패션비즈니스 제22권 4호
—
ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)
—
J. fash. bus. Vol. 22,
No. 4:160-177, Sept. 2018
https://doi.org/
10.12940/jfb.2018.22.4.160

Corresponding author
—
Mikyung Kim
Tel : +82-2-2077-7266
Fax : +82-2-710-9255
E-mail : kimmk@sookmyung.ac.kr

여대생의 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 외모관리행동의 매개효과

김미경†
숙명여자대학교 기초교양학부

Mediation Effect of Appearance Management Behavior on the Relationship between Satisfaction of Personal Image and Job Search Efficacy among Female College Students

Mikyung Kim†
Dept. of General Education, Sookmyung Women's University, Korea

Keywords

satisfaction of personal image,
appearance management behavior,
job search efficacy,
퍼스널 이미지 만족도,
외모관리행동, 구직효능감

Abstract

The objective of this study was to investigate mediation effect of appearance management behavior on the relationship between satisfaction of personal image and job search efficacy. Based on previous studies on components of personal image, appearance management behaviors, and job search efficacy, questionnaire items were developed. For this study, we conducted a questionnaire survey among 422 students from women's university in Seoul. Statistical analyses were performed using SPSS 23. Results are as follows. First, there were positive and moderate bivariate correlations among satisfaction of personal image, appearance management behavior, and job search efficacy. Second, satisfaction of personal image was found to have a partially significant effect on job search efficacy while satisfaction of internal image, visual image, and social image had a positive effect on job search skill. Satisfaction of internal image had a positive effect on job search strength. However, satisfaction of visual image or social image did not have a significant effect on job search strength. Third, fashion management behavior among components appearance management behavior could partially mediate the relationship between satisfaction of personal image and job search efficacy, indicating that satisfaction of internal image and visual image among components personal image not only has a direct effect on job search skill among job search efficacy, but also has an indirect effect on job search skill by affecting fashion management behavior. These results suggest that it is important to build personal image effectively and increase satisfaction with oneself through active appearance management behavior to improve job search efficacy.

Ⅰ. 서론

청년실업이 심각한 사회적 문제로 제기되고 있는 취업불황의 시대에 사회진출을 준비하는 여대생에게 있어 경쟁력 있는 이미지 구축과 외모관리 행동은 자기효능감과 구직효능감을 높이는 중요한 변수로써 의미를 갖고 있다.

고용노동부가 제시한 청년 고용동향에 따르면 2017년 청년(15~29세) 고용율은 42.1%로 2013년(39.5%)을 저점으로 조금씩 증가하고 있으나 실업률 역시 9.8%로 2012년(실업률 7.5%)을 기점으로 꾸준히 증가하고 있다(Statistics Korea, 2018). 특히 여성의 경제활동인구가 점점 증가 하고 있는 사회적 상황에서 청년실업률의 증가는 취업에 대한 불안감과 스트레스를 유발하게 하는 요소로 작용하고 있다. 따라서 취업을 준비하는 여대생에게 구직효능감을 높일 수 있는 변인을 찾아 효과적인 자기관리와 경력개발에 집중할 수 있는 방법과 교육환경을 마련해 준다면 자신감 있게 취업을 준비하고 도전할 수 있는 역량을 발휘할 수 있게 될 것이다.

이러한 관점에서 본 연구는 고용불황의 사회적 환경 속에서 여대생이 취업을 준비하는데 있어 구직효능감을 높일 수 있는 유효한 변인을 도출하기 위해 개인의 자아가 총체적으로 투영되고 평가되는 퍼스널 이미지 구성요소에 대한 만족도를 독립변수로 설정하고 외모관리행동을 매개변수로 설정하여 독립변수와 매개변수가 구직효능감에 미치는 영향력을 규명하고자 한다.

퍼스널 이미지는 사회적 상호작용을 하는데 있어 개인을 평가하는데 중요한 영향을 미치는 요인으로 개인의 역량과 가치가 하나의 이미지로 표상화 되어 평가되는 도구적 기능을 갖고 있기에 현대인들은 사회적 유용성의 측면에서 퍼스널 이미지를 자기개발과 취업을 준비하는 전략적 도구로 활용하고 있다. 퍼스널 이미지는 다양성의 사회에서 자신의 정체성을 총체적으로 투영하고 표현하는 인지적 자기개념임과 동시에 개인에게 내재된 다양한 속성이 타인의 가치관, 패러다임, 사회적 규범 등에 의해 형성되고 평가되는 사회·심리적 의미가 내포된 중의적 개념으로 구직을 희망하는 구직자의 경우 사회적 관계 속에서 자신의 이미지를 긍정적으로 투영하고 관리할 수 있는 능력을 필요로 하고 있다.

외모관리행동은 자신의 이미지를 고양시키고 자기효능감에 영향을 미치는 변수로써 이미지 메이킹을 교육하는 기관이나 취업관련 프로그램에서 효과적인 퍼스널 이미지 구축에 영향을 미치는 자기관리의 중요한 교육 콘텐츠로 활용되고 있다. 외모관리행동이 자기개발과 진로개발 등 자기효능감 및 구직효능감에 영향을 미치는 변인으로써의 중요성이 실증적 연구(Hoscodo, Stone-Romero & Coats, 2003; Roberts, 2005; M. Kim, 2017)를 통해 밝혀지면서 구직을 준비하는 여대생들에게 있어 퍼스널 이미지와 외모관리행동은 자기만족을 위한 심리적 차원의 변수에서 전략적 관리 차원의 변수로 그 의미와 중요성이 확장되고 있다.

구직효능감은 성공수행의 자기확신 개념으로 구직성과를 이루게 하려는 의지를 지속화시키는 동인으로써 청년 고용불안이 집중되고 있는 현 사회적 상황에서 구직활동에 대한 동기를 자극하고 적극적으로 행동하게 하는 성공수행의 자기확신 개념이다. 구직효능감이 구직과정에 영향을 미치는 변수로써 그 의미와 중요성이 강조되고 부각되면서 구직효능감을 높일 수 있는 관련변인에 대한 연구는 구직정보의 탐색이나 효과적인 구직기술의 활용 등 구직을 위한 행동과 태도에 영향을 주는 유효 변수 도출을 위한 연구가 중심이 되어 진로와 구직관련 분야에서 이루어지고 있다(Kim & Han, 2012; Kim & Roh, 1998; Saks & Ashforth, 2006; Wanberg, Kanfer & Rotundo, 1999).

지금까지 논의된 내용과 같이 퍼스널 이미지가 자신의 정체성과 개성을 함의하며 개인의 가치를 평가 하는 사회적 도구로써의 기능을 내포함과 동시에 외모관리행동이 퍼스널 이미지 만족도를 고양시키기 위한 사회심리학적 기저로써 소비행동학적 의미를 갖고 있음에도 불구하고 구직효능감과의 관계를 밝히는 연구는 M. Kim(2017)이 외모관리행동과 구직효능과의 관계를 밝힌 연구가 유일한 상황이다. 따라서 본 연구에서는 구직효능감이 자신에 대한 확신과 능력에 대한 확신으로부터 형성된 자기확신 개념으로 성공을 위한 자기관리 개념의 퍼스널 이미지 및 외모관리행동과의 관련성을 규명하기 위해 취업과 진로를 준비하는 여대생에게 퍼스널 이미지 만족도가 구직효능감을 높이는 변수로서의 의미를 일차적으로 검증하고자 한다. 또한 그 영향력의 유의성을 기반으로 퍼스널 이미지와 구직효능감과의 관계에서 외모관리행동이 매개효과가 있는지를 규명하여 퍼스널 이미지 구성요소와 외모관리행동이 구직효능감을 높이는 변수로서의 의미를 체계적으로 규명하고 학문적 의미와 효용성을 밝히고자 한다.

연구의 내용은 이론적 연구와 설문지를 통한 실증적 연구로 진행하였다.

이론적 연구에서는 퍼스널 이미지와 외모관리행동, 구직효능감에 대한 선행연구자들의 연구동향을 살펴보고 관련 변수에 대한 학자들의 다양한 관점을 정리함으로써 퍼스널 이미지와 외모관리행동이 구직효능감 연구에 의미 있는 변수

임을 고찰하고, 퍼스널 이미지 구성요소와 외모관리행동, 구직효능감을 측정하는 척도 개발의 이론적 근거를 도출한다.

실증적 연구에서는 독립변수, 매개변수, 종속변수 들 간의 상관성을 분석함으로써 각 변수들이 인과관계를 연구하는 변수로서의 타당성을 입증하고 퍼스널 이미지 구성요소가 구직효능감에 미치는 영향과 매개변수로써 외모관리행동의 효과와 영향의 범위를 규명한다.

II. 이론적 배경

1. 퍼스널 이미지의 구성요소

퍼스널 이미지란 개인의 신념과 느낌, 외형적 특징이 이미지화되어 총체적으로 투영되는 심상(心象)의 개념으로 실상과 허상의 집합체가 주관적 사고와 객관적 객체에 의해 형성되고 평가되는 상징화된 형상이다. Rosenberg(1986)는 개인이 자기 자신을 객체로 대상화하여 자신에 대한 생각이나 느낌의 총체적 이미지를 자기 이미지(self image)로 규정하며, 신체적 특성과 가치관, 능력에 대한 인식의 총체라고 하였다. Yoon and Park(2010)은 퍼스널 이미지를 자기이미지 개념에서 확장하여 사회적 상호 관계 속에서 형성되고 각인되는 객관적이고 주관적인 평가의 총체로 정의였다. Kim(2011)은 퍼스널 이미지를 개인의 인지적, 감정적, 신체적 특질이 사회·심리적 측면의 자아로 형성되어 내적 가치관과 외적 행동, 태도 등으로 투영되는 시각적 형상이라고 정의하였으며, S. Kim(2014)은 개인의 총체적인 특성이 주관적·객관적인 판단과 평가로 재구성되는 종합적인 자화상으로 규정하였다.

