

미혼 여성이 선호하는 남성의 이상형과 외모관리에 대한 인식

홍수남

구미대학교 피부미용테라피과 전임강사

An Ideal Type that an Unmarried Woman Prefers and the Recognition of a Man for His own Appearance Management

Soo-Nam Hong

Full-time Lecturer, Dept. of Therapeutic Skin Care, Gumi University

(2013. 7. 2. 접수; 2013. 8. 29. 수정; 2013. 9. 6. 채택)

Abstract

This study examined the ideal type of a man that women prefer and the recognition of men for their own appearance management with the rise of the importance for appearance management today. The prerequisite which matters most in time of considering a man as a date of love predominantly was centered on education, and the prerequisite which goes first among the rest in time of judging a man as the mate of marriage was undoubtedly his financial status. It is regarded that as for a date of love the visual image or the speciality other than the conditions in reality mattered most, and concerning a mate in marriage the actual financial conditions had the priority. When a man is evaluated, the percentage of appearance took the highest rate of 60~80%, and in his appearance, the general harmony was considered as the most important factor. As for the recognition of men for their appearance management, women tend to have an affirmative realization for managing their own appearance in general, and the reason was they believe that the way men take care of their own appearance belongs to personal free will. The perception for a man with a decent appearance was very positive, and the ground for this was that once the appearance looks handsome, he seems gorgeous. The recognition for men's cosmetic surgery showed the affirmation over the average, and an opinion that the settlement of personal appearance complex will help them out emerged as the ground for this affirmation, and so it is regarded that the aesthetic surgery of today and the perception for men's appearance management have become universal phenomena unlike former days with the reflection of visualization of the external visual and lookism shown from various media.

Key Words: Unmarried woman(미혼 여성), Men(남성), Ideal type(이상형), Appearance Management (외모관리)

I. 서론

외모에 대한 사회적인 통념은 시대적인 현상과 미의 트렌드에 따라 변화된다. 흔히 외모라

고 하면 신체 이미지를 연상하게 되고, 이상적인 신체 이미지는 사회·문화적인 기준에 의해 영향을 받는다. 따라서 개인은 사회적 기준 (social standard)을 내면화 하면서 자신의 신체를 이상적인 신체와 비교하면서 차이를 극복하기 위하여 외모관리행동을 하고 자신의 모습을 변화·향상시킨다(윤정희, 2006).

한 결혼업체가 미혼남녀를 대상으로 비슷한 조건의 결혼인 동질혼에 대한 선호도의 설문조사를 실시한 결과 여성은 남성보다 직업, 경제력, 거주지에 대한 선호도가 2배 정도 높았고, 남성들은 학력, 외모, 취미의 선호도가 여성보다 높았다. 이 말을 달리 해석하면, 여성은 남성의 경제력과 직업을 중요시 하지만 남성은 여성이 자신과 비슷한 학력과 외모를 선호한다는 것으로 해석되며(한국결혼산업연구소, 2010), 성별과 무관하게 외모가 상대를 평가하는 기준에서 중요한 판단기준이 됨을 의미한다.

최근 들어 남성들의 사회적인 현상은 다양한 외모관리와 외모개선, 콤플렉스를 해소하기 위해 미용성형 등에 투자를 아끼지 않는 그루밍(Grooming)족이 늘고 있다(홍수남, 2012a). 이러한 현상은 남성의 외모에 대한 자기조절효능감과 신체적 효능감이 여성보다 남성이 높아짐을 의미한다(김현정 등, 2012).

김창현(2011)의 연구에서 남성의 외모관리행동은 사회적인 외모관심 즉 사회생활, 취업면접 등에 의한 타인과의 대면과정에서 외모의 중요성이 부각되고, 이는 남성의 외모관리에 대한 사회적인 인식의 기준이 변화되어야 함을 시사한다. 또한 외모가 능력이라는 인식이 확산되면서 우월한 외모는 결혼이나 취업, 승진에 유리한 것처럼 인식되어지고, 이러한 현상은 대중매체에 노출된 미디어루키즘 영향과 관련이 깊다(전선영, 2012). 김은희(2006)의 연구에서도 현대사회는 능력만으로 평가되던 과거와는 달리 호감을 주는 이미지가 사회적인 성공을 가져다준다는 의식이 팽배해지면서 보다 나은 외모를 지향하고 외모관리에 과감히 투자하는 현상이 지속적으로 높아진다고 하였다. 앞서 제시한 외모관리와 그에 따른 인식정도는 기본적으로 인구통계학적 특성인 성별, 나이, 학력, 직업 등과 개인의 일반적인 특성인 성격과 성향, 가치관,

라이프스타일 등의 다양한 조건에 따라 달라지며, 이성을 판단하는 기준과 선호하는 이상형에도 차이가 있을 것이다.

