

남성들의 외모관리행동에 관한 연구(III) - 성역할태도를 중심으로 -

구양숙¹⁾ · 이영주²⁾ · 추태귀²⁾

¹⁾경북대학교 의류학과 / 장수생활과학연구소

²⁾경북대학교 패션디자인 전공

A Study on Appearance Management Behavior of Male Consumers(III) - Focusing on the Gender Role Identity -

Yang Suk Ku¹⁾, Young Ju Lee²⁾, and Tae Gue Choo²⁾

¹⁾Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University / Center for Beautiful Aging; Daegu, Korea

²⁾Dept. of Fashion Design, Kyungpook National University; Sanju, Korea

Abstract : The purpose of this study was to examine the relationship of appearance management behavior, appearance management motives and body image perception according to males' gender role identities. A set of questionnaire was administered to 398 male consumers. Data were analyzed by utilizing frequency, factor analysis, ANONA, and Crosstabs. The results showed that four groups of male consumers according to the gender role identity were androgyny, unclassified, femininity, and masculinity. The androgyny oriented group showed more active and various appearance management behavior. And they were more conscious of their own body image and rated themselves high in body image perception. The masculinity oriented group were satisfied with their bodies and showed positive attitudes on their body figures and hair care. The femininity oriented group showed positive attitudes on skin care and plastic surgery for social life.

Key words: Appearance management behavior, Body image, Gender Role Identity

1. 서 론

성역할이란 한 개인이 속해 있는 사회에서 남자 혹은 여자로 특징지어질 수 있는 행동, 태도, 가치, 특성의 기대치를 의미한다(Richmond & Abbot, 1979). 성역할은 여러 학자들에 의해 다양한 정의로 해석되었는데 특성, 태도, 사회문화적인 가치, 행동, 때로는 성과 관련된 사회적 구조로 논의되어 왔으며(Lenney, 1991), 각 연구에 따라 성역할 정체감(Sex role Identity), 성역할 태도(Sex Role Attitude), 성적체성(sexual identity) 등으로 논의되어 왔다. 성역할태도는 남·여성 간에 역할에 대한 규범적 기대이며, 문화적, 사회적 배경을 바탕으로 존재하는 성에 대한 사회적 관계의 규칙으로, 개인의 가치관, 사회적 역할, 행동방식 등에 반영되는 자아정체성의 일부이며 개인이 외모를 대하는 태도, 외모관리행동 또는 외모를 꾸미는 방식 등에 표출될 것이다(이윤정, 2007). 남성과 여성의 성역할은 사회화 과정을 통해 형성되며 어린 시기부터 자신의 성에 적합하게 행동하도록 길들여져 왔다. 남녀 모두 각각에게

기대되어지는 성역할을 제대로 수행하지 못할 경우에는 사회적 압박 및 심리적 부담감을 경험하게 되고, 성역할에 대한 고정관념으로 인하여 혼란과 좌절 등 부정적인 정서상태를 경험하기도 한다. 이와 같이 성역할은 개인의 적응과 관련되는 특성으로 볼 수 있다.

남성들을 대상으로 하는 성역할과 관련된 연구는 성역할 정체성(태도)과 외모관리행동에 관한 연구(신연옥, 2006; 이지현, 2004; 최지성, 2002; Chun et al., 2007), 의복행동에 관한 연구(이윤정, 2005; 이은실, 2000), 신체만족도와 신체왜곡도에 관한 연구(이지현, 2004) 등이 진행되어 왔으며, 성역할 집단에 따라 남성 외모관리행동에 대한 태도에 관한 심층적이고 집중적인 연구나 성역할 집단에 따라 추구하고자 하는 신체이미지나 외모관리동기에 관한 연구는 진행되지 않고 있는 실정이다. 또한 메트로 섹슈얼리즘(Metro-sexualism)은 여성적 라이프스타일에 관심을 기울이는 현상을 의미하며 동시에 내면적으로도 부드럽고 유약한 여성의 이미지를 긍정적으로 받아들임으로써 현대의 변화된 남성상을 반영한 것으로(LG경제연구원, 2005), '남성의 여성화' 또는 "새로운 남성상의 등장"으로 해석하는 경우가 많기 때문에 남성의 외모에 대한 관심증가는 성역할 변화와 밀접한 관계가 있을 것으로 생각된다. 또한 외모에 대한 관

Corresponding author; Tae Gue Choo
Tel. +82-54-530-1311, Fax. +82-54-530-1319
E-mail: tgchoo@knu.ac.kr

심과 외모관리가 오랫동안 여성적인 것으로 여겨져 왔다는 면에서 남성들의 외모에 대한 관심과 그들의 성역할태도 간의 관계를 규명할 필요가 있을 것으로 생각된다.

따라서 본 연구는 성인남성들을 대상으로 성역할태도에 따라 집단을 분류하여 집단 별로 외모관리행동에 대한 태도와 외모관리동기, 신체이미지 간의 관계를 고찰하고자 하며, 성역할태도에 따라 유형화된 집단들의 외모관련 구매행동 등을 파악함으로써 소비자들의 성격특성을 근거로 하는 마케팅 전략수립에 도움을 주고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 성역할태도

Bakan(1966)은 남성과 여성은 생명체가 갖고 있는 두 개의 기본적인 기능을 하나씩 분리 소유하고 있어 남성의 기능성(agency)과 여성의 친화성(communion)이 결정되었다고 주장한다. 이러한 남성성과 여성성에 대한 고정관념에 따라 남성은 경쟁과 활동성이 필요한 사회적 역할에 적합한 반면, 여성은 타인을 배려하고 돌보는 역할에 적합하다고 강조되어 왔다. 성에 관한 고정관념은 비교적 범문화적이어서 여러 문화에 걸쳐 남성성과 여성성에 대한 의견은 크게 다르지 않은 것으로 밝혀졌다(이지현, 2004). 그러나 오늘날 남녀의 성역할은 사회문화적 요인에 따라 형성된다는 견해가 지배적이다. 즉, 인간은 신체적인 구조와 생리적 기능에 의해 남성과 여성으로 나누어져 있으나, 성역할은 신체적인 성의 차이보다는 법률, 금기, 예의, 습관, 사회적 질서 등의 사회 문화적인 요구와 가치에 의해 결정된다고 보는 것이다(이지현, 2004).

