

## 화장의 동조성과 개성에 영향을 미치는 변인

최수경

마산대학 뷰티케어학부

### The Influencing Factors in Conformity and Individuality of Make up

Su-Kyung Choi

Dept. of Beauty of Care, Masan College, Masan, Korea

**Abstract :** This study intends to examine the influencing factors in conformity and individuality of make up. For the study, a questionnaire survey was conducted of 436 women in between their twenties to fifties residing in the Kyeongnam region. Obtained data were analyzed pearson's correlation coefficient and multiple regression analysis. The result is summarized as follows.; The influence on conformity and individuality of make up can be described into 4 factors that are included in the decision making process of conformity and individuality, in other words, the demographical characteristic, the body cathexis, the need and the clothing value. The demographic characteristics, the marriage status and the education had a direct influence on conformity, however the body cathexis did not have a direct influence on any subordinate factors of conformity and individuality, but had indirect influence having the need as a parameter or had no influence having the clothing value as a parameter.

**Key words :** conformity and individuality of make up, demographical characteristic, body cathexis, need, clothing value

### 1. 서 론

패션은 동조성과 개성이 동시에 작용하여 패션과정을 시작하고 확산시키는데 서로 보완적인 역할을 하고 있다. 즉 소비자의 동조성과 개성 행동은 유행을 지속적으로 변화시키는 원동력이 된다. 그러나 소비자는 상반된 두 가지 행동을 모두 갖고 있어 어느 쪽이 강하게 작용되느냐에 따라 패션을 통한 표현방식이 달라질 수 있다. 패션은 새로운 것에 대하여 사회적 동조를 얻어 이루어진다는 점에서 하나의 사회적 현상으로 볼 수 있지만 사회집단을 구성하고 있는 단위가 개인이라는 관점에서 본다면 소비자의 심리적 특성이 설명되어야 한다.

현대사회에서는 의복뿐만 아니라 액세서리, 헤어스타일, 화장 등을 포함한 토털 패션의 경향을 나타내고 있다. 특히 화장은 사회의 전반적인 문화현상을 단적으로 반영하여 그 시대의 의복형태와 더불어 다양한 미적 요소를 가지고 변천하는 패션의 중요한 부분으로 인식되면서 현대인들의 화장에 대한 관심이 높아지고 있다. 이는 화장이 의복에 비하여 쉽게 변화나 변신이 가능하고 다양한 자기 연출을 용이하게 해주기 때문이다. 그럼에도 화장을 통해 표현하는 방법과 화장의 어떤 측면을 중요하게 고려하는가는 정확히 밝혀지지 않고 있다. 이를 제대로

알려면 어떤 특정한 측면만을 강조할 수 없으며 여러 변인들이 밀접하게 상호 관련되어 있다고 볼 수 있다.

소비자는 어떤 제품을 구매할 때 아무런 내외적 탐색없이 구매의사 결정을 하는 것이 아니라 소비자 내부의 영향요인과 개인적 영향요인이 작용한다(Cundiff et al., 1980). 이러한 소비자의 행동을 제대로 설명하기 위해서는 개인적인 영향요인인 인구통계적 요인과 인간내부의 영향요인인 동기적인 측면을 모두 중요시해야 한다.

Jones & David(1965) 같은 심리학자들은 많은 사람들이 비슷한 상황에서 유사한 행동을 하게 되므로 개인의 행동을 설명하는 데 있어 동기가 상황적인 힘보다 더 중요한 것으로 인식될 수 있다고 하였다. 그러므로 내적 동기의 규명은 소비자의 화장행동이 실제로 매우 다르게 나타나는 것을 상당부분 설명해 줄 수 있을 것으로 본다.

Wendall(1947)은 인간행위가 근본적으로 욕구에 의해서 시작되고 유지된다고 보았으며, Maslow(1954)도 인간의 욕구를 동기로 설명하면서 여러 욕구들의 강도와 중요도에 따라서 어떤 행동이 결정될 수 있다고 하였다. William(1952)에 의하면 그러한 태도나 행동의 방향에 영향을 주는 일반적 개념으로 가치관을 지적하였고, Hurlock(1976)은 가치관이 개인의 행동이나 의사를 결정하는 동기로 작용한다고 보고하였다. 또한 강경자(1986)는 욕구와 가치관이 의복행동을 설명하는 요인으로 작용함을 밝히고 있어 의복과 함께 화장이 토털 패션을 구성하는 중요한 요소임을 비추어 볼 때 같은 맥락에서 화장행동 역시

규명될 수 있다고 생각된다.

이에 본 연구에서는 성인여성을 대상으로 신체에 대한 개념이 화장의 동조성과 개성에 영향을 미칠 것으로 보고 성인여성의 신체만족도와 개인적인 영향요인인 인구통계적 요인, 즉 연령, 학력, 수입, 직업유무, 결혼여부의 5개 변인 그리고 미디어 접촉도(TV, 라디오, 신문, 여성잡지, 카탈로그, 인터넷), 심리적 영향요인인 Maslow욕구와 가치관을 화장의 동조성, 개성과 관련시켜 분석함으로써 이들 변인 중 어떤 변인들이 화장의 동조성과 개성에 직, 간접적인 영향을 미치는지 경로분석을 통해 규명하고자 한다. 따라서 본 연구는 화장의 심리를 연구하는 영역에서 뿐만 아니라 소비자들의 내적 특성을 파악하여 사회심리학적 연구의 기초 자료를 제공하는 한편 세분된 각각의 목표 시장에 대한 적절한 화장품 개발이나 마케팅 전략수립을 위한 실증적 자료제시가 될 것이다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 화장행동

패션은 동조성과 개성이 동시에 작용해야만 성립된다. 이러한 인간본성의 양면성은 의복에서 잘 반영되고 있다. 강혜원(1974)은 여자들이 유행과 개성에 똑같이 관심을 가질 수도 있고 낮은 관심을 가질 수도 있다고 하여 유행과 개성, 동조성 사이에 미묘한 관계가 있음을 밝혔다. Taylor & Compton(1968)은 동조성이 높은 여대생이 타인과의 조화로운 관계를 유지해 나가는 데 관심이 높다고 하였고, Smucker & Creekmore(1972)는 청소년을 대상으로 연구한 결과 동조성이 높을수록 동료들에게 더 잘 수용되는 것으로 나타난다고 하였다. Drake & Ford(1982), 홍금희·이은영(1983), 최선행·이은영(1987)은 자기존중이나 자기수용이 높은 사람이 동조성이 낮다고 보고하였으며, 신옥순 외(1978)는 독특성과 자기주장이 높을수록 외모상의 개성이 높게 나타난다고 하였다. 정미실(1984)도 자기 자신이나 타인을 부정적으로 지각하는 사람은 의복의 동조성을 중시한다고 하였다. 강경자(1989)의 연구에 의하면 성인여성들은 소속의 욕구가 높고 자기존중과 자아실현의 욕구가 낮을수록 집단 규범의 옷을 중시하였고, 반대로 소속의 욕구는 낮고 자기존중, 자아실현, 미, 인지의 욕구가 높을수록 개성표현을 중시한다고 하였으며, 기혼여성보다 미혼여성이 자아실현성이 높다고 보고 하였다.

이와같이 의복의 동조성과 개성은 심리적 특성과 연계하여 많은 연구들이 이루어져 왔고 규명되었다. 따라서 화장이 토털 패션의 중요한 구성요소이므로 화장의 동조성과 개성에 미치는 영향도 밝힐 수 있을 것으로 본다.

