

외모 장식이 여성의 전문직 이미지에 미치는 영향

이 명 희

성신여자대학교 의류학과 교수

Influence of Appearance Decoration on Women's Professional Image

Myoung-Hee Lee

Prof., Dept. of Clothing, Sungshin Women's University

(2012. 6. 19. 접수; 2012. 11. 15. 수정; 2012. 11. 20. 채택)

Abstract

This study examines the influence of women's appearance decoration on professional image, preference evaluation, and inferences about age and job. For the purpose of this study, women's appearance decoration was limited to eyeglasses, earrings, hair length, and clothing color. A quasi-experimental method was used for this study. The experimental design was a 3×2×2×4 (eyeglasses×earrings×hair length×clothing color) factorial design. The model of stimulus photographs was a woman in her late twenties. She wore a tailored collared jacket with a white dress shirt. The subjects were 362 female college students residing in Seoul. The results of the research were as follows. First, the woman wearing glasses and earrings was perceived as more professional than the woman without glasses and earrings. The woman with short hair was evaluated to be more professional than the woman with long hair. Light grey and dark grey jackets enhanced a professional image in the woman than red and dark red jackets. The woman without glasses was preferred more than the woman wearing glasses, and the woman wearing earrings was preferred more than the woman without earrings. Second, the woman wearing wire-rimmed glasses, earrings, and grey jacket with short hair was perceived to have the highest level of professionalism. Third, the subjects perceived the woman wearing wire-rimmed glasses as looking the oldest and the woman without glasses as looking young. The subjects perceived the woman with short hair as looking younger by 3 to 4 years than the woman with long hair. Fourth, the subjects frequently considered the woman wearing the wire-rimmed glasses, the woman with short hair, and the woman wearing the grey jacket as having a professional job.

Key Words: Eyeglasses(안경), Earring(귀걸이), Hair length(헤어길이), Clothing color(의복 색), Professional image(전문직 이미지)

I. 서론

우리 사회가 지식정보사회로 이전되면서 전문직에 종사하는 고학력 여성이 날로 증가하고 있다. 1970년대 이후 2007년까지 우리나라의 여

성 전문 직업 인력의 연평균 증가율은 8.7%로서 매우 빠른 증가율을 보였다(오현석, 성은모, 2010). 행정고시의 경우 여성합격자의 비율이 1995년 12.4%, 2000년 25.1%였으나 2005년에 44.0%로 높아졌고 2008년에는 51.2%로 남자보다 많아졌

Corresponding author ; Myoung-Hee Lee
Tel. +82-2-920-7198, Fax. +82-2-920-2075
E-mail : mhlee@sungshin.ac.kr

※ 이 논문은 2010년도 성신여자대학교 학술연구조성비 지원에 의하여 연구되었음.

으며, 2010년에도 47.7%로 남성과 대등한 수준을 기록했다. 외무고시는 1983년 5%에서 2000년에는 20%만 여자였으나 2005년 52.6%, 2010년 60%로 높아졌다. 사법시험 여성합격자 비율도 1983년 3.7%였던 것이 2000년 18.9%, 2005년 32.3%, 2010년 41.5%로 꾸준히 높아졌다(김성모, 2010. 6. 24; “고시생...”, 2011. 8. 1; 허명숙, 2007). 이처럼 여성의 전문직 사회진출은 큰 변화를 나타내고 있다.

전문직 종사자들은 자신의 직업전문성에 대한 긍정적인 면을 의복과 같은 외모 장식으로 향상시킬 수 있다. 선행연구(Thurston et al., 1990; 서주희 외 2010; 김문영, 2002)에서 여성의 전문직 이미지 수준은 의복 스타일이나 의복 색에 따라 차이가 있었으며, 적절한 의복은 업무성고를 높이는 것으로 나타났다. 외모단서 중 헤어스타일은 이미지를 좌우 하는 중요한 요소로서 헤어길이는 헤어컬러보다 더 의미있는 영향을 준다(이효숙, 박숙현, 2007). 헤어길이가 긴 경우 짧은 머리카나 중간 길이보다 매력적으로 지각되었고(정해선, 강경자, 2004), 짧은 헤어스타일은 지적으로 평가되었다(이영미, 서미아, 1998). 젊은 여성들에게 착용빈도가 높은 귀걸이와 같은 액세서리는 인상을 깊게 하는데 효과가 있으며, 안경도 얼굴 이미지 변화에 다양한 영향을 줄 수 있다. 일반적으로 안경을 착용하는 경우에는 지적인 특성은 증가하나 매력은 감소하는 것으로 보고되었다(Edwards, 1987; Endo, 2004). 즉 의복, 헤어스타일과 안경, 귀걸이 등의 액세서리 착용은 외모의 구성 요소로서 개인의 전문직 이미지를 평가하는데 의미있는 단서가 될 수 있다.

따라서 여성의 전문직 종사 비율이 증가하고 있는 현 추세에 맞추어 안경 착용과 외모 장식이 여성의 전문직 이미지에 어떻게 영향을 미치고 있는지에 대하여 조사하는 것이 필요시 된다. 본 연구의 목적은 안경, 의복 색, 헤어길이, 귀걸이 착용에 따른 여성의 전문직 이미지와 선호도 평가의 차이를 조사하고, 이들 변인의 상호작용효과를 파악하며, 안경, 의복 색, 헤어길이, 귀걸이 착용의 외모 단서와 연령 및 직업 추론의 관계를 알아보는 데 있다. 이러한 연구를 통하여 시각적 이미지 연구를 위한 자료를 제공하며, 여성의 외모향상과 긍정적 이미지 유지에

도움이 되는 단서를 제공하는데 본 연구의 의의를 둔다.

II. 선행연구 고찰

1. 전문직 이미지

전문직 이미지는 유능함, 사회적 승인, 직업적 성공의 요소 등이 내포되며(Roberts, 2005), 사회적으로 인정받는 전문직에 종사하는 전문직업인의 이미지를 의미한다. 여성들은 교육수준 향상으로 전문직 진출이 증가하였으며, 이에 따라 전문직 이미지를 나타내는 외모 단서에 관한 연구가 점차 이루어지고 있다. Thurston et al.(1990)은 사무직 및 전문직 남녀 회사원을 대상으로 연령, 체형, 패션디테일, 의복유형에 따라 여성의 전문직 이미지에 차이가 있는가를 조사하였으며, 전문직 이미지의 평가를 위하여 효율적, 성공적, 책임성 있는, 탁월한 등의 형용사를 사용하였다. 그 결과 지각대상자의 연령이나 신체유형에 관계없이 수트가 원피스 드레스보다 전문직 이미지가 높게 평가되었으며, 남성들은 원피스를 입은 여성 중에서 40-50대의 연령이 높은 여자를 20-30대의 연령이 낮은 여자보다 더 전문직 이미지가 높은 것으로 평가하였다. Kwon(1994)은 직장에서의 부적절한 옷차림은 여성의 직업전문성을 감소시키며, 직장 의복의 적절성은 착용자의 능력, 책임성, 근면성, 지성, 정직성에 대한 자기 평가에 긍정적인 영향을 준다고 하였다. 즉 적절한 의복은 업무성고를 높일 뿐 아니라, 정직성에도 긍정적인 영향을 주면서 좋은 인상으로 평가되는 장점이 있다. 김문영(2002)은 전문직 여성의 복장에 관한 연구에서 일반적으로 사회에서 성공한 직업으로 인식되면서 전문적인 직업의 이미지가 나타난 영화 의상의 특성에 관하여 조사하였다. 그 결과 전문직 여성의 이미지를 나타내는 데는 의복 스타일보다 의복 색을 사용하는 경우가 더 많았는데, 의복 색은 무채색과 저채도, 저명도가 주로 사용되었다. 의복 스타일은 포멀한 스트와 남성적 이미지의 셔츠형 블라우스가 전문직 여

성의 이미지를 나타내는 데 사용되었다. 유희(2010)는 프로페셔널 의복이미지에는 규범적 이미지가 가장 중요하고 그 다음 활동적이고 세련된 이미지의 순이라고 하였다. 치과위생사를 대상으로 한 서주희 외(2010)의 연구에서는 흰색 유니폼 착용자는 유채색 유니폼 착용자보다 전문직 자기이미지를 더 높게 지각하였으며, 유니폼에 무늬가 있는 경우에는 전문직 자기이미지 수준이 낮게 지각되었다. 허은영 외(2011)의 연구에서는 간호복과 장교복의 긍정적 기능을 인식하는 정도가 높을수록 전문직 자기이미지에 대한 인식이 높다고 하였다.