Bem(1977)은 여성성과 남성성 점수에 따라 응답자들을 양성성 집단, 여성성 집단, 남성성 집단, 성미분화 집단으로 구분하고 있는데, 양성적인 사람은 전통적으로 규정된 성에 적절한(sex appropriate)행동에 자기를 맞추어야 할 필요를 느끼지 않으며, 그 상황에 효과적으로 보이는 행동은 남성적이거나 여성적이거나 하는 성역할 고정관념에 관계없이 열중할 수 있는 심리적 자유를 가지고 있어 심리적으로 최대한 발전할 수 있고, 전통적인 성역할에 정형화된 사람보다 심리적 스트레스를 극복하거나 피할 수 있다고 하였다. 또한 양성성을 갖는 것이 현대 사회를 살아가는데 바람직하다고 주장하였으며, 많은 연구자들이 양성성이 자존감, 자아실현, 긍정성, 도덕성 발달 등과 높은 상관관계를 보임을 밝혔다(정옥분, 1986). 이와 같은 결과는 제일 기획(2004)의 조사 보고서에도 비슷한 경향을 보이고 있다. 즉, 남녀의 성역할에 대해 조사한 결과에 따르면, 남녀(17-39세) 모두 성역할에 대한 고정관념을 가지고 있었는데, 남자는 '독립적이다', '강하고 거칠다', '모험적이고 주도적이다'고 생각하는 반면 여자는 '부드럽고 안정적이다', '동정적이다', '의존적이다'라고 생각하였다. 그러나 10명 중 6명은 본인 스스로 '남성성과 여성성을 동시에 갖고 있다'고 응답함으로써 많은 사람이 양성적 성향을 가졌음을 알 수 있다(한국 남녀 성 고유영역 허물어

진다, 2004).

윤진 외(1989)는 20-40대의 성인 남자를 대상으로 한 연구에서 Bem의 성역할 검사를 실시하여 성역할 지향을 네 가지 유형으로 분류하였다. 그 결과 응답자들은 미분화, 양성성, 남성성, 여성성의 네 집단에 고르게 분류되었고, 미분화 집단에 속하는 사람들이 의외로 많았으며, 그들이 스트레스를 가장 적게 받는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 우리 사회가 남성성과 여성성의 두 가지 특성을 모두 갖고 있으며 이를 분명하게 표출시키는 남자보다 두 특성 모두를 나타내지 않고 어느 중간지대를 점유하고 있는 남성들에게 사회적 압박이 덜 가해지고 있는 것으로 볼 수 있으며 한국 남성상이 서구식 남성상과는 차이가 있음을 나타내는 것으로 풀이되었다. 최근에는 성역할 정체성이 메트로섹슈얼 소비에 미치는 영향을 살펴본 남수정(2010)의 연구에서 여성성 집단보다는 양성성 집단이 메트로섹슈얼 소비 성향이 높은 것으로 나타나 메트로섹슈얼 소비가 단순히 남성들의 소비성향이 여성화된 것을 나타낸다는 사실을 부정하고 있다. 메트로섹슈얼 소비는 외모나 옷차림에 신경을 쓰는 것뿐만 아니라 패션에 있어 과감하게 도전하며 패션과 트렌드를 받아들이는데 적극적이고, 긍정적으로 자신을 표현하는 성향이라고 할 수 있으며, 메트로섹슈얼 소비는 여성성이나 남성성 같은 어느 하나의 성역할 정체성에 국한된 것이 아니라 성숙하고 자신을 적극적으로 표현하는 트렌드의 일종임을 설명하고 있다.

2.2. 성역할태도와 외모관리행동, 외모관리동기, 신체이미지

성역할태도 또는 성역할 정체성은 외모관리행동과 태도에 영향을 미치는 중요한 요인으로 많은 연구자들은 이들 간의 관계를 규명하거나 유형화된 집단에 따른 차이를 살펴보고 있다. 그러나 성역할태도와 외모관리동기 및 신체이미지에 대한 연구는 미비한 실정이며, 신체이미지는 신체만족도와 신체왜곡도에 주로 초점을 두고 연구되어 왔으며, 외모관리동기는 의복행동이나 의복쇼핑성향과 관련지어 연구가 진행되어 왔다. 성역할에 있어서도 외모관리행동이나 의복행동 또는 의복 쇼핑은 전통적으로 여성적 영역으로 여겨져 왔으며, 실제 연구에서도 여성성은 외모에 대한 행동과 태도에 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 그러나 사회문화적인 영향을 많이 받는 성역할은 시대에 따라 다른 모습을 보이고 있으며, 여러 연구결과에서도 남성성, 여성성, 양성성, 미분화집단 등은 남성들의 외모관리행동에 직접적 또는 간접적으로 다른 영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 있다.

남자대학생들의 성역할 정체감에 따른 외모관리경험을 조사한 이지현(2004)은 성역할 정체감을 남성성, 여성성, 양성성, 미분화 집단으로 분류하였으며, 연구결과에 의하면 양성성 집단이 외모관리를 가장 많이 하는 것으로 나타났고, 네 집단 모두 외모관리를 위하여 의복·장신구를 가장 많이 사용하며, 체격관리가 가장 효과적인 외모관리방법으로 나타났다. 또한 남성성과 미분화집단에서는 외모관리방법 중 체격관리를 가장 희망하는 것으로 나타났으며, 여성성과 양성성 집단에서는 의복구입을 가장 희망하는 것으로 나타났다. 신체만족도에서도 양성

성 집단이 자신의 신체에 가장 만족하는 것으로 나타났으며 여성성 집단의 신체만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다. Chun, et al.(2007)의 연구에서도 20대 남성들은 양성성 집단의 수가 가장 많이 나타나고 있는데 이는 남성적이어야 한다는 성역할 고정관념에서 탈피하고 상황에 따라 유연하게 남성성과 여성성을 나타내면서 살아가려고 노력하기 때문이라고 설명하고 있다. 미분화 집단이 그 다음으로 많은 것으로 나타난 이유는 우리 사회에서 정하고 있는 이상적인 외모의 기준이 엄격하기 때문에 자신의 성을 강력하게 나타내지 않고 성역할 정체감 비분화 현상을 보였기 때문이라고 설명하고 있다. 연구결과에 의하면 양성성 집단은 신체이미지와 메트로섹슈얼 외모관리행동, 외모에 대한 사회문화적 태도의 모든 요인에서 다른 집단들에 비해 가장 높은 평균점수를 보이고 있으며, 양성성 집단과 여성성 집단은 신체이미지의 인지적/행동적 차원과 사회문화적 태도의 인식차원에서 높은 점수를 보이고 있다. 양성성 집단과 남성성 집단은 외모관리행동에서 적절한 의복선택과 신체적 매력의 중요도에서 높은 점수를 보이고 있다.

