

최 배 영 교수지도  
석사학위 청구논문

대학생의 비즈니스 매너와 공감능력 및  
자아존중감의 관계 연구

2005

성신여자대학교 문화산업대학원

문화산업학과 예절다도학 전공

원 은 진

대학생의 비즈니스 매너와 공감능력 및  
자아존중감의 관계 연구

최 배 영 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2004년 11월

성신여자대학교 문화산업대학원

문화산업학과 예절다도학 전공

원 은 진

# 인준서

원은진의 석사학위논문을 인준함

심사위원 \_\_\_\_\_ (인)

심사위원 \_\_\_\_\_ (인)

심사위원 \_\_\_\_\_ (인)

2004년 12월

성신여자대학교 문화산업대학원

## 논문개요

우리는 복잡한 현대사회 속에서 행동양식에 대해 방향을 잃어가고 있다. 많은 사람들 속에서 경쟁력과 능력을 발휘하여 자기를 관리하고 자존감을 유지하며, 타인과의 공감을 통한 원만한 인간관계를 유지하기 위해 전문인다운 직장인의 모습 더 나아가 국제적 감각을 갖추기 위한 비즈니스 매너교육의 필요성이 커지고 있다.

이에 본 연구의 목적은 사회 진출을 앞두고 있는 대학생들을 대상으로 비즈니스 매너인식정도를 파악하고, 대학생들의 공감능력과 자아존중감은 어떠한지를 살펴며, 대학생의 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감의 관계를 알아보는데 있다. 이는 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감의 관련성을 파악하여 비즈니스 매너교육의 중요성을 확인하고 비즈니스 매너교육의 방향을 모색하는데 기초 자료를 제공하고자 하는 의의를 갖는다.

이를 위해 서울시내에 있는 4년제 대학교에 재학 중인 대학생들을 대상으로 설문지 조사를 실시하였다. 예비조사를 거쳐 총 400부를 본 연구의 최종분석 자료로 이용하고, 자료처리는 SPSS/PC WIN을 적용하였다.

연구문제에 따른 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 대학생의 비즈니스 매너에 대한 전반적인 인식은 5점 만점에 패션매너(3.61점), 전화매너(3.59점), 일상매너(3.57점), 대면매너(3.39점)의 순으로 나타났다. 대학생의 배경변인에 따른 차이를 살펴본 결과 학교생활만족도, 형제순위, 매너교육경험유무, 매너교육의 필요성 인식, 비즈니스매너의 중요성 인식에 따라 비즈니스 매너인식에 차이가 있는 것으로 나타났다.

2. 조사대상 대학생들의 공감능력은 5점 만점에 3.47점, 자아존중감은 3.16점

으로 평균에서 다소 높은 점수를 나타냈다. 배경변인에 따른 공감능력은 학교 생활만족도, 원하는 직업, 매너교육경험유무, 매너교육의 필요성 인식, 비즈니스 매너의 중요성 인식에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 배경변인에 따른 자아존중감은 전공, 학교생활만족도, 매너교육경험유무, 매너교육의 필요성 인식, 비즈니스 매너의 중요성 인식에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다.

3. 대학생의 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감은 상호간에 유의한 정적상관을 보였다. 이는 공감능력과 자아존중감이 높은 사람일수록 비즈니스 매너인식이 높다는 것을 의미한다.

4. 대학생의 배경변인, 공감능력, 자아존중감의 비즈니스 매너인식에 미치는 영향력은 30%의 설명력을 지니는 것으로 분석되었다. 구체적으로 살펴보면 공감능력이 높을수록, 자아존중감이 높을수록, 매너교육을 받은 경험이 있는 경우, 본인의 매너수준을 훌륭하다고 평가하는 경우, 학년이 높을수록 비즈니스 매너인식이 높게 나타났다.

이상의 결과에서 볼 때 대학생들의 비즈니스 매너인식을 높이기 위해서는 저학년 때부터 대면·일상·전화·패션매너와 같은 비즈니스 매너교육의 실질적인 경험의 기회를 부여하여 본인의 매너에 대한 자신감과 자아에 대한 존중감, 그리고 타인을 이해하고 배려하는 공감능력을 높여가는 것이 요구된다. 또한 공감능력과 자아존중감을 향상시키고자 노력해나가는 것은 비즈니스 매너에 대한 인식을 갖고 대인관계와 자기관리를 추구해가는 의미와 일맥상통한다. 결론적으로 비즈니스매너 교육은 앞으로 넓은 사회로의 진출을 준비하고 있는 대학생들에게 중요하게 인식되어야 하며, 대학생들의 요구와 필요에 부응하는 체계화된 비즈니스 매너교육이 대학에서 보다 활성화되기를 기대한다.

# 목 차

## 논문개요

I. 서 론 .....	1
1. 연구의 필요성 및 목적 .....	1
2. 용어의 정의 .....	4
II. 이론적 배경 .....	6
1. 매너의 개념정의.....	6
1) 매너의 개념.....	6
2) 매너의 정의.....	6
2. 비즈니스 매너.....	9
1) 비즈니스 매너의 의의 .....	9
2) 비즈니스 매너의 내용.....	11
3) 비즈니스 매너의 필요성.....	24
3. 공감능력.....	26
4. 자아존중감.....	28
5. 선행연구 고찰 .....	31

<b>III. 연구 방법</b> .....	36
1. 연구문제 .....	36
2. 조사대상 및 자료수집 .....	36
3. 조사도구 .....	37
4. 자료분석 .....	40
5. 연구의 제한점 .....	40
<b>IV. 연구결과 및 해석</b> .....	41
1. 조사대상자의 일반적 사항 .....	41
2. 대학생의 비즈니스 매너에 대한 인식 .....	46
3. 대학생의 공감능력과 자아존중감 .....	53
4. 대학생의 비즈니스 매너 인식, 공감능력, 자아존중감의 관계 .....	57
5. 대학생의 비즈니스 매너 인식에 대한 관련변인의 영향 .....	58
<b>V. 결론 및 제언</b> .....	61

**참 고 문 헌**

**ABSTRACT**

**부        록**

## 표 목 차

<표Ⅱ-1> 매너의 정의.....	8
<표Ⅱ-2> 비즈니스 매너와 관련 선행연구 .....	31
<표Ⅲ-1> 공감능력의 문항별 구분.....	38
<표Ⅲ-2> 자아존중감의 문항별 구분.....	39
<표Ⅲ-3> 척도의 신뢰도 .....	39
<표Ⅳ-1> 조사대상자의 일반적 특성.....	42
<표Ⅳ-2> 비즈니스 매너교육경험 및 교육에 대한 견해 .....	44
<표Ⅳ-3> 비즈니스 매너의 전반적 인식 .....	46
<표Ⅳ-4> 전화매너에 대한 인식.....	47
<표Ⅳ-5> 대면매너에 대한 인식.....	48
<표Ⅳ-6> 일상매너에 대한 인식.....	50
<표Ⅳ-7> 패션매너에 대한 인식.....	51
<표Ⅳ-8> 배경변인에 따른 비즈니스 매너인식 .....	52
<표Ⅳ-9> 공감능력과 자아존중감의 전반적 경향 .....	54
<표Ⅳ-10> 배경변인에 따른 공감능력 .....	55
<표Ⅳ-11> 배경변인에 따른 자아존중감 .....	56
<표Ⅳ-12> 비즈니스매너인식, 공감능력, 자아존중감의 상관관계 .....	58
<표Ⅳ-13> 비즈니스매너 인식에 대한 관련 변인들의 영향력.....	59

# I. 서 론

## 1. 연구의 필요성 및 목적

인간은 세상에 태어나는 순간부터 혼자가 아니라 더불어 사는 사회적 동물로 다른 사람과 여러 관계를 맺어가며 살아가는 존재이다. 인간이 인간답게 올바른 삶을 살아가기 위해서는 무엇보다도 원만한 인간관계를 맺어가야만 하고 이 원만한 관계를 유지하기 위해서는 혼자만의 노력으로는 되는 일이 아니다. 사람이 인간으로서 자기관리와 사회인으로서의 대인관계를 원활히 하기 위해서는 서로가 기본적으로 지켜야하는 격식이라는 것이 있는데, 이것을 매너(manner)라고 하며, 이는 인간 상호간 지켜야할 도리를 말하는 것이다.

우리 사회에서 매너는 크게 두 가지 기능을 가지고 있다. 첫째, 개인적 측면에서의 매너의 기능이다. 대부분의 사람들은 조직 속에서 자신의 능력을 발휘하며, 비즈니스 세계 속에서 살아간다. 현대와 같은 조직사회에서 각 개인의 경쟁력은 비즈니스 능력에 달려 있다고 할 수 있으며, 비즈니스 매너 역시 개인의 비즈니스 능력 중 하나이다.

비즈니스 매너란 “관례에 의해 확립한 행동, 예절 및 격식으로서, 비즈니스 세계에서 받아들여질 수 있거나 또는 필요로 하는 것”을 말한다.<sup>1)</sup> 비즈니스가 중요시 되는 요즘 비즈니스 성과가 곧 자신의 평가가 되고 더 나아가 국제적 이미지 평가에까지 적용되고 있다.

1) 김재식(2002), “비즈니스 매너에 대한 대학생의 인식에 관한 연구”, 비서학논총 제 11권 2호, p.26.

둘째, 기업적 측면에서의 매너의 기능이 있다. 최근 기업간의 경쟁이 국제화 되고 다양한 세계정세의 변화에 대응하기 위해 기업들은 비즈니스 매너의 중요성을 인식하고, 직장인의 몸가짐, 용모, 말씨 등으로 자기관리와 대인관계를 원활히 하는데 기초가 되는 내용을 교육시키고 있다. 비즈니스 매너교육은 거의 모든 교육이 서비스에 초점을 맞추어 시행되고 있으며 그 형태는 전문서비스 교육기관에 의뢰해 교육을 받거나, 사내강사를 교육 시킨 후 전파교육을 하는 식으로 이루어져 교육 내용은 거의 모든 회사가 비슷한 것으로 볼 수 있다. 이러한 매너교육은 기업의 이윤 창출과도 연결되어 있는 셈이다. 따라서 올바르게 자신을 관리하고 더 나아가 상대를 이해하고 존중하는 마음이 내포되어야 하는 비즈니스 매너는 급속한 변화 속에서 개인의 사회적 관계유지와 기업의 이미지 구축노력에 발맞추기 위해 실생활에서 받아들여지고 요구되고 있다.

매너의 기본적인 3가지 사상은 타인에게 폐를 끼치지 않는 마음, 호감을 주도록 하는 마음, 타인을 공경하는 마음으로 곧 인간관계에서의 타인에 대한 배려라고 할 수 있다. 이와 같이 매너의 본질은 타인을 이해하고 배려하는 것이라고 볼 수 있으며, 그것은 다시 말해 타인에 대한 공감(共感)이라고도 말할 수 있다. 공감이란 타인의 감정이나 심리상태 그리고 그의 내적인 경험을 ‘마치 나의 것처럼(as if)’ 이해하고, 때 순간 함께 느끼고 이를 의사소통하는 과정을 포함한 복합적인 행동<sup>2)</sup>이다.

대인관계에서 공감능력은 타인의 감정이나 행동을 이해, 예측하고 이를 충족시키려는 행동으로 이어지도록 돕는 매개변인으로서, 서로간의 보다 친밀한 관계를 구축해 나가는데 촉진 작용을 할뿐만 아니라 상대방의 고통을

2) 한홍렬 외 3인(2001), 「생활예절과 국제매너」(서울: 인간사랑), pp.104-105.

3) 김사훈(1998), “대학생의 초기대상관계와 공감능력간의 관계”, 계명대학교대학원 석사학위논문, p.1.

완화시키려는 행동으로 발전할 수 있는 동기를 제공한다.<sup>3)</sup> 개인은 사회인으로서 대인관계를 원활히 하기 위해 기본적으로 공감을 전제로 상대방의 인격을 존중하고 이해하며 배려할 수 있는 매너를 지켜나가게 된다.

매너와 공감은 원만한 사회적응과 인간관계에만 필요한 것이 아니라 부단히 자기를 닦아 실력 있는 사람으로 되어가는 과정에서도 필요하다. 자신을 긍정적으로 평가하면서, 자신을 능력 있고 중요하며, 성공을 이루어나가는 가치 있는 사람으로서 여길 수 있는 자기관리를 해나가는 것 또한 매너를 익히는 기초가 된다고 할 수 있다. 즉 매너의 외적인 목적이 원만한 대인관계라고 본다면, 매너의 내적인 목적은 자기관리와 자기수양이라고 볼 수 있다. 자아존중감이 높은 사람은 자기 수용과 자기사랑이 가능하고 자기수용과 자기사랑이 가능한 사람이라야 남을 수용하고 사랑할 수 있기 때문에 그렇지 않은 사람에 비해서 이타적인 행동인 공감이 용이 할 수 있다.

현재까지 이루어져온 인간관계에 관련된 연구를 살펴보면, 공감은 대인관계에서 지대한 공헌을 하기 때문에 공감능력이 부족한 사람은 타인과 친밀한 대인관계를 맺지 못한다는 공감을 인간관계의 결정적 요소로 보는 연구<sup>4)</sup> 견해와 인간의 행동과 적응에 영향을 미치는 자아존중감은 개인적 활동이나 사회적 활동에 효과적인 역할을 한다는 연구<sup>5)</sup> 견해가 있다. 이를 종합해보면 인간관계의 결정적인 요소로 공감능력과 자아존중감은 비즈니스 매너와 같은 인간의 사회 행동과 적응에 매우 중요하게 작용할 수 있다고 사료된다.

---

4) 김영란(1997), “공감에 대한 인간중심적 이해”, 서강대학교 학생생활상담연구소 인간이해 제 20호, p.29.

김사훈(1998), 전계논문, p.6.

5) 이정연(2001), “대학생의 자아존중감과 성의식 및 대인관계간의 상관연구”, 강원대학교 교육대학원 석사학위논문, p.60.

이에 본 연구에서는 대인관계의 공감능력과 자기관리로서의 자아존중감이 비즈니스 매너인식과 상호 연관된다는 가정 하에 남녀 대학생들을 대상으로 비즈니스 매너에 대한 인식을 파악한 후 공감능력 및 자아존중감과 비즈니스 매너인식의 관련성을 살펴봄으로써 사회초년생인 대학생들의 비즈니스 매너 교육의 중요성과 교육의 방향을 모색하는데 목적이 있다.

## 2. 용어의 정의

본 연구에서 사용된 주요 용어의 정의는 다음과 같다.

### 1) 비즈니스 매너

사회적 관계에서 상대방에게 호감을 주며, 상대방에게 폐를 끼치지 않고, 상대방을 존경하는 자세 즉 비즈니스 상황에서 상호간에 지켜야 할 매너를 의미한다.

### 2) 공감능력

공감이란 다른 사람의 입장에서, 상대방의 의미와 감정을 마치 자신이 그 사람인 것처럼 지각하는 상태를 말한다. 본 연구에서는 어떤 상황에서 다른 사람의 생각이나 느낌을 대신 느껴보고 그 사람의 입장이 되어보는 능력으로 공감능력을 정의한다.

### 3) 자아존중감

본 연구에서는 자아존중감을 자신의 지적, 정의적, 신체적 특성에 대해 스스로가 가지는 긍정적 평가로서, 자신을 능력 있고 중요하며, 성공적이고 가치 있는 사람으로 생각하는 정도로 정의한다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. 매너의 개념정의

#### 1) 매너의 개념

‘태도’는 ‘마음가짐’에서 나오는 ‘자세’를 말하며, ‘자세’는 마음가짐에서 나오는 ‘몸가짐’(behavior)을 말한다. ‘매너’는 태도와 자세를 모두 갖춘 얼굴표정과 몸 전체에서 풍기는 개인의 고유한 스타일(style)로서 문학이나 미술에 견주어 말한다면 그 형식이나 작품과 같은 것이다. 우리는 태도와 자세에서 즉, 마음가짐과 몸가짐에서 상대방의 습관, 교양, 품위 등을 알아볼 수 있다. 자신이 취하고 있는 태도와 자세로서 ‘나는 이러한 사람입니다’라고 말하는 것과 다름이 없는 것이다. 또한 매너는 거동이라고도 하고 평소부터 늘 몸에 배어있는 개인의 특징적 습관적 태도<sup>6)</sup>를 의미한다.

#### 2) 매너의 정의

인간을 흔히 사회적 동물이라고 한다. 이는 사람은 혼자서 살아갈 수 없는 존재라는 것이다. 사람은 동물과는 달리 혼자 생활을 영위해 나갈 수 없기 때문에 다른 사람과의 교류와 접촉에서 반드시 지켜야 할 도리가 있게

---

6) 이성혜(1994), 「현대인의 인간관계론」(서울:학문사), p.123.

된다. 이러한 도리를 ‘매너(manner)’ 또는 ‘에티켓(etiquette)’ 이라고 한다.<sup>7)</sup> 먼저 매너와 혼용되는 에티켓이라는 용어의 어원을 살펴보면, 에티켓은 원래 고대 프랑스어로 ‘estiquier’ 동사에서 파생되었다. 사람들이 베르사이유 궁전 화원의 아름다운 꽃을 밟아 버린 사건이 생기자 정원 앞에 ‘출입금지’라는 뜻의 ‘Estiquette’라는 표지판을 세운데서 유래되었다고 한다. 그 후에 상대방의 ‘마음의 화단’을 해치지 않는다는 의미로 넓게 해석되어 오늘날의 에티켓이 쓰이고 있다.<sup>8)</sup> 한편 매너는 manus(행동, 습관)와 arius(방식, 방법)의 합성어로 라틴어 manuarius에서 유래된 것으로, 에티켓을 외적으로 표현한 것이다. 즉 상대방을 존중하며, 상대방에게 불편이나 폐를 끼치지 않으려는 습관이나 몸가짐을 의미한다. 에티켓과 매너의 의미를 정리해보면 에티켓은 생활에서 지켜야 하는 규범이며, 매너는 에티켓을 지키는 구체적인 행동방식이다. 에티켓은 사람들이 상황에 따라, 상대방에 따라 자신의 신분에 따라 지켜야 하는 기본적인 생활규범의 의미이고, 매너는 개개인이 예절을 지키기 위한 구체적인 행동양식이라고 할 수 있다.<sup>9)</sup> 따라서 에티켓은 남들과의 관계 속에서 합리적인 행동기준을 가리킬 때 사용되고, 이러한 에티켓에서 매너가 나타난다.<sup>10)</sup>

매너와 에티켓의 어원 풀이는 저자들에 따라 약간씩 달리 해석되고 있는데, 이종철<sup>11)</sup>은 넓은 의미에서 매너와 에티켓은 우리말의 예절, 예법, 예의라는 용어와 어감에 약간의 차이는 있으나 거의 유사한 의미를 가지고 있다고

7) 김기인(2003), 「직장생활과 예절」(서울: 형설출판사), pp.20-21.

