

# 여중고생들의 신체만족도와 자아존중감이 화장 정도에 미치는 영향

심 준 영\* · 김 현 희\*\*

전주대학교 패션산업전공 객원교수\* · 전북대학교 대학원 의류학전공 박사과정\*\*

## The Relationship Between the Body Satisfaction/Self-Esteem of Female Middle and High School Students and their Use of Make-up

Joon-Young Shim\* · Hyun-Hee Kim\*\*

Visiting Professor, Majoring in Fashion Industry, Jeonju University\*

Doctoral Course, Dept. of Clothing & Textiles, Chonbuk National University\*\*

(2008. 3. 25 투고)

### ABSTRACT

The purposes of this study were to identify the effects of body satisfaction and self-esteem on the make-up degree of middle and high school girls. Self-administered questionnaire was used for data collection from 432 students.

The results were as follows :

1) Most of middle and high school girls were in height of 161-165cm and weight of 56-60kg. Satisfaction level of middle and high school girls with their eyes was the highest and that of weight was the lowest. They showed strong intention to modify their appearances and were dissatisfied with their body.

2) Middle and high school girls' satisfaction level of home life self-esteem was the highest, but that of school life was the lowest.

3) Middle and high school girls used cosmetics to protect their skins and paid much attention to their skins. They collected cosmetics informations from their friends or family members, and began to use point make-ups from their middle school years. They purchased cosmetics at cosmetic specialty store or internet shopping mall frequently. Most of them spent less than 10,000 won monthly for cosmetics, and used lip gloss and ultraviolet rays interceptors over their face with basic cosmetics.

4) Expenditures for cosmetics, self-esteem on their appearances, and pocket money affected on make-up degree. Middle and high school girls who spent more money for cosmetics and more pocket money with higher self-esteem on their appearances showed higher degree of make-ups.

Key words: self-esteem(자아존중감), body cathexis(신체만족도), make-up degree(화장 정도)

## I. 서론

외모가 경쟁력이라 할 정도로 대다수의 사람들이 자기 자신의 외모에 대하여 많은 관심을 가지고 적극적으로 외모관리를 하고 있다. 화장은 중요한 외모 관리행동의 하나로 가장 쉽게 외모를 변화시킬 수 있는 방법이므로 현대인들의 화장에 대한 관심은 더욱 고조되고 있는 실정이다.<sup>1)</sup> 이는 오늘날 정보화 사회에서 상징적 전달 기능을 지니고 있는 외모에 대한 중요성이 강조되기 때문이며, 우리나라에서 요구하는 사회적 외모기준 또한 점차 서구화되어 가고 있는 추세이다. 이러한 경향은 특히 외모에 대한 관심이 높은 중고생들에게 영향을 미치고 있다.<sup>2)</sup>

신체적 특징이나 외모가 인간행동과 심리에 미치는 영향은 어느 연령층에서나 중요하다. 특히 중고생들은 급속한 신체성장과 사회성의 발달로 인해 자신의 신체와 외모에 관심이 집중되어 있고 변화된 신체에 따라 새로운 이미지를 형성해야 하므로<sup>3)</sup> 그 중요성이 더욱 크다고 할 수 있다. 이 신체적인 외모나 매력은 객관적인 평가기준이 없기 때문에 중고생들은 자신을 타인과 비교하여 신체에 대한 평가를 하게 된다. 이러한 과정에서 기존사회의 가치관이나 통념에 의해 많은 영향을 받고 급격한 신체적·생리적 변화로 인한 불안을 감소하기 위하여 유사한 상황에 있는 또래 집단과 어울리고 싶어하는 유친 동기가 생기며, 이와 함께 새로운 심리적·사회적 환경에 적응하는데 필요한 정보를 구하고자 자신과 또래간의 차이점과 유사점을 비교하는 사회 동기도 커진다.<sup>4)</sup>

또한 물질적 풍요 속에서 성장한 중고생들은 구매력이 크고 유행에 관심이 높아 유행의 발원지 역할을 하며 성인들의 제품구매에 영향력을 행사하고, 미래의 잠재적 구매자라는 점에서 그 위치가 중요해지고 있다. 20대 이상의 성인여성이 중심을 이루던 과거 화장품 시장은 포화상태가 되었고, 성장가능성이 높은 매력적이고 새로운 소비대상으로 10대의 중고생들이 부상하고 있다.<sup>5)</sup> 특히 여중고생들은 매스미디어와 정보화의 영향으로 인해 유행을 움직이는 세대로 유행 변화에 가장 민감하고 신속하게 받아들인다. 또 이들은 대중적 스타의 이미지를 모방하여 자

신의 외모를 치장하려는 성향과 외모 장식에 대한 관심도 높다. 이와 같이 여중고생들을 위한 화장품이 생산되고 있으며 화장은 이들에게까지 확산되어 보편화되고 있으며 자신만의 독특한 개성을 나타내기 위하여 화장을 하고 있다.

이상과 같이 여중고생들이 기초 화장뿐 아니라 색조 화장까지 하는 화장의 주체자로 부상함에 따라 관련 화장품 업체에서는 이들을 소비의 주체자로 인식하고 마케팅 대상으로 포함시키게 되었다.<sup>6)</sup> 그러나 여중고생들을 대상으로 이들의 신체적 특성이나 심리적 특성을 화장 정도와 관련지은 연구는 거의 없는 실정이다. 그러므로 본 연구에서는 여중고생들을 대상으로 신체적 특성, 신체만족도, 자아존중감, 화장관련 변인, 인구통계적 변인이 화장 정도에 미치는 영향을 파악하여 이들을 위한 화장품 개발이나 마케팅 전략 수립을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