퍼스널 이미지에 내포된 사회·심리적 개념은 퍼스널 이미지가 사회적 성취를 이끌어내는 도구로써 사회적 유용성의 가치를 설명해주는 단서로 심리적 연구가들은 퍼스널 이미지 만족이 미치는 영향력의 의미를 사회적 현상과 연결하여 제시하였다. Spangler and Stice(2001)은 직장과 대인관계에서 개인의 외모는 성공을 가늠하는 척도이며, 자신의 외적 이미지에 대한 만족감은 인간관계를 더욱 발전시킴으로써 대인관계와 직장에서 유용성의 가치를 제공하는 기준이 될 수 있으므로 외모의 사회적 유용성을 측정하는 도구 개발이 필요하다고 하였다. Kaiser(1998)는 시각적 이미지가 투영되는 첫 인상은 개인의 전체 이미지를 결정하는데 중요한 영향을 미침으로 이미지에 대한 좋은 평가를 얻기 위해서는 외적 이미지, 성격적 이미지 성향적 이미지에 대한 체계적 진단과 이러한 요소들이 조화롭게 시각적으로 이미지화 될 수 있도록 개인의 이미지를 관리해야 한다고 제안하였다. Kim(2008)은 긍정적인 퍼스널 이미지를 구축하기 위해서는 이미지를 구성하는 개별요소들이 서로 상호작용하여 시각적으로 구체화 할 수 있는 측정도구의 개발과 이미지 관리에 대한 체계적 교육과 관리 과정이 필요하다고 하였다.

이처럼 퍼스널 이미지가 개인적 차원의 자기이미지 개념에서 사회적 규범과 관계 속에서 형성되고 평가되는 총체적 의미를 담은 사회적 개념으로 확장됨에 따라 퍼스널 이미지를 형성하는 구성요소에 대한 학문적 접근이 시도되면서 학자들은 다양한 관점에서 퍼스널 이미지를 구성하는 하위차원에 대한 내용과 척도의 기준을 제시하였다. James(as cited in Y. Kim, 2017)는 퍼스널 이미지를 물질적, 사회적, 정신적 차원으로 분류하여 신체적 특징의 물질적 자기와 사회적 관계 속에서의 자신의 위치와 신분을 의미하는 사회적 자기, 성격과 능력을 나타내는 정신적 자기로 분류하였으며, Bailey(2003)는 자기 정체성을 나타내는 주관적 인식체로 자기 자신에 대한 신체적, 기질적, 역량적 측면을 포함한다고 하였다. Yoon and Park(2010)은 퍼스널 이미지의 형성 요인을 외적 이미지, 내적 이미지, 행동적 이미지, 음성적 이미지로 제시하였다. 외적 이미지에는 외모, 신체, 패션 스타일과 헤어스타일 등의 시각적 요인을 포함하고 있으며, 내적 이미지에는 성격, 카리스마, 자아존중감, 신뢰감, 열정 등의 성향적 요인이, 행동적 이미지에는 태도, 매너, 표정, 리더십, 대인관계 등이 음성적 이미지에는 목소리와 말의 내용 등이 포함된다고 하였다. S. Kim(2014)은 개인의 총체적인 특성을 나타내는 퍼스널 이미지의 구성요소는 본질적 성향을 나타내는 내적 이미지와 현상적으로 보이는 외적 이미지, 관계 지향적 성향을 보이는 사회적 이미지로 구분 된다고 하였으며, M. Kim(2014)는 퍼스널 이미지의 구성요소를 개인의 가치관과 성향을 나타내는 내적 이미지와 외형적 요인들로 형성된 외적 이미지, 사회적 위치와 인간관계 등의 사회적 역량을 나타내는 사회적 이미지로 분류하였다. Y. Kim(2017)은 퍼스널 이미지를 개인의 성격과 특성을 나타내는 내면의 정신적 측면과 신체적 용모와 태도 등을 나타내는 외면의 신체적 측면, 직업과 사회적 능력 등을 내포한 사회적 관계 측면으로 이루어진 자기이미지라고 하였다.

선행연구를 통해 밝혀진 퍼스널 이미지의 구성 요소는 관점에 따라 표현적 차이를 나타내고는 있으나 크게 내적, 외적, 사회적 이미지로 구분되고 있다. 내적 이미지는 개인의 본질적 성향과 성격, 가치관 등의 심상적 이미지로 분류되며 외적 이미지는 개인의 신체적 특징과 태도 모습 등 외형적으로 나타나는 현상적 이미지로 분류된다. 사회적 이미지는 사회 관계망 속에서 형성되는 네트워킹과 신분적 특성 등의

사회적 위치와 능력을 포함하는 사회심리적 형상체계라 할 수 있다.

퍼스널 이미지가 타인의 가치관과 사회 문화적 규범과 특성에 따라 평가되고 규정되는 특성을 갖고 있으므로 다양한 측면에서 접근된 퍼스널 이미지를 구성하는 하위차원에 대한 선행 연구자들의 경험적 연구는 구직효능감에 영향을 주는 유효한 변인을 도출하는 이론적 근거가 될 것이다. 또한 개인과 취업을 준비하는 기관에서는 체계적으로 제시된 퍼스널 이미지 구성요소의 분류체계를 인지하고 적용하여 자신의 이미지가 긍정적으로 평가받을 수 있도록 유효한 자기관리 방안을 수립해 나가야 할 것이다.

2. 외모관리행동

외모관리는 이상적 외모에 대한 심리적 내면화와 대상화의 기준에 맞게 자신의 신체를 조정· 변형하려는 행동으로 현대인들은 자신의 이상적 아름다움을 구현하기 위해 적극적인 노력과 투자를 하고 있다. Aune and Aune(1994)는 외모관리를 자신감을 상승시키는 자아향상의 행동이라고 하였으며, Kaiser(1998)은 타인과의 상호관계에 있어 자신의 정체성과 자기를 표현해나가는 과정이라고 하였다. 외모관리행동의 심리적·행동적 개념에 대해 Park and Yoo(2012)는 외모관리행동은 인지, 태도, 행동 간의 인과관계가 성립되는 개념으로 외모관리에 대한 긍정적 인지가 외모관리 태도에 유의한 영향을 미치게 되며, 긍정적인 외모관리 태도는 구체적이고 바람직한 외모관리 행동을 유발하게 된다고 하였다. 즉, 외모관리행동은 개인의 이상적 이미지를 표현하기 위한 심리적·인지적 측면이 기저가 되어 타인으로부터 긍정적 평가를 받기위해 관리하고 행동하는 태도적·행동적 개념을 함축하고 있는 다차원적 개념이라고 할 수 있다.

이러한 외모관리행동이 인지적·행동적 차원에서 개인의 삶과 이미지 만족에 영향을 미치는 유효한 변인으로써의 긍정적 의미가 제시됨에 따라 외모관리행동이 미치는 영향에 대한 다양한 측면에서의 의미가 선행연구를 통해 밝혀지고 있다. Kaiser(1998)는 외모관리행동을 이상적인 자아 이미지를 만들어 가기 위해 행해지는 적극적인 자기관리행동으로 특히 체형관리와 의복관리는 이미지 형성에 직접적인 영향을 미치며, 개인의 이미지에 대한 관심과 만족도가 외모관리행동을 유발시키는데 유효한 요소임을 제시하였다. M. Kim(2017)은 외모관리행동이란 퍼스널 이미지를 형성하는데 영향을 주는 외재적 단서들을 개인의 가치관과 사회적 준거의 틀 속에서 이상적으로 보일 수 있도록 관리하는 심리적·행위적 자기관리행동으로 규정하였다. 즉, 외모관리행동은 인지, 태도, 행동 간의 인과관계가 성립되는 개념으로 외모관리에 대한 긍정적 인지가 외모관리 태도에 유의한 영향을 미치게 되며, 긍정적인 외모관리 태도는 구체적이고 바람직한 외모관리 행동을 유발하게 된다. 이밖에도 많은 연구에서 현대인들은 사회문화적으로 형성된 이상적 이미지의 기준이나 자신이 기대하는 이미지의 수준에 도달하기 위해 체형조절, 의복 및 헤어관리, 성형관리 등 적극적인 외모관리 행동을 수행하며 이미지 형성 과정에 영향을 미치는 관련 변인으로서의 의미를 제시하였다(Cho & Choi, 2007; Lee & Park, 2011; Park & Chung, 2012; Park & Yoo, 2012; Song, 2009).

또한 외모관리행동이 구직 및 진로 자기효능감을 높이는 변인으로서의 의미를 밝히는 연구에서 Im(2007)은 외모관리는 자아존중감과 대인관계를 매개변수로 채용이나 승진에 긍정적인 영향을 미치는 변수라고 하였으며, Lee(2008)는 외모관리행동이 높은 집단은 진로자기효능감이 높게 나타난다는 연구결과를 제시하였다. M. Kim(2017)은 여대생을 대상으로 외모관리행동과 구직효능감과의 관계를 밝힌 연구에서 외모관리행동의 하위요인은 구직효능감에 부분적으로 영향을 미친다는 결과를 제시하였다.

