

노년 여성의 자아의식과 외모관리행동과의 관계

류 현 혜* · 유 태 순**

대구가톨릭대학교 패션산업학과 강사* · 대구가톨릭대학교 패션산업학과 교수**

The Relationship Between Self-Consciousness and Appearance Management Behavior of Older Women

Hyun-Hye Ryoo* · Tai-Soon Yoo**

Instructor, Dept. of Fashion Industry, Catholic University of Daegu*

Professor, Dept. of Fashion Industry, Catholic University of Daegu**

(2007. 8. 14 투고)

ABSTRACT

This study is to examine the relation between self-consciousness and appearance management behavior; to grasp the appearance management behavior depending on self-consciousness which older women feel personally; to understand their needs more deeply; and to give support in planning and conducting marketing strategies effectively in the beauty and fashion market. The subjects of this study were aged women ranging 55 to 69 in age, living in Daegu and Geongsangbukdo. 500 questionnaires were distributed and 397 questionnaires out of 440 returned were used in the data analysis. The results through statistic analyses are following:

1. Among older women, the higher social self-consciousness group appeared to pursue six types of appearance management behavior(i.e., weight·body-shape care, skin care, cosmetic behavior, hair care, cosmetic surgery, and clothing behavior) much more than the lower social self-consciousness group.
2. Compared with the lower private self-consciousness group, the higher private self-consciousness group appeared to care for not only weight·body-shape care but also skin care, cosmetic care, and cosmetic surgery, clothing behavior with more interest in ordinary times. In terms of hair care, though, there was no significant difference between the higher private self-consciousness group and the lower private self-consciousness group.
3. There was no statistically significant difference between the higher social anxiety group and the lower social anxiety group in weight·body-shape care, skin care, cosmetic behavior, hair care, cosmetic surgery, and clothing behavior.

Key words: older women(노년 여성), social self-consciousness(사회적 자아의식), private self-consciousness(개인적 자아의식), social anxiety(사회적 불안), appearance management behavior(외모관리행동)

I. 서론

최근 우리나라는 소득수준 향상에 따른 생활수준의 향상, 의학기술의 발달과 폭넓은 의료혜택, 국민의 건강에 대한 높은 관심도 등으로 전반적인 삶의 질이 높아짐과 동시에 평균수명이 연장되고 있다. 이로써 전체 인구 중 55세 이상의 인구가 1980년에는 전체 인구의 9%이던 것이 1990년에는 11.5%, 2000년에는 15.4%를 차지했으며, 2010년에는 20.8%, 2020년에는 30.4%, 2030년에는 39%가 될 것으로 추정된다¹⁾. 또한 고령인구 비율이 7%(고령화사회)에서 14%(고령사회)로 도달하는데 걸리는 기간이 18년이며, 14%에서 20%(초고령사회)는 불과 8년에 불과하여 기타 선진국에 비해 훨씬 빠른 속도로 고령사회로 진입할 것으로 전망하여²⁾ 「21세기는 노인의 시대」³⁾라고 할 만큼 노인 문제가 새로운 사회문제로 대두되고 있다.

과거 고령자들은 근검절약, 소박의 미덕, 보수적이고 비관적인 인생관을 갖고 노년기를 「인생의 종말기」로 보았던 반면, 현재의 고령자들은 이 시기를 「자기실현의 기회」, 「제 3의 인생」이라 생각하여 합리적이고 미래지향적 성향이 강해 자녀에게 의지하지 않고 계획적으로 노후를 설계하고, 시간에 쫓겨 경험하지 못했던 학문이나 취미를 배우는 등 교육에 대한 열의가 높을 뿐 만 아니라 남은 인생을 여유롭게 즐기고자 하는 욕구로 가득 차 있다. 이들은 재산도 자녀에게 상속하지 않고 스스로를 위해 사용한다. 또한 재정 능력까지 갖추고 있어 구매력 있는 「골드세대」로 주목받으면서 패션 및 뷰티를 포함한 실버산업이 부상하고 있다⁴⁾.

뿐만 아니라 현재의 노년층은 주위의 사람들에게도 좋은 이미지를 주는 생활을 추구하고 젊은 사람들과 마찬가지로 자신의 외모관리에 대한 관심이 많아서 자신에게도 개성적으로 변화를 주어 풍부하고 활기찬 외모관리를 추구하며 또한 노년층의 완숙미를 외모관리를 통해 표현하고자 한다. 날마다 자신의 신체모습을 관찰하고, 외모와 신체에 대한 느낌을 더욱 의식함으로써 자신의 신체 평가나 신체를 의식하는데 영향을 받는다⁵⁾. 그리고 가장 이상적인 외모로

그들의 외모를 창조하고 이상적 기준에 접근하기 위하여 의복이나 화장과 같은 외모관리행동이 동기화되어 구체적인 행동을 이끌어내게 하기도 하는데⁶⁾, 이러한 외모관리행동은 사회생활과 상호관련성이 있는 자아개념 형성에 중요한 역할을 하며, 노년층에게 안정감과 자신감을 갖게 하고 사회활동도 적극적으로 참여하여 집단의 일원으로서 소속감을 느끼게 한다.

노년 여성과 관련하여 뷰티와 패션에 관한 국외의 심리학적 연구는 20세기를 시작으로 그 전조가 나타나 최근에는 눈부신 발전을 거듭했으나, 우리나라의 경우에는 연령대가 주로 여대생이나 20-30대 여성을 대상으로 제한되어 있고, 노년 여성을 대상으로 한 연구는 의복에 대한 심리학적 연구나 화장품 구매행동이나 화장태도에 대한 연구가 대부분이며, 치매노인에 대한 심리학적 연구 등 특수한 경우밖에 없어 일반적으로 적용하기에는 무리가 있는 등, 노년 여성의 자아의식에 따른 외모관리행동에 관한 연구는 전무한 실정이다.