신연옥(2006)은 남성들의 성역할 정체감 중에서 여성성 차원이 외모에 대한 태도와 행동에 긍정적 영향을 미치지만, 여성성의 추가획득은 부정적 영향을 미친다고 하여 남성의 외모관리행동에 대한 이중적 양상을 제시하였다. 또한 여성성을 높게 인식할수록 주위의 사람들과 비슷한 의복을 선택하려는 동조성 요인의 효과가 높은 것으로 나타났다. 반면 최지성(2002)은 남성성의 중요성을 강조하고 있는데, 남성의 외모관리태도에 대한 남녀 차이를 분석한 결과, 유행관심, 외모중요도, 적극적 외모관리, 의복의 후광효과에 대해 여자들보다 남자들이 더 긍정적 태도를 나타냈으며, 남자들의 남성성이 모든 외모관리에 영향력 있는 변인으로 나타나 새로운 남성성에 대한 연구가 필요하다고 하였다. 이윤정(2007)의 연구에서도 남성성이 외모관리에 직접적인 영향을 미치고 있음을 밝히고 있는데, 남성소비자들의 성역할 정체성과 의복에서의 추구혜택과 그들의 외모관리 정도와의 관계를 연구한 결과에 의하면, 여성성은 남성들의 외모관리에 직접적인 영향을 주지 않으며, 지각된 남성성이 높을수록, 의복에서 유행성을 추구할수록, 동조성이 높을수록, 개성을 추구할수록 외모관리를 많이 하며, 지각된 남성성의 효과는 유행성, 동조성, 개성추구경향을 통제했을 때에도 유의미한 것으로 나타나 지각된 남성성이 높은 사람이 외모관리를 많이 하는 것으로 나타났다.

이와 같이 남성들의 외모관리행동에 대한 선행연구들에서는 성역할 정체감이 주요 영향요인으로 관련되어 있으나, 남성성과 여성성의 추가획득에 의한 영향력은 일치하고 있지 않다. 이는 빠르게 변모하고 있는 시대적인 차이와 대중문화의 영향에 의한 결과라 할 수 있다.

3. 연구방법 및 절차

본 연구에서는 남성들의 성역할에 따른 집단 간 구매행동과

외모관리에 대한 태도 및 행동, 신체이미지의 차이를 알아보고자 한다.

3.1. 연구문제

첫째, 성역할태도에 따라 응답자들을 유형화하고, 각 집단의 인구통계적 특성을 알아본다.

둘째, 성역할 집단 별 외모관련 상품의 구매행동의 차이를 알아본다.

셋째, 성역할 집단 별 외모관리행동 및 외모관리동기의 차이를 알아본다.

넷째, 성역할 집단 별 신체이미지의 차이를 알아본다.

3.2. 측정도구

본 연구는 설문조사방법으로 수행되었다. 설문지에는 성역할태도, 외모관리행동, 외모관리동기, 신체이미지와 구매행동 등에 관한 내용이 포함되었으며, 총 120문항으로 구성되었다. 설문문항은 조사대상에 해당하는 남성 30명을 대상으로 예비조사를 실시하였으며, 예비조사의 결과를 바탕으로 최종 문항을 작성하였으며, 구체적인 문항내용은 다음과 같다.

성역할태도에 관한 문항은 Bem(1974)의 BSRI(Bem Sex Role Inventory)를 토대로 정진경이 한국인의 특성에 맞게 개발한 KSRI(Korean Sex Role Inventory) 중 남성성 20문항과 여성성 20문항을 사용한 신연옥(2006)의 연구에서 인용하였다. 외모관리행동에 관한 문항은 박수진 외(2008)와 류은정 외(2008)의 연구에서 신뢰도가 검증된 55문항을 발췌한 후, 예비조사를 통해서 최종 37문항을 포함시켰다. 외모관리동기에 관한 문항은 류은정 외(2008)와 신연옥(2006)의 연구에서 사용된 문항을 참조하여 문항을 작성한 후, 다시 예비조사를 통하여 수정한 16문항을 최종 설문조사에 사용하였다. 신체이미지는 Cash(1990)의 신체-자아에 관한 다차원적 설문문항인 MBSRQ (Multidimensional Body-Self Relation Questionnaire)를 사용한 홍금희(2006)와 김광경 외(2001)의 연구에서 신뢰도가 검증된 문항을 발췌한 후 예비조사를 통하여 수정된 17문항이 사용되었다. 위의 변수들에 관한 문항들은 모두 5점 리커트형 척도였다.

구매행동에 관한 문항은 남성전문 패션잡지의 구독경험 여부, 패션 및 외모관리에 관한 정보원, 쇼펍 시 동행인, 외모관리행동 시 동행인, 외모관리 지출비 등 5개 항목이 포함되었으며, 인구통계적 특성은 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 가족 총 수입 등 5개 항목이 포함되었다.

3.3. 조사방법 및 분석

본 연구는 대구·경북지역, 서울·경기지역, 충남지역에 거주하고 있는 만 20세 이상의 성인 남성 중 편의추출한 응답자를 대상으로 설문조사가 수행되었다. 자료수집은 2010년 5월 3주에 걸쳐 이루어졌으며, 총 500부의 설문지를 배부하여 458부가 회수되었다. 자료의 분석에는 회수된 설문지 중 불완전한 60부를 제외한 398부가 사용되었으며, SPSS 12.0 통계패키지

를 이용하여 기술통계, 요인분석, ANOVA, 교차분석, 신뢰도검증 등을 실시하였다.

