외모에 대한 사회·문화적 태도와 외모관리행동에 대한 연구*

- 20대 여성을 중심으로 -

A Study on the Sociocultural Attitude toward Appearance and Appearance-management Behavior*

- Focused on Females in Their Twenties -

김포대학 패션디자인과
교 수 김 선 희

Dept. of Fashion Design, Kimpo College, Kimpo, Korea
Professor : Sun-Hee Kim

목 차

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 이론적 배경
Ⅲ. 연구방법
Ⅳ. 결과 및 논의
Ⅴ. 결론 및 제언
참고문헌

<Abstract>

The Purpose of this study was to investigate the relationship between sociocultural attitude toward appearance and appearance-management behavior.

The method of the study was survey research by using questionnaires. Subjects were 323 females in their twenties. Statistical analysis methods were frequency, percentage, factor analysis, one-way ANOVA, χ^2- test, and Duncan's multiple range test.

The results of the study were as follows.

As for appearance-management behaviors of females in their twenties, they experienced in diet, plastic surgery, skin care, make up, and hair dyeing.

There were significant differences in body satisfaction between groups according to body image distortion. Respondents were barely satisfied with their body, and the group with high body image distortion showed

Corresponding Author: Sun-Hee Kim, #2-1403, Woo-Sung APT, Dowha Dong, Mapo Gu, Seoul, Korea. Zip 121-774, T & F : 82-2-6383-0208, E-mail : sunny@kimpo.ac.kr, sunnyfd@hanmail.net

* 이 논문은 2003학년도 김포대학의 연구비 지원에 의하여 연구되었음.

low body satisfaction. Sociocultural attitude toward appearance factors was analyzed into 2 factors, iternalization of mass-media and social recognition toward appearance, which respondents considered importantly. A significant difference was found in sociocultural attitude toward appearance and appearance management behavior. The group with positive sociocultural attitude toward appearance was analyzed to show high appearance concern and many experiences of appearance management behaviors.

주제어(Key Words): 외모관리행동(appearance-management behavior), 신체이미지 왜곡(body image distortion), 신체만족(body satisfaction), 사회문화적 태도(sociocultural attitude)

I. 서 론

최근 한국사회는 외모지상주의가 새로운 이슈(issue)로 부각되면서 소비문화가 급속하게 변화하고 있다. 여성들은 아름다움에 대한 문화적 관념을 내면화하여 끊임없이 이를 추구하게 되었고, 가능하면 무엇이든 판매하고자하는 상업주의 때문에 여성의 아름다움은 인위적으로 추구할 수 있다는 사고방식이 점점 더 확산되고 있다. 이러한 현상은 여성의 몸을 대상으로 한 이른바 육체산업 이라는 이름아래 여성의 외모와 관련된 산업의 성장을 가져왔다(강상현, 2000).

신체매력에 대한 사회 문화적 영향력은 성에 따라 다르게 작용하고, 여성이 좀 더 신체적 느낌 및 변화에 민감하며(Cash, 1990), 여성이 남성보다 신체매력에 더욱 큰 가치를 두는 것으로 나타났다(Franzoi & Stephani, 1984). 서구 지향적인 우리사회에서도 이러한 이유로 많은 여성들이 이상적인 외모를 가꾸기 위해 시간, 노력 및 투자를 아끼지 않고 있다. 또한 체중조절 등과 같은 외모관리행동은 신체불만족과 관련이 있으며(이영주, 1999), 여성들은 TV나 잡지에 의해 사회적 이상으로 강조되는 극도로 마른 몸매를 이상화하고, 이러한 현실은 자신들의 정상적인 신체에 대한 불만족과 함께 섭식장애 등의 문제를 야기하는 것으로 나타났다(Thomson & Heinberg, 1999).

한편, 매스미디어에 의해 표현된 이상화된 신체모습은 전문적인 신체관리, 메이크업 등에 의해 인공적으로 조장되어 빠르고 보편적으로 전달되고 있다. Thomson 등(1999)은 이상적인 사회기준을 강력하게 전달하는 매스미디어와 신체이미지와 관계를 규명하는데 사회비교이론(social comparison theory)이 유용한 이론적 토대가 될 수 있음을 제시하였다. 즉, 이상적 신체형은 사회 문화적 맥락에 의해 결정되며, 개인의 신체를 보는 방법이나 신체에 대한 만족도 또한 그 시대의 사회 문화적 기준에 의해 크게 영향을 받는다고 할 수 있다. 따라서, 소비자들의 구체적인 외모관리행동 실태를 조사하고, 이러한 행동의 이론적 토대가 되는 사회·문화적 태도를 파악하는 연구가 필요하다고 할 수 있다.