선행연구를 바탕으로 외모관리행동이 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감에 미치는 영향력의 의미를 정리하면 외모관리행동은 퍼스널 이미지를 향상시키는데 의미 있는 영향을 미침과 동시에 타인에게 긍정적 평가를 받아야 하는 구직자에게 있어 적극적인 구직활동과 구직기술을 활용하는데 영향을 주는 변수로써 퍼스널 이미지 구축과 구직효능감 향상에 직· 간접적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 특히 선행연구를 통해 외모관리행동 중 패션관리행동과 체형관리행동은 구직효능감 향상에 유효한 변수로써의 의미가 있음을 알 수 있다.

3. 구직효능감

구직효능감이란 자기효능감의 이론을 진로분야에 적용시키면서 확장된 개념으로 구직관련 행동을 성공적으로 수행할 수 있을 것이라는 자신의 능력에 대한 효능감이다. Kanfer and Hulin(1985)은 자기효능감을 구직행동에 적용시키면서 자기효능감의 확장개념으로 정의하였으며, Wanberg, Watt, and Rurnsey(1996)은 구직과 관련된 다양한 행동을 성공적으로 수행할 수 있을 것이라는 구직 능력에 대한 믿음으로 정의하였다.

구직을 성공적으로 이끄는데 중요한 영향을 미치는 구직효능감은 고용이 불안정하고 취업 환경과 차별 등의 복잡한 진로 장애요소들을 직면한 집단에서는 구직성공에 대한 확신을 심어줄 수 있는 심리적 기제로 구직효능감 같은 내재된 심리적 측면의 활동은 구직성공에 긍정적 영향을 미치는 것으로 확인되고 있다(Athony & Hawley, 2001; Taylor, 2001). 구직효능감이 복합적인 취업장벽을 극복할 수 있는 심리적 요인으로써의 중요성이 강조됨에 따라 미시건 대학의 사회과학연구소(MPRC)에서는 실직자를 대상으로 한 JOBS 프로젝트에서 JOBS Survey[1)]를 개발하여 구직효능감에 대한 실험연구를 진행하였으며, 연구결과 구직효능감이 높은 집단에서 구직활동과 구직의지가 높다는 긍정적 결과가 도출되었다(Vinokur, Van Ryn, Gramlich & Price, 1991; Van Ryn & Vinokur, 1992). Wanberg, Glomb, Song, and Sorenson(2005)의 연구에서도 구직효능감은 구직활동에 긍정적 영향을 미친다는 중요한 심리적 변인임을 검증하였다. 이 밖에도 구직효능감이 구직활동에 영향을 미치는 심리적, 인지적 개념으로 구직효능감이 높을수록 구직과정의 어려움에 대처하는 능력이 뛰어나며 구직성과를 달성하려는 의지가 높아 취업에 성공할 가능성이 높다는 연구결과(Kim & Han, 2012; Kim & Roh, 1998; Saks & Ashforth, 2006; Wanberg et al., 1999)가 선행연구자들에 의해 검증되었다.

이와 같이 구직효능감이 구직활동에 긍정적 영향을 주는 심리적 기제로써의 의미있는 변수임이 실증적 연구를 통해 밝혀지자 구직효능감을 높일 수 있는 관련 변인에 대한 연구가 다양한 관점에서 진행되고 있다.

Bea and Chang(2014)과 Gang(2012)은 구직효능감을 구성하는 변인으로써 구직정보의 탐색과 구직관련 능력개발, 면접 대비 태도 등의 구직기술은 구직활동을 효과적으로 수행할 수 있는 유효변인으로 성공적인 취업의 성과를 나타내는데 긍정적 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였으며, Park and Lee(2014)는 진로결정수준이 높더라도 구직기술을 활용하는 방법을 모르거나 자신감이 결여될 경우 적극적인 구직활동으로 연계되지 못함으로 구직효능감이 낮아지게 된다고 하였다. 즉, 인간관계를 활용하는 기술이나 외모관리 등의 매력적인 이미지 구축을 위한 기술적 역량이 부족할 경우 구직기술 활용 방법의 결여로 구직효능감이 낮아질 수 있다.

따라서 구직효능감을 높이기 위한 기술적 측면에서 면접을 대비하는 외모관리행동은 구직기술의 활용 변수로 구직효능감에 영향을 미치는 유효변인으로써의 의미를 함축하고 있다고 볼 수 있다.

구직효능감을 구성하는 변인으로서 구직기술 외에도 구직을 위한 접촉 시간과 노력을 포괄하는 구직강도 역시 영향변인으로써 의미가 있음이 밝혀졌다(Kim & Roh, 1998; Saks, 2000; Wanberg, Kanfer & Rotundo, 1999). Kim and Roh(1998)는 구직정보를 얻기 위한 기관이나 사람과의 접촉을 '구직망의 폭'이라 규정하고 구직망의 폭은 구직활동과 유의미한 정적(+) 관계가 나타남을 밝혔으며, Moynihan, Roehling, Lepine, and Boswell((2003)은 사회적 맥락 차원에서 구직효능감이 구직 제의 건수와 유의미한 정적(+) 관련성이 있음을 검증하였다. Saks(2006)은 구직효능감이 구직 인터뷰, 구직 제의, 고용상태와 유의한 상관관계가 있다고 하였다. 즉, 구직행동을 예측하는 변수로써 구직자의 사회적 인지역량은 구직효능감을 향상시키는데 의 미 있는 정보를 제공한다(Zikic & Saks, 2009).

구직효능감을 높이기 위한 교육 프로그램의 효과성에 대한 연구에서는 구직기술훈련을 받은 집단이 통제집단보다 구직의지 및 구직행동이 높아져 정적(+) 영향을 미친다는 결과가 제시되었다(Bea & Chang, 2014; Van Ryn & Vinokur, 1992). 그러나 일방적인 취업특강이나 취업강좌, 취업박람회 등의 참여는 구직효능감에 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다(Bea & Chang, 2014).

4. 퍼스널 이미지 만족도와 외모관리행동, 구직효능감의 관계

퍼스널 이미지 만족도와 외모관리행동, 구직효능감은 자기효능감과 진로 및 취업에 영향을 미치는 영향 변수로 다양한 학문분야에서 관련 변수와의 인과관계를 밝히는 연구가 진행되어 왔다.

퍼스널 이미지 만족도가 구직효능감에 영향을 미치는 변수로써의 의미에 대해 Linn, Sadifer, and Stein(1985)은 퍼스널 이미지를 구성하는 내적 이미지 형성 요인으로써 자아존중감행동이 구직효능감에 긍정적 영향을 미치는 변인으로

1) Michigan Prevention Research Center (MPRC)에서 JOBS 프로젝트에 참여한 연구자들이 개발한 진단지로 구직효능감을 측정하기 위한 문항(인터뷰 기술, 직업인지, 네트워킹을 통한 직업정보 탐색과 구직탐색, 직업기술, 직업훈련 등)으로 설계되었으며 5점 척도로 구성되었다.

써 의미가 있음을 제시하였으며, Han, Tak, Yoo, Han, Ahn, Shin, and Park(2006)은 자아존중감이 높은 사람은 구직활동에 적극적이며 재취업을 위한 활동에도 신속하게 행동함으로써 구직효능감을 조절하는 조절효과로서의 의미가 있음을 밝혔다. 퍼스널 이미지 만족에 영향을 주는 외적 이미지 만족에 대한 연구에서는 Cho, Choi, Lee, Lee, and Chae(2013)와 Han(2015)이 외모에 대한 자신감이 낮은 학생들은 취업에 대한 자신감과 취업스트레스가 높게 나타나 구직효능감에 부정적 영향을 준다는 결과를 제시하였다.

또한 퍼스널 이미지 만족도와 외모관리행동과의 관계에서 Park(2006)은 여대생들이 사회에서 인정받는 개인의 외적 이미지를 구축하기 위해서 체형관리를 중요한 요인으로 인식한다고 하였으며, Park and Chung(2012)은 여대생을 대상으로 외모향상과 신체 이미지가 사회 적응에 미치는 영향에 있어 신체이미지는 외모향상을 위한 외모관리행동에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. Park and Yoo(2012)는 청소년의 외모에 대한 태도를 내면화와 인식으로 분류하여 외모에 대한 사회적 중요성의 수용과 내면적 평가를 통한 외모에 대한 태도가 외모관리행동에 유의한 정적 영향을 미친다고 하였다.

외모관리행동과 구직효능감과의 관계에 있어 Hoscodo et al.(2003)는 외모관리행동이 진로와 직업을 탐색하는데 있어 효과적 변인으로써 의미가 있음을 입증하였으며, Roberts(2005)는 외모는 인사관리에 영향을 미치는 유효 변수로써 고용 시 지원자의 외모관리행동은 직업성취에 긍정적 영향을 미치며 퍼스널 이미지에 대한 만족도와 깊은 상관성을 보인다고 하였다. M. Kim(2017)은 성공적인 사회적 위치와 자아상을 만들어 가기 위해 개인은 자신의 외모를 전략적이고 효율적으로 관리한다고 하였다. M. Kim(2017)은 여대생의 외모관리행동이 구직효능감에 영향을 미치는 외생 변수로서의 의미를 검증하기 위한 연구를 진행하면서 외모관리행동 중 패션 및 헤어관리의 경우 구직을 탐색하고 준비하는 구직강도와 구직기술을 습득하는 과정 모두에서 정적(+) 영향을 미치는 외생 변수임을 밝혔으며, 체형관리의 경우 구직을 탐색하는 구직강도에는 유의한 영향이 나타나지 않았으나 구직기술을 함양하는 데는 정적(+) 영향을 미치는 유효변수임을 밝혔다. 그러나 피부와 성형관리의 경우 구직효능감에 유의한 영향을 미치지 못하는 변인으로 밝혀졌다.

