



### 저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 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](#)

배 현 숙 교수지도  
석사학위 청구논문

매스미디어를 통한 외모의 사회문화적  
태도가 여성의 미용성형 의도에 미치는 영향

2013

성신여자대학교 생애복지대학원  
건강복지학과 피부비만관리학전공  
김 수 현

매스미디어를 통한 외모의 사회문화적  
태도가 여성의 미용성형 의도에 미치는 영향

배 현 숙 교수지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함

2013年 5月

성신여자대학교 생애복지대학원  
건강복지학과 피부비만관리학전공  
김 수 현

# 인 준 서

김수현의 석사학위 논문으로 인준함

심사위원 \_\_\_\_\_인

심사위원 \_\_\_\_\_인

심사위원 \_\_\_\_\_인

성신여자대학교 생애복지대학원

## 논 문 개 요

본 연구는 여성들의 매스미디어를 통한 외모의 사회문화적 태도 요인과 인구통계학적 변인 및 미용성형 수술 및 시술 경험과의 관련성을 알아보기 위하여 시도되었다.

연구 대상자는 서울, 경기도에 거주하는 성인여성 600명을 대상으로 자기기입식으로 설문조사를 실시하였으며, 532부를 최종 분석 대상으로 이용하였다. 분석방법은 사회과학분야 통계프로그램인 SPSS version 18.0을 이용하여 연구 대상자의 특성을 분석하기 위한 빈도분석, 사회문화적 태도의 변수들이 가지고 있는 공통적인 개념 파악을 위하여 요인분석, 신뢰성을 검증하기 위한 신뢰도 분석 등을 수행하였다. 사회문화적 태도와 일반적 특성 및 본인의 외모 만족도, 미용성형 수술과 시술 여부의 차이검증을 위한 독립표본 t-test와 분산분석을 실시하였다. 마지막으로 사회문화적 태도가 미용성형 수술 및 시술 경험에 미치는 영향 요인을 파악하기 위하여 이분형 로지스틱 회귀분석을 수행하였다.

본 연구 결과는 다음과 같다.

1. 연구 대상자 532명 중에서 미용성형은 수술 34.8%, 시술 37.8%가 경험한 것으로 나타났으며, 수술 및 시술 횟수는 1회가 가장 많은 것으로 나타났다. 미용성형 경험자의 수술 항목은 눈(쌍꺼풀), 코가 가장 많았으며, 시술 항목은 보톡스, 반점 제거, 기타 레이저 시술이 많았다.
2. 미용성형의 목적 및 의도는 ‘외모에 대한 자신감 부족’이 주요 원인으로

파악되었으며, 미용성형 수술 및 시술의 만족도는 50% 이상의 만족도를 보였다. 미용성형 정보는 ‘친구나 친지의 경험’, 미용성형 수술 및 시술시 권유자는 ‘본인 스스로 결정’, 비용 부담자는 ‘본인’ 67.6%, 미용성형 의사 결정시 중요 요인으로는 ‘주위 추천’, ‘의사(병원) 명성’ 순으로 나타났다.

3. 추가 미용성형 수술 및 시술 계획은 63.6%로 추가 수술 계획 목적은 ‘외모에 대한 자신감 부족’과 ‘노화로 인한 신체 부위의 결점 보완’이 가장 많았으며, 추가로 계획하고 있는 미용성형 수술 항목은 ‘주름 제거’, ‘코’, ‘가슴’, 미용성형 시술은 ‘보톡스’, ‘기타 레이저 시술’, ‘필러’ 순으로 나타났다.

4. 미용성형 수술 및 시술 비경험자의 미용성형 희망 의도는 48.7%, 이유는 ‘외모에 대한 자신감 부족’, ‘노화로 인한 신체 부위의 결점 보완’ 등이었으며, 미용성형 상담 경험은 14.0%, 상담횟수는 2회 46.6%, 1회 33.3% 순으로 나타났다.

5. 미용성형 수술 및 시술에 대해 83.6%가 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 부정적인 이유는 ‘필요하지 않음’, ‘기술에 대한 신뢰성’, ‘종교가 원인인 것으로 파악되었고 미용성형 수술 및 시술의 신뢰도는 41.5%로 나타났다.

6. 사회문화적 태도는 ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’, ‘사회적 인식’의 4개의 요인으로 분류되었다.

7. 인구통계학적 특성과의 관련성은 사회문화적 태도 중 ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’의 경우 연령이 낮을수록 수용태도가 높게 나타났으며, ‘내면화’, ‘광고’, ‘사회적 인식’은 학력에 따라 수용태도에 차이를 보였다. 결혼 여부와의 관련성은 미혼이 기혼에 비하여 ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’, ‘사회적 인식’의 수용태

도가 높은 것으로 나타났으며, 직업에 따른 차이는 ‘모바일’과 ‘광고’는 학생, ‘내면화’와 ‘사회적 인식’은 전문직의 수용태도가 높았다. 소득(월)에 따른 차이는 ‘모바일’과 ‘광고’는 300만원 이상 400만원 미만, ‘내면화’는 200만원 미만, ‘사회적 인식’은 500만원 이상의 수용태도가 높은 것으로 나타났다.

8. 본인의 외모 만족도 및 미용성형 경험과 사회문화적 태도와의 관련성은 외모에 불만족한 경우에 ‘모바일’에 대한 수용태도가 높게 나타났으며, 미용성형 경험자가 비경험자에 비하여 ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’에 대한 수용태도가 높은 것으로 나타났다.

9. 사회문화적 태도와 본인의 외모 만족도, 미용성형 수술 경험 여부, 미용성형 시술 경험 여부와의 관련성은 사회문화적 태도의 ‘모바일’과 ‘광고’에서 상호 관련성이 높은 것으로 나타났다.

10. 사회문화적 태도 요인 중 ‘모바일’이 미용성형 수술 경험에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 미용성형 수술 경험자는 비경험자에 비하여 ‘모바일’의 수용태도가 1.568배 높은 것으로 나타났다.

본 연구를 통하여 여성의 매스미디어를 통한 사회문화적 태도가 미용성형 수술 및 시술, 인구통계학적 특성에 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었으며, 본 연구를 통하여 올바른 미용성형에 대한 인식도 형성에 기초자료로 활용되기를 기대한다. 아울러 매스미디어를 통한 사회문화적 태도에 관심도 및 사회적 흐름 등이 일반적 특성에 따라 차이가 있을 것으로 사료되어 이를 반영한 포괄적인 연구가 진행되어야 할 것으로 사료된다.

# 목 차

## 논문개요

I. 서 론 .....	1
II. 이론적 배경 .....	4
1. 사회문화적 태도 .....	4
2. 미용성형 .....	6
III. 연구방법 .....	8
1. 연구 모형 .....	8
2. 설문 구성 .....	10
3. 연구 대상 및 기간 .....	11
4. 통계 방법 .....	12
IV. 연구 결과 및 고찰 .....	13
1. 일반적 특성 .....	13
2. 미용성형 수술 및 시술 경험 대상자의 실태 및 의도 .....	15
3. 미용성형에 대한 인식도 .....	26
4. 사회문화적 태도의 요인분석 .....	30

5. 사회문화적 태도의 하위 요인에 대한 신뢰도와 평균 .....	32
6. 사회문화적 태도 차이에 따른 일반적 특성 .....	33
7. 본인의 외모 만족도에 따른 사회문화적 태도 차이 .....	36
8. 미용성형 수술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이 .....	38
9. 미용성형 시술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이 .....	39
10. 사회문화적 태도와 본인 외모 만족도, 미용성형 수술 및 시술 경험 여부와의 상호 관련성 .....	40
11. 사회문화적 태도가 미용성형 수술 경험에 미치는 영향 .....	41
12. 사회문화적 태도가 미용성형 시술 경험에 미치는 영향 .....	42
 V. 요약 및 제언 .....	 43

참 고 문 헌

Abstract

부 록

## 표 목 차

표 1. 설문 문항 구성 .....	10
표 2. 연구 대상자의 일반적 특성 .....	14
표 3. 미용성형 수술 및 시술 경험 여부 .....	15
표 4. 미용성형 수술 및 시술 경험 항목(다중응답) .....	17
표 5. 미용성형 수술 및 시술 경험 횟수 .....	18
표 6. 미용성형 수술 및 시술 경험자의 미용성형 의도 .....	21
표 7. 추가적인 미용성형 수술 및 시술 계획 여부 .....	23
표 8. 추가적인 미용성형 수술 및 시술의 목적(다중응답) .....	23
표 9. 추가적으로 계획하고 있는 미용성형 수술 및 시술 항목(다중응답) .....	23
표 10. 미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 의도 .....	25
표 11. 미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 목적 .....	25
표 12. 미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 상담 여부 .....	25
표 13. 미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 상담 횟수 .....	25
표 14. 미용성형 수술 및 시술에 대한 인식도 .....	27
표 15. 미용성형 수술 및 시술에 대한 부정적 인식 이유 .....	27
표 16. 미용성형 수술 및 시술에 대한 신뢰도 .....	28
표 17. 미용성형 수술 및 시술의 신체적 보완과 수정 가능 여부 .....	29
표 18. 사회문화적 태도의 요인분석 .....	31
표 19. 사회문화적 태도의 하위 요인에 대한 신뢰도와 평균 .....	32
표 20. 사회문화적 태도 차이에 따른 일반적 특성 .....	35
표 21. 본인의 외모 만족도에 따른 사회문화적 태도 차이 .....	37

표 22. 미용성형 수술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이 .....	38
표 23. 미용성형 시술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이 .....	39
표 24. 사회문화적 태도와 본인의 외모 만족도, 미용성형 수술 및 시술 경험 여부와의 상호 관련성 .....	40
표 25. 사회문화적 태도가 미용성형 수술 경험에 미치는 영향 .....	41
표 26. 사회문화적 태도가 미용성형 시술 경험에 미치는 영향 .....	42

## 그림 목 차

그림 1. 연구 분석 모형도 .....	8
-----------------------	---

## I. 서 론

최근 일반인을 대상으로 방영되는 외모 관리 프로그램들은 외모에 대한 콤플렉스 및 자신감 회복을 도와주는 미용성형 수술 및 시술 등 다양한 미용 관리 방법을 활용하고 있어 대중매체를 통한 외모 관리 방안에 대한 관심과 영향력이 높아지고 있다.

이러한 풍토는 사회생활에 있어서 친밀한 인간관계 형성의 중요한 발달과제로 매력적인 외모를 인식되고 있으며, 외모를 통한 성취감 및 보상의 역할이 강하기 때문에 인위적인 방법을 통하여 자신의 신체 일부를 바꾸려는 노력 증대 현상이 강하게 작용하고 있다. 이러한 현상은 옷이나 장신구를 소비하는 물질적 치장과 미용성형 등의 적극적인 외모 변형 행동에 이르기까지 일반화되고 있는 추세이며, 21세기를 살아가는 현대사회에서 외모에 대한 아름다움과 매력이 대인지각의 후광효과로 작용하는 즉, 외모와는 관련이 없는 개인의 능력까지 긍정적인 영향을 주어 결국 개인의 행복과 사회적 성공을 위한 필수적인 조건이라는 사회적 통념이 광범위하게 자리 잡고 있기 때문이다(박은아 등, 2009; 전현진 등, 2010; Silberstein 등, 1986; 이주영, 2011; 박광희, 2012).

매스컴이나 사회의 이상적 기준에 맞는 외모의 특성과 매력은 남녀노소에 관계없이 많은 사람들에게 영향을 미치는데 얼굴은 밍기보다는 예쁘기를, 키는 작기 보다는 적당히 크기를, 체중은 많이 나가기보다는 적게 나가기를 바라는 마음이 현대 사회의 외모 기준에 있어서 지배적이며, 외모관리 측면에서

사회·문화적 보편성으로 인식되고 있다(채혜정, 박경희, 2000; 김유진, 2012).

특히, 외모의 중요성은 매스미디어를 통해 강화되는데 이를 통해 전달되는 사회적 이상에 대한 메시지는 개인의 태도나 가치관에 영향을 미치게 되며, 매스미디어를 통해 사회의 통념으로 인식되는 이상적인 외모는 자신이 추구하는 이상적인 외모를 내면화하고, 이상적인 외모와 실제 자신의 외모와의 불일치를 극복 또는 내면화된 미적 기준에 도달하기 위해서 외모관리행동을 취하게 된다(Heinberg 등, 1995; 박광희, 2012).