본 연구에서는 자신의 신체와 외모에 관심이 높은 20대 여성 소비자를 중심으로 그들의 신체에 대한 만족과 신체왜곡수준과의 관계를 파악하고, 외모관리행동 경향과 사회 문화적 태도와 관계를 밝히고자 하였다. 이러한 연구는 사회비교이론이 소비자들의 외모에 대한 행동을 설명할 수 있는 유용한 이론임을 규명할 수 있으며, 최근 사회 문화적 환경인 매스미디어의 풍요 속에서 반응하는 20대 여성 소비자들의 신체에 대한 태도 및 행동을 이해하는 기초 자료가 될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 외모와 사회·문화적 태도

역사적으로 미의 이미지 즉 신체모습에 대한 사회 문화적 기준이 미술, 문학 등의 예술영역을 통해서 점진적으로 전파되었던 것과는 달리, 오늘날은 매스미디어에 의해 보편적으로 전달되고 있다(조선

명, 2000). 즉 우리는 우리가 항상 접하고 있는 매스미디어를 통해 신체적 외모에 대한 사회적 이상을 지각하며 자신의 외모에 대한 인식을 하게 된다. 날씬하고 매력적인 사회적 이상은 외모에 대한 관심을 고조시키고, 소비자들은 자신의 신체에 불만족하게 되며 외모관리행동을 통해 이를 개선하고자 하는 것이다. 이러한 현상은 매스미디어의 문화전수기능으로 이해될 수 있다. 즉 매스미디어는 사람들에게 사회의 전통과 규범을 가르치는 사회화의 역할을 한다. 대중매체는 사람들의 공통적인 경험의 토대를 넓히고 공통성을 형성하는 한편, 사람들의 사고방식을 획일화시킴으로써, 문화의 다양성을 감소시킬 수 있다.

한편, 날씬한 체형에 대한 가치 부여, 완전함의 추구, 규범적인 다이어트, 여성에게 마른 체형의 가치를 부각시키는 대중매체의 역할, 그리고 전문적이고 직업적인 요인 등과 같은 사회 문화적 요인들이 여성의 다이어트와 섭식장애발생에 영향을 미친다고 할 수 있다(김은주, 2001). 이러한 현상은 신체이미지는 객관적 수치보다는 주관적인 판단에 의해 인지되는 경향이 많으므로 객관적인 평가기준이 없는 상황하에서 사람들은 타인들과 자신을 비교함으로써 자신에 대한 평가를 형성한다는 사회적 비교이론으로 설명할 수 있다(Lennon, Rudd, Sloan, & Kim, 1999 ; Thomson & Heinberg, 1999).

특히, 서구사회에서 비만은 남성보다 여성의 사회적 관계에 더 영향을 미치며(Tiggemann & Rothblum, 1988), 여성에 있어 극도로 마른 몸매가 TV나 잡지에 의해 사회적 이상으로 강조되고 있다(Thompson & Heinberg, 1999). 이와 같은 상황에서 우리나라 여성들은 여가 활동으로 'TV시청'이나 '수면' '잡일' 등을 많이 하는 것으로 나타났으며(조선일보, 2002. 3. 7), 전반적으로 여성이 남성에 비해 일일 TV 시청시간이 많은 것으로 나타났다(한균태, 2002). 또한, 청소년 여학생을 대상으로 선망하는 외모를 조사한 결과, 48.5%가 연예인으로 나타나, 우리나라 여성들이 많은 시간을 대중매체에 접하고 있으며, 보통사람보다 마른 신체를 가진 연예인을 이상적인 외모기준으로 설정하고 있음을 알 수 있다(심정은, 1997).

Festinger(1954)는 개인이 자신의 의견이나 능력에 대한 평가를 형성하는 과정을 설명하기 위하여 사회적 비교이론을 제시하였으나 이 이론은 또한 신체매력, 자아존중감 및 외모관리행동을 설명하는데 유용하게 적용될 수 있다(Lennon & Rudd, 1994). Bloch & Richins(1992)는 외모평가에 있어서 사회적 비교과정을 조사한 결과, 사람들은 사회적 비교과정을 통하여 준거집단 내의 외모 기준을 관찰하고 다이어트 등의 외모관리 행동과 연합시켜 이를 매력성을 증진시키는 수단으로 사용함으로써 자아존중감을 향상시키고 사회적 이점을 획득하는 것으로 나타났다.

