

20대 남성의 이미지추구에 관한 연구

문지영 · 김정원

경일대학교 패션디자인산업학과

A Study of Men's Attitudes toward of their Image Chase

Ji-Young Mun and Jung-Won Kim

Dept. of Fashion Desgin & Fashion Industry, Kyungil University, Kyungsan, korea

Abstract : The social culture critics say that the current situation of the boom in pretty men happened because stereotyped notions of sex roles have changed. However, no scientific study has been done as yet to support this theory. Therefore, this study analyzed the present situation and examined it from many different points of view. I asked 600 men to fill out the questionnaire: 300 from Daegu and the other 300 from Seoul. I analyzed four 461 of them. The inner/outer image of Korean males in their 20s was analyzed into seven factors, a positive image, a progressive image, an affirmative image, a sensible image, an exemplary image, a conscious image, and an active image. The demographic result based on the inner/outer image factors showed a significant difference in ages for a sensible image, a conscious image, and an active image.

Key words : anima, inner/outer image, pretty men, appearance management

1. 서 론

최근 들어 여성적 감성을 지닌 남성을 의미하는 말이 주로 쓰인다. 일본에서 연예인을 중심으로 '예쁜남자'를 'New Harf'라고 통칭하기도 하고, 이 의미는 주로 'Harf'가 혼혈을 의미하는 단어라면 새로운 혼혈, 즉 여성적 특성과 남성적 특성이 믹스되었다는 의미이다. 이들은 성의 정체성을 의미하기보다는 감성적인 특성이 강한 사람을 의미한다.

스위스 심리학자 카알 구스타프 융(Carl Gustav Jung)은 모든 인간은 그 정신 속에 자신과 반대되는 성적(性的)요소, 즉 남성은 아니마(anima:여성적 영혼)를 그리고 여성은 남성적인(animus:남성적 영혼)를 가지고 있다는 사실을 밝혀냈다. 융의 연구는 인간이 본질에 대한 전체적인 심리학적 통찰이 아닐 수 없다. 융이 말하는 아니무스와 아니마는 극단적이면서 동시에 서로 조화하고자 한다. 육체적으로 양성적이라는 말이 아니라, 의식 속에 남성과 여성이 결합되어 있는 사람이다. 육체는 남성이 아니면 여성으로 있지만, 인간성의 본질은 원래 양성적이라는 것이다. 강하고 터프한 남성이 매력 있다는 것은 옛말. 요즘은 화장을 하고, 성형수술로 얼굴을 가꾸는 '이쁜남자'들이 늘고 있다. TV나 영화를 보면서 '아름다운 남자'의 실체를 좀 더 쉽게 확인할 수 있다. 원빈, 배용준, 강타같은 연예인들은

대중적인 인기를 얻고 있는 대표적 꽃미남 스타이다. 보여지는 것이 중요한 시대에 얼굴은 자신의 인격이나 다름없다. 비주얼이 강조되는 현실에서 개성을 인정받고, 관심을 얻기 위해 남성들도 화장을 하고 얼굴에 칼을 대는 것'이라고 말한다. 전문가들은 꽃미남 신드롬에 대해 '여성의 힘이 커지면서 생긴 사회조류'라고 해석한다.

외모가 중요시되는 시점에서 기존의 남성을 대상으로 하는 외모 가꾸기 관련 연구는 나체상태와 외모관리 후의 신체만족도 차이(김정원·윤종희, 1999), 신세대 남성 패션 매니아에 관한 연구(윤명, 2000), 남성의 성 지향 및 심리적 특성에 따른 의복행동과 외모장식에 관한 연구(이은실, 2000), 남성의 외모 관리에 대한 태도연구(최지성, 2002), 소비자의 아름다움 추구 행위에 관한 탐색연구(유창조·정혜은, 2002)등으로 최근 의복보다 몸가꾸기에 대한 남성 소비자의 욕구와 중요성에 비해 매우 미미한 상태로써 국내 남성들은 어느 정도 외모에 관심을 가지고 추구하는가에 대한 남성 외모관리 행동에 관한 심층적이고 집중적인 연구는 이뤄지지 않고 있는 실정이며, 사회 문화 평론가들은 이러한 현상을 성역할의 고정관념이 무너지고 있기 때문이라고 해석하고 있으나 그에 관한 뒷받침할만한 실증적 연구는 진행되지 않고 있는 실정이다.

따라서 본 연구는 국내 20대 남성들의 내외적 이미지, 남성의 외모관리 경험 및 경향에 대하여 조사하여 현재 사용하고 있거나 경험한 외모 가꾸기에 대한 현주소를 파악하고 이러한 내용들을 여러 관점에서 파악해 봄으로서, 이것을 토대로 국내

Corresponding author: Jung-Won Kim
Tel. +82-53-850-7513, Fax. +82-53-850-7620
E-mail: kjw508@empal.com, gwkim@kiu.ac.kr

20대 남성의 외모관리와 관련한 기초자료 수집, 남성패션업계 종사자, 더 넓게는 남성이미지 연구하는 곳에도 도움을 주고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 이미지

이미지라는 단어의 어원은 그리스어 어원에서 본다면 'eikon'은 성상(聖像), 상(像)으로 'resemblance(닮음)'의 뜻을 갖고 있으며, 이는 라틴어 'imago'에서도 찾을 수 있다. imago의 동사형은 'imitari'이며 '모방하다(imitate)'라는 뜻을 가지고 있다.