따라서 전문직 이미지는 의복에 의하여 향상될 수 있으며, 규범적인 스타일, 포멀한 복장, 무채색 의복은 전문직 이미지를 증가시킨다고 할 수 있다.

2. 외모 장식

현대사회에서 외모는 경쟁력으로 간주되어 사람들은 자신의 목표달성을 위하여 외모관리에 많은 노력을 기울이며(임경복, 2010), 개인의 상승욕구는 패션 사용과 관련을 지니게 된다(최선헌, 진기남, 2007). 외모 장식에는 의복, 헤어스타일, 화장, 액세서리 착용 등의 다양한 특성이 포함되지만 본 연구에서는 의복 색, 헤어길이, 귀걸이, 안경을 연구 변인으로 사용하고자 한다. 색채는 의복에 있어 표현적 요소가 강하고 개인이 자신을 표현하는데 효과적으로 사용될 수 있으며, 원하는 인상을 창출하는데 도움을 줄 수 있으므로(강혜원, 1995) 의복 색을 연구 변인으로 정하였다. 헤어스타일은 사람의 인상을 변화시키는 데에 의복과 비슷한 수준으로 크게 작용하며(나광주, 1989), 경제적으로 저렴하고 용이하게 얼굴형과 신체이미지에 착시효과를 주게 된다(박주비, 정옥임, 2005). 선행연구(이효숙, 박숙현, 2008)에서 헤어스타일 중에서 헤어길이가 웨이브여부보다 이미지 표현에 더 영향을 주었으므로 헤어길이를 연구 변인으로 택하였다. 귀걸이는 20, 30대의 젊은 여성들이 많이 착용하는(최수경, 2010) 장식적인 액세서리로 얼굴 근처에서 착용되므로 인상에 직접적인 영향을 줄 수 있으며, 안경은 얼굴에 직접 착용

하는 액세서리로서 본 연구에서 조사하고자 하는 전문직 이미지와 밀접한 관계가 있으므로(Hellström & Tekle, 1994) 연구 변인으로 선정하였다. 본 연구에서 선정한 의복 색, 헤어길이, 귀걸이, 안경에 관한 내용을 고찰하면 다음과 같다.

Francis and Evans(1987)는 여성 관리직 직원의 능력에는 짙은색 의복이 긍정적인 인상을 나타내고 선명한 색보다 낮은 채도의 의복이 긍정적으로 평가된다고 하였다. Damhorst(1984-1985)의 연구에서 정장차림은 캐주얼복장보다 높은 지위와 권위를 나타내는 것으로 인식되었으며, Molloy(1988)는 수트의 색이 어두울수록 권위적인 느낌을 주며, 진남색과 진회색 수트는 신뢰감을 높인다고 하였다. 차미승(1992)은 의복의 성숙성에는 형태보다 색채가 강하게 작용하고 파랑은 성숙한 이미지가 높다고 하였다. 김윤경, 강경자(2003)는 의복스타일에 관계없이 유채색보다 무채색 의복이 매력적이며, 무채색은 여러 가지 톤 조합에서 고상하고 품위있는 것으로 지각된다고 하였다. 김영인 외(2000)의 연구에서는 남녀 모두 의복 색에서 채도가 낮은 색조를 선호하였는데 특히 정장의 경우 검정과 회색을 매우 선호한 반면, 캐주얼 의복의 경우는 무채색을 덜 선호하였다.

헤어스타일은 의복과 함께 외모향상의 중요한 수단이 되어 왔는데, 여성들은 헤어길이를 다양하게 변화시켜 자신의 역할과 분위기를 전달하게 된다. Terry and Krantz(1993)의 연구에서 여성의 긴 머리는 연령이 짧게 평가되었으나 사교성 등의 사회적 능력이 낮게 지각된다고 하였으며, Cash(1985)는 짧고 단순한 헤어스타일의 여성이 비관리직보다 관리직에 종사할 가능성이 더 높다고 하였다. 정수진 외(2005)의 연구에서는 헤어길이가 길면 짧은 경우보다 나이 들어 보인다고 하였다. 이영미, 서미아(1998)의 연구에서 커트머리는 지적인 이미지가 높고, 긴 직모와 단발 직모는 단정한 이미지를 나타낸다고 하였으며, 윤소영(2001)의 연구에서는 커트머리가 긴 머리보다 성실한, 믿음직한, 책임감 있는 인상이 높게 평가되었으며, 긴 머리는 커트머리보다 호의성이 높게 나타났다. 정수진, 최수경(2009)은 묶은 머리가 롱스트레이트 헤어보다

지적이며 단정해 보인다고 하였으며, 이효숙, 박숙현(2007)의 연구에서 긴 머리 스타일은 귀엽고 낭만적인 이미지를, 짧은 머리는 현대적이며 경쾌하고 발랄한 이미지를 표현하였다.

의복의 부속품으로 사용되는 액세서리는 실용성 및 기능성이 강조되는 것과 장식성과 미적 효과가 강조되는 것이 있는데, 귀걸이는 장식적인 액세서리로 착용되고 있다. 조기년(2004)의 연구에서 직장여성들이 비교적 많이 착용하는 액세서리는 목걸이나 반지, 귀걸이였으며, 액세서리 착용에 의하여 가장 추구하고 싶은 이미지는 우아하고 여성적인 이미지라고 하였다. 최수경(2010)은 발랄하고 젊어보이는 의복이미지를 추구하는 여성은 귀걸이와 헤어 액세서리 착용 빈도가 높다고 하였다. 귀걸이 재료 중에서 금, 은, 플라스틱에 비해 진주가 더 매력적이며 부드럽게 평가되었으며, 밀착형 귀걸이가 라인형보다 더 귀여운 이미지를 나타냈다(윤영애, 2005). 장신구의 종류에 의하여 성역할의 고정관념이 확인되었는데, 목걸이, 귀걸이, 머리핀, 스카프 등은 여자다움을 나타냈으며(한명숙, 2004), 스카프는 여성성 외에 전문성 평가에도 긍정적인 영향을 주었다(이명희, 2006).

안경은 실용적인 액세서리에 속 하지만 얼굴에 착용함으로써 얼굴 이미지 변화에 영향을 주게 된다. Edwards(1987)의 연구에서 안경을 착용한 경우 남녀 모두 지성이 증가하였으나 매력성은 감소되었으며, 이러한 효과는 남자보다 여자에게서 더 크게 나타났다. Terry and Krantz(1993)의 연구에서는 안경은 읽기, 쓰기와 같은 지적 능력에 긍정적 영향을 주었다. 특히 여성이 안경을 착용한 경우는 정직성, 지성, 민감성, 안정성이 높게 평가되었으나, 사교성은 부정적으로 평가되었다. Hellström and Tekle(1994)은 안경 착용자가 의사, 교수 등과 같이 교육 수준이 높은 사람으로 평가되어 안경이 지적 직업과 관련 된다고 하였다. 정수정 외(1999)의 연구에서는 안경이 착용자의 이미지에 부정적인 영향을 준다는 경우와 권위 등 긍정적인 이미지에 도움이 된다는 관점이 있다고 하였다. Endo(2004)는 안경 착용자는 자신이 안경을 착용하지 않는다면 외모가 더 낮게 보일 것으로 생각하며, 업무관련 상황에서는 안경을 착용하더라도 테이트의

상황에서는 안경대신 콘택트렌즈를 착용할 수 있다고 하였다. 따라서 안경 착용은 지적 능력과 권위에는 긍정적인 효과를 주었으나 착용자의 매력성을 감소시키며, 부정적인 인상을 줌을 알 수 있다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서는 연구목적에 기초하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 여성의 외모장식(안경, 의복 색, 헤어길이, 귀걸이 착용)에 따른 전문직 이미지와 선호도의 차이를 분석하고, 이들 변인의 상호작용효과를 파악한다.

연구문제 2. 여성의 외모장식(안경, 의복 색, 헤어길이, 귀걸이 착용) 유형별 전문직 이미지와 선호도에 의한 다차원 분석을 실시한다.

