

〈Fig. 9〉 Interaction Form on Initiative Evaluation by Glasses, Neckties, and Hairstyles

〈Table 3〉 Difference of Impression Formation according to the Wearing of Casual Hat and Necklace

Source of variance		df	intelligence <i>F</i>	potency <i>F</i>	mildness <i>F</i>	conspicuousness <i>F</i>	initiative <i>F</i>	attractiveness <i>F</i>
hat(A)		2	2.20	6.41**	.64	.53	.95	5.13**
necklace(B)		1	1.99	5.99*	.61	4.47*	27.96**	2.26
A×B		2	2.16	.40	.99	.82	.48	1.83
Variables	Category	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>
hat	cap	56	3.54	4.76 ^b	3.81	4.52	3.43	3.27 ^a
	cloche	52	3.40	4.49 ^b	4.05	4.40	3.16	2.79 ^b
	no hat	52	3.74	5.18 ^a	3.94	4.39	3.18	3.48 ^a
necklace	necklace	79	3.65	5.00	4.00	4.56	3.76	3.32
	no necklace	81	3.47	4.62	3.86	4.32	2.77	3.04

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

적인 영향을 주었다. 평균치를 비교하여 보면 모자를 착용하지 않은 경우, 야구모자나 클로시를 착용한 경우보다 역능성이 더 높게 평가되었다. 즉, 모자를 쓰게 되면 얼굴의 일부를 가리게 되고 얼굴에 그림자가 생겨 어두워 보이므로 활동성이나 적극성 등에서 역능성이 낮아지는 것으로 풀이된다. 이러한 결과는 모자를 착용하지 않았을 때가 착용한 경우보다 활동성이 높게 지각되었다는 정해선, 강경자⁶⁷⁾의 연구와 같은 결과라고 할 수 있다. 매력성 차원에서 클로시를 착용한 남성보다 야구모자를 착용하거나 모자를 착용하지 않은 남성이 더 매력성이 높게 평가되었다. 이는 야구모자가 젊은층이 착용하는 가장 일반적인 모자이므로 친숙하게 보이는 반면, 클로시는 젊은 남성들이 흔하게 쓰는 모자가 아니므로⁶⁸⁾ 매력적이지 않게 평가된 것으로 풀이된다.

목걸이는 역능성, 진취성, 현시성 평가에 유의적인 영향을 주었다. 평균치를 비교하여 보면 목걸이를 착용한 모습은 목걸이를 착용하지 않은 경우보다 역능성, 진취성, 현시성이 모두 더 높게 평가되었다. 즉 목걸이를 착용한 남성은 착용하지 않은 남성보다 자신감 있고 활동적이며, 진취적이고, 개성적이며 눈에 띄는 모습으로 지각됨을 확인할 수 있었다.

4. 남성 자극물과 직업 추론의 대응일치분석

남성 자극물과 직업 추론간의 관련성을 고찰하기 위하여 대응일치분석을 실시하였다. 대응일치분석은 2차원 분할표로 나타낼 수 있는 정보를 이해하기 쉽도록 2차원 상의 이미지맵으로 도식화시켜주는 분석 기법이다. 이 때 변수의 종류가 많으면 도식화에서 유사 좌표로 나타나 대상의 구분이 모호해지므로 정장 차림 자극물은 안경과 넥타이를 각각 한 종류만 택하기로 하였다. 이를 위하여 안경과 넥타이 자극물 별로 직업 분포에 대한 단일표본 χ^2 검증을 실시하였다. 그 결과 χ^2 값이 빨테 안경이 금속테보다 높았고 (빨테: $\chi^2=134.20$, $p=.00$ /금속테: $\chi^2=70.89$, $p=.00$), 남색 넥타이가 빨강색보다 더 높아(남색: $\chi^2=170.86$, $p=.00$ / 빨강색: $\chi^2=134.74$, $p=.00$), 금속테 안경과 빨강색 넥타이를 착용한 자극물을 제외시켜 총 14개 자극물을 선택하였다. 또한 직업은 처음에 조사하였던 7개 항목 중 무직과 기타 항목을 제외하고, 5개 항목에 대하여 분석하였다.