## II. 문헌고찰

### 1. 여중고생들의 신체만족도와 자아존중감

사춘기와 함께 시작되는 중고등학생 시기는 급격한 신체변화와 사회성의 발달로 인하여 자신의 신체와 외모에 많은 관심을 갖고 자신의 변화된 신체를 지각하고 새로운 신체이미지를 형성하게 되는 시기이다.<sup>7)</sup> 특히 이들의 자기 신체에 대한 평가는 성인이 된 이후에도 자아개념 및 사회성 발달에 지속적인 영향을 미치기 때문에 매우 중요하다.<sup>8)</sup> 중고생들은 신체적 성장이 급격히 일어나므로 외형적인 자신의 신체변화에 적응하는데 혼란을 겪게 되며, 이로 인해 자기 자신에 대한 정체성이나 자아개념의 확립에도 영향을 받게 된다. 특히 여학생의 경우는 남학생보다 제 2차 성징이 빠르게 나타나 체중이 급증하고 신체 비례가 변화한다. 또 사회적인 미의 기준에 대해 예민한 반응을 보이며 매스미디어의 영향력이 막강하여 이로 인한 정신적 스트레스를 심각하게 느낀다.<sup>9)</sup> 여중고생들은 정신적인 면에서는 자신의 능력으로 독립적이고 정확하고 올바르게 행동하고 사

고할 수 있는 능력이 부족함에도 불구하고 자신의 판단과 책임에 따른 독립된 행동을 하려고 한다.<sup>10)</sup>

최근들어 우리나라 여중고생들의 평균 체중은 감소한 반면에 비만학생 비율은 오히려 상승했고, 외형상 키는 크고 체중은 적은 소위 '몸짱' 학생이 많아졌다.<sup>11)</sup> 물질적 풍요 속에서 여중고생들은 영향력 있는 소비자 집단으로 부상하였고 소비의 범위도 기존의 단순한 먹고 마시는 생리적 욕구 충족 차원에서 한 단계 나아가 화장품과 의류와 같은 패션상품이나 오락과 영화같은 엔터테인먼트 산업으로까지 확대되고 있다.<sup>12)</sup>

신체만족도란 개인이 신체의 각 부분에 대하여 만족하거나 불만족하는 정도를 의미한다. 개인이 신체를 보는 방법이나 신체에 대한 만족도는 그 시대의 사회문화적 기준에 의해 크게 영향을 받는다. 개인은 사회문화적 기준을 내면화하면서 자신의 신체를 평가하고 이상적인 신체모습과 자신과의 차이를 극복하기 위하여 체중조절, 피부관리, 성형수술과 같은 적극적인 외모관리 행동을 통해 자신의 신체에 대한 만족도를 높이며, 외모의 가치판단을 향상시키려 한다.<sup>13)</sup>

자신의 전체적인 또는 각 부분의 신체이미지에 대한 개인의 주관적 평가에 의한 만족 정도를 신체만족도라고 하며, 자신이 이상적으로 생각하는 신체에 가까울수록 만족도가 높아지며, 그렇지 않을 경우 불만족하게 된다. 자신의 신체에 대한 만족, 불만족의 정도를 나타내는 신체만족도는 이상적인 신체이미지에 가까울수록 만족도가 높다.<sup>14)</sup> Hom과 Gurel<sup>15)</sup>은 이상적인 신체이미지와 현실의 신체이미지의 사이가 적을수록 정서적으로 만족하게 되므로, 중고생들의 신체만족도는 이들의 정서에 중요한 부분이라고 하였다.

신체만족도에 관한 선행연구들을 살펴보면, 부위별로는 상체보다는 하체에, 성별로는 남자보다는 여자가, 나이가 많을수록 신체만족도가 낮았다. 고에란과 김양진<sup>16)</sup>의 연구에 의하면 중고생들은 하반신과 전신에 대해 불만족 하였고, 여학생이 남학생보다 신체에 대한 불만이 높고 고등학생이 중학생이나 대학생보다 자신의 신체에 대해서 불만족하는 것으로 나

타났다. 김재숙과 이미숙<sup>17)</sup>도 나이가 증가함에 따라 신체만족도가 낮아져서 고등학생이나 대학생들이 초·중·고등학생보다 자신을 이상적인 신체이미지보다 뚱뚱하게 지각한다고 하였다. 전경숙<sup>18)</sup>은 여자·중·고등학생들은 신체부위보다 얼굴부위에 만족도가 높고, 여고생들이 여중생보다 불만족도가 더 크며, 특히 허벅지, 하체전반, 엉덩이 둘레에 대한 불만이 크다고 하였다. 이와 같은 결과는 매스 미디어<sup>19)</sup>의 영향 때문으로 지적되었다.

추태귀<sup>20)</sup>는 신체만족도가 높을수록 자신의 신체에 대하여 매력적으로 느끼고 체중조절행동을 적게한다고 하였다. 신체만족도가 높을수록 성적매력, 개성, 실용성을 더 추구하였으며, 신체만족도가 낮은 집단은 신체적 결점을 보완하기 위하여 의복을 더 많이 사용하는 것으로 나타났다. 김양진과 강혜원<sup>21)</sup>은 여자가 남자보다 신체만족도가 낮은 이유에 대하여 여자가 남자보다 자신의 신체에 대하여 더 많은 관심과 주의를 기울이기 때문으로 해석하였다.

자아존중감이란 개인이 자신에 대해 형성하고 유지하는 평가로서 긍정적이거나 부정적인 태도로 표현되며, 자신을 존경하고 바람직하게 여기며 성공적이고 가치 있는 존재라고 생각하는 정도를 나타내고,<sup>22)</sup> 스스로를 가치 있다고 생각하고 존중해주는 태도로서 자신의 신체적 특성과 같은 모든 종류의 영향력에 의해 형성되는 개인적인 가치감이라 정의할 수 있다.<sup>23)</sup> 자아존중감과 같은 심리적 특성은 체형이나 얼굴에 대한 신체만족도나 다양한 외모요인과 상호작용하여 의복행동에 영향을 준다. 자신의 신체에 긍정적일수록 자신감이나 자아존중감이 증가되고<sup>24)</sup>, 신체외모가 기대에 미치지 못하고 만족스럽지 못한 의복을 착용할 경우 그 피해의식과 자신감의 결여로 인하여 자아존중감은 낮아진다<sup>25)</sup><sup>26)</sup>. 자아존중감이 높을수록 자신의 문제를 보다 정확하게 파악하고, 문제의 원인 파악에 보다 기능적으로 대응하며, 문제해결에 대한 개인의 자신감의 원천이 될 수 있다<sup>27)</sup>.

