

## 자아존중감 유형에 따른 타투이미지와 외모만족도 연구

이 운 현

오산대학교 피부미용과 조교수

### The Study on the Tattoo Image and Appearance Satisfaction according to the Self-Esteem

Lee Woonhyun

Assistant professor, Dept., of Cosmetology, Osan College

#### Abstract

The present study analyzed the tattoo image and body satisfaction according to the self-esteem.

The samples were consisted of 191 female college students located in Kyunggi-do. The survey was implemented during may~july, 2012. Data were analyzed by frequency, factor analysis, cluster analysis, ANOVA, t-test, CPA, and Duncan-test. The results are as follows.

Significant difference about tattoo image and body satisfaction was found in the group divided by the self-esteem. 'Individual personality' group had a tendency to be higher level than other group about appearance satisfaction and to be better image about Tattoo. 'Ego-centrism' group showed low level about good image of Tattoo. However, that group more satisfied their appearances than other groups. 'passive management' group showed lower level than other group about positive Tattoo image-building.

**Key Words** : Tattoo Image(타투이미지), Self-Esteem(자아존중감), Appearance Satisfaction (외모만족도)

#### 1. 서론

현대사회는 사회적, 정치적, 경제적으로 급변하는

문화적 흐름에 맞추어 보다 독특하고 개성이 강한 자기표현의 욕구가 강하며, 그 어느 때 보다도 미적 표현의 관심이 고조되어 있어 자기만의 미적충족감

<sup>+</sup> 본 논문은 2012년도 오산대학교 연구비 지원에 의하여 수행되었음

을 얻기 위한 방법으로 대중문화를 즐기고 있다. 이러한 상황 속에서 현대인들이 자신의 개성이나 감각을 시각적으로 표현하는데 가장 손쉽게 이용할 수 있는 것이 신체의 변화에 사용되는 다양한 패션아이템들이라 할 수 있다. 여러 매체를 통하여 급속도로 바뀌는 유행과 세계각지의 소식이 대중에게 쉽게 전파되면서 다양한 패션 아이템들 중에서도 최근 젊은 층을 중심으로 급속도로 퍼져나가고 있는 유행종의 하나로 타투를 들 수 있으며 현대 문화에서 타투는 독창적이고 개성적인 예술문화의 하나로 등장하고 있다<sup>1)</sup>. 과거 우리나라에서 타투는 특정 하위집단에 한정된 것으로 폭력배들의 전유물과 같이 인식되어 왔으나, 2002년 월드컵을 계기로 대중들에게 부정적인 이미지를 바꾸어 놓는 계기를 마련하게 되었다. 많은 사람들이 태극문양 페이스 페인팅이나 바디페인팅을 하고, 일회용 스티커 패션타투를 붙이는 등 타투에 대한 거부감이 많이 줄어들게 되었다<sup>2)</sup>. 그 이후 유명 액세서리 브랜드와 화장품 전문브랜드에서도 일회용 타투 상품을 출시하고 판매하는 현상이 나타났으며, 연예인들이 많이 하는 패션아이템을 넘어 이제는 일반인들도 찾는 사람들이 늘어나 타투시술을 전문으로 하는 샵들도 많이 생겨났다<sup>3)</sup>. 이러한 사회적인 현상은 학계에도 큰 변화를 가져와 타투에 관한 다양한 연구들이 이루어지고 있다. 그동안 타투에 대한 연구는 주로 타투의 표현특성이나 문양분석 등의 조형적 특성에 관한 연구<sup>4)5)6)7)</sup>들과 타투의 문화적 의미와 감정적인 미적가치에 대한 연구<sup>8)9)10)</sup>들이 이루어져 왔다.

이와 같이 타투는 외형적인 문양의 상징성과 표현 특성, 의미변화들의 분석에만 한정되는 경향을 보이고 있다. 그러나 타투는 독특한 패션성향을 지닌 감성 소비자들을 통해 나타나고 있고, 이들은 적극적으로 능동적인 삶의 주체로서 유행을 창조하며 적극적으로 정보를 탐색하고 자신들이 가지고 있는 세련된 감각을 활용하여 새로운 자극과 신기함을 추구하는 높은 패션감성을 지니고 있다<sup>11)</sup>. 이러한 높은 패션감성을 가진 소비자들은 타투 패션의 산업적 활성화와 새로운 트렌드를 형성하기에 이르렀다고 할 수 있다. 그러므로 이러한 감성적 소비자들의 타투에 관하여 어떻게 인식하고 있는지에 대해 분석하는 것

은 의미 있는 일이라 할 수 있는데, 이에 관한 선행 연구는 미비하다. 김미영, 이경희(2007)<sup>12)</sup>는 20대 남녀를 대상으로 타투패션은 패션제품에서 느끼는 패션감성보다 감정이 시각적 효과에 더 크게 영향을 준다고 하였으며, 여기서 말하는 감정은 강도가 강한 심리적 변화로 감정의 발생은 대부분 외모적인 변화를 동반한다고 보고하여 타투시술이 외모인식 변화에 영향을 미친다고 보고하였다. 그러므로 젊은 감성소비자들의 타투에 대한 외모변화에 대한 인식 측면을 부각시켜 연구하는 것은 의미 있는 일이라 판단된다.

한편 많은 선행연구들에서는 위에서 언급한 외모 지각 요인들과 함께 자아존중감 요인과의 관계를 밝히고 있는데<sup>13)14)15)</sup>, 자아존중감과 같은 심리적인 특성은 신체나 얼굴의 장식에 대한 만족도와 같은 요인들과 가장 많이 상호작용 하기 때문에 판단된다. 전반적으로 자아존중감이 낮은 사람은 자기 거부, 자기 불만이 원인이 되어 부정적인 감정으로 표출되지만, 자아존중감이 높은 사람은 자신을 존경하며 가치있는 존재로 생각하고 자기발전과 증진을 기대하며 자신을 좋아하는 느낌으로 표출하게 되며 외모나 패션에 대한 관심도도 높으며, 대체적으로 자신의 외모이미지를 부정적으로 왜곡한 사람보다 자아존중감 수준이 높다는 일관된 연구결과들을 볼 수 있다<sup>16)</sup>. 한편 우리의 자아는 신체와 밀접한 관계가 있어서 신체적 유능감과도 관계된다. Secord와 Jourard(1954)<sup>17)</sup>는 사람들은 자신의 신체에 대한 감정이 자신에 대한 감정과 유사하기 때문에 신체외모에 만족하면 자아존중감도 높고, 자아존중감이 높은 사람은 자아에 대해 만족하며, 외모에 대한 만족도도 높다고 하였다. 즉 자기 외모에 대한 긍정적인 사고는 개인의 자아존중감을 고양시키는 반면에, 자신의 신체에 대한 부정적인 사고는 자신감을 없애고 사회적 활동을 어렵게 만드는 계기가 되기도 한다는 것이다. 그러므로 사람들은 결정이나 외모에 대한 콤플렉스를 극복하기 위하여 다양한 외모관리 행동을 지향하고 있는데, 이러한 외모관리의 노력들을 통하여 자기 외모에 대한 만족감이나 자아존중감을 상승시킬 수 있게 된다고 생각한다<sup>18)</sup>.