이와 같은 결과는 외모에 대한 관심이 행동으로 옮겨져 외모를 아름답게 관리하는 방법을 모색하게 되고 외모관리행동으로 연결점을 제시하는 중요한 근거가 된다(Adamas, 1982; 김은주, 2001). 또한 TV 프로그램, 영화, 광고, 잡지 등을 통하여 연예인, 모델, 사회 유명인사 등의 외모와 외모관리행동에 대한 관심의 증가와 모방의 심리는 자신의 외모 관리와 동일하게 인식하여 외모관심도를 행동으로 표출하려는 성향이 강하기 때문에 ‘성형 공화국’이라 불릴 만큼 미용성형 수술이 보편화되어 있는 실정이다. 실제로 우리나라 “젊은 여성의 90%이상이 외모에 대해 불만을 갖고 있으며, 82%가 미용성형수술 받고 싶다”고 응답한 조사 결과처럼 현재 우리나라는 세계에서 가장 많이 미용성형 수술을 하는 것으로 조사되고 있다(한국일보, 2007. 2. 21).

최근 외모관리행동으로 높은 관심을 받고 있는 미용성형은 연령, 성별에 관계없이 시술을 받는 사례가 급증하고 있으며, 미용성형 수술의 의학적 발전과 함께 다양한 신체부위에서 시술되고 있다. 과거의 미용성형수술에 대한 인식은 대부분의 사람들이 연예인을 비롯한 특정 계층의 사람들이 시술하는 것으로 거부감과 사치스러운 행동으로 인식하였으나 최근 경제성장과 더불어 미용

성형수술에 대해서도 점차 긍정적인 태도로의 변화를 가져왔고 많은 연구 결과들이 이를 뒷받침하고 있다(이두형, 장충현, 1994; 김은주, 2001). 또한 성형수술을 통하여 외모에 대한 콤플렉스를 극복하는 인체를 변형하는 미적 행동의 한 수단으로 인식하게 되면서 기존의 치료의 관점에서 외모를 가꾸고자 하는 미용의 수단으로 그 역할도 변화를 가져오게 되었다(엄현신, 2007)

이에 본 연구에서는 여성들의 매스미디어를 통한 사회문화적 태도의 유형을 미용성형 수술 및 시술 경험과의 관련성을 알아봄으로써 여성들을 사회문화적 태도를 유형별로 분류하고, 미용성형 수술 및 시술 경험 여부에 따른 차이를 분석하고자 한다. 또한 인구 통계적 변인에 따른 사회문화적 태도를 분석하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 사회문화적 태도

최근 우리사회에서의 외모에 대한 가치는 사람을 평가하는 기준에 있어서 중요한 판단요소로서 작용할 뿐만 아니라 대인관계에서도 매우 중요한 역할을 하고 있다(황윤정, 유태순, 2010).

외모에 대한 사회문화적 태도는 개인의 미에 대한 수용과 기호를 결정할 뿐만 아니라 자신에 대한 전반적인 평가에도 영향을 미친다. 특히, 현대 사회는 인터넷의 발달과 매스미디어의 폭 넓은 보급으로 인한 정보의 홍수 속에서 개인은 다양한 매체 환경에 무방비 상태로 노출되어 매스미디어를 수용하는 태도를 형성하고 있으며, 이를 대표하는 것이 외모에 대한 사회문화적 태도라고 할 수 있다. 특히, TV, 잡지 등의 매스미디어에 의해 전달되는 이상적인 외모의 기준은 외모의 사회적 이상과 외모의 중요성을 인식하고 자신의 가치로 내면화하여 개인의 외모에 대한 태도에 영향을 미치게 된다. 외모 관련 태도는 가치관, 라이프스타일, 미디어 등 사회문화적 요인에 의해 영향을 받아 형성되는 것으로 외모의 중요성 인식과 이상적 기준에 대한 개인의 태도라고 정의할 수 있다(Heinberg 등, 1995; Thompson 등, 1999; 김덕하, 김국희, 2010; 박광희, 2012).

외모는 ‘겉으로 드러나 보이는 모양’으로 정의되는데, 외형적 형상으로서 우리가 시각적으로 볼 수 있는 신체의 생김새인 얼굴, 헤어스타일, 몸매, 의복

등 머리에서 발끝까지 전체적으로 보여 지는 모습으로 정의되며, 외모의 기준은 시대와 사회적 영향으로 변하게 된다. 외모 만족도 또한 텔레비전, 신문, 잡지 등의 대중매체 등을 통하여 받게 되는 사회문화적 영향과 마른 신체를 이상화 하는 사회적인 압력 등에 대하여 Heinberg와 Thompson(1995)은 이러한 개념이 외모에 대한 사회문화적 태도라 하였다(강운경, 2004; Cash와 Pruzinsky, 1990; Cusumano와 Thompson, 1997).

즉, 외모에 대한 사회문화적 태도란 그 사회의 외모에 대한 고정관념과 사회문화의 가치기준을 의미하는데 Heinberg와 Thompson(1995)에 의해 개발된 외모에 대한 사회문화적 태도는 이상적인 외모의 사회적 표준의 중요성을 인지하는 '인식' 요인과 외모의 사회적 중요성을 수용하여 자신의 신체를 평가하는 기준의 '내면화' 요인으로 분류되며, 외모에 대한 사회문화적 태도는 매스 미디어가 제시하는 외모 특성을 가진 신체이미지를 아름다운 것으로 인식하고 그러한 기준을 받아들여서 내면화한 정도를 포착하는 개념이라고 할 수 있다(김완석 등, 2009). 외모에 대한 사회문화적 태도는 개인의 신체이미지 지각에 영향을 미쳐 여러 가지 방식으로 동기화되어 작용하면서 외모관리행동에 영향을 줄 수 있고, 외모과시에 대한 내면적인 욕구는 외면적인 행동에 영향을 미쳐 불만스러운 신체부위를 개선하도록 유도된다(황윤정, 2007).

우리 문화에서의 외모의 중요성은 매스미디어를 통해 강화되고, 촉진되는 신체적 매력과 사회적 이상에 대한 메시지는 개인의 태도와 가치관에 영향을 미치고 개인 자신의 외모에 대한 만족도는 그 시대의 사회문화적 기준에 크게 영향을 받게 되기 때문에 개인은 외모에 대한 사회적 기준을 내면화하여 자신의 외모를 평가하게 된다.

## 2. 미용성형

강진성(1995), 전현진과 정명선(2010)은 미용성형 수술(Cosmetic surgery)을 선천적 또는 후천적으로 피부와 그 밑에 있는 근과 골격에 결손 또는 변형이 있을 때 그 형태는 물론이고 기능도 개선해주는 외과의 한 분과라 정의하고 있다.

성형시술 기록은 기원전 6~7세기경 인도의 수수루타(Susuruta)에 의해 처음으로 실시된 코 성형으로 시대의 흐름에 따라서 인도에서 그리스, 페르시아, 로마로 전달되었다. 7세기경에는 인도와 아랍의 의술이 서양의 의술과 접목되면서 르네상스 시대를 지나 여러 가지 수술 방법 등이 개발되었고 본격적인 미용성형의 역사는 제1차 세계대전 초기 전쟁에 참가한 병사들의 얼굴이나 신체에 입은 부상을 감추기 위해 시행되었다(황윤정 등, 2003).

미(美)는 만들어지기도 하며, 또 미를 갈망하는 것은 인간의 본능으로 외모나 육체에 대한 불만이나 열등감을 해소하고 아름다운 모습을 갖추기 위해 행하여 지기 때문에 미용성형술이 존재하는 이유이며, 이는 기존의 성형수술보다 세밀한 미용성형 수술의 진보를 가져왔다(김화숙, 2011).

미용성형수술과 관련된 국내의 선행연구들은 대부분 성형외과 분야에서 다루어지고 있으며, 임상 사례를 중심으로 제시되고 있으나 최근에는 여성의 라이프 스타일과 외모관심도, 자아존중감, 신체적 만족도, 외모관리행동, 소비행동 등과 관련된 다양한 연구들이 발표되고 있다(강남순, 2011; 전현진, 정명선, 2010; 허선영, 전해민, 2008; 황윤정 등, 2003).

미용성형수술은 얼굴성형, 피부성형, 가슴성형, 주름제거, 체형보정의 5가지

형태로 크게 나눌 수 있으며, 얼굴 성형의 수술 부위별 세부 사항으로는 눈성형, 코성형, 입술성형, 안면윤곽수술로 크게 분류할 수 있다(이민영, 2009).

미용성형 수술에 대한 엄현신(2007)의 연구에서는 성인 여성 중 69.9%“외모 때문에 스트레스를 받은 적이 있으며, 47.3%가 미용성형 수술 경험하였고, 72.6% 미용성형수술이 필요하다고 응답하여 미용성형 수술에 대한 필요성을 인식도가 높아지고 있는 것으로 파악되었다. 김기범 등(2007)은 미용성형 수술의 주요 원인으로 더 예뻐지고 싶은 욕구, 타인에게 잘 보이기 위해, 자기의 더 나은 삶의 질을 위해, 외모에 대한 열등감을 극복하기 위해 등으로 나타나 대부분 사회생활에서 타인에게 좋은 인상을 주기 위해 미용성형수술을 하는 것으로 보고하고 있다.

미용성형을 시술 경험을 통하여 자신감, 자기만족 등이 높아지는 것으로 파악되고 있는데 이는 자기 자신에 대한 확신과 사회적 승인으로 인한 만족을 경험하는 것을 의미하는 것으로 파악되었다. 미용성형 시술로 얻게 되는 이득으로는 일을 적게 하고, 후광효과, 밝은 성격과 긍정적인 삶, 주위 사람들의 태도 변화 등이었으며, 미용성형의 단점으로는 중독, 성형효과 미미, 성형 역효과 등으로 나타나 본인 스스로 미용성형 수술의 장·단점, 필요성 등을 미리 고려한 후 결정하는 것이 요구된다(전현진, 정명선, 2010).

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구 모형

연구모형은 현상에 관련된 개념들 사이의 가정된 명제를 체계적으로 도해화하여 기존의 연구들의 흐름을 파악하고 새로운 가설을 도출하는데 이용되는 것으로서, 체계적으로 과학적인 연구 또는 설명을 위한 분석도구로서 이용되며, 기존의 문헌들을 고찰하여 그림 1.과 같은 연구모형을 도출하였다.

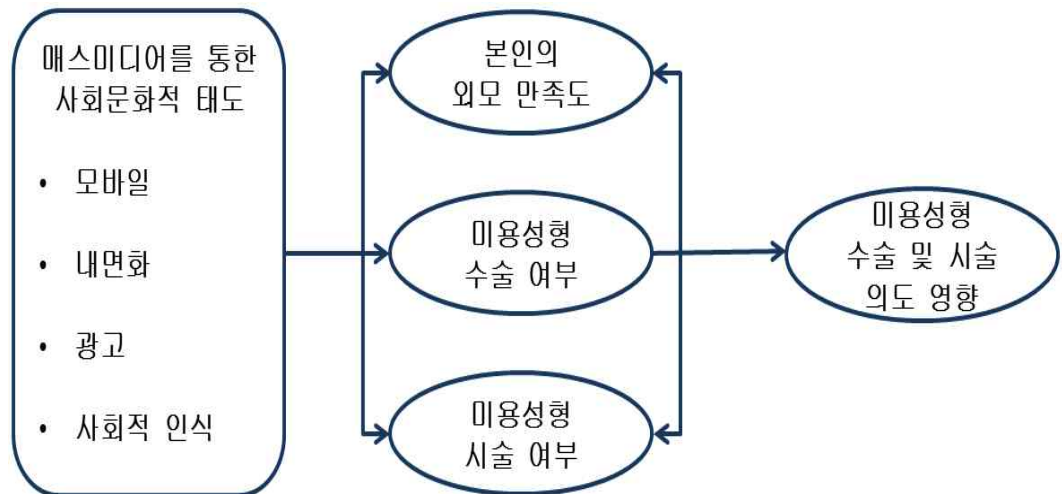


그림 1. 연구 분석 모형도

그림 1.의 독립변수인 매스미디어를 통한 사회문화적 태도의 유형은 ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’, ‘사회적 인식’에 대한 수용태도의 4 가지 요인으로 분류하였으며, 매개변수는 본인의 외모 만족도, 미용성형 수술 경험 여부, 미용성형 시술 경험 여부로 분류하였으며 종속변수는 미용성형 의도로 하였다. 즉, 본 연구에서는 독립변수에 따른 매개변수의 차이를 알아보고 매개변수 외 본인의 외모 만족도, 미용성형 수술 경험 여부, 미용성형 시술 경험 여부 특성이 종속변수인 미용성형 의도와 어떠한 차이가 발생하는지 알아보고자 하였다.

## 2. 설문 구성

매스미디어를 통한 외모의 사회문화적 태도가 여성의 미용성형 의도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 본 연구자가 관련 선행 연구들을 참고하여 본인의 연구에 적합하게 수정 보완하여 제작하였다. 이용된 설문은 표 1.과 같이 크게 일반적 특성, 사회문화적 태도, 미용성형 실태 및 의도로 구성되었다.

