



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

김 경 희 교수 지도  
석사학위 청구논문

20~30대 남성의 외모관리행동이  
자아존중감에 미치는 영향

2017

성신여자대학교 뷰티융합대학원  
뷰티융합학과 메이크업·특수분장전공

김 정 하

# 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향

김 경 희 교수 지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함.

2017년 5월

성신여자대학교 뷰티융합대학원

뷰티융합학과 메이크업·특수분장전공

김 정 하

# 인 준 서

김정하의 석사학위 논문으로 인준함

2017년 5월

심사위원장 \_\_\_\_\_ (인)

심 사 위 원 \_\_\_\_\_ (인)

심 사 위 원 \_\_\_\_\_ (인)

성신여자대학교 뷰티융합대학원

## 논문개요

현대인들은 내적인 아름다움을 중요시하던 과거와는 달리 외적인 아름다움을 지향하는 외모지상주의로 변화되어 가고 있으며, 남성들 역시 건강하고 아름다운 외모에 대한 관심이 높아지고 있다. 본 연구는 20~30대 남성을 대상으로 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 파악하고자 하였다. 연구방법은 조사연구방법으로 설문지법을 사용하였고, 측정도구는 인구통계학적 변인을 포함하여 외모관리행동과 자아존중감을 사용하였다. 그리고 측정방법은 5점 Likert 척도와 선택형 문항을 이용하였다.

연구대상자는 서울·경기·지방 지역을 중심으로 20~30대 남성들을 대상으로 하였고, 인구통계학적 변인은 연령대, 거주지, 전월 외모관리 지출 비용, 학력, 직업, 가정 전체한달 평균 소득, 결혼여부를 조사하였으며, 외모관리행동은 화장관리, 피부관리, 의복관리, 성형관리, 헤어·스타일관리, 체형·몸매관리의 6개 요인을 사용하였다. 자아존중감은 ‘긍정적 자아존중감’, ‘부정적 자아존중감’의 2개 요인을 사용하였다. 자료수집기간은 2017년 2월 1일부터 2017년 2월 28일까지 해당되며 연구대상자는 총 290명으로 25세 미만 137명, 25세 이상 35세 미만 72명, 35세 이상 81명이었다. 자료분석방법으로는 SPSS 23.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 순차적으로 분석하였다.

자료 분석에 사용된 통계 기법으로는 빈도분석(Frequency Analysis), 요인분석(Factor Analysis), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 상관분석(Correlation Analysis), 다중회귀분석(Multiple regression Analysis)이 실시되었다.

본 연구의 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 20~30대 남성의 인구통계학적 특성을 알아본 결과에서는 25세 미만이 많았고 거주지는 서울, 경기지역이 대다수를 차지하였다. 전월에 지출한 외

모관리비용은 10만원 미만이 가장 높았으며 학력은 대학 졸업이상이 제일 높았다. 직업의 경우에는 학생이 가장 많았고 가정 한 달 전체 평균소득은 500만원 초과가 가장 높게 나왔으며 결혼 여부는 미혼이 가장 높게 나타났다.

둘째, 인구통계학적 변인에 따른 외모관리행동에서는 전월 평균 외모관리비용을 알아본 결과 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리, 성형관리는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 학력에 따른 외모관리행동은 체형·몸매관리만 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감의 상관관계에서는 20~30대 남성들의 외모관리행동의 요인은 통계적으로 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

넷째, 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향 관계에서는 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리는 긍정적 자아존중감에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

또한, 20~30대 남성의 외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향에 대한 결과에서는 체형·몸매관리, 피부관리, 헤어·스타일관리, 화장관리는 부정적 자아존중감 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향에서 인구통계학적 변수의 매개효과에서는 정(+)의 영향 관계가 있었다. 또한 외모관리행동과 부정적 자아존중감간의 매개효과를 분석한 결과 인구통계학적 변수의 매개변인으로 작용하였다.

이상과 같이 20~30대 남성의 외모관리행동은 자아존중감에 의미있는 영향을 미치는 변인임을 확인할 수 있었다. 본 연구결과가 외모관리행동이 심리적인 영향을 미친다는 것을 증명함으로써 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감의 관계를 파악하는 기초 자료가 되며, 남성들의 패션·뷰티 시장 발전에 기여하는 자료가 될 수 있기를 기대한다.

# 목 차

## 논문개요

I. 서론 .....	1
II. 이론적 배경 .....	5
1. 남성의 외모관리행동 .....	5
2. 자아존중감 .....	16
3. 선행연구 .....	20
III. 연구방법 및 절차 .....	28
1. 연구문제 .....	28
2. 조사대상 .....	29
3. 측정도구 .....	29
4. 자료분석 .....	31
IV. 연구결과 및 논의 .....	33
1. 조사대상의 인구통계학적 특성 .....	33
2. 외모관리행동과 자아존중감에 대한 요인분석 .....	35
3. 인구통계학적으로 변인에 따른 외모관리행동 .....	41
4. 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감의 상관관계 .....	43
5. 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향 .....	45
6. 인구통계학적 변수의 매개효과 분석 .....	48
V. 결론 및 제언 .....	53

## 참고문헌

## ABSTRACT

## 부록

## 표 목 차

<표 1> 외모관리행동에 관한 선행연구 .....	23
<표 2> 자아존중감에 관한 선행연구 .....	27
<표 3> 조사대상 .....	29
<표 4> 설문지의 구성 .....	31
<표 5> 연구대상자의 인구통계학적 변인 분포 .....	34
<표 6> 외모관리행동의 요인분석 .....	38
<표 7> 자아존중감의 요인분석 .....	40
<표 8> 인구통계학적 변인에 따른 외모관리행동의 차이 .....	42
<표 9> 외모관리행동과 자아존중감간의 상관관계분석 .....	44
<표 10> 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향 .....	46
<표 11> 외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향 .....	47
<표 12> 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향에서의 인구통계학적 변수의 매개효과 .....	50
<표 13> 외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향에서의 인구통계학적 변수의 매개효과 .....	52

# I. 서 론

## 1. 연구의 필요성

현대 사회는 사회·경제적 변화와 각종 미디어의 영향으로 급격하게 발전하고 있다. 이로 인해 삶의 질의 향상과 대중적 관심이 외모에 집중되고 있으며 외모는 개인적인 차원을 넘어 타인과의 상호관계를 통해 사회·문화적 형상으로 보여지고 있다. 사람의 외적인 아름다움을 지향하는 사회적 분위기가 외모지상주의로 이어져 개인의 경쟁력으로까지 여겨지고 있는 만큼 외모에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이러한 외모지상주의로 인해 현대인들은 다이어트, 성형 등 미용관련 분야에 관심이 쏠린다. 대중매체, 가족, 지인 등과 같은 사회적 요인들이 외모에 대한 평가로 이어지기 때문에 자신의 외모에 대한 태도는 신체적, 정신적, 물리적으로 시간과 돈을 투자하는 노력들이 지속되고 있는 추세이다.

외모는 한 개인의 첫인상을 차지하는 중요한 외적 정보이며, 대인관계에도 지대한 영향력을 행사하는 만큼 비중이 매우 크다. 이러한 현상으로 인해 남성들도 외모에 대한 욕구가 증가함에 따라 패션과 미용에 투자하는 그룹핑족, 노무족, 여미족 등 신조어가 등장하고 있다(조선비즈, 검색일: 2016. 11. 6).

남성들은 여성들 못지않게 자신의 외모에 관심을 가지고 있을 뿐만 아니라 체중, 체형, 헤어, 피부, 성형, 화장, 의복관리 등의 외모관리를 통해 자신의 외모를 향상시키는 것으로 밝혀졌으며, 중년들의 외모관리행동에 영향을 미치는 심리적 요인, 신체 만족도가 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다(조영미, 2009).

신체외모는 자신에 대한 타인의 평가에 있어서 매우 중요한 요소가 되기 때문에 대부분의 사람들은 외모가 중요하다고 인식하고 있으며, 남녀 모두 신체외모에 대해 긍정적일수록 신체적 자아존중감과 전체 자아존중감이 높았으며, 외모가 사회적 능력을 평가하는 한 요소로 작용하여 남성들도 예전과 달리 다양한 외모관리행동을 보이고 있다(이시원, 2004, 박수진, 2006).

자아존중감은 개인의 가치와 자기수용정도를 포함하는 자기평가이며, 사회활동과 더불어 대인관계가 증가함에 따라 높은 수준을 유지해야만 원만한 관계가 이루어 질 수 있다. 외모관리에 속하는 화장, 신체이미지, 의복, 성형 및 외모관리행동과 관련된 선행연구들을 살펴보면 남성의 미용성형수술에 영향을 미치는 심리적 변인에 관한 연구(최미혜, 2010), 남자대학생의 신체이미지와 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향에 관한 연구(안채리, 2011), 20~30대 남성 패션 커뮤니티 회원들의 외모관리 및 의복 구매행동에 관한 연구(박미리, 2013)의 연구가 있다.

이러한 선행연구들을 볼 때 신체이미지, 의복, 화장의 외모관리행동과 심리에 관한 연구는 많으나 20~30대의 외모관리행동의 연구는 부족한 실정이다. 본 연구자는 남성의 20, 30대 연령대의 외모관리행동을 연구하고자 한다.

남성 외모 관련 시장의 급성장은 특정 계층의 남성들에 의해 이루어진 것이 아니라 20, 30대의 젊은 남성들을 주축으로 시작되어 이제는 전 연령층으로 확산되었다(박수진, 박길순, 2008). 특히 사회생활을 시작하게 되면서 화장품, 패션 산업뿐만 아니라 다이어트, 및 몸매관리 산업에서 남성 소비자가 주목받고 있다. 20~30대 남성들은 취업, 결혼, 이성문제 등 이전에 경험하지 못한 다양한 심리적 변화를 겪으며 외모의 중요성을 인식하고 주체적인 소비행동으로 외모관리를 하여 타인과의 비교, 자아 만족 등 얼굴과 신체적 외모의 아름다움이 중요해짐에 따라 20~30대 남성의 외모관리행동을

유발하는 근본적인 이유에 대해 깊이 연구할 필요가 있다.

따라서, 본 연구의 20~30대 남성의 외모관리행동 대한 연구는 남성 소비행동의 특성을 파악하는데 도움이 될 것이다.

본 연구는 20~30대 남성을 대상으로 외모관리행동이 자아존중감에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 이를 통해 남성들의 외모관리행동의 특성을 파악하여 자아존중감에 영향관계의 기초자료를 제시하고 더 나아가 남성들의 패션·뷰티 산업에 기여 하고자 하는데 의의가 있다.

## 2. 연구의 목적

본 연구는 남성을 대상으로 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 알아보는데 그 목적이 있다.

본 연구의 구체적 목적은 다음과 같다.

첫째, 20~30대 남성의 인구통계학적 특성을 알아본다.

둘째, 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감의 차원을 알아본다.

셋째, 인구통계학적 변인에 따른 외모관리행동을 알아본다.

넷째, 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감의 상관관계를 알아본다.

다섯째, 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향관계를 알아본다.

여섯째, 20~30대 남성의 인구통계학적 변수의 매개효과 분석을 알아본다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. 남성의 외모관리행동

#### 1) 남성의 외모관리

외모(Apppearance)의 사전적 정의는 겉으로 나타난 모습(네이버 국어사전, <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=28336500> 검색일: 2017. 3. 21.)이며, 다른 사람을 지각할 때 사용되는 단서로 체격, 얼굴모습, 화장, 의복, 악세사리, 건강상태, 체취 등의 신체에 의해 변형되는 총체적 합성 이미지를 말하는 것으로(박수진, 박길순, 2008), 신체 전체의 모습을 의미한다.

외모는 타인에 의해 가장 쉽게 얻을 수 있는 정보이며 사회적 고정관념의 주요한 원천으로 사회적 평가의 기초로 사용되는 사회적 단서라고 볼 수 있다(정혜정, 이유리, 2011).

인간은 끊임없이 변화하는 사회적 미의 기준 속에서 자신의 신체 이미지를 지각하고 자신의 신체에 불만족스러운 부분을 극복하고자 노력하여 타인에게 자신의 정체성 및 가치를 표현하는 수단으로 외모관리행동을 필요로 한다(장혜윤, 2014, pp.5~6).

오늘날 현대인들은 타인에게 자신을 좋은 이미지로 전달하기 위한 수단으로 다양한 외모관리행동을 하고 자신의 이상적 외모를 갖기 위해 많은 노력을 기울이고 있으며, 남성과 여성을 구분하여 논하기 어려울 만큼 외모관리에 대한 과감한 투자가 이루어지고 있다(이시원, 2004).

일반적으로 외모관리는 전통적으로 여성의 영역이자 전유물로 여겨져 왔으며 그에 따른 여성을 타깃으로 미용과 패션, 성형, 다이어트 등은 시대적 트렌드와 더불어 성장하였다. 하지만 최근 외모지상주의의 확대와 함께 시

대적·사회문화적 변화의 양상에 따라 남성들의 외모관리현상이 적극적으로 이루어지고 있다(박미리, 2013, pp.5~7). 이는 사람의 신체 외모에 근거하여 개인의 가치를 판단하는 사회적 흐름이 여성뿐만 아니라 남성들에게도 자연스럽게 수용되었으며 자신의 몸을 가꾸고 치장하는 외모관리행동이 더 이상 여성다움과 남성다움을 구분하는 행위의 지표가 아닌 사회적 경쟁력 강화를 위한 필수 사항 중 하나가 되었음을 의미한다(임인숙, 2005).

현대의 남성들은 아름다운 외모에 관심을 돌리게 되었으며, 사회가 남성들에게 부과하는 사회문화적 미적기준과 규범을 수용하여 이에 적합한 외모를 위한 많은 노력을 기울이는 것이 자연스러운 것이 된 것이다(최지성, 2002).

Hakim(2011)은 개인의 외모나 멋진 옷 등을 포함한 사람의 매력자본이 취직, 승진, 연봉 등에 큰 영향을 미친다고 하였으며 이에 따라 남성들의 사회 속에서도 외모의 중요성이 부각되고 있다. 최근 남성들의 외모에 대한 관심이 높아지면서 그루밍 족이 등장하였다. 그루밍이란 자기 자신을 가꾸는데 투자하는 행위를 뜻하며 외모를 경쟁력으로 생각하는 남성들의 패션, 뷰티, 성형, 면도, 다이어트 등 여성의 뷰티(Beauty)에 해당하는 남성의 미용용어로, 외모를 가꾸기 위한 행동을 하는 사람들을 말한다(김철순, 박미란, 2014).

또한, 여성성에 대해 개방적인 남성을 일컫는 메트로섹슈얼(Metrosexual), 크로스섹슈얼(Crosssexual)등의 용어가 지속적으로 등장하고 있으며 남성들의 외모에 대한 사회·문화적 변화가 일어나고 있다(성영신, 박은아, 2009, pp.80~269).

메트로섹슈얼이란 용어는 메트로(Metro)는 ‘도시의’ 라는 의미이며, 섹슈얼(Sexual)은 ‘호모섹슈얼’(Homosexual; 동성애자)이라는 단어에서 나온 말이다(우지영, 2005).

메트로섹슈얼은 도시권에 사는 동성애자들과 외모 면에서 구별이 안 될 정도로 외모를 관리하는 남성을 말하며 최근 들어서 패션 경향을 의미하는 용어로 발전하였다(구소희, 2011, pp.8~17). 이러한 용어들의 등장으로 남성들의 외모관리는 시대와 사회의 경쟁력을 갖추는 중요한 요소이며, 남성들의 미적 가치관에 대한 기준이 변화된 것이다.

