

직장여성의 메이크업 컬러선택동기가 신체매력지각과 자아존중감에 미치는 영향

이소은¹, 이윤진^{2*}

¹홍익대학교 디자인공예학과 박사과정, ²홍익대학교 문화정보정책대학원 색채전공 교수

The Effect of the Color Selection Motivation on Body Attractive Perception and Self-Respect in Working Women

Soeun Lee¹, YounJin Lee^{2*}

¹Student, Dept. of Design & Craft Graduate School, HongIk University

²Professor, Dept. of Color, Graduate School of CIPP, Hongik University

요약 본 연구의 목적은 직장여성의 메이크업 컬러선택동기가 신체매력지각과 자아존중감에 미치는 영향을 실증적으로 규명하는데 있었다. 본 연구의 참여자는 서울-경기 소재 직장인 256명을 대상으로 질문지를 통하여 조사되었으며, 수집된 자료는 빈도분석, 요인분석, 다중회귀분석의 통계적 분석 방법을 채택하여 심층적으로 분석되었다. 일련의 연구절차를 통하여 도출된 결과는 다음과 같다. 첫째 직장여성의 메이크업 컬러선택동기는 신체매력지각에 통계적 유의한 영향력을 나타내었다. 둘째, 직장여성의 메이크업 컬러선택동기는 자아존중감에 통계적 유의한 영향력을 나타내었다. 셋째, 직장인의 신체매력지각은 자아존중감에 통계적 유의하게 영향을 나타내었다.

주제어 : 직장여성, 컬러선택동기, 신체매력지각, 자아존중감, 메이크업컬러

Abstract The purpose of this study is to empirically identify the effect of women's motivation for choosing makeup colors on their perception of physical attractiveness and self-respect. Participants in this study were surveyed through questionnaires for 256 employees in Seoul and Gyeonggi-do, and the collected data were analyzed in depth using statistical analysis methods of frequency analysis, factor analysis, and multiple regression analysis. The results derived through a series of research procedures are as follows: First, the motivation for women in the workplace to choose makeup colors showed a statistically significant influence on physical attraction perception. Second, the motivation for women in the workplace to choose makeup colors showed a statistically significant influence on self-esteem. Third, office workers' perceptions of physical attraction had a statistically significant impact on self-esteem.

Key Words : Working women, Color Selection Motives, Perceived Physical Attractiveness, Self-Esteem, Makeup color

1. 서론

인간의 아름다움을 추구하는 욕구는 다양한 방식으로 표현된다. 현대사회에서 외모가 가지는 사회문화적 태도나 평가는 성공, 경쟁력, 목표달성과 같은 요인들과

높은 상관관계를 가진다. 사회 전반의 외모 지상주의 현상이 부정적 측면과 긍정적 측면이 공존하지만 분명한 것은 외모는 개인의 경쟁력에 중요한 단서라는 것은 분명하다.

*Corresponding Author : YounJin Lee(hacomama@hongik.ac.kr)

Received August 24, 2021

Accepted November 20, 2021

Revised October 26, 2021

Published November 28, 2021

이러한 사회분위기 속에서 사람들의 메이크업 행위는 개인의 아름다움을 추구하기 위한 가장 보편화된 수단이며 나아가 외모관리의 핵심적 행위이기도 하다.

과거 메이크업은 성차를 구분하는 두드러진 특징 중 하나였으나 이제 성차에 구별 없이 남성도 메이크업을 통하여 자신을 표현하는 시대적 배경을 맞고 있다.

현대사회에서 메이크업 행위는 인간의 다양한 동기가 결부되어 행해진다. 메이크업 동기는 기본적으로 아름다움을 추구하는 인간의 기본적 동기가 강력한 단서로 간주되고 있다[1]. 또한 메이크업은 자기 자신을 표현하는 외모관리의 행동지표이며[2], 자아존중감과 자신감을 향상시키고[3], 대인관계의 자신감과 상호작용 촉진을 위한 내재적 욕구가 메이크업 행위로 표현된다.

따라서 인간의 미적 표현인 메이크업은 인간의 다양한 욕구를 얼굴이라는 신체 일부분을 통하여 다양한 방식과 스타일로 표현되고 나아가 진화되고 있다고 할 수 있겠다.

메이크업의 완성도는 컬러선택으로 좌우된다. 사람들의 아름다움의 평가는 단순히 신체로만 평가하지 않고 외모와 관련된 요인들의 색채와 스타일에 따라 평가되기도 한다. 개인에 맞는 컬러를 선택, 표현한다는 것은 단순히 외모의 긍정적 이미지 창조뿐만 아니라 신체 이미지와 자아존중감에 영향을 준다[4].

기본적으로 메이크업의 컬러 선택은 피부색, 개인의 취향과 감성, 성격, 표현방식, 미의식, 선호도와 같은 개인적 특성에 기인하는 경우가 많다.

시각을 통해 주고받는 메시지에서 색채가 차지하는 비율이 60%라는 보고[4]를 기초로 추정하면 메이크업 컬러는 타인이 사람을 평가하고 지각할 때 큰 영향을 미치는 중요한 단서라고 할 수 있다[5].