2. 외모관리행동

외모관리행동은 자신의 타고난 외모는 충분히 변화할 수 있다는 사고방식에 기인한 것이라 할 수 있다. 자신의 외모를 더욱 아름답게 하고자 하는 여성의 의지는 이러한 여러 가지의 외모관리행동을 하도록 하는 원동력이 되는 것이다. 또한, 개인은 사회적 기준을 내면화하여 자신의 신체를 평가하고 이상적인 신체모습과 자신과의 차이를 극복하기 위하여 체중조절, 화장, 성형수술, 피부관리, 의복 등의 행동을 통해 자신을 변화시키고 향상시키도록 동기화 된다(Kaiser, 1990).

한편, 신체이미지는 고정되어 있지 않고 항상 변화하는데, 예를 들어 매력적인 광고 모델들이 신체에 대한 의식을 강화하는 요인으로 작용하며, 이에 따라 신체를 꾸며주는 의복이나 보석, 화장, 향수 등을 통하여 자신의 외모변화행동을 함으로써 신체에 대한 감정을 변화시키려한다(Cash, 1990). Lennon & Rudd(1994)은 사회비교이론을 기초로 신체미학 모델을 발전시켰는데, 이 모델에 의하면 어떤 문화내에서 이상적인 외모는 사람들이 그들의 외모를 창조하고 자신과 비교하기 위하여 사용되는 미적기준으로 내면화되며, 이상적 기준에 접근하기 위하여 의복이나 화장과 같은 외모관리행동이 동기화 되어 구체적인 행동을 이끌어낸다.

Rudd와 Lennon(2000)은 미국여대생을 95명을 대상으로 신체이미지와 외모관리행동에 대해 질적연구방법으로 조사하였다. 그 결과 현대 서구사회의 이상적 미의 기준은 날씬함, 매력, 체력 등으로 나타났으며, 가장 공통된 테마는 위험한 외모관리행동이라고 하였다. 즉, 신체는 단련할 수 있으며, 개인의 통제하에 있다는 선재된 감정을 나타내는 위험한 외모관리행동이 성에 대한 사회적 기준에 따라 실행되고 있다고 하였다.

아름다운 외모관리에 대한 중요성이 증대하고 있는 것은 성형수술이 일반화되는 것을 통해서도 알 수 있는데, 성형외과 증가율은 전체의원 증가율의 4배이며, 2000년 성형외과 총 수술비용은 5000억원에 이르는 것으로 나타났다(한국일보, 2001. 8. 9). 또한 비만클리닉을 찾은 여성의 50%가 정상체중으로 나타났으며(중앙일보, 2001. 8. 12), 여대생들은 객관적 비만수준보다 자신을 과체중에 가깝게 인식하는 것으로 나타나(김용주, 1999), 정상체중의 사람들이 다이어트를 통해 자신이 원하는 몸매를 유지하려는 경향이 증가되고 있음을 알 수 있다. 이러한 경향은 자신의 실제모습에 대한 객관적인 인식과는 별개로 미에 대한 이상형을 규정하고 이러한 기준과 자신의 모습과의 비교를 통하여 신체이미지를 갖는 것으로 설명될 수 있다.