연구문제 3. 여성의 외모장식(안경, 의복 색, 헤어길이, 귀걸이 착용)과 연령 및 직업 추론의 관계를 분석한다.

2. 측정도구

본 연구는 준실험방법으로 4개의 독립변인에 의한 $3 \times 2 \times 2 \times 4$ (안경 \times 귀걸이 \times 헤어길이 \times 의복 색)의 요인설계를 사용하였다. 안경은 금속테 안경, 빨테 안경, 안경 비착용을 포함하였다. 안남정 외(2004)의 연구에서 안경테의 재료는 플라스틱테, 금합금 금속테, 금동합금 금속테, 귀갑테 등으로 분류되었으며, 소비자들은 금합금 금속테를 가장 선호하였고, 그 다음 플라스틱테와 금동합금 금속테를 선호하였다. 플라스틱 소재로 만든 안경은 금속테보다 두꺼운 라인을 사용하며, 현재 빨테로 총칭된다. 따라서 본 연구에서는 검정색 금속테와 검정색 플라스틱테를 연구 대상으로 정하였으며, 플라스틱테는 빨테로 칭하고자 한다. 귀걸이는 귀걸이 착용여부로 구분하였는데, 귀걸이 형태는 지름 1.2cm 크기의 진주알이 꿰뚫 아래에 달린 짧은 드롭(drop)형을

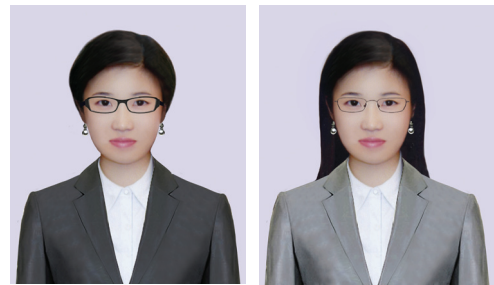
사용하였다.

헤어길이는 짧은 머리와 긴 머리의 직모로 구분하였는데, 직모 외에 웨이브가 있는 헤어스타일의 평가를 포함하는 것이 바람직하나 실험연구의 한계로 인하여 본 연구에서는 두 가지 형태의 직모로 제한하였다. 이호숙, 박숙현(2008)은 숏트헤어는 일반적으로 헤어길이가 10cm 이하이며, 롱헤어는 어깨 뒤로 넘어가는 길이라고 하였다. 따라서 짧은 머리는 숏컷트 스타일이고 긴 머리는 어깨 뒤로 넘어가는 스타일로 정하였다(그림 1).

의복 색은 무채색과 유채색을 비교하기 위하여 회색과 빨강을 택하여, 2가지 명도로 변화시켰다. 회색은 정장에서 선호도가 높은 색이며(김영인 외, 2000), 빨강은 개성적인 이미지가 높는데 비해, 회색은 개성이 낮게 평가되었으므로(이미숙, 박성은, 2004) 회색과 대조되는 느낌을 주는 빨강을 선택하였다. 따라서 실험의복의 재킷 색으로 고명도의 연회색, 저명도의 진회색, 빨강, 저명도의 어두운 빨강을 포함하였으며, 각 색의 먼셀표색계의 기호를 순서대로 보면 N7, N3, 5R 5/14, 5R 3/12였다.

모델은 20대 후반 연령층으로서 타원형 얼굴의 여성 1명이었으며, 의복은 연회색 테일러드 칼라의 재킷과 흰색 와이셔츠를 착용하였다. 자극물 제작은 모델이 실험의복을 착용한 모습을 촬영한 후 포토샵 프로그램을 이용하여 재킷의 의복 색, 안경, 귀걸이, 헤어길이 변인을 연구목적에 맞게 변화시켰다. 자극물은 가슴선 근처까지의 모습을 나타내는 상체 사진으로 10×13cm 크기의 사진이었으며, 배경은 연한 회색(N8.5)이었다. 본 연구를 위하여 총 48개의 자극물이 사용되었다. <그림 1>의 자극물a는 모델이 짧은 머리에 빨테 안경, 귀걸이, 진회색 재킷을 착용한 모습이고, 자극물b는 긴 머리에 금속테 안경, 귀걸이, 연회색 재킷을 착용한 모습이다.

질문지는 자극물 사진과 이에 대한 지각자의 반응을 측정하는 질문 문항으로 구성되었다. 전문직 이미지와 선호도를 평가하기 위한 측정도구는 7점 의미미분척도 10개 문항이었으며, 선행연구(김경원 외, 2004; 이명희, 강승희, 1998; 정해선, 강경자, 2004; Thurston et al., 1990)를 참고하여 문항을 택하였다. 전문직 이미지는 자극



a <그림 1> 자극물 b

물로 제시된 인물의 외모 장식에 대하여 전문직업인의 이미지를 평가하는 내용으로서 7개의 항목사로 측정하였으며, 논리적인, 책임성 있는, 지성적인, 성공적인, 전문가다운, 이성적인, 업무에 충실함을 포함하였다. 선호도는 자극물로 제시된 인물의 외모 장식에 대하여 선호하는 정도를 조사하는 3개 항목사를 사용하였으며, 호감이 가는, 내가 좋아하는, 보기 좋은을 포함하였다. 자극물 인물의 연령과 직업을 조사하는 문항을 포함하였는데, 연령은 제시된 인물의 연령이 몇 살로 보이는지를 기입하게 하였으며, 직업은 선택형 문항을 사용하여 전문직, 관리직, 사무직, 서비스직, 대학생, 비취업주부 항목 중에서 인물의 추론되는 직업 한 개를 택하게 하였다. 또한 연구대상자의 인구통계적 특성으로 학년과 연령을 조사하였다.

전문직 이미지와 선호 평가 항목의 구성타당도를 조사하기 위하여 주성분분석과 배리맥스 회전법에 의한 요인분석을 실시하였다. 이때 고유치 1 이상의 기준에 의하여 2개 요인을 택하였으며, 각 요인에 대한 문항은 <표 1>과 같다. 요인 1은 성공적인-성공적이지 않은, 전문가다운-전문가답지 않은 등이 포함되어 전문직 이미지 요인으로 나타났고, 요인 2는 보기 좋은-보기 싫은, 내가 좋아하는-내가 싫어하는 등이 포함되어 선호도 요인으로 나타났다. 모든 문항의 요인부하량은 .61 이상이었고, 누적변량은 58.71%였다.

<표 1> 이미지 평가의 요인분석

요인 1. 전문직 이미지	요인부하량
논리적인 - 비논리적인	.80
책임성 있는 - 책임성 없는	.79
지성적인 - 지성적이지 않은	.75
성공적인 - 성공적이지 않은	.69
전문가다운 - 전문가답지 않은	.68
이성적인 - 감성적인	.65
업무에 충실한-업무에 충실하지 않은	.61
변량 = 35.75% 누적변량 = 35.75%	
고유치 = 3.58 α 신뢰도 = .83	
요인 2. 선호도	요인부하량
호감이 가는 - 호감이 가지 않은	.87
내가 좋아하는 - 내가 싫어하는	.86
보기 좋은 - 보기 싫은	.80
변량 = 22.96% 누적변량 = 58.71%	
고유치 = 2.30 α 신뢰도 = .81	

2. 자료수집 및 자료분석

조사대상자는 서울지역의 여대생 362명이었으며, 한 명의 피험자가 2개의 자극물에 반응하게 하였다. 그 결과 724개의 질문지 응답을 자료분석에 사용하였다. 자료수집 기간은 2010년 8월 24일부터 9월 3일이었다. 자료분석은 SPSS 프로그램을 사용하였으며, 통계분석방법으로는 요인분석, Cronbach's alpha 신뢰도 계수 분석, 사원변량분석, Duncan의 다중범위검증, χ^2 -검증을 실시하였다. 조사대상자의 학년별 분포는 1학년이 27.3%(99명), 2학년이 32.3%(117명), 3학년이 22.4%(81명), 4학년이 18.0%(65명)였고, 연령 분포는 18-19세가 32.6%(118명), 20-24세가 57.7%(209명), 25세 이후가 9.7%(35명)였다.

