

자기모니터링과 자기의식이 화장 태도에 미치는 영향

이 지 영 · 박 길 순[†]
충남대학교 의류학과

The Effect of Self-Monitoring and Self-Consciousness to Cosmetic Attitude

Ji-Young Lee and Kil-Soon Park[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University
(2011. 4. 7. 접수일 : 2011. 5. 6. 수정완료일 : 2011. 8. 1. 게재확정일)

Abstract

The purpose of this study is to find the levels of self-monitoring, self-consciousness and cosmetic attitude of female university students and to analyze the relationship between the levels of self-monitoring, self-consciousness and cosmetic attitude in an effort to strengthen external human beauty. The respondents were 264 university women attending a university Chung-Cheong Province in Korea. In this study, a questionnaire method was used. The questionnaire consisted of SMS(self-monitoring scale), the(self-consciousness scale), and a measurement of the cosmetic attitude. Earlier studies were used to create the measuring instruments with some adjustments for the purpose of this research. Factorial analysis, correlation analysis, multiple regression analysis were carried out with SPSS 18.0. The cosmetic attitude consisted of four factors, and those factors were related to self-monitoring and self-consciousness. The Four factors were happiness with change, manners to others, the instrument of change, and conformity. It was found that the cosmetic attitude reflected the personal internal mental states; hence, the cosmetic attitude was used as method to express the internal mind. Determining the correlations between self-monitoring, self-consciousness and the cosmetic attitude was useful in understanding the personal peculiarity of the cosmetic attitude. Moreover, in the cosmetic industry, it is likely meaningful to investigate the capability whether the variables of self-monitoring and self-consciousness can be applied in an effort to understand consumers' internal character.

Key words: cosmetic attitude(화장 태도), self-consciousness(자기의식), self-monitoring(자기모니터링).

I. 서 론

현대 사회 속에서 인간은 타인과 매우 빈번한 교류를 통해 사회생활을 영위해 나간다. 이러한 인간 관계에서 인상이 가지는 중요성은 매우 크며, 신체의 어느 부분보다도 개인의 가장 특징적인 부위로

중요시 되는 얼굴은 인상을 형성하는 데 있어서 커다란 역할을 수행한다. 인간의 얼굴에 직접 행해지는 화장은 일상생활에 있어서의 단정한 몸가짐이고, 아름답게 치장하는데 그치지 않고, 자신의 개성을 적극적으로 표현하는 수단이 되고 있다. 자신과는 다른 인상의 얼굴로 보이고 싶다는 변신 희망을 충족하기 위해서 이용되는 경우도 있다. 화장은 매

[†] 교신저자 E-mail : kspark@cnu.ac.kr

너나 품위를 지키기 위한 사회적 동기로서 사회적 자아개념이 형성되면서 이상적 자아상을 구현하기 위한 수단이며, 좋은 인상을 주기 위해 결점을 커버하고 피부 보호라는 물리적인 측면의 수단으로도 이용되고 있다. 그리고 화장은 신체적인 이상에서 유래되는 많은 심리적 문제점을 신체적인 아름다움의 창조와 더욱 좋은 자기의 이미지 유지를 통해 치유시킬 수도 있다.¹⁾ 한 사람의 신체적 외모는 그 사람의 성 정체성과 더불어 사회적 상호작용에서 타인에게 가장 분명하고도 가장 쉽게 접할 수 있는 개인 특성이며²⁾, 타인에 대한 인상은 그 사람의 외모, 행동, 상황 또는 사건의 맥락을 통하여 형성되므로 다른 사람과의 초기 접촉 상황에서 외모는 대인지각에 영향을 주는 주요한 변인이다.³⁾

이처럼 인간의 얼굴에 직접 행해지는 화장은 단순히 외적인 치장에서 나아가 유해한 환경으로부터 적극적으로 피부를 보호하고, 인간의 내면까지 관리하는 사회 심리학적 전개가 이루어지고 있다. 또한 인간 내면적 심리를 분석하기 위하여 심리학 등 다른 학문 분야에서는 자기모니터링과 자기의식을 이용한 연구가 이어지고 있다.

자기모니터링 척도와 자기의식 척도는 대표적인 개인의 중재 변인의 성격척도로서, 개인이 자기의 어느 측면을 중시하는가에 따라 사람들을 분류하여 주는 것이다. 자기모니터링은 자신의 표현행동의 사회적 적절성 여부를 판단하기 위해 상황적 단서에 맞추어 자기관찰, 자기통제, 자기관리를 하려는 성향이며, 자기의식은 상황적 요인과 관계없이 지속적으로 나타나는 자기지각의 성향을 나타내는 것이다. 그러나 선행 연구에서 고찰한 결과, 자기모니터링과 자기의식에 관한 연구는 의복태도, 화장품 구매행동과 관련된 연구로 거의 미흡한 실정이었고, 화장에 관한 국외의 심리학적 연구는 20세기 중반에 그 전조가 나타나 후반에는 눈부신 발전

을 거두었으나, 우리나라의 경우 화장품의 구매행동이나 화장 문화에 대한 연구가 대부분으로 화장 심리에 관한 연구는 아직 활발하게 이루어지지 않고 있다. 특히 자기모니터링과 자기의식의 인성특성과 화장 태도를 관련시켜 체계적으로 살펴본 연구는 거의 없는 실정이다.

자기모니터링은 상황에 적합하게 자기를 표현하려는 자기 성향이고 자기의식은 자신에 대한 인식을 나타내는 내는 개념이다. 화장은 남들에게 자신을 표현하는 행동 중 하나이므로 자기모니터링과 자기의식 수준에 의해서 화장 태도가 영향을 받을 것으로 사료된다. 따라서 본 연구에서는 인간의 외적 아름다움을 증진시키기 위해 널리 사용되고 있는 화장에 대한 태도를 파악하고, 화장 태도를 구성하는 요인을 분석하고자 한다. 또한 자기모니터링과 자기의식을 통해 개인의 내면적 심리가 화장 태도와 어떠한 관련이 있고, 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 이러한 연구를 토대로 개인적인 화장 심리 및 외모관리 심리의 기초 자료를 제공하는데 도움을 주고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 자기모니터링(Self-monitoring)

Snyder⁴⁾에 따르면, 자기모니터링은 자신의 표현행동(expressive behavior)의 사회적 적절성 여부를 판단하기 위해 상황적 단서에 맞추어 자기관찰, 자기통제, 자기관리를 하려는 성향이다. 자기모니터링 수준에 따라 사람은 두 개의 원형적인 범주로 나눌 수가 있는데, 자기모니터링이 높은 사람은 상황적 정보에 근거하여 자신의 행동 선택을 통제하고 규제하는 사람으로서, 자신이 하는 행동의 사회적 적절성을 평가하기 위해 대인관계 및 상황에 관한 정보를 중요하게 여긴다. 따라서 이들의 사회적

1) 이화순, “화장의 사회, 심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구” (경희대학교 대학원 박사학위논문, 2002), pp. 1-2.

2) K. Dion, E. Bersheid and E. Walster, “What is Beautiful is Good,” *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 24 (1972), p. 287.

3) 문영보, “의복 및 얼굴변인의 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구” (중앙대학교 대학원 박사학위논문, 1991), p. 2.