화장행동에 관한 선행연구를 살펴보면 화장은 사회적 의미가 강한 것으로 경험되고, 이러한 경험은 자기만족이나 자신감 등의 심리적 과정으로 귀결된다고 하였다. 그러나 화장을 함으로써 타인에 대한 예의를 지키고 배려를 하는 것이며, 자기 자신을 돋보이게 하거나 화장을 함으로써 결점을 보완하여 자신

감을 갖게 된다는 사회적 현실을 여성들이 마음속에 담고 있다고 하였다(박은아, 2003; 이화순, 2002). 김기범·차영란(2006)은 화장을 성숙, 사회성, 아름다움의 도구성 및 정체성의 네가지 차원으로 구성된 다면적 특성으로 보았고, 여성들은 화장의 의미를 사회적 승인, 자기표현, 아름다움의 수단, 단점 보완, 여성성 등에 두고 있는 것으로 나타났다. 화장을 하는 요인으로 타인에게 더 좋은 인상을 주기 위해, 피부색 등의 결점을 보충하기 위해, 피부를 보호하기 위해 등 타인에 대한 인상관리의 동기와 자신의 결점을 보충한다는 소극적인 동기로 나타난다고 한다. 또한 사용화장품 수를 화장도의 적극성으로 받아들여 개인 특징과의 관계를 살펴본 결과 높은 화장도는 여성, 동성의 평가 불안과 관계가 있다고 하였다. 이렇게 화장동기의 기본으로는 타인과의 관계조화, 사회적 관심의 강도가 있다고 보고하였다(松井 외, 1983). 김현희·유태순(2002)은 화장행동을 측정하기 위한 요인으로 화장만족도, 동조성, 심미성, 유행성, 흥미성, 예의성으로 구분하였는데, 이 중 흥미성과 예의성이 가장 두드러지는 결과로 나타났다. 백경진·김미영(2004)은 유행지향성, 대인관계중시, 최소화장 및 피부관리, 대인지향, 자기만족감의 5가지 차원으로 설정하여 연구하였으며, 연령에 따라 화장행동에 차이가 있음을 나타내어 유행지향 요인이 20대 집단에서 가장 중요하게 지각하는 요인이라면, 대인관계지향은 40, 50대 집단에서 가장 두드러지게 지각하는 요인으로 나타났다.

이상에서 화장행동은 자신의 모습을 매력적인 이미지, 개성적인 이미지로 나타낼 수 있는 자기표현의 수단이며, 타인에게 의사전달의 방법이나 예의를 지키기 위한 사회적 행동임을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 소속감의 표시로써 소외되지 않기 위하여 타인과 유사한 화장품을 사거나 화장을 하려는 행동을 동조성으로, 화장을 할 때 독특한 스타일이나 색을 선택하여 다른 사람과 다르게 보이거나 자신을 표현하는 행동을 개성으로 정의하였다.

### 2.2. 인구통계적 변인과 신체만족도

소비자의 행동을 제대로 설명하기 위해서는 개인적인 영향요인인 인구통계적 요인과 인간내부의 영향요인인 동기적인 측면을 모두 중요시해야 된다.

현정희·추태귀(2005)는 초저가 화장품 구매시 화장품쇼핑성향에 따른 집단 간 차이는 거의 없었으나 연령, 학력수준, 직업유무 및 월 가계수입 등 인구통계적 변인에 따라서는 유의한 차이가 있으므로 쇼핑성향보다는 주된 표적시장의 인구통계적 특성에 따른 마케팅 전략을 수립하는 것이 더 바람직할 것으로 보였다. 한덕희·박길순(2006)은 화장품구매 시 영양과 보습, 미백 관련 기능을 가장 중시하였고, 연령이 많을수록, 직업이 있는 여성, 기혼여성, 학력이 대조인 여성, 그리고 화장품 구입비용이 많을수록 화장품 구매 시 미백관련 기능을 중요시하였다. 또한 대부분의 여성이 미백화장품을 사용한 후 자신감과 만족감 상승을 느끼는 심리적인 상태를 가져왔다. 특히 직업이 있

으면서 기쁘고 화장품 구입비용이 5만원 이상인 여성들이 자신감과 만족감을 크게 나타낸 것으로 보고하였다. 인구통계적 특성에 따라 화장품 구매행동에서 차이를 살펴보면 화장품 선택시 가장 큰 영향을 주는 광고매체는 TV로 나타났으나(구양숙 외, 2000) 연령에 따라 주로 이용되는 정보원에서 차이를 보여 40대 이상의 경우 구매처 판매원인 반면(김숙례, 2000) 20대에서는 TV나 잡지 등이 더 많이 활용되는 것으로 나타났다(이지영, 1999). 김윤희 외(2006)는 매스미디어 활용이 메이크업과 패션제품의 유행선도력에 미치는 영향을 살펴본 결과 메이크업의 유행선도력에는 영화가 유의한 영향을 미치는 것으로, 패션제품의 유행선도력에는 잡지, 인터넷, 영화가 유의한 영향을 미치는 것으로 보고하였다.

따라서 화장에 대한 관심을 보이고 행동하는 단위가 개인이라는 측면에서 볼 때 매스미디어에 대한 접촉정도와 더불어 개인적인 영향요인이 되는 인구통계적 특성을 화장행동과 관련시켜 알아 볼 필요가 있다.

신체만족도는 신체의 여러 부분이나 신체기능에 대한 만족 혹은 불만족의 정도로 정의되는데(Secord·Jourard, 1953), 자신의 신체이미지에 대한 개인의 주관적 평가를 의미한다. 황진숙(1998)의 연구에서는 이상적인 신체이미지의 중요성과 특정 부위에 대한 신체만족이 의복추구태와 관련이 있는 것으로 나타났다. 이는 특정 부분의 신체에 만족할수록 의복태를 통하여 신체만족을 유지 또는 고양시키는 것으로 설명할 수 있다.

Cash et al.(1989)은 화장을 사용하여 신체적 매력을 증가시키는 것을 알기 위해 사진을 찍어서 여성의 신체적 매력 판단에 대한 효과를 검토하였다. 그 결과 남성들은 사진 속 여성 중에 화장한 얼굴에서 큰 영향을 받았으며 화장을 하지 않은 여성의 경우, 신체적 매력이 적은 것으로 평가하였다. 여성들은 남성에 비해 화장한 여성의 모습과는 상관없이 사진 속 여성들을 매력적이라고 생각했지만 자신의 동료가 자신을 평가한다고 생각할 경우에는 화장을 한 상태가 그렇지 않은 경우보다 매력적이라고 하였다. 이것은 신체이미지와 화장이 긍정적 관계임을 검증한 것이라 할 수 있다.

이와같이 신체만족도는 외모행동과 밀접한 관련이 있다는 것을 알 수 있으며, 신체에 대한 불만족은 화장을 통해 이상적인 외모를 표현하게 되고 불만족스러운 부분을 보완하게 되므로 화장행동과 밀접한 관련이 있을 것으로 생각된다.

### 2.3. 욕구와 가치관

모든 행동은 개인의 환경을 지각하면서 그 환경 속에서 경험하게 되는 욕구를 만족시키기 위한 것이다. 그러나 행동이라는 것은 개인에게 무의식적이거나 부분적으로만 의식되는 욕구에 의해서도 생기는 것이다(Rodgers, 1951). Murray(1938)는 욕구를 주어진 조건하에서 특정한 방법으로 반응을 보일 준비상태라고 정의하였다. 그에 따르면 욕구란 그것만이 갖는 독특한 방향과 추진력의 분량으로 특정 지워지며, 하나의 힘을 의미하는 개념으로 지각, 능동, 통각, 행동 등을 불만족한 상태로

변형시키는 힘을 의미하는 것이다.