따라서 본 연구의 목적은 현대의 성별에 따른 고객성향이 세분화·다양화됨에 따라 그들만을 위한 전문적이고 차별화된 외모관리법과 뷰티서비스의 제공을 목적으로 하며, 미혼 여성이 선호하는 남성의 이상형과 외모관리행동에 대한 인식에 대해서 알아보는 것은 매년 빠르게 성장하고 있는 남성 외모시장 구축의 실질적인 마케팅 자료 제공에 도움이 될 것이라 판단되어 이를 연구의 의의로 제시한다.

II. 이론적 배경

1. 외모관리인식

외모관리란 다른 사람에게 자신의 모습을 나타내 보일 때 자신이 기대하는 대로 보이도록 하기 위하여 여러 가지 도구, 즉 의복, 화장품, 액세서리, 소품 등을 사용하는 것을 의미한다(홍병숙 외, 2006). 외모는 우리가 타인을 지각할 때 단서로 사용되는 신체적 특성으로 체격, 얼굴, 모습, 의복, 화장, 액세서리, 건강상태, 체취 등을 포함하며, 외모는 첫인상의 각인과 대인관계의 형성에도 중요한 영향을 미친다(이서현, 2012).

외모에 대한 인식은 객관적인 평가기준이 없는 상황 하에서 타인과 자신을 비교함으로써 자신에 대한 평가를 형성하는 사회적 비교이론(social comparison theory)으로 설명할 수 있다. 이는 외모에 대한 인식, 자아존중감 및 외모관리행동과 관련이 깊으며(윤정희, 2006), 객관적인 수치보다는 주관적인 판단에 의해 인지되는 경향이 많다.

이현서(2012)와 신연옥(2006)은 외모관리행동은 사회성 욕구가 클수록 외모 지향적 태도가 높다고 하였고, 전정혜(2011)는 외모에 대한 인식과 내면화가 높을수록 외모관리행동인 의복, 메이크업 및 헤어, 체형, 피부, 미용성형 등을 한다고 하였다. 이 말을 달리 해석하면, 외모관리는 사회적인 이미지와 자아 이미지의 만족 정

<표 1> 측정도구의 구성

변 수	내 용	문항수	척도	참고문헌
인구통계학적 특성	연령대, 직업, 이성친구 유무, 월평균 외모관리비용 이상형(결혼상대, 연애상대)	6	선다형	이서현(2012)
남성의 외모관리행동에 대한 인식	선호하는 이상형 판단 시 우선 조건(결혼, 연애), 외모비중정도, 외모 판단 시 중요 부분, 외모 가꾸기에 대한 인식, 외모 가꾸기에 대해 긍정적인 이유, 외모가 수려한 남성에 대한 인식, 외모가 수려한 남성에 대해 긍정적인 이유, 남성의 미용성형에 대한 인식, 남성의 미용성형에 대해 긍정적인 이유	11	선다형	한가영(2012) 김성희(2009) 박주현(2010)

도에 따라 달라질 수 있음을 의미한다. 이영분(2011)은 타인지각과 신체자신감이 높을수록 외모의 영향이 크고 외모관리행동에 직접적인 영향을 주고, 김종욱(2010)은 신체만족도가 높을수록 자신감이 많고 적극적으로 외모관리행동을 하며, 반면 그렇지 못할 때는 심리적으로 위축되는 행동과 성격을 보인다고 하였다. 이명희(2012)는 외모 이미지에 따라 직업을 추론할 수 있으며 개인의 이미지 평가에 긍정적인 효과를 준다고 하였고, 임경복(2012)은 외모관리에 있어서 남성은 타인 즉 이성 의식적 관리행동이 높은 반면 여성은 자기관리 측면에서 외모관리를 한다고 하였다.

남성의 외모관리행동에 대해서 박혜란(2007)은 20-30대 남성의 외모관리 이유는 자기만족과 이성에게 호감을 얻기 위해서가 높은 빈도를 나타냈고, 완소남과 메트로섹슈얼에 대해 인지여부를 설문한 결과 87.8%가 알고 있다고 응답하였다. 이는 남성도 여성 못지않게 외모에 관심이 많음을 의미하며, 현대인에게 외모가 인상형성의 하나의 수단임을 시사한다. 김혜균(2013)은 남성의 외모관리행동 목적은 사회적인 정체성을 표현하기 위한 수단이며, 동시에 사회적인 미적 표준에 부합하기 위함이라고 하였고, 김창현(2011)은 적극적으로 유행을 지향하고 개성을 추구하는 집단은 외모관리행동이 높은 반면, 보수적, 실용추구집단은 외모에 중요성은 인지하고 있으나 행동으로 연결되지는 않는다고 하였다. 이처럼 남성의 외모에 대한 인식과 관리행동은 여성이 선호하는 남성의 이상형을 판단하는 기준에 있어 중요한 역할을 할 것이라 보여진다.

III. 연구내용 및 방법

1. 연구문제

본 연구의 문제를 제시함에 있어 이성친구의 유무에 따라 남성의 이상형과 외모관리에 대한 인식의 차이가 있을 것으로 보여진다. 그 이유는 송정화(2008)의 연구에서 배우자의 선택 시 고려사항이 남자는 여성의 외적 이미지를 중요하게 생각하였고, 여성은 남성의 사회적 이미지와 내적 이미지를 중요하게 생각하는 판단의 기준이 성별의 차이가 있었기에 이성친구의 유무에 따라라도 달라질 수 있다고 판단된다.

