Journal of Fashion Business
Vol. 16, No. 5, pp.1~22(2012)

재능유형, 자기외모인식이 화장, 헤어외모관리행동에 미치는 영향

구 인 숙
충남대학교 생활과학대학 소비자생활정보학과 교수

The effects of Talent Types and Self-Appearance Perception on Make-up and Hair Appearance Management Behaviour

Koo Insook
Professor, Dept., of Consumer Life Information, College of Human Ecology,
Chung Nam National University

Abstract

This study aims to examine the effect of talent types and self-appearance perception on make-up and hair appearance management behaviour in 367 adults(female and male). The present study is the first to consider both human talent type and the self-appearance perception on make-up and hair appearance management behaviour correlates to appearance management behaviour.

Correlation analysis showed that there were statistically significant correlation between the talent types, the self-appearance perception and the make-up and hair appearance management behaviour, appearance managing reason, appearance managing area, and consulting with doctor related to appearance unsatisfaction.

Also, regression analysis revealed that the effects of interpersonal talent, bodily kinesthetic talent among 8 talent types on the make-up and hair appearance management behaviour were significant, and that the effects of real and ideal self-appearance perception factors on the make-up and hair appearance management behaviour were significant.

Key Words : Talent Types(재능유형), self-Appearance Perception(자기외모인식), Make-up and Hair Appearance Management Behaviour (화장 및 헤어 외모관리행동)

Corresponding author: Koo Insook, Tel.+82-42-821-6845
E-mail: iisk@cnu.ac.kr

Ⅰ. 연구목적

외모는 다른 사람을 지각하는 첫 번째 단서 중의 하나로서 아름다운 외모를 지닌 사람들은 자기스스로 만족하고 능동적인 삶을 살아가며 사회생활에서도 자신감을 발휘하는 경우가 많다. 외모에 대한 사회적 통념은 시대에 따라 다르지만 그 사회가 추구하는 아름다운 외모에 대한 기준은 개인의 외모관리 행동에 영향을 미친다. 오늘날, 문화전달의 역할을 담당하는 매스미디어는 남성과 여성의 문화적 이상적인 외모에 대해 정보를 교환하고 있다.[1)2)] 이 이상화는 국제화되어 자기평가에 사용되기도 한다.[3)] 우리가 우리의 신체를 어떻게 생각하고, 느끼며, 어떻게 자신을 표현하고자 하는가에 따라, 즉 자기외모평가와 인식에 근거하여 외모관리행동을 하게 된다.[4)5)6)]

외모를 관리하는 방법에는 크게 3 가지 유형이 있다. 신체에 채색하는 방법(body painting), 신체를 포피하는 방법(body enclosure), 그리고 또 다른 하나는 신체를 변형시키거나 상흔을 내는 방법(body modification)이다. 외모관리의 두 번째 방법인 신체를 포피하는 방법은 적게는 귀걸이, 목걸이를 하거나 크게는 신체전체를 의복으로 둘러싸는 방법이다. 여기에 다양한 소재와 질감 그리고 색상과 디자인 등이 신체를 새롭게 창조할 수 있게 하는 패션미학과 패션산업이 존재한다. 외모관리의 3번째 방법은 오늘날 성형수술과 같이 신체에 상처자국을 남기거나 신체를 변형시키는 성형미학이 발전하고 있다.

외모를 관리하는 첫 번째 방법인 신체를 채색하는 바디페인팅 행동은 문화가 발달할수록 계층의 차이를 표현할 수 있어 특수한 경우를 제외하고 얼굴화장(메이크업)으로 연결되어 얼굴화장을 통하여 적극적인 인간의 감정을 표현하는 화장미학이 대두되어 보편적 또는 특수분장의 외모관리행동을 할 수 있게 되었다. 본 연구는 얼굴화장과 헤어스타일링 및 관리를 통한 외모관리행동에 초점을 두고 개인의 재능유형과 자기외모인식이 화장 및 헤어관리행동에 미치는 영향을 밝히고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

재능유형과 자기외모인식이 화장 및 헤어관리행동에 미치는 영향을 규명함에 앞서 본 연구의 중심 주제인 용어의 정의와 연구의 범위를 밝혀두고자 한다. '재능유형'에 대한 정의는 앞서 발표한 논문에서 기술하였기에 생략하기로 한다. 자기외모인식과 화장 및 외모관리행동의 범위는 다음과 같다.

1. 자기외모인식

자기외모인식에는 가시적으로 나타난 현상적 자기외모와 이상적 자기외모를 포함하고 있다. 선행연구들에 의하면 자신에 대한 지식의 중요원천은 다른 사람과 비교하여 얻어지며 타인의 피드백에 의한 자기내면화 과정에서 내재화된 타인원천을 포함하여 이상적 자기외모이미지를 가꾸려는 동기가 생성되고,[7)8)9)] 자신의 의지력을 포함한 이상적 신체로 향하려는 의식이 외모관리행동을 하게 된다고 보고하고 있다.[10)11)] 바꾸어 말하면 자기외모인식은 외모를 관리하려는 행동성향의 근원이 된다.

또한 자기외모에 대한 만족은 자기의 능력, 성공이나 가치 등을 높이 평가하게 하여 자기에 대한 느낌을 좋게 한다.[12)] 나아가서 외모는 개인이 자신에 대해 가지는 태도 속에 내재화된 개인적인 가치판단인 자기존중감의 평가적 요소와 자기만족, 자기승인과 같은 감정적 측면을 포함하는 감정적 요소에 영향을 미치고 자기 존중감을 상승시키는 기능과 표현을 수행한다. 그러므로 현대인은 끊임없이 변화하는 사회적 미의 기준 속에서 자신의 신체와 외모에 대해서 인식하고 자신의 신체적 결점과 외모에 대한 콤플렉스에서 탈피하고자 신체적, 정신적 노력을 통해 자존감을 유지하려고 하는 것이다.[13)14)]

2. 화장 및 헤어 외모관리행동

화장 및 헤어 외모관리행동이란 주로 미용실이나 미용전문점에서 수행되는 화장(주로 얼굴에 행하는 피부관리 및 색조화장, 팩, 맛사지 등)과 헤어관리(주로 머리카락관리인 스타일링, 블리치, 염색, 정발, 그리고 두피케어 등)를 이용한 외모관리행동으

로 정의해 두고자 한다. 미용실이나 미용전문점에서 행하더라도 신체를 변형하는 문신이나 점 및 잡티제거와 같은 외모관리행동은 고수준외모관리행동으로 분류하여 다른 논문에서 취급하기로 하고,[15] 본 연구에서는 화장, 헤어, 얼굴피부관리 등에 관한 행동에 국한하여 개인의 재능유형과 자기외모인식이 화장 및 헤어외모관리행동에 미치는 영향을 분석하고자 한다.

사람의 외모는 내적외모와 외적외모로 구분된다. 내적외모는 그 사람의 심성과 생각이 작용하고 감정과 습관의 영향으로 자세와 행동, 그리고 말과 표정이 관여하게 된다. 저변에는 사람의 욕구가 잠재되어 있는데 내적외모는 이러한 종합적인 요인에 의해 형성되어 외부로 표출된다. 외적외모는 화장과 헤어관리, 그리고 의복 등에 의해 형성되며 착용자의 표현의지가 이미지를 결정한다. 화장과 헤어스타일링은 의복과 함께 토탈패션을 담당하는 것으로 인간과 의복과 화장 및 헤어스타일이 조화를 이루며 이미지를 생성할 때 진정한 미적체험을 할 수 있다. 이미지는 추상적, 관념적으로 마음속에 새겨진 “상” 이지만 이미지는 표현을 하게 하는 힘을 가지고 있다. 우리들이 개개의 사물을 지각하고 파악하는 것은 감각을 통해서이지만 이미지는 개별적으로 지각한 정보를 종합하고 체계화시켜 표현을 할 수 있는 근거를 제공한다. 무엇을 어떻게 표현하는가에 따라 생성되는 미의 유형은 사뭇 차이가 난다. 어떤 경우는 백치미를, 다른 경우는 섹시미와 우아미를 표현한다. 인간이 아름다워지고 싶은 욕망은 동서고금을 통하여 인간불평등의 기원을 부정하는 인간의 노력으로 간주되고 있다.

Ⅲ. 연구방법 및 내용

1. 연구문제

본 연구를 수행함에 있어 다음과 같은 문제들을 가설로서 설정하고자 한다.

1) 인구통계변수는 화장 및 헤어외모관리행동에 영향을 미칠 것이다.

