



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

MZ세대의 외모에 대한  
사회문화적 태도와 대인관계가  
외모관리행동에 미치는 영향

2021

성신여자대학교 뷰티융합대학원  
뷰티융합학과 메이크업 · 특수분장전공  
장 영 실

MZ세대의 외모에 대한  
사회문화적 태도와 대인관계가  
외모관리행동에 미치는 영향

김 경 희 교수 지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함


2021년 05월


성신여자대학교 뷰티융합대학원  
뷰티융합학과 메이크업 · 특수분장전공  
장 영 실


# 인 준 서

장 영 실의 석사학위 논문으로 인준함

2021년 5월

심사위원장 최 경 순 (인) 

심 사 위 원 장 민 정 (인) 

심 사 위 원 김 경 리 (인) 

성신여자대학교 뷰티융합대학원

## 논문개요

현대사회에서의 외모는 대인을 평가하는데 중요한 요인이며 사회적으로 합의된 미의식에 따라 자신을 평가하고 가꾸는데 영향을 준다. 미디어의 발달은 많은 사람들에게 획일화 된 미의 기준을 전파하고, 그러한 미의 기준에 맞추기 위한 외모관리나 소비행동을 하도록 한다. 이에 본 연구에서는 미디어의 활용이 높고, 사회적으로 강력한 영향력을 보이는 MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향에 대하여 알아보았다.

연구대상은 MZ세대로, 밀레니얼 세대(1981년~1994년)와 Z세대(1995년~2004년)의 남녀를 대상으로 하였으며, 연구방법으로는 설문지법을 사용하였다.

외모에 대한 사회문화적 태도의 2가지 요인으로 내면화와 인식을 사용하였고, 대인관계의 4가지 요인으로 자기중심성, 비주장성, 소극적 태도, 자기희생을 사용하였다. 외모관리행동은 3가지 요인으로 화장관리, 피부관리, 의복관리를 사용하였다.

자료 분석은 SPSS 25.0 통계 프로그램을 사용하였고 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 분산분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계, 외모관리행동간의 상관관계로는 외모에 대한 사회문화적 태도의 내면화는 대인관계와 외모관리행동의 모든 요인에 유의하게 나타났고, 인식은 외모관리행동의 모든 요인과 대인관계의 자기중심성 요인에만 유의한 것으로 나타났다.

둘째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도, 대인관계, 외모관리행동

의 차이분석에서 출생연도는 모든 요인에 유의한 차이가 나타났고, 직업, 최종학력, 성별, 한달 평균 소득, 한달 평균 외모관리비용은 요인에 부분적으로 유의한 차이가 나타났다.

셋째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도에서 내면화 요인은 외모 관리행동의 모든 요인에 유의한 영향을 미치고, 인식 요인에는 의복관리 요인만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. MZ세대의 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향에서는 자기중심성 요인이 피부관리, 의복관리에 유의한 영향을 미쳤고, 비주장성 요인은 의복관리에만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소극적 태도 요인은 화장관리와 의복관리에 유의한 영향을 미쳤고, 자기희생 요인은 화장관리에만 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도가 대인관계에 미치는 영향으로는 내면화와 인식의 두 가지 요인이 모든 대인관계 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계에 따라 외모 관리행동에 미치는 매개효과를 살펴본 결과, 화장관리는 내면화 요인에 대인관계의 자기중심성, 비주장성, 자기희생에 매개효과가 있고, 의복관리는 인식 요인에 대인관계의 자기중심성, 소극적 태도에 매개효과가 있는 것으로 나타났으나 피부관리에는 매개효과가 없는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 통해 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계는 외모 관리행동에 직·간접적인 영향을 주는 요인임을 알 수 있었다. 특히 외모에 대한 사회문화적 태도는 대인관계에 중요한 영향을 미치는 요인이며, 이후 외모관리행동에까지 영향을 미치는 것으로 확인된 결과는 외모에 대한 사회문화적 태도가 행동변화에 관여하는 것을 확인할 수 있었다.

이에 본 연구의 결과가 MZ세대의 외모관리와 관련된 산업에서의 마케팅 전략에 활용되는 기초자료가 되기를 바란다.

# 목 차

## 논문개요

I. 서론 .....	1
II. 이론적 배경 .....	3
1. MZ세대 .....	3
2. 외모에 대한 사회문화적 태도 .....	8
3. 대인관계 .....	13
4. 외모관리행동 .....	17
III. 연구방법 .....	21
1. 연구문제 .....	21
2. 연구대상 및 자료수집 .....	22
3. 측정도구 .....	22
4. 자료 분석방법 .....	25
IV. 연구결과 및 논의 .....	26
1. 연구대상의 인구통계학적 특성 .....	26
2. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도, 대인관계, 외모관리행동의 요인분석 및 신뢰도 .....	28
3. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도, 대인관계, 외모관리행동간 의 상관관계 .....	35
4. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도, 대인관계, 외모관리행동의 차이분석 .....	37

5. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향 .....	51
6. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계에 따라 외모관리행동에 미치는 매개효과 검증 .....	57
 V. 결론 .....	 65

참고문헌

ABSTRACT

부록

## 표 목 차

<표 1> 설문지의 구성 .....	24
<표 2> 인구통계학적 특성 빈도분석 결과 .....	27
<표 3> 외모에 대한 사회문화적 태도 질문지의 요인분석 결과 .....	29
<표 4> 대인관계 질문지의 요인분석 결과 .....	32
<표 5> 외모관리행동 질문지의 요인분석 결과 .....	34
<표 6> 상관관계분석 .....	36
<표 7> 인구통계학적 특성에 따른 외모에 대한 사회문화적 태도 차이분 석 .....	39
<표 8> 인구통계학적 특성에 따른 대인관계 차이분석 .....	44
<표 9> 인구통계학적 특성에 따른 외모관리행동 차이분석 .....	49
<표 10> 외모에 대한 사회문화적 태도가 외모관리행동에 미치는 영향	52
<표 11> 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향 .....	54
<표 12> 외모에 대한 사회문화적 태도가 대인관계에 미치는 영향 .....	56
<표 13> 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동 중 ‘화장관리’에 미치는 매개효과 .....	59
<표 14> 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동 중 ‘피부관리’에 미치는 매개효과 .....	61
<표 15> 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동 중 ‘의복관리’에 미치는 매개효과 .....	64

# I. 서론

현대인에게 외모는 자기 자신을 드러내는 표현수단이면서 동시에 타인이 나를 평가하는 수단이다. 시대나 세대에 따라 지속적으로 변화하고 있는 외모에 대한 관심은 매스미디어를 통하여 손쉽게 정보를 얻고 있고, 외모관리를 위한 행동은 사람들에게 꾸준히 유지되고 있다. 매스미디어를 통하여 접하는 미적 이상형은 비교의 기준이 되어 자신의 신체와 외모에 대하여 지각하게 하고, 그 차이를 보완하거나 향상하기 위한 외모관리행동이 나타나게 된다.

개인의 외모는 의복이나 화장, 헤어스타일 등에 의해 가시적으로 보여지며, 외모를 건강하고 아름답게 가꾸는 행위는 남성, 여성을 불문하고 전 연령층에서 높은 관심을 갖고 있다. 이에 사람들은 호의적인 인상으로 보이기 위해 외모관리를 하며, 이때 매력적인 외모는 후광효과로 작용하여 대인관계에 영향을 미치는 결정적인 요소가 된다(신현영, 1999, pp.8-9).

현재 매스미디어에서 보여주는 이상적인 외모가 조작된 이미지라도 실제의 이미지로 받아들여지고 있으며, 개인의 행복이나 사회적 성공을 위한 필수 조건이라는 사회적인 통념이 넓게 자리 잡고 있다. 따라서 외모관리는 외모의 신체적인 아름다움뿐만 아니라 정신적, 사회적 가치관까지 포괄적으로 관리하는 의미로 함축할 수 있다(장미숙, 2010, p. 6).

인간은 타인과의 상호작용을 통하여 자아를 형성하고, 가치관 정립과 대인관계에 필요한 지식 및 기술을 습득 한다. 이는 사회적 존재로의 인간에게 대인관계가 중요한 요인임을 알 수 있다(정민영, 2013, p.15). 안채윤(2019)은 외모에 대한 자신감은 자신에 대한 긍정적인 마인

드를 가지게 하고, 대인관계에서도 자신감을 갖는 사람으로 확인된다고 한 연구결과가 있으며, 이현옥 외(2015), 송지현 외(2020)의 연구에서도 유사한 결과로 나타나 외모관리행동이 대인관계에 영향력이 있는 것으로 확인 되었다. 또한 하문선(2018)의 연구에서는 피부의 여드름 등급이 높을수록 자아존중감과 대인관계에 많은 영향을 주는 것으로 나타났다으며, 임혜걸(2019)의 연구에서는 지속적이고 규칙적인 신체활동은 자신의 체형과 외형에 만족하는 수준이 향상되고, 신체활동량이 많을수록 대인관계성향에 긍정적인 변화를 주는 것으로 나타났다.

이러한 선행 연구의 결과는 외모가 대인관계에 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었으나, 대인관계에 따라 외모관리에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구는 부족한 상태이다.

이에 본 연구에서는 현재 가장 영향력이 있는 MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향을 살펴보는 데 목적이 있고, 이를 통하여 외모관리행동과 관련된 뷰티 산업에서 MZ세대의 고객층을 위한 마케팅 전략 활용의 기초자료를 제시하고자 하는데 의의가 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. MZ세대

#### 1) MZ세대의 개념

MZ세대는 1980년대 초에서 2000년대 초에 출생한 밀레니얼 세대(Millennial Generation)와 1990년대 중반에서 2000년대 초반에 출생한 Z세대(Generation Z)를 통칭하는 말이다(네이버 시사상식사전, 검색일: 2020. 12. 22). 보편적으로 세대는 유사한 시기에 출생한 집단이 동일한 경험을 공유하고, 그 경험을 바탕으로 비교적 비슷한 의식과 태도, 생활양식을 갖는 사람들의 집합으로 코호트(Cohort)적 세대 개념으로 정의할 수 있다(정기영, 2018, p.7).

밀레니얼 세대는 컴퓨터와 인터넷을 초창기부터 겪으며 변화하는 디지털 기기의 중심에 있고, 현재는 스마트폰을 정보의 습득과 인간관계의 교류로 사용하는 세대이다(김영석, 2018, p.6).

Z세대는 유년시절부터 접한 디지털 환경의 영향으로 신기술에 민감하고, 소셜미디어와 정보력을 적극 활용하고 있는 세대이다(최인영, 2015, p.679). 두 세대는 디지털 시대의 정보통신기술을 활용하여 다양한 지식과 정보를 스스로 획득하고 활용하며, 네트워크망을 이용하여 경험을 교류하고 이전 세대와는 다른 생각과 가치관을 형성하여 능동적으로 사회에 참여한다(양연지, 2020). 이렇게 MZ세대가 서로 다르면서도 유사한 특성을 보이는 것은 비슷한 성장 배경을 가지고 있기 때문이다(유정민, 2020, p.15).

디지털 환경에 익숙한 MZ세대는 모바일 사용을 우선시하며 SNS를

기반으로 유통시장에서 강력한 영향력이 있는 소비의 주체이며, 사회적 가치나 특별한 메시지가 담긴 물건을 구매하며 자신의 신념을 표출하기도 한다(네이버 시사상식사전. 검색일: 2020. 12. 22).

MZ세대의 문화와 행동 양식은 소셜미디어의 사용이나 쇼핑의 방법을 기성세대에게 전달하고, 그 외에도 여러 세대에게 디지털 환경에 적응하는 방법을 가르쳐주는 역할을 하는 등 모든 연령대에 상당한 영향력을 미치고 있다(김민지, 2021).

MZ세대가 다른 세대보다 중요하게 주목받는 이유는 본격적으로 사회에 진출하면서 경제활동을 활발하게 하는 연령과 앞으로 경제활동과 소비활동을 적극적으로 하게 될 세대로, 통계청의 2019년 인구총조사에 따르면 총 인구의 34.7%를 MZ세대가 차지하여 소비시장을 변화시킬 수 있는(통계청 공식블로그, 검색일: 2020. 12. 23) 영향력을 가진 세대이기에 현재 많은 분야에서 주목받고 있으며, 그에 대한 연구도 점차 늘어나고 있는 실정이다.

이처럼 MZ세대는 현재의 디지털과 미디어 환경을 적극적으로 활용하며, 여러 세대와 다양한 시장에 영향력을 가지고 있다. 이에 본 연구에서는 연구대상으로 MZ세대를 선정하였으며, 연령은 1981년도에서 2004년도 사이 출생자로 한정하였다.

## 2) MZ세대 관련 선행연구

MZ세대는 현재의 사회와 경제에 영향을 주는 주축이라고 할 수 있는 세대이다. MZ세대에 대한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

장영미(2020)의 연구에서 젠더리스 기초화장품의 신규 브랜드 출시 시 MZ세대 남성 소비자의 구매 행동에 미치는 영향을 알아보았을 때,

젠더리스의 개념은 대부분 인지하고 있지만 젠더리스 화장품을 구매해 본 적이 없고, 기초화장품이 출시된다면 구매 의사가 있다는 응답이 높아 충분한 신시장 진출의 시장성을 확인할 수 있었다.

패션 명품 확장 브랜드의 코스메틱이 MZ세대의 양면적 소비 의도에 미치는 영향으로는 MZ세대의 소비 가치가 패션 하우스의 코스메틱을 소비하는 의도에 큰 영향을 미치는 변수로 나타나 비교적 저렴한 패션 명품 브랜드의 코스메틱은 패션 아이템에 비해 상대적으로 저렴하여 구입할 수 있으며 소비자가 추구하는 감정적, 사회적 가치 소비를 모두 충족시킬 수 있는 상품으로 해석하였다(송선민 외, 2021).

MZ세대 여성은 패션스타일에 따라 일반적으로 선호하는 색이나 싫어하는 색의 경향이 시대의 영향을 받으며, 일반적으로 무채색을 높게 선호하고 의복색도 무채색을 선호하는 것으로 나타났다. 이중에 밀레니얼 세대는 일반적으로 좋아하는 색과 구매하는 의복색이 선호하는 색상과 톤에서 차이가 나타나는 반면에, Z세대는 좋아하는 색과 구매하는 의복색이 높은 비율로 동일하게 나타나는 것을 확인하였다(김지애, 2021).

박혜영 외(2019)는 밀레니얼 세대 남성이 메이크업에 대하여 갖고 있는 인식과 사용실태를 알아보고자 20~39세 밀레니얼 세대의 남성을 조사한 결과 메이크업은 자기만족과 자신감을 가질 수 있고, 남성의 이미지 변신에 도움이 될 것이라는 긍정적인 인식을 가지고 있지만, 남성스럽지 않은 비호감이라는 부정적인 인식도 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한 디지털 환경 속에서 다양한 정보를 습득하고 제품을 직접 구매하며, 자기만족을 위한 방법으로 메이크업을 활용하는 미적 관심도가 점점 증가하고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

이제성(2021)의 연구에서는 밀레니얼 소비자의 외모관리행동이 자기

표현, 자기관리, 결점 보완, 판단 기준, 기분 전환 등을 위한 도구와 수단으로 활용되고 실제적 자아와 이상적 자아의 일치를 위한 가교로 활용되는 것을 확인하였고, 밀레니얼 소비자에게 외모관리행동은 특정한 상황에서만 발생하는 일시적인 사건이 아닌 지속적으로 이어지는 반복적인 특성을 지니는 것으로 나타났다.

김지원(2020)은 Z세대의 패션 슛폼 콘텐츠 소비와 관련하여 미디어 태도와 외모관리 소비행동을 연구하였고, 그 결과 일상생활에서 콘텐츠를 통한 공유와 추천이 지속적인 관계 맺기로 사회적 상호작용을 가능하게 하며 이러한 슛폼 콘텐츠가 Z세대의 외모인식에 영향을 미치고, 외모관리를 위한 소비행동에까지 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이유경(2019)의 연구에서는 Z세대의 쇼핑방식과 외모에 대한 인식을 알아보았을 때, Z세대가 본인과 쉽게 비교가 가능한 패션 유튜버의 영상을 시청하며 쇼핑방식이나 외모에 대한 인식에 긍정적·부정적 영향을 받으며, 특히 본인의 개성과 취향을 가장 우선시 하는 Z세대의 경향은 여러 영상을 취합하여 본인의 것으로 만들고 새로운 패션을 연출하며, 남들과 구별되고자 하는 욕구를 패션을 통하여 구체화 하는 행위를 표출하는 것으로 나타났다.