본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 미혼 여성이 선호하는 남성 이상형의 우선시 조건을 연령대와 이성친구 유무에 대해서 알아본다. 둘째, 미혼 여성이 인식하는 남성의 외모비중정도, 외모 판단 시 중요 부분에 대해서 연령대와 이성친구 유무에 대해서 알아본다. 셋째, 미혼 여성이 인식하는 남성의 외모관리인식과 수려한 외모에 대한 인식, 미용성형에 대한 인식을 연령대와 이성친구 유무에 대해서 알아본다.

2. 측정도구

조사내용은 인구통계학적 6문항, 남성의 외모관리인식 10문항 총 16문항으로 구성되었다. 설문지의 구성은 이서현(2012), 한가영(2012), 김성희(2009), 박주현(2010)의 설문문항을 본 연구에 맞게 <표 1>과 같이 수정·보완하였다.

<표 2> 조사대상자의 인구통계학적 특성

구분		빈도(N)	퍼센트(%)
연령대	20대	132	59.5
	30대	90	40.5
직업	학생	136	61.3
	사무직	29	13.1
	전문직	18	8.1
	서비스·영업직	34	15.3
	기타	5	2.2
이성친구 유무	유	160	72.1
	무	62	27.9
월 평균 외모관리비용	10-20만원	34	15.3
	21-30만원	40	18.0
	31-40만원	22	9.9
	41-50만원	40	18.0
	51만 원 이상	86	38.7
계		222	100.0

3. 자료수집 및 자료분석

조사대상자는 경북지역에 거주하는 20~30대 미혼여성 252명을 대상으로 설문조사를 하였고, 불성실한 설문지 30부를 제외한 222부를 통계분석에 활용하였다. 자료수집 기간은 2013년 5월 10~2013년 5월 31일까지이다.

자료분석은 SPSS(Statistical Package for Social Science) v. 17.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였으며, 빈도분석, 다중응답분석, 교차분석을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 다음과 같다. 분석결과 연령대는 20대 132명(59.5%), 30대는 90명(40.5%)으로 나타났고, 직업은 학생 136명(61.3), 사무직 29명(13.1), 전문직 18명(8.1), 서비스·영업직 34명(15.3), 기타 5명(2.2)으로 조사되었다. 이성친구 유무는 유 160명(72.1%), 무 62명(27.9%)으로 나타났고, 월평균 외모관리비

용은 10-20만원 34명(15.3%), 21-30만원 40명(18.0%), 31-40만원 22명(9.9%), 41-50만원 40명(18.0%), 51만 원 이상 86명(38.7%)으로 조사되었다(표 2).

2. 선호하는 이상형 판단 시 우선 조건

1) 연애상대로 남성을 판단 시 우선 조건

연애상대로 남성 판단 시 우선 조건을 분석한 결과는 <표 3>과 같다. 분석결과 학벌이 108명(48.6%)으로 가장 높게 나타났고, 경제력(직업) 60명(27.0%), 외모 40명(18.0%), 인품이나 가정환경이 각 2명(0.9%) 순으로 나타나 대체적으로 연애상대로 남성 판단 시 학벌을 가장 우선 시하는 것으로 볼 수 있다.

조사대상자의 인구통계학적 특성에 따라서는 20대의 경우 학벌을 가장 우선 시하는 것으로 나타났으나 30대의 경우 경제력(직업)을 가장 우선 시하는 것으로 나타나 다소 차이를 보였다. 이성친구 유무에 따라서는 다소 차이는 있으나 이성친구가 있는 경우나 없는 경우 모두 학벌을 가장 우선시하는 것으로 나타났다.

<표 3> 연애상대로 남성 판단 시 우선 조건

구분		연애상대로 남성 판단 시 우선 조건						χ^2
		외모	경제력(직업)	학벌	인품	가정환경	기타	
연령대	20대	30(22.7)	10(7.6)	78(59.1)	2(1.5)	2(1.5)	10(7.6)	66.432***
	30대	10(11.1)	50(55.6)	30(33.3)	-	-	-	
이성친구 유무	유	30(18.8)	48(30.0)	76(47.5)	2(1.3)	-	4(2.5)	13.246*
	무	10(16.1)	12(19.4)	32(51.6)	-	2(3.2)	6(9.7)	
전체		40(18.0)	60(27.0)	108(48.6)	2(.9)	2(.9)	10(4.5)	

* $p < .05$, *** $p < .001$ **<표 4> 결혼상대로 남성 판단 시 우선 조건**

구분		결혼상대로 남성 판단 시 우선 조건			χ^2
		경제력(직업)	인품	가정환경	
연령대	20대	64(48.5)	57(43.2)	11(8.3)	8.903*
	30대	40(44.4)	30(33.3)	20(22.2)	
이성친구 유무	유	68(42.5)	65(40.6)	27(16.9)	6.089*
	무	36(58.1)	22(35.5)	4(6.5)	
전체		104(46.8)	87(39.2)	31(14.0)	