2) 재능유형은 화장 및 헤어외모관리행동에 영향을 미칠 것이다.

3) 재능유형과 외모관리이유, 외모관리부위, 외모불만으로 의사와 상담, 화장품구매요점, 화장품구매정보원 등 간은 상관이 있을 것이다.

4) 자기외모인식은 화장 및 헤어외모관리행동에 영향을 미칠 것이다.

5) 자기외모인식요인들과 외모관리이유, 외모관리부위, 외모불만으로 의사와 상담 등 간은 상관이 있을 것이다.

2. 문헌조사 및 예비조사

본 연구를 위해 현대인의 외모관리행동의 심리적, 사회적 근거를 관련도서와 선행연구논문을 통하여 문헌조사를 실시하였고[16][17][18][19], 외모관리를 위한 상품과 서비스에는 어떤 것들이 있는지 시장조사와 외모관리행동 통계조사를 연구하였다.

선행연구와 문헌을 통하여 외모관리행동에 관한 측정도구를 구성하고 예비조사를 실시하였다. 예비조사에서 밝혀진 문항들을 보완하여 본 조사 측정도구를 작성하였다. 또한 외모관리행동과 재능의 관련성을 규명하기위해 선행연구의 재능측정설문지를 사용하였다.[20][21] 조사대상자는 편의추출법을 이용하여 선정하였고, 조사방법은 우편, 전자메일, 직접대면조사 방법을 활용하였다. 조사기간은 2012년 1월 25일부터 1월 31일까지의 일주일간이었다. 총 387부가 회수되었으나 불성실한 자료를 제외하고 총 367부만이 최종자료로 활용되었다.

3. 측정도구

본 조사 측정도구는 재능 측정을 위한 72문항, 자기외모인식을 측정하기 위한 13문항, 화장 및 헤어외모관리행동측정을 위한 9문항, 외모관리이유 1문항, 외모관리부위 1문항, 외모불만으로 의사와 상담 1문항, 그리고 인구통계변수 8문항 등 총 105문항으로 구성되었다.

재능측정을 위한 72문항과 자기외모인식을 측정하기 위한 13문항, 화장, 헤어관리행동을 측정하기 위한 7문항은 “전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다, 보통이다, 그렇다, 매우 그렇다”의 5점 리커트 척도로 구성되었다. 화장 및 헤어관리행동을 측정하기위한 9문항 중 화장품구매요점, 구매정보원 등의 2문항과 인구통계변수 8문항은 명명척도로 구성되었다.

4. 표본 구성

본 연구의 참가자는 367명으로 성별은 여성이 172명(46.9%), 남성이 195명(53.1%)이고, 연령별은 18세 이상 20대미만이 8명(2.2%), 20대가 156명(42.5%), 30대가 76명(20.7%), 40대가 105명(28.6%), 50대가 22명(6.0%)으로 분포되었다.

5. 분석방법

본 조사를 위해 SPSS 19 통계프로그램을 활용하여 각 문항들의 신뢰도 분석을 행하였고, 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 산출하였다. 집단차이검정을 위해 x^2(카이검정) 또는 t-test, 교차분석, 상관분석, 선형회귀분석을 실시하였다.

VI. 결과 및 고찰

외모를 돋보이게 하기위한 행동 중 타인에 의해 시술되는 특수한 분장을 제외하고 자기 스스로 행하거나 타인에 의해 시술되더라도 보편적인 미용서비스인 화장, 헤어외모관리행동에 미치는 인구통계변수, 재형유형, 자기외모인식의 영향력을 알기위해 설문지조사를 행하고 수집된 367명의 데이터를 분석한 결과 및 고찰은 다음과 같다.

1. 인구통계변수와 화장 및 헤어관리행동, 외모관리이유, 외모관리부위, 외모불만으로 의사와 상담 간의 관련성

화장. 헤어를 통해 용모를 아름답게 하는 행동, 외모를 관리하는 이유, 외모를 관리하는 부위, 그리고 외모불만으로 의사와 상담 한 적이 있는지 등은 인구통계변수들과 얼마나 관련이 있는지 알아 보기 위해 분석한 결과, 다음과 같은 결과를 얻었다.

1) 화장 및 헤어관리행동 빈도분석

얼굴과 머리에 변화를 주거나 화장품을 사용하여 용모를 아름답게 하는 행동들을 조사하기위해 구성된 9문항의 빈도분석은 다음과 같다.

(1) 화장 및 헤어관리행동의 빈도분석

화장(메이크업)관리에는 목적에 따라 피부관리, 색조화장, 특수화장 등이 있다. 헤어관리에는 커트, 염색 및 블리치, 파마, 드라이, 코팅, 영양, 두피 또는 모발 관리 등의 여러 가지 시술들이 있으며, 청결을 위해 관리하는 목적과 아름다워지고자 하는 외모지향적인 목적을 겸비하고 있다.

<표 1> 헤어, 화장관리행동 빈도분석

	문항	평균	편차
1	헤어스타일은 그 사람의 생활태도를 나타낸다 고 생각한다.	3.7984	.81495
2	나는 미용실에서 모발관리나 염색을 하곤 한다.	3.7248	.90113
3	나는 미용실에서 스타일을 만들기 위해 머리를 다듬는다.	3.5858	.94817
4	나는 미용실에서 블리치나 퍼머를 하곤 한다.	3.7902	.83444
5	스스로 얼굴 팩이나 마사지를 자주한다.	3.6076	.95457
6	나는 비비크림 등 색조화장품을 사용한다.	3.7112	.94288
7	나는 이미지 관리를 위해 향수를 사용한다.	3.4850	.97183
N=367, 크론바하 알파=0.897, 평균3.672, F=13.359, P<0.001			

리커트 척도로 구성된 화장 및 헤어관리행동의 7개 문항들의 평균과 표준편차는 <표 1>와 같다. 화장, 헤어 외모관리행동의 7개 문항의 신뢰도는 크론바하 알파값=0.897, 평균3.672, F=13.359, P<0.001로 신뢰도가 높고 집단 간의 차이가 유의함이 밝혀졌다.

(2) 화장품구매요점, 화장품정보원의 빈도분석

화장품의 구매요점은 화장 및 헤어관리행동을 알기위한 기본적 태도라고 생각된다. 화장품의 구매요점의 구성요소 중 “내피부와 적합성”, “끈적임 여부”, “향(냄새)”, “성능과 효과”는 상품의 본질적인 요소에 초점을 두는 것으로 278명(75.75%)이 상품의 본질적 요소의 중요성을 인식하고 있었다. 구매요점의 구성요소의 빈도분석은 <표 2>과 같다.

소비자들의 화장품구매정보원의 활용실태는 마케팅 분야에 영향을 미친다. 화장품을 구매하기 위한 구매정보원은 크게 3가지로 나눌 수 있다. 가족, 친지, 친구 등의 인적 정보원을 통해서 인지되는 경우와 유통업체 정보원을 활용하는 경우, 그리고 인터넷 및 휴대폰, 잡지, TV, 등 미디어를 통해 알게 되는 경우이다. <표 3>에서 보이듯이 응답자들은 미디어를 통한 정보원보다는 인적 정보원이나 유통업체 정보원을 통해서 화장품에 대한 인식도가 높아지는 것으로 나타났다.

2) 외모관리이유, 외모관심부위, 외모관련으로 의사와 상담 의 빈도분석

응답자들이 외모관리를 하는 이유, 외모관리를 한다면 외모관리에 관심이 많은 신체부위는 무엇인지, 그리고 외모관리이유와 외모관심부위를 개인이 얼마나 인식하며, 외모에 관련된 문제로 의사와 상담을

<표 2>화장품구매요점 빈도분석

구성요소(빈도)		빈도	퍼센트
상품의 본질적 요소 (278명, 75.75%)	내 피부에 맞는가	169	46.0
	끈적이지 않는가	21	5.7
	향(냄새)	12	3.3
	성능/효과	76	20.7
부가적 요소 (89명, 24.25%)	상표(브랜드)	26	7.1
	가격	35	9.5
	용기디자인	8	2.2
	용량	20	5.4
합계		367	100.0

<표 3> 화장품 구매정보원의 빈도분석

구성요소		빈도	퍼센트
인적정보원	친구/천지	130	35.4
유통업체정보원 141(38.4%)	백화점	108	29.4
	할인점	33	9.0
미디어정보원 96(26.2%)	잡지	16	4.4
	인터넷, 휴대폰	68	18.5
	라디오/TV	12	3.3
합계		367	100.0

하는지 등에 대해 소비자들은 어떤 행동을 보이며 어떻게 해결하는지를 알기위한 외모관리이유, 외모관심부위, 외모불만으로 의사와 상담 등의 3개 변수들의 빈도분석은 <표 4>와 같다.

