

# 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 얼굴 및 헤어관리행동에 미치는 영향

황 윤 정\* · 유 태 순\*\*

대구가톨릭대학교 패션산업학과 강사\* · 대구가톨릭대학교 패션산업학과 교수\*\*

## The Effects of Socio-cultural Attitudes Toward Appearance, Self-Esteem, and the Perception of Physical Attractiveness on Behaviors of Facial and Hair Care

Yun-Jung Hwang\* · Tai-Soon Yoo\*\*

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

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

(투고일: 2008. 3. 14, 심사(수정)일: 2008. 6. 9, 게재확정일: 2008. 7. 18)

### ABSTRACT

The purpose of this study is to research appearance management behaviors through their interests in appearance and the degree of their management among the undergraduates to research the effects of sociocultural attitudes toward appearance, self-esteem, and perceptive physical attractiveness on their face and hair management behaviors and to provide the effective data to form the marketing strategies for the beauty and fashion markets for the undergraduates.

Total 900 questionnaires were distributed to the female/male undergraduates students in Daegu and Gyungbuk. 873 questionnaires out of 900 were collected and 825 questionnaires were selected as the final objects of this study. Frequency analysis, factor analysis, and Cronbach  $\alpha$  were used to analyze the data using SPSS 12.0 statistics program. To examine the effects among variables, univariate analysis of variance and multiple regression analysis were conducted.

The followings are the findings of analyzing and considering the research results through statistically processing each variable and those of the existing researches.

1. In terms of face management behaviors, internalization and awareness as sociocultural attitudes and social physical attractiveness among physical attractiveness perceptive showed positive effects.

2. In hair management behaviors, social physical and personal physical attractiveness out of physical attractiveness perceptive seemed to have positive effects.

Key words: sociocultural attitudes toward appearance(외모에 대한 사회문화적 태도), self-esteem(자아존중감), physical attractiveness perceptive(신체매력 지각), behavior of facial and hair care(얼굴 및 헤어관리행동)

## I. 서론

최근 외모에 대한 관심과 외모를 가꾸기 위한 행동이 사회적 현상으로 특징지어질 만큼 외모가 점점 강조되고, 사람을 평가하는 기준에 있어서도 중요한 판단요소로 작용하고 있으며, 대인관계에서도 사람의 외모는 매우 중요한 역할을 한다.

즉 처음 만나는 사람의 체격, 얼굴모습, 의복, 화장품, 체취 등은 인상형성에 지대한 영향을 주기도 하며, 타인과 만나 처음 주목하는 것으로서 외모의 아름다움과 매력은 대인지각의 후광효과로 작용하기도 한다. 그러므로 개인의 능력과 같은 다른 특질까지 긍정적으로 평가하게 되고, 개인의 좋은 신체적 외모는 행복과 사회적 성공으로 연결된다는 생각이 일반적이다. 사람들은 매일의 다양한 상호작용 속에서 타인을 의식하고 행동하며, 어떤 사람에 대해 형성한 인상은 그 사람과의 상호작용에 영향을 준다.<sup>1)</sup> 그렇기 때문에 우리는 일상생활 속에서 의식적으로든 무의식적으로든 끊임없이 자신을 스스로가 원하는 방향으로 보이도록 노력하며, 이러한 자기표현은 사람들이 언어 및 비언어를 통해서 타인들에게 자신의 특정한 이미지를 전달하는 의사소통의 수단으로서 중요한 역할을 하게 된다. 이때 인상관리는 개인 상호관계의 한 과정으로서 관심의 대상이 되고 있다.

Schlenker<sup>2)</sup>에 의하면 타인들로부터 인정을 받기 위해 혹은 자신과 타인들의 관점에서 긍정적인 이미지를 보임으로써 자아만족을 얻기 위해서 사람들은 바람직한 인상을 창조하려고 노력한다는 것이다.

1990년대 후반 우리 사회는 능력뿐만 아니라 외모에서 보여지는 이미지가 그 사람을 평가하는 잣대로 여겨지면서 외모 가꾸기 열풍이 젊은 여성은 물론이고 남성들에게도 불고 있다. 남녀를 막론하고 자신의 외모를 향상시키려는 이런 사회 현상을 두고 보수적인 시각을 가진 사람은 외모만 중요시하고 내면적 가치에는 무관심한 세태를 우려하기도 하지만, 각종 대중매체를 통해 감각적 자극을 끊임없이 접하는 요즘 외모에 대한 관심은 높을 수밖에 없으며,<sup>3)</sup> 외적 이미지가 좋은 사람이 취직도 잘되고 더 대접받는 것이 당연한 현실이다 보니 외모 가꾸기가 남보다

더 좋은 조건을 가지려는 경쟁사회의 한 단면인 것이다. 이러한 영향으로 인해 최근 외모관리의 방법들은 더욱 다양해지고 광범위해지고 있는데, 유행하는 헤어스타일과 패션에 대한 관심은 이미 남녀노소의 범주를 넘어섰으며 신체의 결점을 보완해 주도록 옷 입는 방법에서부터 계절에 따른 손, 발관리까지 외모 관리는 사람들이 현재 가장 중요하게 생각하고 가치를 두는 관심사 중 하나로 부상하고 있다.