선행연구에서 살펴본 바와 같이 타투는 외모지각

과 심리적인 변화 요인과 관계가 밀접한 것으로 판단되어 타투를 좋아하는 젊은 소비자들이 타투에 대해 어떻게 이미지를 형성하고 있는지를 파악하는 것은 중요하다. 또한 앞서 언급한 바와 같이 외모지각은 외모만족도와 자아존중감과 밀접한 연관이 있는 심리적 요인으로써, 그 연관성에 대해 연구하는 것은 의미 있는 일이라 사료된다. 결론적으로 이 연구의 목적은 젊은이들에게 새로운 패션트렌드로 떠오른 타투에 대한 이미지를 젊은층을 대변하는 소비자인 여대생을 대상으로 분석하고자 하였으며, 외모지각에 상관관계가 깊은 자아존중감 차원을 기준으로 그 요인에 따라 20대 여대생 집단을 세분화하여 집단별 패션아이템의 하나인 타투 이미지를 분석하고, 자아존중감과 상관관계가 깊은 외모만족도에 어떠한 차이가 있는지를 분석해 보고자 한다. 그 결과를 바탕으로 현대 생활의 인기 패션 아이템인 타투에 관한 소비자 행동분석 연구에 학문적 기틀을 마련하고, 특정 젊은 소비자층의 타투와 외모관련 요인들과의 상관관계를 밝힘으로써 미용산업에 좋은 활용아이템이 될 수 있는 방안을 모색하고 세분화된 소비자층을 파악하는데 도움이 되고자 하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 자아존중감과 외모 만족도

자아존중감이란 개인의 각자 가치와 자기 수용정도를 포함한 자신에 대한 느낌으로서 자아개념과 연합된 개인의 가치와 능력에 대한 자기 평가로 긍정적인 태도를 의미한다. 자아존중감과 같은 심리적인 특성은 체형이나 얼굴에 대한 외모만족도나 다양한 신체요인과 상호작용하여 외모관리 행동에 영향을 준다. 자신의 외모에 긍정적일 수록 자신감이나 자아존중감이 증가되고, 신체외모가 기대에 미치지 못하고 만족스럽지 못한 패션아이템을 착용할 경우 그 피해의식과 자신감의 결여로 인하여 자아존중감은 낮아진다<sup>19)</sup>.

따라서 어떤 개인이 가지는 자신에 대한 일반적인 가치평가를 자아존중감이라 하며, 높은 자아존중감을 갖고 자신에 대해 긍정적인 견해를 가진 사람은

낮은 자아존중감을 가진 사람보다 현재에 대해 더 행복을 느끼며 새로운 일을 많이 시도하는 경향이 있다. 그러므로 자아존중감은 건강한 심리적 기능을 위해 요구되며, 사람들은 일상생활과 문화의 맥락 안에서 자신이 가치 있다고 느끼는 것이 중요하며 이는 인간의 삶은 의미가 있고, 그들이 개인적으로 그 문화적 범위 안에서 중요한 역할을 하고 있다는 믿음을 가질 필요가 있다<sup>20)</sup>.

외모만족도란 개인이 자신의 외모에 대하여 만족하거나 불만족하는 정도를 의미한다. 개인이 자신의 외모를 보는 방법이나 신체에 대한 만족도는 그 시대의 사회문화적 기준에 의해 크게 영향을 받는다<sup>21)</sup>. 개인은 사회문화적 기준을 내면화하면서 자신의 신체를 평가하고 이상적인 신체모습과 자신과의 차이를 극복하기 위하여 체중조절, 피부관리, 성형수술과 같은 적극적인 외모관리 행동을 통해 자신의 신체에 대한 만족도를 높이며, 외모의 가치판단을 향상시키려 한다<sup>22)</sup>. 현대사회에서 대중의 관심은 외모에 집중되어 있으며 신체외모에 대한 관심은 매우 크다. 외모의 기준은 시대와 사회적 영향으로 변하게 되며, 외모만족도 또한 사회적 영향을 받는다. 자아존중감과 외모관련 요인에 대한 상관관계에 대한 연구들을 살펴보면 다음과 같다.

송경자(1998)<sup>23)</sup>는 신체 이미지와 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향에 대해 분석하였는데 신체이미지나 자아존중감의 정도는 많은 차이를 나타냈다고 분석하였다. 이것은 자신의 실제적인 신체보다, 생각하고 있는 신체이미지가 사회적 상호작용에 중요한 의미를 갖는다는 것을 제시하는 것으로 사회적 비교 이론을 지지한다고 보고하였다. 황윤정(2007)<sup>24)</sup>은 대학생들을 대상으로 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 외모관리 행동에 미치는 영향에 대해 연구하였는데, 신체매력 지각 중 개인적 신체매력과 자아존중감은 얼굴관리 행동에 긍정적 영향을 미친다고 보고하였다. 또한 심준영, 김현희(2008)<sup>25)</sup>는 여중고생들의 신체만족도와 자아존중감이 화장 정도에 미치는 영향에 대해서 분석하였는데, 자기 자신에 대한 자아존중감이 높을 수록 화장하는 정도가 높았고, 얼굴 만족도가 낮을 수록 화장을 많이 한다고 분석하였다. 선행연구들을

살펴보면 대체적으로 자신의 외모이미지의 왜곡 정도가 클수록 자아존중감이 낮았으며, 성별이나 나이 등에 관계없이 자신의 신체적 외모를 긍정적으로 지각하고 자신의 외모 매력성을 높게 평가한 사람이 자신의 외모 이미지를 부정적으로 왜곡한 사람보다 자아존중감 수준이 높았다는 것이 여러 연구들에서 나타난 일관적인 연구결과이다. 이윤정(2004)<sup>26)</sup>의 연구에서도 외모만족도가 자아존중감에 직접적인 유의한 영향을 준다고 보고하였다. 즉 자아존중감이 높은 사람이 외모만족도가 높은 것이 아니라 외모에 만족하는 경우 높은 자아존중감을 갖는 경향이 있다고 밝혀 외모만족도와 자아존중감 간의 인과관계를 밝혔다.

타투가 피부에 시술하는 미용기술 중의 하나로써 외모지각과 외모만족도에 영향을 줄 것으로 판단되며, 외모만족도와 관련 깊은 심리적 특성이 자아존중감에 따라서 그 차이점을 살펴보는 것은 의미 있는 일이라 생각된다.

## 2. 타투

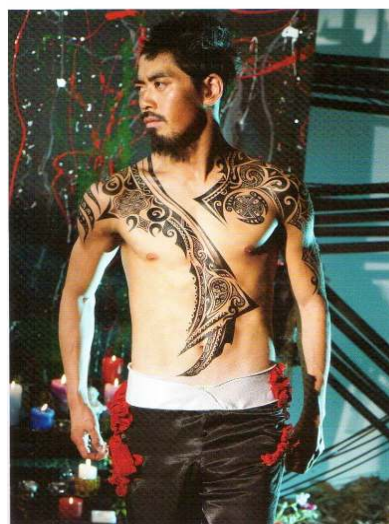
타투(Tattoo)의 어원은 라틴어 스티그마(stigma)에서 유래된 것으로, 피부나 피하조직에 글씨, 그림, 무늬 따위를 새긴다는 의미를 지니며, 타투의 종류



<Figure 1> Permanent Tattoo  
- Demian Tattoo



<Figure 2> Impermanent Tattoo 1  
-Henna art collection Shadow II  
(work by Kim kyunghye) p.46.



<Figure 3> Impermanent Tattoo 2  
-Henna art collection Shadow II  
(work by Lee sukyoung) p.7.

는 크게 영구적인 타투와 비영구적인 타투로 나누어진다. 영구적인 타투<Figure 1><sup>27)</sup>에는 피부색에 따라 상흔 타투와 색소를 피하에 침착시키는 타투가 있고, 비영구적인 타투<sup>28)</sup>에는 헤나(Henna, <Figure 2>)와 패션타투<Figure 3>가 대표적이다.