1970년대 후반과 1980년대를 기점으로 공작혁명을 거치면서 남성의 신체 이미지에 많은 변화가 있어 여성적인 이미지가 도입되기 시작하였다(홍금희, 2007). 과거의 남성들의 이미지는 생물학적 성에 근거한 매커니즘 이었다면 2000년대에 들어오면서 남성의 이상적인 신체 이미지는 보는 대상, 또는 보여주는 입장으로 여성들도 남자들의 신체를 관찰하는 모습으로 자연스럽게 변화하였다(김윤, 2006).

이것은 아름다움에 대한 가치와 이상적 신체상을 구현하기 위한 다양한 외모관리행동에 있어 성별의 격차가 줄어들고 있음을 의미한다(Aubrey, 2006).

남성들의 외모관리는 여성과 달리 사회적 지위추구 성향이 높으며 여성에게 어필, 타인의 시선과 취업의 성공 등을 위해 외모관리를 하는 것으로 나타났다(우지영, 2005).

이를 반영하듯 남성들의 외모관리는 점차 구체적이고 적극적으로 변화하는 추세이다. 최근 남성전용 미용샵과 바버숍이 서울의 핫 플레이스로 자리 잡았다. 70년대 이발소를 현대적으로 재현하여 여성의 전유물로만 여겨졌던 미용실과 다르게 남성취향을 적극적으로 반영하여 고풍스럽고 세련된 분위기의 인테리어와 손재주 좋고 개성 넘치는 스타일의 남자 바버(이발사의 영어식 표현)들이 남성들을 사로잡고 있다(서울신문, 검색일: 2017. 03 .27.). 이러한 현상은 외모관리가 남성에게 중요한 부분이며 사회적 욕구를 적극적으로 반영하는 태도로 보여지고 있다.

최근 매스미디어를 통한 드라마, 영화, 뷰티, 패션 등 다양한 정보를 제공하

는 매체를 통해 외모에 대한 기준이 변화 하면서 외모는 타고난 것이 아니며 만들어 지는 것이라는 인식이 남성들의 삶에 가치와 질을 연결시키는 중요한 문화로 자리 잡고 있다. 이와 같이 남성의 외모에 대한 인식은 사회적 상황에 따라 지속적으로 변화하고 있으며, 외모는 타고난 것이 아니라 만들어진다는 것이 남성들의 사회 속에 형성되고 있음을 알 수 있었다.

## 2) 남성의 외모관리행동의 유형

한국 사회에서는 외모지향주의에 따른 외모관리행동이 중요한 사회적 문화로 자리 잡고 있으며, 과거와 달리 남성들도 외모에 적극적인 관심으로 외모관리를 하는 남성들이 증가하게 되었다. 적절한 외모관리는 그 사람의 일에 대한 능력, 원만한 대인관계, 믿음 등을 통해 긍정적인 평가로 연결되어 경쟁 사회 속에서 자신을 알리는 표현 방법이라고 볼 수 있다(박수진, 2006).

이러한 현상으로 2000년대 이후부터 남성들의 외모관리행동이 급증하면서 남성들의 외모관리행동에 영향을 미치는 요인들에 대한 연구가 시작되었고 외모관리행동에 동기를 살펴본 연구 결과가 나왔다.

이에 따른 선행연구를 살펴보면, 구양숙(2010)은 연령에 따른 남성들의 외모관리행동 및 동기에 관한 연구에서 유행개성추구, 사회성 추구, 관심유도의 3개 요인을 추출하였으며 연령에 따라 추구하는 외모관리행동과 동기, 그리고 구매행동의 상이함을 주장하였다. 또한 사회에서 자신의 지위를 인정받고자 하는 욕구가 강한 남성일수록 외모지향적인 태도가 높다고 하였다(박미리, 2013, p. 8).

김민정(2011)은 미혼 직장남성 소비자의 외모가치와 외모소비행동의 연구에서 20~30대 미혼 남성의 라이프스타일 유형, 외모가치 및 외모관리 소비 행동, 그에 대한 특성을 연구한 결과 외모지상주의적 외모가치를 가지고 있을수

록, 나이가 어릴수록 외모소비행동을 하는 것으로 나타났다.

유창조, 정혜은(2002)은 10대에서 30대까지의 남성 12명을 심층 면접하여 치장행위 동기를 밝혀냈는데, 그 결과 외모관리의 동기로 일상생활으로부터의 탈출, 새로움의 추구, 변화에 대한 포용력, 자유로움, 자신감, 자신만의 전율 등의 자기 내향적인 동기들이 있음을 밝혔다. 또한 과거사회에서 암묵적으로 부여되었던 성의 역할 개념이 무너지면서 남성의 외모관리행동이 심리적 내적 동기와 타인 중심의 외적 동기를 통해 이루어진다고 설명하였다.

남성들의 외모관리는 의복을 이용한 외모관리와 일반적인 체형관리에서 미용성형, 화장품, 피부 관리 등으로 확대되었다.

본 연구는 외모관리행동의 유형을 화장관리, 피부관리, 의복관리, 성형관리, 헤어·스타일관리, 체형·몸매관리로 구분하였다.

#### (1) 화장관리

화장은 “화장품을 바르고 문질러 곱게 꾸미는 행위”로 정의되며(국립국어원 표준어 국어대사전, <http://stdwed2.korean.go.kr/search/View.jsp> 검색일: 2017. 3. 23.), 현대의 메이크업 이라는 용어로 쓰인다.

화장의 기원은 주술적 의미와 타인에게 아름답게 보이게 하기 위한 욕망, 신체적, 정신적 보호차원에서 시작된 것으로 추측되며, 상대방에게 전달하는 도구이자 유행의 변화에 가장 민감한 비언어적 의사 전달의 수단으로 타인과의 상호 작용에 의한 외모나 표정, 얼굴모양, 몸짓, 행위 이상으로 성의 표현 기능에 있어 그 비중이 매우 크다(이화순, 1992).

화장은 자기 평가 및 자신과 타인의 관계에 다양한 변화를 주고 자신의 공동 이미지를 통제할 수 있으며, 신체적 보완과 이미지를 부각시키는 등 자신의 이미지에 변화를 준다(Cox, 1986).

최근 남성들은 호감 가는 외모를 유지하는 것이 자신감에 도움이 된다고 인

식하여 피부를 보호하는 기능성 화장품 사용뿐만 아니라 잡티를 가려주는 미백, 주름 완화에 도움을 주는 제품과 그 이상의 색조화장품 사용빈도수가 늘어가고 있다(권순분, 2004).

화장은 일종의 감정의 정화기능을 하며 대인관계에서 동기유발 및 만족감과 자신감을 불러일으킨다. 화장의 효과에 기대하는 정도가 높을수록 자신의 화장 후 이미지를 보다 긍정적으로 지각하는 경향이 있어 화장의 심리적 효과에 대한 기대감이 다름에 따라 화장 후 이미지를 다르게 지각하여 매력적인 사람은 자기 자신을 보다 높이 평가하며, 매력적이지 않은 사람은 자기평가를 낮게 한다. 이는 자기평가와 화장의 외적 매력이 상관관계를 가지고 있다고 볼 수 있다(이화순, 황춘섭, 2002).

이러한 외모관리는 정보화시대를 맞이하면서 사회적으로 남성의 여성화가 보편화됨에 따라 남성의 미의식이 높아지고 있는 현상으로 남성 피부를 집중적으로 연구한 남성을 위한 다양하고 세분화된 화장품 시장의 변화를 가져왔다(정윤희, 2007, p. 28).

## (2) 피부 관리

얼굴은 사회적인 인상을 형성하는 중요한 요소이며, 자신의 매력을 향상시키고 사회적 기준이나 타인과의 관계에 민감하여 자신의 특징을 선명하게 파악되는 것으로 연결되므로 피부 관리에 대한 관심은 남녀를 불문하고 점차적으로 늘어가는 추세이다(전용민, 2003).

피부 관리는 산업사회가 발달하면서 신체의 내적인 건강뿐만 아니라 외적인 건강과 아름다움에 대한 기대와 욕구가 강해지고 있으며 남성들에게도 피부에 대한 관심도가 높아지고 있다(전종국, 2008, p. 13).

김희진(2000)은 건강한 피부 관리는 젊음을 유지하고 건강생활 양식의 한 방법으로 노화를 예방하게 되어 자아의 이미지나 자아태도를 깨우쳐 심리적

자기성취, 자기실현을 충족시키는 방법과 삶의 만족감을 느끼게 해주는 요인이며 대인관계에서 지지를 받고 스트레스, 환경에서 오는 피부트러블로 벗어나게 함으로써 긍정적인 효과를 준다고 하였다. 이에 따라 남성들은 근본적인 피부개선을 위해 스킨케어, 여드름치료, 각질관리, 안면경락 등 전문적인 관리를 받기 위해 에스테틱, 피부과의 방문율이 증가 하고 있다(강순애, 2013).

남성들의 화장품은 스킨, 로션의 기초제품이 전부였던 화장품소비행동이 자외선 차단제, 핸드크림, 미백크림, 에센스, 팩 등 기능성 화장품의 사용 빈도율도 높아지고 있다. 또한 남성들의 아름다움에 대한 기대와 욕구가 강해지면서 경제적 수준의 향상과 더불어 남성의 피부 관리도 중요한 외모관리행동으로 보여 지고 있다(전종국, 2008)

### (3) 의복관리

현대의 남성들은 자신의 개성과 자아를 표현하거나 타인의 인정을 받기 위하여 패션 및 뷰티 관련 상품들을 적극적으로 사용하고 있다. 특히 남성들은 의복을 통한 외모관리가 두드러지고 있다(안미나, 2016).

뷰티산업과 패션산업에서는 남성과 소비자의 합성어인 맨슈머(Mensumer)라는 신조어가 등장하였으며, 남성 소비자들이 여성을 능가하는 소비주체로서 산업 전반에 등장하게 되었다. 여성이 대부분이었던 소비재 상품의 비율에서 남성 소비자의 중요성이 커지고 있음을 알 수 있다(박미리, 2013 p. 6).

남성의 의복행동은 인터넷 정보기술의 발달로 의류나 패션관련 제품의 기능성과 경제성이 우선시 되는 다른 제품군과 달리, 제품의 심미성이 제품 구매 및 선택에 있어 중요한 요인으로 작용한다는 점에서 온라인 패션 커뮤니티의 발달을 가져왔고 소비행동 선택의 폭도 넓어졌다(김주경, 2012).

패션과 화장품업계는 최근 몇 년 동안 자신의 외모에 투자하는 그루밍족이 늘면서 남성상품의 매출이 증가하였으며, 가족 중심의 쇼핑성향보다는 자기

자신을 위한 가치 소비를 추구하는 트렌드가 반영되어 남성들의 패션시장에 변화가 이루어지고 있다. 이러한 현상은 30대 남성들이 결혼을 미루면서 나타나는 것으로 보인다고 하였다(국제신문, 검색일: 2017. 4. 17).

또한, 디지털 세대의 남성들은 이미 인터넷에 친숙하고 온라인상의 정보를 공유하면서 최신 트렌드를 받아들여 자신만의 문화로 남성시장의 패션을 주도하고 있으며, 앞으로 이들의 소비시장은 더욱 확대되어 나갈 것이다(정윤희, 2007, p. 24).

#### (4) 성형관리

성형은 외과적 수단으로 신체의 어떤 부분을 고치거나 만드는 것이며(국립국어원 표준어 국어대사전, <http://stdwed2.kotean.go.kr/search/View.jsp> 검색일: 2017. 3. 25.) 성형수술은 인체의 부분 손상이나 기형, 변형된 신체구조를 교정하는 외과적인 수술을 의미한다(영한 의학사전, 1990).

과거에는 쾌남, 마초맨, 터프가이 등의 단어들로 표현되는 남성들이 인기였다면 요즘은 남성들도 여성처럼 곱고 세련되며 부드러운 이미지가 트렌드로 거듭나고 있다. 꽃미남, 훈남, 메트로섹슈얼, 그루밍 족 등 부드러운 얼굴선을 자랑하는 남성들이 주목받고 있다(이주미, 2016).

조슬기(2006)는 성형수술이 신체의 매력을 증가시키는 수단인 동시에 근본적인 외모를 향상시키고, 긍정적인 심리변화를 가져오는데 많은 도움을 준다고 하였다. 또한 미용을 위한 성형은 단순히 외모를 변화시키는 의료행위라는 인식보다 환자의 미래를 개선하는 삶의 치료라고 보는 경향이 강해졌다(엄현신, 2007).

성형은 수술 후 긍정적으로 변화된 외모와 인간관계향상에 도움을 주며 자아존중감 향상과 우울증과 불안의 감소에 영향을 준다. 또한 남자들에게 외모 관리행동은 자신의 이미지 관리를 위해 중요한 생활문화가 되어가고 있다(이

하나, 2016, p. 13).

이러한 현상은 각종 미디어를 통한 연예인의 영향으로 볼 수 있으며, 남성들의 미적 가치관이 변화하였다는 것을 알 수 있다. 남성은 성형을 통해 신체 외모를 향상시키기 위한 효과적인 외모관리수단으로 현대사회에서 요구하는 단정한 이미지를 표현함과 동시에 경쟁사회 속에서 성형이나 메이크업을 통한 이미지 메이킹에 관심을 갖게 된다(정영희, 2008).

#### (5) 헤어·스타일관리

헤어는 얼굴의 매력성향과 패션완성도에 영향을 미치는 중요한 요소이며 인상과 이미지를 변화시키는 수단으로 시대, 민족, 개인에 따라서 다양하게 발전하였으며, 인간의 아름다움을 추구하기 위한 수단이다(최수경, 2010). 이와 마찬가지로 헤어는 신체의 부분 중 얼굴과 가장 가까이 있는 부분으로 헤어스타일의 변화는 용이하다고 하였으며 신체외모를 나타내는 일반적인 양상으로 인상형성의 중요한 요소로서 개인의 정보를 전달해 줄 수 있는 상징적 역할을 한다(오인영, 2006).

이시원(2004)은 헤어스타일에 따라서 얼굴형 이미지가 다르게 지각되고, 개인의 취향에 따라 다양한 연출로 얼굴형에 맞추어 변화를 추구하는 경향이 강하여 헤어스타일은 외모에 영향을 주는 가장 큰 요인이라 밝혔다. 메트로섹슈얼 성향이 높은 남성일수록 헤어스타일에 대한 관심과 선호도가 높게 나타났으며 염색, 펴머 등 여러 가지 변화 요인들로 새로운 이미지 관리를 추구하는 방법이 되고 있다(오혜옥, 2007).

과거 남성들은 보수적인 짧은 머리와 짙고 어두운 헤어컬러를 선호하였다면, 현재 남성의 헤어스타일은 성의 규범에서 벗어나 여성화된 중성적인 신체 이미지를 조합함으로써 섹슈얼리티를 제시한다고 하여 변해가는 현대 패션에서 헤어스타일이 지니는 의미를 해석하였다(공차숙, 2008).

이렇듯 헤어스타일은 여러 가지 신체적 외모 중 하나이며, 젊은이들 사이에서 개성 표현의 수단이 되고, 매스미디어의 확산에 따른 급속한 유행의 계속적인 외모관리행동 요인으로 중요하게 자리매김하고 있다(박주비, 정옥임, 2004).