특히 현대 사회의 젊은이들은 과거에 비해 외모를 매우 중요시하며 높은 가치를 두는 경향이 있는데, 이러한 외모에 대한 가치부여가 단순히 외적으로 나타나는 특성일 뿐만 아니라, 더 나아가서 하나의 능력이라는 생각이 확산되고 있다.<sup>4)</sup>

이와 같이 오늘날 사람들의 외모가 하나의 경쟁력이 되는 현상은 타고난다는 과거의 개념과는 달리, 외모는 명백히 만들어지고 관리되는 것이라는 사회적 관념과 그를 뒷받침하는 제도들이 형성되면서 생겨났고, 사람들의 외모관리에 대한 요구와 기대를 점차 증대시키는 결과를 가져왔으며, 이에 따라 외모와 관련된 산업이 급속하게 발전하고 있다.

대학생들의 경우 어떤 취향을 가지고 어떻게 외모를 가꾸고, 어떤 외모를 가지고 있는가와 같은 방식으로 타인과의 관계를 설명하기도 하는데, 자신의 외모에 대한 끊임없는 노력을 통해서 좋은 이미지를 관리함으로써 타인과의 관계를 지속적으로 유지하고자 한다.

따라서 본 연구에서는 대학생의 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 얼굴 및 헤어관리행동에 미치는 영향을 알아보고 대학생들을 위한 외모관련 산업에 필요한 자료를 제시하여 이를 효율적으로 수행하는데 기여하고자 한다.

본 연구를 위하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- 1) 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각은 얼굴관리행동에 영향을 미칠 것이다.
- 2) 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각은 헤어관리행동에 영향을 미칠 것이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 외모에 대한 사회문화적 태도

현대 사회에서 대중의 관심은 외모에 집중되어 있다고 보아도 과언이 아닐 정도로 외모, 특히 날씬한 신체외모에 대한 관심은 매우 크다. 역사적으로 모든 사회와 문화권에서는 이상적인 외모에 대한 기준이 있었지만 과거에는 각 사회, 문화, 계층마다 이상적인 외모에 대해 다양한 기준을 지니고 있었으며, 비교적 일부의 사람들만이 이러한 기준을 달성하도록 압력을 받았다. 그러나 매스미디어의 발달 이후 모든 사회, 문화, 계층에서 외모에 대한 기준이 획일화되었고, 이러한 획일화된 외모 기준이 사진이나 영상 등을 통해 매우 빠르고 사실적으로 전달되는 것이 가능해졌다. 결국 매스미디어의 발달에 의한 사회문화적 압력은 사람들로 하여금 외모를 구체적으로 비교하도록 촉진하여, 자신의 신체에 대한 불만족을 증가시키고 날씬해지려는 과도한 노력과 연결시킨다. 이는 외모의 사회적 중요성을 수용하여 자신을 평가하는 기준으로 삼는 내면화와 사회적 중요성을 인지하는 인식으로 구분할 수 있다.

Lennon과 Rudd<sup>5)</sup>는 대체적으로 여성이 남성에 비해 자신의 외모에 대해 비판적이며, 특히 체중에 집착하는데 이것은 마른 신체가 아름다움, 건강, 바람직한 것, 성숙한 것으로 간주되고 있어 현대 여성들에게 가장 중요한 조건 중의 하나라는 관점에 의한 것이다. 이때 TV나 잡지와 같은 매스미디어는 구체적으로 이상적인 외모의 전형을 시각적으로 보여줌으로써 개인의 아름다움 추구행위를 더욱 가속화시키는 매개체 역할을 하며, 이러한 외모에 대한 사회문화적 태도는 개인의 미에 대한 수용과 기호를 결정할 뿐만 아니라 자신에 대한 전반적인 평가에 영향을 미친다.

더구나 사람들은 자신의 실제 모습과 이상적인 체형을 자주 비교하게 되며, 이상적인 기준과 실제의 자신과의 불일치를 많이 경험할수록 자기가치와 외모만족은 감소하게 된다.<sup>6)7)</sup> 또한 사회문화적 요인은 개인의 외모에 대한 사회문화적인 가치를 내재화하

는 개인차에 의해 매개된다는 연구결과가 지지되고 있으며,<sup>8)9)10)</sup> 여성이 더 많은 사회문화의 영향을 받고 있지만, 최근에는 남성들도 사회문화의 영향을 받고 있다.<sup>11)</sup>

소비자본주의 사회의 외모관리 산업들이 쏟아내는 자아 창조, 자기 관리, 개성 연출과 같은 구호들에 익숙해진 사람들에게 외모관리는 철저히 개인들의 선택처럼 보일 수 있지만 날씬하고 건강한 신체를 만들려는 개인들의 욕구나 실천이 철저히 문화적 진공상태에서 나오는 것은 아니며 이는 신체가 개인에게 속하지만 그 중요성과 의미 및 해석은 사회문화적 영향을 받기 때문이라고 볼 수 있다.

즉 외모에 대한 사회문화적 태도는 개인의 신체이 미지 지각에 영향을 미쳐 여러 가지 방식으로 동기화되어 작용하면서 외모관리행동에 영향을 줄 수 있다.

### 2. 자아존중감

자아존중감이란 개인의 자기 가치와 자기 수용 정도를 포함한 자신에 대한 느낌으로써 자아개념과 연합된 개인의 가치와 능력에 대한 자기 평가로 긍정적인 태도를 의미한다.<sup>12)</sup> 전반적으로 자아존중감이 낮은 사람은 자기 거부, 자기 불만이 원인이 되어 부정적인 감정으로 표출되지만, 자아존중감이 높은 사람은 자신을 존경하며 가치 있는 존재로 생각하고 자기발전과 증진을 기대하며 자신을 좋아하는 느낌으로 표출하게 된다.<sup>13)</sup>

그러므로 높은 자아존중감을 갖고 자신에 대해 긍정적인 견해를 가진 사람은 낮은 자아존중감을 가진 사람보다 현재에 대해 더 행복을 느끼며 새로운 일을 많이 시도하는 경향이 있다. 대체로 자아존중감이 낮은 사람은 자기 거부나 자기 불만으로 이어져 부정적인 감정으로 표출되지만, 자아존중감이 높은 사람은 자신을 존경하며 가치가 있는 존재로 생각한다.