〈표 1〉은 대중매체에 나타난 외모관리행동을 일정기간동안 임의 선정하여 기사내용과 광고내용을

〈표 1〉 대중매체 속에 나타난 외모관리 행동 유형

외모관리행동 유형	내 용	
체중조절 및 체형관리	식이요법	원푸드 다이어트: 과일 및 야채 중 한가지만 섭취 황제다이어트: 육류 및 생선회만 섭취 끼니 거르기, 덜먹기, 종류가려먹기 스즈끼식 다이어트: 쌀밥을 중심으로 식단에 맞는 음식 섭취 대체식품먹기: 야채효소, 생식 등 섭취
	단식원	단식원 프로그램: 산책, 요가 명상, 에어로빅 등
	운 동	헬스, 수영, 테니스, 에어로빅, 복싱에어로빅, 아쿠아로빅 등 살 빼기 교실, 체형미 교실 등
	약물복용	식욕억제 약, 설사제, 이뇨제 등
	바르는 약	바디랩, 크림, 반창고 요법 등
	한방요법	한약 복용, 장세척, 전기침, 부황 등
미용성형수술	얼굴성형	눈, 코, 입술, 얼굴윤곽수술
	가슴성형	가슴확대 또는 축소, 함몰유두교정술
	주름제거	이마, 눈 주위, 입주위의 주름제거,피부박피술,
	체형보정	지방흡입술, 지방제거술, 근육제거술
	기 타	액취증 수술, 흉터수술 등
화장, 피부관리	기초화장	스킨, 로션 등 기초화장 용품만 사용
	부분화장	입술, 눈썹 등 부분 색조 화장
	전체화장	기초화장 및 피부, 입술, 눈 등 전체색조화장
	피부관리	비타민 복용, 각지제거제 사용, 마사지, 팩 등
헤어관리	헤어디자인	컷트, 퍼머 등
	헤어염색	부분 염색, 전체염색, 다양한 색상
	헤어트리트먼트	보습 및 영양관리

중심으로 정리한 것으로, 외모관리행동유형은 체중조절 및 체형관리, 미용성형수술, 화장, 피부관리, 헤어관리 등으로 나눌 수 있었다. 최근의 외모관리행동은 외모관리 전반에 대한 서비스를 받을 수 있도록 분야별 전문가들이 모여 에스테틱(esthetic)을 운영하는 경향이 있으며, 서울 강남지역에 개장하는 초호화 피트니스(fitness)센터에 대한 보도(동아일보, 2000. 2. 23) 등을 통하여 외모관리의 집중와 전문화의 경향이 있음을 알 수 있다. 본 연구에서는 외모관리행동을 자신의 외모에 대한 관심정도에 따라 자신의 신체적 외모에 대한 만족도를 높이기 위해 외모를 변화시키고 아름답게 가꾸기 위하여 행해지는 행동으로 정의하고, 체중조절행동, 성형수술, 화장, 피부관리, 염색 등으로 구분하여 파악하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 20대 여성 소비자들의 구체적 외모관리행동의 유형을 분석한다.

둘째, 20대 여성 소비자들의 신체만족과 신체왜곡 수준의 관계를 파악한다.

셋째, 20대 여성 소비자들의 외모에 대한 사회 문화적 태도를 파악한다.

넷째, 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모관리행동의 관계를 파악한다.

2. 측정도구

본 연구는 조사연구방법으로 이론적 고찰과 질문지법을 사용하였다. 외모관리행동은 체중조절행동, 성형수술, 화장, 피부관리, 염색 등으로 나누어 구체적인 행동을 분석하였다. 신체만족도는 Cash(1990)의 MBSRQ (Multi-dimensional Body-Self Relation Questionnaire) 중 BASS(Body Area Satisfaction Scale)을 사용하여 5점 척도로 측정하였으며, 신체왜곡수준을 알아보기 위하여 먼저, Rohrer의 신체충실지수(Rohrer Index=체중(kg)/신장(Cm)^3×10^7)를 산출하였다. 신체충실지수에 따라 저체중군, 정상군, 비만군으로 집단을 분류하고 실제 자신의 체중과, 신장 및 이상적으로 생각하는 체중과 신장을 조사하여 이들의 평균, 표준편차, 오차값을 구하고 상하위 25% 백분위수를 기준으로 세집단으로 분류하였다. 한편, 실제 체중과 키에 대한 측정은 양적 연구의 한계로 직접측정하지 못하고 설문 조사되었다. 외모에 대한 사회문화적 태도는 신체적 외모의 중요성과 이상적인 사회기준에 대한 태도를 의미하며, Heinberg, Thompson, & Stormer(1995)가 개발한 문항 (sociocultural attitude toward appearance questionnaire - SATAQ)을 이용하여 5점 척도로 측정하였다.

3. 연구대상, 자료수집 및 분석 방법

본 연구의 대상은 만 20세~29세인 20대 여성으로 서울시내 및 경기도에 거주하는 여성을 임의 표집하였다. 자료는 총 400부의 설문지를 배부하여 응답이 불완전한 설문지를 제외하고 총 323부가 분석자료로 사용되었다.