8) 김정신 외 10인(2003), 「생활예절」(서울: 신정출판사), p.335.

9) 최배영(2002), 「생활예절과 자기표현」(서울: 신광출판사), p.11.

10) 한홍렬 외 3인(2001), 전개서, p.10.

11) 이종철(1961), 「건전한 도의생활 확립을 위한 예절지도」(서울: 명영사), p.13.

하였다. 최재선<sup>12)</sup>은 에티켓과 매너는 일상생활의 모든 일에서 이루어지는 언어, 행동을 의미하는 것으로 해석하였고, 맹태균<sup>13)</sup>은 매너는 방법·방식·태도로 복수형일 경우 예의범절이라고 하며, 에티켓은 예의범절의 관례로 풀이할 수 있다고 하였다. 또한 매너는 제 3자의 희망사항으로 자신에게 선택의 폭이 어느 정도 주어지나 에티켓은 자신의 의무사항으로 선택의 폭이 허용되지 않는 것이라고 했다. 이형철<sup>14)</sup>은 에티켓은 형식(form)이며, 매너는 방식(ways)으로 예를 들어 인사를 한다는 것은 에티켓이며 그 인사를 경망하게 하느냐 공손하게 하느냐는 매너의 문제라고 했다.

이들 연구자들의 매너에 대한 정의를 요약하면 <표 II-1> 과 같다.

<표 II-1> 매너의 정의

연구자	어원과 풀이
이종철(1961)	넓은 의미에서 매너와 에티켓은 우리말의, 예절·예법·예의라는 용어와 어감이 약간의 차이는 있으나 거의 유사한 의미를 가지고 있다.
최재선(1984)	에티켓과 매너는 예절과 같은 의미로서 우리 일상생활의 모든 일에서 이루어지는 언어, 행동을 말한다.
맹태균(1993)	매너는 방법·방식·태도이며, 복수형일 경우 예의범절이라고 할 수 있다. 반면에 에티켓은 예의범절·관례로 나타난다. 매너와 에티켓의 다른 점은 매너는 제 3자의 희망사항으로 자신에게 선택의 폭이 어느 정도 주어지나, 에티켓은 자신의 의무사항으로 선택의 폭이 허용되지 않는다.
이형철(1999)	에티켓과 매너는 예의라는 의미로서 서로 구분 없이 쓰고 있으며 에티켓은 형식(form)이며, 매너는 방식(way)으로 양식 있는 사람의 타인 배려에 대한 언행을 형식화 한 것이다.

12) 최재선(1984), “예절교육 특설 프로그램의 적용에 관한 연구”, 고려대학교대학원 석사학위논문, p8.

13) 맹태균(1993), 「직장여성의 매너와 에티켓」(서울: 문조사), p.7.

14) 이형철(1999), 「글로벌에티켓 글로벌매너」(서울: 에디터), pp.115-116.

요약하면 매너, 에티켓, 예절, 예의, 예법이란 결국 의미에 있어서 다소의 차이는 있으나 같은 맥락의 것으로 보는 것이 타당하다. 이들 용어는 사회의 질서를 지켜주는 예의범절로서 상대방을 존중해 주는 것이며, 인간관계를 원만하게 맺어줄 수 있는 원동력 일 뿐만 아니라 좀더 적극적인 의미로는 인간관계를 성공적으로 이끌어 나갈 수 있는 사회적 환경과 시대에 따라 변천하는 보이지 않는 사회의 규칙<sup>15)</sup>이다.

## 2. 비즈니스 매너

### 1) 비즈니스 매너의 의의

매너의 기본적인 3가지 사상은 타인에게 폐를 끼치지 않는 마음, 호감을 주도록 하는 마음, 타인을 존경하는 마음으로서 나만의 생활이 아니라 인간관계에서 가장 중요한 타인에 대한 배려라고 할 수 있다. 배려란 인간관계에 있어서 상호간의 마음을 느끼게 하는 원동력이다. 만남을 음미할 수 있는 배려야말로 우리에게 있어서 대단히 소중한 마음이라고 생각된다. 이 소중한 마음이 자기표현으로 나타나 상호간에 공감할 수 있게 하기 위해서는 지키고 존중해야 할 것이 있고, 이것이 바로 비즈니스 매너의 기본적인 사상이다.

비즈니스에서 고객에 대한 바른 매너는 자신을 돌아보는 마음에서 시작된

---

15) 장 영(1994), “비서직에 요구되는 매너(예절)에 대한 기업체 근무자 및 비서과 학생들의 인식에 관한 연구”, 대전전문대학 논문집 제 20호, p.223.

다. 이러한 마음을 가진 사람은 부단히 자신을 수양하고 자존감을 지키기 위한 노력을 게을리 하지 않으며, 자신과 함께 일하는 사람, 동료와의 팀워크를 위해 노력하는 직장인이라고 할 수 있다. 이러한 직장인은 자신이 갖추어야 할 소양을 쌓기 위해 부단히 노력하는 태도로 기업이라는 공동체 문화를 풍부하고 활력 넘치는 곳으로 만들어 나간다.

따라서 비즈니스 매너는 사회적 관계나 사무실 생활에서 받아들여지거나 요구되는 관습에 의한 형식이나 에티켓 등을 말하며, 이것은 전통과 사회적 기대, 행동에 기초하여 이해, 친절, 능률, 상식으로 나타나게 된다.<sup>16)</sup>

이러한 비즈니스 매너에 대하여 여러 학자들이 그 중요성을 주장하고 있다.

Dupont<sup>17)</sup>는 “훌륭한 매너는 훌륭한 사업이며, 비즈니스 매너란 다른 사람들이 해주기를 바라는 대로 다른 사람에게 해주는 것”이라고 하였다. Brody<sup>18)</sup>는 적절한 비즈니스 매너를 이행함으로써 다음과 같은 이점을 얻을 수 있다고 하였다.

- ① 좋은 매너로 당신은 긍정적인 인상을 얻을 수 있다.
- ② 전문가로 인식됨으로써 당신에 대한 신뢰는 높아질 것이다.
- ③ 적절하게 행동함으로써 당신 스스로 편안하고 자신감을 갖게 됨에 따라 집중할 수 있게 된다.
- ④ 전형적인 예의범절을 준수함으로써 당신은 협력자임을 보여줄 수 있다.
- ⑤ 사람들은 당신이 자신들을 편안하게 한다고 느끼며, 당신과 사업하기를

---

16) 한홍렬 외 3인(2001), 전계서, pp.104-106.

17) M. kay, Dupont(1990), *Business etiquette & professionalism*, Crisp Publications, INC, pp.3-5, 정현영(1997), “비즈니스 매너(예절)교육에 관한 연구”, 서원대학교 교육대학원, p.20에서 재인용.

18) M. Brody, B.pachter(1994), *Business etiquette*, pp.7-8, 정현영(1997), 상계논문, p.20에서 재인용.

원한다.

이처럼 비즈니스 매너란 사회적 관계나 생활에서 상대방에게 호감을 주며, 상대방에게 폐를 끼치지 않고, 상대방을 존경하는 자세 즉 상대방의 입장에서 서로를 편안하게 하는 것이라고 할 수 있다.

## 2) 비즈니스 매너의 내용

본 연구에서는 비즈니스 매너의 내용을 전화매너, 대면매너, 일상매너, 패션매너의 네 가지로 구분하여 살펴보았다.

### (1) 전화매너

전화는 정보화 시대인 현대 사회의 인간관계에서 없어서는 안 될 생활의 필수품이다. 전화는 매우 편리하지만 상대방의 얼굴을 직접보지 않고 목소리로만 대화를 나누기 때문에 매너를 지키는 데 있어서 자칫 소홀하기 쉽다. 즉 전화는 귀로 보고, 듣고, 말하는 것이므로 조심하지 않으면 전화를 거는 방법이나 태도에 따라 상대방의 기분을 상하게 하여 오해를 낳게 되는 경우가 많다. 전화를 받을 때나 걸 때의 올바른 사용법의 기본요소는 정확·친절·간결이다. 전화는 여러 사람이 사용하는 기기이므로 자기의 편리대로 전화응대를 하기 보다는 상대방의 편의를 생각하여 전달 내용이 간결, 명확하여야 한다. 또한 상대의 얼굴이 보이지 않으므로 더욱 그 태도에 있어서 정성과 예의를 갖추어야 한다.<sup>19)</sup>

---

19) 김정신 외 10인(2003), 전계서, pp.226-227.

## (2) 대면매너

대면매너는 인사를 하는 것뿐만 아니라 표정, 악수, 명함교환, 소개, 대화, 안내 등을 포함한다.

### ① 인사매너

인사는 인간관계에 있어서 시작과 끝을 장식한다. 인사는 사람이 가장 사람다울 수 있는 아름다운 행위이며 사교의 기본이 되는 매너라 해도 지나친 말이 아니다. 인사는 상대방에 대해 호의를 지니고 있음을 보여주는 우호적 감정 표현으로 사람들을 만나는 과정에서 생기는 불안감을 감소시키며 공격적인 마음의 상태나 불안감을 감소시켜 적대감을 없애준다는 의미에서 자기 보호의 수단이 된다.<sup>20)</sup>

직장생활에 있어서 인사는 일의 한 부분이므로, 인사를 잘못하면 인상이 나빠지거나, 극단적인 경우에는 직원으로서의 자격이 없다고 판단 받을 때도 있다. 건성으로 하는 인사는 상대방에게 존경심을 갖지 않을 때 나타나므로 상대방에게 존경하는 마음을 담아 하는 인사는 태도를 보다 공손하고 정중히 해야 한다. 인사는 밝은 표정으로 하고, 상황에 맞게 인사를 표해야 한다. 인사는 하나에 숙이고 둘에 멈추고 셋, 넷에 천천히 드는 4박자 인사법 즉, 평경례가 기본이다.<sup>21)</sup>

### ② 표정매너

외형적인 모습이 어떤 의미를 나타낼 때 그것을 표정이라 한다. 의사소

20) 채용식 외 2인(2001), 「매너학」(서울: 학문사), p.75.

21) 황경옥(2003), “토틸 이미지에 관한 연구”, 대전대학교대학원 석사학위논문, p.9.

통의 주된 수단으로 언어가 사용되지만 표정을 통해서도 말하는 이의 마음을 읽을 수가 있다.<sup>22)</sup>

인간의 표정은 첫인상 또는 이미지를 결정짓는 데 직접적인 영향을 미친다. 밝은 표정은 인간관계에 있어서 긍정적이며 정감 넘치는 분위기를 자아내기 때문에 인간관계의 기본이라고 할 수 있다. 첫인상은 처음 대면 후 5초 이내에 80%가 결정되고, 첫인상이 좋아야 그 이후의 대면이 호감을 느끼면서 이루어진다.<sup>23)</sup>

서비스에 관련된 직장에서 근무하기 위해서는 사람을 부드럽게 대할 수 있는 좋은 인상의 얼굴 표정이 전제되어야 한다고 한다. 이러한 이야기는 사람을 상대하는 데 있어서 거부감을 주지 않고 편안한 느낌을 주어 서비스의 질을 향상시키기 위한 기본적인 요소를 의미하는 것이다. 성격과 호감가는 인상은 선천적일 경우도 있으나 후천적으로 교육훈련을 통하여 과학적인 방법으로 교정하는 경우도 있다. 즉 개인의 성향에 따라 체계적인 치료 처방으로 자신의 표정을 바꿀 수 있다는 것이다. 따라서 서비스 기업에서는 대부분 종업원을 선발하여 일정한 기간동안 소정의 서비스 교육과정을 이수하도록 하여 개인의 성격과 표정관리를 실시하고 있다.<sup>24)</sup>

표정은 눈썹, 눈과 눈두덩, 입과 뺨, 턱과 코의 움직임으로 만들어진다. 평소 표정을 온화하게 하며, 얼굴 전체가 자연스러운 미소를 띠도록 하는 것이 중요하다. 얼굴의 표정에서 나타나는 미소는 돈이 들지 않는 자산이다. 표정이 밝으면 마음 또한 밝아진다. 자연스러운 미소는 상대방을 편안하게 하고 호감을 갖게 하며 마음을 즐겁게 한다.<sup>25)</sup>

22) 채용식 외 2인(2001), 전계서, p.106.

23) 장경옥·정지윤(2003), 「국제화 시대의 에티켓과 매너」(서울: 남두도서), p.39.

24) 장경옥·정지윤(2003), 전계서, pp.39-40.

### ③ 악수매너

사회생활을 하는 데 있어서 악수는 만남에 대한 중요한 수단이 되고 있다. 악수를 통해 서로가 인사를 나누고, 감사와 존경의 뜻, 우정을 표하기도 한다. 악수에도 일반적인 법칙과 예의가 있기 때문에 상황에 알맞게 방법을 선택하여 적용해야 한다.<sup>25)</sup> 서양에서 본래 악수는 평화를 상징하는 바디랭귀지로 쓰였다. 손을 펴서 무기를 갖고 있지 않음을 표시했기 때문이다. 오늘날 악수는 보편화되어 널리 사용되고 있는 세계 공통의 인사법이며 상대방을 피부로 느낄 수 있는 방법이다.

악수는 원칙적으로 오른손으로 하며 마주서서 오른 손을 팔꿈치 높이만큼 올려 상대와 엄지손가락을 교차해 서로 손바닥을 맞대어 잡았다가 놓는다. 이 때 악수로 사람을 평가할 수 있다. 손을 내미는 것부터 손을 굳게 붙잡는 것, 손을 빼내는 것을 관찰하면 그 사람이 얼마나 자신감을 갖고 있는지, 솔직한지를 알 수 있다. 악수를 할 때는 마음의 문을 열고, 자신감을 갖고, 손을 힘 있고 진지하게 쥐도록 한다.<sup>27)</sup>

### ④ 명함교환매너

명함은 프랑스에서 루이 14세 때 사용되었고, 루이 15세 때에는 현재와 같은 동판인쇄의 명함을 사교에 사용했다고 전해지고 있다. 또한 중국에서는 옛날부터 친구 집을 찾아간 경우 친구가 부재중일 때 종이에 자기의 이름을 써놓고 오는 관습이 있었다고 한다. 이와 같이 동서(東西)에서 오랜 역사를 갖

25) 황경옥(2003), 전계논문, pp.9-10.

26) 장경옥·정지윤(2003), 전계서, p.26.

27) 김정신 외 10인(2003), 전계서, pp.65-67.

고 있는 명함은 사고 및 사회생활에 있어서 자신을 대신하는 역할을 해왔다.

비즈니스 사회에서 명함의 이용이 확산되고 있다. 명함을 교환할 때는 서서 주고받는 것이 예의이다. 아랫사람이 먼저 윗사람에게 명함을 드리고 나서 윗사람의 명함을 받는 것이 순서이다. 처음 소개받는 사람과는 악수를 한 뒤에 명함을 교환하도록 한다. 두 손으로 명함을 건네되 명함에 쓰인 자기의 성명을 상대방이 보기 편하게 하는 것이 좋다. 받을 때에는 왼손으로 오른손을 가볍게 받쳐 공손한 태도로 받는다. 받은 명함을 만지작거리거나 명함으로 탁자를 툭툭 치는 일은 피해야 한다. 명함을 받은 뒤에는 상대방의 성명을 한 번 읽으면서 기억하도록 한다. 어려운 한자로 쓰인 성명이면 상대에게 물어보는 것이 바람직하다. 여러 사람의 명함을 동시에 받을 때는 탁자 위에 가지런히 늘어놓고 성명을 외운 뒤에 차례대로 명함지갑에 넣도록 한다. 명함은 명함지갑에서 꺼내는 것이 가장 바람직하다.<sup>28)</sup>

#### ⑤ 소개매너

사회생활을 하기 위해서는 많은 사람들을 소개받고 많은 사람들에게 자신을 소개하여 서로의 관계를 유지해야 한다. 서비스 기업에서는 서비스 실명제의 도입으로 모든 서비스를 제공하는 데 있어서 자신을 소개하는 것이 일반화되어 있으며, 특히 상품이나 서비스를 위한 판매촉진과 고객을 유치하기 위한 업무에 종사하는 사람들은 잠재고객을 대상으로 자신을 소개할 기회가 점점 증가하고 있는 추세이다. 따라서 자신을 소개하거나 소개받을 경우에는 정중한 마음으로 자신을 소개하고 제 3자를 소개받을 경우에도 진정 어린 마음으로 맞이하도록 하여야 한다. 사람을 소개하는 데에는 다음과 같은 일정한 절

---

28) 장경옥·정지윤(2003), 전계서, pp.39-40.

차와 방법이 있다. 즉 사람을 소개할 때는 소개하는 방법이 중요하다. 직위가 낮은 사람을 직위가 높은 사람에게 먼저 소개하고, 후배를 선배에게, 미혼인 사람을 기혼자에게, 젊은 사람을 연장자에게 성명과 직함을 정확하게 소개한다. 소개할 때는 일어서서 한다. 단 앉아 있는 여성은 앉은 채로 해도 무방하며, 친한 사람을 새로운 사람에게 먼저 소개하고, 단체와 개인일 경우에는 개인을 단체에게 먼저 소개한다.<sup>29)</sup> 이때 상대방의 이름은 충분히 주의해 듣고, 잘 기억해두며 자신을 소개할 때는 특징을 담아 소개하면 인상을 오래 남길 수가 있다.