Baumeister와 Tice<sup>14)</sup>는 자아존중감은 자신에 대한 전체적인 평가를 의미하며 자아존중감 수준이 높은 사람은 자신의 능력이나 힘, 좋은 자질에 주목하며, 자아존중감 수준이 낮은 사람은 자신의 결함이나 약점, 좋지 못한 자질에 주목하고 그것을 강조한다고 하였다. 따라서 긍정적 자기이미지를 가진 사람은 자

신을 유능하다고 생각하고, 부정적인 자기이미지를 가진 사람은 자신을 무능하다고 생각하는 경향이 높으며, 긍정적인 자기이미지를 가진 사람이 목표 설정과 노력에 있어서 성공을 거두는 경향이 있다.

Secord와 Jourard<sup>15)</sup>는 사람들은 자신의 신체에 대한 감정이 자신에 대한 감정과 유사하기 때문에 신체외모에 만족하면 자아존중감도 높고, 자아존중감이 높은 사람은 자아에 대해 만족하며, 외모에 대한 만족도 높다고 하였다.

사람들은 타인으로부터 외모에 대한 긍정적인 평가를 들으면 마음이 뿌듯하고 흡족해 한다. 이러한 긍정적인 평가는 자기 자신에 대한 긍정적인 감정을 가져오게 되며 이는 자아존중감에 영향을 주게 된다. 반대로 현대 사회적 기준으로 볼 때 사회적으로 요구하는 미의 기준에 맞지 않는 대다수의 현대인들은 외모 콤플렉스로 인한 부정적인 자아개념을 가지며 자아존중감을 상실하기도 한다. 그러므로 사람들은 절절이나 외모에 대한 콤플렉스를 극복하기 위하여 다양한 외모관리행동을 지향하고 있는데, 이러한 외모관리의 노력들을 통하여 자신에 대한 만족감이나 자아존중감을 상승시킬 수 있게 된다고 말한다.

### 3. 신체매력 지각

신체는 자아실현을 위한 개인적 자산으로 인식되며 강하고 아름다운 신체는 자신감과 지배력을 향상시키는 매개체로서 개인적인 만족 혹은 사회적인 성공에서 중요한 영향을 미치며, 매력은 다른 사람에 대해 긍정적인 태도를 갖는 것으로써 좋아한다는 것과 같은 의미이며 호감이나 칭찬과 같은 반응<sup>16)</sup>으로 드러난다.

인간이 살아가는데 신체적 매력이라는 것은 다양한 측면에 영향을 미치는 요인으로써 이는 대인관계에 영향을 미치고, 특히 평가적인 차원에서 강력한 후광효과를 낼 수 있는데, 사람들은 보통의 경우 타인을 평가할 때 신체적 매력에 따라 여러 가지 특성을 긍정적 또는 부정적으로 인식한다. 또한 한 개인의 신체적 매력은 타인에 의해 사회적 평가의 기초로써 사용되는 사회적 단서이며, 신체는 자아실현을 위한 개인적 자산으로서 인식되며 강하고 아름다운

신체는 자신감과 지배력을 향상시키는 매개체로서 개인적인 만족 혹은 사회적인 성공에서 중요한 영향을 미칠 것이다. 그러므로 자신의 신체에 대해 스스로 가지는 느낌이나 태도를 개인적 신체매력으로, 사회생활과 대인관계에 있어서 타인 또는 문화적 가치에 의한 신체상의 비교와 평가를 통해서 이루어지는 사회적 신체매력으로 구분해 볼 수 있다.

매력적인 사람들은 사회적으로 바람직하다고 여겨지는 성격 특성들, 즉 재미있고, 강하고, 친절하고, 사교적이고, 따뜻한 성격을 가지고 있으며 지적이고, 안정적인 특성들을 갖고 있다고 여겨지며,<sup>17)</sup> 직장을 얻을 때도 더 좋은 기회를 가지고, 더 높은 임금으로 고용된다.<sup>18)</sup> 또한 매력적인 사람들은 대인관계적인 상황에서 덜 매력적인 사람들 보다 이익이 많고 사람들의 도움을 많이 받는다<sup>19)</sup>는 연구는 외모의 효과가 얼마나 큰지를 단적으로 보여주는 예라고 할 수 있을 것이다.

Barocas와 Karoly<sup>20)</sup>는 사람들은 외모에 근거해서 타인들에 대한 편견을 가지게 되는데, 신체적으로 매력적인 사람들의 행동에 대해 더 너그럽고, 더 많은 기쁨을 느끼며, 더 큰 신뢰, 더 많은 친절을 베풀고, 반대로 이러한 사실은 신체적으로 매력적이지 않은 사람들이 상대적으로 불이익을 당한다는 사실을 의미한다고 하였다.

신체적인 매력에 대한 연구들로부터 얻어진 결론 중 가장 많이 인용되는 것이 '아름답다는 것이 좋은 것이다'라는 것으로 이 고정 관념은 매우 강하고도 일반적인 현상이다.

황진숙, 김윤희<sup>21)</sup>에 의하면 신체만족도는 개인의 자아존중, 자기개념, 자기이미지와 밀접한 관계가 있는데, 인간은 자신의 신체에 만족할수록 자신을 존중하며, 신체에 불만족할수록 자신감을 잃고 자신을 비하한다고 하였다.