메이크업이 일부분 타인에게 지각되는 긍정적 이미지를 주기 위한 행위라는 측면에서 볼 때 메이크업에서 컬러 선택은 중요한 문제이다.

그렇다면 사람들은 메이크업 행동을 지속하는 과정에서 어떠한 동기가 컬러를 선택하게 만드는 것일까? 메이크업 컬러선택 동기와 지속 요인은 무엇인가에 대한 의문을 제기할 수 있다.

이와 관련하여 Han[5]은 헤어와 메이크업 행위를 대상으로 한 퍼스널 컬러 선택 요인에 대한 연구에서 메이크업 컬러 선택 요인을 유행색, 선호 컬러, 전문가 조언, 피부색 또는 모발색 고려 등을 컬러선택 요인으로

보고하였다.

또한 In & Leel[6]은 메이크업 영역은 아니지만 의복의 컬러선택동기의 연구에서 계절, 체형, 선호색, 추구 이미지, 개인의 감정, 가시도, 활용도 등이 컬러선택동기로 보고하였다.

한편 컬러는 사람의 이미지를 판단하는 요인으로 중요하다라는 보고들도 있었다. 메이크업에 사용하는 색상, 명도, 채도는 사람의 이미지를 변화시키고 타인으로부터 다양하게 지각된다[7]. 예를 들어 검정색은 품위, 밝은 갈색은 사교성과 매력성, 붉은색은 진보 매력, 화려 등의 이미지로 평가된다.

이를 토대로 자신에게 어울리는 컬러를 신중하게 선택하고 적용하는 것은 메이크업의 기본적 요소이며, 메이크업 컬러를 잘 활용하는 것은 호감 가는 이미지뿐만 아니라 심리적 요인에 영향을 준다.

많은 선행연구들은 개인이 평가하고 인지하는 신체의 아름다움과 유능성 지각은 인간의 의식적인 삶 속에서 인간행동을 긍정적으로 증대하는 핵심적인 구인으로 평가되는 자기개념과 자아존중감에 영향을 미친다고 보고하고 있다[8-10]. 이러한 선행 연구결과를 기초로 개인의 외모를 평가하고 지각하는 가장 핵심적 역할을 하는 얼굴에 대한 메이크업 행위는 개인의 신체매력과 자아존중감에 결정적 영향을 미치는 요인이라고 추측할 수 있다.

또한 전술한 바와 같이 메이크업의 완성도와 만족에 중요한 역할을 하는 컬러에 대한 선택과 동기를 이해하는 것도 매우 의미 있는 과제라 할 수 있다.

메이크업 컬러선택동기는 메이크업 컬러를 선택하는 주된 의사결정을 이해하는 측면에서 중요하며 나아가 다양한 뷰티 산업에서 상품의 구매와 선택을 이해할 수 있는 중요한 단서가 된다.

그러나 아쉽게도 메이크업과 관련하여 사람들이 왜 컬러를 선택하고 지속하는지에 대한 컬러선택동기에 관한 연구는 전무하다. 따라서 본 연구에서는 직장인 여성의 메이크업 컬러선택동기가 그들의 신체매력지각과 자아존중감의 관련성을 실증적으로 탐색해 보고자 한다. 이러한 본 연구의 목적은 사람들이 메이크업 행위에 있어 컬러를 선택하고 지속하는지를 심층적으로 이해할 수 있을 것이며 나아가 뷰티 산업의 상품구매와 관련한 사람들의 동기를 심층적으로 이해하는데 기초 자료로서 활용될 수 있을 것이다.

2. 연구방법

2.1 연구참여자

본 연구의 참여자들은 서울·경기 소재 여성 직장인을 모집단으로 선정 후 임의표집방법(convenience sampling method)으로 표본을 추출하였다. 조사기간은 2021년 3월 1일부터 2021년 4월 30일까지 8주간 진행되었다. 조사방법은 연구자와 사전 훈련된 연구보조자가 직접 연구대상자를 찾아가 설문 조사를 실시하였다. 그러나 국내 코로나바이러스감염증-19 (COVID-19)의 위험지각이 높아진 현실에서 연구대상자가 대면 조사를 원하지 않을 경우 비대면 조사도 병행하였다. 비대면 조사 방법은 포털사이트 구글을 이용한 질문지 그리고, 이메일 방법으로 조사하였다. 질문지는 최초 287부의 설문지를 배포하여 270부를 회수하였고 이중 응답거부 및 불성실한 응답 14부를 제외한 256부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 설문지 응답률 94.1%이었다. 연구참여자의 개인적 특성은 Table 1과 같다.

Table 1. General characteristics of the subject

Variable/Division		N	%
Age	20's	74	28.9
	30's	104	40.6
	40's	48	18.8
	over 50	30	11.7
	Total	256	100
Occupation	Profession	40	15.6
	Service	49	19.1
	Sales	121	47.3
	Education	32	12.5
	Etc	14	5.5
Total	256	100	
Makeup Period	Less than 1-5 years	18	7.0
	Less than 5-10 years	82	32.0
	over 10 years	156	61.0
	Total	256	100

구체적으로 연구참여자의 특성을 살펴보면 연령은 30대가 104명으로 40.6%로 가장 높은 반응 빈도를 나타내었으며, 직업군은 회사원(121명, 47.3%)로 가장 높은 반응 빈도를 나타내었다.