외모관리를 하는 이유 중 가장 빈도가 높은 이유는 “사회적으로 성공하고 싶어서”로 응답자는 97명(26.4%)이었다. 외모관리이유의 구성요소들은 결국 성공욕구와 자존욕구로 분류되는데 성공욕구보다는 자존욕구의 빈도가 190(51.8%)명으로 더 높았다.

외모관심부위를 묻는 문항에서는 “얼굴피부관리”에 대한 관심이 246명(67.0%)로 압도적으로 빈도가 높았다. <표 5>에 보이듯이 외모관심부위도 결국 체형과 얼굴로 귀결되는데 체형이 60명(16.3%)인데 비해 얼굴에 관심이 307명(83.7%)이었다.

<표 4> 외모관리이유 빈도분석

구성요소		빈도	%
성공욕구 177(48.2%)	타인에게 혐오감을 주기 싫어서	80	21.8
	사회적으로 성공하기 위해서	97	26.4
자존욕구 190(51.8%)	타인의 선망을 받고 싶어서	90	24.5
	자존감을 위해	65	17.7
	개성을 추구하고 싶어서	35	9.5
합계		367	100.0

<표 5> 외모관심부위빈도분석

구성요소		빈도	%
체형 및 의복 60(16.3%)	체형(몸매)관리	20	5.4
	의복(패션)관리	40	10.9
얼굴 307(83.7%)	얼굴화장관리	23	6.3
	얼굴피부관리	246	67.0
	헤어스타일 관리	38	10.4
합계		367	100.0

<표 6>외모관련으로 의사와 상담의 빈도

구성요소		빈도	%
체형 48(13.1%)	비만관리를 위한 한의원	22	6.0
	몸매관리를 위한 전문가내과	26	7.1
얼굴 268(73%)	미용 성형외과	48	13.1
	점/ 잡티제거를 위한 피부과	70	19.1
	치열교정을 위한 치과	118	32.2
	문신을 하기위한 전문가	32	8.7
	상담받아 본 적 없음	51	13.9
합계		367	100.0

"외모불만으로 의사와 상담한 경험이 있습니까"를 묻는 문항에서 <표 6>에 보이듯이 "치열교정을 위한 치과"를 찾은 응답자가 118명(32.2%)으로 가장 빈도가 높았고, 다음으로 "피부관리와 잡티제거를 위한 피부과"를 찾은 소비자가 70명(19.1%), "얼굴성형을 위한 성형외과"를 찾은 소비자가 48명(13.1%), "문신을 하기위한 전문가"를 찾은 사람이 32명(8.7%) 이었다. 이에 반해 외모불만으로 "의사와 상담을 받아 본적이 없다" 고 답변한 응답자는 51명(13.9%)에 불과하였다. 51명을 제외한 316명의 응답자들은 외모를 개선하려는 잠재력 내지는 의지를 갖고 있는 것으로 해석된다.

3) 인구통계변수와 화장, 헤어외모관리행동 및 3개의 변수(외모관리이유, 외모관심부위, 외모관련의사와 상담) 간의 상관분석

인구통계변수와 화장, 헤어외모관리행동 및 3개의 변수 간의 상관분석은 <표 7>에 보이듯이 나이, 전공, 근무지, 직업년수, 성별과 관련성이 높았다. 예를 들면 나이가 적을수록, 직업년수가 적을수록, 여성일수록 '헤어스타일은 생활태도의 표현'이라는 인식은 높았다. 그리고 직업과 전공을 제외한 모든 인구통계변수에서 '외모관련으로 의사와 상담' 간에 관련성이 높았는데 이것은 외모에 대한 적극적인 의지력을 나타내고 있다고 생각된다.

<표 8>은 리커트 척도로 구성된 7개의 화장. 헤어외모관리행동과 3개의 변수간의 관련성을 보여주는 것이다. "외모관리이유" 및 "외모관심부위" 와 화장 및 헤어관리행동 간에는 p<.001로 모든 변수간에 정적상관이 있었다. 가장 상관이 높은 것은 모발염색과 외모관심부위 간에 상관계수=.954로 외모관심부위의 인식도가 높을수록 모발염색도 높아지는 것으로 나타났다. 그러나 외모관련의사와 상담과 화장 및 헤어관리행동 간의 관련성은 유의미하지 않았다.

4) 인구통계변수와 외모관리이유 간의 교차분석

외모관리이유와 외모관심부위, 외모불만으로 의사와 상담 등의 3개의 변수와 인구통계변수 간의 교차분석은 <표 9, 10, 11>과 같다. 직업과 전공에서 집단 간의 차이는 P<.05이상으로 유의함이 밝혀졌다. 외모관리이유는 위에서 서술한 <표 4>에 나타난 바

<표 7> 인구통계변수와 화장, 헤어외모관리행동 및 3개의 변수들 간의 상관분석

피어슨상관계수	나이	직업	전공	근무지	직업년수	월수입	월의복 지출비	성별
헤어스타일은 생활태도의 표현	-.140**			-.121*	-.146**			.123*
염색모발관리				-.126*				
헤어스타일링				-.112*				
블리치와 파마								
비비와 색조화장품사용								
스스로 팩과 마사지								
향수방향제사용	-.104*							.149**
화장품구매요점			-.150**	.109*			.117*	
화장품매정보원								
외모관리이유			.158**					.127*
외모관리부위	-.120*			-.125*	-.130*			
외모관련 의사상담	.249**			.184**	.261**	.155**	-.174**	-.170**

*=p<.05, **=p<.01, N=367

<표 8> 화장, 헤어외모관리행동 및 3개의 변수 간의 상관분석

피어슨상관계수	헤어스타일은 생활태도표현	모발염색	헤어 스타일링	블리치 파머	비비크림 색조화장품	팩과 . 마사지	향수 사용
외모관리이유	.319***	.399***	.482***	.333***	.239***	.329***	.328***
외모관심부위	.501***	.954***	.823***	.725***	.668***	.720***	.306***
외모불만상담							

***=p<.001, N=367

<표 9> 직업별 외모관리이유의 교차분석

변수의 구성요소	경영 관리직	전문직	전문 기술직	사무직	서비스 판매직	대학 학생	전업 주부	자영업	전체 (%)
타인에게 혐오감을 주기 싫어서	8	6	18	15	10	13	8	2	80(21.8)
사회적으로 성공하기 위해서	6	13	13	22	12	21	6	4	97(26.4)
타인의 선망을 받고 싶어서	5	14	11	15	9	20	14	2	90(24.5)
자존감을 위해	4	11	11	6	6	23	3	1	65(17.7)
개성을 추구하고 싶어서	2	7	3	8	0	12	2	1	35(9.5)
합계	25 (6.8)	51 (13.9)	56 (15.3)	66 (18.0)	37 (10.1)	89 (24.3)	33 (9.0)	10 (2.7)	367(100)

F=2.418, P<.05

<표 10> 전공별 외모관리이유의 교차분석

변수의 구성요소	자연계	인문계	사회 및 법학계	상경계	생활과학	예체능계	전체 (%)
타인에게 혐오감을 주기 싫어서	19	32	15	6	2	6	80(21.8)
사회적으로 성공하기 위해서	22	16	26	14	5	14	97(26.4)
타인의 선망을 받고 싶어서	25	25	14	11	5	10	90(24.5)
자존감을 위해	10	14	16	8	7	10	65(17.7)
개성을 추구하고 싶어서	6	9	10	2	3	5	35(9.5)
합계	82(22.3)	96(26.2)	81(22.1)	41(11.2)	22(6.0)	45(12.3)	367(100)

F=2.969, P<.05

와 같이 성공욕구와 자존욕구로 귀결되는데 직업별 외모관리이유는 <표 9>에서 대학생 89명(24.3%) 중 “자존감을 위해”, “개성을 추구하고 싶어서”에 응답한 비율은 35%로 가장 높았다. 대학생, 전문직, 전문기술직, 경영. 관리직 순으로 자존욕구의 비율이 높았다.

전공별 외모관리이유의 교차분석은 <표 10>과 같고 외모관리이유 중 ‘자존감을 위해’와 ‘개성을 추구

하고 싶어서'는 자존욕구를 나타내는 요소들로 자존욕구의 비율이 높은 전공순은 생활과학계열(45%), 예체능계열(33%), 사회와 법학계열(32%), 상경계열(24%) 순 이었다.