표 1. 설문 문항 구성

대분류	문항	문항 수	참고문헌
일반적 특성	연령, 학력, 결혼상태, 직업, 가구 소득(월), 용돈(월)	5	-
사회문화적 태도	가치 수용의 내면화, 외모와 사회적 중요성 인식	19	조지영(2012), 이나현(2010), 현정숙(2007), 조선명(2000), 연구자 수정 보완
미용성형 실태 및 의도	미용성형 수술/시술 경험 여부 - 경험자 대상: 경험횟수, 수술/시술 부위, 목적, 권유, 비용부담, 결정 시 중요 요인, 추가 및 재수술/재시술 계획, 추가 및 재수술/재시술 계획 목적 - 비경험자 대상: 수술희망 여부, 이유, - 미용성형 수술/시술에 대한 생각, 이유	26	김화숙(2011), 정재경(2007), 이민영(2009), 전현진, 정명선(2010), 연구자 수정 보완

### 3. 연구 대상 및 기간

본 연구는 서울, 경기도에 거주하는 성인여성 600명을 대상으로 자기기입식으로 설문조사를 실시하였으며, 이 중 응답이 불성실한 58부를 제외한 532부를 최종 분석 대상으로 선정하였다. 설문 조사 기간은 2012년 12월 부터 2013년 1월까지 약 2달에 걸쳐 실시되었다.

#### 4. 통계 방법

본 연구에 사용된 통계 방법은 다음과 같다.

첫째, 일반적 특성은 n과 %를 이용한 빈도 분석을 실시하였다.

둘째, 미용성형 수술 및 시술 경험 실태 및 미용성형에 대한 인식도는 빈도 분석과 다중응답분석을 사용하였다.

셋째, 미용성형 수술 및 시술 경험 실태 및 미용성형에 대한 인식도는 빈도 분석과 다중응답분석을 사용하였다.

넷째, 사회문화적 태도 문항은 요인 분석을 통하여 변수들이 가지고 있는 공통적인 개념을 파악하였다. 또한 각 하위요인의 세부 문항은 Cronbach's  $\alpha$ 를 이용한 신뢰도 분석을 실시하였으며, 각 하위 요인은 평균과 표준편차를 사용하였다.

다섯째, 사회문화적 태도 차이에 따른 일반적 특성은 독립표본 t-검정(Independent Samples t-test)과 일원배치분산분석(One way ANOVA)을 이용하여 집단 간 차이를 검증하였다.

여섯째, 사회문화적 태도 차이에 따른 본인의 외모 만족도 및 미용성형 수술, 시술 경험 유무는 독립표본 t-검정(Independent Samples t-test)을 이용하여 집단 간 차이를 검증하였다.

마지막으로 사회문화적 태도가 미용성형 수술 및 시술 경험에 미치는 영향 요인을 파악하기 위하여 이분형 로지스틱 회귀분석(Dichotomous Logistic regression)을 사용하였다.

통계분석은 SPSS version 18.0을 이용하였다.

## IV. 연구 결과 및 고찰

### 1. 일반적 특성

본 연구에 참여한 연구 대상자의 일반적 특성은 표 2와 같다. 연령은 20세 이상 30세 미만 153명(28.8%), 30세 이상 40세 미만 150명(28.2%), 40세 이상 50세 미만 144명(27.1%), 50세 이상 85명(16.0%)이었으며, 학력은 고등학교 졸업 133명(25.0%), 전문대학(재) 졸업 66명(12.4%), 4년제 대학교(재) 졸업 209명(39.3%), 대학원(재) 졸업 124명(23.3%)으로 4년제 대학교(재) 졸업의 참여가 가장 많았다. 결혼 상태는 미혼 244명(45.9%), 기혼 288명(54.1%)이었으며, 직업은 전업주부 64명(12.0%), 학생 129명(24.2%), 사무직 113명(21.2%), 자영업 57명(10.7%), 전문직 96명(18.0%), 기타 73명(13.7%)으로 학생과 사무직의 참여가 가장 많았다. 월 평균 소득은 200만원 미만 96명(18.0%), 200만원 이상 300만원 미만 122명(22.9%), 300만원 이상 400만원 미만 131명(24.6%), 400만원 이상 500만원 미만 84명(15.8%), 500만원 이상 99명(18.6%)으로 300만원 이상 400만원 미만의 월소득을 가지는 대상자의 참여가 가장 많은 것으로 나타났다.

표 2. 연구 대상자의 일반적 특성

일반적 특성		n	%
연령	20세 이상 30세 미만	153	28.8
	30세 이상 40세 미만	150	28.2
	40세 이상 50세 미만	144	27.1
	50세 이상 60세 미만	85	16.0
학력	고등학교 졸업	133	25.0
	전문대학(재) 졸업	66	12.4
	4년제대학교(재) 졸업	209	39.3
	대학원(재) 졸업	124	23.3
결혼 상태	미혼	244	45.9
	기혼	288	54.1
직업	전업주부	64	12.0
	학생	129	24.2
	사무직	113	21.2
	자영업	57	10.7
	전문직	96	18.0
	기타	73	13.7
	월평균 소득	200만원 미만	96
200만원 이상 300만원 미만	122	22.9	
300만원 이상 400만원 미만	131	24.6	
400만원 이상 500만원 미만	84	15.8	
500만원 이상	99	18.6	
합계		532	100.0

## 2. 미용성형 수술 및 시술 경험 대상자의 실태 및 의도

### 2.1 미용성형 수술 및 시술 경험 여부

본 연구에 참여한 대상자 532명 중 표 3.과 같이 눈(쌍꺼풀), 코, 가슴, 턱, 입, 광대 등의 얼굴이나 체형을 외과적 기술을 이용하여 수술을 경험한 미용성형 수술 경험자는 185명(34.8%)이었으며, 보톡스, 기미, 주근깨 치료, 필러, IPL등 외과적 수술이 없이 보형물을 이용하거나 주사, 레이저 등을 이용하여 시술을 경험한 미용성형 시술 경험자는 201명(37.8%)으로 나타났다.

정재경(2007)은 미용성형 수술 경험자가 34.5%로 나타나 본 연구와 유사하게 미용성형 수술 경험을 가지고 있는 것으로 나타났다. 허은숙(2011) 또한 미용성형 수술 경험자가 40.9%로 나타났다. 그러나 이들 연구는 미용성형 수술과 시술을 하나로 인식하고 있어 본 연구와 같이 미용 수술과 시술에 대한 사용 경험을 분리하여 조사한 연구는 아직까지 나타나지 않았으며, 미용성형 수술과 시술에 대한 종류와 방법이 다양화 되고 있는 시점에서 분류하여 조사가 지속적으로 이루어져야 할 것으로 사료된다.

표 3. 미용성형 수술 및 시술 경험 여부

미용성형(수술/시술) 경험 여부	미용 성형 수술		미용 성형 시술	
	n	%	n	%
예	185	34.8	201	37.8
아니오	347	65.2	331	62.2
<b>Total</b>	532	100.0	532	100.0

## 2.2 미용성형 수술 및 시술 경험 항목(다중응답)

미용성형 수술 경험자 185명에 대하여 표 4.와 같이 미용성형 수술 항목을 다중응답으로 조사한 결과 눈(쌍꺼풀)이 151명(65.4%)으로 가장 많았으며, 다음으로 코 41명(17.7%), 기타 수술 11명(4.8%), 주름제거와 지방흡입이 각각 8명(3.5%), 턱 6명(2.6%), 가슴 4명(1.7%), 입 2명(0.9%) 순으로 나타났다.

미용성형 시술 경험자 201명에 대하여 표 4.와 같이 미용성형 시술 항목을 다중응답으로 조사한 결과 보톡스가 72명(18.1%)으로 가장 많았으며, 다음으로 반점 제거 71명(17.9%), 기타 레이저 시술 63명(15.9%), 필링 41명(10.3%), 박피(IPL 등)와 주근깨가 각각 37명(9.3%), 필러 36명(9.1%), 기미 31명(7.85%), 지방이식 9명(2.3%) 순으로 나타났다.

최미혜(2007)는 연령군에 따라 미용성형 수술을 받은 신체 부위를 연구한 결과 젊은 층에서는 눈과 코 수술이라는 응답이 높았으며, 중년층에서는 눈과 코 수술 외에 주름과 관련된 보톡스와 필러 성형수술이 높게 나타나 연령에 따라 수술 신체 부위 차이를 보였다. 또한 남성과 여성의 성형수술한 부위를 비교해 본 결과 남성은 눈, 코, 주름, 피부 순으로 나타났고, 여성은 눈, 주름, 지방, 코 순으로 나타났다. 정재경(2007)은 미용성형 수술 경험자의 성형 부위는 눈, 기미, 주근깨, 반점 제거, 코 순이었으며, 윤소영(2007)은 눈, 피부, 치아 관리(치아미백, 교정, 보철) 문신과 속눈썹 연장술, 코 순으로 나타났다. 본 연구에서도 미용성형 수술 신체 부위로는 눈(쌍꺼풀)과 코가 가장 많았으며, 시술로는 주름관리를 위한 보톡스, 반점 제거, 기타 레이저

시술 순으로 나타나 유사한 결과를 보였다.

표 4. 미용성형 수술 및 시술 경험 항목(다중응답)

미용성형 수술 경험	n	%	미용성형 시술 경험	n	%
눈(쌍꺼풀)	151	65.4	기미	31	7.8
코	41	17.7	반점제거	71	17.9
입	2	.9	지방이식	9	2.3
턱	6	2.6	주근깨	37	9.3
주름제거	8	3.5	보톡스	72	18.1
지방흡입	8	3.5	필링	41	10.3
가슴	4	1.7	박피(IPL 등)	37	9.3
기타 수술	11	4.8	필러	36	9.1
			기타 레이저 시술	63	15.9
<b>Total</b>	<b>231</b>	<b>100.0</b>	<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100.0</b>

### 2.3 미용성형 수술 및 시술 경험 횟수

미용성형 수술 및 시술 경험자의 경험 횟수는 표 5와 같다. 미용성형 수술 경험자는 1회가 131명(70.8%)으로 가장 많았으며, 2회 41명(22.2%), 3회 10명(5.4%), 4회 1명(0.5%), 5회 2명(1.1%)으로 나타났으며, 미용성형 시술자는 1회 69명(34.3%), 2회 32명(15.9%), 3회 26명(12.9%), 4회 14명(7.0%), 5회 60명(29.9%)으로 나타나 미용성형 수술 경험자와 시술 경험자의 경험 횟수에 차이를 보였다.

최미혜(2007)는 미용성형 수술 경험으로 1~2회가 가장 많다고 하였으며, 본 연구에서도 미용성형 수술 경험은 1회와 2회가 가장 많은 것으로 나타났다. 그러나 미용성형 시술은 1회와 5회 이상이 가장 높게 나타났으며, 이는 시술을 통한 미용성형이 수술에 비하여 간편하며, 빠른 효과 등을 얻을 수 있기 때문이라 사료된다.

표 5. 미용성형 수술 및 시술 경험 횟수

미용성형(수술/시술) 경험 횟수	미용 성형 수술		미용 성형 시술	
	n	%	n	%
1회	131	70.8	69	34.3
2회	41	22.2	32	15.9
3회	10	5.4	26	12.9
4회	1	0.5	14	7.0
5회	2	1.1	60	29.9
<b>Total</b>	185	100.0	201	100

## 2.4 미용성형 수술 및 시술 경험자의 미용성형 의도

### 2.4.1 미용성형 수술 및 시술 경험자의 미용성형 목적 및 의도

미용성형수술 및 시술 경험자 총 253명의 미용성형 목적 및 의도는 표 6.과 같다. 미용성형 수술 및 시술 목적은 ‘외모에 대한 자신감 부족’이 140명(55.3%)으로 가장 많았으며, 미용성형 수술 및 시술 후 만족도는 ‘만족’ 120명(47.4%), ‘매우 만족’ 12명(4.7%)으로 52.1%의 만족도를 보이는 것으로 파악되었다. 미용성형 수술 및 시술시 정보를 얻는 방법에 대하여 ‘친구나 친지의 경험’이 184명(72.7%)으로 가장 많았으며, 미용성형 수술 및 시술시 권유자는 ‘본인 스스로 결정’이 164명(64.8%)으로 나타났다. 미용성형 수술 및 시술시 비용 부담자는 ‘본인’이 171명(67.6%)로 가장 많았으며, 미용성형 수술 및 시술 의사 결정시 중요 요인으로는 ‘주위 추천’ 96명(37.9%), ‘의사(병원) 명성’ 85명(33.6%) 순으로 나타났다. 추가 미용성형 수술 및 시술 계획에 대하여 161명(63.6%)이 계획하고 있는 것으로 나타났으며, 이들 대상자의 추가 수술 계획 목적에 대하여 다중응답으로 조사한 결과 표 6.과 같이 ‘외모에 대한 자신감 부족’ 76명(33.9%), ‘노화로 인한 신체 부위의 결점 보완’ 72명(32.1%), ‘보다 나은 사회생활 등의 기회를 얻기 위하여’ 22명(9.8%), ‘현 수술의 불만족’과 ‘흉터 등의 신체 부위 결점 보완’이 각각 17명(7.6%), ‘원만한 대인 관계를 위하여’ 14명(6.3%), ‘주변의 권유’ 2명(0.9%) 순으로 나타났다.