조사 대상자의 연령 분포는 20세~23세가 80명(24.8%), 24세~26세가 181명(56.0%), 27세~29세가 62명(19.2%)이었으며, 직업은 대학생 및 대학원생 112명(34.6%), 사무직 72명(22.3%), 전업주부 42명(13.0%), 서비스직 37명(11.5%), 전문직 33명(10.2%), 기타직 27명(8.4%) 이었다.

자료분석은 SPSS 통계 Package를 사용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, 요인분석, χ^2- Test 등을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 외모관리행동

20대 여성 소비자들의 외모관리행동을 알아보기

〈표 2〉 20대 소비자들의 외모관리 행동 경험(복수응답가능)

유형 \ 방법	종 류	빈도(백분율)
체중조절행동	식사조절	159(26.2)
	운동	157(25.9)
	단식	54(8.9)
	체형관리실	48(7.9)
	다이어트 식품섭취	42(6.9)
	스즈끼식 다이어트	34(5.6)
	바디용품	23(3.8)
	약물요법	22(3.6)
	착용품	16(2.6)
	흡연	16(2.6)
	기타	13(2.1)
	침술	12(2.0)
	구토	9(1.5)
	지방흡입술	2(0.3)
	계	607(100.0)
미용성형수술	쌍거풀 수술	104(52.5)
	코수술	28(14.1)
	기미, 주근깨, 반점 제거	25(12.6)
	박피술	17(8.6)
	가슴수술	16(8.1)
	얼굴윤곽	1(0.5)
	기타	7(3.5)
	계	198(100.0)
전문피부관리	얼굴관리	136(44.9)
	손톱, 발톱관리	68(22.4)
	선탠	39(12.9)
	전신관리	24(7.9)
	발관리	23(7.6)
	기타	8(2.6)
	눈썹관리	5(1.7)
	계	303(100.0)
화장	전체화장	145(44.9)
	부분화장	98(30.3)
	기초화장	80(24.8)
	계	323(100.0)
머리염색	자연스러운 변화	179(55.4)
	부분염색	72(22.3)
	혁신적 색상과 스타일	15(4.6)
	염색하지 않음	57(17.6)
	계	323(100.0)

위하여 각 외모관리방법에 대한 빈도와 백분율을 조사한 결과는 〈표 2〉와 같다.

체중조절행동은 주로 식사조절, 운동 등의 방법을 이용하였으며, 외모관리유형 중 응답빈도가 가장 높게나 가장 많은 소비자들이 보편적으로 실천하는 외모관리행동임을 알 수 있었다. 이와 같은 결과는 전체연구대상자의 56.2%가 체중조절경험이 있다는 김용주(1999)의 연구결과를 지지한다. 한편, 미용성형수술은 쌍거풀 수술이 전체 52.5%로 나타나 가장 많이 하는 수술로 나타났으며, 다음으로 코 수술과 피부관리 수술 순으로 나타났다. 전문 피부관리 경험은 얼굴관리, 손톱 및 발톱관리 순으로 많이 하는 것으로 나타났다. 화장의 경우 기초화장과 색조화장을 모두 포함하는 전체화장을 가장 많이 하는 것으로 나타나 화장이 매우 보편화되어있음을 알 수 있었다. 머리염색은 자연스러운 변화를 주는 것이 55.4%로 가장 많았고 염색하지 않는 경우도 17.6%로 나타나 다양한 색상으로 개성을 표현하기보다는 자연스러운 색상을 선호하는 것으로 나타났다. 이와 같이 20대 소비자들은 다양한 외모관리행동을 매우 적극적으로 경험하고 있다는 것을 알 수 있으며, 이러한 결과는 최근 우리사회와 문화에 외모지상주의가 많은 영향을 주고 있다는 것으로 이해될 수 있다.

2. 신체만족과 신체왜곡

신장과 체중을 통하여 신체충실지수를 산출하여 객관적인 비만수준을 허약, 정상, 비만으로 구분하였으며, 그 수치가 클수록 비만함을 의미한다. 신체충실지수는120이하를 허약, 120이상 150 미만을 정상, 150 이상을 비만으로 분류하였다. 신체충실지수에 따른 연구대상의 분포를 살펴보면 저체중군이 181명(56.04%), 정상군이 136명(42.11%), 비만군이 6명(1.86%)으로 나타나, 조사대상자들은 저체중군이 가장 많은 것으로 나타났다. 선행연구를 살펴보면, 여대생을 대상으로 조사를 실시한 연구에서 저체중군이 44.5%로 나타난 김용주(1999)의 연구결과 및 49.5%로 나타난 김은주(2001)의 연구결과와 비교해 볼 때, 본 연구 대상인 20대 소비자들은 저체중군이