또한 헤어관련 행동은 말보다 훨씬 더 설득력 있게 메시지를 전달하는 수단으로 장식적인 역할 뿐만 아니라 사회적 커뮤니케이션과 대인관계, 자기자치의 표현의 수단으로 이미지 연출에 많은 영향과 긍정적인 삶의 의욕을 증진시키는 신체 이미지이다(김정숙, 2014).

스타일은 “복식이나 머리 따위의 모양, 맵시” 등을 뜻한다(국립국어원 표준어대사전, [http://stdwed2.korean.go.kr/search/List\\_dic.jsp](http://stdwed2.korean.go.kr/search/List_dic.jsp) 검색일: 2017. 4. 1.).

현대의 외모관리는 패션, 뷰티 등 TV 미디어를 통해 연예인들의 새로운 유행을 이끌어가고 그들의 다양한 패션, 뷰티 스타일을 모방하며, 민감한 소비자들에게 영향을 미친다(박수연, 2014). 유행 선도자는 남들보다 먼저 새로운 스타일링과 제품을 구매하고 관심을 보이며 다른 사람에게 영향을 미친다(문희강, 추호정, 2008). 스타일관리는 개인의 기본 욕구성향과 타인의 의식을 통해 재화의 소비를 타인에게 보임으로써 만족을 느끼는 심리적인 현상이다.

현재 우리사회는 타고난 외모가 중요하지만, 대부분의 사람들은 신체를 더 아름답고 더 매력적으로 개선시키기 위해 화장을 하고, 헤어스타일로 멋을 내고 의복으로 몸치장을 하고 더 나아가 성형수술까지 한다(Cox, 1986).

과거에는 사람을 평가하는 기준이 성격이나 성품과 같은 내적요소를 중요하게 생각하였으나, 최근에는 외모를 중요시하는 경향이 증가함에 따라 대부분 각종 미디어 메시지를 인식하고 자신의 가치로 내면화하는 태도를 형성하며, 개인의 신체를 인식하는데 영향을 미친다(정미실, 2012).

#### (6) 체형·몸매관리

오늘날 인간은 평균수명이 늘어나고 건강한 삶에 대한 관심도가 높아져 건

강을 위한 체중관리가 필요하다는 인식이 높아지고 있다. 신체 매력에 대한 현대의 미의식은 날씬함과 마른체형의 몸매를 선호하여 성인과 아동에 이르기까지 사회 전반적인 관심사가 되었다(김현정, 2009).

체형·몸매관리의 연구에서는 고등학생들의 매스컴의 영향으로 날씬한 체형에 관심이 많아 체중조절에 관심이 높다고 하였으며, 청소년들이 연예인과 같은 날씬한 체격 및 체형에 대한 동경과 맹목적인 미의 추구를 위해 불규칙적인 식사와 약물을 오남용하고 있으며, 여학생들에게만 사용되어져 왔던 다이어트가 남학생들에게도 관심의 대상이 되고 있다고 하였다(최종철, 2003).

남자대학생의 신체외식 연구에서는 대체로 외모에 신경을 썼으며 자신이 뚱뚱하다고 생각하는 학생이 많았고 체형 보완을 위하여 운동을 한다고 응답하였다(김창현, 1999).

이렇듯 남성들은 자신에 대한 이상적 자기 이미지를 희망하고 자신이 어떻게 인식되고 싶은지에 대한 지각으로 개인이 동경하는 이미지를 형성하기 위해 체중감량, 운동 등을 통해 체형과 신체에 대해 많은 관심을 보이고 있다. 가장 효과적인 외모관리방법은 성별에 상관없이 체중조절을 가장 중요하게 생각하고 있으며, 과반수 정도는 체중조절을 시도한 경험이 있다고 하였다(류현주, 홍금희, 2001).

또한 남성들은 자신의 신체에 만족하지 못할수록 체중조절행동을 많이 하였고, 체중조절행동의 정도가 높을수록 의복만족도와 신체노출 의복행동의 정도가 낮게 나타났다(김현정, 2009, p. 32).

## 2. 자아존중감

### 1) 자아존중감의 개념

자아존중감(self-esteem)은 개인의 자기체계, 성격 및 행동을 이해하는 심리적 개념이며, 학자들에 따라 조금씩 다르게 정의되고 있다. 자아존중감은 일반적으로 사람들이 자신의 능력이나 태도, 판단, 감정 및 기대를 포함하는 개념으로 자기효능감(self-efficacy), 자아평가(self-evaluation), 자아만족(self-satisfaction), 자기수용(self-accept), 자아개념(self-concept) 등으로 사용되고 있으며(한미정, 2001, pp.35~39), 개인이 자신에 대한 긍정적·부정적 태도를 나타내며 자신이 능력 있고, 가치 있다고 느끼는 것에 대한 믿음이라고 정의하였다(Coopersmith, 1967).

Coopersmith(1967)는 자아존중감을 개인이 자신에 대해 형성하고 유지하려는 가치판단으로 규정 하였고, 자기가 중요하다고 생각하는 사람에 의해 사랑 받으며 인정받고 있다고 느끼는 중요도, 자기가 중요하다고 여기는 직업을 수행함에 있어서 성취의욕을 만족시킬 수 있는 능력, 도덕과 윤리적 규범을 달성한 정도를 뜻하는 미덕, 다른 사람에게 영향을 미치고 통제할 수 있는 능력의 정도를 영향력으로 구분하여 자아존중감의 기준을 정의하였다.

이는 대인관계에서 발생하는 나 자신을 높이 평가 하고 싶은 욕망과 타인이 나를 높게 평가해 주기를 바라는 욕망이 포함된 자신에 대한 하나의 심리적 양상이며, 자기 자신을 긍정적으로 존중하고 자신을 가치 있는 존재로 여기는 지에 대한 인지적, 평가적 수준을 수용하고 포함하는 것으로 정의된다(김미선, 2014).

자아존중감의 척도를 개발한 Rosenberg(1965)는 자아존중감이 높은 사람일 수록 자신의 단점을 인식하면서도 자신을 수용하고 용납하며, 자신에 대한 인

내력, 확신, 믿음, 타인에게 좋은 인상을 주는 능력과 사교성이 뛰어나며 대인 관계가 원만하다고 하였다. 자아존중감이 긍정적인 사람일수록 자신의 모든 생활이 가치 있고 보람 있다고 생각하면서 자신감을 갖고 행동하기 때문에 원만한 사회생활을 영위한다. 반면에 자아존중감이 낮은 사람은 자신의 단점을 거부하고 수용하지 않으며, 무가치 하며 스스로를 학대하고 자기 자신이 쓸모 없다고 생각하여 자기거부, 자기불만이 내재 되어 있어 자기비난을 하는 경향이 높다고 하였다. 따라서 자아존중감이 낮은 사람은 우울, 자살 등 사회적 문제로 언급되며, 자아존중감이 긍정적인 사람보다 4배 이상이나 불안정한 자아상을 가지고 있다(Rosenberg, 1965).

이러한 자아존중감은 인간의 행동을 이해하는 중요한 요소이고 개인의 행동, 동기, 감정, 성취 및 인간관계에 이르기까지 폭넓게 영향을 미치며, 개인이 느끼는 행복감에도 영향을 미치는 인간의 행동을 결정하는 심리적 변인이다(이진희, 2010). 따라서 자아존중감은 인간발달에 있어서도 자신과 타인에 대한 태도나 행동 특성에 영향을 미치는 요인이라 할 수 있으며, 궁극적인 행복감을 느끼기 위해서 높은 자아존중감은 필수적 요건이라 할 수 있다(주하나, 2015, p. 13).

## 2) 자아존중감의 특징

자아존중감의 역할은 개인의 특성을 결정짓고 설명하는데 가장 중요한 영향을 주는 요인이며, 자신을 하나의 특별한 개체로 이해하여 긍정적, 혹은 부정적 태도를 갖는 것과 자신이 얼마나 가치 있는 것으로 느끼는가에 대한 욕구 중 하나로 현대인들의 사회적 평가의 기초로 사용되는 사회적 단서이다(윤석주, 2014). 이에 따라 본 연구는 자아존중감의 중요성을 몇 가지 영역으로 구분하여 제시 하였다.

자아존중감형성에는 부모, 교사, 친구, 동료 등과의 대인관계 속에서 타인의 반응과 평가가 중요한 영향을 미친다고 하였다. 이는 사회적 성공으로 이어지며, 개인이 가지는 성공 경험과 자신이 속한 집단 내에서 차지하는 지위를 의미한다. 자아존중감은 성공, 명성, 평판, 위신 등 개인의 지위에 내려진 사회적 평가에 영향을 주며 타인의 배려, 존경 및 대우 등 자신을 수용하는 정도에 따라 자아존중감에 영향을 준다(정성일, 2014, pp.17~18).

김반야(2015)의 연구에서는 자아존중감이 높을수록 사회 유능성이 높은 것으로 나타났으며, 정서표현 및 이해도가 높고 대인불안은 낮은 것으로 나타났다. 타인과의 대립이나 갈등은 거절과 같은 부정적인 상황에 처했을 때 자아존중감이 높은 사람일수록 자신에게 도움이 되도록 긍정적으로 수용한다. 반면 자아존중감이 낮은 사람은 타인의 행동에 민감하게 반응하며, 자신에게 처한 상황을 부정적으로 해석한다. 이렇듯 자아존중감은 사회적 행동을 결정하게 하는 중심특성으로 어떻게 형성되었는가에 따라 사회 적응에 많은 차이를 보이고, 개인이 자신에 대한 전반적인 평가를 통해 삶의 질을 결정하는데 있어서 매우 중요한 요소이다(박미순, 2011, p. 17).

자신감, 자기주장 및 개방적인 자기표현력 발달은 자아존중감에 영향을 준다. 자아존중감이 높은 사람은 자신감이 있고 자기표현이 분명하며, 적극적으로 참여한다(Coopresmith, 1967). 이는 자아존중감이 높은 사람일수록 지속적인 자기 발전을 위해 노력하며, 균형 잡힌 시각을 바탕으로 건강하고 긍정적인 자기주장으로 확신을 갖고 살아간다고 하였다. 또한, 자신을 가치 있고, 자기 자신의 행동에 대한 자신감으로 자신에 대해 좋은 감정을 가지고 있다고 하였다(박성호, 2001). 류부열(2007)은 자아존중감이 높은 사람은 표현력이나 태도 등에서 자신감과 확신을 갖고 도전하고 개방적이고 수용적이며, 책임감이 강한 태도를 보인다고 하였다.

긍정적인 삶의 태도는 심리적인 건강에 영향을 준다. 자아존중감이 낮으면

자신을 쓸모없는 존재라고 생각하기 때문에 스스로를 확대하고 열등감을 지니게 되므로 심리 상태가 부정적이며(고영준, 2008), 외부에 민감하여 늘 실패를 예견하고 자신의 잠재능력을 개발하기가 어렵다고 보았다(김정숙, 2008).

자아존중감이 높은 사람은 적절한 목표설정과 어려운 상황을 성공적으로 대처하는 능력이 있으며, 스스로에 대해 만족하게 생각하고 자기 자신의 행동에 대한 결과를 관찰하는 동안 생긴 것으로써 적응력과 현실대처능력에 직접적인 영향을 준다(윤희봉, 2003).

자아존중감은 개인의 주체성에 영향을 준다. 즉, 자아존중감이 높은 사람은 자신의 삶을 통제할 수 있는 능력이 있다고 생각하고 자기 확신이 강하고 주체적인 경향을 보이며, 독립적으로 행동한다고 하였다(한진원, 2011, p. 45).

송인섭(1995)은 자아존중감이 높은 사람일수록 경험에 대해 개방적 이어서 다양한 감정과 태도들을 자유로운 경험을 통해 자신의 미래는 자기 자신에 의해 결정된다고 믿는다고 하였다. 이렇듯 자아존중감은 자신을 가치 있는 존재로 인식하는 근원적인 힘이며, 삶의 질을 높이고 자아실현을 도모하는데 있어 매우 중요한 인성적 특징으로 도전과 창조적인 사고에 영향을 미친다.(한진원, 2011, p. 46).

신체는 자신감과 지배력을 향상시키는 매개체로 자아실현을 위한 개인적 자산으로 인식되며, 개인적인 만족 또는 사회적인 성공에서 중요한 영향을 미친다(황윤정, 2007). 자아존중감은 자신의 신체에 대한 자신의 감정이 비슷하므로 신체 외모에 만족하면 자아존중감이 높고 자아존중감이 높은 사람은 자아에 대한 만족도가 높으며, 외모에 대한 만족도 높다고 하였다(전경란, 2002).

이상에서 볼 때 자아존중감은 자신에 대한, 긍정적·부정적인 자기평가와 개인의 자기 자신을 가치 있는 존재로 믿는 믿음이며 대인관계, 사회 유능성, 자신감, 자기주장, 주체성, 자기 표현력, 심리적 건강, 도전과 창조적인 사고 등을 비롯하여 신체 외모에 대한 자신의 자아존중감과 밀접한 관련이 있는 심리

적 요인이다.

또한, 본 연구는 자아존중감을 부정적 자아존중감과 긍정적 자아존중감을 구분하여 연구하였다.

### 3. 선행연구

#### 1) 외모관리행동의 선행연구

외모관리행동의 선행연구를 살펴보면, 정유경(2006)은 20~30대 남성들의 체중조절실태는 외관상의 이유로 체중을 감소하는데 중점을 두는 것으로 나타났으며 현재 남성들이 갖고 있는 외모에 대한 인식이 여성들과 마찬가지로 날씬함에 대한 강박관념을 지니고 있음을 알 수 있다. 체중조절 경험에 따른 외모관리행동은 체중조절 경험이 있는 집단이 외모행동인식요인과 의복행동요인에서 집단 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 20~30대 남성들의 신체구조와 특성에 직접적으로 관련된 신체적 자아는 개인에 의하여 인지된 자아의 신체적 특성과 신체에 대한 언급이 체중조절 경험집단에서 크게 인지되어 나타났다.

박혜란(2007)의 20~30대 외모관련유형화와 관련 연구에서는 적극적으로 외모를 관리하는 집단일수록 유행을 선도하고, 브랜드를 선호하며 실용적이면서 의복에도 관심이 많은 것으로 나타났다. 또한 외모관리에 적극적인 남성일수록 자아존중감이 높게 나타났다. 이는 스스로를 가치 있게 생각하고 존중하는 태도이며 자신의 외모가 곧 경쟁력이라는 생각으로 자신을 위해 투자하는 행동으로 보여진다.

20대 남성소비자의 외모관리행동에 따른 의복쇼핑성향, VMD평가, 점포구매

행동 연구에서는 외모관리 집단에 따른 의복쇼핑성향 요인간의 차이를 알아본 결과 쾌락적, 독자적, 경제적 요인에서 유의한 차이를 나타냈으며 쾌락적 쇼핑성향 요인은 일상적 외모관리 집단과 의복관리, 체중관심 집단이 소극적 외모관리 집단보다 유행추구성향이 높은 것으로 나타났다(서민아, 2009).

남자대학생의 신체이미지와 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향을 살펴본 결과, 남자대학생이 가장 선호하는 외모관리행동은 패션관리행동과 헤어관리행동이었다. 외모지향 수준이 높아지면 헤어관리행동, 피부관리행동, 체형관리행동, 패션관리행동 및 미용성형관리행동이 향상되었고, 외모평가 수준이 높아지면 패션관리행동은 높아지는 것으로 나타났다. 또한 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향에서는 우월적 자아요인과 열등적 자아요인 모두 외모관리행동에 유의한 영향이 있는 것으로 나타났으며 우월적 자아요인의 수준이 증가하면 헤어관리행동, 피부관리행동, 체형관리행동 및 패션관리행동이 높아졌고 열등적 자아요인의 수준이 증가하면 피부관리행동, 체형관리행동이 높아지는 것으로 나타났다(안채리, 2011).