최미혜(2007)의 연구에서는 성형수술을 받은 사람만을 대상으로 수술을

받을 때 권유한 사람이 젊은층에서는 본인 스스로라는 응답과 부모님 이라는 응답이 높게 나왔고 중년층에서는 본인 스스로라는 응답과 친구의 권유로 라는 응답이 높았으며, 또한 수술을 하게 된 이유는 젊은층에서는 원만한 대인관계를 위해서 및 외모에 만족하지 못해서가 많았으며 중년층에서는 원만한 대인관계를 위해서와 자기만족이라는 응답이 높아 연령에 따른 차이를 보였다. 정재경(2007)은 미용성형 수술 목적은 '직장 기회 마련'이 가장 높다고 하였으며, 이민영(2009)은 성형수술 이유로 '자기만족' 44.7%, '외모불만족' 41.9%로 현재의 외모에 대한 불만족을 성형 수술을 통해 개선하여 자기만족을 이루려는 심리가 강한 것으로 나타났다. 또한 미용성형 정보 획득처로 다량의 정보가 습득 가능한 '인터넷'이 37.9%로 가장 많았고, 이미 성형 수술을 경험한 '주위사람'도 32.2%로 높게 나타나 타인의 수술 후 만족도나 부작용, 수술법을 간접적으로 확인 후 수술을 실시하는 것으로 나타나 본 연구 결과를 지지하였다. 윤소영(2007)은 미용성형을 한 이유로는 외모에 대한 콤플렉스를 해소와 자신의 만족을 위해서라 하였으며, 이윤경(2005)은 미용성형수술에 관한 주 정보는 친구, 친지의 경험을 통해 얻었다는 응답이 가장 높았고 수술의사 결정의 중요 요인으로는 시술 병원의 명성이 가장 많은 것으로 파악되어 본 연구 결과와 동일한 결과가 나타났다. 김현정(2010)은 남성의 미용성형수술에 대한 정보는 대중매체에 의한 것이 많았고, 수술의 결정요인은 본인에 의해 결정한 것으로 나타났으며, 남성의 미용성형 수술에 대한 만족도는 전체의 59.1%로 만족도가 높은 것으로 파악되었다.

표 6. 미용성형 수술 및 시술 경험자의 미용성형 의도

미용성형 수술 및 시술 경험자의 미용성형 의도		n	%
미용성형 수술 및 시술 목적	외모에 대한 자신감 부족	140	55.3
	흉터 등의 신체 부위의 결점 보완	36	14.2
	노화로 인한 신체 부위의 결점 보완	39	15.4
	보다 나은 사회 생활의 기회를 얻기 위하여	10	4.0
	원만한 대인 관계를 위하여	8	3.2
	주변의 권유	12	4.7
	기타	8	3.2
미용성형 수술 및 시술 후 만족도	매우 불만족	2	.8
	불만족	11	4.3
	보통(그저 그렇다)	108	42.7
	만족	120	47.4
	매우 만족	12	4.7
미용성형 수술 및 시술 정보 관리	친구나 친지 경험	184	72.7
	잡지 및 광고	12	4.7
	인터넷	42	16.6
	기타	15	5.9
미용성형 수술 및 시술 권유자	본인 스스로 결정	164	64.8
	부모님의 권유	17	6.7
	이성 및 배우자 권유	2	.8
	형제 나 자매의 권유	7	2.8
	친구의 권유	61	24.1
	기타	2	.8
미용성형 수술 및 시술 비용 부담	본인	171	67.6
	부모님	76	30.0
	이성 및 배우자	5	2.0
	기타	1	.4
미용성형 수술 및 시술 의사 결정 시 중요 요인	비용	26	10.3
	시술	23	9.1
	의사(병원) 명성	85	33.6
	지역	3	1.2
	주위 추천	96	37.9
	기타	20	7.9
Total		253	100.0

## 2.4.2 추가 미용 성형 계획 및 신체부위

미용성형수술 및 시술 경험자의 추가적인 미용성형 수술 및 시술에 대하여 표 7.과 같이 161명(63.6%)이 계획을 가지고 있는 것으로 나타났다.

이들을 대상으로 추가적인 미용성형수술 및 시술에 대한 목적을 다중응답으로 조사한 결과 표 8.과 같이 ‘외모에 대한 자신감 부족’ 76명(33.9%), ‘노화로 인한 신체 부위의 결점 보완’ 72명(32.1%), ‘보다 나은 사회생활 등의 기회를 얻기 위하여’ 22명(9.8%), ‘흉터 등의 신체 부위 결점 보완’과 ‘현 수술의 불만족’이 각각 17명(7.6%), ‘원만한 대인 관계를 위하여’ 14명(6.3%), ‘기타’ 4명(1.8%), ‘주변의 권유’ 2명(0.9%) 순으로 나타났다.

추가적으로 계획하고 있는 미용성형 수술 및 시술 항목에 대한 다중응답 조사 결과는 표 9.와 같다. 미용성형 수술은 ‘주름 제거’ 82명(22.0%)가 가장 많았으며, 다음으로 ‘코’ 68명(18.3%), ‘가슴’ 51명(13.7%), ‘턱’ 35명(9.4%), ‘지방흡입’ 31명(8.35), ‘다리’ 24명(6.5%), ‘눈(쌍꺼풀)’ 23명(6.2%), ‘광대뼈’ 18명(4.8%) 등의 순서로 나타났다. 미용성형 시술의 경우 ‘보톡스’가 104명(25.8%)으로 가장 많았으며, 다음으로 ‘기타 레이저 시술’ 70명(17.4%), ‘필러’ 64명(15.9%), ‘기미’ 42명(10.4%), ‘필링’ 38명(9.4%) 등의 순으로 나타났다.

최미혜(2007)는 수술의 기회가 주어진다면 수술 받고 싶은 부위는 젊은 층에서는 눈, 코, 유방 순으로 나타났고 중년층에서는 눈, 코 외에 필러, 보톡스 순으로 나타나 본 연구와 차이를 보였다.

표 7. 추가적인 미용성형 수술 및 시술 계획 여부

추가적인 미용성형 수술 및 시술 계획	n	%
예	161	63.6
아니오	92	36.4
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>

표 8. 추가적인 미용성형 수술 및 시술의 목적(다중응답)

추가적인 미용성형 수술 및 시술 목적	n	%
현 수술의 불만족	17	7.6
외모에 대한 자신감 부족	76	33.9
흉터 등의 신체 부위 결점 보완	17	7.6
노화로 인한 신체 부위의 결점 보완	72	32.1
보다 나은 사회생활 등의 기회를 얻기 위하여	22	9.8
원만한 대인 관계를 위하여	14	6.3
주변의 권유	2	.9
기타	4	1.8
<b>Total</b>	<b>224</b>	<b>100.0</b>

표 9. 추가적으로 계획하고 있는 미용성형 수술 및 시술 항목(다중응답)

추가 계획하고 있는 미용성형 수술 항목	n	%	추가 계획하고 있는 미용성형 시술 항목	n	%
눈(쌍꺼풀)	23	6.2	기미	42	10.4
코	68	18.3	반점	20	5.0
입	9	2.4	지방이식	19	4.7
턱	35	9.4	주근깨	20	5.0
팔	9	2.4	보톡스	104	25.8
다리	24	6.5	필링	38	9.4
엉덩이	9	2.4	박피(IPL 등)	26	6.5
주름제거	82	22.0	필러	64	15.9
광대뼈	18	4.8	기타 레이저 시술	70	17.4
지방흡입	31	8.3			
가슴	51	13.7			
기타	13	3.5			
<b>Total</b>	<b>372</b>	<b>100.0</b>	<b>Total</b>	<b>403</b>	<b>100.0</b>

## 2.5 미용성형 수술 및 시술 비경험자의 미용성형 의도 및 목적

미용성형 수술 및 시술 비경험자 279명의 표 10.과 같이 134명(48.7%)이 미용성형 희망 의도를 가지고 있는 것으로 나타났다.

이들 134명을 대상으로 미용성형 수술 및 시술에 대한 희망 의도의 목적을 다중응답으로 조사한 결과 표 11.과 같이 ‘외모에 대한 자신감 부족’ 84명(43.3%), ‘노화로 인한 신체 부위의 결점 보완’ 47명(24.2%), ‘흉터 등의 신체 부위의 결점 보완’ 30명(15.5%), ‘원만한 대인 관계를 위하여’ 15명(7.7%) 등의 순서로 나타났다.

미용성형 수술 및 시술의 미용성형 상담 여부에 대하여 표 12.와 같이 39명(14.0%)이 상담을 경험한 것으로 나타났으며, 상담횟수는 표 13.과 같이 2회 17명(46.6%), 1회 13명(33.3%), 3회 6명(15.4%) 순으로 나타났다.

인은희(2003)는 성형수술을 결정하는데 본인이 자의적이고 능동적으로 자신의 외모를 바라보는 시야에 따라 결정됨을 알 수 있으며, 가족이나 친구 주위동료들의 반응에 대해 긍정적이라고 하였다. 정재경(2007)의 연구에서는 54.1%가 앞으로 미용성형 수술을 원한다 라고 나타나 본 연구 결과에 비하여 미용성형 수술 및 시술의도가 높게 나타났으나 이는 본 연구의 미용성형 수술 및 시술 미경험자를 대상으로 조사하여 차이를 보인 것으로 판단되어 실제 미용성형 수술 경험자와 미경험자를 대상으로 미용성형 수술 및 시술 의도는 높을 것으로 예상된다.

표 10. 미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 의도

미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 의도	n	%
예	134	48.7
아니오	145	52.7
<b>Total</b>	<b>279</b>	<b>100.0</b>

표 11. 미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 목적

미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 목적	n	%
외모에 대한 자신감 부족	84	43.3
흉터 등의 신체 부위의 결점 보완	30	15.5
노화로 인한 신체 부위의 결점 보완	47	24.2
보다 나은 사회 생활의 기회를 얻기 위하여	7	3.6
원만한 대인 관계를 위하여	15	7.7
주변의 권유	1	.5
기타	10	5.2
<b>Total</b>	<b>194</b>	<b>100.0</b>

표 12. 미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 상담 여부

미용성형 상담 여부	n	%
예	39	14.0
아니오	240	86.0
<b>Total</b>	<b>279</b>	<b>100.0</b>

표 13. 미용성형 수술 및 시술 미경험자의 미용성형 상담 횟수

성형상담	n	%
1회	13	33.3
2회	17	43.6
3회	6	15.4
4회	1	2.6
5회	2	5.1
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100.0</b>

### 3. 미용성형에 대한 인식도

#### 3.1 미용성형 수술 및 시술에 대한 인식도

미용성형 수술 및 시술에 대한 인식도는 표 14.와 같이 ‘매우 부정적’ 13명(2.4%), ‘부정적’ 74명(13.9%), ‘긍정적’ 390명(73.3%), ‘매우 긍정적’ 55명(10.3%)으로 긍정적이라는 인식이 높은 것으로 나타났다.

미용성형 수술 및 시술에 대하여 ‘매우 부정적’과 ‘부정적’으로 대답한 87명(16.3%)에 대한 이유를 조사한 결과 표 15.와 같이 ‘필요하지 않음’이 56명(42.7%)으로 가장 많았으며, 다음으로 ‘기술에 대한 신뢰성’ 49명(37.4%), 기타 23명(17.6%), ‘종교적인 문제’ 3명(2.35) 순으로 나타났다.

변선주(2011)는 미용성형에 대하여 70%이상이 긍정적 또는 보통의 선호도를 보인다고 하였으며, 긍정의 이유로는 자신감 만족의 상승이 가장 높았고, 부정의 이유로는 부작용에 대한 우려가 가장 많았으며, 미용성형 경험이 있을 경우 경험이 없는 사람들보다 시술 및 관리에 대한 긍정적인 태도를 보였다. 정재경(2007)은 미용 성형 받기를 ‘원한다’군이 미용성형 전체적 인식도가 높은 것으로 나타났으며, 또한 미용 성형을 한 경우 횟수가 높을수록 미용 성형 인식도가 높게 나타난다는 결과를 보여 본 연구의 미용성형 수술 및 시술에 대한 인식도가 높은 결과를 지지하였다.