그러나 앞으로의 미래 사회는 노년층의 증가와 더불어 여유 있는 행복한 생활을 추구하고 윤택한 생활을 갈구할 것으로 전망되며, 노년 여성들도 사회활동을 통해 자기 성취의 욕구를 실현하고자 할 것으로 보인다. 여기에 안정된 가정과 사회적 지위, 경제적인 능력이 뒷받침됨으로써 외모관리에 대한 욕구가 크게 증가할 것으로 기대된다. 따라서 고령친화형 산업시장에서 거대 소비 집단의 큰 부분을 차지하게 될 노년 여성의 외모관리행동에 관한 심리학적 연구가 학술적 연구영역의 하나로서 한 층 더 활기를 띠고, 그 결과들이 우리나라 고령친화형 산업시장에서 적극 활용되어야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 노년 여성 스스로 느끼는 자아의식에 따른 외모관리행동을 파악함으로써, 노년 여성들의 외모관리행동에 대한 욕구를 보다 깊이 이해할 수 있는 초석을 마련하고 노년 여성소비자의 태도와 심리적 부담감을 줄여주어 그들의 의식이나 선호하는 정보를 알고 사람들과의 부조화를 줄여주는 방향으로 변화를 줄 수 있으리라 생각된다. 따라서 고령친화형 산업 중 노년 여성을 위한 뷰티와 패션시장의 마케팅 전략수립과 이를 효율적으로 수행

하는데 기여하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 자아의식

자아의식이란 객관적 자기자각 이론을 바탕으로 주의의 초점을 자아에 두는 개인의 일관되고 지속적인 경향을 의미한다. 자아의식이란 자신에게 주의를 기울이는 정도를 의미하고, 개인차가 있으며 이는 개인의 성향으로 나타난다. 즉 어떤 사람은 줄곧 자신에 대해 생각하고 자신의 행동을 면밀히 조사하며 자신의 생각에 몰두한다. 반면 어떤 사람은 자신을 전혀 의식하지 못하고 자신의 동기나 타인에게 자신이 어떻게 보이는지에 대해서는 전혀 관심을 갖지 않는다고 하였다. 이것이 바로 자아의식에서의 개인차를 말한다. 자아의식에서의 이러한 개인차가 개인의 행동과 태도상의 차이를 설명할 수 있을 것이므로 이를 사회적 자아의식, 개인적 자아의식, 사회적 불안으로 분류하였다⁷⁾.

사회적 자아의식은 다른 사람에게 인식되는 사회적 객체로서의 자기, 가령, 인상형성, 개인의 외형적 행동방식, 예의 등으로 구성되는 것으로 자기표현과 관련된 자기의 측면에 주의를 기울이는 경향이다. 즉 다른 사람에게 보이는 사회적 존재로서의 자아에 주의를 기울이는 경향이라고 볼 수 있다. 또한 기억을 회상하는데 영향을 주고⁸⁾, 사고성과 정적인 상관관계를 보여주었다⁹⁾.

사회적 자아의식이 높은 사람은 타인이 자기를 어떻게 평가할 것인지에 초점을 가지고 자신들의 외모관리행동을 하며 주변 환경에 동조하는 경향이 강하다¹⁰⁾. 이는 Lennon, Burns와 Rowold¹¹⁾의 사회적 자아의식이 높은 사람들이 의복에 대한 관심, 동조성 및 자신의 유행성 등에 모두 높은 점수를 보여준 결과와 일치한다. 따라서 사회적 자아의식이 높은 사람들은 자기 자신을 사회적인 대상으로 인식하여 집단 내에서 다른 사람들과의 관계에 우선순위를 두고 있기 때문에 자신의 외모에 대해 타인이 평가하는 것에 대해 초점을 맞추어 자기를 깨닫는 경향을 가진다.

개인적 자아의식은 자신의 개인적 사고와 감정에 대한 인식으로 자아의 은밀한 측면, 예를 들면 태도, 감정, 동기, 가치 등과 같은 측면을 인식하거나 인지하는 개인의 경향, 즉 내적이고 자아 중심적인 요구를 반영하는 동기와 관련된 자기의 측면들에 주목하는 성향을 말한다. 개인적 자아의식이 높은 사람들은 태도와 행동 간의 일관성이 있고, 자신의 일시적인 감정상태에 더 반응하며, 자신의 행동경향성, 정서, 감각경험 등을 더 잘 자각하였다.

개인적 자아의식이 높은 사람은 어떤 일에 대한 판단을 하고자 할 때 외부의 영향보다는 자신의 감정이나 경험에 더 의존하고 있는 것으로 나타났다¹²⁾. 즉 의사결정시 개인적 자아의식이 높은 사람들은 자신의 경험과 지식을 보다 더 중요시하고 있음을 보여주며, 개인적 자아의식이 높은 사람들은 자기 혼자만의 시간을 즐기기를 좋아하며 자신의 감정, 즉 내면과 자신의 의견에 매우 민감하며 충실하려는 경향이 있고, 자기 자신의 태도나 행동 간에 매우 일관성 있는 행동을 하는 것으로 나타났다¹³⁾.

사회적 불안에는 다른 사람들과 함께 있을 때, 당황하고, 부끄럽고, 화나게 하는 경향들을 포함하고¹⁴⁾ 주로 사회적 자아의식의 결과에 의해 생기는 것으로 대인관계나 여러 사람 앞에서 불안해하고 적절히 행동하지 못하는 것을 말한다. 사회적 자아의식은 사회불안의 선행요인이긴 하지만, 사회적 자아의식이 높다고 해서 반드시 사회불안을 경험하는 것은 아니다. 즉 타인에게 보이는 자신에 대해 관심을 가지면서도 아무런 불안감을 느끼지 않을 수도 있다¹⁵⁾.

사회적 불안이 타인들의 주목을 받는 사회적 상황에서 발생하며, 불안이나 신경증과 같은 강렬한 정서 반응을 유발하고 타인들의 평가에 대해 지나치게 염려하는 등의 인지적 특성을 지니며, 일상적인 사회적 반응의 붕괴와 같은 행동적 증후를 뚜렷이 나타낸다는 등의 특징을 갖는다고 한다¹⁶⁾.

2. 외모관리행동

외모관리행동이란 비언어적인 부호들을 통하여 타인에게 자신의 특질을 어필하기 위한 행동으로 간주하였으며¹⁷⁾, Kaiser¹⁸⁾는 사람들은 외모는 개선되어질

수 있다고 생각하며, 특히 여성들은 외모개선을 위하여 다양한 체중조절, 화장, 성형수술, 피부관리, 의복 등의 외모관리행동을 하고 있으며, 이러한 행위들을 통하여 이상적인 신체상과 실제적인 신체와의 괴리감을 최소화시키고자 한다고 언급하고 있다.

오늘날 여성들의 외모가 하나의 경쟁력이 되는 현상은 '타고난 미모' 라는 과거의 개념과는 달리, 오늘날 여성의 외모는 명백히 만들어지고 관리되는 것이라는 사회적 관념과 그를 뒷받침하는 제도들이 형성되면서 생겨났고, 여성들의 외모관리에 대한 요구와 기대를 점차 증대시키는 결과를 가져왔으며 그 결과 신체와 관련된 사업이 급속하게 발전하였다¹⁹⁾.