대응일치분석에서 직업 추론과 자극물 간의 상호관계를 지각도 상에서 분석한 결과는 〈Table 4〉 〈Fig. 10〉과 같다. 차원 1과 차원 2의 수치는 2차원 평면상의 좌표를 나타낸다. 각 좌표 점의 위치에 따라 결과를 해석하는 객관적인 기준을 제공해 주며, 좌표 점들이 서로 거리가 가까울수록 대응관계가 높

다고 할 수 있다.⁶⁹⁾ 본 연구에서 1차원(76.4%)과 2차원 (12.1%)의 누적 설명 분산은 88.5%로 나타났다. 대응일치분석의 결과에서 1차원과 2차원의 총 설명력이 70% 이상이면 행과 열의 관계를 잘 설명해 준다고 보기 때문에⁷⁰⁾, 본 연구에서 두 변수는 유의적인 지각도 상의 관계를 제시하였다.

〈Fig. 10〉에서 차원1은 전문직/고위관리직 및 사무직과 단순노무직을 가르는 속성과 관련이 있으며, 차원2는 기능직과 서비스직을 가르는 속성이라 할 수 있다. 각 좌표는 4개의 군집으로 나타나 전문직/고위관리직 및 사무직, 서비스직, 단순노무직, 기능직으로 나누어져 자극물과 관련성을 보이고 있었다. 전문직/고위관리직 및 사무직 군에서 특히 전문직/고위관리직에 가까운 남성은 정장 차림에 안경과 넥타이를 착용하고 클래식 헤어스타일(7)을 하거나 안경 없이 넥타이를 착용하고 클래식 헤어스타일을 한 모

습(3)이며, 이들은 모두 사무직에도 속하였다. 그 외에 사무직에 속한 남성은 안경 없이 넥타이를 착용하거나, 안경과 넥타이를 착용하고 스포츠 헤어스타일을 한 모습(4, 8), 안경과 넥타이를 착용하지 않고 클래식 헤어스타일을 한 모습(1), 넥타이 없이 안경을 착용하고 클래식 헤어스타일이나 스포츠 헤어스타일(5, 6)을 한 모습이었다. 즉 정장 차림에 클래식 헤어스타일을 한 남성은 안경이나 넥타이의 착용여부에 상관없이 사무직에 가까이 있었다. 본 연구에서 안경과 넥타이를 착용한 남성이 특히 전문직/고위관리직에 가까이 위치하였던 것은 안경이 지적인 직업과 관련되었다는 선행연구⁷¹⁾ 결과와 일치한다.

서비스직군에는 캐주얼 차림에 모자와 목걸이를 착용하지 않았거나(9), 클로시와 목걸이를 착용한 남성(14)이 있었다. 또한 정장 차림에 안경과 넥타이를 착용하지 않고 스포츠 헤어스타일을 한 모습(2)도

〈Table 4〉 Correspondence Analysis of Stimulus and Occupation

Stimulus and occupation		Coordination of X (Dimension 1)	Coordination of Y (Dimension 2)
stimulus	1. no glasses-no tie-C	-.588	-.034
	2. no glasses-no tie-S	-.217	.755
	3. no glasses-tie-C	-1.181	-.391
	4. no glasses-tie-S	-.652	-.067
	5. glasses-no tie-C	-.510	.098
	6. glasses-no tie-S	-.365	-.221
	7. glasses-tie-C	-.860	-.267
	8. glasses-tie-S	-.735	.242
	9. no hat-no necklace	.699	.362
	10. no hat-necklace	1.077	.328
	11. cap-no necklace	1.203	-1.592
	12. cap-necklace	1.211	-.351
	13. cloche-no necklace	1.054	.230
	14. cloche-necklace	.887	.792
occupation	1. specialized job/senior management	-.953	-.427
	2. office job	-.829	-.059
	3. Service job/sales position	.500	.557
	4. technical post	1.089	-1.247
	5. simple labor job	1.395	.032

C: classic hairstyle, S: sports hairstyle

〈Fig. 10〉 Image Map of Correspondence Analysis of Stimulus and Occupation

서비스직 군에 위치하였다. 즉 정장 차림에 스포츠 헤어스타일을 한 남성이 안경이나 넥타이를 착용하지 않았을 때 서비스직으로 추론되었다. 단순노무직 군에는 캐주얼 차림에 캡과 목걸이를 착용한 남성(12), 목걸이는 착용하지 않고 클로시를 착용하였거나(13), 모자는 착용하지 않고 목걸이를 착용한 남성(10)이 있었다. 기능직군에는 캐주얼 차림에 캡을 착용한 남성(11)이 있었다. 즉 캡은 기능직 및 단순노무직, 클로시와 목걸이 착용은 서비스직으로 추론되는 정도가 높았다.