〈표 3〉 실제 신체치수와 이상적인 신체치수의 평균 및 표준편차

단위(체중 kg, 키Cm)

신체 부위	실제치수		이상치수	
	M	SD	M	SD
키	162.8	4.37	165.9	2.34
체중	51.3	5.90	48.5	3.76

〈표 4〉 체중왜곡수준에 따른 신체만족도의 차이

체중왜곡수준 / 변인	높은집단 M(SD)	중간집단 M(SD)	낮은집단 M(SD)	F
신체만족도	2.66(0.45) A	2.97(0.46) B	3.26(0.52) C	35.12***

***p<.001

〈표 5〉 키왜곡수준에 따른 신체만족도의 차이

키왜곡수준 / 변인	높은집단 M(SD)	중간집단 M(SD)	낮은집단 M(SD)	F
신체만족도	2.75(0.49) A	2.80(0.39) A	3.16(0.52) B	22.25***

***p<.001

훨씬 많은 것을 알 수 있다. 즉 여성들이 더욱 마른 체형을 가지는 경향이 있으며, 이러한 체형을 유지하기 위하여 외모관리행동을 하고 있음을 미루어 짐작할 수 있다.

실제치수와 이상적인 신체치수와의 오차정도에 따라 신체왜곡정도를 알아보고, 이러한 신체왜곡수준에 따른 신체만족도의 차이를 분석하였다. 실제신체치수와 이상적인 신체치수의 평균 및 표준편차는 〈표 3〉과 같다. 20대 여성들은 대부분이 저체중이나 정상이었음에도 불구하고 체중은 더 적게 키는 더 크게 이상적 기준을 갖음으로써 실제 자기모습보다 더욱 날씬해지기를 원하고 있음을 알 수 있었다.

신체왜곡수준과 신체만족과의 관계를 알아보기 위하여 신체왜곡수준에 따라 집단을 분류하고 분산분석을 실시하였으며, 사후검증으로 Duncan's Multiple Range Test를 실시한 결과, 유의한 차이가 나타났다. 자신의 키와 체중에 대한 왜곡수준이 높을수록 신체에 불만족하고 있는 것으로 나타났으며 〈표 4〉〈표 5〉, 이와 같은 결과는 김은주(2001)의 연구결과와 부합되는 것이다.

3. 외모에 대한 사회 문화적 태도

외모에 대한 사회 문화적 태도를 파악하고 외모관리행동과의 관계를 알아보기 위하여 먼저, 요인분석(주성분분석, scree 검사, varimax rotation)을 실시하였다. 그 결과 2요인이 추출되었으며, 전체변량중

〈표 6〉 외모에 대한 사회문화적 태도 요인

요 인	내 용	요인 부하량	고유값	분산 (누적분산%)	신뢰도
요인 1 매스 미디어 내면화	마른 여자의 사진을 보면 나도 그렇게 되고 싶어진다	.81	14.06	48.79 (48.79)	.81
	마른여자가 나오는 뮤직비디오를 보면 나도 그렇게 마르고 싶어진다	.76			
	나는 잡지나 TV에 나오는 사람들의 몸매와 내 몸매를 비교하곤 한다	.72			
	나는 패션잡지를 보면서 모델들과 나를 비교하곤 한다.	.70			
	나는 잡지에 나오는 모델들처럼 보이고 싶지는 않다(R)	.67			
	옷은 마른 모델들이 입어야 더 예뻐 보인다.	.57			
요인 2 사회적 인식	이 사회에서 성공하려면 외모는 매우 중요하다	.82	1.89	13.85 (62.64)	.78
	오늘날의 사회에서 성공하려면 사람들은 몸매관리를 열심히 해야한다	.77			
	우리사회에서는 뚱뚱한 사람들도 보기 괜찮다고 여겨진다(R)	.70			
	오늘날의 사회에서 항상 멋지고 예쁘게 보일 필요는 없다(R)	.61			

62.64%가 이들에 의해 설명되었다〈표 6〉. 요인 1은 매스미디어를 중심으로 전달되는 이상적인 사회적 기준을 승인하며, 자신의 가치로 수용하고 내면화하는 내용으로 구성되어 매스미디어 내면화 요인으로 명명하였다. 총 6문항으로 구성되었으며 설명력은 48.79% 였다. 요인 2는 외모의 사회적 중요성을 인정하는 문항으로 구성되어 사회적 인식요인으로 명명하였다. 총 4문항으로 구성되었으며 설명력은 13.85% 였다. 이와 같은 결과는 사회·문화적 태도 문항을 개발한 Heinberg 등(1995)의 연구에서 2요인으로 분류된 결과와 부합되는 것으로 우리나라에서도 본 척도의 적용이 가능하다는 것을 의미한다.