마지막으로 메이크업 기간에 대한 빈도에서는 10년 이상 메이크업을 지속한 집단이 156명 61.1%로 과반

수 이상의 높은 반응 빈도를 나타내었다.

2.2 측정도구

본 연구에서 실증적 분석을 위하여 사용한 측정도구는 메이크업 컬러선택동기, 신체매력지각, 자아존중감 척도를 사용하였다.

2.2.1 컬러선택동기

본 연구에서 메이크업 컬러선택동기 측정하기 위한 질문지가 전무한 관계로 먼저 In & Lee[11]의 아웃도어웨어 컬러선택동기 척도를 참고하였다.

이를 참고로 최근까지 10년 이상 메이크업을 지속해 온 직장인 10명(연령 36.14세, 표준편차 6.3세)을 대상으로 FGI(Focus Group Interview)를 실시하여 메이크업 컬러선택동기에 대한 구성개념을 확립하였다. 이후 구성개념을 다시 실질적인 메이크업을 전공한 교수, 박사로 구성된 전문가 6인의 전문가집단 회의에서 실질적인 문항을 구성하였다.

이러한 과정을 통하여 메이크업 컬러선택동기 측정도구를 완료하였으며 메이크업 컬러선택동기 질문지는 개인적요인, 상황적 요인 2개 하위요인 8문항 5점 Likert 척도(1점 전혀 그렇지 않다 - 5점 매우 그렇다)로 구성하였다. 개인적요인의 4 문항은 기분상태, 선호 컬러, 개인이미지, 체형에] 이었으며, 상황적 요인은 장소, 시간, 모임성격, 상황의 4문항으로 구성하였다.

2.2.2 신체매력지각

신체매력지각은 Mahoney & Finch[13]이 사용한 신체매력지각 척도를 Lee[14]가 뷰티 분야에서 연구한 척도를 사용하였다. 신체매력지각 척도는 11문항 질문지로서 개인적 신체매력, 사회적신체매력의 2개 하위요인 5점 Likert 척도(1점 전혀 그렇지 않다 - 5점 매우 그렇다)로 구성되어 있다.

2.2.3 자아존중감

자아존중감은 Rosenberg[15]의 자아존중감 척도를 Kim & Myung[16]가 타투 연구에서 사용한 자아존중감 척도를 사용하였다. 이 척도는 10문항으로서 긍정적 자아존중감, 부정적 자아존중감 2개 하위요인으로 구성되어 있다. 5점 Likert(1점 매우 그렇지 않다-5점 매우 그렇다)로 구성되어 있다.

2.3 분석방법

연구절차의 의하여 수집된 자료는 SPSS 26.0 Version 통계패키지를 이용하여 분석되었고 유의수준 설정은 $\alpha=0.05$ 를 기준으로 하였다. 구체적으로 본 연구에 사용한 측정도구의 타당성과 신뢰성을 분석하기 위하여 요인분석(factor analysis)과 신뢰도(Cronbach's α)분석을 실시하였다. 또한 본 연구의 변수로 사용한 컬러선택동기, 신체매력지각, 자아존중감의 상호 관련성을 분석하기 위하여 상관관계분석(Pearson Correlation analysis)을 실시하였다. 마지막으로 컬러선택동기가 신체매력지각과 자아존중감에 미치는 영향을 규명하기 위하여 다중회귀분석(multiple linear regression analysis)을 시행하여 분석하였다.

3. 연구결과 및 고찰

본 연구는 직장인의 메이크업 컬러선택동기가 신체 매력지각과 자아존중감에 관계를 실증적 자료를 수집하여 분석하는데 있었다. 일련의 연구절차를 통하여 도출된 결과는 다음과 같다.

3.1 측정도구의 타당도 및 신뢰도

Table 2은 본 연구에 사용된 메이크업 컬러선택동기의 타당성과 신뢰도 분석을 위한 요인분석(factor analysis)과 신뢰도분석(reliability analysis) 결과이다. 요인분석의 요인추출 방법은 주성분분석법(principal component)을 사용하였으며, 요인회전방법은 배리맥스(varimax) 회전방법을 적용하였다. 또한 KMO(Kaiser-Mayer-Olkin)와 Bartlett의 구성형 검

증을 통해 수집된 자료가 요인분석에 적합한 변수와 문항을 가지고 있어 요인분석에 적합한 자료인지를 판단하였다. 한편 요인적재치(factor loading)은 그 값이 0.50 이상만을 유의한 문항으로 추출하였다.

메이크업 컬러선택동기 측정도구의 KMO 지수를 확인한 결과 .709로 나타나 요인 분석에 필요한 변수의 수와 문항이 적합한 것으로 나타났다. Bartlett 구성형 검증은 $X^2=166.118$, $p<.001$ 수준에서 유의하여 나타나 변수들 간의 상관이 낮아 요인분석에 적합한 독립성을 유지하고 있음이 확인되었다.

