

대학생의 대인관계성향이 외모관심도와 외모관리행동에 미치는 영향 연구

이현옥 · 구양숙[†]

경북대학교 의류학과

Study on the Effects of College Students' Interpersonal Relations Disposition on Appearance Concern and Appearance Management Behavior

Hyun-Ok Lee and Yang-Suk Ku[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University, Daegu, Korea

Abstract : This study examines the effect of college students' interpersonal relations disposition on appearance concern and appearance management behavior. Questionnaires were administered to 202 college students living in Daegu. The SPSS 20.0 package was utilized for data analysis which included frequency analysis, Cronbach's α , factor analysis, cluster analysis, regression analysis, t-test and logistic regression. Five factors of appearance management behavior (body management behavior, skin care behavior, hair/fashion behavior, cosmetics usage behavior, plastic surgery behavior), seven factors of interpersonal relations disposition (independent/responsibility, sympathetic/receptive, sociable/friendly, competitive/aggressively, conspicuous/narcissistic, defiant/distrust, dominant/supreme) and two groups of appearance concern (high, low) were utilized for the problem analysis of the study. The results of this study were: First, Interpersonal relations disposition had an influence on appearance management behavior. Conspicuous/narcissistic type showed a positive influence on body management behavior, skin care behavior, hair/fashion behavior, cosmetics usage behavior, plastic surgery behavior. The sympathetic/receptive type showed a positive influence on skin care behavior and the competitive/aggressively type showed a positive influence on hair/fashion behavior; however, independent/responsibility type showed a negative influence on cosmetic usage behavior. Second, dominant /supreme type showed a negative influence on appearance concern; however, conspicuous/narcissistic type and defiant/distrust type showed a positive influence on appearance concern. Third, the appearance concern groups showed differences on appearance management behavior. The higher appearance concern group compared to the low appearance concern group were more active for cosmetics usage behavior, hair/fashion behavior, plastic surgery behavior, body management behavior and skin care behavior.

Key words : interpersonal relations disposition(대인관계성향), appearance concern(외모관심도), appearance management behavior(외모관리행동)

1. 서 론

대인관계(interpersonal relations)란 일반적으로 두 사람 사이의 관계를 의미하는 것으로 타인이 개인에 대한 생각과 관점 행동에 대한 반응 등을 의미한다. 인간은 생애의 전 과정을 타인과의 관계 속에서 지내게 됨으로 대인간의 원만한 의사소통과 상호이해, 협동관계는 개인의 일생의 성패를 좌우하는 관건이 될 수도 있는 것으로(Ahn, 2010), 대인관계가 인간의 삶속에서 차지하는 비중은 매우 크다. 특히 대학생들은 타인들과의 만족스럽고 효과적인 대인관계의 경험을 통하여 보다 완성된 인간으로 발달 할 수 있다. 그들에게 대인관계란 사람들 간의 만남을 통해 효과적이고 생산적인 인간관계를 형성하는 것이고 이러한 관계형성을 통해 자기실현을 성취할 수 있는 인간으로

변화하는데 목적이 있다(Lee, 2011).

이와 같이 대인관계는 사람들과의 접촉에 의해 상호관계를 형성하는 것으로, 인간이 타인과 접촉하여 관계를 맺을 때 대인매력이 발생하게 된다. 이는 상대방을 평가하는데 영향을 미치는 요인으로 작용하여 매력적인 사람이 그렇지 못한 사람에 비해 긍정적인 특성을 갖는 것으로 나타났고(Gong, 2005), 대인관계가 원만한 긍정적인 성격의 소유자가 신체외모와도 높은 상관을 보였다(Lee, 2004a).

특히 청소년기에서 성인기로 접어들면서 다양한 대인관계를 경험하게 되는 대학생들에게 원만한 대인관계의 한 요인으로 외모를 들 수 있다. 그들은 자신의 외모에 만족 할수록 사회활동이나 모임에 적극적으로 참여하며 어떠한 일을 수행하는 과정에서 의욕적인 역할을 하는 경향이 높게 나타났고(Lee, 2000), 신체나 외모에 만족하면 대인관계가 원만하며 사회생활에 적극적이고 안정감을 느꼈다(Lee, 2007). 이들은 내적측면(생각, 감정 등)보다는 외적측면(외모, 지위)을 더 높게 고려하는

[†]Corresponding author; Yang-Suk Ku
Tel. +82-53-950-6223, Fax. +82-53-950-6219
E-mail: yskoo@knu.ac.kr

것으로 '행복을 위해 중요한 것'이 무엇인가를 조사한 결과 외적특성으로 외모의 중요성이 가장 높게 나타났다(Park & Suh, 2005). 이는 외모가 그들의 삶에서 차지하는 중요성의 정도를 보여준 것으로 외모에 대한 시선이 그들의 삶과 대인관계에서 매우 중요한 역할을 한다는 것을 시사한다. 또한 아시아 3개국(한국, 일본, 중국)을 대상으로 외모의 사회적 유용성 측정에서 외모 중시의 신체편향성이 한국 여대생이 가장 높게 나타났다(Gim & Kim, 2007).

이는 대인과의 유연한 관계형성을 위해서는 대인 심리적 요인들이 작용하며 이런 심리적 요인들은 외적인 외모의 자신감에 영향력을 미치는 것으로 대인관계성향과 외모에 대한 관심, 외모관리행동은 밀접한 연관성을 가지고 있다고 볼 수 있다.

이와 같이 선행연구에서는 주로 외모관련 변인에 따른 대인관계와의 관련성에 대한 연구가 대부분인 것으로 대인관계성향의 각각의 유형에 따른 외모관련 변인과의 영향력에 대한 연구는 미흡한 실정이다. 대인관계성향과 외모만족도와외의 상관분석에서 외모만족도는 대인관계 세 가지 성향 모두에 정적인 상관을 보였다는 연구결과(Kim, 2005)를 볼 때 대인관계성향 각 유형에 따른 외모관련 변인과의 관련성 연구는 대인관계성향 각각의 유형특성에 따른 외모관심도와 외모관리행동에 대한 구체적인 특성을 찾아볼 수 있는 것으로 의미 있는 결과를 도출할 수 있을 것이라 사료된다.