문화나 시대에 따라 매력 있는 신체의식의 기준은 다르겠지만 일반적으로 매력적인 신체에 대해 호감을 갖는 것은 자연스러운 현상이며, 신체적 매력의 사회적 효과가 얼마나 큰 것인지를 보여주면서 사람들이 신체적 매력에 관심을 갖지 않을 수 없게 만드는 것이다.

#### 4. 얼굴 및 헤어관리행동

인간의 외모는 동서고금을 막론하고 다양한 측면에 많은 영향을 주기 때문에 사람들은 자신의 문화권에서 이상적으로 여기는 외모와 신체를 소유하고 유지하기 위해 많은 노력을 하는데, 이는 대인관계에서 외모가 많은 영향을 주고 사회적 상호작용에 영향을 미치기 때문이다.

그러므로 많은 현대인들은 이러한 현실을 지각하여 정신적, 물질적으로 자신의 외모에 대해 시간과 비용을 사용하고 있으며, 자신의 경쟁력을 높이기 위한 노력으로 받아들이고 있다. 즉 외모를 관리한다는 것은 자기관리의 핵심인 동시에 외모관리의 성공적 수행은 삶 자체의 변화와도 관련되는 것이다.

Kaiser<sup>22)</sup>에 의하면 외모관리란 개인 각자가 다른 사람들과의 상호관계를 통해 자신의 역할을 수행하면서 자기표현을 해나가는 과정이라고 하였다. 다시 말하면 외모관리는 자기를 표현하기 위한 수단으로, 사회적 상황 내에서 다른 사람들에게 자신의 정체감을 보여주는 과정으로써 우리의 일상생활은 다른 사람들과 연관되어 있기 때문에 우리의 외모관리행동은 전혀 생각 없이 이루어지는 것이 아니라는 것이다.

일반적으로 사람들은 자신의 이미지를 결정하는 요소 중 하나인 얼굴에 많은 신경을 쓰고 관심을 갖게 되는데, Hession과 Trope<sup>23)</sup>는 얼굴은 다른 사람이 바라보는 첫 번째 신체적 특성으로 타인들과의 대면 상황에서 흥미의 초점이 되며, 개인을 나타내는 대표적 표상으로 대인관계에서 많은 영향을 줄 수 있는 중요한 요소이고, 사람의 전체 인상을 결정하는 중요한 단서 역할을 한다고 하였다.

전통적으로 얼굴을 아름답게 가꾸는 행위인 피부관리나 화장은 여성들의 관심영역이었으나, 최근 들어서는 남녀노소 구분 없이 자신의 얼굴관리에 많은 관심을 가지며, 심지어 성형수술을 통해 얼굴을 원하는 형태로 직접 바꾸기도 한다. 이러한 얼굴관리에 대한 행동이 행해지는 이유는 얼굴이 매력적일수록 품위와 능력이 있어 보이고 개성적이고 창의력이 있는 것으로 지각되므로 매력적인 얼굴은 개인의 능력과 심리적 특성에 후광효과를 발휘하며,<sup>24)</sup> 얼굴은 사회적인 인상을 형성하는데 있어서 착용한 의복보다

더 큰 영향을 미치므로, 사회적인 인상을 주는 얼굴을 가진 사람은 사회적인 인상을 갖는 것으로 평가된다.<sup>25)</sup>

백경진, 김미영<sup>26)</sup>은 얼굴만족도에 따른 화장행동의 차이를 분석한 결과 여성들은 만족도와 상관없이 화장행동에 적극적인 태도를 보이는 것으로 나타났는데, 이는 여성들이 얼굴의 불만족스러운 부분을 감추기 위하여 화장을 하며 얼굴에 만족하고 있더라도 남에게 자신을 돋보이게 하기 위하여 또는 더 아름다워지기 위하여 화장을 하는 것으로 추정하였다.

현대에는 의복에서 다양한 형태의 디자인이 유행하고 있듯이 헤어스타일도 개인의 취향에 따라 선택하고 얼굴형에 맞추어 스타일링하게 되는데, 이것은 헤어스타일이 눈에 쉽게 띄는 부분이고, 변화가 용이한 곳으로 오늘날 다양한 개성 연출을 가능하게 하며, 의복과 마찬가지로 그 시대적 문화를 반영하기 때문이다.

Workman과 Johnson<sup>27)</sup>은 헤어스타일은 메이크업과 의복이 통합하여 개인의 인상형성에 큰 영향을 주는 것으로 인식됨에 따라 헤어관리에 대한 관심도 높아지고 있다고 하였다. 박주비, 정옥임<sup>28)</sup>에 의하면 헤어스타일은 영향력 있는 여러 가지 신체적 외모 변인 중의 하나로서 많은 변화를 하고 있으며, 젊은 이들 사이에서 개성 표현의 수단이 되고, 매스미디어의 확산에 따른 급속한 유행의 계속적인 변화 속에서 더욱 중요하게 자리 잡고 있는 것이다.

외모지상주의라고 일컬어지는 21세기 사회현상은 외모관리의 중요성을 강하게 부각시키고 있으며, 자신의 외모에 대하여 가지는 만족감은 심리적 안정을 누릴 수 있고, 대인관계에 있어서도 잘 조화된 외모를 갖춘 대상이 전달하는 시각적 이미지는 밝고 건장한 사회문화 형성의 요인으로 작용한다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구대상

이 연구를 위한 설문지 조사는 본 조사에 앞서 측정도구의 타당성과 신뢰성을 알아보기 위하여 2006

년 9월 18일부터 9월 25일 사이에 남녀 대학생을 대상으로 예비조사를 실시하였다.