우리가 외모라는 수단을 통해 다른 사람에게 우리 자신을 어떻게 나타낼지 선택할 때, 우리를 둘러싸고 있는 문화 패턴 내에서 선택을 하고 관찰이나 행동을 통해 이러한 문화적 패턴을 학습한다. 기술적 패턴, 윤리 패턴, 미적 패턴, 의식적 패턴은 어떤 외모관리행동을 통해 수용되고, 권장만하고, 강제적으로 간주된다²⁰⁾.

끊임없는 변화를 추구하는 현대사회의 미의기준에서 접근해 볼 때 사람들은 자신의 신체 결점에 대해 극복하고자 노력하는데 이를 뒷받침 해주는 역할을 하는 것이 바로 외모관리행동이라고 하였다. 즉 현대인 특히 여성의 경우는 자신이 아름다워지기를 희망하고 있으며 아름다운 외모를 갖기 위해 끊임없는 노력이 필요한 사회 속에서 살고 있다²¹⁾.

우리가 일상생활에서 마주치는 사람들의 외모를 통하여 우리는 멀리할 사람, 가깝게 지낼 사람, 친분을 가질 사람 및 사랑할 사람 등을 선택하게 된다고 할 만큼 외모란 시각적으로 보여 지는 신체의 생김새부터 얼굴, 화장, 헤어스타일, 몸매, 의복 등 머리에서 발끝까지 보여 지는 전체적인 모습을 의미한다. 또한 자기 자신만의 이미지 연출에서 보여 지는 태도나 행동을 통해 성격, 호감도, 느낌, 취향, 생각, 지위, 직업 등을 파악하게 되어 외모란 외면적인 면과 내면적인 면이 합쳐진 전반적인 모습이라 할 수 있다²²⁾.

Thompson과 Heinberg²³⁾은 이상적인 외모의 사회문화적 기준의 변화에 가장 큰 영향을 미치고 있는

매스미디어와 바디이미지와외의 상관관계를 규명함에 있어 사회비교이론(social comparison theory)이 이론적 토대가 될 수 있음을 제시하였다. 즉 현재의 사회문화가 요구하는 미의 기준에 맞게 현대인들이 외모관리행동을 하게 된다는 것이다.

보다 나은 외모를 지향하는 현대인들의 관심은 점차 높아지고 있으며 과거에 비해 더 다양한 외모관리행동을 통하여 자신의 원하는 이상적인 바디이미지를 가지기 위한 노력을 하고 있다²⁴⁾.

3. 자아의식과 외모관리행동

사회적인 정체성과 타인의 눈을 의식하고 있는 사회적 자아의식이 높은 사람들은 자기 자신을 사회적인 대상으로 인식하기 때문에 자신에게 보여 지는 바디이미지에 대한 자신의 외모에 대하여 타인의 시선을 의식하여 타인의 긍정적이고 호감적인 평가를 얻기 위한 외모관리행동에 대한 노력에 최선을 다할 것이다.

이와 반대로 개인적 자아의식이 높은 사람은 자신의 감정이나 느낌에 초점을 맞추고 있기 때문에 자신의 바디이미지나 외모를 통해 타인들과의 관계를 원활하게 한다든지 타인의 반응에 대해 신경을 많이 쓰고 있지 않은 것으로 나타난다. 따라서 개인적 자아의식이 높은 사람들은 자신의 외모관리행동에 있어서 자신의 내적인 감정이나 느낌, 생각이 반영된 행동을 할 것이다²⁵⁾.

Miller와 Cox²⁶⁾의 연구에 의하면 사회적 자아의식이 높은 학생들이 낮은 학생들에 비해 자신의 외모에 대한 관심이 높은 것으로 나타났으며 그에 따른 외모관리행동에도 많은 관심을 보였다.

사회적 자아의식이 높은 사람들은 자기를 기술하는 요소들 중 체스처나 매너, 자신이 속해있는 집단과의 관계, 키, 몸무게, 외모 등에 가장 중점을 두고 있으며²⁷⁾, 사회적 자아의식이 높은 사람들은 자신의 외모에 대해서 타인을 의식하기 때문에 사회생활 속에서 자신의 외모에 대한 관리를 매우 중요시 하고 있다.

Lee와 Burns²⁸⁾는 한국과 미국의 여대생을 대상으로 조사한 결과 사회적 자아의식이 높은 대상자들일 수록 자신을 좀더 매력적으로 보일 수 있게 하는 의복을 구입하는데 신경을 더 쓰고 있는 것으로 나타

났다. 개인적 자아의식이 높은 사람은 최신 유행이나 매력적으로 보이기 위한 것에는 무관심 하는 것으로 보여 진다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구가설

본 연구를 위하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- 1) 사회적 자아의식 수준에 따라 외모관리행동 하위요인에 있어서 차이가 있을 것이다.
- 2) 개인적 자아의식 수준에 따라 외모관리행동 하위요인에 있어서 차이가 있을 것이다.
- 3) 사회적 불안 수준에 따라 외모관리행동 하위요인에 있어서 차이가 있을 것이다.

2. 용어정의

본 연구에 사용된 용어들은 선행연구를 바탕으로 연구자가 연구의 목적에 맞도록 다음과 같이 개념적-조작적으로 정의하여 사용하였다.

1) 자아의식(self-consciousness)

관심의 초점을 자아에 두는 개인의 일관된 성향으로, 사회적으로 독립적인 존재로서의 개인을 타인과 구별되게 하는 의식형태를 의미한다.

2) 외모관리행동(appearance management behavior)

자신의 외모에 대한 관심정도에 따라 자신의 신체적 외모에 대한 만족도를 높이기 위해 외모를 변화시키고 아름답게 가꾸기 위하여 행해지는 행동을 의미한다.

3. 연구대상

본 연구는 2006년 9월 1일부터 2006년 9월 30일 사이에 대구·경북지역에 거주하는 55-69세까지의

노년 여성을 대상으로 자료를 수집하였다. 연구의 목적을 이해하고 설문에 응해준 500명을 대상으로 설문지를 배포했으며 회수된 총 440부 중 응답내용이 미비한 설문지를 제외한 397부를 최종 연구대상으로 하였다.

응답자의 연령은 55-59세 175명(44%), 60-64세 100명(25%), 65-69세 122명(31%)로 나타났고, 최종 학력은 초등학교 졸업이하가 100명(25%), 중학교 졸업이 91명(23%), 고등학교 졸업이 126명(32%), 전문대학 졸업이상이 80명(20%)으로 나타났으며, 배우자 유무는 있다가 299명(75%), 없다가 5명(1%), 사별이 89명(23%), 이혼이나 별거가 4명(1%)으로 나타났다.

한달평균가계소득은 100만원 미만인 98명(24%), 100-200만원 미만인 106명(27%), 200-300만원 미만인 94명(24%), 300만원 이상이 99명(25%)로 나타났고, 한달외모관리비용은 5만원 미만인 167명(42%), 5-10만원 미만인 115명(29%), 10-20만원 미만인 70명(18%), 20만원 이상이 45명(11%)로 나타났다.