4) M. Snyder, “The Self-monitoring of Expressive Behavior,” *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 30 (1974), p. 527.

행동은 상황의 특수성에 따라 변별성을 나타낸다. 이에 비하여 자기모니터링이 낮은 사람은 자신의 내적 상태, 태도, 특질, 소질 등에 근거하여 자신의 행동선택을 규제하고 조절하는 사람으로서 자신의 행동이 적절한가를 판단하는데 있어 대인관계와 상황의 요구사항에 따라 상황 대 상황의 특수성을 나타내는 대신에 행동의 초 상황적 일관성과 시간적 안정성을 나타낸다.⁵⁾

자기모니터링과 관련된 선행 연구를 살펴보면, Snyder⁶⁾는 자기모니터링이 높은 사람들은 사회적 상황에서 자기제시에 민감하며, 표현적 행동을 관리하기 위하여 상황단서를 지침으로 사용하고, 자기모니터링이 낮은 사람들은 자기제시와 표현의 적합성에 관심이 낮고 상황의 적합성에 따라 조절하는 기술이 부족하다고 하였다.

Snyder et al.⁷⁾의 연구에서는 자기모니터링이 높은 사람들은 사회적 상황에서 타인에게 전달되는 자기 이미지에 관심이 높기 때문에 대인관계에서 데이트 상대자를 택할 때도 자기모니터링이 낮은 사람보다 외적인 신체적 매력을 더 중요시 하였다.

홍희숙⁸⁾은 자기모니터링과 의복, 유행 선도력 사이의 관계를 연구하였는데, 자기모니터링이 높은 사람은 낮은 사람보다 유행의사 선도력이 높았으며, 의복의 동조성, 개성, 심미성과 같은 태도에서 점수가 더 높은 것으로 나타났다.

오희선⁹⁾의 연구에서는 자기모니터링이 높은 사람은 딱딱한 이미지와 활동적인 이미지의 수트를 선호하였는데, 이것은 자기모니터링이 높은 사람은

적절한 사회적 행동에 관심이 있으므로 행동력이 우수한 양의 이미지의 수트를 선호한 것이라고 보았다.

고애란 외¹⁰⁾의 연구에서는 의복에 의한 직업적 합성을 평가하는데, 여자가 남자보다 자기모니터링의 영향을 더 많이 받았는데, 여성은 자기모니터링이 높은 사람이 낮은 사람보다 의복을 지각하는데 더 민감한 반응을 나타냈다.

이은숙¹¹⁾의 연구에서는 자기모니터링이 높은 사람들은 여러 상황에서 세련된, 발랄한, 깔끔한 이미지 등을 선호함으로써 의복을 통해 추구하고자 하는 여러 가지 이미지 수준이 높게 나타났다.

이명희¹²⁾는 자기모니터링이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 화장품의 색을 더 중요시하고, 유행에도 관심이 높으며, 화장품의 사용 정도가 높았다. 즉, 학력, 사회계층, 얼굴만족도가 높을수록 자기모니터링이 높아지며, 자기모니터링이 높을수록 화장품 구매 및 사용 정도가 높아진다고 할 수 있다.

이상에서와 같이 자기모니터링은 사회적 단서에 의한 적절한 자기 표출의 능력을 의미하며, 의복태도나 추구이미지와 관련되고, 화장품 구매 및 사용 정도에 영향을 주는 의미 있는 심리적 특성임을 알 수 있었다. 따라서 자기모니터링은 사회적 상황에서 개인의 표출 능력인 화장 태도에도 관련이 있다고 사료된다.

2. 자기의식(Self-consciousness)

또 하나의 대표적인 개인적 중재 변인인 자기의

5) 이주일, “이분척도와 Likert형 7점 척도의 신뢰도, 타당도, 반응양식의 비교: 자기검색척도와 자기의식척도를 대상으로” (서울대학교 대학원 석사학위논문, 1999), p. 7.

6) M. Snyder, op. cit., p. 536.

7) M. Snyder, E. Berscheid and P. Glick, “Focusing on the Exterior and Interior: Two Investigations of the Initiation of Personal Relationships,” *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 48 (1985), p. 1437.

8) 홍희숙, “자기모니터링과 의복태도, 유행정보원 사용 및 유행의사선도력의 관련 연구” (연세대학교 대학원 석사학위논문, 1989), p. 53.

9) 오희선, “심리적 특성이 의복행동 및 Suit 이미지 선호도에 미치는 영향” (영남대학교 대학원 박사학위논문, 1993), p. 78.

10) 고애란, 이은미, 홍희숙, “남성정장의 의복단서와 관찰자의 자기모니터링이 직업적합성 지각에 미치는 영향,” *대한가정학회지* 33권 1호 (1995), p. 221.

11) 이은숙, “소비자의 자아조정 수준에 따른 상황별 자아이미지, 의복선택요인, 상표선호성에 관한 연구” (한양대학교 대학원 박사학위논문, 1997), p. 102.

12) 이명희, “자기모니터링, 인구통계학적 변인과 화장품 구매행동 및 사용에 관한 연구,” *복식문화연구* 8권 5호 (2000), p. 783.

식은 Fenigstein et al.¹³⁾에 따르면, “주의를 내부로 또는 외부로 향하게 하는 개인의 일반적 특질”인데, 이 자기의식의 정도에 따라 사람들을 분류할 수 있다. 자기의식척도를 요인 분석한 결과, 자기의식은 세 하위요인으로 나누어지며, 그들은 각기 사적(private) 자기의식과 공적(public) 자기의식 그리고 사회 불안을 나타내는 것으로 알려졌다.

그들에 따르면, 사적 자기의식은 Jung의 내향성의 개념과 비슷한 것으로 개인이 사적으로 간직한 감정과 태도, 자신의 내밀한 사고, 다른 사람에게 드러나지 않은 측면들 즉 내적이고 자아 중심적 요구를 반영하는 동기와 관련되리라고 기대되는 자기의 측면들을 말하며, 공적 자기의식은 Mead의 Me의 개념과 비슷한 것으로, 사회적으로 표현된 자기의 측면이다. 즉, 공적 자기의식은 사회적 대상으로서의 자기를 의미하는 것으로서, 인상 형성, 개인의 외현적 행동방식, 예의, 특징적인 말투 등으로 구성된 자기표현, 자기현시 등의 동기와 관련된 자기의 측면이다. 다시 말해 사적 자기의식은 ‘나는 나 자신에 대해 많이 숙고한다’와 같이 자신의 내적 사고 및 감정에 주의를 기울이는 것과 관련된 요인이고, 공적 자기의식은 ‘나는 나 자신을 표현하는 방식에 대해 매우 신경을 쓴다’와 같이 자기를 다른 사람에게 영향을 미치는 사회적 대상으로 보는 일반적 자각과 관련된 것으로, 남들로부터 좋은 인상을 받으려고 신경을 쓰는 것과 관련된다. 또한 사회 불안은 주로 공적 자기의식의 결과로서 생기는 것으로, 대인관계나 여러 사람 앞에서 불안해하고 적절히 행동하지 못하는 것을 우려하는 것을 말한다.

이화순¹⁴⁾의 연구에서는 화장을 하는 것은 자기 평가 및 자신과 타인의 관계에 다양한 변모를 가져온다. 자기의식의 고조는 화장의 정도가 아니라, 화장에 의해서 만들고 싶은 자신의 이미지와 관련된

어 있다고 할 수 있다.