* $p < .05$, *** $p < .001$

2) 결혼상대로 남성 판단 시 우선 조건

결혼상대로 남성 판단 시 우선 조건을 분석한 결과는 <표 4>와 같다. 분석결과 경제력(직업)이 104명(46.8%)으로 가장 높게 나타났고, 인품 87명(39.2%), 가정환경 31명(14.0%) 순으로 나타나 대체적으로 결혼상대로 남성 판단 시 경제력(직업)을 가장 우선 시 하는 것으로 볼 수 있다. 경제력은 송정화(2008)의 이미지 분류 중 외적, 내적, 사회적 이미지 중 사회적 이미지에 가깝고, 송정화(2008)의 연구에서 배우자의 선택 시 사회적인 이미지인 커뮤니케이션으로 나타나 본 연구와 상이한 결과를 보였다. 이는 인구통계학적 특성에 따른 차이도 있지만 현대사회는 소통과 공감의 사회이기 때문에 개개인의 성향의 차이라고 보여진다.

조사대상자의 인구통계학적 특성 중 연령대에 따라서는 다소 차이는 있었으나 20대, 30대 모두 대체적으로 경제력(직업)을 가장 우선 시

하는 것으로 나타났고, 이성친구 유무에 따라서는 이성친구가 있는 경우, 없는 경우 모두 대체적으로 경제력(직업)을 가장 우선 시하는 것으로 나타났다. 이는 인구통계학적인 특성의 차이도 있지만 현대사회의 물질만능주의 선호경향이 반영된 것으로 보여진다.

3. 미혼여성이 인식하는 남성의 외모관리인식

1) 남성 평가 시 외모비중정도

남성 평가 시 외모비중정도를 분석한 결과는 <표 5>와 같다. 분석결과 외모비중이 60-80%가 100명(45.0%)으로 가장 높게 나타났고, 50% 86명(38.7%), 20-40% 28명(12.6%), 90% 이상 8명(3.6%) 순으로 나타나 대체적으로 타인 평가 시 외모의 비중이 60-80% 정도라고 생각하는 것으로 볼 수 있다. 김성희(2009)의 연구에서 여성이 타인을 평가할 때 10대-40대까지는 외모비중이

<표 5> 남성 평가 시 외모비중정도

구분		남성 평가 시 외모 비중 정도				χ^2
		20-40%	50%	60-80%	90% 이상	
연령대	20대	18(13.6)	36(27.3)	70(53.0)	8(6.1)	21.384***
	30대	10(11.1)	50(55.6)	30(33.3)	-	
이성친구 유무	유	24(15.0)	68(42.5)	64(40.0)	4(2.5)	9.855*
	무	4(6.5)	18(29.0)	36(58.1)	4(6.5)	

* $p < .05$, *** $p < .001$

<표 6> 남성의 외모 판단 시 중요하게 생각하는 부분

구분		남성의 외모 중 가장 중요하게 생각하는 부분					χ^2
		얼굴	몸매	패션 스타일	피부	전체적인 조화	
연령대	20대	32(24.2)	10(7.6)	40(30.3)	6(4.5)	44(33.3)	39.170***
	30대	10(11.1)	30(33.3)	10(11.1)	0(0)	40(44.4)	
이성친구 유무	유	16(10.0)	30(18.8)	36(22.5)	4(2.5)	74(46.3)	35.061***
	무	26(41.9)	10(16.1)	14(22.6)	2(3.2)	10(16.1)	
전체		42(18.9)	40(18.0)	50(22.5)	6(2.7)	84(37.8)	

*** $p < .001$

60-80%, 50대를 넘어서는 외모가 50%로 나타나 연령대에 따라 외모비중이 달라진다는 것을 알 수 있다. 이는 나이가 젊을수록 외모에 관심이 많고 나이가 들수록 외모보다는 건강과 가치관에 비중을 두는 것으로 보여진다.

조사대상자의 인구통계학적 특성 중 연령대에 따라서는 20대의 경우 60-80% 정도 차지한다고 하였으나 30대의 경우 50% 정도 차지한다고 하여 다소 차이를 보였다. 이성친구 유무에 따라서는 이성친구가 있는 경우 50% 정도 차지한다고 하였으나 이성친구가 없는 경우 60-80% 정도 차지한다고 하여 다소 차이를 보였다. 이는 외모가 대인관계에 있어 중요 요소임을 의미한다.

2) 남성의 외모 판단 시 중요 부분

남성의 외모 판단 시 중요 부분을 분석한 결과는 <표 6>과 같다. 분석결과 전체적인 조화를 84명(37.8%)으로 가장 높게 나타났고, 패션스타일 50명(22.5%), ‘얼굴’ 42명(18.9%), 몸매 40명

(18.0%), 피부 6명(2.7%) 순으로 나타나 대체적으로 남성의 외모 중 전체적인 조화를 가장 중요하게 생각하는 것으로 볼 수 있다. 이는 조슬기(2006)의 연구에서도 외적이미지는 개인의 취향과 패션·뷰티트렌드를 접목한 전체적인 조화가 가장 중요하다고 하여 본 연구결과를 지지해 준다.