정미림(2020)은 1인가구의 라이프스타일과 셀프 인테리어에 대한 인식과 경험 차이를 알아보고자 밀레니얼-Z세대 1인가구의 라이프스타일 유형과 셀프 인테리어에 대한 인식이나 경험 차이를 연구한 결과 다른 세대의 연구와는 다르게 사회 인구학적 특성과 같은 외적 요인이 아닌 개인적 성향과 경험 등의 내적 요인에 의해 유형을 결정하고, 셀프 인테리어를 진행한 후에 심리적인 성취감을 느끼고 주거에 더 애착을 갖는 효과를 확인하였다.

이와 같이 밀레니얼 세대나 Z세대를 대상으로 하는 연구에서는 미디

어를 통하여 얻어지는 정보가 외모에 대한 인식이나 태도의 형성에 영향을 주며, 직접적으로 소비행동이나 외모관리행동에 관여하는 것을 알 수 있었다.

## 2. 외모에 대한 사회문화적 태도

### 1) 외모에 대한 사회문화적 태도의 개념

사회는 일정한 경계가 설정된 영토에서 가치관, 규범, 언어, 문화 및 종교 등을 공유하고 제도와 조직을 형성하여 질서를 유지하는 인간집단이며(네이버 두산백과, 검색일: 2021. 01. 05), 문화는 인간의 지식, 신념, 행위의 총체를 의미한다(네이버 두산백과, 검색일: 2021. 01. 06). 태도에 대한 사전적 의미로는 개인은 어떤 문제나 사건, 물건이나 사람 등에 관하여 어떠한 감정과 인식, 평가를 가지며, 그것에 입각하여 그 대상에 대해 반응을 가지고 있는 준비상태로(네이버 두산백과, 검색일: 2021. 01. 08) 외모에 대한 사회문화적 태도는 가치관이 비슷한 사람들이 가지는 외모에 대한 개인의 인식과 평가라고 할 수 있다.

Susan B. Kaiser(1990)에 따르면 신체의 이미지는 시대의 이상적인 미의 기준과 사회화, 유행, 미디어와 동료 집단 등의 사회 문화적인 영향을 받아 개인이 주관적으로 인식하는 신체가 사회적으로나 문화적으로 많은 영향을 받고, 그 기준에 가깝게 외모를 추구하며 개인이나 시대마다 평가의 기준도 변화한다고 하였다(김인옥, 2019, p.6 재인용). 이는 현대사회에서 미디어가 미의 기준을 학습하게 하고, 그 기준이 아름다움으로 인정되고 평가되면서 얼굴과 몸매에 있어 자신을 미디어의 미의 기준과 맞추고자 노력하는 현상으로 나타나며, 남녀노소 모두가 관심을 갖게하고 매력있고 호감가는 아름다운 이미지가 곧 성공적인 삶과 연결될 수 있다는 외모 지상주의 사회의 양상으로 나타난다(박미은 외, 2020, p.664).

개인의 신체에 대한 만족도는 그 시대의 사회문화적 기준에 따라 크

게 영향을 받으며, 자신의 외모가 당대의 사회문화적 기준이 만들어낸 이상적인 외모와 가까울수록 긍정적인 감정이 생기고, 만족하지만 기준과 차이가 클수록 부정적인 감정이 생기고 불만족하기도 하며 개인마다 중요하게 생각하는 속성에 따라서 만족과 불만족의 감정이 더 커진다 (이수경, 2003, p.18).

이처럼 개인은 신체에 대한 만족과 평가를 사회가 만든 미의 기준에 따르며, 현대 미디어의 발달은 이러한 미의 기준을 획일화하고 그 기준에 맞추도록 압박하는 역할을 하고 있다.

## 2) 외모에 대한 사회문화적 태도 관련 선행연구

외모에 대한 인식은 사회문화적 상황에 따라서 계속 변해가고 있으며, 사회가 만든 미의 기준에 개인이 맞추어야 하는 것이 이상적인 태도처럼 형성되어 있다. 외모에 대한 사회문화적 태도의 선행연구는 다음과 같다.

Leslie J. Heinberg et al(1995)는 사회문화적 부정적 평가와 비교가 여성의 외모와 신체 만족에 좋지 않은 영향을 미친다고 보았고, 사회문화적 요인에 미치는 영향을 알아보기 위하여, 여성의 신체 및 외모에 대한 사회문화적 영향과 인식 정도를 측정하는 SATAQ(Social Attitude Towards Appearance Questionnaire)를 개발하였다. SATAQ는 내면화(internalization)와 인식(awareness)의 2개 요인으로 구성되어 있으며 매스미디어의 영향을 측정하는 도구로 사용되고 있다.

김지현 외(2017)는 외모에 대한 사회문화적 태도가 남녀대학생의 뷰티관여도와 자아존중감에 어떠한 영향을 미치는지 알아보았을 때 외모에 대한 사회문화적 태도가 내면화 되고 외모의 중요성을 인식할수록

이상적인 외모에 대한 가치 기준을 자신과 비교하여 자아존중감에 영향을 주며, 외모를 가꾸는 행동에 관여하는 것을 확인하였다.

이주영(2017)의 의복행동에 대한 연구에서는 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모만족, 외모스트레스가 여대생의 의복행동에 영향을 미치는지 확인하였고, 그 결과 대중매체를 통하여 외모에 대한 사회문화적 태도가 내면화되고 사회적으로 외모를 중요하게 생각하는 인식이 클수록 외모에 대한 만족도가 낮아지며 그에 따른 스트레스는 높아지는 결과로 나타났다. 이에 대중매체를 통한 사회적인 압력은 여대생의 의복행동에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

외모에 대한 사회문화적 태도가 자아존중감과 외모관리행동에 미치는 영향을 알아본 연구에서 외모에 대한 사회문화적 태도는 모든 외모관리행동에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 외모에 대한 사회문화적 태도의 요인 중 내면화만 자아존중감에 부정적 영향을 주는 것으로 나타나 자신이 속한 사회와 문화에서 이상적인 외모의 기준이 실제로는 성취하기 어려워 부정적인 평가를 하는 것으로 확인되었다(정소희, 2018).

박선영(2019)의 연구에서는 여자대학생이 자신의 이미지를 발전시키는 행동으로 이미지메이킹, 화장행동과 신체매력지각의 요인에 외모에 대한 사회문화적 태도가 영향력을 주는 것으로 나타났다. 여자대학생들에게 다양한 미디어는 외모에 대한 사회문화적 태도를 형성하는데 영향력이 높은 변수가 되며, 내면적으로 형성된 외모에 대한 사회문화적 태도가 자신의 이미지를 완성하는데 직접적인 영향력을 가지는 것으로 확인되었다.

김해선 외(2016)는 외모에 대한 사회문화적 태도가 외모만족도나 외모에 대한 목표지향에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 자

신을 정당화하고 사회적으로 이상적인 외모의 기준을 받아들이는 사람은 신체만족에 더 긍정적임을 알 수 있었다.

조미진(2020)은 생활스포츠 참여자들을 대상으로 외모에 대한 사회문화적 태도에 따라 뷰티관리행동의 변화를 확인한 결과, 의복관리에 가장 높은 영향력을 보였고 내면화 요인은 모든 뷰티관리행동에 영향을 주며, 인식 요인은 헤어관리를 제외한 모든 요인에 영향을 주는 것으로 나타났다.

허정록 외(2017)의 연구에서는 20~40대 여성을 대상으로 사회문화적 태도와 외모관리행동이 미용 성형에 대한 희망이나 계획에는 영향을 미치지 못하지만, 성형에 대하여 긍정적이고 신체 보완으로 인식하는데 영향을 주는 것으로 나타나 외모관리의 수단으로 인식되어지고 있었다.

대학생의 DISC 행동 유형에 따른 피부미용에 대한 관심도도 외모에 대한 사회문화적 태도가 높을수록 증가하는 결정적인 요인으로 작용하는 것으로 나타났으며(김주하 외, 2018), 외모에 대한 사회문화적 태도가 높은 경우에, 사회적으로 외모가 영향력이 있고, 그 중요성을 인지하고 있어서 붙임머리 시술에 영향을 주는 것으로 나타났다(한주현, 2021).

외모에 대한 사회문화적 태도가 뷰티헬스케어행동과 미적이미지에 어떠한 영향을 미치는지 미용인과 일반인으로 나누어 본 박미은(2019)의 연구에서는 미용인과 일반인 모두 외모에 대한 사회문화적 태도가 뷰티헬스케어행동과 미적 이미지에 영향을 미치지만 미용인은 외모를 아름답게 가꾸며 건강하고 새로운 이미지를 만들어 내는데 관심이 많아 일반인과 다르게 심리적 영향에는 직접적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한 사회문화적 태도는 대중매체에서 가장 많은 영향력을 받으며, 미디어의 사용이 높을수록 이상적인 외모 기준을 내면화하여

자신의 외모를 가꾸는 행동으로 이어지는 것을 확인할 수 있었다.

이처럼 외모에 대한 사회문화적 태도는 외모관리의 필요성을 인식하거나 관심을 갖는데 영향을 미치고, 이때 미디어의 사용은 많은 정보와 함께 이상적인 외모에 도달하고자 하는 내면화에 영향을 주는 것을 알 수 있다.

### 3. 대인관계

#### 1) 대인관계의 개념

인간에게는 타인과의 관계에 대한 욕구가 삶의 질을 결정하는 중요한 요소이며, 다양한 사회적 상황 속에서 타인과의 관계를 맺으며 상호작용을 한다(임효진 외, 2015, p.6). 인간관계라는 말은 일반적으로 사용되는데 인간과 인간과의 심리적인 관계, 상호적 행위인 인화술 및 사교술을 의미하며 인간요소의 일반을 지칭하지만 대인관계는 타인을 대하는 개개인의 보편적이고 심리적인 지향성 측면에서 두 사람 사이의 관계에 좀더 중점을 두고 있음이 인간관계와는 구별된다(안범희, 1985; 반정윤, 2015, p.16 재인용).

대인관계의 사전적 의미는 사회적 동물로써 인간은 사회를 형성하고 타인과 다양하면서도 무수한 관계를 맺는데, 인간적으로 깊은 관심을 갖고 주관적 측면이 고려된 관계를 말한다(네이버 교육심리학용어사전, 검색일: 2021. 01.12). 대인관계는 인간이 이를 통하여 자신을 객관적으로 파악하고 역량을 강화시키기도 하며, 타인과 협동함으로써 공동의 가치를 창출하기도 하는 매우 중요한 사회 심리적 요인인 것이고, 이에 바람직한 대인관계는 타인의 비판이나 시선에 민감하지 않으면서도 자기 자신의 생각이나 욕구에만 갇히지 않도록 하여 자신을 넘어서는 데까지 확장할 수 있는 심리적 태도와 자세이다(김유진, 2016).

대인관계는 인간의 삶에서 가장 중요한 주제 중 하나이며, 인간의 본질적인 측면임과 동시에 필연적인 사실이다. 서로 의지하고 도움을 주고받으며 사는 것은 삶이 가진 본래의 특성으로 각 개인에 따라 질적·양적 차이는 있지만 서로의 도움을 필요로 한다. 따라서 결국 인간의

생활자체가 대인관계인 것이다(권경미, 2009, p.43).

성공적인 대인관계는 타인과의 관계 속에서 필요한 능력 및 기술들을 포함하는 매우 소중한 사회적 능력으로, 대인관계 형성 능력은 성인이 되어서도 원활한 사회생활을 해 나가는데 필수적이고 기본적인 사회적 능력으로서 사회적응에 필요한 가장 기초가 되는 능력이다(심희옥, 2000; 임헌우, 2020, p.24 재인용).

이상의 선행연구 결과를 통해 대인관계는 한 인간이 생존하고 정체감을 확립하기 위해 필요하며, 개인의 경험에 따라 형성되고 다양한 상황과 경우에 따라 서로 비슷한 성향의 집단이나 유사한 행동양식을 갖는다고 할 수 있다. 또한 개인의 삶에서 정서적으로 긍정적인 영향을 주는 중요한 요소라고 할 수 있다.

## 2) 대인관계 관련 선행연구

대인관계는 사회의 구성원으로 관계를 맺고 생활하는 사람에게는 필수적으로 필요한 상호작용으로 관련 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

김유리(2020)의 연구에서는 20-30대 남성을 대상으로 메이크업 행동이 자아존중감과 대인관계에 미치는 영향에 대하여 확인하였는데, 20대 남성들보다 30대의 남성들이, 미혼 집단보다 기혼 집단이 사회적 성공에 대한 욕구가 높아 목적보다는 수단으로써 메이크업을 적극적으로 활용하고 있었고, 메이크업을 활용하는 사람일수록 긍정적 자아존중감이 높아 의사소통이 원활한 것으로 나타났다. 남성의 메이크업 행동이 단순한 외적 행동이 아닌 도구적 측면으로 활용될 때 사회적 대인관계 시 필요한 의사소통에 긍정적 영향을 미치고, 긍정적인 자기평가와 적극적인 의사소통으로 사회성 증진에 도움이 될 수 있다고 하였다.

노다솔(2018)은 대인관계 지향성으로 관심욕구가 많은 초등학생은 의복행동의 요인인 의복에 대한 관심, 개성추구, 의복 동조성의 모든 요인에 영향을 주었고, 관계욕구에서는 의복 동조성에 영향을 주었으며, 소속욕구는 의복행동에 영향을 주지 않으나 SNS 몰입에 영향을 주는 것으로 나타났다고 하였다.

이현옥 외(2015)의 연구에서는 남성의 대인관계성향은 개인과 타인 간의 관계에서 이루어지는 것으로, 대인활동이 높은 남성의 경우 매력적인 외모가 사회의 지위나 직업 내의 성취에 중요한 역할을 하고 목표달성의 수단으로 사용되는 것을 지각하고 있어서 외모지향도가 높을수록 외모관리행동에도 높은 영향력을 보이는 것으로 나타났다.

김규리 외(2020)의 연구는 중년여성은 의복과 신체장식이 대인관계에 영향을 크다는 것을 인지하고 있으며, 대인관계성향이 좀 더 적극적인 집단이 신체의 외모장식이 대인관계에 영향을 미친다고 생각하는 것을 알 수 있었다.

20대 여성의 신체 만족도와 외모관리행동에 미디어 노출과 대인 커뮤니케이션이 미치는 영향을 알아본 김예솔란 외(2018)의 연구결과는 여성들의 외모에 대한 심리와 행동에 영향을 미치는 요인은 미디어뿐만 아니라 대인 커뮤니케이션도 직간접적으로 영향을 주는 것으로 나타났으며, 외모 관련 사회문화적 커뮤니케이션 중 외모에 대한 놀림 경험은 신체 만족도와 성형의도에, 외모 관련 미디어 콘텐츠 관심도는 다이어트와 성형 의도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

안채운(2019)의 연구에서는 외모관리행동에 적극적인 성향을 가진 남성일수록 대인관계에서도 자신감을 갖고, 외모에 대한 자신감이 있는 사람이 자신에 대하여 가치가 있는 사람이라고 생각하여 긍정적인 마인드를 가지게 되면서 대인관계에서도 자신감을 갖는 것으로 분석되었다.

김승진 외(2018)의 연구에서는 스포츠 클럽 동호인들이 활동에 참여하는 동기는 대인관계유능성에 영향을 미치며, 이러한 대인관계유능성은 관계형성에 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 대인관계유능성은 생활에도 만족한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

직장여성을 대상으로 한 신정신 외(2015)의 연구에서는 외모관리행동이 대인관계에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 대인관계의 대인성향에 패션관리와 외모관리가 유의한 영향을 주고, 대인관계의 관계성향에 피부관리와 패션관리가 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

송지현 외(2020)는 직장인 여성의 외모에 대한 사회문화적 태도가 화장행동과 대인관계에 미치는 영향을 확인하였으며, 이때 매스미디어를 통한 이상적인 미를 내면화하고 인식하는 정도에 따라 화장행동이나 대인관계에 변수의 영향력 미치는 것으로 나타났다.

이와 같이 대인관계의 성향에 따라 나타나는 행동은 개인마다 다르며, 행동의 방향을 결정짓는 중요한 요소로써 대인관계가 올바르게 형성될 필요가 있다는 것을 알 수 있다.

## 4. 외모관리행동

### 1) 외모관리행동의 개념

외모관리행동은 자신을 시각적으로 돋보이도록 표현하는 수단으로 패션과 뷰티 제품을 사용하여 관리하는 행동이라 하며, 외적인 자신의 외모를 긍정적으로 높여주는 수단이다(박수연 외, 2016, p.280). 외모는 겉으로 드러나 보이는 모양이라는 뜻의 사전적 의미를 갖고 있으며(네이버 국어사전, 검색일: 2021. 01. 20) 외모관리는 타인과의 상호관계 속에서 개인 각자가 자신의 역할을 연기하며 자신을 타인에게 알리고 자신의 개성을 표현하는 과정이다(이지영 외, 2012). 외모관리행동은 다양한 도구를 이용하여 타인에게 자신이 기대되는 모습으로 보여지도록 이미지를 만들고 내면화 시키는 행동이다.