#### ⑥ 대화매너

언어는 사람의 인격이며 지적인 수준을 측정할 수 있는 수단이다. 언어는 상황에 따라서 긍정적이거나 부정적인 분위기를 연출하기 때문에 사회생활을 하면서 가장 신중을 기해야 하는 요소이다. 언어의 수단을 이용하여 성공하는 사람이 있는가 하면 잘못 사용하여 인생의 방향이 부정적으로 바뀌는 경우를 주위에서 흔히 볼 수 있다. 이와 같이 대화시의 언어는 자기의 의사와 생각을 표현하는 것이기 때문에 자신의 언어가 상대방에게 어떠한 영향을 미칠 것인가를 고려해야 한다.

학창시절에는 동료들과 같이 생활하는 기회가 빈번하기 때문에 대화할 때 사용하는 언어가 많은 영향을 미치지 않을지 몰라도, 사회에 진출하면 다양한 사람들과 대화를 하고 사교생활을 해야 하기 때문에 초면인 상대와 만나는 기회가 점점 증가하면서 자신의 첫인상에 적지 않은 영향을 미칠 수 있는 언어구사력이 매우 중요하게 된다. 따라서 상대방에게 호감을 줄 수 있

---

29) 장경옥·정지윤(2003), 전계서, pp.28-30.

는 재치 있고 상황에 어울리는 격식을 갖춘 언어 사용은 사회생활을 하는데 있어서 타인으로부터 인정을 받고, 교양의 수준을 높이는 수단이 된다.

대화에 있어서 가장 기본적인 것이 호칭의 사용이다. 자신과 상대의 나이, 직위, 위상 등에 따라 대화 상대에 맞는 호칭을 다양하게 구사할 줄 알아야 한다. 또한 대화를 할 때는 음성이 대단히 중요한 역할을 한다. 서비스를 제공하는 사람은 항상 정확한 발음으로 고객에게 생동감 있는 음성을 연출해야 한다. 만약 이야기의 말미를 축 처진 형태로 발음하면 고객에게 피곤한 이미지를 줄 수 있기 때문에 대화에 흥미를 잃는 결과를 초래한다.

올바른 대화매너는 말하는 것 이상으로 듣는 것이 중요시 되어야 하며, 시선은 상대방의 얼굴을 향해 있어야 하고, 명확한 발음으로 하되 너무 빠르지 않아야 한다. 대화 시 주위의 다른 사람과 껄속말을 하지 않으며, 분위기에 알맞은 유머와 공통된 화제로 대화하고, 남을 비방하거나 대답하기 곤란한 사적인 질문은 삼간다. 전문용어나 외래어는 가능하면 사용하지 않으며, 상대방의 말을 존중하여야 하는 것을 잊지 말아야 한다. 30)

#### ⑦ 안내매너

안내매너에는 방문객 안내매너, 좌석안내매너, 승차 안내매너, 엘리베이터안내매너 등이 포함된다. 어느 직장이나 업무 중에는 외부의 손님이 내방하는 기회가 많이 있기 때문에 손님을 안내하는 데 있어서 지켜야 할 매너가 있다. 업무와 관계가 있거나 혹은 관계가 전혀 없을지라도 방문하는 손님을 정중히 맞이하는 것은 직장인의 기본자세이다. 그러나 현실적으로 손님의 방문을 소홀히 하여 소속하고 있는 직장에 대한 부정적인 이미지를

---

30) 장경옥·정지윤(2003), 전계서, pp.30-39에서 요약정리.

주는 경우도 있기 때문에 방문객에게는 항상 밝은 표정으로 안내하여 긍정적이고 좋은 이미지를 줄 수 있도록 최선을 다해야 한다. 안내하는 사람의 서비스 수준에 따라 고객이 갖는 이미지가 달라지게 마련이므로 손님이 기쁜 마음으로 방문을 할 수 있도록 친절히 안내하는 것이 중요하다.

방문하는 손님을 맞이할 경우에는 먼저 미소와 함께 손님이 편안한 마음을 지닐 수 있도록 환영하는 마음으로 응대하고, 상대방을 확인하기 위해 정중하게 성명을 물어보아야 하는데, 만약 이때 자신을 밝히기 꺼려하는 손님에 대해서는 기분이 상하지 않는 범위 내에서 손님의 정보를 얻어내야 하며, 신분을 확인한 다음에는 관련부서나 관련자에게 안내하기 위해 손님의 방문목적과 약속 여부를 문의해야 한다. 그리고 일단 손님의 방문목적이 확인되면 손님의 용무가 신속하게 처리될 수 있도록 최선을 다하는 모습을 보여야 한다.

직장생활을 하다보면 자리를 안내하게 되는 경우가 종종 생긴다. 이 때는 상석과 하석을 구별하여 안내하여야 하는데, 특히 의전절차를 기준으로 고객을 안내할 경우에는 좌석배치에 각별히 신경을 써야 한다. 출입문에서 먼 쪽이, 창 밖의 경치가 보이거나 좋은 그림이 보이는 곳, 사무용 책상에서 먼 곳, 장식장이나 난로의 앞쪽이 상석이 된다.

승차안내를 할 때는 운전사가 있는 경우 상석은 운전기사의 대각선 뒷자리이고, 두 번째가 운전사의 뒷자리, 세 번째가 가운데 자리이며, 네 번째가 운전기사의 옆자리가 된다. 자가 운전 시에는 운전석 옆자리가 제일 상석이고, 대각선 뒷자리, 운전석 뒷자리, 가운데 자리 순으로 된다. 단, 운전자의 부인이 동승한 경우는 운전석 옆자리가 부인석이 된다.

엘리베이터 안내를 할 경우에는 안내자가 손님이나 상급자가 먼저 타고

내리도록 유도한다. 또한 엘리베이터 내에서는 분위기를 고려하면서 가벼운 대화를 유도하여 어색한 분위기가 되지 않도록 한다.<sup>31)</sup>

### (3) 일상생활매너

일상생활매너에는 생활매너, 업무수행 중 매너, 방문매너, 식사매너, 초대매너 등을 포함한다.

#### ① 생활매너

생활매너는 걸어갈 때, 의자에 앉을 때와 일어설 때, 방문이나 출입문을 열고 닫을 때 등 일상생활에서의 몸가짐 자세를 말한다. 걷는 모습만 보아도 그 사람의 성품과 마음 상태를 알 수 있다. 당당하고 활기차게 걷는 모습은 자신감이 넘친다. 걸을 때는 상체를 바르게 하여 가슴을 펴고, 무릎 관절을 펴고 리듬감 있게 걷는다. 눈은 정면을 향하고 시선은 눈높이로 자기키의 2~3배 거리 앞에 두고 실내에서는 자기 키 정도 앞에 두며 양팔은 자연스럽게 앞뒤로 흔든다.

의자에 앉을 때는 상체는 곧게 세우고 얼굴은 정면을 보며 한쪽 발을 반보 정도 뒤로 하고 의자를 확인한 다음 천천히 앉은 뒤 무릎과 발끝을 붙이고 손은 공수한 채 무릎에 놓는다. 일어설 때는 한 쪽 발을 반보 정도 앞으로 던지고 일어서면서 양발을 가지런히 모으고, 일어선다.

출입할 때는 노크나 인기척을 내어 안에 있는 사람이 알도록 하며, 문을 여닫을 때에는 손잡이를 이용하여 반드시 손으로 여닫고 가능한 두 손을 사용한다.<sup>32)</sup>

---

31) 장경옥·정지윤(2003), 전제서, pp.135-141에서 요약정리.

## ② 업무수행 중 매너

직장은 영업활동을 통해 이익을 창출하는 조직체이므로 직원으로서 지켜야 할 에티켓이 있다. 직장인은 경영자와 동료 그리고 영업과 관련된 고객을 동시에 만족시켜야 하기 때문에 매우 중요한 역할을 수행하는 사람이라고 할 수 있다. 따라서 직장인이 업무를 수행하면서 지켜야 할 기본적인 자세를 준수하여야 한다.

직장 상사 밑에는 여러 명의 부하직원이 존재하게 되는데 사규나 일반적인 관행에 적합한 행동으로 상사를 보좌하는 자세와 올바른 직장생활의 분위기를 조성하는 자세가 필요하다. 상사는 직장 내의 부하(특히 여성)들에게 반말을 하는 행위, 사적인 일을 업무에 연결시켜 업무지시를 하는 행위, 지나치게 권위주의적인 행위, 시간관념 없이 비효율적으로 업무처리를 하는 행위, 부하직원의 사생활을 침해하는 행위는 삼가야 한다. 부하직원은 상사의 업무지시를 특별한 이유 없이 거부하는 행위, 상사 앞에서 동료를 헐뜯는 행위, 약속시간을 준수하지 않는 행위, 회식 중에 상사를 비방하는 행위, 업무시간에 개인적인 업무를 보는 행위, 동료들과의 잡담, 회사전화나 핸드폰을 통한 긴 통화, 업무시간을 준수하지 않는 행위 등을 해서는 안 된다.

33)

직장에서 무엇보다 중요한 것은 더불어 살아간다는 자세와 내가 먼저 양보한다는 자세로 매너를 지켜야 하며, 이는 원만한 대인관계와 성공적인 직장생활에 이르는 지름길이다.

---

32) 김정신 외 10인(2003), 전계서, pp. 46-51.

33) 장경옥·정지윤(2003), 전계서, pp.114-125에서 요약정리.

### ③ 방문매너

방문은 기업과 관련된 업무나 개인적인 친분관계 등으로 이루어지는 활동이지만 직장을 방문한다는 것은 생각보다 그리 쉽지 않기 때문에 기본적인 에티켓을 지켜야 한다. 직장생활을 하는 사람이 타 기업과의 업무관계로 방문을 하기 위해서는 방문에 필요한 여러 가지 절차를 중요시해야 한다. 사소한 실수나 미숙함이 있을 경우에는 방문목적에 역효과를 초래할 수 있기 때문이다.

고객을 방문할 경우에는 반드시 약속시간보다 일찍 도착하여 용무를 살피고 사무실의 관계자에게 방문 사실을 전한다. 만약 비서가 안내를 하는 사무실이라면 조그마한 선물을 준비하는 것도 방문절차를 부드럽게 처리할 수 있고 지속적인 관계유지를 위한 방법의 하나이다. 사무실 도착 전 화장실에서 흘뜨려져 옷매무새를 살피고, 식사 후에 곧바로 방문해야 할 경우에는 화장실에서 치아를 점검하고, 명함지갑이 주머니에 있는지 확인을 하며, 고객의 정확한 성명과 직책을 다시 확인한다.

사무실에 도착하면 방문약속을 명확하게 전달하여 고객과 만남이 있도록 하고, 고객의 사무실로 안내되었을 경우에는 정중히 인사말을 건네고 고객의 안내에 따라 착석한다. 착석한 후에는 방문의 허락에 대한 고마움과 함께 고객이 속해 있는 단체나 기업의 장점 등으로 대화를 시작한다.<sup>34)</sup>

### ④ 식사매너

식사매너에는 한식을 중심으로 한 매너에 대해 살펴보기로 한다.

---

34) 장경옥·정지윤(2003), 전계서, pp.143-151에서 요약정리.

출입문에서 떨어진 안쪽이 상석이므로 윗사람이 앉도록 하며, 식탁에는 단정한 자세로 앉는다.<sup>35)</sup>

식사를 할 때는 식탁에 몸을 깊숙이 숙이지 말고 윗사람이 수저를 든 뒤 아랫사람이 수저를 든다. 국물 마시는 소리, 음식물 씹는 소리 수저 부딪치는 소리를 내지 않고 숟가락과 젓가락을 동시에 한 손에 쥐지 않으며, 젓가락으로 집은 것은 반드시 먹도록 하고 이것저것 집었다 놓았다 하지 않는다.

식사는 같이 끝날 수 있도록 속도를 맞추고 먼저 끝났으면 수저를 밥그릇이나 국 그릇 위에 놓았다가 상대방의 식사가 완전히 끝난 후에 내려놓는다. 식사 도중에는 가급적 자리를 뜨지 않고, 식사 자리에서 앉고 일어설 때는 윗사람이 먼저 하고 아랫사람이 뒤를 이어 행동한다.<sup>36)</sup>

#### ⑤ 초대매너

모임에 손님을 초청할 경우에는 일정한 격식이 있다. 주변을 중심으로 모임의 목적에 알맞도록 참석자 수를 정하고 초청자의 범위를 결정한다. 만약 정식만찬에 손님을 초청하는 경우에는 개인적인 사정으로 인하여 참석하지 못할 것을 대비하여 예비참석자를 정해 두도록 한다. 초대 받는 사람의 경우에는 참석 여부의 회신을 보내, 초청하는 사람이 준비를 하는데 차질 없이 해주어야 한다.

방문 시에는 깨끗하고 단정한 복장이어야 하지만 특별한 방문이 아닌 한 평소의 외출복이면 된다. 여성의 경우 평상복에 가벼운 액세서리를 다는 정도로 충분하다. 남성의 경우 문상이 아닌 한 검정넥타이는 매지 않도록 해야 한다.

---

35) 장경옥·정지윤(2003), 전계서, pp.114-125에서 요약정리.

36) 황경옥(2003), 전계논문, p.13.

초대에 대한 방문 시 가벼운 선물은 서로의 마음에 친근감을 갖게 하는 촉매가 되므로 선물을 마련해 가지고 가는 것이 좋다.<sup>37)</sup>

#### (4) 패션매너

패션매너는 때(Time)와 장소(Place)를 구분하여 상황(Occasion)에 알맞게 의복을 착용하는 것이다. 의복은 이미지를 전달하는 매개체로서 작용하므로 호감을 줄 수 있는 옷차림에 초점을 맞추는 것이 중요하다.

비즈니스를 위한 복장은 활동성이 있어야 하며, 강한 개성을 표출하기 보다는 능력이 돋보이면서 자신감과 신뢰감을 주는 옷차림이 바람직하다. 남성의 경우 싱글 양복 정장이 무난하며 회색이나 검색 계열의 싱글 슈트에 셔츠와 넥타이는 밝은 색상으로 하는 것이 좋다. 여성의 경우 직장에 따라 약간의 차이는 있겠으나, 활동적이면서 단정한 차림새로 밝은 인상을 주는 의복차림이 무난하다. 일반적으로 심플한 투피스가 바람직하며, 스커트는 무릎정도의 길이가 적당하다. 색상은 아이보리, 베이지, 검정, 짙은 검색의 기본적인 테일러드 재킷과 청결한 느낌의 흰색, 아이보리, 파스텔 톤의 연분홍, 연노랑 블라우스 등이 좋다.<sup>38)</sup>

헤어스타일은 여성의 경우 앞머리가 너무 내려오지 않도록 항상 단정히 빗고 얼굴에 어울리는 형태를 유지한다. 남성은 옆머리가 이마나 귀를 덮거나 뒷머리가 셔츠의 깃을 덮지 않도록 하며, 머리카락이 날리는 것을 방지하고 산뜻하게 보일 수 있도록 무스나 스프레이 등으로 정리한다.

여성의 얼굴은 화장이 진하지 않도록 하고, 향이 강한 화장품을 사용하지

---

37) 한홍렬 외 3인(2001), 전계서, pp.213-215.

38) 황경옥(2003), 전계논문, pp.14-15.

않도록 하며, 얼굴이 지나치게 그을린 상태가 되지 않도록 한다. 남성의 경우 면도를 하여 턱수염이나 콧수염이 보이지 않도록 하며, 콧속이나 콧속은 항상 청결히 하여야 한다.

몸의 치장을 위해 다양한 형태의 액세서리가 사용되는데 너무 요란한 것을 착용해서는 안 되며 목걸이·귀걸이·팔찌·반지 등이 옷차림과 조화가 이루어질 수 있는 것을 선택하도록 한다. 또한 구두와 양말(스타킹)등을 착용할 때도 의복과의 조화가 이루어질 수 있도록 선택해야 한다.

### 3) 비즈니스 매너의 필요성

사회가 복잡해짐에 따라 사람들의 행동양식은 점점 더 다양각색으로 변화해 많은 사람들이 사무실에서 어떻게 행동해야 할지, 혹은 직장에서 위급한 상황에 처했을 때 어떻게 행동해야 하는지에 대하여 명확한 지침을 필요로 하고 있다.

취업을 앞둔 대학생들은 비즈니스 매너를 경험할 기회가 적음에도 불구하고 사회초년생이 되었을 때 그들의 매너는 상사, 동료, 후배 혹은 고객들로부터 관찰되어지고 평가되어진다. 그러한 관찰 결과는 자신뿐만 아니라 기업의 이미지와도 직접 연결되는 경우가 종종 있다. 그러므로 대학생들이 배움의 터에 있는 동안 반드시 사회적으로 혹은 직장에서 어떻게 행동을 하여야 하는지에 대한 개념을 가지고 졸업해야만 한다.<sup>39)</sup>

우리 사회에서는 비즈니스가 원활하게 이루어지기 위해 비즈니스 매너가 매우 중요하게 작용한다. Brawne<sup>40)</sup>는 비즈니스 매너가 교육을 통해 이루어져

39) 장 영(1996), “비서직에 요구되는 사무매너(예절) 교육과정 구성을 위한 기초연구”, 한국비서학회 논문집 4집, p.24.

야 함을 지적하면서 다음과 같은 결과를 가져 올 수 있다고 주장하였다.

① 비즈니스 매너에 대한 지식은 양질의 인생과 직장에서 작업의 능률에 긍정적인 역할을 한다.

② 비즈니스 매너를 배우고 활용하는 것은 자기와 같이 일하는 사람들이 곤경에 처했을 때 현명하게 결정하는 데 도움과 영향을 준다.

③ 비즈니스 매너교육을 받은 사람은 비즈니스 매너를 통하여 개인적인 행동과 사회적인 행동 사이에서 취해야 할 행동들을 구분할 수 있게 된다.

④ 비즈니스 매너를 통하여 자신의 이미지뿐만 아니라 기업의 이미지를 높임으로써 일을 수행함에 있어 주 역할을 담당할 수 있게 된다.

즉 비즈니스 매너는 직업현장에서 삶의 질을 향상시키며, 사원들이 학습하고 연구하는 분위기가 조성되고, 상하간의 예의가 지켜지면서 활발한 커뮤니케이션이 이루어지게 한다. 이는 결과적으로 이윤을 창출하는데도 중요한 역할을 할 수 있으며, 기업의 이미지를 높일 수도 있게 된다. 앞으로는 회사 내에서뿐만 아니라 사회생활을 하는 현장에서 자신감을 느끼고, 자신을 건전하게 잘 표현할 수 있도록 비즈니스 매너교육의 필요성은 더욱 절실해질 것이다.