성장과정 중 신체적으로는 성인기에 해당되지만 심리·사회적으로는 청소년기와 성인기의 과도기에 해당되는 시기(Kang, 2009)에 놓여있는 대학생들은 다양한 형태의 대인관계 경험에 의해 대인관계성향이 정립되며 이러한 성향은 그들의 심리적, 사회적 행동에 영향을 미치게 된다.

따라서 본 연구에서는 대학생들의 심리·사회적 변수인 대인관계성향이 행동적 변수인 외모관심도와 외모관리행동에 끼치는 연관관계를 파악해봄으로써 각 유형별 대인관계성향에 따른 외모관련 행동들에 대한 특성을 이론화하고 이를 통해 실질적인 외모관련 소비산업 방향 설정에 도움을 주고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 대인관계 성향

대인관계(interpersonal relations)란 인간과 인간의 관계맺음을 뜻하는 것으로 두 사람 혹은 그 이상의 사람들 상호간에 일어나는 관계를 말한다. 즉 인간과 인간 사이에 존재하는 상태로 타인과의 긍정적 상태를 유지하기 위한 것이라고 할 수 있다(Joe & Jang, 2012). 대인관계는 타인과의 상호작용 과정으로 타인이 개인에 관하여 어떻게 생각하고 있는지, 어떤 느낌을 가지고 있으며, 타인을 어떻게 지각하고 있는지, 타인에 대해서 어떤 행위 또는 생각을 하도록 기대하는지, 타인의 행동에 대해서 어떤 반응을 하는지 분석하는 것이다(Heider, 1964).

인간의 삶 전 과정은 타인과의 관계 속에서 지내게 되므로 대인과의 원만한 의사소통, 상호이해, 협동관계는 개인의 일생

의 성패를 좌우하는 관건이 될 수도 있다. 그러므로 대인관계는 상황에 대한 인식을 분명히 함으로써 안정과 안전을 도모하고 협동, 상호이해 및 통제, 교환, 도움을 주고받기, 의미의 추구 등을 통해 형평 내지는 적응, 만족스러움, 목적의 달성이나 이득을 추구한다. 이는 주체성의 확립으로 삶의 의미를 찾고 자아실현에 도달하는 것을 궁극적인 목적으로 가지며(Ahn, 1985) 개개인이 인간관계의 사실들을 어떻게 지각하느냐에 따라 대인관계의 양상이 결정된다고 할 수 있다(Park, 2003).

대인관계를 시작할 때 개개인은 타인에 대해 긍정적 또는 부정적 감정을 가지게 된다. 이러한 감정들은 물리적 근접성 즉 신체적 근접성과 신체적 매력, 상대방의 자신에 대한 호감 등과 같은 요인에 의해 영향을 받는다. 신체적 매력은 상대방에게 호감을 가지는 요인 중의 하나로 훌륭한 매력을 가진 사람에게 관심을 더 갖게 된다. 따라서 외모는 대인관계 성향과 관련성이 있는 것으로, 이를 사회관계의 소통, 사회 내에서의 개인의 가치, 사회적 인정에 대한 가능성을 재현하는 지표가 된다(Shilling, 1993).

대인관계성향은 개개인이 대인관계 시 가지고 있는 시각의 차이로 자기 자신의 태도를 결정하는 것이다. Ahn(1985)는 Leary와 Krech의 이론을 중심으로 대인관계성향을 3가지 영역인 역할성향, 사회관계성향, 표현성향으로 나누고 7가지 하위차원인 지배적/우월적, 독립적/책임감적, 동정적/수용적, 사교적/우호적, 경쟁적/공격적, 과시적/자기도취적, 반항적/불신적 성향으로 개인의 대인관계성향을 긍정적·부정적인 성향 모두가 포함되게 구분 하였는데, 외모가 훌륭한 사람은 대인관계성향의 역할성향, 사회관계성향, 표현성향에 더 더욱 유능하며, 데이트 또는 결혼, 인사선발, 법정에서의 판결 상황 등의 광범위한 영역에서 대인관계성향과 대인평가에 일관되게 긍정적인 영향을 미친다(Joe, 2000)고 했으며, 외모가 사회생활에서 자신의 능력 발휘에 영향력을 미치는 요인이기 때문에 외모만족도가 낮은 사람은 사회적 위축으로 인해 대인관계성향에서 사회성이 결여된다고 믿고 있다(Kim, 2005).

특히 대학생 시기는 부모로부터 심리적, 정서적, 경제적인 독립과 동시에 성인기로의 사회적 역할을 준비하는 시기로 긍정적 자아정체성의 확립으로 올바른 인간관계를 맺어야한다. 이 시기에 만족스런 대인관계를 경험할 경우 성인이 되어서 직장생활과 결혼생활, 사회생활에서 긍정적인 역할을 하게 되며, 부정적이며 원만하지 못한 대인관계를 경험할 경우 성인이 되어서도 대인관계에서 위축감과 불안감으로 사회생활 적응에 부정적인 영향을 미칠 수 있다(Kwon, 2000).

이는 신체적으로는 성인기에 해당되나 심리·사회적으로는 청소년기와 성인기 중간 단계에 있는 대학생들은 다양한 환경에 적절히 대처하고 적응함으로써 유능하고 건강한 사회인으로 발달해가는 것으로 타인과의 친밀감 형성과 능력 개발로 성숙한 대인관계의 바탕을 구축하는 중요한 심리사회적 발달단계이다. 이러한 시기에 효율적인 대인관계성향을 형성하지 못하면 고립감과 공허감 등의 심리적 혼란의 경험으로 대인관계에 문

제가 생기게 되고 학업에 불성실하게 되는 등 타인과의 관계형성에서 어려움을 겪게 된다(Kang, 2009).