IV. 결과 및 논의

1. 안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 전문직 이미지와 선호도 평가

안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 전문직 이미지와 선호도의 차이를 조사하기 위하여

사원변량분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 2>와 같다.

주효과에서 전문직 이미지는 안경 착용에 따라 유의한 차이가 있었다. 평균치를 비교해 볼 때 안경을 착용하지 않은 경우보다 안경을 착용한 여성이 전문직 이미지가 더 높게 평가되었다. 이것은 Edwards(1987)의 연구, Terry and Krantz(1993)의 연구에서 안경 착용 여성이 비착용자보다 지성이 높게 평가되었고, Hellström and Tekle(1994)의 연구에서 안경 착용자가 의사, 교수 등의 전문직으로 평가된 점과 유사한 결과였다. 금속테 안경과 플라스틱 안경의 전문직 이미지 평가는 유의적인 차이가 없었다.

귀걸이 착용여부에 따라 전문직 이미지 평가는 유의한 차이가 있었으며, 귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 전문직 이미지가 더 높게 평가되었다. 이것은 귀걸이가 직장 여성들이 비교적 많이 착용하는 액세서리이며(조기년, 2004), Cash(1985)의 연구에서 화려한 장신구보다 단순한 장신구를 착용한 여성이 관리직에 종사할 가능성이 더 높다고 한 내용과 같은 맥락이었다. 즉 본 연구에서 사용한 귀걸이가 진주알 1개를 사용한 단순한 형태였으므로 전문직 이미지를 향상시킨 것으로 보인다.

헤어길이에 따라서도 전문직 이미지 평가는 유의한 차이를 보여, 짧은 머리가 긴 머리보다 더 전문직 이미지가 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구(Cash, 1985)에서 짧은 헤어스타일이 긴 헤어보다 여성 관리직의 단서로 지각되며, 커트머리가 긴 머리보다 성실하며 책임감 있고(윤소영, 2001), 지적인 이미지가 높다(이영미, 서미아, 1998)고 한 내용과 유사한 결과였다. 또한 이것은 실제로 전문직에 종사하는 여성들이 긴 머리보다 짧은 머리를 하는 경우가 많기 때문인 것으로 해석된다.

의복 색에 따라 전문직 이미지 평가는 유의한 차이를 보여, 연회색 및 진회색 재킷은 빨강 및 어두운 빨강 재킷보다 전문직 이미지가 더 높게 지각되었다. 그러나 무채색이나 유채색 모두 명도 변화에 따른 차이는 없었다. 이러한 결과는 유채색보다 무채색 의복이 고상하고 품위 있는 것으로 인식되며(김윤경, 강경자, 2003), 회색은 남성의 정장 수트로 착용되는 경우가 많으므로

<표 2> 안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 전문직 이미지와 선호도 평가

변량원	df	전문직 이미지 F	선호도 F
안경(A)	2	12.99**	11.50**
귀걸이(B)	1	9.35**	8.34**
헤어길이(C)	1	64.97**	40.83**
의복 색(D)	3	9.41**	2.06
A×B	2	.32	3.47*
A×C	2	.79	.98
A×D	6	.19	.93
B×C	1	.01	.01
B×D	3	.33	1.12
C×D	3	1.82	.63
A×B×C	2	.09	.15
A×B×D	6	.72	.74
A×C×D	6	1.43	2.32*
B×C×D	3	.99	.47
A×B×C×D	6	.93	1.83
집단 내 오차	676		

변인	속성	N	M	에타제곱	M	에타제곱
안경	금속테	243	4.88a	.037	3.19b	.033
	빨테	241	4.95a		3.06b	
	안경무	240	4.55b		3.54a	
귀걸이	유	362	4.90	.014	3.39	.012
	무	362	4.69		3.14	
헤어 스타일	짧은	360	5.07	.088	2.99	.057
	긴	364	4.52		3.53	
의복 색	연회색	182	4.99a	.040	3.42	.009
	진회색	180	4.95a		3.28	
	빨강	180	4.62b		3.21	
	어두운 빨강	182	4.60b		3.14	

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

전문직 이미지가 높게 평가된 것으로 해석된다. 또한 빨강이 회색보다 전문직 이미지가 낮게 평가된 것은 유경숙(1996)의 연구에서 빨강이 지적 이미지가 낮게 평가되었던 결과와 유사한 맥락이며, 전문직 여성의 복장으로 무채색이 주로 사용되었던 김문영(2002)의 선행연구와 일치하

였다.

전문직 이미지 요인은 모든 독립변인들에 의한 상호작용효과가 없었다. 그러나 전문직 이미지 요인의 상호작용효과를 각 항목별로 검토하였을 때 ‘성공적인’ 이미지와 ‘전문가다운’ 이미지는 3개의 독립변인에 의한 상호작용효과가 있

<표 3> '성공적인' 이미지 평가에 대한 안경, 헤어길이, 의복 색에 따른 평균 비교

안경, 헤어길이		의복 색	연회색	진회색	빨강	어두운 빨강
금속테	짧은 헤어		4.57abcde	5.30a	4.90ab	4.3bcde
	긴 헤어		4.90ab	3.97de	3.87e	4.19bcde
빨테	짧은 헤어		4.93ab	4.77abcd	4.63abcde	4.77abcd
	긴 헤어		4.58abcde	4.83abc	3.90e	3.93de
안경 비착용	짧은 헤어		4.67abcde	4.83abc	4.47abcde	4.17bcde
	긴 헤어		4.13bcde	3.90e	4.20bcde	4.00cde

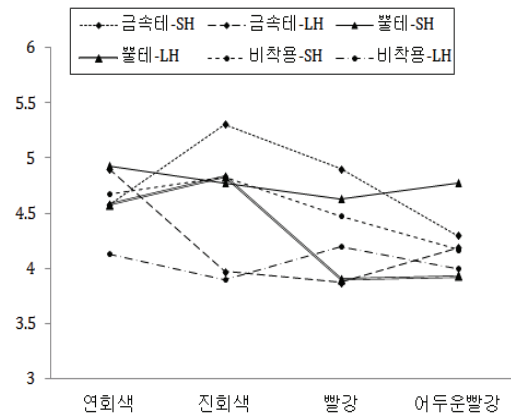
$F=2.75, p=.00$, a-c: Duncan's multiple range test

었다.

'성공적인' 이미지는 안경, 헤어길이, 의복 색의 3개 변인에 의하여 유의한 상호작용효과 있었으며, 각 집단의 평균과 상호작용형태는 <표 3> <그림 2>와 같다. <표 3>에서는 각 집단의 평균에 유의한 차이가 있는가를 조사하기 위하여 Duncan의 다중비교검증을 실시하였다.

진회색 재킷과 금속테 안경을 착용하고 짧은 머리를 한 여성은 가장 성공적인 이미지가 높았다. 같은 진회색 재킷이라도 긴 머리를 하고 안경을 착용하지 않은 경우는 성공적인 이미지가 낮았으며, 빨강 재킷을 입고 긴 머리에 금속테 안경이나 빨테 안경을 착용한 여성도 성공적인 이미지가 낮았다. 따라서 어두운 무채색 의복, 금속테 안경, 짧은 머리를 동시에 채택한 경우는 성공적인 이미지를 가장 높인다고 할 수 있다.

'전문가다운' 이미지는 귀걸이, 헤어길이, 의복 색의 3개 변인에 의하여 유의한 상호작용 효과가 있었으며, 각 집단의 평균과 상호작용형태는 <표 4> <그림 3>과 같다. <표 4>에서는 각 집단별 평균에 대한 유의적인 차이를 조사하기 위하여 Duncan의 다중비교검증을 실시하였다. <그림 3>에서 연회색 재킷을 입고 짧은 머리에 귀걸이를 한 경우는 전문가다운 이미지가 가장 높았고, 진회색 재킷을 입고 짧은 머리를 한 모습도 귀걸이 여부에 상관없이 전문가다운 이미지가 매우 높은 것으로 나타났다. 긴 머리에 빨간색 계통의 재킷을 입고 귀걸이를 하지 않은 경우는 전문가답게 보이지 않았다.