---

40) 한홍렬 외 3인(2001), 전계서, p.106.

### 3. 공감능력

공감(Empathy)이란 용어는 원래 그리스어의 ‘Empathia’에서 유래된 것이다. 이는 안을 뜻하는 ‘en’과 고통이나 열정을 뜻을 뜻하는 ‘pathos’의 합성어로서 “안에 들어가서 고통을 느낀다”는 의미를 함축하고 있다. 공감이란 단어는 1909년 독일어인 “Einfühlung”을 Titchener가 영어로 번역하여 처음 사용하였다. 그 이후 공감에 관한 연구들에서의 여러 정의를 종합해 보면 공감이란 타인의 심리 상태를 마치 내가 느끼는 것처럼 지각하여 타인의 눈을 통해 바깥세상을 보는 정신 내적 현상이다.<sup>41)</sup>

공감개념을 상담 분야에 도입하고 그 중요성을 주장한 사람은 Rogers였다. 상담과 심리치료의 분야에서 치료적 기술로서 공감의 개념을 도입했던 Rogers는 인지적 관점에서 공감을 설명하였다. 그는 공감을 “내담자의 사적인 세계를 그것이 마치(as if) 상담자 자신의 세계인 것처럼 경험하는 능력”으로 보았다.<sup>42)</sup> 공감은 자신이 다른 사람의 기쁨이나 상처를 그들이 경험하는 것처럼 지각한다는 인식을 갖는 것이라고 했다.<sup>43)</sup>

Rogers가 상담의 필요충분조건 중 하나로 공감 개념을 제시한 이래로 공감이 상담의 과정이나 결과를 탐구하기 위한 중요한 변인으로 인식되면서 여러 학자들에 의해 과학적인 연구들이 진행되었다. 이러한 과정에서 공감은 정서 지향적인 현상으로 타인의 정서적 상태나 조건의 이해로부터 촉발되며, 그와 부합되는 정서 상태라는 주장들이 대두되었다. 즉 공감은 타인의 감정이나 느

41) 박성희(1994), 「공감·공감적 이해」 (서울: 원미사), pp.1-3.

42) 신경일(1994), “공감의 인지적, 정서적 요소 및 표현적 요소간의 관계”, 부산대학교 학생생활연구소 연구지 제 29호, p.6.

43) 황경주(1998), “간호사의 공감에 관한 연구”, 이화여자대학교대학원 박사학위논문, p.8.

꿈에 대해 그 대상의 정서와 부합하는 감정을 경험하는 반응이라고 생각되었다.<sup>44)</sup>

이와 같이 공감은 학자들의 개인적 견해에 따라 정서의 공유로 이해되기도 하고, 또는 타인의 생각이나 상황, 감정을 정확히 아는 것으로 정의되는 두 가지 입장이 공존되어 왔다.<sup>45)</sup> 이렇게 공감을 정의하고 연구하는 학자들마다 상이한 관점의 차이를 보이던 가운데 공감을 보다 체계적이고 종합적인 관점에서 정의하려는 노력들이 계속되었다. 즉 공감능력은 인지적·정의적·표현적인 요인 중 어느 한 가지 능력만을 지칭하는 것이라기보다는 각 특성과 요소들이 함께 포함된 복합적인 구성인 것이다. 공감에 대한 연구는 인지적·정의적 개념을 통합하고 이에 공감한 내용을 표현하는 의사소통적 요소를 포함해서, 하나의 통합된 틀 속에서 공감의 현상을 이해하는 것이 보다 타당한 접근일 것이다.<sup>46)</sup>

요약하면 공감능력은 자신과 타인에 대한 이해의 근원으로서, 다른 사람의 입장에서 다른 사람의 의미와 감정을 마치 자신이 그 사람인 것처럼 지각하는 상태를 말한다. 그러나 공감은 인식하고 지각하는 데서 끝나는 것이 아니라, 그것을 전달해 주는 것도 포함된다. 즉 상대의 입장이 되어 그가 느끼는 것을 표현하는 능동적이고 적극적인 과정인 것이다.

---

44) 박미영(2003), “또래 수용도에 따른 정도 정신지체 학생의 공감능력과 애착수준”, 단국대학교 특수교육대학원 석사학위논문, pp.9-10.

45) 김사훈(1998), 전제논문, p.12.

46) 상계논문, pp.14-15.

#### 4. 자아존중감

‘자아’라는 개념은 William James가 처음 사용한 이래 개인의 총체적인 개념으로 사용되고 있다. 자아 존중감은 자기에 대한 정서(self-affect)를 유발하고 지속시키는 자아의 개념과 연관된 가치감이다. ‘개인이 자기 스스로를 받아들이고 가치 있게 여기는 정도’이며, ‘타인과 비교하여 자신에게 속한 것으로 추정하는 가치나 중요성’ 및 ‘개인 자신에 대한 선호성 여부와 가치부여를 의미하는 것이기도 하다. 자아존중감은 우리의 삶에 필수적인 것이며 생활에서 적절하게 필요한 경험으로서 우리 자신에게 생각하는 능력이 있으며, 인생살이에서 만나게 되는 기본적인 역경에 맞서 이겨낼 수 있는 능력이 있다는 자신에 대한 믿음이며, 우리 스스로가 가치 있는 존재임을 느끼고, 필요한 것과 원하는 것을 주장할 자격이 있으며, 자신의 노력으로 얻는 결과를 즐길 수 있는 권리를 가지며, 또한 스스로 행복해질 수 있다고 믿는 것이다.<sup>47)</sup>

자아존중감에 대해서 깊이 있는 연구를 시작한 Rosenberg는 자아존중감이란 자신을 하나의 특별한 개체로 이해하여 자아에 대해 긍정적인 혹은 부정적인 태도를 갖는 것과 개인이 자신을 얼마나 가치롭다고 느끼는가에 대한 정도를 의미한다고 하였다. Rosenberg의 뒤를 이은 Coopersmith는 ‘자아존중감은 개인이 능력이 있고, 중요하며, 성공적이고, 가치 있다고 자신을 믿는 정도 즉 한 개인이 스스로를 얼마나 가치 있는 존재로 생각하고 있느냐 하는 사적인 판단’이라고 하였다.<sup>48)</sup>

47) 박혜원(2002), “공감훈련이 여중생의 공감능력과 자아존중감에 미치는 효과”, 연세대학교대학원 석사학위논문, p.17.

48) 이경나(1997), “인지행동적 집단상담이 고등학생의 스트레스, 우울 및 자아존중감 변화에 미치는 효과”, 한국교원대학교 교육대학원 석사학위논문, p.25.

자아존중감이 높은 사람은 자기 자신과 타인을 잘 수용하고, 자신과 타인의 능력을 잘 인식하며, 긍정적인 태도를 갖고 있는 반면, 자아존중감이 낮은 사람은 부정적인 자기태도로 인하여 소심하고 억압감을 갖고 있으며, 도전감이나 모험심이 적으며 타인에 대한 의식과 의존심이 많아 문제를 스스로 해결해 가기 어렵다. 다시 말하면, 자아존중감이 높은 사람은 자기 스스로를 가치 있고 중요한 사람이라고 생각하며 그가 행하는 행동을 스스로 통제할 수 있다고 믿는다. 새로운 과업을 즐기며 자신이 행하는 모든 일은 일반적으로 높은 질의 것이며 장래에 커다란 도움이 될 수 있는 것이라고 본다. 반면에 부정적 자아존중감을 가진 사람은 자기 스스로를 중요한 사람이라고 생각하지 않는다. 자기의 생각과 능력에 확신이 없으며 다른 사람들의 생각과 과업이 자신의 것보다 훌륭하다고 생각한다. 새로운 사건을 좋아하지 않으며 기존의 것과 완전한 배경에 집착하는 것을 좋아한다.<sup>49)</sup> 또한 인간은 사회 속에서 타인들과 관계를 맺고 살아가는 사회적 동물로서 자신의 능력과 개인적 잠재력을 성취하고 자아실현을 위해 노력하는 존재이기도 하지만 자아존중감이 결여되면 타인과의 관계에서 친밀감을 형성하지 못하고 고립되어진다.<sup>50)</sup>

자아존중감이 높은 사람의 특성을 보다 구체적으로 기술하면 다음과 같다.

첫째, 자아존중감이 높은 사람은 경험에 대해 개방적이다. 따라서 모든 감정과 태도를 자유로이 경험할 수 있다. 그런 사람은 자신의 근성에 대하여 모든 것을 알고 있으며 성격의 어떤 면도 차단하지 않는다.

둘째, 자아존중감이 높은 사람은 현실에 대한 실존적인 삶을 누릴 수 있다.

49) 안순자(1997), “자기성장 프로그램이 초등학교 아동의 자아존중감 및 자기효능감에 미치는 효과”, 한국교원대학교대학원 석사학위논문, p.312.

50) 정경숙(2002), “여대생들의 미용과 자기효능감 및 자아존중감과의 관계”, 삼육대학교대학원 석사학위논문, p.11.

모든 경험은 이전의 경험과는 상관없이 항상 새롭고 신선하게 느껴진다. 자아 존중감이 높은 사람은 모든 경험을 기분 좋게 받아들이기 때문에 자아는 끊임 없이 모든 경험에 의해 영향을 받거나 새롭게 된다.

셋째, 자아존중감이 높은 사람은 자신에 대한 신뢰를 갖는다. 어떤 행동이 행할 만한 가치가 있는 것으로 느껴질 때 그 행동은 가치가 있는 것이라고 생각하게 된다.

넷째, 자아존중감이 높은 사람은 선택과 행동에 많은 자유를 누린다. 이런 사람은 삶에 대한 자신의 주도권을 즐기며, 미래는 과거의 사건이나 변화무쌍한 환경변화에 의해 좌우되는 것이 아니라 자기 자신에게 달려있다고 믿는다.

다섯째, 자아존중감이 높은 사람은 창조적인 사고를 한다. 이들은 사회적 요구에 순응하거나 수동적인 적응을 피하는 대신 새로운 자극과 도전을 추구하는 삶을 즐기며 창조적인 활동을 하게 된다.<sup>51)</sup>

긍정적인 자아존중감의 형성은 학교생활이나 사회생활, 그리고 자아실현의 면에서 필수적으로 요청되는 요소라 할 수 있다. 사람은 누구나 인정받고 존중되기를 바란다. 타인으로부터 인정과 존중을 받으려면 먼저 스스로를 인정하고 존중할 줄 알아야 한다. 따라서 스스로를 존중하는 삶은 무엇보다 자신의 중요성과 인간으로서의 존엄성을 진정으로 느낄 수 있게 된다. 나아가 자기 자신에 대한 존중은 타인에 대한 존중, 모든 생명과 환경에 대한 존중으로 이어진다.

이상에서 살펴본 바와 같이 자아존중감은 자신의 지적, 정의적, 신체적 특성에 대해 스스로가 가지는 긍정적 평가로서, 자신을 능력 있고, 중요하며, 성공적이고, 가치 있는 사람으로 생각하는 정도라고 볼 수 있다.

---

51) 최관경(2001), 전제논문, p.5.

## 5. 선행연구 고찰

선행연구고찰은 대학생을 대상으로 한 비즈니스매너를 포함하는 매너의식 및 매너교육에 관한 연구를 중심으로 살펴보았다.

〈표 II-2〉 매너의식 및 매너교육 관련 선행연구

구분	연구자	년도	논제	대상
매너의식	장 영	1994	비서직에 요구되는 매너(예절)에 대한 기업체 근무자 및 비서과 학생들의 인식에 관한 연구	직장인 전문대생
	이행숙	1998	대학생의 예절의식과 예절행동에 관한 연구	전문대생
	임문자 류미현	2000	대학생의 생활예절에 대한 지식, 태도와 수행에 관한 연구	대학생
	김재식	2002	비즈니스 매너에 대한 대학생의 인식에 관한연구	대학생
	류병진	2003	매너와 공감능력 및 사회적응에 관계	대학생
매너교육	김연화 이정우	1996	대학의 생활예절교육 실제 및 수강효과에 관한 연구	대학생
	정지영 주영애 안현숙	1996	대학생의 예절교육에 대한 의식조사	전문대생
	김정신 노은호 정민자	1997	대학생의 예절교육에 대한 의식 및 실태조사	전문대생
	정현영	1997	비즈니스 매너(예절)교육에 관한 연구	전문대생
	임혜경 정지영	1998	대학생의 예절교육에 대한 요구와 관련변인에 관한 연구	전문대생
	정승혜 양정혜	2001	취업을 위한 예절교육 프로그램이 학생의 예절태도에 미치는 영향	전문대생
	임문자 류미현	2003	매너교육이 대학생들의 매너지식수준향상에 미치는 영향	대학생

장 영<sup>52)</sup>은 기업체 근무자와 전문대학 비서관련 학생들을 대상으로 비서 전공 졸업생들의 현행 매너 수준과 매너교육의 필요성이 어느 정도 되는지 알아본 결과, 매너수준은 보통이상으로 나타났고, 학교에서 매너교육을 실시할 필요성에 대한 질문에 대해서는 90.9%의 기업체 근무자와 92.2%의 전문대학 학생들이 매우 필요하거나 다소 필요하다고 응답하였다.

이행숙<sup>53)</sup>의 대학생의 예절의식과 예절행동에 관한 연구에서는 우리 모두가 사회생활에서 대인관계를 가질 때 예절 바르게 행동하며 예의를 소중히 실천한다면 그것이 경(敬)과 성(誠)의 심정을 두터이 하여 인간다운 사회를 만들 수 있는 요체가 될 것이며, 예절에 대한 기본인식의 바탕 없이 선진국민이나 선진사회가 될 수 없다는 것을 재인식해야 한다고 하였다. 더불어 예절교육의 필요성을 일깨웠다.

엄문자·류미현<sup>54)</sup>의 대학생의 생활예절에 대한 지식, 태도와 수행에 관한 연구에서는 대학생들은 생활예절 중 인사예절, 대화예절, 전화예절, 몸가짐예절 등에 대한 관심도가 높게 나타났으며, 이는 자신들의 현 상황이 멀지 않은 장래에 취업을 하는 경우가 대부분이므로 이에 적응할 수 있기 위한 예절 영역에 관심을 갖는 것이라고 보았다.

김재식<sup>55)</sup>의 비즈니스 매너에 대한 대학생의 인식에 관한 연구에서는 비즈니스 매너에 관한 지식을 습득하는 경로를 조사한 결과, 가정에서 부모님의 가르침이 대학생들의 매너 지식 습득에 가장 중요한 원천인 것으로 나타났고,

---

52) 장영(1994), 전계논문, pp.19-20.

53) 이행숙(1998), “대학생의 예절의식과 예절행동에 관한 연구”, 한국여성교양학회지 제 5권1호, p.194.

54) 엄문자·류미현(2000), “대학생의 생활예절에 대한 지식, 태도와 수행에 관한 연구.” 한국전통생활문화학회지 제 3권 2호, p.109.

55) 김재식(2002), 전계논문, p.36.

사회생활에서 타인의 행동 모방을 통해서, 대학에서 매너 관련 교과를 통해서 순으로 매너 지식을 습득하는 경우가 많은 것을 알 수 있었다. 따라서 학생들이 실질적으로 습득해야 할 중요한 능력의 하나인 비즈니스 매너를 체계적으로 학습할 수 있는 기회를 제공하는 것이 필요하다고 하였다.

매너와 공감능력에 관한 연구로 류병진<sup>56)</sup>의 매너와 공감능력 및 사회적응의 관계에 관한 연구에서는 공감을 잘하는 사람일수록 매너 수행을 잘하는 것으로 나타났고, 공감을 잘 하는 사람일수록 사회적 적응을 잘하는 것으로 나타났다. 공감능력이 높을수록 사회적응을 잘하는 것은 공감이 높을수록 매너수준이 높기 때문임을 알 수 있었다.

김연화·이정우<sup>57)</sup>의 대학의 생활예절 교육 실제 및 수강효과에 관한 연구에서는 생활예절 수강생들은 99.2%가 생활예절은 교양과목으로서 필요하다고 하였으며, 82.6%가 생활에 도움이 된다고 하여 대학에서 예절교육의 필요성을 시사하는 결과라고 지적하였다. 또한 예절은 자아정체감 증대의 기능도 있으므로 자아정체감이 형성되는 성인기에 이르는 과정에 있는 대학생들에게 자아정체감과 예절교육과의 관계에 관한 연구가 필요하다고 논의하였다.

정지영·주영애·안현숙<sup>58)</sup>의 대학생의 예절교육에 대한 의식조사연구에서는 최근 취업기회의 협소화로 인해 대학생들의 취업준비와 직업의식이 상당히 높아져 사회생활에 필요한 예절을 바르게 익히는 것에 대한 관심도가 높게 나타나고 있으며, 예절교육은 사회생활영역에 보다 치중할 필요가 있다고 하였다.

김정신·노은호·정민자<sup>59)</sup>의 대학생의 예절교육에 대한 의식 및 실태조사에

---

56) 류병진(2003), 매너와 공감능력 및 사회적응의 관계, 한양대학교 교육대학원 석사학위논문, p.31-32.

57) 김연화·이정우(1996), “대학의 생활예절교육 실제 및 수강효과에 관한 연구”, 숙명여자대학교 생활과학연구지 제 11권 제 2호, pp.20-21.

58) 정지영·주영애·안현숙(1996), “대학생의 예절교육에 대한 의식조사”, 한국여성학회지 제 3권, p328.

관한 연구를 보면 생활예절 교육은 연령에 관계없이 집에서 보고 배운 것으로 이루어지며, 학교의 영향력은 매우 미약하여 성인이 된 이후 대학에서 예절교육을 실시하는 곳은 전문대학의 여성교육과를 제외하고는 거의 없는 실정임을 지적하였다. 이에 근본적인 관심과 함께 학교교육 차원에서 예절교육을 실시할 수 있는 방안을 다각도로 검토함으로써 전통을 존중하고 현대에 맞게 대학생을 위한 실용적인 예절교육 대책이 수립되어야 한다고 하였다.