본 조사는 예비조사를 실시한 결과 신뢰도가 낮은 문항을 제외한 문항으로 다시 수정·보완하여 2006년 9월 28일부터 12월 19일까지 대구·경북에 거주하는 2년제 및 4년제 대학교에 재학 중인 남자 대학생 450명, 여자 대학생 450명에게 총 900부의 설문지를 배포했으며, 회수된 873부 중 응답내용이 미비한 설문지를 제외한 총 825부를 최종 연구대상으로 하였다. 조사대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위한 빈도분석 결과 조사대상자의 남녀 비는 남자 49.7%, 여자 50.3%로 비슷하게 나왔고, 응답자의 월 평균 용돈은 20-30만원이 34.7%로 가장 많았고, 월 평균 외모 관리비용은 5만원 미만이 44.4%로 가장 많았다.

## 2. 측정도구

### 1) 외모에 대한 사회문화적 태도 측정도구

외모에 대한 사회문화적 태도 척도는 Heinberg 외<sup>29)</sup>가 제작한 도구를 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 예비조사를 실시한 결과 내용에 적합하지 않게 나온 문항, 요인 부하량이 낮은 문항을 제외한 내면화요인 6문항, 인식요인 4문항으로 총 10 문항을 연구에 사용하였다. 각 문항을 5점 Likert 척도로 측정하였고, 각 하위요인별 신뢰도 계수(Cronbach's Alpha)는 내면화요인은 .882, 인식요인은 .759이다.

### 2) 자아존중감 측정도구

자아존중감에 대한 척도는 Rosenberg<sup>30)</sup>가 제작한 도구를 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 예비조사를 실시한 결과 내용에 적합하지 않게 나온 문항, 요인 부하량이 낮은 문항을 제외한 총 6 문항을 연구에 사용하였다.

각 문항은 5점 Likert 척도로 측정하였고, 신뢰도 계수(Cronbach's Alpha)는 .780이다.

### 3) 신체매력 지각 측정도구

신체매력 지각에 대한 척도는 Mahoney와 Finch<sup>31)</sup>,

Brown 외<sup>32)</sup>, Cash와 Labarge<sup>33)</sup>, 김용숙 외<sup>34)</sup> 등이 제작한 도구를 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 예비조사를 실시한 결과 내용에 적합하지 않게 나온 문항, 요인 부하량이 낮은 문항을 제외한 개인적 신체매력요인 5문항, 사회적 신체매력요인 6 문항으로 총 11문항을 연구에 사용하였다.

각 문항은 5점 Likert 척도로 측정하였고, 각 하위 요인별 신뢰도 계수(Cronbach's Alpha)는 개인적 신체매력요인은 .812, 사회적 신체매력요인은 .770이다.

### 4) 얼굴 및 헤어관리행동 측정도구

얼굴 및 헤어관리행동에 대한 척도는 Lennon과 Rudd<sup>35)</sup>, Rudd와 Lennon<sup>36)</sup>, 황진숙, 김윤희<sup>37)</sup> 등이 제작한 도구를 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 예비조사를 실시한 결과 내용에 적합하지 않게 나온 문항, 요인 부하량이 낮은 문항을 제외한 매일 기초화장을 한다, 눈썹을 정리한다 등의 문항이 포함된 얼굴관리요인 4문항, 머리에 무스, 헤어젤, 왁스를 바른다의 문항이 포함된 헤어관리요인 2문항으로 총 6문항을 연구에 사용하였다.

각 문항은 5점 Likert 척도로 측정하였고, 각 하위 요인별 신뢰도 계수(Cronbach's Alpha)는 얼굴관리요인은 .755, 헤어관리요인은 .720이다.

## 3. 자료분석

본 연구에서는 SPSS 12.0을 이용하여 응답자의 일반적인 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였고, 척도의 타당성과 신뢰성 분석을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 하였다. 그리고 변수간의 영향력을 살펴보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 얼굴관리행동에 대한 외모의 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각 회귀분석

외모에 대한 사회문화적 태도(내면화, 인식), 자아존중감, 신체매력 지각(개인적 신체매력, 사회적 신

〈표 1〉 얼굴관리행동에 대한 외모의 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력지각 적합도 분석

변산원	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
회귀	221.744	5	44.349	48.567	.000**
잔차	747.862	819	.913		
전체	969.606	824			

\*\*p<.01

〈표 2〉 얼굴관리행동에 대한 외모의 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각 다중회귀분석

독립변인	R <sup>2</sup>	수정 R <sup>2</sup>	비표준 계수(B)	표준 계수(β)	표준 오차	t값	유의확률
	.229	.224	.451		.335	1.347	.178
내면화			.551	.429	.045	12.261	.000**
인식			.250	.150	.062	4.006	.000**
자아존중감			.073	.038	.065	1.122	.262
개인적 신체매력			.091	.057	.055	1.652	.099
사회적 신체매력			.255	.140	.066	3.879	.000**

\*\*p<.01

체매력)이 얼굴관리행동에 미치는 영향력을 알아보기 위해 얼굴관리행동을 종속변수로 내면화, 인식, 자아존중감, 개인적 신체매력, 사회적 신체매력을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였고 결과는 〈표 1〉, 〈표 2〉와 같다.