근무지별 외모관리이유의 교차분석은 <표 11>과 같고 분당, 대전 및 충청 지역의 응답자들이 '사회적으로 성공하기 위해서' 에 응답한 비율이 높았다. 서울지역의 응답자들은 '사회적으로 성공하기 위해서' 에 23%의 비율을 보였는데 '타인의 선망을 받고 싶어서'에 27%의 비율을 보였다. 이것은 서울지역의 응답자가 타인지향적인 사회성을 나타낸다고 해석된다. 그러나 F=.625, P>.05로 집단 간의 유의미는 규명되지 않았다.

5) 인구통계변수와 외모관심부위 간의 교차분석

인구통계변수와 직업별, 전공별, 근무지별 "외모관심부위"와의 교차분석결과, 집단 간의 차이는 P<.05이상으로 유의함이 밝혀졌다. 모든 직종, 모든 전공, 모든 근무지역에서 외모의 최대관심부위는 얼굴(246명, 67%)이었다. 그 다음은 의복(패션)관리가 40명(10.9%), 헤어스타일관리가 38명(10.4%), 얼굴화장관리가 23(6.3), 체형몸매관리가 20(5.4)이었다.

얼굴은 대인관계 시 인상형성에서 중요한 단서이다. 왜냐하면 얼굴에는 생김새와 표정이 있기 때문이다. 생김새로 그 사람의 성격이나 신뢰감, 기호 등을 추정할 수가 있다. 그리고 표정은 그 사람의 기본적인 심성과 상황에 따라 달라지는 감정에 의해서 외부로 표출되므로 얼굴은 밝고, 신뢰감있고 능력있는 표정을 유지하여야 한다. 표정은 하루아침에 형성되는 것이 아니라 오래동안 습관에 의해 표출되므로 얼굴에 대한 응답자들의 관심은 당연하다 할 수 있겠다.

6) 인구통계변수와 외모불만으로 의사와 상담 간의 교차분석

8개의 인구통계변수와 "외모불만으로 의사와 상담" 변수간의 구체적인 빈도를 알기 위해 교차분석을 하였던 바 <표 12>-<표 19>에 보이듯이 8개의 인구통계변수들과 "외모불만으로 의사와 상담" 간의 집단 간의 차이는 P<.05이상으로 유의함이 밝혀졌다. 잘 생긴 사람이나 못 생긴 사람이나 대부분의 응답자들은 자신의 신체에 불만족하는 것으로 나타났다.

<표 12>에 보이듯이 20대, 30대는 '미용성형외과', '점, 잡티제거를 위한 피부과', '치열교정을 위한 치과' 등에서 의사 또는 전문가와 상담빈도가 높았고, 40대는 문신을 하기위한 전문가를 찾은 빈도가 높거나 '상담받아 본적이 없음'의 비율(29%)이 높았다. 따라서 적극적인 외모관리행동도 나이에 따라 양상이 다르다는 것으로 해석되었다. <표 13>에 보이듯이 직업별 외모불만으로 의사와 상담은 대학생과 사무직이 미용성형외과에서 상담받은 적이 있는 것으로 응답한 빈도가 높았다.

전공별 외모불만으로 의사와 상담에 대한 교차분석결과 <표 14>와 같고 분산분석에 의한 F=2.969, P<.05로 집단 간 유의차가 있는 것으로 나타났다.

<표 11> 근무지별 외모관리이유의 교차분석

변수의 구성요소	서울	분당	대전/충청	대구/경북	전체(%)
타인에게 혐오감을 주기 싫어서	18	24	34	4	80(21.8)
사회적으로 성공하기 위해서	24	30	42	1	97(26.4)
타인의 선망을 받고 싶어서	28	25	36	1	90(24.5)
자존감을 위해	23	15	22	5	65(17.7)
개성을 추구하고 싶어서	10	13	11	1	35(9.5)
합계	103(28.1)	107(29.2)	145(39.5)	12(3.3)	367(100)
F=.625, P>.05					

<표 12> 나이별 외모불만으로 의사와 상담 교차분석

변수의 구성요소	18-19세	20대	30대	40대	50대	전체(%)
비만관리를 위한 한의원	0	8	2	12	0	22(6.0)
몸매관리를 위한 전문가내과	0	14	8	0	4	26(7.1)
미용 성형외과	0	26	14	8	0	48(13.1)
점, 잡티제거를 위한 피부과	0	31	23	14	2	70(19.1)
치열교정을 위한 치과	7	72	24	5	10	118(32.2)
문신을 하기위한 전문가	0	0	1	30	1	32(8.7)
상담받아 본 적 없음	1	5	4	36	5	51(13.9)
합계	8(2.2)	156(42.5)	76(20.7)	105(28.6)	22(6.0)	367(100)
F=11.527, P<.001						

<표 13> 직업별 외모불만으로 의사와 상담 교차분석

변수의 구성요소	경영 관리직	전문직	전문 기술직	사무직	서비스 판매직	대학생	전업 주부	자영업	전체 (%)
비만관리를 위한 한의원	0	12	0	6	2	2	0	0	22(6.0)
몸매관리를 위한 전문가내과	0	0	0	4	4	14	4	0	26(7.1)
미용 성형외과	6	0	4	11	2	20	2	3	48(13.1)
점, 잡티제거를 위한 피부과	4	9	18	6	3	18	12	0	70(19.1)
치열교정을 위한 치과	7	12	18	23	16	35	4	3	118(32.2)
문신을 하기위한 전문가	4	6	6	6	5	0	3	2	32(8.7)
상담받아 본 적 없음	4	12	10	10	5	0	8	2	51(13.9)
합계	25 (6.8)	51 (13.9)	56 (15.3)	66 (18.0)	37 (10.1)	89 (24.3)	33 (9.0)	10 (2.7)	367 (100)
F = 2.451, P<.05. N=367									

<표 14> 전공별 외모불만으로 의사와 상담 교차분석

변수의 구성요소	자연계	인문계	사회/ 법학계	상경계	생활과학	예체능계	전체(%)
비만관리를 위한 한의원	8	4	8	0	2	0	22(6.0)
몸매관리를 위한 전문가내과	2	5	10	2	3	4	26(7.1)
미용 성형외과	6	12	15	4	1	10	48(13.1)
점, 잡티제거를 위한 피부과	22	23	12	5	2	6	70(19.1)
치열교정을 위한 치과	24	37	17	22	9	9	118(32.2)
문신을 하기위한 전문가	7	2	7	4	3	9	32(8.7)
상담받아 본 적 없음	12	12	12	4	2	7	51(13.9)
합계	82(22.3)	96(26.2)	81(22.1)	41(11.2)	22(6.0)	45(12.3)	367(100)
F=2.969, P<.05							

<표 15>에서 보이듯이 서울과 분당 지역이 '미용성형외과', '점, 잡티제거를 위한 피부과', '치열교정을 위한 치과' 등의 의사와 상담한 빈도가 높았다. 외모에 대한 관심도도 수도권일수록 높다고 할 수 있다.

<표 16>에 보이듯이 직업년수별 "외모불만으로 의사와 상담" 간의 교차분석결과 직업년수가 낮을수록 외모에 대한 관심이 높아 '미용성형외과', '점, 잡티제거를 위한 피부과' 의사와의 상담빈도가 높았다. 그리고 '치열교정으로 치과'에서 상담한 응답비율이 높은 직업년수는 10년 미만이었다. 월수입별 "외모불만으로 의사와 상담" 에 대한 교차분석결과는 <표 17>에서 보이는 것과 같다.

의복지출비별 '외모불만으로 의사와 상담' 간에 교차분석결과, <표 18>에 보이듯이 월40-50만원 미만의 월의복지출자의 미용성형외과 상담비율이 가장 높았다.

<표 19>에 보이듯이 성별과 외모불만으로 의사와 상담 간의 교차분석은 남성(17%)이 여성(8%)보다 미용성형외과의사와 상담한 비율이 높은 것으로 분석되었다. 또한 '상담받아 본 적이 없음'의 비율도 여성이 높았다. 이유는 응답자들의 분포가 젊은 남성(20대미만이 156명=44.5%)의 비중이 큰 것과 최근 보보스 족, 메트로 섹슈얼, 도시남자, 그루밍 등 남성들의 외모관리 트렌드가 반영된 것으로 해석된다.