V. 결론

본 연구는 남성을 대상으로 안경, 넥타이, 모자, 목걸이를 포함한 액세서리 착용과 헤어스타일에 따른 인상형성의 차이와 상호작용효과를 파악하고, 남성의 외모와 직업 추론의 관계를 조사하는 데에 그 목적이 있었다. 조사대상자는 서울 지역의 여대생 320명이었다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 남성의 액세서리 착용과 헤어스타일에 따른

인상형성의 차원은 지성, 역능성, 온유성, 현시성, 진취성, 매력성의 6가지 요인으로 도출되었다.

둘째, 안경은 지성, 온유성, 진취성, 매력성 요인의 평가에 유의적인 영향을 주었다. 안경을 착용한 모습은 안경을 착용하지 않은 경우보다 지성과 진취성이 높게 평가되었으나, 온유성은 낮게 평가되었다. 금속테 안경은 플라스틱 안경보다 더 매력적으로 평가되었다. 넥타이는 지성, 역능성, 진취성 요인의 평가에 유의적인 영향을 주어, 넥타이를 착용한 남성이 착용하지 않은 경우보다 지성이 더 높게 보였으며, 빨강색 넥타이는 남색보다 역능성과 진취성이 높게 평가되었다. 넥타이를 착용하지 않은 남성도 남색 넥타이 착용자보다 진취성이 높게 지각되었다. 헤어스타일은 지성, 현시성, 진취성, 매력성 요인의 평가에 유의적인 영향을 주어 클래식 헤어스타일은 지성이, 스포츠 헤어스타일은 진취성, 현시성, 매력성이 높게 지각되었다.

셋째, 안경과 넥타이는 역능성, 현시성, 진취성, 매력성 평가에 유의적인 상호작용효과가 있었다. 금속테 안경은 빨강색 넥타이와 함께 착용하였을 경우

역능성과 매력성이 높게 평가되었고, 빨테 안경은 노타이 차림이었을 때 현시성과 진취성이 높게 평가되었다. 넥타이와 헤어스타일은 현시성, 진취성, 매력성 평가에 유의적인 상호작용효과가 있어, 스포츠 헤어스타일을 한 남성이 빨강색 넥타이를 착용하였을 때 이들 특성이 더 높게 평가되었다. 안경, 넥타이, 헤어스타일의 3개 변인은 진취성 평가에 유의적인 상호작용효과를 보여, 스포츠 헤어에 빨강색 넥타이를 착용하고, 안경을 착용하지 않은 남성이 가장 진취성이 높게 평가되었다.

넷째, 캐주얼 복장에 야구모자나 클로시를 착용하였을 때는 모자를 착용하지 않은 경우보다 역능성이 낮게 평가되었으며, 클로시가 야구모자보다 매력성이 더 낮게 평가되었다. 캐주얼 복장에 목걸이를 착용한 모습은 역능성, 현시성, 진취성에 유의적인 영향을 주어, 목걸이를 착용한 남성이 착용하지 않은 경우보다 이들 3가지 특성이 모두 높게 나타났다.

다섯째, 남성 자극물과 직업 추론간의 관련성을 조사한 결과 직장 차림에 스포츠 헤어스타일을 한 남성이 안경과 넥타이를 착용하였을 때 사무직으로 추론되었고, 직장 차림에 클래식 헤어스타일을 한 남성은 안경이나 넥타이 착용여부에 상관없이 사무직으로 지각되었다. 안경과 넥타이 착용에 클래식 헤어스타일을 한 남성은 전문직/고위관리직 및 사무직으로 추론되었고, 직장 차림에 스포츠 헤어스타일을 한 남성이 안경이나 넥타이를 착용하지 않았을 때는 서비스직으로 지각되는 정도가 높았다. 캡은 기능직 및 단순노무직으로, 클로시와 목걸이 착용은 서비스직으로 추론되었다.