김혜균(2010)은 남성들의 외모관리를 위한 정보탐색을 연구한 결과, 20~30대 직장인 남성들의 외모관리행동을 위한 정보 수용 매체의 활용은 다양하였고, 남성들의 외모관리행동은 인간관계 형성과 유지에 긍정적인 영향을 준다고 하였다. 또한 외모는 비즈니스에서 경쟁력이 있다고 대다수 인식하였다. 그리고 남성들은 자주 스타일을 변화하는 경우는 연령이 낮을수록 외모가 비즈니스 경쟁력이 있다는 응답자 층에서 상대적으로 높았으며, 주로 TV CF를 통해 뷰티 트렌드 정보를 취득하였고, 다음으로 온라인 카페, 블로그, 잡지, 신문 순으로 나타났다.

20~40대 남성의 외모관리 기대가치에 따른 의복추구혜택과 영향요인의 연구를 살펴본 결과, 외모관리 기대가치의 경우 타인지향, 사회적 인정 추구, 업무성 기대가치가 가장 크게 나타났으며 의복추구혜택의 경우 직장 남성들은

효용성과 경제성을 중시하는 경향이 큰 것으로 나타났다. 남성들은 사회생활 및 일상생활 속에서 외모관리의 필요성을 느끼며 몸매관리에 가장 많은 관심을 보였다. 체중 증가를 막고 체력을 증진시키며 남성다운 몸매를 만들거나 옷맵시를 좋게 하기 위하여 적극적인 몸매관리를 하는 것으로 나타났다. 이렇듯 외모지상주의에 따라 타인을 평가하는 사회적 분위기와 직장생활에서 느끼는 외모관리의 중요성은 남성들의 외모관리에 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 남성들의 신체적 외모를 근거로 사람을 평가하는 한국사회는 자신의 업무 분야에서 인정받고 직업적으로 성공하기 위한 중요한 경쟁력으로 인식되어지고 있다(안미나, 2016).

이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구는 외모관리행동의 요인으로 남성들의 화장관리, 피부관리, 의복관리, 성형관리, 헤어·스타일관리, 체형·몸매관리를 구분하여 연구하고자 한다. <표 1> 은 외모관리행동의 요인별 선행연구를 정리한 표이다.

<표 1> 외모관리행동에 관한 선행연구

연구자	연구 제목	외모관리행동 의 요인	본 연구자의 요인
정유경 (2006)	20~30대 남성들의 체질량지수와 체중조절 실태에 따른 외모관리행동 및 신체 이미지에 관한 연구	의복행동, 유행관심행동, 머리손질행동, 피부관리행동	화장관리 피부관리 의복관리 성형관리 헤어·스타일관리 체형·몸매관리
박혜란 (2007)	20~30대 남성의 외모관리유형화와 관련 연구	패션, 몸매관리, 성형, 헤어, 피부 및 화장품	
서민아 (2009)	20대 남성소비자의 외모관리행동에 따른 의복쇼핑성향, VMD평가, 점포구매 행동	외모관심, 체중관심, 의복관리, 적극적관리, 일상적 관리	
안채리 (2011)	남자대학생의 신체이미지와 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향	헤어관리행동, 피부관리행동, 체형관리행동, 패션관리행동, 미용성형관리행동	
김혜균 (2013)	20~30대 직장인 남성들의 외모관리행동과 정보탐색에 관한 연구	헤어관리, 피부관리, 메이크업, 손발관리, 성형수술	
안미나 (2016)	20~40대 남성의 외모관리 기대가치에 따른 의복추구혜택과 영향요인-자아존중감, 사회적 체형불안의 중심으로	의복추구혜택, 외모관리기대가치, 사회적 체형불안	

## 2) 자아존중감의 선행연구

정윤희(2007)는 라이프스타일에 따른 자아개념은 외모의 중요성이 부각됨에 따라 이성이나 타인에게 매력적으로 보이기를 원하고 유행·즐거움 추구가 높은 집단은 물질적 풍요 속에서 상대적으로 자유분방하여 감각적이고 감성적이며, 자신의 내·외적인 변화를 추구한다고 하였다.

가치관의 선행연구를 살펴보면, 청소년의 자아존중감과 가치관의 관계의 연구에서는 부모의 양육태도가 비일관적이고 허용적이며 의사소통이 원활하지 못할 때 청소년 자녀의 물질주의 성향이 높았고, 부모가 자녀에게 애정이 많고 의사소통이 개방적으로 이루어질수록 자녀의 물질주의 성향이 낮았으며, 대체로 청소년의 자아존중감이 높을수록 물질주의 성향이 낮은 것으로 나타났다(김유연, 2000).

이윤희(2016)의 연구에서는 청소년의 자아존중감과 긍정가치관 교육을 연구한 결과 가치관을 정립하고 내면화하는 심리 상담교육 과정을 통해 자아존중감과 주관적 행복감의 증진에 영향이 있음을 알 수 있다. 이에 따른 자아존중감의 연구를 살펴본 결과, 인간의 삶에서 가치와 자아는 밀접한 관련이 있고, 개개인은 자기가 처한 삶의 본질을 실현시키는 것이다.

미용성형과 자아존중감의 관계를 살펴본 선행연구에는 미용성형수술을 하는 사람들에서의 자아존중감은 중요한 심리적 변인으로 미용성형을 원하는 여성 중 부정적인 신체이미지를 가진 대상자는 낮은 자아존중감을 갖는 유일한 상관관계가 있다고 하였다(이경희, 1992).

임소연(2000)은 미용성형수술을 받은 사람은 일반인에 비해 신체 이미지를 부정적으로 보고 자아존중감이 낮은 것으로 보고 있다.

대인관계의 선행연구를 살펴보면, 강미정(2014)은 간호 증재프로그램인 애니어그램 집단 프로그램 연구를 진행한 결과 자아존중감이 대인관계에 미치는

영향으로 정신질환자들이 자신을 이해하고 수용하는 과정을 통해 자아존중감이 증가되고 타인을 이해하려는 자세와 배려, 공감 등을 통해 대인관계가 증진 되었으며, 치료적 요소를 통해 대인관계 증진 및 전반적인 기능 향상에 도움이 된다고 주장하였다. 이는 자아존중감이 대인관계에 중요한 영향과 사회성에 대한 개인의 가치와도 영향이 있다.

이민선과 채규만(2012)의 연구에서는 자아존중감은 특정 정서를 느꼈을 때 긍정적이고 문제해결에 도움이 되는 사고로 전환하는 것을 잘하고 이러한 적응적 정서조절방략은 대인관계능력에 정적인 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 반면 자아존중감이 낮을수록 자신의 정서를 부정적이고 부적응적인 사고로 전환하는 부정적 영향을 미쳤다. 또한 자아존중감은 대인관계능력에 미치는 직접적인 영향력 역시 긍정적이고 통계적으로 유의하게 나타났다.

외모관리행동의 연구를 살펴보면, 노인의 자아존중감은 외모관리행동과 밀접한 관련이 있으며 퇴직 후 사회활동의 감소로 인한 여가시간을 활용하여 행복하고 풍요로운 생활을 영위하고 자아존중감 및 신체매력을 위해 외모관리행동에 적극적인 자세로 변화하고 있다고 하였다(이유중, 2010).

노년의 여성을 대상으로 한 김경희, 김도이, 최정순(2014)의 연구에서는 자아존중감이 높을수록 화장 후 생활자신감이 긍정적으로 나타났으며 화장 전보다 화장 후 대인관계가 긍정적이고 적극적으로 인식 되었으며, 타인지각 대인관계가 높을수록 자아존중감이 높은 것으로 나타났다.

삶의 질의 연구를 살펴보면, 박재성(2010)의 연구에서는 삶의 질은 자아존중감과 유의한 직접적 효과를 받고 있는 것으로 나타났다. 생활 체육동호인은 자아존중감을 높게 지각한 사람들이 삶의 질이 높게 나타났으며, 생활체육을 통해 동호인들은 신체능력을 긍정적인 자신의 생각을 가지고 자아존중감을 높게 지각하고 행복한 삶을 살 수 있도록 지지하면 삶의 질을 높일 수 있다고 하였다.

또한, 자아존중감과 삶의 질 간의 관계는 자아존중감의 하위요인인 긍정적 자아존중감은 신체적 건강관련 삶의 질, 부정적 자아존중감은 신체적 건강관련 삶의 질과 정신적 건강관련 삶의 질에 유의한 영향이 미치는 것으로 나타났다. 이는 신체적, 정신적 건강관련 삶의 질에 긍정적인 영향을 주는 심리적 잠재요인을 판단할 수 있다(박충배, 2011).

구매행동에 관한 선행연구를 살펴보면, 김현서(2012)의 연구에서는 자아존중감, 의류제품가격, 판매촉진유형이 인터넷 상의 의류 제품 충동구매 행동에 미치는 영향을 살펴본 결과 자아존중감이 높은 집단보다 낮은 집단이 충동구매 성향이 높은 것으로 나타났다. 이는 자아존중감이 낮은 소비자가 충동구매 성향이 높았으며, 자아존중감이 높거나 낮은 집단 모두가 가격이 저렴한 의류제품에 대한 충동구매를 더 많이 하는 것으로 나타났다.

이와 같은 자아존중감이 높은 사람과 자아존중감이 낮은 사람의 특성들과 관련하여 자아존중감은 다양한 사회적응 과정에서 위기, 시련, 역경 등을 겪을 때, 같은 상황에서 문제를 어떻게 받아들이고 대처할 수 있는가의 능력과 직결되어 있음을 알 수 있다. 한 개인에게 자신의 가치와 평가가 어떻게 잠재되어 있느냐에 따라 개인의 성취 및 정신적 건강에 긍정적 또는 부정적 영향을 끼칠 수 있으며, 개인과 사회의 모든 영역에서 긍정적 또는 부정적 영향을 미치는 심리적 근간을 이루는 중요한 요소임을 알 수 있다(윤석주, 2014, pp.17~19). <표 2>는 자아존중감의 선행연구를 정리한 표이다.

<표 2> 자아존중감에 관한 선행연구

연구자	연구 제목
이경희(1992)	미용성형수술을 원하는 여성의 신체상과 자아존중감에 관한 연구
김유연(2000)	가정환경 변인 및 청소년의 자아존중감과 가치관의 관계
임소연(2000)	미용성형수술환자와 일반인의 신체상과 자아존중감
정윤희(2007)	포스트 디지털 세대의 라이프스타일, 자아개념에 따른 패션 행동과 화장행동에 관한 연구
박재성(2010)	생활체육동호인의 운동참여동기, 운동몰입경험, 자아존중감 및 삶의 질 관계연구
이유중(2010)	노인의 자아존중감과 신체매력인지에 따른 외모관리행동에 관한 연구
박충배(2011)	건강증진프로그램에 참여하는 노인의 자기효능감 및 삶의 질에 미치는 효과
김현서(2012)	자아존중감, 의류제품의 가격, 판매촉진유형이 인터넷 상의 의류제품 충동구매에 미치는 영향
이민선·채규만(2012)	대학생의 자아존중감이 대인관계능력에 미치는 영향: 정서 조절방략의 매개효과
강미정(2014)	애니어그램 집단 프로그램이 정신질환자의 자아존중감, 대인관계 및 전반적 기능에 미치는 효과
김경희, 김도이, 최정순(2014)	화장이 노년여성의 자신감과 자아존중감 증진에 미치는 효과
이윤희(2016)	청소년 자아존중감과 행복감 증진을 위한 긍정 가치관 교육에 관한 연구

### Ⅲ. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구문제

본 연구에서는 20~30대 남성들을 대상으로 외모관리행동과 자아존중감의 영향관계에 대해 조사하고자 한다. 이를 위한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 20~30대 남성의 인구통계학적 특성을 살펴본다.

연구문제 2. 20~30대 남성의 외모관리행동 및 자아존중감의 차원을 알아본다.

연구문제 3. 인구통계학적 변인에 따른 외모관리행동을 알아본다.

연구문제 4. 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향 관계를 알아본다.

연구문제 5. 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향 관계를 알아본다.

연구문제 6. 20~30대 인구통계학적 변수의 매개효과 분석을 알아본다.

## 2. 조사대상

### 1) 조사대상

본 연구는 20~30대 남성을 대상으로 외모관리행동과 자아존중감과의 영향관계를 심층적으로 분석하기 위한 목적으로 진행되었다.

이에 따라 인터넷 설문을 이용하여 20~30대 남성을 대상으로 선정하였다.

설문기간은 2017년 2월 1일부터 2017년 2월 28일까지 약 한 달간에 걸쳐 총 300명을 대상으로 설문지를 배포하였으며, 총 300부의 설문지를 배포하여 295부가 회수되었다. 그 중 응답의 많은 부분이 누락된 설문지를 분석에 사용하기에는 불충분하다고 판단되어 5부의 설문지를 제외하고 최종연구 분석에 290부가 자료로 사용되었다. 조사대상을 정리한 것은 <표 3>과 같다.

<표 3> 조사대상

조사대상	20~30대 남성
자료수집	설문지기법
조사기간	2017년 2월 1일-2월 28일
배포 및 회수	-배포한 총 설문지: 300부
	-회수된 설문지: 295부
	-제외된 설문지: 5부
	-분석에 사용된 설문지: 290부

## 3. 측정도구

본 연구에서는 자료 수집을 위해 설문지 기법을 사용하였고, 설문지 문항

은 인구통계학적 특성, 외모관리행동, 자아존중감 등으로 구성되었다.

### 1) 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성에 대한 측정도구는 20~30대 남성을 대상으로 고등학교 졸업 이하부터 대학원 졸업이상까지의 학력, 직업 그리고 월수입으로 선행 연구들을 바탕으로 총 7문항으로 명목척도가 사용되었다.

### 2) 외모관리행동

외모관리행동은 Roach, M·E(1980)와 최미혜(2010), 정윤희(2007), 전종국(2008), 조선명(2000)의 연구에서 연구자의 목적에 따라 재구성하였고, 29문항으로 5점 리커트 척도를 사용하여 매우 그렇지 않다(1점), 그렇지 않다(2점), 보통이다(3점), 그렇다(4점), 매우그렇다(5점)로 하였다.

### 3) 자아존중감

자아존중감에 대한 설문은 Rosenberg(1965)가 개발한 자아존중감 척도(Rosenberg Self-Esteem)와 강미정(2014), 유영미(2015)의 연구에서 연구자의 목적에 따라 재구성하였으며, 자아존중감의 하위요인으로는 긍정적인 문항과 부정적인 문항을 포함한다. 각 문항은 17문항으로 5점 척도를 사용하여 매우 그렇지 않다(1점), 그렇지 않다(2점), 보통이다(3점), 그렇다(4점), 매우그렇다(5점)로 하였다. 설문지의 구성과 문항수를 정리한 것은 <표 4>와 같다.