정현영<sup>60)</sup>의 비즈니스 매너(예절)교육에 관한 연구에서는 비즈니스 매너교육이란 인간의 정신, 즉 인간의 본질에 깊이 관련되어 있으며, 비즈니스 매너 교육을 일반 교양과목으로 개설하는 것이 바람직하다고 하였다.

임혜경·정지영<sup>61)</sup>의 대학생의 생활예절 관심도 및 수강 후 태도·행동 변화에 대한 만족도에 관한 연구에서는 수강생들은 수강 전에 관심이 높았으며, 수업태도가 성실하고, 학년이 높을수록 수강 후 태도·행동변화도 높게 나타났다고 하였다. 이는 학생들이 고학년인 경우 졸업과 혼인을 앞둔 시기로 실생활에 절실히 필요함을 느꼈기 때문이라고 논의하였다.

정승혜·양정혜<sup>62)</sup>의 취업을 위한 예절교육 프로그램이 학생의 예절태도에 미치는 영향에 관한 연구를 보면 취업준비 예절 프로그램은 학생들의 예절 태도에 긍정적인 영향을 미쳤고, 졸업반 학생들이기 때문에 수업에 대한 관심도도 높게 나타났다. 따라서 예절교육의 필요성에 대한 학생들의 요구에 맞는

---

59) 김정신·노은호·정민자(1997), "대학생의 예절교육에 대한 의식 및 실태조사", 경원전문대학교 논문집 제 19권 제 1호, pp.319-320.

60) 정현영(1997), 전제논문, p.70.

61) 임혜경·정지영(1998), "대학생의 예절교육에 대한 요구와 관련변인에 관한 연구", 대한가정학회지 제 36권 12호, p.172.

62) 정승혜·양정혜(2001), "취업을 위한 예절교육 프로그램이 학생의 예절태도에 미치는 영향", 한국여성교양학회지 제7권1호, pp.140-141.

다양한 교육프로그램 개발이 이루어져야한다고 제안하였다.

엄문자·류미현<sup>63)</sup>의 매너교육이 대학생들의 매너지식 수준향상에 미치는 영향 연구에서는 학년이 높을수록, 매너교육을 받은 경험이 많을수록, 예술계 전공학생들이, 매너에 대한 중요도를 높게 인식할수록, 국제화에 대한 인식이 높을수록, 자아존중감이 높을수록 매너에 대한 지식이 높은 것으로 나타났다.

---

63) 엄문자·류미현(2003), “매너교육이 대학생들의 매너지식 수준향상에 미치는 영향.” 한국전통생활문화학회지 제 6권 2호, p.16.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구문제

<연구문제 1> 대학생의 비즈니스 매너에 대한 인식은 어떠한가?

<연구문제 2> 대학생의 공감능력과 자아존중감은 어떠한가?

<연구문제 3> 대학생의 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감의 관계는 어떠한가?

<연구문제 4> 대학생의 배경변인, 공감능력, 자아존중감이 비즈니스 매너인식에 미치는 영향력은 어떠한가?

#### 2. 조사대상 및 자료수집

본 연구에서는 서울시내 4년제 대학에 재학 중인 대학생을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 2004년 9월 18일에서 21일까지 예비조사를 거쳐 2004년 9월 25일부터 10월 15일까지 총 435부의 설문을 배포하여 회수하였으며 이중 부실 기재한 35부를 제외한 400부가 최종 분석 자료로 사용되었다.

### 3. 조사도구

본 논문의 조사도구는 설문지로 그 내용은 조사대상자의 일반적 사항을 파악하기 위한 8개 문항, 비즈니스 매너교육의 경험 및 교육에 대한 견해 9개 문항, 비즈니스 매너인식 45개 문항, 공감능력 30개 문항, 자아존중감 50개 문항으로 구성되어 있다.

#### 1) 비즈니스 매너인식 척도

대학생의 비즈니스 매너에 대한 인식 조사를 위해 김재식<sup>64)</sup>, 류병진<sup>65)</sup>의 연구에 적용된 설문지를 토대로 본 연구자가 수정 보완한 설문지를 사용하였다. 비즈니스 매너인식 설문지는 총 45개 문항(전화매너 4문항, 대면매너 11문항, 일상매너 22문항, 패션매너 8문항)으로 각 문항은 5점 Likert 척도로 되어 있으며, 점수가 높을수록 비즈니스 매너인식이 높음을 의미한다.

#### 2) 공감능력 척도

대학생의 공감능력을 측정하기 위해 신경일<sup>66)</sup>이 개발한 공감능력 검사지를 사용하였다. 이는 Carkhuff, Mehrabian & Epstein, Davis의 공감능력 척도를 한국 실정에 맞게 번안하고 예비검사와 수정 검사를 통해 문항 내적 합치도와

---

64) 김재식(2002), 전계논문, 부록 설문지.

65) 류병진(2003), 전계논문, 부록 설문지.

66) 신경일(1994), “상담자 교육을 위한 공감훈련 프로그램의 개발과 적용”, 부산대학교 대학원, pp.96-100.

요인분석을 통해 검사 타당도를 고려해서 개발한 공감능력 검사지이다. 본 연구에서는 신경일의 척도 중에서 비즈니스 매너 인식에 관련된 30개 문항만을 사용하였다. 점수 처리 방법으로는 25개 문항을 정적방향으로 채점하고 나머지 5개 문항을 부적방향으로 채점하였으며, 점수 처리 방법은 <표 III-1> 과 같다. 각 하위 척도들은 모두 5점 Liket식 평정 척도로 이루어졌으며, 득점 방법은 각 문항에 제시된 점수를 합한 것이며, 점수가 높을수록 공감능력이 높고, 점수가 낮을수록 공감능력이 낮은 것으로 평가하였다.

<표 III-1> 공감능력의 문항별 구분

긍 정 문 항	1,2,3,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,16,18,19,20,22,23,24,27,28,29,30
부 정 문 항	4,15,17,21,25,26

### 3) 자아존중감 척도

자아존중감 검사는 Coopersmith가 제작한 ‘Self-Esteem Invertory’를 최윤희<sup>67)</sup>가 우리나라의 문화권과 실정에 맞게 번안한 것을 사용하였다. 이는 총 50개의 자기진술문으로 구성되어 자기 자신과 관련된 정도에 따라 각 문항에 표시하게 되었다. 점수처리방법으로는 20개 문항은 정적으로 채점하고 나머지 30개 문항은 부적방향으로 채점하였으며, 점수처리 방법은 <표 III-2> 와 같다. 각 하위 척도들은 모두 5점 Liket식 평정 척도로 이루어졌으며, 득점 방법은 각 문항에 제시된 점수를 합한 것이며 점수가 높을수록 자아존중감이 높

67) 최윤희(1993), “자기표현 훈련 프로그램이 자기표현과 자아 존중감에 미치는 영향”, 이화여자대학교 교육대학원석사학위논문, pp.70-73.

고, 점수가 낮을수록 자아존중감이 낮은 것으로 평가하였다.

〈표 III-2〉 자아존중감의 문항별 구분

긍 정 문 항	3,4,7,8,11,12,15,16,19,20,23,24,27,28,31,32,35,36,39,40
부 정 문 항	1,2,5,6,9,10,13,14,17,18,21,22,25,26,29,30,33,34,37,38,41,42,43,44,45,46,47,48,49,50

본 연구의 조사도구인 설문지는 문항간의 내적일치도에 의한 Cronbach's  $\alpha$  계수를 산출하여 신뢰도를 검증하였다. 각 척도의 신뢰도 계수는 〈표 III-1〉과 같다.

〈표 III-3〉 척도의 신뢰도

변인		문항수	신뢰도 계수
비즈니스 매너인식	전화매너	4	.70
	대면매너	11	.77
	일상매너	22	.86
	패션매너	8	.83
	전체	45	.92
공감능력		30	.88
자아존중감		50	.83

#### 4. 자료분석

본 연구에서는 SPSS/PC WIN을 이용하여 자료를 처리하고 분석하였다.

1) 조사대상자들의 일반적 특성과 비즈니스 매너교육 경험 및 교육에 대한 견해를 파악하기 위하여 빈도와 백분율로 살펴보았다.

2) 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감을 평균과 표준편차로 분석하고 배경변인에 따른 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감은 ANOVA를 적용 분석하였다.

3) 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감의 관련성은 pearson의 상관관계분석을 적용하였다.

4) 대학생의 비즈니스 매너인식에 대한 배경변인, 공감능력, 자아존중감의 영향력을 알아보기 위하여 중다회귀분석(multiple regression)을 실시하였다.

#### 5. 연구의 제한점

1) 본 연구는 설문조사에 있어 편의표집(convenience sampling)으로 서울에 소재한 4년제 대학에 재학 중인 대학생을 대상으로 하였으므로 대학생 전체에 적용하여 일반화하는 데에는 한계가 있다.

2) 본 연구의 설문지는 선행연구를 토대로 본 연구자가 작성한 것으로 표준화된 척도라고는 볼 수는 없다.

## IV. 연구결과 및 해석

### 1. 조사 대상자의 일반적 사항

#### 1) 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자들의 일반적인 특성을 살펴보면 <표 IV-1> 같다. 본 연구의 대상은 현재 서울시내 4년제 대학에 재학 중인 학생들로서 성별 분포를 살펴보면, 남학생이 48.0%, 여학생이 52.0%로 여학생 응답자가 다소 많았으며, 학년분포를 보면 1학년이 19.3%, 2학년이 40.5%, 3학년이 23.0%, 4학년이 17.3%로 나타났다. 전공은 인문사회계열 42.8%, 자연계열 35.3%, 예체능계열 22.0%순이며, 남녀공학이 91.8%로 여대를 다니는 8.3%보다 많았다.

학교생활만족도에 있어서는 매우 만족한다 10.8%, 만족한다 32.5%, 그저 그렇다 40.3%, 만족하지 않는다 11.5%, 전혀 만족하지 않는다 5.0%로 나타났다. 형제순위는 장남·장녀가 42.0%, 차남·차녀이하 18.8%, 막내 27.5%, 외동 11.8%로 나타났고, 원하는 직업을 보면 자영업 1.8%, 서비스/판매직 8.3%, 사무직 9.8%, 전문직 52.0%, 관리직 4.8%, 기타 13.5%로 많은 학생이 전문직을 선호하는 것으로 나타났다.

조사대상자들의 경제수준과 아르바이트 경험을 질문한 결과, 매우 여유 있다 4.3%, 여유 있는 편이다 16.8%, 보통이다 60.0%, 어려운 편이다 13.5%, 매우 어렵다 5.5%로 나타났고, 아르바이트 경험에서는 경험이 있는 학생이 89.0%, 아르바이트 경험이 없는 학생이 11.0%로 조사되었다.

<표 IV-1> 조사대상자의 일반적 특성

변인	내용	빈도	백분율(%)
성별	남자	192	48.0
	여자	208	52.0
학년	1학년	77	19.3
	2학년	162	40.5
	3학년	92	23.0
	4학년	69	17.3
전공	인문사회계열	171	42.8
	자연공학계열	141	35.3
	예체능계열	88	22.0
대학형태	남녀공학	367	91.8
	여자대학	33	8.3
학교생활만족	매우 만족한다	43	10.8
	만족한다	130	32.5
	그저 그렇다	161	40.3
	만족하지 않는다	46	11.5
	전혀 만족하지 않는다	20	5.0
형제순위	장남, 장녀	168	42.0
	차남, 차녀이하	75	18.8
	막내	110	27.5
	외동	47	11.8
원하는 직업	자영업	47	11.8
	서비스/판매직	33	8.3
	사무직	39	9.8
	전문직	208	52.0
	관리직	19	4.8
	기타	54	13.5
경제수준	매우 여유있다	17	4.3
	여유있는 편이다	67	16.8
	보통이다	240	60.0
	어려운편이다	54	13.5
	매우 어렵다	22	5.5
아르바이트경험	있다	356	89.0
	없다	44	11.0
	전체	400	100.0

## 2) 비즈니스 매너교육 경험 및 교육에 대한 견해

대학생들의 비즈니스 매너에 대한 교육경험과 교육에 대한 견해를 알아보기 위해 조사한 결과는 다음의 <표 IV-2>와 같다.

매너교육의 경험 유무에 있어 매너교육경험이 있는 학생이 37.5%, 경험이 없는 학생 62.5%로 매너교육을 경험 해보지 않은 학생들이 더 많았다. 매너교육의 필요성에 대한 대학생들의 생각은 매우 필요하다 21.8%, 대체로 필요하다 46.3%, 그저 그렇다 22.0%, 별로 필요 없다 7.0%, 전혀 필요 없다 3.0%로 나타났다. 비즈니스 매너의 중요성에 대해서는 매우 중요하다 29.3%, 중요하다 43.3%, 보통이다 22.0%, 중요하지 않다 4.3%, 전혀 중요하지 않다 1.3%로 응답하였고, 본인의 매너에 대해서는 매우 훌륭하다 10.5%, 훌륭하다 21.3%, 보통이다 60.3%, 불량하다 6.5%, 매우 불량하다 1.5%로 자신의 매너에 대해 긍정적으로 평가함을 알 수 있었다.

대학생들이 중요하게 생각하는 비즈니스 매너는 전화매너 12.5%, 대면매너 46.5%, 일상매너 3.5%, 패션매너 6.0%로 대면매너를 가장 중요시 여기는 것으로 나타났다. 비즈니스 매너의 습득원천을 보면 가정에서 부모님을 통해서가 41.5%로 가장 많았고, 사회생활에서 타인의 모방을 통해 32.8%, 대학매너관련 과목 수강을 통해 11.8%, 신문이나 방송을 통해 8.3%, 학창시절 도덕·윤리과목을 통해 5.8% 순으로 나타났다. 이러한 결과는 김정신·노은호·정민자<sup>68)</sup>의 연구에서 언제 받은 생활예절교육이 지금까지 가장 도움이 되었는지를 묻는 질문에 대해 연령에 관계없이 집에서 보고 배운 것이라는 응답 결과와 부분적으로 일치한다.

68) 김정신·노은호·정민자(1997), 전제논문, pp.319-320.

<표 IV-2> 비즈니스 매너교육경험 및 교육에 대한 견해

변인	내용	빈도	백분율(%)
매너교육경험	있다	150	37.5
	없다	250	62.5
매너교육 필요성	매우 필요하다	87	21.8
	대체로 필요하다	185	46.3
	그저 그렇다	88	22.0
	별로 필요없다	28	7.0
	전혀 필요없다	12	3.0
비즈니스매너 중요성	매우 중요하다	117	29.3
	중요하다	173	43.3
	보통이다	88	22.0
	중요하지 않다	17	4.3
	전혀 중요하지않다	5	1.3
본인매너	매우 훌륭하다	42	10.5
	훌륭하다	85	21.3
	보통이다	241	60.3
	불량하다	26	6.5
	매우 불량하다	6	1.5
중요하게 생각하는 비즈니스매너	전화매너	50	12.5
	대면매너	186	46.5
	일상매너	140	3.5
	패션매너	24	6.0
비즈니스매너 습득원천	가정에서 부모님을 통해	166	41.5
	사회생활에서 타인모방	131	32.8
	대학매너관련 과목수강	47	11.8
	신문이나 방송을 통해	33	8.3
	학창시절 도덕, 윤리과목통해	23	5.8
매너교육장소로 좋다고 생각하는 곳	대학교	179	44.8
	백화점 문화센터	57	14.3
	동사무소	22	5.5
	취업알선업체	36	9.0
	전문교육기관	106	26.5
학교에서의 매너교육 수강의향	반드시 수강 하겠다	42	10.3
	수강 하겠다	164	41.0
	그저그렇다	118	29.5
	수강하지 않겠다	48	12.0
	전혀 수강하지 않겠다	29	7.3
적합한 비즈니스매너 교육시기	대학교 1학년 때부터	143	35.8
	대학교 2학년 때부터	77	19.3
	대학교 3학년 때부터	96	24.0
	대학교 4학년 때부터	51	12.8
전체		400	100.0

매너 교육장소로 좋다고 생각되는 곳은 대학교 44.8%, 백화점문화센터 14.3%, 동사무소 5.5%, 취업알선업체 9.0%, 전문교육기관 26.3%로 대학에서 교육을 받고자 하는 학생이 가장 많았으며, 그 시기로는 대학교 1학년 때부터 35.8%, 대학교 2학년 때부터 19.3%, 대학교 3학년 때부터 24.0%, 대학교 4학년 때부터 12.8%로 저학년 때부터 수강을 원하는 것으로 나타났다. 이는 대학에 입학한 후 저학년일 때부터 매너교육을 희망한다고 한 김연화·이정우<sup>69)</sup>의 연구 결과와도 일치한다. 우리나라의 현 경제상황과 대학생들이 가장 중요시 하는 취업을 관련지어 생각해보면 경제가 어려워짐에 따라 점점 어려워지는 취업난을 헤쳐나가기 위해 일찍부터 자신을 관리하여 다른 사람과 차별화가 되어야 성공할 수 있다는 판단 하에 지식뿐만 아니라 실제 비즈니스 세계에서 필요한 매너를 습득하여 프로다운 직장생활을 하고 싶은 견해임을 알 수 있다. 정승혜·양정혜<sup>70)</sup>, 김재식<sup>71)</sup>의 연구에서도 대학생이 실질적으로 습득해야 할 능력의 하나인 비즈니스 매너를 체계적으로 학습할 수 있는 다양한 교육 프로그램과 학습의 기회가 필요하다고 지적된 바 있다.

학교에서의 매너교육의 수강의향에 있어서는 반드시 수강 하겠다 10.3%, 수강 하겠다 41.0%, 그저 그렇다 29.5%, 수강하지 않겠다 12.05, 전혀 수강하지 않겠다 7.3%로 과반수이상의 학생이 수강의향을 나타냈다.

---

69) 김연화·이정우(1996), 전계논문, pp.20-21.

70) 정승혜·양정혜(2001), 전계논문, pp.140-141.

71) 김재식(2002), 전계논문, p.36.

## 2. 대학생의 비즈니스 매너에 대한 인식

<연구문제 1> 대학생의 비즈니스 매너에 대한 인식은 어떠한가?