타투는 우리말의 문신이라 할 수 있지만 타투와 문신은 동격 의미를 갖지는 않는다. 문신은 다분히 과거 특정한 개인이나 집단의 특수한 문화로써 사회적 일탈계층의 전유물로서의 의미가 강하다. 그러나 레이저시술 등의 제거 기술이 개발되고, 20세기말

포스트 모더니즘적 사고가 사회 곳곳에 등장함에 따라 소외와 무관심의 대상이었던 것들이 새로운 가치를 부여받으며 등장하기 시작했으며<sup>29)</sup>, 국외에서는 오프꾸뛰르 디자이너들의 컬렉션에서 바디뿐만 아니라 얼굴 메이크업에도 다양하게 활용되고 있다<sup>30)</sup>. 한편 국내에서는 방송에 노출되는 대중스타들의 타투시술 소비가 증가됨에 따라 타투가 본래 갖고 있던 계급적, 저항적, 일탈적 의미보다는 타투시술 그 자체로 놀이가 되는 대중 예술문화로 자리 잡아 가고 있으며<sup>31)</sup>, 이는 또한 문신이 가지고 있었던 부정적인 이미지가 완화되는데 중요한 영향을 미치게 된다. 타투는 이제 대중문화의 패션과 뷰티의 아이템으로 활용되고 있으며, 젊은이들 사이에서 신체장식의 하나로 받아들여지고 있다. 따라서 본 연구에서 다루고자 하는 타투는 부정적 의미의 문신이나 일회용 미용문신이 아닌 전통적인 의미에서의 지워지지 않는 바디아트(Body Art)의 영역으로 분류하고자 하며, 문신의 부정적 이미지 보다는 비교적 순화된 이미지의 패션타투의 의미로 일괄 사용하고자 한다.

국내 타투에 관한 선행연구들을 살펴보면 다음과 같다. 서구권 내에서 타투의 연구는 예술학 분야에서 뿐 아니라 인류학, 사회학, 심리학, 비판역사학 등의 다양한 분야에서 비교적 체계적으로 이루어져 왔다<sup>32)</sup>. 그 반면 우리나라에서는 아직 최근 연구 분야로 인식되고 있다. 1990년대 이전까지 타투에 관한 연구는 정신병학적인 입장이나 범죄자와의 관계성을 다루는 논문들이었으며, 이들 연구들은 타투시술을 사회적 부적응자의 일탈행위로 간주하고 있었다. 타투를 예술 영역으로 다룬 것은 2000년대 이후부터 시작되었다고 볼 수 있으며, 아직 미비한 수준이나 다양한 측면에서 연구가 시도되고 있는 것은 사실이다.

송남경(2008)<sup>33)</sup>은 타투와 문신의 인지도와 표현특성에 따른 패션이미지를 분석하였는데, 타투는 문신에 비해 개성적인, 섹시한, 개방적인, 매력적인, 장식적인, 패셔너블한, 예술적인, 화려한 등의 긍정적 이미지의 용어로 인지되고 있었다고 하였다. 현명관, 장애란(2012)<sup>34)</sup>의 연구에서는 타투의 미학적 측면에서의 추(醜)이미지를 규명하기 위해 먼저 타투의 개

념 및 표현기법, 의미고찰을 바탕으로 타투 메이크업에 대한 정의를 정립하고, 타투 메이크업에 표현된 추(醜)이미지를 해석하기 위해 칼 로젠크란츠의 추(醜)의 미학에서 몰형식성, 부정확성, 왜곡성을 차용한 후 무형식(無形式)의 미, 불완전(不完全)의 미, 이형(異形)의 미를 유추하여 타투 메이크업의 미적 특성을 해석하였다. 황미경, 이귀영, 전연숙(2011)<sup>35)</sup> 또한 20세기 이후 나타난 타투메이크업 표현기법의 특징들을 중심으로 고찰하였으며, 자료들은 2000년대 이후의 파리컬렉션 프레타 포르테(Pret-a-Porte)와 오트 쿠튀르 (Haute Couture)를 중심으로 타투 메이크업의 특징들을 선별하였다. 연구결과 타투메이크업은 기존의 전통적인 조화나 디자인 원리의 틀에서 벗어나서 개성표현과 다양한 미적가치를 표현하는 수단이며, 새로운 소재의 표현과 문양의 장식적 표현기법은 타투메이크업이라는 장르를 더욱 다양하게 부각시키고 있다고 하였다. 개성화, 다양화 시대에 더불어 타투가 점진적으로 확산되고 있는 지금의 현시점에서 타투에 대한 관점 변화와 다양한 표현의 변화는 메이크업의 또 다른 장르인 타투메이크업이라는 장르를 더욱 가치 있는 미적표현의 도구로 발전시켜 나아갈 것으로 보여 진다고 밝혔다.

본 연구는 타투가 일종의 대중문화예술로 자리잡아가고 있는 시점에서 보다 실증적인 연구가 필요하다고 생각되며, 타투가 외모에 관련된 패션아이템이냐만큼 어떤 심리적인 요인들과 상호작용하는지 분석해볼 필요가 있다고 판단된다. 특히 자아존중감과 같은 심리적인 특성은 신체나 얼굴의 장식에 대한 만족도 요인들과 상호작용하므로 자아존중감 유형에 따라 타투이미지와 외모만족도를 분석해 보는 것은 의미 있는 일이라 사료된다.

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구문제

이에 따른 연구문제는 다음과 같다

연구문제1. 조사대상의 일반적 특성을 알아본다.

연구문제2. 자아존중감의 차원을 밝히고 그 요인을 기준으로 조사대상을 세분화한다.

연구문제2-1. 자아존중감의 차원을 밝힌다.

연구문제2-2. 자아존중감 유형에 따라 조사대상자를 분류한다.

연구문제3. 세분된 집단에 따른 타투 이미지와 외모만족도 차이를 알아본다.

연구문제3-1. 타투 이미지의 차원을 밝힌다.

연구문제3-2. 자아존중감 유형에 따른 타투 이미지와 외모만족도 차이를 알아본다.

## 2. 조사대상과 자료수집

본 조사는 경기도 소재 2년제 대학에 재학중인 여대학생 235명을 대상으로 2012년 5월에서 7월에 걸쳐 설문을 실시하였으며, 그 중 불성실한 설문지 44부를 제외하고 191부를 분석에 사용하였다. 설문지는 여대생의 자아존중감, 타투 이미지, 그리고 외모만족도를 측정하는 문항들로 구성되어, 자아존중감 유형에 따른 집단들의 타투 이미지와 외모만족도의 차이를 알아보기 위하여 하였다.

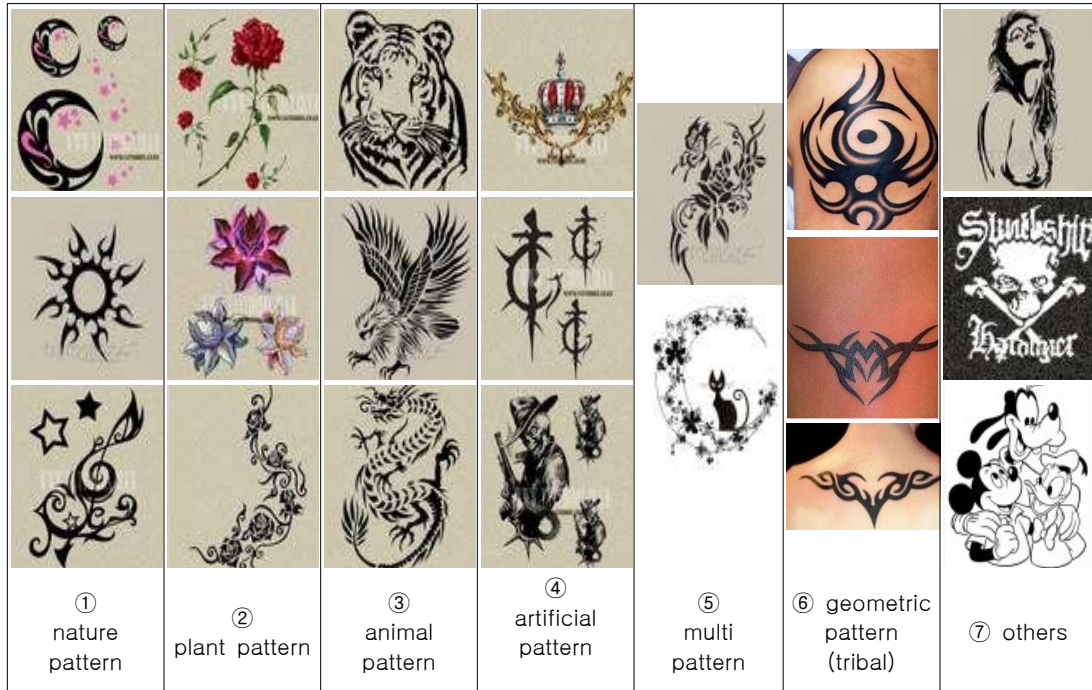
## 3. 측정도구

자아존중감 문항은 Rosenberg(1965)<sup>36)</sup>가 개발하고 최미례<sup>37)</sup>가 번안한 척도 10문항과 고려대학교 부설 행동과학 연구소<sup>38)</sup>에서 개발한 척도를 응용하여 25문항을 재구성하였다.

