

남자대학생의 외모관리 인식 및 행동 분석

- 헤어 · 피부 · 미용성형 · 패션 · 몸매관리를 중심으로 -

The Analysis on Appearance Management of Male College Students: Focused on Management of Hair, Skin, Cosmetic Surgery, Fashion and Body Shape

김영숙 · 박진영*
경성대학교 생활경영학과

Kim Young-Sook · Park, Jin-Yeong
Dept. of Human Ecology, Kyung Sung University

Abstract

The goal of this study is to analyze male college students' awareness and behaviors toward appearance management, and expenditure for appearance management. Male subjects' appearance management behaviors were focused on hair, skin, cosmetic surgery, fashion and body shape. A chi-square test, t-test, one-way ANOVA, Pearson's correlation analysis, multiple regression analysis were used. The major findings were as follows: (1) The mean of male college students' 'awareness toward appearance management' is 30.01(out of a possible 50). (2) The variables that significantly influenced their awareness toward appearance management are 'an allowance amount per month' and 'household income'. (3) Subjects' most preferred behavior is a variable of 'fashion care' in the appearance management(29.9%). (4) Appearance management behavior is different, according to demographic variables and awareness toward appearance management. (5) The mean of 'monthly expenditure for appearance management' is 247,194won. Consequently, the study shows that there is a most significant relation of 'awareness toward appearance management' to 'expenditure for appearance management'

Key Words : awareness toward appearance management, appearance management behavior, expenditure for appearance management.

I. 서론

인류가 생겨난 이래 아름다움을 추구하는 욕망은 끊임이 없고 그에 따른 행동은 전반적인 사회 시스템과 밀접한 관련을 지니며, 그 시대 문명의 변화에 따라 계속적으로 변화하고 있다. 따라서 미의 역사는 시대적 특징을 잘 반영하고 아름다움을 추구하는 특정한 행동 양식과 사상이 많은 사람에게 추종 받게 되고 많은 사람들이 동조하게 되며 각 세대의 트렌드가 되어 왔다(오혜옥, 2007).

오늘날 현대는 사람의 내적인 아름다움을 중요시하던 과거와는 다르게 외적인 아름다움을 지향하는 '외모지상주의'의 사회라고 할 수 있다. 이는 외모에 집착하는 지나친 사회풍조에서 비롯된 것으로, 현대인들의 사회생활에

서 외모관리가 필수적인 요소로 인식되고 있으며 자기만족과 대인관계에서 밀접한 관계가 있음을 보여준다.

외모란 자신을 표현하는 중요한 요소이자 경쟁력으로 받아들여지고 있으며 외모에 대한 노력은 자기 자신을 새롭게 지각하는 계기가 된다. 동시에 타인에게 자신을 인식시킬 수 있는 빠른 정보원이 되고 있으며 현대인은 시대가 요구하는 미의 기준에 따라 사생활은 물론 사회 전반적으로 외모에 대해서 객관적인 평가를 받고 있다. 그러므로 많은 현대인들은 사회·문화적인 맥락에 의해 끊임없이 변화하는 미의 기준 속에서 자신의 외모에 대한 인식과 현실을 지각하고 신체적, 정신적, 물리적으로 시간과 비용을 투자하는 등 자신의 경쟁력을 높이기 위해 노력하고 있으며, 결점이나 외모에 대한 콤플렉스를 극복하기 위해 다양한 외모관리행동을 지향하고 있다.

* Corresponding author: Park, Jin-Yeong
Tel: 051) 620-4659, Fax: 051) 611-2448
E-mail: pjy21kr@hanmail.net

과거로부터 외모관리는 여성의 문화로서, 남성보다는 여성에게 중요하게 인식 되어 왔다. 또한 여성들의 주된 관심사였으며 외모에 관한 집착이나 관리 행동은 여성들의 주도하에 이루어 졌다(윤소영, 2007). 그러나 사회가 급변함에 따라 여성들만의 전유물로 여겨졌던 외모관리가 남성들에게도 필요하다는 인식이 확산되어가고 있다. 이에 따라 최근 그루밍족(grooming 族)이라는 신조어가 등장했다. 그루밍족은 자신을 꾸미는데 아낌없이 투자하는 남성들을 가리킨다. 이들은 피부와 모발관리는 물론 성형수술도 마다하지 않는다. 특히 외모가 제2의 경쟁력으로 자리 잡으면서 자신의 업무와 비즈니스 능력을 돋보이게 하려는데 목적을 두고 있다. 그루밍은 여성의 뷰티(beauty)에 해당하는 남성의 미용용어로 마부(groom)가 말을 빗질하고 목욕을 시켜주는 데서 유래하였다. 그루밍족의 등장 배경에는 여권 신장도 한 몫 했다. 여성들의 사회참여가 활발해지면서 상대적으로 입지가 좁아든 남성들이 신체자본이라고 표현되는 외모를 잘 가꾸어야 성공할 수 있다는 사고가 확산되고 있는 것이다.

이처럼 꾸미는 남성들이 늘어남에 따라 관련 산업도 호황을 맞고 있다. 남성 화장품 시장은 매년 7%의 성장세를 보이고 있다. 성형외과도 남성의 발길이 잦아졌고 일찌감치 모(毛)테크에 나선 청년들은 탈모방지 샴푸를 애용하고 있다. 남성 자신감 회복에 도움을 주는 보정속옷도 나왔다(<http://ehub.segye.com/>). 자신을 꾸미는데 아낌없이 투자하는 남성들은 비단 사회인들만의 이야기가 아니다. 사회의 쫓겨남으로 나가기 위해 준비하는 남자대학생들 또한 자신에게 투자하는 추세이다. 한 취업포털사이트의 조사 결과를 보면, 구직자들 중 96%가 "취업을 위해 성형을 해야 한다"고 응답한 것으로 드러났고 응답자 중 남성 응답자도 58.8%나 되었다고 한다.

최근까지의 외모관리 행동에 관한 연구들은 신체, 의복, 심리, 사회성 등을 전제로 한 외모관리행동과 남성보다는 여성의 미적추구행동을 중심으로 한 소비형태연구가 이루어져 왔다. 따라서 남성들의 외모관리에 대한 연구는 매우 미흡한 실정이다. 본 연구는 남성의 외모관리도 필수가 된 사회적 흐름에 따라 외모에 많은 관심을 가지고 있는 남자대학생의 외모관리에 대한 인식과 실태 등 남성의 미적추구 소비행동에 대해 살펴봄으로써, 남자대학생들의 구체적인 외모관리행동에 대한 이해를 증진시키고자 하였다. 뿐만 아니라 외모관련 산업에 미치는 영향이 커지는 남자대학생들의 욕구를 충족시키고, 외모관련 제품 구매 및 소비와 관련된 소비자교육 및 정책과 소비시장의 변화에 대응하는 제품개발 및 마케팅전략수립을 위한 기초정보를 제공하고자 하는 것이 본 연구의 목적이다.

II. 이론적 배경

1. 외모와 외모지상주의

1) 외모의 개념

표준 국어 대사전에서 외모는 '겉으로 드러나 보이는 모양으로 정의된다(국립국어연구원, 2000). 이것은 외모의 외형적 형상으로 우리가 시각적으로 볼 수 있는 모습을 말하며, 이는 곧 신체의 생김새부터 얼굴, 화장, 헤어스타일, 몸매, 의복 등 머리에서 발끝까지 전체적으로 보여지는 모습이다. 사람들은 이러한 전체적인 모습에서 보여지는 태도나 행동을 통해 성격, 호감도, 이미지, 느낌, 취향, 생각, 지위, 직업 등을 파악하게 되는데, 이는 겉으로 드러나는 모습 뿐 아니라 그 모습 속에 있는 그 사람의 내면적 요인들 '성격, 태도, 말투, 행동, 감정' 까지도 외모의 개념에 포함됨을 의미한다. 따라서 '외모란 외형적인 형상과 내면적인 요인이 합쳐진 전반적인 모습이다'라고 정의할 수 있다.

외모는 타인에 대해 가장 쉽게 얻을 수 있는 정보로, 우리는 자주 일상생활에서 마주치는 사람들의 외모를 통해 그 사람의 성별, 인종, 나이, 사회 경제적 지위나 직업을 판단하고, 멀리할 사람과 친분을 가질 사람, 가깝게 지낼 사람, 사랑할 사람을 선택하게 된다. 따라서 외모는 대인관계에서 중요한 역할을 하며, 특히 처음 만나는 사람의 외모는 그에 대한 인상형성에 지대한 영향을 준다고 할 수 있다.

요즘처럼 외모가 연애·결혼 등 사생활 영역 뿐 아니라 취업·승진 등 사회생활 전반을 좌우하는 시대에 행복과 성공의 조건으로 자리매김한 외모는 한 개인에게 있어서 선택이 아닌 필수사항으로 그 중요성이 부각되고 있다.