중고생의 외모와 의복에 대한 관심이 증가함에 따라 외모향상이나 자아존중감을 높이기 위한 노력이 체중조절행동이나 의복행동 등의 외모관리행동으로 나타나게 된다. 또 자아존중감이 높을수록 심리적으로

로 안정되어 사회적인 승인에 대한 의존도가 적으며 옷을 아름답게 입고 경제적으로 관리하는 것에 높은 관심을 갖는 것으로 나타났고,<sup>28)</sup> 자신에 대한 평가가 긍정적일수록 의복을 과시적으로 사용하는 경향은 적었다. 다른 사람의 의복에 동조하려는 경향을 보였다.<sup>29)</sup>

외모의 측면에서 자아존중감이 높은 사람은 외모 만족도도 높은 것으로 알려져 있다.<sup>30)</sup> 한편 자아존중감이 낮은 사람은 자기거부나 자기불만으로 이어져 부정적인 감정으로 표출되지만, 자아존중감이 높은 사람은 자신을 존경하며 가치가 있는 존재로 생각하고 신체나 의복에 대한 관심도 높다. 대체적으로 자신의 신체이미지의 왜곡 정도가 클수록 자아존중감이 낮았으며, 성별이나 나이 등에 관계없이 자신의 신체적 외모를 긍정적으로 지각하고 자신의 신체 매력성을 높게 평가한 사람이 자신의 신체 이미지를 부정적으로 왜곡한 사람보다 자아존중감 수준이 높았다는 것이 여러 선행연구에서 나타난 일관된 연구 결과이다.

송경자와 김재숙<sup>31)</sup>의 연구에 의하면 자아존중감이 높은 중고생들은 유행에 대한 관심이 낮다고 하였다. 그러나 이들의 자아존중감은 의복의 심미성과 외모 만족도와 정적 관계를 갖고 있으므로<sup>32)</sup> 자신에 대하여 긍정적으로 평가하는 중고생들은 아름다운 의복에 대한 선호도가 높고, 자신의 외모에 대한 만족도도 높았다. 신체는 의복과 함께 외모의 구성요소로서 작용하며, 중고생들은 외모 관리에 관심을 기울이고 연예인의 화장을 모방하거나 무리한 다이어트를 하여 사회적 문제를 일으키기도 하였다. 또한 중고생들은 비교적 마른 체형을 이상적인 신체상으로 선호하였고, 자신이 실제보다 뚱뚱하다고 왜곡하여 지각하는 경향을 보이며, 이러한 경향의 원인은 미디어의 영향을 들 수 있다.<sup>33)</sup> 실제로 청소년들은 물질주의 가치가 높고 영상매체 이용시간이 길수록 화장 관심, 머리손질 관심, 체중 관심, 성형 관심이 모두 높았다.<sup>34)</sup>

이윤정<sup>35)</sup>의 연구에서는 신체통제에 대한 신념과 자아존중감이 외모만족도에 직접적인 유의한 영향을 미치지 않고 간접적으로 영향을 미쳐, 개인의 높은

자아존중감이나 신체통제에 대한 신념은 그 자체로는 높은 외모만족을 유지하는데 직접적 도움이 되지 않으나, 외모만족도는 자아존중감에 유의한 직접적인 영향을 준다고 하였다. 즉 자아존중감이 높은 사람이 외모만족도가 높은 것이 아니라 외모에 만족하는 경우에 높은 자아존중감을 갖는 경향이 있다고 하여 외모만족도와 자아존중감 간의 인과관계를 밝혔다. 전경란<sup>36)</sup>도 자아존중감은 성적매력, 유행, 개성, 심미성 등과 정적인 상관을 갖으며 신체만족도와 자아존중감이 낮고 과시 욕구와 지배 욕구가 높을수록 성형에 더 동조한다고 하였다. 또한 일반적으로 자아존중감이 낮고 신체 존중감이 낮을수록 화장이나 성형에 대한 태도가 긍정적이라는 연구결과도 있다.<sup>37)</sup>

## 2. 화장 정도

화장은 인간의 근본적 욕구인 미적 욕구를 충족시켜 주고, 화장을 통하여 자기 자신을 재발견하고 변화된 새로운 모습으로 변신할 수 있게 해준다. 즉 우리는 화장을 통하여 외모를 보완하고 과시적 효과를 증대시킬 수 있으므로 화장은 이러한 커뮤니케이션을 원활하고 효율적으로 행하기 위한 하나의 도구이다.<sup>38)</sup> 조기려<sup>39)</sup>는 화장은 자기를 보다 자기답게 나타내 주는 얼굴을 중심으로 행해지는 인상관리방법 또는 의도적 표출법이라 하였다. 즉 화장을 하는 이유는 맨 얼굴과 다른 자기를 연출하고 싶고, 자신감을 얻고 적극적으로 자신을 표현하고자 하는 욕구 때문이다.