4. 결과 및 고찰

4.1. 성역할 태도에 따른 유형화 및 집단의 특성

4.1.1. 성역할 태도에 따른 유형화

총 응답자들의 남성성 점수와 여성성 점수의 중앙값(각각 3.479, 3.334)을 기준으로 남성성과 여성성 점수 모두 중앙값보다 높을 경우는 양성적 집단, 남성성 점수는 중앙값보다 높으나 여성성 점수는 중앙값보다 낮을 경우 남성적 집단, 남성성 점수는 중앙값보다 낮으나 여성성 점수는 높은 경우는 여성적 집단, 두 점수 모두 중앙값보다 낮을 경우 미분화집단으로 분류하였다. 집단의 분포는 Table 1에 나타낸 것과 같이 양성적 집단(29.1%)이 가장 많았으며 그 다음으로 미분화 집단(27.9%)이 많았고, 여성적 집단과 남성적 집단은 비슷한 비율로 나타났다. 이는 20대 남성을 성역할에 따른 집단으로 분류한 Chun et al. (2007)의 결과와 유사하였다.

4.1.2. 성역할 태도 집단의 인구통계적 특성

성역할 태도 집단 별 인구통계적 특성을 살펴본 결과 가족 총수입을 제외한 4개 변인에서 유의한 차이가 있었다. 각 연령

집단 구성비와 비교했을 때, 양성적 집단은 20대의 비율이 높았으며 30대의 비율은 매우 낮았다. 남성적 집단은 40대 이상의 비율이 매우 높은 반면 20-30대 비율이 낮았다. 여성적 집단은 20대와 30대의 비율이 높은 반면 40대의 비율은 낮았으며, 미분화 집단은 30대와 40대 이상의 비율이 다소 높은 것으로 나타났다. 이런 결과는 젊은 층일수록 남성은 남성다워야 한다는 고전적인 관념에서 점차 남성도 여성적일 수 있다는 생각을 더 많이 수용하고, 매스미디어의 영향에 의하여 남성들이 패션과 외모에 관심이 많은 메트로 섹슈얼 현상을 보이고 있는 변화의 추이를 반영하고 있는 것으로 생각된다. 즉 나이가 많은 40대 이상의 연령층에서는 여전히 남성성을 많이 가지고 있으나 변화를 더 적극적으로 수용하는 20대는 양성성과 여성성을 많이 나타내고 있으며, 상대적으로 30대는 여성적인 변화경향을 수용하면서도 성역할 태도 면에서 다소 갈등을 겪고 있어 미분화 집단이 조금 많은 것으로 생각된다. 성역할 태도 집단 별 결혼상태는 미혼의 경우 양성적 집단과 여성적 집단의 비율이 높은 반면 기혼의 경우 남성적 집단비율이 매우 높고 미분화 집단의 비율도 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기혼의 경우 30-40대가 주를 이루는 반면, 미혼의 경우 20대가 주를 이룰 것이란 사실도 함께 고려할 때 단순히 결혼상태만이 아니라 연령과 결혼상태가 함께 영향을 미친 결과라고 생각된다. 직업군의 차이를 살펴본 결과 양성적 집단의 경우 전체 응답

Table 1. 성역할 태도에 따른 유형화

성역할 집단	양성적 집단	남성적 집단	여성적 집단	미분화 집단	계
빈도 (%)	116 (29.1)	84 (21.1)	87 (21.9)	111 (27.9)	398 (100)

Table 2. 성역할 태도 집단 별 인구통계적 특성

인구통계적 변인	성역할 집단	n (%)					χ^2	
		양성적 집단	남성적 집단	여성적 집단	미분화 집단	계		
연령		116(100)	84(100)	87(100)	111(100)	398(100)	42.695***	
20대		59(50.9)	20(23.8)	35(40.2)	33(29.7)	147(36.9)		
30대		17(14.7)	15(17.9)	34(39.1)	29(26.1)	95(23.9)		
40대 이상		40(34.5)	49(58.3)	18(20.7)	49(44.1)	156(39.2)		
결혼여부		63(54.3)	20(23.8)	42(48.3)	37(33.3)	162(40.7)	22.918***	
미혼		53(45.7)	64(76.2)	45(51.7)	72(64.9)	234(58.8)		
기혼		-	-	-	2(1.8)	2(0.5)		
직업		37(31.9)	6(7.1)	14(16.1)	20(18.0)	77(19.3)	56.443****	
	학생		19(16.4)	15(17.9)	16(18.4)	26(23.4)		76(19.1)
	전문/교육/연구직		20(17.2)	29(34.5)	14(16.1)	41(36.9)		104(26.1)
	서비스/자영/자유직		15(12.9)	8(9.5)	22(25.3)	14(12.6)		59(14.8)
	기술/제조/노무직		22(19.0)	24(28.6)	17(19.5)	6(5.4)		69(17.3)
	공무원/사무/종교직		3(2.6)	2(2.4)	4(4.6)	4(3.6)		13(3.3)
최종학력		10(8.6)	12(14.3)	10(11.5)	29(26.1)	61(15.3)	20.873**	
	고졸이하		82(70.7)	65(77.4)	66(75.9)	68(61.3)		281(70.6)
	대졸/졸 이상		24(20.7)	7(8.3)	11(12.6)	14(12.6)		56(14.1)