<표 4> 설문지의 구성

변인	하위요인	문항 번호	문항수	출처	척도유형
외모 관리 행동	화장관리	I- 6, 19, 21, 26, 29	5	조선명(2000) 정윤희(2007) 전종국(2008) 최미혜(2010)	5점 리커트형 척도
	피부관리	I- 4, 8, 9, 23, 28	5		
	의복관리	I- 1, 2, 11, 12	4		
	성형관리	I- 7, 14, 22, 24, 27	5		
	헤어·스타일 관리	I- 3, 15, 17, 18, 20, 25	6		
	체형·몸매 관리	I- 5, 10, 13, 16	4		
자아 존중감	긍정적 자아존중감	II-1, 2, 4, 6, 7, 11, 13 14, 15, 17	10	강미정(2014)	
	부정적 자아존중감	II-3, 5, 8, 9, 10, 12, 16	7	유영미(2015)	
	인구통계학적특성	1~7	7	연구자	
총 문항 수			53		

#### 4. 자료 분석

본 연구에서는 자료 분석 방법으로 수집된 자료를 SPSS 23.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 순차적으로 분석하였다. 자료 분석에 사용된 통계 기법으로는 빈도분석(Frequency Analysis), 요인분석(Factor Analysis), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 상관분석(Correlation Analysis), 다중회귀분석(Multiple regression Analysis)이 실시되었다.

첫째, 조사대상의 인구통계학적 특성 및 외모관리비용 지출 실태에 대해 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 본 연구에서 사용된 측정항목에 대해 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 탐색적 요인분석(Factor Analysis)을 실시

하였다. 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감에 대한 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 하였다.

셋째, 본 연구에서는 앞서 제시한 각 항목변수의 상관관계를 검증하였고, 상관관계분석을 통하여 검증된 각 변수들의 인과관계를 검증하였다.

넷째, 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

다섯째, 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 데 있어 인구통계학적 변수가 매개역할을 하는지 매개효과분석을 실시하였다.

## IV. 연구결과 및 논의

### 1. 조사대상의 인구통계학적 특성

조사대상의 인구통계학적 특성에 대해 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과 <표 5>와 같다. 먼저 연령의 경우 25세 미만 47.2%, 25세 이상 35세 미만 24.8%, 35세 이상 27.9%로 25세 미만이 가장 높게 나타났다. 거주지는 서울 15.9%, 경기 69.7%, 지방 14.4%로 서울, 경기 지역이 대다수를 차지하고 있다. 전월에 지출한 평균 외모관리비용은 10만원 미만이 47.2%로 제일 많았으며, 10만원~20만원 미만 21.7%, 20만원~30만원 미만 11.0% 순으로 나타났으며, 30만원 이상 지출한다는 응답도 20%로 조사되었다. 학력은 대학 졸업이상이 41.4%로 가장 높게 나타났으며, 대학 재학 31.7%, 고졸 졸업 이하 26.9% 순으로 조사되었다. 직업의 경우 학생이 36.2%로 제일 많았으며, 전문직 17.2%, 서비스판매직 15.5%, 사무관리직 11% 순으로 조사되었다. 가정 전체한달 평균소득은 500만원 초과가 36.9%로 가장 많았으며, 300만원~400만원 19.0%, 400만원~500만원 13.8%, 200만원미만 17.6% 순으로 조사되었다. 결혼여부의 경우 미혼 73.1%, 기혼 26.9%로 미혼이 가장 높게 나타났다.

<표 5> 연구대상자의 인구통계학적 변인 분포

(N=290)

변인	항목	빈도(N)	백분율(%)
연령	25세 미만	137	47.2
	25세 이상 35세 미만	72	24.8
	35세 이상	81	27.9
거주지	서울	46	15.9
	경기	202	69.7
	지방	42	14.4
전월 지출 평균 외모관리 비용	10만원 미만	137	47.2
	10만원~20만원 미만	63	21.7
	20만원~30만원 미만	32	11.0
	30만원 이상	58	20
학력	고졸 졸업 이하	78	26.9
	대학 재학	92	31.7
	대학 졸업 이상	120	41.4
직업	전문직	50	17.2
	사무관리직	32	11
	서비스판매직	45	15.5
	학생	105	36.2
	기타	58	20
가정 전체 한달 평균소득	200만원 미만	51	17.6
	200만원~300만원	37	12.8
	300만원~400만원	55	19.0
	400만원~500만원	40	13.8
	500만원 초과	107	36.9
결혼여부	미혼	212	73.1
	기혼	78	26.9
전 체		290	100

## 2. 외모관리행동과 자아존중감에 대한 요인분석

본 연구에서 사용된 측정항목에 대해 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 탐색적 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 요인분석은 일련의 관측된 변수에 근거하여 직접 관측되지 않은 요인을 확인하기 위한 것으로 수많은 변수들을 적은 수의 몇 가지 요인으로 묶어줌으로써 그 내용을 단순화하는 것이 목적이다. 그러한 각 문항을 몇 가지 소수의 요인으로 묶어줌으로써 각 문항들이 동일한 개념을 측정 하는지, 곧 타당성이 있는지를 파악할 수 있다. 본 연구에서는 요인추출법으로 주성분법을 실시하였으며, 지정한 고유치 이상의 값을 갖는 요인만을 추출하였다. 요인회전과 관련하여 베리맥스 회전을 실시하였다. 베리맥스는 요인을 단순화하기 위한 방법으로 일반적으로 널리 사용되는 방법이다. 각 변수의 요인간 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량의 수용기준은 보통 .30이상이면 유의하다고 보지만 보다 엄격한 기준은 .50이상이다. 본 연구에서는 .50이상을 기준으로 선택하였다. 요인분석은 분석방법의 특성상 각 항목들 간의 상관관계가 높아야 하는데 KMO 측도와 Bartlett의 구형성 검정은 각 항목들 간의 상관행력을 확인함으로써 사용 항목들이 요인분석에 적합한 가를 나타내주는 방법이다. Kaise-Mayer-Olkin(KMO)는 변수쌍들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되어지는 정보를 나타내는 것이므로 이 측도의 값이 작으면 요인분석을 위한 변수 선정이 좋지 않음을 나타낸다. 보통 KMO 값이 .90이상이면 아주 좋은 것이고 .50이하면 변수로서 받아들일 수 없는 것으로 보았다. 또한, 본 연구에서 다 문항 척도로 측정된 문항이 동질적인 문항들로 구성 되었는지 신뢰도를 검증하기 위해 문항간의 내적 일치도를 보는 Cronbach's  $\alpha$ 값을 산출하였다. 일반적으로 신뢰도의 척도인 Cronbach's  $\alpha$ 값은 정해진 기준이 없지만 .60 이상이면 신뢰도가 있다고 보며 .50이상 이

면 분석하는데 큰 문제가 없는 것으로 본다.

다중회귀분석을 실시하는 경우 잔차의 독립성을 검증하기 위해 Durbin-Watson 수치를 분석하였으며, Durbin-Watson 수치가 2에 가까울수록 잔차의 독립성에 대한 가정을 충족시키는 것으로 판단하였다.

#### 1) 외모관리행동의 차원

20~30대 남성의 외모관리행동에 대한 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 한 결과는 <표 6>과 같다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과  $\chi^2=3119.476(p<.000)$ 이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.907로 나타났으며, 공통성을 점검한 결과 0.441이상으로 변수의 요인분석 가정을 만족시킴으로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 여섯 가지 요인이 추출되었고 5문항이 삭제되었으며, 전체 설명력은 64.4%로 나타났다. 요인별 신뢰도 계수는 0.535 이상으로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인 1(35.7%)은 나는 잡지를 본 후 화장법을 따라 하거나 응용할 때가 있다, 나는 화장을 하면서 자기만족을 느낀다, 나는 외출하는 장소에 따라 화장법을 바꾼다, 나는 외출해서도 화장을 고치는 등 화장에 신경을 쓴다, 나는 유행하는 화장품은 한 번쯤 사보게 된다 등의 내용을 포함하고 있으므로 '화장관리'로 명명하였다.

요인 2(7.1%)는 나는 세안 후 기초제품(스킨, 로션 등)을 사용한다, 나는 좋은 피부를 갖기 위해 노력하는 편이다. 나는 클렌징 제품이나 목욕용품에 관심이 많은 편이다, 나는 피부 관리를 위해 기능성화장품(에센스, 아이크림, 미백로션 등)을 자주 사용한다, 나는 외출 시 반드시 얼굴에 자외선차단

제를 사용한다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘피부관리’로 명명하였다.

요인 3(7.0%)은 나는 옷을 잘 입는다는 얘기를 듣기 위해 노력한다, 나는 옷을 계절 별로 구매하는 편이다, 나는 옷을 입을 때 의복에 어울리는 패션 소품(모자, 가방, 구두, 악세사리 등)을 반드시 고려한다, 나는 전신거울을 자주 보는 편이다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘의복관리’로 명명하였다.

요인 4(5.3%)은 나는 성형수술을 통한 외모에 대한 자신감이 생기는 것은 좋다고 생각한다, 나는 사회생활을 성공적으로 하기 위해서 성형하는 것은 가치가 있다고 본다. 미용성형은 대인관계에 긍정적인 측면이 더 많다고 생각한다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘성형관리’로 명명하였다.

요인 5(5.1%)은 헤어스타일, 머릿결을 잘 관리하는 것은 얼굴 가꾸는 것만큼 중요하다고 생각한다, 유행하는 스타일이나 인기 있는 브랜드 의류제품을 구매하고 싶다, 나는 다른 사람들이 입은 옷에 관심을 많이 갖는다, 나는 유명인이나 연예인의 헤어스타일에 관심이 많다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘헤어·스타일관리’로 명명하였다.

요인 6(4.2%)은 나는 아무리 좋아하는 음식이라도 살이 찌는 음식은 안 먹는다, 나는 날씬한 몸매관리를 위해 스포츠센터에서 운동을 꾸준히 하고 있다, 나는 다이어트를 하기 위해 음식을 안 먹은 적이 있다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘체형·몸매관리’로 명명하였다.

이 여섯 개의 요인 적재값이  $\pm 0.40$  이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며 신뢰도 또한 모두  $.53$  이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표 6> 외모관리행동의 요인분석

(N=290)

요인 1. 화장관리	요인부하량
나는 잡지를 본 후 화장법을 따라 하거나 응용할 때가 있다.	.799
나는 화장을 하면서 자기만족을 느낀다.	.772
나는 외출 장소에 따라 화장법을 바꾼다.	.770
나는 외출해서도 화장을 고치는 등 화장에 신경을 쓴다.	.749
나는 유행하는 화장품은 한번쯤 사보게 된다.	.616
고유값=8.575 분산(%)=35.729 누적(%)=35.729 신뢰도=0.879	
요인 2. 피부관리	요인부하량
나는 세안 후 기초제품(스킨, 로션 등)을 사용한다.	.729
나는 좋은 피부를 갖기 위해 노력하는 편이다.	.710
나는 클렌징 제품이나 목욕용품에 관심이 많은 편이다.	.649
나는 피부관리를 위해 기능성화장품을 자주 사용한다.	.608
나는 외출 시 반드시 얼굴에 자외선 차단제를 사용한다.	.514
고유값=1.698 분산(%)=7.075 누적(%)=42.804 신뢰도=0.830	
요인 3. 의복관리	요인부하량
나는 옷을 잘 입는다는 얘기를 듣기위해 노력한다.	.771
나는 옷을 계절별로 구매하는 편이다.	.702
나는 옷을 입을 때 의복에 어울리는 소품을 사용한다.	.590
나는 전신거울을 자주 보는 편이다.	.524
고유값=1.677 분산(%)=6.987 누적(%)=49.791 신뢰도=0.752	
요인 4. 성형관리	요인부하량
나는 성형수술을 통한 외모에 대한 자신감이 생기는 것은 좋다고 생각한다.	.835
나는 사회생활을 성공적으로 하기 위해서 성형하는 것은 가치가 있다고 본다.	.805
미용성형은 대인관계에 긍정적인 측면이 더 많다고 생각한다.	.747
고유값=1.275 분산(%)=5.312 누적(%)=55.103 신뢰도=0.815	
요인 5. 헤어·스타일관리	요인부하량
헤어스타일, 머릿결을 잘 관리하는 것은 얼굴 가꾸는 것만큼 중요하다고 생각한다.	.667
유행하는 스타일이나 인기 있는 브랜드 의류제품을 구매하고 싶다.	.665
나는 다른 사람들이 입은 옷에 관심을 많이 갖는다.	.635
나는 유명연예인이나 연예인의 헤어스타일에 관심이 많다.	.598
고유값=1.236 분산(%)=5.150 누적(%)=60.252 신뢰도=0.752	
요인 6. 체형·몸매관리	요인부하량
나는 아무리 좋아하는 음식이라도 살이 찌는 음식은 안 먹는다.	.729
나는 날씬한 몸매를 관리를 위해 스포츠센터에서 운동을 꾸준히 하고 있다.	.701
나는 다이어트를 하기위해 음식을 안먹은 적이 있다.	.608
고유값=1.004 분산(%)=4.183 누적(%)=64.435 신뢰도=0.535	
KMO와 Bartlett 검정                      KMO=.907, $\chi^2=3119.476$ $p<.000$	

## 2) 자아존중감의 차원

20~30대 남성의 자아존중감에 대한 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 요인 분석과 신뢰도 분석을 한 결과 <표 7>과 같다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과  $\chi^2=2011.475(p<.000)$ 이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.933로 나타났으며, 공통성을 점검한 결과 0.456이상으로 변수의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 두 가지 요인이 추출되었고 5 문항이 삭제되었으며, 전체 설명력은 64.2%로 나타났다. 요인별 신뢰도 계수는 0.876 이상으로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인 1(53.9%)은 나는 좋은 점이 많이 있다, 나는 나 자신에 대해 괜찮다고 생각한다, 나는 대체로 내 자신을 만족스럽게 생각한다, 나는 내가 가치 있는 사람이라고 생각한다, 나는 남들만큼 일을 해낼 수 있다, 나는 내 외모에 만족스럽다, 나는 우리가족 중에 중요한 사람이다, 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘긍정적 자아존중감’으로 명명하였다.

요인 2(10.3%)는 나는 내가 좋은 점이 하나도 없다고 생각될 때가 있다, 나는 때때로 가치 없는 사람으로 생각될 때가 있다, 나는 내가 자랑스러워할 만한 것이 별로 없다, 대체로 나에게 관심을 가져주는 사람이 없다, 나는 대체로 봐서 실패자이다, 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘부정적 자아존중감’으로 명명하였다.

이 두 개의 요인 적재 값이 +.45 이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며 신뢰도 또한 모두 .87 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표 7> 자아존중감의 요인분석

(N=290)

요인 1. 긍정적 자아존중감	요인부하량
나는 좋은 점이 많이 있다.	.804
나는 나 자신에 대해 팬찮다고 생각된다.	.797
나는 대체로 내 자신을 만족스럽게 생각한다.	.746
나는 내가 가치 있는 사람이라고 생각한다.	.723
나는 남들만큼 일을 해낼 수 있다.	.687
나는 내 외모에 만족스럽다.	.658
나는 우리가족 중에 중요한 사람이다.	.657
고유값=6.467 분산(%)=53.895 누적(%)=53.895 신뢰도=0.892	
요인 2. 부정적 자아존중감	요인부하량
나는 내가 좋은 점이 하나도 없다고 생각될 때가 있다.	.791
나는 때때로 가치 없는 사람으로 생각될 때가 있다.	.766
나는 내가 자랑스러워할 만한 것이 없다.	.764
대체로 나에게 관심을 가져주는 사람이 없다.	.754
나는 대체로 봐서 실패자이다.	.749
고유값=1.238 분산(%)=10.314 누적(%)=64.209 신뢰도=0.876	
KMO와 Bartlett 검정      KMO=.933, $\chi^2=2011.475$ $p<.000$	

### 3. 인구통계학적 변인에 따른 외모관리 행동

인구통계학적 변인에 따른 외모관리행동의 차이를 분석한 결과 <표 8>과 같다.