SH: 짧은 헤어, LH: 긴 헤어
<그림 2> '성공적인' 이미지 평가에 대한 안경, 헤어길이, 의복 색에 따른 상호작용형태

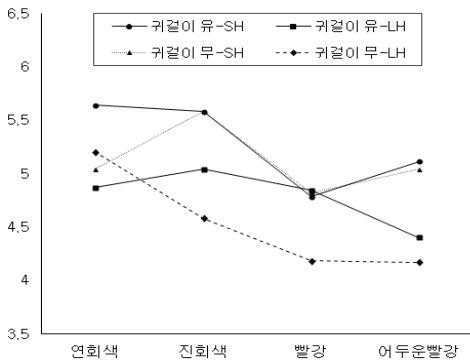
<표 2>의 주효과에서 선호도 평가는 안경 착용에 따라 유의한 차이를 보여, 안경을 착용하지 않은 여성이 안경을 착용한 경우보다 더 선호도 수준이 높게 나타났다. 이것은 여성들이 안경을 착용한 모습을 선호하지 않는 일반적인 성향 때문에 나타난 결과라 할 수 있으며, 안경이 매력성 감소(Edwards, 1987)와 호감을 감소시키는 단서(Lennon & Miller, 1984-1985)로 작용한 선행연구 결과를 지지하였다. 귀걸이 착용여부에 따라 선호도는 유의한 차이가 있어 귀걸이를 착용한 모습에 대한 선호도가 높게 나타났다. 헤어길이에 따라 선호도는 유의한 차이가 있어 긴 머리가 짧은 머리보다 더 선호도가 높았다. 이것은 본 연구의 피험자가 여대생이므로 짧은

<표 4> '전문가다운' 이미지 평가에 대한 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 평균 비교

귀걸이, 헤어		의복 색			
		연회색	진회색	빨강	어두운 빨강
귀걸이유	짧은 헤어	5.64a	5.58a	4.78bcd	5.11ab
	긴 헤어	4.87bc	5.04abc	4.84bc	4.40cd
귀걸이무	짧은 헤어	5.04abc	5.58a	4.82bcd	5.04abc
	긴 헤어	5.20ab	4.58bcd	4.18d	4.17d

F=3.50, p=.00, a-d: Duncan's multiple range test

여성들이 실제로 많이 하는 긴 생머리를 짧은 머리보다 더 선호한 것이라고 본다.



SH: 짧은 헤어, LH: 긴 헤어

<그림 3> '전문가다운' 이미지 평가에 대한 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 상호작용형태

의복 색에 따라 선호도 평가는 유의한 차이가 없었다.

선호도는 안경 및 귀걸이 착용의 2개 변인에 의한 유의한 상호작용효과가 있었으며, 각 집단의 평균과 상호작용형태는 <표 5> <그림 4>와 같다.

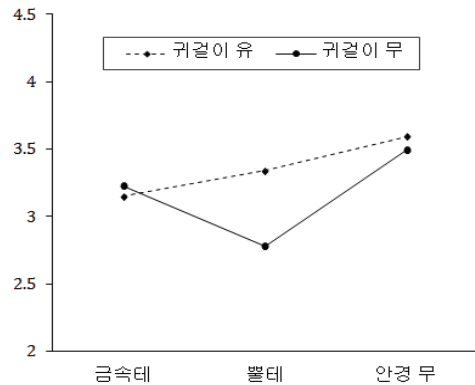
<그림 4>를 볼 때 귀걸이를 착용하고 안경을 착용하지 않은 여성은 선호도가 가장 높았다. 또한 빨테 안경을 착용한 여성은 귀걸이 착용여부에 따라 선호도의 차이가 크게 나타났다. 즉 빨테 안경을 착용하고 귀걸이를 착용하지 않은 여성은 선호도가 매우 낮게 평가되었으나, 빨테 안경과 함께 귀걸이를 착용한 여성은 선호도가 증가하였다. 이것은 여성의 안경 착용 모습에 대한 선호가 낮으면서도 빨테 안경은 더 강한 안경 착용의 이미지를 나타내기 때문에 귀걸이

와 같은 장식적인 액세서리를 착용함으로써 강한 특성을 줄이는 효과를 보이기 때문이라고 해석된다. 즉 장식적인 액세서리에 의하여 착용자의 이미지가 변화됨을 확인할 수 있었다.

<표 5> 선호도 평가에 대한 안경과 귀걸이에 따른 평균 비교

귀걸이		안경		
		금속테	빨테	안경 무
귀걸이 유		3.15c	3.34abc	3.59a
귀걸이 무		3.23bc	2.78d	3.49ab

F=7.14, p=.00, a-c: Duncan's multiple range test



<그림 4> 선호도 평가에 대한 안경과 귀걸이에 따른 상호작용형태

선호도는 안경, 헤어길이, 의복 색의 3개 변인에 의한 유의한 상호작용효과가 있었으며, 각 집단의 평균과 상호작용형태는 <표 6> <그림 5>와 같다.

<그림 5>를 볼 때 안경을 착용하지 않고 긴 머리에 연회색 재킷을 입은 여성을 선호하는 정

<표 6> 선호도 평가에 대한 안경, 헤어길이, 의복 색에 따른 평균 비교

안경, 헤어		의복 색		연회색	진회색	빨강	어두운 빨강
		짧은 헤어	긴 헤어				
금속테	짧은 헤어	3.01cde	3.00cde	3.11bcde	2.48f		
	긴 헤어	3.77abc	3.70bcd	3.06cde	3.36bcde		
빨테	짧은 헤어	3.07cde	2.88ef	2.48f	3.04cde		
	긴 헤어	3.34bcde	3.37bcde	3.33bcde	2.97ef		
안경 비착용	짧은 헤어	3.09bcde	3.18bcdef	3.40bcde	3.16bcdef		
	긴 헤어	4.26a	3.58bcde	3.86ab	3.82ab		

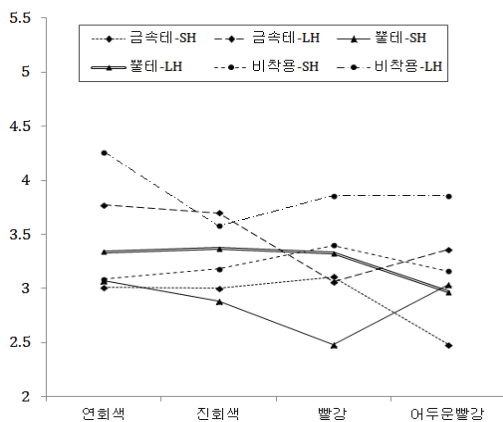
F=3.99, p=.00, a-f: Duncan's multiple range test

도가 가장 높았다. 또한 안경을 착용하지 않고 긴 머리에 빨강이나 어두운 빨강 재킷을 입은 여성도 비교적 선호도가 높았다. 금속테 안경을 착용한 여성이 짧은 머리에 어두운 빨강 재킷을 입은 경우는 선호도가 매우 낮았다. 빨테 안경을 착용하고 짧은 머리를 한 경우는 전반적으로 선호도가 낮았는데, 특히 빨테 안경에 짧은 머리를 하고 빨강 재킷을 착용한 여성에 대한 선호도가 매우 낮았다. 또한 짧은 머리에 연회색 재킷을 입은 여성은 선호도 평가에 있어 안경 착용의 영향을 거의 받지 않았다.