전체 조사 대상자의 외모에 대한 사회 문화적 태도점수는 매스미디어 내면화 요인의 평균이 4.10, 표준편차 1.26으로 나타났으며, 사회적 인식요인은 평균이 4.12, 표준편차 1.20으로 나타났다. 이러한 결과는 조사대상자인 20대 여성들이 신체적 외모의 중요성을 높게 인식하고 있으며, 이상적 사회기준을 중요하게 생각하고 있다는 것을 의미한다.

다음으로 사회문화적 태도와 외모관리행동의 관계를 파악하기 위하여 사회문화적 태도 점수의 평균을 기준으로 긍정적 태도 집단과 부정적 태도 집단으로 분류하였다. 또한, 사회문화적 태도 집단의 외모관리행동을 알아보기 위하여 빈도와 백분율을 구하고 χ^2-Test를 실시하였다〈표 7〉. 그 결과 사회문화적태도에 따른 집단은 체중조절행동, 미용성형수술경험, 피부관리경험, 전체화장경험 등에서 유의한 차이가 나타났다. 즉, 외모에 대한 사회 문화적 태도가 긍정적인 집단이 외모에 관심이 많고 적극적인 외모관리행동을 하는 것으로 파악되었다. 이러한 결과는 어떤 문화내에서 이상적인 외모는 사람들이 그들의 외모를 창조하고 자신과 비교하기 위하여 사용되는 미적기준으로 내면화되며, 이상적 기준에 접근하기 위하여 의복이나 화장과 같은 외모관리행동이 동기화 되어 구체적인 행동을 이끌어낸다는 Lennon & Rudd(1994)의 신체미학 모델을 지지하는 것이다. 즉 사람들은 자신의 실제 모습에 대한 객관적 인식과는 별개로 미에 대한 사회적 이상형을 규정하고 이러한 미의 기준과 나 자신의 모습과의 비교를 통해 자신의 신체이미지를 갖게 되며, 이상적

〈표 7〉 사회문화적 태도와 외모관리행동의 관계

외모관리행동유형 \ 집단	긍정적 태도 집단(n=168)	부정적 태도 집단(n=155)	계
체중조절행동경험 유	120(71.4)	92(59.4)	212(65.6)
체중조절행동경험 무	48(28.6)	63(40.6)	111(34.4)
χ^2=7.72*		df=1	
미용성형수술경험 유	95(56.5)	23(14.8)	118(36.5)
미용성형수술경험 무	73(43.5)	132(85.2)	205(63.5)
χ^2=43.92***		df=1	
피부관리행동경험 유	97(57.7)	62(40.0)	159(49.2)
피부관리행동경험 무	71(42.3)	93(60.0)	164(50.8)
χ^2=5.28*		df=1	
전체화장경험 유	99(58.9)	54(34.8)	153(47.4)
전체화장경험 무	69(41.1)	101(65.2)	170(52.6)
χ^2=39.87***		df=1	
머리염색경험 유	138(82.1)	128(82.6)	266(82.4)
머리염색경험 무	30(17.9)	27(17.4)	57(17.6)
χ^2=0.14		df=1	

*p<.05 ***p<.001

기준에 가까워지기 위해 다양한 외모관리행동을 하게 된다는 것을 알 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 20대 여성소비자들의 외모관리행동의 구체적 경향을 알아보고 신체만족과 신체왜곡수준의 관계를 분석하며, 외모에 대한 사회 문화적 태도와 외모관리행도의 관계를 파악하고자 하였다.

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 20대 여성의 구체적인 외모관리 행동 경향을 분석한 결과, 체중조절행동이 가장 보편적으로 실천하는 외모관리행동인 것으로 나타났으며, 화장과 염색, 전문피부관리, 미용성형수술 순으로 경험이 많은 것으로 나타났다. 즉, 20대 여성 소비자들은 다양한 외모관리행동을 매우 적극적으로 경험하고 있었으며 최근 우리 사회·문화에 외모지상주의가 많은 영향을 주고 있다는 것을 알 수 있었다.