제일제당에서는 10대의 중고생 전용 화장품으로 'e.f.u.'를 개발하여 시판하고 있다. 서울시내 여중고생들은 코 주변의 유분에 대하여 불만이 제일 높았고 피부 각질에 대한 불만이 그 다음이었다. 또 이들은 밀크로션과 스킨과 같은 기초화장품을 사용하는 비율이 제일 높고, 립그로스나 파우더와 같은 화장정도가 두드러지게 드러나지 않는 색조화장품도 많이 사용하고 있었다. 특히 여중생들이 파우더, 립그로스, 매니큐어 등을 사용하는 비율이 여고생보다 더 높았고, 이런 화장 경향은 일부 불량 학생에게만 국한된 것이 아니라 평범한 학생들도 하고 있어 화장에 대한 인식이 변화하고 있음을 파악할 수 있었다. 여중

생들이 선호하는 화장 이미지는 어리고 귀여운 이미지였고, 여고생들은 청순하고 여성적인 이미지를 선호하였다. 여중고생들은 수입화장품이나 유명상표 화장품을 품질 면에서 선호하였고 잡지나 TV를 통하여 화장품 정보를 얻고 있었다. 이들은 자신의 화장품을 직접 구매하는 비율이 높았고 기초화장품 선택시 피부 적합성과 품질을 가장 중요시하였으며, 색조화장품 선택시에는 색상을 가장 중요시하였다.<sup>40)41)</sup>

김현희와 유태순<sup>42)</sup>은 화장 정도와 관련된 요인에 대하여 화장만족도, 동조성, 심미성, 유행, 흥미, 예의를 들었고, 실업계 여고생들이 인문계 여고생들보다 화장을 통하여 동조성, 심미성, 유행성을 더 추구한다고 하였다. 화장품 구매시 느끼는 불안의 요인은 가격, 색상, 품질, 원료, 유행, 적합성, 상표신뢰성, 구매, 애프터서비스, 유용성, 타인의 코멘트 등을 들었으며, 여고생들은 원료, 품질, 가격에 대한 불안감이 높았다. 윤순희<sup>43)</sup>는 21세 이하 화장품 소비자의 56.86%가 중학교 때 화장을 처음 시작했다고 하였다. 화장을 접하는 연령층이 낮아짐에 따라 과거 성인 여성들의 화장 문화가 정신적으로 건강하게 중고생들에게도 개방되어져야 할 것이다. 이화순과 이운현<sup>44)</sup>은 나이가 들어감에 따라 추구하는 화장 이미지의 변화를 추적하였는데, 여고생들은 호기심 때문에 화장을 하여 변화를 추구한다고 하였다. 또 중고생들은 맨얼굴과 같아 보이는 얼굴을 자신답다고 생각하였고, 화장을 함으로써 타인의 호감을 얻는데 주목적을 두었으나, 점차 나이가 들어감에 따라 화장을 함으로써 품위나 예의와 같은 요인에 역점을 두게 된

다고 하였다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구문제

- 첫째, 여중고생의 신체적 특성과 신체만족도를 파악한다.
- 둘째, 여중고생의 자아존중감을 파악한다.
- 셋째, 여중고생의 화장 관련 변인의 특성을 파악한다.
- 넷째, 여중고생의 신체적 특성, 신체만족도, 자아존중감, 화장 관련 변인, 인구통계적 변인이 화장 정도에 미치는 영향을 파악한다.

#### 2. 조사대상자

본 연구의 조사대상자는 전라북도 중·소도시에 거주하는 여자 중·고등학생이었으며, 조사 대상자의 인구통계적 변인은 <표 1>과 같다. 조사 대상자의 학령 분포를 살펴보면 중학생이 47.5%, 고등학생이 52.5%, 성적분포는 상층이 26.9% 중간층이 47.1%, 하층이 26.0%로 중간층의 비율이 많이 표집되었으며, 이들의 월평균 용돈은 5만원 미만인 경우가 77.8%, 5만원이상 10만원 미만인 경우가 19.7%, 10만원이상인 경우가 2.6%로 대다수의 여중고생 월평균 용돈은 5만원 미만인 경우가 가장 많았다.

<표 1> 조사 대상자의 인구통계적 변인

인구통계적 변인		빈도(명)	백분율(%)
학령	중학생	205	47.5
	고등학생	227	52.5
성적*	상	112	26.9
	중	196	47.1
	하	108	26.0
용돈	5만원 미만	332	77.8
	5만원 이상-10만원 미만	84	19.7
	10만원 이상	11	2.6

\* 상위 25%이내를 상층, 25~75%를 중간층, 하위 25% 이내를 하층으로 구분했음

### 3. 측정도구

본 연구에 사용된 질문지는 신체적 특성, 신체만족도, 자아존중감, 화장 관련 변인, 화장 정도, 인구통계적 변인 등을 측정하는 총 43문항으로 구성되었다.

신체적 특성은 신장과 체중에 관한 2문항이었고 단순선택형이었다. 신체만족도에 관한 문항은 선행연구들<sup>45)46)</sup>을 참고로 하여 눈, 코, 입, 이마, 턱, 얼굴색, 머릿결, 상반신, 하반신, 전신, 외모만족도 3문항 등의 총 13문항을 선별하여 5점 Likert형으로 구성하였다. 자아존중감에 관한 문항은 한미숙<sup>47)</sup>의 자아존중감 척도에서 4개의 하위요인 즉 자기 자신에 대한 일반 자아존중감, 가정 생활에 대한 가정 자아존중감, 학교 생활에 대한 학교 자아존중감, 사회 생활에 대한 사회 존중감 요인 등에 대하여 각각 4문항씩 총 16문항을 선별하여 5점 Likert형으로 구성하였다. 화장 관련 변인은 화장하는 이유, 화장시 신경쓰는 부위, 색조화장 시작한 시기, 화장품 정보 습득 매체, 화장품 구입장소, 화장 정도, 월평균 화장품 구입비 등의 6문항에 대해 응답하도록 하였다. 사용하는 화장품의 종류와 개수를 기준으로 화장정도를 측정하는 1문항은 단순선택형이었다. 인구 통계적 변인은 나이, 성적, 월평균 용돈 등 3문항이었고, 단순 선택형으로 구성하였다.

### 4. 자료수집

본 연구자들이 작성한 측정도구의 이해도를 높이기 위해 2007년 4월 말에 예비조사를 실시하였다. 문

항의 설명을 수정·보완하여 본 조사를 2007년 5월 첫 주부터 둘째 주 사이에 걸쳐 본 조사를 실시하였다. 학교에서 수업시간이 끝난 직후 담임교사들의 협조를 얻어 교실에서 응답하여 제출하도록 지도하였다. 설문지 450부 중 440부가 회수되었고 그 중 불완전하게 응답한 것으로 판단된 8부를 제외한 최종 432부를 분석에 사용하였다.