Maslow(1954)는 하나의 욕구가 행동을 유발하는 유일한 동기는 아니며 어떤 행동은 여러 욕구들에 의해서 결정될 수 있다고 하였다. 이들 욕구가 행동동기로 나타날 때 욕구의 강도에 따른 순서는 생리적, 안전, 소속과 애정, 자기존중, 자아실현 욕구의 위계로 분류하고 후에 인지, 미의 욕구를 부가하였다. 그러나 Hersey & Blanchard(1972)는 Maslow의 욕구위계설에 의거하여 현대인에게 적합한 욕구위계구조를 제시하고 소속 욕구와 자아실현 욕구가 오늘날 가장 중요한 욕구이며 자존 및 안전 욕구가 그 다음의 욕구라고 하여 개인에게 내재되어 있는 욕구의 강도와 그 우세도가 소비자 행동에서 그대로 표현될 수 있음을 시사하였다. 따라서 욕구는 개인의 행동을 일으키고 그 행동은 유기체-환경사태가 욕구를 충족시킬 때까지 지속된다고 볼 수 있다. 강경자·서영숙(1989)은 욕구가 의복가치관에 미치는 연구에서 안전과 소속감 그리고 애정의 욕구가 높은 사람은 의복의 사회적 측면의 가치를 중시한다고 하였으며, 소속욕구가 높을수록 의복에서 동조성을 중요시하는 경향이 있다고 하였다.

가치관은 학문적인 영역이나 사용범위에 따라 다소 다르게 정의되고 있지만 개인의 행동양식을 결정해주는 하나의 기준으로 인간행동을 이해하는데 중요한 개념으로 인식되고 있다. 따라서 개인은 자신이 가지고 있는 독특한 가치 때문에 선택가능한 많은 행위 중에서 특정 대상이나 행동을 결정하게 된다고 볼 수 있다. Shama(1980)는 의복의 안락함에 높은 관심이 있는 사람은 더 높은 이론적 가치관을 가지고 있음을 발견하였다. 사회적 가치관을 가진 사람은 다른 사람을 배려하는 특성을 지니며, 의복의 동조성과 관련이 있는 것으로 나타났다. 정치적 가치관은 권력을 얻고 성공하고자 하는 욕구와 관계가 있는 것으로 나타났다. 강경자(1986)는 가치관에 따른 한국과 미국 여대생의 의복선택행동을 비교 검증한 결과 가치관이 높을수록 미국여대생은 의복의 도구적 사용과 외관에 관심이 높고 한국여대생은 정숙성, 실험성, 관리, 동조성의 의복선택행동에서 관심이 높게 나타났다. 정삼호(1987)는 제주도 여대생의 의복행동과 가치관의 연구에서 경제적 가치관이 높은 사람은 신분상징성에 관심이 높고 사회적 가치관이 높은 사람은 의복의 실용성에 관심이 높은 반면 의복의 유행에는 관심이 낮다고 하였다. 박광희(2000)는 18세 이상의 성인여성을 대상으로 연구한 결과 가치지향집단은 소극적 가치추구형, 적극적 가치추구형, 자기성취형, 사회지향형의 네 집단으로 구분되었으며 적극적 가치추구형 집단이 유행선도력, 소풍의 즐거움, 상표충성도, 수입의류브랜드 구매에서 가장 높게 나타났다. 박혜원 외(2005)는 개인지향가치보다 사회지향가치가 의복행동에 중요한 영향을 미쳤으며, 개인적, 사회적으로 진취적인 가치관을 지닌 집단이 의복행동과 의복구매행동을 더욱 중시하는 것으로 나타나 가치관은 의류소비시장을 세분화하는 유용한 변수임을 입증한다고 보았다.

이상에서 욕구와 가치관은 의복행동과 어떠한 관련을 갖고

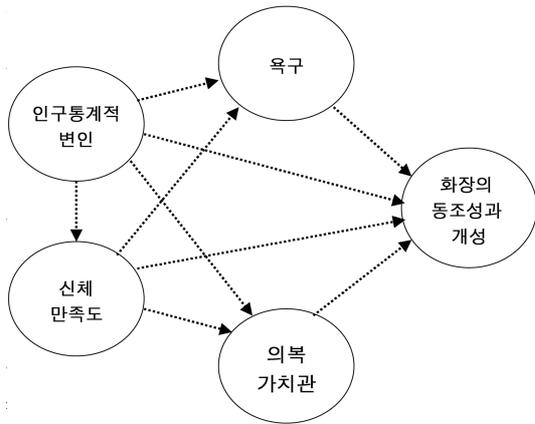


Fig. 1. 연구모형.

있는지를 분석한 연구가 다각도로 이루어지고 있으나 화장행동과 관련된 연구는 다루어지지 않고 있다.

### 3. 연구방법

#### 3.1. 연구문제

본 연구는 인구통계적 변인, 신체만족도, 욕구, 의복가치관이 화장의 동조성과 개성에 미치는 영향을 규명하고자 한다. 이들 관련변인들이 어떤 경로과정을 거쳐서 화장의 동조성과 개성에 영향을 미치는지 그 영향력의 상대적인 중요성 및 변인들 간의 인과관계를 밝히기 위한 연구모형은 Fig. 1과 같다. 이러한 연구 목적과 연구모형을 기초로 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 1) 인구통계적 변인, 신체만족도, 욕구, 의복가치관이 화장의 동조성에 미치는 영향을 알아본다.
- 2) 인구통계적 변인, 신체만족도, 욕구, 의복가치관이 화장의 개성에 미치는 영향을 알아본다.

#### 3.2. 자료수집 및 조사대상

본 조사는 경남지역에 거주하는 20대-50대사이의 성인여성을 대상으로 2005년 11월말-12월말 사이에 실시하여 총 500부를 배부하였으며, 응답이 미비한 것을 제외시킨 436부가 분석에 사용되었다.

조사대상자의 연령은 20대가 308명(71.3%), 30대가 76명(17.6%), 40대 이상이 48명(11.1%)이었다. 결혼여부는 미혼이 323명(74.2%), 기혼이 111명(25.6%)이었다. 학력은 고졸이하가 47명(10.8%), 대학재학이 275명(63.4%), 대졸이상이 112명(25.8%)으로 대학재학에 해당하는 분포가 높은 것으로 나타났다. 직업유무는 무가 285명(68.7%), 유가 130명(31.3%)으로 직업이 있는 사람보다 없는 사람의분포가 높았다. 가계소득은 100만원이하가 62명(15.1%), 101-200만원이 102명(24.8%), 201-300만원이 117명(28.5%), 401만원이상이 54명(13.1%)으로 201-300만원이 가장 많았고, 101-200만원, 100만원이하, 401만원이상 순으로 나타났다. 미디어접촉도는 낮은 집단이 223명

(51.4%), 높은 집단이 211명(48.6%)으로 나타났다.

#### 3.3. 측정도구

본 연구의 측정도구는 인구통계적 변인, 신체만족도, 욕구, 의복가치관, 화장의 동조성과 개성으로 구성되었다.

**인구통계적변인 척도** : 본 연구에서는 인구통계적 변인으로 연령, 결혼여부, 학력, 직업유무, 가계소득을 조사하였다. 연령은 20대, 30대, 40대 이상으로 나누었으며, 결혼여부는 미혼과 기혼으로 나누어 사별과 이혼 등 기타로 분류된 집단을 기혼으로 간주하였다. 학력은 초등학교 졸업에서 대학원 졸업에 이르기까지 7단계로 분류하였다. 직업유무는 유와 무로 나누었으며, 가계소득은 100만원이하에서 501만원이상까지 6단계로 분류하여 응답케 하였다. 미디어접촉도는 잡지, 카탈로그, TV나 라디오, 신문, 인터넷에 대한 5개의 문항으로 측정방법은 5단계 리커트범위로 측정하였다. 미디어접촉도의 각 변인은 점수가 높을수록 그 특성이 높은 것으로 해석되며, 낮은 집단/높은 집단으로 나누는 지점을 결정하기 위하여 중앙값을 기준으로 양분하였다. Cronbach's 계수는 .665로 나타났다.