*** : p<.001, ** : p<.01

1) : 기타부분은 표본의 수가 적어 결측값 처리 후 χ^2 검증을 하였음

Table 3. 성역할 태도 집단 별 외모관련 상품의 구매행동

구매행동	성역할 집단	양성적 집단	남성적 집단	여성적 집단	미분화 집단	빈도(%)	χ^2
		116(100)	84(100)	87(100)	111(100)	398(100)	
패션 잡지 구독 경험	있다	32(27.6)	12(14.3)	10(11.5)	13(11.7)	67(16.8)	13.821**
	없다	84(72.4)	72(85.7)	77(88.5)	98(88.3)	331(83.2)	
외모 관리 동행인	이성친구(동료)	22(19.0)	7(8.3)	10(11.5)	14(12.6)	53(13.3)	16.587
	동성친구(동료)	25(21.6)	22(26.2)	23(26.4)	20(18.0)	90(22.6)	
	가족 및 친척	33(28.4)	13(15.5)	14(16.1)	25(22.5)	85(21.4)	
	혼자	34(29.3)	40(47.6)	28(32.2)	47(42.3)	149(37.4)	
	기타 ¹⁾	2(1.7)	2(2.4)	12(13.8)	5(4.5)	21(5.3)	
외모 관리	5만원 이내	25(21.6)	29(34.5)	39(44.8)	47(42.3)	140(35.2)	22.349**
	5-10만원 이내	43(37.1)	27(32.1)	24(27.6)	31(27.9)	125(31.4)	
	10-15만원 이내	33(28.4)	18(21.4)	9(10.3)	18(16.2)	78(19.6)	
	15만원 이상	15(12.9)	10(11.9)	15(17.2)	15(13.5)	55(13.8)	

*** : p<.001, ** : p<.01

1) : 기타부분은 표본의 수가 적어 결측값 처리 후 χ^2 검증을 하였음

자 중 19.3%를 차지하는 학생이 31.9%로 매우 높게 나타났으며, 이는 연령분포에 따른 영향이 다소 있는 것으로 생각된다. 전문직/교유기연구직 및 서비스/자영/자유직의 경우 미분화 집단이 더 많은 것으로 나타났으며, 서비스/자영/자유직은 남성적 집단의 비율도 높게 나타났다. 기술/제조/노무직의 경우 여성적 집단의 구성비율이 매우 높게 나타났으며, 공무원/사무/종교직의 경우는 남성적 집단의 비율이 높은 것으로 나타났다. 이와 같은 직업군에 따른 성역할태도의 차이에 대해서는 좀 더 구체적인 연구가 이루어져야 할 것이다. 학력의 경우 고졸이하의 응답자들은 미분화 집단의 구성비율이 높은 반면 그 이상의 학력을 가진 응답자들은 남성적/여성적 집단 및 양성적 집단(대학원 이상)의 비율이 높은 것으로 나타났다.

4.2. 성역할 집단 별 외모관련 상품의 구매행동

성역할 집단별 외모관련 상품의 구매행동을 살펴본 결과 쇼핑 동행인과 정보원을 제외한 3개 항목에서 유의한 차이를 나타내었다. 패션관련 잡지의 구독경험은 전체응답자 중 17%정도가 있는 것으로 나타나 잡지구독을 많이 하지 않는 편이나, 양성적 집단의 경우 27.6%의 응답자가 구독경험이 있는 것으로 나타나 비교적 많이 구독하는 것을 알 수 있다. 외모관리를 받으러 갈 때 동반자에서는 집단 간 유의한 차이는 없었으며, 모든 집단에서 혼자 가는 경우가 가장 많았다. 집단 별로 볼 때 양성적 집단은 혼자 가는 경우가 상대적으로 적은 편이었으며 가족 및 친척, 이성친구 동반 비율이 다소 높았다. 남성적 집단, 여성적 집단 및 미분화집단도 혼자 가는 경우가 가장 많았으나, 그 다음으로 남성적 집단과 여성적 집단은 동성친구를 동반하는 경우가 비교적 많은 반면 가족 및 친척을 동반하는 경우는 상대적으로 적은 편이었다. 남성적 집단의 기혼자 비율이 76%에 이르는 점을 고려할 때 가족 동반의 가능성이 높음에도 불구하고 혼자 혹은 동성 친구를 동반하는 것은 남성적이

라는 성역할 특성을 나타내는 것으로 생각된다.

4.3. 성역할 집단 별 외모관리행동 및 외모관리동기

성역할 집단 별 외모관리행동 및 외모관리동기의 차이를 알아보기 위하여 사용된 변수의 하위차원은 남성들의 외모관리행동에 관한 연구(1)(구양숙 외, 2010)에서 분석된 것을 사용했다.

4.3.1. 성역할 집단 별 외모관리행동

외모관리행동은 총 30개 문항이 7개의 요인으로 분류되었고 전체분산의 68.8%의 설명력을 나타내었다. 요인 1은 ‘의복을 세련되게 입은 것은 내 생활에서 중요한 부분이다’, ‘나는 평상시에 다른 사람들이 입은 옷에 대해 관심이 많다’, ‘나에게 패션관련 제품을 구입하는 것은 즐거운 일이다’ 등의 문항으로 이루어진 ‘패션요인’으로 신뢰도 계수는 .890으로 나타났다. 요인 2는 ‘몸매 관리를 하는 것은 나에게 중요하다’, ‘나는 몸매유지를 위해 운동기구를 구입할 수 있다’, ‘남성에게도 체중관리가 필요하다’ 등 ‘몸매관리요인’으로 신뢰도 계수는 .846으로 나타났다. 요인 3은 ‘나는 귀걸이를 하기 위해 귀에 구멍을 뚫었다’, ‘나는 키높이 신발이나 뒷굽이 높은 신발을 신는다’, ‘나는 패션정보에 관한 기사나 광고를 많이 읽는 편이다’ 등의 문항으로 구성된 ‘외모개선요인’으로 신뢰도 계수는 .836으로 나타났다. 요인 4는 ‘좋은 피부를 갖는 것은 남성의 외모에 있어 중요하다’, ‘남성에게도 피부관리가 필요하다’ 등 ‘피부관리요인’으로 신뢰도 계수는 .871로 나타났다. 요인 5는 ‘나는 얼굴이나 몸에 점을 뺄 수도 있다’, ‘남자도 필요하다면 성형수술을 받을 수도 있다’ 등의 문항으로 ‘성형요인’이었으며 신뢰도 계수는 .788로 나타났다. 요인 6은 ‘남성들이 머리염색을 하는 것은 자연스러운 현상이다’, ‘단순히 커트하는 것 외에 염색이나 퍼머도 남성에게 필요하다’ 등 ‘헤어관리요인’으로 신뢰도 계수는 .617로 나타났다. 요인 7은 ‘나는 건강이나 피부를 위해 술