오늘날에는 외모를 타고난 그대로의 것으로 수용하는 것이 아니라 관리를 통하여 개선할 수 있다는 문화적 관념이 형성되어 있고, 외모관리에 대한 관심과 요구, 기대는 점차 증대되고 있으며, 또한 외모는 노력으로 향상시킬 수 있으며, 이를 통한 만족감은 사회문화적 맥락에서 우위를 선점할 수 있다고 생각하는 것이다(이혜경, 2014).

외모관리행동은 사람들의 미적 욕구를 구체적으로 충족시켜줄 수 있는 한 방법으로 자신의 외형을 더욱 매력적이고 아름다운 이미지로 드러낼 수 있는 자기만의 표현 수단이며, 미디어가 발달하고 다양화와 개성을 추구하는 현대의 사람들에게 외모는 시각적인 요소로 아주 중요하게 생각되고 있다(곽진숙, 2021, pp.30-31).

현대사회에서의 외모관리행동은 더 이상 사치가 아닌 생활에서 필요한 요건으로 인식되어 자기 자신의 외모를 아름답게 하기 위해 외모관

리행동을 하는 것이고(김효정, 2016, p.20), 외모관리가 사람과 사람 사이의 사적인 관계뿐만 아니라 능력평가에도 영향을 미치는 사회 경쟁력 요인으로 작용하고 있으며(김주연, 2012, p.893), 타인과의 관계상 자신의 정보를 전달하는 시각적 상징으로 개인의 생활은 물론 자기 확립과 발전에 많은 영향을 미친다(홍성임, 2007, p.6).

이러한 외모관리행동은 자신을 가꾸고 표현하는 것으로써 다양한 방법을 활용하여 개성을 나타내고, 사회적으로 합의된 미의 기준에 맞추고자 하는 의지가 높을 때 더욱 활발하게 나타난다고 할 수 있다.

## 2) 외모관리행동 관련 선행연구

외모관리행동은 자신을 표현하기 위한 수단으로 자신의 만족도와 타인에게 자신의 정체성을 시작적인 이미지로 만들어가는 것이다. 외모관리행동의 선행연구는 다음과 같다.

박수연 외(2015)의 연구에서는 소비자의 외모관리 소비행동과 외모와 관련된 패션/뷰티 TV미디어 사용이 소비자의 외모관리 소비행동에 미치는 영향으로, 시각적 미디어를 통한 의도적 또는 비의도적 노출이 남녀노소를 구분하지 않고 매력적인 외모에 대한 사고와 가치관에 막대한 영향을 미치고, 패션/뷰티 TV미디어 이용이 많을수록 외모관리 소비행동이 높아지는 것으로 나타났다.

강평미(2017)의 연구에서는 사회성과 신체이미지, 자아존중감이 20~50대 남녀직장인의 외모관리행동에 미치는 영향을 확인하였고, 그 결과로 대인관계를 다양하게 맺기를 좋아하는 사교적인 성향일수록 긍정적으로 자신을 평가하고 외모 지향적으로 나타나 의복행동, 헤어관리행동 및 체형관리행동을 많이 하는 것을 알 수 있었다. 신체이미지의

외모지향요인을 가진 사람은 외모변화를 위하여 모든 외모관리행동을 적극적으로 활용하며, 외모만족이 높을수록 자아존중감과 의복행동, 헤어관리행동에 적극적인 것으로 나타났다. 연령이 낮을수록 외모 지향적이며 외모만족도가 높았고, 외모관리행동은 판매서비스직과 전문직이 기타직업보다 피부관리 행동을 적극적으로 하는 것을 알 수 있었다.

이혜경(2014)은 여중생과 여고생의 외모관리행동에 사회문화적 태도, 신체이미지, 자아존중감이 관여하는지 확인한 연구에서 여중생에게는 외모에 대한 사회문화적 태도의 요인인 내면화와 인식이 신체이미지 요인 중 외모지향이 외모관리행동에 영향을 주고, 여고생에게는 신체이미지인 외모평가와 외모지향, 신체만족도의 요인이 영향을 주는 변수로 나타나 외모관리에 영향을 주는 변수가 여중생과 여고생이 다르게 나타났다.

백소현 외(2019)는 대학생들의 취업스트레스가 외모관심도, 외모관리행동에 미치는 영향을 알아본 바, 대학생들은 취업스트레스가 높을수록 타인지향과 외모향상 적극성, 외모관리와 외모관심도가 높고 외모관리행동에 적극적임이 확인되었다. 이는 대학생들이 취업을 위한 면접시에 외모의 비중이 높다고 생각함에 따라 발생하는 스트레스에서 기인한 것으로, 취업 스트레스가 높을수록 외모관심도가 높아지고, 외모관리행동도 높아짐을 알 수 있었다.

이미숙(2017)의 연구에서는 미디어 노출과 관여도가 여대생에게 영향을 미쳐 객체화된 신체의식과 외모관리행동의 변화가 있는지 알아보았다. 여대생은 미디어를 매우 중요하게 생각하며, 미디어에서 제공하는 정보에 많은 관심과 주의를 기울인다. 이러한 미디어의 이용은 여대생의 객체화 된 신체의식이나 외모관리행동에 영향을 주며, 신체감시성이 높은 학생은 다양한 스타일이 공존하는 패션, 헤어, 메이크업, 피부관리

의 행동이 나타나는 반면에 신체수치심이 높은 학생에게는 획일화된 미의 기준이 제시되는 성형과 체중관리의 행동에 영향력이 크게 나타남을 알 수 있었다.

김영미 외(2019)는 성인 남성을 대상으로 외모성공지향이 뷰티관리 행동과 외모향상추구에 미치는 영향에 대하여 연구한 바, 성인 남성들의 외모성공지향이 외모관심, 외모향상과 뷰티관리행동에 작용하는 중요한 심리적 기제임을 확인하였다. 하지만 아직까지 남성에게는 외모가 사회적 관점의 성공을 위한 의미보다는 자기관심과 만족을 위한 부분으로 인식하고, 자기관리를 위한 뷰티행동으로 기초피부관리, 헤어관리, 체중·체형관리를 한다. 뷰티관리행동은 외모성공지향과 외모향상추구를 위한 중요한 매개역할을 하는 것도 확인할 수 있었다.

이상으로 외모가 대인관계나 사회에서의 활동에 영향을 미치는 것을 인지하는 현대인에게는 외모관리가 필수적인 요인으로 작용하고 있으며, 이러한 외모관리는 연령, 성별 등의 한계적인 영역에서 벗어나 누구나 해야 한다는 인식이 커지고 있다고 볼 수 있다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구문제

본 연구는 MZ세대를 대상으로 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향을 알아보는데 목적이 있다.

본 연구를 수행하기 위한 연구문제를 다음과 같이 설정하였다.

첫째, MZ세대의 인구통계학적 특성을 알아본다.

둘째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계, 외모관리행동에 대한 요인분석 및 신뢰도를 알아본다.

셋째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계, 외모관리행동의 상관관계분석을 통하여 각 변수들 사이의 인과관계를 알아본다.

넷째, MZ세대의 인구통계학적 특성에 따른 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계 및 외모관리행동의 차이를 알아본다.

다섯째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도가 대인관계 및 외모관리행동에 미치는 영향을 알아본다.

여섯째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도가 외모관리행동에 영향을 미치는데 있어 대인관계가 매개역할을 하는지 매개효과분석을 알아본다.

## 2. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 MZ세대를 대상으로 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인 관계가 외모관리행동에 미치는 영향을 조사하기 위하여 연구방법으로 설문지법을 사용하였다.

설문지 조사 시기는 2021년 1월27일~2월15일이었으며, 설문지는 서울·경기지역에 총 450부를 배부하여 438부를 회수하였다. 이 중 불성실한 응답자 5명을 제외하고 433부를 최종 분석하였다.

## 3. 측정도구

본 연구의 대상은 MZ세대로 본 연구의 목적에 맞게 설문 내용을 수정·보완 후 사용하였다. 문항들은 모두 ‘전혀 그렇지 않다.’는 1점, ‘매우 그렇다.’는 5점으로 5점 리커트 척도로 구성하였으며, 본 연구에 사용된 요인들은 연구의 목적에 맞게 선행연구를 바탕으로 정의하여 사용하였다.

설문지의 내용은 크게 4가지로 구성하였으며, 외모에 대한 사회문화적 태도 12문항, 대인관계 22문항, 외모관리행동 16문항으로 40문항으로 구성하였다. 인구통계학적 특성은 9개 문항으로 총 49문항으로 구성하였다. 본 조사에 사용된 측정도구는 <표 1>과 같이 정리하였다.

### 1) 외모에 대한 사회문화적 태도

외모에 대한 사회문화적 태도는 Leslie J. Heinberg et al(1995), 조선명(2000), 안나영(2007), 정소희(2018), 박선영(2019)의 연구에서 사용되었던 요인 중 내면화와 인식의 요인이 포함되었다. 척도는 5

점 리커트 척도를 적용하고, 총 12문항을 최종 사용하였다.

## 2) 대인관계

대인관계는 김유진(2016), 송지현(2020)의 연구에서 사용되었던 요인 중 자기중심성, 비주장성, 소극적 태도, 자기희생의 4가지 요인을 포함하여 수정·보완하였다. 척도는 5점 리커트 척도를 적용하고, 총 22 문항을 최종 사용하였다.

## 3) 외모관리행동

외모관리행동은 조선영(2013), 김정하(2017)의 연구에서 사용되었던 요인 중 화장관리, 피부관리, 의복관리의 3가지 요인을 포함하여 수정·보완하였다. 척도는 5점 리커트 척도를 적용하고, 총 16문항을 최종 사용하였다.

## 4) 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성은 선행연구를 바탕으로 본 연구자가 재구성하여 측정도구로 사용하였다. 출생연도, 성별, 최종학력, 결혼 상태, 직업, 취미활동, 한달 평균 소득, 한달 평균 외모관리 비용(화장,피부,헤어·스타일), 한달 평균 외모관리 비용(의복,성형,체형·몸매관리)으로 총 9문항을 최종 사용하였다.

<표 1> 설문지의 구성

측정변인	하위요인	문항 수	척도	출처
외모에 대한 사회문화적 태도	내면화 인식	12	5점 리커트 척도	Leslie J. Heinberg et,al(1995) 조선명 (2000) 안나영 (2007) 정소희 (2018) 박선영 (2019)
대인관계	자기중심성 비주장성 소극적 태도 자기희생	22	5점 리커트 척도	김유진 (2016) 송지현 (2020)
외모관리행동	화장관리 피부관리 의복관리	16	5점 리커트 척도	조선영 (2013) 김정하 (2017)
인구통계학적 특성	출생연도 성별 최종학력 결혼상태 직업 취미활동 한달 평균 소득 한달 평균 외모관리비용 (화장,피부,헤어·스타일) 한달 평균 외모관리비용 (의복,성형,체형·몸매관리)	9	선다형	연구자

## 4. 자료 분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 통계 프로그램 SPSS 25.0을 사용하여 분석을 실시하였다. 자료 분석에 사용된 통계 기법은 빈도분석(Frequency Analysis), 요인분석(Factor Analysis), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 분산분석(ANOVA), 다중회귀분석(Multiple regression Analysis)이 실시되었다.

첫째, 조사대상의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 본 연구의 측정항목에 대하여 타당성을 검증하고, 공통된 요인을 찾아내 변수로 활용하기 위하여 탐색적 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계, 외모관리행동에 대한 타당성과 신뢰도 검증을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

셋째, 본 연구에서는 앞서 제시한 각 항목변수의 상관관계를 분석 및 검증하고, 상관관계분석으로 검증된 각 변수들 사이의 인과관계를 검증하였다.

넷째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

다섯째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도가 외모관리행동에 영향을 미치는데 있어 대인관계가 매개역할을 하는지 매개효과분석을 실시하였다.

## IV. 연구결과 및 논의

### 1. 연구대상의 인구통계학적 특성

본 연구의 대상자에 대한 인구통계학적 특성의 빈도와 퍼센트를 알아보기 위하여 실시한 빈도분석 결과는 <표 2>와 같다.

인구통계학적 특성을 살펴보면 총 433명 중 출생연도는 1981년~1985년 22.2%, 1986년~1990년 17.3%, 1991년~1995년 22.4%, 1996년~2000년 23.1%, 2001년~2004년 15%로 나타났다. 성별로는 남성이 47.6%로 여성이 52.4%로 나타났으며, 최종학력으로는 대학교 졸업이 49.7%로 가장 많았으며, 다음으로 대학원 재학 중 25.9%, 고졸 이하 15.9%, 대학원 이상 8.5% 순으로 나타났다. 결혼 상태는 미혼은 77.1%, 기혼은 21.3%, 기타는 1.6%로 나타났다. 직업별로는 학생이 35.1%로 가장 높은 분포로 나타났으며, 다음으로 사무/관리직/공무원 31.4%, 판매/서비스직 9.9%, 전문직(의사, 변호사 등) 7.9%, 미용종사자 6.7%, 주부 5.1%, 자영업 3.9% 순으로 나타났다. 동호회 취미활동은 안한다가 64.0%로 한다 36.0%보다 높게 나타났다. 한달 평균 소득으로는 100만원 미만이 26.1%, 100만원 이상에서 200만원 미만이 24.7%, 200만원 이상에서 300만원 미만이 28.6%, 300만원 이상이 20.6%로 나타났다. 한달 평균 외모관리 비용(화장, 피부, 헤어·스타일)으로는 10만원 미만이 53.1%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 10만원 이상에서 30만원 미만이 36%, 30만원 이상이 10.9%로 나타났다. 한달 평균 외모관리 비용(의복, 성형, 몸매관리)으로는 10만원 미만이 47.8%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 10만원 이상에서 30만원 미만이 36.5%, 30만원 이상이 15.7%로 나타났다.

<표 2> 인구통계학적 특성 빈도분석 결과

N=433(%)

구분	항목	빈도(N)	퍼센트(%)
출생연도	1981년~1985년	96	22.2
	1986년~1990년	75	17.3
	1991년~1995년	97	22.4
	1996년~2000년	100	23.1
	2001년~2004년	65	15.0
성별	남자	206	47.6
	여자	227	52.4
최종학력	고졸이하	69	15.9
	대학교 재학 중	112	25.9
	대학교 졸업	215	49.7
	대학원 이상	37	8.5
결혼 상태	미혼	334	77.1
	기혼	92	21.3
	기타	7	1.6
직업	학생(대학교, 대학원 포함)	152	35.1
	사무/관리직/공무원	136	31.4
	전문직(의사, 변호사 등)	34	7.9
	판매/서비스직	43	9.9
	자영업	17	3.9
	주부	22	5.1
	미용종사자	29	6.7
동호회 등 취미활동 여부	한다	156	36.0
	안한다	277	64.0
한달 평균 소득 (월급, 용돈 등)	100만원 미만	113	26.1
	100만원 이상 200만원 미만	107	24.7
	200만원 이상 300만원 미만	124	28.6
	300만원 이상	89	20.6
한달 평균 외모관리 비용 (화장,피부,헤어·스타일)	10만원 미만	230	53.1
	10만원 이상 30만원 미만	156	36.0
	30만원 이상	47	10.9
한달 평균 외모관리 비용 (의복,성형,몸매관리)	10만원 미만	207	47.8
	10만원 이상 30만원 미만	158	36.5
	30만원 이상	68	15.7
계		433	100.0

## 2. 외모에 대한 사회문화적 태도, 대인관계, 외모관리행동의 요인분석 및 신뢰도

### 1) 외모에 대한 사회문화적 태도

MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도의 타당성을 알아보고 신뢰도 검증에 위하여 실시한 요인분석과 신뢰도 분석의 결과는 <표 3>과 같다. 전체 설명력은 63.193%로 나타났고, 전체 신뢰도 계수는 0.823로 나타났으며, 요인별 신뢰도 계수는 0.740 이상으로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인 1(37.730%)은 나는 나의 신체를 TV에 나오는 연예인과 비교한다, 나는 TV에 나오는 유명 연예인처럼 보였으면 한다, 나는 나의 외모를 잡지에 나오는 날씬하고 매력적인 모델들과 비교한다, 내가 목표로 하는 이상적인 외모는 TV 드라마나 영화에 출연하는 배우들이다, 나는 패션잡지 속의 남성 또는 여성들처럼 보였으면 한다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘내면화’로 명명하였다.