또한 외모관리행동이 매개변수로써의 의미를 밝힌 연구에서 Tokar, Fischer, and Subich(1998)는 외모관리행동은 자신의 이미지를 만족시키기 위한 평가 기준으로 외모만족도와 자아존중감과의 관계를 매개하는 역할을 한다고 하였다. Lee(2008)는 외모관리행동과 진로자기효능감과의 연구에서 외모관리행동을 매개변수로 투입할 경우 체형 및 의복관리행동에서는 정(+)의 영향을 미쳤으나 피부 및 미용관리행동에서는 부(-)의 영향을 미친다고 하였다.

이러한 연구의 결과는 외모관리행동이 개인이 소구하는 이미지를 구축하고 자기효능감을 높이기 위한 자기관리의 중요한 매개변인으로서의 의미가 있음을 시사하고 있으며, 퍼스널 이미지 만족과 구직효능감과의 관계에서 구직효능감을 향상시키기 위한 매개변인으로써 완전 혹은 부분적 매개효과를 기대할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 지금까지의 선행연구를 바탕으로 퍼스널 이미지를 구성하는 내적, 외적, 사회적 이미지 구성요소를 독립변수로 설정하고 외모관리행동 중 구직효능감에 영향을 미칠 것으로 예측되는 체형관리행동과 패션관리행동을 매개변수로 투입하여 구직효능감에 미치는 영향을 규명하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구모형과 연구문제

본 연구는 여대생이 인식하는 퍼스널 이미지 만족도가 구직효능감에 미치는 영향을 규명하고 외모관리행동의 매개효과를 규명하기 위해 Figure 1과 같은 연구모형과 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 퍼스널 이미지의 구성요소인 내적 이미지 만족도, 외적 이미지 만족도, 사회적 이미지 만족도와 외모관리행동, 구직효능감 변수의 특성 및 상관관계를 분석하여 변수 간의 관련성을 검증한다.

연구문제 2. 퍼스널 이미지 만족도의 구성 요소가 구직효능감을 구성하는 구직강도와 구직기술에 미치는 영향력을 규명한다.

연구문제 3. 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 외모관리행동의 매개효과를 규명하기 위해 외모관리행동을 구성하는 체형관리행동과 패션관리행동을 매개변수로 투입하여 구직강도와 구직기술에서의 매개효과를 규명한다.

2. 자료수집과 표본의 특성

본 연구는 구직효능감에 영향을 미치는 변인으로써 퍼스널 이미지와 외모관리행동의 의미를 밝히기 위한 연구로 연구

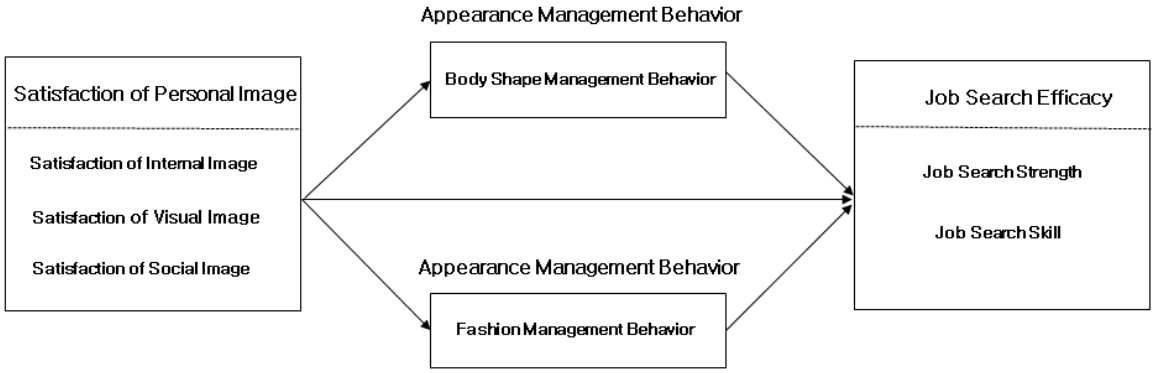

Figure 1. The Research Model

의 대상을 외모에 관심이 많은 여대생에 초점을 맞춰 진행하였으며, 표본의 편차를 줄이기 위해 모집단을 진로 및 취업 준비 환경이 유사한 서울시에 소재한 4년제 대학교의 여자 재학생을 대상으로 하였다.

연구도구는 질문지법을 활용한 정량 연구를 수행하였으며, 자료 수집은 서울에 있는 4개의 종합대학과 2개의 여자대학교에 재학 중인 여자대학생을 대상으로 설문지를 배포하여 오프라인 상에서 진행하였으며, 설문조사 기간은 2016년 9월 1일 ~ 14일까지 진행하였다. 통계에 사용된 설문지는 총 460부 중 응답에 오류가 있거나 무응답 처리된 설문지를 제외한 446부의 설문지를 데이터로 사용하였다.

자료분석은 통계프로그램 SPSS 23.0 버전을 사용하여 요인분석과 신뢰도분석을 통해 자료의 타당성과 신뢰도를 검증하였으며, 타당성이 검증된 자료를 통계분석에 투입하여 기술통계분석, 상관관계분석, 다중회귀분석, 매개효과분석을 실시하였다.

표본의 일반적 특성은 1학년 94명(21.1%), 2학년 82명(18.4%), 3학년 122명(27,3%), 4학년이 148명(33.2%)으로 분포되었으며, 전공은 어문계열 81명(18.2%), 사회계열 59명(13.2%), 인문계열 52명(11.6%), 경상계열 67명(15%), 자연계열 73명(16.4%), 예체능계열 114명(25.6%)으로 구성되었다.

3. 측정도구

연구에 사용된 측정도구는 선행연구에서 제시된 척도를 바탕으로 퍼스널 이미지 만족도 문항과, 외모관리행동 문항, 구직효능감 문항을 본 연구에 맞게 수정·보완하여 개조한 설문문항을 사용하였다. 문항의 척도는 '전혀 그렇지 않다'를 1점 '매우 그렇다'를 5점으로 하여 점수가 높을수록 퍼스널 이미지 만족도와 외모관리행동, 구직효능감이 높은 5점 Likert 척도를 사용하였으며, 측정도구의 타당성과 신뢰도를 검증하기 위하여 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

1) 퍼스널 이미지 만족도

퍼스널 이미지 만족도의 측정도구는 M. Kim(2014)이 여대생의 퍼스널 이미지와 자기효능감과의 관계에서 사용한 내적, 외적, 사회적 이미지를 구성하는 15개의 문항 중 본 연구와 관련 있는 12개의 문항을 사용하였다. 내적 이미지 만족도 측정문항은 자아존중감, 목표수립, 가치관등의 3문항으로 구성되었으며, 외적 이미지 만족도는 체형, 옷차림, 표정, 매너 있는 태도 등 4문항, 사회적 이미지 만족도는 리더십 역량, 인간관계, 학력 수준, 경제적 능력, 지적 능력 등 5문항으로 구성하였다. 측정문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석을 실시하였으며 주성분분석과 Varimax 직교회전 방식을 사용하였다. 요인분석 결과와 요인별 신뢰도 값은 Table 1과 같다.

퍼스널 이미지 만족도를 측정하는 12개의 문항을 요인분석에 투입한 결과 고유치가 1이상인 세 개의 요인이 도출되었으며 전체분산의 설명력은 61.749%로 나타났다. 요인구조는 내적 이미지 만족도 3문항, 외적 이미지 만족도 4문항, 사회적 이미지 만족도 5문항으로 측정도구의 설계구조와 같은 내용으로 구성되었으며 모형의 적합성을 보여주는 표본적합도 검증(Kaiser-Meyer-Olkin)의 값은 .901로 퍼스널

Table 1. Factor Analysis for Satisfaction of Personal Image

Factor	Item	Component		
		1	2	3
Satisfaction of Social Image	I am satisfied with my leadership style.	.807		
	I am satisfied with my relationship style.	.700		
	I am satisfied with my social position such as my academic ability and club activities	.651		
	I am satisfied with my economic consumption style.	.649		
	I am satisfied with my professional and intellectual level.	.645		
Satisfaction of Visual Image	I am satisfied with my body shape.		.813	
	I am satisfied with my fashion style.		.692	
	I am satisfied with my expression.		.594	
	I am content with my manners attitude.		.529	
Satisfaction of Internal Image	I am satisfied with my self - esteem.			.811
	I am satisfied with my values and credibility.			.590
	I am satisfied with my vision and ability to set goals.			.419
Eigenvalue		3.193	2.196	2.020
% of variance		26.612	18.303	16.834
Cronbach's alpha		.786	.722	.810

이미지 만족도 측정 자료의 적합성이 검증되었다. 각 구성요소의 신뢰도 계수는 내적 이미지 만족도의 *Cronbach's α* 값이 .810으로 높게 나타났으며, 외적 이미지 만족도 .722, 사회적 이미지 만족도 .786으로 안정된 신뢰도 값을 나타내었다.

2) 외모관리행동

외모관리행동의 측정도구는 M. Kim(2017)이 여대생의 외모관리행동과 구직효능감과의 관계를 밝힌 연구에서 문항의 신뢰도와 타당성이 검증된 13개의 문항 중 영향을 미치는 요인으로 규명된 패션과 체형관련 문항 8개를 외모관리행동의 변수로 구성하여 사용하였다. 문항의 구성은 상황에 따라 옷을 선택할 줄 아는 능력과 코디네이션 감각 등의 의복관리행동 6문항과 체형관리행동 2문항 등 총 8문항을 측정문항으로 구성하였다. 측정도구의 타당성과 신뢰도를 검증하기 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였으며 분석 결과는 Table 2와 같다.