<표 15> 근무지별 외모불만으로 의사와 상담 교차분석

변수의 구성요소	서울	경기	대전	대구	전체(%)
비만관리를 위한 한의원	2	7	12	0	22(6.0)
몸매관리를 위한 전문가내과	16	3	6	1	26(7.1)
미용 성형외과	18	18	12	0	48(13.1)
점, 잡티제거를 위한 피부과	20	24	23	3	70(19.1)
치열교정을 위한 치과	39	38	38	3	118(32.2)
문신을 하기위한 전문가	5	9	14	4	32(8.7)
상담받아 본 적 없음	3	8	39	1	51(13.9)
합계	103(28.1)	107(29.2)	145(39.5)	12(3.3)	367(100)
F=5.133, P<.005					

<표 16>직업 년수별 외모불만으로 의사와 상담 교차분석

변수의 구성요소	10년 미만	10-15년 미만	15-20년 미만	20-25년 미만	전체(%)
비만관리를 위한 한의원	8	3	11	0	22(6.0)
몸매관리를 위한 전문가내과	13	9	1	3	26(7.1)
미용 성형외과	28	12	8	0	48(13.1)
점, 잡티제거를 위한 피부과	27	28	14	1	70(19.1)
치열교정을 위한 치과	71	31	7	9	118(32.2)
문신을 하기위한 전문가	0	6	25	1	32(8.7)
상담받아 본 적 없음	5	11	31	4	51(13.9)
합계	152(41.4)	100(27.2)	97(26.4)	18(4.9)	367(100)
F=9.309, P<.001					

<표 17> 월수입별 외모불만으로 의사와 상담 간의 교차분석

변수의 구성요소	200만원 미만	200-400 만원미만	400-600 만원미만	600-800 만원미만	800-1000 만원미만	1000 만원아상	전체 (%)
비만관리를 위한 한의원	2	6	8	2	0	4	22(6.0)
몸매관리를 위한 전문가내과	6	9	9	1	1	0	26(7.1)
미용성형외과	14	10	22	2	0	0	48(13.1)
점, 잡티제거를 위한 피부과	13	16	21	13	2	5	70(19.1)
치열교정을 위한 치과	16	45	23	21	7	6	118(32.2)
문신을 하기위한 전문가	1	9	13	5	3	1	32(8.7)
상담받아 본 적 없음	2	12	17	10	3	7	51(13.9)
합계	54 (14.7)	107 (29.2)	113 (30.8)	54 (14.7)	16 (4.4)	23 (6.3)	367 (100)
F=3.947, P<.005							

<표 18> 월의복지출비별 외모불만으로 의사와 상담 교차분석

변수의 구성요소	10만원 미만	10-20 만원 미만	20-30 만원 미만	30-40 만원 미만	40-50 만원 미만	50-60 만원 미만	60-70 만원 미만	70만원 이상	전체 (%)
비만관리를 위한 한의원	6	5	0	2	2	3	0	4	22(6.0)
몸매관리를 위한 전문가내과	4	4	6	4	6	2	0	0	26(7.1)
미용성형외과	10	13	8	6	6	0	2	3	48(13.1)
점, 잡티제거를 위한 피부과	15	8	17	7	6	7	2	8	70(19.1)
치열교정을 위한 치과	37	31	25	10	2	5	4	4	118(32.2)
문신을 하기위한 전문가	9	9	4	1	4	1	3	1	32(8.7)
상담받아 본 적 없음	19	14	7	2	3	1	5	0	51(13.9)
합계	100 (27.2)	84 (22.9)	67 (18.3)	32 (8.7)	29 (7.9)	19 (5.2)	16 (4.4)	20 (5.5)	367(100)
F=3.068, P<.005									

<표 19>성별 외모불만으로 의사와 상담의 교차분석

변수의 구성요소	여성	남성	전체(%)
비만관리를 위한 한의원	13	9	22(6.0)
몸매관리를 위한 전문가내과	6	20	26(7.1)
미용성형외과	14	34	48(13.1)
점/ 잡티제거를 위한 피부과	33	37	70(19.1)
치열교정을 위한 치과	49	69	118(32.2)
문신을 하기위한 전문가	17	15	32(8.7)
상담받아 본 적 없음	40	11	51(13.9)
합계	172(46.9%)	195(53.1%)	367(100%)
F=10.842, P<.001			

2. 재능유형이 헤어, 화장외모관리행동에 미치는 영향

367명의 전체 응답자들의 재능유형을 알기위해 천직발견연구소의 재능설문지를 활용하여[22] 전체 재능평균을 산출하고, 72문항을 요인 분석에 의해 8개 재능 유형을 생성하고 평균과 집단 간의 차이를 검정하였다.[23]

1) 재능측정도구 72문항의 요인분석

재능측정도구 72문항 중 8유형에 해당하는 문항들을 베리맥스 회전과 요인추출수를 1을 지정한 후 요인분석을 실시하여 <표 20>와 같은 8개 재능유형을 생성하였다. 재능검사를 위한 72개 문항의 신뢰도는 크론바하 알파(Cronbach' alpha)=0.898이고, Mean=3.324, F=34.403, P<.001 으로 최소값은 2.371, 최대값은 3.864, 자유도는 366이었다.

2) 8개 재능유형 간의 차이검정

8개 재능유형의 신뢰도, 평균, 평균 순위, F값 및 유의수준은 <표 21> 과 같다. 8개 재능유형요인 중 가장 높은 재능은 인간친화재능(*)으로 평균=3.612, F=53.356, 유의수준 P<.001, 크론바하 알파=0.901, 최소값=2.992, 최대값=3.864이었다. 가장 낮은 재능이 논리수학재능으로 크론바하 알파=0.845로 분석되었다. 집단 간 차이가 가장 큰 재능은 신체운동재능(**)으로 크론바하 알파=0.802, F값=176.047, 유의수준<.001, 최소값은 2.371, 최대값은 3.847이었다. 각 재능유형의 신뢰도는 높은 편이고 집단 간의 차이감정은 유의미하였다.

<표 20> 8 재능유형의 신뢰도 및 평균, 집단 간 차이

재능유형	문항수	alpha	Mean	F	P
공간재능	9	.898	3.324	33.983	<.001
논리수학재능	8				
신체운동재능	8				
언어재능	10				
음악재능	9				
인간친화재능	10				
자아성찰재능	9				
자연친화재능	9				

<표 21> 8개 재능별 평균, 평균순위, 집단 간 차이

재능유형	평균	순위	F	P	alpha
공간재능	3.311	3	12.567	.000	.807
논리수학재능	3.195	8	22.876	.000	.845
신체운동재능	3.253	6	176.047**	.000	.802
언어재능	3.226	7	10.275	.000	.818
음악재능	3.256	5	10.036	.000	.820
인간친화재능	3.612	1*	53.356	.000	.901
자아성찰재능	3.389	2	16.820	.000	.773
자연친화재능	3.300	4	11.771	.000	.800

3) 8개 재능유형이 헤어, 화장 외모관리행동에 미치는 영향

8개 재능유형이 화장 및 헤어외모관리행동에 미치는 영향력을 규명하기 위해 회귀모델을 입력법을 선택하고, 재능유형을 독립변수(예측변수), 종속변수에 리커트 척도로 구성된 7개의 화장 및 헤어외모관리행동 변수들을 입력하고 회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 다음과 같다.

(1) 재능유형이 '헤어스타일은 생활태도의 표현'에 미치는 영향

헤어스타일은 사회생활에서 첫인상과 이미지를 좌우하는 중요한 요소이며 개인의 자신감과 외모만족도를 상승시키는 효과가 있다. 그 이유는 헤어스타일은 얼굴을 둘러싸고 있기 때문이고 얼굴은 상대방의 특성과 상황을 파악하는 인상형성에서 가장 중요한 단서가 되기 때문이다. 아무리 의복을 조화롭게 착용하였다 하더라도 헤어스타일이 조화롭지 못하면 세련미가 감소하며, 헤어스타일은 단정한데 의복이 아방가르드하면 무언가 잘못된 연출인 것처럼 느껴진다. 그러므로 아름다움을 표현하는데 모발의 기능과 역할이 크다는 것을 인식하고 평소 자신만의 조화로운 헤어스타일을 가꾸는 태도는 자기표현의 첫 걸음이라고 하겠다.

재능유형이 "헤어스타일은 생활태도의 표현"에 미치는 영향은 <표 22>에 보이듯이 논리재능, 신체운동재능, 인간친화재능이 종속변수에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 신체운동재능이 "헤어스타일은 생활태도의 표현"에 미치는 영향력이 가장 크며, 표준화 베타값(ß)=.759, t= 15.352, p<.001이며 설명력은 47.1%(R^2=.471, F=39.903, P<.001)로 회귀식은 유의함이 드러났다. 따라서 신체운동재능이 1증가하면 "헤어스타일은 생활태도의 표현"은 0.759 증가하는 것으로 신체운동재능은 종속변수의 예측변수임이 판명되었다.