**신체만족도 척도** : 신체만족도 측정은 Secord & Jourard (1953)에 의해 개발된 46개 원 척도를 Mahoney & Finch(1976), Shim et al.(1991)이 23개의 신체만족도 항목을 수정한 것을 본 연구에서 21개의 항목만을 사용하였다. 신체만족도는 다리, 허벅지, 다리모양, 무릎, 얼굴, 머리색, 얼굴특징, 눈, 코, 이, 목소리, 신장, 다리길이, 발길이, 전체몸무게, 허리사이즈, 엉덩이 사이즈, 가슴둘레, 목사이즈, 근육의 강도, 육체미에 대한 21문항으로 매우 긍정적으로 생각한다는 5점에서 아주 부정적으로 생각한다는 1점까지 5점 리커트 척도를 신체 차원에 대한 만족도를 표시하도록 하였다. 신체만족도의 Cronbach's  $\alpha$  계수는 .918로 안정적이고 일관성 있게 나타났다.

**욕구 척도** : 욕구 척도는 Maslow(1954)의 욕구분류를 기준으로 하여 7개의 욕구변인인 생리적 욕구, 안전의 욕구, 소속의 욕구, 자기존중의 욕구, 자아실현의 욕구, 인지의 욕구, 미의 욕구를 진단하기 위한 35개의 문항으로 구성되고 각 문항은 5단계로 평가되었다. 이 척도는 선행연구들(Creekmore, 1963; 강경자, 1994)이 사용한 척도를 본 연구자가 우리 실정에 맞도록 수정하여 사용하였다. 욕구의 순위별 Cronbach's  $\alpha$  계수는 각각 .501, .553, .679, .592, .514, .607, .663으로 나타났다.

**의복가치관 척도** : Allport-Vernon-Lindzey의 Study Values (AVL가치관)을 바탕으로 연구된 의복가치관 척도는 8가지 상대적 의복가치를 측정할 수 있도록 작성한 Creekmore(1966)의 'Measure of Eight Clothing Values'(Part I과 Part II)를 변안한 것이다. 본 연구에서는 Part I의 56문항만이 사용되었고, 각 문항은 2가지 가치관을 나타내는 두 항목의 조합으로 구성되어 두 항목 쌍의 상대적인 중요도 정도에 따라 3-0, 2-1, 1-2, 0-3을 평정척도 상에 체크하도록 하였다. 이 척도는 국내에서도 여러 연구자들(이인자, 1978; 정명선, 1984; 강경자, 1989)에

의해 사용된 바 있기 때문에 그 신뢰도와 타당도는 별도로 검토하지 않았다.

**화장의 동조성과 개성 척도 :** 화장의 동조성과 개성은 선행 연구들(고애란·김양진, 1996; 고애란·이수경, 1998; 이은실, 2000; 권현숙, 2001; 박선희, 2001; 박정혜, 2002; 전경란, 2002; 백경진·김미영, 2004)의 문항을 참고로 하여 사용하였으며, 5점 리커트 척도로 측정하였다. 각 문항은 동조성 7문항, 개성 9문항으로 총 16문항이 구성되었고, 각 변인의 신뢰도를 분석한 결과 Cronbach's  $\alpha$  계수는 .859, .803으로 나타났다.

3.4. 자료분석

본 연구의 자료분석을 위하여 SAS통계패키지를 이용하였으며, 신뢰도분석, 적률상관분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 각 변인들 간의 상관관계분석

Table 1은 본 연구에 포함시킨 각 변인들 간의 상관관계를 나타낸 것이다.

인구통계적 변인은 신체만족도, 욕구, 의복가치관, 화장의 동조성과 개성에 부분적으로 상관을 나타내었다. 이는 개인의 심리적 특성이나 동조성과 개성이 환경의 영향을 받고 있음을 의미한다.

동조성은 신체만족도, 욕구의 모든 하위 변인, 의복가치관의 하위 변인 중 정치적 가치관과 정적 상관을 나타내어 심리적 특성 중 특히 욕구와 관련성이 많은 것으로 나타났다.

개성은 신체만족도, 욕구의 모든 하위 변인, 의복가치관의 하위 변인 중 심미적 가치관, 정치적 가치관, 탐구적 가치관과 정적 상관을 나타내었고, 의복가치관의 하위 변인 중 이론적 가치관, 경제적 가치관, 사회적 가치관, 감각적 가치관, 종교적 가치관과 부적 상관을 보였다. 따라서 화장의 동조성과 개성은 개인의 심리적 특성, 즉 신체만족도와 욕구 및 의복가치관과 밀접한 연관성이 있음을 보여준다.

4.2. 동조성과 개성의 경로분석

본 연구에 포함시킨 변인들, 즉 인구통계적 변인, 신체만족도, 욕구, 의복가치관이 어떤 경로를 거쳐 화장의 동조성과 개성에 영향을 미치는지 그 상대적 중요성을 분석한 결과는 다음과 같다.

**동조성 :** 동조성에 영향을 미치는 변인들의 경로과정을 분석한 결과는 Fig. 2와 같다.

먼저 화장의 동조성에 매개변인으로 작용하는 욕구의 하위 변인은 안전의 욕구, 소속의 욕구, 미의 욕구로, 의복가치관의 하위 변인은 정치적가치관으로 나타났다. 안전의 욕구에 영향을 미치는 변인은 연령( $\beta=.313, p<.01$ )과 가계소득( $\beta=-.100, p<.05$ ), 미디어접촉도( $\beta=.173, p<.01$ ), 그리고 신체만족도( $\beta=.234, p<.01$ )이며, 연령과 미디어접촉도는 정적 영향을 미쳤고, 가계소득은

부적 영향을 미쳤으며, 신체만족도는 결혼여부( $\beta=.117, p<.05$ )와 미디어접촉도( $\beta=.261, p<.01$ )에서 정적인 영향을 받아 안전의 욕구에 정적으로 유의한 영향을 나타내었다. 즉 연령이 낮은 사람보다 높은 사람이, 가계소득이 높은 사람보다 낮은 사람이, 미디어접촉도가 낮은 사람보다 높은 사람이, 신체만족도가 낮은 사람보다 높은 사람이 안전에 대한 욕구가 높은 것을 알 수 있다. 소속의 욕구에 영향을 미치는 변인은 가계소득( $\beta=-.186, p<.01$ )과 미디어접촉도( $\beta=.122, p<.05$ ), 신체만족도( $\beta=.235, p<.01$ )이며, 가계소득이 높은 사람보다 낮은 사람이, 미디어접촉도와 신체만족도가 낮은 사람보다 높은 사람이 소속의 욕구가 높은 것으로 나타나 연령을 제외하고 안전의 욕구와 동일한 경로과정임을 알 수 있다. 미의 욕구에 영향을 미치는 변인은 학력( $\beta=-.102, p<.05$ )과 미디어접촉도( $\beta=.155, p<.01$ ), 그리고 신체만족도( $\beta=.180, p<.01$ )로 나타나 학력이 낮고 미디어접촉도와 신체만족도가 높을수록 미에 대한 욕구를 중시하는 것으로 볼 수 있다. 정치적가치관에 영향을 미치는 변인은 연령( $\beta=.306, p<.01$ )과 결혼여부( $\beta=.185, p<.05$ ), 미디어접촉도( $\beta=.179, p<.01$ )로 나타나 연령이 낮고 기혼이며 미디어접촉도가 높은 사람이 의복을 이용하여 지위나 지도력을 나타내려는 정치적가치관을 중요시하였다.