조사대상자의 인구통계학적 특성에 따라서는 20대의 경우 전체적인 조화나 패션스타일을 중요하게 생각하는 것으로 나타났으나 30대의 경우 전체적인 조화나 몸매를 중요하게 생각하는 것으로 나타나 차이를 보였다. 이성친구 유무에 따라서는 이성친구가 있는 경우 전체적인 조화를 중요하게 생각하는 것으로 나타났으나 이성친구가 없는 경우 얼굴을 중요하게 생각하는 것으로 나타나 다소 차이를 보였다. 이는 한가영(2012)의 연구에서 남성 외모 중 가장 중요 시 여기는 부분을 얼굴, 옷차림, 체형의 순으로 조사되었고, 이 같은 현상은 연령이 높을수록 남성의 외모 중 얼굴을 중요하게 인식하는 것으로

나타나 본 결과와 상이한 결과를 보였다.

4. 미혼여성이 인식하는 남성의 외모관리

남성의 외모 가꾸기에 대한 인식을 분석한 결과는 <표 7>과 같다. 분석결과 매우 긍정적 8명(3.6%), 긍정적 114명(51.4%), 보통 98명(44.1%), 부정적 2명(0.9%)으로 나타나 전체 55.0%가 남성이 외모를 가꾸는 것에 대해 긍정적으로 생각하는 것으로 볼 수 있다.

조사대상자의 인구통계학적 특성에 따라서는 20대에 비해 30대의 경우 상대적으로 남성이 외모를 가꾸는 것에 대해 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났는데, 이는 한가영(2012)의 연구에서도 5점 중 평균이 3.41로 나타나 보통 이상의 결과를 보여 본 연구결과를 지지해준다. 이성친구 유무에 따라서는 이성친구가 있는 경우 없는 경

우에 비해 상대적으로 남성이 외모를 가꾸는 것에 대해 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났다. 김민정(2012)의 연구에서도 이성친구가 있는 경우 외모에 관심이 많고 외모관리 소비행동이 높게 나타난다고 하였는데, 이는 현대사회의 외적 비주얼중요 현상과 루키즘이 반영된 것으로 보여진다.

1) 남성의 외모관리에 대해 긍정적인 이유

남성이 외모를 가꾸는 것에 대해 긍정적인 220명을 대상으로 긍정적인 이유를 분석한 결과는 <표 8>과 같다. 분석결과 외모 연출방식은 개인의 자유이기 때문이 80명(36.4%)으로 가장 높게 나타났고, 자기만족 및 자신감을 가질 수 있어서 68명(30.9%), 외모개선효과 54명(24.5%), 이성에게 호감을 얻을 수 있어서 12명(5.5%), 심미적으로 보기 좋음 6명(2.7%) 순으로 나타나

<표 7> 남성의 외모 가꾸기에 대한 인식

구분		남성의 외모 가꾸기에 대한 인식				χ^2
		매우 긍정적	긍정적	보통	부정적	
연령대	20대	8(6.1)	54(40.9)	68(51.5)	2(1.5)	17.739***
	30대	-	60(66.7)	30(33.3)	-	
이성친구 유무	유	6(3.8)	96(60.0)	58(36.3)	-	21.628***
	무	2(3.2)	18(29.0)	40(64.5)	2(3.2)	
전체		8(3.6)	114(51.4)	98(44.1)	2(0.9)	

** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 8> 남성의 외모 가꾸기에 대해 긍정적인 이유

구분		남성의 외모 가꾸기에 대해 긍정적인 이유					χ^2
		자기만족 및 자신감을 가질 수 있어서	이성에게 호감을 얻을 수 있어서	확실히 더 보기 좋은 얼굴과 이미지를 만들 수 있어서	자신의 외모 연출방식은 개인의 자유이기 때문	외적으로 아름다운 사람은 일단 보기에 좋기 때문	
연령대	20대	48(36.9)	2(1.5)	24(18.5)	50(38.5)	6(4.6)	21.983***
	30대	20(22.2)	10(11.1)	30(33.3)	30(33.3)	0(0)	
이성친구 유무	유	46(28.8)	10(6.3)	36(22.5)	62(38.8)	6(3.8)	5.734
	무	22(36.7)	2(3.3)	18(30.0)	18(30.0)	0(0)	
전체		68(30.9)	12(5.5)	54(24.5)	80(36.4)	6(2.7)	

*** $p < .001$

<표 9> 외모가 수려한 남성에 대한 인식

구분		외모가 수려한 남성에 대한 인식		χ^2
		긍정적	부정적	
연령대	20대	112(84.8)	20(15.2)	.747
	30대	80(88.9)	10(11.1)	
이성친구 유무	유	134(83.8)	26(16.3)	3.671
	무	58(93.5)	4(6.5)	