2) 외모지상주의의 개념과 이해

외모지상주의는 외모라는 의미의 'Look'과 주의·학설을 뜻하는 'ism'이 합쳐진 용어로 Lookism이라고 하며 우리 말로는 외모지상주의 또는 외모차별주의로 번역된다. 2000년 8월 뉴욕타임스의 칼럼니스트인 William Safire가 그의 칼럼 「On Language」에서 인종·성별·종교·이념 등에 이어 불평등을 만들어 낸 원인의 하나로 외모를 지목하며 '이 세상의 못 생긴 사람들이여, 단결하라'라며 Lookism이라는 신조어를 사용하여 부각되기 시작하였다. 1999년 옥스퍼드에서 발간한 20세기 단어 사전은 외모를 근거로 한 편견이나 차별이라고 Lookism을 정의하고 있

으며 워싱턴포스트지는 1978년 비만한 사람들이 "방어적 차원에서 Lookism이란 용어를 외모에 의한 차별의 의미로 사용한다고 보도하였다(http://100.naver.com). 외모지상주의란 외모가 개인 간의 우열뿐만 아니라, 연애·결혼 등과 같은 사생활은 물론 취업·승진 등의 사회생활 전반까지 좌우하기 때문에 인생의 성공과 실패까지 결정할 수 있다고 생각하여 외모에 지나치게 집착하는 경향과 잘난 외모를 선호하는 사회풍조를 말한다.

2000년 8월 William Safire가 Lookism이라는 용어를 사용한 이후로 외모지상주의가 널리 확산되면서 우리 사회에서는 사람들의 외모가 중요한 판단의 근거로 작용하고 있다. 사람의 품성이나 능력이 아닌 외모가 가장 중요한 평가의 대상이 된 것이다. 작고 예쁜 얼굴에 날씬한 몸매를 지닌 사람은 주목을 받을 뿐만 아니라 취업, 면접, 결혼과 같은 상황에서 남보다 좋은 평가를 받지만, 능력이 있어도 외모가 훌륭하지 못하면 제대로 된 평가를 받지 못한다는 인식이 우리를 지배하고 있다. 이제는 이러한 외모에 대한 중요성과 가치가 여성에게만 국한되지 않고 남성들에게도 확산되어, 남성들도 자신의 얼굴과 몸매를 가꾸고 치장한다. 닥스클럽의 조사결과 남성들이 투자하는 외모관리행동은 비만관리 및 운동, 피부관리, 의상구입, 성형, 기타의 순으로 나타났다(문화일보, 2003. 12. 4). 남성을 위한 피부관리샵의 등장은 물론 화장품시장규모의 급성장, 미용성형에 대한 인식의 긍정적 변화, 패션과 건강·몸매에 대한 관심이 증가하면서 남성의 외모관련시장이 꾸준히 성장하고 있으며, 남성들의 외모관리행동도 다양화되고 있다. 남성들의 다양한 외모관리행동의 이면에는 좋지 못한 외모를 가진 사람에 대해서는 자기 절제나 조절을 잘하지 못하는 무능력한 사람이라는 인식이 사회 전반적으로 팽배해 있으며, 얼굴과 외모는 개인의 특성을 넘어서 그것이 곧 그 사람의 능력이나 사회경제적 지위를 반영한다는 외모지상주의 풍조가 사회에 확산되어 있기 때문이다.

소비사회는 '대중시장을 위한 상품과 서비스의 소비를 둘러싸고 조직되는 사회', 특히 '대중매체를 통해 그것이 유지되는 사회'로 제품생산보다는 이미지가 소비의 중심적 객체가 되고, 텔레비전이나 잡지, 영화, 광고 등에 나타나는 시각적 표현들이 소비자에게 새로운 라이프스타일의 모범이자 새로운 가치관의 선구가 되며 모방의 대상이 된다. 소비 사회는 이렇게 알맹이는 없고, 껍데기뿐인 표피적 정체성을 제공하여 사람들로 하여금 그 상품을 사면 예뻐지고 행복해지고 어떤 지위가 주어질 것 같은 착각을 불러일으키며 소비를 충동질 한다.

따라서 현대인들은 외모지상주의라는 잘못된 현상에서 자신만의 개성을 찾지 못한 채 그 문화에 자신을 맞춰가

며 살고 있다. 소비자본주의 사회가 쏟아낸 자아창조, 자기관리, 개성연출과 같은 구호들에 익숙해진 것이다(임인숙, 2004). 지금까지의 미의 기준은 계속 바뀌어 왔고 현재 우리가 추구하고 있는 미의 기준도 언젠가는 지배 이데올로기 형태에 따라 바뀌겠지만, 이는 더 이상 간과할 수 없는 사회문제로 여겨지고 문제해결이 시급하다. 문제 해결을 위해서 정부는 외모를 상업화하여 말초신경을 자극하는 광고에 대해 책임을 물어야 할 것이며, 현대인 스스로는 미적기준에 대한 의식개혁으로 우리의 개성과 내면을 알차게 채워줄 문화를 스스로 만들어 나가는 자세가 절실히 요구된다.

2. 외모관리 행동

1) 외모관리 행동의 개념

외모관리행동이란 다른 사람들에게 자신의 모습을 나타내 보일 때 자신이 기대하는 대로 보이도록 하기 위해서 여러 가지 도구, 즉 의복, 화장품, 액세서리, 소품 등을 사용하는 것을 의미하며 이 도구를 '정체성 도구'라 한다. 즉, 자기 자신을 다른 사람에게 표현하기 위한 수단이며 자신의 모습을 사회적 상황 내에서 다른 사람들에게 자신의 정체감을 보여주는 과정이다.

외적인 외모는 자식 자신이 만들어 내는 것이라고 할 수 있으므로 현대인들은 내적인 면보다 외적인 면의 외모에 지대한 관심을 갖고 외모가 더 나아지도록 노력하며 외모의 결점에 대해 극복하고자 노력하는데 이를 뒷받침해주는 것이 외모관리행동이라고 할 수 있다. 또한 오늘날의 이상적인 외모는 얼굴만을 의미하는 것이 아니라 큰 키에 날씬한 몸, 볼륨 있는 신체, 길고 가느다란 팔·다리 모두를 의미한다. 이에 따라 외모관리행동 유형도 다양해졌으며 대체로 헤어스타일, 피부관리, 미용성형, 패션관리, 체형관리 등으로 구분된다.

2) 외모관리행동에 관한 선행연구 고찰

외모관리행동에 관한 연구는 크게 남성과 여성의 외모관리행동연구로 구분할 수 있다. 외모관리행동에 관한 초기연구에서는 여성에 대한 연구(김은주, 2001; 오영진, 2005; 이현옥, 구양숙, 2006)가 많았으나, 시대의 변화에 따라 이제는 남성소비자의 외모관리행동 연구(박수진, 2006)에 대한 관심도 높아져 가고 있으나 실질적인 연구는 미미한 실정이다.

대부분의 외모관리행동 연구에서는 외모지상주의(강윤경, 2005; 김지경, 2007), 의복구매태도 및 구매동기(강승

회, 1992; 윤소영, 2007; Finlayson, 1966), 성형수술(김미란, 2004; 유영천, 1994; 이경희, 1992; 임인숙, 2004), 비만(김문주, 1999), 의복행동 및 의류쇼핑(고애란, 1982; 박숙자, 1992; 임숙자, 1992; 홍선옥, 1983; Sproles, 1979), 헤어스타일 및 모발미용(김리라, 2003; 나윤영, 2001; 오혜옥, 2007), 피부건강관리(김효진, 2007, 명은진, 2001; 임혜원, 1999), 몸관리 및 신체이미지(박지현, 2002; 이시원, 2004; 임숙자, 2000; 조선명, 1999) 등에 관한 연구들이 많았다. 외모관리인식이나 행동에 관한 선행연구들은 외모관리행동의 구체적이고 세부적인 부분에 대한 분석이 대부분임을 알 수 있다.

외모관리에 대한 인식이나 행동의 세부적인 부분에 관한 연구이외에도 외모관리 인식이나 행동 전반에 관한 연구들도 있다. 신효정(2002)은 “현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구”에서 외모관리행동에 관한 분류를 화장, 헤어스타일, 신체이미지, 성형수술, 의복의 5개 분야로 나누었다. 유창조·정혜은(2002)은 “아름다움 추구행위”를 남성의 “차장”과 여성의 “화장, 성형, 피트니스”로 나누어 분석하였다. 박수진(2006)은 남성의 외모관리행동 요인분석을 통하여 패션요인, 성형요인, 신체이미지요인, 헤어요인, 전체 외모관리행동요인의 5가지 요인을 도출하였다. 윤소영(2007)은 여대생의 외모관리에 대한 의식 및 태도 연구에서 외모관리 분야를 헤어, 피부, 화장, 미용성형으로 구분하였다.

선행연구고찰을 통해 살펴본 바와 같이 전반적인 외모관리행동분야에 대한 시각은 연구자마다 다르며, 각 분야를 모두 포함해서 분석한 연구는 아직 이루어 지지 않았음을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 토대로 외모관리 인식 및 행동 분야를 헤어관리, 피부관리, 미용성형관리, 패션관리, 몸매관리의 5가지 분야로 나누어서 각각의 분야에 대한 인식과 행동을 모두 포함하여 분석해 보고자 하였다. 선행연구의 고찰을 통해 본 연구에서 사용되는 용어의 정의는 다음과 같이 하였다.