공적 자기의식이 높은 사람은 자신의 겉모습에 신경을 쓰고, 사적 자기의식이 높은 사람은 자신의 이성적 이미지를 강조하고 있는 것이다. 공적 자기의식이 높은 사람은 화장할 때에 자신을 화려하고 섹시하고 어른스러운 이미지로 보이고자 애쓴다. 한편, 사적 자기의식이 높은 사람은 지적이고 고귀하며 세련된 이미지로 자신을 연출하고자 하였다.

변신 희망이나 자기 현시욕구와 관련하여 반규범적, 일탈적 행동을 일으키는 개인의 욕구가 있을 수 있는데, 공적 자기의식이 높은 사람은 타인에게 보여지는 자신을 많이 의식하므로 유행에는 민감하지만, 비대칭화장은 너무 기발하여 경원시하는 경향이 있고, 사적 자기의식이 높은 사람은 어떻게 보여질까 연출하는 화장에 대해 자아관여가 낮다.

Cash and Cash¹⁵⁾는 특히 공적 자기의식이 높은 사람일수록 신체에 대한 의식이 높고 만족도가 낮다는 점을 발견하였는데, 공적 자기의식과 육체의식이 화장품 사용에 보다 긍정적인 태도와 기대를 예상하게 하였고, 양적, 질적으로 화장을 많이 하였다.

이화순¹⁶⁾은 화장을 함으로써 적당한 긴장감이 생기고 기분 전환이 용이하며 거울을 보으로써 자기의식이 높아지고, 공적 자기의식이 높은 사람은 화장품 수가 많으며, 화장을 하여 대인관계가 원활히 유지된다는 생각을 가지고 있다고 알려져 있다.

Cash et al.¹⁷⁾는 자기의식, 신체의식, 신체만족감 및 사회적 불안과 같은 개성지표와 화장행동의 관계를 조사하였는데, 조사 대상자의 대부분은 사회적 장면에 있어서 화장을 하는 것이 자신감과 사교성을 높인다고 생각하였으며, 여러 신체 부위나 체중에 비해 불만이 많은 사람들은 화장을 비교적 자주하는 경향이 있었다.

Cash and Cash¹⁸⁾는 자기의식과의 관계에 있어서 공적 자기의식이 강한 여성일수록 화장하고 외출하

13) A. Fenigstein, M. F. Scheier and A. H. Buss, “Public and Private Self-consciousness: Assessment and Theory,” *Journal of Consulting and Clinical Psychology* Vol. 43 (1975), p. 523.

14) 이화순, op. cit., p. 35.

15) T. F. Cash and D. W. Cash, op. cit., p. 12.

16) 이화순, op. cit., p. 38.

17) T. F. Cash, J. Rissi and R. Chapman, “Not Just Another Pretty Face: Sex Roles, Locus of Control, and Cosmetic Use,” *Personality and Social Psychology Bulletin* Vol. 11 (1985), p. 255.

18) T. F. Cash and D. W. Cash, op. cit., p. 11.

는 경우가 많고, 공적 신체의식이 강한 여성일수록 상황에 상관없이 화장을 하는 경향을 나타내었다.

Carver and Scheier¹⁹⁾는 신체왜곡증상은 자신이 생각하는 외모의 결점에 대한 타인의 평가에 과민하게 반응하고, 외모에 대한 걱정과 집착으로 사회적 상황을 회피하는 것으로 사회적 불안이 높고, 사회적 자아를 더 중요시 여기는 공적 자기의식이 높은 사람들에게서 사회적 상황과 관련된 신체왜곡증상이 더 많이 나타날 수 있다.

공적 자기의식이 높은 사람들은 자기를 기술하는 측면들 중 사회적 정체성(예를 들면, 나의 제스처나 매너-나를 표현하는 방식, 내가 집단 속에서 갖는 성원들과의 관계, 키, 몸무게, 외모 등의 물리적 특징들)에 가장 중점을 두었고, 특히 공적 자기의식이 높은 사람들은 키, 외모, 몸무게와 관련된 물리적 특징에 대한 평정에서 낮은 공적 자기의식들에 속하는 사람들보다 빨랐으며, 여러 가지 상황들 속에서 자신이 어떤 인상을 보여주었으면 좋겠다는 것에 대한 예상을 더 잘 하였다. 또한 공적 자기의식이 높은 사람들은 외모를 사회적 관계를 유지하는데 필요하다고 생각하였는데, 공적 자기의식이 높은 여성들은 공적 자기의식이 낮은 여성들보다 더 진하게 화장을 하였고, 이런 진한 화장이 자신들의 외모를 더 아름답게 돋보이게 하고, 남들과의 상호작용을 촉진시킬 것이라고 믿었다. 자신의 내적 상태보다는 다른 사람의 평가 기준이나 기대에 주의를 더 많이 기울이는 경향성을 가진 공적 자기의식이 높은 사람들은 공적 자기의식이 낮은 사람들보다 타인의 관심이나 평가의 대상이 될 수 있는 자신의 신체에 민감하게 반응한다.²⁰⁾

위와 같은 결과로 볼 때, 공적 자기의식은 타인 의식적인 소비행동인 동조성, 유행 추종성, 과소비

성과 관계가 있으며, 사적 자기의식은 내적 지향적인 소비 행동인 반동조성, 유행 혁신성과 관계가 있을 것으로 유추할 수 있다. 자기의식은 자기모니터링과 구별되는 요인으로, 개인의 심리적인 적응의 지표이며, 태도와 행동 일관성을 중재하는 개인적 중재 변인의 역할을 하는 것이다. 또한 자기의식은 화장 및 화장품 구매행동, 소비행동, 유행 지향성에 밀접한 영향을 주는 의미 있는 심리적 특성임을 알 수 있었다. 따라서 개인들의 일반적 특질인 자기의식은 사회적 상황에서 개인의 표출 능력인 화장 태도에도 관련이 있으리라고 사료된다.

3. 화장 태도(Cosmetic Attitude)

화장은 커뮤니케이션을 원활하고 효과적으로 행하기 위한 하나의 수단이다. 따라서 화장은 자신을 보다 자기답게 나타내 주는 얼굴을 중심으로 행해지는 인상관리의 의도적인 표출법이라고 할 수 있다.²¹⁾ 여성들의 화장은 자의적인 표현이며, 또한 화장이 아름다움을 지니기 위한 도구일 뿐만 아니라 화장은 피부 보호를 위한 도구라 할 수 있다. 또한 화장을 하는 것은 일종의 생활에 있어서 예의라고 생각하는 경향이 높은 것을 알 수 있다. 특히 직장 생활 등 사회생활을 하는 경우는 더욱 필요하다고 인식하고 있다.²²⁾

Cash²³⁾에 의하면 화장품의 사용과 자아 이미지와의 관계에는 매우 긍정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 대부분의 여성이 화장을 했을 때 자기 자신에 대해 보다 긍정적인 바디이미지로 인식한다고 한다. 따라서 화장 후 자기 자신이 육체적으로 더욱 매력적이고 건강하게 보인다고 인식하는 사람은 다른 사람을 만나고 싶거나 외출하고 싶다는 사회적 자신감을 갖는다. 이처럼 화장은 단

19) C. S. Carver and M. F. Scheier, "Attention and Self-regulation," *A Control Theory Approach to Human Behavior*, Springer-Verlag New York Inc (1981).