외모관리행동 8문항을 요인분석에 투입한 결과 고유치가 1이상인 두 개의 요인이 도출되었으며 전체 분산의 설명력은 71.078%로 나타났다. 요인구조는 패션관리행동 6문항, 체형관리행동 2문항으로 측정도구의 설계구조와 같은 내용의 요인구조를 나타냈으며, 모형의 적합성을 보여주는 표본적합도 검증(KMO)의 값은 .844로 외모관리행동 측정 자료의 적합성이 확인되었다. 구성요소의 신뢰도 계수 *Cronbach's α* 값은 패션관리행동 .905, 체형관리행동 .753으로 안정된 값을 나타내었다.

3) 구직효능감

구직효능감의 측정도구는 미시간 대학의 사회과학연구소에서 개발한 JOBS Survey(Vinokur et al, 1991; Van Ryn & Vinokur, 1992)를 참고하여 Bea and Chang(2014)이 한국의 대학생에게 사용한 구직효능감 척도 15문항 중 M. Kim(2017)이 한국의 여대생을 대상으로 측정한 연구에서 안정적 값을 나타낸 12개의 문항을 측정변수로 사용하였다. 측정도구의 타당성과 신뢰도를 검증하기 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였으며 분석 결과는 Table 3과 같다.

요인분석결과 고유치가 1이상인 두 개의 요인이 도출되었으며 전체 분산의 설명력 57.921%, 표본적합도 검증(KMO) 값 .873으로 구직효능감 측정 문항의 적합성이 확인되었다. 요인구조는 선행연구와 같이 구직을 위한 접촉 시간과 노력을 포괄하는 구직강도와 구직정보의 탐색과 구직관련 능력 개발, 면접 대비 태도 등으로 구성된 구직기술의 두 개 요인으로 구조화 되었으며, 각 요인의 신뢰도 계수는 구직강도 요인의 *Cronbach's α* 값이 .867, 구직기술 요인의 *Cronbach's α* 값이 .851로 안정된 값을 나타내었다.

Table 2. Factor Analysis for Appearance Management Behavior

Factor	Item	Component	
		1	2
Fashion Management Behavior	I know how to wear the appropriate clothes depending on the time and place	.854	
	I am capable of choosing the clothes that looks well on me.	.846	
	I am more fashionable compared to others.	.828	
	I know how to balance the colors of my clothes.	.803	
	I know how to dress to make the body look ideal.	.799	
	I wear clothes that can give a good impression to others.	.759	
Body Shape Management Behavior	I am controlling my diet in order to stay fit.		.817
	I usually exercise in order to stay fit.		.804
Eigenvalue		4.023	1.633
% of variance		50.290	20.788
Cronbach's alpha		.905	.753

Table 3. Factor Analysis of Job Search Efficacy

Factor	Item	Component	
		1	2
Job Search Strength	I frequently visit employment related organizations.	.868	
	I visit the homepage of the company from time to time.	.786	
	I spend time preparing for work.	.778	
	I participate actively in the employment event.	.775	
	I have written an application form late at night.	.694	
	I know a variety of ways to find job information.	.586	
Job Search Skill	I can explain myself to the personnel manager.		.726
	I know the answer to the interview.		.732
	I try to develop skills that will help my career.		.697
	I know a job that fits my aptitude.		.685
	I can show an impressive impression when interviewing.		.672
	I sometimes meet someone who helps me get a job.		.613
Eigenvalue		3.666	3.264
% of variance		30.719	27.202
Cronbach's alpha		.867	.851

IV. 연구결과

1. 변수의 특성 및 상관관계 검증

퍼스널 이미지 만족을 구성하는 변수와 외모관리행동, 구직효능감 변수의 특성인 평균과 표준편차 및 상관관계를 검증하기 위해 기술통계분석과 상관관계 분석을 실시하였다. 그 결과는 Table 4와 같다.

Table 4. The Correlation Analysis of Variables

	Mean	Std. Deviation	Inter-Construct Correlations						
			1	2	3	4	5	6	7
1. Satisfaction of Internal Image	3.54	.638	1.00						
2. Satisfaction of Visual Image	3.50	.662	.494**	1.00					
3. Satisfaction of Social Image	3.42	.664	.626**	.654**	1.00				
4. Body Shape Management Behavior	3.03	.951	.104*	.119*	.144**	1.00			
5. Fashion Management Behavior	3.58	.710	.351**	.455**	.399**	.280**	1.00		
6. Job Search Strength	2.83	.956	.241**	.224**	.259**	.148**	.209**	1.00	
7. Job Search Skills	3.17	.714	.447**	.426**	.452**	.368**	.312**	.536**	1.00

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

각 변수의 평균값은 퍼스널 이미지 만족 중 내적 이미지 만족 3.54, 외적 이미지 만족 3.50, 사회적 이미지 만족 3.42, 체형관리행동 3.03, 패션관리행동 3.58, 구직강도 2.83, 구직스킬 3.17로 퍼스널 이미지 만족과 패션관리행동이 3.4 이상으로 높게 나타났으며, 체형관리행동과 구직강도, 구직기술의 평균값은 3.03, 2.83, 3.17로 다른 변수에 비해 낮은 평균값을 나타냈으나 모든 변수가 평균 이상의 값을 나타냈다.

변수 간의 상관관계는 체형관리행동과 내적 이미지 만족, 체형관리행동과 외적 이미지 만족 변수간의 상관관계가 유의수준 0.05에서 유의한 정의 관계가 나타났으며, 그 외의 변수 간에는 0.01 유의수준 하에서 유의한 정의 상관관계를 나타냈다.

2. 퍼스널 이미지 만족도가 구직효능감에 미치는 영향

여대생의 퍼스널 이미지 만족도가 구직효능감에 미치는 영향을 알아보기 위해 퍼스널 이미지 만족을 구성하는 요인인 내적 이미지 만족과 외적 이미지 만족, 사회적 이미지 만족 변수를 독립변수로 투입하고, 구직효능감의 구성 요인인 구직강도와 구직기술 변수를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 Table 5와 같다.

회귀모형의 적합성을 검증하기 위하여 독립 변수간의 다중공선성과 종속변수의 자기상관을 검토하였다. 독립변수의 공차한계값은 모두 0.1이상으로 독립변수 간 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 나타났다. 종속변수의 자기상관은 *Durbin-Watson* 지수를 이용하였으며, 구직강도의 경우 잔차가 1.61이며 구직기술 의 경우 1.96으로 자기상관계가 없이 독립적인 것으로 나타나 회귀모형이 적합한 것으로 나타났다.

1) 퍼스널 이미지 만족도가 구직강도에 미치는 영향

퍼스널이미지 만족도가 구직강도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석결과 유의확률 .000(p 〈 .05)에서 F값이 12.940의 수치를 나타냈으며, R^2 = .081로 8.1%의 설명력을 보이고 있다.

퍼스널 이미지 만족 요인 중 내적 이미지 만족이 구직강도에 미치는 영향은 t값이 2.016(p = .044)로 p 〈 .05 에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 외적 이미지 만족과 사회적 이미지 만족은 t값이 1.960(p = .196)과 1.954(p = .051)로 유의한 영향을 나타내지 못했다. 즉 퍼스널 이미지 만족이 구직강도에 미치는 영향에 있어서는 내적 이미지 만족에서만 유의한 영향이 나타났다.

2) 퍼스널 이미지 만족도가 구직기술에 미치는 영향

퍼스널이미지 만족도가 구직강도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석결과 유의확률 .000(p 〈 .05)에서 F값이 49.440의 수치를 나타냈으며, R^2 = .251로 25.1%의 설명력을 보

Table 5. The Effects of Satisfaction of Personal Image on Job Search Efficacy

Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance
		B	Std. Error	β			
Job Search Strength	Constant	1.133	.282		4.016	.000	
	Satisfaction of Internal Image	.178	.088	.199	2.016	.044	.596
	Satisfaction of Visual Image	.120	.092	.079	1.296	.196	.561
	Satisfaction of Social Image	.191	.099	.133	1.954	.051	.451
	R = .2841, R^2 = .081, *Adjusted* R^2 = .074 , F = 12.940, p = .000, *Durbin-Watson* = 1.614						
Job Search Skills	Constant	.980	.190		5.150	.000	
	Satisfaction of Internal Image	.292	.060	.261	4.895	.000	.596
	Satisfaction of Visual Image	.268	.076	.247	4.105	.000	.561
	Satisfaction of Social Image	.264	.066	.246	4.008	.000	.451
	R = .501, R^2 = .251, *Adjusted* R^2 = .246 , F = 49.440, p = .000, *Durbin-Watson* = 1.956						

이고 있다.

퍼스널 이미지 만족 요인 중 내적 이미지 만족이 구직강도에 미치는 영향은 t값이 4.895(p = .000)로 p 〈 .05 에서 유의한 영향을 나타냈으며, 외적 이미지 만족은 t값이 4.105(p = .000)로 p 〈 .05에서 유의한 영향을 나타냈다. 사회적 이미지 만족도 t값이 4.008(p = .000)로 p 〈 .05 에서 유의한 영향을 나타냈다. 즉 퍼스널 이미지 만족이 구직기술에 미치는 영향에 있어서는 내적 이미지 만족과 외적 이미지 만족, 사회적 이미지 만족 등 모든 구성요소에서 유의한 영향이 나타났다.

3. 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 외모관리행동의 매개효과

여대생의 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감의 관계에서 외모관리행동의 영향력을 알아보기 위해 외모관리행동의 하위차원인 체형관리행동과 패션관리행동의 매개효과를 분석하였다.