4. 측정도구

1) 자아의식 측정도구

노년 여성에 대한 자아의식의 척도는 Fenigstein, Scheier와 Buss²⁹⁾, Cash와 Cash³⁰⁾, 최정아³¹⁾, 김은정³²⁾, 이화순³³⁾ 등이 제작한 도구를 수정·보완하여 2006년 7월 1일부터 8월 18일까지 노년 여성 133명을 대상으로 예비조사를 실시한 결과 신뢰도 Cronbach's Alpha = .81로 나타났다.

예비조사를 실시한 결과 노년 여성이 이해하기 어렵다고 생각한 문항과 신뢰도가 낮은 문항을 다시 수정, 보완하여 사회적 자아의식 척도는 '나는 나 자신을 표현하는 방법에 대해 신경 쓰고 있다', '나는 내가 남들에게 어떻게 보이는가에 대해 생각하고 있다' 등 7문항, 개인적 자아의식 척도는 '나는 항상 나 자신을 이해하려고 한다', '나는 나의 기분 변화에 대해 민감하다' 등 10문항, 사회적 불안 척도는 '나는 매우 쉽게 당황한다', '나는 많은 사람들 앞에서 말할 때 불안하다' 등 6문항으로 총 23문항을 연구에 사용

하여 각 문항을 5점 척도로 측정하였다.

2) 외모관리행동 측정도구

노년 여성에 대한 외모관리행동의 척도는 Cash와 Cash³⁴⁾, Brown, Cash와 Mikula³⁵⁾, Diller와 Marano³⁶⁾, Lennon과 Rudd³⁷⁾, 김은주³⁸⁾ 등이 제작한 도구를 수정·보완하여 2006년 7월 1일부터 8월 18일까지 노년 여성 133명을 대상으로 예비조사를 실시한 결과 신뢰도 Cronbach's Alpha = .79로 나타났다.

예비조사를 실시한 결과 노년 여성이 이해하기 어렵다고 생각한 문항과 신뢰도가 낮은 문항을 다시 수정, 보완하여 체중·체형관리 8문항, 피부관리 6문항, 화장행동 3문항, 헤어관리 4문항, 미용성형 4문항, 의복행동 6문항으로 총 31문항을 연구에 사용하여 각 문항을 5점 척도로 측정하였다.

5. 자료분석

노년 여성의 외모관리행동이 자아의식과 어떤 관계가 있는지 알아보기 위해 SPSS 14.0 통계 프로그램을 사용하여 자료를 분석하였으며, 가설에 따른 통계적 분석방법은 다음과 같다.

자아의식 수준에 따라 외모관리행동에 차이가 있는지 알아보기 위해 자아의식 하위요인별(사회적 자아의식, 개인적 자아의식, 사회적 불안) 점수를 독립

변인으로 하고 외모관리행동 6개 하위요인의 척도 점수를 종속변인으로 하여 다변인변량분석(multivariate analysis of variance: MANOVA)을 실시하였다. 그 결과 통계적으로 유의하게 나타난 다변인변량분석 결과를 구체적으로 알아보기 위하여 외모관리행동의 각 하위요인별로 단변인변량분석(univariate analysis of variance: ANOVA)을 실시하여 유의수준 .05에서 통계적 유의성을 검증하였다.

자아의식에 따른 고, 저집단의 분류는 각 문항을 1(전혀 그렇지 않다)에서 5(매우 그렇다)로 5점 척도를 사용하여 고, 저집단을 구분함에 있어서 완전히 5이거나 1인곳을 기준으로 분류하는 방법이 있고, 가운데인 3(잘모르겠다)을 기준으로 그 이하면 저집단, 그 이상이면 고집단으로 분류하는 방법이 있는데 연구 대상이 노년 여성인 관계로 두 집단 모두가 척도 평균(기준은 3)에 해당하는 것으로 후자의 방법으로 통계처리하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 사회적 자아의식과 외모관리행동과의 관계

자아의식 하위요인(사회적 자아의식, 개인적 자아의식, 사회적 불안)에 따른 외모관리행동 하위요인별(체중·체형관리, 피부관리, 화장행동, 헤어관리, 미

<표 1> 자아의식 하위요인별 외모관리행동 점수의 평균 및 표준편차

외모관리행동	집단	사회적 자아의식			개인적 자아의식			사회적 불안		
		평균	표준 편차	N (397)	평균	표준 편차	N (397)	평균	표준 편차	N (397)
체중·체형관리	저	22.58	4.86	179	22.56	4.84	196	23.16	4.99	192
	고	23.67	4.69	218	23.77	4.67	201	23.19	4.61	205
피부관리	저	16.10	4.24	179	16.36	4.45	196	17.11	4.64	192
	고	18.05	4.43	218	17.96	4.31	201	17.23	4.28	205
화장행동	저	7.53	2.65	179	7.91	2.66	196	8.38	2.87	192
	고	8.90	2.68	218	8.65	2.79	201	8.19	2.64	205
헤어관리	저	11.39	2.53	179	11.68	2.43	196	12.15	2.67	192
	고	12.40	2.66	218	12.20	2.83	201	11.75	2.62	205
미용성형	저	8.94	3.24	179	9.29	3.31	196	9.87	3.40	192
	고	10.56	3.39	218	10.36	3.45	201	9.80	3.44	205
의복행동	저	17.83	3.35	179	18.23	3.46	196	19.22	3.67	192
	고	20.18	3.39	218	19.98	3.46	201	19.02	3.47	205

<표 2> 사회적 자아의식에 따른 외모관리행동의 다변인변량분석결과 요약표

Statistics	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Pillai's Trace	.132	9.885*	6	390	.000
Wilks' Lambda	.868	9.885*	6	390	.000
Hotelling's Trace	.152	9.885*	6	390	.000
Roy's Largest Root	.152	9.885*	6	390	.000

*p<.05

<표 3> 사회적 자아의식에 따른 외모관리행동의 단변인변량분석결과 요약표

외모관리행동	SS	df	MS	F	Sig.
체중·체형관리	116.721	1	116.721	5.139*	.024
피부관리	371.579	1	371.579	19.660*	.000
화장행동	186.789	1	186.789	26.279*	.000
헤어관리	100.985	1	100.985	14.936*	.000
미용성형	258.304	1	258.304	23.401*	.000
의복행동	543.782	1	543.782	47.863*	.000

*p<.05

용성형, 의복행동) 점수의 평균 및 표준편차는 <표 1>과 같다.