외모관리행동의 정의는 다른 사람들에게 자신의 모습을 나타내 보일 때 자신이 기대하는 대로 보이도록 하기 위해서 여러 가지 도구, 즉 의복, 화장품, 액세서리, 소품 등을 사용하는 것을 의미한다.

헤어관리행동에 대한 정의는 염색, 펌, 드라이, 코팅, 영양, 두피 또는 모발 마사지 등 헤어스타일뿐 아니라 두피와 모발의 상태를 개선시키기 위한 여러 가지 행동들을 의미한다.

피부관리행동의 정의는 개인의 피부타입에 따른 문제점을 개선하여 피부가 지닌 모든 기능을 가능한 완전하게 유지시켜서, 아름답고, 건강한 피부를 유지하고 손상된 피부의 건강 상태를 증진, 회복시키는 것이다.

미용성형관리행동의 정의는 아름다운 용모를 가꾸기 위하여 실시하는 외과적(外科的) 처치로서, 눈·코·입술·가슴·안면윤곽교정술·치아성형·문신·속눈썹연장술·피부성형 등이 여기에 속한다.

패션관리행동의 정의는 개인의 기호나 선호에 따라 패션제품을 소비하는 패턴을 나타내며 멋에 대한 패션 라이프스타일, 개성을 나타내는 과정을 말한다. 즉 의류·신발·가방·액세서리 등의 착용을 의미하며, 액세서리에는 모자·머플러 등이 포함된다.

몸매관리 행동의 정의는 몸의 맵시나 모양새를 가꾸어나가는 행동을 의미하며, 운동·식이요법·다이어트·지방분해 및 흡입·약물복용 및 수지침 등이 여기에 속한다.

III. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 연구 대상은 부산지역에 있는 4년제 대학교에 재학 중인 남자대학생이다. 본 연구를 위한 조사방법은 설문지 조사방법을 사용하였다. 자료 수집을 위해 2008년 9월 29일~10월 5일까지 1주일동안 예비조사를 실시하였으며, 예비조사를 참고로 하여 설문지를 수정·보완하여 작성하였다. 2008년 10월 9일부터 2008년 10월 27일까지 본조사를 실시하였고, 총 300부를 배포하여 270부를 회수하였다. 이 중에서 응답이 불완전하거나 성실하지 않은 29부를 제외하고 241부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

2. 측정도구 및 내용

본 연구를 위해 사용된 측정도구는 총 43문항이다. 남자대학생의 외모관리에 대한 인식을 측정하기 위한 문항은 선행연구(박수진, 2006; 윤소영, 2007)를 참고로 수정·보완하여 총 10문항으로 구성하였으며, “전혀 그렇지 않다(1점)”와 “매우 그렇다(5점)”의 5점 likert 척도법으로 측정하였다. 외모관리에 대한 인식문항의 신뢰도를 검증한 결과는 Cronbach's α가 평균 0.8163으로 나타나 본 연구의 신뢰도는 신뢰할 만한 수준이었다. 외모관리에 대한 인식문항(10문항)은 다음과 같다. 1) 평상시에 나와 다른 사람들의 패션에 대해 관심이 많다. 2) 세련된 패션은 내 생활에서 중요하다. 3) 나의 외모를 바라보는 타인의 시선을 의식하는 편이다. 4) 상대방에게 멋지게 보이는 것은 중요하다. 5) 나의 모발상태에 대해 관심이 많다. 6) 최신

유행 헤어스타일에 관심이 많다. 7) 좋은 피부를 가지는 것은 나에게 중요하다. 8) 피부 관리에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다. 9) 미용성형에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다. 10) 몸매관리를 하는 것은 나에게 중요하다.

외모관리행동은 선행연구(김경희, 2002; 김은주, 2001; 윤소영, 2007; 이미희, 2001)를 참고로 수정·보완하여 26문항으로 구성하였다. 외모관리행동은 헤어관리행동(7문항), 피부관리행동(3문항), 미용성형행동(4문항), 패션관리행동(8문항), 몸매관리행동(4문항)으로 구성하였다. 나머지 7문항은 조사대상자의 인구통계학적 특성을 측정하기 위한 문항으로 구성되었다.

3. 연구문제

연구문제1. 인구통계학적 특성에 따라 남자대학생의 외모관리에 대한 인식에 차이가 있는가?

연구문제2. 인구통계학적 특성과 외모관리에 대한 인식에 따라 남자대학생의 외모관리행동에 차이가 있는가?

연구문제3. 남자대학생의 외모관리를 위한 지출비용에 영향을 미치는 변수는 무엇이며, 영향력은 어느 정도인가?

4. 자료분석방법

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 11.5프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석 기법은 연구 대상자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율, 평균, 표준편차를 산출하였다. 인구통계학적 특성에 따른 외모관리에 대한 인식의 차이를 분석하기 위해서 t-test(검증)와 One-way ANOVA(일원변량분석)를 실시하였다. 인구통계학적 특성과 인식에 따른 외모관리행동을 파악하기 위해서 X^2 (Chi-square)검증을 실시하였다. 외모관리 지출비용에 영향을 미치는 변수와 그 영향력을 알아보기 위해서 다중회귀분석(Multiple regression analysis)을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 기초자료의 분석

조사대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

	구분	빈도(명)	백분율(%)
학년	1학년	76	31.7
	2학년	85	35.4
	3학년	49	20.4
	4학년	30	12.5
전공계열	인문·사회계열	93	38.8
	자연·과학계열	117	48.8
	예·체능계열	30	12.5
피부상태	나쁜 편이다	74	30.8
	보통이다	114	47.5
	좋은 편이다	52	21.7
건강상태	나쁜 편이다	26	10.8
	보통이다	91	37.7
	좋은 편이다	124	51.5
형제서열	장남	161	66.8
	차남이하	80	33.2
용돈	0~29만원 이하	53	22.5
	30~50만원 이하	148	62.7
	51만원 이상	35	14.8
가계소득	400만원 미만	156	67.2
	400만원 이상	76	32.8
외모관리에 대한 인식	25점 미만	41	17.0
	25~30점 미만	76	31.5
	30~35점 미만	70	29.1
	35점 이상	54	22.4
계		241	100.0

*결측값에 의하여 빈도와 백분율에 차이가 있음.

2. 연구문제의 분석

1) 외모관리 인식의 차이

인구통계학적 변수별 외모관리에 대한 인식의 차이는 <표 2>와 같다. 외모관리에 대한 인식정도는 50점 만점에 평균 30.01점으로 보통수준보다 약간 높게 나타났다. 이러한 결과는 일반 남성의 외모관리에 대한 태도를 조사한 결과 긍정적인 태도를 가지고 있다고 한 박수진(2006)의 연구결과와 일치한다. 월평균 용돈이 높을수록, 월평균가계총소득이 높을수록 외모관리에 대한 인식이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 용돈과 가계총소득이 많을수록 외모관리에 투자할 수 있는 가능성이 높아지고, 이에 대한 관심도가 증가해서 외모관리의 인식에 영향을 미쳤을 것으로 보인다. 이러한 연구결과는 월평균용돈이 많을수록 외모관리 전반에 대한 인식이 높게 나타난 윤소영(2007)의 연구결과와 일치한다. 한편 학년, 전공계열, 피부상태, 건강상태, 형제서열, 용돈에 따라서는 유의한 차이

<표 2> 외모관리 인식의 차이

구분		빈도	평균	표준편차	t(F)
용돈	0~29만원 이하	53	28.1509	6.72366	4.883**
	30~50만원 이하	148	30.1419	6.03506	
	51만원 이상	35	32.5143	7.58625	
가계소득	400만원 미만	156	29.4231	6.45384	-2.142*
	400만원 이상	76	31.4079	6.96693	
계		241	30.0124	6.64485	

* P<.05 **P<.01 결측값에 의하여 빈도에 차이가 있음.

가 없는 것으로 나타났다.

2) 외모관리 행동분석

남자대학생들의 외모관리행동분석에 앞서 선호하는 외모관리행동을 순위별로 분석해 보았다<표 3>. 남자대학생들이 선호하는 외모관리행동의 순위는 패션관리(29.9%), 몸매관리(23.2%), 피부관리(22.0%), 헤어관리(20.3%), 미용성형관리(4.6%)로 나타났다. 패션관리행동이 가장 높게 나타난 이유는 전체적인 외형적 이미지를 중요시 여기기 때문인 것으로 보인다. 이러한 결과는 닥스클럽이 조사한 남성들이 투자하는 외모관리행동 1위는 '비만관리 및 운동'(문화일보, 2003. 12. 04)으로, 몸매관리가 2위로 나타난 본 연구결과와 약간 비슷한 결과임을 보여준다. 또한 대학생의 경우 패션에 대해 가장 많은 관심을 나타낸 박수진, 박길순(2008)의 연구결과와 일치한다. 하지만 이상적인 외모를 위해 여대생들이 가장 선호하는 외모관리행동 유형은 피부관리(60.0%)라고 한 윤소영(2007)의 연구결과와는 차이가 있다. 선행연구와의 비교를 통해 남자대학생과 여자대학생이 선호하는 외모관리행동은 차이가 있음을 알 수 있다.