표 14. 미용성형 수술 및 시술에 대한 인식도

미용성형 수술 및 시술에 대한 인식도	n	%
매우 부정적	13	2.4
부정적	74	13.9
긍정적	390	73.3
매우 긍정적	55	10.3
<b>Total</b>	<b>532</b>	<b>100.0</b>

표 15. 미용성형 수술 및 시술에 대한 부정적 인식 이유

부정이유(다중)	n	%
종교적인 문제	3	2.3
기술에 대한 신뢰성	49	37.4
필요하지 않음	56	42.7
기타	23	17.6
<b>Total</b>	<b>131</b>	<b>100.0</b>

### 3.2 미용성형 수술 및 시술에 대한 신뢰도

미용성형 수술 및 시술에 대한 신뢰도는 표 16.과 같이 ‘매우 신뢰 못함’ 12명(2.3%), ‘신뢰하지 못함’ 45명(8.5%), ‘그저 그렇다’ 254명(47.7%), ‘신뢰’ 160명(30.1%), ‘매우 신뢰’ 61명(11.4%)으로 ‘신뢰’와 ‘매우 신뢰’의 신뢰도는 전체 41.5%로 나타났다.

표 16. 미용성형 수술 및 시술에 대한 신뢰도

미용성형 수술 및 시술에 대한 신뢰도	n	%
매우 신뢰 못함	12	2.3
신뢰하지 못함	45	8.5
그저 그렇다	254	47.7
신뢰	160	30.1
매우 신뢰	61	11.4
<b>Total</b>	<b>532</b>	<b>100.0</b>

### 3.3 미용성형 수술 및 시술의 신체적 보완과 수정 가능 여부

미용성형 수술 및 시술의 신체적인 보완과 수정 가능 여부는 표 17.과 같이 ‘예’라는 응답이 460명(86.4%)으로 나타났다.

표 17. 미용성형 수술 및 시술의 신체적 보완과 수정 가능 여부

미용성형 수술 및 시술의 신체적 보완과 수정 가능 여부	n	%
예	460	86.4
아니오	72	13.5
<b>Total</b>	<b>532</b>	<b>100.0</b>

#### 4. 사회문화적 태도의 요인분석

사회문화적 태도에 활용된 19문항에 대하여 변수들이 공통적으로 가지고 있는 개념을 파악하기 위하여 표 18.과 같이 주성분 분석의 고유값 1이상, 베리맥스를 이용한 요인분석을 실시하였다. 그 결과 4개의 하위 요인으로 분류되었으며, 전체 설명분산은 60.031%로 나타났다. 요인 1은 총 6개의 문항으로 구성되었으며, ‘모바일’이라 명명하였다. 요인 1의 고유값은 4.127, 설명 분산은 18.758%로 나타났다. 요인 2는 총 6개의 문항으로 구성되었으며, ‘내면화’라 명명하였다. 요인 2의 고유값은 3.805, 설명 분산은 17.297%로 나타났다. 요인 3은 총 4개의 문항으로 구성되었으며, ‘광고’라 명명하였다. 요인 3의 고유값은 3.176, 설명 분산은 14.438%로 나타났다. 요인 4는 총 3개의 문항으로 구성되었으며, ‘사회적 인식’이라 명명하였다. 요인 4의 고유값은 2.098, 설명 분산은 9.538%로 나타났다.

이정순과 한경희(2008)는 여대생의 외모에 대한 사회문화적 태도에 대하여 ‘내면화’, ‘인식’, ‘비동조’의 3개의 요인으로 분류하였으며, Heinberg 등(1995)과 홍금희(2006), 조선명과 고애란(2001)은 ‘내면화’와 ‘인식’의 2개의 요인으로 분류하였다. 김선희(2003)는 매스미디어를 중심으로 전달되는 이상적인 사회적 기준과 자신의 가치를 수용하고 내면화하는 문항은 ‘매스미디어 내면화’ 요인으로 명명하였으며, 외모의 사회적 중요성을 인정하는 문항은 ‘사회적 인식’요인으로 명명하여 2개의 요인으로 분류하였다. 전현진과 정명선(2010)은 외모에 대한 사회문화적 태도의 차원을 ‘일반적인 내면화’, ‘미디어압력’, ‘미디어정보’, ‘건강미의 내면화’라는 4개의 차원으로 분류하였다. 본 연구에서는 사회문화적

태도가 4개의 요인으로 분류되었으며, 이들 연구 결과의 분류 문항과 유사하게 요인명을 명명하였다.

표 18. 사회문화적 태도의 요인분석

사회문화적 태도의 요인분석	성분			
	요인1	요인2	요인3	요인4
인터넷 동호회, 블로그, 카페 등에서 체중 관리 성공기, 예뻐지는 방법 등을 확인하고 실행에 옮긴다	.837	.140	.235	.120
스마트폰의 다이어트/패션 정보 앱을 다운받아 뷰티 정보를 수집한다	.821	.164	.249	.052
스마트폰에 다운받은 다이어트/패션 정보 앱을 수시로 확인하고 적용한다	.780	.103	.389	.032
인터넷 동호회, 블로그, 카페 등에 가입하여 외모에 대한 정보를 수집한다	.722	.272	.223	.069
인터넷/홈쇼핑을 통하여 몸매 관리 제품(식품, 약품, 운동기구 등)을 구입한다	.708	.127	.300	.122
TV나 잡지에서 나오는 연예인의 성형 모습을 부러워하며, 성형을 하고 싶다	.501	.362	.420	.032
나는 패션모델이나 유명 연예인들의 모습과 내 모습을 비교하곤 한다	.191	.801	.161	.034
TV나 영화에서 나오는 날씬한 연예인들의 모습은 내가 목표로 생각하는 유형의 외모를 보여준다.	.180	.784	.179	.106
나는 흔히 패션잡지를 보고 내 외모를 모델들과 비교한다	.269	.752	.218	.068
나는 내가 수영복 모델 같은 몸매였으면 하고 바란다	.164	.722	.117	.161
TV나 영화에서 나오는 날씬한 사람들의 모습은 나도 날씬했으면 하고 바라게 만든다	-.011	.719	.066	.285
나는 웃은 날씬한 모델이 입어야 더 멋있어 보인다고 생각한다	.075	.611	.094	.373
인터넷, TV 광고를 통하여 계절별 트렌드를 확인한다.	.308	.180	.801	.147
TV나 잡지를 통해 나오는 계절별 시즌상품(새로운 의상, 화장품 등) 을 구입하는 것은 나를 돋보이게 한다	.305	.192	.796	.118
TV 광고나 잡지를 통하여 나오는 새로운 의상이나 새로운 화장품을 구입한다	.340	.176	.779	.090
인터넷, TV 광고를 통한 트렌드를 실천하는 등 유행에 민감한 편이다	.397	.190	.733	.035
이 사회에서 성공하려면 외모는 매우 중요하다	-.036	.234	.082	.744
오늘날의 사회에서 성공하려면 몸매관리를 열심히 하는 것이 중요하다.	.088	.263	.165	.739
사람들은 마를수록 옷맵시가 더 좋다고 생각한다.	.216	.129	.042	.695
고유값	4.127	3.805	3.176	2.098
설명분산	18.758	17.297	14.438	9.538
누적분산	18.758	36.055	50.493	60.031
문항 수	6	6	4	3

## 5. 사회문화적 태도의 하위 요인에 대한 신뢰도와 평균

사회문화적 태도의 각 하위 요인에 대한 Cronbach's  $\alpha$ 를 이용한 문항 간 신뢰도 분석과 평균 및 표준 편차는 표 19와 같다. 사회문화적 태도는 요인 1의 '모바일'은 Cronbach's  $\alpha$  .904, 2.46±0.91, 요인 2의 '내면화'는 Cronbach's  $\alpha$  .872, 3.38±0.78, 요인 3의 '광고'는 Cronbach's  $\alpha$  .899, 2.84±0.90, 요인 4의 '사회적 인식'은 Cronbach's  $\alpha$  .691, 3.64±0.67로 나타났다. 사회문화적 태도의 하위 요인은 모두 문항 간 신뢰도가 .60 이상으로 신뢰도를 확보하였으며, 하위 요인 중 '사회적 인식'에 대한 수용 태도가 가장 높은 것으로 나타났다.

표 19. 사회문화적 태도의 하위 요인에 대한 신뢰도와 평균

상위 요인	하위 요인	문항 수	Cronbach's $\alpha$	Mean±SD
사회문화적 태도	모바일	6	.904	2.46±0.91
	내면화	6	.872	3.38±0.78
	광고	4	.899	2.84±0.90
	사회적 인식	3	.691	3.64±0.67

## 6. 사회문화적 태도 차이에 따른 일반적 특성

사회문화적 태도 차이에 따른 일반적 특성은 표 20.과 같다. 연령에 따른 차이는 사회문화적 태도 요인 1의 ‘모바일’의 경우 20세 이상 30세 미만이  $2.74 \pm 0.79$  ( $F=9.955$ ,  $p<0.001$ ), 요인 2의 ‘내면화’는 20세 이상 30세 미만이  $3.68 \pm 0.70$  ( $F=14.996$ ,  $p<0.001$ ), 요인 3의 ‘광고’는 20세 이상 30세 미만이  $3.04 \pm 0.75$  ( $F=10.126$ ,  $p<0.001$ )로 연령이 낮을수록 수용태도가 높은 것으로 나타났으며, 요인 4의 ‘사회적 인식’은 30세 이상 40세 미만이  $3.75 \pm 0.71$ 로 가장 높게 나타나 다른 하위 요인과 차이를 보였다( $F=4.603$ ,  $p<0.003$ ). 연령에 따른 차이는 사회문화적 태도의 하위 요인은 모두 50세 이상에서 가장 낮은 것으로 나타났다.

학력에 따른 차이는 사회문화적 태도 요인 1의 ‘모바일’의 경우 대학원(재) 졸업이  $2.57 \pm 0.98$  ( $F=1.337$ ), 요인 2의 ‘내면화’는 4년제 대학교(재) 졸업이  $3.50 \pm 0.73$  ( $F=5.725$ ,  $p<0.01$ ), 요인 3의 ‘광고’는 전문대학(재) 졸업이  $2.97 \pm 0.89$  ( $F=3.021$ ,  $p<0.05$ ), 요인 4의 ‘사회적 인식’은 대학원(재) 졸업이  $3.77 \pm 0.76$  ( $F=6.864$ ,  $p<0.001$ )로 수용태도가 가장 높게 나타났다.

결혼 여부에 따른 차이는 사회문화적 태도 요인 1의 ‘모바일’의 경우 미혼  $2.67 \pm 0.89$ , 기혼  $2.29 \pm 0.89$  ( $t=4.952$ ,  $p<0.001$ ), 요인 2의 ‘내면화’는 미혼  $3.60 \pm 0.76$ , 기혼  $3.19 \pm 0.76$  ( $t=6.259$ ,  $p<0.001$ ) 요인 3의 ‘광고’는 미혼  $3.06 \pm 0.88$ , 기혼  $2.65 \pm 0.88$  ( $t=5.288$ ,  $p<0.001$ ), 요인 4의 ‘사회적 인식’은 미혼  $3.68 \pm 0.68$ , 기혼  $3.61 \pm 0.67$  ( $t=1.349$ )로 사회문화적 태도의 모든 하위 요인에서 기혼에 비하여 미혼의 수용태도가 높게 나타났다.

직업에 따른 차이는 사회문화적 태도 요인 1의 ‘모바일’의 경우 학생이  $2.74 \pm 0.83$ ( $F=8.069$ ,  $p<0.001$ ), 요인 2의 ‘내면화’는 전문직이  $3.59 \pm 0.75$ ( $F=5.976$ ,  $p<0.001$ ), 요인 3의 ‘광고’는 학생이  $3.05 \pm 0.86$ ( $F=4.605$ ,  $p<0.001$ ), 요인 4의 ‘사회적 인식’은 전문직이  $3.84 \pm 0.57$ ( $F=8.785$ ,  $p<0.001$ )로 수용태도가 가장 높은 것으로 나타났다.

소득(월)에 따른 차이는 사회문화적 태도 요인 1의 ‘모바일’의 경우 300만원 이상 400만원 미만이  $2.63 \pm 0.96$ ( $F=2.726$ ,  $p<0.05$ ), 요인 2의 ‘내면화’는 200만원 미만이  $3.55 \pm 0.70$ ( $F=2.911$ ,  $p<0.05$ ), 요인 3의 ‘광고’는 300만원 이상 400만원 미만이  $3.01 \pm 0.98$ ( $F=1.988$ ), 요인 4의 ‘사회적 인식’은 500만원 이상이  $3.83 \pm 0.55$ ( $F=3.137$ ,  $p<0.05$ )로 수용태도가 가장 높은 것으로 나타났다.

이나현과 류은정(2011)의 외모에 대한 사회문화적 태도 집단은 성별과 한달 용돈, 비만도에 따라 차이가 있다고 하였으며, 김효정(2012)은 외모의 사회문화적 태도 중 내면화 요인은 여학생이 남학생 보다 내면화 정도가 더 높다고 하였다. 김유진(2012)은 일반적 특성 중 연령의 경우 내재화에서 30대와 40대 보다 20대가 높게 나타났고, 사회적 압력은 30대가 가장 높은 것으로 나타나 본 연구 결과와 차이를 보였다.