이미지란 새롭게 만들어진 재생산된 시각이다. 모든 이미지는 사물을 보는 시각을 구체화한다. 따라서 이미지는 어떤 사물이나 사람의 외적 형태의 인위적인 모방이나 재현이라 말할 수 있다. 개인은 사회의 기준에 부합되도록 자신들을 변화시키려고 노력한다. 우리가 어떤 한사람을 떠올릴 때 그 사람의 이름과 마음속에 선명하게 떠오르는 것들이 있다. 얼굴생김새, 표정, 말씨, 평소의 옷차림, 걸음걸이와 같은 모습들이나 함께 있을 때의 느낌, 그의 태도, 성격, 신의 등등 이렇게 수많은 생각들이 두서없이 머릿속에 얽히고 풀어지면서 점차 하나의 형태를 만들어 간다.

이렇게 나름대로의 사고, 취향에 따라 편집되어 만들어진 그 사람에 대한 생각의 덩어리, 특유한 감정, 고유한 느낌 이것이 바로 개인의 이미지이다. 그러기에 자신의 이미지는 타인이 보고 느낀 자신의 모습이며 이처럼 '주관적인 개개인의 생각 속에 존재하는 자신의 모습'이 바로 개인이미지라 할 수 있다. 이것은 '타인의 거울에 비친 내 모습임과 동시에 내가 타인에게 공개하도록 선택한 나의 부분들의 총체'인 것이다. 이는 이미지의 주체에 대한 객체의 판단을 주체에 의한 결정으로 드러나도록 하자는 것이 개인의 이미지연출의 중요한 관점이다. 내적인 이미지는 우리의 마음가짐, 정신, 성품, 가치관, 영적인 요소들로 구성되어 개인의 이미지의 한 면으로 보이지 않는 영역을 형성하고 있다고 분류하고 있다.

동시에 외적인 이미지는 우리의 외관, 외모, 스타일, 언행, 동작, 자세, 패션, 취향, 습관화된 태도 등이 개인이미지의 다른 면으로 보이는 영역을 형성하고 있다고 분류하고 있다(지현주, 2002).

모든 개인들은 외향성과 내향성의 메니커즘을 동시에 지니고 있다. 그 중 어느 것이 상대적으로 우세한가에 따라 유형이 결정된다. 내향, 외향의 두 태도상의 유형은 어느 집단이나 종족, 또는 시대에 특수한 유형이 아니고 보편적인 것이며 어렸을 때 이미 본능적으로 구별되는데, 태어날 때부터 가지고 나온 경향인 것 같다고 용은 말한다(이부영, 2002). 남성들도 남성다움을 점점 자신들의 몸매 즉, 외모와 연관지어 생각하고 있는 것으로 나타나 전통적인 남성상이 서구에서는 이미 바뀌었다고 할 수 있겠다(이선경·고애란, 1995). 이것은 남성들에게도 외적인 이미지 보이지 않는 내적인 이미지로도 사회적으로

바람직한 성격특징들, 즉 부드럽고, 재미있고, 친절하고, 사교적이며, 따뜻한 성격을 가지고 있으며(Berscheid·Walster, 1973), 좀 더 능력 있는 배우자를 얻고 직업적으로도 더 성공적인 삶을 이끌 것이라고 생각되었다(Dion et al., 1972).

2.2. 외모관리경험

Barocas & Karoly(1972)는 신체적으로 매력적인 사람이 같은 행동을 하는데 있어서 덜 매력적인 사람들보다 더 많은 사회적 지원을 받는다는 사실을 실험으로 확인했다. 사람들은 매력적인 사람들의 행동에 대해 더 너그럽고 더 많은 기쁨을 느끼며 더 큰 신뢰, 더 많은 도움을 준다. 반대로 이러한 사실은 신체적으로 매력적이지 않은 사람들이 상대적으로 불이익을 당한다는 사실을 의미하기도 한다. 일상생활에서 종종 길표지를 보고 책을 판단하지말자 라고 하는 것처럼, 우리는 신체적 외모만으로 다른 사람을 판단하지 말아야한다.

그럼에도 불구하고 사회는 매일 매일의 상황에서 매력적이지 않은 사람을 차별하고 있다(임숙자, 2000). 소비의 주역이 여성이라는 논리는 더 이상 적용되지 않는다. 남성들도 패션에 대해 적극적으로 반응하고 능동적으로 생각하는 소비자라고 생각하고 있기 때문이다.

이러한 사회적 가치관에 따라 남성들은 자신들의 외모를 가꾸는데 게을리 할 수 없게 되었고, 따라서 더 많은 남성들이 그들만의 추구 이미지를 위해 보다 적극적인 행동을 하고 있는 게 사실이다(최지성, 2002).