남자대학생의 외모관리행동에 대한 분석표가 너무 많아 유의한 변수를 중심으로 표를 작성하고 해석하였다.

<표 3> 외모관리행동의 선호도

구분		빈도	백분율
외모관리행동의 선호도 1위	헤어관리	49	20.3
	피부관리	53	22.0
	몸매관리	56	23.2
	미용성형관리	11	4.6
	패션관리	72	29.9
계		241	100.0

(1) 헤어관리행동

① 헤어숍방문횟수 차이

헤어숍 방문 횟수는 '1달 1회'의 비율이 가장 높았으며(48.1%), 학년, 형제서열, 월평균용돈에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 있었다<표 4>. 학년별로 살펴보면 1학년은 '2~3달 1회(43.4%)'의 비율이 가장 높았다. 2학년과 3학년은 '1달 1회'의 비율이 각각 52.9%, 57.1%의 비율로 전체평균 48.1%보다 높게 나타났다. 4학년도 '1달 1회'의 비율이 46.7%로 높게 나타났으나, 2주 1회의 비율이 30.0%로 전체평균 7.1%보다 훨씬 높게 나타났다. 따라서 학년이 높아질수록 헤어숍 방문횟수가 많아짐을 알 수 있으며, 특히 4학년의 헤어숍 방문횟수가 많은 것은 취업과 관련된 면접 등으로 외모에 대한 관심이 높아지기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

형제서열별로 살펴보면 '장남'의 경우 '한달 1회'의 비율이 48.8%로 전체평균보다 약간 높았고, '차남 이하'인 경우는 '2~3달 1회'의 비율이 48.1%의 비율로 전체평균보다 높게 나타나 장남의 헤어숍 방문횟수가 많았다. 용돈별로는 30만원 미만인 경우보다 30만원 이상인 경우에 헤어숍 방문횟수가 많은 것으로 조사되었다.

② 헤어추구이미지 차이

남자대학생들이 추구하는 헤어 이미지는 '자연적이고 청순한'이미지가 35.7%로 가장 높았고, 건강상태에 따라 서만 유의한 차이가 나타났다<표 5>. 건강상태가 '나쁜 편'일 경우에는 '세련되고 지적인'이미지를 추구하였고, 건강상태가 '보통이거나 좋은 편'일 경우에는 '자연적이고 청순한'이미지를 추구하였다. 이러한 결과는 사람들이 마음만 먹으면 할 수 있는 일들에 대해서는 별로 높은 의욕을 나타내지 않지만, 많은 시간과 노력이 들고, 이루기 힘든 일들에 대해서는 많은 의욕과 집착을 나타내는 결과라고 해석할 수 있다.

<표 4> 헤어숍 방문 횟수 차이

빈도(행백분율)		1~2주 1회	한 달 1회	2~3달 1회	3~4달이상 1회	계 (전체백분율)	X ² (df)
학년	1학년	2 (2.6)	29 (38.2)	33 (43.4)	12 (15.8)	76 (31.7)	39.030(9)***
	2학년	3 (3.5)	45 (52.9)	31 (36.5)	6 (7.1)	85 (35.4)	
	3학년	3 (6.1)	28 (57.1)	16 (32.7)	2 (4.1)	49 (20.4)	
	4학년	9 (30.0)	14 (46.7)	6 (20.0)	1 (3.3)	30 (12.5)	
형제서열	장남	16 (9.9)	79 (48.8)	48 (30.2)	18 (11.1)	162 (67.2)	13.572(3)**
	차남이하	1 (1.3)	37 (46.8)	38 (48.1)	3 (3.8)	79 (32.8)	
용돈	0~30만원 미만	2 (3.8)	19 (35.8)	24 (45.3)	8 (15.1)	53 (22.5)	15.580(6)*
	30~50만원 이하	8 (5.4)	77 (52.0)	52 (35.1)	11 (7.4)	148 (62.7)	
	51만원 이상	6 (17.1)	19 (54.3)	9 (25.7)	1 (2.9)	35 (14.8)	
계 (전체 백분율)		17 (7.1)	116 (48.1)	87 (36.1)	21 (8.7)	241(100.0)	

* P<.05 **P<.01 ***P<.001

<표 5> 헤어추구이미지차이

빈도(행백분율)		세련되고 지적인	소년·소녀 다운 귀여운	매력적이고 섹시한	우아하고 단아한	자연적이고 청순한	개성적인 터프한	기타	계 (전체 백분율)	X ² (df)
건강 상태	나쁜 편이다	9(34.6)	4(15.4)	2 (7.7)	4(15.4)	5(19.2)	1 (3.8)	1(3.8)	26 (10.8)	21.213(12)*
	보통이다	27(29.7)	12(13.2)	3 (3.3)	3 (3.3)	34(37.4)	12(13.2)	0 (.0)	91 (37.8)	
	좋은 편이다	36(29.0)	10 (8.1)	6 (4.8)	6 (4.8)	47(37.9)	19(15.3)	0 (.0)	124 (51.5)	
계 (전체 백분율)		72(29.9)	26(10.8)	11 (4.6)	13(5.4)	86(35.7)	32(13.3)	1 (.4)	241(100.0)	

* P<.05

(2) 피부 관리

① 피부 관리실 무경험이유

피부 관리실을 경험하지 않은 이유는 '전혀 관심이 없어서(52.7%)'가 가장 많았으며, 다음은 '높은 가격일 것 같아서(20.9)'로 나타났으며, 소득, 외모관리에 대한 인식에 따라서 유의한 결과가 나타났다<표 6>. 소득이 '400만원 미만'인 경우는 '전혀 관심이 없어서'가 56.3%로 전체평균보다 높았지만, '400만원 이상'인 경우에는 '여성전용이라 생각해'라는 비율이 높게 나타났다. 외모관리에 대한 인식

에 따라서는 인식점수가 '35점 미만'인 경우에는 '전혀 관심이 없어서'라는 응답이 전체평균보다 높았으나, '35점 이상'인 경우에는 '여성전용' '높은 가격' 또는 '쑥스러움' '기타'의 이유라는 응답이 전체평균보다 높았다. 이러한 결과는 여대생은 피부관리실 무경험이유를 '높은 가격 때문'이라고 한 김해정(2003)의 연구결과와도 부분적으로 일치한다. 이런 결과는 용돈과 아르바이트비가 주 수입원인 대학생의 상황을 잘 반영해 주는 결과라고 해석할 수 있다.

<표 6> 피부관리실 무경험이유

빈도(행백분율)		여성전용이라 생각해	쑥스러워서	높은 가격일 것 같아서	전혀 관심 없어서	기타	계 (전체 백분율)	X ² (df)
가계소득	400만원 미만	9 (7.1)	13(10.3)	24(19.0)	71(56.3)	9 (7.1)	126 (72.4)	11.153(4)*
	400만원 이상	10(20.8)	1 (2.1)	10(20.8)	21(43.8)	6(12.5)	48 (27.6)	
외모관리에 대한 인식	25점 미만	3 (6.4)	2 (4.3)	11(23.4)	30(63.8)	1 (2.1)	47 (25.8)	22.157(12)*
	25~30점 미만	5 (9.4)	1 (1.9)	9(17.0)	31(58.5)	7(13.2)	53 (29.1)	
	30~35점 미만	5(10.0)	6(12.0)	9(18.0)	27(54.0)	3 (6.0)	50 (27.5)	
	35점 이상	6(18.8)	5(15.6)	9(28.1)	8(25.0)	4(12.5)	32 (17.6)	
계 (전체 백분율)		19(10.4)	14 (7.7)	38(20.9)	96(52.7)	15 (8.2)	182(100.0)	

* P<.05

② 피부 관리실 방문계획

피부관리실의 방문계획을 살펴보면, 방문을 '고려해 보겠다'가 81.2%로 가장 높았고, '하지 않겠다(12.7%)', '하겠다(6.1%)'의 순으로 나타났으며, 피부상태, 건강상태, 소득에 따라서 유의한 결과가 나타났다<표 7>.

피부상태별로는 '보통'인 경우에는 '하지 않겠다'의 응답비율이 전체평균이상이었으며, '나쁘거나' '좋은 편'일 경우 '고려해보겠다' 또는 '하겠다'의 응답이 높게 나타났다. 이러한 결과는 피부상태가 좋은 경우에는 더욱 좋게, 나쁜 경우에는 나쁜 상태를 개선시키기 위해 피부 관리에 대한 관심이 높으며, 피부 관리실을 방문할 계획이 있는 것으로 해석할 수 있다. 건강상태가 '보통'인 경우에는 '고려해 보겠다'의 비율이 높게, 건강상태가 '나쁘거나 좋은 경우'에는 '하지 않겠다'의 비율이 높게 나타났다. 소득이 '400만원 미만'인 경우에는 '고려해 보겠다'는 비율이 높게, '400만원 이상'인 경우에는 '하지 않겠다'와 '하겠다'는 응답으로 나뉘어서 비율이 높게 나타났다.