형용사 이미지는 20개의 형용사로 이루어졌으며, 20개의 형용사 선정기준은 타투패션의 표현특성에 따른 이미지를 연구한 선행 연구<sup>39)</sup>에 사용되었던 38개의 형용사 이미지 중, 미용관련 학과 교수 5인에게 타투이미지 표현에 적합한 형용사를 선정하도록 하여 가장 많이 선택된 20개의 형용사를 사용하였다. 타투이미지 측정을 위한 타투자극물은 타투 문양분석을 위해 여러 선행연구들을 참고하여 표현 대상에 따라 분류한 정경희의 연구<sup>40)</sup>를 참고하여 7가지 종류(자연문양, 식물문양, 동물문양, 동물문양, 인공문양, 복합문양, 기하학문양, 기타)의 타투분류를 기준으로 분석하였다(Figure 4). 각각의 자극물은 현재 우리나라에서 활발히 운영되고 있는 인터넷 동호회 사이트 인 Style Tatoo (cafe.naver.com/kittytdals)와 전국타투(cafe.naver.com/fellhorny),

그리고 타투메거진(cafe.naver.com/xkxncokr)에서 발췌하였다. 타투이미지 측정은 위에서 언급한 7개의 타투종류별 자극물을 2개 또는 3개씩, 3개 유형의 설문지에 나누어 분석하였다. 즉 설문지를 A, B, C형으로 구분하여, A형 설문지에는 '자연문양'과 '식물문양', B형 설문지에는 '동물문양'과 '인공문양', C형 설문지에는 '복합문양', '기하학문양', 그리고 '기타 문양'이 포함되도록 분류하여 연구대상에게 고르게 분포되도록 배포하였다. 연구대상자는 자극물을 보고 20개의 형용사이미지(섹시한, 개성적인, 예술적인, 여성스러운, 매력적인, 화려한, 도발적인, 위협적인, 악마적인, 동성애적인, 폭력적인, 패셔너블한, 신비로운, 아름다운, 남성다운, 혐오스러운, 불쾌한, 과격한, 파워풀함, 부정적인)에 대해 '매우 그렇다'일 경우 5, '매우 그렇지 않다'일 경우 1에 표시하도록 5점 리커트 척도로 측정하였으며, 느끼는 정도를 자유롭게 표시하도록 하였다. 2개 또는 3개 자극물로 제한한 이유는 다음과 같다. 연구대상자에게 7가지 자극물을 모두 노출하여 20가지 형용사이미지를 측정하게 되면 문항이 너무 많아지게 되어 집중력이 떨어지게 되며, 이는 측정의 효율성을 떨어뜨리게 될 뿐만 아니라 연구결과의 신뢰성에도 부정적 영향을 미칠 수 있으므로, 40개에서 60개 정도의 형용사 이미지를 측정하게 하는 것이 적당하다고 판단되어 자극물을 제한하였다.

외모만족도 문항은 삶에 대한 만족도 측정도구의 하위척도인 외모만족도 척도<sup>41)</sup>를 이용하였다. 이 척도는 자신의 외모에 대한 만족을 긍정 또는 부정으로 묻는 포괄적인 질문들을 묻는 5문항의 5점 척도로 구성되어 있다. 긍정으로 묻는 질문은 '나의 외모가 훌륭하다고 생각한다', '나의 외모에 대하여 만족한다', '대체로 나의 외모에 대하여 만족스럽게 생각한다', 그리고 '나는 내 외모가 이정도면 괜찮다는 생각을 한다', 이고 부정으로 묻는 질문은 '나의 외모에서 변화시키고 싶은 부분은 없다'이다.



<Figure 4> Tattoo picture stimulus using as measurement tools

#### 4. 자료분석방법

수집된 자료는 SPSS 16.0 프로그램으로 분석되었다. 자료분석에 사용된 구체적인 통계기법은 연구문제에 맞게 다음과 같이 순차적으로 적용되었다. 첫째, 조사대상의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도 분석을 하였다. 둘째, 자아존중감의 차원을 알아보기 위해 요인분석과 신뢰도분석을 하였다. 셋째, 분류된 자아존중감의 차원을 기준으로 조사대상을 세분화하기 위해 군집분석(K-means)과 분산분석을 하였다. 넷째, 타투 이미지의 차원을 알아보기 위해 요인분석과 신뢰도분석을 하였다. 다섯째, 자아존중감의 차원을 기준으로 세분화된 집단에 따라 타투 이미지와 외모만족도에 차이가 있는지 알아보기 위해 분산분석을 하였다. 요인분석의 경우, 요인의 추출방법으로는 변수의 수가 많고 공동인자분산의 값이 심하게 변하지 않을 때 사용할 수 있는 주성분분석법이 사용되었고, 요인의 회전방법으로는 Varimax

가 사용되었다. 분산분석의 경우 사후검정으로 던컨 테스트가 사용되었다.

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상의 일반적 특성

조사대상은 경기도 소재 2년제 대학에 재학중인 여대학생 191명이며, 1학년 학생이 158명, 2학년 학생이 33명이 응답한 설문지를 분석에 사용하였다. 한달 평균 사용하는 용돈이 21만원에서 30만원 이라고 응답한 학생이 가장 많았다(31.4%). 또한 조사대상자의 일반적 특성을 알아볼 때 여대생의 타투에 대한 관심정도를 파악하기 위하여 타투 시술 경험 유무와 시술하고 싶은 문양과 신체부위를 물어보았다. 타투 시술 경험이 있는 대학생은 51명으로 전체의 27%를 차지하였고, 타투 시술 경험이 없는 학생

은 140명으로 나타났다. 또한 7가지 문양종류 중 별, 달, 해 모양 등의 자연문양을 가장 시술받고 싶다고 응답한 학생들이 49명으로 전체의 25.7%를 차지하여 여대생들이 가장 선호하는 문양인 것으로 나타났다. 그 다음으로는 기하학 문양의 시술을 원한다고 응답한 학생이 41명(21.5%)으로 나타났으며, 식물문양(17.8%), 복합문양(11%)의 순으로 시술을 선호하는 문양으로 나타났다. 한편 타투 시술을 원하는 신체 부위를 복수응답하게 하여 알아본 결과, 전체응답자의 60.2%가 손목을 선택한 것으로 나타나 다른 신체 부위보다 월등히 선호하는 것으로 나타났다. 그 다음으로는 응답률이 높은 부위는 어깨(26.2%), 발목(19.4%), 목(17.3%), 그리고 뒷골반(16.2%)과 등(16.2%)의 순으로 밝혀졌다.

정경희, 이미숙(2007)<sup>42)</sup>은 인터넷 타투동호회에 나타난 타투 문양을 분석하였는데, 여성들이 가장 선호하는 타투 문양은 동물문양, 자연문양, 인물문양, 기하학문양 순으로 나타났다고 하였으며, 시술을 가장 선호하는 부위는 벨트 라인의 골반과 어깨 부위처럼 옷을 착용했을 때 타투가 자연스럽게 드러나 악세사리로써의 역할을 할 수 있는 신체부위를 선호한다고 보고하여 본고의 연구와는 차이를 보이고 있다. 이는 타투 시술을 했거나 관심있는 동호회 회원들의 성향을 분석한 것으로서 일반 여대생들보다도 좀더 과감하고 눈에 잘 띄는 타투를 선호하는 것으로 파악되고, 본고의 연구 대상인 대학생들은 눈에 잘 띄지 않고 비교적 크기가 작거나 문양이 갖는 의미가 크지 않는 기하학 문양을 선호하는 것으로 분석되었다.