### 5. 분석방법

조사 자료 분석하기 위해 SPSS PC(Ver. 12.0)이 이용하였다.

여중고생의 신체적 특성, 신체만족도, 자아존중감, 화장 관련 변인의 특성을 파악하기 위하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 산출하였다. 신체적 특성, 신체만족도, 자아존중감, 화장 관련 변인, 인구통계적 변인이 화장 정도에 미치는 영향을 파악하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

## IV. 연구결과 및 논의

### 1. 신체적 특성과 신체만족도

여중고생의 신체적 특성을 파악하기 위하여 빈도와 백분율을 산출한 결과는 <표 2>와 같다. 여중고생들의 키는 160cm이하인 경우가 37.6%이고, 161cm이상 165cm이하인 경우가 38.6%이며, 166cm이상인 경우가 23.8%로 가장 적었고, 체중은 45kg이하인 경우가 19.0%로 가장 적었으며, 46kg이상 50kg이하인 경

<표 2> 여중고생들의 신체적 특성

변 인		빈도(명)	백분율(%)
키	160cm이하	161	37.6
	161cm이상-165cm이하	165	38.6
	166cm이상	102	23.8
체중	45kg이하	80	19.0
	46kg이상-50kg이하	101	24.0
	51kg이상-55kg이하	106	25.2
	56kg이상-60kg이하	108	25.7
	61kg이상	26	6.2



우가 24.0%이고, 51kg이상 55kg이하인 경우가 25.2%이며, 56kg이상 60kg 이하인 경우가 25.7%였다. 여중고생의 키와 체중에서 가장 빈도가 높은 범위는 키는 161cm이상 165cm이하, 체중은 56kg이상 60kg이하로, 2003년 산업자원부 기술표준원의 한국인 인체치수조사사업단의 Size Korea에서 제시한 표준신장 159.7cm와 비슷하나, 표준 체중 55kg보다 약간 더 높은 결과이다. 이는 중고생 시기는 신체적 성장이 급격히 일어나는 시기로서 제 2차 성장이 급진적으로 나타나며 체중이 급증하고 신체 비례가 변화하는 과도기적 증상으로<sup>48)</sup> 여중고생의 신체적 특성중 하나라 할 수 있다.

여중고생들의 신체 부위별 만족도를 파악하기 위하여 평균과 표준편차를 산출한 결과는 <표 3>과 같다. 여중고생들은 눈에 대한 만족도가 3.35로 제일 높았으며, 입에 대한 만족도, 머릿결에 대한 만족도 순으로 높았다. Graham과 Furnham<sup>49)</sup>은 10대들은 눈 화장을 가장 중요시한다고 하여 여중고생의 눈에 대한 높은 관심도를 지지하였다. 하반신에 대한 만족도는 2.42로 제일 낮았고, 상반신에 대한 만족도가 2.64였으며, 코에 대한 만족도는 2.80으로 낮았다. 전반적으로 몸무게에 대한 만족도가 2.33으로 낮았고, 신체적 외모를 변화시키고 싶은 욕구가 높은 편이었

다. 이는 자신의 신체에 대한 이상적 모습이 실제 모습보다 높기 때문에 나타난 결과로 파악되었다. 전경숙<sup>50)</sup>의 연구에서도 여중고생들은 신체부위보다 얼굴 부위에 만족도가 높았으며 특히 하반신 대한 불만이 높았고, 김재숙과 이미숙<sup>51)</sup>은 중고생들은 자신을 이상적인 신체이미지보다 뚱뚱하게 지각한다고 하여 본 연구 결과와 같은 맥락이었다.

### 2. 여중고생들의 자아존중감

여자중고생들의 자아존중감의 평균과 표준편차는 <표 4>와 같다. 자아존중감 하위변인의 특성을 살펴보면 가정생활에 대한 자아존중감이 3.14로 제일 높았고, 사회생활에 대한 자아존중감, 자기 자신에 대한 자아존중감 순이었다. 학교생활에 대한 자아존중감이 제일 낮았는데, 이는 여중고생들이 학교에서 생활하는 시간이 길기 때문에 나타난 결과로 풀이되었다.

### 3. 화장 관련 변인과 화장 정도

여중고생들의 화장 관련 변인과 화장 정도를 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출한 결과는 <표 5>와 같다. 여고생들이 화장을 하는 이유는 피부 보호를 위하여 화장하는 경우가 55.6%로 제일 높았고, 결점

<표 3> 여중고생들의 신체 부위별 만족도

신체부위	평균	표준편차
눈	3.35	1.15
코	2.80	1.20
입	3.26	1.07
이마	3.16	1.10
얼굴형	2.87	1.20
얼굴색	3.02	1.15
머리결	3.17	1.21
상반신	2.64	1.15
하반신	2.42	1.20
전신	2.60	1.02
키	2.77	1.26
몸무게	2.33	1.19
외모에 대한 자부심	2.44	1.05
외모 만족도	2.69	1.09
외모 변화 욕구	2.25	1.28
전체 신체만족도	2.78	.72