요인 2(25.463%)는 우리 사회에서 신체 매력성은 매우 중요하다, 우리 사회에서 성공하려면 외모관리는 중요하다, 우리 사회에서는 항상 매력적으로 보이는게 중요하다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘인식’으로 명명하였다.

이 두 개의 요인적재 값이 +.50 이상으로 확인되어 추출된 요인의 타당성이 확보된 것으로 볼 수 있고, 신뢰도가 모두 .70 이상으로 나타나 신뢰할 수 있음을 확인하였다.

<표 3> 외모에 대한 사회문화적 태도 질문지의 요인분석 결과

질문	외모에 대한 사회문화적 태도		공통성
	내면화	인식	
나는 나의 신체를 TV에 나오는 연예인과 비교한다.	.784	.102	.626
나는 TV에 나오는 유명 연예인처럼 보였으면 한다.	.784	.196	.654
나는 나의 외모를 잡지에 나오는 날씬하고 매력적인 모델들과 비교한다.	.774	.123	.614
내가 목표로 하는 이상적인 외모는 TV 드라마나 영화에 출연하는 배우들이다.	.769	.095	.601
나는 패션잡지 속의 남성 또는 여성들처럼 보였으면 한다.	.728	.240	.588
우리 사회에서 신체 매력성은 매우 중요하다.	.158	.821	.699
우리 사회에서 성공하려면 외모관리는 중요하다.	.149	.793	.651
우리 사회에서는 항상 매력적으로 보이는게 중요하다.	.142	.777	.623
고유값	3.018	2.037	
분산(%)	37.730	25.463	
누적(%)	37.730	63.193	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	.842	.740	
전체신뢰도	.823		
KMO와 Bartlett 검정	KMO=.804, $\chi^2=1,261.174$ $p<.000$		

## 2) 대인관계

MZ세대의 대인관계에 대한 타당성을 알아보고 신뢰도 검증을 위하여 실시한 요인분석과 신뢰도 분석의 결과는 <표 4>와 같다. 전체 설명력은 63.656%로 나타났고, 전체 신뢰도 계수는 0.918로 나타났으며, 요인별 신뢰도 계수는 0.727 이상으로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인 1(21.136%)은 나는 다른 사람의 어려움을 보고도 진심으로 걱정해 주기가 어렵다, 나는 다른 사람의 입장을 지지해 주기가 어렵다, 나는 다른 사람의 요구를 먼저 들어주기가 어렵다, 나는 다른 사람에게 좋은 일이 생겼을 때 같이 기뻐하기가 어렵다, 나는 다른 사람에게 애정을 느끼기가 어렵다, 나는 다른 사람에게 친근감을 느끼기가 어렵다, 나는 독단적으로 판단하고 결정하여 다른 사람들과 마찰이 있을 때가 많다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘자기중심성’으로 명명하였다.

요인 2(20.240%)는 나는 자기주장이 강한 사람들과 같이 있으면 내 주장을 내세우기 어렵다, 나는 사람의 감정이 상할까봐 내 주장을 내세우기가 어렵다, 나는 내가 원하는 것을 말하기가 어렵다, 나는 다른 사람에게 정당한 요구일지라도 하기 어렵다, 나는 내 주장을 내세우기가 어렵다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘비주장성’으로 명명하였다.

요인 3(12.470%)은 나는 친구가 사귀기가 어렵다, 나는 다른 사람들과 친해지는데 시간이 너무 오래 걸린다, 나는 다른 사람을 너무 어려워한다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘소극적 태도’로 명명하였다.

요인 4(9.810%)는 나는 다른 사람에게 자주 이용당한다, 나는 다른 사람들의 말을 너무 쉽게 따른다, 나는 뚜렷한 주관 없이 다른 사람에게 너무 많이 끌려 다닌다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘자기희생’으

로 명명하였다.

이 네 개의 요인적재 값이 +.50 이상으로 확인되어 추출된 요인의 타당성이 확보된 것으로 볼 수 있고, 신뢰도가 모두 .70 이상으로 나타나 신뢰할 수 있음을 확인하였다.

<표 4> 대인관계 질문지의 요인분석 결과

질문	대인관계				공통성
	자기 중심성	비주장성	소극적 태도	자기희생	
나는 다른 사람의 어려움을 보고도 진심으로 걱정해 주기가 어렵다.	.783	.192	.044	.077	.658
나는 다른 사람의 입장을 지지해 주기가 어렵다.	.726	.201	.086	.170	.604
나는 다른 사람의 요구를 먼저 들어주기가 어렵다.	.722	.115	.089	.169	.572
나는 다른 사람에게 좋은 일이 생겼을 때 같이 기뻐하기가 어렵다.	.720	.233	.167	.105	.612
나는 다른 사람에게 애정을 느끼기가 어렵다.	.704	.163	.341	.061	.643
나는 다른 사람에게 친근감을 느끼기가 어렵다.	.623	.165	.410	.113	.688
나는 독단적으로 판단하고 결정하여 다른 사람들과 마찰이 있을 때가 많다.	.502	-.137	.401	.342	.549
나는 자기주장이 강한 사람들과 같이 있으면 내 주장을 내세우기 어렵다.	.084	.786	.105	.053	.638
나는 사람의 감정이 상할까봐 내 주장을 내세우기가 어렵다.	.113	.739	.140	.093	.588
나는 내가 원하는 것을 말하기가 어렵다.	.262	.674	.250	.171	.615
나는 다른 사람에게 정당한 요구일지라도 하기 어렵다.	.157	.659	.245	.183	.553
나는 내 주장을 내세우기가 어렵다.	.345	.658	.260	.233	.674
나는 친구가 사귀기가 어렵다.	.226	.332	.743	.095	.722
나는 다른 사람들과 친해지는데 시간이 너무 오래 걸린다.	.195	.296	.726	.125	.668
나는 다른 사람을 너무 어려워한다.	.140	.414	.546	.225	.633
나는 다른 사람에게 자주 이용당한다.	.252	.108	.237	.758	.706
나는 다른 사람들의 말을 너무 쉽게 따른다.	.097	.429	.072	.699	.687
나는 뚜렷한 주관 없이 다른 사람에게 너무 많이 끌려 다닌다.	.271	.432	.045	.539	.649
고유값	3.804	3.643	2.245	1.766	
분산(%)	21.136	20.240	12.470	9.810	
누적(%)	21.136	41.376	53.846	63.656	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	.871	.844	.781	.727	
전체신뢰도			.918		
KMO와 Bartlett 검정		KMO=.709, $\chi^2=1,311.143$ $p<.000$			

### 3) 외모관리행동

MZ세대의 외모관리행동에 대한 타당성을 알아보고 신뢰도 검증을 위하여 실시한 요인분석과 신뢰도 분석의 결과는 <표 5>와 같다. 전체 설명력은 59.402%로 나타났고, 전체신뢰도 계수는 0.886으로 나타났으며, 요인별 신뢰도 계수는 0.774 이상으로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인 1(21.634%)은 나는 잡지를 본 후 화장법을 따라 하거나 응용할 때가 있다, 나는 외출하는 장소에 따라 화장법을 바꾼다, 나는 유행하는 화장품은 한번쯤 사보게 된다, 나는 매력적인 연예인들의 외모를 보면 성형하고 싶다, 나는 화장을 하면서 자기만족을 느낀다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘화장관리’로 명명하였다.

요인 2(19.581%)는 나는 세안 후 기초제품(스킨, 로션 등)을 사용한다, 나는 피부관리를 위해 기능성 화장품(에센스, 아이크림, 미백크림 등)을 자주 사용한다, 나는 좋은 피부를 갖기 위해 노력하는 편이다, 나는 외출 시 반드시 얼굴에 자외선 차단제를 바른다, 나는 클렌징 제품이나 목욕용품에 관심이 많은 편이다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘피부관리’로 명명하였다.

요인 3(18.187%)은 나는 옷을 입을 때 의복에 어울리는 소품(가방, 신발, 모자, 악세사리 등)을 고려한다, 나는 옷을 계절별로 구매하는 편이다, 나는 유행하는 스타일이나 인기있는 브랜드의 의류제품을 구매하고 싶다, 나는 옷을 잘 입는다는 얘기를 듣기 위해 노력한다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘의복관리’로 명명하였다.

이 세 개의 요인적재 값이 +.50 이상으로 확인되어 추출된 요인의 타당성이 확보된 것으로 볼 수 있고, 신뢰도가 모두 .70 이상으로 나타나 신뢰할 수 있음을 확인하였다.

<표 5> 외모관리행동 질문지의 요인분석 결과

질문	외모관리행동			공통성
	화장관리	피부관리	의복관리	
나는 잡지를 본 후 화장법을 따라 하거나 응용할 때가 있다.	.780	.186	.133	.661
나는 외출하는 장소에 따라 화장법을 바꾼다.	.766	.076	.170	.622
나는 유행하는 화장품은 한번쯤 사보게 된다.	.686	.280	.187	.584
나는 매력적인 연예인들의 외모를 보면 성형하고 싶다.	.685	.085	.237	.533
나는 화장을 하면서 자기만족을 느낀다.	.525	.386	.316	.524
나는 세안 후 기초제품(스킨, 로션 등)을 사용한다.	-.106	.785	.211	.672
나는 피부관리를 위해 기능성 화장품(에센스, 아이크림, 미백크림 등)을 자주 사용한다.	.264	.722	.243	.650
나는 좋은 피부를 갖기 위해 노력하는 편이다.	.217	.705	.311	.641
나는 외출 시 반드시 얼굴에 자외선 차단제를 바른다.	.403	.582	-.046	.504
나는 클렌징 제품이나 목욕용품에 관심이 많은 편이다.	.324	.578	.284	.520
나는 옷을 입을 때 의복에 어울리는 소품(가방, 신발, 모자, 악세사리 등)을 고려한다.	.111	.192	.755	.620
나는 옷을 계절별로 구매하는 편이다.	.119	.230	.729	.599
나는 유행하는 스타일이나 인기있는 브랜드의 의류제품을 구매하고 싶다.	.242	.243	.681	.582
나는 옷을 잘 입는다는 얘기를 듣기 위해 노력한다.	.370	.098	.677	.606
고유값	3.029	2.741	2.546	
분산(%)	21.634	19.581	18.187	
누적(%)	21.634	41.215	59.402	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	.818	.794	.774	
전체신뢰도		.886		
KMO와 Bartlett 검정	KMO=.912, $\chi^2=2,268.338$ $p<.000$			

### 3. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도, 대인관계, 외모관리행동간의 상관관계

본 연구에서는 각 항목변수의 상관관계 분석을 통하여 MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계, 외모관리행동 각 변수들 사이의 인과관계를 검증하였다.

각 변수 간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계 검증을 시행한 결과는 <표 6>과 같다.

외모에 대한 사회문화적 태도 중 ‘인식’ 변수는 대인관계 중 ‘비주장성’ 변수와 ‘소극적 태도’ 변수, ‘자기희생’ 변수에 대해 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났으며, 대인관계 중 ‘자기중심성’ 변수와 ‘소극적 태도’ 변수, ‘자기희생’ 변수는 외모관리행동 중 ‘피부관리’ 변수와 ‘의복관리’ 변수에 대해 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

외모에 대한 사회문화적 태도 중 ‘인식’ 변수는 대인관계 중 ‘자기중심성’ 변수에 대해 통계적으로 유의미한 부(-)의 관계가 있는 것으로 나타났으나, 나머지 모든 변수는 통계적으로 유의미한 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다( $p < .05$ ).

<표 6> 상관관계분석

구분	평균	표준 편차	내면화	인식	자기 중심성	비 주장성	소극적 태도	자기 희생	화장 관리	피부 관리	의복 관리
내면화	2.82	.886	1								
인식	3.75	.734	.370**	1							
자기 중심성	2.25	.745	.230**	-.131**	1						
비 주장성	2.72	.837	.270**	-.005	.500**	1					
소극적 태도	2.54	.905	.141**	-.087	.563**	.663**	1				
자기 희생	2.50	.810	.293**	.010	.515**	.630**	.538**	1			
화장 관리	2.73	.911	.525**	.198**	.196**	.222**	.111*	.283**	1		
피부 관리	3.32	.881	.347**	.161**	-.031	.098*	.048	.091	.565**	1	
의복 관리	3.28	.833	.462**	.332**	-.065	.133**	-.042	.082	.549**	.555**	1

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

#### 4. MZ세대의 인구통계학적 특성에 따른 외모에 대한 사회문화적 태도, 대인관계, 외모관리행동의 차이분석

##### 1) 인구통계학적 특성에 따른 외모에 대한 사회문화적 태도 차이분석

인구통계학적 특성에 따른 외모에 대한 사회문화적 태도의 차이를 분석한 결과는 <표 7>과 같다. 인구통계학적 특성에 따른 외모에 대한 사회문화적 태도의 차이를 분석한 결과, 각 집단별로 외모에 대한 사회문화적 태도에 차이가 있음을 발견할 수 있었다.

출생연도의 경우 외모에 대한 사회문화적 태도 모두에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .05$ ).

사후분석에서 ‘내면화’의 출생연도별 차이는 2001년~2004년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1981년~1985년 순으로 나타났으나, ‘인식’의 출생연도별 차이는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

성별 구분의 경우에 외모에 대한 사회문화적 태도 모두에 대해 집단별로 차이가 없음을 알 수 있었다( $p > .05$ ).

최종학력별 구분의 경우에도 외모에 대한 사회문화적 태도 중 ‘내면화’에 대해서만 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .05$ ).

사후분석에서 ‘내면화’의 최종학력별 차이는 대학교 재학 중 > 고졸 이하, 대학교 재학 중 > 대학교 졸업 순으로 나타났다.

결혼상태별 구분의 경우 외모에 대한 사회문화적 태도 모두에 대해 집단별로 차이가 없음을 알 수 있었다( $p > .05$ ).

직업별 구분의 경우 외모에 대한 사회문화적 태도 모두에 대해 집단별

로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .05$ ).

사후분석에서 ‘내면화’의 직업별 차이는 학생(대학교, 대학원 포함) > 전문직(의사, 변호사 등)으로 나타났으나, ‘인식’의 직업별 차이는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

동호회 등 취미 활동 여부별 구분의 경우에 외모에 대한 사회문화적 태도 모두에 대해 집단별로 차이가 없음을 알 수 있었다( $p > .05$ ).

한달 평균 소득(월급, 용돈 등)별 구분의 경우 외모에 대한 사회문화적 태도 중 ‘인식’에 대해서만 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .001$ ).

사후분석에서 ‘인식’의 한달 평균 소득(월급, 용돈 등)별 차이는 300만원 이상 > 100만원 이상 200만원 미만, 300만원 이상 > 200만원 이상 300만원 미만, 200만원 이상 300만원 미만 > 100만원 이상 200만원 미만, 200만원 이상 300만원 미만 > 100만원 미만 순으로 나타났다.

한달 평균 외모관리비용(화장, 피부, 헤어스타일)별 구분의 경우 외모에 대한 사회문화적 태도 중 ‘내면화’에 대해서만 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .001$ ).

사후분석에서 ‘내면화’의 한달 평균 외모관리비용(화장, 피부, 헤어스타일)별 차이는 30만원 이상 > 10만원 미만, 10만원 이상 30만원 미만 > 10만원 미만 순으로 나타났다.

한달 평균 외모관리비용(의복, 성형, 몸매관리)별 구분의 경우 외모에 대한 사회문화적 태도 중 ‘내면화’에 대해서만 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .001$ ).

사후분석에서 ‘내면화’의 한달 평균 외모관리비용(의복, 성형, 몸매관리)별 차이는 30만원 이상 > 10만원 미만으로 나타났다.