사회적 자아의식 수준에 따라 외모관리행동에 차이가 있는지 알아보기 위해 외모관리행동 하위요인별(체중·체형관리, 피부관리, 화장행동, 헤어관리, 미용성형, 의복행동) 점수를 종속변인으로 하여 다변인변량분석을 실시한 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2>에서 볼 수 있는 바와 같이 Wilk's Lambda(F=9.885, p<.05)를 포함한 모든 다변인변량분석 통계치가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

외모관리행동 하위요인별로 구체적인 차이를 검증하기 위해 단변인변량분석을 실시한 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3>에서 볼 수 있는 바와 같이, 외모관리행동 6개 하위영역 모두에서 사회적 자아의식이 높은 집단과 낮은 집단간에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. <표 1>에 나타난 바와 같이, 체중·체형관리, 피부관리, 화장행동, 헤어관리의 경우 사회적 자아의식이 높은 집단의 노년 여성들이 낮은 집단의 노년 여성들에 비해 상대적으로 더 많은 노

력을 하고 있는 것으로 나타났으나 두 집단 모두의 평균이 척도평균에 해당되는 것으로 나타남에 따라 실제 사회적 자아의식이 높은 노년 여성들의 경우에도 적극적으로 체중·체형관리, 피부관리, 화장행동 그리고 헤어관리를 하고 있지 않은 것으로 나타났다.

미용성형의 경우에도 사회적 자아의식이 높은 집단과 낮은 집단 모두가 미용성형에 관심이 낮고 미용성형을 하지 않은 것으로 나타났으며 그 정도는 사회적 자아의식이 높은 집단의 노년 여성들에 비해 사회적 자아의식이 낮은 집단의 노년 여성들이 더 심한 것으로 나타났다. 의복행동 요인의 경우에는 사회적 자아의식이 높은 노년 여성들이 낮은 노년 여성들에 비해 실제 생활 속에서 의복선택에 더 높은 관심을 가지고 행동하고 있는 것으로 나타났다.

사회적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 체중·체형관리를 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 사회적 자아의식이 높은 사람들은 자기를 기술하는 요소들 중 제스처나 매너, 자신이 속해있는 집단과의 관계, 키, 몸무게, 외모 등에 가장 중점을 두고 있으며³⁹⁾, 사회적인 정체성과 타인의 눈을 의식하고

있는 사회적 자아의식이 높은 사람들은 자기 자신을 사회적인 대상으로 인식하기 때문에 자신에게 보여지는 외모에 대하여 타인의 시선을 의식하여 타인의 긍정적이고 호감적인 평가를 얻기 위한 외모관리행동에 대한 노력에 최선을 다할 것이라는 이시원⁴⁰⁾의 연구결과와 일치하였다. 사회적 자아의식이 높은 노년 여성들은 자신의 외모에 대해서 타인을 의식하기 때문에 겉으로 보이는 외모관리를 매우 중요시 하여 더 날씬하게, 더 멋진 체형을 위해 수영, 요가, 에어로빅, 아쿠아로빅, 헬스 등 전문적인 스포츠센터에 다니면서 체중·체형을 관리하는 것으로 사료된다.

사회적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 피부관리를 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 사회적 자아의식이 높은 노년 여성들은 기능성화장품을 사용하거나 피부미용실, 피부관리센터, 피부과에 다니면서 피부를 더 희고 깨끗하게, 덜 주름지게 하는 것으로 사료되며, 얼굴뿐만 아니라 전신, 손, 발까지도 관리받기를 원하는 것으로 사료된다.

사회적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 화장행동을 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 Cash와 Cash⁴¹⁾와 Miller와 Cox⁴²⁾의 연구결과와 일치하는 것으로 여성들은 화장을 함으로써 외모변화에 의한 즐거움으로 스트레스가 해소되며, 외모의 결함을 보상받을 수 있으며, 적극적인 자기표현과 대응행동에 도움을 주며 자신감 또는 자기충족감이 생기고, 사회적 자아의식이 높은 여성들은 화장을 할 때 자신을 화려하고 생기 있는 모습으로 보이고자 애를 쓰며⁴³⁾, 자신의 매력을 높이기 위하여 화장품과 화장에 대한 관심이 많으며, 자신을 꾸미는데 많은 시간과 노력을 투자하는 것으로 사료된다. 이는 외모에 관심이 높을수록 화장품의 사용이 증가되었다는 Rudd와 Lennon⁴⁴⁾의 연구결과와도 일치하는 것으로 현재의 자신의 모습에 대한 만족보다는 다른 사람이 요구하는 이상적인 외모를 추구하는 것으로 사료된다.

사회적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 헤어관리를 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 사회적 자아의식이 높은 노년 여성들은 다른 사람에게 보여지는 자신을 생각하기 때문에 미용실에 가서 머릿결 염색이나 셋팅 등을 자주 하여 얼굴형이나

신체적 이미지에 어울리는 헤어스타일을 추구하고, 다양한 헤어관리 제품을 사용하여 매력적이고 개성적인 자기 연출을 추구하며 헤어관리를 통하여 외적 아름다움을 추구하는 동시에 젊어 보이고 싶어 하는 욕구를 가지고 있는 것으로 사료된다.

사회적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 미용성형을 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 사회적인 미의식과 가치관에 의해서 뚱뚱한 것보다는 날씬한 쪽이 아름답다고 생각하고, 나이 들으므로 생기는 기미나 주름의 증가, 피부 처짐 등을 제거해 젊게 보이는 것이 좋다는 것을 의미한다. 또한 55세 이상 여성들이 미용성형을 하고 싶은 순으로는 첫번째, 레이저 광선으로 기미·주근깨를 제거하는 것, 두번째, 눈 밑의 처짐 및 주름을 제거하는 수술, 세번째, 지방흡입수술, 네번째, 볼라겐을 주입하는 순으로 나타난 大坊⁴⁵⁾의 연구결과와도 일치한다. 그러나 노화현상에 따른 미용성형과 외모향상을 위한 미용성형을 원하는 여성들의 수가 증가하지만⁴⁶⁾, 연구대상이 노년 여성인 관계로 20대 대학생처럼 적극적인 미용성형을 원하는 것은 없는 것으로 사료된다.

사회적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 의복행동을 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 사회적 자아의식이 높은 사람일수록 어떤 경우에도 전통이나 틀에 따라 그 장소의 분위기에 맞춰 자신의 성별, 연령, 직업이나 지위, 입장에 어울리는지를 잘 고려해서 의복을 선택하고, 착용하며⁴⁷⁾, 자신을 좀 더 매력적으로 보일 수 있게 하는 의복을 구입한다는 Lee와 Burns⁴⁸⁾의 의견과 일치한다. 또한 고령자에 있어서 사회적 자아의식이 높은 사람일수록 착용을 선택할 때 중시한다는 田中, 秋山, 泉加, 山野, 西川과 吉川⁴⁹⁾의 연구결과와 일치하는 것으로 사회적 자아의식이 높은 노년 여성들이 다른 사람들에게 보여주기 위해 아름답고 매력적으로 보이기 위해 의복을 착용하는 것으로 사료된다.