매개효과 분석은 Baron & Kenny(1986)가 제시한 3단계의 위계적 중다회귀분석을 사용하였다. 1단계에서는 독립변수가 매개변수에 미치는 효과가 유의한지를 검증하였고, 2단계에서는 독립변수가 종속변수에 미치는 효과가 유의한지를 검증하였으며, 3단계에서는 독립변수와 매개변수를 회귀식에 함께 투입하였을 때 매개변수가 종속변수에 유의한 영향을 미치면서 2단계 회귀분석 결과 독립변수의 회귀계수값이 3단계에서 도출된 독립변수의 회귀계수 값 보다 큰 값을 나타내는지 검증하였다. 즉, 매개효과가 성립되려면 2단계의 독립변수가 종속변수에 미치는 효과가 3단계의 독립변수가 미치는 효과보다 크게 나타날 경우 매개효과가 성립된다. 또한 매개효과의 유의성 검증을 위해 Sobel test를 실시하였으며, Sobel test의 결과 값이 +1.96보다 크거나 −1.96보다 작을 경우 매개효과가 유의미하다고 볼 수 있다.

1) 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 체형관리행동의 매개효과

퍼스널 이미지 만족도가 구직효능감에 미치는 영향관계에서 체형관리행동의 매개효과를 분석하기 위해 퍼스널 이미지의 구성요소인 내적 이미지 만족도, 외적 이미지 만족도, 사회적 이미지 만족도를 독립변수로, 체형관리행동을 매개변수로, 구직효능감의 구성요소인 구직강도와 구직기술을 종속변

수로 설정하여 회귀분석을 실시하였으며 그 결과는 Table 6과 같다.

분석결과 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 체형관리행동의 매개효과는 독립변수가 매개변수에 미치는 영향관계를 분석하는 1단계에서 통계적 유의수준 하에서 유의한 영향관계가 나타나지 않아 체형관리행동은 구직강도와 구직기술에 매개효과를 나타내지 못하는 것으로 밝혀졌다.

Table 6. Mediation Effect of Body Shape Management Behavior on theRelationship between Satisfaction of Personal Image and Job Search Efficacy

Step	Independent Variable	Dependent Variable	Standardized Coefficients β	t	R^2	F
1 step	Satisfaction of Internal Image	Body Shape Management Behavior	.018	.289 p=.772	.022	3.274 p=.022
	Satisfaction of Visual Image		.036	.570 p=.569		
	Satisfaction of Social Image		.109	1.563 p=.112		
2 step	Satisfaction of Internal Image	Job Search Strength	.199	2.016 p=.044	.081	12.940p =.000
	Satisfaction of Visual Image		.079	1.296 p=.196		
	Satisfaction of Social Image		.133	1.954 p=.051		
3 step	Satisfaction of Internal Image	Job Search Strength	.117	1.994 p=.047	.093	11.254 p=.000
	Satisfaction of Visual Image		.075	1.238 p=.216		
	Satisfaction of Social Image		.121	1.781 p=.076		
3 step	Body Shape Management Behavior		.110	2.403 p=.017		
1 step	Satisfaction of Internal Image	Body Shape Management Behavior	.018	.289 p=.772	.022	3.274 p=.022
	Satisfaction of Visual Image		.036	.570 p=.569		
	Satisfaction of Social Image		.109	1.563 p=.112		
2 step	Satisfaction of Internal Image	Job Search Skill	.261	4.895 p=.000	.251	49.440p =.000
	Satisfaction of Visual Image		.247	4.105 p=.000		
	Satisfaction of Social Image		.246	4.008 p=.000		
3 step	Satisfaction of Internal Image	Job Search Skill	.258	4.910 p=.000	.272	41.247 p=.000
	Satisfaction of Visual Image		.242	4.124 p=.000		
	Satisfaction of Social Image		.230	3.785 p=.000		
3 step	Body Shape Management Behavior		.147	3.568 p=.000		

2) 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 패션 관리행동의 매개효과

퍼스널 이미지 만족도가 구직효능감에 미치는 영향관계에서 패션관리행동의 매개효과를 분석하기 위해 퍼스널 이미지의 구성요소인 내적 이미지 만족도, 외적 이미지 만족도, 사회적 이미지 만족도를 독립변수로, 패션관리행동을 매개변수로, 구직효능감의 구성요소인 구직강도와 구직기술을 종속변수로 설정하여 회귀분석을 실시하였으며 그 결과는 Table 7과 같다.

Table 7. Mediation Effect of Fashion Management Behavior on the Relationship between Satisfaction of Personal Image and Job Search Efficacy

Step	Independent Variable	Dependent Variable	Standardized Coefficients β	t	R^2	F
1 step	Satisfaction of Internal Image	Fashion Management Behavior	.125	2.342 p=.002	.249	49.961p =.000
	Satisfaction of Visual Image		.373	6.779 p=.000		
	Satisfaction of Social Image		.068	1.114 p=.266		
2 step	Satisfaction of Internal Image	Job Search Strength	.199	2.016 p=.044	.081	12.940p =.000
	Satisfaction of Visual Image		.079	19605 p=.196		
	Satisfaction of Social Image		.133	1.954 p=.051		
3 step	Satisfaction of Internal Image	Job Search Strength	.106	1.792 p=.074	.089	10.739p =.000
	Satisfaction of Visual Image		.040	.633 p=.527		
	Satisfaction of Social Image		.126	1.854 p=.064		
3 step	Fashion Management Behavior		.10.	1.971 p=.049		
1 step	Satisfaction of Internal Image	Fashion Management Behavior	.125	2.342 p=.002	.249	49.961p =.000
	Satisfaction of Visual Image		.373	6.779 p=.000		
	Satisfaction of Social Image		.068	1.114 p=.266		
2 step	Satisfaction of Internal Image	Job Search Skill	.261	4.895 p=.000	.251	49.440p =.000
	Satisfaction of Visual Image		.247	4.105 p=.000		
	Satisfaction of Social Image		.246	4.008 p=.000		
3 step	Satisfaction of Internal Image	Job Search Skill	.245	4.607 p=.000	.263	39.283p =.000
	Satisfaction of Visual Image		.201	3.052 p=.001		
	Satisfaction of Social Image		.237	3.891 p=.000		
3 step	Fashion Management Behavior		.124	2.617 p=.009		

Table 8. Sobel Test Calculator for Significance of Mediation

Independent Variable	Mediation Variable	Dependent Variable	Test Statistic	P-value
Satisfaction of Internal Image	Fashion Management Behavior	Job Search Skill	3.43	.000
Satisfaction of Visual Image	Fashion Management Behavior	Job Search Skill	3.32	.000

분석결과 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 패션관리행동의 매개효과는 구직기술에서만 나타났으며, 내적 이미지 만족도와 외적 이미지 만족도에서 매개효과의 유의성이 검증되었다. 사회적 이미지 만족도는 1단계에서 통계적으로 유의한 결과(p=.266)가 나타나지 않아 매개효과가 검증되지 않았다.

내적 이미지 만족의 경우 1단계 회귀계수는 .125로 정(+)의 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .261, 3단계에서는 독립변수가 .245, 매개변수가 .124의 값을 나타내 정(+)의 영향을 미치고 있음이 나타났다. 유의수준을 가늠하는 *t*값과 *p*값은 1단계, 2단계, 3단계 모든 단계에서 통계적으로 유의한 결과($p<.05$)를 보여주고 있다. 또한 2단계 독립변수의 회귀계수 값(β = .261)이 3단계 독립변수의 회귀계수 값(β = .245) 보다 크게 나타나 내적 이미지 만족도가 구직효능감에 미치는 영향관계에서 패션관리행동은 부분매개효과를 나타냈다.

외적 이미지 만족의 경우 1단계 회귀계수는 .373으로 정(+)의 영향을 미치고 있고, 2단계에서는 .247, 3단계에서는 독립변수가 .201, 매개변수가 .124의 값을 나타내 정(+)의 영향을 미치고 있음이 나타났다. 유의수준을 가늠하는 *t*값과 *p*값은 모든 단계에서 통계적으로 유의한 결과($p<.05$)를 보여주고 있으며, 2단계 독립변수의 회귀계수 값(β = .247)이 3단계 독립변수의 회귀계수 값(β = .201) 보다 크게 나타나 외적 이미지 만족도가 구직효능감에 미치는 영향관계에서 패션관리행동은 부분매개효과를 나타내고 있음이 밝혀졌다.

패션관리행동의 매개효과가 유의미한지를 검증하기 위해 Sobel test를 실시하였으며 그 결과는 Table 8과 같다.

내적 이미지 만족도가 구직기술에 미치는 영향관계에서 패션관리행동의 매개효과를 검증하기 위한 Sobel test 값은 3.43으로 1.96보다 큰 값을 나타내 패션관리행동 매개효과의 유의성이 검증되었으며, 외적 이미지 만족도와 구직기술과의 관계에서 패션관리행동의 Sobel test 값은 3.322로 매개효과의 유의미함이 검증되었다.

Ⅳ. 논의 및 결론

퍼스널 이미지 만족도가 구직효능감과에 미치는 영향과 외모관리행동의 매개효과를 규명하기 위해 여대생을 대상으로 분석한 연구결과의 논의 내용은 다음과 같다.