꽃미남의 유행에 따라 남성들의 피부를 위한 관심은 급증되었으며, 남성들만을 위한 기능성화장품이 속속 출시되고 있다. 면도에 대해서도 주의를 기울이며, 면도후의 피부관리를 위한 제품들이 많이 나오고 있으며, 특히 야외활동이 많고, 음주, 흡연으로 피부가 거칠어진 남성들을 겨냥한 남성전용 섀크림, 에센스, 팩이 요즘인기다(중앙일보, 2002). 화장품의 매출이 남자 여성용 화장품만 만들어내던 브랜드들도 앞다퉈 남성용화장품을 선보이고 있다. 또 화장품의 종류도 스킨이나 로션 뿐만 아니라 에센스기능이 포함된 제품 등 다양한 기능성화장품으로 늘고 있다. 화장품뿐만 아니라 몸에 바르면 축적된 지방을 열로 분해해주고 살을 조여주고 근육을 단단하게 해주는 남성용 몸매관리 제품도 인기를 끌고 있다. 업계관계자들은 "좋은 외모가 사회적으로 중요한 의미를 지니는 시대이기 때문에 찾는 사람이 늘고 있다"며 남성용화장품시장은 2~3년 후면 여성용화장품 시장에 버금가게 될 것이다(www.mimo21.com).

3. 연구방법 및 절차

3.1. 연구문제

첫째, 국내 20대 남성의 내외적 이미지요인을 분석하고, 내외적 이미지요인별 인구통계적변인차이를 검증한다.

둘째, 국내 20대 남성의 외모관리 경험 및 경향을 알아보기 위해 외모관리 희망부위, 외모만족도 및 외모중요도, 외모관리

경험, 화장경험 및 화장품 소유현황을 알아본다.

3.2. 연구대상 및 자료수집

본 연구에 앞서 패션의식에 관한 문항을 추출하기 위해 패션비즈에서 기자들이 엄선한 꽃미남 36명의 꽃미남들에게 E-mail을 발송한 후 기본적인 외모관리경향 등의 조사 후 1차 예비조사를 실시하고, 2002년 11월 경일대학교 패션디자인산업학과 20대 남학생 20명을 대상으로 2차 예비조사를 실시하여 수정, 보완하였다.

본 연구의 표본 추출은 20대 남성을 중심으로 학생, 직장인 등 비율을 고려하지 않고 207문항을 대구 300부, 서울 300부의 설문지를 배부하여 480가 회수되었고 19부를 제외한 461부를 최종 분석자료로 사용하였다.

3.3. 자료분석방법

본 연구에서 수집된 자료를 SPSS 10.0 for Windows 프로그램을 이용 분석하였다. 연구문제의 규명을 위하여 분석방법으로는 각 점수분포의 경향을 알아보기 위해 산술평균, 표준편차, 빈도, 백분율을 실시하고, t(t-test), 요인분석(Factor Analysis), 분산분석(ANOVA), 사후 검증을 위해 Duncan's Test를 실시하였다.

4. 연구결과 및 논의

4.1. 국내 20대 남성의 내외적 이미지요인분석

리커트 5점척도(5-Point Likert Scales)의 50문항으로 연구대상자의 패션의식 요인별 특성 요인분석(주성분분석, Varimax법에 의한 직각회전)을 실시한 결과 7요인으로 나누어 요인을 분류하였다. Table 2에서 먼저 요인 1은 매사에 적극적이며, 대인관계에 있어 충분히 호감을 가질 수 있는 외적이미지와 내적이미지가 골고루 추출되어 적극적이미지라고 명명하였다. 요인 2는 철저한 자기관리를 하면서 각종문화행사나 자기개발에 필요한 것에 시간을 아끼지 않는 내적이미지가 더 많이 추출되었고 진취적이미지라고 명명하였다.

요인 3은 매사에 긍정적이며 희망적이고 만족하는 것이 더 많이 나타나 있고 외적이미지보다 내적이미지요인이 더 많이 추출되었고 긍정적이미지라 명명하였다. 요인 4는 패션감각이 뛰어나고 외적으로 보여 지는 이미지가 많이 추출되었고, 이를 감각적이미지라 명명하였다. 요인 5는 다른 사람과의 약속을 중시 여기며, 매너를 중시 여김으로 외적인 이미지를 중요하게 여기는 요인이 추출되었으며, 이를 모범적이미지라 명명하였다. 요인 6은 상대에게 보여 지는 것들을 중시하고, 상대를 의식하는 외적이미지와 조금은 자신감이 없는 듯한 내적이미지 행동의 요인이 골고루 추출되어 의식적이미지라고 명명하였다. 요인 7은 생각하는 것보다 실행에 옮기는 내적이미지가 높게 나타나 활동적이미지라고 명명하였다.