(2) 재능유형이 모발관리와 염색 외모관리행동에 미치는 영향

현대인들은 공해, 스트레스, 잦은 염색 및 정발제

<표 22>재능유형이 "헤어스타일은 생활태도의 표현"에 미치는 영향

독립변수	헤어스타일은 생활태도의 표현			
	B	ß	t	P
상수	3.798		121.457	<.001
논리재능	.058	.072	1.762	=.079
신체운동재능	.619	.759	15.352	<.001
인간친화재능	-.123	-.151	-3.060	=.002
	R^2=.471, F=39.903, P<.001			

<표 23> 재능유형이 모발관리와 염색행동에 미치는 영향

독립변수	모발관리와 염색			
	B	ß	t	P
성수	3,725		135.036	<.001
공간재능	.052	.058	1.662	=.097
인간친화재능	.711	.789	20.027	<.001
자연친화재능	-.069	-.077	-2.131	=.034
	R^2=.664, F=88.293 P<.001			

사용 등으로 모발 관리와 건강의 중요성을 인식하게 되었는데 이상적인 모발관리를 위해서는 모발의 특성에 따른 모발관리가 필요하다. <표 23>에서 보이듯이 공간재능, 인간친화재능, 자연친화재능이 종속변수에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 인간친화재능이 “모발관리와 염색” 외모관리행동에 미친 영향력이 가장 크며, 표준화 베타값=.789, t = 20.027, 유의수준 P<.001이며, 설명력은 66.4% (R^2=.664, F=88.293, P<.001)으로 회귀식은 유의한 것으로 밝혀졌다. 따라서 인간친화재능이 1증가할수록 종속변수인 모발관리와 염색 외모관리행동은 증가하는 것으로 나타났다. 인간친화재능은 인간의 사회적 욕구와 관련된 재능으로 사회적 욕구가 클수록 염색이나 모발관리를 하는 것으로 해석된다.

(3) 재능유형이 헤어스타일관리행동에 미치는 영향

커트를 하거나 드라이를 하는 등 형태를 만드는 헤어스타일링에 미치는 재능유형의 영향력은 <표 24>와 같다. 공간재능, 신체운동재능, 인간친화재능이 종속변수에 영향력이 미치는 것으로 나타났다. 인간친화재능이 “헤어스타일링”에 미치는 영향력이 가장 크며, 표준화베타값=.722으로 인간친화재능이 1증가할수록 헤어스타일링 관리행동은 0.722증가하는 것으로 인간친화재능은 “헤어스타일링” 관리행동의 예측변수로 판명되었다. 이것에 대한 설명력은 67.1% (R^2=.671, F=91.269, P<.001) 이었다.

(4) 재능유형이 블리치, 퍼머 관리행동에 미치는 영향

파머와 블리치는 헤어스타일을 만드는데 필수아이템은 아니나 헤어스타일을 만들기 위한 기초작업인 파마와 순수하게 멋내기 위한 블리치 외모관리행동은 개인의 취향이다. 재능유형이 “블리치와 퍼머” 관리행동에 미치는 영향력을 알기위해 회귀분석을 한 결과 <표 25>에 보이듯이 신체운동재능과 인간친화재능이 종속변수에 미치는 영향이 나타났다. 인간친화재능이 블리치와 퍼머 관리행동에 미치는 영향력이 가장 크며, 표준화 베타값=1.079, 설명력 77.9% 로 회귀식은 유의한 것으로 판명하였다. 따라서 인간친화재능이 1 증가할수록 블리치와 퍼머 관리행동은 1.079 증가하는 것으로 판명되어 인간친화재능은 블리치와 퍼머 관리행동의 예측변수임이

<표 24>재능유형이 헤어스타일링 관리행동에 미치는 영향

독립변수	헤어스타일링			
	B	ß	t	P
상수	3.586		124.922	<.001
공간재능	.062	.066	1.908	=.057
신체운동재능	.128	.135	3.468	=.001
인간친화재능	.685	.722	18.537	<.001
	R^2=.671, F=91.269, P<.001			

<표 25> 재능유형이 헤어, 화장외모관리행동에 미치는 영향

독립변수	블리치와 파머			
	B	ß	t	P
상수	3.790		183.132	<.001
신체운동재능	−.343	−.412	−12.876	<.001
인간친화재능	.900	1.079	33.797	<.001
	R^2=.779, F=157.891, P<.001			

밝혀졌다.

(5) 재능유형이 스스로 팩과 맛사지 관리행동에 미치는 영향

공해와 스트레스에 시달리는 현대인들에게 가장 큰 관심사는 어떻게 하면 피곤하지 않게 보일 수 있는가이다. 이것에 대한 해답은 스스로 여유를 갖고 일과 여가의 밸런스를 맞추는 것으로 이것이 그루밍의 첫걸음이다. 몸을 계속 혹사한다면 어떤 화장품을 써도 효과가 적은 것은 당연한 것이다. 얼굴을 쉬게 하고 건조함에서 벗어나게 하는 "팩과 맛사지" 관리행동에 영향력을 미치는 재능유형이 무엇인지 알기 위해 회귀분석을 한 결과, <표 26>에서 보이듯이 신체운동재능, 인간친화재능, 자연친화재능이 종속변수를 예측하는 변수로 나타났다.

인간친화재능이 "스스로 팩과 맛사지" 관리행동에 미치는 영향력이 가장 크며, 표준화 베타값이 .964 이고 설명력은 67.8%(R^2=.678, F=94.138, P<.001)로 나타났다. 인간친화재능이 1증가할수록 "스스로 팩과 맛사지" 외모관리행동은 .964 증가한다. 따라서 인간친화재능은 종속변수(스스로 팩과 맛사지 관리행동)의 예측변수 임이 밝혀졌다.

(6) 재능유형이 비비크림과 색조화장품사용관리 행동에 미치는 영향

피부의 결점을 보완하기 위해 20~30대 남. 여성들의 BB크림 사용이 늘어나고 있고 남성용 BB크림도 많이 판매되고 있다. 재능유형이 "비비크림과 색조화장품사용" 관리행동에 미치는 영향을 알기위해 회귀분석을 실시한 바, <표 27>에서 보이듯이 신체운동재능과 인간친화재능이 종속변수에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 인간친화재능의 표준화 베타값이 1.009로 이것에 대한 설명력은 68.5%(R^2=.685, F=97.470, P<.001)이다. 즉 인간친화재능이 1 증가할수록 "비비크림과 색조화장품사용" 관리행동은 1.009증가한다. 따라서 인간친화재능은 종속변수인 "비비크림과 색조화장품사용"관리행동의 예측변수임이 밝혀졌다.

(7) 재능유형이 향수와 방향제사용 관리행동에 미치는 영향

과학이 발전할수록 화장품 및 향수제조기술과 피부침투기술이 발달하여 다양한 향과 방향제가 개발되어왔다. 재능유형이 "향수와 방향제사용" 관리행

<표 26>재능유형이 스스로 팩과 맛사지 관리행동에 미치는 영향

독립변수	스스로 팩과 맛사지			
	B	SEß	t	P
상수	3.711		131.378	<.001
신체운동재능	-.284	-.301	-7.802	<.001
인간친화재능	.909	.964	25.004	<.001
자연친화재능	-.092	-.098	-2.780	=.006
	R^2=.678, F=94.138, P<.001			

<표 27>재능유형이 비비크림과 색조화장품사용관리행동에 미치는 영향

독립변수	비비크림과 색조화장품사용			
	B	SEß	t	P
상수	3.608		127.654	<.001
신체운동재능	-.395	-.414	-.10.847	<.001
인간친화재능	.963	1.009	26.488	<.001
	R^2=.685 F=97.470 P<.001			

<표 28>재능유형이 향수와 방향제사용 관리행동에 미치는 영향

독립변수	향수와 방향제사용			
	B	SEß	t	P
상수	3.485		90.382	<.001
신체운동재능	.683	.702	13.736	<.001
인간친화재능	−.092	−.095	−1.860	=.064
	R^2=.435 F=34.438 P<.001			

<표 29> 재능유형과 5개의 변수들 간의 상관분석

피어슨 계수	외모관리이유	외모관심부위	외모불만상담	화장품구매요점	화장품구매정보원
공간재능	.120*				
논리수학재능					
신체운동재능	.535**	.445**			
언어재능				.104*	
음악재능					
인간친화재능	.455**	.731**		.144**	
자아성찰재능					
자연친화재능					
*=P<.05, **=p<.001					

동에 미치는 영향을 알기 위해 회귀분석한 결과, <표 28>에 보이듯이 신체운동재능과 인간친화재능이 영향력을 갖는 변수임이 밝혀졌다. 신체운동재능이 1 증가할수록 “향수와 방향제 사용”관리행동은 .702 증가하는 데 반해, 인간친화재능이 1 증가할수록 “향수와 방향제 사용” 관리행동은 낮아지는 것으로 분석되었다. 이것에 대한 설명력은 43.5%(R^2=.435, F=34.438, P<.001)이었다. 신체운동재능은 종속변수인 “향수와 방향제사용” 관리행동에 미치는 예측변수임이 밝혀졌다.