* $p < .05$, *** $p < .001$

<표 10> 외모가 수려한 남성에 대해 긍정적인 이유

구분		외모가 수려한 남성에 대해 긍정적인 이유					χ^2
		외모가 수려하면 일단은 멋있어 보여서	외모가 수려하면 자기 관리를 잘하는 것 같아서	무조건 외모가 수려하면 좋다	외모가 수려하지 않은 남자는 웬지 부족해 보인다	나와 비슷한 외모 수준이 좋다	
연령대	20대	88(66.7)	2(1.5)	8(6.1)	20(15.2)	14(10.6)	63.513***
	30대	50(55.6)	30(33.3)	10(11.1)	-	-	
이성친구 유무	유	88(55.0)	30(18.8)	12(7.5)	16(10.0)	14(8.8)	18.509**
	무	50(80.6)	2(3.2)	6(9.7)	4(6.5)	-	

** $p < .01$, *** $p < .001$

대체적으로 자신의 외모 연출방식은 개인의 자유이기 때문에 긍정적인 것으로 볼 수 있다.

조사대상자의 인구통계학적 특성에 따라서는 20대의 경우 자신의 외모 연출방식은 개인의 자유이기 때문에 또는 자기만족 및 자신감을 가질 수 있어서 긍정적인 것으로 나타났으나 30대의 경우 자신의 외모 연출방식은 개인의 자유이기 때문에 또는 보다 나은 이미지를 만들 수 있어서 긍정적인 것으로 나타나 차이를 보였다. 이는 박혜란(2007)의 남성을 대상으로 외모관리를 하는 이유는 자기만족을 위해서가 가장 높게 나타났다, 여성을 대상으로 한 홍수남(2013b)의 연구에서는 심리적 만족감이 가장 높게 나타나 여성은 외모관리에 대한 인식이 자신이나 동성을 판단하는 기준과 이성을 판단하는 기준이 상이한 것으로 해석된다.

2) 외모가 수려한 남성에 대한 인식

외모가 수려한 남성에 대한 인식을 분석한 결과는 <표 9>와 같다. 분석결과 192명(86.5%)이 긍정적, 30명(13.5%)이 부정적인 것으로 나타났다. 성향에 따라서는 외향적인 성향이 외모가 수려한 남성에 대해 더 긍정적이었고, 이성친구 유무에 따라서는 이성친구가 있는 경우보다 없는 경우가 외모가 수려한 남성에 대해 더 긍정적이었다. 이는 현대인의 외모중시현상이 여성 못지않게 남성에게도 적용되고 있음을 의미한다.

(1) 외모가 수려한 남성에 대해 긍정적인 이유 <표 10>은 남성의 외모가 수려한 남성에 대해 긍정적인 인식을 가지고 있는 192명을 대상으로 긍정적인 이유를 분석한 결과이다. 외모가 수려하면 일단은 멋있어 보여서가 138명(62.2%)으로 가장 높게 나타났고, 외모가 수려하면 자기관리를 잘 하는 것 같아서 32명(14.4%), 외모

<표 11> 남성의 미용성형에 대한 인식

구분	남성의 미용성형에 대한 인식					χ^2	
	매우 긍정적	긍정적	보통	부정적	매우 부정적		
연령대	20대	2(1.5)	28(21.2)	62(47.0)	26(19.7)	14(10.6)	45.893***
	30대	10(11.1)	40(44.4)	40(44.4)	-	-	
이성친구 유무	유	12(7.5)	58(36.3)	60(37.5)	18(11.3)	12(7.5)	20.850***
	무	-	10(16.1)	42(67.7)	8(12.9)	2(3.2)	

*** $p < .001$

<표 12> 남성의 미용성형에 대해 긍정적인 이유

구분	남성의 미용성형에 대해 긍정적인 이유					χ^2	
	외모가 경쟁력이 될 수 있기 때문	이왕이면 외모가 수려하면 좋다	각자 개성과 성향이니까	자신의 외모 콤플렉스를 해소한다면 괜찮다	자기만족을 위해서라면 괜찮다		
연령대	20대	8(8.7)	6(6.5)	20(21.7)	52(56.5)	6(6.5)	86.773***
	30대	40(44.4)	30(33.3)	-	10(11.1)	10(11.1)	
이성친구 유무	유	46(35.4)	26(20.0)	10(7.7)	32(24.6)	16(12.3)	36.848***
	무	2(3.8)	10(19.2)	10(19.2)	30(57.7)	-	

*** $p < .001$

가 수려하지 못하면 남자는 왠지 부족해 보인다 20명(9.0%), 무조건 외모가 수려하면 좋다 18명(8.1%), 내 자신과 외모 수준이 비슷한 사람이 좋다 14명(6.3%) 순으로 나타나 대체적으로 외모가 수려하면 멋있게 인식하고 긍정적인 것으로 볼 수 있다. 이는 외모관리 이유가 미의 추구 현상과 외모관리의 기본 욕구인 이성 유인설도 작용되었다고 보여진다(허순득 등, 2007).