Table 1. 연구대상자의 인구통계학적 특성

구분	변인	빈도	비율(%)
나이	18-20	156	33.8
	21-23	112	24.3
	24-26	145	31.5
	27-29	48	10.4
결혼	미혼	440	95.4
	기혼	21	4.6
학력	고등학교졸업	28	6.1
	대학교재학중	350	79.5
	대학교중퇴및졸업	69	15.0
	대학원이상	14	3.0
직업	학생	348	75.5
	사무직	22	4.8
	판매·서비스직	28	6.1
	전문·경영관리직	20	4.3
	공무원	6	1.3
	생산직	5	1.1
	방송인	22	4.8
	기타	10	2.2
	가족수입	100만원미만	45
100-299만원		165	35.8
300-399만원		113	24.5
400-499만원		45	9.8
500-699만원		44	9.5
700만원이상		49	10.6
종교	불교	123	26.7
	기독교	125	27.1
	천주교	53	11.5
	무교	154	33.4
	여호와 증인	6	1.3

4.2. 내외적 이미지요인별 인구통계적변인 차이검정

인구통계학 특성에 따른 패션의식요인과 분포를 알아보기 위해 분산분석(ANOVA)과 사후검증으로 Duncan's Multiple Range Test를 실시한 결과는 Table 3과 같다.

내외적 이미지요인별 인구통계학적 차이에서는 감각적이미지, 의식적이미지, 활동적이미지가 연령과 관계를 보였다. 감각적이미지는 21세에서 26세가 가장 많이 나타나고 있으며, 의식적이미지는 군에 가기 전 18세에서 20세가 가장 높게 나타나고, 군제대 후 27세에서 29세까지는 의식적인 이미지가 아주 낮게 나타났다. 활동적이미지는 24세에서 26세에 가장 높게 나타난 걸 보면 군인으로 대부분 지내는 시기이므로 생각하고 고민하는 것 보다 행동으로 옮기는 활동성이 가장 강하게 나타났다. 학력에 따른 인구통계적 변인차이에서는 의식적이미지가 고등학교를 졸업한 남성과 대학교에 재학중인 남성이 가장 높게 나타났다.

직업에 따른 인구통계적 차이를 보면 적극적이미지와 긍정적이미지가 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 나타내었다. 적극적이미지에서는 학생, 공무원, 방송인, 전문·경영관리직, 판매·서비스직, 방송인으로 나타났다. 상대적으로 생산직에 종사하는 직업을 가진 대상들이 가장 낮게 나타났다. 긍정적이미지에서

Table 2. 내외적이미지 요인분석

명 명	내 용	요인부하량	고유값	전체변량(%)
제1요인 적극적 이미지	사람들을 처음 만날 때 웃으며 악수 할 수 있다	.642	3.901	7.802
	상대방의 말을 잘 듣는 편이다	.625		
	평소에 잘 웃는 편이다	.623		
	사람들 만나는 것이 즐겁고 대인관계도 원만하다	.621		
	대화를 할 때 상대방의 눈을 쳐다본다	.567		
제2요인 진취적 이미지	면도를 제대로 잘하고 다닌다	.504	3.476	6.952
	잔잔한 클래식 음악을 들으며 책 읽는 것을 즐긴다	.705		
	각종 행사에 대한 관심이 많아 즐겨 찾는다	.608		
	교양있는 말투로 겸양어를 자주 사용한다	.584		
	항상 메모하는 습관을 가지고 있다	.511		
제3요인 긍정적 이미지	서점에 가면 자기개발서나 성공 스토리를 다루는 코너를 찾는다	.495	2.954	5.908
	현재의 내이미지에 만족하는 편이다	.677		
	나에겐 뚜렷한 목표와 희망이 있다	.624		
	매사에 긍정적이고 적극적이다	.490		
	나쁜습관보다 좋은 습관을 더 많이 가지고 있다	.464		
제4요인 감각적 이미지	대체로 나에 외모에 만족하는 편이다	.447	2.899	5.798
	체형의 결점을 커버하는 패션감각을 표현할줄 안다	.554		
	얼굴에 트러블이 생기면 재빨리 피부과의 진료를 받는다	.542		
	어른을 만날 때 의복에 신경을 쓴다	.524		
	여러종류의스카프(넥타이)를 가지고 있다	.490		
제5요인 모범적 이미지	튀는 패션컬러와 스타일을 좋아한다	.485	2.433	4.865
	몸짓과 제스처는 품위있고 당당하다	.475		
	귀걸이 목걸이 반지 팔찌는 등의 악세서리를 한꺼번에 다 착용하지 않는다	.534		
	인사성이 좋고 친절하다	.497		
	음식을 깨끗하게 먹는다	.472		
제6요인 의식적 이미지	시간약속을 잘 지키는 편이다	.454	2.125	4.250
	상대가 나를 어떻게 생각할까 늘 의식한다	.443		
	나보다 매력적인 사람을 만나면 그 사람의 외적이미지를 유심히 관찰한다	.519		
	나에겐 나만의 이미지 모델(닮고 싶은 인물)이 있다	.498		
	사람들 앞에 나서는 것이 조금은 두렵다	.486		
제7요인 활동적 이미지	거울이 있으면 습관적으로 몸 전체의 표정을 꼭 훑어본다	.468	2.104	4.208
	항상 메모하는 습관을 가지고 있다	.450		
	생각하고 고민하는 것보다 행동으로 옮긴다	.652		
	내사전에 무료하고 심심한 시간이란 있을 수 없다	.456		