4) 재능유형과 5개의 변수(외모관리이유, 외모관심부위, 외모관련의사상담, 화장품구매요점, 화장품구매정보원) 간의 상관분석

재능유형과 5개의 변수 간의 상관은 <표 29>에 보이듯이 공간재능과 “외모관리이유” 간의 상관계수는 r(2)=.120, P<.05 수준에서 정적상관관계가 있음이 밝혀졌고, 신체운동재능과 외모관리이유 간은 상관계수는 r(2)=.535, P<.001 수준에서 정적상관이 있음이 밝혀졌다. 따라서 신체운동재능이 증가할수록 외모관리이유는 증가한다. 또한 신체운동재능과 외모관심부위 간은 상관계수는 r(2)=.445, P<.001 수준에서 정적상관이 있음이 나타났다.

언어재능과 화장품구매요점 간은 r(2)=.120, P<.05 수준에서 상관분석은 유의미하였으며 언어재능이 높을수록 구매요점도 증가하는 것으로 해석된다.

인간친화재능에 있어서는 외모관리이유, 외모관심부위, 그리고 화장품구매요점 간의 상관식은 유의수준은 모두 P<.001이었다. 특히 인간친화재능과 외모관심부위 간에는 높은 상관(r(2)=.731)을 보여주었다.

3. 자기외모인식이 헤어, 화장외모관리행동에 미치는 영향

인간은 외모관리행동에 앞서 자기외모를 타인과

비교하여 인식하고 평가하는 경향이 있다. 자기외모에 대한 주관적인 판단과 타인의 판단이 종합된 자기평가를 자기외모인식으로 보고 자기외모인식이 화장, 헤어외모관리행동에 미치는 영향을 분석하기위해 자기외모인식요인을 분석하고, 자기외모인식요인들이 헤어, 화장외모관리행동에 미치는 영향을 분석하고자 한다.

1) 자기외모인식 요인분석

개인이 외모관리행동을 하는 것은 자신에게 내재화된 타인들의 자기에 대한 평가와 자기의 자기에 대한 평가, 자기의 의지력이 포함된 자기외모인식이다. 자기외모인식을 알기위한 13문항의 신뢰도는 크론바하 알파값=0.867, 평균=3.322, 최소값=2.335, 최대값=3.807, F=80.858, 유의수준은 <0.001이었다.

자기외모인식을 측정하기위한 13문항의 구조적 결정을 위해 배리맥스회전에 의해 요인 분석을 행하고 추출된 요인은 2개이었다. 요인추출방법은 1이상의 고유값 기준으로 추출하였으며 추출된 요인은 변수로 저장하였다.

제1요인은 7개 문항들로 구성되고 현실지향적 문항들로 구성되어 “현실지향형 자기외모인식”으로 명명하였고, 제2요인은 6문항으로 구성되었는데 의지적, 미래지향적인 문항들로 구성되어 “이상지향형 자기외모인식”요인으로 명명하였다. 자기외모인식을 측정하기위한 13문항의 요인분석 결과는 <표 30>과 같다. 현실지향형 자기외모인식요인의 크론바하 알파값=0.900, 평균= 3.289, 최소값=2.335, 최대값=3.807, F =230.061, 유의수준은 <0.001 이었다. 이상지향형 자기외모인식요인은 알파=0.880, 평균=3.359, 최소값=3.101, 최대값=3.499, F=18.029, 유의수준<0.001로 분석되었다. 두 요인모두 신뢰도는 아주 높은 편이었다.

2) 자기외모인식요인이 화장, 헤어외모관리행동에 미치는 영향

2개의 자기외모인식요인이 화장 및 헤어외모관리행동에 미치는 영향력을 알기 위해 회귀분석을 실행하였다. 분석결과, 자기외모인식요인들이 인구통계변인들보다 7개의 화장 및 헤어 외모관리행동에 미치는 영향력이 더 컸다.

현실지향형 자기외모인식요인은 화장, 헤어 외모관리행동 중 <표 31>에 보이듯이 “헤어스타일은 생활태도의 표현(β=.781, R^2=.691, F=406.404, P<0.001)”에서, <표 32>에 보이듯이 “향수와 방향제 사용(β=.791, R^2=.661, F=355.506, P<0.001)” 변수에서 이상지향형 자기외모인식요인보다 표준화 베타값이 높았다.

이에 반해 이상지향형 자기외모인식요인은 종속변수인 7개의 화장, 헤어 외모관리행동 중 “모발관리 염색”, “헤어스타일링”, “블리치와 퍼머”, “비비크림 및 색조화장품사용”, “스스로 팩과 맛사지”, 등 의 변수에서 현실지향형 자기외모인식요인보다 표준화 베타값이 높았다. 이상지향형 자기외모인식요인은 적극적으로 자기외모를 바꾸고자 하는 변신의 욕구가 내재한, 즉 외모관리행동을 하는 원동력이 되는 요인이기에 본 연구결과는 의미가 있다고 사료된다.

자기외모인식요인들이 모발관리염색관리 행동에 미치는 영향을 알기위한 회귀분석한 결과는 현실지향형 자기외모인식요인이 표준화 베타값=.232, 이상지향형 자기외모인식요인의 표준화 베타값=.499이었고 이회귀식의 설명력은 R^2=.303, F=79.086, P<0.001 으로 회귀식은 유의하였다.

자기외모인식요인들이 헤어스타일링 관리행동에 미치는 영향을 알기위한 회귀분석한 결과는 현실지향형 자기외모인식요인이 표준화 베타값=.328, 이상지향형 자기외모인식요인의 표준화 베타값=.461이었고 이회귀식의 설명력은 R^2=.320, F=85.601, P<0.001 으로 회귀식은 유의하였다.

자기외모인식요인이 블리치나 파마관리 행동에 미치는 영향을 알기위한 회귀분석한 결과는 현실지향형 자기외모인식요인이 표준화 베타값=-.012, 이상지향형 자기외모인식요인의 표준화 베타값=.486이었고 이회귀식의 설명력은 R^2=.236, F=56.278, P<0.001 으로 회귀식은 유의하였다.

자기외모인식요인이 비비크림 및 색조화장관리 행동에 미치는 영향을 알기위한 회귀분석한 결과는 현실지향형 자기외모인식요인이 표준화 베타값=.018,

<표 30> 자기외모인식 요인분석

요인명	문항 N=367	Mean	SD	요인적재값		α
				1	2	
현실 지향형	나는 나의 외모가 좀 더 좋아 보였으면 좋겠다.	3.499	.929	.828		.900
	나는 나의 두상(머리)의 크기가 나의 키와 체형에 적당하다고 생각한다.	3.354	.986	.824		
	나는 상체에 비해 하체(다리)가 긴 편이다.	3.422	.991	.796		
	나는 나의 몸무게가 내 키에 적당하다고 느낀다.	3.300	1.028	.794		
	나는 나의 몸매(신체)가 좋다고 생각한다.	3.480	.943	.779		
	나의 얼굴은 잘 생긴 편이다.	3.101	1.060	.772		
	나는 내가 원하는 만큼 멋지게 보인다.	3.793	.830	.732		
이상 지향형	나는 할 수만 있다면 나의 외모를 바꿀 것이다.	2.937	1.130		.869	.880
	주위사람들은 나의 화장기술이 좋다고 한다.	3.807	.802		.853	
	나는 좋은 이미지를 위해 치열교정을 할 수 있다.	3.488	.969		.823	
	나는 매력적인 외모를 위해 성형수술하는 것에 대해 긍정적이다.	3.335	1.053		.818	
	나는 의복으로 자신이 추구하는 이상적 외모관리를 할 수 있다고 생각한다.	2.335	1.027		.800	
	나는 외모에 대해 불만족하거나 자신이 없을 때 미용을 통해 가꾸는 것에 대해 긍정적이다..	3.330	1.050		.529	
고유값				5.219	3.320	.867
회전된 설명력 분산%				35.254	30.434	
회전된 설명력 %누적				35.254	65.687	