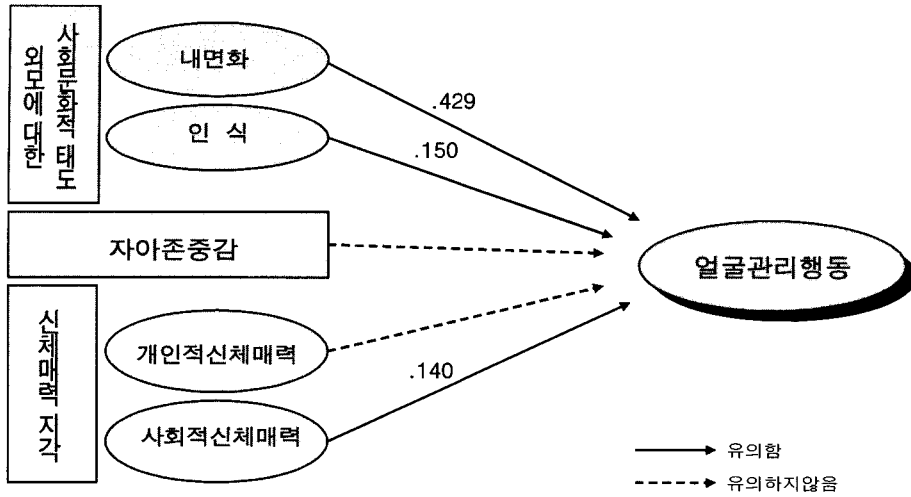
〈표 1〉에 의하면 얼굴관리행동에 대한 연구요인들의 영향을 설명하는 적합도는 F(5,819) = 48.567로 유의수준 p<.01에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

다중회귀분석 결과인 〈표 2〉에 의하면 선형모형을 설명하는데 이용되는 R<sup>2</sup>은 종속변수에 대한 설명력이 .229로 나타났다. 이는 통계분석에 사용된 요인들의 약 23%가 표본 회귀선에 적합하다는 것을 의미하며, 얼굴관리행동에 대해 외모에 대한 사회문화적 태도인 내면화, 인식과 신체매력 지각 중 사회적 신체매력이 모두 유의확률이 .000으로 나타나 p<.01에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났고, 나머지 변수들은 p<.05에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 종속변수 값의 변화에 영향을 미치는 상대적인 정도를 파악하는 표준계수(β)값은 각 변수들의 계수들을 표준화시킨 값으로 이 값이 큰 변수가 종속변수에 더 큰 영향을 미치게 되며, 관계의 방향성도 함께 제시하고 있다. 얼굴관리행동에 대한 독립변

수의 β값은 내면화가 β=.429, 인식이 β=.150, 사회적 신체매력이 β=.140으로 나타났다. 따라서 얼굴관리행동에 대해 외모에 대한 사회문화적 태도인 내면화, 인식, 신체매력 지각 중 사회적 신체매력이 정적인 영향을 미치고, 얼굴관리행동에 대한 상대적인 영향력은 내면화, 인식, 사회적 신체매력 순으로 높게 나타났다. 최근 남녀노소 구분 없이 자신의 얼굴에 많은 관심을 가지며, 얼굴 매력성이 높을수록 매력적이고, 품위와 능력이 있어 보이며, 개성적이고 창의력이 있는 것으로 지각되었다는 이선경, 고애린<sup>38)</sup>의 연구결과처럼 사람들은 서로 얼굴을 마주보고 의미 있는 커뮤니케이션을 하며 사회생활을 영위한다. 그러므로 얼굴에 반영되는 자신의 얼굴에 매우 신경쓰게 되는 것이고, 이러한 사회적 중요성 때문에 사람들은 자신의 얼굴에 많은 관심을 갖게 되고 아름답게 가꾸는 것으로 사료된다. 이러한 결과는 〈그림 1〉과 같이 나타낼 수 있다.

## 2. 헤어관리행동에 대한 외모의 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각 회귀분석

외모에 대한 사회문화적 태도(내면화, 인식), 자아



〈그림 1〉 얼굴관리행동에 대한 외모의 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각 분석결과

〈표 3〉 헤어관리행동에 대한 외모의 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각 적합도 분석

변산원	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
회 귀	37.573	5	7.515	7.014	.000**
잔 차	877.427	819	1.071		
전 체	915.000	824			

\*\*p<.01

〈표 4〉 헤어관리행동에 대한 외모의 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각 다중회귀분석

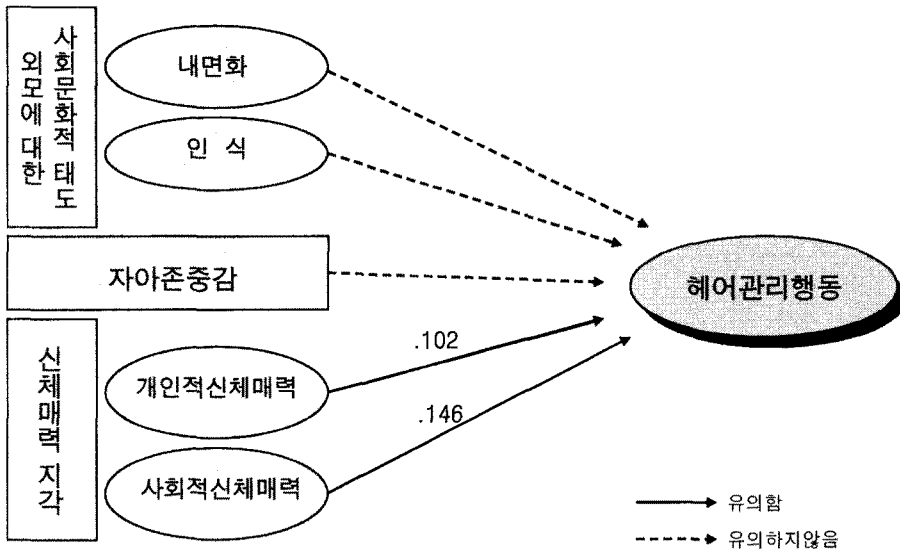
독립변인	R <sup>2</sup>	수정 R <sup>2</sup>	비표준 계수(B)	표준 계수(β)	표준 오차	t 값	유의 확률
내면화	.141	.135	1.412		.362	3.896	.000
인 식			.048	.038	.049	.979	.328
자아존중감			-.108	-.067	.068	-1.601	.110
개인적 신체매력			.065	.035	.070	.923	.356
사회적 신체매력			.158	.102	.060	2.631	.009**
			.258	.146	.071	3.632	.000**

\*\*p<.01

존중감, 신체매력 지각(개인적 신체매력, 사회적 신체매력)이 헤어관리행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 헤어관리행동을 종속변수로 내면화, 인식, 자아존중감, 개인적 신체매력, 사회적 신체매력을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였고 결과는 〈표 3〉, 〈표 4〉와 같다.