는 학생, 판매·서비스직, 전문·경영관리직으로 뚜렷한 목표를 가지고 긍정적으로 살아가는 학생, 판매·서비스직, 전문·경영관리직이 가장 높게 나타났고, 상대적으로 공무원이 긍정적 이미지에서는 상당히 낮게 나타났다. 가족수입에 따른 인구 통계적 차이를 보면 적극적이미지가 차이를 보였는데 가장 수입이 많은 700만원 이상이 가장 높게 나타났고, 상대적으로 500만원에서 699만원의 수입의 대상이 가장 낮고, 100만원미만과 300만원에서 399만원이 유의한 차이를 나타내었다.

의식적이미지는 키가 가장 작은 160-165가 가장 높게 나타났다. 이는 특히 남성들의 작은키에서 갖는 컴플렉스에서 오는 결과 일수도 있다. 적극적이미지는 직업과 가족수입과 영향을 가지고 있고, 의식적이미지는 나이와 학력과 키에 상관관계를 가지고 있으며, 감각적이미지는 나이와 상관관계를 가지고 있으며, 활동적이미지는 나이와 상관관계하며, 긍정적이미지는 직업과 관계가 있음을 알 수 있다. 내적인 이미지 요인별 거주지의 차이에서 총 7개의 요인 중에서 모범적이미지에서 대구와

서울간의 $p < .001$ 수준에서 차이를 나타내었다. 모범적이미지에 서는 대구지역의 남성이 아주 낮게 나타나고 서울지역 남성이 아주 높게 나타나서 강하게 대조를 보였다. 이 결과는 서울지역 남성이 대구지역 남성에 비하여 인사성이 좋고 친절하며 약속을 중시하는 모범적이미지가 강하게 나타남을 알 수 있다.

4.3. 외모관리 희망부위

외모관리의 희망부위에 따른 차이를 비교, 분석하기 위하여 빈도분석을 실시하여 평균과 표준편차를 나타내었다. Table 4에서 외모관리 희망에 따라서 그다지 큰 차이를 보이지 않았다. 외모관리 희망부위에서 나에게 어울리는 컬러를 찾고 싶다가 3.16으로 가장 높게 나타났으며 피부관리가 3.02로 두번째 높은 평균을 나타내고 있으며, 몸매유지 2.93으로 세 번째 높게 나타나고, 코오디네이트 강좌를 받기를 원한다가 2.77로 네 번째로 높게 나타나고 있다. 이 결과에서도 여성못지않게 남성들도 자기만의 색깔을 너무 찾고 싶어함을 나타내고 있다. 성형

Table 3. 내외적 이미지요인별 인구통계적변인 차이검정

변인	내외적 이미지요인	인구통계적 변인	평균	F-value		
나이	제4요인 감각적이미지	18-20(156)	-0.045(AB)	2.847*		
		21-23(112)	0.016(A)			
		24-26(145)	0.143(A)			
		27-29(48)	-0.325(B)			
	제6요인 의식적이미지	18-20(156)	0.239(A)		8.591***	
		21-23(112)	0.062(AB)			
		24-26(145)	-0.137(B)			
		27-29(48)	-0.508(C)			
	제7요인 활동적이미지	18-20(156)	-0.186(B)		6.210***	
		21-23(112)	-0.033(B)			
		24-26(145)	0.278(A)			
		27-29(48)	-0.158(B)			
학력	제6요인 의식적이미지	고등학교졸업(28)	-0.027(A)	3.912**		
		대학교재학중(350)	0.077(A)			
		대학교중퇴 및 졸업(69)	-0.287(AB)			
		대학원이상(14)	-0.515(B)			
직업	제1요인 적극적이미지	학생(348)	0.089(AB)	2.228*		
		사무직(22)	-0.370(BC)			
		판매·서비스직(28)	-0.135(AB)			
		전문·경영관리직(20)	0.116(AB)			
		공무원(6)	0.290(AB)			
		생산직(5)	-1.050(C)			
		방송인(22)	0.132(AB)			
		기타(10)	0.711(A)			
		제3요인 긍정적이미지	학생(348)		0.077(A)	2.509*
			사무직(22)		-0.383(AB)	
	판매·서비스직(28)		0.048(A)			
	전문·경영관리직(20)		0.027(A)			
	가족수입	제1요인 적극적이미지	공무원(6)		-0.991(B)	2.696*
			생산직(5)		-0.253(AB)	
방송인(22)			-0.465(AB)			
기타(10)			-0.283(AB)			
100만원미만(45)			-0.022(BC)			
100-299만원(165)			0.015(ABC)			
300-399만원(113)			-0.149(BC)			
400-499만원(45)			0.176(AB)			
500-699만원(44)			-0.242(C)			
700만원이상(49)			0.368(A)			
키	제6요인 의식적이미지	160-165(20)	0.165(A)	2.621*		
		166-170(44)	-0.301(B)			
		171-175(115)	-0.196(A)			
		176-180(140)	0.138(AB)			
		181-185(124)	-0.034(B)			
		186-190(18)	-0.150(B)			
거주지	제5요인 모범적 이미지	대구	-0.184	-3.919***		
		서울	0.175			