이와 같이 대학생시기의 대인관계성향은 사회생활을 지속하는데 중요한 역할을 한다. 대인관계성향의 형성 과정은 타인과의 상호작용에 의해 이루어지는 것으로 상호작용 과정은 언어적 요소(자기개방, 커뮤니케이션), 비언어적 요소(표정, 몸짓, 웃음, 시선교환)등의 교환에 의해 대인관계의 발전이 이루어진다(Nho, 2011). 특히 대인관계성향 형성과정 중 비언어적 요소는 외모에 해당되는 요인이 대부분으로 대인관계와 외모는 관련성이 있다고 설명된다.

2.2. 외모관심

호감 가는 외모는 사회적 상호관계에서 긍정적 영향력을 미친다. 따라서 사람들은 매력적 외모에 대한 관심을 가지게 된다. 외모관심이란 개인의 외모 매력을 위해 신체에 사용되는 다양한 장식에 대해서 지속적인 관심과 흥미를 가지는 정도를 뜻한다. 이는 인체에 직접적인 관리와 함께 인체에 가해지는 의복이나 액세서리, 화장, 머리스타일 등에 의해 결정되고 수정됨으로서 개인이 매스미디어를 통해 자신에 대한 이미지를 표현하고 지각하며 변화시키는 것을 포함한다(Lee & Lee, 1997).

미에는 외적측면과 내적측면이 있는데, 외적측면은 타인에게 보여 지는 것이기 때문에 타인과 자신을 비교하게 되는 것으로, 대부분의 사람들은 자신의 외모에 대해 많은 관심을 가지고 외모가 향상되도록 노력한다(Cox & Glick, 1986). 외모에 대한 관심은 남녀노소를 불문하고 다양하게 나타나는 것으로 특히 청소년기는 사회성의 발달로 사회적 활동이나 대인관계에 적극적인 참여를 하는 시기로 이때 자신의 신체와 용모에 큰 관심을 가지게 되고, 심리적 불안의 원인 중에서 중요하게 생각되어지는 부분이 몸매나 얼굴에 결함이 있을 때라고 하였다(Kim & Park, 1990).

노년기에도 외모에 대한 관심은 높아지는 경향을 보이는 것으로, 이들은 자신의 외모가 훌륭하다고 느낄 때 적극적인 사회활동 참여로 타인과 접촉을 하게 되고 자신에 대한 인식도 긍정적으로 발전한다고 하였으며(Lee & Lee, 1997), 연령이 높아도 화장을 하여 정리된 용모를 갖추어야 된다는 생각을 가지고 있어 용모에 대한 관심도가 크다고 하였다(Lee, 1985).

대학생의 경우 연인관계, 취업활동 등에서 외모에 대한 사회적 유용성에 대한 지각을 높게 평가하여 대인관계에서 외모의 역할을 중요하게 인식하고 있다. 대학생들의 외모관심 유형을 사회적 외모관심과 개인적 외모관심 2가지 요인으로 분석한 결과 외모에 관심을 갖는 동기가 이성에게 호감을 얻기 위함과 사회적 성공을 위해 몸매관리를 해야 한다는 사회적인 외모관심에만 긍정적인 영향을 보이는 것으로 나타났고(Kim, 2008), 대인관계성향 유형 중 외모가 사회적 성향에 지대한 영향을 미치고 있어서 자신의 외모에 불만을 갖는 경우 이를 보완하려는 노력에 몰입하게 되며(Lee, 2006), 사회적인 영역에서 매력적인 외모는 그 사람의 지적능력과 대인관계 능력을 뛰어나게 지각

하고, 삶에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다(Sung et al., 2009). 대인관계성향에 따라 대인관계에 영향을 주며 타인과의 긍정적 관계맺음을 위해 외모에 관심을 가지게 된다.

2.3. 외모관리행동

‘외모가 경쟁력’, ‘외모가 자산’, ‘외모가 실력’이라는 성공적인 삶에 외모가 중요한 역할을 차지한다는 등의 외모를 위한 무수한 문구가 남발되는 현대사회에서 취업과 연애 등 대인관계가 중요한 시기에 놓여있는 대학생들에게 외모에 대한 사회적 기준은 중요한 과제로 느껴지며 사회에서 규정화 되고 있는 이상적인 외모를 가지기 위해 노력과 투자를 시도하고자 한다.

외모관리행동이란 타인에게 자신을 표현하는 방법을 의미하는 것으로 의복이나 화장품, 피부관리와 헤어관리, 체중관리와 성형, 다양한 소품 등을 사용하여 자신의 개성을 표현해나가는 과정이다. 이는 시대가 변화함에 따라 외모에 대한 시각적 기준과 평가가 달라짐에 따라 그 시대의 사회적 미적기준에 자신의 신체와 외모를 도달시키고자 신체적 결점 수정과 콤플렉스 회복의 수단으로 외모관리행동을 시도하게 된다.

대인관계성향은 3가지 영역(역할성향, 사회관계성향, 표현성향)과 7가지 하위차원(지배적/우월적, 독립적/책임적, 동정적/수용적, 사교적/우호적, 경쟁적/공격적, 과시적/자기도취적, 반항적/불신적)으로 구분한 것으로(Ahn, 1985) 대인관계상황에서 어떤 역할을 맡으며 사회적 관계는 어떠한가 상대방에게 취하는 태도는 어떻게 표현되는가를 나타낸 것이다.

이는 타인과의 상호작용 시 영향을 주는 요인으로 각각의 대인관계성향에 따라 사회관계 속에서 그들의 태도와 행동에 영향을 미친다. 여성들은 사회활동을 위한 대인관계에서 자신의 개성표현과 타인의 평가를 의식하여 적극적인 외모관리행동을 하며(Noh, 2011), 대학생을 대상으로 한 외모의 사회적 유용성 연구에서 사회적 유용성을 중시하는 집단은 그렇지 않은 집단에 비해 외모가 가지고 있는 이점을 얻기 위해 외모를 중시하고 이상적인 외모 비교를 통해 불만스런 자신의 신체를 화장품 소비, 다이어트, 성형수술 등을 통해 외모를 관리하고 향상시키려는 경향이 높게 나타난 것을 볼 때 대인관계성향 중 사회관계성향이 높은 집단은 외모의 사회적 유용성을 높게 지각하고 있다는 것을 시사하며(Gim et al., 2010) 따라서 대인관계성향의 각 유형별 특성은 외모관리행동과 영향관계가 있을 것으로 기대된다.