따라서 사회적 자아의식이 높은 사람들은 사회적 자아의식이 낮은 사람들보다 타인의 관심이나 평가의 대상이 될 수 있는 자신의 신체에 민감하게 반응하며, 자신의 외모에 대해서도 많은 관심을 갖고, 신체적 아름다움과 외모를 가꾸는데 많은 노력을 하고

<표 4> 개인적 자아의식에 따른 외모관리행동의 다변인변량분석결과 요약표

Statistics	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Pillai's Trace	.068	4.733*	6	390	.000
Wilks' Lambda	.932	4.733*	6	390	.000
Hotelling's Trace	.073	4.733*	6	390	.000
Roy's Largest Root	.073	4.733*	6	390	.000

*p<.05

<표 5> 개인적 자아의식에 따른 외모관리행동의 단변인변량분석결과 요약표

외모관리행동	SS	df	MS	F	Sig.
체중·체형관리	145.270	1	145.270	6.416*	.012
피부관리	254.971	1	254.971	13.283*	.000
화장행동	54.136	1	54.136	7.273*	.007
헤어관리	26.878	1	26.878	3.868	.055
미용성형	114.144	1	114.144	10.010*	.002
의복행동	302.311	1	302.311	25.251*	.000

*p<.05

있다⁵⁰⁾⁵¹⁾. 그러므로 사회적 자아의식이 높은 사람들이 낮은 사람들보다 더 매력적이라는 평가를 받는다는 Turner, Scheier, Carver와 Ickes⁵²⁾의 결과와 일치한다.

2. 개인적 자아의식과 외모관리행동과의 관계

개인적 자아의식 수준에 따라 외모관리행동에 차이가 있는지 알아보기 위해 외모관리행동 하위요인별(체중·체형관리, 피부관리, 화장행동, 헤어관리, 미용성형, 의복행동) 점수를 종속변인으로 하여 다변인변량분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4>에서 볼 수 있는 바와 같이 Wilk's Lambda(F=4.733, p<.05)를 포함한 모든 다변인변량분석 통계치가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

외모관리행동 하위요인별로 구체적인 차이를 검증하기 위해 단변인변량분석을 실시한 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5>에서 볼 수 있는 바와 같이, 헤어관리(F=3.868, p>.05)에서는 개인적 자아의식이 높은 노년 여성 집단과 낮은 집단간에 통계적으로 유의한 차이

가 없는 것으로 나타났으나 체중·체형관리(F=6.416, p<.05), 피부관리(F=13.283, p<.05), 화장행동(F=7.273, p<.05), 미용성형(F=10.010, p<.05), 그리고 의복행동(F=25.251, p<.05)에서는 개인적 자아의식이 높은 노년 여성 집단과 낮은 집단간에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 개인적 자아의식이 높은 노년 여성들이 낮은 집단에 비해 체중·체형관리는 물론 피부관리, 화장행동, 그리고 미용성형에도 더 높은 관심을 가지고 평소에 관리하는 것으로 나타났다. 그리고 의복선택과 관리에 있어서도 개인적 자아의식이 높은 노년 여성들이 개인적 자아의식이 낮은 노년 여성들에 비해 더 높은 관심을 가지고 평소에 관리하고 있는 것으로 나타났다.

개인적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 체중·체형관리를 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 개인적 자아의식이 높을수록 체중·체형관리에 대해 긍정적인 신체상을 갖고 있다는 손은정⁵³⁾의 연구결과와 일치한다.

개인적 자아의식이 높은 사람은 자신의 감정이나 느낌에 초점을 맞추고 있기 때문에 자신의 바디이미

지나 외모를 통해 타인들과의 관계를 원활하게 한다던지 타인의 반응에 대해 신경을 많이 쓰고 있지 않은 것으로 나타났으며, 자신의 외모관리행동에 있어서는 자신의 내적인 감정이나 느낌, 생각이 반영된 행동을 할 것이다⁵⁴⁾. 개인적 자아의식이 높은 노년 여성들은 보여 지는 외모에 덜 만족하고 덜 강조하는 경향이 있지만, 그들은 가벼운 조깅이나 걷기 등을 통한 건강에 더 만족하고 더 강조하는 것으로 사료된다⁵⁵⁾.

개인적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 피부관리를 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 개인적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 노화된 피부일수록 보습효과를 주는 기초화장을 필수적인 것으로 인식하는 이화순⁵⁶⁾의 연구결과와 일치하는 것으로 개인적 자아의식이 높은 노년 여성들은 피부관리를 위해 기초화장에 신경을 쓰거나 홈케어를 꾸준히 하여 외모에 대해 지속적인 관심을 기울이는 것으로 사료된다.

개인적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 화장행동을 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 개인적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 화장을 했을 때 자신에 대해 더 만족하고, 더 편안함을 느끼며, 지적이고 고귀하며 세련된 이미지로 자신을 연출한다는 大坊과 神山⁵⁷⁾의 연구결과와 일치하는 것으로 개인적 자아의식이 높은 노년 여성들은 자기 자신의 만족을 위해 화장행동을 하는 것으로 사료된다.

노년 여성의 개인적 자아의식 수준에 따라 외모관리행동 하위요인 중 헤어관리에서 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났는데 이는 연구대상인 노년 여성인 관계로 개인적 자아의식이 높고 낮음에 관계없이 흰머리를 염색하거나 커트, 파마를 하기 위

해 미용실에 자주 가는 것으로 사료된다.

개인적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 미용성형을 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 사람들이 미용성형을 통해 신체외모를 변형시켜 이상적인 외모를 추구하려는 욕구가 강하며, 이를 위해 많은 시간과 노력을 기울인다. 따라서 개인적 자아의식이 높은 노년 여성들은 나이가 들으로써 변화되는 부분을 성형을 통해 더 나은 외모의 아름다움과 함께 자신만의 행복을 추구하려는 경향이 강한 것으로 사료된다.

개인적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 의복행동을 더 추구하는 것으로 나타났는데 이는 자아의 내적 관점인 사적 자아의식이 높을수록 의복 사용에 영향을 미친다는 Kwon과 Shim⁵⁸⁾의 연구와 일치하는 것으로 개인적 자아의식이 높은 노년 여성들이 최신 유행이나 매력적으로 보이기 위한 것보다⁵⁹⁾는 자신의 이미지를 강화하기 위한 도구로서 의복을 선택하며, 개인적 자아의식이 높은 사람은 개인적 신념에 대한 확신이 있어 사회나 집단의 압력을 극복할 수 있기 때문에 의복을 개성적으로 착용하는⁶⁰⁾ 것으로 사료된다.