<표 4> 여고생의 자아존중감

자아존중감의 하위 변인	평균	표준편차
자기 자신	2.88	.60
사회 생활	3.02	.50
가정 생활	3.14	.57
학교 생활	2.81	.44

<표 5> 여중고생들의 화장 관련 변인과 화장 정도

화장 관련 변인 및 화장 정도		빈도 (명)	백분율 (%)	
화 장 관 련 변 인	화장하는 이유	이미지/개성	65	15.0
		결점커버	109	25.2
		예의	16	3.7
		피부보호	240	55.6
	화장시 신경 쓰는 부위	눈썹	21	4.9
		눈	52	12.1
		입술	8	19.5
		볼	37	8.6
		피부	237	55.0
	화장품 정보 습득 매체	TV광고	61	14.1
		인터넷광고	71	16.4
		화장품전문잡지	52	12.0
패션잡지		48	11.1	
친구/가족		200	46.3	
색조화장 시작 시기	초등학교 저학년	13	5.6	
	초등학교 고학년	47	20.3	
	중학교	103	44.4	
	고등학교	69	29.7	
화장품 구입 장소	백화점	21	4.9	
	화장품전문점	222	51.4	
	대형할인점	41	9.5	
	인터넷매장	90	20.8	
	화장품할인매장	58	13.4	
월 화장품 구입비	1만원 미만	326	80.3	
	1만원 이상-2만원 미만	51	12.6	
	2만원 이상	29	7.1	
화장 정도	기초화장(스킨, 로션)	94	21.8	
	기초화장(스킨, 로션)+기능성화장(자외선차단 제)+색조화장(립글로스)	197	46.5	
	기초화장(스킨, 로션)+기능성화장(자외선차단 제)+색조화장(립글로스, 파운데이션, 눈화장)	132	31.2	

을 커버하기 위하여, 이미지나 개성을 표현하기 위하여 화장하는 경우가 많았다. 화장할 때 가장 신경 쓰는 부위를 살펴보면 피부가 55.0%로 제일 높았고, 입술, 눈 등이었다. 여중고생이 화장할 때 가장 신경

쓰는 부위로 피부가 가장 높은 이유는 최근 유행하고 있는 '쌍얼' 트렌드를 잘 반영하는 것으로 파악되었다. 화장품에 대한 정보원은 친구나 가족이 46.3%로 제일 높았고, 인터넷 광고, TV광고, 화장품 전문



잡지나 패션잡지 순이었다. 색조화장을 시작하는 시기는 중학교 때부터인 경우가 44.4%로 제일 많았고, 고등학교 때부터, 초등학교 고학년 때부터 순이었고, 초등학교 저년 때부터인 경우가 5.6% 나 되었다. 이 결과는 중학교 때부터 화장을 시작한다는 윤순희<sup>52)</sup>의 연구와 유사하다. 화장품 구입 장소는 화장품 전문점이 51.4%로 제일 많았고, 인터넷 매장, 화장품 할인매장, 대형할인점 순이었다. 여중고생들이 인터넷을 통하여 화장품 관련 정보를 수집할 뿐 아니라 인터넷 매장에서 화장품을 구입하는 비율이 높은 것으로 나타났다. 월평균 화장품 구입비는 1만원 미만이 80.3%로 대다수를 차지하였고, 1만원 이상 2만원 미만, 2만원 이상 순이었다. 이 결과는 여중고생들을 위한 화장품의 가격을 결정하는데 중요한 자료로 활용될 수 있을 것이다.

여중고생들의 화장 정도를 살펴보면 스킨과 로션을 사용하는 기초화장만 하는 경우가 21.8%였고, 기초화장에 색조화장품인 립글로스나 기능성 화장품인 자외선 차단제를 사용하는 경우가 46.5%로 제일 높았다. 색조화장품인 파운데이션이나 눈화장을 추가하는 경우는 31.2%로 나타나서 여 중고생들은 전체적으로 기초화장품 뿐 아니라 기능성화장인 자외선 차단제나 색조화장들을 대다수들이 사용하고 있음이 파악되었다. 이 결과는 윤순희<sup>53)</sup>의 연구와 같이 화장을 접하는 연령층이 낮아짐에 따라 과거 성인 여성들의 화장문화가 정신적으로 건강하게 여중고생들에게도 개방되며, 변화하는 사회구조에 맞게 이들도 아

름다워지려는 욕망을 자연스럽게 발산시켜줘야 한다는 연구 결과와 유사한 맥락으로 파악되었다.

#### 4. 여중고생들의 화장 정도에 영향을 미치는 변인

여중고생들의 화장 정도에 미치는 변인을 알아보기 위하여 인구통계적 변인, 신체적 특성, 신체만족도, 자아존중감, 화장품 관련 변인을 독립변인으로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 화장 정도는 사용하는 화장품 종류와 수를 기준으로 결정하였다. 화장 정도에 영향을 미치는 변인은 화장품 구입비( $\beta=.33$ ), 외모에 대한 자부심( $\beta=.24$ ), 용돈( $\beta=.23$ ) 순으로 영향력이 컸으며, 외모 변화 욕구( $\beta=.18$ ), 자기 자신에 대한 자아존중감( $\beta=.15$ ), 가정생활에 대한 자아존중감( $\beta=-.14$ ), 학교 성적( $\beta=-.13$ ), 얼굴형 만족도( $\beta=-.10$ ) 등 순으로 영향력이 높았으며 이들 변인들은 화장 정도를 31.0% 설명할 수 있었다. 즉 여중고생들은 화장품 구입비, 외모에 대한 자부심, 용돈, 외모변화 욕구, 자기 자신에 대한 자아존중감 등이 높을수록 화장을 많이 하였다. 그러나 또한 가정에 대한 자아존중감, 학교 성적, 얼굴형 만족도 등은 낮을수록 화장을 많이 하는 것으로 나타났다. 이 결과는 자아존중감이나 신체만족도가 높을수록 의복의 과시성이나 성적 매력이 높다고 한정미실<sup>54)</sup>의 연구 결과와도 비슷한 맥락이었다.