일반적으로 학자와 선행연구들 마다 다소 차이는 있지만 선행연구들은 KMO 지수와 관련하여 .90이상이면 매우 좋고, 0.80 양호, 0.60~0.70 보통이고, 0.50 이하면 부적절하다 라고 보고하고 있다[17].

메이크업 컬러선택동기 측정도구는 개인적 요인(4문항)과 상황적 요인(2문항)의 2개 요인 6문항이 추출되었으며, 2개 요인의 누적변량은 54.475%의 설명력 보였다. 하위 요인의 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 개인적요인 .645, 상황적 요인 .761로 나타났다.

다음으로 신체매력지각 측정도구의 요인분석 결과는 Table 3와 같다.

신체매력지각 측정도구의 KMO 지수는 확인한 결과 .791, Bartlett 구성형 검증은 $X^2=1438.251$, $p<.001$ 로 나타나 요인분석 가능한 자료임이 확인되었다.

신체매력지각 측정도구는 개인적 신체매력(5문항)과 사회적 신체매력(6문항)의 2개 요인 11문항이 추출되었으며, 누적변량은 60.704%의 설명력을 나타내었다. 신뢰도 분석(Cronbach's α) 결과 개인적 신체매력 .899, 사회적 신체매력 .771로 나타났다.

Table 2. Analysis of validity and reliability of make-up color selection motives

factor	components		communality	
	1	2		
Personal factor	1. Choose a color in consideration of your body shape	.721	-.272	.594
	8. Choose a color according to mood state	.708	.042	.503
	5. I choose a color in consideration of my image	.693	.146	.501
	2. Choose your favorite color	.619	.270	.556
situational factor	3. Choose the color that suits situation	-.122	.849	.736
	4. Choose a color that suits location	.390	.572	.579
Eigenvalue		2.106	1.162	
Variance(%)		35.101	19.374	
Total variance(%)		35.101	54.475	
Cronbach's α		.645	.761	

KMO=.709 X²=166.118, df=15, p<.000

Table 3. Analysis of validity and reliability of perceived physical attractiveness

factor		components		communality
		1	2	
Personal physical attractiveness	2. My body has a sexy charm	.873	.106	.773
	10. I am physically attractive	.864	.178	.778
	8. I like my body undressed	.852	.045	.729
	7. Most people will consider me beautiful	.808	.126	.668
	4. I have an appearance that appeals to others	.778	.331	.714
Social physical attractiveness	1. Physical attraction is somehow important when making new friends	.080	.724	.464
	3. Physical attraction helps you achieve your goals	.327	.713	.492
	5. Attractive people are more likely to succeed socially than unattractive people	.215	.668	.466
	6. Physical attraction is somehow important when meeting a date partner	.190	.655	.530
	9. When you get a new job, physical attractiveness has an impact	.194	.654	.446
	11. Physical attraction helps you build relationships with other people	-.174	.645	.616
Eigenvalue		4.626	2.052	
Variance(%)		42.051	18.653	
Total variance(%)		42.051	60.704	
Cronbach's α		.899	.771	

KMO=.791 X²=1438.251, df=55, p<.000

Table 4. Analysis of validity and reliability of self-esteem

factor		components		communality
		1	2	
Positive self-esteem	2. I appreciate myself	.856	-.158	.757
	I value myself highly	.835	-.129	.714
	10. All in all I am satisfied with myself	.815	-.188	.699
	9. I feel that I have a positive attitude toward myself	.701	-.358	.620
	3. There are so many things I can do well	.651	-.286	.506
Negative Self-esteem	8. Sometimes I think I'm not competent at all	-.106	.808	.664
	7. Sometimes I feel like I am useless	-.177	.788	.653
	4. All in all I tend to feel that I am a loser	-.237	.737	.600
	5. I don't think I can boast of myself	-.337	.708	.614
Eigenvalue		4.416	1.412	
Variance(%)		49.069	15.686	
Total variance(%)		49.069	64.755	
Cronbach's α		.864	.799	

KMO=.832 X²=1092.646, df=36, p<.000

마지막으로 자아존중감 측정도구 요인분석 결과를 살펴보면 KMO 지수는 확인한 결과 .832, Bartlett 구형성 검증은 $X^2=1092.646$, $p<.001$ 로 나타나 요인분석 가능한 자료임이 확인되었다.

Table 4과 같이 자아존중감 측정도구는 긍정적 자아존중감(5문항)과 부정적 자아존중감(4문항)의 2개 요인 9문항이 추출되었으며, 누적변량은 64.755%의 설명력을 나타내었다. 신뢰도 분석(Cronbach's α) 결과 긍정적 자아존중감은 .864, 부정적 자아존중감은 .799

로 나타났다.

이상으로 메이크업 컬러선택동기, 신체매력지각, 자아존중감 측정도구의 타당도와 신뢰도가 확보되어 추후 세부적인 분석이 실행되었다.

3.2 메이크업 컬러선택동기가 신체매력지각에 미치는 영향

Table 5, Table 6은 메이크업 컬러선택동기가 신체 매력지각에 대한 영향력을 규명하기 위한 다중회귀분

석(multiple Linear regression) 결과이다.