20) R. G. Turner, L. Gilliland and H. M. Klein, "Self-consciousness, Evaluation of Physical Characteristics, and Physical Attractiveness," *Journal of Research in Personality* Vol. 15 (1981), p. 189.

21) 박미향, 박옥련, "여대생들의 화장행동과 의복행동간의 요인별 비교분석," *한국생활과학회지* 12권 4호 (2003), p. 520.

22) 이승신, 김시월, "한국 여성의 미의 가치관을 통해 본 소비행태분석: 화장품을 중심으로," *태평양장학재단논문집* (1996), p. 3.

23) T. F. Cash, "The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire." In Appendix, *Body Image Disturbance, Assessment and Treatment*, Pergamon Press (1990).

순히 외양을 아름답게 할 뿐 아니라 사회적 활동을 할 때 자신감을 주고 보다 좋은 인상을 줌으로써 인생에 더욱 적극적인 자세를 갖도록 만들기도 한다. 한 예로 화장을 하지 않은 상태에서 옷을 고르거나 헤어스타일을 변화시킬 때 만족감의 정도가 화장을 했을 때보다 훨씬 낮은 만족감을 경험하게 된다. 따라서 화장이 주는 확실한 심리적 효과는 자신감과 만족도의 상승이며, 화장을 하면 기분이 좋아지고 그것이 얼굴 표징에도 나타난다.²⁴⁾

Cox and Glick²⁵⁾은 화장을 한 경우가 더 긍정적인 반응이 나타날 수 있음을 제시하였다. 즉, 화장을 하는 것은 자신의 이미지 변화를 유도할 수 있어 자기 평가 및 자신과 타인의 관계에 변화를 가져오며, 다소 불완전하지만 자신의 공공이미지를 화장으로서 통제할 수 있다고 주장하였다. 이처럼 화장은 개개인에게 있어서 자신의 표현 수단이며, 자신만의 매력적인 장점을 드러내기 위한 행동이 된다.²⁶⁾

김현희²⁷⁾는 화장도(화장품 수)를 분석하고 화장 행동과 화장의식, 화장을 하지 않았을 때와 화장을 했을 때의 심리변화 등 화장의 심리적 효용에 대한 연구를 하였는데, 색조화장을 자주 하는 사람은 외향적이며, 기초화장에 중점을 둔 사람은 내향적이고, 내향적인 사람에게 색조화장을 행하면 사회적으로 적극적인 행동이 유의하게 증가한다고 보고하였다. 이것은 색조화장을 하는 주된 동기가 기본적으로 대인적 관여도를 높이는데 있음을 나타낸다고 할 수 있다. 공적 자의의식이 높은 사람은 사용하는 화장품 수가 많으며, 화장을 함으로써 대인관계가 원활히 유지된다는 생각하는 것으로 나타났다.²⁸⁾ 화장의 심리적 효용은 직접적인 창조적 행위를 통한 자기효용, 만족감과 대인적 효용이라고

할 수 있는 역할 수행, 자기정서를 통한 자존심의 향상, 다른 사람으로부터의 평가향상에 의한 만족감으로 정의된다. 따라서 화장은 기본적으로는 두 가지의 경로에 의한 타인과의 관계를 전제로 하면서 자기의 가치를 높이기 위한 동기에 의한 행동결과와의 만족, 역할에 따른 화장행동에 의해 다른 사람을 통한 만족을 꾀하는 수단이라고 할 수 있다.

Cash and Cash²⁹⁾는 자기의식과 화장행위와의 관련성을 연구하였는데, 공적 자의의식이 강한 여성이 상황에 관계없이 화장을 많이 하는데, 화장 정도의 높음은 사회적 불안을 감소시키고 얼굴에 관한 만족도를 상승시킨다. 특히 공적 자의의식이 강한 사람들이 화장을 하는 동기로는 자기에 대한 자신감이 없는 데서 오는 사회적 불안이 잠재되어 있을 수 있는데, 그들은 화장을 함으로써 자신의 사회적 이미지를 개선하도록 노력하고 그로 인해 심리적인 안정을 얻게 된다. 그러므로 화장 행동은 신체를 보호하고 아름답게 보이기 위한 장식행위일 뿐만 아니라 사회심리학적 관점에서 타인과의 상호 작용 시 의사전달의 수단이 되며, 자아개념을 강화하고 개선시키는 수단으로써 행해진다고 할 수 있다.

위와 같이 선행 연구를 살펴본 결과, 자기모니터링과 자의의식에 관한 연구들은 비교적 체계적이며 다양하게 이루어졌으나, 자기모니터링 및 자의의식과 화장 태도를 관련지어 살펴본 국내 연구는 매우 미흡한 실정이다.

III. 연구 방법

1. 연구 대상 및 자료 수집

여대생의 화장 태도를 살펴보기 위해 충청지역

24) 윤소영, “메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향” (대구카톨릭대학교 대학원 석사학위논문, 2001), p. 56.

25) C. Cox and W. Glick, “Resume Evaluations and Cosmetics Use,” *When More is not Better Sex Roles Vol 14* (1986), p. 57.

26) 김경순, “세기말에 나타난 메이크업의 경향: 컬렉션 메이크업과 브랜드 메이크업을 중심으로,” *한국미용학회지* 6권 3호 (2000), p. 530.

27) 김현희, *op. cit.*, p. 17.

28) L. C. Miller and C. L. Cox, “For Appearance Sake: Public Self-consciousness and Make Up Use,” *Personal and Social Psychology Vol. 8* (1982), p. 751.

29) T. F. Cash and D. W. Cash, *op. cit.*, p. 11.

여자 대학생 300명을 대상으로 설문지 조사 방법을 이용하였다. 총 300부의 설문지를 배부하여 회수한 자료 중 264부를 최종 자료 분석에 사용하였다.

2. 측정 도구 및 분석 방법

자기모니터링 척도와 자기의식 척도는 개인이 자기의 어느 측면을 중시하는가에 따라 사람들을 분류하여 주는 심리적 척도이다.

본 연구에서는 대표적인 개인의 중재 변인 성격 척도인 자기모니터링과 자기의식 척도를 선행 연구를 바탕으로 자기모니터링은 단일 변인으로, 자기의식은 세 개의 하위 변인인 사적인 자기의식, 공적인 자기의식, 사회 불안으로 분류하였다.

자기모니터링 측정도구는 Snyder³⁰⁾가 개발한 자기보고 형식의 25문항을 Gangestad and Snyder³¹⁾가 재검토한 총 18문항의 진위형 자기 검색 측정도구를 선정하였다.

자기의식 측정도구는 Fenigstein et al.³²⁾의 23문항을 사용하였다. 자기모니터링과 자기의식의 번역된 문항은 전문가에게 사전 검사를 실시하여 문항 배열, 어휘 등에 이상이 없음을 확인한 후 예비조사 및 본 조사에 사용하였다.