<표 6> 여중고생들의 화장 정도에 영향을 미치는 변인

독립 변인	표준화 계수 ( $\beta$ )	R <sup>2</sup>	t
화장 관련 변인 - 화장품 구입비	.33	.17	7.31***
신체만족도 - 외모에 대한 자부심	.24	.19	4.59***
인구통계학적 변인 - 용돈	.23	.25	4.98***
신체만족도 - 외모 변화 욕구	.18	.27	-3.58***
자아존중감 - 자기 자신	.15	.27	3.04**
자아존중감 - 가정 생활	-.14	.29	-3.14**
인구통계적 변인 - 학교 성적	-.13	.30	2.99**
신체만족도 - 얼굴형 만족도	-.10	.31	-2.12*

\* p< .05. \*\*p< .01. \*\*\*p< .001

## V. 결론 및 제언

본 연구에서는 여중고생들의 화장 정도에 영향을 미치는 변인을 파악하기 위하여 신체적 변인, 자아존중감, 화장 관련 변인, 인구통계적 변인을 독립변인으로 선정하여 중다회귀분석하였다. 432명의 여중고생들을 대상으로 본 연구자들이 작성할 설문지를 사용하여 조사한 결과는 다음과 같았다.

첫째, 여중고생들은 키 161-165cm, 체중 56-60kg에 속하는 비율이 가장 많았다. 여중고생의 신체만족도를 살펴보면 눈에 대한 만족도가 제일 높았고, 하반신에 대한 만족도는 제일 낮았다. 전반적으로 체중에 대한 만족도가 낮았으며, 신체적 외모를 변화시키고 싶은 욕구가 높은 편이었으며, 외모에 대하여 만족하지 않은 편이었다.

둘째, 여중고생들의 자아존중감 하위변인 특성을 살펴보면 가정생활에 대한 자아존중감이 제일 높았고, 학교생활에 대한 자아존중감은 제일 낮았다.

셋째, 여중고생들이 화장을 하는 가장 중요한 이유는 피부보호이고, 화장시 가장 신경을 쓰는 부위는 피부였고, 화장품에 대한 정보원은 친구나 가족 또는 인터넷 광고를 가장 많이 이용했고, 색조화장을 시작하는 시기는 중학교 때부터인 경우가 제일 많았다. 또 화장품 구입장소는 화장품전문점이나 인터넷매장이었다. 월평균 화장품 구입비는 1만원미만이 대다수를 차지하였고, 화장정도는 기초화장에 립그로스나 자외선 차단제를 사용하는 경우가 제일 많았다.

넷째, 여중고생들의 화장 정도에 영향을 미치는 변인은 화장품 구입비, 외모에 대한 자부심, 용돈 순으로 영향력이 컸고, 외모 변화 욕구, 자기 자신에 대한 자아존중감, 가정생활에 대한 자아존중감, 학교 성적, 얼굴형 만족도 등이 있었으며, 이들 변인들의 설명력은 31.0%였다. 즉 여중고생들은 화장품 구입비, 외모에 대한 자부심, 용돈, 외모 변화 욕구, 자기 자신에 대한 자아존중감 등이 높을수록 화장하는 정도가 높았고, 가정 생활에 대한 자아존중감, 학교 성적, 얼굴형 만족도 등이 낮을수록 화장을 많이 했다.

이상과 같이 여중고생들은 급속한 신체성장과 변화, 그리고 대중매체의 영향을 받아 자신의 신체나

외모에 관심이 집중되며, 급격히 성장발달하는 신체의 변화에 맞춰 새로운 신체 이미지를 형성하고 만족도를 높여 나갈 필요성이 크다. 정보화 사회의 주역인 여중고생들은 주로 인터넷을 통하여 화장품이나 화장에 관한 정보를 획득하고 화장품을 구매하는 소비의 주체자이다. 또 이들은 초등학교 때부터 화장에 노출되며 호기심을 갖고 가격에 민감하게 반응하면서 자신에게 어울리는 화장품을 선택하고 화장 기법을 익혀 나간다. 그러므로 여중고생용 화장품을 개발하여 판매하는 업체에서는 이들이 사춘기에 있음을 간과해서는 안되며 피부를 보호하고 결점을 커버하고자 하는 욕구가 크고 특히 눈 화장에 관심이 높은 점을 수용하여 이들의 욕구와 지출 수준에 맞는 화장품을 개발해야 할 것이다. 후속연구에서 남자 중고생을 대상으로 한 연구를 수행하여 본 연구 결과와 비교하면 중고생용 화장품 시장을 이해하는데 도움이 될 것이다.

본 연구의 연구 대상자는 전라북도 내 중소도시 여중고생들로 한정되었으며, 표준화된 측정도구를 사용하지 않았으므로 이 결과를 확대해석하는데 신중해야 할 것이다.

## 참고문헌

- 1) 정미실 (2002). 여대생의 화장태도, 자아존중감, 신체만족도가 의복행동에 미치는 영향. *한국가정과교육학회지*, 19(1), pp. 35-45.
- 2) 이은희 (2003). 고등학생의 심리적 특성과 외모에 대한 태도가 의복태도에 미치는 영향. *한국생활과학학회지*, 12(2), pp. 237-251.
- 3) Stuart, G. W (1983). *Principle and practice of psychiatric nursing*. St. Louis, Mosby.
- 4) Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, pp. 227-236.
- 5) 고은주, 장남경 (2000). 연령과 성별에 따른 청소년의 신체만족도와 의복행동 연구를 통한 패션마케팅 전략 제안. *대한가정학회지*, 41(12), pp. 13-28.
- 6) 김현희, 유태순 (2002). 여고생의 화장행동과 화장품 구매불안에 관한 연구. *한국의류학회지*, 26(2), pp. 251-262.
- 7) 김재숙, 이미숙 (2001). TV미디어가 청소년의 신체이미지에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 25(5)
- 8) 윤진 (1993). *청소년 심리학*. 서울: 도서출판 서원.
- 9) 전경숙 (2001). 여자 중·고교생의 신체만족도와 의복만족도의 관계연구. *한국복식문화학회지*, pp. 5-16.