## 2. 자아존중감을 기준으로 조사대상 세분화

### 1) 자아존중감의 차원

자아존중감의 차원을 알아보기 위해 수집된 자료를 요인분석하기에 앞서 측정된 자료가 요인분석의 가정을 만족시키는지 알아보았다. Bartlett 구형성을 알아본 결과  $\chi^2$ 은 2177.597(df=253, Sig.=0.000)로 나타나 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분히 있다고 판단되었다. KMO의 표본적합도를 알아본 결과 KMO 값이 0.903으로 나타났고, 공통성

(communality)을 알아본 결과 모두 0.457 이상으로 나타났다. 이처럼 자아존중감을 측정된 자료가 요인분석을 실시하는데 우리가 없다고 판단되어 요인분석을 실시하였다. 요인분석을 실시한 결과 <Table 2>에서와 같이 네 가지 요인이 추출되었다. 요인들의 전체 설명력은 60.3%로 나타났고 전체 신뢰도계수는 0.922로 나타났으며 요인별 신뢰도계수는 0.809 이상으로 나타났다. 각 요인의 명명은 다음과 같다.

요인1(16.3%)은 ‘나는 경쟁에서 잘 이기는 편이고, 리더의 역할을 잘 해내고, 하고 싶은 일을 행동으로 잘 옮기고, 많은 사람들 앞에서도 할 말은 하고, 독특한 개성이 있으며, 다른 사람들에게 꼭 필요한 사람이다’의 문항들로 구성되었다. 이처럼 요인1은 타인 앞에서 자기 자신을 숨기지 않고 자기 자신을 보여주는데 소극적이지 않고 과시적이며, 본인이 하는 일에 자신감 있는 그룹으로 분류되었으므로 요인1을 ‘자기과시요인’으로 명명하였다.

요인2(15.9%)는 ‘나는 남들을 잘 배려하고, 남들에게 도움이 되는 사람이고, 다른 사람들과 좋은 관계를 유지하고, 친밀한 관계의 사람들에게 기쁨을 주고, 가까운 사람(가족, 친구 등)은 나를 소중하게 생각하고, 적어도 다른 사람만큼은 가치 있다고 생각하며, 대체로 나는 내 자신에 만족한다’의 문항들로 구성되었다. 이처럼 요인2는 타인과의 관계형성을 중요하게 생각하고, 좋은 상호관계속에서 자아만족감도 높은 그룹으로 분류되어 요인2를 ‘적극적 대인관계요인’으로 명명하였다.

요인3(15.8%)은 ‘나는 할 일을 성실히 해내고, 내가 속한 집단에서 책임과 의무를 다하고, 다른 사람들에게 의존하지 않고 나의 일을 스스로 하고, 남들이 하는 만큼은 일을 할 수 있고, 힘든 일도 잘 극복해 내며, 내가 세운 목표를 위해 열심히 노력한다’의 문항들로 구성되었다. 이처럼 요인3은 맡은 일에 대한 수행능력과 관련된 내용으로 맡은 일은 성공적으로 해내는데 대한 만족감이 크며, 타인과의 관계형성 보다는 개인이 맡은 일의 역할수행 중 일이 잘 되었을 때 자신감을 갖는다는 항목으로 분류 되었으므로, 요인3을 ‘개인역할수행요인’으로 명명하였다.

요인4(12.4%)는 ‘때때로 자신이 쓸모없는 존재로



<Table 1> Demographic characteristics of female college students

(N=191)

variable		frequency	percentage(%)	
year	first year	158	82.7	
	second year	33	17.3	
	total	191	100.0	
monthly pocket money	money < 111,000 won	28	14.7	
	111,000~200,000 won	33	17.3	
	210,000 ~ 300,000 won	60	31.4	
	310,000 ~ 490,000 won	40	20.9	
	money > 500,000 won	30	15.7	
	total	191	100.0	
tattoo experience	did	51	26.7	
	didn't	140	73.3	
	total	191	100.0	
tattoo pattern which one want to get	nature pattern	49	25.7	
	plant pattern	34	17.8	
	animal pattern	10	5.2	
	artificial pattern	11	5.8	
	multi pattern	21	11.0	
	geometric pattern	41	21.5	
	others	25	13.1	
	total	191	100.0	
which body part that one want to get		N	respons%	case%
	neck	33	8.6	17.3
	shoulder	50	13.1	26.2
	back	31	8.1	16.2
	chest	27	7.1	14.1
	upper arm	17	4.5	8.9
	wrist	115	30.1	60.2
	back pelvis	31	8.1	16.2
	front pelvis	13	3.4	6.8
	side	7	1.8	3.7
	thigh	1	0.3	0.5
	heep	3	0.8	1.6
	calf	4	1.0	2.1
	winkle	37	9.7	19.4
	top of the foot	11	2.9	5.8
	total body	2	0.5	1.0
	total	382	100.0	200.0
Total	191		100.0	

느껴지고, 실패자라고 느끼는 경향이 있고, 자랑스러워 할 것이 별로 없다고 느끼며, 전혀 유능하지 못하다고 생각한다' 의 문항들로 구성되었다. 이처럼 요인4는 자신에 대한 열등감에 관한 내용으로 구성되었으며, 자신에 대한 만족감이 매우 낮으며 타인과의 관계형성에도 자신감이 결여되어 있는 항목들로 구성되어 있으므로 요인4를 '소극적 자기열등

요인'으로 명명하였다.

2) 자아존중감 요인을 기준으로 한 조사대상 분류

조사대상은, 다음의 표에서 보는 바와 같이, 군집수가 세 개일 경우가 두개나 네 개일 경우보다 각

<Table 2> Factor analysis about self-esteem of female college students

items of self-esteem	factor loading			
	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4
I tend to come out on the top in competition	0.769	0.119	0.279	0.103
I do good as a role of leader	0.700	0.163	0.265	0.110
I just tell what i'm driving at, even in front of many people.	0.682	0.074	0.244	0.198
I have a distinctive my own personality.	0.662	0.173	0.000	0.155
I pass from thought to action	0.631	0.142	0.336	0.232
I'm a necessary person to other person	0.585	0.442	0.253	0.238
I really care about other people	0.011	0.808	0.079	-0.053
I have very good relationship with other people.	0.301	0.730	0.096	0.167
I brought pleasure to my close friend	0.200	0.708	0.156	0.154
People (family, friends..) close to me hold me sear	0.072	0.691	0.160	0.138
I'm a helpful person to other people.	0.393	0.641	0.074	0.260
I'm worthy as that much as others	0.021	0.487	0.308	0.418
I generally satisfy about myself.	0.302	0.442	0.295	0.290
I work well what I have to do sincerely	0.102	0.203	0.766	0.077
I discharge responsibility and duty in my social group	0.242	0.145	0.737	0.131
I do my work by myself without depending other people	0.215	0.039	0.731	0.095
I overcome well difficulties	0.274	0.038	0.719	0.155
I make efforts to achieve a goal that I made	0.440	0.229	0.611	0.018
I can work as much as others	0.051	0.368	0.589	0.213
ometimes I feel like i'm useless(R)	0.201	0.112	0.033	0.802
I tend to feel i'm a loser(R)	0.037	0.163	0.128	0.781
I don't think I'm proud of myself(R)	0.288	0.226	0.147	0.704
Sometimes I feel like I am completely not competent(R)	0.348	0.083	0.219	0.633
eigen value	3.739	3.651	3.628	2.846
variation (%)	16.256	15.876	15.773	12.374
cumulative variation (%)	16.256	32.132	47.905	60.280
cronbach'α	0.849	0.847	0.854	0.809

(R) means reverse cording

집단의 특징을 잘 나타내는 것으로 판단되었기 때문에 네가지 자아존중감 요인을 기준으로 세 집단으로 분류되었다.