화장 태도를 측정하는 도구로는 조기여³³⁾, 이화순³⁴⁾, 박미향³⁵⁾, 김현희³⁶⁾의 연구에서 사용된 문항 및 자유진술식의 설문지를 이용하여 1차, 2차의 예비조사를 거쳐 수정 보완하였다. 2차 예비조사 결과를 요인분석하고, 요인 부하량이 낮은 문항은 제외시킨 후 최종적으로 사용한 설문지는 20문항으로 구성하였다. 설문지는 자기모니터링 척도(SMS: self-monitoring scale) 18문항, 자기의식 척도(SCS: self-consciousness scale) 23문항, 화장 태도(CA: cos-

metic attitude) 20문항으로 구성하였으며, 각 문항은 리커트 5점 척도를 사용하였다. 자료의 분석은 SPSS 18.0 프로그램을 이용하여, 요인분석, 상관분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 여대생의 화장 태도에 대한 요인분석 및 화장 태도 결과

화장 태도를 측정하기 위하여 선행 연구 등을 참고하여 39개 예비문항을 작성하여 설문조사를 실시하였다. 예비문항에 대한 설문조사 결과를 이용하여, 화장 태도를 구성하는 요인을 파악하고 좋은 문항들을 선별하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 그 결과, <표 1>에서 나타난 바와 같이 변화의 즐거움 요인, 타인에 대한 예의 요인, 변신의 도구 요인, 동조성 요인 4개의 요인으로 분류되었다.

첫 번째 변화의 즐거움 요인은 『화장을 하면 창조의 즐거움이 있다, 일상생활이 단조롭고 지루할 때 기분 전환을 위해 화장으로 변화를 준다, 화장을 하는 것은 즐겁다』 등의 변수가 포함되었다. 고유치가 6.727이고, 설명력은 33.636이며, 신뢰도는 0.881로, 이 요인에 포함된 변수의 전반적인 의미는 화장을 함으로써 기분이 좋아지고, 변화에 대한 기대로 즐거움이 생기는 것으로 정리할 수 있어 이 요인을 변화의 즐거움이라고 명명하였으며, 8개의 문항이 포함되었다.

두 번째 타인에 대한 예의 요인은 『화장을 하는 것은 여성의 기본적인 예의이다, 화장을 하지 않는 것은 상대방에게 실례라고 생각한다』 등의 변수가 포함되었다. 고유치가 2.156이고, 설명력은 10.782이

30) M. Snyder, "The Self-monitoring of Expressive Behavior," *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 30 (1974), p. 533.

31) S. Gangestad and M. Snyder, "To Cave Nature at It is Joints: On the Existence of Discrete Classes in Personality," *Psychological Review* Vol. 92 (1985), p. 336.

32) A. Fenigstein, M. F. Scheier and A. H. Buss, "Public and Private Self-Consciousness: Assessment and Theory," *Journal of Consulting and Clinical Psychology* Vol. 43 (1975), p. 524.

33) 조기여, "자기효능감, 퍼스널 스페이스, 의복근접도, 화장근접도와와의 관계 (대구효성카톨릭대학교 대학원 박사학위논문, 1999), p. 39.

34) 이화순, op. cit., p. 41.

35) 박미향, "여대생들의 화장행동과 의복행동간의 요인별 비교분석" (경성대학교 대학원 석사학위논문, 2003), p. 20.

36) 김현희, op. cit., p. 26.

며, 신뢰도는 0.806으로 이 요인에 포함된 변수의 전반적 의미는 사회적인 상호관계 속에서 타인을 의식하여 화장을 하는 것으로 정리할 수 있어 이 요인을 타인에 대한 예의라고 명명하였으며, 6개의 문항이 포함되었다.

세 번째 변신의 도구 요인은 『화장은 변신의 도구라고 생각한다, 화장을 하는 것은 나의 이미지를 새롭게 만들어 준다』 등의 변수가 포함되었다. 고유치가 1.425이고, 설명력은 7.127이며, 신뢰도는 0.632로 이 요인에 포함된 변수의 전반적 의미는 화장을 자신의 이미지를 변화시키는 수단으로 정리할 수

있어 이 요인을 변신의 도구라고 명명하였으며, 3개의 문항이 포함되었다.

네 번째 동조성 요인은 『다른 친구들과 비슷하게 화장을 하는 편이다, 친구들과 비슷하게 화장을 했을 때 그들과 더 친근하게 느껴진다』 등의 변수가 포함되었다. 고유치가 1.230이고, 설명력은 6.152이며, 신뢰도는 0.625로 이 요인에 포함된 변수의 전반적 의미는 집단 내의 소속감의 표시로서 소외되지 않기 위해 집단이 취하는 화장과 관련된 문항으로 정리할 수 있어 이 요인을 동조성이라고 명명하였으며, 3개의 문항이 포함되었다.

<표 1> 화장 태도 문항에 대한 요인분석결과

요인		문항	고유치 변량(%) 누적변량(%)	평균 (표준편차)
요인1	변화의 즐거움	1. 기분이 우울할 때 화장하면 그 자체가 즐겁다	6.727 33.636 33.636	4.11 (0.60)
		2. 화장을 하면 걸음걸이가 활발해진다		
		3. 화장을 하면 창조의 즐거움이 있다		
		4. 일상생활이 단조롭고 지루할 때 기분 전환을 위해 화장으로 변화를 준다		
		5. 화장을 하면 의욕이 생긴다		
		6. 화장을 하는 것은 즐겁다		
		7. 화장을 하면 적극적으로 행동한다		
		8. 화장을 하고 나면 달라진 내 모습에 즐거워진다		
요인2	타인에 대한 예의 요인	9. 화장을 하지 않는 것은 상대방에게 실례라고 생각한다	2.156 10.782 44.418	3.29 (0.50)
		10. 화장을 하는 것은 여성의 기본적인 예의이다		
		11. 화장을 하지 않아도 괜찮다고 생각한다		
		12. 화장을 하고 있지 않을 때에 아는 사람을 만나면 부끄러워진다		
		13. 화장은 사회생활에서 반드시 필요하다고 생각한다		
		14. 화장을 하는 친구를 만나러 나갈 때, 화장을 하지 않고 가지 않는다		
요인3	변신의 도구 요인	15. 화장을 하는 것은 나의 이미지를 새롭게 만들어 준다	1.425 7.127 51.545	3.19 (0.77)
		16. 화장은 변신의 도구라고 생각한다		
		17. 화장 스타일에 따라서 나의 외모(이미지)가 달라진다고 생각한다		
요인4	동조성 요인	18. 친구들과 비슷하게 화장을 했을 때 그들과 더 친근하게 느껴진다	1.230 6.152 57.697	2.68 (0.73)
		19. 다른 친구들과 비슷하게 화장을 하는 편이다		
		20. 항상 친구들이 많이 사용하는 화장품을 선택한다		

여대생의 화장 태도 각 요인에 대한 평균과 표준편차를 살펴보면 <표 1>에서 나타난 바와 같이 변화의 즐거움 요인의 평균이 4.11로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 타인에 대한 예의 요인이 3.29, 변신의 도구 요인 3.19, 동조성 요인 2.68의 순으로 나타나 여대생들은 변화의 즐거움을 추구하기 위해, 그리고 타인에 대한 예의로서 화장을 하고 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 화장을 함으로써 기분 전환이 용이하며, 자신과 타인의 관계에 다양한 변모를 가져온다는 이화순³⁷⁾의 결과와 화장이 주는 확실한 심리적 효과로 화장을 하면 기분이 좋아진다는 윤소영³⁸⁾의 결과, 그리고 화장을 하는 것은 일종의 생활에 있어서 예의라고 생각한다는 박미향과 박옥련³⁹⁾의 결과와 일치하고 있다. 따라서 여대생들은 외모에 대한 관심이 높아 화장을 통해 변화를 주고 그 안에서 기분 전환 등의 즐거움을 찾는 동시에 타인에 대한 예의로서 화장하고 있음을 알 수 있다.