3. 사회적 불안과 외모관리행동과의 관계

사회적 불안 수준에 따라 외모관리행동에 차이가 있는지 알아보기 위해 외모관리행동 하위요인별(체중·체형관리, 피부관리, 화장행동, 헤어관리, 미용성형, 의복행동) 점수를 종속변인으로 하여 다변인변량분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6>에서 볼 수 있는 바와 같이 Wilk's Lambda($F = .527$ $p > .05$)를 포함한 모든 다변인변량분석 통

<표 6> 사회적 불안에 따른 외모관리행동의 다변인변량분석결과 요약표

Statistics	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Pillai's Trace	.008	.527	6	390	.788
Wilk's Lambda	.992	.527	6	390	.788
Hotelling's Trace	.008	.527	6	390	.788
Roy's Largest Root	.008	.527	6	390	.788

* $p < .05$

계치가 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉 외모관리행동 6개 하위요인 중 어느 것에서도 사회적 불안이 높은 노년 여성과 사회적 불안이 낮은 집단간에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 사람들이 사회적 대상으로서 자신에 대한 날카로운 자각을 경험할 때 사회적 불안이 발생하며, 이러한 사회적 불안이 높을수록 신체, 얼굴, 의복과 같은 외모에 대한 관심이 높게 된다는 손은정⁶¹⁾의 결과와 상반되는 것으로 사회적 불안은 대인관계나 여러 사람 앞에서 불안해하고 적절히 행동하지 못하는 것을 말하는 것으로 주로 외적 환경에서의 부끄러움이나 초조함과 관련이 있다. 이는 연구대상이 노년 여성인 관계로 나이가 들어감에 따라 사회적 불안 수준에 의한 외모관리행동에는 별다른 차이가 없는 것으로 사료된다.

따라서 노년 여성의 사회적 불안 수준에 따라 외모관리행동 하위요인(체중·체형관리, 피부관리, 화장행동, 헤어관리, 미용성형, 의복행동)에 있어서 차이가 있을 것이라라는 연구가설이 기각되었다.

V. 결론

본 연구는 노년 여성 스스로 느끼는 자아의식에 따른 외모관리행동을 파악하여 노년 여성들의 욕구를 보다 심층적으로 이해하고 뷰티, 패션시장의 마케팅 전략수립에 효율적으로 수행되는데 도움이 되고자 한다. 연구결과의 통계처리에 대한 고찰을 통해 내린 결론은 다음과 같다.

1. 노년 여성의 사회적 자아의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 외모관리행동 6개 하위영역인 체중·체형관리, 피부관리, 화장행동, 헤어관리, 미용성형, 의복행동을 더욱 추구하는 것으로 나타났다.

2. 개인적 자아의식이 높은 집단의 노년 여성들이 낮은 집단에 비해 체중·체형관리는 물론 피부관리, 화장행동, 미용성형, 의복행동에도 더 높은 관심을 가지고 평소에도 관리하는 것으로 나타났다. 그러나 헤어관리에서 노년 여성의 개인적 자아의식이 높은 집단과 낮은 집단간에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

3. 사회적 불안이 높은 노년 여성과 사회적 불안이 낮은 집단간에 체중·체형관리, 피부관리, 화장행동, 헤어관리, 미용성형, 의복행동에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 노년 여성들이 실제적으로 자기 자신에 대한 자아의식이 어떠한 것인지를 파악하여 적절한 외모관리행동을 제시함으로써 성취감, 행복감, 자아존중, 자체력 등을 증진시키는 심리·치료적 가치가 있을 뿐 아니라 사회활동과 대인관계에도 영향을 미칠 것이며, 이러한 관계규명은 노년 여성들의 적합한 욕구를 충족시켜줄 수 있는 마케팅을 적용하는데 기준이 되는 자료가 될 수 있을 것이고, 판매자들 역시 소비자에게 맞는 제품구매가 이루어지도록 심리적으로 유도하는 판매촉진에 활용할 수 있어 차별화 전략에 맞춰 제품의 질과 서비스 향상을 통해 경쟁력을 증가시킬 수 있다.

본 연구의 한계점은 표본 집단이 대구·경북 지역의 55-69세 노년 여성에 한정되어 있어 이 연구의 결과를 광범위한 해석으로 일반화시키기에는 신중을 기해야 할 것이며, 후속 연구에서는 노년 여성의 연령대를 세분화하여 외모관리행동에 따른 전반적인 인식의 차별화에 기초를 두어 다양한 집단을 대상으로 하여 깊은 연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 1) 통계청 (2001). 장래인구추계, pp. 10-13.
- 2) 통계청 (2006). 장래인구추계, p. 10.
- 3) 詠節子·松平光男 (1992). 高齢者の服装に對する印象の分析. 日本纖維製品消費科學會誌, 33(1), pp. 41-46.
- 4) 조선일보 (2006.11.18). 뉴실버 르네상스, p. 6B.
- 5) Stormer, S. M. and Thompson, J. K. (1996). Explanations of body image disturbance: a test of maturational status, negative verbal commentary, social comparison, and sociocultural hypotheses. *International Journal of Eating Disorders*, 19(2), pp. 193-202.
- 6) Lennon, S. J. and Rudd, N. A. (1994). Linkage between attitude toward gender roles, body satisfaction, self-esteem, and appearance management behaviors in women. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 23, pp. 94-117.
- 7) Fenigstein, A., Scheier, M. F. and Buss, A. H. (1975). Public and private self-consciousness: assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*,