Table 4. 성역할 집단 별 외모관리행동 n=398

외모관리행동	성역할 집단	양성적 집단	남성적 집단	여성적 집단	미분화 집단	F값
		n=116	n=84	n=87	n=111	
패션요인		3.1158 ^a	2.7381 ^b	2.8522 ^b	2.6950 ^b	6.811 ^{***}
몸매관리요인		3.8290 ^a	3.6786 ^a	3.3161 ^b	3.2297 ^b	19.868 ^{***}
외모개선타인		2.3845 ^a	1.9405 ^b	2.1333 ^b	2.0811 ^b	4.518 ^{**}
피부요인		3.7004 ^a	3.1518 ^b	3.5546 ^a	3.2815 ^b	10.150 ^{***}
성형요인		2.9483 ^a	2.4841 ^b	3.0651 ^a	2.5135 ^b	9.979 ^{***}
헤어요인		3.1264 ^a	3.2103 ^a	2.8238 ^b	2.7898 ^b	7.502 ^{***}
건강요인		3.0302 ^a	2.5357 ^b	2.6552 ^b	2.5721 ^b	4.674 ^{**}

*** : p<.001, ** : p<.01, a, b, c는 Duncan-test의 결과

을 마시지 않는다’, ‘나는 건강이나 피부를 위해 금연을 한다’의 문항으로 나타난 ‘건강관리요인’으로 신뢰도 계수는 .752로 나타났다(구양숙 외, 2010).

집단 별 차이를 살펴본 결과 양성적 집단은 모든 요인에서 가장 높아, 외모관리행동을 적극적으로 하는 것을 알 수 있다. 남성적 집단은 체중관리 등 몸매관리요인과 머리 염색 등 헤어관리요인에서 높은 반면, 여성적 집단은 피부 및 성형요인에서 높은 점수를 나타내었다. 미분화 집단은 모든 요인에서 낮은 점수를 나타내어 외모관리에 소극적이었다. 이 결과에서 볼 때 성역할 태도가 외모관리행동에 매우 큰 영향을 미치는 것으로 생각된다.

이와 같은 결과는 양성성 집단이 외모관리를 가장 많이 하며(이지현, 2004), 양성성 집단과 남성성 집단은 외모관리행동에서 적절한 의복선택과 신체적 매력의 중요도를 높게 평가하고(Chun et al., 2007), 남성성을 모든 외모관리에 영향력 있는 변인으로 제시하고 있는 최지성(2002)의 연구결과와 거의 일치하고 있다.

4.3.2. 성역할 집단 별 외모관리동기

연구(I)에서 이루어진 외모관리동기의 요인은 3개의 요인으로 분류되었으며, 전체분산의 63.64%의 설명력을 나타내었다. 요인 1은 ‘나는 유행하는 스타일이나 외모를 추구하는 편이다’, ‘나는 유명 연예인이나 모델같은 외모를 모방하고 싶다’ 등으로 ‘유행/개성추구 요인’이었으며, 신뢰도계수는 .876으로 나타났다. 요인 2는 ‘나는 멋진 외모가 대인관계에 도움이 된다고 생각한다’, ‘나는 신체적으로 매력있는 사람은 다른 사람에 비해 경쟁력이 있다고 생각한다’ 등의 ‘사회성추구 요인’으로, 신뢰도 계수는 .797로 나타났다. 요인 3은 ‘나는 나의 남성스러

움을 강조하는 옷을 입는다’, ‘나는 사람들에게 인정받기 위해서 고급스러운 옷을 입으려고 한다’ 등 ‘관심유도 요인’으로, 신뢰도 계수는 .776으로 나타났다(구양숙 외, 2010).

모든 집단에서 사회성추구 동기가 가장 높은 것으로 나타났으며, 집단 별로는 양성적 집단이 모든 요인에서 다른 집단에 비하여 높은 것으로 나타났다. 여성적 집단은 양성적집단을 제외 한 다른 두 집단에 비하여 사회성추구를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났는데, 여성성이 강할수록 대인관계와 경쟁력, 다른 사람으로부터의 인정 등이 외모관리를 하는 중요한 동기가 됨을 보여주고 있다. 이와 같은 결과는 여성성을 높게 인식할수록 주위의 사람들과 비슷한 의복을 선택하려는 동조성요인의 효과가 높은 것으로 나타난 신연옥(2006)의 연구결과와 같은 경향을 보이고 있다. 남성적 집단은 관심유도 동기가 양성적 집단 다음으로 높은 것으로 나타났다. 미분화 집단은 모든 요인에서 다른 집단에 비하여 낮은 것으로 나타나 외모관리행동 및 동기 모두 낮았다.

4.4. 성역할 집단 별 신체이미지

신체이미지의 하위차원을 알아보기 위하여 요인분석을 한 남성들의 외모관리행동에 관한 연구(II)에서 17개 문항들이 4개의 요인으로 분류되었으며, 전체분산의 67.499%의 설명력을 나타내었다. 요인 1은 ‘나는 항상 내 외모를 더 좋게 보이려고 노력한다’, ‘내가 항상 멋지게 보이는 것은 중요하다’ 등의 문항으로 구성된 ‘외모관심 요인’으로, 신뢰도 계수는 .868이었다. 요인 2는 ‘대부분의 사람들은 나를 멋지다고 여길 것이다’, ‘나는 성적(신체적)매력이 있다’ 등 ‘외모만족 요인’으로, 신뢰도 계수는 .843이었다. 요인 3은 ‘나는 운동을 잘한다’, ‘나는 운동

Table 5. 성역할 집단 별 외모관리동기 n=398

외모관리동기	성역할 집단	양성적 집단	남성적 집단	여성적 집단	미분화 집단	F값
		n=116	n=84	n=87	n=111	
유행/개성추구		2.8658 ^a	2.5884 ^b	2.6223 ^b	2.6306 ^b	2.931 [*]
사회성추구		3.8685 ^a	3.5268 ^b	3.7126 ^a	3.3288 ^c	16.426 ^{***}
관심유도		3.4526 ^a	3.1667 ^b	2.8448 ^c	2.8716 ^c	18.565 ^{***}