2. 여대생의 자기모니터링, 자기의식 결과

본 연구의 주요 독립변인이 자기모니터링 수준과 자기의식 수준을 파악하기 위해 여대생의 자기모니터링, 자기의식의 평균과 표준편차를 산출하였다. 그 결과, <표 2>에서 나타난 바와 같이 자기모니터링의 평균은 3.90으로 나타나 여대생들의 자기모니터링 수준이 높음을 알 수 있다. 이러한 결과는 Snyder⁴⁰⁾의 연구에서와 같이 자기모니터링이 높은 사람들은 사회적 상황에서 타인에게 전달되는 자기 이미지에 관심이 높다고 한 것처럼 취업 시 외모가 경쟁력이 되고 있는 시대에 살고 있는 요즘 여대생들은 외모에 더 많은 관심을 두고 자기를 모니터링하기 때문인 것으로 여겨진다.

자기의식에 있어서는 공적 자기의식의 평균은 3.88,

<표 2> 자기모니터링, 자기의식에 대한 평균, 표준편차 (N=264)

	자기 모니터링	자기의식		
		공적 자기의식	사적 자기의식	사회 불안
평균	3.90	3.88	3.50	3.13
표준편차	0.43	0.57	0.50	0.72

사적 자기의식은 3.50, 사회 불안 3.13의 순으로 나타나 여대생들의 자기의식은 공적 자기의식 수준이 가장 높음을 알 수 있다. 공적 자기의식이 높은 사람은 타인에게 보여지는 자신을 많이 의식하므로 자신의 겉모습에 신경을 쓴다는 이화순⁴¹⁾의 연구 결과에서와 같이, 대인관계가 많아지고 외모의 중요성이 부각되고 있는 현대사회에서 대학생들은 취업이라고 하는 문제가 있기 때문에 사회적 대상으로서의 자기를 의미하는 공적 자기의식 수준이 가장 높게 나타난 것으로 보인다.

3. 자기모니터링, 자기의식, 화장 태도 간 상관관계

자기모니터링과 자기의식, 화장 태도 간 관련성을 보기 위하여 각 변수 간 상관계수를 산출하였다. <표 3>에서와 같이 자기모니터링은 화장 태도의 하위 요인 중 변화의 즐거움($r=0.342, p<0.001$), 타인에 대한 예의($r=0.148, p<0.05$), 변신의 도구($r=0.187, p<0.01$)와 유의한 정적인 상관관계를 보였다. 즉, 상황적 단서에 맞추어 자기관찰, 자기통제, 자기관리를 하려는 성향이 높은 사람은 화장을 변신의 도구로 생각하여 상황에 따라 변화를 추구하고 즐거워 할 뿐만 아니라 타인에 대한 예의도 고려하여 자신을 통제하고 관리하고 있음을 알 수 있다. 이는 자기모니터링이 높은 집단은 화장품 구매빈도가 높다는 이명희⁴²⁾의 연구, 그리고 공적 자기

37) 이화순, op. cit., p. 35.

38) 윤소영, “메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향” (대구카톨릭대학교 대학원 석사학위논문, 2001), p. 56.

39) 박미향, 박옥련, “여대생들의 화장행동과 의복행동간의 요인별 비교분석,” *한국생활과학회지* 12권 4호 (2003), p. 520.

40) M. Snyder, “Self-monitoring Process,” In L. Berkowitz, *Advances in Experimental Social Psychology* Vol. 12 (1979), p. 126.

41) 이화순, op. cit., p. 35.

42) 이명희, op. cit., p. 777.

의식이 높은 사람은 화장품 수가 많으며, 화장을 하여 대인관계가 원활히 유지된다는 생각을 가지고 있는 것으로 알려져 있다는 이화순⁴³⁾의 연구와 같은 맥락으로 이해될 수 있다. 화장품의 수가 많고, 화장품의 구매빈도가 높은 것은 화장을 많이 함을 의미하는 것으로 볼 수 있기 때문이다.

자기의식의 하위 요인인 사적 자기의식은 화장 태도 요인 중 변화의 즐거움($r=0.226, p<0.001$), 변신의 도구($r=0.220, p<0.001$), 타인에 대한 예의($r=0.125, p<0.05$)와 유의한 정적인 상관관계를, 공적 자기의식은 화장 태도 요인 중 변신의 도구($r=0.343, p<0.001$), 변화의 즐거움($r=0.287, p<0.001$), 타인에 대한 예의($r=0.245, p<0.001$)와 유의한 정적인 상관관계를 보였다. 즉, 자신의 내적 사고 및 감정에 주의를 기울이는 사람뿐만 아니라 자신을 표현하는 방식에 대해 신경을 많이 쓰는 사람들일수록 화장을 변신의 도구로 생각하고, 이를 통해 변화의 즐거움을 누리고 있음을 알 수 있다. 이는 공적 자기의식이 높을수록 현실의 자기를 기대적 자아와 비슷해지려고 하는 변신의 노력으로서 화장을 하고 외출하는 경우가 많다는 Cash and Cash⁴⁴⁾의 연구 결과와 일치하고 있다. 본 연구에서 유의한 관계가 나타난 타인의 대한 예의는 이화순⁴⁵⁾의 연구에서는 유의하지 않은 것으로 나타났는데, 이는 대인관계가 더욱 많

아진 요즘 자신의 표현방식에 신경을 쓰는 여대생들이 타인을 더욱 의식하여 화장을 하기 때문인 것으로 보인다.

4. 자기모니터링과 자기의식이 화장 태도에 미치는 영향

자기모니터링과 자기의식의 세 하위요인이 화장 태도에 미치는 영향을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

화장 태도 중 변화의 즐거움에 대한 다중회귀분석 결과, <표 4>에서와 같이 자기모니터링과 자기의식의 세 하위요인은 변화의 즐거움의 전체변량 중 16.0% 설명하였으며, 이는 통계적으로 유의하였다($F=12.327, p<0.001$). 네 개의 독립변인 중 자기모니터링($p<0.001$)과 공적 자기의식($p<0.01$)만 변화의 즐거움에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 자기모니터링($\beta=0.304$)이 공적 자기의식($\beta=0.197$)보다 변화의 즐거움에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타나 이화순⁴⁶⁾의 연구 결과와 일치하고 있다. 여대생들은 변화의 즐거움을 높게 지각할수록 공적 자기의식이 높게 나온 것으로 보아, 사회적 상황에 많이 노출될수록 변화의 기회도 많아지며 타인에게 좀 더 나은 인상으로 표현되기 위해 화장을 하며 변화된 자신의 모습에서 즐거움을 찾

<표 3> 자기모니터링, 자기의식, 화장 태도 간 상관관계

	자기 모니터링	사적 자기의식	공적 자기의식	사회 불안	변화의 즐거움	타인에 대한 예의	변신의 도구	동조성
자기모니터링	1.00							
사적 자기의식	0.353***	1.00						
공적 자기의식	0.266***	0.580***	1.00					
사회 불안	-0.288***	0.191**	0.264***	1.00				
변화의 즐거움	0.342***	0.226***	0.287***	0.009	1.00			
타인에 대한 예의	0.148*	0.125*	0.245***	0.058	0.494***	1.00		
변신의 도구	0.187**	0.220***	0.343***	0.079	0.546***	0.319***	1.00	
동조성	0.006	-0.041	0.098	0.089	0.281***	0.335***	0.198***	1.00

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

43) 이화순, op. cit., p. 38.