결론적으로 볼 때 남성의 안경 착용은 지성적으로 보일 수 있으나 온유성은 감소한다고 할 수 있다. 빨강색 넥타이는 남색보다 역능성과 진취성이 높게 보였으며, 넥타이를 착용하지 않은 모습도 진취성이 높게 보였다. 직장 차림에 안경과 넥타이를 착용하고 클래식 헤어스타일을 한 남성은 전문직/고위관리직이나 사무직으로 추론되었고, 캡은 기능직이나 단순노무직으로 지각되는 단서로 작용하였다. 따라서 안경, 넥타이와 같은 액세서리와 헤어스타일은 남성의 인상형성 과정에 의미있는 영향을 주는 외모 단서로

상호 연관성이 있음을 확인할 수 있었다.

본 연구의 한계점은 안경테의 모양이 인상형성에 미치는 영향을 고려하지 못하였으며, 지각대상자가 한명의 모델이었으므로 모델의 얼굴이 미치는 영향을 배제할 할 수 없었고, 사진 자극물의 인상이 실제 상황과 차이가 있다는 점이다. 또한 관찰자의 특성에 따라 액세서리 선호가 다르며, 이것이 인상 평가에 미치는 영향이 다를 것인데, 응답자가 서울의 여대생으로 한정되었다는 데 연구의 한계가 있다. 후속연구에서는 안경테의 디자인을 연구변인으로 설정하며, 다른 연령층이나 남성 피험자를 포함하여 연령 및 성별 비교를 실시하는 것이 바람직하다.

References

- 1) Park, H.-Y. (2008. 6. 30), "Men's accessories blue chip emerging", *Apparel News*, retrieved 2014. 7. 30, from <http://www.appnews.co.kr>
- 2) Korean Optometric Association Gallup Korea Ed. (2008), *Nationwide glasses utilization research report*, pp. 1-20.
- 3) Lee, E.-H. & Jeon, K.-R. (2001), A study on clothing behavior and ornaments wear of university students, *Korean Journal of Human Ecology*, 10(1), pp. 113-126.
- 4) Shin, J.-D. & Choi, J.-M. (2008), Ornament wearing practices according to fashion lifestyle of college students, *Korean Journal of Human Ecology*, 17(4), pp. 723-731.
- 5) O'Donnell, C. & Bruce, V. (2001), Familiarization with faces selectively enhances sensitivity to changes made to the eye, *Perception*, 30(6), pp. 755-764.
- 6) Lee, H.-S. & Lee, J.-S. (2002), *Fashion & accessory*, Seoul: Sinjung, p. 50.
- 7) Lee, H.-J. (2008), A study on the glasses color choice according to personal color analysis system, *The Journal of Korean Society of Make-up Design*, 4(1), pp. 89-99.
- 8) Hellström, Å., & Tekle, J. (1994), Person perception through facial photographs: Effects of glasses, hair, and beard on judgment of occupation and personal qualities, *European Journal of Social Psychology*, 24, pp. 639-705.
- 9) Endo, A. (2004), Contact lens cross training: Why contact lens wearers need spectacles, why spectacle wearers need contact lenses, *Journal of the American Optometric Association*, 75(9), pp. 15-17.
- 10) Terry, R. L. & Krantz, J. H. (1993), Dimension of trait attributions associated with eyeglasses, men's