집단1(38.2%)은 자기과시 요인과 역할수행 요인의 요인특점이 매우 높게 나타났으므로, 적극적 대인관계 요인과 소극적 자기열등 요인의 요인특점은 낮게 나타났다. 그러므로 이 집단은 스스로가 경쟁에서 리더의 역할을 잘 해내고 하고 싶은 일을 행동으로 잘 옮기며 다른 사람들에게 꼭 필요한 사람이라고 인식하는 성향이 강하고, 자신이 속한 집단에서 책임과 의무를 다하고 자신의 일은 타인에게 의존하지 않고 스스로 하며 목표를 위해 열심히 노력하는 성향도 강하다고 할 수 있어, 자기 자신에 대한 만족감과 자신감도 높고, 타인과의 관계형성 시에도 자아존중감이 높게 나타나는 집단이라 할 수 있다. 따라서 집단1은 '개성지향집단'으로 명명하였다.

집단2(31.4%)는 자기과시 요인과 적극적 대인관계 요인의 요인특점이 매우 낮게 나타났으며, 소극적 자기열등 요인의 요인특점은 높게 나타났다. 그러므로 이 집단은 스스로가 경쟁에서 리더의 역할을 잘 해내고 하고 싶은 일에 소극적이며, 다른 사람들에게 꼭 필요한 사람이라고 인식하는 성향이 약하고, 타인을 잘 배려하고 다른 사람들과 도움이 되는 관계나 좋은 관계를 유지하려는 성향도 낮다고 할 수 있어 사회적 자아존중감이 낮은 집단이라 할 수 있다. 따라서 집단2는 '소극성지향집단'으로 명명하였다.

집단3(30.4%)은 적극적 대인관계 요인과 소극적 자기열등 요인의 요인특점이 매우 높고, 개인 역할수행 요인의 요인특점은 매우 낮게 나타났다. 타인과의 좋은 관계형성에서 높은 만족감을 얻고 주변 사람들을 소중하게 생각하는 집단으로 타인과의 상호관계에서 높은 자아존중감을 얻는 반면 자신에 대한 자신감과 만족감이 결여되어 있어 개인 과시성향이 낮고 의존적 사회성을 보이는 집단이라 할 수 있어, 이 집단을 '자아중심성 지향집단'으로 명명하였다.

### 3. 자아존중감 유형에 따른 타투 이미지와 외모만족도 차이

#### 1) 타투 이미지의 차원

타투 이미지의 차원을 알아보기 위해 수집된 자료를 요인분석하기에 앞서 측정된 자료가 요인분석의 가정을 만족시키는지 알아보았다. Bartlett 구형성을 알아본 결과  $\chi^2$ 은 3294.190(df=120, Sig.=0.000)로 나타나 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분히 있다고 판단되었다. KMO의 표본적합도를 알아본 결과 KMO 값이 0.882으로 나타났고, 공통성은 모두 0.424 이상으로 나타났다. 이처럼 타투 이미지를 측정된 자료가 요인분석을 실시하는데 무리가 없다고 판단되어 요인분석을 실시하였다. 요인분석을 실시한 결과 <Table 4>에서와 같이 두 가지 요인이 추출되었다. 요인들의 전체 설명력은 58.1%로 나타났고 전체 신뢰도계수는 0.820으로 나타났으

<Table 3> Group segmentation according to the self-esteem

group self-esteem	pursuit of individuality (N=73, 38.2%)	pursuit of passiveness (N=60, 31.4%)	pursuit of self-esteem (N=58, 30.4%)	F
self-display	0.630 A	-0.791 C	0.025 B	50.706 ***
active interpersonal relation	-0.131 B	-0.633 C	0.820 A	48.125 ***
role performance	0.644 A	-0.067 B	-0.740 C	45.846 ***
passive complex	-0.299 B	0.199 A	0.171 A	5.565 **

\*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001, A>B is the results from Dunkun test

며 요인별 신뢰도계수는 0.867 이상으로 나타났다. 각 요인의 명명은 다음과 같다.

요인1(31.7%)은 ‘폭력적인, 과격한, 악마적인, 부정적인, 불쾌한, 위협적인, 남성다운, 파워풀함’의 문항들로 구성되었다. 이처럼 요인1은 타투에 대한 부정적 이미지와 관련된 내용으로 구성되었으므로, 요인1을 ‘부정적 이미지’로 명명하였다.

요인2(26.4%)는 ‘매력적인, 아름다운, 화려한, 도발적인, 패셔너블한, 신비로운, 섹시한, 예술적인’의 문항들로 구성되었다. 이처럼 요인2는 타투에 대한 긍정적 이미지와 관련된 내용으로 구성되었으므로, 요인2를 ‘긍정적 이미지’로 명명하였다.

김미영, 이경희의 연구<sup>43)</sup>에 따르면 타투 패션에 대한 이미지 감정의 구성요인을 밝히기 위하여 13개의 감정어휘에 대하여 요인분석 하였는데, 그 결과

2가지의 요인 추출되었다. 요인1은 ‘혐오스러움, 징그러움, 짜증스러움, 괴기스러움’ 등을 평가하는 것으로 부정적 감정요인이라 하였으며, 요인2는 ‘신비로운, 즐거움, 주의를 끄’ 등의 긍정적인 감정어휘로 구성되어 긍정적 감정요인이라 하여, 본 연구의 결과와 동일한 타투이미지 요인분석 결과를 보였다.

2) 자아존중감 유형에 따른 타투 이미지와 외모만족도 차이

자아존중감에 따라 세분된 집단에 따라 타투 이미지와 외모만족도에 어떠한 차이가 있는지 알아본 결과, 다음의 <Table 5>와 같이 타투 이미지 중에서도 긍정적 이미지 요인과 외모만족도에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

<Table 4> Factor analysis of tattoo image

items of tattoo image	factor1	factor2	factor loading
	negative image	positive image	
violent	0.864	-0.028	0.747
radical	0.835	-0.102	0.708
devilish	0.807	0.017	0.652
negative	0.786	-0.142	0.639
nasty	0.773	-0.128	0.613
threatening	0.751	0.033	0.565
masculine	0.732	0.072	0.541
powerful	0.727	0.137	0.548
attractive	-0.174	0.806	0.680
beautiful	-0.177	0.761	0.610
gorgeous	0.014	0.753	0.567
provocative	0.174	0.710	0.534
fashionable	0.050	0.709	0.506
mysterious	-0.015	0.704	0.496
sexy	-0.150	0.663	0.462
artistic	0.128	0.639	0.424
eigen value	5.073	4.219	
variation (%)	31.708	26.367	
cumulative variation (%)	31.708	58.075	
cronbach'α	0.911	0.867	

타투 이미지 중 부정적 이미지에 대해서는 자아존중감 유형에 따라 세분된 집단간 유의한 차이를 보이지 않았다. 긍정적 이미지 요인의 경우, '소극성지향집단'과 '자아중심성지향집단'이 '개성지향집단'보다 상대적으로 타투에 대한 긍정적 이미지 성향이 낮은 것으로 나타났다. 즉 '개성지향집단'은 다른 두 집단에 비해 타투에 대해 긍정적 이미지를 갖고 있는 집단으로 나타났다. 이는 '개성지향집단'은 다른 집단에 비해 자아존중감이 높은 집단으로, 자기과시 성향이 강하고 하고 싶은 일을 행동으로 잘 옮기며 책임감도 강하여 타인 의존도가 낮은 특성을 갖는 집단이다. 그러므로 남의 시선을 많이 의식하지 않고 자신의 개성을 표현할 수 있는 타투에 대해 긍정적인 이미지를 형성하게 된 것으로 분석된다. 긍정적인 이미지는 시술할 가능성도 가장 높은 집단으로

판단된다.