<표 31> 자기외모인식요인이 “헤어스타일은 생활태도의 표현” 에 미치는 영향

독립변수	헤어스타일은 생활태도의 표현			
	B	ß	t	P
상수	3.798		160.106	<0.001
현실지향형 자기외모인식요인	.637	.781	26.793	<0.001
이상지향형 자기외모인식요인	.231	.284	9.743	<0.001
	R^2=.691, F=406.404, P<0.001			

<표 32> 자기외모인식요인이 향수와 방향제 사용 관리 행동에 미치는 영향

독립변수	향수와 방향제 사용			
	B	ß	t	P
현실지향형 자기외모인식요인	.769	.791	25.940	<.001
이상지향형 자기외모인식요인	.183	.188	6.176	<.001
	R^2=.661, F=355.506, P<0.001			

<표 33> 자기외모인식요인과 3개 변수 간의 상관

피어슨상관계수	현실지향형 자기외모인식요인	이상지향형 자기외모인식요인
외모불만상담	-.061	-.076
외모관리이유	.310***	.193***
외모관심부위	.230***	.460***
***=p<.001		

이상지향형 자기외모인식요인의 표준화 베타값 =.476이었고 이회귀식의 설명력은 R^2=.227, F=53.513, P<0.001 으로 회귀식은 유의하였다.

자기외모인식요인이 스스로 팩과 맛사지관리 행동에 미치는 영향을 알기위한 회귀분석한 결과는 현실지향형 자기외모인식요인이 표준화 베타값=.058, 이상지향형 자기외모인식요인의 표준화 베타값=.482 이었고 이회귀식의 설명력은 R^2=.236, F=56.226, P<0.001 으로 회귀식은 유의하였다.

이상에서 위에서 서술한 내용을 요약하면 7개의 화장 및 헤어관리행동에 모두 영향을 미치는 변수는 이상지향형 자기외모인식 요인으로 예측변수로 판명되었다.

4) 자기외모인식요인과 3개 변수(외모관리이유, 외모관심부위, 외모관련의사상담) 간의 상관분석

자기외모인식요인과 3개 변수 간의 관련성을 파악하기 위해 상관분석을 실시하였다. 분석결과, <표 33>에서 보이듯이 자기외모인식요인들과 “외모불만으로 의사와 상담 간의 관련성은 유의미한 결과는 보이지 않았다. 그러나 현실지향형 자기외모인식요인과 이상지향형 자기외모인식요인 모두 ”외모관리이유“와 ”외모관심부위“ 간의 관련성이 p<.001으로 유의함이 밝혀졌다. 현실지향형 자기외모인식요인은 외모관리이유 간에 상관계수=.310, P<.001로 높은 정적 상관이 있음이 밝혀졌고, 이상지향형 자기외모인식요인과 외모관심부위 간의 상관계수=.460, P<.001로 보다 나은 미래를 위해 외모관심부위와 높은 상관을 보이는 것으로 해석된다.

Ⅵ. 결 론

본 연구는 재능유형과 자기외모인식이 화장 및 헤어외모관리행동에 미치는 영향을 파악하기 위해 설문지조사를 행하고 수집한 367명의 응답자들의 데이터를 분석하고 다음과 같은 결론을 얻었다.

결론적으로 인구통계변수들보다 재형유형 중에서 인간친화재능과 신체운동재능이 화장 및 헤어관리행동의 영향력이 크며, 현실지향형 및 이상지향형 자기외모인식요인 모두 화장 및 헤어관리행동에 영향력을 크게 미치는 예측변수이었다. 특히 이상지향형 자기외모인식요인이 화장 및 헤어관리행동에 영향력이 더 크게 미치는 예측변수이었다. 이로 미루어 인간은 인구통계변인보다 타인을 통한 자기이미지나 이상적 이미지의 내면화가 화장 및 헤어관리행동을 보이는 원천으로 해석된다. 따라서 20대 여성의 헤어관리에 대한 지식, 태도 및 행위에 대한 조사연구에서 ‘헤어관리를 함으로써 용모를 더욱 돋보일 수 있다’ 고 생각하는 여성이 93.7%로 가장 많았으며 긍정적인 태도를 나타낸다는 선행연구 결과를 지지한다.[24)]

Ⅵ. 참고문헌

1) J. Kevin Thompson, Lesile J. Heinberg (1999), "The Media' s Influence on Body Image Disturbance and Eating Disorders: We' ve Reviled Them, Now Can We Rehabilitate Them? ", *Journal of Social Issues, 55(2),* pp.339-353.

2) Hayley Dohnt & Marika Tiggemant(2006). "The contribution of peer and media influen-

ces to the development of body satisfaction and self-esteem in young girls: A prospective study", *Developmental Psychology, 42(5),* pp.929-936.

3) Muehlenkamp, J., Swanson, J. D, &Brausch, A.(2005). "Self-objectification, risk taking, and self-harm in college women", *Psychology of Women Quarterly, 29*, 24-32.
4) Davis, C., Dionne, M., &Shuster, B.(2001). "Physical and psychological correlates of appearance orientation", *Personality and Individual Differences, 30,* pp.21-30.
5) 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.
6) Nancy A. Rudd . Sharron J. Lennon(2001), "Body Image : Linking Aesthetics and Social Psychology of Appearance", *Clothing and Textiles Research Journal,19(3),* pp.120-133.
7) Johnson, K.K.P., Schofield, N.A.,& Yurchisin, J(2002). "Appearance and dress as a source of information: A qualitative approach to data collection", *Clothing and Textiles Research Journal, 20(3),* pp.125-137.
8) Jennifer L. Muth and Thomasf. Cash(1997), "Body-Image Attitudes: What Difference Does Gender Make?", *Journal of Applied Social Psychology, 27(16),* pp.1438-1452.
9) Richins, M. L.(1991). "Social comparison and the idealized images of advertising", *Journal of Consumer Research, 18,* pp.71-83.
10) Jaechee Jung, Sharron J. Lennon, Nancy A. Rudd(2001), "Self-Schema or Self-Discrepancy? Which Best Explains Body Image?",*Clothing and Textiles Research Journal, 19(4),* pp.171-184.
11) Goldsmith, R.E.(2002). "Some personality traits of frequent clothing buyers", *Journal of Fashion Marketing Management, 6(3),* pp. 303-316.
12) Bandura, A.(1977), "Self efficacy: Toward a unifying theory of behavioral Chang", *Psychological Review, 84(2),* pp.191-215.
13) Jaeha Lee and Kim K. P. Johnson(2009), "Factors Related to Engagement in Risky Appearance Management Behavior", *Clothing and Textiles Research Journal, 27(3)*, pp. 163-178.
14) Tricia Widner Johnson and Sally K. Francis, Lesile Davis Burns (2007), "Appearrance Management Behavior and the Five Factor Model of Personality ", *Clothing and Textiles Research Journal, 25(3),* pp.230-243.
15) Koo, Insook(2012), "The Effects of Talent Type and Body Consciousness on High level-Appearance Management Behavior", *Journal of Fashion Business, 16(5),* pp.1-18.
16) Kaiser, S. B.(1997). *The social psychology of clothing : Symbolic appearances in context (2nd ed., rev.).* New York : Fairchild Publications, pp.251-261.
17) Chowdhary, Usha(1988), "Self-Esteem, Age Identification, and Media Exposure of the Elderly and their Relationship to Fashionability". *Clothing and Textiles Research Journal, 7(1)*, pp.23-30.
18) Labat, K.L.& Delong, M.(1998). "Body Cathexis and Satisfaction with fit of apparel". *Clothing and Textiles Research Journal, 8(2)*, pp.3-44.
19) Koo, Insook(2012), op.cit.
20) 천직발견연구소(2012), http://cnu.mydreamjob.co.kr.
21) Koo, Insook(2012), "The Effects of the Talent Types on Purchasing Behavior of Beauty-Service products", *Journal of Fashion Business, 16(3),* pp.1-18.

22) 천직발견연구소(2012), http://cnu.mydreamjob.co.kr.
23) Koo, Insook(2012), "The Effects of the Talent Types on Purchasing Behavior of Beauty-Service products", *Journal of Fashion Business, 16(3),* pp.1-18.
24) 조성선(2001), "여대생의 모발건강관리에 대한 지식태도 및 행위에 대한 조사연구", 이화여자대학교 석사학위논문.

접수일(2012년 6월 11일),
수정일(1차 : 2012년 7월 2일),
게재확정일(2012년 7월 9일)