*** : p<.001, * : p<.05, a, b, c는 Duncan-test의 결과

Table 6. 성역할 집단 별 신체이미지 n=398

신체이미지	성역할 집단 n=116	양성적 집단 n=84	남성적 집단 n=87	여성적 집단 n=111	미분화 집단 n=111	F값
외모관심 요인	3.6379 ^a	3.2044 ^c	3.4387 ^b	3.0826 ^c	3.0826 ^c	15.016 ^{***}
외모만족 요인	3.4345 ^a	3.3095 ^a	2.8460 ^b	2.8126 ^b	2.8126 ^b	26.951 ^{***}
운동능력 요인	3.8161 ^a	3.7540 ^a	3.0996 ^b	3.1592 ^b	3.1592 ^b	22.683 ^{***}
체중관심 요인	3.3908 ^a	2.9563 ^b	2.8008 ^b	2.7778 ^b	2.7778 ^b	11.871 ^{***}

*** : p<.001, a, b, c는 Duncan-test의 결과

을 쉽게 배운다' 등의 문항으로 '운동능력 요인'이었으며, 신뢰도 계수는 .849로 나타났다. 요인 4는 '나는 체중을 줄이려고 다이어트 중이다', '나는 멋진 몸매를 유지하기 위하여 적극적으로 하는 일이다' 등 '체중관심 요인'으로, 신뢰도 계수는 .780이었다(구양숙 외, 2011).

4개 요인 중 외모관심 요인이 모든 집단에서 가장 높은 점수를 나타내어 모든 응답자들이 외모에 관심을 가지거나 중립적인 정도를 나타내고 있다. 양성적 집단은 신체이미지의 모든 요인에서 다른 집단보다 높은 점수를 나타내어 외모에 대한 관심도 높고 운동도 적극적으로 하며 체중을 줄이고 몸매를 유지하는데도 적극적인 뿐 아니라 자신의 외모에 대한 만족도도 높은 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 양성성 집단이 외모관리를 가장 많이 하는 것으로 나타난 이지현(2004)의 남자대학생들의 성역할 정체감에 따른 외모관리경험에 관한 연구결과와 거의 유사하다. 외모만족 요인과 운동능력 요인에서 양성적 집단 뿐 아니라 남성적 집단도 높게 나타났는데 이는 Chun et al., (2007)의 연구에서도 양성성 집단과 남성성집단은 외모관리행동에서 신체적 매력의 중요도를 높게 평가하는 것과 유사하다.

여성적 집단은 외모관심은 비교적 높은 편이나 외모만족 요인에서는 낮은 점수를 보이고 있다. 이는 남자대학생들을 대상으로 한 이지현(2004)의 연구에서 여성성 집단의 신체만족도가 가장 낮은 것으로 나타난 결과를 지지하고 있다. 남성성과 여성성이 모두 높은 양성적 집단은 외모관심과 만족도도 높게 나타난 결과와 함께 고려해볼 때, 일반적으로 외모관심은 여성적인 것으로 생각되고 있는 고정관념에 반해 여성성이 외모에 관심을 많이 가지거나 자신의 신체에 만족하고 외모관리행동에도 더 영향을 미치는 변인은 아닌 것으로 생각되며, 남성성도 외모관리행동이나 자신의 신체이미지에 영향을 다소 미치는 것으로 생각된다. 미분화 집단은 신체이미지의 모든 요인에서 가장 낮은 점수를 보이고 있어 외모관심도 낮고 외모에 대한 만족도도 낮으며 체중관리 및 외모관리를 소극적으로 하는 것으로 나타났다.

5. 결 론

본 연구에서는 성인 남성들의 성역할 집단에 따른 외모관리행동과 외모관리동기, 신체이미지, 구매행동의 차이를 살펴보고자 하였으며 결과는 다음과 같다.

첫째, 성인남성의 성역할태도에 의한 집단은 양성적 집단, 미분화 집단, 여성적 집단, 남성적 집단 순의 비율로 나타났다. 성역할 집단별로 패션제품구매행동과 인구통계적 특성간의 차이를 살펴본 결과 구매행동은 쇼핑 시 동행인, 정보원을 제외한 패션잡지구독경험 여부와 외모관리 시 동행인, 외모관리비용에서 유의한 차이가 있었으며, 인구통계적 특성에서는 가족 총 수입을 제외한 연령, 결혼여부, 학력, 직업에서 유의한 차이가 있었다.

둘째, 성역할 집단별 외모관리행동과 외모관리동기에서 집단별 유의한 차이를 보였다. 외모관리행동에서 패션요인, 외모개선요인, 건강요인은 양성적 집단이 다른 세 집단보다 높은 점수를 보였으며, 몸매관리와 헤어관리요인은 양성적집단과 남성적 집단이 여성적 집단과 미분화 집단보다 높게 나타났다. 피부관리와 성형요인은 양성적 집단과 여성적 집단이 남성적 집단과 미분화 집단보다 높게 나타났다. 외모관리동기에서는 유행/개성추구와 관심유도는 양성적 집단이 다른 세집단보다 높게 추구하는 것으로 나타났으며, 사회성추구는 양성적 집단과 여성적 집단이 남성적 집단과 미분화 집단보다 더 많이 추구하는 것으로 나타났다.

셋째, 성역할 집단별 신체이미지의 모든 변수에서 유의한 차이를 나타내었다. 외모관심과 체중관심 요인은 양성적 집단이 다른 세 집단보다 높게 나타났으며, 외모만족과 운동능력 요인은 양성적 집단과 남성적 집단이 여성적 집단과 미분화 집단보다 높게 나타났다.