(3) 미용성형

① 성형개념

성형개념에 대해 남자대학생들은 '자신이 원하면 할 수 있는 수술'이라고 응답한 비율이 44.0%로 가장 많았으며, 다음으로 '하면 도움이 되는 수술' 19.1%, '별로 필요 없는 수술' 16.6%, '필요한 사람은 꼭 해야 하는 수술' 13.7%, '허영심이나 사치심이 강한 사람만이 하는 필요 없는 수술' 6.6%의 순으로 나타났다<표 8>. 성형개념은 전공계열과 외모관리에 대한 인식에 따라서 유의한 결과가 나타났다.

전공계열별로는 인문·사회계열에서는 '별로 필요없는 수술'이 '자연·과학계열'에서는 '자신이 원하면 할 수 있는 수술'이, 예·체능계열에서는 '필요한 사람은 꼭 해야 하는 수술'과 '사치심이 강한 사람이 하는 필요없는 수술'이 전체평균보다 높은 응답비율을 나타냈다.

인식점수별로는 25점 미만에서는 '별로 필요없는 수술'에서, 25점 이상에서는 '자신이 원하면 할 수 있는 수술' 또는 '하면 도움이 되는 수술'에서 높은 응답률을 나타냈다. 이러한 결과를 통해 인식점수가 높을수록 성형수술에

<표 7> 피부관리실 방문계획

빈도(행백분율)		하지 않겠다	고려해 보겠다	하겠다	계 (전체 백분율)	X ² (df)
피부상태	나쁜 편이다	2 (4.3)	37 (80.4)	7 (15.2)	46 (25.6)	13.549(4)**
	보통이다	16 (17.2)	73 (78.5)	4 (4.3)	93 (51.7)	
	좋은 편이다	5 (12.2)	36 (87.8)	0 (.0)	41 (22.8)	
건강상태	나쁜 편이다	5 (33.3)	10 (66.7)	0 (.0)	15 (8.3)	10.470(4)*
	보통이다	4 (5.4)	65 (87.8)	5 (6.8)	74 (40.9)	
	좋은 편이다	14 (15.2)	72 (78.3)	6 (6.5)	92 (50.8)	
소득	400만원 미만	11 (8.7)	110 (87.3)	5 (4.0)	126 (72.8)	10.344(2)**
	400만원 이상	11 (23.4)	31 (66.0)	5 (10.6)	47 (27.2)	
계 (전체 백분율)		23 (12.7)	147 (81.2)	11 (6.1)	181(100.0)	

* P<.05

<표 8> 성형개념

빈도(행백분율)		하면 도움이 되는 수술	자신이 원하면 할 수 있는 수술	필요한 사람은 꼭 해야하는 수술	별로 필요없는 수술	사치심이 강한 사람이 하는 필요없는 수술	계 (전체 백분율)	X ² (df)
전공계열	인문·사회 계열	17(18.3)	35(37.6)	17(18.3)	19(20.4)	5 (5.4)	93 (38.8)	17.404(8)*
	자연·과학 계열	23(19.7)	61(52.1)	9 (7.7)	18(15.4)	6 (5.1)	117 (48.8)	
	예·체능 계열	6(20.0)	9(30.0)	7(23.3)	3(10.0)	5(16.7)	30 (12.0)	
외모관리에 대한 인식	25점 미만	6(11.5)	17(32.7)	7(13.5)	16(30.8)	6(11.5)	52 (21.6)	21.499(12)*
	25~30점 미만	11(16.9)	32(49.2)	6 (9.2)	10(15.4)	6 (9.2)	65 (27.0)	
	30~35점 미만	16(22.9)	31(44.3)	12(17.1)	7(10.0)	4 (5.7)	70 (29.0)	
	35점 이상	13(24.1)	26(48.1)	8(14.8)	7(13.0)	0 (0.0)	54 (22.4)	
계 (전체 백분율)		46(19.1)	106(44.0)	33(13.7)	40(16.6)	16 (6.6)	241(100.0)	

* P<.05

대해 긍정적이고 호의적인 생각과 태도를 가지고 있음을 알 수 있다.

② 성형의 필요정도

성형에 대해 남자대학생들의 필요정도를 살펴본 결과, '보통이다(53.9%)', '필요하다(18.7%)', '필요하지 않다(17.4%)', '전혀 필요하지 않다(8.3%)', '매우필요하다(1.7%)'의 순으로 나타났다<표 9>. 이러한 결과를 통해 남자대학생이 미용성형의 필요정도에 대해 매우 수용적인 태도를 가지고 있음을 알 수 있으며, 외모관리에 대한 인식에 따라 유의한 차이가 있음을 나타냈다.

인식점수별로는 25점 미만에서는 '필요하지 않다' '전혀 필요하지 않다'가, 25점~30점 미만에서는 '보통이다'가, '30점 이상'에서는 '보통이다' '필요하다' '매우 필요하다'의 응답비율이 높게 나타나, 인식점수가 높을수록 성형의 필요정도에 대해 긍정적임을 알 수 있다.

(4) 패션관리

① 의류구입동기

의류 구입에 대해 남자대학생들의 동기를 살펴본 결과, '기분 전환을 위해(33.6%)', '마음에 들지 않아서(19.1%)', '낡아서(18.3%)', '유행에 맞지 않아서(14.1%)', '기타

(10.4%)', '특별한 모임을 위해(4.6%)'의 순으로 나타났으며, 피부상태와 외모관리에 대한 인식에 따라 차이가 있었다<표 10>.

피부상태별로는 '나쁜 편'일 경우 '기분 전환을 위해' '기타'의 응답비율이 높았으나, '보통'인 경우에는 '낡아서' '마음에 들지 않아서' '기분전환을 위해서'의 응답비율이 높았고, '좋은 편'일 경우 '유행에 맞지 않아서' '특별한 모임을 위해'의 응답비율이 전체평균보다 높게 나타났다. 이러한 결과를 통해 피부상태가 나쁠수록 결점에 대한 우울한 기분을 떨쳐버리기 위해, 피부상태가 좋을수록 이러한 장점을 부각시키기 위해 유행을 추구하여 의류구입을 하게 됨을 알 수 있다.

외모관리에 대한 인식점수별로는 '30점미만'에서는 '낡아서' '마음에 들지 않아서'라는 응답비율이 전체평균보다 높게 나타났다. 30~35점 미만에서는 '기분전환을 위해' '유행에 맞지 않아서' '기타'의 응답비율이, 35점 이상에서는 '유행에 맞지 않아서, 특별한 모임을 위해, 기분전환을 위해'의 응답비율이 전체평균보다 높게 나타났다. 인식점수가 높을수록 유행이나 기분전환을 위해 의류를 구입함을 알 수 있다.

전체응답에서 의류의 구입동기가 '기분전환'이나 '마음에 들지 않아서'가 '낡아서'라는 이유보다 더 많은 것은

<표 9> 성형의 필요정도

빈도(행백분율)		전혀 필요하지 않다	필요하지 않다	보통이다	필요하다	매우 필요하다	계 (전체 백분율)	X ² (df)
외모관리에 대한 인식	25점 미만	9(17.3)	14(26.9)	24(46.2)	4(7.7)	1(1.9)	52(21.6)	28.135(12)**
	25~30점 미만	5(7.7)	8(12.3)	42(64.6)	10(15.4)	0(.0)	65(27.0)	
	30~35점 미만	4(5.7)	10(14.3)	40(57.1)	16(22.9)	0(.0)	70(29.0)	
	35점 이상	2(3.7)	10(18.5)	24(44.4)	15(27.8)	3(5.6)	54(22.4)	
계 (전체 백분율)		20(8.3)	42(17.4)	130(53.9)	45(18.7)	4(1.7)	241(100.0)	

**P<.01

<표 10> 의류구입동기

빈도(행백분율)		낡아서	마음에 들지 않아서	유행에 맞지 않아서	특별한 모임을 위해	기분전환을 위해	기타	계 (전체 백분율)	X ² (df)
피부상태	나쁜 편이다	14(18.9)	9(12.2)	10(13.5)	2(2.7)	26(35.1)	13(17.6)	74(30.8)	19.966(10)*
	보통이다	22(19.3)	28(24.6)	11(9.6)	4(3.5)	40(35.1)	9(7.9)	114(47.5)	
	좋은 편이다	8(15.4)	9(17.3)	13(25.0)	5(9.6)	14(26.9)	3(5.8)	52(21.7)	
외모관리에 대한 인식	25점 미만	18(34.6)	11(21.2)	4(7.7)	1(1.9)	10(19.2)	8(15.4)	52(21.6)	31.844(15)**
	25~30점 미만	13(20.0)	16(24.6)	9(13.8)	4(6.2)	18(27.7)	5(7.7)	65(27.0)	
	30~35점 미만	7(10.0)	14(20.0)	11(15.7)	2(2.9)	27(38.6)	9(12.9)	70(29.0)	
	35점 이상	6(11.1)	5(9.3)	10(18.5)	4(7.4)	26(48.1)	3(5.6)	54(22.4)	
계 (전체 백분율)		44(18.3)	46(19.1)	34(14.1)	11(4.6)	81(33.6)	25(10.4)	241(100.0)	

* P<.05 **P<.01

경제적 안정과 매스미디어의 영향으로 많은 사람들이 전 세계의 흐름을 재빨리 이해하고 추구할 수 있게 된 결과라고 해석해 볼 수 있다. 또한 의류는 신체의 많은 부분을 차지하므로 의류에 많은 관심을 가질 수밖에 없고, 자신의 걸모습을 나타내는 가장 큰 부분이므로 항상 신경이 쓰이기 때문일 것이다.