표 20. 사회문화적 태도 차이에 따른 일반적 특성

	일반적 특성	n	모바일	내면화	광고	사회적 인식
연령	20세 이상 30세 미만	153	2.74±0.79	3.68±0.70	3.04±0.75	3.68±0.62
	30세 이상 40세 미만	150	2.40±0.99	3.38±0.80	2.95±0.96	3.75±0.71
	40세 이상 50세 미만	144	2.44±0.88	3.26±0.78	2.74±0.84	3.62±0.72
	50세 이상	85	2.11±0.84	3.04±0.70	2.44±1.01	3.42±0.59
	F		9.955	14.996	10.126	4.603
	p		0.000***	0.000***	0.000***	0.003**
학력	고등학교 졸업	133	2.35±0.84	3.15±0.77	2.66±0.95	3.47±0.63
	전문대학(재) 졸업	66	2.51±0.93	3.40±0.66	2.97±0.89	3.47±0.60
	4년제대학교(재) 졸업	209	2.45±0.89	3.50±0.73	2.84±0.84	3.73±0.64
	대학원(재) 졸업	124	2.57±0.98	3.42±0.89	2.95±0.93	3.77±0.76
	F		1.337	5.725	3.021	6.864
	p		0.262	0.001**	0.029*	0.000***
결혼 여부	미혼	244	2.67±0.89	3.60±0.76	3.06±0.88	3.68±0.68
	기혼	288	2.29±0.89	3.19±0.76	2.65±0.88	3.61±0.67
	t		4.952	6.259	5.288	1.349
	p		0.000***	0.000***	0.000***	0.178
직업	전업주부	64	2.28±0.94	3.13±0.88	2.66±0.97	3.23±0.64
	학생	129	2.74±0.83	3.55±0.82	3.05±0.86	3.64±0.65
	사무직	113	2.18±0.81	3.17±0.72	2.62±0.87	3.54±0.80
	자영업	57	2.70±0.91	3.41±0.80	2.83±0.90	3.77±0.68
	전문직	96	2.61±0.93	3.59±0.75	3.03±0.83	3.84±0.57
	기타	73	2.20±0.91	3.33±0.60	2.71±0.94	3.80±0.44
	F		8.069	5.976	4.605	8.785
	p		0.000***	0.000***	0.000***	0.000***
소득 (월)	200만원 미만	96	2.47±0.85	3.55±0.70	2.78±0.90	3.67±0.65
	200만원 이상 300만원 미만	122	2.30±0.89	3.32±0.73	2.70±0.91	3.64±0.67
	300만원 이상 400만원 미만	131	2.63±0.96	3.24±0.90	3.01±0.98	3.55±0.77
	400만원 이상 500만원 미만	84	2.56±0.90	3.37±0.78	2.82±0.78	3.54±0.64
	500만원 이상	99	2.36±0.89	3.50±0.72	2.85±0.87	3.83±0.55
	F		2.726	2.911	1.988	3.137
p		0.029*	0.021*	0.095*	0.014*	

\*\*\*: p<0.001, \*\*: p<0.01, \*: p<0.05

## 7. 본인의 외모 만족도에 따른 사회문화적 태도 차이

본인의 외모 만족도에 따른 사회문화적 태도의 차이는 표 21.과 같이 요인 1의 ‘모바일’은  $2.53 \pm 0.90$  ( $t = -2.112$ ,  $p < 0.05$ )으로 본인의 외모에 대한 만족도가 낮은 경우에 수용태도가 높게 나타났으며, 요인 2의 ‘내면화’는  $3.38 \pm 0.74$  ( $t = 0.053$ )로 본인의 외모 만족도가 높은 경우에 수용태도가 높은 것으로 나타났다. 요인 3의 ‘광고’  $2.87 \pm 0.92$  ( $t = -0.917$ )로 본인의 외모 만족도가 낮은 경우에 수용태도가 높게 나타났으며, 요인 4의 ‘사회적 인식’은  $3.64 \pm 0.68$  ( $t = 0.093$ )로 본인의 외모 만족도가 높은 경우에 수용태도가 높은 것으로 나타났다.

조정화 등(2013)은 외모관심도 수준이 높은 유아들이 낮은 유아들에 비해 외모에 대한 사회문화적 태도의 내면화 정도에 따라 외모에 대한 사회문화적 태도를 인식하는 정도가 더 높다고 하였다. Mayers와 Crowther(2009)의 외모에 대한 사회적 기준은 외모 불만족과 관련이 있으며, 자신에 대한 부정적인 생각이 외모에 대한 불만족을 낳는다고 하여 본 연구결과를 간접적으로 지지하였다. 또한 송경자와 이미숙(2009)은 외모에 대한 사회문화적 기준을 수용할수록 자신의 신체를 왜곡하여 평가한다고 하여 본 연구결과와 유사하였다.

표 21. 본인의 외모만족도에 따른 사회문화적 태도 차이

사회문화적 태도	만족 (n=208)	불만족 (n=304)	t	p
모바일	2.37±0.91	2.53±0.90	-2.112	0.035*
내면화	3.38±0.74	3.38±0.82	0.053	0.958
광고	2.80±0.87	2.87±0.92	-0.917	0.36
사회적 인식	3.64±0.68	3.64±0.67	0.093	0.926

\*: p<0.05

## 8. 미용성형 수술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이

미용성형 수술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이는 표 22와 같이 요인 1의 ‘모바일’은  $2.80 \pm 0.88$  ( $t=6.506$ ,  $p<0.001$ ), 요인 2의 ‘내면화’는  $3.52 \pm 0.78$  ( $t=3.031$ ,  $p<0.01$ ), 요인 3의 ‘광고’는  $3.16 \pm 0.83$  ( $t=6.145$ ,  $p<0.001$ ), 요인 4의 ‘사회적 인식’은  $3.67 \pm 0.67$  ( $t=0.805$ )로 미용성형 수술 경험자의 수용태도가 높은 것으로 나타났다.

전현진과 정명선(2010) 연구에서는 외모에 대한 사회문화적 태도에 따른 미용성형 수술의 경험의 차이는 외모에 대한 사회문화적 태도가 높은 집단이 낮은 집단보다 미용성형수술 경험이 더 많은 것으로 파악되어 본 연구의 미용성형 경험자의 내면화, 광고, 사회적 인식의 사회문화적 태도가 높게 나타난 결과와 유사하였다.

표 22. 미용성형 수술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이

사회문화적 태도	경험 (n=185)	미경험 (n=347)	t	p
모바일	2.80±0.88	2.28±0.87	6.506	0.000***
내면화	3.52±0.78	3.31±0.77	3.031	0.003**
광고	3.16±0.83	2.67±0.89	6.145	0.000***
사회적 인식	3.67±0.67	3.62±0.68	0.805	0.421

\*\*\*:  $p<0.001$

## 9. 미용성형 시술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이

미용성형 시술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이는 표 23.과 같이 요인 1의 ‘모바일’은  $2.70 \pm 0.94$  ( $t=4.853$ ,  $p<0.001$ ), 요인 2의 ‘내면화’는  $3.52 \pm 0.83$  ( $t=3.199$ ,  $p<0.01$ ), 요인 3의 ‘광고’는  $3.01 \pm 0.87$  ( $t=3.503$ ,  $p<0.001$ ), 요인 4의 ‘사회적 인식’은  $3.70 \pm 0.66$  ( $t=1.553$ )로 미용성형 시술 경험자의 수용태도가 높은 것으로 나타났다.

이는 미용성형 시술 경험자는 모바일을 외모관리 행동에 대한 정보 획득 능력 및 TV, 연예인 등을 통한 자신의 내면화 관리, 인터넷, TV광고나 잡지 등을 통한 외모관리 행동으로 미경험자에 비하여 ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’에 대한 요인이 높은 것으로 파악되었다.

표 23. 미용성형 시술 경험 여부에 따른 사회문화적 태도 차이

사회문화적 태도	경험 (n=201)	미경험 (n=331)	t	p
모바일	2.70±0.94	2.32±0.85	4.853	0.000***
내면화	3.52±0.83	3.30±0.74	3.199	0.001**
광고	3.01±0.87	2.73±0.91	3.503	0.000***
사회적 인식	3.70±0.66	3.61±0.68	1.553	0.121

\*\*\*:  $p<0.001$ , \*\*:  $p<0.01$

10. 사회문화적 태도와 본인의 외모 만족도, 미용성형 수술 및 시술 경험 여부와의 상호 관련성

사회문화적 태도와 본인의 외모 만족도, 미용성형 수술 경험 여부, 미용성형 시술 경험 여부와의 관련성을 파악하기 위하여 표 24.와 같이 상관관계 분석을 실시하였다. 사회문화적 태도의 요인들은 95% 신뢰수준 이상에서 상호 관련성이 있는 것으로 나타났으며, 특히, ‘모바일’은 ‘광고’(r=.719)와 상호 관련성이 높은 것으로 나타났다. 이는 ‘모바일’에 대한 수용태도가 높을 수록 ‘광고’에 대한 수용태도도 함께 높아진다는 것을 의미한다.

표 24. 사회문화적 태도와 본인의 외모 만족도, 미용성형 수술 및 시술 경험 여부와의 상호 관련성

요인	사회문화적 태도			사회적 인식	본인의 외모 만족도	미용성형수술 경험	미용성형 시술 경험
	모바일	내면화	광고				
모바일	1						
사회문화적 태도							
내면화	.470**	1					
광고	.719**	.458**	1				
사회적 인식	.275**	.472**	.305**	1			
본인의 외모 만족도	-.091*	.002	-.040	.004	1		
미용성형수술 경험	-.272**	-.131**	-.258**	-.035	.082	1	
미용성형 시술 경험	-.206**	-.138**	-.150**	-.067	.134**	.481**	1

\*\* : p<0.01, \* : p<0.05

## 11. 사회문화적 태도가 미용성형 수술 경험에 미치는 영향

사회문화적 태도가 미용성형 수술 경험(미경험자: 0, 경험자: 1)에 미치는 영향은 표 25와 같이 사회문화적 태도 중 요인 1의 ‘모바일’이 관련성이 높은 것으로 나타났다.

즉, 사회문화적 태도 중 요인 1의 ‘모바일’은 1.568(95% CI: 1.084-2.270)로 미용성형 수술 비경험자에 비하여 경험자의 모바일에 대한 수용태도가 1.568배 높은 것을 의미한다. 또한 사회문화적 태도 중 ‘모바일’을 통한 사회문화적 수용태도가 ‘내면화’, ‘광고’, ‘사회적 인식’에 비하여 미용성형 수술 경험 여부에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 25. 사회문화적 태도가 미용성형 수술 경험에 미치는 영향

요인		OR	95% CI
사회문화적 태도	모바일	1.568	(1.084-2.270)
	내면화	1.177	(.838-1.653)
	광고	1.434	(.989-2.080)
	사회적 인식	.772	(.540-1.104)

## 12. 사회문화적 태도가 미용성형 시술 경험에 미치는 영향

사회문화적 태도가 미용성형 시술 경험(미경험자: 0, 경험자: 1)에 미치는 영향은 표 26.과 같이 관련성이 낮은 것으로 나타났다.

이는 사회문화적 태도 요인인 ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’, ‘사회적 인식’은 미용성형 시술에 미치는 영향이 낮은 것으로 파악되었다.

특히, 미용성형 수술 경험 여부에서 사회문화적 태도 중 ‘모바일’을 통한 수용태도가 영향을 미치는 것으로 파악되었으나 미용성형 시술과는 관련성이 없는 것으로 나타났다.

표 26. 사회문화적 태도가 미용성형 시술 경험에 미치는 영향

요인		OR	95% CI
사회문화적 태도	모바일	1.401	(.973-2.018)
	내면화	1.291	(.937-1.779)
	광고	.825	(.574-1.186)
	사회적 인식	.815	(.579-1.149)

## V. 요약 및 제언

본 연구는 여성들의 매스미디어를 통한 외모의 사회문화적 태도를 ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’, ‘사회적 인식’으로 분류하였으며, 인구 통계적 변인과 미용성형 수술 및 시술 경험과의 관련성을 분석하여 다음과 같은 결론을 제시한다.