- facial hair and women's hair length, *Journal of Applied Social Psychology*, 23(21), pp. 1757-1769.
- 11) Elman, D. (1977), Physical characteristics and the perception of masculine traits, *Journal of Social Psychology*, 103, pp. 157-158.
- 12) An, M. S. & Jang, A. R. (2002), *Fashion & image making*, Seoul: Yehaksa, pp. 157, 171.
- 13) Molloy, J. T. (1988), *New dress for success*, Lee, J. trans. (2005), Seoul: Hwanggeumgaji, pp. 119-123.
- 14) Rees, D. W., Williams, L., & Giles, H. (1974), Dress style and symbolic meaning, *International Journal of Symbolology*, 5, pp. 1-7.
- 15) Choi, E. (2003), The effect of color of jacket, shirt, and necktie on image perception of male, Unpublished master's thesis, Sungshin Women's University, Seoul, Korea, pp. 75-77.
- 16) Kim, H.-J. (2003), The impression formation of male candidates for election according to clothing styles, Unpublished master's thesis, Kon-Kuk University, Seoul, Korea, p. 38.
- 17) Molloy, J. T., *op. cit.*, pp. 119-123.
- 18) *Ibid.*, pp. 119-123.
- 19) Kang, S.-M. (2008, 11, 19), "Another competitive, the body of Obama", *JoongAng Sunday*, retrieved 2014, 7, 30, from http://article.joins.com/news/article/article.asp?total_id=3371486
- 20) Jeong, H. S. & Kang, K. J. (2004a), The effect of hair-style-hair-length and types of hat design on impression formation, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 28(3/4), pp. 460-471.
- 21) Lee, M.-H. (2006), The effect of accessory wearing on professionalism and attractiveness of women, *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 8(1), pp. 1-12.
- 22) Suh, M. A. & Lee, S. H. (2000), A study of clothing design preference & satisfaction with the fit of ready-to-wear clothing for older men, *The Research Journal of the Costume Culture*, 8(6), pp. 864-870.
- 23) Lee, J. H. (2002), Cognizance of size and preference design of hats of college students, *Korean Journal of Human Ecology*, 11(3), pp. 301-306.
- 24) Park, K. W. (2005), A study on the emotion of symbolized design shape in sport marketing: Focused on sport cap, *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 11(4), pp. 44-50.
- 25) Shin, J. D. & Choi, J. M. (2008), Ornament wearing practices according to fashion lifestyle of college students, *Korean Journal of Human Ecology*, 17(4), pp. 723-731.
- 26) Park, S. H. (2007), *Fashion Image making*, Seoul: Yehaksa, p. 137.
- 27) Jang, A. R., An, M. S., & Park, W. M. (2000), *Fashion coordination*, Seoul: Yehaksa, p. 108.
- 28) Lee, M.-H., *op. cit.*, pp. 1-12.
- 29) Lee, E.-H. & Jeon, K.-R., *op. cit.*, pp. 113-126.
- 30) Park, O. L. & Lee, H. J. (2004), The Representation of Feminization in Men's Fashion in Korea Since the 1990's, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 28(2), pp. 364-375.
- 31) Trüeb, R. M. (2005), Aging of hair, *Journal of Cosmetic Dermatology*, 4, pp. 60-72.
- 32) Peterson, K. & Curran, J. P. (1976), Trait attraction as a function of hair length and correlates of subjects' preference for hair style, *The Journal of Psychology*, 93, pp. 331-339.
- 33) Panser, S. M. & Meindl, J. R. (1978), Length of hair and beardedness as determinants of personality impressions, *Perceptual and Motor Skills*, 46, pp. 1328-1330.
- 34) O'Donnell, C. & Bruce, V. (2001), Familiarization with faces selectively enhances sensitivity to changes made to the eye, *Perception*, 30(6), pp. 755-764.
- 35) Im, N.-Y. & Kang, S.-H. (2003), The effect of clothing type and hair style on men's impression formation, *The Research Journal of the Costume Culture*, 11(3), pp. 340-351.
- 36) Ryu, J.-W. & Kim, J.-S. (2007), The interaction effect of male clothing formality level, make-up and hair style on the impressions and likeness, *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 13(3), pp. 1330-1344.
- 37) Lee, H.-J. & Yang, J. H. (2007), A study on the effect of preferable of male college students's hairstyles in men's hairstyle trend, *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 13(2), pp. 609-619.
- 38) Kim, J.-S. & Ryu, J.-W. (2004), Interaction effects of two salient cues on males fashion image: Hair lengths and hair colors, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 28(9/10), pp. 1320-1328.
- 39) Horn, M. J. & Gurel, L. M. (1981), *The second skin: An interdisciplinary study of clothing*(3rd ed), Boston: Houghton Mifflin Co., pp. 195-198.
- 40) Hellström, Å. & Tekle, J., *op. cit.*, pp. 639-705.
- 41) Molloy, J. T., *op. cit.*, p. 81.
- 42) Damhorst, M. L. (1984-1985), Meanings of clothing cues in social context, *Clothing & Textiles Research Journal*, 3(2), pp. 39-48.
- 43) Thurston, J. L., Lennon, S. J., & Clayton, R. V. (1990), Influence of age, body type, fashion, and garment type on women's professional image, *Home Economics Research Journal*, 19(2), pp. 139-150.
- 44) Lee, S.-G. & Koh, A.-R. (1995a), The effect of clothing type and facial attractiveness of men clothed on impressions(I), *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 19(2), pp. 230-241.