첫째, 여대생의 퍼스널 이미지 만족도의 평균값은 3.5 내외로 높은 만족도를 갖고 있음이 밝혀졌으며, 외모관리행동 중 패션관리행동의 평균값이 3.58로 체형관리행동의 평균(3.03)보다 높은 수준을 나타냄으로써 패션관리행동을 활발히 하고 있는 특성을 나타냈다. 구직효능감의 경우 구직관련 기관이나 정보 등을 접촉하는 구직강도는 2.83으로 가장 낮은 평균값을 나타내고 있으나 구직관련 정보탐색이나 면접준비, 인터뷰 등의 구직기술 평균값은 3.17로 여대생의 경우 구직효능감을 높이는 변수로써 구직기술을 활발히 활용하고 있음이 밝혀졌다. 또한 퍼스널 이미지와 외모관리행동, 구직효능감은 모두 자기관리와 자기효용 개념의 변수로 평균값 이상의 값을 나타냈다는 결과는 여대생의 경우 자기관리에 대한 관심과 만족도가 높으며, 구직에 대한 관심이 형성되어 있어 스스로 동기부여 할 수 있는 역량을 갖고 있다고 볼 수 있다. 변수간의 상관관계는 체형관리 변수와 내적 이미지 만족, 체형관리 변수와 외적 이미지 만족 변수 간에 $p<.05$에서 유의한 정(+)의 상관관계를 나타내고 있으며, 그 외의 변수들은 모두 $p<.01$ 수준에서 정(+)의 상관관계를 나타냄으로써 퍼스널 이미지 만족도 변수와 외모관리행동 변수, 구직효능감 변수 간에는 관련성이 있어 측정 변수 간의 인과관계를 증명하는데 의미 있는 변수임이 검증되었다.

둘째, 퍼스널 이미지 만족도가 구직효능감에 미치는 영향을 검증하기 위한 다중회귀분석의 결과, 구직강도에서는 내적 이미지 만족도에서 유의한 정(+)의 영향을 나타냈으며, 구직기술의 경우 내적 이미지 만족, 외적 이미지 만족, 사회적 이미지 만족 모두에서 유의한 정(+)의 영향이 나타났다. 이러한 결과는 내적 이미지의 구성요소인 자아존중감이 구직효능감에 영향을 미치는 변수로써 의미가 있다고 제시한 Linn et al. (1985)과 Han et al. (2006)의 연구를 지지하고

있으며, 사회적 만족도가 구직기술에 영향을 미침으로써 구직효능감을 향상시키는 유효한 변수로 도출된 결과는 Saks(2006), Zikic and Saks(2009)가 밝힌 사회적 맥락 차원에서 구직자의 사회적 인지역량이 구직효능감을 향상시킨다는 연구 내용과 맥을 같이한다. 또한 체형, 옷차림, 표정, 태도 등의 외적 이미지가 구직기술에 유의한 영향을 미친다는 연구결과는 Cho, et al.(2013)과 Han(2015)이 외모에 대한 자신감이 낮은 학생들은 구직효능감에 부정적 영향을 준다는 결과를 지지한다.

셋째, 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에 있어 외모관리행동의 매개효과를 검증한 결과 퍼스널 이미지 구성요소와 구직효능감과의 관계에서 체형관리행동은 구직강도와 구직기술과의 영향관계에서 매개효과가 나타나지 않았으며, 패션관리행동은 구직기술에서 내적 이미지 만족도와 외적 이미지 만족도와 구직기술과의 관계에서 유의한 매개효과를 보이는 것으로 나타났다. 즉, 구직효능감을 높이기 위해서는 내적 이미지 만족과 외적 이미지 만족을 통한 직접적 방법뿐 아니라 패션관리행동을 통해 구직기술의 역량을 함양시킴으로써 구직효능감을 높일 수 있는 전략이 유효함을 입증해 주는 결과이다. 이러한 결과는 외모관리행동이 외모 만족, 자아존중감과, 대인관계, 자기효능감 등과의 관계에서 매개역할을 한다고 주장한 Tokar et al.,(1998)와 Im(2007), Lee(2008)의 연구결과를 지지해 준다.

그러나 체형관리행동이 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 매개효과가 나타나지 않았다는 결과는 Park(2006)이 여대생들은 사회에서 인정받는 개인의 외적 이미지를 구축하기 위해서 체형관리를 중요한 요인으로 인식한다는 주장과는 상이한 결과를 보여주고 있으며, M. Kim(2017)이 여대생의 외모관리행동이 구직효능감에 영향을 미치는 외생 변수로써의 의미를 검증한 연구에서 패션 및 헤어관리 요인만이 직접적인 영향을 미쳤으며 체형관리는 면접 및 인터뷰 등의 구직기술 효능감에서만 영향을 미친다는 연구결과를 부분적으로 지지하고 있다. 이러한 결과는 외모관리행동의 매개효과 검증은 외모관리행동을 구성하는 차원을 세분화하여 체형관리행동과 패션관리행동의 매개효과를 검증한 결과로써 상위개념인 외모관리행동의 매개효과 측면에서는 Park and Chung(2012)과 Park and Yoo(2012)가 여대생과 청소년을 대상으로 의복, 체형, 헤어를 포괄한 신체이미지에 대한 인식이 외모관리행동에 긍정적인 영향을 미친다는 결과와는 맥을 같이한다고 볼 수 있다.

결론적으로 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 외모관리행동을 구성하는 차원을 세분화하여 체형관리행동과 패션관리행동의 매개효과를 검증한 결과 패션관리행동은 여대생의 구직효능감을 향상시키는데 유의한 영향을 미치는 매개변수로써의 의미가 있음을 알 수 있다. 즉, 고용불안으로 인한 취업 스트레스를 해소하고 구직효능감을 높이기 위해서는 퍼스널 이미지에 대한 만족도만을 고취시키는 단일차원의 방법 보다는 패션관리에 대한 유용한 방법과 노하우를 개발하고 적용할 수 있는 단계적 패션 활용방법을 제시하는 것이 효과적임을 시사하고 있다.

따라서 경제활동 능력을 가진 여성 대학 졸업자가 증가하고 있는 사회적 상황에서 향후 구직 및 진로관련 경력개발 교육 콘텐츠를 기획하고 구직효능감을 고취시키기 위한 교육을 준비하는 기관에서는 일률적이고 형식적인 이미지 메이킹 교육보다는 자신이 가진 자원을 잘 활용할 수 있는 패션관리 전략 노하우와 생활 속에서 자신에게 적합한 패션관리 적용법을 활용할 수 있는 교육프로그램을 개발해야 할 것이며, 직접적인 신체적 변형보다는 직업군별 특성과 상황에 따른 패션 활용 적용법을 습득하여 구직과 연관된 퍼스널 이미지를 구축하고 관리할 수 있는 역량을 증진시킴으로써 스스로 구직효능감을 높일 수 있는 교육 방안을 수립해야 할 것이다. 또한 퍼스널 이미지를 구성하는 내적, 외적, 사회적 이미지가 상호적으로 윈윈할 수 있도록 패션관리행동을 매개로한 이미지 트레이닝 훈련을 개발하여 외적인 이미지 뿐 아니라 심리적 안정감과 자신감을 고취시키고 Spangler and Stice(2001)의 주장처럼 인간관계의 발전과 사회적 유용성의 가치를 창출할 수 있는 효과적인 경력개발 프로그램을 기획하고 교육해야 할 것이다.

지금까지 논의된 내용을 바탕으로 구직효능감 향상을 위한 퍼스널 이미지 및 외모관리행동의 전략과 향후 연구에 대한 방향을 제언하면 다음과 같다.

첫째, 내적 이미지 향상을 위한 효과적 방법으로 가치관과 목표를 수립하고 실행할 수 있는 SMART(Specific, Measurable, Action oriented, Realistic, Time bound)한 목표수립 전략을 일상 속에 적용하여 성취감과 자긍심을 고취시킬 수 있도록 한다. 이러한 자긍심과 성취감 강화 훈련은 내적 이미지의 만족도를 통해 구직강도와 구직기술이 강화된 구직효능감 향상에 유효한 동인이 될 것이다.

둘째, 사회적 이미지 향상을 위한 방안으로 사회적 관계망을 활용하고 리더십 있는 이미지를 갖출 수 있도록 활발한 인간관계와 네트워킹 역량을 함양할 수 있는 적극적 태도를 갖추어야 할 것이다. 이러한 태도는 면접과 인터뷰 등의 활동을 활성화할 수 있는 구직기술 역량을 증진시킴으로

써 구직효능감을 높이는데 긍정적인 효과를 제공하게 될 것이다.

셋째, 외모관리행동 중 패션관리행동이 퍼스널 이미지 만족도와 구직효능감과의 관계에서 구직기술에 영향을 미치는 매개변수로써 효과성이 입증됨에 따라 구직효능감을 높일 수 있는 단계적이고 효용성 있는 패션관리 전략과 퍼스널 이미지 구축에 대한 연구를 사회·심리와 자기효능감, 자기개발 측면으로 확장시켜 나가야 할 것이다. 이러한 학문적 확장을 통해 외모관리와 이미지트레이닝에 대한 인식이 단지 보여주기 위한 기술적이고 기교적인 측면으로만 평가하고 연구되는 학문적 편협과 인식의 한계를 확장하는 계기를 제공하게 될 것이며, 이미지 및 외모관리에 대한 연구가 의류학 분야에 국한되지 않고 교육 및 진로, 인사관리 등 인적자원 개발 분야로 까지 확장되는 계기를 제공하게 될 것이다.