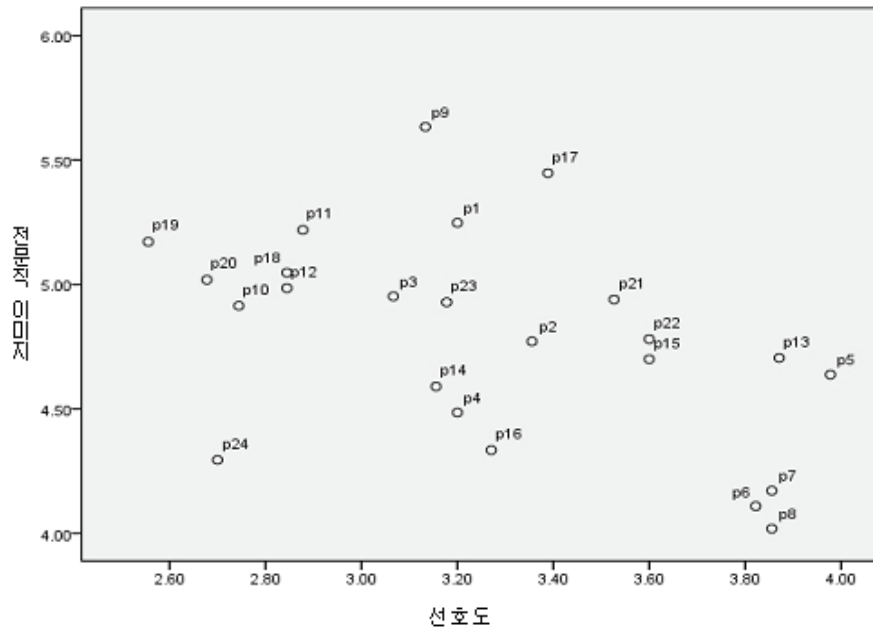
2. 전문직 이미지와 선호도에 따른 자극물의 위치

외모 단서의 위치를 2차원에서 파악하기 위하여 전문직 이미지와 선호도의 2개 축에 의한 자극물의 위치를 조사하였다. 본 연구에서는 연회색과 진회색 자극물의 평가 결과를 합하고 빨강과 어두운 빨강의 평가 결과를 합하여 2차원의 인식도를 작성하였다. 이것은 자극물의 수가 지나치게 많으면 그림이 복잡하여 결과의 이해도가 감소하게 되며, 연회색과 진회색 자극물의 평가와 빨강과 어두운 빨강 자극물의 평가의 유의적인 차이가 없었기 때문이다. <그림 6>은 전문직 이미지를 X축, 선호도를 Y축으로 배치한 결과이다.

<그림 6>에서 가능한 중앙치 4점을 기준으로 볼 때 선호도는 4점 이하, 전문직 이미지는 4점 이상이었으므로 대부분의 자극물들은 선호도가 낮았으나 전문직 이미지는 높게 평가되었다. 그 중에서 짧은 헤어스타일에 금속테 안경과 귀걸이를 착용하고 회색 의복을 입은 여성(P9)은 가장 전문직 이미지가 높게 평가되었다. 전문직 이미지가 가장 낮은 여성은 안경과 귀걸이를 착용하지 않고 긴 헤어스타일에 빨강 의복을 입은 경우(P8)였다. 선호도가 가장 높게 평가된 경우는 안경을 착용하지 않으면서 긴 헤어스타일에 귀걸이를 착용하고 회색 옷을 입은 여성(P5)이었고, 짧은 헤어스타일에 귀걸이 없이 빨테 안경을 착용하고 회색 옷을 입은 여성(P19)은 선



SH: 짧은 헤어, LH: 긴 헤어
<그림 5> 선호도 평가에 대한 안경, 헤어길이, 의복 색에 따른 상호작용형태



p1:E-S-무-G p5:E-L-무-G p9:E-S-금-G p13:E-L-금-G p17:E-S-빨-G p21:E-L-빨-G
 p2:E-S-무-R p6:E-L-무-R p10:E-S-금-R p14:E-L-금-R p18:E-S-빨-R p22:E-L-빨-R
 p3:N-S-무-G p7:N-L-무-G p11:N-S-금-G p15:N-L-금-G p19:N-S-빨-G p23:N-L-빨-G
 p4:N-S-무-R p8:N-L-무-R p12:N-S-금-R p16:N-L-금-R p20:N-S-빨-R p24:N-L-빨-R

E:귀걸이유 N:귀걸이무 S:짧은헤어 L:긴헤어 금:금속테안경 빨:빨테안경 무:안경무 G:회색재킷 R:빨강재킷
 <그림 6> 전문직 이미지와 선호도에 의한 자극물의 위치

호도가 가장 낮게 나타났다. 긴 머리에 귀걸이 없이 빨테 안경을 착용하고 빨강 옷을 입은 여성(P24)은 전문직 이미지와 선호도가 동시에 낮았고, 짧은 헤어스타일에 빨테 안경과 귀걸이를 착용하고 회색 의복을 입은 경우(P17)는 전문직 이미지와 선호도가 동시에 높은 편이었다.

3. 안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 연령 평가 및 직업 추론

안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 연령 평가의 차이를 조사하기 위하여 사원변량분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 7>과 같다.

<표 7>에서 주 효과를 볼 때 안경과 헤어길이에 따라 연령 평가는 유의적인 차이가 있었다. 평균치를 보면 금속테 안경은 29.40세를 나타내어 가장 연령이 높았고, 그 다음 빨테 안경은 28.49세를 나타내 두 번째로 연령이 높았다. 안

경을 착용하지 않은 여성의 연령은 27.63세를 나타내 가장 연령이 낮았다. 즉 여성의 안경 착용에 따라 연령 평가가 달리 나타나며, 안경테 종류에 따라서도 연령이 다르게 보인다는 것을 알 수 있었다. 헤어길이의 경우 짧은 헤어는 30.18세, 긴 헤어는 26.85세를 나타내, 같은 얼굴이라도 헤어길이에 따라 3-4세 정도 연령이 달리 평가됨을 확인할 수 있었다. 본 연구에서 긴 헤어가 짧은 헤어보다 연령이 젊게 평가된 것은 정수진 외(2005)의 연구와 다른 결과를 나타냈으나, Terry and Krantz(1993), 이효숙, 박숙현(2007)의 연구와 일치하였다. 또한 긴 헤어가 26.85세로 보였던 것은 김양휴(1996)의 연구에서 20대 여성이 가장 선호하는 스타일이 긴 직모였던 결과와 유사한 맥락이라고 할 수 있다.

귀걸이 착용과 의복 색은 연령 평가에 유의한 영향을 주지 않았다.

<표 7> 안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 연령 평가

변량원		df	연령 F
안경(A)		2	17.78**
귀걸이(B)		1	1.28
헤어길이(C)		1	184.46**
의복 색(D)		3	.99
A×B		2	1.78
A×C		2	.97
A×D		6	.70
B×C		1	.09
B×D		3	1.14
C×D		3	1.97
A×B×C		2	.82
A×B×D		6	2.12*
A×C×D		6	.87
B×C×D		3	.48
A×B×C×D		6	.68
집단 내 오차		676	

변인	속성	N	M	에타제 급
안경	금속테	243	29.40a	.050
	빨테	241	28.49b	
	안경무	240	27.63c	
귀걸이	유	362	28.65	.002
	무	362	28.37	
헤어 스타일	짧은	360	30.18	.214
	긴	364	26.85	
의복 색	연회색	182	28.74	.004
	진회색	180	28.46	
	빨강	180	28.66	
	어두운 빨강	182	28.14	

* $p < .05$, ** $p < .01$,

a, b, c : Duncan's multiple range test

연령 평가는 안경, 귀걸이, 의복 색의 3개 변인에 의하여 유의한 상호작용효과가 있었으며, 각 집단의 평균과 상호작용형태는 <표 8> <그림 7>과 같다.

<표 8>에서 금속테 안경을 착용하고 귀걸이와 어두운 빨강 재킷을 착용한 여성은 30.23세로 연령이 가장 높게 나타났다. 안경을 착용하지 않고 귀걸이와 어두운 빨강 재킷을 착용한 여성은 26.63세로 연령이 매우 짧게 나타났다. 안경을 착용하지 않고 귀걸이와 진회색 재킷을 착용한 여성도 27.03세로 연령이 비교적 짧게 보였다. 이것은 진회색, 어두운 빨강 등의 의복 색이 안경 착용여부에 따른 연령 평가에 영향을 줄을 의미하며, 안경과 같은 외모단서가 다른 단서와 함께 사용되면 그 효과에 변화가 있었던 선행연구(Lennon & Miller, 1984-1985)와 유사한 맥락이다.

안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 직업 추론의 차이를 조사하기 위하여 χ^2 검증을 실시하였으며 그 결과는 <표 9>와 같다. <표 9>에서는 직업 추론의 평가를 실시하지 않은 응답지 24개를 제외하였다.

전체 분포 경향을 보면 자극물의 여성은 사무직으로 추론되는 비율이 41.0%로서 가장 높았으며, 그 다음 전문직(25.0%), 서비스직(14.4%), 관리직(9.4%), 대학생(8.9%)의 순이었고, 비취업주부(1.3%)가 가장 낮은 비율을 나타냈다.