<표 7> 인구통계학적 특성에 따른 외모에 대한 사회문화적 태도 차이분석

인구통계학적 특성	외모에 대한 사회문화적 태도		
	내면화	인식	
전 체	2.82	3.75	
출생연도	1981년~1985년 <sup>a</sup>	2.46	3.81
	1986년~1990년 <sup>b</sup>	2.83	3.84
	1991년~1995년 <sup>c</sup>	2.81	3.87
	1996년~2000년 <sup>d</sup>	2.97	3.55
	2001년~2004년 <sup>e</sup>	3.14	3.67
	F	7.265***	3.151*
사후분석	e>a, d>a	-	
성별	남자 <sup>a</sup>	2.88	3.69
	여자 <sup>b</sup>	2.76	3.80
	t	1.359	-1.465
	사후분석	-	-
최종학력	고졸이하 <sup>a</sup>	2.63	3.76
	대학교 재학 중 <sup>b</sup>	3.10	3.60
	대학교 졸업 <sup>c</sup>	2.73	3.82
	대학원 이상 <sup>d</sup>	2.85	3.77
	F	5.796**	2.127
	사후분석	b>a, b>c	-
결혼 상태	미혼 <sup>a</sup>	2.87	3.73
	기혼 <sup>b</sup>	2.64	3.82
	기타 <sup>c</sup>	2.74	3.52
	F	2.518	0.838
	사후분석	-	-
직업	학생(대학교, 대학원 포함) <sup>a</sup>	3.07	3.61
	사무/관리직/공무원 <sup>b</sup>	2.75	3.76
	전문직(의사, 변호사 등) <sup>c</sup>	2.36	3.76
	판매/서비스직 <sup>d</sup>	2.71	3.97
	자영업 <sup>e</sup>	2.59	3.61
	주부 <sup>f</sup>	2.82	4.05
	미용종사자 <sup>g</sup>	2.70	3.86
	F	4.189***	2.374*
	사후분석	a>c	-

인구통계학적 특성		외모에 대한 사회문화적 태도	
		내면화	인식
동호회 등 취미 활동 여부	한다 <sup>a</sup>	2.84	3.80
	안한다 <sup>b</sup>	2.81	3.72
	t	0.282	1.115
	사후분석	-	-
한달 평균 소득 (월급, 용돈 등)	100만원 미만 <sup>a</sup>	2.86	3.60
	100만원 이상 200만원 미만 <sup>b</sup>	2.99	3.58
	200만원 이상 300만원 미만 <sup>c</sup>	2.74	3.89
	300만원 이상 <sup>d</sup>	2.67	3.94
	F	2.564	7.527***
	사후분석	-	d>b, d>c, c>b, c>a
한달 평균 외모 관리 비용 (화장, 피부, 헤 어 · 스타일)	10만원 미만 <sup>a</sup>	2.66	3.69
	10만원 이상 30만원 미만 <sup>b</sup>	2.95	3.79
	30만원 이상 <sup>c</sup>	3.17	3.86
	F	9.591***	1.412
	사후분석	c>a, b>a	-
한달 평균 외모관리 비용 (의복, 성형, 몸 매관리)	10만원 미만 <sup>a</sup>	2.68	3.67
	10만원 이상 30만원 미만 <sup>b</sup>	2.87	3.80
	30만원 이상 <sup>c</sup>	3.15	3.87
	F	8.017***	2.582
	사후분석	c>a	-

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

## 2) 인구통계학적 특성에 따른 대인관계 차이분석

인구통계학적 특성에 따른 대인관계의 차이를 분석한 결과는 <표 8>과 같다.

출생연도의 경우 대인관계 모두에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .01$ ).

사후분석에서 ‘자기중심성’의 출생연도별 차이는 2001년~2004년 > 1991년~1995년, 1996년~2000년 > 1991년~1995년, 2001년~2004년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1981년~1985년, 2001년~2004년 > 1986년~1990년, 1996년~2000년 > 1986년~1990년 순으로 나타났으며, ‘비주장성’의 출생연도별 차이는 1996년~2000년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1991년~1995년, 2001년~2004년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1986년~1990년 순으로 나타났다.

‘소극적 태도’의 출생연도별 차이는 1996년~2000년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1991년~1995년, 1996년~2000년 > 1986년~1990년 순으로 나타났으며, ‘자기희생’의 출생연도별 차이는 1996년~2000년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1991년~1995년, 2001년~2004년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1986년~1990년, 2001년~2004년 > 1991년~1995년 순으로 나타났다.

성별 구분의 경우에 대인관계 중 ‘자기중심성’에 대해서만 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .001$ ).

사후분석에서 ‘자기중심성’의 성별 차이는 남자 > 여자 순으로 나타났다.

최종학력별 구분의 경우에도 대인관계 모두에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .01$ ).

사후분석에서 ‘자기중심성’의 최종학력별 차이는 대학교 재학 중 > 대학교 졸업, 대학교 재학 중 > 대학원 이상, 대학교 재학 중 > 고졸이하 순으로 나타났으며, ‘비주장성’의 최종학력별 차이는 대학교 재학 중 > 대학원 이상, 대학교 재학 중 > 대학교 졸업 순으로 나타났다. ‘소극적 태도’의 최종학력별 차이는 대학교 재학 중 > 대학원 이상, 대학교 재학 중 > 고졸이하, 대학교 재학 중 > 대학교 졸업 순으로 나타났으며, ‘자기희생’의 최종학력별 차이는 대학교 재학 중 > 대학원 이상, 대학교 재학 중 > 대학교 졸업, 대학교 재학 중 > 고졸이하 순으로 나타났다.

결혼상태별 구분의 경우 대인관계 중 ‘자기중심성’과 ‘비주장성’에 대해서만 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .05$ ).

사후분석에서 ‘자기중심성’과 ‘비주장성’ 변수에 대한 결혼상태별 차이는 모두 미혼 > 기혼으로 나타났다.

직업별 구분의 경우 대인관계 모두에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .001$ ).

사후분석에서 ‘자기중심성’의 직업별 차이는 학생(대학교, 대학원 포함) > 전문직(의사, 변호사 등), 학생(대학교, 대학원 포함) > 미용종사자, 학생(대학교, 대학원 포함) > 사무/관리직/공무원, 학생(대학교, 대학원 포함) > 판매/서비스직, 학생(대학교, 대학원 포함) > 주부 순으로 나타났으며, ‘비주장성’과 ‘자기희생’의 직업별 차이는 학생(대학교, 대학원 포함) > 전문직(의사, 변호사 등), 학생(대학교, 대학원 포함) > 사무/관리직/공무원 순으로 나타났다. ‘소극적태도’의 직업별 차이는 학생(대학교, 대학원 포함) > 판매/서비스직, 학생(대학교, 대학원 포함) > 전문직(의사, 변호사 등), 학생(대학교, 대학원 포함) > 사무/관리직/공무원 순으로 나타났다.

동호회 등 취미 활동 여부별 구분의 경우에 대인관계 중 ‘자기중심

성' 을 제외한 모든 변수에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .01$ ).

사후분석에서 '비주장성' , '소극적 태도' 및 자기희생 '의 동호회 등 취미 활동 여부별 차이는 안 한다 > 한다로 나타났다.

한달 평균 소득(월급, 용돈 등)별 구분의 경우 대인관계 모두에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .001$ ).

사후분석에서 '자기중심성' 의 한달 평균 소득(월급, 용돈 등)별 차이는 100만원 이상 200만원 미만 > 200만원 이상 300만원 미만, 100만원 이상 200만원 미만 > 300만원 이상, 100만원 미만 > 200만원 이상 300만원 미만, 100만원 미만 > 300만원 이상 순으로 나타났으며, '비주장성' 의 한달 평균 소득(월급, 용돈 등)별 차이는 100만원 이상 200만원 미만 > 300만원 이상, 100만원 미만 > 300만원 이상, 100만원 이상 200만원 미만 > 200만원 이상 300만원 미만 순으로 나타났다. '소극적 태도' 의 한달 평균 소득(월급, 용돈 등)별 차이는 100만원 미만 > 300만원 이상, 100만원 이상 200만원 미만 > 300만원 이상 순으로 나타났으며, '자기희생' 의 한달 평균 소득(월급, 용돈 등)별 차이는 100만원 이상 200만원 미만 > 300만원 이상, 100만원 미만 > 300만원 이상의 순으로 나타났다.

한달 평균 외모관리비용(화장, 피부, 헤어스타일)별 구분의 경우 대인관계 모두에 대해 집단별로 차이가 없음을 알 수 있었다( $p > .05$ ).

한달 평균 외모관리비용(의복, 성형, 몸매관리)별 구분의 경우에도 대인관계 모두에 대해 집단별로 차이가 없음을 알 수 있었다( $p > .05$ ).

<표 8> 인구통계학적 특성에 따른 대인관계 차이분석

인구통계학적 특성	대인관계				
	자기 중심성	비주장성	소극적 태도	자기희생	
전 체	2.25	2.72	2.54	2.50	
출생연도	1981년~1985년 <sup>a</sup>	2.05	2.46	2.34	2.29
	1986년~1990년 <sup>b</sup>	2.14	2.65	2.47	2.42
	1991년~1995년 <sup>c</sup>	1.96	2.60	2.40	2.31
	1996년~2000년 <sup>d</sup>	2.58	3.04	2.90	2.83
	2001년~2004년 <sup>e</sup>	2.59	2.88	2.58	2.71
	F	16.244***	7.590***	6.115***	8.929***
	사후분석	e>c, d>c, e>a, d>a, e>b, d>b	d>a, d>c, e>a, d>b	d>a, d>c, d>b	d>a, d>c, e>a, d>b, e>c
성별	남자 <sup>a</sup>	2.43	2.65	2.50	2.56
	여자 <sup>b</sup>	2.08	2.79	2.58	2.45
	t	4.853***	-1.790	-0.937	1.363
	사후분석	a>b	-	-	-
최종학력	고졸이하 <sup>a</sup>	2.15	2.65	2.38	2.46
	대학교 재학 중 <sup>b</sup>	2.80	2.99	2.90	2.92
	대학교 졸업 <sup>c</sup>	2.01	2.65	2.47	2.36
	대학원 이상 <sup>d</sup>	2.13	2.48	2.19	2.19
	F	35.843***	5.649**	9.302***	15.342***
사후분석	b>c, b>d, b>a	b>d, b>c	b>d, b>a, b>c	b>d, b>c, b>a	
결혼 상태	미혼 <sup>a</sup>	2.30	2.78	2.59	2.54
	기혼 <sup>b</sup>	2.07	2.53	2.38	2.38
	기타 <sup>c</sup>	2.04	2.54	2.38	2.43
	F	3.988*	3.407*	2.118	1.433
	사후분석	a>b	a>b	-	-
직업	학생(대학교, 대학원 포함) <sup>a</sup>	2.66	2.99	2.81	2.80
	사무/관리직/공무원 <sup>b</sup>	2.04	2.57	2.43	2.34
	전문직(의사, 변호사 등) <sup>c</sup>	1.87	2.41	2.21	2.16
	판매/서비스직 <sup>d</sup>	2.05	2.51	2.18	2.42
	자영업 <sup>e</sup>	2.13	2.56	2.47	2.39
	주부 <sup>f</sup>	2.05	2.69	2.61	2.45
	미용-종사자 <sup>g</sup>	2.00	2.80	2.60	2.37
	F	14.693***	5.151***	4.750***	5.977***
	사후분석	a>c, a>g, a>b, a>d, a>f	a>c, a>b	a>d, a>c, a>b	a>c, a>b

인구통계학적 특성		대인관계			
		자기 중심성	비주장성	소극적 태도	자기희생
동호회 등 취미 활동 여부	한다 <sup>a</sup>	2.16	2.52	2.30	2.37
	안한다 <sup>b</sup>	2.29	2.84	2.68	2.58
	t	-1.763	-3.932***	-4.302***	-2.722**
	사후분석	-	b>a	b>a	b>a
한달 평균 소득 (월급, 용돈 등)	100만원 미만 <sup>a</sup>	2.39	2.85	2.69	2.61
	100만원 이상 200만원 미만 <sup>b</sup>	2.56	2.99	2.72	2.74
	200만원 이상 300만원 미만 <sup>c</sup>	2.01	2.61	2.49	2.46
	300만원 이상 <sup>d</sup>	2.03	2.40	2.20	2.15
	F	15.620***	10.220***	7.075***	9.960***
	사후분석	b>c, b>d, a>c, a>d	b>d, a>d, b>c	a>d, b>d	b>d, a>d
한달 평균 외모 관리 비용 (화장,피 부,헤어· 스타일)	10만원 미만 <sup>a</sup>	2.20	2.67	2.53	2.42
	10만원 이상 30만원 미만 <sup>b</sup>	2.30	2.77	2.53	2.60
	30만원 이상 <sup>c</sup>	2.32	2.81	2.62	2.62
	F	1.129	0.908	0.187	2.866
사후분석	-	-	-	-	
한달 평균 외모 관리 비용 (의복,성 형,몸매관 리)	10만원 미만 <sup>a</sup>	2.27	2.75	2.56	2.50
	10만원 이상 30만원 미만 <sup>b</sup>	2.22	2.69	2.51	2.50
	30만원 이상 <sup>c</sup>	2.24	2.68	2.56	2.52
	F	0.229	0.326	0.143	0.015
	사후분석	-	-	-	-

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

### 3) 인구통계학적 특성에 따른 외모관리행동 차이분석

인구통계학적 특성에 따른 외모관리행동의 차이를 분석한 결과는 <표 9>와 같다. 분석 결과 각 집단별로 외모관리행동에 차이가 있음을 발견할 수 있었다.

출생연도의 경우 외모관리행동 모두에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .001$ ).

사후분석에서 ‘화장관리’의 출생연도별 차이는 2001년~2004년 > 1981년~1985년, 1991년~1995년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1981년~1985년 순으로 나타났으며, ‘피부관리’의 출생연도별 차이는 1991년~1995년 > 1981년~1985년, 2001년~2004년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1981년~1985년 순으로 나타났고, ‘의복관리’의 출생연도별 차이는 1991년~1995년 > 1981년~1985년, 2001년~2004년 > 1981년~1985년, 1996년~2000년 > 1981년~1985년 순으로 나타났다.

성별 구분의 경우에 외모관리행동 모두에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .001$ ).

사후분석에서 외모관리행동 모두에 대한 성별 차이는 여자 > 남자 순으로 나타났다.

최종학력별 구분의 경우에도 외모관리행동 중 ‘화장관리’와 ‘피부관리’에 대해서만 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었으나( $p < .05$ ), 사후분석에서 ‘화장관리’와 ‘피부관리’의 최종학력별 차이는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

결혼상태별 구분의 경우 외모관리행동 중 ‘피부관리’에 대해서만 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었으나( $p < .05$ ), 사후분석에서 ‘피부관

리'의 결혼상태별 차이는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

직업별 구분의 경우 외모관리행동 중 '화장관리'와 '피부관리'에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .01$ ).

사후분석에서 '피부관리'의 직업별 차이는 미용종사자 > 자영업, 미용종사자 > 판매/서비스직, 미용종사자 > 사무/관리직/공무원 순으로 나타났다으나, '화장관리'의 직업별 차이는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

동호회 등 취미 활동 여부별 구분의 경우에 외모관리행동 중 '피부관리'에 대해서만 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .05$ ).

사후분석에서 '피부관리'의 동호회 등 취미 활동 여부별 차이는 안한다 > 한다로 나타났다.

한달 평균 소득(월급, 용돈 등)별 구분의 경우 외모관리행동 중 '화장관리'에 대해서만 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .05$ ).

사후분석에서 '화장관리'의 한달 평균 소득(월급, 용돈 등)별 차이는 100만원 이상 200만원 미만 > 300만원 이상으로 나타났다.

한달 평균 외모관리비용(화장, 피부, 헤어스타일)별 구분의 경우 외모관리행동 모두에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .001$ ).

사후분석에서 외모관리행동 모두의 한달 평균 외모관리비용(화장, 피부, 헤어스타일)별 차이는 30만원 이상 > 10만원 미만, 10만원 이상 30만원 미만 > 10만원 미만 순으로 나타났다.

한달 평균 외모관리비용(의복, 성형, 몸매관리)별 구분의 경우 외모관리행동 모두에 대해 집단별로 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다( $p < .$

001).

사후분석에서 ‘화장관리’의 한달 평균 외모관리비용(의복, 성형, 몸매관리)별 차이는 30만원 이상 > 10만원 이상 30만원 미만 > 10만원 미만 순으로 나타났으며, ‘피부관리’와 ‘의복관리’의 한달 평균 외모관리비용(의복, 성형, 몸매관리)별 차이는 30만원 이상 > 10만원 미만, 10만원 이상 30만원 미만 > 10만원 미만 순으로 나타났다.