Table 5. Multiple linear regression analysis of make-up color motives on personal physical attractiveness

Dependent variable	Independent variable	B	S.E	β	t	T	VIF
personal physical attractiveness	(Constant)	1.916	.326		5.872***		
	personal factors	.613	.058	.562	10.648***	.979	1.021
	situational factors	-.096	.066	-.077	-1.466	.979	1.021
R ² =.309, adj R ² =.304, F=56.696, p<.001 Durbin-Watson index=1.953							

***p<.001

Table 6. Multiple linear regression analysis of make-up color motives on social physical attractiveness

Dependent variable	Independent variable	B	S.E	β	t	T	VIF
social physical attractiveness	(Constant)	2.571	.269		9.564***		
	personal factors	.094	.047	.120	1.979*	.979	1.021
	situational factors	.239	.054	.268	4.433***	.979	1.021
R ² =.095, adj R ² =.088, F=13.322, p<.001 Durbin-Watson index=2.030							

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

메이크업 컬러선택동기가 개인적 신체매력에 미치는 영향 분석 결과 다중공선성의 지표로 활용되는 Durbin-Watson은 1.953로 2에 근접한 지수를 나타내고 있다. 나타났다. 메이크업 컬러선택동기가 개인적 신체매력지각에 미치는 영향에서는 결정계수(R²)는 .309로 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 30.9%로 나타났다. 회귀모형이 유의성 검증의 분산분석 결과에서는 F=56.696, p<.001로 회귀 분석 가능한 자료로서 확인되었다. 직장인의 메이크업 컬러선택동기가 개인적 신체매력에 미치는 영향 변수로는 개인적요인이 β =.562, t=10.648, p<.001로 통계적 유의하게 정적(+) 영향력이 있는 것으로 나타났다.

Table 6은 메이크업 컬러선택동기가 사회적 신체매력에 미치는 영향력에 대한 다중회귀분석 결과이다.

Durbin-Watson 지수는 2.030으로 나타났으며 메이크업 컬러선택동기가 사회적 신체매력지각에 미치는 영향에서는 결정계수(R²)는 .095로 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 9.5%로 나타났다. 회귀모형이 유의성 검증의 분산분석 결과에서는 F=13.322, p<.001로 회귀 분석 가능한 자료로서 확인되었다. 직장인의 메이크업 컬러선택동기가 사회적 신체매력에 미치는 영향 변수로는 상황적요인(β =.268, t=4.433, p<.001), 개인적요인(β =.120, t=1.979, p<.05) 순으로 통계적 유의하게 정적(+) 영향력이 있는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과와 관련하여 An & Kim[19]은 컬러의 목적성과 기능성을 필요한 곳에 효율적으로 적용하

여 활용한다면 인간의 심리적 측면은 물론 신체에 직접적인 자극을 주어 긍정적인 효과를 유도할 수 있다고 하였다. 자신에게 맞는 컬러를 선택하고 더불어 사회적 환경에 부합되는 컬러를 선택하여 외모관리행동을 한다는 것을 결국 자신의 외모를 보다 긍정적으로 평가하게 될 것이다. 결국 자신의 긍정적이고 높은 신체 평가는 개인과 상황에 부합되는 컬러를 효율적으로 선택하여 이를 기초로 헤어, 피부, 의복, 액세서리와 같은, 다양한 외모관리에 적용한다면 효율적인 방안이 될 수 있을 것으로 판단된다.

3.3 메이크업 컬러선택동기가 자아존중감에 미치는 영향

Table 7 메이크업 컬러선택동기가 긍정적 자아존중감에 미치는 영향력을 규명하기 위한 다중회귀분석(multiple Linear regression) 결과이다. 먼저 독립변인의 다중공선성을 확인하기 위하여 Durbin-Watson 지수를 확인한 결과 2.119로 2에 근접한 지수를 나타내었으며 VIF 지수도 1.021-1.021로 10미만의 지수를 충족하였다.

메이크업 컬러선택동기가 긍정적 자아존중감에 미치는 영향 분석에서는 결정계수(R²)는 .183로 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 18.3%로 나타났다. 회귀모형이 유의성 검증의 분산분석 결과에서는 F=28.283, p<.001로 회귀 분석 가능한 자료로서 확인되었다.

한편 직장인의 메이크업 컬러선택동기가 긍정적 자

자아존중감에 미치는 영향 변수로는 개인적요인이 β 영향력이 있는 것으로 나타났다. $=.426, t=7.422, p<.001$ 로 통계적 유의하게 정적(+)

Table 7. Multiple linear regression analysis of make-up color motives on positive self-esteem

Dependent variable	Independent variable	B	S.E	β	t	T	VIF
positive self-esteem	(Constant)	2.883	.262		11.004***		
	personal factors	.343	.046	.426	7.422***	.979	1.021
	situational factors	.007	.053	.008	.135	.979	1.021
R ² =.183, adj R ² =.176, F=28.283, p<.001 Durbin-Watson index=2.119							

***p<.001

Table 8. Multiple linear regression analysis of make-up color motives on negative self-esteem

Dependent variable	Independent variable	B	S.E	β	t	T	VIF
negative self-esteem	(Constant)	2.974	.371		8.025***		
	personal factors	-.146	.065	-.139	-2.231*	.979	1.021
	situational factors	-.168	.074	-.140	-2.262*	.979	1.021
R ² =.045, adj R ² =.037, F=5.895, p<.01 Durbin-Watson index=2.121							

*p<.05

Table 8 메이크업 컬러선택동기가 부정적 자아존중감에 미치는 영향력을 규명하기 위한 다중회귀분석(multiple Linear regression) 결과이다. 먼저 독립변인의 다중공선성을 확인하기 위하여 Durbin-Watson 지수를 확인한 결과 1.955로 2에 근접한 지수를 나타내었다.