전월 평균 외모관리비용에 따른 외모관리행동의 차이를 알아본 결과, 화장관리( $p<.001$ ), 피부관리( $p<.001$ ), 의복관리( $p<.001$ ), 헤어·스타일관리( $p<.001$ ), 성형관리( $p<.001$ ), 체형·몸매관리( $p<.01$ )는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 화장관리 2.91, 피부관리 3.50, 의복관리 3.81, 헤어·스타일관리 3.76, 성형관리 3.71, 체형·몸매관리 2.56으로 모두 30만원 이상이 전월 평균 외모관리비용 지출이 가장 높게 나타났다. 이는 외모관리비용 지출이 높을수록 지속적으로 외모관리에 투자를 하는 것으로 보여지며 30대 이상의 직장인이나 고정된 수입이 있는 남성일수록 의복을 통한 외모관리에 적극적으로 나타난 결과를 보았을 때 박미리(2013)의 연구를 뒷받침 한다.

학력에 따른 외모관리행동은 체형·몸매관리가( $p<.01$ ) 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 대학졸업 이상인 남성들은 2.47로 가장 높게 나타났다.

직업에 따른 외모관리행동의 차이 분석에서는 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리, 성형관리, 체형·몸매관리 모두 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 8> 인구통계학적 변인에 따른 외모관리행동의 차이 (N=290)

외모관리행동 인구통계학적 변인		화 장 관	피 부 관	의 복 관	헤 어 · 스	성 형 관	체 형 · 몸
		리	리	리	타 일 관	리	매 관 리
전체		2.37	3.10	3.25	3.39	3.39	2.27
전월 평균 외모 관리 비용	10만원 미만	2.08a	2.88a	2.87abc	3.17ab	3.25a	2.14a
	10만원~20만원 미 만	2.40b	3.08	3.38ad	3.42	3.30	2.25
	20만원~30만원 미 만	2.54	3.32	3.55b	3.62a	3.63	2.29
	30만원 이상	2.91ab	3.50a	3.81cd	3.76b	3.71a	2.56a
	F	10.810***	6.801***	25.688***	9.114***	5.746***	3.417**
학력	고등학교 졸업 이 하	2.44	2.91	3.19	3.35	3.39	2.01a
	대학 재학	2.21	3.10	3.18	3.39	3.29	2.21
	대학 졸업 이상	2.44	3.21	3.34	3.42	3.48	2.47a
	F	1.604	2.389	1.274	.159	1.320	7.766**
직업	전문직	2.32	3.06	3.29	3.29	3.21	2.29
	사무관리직	2.28	2.89	3.23	3.37	3.34	2.25
	서비스판매직	2.49	3.09	3.23	3.39	3.44	2.21
	학생	2.34	3.13	3.21	3.43	3.35	2.26
	기타	2.42	3.19	3.29	3.42	3.61	2.32
	F	.312	.579	.140	.297	1.791	.118

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , 문자 a, b, c, d는 Scheffe의 사후검정-다중비교

#### 4. 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감간의 상관관계

본 연구에서는 앞서 제시한 각 항목변수의 상관관계를 검증하였고, 상관관계 분석을 통하여 검증된 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감의 각 변수들의 인과관계를 검증 하였다.

<표 9>는 각 변수 간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계 검증을 실시한 결과이다.

분석결과 20~30대 남성의 외모관리행동의 하위요인인 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리, 성형관리, 체형·몸매관리 요인은 긍정적 자아존중감, 부정적 자아존중감 요인과 통계적으로 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.( $p<.001$ )

김종욱(2010)의 연구에서는 외모관리행동 하위요인인 의복관리행동이 가장 높은 정적 상관관계가 있다고 하였고, 신체적 만족도와 외모관리행동이 신체적 자아가 높을 사람일수록 정신적 안정도가 높다고 하였는데 이는 본 연구자의 연구와 같은 결과이다.

또한, 20~30대 남성의 외모관리행동의 실태를 연구한 김혜균(2013)의 선행연구 결과와 중년남성의 외모관리행동을 연구한 심재숙(2013)의 선행 연구에서는 인지연령이 젊을수록 피부 및 메이크업 관리의 수준이 높았으며 외모관리행동은 사회적 인과관계를 형성하는 자아와도 깊은 관련이 있음을 알 수 있으며 이런 결과를 보았을 때 김종욱(2010)의 연구를 지지한다.

<표 9> 외모관리행동과 자아존중감간의 상관관계분석

(N=290)

구분	M	SD	화장 관리	피부 관리	의복 관리	헤어· 스타 일관 리	성형 관리	체형 ·몸 매관 리	긍정적 자아존 중감	부정적 자아존 중감
화장 관리	2.367	1.004	1							
피부 관리	3.097	.945	.643***	1						
의복 관리	3.245	.825	.523***	.574***	1					
헤어· 스타 일관 리	3.390	.809	.521***	.509***	.582***	1				
성형 관리	3.393	.824	.495***	.486***	.366***	.605***	1			
체형 몸매 관리	2.265	.842	.401***	.413***	.362***	.308***	.257***	1		
긍정 적 자아 존중 감	3.016	.794	.745***	.728***	.843***	.712***	.540***	.423***	1	
부정 적 자아 존중 감	2.735	.761	.577***	.666***	.513***	.508***	.383***	.744***	.606***	1

\*\*\* $p < .001$

## 5. 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향

### 1) 20~30대 남성의 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향

20~30대 남성의 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 10>과 같다.

20~30대 남성의 긍정적 자아존중감에 대한 외모관리행동 회귀식의 유의성은  $p<.001$ 로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .882의 설명력이 있는 것으로 확인되었다. 또한, Durbin-Watson의 수치는 2.097로 2에 가까우므로 독립적이라 볼 수 있으며, 잔차의 정규성과 등분산성을 확인할 수 있었다. 독립변수인 화장관리에 해당하는 계수는 .214, 피부관리는 .136, 의복관리는 .471, 헤어·스타일관리는 .176, 성형관리는 .037, 체형·몸매관리는 .005로 나타났다.

이에 대한 영향력을 비교하면 화장관리 .271, 피부관리 .162, 의복관리 .489, 헤어·스타일관리 .180, 성형관리 .038, 체형·몸매관리 .005로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리 요인은  $p<.001$  유의수준에서 긍정적 자아존중감 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 성형관리와 체형·몸매관리 요인은 긍정적 자아존중감 요인에 유의하지 않은 것으로 나타났다.

본 연구를 통하여 20~30대 남성들의 외모관리행동이 자아존중감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 높은 관련성이 있는 변수임이 확인되었다. 이는 외모관리행동과 자아존중감과 직접적인 영향이 있는 소비자의 구매의도를 연구한 김갑식(2010)의 연구와 중년남성의 미용건강관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 연구한 이주미(2016)의 연구를 뒷받침 한다.

이러한 결과를 볼 때, 20~30대 남성들의 외모관리행동과 자아존중감에

상호 상관관계가 있음을 확인할 수 있었다.

<표 10> 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
	(상수)	-.173	.086		-2.011	.045*
	화장관리	.214	.023	.271	9.373	.000***
	피부관리	.136	.025	.162	5.442	.000***
긍정적	의복관리	.471	.027	.489	17.475	.000***
자아존중감	헤어·스타일관리	.176	.029	.180	6.050	.000***
	성형관리	.037	.026	.038	1.423	.156
	체형·몸매관리	.005	.022	.005	.230	.818
R=.939 R <sup>2</sup> =.882 F=353.597*** Durbin-Watson 2.097						

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

2) 20~30대 남성의 외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향

20~30대 남성의 외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 11>과 같다.

20~30대 남성의 부정적 자아존중감에 대한 외모관리행동 회귀식의 유의성은  $p<.001$ 으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .731의 설명력이 있는 것으로 확인되었다. 또한, Durbin-Watson의 수치는 2.126으로 2에 가까우므로 독립적이라 볼 수 있으며, 잔차의 정규성과 등분산성을 확인할 수 있었다. 독립변수인 화장관리에 해당하는 계수는 .071, 피부관리는 .263, 의복관리는 .017, 헤어·스타일관리는 .137, 성형관리는 -.050, 체형·몸매관리는 .482로 나타났다.

이에 대한 영향력을 비교하면 화장관리 .094, 피부관리 .327, 의복관리 .019, 헤어·스타일관리 .146, 성형관리 -.055, 체형·몸매관리 .533로 나타나는

것을 확인할 수 있으며, 화장관리 요인은  $p < .05$  유의수준에서 부정적 자아존중감 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 피부관리와 체형·몸매관리 요인은  $p < .001$  유의수준에서 부정적 자아존중감 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 헤어·스타일관리 요인은  $p < .01$  유의수준에서 부정적 자아존중감 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 의복관리와 성형관리 요인은 부정적 자아존중감 요인에 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 11> 외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
	(상수)	.309	.124		2.487	.013*
	화장관리	.071	.033	.094	2.153	.032*
	피부관리	.263	.036	.327	7.287	.000***
부정적 자아존중감	의복관리	.017	.039	.019	.443	.658
	헤어·스타일관리	.137	.042	.146	3.247	.001**
	성형관리	-.050	.038	-.055	-1.334	.183
	체형·몸매관리	.482	.031	.533	15.314	.000***
R=.855 R <sup>2</sup> =.731 F=128.068*** Durbin-Watson 2.126						

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

이를 종합해보면 외모관리행동 중 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리가 긍정적 자아존중감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 의복관리, 화장관리, 헤어·스타일관리, 피부관리 순으로 긍정적 자아존중감에 미치는 효과가 나타났다. 외모관리행동 중 화장관리, 피부관리, 헤어·스타일관리, 체형·몸매관리가 부정적 자아존중감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 체형·몸매관리, 피부관리, 헤어·스타일관리, 화장관리 순으로 부정적 자아존중감에 미치는 효과가 나타났다.

따라서, 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 영향을 미친다는 가설을 검증하였으며, 각 요인별로 자아존중감에 미치는 효과에 차이가 있음을 알 수 있었다.

## 6. 인구통계학적 변수의 매개효과 분석

매개 회귀분석의 결과 값은 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 보여준다. 이때 종속변수에 직접적으로 영향을 미치는 요인이 독립변수뿐이라면 회귀분석으로 분석을 마치면 된다. 그러나 때론 독립변수가 종속변수에 영향을 주는 과정에 전혀 다른 변수가 영향을 미치기도 한다. 이처럼 독립변수가 종속변수에 영향을 미치는 과정에 다른 변수(조절변수)가 개입하여, 독립변수의 직접적인 효과가 아닌 또 다른 영향을 야기하는 현상을 ‘조절효과’라 한다. 이러한 ‘조절효과’를 확인하는 회귀분석을 매개 회귀분석이라 한다.

### 1) 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향에서의 인구통계학적 변수의 매개효과

외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향의 인구통계학적 변수의 매개효과를 알아본 결과 <표 12>와 같다.

모형 1, 모형 2, 모형 3은 위계적 회귀분석에서와 같이 추가한 독립변수에 따른 모형을 나타낸다. 여기서는 각각의 독립변수를 입력한 모형 1부터 상호작용변수가 입력된 모형 3까지 유의확률 F의 변화량을 확인하면서 유의한 회귀식의 설명량인  $R^2$  값의 변화를 확인하고, 모형 간의  $R^2$  변화량을 확인하면 된다.

외모관리행동변수 중 화장관리변수를 살펴보면 모형 1, 모형 2, 모형 3으로 갈수록 설명력이 향상되는 것을 확인할 수 있다. 특히 매개효과를 확인하는 상호작용변수의 투입에서도, 미세한 값이지만  $R^2$  값이 늘어나는 것을 확인할 수 있다. 따라서, 인구통계학적 변수의 매개효과는 정(+)의 영향관계가 있다고 판단할 수 있다.

결과적으로 ‘화장관리’가 ‘긍정적 자아존중감’에 직접적으로 미치는 영향은 .555라고 할 수 있으며, ‘인구통계학적변수’라는 매개변수가 추가되면 최종적으로 .631의 영향을 미치는 것으로 판단하면 된다.

피부관리변수를 살펴보면 모형1, 모형2, 모형3으로 갈수록 설명력이 향상되는 것을 확인할 수 있다. 특히 매개효과를 확인하는 상호작용변수의 투입에서도, 미세한 값이지만  $R^2$  값이 늘어나는 것을 확인할 수 있다. 피부관리변수와 인구통계학적변수가 긍정적 자아존중감에 미치는 영향은  $p < .001$ 로 유의하다고 할 수 있으나, 피부관리변수가 긍정적 자아존중감에 미치는 영향에 인구통계학적변수가 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

결과적으로 피부관리가 긍정적 자아존중감에 직접적으로 미치는 영향은 .530이라고 할 수 있으며, 인구통계학적변수가 긍정적 자아존중감에 직접적으로 미치는 영향은 .70이라고 할 수 있으나 인구통계학적변수라는 매개변수의 영향력은 없다고 판단할 수 있다.

의복관리, 헤어·스타일관리, 성형관리, 체형·몸매관리의 변수를 살펴보면 모형1, 모형2, 모형3으로 갈수록 설명력이 향상되는 것을 확인할 수 있으나 긍정적 자아존중감에 미치는 영향에 인구통계학적변수의 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

<표 12> 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향에서의 인구통계학적 변수의 매개효과

변수	모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	통계량 변화량					Durbin-Watson
						R 제곱 변화량	F 변화량	df 1	df 2	유의확률 F 변화량	
화장관리	1 <sup>a</sup>	.745	.555	.553	.53099	.555	358.664	1	288	.000***	1.848
	2 <sup>b</sup>	.776	.602	.591	.50828	.047	4.759	7	281	.000***	
	3 <sup>c</sup>	.794	.631	.610	.49584	.029	3.039	7	274	.004**	
피부관리	1	.728	.530	.529	.54522	.530	325.348	1	288	.000***	1.927
	2	.775	.600	.589	.50947	.070	6.977	7	281	.000***	
	3	.777	.604	.583	.51316	.004	.424	7	274	.887	
의복관리	1	.843	.711	.710	.42749	.711	709.693	1	288	.000***	2.066
	2	.849	.721	.713	.42568	.009	1.350	7	281	.227	
	3	.852	.726	.711	.42706	.005	.743	7	274	.636	
헤어·스타일관리	1	.712	.507	.506	.55842	.507	296.700	1	288	.000***	2.027
	2	.750	.562	.549	.53317	.054	4.989	7	281	.000***	
	3	.753	.566	.543	.53714	.005	.409	7	274	.896	
성형관리	1	.540	.292	.289	.66971	.292	118.516	1	288	.000***	1.891
	2	.631	.398	.381	.62475	.107	7.135	7	281	.000***	
	3	.639	.409	.376	.62733	.010	.671	7	274	.697	
체형매관리	1	.423	.179	.176	.72111	.179	62.633	1	288	.000***	1.965
	2	.576	.332	.313	.65850	.153	9.195	7	281	.000***	
	3	.597	.356	.321	.65469	.024	1.468	7	274	.179	

a. 예측값 : (상수), 외모관리행동변수

b. 예측값 : (상수), 외모관리행동변수, 인구통계학적변수

c. 예측값 : (상수), 외모관리행동변수, 인구통계학적변수, 외모관리행동×인구통계조절

d. 종속변수 : 긍정적 자아존중감

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

2) 외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향에서의 인구통계학적 변수의 매개효과

외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향의 인구통계학적 변수의 매개효과를 알아본 결과 <표 13>과 같다.