② 신발구입동기

신발 구입에 대해 남자대학생들의 동기를 살펴본 결과는 <표 11>과 같으며, 외모관리에 대한 인식에 따라 유의한 차이가 있었다. '낯아서'라고 응답한 남자대학생이 50.6%로 가장 많았으며, '기분 전환을 위해' 23.2%, '마음에 들지 않아서' 11.2%, '유행에 맞지 않아서' 7.9%, '기타' 3.7%, '특별한 모임을 위해' 3.3%의 순으로 나타났다.

외모관리에 대한 인식점수별로는 30점 미만에서는 '낯아서' '마음에 들지 않아서'라는 응답비율이 높았지만, 30점 이상에서는 '유행에 맞지 않아서' '기분 전환을 위해' '특별한 모임을 위해'라는 응답비율이 전체평균보다 높게 나타났다.

신발구입동기로 '낯아서'라는 항목에 대해 50.6%의 남자대학생들이 응답한 것으로 보아 남자대학생에게 있어서 신발은 미적추구를 위한 패션아이템이라기 보다는 신체보호를 위한 기능성이나 실용성을 중시하기 때문인 것으로 해석해 볼 수 있다. 하지만 외모관리에 대한 인식이 높으면

신발을 기능성 중심으로 보는 관점에서 패션추구를 위한 아이템으로 보는 관점으로 변화됨을 알 수 있다.

③ 가방구입동기

남자 대학생들의 가방구입동기를 살펴본 결과, '낯아서'라는 응답비율이 41.1%로 가장 많았으며, 다음으로는 '기분전환을 위해'가 19.1%로 나타났으며, 외모관리에 대한 인식에 따라 유의한 차이가 있었다<표 12>.

인식점수별로는 30점 미만에서는 '낯아서'라는 응답비율이 가장 높았으며, 30~35점 미만에서는 '마음에 들지 않아서' '기분전환을 위해'의 응답비율이 높게 나타났다. 35점 이상에서는 '기분전환을 위해서'의 응답비율이 전체평균보다 높게 나타났다.

④ 액세서리 구입동기

액세서리 구입에 대해 남자대학생들의 동기를 살펴본 결과, '기분 전환을 위해'라는 응답비율이 28.3%로 가장 많았다<표 13>.

피부상태별로는 '좋은 편'인 경우에는 '유행추구'나 '기분 전환을 위해'의 비율이 높게 나타났다.

외모관리에 대한 인식별로는 점수가 낮을수록 '낯아서'나 '마음에 들지 않아서'가, 점수가 높을수록 '유행추구'나 '기분전환을 위해서'의 응답비율이 높게 나타났다.

<표 11> 신발 구입동기

빈도(행백분율)		낯아서	마음에 들지 않아서	유행에 맞지 않아서	특별한 모임을 위해	기분전환을 위해	기타	계 (전체 백분율)	X ² (df)
외모관리에 대한 인식	25점 미만	32(61.5)	7(13.5)	2 (3.8)	0 (.0)	6(11.5)	5(9.6)	52 (21.6)	39.187(15)***
	25~30점 미만	40(61.5)	10(15.4)	3 (4.6)	3 (4.6)	8(12.3)	1(1.5)	65 (27.0)	
	30~35점 미만	33(47.1)	6 (8.6)	6 (8.6)	1 (1.4)	22(31.4)	2(2.9)	70 (29.0)	
	35점 이상	17(31.5)	4 (7.4)	8(14.8)	4 (7.4)	20(37.0)	1(1.9)	54 (22.4)	
계 (전체 백분율)		122(50.6)	27(11.2)	19 (7.9)	8 (3.3)	56(23.2)	9(3.7)	241(100.0)	

***P<.001

<표 12> 가방 구입동기

빈도(행백분율)		낯아서	마음에 들지 않아서	유행에 맞지 않아서	특별한 모임을 위해	기분 전환을 위해	기타	계 (전체 백분율)	X ² (df)
외모관리에 대한 인식	25점 미만	29(55.8)	9(17.3)	1 (1.9)	0 (.0)	7(13.5)	6(11.5)	52 (21.6)	31.907(15)**
	25~30점 미만	34(52.3)	11(16.9)	8(12.3)	2(3.1)	5 (7.7)	5 (7.7)	65 (27.0)	
	30~35점 미만	21(30.0)	16(22.9)	9(12.9)	1(1.4)	16(22.9)	7(10.0)	70 (29.0)	
	35점 이상	15(27.8)	5 (9.3)	9(16.7)	1(1.9)	18(33.3)	6(11.1)	54 (22.4)	
계 (전체 백분율)		99(41.1)	41(17.0)	27(11.2)	4(1.7)	46(19.1)	24(10.0)	241(100.0)	

P<.01 *P<.001

<표 13> 액세스리 구입동기

빈도(행백분율)		남아서	마음에 들지 않아서	유형에 맞지 않아서	특별한 모임을 위해	기분전환을 위해	기타	계 (전체 백분율)	X ² (df)
피부상태	나쁜 편이다	5 (6.9)	7 (9.7)	9(12.5)	4 (5.6)	18(25.0)	29(40.3)	72 (31.0)	20.845(10)*
	보통이다	18(16.4)	21(19.1)	10 (9.1)	7 (6.4)	30(27.3)	24(21.8)	110 (47.4)	
	좋은 편이다	8(16.0)	4 (8.0)	9(18.0)	5(10.0)	17(34.0)	7(14.0)	50 (21.6)	
외모관리에 대한 인식	25점 미만	8(16.0)	6(12.0)	2 (4.0)	3 (6.0)	9(18.0)	22(44.0)	50 (21.5)	26.541(15)*
	25~30점 미만	11(17.5)	12(19.0)	7(11.1)	6 (9.5)	14(22.2)	13(20.6)	63 (27.0)	
	30~35점 미만	6 (8.8)	7(10.3)	10(14.7)	4 (5.9)	22(32.4)	19(27.9)	68 (29.2)	
	35점 이상	6(11.5)	7(13.5)	9(17.3)	3 (5.8)	21(40.4)	6(11.5)	52 (22.3)	
계(전체 백분율)		31(13.3)	32(13.7)	28(12.0)	16 (6.9)	66(28.3)	60(25.8)	233(100.0)	

* P<.05

(5) 몸매관리

① 몸매관리 이유

몸매관리이유의 분석결과, <표 14>와 같이 '외관상의 이유'라고 답한 남학생이 45.2%로 가장 많았으며, 다음으로 '건강상의 이유' 41.0% '기타' 5.9%, '행동이 둔하고 민첩하지 못하기 때문에' 4.6%, '안한다'는 응답은 2.1%, '놀림 때문'이라는 응답은 1.3%의 순으로 나타났다.

건강상태별로는 건강상태가 '좋은 경우'에는 '건강상의 이유로', '보통'일 경우에는 '외관상의 이유'라는 응답이 가장 높았으며, 건강상태가 '나쁜 편'인 경우에는 '기타'와 '외관상의 이유'를 제외한 그 이외의 응답비율이 전체평균보다 높게 나왔다.

외모관리에 대한 인식점수가 35점 이상에서는 '외관상의 이유'라고 응답한 비율이 높았고, '30~35점 미만'에서는 '건강상의 이유'라는 응답이 가장 많았다.

몸매관리이유에서는 건강상태가 좋은 사람은 계속 좋은 상태로 유지하기 위해서, 건강상태가 나쁜 사람은 좋은 상태로 만들기 위해서 몸매관리를 하고 있으며, 외모

관리에 대한 인식이 낮은 사람은 건강관리를 위해 몸매관리를 한다고 생각하는 경향이 있으며, 외모관리에 대한 인식점수가 높은 사람은 건강이 좋아도 자신의 신체를 더욱 보기 좋게 가꾸고자 하는 욕구가 높아서 '외관상의 이유'로 몸매관리를 하는 것으로 이해할 수 있다.

② 몸매관리 방법

남자 대학생들의 몸매관리방법을 살펴본 결과, '운동'이 86.3%로 가장 많았다<표 15>.