메이크업 컬러선택동기가 부정적 자아존중감에 미치는 영향 분석에서는 결정계수(R²)는 .045로 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 4.5%로 나타났다. 회귀모형이 유의성 검증의 분산분석 결과에서는 F=5.895, p<.01로 회귀 분석 가능한 자료로서 확인되었다.

직장인의 메이크업 컬러선택동기가 부정적 자아존중감에 미치는 영향 변수로는 상황적요인(β =-.140, t=-2.262, p<.05), 개인적요인(β =-.139, t=-2.231, p<.05)로 부적(-) 영향력이 있는 것으로 나타났다.

이와 관련하여 소수의 연구에서 개인에게 어울리는 퍼스널컬러가 자아존중감에 영향을 미친다는 선행연구들이 보고되고 있다. Song[19]은 개인에게 부합되는 퍼스널컬러와 선호색의 불일치가 인지부조화를 초래하고 결국 자아존중감에 영향을 미친다고 보고하였다. 이러한 보고는 개인의 컬러 선택이 결국 인간의 성격 특성인 자아존중감에 영향을 미치고 있음을 시사하고 있다.

또한 Joung & Park[20]도 자신에게 가장 잘 어울리는 베스트컬러 선택은 개인의 이미지와 개성을 향상시키고 자신감, 자아존중감, 대인관계에 긍정적 영향을 미

친다고 보고하였다. 이러한 선행연구들의 결과들은 본 연구의 결과와 상반되지 않는다.

본 연구의 결과를 토대로 살펴보면 개인에게 적합하고 선호하는 메이크업 컬러를 선택하는 것 그리고 상황과 장소에 어울리는 메이크업 컬러를 선택하는 것은 자신의 평가에 매우 긍정적으로 작용하고 있음을 확인할 수 있었다. 일반적으로 자아존중감은 자신에 대한 긍정적 태도와 평가로서 자아존중감이 높은 사람은 자신감이 높으며 나아가 위기 상황에서 효율적으로 대처한다. 또한 자아존중감이 높은 사람은 학습성취도가 높으며 도전의식도 높은 것으로 알려져 있다. 따라서 직장 여성에게 가장 최적의 컬러를 선택하는 것은 단순히 미적 표현 수단 뿐만 아니라 개인의 성격 특성과 삶의 능동적으로 살아갈 수 있는 지표로 활용되는 자아존중감에 영향을 미치는 중요한 단서라고 할 수 있겠다.

3.4 신체매력지각이 자아존중감에 미치는 영향

Table 9 신체매력지각이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향력을 규명하기 위한 다중회귀분석(multiple Linear regression) 결과이다.

먼저 독립변인의 다중공선성을 확인하기 위하여 Durbin-Watson 지수를 확인한 결과 2.168로 2에 근접한 지수를 나타내었으며 VIF 지수도 1.137-1.137로 10미만의 지수를 나타내어 다중공선성이 확인되었다.

직장인의 신체매력지각이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향 분석에서는 결정계수(R^2)는 .471로 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 47.1%로 나타났다. 회귀모

형이 유의성 검증의 분산분석 결과에서는 $F=112.612$, $p<.001$ 로 회귀 분석 가능한 자료로서 확인되었다.

Table 9. Multiple linear regression analysis of perceived physical attractiveness motives on positive self-esteem

Dependent variable	Independent variable	B	S.E	β	t	T	VIF
positive self-esteem	(Constant)	2.101	.197		10.671***		
	personal physical attractiveness	.491	.036	.665	13.363***	.879	1.137
	social physical attractiveness	.057	.050	.056	1.144	.879	1.137
$R^2=.471$, adj $R^2=.467$, $F=112.612$, $p<.001$ Durbin-Watson index=2.168							

*** $p<.001$

Table 10. Multiple linear regression analysis of perceived physical attractiveness motives on negative self-esteem

Dependent variable	Independent variable	B	S.E	β	t	T	VIF
negative self-esteem	(Constant)	2.574	.339		7.596***		
	personal physical attractiveness	-.292	.062	-.302	-4.713***	.879	1.137
	social physical attractiveness	.058	.086	.043	.676	.879	1.137
$R^2=.084$, adj $R^2=.077$, $F=11.631$, $p<.001$ Durbin-Watson index=1.955							

*** $p<.001$

한편 직장인의 신체매력지각이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향 변수로는 개인적 신체매력이 $\beta=.665$, $t=13.363$, $p<.001$ 로 통계적 유의하게 정적(+) 영향력이 있는 것으로 나타났다.