모형 1, 모형 2, 모형 3은 위계적 회귀분석에서와 같이 추가한 독립변수에 다른 모형을 나타낸다. 여기서는 각각의 독립변수를 입력한 모형 1부터 상호작용변수가 입력된 모형 3까지 유의확률 F의 변화량을 확인하면서 유의한 회귀식의 설명량인  $R^2$  값의 변화를 확인하고, 모형 간의  $R^2$  변화량을 확인하면 된다.

외모관리행동변수 중 화장관리변수를 살펴보면 모형 1, 모형 2, 모형 3으로 갈수록 설명력이 향상되는 것을 확인할 수 있다. 특히 매개효과를 확인하는 상호작용변수의 투입에서도, 미세한 값이지만  $R^2$  값이 늘어나는 것을 확인할 수 있다. 따라서, 인구통계학적 변수의 매개효과는 정(+)의 영향관계가 있다고 판단 할 수 있다.

결과적으로 ‘화장관리’가 ‘부정적 자아존중감’에 직접적으로 미치는 영향은 .333이라고 할 수 있으며, ‘인구통계학적변수’라는 매개변수가 추가되면 최종적으로 .430의 영향을 미치는 것으로 판단하면 된다.

피부관리변수를 살펴보면 모형 1, 모형 2, 모형 3으로 갈수록 설명력이 향상되는 것을 확인할 수 있다. 특히 매개효과를 확인하는 상호작용변수의 투입에서도, 미세한 값이지만  $R^2$  값이 늘어나는 것을 확인할 수 있다. 따라서, 인구통계학적 변수의 매개효과는 정(+)의 영향관계가 있다고 판단할 수 있다.

결과적으로 ‘피부관리’가 ‘부정적 자아존중감’에 직접적으로 미치는 영향은 .444라고 할 수 있으며, ‘인구통계학적변수’라는 매개변수가 추가되면 최종적

으로 .509의 영향을 미치는 것으로 판단하면 된다.

의복관리, 헤어·스타일관리, 성형관리, 체형·몸매관리의 변수를 살펴보면 모형1, 모형2, 모형3으로 갈수록 설명력이 향상되는 것을 확인할 수 있으나 부정적 자아존중감에 미치는 영향에 인구통계학적변수의 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

<표 13> 외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향에서의 인구통계학적 변수의 매개효과

변수	모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	통계량 변화량				유의확률 F 변화량	Durbin-Watson
						R 제곱 변화량	F 변화량	df 1	df 2		
화장관리	1	.577	.333	.331	.62273	.333	143.734	1	288	.000***	1.851
	2	.631	.398	.381	.59882	.065	4.350	7	281	.000***	
	3	.656	.430	.399	.59023	.032	2.177	7	274	.036*	
피부관리	1	.666	.444	.442	.56854	.444	229.942	1	288	.000***	2.171
	2	.694	.482	.467	.55554	.038	2.949	7	281	.005**	
	3	.713	.509	.482	.54787	.027	2.132	7	274	.041*	
의복관리	1	.513	.263	.261	.65433	.263	103.038	1	288	.000***	1.950
	2	.553	.305	.285	.64337	.042	2.413	7	281	.021*	
	3	.568	.322	.285	.64341	.017	.996	7	274	.435	
헤어·스타일관리	1	.503	.253	.251	.65876	.253	97.800	1	288	.000***	1.912
	2	.546	.298	.278	.64672	.045	2.546	7	281	.015*	
	3	.553	.306	.268	.65133	.008	.433	7	274	.881	
성형관리	1	.383	.147	.144	.70420	.147	49.616	1	288	.000***	1.916
	2	.460	.212	.190	.68519	.065	3.314	7	281	.002**	
	3	.487	.237	.195	.68279	.025	1.283	7	274	.259	
체형·몸매관리	1	.744	.553	.552	.50964	.553	356.585	1	288	.000***	2.143
	2	.752	.566	.554	.50848	.013	1.189	7	281	.309	
	3	.756	.572	.549	.51138	.006	.546	7	274	.799	

a. 예측값 : (상수), 외모관리행동변수

b. 예측값 : (상수), 외모관리행동변수, 인구통계학적변수

c. 예측값 : (상수), 외모관리행동변수, 인구통계학적변수, 외모관리행동×인구통계조절

d. 종속변수 : 부정적 자아존중감

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

## V. 결론 및 제언

본 연구는 20~30대 남성의 인구통계학적 특성과 외모관리행동 및 자아존중감의 차원을 알아보며, 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향관계를 확인하는데 그 목적이 있었다. 연구방법은 설문지법을 사용하였으며, 연구대상은 서울·경기·지방의 20~30대 남성 총 290명을 대상으로 하였다. SPSS 23.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 분석 하였고 자료 분석에 사용된 통계 방법은 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 상관분석, 다중회귀분석이 실시되었다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 20~30대 남성의 인구통계학적 특성을 알아본 결과에서는, 25세 미만의 남성들이 많았고 거주지는 서울, 경기지역이 대다수를 차지하였다. 전월에 지출한 외모관리비용은 10만원 미만이 47.2%로 가장 높았으며, 학력은 대학 이상이 제일 높았다. 직업의 경우에는 학생이 가장 많았으며, 가정 한 달 전체 평균소득은 500만원 초과가 가장 높게 나왔고 결혼 여부는 미혼이 가장 높게 나타났다.

둘째, 인구통계학적 변인에 따른 외모관리행동에서는 전월 평균 외모관리비용을 알아본 결과, 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리, 성형관리는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 30만원 이상이 가장 높게 나타났다. 학력에 따른 외모관리행동은 체형·몸매관리만 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 대학 졸업 이상이 가장 높게 나타났다.

직업에 따른 외모관리행동의 차이 분석에서는 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리, 성형관리, 체형·몸매관리 모두 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

셋째, 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감의 상관관계에서는 20~30대 남성들의 외모관리행동의 하위요인은 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리, 성형관리, 체형·몸매관리 요인은 긍정적 자아존중감, 부정적 자아존중감 요인과 통계적으로 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

넷째, 20~30대 남성의 외모관리행동과 자아존중감에 미치는 영향 관계를 요약하면 다음과 같다.

20~30대 남성의 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향에 대한 결과에서 화장관리, 피부관리, 의복관리, 헤어·스타일관리는 긍정적 자아존중감 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 성형관리와 체형·몸매관리 요인은 긍정적 자아존중감 요인에 유의하지 않은 것으로 나타났다.

20~30대 남성의 외모관리행동이 부정적 자아존중감에 미치는 영향에 대한 결과에서는 체형·몸매관리, 피부관리, 헤어·스타일관리, 화장관리는 부정적 자아존중감 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 의복관리와 성형관리 요인은 부정적 자아존중감 요인에 유의하지 않은 것으로 나타났다.

다섯째, 외모관리행동이 긍정적 자아존중감에 미치는 영향에서 인구통계학적 변수의 매개효과에서는 화장관리변수가 정(+)의 영향 관계가 있었다. 또한 외모관리행동과 부정적 자아존중감간의 매개효과를 분석한 결과, 화장관리변수, 피부관리변수가 인구통계학적 변수의 매개변인으로 작용하였다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 자료수집방법이 서울, 경기, 지방지역을 대상으로 하였기 때문에 일반화하기에는 무리가 있다고 본다.

둘째, 연구대상자가 20~30대에 295명의 남성의 설문조사 결과, 25세 미만의 남성이 가장 많았으며 연령대가 골고루 분포되지 않은 국한된 한계점이

있었다.

또한, 성인 남성들을 대상으로 한 연구는 양적인 측면이 미비하여 설문문항에 대한 이해오류가 있을 수 있다. 따라서 남성의 외모관리를 위한 체계적인 측정도구 개발이 이루어져야 할 것이다.

셋째, 후속 연구에서는 남성들의 라이프스타일에 차이가 있으므로 연구대상자의 외모관리행동의 연령대를 폭넓게 선정하여 개인면담이나 면접상담을 통한 질적인 연구가 요구되며 넓은 연령대로 분석할 필요가 있다고 본다.

## 참 고 문 헌

### <국내 문헌>

- 강미정 (2014). 애니어그램 집단 프로그램이 정신질환자의 자아존중감, 대인관계 및 전반적 기능에 미치는 효과. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 강순애 (2013). 성인 남성 안티에이징 시술과 남성 전문피부과 의식 수준에 대한 분석. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 고영준 (2008). 노인의 생활체육 참여동기와 라이프스타일이 생활만족도에 미치는 영향: 참여 만족도, 서비스 만족도, 자아존중감의 매개효과를 중심으로. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 공차숙 (2008). 남성의 헤어스타일과 메이크업에 나타난 성의 하이브리드 현상에 관한 연구:1994년부터 2008년 까지 파리 남성복 컬렉션 중심으로. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 구소희 (2011). 그루밍족을 위한 스마트폰 뷰티 어플리케이션 디자인 제안. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 구양숙 (2010). 남성들의 외모관리행동에 관한 연구(1). 한국의류산업학회지, 12(2), pp.188-193.
- 권순분 (2004). 20대 남자대학생의 화장품에 대한 지식 및 구매형태에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김갑식 (2010). 소비자의 자아존중감과 동조성이 패션명품의 복제품 구매의도에 미치는 영향 :복제품 구매자와 비구매자 비교를 중심으로. 중앙대학교, 박사학위논문.
- 김경희, 김도이, 최정순 (2014). 화장이 노년여성의 자신감과 자아존중감 증진에 미치는 효과. 한국미용학회지, 20(5), pp.834-840.

- 김미선 (2014). 노인의 우울, 자아 존중감 및 삶의 질의 연구. 한양대학교 임상간호정보대학원 석사학위논문.
- 김민정 (2011). 라이프스타일에 따른 미혼 직장남성소비자의 외모가치와 외모관리 소비행동. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김반야 (2015). 관계적 인간의 형성: 부모 자녀 의사소통이 자녀의 대인관계에 미치는 영향. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김유연 (2000). 가정환경 변인 및 청소년의 자아존중감과 가치관의 관계. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김윤 (2007). 사회문화적 압력, 미적고정관념의 내면화 및 대상화된 신체의식이 신체만족과 외모관리행동에 미치는 영향. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 김정숙 (2008). 어머니의 성격유형과 유아의 창의적 성향 및 창의적 사고와의 관계. 위덕대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김정숙 (2014). 자기에 성향과 신체 존중감이 뷰티관리 및 헤어행동에 미치는 영향. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김종욱 (2010). 중년 여성의 자기에 성향에 따른 신체만족도와 외모관리 행동과의 관계. 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
- 김주경 (2012). 근거 이론적 접근을 통해 본 똑똑한 패션소비자의 특성에 관한 질적 연구. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김창현 (1999). 남자대학생의 신체의식과 의복행동에 대한 연구. 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 김칠순, 박미란 (2014). 20~30대 남성의 그루밍 정도에 따른 외모관리행동, 의복선택행동, 의복선호도에 관한 연구. 한국산업의류학회지. 88, pp.245-254.
- 김현서 (2012). 자아존중감, 의류제품의 가격, 판매촉진유형이 인터넷 상의 의류제품 충동구매에 미치는 영향. 성균관대학교 디자인대학원 석사학위

논문.

- 김현정 (2009). *남녀대학생의 자기효능감, 성역할정체감과 외모관련태도 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김혜균 (2013). *20~30대 직장인 남성들의 외모관리행동과 정보탐색에 관한 연구*. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 김희진 (2000). *중년여성의 피부관리와 스트레스에 관한 연구*. 인제대학교 대학원 석사학위논문.
- 류부열 (2007). *또래상담자 훈련이 고등학생의 공감능력, 친사회적 행동 및 자아존중감에 미치는 효과*. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 류현주, 홍금희(2001). “성인여성의 자기이미지와 상표이미지 및 쇼핑성향에 관한 연구”, *한국의류학회지*, 25(8): pp.13-68.
- 문희강, 추호정 (2008). 외모관리에 대한 인지, 태도, 행동 간의 인과관계 분석. *대한가정학회지*, 50(1), pp.1-14.
- 박미리 (2013). *20~30대 남성 패션 커뮤니티 회원들의 외모관리 및 구매 행동 특성*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 박미순 (2011). *청소년의 지각된 학업성취도에 영향을 주는 자아존중감과 컴퓨터 활용 양상의 종단분석*. 이화여자대학교, 대학원 박사학위논문.
- 박성호 (2001). *부부의 자존감, 의사소통과 결혼만족도*. 서강대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박수연 (2014). *패션/뷰티TV미디어 이용이 미디어태도 및 외모관리 소비행동에 미치는 영향: 미디어 신뢰도의 조절 효과중심으로*. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 박수진 (2006). *남성의 패션, 헤어스타일, 피부, 신체이미지에 관한 유형 분석: 내용분석, 설문지법, Q 방법을 통합하여*. 충남대학교 대학원 박사학위논문.

- 박수진, 박길순 (2008). 남성의 외모관리행동에 대한 태도 및 인식, *복식문화연구*, 16(3), pp.533-546.
- 박재성 (2010). *생활체육동호인의 운동참여동기, 운동몰입경험, 자아존중감 및 삶의 질 관계 연구*. 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 박주비, 정옥임 (2005). 여대생의 신체적 특징에 따른 의복 행동 및 헤어스타일 행동에 관한 연구. *대한가정학회지*, 43(6), pp.97-112.
- 박충배 (2011). *건강증진프로그램에 참여하는 노인의 자기효능감 및 삶의 질에 미치는 효과*. 경희대학교 체육대학원 박사학위논문.
- 박혜란 (2007). *20~30대 남성의 외모관리유형화와 관련 변인 연구*. 계명대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 서민아 (2009). *20대 남성소비자의 외모관리행동에 따른 의복소비성향, VMD 평가, 점포구매행동*. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 성영신, 박은아 (2009). *아름다움의 권력*, 서울: 메이트.
- 송인섭 (1995). *당신의 가치를 존중하는 삶*. 서울: 상조사.
- 심재숙 (2013). *중년남성의 신체만족도와 메이크업 인식이 외모관리행동에 미치는 영향*. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 안미나 (2016). *20~40대 남성의 외모관리 기대가치에 따른 의복추구혜택과 영향요인 -자아존중감, 사회적 체형불안의 영향을 중심으로-*. 연세대학교 대학원. 석사학위논문.
- 안채리 (2011). *남자대학생의 신체이미지와 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향*. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 엄현신 (2007). *얼굴에 대한 미의식과 미용성형수술에 대한 인식*. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 오인영 (2006). *메이크업과 헤어스타일 유형에 따른 TV 뉴스 앵커의 인상형성에 관한 연구*. 경희대학교 대학원 박사학위논문.