〈표 3〉에 의하면 헤어관리행동에 대한 연구요인들의 영향을 설명하는 적합도는  $F(5,819) = 7.014$ 로 유의수준  $p < .01$ 에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 다중회귀분석 결과인 〈표 4〉에 의하면 선형모형을 설명하는데 이용되는  $R^2$ 은 종속변수에 대한 설명력이 .141로 나타났다. 헤어관리행동에 대해 신체매





〈그림 2〉 헤어관리행동에 대한 외모의 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각 분석결과

력 지각인 사회적 신체매력과 개인적 신체매력의 유의확률이 각각 .000과 .009로  $p < .01$ 에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났고, 나머지 요인들은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 종속변수에 대한 독립변수들의 영향의 방향성과 상대적인 정도를 의미하는  $\beta$ 값은 사회적 신체매력이  $\beta = .146$ , 개인적 신체매력이  $\beta = .102$ 로 나타났다. 따라서 헤어관리행동에 대해 신체매력 지각 중 사회적 신체매력과 개인적 신체매력이 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 상대적인 영향력은 사회적 신체매력이 더 높게 나타났다. 나광주<sup>39)</sup>의 연구에서 인체의 전체 크기로 볼 때 헤어스타일은 의복보다 차지하는 비율이 훨씬 작는데 비해 그 영향은 의복과 맞먹는 정도로써 자신이 생각할 때 의복과 헤어스타일 중 어느 것을 변화시킬 경우에 자신이 더 달라져 보인다고 생각하느냐에 대한 질문에서는 의복이 33.5%, 헤어스타일이 66.4%로 나타났으며, 남이 나를 보고 달라져 보인다고 할 때는 의복이 41.9%, 헤어스타일이 58.1%로, 헤어스타일이 개인의 이미지를 더 많이 변화시키는 요인임을 시사하고 있다. 그러므로 사람들이 헤어스타일을 변화시키는데 적극적인 태도를 보이며, 이미지나 스타일을 결정하는 중요한 부분으로 작용하기

때문에 실제 외모관리행동으로 행해지고 있는 것으로 사료된다. 이러한 결과는 〈그림 2〉와 같이 나타낼 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 대학생들의 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 얼굴 및 헤어관리행동에 미치는 영향을 알아보고, 이들의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 외모관련 산업이 효율적으로 수행되는데 도움이 되고자 한다. 연구결과와 통계처리에 대한 고찰을 통해 내린 결론은 다음과 같다.

1. 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 얼굴관리행동에 미치는 영향에서 얼굴관리행동에 대해 외모의 사회문화적 태도인 내면화, 인식과 사회적 신체매력이 통계적으로 유의한 것으로 나타났고, 자아존중감, 개인적 신체매력은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 외모의 사회적 중요성 때문에 사람들이 자신의 얼굴에 많은 관심을 가지며 심지어 성형수술을 통해 얼굴을 원하는 형태로 바꾸기도 하는 사회적 현상을 통해서도 인지 할 수 있다.

2. 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체 매력 지각이 헤어관리행동에 미치는 영향에 대해 신체 매력 지각 중 사회적 신체매력과 개인적 신체매력이 통계적으로 유의한 것으로 나타났고, 내면화, 인식, 자아존중감은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 사람들이 외모의 변화 중 헤어스타일을 가장 먼저 인지할 수 있고, 헤어가 이미지나 스타일을 결정하는데 에도 중요한 부분을 차지하고 있다고 볼 수 있다.

외모관련 산업은 앞으로 발전 가능성이 큰 분야로서 이들의 욕구를 만족 시킬 수 있도록 다양한 제품의 개발과 함께 라이프스타일이나 개성을 고려하여 시장을 세분화하면 판매자에게는 보다 확실한 시장 기회를 제공하는 계기가 될 것이며, 소비자에게는 선택의 폭이 넓어질 뿐만 아니라 보다 적절한 상품을 제공받을 수 있게 되어 궁극적으로 기업에게는 이윤을 소비자에게는 만족을 줄 것이다.