안경 착용과 직업 추론은 유의한 관계가 있었다. 금속테 및 빨테 안경을 착용한 여성은 안경을 착용하지 않은 경우보다 전문직으로 추론되었으며, 금속테는 빨테 안경보다 더 전문직으로 추론되는 비율이 높았다. 안경 착용자는 안경을 착용하지 않은 경우보다 전문직으로 추론된 비율이 약 50% 정도 더 높았다. 또한 빨테 안경 착용자는 금속테보다 대학생으로 평가되었고, 안경 착용자는 서비스직으로 평가되는 비율이 낮았다.

귀걸이 착용 여부와 직업 추론은 유의한 관계를 보였다. 전체적으로 사무직 추론이 가장 많은 가운데, 특히 귀걸이 착용자는 비착용자보다 사무직으로 추론되는 정도가 더 높았다.

헤어길이와 직업 추론은 유의한 관계가 있어, 짧은 머리는 긴 머리보다 전문직이나 관리직으로 추론되는 비율이 높았고, 긴 머리는 대학생으로 평가되는 비율이 높았다.

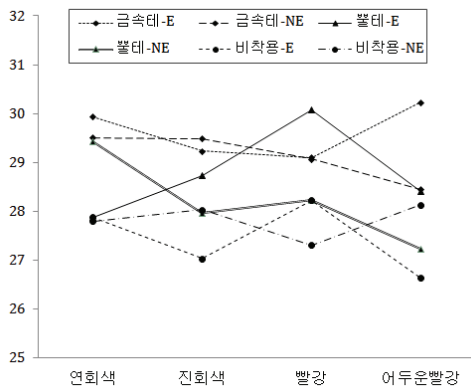
의복 색과 직업 추론은 유의한 관계가 있었다. 연회색 및 진회색 재킷은 사무직이나 전문

<표 8> 연령 평가에 대한 안경, 귀걸이, 의복 색에 따른 평균 비교

안경, 귀걸이		의복 색	연회색	진회색	빨강	어두운 빨강
금속테	귀걸이유		29.94ab	29.73ab	29.03abcd	30.23a
	귀걸이무		29.50abc	29.23abcd	29.10abcd	28.44abcde
빨테	귀걸이유		27.87bcde	28.73abcde	30.07ab	28.40abcde
	귀걸이무		29.43abc	27.97abcde	28.23abcde	27.23cde
안경 비착용	귀걸이유		27.87bcde	27.03de	28.23abcde	26.63e
	귀걸이무		27.80bcde	28.03abcde	27.3cde	28.13abcde

F=2.19, p=.00, a-e: Duncan's multiple range test

직으로 추론되었고, 빨간색 재킷은 서비스직으로 추론되는 비율이 더 높았다.



E: 귀걸이유, NE: 귀걸이무

<그림 7> 연령 평가에 대한 안경, 귀걸이, 의복 색에 따른 상호작용형태

전문직 추론에 대한 결과를 종합적으로 볼 때 안경을 착용한 여성은 안경을 착용하지 않은 경우보다 전문직으로 추론된 비율이 매우 더 높았는데, 이러한 결과는 Hellström and Tekle(1994)의 연구에서 안경이 지적 직업과 관련된다고 한 결과와 일치하였으며, 선행연구에서 안경이 권위(정수정 외, 1999)와 지성 평가(Terry, Krantz, 1993)에 도움이 되었던 내용과 유사한 결과였다. 또한 짧은 헤어스타일과 무채색 의복이 전문직 추론에 긍정적인 영향을 주었다. 이것은 커트머리가 긴 머리보다 지적인 이미지가 높고(이영미, 서미아, 1998), 책임감 있는 인상을 주었던 결과(윤소영, 2001)와 같은 맥락이며, 전문직 여성의

이미지가 무채색 의복으로 나타나는 경우가 많다는 선행연구(김문영, 2002)와 일치하였다.

이상에서 볼 때 안경, 헤어길이, 의복 색은 전문직 추론에 도움이 되는 단서가 됨을 확인할 수 있었다.

IV. 결론

본 연구는 안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색과 같은 외모 장식에 따른 여성의 전문직 이미지와 선호도 평가, 연령 및 직업 추론의 차이를 조사하는 데 그 목적이 있었다. 조사대상자는 서울 지역의 여대생 362명이었다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 안경과 귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 경우보다 전문직 이미지가 더 높게 지각되었으며, 짧은 머리가 긴 머리보다 전문직 이미지가 높게 지각되었다. 연회색 및 진회색 재킷은 빨강 및 어두운 빨강 재킷보다 전문직 이미지가 더 높게 평가되었다. 안경을 착용하지 않은 여성은 안경을 착용한 경우보다 선호도가 높게 평가되었으며, 귀걸이를 착용한 여성은 착용하지 않은 모습보다, 긴 머리는 짧은 머리보다 선호도가 더 높았다.

둘째, 상호작용효과를 볼 때 빨테 안경을 착용하고 귀걸이를 하지 않은 여성은 선호도가 매우 낮게 평가되었으나, 빨테 안경과 함께 귀걸이를 착용한 여성은 선호도가 증가하였다. 이것은 귀걸이와 같은 장식적인 액세서리가 빨테 안경의 이미지를 변화시키는 효과가 있음을 의미

<표 9> 안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색에 따른 직업 추론의 분석

구 분		직업						계	χ^2
		전문직	관리직	사무직	서비스직	대학생	비취업 주부		
안경	금속테	69(29.1)	3(13.9)	90(38.0)	27(11.4)	15 (6.3)	3(1.3)	237(100)	27.78** df=10
	빨테	62(26.5)	17 (7.3)	100(42.7)	26(11.1)	27(11.5)	2(0.9)	234(100)	
	안경무	44(19.2)	16 (7.0)	97(42.4)	48(21.0)	20 (8.7)	4(1.7)	229(100)	
귀걸이	유	91(25.7)	27 (7.6)	159(44.9)	52(14.7)	21 (5.9)	4(1.1)	354(100)	12.37* df=5
	무	84(24.3)	39(11.3)	128(37.0)	49(14.2)	41(11.8)	5(1.4)	346(100)	
헤어 길이	짧은	114(32.9)	42(12.1)	126(36.4)	53(15.3)	6 (1.7)	5(1.4)	346(100)	65.83** df=5
	긴	61(17.2)	24 (6.8)	161(45.5)	48(13.6)	56(15.8)	4(1.1)	354(100)	
의복 색	연회색	50(28.2)	12 (6.8)	83(46.9)	23(13.0)	9 (5.1)	0(0.0)	177(100)	29.67* df=15
	진회색	47(27.5)	17 (9.9)	69(40.4)	19(11.1)	19(11.1)	0(0.0)	171(100)	
	빨강	42(23.7)	16 (9.0)	64(36.2)	32(18.1)	16 (9.0)	7(4.0)	177(100)	
	어두운 빨강	36(20.6)	21(12.0)	71(40.6)	27(15.4)	18(10.3)	2(1.1)	175(100)	
계		175(25.0)	66 (9.4)	287(41.0)	101(14.4)	62 (8.9)	9(1.3)	700(100)	

* $p < .05$, ** $p < .01$, ()=row. %

한다.

셋째, 전문직 이미지가 가장 높은 여성은 짧은 머리에 금속테 안경과 귀걸이를 착용하고 회색 옷을 입은 여성이었고, 선호도가 가장 높은 경우는 안경을 착용하지 않으면서 긴 머리에 귀걸이를 착용하고 회색 옷을 입은 여성이었다.

넷째, 안경 착용 및 외모 장식은 연령 추론과 유의한 관계가 있었다. 금속테 안경을 착용한 여성은 29.40세로 보여 가장 연령이 높게 나타났다. 그 다음 빨테 안경 착용자는 28.49세로 보여 두 번째로 연령이 높았다. 안경을 착용하지 않은 여성은 27.63세로 가장 연령이 낮았다. 헤어길이의 경우 짧은 머리는 30.18세, 긴 머리는 26.85세로 보여, 헤어길이에 따라 3-4세 정도 연령이 달리 평가되었다.

다섯째, 직업 추론에서 금속테 안경 착용자, 짧은 머리, 회색 재킷을 착용한 여성은 전문직으로, 귀걸이 착용자는 사무직으로 추론되었다. 또한 안경 착용자는 서비스직으로 평가되지 않았으나, 빨강 재킷 착용자는 서비스직으로 평가되는 비율이 높았다.