3. 연구 방법

3.1. 연구문제

대학생의 대인관계성향이 외모관심도와 외모관리행동에 미치는 유의한 영향관계를 실증해보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설계하였다.

연구문제 1: 대인관계성향이 외모관리행동에 유의한 영향을 미치는지를 규명한다.

연구문제 2: 대인관계성향이 외모관심도에 유의한 영향을 미치는지를 규명한다.

연구문제 3: 외모관심도 집단에 따른 외모관리행동의 차이를 규명한다.

3.2. 자료수집 및 분석

본 연구는 설문지를 통해 자료를 수집하였으며 조사대상은 남녀 대학생을 모집단으로 편의표본 추출하여 2013년 10월 5일부터 10월 31일 사이에 대구지역에서 실시하였다. 총 240부의 설문지를 배부하였고 그 중 225부가 회수되었으며, 이 중 불성실한 응답의 설문지 23부를 제외한 총 202부가 최종자료 분석에 이용되었다.

표본의 일반적 특성으로 성별 분포는 여학생이 58.9%, 남학생이 41.1%로 나타났고, 연령별 분포는 26-30세가 55.4%로 가장 많았고, 21-25세(42.6%), 31-35세(2.0%)의 순이었으며 결혼 여부는 미혼이 98.0%, 기혼이 2.0%로 연구대상이 대학생이라는 특성으로 미혼이 대부분으로 나타났다. 월평균가계소득은 100-200만원 미만인 33.1%로 높게 나타났고 500만원 이상 19.3%, 200-300만원 미만과 300-400만원 미만인 13.4%, 기타 0.5% 순이었으며, 외모관리를 위한 월평균지출은 10-20만원 미만이 44.6%로 높게 나타났으며, 10만원 이하가 26.7%, 20-30만원 미만 14.9%, 30-40만원 미만 8.4%, 40만원 이상 5.5% 순으로 나타났다.

수집된 자료 분석방법은 SPSS 20.0을 사용하여 대인관계성향은 척도화 된 요인을 사용하여 신뢰도 분석을 하였고, 외모관리행동은 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였으며, 외모관심도는 군집분석을 실시하여 연구문제 분석에 사용하였다. 연구문제1의 분석을 위해 회귀분석을 연구문제2의 분석에는 로지스틱 회귀분석, 연구문제3의 분석에는 t-test를 사용하였다.

3.3. 변수의 정의와 측정

대인관계성향과 외모관심도, 외모관리행동과의 관계를 분석하기 위해 다음과 같은 측정문항을 설계하고 5점 Likert 척도법으로 조사하였다. 첫째, 대인관계성향이란 인간관계에서 이루어지는 보편적인 심리적 지향성으로 Ahn(1985)의 대인관계성향 검사 방법을 선택하였다. 이 척도는 3개 차원의 주요영역(역할성향 사회관계성향, 표현성향)과 7개 차원의 하위요인(지배적/우월적, 독립적/책임감적, 동정적/수용적, 사교적/우호적, 경쟁적/공격적, 과시적/자기도취적, 반항적/불신적 성향)으로 나뉘며 총 84문항으로 되어있다(Ahn, 1985). 둘째, 외모관리행동이란 외모관리를 위해서 행하는 행동(패션, 피부관리, 헤어관리, 화장품, 성형, 체형관리 등)에 관한 것으로 Lee(2004b)와 Lee(2008)의 연구에서 발췌한 후 연구 내용에 적합하게 수정한 후 19문항 사용하였다. 셋째, 외모관심은 자신의 외모에 대한 관심 정도(미용, 패션, 헤어, 체형 등)로 연구자가 연구 내용에 적합한 7문항을 사용하였다. 인구통계학적 변인으로는 연령, 결혼여부, 외모관리를 위한 월평균 지출, 월평균 가계소득을 측정하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 연구변수의 구조

4.1.1. 대인관계성향

대인관계성향은 Ahn(1985)이 개발한 척도화 된 요인을 사용한 것으로 총 84개의 문항을 3개의 영역과 7개의 하위요인으로 분류하였다. 분류 된 7개의 하위요인의 항목간 내적일관성 측정을 위해 신뢰도 분석을 실시한 결과 지배적/우월적(0.658), 독립적/책임감적(0.568), 동정적/수용적(0.652), 사교적/우호적(0.745), 경쟁적/공격적(0.720), 과시적/자기도취적(0.722), 반항적/불신적(0.678) 7개 성향의 신뢰도는 0.57-0.75의 신뢰수준을 나타내어 비교적 신뢰할 만한 수준으로 나타났다(Kim, 2004; Kwon, 2004).

4.1.2. 외모관리행동

외모관리행동에 대한 요인분석은 Varimax 직교회전법을 사용한 주성분분석을 이용하였고, 19문항 중 요인의 신뢰성을 높이기 위해 설명력이 아주 낮거나 요인적재치가 모호하게 분산된 6문항 제거 결과 고유치 1 이상의 13문항 5개의 요인으로 도출되었으며(Table 1) 전체 변량 중 76.12%의 설명력을 나타냈다.

요인1은 유행하는 헤어스타일을 위해 미용실을 이용하고 최신유행 하는 의복과 액세서리를 구입과 굵이 높은 구두를 착용하는 등 헤어와 패션에 대한 내용으로 구성되어 헤어패션관리행동으로 명명하였고 신뢰도는 0.742로 비교적 높은 신뢰수준을 보였고 요인2는 성형수술 의도와 성형수술 경험에 대한 내용으로 성형관리행동으로 명명하였고 신뢰도는 0.807로 높은 신뢰수준을 보였고 요인3은 피부관리를 위한 기초화장품, 피부화장품, 기능성화장품을 사용하는 내용으로 구성되어 화장품 사용관리행동으로 명명하였고 신뢰도는 0.662로 만족할 만한 신뢰수준으로 나타났다.