### 1) 대학생의 비즈니스 매너의 전반적인 인식

대학생의 비즈니스 매너의 전반적인 인식을 조사한 결과는 <표 IV-3>과 같았다. 대학생의 비즈니스 매너를 전화매너, 대면매너, 일상매너, 패션매너로 구분해 살펴본 결과, 패션매너(3.61점)에 대한 인식이 가장 높았으며, 전화매너(3.59점), 일상매너(3.57점), 대면매너(3.39점)의 순으로 나타나 대면매너에 대한 인식이 상대적으로 낮게 나타났다.

<표 IV-3> 비즈니스 매너의 전반적 인식

(N=400)

	평균	표준편차	순위
전화매너	3.59	.74	2
대면매너	3.39	.56	4
일상매너	3.57	.45	3
패션매너	3.61	.59	1

## 2) 대학생의 비즈니스 매너의 영역별 인식

### (1) 전화매너

대학생들의 전화매너 인식에 대해 살펴본 결과 “전화를 걸 때 나는 미리 상대방의 번호를 확인한다”가 3.80점으로 가장 높았으며, “잘못 걸려온 전화라도 친절하게 응대한다”가 3.39점으로 가장 낮은 점수로 나타났다. 이는 대학생들이 상대방을 배려하는 전화매너에 대해 올바르게 인식하고 일상의 습관으로서 자연스럽게 몸에 배일 수 있도록 해야 함을 보여준다.

<표 IV-4> 전화매너에 대한 인식

(N=400)

영역	설문 내용	평균	표준편차	순위
전화 매너	나는 전화를 걸때 나의 신분과 성명을 먼저 밝힌다	3.64	1.10	2
	잘못 걸려온 전화라도 친절하게 응대한다	3.39	.99	4
	전화를 걸 때 나는 미리 상대방의 번호를 확인한다	3.80	1.01	1
	통화 후 상대방보다 늦게 수화기를 내려 놓는다	3.52	.97	3

### (2) 대면매너

대학생들의 대면매너에 대한 인식을 살펴보면 “나는 상대방에게 적절하고 올바른 호칭을 사용 한다” 3.82점, “나는 대화 시 늘 지속적인 눈맞춤을 한다”가 3.55점으로 인식이 높았으며, “사람을 만날 때는 최대한 상대방을 배려하려고 애쓴다” 3.07점, “동성끼리 소개를 받을 때는 서로 일어선다”가 3.06점으로 상대적으로 낮게 나타났다. 이는 평소 상대방에 대한 호칭 사용과 대화의 방

법을 알고 실천하는 것에 비해 상대방과의 만남에서 배려하고, 서로를 소개하는 대면매너에 있어서는 대학생들에게 익숙하지 못한 경험의 결과로 사료된다. 따라서 비즈니스 매너 상황에 대한 경험 교육의 기회로서 상대방에 대한 만남의 배려나 소개와 같은 대면매너에 대한 교육이 이루어져야 함을 알 수 있다.

<표 IV-5> 대면매너에 대한 인식

(N=400)

영역	설문 내용	평균	표준편차	순위
대면 매너	낮선 사람을 만나도 반가운 마음으로 환대하는 인사 한다	3.38	.90	5
	늘 밝고 긍정적인 얼굴 표정을 짓는다	3.42	.90	3
	사람을 만날 때는 최대한 상대방을 배려하려고 애쓴다	3.07	.85	10
	나는 상대방에게 적절하고 올바른 호칭을 사용한다	3.82	1.62	1
	나는 대화 시 늘 지속적인 눈 맞춤을 한다	3.55	.89	2
	평상시 눈을 단정하고 곱게뜨며 자연스럽게 정면을 본다	3.40	.87	4
	상대방이 나를 알아보지 못해도 내가 먼저 인사를 한다	3.22	.96	8
	반드시 손윗사람을 손아래 사람에게 소개한다	3.35	.95	6
	나는 먼저 인사를 했으나 답례가 없을 때 다시 인사한다	3.19	1.01	9
	동성끼리 소개를 받을 때는 서로 일어선다	3.06	1.02	11
	명함을 줄 때는 손아래 사람이 먼저 준다	3.30	.91	7

### (3) 일상매너

대학생들의 일상매너에 관한 인식을 살펴본 결과는 <표 IV-6>과 같다.

“선물은 실용품이면서 성의가 담긴 물건이 좋다고 생각한다”가 3.86점, “상대방이 약간이라도 친절함을 보이면 ‘고맙습니다’라는 인사의 말을 잊지 않는다” 3.85점, “나는 어른과 식사시 젓가락과 숟가락을 동시에 잡지 않는다”가 3.74점으로 높은 점수를 나타냈다. 반면 “회사 내에서 상사나 동료의 축하선물은 개인적으로 하는 것이 좋다고 생각한다” 3.38점, “호텔이나 음식점에서의 팁 문화에 대해 잘 알고 행동한다”는 2.93점으로 가장 낮은 점수를 나타냈다. 이는 일상생활 속에서 경험하는 성의가 담긴 선물, 친절에 대한 인사말, 어른과의 식사예절에 비해 회사에서의 축하선물이나 호텔, 음식점에서의 팁 문화에 대해서는 경험이 적은 것에서 비롯된 결과로 해석된다. 따라서 취업을 앞둔 대학생들에게 일상매너의 일환으로 회사에서 겪게 되는 경조사시의 매너와 호텔이나 음식점에서의 팁 문화에 대한 매너교육이 의식적으로 실시되어야 함을 반영한다고 하겠다.

#### (4) 패션매너

<표 IV-7>은 대학생들의 패션매너에 관한 인식을 살펴본 것이다. 대학생의 패션매너 인식은 “화장품이나 향수 등의 냄새를 진하게 하고 다니지 않는다”가 3.82점으로 가장 높게 나타났다. 반면 “나는 언제나 상대방을 존중하는 차림으로 옷을 입는다”는 3.27점으로 상대적으로 낮게 나타났다. 이는 대학생들이 화장품이나 향수와 같이 외형적으로 보고 느낄 수 있는 것에 대해서는 민감하게 인식하고 있지만 옷차림을 통해서도 상대방에 대한 존중의 마음을 나타낼 수 있다는 점에 대해서는 인식이 낮은 것으로 생각된다.

<표 IV-6> 일상매너에 대한 인식

(N=400)

영역	설문 내용	평균	표준편차	순위
일상 매너	나는 공공장소에서 출입문으로 들어가고 나갈 때는 항상 뒷사람을 위해 문을 잡아준다	3.62	.89	10
	상대방이 약간이라도 친절함을 보이면 '고맙습니다'라는 인사의 말을 잊지 않는다	3.85	.84	2
	내가 할 수 있는 일에 대해서 부탁 받으면 사양하지 않는다	3.58	.82	12
	나는 잘 모르는 사람을 대할 때 품위 있게 행동한다	3.54	.88	15
	어수선한 상황 속에서도 내가 지켜야 할 본분을 지킨다	3.56	.80	13
	다른 집을 방문하거나 약속 취소 시 하루 이틀 전에 알린다	3.41	.97	18
	나는 책임을 회피하기 보다는 책임을 지려고 한다	3.53	.87	16
	선물은 실용품이면서 성의가 담긴 물건이 좋다고 생각한다	3.86	.98	1
	회사 내에서 상사나 동료의 축하선물은 개인적으로 하는 것이 좋다고 생각한다	3.38	.90	20
	업무시간에 개인적 업무를 해도 된다고 생각한다	3.48	.93	17
	호텔이나 음식점에서의 팀 문화에 대해 잘 알고 행동한다	2.93	1.07	21
	나는 누군가 불렀을 때 상냥하게 "예"라고 대답할 수 있다	3.58	.87	12
	타인 방문시 초대받지 않은 사람을 임의로 동행하지 않는다.	3.56	.89	13
	나는 타인을 방문할 때 옷차림을 단정하게 하고 간다	3.70	.83	4
	공공장소에서 이해관계에 따라 행동하기보다 질서를 지킨다	3.64	.82	8
	나는 대화 시 규칙에 맞고 예의 바르게 행동한다	3.60	.80	11
	나는 남의 비밀스러운 것, 싫어하는 것은 묻지 않는다	3.63	.94	9
	음식을 먹을 때 소리를 내거나 입안이 다른 사람에게 보이지 않도록 한다	3.69	.89	5
	나는 어른과 식사시 젓가락과 숟가락을 동시에 잡지 않는다	3.74	.99	3
	나는 밥그릇과 국그릇을 들고 먹지 않는다	3.65	1.03	6
"잘 먹겠습니다.", "잘 먹었습니다."가 습관화되어 있다	3.65	.99	6	
욕설이나 속된 말은 그 사람의 인격, 교양을 나타내므로 쓰지 않는다	3.36	1.01	19	

<표 IV-7> 패션매너에 대한 인식

(N=400)

영역	설문 내용	평균	표준편차	순위
패션 매너	나는 머리와 피부손질을 항상 단정하고 깨끗하게 한다	3.56	.88	7
	화장품이나 향수 등의 냄새를 진하게 하고 다니지 않는다	3.82	.91	1
	나는 옷을 선택할 때는 상황, 장소, 시간을 고려한다	3.64	.83	4
	나는 청결하고 단정한 유니폼 또는 복장에 대해 알고 있다	3.59	.85	6
	음악회, 동창회같은 특별한 모임참석시 의복에 신경을 쓴다	3.64	.92	4
	면접과 같이 중요한 날에 입는 의상에 대해 잘 알고 있다	3.66	.95	3
	나는 언제나 상대방을 존중하는 차림으로 옷을 입는다	3.27	.90	8
	모임일 경우 사전에 주변이 누구인지, 모임의 목적과 초대 이유, 옷차림 등을 잘 알고 간다	3.71	.80	2

### 3) 대학생의 배경변인에 따른 비즈니스 매너인식

대학생의 배경변인에 따른 비즈니스 매너인식을 살펴본 결과는 다음의 <표 IV-8>과 같다.

<표 IV-8> 배경변인에 따른 비즈니스 매너인식

(N=400)

변인	내용	사례수	평균	표준편차	F	Duncan
성별	남자	192	3.53	.48	0.10	
	여자	208	3.54	.40		
학년	1학년	77	3.44	.48	1.93	
	2학년	162	3.55	.44		
	3학년	92	3.54	.40		
	4학년	69	3.61	.44		
전공	인문사회계열	171	3.58	.43	1.70	
	자연공학계열	141	3.51	.46		
	예체능계열	88	3.48	.43		
학교생활만족	매우만족한다	43	3.56	.422	3.32*	A
	만족한다	130	3.59	.434		A
	그저 그렇다	161	3.47	.409		AB
	만족하지 않는다	46	3.65	.461		A
	전혀만족하지않는다	20	3.33	.595		B
형제순위	장남, 장녀	168	3.53	.432	2.70*	A
	차남, 차녀이하	75	3.62	.496		A
	막내	110	3.53	.412		A
	외동	47	3.39	.415		B
매너교육 경험	있다	150	3.65	.428	18.85***	
	없다	250	3.46	.432		
매너교육 필요성	매우 필요하다	87	3.64	.449	5.62***	A
	대체로 필요하다	185	3.57	.391		AB
	그저 그렇다	88	3.41	.453		BC
	별로 필요없다	28	3.42	.451		BC
	전혀 필요없다	12	3.22	.626		C
비즈니스매너 중요성	매우중요하다	117	3.61	.426	4.88**	A
	중요하다	173	3.56	.422		A
	보통이다	88	3.41	.426		A
	중요하지않다	17	3.42	.501		A
	전혀중요하지않다	5	3.04	.737		B

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

<표 IV-8>을 보면 성별, 학년, 전공에 따라서는 비즈니스 매너인식에 유의미한 차이가 없는 반면 학교생활만족도( $p<.05$ ), 형제순위( $p<.05$ ), 매너교육경험( $p<.001$ ), 매너교육의 필요성 인식( $p<.001$ ), 비즈니스매너의 중요성( $p<.01$ )에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 학교생활에 전혀 만족하지 않는 집단에 비해 학교생활에 매우 만족하고 있는 집단, 만족하고 있는 집단, 만족하지 않는 집단에서, 외동집단에 비해 장남·장녀 집단, 차남차녀이하 집단, 막내집단에서 비즈니스 매너인식이 높게 나타났다. 또한 매너교육의 경험이 있는 집단에서, 비즈니스 매너교육이 매우 필요하다고 응답한 집단에서, 비즈니스 매너가 매우 중요하다고 응답한 집단에서 비즈니스 매너인식이 높게 나타났다.

### 3. 대학생의 공감능력과 자아존중감

<연구문제 2> 대학생의 공감능력과 자아존중감은 어떠한가?

#### 1) 공감능력과 자아존중감의 전반적 경향

조사대상 대학생들의 공감능력과 자아존중감을 살펴보면 <표 IV-9>와 같다. 공감능력은 5점 만점에 3.47점, 자아존중감은 3.16점으로 평균에서 다소 높은 점수를 나타냈다.

<표 IV-9> 공감능력과 자아존중감의 전반적 경향

(N=400)

구분	평균	표준편차
공감능력	3.47	.45
자아존중감	3.16	.34

2) 배경변인에 따른 공감능력과 자아존중감

(1) 공감능력

배경변인에 따른 공감능력은 <표 IV-10>과 같이 나타났다. 성별, 학년, 전공에 따라서는 공감능력에 유의미한 차이가 나타나지 않은 반면 학교생활만족도( $p<.05$ ), 원하는 직업( $p<.05$ ), 매너교육경험( $p<.05$ ), 매너교육필요성인식( $p<.001$ ), 비즈니스 매너의 중요성( $p<.001$ )에 따라 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 학교생활에 만족하는 집단, 그저 그렇다고 한 집단, 만족하지 않는 집단이 전혀 만족하지 않는 집단에 비해, 원하는 직업이 사무직인 집단이 자영업을 희망하는 집단에 비해, 매너교육 경험이 있는 집단이 없는 집단에 비해, 매너교육이 매우 필요하다고 응답한 집단이 전혀 필요 없다고 한 집단에 비해, 비즈니스 매너가 매우 중요하다고 한 집단이 중요하지 않다고 한 집단에 비해 타인에 대한 공감능력이 높게 나타났다.

<표 IV-10> 배경변인에 따른 공감능력

(N=400)

변인	내용	사례수	평균	표준편차	F	Duncan
성별	남자	192	2.43	.46	2.88	
	여자	208	3.51	.45		
학년	1학년	77	3.40	.50	2.03	
	2학년	162	3.53	.41		
	3학년	92	3.42	.44		
	4학년	69	3.46	.49		
전공별	인문사회계열	171	3.51	.45	1.81	
	자연공학계열	141	3.42	.45		
	예체능계열	88	3.44	.45		
학교생활만족	매우만족한다	43	3.35	.52	2.86*	AB
	만족한다	130	3.53	.43		A
	그저그렇다	161	3.46	.41		A
	만족하지않는다	46	3.48	.52		A
	전혀만족하지않는다	20	3.23	.52		B
원하는 직업	자영업	47	3.30	.42	2.85*	B
	서비스/판매직	33	3.42	.52		AB
	사무직	39	3.56	.46		A
	전문직	208	3.52	.45		AB
	관리직	19	3.41	.39		AB
	기타	54	3.37	.43		AB
매너교육경험	있다	150	3.53	.44	4.70*	
	없다	250	3.43	.46		
매너교육 필요성	매우필요하다	87	3.60	.50	5.85***	A
	대체로필요하다	185	3.52	.39		AB
	그저그렇다	88	3.33	.45		B
	별로필요없다	28	3.30	.46		B
	전혀필요없다	12	3.00	.54		C
비즈니스매너 중요성	매우중요하다	117	3.57	.46	7.95***	A
	중요하다	173	3.51	.43		A
	보통이다	88	3.33	.41		AB
	중요하지 않다	17	3.11	.52		B
	전혀중요하지않다	5	3.07	.41		B

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

(2) 자아존중감

<표 IV-11> 배경변인에 따른 자아존중감

(N=400)

변인	내용	사례수	평균	표준편차	F	Duncan
성별	남자	192	3.16	.36	0.06	
	여자	208	3.15	.33		
학년	1학년	77	3.13	.32	1.29	
	2학년	162	3.15	.35		
	3학년	92	3.14	.34		
	4학년	69	3.22	.33		
전공	인문사회계열	171	3.15	.31	4.55*	B
	자연공학계열	141	3.11	.36		B
	예체능계열	88	3.24	.35		A
학교생활만족	매우만족한다	43	3.31	.44	5.62**	A
	만족한다	130	3.20	.33		AB
	그저그렇다	161	3.08	.30		B
	만족하지않는다	46	3.13	.39		B
	전혀만족하지않는다	20	3.15	.27		B
매너교육경험	있다	150	3.21	.35	5.64*	
	없다	250	3.12	.33		
매너교육 필요성	매우필요하다	87	3.21	.39	5.85***	A
	대체로필요하다	185	3.21	.34		A
	그저그렇다	88	3.03	.25		B
	별로필요없다	28	3.09	.37		AB
	전혀필요없다	12	2.99	.22		B
비즈니스매너 중요성	매우중요하다	117	3.21	.40	5.81***	A
	중요하다	173	3.19	.33		A
	보통이다	88	3.05	.26		AB
	중요하지않다	17	2.92	.22		B
	전혀중요하지않다	5	3.11	.29		AB

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

배경변인에 따른 자아존중감을 살펴보면 <표 IV-11>과 같다. 성별과 학년에 따라서는 유의미한 차이를 나타내지 않은 반면 전공( $p<.05$ ), 학교생활만족도( $p<.01$ ), 매너교육경험( $p<.05$ ), 매너교육의 필요성 인식( $p<.001$ ), 비즈니스 매너의 중요성( $p<.001$ )에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 예체능 계열의 전공에서, 학교생활에 매우 만족하는 집단에서, 매너교육경험이 있는 집단에서, 매너교육이 필요하다고 응답한 집단에서, 비즈니스 매너가 중요하다고 응답한 집단에서 자아존중감이 더 높게 나타났다.

#### 4. 대학생의 비즈니스매너인식, 공감능력, 자아존중감의 관계

<연구문제 3> 대학생의 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감의 관계는 어떠한가?

<표 IV-12>는 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감의 관계를 파악하기 위해 상관관계를 분석한 결과이다. 결과를 보면 비즈니스 매너인식과 공감능력, 비즈니스 매너인식과 자아존중감, 공감능력과 자아존중감은 상호 유의미한 정적 상관관계가 있음을 알 수 있다.