1. 연구 대상자 532명 중에서 미용성형 수술 경험은 34.8%, 수술 횟수는 1회 이상이 70.8%로 미용성형 시술 경험이 높은 것으로 나타났으며, 미용성형의 목적 및 의도는 ‘외모에 대한 자신감 부족’이 가장 많았다. 미용성형 수술 및 시술은 50% 이상의 만족도를 보였으며, 추가 미용성형 수술 및 시술 계획은 60% 이상으로 나타났고 추가 수술 계획 목적은 ‘외모에 대한 자신감 부족’, ‘노화로 인한 신체 부위의 결점 보완’ 등이었다.
2. 미용성형 비경험자의 미용성형 의도는 48.7%, ‘외모에 대한 자신감 부족’이 가장 큰 원인으로 파악되었으며, 미용성형 상담 경험은 14.0%로 나타났다. 미용성형에 대한 인식도는 83.6%가 긍정적이라 응답하였으며, 41.5%가 신뢰하고 있는 것으로 파악되었다.
3. 사회문화적 태도 중 ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’는 연령에 따라 수용태도에 차이가 있는 것으로 나타났으며, ‘내면화’와 ‘사회적 인식’은 학력, ‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’, ‘사회적 인식’은 결혼여부와 (월)소득, ‘모바일’과 ‘광고’는 직업에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다.
4. 본인의 외모와 사회문화적 태도와의 관련성은 외모 불만족인 경우에 ‘모바일’에 대한 수용태도가 높았으며, 미용성형 경험자는 비경험자에 비하여

‘모바일’, ‘내면화’, ‘광고’에 대한 수용태도가 높았다.

5. 사회문화적 태도와 본인의 외모 만족도, 미용성형 수술 경험 여부, 미용성형 시술 경험 여부와의 관련성은 사회문화적 태도의 ‘모바일’과 ‘광고’가 상호 관련성이 높은 것으로 나타나 ‘모바일’에 대한 수용태도가 높을수록 ‘광고’에 대한 수용태도도 함께 높아지는 것으로 파악되었다.

6. 미용성형 수술 경험자는 비경험자에 비하여 ‘모바일’에 대한 수용태도가 1.568배 높게 나타나 다른 사회문화적 태도 요인 중 미용성형 수술에 영향을 미치는 것으로 파악되었다.

본 연구는 여성들의 매스미디어를 통한 외모의 사회문화적 태도와 미용성형 수술 및 시술 경험과의 관련성을 분석하기 위하여 시도 되었으나 연구대상자가 미용성형 수술과 시술의 차이점을 명확히 인지하지 못하고 있는 것으로 파악되었으며, 본 연구를 비롯한 지금까지 이루어진 문헌 연구 고찰 결과에서도 대부분 미용성형 수술을 중심으로 연구가 진행된 것으로 파악되었다. 이에 본 연구는 미용 성형 수술과 시술을 분류하여 사회문화적 태도와의 관련성을 연구하였다는데 그 의의가 있으나 추후 미용성형 시술에 대한 연구가 보완되어야 할 것으로 판단된다. 또한 매스미디어를 통한 사회문화적 태도에 대하여 관심도 및 사회적 흐름 등이 일반적 특성에 따라 차이가 있을 것으로 사료되어 이를 반영한 포괄적인 연구가 진행되어야 할 것으로 사료된다.

## 참 고 문 헌

1. 강남순 (2011). 대학생의 신체만족도가 외모관리행동 및 소비행동에 미치는 영향. 대한피부미용학회지. 9(1). 63-80
2. 강윤경 (2004). 크리스찬 대학생들의 외모지상주의와 자아정체성과의 관계, 충신대학교 상담대학원 석사학위논문
3. 강진성 (1995). 최신 성형외과학. 대구. 계명대학교 출판부
4. 김기범, 차영란, 김양하 (2007). 한국문화에서 성형에 대한 담론과 이야기 분석을 통한 일반인들의 마음 탐색. 한국심리학회지:여성. 12(3). 377-393
5. 김덕하, 김국희 (2010). 외모관련태도에 따른 현실적 자기이미지와 이상적 자기이미지의 차이. 16(1). 11-25
6. 김선희 (2003). 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모관리행동에 관한 연구: 20대 여성을 중심으로. 대한가정학회지. 41(5). 99-108
7. 이완석, 유연재, 권지현 (2009). 신체가치가 외모관리행동에 미치는 영향: 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모지향성의 매개효과를 중심으로. 한국심리학회지 소비자 광고. 10(3). 581-600.
8. 김유진 (2012). 헬스참여 성인 여성의 외모에 대한 사회문화적 태도가 우울 및 대인관계, 심리적 행복감에 미치는 영향. 대구대학교 박사학위논문
9. 김윤, 황선진 (2008). 사회문화적 압력과 대상화된 신체의식이 성인여성의 외모관리행동에 미치는 영향. 한국복식학회지. 58(10). 112-122
10. 김은주 (2001). 여대생의 외모관리행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학

원 석사학위논문

11. 김현정 (2010). 남성의 메디컬스킨케어와 미용성형의 인식 및 실태조사. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문
12. 김효정 (2012). 간호대학생의 외모에 대한 사회문화적 태도, 외모만족도, 신체이미지, 자아존중감이 대인관계능력에 미치는 영향. 한국간호교육학회지. 18(1). 62-70
13. 김화숙 (2011). 성인남녀의 외모와 미용성형수술에 관한 인식 및 관심도. 서경대학교 대학원 석사학위논문
14. 민병두 (2003). 미용성형수술에 대한 대학생들의 인지도에 대한 고찰. 고려대학교 대학원 석사학위논문
15. 박광희 (2012). 인지연령, 외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모관리행동 간의 관계 연구. 한국의류학회지. 36(7). 756-766
16. 박은아, 김현정, 서현숙 (2009). 문화적 자기개념(self-construals)에 따른 외모중시 가치관과 외모관리행동. 한국심리학회지 소비자광고. 10(2). 251-274
17. 변선주 (2011). 미용성형과 피부미용의 효용성 및 인식도 비교분석을 통한 피부미용의 발전방향 연구. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문
18. 송경자, 이미숙 (2009). 외모에 대한 사회문화적 태도가 지각적, 태도적, 신체이미지와 의복행동에 미치는 영향. 대한가정학회지. 47(2). 97-110
19. 엄현신 (2007). 얼굴에 대한 미의식과 미용성형수술에 대한 인식. 경희대학교 대학원 박사학위논문
20. 윤소영 (2007). 여대생의 외모관리에 대한 의식 및 태도 연구 : 헤어, 피부,

- 화장, 미용성형을 중심으로. 한남대학교 대학원 석사학위논문
21. 이나현 (2010). 고등학생의 외모에 대한 사회문화적 태도가 신체이미지와 스포츠웨어 구매행동에 미치는 영향. 창원대학교 교육대학원 석사학위논문
  22. 이나현, 류은정 (2011). 청소년의 외모에 대한 사회문화적 태도와 스포츠의류 구매행동 연구. 한국디자인문화학회지. 17(4). 350-360
  23. 이두형, 장충현 (1994). 미용성형외과에 대한 학생들의 의식조사 연구. 대한성형외과학회지. 21(6). 1138-1147
  24. 이민영 (2009). 여대생의 미의식에 따른 미용 관리 행동에 관한 연구 : 피부관리, 체중조절, 미용성형 행동 중심으로. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문
  25. 이윤경 (2005). 미용성형수술에 대한 태도에 미치는 영향요인. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문
  26. 이주영 (2011). 여성의 외모관리 행동에 대한 자아존중감과 정보탐색에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문
  27. 이정순, 한경희 (2008). 여대생의 외모에 대한 사회문화적 태도가 신체이미지와 만족도에 미치는 영향. 패션비즈니스학회지. 12(2). 153-164
  28. 인은희 (2003). 미용성형수술환자의 병원선택요인과 만족도에 관한 연구. 한양대학교 행정대학원 석사학위논문.
  29. 전현진, 정명선 (2010). 외모에 대한 사회문화적 태도와 신체존중감이 미용성형수술에 미치는 영향. 한국미용학회지. 16(3). 734-741
  30. 정재경 (2007). 직장 여성들의 미용성형수술 인식에 대한 요인. 고신대학교 보건대학원. 석사학위논문

31. 조선명 (2000). 외모에 대한 사회문화적 태도와 신체이미지가 의복 추구  
혜택에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문
32. 조선명, 고애란 (2001). 외모에 대한 사회문화적 태도와 신체이미지가 의복  
추구혜택에 미치는 영향. 한국의류학회지. 25(7). 1227-1238
33. 조정화, 나인경, 김경숙 (2013). 유아의 외모관심도와 체형불만족도에 따른  
외모에 대한 사회문화적 태도와 또래 및 부모경험. 미래육아교육학회지.  
20(1). 299-322
34. 조지영 (2012). 외모에 대한 사회문화적 태도가 청소년의 신체이미지 및  
소비행동에 미치는 영향. 명지대학교 대학원 일반대학원 석사학위논문
35. 채혜정, 박경희 (2000). 아동의 신체의식과 자아존중감, 스트레스, 부적응과  
의 관계. 아동과 권리학회지. 4(1). 137-151
36. 최미혜 (2007). 연령별로 본 여성의 미의식 및 미용성형수술에 대한 인지  
도 연구. 숙명여자대학교 원격대학원. 석사학위논문
37. 최미혜 (2010). 남성의 미용성형수술에 영향을 미치는 심리적 변인에 관한  
연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문
38. 최진주 (2013). 여자 청소년의 외모에 대한 사회문화적 태도와 신체존중감  
이 섭식태도에 미치는 영향. 명지대학교 사회교육대학원 석사학위논문
39. 한국일보 (2007. 02. 21). 한국은 수술 필요한 성형공화국
40. 허선영, 전해민 (2008). 고등학생과 대학생의 외모 및 미용성형 관심도와  
피부관리 실천행위. 한국두피모발미용학회지. 4(2). 183-190
41. 허은숙 (2011). 대학병원 간호사들의 미용성형에 대한 인식 특성. 원광대학  
교 보건환경대학원 석사학위논문

42. 한정숙 (2007). 청소년의 외모에 대한 사회문화적 태도, 외모비교, 신체상이 자아존중감에 미치는 영향. 제주대학교 교육대학원 석사학위논문
43. 홍금희 (2006). 자아존중감에 대한 외모의 사회문화적 태도와 신체비만도 및 신체이미지의 영향. 대한가정학회지. 47(2). 97-110
44. 홍금희 (2008). 남자 대학생의 대중매체노출도가 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모지향성에 미치는 영향. 한국의류학회. 32(7). 144-144
45. 홍금희 (2010). 공적 자기의식과 사회문화적 압력이 이상적 외모태도와 신체수치심에 미치는 영향에 관한 비교문화연구. 한국의류학회지. 34(10). 1731-1741
46. 황윤정, 조기여, 유태순 (2003). 외모관심도. 신체만족도. 자아존중감에 따른 미용성형행동 연구. 패션비즈니스학회. 7(4). 17-25
47. 황윤정, 유태순 (2010). 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체 매력 지각이 체중 및 의복관리행동에 미치는 영향. 한국의류학회지. 34(11). 1923-1932
48. 황윤정 (2007). 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 외모관리행동에 미치는 영향. 대구카톨릭대학교 대학원 박사학위논문
49. Adams, G. R. (1982). Physical attractiveness. In A. G. Miler, In the eye of the beholder : Contemporary issues in stereotyping. 253-304
50. Cash, T. F., & Pruzinsky, T.(1990). Body Image: development, deviance and change(pp. 51-79). NY: Guilford Press
51. Cusumano, D. L., & Tompson, J. K. (1997). Body image and body shape ideals in magazines: Exposure, awareness, and internalization. Sex

- Roles. 37. 701-721
52. Heinberg, L.J., Thompson, J.K. & Stormer, S. (1995). Development and validation of the Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire(SATAQ). *International Journal of Eating Disorders*. 17. 81-89
53. Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of abnormal psychology*. 118(4). 683-698.
54. Silverstein B., Peterson B., Kelly E. (1986). The role of mass media in promoting a thin standard of bodily attractiveness for women. *Sex Roles*. 14. 519-53
55. Thompson, J.K., Heinberg, L.J., Altabe, M. and Tantleff-Dunn, S. (1999) *Exacting beauty : Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington. DC : American Psychological Association Xii. 396

## ABSTRACT

### Impact of Sociocultural Attitudes of appearance through Mass Media on Women's Intension of Cosmetic Surgery

Kim Su Hyeon

Major in Skincare and Obesity Management

Graduate School of Lifetime Welfare

Sungshin Women's University

This study intended to investigate the relations among the factors of women's sociocultural attitudes through mass media, demographic variables and the experiences of cosmetic surgeries and procedures.

A survey was conducted with self-administered questionnaires on 600 adult women who were living in Seoul or Gyeonggi-do, and 532 replies were utilized for the analysis. As the analysis method, a frequency analysis to analyze the characteristics of the subjects, a factorial analysis to figure out the common concept that the variables of sociocultural attitudes had and a reliability analysis to validate the reliability were conducted using a

statistics program of social science SPSS version 18.0. In order to investigate the differences among sociocultural attitudes, general characteristics, self-satisfaction on appearance, and the experience of cosmetic surgeries and procedures, an independent sampling t-test and a variance analysis were also conducted. Lastly, in order to find out the impact of sociocultural attitudes on the experience of cosmetic surgeries and procedures, a binary logistic regression model analysis was conducted.