화장의 동조성에 직접적인 영향을 미치는 변인은 욕구의 하위변인으로는 안전의 욕구( $\beta=.105, p<.01$ ), 소속의 욕구( $\beta=.168, p<.01$ ), 미의 욕구( $\beta=.255, p<.01$ )가, 의복가치관의 하위변인으로는 정치적가치관( $\beta=.116, p<.01$ )이 영향을 주는 것으로 나타났다. 그러나 인구통계적 변인은 동조성에 직접적인 영향을 미치지 않았다. 이는 동조적인 화장행동에는 인구통계적 변인이 직접적인 영향을 주지 않고 욕구와 의복가치관, 즉 심리적 요인을 거쳐 동조성에 영향을 미치는 것으로 나타나 동조적인 화장행동에는 심리적 특성이 중요한 요인임을 알 수 있다. 화장의 동조성에 가장 영향을 많이 주는 변인은 미의 욕구로 미에 대한 욕구가 강할수록 집단으로부터 승인받기 위해 소속된 집단의 규칙이나 규범에 준하여 화장을 하려는 행동으로 볼 수 있다. 안전의 욕구와 소속의 욕구가 높을수록 동조적인 화장행동이 높은 것으로 나타났다. 이는 동조적인 행동은 준거집단에 속해야 하는 소속욕구의 발로이며, 특별한 상황에 있어 개인이 그 자신의 능력에 대한 어느 정도 자신을 갖고 있는나의 여부와 사회적 노력에 좌우되며, 동조함으로써 안정성과 안전성을 갖게 해 준다고 한 Horn(1975)의 견해를 지지해 준다. 따라서 안전의 욕구와 소속의 욕구가 높을수록 친구와 비슷한 화장을 하고 소속된 집단의 화장하는 기준을 맞추려고 하는 것으로 볼 수 있다. 또한 정치적가치관이 높을수록 화장행동에서 동조성을 중요시하였다.

이상에서 동조성에 영향을 미치는 변인들은 안전의 욕구와 소속의 욕구, 미의 욕구, 그리고 정치적가치관이 직접적인 영향을 주는 것으로 볼 수 있고, 신체만족도는 안전의 욕구, 소속의 욕구, 미의 욕구를 통해서, 연령은 안전의 욕구와 정치적가치관(-)을 통해서, 결혼여부는 신체만족도와 정치적가치관을 통

Table 1. 각 변인들 간의 상관관계

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)	(22)	(23)	
인구 통계적 변인	1																							
(2)	.806**	1																						
(3)	-.239**	-.298**	1																					
(4)	.513**	.423**	.066	1																				
(5)	.284**	.301**	.016	.088	1																			
(6)	-.058	-.053	.042	.001	.089	1																		
(7)	.072	.107*	.002	.106*	.132**	.243**	1																	
(8)	.001	-.029	.001	-.062	-.106*	.077	.116*	1																
(9)	.251**	.257**	-.126**	.146**	.007	.186**	.277**	.384**	1															
(10)	-.071	-.090	-.020	-.067	-.167**	.154**	.232**	.369**	.461**	1														
(11)	-.036	-.015	-.002	-.045	-.063	.270**	.275**	.338**	.400**	.525**	1													
(12)	-.003	-.032	.034	-.051	.021	.203**	.267**	.379**	.302**	.433**	.503**	1												
(13)	.195**	.173**	-.014	.041	-.045	.148**	.327**	.342**	.494**	.478**	.537**	.414**	1											
(14)	.049	.076	-.087	-.020	-.053	.182**	.222**	.250**	.450**	.522**	.626**	.376**	.571**	1										
(15)	.127**	.051	.061	.031	-.085	.053	.081	.149**	.163**	.177**	.120*	.118*	.071	.276**	1									
(16)	-.029	-.055	.100*	.012	.055	.096*	.016	-.180**	-.144**	-.146**	.021	.042	-.005	-.043	-.367**	1								
(17)	-.044	-.034	.048	-.081	-.066	-.239**	-.168**	.160**	-.075	-.066	-.176**	-.080	-.180**	-.140**	-.057	-.379**	1							
(18)	-.170**	-.087	-.037	-.027	.023	.192**	.104**	-.223**	.000	.058	.234**	.003	.215**	.034	-.275**	.316**	-.449**	1						
(19)	.064	.093	-.118*	.001	.023	-.072	-.086	.072	.072	.071	-.046	-.007	.013	-.009	-.116*	-.283**	.098*	-.252**	1					
(20)	-.145**	-.119*	.022	-.011	.001	.120*	.043	-.229**	-.211**	-.173**	.001	-.057	-.026	-.115*	-.196**	.199**	-.350**	.257**	-.307**	1				
(21)	.113*	.050	.010	.034	.008	-.144**	-.039	.198**	.071	.012	-.177**	-.013	-.138**	-.040	.020	-.324**	.199**	-.546**	.003	-.386**	1			
(22)	.193**	.172**	-.086	.055	.028	-.091	.003	.200**	.193**	.104*	-.056	.010	-.005	.075	.212**	-.389**	.175**	-.513**	.101*	-.544**	.295**	1		
(23)	.042	.068	-.045	.058	-.072	.129**	.171**	.186**	.317**	.383**	.332**	.174**	.422**	.277**	-.018	-.035	-.073	.189**	.045	-.073	-.088	.011	1	
(24)	.129**	.142**	.048	.125*	.013	.153**	.118*	.179**	.196**	.117*	.239**	.264**	.205**	-.043	.181**	-.143**	.110*	-.109*	.153**	-.031	-.196**	.358**	1	

\*: p<.05 \*\*: p<.01

(1) 연령, (2) 결혼여부, (3) 학력, (4) 직업유무, (5) 가계소득, (6) 미디어 접촉도, (7) 신체 만족도, (8) 생리적 욕구, (9) 인건의 욕구, (10) 소속의 욕구, (11) 자기존중의 욕구, (12) 자아실현의 욕구, (13) 인지의 욕구, (14) 미의 욕구, (15) 이론적 가치관, (16) 심미적 가치관, (17) 경제적 가치관, (18) 정치적 가치관, (19) 사회적 가치관, (20) 탐구적 가치관, (21) 감각적 가치관, (22) 종교적 가치관, (23) 동조성, (24) 개성

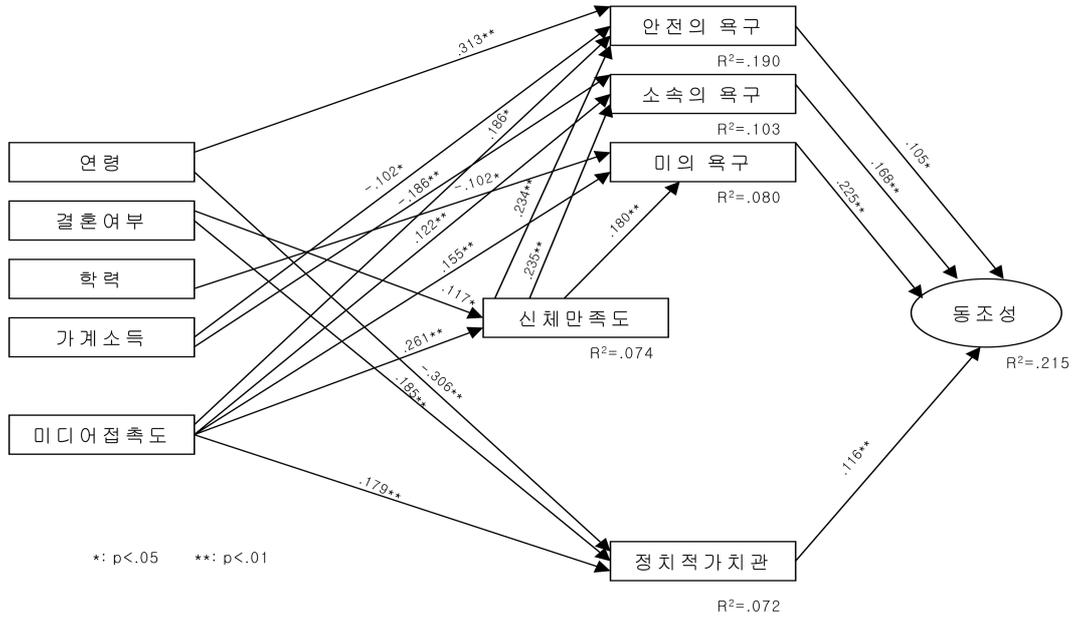


Fig. 2. 동조성에 영향을 미치는 변인들의 경로분석.