<표 9> 인구통계학적 특성에 따른 외모관리행동 차이분석

인구통계학적 특성	외모관리행동			
	화장관리	피부관리	의복관리	
전 체	2.73	3.32	3.28	
출생연도	1981년~1985년 <sup>a</sup>	2.28	2.94	2.95
	1986년~1990년 <sup>b</sup>	2.64	3.24	3.25
	1991년~1995년 <sup>c</sup>	2.92	3.65	3.45
	1996년~2000년 <sup>d</sup>	2.86	3.35	3.38
	2001년~2004년 <sup>e</sup>	3.02	3.42	3.41
	F	10.226***	8.757***	5.968***
사후분석	e>a, c>a, d>a	c>a, e>a, c>b, d>a	c>a, e>a, d>a	
성별	남자 <sup>a</sup>	2.54	2.99	3.11
	여자 <sup>b</sup>	2.90	3.62	3.44
	t	-4.057***	-7.786***	-4.110***
	사후분석	b>a	b>a	b>a
최종학력	고졸이하 <sup>a</sup>	2.58	3.06	3.12
	대학교 재학 중 <sup>b</sup>	2.93	3.31	3.33
	대학교 졸업 <sup>c</sup>	2.67	3.38	3.31
	대학원 이상 <sup>d</sup>	2.72	3.50	3.29
	F	2.777*	2.949*	1.098
	사후분석	-	-	-
결혼 상태	미혼 <sup>a</sup>	2.78	3.39	3.33
	기혼 <sup>b</sup>	2.55	3.09	3.11
	기타 <sup>c</sup>	2.80	3.17	3.29
	F	2.393	4.265*	2.454
사후분석	-	-	-	
직업	학생(대학교, 대학원 포함) <sup>a</sup>	2.93	3.37	3.36
	사무/관리직/공무원 <sup>b</sup>	2.57	3.29	3.24
	전문직(의사, 변호사 등) <sup>c</sup>	2.48	3.28	3.28
	판매/서비스직 <sup>d</sup>	2.58	3.05	3.16
	자영업 <sup>e</sup>	2.44	2.98	2.97
	주부 <sup>f</sup>	2.73	3.21	3.35
	미용종사자 <sup>g</sup>	3.12	3.94	3.40
	F	3.841**	3.861**	0.970
	사후분석	-	g>e, g>d, g>b	-

인구통계학적 특성		외모관리행동		
		화장관리	피부관리	의복관리
동호회 등 취미 활동 여부	한다 <sup>a</sup>	2.68	3.20	3.27
	안한다 <sup>b</sup>	2.76	3.38	3.29
	t	-0.898	-2.060*	-0.284
	사후분석	-	b>a	-
한달 평균 소득 (월급, 용돈 등)	100만원 미만 <sup>a</sup>	2.72	3.30	3.25
	100만원 이상 200만원 미만 <sup>b</sup>	2.92	3.33	3.30
	200만원 이상 300만원 미만 <sup>c</sup>	2.74	3.46	3.40
	300만원 이상 <sup>d</sup>	2.50	3.14	3.15
	F	3.550*	2.413	1.649
	사후분석	b>d	-	-
한달 평균 외모 관리 비용 (화장, 피부, 헤어·스타 일)	10만원 미만 <sup>a</sup>	2.41	3.04	3.06
	10만원 이상 30만원 미만 <sup>b</sup>	3.06	3.58	3.51
	30만원 이상 <sup>c</sup>	3.21	3.81	3.60
	F	35.885***	28.722***	19.177***
	사후분석	c>a, b>a	c>a, b>a	c>a, b>a
한달 평균 외모관리 비용 (의복, 성형, 몸매관리)	10만원 미만 <sup>a</sup>	2.49	3.01	2.97
	10만원 이상 30만원 미만 <sup>b</sup>	2.84	3.53	3.51
	30만원 이상 <sup>c</sup>	3.20	3.77	3.69
	F	18.260***	29.110***	32.943***
	사후분석	c>b>a	c>a, b>a	c>a, b>a

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

## 5. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향

### 1) MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도가 외모관리행동에 미치는 영향

MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도가 외모관리행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 10>과 같다.

‘내면화’는 .524, ‘인식’은 .004로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘내면화’ 요인은  $p < .001$  유의수준에서 외모관리행동 중 ‘화장관리’ 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘인식’ 요인은 외모관리행동 중 ‘화장관리’ 요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

‘내면화’는 .333, ‘인식’은 .038로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘내면화’ 요인은  $p < .001$  유의수준에서 외모관리행동 중 ‘피부관리’ 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘인식’ 요인은 외모관리행동 중 ‘피부관리’ 요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

‘내면화’는 .393, ‘인식’은 .186으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘내면화’ 요인과 ‘인식’ 요인은 모두  $p < .001$  유의수준에서 외모관리행동 중 ‘의복관리’ 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 결과는 외모에 대한 사회문화적 태도가 20~50대 여성의 외모관리행동에 영향을 미친다는 정소희(2018)의 연구 결과와 일치하고, 조미진(2020)의 연구에서 외모에 대한 사회문화적 태도에서 내면화 요

인은 모든 뷰티관리행동에 정의 영향관계를 주지만, 인식 요인은 일부 요인에만 영향관계를 주는 것으로 확인되어 본 연구의 결과와 유사한 것으로 나타났다.

<표 10> 외모에 대한 사회문화적 태도가 외모관리행동에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
	(상수)	1.191	.201		5.921	.000***
화장 관리	내면화	.538	.045	.524	11.863	.000***
	인식	.005	.055	.004	.098	.922
		R=.525	R <sup>2</sup> =.276	F=82.008***		
외 모 관 리 행 동	(상수)	2.216	.214		10.335	.000***
	내면화	.331	.048	.333	6.838	.000***
	인식	.046	.058	.038	.782	.435
		R=.349	R <sup>2</sup> =.121	F=29.724***		
의복 관리	(상수)	1.447	.188		7.699	.000***
	내면화	.370	.042	.393	8.717	.000***
	인식	.211	.051	.186	4.127	.000***
		R=.414	R <sup>2</sup> =.172	F=43.534***		

\*\*\*p<.001

## 2) MZ세대의 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향

MZ세대의 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 11>과 같다.

‘자기중심성’은 .099, ‘비주장성’은 .129, ‘소극적 태도’는 -.156, ‘자기희생’은 .235로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘자기희생’ 요인은  $p < .001$  유의수준에서 외모관리행동 중 ‘화장관리’ 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘소극적 태도’ 요인은  $p < .05$  유의수준에서 외모관리행동 중 ‘화장관리’ 요인에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 나머지 요인들은 외모관리행동 중 ‘화장관리’ 요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

‘자기중심성’은 -.132, ‘비주장성’은 .103, ‘소극적 태도’는 .005, ‘자기희생’은 .092로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘자기중심성’ 요인은  $p < .05$  유의수준에서 외모관리행동 중 ‘피부관리’ 요인에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 나머지 요인들은 외모관리행동 중 ‘피부관리’ 요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

‘자기중심성’은 -.137, ‘비주장성’은 .277, ‘소극적 태도’는 -.192, ‘자기희생’은 .081로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘비주장성’ 요인은  $p < .001$  유의수준에서 외모관리행동 중 ‘의복관리’ 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘소극적 태도’ 요인은  $p < .01$  유의수준에서 외모관리행동 중 ‘의복관리’ 요인에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘자기중심성’ 요인은  $p < .05$  유의수준에서 외모관리행동 중 ‘의복관리’ 요인에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘자기희생’ 요인은 외모관리행동 중

‘의복관리’ 요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

중년여성의 대인관계성향이 신체의 외모나 패션과의 관계성을 확인한 김규리 외(2020)의 연구결과와 남성의 대인관계성향과 외모관리행동과의 관련성을 알아본 이현옥 외(2015)의 연구결과가 본 연구와 유사한 결과로 나타났음을 알 수 있었다. 이는 대인관계가 타인에게 보여 지는 외모와 관계성이 있다는 것을 사람들이 인식하고 있으며, 성향에 따라 추구하는 외모관리행동에 차이가 있음을 알 수 있었다.

<표 11> 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
화장 관리	(상수)	1.815	.162		11.192	.000***
	자기중심성	.121	.072	.099	1.683	.093
	비주장성	.140	.074	.129	1.881	.061
	소극적태도	-.157	.067	-.156	-2.363	.019*
	자기희생	.264	.070	.235	3.771	.000***
		R=.311	R <sup>2</sup> =.097	F=11.494**		
외 모 관 리 행 동	(상수)	3.114	.163		19.081	.000***
	자기중심성	-.156	.072	-.132	-2.171	.030*
	비주장성	.109	.075	.103	1.453	.147
	소극적태도	.004	.067	.005	0.067	.947
	자기희생	.100	.071	.092	1.417	.157
		R=.151	R <sup>2</sup> =.023	F=2.498*	.042	
의복 관리	(상수)	3.114	.151		20.594	.000***
	자기중심성	-.153	.067	-.137	-2.288	.023*
	비주장성	.276	.069	.277	3.979	.000***
	소극적태도	-.177	.062	-.192	-2.849	.005**
	자기희생	.083	.065	.081	1.274	.203
		R=.245	R <sup>2</sup> =.060	F=6.860**		

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

### 3) MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도가 대인관계에 미치는 영향

MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도가 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 12>와 같다.

‘내면화’는 .322, ‘인식’은  $-.250$ 으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘내면화’ 요인은  $p < .001$  유의수준에서 대인관계 중 ‘자기중심성’ 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘인식’ 요인은  $p < .001$  유의수준에서 대인관계 중 ‘자기중심성’ 요인에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

‘내면화’는 .315, ‘인식’은  $-.122$ 로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘내면화’ 요인은  $p < .001$  유의수준에서 대인관계 중 ‘비주장성’ 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘인식’ 요인은  $p < .05$  유의수준에서 대인관계 중 ‘비주장성’ 요인에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

‘내면화’는 .201, ‘인식’은  $-.162$ 로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘내면화’ 요인은  $p < .001$  유의수준에서 대인관계 중 ‘소극적 태도’ 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘인식’ 요인은  $p < .01$  유의수준에서 대인관계 중 ‘소극적 태도’ 요인에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

‘내면화’는 .335, ‘인식’은  $-.114$ 로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘내면화’ 요인은  $p < .001$  유의수준에서 대인관계 중 ‘자기희생’ 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘인식’ 요인은  $p < .05$  유의수준에서 대인관계 중 ‘자기희생’ 요인에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

외모에 대한 사회문화적 태도가 대인관계에 영향을 미치는지에 대한 송

지현 외(2020)의 연구결과와 같이 내면화, 인식 요인은 대인관계에 유의한 영향을 미치는 것으로 본 연구결과와 일치함을 알 수 있었다.

<표 12> 외모에 대한 사회문화적 태도가 대인관계에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
자기 중심성	(상수)	2.435	.183		13.320	.000***
	내면화	.270	.041	.322	6.560	.000***
	인식	-.253	.050	-.250	-5.090	.000***
		R=.326	R <sup>2</sup> =.107	F=25.630**		
비주장성	(상수)	2.402	.208		11.562	.000***
	내면화	.297	.047	.315	6.344	.000***
	인식	-.139	.057	-.122	-2.451	.015*
		R=.293	R <sup>2</sup> =.086	F=20.130***		
대인 관계	(상수)	2.710	.230		11.778	.000***
	내면화	.205	.052	.201	3.957	.000***
	인식	-.199	.063	-.162	-3.184	.002**
		R=.206	R <sup>2</sup> =.042	F=9.543***		
자기희생	(상수)	2.111	.200		10.563	.000***
	내면화	.306	.045	.335	6.787	.000***
	인식	-.125	.054	-.114	-2.301	.022*
		R=.311	R <sup>2</sup> =.097	F=23.056***		

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

## 6. MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계에 따라 외모관리행동에 미치는 매개효과 검증

### 1) MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동 중 ‘화장관리’에 미치는 매개효과

<표 13>은 종속변수로 외모관리행동 중 ‘화장관리’ 변수를 사용하여 분석한 결과는 보는 바와 같이 MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘자기중심성’을 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘화장관리’로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘내면화’ 변수는 ‘모형 1=.524 > 모형 2=.496’임을 확인할 수 있어 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 대인관계 중 ‘자기중심성’ 매개변수는 ‘내면화’ 변수에 대해서만 매개효과가 있다고 판단할 수 있다.

‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘자기중심성’을 매개변수로 하여 외모관리행동 중 ‘화장관리’로 한 매개 회귀분석에서 ‘인식’ 변수에 대한 매개효과는 유의하지 않다는 것을 알 수 있었다.

MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘비주장성’을 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘화장관리’로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘내면화’ 변수는 ‘모형 1=.524 > 모형 3=.496’임을 확인할 수 있어 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 대인관계 중 ‘비주장성’ 매개변수는 ‘내면화’ 변수에 대해서만 매개효과가 있다고 판단할 수 있다.

‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘비주장성’을 매개변수로 하여 외모관리행동 중 ‘화장관리’로 한 매개 회귀분석에서 ‘인식’ 변수에 대한 매개효과는 유의하지 않다는 것을 알 수 있었다.

MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘소극적태도’를 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘화장관리’로 한 매개 회귀분석에서 유의확률 F값의 변화량이  $p=.351$ 이므로 매개효과가 있다고 판단할 수 없다. 따라서 대인관계 중 ‘소극적태도’ 매개변수는 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’의 모든 요인에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘자기희생’을 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘화장관리’로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘내면화’ 변수는 ‘모형 1=.524 > 모형 5=.476’임을 확인할 수 있어 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 대인관계 중 ‘자기희생’ 매개변수는 ‘내면화’ 변수에 대해서만 매개효과가 있다고 판단할 수 있다.

‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘자기희생’을 매개변수로 하여 외모관리행동 중 ‘화장관리’로 한 매개 회귀분석에서 ‘인식’ 변수에 대해서만 매개효과가 유의하지 않은 것을 알 수 있었다.

<표 13> 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동 중 ‘화장관리’ 에 미치는 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.	
화장 관리	(상수)	1.191	.201		5.921	.000***	
	1	내면화	.538	.045	.524	11.863	.000***
	인식	.005	.055	.004	.098	.922	
	R=.525 R <sup>2</sup> =.276 F=82.008**						
	2	(상수)	.937	.238		3.933	.000***
		내면화	.510	.047	.496	10.754	.000***
		인식	.032	.056	.026	.565	.572
		자기중심성	.104	.053	.085	1.971	.049*
		R=.532 R <sup>2</sup> =.283 F=56.334*** $\Delta R^2$ =.006 $\Delta F=3.884^c$					
	3	(상수)	.960	.229		4.183	.000***
내면화		.510	.047	.496	10.782	.000***	
인식		.019	.055	.015	.341	.734	
비주장성		.096	.047	.088	2.070	.039*	
R=.532 R <sup>2</sup> =.283 F=56.518*** $\Delta R^2$ =.007 $\Delta F=4.285^c$							
4	(상수)	1.085	.231		4.687	.000***	
	내면화	.530	.046	.516	11.476	.000***	
	인식	.013	.055	.011	.238	.812	
	소극적태도	.039	.042	.039	.933	.351	
	R=.527 R <sup>2</sup> =.278 F=54.946*** $\Delta R^2$ =.001 $\Delta F=0.871$						
5	(상수)	.851	.223		3.815	.000***	
	내면화	.489	.047	.476	10.364	.000***	
	인식	.026	.054	.021	.469	.640	
	자기희생	.161	.048	.143	3.356	.001**	
	R=.543 R <sup>2</sup> =.295 F=59.730*** $\Delta R^2$ =.019 $\Delta F=11.261^{**}$						

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

## 2) MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동 중 ‘피부관리’에 미치는 매개효과

<표 14>는 종속변수로 외모관리행동 중 ‘피부관리’ 변수를 사용하여 분석하였으며, MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘자기중심성’을 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘피부관리’로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘내면화’ 변수는 ‘모형 1=.333 < 모형 2=.369’임을 확인할 수 있어 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. 따라서 대인관계 중 ‘자기중심성’ 매개변수는 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’에 대한 모든 변수에 대해 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘비주장성’을 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘피부관리’로 한 매개 회귀분석에서 유의확률 F값의 변화량이  $p=.844$ 이므로 매개효과가 있다고 판단할 수 없다. 따라서 대인관계 중 ‘비주장성’ 매개변수는 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’의 모든 요인에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘소극적태도’를 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘피부관리’로 한 매개 회귀분석에서 유의확률 F값의 변화량이  $p=.920$ 이므로 매개효과가 있다고 판단할 수 없다. 따라서 대인관계 중 ‘소극적 태도’ 매개변수는 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’의 모든 요인에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계

중 ‘자기희생’ 을 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘피부관리’ 로 한 매개 회귀분석에서 유의확률 F값의 변화량이  $p=.880$ 이므로 매개효과가 있다고 판단할 수 없다. 따라서 대인관계 중 ‘자기희생’ 매개변수는 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’ 의 모든 요인에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

<표 14> 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동 중 ‘피부관리’ 에 미치는 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
1	(상수)	2.216	.214		10.335	.000***
	내면화	.331	.048	.333	6.838	.000***
	인식	.046	.058	.038	.782	.435
	R=.349 R <sup>2</sup> =.121 F=29.724**					
2	(상수)	2.545	.253		10.043	.000***
	내면화	.367	.050	.369	7.281	.000***
	인식	.011	.060	.009	.190	.849
	자기중심성	-.135	.056	-.114	-2.404	.017*
R=.365 R <sup>2</sup> =.133 F=21.962** $\Delta R^2 = .012 \Delta F=5.778^*$						
피부 관리	(상수)	2.193	.246		8.920	.000***
	내면화	.328	.051	.330	6.474	.000***
	인식	.047	.059	.039	.799	.425
	비주장성	.010	.050	.009	.197	.844
R=.349 R <sup>2</sup> =.122 F=19.785** $\Delta R^2 = .000 \Delta F=0.039$						
4	(상수)	2.204	.247		8.927	.000***
	내면화	.330	.049	.332	6.690	.000***
	인식	.047	.059	.039	.787	.432
	소극적태도	.005	.045	.005	.100	.920
R=.349 R <sup>2</sup> =.121 F=19.774** $\Delta R^2 = .000 \Delta F=0.010$						
5	(상수)	2.233	.241		9.267	.000***
	내면화	.333	.051	.335	6.538	.000***
	인식	.045	.059	.037	.759	.448
	자기희생	-.008	.052	-.007	-.151	.880
R=.349 R <sup>2</sup> =.122 F=19.779** $\Delta R^2 = .000 \Delta F=0.023$						

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

### 3) MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리 행동 중 ‘의복관리’에 미치는 매개효과

<표 15>는 종속변수로 외모관리행동 중 ‘의복관리’ 변수를 사용하여 분석하였으며, MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘자기중심성’을 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘의복관리’로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘내면화’ 변수는 ‘모형 1=.393 < 모형 2=.440’임을 확인할 수 있어 유의하지 않은 것으로 나타나고 있으나, ‘인식’ 변수는 ‘모형 1=.186 > 모형 2=.150’임을 확인할 수 있어 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 대인관계 중 ‘자기중심성’ 매개변수는 ‘인식’ 변수에 대해서만 매개효과가 있다고 판단할 수 있다.

‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘자기중심성’을 매개변수로 하여 외모관리행동 중 ‘의복관리’로 한 매개 회귀분석에서 ‘인식’ 변수에 대해서만 매개효과가 유의하는 것을 알 수 있었다.

MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘비주장성’을 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘의복관리’로 한 매개 회귀분석에서 유의확률 F값의 변화량이  $p=.495$ 이므로 매개효과가 있다고 판단할 수 없다. 따라서 대인관계 중 ‘비주장성’ 매개변수는 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’의 모든 요인에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘소극적태도’를 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘의복관리’로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을

비교하면 ‘내면화’ 변수는 ‘모형 1=.393 < 모형 4=.410’ 임을 확인할 수 있어 유의하지 않은 것으로 나타나고 있으나, ‘인식’ 변수는 ‘모형 1=.186 > 모형 4=.173’ 임을 확인할 수 있어 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 대인관계 중 ‘소극적태도’ 매개변수는 ‘인식’ 변수에 대해서만 매개효과가 있다고 판단할 수 있다.

‘외모에 대한 사회문화적 태도’ 를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘자기희생’ 을 매개변수로 하여 외모관리행동 중 ‘의복관리’ 로 한 매개 회귀분석에서 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’ 의 모든 변수에 대한 매개효과는 유의하지 않다는 것을 알 수 있었다.

MZ세대 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’ 를 독립변수로 하고 대인관계 중 ‘자기희생’ 을 매개변수로 하여 종속변수를 외모관리행동 중 ‘의복관리’ 로 한 매개 회귀분석에서 유의확률 F값의 변화량이  $p=.378$ 이므로 매개효과가 있다고 판단할 수 없다. 따라서 대인관계 중 ‘자기희생’ 매개변수는 ‘외모에 대한 사회문화적 태도’ 의 모든 요인에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 없다.

<표 15> 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동 중 ‘의복관리’ 에 미치는 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
1	(상수)	1.447	.188		7.699	.000***
	내면화	.370	.042	.393	8.717	.000***
	인식	.211	.051	.186	4.127	.000***
		R=.494	R <sup>2</sup> =.244	F=69.274**		
2	(상수)	1.845	.221		8.354	.000***
	내면화	.414	.044	.440	9.413	.000***
	인식	.170	.052	.150	3.261	.001**
	자기중심성	-.163	.049	-.146	-3.332	.001**
		R=.513	R <sup>2</sup> =.263	F=50.968***	$\Delta R^2 = .019$	$\Delta F=11.102^*$
의복 관리	(상수)	1.376	.215		6.387	.000***
	내면화	.361	.044	.384	8.130	.000***
	인식	.215	.052	.190	4.176	.000***
	비주장성	.030	.044	.030	.683	.495
		R=.494	R <sup>2</sup> =.245	F=46.281***	$\Delta R^2 = .001$	$\Delta F=0.467$
4	(상수)	1.658	.215		7.694	.000***
	내면화	.386	.043	.410	8.962	.000***
	인식	.196	.052	.173	3.793	.000***
	소극적태도	-.078	.039	-.084	-1.978	.049*
		R=.501	R <sup>2</sup> =.251	F=47.799***	$\Delta R^2 = .007$	$\Delta F=3.911^*$
5	(상수)	1.532	.211		7.259	.000***
	내면화	.382	.045	.406	8.557	.000***
	인식	.206	.052	.182	4.004	.000***
	자기희생	-.040	.045	-.039	-.883	.378
		R=.495	R <sup>2</sup> =.245	F=46.419**	$\Delta R^2 = .001$	$\Delta F=0.779$

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

## V. 결론

본 연구는 MZ세대들의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향에 대하여 조사하였다.

연구대상은 밀레니얼 세대와 Z세대를 통합한 MZ세대로 1981년에서 2004년사이 출생한 남녀를 대상으로 하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, MZ세대의 인구통계학적 특성으로는 1996년~2000년 출생연도가 가장 많았고, 여자가 52.4%로 남자보다 많았으며, 최종학력은 대학교 졸업, 결혼 상태는 미혼이 높았다. 직업은 학생과 사무 관리직이 높게 나왔으며, 동호회 활동은 안한다가 64.0%로 높게 나왔다. 한달 평균 소득은 200만원 이상 300만원 미만이 가장 높고, 한달 평균 외모관리 비용은 10만원 미만이 높게 나왔다.

둘째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계, 외모관리행동간의 상관관계 결과로 외모에 대한 사회문화적 태도 요인의 인식은 외모관리행동 모든 요인에 유의하지만, 대인관계에서는 자기중심성 요인에만 유의한 것으로 나타났고, 내면화는 외모관리행동과 대인관계의 모든 요인에서 유의한 것으로 나타났다.

셋째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도, 대인관계, 외모관리행동의 차이분석에서 인구통계학적 특성의 출생연도는 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났고, 외모에 대한 사회문화적 태도에서는 직업 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 대인관계에서는 최종학력, 직업, 한달 평균 소득의 요인에서 유의한 차이가 나타났으며, 외모관리행동에서는 성별, 한달 평균 외모관리 비용 요인에서 유의한 차이가 나타났다.

넷째, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리

행동에 미치는 영향으로는 외모에 대한 사회문화적 태도의 내면화 요인은 외모관리행동의 모든 요인에 유의한 영향을 미쳤고, 인식 요인은 의복관리 요인에만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. MZ세대의 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향에서는 자기중심성 요인이 피부관리, 의복관리에 유의한 영향을 미쳤고, 비주장성 요인은 의복관리에만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소극적 태도 요인은 화장관리와 의복관리에 유의한 영향을 미쳤고, 자기희생 요인은 화장관리에만 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 또한 MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도가 대인관계에 미치는 영향으로는 내면화와 인식의 두가지 요인에 대인관계의 모든 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모관리행동에 대인관계 요인이 미치는 매개효과를 살펴본 결과, 화장관리에서는 내면화 요인에만 대인관계의 자기중심성, 비주장성, 자기희생의 변수에 대개효과가 있고, 피부관리에는 모든 요인에 대하여 매개효과가 없으며, 의복관리에는 인식 요인에만 대인관계의 자기중심성, 소극적 태도의 변수에 매개효과가 나타났다.

이와 같은 연구결과를 종합해보면 MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도의 내면화는 대인관계와 외모관리행동에 많은 영향을 주는 것을 알 수 있는데, 이는 개인이 사회로부터 얻게 되는 외모와 관련된 정보에 영향을 받아 신념이나 행동까지 변화시키는 결과를 가져왔다고 볼 수 있다. 하지만 인식은 외모에 대한 정보를 판단하고 받아들이는 정도로 내면화된 상태보다는 영향력이 적은 결과가 나타난 것으로 볼 수 있다. 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향은 부분적으로 유의한 결과가 나타나 대인관계만으로는 외모관리행동의 변화를 가져오는 역할로의 영향력이 다소 부족하다는 것을 알 수 있었다.

본 연구에서의 한계점으로는 연구대상자를 1981년에서 2004년의 출생 연도를 대상으로 하여, 다른 연구자들의 밀레니얼 세대나 Z세대의 연령 기준과 일부 차이가 있어 MZ세대 전체를 일반화 하였다고는 볼 수 없다. 또한 외모관리행동의 요인을 화장, 의복, 피부관리의 세가지로만 선정하여 외모관리행동의 전체적인 영역을 다루었다고 할 수 없다. 이에 제언으로는 MZ세대에 대한 외모관리행동의 범위를 넓혀 나타날 수 있는 행동에 대한 연구가 필요할 것으로 사료된다.

## 참고문헌

### 국내문헌

- 강평미 (2017). 사회성, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향. 충남대학교 대학원, 박사학위논문.
- 곽진숙 (2021). 체면지향, 운명순응 및 외모주의가 외모관심과 외모관리행동에 미치는 영향. 동명대학교 대학원, 박사학위논문, pp.30-31.
- 권경미 (2009). 교양무용 참여 대학생들을 위한 우울증 및 대인관계(성격장애) 척도개발과 적용. 원광대학교 대학원, 박사학위논문, p. 43.
- 김규리, 박순천 (2020). 중년여성의 대인관계성향의 유형에 따른 추구 이미지, 외모 및 패션에 대한 연구. 패션과 니트, 18(2), pp.73-79.
- 김민지 (2021). 비타민C 브랜드 ‘레모나’의 정체된 브랜드 이미지 제고를 위한 코스메슈티컬 디자인 제안-MZ세대 소비자를 중심으로 차이식역에 따른 표현유형별 선호도 연구. 홍익대학교 산업미술대학원, 석사학위논문.
- 김승진, 김준석 (2018). 동호인들의 스포츠클럽활동 참여 동기와 대인관계 유능성 및 생활만족의 관계. 한국스포츠학회지, 16(2), pp. 395-403.
- 김영미, 나운영 (2019). 성인 남성의 외모성공지향이 뷰티관리행동과 외모향상추구에 미치는 영향. 한국디자인문화학회지, 25(2), pp. 79-91.
- 김영석 (2018). 밀레니얼 세대의 ‘광장 커뮤니케이션’에 있어서 온/

오프라인 연계를 통한 집단지성 발현 효과 연구. 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원, 석사학위논문, p6.

김예솔란, 여민구, 이미나 (2018). 미디어 노출과 대인 커뮤니케이션이 20대 여성의 신체 만족도와 외모 관리 행동에 미치는 영향, 사회적 규범의 역할을 중심으로. 미디어,젠더&문화, 33(3), pp.43-84.

김유리 (2020). 20-30대 남성의 메이크업 행동이 자아 존중감과 대인관계에 미치는 영향. 광주여자대학교 교육대학원, 석사학위논문.

김유진 (2016). 중년기의 노화불안, 가족건강성, 대인관계가 중년기 위기감에 미치는 영향. 동아대학교 대학원, 박사학위논문.

김인옥 (2019). 여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향. 한성대학교 대학원, 석사학위논문, p.6.

김정하 (2017). 20~30대 남성의 외모관리행동이 자아존중감에 미치는 영향. 성신여자대학교 뷰티융합대학원, 석사학위논문.

김주연 (2012). 대학생의 외모관심도가 이미지케이킹 효능감에 미치는 영향. 한국미용학회지, 18(4), p.893.

김주하, 강지웅, 한삼성 (2018). 대학생의 행동유형과 외모에 대한 사회문화적 태도가 피부미용 관심도에 미치는 영향. 대한미용학회지, 14(3), pp.351-358.

김지애 (2021). 패션스타일에 따른 MZ세대 여성의 색채 선호 특성. 이화여자대학교 디자인대학원, 석사학위논문.

김지원 (2020). Z세대의 패션 숏폼 콘텐츠 소비와 관련 요인에 대한 질적 연구: 미디어 태도, 외모관리 소비행동을 중심으로. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.

- 김지현, 서현숙, 이은희 (2017). 남녀대학생의 외모에 대한 사회문화적 태도가 뷰티관여도 및 자아존중감에 미치는 영향. 한국인체미용 예술학회지, 18(2), pp.35-50.
- 김해선, 한선주 (2016). 사회문화적 태도가 개인의 외모만족도 및 외모 관리행동을 통해 삶의 질에 미치는 영향. 한국디자인포럼, 53, p p.235-249.
- 김효정 (2016). 20·30대 여성들의 가치관에 따른 뷰티 라이프스타일 행동과 뷰티 관리 행동 실태 연구. 서경대학교 대학원, 박사학위 논문, p.20.
- 노다솔 (2018). 대인관계 지향성이 초등학생의 의복행동과 SNS 몰입에 미치는 영향. 서울교육대학교 교육전문대학원, 석사학위논문.
- 박미은 (2019). 뷰티헬스케어행동, 미적 이미지가 외모에 대한 사회문화적 태도와 심리적 영향의 관계에 미치는 연구. 영산대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박미은, 이경준, 한재정 (2020). 뷰티헬스케어행동, 미적 이미지가 외모에 대한 사회문화적 태도와 심리적 영향의 관계에 미치는 연구. 한국데이터정보과학회지, 31(4), p.664.
- 박선영 (2019). 여자대학생의 외모에 대한 사회문화적 태도와 화장행동 및 신체매력지각과의 관계-이미지케이킹을 매개변수로-. 세종대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박수연, 황진숙 (2015). 패션/뷰티 TV미디어 이용이 외모관리소비행동에 미치는 영향. 한국디자인트렌드학회, 47, pp.115-130.
- 박수연, 황진숙 (2016). 패션 / 뷰티 TV 미디어에 대한 태도가 외모관리 행동에 미치는 영향. 기초조형학연구, 17(5), p.280.
- 박혜영, 김민신 (2019). 밀레니얼 세대의 남성 메이크업에 대한 인식 및

- 사용실태에 관한 연구. 예술인문사회융합멀티미디어논문집, 9(3), p. p.131-147.
- 반정운 (2015). 마인풀니스 및 정서지능과 삶의 만족간의 관계; 대인관계 능력의 매개효과. 단국대학교 대학원, 박사학위논문, p.16.
- 백소현, 장창곡 (2019). 대학생들의 취업스트레스가 외모관심도와 외모관리 행동에 미치는 영향. 한국미용학회지, 25(4), pp.812-821.
- 송선민, 장성호 (2021). 패션 명품 확장 브랜드의 코스메틱에 대한 MZ세대의 양면적 소비 의도에 미치는 영향 변인에 관한 연구. 한국콘텐츠학회논문지, 21(3), pp.47-67.
- 송지현 (2020). 자기애성향이 외모관리행동 및 대인관계에 미치는 영향. 성신여자대학교 뷰티융합대학원, 석사학위논문.
- 신정신, 송승현, 류경민 (2015). 직장여성의 외모관리행동과 외모만족도가 대인관계 및 직장생활적응에 미치는 영향, 서울지역 특급호텔 식음료업장을 중심으로. 관광연구저널, 29(11), pp.59-72.
- 송지현, 최정순, 서지영 (2020). 직장여성의 외모에 대한 사회문화적 태도가 화장행동과 대인관계에 미치는 영향. 패션과 니트, 18(3), pp.36-47.
- 신현영 (1999). 의상치료를 통한 정신장애자의 자기외모이미지 변화가 자아존중감과 정성에 미치는 영향. 건국대학교 대학원, 박사학위논문, pp.8-9.
- 심희옥 (2000). 또래지지와 대인 관계 갈등 방법 및 사회적 기술과의 관계. 아동 학회지, 21(1), pp.19-33.
- 안나영 (2007). 외모에 대한 사회·문화적인 태도와 객체화된 신체의식이 외모관리행동에 미치는 영향. 전남대학교 대학원, 석사학위논문.
- 안범희 (1985). 대인관계의 이론 비교연구. 인문학연구, 22, pp.149-171.