44) T. F. Cash and D. W. Cash, op. cit., p. 11.

45) 이화순, op. cit., p. 68.

46) 이화순, op. cit., pp. 4-7.

고 있음을 알 수 있다. 또 자기모니터링이 높은 집단이 색조화장품을 많이 사용하는 것으로 나타난 이명희⁴⁷⁾ 연구에서처럼 색조화장품의 사용 정도가 많은 것은 화장을 많이 하는 것과 같은 맥락으로 이해될 수 있다. 그러므로 화장 태도는 개인의 인상 표출에 관련된 심리적 특성과 밀접한 관련이 있음을 시사한다.

화장 태도 중 타인에 대한 예의의 다중회귀분석 결과, 자기모니터링과 자기의식의 세 하위요인은 타인에 대한 예의를 7.1% 설명하였으며, 이는 통계적으로 유의하였다($F=4.923, p<0.001$). 네 개의 독립변인 중 공적 자기의식만 타인에 대한 예의에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=0.239, p<0.01$). 즉, 공적 자기의식이 높을수록 타인에 대한 예의를 표하기 위해 화장을 하는 태도를 보였다. 이는 Fenigstein⁴⁸⁾ 등의 연구에서, 공적 자기의식은 다른 사람에게 인식되는 사회적 객체로서 자기, 가령 인상 형성, 개인의 외현적 행동방식, 예의 등으로 구성되는 것으로 자기표현과 관련된 자기의 측면에 주의를 기울이는 경향이라고 본 것처럼 본 연구에서도 공적 자기의식이 높을수록 타인에 대한 예의를 위해 화장을 하는 태도를 보여 선행 연구와 일치하는 것으로 나타났다.

화장 태도 중 동조성에 대한 다중회귀분석 결과, 네 개의 독립변인은 동조성을 유의하게 설명하지 못하는 것으로 나타났다($F=2.090, p<0.50$). 즉, 동조

성은 자기모니터링과 자기의식에 의해 영향을 받지 않는 것으로 나타났다. 여기서 동조성이란 집단 내의 소속감의 표시로서 화장을 하는 태도인데, 요즘 여대생들은 주변의 친구 등을 동조하며 화장을 하기 보다는 자신만의 개성을 표현하면서 자신에게 어울리는 화장을 추구하기 때문인 것으로 여겨진다.

화장 태도 중 변신의 도구에 대한 다중회귀분석 결과, 자기모니터링과 자기의식의 세 하위요인은 변신의 도구를 12.8% 설명하였으며, 이는 통계적으로 유의하였다($F=9.520, p<0.001$). 네 개의 독립변인 중 공적 자기의식만 변신의 도구에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=0.305, p<0.001$). 즉, 공적 자기의식이 높을수록 화장에 대해 변신의 도구 태도를 지니는 것으로 나타났다. 이는 이화순⁴⁹⁾ 연구와 일치하는 결과로, 화장을 변신의 도구로 사용하는 집단은 사회에서 다른 사람에게 인식되는 사회의 객체로서 자신을 변신시키기 위해 화장하는 것으로 볼 수 있다.

화장을 변신의 도구로 생각하는 사람들은 단순히 남에게 보여지는 사회적 객체로서의 자기에게 주의를 기울이는 경향뿐만이 아니라, 그와 동시에 타인의 시선을 통해 보여지는 자신을 스스로 평가하는 요소를 포함하고 있음을 시사한다.

이상의 결과에서와 같이 화장 태도에 영향을 미치는 요인 중 특히 공적 자기의식은 동조성 태도를

<표 4> 자기모니터링과 자기의식이 화장 태도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석결과

	변화의 즐거움	타인에 대한 예의	변신의 도구	동조성
자기모니터링	0.304***	0.119	0.117	0.051
사적 자기의식	-0.004	-0.064	-0.005	-0.169
공적 자기의식	0.197**	0.239**	0.305***	0.158
사회 불안	0.045	0.041	0.033	0.094
<i>F</i>	12.327***	4.923***	9.520***	2.090
<i>R</i> ²	0.160***	0.071***	0.128***	0.031

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

주) 표안의 값은 표준화된 회귀계수(β)임.

47) 이명희, op. cit., p. 149.

48) A. Fenigstein, M. F. Scheier and A. H. Buss, op. cit., p. 525.

49) 이화순, op. cit., pp. 4-7.

제외한 다른 하위차원에 영향을 주는 변인임이 밝혀졌다. 그러므로 화장은 자기표현을 위한 수단으로 생각하여 나를 나타내 주는 하나의 공적수단으로 여기고 있음을 알 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 외모에 많은 관심을 가지고 있는 여대생들을 대상으로 화장 태도의 요인을 파악하고, 자기모니터링 및 자기의식과 화장 태도와의 관계를 알아보고자 하였으며, 자기모니터링과 자기의식 수준이 화장 태도에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 여대생의 화장 태도를 요인 분석한 결과, 변화의 즐거움, 타인에 대한 예의, 변신의 도구, 동조성의 4요인으로 분류되었으며, 4개의 요인 중 변화의 즐거움, 타인에 대한 예의, 변신의 도구, 동조성의 순으로 화장 태도를 보였다. 즉, 화장을 함으로써 자신의 결점을 커버하고 보다 나은 모습으로 변화시키며, 그 안에서 즐거움을 찾고, 타인과의 대인관계에서도 자신을 관리하며 예의를 갖추고, 화장으로 변신을 함으로써 외모에 대한 자신감과 긍지를 갖게 됨을 알 수 있었다.

둘째, 여대생들의 자기모니터링 수준은 높은 편으로 나타났고, 자기의식은 하위 변인 중 공적 자기의식이 가장 높게 나타나, 대인관계가 많은 현대 사회에서 자신이 타인들에게 좋은 인상으로 비춰지도록 자신을 통제하고 관리하고 있음을 알 수 있다.

셋째, 자기모니터링, 자기의식, 화장 태도 간 상관분석 결과, 자기모니터링은 화장 태도의 하위 요인 중 변화의 즐거움, 타인에 대한 예의, 변신의 도구와도 유의한 상관을 보였다. 자기의식의 하위 요인 중 사적 자기의식과 공적 자기의식은 화장 태도의 하위 요인 중 변화의 즐거움, 변신의 도구, 타인에 대한 예의와 유의한 상관을 보였다. 자기의식의 세 번째 하위요인인 사회 불안은 화장 태도의 하위 요인과 유의한 상관을 보이지 않았다. 이는 자기 모

니터링이 높을수록, 공적 자기의식이 높을수록 사회적으로 표현된 자기의 측면이 강하게 나타나며, 사회적으로 표현되어지는 것, 즉 외현적인 행동방식, 예의, 특징적인 말투 등으로 구성된 자기표현을 중요하게 생각하는 것으로 보인다. 따라서 좋은 자기 이미지를 위해 외적인 신체적 매력을 더 중요시하며, 화장에 신경을 많이 쓰고 있음을 알 수 있었다.