요인4는 체중감소를 위한 다이어트, 체형관리를 위한 운동을 하는 것으로 체형관리행동으로 명명하였고 신뢰도는 0.737로 비교적 높은 신뢰수준을 보였고 요인5는 전문 피부관리실, 피부과를 이용하며 피부관리를 하고 손톱과 발톱관리를 위해 네일샵을 이용하는 내용으로 구성되어 피부관리행동으로 명명하였고 신뢰도는 0.554로 양호한 신뢰수준을 나타냈다.

4.2. 외모관심도

외모관심도는 7개 문항을 토대로 개체의 군집분석을 실시하였다. 군집화를 하기 위해 인자분석결과 추출된 각 인자를 독립변수로 군집분석을 하였고, 인자에 대해 각 사례별로 변수들이 선형 결합되어서 산정된 인자점수(factor score)를 이용하였다. 각 표본들의 거리측정방식(유사성 척도)으로는 유클리드 거리(Euclidean distance) 방법을 사용하여 계층적 군집화방법 중 평균기준 결합방식(average linkage)을 적용하여 유사성이 높은 표본들을 묶어 나갔다. 외모관심 정도를 고, 저에 따라 두 군집으로 구성하였고, 외모관심도 총점의 차이검정을 통하여 군

Table 1. Factor analysis of appearance management behavior

Factor	Factor loading	Eigen value	% of variance	Cronbach's α
Factor 1: Hair/fashion behavior				
I use hair salon for trend hair-style.	0.667	3.990	30.69 (30.69)	0.737
I tend to buy fashionable clothes.	0.815			
I tend to buy trendy accessories.	0.838			
I wear high-heeled shoes or high shoes	0.572			
Factor 2: Plastic surgery behavior				
I have been plastic surgery for enhance my appearance.(I want to plastic surgery)	0.865	1.616	12.43 (43.12)	0.807
I have been cosmetic surgery((I want to cosmetic surgery)	0.858			
Factor 3: Cosmetics usage behavior				
I use to foundation cosmetics(skin water, lotion) for skin	0.858	1.333	10.25 (53.37)	0.742
When going out I use to skin cosmetics.(cream, color lotion)	0.666			
I use to functional cosmetics	0.696			
Factor 4: Body management behavior				
I make a diet because I want to get slim down.	0.850	1.197	9.21 (62.57)	0.662
I will do body management through physical exercise. (yoga, health, swimming, running, dance, walking, golf, tennis, stretching, etc)	0.900			
Factor 5: Skin management behavior				
I use professional skin shop or dermatologist for the skin care	0.695	1.008	7.45 (70.03)	0.554
I will nail and claw care(by myself or professional skin shop	0.844			

Table 2. Cluster analysis of appearance concern

Variables	Appearance concern			
	High		Low	
	Mean	SD	Mean	SD
I enjoyed the beauty products in use.(sunscreen, BBcream, perfume etc)	4.35	0.89	2.52	1.18
I am interested in appearance and always tried to make a good appearance.	4.36	0.62	2.94	0.90
I have many products for my appearance enhancement.	3.92	0.84	2.00	0.76
I takes to a long time to prepare before going out.	3.95	0.83	2.30	0.92
I am interested in fashion and I tend to wear my clothes well.	3.93	0.75	2.86	1.01
I tend to care especially in my hair style.	3.94	0.86	2.83	1.08
I tend to effort for my body shape management.	3.29	1.16	2.51	1.02
Total(n)	133		69	

Table 3. t-test of appearance concern cluster

Variables	N	Mean(SD)	t-value
Appearance concern	High 133	27.72(3.58)	17.975***
	Low 69	17.96(3.82)	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

집 검증을 실시하였다(Table 2, 3). 이 결과를 토대로 하여 추 후 분석에 이용하였다.

4.3. 대인관계성향, 외모관리행동, 외모관심도의 영향관계

4.3.1. 대인관계성향이 외모관리행동에 미치는 영향

대인관계성향 7요인과 외모관리행동 5요인과의 관련성을 살펴보기 위해 대인관계성향을 독립변수로 외모관리행동을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과(Table 4) 과시적/자기도취적성향은 체형관리행동, 피부관리행동, 헤어/패션행동, 화장품사용행동, 성형행동의 외모관리행동 5요인 모두에 유의한 영향을 미쳤으며 동정적/수용적성향은 피부관리행동에 유의한 영향을 미쳤다. 경쟁적/공격적성향은 헤어패션행동에 유의한 영향을 미쳤고 독립적/책임감적 성향은 화장품사용행동에 부(-)의 방향으로 유의한 영향을 미쳤다.

이러한 결과는 대인관계성향이 외모관리행동에 영향을 미친다는 것을 나타낸 것으로 과시적/자기도취적 성향은 외모관리

Table 4. The effect of interpersonal relations disposition on appearance management behavior

Dependent variables	Independent variables	β	t	R ²	F
Body management behavior	Conspicuous/Narcissistic	.035	2.641**	.034	6.977**
Skin care behavior	Sympathetic/Receptive	.032	2.082*	.208	6.338***
	Conspicuous/Narcissistic	.035	2.368*		
Hair/fashion behavior	Competitive/Aggressively	.038	3.227***	.306	10.631***
	Conspicuous/Narcissistic	.058	4.489***		
Cosmetics usage behavior	Independent/Responsibility	-.030	-2.298***	.393	15.588***
	Conspicuous/Narcissistic	.035	2.640***		
Plastic surgery behavior	Conspicuous/Narcissistic	.055	2.889***	.134	3.735***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