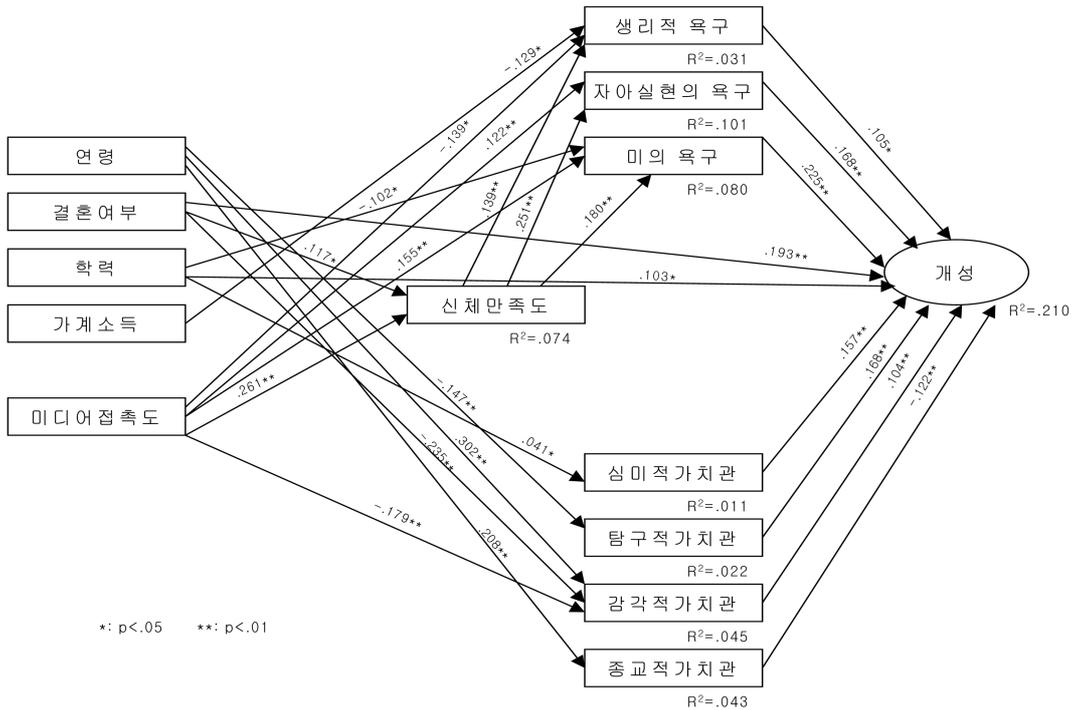


Fig. 3. 개성에 영향을 미치는 변인들의 경로분석.

해서, 학력은 미의 욕구(-)를 통해서, 가계소득은 안전의 욕구(-)와 소속의 욕구(-)를 통해서, 미디어접촉도는 안전의 욕구, 소속의 욕구, 미의 욕구, 신체만족도, 정치적가치관을 통해서 동조성에 간접적인 영향을 주는 것으로 볼 수 있다. 그러나 인구 통계적 변인과 미디어접촉도, 신체만족도는 동조성에 직접적인

영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

**개성** : 개성에 영향을 미치는 변인들의 경로과정을 분석한 결과는 Fig. 3과 같다.

먼저 화장의 개성에 매개변인으로 작용하는 욕구의 하위변인은 생리적 욕구, 자아실현의 욕구, 미의 욕구로, 의복가치관

의 하위변인은 심미적가치관, 탐구적가치관, 감각적가치관, 종교적가치관으로 나타났다. 생리적 욕구에 영향을 미치는 변인은 가계소득( $\beta = -.129, p < .05$ ), 미디어접촉도( $\beta = -.139, p < .05$ ), 신체만족도( $\beta = .139, p < .01$ )이며, 가계소득과 미디어접촉도는 부적 영향을 미쳤고, 신체만족도는 결혼여부( $\beta = .117, p < .05$ )와 미디어접촉도( $\beta = .261, p < .01$ )에서 정적 영향을 받아 생리적 욕구에 정적으로 유의미한 영향을 보였다. 즉 가계소득과 미디어접촉도가 낮고 신체만족도가 높을수록 신체적 생존을 위하여 배고픔, 잠자는 것, 성으로부터의 보호, 감각적 자극에 대한 욕구가 강한 것으로 나타났다. 자아실현에 영향을 미치는 변인은 미디어접촉도( $\beta = .141, p < .01$ )와 신체만족도( $\beta = .251, p < .01$ )이며, 미디어접촉도와 신체만족도가 낮은 사람보다 높은 사람이 자기의 재능에 가장 잘 맞는 일을 하고 자기이상을 추구하려는 욕구가 크다는 것을 알 수 있다. 미의 욕구에 영향을 미치는 변인은 학력( $\beta = -.102, p < .05$ ), 미디어접촉도( $\beta = .155, p < .01$ ), 신체만족도( $\beta = .180, p < .01$ )이며, 학력은 부적 영향을, 미디어접촉도와 신체만족도는 정적인 영향을 나타내었다. 즉 학력이 높은 사람보다 낮은 사람이, 미디어접촉도와 신체만족도가 낮은 사람보다 높은 사람이 미에 대한 욕구를 증시하는 것으로 나타났다. 심미적가치관에 영향을 미치는 변인은 학력( $\beta = .041, p < .05$ )으로 정적인 영향을 보였으며, 학력이 높을수록 심미적가치관을 증시하는 것으로 나타났다. 탐구적가치관에 영향을 미치는 변인은 연령( $\beta = -.147, p < .01$ )으로 부적 영향을 나타내어 연령이 낮을수록 의복의 원료나 재료를 실험적 재료로 시험하거나 평가하려는 가치관이 높다는 것으로 볼 수 있다. 감각적가치관에 영향을 미치는 변인은 연령( $\beta = .302, p < .01$ )과 결혼여부( $\beta = -.235, p < .01$ ), 미디어접촉도( $\beta = -.134, p < .01$ )이며, 연령은 정적 영향을 나타내고, 결혼여부와 미디어접촉도는 부적 영향을 보였다. 따라서 연령이 낮은 사람보다 높은 사람이, 기혼인 사람보다 미혼인 사람이, 미디어접촉도가 높은 사람보다 낮은 사람이 의복에 있어 따뜻함, 시원함, 부드러움, 촉감 등 착용에서 편안함을 고려하는 가치관을 지닌 것으로 해석할 수 있다. 이는 나이가 많을수록 감각적인 가치를 중시한다고 보고한 이인자(1978)의 견해와 일치하고 있다. 종교적가치관에 영향을 미치는 변인은 연령( $\beta = .208, p < .01$ )으로 연령이 높을수록 종교적가치관을 증시하는 것으로 볼 수 있다.