공감능력은 비즈니스 매너인식과 유의미한 상관관계( $r=.448, p<.001$ )를 보였고, 이는 류병진<sup>72)</sup>의 연구에서 공감능력의 수준이 높은 학생일수록 매너가 높게 나타난다고 한 결과와 일치한다. 자아존중감은 비즈니스 매너인식과 유의미한 정적 상관관계( $r=.263, p<.001$ )를 나타냈으며, 이는 엄문자·류미현<sup>73)</sup>의

72) 류병진(2003), 전계논문, pp.31-32.

연구에서 자아존중감이 높을수록 매너에 대한 지식이 높다고 한 연구결과와 맥락을 같이한다. 또한 공감능력과 자아존중감도 정적인 상관관계( $r=.124$ ,  $p<.05$ )를 나타내 공감능력과 자아존중감이 높을수록 비즈니스매너에 대한 인식이 높음을 알 수 있다.

<표 IV-12> 비즈니스매너인식, 공감능력, 자아존중감의 상관관계

	비즈니스매너인식	공감능력	자아존중감
비즈니스 매너인식	1		
공감능력	.448***	1	
자아존중감	.263***	.124*	1

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

## 5. 대학생의 비즈니스 매너인식에 대한 관련변인의 영향

<연구문제 4> 대학생의 배경변인, 공감능력, 자아존중감이 비즈니스 매너인식에 미치는 영향력은 어떠한가?

대학생의 배경변인, 공감능력, 자아존중감이 비즈니스 매너인식에 미치는 영향력을 살펴본 결과는 <표 IV-13>과 같다. 분석결과 변인 가운데 공감능력( $\beta=.395$   $p<.001$ ), 자아존중감( $\beta=.194$ ,  $p<.001$ ), 매너교육 경험유무( $\beta$

73) 엄문자 류미현(2003), 전개논문, p.16.

=-.124,  $p<.01$ ), 본인의 매너평가( $\beta=-.123$ ,  $p<.01$ ), 학년( $\beta=.093$ ,  $p<.05$ )의 순으로 비즈니스 매너인식에 영향을 미쳤으며, 이들 변인들은 30%의 설명력을 나타냈다. 구체적으로 살펴보면 공감능력이 높을수록, 자아존중감이 높을수록, 매너교육을 받은 경험이 있는 경우, 본인의 매너를 훌륭하다고 평가하는 경우, 학년이 높을수록 비즈니스 매너인식이 높게 나타났다. 반면 성별, 전공, 학교생활만족도, 형제순위, 희망하는 직업, 매너교육의 필요성인식, 비즈니스 매너의 중요성은 비즈니스 매너인식에 대한 영향력을 나타내지 않았다.

<표 IV-13> 비즈니스매너 인식에 대한 관련 변인의 영향력

변인	b	$\beta$
성별	.005	.005
학년	.042	.093*
전공	-.041	-.073
학교생활만족도	.003	.006
형제순위	-.012	-.030
희망하는 직업	-.005	-.017
본인매너	-.067	-.123**
매너교육경험	-.113	-.124**
매너교육필요성	-.029	-.064
비즈니스 매너중요성	.022	.044
자아존중	.250	.194***
공감능력	.383	.395***
상수	1.804	
F	13.466***	
R <sup>2</sup>	.295	

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

이러한 결과에 의거해볼 때 대학생들의 비즈니스 매너인식을 높이기 위해서는 학년에 따라 매너교육의 경험을 체계적으로 실시하여 본인의 매너에 대한 자신감을 높여야 하겠으며, 더불어 자아에 대한 존중감, 그리고 타인에 대한 공감능력을 향상시키는 노력도 요구된다고 하겠다.

## V. 결론 및 제언

본 연구에서는 대학생들을 대상으로 비즈니스 매너에 대한 인식을 파악한 후 공감능력과 자아존중감과의 관련성을 살펴보고 배경변인, 공감능력, 자아존중감이 비즈니스 매너인식에 어떠한 영향을 미치는지를 알아봄으로써 사회초년생인 대학생들의 비즈니스 매너교육의 방향을 모색하고자 하였다.

### 1. 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감의 관련성

대학생의 비즈니스 매너인식, 공감능력, 자아존중감의 관계를 살펴본 결과 비즈니스 매너인식은 공감능력 및 자아존중감과 유의미한 상관관계를 나타냈다. 즉 공감능력이 높을수록 비즈니스 매너에 대한 인식이 높게 나타나 공감능력이 높은 학생일수록 비즈니스 매너에 대한 인식을 높게 갖고 있음을 알 수 있었다. 현대사회에서 중요시되는 비즈니스 매너는 상대방을 존중하는 자세이며 상대방의 입장에서 서로를 편안하게 하는 것으로 이는 곧 공감능력과도 깊이 관련된다고 볼 수 있다. 또한 비즈니스 매너에 대한 인식이 높다는 것은 자기를 긍정적으로 평가하고, 자신의 능력을 중요시하며, 성공적이고 가치 있는 사람으로 만들어가려고 노력하는 증거일 수 있다. 본 연구에서도 본인의 매너를 훌륭하다고 평가할수록, 자아존중감이 높을수록 비즈니스 매너 인식이 높게 나타났다. 이러한 결과를 종합해 보면, 공감능력과 자아존중감을 향상시키고자 노력해나가는 것은 비즈니스 매너에 대한 인식을 갖고 대인관계와 자기관리를 추구해가는 의미와 일맥상통한다고 하겠다. 따라서 대학생들의

비즈니스 매너인식을 높이기 위해서는 자기관리측면에서의 자아존중감, 그리고 대인관계에서의 타인에 대한 공감능력을 함께 높여가는 것이 요구된다고 하겠다.

## 2. 비즈니스 매너교육의 방향

본 연구의 조사대상자 중 과반수가 넘는 62.5%의 대학생들이 비즈니스 매너교육의 경험이 없는 것으로 나타났다. 이러한 상황으로 인해 대학생들은 자신들의 매너수준을 소극적인 자세로 ‘보통이다’라고 평가하는 경우가 많았다. 또한 현재까지 비즈니스 매너를 습득한 원천으로는 가정에서 부모님을 통해서가 41.5%로 가장 높게 나타난 반면 대학에서의 매너관련 과목수강을 통해서 11.8%로 낮게 나타났다. 이는 학교에서의 비즈니스 매너 교육의 영향력이 미약함을 반영하는 것으로 학생들의 경우 비즈니스 매너 역시 일반 생활예절과 마찬가지로 가정에서 받은 교육 내용에 국한됨을 알 수 있다. 이러한 결과는 대학에서의 비즈니스 매너교육이 보다 체계적으로 이루어져야 함을 시사하는 면이다. 사실상 대학생들은 비즈니스 매너의 중요성과 매너교육의 필요성을 높게 인식하는 가운데 매너교육의 장소로 가장 좋다고 생각되는 곳을 대학교(44.8%)로 지적하고 있었다. 또한 비즈니스 매너 교육의 시기로는 대학교 1학년 때부터(35.8%)가 가장 높은 응답을 나타냈다.

한편 비즈니스 매너의 내용면에 있어서는 대학생들은 대면매너를 중요하게 생각하는 반면 대학생들이 갖고 있는 비즈니스 매너에 대한 인식정도는 폐션매너(3.61점), 전화매너(3.59점), 일상매너(3.57점), 대면매너(3.39점)의 순으로 나타나 상충된 결과를 보였다. 즉 대면매너의 경우 중요성을 높게 생각하고

있음에도 불구하고 실제적인 실천지식을 제대로 갖추지 못하여 그에 대한 인식정도가 상대적으로 낮은 것으로 사료된다. 그러므로 대학생을 대상으로 한 비즈니스 매너교육은 무엇보다 인간관계의 기초라 할 수 있는 대면매너와 일상매너에 대한 교육이 시급하다고 판단된다.

이상의 결론을 토대로 후속연구를 위한 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 편의표집(convenience sampling)의 방법으로 설문을 조사하여 서울시내 4년제 대학에 재학 중인 대학생만을 대상으로 하였으므로 대학생 전체에 일반화하여 적용하는 데는 무리가 있다. 후속연구에는 이러한 표집의 한계를 극복한 조사를 통해 보다 일반화된 연구로의 접근이 요구된다.

둘째, 본 연구는 선행연구를 토대로 비즈니스 매너인식의 척도를 구성하였으므로 앞으로는 보다 표준화된 척도의 개발이 요구된다. 현재까지 대학생을 대상으로 한 비즈니스 매너에 대한 인식을 다룬 연구가 거의 없는 실정이므로 구체적으로 비즈니스 매너인식을 측정하기 위한 좀더 정교한 척도 구성이 요구된다.

셋째, 본 연구에서 밝혀진 바와 같이 대학생들의 비즈니스 매너교육에 대한 수강의향은 높은 편이다. 따라서 체계화된 교육프로그램을 구성하여 비즈니스 매너 교육의 효과를 검증함으로써 대학에서의 비즈니스 매너교육 프로그램 개발이 활성화될 수 있는 기틀을 마련해야 한다.

끝으로 본 연구에서는 비즈니스 매너인식과 공감능력, 자아존중감이 상호 유의미한 관련성을 갖고 있으며, 비즈니스 매너인식에 있어 공감능력과 자아존중감이 중요한 영향력을 미친다는 것을 밝혔다. 후속적으로 비즈니스 매너 인식에 영향을 미치는 관련 변인들에 대한 연구를 통해 대학에서의 비즈니스 매너교육의 노력이 자리매김하기를 기대한다.

# 참 고 문 헌

## 단행본

- 김기인(2003). 「직장생활과 예절」. 서울: 형설출판사.
- 김정신 외 10인(2003). 「생활예절」. 서울: 신정출판사.
- 맹태균(1993). 「직장여성의 매너와 에티켓」. 서울: 명영사.
- 박관표·손일락·최호영(1999). 「현대인과 국제매너」. 서울: 한울출판사.
- 박성희(1994). 「공감·공감적 이해」. 서울: 원미사.
- 이성혜(1994). 「현대인의 인간관계론」. 서울: 학문사.
- 이종철(1961). 「건전한 도의생활 확립을 위한 예절지도」. 서울: 명영사.
- 이형철(1999). 「글로벌에티켓 글로벌매너」. 서울: 에디터.
- 장경옥·정지윤(2003). 「국제화 시대의 에티켓과 매너」. 서울: 남두도서.
- 채용식 외 2인(2001). 「매너학」. 서울: 학문사.
- 최배영(2002). 「생활예절과 자기표현」. 서울: 신광출판사.
- 한홍렬 외 3인(2001). 「생활예절과 국제매너」. 서울: 인간사랑.

## 학위논문

- 김사훈(1998). “대학생의 초기대상관계와 공감능력간의 관계”. 계명대학교 대학원. 석사학위논문.

- 류병진(2003). “매너와 공감능력과 사회적응의 관계”. 한양대학교 교육대학원. 석사학위논문.
- 박미영(2003). “또래 수용도에 따른 경도 정신지체 학생의 공감능력과 애착 수준”. 단국대학교 특수교육대학원. 석사학위논문.
- 박혜원(2002). “공감훈련이 여중생의 공감능력과 자아존중감에 미치는 효과”. 연세대학교 대학원. 석사학위논문.
- 신경일(1994). “상담자 교육을 위한 공감훈련 프로그램의 개발과 적용”. 부산대학교 대학원. 박사학위논문.
- 안순자(1997). “자기 성장 프로그램이 초등학교 아동의 자기존중감 및 자기 효능감에 미치는 효과”. 한국교원대학교 대학원. 석사학위논문.
- 이경나(1997). “인지행동적 집단상담이 고등학생의 스트레스, 우울 및 자아존중감 변화에 미치는 효과”. 한국교육대학교 교육대학원. 석사학위논문.
- 이정연(2001). “대학생의 자아존중감과 성의식 및 대인관계간의 상관연구”. 강원대학교 교육대학원. 석사학위논문.
- 정경숙(2002). “여대생들의 미용과 자기효능감 및 자아존중감과의 관계”. 삼육대학교 대학원. 석사학위논문.
- 정현영(1997). “비즈니스 매너(예절)교육에 관한 연구”. 서원대학교 교육대학원. 석사학위논문.
- 최윤희(1993). “자기표현 훈련 프로그램이 자기표현과 자아 존중감에 미치는 영향”. 이화여자대학교 교육대학원. 석사학위논문.
- 최재선(1984). “예절교육 특선 프로그램의 적용에 관한 연구”. 고려대학교 대학원. 석사학위논문.

- 황경옥(2003). “토틸 이미지에 관한 연구”. 대전대학교 대학원. 석사학위논문.
- 황경주(1998). “간호사의 공감에 관한 연구”. 이화여자대학교 대학원. 박사학위논문

## 정기간행물

- 김영란(1997). “공감에 대한 인간중심적 이해”. 인간이해 제 20호. 서강대학교 학생생활상담연구소. pp. 17-34.
- 김연화 · 이정우(1996). “대학생의 생활예절교육 실제 및 수강효과에 관한 연구”. 숙명여자대학교 생활과학연구지 제 11권 제2호. pp. 161-172.
- 김재식(2002). “비즈니스 매너에 대한 대학생의 인식에 관한 연구”. 비서학논총 제 11권 2호. pp. 25-42.
- 김정신 · 노은호 · 정민자(1997). “대학생의 예절교육에 대한 의식 및 실태조사”. 경원전문대학교 논문집 제 19권 제 1호. pp. 295-326.
- 류미현 · 엄문자(2000). “대학생의 생활예절에 대한 지식, 태도와 수행에 관한 연구,” 한국전통생활문화학회지 제 3권 2호. pp.101-111.
- \_\_\_\_\_ (2003). “매너교육이 대학생들의 매너지식 수준향상에 미치는 영향,” 한국전통생활문화학회지 제 6권 2호. pp.127-137.
- 신경일(1994). “공감의 인지적, 정서적 요소 및 표현적 요소간의 관계”, 부산대학교 학생생활연구소 연구지 제 29호. pp.1-37.
- 양정혜 · 정승혜(2001). “취업을 위한 예절교육 프로그램이 학생의 예절태도에 미치는 영향”. 한국여성교양학회지 제 7권 1호. pp.127-143.

- 이행숙(1998). “대학생의 예절의식과 예절행동에 관한 연구”. 한국여성교양학회지 제 5권 1호. pp.173-199.
- 임혜경 · 정지영(1998). “대학생의 예절교육의 대한 요구와 관련변인에 관한 연구”. 대한가정학회지 제36권 12호. pp. 1-22.
- 장 영(1994), “비서직에 요구되는 매너(예절)에 대한 기업체 근무자 및 비서과 학생들의 인식에 관한 연구”. 대전전문대학 논문집 제 20호. pp. 21-40.
- \_\_\_\_\_(1996). “비서직에 요구되는 사무매너(예절)교육과정 구석을 위한 기초 연구”. 한국비서학회 논총 4집. pp. 21-40.
- 정지영 · 주영애 · 안현숙(1996). “대학생의 예절교육에 대한 의식조사”. 한국여성교양학회지 제 3권. pp. 307-335.

# **ABSTRACT**

A Study on Relationship Between University Students' Business Manners,  
Empathy, and Sense of Self-Respect

**Won, Eun-jin**

**Major in Manners and Tea Ceremony**

**Graduate School of Cultural Industry**

**Sungshin Women's University**

In this modern complicated society, we are losing our bearings for behavior pattern. It is increasingly necessary to conduct training in business manners to help one to be a professional worker and acquire an international sense in order to demonstrate competitiveness and ability among many people, manage oneself, retain a sense of self-respect, and maintain good human relations through empathy with others.

Hence, this study is aimed to understand the relationship of university students' consciousness of business manners, empathy and the level of self-respect by determining the extent to which university students preparing to enter job market are cognizant of social manners and surveying their empathy and self respect.

This study is also meant to stress the importance of business manners training and provide basic data to search more appropriate ways to

effective business manners training by grasping the interrelationship between the consciousness of business manners, empathy, and the level of self respect.

For this purpose, a survey was carried out through a questionnaire with university students in Seoul. A total of 400 copies collected from a preliminary survey were used as data for final analysis; SPSS/PC WIN was used for data processing.

The results for each question can be summarized as follows:

1. Business manners that university students were generally aware of included fashion manners (3.61 points), telephone manners (3.59), daily manners (3.57), and facing manners (3.39). After examining university students' awareness of business manners by background factors, they varied by satisfaction with school life, standing among siblings, experience in manners training, and awareness of the need of manners training and importance of business manners.

2. Respondents demonstrated 3.47 points out of 5 for empathy and 3.16 for a sense of self-respect, both of which were a bit higher than an average. For empathy by background factors, there were differences by satisfaction with school life, desired job, experience in manners training, and awareness of the need of manners training and importance of business manners. For a sense of self-respect by background factors, there were differences by major, satisfaction with school life, experience in manners training, and awareness of the need of manners training and importance of

business manners.

3. There was significant positive correlation between university students' awareness of business manners, empathy, and sense of self-respect. This means that those who are higher in empathy and a sense of self-respect are more likely to aware business manners.

4. The analysis indicated that university students' background factors, empathy, and sense of self-respect explained awareness of business manners by 30 percent. In more details, those who are in a higher grade, have more experiences in manners training, and evaluate their manners as more excellent, and are higher in empathy and self-respect are more likely to aware business manners.

In order to improve university students' awareness of business manners, on this ground, it is necessary to provide them with an practical opportunity to experience training in business manners such as facing and daily manners from their lower-grade age to increase self-confidence of their own manners, sense of self-respect, and empathy to understand and care others. An effort to improve empathy and a sense of self-respect has something in common with awareness of business manners to pursue interpersonal relationship and self-management. In conclusion, training in business manners must be regarded as important by university students who are preparing for entering extensive society in the future; it is therefore expected to activate systematic training in business manners on campus to meet their requirements and needs.

안녕하십니까?

본 설문지는 대학생 여러분의 비즈니스 매너 인식에 관한 연구를 위한 것입니다.

다음의 질문사항에는 옳고 틀린 답이 있을 수 없습니다. 여러분의 생각과 경험을 솔직하게 대답해 주시면 됩니다.