행동 5요인 모두에 영향관계를 보였으며 이는 대인과의 관계에서 과시적이고 자기도취적인 성향을 가질수록 외모관리행동에 많은 관심을 가지고 타인에게 자신을 돋보이고자 하는 성향이 강한 것으로 해석된다. 동정적/수용적 성향은 피부관리행동에 유의한 영향을 나타낸 것으로 친절하고 관대한 행동과 부드러운 성향의 대인관계 유형은 과시적인 외형관리 보다는 내면적인 관리에 좀 더 치중을 하는 것으로 보인다. 독립적/책임감적 성향은 화장품 사용행동에 부(-)의 영향을 미쳤고 이는 자율적이고 자기만족적인 대인성향으로 인해 내면적 자신감이 외면적 치장에 관심을 나타내지 않는 것으로 해석된다. 경쟁적/공격적 성향은 헤어패션행동에 영향관계를 보였는데 이는 반항적이며 공격적 성향을 헤어스타일과 패션스타일에 집착시켜 대인관계에서 자신들의 심리성향을 표현한 것을 알 수 있다.

4.3.2. 대인관계성향이 외모관심도에 미치는 영향

대인관계성향 7요인이 외모관심도의 두 군집에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보기 위해 로지스틱 회귀분석을 실시하였다 (Table 5). 로지스틱회귀분석은 정량적 변수가 이분형 변수에 미치는 영향을 검증하는 분석방법으로 대인관계성향(정량적 변수)이 외모관심도의 고, 저(이분형 변수)에 어떠한 영향을 미치는가를

Table 5. The effect of interpersonal relations disposition on appearance concern

Variables	β	SE	Wals	p-value	Exp(β)
Constant	-9.764	2.921	11.174	.001	.000
Independent/Responsibility	.003	.040	.006	.940	1.003
Sympathetic/Receptive	.047	.043	1.177	.278	1.048
Sociable/Friendly	.057	.041	1.977	.160	1.059
Competitive/Aggressively	.106	.040	7.037	.008	1.112
Conspicuous/Narcissistic	.156	.047	11.188	.001	1.169
Defiant/Distrust	.036	.043	.683	.409	1.037
Dominant /Supreme	-.170	.053	10.133	.001	.844

$\chi^2 = 28.417$, p-value=0.000

알아보기 위해 사용하였다.

분석결과 지배적/우월적 성향($\beta = -.170$, $W = 10.133$, $p = .001$)이 외모관심도의 오즈(odds)가 부(-)적으로 유의한 영향을 미쳤고, 경쟁적/공격적($\beta = .106$, $W = 7.037$, $p = .008$), 과시적/자기도취적($\beta = .156$, $W = 11.188$, $p = .001$)성향이 정(+)적으로 유의한 영향을 보였으며 독립적/책임감적, 동정적/수용적, 사교적/우호적, 반항적/불신적 유의한 영향을 미치지 않았다. 로지스틱 회귀분석이란 어떤 사건의 발생 유무를 예측하는 것이 아니라, 그 사건이 일어날 확률을 예측하는 방법으로 오즈란 외모관심도가 적을 확률에 비해 외모관심도가 높을 확률의 비율을 나타내는 것으로 계수 값이 양수로 커지는 경우에 외모관심도가 높을 확률이 크다는 것을 의미한다. 경쟁적/공격적 성향과 과시적/자기도취적 성향은 계수가 양수(+)로 나타났고 과시적/자기도취적, 경쟁적/공격적 성향 순으로 외모관심이 높다는 것을 알 수 있으며, 지배적/우월적 성향은 계수가 음수(-)로 나타났으며 외모관심도가 낮을 확률이 크다는 것을 알 수 있다. 따라서 대인관계성향은 외모관심도의 고, 저에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

Table 6. The difference of appearance concern and appearance management behavior

Variables	N	Mean(SD)	t-value
Body management behavior	high	133	2.89(1.05)
	low	69	2.49(1.04)
Skin care behavior	high	133	2.23(0.94)
	low	69	1.81(1.01)
Hair/fashion behavior	high	133	3.29(0.75)
	low	69	2.24(0.79)
Cosmetics usage behavior	high	133	4.36(0.71)
	low	69	3.11(0.94)
Plastic surgery behavior	high	133	2.54(1.24)
	low	69	1.69(0.93)

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

4.3.3. 외모관심도 집단에 따른 외모관리행동의 차이 비교

외모관심도와 외모관리행동과의 차이를 알아보기 위해 외모관심도 2집단과 외모관리행동 5요인과의 차이분석을 위한 독립표본 t검정을 실시하였다. 분석결과 외모관리행동 5요인 모두 외모관심도에 차이가 있음을 알 수 있다(Table 6). 외모관심이 높은 집단은 관심도가 낮은 집단에 비해 화장품사용행동(4.36), 헤어패션행동(3.29), 체형관리행동(2.89), 성형행동(2.54), 피부관리행동(2.23)을 더 적극적으로 하는 것으로 나타났다.

5. 결 론

본 연구는 부모로부터 독립, 취업, 연애 등 사회적 역할 준비 시기인 대학생들에게 중요한 요인의 하나인 대인관계성향이 외모관심도, 외모관리행동과 어떠한 관련성이 있는지를 보고자 한 것으로 이를 통해 그들이 가진 대인관계성향에 따른 외모행동에 대한 이론적 이해와 접근으로 유형별 외모 프로그램 개발과 외모관련 소비산업에 유익한 정보를 제공하고자 하였다.

연구의 결과를 요약하면 첫째, 대인관계성향 7요인과 외모관리행동 5요인과의 관련성을 파악하기 위해 회귀분석을 실시한 결과 과시적/자기도취적 성향은 체형관리행동, 피부관리행동, 헤어패션행동, 성형행동, 화장품사용행동에 유의한 영향을 미쳤다. 동정적/수용적 성향은 피부관리행동에, 경쟁적/공격적 성향은 헤어패션행동에 유의한 영향을 미쳤으며 독립적/책임감적 성향은 화장품사용행동에 부(-)의 방향으로 유의한 영향을 미쳤다.