건강상태별로는 건강이 나쁠수록 '약물 및 기타', '보통'인 경우에는 '식이요법(다이어트)', '좋은 편'인 경우에는 '운동'의 응답비율이 전체평균보다 높게 나타났다. 이러한 결과는 건강이 나쁠수록 운동을 할 수 없거나, 약물 및 기타의 방법으로 건강을 회복할 수밖에 없음을 의미한다. 따라서 많은 사람들이 건강할 때 운동을 통해 건강을 지키려 함을 알 수 있다.

<표 14> 몸매관리 이유

빈도(행백분율)		외관상의 이유	건강상의 이유	놀림 때문	행동이 둔하고 민첩하지 못하기때문	기타	안함	계 (전체 백분율)	X ² (df)
건강상태	나쁜 편이다	8(30.8)	11(42.3)	2 (7.7)	2 (7.7)	1 (3.8)	2 (7.7)	26 (10.9)	18.628(10)*
	보통이다	47(52.2)	32(35.6)	0 (.0)	4 (4.4)	6 (6.7)	1 (1.1)	90 (37.7)	
	좋은 편이다	53(43.1)	55(44.7)	1 (.8)	5 (4.1)	7 (5.7)	2 (1.6)	123 (51.5)	
외모관리에 대한 인식	25점 미만	16(31.4)	21(41.2)	0 (.0)	4 (7.8)	7(13.7)	3 (5.9)	51 (21.3)	28.719(15)*
	25~30점 미만	32(50.0)	26(40.6)	3 (4.7)	2 (3.1)	1 (1.6)	0 (.0)	64 (26.8)	
	30~35점 미만	30(42.9)	30(42.9)	0 (.0)	4 (5.7)	4 (5.7)	2 (2.9)	70 (29.3)	
	35점 이상	30(55.6)	21(38.9)	0 (.0)	1 (1.9)	2 (3.7)	0 (.0)	54 (22.6)	
계(전체 백분율)		108(45.2)	98(41.0)	3 (1.3)	11 (4.6)	14 (5.9)	5 (2.1)	239(100.0)	

* P<.05

<표 15> 몸매관리 방법

빈도(행백분율)		운동	식이요법 (다이어트)	약물 및 기타	계 (전체백분율)	X ² (df)
건강상태	나쁜 편이다	18(72.0)	1(4)	6(24)	25 (10.7)	11.236(4)*
	보통이다	73(83.9)	5(5.7)	9(10.3)	87 (37.2)	
	좋은 편이다	111(91.0)	6(4.9)	5 (4.1)	122 (52.1)	
계(전체백분율)		202(86.3)	12(5.1)	20 (8.5)	234(100.0)	

* P<.05

③ 몸매관리 시간

남자 대학생들의 몸매관리시간을 살펴본 결과, '2시간 미만'이 54.1%로 가장 많았으며, '7시간 이상' 24.9%, '2시간~7시간 미만' 21.0%의 순으로 나타났다<표 16>.

학년별로는 '1학년'에서는 '2시간 미만'의 비율이 가장 높았고, '4학년'은 '7시간 이상'의 응답비율이 가장 높았다. 이러한 결과는 1학년에 비해 4학년은 자신의 건강관리에 투자하는 시간이 많고, 자기관리가 철저함을 의미하는 것으로 해석할 수 있다.

피부상태별로는 피부상태가 좋을수록 운동시간이 '7시간 이상'이라는 응답비율(36.0%)이 전체평균보다 높게 나타나, 운동시간이 더 많아짐을 알 수 있었다.

3) 외모관리 지출비용의 영향요인

남자대학생의 외모관리를 위한 총지출비용은 헤어·피부·패션·몸매관리를 위한 월평균지출비용을 모두 합하여 산출하였다. 외모관리를 위한 총지출비용은 헤어관리비용(월2만24원), 피부관리비용(월1만5819원), 패션관리비용(월19만8045원), 몸매관리비용(월2만2909원)을 합한 월평균 24만7194원으로 나타났다. 성형관리비용은 7명이 응답해 총액산출에서 제외되었다.

인구통계학적 변수와 외모관리에 대한 인식이 외모관리를 위한 총지출비용에 미치는 영향력을 검증하기 위하여 회귀분석을 실시하였다<표 17>.

<표 16> 몸매관리 시간

빈도(행백분율)		2시간 미만	2시간 이상 ~ 7시간 미만	7시간 이상	계(전체백분율)	X ² (df)
학년	1학년	48(64.9)	15(20.3)	11(14.9)	74 (31.8)	14.260(6)*
	2학년	38(45.8)	18(21.7)	27(32.5)	83 (35.6)	
	3학년	29(60.4)	11(22.9)	8(16.7)	48 (20.6)	
	4학년	11(39.3)	5(17.9)	12(42.9)	28 (12.0)	
피부상태	나쁜 편이다	42(58.3)	13(18.1)	17(23.6)	72 (31.0)	9.502(4)*
	보통이다	56(50.9)	31(28.2)	23(20.9)	110 (47.4)	
	좋은 편이다	27(54.0)	5(10.0)	18(36.0)	50 (21.6)	
계(전체백분율)		126(54.1)	49(21.0)	58(24.9)	233(100.0)	

* P<.05

<표 17> 외모관리 지출비용의 영향요인

N=226

종속변인	독립변인	B	β	t	R ²	adj R ²	F값
외모관리를 위한 총 지출비용	Constant	-8.522		-1.064	.152	.125	5.574***
	학년	1.134	.061	.965			
	피부상태	1.782	.084	1.294			
	건강상태	-1.933	-.097	-1.480			
	장남여부(R:장남)	-2.257	-.057	-.896			
	월평균 용돈	.068	.098	1.496			
	월평균 가계총소득	.881	.064	1.014			
	외모관리에 대한 인식	.864	.305***	4.768			

***P<.001 R: 준거집단(Reference group)

분석에 사용된 회귀모형의 식을 설명하면 다음과 같다.

$$APPEAREXi = a0 + a1GRADE + a2SKIN + a3HEALTH + a4BROTHER + a5POCKET + a6HINCOME + a7PER + ei$$

위 회귀식에서 APPEAREXi=남자대학생i의 총외모관리 지출비용, GRADE=학년, SKIN=피부상태, HEALTH=건강상태, BROTHER=장남여부(장남=1), POCKET=월평균용돈, HINCOME=월평균가계소득, PER=외모관리에 대한 인식을 나타낸다.

외모관리에 대한 인식($\beta=0.305$)이 외모관리를 위한 총지출비용에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 월평균용돈($\beta=0.098$), 건강상태($\beta=-0.097$), 피부상태($\beta=0.084$), 월평균가계총소득($\beta=0.064$), 학년($\beta=0.061$), 장남여부($\beta=-0.057$)의 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 외모관리에 대한 인식이 높을수록, 월평균용돈이 많을수록, 건강상태가 나쁠수록, 피부상태가 좋을수록, 월평균가계총소득이 많을수록, 학년이 높을수록, 장남이 아닌 경우에 외모관리를 위한 지출비용이 많아지는 것으로 나타났다. 독립변수가 외모관리를 위한 총지출비용에 미치는 영향력은 12.5%로 나타났다.

V. 요약 및 결론

남성의 외모관리도 필수가 된 사회적 흐름에 따라 외모에 많은 관심을 가지고 있는 남자대학생의 외모관리에 대한 인식과 실태 등 남성의 미적추구 소비행동에 대해 살펴봄으로써, 남자대학생들의 구체적인 외모관리행동에 대한 이해를 증진시키고, 외모관련 제품구매 및 소비와 관련된 소비자교육 및 정책과 외모관련 산업에 미치는 영향이 커지는 남자대학생들의 욕구를 충족시키고 소비시장의 변화에 대응하는 제품개발 및 마케팅전략수립을 위한 기초정보를 제공하고자 하는 것이 본 연구의 목적이다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 남자대학생들의 외모관리 전반에 대한 인식점수는 50점 만점에 평균이 30.01점으로 보통 수준보다는 약간 높게 나타났다.

둘째, 인구통계학적 변수별 외모관리에 대한 인식의 차이를 분석한 결과, 용돈과 소득에 대해 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 남자대학생들이 선호하는 외모관리행동 순위는 패션관리(29.9%), 몸매관리(23.2%), 피부관리(22.0%), 헤어관리(20.3%), 미용성형관리(4.6%)의 순으로 나타났다.

넷째, 남자대학생의 인구통계학적 특성과 인식에 따른 헤어관리, 피부 관리, 미용성형관리, 패션관리, 몸매관리에 대한 외모관리행동 경향을 알아본 결과는 다음과 같다.

1) 남자대학생들의 헤어숍방문횟수는 '1달 1회'가 가장 많았으며 학년, 형제서열, 용돈에 따라 유의미한 차이가 있었다. 헤어이미지추구는 '자연적이고 청순한 이미지'를 가장 많이 추구하였으며, 건강상태에 따라 유의미한 차이가 있었다.