종합적으로 볼 때 안경, 귀걸이, 헤어길이, 의복 색과 같은 외모단서는 지각대상자의 전문직 이미지와 선호도 평가, 연령 및 직업 추론에 영

향을 준다고 할 수 있다.

여성의 안경 착용은 대체로 외모 이미지 향상에 긍정적 효과를 주지 않았으나 전문직 이미지 평가에는 긍정적이었다. 짧은 머리, 무채색 의복은 전문직 이미지 향상에 도움이 되었으며, 단순한 귀걸이 착용도 전문직 이미지와 선호도와 같은 외모 이미지 평가에 긍정적인 효과를 주는 단서라 하겠다. 본 연구의 결과는 시각적 이미지 연구에 도움이 되는 기초자료를 제공하며, 여성의 외모 향상과 전문직 이미지 유지에 도움이 되는 자료를 제공할 수 있을 것이다.

본 연구의 한계는 자극물로 사용된 인물의 사진이 실물과 차이가 있을 것이며, 한 명의 모델을 사용하였다는 점이다. 후속연구에서는 2명 이상의 모델을 사용하여 모델의 효과를 비교하여 외모 장식과 인물의 인상이 미치는 영향을 함께 조사하는 것이 필요시 된다.

참 고 문 헌

- 강혜원. (1995). *의상사회심리학*(개정판). 서울: 교문사.
고시생, 여자가 남자보다 많아. (2011. 8. 1). 조선일보
자료검색일 2012. 4. 25, 자료출처 <http://news.chosun>.

- com/
- 김경원, 탁혜령, 고애란. (2004). 의복 스타일에 따른 인상 형성에서의 순서효과, *한국의류학회지*, 28(7), 995-1006.
- 김문영. (2002). 영화 여주인공의 의복이미지에 나타난 전문직업여성의 복장 유형의 변화 연구. *대한가정학회지*, 40(11), 157-170.
- 김성모. (2010. 6. 24). 외무고시에 ‘여풍’ 다시 불기 시작. 조선일보 자료검색일 2012. 4. 25, 자료출처 <http://news.chosun.com/>
- 김양휴. (1996). *패션헤어스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구*. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영인, 문영애, 한소원. (2000). 한국 성인남녀의 의복 선호색, *한국의류학회지*, 24(7), 964-975.
- 김윤경, 강경자. (2003). 의복스타일과 색상·톤 조합이 인상형성에 미치는 영향, *한국의류학회지*, 27(3), 395-406.
- 나광주. (1989). *의복과 헤어스타일의 인상형성에 대한 관심도*. 조선대학교 대학원 석사학위논문.
- 박주비, 정옥임. (2005). 여대생의 신체적 특징에 따른 의복행동 및 헤어스타일행동에 관한 연구. *대한가정학회지*, 43(6), 97-112.
- 서주희, 진기남, 윤종희. (2010). 치과위생사의 유니폼이 전문직 자기이미지에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 34(8), 1331-1340.
- 안남정, 임영민, 박성일. (2004). 안경테의 재질 인식 및 선호도에 관한 연구. 2004 *한국안광학회 국제 학술심포지엄 발표논문집*, 47-45.
- 오현석, 성은모. (2010). 전문직종의 변화에 따른 전문가 사회의 특성 및 동향 분석. *직업교육연구*, 29(2), 205-223.
- 유경숙. (1996). *성역할 정체감과 의복디자인 선호에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 유희. (2010). *직장인의 프로페셔널 이미지와 전략적 외모관리*. 가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤소영. (2001). *메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향*. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위논문.
- 윤영애. (2005). 액세서리에 따른 이미지 지각의 차이: 귀걸이의 재료와 형태를 중심으로. *한국패션뷰티학회지*, 3(3), 1-10.
- 이영미, 서미아. (1998). 네크라인과 헤어스타일이 얼굴이미지 및 형태 지각에 미치는 영향. *복식문화연구*, 6(4), 617-629.
- 이명희. (2006). 액세서리 착용이 여성의 전문성 및 매력성 평가에 미치는 영향. *한국의상디자인학회지*, 8(1), 1-12.
- 이명희, 강승희. (1998). 장신구와 재킷 색이 여성의 인상에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 22(8), 1111-1121.
- 이미숙, 박성은. (2004). 의복의 색과 노출정도가 여성의 외모에 대한 고정관념에 미치는 영향. *대한가정학회지*, 42(11), 137-150.
- 이효숙, 박숙현. (2007). 헤어스타일에 따른 시각적 평가. *한국디자인문화학회지*, 13(4), 349-361.
- 이효숙, 박숙현. (2008). 헤어디자인요소의 변화에 따른 헤어스타일 이미지. *한국의류학회지*, 32(11), 1782-1791.
- 임경복. (2010). 남녀 대학생의 외모관리 행동과 의복 추구혜택에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 12(4), 29-41.
- 정수정, 정혜경, 김경희, 권혜진. (1999). 안경 착용자의 안경 착용에 대한 이미지 연구. *한국학교보건학회지*, 12(1), 71-84.
- 정수진, 정해선, 강경자. (2005). 모자유형과 헤어스타일 및 길이변화에 따른 모자유형자의 인상평가. *한국의상디자인학회지*, 7(3), 129-144.
- 정수진, 최수경. (2009). 귀걸이, 네크라인, 헤어스타일의 코디네이션이 이미지에 미치는 영향. *한국생활과학학회지*, 18(2), 535-545.
- 정해선, 강경자. (2004). 헤어스타일·길이와 모자유형이 인상형성에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 28(3/4), 460-471.
- 조기년. (2004). *직장여성의 외적 Self Image Making 인식 정도에 관한 연구*. 대구가톨릭대학교 보건과학대학원 석사학위논문.
- 차미승. (1992). *의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석*. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 최셋별, 진기남. (2007). 문화사회학적 시각에서 본 패션의 전략적 사용. *한국의류학회지*, 31(9/10), 1342-1351.

- 최수경. (2010). 의복과 헤어스타일의 추구이미지에 따른 성인여성의 액세서리 착용 및 화장 정도. *한국디자인문화학회지*, 16(1), 336-344.
- 한명숙. (2004). 남·여 대학생의 두발, 신발, 장신구의 고정관념에 대한 연구: 선생님과 학생의 역할을 중심으로. *한국의류학회지*, 28(11), 1404-1414.
- 히명숙. (2007). 전문직 여성에 대한 언론보도 프레임 연구. *미디어, 젠더 & 문화*, 7, 5-46.
- 허은영, 진기남, 고애란, 김진주. (2011). 여군의 군복에 대한 인식과 전문직 자기이미지에 관한 연구. *한국의류학회지*, 35(11), 1377-1385.
- Cash, T. F. (1985). The impact of grooming styles on the evaluation of women in management, in Solomon, M. R. (Ed.). *The Psychology of Fashion*, Lexington, Mass.: Lexington Books, 343-355.
- COS: Color System. (1997). 서울: 한국유행색산업협회.
- Damhorst, M. L. (1984-1985). Meanings of clothing cues in social context. *Clothing & Textiles Research Journal*, 3(2), 39-48.
- Edwards, K. (1987). Effects of sex and glasses on attitudes toward intelligence and attractiveness. *Psychological Reports*, 60, 590.
- 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), 15-17.
- Francis, S. K., & Evans, P. K. (1987). Effects of hue, value, and style of garment and personal coloring of model on person perception. *Perception & Motor Skills*, 64(2), 383-390.
- Hellström, Ä., & 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, 639-705.
- Kwon, Y. H. (1994). The influence of appropriateness of dress and gender on the self-perception of occupational attributes. *Clothing and Textiles Research Journal*, 12(3), 33-39.
- Lennon, S. J., & Miller, F. G. (1984-1985). Attire, physical appearance, and first impression. *Clothing and Textiles Research Journal*, 3(1-2), 1-8.
- Molloy, J. T. (1988). *New dress for success*. New York: Warner Books Inc.
- Roberts, L. M. (2005). Changing faces: Professional image construction in diverse organizational settings. *Academy of Management Review*, 30(4), 685-711.
- 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), 1757-1769.
- 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), 139-150.