이 결과는 대인관계성향의 각 유형이 외모관리행동에 영향을 미친다고 해석할 수 있다. 행동과 옷차림이 과장적, 과시적이며, 인정이나 칭찬받기를 원하고, 주목받기를 위해 별나 행동을 좋아하는 성향과 지나치게 낙천적이고 도취적이며 즉흥적 성향을 지닌 과시적/자기도취적 성향은 외모관리행동 5요인 모두에 정적인 영향관계를 나타낸 것으로 이는 타인에게 인정받고 주목을 끌기 위해 외모에 더 많은 관심을 가지고 향상된 모습으로 타인에게 자신을 과시하고 과장하기 위한 방법으로 외모관리행동에 높은 관심을 가지고 행동 한다고 해석할 수 있다. 동정적/수용적 성향은 타인의 느낌에 유의하며 친절하고 관대한 행동을 하며 패배자를 옹호하는 성향을 지닌 것으로 피부관리행동에 유의한 영향을 나타냈는데 이는 내면에 더 치중하는 성향으로 외모의 기본을 구성하는 피부관리에 더 많은 비중을 가지고 있다고 해석된다. 모든 관계를 경쟁적 입장에서 보며, 자기 과장적이고 비 협동적인 성향과 타인을 직·간접적으로 공격하며 권위에 대해 반항적이며 도전적이고 부정적 성향을 나타내는 경쟁적/공격적 성향은 헤어패션행동에 영향관계를 보인 것으로, 펑크족을 예를 들자면 이들은 사회에 이탈하고자 하는 행동표현으로 과장된 헤어스타일과 독특한 패션을 통해 자신들을 나타낸다. 이를 볼 때 경쟁적/공격적 성향은 헤어와 패션을 통해 자신의 심리적 성향을 표현한다고 할 수 있다. 자기 스스로 계획세우기를 좋아하고 자기방식대로 일을 처리하며 지원이나 충고를 구하지 않으며 정서적으로 자기만족을 하는

성향인 독립적/책임감적 성향은 외모관리행동 중 화장품사용행동에 부적인 영향관계를 보인 것으로 이는 자기 자신에 대한 만족 정도가 높음으로 화장품을 사용하여 자신을 치장하지 않아도 내면적 자신감을 가지고 있다고 해석된다. 이는 대학생의 심리적 변인과 대인관계성향과의 영향력 분석에서 외모요인인 체형요인, 외형요인 모두가 대인관계성향과 관련성이 있다는 연구결과(Lee, 2011)를 볼 때 외모와 대인관계는 밀접한 영향관계를 가지는 것으로 본 결과를 지지한다고 할 수 있다.

둘째, 대인관계성향과 외모관심도의 영향력을 살펴보기 위해 로지스틱회귀분석을 한 결과 지배적/우월적 성향이 외모관심도의 오즈(odds)가 부(-)적으로 유의한 영향력을 보였고, 경쟁적/공격적, 과시적/자기도취적 성향이 정(+)적으로 유의한 영향력을 보였으며 독립적/책임감적, 동정적/수용적, 사교적/우호적, 반항적/불신적 성향은 유의한 영향력을 나타내지 않았다. 이는 대인관계성향에 따라 외모관심도의 고·저에 유의한 영향관계가 있다는 것을 보여준 것으로 지배적/우월적 성향은 외모관심도가 낮을 확률이, 경쟁적/공격적, 과시적/자기도취적 성향은 외모관심도가 높을 확률이 높게 나타난 것을 볼 때 대인관계성향의 유형별 특성과 외모관심도는 관련성이 있다는 것으로 해석할 수 있다.

셋째, 외모관심도와 외모관리행동과의 연관관계를 살펴보기 위해 외모관심도 2집단과 외모관리행동 5요인과의 차이분석을 한 결과 외모관리행동 요인 모두에 외모관심도의 집단별 유의한 차이를 보였다. 대학생 시기에는 연인관계, 취업활동 등에서 외모에 대한 사회적 유용성에 대한 지각을 높게 평가하여 대인관계에서 외모의 역할을 중요시하고(Lee, 2007), 외모의 사회적 유용성 중시 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 외모를 중시하며 이상적인 외모 비교를 통해 불만스런 신체를 가진 집단은 화장품 소비, 다이어트, 성형수술 등을 통해 외모를 관리하고 향상시키려는 행동경향이 높은 것으로 나타났으며(Gim et al., 2010) 외모관심도를 매개변수로 하여 남성들의 외모관련소비행동에 미치는 영향분석에서 정(+)의 영향이 나타난(Lee, 2013) 연구결과와도 일치함을 보였다.

본 연구의 결과는 대학생의 대인관계 성향과 외모관심도, 외모관리행동이 어떤 관련성을 보이는지를 규명하고자 한 것으로, 그들의 대인관계성향의 유형에 따라 외모에 대한 관심, 외모향상을 위한 외모관리행동 특성을 분석하여 그들의 심리적 변인에 대한 이론적 개념 정리와 행동적 변인에 대한 소비행동적 전략을 개념화하여 대학생 타겟의 외모관련 소비시장 활성화 전략에 아이디어를 제공하고 틈새시장 개척 전략수립에 도움을 주는 것으로 연구의 의의를 두고 다음과 같은 기대효과와 활용 방안을 제시한다.

첫째, 대학생의 대인관계성향과 외모관심도, 외모관리행동과의 영향관계 분석은 그들의 심리적 유형에 따른 외모에 대한 관심정도와 외모관리행동 유형을 예측할 수 있으므로 관련시장 프로모션을 위한 개념적 모형을 도출하고 이를 통한 소비상품 제안에 도움을 줄 것이다.

둘째, 대학생들의 외모관심 두 집단과 외모관리행동과의 차이분석은 외모의 사회적 유용성을 중요시 인식하여 취업과 연애 등 대인관계의 출발 시기에 있는 그들에게 외모관심의 높고 낮음이 외모관리행동에 나타나는 영향요인을 유형화함으로써 표적시장에 대한 적절한 시장포지셔닝화를 통해 그들의 외모관련 소비시장 활성화에 기초자료로 활용될 수 있다.