신체매력지각이 부정적 자아존중감에 미치는 영향력 분석 결과에서는 Durbin-Watson 지수를 확인한 결과 1955로 2에 근접한 지수를 나타내었다.

직장인의 신체매력지각이 부정적 자아존중감에 미치는 영향 분석에서는 결정계수(R^2)는 .084로 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 8.4%로 나타났다. 회귀모형이 유의성 검증의 분산분석 결과에서는 $F=11.631$, $p<.001$ 로 회귀 분석 가능한 자료로서 확인되었다.

직장인의 신체매력지각이 부정적 자아존중감에 미치는 영향 변수로는 개인적 신체매력이 $\beta=-.302$, $t=-4.713$, $p<.001$ 로 통계적 유의하게 부적(-) 영향력이 있는 것으로 나타났다. Table 10.

본 연구의 결과를 토대로 살펴보면 직장인이 지각하는 신체매력지각은 긍정적, 부정적 자아존중감에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 신체매력지각의 하위 요인 중 신체에 대한 매력지각이 긍정적 자아존중감에 정적으로 부정적 자아존중감에는 부적 영향력이 도출되었다.

일반적으로 개인의 높은 신체매력지각은 자아존중감에 영향을 미친다는 사실은 많은 선행연구들에서 동일하게 도출되고 있는 사실이다.

이러한 측면에서 신체적 외모를 가꾸는데 있어 메이크업은 가장 기본이 되는 행위이며 메이크업의 완성도는 메이크업 컬러가 일정부분 관여하고 있다고 볼 수 있다. 이러한 예측과 과정은 결국 메이크업 컬러선택은 신체적 외모를 향상시키고 결국 자아존중감에 영향을 미치고 있다고 판단된다.

또한 한편으로는 현대사회에서 외모에 대한 아름다움과 매력은 대인지각의 후방효과로 작용하고 있고[21] 이러한 외모에 대한 사회문화적 태도가 본 연구의 결과로 강하게 표출된 것으로 판단된다.

4. 결론 및 제언

4.1 결론

본 연구의 결과는 직장 여성의 메이크업 컬러선택동기가 신체매력지각과 자아존중감에 미치는 영향을 실증적으로 분석하는데 있었다.

이러한 연구의 목적을 달성하기 위하여 서울·경기 소재 직장 여성 256명을 연구대상자로 선정하고 메이크업 컬러선택동기, 신체매력지각, 자아존중감 질문지

를 투여하여 자료를 수집하였다. 수집된 자료는 빈도분석, 요인분석 및 신뢰도분석, 다중회귀분석의 자료 분석을 통하여 결과를 도출하였다. 이에 일련의 연구절차를 통하여 도출된 결론은 다음과 같다.

첫째, 직장여성의 메이크업 컬러선택동기는 신체매력지각에 정적 영향력을 나타내었다. 메이크업 컬러선택동기가 개인적 신체매력에 영향을 미치는 변수로 개인적요인이 사회적신체매력에 영향을 미치는 변수로는 상황적 요인과 개인적요인이었다.

둘째, 직장여성의 메이크업 컬러선택동기는 자아존중감에 통계적 유의한 영향을 나타내었다. 메이크업 컬러선택동기가 긍정적 자아존중감에 미치는 변수로는 개인적요인이 메이크업 컬러선택동기가 부정적 자아존중감에 미치는 변수로는 개인적요인과 상황적 요인이었다.

셋째, 직장인의 신체매력지각은 자아존중감에 통계적 유의하게 영향을 나타내었다. 신체매력지각이 긍정적 자아존중감과 부정적 자아존중감에 영향을 미치는 변수로는 개인적 신체매력으로 나타났다.

4.2 제언

본 연구의 후속과제를 다음과 같이 제언한다.

첫째, 본 연구의 메이크업 컬러선택동기 연구는 뷰티 학문영역에서 처음으로 다루어졌다. 본 연구에서는 메이크업 컬러선택동기를 실증적으로 측정할 수 있는 측정도구가 존재하지 않아 FGI와 전문가집단 회의를 통하여 질문문항을 도출하였다. 물론 연구방법에서 측정도구의 구인타당도를 실시하기는 했지만 메이크업 컬러선택동기의 명확한 구인이나 구성개념을 확립하는데 미흡하였다. 따라서 미래 연구에서는 뷰티 산업영역에서 메이크업 컬러선택동기를 정량적으로 평가할 수 있는 측정도구 개발 연구가 시대적으로 요구된다.

둘째, 뷰티 학문 영역과 산업 영역에 컬러에 대한 연구는 대부분 퍼스널컬러에 관점에서 다루어져 왔다. 그러나 가장 근본적 관점에서 메이크업 행위에서 어떠한 이유로 컬러를 선택하는지에 대한 연구는 전무하다.

메이크업 컬러선택동기의 확장은 메이크업 행위에서 컬러선택이유와 동기를 심층적으로 규명할 수 있을뿐 아니라 나아가 컬러와 관련된 산업의 소비자 동기에 기초자료를 제공할 수 있을 것이다. 따라서 미래 연구에서는 컬러선택동기와 다양한 인간의 심리적 요인과의

관련성 연구가 보다 폭 넓게 진행되어야 할 것이다.