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

수술에 대한 남성들의 선입견 때문인지 아직 다른 항목에 비해 서는 낮게 나왔다. 몸에 점을 빼는 것, 치아교정은 보편적인 고민거리가 되었다. 피부관리와 몸매유지는 좀 더 시간이 지나면 남성들의 기본적인 외보관리에 들어갈 것이고, 시대 자체가 젊게 변하기 때문에 사람들과 공존하며 경쟁하는 사회에서 피리

감을 느끼지 않을만한 외모를 원하고 있다는 것이다. 이전 자신을 더욱더 알고 싶어하고 자신만의 색깔을 찾고 싶어한다는 것을 보여준다.

4.4. 외모만족도 및 외모중요도

Table 4. 외모관리 희망부위

변수	평균	표준편차
나는 메이크업을 하기를 원한다	2.22	1.01
나는 내 몸에 점을 빼고 싶다	2.55	1.12
나는 다이어트를 해야한다고 생각한다	2.66	1.17
나는 라식수술을 받기를 원한다	2.72	1.26
나는 쌍꺼풀수술을 받기를 원한다	2.17	1.06
나는 몸매유지를 위해 운동기구를 구입하기를 원한다	2.93	1.14
나는 피부관리를 받기를 원한다	3.02	1.18
나는 네일아트를 받기를 원한다	2.16	1.06
나는 코수술을 받기를 원한다	2.19	1.09
나는 깨끗한 피부를 위해 피부박피술을 받기를 원한다	2.53	1.20
나는 턱수술을 받기를 원한다	2.11	1.07
나는 기미나 주근깨수술을 받기를 원한다	2.31	1.13
나에게 어울리는 컬러를 찾고 싶다	3.16	1.16
나는 코오디네이트 강좌를 받기를 원한다	2.77	1.18
나는 피부 관리를 위해 100만원의 돈도 아깝지 않다	2.25	1.12
나는 치아교정을 받기를 원한다	2.56	1.17

얼굴(얼굴 생김새, 눈, 코, 입의 모양이나 서로간의 조화), 머리카락(머리색, 머릿결), 피부, 하체(엉덩이, 허벅지, 다리), 복부(허리, 배), 상체(가슴, 어깨, 팔),근육질의 정도, 몸무게, 키, 전체적 외모 등의 10개의 항목으로 이상적인 외모를 유지하기 위하여 중요한 정도를 조사하였다. 외모관심도에 따라 만족하게 여기고 중요하게 여기는 신체부위가 어떤 차이가 있는지 t-test를 실시한 결과 Table 5와 같이 나타났다.

전체적으로 남자들이 신체중요도에서 전체적 외모 >피부 >키 >얼굴 >상체 >복부 >몸무게 >하체 >머리카락 >근육질정도로 나타났고, 신체만족도에서는 전체적 외모 >얼굴 >키 >머리카락 >상체 >피부 >하체 >복부 >몸무게 >근육질정도의 순위로 나타났다. 중요도와 만족도 모두 전체적 외모를 중시 여겼으며, 중요도와 만족도 모두 근육질정도를 전혀 중요하게 생각하지 않고 만족하고 있지도 않다는 것을 알 수 있다. 중요도부문에서 두 번째로 피부가 3.78로 나왔는데 만족도 부문에서 3.07로 많은 차이를 보여, 중요하게 생각은 하고 있으나 만족하지 못하고 있음을 알 수 있다.

Table 5. 외모만족도 및 외모중요도

항목 변수	외모중요도		외모만족도	
	평균	표준편차	평균	표준편차
얼굴(생김새, 눈, 코, 입의 조화)	3.69	0.90	3.25	0.87
머리카락(머리색, 머릿결)	3.51	0.81	3.13	0.88
피부	3.78	0.79	3.07	0.95
하체(엉덩이, 허벅지, 다리)	3.53	0.82	3.05	0.88
복부(허리, 배)	3.64	0.81	3.00	0.89
상체(가슴, 어깨, 팔)	3.65	0.80	3.09	0.86
근육질 정도	3.49	0.86	2.95	0.86
몸무게	3.58	0.82	2.98	0.91
키	3.75	0.85	3.15	0.99
전체적 외모	3.93	0.85	3.30	0.87

중요도(3.78)와 만족도(3.07)의 차이를 비교해 보면 피부에서 0.71로 가장 큰 차이를 나타내고 있으며, 복부(허리, 배)에서 중요도(3.64)와 만족도(3.00)에서 0.64로 두 번째로 큰 차이를 나타내고 있으며, 몸무게에서 중요도(3.58)와 만족도(2.98), 키에서 중요도(3.75)와 만족도(3.15), 전체적 외모에서는 중요도(3.93)와 만족도(3.30)으로 세 곳 모두 0.6의 같은 값으로 세 번째로 높은 차이들을 중요도와 만족도에서 나타내고 있다.