반면 대인관계에 소극적이고 사회성이 낮은 '소극성지향집단'은 자기 열등감이 높은 집단으로 자신의 외모 변화에 소극적이며 타인의 반응을 의식하는 성향을 갖고 있어, 자아존중감이 낮은 집단으로 타투에 대한 선입견으로 인해 부정적 이미지를 강하게 형성하고 있는 것으로 판단된다. 외모만족도의 경우에도 '소극성지향집단'은 '개성지향집단'과 '자아중심성지향집단'보다 외모만족도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 '소극성지향집단'이 타인 앞에서 자신감이 없고, 좋은 관계를 유지하려는 성향이 낮은 집단으로 자기자신에 대한 외모만족도도 낮은 것으로 판단된다. 다시 말해 '개성지향집단'은 자신의 외모에 대한 만족도도 가장 높으며 타투에 대해 긍정적인 이미지도 갖고 있어 타투시술에 긍정적일 것으로 판

<Table 5> Tattoo image and appearance satisfaction according to the self-esteem

Tattoo image and appearance satisfaction		segmentation	N	M	S.D	F
factor of tattoo image	negative image	pursuit of individuality	(N=146)	2.49	0.98	1.018
		pursuit of passiveness	(N=120)	2.35	0.83	
		pursuit of self-esteem	(N=116)	2.36	0.90	
		Total	(N=382)	2.41	0.91	
	positive image	pursuit of individuality	(N=146)	3.21 A	0.78	8.475 ***
		pursuit of passiveness	(N=120)	2.90 B	0.74	
		pursuit of self-esteem	(N=116)	2.85 B	0.80	
		Total	(N=382)	3.00	0.79	
appearances satisfaction	pursuit of individuality	(N=146)	2.70 A	0.55	6.744 **	
	pursuit of passiveness	(N=120)	2.38 B	0.73		
	pursuit of self-esteem	(N=116)	2.64 A	0.90		
	Total	(N=382)	2.58	0.74		

\*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001, A>B is the results from Dunkun test

단된다. 한편 외모만족도는 높은 반면 타투에 대해 부정적인 이미지를 갖고 있는 ‘자아중심성지향’ 집단에게는 타투 잠재시술자로 분석되며, 긍정적 이미지를 가질 수 있는 패턴을 시술해 본다면 외모만족도를 높일 수 있을 것으로 사료된다. 즉 자아존중감이 높을수록 외모에 대한 만족도도 높고 타투에 대한 긍정적인 이미지를 형성하며 자아존중감이 낮은 그룹은 외모에 대한 만족도도 낮고 타투에 대하여 부정적인 이미지를 형성한다는 결과를 도출해 낼 수 있다.

이는 자아존중감과 외모만족도를 연구한 대부분의 연구결과와 일치하는 결과를 보이고 있는데, 두 요인 간에 정적인 상관관계가 있다는 연구결과를 뒷받침 하고 있다. 황윤정(2007)<sup>44)</sup>은 자신의 신체적 외모를 긍정적으로 지각하고 자신의 신체 매력성을 높게 평가한 사람이 자신의 신체이미지를 부정적으로 왜곡한 사람보다 자아존중감 수준이 높았다고 하였으며, 백숙희(1998)<sup>45)</sup>도 자신을 매력적으로 판단하는 여학생이 보다 높은 자존감을 지니며, 자신이 추하다고 생각하는 사람은 자아존중감이 낮다고 하였다. 또한 미국 여대생을 대상으로 외모만족도를 연구한 이윤정(2004)<sup>46)</sup>의 연구에서는 외모만족도는 자아존중감에 유의한 직접적인 영향을 가지, 미국 여대생들도 외모에 만족하는 경우 높은 자아존중감을 갖는 경향이 있다고 보고하여 본연구와 일치되는 결론을 보이고 있다.

또한 본 연구와 같이 이 두요인과 다른 변인들과의 상관관계에 대한 연구도 활발히 진행되었는데, 이중 설현진(2009)<sup>47)</sup>은 외모자신감이 높을수록 뷰티 관심도도 높게 나타났다고 하였고, 심준영, 김현희(2008)<sup>48)</sup>은 자신에 대한 자아존중감이 높을수록 화장하는 정도가 높았다고 보고하여, 타투와 같은 외모변화 행동에 외모만족도와 자아존중감 요인과 상관관계가 있다는 본고의 결론과 유사한 경향을 보이고 있다.

## V. 결론

대학생들의 자아존중감에 따른 타투이미지와 외모

만족도를 분석해본 결과는 다음과 같다.

첫째, 타투 시술경험이 있는 대학생은 전체의 27%를 차지하였고, 타투 시술 경험이 없는 학생은 73%로 나타났다. 또한 전체 응답자의 25.7%에 해당하는 학생들이 가장 선호하는 문양은 자연문양으로 나타났으며, 그 다음으로는 기하학 문양(21.5%), 식물문양(17.8%), 복합문양(11%)의 순으로 시술을 선호하는 문양으로 나타났다. 한편 타투 시술을 원하는 신체 부위를 복수응답하게 하여 알아본 결과, 전체응답자의 60.2%가 손목을 선택하였고, 그 다음으로는 응답률이 높은 부위는 어깨(26.2%), 발목(19.4%), 목(17.3%), 그리고 뒷골반(16.2%)과 등(16.2%)의 순으로 밝혀졌다.

둘째, 대학생들의 자아존중감의 차원을 밝히기 위해 요인분석을 실시한 결과 ‘자기과시’, ‘적극적 대인관계’, ‘역할수행’, 그리고 ‘소극적 자기열등’의 네 가지 요인이 추출되었다. 4가지 자아존중감 요인을 기준으로 집단을 세분한 결과 ‘개성지향집단’, ‘소극성지향집단’, ‘자아중심성지향집단’의 세 집단으로 분류되었다.

셋째, 타투 이미지 차원을 밝히기 위해 요인분석을 실시한 결과 두가지 요인이 추출 되었다. 요인1은(31.7%)은 ‘폭력적인, 과격한, 악마적인, 부정적인, 불쾌한, 위협적인, 남성다운, 파워풀함’의 문항들로 구성되어 ‘부정적 이미지’를 나타내는 요인이다. 또한 요인2(26.4%)는 ‘매력적인, 아름다운, 화려한, 도발적인, 패셔너블한, 신비로운, 섹시한, 예술적인’의 문항들로 구성되어 ‘긍정적 이미지’로 분류하였다.

넷째, 자아존중감 유형에 따라 세분된 집단을 기준으로 타투 이미지와 외모만족도에 어떠한 차이가 있는지 알아본 결과, 타투 이미지 중에서도 긍정적 이미지 요인과 외모만족도에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 타투 이미지 중에서도 긍정적 이미지 요인의 경우, ‘소극성지향집단’과 ‘자아중심성지향집단’이 ‘개성지향집단’에 비해 상대적으로 타투에 대한 긍정적인 이미지를 갖는 성향이 낮은 것으로 나타났다. 이는 ‘개성지향집단’의 대학생들은 타투가 자신이 개성을 표현하고 타투를 통해 외모변화에 긍정적인 이미지를 형성하고 있는 것으로 판단된다.

외모만족도의 경우, '소극성지향집단'이 '개성지향집단'과 '자아중심성지향집단'에 비해 외모 만족도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 개성추구 성향이 강하고 자신을 남에게 적극적으로 표현하며 타투에 대해 긍정적인 이미지가 높은 '개성추구집단'은 외모에 대한 만족도도 높은 것으로 나타났다. 한편 '자아중심성지향집단'은 타투에 대해 긍정적인 이미지가 낮은 반면 외모 만족도가 높은 것으로 분석되었고, '소극성지향집단'은 타투에 대한 긍정적인 이미지도 낮으며, 타투 시술 후 외모 만족도도 낮은 것으로 분석되었다. 결론적으로 자아존중감, 타투이미지, 그리고 외모만족도 간에는 유의한 직접적인 영향을 주고 있었으며, 세분된 집단들이 각기 다른 성향을 보이는 것으로 나타났다.