또한 퍼스널 이미지 만족도와 외모관리행동 변수가 진로결정과 구직과정에서 성공적 결과를 선취하고 효능감 향상에 영향을 미치는 변수로써 그 의미가 규명됨에 따라 향후 연구에서는 각 변수의 의미와 기능을 명확히 규명하고 검증할 수 있는 신뢰도 높은 척도문항을 개발하여 유용한 영향변인으로써 효과적인 이미지 형성과 구직효능감을 높이는데 영향을 미칠 수 있는 변인들을 도출해 내야 할 것이다. 변수 간의 인과관계 및 매개효과를 규명하는 연구에 있어서 의미 있는 척도의 개발은 각 변수의 특성을 범주화 하고 변수들 간 영향의 범위를 확장하여 이미지 및 외모관리에 대한 연구가 의류학 분야에 국한되지 않고 교육 및 진로, 인사관리 등 인적자원 개발 분야로 확장될 수 있는 계기를 제공하게 될 것이다. 또한 타당성과 신뢰성이 입증된 변수의 개발은 다양한 학문 분야와의 연구를 촉진시킴으로써 의류학 연구의 저변확대에도 기여하게 될 것이다.

References

Anthony, D. L., & Hawley. E. M. (2001). Sex and ethnic differences in the perception of educational and career-related barriers and levels of coping efficacy, *Journal of Counseling & Development. 79,* 61-67. doi:10.1002/j.1556-6676.2001.tb01944.x

Aune. R. K., & Aune. K. S. (1994). The influence of culture, gender and rela-tional status on appearance management. *Journal of Cross-Cultural Psychology. 25*(2), 258-272. doi:10.1177/0022022194252006

Bailey, J. A. (2003). Self-image, self-concept, and self-identity revisited. *Journal of the National Medical Association, 95*(5), 383-386.

Bea, S. & Chang, S. (2014). The effects of job search efficacy and job search outcomes obtained by participating in job search supporting programs of senior students in universities. *Journal of Human Resource Management, 21*(5), 115-136.

Cho, H., & Choi, J. (2007). Relationship between body satisfaction and appearance enhancement behavior of college students. *The Korean Journal of Human Ecology, 16*(4), 825-835. doi:10.5934/KJHE.2007.16.4.825

Cho, M., Choi, E., Lee, J., Lee, Y., & Chae, J. (2013). Correlation in appearance, job-seeking stress and job-seeking anxiety in undergraduates according to gender differences. *Perspectives in Nursing Science, 10*(2), 141-150.

Gang, G. (2012). *Factors associated with employment success among unemployed youths* (Unpublished Master's thesis). Kyungnam University, Changwon, Korea.

Han, J. (2015). Effects of appearance satisfaction and appearance management behaviors on job-seeking anxiety and career preparation behaviors. *Journal of Secretarial Studies, 24*(2), 163-185.

Han, Y., Tak, J., Yoo, T., Han, T., Ahn, S., Shin, K., & Park, H. (2006). An exploratory study on the determinants of job-search intensity on middle aged unemployed individuals. *Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology, 19*(2), 171-191.

Hoscodo, M., Stone-Romero, G. G., & Coats, G. (2003). The effects of physical attractiveness on job-related outcomes: A meta-analysis of experimental studies. *Personnel Psychology, 56*(2), 431-462. doi:10.1111/j.1744-6570.2003.tb00157.x

Im, C. (2007). The effects of physical attractiveness on women employees' promotion: the mediation role of self-esteem and interpersonal relations. *Korea Business Review, 36*(3), 597-621.

Kaiser, S. B. (1998). *The social psychology of clothing: symbolic appearances in context.* New York: Fairchild.

Kanfer, R., & Hulin, C. L. (1985). Individuals differences in successful job search following lay-off. *Personnel Psychology, 38*(4), 835-847. doi:10.1111/j.1744-6570.1985.tb00569.x

Kim, H., & Han, Y. (2012). Younger job seekers' job search self-efficacy and job search intensity and its effects on employment outcomes. *Quarterly Journal of Labor Policy, 12*(4), 1-24.

Kim, M. (2008). The study on identify components of ceo image influence in brand's value. *Journal of Fashion Business, 12*(1), 129-146.

Kim, M. (2011). The personal branding strategy for effective construction of personal image. *Journal of Fashion Business, 15*(5), 87-102.

Kim, M. (2014). The effect of personal image on self-efficacy in female university students. *Journal of Fashion Business, 18*(1), 37-49. doi:10.12940/jfb.2014.18.1.37

Kim, M. (2017). The effect of appearance management behavior on career decision level in female college students. *Journal of Fashion Business, 21*(5), 78-90. doi:10.12940/jfb.2017.21.5.78

Kim, M., & Roh, Y. (1998). Psychological distress, cognitive reaction, somatization and coping behavior of the unemployed. *Korean Journal of Psychology: General, 17*(1), 115-137.

Kim, S. (2014). *The effects of hotel industry emotional labors's efficacy of image-making on job satisfaction* (Unpublished doctoral dissertation). Gangwon-Wonju National University, Gangwon, Korea.

Kim, Y. (2017). *The effect of personal image making on job satisfaction and life satisfaction by core self-evaluation of the middle aged and elderly individuals focusing on occupational cluster* (Unpublished doctoral dissertation). Konkuk University, Seoul, Korea.

Lee, H. (2008). *Impact of image evaluation and image formation on career self-efficacy* (Unpublished master's thesis). Inha University, Inchun, Korea.

Lee, S., & Park, K. (2011). Appearance management behaviors, self-efficacy, self-esteem. *The Research Journal of the Costume Culture, 19*(5), 1075-1087.

Linn, M., Sadifer, R., & Stein, S.(1985). The effects of unemployment on mental and physical health. *American Journal of public health, 75*, 79-157.

Moynihan, L. M., Roehling, M. V., LePine, M. A., & Boswell, W. R. (2003). A longitudinal study of the relationships among job search self-efficacy, job interviews, an employment outcomes. *Journal of Business and Psychology, 18*(2), 207-233. doi:10.1023/A:1027349115277

Park, E., & Chang, M. (2012). Sociocultural influences of appearance and body image on appearance enhancement behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 36*(5), 549-561. doi:10.5850/JKSCT.2012.36.5.549.

Park, J. (2006). *Examining the perceived body importance model of eating behaviors: In a sample of young adults and adolescents* (Unpublished master's thesis). Ajou University, Suwon. Korea.

Park, K., & Yoo, H. (2012). An analysis of the causal relationships between cognition, attitude, and behavior toward appearance management. *Journal of the Korean Home Economics Association, 50*(1), 51-63. doi:/10.6115/khea.2012.50.1.051

Park, Y. & Lee, D. (2014). The role of job-search self-efficacy in the relationship of career decision level and career preparation behavior among college students. *Journal of Vocational Education Research, 33*(2), 85-101.

Roberts, L. M. (2005). Changing faces, professional image construction in diverse organizational settings. *Academy of Management Review, 30*(4), 685-711. doi:10.2307/20159163

Rosenberg, R. (1986). *Conceiving the self.* Florida: Krieger Pub co.

Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology, 21*(7), 600-619. doi:10.1108/02683940610690169

Saks, A. M., & Ashforth, B. E. (2006). A longitudinal investigation of the relationships between job information sources, applicant perceptions of fit and work outcomes. *Personnel Psychology, 50*(5), 395-425.

doi:10.1111/j.1744-6570.1997.tb00913.x

Song, K. (2009). The effects of perceptual body image and appearance management behavior on clothing behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 33*(10), 1611-1621. doi:10.5850/JKSCT.2012.36.5.549

Spangler, D. L., & Stice, E. (2001). Validation of the beliefs about appearance scale. *Cognitive Therapy and Research, 25*(6), 813-827.

Statistics Korea (2018). Ministry of employment and labor: Youth employment trend. Retrieved June 15, 2018, from http://www.index.go.kr/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1495

Taylor, C. (2001). Work attitudes, employment barriers, and mental health symptoms in sample of rural welfare recipients. *American Journal of Community Psychology, 29*, 443-463. doi:10.1023/A:1010323914202

Tokar, D., Fischer, A., & Subich, L. (1998). Personality and vocational behavior: A selective review of the literature, 1993-1997. *Journal of Vocational Behavior, 53,* 115-153. doi:10.1006/jvbe.1998.1660

Van Ryn, M., & Vinokur, A. D. (1992). How did it work? An examination of the mechanisms through which an intervention for the unemployed promoted job search behavior. *American Journal of Community Psychology, 20*(5), 577-597.

Vinokur, A. D., Van Ryn, M., Gramlich, E. M., & Price, R. H. (1991). Long-term follow-up and benefit-cost analysis of the job program: A preventive intervention for the unemployed. *Journal of Applied Psychology,76*(2), 213-219.

Wanberg, C. R., Kanfer, R., & Rotundo, M. (1999). Unemployed individuals: Motives, job search competencies, and job search constraints as predictors of job seeking and reemployment. *Journal of Applied Psychology, 84*(6), 897-910.

Wanberg, C. R., Watt. J, D., & Rumsey, D. J. (1996). Individuals without jobs: An empirical study of job-seeking behavior and reemployment. *Journal of Applied Psychology, 81*, 76-87.

Wanberg, R., Glomb, T. M., Song, Z., & Sorenson, S. (2005). Job-search persis-tence during unemployment: A 10-wave longitudinal study. *Journal of Applied Psychology, 90*(3), 411-430. doi:10.1037/0021-9010.90.3.411

Yoon, S., & Park, K. (2010). An exploratory study on the establishment concept of personal image and the elements of image. *Proceedings of 2010 Summer Conference on Korean Association of Human Ecology* (pp. 149-151). Seoul: Korean Association of Human Ecology.

Zikic, J., & Saks, A. M. (2009). Job search and social cognitive theory: The role of career-relevant activities. *Journal of Vocational Behavior, 74,* 117-127. doi:10.1016/j.jvb.2008.11.001

Received (July 14, 2018)
Revised (August 14, 2018; September 10, 2018)
Accepted (September 14, 2018)