위의 결과에 의하면 양성적 성향이 강한 남성은 유행/개성추구, 사회성추구, 관심유도 등의 동기에 의해 적극적이고 다양한 외모관리행동을 하고 있으며 자신의 신체이미지에도 더 관심을 가지며 높은 평가를 하고 있는 것으로 나타났다. 남성적 성향이 강한 사람은 운동을 통해 자신의 신체에 만족하면서 몸매와 헤어관리에 긍정적인 태도를 보였으며, 여성적 성향이 강한 사람은 사회성추구를 위한 외모관리행동으로 피부와 성형에 긍정적인 태도를 보였다. 또한 남성적 집단은 자신의 외모에 만족하고 있으나 외모관심은 적게 나타났고, 여성적 집단은 외모관심도는 비교적 높으나 만족도가 낮게 나타나 여성성이 외모에 관심을 많이 가지거나 자신의 신체에 만족하고 외모관리행동에도 더 영향을 미치는 변인은 아닌 것으로 생각된다. 남성성과 여성성이 모두 높은 양성적 집단은 외모관심과 만족도도 높게 나타나 남성성도 외모관리행동이나 자신의 신체이미지에 영향

을 다소 미치는 것으로 생각된다. 사회적으로 다양하게 나타나고 있는 메트로섹슈얼 현상도 남성들의 외모관리행동에 영향을 미쳐 젊은 층 남성들은 메트로섹슈얼 성향을 바람직한 것으로 인식하고 수용하고 있는 것으로 생각된다. 따라서 남성소비자들을 대상으로 하고 있는 패션산업과 외모관리산업 등은 남성들이 자신의 남성성을 잃지 않으면서 여성성을 수용하는 방향으로 마케팅 전략을 제시하는 것이 좋을 것이다.

본 연구는 성인 남성들의 외모관리행동과 동기 등을 성역할 태도에 의해 차이를 밝히고 있는데 남성적 집단의 경우 다양한 외모관리행동과 긍정적 태도를 이끌어내는 신체이미지의 관심도와 중요도는 설명할 수 있었으나 외모관리행동을 보이는 구체적이고 직접적인 외모관리동기를 밝히는 것은 미비하였다. 또한, 신체이미지와 외모관리를 하게 된 동기에 대한 관계를 규명하지 못하였다는데 한계가 있다. 따라서 후속 연구에서는 외모관리행동과 태도를 설명할 수 있는 외모관리동기와 신체이미지, 그리고 성역할태도 등 이들의 관계를 규명하는 연구가 진행되어야 할 것이다. 이를 통해 외모관리와 관련된 사회적 트렌드를 남성 소비자가 어떻게 어떤 동기에 의해 수용해가고 태도가 형성되어지는지를 밝혀 패션산업과 외모관리산업에 마케팅 전략적 실마리를 제공함과 동시에 사회적으로 외모에 대한 바람직한 인식을 심어갈 수 있는 계기를 제공할 수 있으리라 생각한다.

감사의 글

이 논문은 2010년도 경북대학교 학술연구비에 의하여 연구되었음.

참고문헌

구양숙, 이영주, 추태규. (2010). 남성들의 외모관리행동에 관한 연구 (I)-연령을 중심으로-. *한국의류산업학회지*, 12(4), 459-466.
 구양숙, 이영주, 추태규. (2011). 남성들의 외모관리행동에 관한 연구 (II)-외모관리행동 집단 간 외모관리동기 및 신체이미지 비교-. *한국의류산업학회지*, 13(1), 91-99.
 김광경, 이금실, 정미실. (2001). 다차원적 신체이미지가 의복행동에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 25(2), 358-365.
 남수정. (2010). 성역할정체성, 자아존중감, 외모에 대한 사회문화적 태도에 따른 메트로섹슈얼소비. *한국생활과학회지*, 19(1), 91-102.
 류은정, 김영희. (2008). 남자대학생의 신체이미지에 따른 외모관리행도와 동기. *대한가정학회지*, 46(1), 63-72.
 박수진, 박길순. (2008). 남성의 외모관리행동에 대한 태도 및 인식.

복식문화연구, 16(3), 533-546.
 신연옥. (2006). *남성 외모관리행동의 영향요인 연구*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
 윤진, 최정훈, 김영미. (1989). 성역할 고정관념과 남성의 스트레스와의 관계(1) : 남성 스트레스 척도 개발과 관련 변인에 대한 탐색적 연구. *한국심리학회지*, 4(2), 70-83.
 이윤정. (2005). 20-30대 남성 소비자들의 의복쇼핑성향과 성역할 정체성에 관한 연구. *대한가정학회지*, 43(9), 27-40.
 이윤정. (2007). 남성의 외모관리행동의 동기에 관한 연구; 성역할 정체성과 의복추구태도를 중심으로. *한국의류학회지*, 31(4), 551-562.
 이은실. (2000). *남성의 성지향 및 심리적 특성에 따른 의복행동과 외모장식에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
 이지현. (2004). *남자 대학생의 외모관리행동에 대한 연구; 성역할 정체감을 중심으로*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
 정옥분. (1986). 한미 양국 대학생의 성역할 정체감과 자존감에 관한 비교문화연구. *대한가정학회지*, 24(2), 123-137.
 최지성. (2002). *남성의 외모관리에 대한 태도 연구*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
 한국 남녀 성 고유영역 허물어진다. (2004, 12. 26), *한겨레*. 자료검색일 2010, 8. 20, 자료출처 <http://www.hani.co.kr>
 홍금희. (2006). 외모의 사회문화적 태도와 신체비만도가 신체이미지와 신체만족도에 미치는 영향. *한국의류산업학회지*, 8(1), 48-54.
 LG 경제연구원. (2005). 메트로 섹슈얼의 시장잠재력. *주간경제*, 829호.
 Bakan, D. (1966). *The duality of human existence*. Chicago: Rand McNally.
 Bem, S. L. (1977). On the utility of alternative procedures for assessing psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 45, 196-205.
 Cash, T. F. (1990). The multidimensional body-self relations questionnaire, In appendix, body image disturbance, assessment and treatment. Elmsford: Pergamon press, pp. 125-130.
 Chun, S. Y., Shin, Y. W., & Koh, A. R. (2007). Effects of sex role attitudes on body image and appearance management behavior of men in their 20s. *International Journal of Human Ecology*, 8(2), 141-151.
 Richmond & Abbot. (1979). *The American women; Her past, her present, her future*. New York; Rinehart & Winston.
 Lenney, E. (1991). Chapter 11. Sex roles: The Measurement of masculinity, femininity, and androgyny. In J. P. Robinson, P. R. Shaver, and L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes* (pp. 573-660). San Diego, CA: Academic Press.
 (2010년 11월 29일 접수 / 2010년 12월 28일 1차 수정 / 2010년 12월 28일 게재확정)