그러나 본 연구는 대학생 전체에 대한 분석결과로 남녀 대학생에 대한 비교분석은 이루어지지 않은 것으로 후속 연구에서 살펴보고자 하며, 편의표본추출에 의한 연구대상 선정과 제한된 지역에 따른 연구의 한계점으로 연구결과의 일반화에는 무리가 있는 것으로 후속연구에서 보완을 제기한다.

References

- Ahn, B. H. (1985). *Validation study for scales relating to interpersonal relations adequacy and interpersonal relations disposition*. Unpublished doctoral dissertation, Yonsei University, Seoul.
- Ahn, B. H. (2010). *Interpersonal relations*. Seoul: Taeyoung.
- Cox, C. L., & Glick, W. H. (1986). Resume evaluations and cosmetics use: when more is not better. *Sex Role, 14*, 51-58.
- Gim, W. S., & Kim, J. S. (2007). Body-related values and body-esteem in east Asian women: A cross-national study focusing on Korean, Chinese, and Japanese college students. *Journal of the Korean Psychological Association, 13*(4), 113-134.
- Gim, W. S., Kwon, J. H., & Ryu, Y. J. (2010). Social instrumentality of appearance: Scale development and validation. *The Korean Journal of Health psychology, 15*(3), 549-568.
- Gong, S. E. (2005). *Study on correlations between body image and characteristics of personal relationship to children and adolescent*. Unpublished master's thesis, Korea University, Seoul.
- Heider, F. (1964). *The psychology of interpersonal relation*. NY: John Wiley & Sons.
- Joe, G. D., & Jang, S. H. (2012). *Personal relations and communications*. Seoul: Dongmunsa.
- Joe, S. M. (2000). *Effects of sociocultural attitude toward appearance and body images on clothing benefits sought*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Kim, G. S. (2004). *Amos analysis structural equation modeling*. Seoul: Data Solution.
- Kang, H. J. (2009). *The relationship between interpersonal relation disposition and college life adjustment*. Unpublished master's thesis, Hankuk University of Foreign Studies, Seoul.
- Kim, S. G., & Park, J. S. (1990). A study on the relationship between self-esteem and clothing behavior - For adult males and females. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 14*(4), 305-313.
- Kim, S. H. (2005). *The relationships among appearance satisfaction, interpersonal relations, self-assertion, and academic achievement of high school students*. Unpublished master's thesis, Kangwon National University, Chuncheon.
- Kim, S. J. (2008). *Interest in appearance, skin care and dietary behavior of male and female college students: The mediating effect of knowledge*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Kwon, B. Y. (2000). *(A) study on relations of first year college student's type of interpersonal relationship problems and their perceived parent-child communication style and child rearing style*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Kwon, S. H. (2004). *(SAS, SPSS)Analysis of survey*. Paju: Jayou academy.
- Lee, B. I. (2000). *The analysis of job, self-efficacy, sex role identities, social contact according to university student's major and job choice*. Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Lee, D. I. (2006). *A study on the effects of a school marathon on the participants' physical self-efficacy*. Unpublished master's thesis, Dongguk University, Seoul.
- Lee, E. S. (2007). *The effects of the appearance satisfaction and the sex difference on self-efficacy, school-related adjustment and achievement motivation for the elementary school students*. Unpublished master's thesis, Chungnam National University, Daejeon.
- Lee, G. H. (2011). *The analysis of effects of university students' depression and self-efficiency on the trends of personal relationship : Verification of parametric effects of appearance satisfaction*. Unpublished doctoral dissertation, Hanseo University, Seosan.
- Lee, H. O. (2008). *A structural study on the interpersonal appearance factors influencing on cosmeceuticals usage intension*. Unpublished doctoral dissertation, Kyungbuk National University, Daegu.
- Lee, H. O. (2013). Appearance-related consumption behavior according to interpersonal relations and masculinity -Mediated effect of appearance concern-. *Fashion & Textile Research Journal, 15*(5), 777-786. doi:10.5805/SFTI.2013.15.5.777
- Lee, J. H. (2004b). *Study on the appearance management behaviors in university man : As related to sex role identity*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul. Seoul.
- Lee, M. H., & Lee, E. S. (1997). A study on appearance interest and self - confidence of elderly women associated with demographic variables. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 21*(6), 1072-1081.
- Lee, O. H. (1985). *Research on old women's preferences of dresses and actuality of clothes*. Unpublished master's thesis, Wonkwang University, Icksan.
- Lee, S. J. (2004a). *Study on relationship among interpersonal anxiety, self-efficacy and body image of female students in college*. Unpublished master's thesis, Seoul Womens University, Seoul.
- Noh, S. O. (2011). *(A) study on hairstyle behavior and make-up motivation associated with interpersonal relation and life satisfaction : Focusing on women in their 20s, 30s, and 40s*. Unpublished doctoral dissertation, Sungshin Women's University, Seoul.
- Park, D. H. (2003). *Effects of a self-growth program on the personal relations tendencies and adaptation to school life of elementary school students*. Unpublished master's thesis, Andong National University, Andong.
- Park, J. H., & Suh, E. G. (2005). Lay beliefs of selfhood and personal theories of happiness. *Journal of the Korean Psychological Association, 19*(4), 19-31.
- Shilling, D. (1993). *The psychology for Moral Behavior*. Middlesex

England: Penguin Book

Sung, Y. S., Park, E. A., Lee, J. W., & Kim, W. S. (2009). Psychological power of Beauty: focused on gender difference and life-domain difference. *Journal of the Korean Psychology, 10*(3), 461-488.

(Received 15 October 2014; 1st Revised 11 November 2014;
2nd Revised 8 December 2014; 3rd Revised 11 December 2014;
Accepted 25 December 2014)

© 2014 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.