- 45) Lee, S.-G. & Koh, A.-R. (1995)b, The effect of clothing type and facial attractiveness of men clothed on impressions(II), *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 19(4), pp. 565-579.
- 46) Lee, I.-J. (1996), Effects of Men's Clothing Styles and Facial Impressions on Attractiveness and Occupational Status, *Journal of the Korean Society of Costume*, 29, pp. 127-142.
- 47) Kang, S.-H. (2005), The effect of photograph and computer picture on men's image perception, Unpublished doctoral dissertation, Sungshin Women's University, Seoul, Korea, p. 88.
- 48) Kim, M.-Y. (2002), A study on clothing appearance for a career woman according to the heroines's clothing in cinema(I), *Journal of the Korean Home Economics Association*, 40(11), pp. 157-170.
- 49) Kang, K.-Y. (2011), Influence of women's make-up and partially facial shape upon impression formation, Unpublished doctoral dissertation, Chung-Ang University, Seoul, Korea, p. 35.
- 50) Lee, E.-O. (2001), A study of design about optical frame: Centering around the businessman, Unpublished master's thesis, Myongji University, Seoul, Korea, pp. 24-26; Lee, H.-J. (2008), A study on the glasses color choice according to personal color analysis system, *The Journal of the Korean Society of Make-up Design*, 4(1), pp. 89-99.
- 51) Kwon, M.-S. (2013), A study on men's hair style in 21st century: Focused on phenomenon of dandyism, Unpublished master's thesis, Hansung University, pp. 37-38.
- 52) Lee, J. H., *op. cit.*, pp. 301-306.
- 53) Lee, E. M. & Kahng, H. W. (1994), The effect of age and clothing cues on impression formation of men clothed in suits, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 18(2), pp. 197-210; Choi, E., *op. cit.*, pp. 32-33; Jeong, H. S. & Kang, K. J. (2004b), The effect of shirts-color and hat color, hat design on impression formation, *The Research Journal of the Costume Culture*, 12(3), pp. 354-368; Lee, M.-H., *op. cit.*, pp. 1-12.
- 54) Manz, W. & Lueck, H. E., *op. cit.*, p. 704.
- 55) Terry, R. L. & Krantz, J. H., *op. cit.*, pp. 1757-1769.
- 56) Chung, S.-J. et. al. (1999), A study on the eyeglass wearer's self-image: Q-methodological Approach, *Journal of Korean Society of School Health*, 12(1), pp. 71-84.
- 57) Elman, D., *op. cit.*, pp. 157-158.
- 58) *Ibid.*, pp. 157-158.
- 59) Molloy, J. T., *op. cit.*, pp. 119-123.
- 60) Kim, H.-J., *op. cit.*, p. 38.
- 61) Davis, M. L. (1996), *Visual design in dress*(3th ed.), New Jersey: Prentice Hall, pp. 144-145.
- 62) Kang, S.-H., *op. cit.*, pp. 65-66.
- 63) Choi, E., *op. cit.*, p. 37.
- 64) Davis, M. L., *op. cit.*, pp. 144-145.
- 65) Choi, E., *op. cit.*, p. 37.
- 66) *Ibid.*, p. 43.
- 67) Jeong, H. S. & Kang, K. J. (2004a), *op. cit.*, pp. 460-471.
- 68) Lee, J. H., *op. cit.*, pp. 301-306.
- 69) Ko, M.-Y. & Kang, S.-Y. (2011), Tourism souvenirs selection attributes of chinese tourists in Jeju using correspondence analysis, *Northeast Asia Tourism Research*, 7(1), pp. 111-131.
- 70) Byun, S.-Y. (2013). An exploratory study on college experience of the korean graduates through principal component analysis and correspondence analysis, *Educational Methodology Research*, 25(1), pp. 14-21.
- 71) Hellström, Ä. & Tekle, J., *op. cit.*, pp. 639-705.