여러분의 응답내용은 본 연구 이외의 다른 목적으로는 절대 이용되지 않을 것이며 무기명으로 처리될 것을 약속드립니다. 감사합니다.

성신여자대학교 문화산업대학원  
문화산업학과 예절·다도학전공  
원 은 진

※ 다음은 여러분들의 일반적 특성에 관련된 사항을 알아보기 위한 것입니다. 다음을 읽고 해당번호에 √표 해주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?

① 남 \_\_\_\_\_      ②여 \_\_\_\_\_

2. 귀하는 몇 학년이십니까?

① 1학년 \_\_\_\_\_

② 2학년 \_\_\_\_\_

③ 3학년 \_\_\_\_\_

④ 4학년 \_\_\_\_\_

3. 귀하의 전공은?

① 인문·사회계열 \_\_\_\_\_

② 자연·공학계열 \_\_\_\_\_

③ 예·체능계열 \_\_\_\_\_

4. 귀하는 몇 살이십니까? (만 \_\_\_\_\_ 세)

5. 귀하는 남녀공학에 다닙니까?

① 예 \_\_\_\_\_

② 아니오 \_\_\_\_\_

6. 귀하는 학교생활에 만족합니까?

① 매우 만족한다. \_\_\_\_\_

② 만족한다. \_\_\_\_\_

③ 그저 그렇다. \_\_\_\_\_

④ 만족하지 않는다. \_\_\_\_\_

⑤ 전혀 만족하지 않는다. \_\_\_\_\_

7. 귀하의 가족형태는?

① 부모 + 자녀 \_\_\_\_\_

② (외)조부모 + 부모 + 자녀 \_\_\_\_\_

③ 기타 \_\_\_\_\_

8. 귀하의 형제순위는?

① 장남 · 장녀 \_\_\_\_\_

② 차남 · 차녀이하 \_\_\_\_\_

③ 막내 \_\_\_\_\_

④ 외동 \_\_\_\_\_

9. 귀하가 원하는 직업은?

① 자영업 \_\_\_\_\_

② 서비스/ 판매직 \_\_\_\_\_

③ 사무직 \_\_\_\_\_

④ 전문직 \_\_\_\_\_

⑤ 관리직 \_\_\_\_\_

⑥ 기타 \_\_\_\_\_

10. 귀하의 경제수준은 다음 중 어디에 해당  
합니까?

- ① 매우 여유있는 편이다. \_\_\_\_\_
- ② 여유있는 편이다. \_\_\_\_\_
- ③ 그럭저럭 지낼만하다. \_\_\_\_\_
- ④ 어려운 편이다. \_\_\_\_\_
- ⑤ 매우 어렵다. \_\_\_\_\_

11. 귀하는 아르바이트 혹은 직장경험이 있  
습니까?

- ① 예 \_\_\_\_\_                      ② 아니오 \_\_\_\_\_

12. 귀하는 매너교육을 받아 본 경험이 있습  
니까?

- ① 예 \_\_\_\_\_                      ② 아니오 \_\_\_\_\_

13. 비즈니스 매너교육에 대해 어떻게 생각  
하십니까?

- ① 매우 필요하다. \_\_\_\_\_
- ② 대체로 필요하다. \_\_\_\_\_
- ③ 그저 그렇다. \_\_\_\_\_
- ④ 별로 필요없다. \_\_\_\_\_
- ⑤ 전혀 필요없다. \_\_\_\_\_

14. 귀하는 비즈니스 매너가 중요하다고 생각  
하십니까?

- ① 매우 중요하다. \_\_\_\_\_
- ② 중요하다. \_\_\_\_\_
- ③ 보통이다. \_\_\_\_\_
- ④ 중요하지 않다. \_\_\_\_\_
- ⑤ 전혀 중요하지 않다. \_\_\_\_\_

15. 귀하는 자신의 매너가 어떠하다고 생각  
하십니까?

- ① 매우 훌륭하다. \_\_\_\_\_
- ② 훌륭하다. \_\_\_\_\_
- ③ 보통이다. \_\_\_\_\_
- ④ 불량하다. \_\_\_\_\_
- ⑤ 매우 불량하다. \_\_\_\_\_

16. 귀하가 가장 중요하게 생각되는 비즈니  
스매너에 표시해 주십시오(1개만 표시)

- ① 전화매너 \_\_\_\_\_
- ② 대면매너 \_\_\_\_\_
- ③ 일상생활매너 \_\_\_\_\_
- ④ 패션코디매너 \_\_\_\_\_

17. 비즈니스 매너교육의 경험이 있다면 습  
득 원천은?

- ① 가정에서 부모님의 가르침을 통해서 \_\_\_\_\_
- ② 사회생활을 하면서 타인의 행동 모방을 통해서 \_\_\_\_\_
- ③ 대학에서 매너관련과목 수강을 통해서 \_\_\_\_\_
- ④ 신문이나 방송 등을 통해서 \_\_\_\_\_
- ⑤ 학창시절에 도덕, 윤리 교과서를 통해서 \_\_\_\_\_

18. 비즈니스 매너교육의 장소로 좋다고 생각  
되는 곳은?

- ① 대학교 \_\_\_\_\_
- ② 백화점 문화센터 \_\_\_\_\_
- ③ 동사무소 \_\_\_\_\_
- ④ 취업알선업체 \_\_\_\_\_
- ⑤ 전문교육기관 \_\_\_\_\_

19. 만약 매너에 관한 교육의 기회가 있다면  
수강할 의향이 있으십니까?

- ① 반드시 수강하겠다. \_\_\_\_\_
- ② 수강하겠다. \_\_\_\_\_
- ③ 그저 그렇다. \_\_\_\_\_
- ④ 수강하지 않겠다. \_\_\_\_\_
- ⑤ 전혀 수강하지 않겠다. \_\_\_\_\_

20. 비즈니스 매너 교육의 시작 시기로 적합  
하다고 생각되는 것은?

- ① 대학 1학년부터 \_\_\_\_\_
- ② 대학 2학년부터 \_\_\_\_\_
- ③ 대학 3학년부터 \_\_\_\_\_
- ④ 대학 4학년부터 \_\_\_\_\_
- ⑤ 대학교 졸업한 후 \_\_\_\_\_
- ⑥ 취업 후 \_\_\_\_\_

※ 다음을 읽고, 평소 여러분의 행동과 일치한다고 생각되는 곳에 O표해 주십시오.

설 문 내 용	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다
1. 나는 전화를 걸 때 나의 신분과 성명을 먼저 밝힌다.					
2. 잘못 걸려온 전화라도 친절하게 응대한다.					
3. 전화를 걸 때 나는 미리 상대방의 번호를 확인한다.					
4. 나는 통화 후 상대방이 수화기를 내려놓은 다음 수화기를 내려 놓는다.					
5. 나는 낯선 사람을 만나도 반가운 마음으로 환대하는 인사를 한다.					
6. 나는 늘 밝고 긍정적인 얼굴 표정을 짓는다.					
7. 사람을 만날 때는 최대한 상대방을 배려하려고 애쓴다.					
8. 나는 상대방에게 적절하고 올바른 호칭을 사용한다.					
9. 나는 대화 시 늘 지속적인 눈 맞춤을 한다.					
10. 평상시 나는 눈을 단정하고 곱게 뜨며 자연스럽게 정면을 본다.					
11. 상대방이 나를 알아보지 못해도 내가 먼저 인사를 한다.					
12. 반드시 손윗사람을 손아래 사람에게 소개한다.					
13. 나는 먼저 인사를 했으나 답례가 없을 때 다시 인사한다.					
14. 동성끼리 소개를 받을 때는 서로 일어선다.					
15. 명함을 줄 때는 손아래 사람이 먼저 준다.					
16. 나는 공공장소에서 출입문으로 들어가고 나갈 때는 항상 뒷사람을 위해 문을 잡아준다.					
17. 상대방이 약간이라도 친절함을 보이면 '고맙습니다'라는 인사의 말을 잊지 않는다.					
18. 내가 할 수 있는 일에 대해서 부탁을 받으면 사양하지 않는다.					
19. 나는 잘 모르는 사람을 대할 때 품위 있게 행동한다.					
20. 어수선한 상황 속에서도 내가 지켜야 할 본분을 지킨다.					
21. 다른 집을 방문하거나 약속을 취소할 때는 미리 하루 이틀 전에 알린다.					
22. 나는 책임을 회피하기 보다는 책임을 지려고 한다.					
23. 선물은 될 수 있으면 실용품이면서 성의가 담긴 물건이 좋다고 생각한다.					
24. 회사 내에서 상사나 동료의 축하선물은 개인적으로 하는 것이 좋다고 생각한다.					

25. 나는 업무시간이라도 사무실에서 개인적인 업무는 자제하는 것이 좋다고 생각한다.					
26. 나는 호텔이나 음식점에서의 토크에 대해 잘 알고 행동한다.					
27. 나는 누군가 불렀을 때 상냥하게 “예”라고 대답할 수 있다.					
28. 나는 타인을 방문할 때 초대받지 않은 사람을 임의로 동행하지 않는다.					
29. 나는 타인을 방문할 때 옷차림을 단정하게 하고 간다.					
30. 공공장소에서는 이해관계에 따라서 행동하기보다는 질서를 지킨다.					
31. 나는 대화 시 규칙에 맞고 예의 바르게 행동한다.					
32. 나는 남의 비밀스러운 것, 싫어하는 것은 묻지 않는다.					
33. 음식을 먹을 때 소리를 내거나 입안이 다른 사람에게 보이지 않도록 한다.					
34. 나는 어른과 함께 식사시 젓가락과 숟가락을 동시에 한 손에 쥐지 않는다.					
35. 나는 밥그릇과 국그릇을 들고 먹지 않는다.					
36. 나는 “잘 먹겠습니다.”, “잘 먹었습니다.”가 습관화되어 있다.					
37. 욕설이나 속된 말은 그 사람의 인격, 교양을 나타내므로 쓰지 않는다.					
38. 나는 머리와 피부손질을 항상 단정하고 깨끗하게 한다.					
39. 나는 화장품이나 향수 등의 냄새를 진하게 하고 다니지 않는다.					
40. 나는 옷을 선택할 때는 상황, 장소, 시간을 고려한다.					
41. 나는 청결하고 단정한 유니폼 또는 복장에 대해 알고 있다.					
42. 나는 음악회, 동창회와 같은 특별한 모임에 갈 때 의복에 대해 각별히 신경을 쓴다.					
43. 나는 면접 시와 같이 중요한 날에 입는 의상에 대해 잘 알고 있다.					
44. 나는 언제나 상대방을 존중하는 차림으로 옷을 입는다.					
45. 모임일 경우 사전에 주변이 누구인지, 모임의 목적과 초대 이유, 옷차림 등을 잘 알고 간다					

※ 다음을 읽고, 평소 여러분의 행동과 일치한다고 생각되는 곳에 O표해 주십시오.

설 문 내 용	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다
1. 나는 집단에서 잘 어울리지 못하는 사람을 보면 슬퍼진다.					
2. 나는 불쌍하게 보이는 불행한 사람들을 보면 괴롭다.					
3. 나는 내 주위의 사람들이 불안하게 보이면, 나도 불안해 진다.					
4. 나는 인간이 행복해서 운다는 것이 "말도 되지 않는 소리"라는 것을 안다.					
5. 나는 친구의 문제 때문에 고민하는 경향이 있다.					
6. 가끔 유행가 가사가 나를 깊이 감동시킨다.					
7. 나는 사람들에게 나쁜 소식을 전해야 할 때 어쩌해야 할지를 모르겠다.					
8. 나는 내 주위 사람들에 의해 기분이 많이 좌우된다.					
9. 나는 사람들이 선물 여는 모습을 보는 것이 즐겁다.					
10. 울고 있는 사람들을 보면 내 마음도 괴롭다.					
11. 어떤 노래는 나를 행복하게 해준다.					
12. 나는 소설 속 특정인물의 감정에 깊이 몰입하곤 한다.					
13. 나는 어떤 사람이 부당하게 대우 받는 것을 보면 정말 화가 난다.					
14. 주위의 사람들이 우울해져 있으면 나는 내 일이 계속 잘 되어간다고 느낄 수가 없다.					
15. 사람들이 그렇게 괴로워하는 이유를 나는 이해 할 수가 없다.					
16. 나는 고통 받고 있는 동물을 보면 매우 마음이 아프다.					
17. 책이나 영화에 빠지는 것은 조금 어리석은 일이다.					
18. 힘없는 노인들을 보면 내 마음이 아프다.					
19. 나는 영화를 볼 때 그 영화에 깊이 빠져드는 경향이 있다.					
20. 나는 나보다 불행한 사람을 보면 연민의 정과 함께 걱정하는 마음이 생긴다.					
21. 나는 가끔 다른 사람의 관점에서 사물을 보는 것이 어렵다고 느낀다.					
22. 나는 결정하기 전에 모든 사람들의 다양한 의견들을 알려고 노력한다.					
23. 나는 어떤 사람이 이용당하는 것을 보면 그를 보호하고 싶은 마음이 든다.					
24. 나는 나의 친구를 더 잘 이해하기 위해 그의 입장에 사물들이 어떻게 보일까 생각해 보려고 노력하곤 한다.					
25. 다친 사람을 보아도 나는 아무렇지 않다.					
26. 다른 사람들의 불행이 나를 그렇게 괴롭히지는 않는다.					
27. 나는 모든 절분에는 두 가지 면이 있으며, 그 두 가지 면을 모두 보도록 노력해야 한다고 믿는다.					
28. 좋은 영화를 보면 아주 쉽게 주인공의 위치에 나 자신을 둘 수 있다.					
29. 내가 어떤 사람에 대해 화가 났을 때, 잠시 동안이라도 그의 입장에 서보려고 노력한다.					
30. 어떤 사람을 비난하기 전에 만약 내가 그의 입장이라면 어떻게하는 생각을 해보려고 한다.					

※ 다음을 읽고, 평소 여러분의 행동과 일치한다고 생각되는 곳에 O표해 주십시오.

설 문 내 용	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다
1. 나는 남의 말에 쉽게 복종하는 경향이 있다.					
2. 나는 나보다 어린 사람과 지내는 것이 마음 편하고 좋다고 생각한다.					
3. 나는 무엇이든 쉽게 좋아할 수 있다.					
4. 나는 나의 가족과 함께 즐거운 시간을 보낼 때가 많다.					
5. 나의 부모님은 나에게 지나치게 큰 기대를 가지고 있다고 생각한다.					
6. 나의 생활은 거의 대부분 무질서하다.					
7. 나는 내가 해야 할 일을 쉽게 결정할 수 있다.					
8. 나는 다른 사람과 같이 있으면 매우 즐겁다.					
9. 우리 가족들은 나에게 아무도 깊은 관심을 가져주지 않는 것처럼 생각한다.					
10. 나는 남자(여자)가 된 것이 후회스럽다.					
11. 나는 나의 학업성적에 대해 자부심을 가지고 있다.					
12. 나의 부모님은 평상시 내 마음을 잘 알아준다고 생각한다.					
13. 나는 내 자신이 보람 있는 사람이라고 별로 생각하지 않는다.					
14. 나는 다른 사람과 어울리는 것이 싫다.					
15. 나는 내 능력껏 최선을 다해서 공부를 하고 있다고 생각한다.					
16. 나는 내 자신에게 만족하고 있다.					
17. 나는 종종 학교생활에서 실패감을 느낄 때가 많다.					
18. 나 자신에게 좋은 점이 많이 있다고 느끼고 있다.					
19. 나는 나 자신에게 좋은 점이 많이 있다고 느끼고 있다.					
20. 나는 무슨 일이든지 내가 하고 싶은 대로 거의 다 할 수 있다고 생각한다.					
21. 나는 동료들이 나를 괴롭히거나 귀찮게 할 때가 많다고 생각한다.					
22. 나는 현재 나 자신이 아닌 다른 어떤 사람이 되었으면하고 느낄 때가 있다.					
23. 나는 학교생활에서 내가 해야 할 대부분의 일을 잘 처리한다고 생각한다.					
24. 나는 나 자신에 대하여 자신감을 가지고 있다.					
25. 교수님은 내가 그렇게 훌륭하다고 생각하지 않는 것 같다.					

26. 나는 나의 장래에 대해서 별로 신경을 쓰지 않는다.					
27. 나는 친구들에게 인기가 있다고 스스로 생각한다.					
28. 나는 보통 내 자신을 잘 관리하고 보살핀다.					
29. 나는 내가 쓸모없는 사람인 것 같은 생각 될 때가 많다.					
30. 나는 꾸중이나 비난을 들으면 쉽게 기분이 상한다.					
31. 나는 학교에 가는 일이 항상 즐겁다.					
32. 내 친구들은 대체로 내 의견을 잘 따르는 경향이 있다.					
33. 나는 다른 사람들에게 별로 인기가 없다고 느껴질 때가 있다.					
34. 나의 부모님은 나를 싫어하고 있는 것 같다.					
35. 나는 남 앞에서 부끄러움이 없는 편이다.					
36. 나는 하고 싶은 말이 있으면 말해버리는 성질이 있다.					
37. 나는 종종 학교 생활에서 실망을 느낀다.					
38. 나는 가끔 마음 둘 곳이 없다고 느낄 때가 많다.					
39. 나는 다른 사람들에게 말을 할 때 대체로 사리에 맞게 이야기한다.					
40. 나는 현재 괴로운 일이 거의 없다고 생각한다.					
41. 나는 수업시간에 발표를 하는 것이 매우 어렵게 느껴진다.					
42. 나는 내가 좀 더 나이가 어렸으면 생각할 때가 많다.					
43. 가끔 내 자신이 밋게 생각될 때가 있다.					
44. 나는 집 안에서 기분이 쉽게 상한다.					
45. 어떤 일을 내가 하고 나서도 언짢을 때가 있다.					
46. 나는 무슨 일을 할때 가르침을 받아서 해야만 하는 버릇이 있다.					
47. 나는 낯선 사람이나 새로운 것에 익숙해지려면 오랜 시간이 걸린다.					
48. 나는 내 사진을 거칠게 다루는 경향이 있다.					
49. 나는 다른 사람들 만큼 좋은 사람이 못된다고 생각한다.					
50. 나는 어디론가 떠나고 싶을 때가 많다.					

- 설문에 응해주셔서 감사합니다 -