이를보면 피부를 중요하게 생각하고 있지만 만족하지 못하고 있고, 복부(허리, 배), 몸무게, 키, 전체적 외모를 중요하게 생각하고 있지만 만족하지 못하고 있다는 것을 알 수 있다. 따라서 여성의 기능성화장품 사용빈도가 늘어난 것처럼 피부를 위한 남성용 기능성화장품이 많아질 것으로 예상된다. 이 결과는 신체 중요도에서 전체적 외모를 가장 중시여기는 선행연구(김은주, 2001)와도 남녀모두 일치한다는 것을 알 수 있다.

여기에서만 봐도 남자들이 생각하는 미의기준이 예전과는 확연히 달라졌음을 알 수가 있고, 외모관리 Table 4의 외모관리 희망부위에서도 피부관리를 원하고 있으며 앞으로 다이어트로 남자 몸매만들기가 많이 늘어날 것으로 예상된다.

4.5. 외모관리 경험

외모관리경험에 관한 빈도 분석에서 외모관리 경험유무에 관해서 관계되는 것에 모두 체크한 결과 Table 6과 같이 체중조절 > 피부관리 > 피어싱 순으로 나타났다. 그 밖으로 식이요법으로 체중관리를 하거나 정기적으로 잡지 구독을 통해 패션 감각을 유지하며, 성형수술 등의 적극적인 외모관리 행동도 고려하는 것으로 나타났다고 했다. 외모관리 경험에 대한 빈도분석을 보면 의복 및 액세서리 등의 구입을 제외하고 피부관리와 체중 조절에 비슷한 결과가 나왔던 것과 비슷하게 체중조절 44.5%, 피부관리 30%로 아주 높게 나타나고 있다. 외모관리경험도와 신체중요도에서 피부가 두 번째로 중요하게 생각하는 높은 결과와 현재 남성들의 외모관리 경험과 일치함을 알 수 있다.

4.6. 화장품경험 및 화장품 소유현황

화장품 경험한 것과 소유한 것에 관해 관계되는 것에 모두 체크한 결과 Table 7에서 남성용 스킨, 로션이 417명으로 90.5

Table 6. 외모관리경험에 대한 빈도분석

경험한 것	빈도(명)	비율(%)
성형수술	28	6.1
체중조절	205	44.5
피부관리	138	30.0
화장	55	11.9
라식수술	30	6.5
치아교정	64	13.9
점오편경험	63	13.7
피어싱	84	18.2
네일아트	7	1.5
향기요법	32	6.9

Table 7. 화장품 경험한 것 & 소유한 것

경험한 것&소유한 것	빈도(명)	비율(%)
스킨로션(남성용)	417	90.5
스킨로션(여성용)	70	15.2
에센스	69	15.0
파우더	39	8.5
아이크림	25	5.4
썬크림	171	37.1
팩	148	32.1
핸드크림	138	30.0
펜슬(눈썹)	8	1.7
피부미백제	31	6.7
폼클린징	114	24.7
컬러로션	68	14.8

%로 대부분 남성들이 기본으로 사용하고 있고, 썬크림 171명으로 37.1%, 팩이 148명으로 32.1%, 핸드크림이 138명으로 30%, 폼클린징이 114명으로 24.7%를 경험하였고, 현재 사용하고 있는 것으로 나타났다. 남성들이 여성들보다는 적지만 여러 제품들을 경험하고 있다는 것만으로도 앞으로 사용가능성이 상당히 높은 것을 시사한다.

5. 연구의 결론 및 한계 및 제언

국내 20대 남성들의 가치관을 포함한 내외적 이미지, 남성의 외모관리 경험 및 경향에 대하여 조사하여 현재 사용하고 있거나 경험한 외모가꾸기에 대한 현주소를 파악하고 이러한 내용들을 여러 관점에서 파악해 본 결과를 요약 정리하면 다음과 같다.

첫째, 국내 20대 남성의 내외적 이미지는 적극적, 진취적, 긍정적, 감각적, 모범적, 의식적, 활동적 이미지의 7요인으로 분석되었다. 내외적 이미지 요인별 인구통계적변인 차이를 보면 적극인 이미지는 직업과 가족수입, 의식적인 이미지는 나이와 학력과 키, 감각적 이미지와 활동적 이미지는 나이, 긍정적 이미지는 직업과 관련 있으며, 진취적 이미지는 인구통계적변인과는 아무런 관련이 없음을 알 수 있다.