- 43(4), pp. 522-527.
- 8) Kimble, C. E., Hirt, E. R. and Arnold, E. M. (1985). Self-consciousness, public and private self-awareness and memory in a social setting. *Journal of Psychology*, 119(1), pp. 59-69.
 - 9) Turner, R. G., Scheier, M. F., Carver, C. S. and Ickes, W. (1978). Correlates of self-consciousness. *Journal of Personality Assessment*, 42(3), pp. 285-289.
 - 10) Froming, W. J. and Carver, C. S. (1981). Divergent influences of private and public self-consciousness in a compliance paradigm. *Journal of Research in Personality*, 15(2), pp. 159-171.
 - 11) Lennon, S. J., Burns, L. D. and Rowold, K. L. (1995). Dress and human behavior research : sampling subjects and consequences for statistics. *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(4), pp. 262-272.
 - 12) Froming, W. J. and Carver, C. S. *op. cit.*, pp. 159-171.
 - 13) Scheier, M. F. and Carver, C. S. (1977). Self-focused attention and the experience of emotion : attraction, repulsion, elation and depression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(4), pp. 625-636.
 - 14) Miller, L. C., Murphy, R. and Buss, A. H. (1981). Conscious of body : private and public. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(2), pp. 397-406.
 - 15) Fenigstein, A., Scheier, M. F. and Buss, A. H. *op. cit.*, pp. 522-527.
 - 16) Snyder, C. R., Smith, T. W., Auggelli, R. W. and Ingram, R. E. (1985). On the self-serving function of social anxiety : shyness as a self-handicapping strategy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(4), pp. 970-980.
 - 17) Aune, R. K. and Aune, K. S. (1994). The influence of culture, gender, and relational status on appearance management. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 25(2), pp. 258-272.
 - 18) Kaiser, S. B. (1997). *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context*(2nd ed.). Macmillan Pub. co, New York, pp. 134-142.
 - 19) 허미영 (1997). 여성의 체형관리 경험에 대한 여성학적 접근. 계명대학교 대학원 석사학위논문, pp. 89-92.
 - 20) Hamilton, J. (1987). Dress as a cultural sub-system: a unifying metatheory for clothing and textiles. *Clothing and Textiles Research Journal*, 6(1), pp. 1-7.
 - 21) 임숙자, 황선진, 이종남, 이승희 (2002). 현대의상사회 심리학. 서울: 수학사, pp. 41-69.
 - 22) 이인자, 이경희, 신효정 (2001). 의상심리. 서울: 교문사, pp. 292-344.
 - 23) Tompson, J. K. and 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), pp. 339-353.
 - 24) 이시원 (2004). 공적·사적 자의식에 따른 바디이미지와 외모관리행동에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, 21-23.
 - 25) 이시원. 앞의 논문, pp. 14-16.
 - 26) Miller, L. C. and Burns, L. D. (1982). For appearances sake : public self-consciousness and make-up use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, pp. 748-751.
 - 27) 문정신 (2003). 공적·사적의식 및 외모에 대한 사회, 문화가치의 내재화와 신체상관의 관계. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 21-24.
 - 28) Lee, M. and Burns, L. D. (1993). Self-consciousness and clothing purchase criteria of Korea and United States college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 11(4), pp. 32-40.
 - 29) Fenigstein, A., Scheier, M. F. and Buss, A. H. *op. cit.*, 522-527.
 - 30) Cash, T. F. and Cash, D. W. (1982). Women's use of cosmetics: psychosocial correlates and consequences. *International Journal of Cosmetic Science*, 4, pp. 1-13.
 - 31) 최정아 (1996). 자의식과 자존감이 상담에 대한 태도에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문, pp. 19-20.
 - 32) 김은정 (1999). 자기표상들과 자의식 성향이 스트레스 대처방식에 미치는 영향. 한양대학교 대학원 석사학위논문, p. 32.
 - 33) 이화순 (2002). 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구. 경희대학교 대학원 박사학위논문, pp. 42-43.
 - 34) Cash, T. F. and Cash, D. W. *op. cit.*, pp. 1-13.
 - 35) Brown, T. A., Cash, T. F. and Mikula, P. J. (1990). Attitudinal body image assessment: factor analysis of the body-self relations questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, 55(1/2), pp. 135-144.
 - 36) Diller, V. and Marano, H. E. (1997). Physical attractiveness survey. *Psychology Today*, 30(5), pp. 62-67.
 - 37) Lennon, S. J. and Rudd, N. A. *op. cit.*, pp. 94-117.
 - 38) 김은주 (2001). 여대생의 외모 관리행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp. 27-29.
 - 39) 문정신, 앞의 논문, pp. 21-24.
 - 40) 이시원, 앞의 논문, pp. 54-56.
 - 41) Cash, T. F. and Cash, D. W. *op. cit.*, pp. 1-13.
 - 42) Miller, L. C. and Cox, C. *op. cit.*, pp. 748-751.
 - 43) 大坊郁夫, 神山進 (1996). 被服と化粧の社會心理學. 東京: 北大路書房, pp. 30-41.
 - 44) Rudd, N. A. and Lennon, S. J. (1994). Aesthetics of the body and social identity. *International Textiles and Apparel Association*, 7, pp. 163-175.
 - 45) 大坊郁夫 (2001). 化粧行動の社會心理學. 東京: 北大路書房, pp. 11-152.
 - 46) 염경숙 (2000). 부산지역 일부 여성들의 성형수술 시

- 술실태 및 신체상과 자아존중감. 연세대학교 대학원 석사학위논문, pp. 30-35.
- 47) 牛田聰子, 高木 修, 神山 進, 阿部久美子 (2000). 着裝規範に關する研究(第4報)-着裝規範意識お規定する個人差要因(自意識, 形式主義, 社會的スキル)-. 日本纖維製品消費科學會誌, 41(11), pp. 868-875.
- 48) Lee, M. and Burns, L. D. *op. cit.*, pp. 32-40.
- 49) 田中 優, 秋山 學, 泉加代子, 山野裕子, 西川正之, 吉川聰一 (1998). 高齢者の自律と着裝行動に關する研究-着裝基準重視と關連する要因の検討-. 日本纖維製品消費科學會誌, 39(11), pp. 716-722.
- 50) Cash, T. F. and Cash, D. W. *op. cit.*, pp. 1-13.
- 51) Miller, L. C. and Cox, C. *op. cit.*, pp. 748-751.
- 52) Turner, R. G., Scheier, M. F., Carver, C. S. and Ickes, W. (1978). Correlates of self-consciousness. *Journal of Personality Assessment*, 42(3), pp. 285-289.
- 53) 손은정 (1995). 신경성 대식증 증상수준에 따른 신체상과 자기의식의 특성. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 20.
- 54) 이시원. 앞의 논문, pp. 54-56.
- 55) Kaiser, S. B. *op. cit.*, pp. 134-142.
- 56) 이화순 (1997) 노인의 화장에 대한 태도 조사연구. 한국미용학회지, 3(1), pp. 165-183.
- 57) 大坊郁夫, 神山 進. 앞의 책, pp.30-41.
- 58) Kwon, Y. H. and Shim, S. (1999). A structural model for weight satisfaction, self-consciousness and women's use of clothing in mood enhancement. *Clothing and Textiles Research Journal*, 17(4), pp. 203-212.
- 59) Lee, M. and Burns, L. D. *op. cit.*, pp. 32-40.
- 60) 천문선 (2004). 문화성향 및 자의식이 의복소비행동에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문, pp. 55-58.
- 61) 손은정. 앞의 논문, p. 21.