The result of this study was as follows;

1. It showed that, out of 532 subjects, 34.8% had experienced a cosmetic surgery and 37.8% had experienced a cosmetic procedure, and one time was the most frequent number of cosmetic surgery or procedure. Among the surgery items of the subjects who experienced cosmetic surgeries, eye (double eyelid) and nose were the most surgery items, and for cosmetic procedures, Botox injection, spot removal and laser process were conducted most.

2. The purpose and intension of cosmetic surgery turned out to be caused mainly by 'the insufficient confidence in the appearance'. the level of satisfaction on cosmetic surgeries and procedures showed more than 50%. The information about cosmetic surgery was obtained from 'the experiences of friends and relatives', cosmetic surgeries and procedures were recommended mainly by 'the self decision', and 67.6% of the subjects paid the expense for their surgeries and procedures. The

major elements for decision-making of cosmetic surgery were 'third party's recommendation' followed by 'the reputation of plastic surgeon (clinic)'.

3. 63.6% of the subjects had a plan for additional cosmetic surgeries and procedures. The purposes of such plans were mainly 'the compensation for the insufficient confidence on their own appearance' and 'the compensation for the weakness of body parts caused by aging'. The cosmetic surgery items additionally planned were for 'eliminating wrinkles', 'nose' and 'breast', and the cosmetic procedures were for 'Botox', 'laser process' and 'filler'.

4. 48.7% of the subjects who had no experience of cosmetic surgery or procedure had an intention for cosmetic surgeries because of 'insufficient self-confidence on the appearances' and 'the compensation for the weakness of body parts caused by aging'. 14.0% had an experience of consultation and the number of consultation was two times for 46.6% and one time for 33.3%.

5. 83.6% of the subjects showed a positive perception on cosmetic surgeries and procedures. The reasons of negative perception were 'no necessity', 'distrust in technology' and 'religion'. The degree of reliability in cosmetic surgeries and procedures was 41.5%..

6. Sociocultural attitudes were classified into four factors; 'mobile', 'internalization', 'advertisement' and 'social perception'.

7. Regarding the relevance with demographic characteristics, for 'mobile', 'internalization' and 'advertisement' among the sociocultural attitudes, acceptance attitude was higher as the age was less, and 'internalization', 'advertisement' and 'social perception' showed a difference in acceptance attitude depending on educational background. For the relevance with marriage, unmarried subjects showed higher acceptance attitude for 'mobile', 'internalization', 'advertisement' and 'social perception' than married subjects. Regarding the difference by vocation, the acceptance attitude for 'mobile' and 'internalization' showed higher in student subjects and the acceptance attitude for 'internalization' and 'social perception' showed higher in professional subjects. Regarding the difference by income (monthly), 'mobile' and 'advertisement', the acceptance attitude showed high when the amount of 'mobile' and 'advertisement' was more than 3 million but less than 4 million won, 'internalization' was less than 2 million won and 'social perception' was more than 5 million won..

8. Regarding the relevance with the level of self-satisfaction for their own appearance, experience in cosmetic surgeries and sociocultural attitudes, the acceptance attitude for 'mobile' showed higher in case of being unsatisfied with appearance, and the acceptance attitude of the subjects who experienced cosmetic surgery for 'mobile', 'internalization' and 'advertisement' showed higher than the subjects who did not

experience cosmetic surgery.

9. Regarding the relevance with sociocultural attitudes, the level of self-satisfaction on their own appearance, experience in cosmetic surgeries and experience in cosmetic procedures, the correlation showed higher in 'mobile' and 'advertisement' of sociocultural attitudes.

10. Among the factors of sociocultural attitudes, 'mobile' showed to give an impact to the experience of cosmetic surgery, and the subjects who experienced cosmetic surgery showed 1.568 times higher acceptance attitude for 'mobile' in comparison with the subjects with no experience.

Through this study, it was verified that women's sociocultural attitudes through mass media would give an impact on cosmetic surgeries and procedures and demographic characteristics. It is expected that this study could be utilized as a basic material for establishing a correct perception on cosmetic surgery. In addition, since there could be differences of the level of interest and social trend in sociocultural attitudes through mass media depending on general characteristics, a comprehensive study that reflects such factors should be conducted in future.

- 부 록 -

## 설 문 지

안녕하십니까?

본 설문지는 매스미디어를 통한 외모의 사회문화적 태도가 여성의 미용성형 의도에 미치는 영향을 파악하고자 제작되었습니다.

본 연구에 도움이 될 수 있도록 솔직하고 성의 있게 한 문항도 빠짐없이 응답해주시기 바라며, 회수된 설문지는 연구목적으로만 이용할 것을 반드시 약속드립니다.

다시 한 번 설문에 응해주신 것에 대해 감사드립니다.

성신여자대학교 생애복지 대학원

석사과정: 김 수현

지도교수: 배 현숙

\* 문항을 읽고 해당사항에 응답 또는 V 표시를 해주시기 바랍니다.

### I. 일반적 사항

1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20세 이상 30세 미만      ② 30세 이상 40세 미만      ③ 40세 이상 50세 미만  
④ 50세 이상 60세 미만      ⑤ 60세 이상

2. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

- ① 고등학교 졸업      ② 전문대학(계)졸업      ③ 4년제 대학교(계)졸업      ④ 대학원(계) 졸업

3. 귀하의 결혼 상태는 어떻게 되십니까?      ① 미혼      ② 기혼

4. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 전업주부      ② 학생      ③ 사무직      ④ 자영업      ⑤ 전문직      ⑥ 기타

5. 귀하는 가정의 월평균 소득은 얼마입니까?

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

## II. 사회문화적 태도

사회문화적 태도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
TV나 영화에서 나오는 날씬한 사람들의 모습은 나도 날씬했으면 하고 바라게 만든다					
TV나 영화에서 나오는 날씬한 연예인들의 모습은 내가 목표로 생각하는 유형의 외모를 보여준다.					
나는 패션모델이나 유명 연예인들의 모습과 내 모습을 비교하곤 한다					
나는 흔히 패션잡지를 보고 내 외모를 모델들과 비교한다					
나는 옷은 날씬한 모델이 입어야 더 멋있어 보인다고 생각한다					
나는 내가 수영복 모델 같은 몸매였으면 하고 바란다					
이 사회에서 성공하려면 외모는 매우 중요하다					
오늘날의 사회에서 성공하려면 몸매관리를 열심히 하는 것이 중요하다.					
사람들은 마를수록 옷맵시가 더 좋다고 생각한다.					
인터넷 동호회, 블로그, 카페 등에 가입하여 외모에 대한 정보를 수집한다					
인터넷/홈쇼핑을 통하여 몸매 관리 제품(식품, 약품, 운동기구 등)을 구입한다					
인터넷 동호회, 블로그, 카페 등에서 체중 관리 성공기, 예뻐지는 방법 등을 확인하고 실행에 옮긴다					
스마트폰의 다이어트/패션 정보 앱을 다운받아 뷰티 정보를 수집한다					
스마트폰에 다운받은 다이어트/패션 정보 앱을 수시로 확인하고 적용한다					
TV 광고나 잡지를 통하여 나오는 새로운 의상이나 새로운 화장품을 구입한다					
인터넷, TV 광고를 통하여 계절별 트렌드를 확인한다.					
TV나 잡지를 통해 나오는 계절별 시즌상품(새로운 의상, 화장품 등)을 구입하는 것은 나를 돋보이게 한다					
인터넷, TV 광고를 통한 트렌드를 실천하는 등 유행에 민감한 편이다					
TV나 잡지에서 나오는 연예인의 성형 모습을 부러워하며, 성형을 하고 싶다					



7. 미용성형 수술/시술을 받은 목적은 무엇입니까?

- ① 외모에 대한 자신감 부족(평상 시 외모에 만족하지 못하여)
- ② 흉터 등의 신체 부위의 결점 보완
- ③ 노화로 인한 신체 부위의 결점 보완(주름, 눈꺼풀 처짐 등)
- ④ 보다 나은 사회생활(직장 등)의 기회를 얻기 위하여
- ⑤ 원만한 대인관계를 위하여(이성, 배우자 등에게 잘 보이기 위하여)
- ⑥ 주변의 권유
- ⑦ 기타( )

8. 귀하가 경험한 미용성형 수술/시술에 만족하십니까?

- ① 매우 불만족      ② 불만족      ③ 그저그렇다      ④ 만족      ⑤ 매우 만족

9. 귀하는 경험한 미용성형 수술/시술에 관한 정보를 어디에서 얻으십니까?

- ① 친구나 친지 경험      ② 잡지 및 광고      ③ 인터넷      ④ 기타

10. 누구의 권유로 미용성형 수술/시술을 받게 되었습니까?

- ① 본인 스스로 결정      ② 부모님의 권유      ③ 이성 및 배우자의 권유
- ④ 형제·자매의 권유      ⑤ 친구의 권유      ⑥ 기타( )

11. 미용성형 수술/시술 비용은 누가 부담하였습니까?

- ① 본인      ② 부모님      ③ 이성 및 배우자      ④ 기타( )

12. 미용성형 수술/시술 의사 결정 시 중요한 요인은 무엇입니까?

- ① 비용      ② 시술      ③ 의사(병원)명성      ④ 지역      ⑤ 주위 추천      ⑥ 기타

13. 귀하는 미용성형 수술/시술 계획을 가지고 계십니까(동일 및 다른 신체부위)?

- ① 예      ② 아니오

14. 미용성형 수술/시술을 받고 싶은 신 이유(추가 계획 포함)는 무엇입니까?

- ① 현 수술의 불만족(동일 신체부위)
- ② 외모에 대한 자신감 부족(평상 시 외모에 만족하지 못하여)
- ③ 흉터 등의 신체 부위의 결점 보완
- ④ 노화로 인한 신체 부위의 결점 보완(주름, 눈꺼풀 처짐 등)



20. 상담을 받은 횟수는 어떻게 되십니까? ( 회)

21. 미용성형 수술을 받는다면 받고 싶은 신체 부위는 어디입니까?

신체부위	(V)표시	신체부위	(V)표시	신체부위	(V)표시
눈(쌍꺼풀)		팔		광대뼈	
코		다리		지방흡입	
입		엉덩이		가슴	
턱		주름제거		기타	

22. 미용성형 시술을 받는다면 받고 싶은 신체 부위는 어디입니까?

신체부위	(V)표시	신체부위	(V)표시	신체부위	(V)표시
기미		주근깨		박피(IPL 등)	
반점		보톡스		필러	
지방이식		필링		기타 레이저 시술	

<23번 ~ 26번 : 설문 응답자 전체 대상 - 미용성형 경험에 관계 없음>

23. 귀하는 미용성형 수술/시술에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 부정적    ② 부정적    ③ 긍정적    ④ 매우 긍정적

24. 위의 미용성형 수술/시술에 대해 ① 매우 부정적, ② 부정적' 이라고 응답하신 경우 그 이유는 무엇입니까?

- ① 종교적인 문제    ② 기술에 대한 신뢰성    ③ 필요하지 않음    ④기타

25. 귀하는 미용성형 수술/시술에 대하여 신뢰를 하십니까?

- ① 매우 신뢰    ② 신뢰    ③ 그저그렇다    ④ 신뢰하지 못함    ⑤ 매우 신뢰하지 못함

26. 귀하는 미용성형 수술/시술을 통하여 신체적인 보완 및 수정 가능하다고 생각하십니까?

- ① 예    ② 아니오

## 감사의 글

2011년 3월 두근대는 마음으로 시작한 석사과정은 피부비만관리 전공에 대한 관심과 열정을 주었으며, 학문적으로 한 단계 발전시킬 수 있는 계기가 되었습니다. 이제 석사 논문을 마무리 하면서 지금까지 부족한 저를 도와주신 많은 분들에게 감사의 마음을 전하고자 합니다.

먼저 세심한 배려와 격려로 용기 주시며, 연구에 대하여 깊이 생각하고 넓은 안목을 가질 수 있도록 지도해주신 배현숙 교수님께 진심으로 깊은 감사의 말씀을 드립니다. 또한 바쁘신 가운데서도 심사위원을 맡아 논문을 지도해주시고 조언과 지지를 아끼지 않으셨던 안홍석 교수님과 이승민 교수님께도 감사의 글을 올립니다.

그리고 통계를 도와주신 최서연 교수님과 논문을 준비하는 동안 용기를 잃지 않게 도와주시고 응원해주신 17기 동기 선생님들께도 졸업 축하의 인사와 감사의 말을 전하고 싶습니다.

마지막으로 논문을 쓰는 동안 늘 사랑과 관심으로 든든한 후원자가 되어 주신 아버지와 어머니께도 마음속 깊이 감사드립니다.

2년 반 동안의 석사 대학원 생활이 일과 병행하며 쉽지 않았지만 이 과정을 무사히 마칠 수 있도록 도움을 주신 모든 분들께 이 결실의 기쁨을 함께하고 싶습니다. 앞으로 더 멋진 꿈을 위해 나아가도록 노력하겠습니다.

2013년 6월  
김수현 올림