둘째, 신체 충실지수를 산출하여 소비자의 체형을 파악한 결과, 저체중군이 가장 많은 것으로 나타났다. 즉 여성들이 더욱 마른체형을 가지는 경향이 있으며, 이러한 체형을 유지하기 위하여 외모관리행동을 하고 있음을 알 수 있었다. 한편, 자신의 키와 체중에 대한 왜곡수준이 높을수록 신체에 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 외모에 대한 사회 문화적 태도에 대한 요인분석을 실시한 결과, 2요인이 추출되었으며, 전체변량중 62.64%가 이들에 의해 설명되었다. 사회문화적 태도 2요인은 매스미디어 내면화 요인과 사회적 인식요인으로 나타났다. 한편, 외모에 대한 사회 문화적 태도점수는 매스미디어 내면화 요인과 사회적 인식요인 모두 높게 나타나 조사대상자인 20대 여성들이 신체적 외모의 중요성을 높게 인식하고 있으며, 이상적 사회기준을 중요하게 생각하고 있다는 것을 알 수 있었다.

넷째, 사회·문화적 태도에 따른 집단별 외모관리행동의 차이를 분석한 결과, 체중조절행동, 미용성형수술경험, 피부관리경험, 전체화장경험 등에서 유의한 차이가 나타났다. 즉, 외모에 대한 사회 문화적 태도가 긍정적인 집단이 외모에 관심이 많고 적극적인 외모관리행동을 하는 것으로 파악되었다.

본 연구의 결과와 한계점을 고려하여 후속연구를 제언하면 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 폭을 넓혀 다양한 연령, 직업, 수입 등에 따른 관계를 규명하는 연구가 필요하다.

둘째, 외모관리행동을 포함하는 신체이미지와 가치관 등의 소비자의 내적인 측면 및 의복행동과의 관계에 대한 연구 등이 필요하다.

■ 참고문헌

강상현(2000). 다이어트 심리에 관한 탐색적 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문.

김용주(1999). 여대생의 신체이미지에 따른 의복추구혜택. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

김은주(2001). 여대생의 외모관리행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

동아일보(2000. 2. 23.). 초호화 피트니스클럽 내달 서울 강남에 개장. http://www.donga.com.

조선명(2000). 외모에 대한 사회·문화적 태도와 신체이미지가 의복추구혜택에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문.

조선일보(2002. 3. 7.). 아이함께 키워요: 한국여성의 현실. http://www.chosun.com.

중앙일보(2002. 8. 12.). "난 달라야 해" 루키즘 확산. http://www.joins.com.

한균태(2002). 텔레비전 시사교양물의 시청행태에 관한 연구. 삼성언론재단: 태평로 포럼.

Bloch, P. H., & Richins, M. L. (1992). You look "Marvelous": The Pursuit of beauty and the marketing concept. *Psychology and Marketing, 9*, 3-15.

Cash, T. F. (1990). The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire. In Appendix. *Body Image Disturbance, Assesment and Treatment* (Thomson, J.K.), Pergamon Press.

Franzoi, S. L. & Stephanie, A. S. (1984). The body

esteem scale: multidimensional structure and sex difference in a college population. *Journal of Personality Assesment, 48(2)*, 173-178.

Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer, S. M. (1995). Development and validation of the sociocultural attitude towards appearance questionnaire. International. *Journal of Eating Disorders, 17(1)*, 81-89.

Lennon, S. J., Rudd, N. A., & Sloan, B., &Kim J. S. (1999). Attitudes toward gender roles, self-esteem, and body image: Application of a model. *Clothing and Textiles Research Journal, 17(4)*, 191-202.

Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). Body image and appearance-management behavior in college women. *Clothing and Textiles Research Journal, 18(3)*, 152-162.

Thomson, J. K., & Heinberg, L. J (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders: we' ve reviled them, now can we rehabilitate them?. *Journal of Social Issues, 55(2)*, 339-353.

Tiggemann, M., & Rothblum, E. D. (1988). Gender differences in social consequences of perceived overweight in the United States and Australia. Sex Roles, 18(1/2), 75-86.

(2002년 12월 31일 접수, 2003년 4월 15일 채택)