2) 남자대학생들의 피부관리실 무경험이유는 소득, 외모관리에 대한 인식에 따라, 피부 관리실 방문계획은 피부상태, 건강상태, 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다.

3) 남자대학생들의 성형개념은 전공계열, 외모관리에 대한 인식에 따라서, 성형의 필요정도는 외모관리에 대한 인식에 대해서 유의미한 차이가 있었다.

4) 남자대학생들의 의류구입동기와 액세서리 구입동기는 피부상태, 외모관리에 대한 인식에 따라서, 신발구입동기와 가방구입동기는 외모관리에 대한 인식에 대해서 유의미한 차이가 있었다.

5) 몸매관리 이유는 건강상태와 외모관리에 대한 인식에 대해서 유의미한 차이를 보였고, 몸매관리방법은 건강상태에 따라서, 몸매관리시간은 학년과 피부상태에 따라서 유의미한 차이가 있었다.

다섯째, 남자대학생의 월평균 외모관리를 위한 지출비용은 24만7194원으로 나타났다. 외모관리를 위한 총지출비용에 가장 큰 영향을 미치는 변수는 외모관리에 대한 인식이었으며, 독립변수들의 영향력은 12.5%로 나타났다.

남성의 외모에 대한 관심이 증가되면서 소비자로서의 남성의 위치가 부각되고 있다. 본 연구는 남자대학생의 외모관리에 대한 인식정도를 살펴봄과, 나아가 남자대학생의 외모관리행동과 외모관리를 위한 지출비용의 영향요인을 분석하는데 그 목적이 있다. 분석결과 대중매체의 영향으로 남성 소비시장이 확대되고 있는 상황에서 남자대학생의 외모관리에 대한 사회적 인식이 긍정적이고 수용적인 방향으로 변화되고 있으며, 많은 남자대학생들은 자신의 이미지를 위해 보다 적극적인 소비행동을 추구하고, 월평균용돈에 의해 부여되는 경제적 능력에 따라 외모관리행동이 다르게 나타난다고 결론내릴 수 있다.

본 연구의 제한점은 연구대상이 부산지역의 남자대학생으로 한정되어 있어서 연구결과를 전국의 남자대학생의 외모관리에 관한 연구로 일반화시키기에는 다소 무리가 있다는 점이다. 광범위한 지역 및 직업군을 포함한 표집을 대상으로 남성들의 외모관리행동에 관한 체계적인 연구를 후속연구로서 제안하는 바이다. 또한 남자대학생의 외모관리 인식과 행동에 관한 체계적인 척도의 개발이 필요하며, 본 연구결과를 바탕으로 남성들의 외모관리행동

에 대한 많은 연구가 이루어지기를 기대한다.

주제어 : 외모관리에 대한 인식, 외모관리행동, 외모관리지출비용

참 고 문 헌

- 강승희 (1992). 의복구매동기 및 의복구매태도와 자아개념과의 관계. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 강윤경 (2005). 크리스찬 대학생들의 외모지상주의와 자아정체성과의 관계. 총신대 상담대학원 석사학위논문.
- 고애란 (1982). 성인남자의 연령 및 사회 경제적 지위가 의복행동과의 상관연구. 대한가정학회지, 68, 1-10.
- 국립국어연구원 (2000). 표준국어대사전. 서울: 두산동아.
- 김경희 (2002). 한·중·일 여대생의 라이프스타일에 따른 피부관리·화장행동·구매행동 비교: 서울, 북경, 동경을 중심으로. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 김리라 (2003). 女大生の 毛髮美容 管理 및 行態에 관한 研究. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 김문주 (1999). 김천대학 여대생들의 비만에 대한 인식과 건강행태에 대한 실태 조사 연구. 論文集, 20, 97-110.
- 김미란 (2004). 미용 성형수술에 대한 전북지역 대학생들의 인지도 연구. 전북대 보건대학원 석사학위논문.
- 김선희 (2003). 외모에 대한 사회 문화적 태도와 외모 관리 행동에 관한연구. 대한가정학회지, 41(5), 9-107.
- 김은주 (2001). 여대생의 외모관리행동에 관한 연구. 이화여대 대학원 석사학위논문.
- 김지경 (2007). 청소년과 외모지상주의. 國會圖書館報, 44(7), 28-35.
- 김해정 (2003). 외모관리: 자기애적 성격성향과 신체. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김효진 (2007). 남성의 피부건강관리태도 및 실천행위에 영향을 미치는 요인. 대구한의대 보건대학원 석사학위논문.
- 나윤영 (2001). 한국여성의 헤어스타일 변천에 관한 연구. 호남대학교 정보산업대학원 석사학위논문.
- 네이버백과사전 (2008. 10. 30). 자료출처 <http://100.naver.com>
- 명은진 (2001). 20, 30대 여성의 피부건강관리에 대한 지식 및 행위에 관한 연구. 연세대 관리과학대학원 석사학위논문.
- 문화일보 (2003. 12. 4). 20~30대 미혼남성의 60% 외모가 사회생활에 영향. 10면.
- 박수진 (2006). 남성의 패션, 헤어스타일, 피부, 신체이미지에 관한 유형 분석. 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박수진, 박길순 (2008). 남성의 외모관리행동에 대한 태도 및 인식. 복식문화연구, 16(3), 533-546.
- 박숙자 (1992). 여대생의 의복행동에 관한 연구: 의복행동변인과 사회심리 변인을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 박지현 (2002). 현대 한국사회의 '몸관리' 유행의 사회학적 의미. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 성영신 (1997). 광고에 나타난 신체가치관 연구. 광고연구, (43), 29-55.
- 세계일보 (2008.08.12). 외모도 경쟁력...관리하는 남자가 뜬다. 자료검색일 2008. 10. 30. 출처: <http://ehub.segye.com/EHubArticle.html?aid=20080806002231>
- 신효정 (2002). 현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구: 화장, 헤어스타일, 신체이미지, 성형수술, 의복 중심으로. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 오영진 (2005). 여성의 외모관리행동과 자아존중감에 관한 연구. 남부대학교 산업정보대학원 석사학위논문.
- 오혜옥 (2007). 메트로섹슈얼 현상과 남성 헤어스타일의 상관관계 연구. 한남대 사회문화대학원 석사학위논문.
- 유영천 (1994). 미용성형을 받은 환자들의 태도조사. 대한성형외과학회지, (74), 52-459.
- 유창조, 정혜은 (2002). 소비자의 아름다움 추구행위에 관한 탐색적 연구 - 남성의 치장과 여성의 화장, 성형 및 피트니스를 중심으로. 소비자학연구, 13(1), 211-232.
- 윤소영 (2007). 여대생의 외모관리에 대한 의식 및 태도 연구: 헤어, 피부, 화장, 미용성형을 중심으로. 한남대 사회문화대학원 석사학위논문.
- 이경희 (1992). 미용성형수술을 원하는 여성의 신체상과 자기존중감에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이두형, 장충현 (1994). 미용성형외과에 대한 인지도에 관한 연구. 대한성형외과학회지, (77), 1138-1147.
- 이미희 (2001). 여성 미용행태에 관한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 이시원 (2004). 공격·사적 자기의식에 따른 바디이미지

- 와 외모관리 행동에 관한 연구. 성신여대 조형대학원 석사학위논문.
- 이주은, 임숙자 (2000). 웨딩드레스 점포선택과정에 관한 연구. *한국의류학회지*, (91), 266-276.
- 이현옥, 구양숙 (2006). 여성의 외모관리행동의 동기연구 : 성형수술·비만체형관리 사례를 중심으로. *한국의류산업학회지*, 8(1), 113-122.
- 임숙자 (1992). 여대생의 의복행동에 관한 연구 : 의복행동변인과 사회심리변인을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 임인숙 (2004). 외모차별사회에 성형 경험과 의향. *한국여성학*, 20(1), 95-122.
- 임혜원 (1999). 일부 여대생의 피부건강관리에 대한 지식, 태도 및 행위에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 조선명 (1999). 외모에 대한 사회·문화적 태도와 신체 이미지가 의복추구 행태에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 토마스 F. 캐시, 토머스 프루진스키 (1990). 바디 이미지 : 발전·일탈·변화. 임숙자 옮김 (2000). 서울: 교문사.
- 패션전문자료조사사전편찬위원회(1997), FASHION전문자료사전, 한국사전연구소.
- Bloch. P. H. & Richins. M. L. (1992). You look "Marvelous" : The pursuit of beauty and the marketing concept. *Psychology & Marketing*, 9(1), 3-15.
- Finlayson, B.B. (1966). An Investigation of Consumer Motivation in the Selection of Sweaters as Related to General Personal values. unpublished M.S. thesis, Cornell University in Creekomre, A.M.(ed.) *Methods of Measuring Clothing Variance*. 58-64.
- Sproles, G.B. (1979). *Fashion : Consumer Behavior Toward Dress*, Burgess Pub. 195-198.
- Harre. R. (1991). *Physical Being : A Theory for a Corporeal Psychology*. Oxford: Blackwell.

(2008. 12. 15 접수; 2009. 2. 12 채택)