- 안채윤 (2019). 신체이미지가 외모관리행동, 자아존중감, 대인관계에 미치는 영향-성인남성을 대상으로-. 한국콘텐츠학회논문지, 19(6), pp. 620-631.
- 양연지 (2020). 스마트폰 활용패턴에 따른 소비자유형과 유형별 특성-Z와 밀레니얼세대를 중심으로. 성균관대학교 대학원, 석사학위논문.
- 유정민 (2020). MZ세대 모바일 금융 서비스 기능에 대한 효용 분류: 카노 모델을 중심으로. 국민대학교 테크노디자인전문대학원, 석사학위논문, p.15.
- 이미숙 (2017). 여대생의 미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체의식 및 외모관리행동에 미치는 영향. 한국의상디자인학회지, 19(4), pp.59-73.
- 이수경 (2003). 사춘기 여학생의 신체성장에 따른 신체이미지 및 자아존중감, 의복태도 형성모델. 연세대학교 대학원, 박사학위논문, p.18.
- 이유경 (2019). Z세대 여성의 소셜 미디어 이용에 따른 화장품 소비성향. 숙명여자대학교 문화예술대학원, 석사학위논문.
- 이주영 (2017). 여대생의 외모에 대한 사회문화적 태도, 외모만족, 외모스트레스가 의복행동에 미치는 영향. 패션과 니트, 15(1), pp. 26-35.
- 이제성 (2021). 밀레니얼 소비자의 외모관리행동 분석-자아 이미지를 중심으로-. 상명대학교 대학원, 박사학위논문.
- 이지영, 박길순 (2012). 계획 행동이론(TPB)을 적용한 외모관리행동에 대한 연구-피부, 화장, 의복, 헤어, 체중관리 행동을 중심으로. 한국생활과학회지, 21(2), pp.331-338.
- 이현옥, 구양숙 (2015). 남성의 대인관계성향, 외모관심, 외모관리행동의

관련성 연구. 복식, 65(7), pp.118-128.

이혜경 (2014). 여중생과 여고생의 사회문화적 태도, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향. 한국산학기술학회논문지, 15(2), pp.914-922.

임현우 (2020). 노인의 경로당 여가프로그램 참여 활동이 삶의 질에 미치는 영향: 대인관계와 자아탄력성의 이중 매개효과 검증. 성결대학교 대학원, 박사학위논문, p.24.

임혜걸 (2019). 중국 대학생의 신체활동량과 운동방해요인, 외모만족도와 대인관계성향의 관계. 단국대학교 대학원, 박사학위논문.

임효진, 이지은 (2015). 자아탄력성이 학교생활적응에 미치는 영향: 지각된 부모의 성취압력에 의해 조절된 대인관계능력의 매개효과. 교육학연구, 53(4), p.6.

장미숙 (2010). 여성의 외모관리와 체형관리가 자기효능감과 자아존중감에 미치는 영향. 대구한의대학교 대학원, 박사학위논문, p.6.

장영미 (2020). 신시장 진출을 위한 젠더리스(Genderless) 기초화장품의 브랜드 패키지 디자인 제안-MZ세대 남성소비자를 중심으로. 홍익대학교 산업미술대학원, 석사학위논문.

정기영 (2018). S그룹의 밀레니얼세대와 기성세대 간 자기주도학습준비도와 직무만족의 관계. 고려대학교 교육대학원, 석사학위논문, p.7.

정미림 (2020). 밀레니얼-Z세대 1인가구의 라이프스타일 유형과 셀프 인테리에에 대한 인식·경험 차이. 한국실내디자인학회 논문집, 29(4), pp.21-34.

정민영 (2013). 대학생의 정서표현능력과 정서조절능력이 대인관계에 미치는 영향. 한국외국어대학교 교육대학원, 석사학위논문, p.15.

정소희 (2018). 외모에 대한 사회문화적 태도가 자아존중감 및 외모관리행

- 동에 미치는 영향. 성신여자대학교 뷰티융합대학원, 석사학위논문.
- 조미진 (2020). 생활체육 참여자의 신체이미지와 외모에 대한 사회문화적 태도가 뷰티관리행동에 미치는 영향. 서경대학교 대학원, 박사학위 논문.
- 조선명 (2000). 외모에 대한 사회·문화적 태도와 신체이미지가 의복추구 혜택에 미치는 영향. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 조선영 (2013). 성인여성의 생활연령과 지각연령의 차이가 외모관리행동 및 자아존중감에 미치는 영향. 호서대학교 벤처전문대학원, 박사학위 논문.
- 최인영 (2015). Z세대를 위한 커뮤니케이션 디자인 학문의 교육목표에 관한 연구. 한국디자인문화학회지, 21(3), p.679.
- 하문선 (2018). 여드름 피부의 상태에 따른 자아존중감과 대인관계에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원, 박사학위논문.
- 한주현 (2021). 여성의 외모에 대한 사회문화적 태도가 헤어스타일 행동 및 붙임머리 이용 의도에 미치는 영향. 서경대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 허정록, 양도현 (2017). 여성의 사회문화적 태도와 외모관리행동에 관한 연구: 미용 성형 수술 경험을 중심으로. 인문사회 21, 8(4), pp.1315-1332.
- 홍성임 (2007). 소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원, 석사학위논문, p.6.

## 국외문헌

Leslie J. Heinberg, J. Kevin Thompson, Susan Stormer(1995). Development and Validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 17(1), pp.81-89.

Susan B. Kaiser(1990). *The social psychology of clothing: Symbolic appearances in context*, Macmillan Publishing Company, New York, pp.157-424.

## 기타자료

네이버 시사상식사전. <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=5900733&cid=43667&categoryId=43667>, 검색일: 2020.12.22.

네이버 시사상식사전. <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=5900733&cid=43667&categoryId=43667>, 검색일: 2020.12.22.

통계청 공식블로그. [https://blog.naver.com/hi\\_nso/222109361424](https://blog.naver.com/hi_nso/222109361424), 검색일: 2020.12.23.

네이버 두산백과, <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1108170&cid=40942&categoryId=31611>, 검색일: 2021.01.05.

네이버 두산백과, <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1095625&cid=40942&categoryId=31611>, 검색일: 2021.01.06.

네이버 두산백과. <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=115>

2388&cid=40942&categoryId=31531, 검색일: 2021.01.08.

네이버 교육심리학용어사전. <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1943743&cid=41989&categoryId=41989>, 검색일: 2021.01.12.

네이버 국어사전. <https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/17f21f8d6c3344f39f39ecfd614164e3>, 검색일: 2021.01.20.

# ABSTRACT

The effects of sociocultural attitudes toward appearance and Interpersonal Relationships on the appearance management behavior of generation MZ

Young Sil Jang

Make-up · Special Effect Make-up Major

Graduate School of Convergence Beauty

Sungshin Women's University

Appearance in modern society is an important factor in assessing individuals and influences their evaluation and cultivation of themselves according to socially agreed aesthetic. The development of media propagates uniform standards of beauty to many people, and requires appearance management or consumption behavior to meet those standards. In response, this study looked at the socio-cultural attitudes and interpersonal relationships of the MZ generation, which are highly utilized and socially influential, on appearance management behavior.

The subjects were the MZ generation, which included men and women from the Millennials (1981-1994) and Generations Z (1995-2004), and questionnaires were used as methods of study.

Internalization and perception were used as two factors of soc

io-cultural attitudes toward appearance, and self-centeredness, non-argument, passive attitude, and self-sacrifice were used as four factors of interpersonal relationships. Appearance management behavior used makeup, skin care and clothing care for three factors.

Data analysis used the SPSS 25.0 statistical program and conducted frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, variance analysis, and multiple regression analysis.

The results of this study are as follows.

First, the interaction between the appearance and interpersonal and appearance management behaviors of the MZ generation showed that internalization of appearance was significant for all factors in interpersonal and appearance management behavior, and recognition was only focused on all factors.

Second, analysis of differences in socio-cultural attitudes, interpersonal relationships, and appearance management behaviors of the MZ generation showed significant differences in birth year for all factors, followed by occupation, final education, gender, average monthly income, and average monthly appearance management costs.

Third, in the socio-cultural attitude towards appearance of the MZ generation, internalization factors have a significant impact on all factors in appearance management behavior, and recognition factors are shown to have a significant impact only on clothing management factors. The effects of interpersonal relationships

on appearance management behavior of the MZ generation showed that egotistical factors had a significant impact on skin care and clothing management, and non-arguable factors only had a significant impact on clothing management. It was confirmed that passive attitude factors had a significant impact on makeup and clothing management, and self-sacrifice factors had a significant impact only on makeup management. The influence of social and cultural attitudes toward the appearance of the MZ generation on interpersonal relationships showed that two factors, internalization and recognition, have a significant impact on all interpersonal factors.

Fourth, the social and cultural attitudes and interpersonal effects of MZ generation's appearance were found to have a mediating effect on interpersonal self-centeredness, non-argumentalism, and self-sacrifice.

These results showed that socio-cultural attitudes and interpersonal relationships to appearance are factors that directly and indirectly affect appearance management behavior. In particular, socio-cultural attitudes toward appearance are an important factor in interpersonal relationships, and subsequent results confirmed that they even affect appearance management behavior, confirming that socio-cultural attitudes toward appearance are involved in behavior change.

Therefore, we hope that the results of this study will serve as a basis for marketing strategies in the industry related to appearance management of MZ generation.

부록

## MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향에 관한 설문지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 귀한시간 내시어 설문에 응답해 주셔서 감사드립니다.

본 설문지는 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사과정에서 ‘MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향’을 알아보기 위한 연구 자료로 활용하고자 작성되었습니다.

귀하께서 응답해주신 설문 자료는 학문적 연구 자료로만 사용되며, 다른 응답과 함께 통계적으로만 처리하여 연구 목적 이외에 다른 목적에는 사용되지 않을 것이며, 통계법 제13조에 의거하여 비밀이 보장됩니다.

설문에 대하여 귀하께서 느끼시는 대로 응답해 주시면 연구에 도움이 되는 귀중한 자료로 활용될 것입니다. 응답은 빠짐없이 성의 있게 답변 부탁드립니다.

다시 한번, 설문에 응해주신 것에 대해 감사드립니다.

2021년 1월

성신여자대학교 뷰티융합대학원 뷰티융합학과

지도교수: 김경희 교수

연구자: 장영실

(이메일: jysspuha@naver.com)

1. 다음은 외모에 대한 사회문화적 태도에 관한 질문입니다. 아래의 각 문항을 자세히 읽어 보시고 해당란에 (V) 표시하여 주십시오.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 TV에 나오는 유명 연예인처럼 보였으면 한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 패션잡지 속의 남성/여성들처럼 보였으면 한다.	①	②	③	④	⑤
3	우리 사회에서 성공하려면 외모관리는 중요하다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 나의 외모를 잡지에 나오는 날씬하고 매력적인 모델들과 비교한다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 몸매가 좋은 사람이나 사진을 보면 그렇게 되고 싶어진다.	①	②	③	④	⑤
6	우리 사회에서 신체 매력성은 매우 중요하다.	①	②	③	④	⑤
7	우리 사회에서는 항상 매력적으로 보이는데 중요하다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 나의 신체를 TV에 나오는 연예인과 비교한다.	①	②	③	④	⑤
9	내가 목표로 하는 이상적인 외모는 TV 드라마나 영화에 출연하는 배우들이다.	①	②	③	④	⑤
10	우리 사회에서 뚱뚱한 사람들은 매력적이지 않은 것으로 여겨진다.	①	②	③	④	⑤
11	사람들은 내가 날씬할수록 옷맵시가 더 좋다고 말한다.	①	②	③	④	⑤
12	사람들은 내가 날씬할수록 더 보기 좋다고 말한다.	①	②	③	④	⑤

2. 다음은 대인관계에 관한 질문입니다. 아래의 각 문항을 자세히 읽어 보시고 해당란에 (V) 표시하여 주십시오.

번호	문항	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1	나는 내가 원하는 것을 말하기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 친구 사귀기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 다른 사람에게 적당한 요구일지라도 하기 어렵다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 자기주장이 강한 사람들과 같이 있으면 내 주장을 내세우기 어렵다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 다른 사람의 어려움을 보고도 진심으로 걱정해 주기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 다른 사람의 입장을 지지해 주기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 다른 사람에게 애정을 느끼기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 다른 사람에게 친근감을 느끼기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 다른 사람의 요구를 먼저 들어주기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 내 주장을 내세우기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
11	나는 다른 사람을 너무 어려워한다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 다른 사람에게 좋은 일이 생겼을 때 같이 기뻐하기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 사람의 감정이 상할까봐 내 주장을 내세우기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤
14	나는 다른 사람에게 호감이나 애정을 표현하기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤

15	나는 다른 사람들과 함께 있으면 당당하지 못하다.	①	②	③	④	⑤
16	나는 다른 사람들과 친해지는데 시간이 너무 오래 걸린다.	①	②	③	④	⑤
17	나는 독단적으로 판단하고 결정하여 다른 사람들과 마찰이 있을 때가 많다.	①	②	③	④	⑤
18	나는 누가 나에게 의지할 때 받아주기가 싫다.	①	②	③	④	⑤
19	나는 너무 잘 속는 편이다.	①	②	③	④	⑤
20	나는 다른 사람들의 말을 너무 쉽게 따른다.	①	②	③	④	⑤
21	나는 뚜렷한 주관 없이 다른 사람에게 너무 많이 끌려 다닌다.	①	②	③	④	⑤
22	나는 다른 사람에게 자주 이용당한다.	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 외모관리행동에 관한 질문입니다. 아래의 각 문항을 자세히 읽어 보시고 해당란에 (V) 표시하여 주십시오.

번호	문 항	전혀 그렇 지않 다	그 렇 지않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1	나는 옷을 입을 때 의복에 어울리는 소품(가방, 신발, 모자, 악세사리 등)을 고려한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 외출해서도 화장을 고치는 등 화장에 신경을 쓴다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 외출 시 반드시 얼굴에 자외선 차단제를 바른다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 옷을 계절별로 구매하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 외출하는 장소에 따라 화장법을 바꾼다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 옷을 잘 입는다는 얘기를 듣기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 피부관리를 위해 기능성 화장품(에센스, 아이크림, 미백크림 등)을 자주 사용한다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 클렌징 제품이나 목욕용품에 관심이 많은 편이다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 잡지를 본 후 화장법을 따라 하거나 응용할 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 유행하는 스타일이나 인기 있는 브랜드의 의류제품을 구매하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

11	나는 좋은 피부를 갖기 위해 노력하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 세안 후 기초제품(스킨, 로션 등)을 사용한다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 유행하는 화장품은 한번쯤 사보게 된다.	①	②	③	④	⑤
14	나는 화장을 하면서 자기만족을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
15	나는 다른 사람들이 입은 옷에 관심을 많이 갖는다.	①	②	③	④	⑤
16	나는 매력적인 연예인들의 외모를 보면 성형하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

4. 다음의 문항은 귀하의 일반적 사항에 관한 질문입니다. 해당되는 번호에 V표를 해주시기 바랍니다.

1) 귀하의 출생연도는 어떻게 되십니까?

① 1981년~1985년 ② 1986년~1990년 ③ 1991년~1995년

④ 1996년~2000년 ⑤ 2001년~2004년

2) 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

① 남자 ② 여자

3) 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

① 고졸이하 ② 대학교 재학 중 ③ 대학교 졸업

④ 대학원 재학 중 ⑤ 대학원 졸업이상

4) 귀하의 결혼 상태는 어떻게 되십니까?

① 미혼 ② 기혼 ③ 기타

5) 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

① 학생(대학교, 대학원 포함) ② 사무/관리직

③ 전문직(의사, 변호사 등) ④ 공무원 ⑤ 판매/서비스직

⑥ 자영업 ⑦ 주부 ⑧ 미용종사자

6) 귀하는 동호회(운동, 여행, 게임 등)와 같은 취미활동을 하십니까?

① 한다 ② 안한다

7) 귀하의 한달 평균 소득(월급, 용돈 등)은 어떻게 되십니까?

① 100만원 미만 ② 100~200만원 미만 ③ 200~300만원 미만

④ 300~400만원 미만 ⑤ 400~500만원 미만 ⑥ 500만원 이상

8) 귀하가 한달 평균 외모관리 비용 중 화장, 피부, 헤어·스타일 관리에 지출하는 비용이 어떻게 되십니까?

- ① 10만원 미만 ② 10~30만원 미만 ③ 30~50만원 미만  
④ 50~80만원 미만 ⑤ 80~100만원 미만 ⑥ 100만원 이상

9) 귀하가 한달 평균 외모관리 비용 중 의복, 성형, 체형·몸매관리에 지출하는 비용이 어떻게 되십니까?

- ① 10만원 미만 ② 10~30만원 미만 ③ 30~50만원 미만  
④ 50~80만원 미만 ⑤ 80~100만원 미만 ⑥ 100만원 이상