셋째, 본 연구에서는 연구참여자를 직장여성을 대상으로 실시하였다. 최근 사회적 분위기는 남성의 메이크업에 대한 관심과 실제적 적용이라는 화두를 남기고 있다. 따라서 미래 연구에서는 남성의 메이크업 연구 나아가 남성의 메이크업 컬러선택동기에 대한 연구도 시대적으로 의미 있는 연구 과제라고 사료된다.

REFERENCES

- [1] H. K. Park. (2013). A study on container of cosmetics for men, considering the correlation between gender characteristic and brain function differentiation. *Journal of Cultural Product & Design*, 34, 159-168.
- [2] E. A. Park. (2003). Psychosocial meaning of make-up. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 4(2), 105-127.
- [3] S. Y. Ko (2017). Qualitative Study on the Ideal-self and the fantasy of men wearing makeup by employing Zaltman Metaphor Elicitation Technique. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 41(1), 1-16.
- [4] Y. S. Park & M. S. Hong. (2005). Focused changing skin color on the age of twenties. *Korean Color Design Studies*, 1(1), 87-97.
- [5] M. S. Han. (2002). A study on the personal colors selection factors and the satisfaction-Centered on the color for hair and make-up-. *Fashion & Textile Research Journal*, 4(4), 369-375. ,
- [6] Y. J. In & K. H. Lee (2015). Outdoor wear color preference and color selection motives of male and female consumers. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 15(4), 153-169. DOI : 10.18652/2015.15.4.10
- [7] K. Y. Ha & M. H. Lee (2008). A study of the image in men's hair style depending on hair color and texture. *The Research Journal of the Costume Culture*, 16(2), 293-304.
- [8] K. R. Fox & C. B. Corbin. (1989). The physical self-concept profile: Development and preliminary validation. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 11, 408-430.
- [9] R. N. Sonstroem & W. P. Morgan. (1989). Exercise and self-esteem rationale and model. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 21(3), 329-337.
- [10] G. R. Park (2019). *The effect of personal color on the psychological-physical self-esteem*. Master thesis. Hongik University, Seoul.

- [11] Y. J. In & K. H. Lee (2015). Outdoor wear color preference and color selection motives of male and female consumers. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 15(4), 153-169.
DOI : 10.18652/2015.15.4.10
- [12] E. R. Mahoney & M. D. Finch. (1976). The dimensionality of body cathexis. *Journal of Psychology*, 92, 227-279.
- [13] T. F. Cash & A. S. Labarge. (1996). Development of the appearance schemes inventory: a new cognitive body-image assessment. *Cognitive Therapy and Research*, 20(1), 37-50.
- [14] J. M. Lee. (2017). *Influence of Beauty and Health Care Behavior on Perceived Physical Attractiveness, Self-Esteem and Interpersonal Orientation in Middle-Aged Men*. Doctor Thesis. Sungshin University, Seoul.
- [15] M. Rosenberg. (1965). *Society and adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton, University Press.
- [16] G. R. Kim & K. J. Myung. (2020). Negative health behavior, mental health and self-esteem differences in tattooed and nontattooed university students. *Journal of the Korean Applied Science and Technology*, 37(5), 1257-1267.
DOI : 10.12925/ jkocs.2020.37.5.1257
- [17] H. F. Kaiser & J. Rice. (1974). Little jiffy, mark IV. *Educational and psychological measurement*, 34(1), 111-117.
- [18] J. H. Ahn & J. D. Kim. (2013). Theoretical consideration on color therapy. *Journal of Naturopathy*, 2(1), 74-82.
- [19] M. J. Song. (2019). *A study on the effect of discrepancy of personal color consulting result and preferred color on cognitive dissonance behavior in accordance with self-esteem*. master thesis. Hongik university, Seoul.
- [20] S. Y. Joung & Y. S. Park. (2015). An effect on children by self esteem scale and personal color analysis. *Journal of Korea Society of Color Design StColor Studies*, 29(1), 173-184.
- [21] Y. J. Hwang & T. S. Yoo. (2010). The effects of sociocultural attitudes toward appearance, self-esteem, and physical attractiveness perceptiveness on weight and clothing management behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(11), 1923-1932.

이 소 은(Soeun Lee)

[정회원]



- 2012년 2월 : 디지털서울문화예술대학교 미용학사
- 2014년 2월 : 한성대학교 뷰티예술학 석사
- 2021년 8월 : 홍익대학교 디자인공예학과 박사과정

· 관심분야 : 색채, 뷰티미용
· E-Mail : smin6823@naver.com

이 윤 진(YounJin Lee)

[정회원]



- 1996년 2월 : 이화여자대학교 미술학사
- 2008년 3월 : Joshibi Univ. of Art and Design Chromatics 석사
- 2011년 3월 : Joshibi Univ. of Art and Design Chromatics 박사
- 2015 ~ 현재 : 홍익대학교 색채전공 교수

· 관심분야 : 실험심리, 색채감성
· E-Mail : hacomama@hongik.ac.kr