3) 미혼여성인 인식하는 남성의 미용성형

남성의 미용성형에 대한 인식을 분석한 결과는 <표 11>과 같다. 분석결과 매우 긍정적 12명(5.4%), 긍정적 68명(30.6%), 보통 102명(45.9%), 부정적 26명(11.7%), 매우 부정적 14명(6.3%)으로 나타났다. 전체적으로 볼 때 보통 이상이 182명(82.0%)으로 여성들이 생각하는 남성의 미용성형에 대해서 대체적으로 긍정적인 것으로 나타났다. 반면 신연옥(2006)의 연구에서는 미용성

형의 필요성이 5점 리커트에서 평균이 2.42로 나타나 본 연구와 차이를 보였고, 김현정(2010)의 미용성형에 대한 남성들의 인식은 79.3%가 미용성형에 부정적인 견해를 가지고 있어 본 연구와 상이한 결과를 보였다.

조사대상자의 인구통계학적 특성에 따라서는 20대에 비해 30대의 경우 상대적으로 교체하는 남성의 미용성형에 대해 긍정적인 것으로 나타났다. 이성친구 유무에 따라서는 이성친구가 있는 경우 없는 경우에 비해 상대적으로 남성의 미용성형에 대해 긍정적인 것으로 나타났다. 이는 남성의 외모관리에 대한 긍정적인 마인드와 유사한 외모수준의 기대심리가 반영된 것으로 보여진다.

(1) 남성의 미용성형에 대해 긍정적인 이유

<표 12>는 남성의 미용성형에 대해 긍정적으로 생각하는 182명을 대상으로 긍정적인 이유를 분석한 결과이다. 분석결과는 자신의 외모 콤플렉스를 해소한다면 괜찮다가 62명(34.1%)으로

가장 높게 나타났고, 남자의 외모도 경쟁력이 될 수 있기 때문 48명(26.4%), 이왕이면 외모가 수려하면 좋다 36명(19.8%), 각자 개성과 성향이니까 20명(11.0%), 자기만족을 위해서라면 괜찮다 16명(8.8%) 순으로 나타나 대체적으로 자신의 외모 콤플렉스를 해소한다면 괜찮다고 생각하는 것으로 볼 수 있다. 이는 최미혜(2010)의 연구에서 남성이 성형수술을 하는 이유는 원만한 대인관계를 위해서로 나타나 자신의 주관적인 이미지보다는 타인에게 보여지는 객관적인 이미지와 사회생활을 위한 외적 동기 부여가 높다고 해석된다.

조사대상자의 인구통계학적 특성에 따라서는 연령대, 이성친구 유무에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .001$). 먼저 연령대에 따라서는 20대의 경우 자신의 외모 콤플렉스를 해소한다면 괜찮다고 생각하였으나, 30대의 경우 남자의 외모도 경쟁력이 될 수 있기 때문에 긍정적인 것으로 나타나 다소 차이를 보였다.

이성친구 유무에 따라서는 이성친구가 없는 경우 자신의 외모 콤플렉스를 해소한다면 괜찮다고 생각하였으나 이성친구가 있는 경우 남자의 외모가 경쟁력이 될 수 있기 때문에 긍정적인 것으로 나타나 다소 차이를 보였다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 외모관리의 중요성이 부각되면서 여성이 선호하는 남성의 이상형과 남성들의 외모관리에 대한 인식에 대해서 알아보았다.

첫째, 연애상대로 남성 판단 시 우선 되는 조건은 학벌이 가장 높게 나타났고, 결혼상대로 남성을 판단 시 우선 시 되는 조건은 경제력이 가장 높게 나타났다. 이는 연애상대는 현실적인 것보다는 외적비주얼이나 스펙을 중요 시 하고, 결혼상대는 현실적인 경제력을 우선 시 하는 것으로 보여진다. 둘째, 남성을 평가 시 외모 비중 정도는 60~80%가 가장 높게 나타났고, 외모를 판단할 때 중요 부분은 전체적인 조화를 가장 우선 시 하는 것으로 나타났다. 셋째, 남성이 외모를 가꾸는 것에 대해 긍정적으로 인식하고 있었고, 긍정적인 이유는 외모연출방식은 개인의

자유이기 때문으로 나타났다. 외모가 수려한 남성에 대한 인식은 긍정적인 경향이 높았고, 그 이유는 외모가 수려하면 일단은 멋있어 보이기 때문으로 나타났다. 남성의 미용성형에 대한 인식은 보통 이상이 긍정적으로 나타났고, 그 이유는 자신의 외모 콤플렉스를 해소한다면 괜찮다는 의견을 보였다. 이는 현대인의 미용성형과 남성의 외모관리인식이 예전보다 보편화되었고, 각종 대중매체 등에서 보여지는 외적 비주얼이 가시화와 루키즘이 반영된 것으로 보여진다.