둘째, 국내 20대 남성의 외모관리 경험 및 경향의 분석을 보면 외모관리 희망부위, 외모만족도 및 외모중요도, 외모관리 경험, 화장경험 및 화장품 소유현황에 대해 분석해 보았다. 첫 번째 외모관리 희망부위에서는 유의한 차이를 보였는데 여성 못지않게 자신만의 색깔을 찾고 싶어 하며 자신을 위해 코디네이트 강좌, 피부관리, 몸매유지를 위해 운동기구를 구입하기를 원한다는 의사를 나타내었다. 두 번째, 외모만족도 및 외모중요도에서 중요도와 만족도 모두 전체적 외모를 중시 여겼으며, 중요도와 만족도 모두 기존의 우람한 남성상이었던 근육질정도에 대해서는 아주 낮은 반응을 나타내었다. 희망부위에서도 높은 반응을 나타냈던 피부는 중요도에서 높은 차이를 보였던 반면, 만족도에서는 낮게 나타나 피부관리를 원하고 중요하게 생각하고 있으나 만족하지 못하고 있는 것으로 나타난다. 피부뿐만 아

니라 모든 부위에서 중요도에 비해서 만족도가 낮은 것을 볼 때 중요하게는 생각하고 있으나 만족하지 못하고 있다는 것이다. 셋째, 외모관리 경험에 대한 빈도를 볼 때 체중조절의 경험을 가진 남성이 45%로 아주 높게 나타났으며, 피부관리 경험이 30%로 피어싱이 18.2%로 높게 나타났다.

이결과도 피부관리를 중요하게 생각하고 있으며, 경험을 하고 있다는 것을 나타내어 준다. 넷째, 화장경험 및 화장품 소유현황에서는 가장 기본으로 사용하는 스킨·로션이외에도 썬크림, 팩, 핸드크림, 폼클린징 등 남성들이 아직은 적지만 다양한 종류의 화장품을 경험 하였으며, 현재 경험하고 있다는 결과를 나타내어준다.

이러한 연구결과를 바탕으로 제언하자면 내외적 이미지에서 대부분 대학생임을 고려해볼 때, 취업을 앞둔 남성들이 자신만의 색깔을 찾고 싶어 하고, 외모관리에 대해 쓰여 지는 비용이 아깝지 않다는 것이 나타난 것을 볼 때 남성 전문 이미지 관리 연구소가 필요하다. 대부분의 남성들이 취업할 때, 사회생활에서 외모관리가 아주 중요하다는 것은 이미 알고 있다. 하지만 아직까지는 보수적 남성주의가 우리나라에는 많이 남아있고, 피부관리와 몸매유지를 하는 것에 대해 남자로서 부끄럽다고 생각하는 남성들이 있기 때문에 ‘남성전문’이라는 말이 필요하다고 본다. 외모관리 경험 및 경향의 분석 결과 피부와 몸매 관리에 관해 민감한 반응을 보인 남성들에게 남성전문점이 많이 필요한 실정이다.

‘꽃미남’이라고 생각하는 기준은 대중매체를 통해 알고 있지만, 보고 생각하는 관점에 따라 편견이 생길 수 있으므로, 본 연구는 남성들이 어느 한 부분에서라도 우리가 말하는 ‘예쁜남자’가 되기 위해 변화하고 있다는 것을 보여주기 위함이다. 따라서 이 연구에 있어 표준화 객관적이지 못한 부분들은 남성의 외모관리와 관련된 선행연구가 부족하기 때문에 많은 연구가 필요하며, 이 연구는 여기서 그치지 않고 앞으로 변화하는 남성들이기에 지속적인 후속연구가 필요하다고 본다.

참고문헌

- 김은주 (2001) 여대생의 외모관리행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김정원·윤종희 (1999) 나체상태와 외모관리 후의 신체만족도 차이. *한국의류산업학회지*, 1(2), 127-136.
- 김형섭 (1997) “한권으로 읽는 용”. 푸른숲, 서울.
- 유창조·정혜은 (2002) 소비자의 아름다움 추구행위에 관한 탐색연구. *소비자학 연구*, 13(1), 211-232.
- 윤명 (2000) 신세대 남성 패션 매니어에 관한 연구. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위논문.
- 이선경·고애란 (1995) 남성 의복착용자의 의복유형과 얼굴의 매력성이 인상에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 19(2), 230-241.
- 이부영 (2002) “분석심리학”. 일조각, 서울.
- 이은실 (2000) 남성의 성지향 및 심리적 특성에 따른 의복행동과 외모장식에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 임숙자 (2000) “바디이미지”. 교문사, 서울.

- 중앙일보(2002) 면도 제대로 하면 당신도 꽃미남. 1. 10.
지현주 (2002) “이미지 메이킹”. 외국어대학교 출판부, 부산.
최지성 (2002) 남성의 외모관리에 대한 태도연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
Barocas, R, and Karoly, P. (1972) Effects of physical appearance on social responsiveness. *Psychological Reports*, **31**, 495-500.

- Berscheid, E., Walster, E., & Bohrnstedt, G. (1973) The happy American body: A survey report. *Psychology Today*, **1**, 119-131.
Dion, K., Berscheid, E., and Walster, E. (1972) What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, **24**, 285-290.
www.mimo21.com

(2004년 1월 26일 접수)