후속연구에서는 타투시술을 원하거나 해본 경험이 있는 사람들을 대상으로 타투행동과 관련된 관련변인들을 밝히는 실증적 연구가 이루어진다면, 점점 성장하고 있는 타투 시장의 시장성을 파악하는데 도움이 될 것으로 사료된다.

본 연구의 연구대상자는 경기도 소재 2년제 대학의 여대생들로 한정되었으며, 표준화된 측정도구를 사용하지 않았으므로 이 결과를 확대해석하는 데는 신중해야 할 것으로 판단된다.

## Reference

- 1) Kim Miyoung, Lee Kyounghee(2007), "Study on Fashion Sensibility and Emotion through Tattoo Fashion", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(3), p.331.
- 2) Lee Hyunju, Lee Sunbun(2005), "The Study on the Tattoos of Popular Stars", *The Journal of the Korean Society of Make-up Design*, 1(2), p.26.
- 3) "Fashion trend tattoo, Tattoo top", (2012. 4.2). *Korea Jungang Daily*, p.10.
- 4) Hwang Mikyung, Lee Kwuyoung, Jeon Yeunsuk(2011), "A Study on Tattoo Make up Technique Representation -Focusing on Collections Since 2000-", *Journal of Korean Beauty Society*, 17(6), pp.1006-1111.
- 5) Song Namkyung(2008), Study on the images of tattoo fashion's expressive characteristics and on perceptive attitudes about tattoo and moonsin, University of Kyungsoo doctoral dissertation. pp.1-3.
- 6) Kim Youngmi(2005), Study on the formative beauty of tattoo look in contemporary fashion, University of Hongik University master's dissertation. pp.1-4.
- 7) Jung Kyunghee(2007), "Focusing on the Domestic and International Web Sites = Analysis on the Tattoo Patterns used among Tattoo-related Internet Communities", *The Journal of the Korean society of costumes*, 57(3), pp.1-13.
- 8) Lee Hyunju(2006), "Study on the 'Otherness' of tattoo aesthetics", Keameyung University doctoral dissertation, pp.1-11.
- 9) Baug Suran(2008), "Study on the Change of Significance in Female Tattoos", *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 10(2), pp.39-56.
- 10) Kim Miyoung(2005), Study on fashion sensibility and emotion through Tattoo fashion, Busan University master's dissertation, pp.1-4.
- 11) Kim Miyoung, Lee Kyounghee(2008), op.cit., p.332.
- 12) Ibid., p.333.
- 13) Lee Eunjung(2004), "The Influence of Belief in Body Control on Appearance Satisfaction of U. S. Female College Students", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 28(7), pp.974-982.
- 14) Sul Hyunjin(2009), A Study on Appearance Satisfaction and Beauty Behavior according to the SocioculturalElementsoftheGrowing Generation concerning Appearance, Sungsin

- Women's University doctoral dissertation, pp.84-97.
- 15) Sim Junyoung, Kim Hyunhee(2008), "The Relationship Between the Body Satisfaction/ Self-Esteem of Female Middle and High School Students and their Use of Make-up", *The Journal of the Korean society of costumes*, 58(4), pp.128-138.
  - 16) Ibid., op.cit., p.130.
  - 17) Secord, P. and Jourard, S.(1954), "Body size and body cathexis", *Journal of Consulting Psychology*, 18(3), pp.184-185.
  - 18) Hwang Yunjung(2007), The Effects of Sociocultural Attitudes toward Appearance, Self-Esteem, and Physical Attractiveness Perceptiveness on the Appearance Management Behaviors, Catholic University of Daegu doctoral dissertation, pp.16-18.
  - 19) Sun Jinju(2007), The differences of Body Satisfaction, Self-esteem, Gloom according to the Male Student's Weight and Perception of Body Shape, Myungji University doctoral dissertation, pp.30-32.
  - 20) Ibid., p.18.
  - 21) Sul Hyunjin(2009), op. cit.,p.25.
  - 22) Kaiser, S. B(1997), The social psychology of clothing: Symbolic appearances in context (2nd ed)., New York: Macmillan Publishing Co. p.103.
  - 23) Song Kyungja(1998), The Effects of the Body Image and the Self-esteem on the Clothing Behavior, Chungnam University master's dissertation, pp.41-43.
  - 24) Hwang Yunjung, op.cit. pp.3-4.
  - 25) Sim Junyoung, Kim Hyunhee, pp.129-138.
  - 26) Lee Eunjung, op.cit., p.975.
  - 27) Retrived 2011.11.25 from <http://blog.naver.com/tattooalhe?Redirect=Log&logNo=132919033>
  - 28) Fashion Tattoo 「Tattoong」 (2010), "Henna Art Collection Shadow II", p.46.
  - 29) Lee Hyunju, op.cit., pp.1-5.
  - 30) Hwang Mikyung, Lee Kwuyyoung, Jeon Yeunsuk, op.cit., pp.1006-1111.
  - 31) Lee Hyunju(2005), "The Study on the Tattoos of Popular Stars", *The Journal of the Korean Society of Make-up Design*, 1(2), pp.21-30.
  - 32) Lee Hyunju, op.cit., p.11.
  - 33) Song Namkyung, Park Sookhyun(2008), "An Analysis of Fashion Image According to the Perception of Tattoo and Moon-sin", *The Journal of Korea Design culture*, 14(2), pp.249-261.
  - 34) Hyun Myunggyun, Jang Aeran(2012), "Ugly Tattoo Make-up depicted Contemporary Fashion", *Korea Design Forum*, 36, pp.105-116.
  - 35) Hwang Mikyung, Lee Kwuyyoung, Jeon Yeunsuk, op.cit., p.1101.
  - 36) Rosenberg, M.(1965), *Society and the adolescent self-image: Revised edition*, Middletown, CT: Wesleyan University Press.
  - 37) Choi Mirae(2000), Moderating and mediating effects of self-esteem on the relationship between life stress and depression, Chungang University of doctoral dissertation, pp.32-33.
  - 38) Science of Behavior Recarch Institute of Korea University(2008), 「Psychological Measure Handbook I」, Seoul: Hakjisa, pp.175-177.
  - 39) Song Namkyung, op.cit. pp.1-3.
  - 40) Jung KuyngHee(2005), A Study on the Development of Tattoo Patterns Using Brand Logos, Junnam University of doctoral dissertation, pp.3-4.
  - 41) Alfonso, V.C., Allison, D.B., Radar, D.E., & Gorman, B.S.(1996), "The Extended satisfaction with Life Scale: Development and psychometric properties. *Social Indicators*



- Research*, 38, pp.275-301.
- 42) Chung Kyunghee, Lee Misook(2007), "Focusing on the Domestic and International Web Sites = Analysis on the Tattoo Patterns used among Tattoo-related Internet Communities", *The Journal of the Korean society of costumes*, 57(3), pp.10-12.
- 43) Kim Miyoung, Lee Kyounghee, op.cit., p.332.
- 44) Hwang Yunjung, op.cit., p.59.
- 45) Baek Sukhee(1998), *The Syudy of Body Image and Self-esteem after Plastic Surgery*, Kyunghee University master's dissertation, pp.31-32.
- 46) Lee Eyunjung, op.cit., p.981.
- 47) Sul Hyunjin, op.cit., p.109.
- 48) Sim Junyoung, Kim Hyunhee, op., cit., p.137.
- 
- 접수일(2012년 11월 12일),  
수정일(1차 : 2012년 12월 10일,  
2차 : 2013년 1월 7일),  
게재확정일(2013년 1월 23일)