앞서 제시한 연구결과를 재해석하면, 여성이 선호하는 남성의 연애상대는 학벌을 선호하였다. 이는 학벌은 내적, 외적 이미지 보다는 사회적인 이미지를 중요하게 생각하고 있었고, 결혼상대는 현실적이고 실질적인 경제력을 선호하는 결과를 보여 연애와 결혼의 선호하는 이성의 차이가 있음을 알 수 있었다. 또한 남성의 외모 관리행동, 외모 가꾸기에 대한 인식, 외적 이미지가 여성 못지않게 대인관계 및 사회적 이미지 확립에도 중요한 요소임을 인식하고 있었고, 이러한 현상은 남성의 외모관리분야에 중요한 영향을 미칠 것이며, 추후 더 발전되고 지속될 것으로 보여진다.

따라서 본 연구는 남성의 이상형과 외모관리 인식에 대해서 알아보는 것은 다변화·급성장하고 있는 외모관리 분야에서 남성의 외모관련시장의 전문화·세분화된 마케팅자료가 될 것으로 판단되며, 제언점으로는 남성의 외모관리인식에 대해 단순한 인식조사에 그치지 않고 다양한 연령대, 직업 등의 다양한 범주에 따라 변화될 수 있는 외모관리행동을 알아보는 것 또한 의미가 있다고 판단되어 이를 후속연구로 제안한다.

참고 문헌

- 허순득, 김경태.(2007). *뷰티메이크업*. 서울: 형설출판사.
- 김민정. (2012). *라이프스타일에 따른 미혼 직장 남성 소비자의 외모가치와 외모관리 소비행동*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김성희. (2009). *여성의 연령별 화장 및 미용성*

- 형행동에 관한 연구. 동서대학교 대학원 박사학위논문.
- 김은희. (2006). *전문직 미혼남성의 의복구매외모관리행동 및 자아존중감과의 관계 연구*. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 김중욱. (2011). *중년여성의 자기에성향에 따른 신체만족도와 외모관리행동과의 관계*. 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
- 김현정, 이명희. (2012). 남녀대학생의 자기효능감이 외모관리행동에 미치는 영향. *한국의상디자인학회지*, 14(2), 33-47.
- 김현정. (2010). *남성들의 메디컬스킨케어와 미용성형의 인식 및 실태조사*. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 김창현. (2011). *남성의 패션라이프스타일 유형별 외모관심도와 외모관리행동 연구*. 경성대학교 대학원 석사학위논문.
- 김혜균. (2013). *20-30대 직장인 남성들의 외모관리행동과 정보탐색에 관한 연구*. 건국대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 박주현. (2010). *여성의 라이프스타일 유형별 외모관리행동 연구*. 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 박혜란. (2007). *20-30대 남성의 외모관리 유형화와 관련 변인 연구*. 계명대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 신현욱. (2008). *남녀 중학생의 외모에 대한 관심, 외모콤플렉스, 신체만족도가 외모관리행동 및 외모관리비용에 미치는 영향*. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 윤정희. (2005). *외모관리인식이 직업의식에 미치는 영향과 미용교육방법에 관한 연구*. 전문대학 미용전공대학생을 중심으로. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 이영분. (2011). *중년 여성의 외모관리행동에 영향을 미치는 요인*. 대구한의대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 이명희. (2012). *외모장식이 여성의 전문적 이미지에 미치는 영향*. *한국의상디자인학회지*, 14(4), 1-16.
- 이서현. (2012). *남성들의 외모관리의식과 행동에 따른 남성 메이크업 인식 연구*. 동덕여자대학교 비만미용향장대학원 석사학위논문.
- 이현서. (2012). *MBTI 성격유형별 외모관리와 신체만족도 및 신체이미지 관심도*. 계명대학교 대학원 박사학위논문.
- 임경복. (2012). *남녀 대학생의 외모관리행동과 의복추구혜택에 관한 연구*. *한국의상디자인학회지*, 12(4), 29-41.
- 신연욱. (2006). *남성 외모관리행동의 영향 연구*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 송정화. (2008). *결혼적령기 남녀의 이미지와 배우자이미지 선택요소의 상관관계 연구*. 국제대학교 대학원 석사학위논문.
- 조슬기. (2006). *외적이미지를 리드하는 여성들의 미적 관심도 외모관리행동 연구*. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 전선영. (2012). *Visual Society: 시각문화와 미디어 어루키즘: 본인의 작품을 중심으로*. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 전정혜. (2011). *여성의 이미지관리행동 관련 변인에 대한 구조분석*. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 최미혜. (2010). *남성의 미용성형수술에 영향을 미치는 심리적 변인에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 한가영. (2012). *남성화장에 대한 여성들의 인식 및 태도에 관한 연구*. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 홍병숙, 조유현. (2006). *중노년의 웰빙 추구성향에 따른 화장품 사용 및 만족도*. *대한가정학회지*, 44(11), 43-50.
- 홍수남. (2012a). *메트로섹슈얼 영향으로 인한 남성 희극배우의 그루밍화*. *한국인체미용예술학회지*, 13(1), 31-51.
- 홍수남. (2013b). *한국여성과 이주여성의 외모관심도와 신체만족도에 따른 외모관리행동*. 건국대학교 일반대학원 박사학위논문.