화장의 개성에 직접적인 영향을 미치는 변인은 결혼여부( $\beta = .193, p < .01$ )와 학력( $\beta = .103, p < .05$ )이고, 욕구의 하위변인은 생리적 욕구( $\beta = .149, p < .01$ ), 자아실현의 욕구( $\beta = .106, p < .05$ ), 미의 욕구( $\beta = .214, p < .01$ )가, 의복가치관의 하위변인은 심미적가치관( $\beta = .157, p < .01$ ), 탐구적가치관( $\beta = .168, p < .01$ ), 감각적가치관( $\beta = .104, p < .05$ ), 종교적가치관( $\beta = -.122, p < .05$ )이 영향을 주는 것으로 나타났다. 화장의 개성에 가장 영향을 많이 미치는 변인은 미의 욕구로 미에 대한 욕구가 강할수록 화장을 통해서 개인의 독특한 신체적 특징이나 미적 요인을 강조하여 집단의 다른 사람과 구별되는 행동을 하는 것으로 나타났다. 생리적 욕구와 자아실현의 욕구가 강할수록 화장행동에서 개성을

중요시하였다. 이러한 결과는 자기성취성향이 높은 사람은 자신에 대한 신념이 강하기 때문에 소속 집단의 의복규범을 따르지 않고 의복을 통해서 개성을 강조한 선행연구(강경자, 1989)의 결과와 일치한다. 또한 동조성이나 개성 중 어느 쪽을 추구하느냐에 관계없이 미에 대한 욕구가 작용한다고 한 강경자(1992)의 견해를 지지해 준다. 결혼여부와 학력은 개성에서 정적인 영향을 나타내어 미혼인 사람보다 기혼인 사람이, 학력이 낮은 사람보다 높은 사람이 개성을 증시하는 것으로 나타났다. 이는 교육수준이 높을수록 개성적으로 자신을 표현한다고 한 김정호(1977)의 연구결과와는 일치하지만 미혼여성이 기혼여성보다 개성을 더 증시한다고 보고한 이선재(1983)의 견해와는 상반된 결과를 보였다. 이와 같은 결과는 학력이 높은 사람은 교육에 의해 자신만의 의지나 신념이 확립되어 다른 사람의 행동에 동조되지 않고 자신을 표현하는 개성적인 화장행동을 하는 것으로 볼 수 있다. 또한 현재는 기혼이지만 직업을 가진 여성이 많으므로 자신을 표현하고 나타내는 개성적인 화장행동을 중요시하여 80년대와는 다르게 나타나 시대에 따라라도 소비행동에서 차이를 보였다. 심미적가치관과 탐구적가치관, 감각적가치관이 높을수록 개성에 정적인 영향을 보여 자기 자신을 표현하고 유행에 관계없이 나에게 어울리는 화장을 하는 것으로 나타났지만 종교적가치관은 개성에 부적 영향을 나타내어 종교적가치관이 높은 사람은 개성적인 화장행동을 중요시하지 않았다.

이상에서 개성에 영향을 미치는 변인들은 생리적 욕구, 자아실현의 욕구, 미의 욕구와 심미적가치관, 탐구적가치관, 감각적가치관, 종교적가치관(-), 그리고 결혼여부와 학력이 직접적인 영향을 주는 것으로 볼 수 있고, 신체만족도는 생리적 욕구, 자아실현의 욕구, 미의 욕구를 통해서, 연령은 탐구적가치관(-), 감각적가치관, 종교적가치관을 통해서, 결혼여부는 신체만족도와 감각적가치관(-)을 통해서, 학력은 미의 욕구(-)와 심미적가치관을 통해서, 가계소득은 생리적 욕구(-)를 통해서, 미디어접촉도는 생리적 욕구(-), 자아실현의 욕구, 미의 욕구, 신체만족도, 감각적가치관(-)을 통해서 개성에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

## 5. 결 론

본 연구는 성인여성을 대상으로 인구통계적 변인, 신체만족도, 욕구, 의복가치관이 화장의 동조성과 개성에 미치는 영향을 규명하는 데 그 목적이 있었다. 조사대상자는 경남지역에 거주하는 20-50대 사이의 성인여성 436명이었으며, 연구결과를 요약하여 결론을 내리면 다음과 같다.

동조성에 영향을 미치는 변인들은 안전의 욕구와 소속의 욕구, 미의 욕구, 그리고 정치적가치관이 직접적인 영향을 주는 것으로 볼 수 있고, 신체만족도는 안전의 욕구, 소속의 욕구, 미의 욕구, 연령은 안전의 욕구와 정치적가치관(-), 결혼여부는 신체만족도와 정치적가치관, 학력은 미의 욕구(-), 가계소득은

안전의 욕구(-)와 소속의 욕구(-), 미디어접촉도는 안전의 욕구, 소속의 욕구, 미의 욕구, 신체만족도, 정치적가치관을 통해서 동조성에 간접적인 영향을 주는 것으로 볼 수 있다.

개성에 영향을 미치는 변인들은 생리적 욕구, 자아실현의 욕구, 미의 욕구와 심미적가치관, 탐구적가치관, 감각적가치관, 종교적가치관(-), 그리고 결혼여부와 학력이 직접적인 영향을 주는 것으로 볼 수 있고, 신체만족도는 생리적 욕구, 자아실현의 욕구, 미의 욕구, 연령은 탐구적가치관(-), 감각적가치관, 종교적가치관, 결혼여부는 신체만족도와 감각적가치관(-), 학력은 미의 욕구(-)와 심미적가치관, 가계소득은 생리적 욕구(-), 미디어접촉도는 생리적 욕구(-), 자아실현의 욕구, 미의 욕구, 신체만족도, 감각적가치관(-)을 통해서 개성에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 결과에서 화장의 동조성과 개성에 미치는 영향요인은 화장행동의 결정과정에 포함되는 4가지 변수, 즉 인구통계적 특성, 신체만족도, 기본욕구, 의복가치관의 영향력으로 설명될 수 있다. 이들 요인을 경로분석으로 검증한 결과 화장의 동조성과 개성에 미치는 영향은 기본욕구, 의복가치관과 같은 매개변인들이 동조성과 개성에 유의미한 수준으로 영향을 미쳤고, 이들 변수들은 인구통계적 특성과 신체만족도의 영향도 받는 것으로 나타났다. 인구통계적 특성 중 결혼여부와 학력은 동조성에 직접적인 영향을 나타내었지만 신체만족도는 동조성과 개성의 어떤 변인에도 직접적인 영향을 미치지 않고 기본욕구를 매개변인으로 하여 간접적인 영향을 주었다. 즉 성인여성의 신체만족도와 인구통계적 특성은 어떤 욕구를 자극하느냐에 따라 특정 화장행동이 유발됨으로써 하나의 화장행동에는 여러 개의 욕구가 영향을 미치고, 그 욕구의 종류와 강도, 우선순위나 환경에 따라 화장행동의 방향이 다르게 표현되는 것으로 볼 수 있다. 그리고 화장의 동조성과 개성에 영향을 미치는 기본 욕구 중 미의 욕구는 2가지 모든 변인에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타나 화장을 하는 공통된 목적은 미를 추구하는 욕구의 표현이라 할 수 있다. 그러나 미를 추구하는 화장행동은 어떤 목표를 달성하기 위해 욕구가 일어나는 것이 아니고 미의 욕구에 의해서 동기화됨을 알 수 있다.

이러한 연구는 유용한 시장세분화의 기준이 되는 인구통계적 변인에 따라 화장행동에 미치는 영향을 분석하고, 소비자행동의 한 측면인 심리적 특성을 파악함으로써 화장품업체의 마케팅 전략수립에 도움이 될 것으로 여겨진다.

본 연구의 제한점은 연구대상자가 경남지역에 거주하는 20~50대 여성으로 한정하여 편의추출을 하였으며, 조사상 어려움으로 인하여 심리적 특성을 욕구와 의복가치관으로 한정하여 측정하였기 때문에 화장행동을 포괄적으로 이해하기에는 다소 무리가 있을 것이다. 또한 본 연구는 신체만족도를 하나의 차원으로 보고 조사하였으므로 소비자시장을 세분하는데 더 변별력 있는 변인이 되기 위해서는 신체만족도를 하위차원으로 구분할 필요성이 제기된다. 이런 점을 고려하여 후속연구에서는 본 연구에 포함시키지 못한 개인의 세부적이고 다양한 심리적

특성과 사회문화적 환경을 폭넓게 선정한다면 보다 의미있는 결과를 도출할 수 있을 것으로 본다.

참고문헌

강경자 (1986) 한국과 미국 여대생의 가치관과 의복선택행동에 관한 비교연구. *대한가정학회지*, 4(3), 31-42.

강경자 · 서영숙 (1989) Maslow의 기본욕구가 의복가치관에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 13(1), 1-12.

강경자 (1989) 성인여성의 자아실현도가 의복선택행동에 미치는 영향. *대한가정학회지*, 27(3), 1-11.