- 오혜옥 (2007). *메트로섹슈얼 현상과 남성헤어스타일의 상관관계*. 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문.
- 우지영 (2005). *20~30대 남성의 라이프스타일에 따른 메트로섹슈얼 성향과 외모관리행동*. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 유영미 (2015). *독서요법이 간호대학생의 자아존중감, 성격강점, 정서인식과 공감에 미치는 효과*. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 유창조, 정혜은 (2002). 소비자의 아름다움 추구행위에 관한 탐색적 연구: 남성의 치장과 여성의 화장, 성형 및 피트니스를 중심으로. *소비자학연구*, 13(1), pp.211-232.
- 윤석주 (2014). *전문대학생의 스트레스와 자살생각의 관계에서 매개효과와 부모양육태도의 조절효과*. 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤희봉 (2003). *정신지체학생의 자아존중감과 문제행동*. 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이경희 (1992). *미용성형수술을 원하는 여성의 신체상과 자아존중감에 관한 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이민선, 채규만 (2012). 대학생의 자아존중감이 대인관계능력에 미치는 영향: 정서조절방략의 매개 효과. *인지행동치료*, 12(1), pp.63-75.
- 이시원 (2004). *공적·사적 자기의식에 따른 바디 이미지와 외모관리행동에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이유종 (2010). *노인의 자아존중감과 신체매력인지에 따른 외모관리행동에 관한 연구*. 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
- 이윤희 (2016). *청소년 자아존중감과 행복감 증진을 위한 긍정 가치관 교육에 관한 연구*. 단국대학교 특수대학원 석사학위논문.
- 이주미 (2016). *중년남성의 미용건강관리행동이 신체매력지각, 자아존중감 및 대인관계 성향에 미치는 영향*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.

- 이진희 (2010). *유아의 외로움과 자아존중감, 또래유능성, 어머니의 양육태도와의 관계*. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이하나 (2016). *남성의 연령별 가치관이 뷰티관리 행동에 미치는 영향 및 외모만족도에 관한 연구*. 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 이화순 (1992). *한국여성의 Make-up 조형성에 관한 연구-얼굴형에 적합한 화장색조와 선을 중심으로-*, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문.
- 이화순, 황춘섭 (2002). *화장의 사회, 심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구*. *한국복식학회지*, 52(8), pp.137-149.
- 임소연 (2000). *미용성형수술환자와 일반인의 신체상과 자아존중감*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 임인숙 (2005). *남성의 외모관리 허용 수위와 외모불안 지대*. *한국사회학*, 39(6), pp.87-118.
- 장혜윤 (2014). *남성의 군복무 경험에 따른 외모관리행동에 관한 질적 연구*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 전경란 (2002). *여성의 욕구, 자아존중감과 성형 및 의복태도의 관련 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 전용민 (2003). *여자 청소년의 영상매체 이용도, 사회적 가치와 의복 및 신체태도에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 전중국 (2008). *외모관리서비스 이용 행동과 만족도 : 피부와 경락 마사지를 대상으로*. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 정미실 (2012). *성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복행동에 미치는 영향*. *한국의류학회지*, 36(10), pp.1125-1136.
- 정성일 (2014). *성인 남성의 학력취득이 자아존중감에 미치는 영향*. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 정영희 (2008). *이미지메이킹을 위한 메이크업의 효과에 관한 연구*. 숙명여자

대학교 원격대학원 석사학위논문.

- 정유경 (2006). 20~30대 남성들의 체질량지수와 체중조절 선택에 따른 외모관리행동 및 신체이미지에 관한 연구. 중앙대학교 의학식품대학원 석사학위논문.
- 정윤희 (2007). 포스트 디지털 세대의 라이프스타일, 자아개념에 따른 패션행동과 화장행동에 관한 연구. 대구카톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 정혜정, 이유리 (2011). 2030대와 4050대 남성소비자들의 외모관리 기대가치가 남성정장 구매행동에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 35(2), pp.125-135.
- 조선명 (2000). 외모에 대한 사회·문화적 태도와 신체 이미지가 의복추구행태에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 조슬기 (2006). 외적이미지를 리드하는 여성들의 미적 관심도 외모관리 행동연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 조영미 (2009). 중년남성의 자기효능감, 인지연령 및 신체만족도가 외모관리행동에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 주하나 (2015). 인구통계학적 변인과 화장품 구매행동이 자아존중감과 자기효능감에 미치는 영향. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 최미혜 (2010). 남성의 미용성형수술에 영향을 미치는 심리적 변인에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 최수경 (2010). 의복과 헤어스타일의 추구이미지에 따른 성인여성의 액세서리 착용 및 화장 정도. *한국디자인문화학회지*, 16(1), pp.335-344.
- 최정순 (2015). 노년여성의 화장행동, 심리적 특성과 영정사진 화장 이미지 선호도의 관계연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 최종철 (2003). 고등학생의 체중조절에 대한 관련 행동 및 태도. 한국교원대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최지성 (2002). 남성의 외모관리에 대한 태도 연구. -성역할 및 감각추구성향

- 과의 관련성을 중심으로- . 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 한미정 (2001). *대처방식, 내외통제성, 자아존중감에 따른 죽음불안의 발달적 고찰*. 서울여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 한진원 (2011). *상호교류분석 이론에 기초한 유아교사의 자아존중감 증진 프로그램의 구성 및 적용 효과*. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 홍금희 (2007). 외모지상주의 시대 남자대학생의 이상적 신체 이미지와 외모관리행동. *여성연구논집*, 18, pp.187-214.
- 황윤정 (2007). *외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 외모관리행동에 미치는 영향*. 대구카톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- Hakim, K. 이현주 역 (2011) *매력자본*. 서울: 민음사.

<국외문헌>

- Aubrey, J. S. (2006). Exposure to sexually objectifying media and body self-perceptions among college women: An examination of the selective exposure hypothesis and the role of moderating variables. *Sex Roles*, 55(3-4), pp.159-172.
- Coopersmith, S. (1967). *The of self-esteem*. San Francisco: W.
- Cox, C. L., & Glick, W. H. (1986). Resume evaluations and cosmetics use: When more is not better. *Sex Roles*, 14(1), pp.51-58.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image* 11, Princeton, NJ: Princeton university press.

<인터넷 자료>

네이버 국어사전: <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=28336500> (검색일: 2017. 3. 21.)

국립국어원 표준어대사전: <http://stdwed2.korean.go.kr/search/View.jsp> (검색

일: 2017. 3. 23.)

국립국어원 표준어대사전: <http://stdwed2.korean.go.kr/search/View.jsp> (검색

일: 2017. 3. 25.)

국립국어원 표준어대사전: [http://stdwed2.korean.go.kr/search/List\\_dic.jsp](http://stdwed2.korean.go.kr/search/List_dic.jsp) (검

색일: 2017. 4. 1.)

조선비즈: [http://bizchosun.com/site/data/\\_dir/2016/1104/201611040808.html](http://bizchosun.com/site/data/_dir/2016/1104/201611040808.html) (검

색일: 2016. 11. 6). “면도가 좋다! 쇼핑이 좋다!” 남성 라이프스타일  
시대... 바버샵, 멘즈샵 열풍

서울신문: <http://m.news.naver.com/LSD&mid=sec&sid> (검색일: 2017. 3. 27.).

이발소의 역습...수컷 본능을 깨우다. 손형준기자.

국제신문: <http://www.kookje.co.kr/news2011/newbody.asp/new.asp?> (검색일:

2017. 4. 17). 패션 화장품에 지갑여는 남자 그루밍 족 고객 잡아라.  
최승희기자.

# ABSTRACT

## Effects of Appearance Management Behavior on Self Esteem of Males in 20s to 30s

Jeong-Ha Kim

Make-up·Special Effect Make-up Major

Graduate School of Fusion Beauty

Sungshin Women's University

Contemporary people are changing into a superficialism that aims for external beauty unlike the past that emphasizes inner beauty, and men are also increasingly interested in healthy and beautiful appearance.

The study aims to analyze the effect of appearance management behavior on self esteem of males in 20s to 30s.

The manner of study uses survey method. The instrument for measuring is appearance management behavior and self esteem. And the method for measuring uses Likert-type scale and selection type questions.

The research objectors are males in 20s to 30s who live in Seoul, Gyeong-Gee and provinces. Demographic characteristic factors are age, residence, appearance management expenses in last, level of education, career, monthly family income, marital status. Appearance management

behaviors are makeup management, skin management, garment management, plastic surgery management, hair-style management and body line management - which consist of six factors. Self esteems are positive self esteem and negative self esteem which consist of two factors.

The period of data acquisition was February in 2017 and the research objectors 290 in total - 137 people under 25 years old, 72 people from 25 to 34 years old, and 81 people over 35 years old. The study analyzes data in order with SPSS 23.0 statistic program.

The statistic techniques for analysis are frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, correlation analysis and multiple regression analysis.

The result of study is as in the following.

First, the result of general characteristic males in 20s to 30s years old is that under 25 year-old males are the most and the resident districts are mainly Seoul and Gyeong-Gee. Appearance management expenses in last month is the most under a hundred thousand won, level of education is the most beyond college graduation. The career is the most students, monthly family income is the most over five million won and the marital status is the most single.

Second, according to appearance management behaviors for demographic characteristic factors, appearance management expenses in last month are that makeup, skin, garment, hair style and plastic surgery are significant effects. Appearance management behaviors for level of education are significant effects for slim body management.

Third, correlation of appearance management behavior and self-esteem in 20s to 30s year-old males are significant for appearance management

behavior factors.

Fourth, effect relations on appearance management behaviors and self esteem in 20s to 30s year-old males are that makeup, skin, garment, hair style are significant for positive self esteem, but plastic surgery and body line management are not significant. Moreover the result of appearance management behaviors in 20s to 30s years old males on negative self esteem are significant for body line management, skin, hairstyle and makeup managements.

Fifth, according to appearance management behavior on positive self esteem, mediator effect of demographic factors is a positive effect relation. Also mediator effects of appearance management behavior and negative self esteem affect mediator factors for statistic variables.

As above, appearance management behaviors and self esteem for 20s to 30s year-old males are significant variables. The result of study will be fundamental to analyze relations between appearance management behaviors and self esteem. And it will verify that male appearance management behaviors affect psychological influence, which expect to be the data to make the expansion of fashion and beauty fields.

20~30대 남성의 외모관리행동이  
자아존중감에 미치는 영향에 관한 설문지

안녕하십니까?

설문에 응답해 주셔서 감사드립니다.

본 연구자는 성신여자대학교 대학원 메이크업·특수분장 석사과정에서 20~30대 남성들을 대상으로 외모관리행동과 자아존중감의 관계를 파악하고자 여러분의 의견을 듣고자 합니다.

여러분께서 응답하신 소중한 내용은 다른 응답과 함께 통계적으로만 처리되고, 통계법 제 13조에 따른 비밀이 보장됩니다.

본 조사는 무기명으로 통계처리되며, 연구 이외의 자료로는 절대 사용되지 않을 것을 약속드립니다. 귀하의 성실한 응답은 연구를 위해 소중하고 유용한 자료가 될 것입니다.

다시 한번, 설문에 응해주신 것에 대해 감사드립니다.

2017. 2월

성신여자대학교 융합디자인예술대학원 석사과정

지도교수 : 김 경 희

연구자 : 김 정 하

I. 다음은 외모관리 행동에 관한 질문입니다. 각 항목에 대해서 생각하는 정도를 (√) 하십시오.

번호	내용	전혀 그렇 지않 다	그렇 지 않다	그저 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 옷을 잘 입는다는 얘기를 듣기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 옷을 계절별로 구매하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 헤어드라이를 자주한다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 피부 관리를 위해 기능성화장품(에센스, 아이크림, 미백로션 등)을 자주 사용한다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 다이어트를 하기위해 음식을 안 먹은 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 외출해서도 화장을 고치는 등 화장에 신경을 쓴다.	①	②	③	④	⑤
7	기회가 된다면 성형수술상담을 받아보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 외출 시 반드시 얼굴에 자외선차단제를 사용한다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 클렌징 제품이나 목욕용품에 관심이 많은 편이다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 아무리 좋아하는 음식이라도 살이 찌는 음식은 안 먹는다.	①	②	③	④	⑤
11	나는 옷을 입을 때 의복에 어울리는 패션소품(모자,가방,구두,악세사리 등)을 반드시 고려한다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 전신거울을 자주 보는 편이다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 날씬한 몸매관리를 위해 스포츠센터에서 운동을 꾸준히 하고 있다.	①	②	③	④	⑤
14	나는 사회생활을 성공적으로 하기 위해서 성형하는 것은 가치가 있다고 본다.	①	②	③	④	⑤

15	나는 헤어제품(헤어에센스, 로션 등)을 자주 사용한다.	①	②	③	④	⑤
16	나는 탈모예방을 위해 두피·모발관리를 받고 싶다.	①	②	③	④	⑤
17	나는 다른 사람들이 입은 옷에 관심을 많이 갖는다.	①	②	③	④	⑤
18	유행하는 스타일이나 인기 있는 브랜드 의류제품을 구매하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
19	나는 잡지를 본 후 화장법을 따라 하거나 응용 할 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
20	나는 유명인이나 연예인의 헤어스타일에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
21	나는 외출하는 장소에 따라 화장법을 바꾼다.	①	②	③	④	⑤
22	나는 성형수술을 통한 외모에 대한 자신감이 생기는 것은 좋다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
23	나는 좋은 피부를 갖기 위해 노력하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
24	미용성형은 대인관계에 긍정적인 측면이 더 많다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
25	헤어스타일, 머릿결을 잘 관리하는 것은 얼굴 가꾸는 것만큼 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
26	나는 유행하는 화장품은 한번쯤 사보게 된다.	①	②	③	④	⑤
27	매력적인 연예인들의 외모를 보면 성형하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
28	나는 세안 후 기초제품(스킨, 로션 등)을 사용한다.	①	②	③	④	⑤
29	나는 화장을 하면서 자기만족을 느낀다.	①	②	③	④	⑤

Ⅱ. 다음은 자아존중감에 대한 질문입니다. 각 항목에 대해서 생각하는 정도를 (√) 하십시오.

번호	내 용	전혀 그렇 지않 다	그렇 지 않다	그저 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 내가 가치 있는 사람이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 좋은 점이 많이 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 대체로 봐서 실패자이다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 남들만큼 일을 해낼 수 있다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 내가 자랑스러워할 만한 것이 별로 없다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 나 자신에 대해 괜찮다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 대체로 내 자신을 만족스럽게 생각한다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 자존심이 좀 더 있었으면 좋겠다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 때때로 가치 없는 사람으로 생각될 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 내가 좋은 점이 하나도 없다고 생각될 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
11	나는 우리가족 중에 중요한 사람이다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 내가 불행하다고 가끔 생각한다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 다른 사람에게 좋은 사람이다.	①	②	③	④	⑤
14	누구든지 나를 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
15	내가 결심한 일은 그대로 밀고 나간다.	①	②	③	④	⑤
16	대체로 나에게 관심을 가져주는 사람이 없다.	①	②	③	④	⑤
17	나는 내 외모에 만족스럽다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 인구통계학적 특성입니다. 해당사항에 표시 (√) 하십시오.

1. 귀하의 연령은?

- ① 20~24세                      ② 25~35세                      ③ 35세 이상

2. 귀하의 거주지는?

- ① 서울                              ② 경기                              ③ 지방

3. 지난 한달 평균 지출한 외모관리 비용은?

- ① 10만원 미만                      ② 10~20만원 미만  
③ 20~30만원 미만                      ④ 30만원 이상

4. 귀하의 학력은?

- ① 고등학교 졸업 이하              ② 대학 재학                      ③ 대학 졸업이상

5. 귀하의 직업은?

- ① 전문직                              ② 사무관리직                      ③ 서비스판매직  
④ 학생                                  ⑤ 기타( )

6. 귀하의 가정전체의 한 달 평균소득은 얼마입니까?

- ① 200만원 미만                      ② 200만원~300만원              ③ 300만원~400만원  
④ 400만원~500만원                      ⑤ 500만원 초과

7. 귀하의 결혼 여부는? ① 미혼      ② 기혼

- 질문에 응답해 주셔서 감사합니다 -