- 10) 김인식 (1987). *청년 심리학*. 배영사, pp. 21-26.
- 11) 조현숙 (2007). 덩치는 커졌지만 속병 앓고 있는 우리 자녀. *해럴드 경제 뉴스*. 자료검색일. 2007. 9. 21. 자료출처 <http://www.heraldbiz.com>
- 12) 차귀옥 (2006). 청소년의 화장품 사용실태와 구매행동에 관한 연구. *한국미용학회지*, 12(1), pp. 41-50.
- 13) Kaiser, S. B (1997). *The social psychology of clothing: Symbolic appearances in context* (2nd ed). New York: Macmillan Publishing Co.
- 14) 송경자, 김재숙 (2005). 신체이미지에 따른 성형요구, 자아개념, 의복행동- 다중 측정 도구를 사용하여. *한국의류학회지*, 29(3/4), pp. 391-402.
- 15) Hom, M. J. & L. M. Gurel (1981). *The second skin*. 3rd ed. Boston: Houghton Mifflin Co.
- 16) 고애란, 김양진 (1996). 청소년의 의복행동에 대한 자기중심성, 자의식, 신체만족도의 영향연구. *한국의류학회지*, 20(4), pp. 667-681.
- 17) 김재숙, 이미숙. *앞의 책*, pp. 957-968.
- 18) 전경숙. *앞의 책*, pp. 5-16.
- 19) 조선명, 고애란 (2001). 외모에 대한 사회·문화적 태도와 신체이미지가 의복추구행태에 미치는 영향: 청소년기 여학생의 연령 집단별 차이 비교. *한국의류학회지*, 25(7), pp. 1227-1238.
- 20) 추태귀 (2002). 신체만족도에 따른 다차원적 신체이미지와 의복추구 효용. *한국의류학회지*, 24(4), pp. 376-382.
- 21) 김양진, 강혜원 (1992). 의복 및 신체만족도와 학업성취도가 사회적 자존감에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 16(2), pp. 207-208.
- 22) 한미숙 (2002). 청소년의 자아존중감 요인에 따른 의복행동 연구. 공주대학교 대학원 석사학위논문, p. 15.
- 23) Atwater, E. (1992). *Adolescence*(3rd ed). Prentice Hall.
- 24) Tucker, L. A. (1982). Relationship between perceived somatotype and body cathexis of college males. *Psychological Report*, 50, pp. 983-987.
- 25) 김미영 (1982). 연령과 사회계층에 따른 의복 불만족과 관련변인 연구: 자아수용성과 자·타위주의 의복착용. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 26) 양계민 (1993). 자신의 신체적 매력에 대한 인식이 자아존중감에 관한 연구. 충북대학교 대학원 석사학위논문.
- 27) 최정아 (1997). 자의식과 자아존중감이 상담에 대한 태도에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 28) 김순구, 윤학자 (1986). 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향. 남녀 고고생을 중심으로. *한국의류학회지*, 10(1), pp. 1-8.
- 29) 고애란, 심정은 (1998). 청소년 후기 여학생의 체형의식과 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향. *Yonsei Journal of Human Ecology*, 12, pp. 33-41.
- 30) Ivring, L. M. (1990). *Mirror images: Effects of the standard of beauty on the self-and body-esteem of women exhibiting*. H. L. (1992). Indices of relative weight and obesity. *Journal of Chronic Diseases*, 25, pp. 329-343.
- 31) 송경자, 김재숙 (1999). *앞의 책*, pp. 740-751.
- 32) 이광진 (1999). 여자고등학생들의 자아개념에 관한 의복행동에 따른 연구. 서울과 경기지역의 인문계 고등학교를 중심으로. 경희대학교 교육대학원 석사학위논문, pp. 23-40.
- 33) 이미숙. *앞의 책*, pp. 34-36.
- 34) 전용민 (2003). 여자 청소년의 영상매체 이용도, 사회적 가치와 의복 및 신체태도에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 35) 이운정 (2004). 신체 통제에 대한 신념이 외모만족도에 미치는 영향: 미국 여대생을 대상으로. *한국의류학회지*, 28(7), pp. 974-982.
- 36) 전경란 (2002). 여성의 욕구, 자아존중감과 성형 및 의복태도에 관련 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 37) 차영란, 김기범 (2006). 여성의 화장에 대한 태도와 성형의도에 대한 자기존중감과 신체존중감의 역할 분석. *한국심리학회지*, pp. 580-581.
- 38) Theberge, L. & Kernaleguen, A. (1979). Importance of cosmetics related to aspects of self. *Perceptual and Motor Skills*, 48, pp. 827-830.
- 39) 조기려 (1997). 자기 효능감, 퍼스널스페이스, 의복근접도, 화장근접도와와의 관계. 대구효성카톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 40) 조규화, 전보경 (2000a). 서울시내 여중고생의 화장품 소비실태 조사연구. *한국패션비즈니스학회지*, 4(3), pp. 141-155.
- 41) 조규화, 전보경 (2000b). 서울시내 여중고생의 화장품 소비실태 조사연구. *한국패션비즈니스학회지*, 4(4), pp. 107-121.
- 42) 김현희, 유태순. *앞의 책*, pp. 251-262.
- 43) 윤순희 (1994). 우리나라 화장품 소비자 구매행동에 관한 연구. 국민대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 44) 이화순, 이운현 (2004). 연령에 따른 추구화장이미지 연구. *한국심리학회지: 소비자광고*, 5(2), pp. 49-63.
- 45) 이운정. *앞의 책*, pp.974-982.
- 46) 고은주, 장남경. *앞의 책*, pp. 13-28.
- 47) 한미숙. *앞의 책*, pp. 30-42.
- 48) 조현숙. *앞의 책*.
- 49) Graham, J. A. & Furnham, A. (1981). Sexual differences in attractiveness rating of day and night cosmetic use. *Cosmetic Technology*, 3, pp. 36-42.
- 50) 전경숙. *앞의 책*, pp. 5-16.
- 51) 김재숙, 이미숙. *앞의 책*, pp. 957-968.
- 52) 윤순희. *앞의 책*, pp. 35-40.
- 53) 윤순희. *앞의 책*, pp. 35-40.
- 54) 정미실. *앞의 책*, pp. 35-45.