강경자 · 서영숙 (1992) Maslow의 기본욕구가 의복의 동조 및 개성에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 16(4), 431-441.

강경자 (1994) 의복의 정숙성, 심미성에 영향을 미치는 관련변인 연구(II) -기본욕구를 중심으로-. *한국의류학회지*, 18(2), 180-188.

강혜원 (1974) 대학생의 개성과 유행을 중심으로 한 의상행위와 성격특성과의 관계. *연세논총*, 11, 349-376.

고애란 · 김양진 (1996) 청소년의 의복행동에 대한 자아중심성, 자의식, 신체만족도의 영향 연구. *한국의류학회지*, 20(4), 667-681.

고애란 · 이수경 (1998) 여고생의 의복행동과 자기효능감 및 감각추구성향과의 관련 연구. *한국의류학회지*, 22(7), 931-941.

구양숙 · 권현주 · 이승민 (2000) 남자 대학생의 의복관여도에 따른 화장품구매행동에 관한 연구. *복식문화연구*, 8(2), 183-196.

권현숙 (2001) 여성의 화장이 심리적 만족도에 영향을 미치는 요인. *경산대학교 보건대학원 석사학위논문*.

김기범 · 차영란 (2006) 여성의 화장을 통한 미와 자기개념의 사회문화적 의미 분석. *여성*, 11(10), 107-123.

김숙례 (2001) 성인여성의 화장품 사용실태에 관한 연구. *경산대학교 대학원 석사학위논문*.

김윤희 (2006) 매스미디어 활용이 메이크업 및 패션제품의 유행선도력에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 30(2), 266-274.

김정호 (1977) 사회계층과 의복행태. *서울대학교 대학원 석사학위논문*.

김현희 · 유태순 (2002) 여고생의 화장행동과 화장품 구매불만에 관한 연구. *한국의류학회지*, 26(2), 82-83.

박광희 (2000) 소비자의 가치와 의복쇼핑성향과의 관계 연구. *소비자학연구*, 11(1), 49-58.

박선희 (2001) 현대여성의 화장행위와 성격유형과의 관계성 연구. *세종대학교 대학원 석사학위논문*.

박은아 (2003) 화장의 심리사회적 의미: 보여주기의 미학. *소비자광고*, 4(2), 105-127.

박정혜 (2002) 추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장행동 연구. *숙명여자대학교 대학원 박사학위논문*.

박혜원 · 김현 · 임숙자 (2005) 남녀 대학생의 가치관에 따른 의복행동 및 의복구매행동 연구. *한국의류학회지*, 29(1), 103-113.

백경진 · 김미경 (2004) 화장행동과 영향변인 연구 -의복관여도, 연령, 얼굴만족도를 중심으로-. *한국의류학회지*, 28(7), 892-903.

신옥순 · 서봉연 · 이순원 (1978) 자아정체감과 외모를 통한 자기개념 및 개성에 관한 의복심리학적 연구. *한국의류학회지*, 2(2), 9-17.

이선재 (1983) 여자 중고등학교 학생의 의복선호도에 관한 연구. *한국의류학회지*, 6(1), 39-49.

이지영 (1999) 여대생의 라이프스타일에 따른 화장품소비행동. *전북대학교 대학원 석사학위논문*.

이인자 (1978) 주부들의 의상가치관에 관한 연구. *건국대학교 연구보고*, 2, 63-94.

이희순 (2002) 화장의 사회심리적 효용과 생활양식과의 관계. *한국미용학회지*, 8(3), 9-17.

- 전경란 (2002) 여성의 욕구, 자아존중감과 성형 및 의복태도의 관련 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 정명선 (1984) 남녀대학생의 의복에 대한 정숙성과 의복가치에 관한 연구. *한국의류학회지*, **8**(1), 85-93.
- 정삼호 (1978) 제주도 여대생의 의복행동과 가치관과의 상관연구. *한국의류학회지*, **2**(2), 261-267.
- 최선형 · 이은영 (1987) 유행선도자의 특성 연구-유행선도력, 사회적 성격, 의복의 동조성, 유행정보원 사용간의 관계. *한국의류학회지*, **11**(3), 15-28.
- 한덕희 · 박길순 (2006) 미백화장품의 구매실태 및 만족도 분석. *한국패션뷰티학회지*, **4**(4), 42-55.
- 현정희 · 추태귀 (2005) 쇼핑성향과 인구통계적 변인에 따른 초저가 화장품의 구매행동. *한국의류산업학회지*, **7**(6), 624-632.
- 홍금희 · 이은영 (1983) 성인여성의 성격특성과 의복행동간의 관계 연구 -연령과 직업 변인에 의한-. *한국의류학회지*, **7**(1), 1-8.
- 松井豊 · 山本真理子 · 岩男壽美子 (1983) 化粧の心理的效用. *マーケティングリサーチ*, **21**, 30-41.
- Cash, T.F., Dawson, K., David, P., Bowen M. and Galumbeck, C. (1989) Effect of cosmetics use on the physical attractiveness and body image of american college women. *Journal of Social Psychology*, **12**(3), 353-355.
- Creekmore, A.M. (1963) Clothing Behavior & their Relationship to General Values & to the Striving for Basic Need. Unpublished Doctoral Dissertation, Pennsylvania State University.
- Creekmore, A.M. (1966) Methods of Measuring Clothing Variables. Michigan Agricultural Experiment Station Project, Michigan State University.
- Cundiff, E.W., Still, R.R. and Norman A.P. (1980) "Fundamentals of Modern Marketing". 3rd Ed., Englewood Cliffs, Prentice-Hall Inc., New York.
- Ford, I.M. and Drake, M.F. (1982) Attitudes toward clothing, body and self: A comparison of two group. *Home Economics Research Journal*, **11**(2), 189-196.
- Hersey, P. and Blanchard, K.H. (1972) "Management of Organizational Behavior". 2nd ed., New Zessey: Prentice-Hall Inc., cited by 神山進 (1985) 被服心理學. 光生館, 東京.
- Horn, M.J. (1975) "The Second Skin: An Interdisciplinary Study of Clothing". Houghton Mifflin, Boston.
- Hurlock, E.B. (1976) "The Psychology of Dress". ARNO Press, New York.
- Jones, E.E. and David, K.E. (1965) "From Acts to Disposition: The Attribution Process in Person Perception". in L. Berkowitz, ed., *Advances in Experimental Social Psychology*. Academy Press, New York.
- Mahoney, E.R. and Finch, M.D. (1976) The dimensionality of body-cathexis. *Journal of Psychology*, **92**(2), 277-279.
- Maslow, A.H. (1954) "Motivation and Personality". Harper & Bros, New York.
- Murray, H.A. (1938) "Exploration in Personality". Oxford University Press, New York.
- Rodgers, C.R. (1951) "Client-Centered Therapy". Houghton Mifflin Co, New York.
- Secord, P.F. and Jourard, S.M. (1953) The appraisal of body-cathexis: Body-cathexis and the self. *Journal of Consulting Psychology*, **17**, 343-347.
- Sharma, R.S. (1980) Clothing behavior, personality and values: A correlational study. *Psychological Studies*, **25**, 137-142.
- Shim, S., Kotsiopoulos, A. and Knoll, D.S. (1991) Body cathexis, clothing attitude, and their relations to clothing and shopping behavior among male consumer. *Clothing and Textiles Research Journal*, **9**(3), 35-44.
- Smuker, B. and Creekmore, A.M. (1972) Adolescents' clothing conformity, awareness and peer acceptance. *Home Economics Research Journal*, **64**(8), 92-97.
- Taylor, L.C. and Compton, N.H. (1968) Personality correlates of dress conformity. *Home Economics Research Journal*, **60**(8), 653-656.
- Wendall, W. (1947) "Psychology in Living". Mac Millan Co, New York.
- Williams, R.M. (1952) "American Society". Harper & Row, New York.

(2007년 6월 25일 접수)