## 참고문헌

- 1) Leary, M. R. (1995). *Self-Presentation: Management and Interpersonal Behavior*. West view, Boulder, pp. 34-43.
- 2) Schlenker, B. R. (1980). *Impression Management: The Self-Concept, Social Identity and Interpersonal Relations*. Brooks Cole, Monterey, pp. 28-56.
- 3) 임숙자, 황진진, 이종남, 이승희 (2002). 현대의상사회 심리학. 서울: 수학사, pp. 41-69.
- 4) 성미혜 (2004). 초등학교 여학생의 섭식장애, 신체증상, 우울 및 건강통제위에 관한 연구. 대한간호학회지, 34 (3), pp. 576-585.
- 5) Lennon, S., & Rudd, N. A. (1994). Linkages between attitudes toward gender roles, body satisfaction, self-esteem, and appearance management behaviors in women. *Family and Consumer Science Research Journal*, 23(2), pp. 94-117.
- 6) Stormer, S. M., & Thompson, J. K. (1996). Explanations of body image disturbance: a test of maturational status, negative verbal commentary, social comparison and sociocultural hypotheses. *Journal of Eating Disorders*, 19(2), pp. 193-202.
- 7) Durkin, S. J., & Paxton, S. J. (2002). Predictors of vulnerability to reduced body image satisfaction and psychological well-being in response to exposure to idealized female media images in adolescent girls. *Journal of Psychosomatic Research*, 53, pp. 995-1005.
- 8) Stice, E., Schupak, N. E., Shaw, E. H., & Stein, R. I. (1994). Relation of media exposure to eating disorder symptomatology: examination of mediating mechanisms. *Journal of Abnormal Psychology*, 103, pp. 836-840.
- 9) Heinberg, L. J., & Thompson, J. K. (1995). Body image and televised images of thinness and attractiveness: a controlled laboratory investigation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 7, pp. 335-344.
- 10) Cusumano, D. L., & Thompson, J. K. (1997). Body image and body shape ideals in magazines: exposure, awareness and internalization. *Sex Roles*, 37(9/10), pp. 701-721.
- 11) Ricciardelli, L. A., McCabe, M. P., & Banfield, S. (2000). Sociocultural influences on body image and body change methods in adolescent males. *Psychosomatic*, 48, pp. 89-197.
- 12) Baumeister, R. F. (1994). Self-esteem. *Encyclopedia of Human Behavior*, 4, pp. 83-97.
- 13) 송인섭 (1989). 인간심리와 자아개념. 서울: 양서각, p. 56.
- 14) Baumeister, R. H., & Tice, D. M. (1985). Self-esteem and responses to success and failure: subsequent performance and intrinsic motivation. *Journal of Personality*, 53, pp. 450-467.
- 15) Secord, P., & Jourard, S. (1954). Body size and body cathexis. *Journal of Consulting Psychology*, 18 (3), pp. 184-185.
- 16) 원호택, 박현순 (2001). 인간관계와 적응. 서울대 출판부, pp. 187-268.
- 17) Berscheid, E., & Walster, E. (1974). Physical Attractiveness. In Berkowitz(Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*. Academic Press, San Diego, 7, pp. 157-215.
- 18) Dipboye, R. L., Arvey, R. D., & Terpstra, D. E. (1977). Sex and physical attractiveness of rater and applicants as determinants of resume evaluation. *Journal of Applied Psychology*, 62, pp. 228-294.
- 19) West, S. C., & Brown, T. J. (1975). Physical attractiveness, severity of emergency and helping: field experimental and interpersonal simulation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11, pp. 531-538.
- 20) Barocas, R., & Karoly, P. (1972). Effect of physical appearance on social responsiveness. *Psychological Report*, 31, pp. 495-500.
- 21) 황진숙, 김윤희 (2006). 외모관리행동에 따른 신체이미지 및 심리적 안녕감, 복식, 56(3), pp. 143-155.
- 22) Kaiser, S. B. (1990). *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearance in Context*. Macmillan Publishing Company, New York, pp. 157-424.
- 23) Hassion, R., & Trope, Y. (2000). Facing faces: studies on the cognitive aspects physiognomy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5), pp. 837-852.
- 24) 이선경, 고에란 (1995). 남성 의복착용자의 의복유형과 얼굴의 매력성이 인상에 미치는 영향(1) -직업추

- 론 및 의복인상을 중심으로-. 한국의류학회지, 19(2), pp. 230-241.
- 25) 문영보 (1992). 의복 및 얼굴변인이 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 박사학위논문, pp. 44-46.
- 26) 백경진, 김미영 (2004). 화장행동과 영향변인 연구 - 의복 관여도, 연령, 얼굴만족도를 중심으로-. 한국의류학회지, 28(7), pp. 892-903.
- 27) Workman, J. E., & Johnson, K. P. (1991). The role of cosmetics in impression formation. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(1), pp. 63-67.
- 28) 박주비, 정옥임 (2005). 여대생의 신체적 특징에 따른 의복행동 및 헤어스타일 행동에 관한 연구. 대한가정학회지, 43(6), pp. 97-112.
- 29) Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer, S. M. (1995). Development and validation of the sociocultural attitude towards appearance questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 17(1), pp. 81-89.
- 30) Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self Image*. Princeton University Press : Princeton, New Jersey, pp. 304-319.
- 31) Mahoney, E. R., & Finch, M. D. (1976). The dimensionality of body cathexis. *Journal of Psychology*, 92, pp. 277-279.
- 32) Brown, T. A., Cash, T. F., & Mikuika, 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.
- 33) Cash, T. F., & Labarge, A. S. (1996). Development of the appearance schemas inventory: a new cognitive body-image assessment. *Cognitive Therapy and Research*, 20(1), pp. 37-50.
- 34) Graham, Kligman (1985). *The Psychology of Cosmetic Treatments*. 김용숙, 이지영, 박효원 역(2004). *화장치료심리학*. 서울: 신경, pp. 154-164.
- 35) Lennon, S., & Rudd, N. A. *op. cit.*, pp. 94-117.
- 36) Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). Body image and appearance management behaviors in college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(3), pp. 152-162.
- 37) 황진숙, 김윤희. 앞의 책, pp. 143-155.
- 38) 이선경, 고애란. 앞의 책, pp. 230-241.
- 39) 나광주 (1989). 의복과 헤어스타일의 인상형성에 대한 관심도. 조선대학교 대학원 석사학위논문, pp. 23-24.