넷째, 다중회귀분석 결과, 자기모니터링과 자기의식은 화장 태도의 변화의 즐거움, 타인에 대한 예의, 변신의 도구 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 반면, 자기모니터링과 자기의식은 화장 태도의 동조성과 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 동조성은 자기모니터링과 자기의식에 의해 영향을 받지 않는 것으로 나타났다.

화장을 하는 것은 자기 평가 및 자신과 타인의 관계에 다양한 변모를 가져온다. 본 연구에서 여대생들의 화장 태도를 살펴 본 결과, 화장이 개인의 심리를 반영하는 것으로 내적인 표현수단이 되고 있음을 알 수 있었다. 자기모니터링, 자기의식과 화장 태도의 관련성을 밝히는 것은 개인의 화장 태도 특성을 이해하는데 유용할 뿐 아니라, 화장품 산업에서 소비자의 내적 특성을 파악하여 차별적인 마케팅 전략에 자기모니터링 변인의 적용 가능성을 알아볼 수 있다는 점에서 의의가 있다고 사료된다. 또한 자기모니터링과 자기의식과의 관련성을 밝힌 이주일⁵⁰⁾의 연구 결과에서와 같이 자기모니터링과 자기의식은 한 개인의 심리적인 특성이므로, 두 변인은 한 개인 내에서 서로 높은 영향을 주고받을 것으로 기대된다. 이전까지의 연구들은 자기모니터링과 자기의식이 화장 태도에 미치는 영향을 독립적으로 검증하였다. 그러나 이 두 변인은 서로 관련성이 있으므로, 각 변인이 화장 태도에 미치는 영향은 통제되어야 할 것으로 판단된다. 따라서 본 연구에서는 다중회귀분석을 실시하여 한 변인이 화장 태도에 미치는 영향력을 통제한 후의 다른 변인의 영향력을 검증하고자 한 점에 의의를 두고자 한다.

본 연구는 지역과 대상을 한정하였으므로 연구

50) 이주일, op. cit., p. 30.

결과의 확대 해석은 신중을 기해야 할 것이다. 후속 연구로는 본 연구의 결과를 바탕으로 외모관리 행동을 좀 더 세분화시키고, 연령별, 직업별과의 관계로 확대 실시한다면 소비자의 심리적 특성이 반영된 외모관리 산업의 마케팅 전략 수립에 유용한 자료가 될 것이다.

참고문헌

- 고애란, 이은미, 홍희숙 (1995). “남성정장의 의복단서와 관찰자의 자기모니터링이 직업적합성 지각에 미치는 영향.” *대한가정학회지* 33권 1호.
- 김경순 (2000). “세기말에 나타난 메이크업의 경향: 컬렉션 메이크업과 브랜드 메이크업을 중심으로.” *한국미용학회지* 6권 3호.
- 김현희 (2001). “여고생의 화장행동과 화장품 구매 불안간의 관계.” 대구카톨릭대학교 대학원 석사학위논문.
- 문영보 (1991). “의복 및 얼굴변인의 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구.” 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 박미향 (2003). “여대생들의 화장행동과 의복행동 간의 요인별 비교분석.” 경성대학교 대학원 석사학위논문.
- 박미향, 박옥련 (2003). “여대생들의 화장행동과 의복행동간의 요인별 비교분석.” *한국생활과학회지* 12권 4호.
- 오희선 (1993). “심리적 특성이 의복행동 및 Suit 이미지 선호도에 미치는 영향.” 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤소영 (2001). “메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향.” 대구카톨릭대학교 대학원 석사학위논문.
- 이명희 (2000). “자기모니터링, 인구통계학적 변인과 화장품 구매행동 및 사용에 관한 연구.” *복식문화연구* 8권 5호.
- 이승신, 김시월 (1996). “한국 여성의 미의 가치관을 통해 본 소비행태분석: 화장품을 중심으로.” *태평양장학재단논문집*.
- 이은숙 (1997). “소비자의 자아조정 수준에 따른 상황별 자아이미지, 의복선택요인, 상표선호성에 관한 연구.” 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 이주일 (1988). “이분척도와 Likert형 7점 척도의 신뢰도, 타당도, 반응양식의 비교: 자기검색척도와 자의식척도를 대상으로.” 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이화순 (2002). “화장의 사회, 심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구.” 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 오희선 (1993). “심리적 특성이 의복행동 및 Suit 이미지 선호도에 미치는 영향.” 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 조기여 (1999). “자기효능감, 퍼스널 스페이스, 의복근접도, 화장근접도와와의 관계” 대구효성카톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 홍희숙 (1988). “자기모니터링과 의복태도 유행정보원 사용 및 유행의사 선도력의 관련 연구.” 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- Carver, C. S. and M. F. Scheier (1981). “*Attention and Self-regulation.*” *A Control Theory Approach to Human Behavior.* Springer-Verlag New York Inc.
- Cash, T. F., J. Rissi and R. Chapman (1985). “Not Just Another Pretty Face: Sex Roles, Locus of Control, and Cosmetic Use.” *Personality and Social Psychology Bulletin* Vol. 11.
- Cash, T. F. and D. W. Cash (1982). “Women's Use of Cosmetics: Psychosocial Correlates and Consequences.” *International Journal of Cosmetic Science* Vol. 4.
- Cash, T. F. (1990). “The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire.” *In Appendix Body Image Disturbance, Assesment and Treatment.* Pergamon Press.
- Cox, C. and W. Glick (1986). “Resume Evaluations and Cosmetics Use.” *When More is not Better, Sex Roles* Vol. 14.
- Dion, K., E. Bersheid and E. Walster (1972). “What is Beautiful is Good.” *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 24.
- Fenigstein, A., M. F. Scheier and A. H. Buss (1975). “Public and Private Self-consciousness: Assesment and Theory.” *Journal of Consulting and Clinical Psychology* Vol. 43.

- nical Psychology* Vol. 43.
- Gangestad, S. and M. Snyder (1985). "To Cave Nature at It is Joints: on the Existence of Discrete Classes in Personality." *Psychological Review* Vol. 92.
- Miller, L. C. and C. L. Cox (1982). "For Appearance Sake: Public Self-consciousness and Make Up Use." *Personal and Social Psychology* Vol. 8.
- Snyder, M. (1974). "The Self-monitoring of Expressive Behavior." *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 30.
- Snyder, M. (1979). "Self-monitoring Process." In L. Berkowitz, *Advances in Experimental Social Psychology*.
- Snyder, M., E. Berscheid and P. Glick (1985). "Focusing on the Exterior and Interior: Two Investigations of the Initiation of Personal Relationships." *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 48.
- Turner, R. G., L. Gilliland and H. M. Klein (1981). "Self-consciousness, Evaluation of Physical Characteristics, and Physical Attractiveness." *Journal of Research in Personality* Vol. 15.